

新闻与传播学译丛

大众传播概论

媒介素养与文化（第8版）

Introduction to Mass Communication 8e
Media Literacy and Culture

[美] 斯坦利·J·巴兰 (Stanley J. Baran) 著

何朝阳 译

 中国人民大学出版社

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

大众传播概论

媒介素养与文化（第8版）

Introduction to Mass Communication 8e
Media Literacy and Culture

[美] 斯坦利·J·巴兰 (Stanley J. Baran) 著

何朝阳 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播概论：媒介素养与文化：第8版/（美）巴兰著；何朝阳译．—北京：中国人民大学出版社，2016.4
（新闻与传播学译丛·国外经典教材系列）
书名原文：Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture, 8e
ISBN 978-7-300-22368-1

I. ①大… II. ①巴… ②何… III. ①大众传播-教材 IV. ①G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 015977 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

大众传播概论

媒介素养与文化

第8版

[美] 斯坦利·J·巴兰 著

何朝阳 译

Dazhong Chuanbo Gailun

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 215 mm×275 mm 16开本

印 张 25.75 插页2

字 数 683 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2016年5月第1版

印 次 2016年5月第1次印刷

定 价 69.80元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列” 出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书最大限度地体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学专业教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》，新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极强的可操作性，不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

需要说明的是，丛书在翻译的过程中提及的原版图书中的教学光盘、教学网站等辅助资料由于版权等原因，在翻译版中无法向读者提供，敬请读者谅解。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种做双语教材，收入“高等院校双语教材·新闻传播学系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

纪念我亲爱的母亲玛格丽特·巴兰，我的生命因她而存在；
感谢我的妻子苏珊·巴兰，我的生命因她而精彩。

作者介绍



斯坦利·J·巴兰

斯坦利·J·巴兰 获美国宾夕法尼亚州立大学新闻学硕士、马萨诸塞大学传播学博士学位，于克利夫兰州立大学任教四年后前往得克萨斯大学，在得克萨斯州奥斯汀市任教九年间，有六年负责广播—电视—电影系研究生项目，多次获教学奖项，包括该校（四万名学生）最佳教师的“阿莫科杰出教学奖”（The AMOCO Teaching Excellence Award）、传播学院杰出教授的“传播学院杰出教学奖”及《最杂志》（*Utmost Magazine*）组织学生投票选出的最佳教师奖。

1987年，巴兰博士前往圣何塞州立大学，在电视广播电影戏剧系任系主任长达九年。此间，他作为学校杰出研究者被授予“校长学者”荣誉。巴兰如今在布莱恩特大学任教，帮助创建传播系并担任系主任。

本书得以完成除了基于以上所述，还得益于作者的一些其他经历，包括担任富布莱特学者奖评委，多年的受众研究、广播稿撰写和电视节目制作等专业活动。巴兰博士出版著述十部且被译成六种文字，发表学术文章数十篇，以及担任六份期刊的编委。

巴兰博士是划船健将，并任罗德岛州韦克菲尔德市管乐团次中音萨克斯演奏者。他与妻子苏珊·巴兰育有两个帅气、成熟的孩子马修和乔丹。

前言

Foreword

大众传播概论（第8版）



作者寄语

亲爱的朋友：

我们常探讨、争论、解析和研究的话题，不只有体育和政治，还有媒介。从事媒介教学的人深知，这些讨论对于民主社会的运行至关重要。我们还深知，媒介教育将这些讨论从简单的闲聊和抱怨提升为有效的公共探讨。将此课程命名为“大众传播概论”、“大众媒介概论”、“媒介与社会”还是“媒介与文化”，无关紧要，重要的是，媒介教育作为大学教育的一部分，已长达半个多世纪之久。该课程开设伊始，便以实现如下目标为己任：

