

<<大众媒介公信力理论研究>>

图书基本信息

书名：<<大众媒介公信力理论研究>>

13位ISBN编号：9787010054421

10位ISBN编号：7010054428

出版时间：2006-9

出版时间：人民出版社

作者：编者：喻国明

页数：250

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>

<<大众媒介公信力理论研究>>

内容概要

新闻媒介，其第一位的职责就是应该成为社会的“守望者”，客观、真实、全面、平衡、深刻地为改善和消除社会成员的信息不对称状况而恪守职责。

在这种职业角色的社会期待之下，谁能够更加优秀地履行职业承诺、信守职业责任，谁就具有较高的职业“信用”，进而享有较高的社会信任和信赖。

实际地说，我国大众媒介的公信力尚未处于危机状态。

但是，考虑到改革发展的加速推进，社会面临的风险和不确定性越来越大，而大众媒介在整合社会、促进社会认同、降低社会风险中扮演的角色越来越重要，媒介公信力研究的迫切性是不言而喻的。

传媒公信力（Public Trust of Media）一直是学术界和实践界普遍关注的话题，不仅关系到媒介自身的生存和发展，对于整个社会系统的正常运转也有着极为重要的意义。

这本书就从概念的界定、影响因素、对媒介功能的影响等方面对大众媒介公信力进行了研究。

<<大众媒介公信力理论研究>>

作者简介

张洪忠，四川峨眉人，传播学博士，北京师范大学艺术与传媒学院讲师，主要研究领域是传媒市场研究、传媒对社会发展影响的研究。

主持过多项大型的传媒市场实证项目，并参与了部级重大攻关课题等多项研究。

<<大众媒介公信力理论研究>>

书籍目录

我国大众媒介公信力的现状与问题（代序）第1章 绪论 1.1 研究问题的提出 1.2 研究思路和研究方法 1.3 研究架构第2章 基本概念的界定 2.1 公信力的词义 2.2 英文中的大众媒介公信力词义 2.3 媒介公信力的概念界定第3章 大众媒介公信力的判断维度分析 3.1 分析的理论基础——从认知心理学切入 3.2 判断维度的构成与特点 3.3 判断维度构成的地区差异比较 3.4 判断维度的价值分析第4章 大众媒介公信力的影响因素分析 4.1 影响因素的体系结构 4.2 宏观的社会系统影响因素分析 4.3 微观的受众系统影响因素分析 4.4 微观的媒介系统影响因素分析 4.5 影响因素的整体考察第5章 大众媒介公信力的生成机制与控制分析 5.1 媒介公信力的生成模式 5.2 媒介公信力的产生机制 5.3 媒介公信力的发展层次 5.4 媒介公信力生成的控制分析第6章 公信力对媒介功能的影响（上） 6.1 媒介功能的分析视角 6.2 公信力对媒介政治功能的影响 6.3 理性意识——公信力对媒介政治功能发挥积极影响的前提第7章 公信力对媒介功能的影响（下） 7.1 公信力对媒介经济功能的影响 7.2 公信力对媒介文化功能的影响结语主要参考文献后记

<<大众媒介公信力理论研究>>

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>