

图书基本信息

书名：<<2010中国新闻传媒影响力研究报告>>

13位ISBN编号：9787308089883

10位ISBN编号：7308089886

出版时间：2011-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：郑丽勇

页数：244

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

《中国新闻传媒影响力研究报告》的内容分为三部分，上篇为方法篇，主要内容是媒介影响力评估指标体系和指数模型，以及传媒影响力实证调查的研究设计和样本概况；中篇为报告篇，主要内容是电视、报纸、网络、广播和杂志等五类新闻传媒的影响力调查报告；下篇为专题篇，主要内容包括跨媒介影响力比较研究、主流媒介影响力研究、省级卫视影响力研究、媒介公信力研究、媒介影响力因子研究等。

书籍目录

前言

媒体影响力研究文献评述

- 一、西方关于媒体影响的文献综述
- 二、国内关于媒体影响文献综述
- 三、媒体影响力研究评述

媒介影响力乘法指数评估模型

- 一、媒介影响力评价方法述评
- 二、三个相关理论
- 三、媒介影响力形成的四个环节
- 四、衡量媒介影响力的四个因子
- 五、媒介影响力乘法指数评估模型

调查方案与样本概况

- 一、调查方案
- 二、样本概况

2010报纸影响力调查报告

- 一、总体状况：报纸影响力低于媒介平均水平
- 二、报纸影响力级别分布
- 三、报纸影响力区域分布
- 四、报纸影响力性质分布
- 五、报纸影响力的梯队分布：标准金字塔式结构

2010电视影响力调查报告

- 一、电视影响力发展总体概况
- 二、电视影响力梯队分布概况
- 三、省级地面频道分析
- 四、市级电视影响力分析

2010广播影响力调查报告

- 一、广播影响力的跨媒介比较：比想象中的强
- 二、广播频率影响力总体分布
- 三、广播影响力的级别分布
- 四、广播影响力的区域分布
- 五、广播频率影响力梯队分布状况

2010新闻类杂志影响力调查报告

- 一、新闻类杂志媒体影响力总体分布
- 二、新闻类杂志媒体影响力梯次分布
- 三、新闻类杂志媒体影响力TOP报告

2010新闻门户网站影响力调查报告

- 一、新闻门户网站影响力概况
- 二、新闻门户网站影响力构成状况
- 三、新闻门户网站影响力因子分析

2010党的主流媒体影响力调查报告

- 一、相关概念的界定
- 二、党的主流媒体影响力总体分析
- 三、主流媒体与非主流媒体影响力比较分析
- 四、主流媒体与非主流媒体影响力因子比较分析

跨媒介影响力比较分析

- 一、跨媒介影响力的总量比较
- 二、跨媒介影响力的均值比较
- 三、分级别比较

省级卫视影响力调查报告

- 一、省级卫视概念界定
- 二、省级卫视的影响力总体分析
- 三、省级卫视影响力梯队分布状况
- 四、省级卫视影响力区域发展状况
- 五、各区域内省级卫视发展状况分析
- 六、省级卫视前三强四因子分析

2010媒体公信力调查报告

- 一、媒介公信力总体报告
- 二、跨媒介公信力比较分析

媒体影响力之因子分析

- 一、广度因子分析
- 二、深度因子分析
- 三、高度因子分析

媒体影响力调查问卷

报纸影响力及其因子数值表

新闻类杂志影响力及其因子数值表

电视影响力及其因子数值表

广播影响力及其因子数值表

新闻门户网站影响力及其因子数值表

后记

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>