- 促进学生认识、了解大众传播过程和大众媒介产业。
- 激发学生与媒介产业、媒介内容自主互动，领会真意。
- 培养学生成为更成熟、更专业的媒介内容消费者。

达到这些目标，即具备媒介素养。

文化视角

本书作者从人文视角出发考察大众传播，认为媒介消费者承担了重要责任。过去，人们不是被认为是媒介影响的受害者，就是被认为不受媒介的半点影响。文化视角认为，受众成员对于大众传播过程的意义，与媒介技术和产业同等重要。受众成员创造和维护自身文化的过程非常关键，他们不仅有参与大众传播过程的义务，而且应该批判性地参与其中，成为更优秀的大众媒介消费者。

感谢

感谢诸位教授大众传播课程！这类有助于学生校园和未来生活的大学课程，现在少之又少。更感谢诸位选择《大众传播概论：媒介素养与文化》作为教科书！该书内容及该书看待大众传

播、看待我们与媒介互动所造就的世界的观点，均为我过去 15 年职业经历浇灌之成果。你们对于该书的兴趣，让我的努力没有白费。

斯坦利·J·巴兰



重要专题及学习工具

学生必须将媒介素养（即批判地认识、积极地运用大众媒介的能力）与大众传播过程紧密相连。《大众传播概论：媒介素养与文化》第 8 版包括各种方框内的专栏文章（boxed features）及文内学习辅助（in-text learning aids），以帮助学生优化学习过程、提升媒介素养技能。

专栏文章

“运用媒介制造奇迹”专栏，通过生动实例，展现媒介实践者和受众如何使用大众传播来促进重要的社会、政治或文化事业。

“文化论坛”专栏，通过展示大众媒介中热议的与媒介相关的文化问题，帮助学生培养批判性思维技能。

“挑战媒介素养”专栏为第 8 版新增专栏，基于每章的“培养媒介素养技能”部分的主题思想而创建，意在要求学生批判性地思考自己日常生活中遇到的媒介内容。

文内学习辅助

- 章首“学习目标”及章尾“关键术语”便于学生集中学习。
- 历史大事年表和综述便于学生理解媒介大环境中现存的问题。
- “回顾要点”让学生了解自己是否已抓住每章的关键内容，此为第 8 版新增内容，回顾的要点与学习目标直接关联。
- “复习题”进一步强调关键概念，“批判性思考与论述题”不仅鼓励学生调研自己的文化设想和媒介运用，还鼓励他们针对重要问题展开辩论。
- 书末附有详细参考书目。



第 8 版中的修订重点

第 8 版继续致力提升学生的批判性思维和媒介素养技能。第 3 章到第 15 章新增了有关智能手机、平板电脑和社交网站的部分。统计和数据均全部更新。其他主要修订还包括：

第 1 章“大众传播、媒介素养及文化”：更为关注大众传播过程和媒介素养。

第 2 章“趋同化与大众传播的重塑”：新增有关智能手机的激增及手机与其他几乎所有电子、纸质媒介融合方面的内容。

第 3 章“图书”：新增有关按需打印、纸质图书的复兴及电子阅读器和平板电脑的流行与影响等方面的内容。

第 4 章“报纸”：新增并更新有关报纸如何进行新闻营销并走向移动化、当地报纸的兴盛及集团资助新闻业的新形式等三方面的内容。

第 5 章“杂志”：更新有关“数字专属杂志”读者、二维码（快速反应码）和近场通信芯片及更丰富

的读者互动活动内容。

第6章“电影”：进一步研究电影转向脸书（Facebook）、网飞（Netflix）和葫芦网（Hulu）上进行首映的现象、讨论好莱坞的复苏。

第7章“无线广播、录音制品和流行音乐”：重新审视音乐数量空前但唱片公司的销量却减少这一看似矛盾的现象；重新审视工业集中化以及工业集中化对艺术家的影响；重新审视云音乐服务及诸如潘多拉（Pandora）和声破天（Spotify）等在线服务的兴起；重新审视拉什·林博与桑德拉·弗卢克之争。

第8章“电视、有线电视、移动视频”：新增并更新电视普及运动、电视网络/附属关系、电缆掐线及Facebook视频的增长等方面内容。

第9章“视频游戏”：讨论操控台的消亡及智能手机和社交网络游戏的兴起、PS Vita在此趋势中的雄起；探讨Humble Indie Bundle之类的反“产业化”游戏制作以及游戏的利弊之争。

