

<<效果研究>>

图书基本信息

书名：<<效果研究>>

13位ISBN编号：9787309063387

10位ISBN编号：7309063384

出版时间：2008-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：周葆华

页数：306

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>

<<效果研究>>

前言

值此世纪交替之际，本丛书的出版，具有重要意义。

它是国家社科基金“九五”重点项目《大众传播学》的最终成果。

在课题组全体成员的不懈努力下，并在复旦大学出版社的全力支持下，历经约六个寒暑，终于问世。

它由五部专著（大体按拉斯韦尔的5W模式展开）与一部译著（即《二十世纪传播学经典文本》，亦由复旦大学出版社出版）相配套而构成。

其初衷为：力求勾勒出一幅传播学研究构架之较为完整的图景，或者说，较为准确、全面地梳理近一百年来中外传播学研究的主要成果，描绘出其在世界范围内从无到有、由小至大的发展轨迹，从而为我国传播学科在新世纪里的新进步，起到一定的承上启下、继往开来的作用。

<<效果研究>>

内容概要

在新闻传播学中，传播效果可谓是核心领域，也是核心课程。然而，国内对于传播效果实证方法介绍颇多，但在理论方面缺乏深入系统的阐述。

本书应该说是这一方面具有开创性意义的著作。

本书超越传统的“强—弱—强”模式，以“受众观”为线索，将效果研究及其主要理论归结为五个阶段：大众传播效果研究起步期、聚焦个体态度和行为的效果研究、人际关系视野中的效果研究、“积极受众”影响下的效果研究、以认知为核心的效果研究。

各阶段的主要理论流派——从佩恩基金会的研究、4W~效果模式、二级传播理论、使用与满足理论、媒介依赖论，直至大家耳熟能详的议程设置理论、沉默的螺旋理论、知沟理论、涵化理论等等都被置于这一全新的框架中，得到了更为深入的阐释。

书中不仅全面梳理了这些理论的主要观点和内涵，而且对其思想脉络、学术源流和背景逻辑等作了深入剖析。

本书资料翔实，逻辑严密，详略得当，可作为新闻传播、广告公关专业高年级本科生和研究生的教材使用，对研究者也颇多启发。

<<效果研究>>

作者简介

周葆华，复旦大学新闻学院教师、复旦大学传媒与舆情调查中心主任助理。
曾在新加坡南洋理工大学（NTU）学习，在香港中文大学和香港城市大学访问研究。
主要研究方向为：受众与传播效果、网络与新媒体。
在Asian Journal of Communication、《新闻与传播研究》、《传播与社会学刊》（香港）等期刊上发表论文二十余篇，参篇著作包括《传播学原理》、《解码新媒体》等五种，2007年被授予上海市“晨光学者”称号。

<<效果研究>>

书籍目录

绪论 传播效果研究的分析框架 一、“大众传播效果研究”的界定 二、对“效果范式”的批评 三、“强—弱—强”框架及其问题 四、受众观变迁的视角第一章 大众传播效果研究的起步 第一节 芝加哥学派：效果研究的“史前期” 一、芝加哥学派的生长环境与问题来源 二、芝加哥学派的传播观 三、帕克的移民报刊研究 四、小结 第二节 佩恩基金会研究：聚焦“孤立”个体 一、佩恩基金会研究的背景 二、佩恩基金会研究的主题与思路 三、小结 第三节 魔弹论：早期效果思潮 一、主流传播学史中的“魔弹论” 二、宣传分析与“魔弹论” 三、“迷思”来源的可能解释 四、小结第二章 聚焦个体态度与行为的效果研究 第一节 效果研究聚焦的背景 一、美国民主的危机 二、市场研究的影响 三、小结 第二节 个人差异及其深化 一、个人差异的提出 二、“选择性”过程 三、说服研究中的“4W—效果”模式 四、小结第三章 人际关系视野中的效果研究 第一节 从二级传播到创新扩散 一、人际关系的介入 二、人际关系介入的局限与意义 三、创新扩散研究 四、小结 第二节 残缺的“地图”与残缺的总结 一、拉扎斯菲尔德的效果观 二、“残缺”的“有限效果论”总结 三、小结 第三节 默顿的影响 一、结构功能主义 二、中层理论 三、小结第四章 “积极受众”影响下的效果研究 第一节 从“使用与满足”到“使用与效果” 一、离开效果？ 二、回到效果 三、小结 第二节 “使用”概念的丰富 一、受众能动性 二、媒介依赖与效果 三、小结第五章 以认知为核心的效果研究 第一节 认知效果的复兴 一、李普曼的传统与背景的转变 二、“认知”的扩展 三、认知与民主资源 四、小结 第二节 认知效果的拓展 一、受众观的整合 二、繁荣与忧思 三、小结 结语 从“效果”思考“人”的命运 一、基本脉络与逻辑 二、理论发展的思考 三、传播效果思潮 四、中国的传播效果研究参考文献中英文人名对照表

<<效果研究>>

章节摘录

第一章 大众传播效果研究的起步 第一节 芝加哥学派：效果研究的“史前期” 佩恩基金会研究被视为芝加哥学派的研究，基本出自两个理由：第一、人员方面，根据研究者发现的历史档案，佩恩基金会研究主任查特斯最初邀请的研究队伍中，就包括芝加哥学派的代表人物之一帕克，帕克本人曾提交过一份具体的研究计划，而他的同事、米德的学生布鲁默则是佩恩基金会研究的主要参与者；第二、方法方面，布鲁默在研究中采用了芝加哥学派的“传记式”研究方法：通过学校和监狱中青少年撰写的“电影自传”来研究电影对其行为或态度的影响。

但是，根据黄旦的分析，“传播效果”是“芝加哥学派所没有涉及的”，那么，问题出在哪里呢？让我们首先回到芝加哥学派关注传播、关注媒介的起点。

一、芝加哥学派的生长环境与问题来源 19世纪末20世纪初，美国遭遇着激烈的社会变革。

伴随着工业革命的进展，城市化进程加快，社会发生结构性的变化。

工业化、都市化与现代化被视为社会由传统到现代的主要趋势。

每一个趋势都深深影响到社会关系、物质文化、社会规范以及人的思想。

18世纪末期开始的工业革命大大改变了人们的工作关系，特别影响到逐渐形成的工业社会秩序的两项要素：工厂系统和公司制度，前者形成一种缺乏历史感的新社区，社区内外居民来自不同的文化背景，彼此间缺乏认同感；公司制度使得结合众人的力量不再来自传统亲属、朋友间的情感，而是不具人性的一纸合约。

官僚化的社会，明显地冲淡了人们之间的情感。

都市化是大量人口集中到城市的过程，传统的道德约束随着社会变迁式微，偏差行为因此而猖獗，当时的芝加哥据说就是美国变革的典型。

具有执法、审判、处罚等机构的司法制度，于是成为匡正社会偏差行为的正式方法。

美国迁居到城市的农夫与原先的城市贫民，彼此社会及心理上差距皆大，都市生活混淆着不同的习俗与规范，形成所谓的“迷乱”。

<<效果研究>>

编辑推荐

《效果研究:人类传受观念与行为的变迁》资料翔实,逻辑严密,详略得当,可作为新闻传播、广告公关专业高年级本科生和研究生的教材使用,对研究者也颇多启发。

<<效果研究>>

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>