

《媒介效果基础理论》

图书基本信息

书名：《媒介效果基础理论》

13位ISBN编号：9787301102930

10位ISBN编号：7301102933

出版时间：2007-5

出版社：北京大学出版社

作者：布赖恩特等

页数：395

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《媒介效果基础理论》

内容概要

本书力图用大学生能够理解和掌握的方法，展示媒介效果研究的庞大知识体系，是该领域的理想教材。全书共分三大板块：概览与历史回顾、媒介效果研究的理论与概念、媒介效果研究的重点研究领域。每个部分都有详细的说明和描写，而且有实证研究作为基础。本书同时为使用者提供了大量教辅材料，相关信息可在www.mhhe.com/bryant上找到。

《媒介效果基础理论》

作者简介

詹宁斯·布赖恩特，美国阿拉巴马大学传播学教授、传播研究学院主任，拥有里根资深教授席位。2000年，他荣获该校布莱克蒙—穆迪杰出教授奖并成为国际传播协会主席当选者。

《媒介效果基础理论》

书籍目录

前言第一部分 概览与历史回顾第一章 理想媒介效果第二章 媒介效果：一种历史的视角第三章 媒介效果的科学研究史第二部分 理论与概念第四章 社会认知理论第五章 诱因效应第六章 培养理论第七章 创新扩散第八章 使用与满足第九章 议程设置第十章 说服第三部分 重点研究领域第十一章 媒介暴力产生的效果第十二章 媒介中的性内容所产生的效果第十三章 对媒介不良内容、恐怖内容的反应第十四章 新闻效应第十五章 传播的宣传效应第十六章 健康研究中的媒介效果第十七章 广告效应第十八章 以大众为中介的政治传播效果第十九章 少数族群形象的效果第二十章 媒介娱乐效应第二十一章 新传播技术索引

《媒介效果基础理论》

媒体关注与评论

大众媒介效果研究有着令人着迷的力量。 ——拉扎斯菲尔德，1949年

《媒介效果基础理论》

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:www.tushu000.com