第10章“互联网与万维网”：新增和更新了有关社交网络和政治活动（特别是“占领华尔街”和“反对《禁止网络盗版法》”），隐私挑战的增长和《消费者隐私权利法》，互联网名称与数字地址分配机构扩大顶级域名范围，Facebook收购Instagram，平板电脑的出现和增长，以及移动垃圾信息的泛滥等内容。

第11章“公共关系”：讨论消费需求更为重大的共同责任、公益营销的兴起（得益于智能手机和社交网络，例如像Gripe这样的应用软件）及联邦通信委员会制定的有关视频新闻发布的新规。

第12章“广告”：新增有关新的投资回报率和问责测算方式、广告在发展中国家市场的激增（“金砖国家”和“迷雾国家”，特别是中国、印度和巴西）、户外广告的增长及神经营销学研究（neuromarketing research）等内容。

第13章“大众传播理论和大众传播效果”：更新有关电视和视频游戏暴力及社交媒体使用与友谊关系等方面的理论和研究。

第14章“媒介的自由、监管和道德规范”：新增“布朗诉娱乐商业协会案”，此案中美国最高法院将第一修正案的适用范围扩展至暴力视频游戏；对向“维基解密”提供资料的布拉德利·曼宁是叛徒还是维护自由言论的英雄之争进行探讨；讨论记者角色问题，即他们是否应该维护真相？

第15章“全球媒介”：更新有关“半岛电视台”在美国更受欢迎等内容。



致谢

如此宏大的项目，没有多人协助无以完成。本版著述的形成，得益于很多教师和学生的邮件，这样的交流，他们的建议，令本书新版添色增辉。

优秀教科书的问世，少不了众多审阅者。在我准备本书第8版期间，业内同行们提出的缜密意见，再次让我赞叹不已。虽不知其名，但我与远方智者的思想交锋，获益匪浅，尤其是本书中一些最重要的概念。他们锐利的眼光和质疑的态度，铸就了每章内容，启发了作者和读者（当然，本书仍难免存在的任何错误与瑕疵，当由我个人负责）。现在，我已知他们的身份，衷心感谢他们的审阅。

蒙大拿大学的 Lee Banville,
西弗吉尼亚大学的 Rick Bebout,
西弗吉尼亚大学的 Bob Britten,
索尔兹伯里大学的 James Burton,
纽约州立大学布法罗分校的 Nathan Claes,
博恩特帕克大学的 Helen Fallon,

蒙大拿大学的 Ray Fanning,
布鲁斯堡大学的 Richard Ganahl,
坦帕大学的 Paul Hillier,
堪萨斯大学劳伦斯分校的 Charles Marsh,
亨利福特社区学院的 Susan McGraw,
西南基督复临大学的 Bob Mendenhall,
西弗吉尼亚大学的 Jensen Moore,
北达科他大学的 Timothy Pasch,
东康涅狄格州立大学的 Kenneth Ross,
路易斯维尔大学的 Siobhan Smith,
弗吉尼亚联邦大学的 Jeff South,
华盛顿州立大学普尔曼分校的 Richard Taflinger,
贝尔蒙大学的 Clifford Vaughn,
亨利福特社区学院的 Kimberly Vaupel,
坦帕大学的 Joe Wisinski。

