

<<传播与文化>>

图书基本信息

书名：<<传播与文化>>

13位ISBN编号：9787308071055

10位ISBN编号：7308071057

出版时间：2009-10

出版时间：浙江大学出版社

作者：李岩

页数：253

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>

## <<传播与文化>>

### 内容概要

《传播与文化》不仅提供观察和研究大众传播媒介的知识，更重要的是提供一种新的思考模式，并且培养学生积极、正确使用媒介，普遍提高大学生对于大众媒介和文化关系认知的水平。

## &lt;&lt;传播与文化&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 文化与传播的知识	第一章 文化的论说	第一节 文化的定义	一、“文化”的字源分析	二、文化作为表征系统	三、文化人类学	四、人文主义与文化	五、文化批判理论	六、文化价值说	第二节 文化的形成	一、文化要素	二、文化的获得	第三节 文化的特性	一、文化的共享性	二、文化的同一性与差异性	三、文化是一种符号	第四节 主流文化与非主流文化	一、文化的区分	二、主流文化的形成	三、非主流文化的形成	第五节 文化公正与不公正	一、文化公正必须与政治、经济、伦理道德相联系	二、理解文化的多样性, 培育创造性	三、倡导人类共同享用的精神特性	第二章 传播	第一节 人类传播发展概述	一、信息传播的努力方向	二、人类传播的五个阶段	第二节 传播	一、传播概念	二、信息、传播者、接受者	三、传播的形式	四、传播的效果	第三章 大众传播	第一节 大众传播的特性	一、组织化、职业化的传播者	二、广泛、公开、快速、连续的信息传播	三、传播者与接受者利益诉求不同	四、有预设、有目的、有策略的传播过程	第二节 大众传播的功能与基本要素	一、大众传播功能论	二、大众传播的基本要素	三、大众传播媒介分类	第三节 大众传播与文化的相互作用	一、大众媒介讲述文化的“故事”	二、大众传播是文化大讲堂	三、大众传播对个人文化认同的意义	四、大众传播媒介的角色期待	五、媒介信息的文化解读	六、麦克卢汉的媒介文化观	第二部分 文化与传播实践	第四章 传播与文化偏见	.....	第五章 传播与弱势群体	第六章 传播与性别	第七章 传播与暴力、色情、隐私	第八章 全球化与跨文化传播参考文献	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>