

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

魏然 周树华 罗文辉 / 著



[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来的。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，如果是正向效果就领会的最透彻，别人学到的都还是只是个渣渣，如果是负面效果就受到的影响最小，你们都会被它左右，总而言之爷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](#)