

《大众传播学导论》

图书基本信息

书名：《大众传播学导论》

13位ISBN编号：9787811401431

10位ISBN编号：7811401436

出版时间：2010-5

出版社：浙江工商大学出版社

作者：汤喜燕

页数：237

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

《大众传播学导论》

内容概要

作为一本大众传播学的入门读物，《大众传播学导论》旨在给读者描绘一个大众传播学的概貌。通过《大众传播学导论》的学习，读者能够了解大众传播学是个什么样的学科。因此，对于有志于在大众传播学领域有所发展的读者来说，《大众传播学导论》只是起到一个提纲挈领的作用。在编写过程中，编者对书中的一部分内容并没有十分深入地对其历史脉络及相关理论分支进行梳理，有兴趣的读者可以通过《大众传播学导论》的学习，就相关的内容进行专门的深入研究，以进一步了解相关知识。

《大众传播学导论》

书籍目录

第一章 传播学简史 第一节 传播学的起源 第二节 传播学的成形 第三节 传播学的现状第二章 传播学的学科特征 第一节 传播学的研究对象 第二节 传播学的四种基本传播类型 第三节 传播学的四大先驱第三章 大众媒介 第一节 大众媒介的概念 第二节 传播媒介发展的阶段 第三节 报纸 第四节 杂志 第五节 广播 第六节 电视 第七节 新媒体第四章 媒介理论 第一节 伊尼斯的媒介偏倚论 第二节 麦克卢汉的技术决定论 第三节 梅罗维茨的媒介情境论 第四节 麦库姆斯的议程设置理论 第五节 布热津斯基的媒介失控论 第六节 其他媒介理论第五章 受众与媒介效果理论 第一节 受众研究 第二节 媒介效果研究的起源 第三节 媒介效果理论第六章 媒介与社会 第一节 媒介与社会系统 第二节 媒介的社会控制 第三节 媒介规范理论第七章 需要更新认识的网络传播 第一节 关于网络传播 第二节 网络传播所开拓的新传播形式 第三节 网络传播的新动向第八章 全球化——大众传播的新时代 第一节 全球化及其理论 第二节 媒介全球化 第三节 全球化与国际传播参考文献

《大众传播学导论》

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：www.tushu000.com