

<<新GRE写作论证论据素材大全>>

图书基本信息

书名：<<新GRE写作论证论据素材大全>>

13位ISBN编号：9787800808616

10位ISBN编号：7800808610

出版时间：2009-10

出版时间：群言出版社

作者：韦晓亮

页数：392

字数：422000

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>

## <<新GRE写作论证论据素材大全>>

### 内容概要

**针对性：**突破中国考生GMAT写作瓶颈，迅速提高写作能力。

**全面性：**覆盖GMAT ISSUE写作所有话题涉及的英文论证和论据素材，解决面对ISSUE题目无话可说，无例可举的困境。

**指导性：**汇集数年教学经验和写作教学成果，指导考生有的放矢地高效备考。

**权威性：**精选《经济学家》、《时代周刊》、《科学》、《大英百科全书》、《微软百科全书》等权威刊物文章。

**文化性：**囊括西方教育、法律、文化、科技、历史等领域，使考生在备考同时翱翔于思辨的海洋和历史文化长河之中。

<<新GRE写作论证论据素材大全>>

作者简介

韦晓亮，新东方教育科技集团优秀教师，TOEFL/GRE/GMAT写作主讲，“GRE/GMAT网络课堂”写作首席讲师，拥有丰富的写作授课经验，深受学员喜爱，被亲切地称为“小宝”老师，其所编写的留学考试“英文写作论证论据素材库”系列，是考生作文制胜必备用书。

