

<<传播学原理>>

图书基本信息

书名：<<传播学原理>>

13位ISBN编号：9787810858403

10位ISBN编号：7810858408

出版时间：2007-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：李正良

页数：461

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>

<<传播学原理>>

内容概要

传播学是新闻传播学科的核心课程。

本教材总结国内外传播学学科的最新研究成果，科学、系统地阐述了传播学的基本原理与方法。

从“怎么学”的视角来选择教材的内容和编排的方式，通过案例分析、传播学技能训练和思考练习题等教学环节，强调学生的主动参与，突出学生的主体地位。

全书力求做到学科体系的完整性和科学性、教材内容的新颖性和实用性、文字表达的准确性和简明性三方面的统一。

本书为相关院校本科生、研究生的教材，也可作为媒体从业者和相关人员的自学读物。

<<传播学原理>>

书籍目录

第一章 传播学概述 第一节 传播学的研究对象与基本问题 第二节 传播学的起源、形成与发展
第三节 传播学的研究方法 第四节 传播学的主要学派 【练习题】第二章 传播 第一节 传播
的定义与特征 第二节 传播的社会功能和作用 第三节 人类传播的发展历程 【练习题】第三
章 传播者 第一节 个体传播者 第二节 组织传播者 第三节 传播者与把关 【练习题】第
四章 受众分析 第一节 受众的类型与特征 第二节 受众的接收动机和权利 第三节 受众选
择的心理机制 第四节 受众的反馈和受众调查 第五节 关于受众的理论 【案例分析】 【练
习题】第五章 传播媒介 第一节 传播媒介的产生、发展和演变 第二节 传播媒介分类及特点
第三节 媒介理论 第四节 传播制度与媒介规范理论 【案例分析】 【练习题】第六章 传
播内容 第一节 信息与传播 第二节 符号与传播 第三节 信息意义的符号化传播 【案例分
析】 【练习题】第七章 传播过程与系统 第一节 传播的基本过程 第二节 传播的系统结构
【案例分析】 【练习题】第八章 传播类型 第一节 人内传播 第二节 人际传播 第三节
组织传播 第四节 大众传播 第五节 网络传播 【练习题】第九章 传播技巧 第一节 传
播技巧概说 第二节 传播技巧的应用 第三节 具体传播技巧透视 【练习题】第十章 传播效
果 第一节 传播效果的概念及类型 第二节 传播效果研究的历史和发展 第三节 传播效果的
生产过程及其制约因素 【练习题】第十一章 传播效果研究的主要理论 第一节 “议程设置”
理论 第二节 “沉默的螺旋”理论 第三节 “培养”理论 第四节 “知沟”理论 【练习
题】第十二章 应用传播 第一节 文化传播 第二节 国际传播 第三节 科技传播 第四节 广
告传播 【案例分析】 【练习题】参考资料

<<传播学原理>>

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>