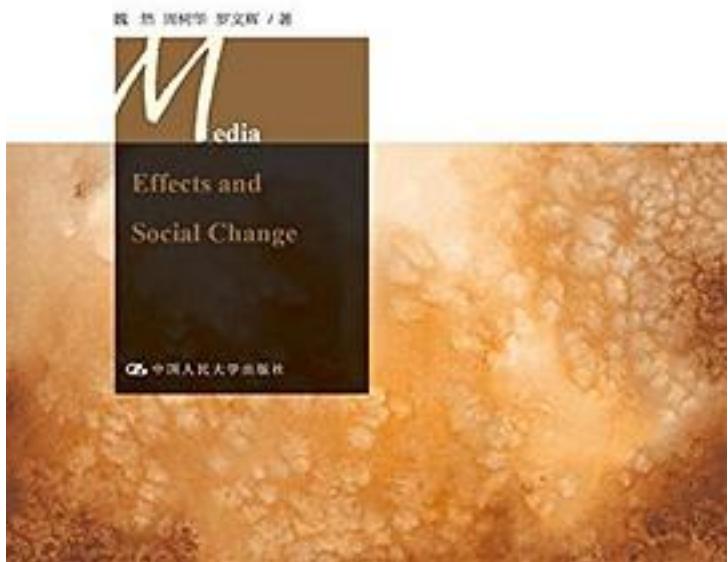


媒介效果与社会变迁



新·闻·传·播·学·文·库

媒介效果与社会变迁



[媒介效果与社会变迁 下载链接1](#)

著者:魏然

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2016-1-1

装帧:平装

isbn:9787300217512

媒介效果是大众传播研究的核心问题。它是一个既悠久、又前沿而且充满争议的典范性课题。对于学者来说，媒介效果研究是一个令人着迷却又让人沮丧的领域，因为媒介早

已成为现代人生活中不可或缺的一部分，它们无处不在，影响着人们生活的各个层面，但媒介的效果却仍然不易捉摸，显著效果极难观测。

《媒介效果与社会变迁》是一部理论与实证研究兼容并蓄的专著，从历史的演进过程探讨媒介效果理论的发展轨迹，介绍最前沿的媒介效果理论及研究成果。由三位海外**传播学者撰写的这本媒介效果理论专著与其他著作不同之处是，本书不仅分析西方主流理论，而且采取华人的视角，结合中国大陆、香港、台湾展开的实证研究，探讨中国人关注的议题，验证西方媒介效果理论的实用性，既指出媒介效果研究面临的问题，又对传媒研究未来的发展进行启发式思考。此外，本书提出效果认知理论作为媒介效果研究的新范式，并把新媒体对媒介效果研究的影响与挑战融入讨论中。

作者介绍：

魏然，美国南卡罗来纳大学新闻与大众传播学院终身讲座教授、博导，中国传媒大学与天津师范大学客座教授。美国SSCI期刊《大众传播与社会》主编。曾任国际中华传播学会（CCA）会长，曾执教于香港中文大学新闻与传播学院，曾为新加坡南洋理工大学传播与信息学院高级访问学者。2010年

和2013年分别被聘为中国教育部“长江学者”和“海外名师”。研究专长为移动媒体、媒介效果以及国际广告，共发表150篇论文。根据传播学论文引用排名，魏然属于大中华地区最有影响力的前五名传播学者。

周树华，美国阿拉巴马大学传播与信息学院终身教授，副院长，博导。曾任广东电视台新闻部记者，播音员，英语新闻组组长（1988—1993）。2007年被广东电视艺术家协会评为“广东百佳主持人”之一。曾为新加坡南洋理工大学传播与信息学院资深研究员及访问教授。2004—2006年，担任国际中华传播学会秘书长。主要研究方向为媒介信息认知，媒介内容、形式和效果，论文曾发表于《媒介心理学》、《新闻与大众传播季刊》、《传播研究》、《大众传播与社会》、《广告杂志》、《广播与电子媒介》等期刊。

罗文辉，香港中文大学新闻与传播学院教授、博导，并担任《传播与社会》学刊主编。曾任台湾政治大学传播学院院长及新闻系特聘教授。主要研究兴趣为新闻分析、政治传播及媒介效果，共发表过一百多篇论文，出版八部学术著作，是亚太地区学术出版量及被引述频率**的传播学者之一。近作曾刊登在**SSCI期刊上，如：《传播研究》、《新闻与大众传播季刊》、《广播与电子媒介》、《国际公众意见研究学刊》、《媒介心理学》、《哈佛国际新闻公众期刊》、《亚洲传播学刊》和《新闻学研究》。

目录: 前言

第一部分 媒介效果研究的传统与新范式

第一章 绪论：媒介效果研究的传统取向

第二章 媒介效果研究新范式：主观认知传播效果

第二部分 新闻媒体对受众认知与行为的影响

第三章 新闻媒体对受众学习公共事务知识的影响

第四章 大众媒体议程设置理论与研究的综述和展望

第五章 电视新闻对受众认知的影响

第六章 寻求健康信息：传媒与健康传播前沿研究

第三部分 媒介认知效果理论与研究成果

第七章 第三人效果：一个新兴的媒介效果理论

第八章 第三人效果与政治传播研究

第九章 民意和多元无知理论

第十章 主观认知的偏差：敌意媒介效果研究

第十一章 媒体的偏见？媒体的客观和主观偏差研究

第十二章 媒体公信力理论与研究综述

第四部分 媒介效果研究新领域与新兴媒体研究
第十三章 娱乐媒介及其效果研究
第十四章 电子游戏的社会影响：理论与现实
第十五章 媒介的情感效果研究
第十六章 信息社会下新媒体与媒介效果研究
第十七章 国内传播科技和新兴媒体探索性研究述评
第十八章 新媒体与亚洲政治传播前沿研究述评
第十九章 新媒体与国际广告前沿性研究
第二十章 新媒体研究的困境与未来研究展望
第五部分 结语和展望
第二十一章 媒介效果研究的挑战与未来展望
· · · · · (收起)

[媒介效果与社会变迁](#) [下载链接1](#)

标签

传播学

新闻传播及相关

新闻学

新媒体

媒介变迁

传播效果

中国

王斌老师的书单

评论

只有效果，没有变迁

刚刚推荐 暑期功课/

对于我来说很多议题都有点太大了，不好下手啊。还有发现我看了那么久的中国的论文，关于政治传播的真的好少哦。

综述论文集

亮点在第三部分，关于多元无知理论、敌意媒介效果的概述比较全面，属于一本综述性质的书。题目所谓“社会变迁”或许是说媒介效果研究的变化是在社会变迁的基础之上的。但总的来说，还是媒介效果研究的变迁史。第四部分对新媒体的研究流于形式，批评学界研究肤浅，自己也没好到哪里去。

师爷的书

还是不错的一本书，大量的量化方法，层出不穷的理论为以后找理论视角提供了方便。

印象最深的第三人效果理论，现实生活中感触最深。说白了就是，被自己界定为同类人群的人里，每个人对待媒介传播的效果的感受都是，觉得除了自己，其他人都不行，如果是正向效果就我领会的最透彻，别人学到的都还只是个渣渣，如果是负面效果就我受到的影响最小，你们都会被它左右，总而言之最牛逼剩下的都不行！

[媒介效果与社会变迁 下载链接1](#)

书评

[媒介效果与社会变迁 下载链接1](#)