我还想对前7版的审阅者表示感谢。第7版审阅者：阿肯色大学小石城分校的 Kwasi Boateng、布法罗州立学院的 Mike Igoe、布法罗州立学院的 Joe Marre、北卡罗来纳大学阿什维尔分校的 Sonya Miller、印第安纳大学南本德分校的 Yuri Obata、路易斯安那州立大学的 Danny Shipka。第6版审阅者：波士顿大学的 Chiris Cakebread、斯塔顿岛学院的 Cynthia Chris、得克萨斯州立大学的 Laurie Hayes Fluker、南伊利诺伊大学卡本代尔分校的 Jacob Podber、俄勒冈大学的 Biswarup Sen、布法罗大学的 Lisa A. Stepherns、前程社区学院的 Denise Walters。第5版审阅者：密苏里大学的 Jennifer Aubrey、威奇托州立大学的 Michael Boyle、东伊利诺伊大学的 Tim Coombs、特拉华县社区学院的 Denise Danford、阿肯色大学小石城分校的 Tim Edwards、纽约州立大学布法罗分校的 Junhao Hong、缅因大学的 Mark Kelly、迈阿密大学的 Alyse Lancaster、内布拉斯加大学科尔尼分校的 Carol S. Lomick、罗斯州立学院的 Susan Dawson-O'Brien、得克萨斯大学奥斯汀分校的 Alicia C. Shepard、俄克拉何马州立大学的 Tamala Sheree Martin、伊利诺伊州立大学的 Stephen D. Perry、路易斯维尔大学的 Selene Phillips。第4版审阅者：佛罗里达州立大学的 Krisen Barton、爱达荷大学的 Kenton Bird、科罗拉多大学的 Katis G. Campbell、阿兹塞太平洋大学的 Paul A. Creasman、佐治亚州立大学的 Annette Johnson、纽约大学的 James Kelleher、科罗拉多大学的 Polly McLean、宾夕法尼亚州立大学的 Anthony A. Olorunnisola、伊利诺伊州立大学的 Stephen D. Perry、密苏里大学的 Michael Porter、印第安纳卫斯连大学的 Stenphen J. Resch、山姆休斯敦州立大学的 Christopher F. White。第3版审阅者：俄亥俄大学的 Jenny L. Nelson、东康涅狄格州立大学的 Terri Toles Patkin、迈阿密大学的 Alyse Lancaster、印第安纳大学—普渡大学韦恩堡分校的 Deborah A. Godwin-Starks、乔治梅森大学的 Kevin R. Slaughter、佛罗里达大西洋大学的 Enid Sefcovic、内布拉斯加卫斯连大学的 David Whitt、哈特福特大学的 Roger Desmond、内布拉斯加大学科尔尼分校的 Carol S. Lomicky、路易斯安那州立大学的 Jules d'Hemecourt、纽约州立大学布法罗分校 Junhao Hong、得克萨斯农工大学的 Gary J. Wingenbach。第2版审阅者：杜肯大学的 Bob Bellamy、迪安萨学院的 Beth Grobman Burruss、东康涅狄格州立大学的 Stephen R. Curtis, Jr.、缅因大学的 Lyome Eko、纽约州立大学布法罗分校的 Junhao Hong、锡拉丘兹大学的 Carol Liebler、加利福尼亚州立大学奇可分校的 Robert Main、伊利诺伊州立大学的 Stephen Perry、圣迭戈大学的 Eric Pierson、肯塔基大学的 Ramona Rush、罗得岛大学的 Tony Silvia、肯尼索州立大学的 Richard Welton。第1版审阅者：伊利诺伊州立大学的 David Allen、阿拉巴马大学的 Sandra Braman、堪萨斯州立大学的 Tom Grimes、科罗拉多州立大学的 Kirk

Hallahan、华盛顿大学的 Katharine Heintz-Knowles、俄亥俄大学的 Paul Husselbee、阿巴拉契亚州立大学的 Seong Lee、伊利诺伊大学芝加哥分校的 Rebecca Ann Lind、洪堡州立大学的 Maclyn McClary、中央密歇根大学的 Guy Meiss、俄勒冈大学的 Debra Merskin、中央康涅狄格州立大学的 Scott R. Olsen、犹他州立大学的 Ted Pease、《今日佛罗里达》报的 Linda Perry、特拉华大学的 Elizabeth Perse、纽约州立大学奥斯维戈学院的 Tina Pieraccini、密苏里大学的 Michael Porter、田纳西大学查塔诺加分校的 Peter Pringle、华盛顿州立大学的 Neal Robison、罗格斯大学的 Linda Steiner、得克萨斯农工大学的 Don Tomlinson。

