

## <<传媒经济>>

### 图书基本信息

书名：<<传媒经济>>

13位ISBN编号：9787565703324

10位ISBN编号：756570332X

出版时间：2012-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：那丁·土桑·德莫林

页数：126

译者：朱振明

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>>

### 内容概要

传媒经济学构建于不同的经济学理论和分析方法之上，致力于研究经济和金融力量如何影响传媒体系和传媒组织。

传媒经济学的研究最早开展于20世纪50年代，早期的学者主要致力于研究报业竞争和广播电视结构及管制。

《“我知道什么”丛书·传媒卷：传媒经济》作者既着眼理论又观照实践，以娴熟的笔端，扎实的学理和对业界精深的理解，为人们展现了一幅美国传媒经济的全景式理论画卷。

<<传媒经济>>

作者简介

## <<传媒经济>>

### 书籍目录

#### 导 言

#### 第一部分 媒介的一般特征与经济特殊性

- .一种与其他经济活动相似的活动
- .媒介的经济特殊性

#### 第二部分 生产与销售成本

##### 第一章 报刊成本

- .“智力生产”成本
- .物质生产成本
- .销售成本
- .预算结构和平均成本的变化

##### 第二章 广播电视成本

- .节目的内容和成本
- .其他成本
- .播送成本

#### 第三部分 融资及其结构性影响

##### 第三章 报刊融资

- .销售收入
- .广告收入
- .国家对报刊的资助
- .限制集中化与危机解决方法

##### 第四章 广播电视融资

- .公众投资
- .广告
- .商业收入
- .国家投资
- .限制集中化

#### 结语

#### 参考文献

## <<传媒经济>>

### 章节摘录

版权页:第一部分 媒介的一般特征与经济特殊性  
尽管传媒工业整体上与其他实业活动相似，但传播产品的特殊性使其有了自己的特征，其对生产和消费的整个过程及媒介市场结构方面产生了影响。

1．一种与其他经济活动相似的活动媒介活动在诸多方面与“一般的”经济活动存在若相似性。

1．采用方法的重要性、多样化与集中面对不同信息的普遍需求，社会要连续不断地制造出不同的“媒介”：报纸、期刊、广播、电视、电影、书籍和互联网等。

为了满足这种要求，一些专业化单位，如“媒介企业”，就要集合智力（如报道、采访、版权）和物质原材料（如纸张），使用生产工具、转播中继和商业化渠道。

在这个过程中，每个阶段都需要专业劳动力和资本的介入。

于是，不管经济实体的性质如何，无论是公有的还是私营的，经济科学所区分的三个生产要素（原材料、劳动和资本）彼此联系在一起。

实际上，媒介企业与众多不同的产业和服务的提供者保持若联系，这些产业和服务处于媒介产业的上、下游或其活动的边缘，主要从事策划、制作以及文本、声音和图像等的传播。

在上游，为了给所有媒体提供内容，人们求助于新闻、图片社和数据库。

广播电视与演出组织者及不同的体育协会建立了联系。

## <<传媒经济>>

### 编辑推荐

《传媒经济》由中国传媒大学出版社出版。

#### 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>