

<<传播心理学新探>>

图书基本信息

书名：<<传播心理学新探>>

13位ISBN编号：9787301081365

10位ISBN编号：7301081367

出版时间：2004-12

出版时间：北京大学出版社

作者：林之达

页数：317

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>

<<传播心理学新探>>

内容概要

本书是国家社会科学规划基金资助课题“传播心理学研究”的最终成果。

本书包含“一个新理论”、“两个发现”、“四个改造”。

一个新理论，即传播的二级效果论。

两个发现，即心理系统是人身上专司接收传播信息的接收器，也是传播信息的能量转换器；人类传播系统和人的心理系统是人类精神生产流水线上紧紧相扣、不可分离的两道工序。

四个改造，即改造传播心理学旧的建构基石；改造传播心理学旧的建构思路；改造传播心理学旧的建构方式；改造传播心理学旧的理论框架。

<<传播心理学新探>>

作者简介

林之达，峨眉山人。

1980年中国社会科学院在全国招考研究人员，应考，被录取，分配到四川省社会科学院工作至今。

现为四川省社会科学院新闻传播研究所研究员、研究生导师、教授、院学术委员会委员。

在科研方面主要从事传播学、宣传学、心理学和传播心理学的研究。

已发表论文120多篇，其中《传播的两级效果论》一文不仅被中国人民大学办的《新闻与传播》杂志全文转载，而且被《新华文摘》转载。

发表译文13篇，出版专著5部。

曾先后获省政府哲学社会科学优秀成果一等奖、三等奖，被评为四川省学术和技术带头人。

应邀到华中科技大学、中国传媒大学、南京大学、台湾政治大学等十多所大学讲学和进行学术交流。

<<传播心理学新探>>

书籍目录

基础理论编 第一章 绪论：传播心理学的建构革新 第一节 改革传播心理学传统的建构基石、思路 and 理论框架的必要 第二节 传播心理学重新建构的基石、思路 and 步骤 第三节 提出“传播心理学”的依据 第四节 应向读者交代的两点研究策略心理选择编 第二章 心理选择在传播致效过程中的地位 第一节 心理选择的时代特点和生理机制 第二节 心理选择授予信息传播致效参与权 第三节 传媒作用于心理的特点及心理选择的一般法则 第三章 心理系统对传播媒体的选择 第四章 心理系统对新闻信息的选择 第一节 受传者对一个新闻单元的不同要素的不同选择 第二节 受传者对新闻单元集群即组合新闻的选择 第五章 心理系统对广告信息的选择 第六章 心理系统对图书信息的选择 第七章 心理系统对人际传播的信息的选择心理反应编 第八章 选取的信息与认知结构的心理反应 第一节 认知结构及其基模的心理机制 第二节 认知结构在处理进入心理系统的信息时所起的作用 第九章 选取的信息与其他心理构成的心理反应 第一节 选取的信息与受传者情感的心理反应 第二节 选取的信息与受传者道德观的心理反应 第三节 选取的信息与受传者性格的心理反应 第四节 选取的信息与受传者能力的心理反应 第五节 选取的信息与受传者气质的心理反应 第十章 心理能及其外化 第一节 能、能量和心理能的研究史述评 第二节 心理能外化为行为的生理、心理机制后记第二次印刷补记附件 一、全国社会科学规划办公室颁发的结项证书 二、专家评审意见

<<传播心理学新探>>

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>