

<<传通影响力>>

图书基本信息

书名：<<传通影响力>>

13位ISBN编号：9787811276695

10位ISBN编号：7811276690

出版时间：2009-7

出版时间：中国传媒大学

作者：(法)阿莱克斯·穆奇艾利|主编:刘昶|译者:宋嘉宁

页数：154

译者：宋嘉宁

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>

<<传通影响力>>

前言

我对出版这套《欧洲新闻与传播学名著译丛》深表赞赏和支持。

我在中国担任欧盟大使已四年有余，我发现，虽然欧洲越来越了解中国，中国也越来越了解欧洲，但遗憾的是，这种相互了解还仅仅局限于政府和外交层面以及商贸领域，在教育和研究领域这种相互了解仍嫌不足。

当然，我们取得的成果是显著的！

但这尚无法满足中国与欧盟希望建立的战略合作伙伴关系的需要。

我认为，应该让中国人民和欧洲人民都参与到中欧战略合作伙伴关系的建设中来，相关的前提是，中国和欧洲相互了解并理解各自的社会运行模式。

在欧洲，如同在所有先进的民主国家，报刊和其他媒介通过影响公众舆论，在政治生活中发挥着举足轻重的作用，并通过这种方式来影响其他权力机构，如行政机构、立法机构甚至司法机构。

因此，认识欧洲传媒的运行模式将有利于更好地理解复杂的欧洲社会。

在欧洲各国，由于没有新闻审查制度，并且由于表达自由是一种基本的价值观，所以新闻媒体是自由的。

但这并不意味着在这个充满竞争的世界里，欧洲的新闻媒体就可以完全摆脱各种权力机构的影响及商业利益的掣肘。

因此，这套《欧洲新闻与传播学名著译丛》的出版是值得举荐和鼓励的。

我热切希望这套丛书有助于更多的中国读者深入了解欧洲传媒及其运行特点。

这也是了解欧洲本身的好方法。

<<传通影响力>>

内容概要

本书从传通系统理论及其交流过程的全新方法入手，揭示了在销售、广告、演讲、宣传、施展魅力、积极性调动及日常生活中各类操控行为运用传通技巧时不同影响力现象的同质性。

本书指出影响力的技巧并非一门建立在直觉基础上的不可言传的艺术，同时，它提供了一套简单易行的分析方法。

该分析方法以大量的实例帮助读者学习这套理论并制定应用于交流行为的策略和具体实施方案。

本书对影响力传通的研究可谓从根本上推陈出新，为理解传通情境中所发生的一切提供了一种简单实用的方法。

<<传通影响力>>

作者简介

阿莱克斯·穆奇艾利（法）Alex Mucchielli：法国著名的传播认识论学者。欧洲传学界承先启后者。被公认为“旧金山市郊学派”（Palo Alto学派）在欧洲学界的继承者和发展者，学术成果甚丰。专著、合著及主编的主要有《传播关系模式化研究》（2004）、《新闻与传播学》（2001）、《新传播：新闻传播学认识论》（2001）、《社会与人文科学定性方法辞典》（主编，1996）、《传播系统理论》（1999）、《传播过程理论》（1998）、《传播心理学》（1995）等。

<<传通影响力>>

书籍目录

第一章 更新传统解释 1.通过操控情感施加影响 2.通过操控兴趣施展影响力 3.小结论第二章 影响力传通的手段：对情境的干预 1.情境语境中的意义 2.对位置、规范及关系的操控 3.对规范语境的操控 4.对关系语境的操控 5.对物理、空间和时间语境的操控 6.小结论 7.构成方法的各种元素

第三章 位置的操控 1.位置的语境 2.位置的定位与再定位 3.对权威地位的隐含需求 4.运用规范实现定位：影响力中的双向斡旋 5.小结论第四章 关系的操控 1.关系的语境 2.通过对购买者的情境操控创造默契关系 3.对创造信任关系的工作情境的操控 4.对建立有价值关系的权威局面的操控 5.操控对关系产生威胁的治疗情境 6.对消费者情境的操控，以创建一种情感的纽带 7.小结论第五章 规范的操控 1.规范的语境 2.对情境当中的规范进行操控 3.操控非直接存在于情境中的规范 4.双向斡旋：通过情境中空间语境的元素来操控规范 5.小结论第六章 身份的操控 1.身份的语境 2.对于广告中显示出的身份的操控 3.宣传中的身份操控 4.销售中对身份的操控 5.小结论结束语

参考文献

<<传通影响力>>

章节摘录

确定要在沟通过程中利用身份来操控的另一个原因，可以从下列问题中寻找答案：——经过传通，哪种身份本身可以描绘出这个或那个当事者？

——对于他的计划、意图和关键内容我们可以说些什么？

——他展现出怎样的价值观和世界观？

——当他介入其他决定性的情境语境中时（他如何介入空间的、时间的、定位的、人际关系的、规范规则及身份的参照对象），他是否具有个人风格？

——这些介入对于他的计划和输赢是否有用？

相互交流的各个当事者的不同身份，也会在传通活动的情境中发生作用并具有限定情境的意义。另外，具体地说，我们都很清楚，假如某个人不在，在某种情境中，讨论的方式和进程就会有所不同。

因为一个人的出席或缺席，会带来或缺少独有的看待事物的方法，会促进或无法促进有可能改变他人反应的关键进程。

每个当事者在引用自己（或他人）的计划、品位、看待事物的方式时，都会展示自己（或他人）身份的一个部分，因此他协助创造或修改“身份的语境”。

只有在这个语境中，这些人和那些人的传通才具有某种意义。

下面我们来看不同当事者在某一个沟通情境下，如何对出席者的身份施加影响。

2.对于广告中显示出的身份的操控 分析“捍卫丁丁精神”这则广告中遇到的情境 这则广告出现在1998年《新观察家》杂志上。

广告是针对杂志读者的，特别是40岁到60岁的男性。

他们年轻时曾经读过《丁丁历险记》。

这则广告提醒他们可以买一套《丁丁历险记》连环画，以便他们自己重拾“丁丁精神”，或是送给他们的孩子，如今，孩子们正淹没在“新连环画”的波涛之中。

<<传通影响力>>

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>