

<<媒介社会学>>

图书基本信息

书名：<<媒介社会学>>

13位ISBN编号：9787306037312

10位ISBN编号：7306037315

出版时间：2010-9

出版时间：中山大学出版社

作者：张宁

页数：324

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>

<<媒介社会学>>

内容概要

本书是“公共传播学文库”之一，全书共分14个章节，主要对媒介社会学中的信息化时代媒介现象的社会学作了解读，具体内容包括从社会学视角看大众传播媒介、媒介传播与社会体系、媒介与社会的相关理论、影响媒介内容的社会要素、媒介内容与社会组织等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<媒介社会学>>

作者简介

张宁，女，日本筑波大学社会学博士，副教授，公共关系学专业硕士研究生导师，公共关系学系主任，中山大学公共传播研究所副所长。

主要研究领域为公共关系学(危机传播，媒体关系管理，新闻发言研究)，传播学(媒介社会学、传播效果研究)和新闻学(中外报道比较研究，框架理论研究)。

发表相关论文若干篇，著有《日本媒体上的中国——报道框架与国家形象》，《政府传播——公共管理视野中的传播课题》等。

<<媒介社会学>>

书籍目录

导言 走进媒介社会学第一章 从社会学视角看大众传播媒介 第一节 现代社会与大众传播媒介 第二节 媒介社会学的理论渊源 第三节 聚焦媒介内容——休梅克的媒介社会学第二章 大众媒介的传播构造 第一节 大众媒介与社会传播过程 第二节 大众传播媒介的社会功能 第三节 传播的基本模式 第四节 信息环境与虚拟现实第三章 媒介传播与社会体系 第一节 大众传播媒介的传播特点 第二节 传播媒介与社会发展 第三节 媒介的普及与社会的发展——欧美社会 第四节 媒介的普及与社会的发展——日本社会 第五节 媒介的普及与社会的发展——中国社会 第六节 信息、媒介与社会发展第四章 媒介与社会的相关理论 第一节 媒介的社会功能 第二节 媒介与社会的关系理论 第三节 标准媒介理论 第四节 有关媒介与社会的其他理论第五章 媒介传播的社会效果 第一节 子弹效果论时期 第二节 有限效果论时期 第三节 强力效果论时期 第四节 强力效果论时期的重要理论第六章 影响媒介内容的社会要素 第一节 媒介内容的形成——新闻生产 第二节 媒介内容产生的特点及相关研究 第三节 探讨媒介内容形成的社会理论第七章 媒介内容与媒介工作者及其价值观 第一节 媒介工作者的职业特性 第二节 媒介工作者的文化人类学倾向 第三节 媒介工作者对媒介内容的影响 第四节 媒介工作者及其价值观对媒介内容的负面影响 第五节 从“911”报道看中西媒介工作者的价值观差异第八章 媒介内容与媒介组织 第一节 媒介组织及其方针 第二节 媒介的媒介体制与经营方针 第三节 媒介工作惯例对媒介内容的影响 第四节 媒介内部因素与外部竞争对媒介内容的影响 第五节 伊拉克战争中中美媒体的报道比较第九章 媒介内容与政治权力 第一节 政治权力对媒介控制的必然性 第二节 政治权力影响媒介内容的目的 第三节 政治权力影响媒介内容的方式 第四节 美国政治权力对媒介内容的影响 第五节 不同政治体制的影响方式比较 第六节 政府对战争信息的传播控制第十章 媒介内容与商业组织 第一节 经济发展与大众传播媒介 第二节 商业组织的社会传播 第三节 广告对媒介内容的影响 第四节 商业化趋势带来的媒介内容变化 第五节 媒体妖魔化机制的表象与成因第十一章 媒介内容与社会组织 第一节 社会组织与大众传播媒介 第二节 社会组织影响媒介内容的手段 第三节 社会组织影响媒介内容手段的变化与效果 第四节 非政府组织与大众传播媒介 第五节 绿色和平组织与媒介 第六节 中国女性社会组织与媒介内容第十二章 媒介内容与受众 第一节 受众的性质与特点 第二节 受众对大众传播媒介的意义 第三节 受众对媒介内容的影响 第四节 受众对报纸媒体内容构成的影响 第五节 分众化时代受众对媒体的影响 第六节 《超级女生》的成功与受众的影响力 第七节 《南方日报》2008年全国“两会”报网互动传播 第八节 受众的地域性与南方电视台的定位第十三章 媒介内容与大众文化、意识形态 第一节 大众文化与大众传播媒介 第二节 大众文化对大众传播媒介内容的影响 第三节 女性文化与女性媒体的内容 第四节 香港的低俗文化与偷窥报道 第五节 电视娱乐节目对大众文化的迎合 第六节 社会意识形态对媒介内容的影响第十四章 媒介社会与媒介素养教育 第一节 媒介素养的起源和发展 第二节 媒介素养的理念与原则 第三节 大学生就业信息获取行为的媒介素养解读 第四节 我国政府公务员的媒介素养参考文献

章节摘录

“我看到了两个战争”。

桥本是日本NHK电视台的驻纽约记者，在2003年3月伊拉克战争爆发的时候，他时刻关注美国媒体的战争报道，并将这些报道进行综述后发回东京。

伊拉克战争最为激烈的前几个月，桥本一直在纽约工作，每天接触的都是美国的报纸和电视，尤其是CNN、ABC、NBC等知名电视新闻网的报道。

几个月后，战事有所缓和，桥本也因休假回到东京。

出于职业的习惯，他将日本NHK电视台的有关伊拉克战争的电视新闻录像找来看了一遍，看后他有一个强烈的感觉，就是“我看到了两个战争”。

为什么桥本会有这样的感觉呢？

这是一位资深记者比较美日两国媒体报道伊拉克战争后的直觉。

在美国的几个月里，桥本看到的是美国电视媒体的战争画面，例如，美军顺利进入伊拉克中心地区，部分伊拉克人夹道欢迎美军，美军路过的地方街道井然；应该在战争报道中充斥画面的战争死伤者，无辜受害的平民，被炸毁的街道和房屋，无家可归的人们，医院里的伤员都很少看到，美军节节进攻，有序挺进伊拉克各个都市的画面成为中心。

但是，在日本媒体的伊拉克战争报道中，既有美军进攻的画面，同时也不乏这样的镜头：在街边哭泣的妇女，失去孩子的父亲，无家可归的老人，医院里挤满了伤者，被炸毁的街道民房。桥本还发现，在美国媒体的电视画面中，很少出现伊拉克的老人、妇女和小孩，基本以中青年的男性为主。

同时，桥本还发现，NHK的电视新闻经常转播或介绍其他国家如英国、法国、中国、阿拉伯等的媒体报道和电视画面，这样，日本的观众在看到本国电视台拍摄的战争画面的同时，还可以看到其他国家的媒体从不同角度拍摄的战争画面。

而美国的电视新闻都是以本台制作的新闻为主，极少介绍美国以外国家的媒体的相关报道和电视镜头，即使有，也是转播美国其他电视台的报道，而半岛电视台的报道更是看不见。

为什么对于同一场战争，美国媒体和日本媒体的报道有上述的差异呢？

媒体在报道特定的问题或事件时，是出于怎样的立场和角度？

为什么会有这样的立场和视点？

这些特定的报道立场和报道角度会导致什么样的传播效果呢？

.....

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>