

<<大众传播动力学>>

图书基本信息

书名：<<大众传播动力学>>

13位ISBN编号：9787300049786

10位ISBN编号：7300049788

出版时间：2004-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：约瑟夫·R·多米尼克

页数：676

译者：蔡骐

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>

<<大众传播动力学>>

内容概要

《大众传播动力学：数字时代的媒介（第7版）》分印刷媒介、电子媒介、特定媒介职业、大众媒介的控制等部分，论述了其历史、现状，彼此的合并、竞争、融合，着重强调了媒介的经营和对社会的影响；分析了各媒介领域的求职、升职、职业展望等内容，提出了一些很有价值的建议；章后附有要点、关键术语、思考题、参考书目和相关网络资源，方便读者学习和进一步研究。

<<大众传播动力学>>

作者简介

约瑟夫·R·多米尼克（Joseph R. Dominick）在伊利诺伊大学（University of Illinois）获得学士学位，于1970年在密歇根州立大学（Michigan State University）获得哲学博士学位。他在纽约市立大学（City University of New York）女王学院（Queens College）执教四年。此后他任教于佐治亚大学（University of Georgia）的新闻与大众传播学院（College of Journalism and Mass Communication），其间从1980年至1985年，担任广播电视电影组（Radio-TV-Film Sequence）的负责人。

除了《大众传播动力学》（The Dynamics of Mass Communication），多米尼克博士还写了其他三本书，并在学术期刊上发表了30多篇论文。

从1976年到1980年，多米尼克博士担任了《广播学报》（Journal of Broadcasting）的编辑。他获得了来自全国广播公司协会（National Association of Broadcasters）与美国广播公司（American Broadcasting Company）的研究资助，并担任诸如罗伯特·伍德·约翰逊基金会（Robert Wood Johnson Foundation）以及美国化学学会（American Chemical Society）等机构的顾问。

<<大众传播动力学>>

书籍目录

前言第一部分 大众传播的本质与历史第1章 传播：大众与其他形式传播过程中的要素传送主动讯息接受读息反馈噪音传播背景人际传播机器辅助的人际传播大众传播大众传播的本质正式组织把关人运营开支为利润而竞争因特网大众传播研究大众传播的模式大众传播媒介定义大众媒介如我们所知的大众传播的终结大众媒介的共生去中介化要点复习题评论性思考题关键术语进一步阅读建议因特网冲浪第2章 研究大众传播的视野第3章 历史与文化背景第二部分 印刷媒介第4章 报纸第5章 杂志第6章 图书出版第三部分 电子媒介第7章 广播第8章 录音第9章 电影第10章 电视第11章 因特网与万维网第四部分 特定媒介职业第12章 新闻采集与报道第13章 公共关系第14章 广告第五部分 大众媒介的控制第15章 常规控制：法律、法规与条例第16章 道德规范与其他非正式的控制第六部分 影响第17章 地球村：国际与比较媒介系统第18章 大众传播的社会影响术语汇编索引译后记教师反馈卡

<<大众传播动力学>>

编辑推荐

内容详尽，图文并茂，案例丰富而有时代感，逻辑联系紧密、清晰。
是一本不可多得优秀教材。

<<大众传播动力学>>

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>