第一图书网, tushu007.com

<<老年人与传媒>>

图书基本信息

书名：<<老年人与传媒>>

13位ISBN编号：9787210037903

10位ISBN编号：721003790X

出版时间：2008-1

出版时间：江西人民出版社

作者：陈勃

页数：400

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

第一图书网, tushu007.com

<<老年人与传媒>>

内容概要

《老年人与传媒：互动关系的现状分析及前景预测》首先对老年人与传媒的一些概念进行了梳理，阐述了此课题在人口老龄化与传媒高速发展背景下的理论与实践意义；其次，对国内外有关老年人与传媒的研究进行了概述与评鉴；其三，在已有研究的基础上，通过问卷与访谈调查，分析了中国城市与农村老年人传媒接触或使用状况；其四，对老年人与传媒互动的社会文化因素、心理因素（机制）进行了分析；其五，分别就老年人与电视、老年人与广播、老年人与报刊以及老年人与网络的关系进行了专门论述，分析了老年人与各类传媒互动的现状，提出了增进老年人与各类传媒互动成效的建设性意见，展望了老年人与各类传媒互动的前景；其六，从传媒整体角度，探讨了传媒在人口老龄化背景下的应用前景，提出了一系列有现实操作价值的建议或对策；最后，基于老年人口变化与未来传媒发展态势，对老年人与传媒未来的互动进行了预测分析。

第一图书网, tushu007.com

<<老年人与传媒>>

书籍目录

前言绪论一、老年人与老龄化趋势二、传媒及其发展前景三、老年人与传媒的互动关系：研究意义和内容第一章 国内外有关老年人与传媒的研究述评一、国内相关研究概述二、国外相关研究概述三、对已有研究的评鉴第二章 老年人传媒接触或使用状况的调查与分析一、问题提出与研究方法二、调查结果三、分析与讨论第三章 老年人与传媒互动的社会文化分析一、传媒与社会文化二、社会文化对老年人传媒接触的影响三、传媒对老年社会文化的影响第四章 老年人与传媒互动的心理分析一、老年人心理的一般特点二、老年人与传媒互动的心理因素三、老年人与传媒互动的心理过程或机制第五章 老年人与电视一、人口老龄化与电视传媒二、老年主题与老年电视节目三、电视传媒作用下的老年消费与学习四、老年人与电视互动的改善途径及前景展望第六章 老年人与广播一、老年人的广播媒体接触现状二、老年广播节目三、专业化老年广播频率四、老年人与广播的互动成效第七章 老年人与报刊一、老年人与报刊互动现状简析二、中国老年报刊的产生与发展三、增强老年人与报刊互动成效的途径第八章 老年人与网络一、老年人互联网接触现状二、网络传播对健康老龄化的意义三、老年网民与网络的互动四、老年人网络接触途径的改善及前景展望第九章 传媒在人口老龄化进程中的应用前景一、在老年服务领域的应用前景二、在社会文化经济领域的应用前景第十章 老年人与传媒未来互动的预测一、基于老年人口变化的预测二、基于大众传媒发展的预测附录参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<老年人与传媒>>

章节摘录

一、老年人与老龄化趋势　　（一）老年人的含义与特征　　几乎人人在现实生活中都会不同程度地接触到各式各样的老年人，更不必说这一群体本身正在总人口中占据越来越大的份额。
“人人都会老”这句业已通过大众媒体传开的大白话，标示着成为老年人是自然规律制约下人类个体不可抗拒的宿命。
然而，究竟何谓老年人？
这个看似再简单不过的问题其实并没有非常明确或公认的答案。
　　容易被普遍接受的观点是：老年人是一个根据年龄而判定的概念。
也就是说，老年人就是年龄（或年纪）大的人。
《辞海》中，解释“老”字，即为年纪大之意，与“少”相对。
那么，接下来就要追问：一个人年龄大到什么程度才能被称为老年人？
对此，古今中外尚无统一的标准。
《论语》中孔子日：“十有五而志于学，三十而立，四十而不惑，五十而知天命，六十而耳顺，七十而从心所欲，不逾矩。
”这段话常被当做我国传统文化对年龄与人生变化之关系最经典的概述。
不过，我们从中还不能明确判断，作为老年人开始于哪一年龄段，是知天命的五十岁，耳顺的六十岁（又有花甲之说），从心所欲不逾矩的七十岁（亦有古稀之说），还是七十岁以后的耄耋之年？
　　联合国教科文组织曾作过一个规定，一个国家或地区60岁以上的人口占总人口的比例超过10%或者65岁以上的人口占总人口的比例超过7%，则该国家或地区就进入社会老龄化阶段。
此规定现已成为国际上判定某一国家或地区是否为老龄社会的约定俗成的标准。

第一图书网, tushu007.com

<<老年人与传媒>>

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