

《传播学关键术语释读》

图书基本信息

书名：《传播学关键术语释读》

13位ISBN编号：9787561431467

10位ISBN编号：7561431465

出版时间：2005

出版社：四川大学出版社

作者：黄晓钟,杨效宏

页数：323

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《传播学关键术语释读》

内容概要

本书为传播学考研用书，将传播学所涉及的重要知识点进行了简洁、清晰的阐释。全书分为传播学概念、经验学派、批判学派、传媒产业、传媒研究与方法、人物六个部分。

《传播学关键术语释读》

作者简介

黄晓钟，男，西南交通大学艺术与传播学院副教授，四川大学文学与新闻学院硕士生导师。曾担任中国新闻核心期刊《新闻界》杂志主编。主要研究领域为文化传播与新闻业务。

《传播学关键术语释读》

书籍目录

传播学概念 传播 内向自我传播 人际传播 群体传播 组织传播 大众传播 单向传播 双向传播 互动传播 媒介 大众传播媒介 新闻洞 传者 受传者 受众 阅听大众 信息 信息熵 传播单位 编码 解码 信源 传播渠道 冗余信息 有效传播 知识沟 口传系统 媒介即讯息 冷媒介与热媒介 媒介的时空关系 地球村内爆 电子空间 全球化经验学派 把关人守门人 传播效果 模式 子弹论 两级传播模式 强大效果模式 有限效果模式 适度效果模式 议程设置模式 时滞 最合适效果跨度 沉默的螺旋模式 劝服传播 拉斯韦尔模式 奥斯古德模式 奥斯古德—施拉姆模式 施拉姆大众传播模式 纽科姆模式 韦斯特利—麦克莱恩模式 维纳的《控制论》 传播的数学理论 香农—韦弗模式 格伯纳的口语模式和图解模式 罗杰斯的创新理论 使用与满足模式 使用与依从模式 选择性接触 选择性注意 选择性理解 选择性记忆 精心的可能性模式 批判学派 传媒产业 传媒研究与方法 人物传播学 书库 关键术语拼音索引 后记

《传播学关键术语释读》

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：www.tushu000.com