第一图书网, tushu007.com

<<2010中国新闻传媒影响力研究 >

图书基本信息

书名：<<2010中国新闻传媒影响力研究报告>>

13位ISBN编号：9787308089883

10位ISBN编号：7308089886

出版时间：2011-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：郑丽勇

页数：244

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

内容概要

《中国新闻传媒影响力研究报告》的内容分为三部分，上篇为方法篇，主要内容是媒介影响力评估指标体系和指数模型，以及传媒影响力实证调查的研究设计和样本概况；中篇为报告篇，主要内容是电视、报纸、网络、广播和杂志等五类新闻传媒的影响力调查报告；下篇为专题篇，主要内容包括跨媒介影响力比较研究、主流媒介影响力研究、省级卫视影响力研究、媒介公信力研究、媒介影响力因子研究等。

书籍目录

前 言
媒体影响力研究文献评述
一、西方关于媒体影响的文献综述
二、国内关于媒体影响文献综述
三、媒体影响力研究评述
媒介影响力乘法指数评估模型
一、媒介影响力评价方法述评
二、三个相关理论
三、媒介影响力形成的四个环节
四、衡量媒介影响力的四个因子
五、媒介影响力乘法指数评估模型
调查方案与样本概况
一、调查方案
二、样本概况
2010报纸影响力调查报告
一、总体状况：报纸影响力低于媒介平均水平
二、报纸影响力级别分布
三、报纸影响力区域分布
四、报纸影响力性质分布
五、报纸影响力的梯队分布：标准金字塔式结构
2010电视影响力调查报告
一、电视影响力发展总体概况
二、电视影响力梯队分布概况
三、省级地面频道分析
四、市级电视影响力分析
2010广播影响力调查报告
一、广播影响力的跨媒介比较：比想象中的强
二、广播频率影响力总体分布
三、广播影响力的级别分布
四、广播影响力的区域分布
五、广播频率影响力梯队分布状况
2010新闻类杂志影响力调查报告
一、新闻类杂志媒体影响力总体分布
二、新闻类杂志媒体影响力梯次分布
三、新闻类杂志媒体影响力TOP报告
2010新闻门户网站影响力调查报告
一、新闻门户网站影响力概况
二、新闻门户网站影响力构成状况
三、新闻门户网站影响力因子分析
2010党的主流媒体影响力调查报告
一、相关概念的界定
二、党的主流媒体影响力总体分析
三、主流媒体与非主流媒体影响力比较分析
四、主流媒体与非主流媒体影响力因子比较分析
跨媒介影响力比较分析

一、跨媒介影响力的总量比较
二、跨媒介影响力的均值比较
三、分级别比较
省级卫视影响力调查报告
一、省级卫视概念界定
二、省级卫视的影响力总体分析
三、省级卫视影响力梯队分布状况
四、省级卫视影响力区域发展状况
五、各区域内省级卫视发展状况分析
六、省级卫视前三强四因子分析
2010媒体公信力调查报告
一、媒介公信力总体报告
二、跨媒介公信力比较分析
媒体影响力之因子分析
一、广度因子分析
二、深度因子分析
三、高度因子分析
媒体影响力调查问卷
报纸影响力及其因子数值表
新闻类杂志影响力及其因子数值表
电视影响力及其因子数值表
广播影响力及其因子数值表
新闻门户网站影响力及其因子数值表
后记

第一图书网, tushu007.com

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