<<喻国明自选集>>

图书基本信息

书名：<<喻国明自选集>>

13位ISBN编号：9787309039979

10位ISBN编号：7309039971

出版时间：2004-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：喻国明

页数：414

字数：354000

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

新闻传播学是人文社会科学众多门类中的一门新兴的学科。

在中国，新闻学的研究有近一个世纪的历史，传播学的引起关注和广泛研究，也有近三十年的历史。由于新闻传播学者们的努力，中国的新闻传播学已经由被某些业界人士妄自菲薄的“无学”，变成了“显学”。

在国家颁布的学科目录中，从无到有，由附属在中国语言文学之下的二级学科，变成了独立门户的一级学科。

改革开放以来的二十多年，是中国新闻传播学迅猛发展的时期。

新闻学理论、新闻史、新闻法治、新闻职业道德、广播电视和舆论监督的研究，全面铺开。

新闻理论的研究也由纯党报理论的研究，扩展到一般新闻学理论的研究。

传播学的研究，则外与社会学、心理学、人类学、法学、经济学相渗透，内与新闻学相融合，也有了很大发展。

传播学基本理论的研究、传播学批判学派的研究，以及传播舆论学、符号学的研究等，都受到人们的关注。

新传媒的研究、媒介经济的研究，也开始成为热点。

新闻传播学已经进入与其他人文社会科学相互交融、“多角度学术发展的阶段”。

中国新闻传播学今天的繁荣发展，是几代学人筚路蓝缕辛勤耕耘的结果。

从上个世纪初到现在，中国新闻传播学界薪火相承，代有传人，各领风骚若干年。

他们当中的佼佼者，都堪称名家，都为中国新闻传播学的繁荣和发展作出过贡献。

纳入这一系列“自选本”的作者们，则是改革开放以后涌现的新一代的中国新闻传播学的“名家”。

他们大多来自高校或其他教学研究岗位，都是当代新闻传播学界某一个方面的领军人物，都是术业有专攻，腹笥丰硕，蜚声于时的新闻传播学界的佼佼者。

和他们的前辈们比较起来，他们这一代的“名家”们具有以下的特点，即：（一）具有较深厚的人文理论根底；（二）具有较合理较全面的知识结构；（三）具备必要的学科前沿知识；（四）思想活跃，不刻舟求剑，不作茧自缚；（五）接受过改革开放的洗礼，接受过中西文化交融的浸润，具有较开阔的学术视野。

