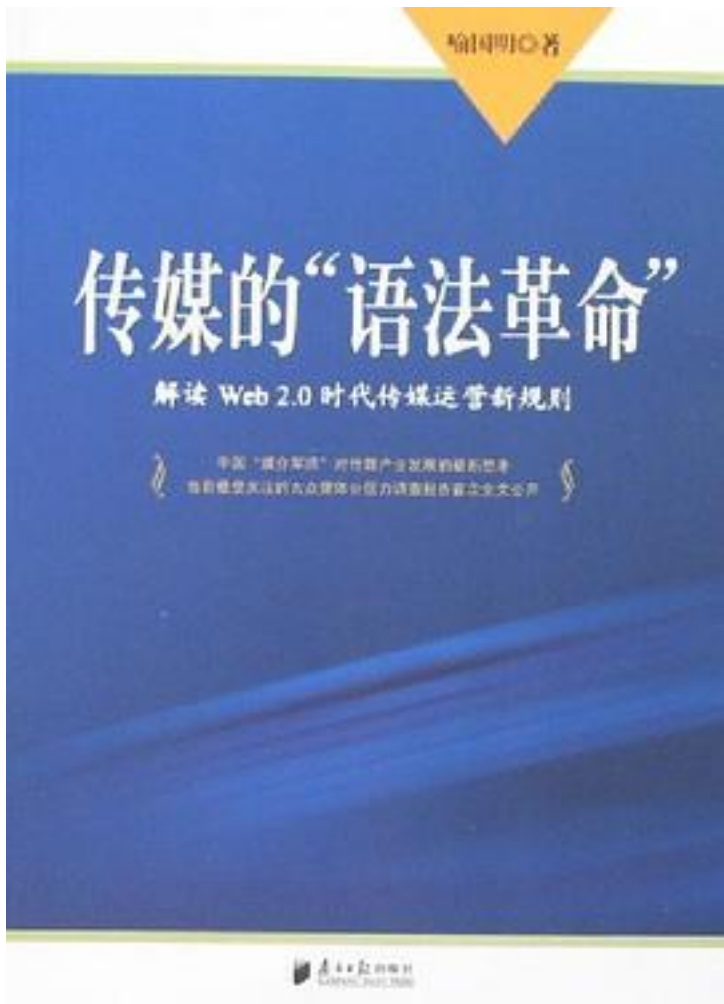


# 传媒的“语法革命”



[传媒的“语法革命”\\_下载链接1](#)

著者:喻国明

出版者:南方日报出版社

出版时间:2007-12-1

装帧:平装

isbn:9787806526620

本书为中国“媒介军师”对传媒产业发展的最新思考，是当前最受关注的大众媒体公信力的调查报告。本书分上、下两篇，其中上篇主要包括关于当前中国传媒产业发展的战

略思考，传媒发展：从“增量改革”到“语法改革”——小议中国媒介改革逻辑的转型，关注Web2.0：新传播时代的实践图景，当前中国传媒产业面临的三种转型，关于“恶搞”的商业化利用公式的猜想等内容；下篇主要涵盖了中国数字报业发展的现况、问题与路径选择——基于我国数字报业实验室首批申报项目计划书的研究、统计与分析中国大众媒介公信力调查评测报告以及NCC：缘起、发展与现实困境——美国传播通讯监管模式(FCC)的台湾版分析。

作者介绍:

喻国明，男，1957年9月生于上海。1989年获得中国人民大学博士学位。现为中国人民大学新闻学院教授，博士生导师，中国人民大学舆论研究所所长，《新闻学论集》主编。主要研究领域为发展传播学理论、新闻体制改革和新闻传播效果理论、中国民意测验的理论与方法。

早在八十年代中，他所提出的关于“传—受互动方格”理论、新闻体制选择的多维性理论以及他对中国新闻改革现实动因和未来走向的分析，等等，都是极富建树的理论创新成果，其中不少概念已经成为新闻传播学理论的基本“话语”而被收录到有关学术辞典和专业工具书中。进入九十年代以后，喻国明的研究进一步转入将学术前沿的理论与现实的传播实践接轨的方向上来。他一方面广泛吸取国际学术界的最新理论研究成果，另一方面做了大量把握中国传播实际的极有认识和操作参考价值的调查研究项目，有针对性提出了“必读（视、听）性”的概念；提出了报纸不但是“新闻纸”而且也应该成为“有用纸”的概念；提出了传播产业是一种“注意力经济”的概念；等等，这些都已经或者正在成为指导中国新闻传播实践发展的基本概念和理论。

1986年以来，特别是进入90年代以来他已主持进行了70余项具有较高学术价值和广泛社会影响的舆论领域和新闻传播领域的调查研究项目，并与人民日报、中央电视台、北京电视台、北京青年报、北京晚报、北京晨报等媒体有许多成功的市场定位和竞争策略方面的研究、策划合作，被誉为“媒介军师”。

他的主要的学术著作有：《中国新闻业透视：中国新闻改革的现实动因和未来走向》、《中国民意研究》、《嬗变的轨迹：社会变革中的中国新闻传播和新闻理论》、《媒介的市场定位：一个传播学者的实证研究》。另有200余篇公开发表的学术论文和调研报告。

目录:

[传媒的“语法革命”\\_下载链接1\\_](#)

标签

喻国明

媒介经济

传媒

传播/新闻/媒介

web2.0

传播

传媒方略

新闻传播

评论

媒介经营管理

-----  
辞藻华丽内容空洞 骗骗那些外行的不读书的倒是够了

-----  
喻老师论文集

-----  
还行。读到的观点较之新闻学那些臃肿无趣的东西来说属于新颖，但并不等于有原创力和看透本质的功力。上篇所谓“前沿”观点只是一些臆测随笔，解释新闻学？扯蛋。下篇的三篇调研报告看起来已经是古板的，但对我来说尚有启发性。

-----  
短小精悍，常常一语中的，但是学理程度不高

-----  
喻老文集

-----  
喻国明的书确实是好书

-----  
[传媒的“语法革命”\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[传媒的“语法革命”\\_下载链接1](#)