

<<宣传传播和舆论指南>>

图书基本信息

书名：<<宣传传播和舆论指南>>

13位ISBN编号：9787306030566

10位ISBN编号：7306030566

出版时间：2008-5

出版时间：中山大学出版社

作者：史密斯

页数：633

字数：822000

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>

<<宣传传播和舆论指南>>

内容概要

这本指南手册是由哈罗德·拉斯韦尔 (Harold D. Lasswell)、罗夫·凯西 (Ralph D. Casey) 和布鲁斯·兰尼斯·史密斯 (Brace LannesSmith) 编纂, 明尼苏达大学出版社1935年出版的《宣传和推销: 注释参考》(Propaganda and Promotional Activities: An Annotated Bibliography) 的续作。

本书由4篇引导性的文章和书目注释文献组成。

文章旨在概括当今世界上流行的传播效果的相关科学知识, 并着重研究其中一种特殊的传播方式: 有目的的宣传活动(这里, “宣传”的意思是对符号的有意选择和传播, 以便影响大众的行为)。

参考文献的目的, 是详细列出大多数相关科学信息的来源及其作者, 以及(迄今为止)这些作者试图回答的问题。

相信引导性文章的话题是赋有意义的, 而注释文献部分也是按次序排列的。

本书包括的话题如下: (1) 1934年中期(以前的文献已经出版)至大约1943年3月期间出版的书籍、期刊和文章。

(2) 在之前出版的书籍中, 作者们无意遗漏的少数主要话题。

(3) “宣传艺术和科学的主要话题”的特殊列表。

(4) “关于宣传、传播和舆论的150个关键话题”的特殊列表。

<<宣传传播和舆论指南>>

作者简介

罗夫·D·凯西
布鲁斯·兰尼斯·史密斯
哈罗德·D·拉斯维尔

<<宣传传播和舆论指南>>

书籍目录

序言 参考文献的范围 研究话题 分类系统 参考文献和索引的交叉使用 作者和观点 作者身份
致谢引言大众传播学第一章 传播渠道 民主运动 技术与经济变化 工业化与传播业 标准化的影响
城市化与传播 媒体的公共使用 传播行业的并购 连锁经营和标准化 传媒并购 国际传播
国际传播的物理渠道 国外的美国媒体第二章 20世纪的政治传播家 调查背景 政府宣传家的早期
记录 国家领袖及宣传部长职业由来 国家领袖和宣传部长们的收入来源 政治和宣传领袖家庭背景
中的权威标志 政治和宣传领袖的正规教育 政治和宣传领袖的职业变迁 国家元首和宣传部长的体
格及情感特征 国家元首和宣传部长的宣传技巧 大众宣传家对公众的控制第三章 传播内容研究第
四章 传播效果研究 旁观者 参与其中的观察家 采访者 倾向、内容和作用的关系参考文献 前
言：宣传、传播和舆论的150个关键话题 宣传艺术和科学的重要话题参考文献的作者和主题索引 宣传
策略和技巧 根据宣传机构名称进行的宣传分类 根据反应的宣传分类 宣传家运用和调整自身的符号和
实践 传播渠道

<<宣传传播和舆论指南>>

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>