

《新农村“自下而上”信息传播范式》

图书基本信息

书名：《新农村“自下而上”信息传播范式研究》

13位ISBN编号：9787811179897

10位ISBN编号：781117989X

出版时间：2010-4

出版社：中国农业大学出版社

作者：谭英

页数：409

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《新农村“自下而上”信息传播范式》

内容概要

《新农村“自下而上”信息传播范式研究》主要分为8个部分。第一章为研究介绍，包括选题的缘由、研究目的、意义、研究内容、研究方法、试点村概况，以及国内外相关文献评述等。第二章为新农村“自下而上”信息传播范式提出的依据，包括乡村社会与乡村传播的渊源，乡村社会传播的特点与新变化，农民是信息传播的主体，东、西、中部农民信息行为的特征和当前中国乡村信息传播的形式等。第三章为新农村“自下而上”信息传播范式理论框架，包括乡村传播学的概念及其相关理论研究、“自下而上”的信息传播范式的内涵、自下而上”信息传播范式理论框架。第四章主要对中西部构建以村委会为主体的信息传播范式进行了探索性研究，以期成为农村基层政权建设和乡村治理的重要“助手”。第五章主要对西部构建以企业为龙头的多元化科技信息传播范式进行了论证，以盼成为农民增收的重要“帮手”。第六章主要对东部农民专业合作社信息传播范式进行了深入研究。第七章主要对东部农村经纪人信息传播范式进行系统整理和分析。第八章为关于新农村“自下而上”信息传播范式研究的讨论，针对不同专题研究，提出一些探讨和建议。

《新农村“自下而上”信息传播范式》

书籍目录

导言第一章 研究介绍 研究缘起 研究设计 文献综述第二章 新农村“自下而上”信息传播范式提出的依据 乡村社会与乡村传播的渊源 乡村社会传播的特点与新变化 农民是乡村信息传播的主体 农民信息行为的特征 乡村信息传播的形式第三章 新农村“自下而上”信息传播范式理论框架相关理论基础 新农村“自下而上”信息传播范式的内涵 新农村“自下而上”信息传播范式框架第四章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析一 以村委会为主体的信息传播范式构建研究——以山西龙泉村为试点第五章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析二 涉农企业与农户间多结点信息传播范式研究——以伊利集团为个案第六章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析三 农民专业合作社信息传播范式研究——以浙江忘不了柑橘专业合作社为例第七章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析四 农村经纪人信息传播范式研究——以北京市密云县套里村为例第八章 关于新农村“自下而上”信息传播范式研究的讨论附录 附录1 “自下而上”农村信息范式构建调查问卷 附录2 农民信息需求打分排序表 附录3 赴山西省朔州市应县龙泉村实地调研访谈提纲 附录4 中国农业大学“龙头企业+农户”信息传播状况调查问卷 附录5 农民专业合作社信息服务功能的调查问卷 附录6 对浙江忘不了柑橘专业合作社理事长的访谈提纲 附录7 对临海市涌泉镇政府分管领导的调研提纲 附录8 浙江忘不了柑橘专业合作社岗位工作责任制度 附录9 浙江忘不了柑橘专业合作社全面质量管理手册 附录10 农村经纪人信息传播范式调查问卷参考文献

《新农村“自下而上”信息传播范式》

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:www.tushu000.com