书籍目录

第一章 GRE Issue写作题库

第二章 GRE Issue写作论证论据素材库

第一大类 社会发展类

001 社会发展的三大理论

002 社会发展阶段 : 殖民主义

003 社会发展阶段 : 工业革命

004 社会公正的概念

005 社会公正的内涵

006 对社会公正的反对

007 对社会公正的批评

008 社会契约与契约理论

009 对社会契约的违反

010 社会理论: 机会均等

011 实现机会均等是困难的

012 社会福利

013 福利社会

014 七大社会福利类型

015 司法机关和社会福利

016 人类发展理论

017 社会进步指标

018 社会进步与政府干预以及两大社会类型

019 技术进步有赖于其他社会组织

020 社会进步与技术革新

021 社会进步的限制因素

022 资源对社会进步的制约及四大资源

023 物质资源和非物质资源在社会发展中的作用

024 非物质资源可以提高物质资源的生产力

025 社会文化进化论

026 人口与社会相互影响

027 社会体系受到人口的影响

028 三大概念: 社会地位、阶层权利、政治权力

029 社会机动性与社会地位

030 社会数字划分的标准及其三大指标

031 工业化之前的社会

032 工业化带来的问题

033 自然生存状态与社会

034 六大基本自由

035 思维创造性与技术

036 互联网使用的四大障碍

037 完美竞争的概念及其三大要素

038 不同文化社会对极端行为的态度

039 生活水平的概念

040 竞争与合作

041 个人主义

042 社会责任感

<<新GRE写作论证论据素材大全>>

043 社会改革运动和社会激进运动

044 公众知识分子的社会作用

045 知识分子的社会作用

第二大类 行为类

001 动机的概念

002 动机的类型

003 动机和情感

004 动力的减弱

005 内在驱动和外在此刺激

006 内在动机与内在驱动学生的三大特征

007 态度改变的影响因素

008 影响态度改变的四大因素

009 情感对行为的影响

010 情感和态度改变

011 情感诉求的组成

012 影响情感诉求的四大因素

013 行动理论

014 行为的回报和强化

015 选择的定义

016 选择的自由性

017 选择理论的十大公理

018 选择的自由性

019 影响自由意志的两大因素：意识和下意识

020 弗洛伊德观点：影响决策的三大要素

021 弗洛伊德观点：选择的自由性及阻止自由意志的三大因素

022 人的局限性

023 征服是人的局限性的结果

024 自我控制

025 自我意象的概念

026 影响自我意象的四大因素

027 自我意象与思维模式

028 自我意象与动机和世界观

029 自我意象与行为

030 团体行为不是个人行为的加和

031 “霍兰德编码”的六大个性类别

032 团体对行为的影响

033 行为学家关于个性决定行为的理论

034 社会和阶层对行为的影响

035 理性选择理论

036 人们为什么遵从社会规范

037 理想追随者的十六大原则

038 责任承担

039 社会学习理论

040 决策的概念

041 自由意志

042 真正的自由及其两大要素

第三大类 教育类

<<新GRE写作论证论据素材大全>>

- 001 教育的三大目的
- 002 教育面临的问题：知识快速更新、全民教育的普及、个性化教育的实施困难
- 003 教育中的三大争议
- 004 解决教育难题的途径
- 005 人口增长带来的教育问题
- 006 学生数量增加与教育解决方案
- 007 正规教育体系的两大基本假设
- 008 情商的定义及其四大内涵
- 009 亚里士多德观点：情商
- 010 情商是后天培养的
- 011 情商与创造性
- 012 自尊与情商
- 013 乐观主义与情商
- 014 情商与成功
- 015 情商与压力
- 016 情商与发怒
- 017 高情商者的十大习惯
- 018 高情商者的特征
- 019 高情商者和低情商者的特征
- 020 智商与情商
- 021 智力的定义
- 022 智力的定义及其四大因素
- 023 个性化教育的实现
- 024 个性化教育和有效学习
- 025 孩子的教育
- 026 一种新的个性化教育模式
- 027 教师在学习中的作用
- 028 行政和社区在学习中的作用
- 029 全国性基本课程表
- 030 教科书的统治地位
- 031 计算机互动课程的应用
- 032 计算机学习材料的评估
- 033 高度互动软件
- 034 如何有效利用计算机
- 035 政治对教育的影响
- 036 高等职业教育
- 037 免费教育
- 038 竞争是教育中的一个因素
- 039 多学科概述
- 040 跨学科整合各学科知识
- 041 传统教育
- 042 正规学习
- 043 社区大学的优点
- 第四大类 科技类
- 001 网络的作用
- 002 网络带来的机遇
- 003 互联网不能替代真实的人际交流

<<新GRE写作论证论据素材大全>>

- 004 互联网催生了“独立自主的个人”
- 005 互联网可以满足人们的情感和心理需求
- 006 网络的危害
- 007 网络对孩子的危害及审查网络的必要性
- 008 网络审查的必要性
- 009 信息技术的诞生
- 010 信息时代带来大量与信息产业相关的工作机会
- 011 信息时代带来的变化
- 012 对信息技术的政策回应
- 013 数字革命的后果
- 014 移动电话对社会的影响
- 015 技术的发展
- 016 技术进步的三大阶段
- 017 技术对社会和环境的影响
- 018 技术革命的重要性及其对社会的九大影响
- 019 技术的自我发展
- 020 技术提高了人类生存条件还是恶化了人类生存条件
- 021 政府对抗技术负面影响的作用
- 022 科学的界定
- 023 科学的哲学
- 024 人们对科技对环境危害的严重性认识不足
- 025 科技对家庭的影响
- 026 科技对家庭结构和态度的影响
- 027 科技对劳动力的影响
- 028 科技对社区的影响
- 029 科技改变了社会关系
- 030 科技是否导致了人情疏离
- 031 科学发明依赖于过去的知识积累
- 032 科学的公开性
- 033 科学解释
- 034 科学推理的可行性

.....

- 第五大类 学习类
- 第六大类 政治类
- 第七大类 文化类
- 第八大类 艺术类
- 第九大类 历史类
- 第十大类 传媒类
- 第十一大类 环保类
- 第十二大类 法律类
- 第十三大类 国家制度建设类
- 第十四大类 心理类
- 第十五大类 素质品德类
- 第十六大类 伦理道德类
- 第十七大类 经济类
- 第十八大类 商业类
- 第十九大类 哲学类

第二十大类 书籍理论类  
参考文献



## 章节摘录

Attitudes can be changed through persuasion. We should understand attitude change as a response to communication. Factors that can affect the persuasiveness of a message are :

1. Target Characteristics : These are characteristics that refer to the person who receives and processes a message. One such trait is intelligence—it seems that more intelligent people are less easily persuaded by one-sided messages. Another variable that has been studied in this category is self-esteem. Although it is sometimes thought that those higher in self-esteem are less easily persuaded, there is some evidence that the relationship between self-esteem and persuasibility is actually curvilinear, with people of moderate self-esteem being more easily persuaded than both those of high and low self-esteem levels. The mind frame and mood of the target also plays a role in this process.

2. Source Characteristics : The major source characteristics are expertise, trustworthiness and interpersonal attraction or attractiveness. The credibility of a perceived message has been found to be a key variable here; if one reads a report about health and believes it comes from a professional medical journal, one may be more easily persuaded than if one believes it is from a popular newspaper. Some psychologists have debated whether this is a long-lasting effect and the effect of telling people that a message came from a credible source disappeared after several weeks ( the so-called "sleeper effect" ). Whether there is a sleeper effect is controversial. Received wisdom is that if people are informed of the source of a message before hearing it, there is less likelihood of a sleeper effect than if they are told a message and then told its source.

3. Message Characteristics : The nature of the message plays a role in persuasion. Sometimes presenting both sides of a story is useful to help change attitudes.

4. Cognitive Routes : A message can appeal to an individual's cognitive evaluation to help change an attitude. In the central route to persuasion the individual is presented with the data and motivated to evaluate the data and arrive at an attitude-changing conclusion. In the peripheral route to attitude change, the individual is encouraged to not look at the content but at the source. This is commonly seen in modern advertisements that feature celebrities. In some cases, physicians, doctors or experts are used. In other cases, film stars are used for their attractiveness. ....

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>