

<<传媒与城市软实力>>

图书基本信息

书名：<<传媒与城市软实力>>

13位ISBN编号：9787313069412

10位ISBN编号：7313069413

出版时间：2011-2

出版时间：上海交大

作者：陶建杰

页数：285

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>

<<传媒与城市软实力>>

内容概要

本书以软实力理论和城市竞争力理论为基础，对城市软实力的概念、内涵进行了界定，区分了软实力资源、中介、效果三个不同的要素，提出传媒与城市软实力的关系：既作为重要的资源要素存在，又作为中介要素存在。

通过结构方程模型，验证并测量了传媒对城市软实力的双重作用，对全国281个地级及以上城市的软实力及各分项进行了测评，提出了城市软实力建构中的媒介策略(作为“资源”的传媒)，城市软实力资源传播中的媒介策略(作为“中介”的传媒)。

本书的读者对象为：新闻传播专业研究人员、师生；地方各级领导者；城市管理部门及相关人员

。

<<传媒与城市软实力>>

作者简介

陶建杰,浙江海宁人,新闻传播学博士,先后就读于复旦大学管理学院、复旦大学新闻学院,现为上海大学影视艺术与技术学院新闻传播系讲师,曾为《南方都市报》深度报道记者,在《新闻与传播研究》、《新闻大学》、《新闻记者》等核心期刊上发表论文20余篇;主持、参与国家和省部级各类科研课题7项;参写著作4部;发表新闻作品20余万字,研究方向为:发展传播学、传播社会学、新闻从业者等

<<传媒与城市软实力>>

书籍目录

第1章 绪论

- 1.1 研究背景
- 1.2 研究内容与框架
- 1.3 研究方法
- 1.4 研究创新之处

第2章 城市软实力概念及其与传媒的关系

- 2.1 城市软实力的理论基础及相关文献
- 2.2 “城市软实力”的定义和资源要素
- 2.3 传媒与城市软实力的关系探讨

第3章 城市软实力的结构方程模型设计与检验

- 3.1 理论模型及研究假设
- 3.2 指标确定和数据采集
- 3.3 数据分析
- 3.4 竞争性模型选择
- 3.5 模型的效度与信度分析
- 3.6 2004年、2006年的结构方程模型

第4章 城市软实力结构方程模型的应用

- 4.1 各潜变量间的效应分析
- 4.2 连续三年中国地级及以上城市软实力分项排名
- 4.3 不同区域城市软实力差异的动态分析
- 4.4 对全国主要城市软实力的多维尺度分析

第5章 城市软实力建构中的媒介策略——作为“资源”的传媒

- 5.1 不同区域城市大众传媒能力差异分析
- 5.2 传播力：大众传媒建设的基础
- 5.3 影响力：大众传媒建设的关键

第6章 城市软实力资源传播中的媒介策略——作为“中介”的传媒

- 6.1 从结构方程模型看传媒的“中介”效应
- 6.2 城市软实力资源传播的误区
- 6.3 整合营销传播模式
- 6.4 软实力资源传播的策略选择

第7章 结论与不足

- 7.1 研究结论
- 7.2 研究不足
- 7.3 未来研究方向

参考文献

附录1 城市软实力测量指标专家问卷

附录2 结构方程模型的基本概念

附录3 中国地级及以上城市2004~2006年软实力及分项排名

后记

<<传媒与城市软实力>>

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>