

<<麦奎尔大众传播理论>>

图书基本信息

书名：<<麦奎尔大众传播理论>>

13位ISBN编号：9787302228677

10位ISBN编号：7302228671

出版时间：2010-7

出版时间：清华大学出版社

作者：丹尼斯·麦奎尔

页数：496

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>

<<麦奎尔大众传播理论>>

前言

本书第四版出版之时，正值20世纪末。

我不禁想到，面对新媒体势不可挡的崛起和发展以及经济和文化生活方式的巨变，大众传播在新世纪是否还能生存？

我们还远远没有回答清楚这个问题，它却已经不再是核心问题了。

在许多重要的社会功能，如影响集体行为或大众的一般态度上，没有理由认为大众传播的重要性会消减或消失。

在如传播世界新闻事件和与名人有关的事件上，也是一样。

尽管大众传播由于以上原因，已不像过去那样是一个范围分明的范畴了，但它还是涉及了相当广泛的领域。

与过去相比，大众媒介本身的形式和所有制更加多样化，它们的潜在影响也不那么强大和万能了。

由于竞争和“新”“旧”媒介之间的融合，“公共”和“私人”媒介渠道之间有了更大的重合。

旧有的中心——边缘（或层级）式的模式也相对地不那么明显了。

这些变化都在新的理论和研究中得到反映。

我对本书上一版做全面修改和更新时，将所有这些因素都考虑在内了。

<<麦奎尔大众传播理论>>

内容概要

这是一本影响深远的西方经典传播学教材，凝聚了麦奎尔毕生的心血，作者也因此而享誉国际传播学界。

此书主要论及：大众传播所包含的元素、当今主要媒介形态、相关社会与文化分析，以及近百个媒介与传播学专业词汇的解释。

新版着重论及新媒体的发展潜力。

<<麦奎尔大众传播理论>>

作者简介

丹尼斯·麦奎尔世界著名传播学者，荷兰阿姆斯特丹大学传播学终身教授，“欧洲传媒研究小组”成员，《欧洲传播学杂志》三位创始人之一。

主要著作有：《迈向大众传播社会学》(Towards a Sociology of Mass Communications, 1971)、《传播》(Communication, 1975)、《大众传播模式论》(Communication Models for the Study of Mass Communications, 1982)、《大众传播理论》(Mass Communication Theory, 1983)、《媒介行为》(Media Performance, 1992)、《受众分析》(Audience Analysis, 1997)、《媒介政策》(Media Policy, 1998)、《麦奎尔大众传播理论》(McQuail's Mass Communication Theory, 5th edition, 2005)等。

译者简介：崔保国，清华大学新闻与传播学院教授，日本东北大学信息科学博士。

现任清华大学媒介经营与管理研究中心主任，清华大学日经传媒研究所所长。

主要研究方向：传播学理论、媒介经营与管理、信息社会研究等。

主要著作有《传媒蓝皮书》、《媒介变革与社会发展》、《信息社会的理论与模式》、《信息化城市》(译著)、《大众传播学研究方法》(译著)、《报业的活路》(译著)等。

李琨，北京大学新闻与传播学院副教授，美国俄勒冈大学传播学博士。

现任北京大学新闻与传播学院传播系主任。

主要研究方向：大众传播学、西方传播学理论、国际传播、美国传媒研究等。

主要著作有《大众传播学》、《文化与帝国主义》(译著)等。

<<麦奎尔大众传播理论>>

书籍目录

第一部分 前言 第一章 绪论 第二章 大众媒介的兴起 第二部分 理论 第三章 大众传播的概念与模式 第四章 媒介理论与社会理论 第五章 大众传播与文化 第六章 新媒介—新理论 第七章 媒介与社会的规范理论 第三部分 结构 第八章 媒介结构与表现：原则与问责 第九章 媒介经济与控制 第十章 全球化的大众传播 第四部分 组织 第十一章 媒介组织：压力和需求 第十二章 媒介文化的生产 第五部分 内容 第十三章 媒介内容：主题、概念与分析方法 第十四章 媒介类型与文本 第六部分 受众 第十五章 受众理论与研究传统 第十六章 受众的形成与经验 第七部分 效果 第十七章 媒介效果的过程与模型 第十八章 社会—文化效果 第十九章 新闻、公共意见与政治传播 结语 第二十章 大众传播的未来 各种不同的角度 连续性和变化的前景 名词解释 参阅文献 译后记

