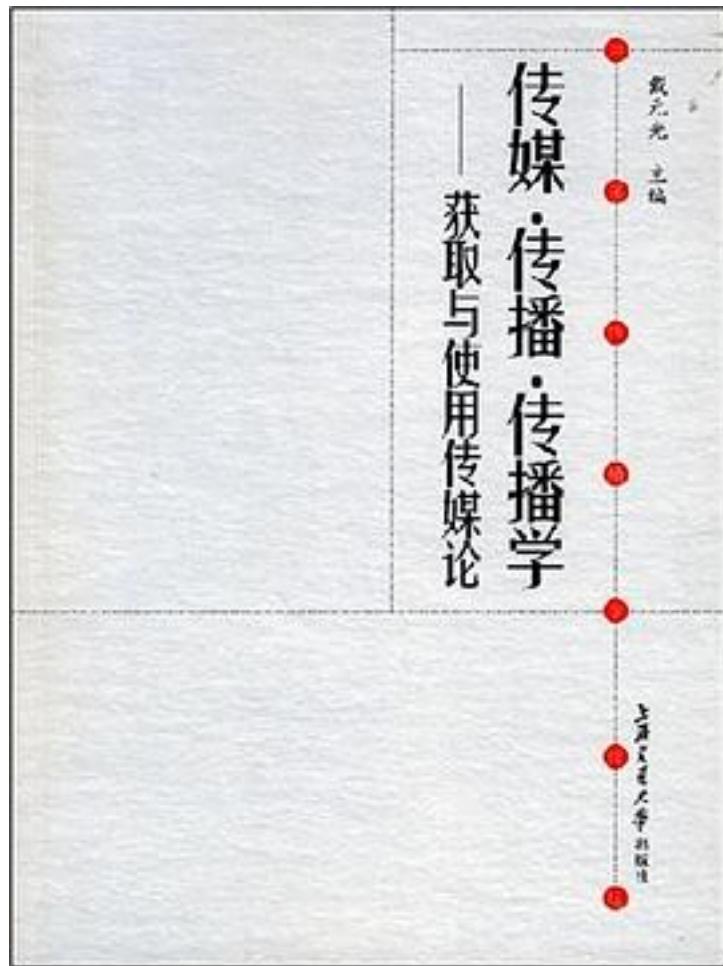


# 传媒·传播·传播学



[传媒·传播·传播学 下载链接1](#)

著者:戴元光 编

出版者:上海交通大学

出版时间:2005-4

装帧:

isbn:9787313039569

《传媒·传播·传播学:全球化与广告新理念》主要内容：传播是人类每天都从事的活动，传媒是人类表达思想的平台。我们无法想象人类不从事传播活动，无法想象人类没

有传媒。传播与人类共生共存，它为人类带来了巨大的好处和利益，也给了人类许多的烦恼与困惑。

传播学是人文社会科学众多门类中的一门新兴学科，人们关注它、研究它不过几十年的历史。中国传播学学科作为中国新闻传播学下属的二级学科是自我国实行改革开放政策之后才迅速发展起来的。传播学作为一门新兴学科，内与新闻学互相包容，外与社会学、心理学等学科交叉渗透。传播学研究，包括传播学基础理论研究、媒介经济研究等，已成为学者关注的热点。

《传媒·传播·传播学:全球化与广告新理念》旨在为人类提供进行文化观照的信息。我们知道，这个任务是多么难以承担。但我们愿意在困难与挑战中开拓一个新天地。

《传媒·传播·传播学:全球化与广告新理念》作为专家学者的言论阵地，将采探讨、探索、争鸣与批评、反批评的向度。批评（判）是通向真理的桥梁，批评（判）得越彻底离真理越近。

《传媒·传播·传播学:全球化与广告新理念》的宗旨是：学术自由，百花齐放，坚持真理，包容悖论。

作者介绍：

目录：

[传媒·传播·传播学 下载链接1](#)

标签

新闻传媒传播学专业书

传播学

获取与使用理论

传播

戴元光

传媒

二学术

## 评论

对于外行来说充满艰深的理论，但不失为窥探传播领域的好窗口。

---

[传媒·传播·传播学](#) [下载链接1](#)

## 书评

---

[传媒·传播·传播学](#) [下载链接1](#)