

<<媒介议程与公众认知>>

图书基本信息

书名：<<媒介议程与公众认知>>

13位ISBN编号：9787010105451

10位ISBN编号：7010105456

出版时间：2012-3

出版时间：人民出版社

作者：王晓华

页数：241

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>

<<媒介议程与公众认知>>

内容概要

媒体如何影响公众的认知这一话题，一直是国际传播学研究的重要领域，也是值得学术界进行研究的重要课题。

本书以“议程设置”理论基本为分析框架，以深圳本地媒体及深圳受众为研究对象，采用问卷调查、媒体内容分析、报料电话内容分析、媒体专业人士深度访谈等方法收集大量第一手资料，运用时间序列分析、多元回归分析、ANOVA分析等统计技术对资料进行处理和统计分析，进而从社会系统中媒介子系统的角色与功能入手，探讨改革开放30年的今天，中国复杂的媒介环境下，传播对公众关注社会问题和建立社会认知的影响。

<<媒介议程与公众认知>>

书籍目录

- 第一章 缘起：传播的社会影响力
 - 第一节 政、商界人士眼中的媒体影响力
 - 第二节 传播对公众影响的研究典范
 - 一、国外的研究典范
 - 二、国内的研究情况
 - 三、核心概念的界定
 - 第三节 科学研究方法的运用
- 第二章 媒体框架及影响因素分析
 - 第一节 以都市类报纸为例的媒体框架比较
 - 一、《南方都市报》和《晶报》的内容框架比较
 - 二、《南方都市报》和《晶报》的价值取向比较
 - 三、社会各阶层在媒体中的形象比较
 - 第二节 影响媒体议程的因素分析
 - 一、媒体组织的社会地位与角色
 - 二、媒体从业者的社会化与新闻专业主义
 - 三、不同信息源的议程设置能力
- 第三章 Web2.0时代的受众与媒体
 - 第一节 基于媒体接触量的受众特征分析
 - 一、男女两性接触媒体类别与数量比较
 - 二、不同受教育程度的受众接触媒体类别与数量比较
 - 三、不同年龄受众接触媒体类别与数量比较
 - 四、不同职业受众接触媒体类别与数量比较
 - 第二节 基于媒体接触类别的受众特征分析
 - 一、各类媒体受众的性别特征比较
 - 二、各类媒体受众的年龄特征比较
 - 三、各类媒体受众的受教育程度比较
 - 四、各类媒体受众的职业特征比较
 - 第三节 各阶层受众对社会问题的关注
 - 一、各阶层关注社会问题的重点比较
 - 二、影响公众关注社会问题的因素分析
 - 第四节 媒体接触对城市归属感的影响
- 第四章 公众的媒体接触与议程关注
 - 第一节 新媒体与传统媒体对公众关注各类议程的影响
 - 一、接触各类媒体对公众关注个人议程的影响
 - 二、接触各类媒体对公众关注家庭议程的影响
 - 三、接触各类媒体对公众关注城市议程的影响
 - 四、接触各类媒体对关注国内议程的影响
 - 五、接触各类媒体对公众关注国际议程的影响
 - 第二节 媒体接触程度对公众关注议程的影响
 - 一、媒体接触程度影响公众关注议程的基本假说
 - 二、与媒体接触程度影响公众关注议程的分析和发现
- 第五章 媒体议程对公众议程的影响
 - 第一节 他山之石：国外研究成果借鉴
 - 一、议程设置理论的发展脉络和最新成果
 - 二、媒体议程对公众议程影响的想象

<<媒介议程与公众认知>>

第二节 媒体议程对公众议程影响的实证分析

- 一、媒体的抽象议程设置效果分析
- 二、媒体的具体议程设置效果分析

第三节 媒体的议程设置效果

- 一、媒体对具体议题设置的显著效果
- 二、个人需求影响了公众关注的议程
- 三、媒体议程竞相影响公众议程

第六章 不同信息接触途径对公众影响的比较研究

第一节 不同信息接触途径对公众影响的基本假说

第二节 不同信息接触途径对公众影响的实证分析

- 一、多途径接触信息强化了媒介的议程设置效果
- 二、多途径的信息接触对公众社会认知的影响
- 三、多途径的信息接触对公众自我感知的影响
- 四、大众传播的议程设置与涵化效果的关系

