

<<第五媒体原理>>

图书基本信息

书名：<<第五媒体原理>>

13位ISBN编号：9787115152121

10位ISBN编号：7115152128

出版时间：2006-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：童晓渝

页数：280

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>

<<第五媒体原理>>

内容概要

《第五媒体原理》按照传播学研究的框架，构建了第五媒体的基本理论架构，从人类传播的发展历史入手，把握着技术推动传播发展的主线，通过分析手机对人类通信方式的改变，提出了第五媒体的定义和基本属性。

同时《第五媒体原理》对第五媒体的结构进行了分析，提出了第五媒体的基本传播模式，并就第五媒体传播涉及的内容分析、受众分析、转变分析和媒介分析各个环节进行了研究。

最后《第五媒体原理》就第五媒体涉及的经济、文化和社会等方面的问题也进行了详细论述，并提出了病毒营销的4c营销模式等实用理论。

<<第五媒体原理>>

作者简介

童晓渝，硕士研究生，高级工程师，现任中国联通增值业务部总经理。

蔡佶，教授级高级工程师，现任中国联通增值业务部副总经理。

张磊，职业工程博士，高级工程师，现任中国联通增值业务部新产品推广处副经理。

<<第五媒体原理>>

书籍目录

第1章 传播的发展足迹第2章 贺岁大片《手机》第3章 手机成为第五媒体第4章 第五媒体的结构分析第5章 第五媒体——多样的服务与体验第6章 第五媒体和经济第7章 第五媒体和文化第8章 第五媒体和社会附录1 中华人民共和国电信条例附录2 信息网络传播权保护条例附录3 词汇表参考文献后记

<<第五媒体原理>>

编辑推荐

手机继报纸、广播、电视和互联网之后成为第五媒体，得到了很多人的共识，但是对于第五媒体的定义和规律却没有统一的认识。

同时大量产生的关于手机的各种文化和社会现象，又无法通过旧的传媒理论进行分析和解释，因此对第五媒体理论的研究将成为推动整个行业进一步发展的必然条件。

《第五媒体原理》可供电信运营商、信息服务提供商的从业人员，从事媒介传播等相关工作和研究的人员，信息、通信和传媒专业的在校学生以及关注信息服务产业和新媒体发展的相关人士参考阅读。

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>