

<<社会传播学>>

图书基本信息

书名：<<社会传播学>>

13位ISBN编号：9787211039760

10位ISBN编号：7211039760

出版时间：2001-6

出版时间：福建人民出版社

作者：牛康

页数：434

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>

<<社会传播学>>

内容概要

《社会学书系：社会传播学》主要讲述社会学和传播学知识，供读者研究。

《社会学书系：社会传播学》是福建省高等教育自学考试社会工作与治理专业（专科）的必考课程，是为了使社会工作与治理专业考生具备基本的业务素质，以达到合格的社会工作与治理人才的标准而设置的一门专业课。

《社会学书系：社会传播学》课程主要介绍社会传播的概念、社会传播的基本原理、社会传播的历史演进、社会传播者和社会传播受传者、社会传播形式以及现代社会日益先进的传播手段以及现代传播对社会的重大而深远的影响。

本课程对于提高社会工作者的专业技术水平，起着极其重要的作用。

它是一门知识面广、综合度高、应用技术强的课程。

<< 社会传播学 >>

作者简介

牛康，1958年6月生，福建省福州市人，毕业于华东师范大学，获博士学位。
现任福建社会学会常务理事，福州大学中国文化研究所所长，福州大学人文社会科学系副教授。
从事社会学、传播学、文化学诸方面研究，承担多项省级科研课题和国际学术交流合和研究项目，著作、论文颇丰，是福建省“百千万工程”人选。

书籍目录

第一章 社会传播与传播学第一节 社会传播的定义第二节 社会传播学研究的对象第三节 社会传播学的相关学科第四节 传播学的确立第二章 社会传播基本原理第一节 社会传播的基本公式第二节 社会传播的基本要素第三节 社会传播理论第四节 社会传播研究方法第三章 社会传播的演进第一节 原始传播第二节 文字传播第三节 印刷媒介传播第四节 印刷媒介的类型第五节 电子媒介传播第四章 社会传播的形式第一节 人际传播第二节 组织传播第三节 大众传播第四节 广告第五章 社会传播的印刷媒介第一节 社会传播媒介分析第二节 社会传播媒介——图书第三节 社会传播媒介——报纸第四节 期刊杂志第六章 社会传播电子媒介第一节 前期电子媒介——电报、电话第二节 中期电子传播媒介——电影和广播第三节 新型电子媒介——电视和电脑互联网第七章 社会传播与互联网第一节 全新的社会传播——互联网第二节 互联网传播第三节 电子商务第八章 社会传播者第一节 传播者第二节 社会传播者的组织管理第三节 传播者对社会传播的控制第九章 社会传播的内容和相关因素第一节 传播者的心理特征和表现第二节 受传者的心理特征和表现第三节 社会传播与文化第四节 社会传播与经济第十章 受传者第一节 受传者第二节 受传者的特征第三节 受传者的研究的理论.....第十一章 社会传播的效果第十二章 社会传播的未来展望

章节摘录

二、组织传播的特征 1. 面对面 组织传播针对性非常强，目标和任务明确。在特定的环境中，组织传播者（一般是组织的领导者，也有的是组织专门从事信息传播的人）面对面地向组织成员进行信息传播，这是组织传播的特征之一。

尽管有的组织传播形式例如电影院放映电影、电话会议等不是面对面，但是组织传播的基本形式是面对面。

2. 多向交流互动 同人际传播和大众传播的形式有所不同的是，组织传播采取多向信息传播交流的形式。

组织传播者和组织受传者在组织传播环境中，可以进行多向信息交流。

例如座谈会上，与会者人人各抒己见，人人都是信息传播者，人人也都是信息受传者。

课堂教学的讨论和提问、回答也是这种形式。

现在教学提倡学生主动参与意识和行动，就是组织传播的方式。

3. 同时同地 组织传播由于有特定的环境和特定的成员，所以一般采取同时同地的不扩散方式，目标明确、任务明确、信息传播对象高度集中，因此无需在时间和空间上进行变更。

.....

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>