

<<舆论学原理方法与应用>>

图书基本信息

书名：<<舆论学原理方法与应用>>

13位ISBN编号：9787810855228

10位ISBN编号：7810855220

出版时间：2005-9

出版时间：中国传媒大学

作者：韩运荣等

页数：369

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>

## <<舆论学原理方法与应用>>

### 内容概要

《舆论学原理、方法与应用》共分三个部分，内容如下：“原理”部分，着重阐述舆论学的基本原理知识。

舆论的三要素分析，舆论的客体——问题的规定性，舆论的主体——公众的规定性，舆论的存在形式——意见的规定性。

舆论在社会生活中的角色与功用，一方面是建立社会发展的目标、社会决策的目标取向；另一方面，对于社会管理、社会决策的操作后果提供相应的效果评估和反馈。

舆论形成的过程，即问题的发生、舆论领袖的发现、意见的发生、事实与意见信息的传播、意见的互动与整合以及舆论形成的六个阶段；舆论状态的几种典型标示以及相应的决策意义。

对舆论的引导与控制等原理的解析，则包括传播的控制，对象和问题的控制以及网络环境下的舆论的引导与控制。

“方法”部分，对民意测验方法进行了比较详尽、系统的梳理。

其中涉及舆论测量方法、功能和特点，舆论测量在“调查谁，如何调查”上的两个基本问题。

关于“调查谁”所经历的两个历史发展阶段，即趣味化阶段和科学化阶段，以及相应的调查方法的演化；关于“如何调查”，则涉及到对不同思路下的不同方法的诠释。

“应用”部分，具体到运用舆论学原理和方法进行课题操作的具体程序和步骤。

此部分包括舆论调查课题的确定原理与概念的操作化；问卷设计的组成与步骤；舆论调查的程序以及调查报告的写作规范等。

《舆论学原理、方法与应用》在整体上注重理论与应用相结合的基础上，更强调实用性和可操作性，在具体不同的部分又有各自的特点：“原理”部分，在揭示舆论领域的知识范畴、基本概念及其相互联系时，注重理论的简洁性，突出理论的现实性，在解析具体的舆论原理时，往往结合现实生活中的舆论问题进行深入浅出的析理。

“方法”部分，在对民意测验方法进行系统梳理时，注重历史与现实的分别考察，针对不同方法的特点予以案例佐证。

“应用”部分，展示民意测验调查课题的整个程序，从课题如何确定、问卷设计、调查实施到调查报告的撰写，同时对各个环节的不同问题进行了有针对性的分析。

既强调宏观视野，又注重微观操作。

## &lt;&lt;舆论学原理方法与应用&gt;&gt;

## 作者简介

喻国明，男，1957年9月生于上海市。

1979年 - 1989年就学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年 - 1991年）、副教授（1991年 - 1996年）、教授（1996年至今）。

现为中国人民大学舆论研究所所长，中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师。

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。

已出版学术著作15部，发表学术论文及调研报告300余篇。

被国内传媒界誉为“媒介军师”。

1986年，喻国明就参与了我国第一家专门从事舆论研究和民意测验的学术机构——中国人民大学舆论研究所的筹建和调研工作，迄今为止主持进行了130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》、《京华时报》、《南方周末》、《中国经营报》、文汇新民联合报业集团、《深圳商报》、《长江日报》等媒体有许多成功的市场定位和竞争策略方面的调查研究和策划合作，使他对中国的调查业积累了丰富的经验。

喻国明的学术成就包括： a. 比较持续地坚持了以实证研究为特色的学术风格，为中国传播学的研究和创新积累了大量的实证研究资料。

b. 提出了“传-受互动方格”理论、新闻体制的多维选择理论、关于必读性、可读性、选读性内容划分的理论、传媒经济的本质的影响力经济的理论，以及提出了“传媒特区”的概念，较早引进了“报纸不但应该成为新闻纸，也应该有用纸”的理念等。

c. 为北京青年报的发展、北京晚报的改版、京华时报的创办等几十家媒体进行了调查、策划，并在部分传媒此后的发展中取得了较为显著的成效。

喻国明欣赏和追求一种经世致用的学术路线：“我们不愿意给学术披上盛装，因此竭力避免与那些总是乐于用曲高和寡来诠释学术水平的人遭遇。

我们要做的，恰恰是把暗室尘封的理论搬入广场，放置于活生生的社会生活之中。

学术应该是透亮的，像阳光那样，照亮大多数人的生活。

” 2002年，喻国明依据严谨的科学分析所提出的中国传媒业的发展面临“拐点”的论点，准确预见传媒业后来发展的现实，并提出了一系列具有战略意义的应对之策，因此荣膺“2005年度中国十大创新传媒人物”。

