

《媒介化法律：法律传播研究》

图书基本信息

书名：《媒介化法律：法律传播研究》

13位ISBN编号：9787511883850

出版时间：2015-11-1

作者：郑金雄

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《媒介化法律：法律传播研究》

作者简介

郑金雄，福建省仙游县人。厦门大学法理学博士，中国立法学研究会理事、厦门大学社会治理与软法研究中心研究员、西南政法大学客座教授，现任职于厦门市中级人民法院。曾担任厦门市中级人民法院新闻发言人、人民法院报厦门记者站站长，在各类媒体共发表新闻作品一千余篇，2007年出版《中国新闻官司二十年》专著，并先后在《政法论坛》、《中国政法大学学报》、《东南学术》、台湾《法令月刊》、《厦门大学法律评论》、《法律适用》、《地方法制评论》等刊物上发表多篇学术论文。

书籍目录

目录

导论媒介化社会与法律媒介化

一、法律媒介化：一种客观存在的社会现象

二、法律、媒介与社会

三、媒介建构人们理解法律的方式

四、法律媒介化的研究现状与方法

第一章易读与误读：法律传播中的语言理解问题

第一节易读：法律传播中的语言解码问题

一、阻碍法律语言易读性传播的原因

二、法律语言易读性传播何以可能

第二节误读：法律传播中的语言解释问题

一、解释的必要性：文本间距化与语词多义化

二、解释的艰巨性：前见、穿越与应用

第三节视域融合下的理解可能性：罗尔斯重叠共识理论的启示

第二章激励与威慑：法律传播中的心理刺激问题

第一节公民守法理论概述

第二节激励性传播之一：刺激守法认知

第三节激励性传播之二：增加守法诱导

一、利益诱导的激励之路

二、激励性传播实例分析

第四节威慑性传播：阻却违法行为

一、威慑性传播实例

二、威慑性传播的守法心理权衡：成本与效益

三、威慑性传播的具体实践方案：决策与信息

第三章真相与假象：法律传播中的拟态环境问题

第一节在“真相”与“假象”之间：彭宇案传播始末

第二节“假象”何以产生：“拟态环境”出现的必然性分析

一、人类认识世界的绝对与相对

二、非理性对人类认识世界的影响

第三节“真相”何以建构：“拟态环境”形成的现实性分析

一、媒体是如何描述社会的

二、受众见解是如何产生的

三、客观环境是如何“拟态化”的

第四节“拟态环境”的作用张力及其消解

一、“拟态环境”固有的作用张力

二、作用张力的消解之一：提高受众的媒介素养

三、作用张力的消解之二：重塑公共信息的公信力

第四章议程与意见：法律传播中的议题裂变问题

第一节议程设置：对法律议题的显著性塑造

一、议程设置的基本理论

二、媒体是如何显著性地报道法律议题

三、公众是如何被媒介议程所影响

四、议程如何转为决策议题

第二节意见领袖：对法律议题的显著性传播

一、传播实例

二、社会为什么需要“意见领袖”

三、谁是“意见领袖”

四、“意见领袖”在公共空间的拓展

五、“意见领袖”失灵的场域

第五章对话与交往：法律传播中的力量互动问题

第一节作为社会力量的舆论意见

一、舆论意见的概念

二、舆论意见的力量性

第二节舆论意见力量的生成基础

一、传统媒体下的舆论意见生成

二、新媒介下的舆论意见生成

第三节舆论意见力量的互动作用

一、舆论意见作用的定位

二、舆论意见作用的分类

三、舆论意见作用的道德观念

第四节舆论意见力量的互动场域

一、“公共领域”中的舆论意见

二、现实语境中的意见力量

第五节舆论意见力量的制度化回应

一、制度化与非制度化的舆论意见

二、舆论意见的制度化演进

三、舆论意见的制度化方式

四、舆论意见的制度化现状

第六章混沌与界限：法律传播中的范式革新问题

第一节新媒体事件传播的范式革新：从线性到混沌

第二节新媒体事件传播的正向趋势：自发秩序

一、新媒体事件传播案例及其分析

二、新媒体事件传播自发秩序的生长机理

三、新媒体事件传播自发秩序的扩大效应

第三节新媒体事件传播中的反向趋势：群体极化

一、“群体极化”现象及其表现

二、“群体极化”形成原因及其后果

第四节新媒体事件传播的范式革新：从混沌到界限

一、新媒体事件传播与公共领域重构的关系

二、新媒体事件传播与公共领域重构的意义

三、新媒体事件传播的政府监管界限

结语：这都什么年代了

参考文献

《媒介化法律：法律传播研究》

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：www.tushu000.com