

<<大众媒介公信力测评研究>>

图书基本信息

书名：<<大众媒介公信力测评研究>>

13位ISBN编号：9787010054414

10位ISBN编号：701005441X

出版时间：2006-9

出版时间：人民出版社

作者：编者：喻国明

页数：249

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>

## <<大众媒介公信力测评研究>>

### 内容概要

有些东西就像空气和水一样，当它正常存在的时候我们对它全无感觉，但是当它出现问题的时候，我们才感到它须臾不可失去的珍贵。

大众媒介公信力便属于这样一种东西。

实际上，大众媒介公信力这一概念是最近几年才逐渐在我国大陆的新闻传播学术界有了较多的提及，虽然从20世纪80年代中后期以来就有个别的调查数据涉及这一问题，但总体上对于公信力的研究还停留在一种简单的提及和使用的层面上，缺少理论的探究、梳理和深入的专题性研究。

什么是大众媒介公信力呢？

在英语中，与大众媒介公信力相对的词汇是credibility。

美国传播学者对于credibility的理解经历了两个阶段。

最早是属性说，即把大众媒介公信力视为是媒介本身一种属性，其核心是媒介的“信用”问题，研究的重心落在媒介造成社会信任的种种特质上。

二是关系说，后来的学者们发现，前者对于公信力的理解虽然和credibility的原义比较相近，但越来越多的理论和实证研究表明，公信力不仅仅是媒介的一种属性，更多的是媒介与受众之间的一种关系。

## <<大众媒介公信力测评研究>>

### 作者简介

靳一，1976年生，先后毕业于南开大学外国语言文学学院、中国人民大学国际关系学院，获文学学士和法学硕士学位。

1999年考入中国人民大学新闻学院，师从喻国明教授，2002年获博士学位。

现在清华大学文化产业研究中心从事博士后研究工作。

主要研究领域为传播学研究方法、媒介与社会发展、媒介经济等。

## <<大众媒介公信力测评研究>>

### 书籍目录

我国大众媒介公信力的现状与问题（代序） 喻国明第1章 绪论 1.1 选题考虑与研究动机 1.2 研究目的 1.2.1 研究目的之一 1.2.2 研究目的之二 1.3 论文架构 1.4 主要研究概念的说明 1.4.1 中国大众媒介 1.4.2 媒介公信力 1.4.3 公信力测评第2章 文献探讨第3章 研究论题和研究设计第4章 对媒介公信力概念的梳理和解析第5章 中国媒介公信力评判准则解析第6章 中国大众媒介公信力测评量表的建立第7章 基于本次调查样本的媒介公信力测评第8章 结语参考文献附录一 国内学者对公信力影响因素的论述附录二 通过网络或面访得到的部分有关媒介公信力看法的资料附录三 样本具体构成情况附录四 媒介评价组间差异的多重比较附录五 新闻类别公信力测评组间差异的多重比较后记

## <<大众媒介公信力测评研究>>

### 编辑推荐

有些东西就像空气和水一样，当它正常存在的时候我们对它全无感觉，但是当它出现问题的时候，我们才感到它须臾不可失去的珍贵。

大众媒介公信力便属于这样一种东西。

我们懂得，期待不是坐等，而是脚踏实地地种植和耕耘。

而对于我们这些从事传媒研究的人而言，我们的幸运就在于我们有可能把自己微薄的智慧和心力奉献给这一片刚好需要它的事业。

我欣赏这样的境界：上善若水——土地上奔流的水敬重着也塑造着承载它的土地。

这便是我们和传媒业乃至祖国的关系：水性向下，善利万物而不争。

<<大众媒介公信力测评研究>>

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>