

<<媒介心理学>>

图书基本信息

书名：<<媒介心理学>>

13位ISBN编号：9787501960699

10位ISBN编号：7501960690

出版时间：2007-9

出版时间：中国轻工业

作者：哈里斯

页数：351

译者：相德宝

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>

<<媒介心理学>>

内容概要

本书讨论的一个中心问题就是，媒介作为人们主要认知的来源，如何影响人们对现实世界的认知，继而影响人们现实世界的行为。

认知真实（perceived reality）是本书的一个关键词，它指的就是人们在接触了媒介的信息之后，在头脑中建构起来对现实的认知。

本书从认知心理学和媒介研究的基本理论出发，将认知心理学和媒介理论有机融合，讨论了媒介中的广告、体育、音乐、新闻、政治、暴力、色情、价值观等对人们认知现实的影响。

<<媒介心理学>>

书籍目录

第一章 社会中的大众传播：媒介的海洋 什么是大众传播 媒介使用 本书概要第二章 大众传播研究及其理论：如何科学研究媒介 媒介研究的框架 大众传播理论 媒介体验中的认知因素 媒介建构的认知真实 小结第三章 媒介中的群体形象：变形的社会映像 媒介上的两性形象 媒介上少数群体形象的四个阶段 非洲裔美国人 拉丁美洲人 土著美洲人 亚洲裔美国人 阿拉伯人和阿拉伯裔美国人 同性恋人群 老年群体 残疾人群 职业群体 小结：如果他们被冠以刻板印象了，怎么办？第四章 广告和营销：诱饵、上钩 历史背景 广告的类型 认知和营销：广告作为需要处理的信息性和隐性广告 新场所的广告 小结第五章 儿童和媒介：不仅仅只是小大人 儿童对不同媒介的使用情况 亲社会儿童电视 其他儿童电视制作室的项目 商业电视的贡献 儿童广告 媒介素养 小结第六章 体育和音乐：沸腾的情感 媒介体验中的情感 体育 音乐 小结第七章 新闻：设置世界的议程 什么是新闻？新闻媒介制造的认知真实 新闻报道的效果 小结：虚构变成现实第八章 政治：通过新闻和广告赢得选举 拉近候选人和公众之间的距离 媒体对竞选活动的报道 候选人如何利用媒体 个案研究：媒体对2000年美国总统竞选活动和选举的报道 政治广告 电视作为政治温和主义的培养者 小结第九章 暴力：观看一切与混乱确实密切相连的 媒介暴力的影响 什么人在观看媒介暴力？为什么喜欢看？长期研究 研究与公众认知 暴力电子游戏 帮助儿童应对暴力媒介 小结第十章 性：色情、性暗示和强奸带来的刺激 媒介上性的本质 媒介上的性对受众的影响 性暴力 小结第十一章 教授价值观和健康知识：作为家长、牧师、医生和道德家的媒介 媒介教授价值观 家庭价值观 社会营销中的媒介使用 娱乐教育媒介 小结第十二章 应对媒介：和新技术同行，传播媒介 未来和新技术 影响媒介自身 将媒介研究的发现传播给公众 结论：什么是大众传播

<<媒介心理学>>

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>