

《媒介与受众》

图书基本信息

书名：《媒介与受众》

13位ISBN编号：9787301110461

10位ISBN编号：7301110464

出版时间：2006-11

出版社：北京大学出版社

作者：罗斯,

页数：194

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.tushu000.com

《媒介与受众》

内容概要

本书探讨“受众”这个概念如何发生着种种变化，考察受众、文本与技术之间的关系。本书前瞻性地预测未来的受众研究，指出新的互动类传播，如真实电视和互联网等新技术已经革新了21世纪的受众行为和受众研究的性质和范畴。本书是受众研究的必读书，可当作文化与媒介研究、新闻学和社会心理学等一系列课程的教材。

本书是媒介与文化书系丛书之一，是一部关于传播媒介研究的理论研究专著。本书前瞻性地预测未来的受众研究，指出新的互动类传播，如真实电视和互联网等新技术已经革新了21世纪的受众行为和受众研究的性质和范畴。本书适合媒介研究者参考学习。

精彩短评

- 1、毕业论文
- 2、受众商品那部分有点蒙事儿

《媒介与受众》

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.tushu000.com