

<<全球青少年媒介消费比较研究>>

图书基本信息

书名：<<全球青少年媒介消费比较研究>>

13位ISBN编号：9787811107708

10位ISBN编号：7811107708

出版时间：2010-7

出版时间：安徽大学出版社

作者：郭可，陈沛芹 主编

页数：376

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>

<<全球青少年媒介消费比较研究>>

内容概要

本书是关于研究的专著，书中收录了：《Global Academic Tour：Comparative Studies on Media Consumption and Youth》、《全球学术之旅：青少年媒介消费比较研究》、《中国城市青少年的媒介消费与全球观》、《论新闻实践中如何对待未成年新闻对象》等文集。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

<<全球青少年媒介消费比较研究>>

书籍目录

Global Academic Tour : Comparative Studies on Media Consumption and Youth全球学术之旅：青少年媒介消费比较研究
中国城市青少年的媒介消费与全球观论新闻实践中如何对待未成年新闻对象新技术环境下的媒介使用与当代大学生的消费意识共享还是盗版?——菲律宾年轻人文件共享和盗版现象分析
美国成年人与青年的网络消费研究：学术视角、理论与方法意识形态催生低劣社会科学研究——以美国的年轻人与大众传媒暴力研究为例
互联网对奥巴马总统选举的影响成长经历、媒介消费与身份建构

<<全球青少年媒介消费比较研究>>

章节摘录

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，人们的生活方式更趋方便快捷。

作为特殊消费群体的当代大学生，其消费方式也已经进入了网络电子时代。

许多大学生都有校园IC卡、交通IC卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，“刷卡”时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的话来说，就是“卡一刷，钱就花”。

2.消费多元化倾向 21世纪是物质生活与精神生活丰富多彩的时代，步入这一时代的大学生们不再满足于宿舍一教室两点一线的单调生活，尽管书籍仍是主要的消费对象，但已不是首选，更不是唯一的消费项目。

大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐等都是大学生的消费热点。

3.理性消费是主流 价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。

从调查结果来看，讲究实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。

由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，因此会尽量搜索那些价廉物美的商品。

4.追求时尚和名牌是不老的话题 大学生站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，唯恐落后于潮流，这是他们的共同特点。

最突出的就是手机消费。

当代大学生们的消费范围中普遍增加了手机的消费项目。

有调查表明，学生手机拥有率不低于40%。

<<全球青少年媒介消费比较研究>>

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>