

<<传媒导论>>

图书基本信息

书名：<<传媒导论>>

13位ISBN编号：9787308049979

10位ISBN编号：7308049973

出版时间：2006-10

出版时间：浙江大学出版社

作者：王文科 编

页数：507

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>

<<传媒导论>>

内容概要

传媒在社会生活与经济发展中起着越来越重要的作用。

如今，由传媒建构的信息流，对人类行为和社会体系带来了深远影响。

《传媒导论》是一门传媒院校各专业的基础课程，学好这门课程可以为今后的专业课程学习打下一个坚实的基础。

《传媒导论》的使命不但要使学生在短时间内了解和掌握传媒的基本知识和研究成果，对传媒有一个清晰的历史观，而且要正确理解传媒与受众，传媒与政治、经济、社会、军事的关系，并了解传媒与广告、营销、公关的联系与区别。

本书也适宜于非新闻传播专业学生的传媒教育。

<<传媒导论>>

书籍目录

卷一 传媒理论篇 第一章 传媒概述 第二章 传媒的性质、功能与分类 第三章 传媒理论及其影响
第四章 传媒自由、所有权与伦理道德卷二 传媒认知篇 第五章 报纸 第六章 杂志 第七章 图书 第
八章 广播 第九章 电视 第十章 电影 第十一章 新媒介卷三 传媒影响篇 第十二章 传媒与受众 第
十三章 传媒与政治 第十四章 传媒与经济 第十五章 传媒与社会 第十六章 传媒与文化 第十七章
传媒与军事卷四 传媒延伸篇 第十八章 通讯社 第十九章 广告 第二十章 营销 第二十一章 公共关
系初版后记修订版后记

<<传媒导论>>

章节摘录

通信技术的进步，特别是卫星电视的兴起与成熟，传媒产品的流通迅速超越了国界，同步地流向世界每一个角落。

第三，时间的快捷性。

先进的通信技术正在把整个世界变成地球村，人们可以在几分钟之内交流和分享信息，商谈和处理公务。

第四，经营的全球性。

传媒全球化是将世界看成一个市场、一个车间、一个商场。

跨国公司走出国界，在全球范围内组织传媒产品的生产和流通活动，改变了传统的国际分工模式和贸易格局。

第五，竞争的残酷性。

世界经济论坛主席克劳德·斯马亚说：“规模空前的全球化已使经济活动变得有点像一场战争。”

美国三大广播公司都已被先后兼并。

当前，传媒全球化是历史发展的必然趋势，传媒全球化也向所有国家发起挑战。

这对广大发展中国家来说，既是机遇又是挑战。

以国家为主体的国际传播如何顺应传媒全球化潮流并迎接挑战，是众多发展中国家面临的重大课题。

第三节 传媒研究的方法一、传媒的定性研究方法1.定性研究的涵义 传媒的定性研究（Qualitative Analysis）是一种探索性研究，它通过特殊的技术获得传媒及其与传媒相关的人或事方面的较深层次的信息。

定性研究是一个发现问题的过程，主要回答“为什么”的问题。

传媒定性研究最鲜明的特点是：（1）对特定传媒问题的研究具有相当的深度；（2）研究获得的信息更真实、生动和详尽，尤其是受众主观方面的信息（如传媒偏好、接触满意度、传播效果评价）；（3）可以发现和界定未知或模糊的传媒问题及现象；（4）采用较为开放的方式，广泛观察和了解受访者的各方面情况，从中寻找特征、启发等。

定性研究的优点表现在：可以获得定量研究得不到的信息；所需经费和时间较少；研究方法灵活，研究设计可随需要修改；所需技术的设备较简单。

缺点是：容易产生观察者或研究者偏倚；不恰当地使用定性研究可能会导致误差。

因此，传媒定性研究应注意以下问题：研究设计，资料收集，分析、解释要做到系统性；应该建立独立的研究方法和数据，以便于其他研究者用同样的方法，分析同样的数据，能得出基本相同的结论。

.....

<<传媒导论>>

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>