

<<基础传播学>>

图书基本信息

书名：<<基础传播学>>

13位ISBN编号：9787311009199

10位ISBN编号：7311009197

出版时间：2002-9

出版时间：兰州大学出版社

作者：段京肃，罗锐 编

页数：427

字数：343000

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>

## &lt;&lt;基础传播学&gt;&gt;

## 内容概要

80年代以前,在中国大陆没几个人知道“传播学”为何物。

而只经过短短十几年的引进、介绍,在90年代中期的今天,“传播学”在我国的新闻学、广告学、公共关系学等学科的教学和社会实践领域中,已经奠定了自己牢固的地位。

在很多高等学校的相关专业中,“传播学”已经被列为专业基础课,甚至是骨干基础课。

有的学校已经培养出了传播学方向的硕士研究生,并已经有人在攻读传播学方向的博士学位。

十几年来,还有不少的中青年学子远渡重洋在异国他乡修读传播学,有些人已经学成回国。

在教学领域、科学研究领域和各类传播实践领域中,传播学的研究和运用越来越受到人们的青睐。

甚至已经有学者明确地提出了建立有中国特色传播学体系的设想。

在最新的国家社会科学基金项目分类中,传播学已经单列,并有了许多的分支研究方向。

每年都有一批传播学理论和实践的成果公之于众。

在港、台和国外的许多传播学研究场合,中国的传播学者和传播学研究成果所占的位置也越来越引人注目。

在学科内部,传统的新闻学也展开了包容传播学的翅膀,并在同国外学术界的交往中给予传播学以足够的重视。

虽然我们不能断言传播学能像在国外那样取新闻学而代之,但传播学的进入确实给我们改造和发展新闻学带来了一条新的思路。

## &lt;&lt;基础传播学&gt;&gt;

## 书籍目录

致力于传播学研究中国化的新作（序言）前言第一章 传播学的产生与发展 第一节 传播学的由来 第二节 传播学研究的奠基人 第三节 传播学的理论分支及传播学在全世界范围内的发展 第四节 我国现阶段研究传播学的必要性和可能性第二章 传播（上） 第一节 什么是传播 第二节 传播的产生与发展 第三节 不同历史时代传播活动的特点第三章 传播（下） 第一节 传播的性质与传播活动的过程 第二节 传播活动的基本分类 第三节 传播的社会功能与作用 第四节 传播活动的基本环节及传播过程中所涉及的主要因素第四章 传播活动的行为主体（一）——传播者 第一节 传播者及其类型 第二节 传播者的任务 第三节 传播者的权利和社会责任 第四节 传播事业和传播行为的控制第五章 传播活动的行为主体（二）——受传者 第一节 受传者在传播活动中的位置与作用 第二节 受传者的分类及其特点 第三节 受传者的权利和参与传播的目的 第四节 受传者对传播活动的主动控制 第五节 受传者对传播过程的被动控制 第六节 对受传者的培养与改造第六章 传播内容研究 第一节 对信息的基本认识 第二节 信息的分类与特点 第三节 信息传播中的有关问题 第四节 内容的载体——符号 第五节 语言符号 第六节 副语言符号第七章 传播媒介 第一节 传播媒介的社会地位与作用 第二节 传播媒介的分类及其特点 第三节 传播活动中的媒介调度及媒介对传播活动的控制 第四节 传播媒介的发展及其对社会可能产生的冲击 第五节 麦克卢汉等人的媒介研究第八章 传播效果 第一节 西方传播效果研究的主要观点 第二节 影响传播效果的因素 第三节 反馈第九章 传播环境与传播制度第十章 传播方法与传播技巧第十一章 传播学研究方法第十二章 中国传播理论的研究与传播学体系的建立后记

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>