他们是开拓创新的一代，也是青出于蓝而胜于蓝的一代。

让新闻传播学的“名家”们出“自选本”，这是一个很好的出版创意。

首先，都出自“名家”。

既是“名家”，就有了一定的质量上的保证，避免了在数量众多的新出的各类专著中，挑花了眼或挑走了眼。

其次，都出自“自选”。

既是“自选”，选出来的，必然是个人满意的自认为可以传世的精品。

不会灾梨祸枣，不会误人子弟，也可以大大减少读者和学子们的经济负担。

这对社会，对学术，对文化的发展，都将会是十分有益的。

我祝贺这套《新闻传播学名家自选本》的问世，并相信它一定会受到海内外新闻传播学者和学子们的关注和欢迎。

方汉奇 2004年2月19日于北京宜园

<<喻国明自选集>>

作者简介

喻国明，男 1957年9月 上海市。

1979 - 1989年就读于中国人民大学新闻系，先后获得学士（1983年）、硕士（1986年）、博士（1989年）学位。

毕业后留校任教，分别任讲师（1989—1991年）、副教授（1991—1996年）、教授（1996年至今）。

现为中国人民大学舆论研究所所长，中

<<喻国明自选集>>

书籍目录

序主编絮语前言：别无选择——记我的二十年学术生涯上篇 新闻改革理论与实证研究的滥觞 1985年
 试论马克思主义经典作家对社会主义新闻事业的原则构想 1986年 试论党报经济宣传报道的优化与改
 革 中国新闻事业的一元结构与变革的必要 报道模式与“传—受互动方格” 1987年 陈旧的报道模式
 与新的历史条件的一次猛烈碰撞 ——关于我国新闻媒介学潮报道宣传效果的调查分析报告 论我国现
 行新闻体制的基本特征与实践效应 1988年 改革开放大潮呼唤新闻改革 ——“首都知名人士龙年展
 望”的调查分析报告 变革中的新闻观念 ——对全国新闻界关于新闻改革问题抽样调查的分析报告
 试论改革现行党报报道模式的现实性与迫切性 关于透明度与新闻媒介的若干思考 1989年 试论我国
 新闻体制构造的变革与重组 走出困境的历史性选择 ——“首都知名人士1989年展望”的调查分析报
 告 1990年 正面宣传：判别标准与操作性定义 1991年 亚运宣传战役的“投入”与“产出” ——我国
 新闻媒介亚运宣传效果的调查分析报告 1992年 中英电视新闻的比较研究 ——从内容分析到控制分
 析下篇 市场化进程下的媒介研究与学术关怀 1993年 市场化与行政化：关于新闻传播资源配置方法的
 选择与思考 1994年 中国报业：面对结构性转换 ——1994年全国报纸读者调查分析报告 1995年 论报
 纸的市场占位意识与读者本位意识 1996年 1996年中国报业发展的若干趋势和特点的基本判断 试论舆
 论引导的选择性操作 1997年 试论传播的“营销” 1999年 略论走向世界级大台的观念准备 试论受众
 注意力资源的获得与维系 ——关于传播营销的策略分析 略论资本市场与传媒产业结缘的机遇、操作
 方式与风险规避 2000年 中国传媒产业的现实发展与未来趋势 我们为什么要极其重视报刊零售市场
 2001年 改扩版的理性基础与风险规避 合竞时代：中国传媒产业的现实趋势与路径选择 2002年 默多
 克的到来与中国传媒的醒思 一个主流媒体的范本：《纽约时报100年》读后 影响力经济 ——对于传
 媒产业本质的一种诠释 2003年 是何妨碍了中国传媒业的发展 ——兼论传媒体制改革的现实性与迫
 切性 我们为什么要呼唤传媒体制的改革？
 ——与《南方周末》记者的谈话 关于新闻与新闻频道的价值思考 来自抗击“非典”第一线的民意
 报告 当前我国传媒业发展的六个关键词 研究生阅读推荐书目

编辑推荐

这套《新闻传播学名家自选本》有学界巨擘方汉奇教授赐序，不必主编赘言。这里仅就创意初衷、入选条件及编辑原则等说几句话。

20世纪80年代初，“文革”逝去不久，曾经主张“新闻无学”的代表人物检讨了自己的无知。首都新闻学会和中国新闻教育学会先后问世。

在这良好氛围中，中断许久的新闻传播学研究又得以重新展开。

新旧世纪之交时刻，新闻传播学被擢升为一级学科。

进入新世纪以来，每年出版的新闻传播学著作以百计，发表的学术论文以千计。

新闻传播学科学研究与学科建设进入了真正的黄金时期。

随着新闻传播学研究的日益深化与二、三级学科不断延伸，一批有全国影响的学术领军人物应运而生。

他们中间有王中、甘惜分、李龙牧、方汉奇、张隆栋、宁树藩、丁淦林、赵玉明等一批学界元老。

他们是新中国新闻学研究和新闻学教育的开创者、拓荒者。

他们有的提出了崭新的理论体系，有的著作等身，有的向国人较早介绍新的新闻传播学说，有的以史论结合的研究方法推动学科建设……在他们的言传身教下，新一代脱颖而出。

新一代领军人物是在改革开放洪流中诞生的，他们在继承老一代学者理论、学识、方法的基础上又有新的突破和新的发展。

本辑自选本的八位作者是其中的首批代表。

编辑出版新闻传播学名家自选本，有这样几方面的需要。

一是检阅新一代新闻传播学研究学术带头人的研究成果，展示正在不断深化和拓展的新闻传播学学科建设业已达到的新水平。

二是系统介绍新闻传播学研究新的领军人物的研究领域及其在这些领域的代表性成果，推动新闻传播学科同其他人文社会学科的沟通与互补。

三是为新闻传播学年轻学子了解自己导师的学术观点及研究方法提供一个平台。

由于各种原因，刊载新闻传播学学术论文的刊物既少又分散，阅读这些论文有相当困难，出一本文集，则可提供一些方便。

对于被邀入选自选本的名家，总体上有这样几方面的考虑。

他们一是新闻传播学研究某一专业或某一研究方向的领军人物，二是有一定的全国影响，三是在岗博士生导师，四是他们有着较为广泛的读者群体。

鉴于符合这几条的学者全国有几十位之多，我们编辑此类自选本又无经验，计划先出第一辑，首邀8位名家入选。

既然是自选本，当然应尽显个人风格。

但作为丛书，又需要有相近或相同之处。

经八位作者商定，作为组成丛书的各自选本共同遵循这样几个要求：一是尊重历史原貌，对入选文章原则上不作更动，仅限改正错别字等一些技术处理。

二是内容安排上每本有一帧作者照片，一段学术档案，一篇访谈录一类的文字，作者谈自己治学的经验、心得、体会。

三是每本掌握在30万至35万字左右。

最后，作为主编，我要代表入选的八位作者，向我们的导师表示敬意，没有他们的栽培，不会有我们的今天。

向我们的学生表示问候，正是他们的勤奋努力，成长成才，才显示出我们劳动的价值。

向复旦大学出版社的领导和责编表示感谢，由于他们所提供的园地和机遇，我们这群书生才得以出版自选本，对自己走过的路程进行一番检视和反思。

我们静静地等待着读者对于这套丛书的批评。

我们将根据读者的意见使这套丛书的未来几辑更臻完善。

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>