

<<电子媒体的扩散与应用>>

图书基本信息

书名：<<电子媒体的扩散与应用>>

13位ISBN编号：9787560923215

10位ISBN编号：7560923216

出版时间：2000-11

出版时间：华中科技大学出版社

作者：杨伯淑

页数：325

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>

<<电子媒体的扩散与应用>>

内容概要

本书主要研究电视、收录机、电话和BP机的采用及采用后行为。

其目的是揭示这四种媒体和其采用者的社会学和社会心理学特征之间的关系。

在在扩散这个传播学领域的研究中，一直存在着“迷恋革新成果偏见”和忽略革新成果或新产品采用后行为的不正确现象。

本书借助于展示电子媒体是怎样和它们的采用者的个人价值观念和社会特征相联结的情况，以对电子媒体进行有效区分的方式，尝试着对这种不正确现象进行了纠正。

本书的研究属于社会科学中的定量分析类。

该项研究结果对传播学中扩散理论的扩展、市场学中消费行为的研究和媒体政策的制定都有一定的参考价值。

<<电子媒体的扩散与应用>>

书籍目录

绪论第一部分：文献综述及其研究方向 第一章 扩散模式和研究方向 一、罗杰斯的扩散模式：一种传播理论 二、农村社会学对扩散研究的贡献 三、解决办法 四、小结 第二章 和谐论和实证命题 一、和谐论和假定 二、模式的合理性和需要实证的命题第二部分：研究方法 第三章 数据收集 一、抽样调查类分析 二、调查的具体步骤 三、数据收集的优缺点 第四章 变量的分布、转换和构建 一、社会学变(项)量 二、个人价值观念 三、媒体采用的具体理由 四、因变量和它们的分布(媒体采用、使用程度和使用性质)第三部分：数据分析 第五章 媒体采用时间和采用后的应用 一、电视 二、收录机 三、电话 四、BP机 第六章 首批采用者和他们的特征 一、电视 二、收录机 三、电话 四、BP机 五、本章小结 第七章 个人价值观念和媒体采用 及采用后的行为 一、电视 二、收录机 三、电话 四、BP机 五、本章小结 第八章 采用和使用媒体的具体理由 一、电视 二、收录机 三、电话 四、BP机 五、本章小结 第九章 个人价值观念、媒体购置理由和首批采用的特征第四部分：讨论 第十章 调查结构和它们的寓意参阅文献附录1附录2后记

<<电子媒体的扩散与应用>>

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>