

传播学概论



[传播学概论_下载链接1](#)

著者:孙庚

出版者:中国人民大学

出版时间:2010-5

装帧:

isbn:9787300119175

《传播学概论》共分十三章，可以视为三大部分。第一部分注重从宏观角度对传播学的基本概念进行讲解，包括人类传播行为的历史进程，传播学的起源和发展，传播学的基本问题 and 研究方法等内容；第二部分介绍人类传播的基本类型和特征；第三部分把大众传播这一20世纪以来对人类社会影响最为深刻的传播类型作为重点进行系统的介绍，触及传播学研究的核心思想和这一学科研究的经典成果。

作者介绍:

目录: 第一章人类传播概述
第一节传播的定义
第二节人类传播的历史
第二章传播学的诞生
第一节传播学的起源
第二节传播学的源流及发展
第三章传播的基本过程
第一节传播的构成要素

第二节 传播的类型
第三节 传播过程模式
第四章 传播学研究方法
第一节 实地调查法
第二节 内容分析法
第三节 控制实验法
第四节 个案研究法
第五章 传播学基本概念
第一节 信息
第二节 符号与意义
第六章 人际传播
第一节 人际传播的特征
第二节 人际传播的技巧
第七章 组织传播
第一节 组织与组织传播
第二节 组织传播的重要学派
第八章 大众传播
第一节 认识大众传播
第二节 大众传播的社会功能
第九章 受众
第一节 认识受众
第二节 受众研究经典理论
第十章 大众传播的社会控制
第一节 几种重要的媒介控制理论
第二节 传播的社会控制
第三节 传播中的“把关人”
第十一章 大众传播媒介
第一节 媒介的主要传播特征
第二节 麦克卢汉的媒介理论
第十二章 大众传播效果研究
第一节 超强效果论阶段和有限效果论阶段
第二节 适度效果论阶段
第三节 回归强大效果论阶段
第四节 其他效果研究
第十三章 跨文化传播
第一节 认识跨文化传播
第二节 文化模式与传播方式
第三节 跨文化传播中的障碍
第四节 跨文化传播技能
参考文献
• • • • • (收起)

[传播学概论_下载链接1](#)

标签

传播学

评论

[传播学概论_下载链接1](#)

书评

[传播学概论_下载链接1](#)