

<<传播学教程>>

图书基本信息

书名：<<传播学教程>>

13位ISBN编号：9787562439707

10位ISBN编号：7562439702

出版时间：2007-2

出版时间：重庆大学

作者：王本朝

页数：303

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>

<<传播学教程>>

内容概要

传播改变并促进现代社会的变革，传播学则丰富了人们对世界的感受和认知，形成了不同的知识视野。

本书围绕传播学的知识谱系，主要讨论了传播、传播者、传播内容、传播媒介、传播受众、传播效果的内部结构，传播与文化、传播与社会发展的外部结构，以及作为学科知识的传播学历史进程、研究方法及其在中国的发展构想等问题。

本书适合作为大学传播学本专科学生的基础课教材，并可作为传播实践工作者的阅读材料。

<<传播学教程>>

作者简介

王本朝（1965 - ），重庆市梁平县人，文学博士。
现为西南大学文学院教授。
主要著述有《20世纪中国文学与基督教文化》《中国现代文学制度研究》《文学的现代传统》等。

<<传播学教程>>

书籍目录

第一章 作为学科知识的传播学第一节 传播学的历史进程第二节 传播学的知识谱系第三节 传播学的研究方法第四节 传播学在中国的发展及研究方向第二章 传播的概念第一节 传播的含义第二节 传播的特点第三节 传播的分类第四节 传播的功能第五节 大众传播的正功能和负功能第六节 传播的原则第三章 传播者第一节 传播者的相关知识第二节 把关人理论第三节 传播制度第四章 传播内容第一节 信息的含义、特征与类型第二节 信息的传播分析第三节 信息的爆炸与匮乏第四节 信息的污染与侵略第五节 符号的特性与功能第六节 语言传播第七节 非语言传播第五章 传播媒介第一节 传播媒介的概念与特点第二节 媒介的内部关系第三节 媒介的外部关系第四节 大众媒介第六章 媒介理论第一节 麦克鲁汉关于媒介的学说第二节 西方著名学者论大众媒介第三节 对大众传媒与民主政治以及公共关系的探讨第七章 传播受众第一节 受众的特点与类型第二节 受众研究理论及其流变第三节 受众的心理特征第四节 受众的选择机制第五节 受众的反馈第六节 意见领袖第八章 传播效果第一节 传播效果的内涵与特征第二节 传播效果理论的历史演进第三节 传播效果研究的理论体系第四节 多元化的媒介效果研究第五节 影响传播效果的因素第九章 传播与文化第一节 文化与文化传播第二节 文化传播的社会功能第三节 文化与传播的相互影响第四节 大众传播与大众文化第十章 传播与社会发展第一节 传播媒介的演进与文明的传播第二节 社会发展与传播第三节 西方学者对现代传媒的批判第四节 传播与现代化第十一章 建设有中国特色的传播学后记参考文献

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>