

图书基本信息

书名：<<媒介.奥运.教育.影响-媒介2008奥运宣传对北京大学生体育生活的影响>>

13位ISBN编号：9787811005325

10位ISBN编号：7811005328

出版时间：2006-8

出版时间：北京体育大学出版社图书发行部

作者：王慧琳

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>

内容概要

媒介奥运教育影响（媒介2008奥运宣传对北京大学生体育生活的影响），ISBN：9787811005325，作者：王慧琳

作者简介

王慧琳，中国体育科学学会学校体育学分会委员。

主要从事体育人类社会学暨体育传播学的教学和研究工作。

2000年以硕士研究生毕业于北京体育大学，获教育学硕士学位。

2001年9月-2002年8月，被国家教委留学生基金委选派为国家间互换奖学金项目留学人员，作为访问学者留学波兰一年。

2003年毕业于北京体育大学，获教育学博士学位。

师从周登嵩教授。

在专业研究方面,把体育人类社会学与传播学有机地结合，就学校体育与大众传媒之间的相互关系问题。

其主要观点为：大众传媒对学校体育具有一定的能动性的影响，大众传媒是推动学校体育发展的重要力量，尽管大众传媒在观念上可能更具有超前性和先进性，但不能取代学校体育教育的地位。

书籍目录

1 前言 1.1问题的提出 1.1.1选题依据 1.1.2文献综述(国内外研究概况) 1.1.3选题立意 1.1.4研究的目的与任务 1.1.5研究方法 1.2研究的理论依据与研究思路 1.2.1研究的理论依据 1.2.2研究思路 1.3理论假设2 奥林匹克传播与媒介北京2008奥运宣传的影响和作用 2.1大众传媒对奥林匹克运动的传播及影响 2.1.1奥林匹克功能与其对社会的促进功能 2.1.2大众传媒是奥林匹克运动文化传播最适宜的载体 2.1.3奥林匹克运动文化和传播的影响 2.1.4奥林匹克传播中的现代西方体育强势及影响 2.2媒体2008奥运媒介宣传的影响与作用 2.2.1媒介2008奥运宣传对体育发展的促进作用 2.2.2媒介2008奥运宣传对社会经济发展的促进功能 2.2.3媒介2008奥运宣传对体育生活方式教育的促进作用 2.3小结3 北京大学生通过媒介接触奥运宣传的状况 3.1大学生休闲生活中的媒体介入 3.1.1大学生的休闲时间情况 3.1.2不同大学生选择度过休闲时间的方式 3.2大学生接触不同媒介奥运资讯的频率 3.2.1网络在体育上的应用随着网络的发展而发展 3.2.2电视体育节目的商业化使电视传媒在现在体育传播中具有绝对的地位和优势 3.2.3报刊随着电视转播的增加,也在数量和质量上有了很大变化 3.2.4不同性别大学生接触不同的媒介奥运资讯有不同的行为 3.3大学生接触不同媒介奥运资讯的时间 3.3.1不同性别大学生接触不同媒介奥运资讯时间的状况 3.3.2不同体育兴趣程度的大学生接触不同媒体奥运资讯的行为状况 3.4北京大学生接触大陆以外的媒体有关奥运会报道的状况 3.5北京大学生接触奥运资讯大众媒介的格局 3.6小结4 大学生对大众传媒奥运资讯的需要 4.1媒介需要的理论 4.1.1关于需要的概念 4.1.2关于使用与满足理论 4.1.3关于媒介依赖和使用习惯对大学生媒介需求的影响 4.1.4从传媒获得满足的社会和心理根源 4.1.5受众的动机 4.2大学生对不同媒介的奥运资讯需要 4.3不同特性大学生的媒介奥运资讯需要 4.4大学生的体育兴趣程度与媒介需要的关系 4.5小结5 媒介北京2008奥运会宣传教育活动成效剖析 5.1北京大学生对2008北京奥运的认知度 5.1.1对北京2008年奥运会的基本认识 5.1.2对北京2008年奥运会申办口号的认识程度 5.1.3对北京2008年奥运会会徽的认识程度 