

<<传播学概论>>

图书基本信息

书名：<<传播学概论>>

13位ISBN编号：9787506830195

10位ISBN编号：7506830191

出版时间：2012-11

出版时间：中国书籍出版社

作者：杭孝平

页数：516

字数：420000

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>

<<传播学概论>>

内容概要

《传播学概论》编著者杭孝平。

《传播学概论》内容提要本书从回顾传播学理论的形成和发展入手，概述了人类传播的概念、特点、类型等基本原理和历史发展，点面结合，分析了人类传播的自我传播，人际传播、组织传播、大众传播、国际传播几大类型的基本理论问题，重点阐述了传播媒介、传播者、受众、效果研究等方面的基本问题，同时提出了传播学的研究方法、传播理论研究的主要流派和未来的发展趋势。

<<传播学概论>>

书籍目录

序

第一章 传播学的形成与发展

第一节 传播学及其形成

一、传播的定义及特点

二、传播学的形成

第二节 人类传播活动的演进

一、口语传播时代

二、文字传播时代

三、印刷传播时代

四、电子传播时代

五、网络传播时代

六、手机传播时代

第三节 传播学的研究对象

一、传播过程中传播对象内部的运动规律

二、传播活动中的价值观念和行为规范

三、研究传播和社会的相互关系

思考题

第二章 传播学重要思想来源与主要奠基者

第一节 传播学重要思想来源

一、达尔文及其进化论

二、弗洛伊德和精神分析理论

三、马克思的精神交往理论

第二节 传播学四大奠基人

一、社会心理学家库尔特·卢因

二、社会学家保罗·拉扎斯菲尔德

三、政治学家哈罗德·拉斯韦尔

四、实验心理学家卡尔·霍夫兰

第三节 传播学集大成者——威尔伯·施拉姆

一、进入传播学领域(1907—1973)

二、施拉姆在建设传播学术机构上的贡献

三、施拉姆的传播学观

四、施拉姆在传播学史上的贡献

思考题

第三章 传播者

第四章 传播的内容——信息

第五章 传播媒介

第六章 受众

第七章 传播效果

第八章 自我传播

第九章 人际传播

第十章 组织传播

第十一章 大众传播

第十二章 国际传播

第十三章 传播模式

第十四章 传播技巧

<<传播学概论>>

编辑推荐

《传播学概论》主要是为了适应高等学校新闻传播学及相关专业需要而编写的，也可供其他从事或有志从事传播职业有关的专业人士作为学习传播学的参考书。

《传播学概论》注重对传播学理论与实践问题的独立思考，广泛吸收了国内外研究的最新成果，力求系统和全面反映传播学理论的基本问题。

借助这《传播学概论》，读者可以学习和掌握有关传播学的基本知识、研究成果和运作原理，为今后深入学习和研究传播学打下坚实的基础。

<<传播学概论>>

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>