

<<大众传播论>>

图书基本信息

书名：<<大众传播论>>

13位ISBN编号：9787501756988

10位ISBN编号：7501756988

出版时间：2002-8

出版时间：第1版 (2002年8月1日)

作者：苏炜

页数：479

字数：379000

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>

<<大众传播论>>

内容概要

大众传播的研究产生就如同最初的大众传播手段产生一样，首先兴起于大众传播应用较发达的西方，美国与西欧走在前列。

20世纪80年代末。

90年代初，中国开始大规模地引进和研究大众传播，在借鉴西方理论的基础上，逐步地建立起自己的观点和认识，出现了大时的研究成果和学术专著，为推进大众传播理论做出了自己的贡献。

我国的传播工作者在介绍西方在众传播研究成果方面做了大量工作。

使我们今天认识传播学、研究大众传播理论有了很多可供参阅的资料。

应当说过去的二三十年，是我国大众传播学的资料引进、搜集和传播研究初步建立阶段，随着各国之间依靠大众传播建立起的联系不断加深，人们对传播的认识也逐步深化，参与传播研究的人会越来越多，相信传播学业一定有一个科学而有效的研究前景。

<<大众传播论>>

书籍目录

前言 上篇 传播的本质 第一章 传播的基本含义 第二章 传播的基本原理 第三章 传播的发展演变 第四章 传播的基本类别 第五章 传播的社人地位 第六章 传播与传播学中篇 大众传播总论 第七章 大众传播概述 第八章 大众传播主体 第九章 大众传播客体 第十章 大众传播内容 第十一章 大众传播媒介 第十二章 大众传播效果 第十三章 大众传播现状 第十四章 大众传播学的未来发展趋势 下篇 大众传播研究 第十五章 大众传播研究概述 第十六章 大众传播研究方法 附录一「美」《在趋势——改变我们生活的十个新方向》节选 附录二「美」《第三次浪潮》节选 附录三「日」《大众传播社会学》节选 后记

<<大众传播论>>

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:<http://www.tushu007.com>