

<<传播学总论>>

图书基本信息

书名：<<传播学总论>>

13位ISBN编号：9787810047203

10位ISBN编号：7810047205

出版时间：1998-11

出版时间：北京广播学院出版社

作者：胡正荣

页数：391

字数：305000

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>

<<传播学总论>>

内容概要

本书力图对传播活动，特别是大众传播活动进行较为全面的研究。

共分十一章，第一章论述传播学自身的产生与发展；第二章至第五章研究传播、传播材料（信息、符号）、传播类型和传播过程；第六章至第十章研究传播的五个基本要素，即传播者、传播内容、传播媒介、受众和效果；第十一章论述传播实践与传播学研究的关系，并且对五种具体的传播实践（广播电视传播、广告媒介传播战略、整合营销传播、西方宣传以及跨文化卫星电视传播）进行研究，目的在于探索传播学理论之于传播实践的价值和意义。

<<传播学总论>>

作者简介

胡正荣，1966年5月出生于宁夏银川市，祖籍河南开封。

1982年——1986年在北京广播学院新闻系学习，获法学学士学位。

1996年在中国人民大学新闻学院攻读博士学位，1999年获文学博士学位。

现任中国传媒大学教授、博士生导师。

中国传媒大学研究生院常务副院长、教育部人文社科重点研究基地 - 广播电视研究中心主任。

国家发展改革委员会“我国广播电视十一五发展规划”前期研究专家组成员、教育部学科发展与专业设置专家委员会委员、教育部新闻传播学学科指导委员会委员、国家留学基金委评审委员会委员、劳动人事部博士后工作站专家委员会委员、北京市新闻工作者协会理事、国际传播学协会（ICA）会员、中国传播学学会副会长、中国广播电视学会学术委员、中国人民大学《国际新闻界》编委、中国传媒大学《现代传播》编委。

中宣部精神文明建设“五个一工程”奖、“中国广播电视新闻奖”等多种奖项的评委。

中央电视台、中央人民广播电台等媒介咨询专家和顾问、山东大学、河南大学等高校特聘博导、教授。

新加坡Media Asia的编委、亚洲媒介信息与传播研究中心顾问委员等。

主要研究领域为传播学理论、广播电视传播、媒介研究（包括媒介发展战略、媒介制度、媒介管理等）、传播政治经济学、新媒介等。

讲授课程有“新闻传播学理论研究”、“传播学基础理论”、“媒介研究”等。

主持并完成国家社会科学基金项目“社会主义市场经济条件下的广播电视（含有线台）管理研究”（1996——1998），设计并参与“直播卫星对我国的影响及对策”、“广播电视宣传热点问题研究”、“广播电视多出精品机制研究”等多项国家社会科学基金项目。

目前，正在主持国家人文社科重点研究基地重大项目“全球化、信息化背景下的广播电视发展研究”（2000年）；负责国家广播电影电视总局人文社科项目“传播学名著译丛”（1998年-2000年）、“广播电视发展战略研究”（1999年）、“西部开发中的广播电视发展研究”（2000年）等项目；主持北京市社会科学基金项目“我国网络媒介管理研究”（2001年）；国家社科基金项目重点项目“21世纪初我国大众传播媒介发展战略研究”（2002年）等。

承担国家发展改革委员会、中宣部、国家广播电视总局以及全国各地媒介委托科研项目多项。

主要著作有《媒介的现实与超越》（2004年）、《全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略丛书》（主编，2003年，4卷本，即《中国广播电视发展战略研究》、《外国媒介集团研究》、《媒介市场与资本运营》、《西部广播电视发展战略研究》等）、《中国传播论坛—变化中的广播电视》（主编，2003年）、《世界电视前沿》（合著，2001年，3卷本）、《媒介管理研究—广播电视管理创新体系》（2000年）、《传播政治经济学》（译著，2000年）、《传播学总论》（1997年）（获北京市第5届哲学社会科学优秀成果二等奖）、《卫星电视传播》（合著，1997年）、《新闻理论教程》（1994年）等。

主要论文有“The Options for Radio and Television Industry in China under the Impact of Globalization and Commercialization”（ICA’s 52nd Annual Conference, Seoul, Korea. July 15-19, 2002）、“The Post-WTO Restructuring of the Chinese Media Industries and the Consequences of Capitalization”，见《Javnost/The Public》（Journal of The European Institute for Communication and Culture. 2003, Vol. 10. 4）等。

共发表成果近300多万字。

1991年获“北京市优秀青年教师”称号，1995年获“北京市优秀青年骨干教师”称号，1999年获霍英东教育基金会资助科学研究，课题为“我国大众传播媒介管理创新体系研究”，2000年列为教育部“跨世纪优秀人才”，2001年获国务院政府特殊津贴。

2001年5月，英国杜伦大学访问学者；2002年 - 2003年，加拿大西蒙弗雷泽大学访问学者；2005年8月，瑞典延雪平大学国际商学院媒介管理与转型研究中心客座研究员；2005年9月 - 2006年1月，美国哈佛大学肯尼迪政府学院客座研究员。

<<传播学总论>>

2006年2月 - 8月，英国西敏斯大学勒沃霍姆访问教授。

先后在德国、法国、瑞典、比利时、爱尔兰、韩国、日本、波多黎各、越南以及香港、台湾等地区的媒介机构、大学 and 研究所考察、讲学和进行学术交流。

个人主页:<http://www.huzhengrong.cn>

<<传播学总论>>

书籍目录

前言 第一章 传播学论 第一节 传播学的兴起 第二节 传播学的发展 第三节 传播学的研究对象
第四节 传播学研究方法 第五节 传播学的奠基人及创立者 第二章 传播论 第一节 传播 第二节 人
类传播的演进 第三章 传播材料论 第一节 信息 第二节 符号 第四章 传播类型论 第一节 人的内向
传播 第二节 人际传播 第三节 组织传播 第四节 大众传播 第五章 传播过程论 第一节 传播过程
第二节 线性传播过程 第三节 控制论传播过程 第四节 系统传播过程 第六章 传播者论 第一
节 传播者的制度环境 第二节 传播者与把关 第七章 传播内容论 第一节 传播内容及其形态 第二
节 传播内容的生产与流动 第三节 传播内容分析 第八章 传播媒介论 第一节 传播媒介 第二节 传
播媒介的本题特征 第三节 媒介价值与媒介文化 第九章 受众论 第一节 受众 第二节 受众主体 第
三节 受众价值 第十章 传播效果论 第一节 传播效果的认识历程 第二节 传播效果的普遍取向 第十
一章 传播实践论 第一节 传播学研究与传播实践的互动 第二节 传播实践研究

<<传播学总论>>

编辑推荐

《传播学总论》力图对传播活动，特别是大众传播活动进行较为全面的研究，目的在于探索传播学理论之于传播实践的价值和意义。

<<传播学总论>>

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>