第一图书网, tushu007.com

<<传播学概论>>

图书基本信息

书名：<<传播学概论>>

13位ISBN编号：9787301128367

10位ISBN编号：7301128363

出版时间：2007-10

出版时间：北京大学出版社

作者：(美)施拉姆

页数：277

字数：340000

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

内容概要

本书初版于1973年，书名为Men,Messages and Media:A Look at Human Communication，1982年出版修订版，并改为现在的书名。

本书共15章，从跨越心理学、社会学、政治学、语言学等学科界限和综合性的新视角来观察一切类型的人类传播，打通了人际传播和大众传播的界限，并且特别体现了对传播效果和受众的重视。

本书是在中国普及传播学的最重要的外国著作之一，文字深入浅出、文笔生动，即使初学者也能够轻松地阅读并理解。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

威尔伯·麓拉姆（wilbur Schramm，1907—1987），美国学者，波誉为传播学的奠基人，曾在美国伊利诺伊大学传播中心、斯坦福大学传播研究所和夏威夷东西方中心传播研究所主持研究工作和任教。他创建了第一批以“传播”命名的大学教学和研究单位；撰写了第一批传播学课程的教科

<<传播学概论>>

书籍目录

前言第一章 传播的历史 “ 传播 ” 的含义 最初的传播 语言的起源　文字的起源　大众媒介的产生第二章 传播的功能　人类传播——三位心理学家的解说　传播的社会功能　小结：人类对传播功能的利用第三章 传播的过程　信息的特性　传播关系　传播关系的双向性　传播契约　传播行为　电路和行为　小结：传播怎样起作用第四章 传播的符号　符号的特性　非语言符号的特性第五章 传播的代码　语言符号、代码及沃尔夫-萨皮尔假设　有关语言的几个问题第六章 传播的途径：谁同谁谈话　广角镜　传播途径的几种类型　为什么会有这些传播途径？
　选择的公式包含哪些内容？
第七章 传播媒介大众的和个人的　渠道的朴素心理学　两级传播论　麦克卢汉视角　小结第八章 媒介的深度和广度　大众媒介的结构与功能　对媒介的支持　媒介的延伸知识产业第九章 发送者、接收者以及选择的过程　选择新闻　大众媒介的受众　各年龄段的取向　　不同趣味的取向　教育与媒介使用第十章 社会控制与大众传播　社会控制面临的实际问题　其他方面的社会控制问题第十一章 传播怎样产生效果（一）第十二章 传播怎样产生效果（二）第十三章 大众媒介——隐性效果第十四章 大众媒介——较显著的效果第十五章 信息革命人名索引主题索引

编辑推荐

《传播学概论》(第2版)(影印版)是“未名社科媒介与社会丛书”之一，该书在中国普及传播学的最重要的外国著作之一，全书共分15章，具体内容包括传播的历史、传播的过程、传播的代码、传播的途径、媒介的深度和广度等。
该书可供各大院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考书使用。

第一图书网, tushu007.com

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