

<<传播理论>>

图书基本信息

书名：<<传播理论>>

13位ISBN编号：9787810855631

10位ISBN编号：7810855638

出版时间：2006-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：赛佛林

页数：386

译者：郭镇之

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>

<<传播理论>>

内容概要

《传播理论:起源方法与应用》(第5版)是较早引进中国的介绍传播理论的经典性译著,由美国著名传播学者沃纳.J.赛佛林(Werner J.Severin)博士与小詹姆士·W.卡德博士(James WTankard, Jr)合著,国内著名传播学者郭镇之主译。

有几家出版社推出过该书的不同版本。

我社此次推出的是该书的最新版第五版,与之前的版本改动较大。

这也是两位传播学大家共同推出的最后一版了,小詹姆士·W.坦卡德博士在与癌症搏斗五年之后,已于2005年8月去世。

《传播理论:起源方法与应用》(第5版)为国内各新闻传播院校本科生、研究生使用最多的权威性教材。也可作为新闻从业者和相关人员的自学读物。

<<传播理论>>

作者简介

作者：(美国)沃纳·赛佛林(werner J. sevenin)、坦卡德

沃纳·J·赛佛林(werner J. sevenin)博士是第一位到中国的富布莱特新闻学者。

他于1984到1985年受邀来华工作。

他在复旦大学和上海外国语大学任教，并到南京大学、中国人民大学、中国社会科学院新闻研究所和当时的北京广播学院（今中国传媒大学）做讲座。

他共七次到九个亚洲国家旅行，其中到中国两次。

沃纳·J·赛佛林在密苏里新闻学院获得学士和硕士学位，在麦迪逊威斯康星大学获得博士学位。

他的职业媒介经验包括在欧洲当摄影记者的七年，其后在美国的一家日报、一家国际通讯社和一个全国性画报社工作。

除了合著《传播理论——起源、方法与应用》一书之外，他还在《新闻和大众传播季刊》、《广播与电子媒介学刊》和《音频视频传播评论》上发表过学术文章。

<<传播理论>>

书籍目录

第一篇 改变中的媒介景观第1章 大众传播理论概述 大众传播的概念 新的媒介环境 数字电视 互联网 代理人 新式新闻 广告的变化 理论的作用 大众传播理论的目标 大众传播的效果 批判理论和文化研究 媒介环境变化引起的理论性问题 结论 关键词讨论题第二篇 大众传播的科学方法与模式第2章 科学的方法 科学中的想象 科学的累积性本质 对现实的科学概括 科学的假说 防止偏见或者欺骗 意外的发现和新的方向 科学中的道德和欺骗 科学探索的过程 实证资料的取得 调查研究法 内容分析法 实验设计法 个案研究法 对资料的推论 统计外在效度和内在效度 操作性地界定假说 信度 结论 关键词讨论题第3章 大众传播的研究模式的功能 模式的评估 一些早期的传播模式 拉斯韦尔的模式 传播的数学理论 奥斯古德的模式 施拉姆的模式 纽科姆的对称模式 韦斯特利-麦克莱恩的模式 格伯纳的模式 信息处理的概略理论 结论 关键词讨论题第二章 大众传播中的理解与语言问题第4章 传播中的理解的作用 对理解的影响 理解与大众传播 其他的选择性过程 概略理论 潜意识理解 对图片的理解 消息的复杂性 结论 第5章 编码的问题 语言的特征 第6章 宣传分析：编码效果的最初理论 何为宣传 第三篇 社会心理学的研究第7章 认知一致性与大众传播 海德的平衡理论 第8章 说服理论 第9章 群体与传播 第10章 大众传播与人际传播 第五篇 大众媒介的效果与使用 第11章 议程设置 第12章 知识沟的假说 第13章 大众传播的效果 第14章 大众媒介的使用 第六篇 媒介渠道 第15章 现代社会中的大众媒介 第16章 媒介连锁公司与集团 第17章 电子传播的理论 第七篇 将一切整合起来 第18章 全面的图景 参考书目

<<传播理论>>

编辑推荐

《传播理论：起源方法与应用》(第5版)是一部编排系统的传播学教材，这次重译，译者几乎逐字逐句重新编译和校对了几遍文本，做到了“信、达、雅”的标准，广大新闻传播学学子和自学者，应该会从这本介绍以科学方法研究媒介和传播现象的理论著作中获益。

<<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>