成为国内传媒经济界的标杆人物。

喻国明还是唯一一位被邀请参加博鳌论坛和财富论坛的中国传播学者。

主要社会兼职有：教育部出国留学基金新闻学与传播学学科专家评审组成员；中国电视艺术家协会高校艺委会副会长；中国青少年研究会常务理事；清华大学、北京师范大学、中国传媒大学、复旦大学、华中科技大学、陕西师范大学、郑州大学等院校兼职教授、客座研究员或顾问。

主要学术著作有：《中国新闻业透视：中国新闻改革的现实动因和未来走向》（1993）；

《中国民意研究》（1993）；《嬗变的轨迹：社会变革中的中国新闻传播和新闻理论》（1996）；《媒介的市场定位：一个传播学者的实证研究》（2000）；《解构民意：一个舆论学者的实证研究》（2001）；

《解析传媒变局：来自中国传媒业第一现场的报告》（2002）；《传媒影响力：传媒产业本质与竞争优势》（2003）；《喻国明自选集：别无选择：一个传媒学人的理论告白》（2004）；

《舆论学原理；方法与应用》（与韩运荣合作，2005）；《传媒竞争力：产业价值链案例与模式》（2005）；《变革传媒：解析中国传媒转型问题》（2005）；

《传媒的“语法革命”：解读Web2.0时代传媒运营新规则》（2007）；《拐点中的传媒抉择》（2007）；《中国传媒发展指数报告2008》（2008）；《传媒经济学教程》（2009）等。

喻国明曾经两度获得中国新闻奖学术论文奖，北京市哲学社会科学优秀科研成果奖、北京市优秀新闻工作者等奖励，是北京市“跨世纪理论人才——百人工程”的入选者，2000年入选北京市“新世

<<舆论学原理方法与应用>>

纪理论人才——百人工程”。

## <<舆论学原理方法与应用>>

### 书籍目录

序言 喻国明 第一部分 原理 第一章 舆论的三要素 第一节 舆论的客体——问题的规定性 第二节 舆论的主体——公众的规定性 第三节 舆论的存在形式——意见的规定性 第二章 舆论在社会生活中的角色扮演与功用发挥 第一节 舆论在社会生活中的角色解析 第二节 舆论设定社会目标 第三节 社会操作过程的实现 第四节 舆论反馈社会效果 第三章 舆论的形成与状态标示 第一节 舆论的形成过程 第二节 舆论的状态标示及其决策意义 第四章 舆论的引导和控制 第一节 传播的控制 第二节 对象和问题的控制 第三节 网络环境下的舆论引导与控制 第二部分 方法 第五章 关于舆论测量 第一节 测量的定义 第二节 测量水平 第三节 舆论测量的原则 第六章 现代舆论测量的特点与功能 第一节 舆论测量的特点 第二节 舆论测量的功能 第七章 舆论测量的两个基本问题 第一节 调查谁的问题 第二节 如何调查 第三部分 应用 第八章 舆论调查课题的确定原理与概念的操作化 第一节 研究课题确定的原理 第二节 概念的操作化 第九章 问卷设计 第一节 问卷的组成 第二节 问卷设计的主要步骤和具体方法 第十章 调查实施与调查报告的撰写 第一节 调查实施 第二节 调查报告的撰写 附录 上海居民读报情况的调查问卷参考文献 后记

章节摘录

活页设计，可随意增加或减少内页，时尚品味

## <<舆论学原理方法与应用>>

### 编辑推荐

社会信息供给的日益开放，公民对信息需求的选择也呈多元化，我国社会的舆论环境日趋复杂，舆论学的重要性日益凸显，面对层出不穷的新的舆论问题，不仅需要理论界密切监测、实证研究，而且也需要在理论上适时地加以总结和升华，《舆论学原理方法与应用》为读者了解和把握舆论学的原理、方法和应用提供一个较为简明扼要的版本。

<<舆论学原理方法与应用>>

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>