第一图书网, tushu007.com

<<人类传播理论>>

图书基本信息

书名：<<人类传播理论>>

13位ISBN编号：9787302206125

10位ISBN编号：7302206120

出版时间：2009-10

出版时间：清华大学出版社

作者：[美] 斯蒂芬·李特约翰,[美] 凯伦·福斯

页数：452

译者：史安斌

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

从20世纪90年代中期开始，新闻与传播学教育从人民大学、复旦大学等为数甚少的几家高校的“专有”学科，迅速成为一个几乎所有综合大学乃至相当部分如财经大学、工商大学、农业大学以及师范、艺术类院校的“常规”学科。
中国最著名的两所高等学府清华大学、北京大学也相继成立新闻与传播学院。
这样一种“显学”局面的形成，一方面是进入信息时代以后，新闻与传播的社会地位、角色、影响不仅越来越重要，而且也越来越被人们所意识到；另一方面是媒介行业近年来的迅速发展为青年人提供了职业前景和想象。
尽管与美国大约有14万在校学生学习新闻学与大众传播学课程的数量相比，中国的新闻与传播学教育的规模并不十分庞大，但是就中国国情而言，这种新闻与传播教育的繁荣局面还是可能因为一种“泡沫”驱动而显得似乎有些过度。
但是，超越传统的新闻学，将更加广义的媒介政治、媒介舆论、媒介文化、媒介艺术、媒介经济、媒介法规、媒介伦理纳入新闻与传播学科，将传播学理论以及各种量化的社会科学研究方法纳入新闻与传播学领域，在大众传播之外将人际传播、组织传播、公共关系等纳入传播学视野，都证明了新闻与传播学的转向和扩展，也正是这种转向和扩展使新闻与传播学教育有了更加广阔的发展空间和学科魅力。
在目前这种情况下，对于中国的新闻与传播教育来说，也许缺少的不是热情、不是学生，甚至也不是职业市场，而是一大批真正具有专业水准的教师，能够既与国际接轨又具国情适应性的教学体系和内容，既反映了学科传统又具有当代素养的教材。
人力、物力、财力、知识力资源的匮乏，可以说，深刻地制约着中国的新闻与传播学向深度和广度发展，向专业性与综合性相结合的方向发展。

内容概要

新版增加了一位作者——凯伦·福斯，她是女性主义传播批判理论的代表人物之一，使这本权威的教科书基本体现经验主义学派和批判学派“双峰并峙”的学术格局。
　书中展示的传播理论的八大主题和七大理论传统纵横交织的架构体现了目前传播学理论和学科建设的基本路径。
在纵向的维度上，探讨了传播者、信息、谈话、关系、群体、组织、媒介和文化/社会八大主题。
在横向的维度上，传播理论汲取了符号学、现象学，控制论、社会心理学、社会文化、批判和修辞学这七大传统中的精华。
本书围绕着上述八大主题，提出了与人类传播的方方面面有关的一系列理论、范式和假说，形成了传播学的理论框架和学术体系。

作者简介

斯蒂芬·李特约翰（Stephen W.LittleJohn）现任美国新墨西哥大学阿尔伯克基分校（University of New Mexico，Albuquerque）传播学兼职教授。
1971年获犹他大学传播学博士，曾任加州洪堡（Humboldt）州立大学言语传播学教授。
他同时与人合办咨询公司，为包括白宫、国家邮政

<<人类传播理论>>

书籍目录

第九版前言中文版（第九版）前言导读第一部分 基础 第1章 传播理论和学术研究　给传播下定义　有关传播的学术研究　传播研究中探索的过程　探索的基本模式　学术研究的种类　如何进行学术研究　第2章 理论的意义　理论的维度　哲学假设　概念　解释　原则　普遍性理论　哲学假设　概念　解释　实践性理论　哲学假设　概念　解释　原则　如何评估传播理论　理论视野　适用性　启发性价值　合理性　简洁性　开放性　究竟什么是“好理论”？
　理论前瞻　第3章 传播理论的传统　搭建传播理论的框架　符号学传统　符号学传统的主要思想　符号学传统的分支　现象学传统　现象学传统的主要思想　现象学传统的分支　控制论传统　控制论传统的主要思想　控制论传统的分支　社会心理学传统　社会心理学传统的主要思想　社会心理学传统的分支　社会文化传统　……第二部分 理论 第4章 传播者 第5章 信息 第6章 谈话 第7章 关系 第8章 群体 第9章 组织 第10章 媒介 第11章 文化与社会结语：谈话的继续——如何将你的世界加以理论化本书覆盖的理论流派的中英文名称对照参考书目

章节摘录

插图：第一部分 基础第1章 传播理论和学术研究如何进行学术研究 虽然不同的学术群体有不同的评判标准，但是在理论的创造上，不管是单个的学者还是学术群体遵循的都是一套可以预见的模式。
首先，他们对某个主题产生疑问。
有时候，该主题会与学者个人生活中的某些方面产生联系。
有时候它是该学者阅读过的相关文献的延伸。
与导师或者同事的交谈通常会引发对某个主题的兴趣。
有时候教师在课堂讨论时，也会碰到一些挑战性的问题。
传播学者可以说是真心关注有关“传播”的问题的，因此他们会主动去探索一些自己感兴趣的课题。
他们在专业上的进展也取决于这种探索。
他们只有培养出一种学术上的好奇心，选择某个合适的主题，并且完成对它的研究，才能获得博士学位。
只有从事学术研究或理论建构的下作，他们才会获得加薪、提职或者得到终身教职。
诚然，还有许多其他的激励性因素，例如能够获得各种研究基金，到各地旅行，被尊为某个领域的“领军人物”，获得各种奖励，等等。

媒体关注与评论

在林林总总的传播学理论著述中，这本书堪称上乘之作。
自1978年第一版问世，迄今为止已经出到第九版。
对于传播学这门第二次世界大战后兴起的新学科来说，一部理论著作能连续30年高居“排行榜”，其地位与价值也就可想而知。
——李彬

编辑推荐

《人类传播理论(第9版)》：国际流行版新闻传播学教材海内外一流学者的重要案头参考书反映最新学术动态的结构完善的教材

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com