5.1.4北京大学生对奥林匹克格言的认知程度 5.1.5对北京2008年《北京奥运行动计划》的认识程度 5.2北京大学生认知奥运知识的途径 5.2.1电视是北京大学生认知奥运知识的主要途径 5.2.2报纸、网络和人际间传播是北京大学生奥运认知的很好途径 5.2.3其他奥运宣传途径急需改善,以满足大学生的奥运认知需求 5.3北京大学生对奥运的关注度 5.3.1北京大学生对北京筹备2008奥运会情况的关注程度 5.3.2北京大学生个人特性与对北京筹备2008奥运会情况的关注程度 5.3.3北京大学生关注奥运资讯的偏好 5.4北京大学生对奥运参与的态度及其参与度 5.4.1北京大学生对奥运参与的基本态度 5.4.2北京大学生的奥运参与行为 5.4.3北京大学生对奥运参与的认知与其奥运参与的关系 5.4.4促进北京大学生奥运参与和思考 5.5小结6 北京大学生对媒介奥运宣传的评价和其影响力 6.1北京大学生对媒介奥运宣传的评价 6.1.1北京大学生对当前奥运活动宣传形势的评价 6.1.2对“申奥”成功以来奥运活动宣传力度的评价 6.2媒介奥运宣传对北京大学生的影响力 6.2.1北京大学生在奥运宣传活动中显示出较高的参与要求 6.2.2北京大学生对以奥运为主题的健身活动的参与度 6.2.3北京大学生在奥运宣传活动中显示出较高的文明程度分析 6.2.4北京大学生在奥运宣传活动中显示出较强的奥运信息意识 6.3小结7 媒介北京2008奥运宣传与北京大学生体育生活 7.1北京大学生体育生活现状调查 7.1.1体育生活方式的概述 7.1.2北京大学生体育生活的现状与发展趋势 7.22008奥运媒介宣传对北京大学生体育价值观的影响 7.2.1北京大学生传媒奥运宣传接触与体育价值观的相关分析 7.2.2北京大学生对奥运认知与体育价值观的相关分析 7.2.3北京大学生对奥运关注度与体育价值观的相关分析 7.2.4奥运资讯传播活动行为对体育价值观产生影响的变量之间的关系 7.2.5北京大学生媒介接触内容与大学生体育价值观的相关性 7.2.6关于媒介奥运宣传与大学生体育价值观发展的思考 7.32008奥运媒介宣传对北京大学生体育行为的影响 7.3.1北京大学生媒介接触行为与体育行为的相关分析 7.3.2北京大学生的奥运认知与体育行为的相关分析 7.3.3北京大学生的奥运关注度与体育行为的相关分析 7.3.4奥运资讯传播活动对体育价值观和体育行为产生影响的变量之间理想关系 7.4 2008奥运媒介宣传对北京大学生体育生活影响的机制 7.4.1申奥、筹备奥运会的宣传活动对北京大学生体育生活的影响 7.4.2影响大学生体育价值观、行为形成因素的理论分析 7.5小结8 大学生媒介奥运宣传接触存在的问题与建议 8.1大学生媒介奥运宣传接触存在的问题 8.1.1大学生媒介奥运资讯接触渠道方面 8.1.2媒介奥运宣传的效能方面 8.1.3大学生在接触媒介奥运资讯的意识方面 8.1.4问题解决的未来趋势 8.2面向2008北京奥运会成功举办的媒介宣传建议 8.2.1利用大众传媒有针对性地进行

奥林匹克教育 8.2.2优化奥运文化环境 8.2.3北京大学生奥运宣传活动建言9 结论参考文献致谢附录
亲自北京大学生关于北京2008年奥运会宣传的声音博士生期间发表的学术论文、专著目录博士后期间
发表的学术论文、专著目录

编辑推荐

本研究通过问卷调查法对北京大学生进行抽样调查。

通过采用定量与定性相结合的研究方法，对北京大学生接触媒介北京2008奥运宣传的各个环节进行比较系统的调查分析，就2008年北京奥运会对北京大学生的体育生活的影响进行探讨。

为大学生体育发展和利用大众传媒有针对性的进行奥林匹克教育，优化奥运文化环境提供依据，也为相关主题的研究提供参考。

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>