第三节 三种传播途径对公众影响的基本判断

- 一、人际传播的议程设置效果超过大众传播
- 二、直接经验的涵化效果超过各类传播
- 三、媒介信息能引起关注, 个人经验影响认知和判断
- 四、议程设置功能和涵化效果相互影响

第七章 报料信息对媒体议程设置的影响

第一节 报料现象产生的背景

第二节 媒体采纳的报料信息对比分析

- 一、《南方都市报》和《晶报》采纳的报料信息具有显著差异
- 二、报料人有意识地将不同信息报料给不同的媒体
- 三、媒体采纳的报料信息对报料人有引导作用

第三节 报料信息对媒体议程设置的影响

- 一、报料信息总量的多少影响了媒体采纳的数量
- 二、媒体框架决定了对报料信息的采纳
- 三、媒体议程引导了报料信息的方向

第四节 报料人的群体特征及报料动机分析

- 一、报料人群体的人口特征
- 二、报料人对媒体议程设置的参与
- 三、报料动机与媒体需求的博弈

第八章 大众传播对移民社会整合的影响

第一节 大众传播对移民文化融合的影响

- 一、大众传播促进了移民对粤语的接受
- 二、大众传播影响了移民的饮食习俗
- 三、不同的媒介信息影响了移民的生活习俗

第二节 大众传播对深圳移民心理归属感的影响

第三节 “互动认知”理论视角下的移民文化认同

第四节 地方报纸的接触与城市归属感的形成

第九章 余论

- 一、研究的局限
- 二、继续研究的建议

主要参考文献

附件

- 一、报纸及报料信息内容分析框架

<<媒介议程与公众认知>>

- 二、“社会治安议程”固定指标调查问卷
- 三、报料人群体调查问卷

<<媒介议程与公众认知>>

章节摘录

议程设置理论在国际传播学研究中受到高度关注，几乎在世界各个区域都有相应的成果出现。虽然介绍到中国已经有近20年的时间，但是真正系统地运用这一理论研究中国媒体与受众关系的还属于凤毛麟角。

是不是中国的媒体生态环境不适合运用这一理论呢？

笔者认为，恰恰相反，中国传媒业的高速发展、媒体环境的复杂程度在国际上都属于罕见。

如何科学地使用媒体引导社会舆情、引导公众对社会的认知及在价值观多元化的现实中如何运用媒体整合社会事务等，都是近年来政府面临的难题，也是传播学者需要从理论上予以回答的课题，而广告主如何科学地使用媒体也是摆在传播学者面前的现实问题。

相信很多传播学者已经关注到了这些内容，但是要运用议程设置理论来研究中国的这些现实问题，尚存在无法回避的困难。

其一是在研究方法上的局限。

议程设置理论建构在严谨的实证研究的基础上，由于中国没有现成的相关资料可供利用，研究者必须从最基础的资料收集做起。

这项研究需要从媒体、受众两个维度进行一定时期的资料跟踪收集，除了大量的人力物力投入以外，还需要研究者对调查技术、内容分析方法和统计分析技术等有很好的把握。

对国内很多研究者而言，同时具备这些条件并不容易。

而当前学界浮躁的氛围和要求短时间内拿出成果的评价体系，使得学者们要静下心来扎实地进行基础资料收集的工作变得更加困难。

也许正是由于种种困难，使得这一理论介绍到中国虽然已有20多年，却没能在中国这块沃土上生根发芽，没有涌现出一定数量的能在国际同类研究中进行对话的可圈可点的研究成果。

.....

<<媒介议程与公众认知>>

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>