<<麦奎尔大众传播理论>>

章节摘录

插图：二、作为一种广泛社会过程的大众传播：社会关系和经验的中介与社会以及文化问题相关的一个中心前提是，媒介从本质上是最广泛意义上的知识的制作和传播机构。

这种知识使我们能够对我们对社会的一些体验有一定的理解，即使“意义的获得”以相对自主、非常多样的方式出现。

透过媒介来获得信息、形象与观念，对许多人来说，是了解共同的过去（历史）以及现在社会方位的主要来源。

它们也是记忆的蓄水池，是确定我们在何处、我们是谁（身份）的地图，并且可以为走向未来提供指导。

如我们开始就指出的，媒介在很大程度上为我们的公共的、共同的社会生活和规范提供认知和定义，成为各种标准、模式和规范的主要来源。

必须强调的重要一点是媒介介入到我们和我们感官直接观察不到的世界的任何体验之间的程度。

媒介也提供与我们所处的社会的主要机构最持久的联系通道。

在世俗社会中，有关价值取向和思想观念的问题，大众媒介往往会从学校、父母、宗教、兄弟姐妹和同伴的早期的影响中“接管过来”。

结果，无论我们能够在多大程度上形成自己个人的观点，都还是非常依赖媒介来获取更广泛的“符号环境”（我们脑海中的图像）。

正是媒介可能促成和他人一致的成分，因为现在我们往往共享几乎同样的媒介来源和“媒介文化”。

没有对现实的一定程度的共同理解，不管起源如何，任何有组织的社会生活都不可能存在。

1. 中介的概念这些论述可以通过联系社会现实的“中介”的概念得到概括。

中介包括几个不同的过程。

就像前面提过的，第一，它代表了那些我们无法直接亲自观察的事件与情境二手的（或第三者的）传递。

第二，它指社会中的其他参与者和机构出于他们自己的目的（或我们自己假定的利益）与我们联系的各种努力。

这是指政客、政府、广告客户、教育者、专家以及各种各样的权威人士。

它指我们对我们的身外的集团和文化形成自己的认识的间接方式。

这里定义的中介的一个基本因素是那些介于感知和感知之外的技术设备。

中介也意味某种关系形式。

通过媒介中介形成的关系可能比直接的私人关系更遥远，更超脱个人感情，也更薄弱。

媒介并不垄断我们接收的信息，也不能介入我们的社会关系。

但它们的存在不可避免地非常具有渗透性。

有关“现实的中介”思想的早期形式倾向认为，在由媒介信息构成的对现实的共同认识的公共地带，和个人能够自由、直接交流的私人领域之间存在一个分界。

<<麦奎尔大众传播理论>>

后记

丹尼斯·麦奎尔的这本教材是目前国际上最经典的大众传播理论教材之一，能把这本书翻译出来奉献给大家是我们的荣幸。

我国学者中最早开始接触麦奎尔的传播学著作的要数祝建华教授，他翻译的《大众传播模式论》一书对于中国传播学发展的启迪和推动作用功不可没。

作为这本书的主要翻译者，李琨教授和我都有曾在国外留学的经历，我们在国外学习传播学时都曾把麦奎尔的书作为基本教材，那时候我们使用的还是麦奎尔传播学教材的第三版。

回国后我们都有一个共同的愿望，就是把这本书译成中文与大家分享。

后来我在清华大学新闻与传播学院任教，李琨教授在北京大学新闻与传播学院任教，当我们谈起翻译这本书时，可以说是不谋而合，很快达成了共识。

要特别感谢的是清华大学出版社的责任编辑，她具有一种执着和契而不舍的精神，经过很长时间的反复交涉，她终于签下了这本书第四版的版权合同。

更令人高兴的是，在这本书的翻译过程中与北京大学新闻与传播学院的李琨教授的合作使我受益颇多。

李琨教授在美国学习工作多年，她也把这本书当作传播学教学的主要教材，有了她来把关，翻译工作的质量和翻译的精准度都有了保障。

在翻译分工上，我负责本书上半部分，李琨老师负责下半部分，我们指导的几位博士及硕士研究生也参加了翻译工作。

第四版的译本出版后影响还很不错，三年多来我们收到了很多各种各样的反馈，大部分都是正面的和肯定的，在此我们要衷心感谢广大读者和同行的鼓励支持。

<<麦奎尔大众传播理论>>

编辑推荐

《麦奎尔大众传播理论(第5版)》是世界最著名的传播学教材之一，这是一本影响深远的西方经典传播学教材，目前已被翻译成13种文字。

除了用作教材，几乎任何与大众传播相关的课程都可将它列为重要参考书。

新版内容全面更新，尤其是涉及媒介效果、新媒体和政治传播的部分，并深入探讨大众传播的未来。

<<麦奎尔大众传播理论>>

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>