

<<大众传播学>>

图书基本信息

书名：<<大众传播学>>

13位ISBN编号：9787304019006

10位ISBN编号：730401900X

出版时间：2000-6

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：李彬 编

页数：347

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>

<<大众传播学>>

内容概要

《教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材：大众传播学》主要内容包括：人类传播的历史与发展、传播与传播学、传播学研究的演化、马克思主义的精神交往理论、人类传播的符号和意义、符号在人类传播中的作用、人类传播中的意义、传播的过程与类型、人类传播的基本过程、人类传播的基本类型等。

<<大众传播学>>

作者简介

李彬，1959年生。
新闻学博士。
现任中国青年政治学院新闻与传播系系主任、中央广播电视大学主讲教师。
主要著述：《传播学引论》《唐代文明与新闻传播》，参与主编“报界档案丛书”（10部），译作《新闻写作》《白宫前沿》《普利策新闻奖（特稿卷）》等。

<<大众传播学>>

书籍目录

代前言

第一章 绪论

第一节 人类传播的历史与发展

第二节 传播与传播学

第三节 传播学研究的演化

第四节 马克思主义的精神交往理论

第二章 人类传播的符号和意义

第一节 符号在人类传播中的作用

第二节 人类传播中的意义

第三章 传播的过程与类型

第一节 人类传播的基本过程

第二节 人类传播的基本类型

第四章 大众传播

第一节 大众传播的特点与社会功能

第二节 大众传播的产生与发展

第三节 大众传播的社会影响

第五章 大众传播媒介

第一节 大众传播媒介的性质与作用

第二节 传播制度与传媒控制

第三节 媒介规范理论

第六章 大众传播的受众

第一节 “大众”与大众社会理论

第二节 几种主要的受众观

第三节 受众行为理论——“使用与满足”

第四节 受众媒介观念

第七章 大众传播的效果

第一节 传播效果研究及其历史

第二节 效果的形成和制约的因素

第三节 大众传播的宏观效果理论

第八章 国际传播与全球传播

第一节 从国际传播到全球传播

第二节 世界信息与传播新秩序

第三节 国际传播与全球传播的重要课题

第九章 大众传播学的研究方法

第一节 大众传播研究

第二节 抽样调查法

第三节 问卷法

第四节 内容分析法

第五节 控制实验法

第六节 研究报告

后记

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>