

<<传播学基础>>

图书基本信息

书名：<<传播学基础>>

13位ISBN编号：9787810856881

10位ISBN编号：781085688X

出版时间：2006-2

出版时间：北京广播学院出版社

作者：段鹏

页数：321

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>

<<传播学基础>>

内容概要

屈指算来，认识 and 了解段鹏，已经有11个年头了。

师生、同事、朋友、兄弟各种关系杂糅其间。

因此，当段鹏请我为他的新著《传播学基础：历史、框架与外延》作序和批评时，即使我远在大洋彼岸，冗务缠身，仍然无法拒绝。

先说说我所认识的段鹏。

首先，他是一个相当勤奋的青年学者，可以为“手不释卷”作出绝佳的注解。

大学时代，他的个人藏书就已经达到了13000余册，堆满了他的祖居和父母的房子。

学校图书馆几乎所有偏僻冷门的书籍借阅卡上都可以寻到他的签名。

据说大学四年，学校阅览室的1000多册图书都被他翻阅过，且做了近200万字的读书笔记，摞起来有一人多高，可见用功之勤。

当然，为了给他创造一个良好的读书环境，在我两次赴国外进修期间，我的单身宿舍都交给他使用。

一年多时间里，他大概又把我辛苦搜求的200多册传播学、社会学、心理学的著作翻阅了一遍，也许这直接促使他产生了对传播学的浓厚兴趣。

<<传播学基础>>

作者简介

段鹏博士，副教授、硕士生导师中国传媒大学电视与新闻传播学院传播专业委员会主任，欧盟天保项目(NFMP)传播策略首席顾问。

1997年参加工作，在北京电视台新闻早间节目部任编导，2000年中国传媒大学新闻理论专业硕士毕业后留校任教。

曾先后赴香港、台湾、美国等地考察及担任访问学者。

先后主讲《报刊编辑实务》、《电子商务》、《网络广告》、《传播学研究》、《媒介分析》等多门课程，已出版专著两部，与人合著七部，主编三部，合译一部，独立发表论文近50篇，并获得国家广电总局科研成果一等奖两次和北京市“师德先进个人”荣誉称号。

<<传播学基础>>

书籍目录

序绪论 传播学与我们 第一节 传播学及其研究对象 第二节 传播的过程 第三节 传播的类型上 编 传播学的起源、发展与研究方法 第一章 传播学的起源、发展与流派 第一节 早期传播研究的贡献 第一节 近代人文、社会科学的影响与促进 第三节 传播学的兴起 第四节 传播学的不同流派 第二章 传播学的新门类 第一节 跨文化传播学 第二节 国际传播学 第三节 发展传播学 第四节 互联网传播学 第三章 传播学研究方法 第一节 传播学研究方法的特点 第二节 传播学研究方法体系下编 传播学的基本框架与外延 第四章 传播的控制研究 第一节 社会制度与媒介控制 第二节 把关人研究 第三节 控制的不同形态 第五章 信息与符号 第一节 信息 第二节 符号 第六章 传播媒介 第一节 媒介的界定 第二节 媒介理论 第三节 传播媒介的特征与媒介选择 第四节 西方媒介产业 第七章 受众 第一节 受众 第二节 受众主体 第三节 受众研究 第八章 传播效果 第一节 传播效果的认识历程 第二节 传播效果理论 第三节 传播效果的普遍取向 后记

<<传播学基础>>

编辑推荐

《传播学基础:历史、框架与外延》是一本关于传播学的基础理论教材，适合高校新闻传播专业学生。

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>