

<<大众传媒心理学教程>>

图书基本信息

书名：<<大众传媒心理学教程>>

13位ISBN编号：9787308084680

10位ISBN编号：730808468X

出版时间：2011-3

出版单位：浙江大学出版社

作者：章洁 编

页数：291

字数：337000

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>

<<大众传媒心理学教程>>

内容概要

根据内容编排，章洁编著的《大众传媒心理学教程》可分为上下篇。

上篇包括三部分，第一部分是绪论和前4章，主要讲述传媒心理学的研究对象与现状，以及西方各主要心理学流派对传播学研究的影响。

第二部分为传者心理，包括6、7两章。

第三部分是受众心理，包括8、9两章。

下篇包括研究方法第10、11两章和本书作者的三个研究，这三项研究角度各异，采用方法各不相同，应该能帮助同学更好地理解 and 掌握传媒心理学的研究方法。

在每一单元的最后，我们还附上一篇“延伸阅读”。

为了便于教学，我们在每章内容之后列出本章要点、基本概念和思考题，供师生参考。

<<大众传媒心理学教程>>

书籍目录

第章 绪论

第节 作为生活环境的大众传媒

第节 大众传媒心理学的研究对象

第节 大众传媒心理学研究的现状

第章 行为主义心理学与大众传播研究

第节 华生的古典行为主义

第节 斯金纳的新行为主义

第节 托尔曼的认知行为主义

第节 班杜拉的社会学习理论

第节 行为主义心理学对传播学研究的影响

第章 精神分析心理学与大众传播研究

第节 弗洛伊德的古典精神分析心理学

第节 埃里克森的心理社会发展理论

第节 弗洛姆的社会文化学派

第节 精神分析心理学对传播学研究的影响

第章 认知心理学与大众传播研究

第节 格式塔心理学

第节 皮亚杰的发生认识论

第节 信息加工心理学

第节 认知心理学对传播学研究的影响

第章 人本主义心理学与大众传播研究

第节 马斯洛的人本主义心理学理论

第节 罗杰斯的人本主义心理学理论

第节 人本主义心理学对传播学研究的影响

第章 传者心理

第节 传媒研究中的“传者”

第节 媒介内部因素对传者心理的影响

第节 媒介外部因素对传者心理的影响

第章 不同类型的传者心理分析

第节 记者心理

第节 编辑心理

第节 播音员主持人心理

第章 受众心理

第节 受众概论：

第节 大众传播过程的微观分析

第节 传媒引导与受众心理

第章 不同类型受众心理分析

第节 儿童受众心理

第节 青少年受众心理

第节 成年受众心理

第章 传媒心理学研究方法：概念及常用工具

第节 传媒心理学研究方法与科学方法论

第节 传媒心理学研究方案设计

第节 问卷设计

第节 量表

<<大众传媒心理学教程>>

第节 问卷和量表的质量

第章 传媒心理学定量研究的具体方法

第节 质化研究

第节 质化研究的方法

第节 实验法

第节 内容分析法

附录

研究一：准社会交往测量实证研究

研究二：病理性准社会交往：电子媒介对青少年明星崇拜的影响

研究三：网友——一般类型的网络虚拟即时交流行为主体及其行为方式

参考文献

后记

<<大众传媒心理学教程>>

章节摘录

版权页：插图：对现代受众而言，其心理源泉主要来自媒介世界。

美国新闻工作者和社会评论家李普曼（walter Lippmann）认为：“我们的身外世界（即真实世界）越来越变得广阔而纷杂，如今人们已很难直接去感知它、把握它、理解它，诸如关税、贸易、财政预算、战争与和平等众多人们必须面对的问题，都远远超出人们直接接触、亲身感受的范围。

因此，对绝大多数人来说，身外世界实际上已是‘不可触、不可见、不可思议’的。

”可见，媒介世界已成为人们直接接触的世界，而传媒对事物的表征对人们认识客观世界起着至关重要的影响。

美国心理学家J.S.布鲁纳将人类对其环境中周遭事物，经知觉而将外在物体或事件转换为内在心理事件的过程，称为认知表征。

这里所谓的传媒表征（representation），是指客观事物在传播媒介中的反映，它是受众获得客观世界知识的重要基础。

而所谓刻板印象，是指社会上对于某一类事物具有的一种比较固定、概括而笼统的看法。

刻板印象英文即stereotypes，这个词有着十分有趣的来历。

早期的印刷排版工人是按照字母的顺序查找字模来排版的，为了方便起见，他们把经常联合使用的词的字模捆绑起来，每次遇到连用就直接使用捆绑的字模而不必分别查找几次，以此加快排版速度。

这些被捆绑起来的字模就叫做stereotypes。

后来，刻板印象的词义得以延伸，在社会科学研究中一般指“以选择及建构未经发展的、概括化的符号，将社会族群或某群体中的个别成员予以类别化的做法”。

简单地说，就是人们对某个社会群体形成的一种概括而固定的看法。

一般来说，生活在同一地域或同一社会文化背景中的人，在心理和行为方面总会有一些相似性，同一职业或同一年龄段的人，他们的观念、社会态度和行为也可能比较接近，人们在认识社会时，会自然地概括这些特征，并把这些特征固定化，这样便产生了社会刻板印象。

因此，刻板印象本身包含了一定的社会真实，所以，它通常成为人们简化认识过程，迅速适应环境的手段。

但是，这种固定的、高度概括的方式不但有可能是非常片面的，而且很难随着现实的变化而发生变化，它往往阻碍人们看到新的现实，接受新的观点，结果导致人们对某类群体的成见。

刻板印象的形成主要有两种途径：一是个人的亲身经验；二是社会学习，即从父母、老师、同学、课本及媒体习得而来。

在各种媒体异常发达的今天，大众传媒既是个体了解外在世界的主要窗口，也是刻板印象形成的重要途径。

<<大众传媒心理学教程>>

编辑推荐

《大众传媒心理学教程》：传媒效果研究

<<大众传媒心理学教程>>

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>