

<<现代大众传播学>>

图书基本信息

书名：<<现代大众传播学>>

13位ISBN编号：9787810373876

10位ISBN编号：7810373870

出版时间：1997-12

出版单位：苏州大学

作者：陈龙

页数：411

字数：331000

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>

<<现代大众传播学>>

内容概要

新闻传播学是与社会的发展紧密相连、实用性很强的学科。

随着中国新闻传播事业的快速发展和改革开放力度的不断加大，新闻传播学的知识在不断更新，学科也在不断完善。

为了避免教材内容的“老化”和理论建设与社会现实的发展相脱离的现象，我们对“现代新闻学与传播学丛书”进行了大规模的修订。

这一次修订根据两个原则进行：1.尽量吸收国内外新闻传播学的新成果，通过教材把学生带到学科的最前沿。

2.保持原教材便于自学的特点，概念清楚，知识点清晰，论述简洁明了。

在原教材的《前言》中我们曾说：“学科的发展是无止境的，复这样的愿望，让我们的教材在逐步完善的过程中更具有时代的特性和社会的适应性。

本套丛书更名为“21世纪新闻传播学丛书”。

修订后的本套丛书不仅可以作为新闻专业自考教材，同时适用于普通高校新闻专业学生以及新闻传播系统从业人员学习。

这套丛书的原策划者朱栋霖教授从选题的确定到组稿、审稿，倾注了大量的心血。苏州大学出版社对这套教材的出版十分重视，有关负责人具体策划了这次教材的修订工作，对修订指导思想、体例、进度乃至版式都提出了明确的要求，并作了精细的安排。

在此谨向他们表示感谢。

由于新闻传播事业科学技术的高速发展，创新是这一学科永恒的主题，因此，关注这一学科理论和实践的发展将是我们长期的课题。

同时，我们也期待着专家和同行的批评指正，以便我们在再次修订时补正。

<<现代大众传播学>>

书籍目录

绪论第一章 传播的一般原理概述 第一节 什么是传播 第二节 传播与语言学、符号学研究 第三节 传播的基本要素 第四节 传播的主要模式 第五节 传播的类型第二章 传播者分析 第一节 人众传播中传播者的特点 第二节 职业传播者的任务和作用 第三节 职业传播者的素养 第四节 传播业的职业道德第三章 传播内容与信息 第一节 信息与传播 第二节 信息的传递 第三节 信息源与信息量 第四节 信息与新闻第四章 传播的媒介分析 第一节 大众传播媒介的发展历程 第二节 大众传播旧媒介的特点 第三节 大众传播新媒介的特点 第四节 大众传播媒介的社会功能 第五节 传播媒介与大众文化 第六节 几种主要的媒介理论第五章 传播的对象——受众分析 第一节 大众传播的受众内涵 第二节 传播过程中受众的构成特点 第三节 关于受众的理论 第四节 受众在选择媒介与信息过程中的心理机制 第五节 受众与信息反馈 第六节 受众的调查 第七节 大众传播与民意测验 第八节 大众传播与舆论第六章 传播效果分析 第一节 关于传播效果的理论 第二节 大众传播的社会效果理论 第三节 大众传播面对的社会现实问题 第四节 影响传播效果的因素第七章 传播与社会发展 第一节 传播传播与现代化 第二节 传播如何为推动社会发展服务 第三节 传播与社会发展的展望第八章 传播的控制第九章 国际传播
主要参考文献

<<现代大众传播学>>

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>