

<<舆论传播学教程>>

图书基本信息

书名：<<舆论传播学教程>>

13位ISBN编号：9787811351477

10位ISBN编号：7811351471

出版时间：1970-1

出版时间：暨南大学出版社

作者：侯东阳

页数：289

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>

## <<舆论传播学教程>>

### 前言

从1994年起，侯东阳就在河南一所大学讲授舆论学和传播学。

十五年后的今天，她出版了《舆论传播学教程》一书。

这可以称为厚积薄发，功到自然成了吧。

编教材与写专著相比，有它特别的难处，那就是教材的规范性、公认度和普适性。

在中国大陆，规范性较强的舆论学教材尚是紧缺之项。

本书的问世，的确需要酝酿和积淀一些年头儿的。

但本书已非纯粹的舆论学著述，而是舆论学与传播学的交叉之作了。

传播学传入中国大陆，已经过了30多个春秋。

30年的时日，说短也不算短了。

从五四新文化运动到新中国成立，不就才30年的岁月吗？

期间有无数崭新学说传入华夏大地，由此成就的学业、事业、伟业难以胜数。

传播学与其他许多新兴学科一起，乘改革开放的春风传入中国大陆，30年间结出的果实或许可以称为丰硕，但它早该穿过介绍和套用的初始阶段，尽力避免或减少牵强附会、强词夺理、拿术语作标签儿到处贴的弯路，及早把传播学的科学原理当作认识工具和方法，回答时代的和历史的、世界的和民族的信息传播中的种种疑难和现实问题。

这当然是有难处的，正如作者所说的：“舆论学借鉴传播学的理论和方法尚不熟练，有待进一步加强。”

本书从篇章结构到重点问题的论述，见不到对传播学概念的生搬硬套和有意炫耀，而是着意把舆论形态当作一种过程加以研究和阐述。

传播学注重揭示社会行为的内在结构和结构要素之间的互动过程，用这种方法研究舆论行为的性质和规律，是符合唯物辩证法的原则，实践证明也是行之有效的。

大家公认，李普曼是舆论学的创始人。

他的《舆论学》一书出版于1922年。

可在此书出版前的近20年间，中国人梁启超就通过一系列论著，阐发出相当系统的舆论学思想。

当然，从总体上说，李普曼的舆论思想比梁启超先进，但梁启超的许多有关舆论的见解，其思想的深刻透彻和表述的尖锐准确，在当时的中外学者中的确是胜人一筹的。

这当然是因为梁启超学习了西方的舆论思想，然而更重要的是他继承了中国几千年的舆论学遗产。

## <<舆论传播学教程>>

### 内容概要

《舆论传播学教程》从篇章结构到重点问题的论述，见不到对传播学概念的生搬硬套和有意炫耀，而是着意把舆论形态当作一种过程加以研究和阐述。传播学注重揭示社会行为的内在结构和结构要素之间的互动过程，用这种方法研究舆论行为的性质和规律，是符合唯物辩证法的原则，实践证明也是行之有效的。

## <<舆论传播学教程>>

### 作者简介

侯东阳，女，1967年出生，现任暨南大学新闻与传播学院副教授，硕士生导师，暨南大学新闻学在读博士。

研究领域涉及新闻学和传播学理论、舆论传播学、民意调查、国际传播、报纸副刊研究、中国舆论史、中国传播史等方面，主攻中国舆论传播史。

曾在《新闻与传播研究》、《新闻大学》、《学术月刊》等刊物发表文章20多篇，合著《中国报纸专副刊文化》，参著《市场营销与策划》、《华夏传播论》、《大河新闻潮》、《王权与社会》等。

主持教育部人文社会科学研究2006年度规划项目《舆情调控体系与和谐社会构建研究》、2003-2004年度高等学校校内人文社会科学研究项目《全球化浪潮下广州报业集团的市场占位意识》；曾参加2001年国家社会科学基金项目《报纸副刊文化与社会主义精神文明建设》；参与2004年省社科规划项目《跨国传媒集团旗下电视频道在华南地区的发展及其影响》和2008年广州市重大项目《2010年广州亚运会传播战略研究》以及广州市社会科学界联合会的《改革开放30周年广州传媒发展与前瞻》项目等。

