

# 《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：9787567204713

10位ISBN编号：7567204711

出版时间：2013

出版社：陈龙 苏州大学出版社 (2013-05出版)

作者：陈龙

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《大众传播学导论》

## 书籍目录

绪论第一节 传播学界说第二节 传播学研究方法论第三节 我国传播学研究的现状第四节 传播学与新闻学的异同第一章 人类传播的基南原理第一节 传播是什么第二节 传播与语义学、符号学研究第三节 传播的基本要素第二章 人类传播的主要类型第一节 个人自身的传播——内在传播第二节 个体与个体之间的传播——人际传播第三节 群体内的传播——组织传播第四节 个体向群体的传播——公众传播第五节 社会总体的传播——大众传播第三章 传播与信息第一节 信息的内涵第二节 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 职业传播者与传播伦理第一节 大众传播中职业传播者的特点第二节 职业传播者的任务第三节 职业传播者的权利和责任第四节 职业传播者的素养第五节 “守门人”理论第六节 传播者的职业道德与职业伦理第五章 大众传播的媒介第一节 大众传播媒介的发展历程第二节 传统媒介的特点第三节 新媒介的特点第四节 大众传播媒介的社会功能第五节 大众传播媒介与大众文化第六节 几种主要的媒介理论第六章 传播的对象——受众分木斤第一节 大众传播的受众内涵第二节 受众在传播过程中的构成特点第三节 几种常见的受众理论第四节 受众在传播活动中的心理机制第五节 大众传播中的受众与信息反馈系统第六节 受众调查第七节 大众传播与民意测验第八节 大众传播与舆论第七章 大众传播的效果分新第一节 传播效果研究的历史第二节 劝服的传播效果研究第三节 适度效果论与受众中心的传播效果研究第四节 强大效果的再论证第五节 大众传播的社会效果理论第六节 大众传播面对的社会现实问题第七节 影响传播效果的因素第八章 传播制度与传播的控制第一节 关于传播制度的几种理论第二节 国家政府对意识形态领域的管理第三节 行业或团体组织对传播的压力第四节 受众对于传播的影响和控制第五节 传播业职业道德的自律性第九章 大众传播与社会发展第一节 大众传播与社会发展研究的三代范式第二节 大众传播如何为推动社会发展服务第三节 大众传播与民主社会建设第十章 国际传播与媒介全球化第一节 国际传播的方式、方法第二节 国际传播中的不平等现象及其实质第三节 国际传播机构第四节 全球化与媒介帝国主义第五节 国际传播的发展趋势主要参考文献后记

# 《大众传播学导论》

## 编辑推荐

《大众传播学导论(第4版现代传播学精品教材)》由陈龙所著，本书尽量吸收国内外新闻传播学的新成果，结合新媒体技术的发展，引领学生了解学科发展的最新动态。保持原教材便于自学的特点，厘清概念，指出知识点。一步强调教材的系统性，做到内容充实，资料丰富。根据实际需要和本学科的发展，对内容和结构适当加以增删。本书适用于全日制普通高校新闻传播学专业学生、新闻传播学专业自考学员以及新闻传播系统从业人员。

# 《大众传播学导论》

## 精彩短评

- 1、 考研用的，纸质还不错，只是字体颜色有点淡
- 2、 绝对的正版，书也很好物流也快，喜欢亚马逊，下次还来买
- 3、 很激动，希望能够吃透，看到东西进脑子
- 4、 未发现缺损折页，教科书
- 5、 书是很正的~但是书的内容是真不咋地==要不是看它是参考书的话真不会买==
- 6、 非常实用，是苏大考研新闻学指定教材，帮助很大，多谢！
- 7、 是我想要的书，纸张也不错，印刷很好
- 8、 之前买了，后来感觉内容和老版的基本没变，所以又退回去了，
- 9、 书脊有破损。折扣还可以。

# 《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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)