

<<传播效率与经济增长>>

图书基本信息

书名：<<传播效率与经济增长>>

13位ISBN编号：9787509707982

10位ISBN编号：7509707986

出版时间：2009-7

出版时间：社会科学文献出版社

作者：张晓群

页数：260

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>

<<传播效率与经济增长>>

前言

经济增长是经济学所探讨的中心议题之一，但也是最复杂的经济社会现象之一。新古典增长理论和内生增长理论积累了大量的理论成果，对那些影响经济增长的直接因素，如资本、人力资本、技术和制度等，进行了广泛而深入的探讨，从而建立了研究经济增长的基本理论框架。当然，影响经济增长的因素是多方面的，有些是直接因素，也有一些是间接因素。在新古典增长理论和内生增长理论的基础上，一些学者又对影响经济增长的间接因素进行了开拓性研究，如巴罗（Barro，2000）对宗教等因素的研究。

随着计算机技术、互联网技术的迅猛发展，人类进入了信息社会。信息在人类社会生活的各个方面都发挥着重要作用。在经济领域，信息的作用更是全面而深刻的，它已成为一种不可或缺的生产要素。而同时，与信息关系紧密的另一要素——知识，被认为是现代经济增长的发动机。因此，信息社会和知识经济的概念已成为人们的广泛共识。

<<传播效率与经济增长>>

内容概要

本书是国内第一部系统研究大众传媒与经济增长的学术专著。

基于经济增长理论和发展传播学的相关研究，构建了包含传播效率变量的经济增长模型和基于媒介学习的经济增长模型。

根据模型的结论，提出了两个理论假说：传播效率的提高能够提高经济增长率，并使劳动者从产品生产部门向知识生产部门转移；媒介数量、媒介的生产效率、媒介的质量和外部性都将影响经济增长率。

在理论模型的基础上，利用计量经济学等量化分析方法，对理论假说进行了检验，并对中国的实践经验进行了梳理。

<<传播效率与经济增长>>

作者简介

张晓群，男，山东济南人。

1992年、1997年和2006年，先后毕业于华中科技大学、复旦大学和清华大学，获工学学士、理学硕士和管理学博士学位。

曾在大众报业集团担任社长助理。

现为清华大学新闻与传播学院博士后。

研究方向包括：传媒与发展、传媒经济与管理。

在《战略与管理》、《新闻与传播研究》等学术出版物上发表文章30余篇。

<<传播效率与经济增长>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 研究背景 1.1.1 现实背景之一：中国迎来信息社会与知识经济时代 1.1.2 现实背景之二：传播媒介在中国迅速普及 1.1.3 现实背景之三：中国传媒发展存在很大的地区差距 1.1.4 理论背景之一：传播学对传媒与社会发展的研究 1.1.5 理论背景之二：经济增长理论的发展
1.2 问题的提出 1.3 研究内容和研究方法 1.3.1 主要研究内容 1.3.2 研究方法第2章 基础概念和文献述评 2.1 基础概念 2.1.1 媒介、传播媒介与大众传媒 2.1.2 信息与知识 2.1.3 经济增长与经济发展 2.1.4 技术进步、人力资本与全要素生产率 2.2 相关文献述评 2.2.1 有关传播媒介与社会发展的研究文献述评 2.2.2 有关经济增长模型的述评 2.2.3 与本书主题相近的研究文献述评 2.3 本章小结第3章 传播效率、知识生产与经济增长 3.1 知识生产与传播效率 3.1.1 知识生产过程中传播媒介的作用 3.1.2 传播效率 3.1.3 传播媒介是知识存在的一种重要形式 3.1.4 传播效率对知识生产的重要影响 3.2 包含传播效率的增长模型与理论假说 3.2.1 罗默(1990)模型的知识生产方程及其改进 3.2.2 包含传播效率变量的知识生产方程 3.2.3 包含传播效率变量的经济增长模型 3.2.4 对模型的讨论与理论假说 3.3 关于传播效率的进一步讨论 3.3.1 传播效率的影响因素及其表达式 3.3.2 传播效率的外生性与内生性 3.4 本章小结第4章 媒介学习、人力资本与经济增长 4.1 媒介学习与人力资本积累 4.1.1 知识的传播与传播媒介的作用第5章 传播媒介影响中国经济发展的实证检验第6章 中国实践经验的讨论第7章 结论参考文献附录后记

章节摘录

第1章 导论 传播是人类社会的一项基本社会活动。社会生产活动离不开信息和知识的传播。尤其是在进入信息社会和知识经济时代后，信息和知识的传播对经济发展起着至关重要的作用。任何传播活动都需要媒介，信息和知识的传播依赖于各种传播媒介。改革开放以来，特别是近十年来，中国跨入信息社会和知识经济时代的步伐明显加快。各种传播媒介在中国迅速普及，大量的国外科学知识通过这些媒介传入中国，使中国的科技水平和国民素质得到很大提高。通过对这些现象的观察，我们提出 所要研究的主要问题：传播媒介是否对中国的经济发展起到了促进作用？

1.1 研究背景 1.1.1 现实背景之一：中国迎来信息社会与知识经济时代 20世纪50年代以来，以微电子技术为核心、网络技术和通信技术为主流的世界新技术革命，使人类社会进入了一个崭新的时代。

<<传播效率与经济增长>>

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>