

<<符号化的自我>>

图书基本信息

书名：<<符号化的自我>>

13位ISBN编号：9787500456704

10位ISBN编号：7500456700

出版时间：2006-5

出版时间：中国社科

作者：王丽

页数：136

字数：163000

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>

<<符号化的自我>>

内容概要

本书是一本研究服装消费行为的论著。

全书以大学生服装消费行为中的自我概念为切入点，将“着装是符号化的自我”这一命题的理论建构，放在心理学自我理论和结构主义符号学的视野中，提出了“符号化是自我概念生成的必然”的观点；并通过实证研究探讨和分析了着装行为的自我符号化的历程，阐述了服装作为自我概念符号的表征意义；对自我概念与服装消费行为的关系作出了新的理解。

<<符号化的自我>>

作者简介

王丽，女，吉林长春人，2002年吉林大学社会心理学专业博士研究生毕业，现为宁波大学传播与艺术学院传播系副教授。

主要研究方向：传播受众心理、消费者行为学。

发表“广告传播的睡眠效应”、“虚拟社群中意见领袖的传播角色”、“情感担保的力量”、“虚拟社

<<符号化的自我>>

书籍目录

第一部分 绪论	第一章 论题的提出	第二章 研究历史与现状	一 心理学对自我概念的研究	1
	1. 以对自我概念的研究为切入点建构自我理论	2. 自我概念研究的三种理论取向	二 服装消费行为中的自我概念的研究	
第二部分 论题的理论建构	第三章 自我概念的新视角	一 自我概念的生成	1. 概念的辨析	
	2. 自我概念是个体对自身的感知模式	3. 符号化是自我概念生成的必然	二 自我概念的构建	
	1. 自我概念系统	2. 自我复杂性及个体差异	3. 自我概念的符号表征	
	三 自我概念的呈现	1. 自我概念的功能	2. 自我概念的激活	3. 维持自我的一致性
	4. 寻求自我的完善性	第四章 服装的符号特性	一 服装符号系统	1. 结构主义符号学的观点
	2. 服装符号的能指和所指	3. 服装符号的语用功能	二 服装符号的话语表达	
	1. 服装符号的文化内涵	2. 服装符号的可见性	第五章 服装消费行为中的自我概念	一 外观管理与自我概念
	1. 服装外观与自我结构的切合	2. 服装外观是他人意识的内化过程	二 服装选择动机与自我概念	1. 服装选择动机
	2. 服装选择动机	2. 自我展示的需求及其功能	3. 自我展示能力的个体差异	
第三部分 论题的实证研究	第六章 研究一：服装符号对自我概念的表征	一 研究假设及目的	二 被试的选取	三 研究方法
	四 结果呈现与分析	1. 关于喜爱的装束的来源及购买经历	2. 关于喜爱的理由和穿着的情境效果(别人的评价和自己的感受)	3. 关于所讨论的服装是否适合自己
	五 讨论	1. 个体对服装表达自我概念功能的理解	2. 服装对个体自我概念的影响作用	3. 个体用服装表达自我概念的水平差异
	4. 访谈的深度和效度	六 小结	第七章 研究二：大学生自我概念结构中服装自我维度的确立	一 研究假设及目的
	二 研究方法	1. 问卷的确定	2. 统计方法	3. 被试的构成与实施
	三 问卷的因素分析	1. 项目的筛选	2. 因素分析与因素命名	3. 信度效度指标
	四 结果与讨论	1. 关于自我概念的结构	2. 关于服装自我维度的提出与确立	五 小结
第八章 研究三：大学生服装自我与整体自我概念及自我概念各维度的相关研究	一 研究目的	二 研究方法	1. 被试	2. 工具
	3. 程序	4. 统计方法	三 结果与分析	1. 总体描述性统计分析
	2. 问卷的社会人口统计学分析	3. 服装自我与自我概念其他维度的相关分析	四 讨论	1. 服装自我的人口统计学差异
	2. 服装自我与整体自我概念及其他维度的关系	五 小结	第九章 研究四：大学生服装自我在着装风格上的表现特点研究	一 研究假设与目的
	二 研究方法	1. 研究程序	2. 工具	3. 被试
	4. 统计方法	三 结果分析	1. 大学生着装风格问卷的确定	2. 问卷测试的基本数据
	3. 大学生着装风格的类型划分	4. 三类人人格特质的差异检验	5. 三类人自我概念各因子的差异检验	6. 着装风格性别、生源的差异检验
	四 讨论	1. 着装风格三种类型的划分	2. 服装自我表现在着装风格类型上的差异	3. 着装风格三类人的不同特点
第十章 研究五：大学生服装自我影响因素的研究	一 研究假设及目的	二 研究方法	1. 被试	2. 工具
	3. 程序	4. 统计方法	三 结果与分析	1. 各问卷的基本数据如下
	2. 服装自我与各变量间的相关分析	3. 大学生服装自我与各因素的回归分析	四 讨论	1. 着装动机的测量
	2. 服装自我的影响因素分析	五 小结	第十一章 总的讨论	一 关于研究的思路
	二 关于研究方法和测验工具	三 关于大学生的服装自我	四 关于研究成果的应用	五 进一步研究的方向
	1. 理论研究的深化	2. 更有效的研究方法和更可靠的研究工具		
附录 (一) 大学生自我概念问卷	附录 (二) 大学生着装风格问卷	参考文献	后记	

<<符号化的自我>>

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>