## <<舆论传播学教程>>

### 书籍目录

序第一章 舆论学及其研究对象第一节 舆论观念的发展第二节 舆论学的建立与发展第三节 舆论传播学的研究对象第二章 舆论的结构和功能第一节 舆论的定义第二节 舆论的内在结构第三节 舆论的特征和功能案例链接第三章 舆论的形成第一节 舆论形成的不同视角第二节 影响舆论形成的宏观因素第三节 舆论的形成过程第四节 舆论形成的模式案例链接第四章 舆论传播手段第一节 口语传播手段第二节 文字传播与非语言传播手段第三节 大众传播媒介案例链接第五章 舆论的类型第一节 群体舆论第二节 众意第三节 民意案例链接第六章 舆论传播的形态第一节 舆论的基本存在形态第二节 不同信息形态的舆论第三节 舆论的畸变态第七章 舆论传播的规律第一节 舆论传播的一律与非一律第二节 舆论传播的涨落规律第三节 舆论传播的惯性规律案例链接第八章 新闻舆论传播第一节 新闻媒介与舆论第二节 关于大众媒介和舆论关系的理论第三节 媒介对社会舆论的导向第四节 舆论与宣传案例链接第九章 民意调查与方法第一节 民意调查的起源和发展第二节 民意调查的程序和方法第三节 民意调查的功能和意义第十章 中国历史上的舆论传播第一节 中国古代的舆论高峰第二节 中国近代舆论传播第三节 中国现代舆论传播参考文献后记

## &lt;&lt;舆论传播学教程&gt;&gt;

## 章节摘录

因果漏斗模型是说明一个人在某一或长或短时期中，形成意见的最简单过程。

漏斗横轴代表时间面向，漏斗的尖（顶）端代表最后分析时所持的意见，起点是椭圆形的大口通道。每个人在某段时间内，对所选择议题发表的意见会受到各种因素的影响，包括个人的知识范围、自信、信仰、偏见以及文化等个人因素和社会环境因素。

人们一开始考虑问题越多开口处越宽，反之越窄。

从漏斗的开口到顶端，事件一个一个持续而来，宛如因果链，按照程序，先后连接，从通道的口部向内部推进。

漏斗内的复杂事件大多数是原先各种因素促成的结果，每种事件也因而影响别的事件。

斜边代表个人对政治感知范围的限制，影响意见的因素在意见形成的过程中或结合或消失。

人们在做决定的时候，常随着时间的推移，衡量事件的本末始终轻重缓急，那些比较不重要的，不再考虑；关键性的因素仍然是决定的依据。

焦点愈来愈明显，只有具决定性的重要因素受到重视，所以，图形逐渐减去不必要的变项，开始变窄。

到了做决定时所考虑的因素可能只有少数一两个，成为图形的顶端。

这就是漏斗形成的过程，也是聚合效果。

漏斗型是用来解释意见形成的逻辑，漏斗的变化因人而异，有人一开始考虑的因素不多，开口较小，随着时间的流逝迟迟不作决定，使漏斗的斜边没有明显变窄，成为长瘦型；有人一开始时考虑的因素很多，开口处很宽，然而一下子就过滤了许多因素，淘汰不重要的变项，很快作出决定，漏斗变成很短的形状。

## <<舆论传播学教程>>

### 媒体关注与评论

本书从篇章结构到重点问题的论述，见不到对传播学概念的生搬硬套和有意炫耀，而是着意把舆论形态当作一种过程加以研究和阐述。

传播学注重揭示社会行为的内在结构和结构要素之间的互动过程，用这种方法研究舆论行为的性质和规律，是符合唯物辩证法的原则，实践证明也是行之有效的。

——项德生 舆论是社会的皮肤，是表层意识和社会风向标；舆论传播是人类社会重要的精神传播活动之一。

舆论传播学是总结舆论传播的发生、发展及其规律的学科，有人称它为新闻学的哲学，它也不可避免地与政治学、传播学等学科联系密切。

本书力图避免旁枝末节，从舆论本身的概念和构成、功能等方面论述舆论传播的特征和规律，使其具有规范的学科体系。

——侯东阳

<<舆论传播学教程>>

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>