第一图书网, tushu007.com

<<大众传播学>>

图书基本信息

书名：<<大众传播学>>

13位ISBN编号：9787301168585

10位ISBN编号：7301168586

出版时间：2011-5

出版时间：北京大学

作者：段京肃

页数：354

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

内容概要

《大众传播学媒介与人和社会的关系》以大众传播媒介为切入点，对现代大众传播学进行一般的介绍．突出研究媒介特别是大众传播媒介在人类社会发展中的作用，以及媒介与人类社会的适应和反作用关系。
同时介绍了现代大众传播学产生发展的基本过程．代表性人物及其主要观点，以及传播学的主要内容和学术流派，并结合大众传播的实践过程分别对传播者、受众、传播过程、传播效果、传播方法与技巧等进行了通俗讲述。
[bt]
《大众传播学媒介与人和社会的关系》适合作为大学生教科书，同样适合从事大众传播专业工作的人员阅读．

作者简介

段京肃，南京大学新闻传播学院教授。
副院长；兼任中国新闻教育学会传播学研究会副会长、中国新闻文化促进会传播学分会副理事长。
主要研究方向为新闻传播理论，侧重于传播与社会发展、媒介研究、媒介素养研究等。
代表性著述有《新闻学与传播学学术期刊影响力研究报告(2000-2004)——基于CSSCI的分析》、《社会发展中的阶层分化与媒介的控制权和使用权》。
《媒介素养导论》、《传播学基础理论》等。
曾获省级科研成果一等奖、教学成果一等奖、青年教师成才奖、中国新闻教育韬奋园丁奖等奖励。

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播学>>

书籍目录

绪论
上　编
　第1章　媒介、符号、人
　第2章　传播的领域界定和大众传播
　第3章　大众传播媒介产生发展的过程
　第4章　大众传播媒介与环境的正反关系
　第5章　大众传播媒介对人的作用
　第6章　大众媒介的种类和媒介融合
　第7章　大众传播媒介的势利与控制
　第8章　新、旧文化冲突中的大众传播媒介
　第9章　大众传播媒介与社会发展和社会阶
下编
　第10章　大众传播的效果研究
　第11章　大众传播的受众研究
　第12章　大众传播活动的传播者
　第13章　大众传播的方法与技巧
　第14章　传播学及其研究方法
参考文献
后记

章节摘录

版权页：笼统地说，受众都是信息传播活动中接受信息的一方，他们的特点和在传播活动中的表现也应该是一样的。
但事实上，受众的情况是千差万别的。
即使是在完全相同的传播环境中，面对完全相同的媒介和传播内容，不同的受众也会有完全不同的反应。
也正是因为受众的情况极其复杂，造成了传播机构和传播者工作的难度。
再完美的传播计划和传播内容，在面对受众时都可能顾此失彼，无法满足每个受传者的要求。
在现代大众传播媒介的市场调查和市场研究中，对不同类型受众的关注已经是极为重要的内容。
近些年来，我国许多大众传播媒体或委托专业公司，或自己亲自动手，展开了有一定规模和深度的受众调查与研究，其中主要的内容之一就是受众的分类和他们各自的特点。
11.2.1 按人口学要素进行的分类这是根据人的自然属性和社会属性进行的分类，也是最基本、最容易的一种分类，但又是媒介最需要的、最有实用价值的一种分类。
在任何一家传播媒体那里，受众所表现出的自然属性和社会属性及其差别，都是要考虑的第一位的因素。
在这一分类中，受众的主要类型是：按性别的分类，有男性受众和女性受众；按年龄的分类，有老年、中年、青年、少年、儿童等受众；按民族的分类，有不同民族的受众，如在我国有汉族受众和少数民族受众；按职业的分类，有工、农、商、学、兵等不同职业的受众；按国籍的分类，有本国受众、外国受众和无国籍受众；按文化程度的分类，有受过不同层次教育的受众和没有文化的受众；按政治态度、宗教信仰的分类，有不同政治态度或不同宗教信仰的受众。
这些分类要素是每个人都具有的不同于他人的自然属性和社会属性，是他人无法替代的。
这些要素对形成人们各自的性格和心理特征都极其重要。

编辑推荐

《大众传播学:媒介与人和社会的关系》由北京大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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