

# 《国际传播学》

## 图书基本信息

书名：《国际传播学》

13位ISBN编号：9787566802149

10位ISBN编号：7566802143

出版时间：2012-6

出版社：暨南大学出版社

页数：261

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](http://www.tushu000.com)

# 《国际传播学》

## 内容概要

国际传播学，ISBN：9787566802149，作者：侯东阳 著

# 《国际传播学》

## 作者简介

侯东阳，博士，暨南大学新闻与传播学院副教授，2004年起担任硕士研究生导师。主要研究领域有新闻传播史、舆论传播学、大众传播理论、国际传播、报纸副刊、华文媒体等。在《新闻与传播研究》、《新闻大学》等刊物发表论文30余篇，其中有的被《新华文摘》全文转载。著有“中国舆情调控的渐进与优化”、《舆论传播学教程》、《中国报纸专副刊文化》(合著)。主持教育部人文社会科学项目1项、广州市社会科学联合会项目1项和校级项目3项，参与国家和省、市级项目多项。

## 书籍目录

序言	
第一章 国际传播概述	
第一节 国际传播的界定	
第二节 国际传播的形式	
第三节 国际传播的特点	
第四节 国际传播的功能	
第二章 国际传播的起源与流变	
第一节 1835—1932年：国际会议时期	
第二节 1933—1969年：政治化和宣传时期	
第三节 1970年至今：多元复杂时期	
第三章 世界信息与传播新秩序	
第一节 国际传播秩序的失衡状况	
第二节 世界信息与传播新秩序的论争	
第三节 论争的实质	
第四章 文化帝国主义和霸权	
第一节 文化帝国主义的由来	
第二节 媒介帝国主义	
第三节 文化帝国主义的理论	
第四节 文化帝国主义的消解	
第五章 传播与国家发展理论	
第一节 现代化理论	
第二节 依附（依赖）理论	
第三节 世界体系理论	
第六章 文化同质化、多样性与本土化	
第一节 文化同质化	
第二节 文化多样性	
第三节 文化本土化和文化自主	
第七章 国际宣传和国际舆论	
第一节 国际宣传	
第二节 国际舆论	
第三节 中美在对方媒体中的舆论形象	
第八章 中国国际传播现状	
第一节 中国电视对外传播概况	
第二节 中国广播对外传播概况	
第三节 中国报纸对外传播概况	
第九章 国际传播的中国式建构	
第一节 国际传播的发展趋势	
第二节 中国国际传播研究的特色	
第三节 加强中国国际传播	
附录	
参考文献	
后记	

## 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](http://www.tushu000.com)