

<<文化传播学通论>>

图书基本信息

书名：<<文化传播学通论>>

13位ISBN编号：9787506434225

10位ISBN编号：7506434229

出版时间：2005-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：周鸿铎

页数：289

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：<http://www.tushu007.com>

<<文化传播学通论>>

内容概要

文化传播学是应用传播学核心学科之一，它从文化和文化传播的基础和背景出发，运用比较法，详细分析了物质文化传播、精神文化传播的具体内容及其策略，同时分析了媒介在文化传播中应起的作用以及如何发挥作用。

本书的一个突出特点是运用案例分析的手段，阐述了文化传播的技巧，介绍了可供借鉴的诸多经验。本书可作为高等院校新闻与传播学专业学生的教材，同时也是本学科研究人员和教师以及媒体经营者的重要参考书。

<<文化传播学通论>>

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学教授，博士生导师。

1964年毕业于郑州大学，先后在国家对外联络委员会、北京日报社工作，1982年调入北京广播学院。现任中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长；兼任“第7届世界传媒经济学术会议”学术指导；享受国务院特殊津贴。

曾先后获北

<<文化传播学通论>>

书籍目录

第一章 文化与文化传播 第一节 文化及其分类 第二节 文化传播 第三节 文化传播的背景 第四节 文化传播理论的形成第二章 文化传播的研究范畴 第一节 人类文化的传承 第二节 比较文化 第三节 媒介文化第三章 物质文化传播 第一节 物质文化及其发展 第二节 现代物质文化 第三节 物质文化传播类型 第四节 物质文化传播的原则 第五节 物质文化传播技巧第四章 精神文化传播 第一节 精神文化及其发展 第二节 精神文化传播渠道 第三节 精神文化传播的基础 第四节 精神文化传播方式 第五节 精神文化传播手段第五章 媒介文化传播 第一节 报纸文化传播 第二节 影视文化传播 第三节 广播文化传播 第四节 网络文化传播第六章 形象文化传播 第一节 形象文化传播概述 第二节 国家形象文化传播 第三节 企业形象文化传播 第四节 名人形象文化传播第七章 体育文化传播 第一节 体育产业和体育文化传播 第二节 体育项目文化传播 第三节 奥运文化传播第八章 服务文化传播 第一节 饮食文化传播 第二节 服饰文化传播 第三节 旅游文化传播第九章 张骞的丝绸文化传播第十章 郑和、哥伦布的海洋文化传播注释后记

<<文化传播学通论>>

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:<http://www.tushu007.com>