第8版编写一如既往受到我的“麦格劳-希尔”团队的支持（和宽容）。互联网虽然让图书制作变得更加高效，但它却存在一个严重问题，那就是我尽管“与他们亲密合作”数百小时，却与团队成员未曾谋面，这的确是我的遗憾，但能拥有与他们合作的机会，实在难能可贵。我的“麦格劳-希尔”团队成员分别是 Julia Akpan、Susan Gouijnstook、Kirstan Price、Jennifer Gehl、Ann Jannette 和 Emily Tietz。作为作者，我相信，再也找不到像“麦格劳-希尔”成员这样可靠的战友。

最后我想说，全书写作最重要的灵感来自我的家庭。我妻子苏珊接受过媒介素养教育，是一位充满激情、致力于广泛散播媒介素养知识的忠实实践者。她对我的写作内容所持的见解、提供的帮助，极为珍贵；她对我的爱如涓涓细流悠远绵长；她对于媒介素养的前景和我们的婚姻所怀有的热情，让我备受鼓舞。看着我的两个孩子乔丹和马修，我总不禁反复思考，我们将会留给他们一个怎样的世界。写作本书，我希望有助于他们和他们朋友们拥有一个更美好的未来。

斯坦利·J·巴兰

简要目录

第一部分 奠定基础

第1章 大众传播、媒介素养及文化 / 3

第2章 趋同化与大众传播的重塑 / 25

第二部分 媒介、媒介产业和媒介受众

第3章 图书 / 43

第4章 报纸 / 66

第5章 杂志 / 90

第6章 电影 / 111

第7章 无线广播、录音制品与流行音乐 / 136

第8章 电视、有线电视、移动视频 / 165

第9章 视频游戏 / 191

第10章 互联网与万维网 / 209

第三部分 战略传播产业

第11章 公共关系 / 239

第12章 广告 / 260

第四部分 信息时代的大众媒介文化

第13章 大众传播理论和大众传播效果 / 287

第14章 媒介的自由、监管和道德规范 / 311

第15章 全球媒介 / 334

术语表 / 351

参考文献 / 364

索引 / 381

译后记 / 390

目录

第一部分 奠定基础

第1章 大众传播、媒介素养及文化 / 3

- 什么是大众传播? / 4
- 传播的定义/大众传播的定义
- 文化是什么? / 8
- 文化作为社会性构建的共享意义/文化的功能与效果
- 大众传播与文化 / 11
- 大众媒介是文化叙述者/大众媒介是文化论坛
- 大众媒介的范畴与性质 / 12
- 技术的作用/金钱的作用
- 大众传播、文化与媒介素养 / 15
- 古登堡革命/工业革命
- 媒介素养 / 17
- 媒介素养要素/媒介素养技能
- 本章回顾与讨论 / 22
- 回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第2章 趋同化与大众传播的重塑 / 25

- 转型中的产业 / 26
- 媒介产业的利好消息 / 27
- 改变 / 28
- 所有权集中化和企业集团化/全球化/受众细分/过度商业化/媒介间的区别削弱了: 融合/结论
- 本章回顾与讨论 / 39
- 回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第二部分 媒介、媒介产业和媒介受众

