

21 百所高校新编教材
世纪新闻与传播学丛书

传播学教程

Journalism & **Communication**

主编/周鸿铎



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学教程 / 周鸿铎主编. — 北京: 中国书籍出版社, 2010.7
ISBN 978-7-5068-2156-8

I. 传… II. ①周… III. ①传播学—高等学校—教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 173593 号

策划编辑 / 李建红

责任编辑 / 张卓宏 毕磊 杨嘉 张文彦

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电话: (010) 52257142 (总编室) (010) 52257154 (发行部)

电子邮箱: bptougao@126.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 700 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 24.5

字 数 / 422 千字

版 次 / 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

版权所有 翻印必究

百所高校新编教材
21世纪新闻与传播学丛书
编委会

主 编 周鸿铎

编委会主任 欧阳宏生

编委会委员 黄 勇 柯惠新 胡智锋 雷跃杰 尹 鸿
陈中元 郑保卫 邵培仁 丁柏铨 董天策
石天顺

编写组成员 卜彦芳 万志全 方拥军 王 松 王丹霞
王 瑜 王文杰 王文锋 王凯歌 王玉明
王欢妮 王灿发 王鲁美 司 思 沈建宏
宁晓晓√ 白长燕 刘江红 刘 菁 刘婧一
龙 莉 刘 娜 刘海明 孙国钰 孙桂杰
纪 楠 吴旖旎 宋春颖 宋琳琳 张 玲
张 森 张合斌 张恒军√ 张学勤 张静博
张 燕 张灵辉 李岭涛 罗永雄 李 游
李 云 李 乐 李育林 李彦东 李晓云
李雅林 林振宇 梁昊光 陈 坚 陈 凌
陈 爽 曹 宇 陈 然 陈 鹏 陈云萍
周 珂 周鸿铎 周耀民 周 宇 周 宁
杭孝平 吴亮芳 辛 路 杨晓茹 姚 旭
姚汝勇 于佩玲 祝玉华 郝辰宇 徐梅香
耿红岩 蒋淑媛 章 彦√ 章军华 惠东坡
曾 琪 窦志伟 雷 涛 靳义增 漆亚林
静恩英 曲俊义 肖春斌 肖振波 肖 华

目 录

第一篇 传播实质 / 1

第一章 传播学的形成与发展 / 3

第一节 传播学及其形成 / 3

第二节 人类传播活动的演进 / 12

第三节 传播学的研究对象 / 23

第四节 传播学的研究方法 / 25

第二章 信息价值 / 31

第一节 信息及价值形成 / 31

第二节 信息的升华 / 44

第三节 信息的积累 / 51

第三章 传播要素 / 60

第一节 传播者 / 60

第二节 传播媒介 / 66

第三节 受众 / 78

第四章 传播效果 / 87

第一节 传播效果及其类型 / 87

第二节 传播效果的形成 / 91

第三节 传播效果分析 / 100

第五章	传播学重要思想来源与主要奠基者	/ 126
第一节	传播学重要思想来源	/ 126
第二节	传播学四大奠基人	/ 131
第三节	传播学集大成者——威尔伯·施拉姆	/ 140

第二篇 传播类型 / 149

第六章 自我传播 / 151

第一节	自我传播的定义	/ 151
第二节	自我传播的特点	/ 159
第三节	自我传播的条件	/ 166

第七章 人际传播 / 172

第一节	人际传播的定义	/ 172
第二节	人际传播的方式	/ 177
第三节	人际传播的特点	/ 190

第八章 组织传播 / 192

第一节	组织传播的定义	/ 192
第二节	组织传播的分类	/ 196
第三节	组织传播的特点	/ 201

第九章 大众传播 / 209

第一节	大众传播的定义	/ 209
第二节	大众传播的功能	/ 217
第三节	大众传播的特点	/ 222

第十章 国际传播 / 231

第一节	国际传播及目的	/ 231
第二节	国际传播的特点	/ 241
第三节	国际传播策略	/ 252

第三篇 传播模式 / 263

第十一章 传播模式概述 / 265

第一节 传播模式 / 265

第二节 传播模式的产生 / 266

第三节 传播模式种类 / 269

第四节 研究传播模式的意义 / 286

第十二章 传播模式的功能、创新与评价 / 287

第一节 传播模式的功能 / 287

第二节 传播模式创新 / 289

第三节 传播模式评价 / 300

第四篇 传播技巧 / 307

第十三章 大众传播技巧 / 309

第一节 信息采集技巧 / 309

第二节 “守门人”的把关技巧 / 312

第三节 信息传播技巧 / 325

第十四章 分众传播技巧 / 329

第一节 受众定位技巧 / 329

第二节 信息接受技巧 / 333

第三节 传播效果测评技巧 / 344

第十五章 人际传播技巧 / 355

第一节 传播环境选择技巧 / 355

第二节 传播机遇选择技巧 / 361

第三节 传播语言表达技巧 / 367

参考文献 / 377

后 记 / 378