

<<传播学>>

图书基本信息

书名：<<传播学>>

13位ISBN编号：9787810647489

10位ISBN编号：7810647482

出版时间：2004-11

出版时间：首都师范大学出版社

作者：胡翼青

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>

<<传播学>>

内容概要

《传播学:学科危机与范式革命》在对传播学研究进行百年回眸的基础上,就传播学的学科危机加以分析,对其范式革命进行阐发,并重新阐释了传播学的母题、视野与方法,提出了传播学的研究核心应当是“信息人”,给人以诸多启迪。

书籍目录

导论：传播学的母题、视野与方法

- 一、关于传播学的母题
- 二、关于传播学的视野
- 三、关于传播学的方法

第一章传播学研究的世纪回眸

第一节 传播学的发轫

- 一、传播学发轫的社会条件
- 二、传播学发轫的学科条件
- 三、传播学的奠基者们

第二节 经典传播学的二元对立：传统学派与批判学派

- 一、传统学派的兴盛
- 二、批判学派的兴起
- 三、经验主义与批判主义之争
- 四、传播学范式的成型

第三节 对当代传播学学科发展的反思

- 一、缺乏系统性
- 二、缺乏理论创新与应变性
- 三、缺乏危机感

第二章传播革命：来自现实的挑战

第一节 信息社会的来临

- 一、信息社会及其特征
- 二、信息社会的社会变迁
- 三、信息社会中传播学面临的机遇与挑战

第二节 对网络媒介的传播学思考

- 一、作为传媒的网络
- 二、网络与三大传媒的关系
- 三、网络的媒体定位与其传播学特征

第三节 网络对传播实践的再造

- 一、以网络为平台的媒介系统消解了以往传播研究的类型划分
- 二、网络消解了以往传播研究对大众传播媒介的特定含义
- 三、网络传播改变了以往传播学对传播过程的描述
- 四、网络传播形成了一个纯粹的虚拟社会

第三章 经验主义范式缺陷：来自学科内部的挑战

第一节 方法论的危机

- 一、科学主义方法论的主张
- 二、传播学经验主义范式的方法论缺陷
- 三、经验主义量化研究方法的缺陷

第二节 范式研究框架的危机

- 一、拉斯韦尔模式的危机
- 二、传播的经济功能研究
- 三、传播的隐性功能研究

第三节 经验主义传播学宏观研究视角的危机

- 一、经验主义发展传播学的发展历程
- 二、发展传播学经验主义范式的危机与修正

第四章 经典传播学诸研究领域的危机与困境

<<传播学>>

第一节 控制研究的危机

- 一、控制研究的两项里程碑
- 二、网络的控制体制与把关人

第二节 受众研究的两难境地

- 一、经验主义范式受众研究的理论发展
- 二、网络的受众及其对传统受众理论的冲击

第三节 效果研究面临挑战

- 一、传播效果研究的百年历程
- 二、网络时代效果理论的嬗变

第五章 技术主义范式的兴起

第一节 技术主义范式的思想脉络

- 一、伊尼斯的媒介决定论
- 二、麦克卢汉的媒介决定论
- 三、梅罗维茨的媒介决定论

第二节 技术主义范式的成型

第一节 技术主义范式的二元结构

- 一、乐观主义的技术决定论
- 二、悲观主义的技术决定论
- 三、对两种技术决定论的反思

第二节 技术主义与人文主义之争

- 一、研究核心的分歧
- 二、研究方法的分歧
- 三、受众理论的分歧
- 四、效果研究的分歧

第六章 传播学研究新范式的崛起

第一节 回归主体性

- 一、经验主义的人本主义转向
- 二、技术主义范式的人本主义转向

第二节 传统与批判两大学派的融合

- 一、两大学派融合的多重努力
- 二、“使用—满足理论”——两大学派结合的契入点

第三节 新人本主义范式：传播学的未来与出路

- 一、新人本主义范式雏形的理论假设
- 二、对当前人本主义传播学的批判

第七章 “信息人”：新人本主义范式的研究核心

第一节 对其他学科人性假设的考察

- 一、“经济人”假说
- 二、管理学人性假设的演变

第二节 “信息人”的本体意义

- 一、信息与人
- 二、“信息人”的本体意义

第三节 “信息人”的界说

- 一、对“信息人”概念的界说
- 二、“信息人”的静态界说
- 三、“信息人”的动态界说
- 四、“信息人”概念的理论意义

第八章 多元方法论：新人本主义范式的研究路径

<<传播学>>

第一节 方法论的融合

- 一、人文主义方法论的主张
- 二、两大倾向的对立与融合
- 三、复杂性科学的兴起与方法论的融合
- 四、人本主义范式方法论的二重性

第二节 量与质的研究方法的融合

- 一、质的研究界说
- 二、质与量的研究方法的融合
- 三、新人本主义范式中质与量的研究方法的统合

第三节 二次跨学科：学科一体化研究方法的出现

- 一、跨学科研究的历史贡献
- 二、二次跨学科的时代背景

第九章 中国传播学：危机与出路

第一节 中国传播学研究的历程

- 一、起步阶段
- 二、发展与挫折阶段
- 三、繁荣阶段

第二节 中国传播学研究的危机

- 一、学科理论缺乏原创性
- 二、缺乏应有的理论积累
- 三、对其他学科的理论影响甚微

第三节 关于传播学本土化的讨论

- 一、关于传播学本土化的不同理解
- 二、对中国传播学未来定位的认识

后记

主要参考文献

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>