

<<传播学导论>>

图书基本信息

书名：<<传播学导论>>

13位ISBN编号：9787308018517

10位ISBN编号：7308018512

出版时间：1997-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：邵培仁

页数：401

字数：350000

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>

<<传播学导论>>

内容概要

本书立足20世纪，面向21世纪。

作者从阐释传播学的基本概念下笔，以传播过程为经，以传播要素为纬，经纬结合，中外并举，全景式地展示了传播学的学科概貌、历史源流、发展趋势以及世界各国的研究现状，系统地分析了传播的特性、功能、原则、模式和传播者、守门人、信息、符号、媒介、受众及传播谋略、技巧、效果等基本问题。

全书视野开阔，观点新颖，内容翔实，文笔流畅。

<<传播学导论>>

作者简介

邵增仁，杭州大学新闻与传播学院教授，硕士生导师，跨世纪青年学术带头人，先后出版专著8部，参编者作7部，发表论文70余篇。

邵培仁主撰、主编出版的传播学著作主要有：《传播学原理与应用》（1988），《经济传播学》（1990），《政治传播学》（1991），《艺术传播学》（1992）

<<传播学导论>>

书籍目录

第一章 传播学的立体透视 第一节 传播学的研究对象 第二节 传播学的研究体系 第三节 传播学的研究任务 第四节 传播学的研究方法第二章 传播学的历史、现状与趋势 第一节 传播学的渊源与孕育 第二节 传播学的产生与确立 第三节 传播学的流传与现状 第四节 传播学的发展趋势第三章 传播的多维观照 第一节 人类传播的革命 第二节 人类传播的模式 第三节 传播的基本性质 第四节 传播的丰要类型 第五节 传播的三类功能 第六节 传播的原则体系第四章 传播者：角色与控制分析 第一节 传播者的特点、权利与责任 第二节 传播者的传播致效因素 第三节 媒介组织：守门人与守门行为 第四节 传播制度的分析与思考第五章 信息：传播的内容分析 第一节 信息研究的历程和现状 第二节 信息的传播学透视 第三节 大众传播中的信息阐述 第四节 信息爆炸与知识匮乏 第五节 信息污染与信息侵略第六章 符号：传播的内容分析 第一节 符号与传播研究 第二节 符号的特性与功能 第三节 符号类别与传播方式第七章 媒介：传播的载体分析 第一节 对媒介的解释与认识 第二节 人类传播的五大媒介 第三节 媒介理论的介绍与评析第八章 传播的谋略 第一节 传播谋略：智慧的抗衡与较量 第二节 传播谋略的运筹与决断 第三节 古今传播谋略精典第九章 传播的技巧第十章 受众：传播的受体分析第十一章 传播效果分析参考书目人类传播的纪元及大事年表人名英汉对照表后记

<<传播学导论>>

章节摘录

(六) 人类传播受体论 这是对信息传播的终点——接受者的特性、动机、需求以及接受机制的认识。

接受者既有个体，也有群体（读众、听众、观众），既有纯粹受者，也有介质受者（中介者、意见领袖）。

接受者与传播者共同构成了传播的两极，共同支撑着传播的过程。

因此，有没有接受者？接受者的态度、特点如何？这对传播和传播活动来说至关重要。

但是，分析和研究接受者，并非只是为了达成传播，更重要的是为了加强传播的针对性，为了传而致通、传而致效。

(七) 人类传播技法论 这是对传播活动中传播方式、传播谋略、传播技巧等具体操作行为的形貌、特征、使用规律及其功效的认识。

这是个被西方传播学家认为是传播学研究中十分重要的却又探讨得最少的问题，目前已积累了一些研究成果，但同其他论题相比。

“它仍是一个尚未探明的研究领域”。

人类传播说到底还是科学、艺术、谋略、技巧的有机结合，因此如果只注意其科学与艺术方面的研究而忽略或排斥谋略和技巧的研究，显然是不对的。

(八) 人类传播环境论 这是对环绕、置放在传播活动周围的情况和条件的认识。

传播学所要研究的不只是传播系统内部的媒介环境现象，而是从一定角度研究和审视整个世界，即还研究包括传播系统外部的社会环境现象，诸如规范因素、价值因素、经验因素以及政治、经济、道德、法制、文化等社会意识的综合情况，都可从特定的窗口进入传播学者观照、分析的视野，成为研究体系中的一部分。

总之，传播学研究体系的建立和确定，应以总体论（学科论）、本体论（传播论）为统辖，以主体论（传者论）、受体论（受者论）为中坚，以客体论（信息论）为核心，以载体论为渠道，以技法论为辅助，以环境论为参照，同时也顾及传播效果及评估。

这些理论板块并非随意排列、胡乱堆放，而是依据传播次序和逻辑关系形成的一个有机的相互联系、相互作用的整体，因此要求在研究中自觉和正确地将传播过程的整体与局部、要素与因素、内在结构与外在联系等紧密联系起来加以考察和分析。

第三节 传播学的研究任务 我们将传播学的研究任务分为根本任务和具体任务。

根本任务是从传播研究的宏观视野提出来的关系到学科的生存与发展、对受众和社会的作用与影响的重大问题，而具体任务则从微观的视角提出来的关于传播学自身建设的一些具体问题，两者相辅相成、共同构成了传播学研究的全部任务。

一、传播学研究的根本任务 (一) 目的分析 建设有中国特色的传播学，这是我国传播学研究的根本任务。

那么，我们为什么要提出这一根本任务呢？ 1. 为了让传播学成为中国大众的精神食粮，假如我们在研究中照搬西方的理论体系和传播模式，套用他们的研究方法和分析视角，沿袭其主要观点、资料和案例，讲洋腔洋调，滥用专门术语，就会使中国大众对之产生陌生感、隔膜感、畏惧感和高深感，从而退避三舍、敬而远之。

这既不利于传播学的普及与提高，也不利于提高传播学者的科研积极性。

公共关系学是在传播学和大众传播学之后被引进中国大陆的，可是却后来居上，被炒得火爆，一再掀起波澜，而传播学则在很长时间内被国人漠视。

究其原因，就在于公共关系学引进后的首批科研成果就是具有中国特色的，及时适应了中国社会的需要，成了人民群众的精神食粮，而某些传播学著作只是少数专家学者的案头摆设，连大学生都有些望而生畏。

……

<<传播学导论>>

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>