

# 传播学总论



[传播学总论\\_下载链接1](#)

著者:胡正荣

出版者:北京广播学院出版社

出版时间:1998-11

装帧:平装

isbn:9787810047203

《传播学总论》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。

作者介绍:

作者简介

胡正荣，31岁，副教授，  
北京广播学院新闻传播学院  
新闻系副主任、新闻学与传  
播学研究所副所长。1986年  
毕业于北京广播学院新闻系，  
现为中国人民大学博士研究生。曾两度在德国学习、访问。主要研究领域为广播电视媒介、大众传播学等。已发表论文、出版著作近百万字。  
主要有《新闻理论教程》、《实用广告策略》、《卫星直播对  
我国的影响及对策》（国家  
“八·五”哲学社会科学规划  
项目，主要研究人员）等。国家  
“九·五”哲学社会科学规  
划项目“社会主义市场经济  
条件下广播电视（含有线台）  
管理研究”的课题负责人。

目录: 目录

前言

第一章 传播学论

第一节 传播学的兴起

- 一、传播学兴起前的传播研究
- 二、传播学兴起的背景
- 第二节 传播学的发展
  - 一、国外传播学的发展
  - 二、我国传播学的发展
- 第三节 传播学的研究对象
  - 一、对传播学及其研究对象已有的认识
  - 二、传播学的研究对象
- 第四节 传播学研究方法
  - 一、传播学研究方法的特点
  - 二、传播学研究方法的层次性
  - 三、传播学研究方法体系
- 第五节 传播学的奠基人及创立者
  - 一、政治学家哈罗德·拉斯韦尔
  - 二、社会心理学家库尔特·卢因
  - 三、社会学家保罗·拉扎斯费尔德
  - 四、实验心理学家卡尔·霍夫兰
  - 五、传播学家威尔伯·施拉姆
- 第二章 传播论
  - 第一节 传播
    - 一、传播的含义
    - 二、传播的类型
  - 第二节 人类传播的演进
    - 一、人类传播演进的过程
    - 二、人类传播演进的规律
- 第三章 传播材料论
  - 第一节 信息
    - 一、信息及其实质
    - 二、信息的特征与功能
    - 三、信息的分类
    - 四、社会信息化
  - 第二节 符号
    - 一、符号的界定及性质
    - 二、符号类型
    - 三、符号系统与传播
    - 四、讯息
- 第四章 传播类型论
  - 第一节 人的内向传播
    - 一、内向传播
    - 二、内向传播的形式
    - 三、内向传播的核心——自我管理
  - 第二节 人际传播
    - 一、符号互动与人际传播
    - 二、人际传播的基础——自我表露
    - 三、人际传播的动机
  - 第三节 组织传播
    - 一、组织传播
    - 二、组织传播的形式、方向及功能
    - 三、管理行为与组织传播
  - 第四节 大众传播
    - 一、大众传播的界定及特征
    - 二、大众传播的功能
- 第五章 传播过程论
  - 第一节 传播过程

- 一、传播过程及其特征
- 二、传播模式
- 第二节 线性传播过程
- 一、线性传播过程模式
- 二、线性传播过程模式的缺陷
- 第三节 控制论传播过程
- 一、控制论观关照下的传播过程
- 二、控制论传播过程模式
- 第四节、系统传播过程
- 一、传播过程的宏观系统认知
- 二、系统传播过程模式
- 三、大众传播系统过程
- 第六章 传播者论
- 第一节 传播者的制度环境
- 一、社会制度决定传播制度
- 二、传播制度对社会制度的能动作用
- 第二节 传播者与把关
- 一、把关人与把关
- 二、影响传播者把关的因素
- 第七章 传播内容论
- 第一节 传播内容及其形态
- 一、传播内容
- 二、传播内容的形态
- 第二节 传播内容的生产与流动
- 第三节 传播内容分析
- 一、传播内容分析的过程及方法
- 二、传播内容分析的作用
- 第八章 传播媒介论
- 第一节 传播媒介
- 一、传播媒介
- 二、认识传播媒介的意义及原则
- 三、媒介分析
- 第二节 传播媒介的本体特征
- 一、传播媒介的本体特征
- 二、传播途径的比较与选择
- 第三节 媒介价值与媒介文化
- 一、媒介价值
- 二、媒介文化
- 第九章 受众论
- 第一节 受众
- 一、受众的界定与类型
- 二、受众的特征
- 第二节 受众主体
- 一、受众行为的动机与目的
- 二、传受关系
- 三、受众与信息的关系
- 四、受众权利
- 第三节 受众价值
- 一、国内外对受众价值的认识
- 二、受众价值的开发
- 第十章 传播效果论
- 第一节 传播效果的认识历程
- 一、传播效果的早期认识
- 二、传播效果的现当代认识

三、传播效果研究的未来走向  
第二节 传播效果的普遍取向  
一、传播效果的内涵与层面  
二、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  
一、传播实践的跟进对传播学理论研究的冲击  
二、传播学研究面对传播业冲击的相对被动  
第二节 传播实践研究  
一、广播电视传播研究  
二、广告媒介传播战略研究  
三、整合营销传播研究  
四、西方宣传研究  
五、跨文化传播研究  
• • • • • ([收起](#))

[传播学总论\\_下载链接1](#)

## 标签

传播学

胡正荣

考研

传媒

新闻传播

传播

教材

中传考研

## 评论

这要是入门教材 绝对把人整疯...被它简略的章节欺骗了

-----  
读第3遍了

-----  
我本科的教材 其实很一般。

-----  
这是旧版的，不过理论体系很好的说~

-----  
上学期挂的就是这门...一脸黑线

-----  
fighting.

-----  
攒

-----  
十几年前 篡本书还是容易的

-----  
还是看第一版罢~~~

-----  
十年后回看，写得单薄了些

-----  
07.05.10

-----  
胡正榮真是比較厲害的。

-----  
等待新版……

-----  
考研历程

-----  
很不错的初级指导书耶，为什么评分那么低？

-----  
不好看

-----  
额。。。

-----  
2012-09-18~~2012-11-05 毕业论文需要

-----  
粗略一看，确实是总论，漫无边际的繁杂。

-----  
我的进度又落后了呜呜呜

-----  
[传播学总论\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[传播学总论 下载链接1](#)