第3章 图书 / 43

- 图书简史 / 46

第4章

图书进入北美殖民地

图书与受众 / 48

图书的文化价值/审查/有文化却不读书, 此现象堪称自我审查

图书产业的范畴与结构 / 53

图书的种类

图书出版的趋势与融合 / 54

融合/智能手机、平板电脑和电子阅读器/企业集团化/追求利润及过度商业化/小出版社的发展/图书零售业的重构

本章回顾与讨论 / 64

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

报纸 / 66

报纸简史 / 68

最初的报纸/现代报纸的崛起

报纸及其受众 / 73

报业的范畴和结构 / 75

报纸的种类

作为广告媒介的报纸 / 80

新闻服务和专题服务 / 80

报纸出版中的趋势与融合 / 80

缺乏竞争/集团化: 过度商业化, 削弱防火墙, 丧失使命感/与互联网融合/智能手机、平板电脑与电子阅读器/报纸读者群的变化

本章回顾与讨论 / 88

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第5章

杂志 / 90

杂志简史 / 92

早期杂志产业/大批量发行时期/细分时期

杂志与杂志受众 / 95

杂志产业的范畴与结构 / 97

消费类杂志的种类

杂志广告 / 99

发行种类/测定发行量

杂志出版的趋势与融合 / 102

在线杂志/智能手机、平板电脑和电子阅读器/定制杂志/遭遇有线电视的竞争/社论式广告/广告商影响杂志内容

本章回顾与讨论 / 109

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第6章

电影 / 111

电影简史 / 114

早期创业者/叙事的出现

大制片公司 / 118

好莱坞的改变

电影及其观众 / 122

电影产业的范畴与性质 / 124

三大构成体系/制片公司

电影制作趋势与融合 / 128

集团化和大片情结/融合手段重塑电影产业/智能手机、平板电脑和社交网站

本章回顾与讨论 / 133

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第 7 章

无线广播、录音制品与流行音乐 / 136

广播与录音简史 / 138

早期广播/早期录音/广播的到来/法规的形成/广告与网络/黄金时代

无线广播与它的听众 / 144

无线广播业的范畴与性质 / 146

调频电台、调幅电台和非商业电台/广播的地方性特点/广播的分散性特点/广播的专门性特点/广播的个人性特点/广播的移动性特点

广播产业 / 148

广播作为广告媒介/去除管制与所有权

录音产业的范畴与性质 / 150

几大唱片公司

广播与录音业的趋势与融合 / 154

电视的影响/卫星与有线电视/地面数字广播/网络广播与播客/智能手机、平板电脑和社交网站/数字技术

网络与录音产业的未来 / 158

产业同意的下载/点对点下载

本章回顾与讨论 / 163

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第 8 章

电视、有线电视、移动视频 / 165

电视简史 / 167

机械与电子扫描/20世纪50年代/有线电视的出现

电视与其受众 / 173

广播电视产业的范畴与性质 / 175

电视网与节目内容/节目制作过程

有线电视和卫星电视 / 178

节目编排

电视与有线电视的趋势和融合 / 183

VCR/DVD/DVR/互联网上的视频/互动电视/有线电视电话/智能手机、平板电脑和移动电视

本章回顾与讨论 / 189

回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第9章

视频游戏 / 191

- 电脑游戏与视频游戏简史 / 192
- 现代游戏的出现/高速发展时期
- 游戏与游戏玩家 / 196
- 什么是视频游戏? /谁在玩游戏?
- 视频游戏产业的范畴与性质 / 198
- 视频游戏产业趋势与融合 / 200
- 融合技术无处不在/智能手机、平板电脑与社交网站/过度商业化
- 本章回顾与讨论 / 206
- 回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第10章

互联网与万维网 / 209

- 互联网简史 / 211
- 计算机的发展/军事运用/个人电脑
- 今日互联网 / 215
- 万维网/智能手机、平板电脑和社交网站
- 互联网与互联网用户 / 220
- 大众传播过程的变化 / 221
- 技术这把双刃剑/麦克卢汉思想之复兴
- 重新理解互相交织的世界中的生活 / 223
- 互联网与言论自由/谁享有言论自由? /控制互联网的言论/万维网上的色情/版权(知识财产所有权)/隐私权/虚拟民主
- 本章回顾与讨论 / 233
- 回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题

第三部分 战略传播产业

第11章

公共关系 / 239

- 公共关系的定义 / 241
- 公共关系简史 / 242
- 早期公关阶段/公开宣传阶段/初期双向传播阶段/高级双向传播阶段/构建公共关系特征
- 公共关系与它的受众 / 247
- 公共关系产业的范畴和结构 / 248
- 公共关系活动/公共关系的管理职能/经营公共关系的组织
- 公共关系的趋向与融合 / 252
- 全球化、集中化和专业化/融合/智能手机、平板电脑和社交网站/信任公关
- 本章回顾与讨论 / 257
- 回顾要点/关键术语/复习题/批判性思考与论述题