

<<传媒·传播·传播学>>

图书基本信息

书名：<<传媒·传播·传播学>>

13位ISBN编号：9787313039569

10位ISBN编号：7313039565

出版时间：2005-4

出版单位：上海交通大学

作者：戴元光 编

页数：204

字数：241000

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>

<<传媒·传播·传播学>>

内容概要

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。

本书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。

本书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。

本书的宗旨是：学术自由，百花齐放，坚持真理，包容悖论。

作者简介

戴元光，上海大学影视学院副院长、上海大学传媒研究院副院长，教授、博士生导师，教育部新闻学科教学指导委员会委员。

1952年出生于江苏，先后在兰州大学、复旦大学、美国夏威夷大学学习，美国ewc访问学者。

从医1年，从武15年，从教20年。

先后主持国家重点社科项目、国家教委社科项目、省市社科项目 10余项，出版专著（主编）10余部，发表论文（译文）40余篇。

曾获国家教委人文社科奖、省优秀园丁奖、上海市育才奖、省优秀图书奖、国家优秀教材奖。

主要研究领域传播学理论、文化传播、传播学实证研究。

书籍目录

理论与方法传播基础结构论 新经济制度的传播观 从《世界大战中的宣传技巧》看宣传研究的发展 论我国新闻传播学的“价值重构”政策与发展 视点与沟通：中国传媒研究与西方主流学术的对话 处于市场经济十字路口的中国大众传媒 十字路口：当代中国大众传媒产业发展再思考传播与文化 现代传媒与社会、文化发展 视像时代的文化传播特征经营与管理 论中国报业集团管理改革中的八大悖论 论新闻传媒的公信力 传媒、市场与公众利益 媒体投放的“精确制导”和“地毯式轰炸” 论中国地市电视台的危机与出路 从萨斯危机看中国传媒的新闻自由与保守国家秘密 突发新闻传播的时段性分析 从价值链上的资源整合看传媒集团的组织设计

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>