

<<传媒经济理论、演进与模式>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济理论、演进与模式>>

13位ISBN编号：9787301194980

10位ISBN编号：7301194986

出版时间：2011-10

出版时间：北京大学出版社

作者：韩运荣

页数：250

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>

<<传媒经济理论、演进与模式>>

内容概要

韩运荣所著的《传媒经济理论、演进与模式》内容简介：近三十年，伴随着中国社会从计划经济向市场经济的转型，我国传媒在不同时期为我们展示了迥异的生存图景，相应的传媒经济理论研究也显示出不同的特点。

《传媒经济理论、演进与模式》从触动传媒经济理论在中国产生、发展和演化的因素入手，运用了系统分析的方法，尝试对我国社会转型期传媒经济理论演化规律进行了理论建构，并系统总结出四种传媒经济理论演进模式和相应模式下的研究特点。

<<传媒经济理论、演进与模式>>

作者简介

韩运荣，蒙古族，1972年生于内蒙古赤峰。

2003年获中国人民大学博士学位。

现任职于中国传媒大学电视与新闻学院，副教授，硕士生导师。

主要研究领域：舆论学、传播学。

主要学术著作有：《舆论学原理、方法与应用》，《传播学在世界》，《传播学在中国——传播学者访谈》；译著有《广告创意》。

<<传媒经济理论、演进与模式>>

书籍目录

韩运荣，蒙古族，1972年生于内蒙古赤峰。

2003年获中国人民大学博士学位。

现任职于中国传媒大学电视与新闻学院，副教授，硕士生导师。

主要研究领域：舆论学、传播学。

主要学术著作有：《舆论学原理、方法与应用》，《传播学在世界》，《传播学在中国——传播学者访谈》；译著有《广告创意》。

<<传媒经济理论、演进与模式>>

章节摘录

任何科学理论都是基于特定对象之上的认识成果和思维形式，因此，研究对象的显现是理论研究的前提。

传媒经济理论的研究对象是传媒产业实践，它是信息社会的产物，而信息经济的出现是社会进步、社会经济形态变迁的结果，具有历史发展的必然性。

因此，当信息社会的到来，为传媒经济的发展提供了发展契机，同时，传媒产业实践在信息经济中的独特作用，也使传媒产业实践的内涵日益丰富，其作为一研究对象的轮廓也越来越清晰。

一、信息经济给传媒经济带来发展契机 人类社会进步最直接的表现形式就是生产力的进步，以及相应的社会经济形态的变迁。

在不同的历史阶段，对不同资源的依赖，也就决定了社会的经济形态。

在农业经济社会，人们对土地的天然的依附关系，使土地成为赖以生存的资源；在工业社会，由于工业化生产，对石油、煤炭等能源形成了依赖；如今，当社会的进步使信息成为主要的动力资源时，人类也就步入了信息经济社会。

随着信息社会的到来，社会经济从以土地、石油为主要资源的传统的质能经济，到以信息为主要资源动力的信息经济的转型，不仅意味着社会经济结构的转型，而且其对整个社会的影响都是全方位和深远的。

.....

<<传媒经济理论、演进与模式>>

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>