

<<新兴媒体受众消费行为研究>>

图书基本信息

书名：<<新兴媒体受众消费行为研究>>

13位ISBN编号：9787564501853

10位ISBN编号：7564501855

出版时间：2010-2

出版时间：郑州大学出版社

作者：方雪琴 编

页数：205

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>

<<新兴媒体受众消费行为研究>>

内容概要

本书是在作者博士论文基础上修改完成的，基本要求是要创新。我作为她的导师，在博文选题、框架结构、方法运用上都要求有创意。现在看来，这些都做到了，但在实际研究与写作中，其难度是始料未及的。方雪琴凭着智力与毅力，硬是“挺”过来了。其博士论文在答辩中也获得好评。

本文主要以IPTV受众为研究对象，运用量化的问卷调查和质化的深度访谈法，探讨使用者采用IPTV的关键因素以及由此带来的电视消费行为的变化。

同时，“以科技接受模型作为主要理论架构，进而加入了主观规范、权衡需求、知觉风险等自变量，在外在变量中引入了生活方式作为影响因素，将此一创新性的理论架构应用于IPTV科技接受模型中，藉此找出影响使用者采用IPTV的因素”。

其创新之处在于提出了消费者使用IPTV的科技接受模型，以及IPTV受众消费行为变化的三大特征：即受众群体从分化走向分裂，收视模式从“仪式性收视”转向“工具性收视”，IPTV群体划分更多地以其生活方式和个人的品味为依据。

<<新兴媒体受众消费行为研究>>

书籍目录

1 绪论 1.1 研究背景 1.2 研究目的及意义 1.3 文献综述 1.4 本书架构2 电视消费模式的变革 2.1 IPTV产业的背景：媒介融合 2.2 IPTV的特性：真正意义上的电视互动 2.3 IPTV的发展：现状及问题3 研究的理论基础4 研究设计5 研究发现6 绪论与讨论参考文献后记

<<新兴媒体受众消费行为研究>>

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>