

<<舆论学>>

图书基本信息

书名：<<舆论学>>

13位ISBN编号：9787504333278

10位ISBN编号：7504333271

出版时间：1999-7

出版时间：中国广播电视出版社

作者：陈力丹

页数：331

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>

<<舆论学>>

内容概要

每个人都会感受到一种难以把握的外部精神力量对自己言行的制约，本书揭示的便是这种力量——舆论的内在要素，形成，形态，以及与大众传播媒介的互动。

本书引介了1995年国际上32位权威研究者的舆论学成果，涉猎中外274部论著，努力建立起理论上较新、适合中国舆论特征的舆论学体系。

本书的部分内容已作为中国社会科学院研究生院新闻学博士课程；全书适合于作为新闻院系学生的选修课教材。

当今舆论导向已成为大众媒介编辑部，各级党委宣传部的首要话题。

本书的另一半内容，即以较强的舆论学学术架构面对这个话题，采用普及性的叙述方式，提供了系统的关于舆论导向的理性认识，并以各种引导方式进行了多学科的分析，从不同方面提出了共计46条对策建议。

对于广大宣传干部和新闻工作者，这本书会带来许多关于老话题的新认识。

作者简介

陈力丹，男，1951年生。

中国社会科学院新闻与传播研究所研究员，新闻学研究室主任、所学术委员；中国社会科学院高级职称评定委员，北京市社会科学学位委员，中国社会科学院研究生院新闻系博士生导师，系学位委员。1979年以来共发表各类新闻学研究成果 400 多万字，代表作《精神交往论》。

书籍目录

第一章 认识舆论 第一节 初识舆论和舆论学：现实——历史——现实 传统社会的舆论 现代社会的舆论与舆论研究的历史轨迹 舆论学对我国舆论导向研究的意义 第二节 解析舆论：舆论的八要素 舆论的主体——公众 舆论的客体——现实社会，以及各种社会现象、问题 舆论自身——信念、态度、意见和情绪表现的总和 舆论的数量 舆论的强烈程度 舆论的持续性 舆论的功能表现——影响舆论客体 舆论的质量——理智与非理智成份 舆论的必要要素和非必要要素 第三节 什么不是舆论 大众传播媒介或媒介的言论不等同于舆论 舆论不等同于意识形态 公众不等同于舆论 避免随决的舆论认为 个人的感觉不能等同于舆论第二章 舆论的形成 第一节 研究舆论的形成：不同的学科视角 理性主义的研究视角 理代心理学的研究视角 社会学的研究视角 社会心理学的研究视角 综合性的研究视角 第二节 影响舆论形成的几个宏观因素 公众总体 舆论环境 中国舆论场 舆论波

编辑推荐

《舆论学：舆论学导向研究》的部分内容已作为中国社会科学院研究生院新闻学博士课程；全书适合于作为新闻院系学生的选修课教材。

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>