

<<心理学导论>>

图书基本信息

书名：<<心理学导论>>

13位ISBN编号：9787811276886

10位ISBN编号：7811276887

出版时间：2009-10

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：赵坤，王辉，张林 编著

页数：232

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>

<<心理学导论>>

前言

本书是专门为传媒类专业学生编写的一本心理学入门教材。

目前,国内各类心理学教材层出不穷,但遗憾的是,这些教材多数对于传媒专业的学生并不适用。借用营销领域中“细分市场”的概念,我们希望编写一本面向传媒类学生这个“细分市场”的心理学教材。

结合日常教学内容和对相关文献的收集历时两年,我们完成了本书的编写工作。

与以往的教材相比,本教材具有以下一些特点:第一,本教材的内容设置和行文风格非常具有针对性。

编写者明确意识到本教材的阅读对象是传媒类专业学生,对他们需要了解的心理学基本理论和应用性内容有所侧重。

各章结合具体实例对具体知识点进行详细讲解,所举案例符合传媒类专业学生的特点,旨在帮助学生真正将所学转变为自己的知识结构的一部分。

第二,本教材的各章内容编排符合学习心理规律。

每章均包括“本章概要”、“引子”、“关键术语”和“思考题”等几个部分。

通过“本章概要”,学生可以大致了解该章将要介绍的主要内容;在“引子”部分,通过一些经典的案例自然地引出章节内容;“关键术语”和“思考题”部分可以帮助学生们更好地理清思路,巩固所学知识。

第三,本教材内容体现了近期的心理学研究成果,符合当今心理学学科发展的趋势,展现了当代心理学发展的蓬勃生机。

本教材在编写过程中力求突出一个“新”字,大量介绍近期的心理学研究成果和最新观点,并力求结合传媒类专业学生的学习特点,因材施教。

<<心理学导论>>

内容概要

不知你是否听说过，在当今信息时代，没有学过心理学的人不能算是真正受到良好教育的人，因为我们时时都有可能与“心理学”不期而遇，需要用心理学知识来指导工作、学习和生活。

作为一本导论性质的书籍，本书清晰地介绍了心理学的基础知识，渗透了近年来心理学领域的新进展。

帮助读者建构心理学知识的基本框架。

本书写作明白流畅、通俗易懂，兼顾科学性、趣味性和可读性。

用轻松活泼的方式带领读者步入心理学的世界，开始令人向往的心理学之旅。

<<心理学导论>>

书籍目录

前言 序 第一章 心理学是什么 第一节 心理学概述 第二节 心理学发展的历史和主要观点
第三节 心理学的研究方法 第二章 心理的神经生理基础 第一节 神经系统的基本单位 第二节
神经系统 第三节 脑 第四节 内分泌系统 第三章 感觉和知觉 第一节 感觉概述 第二
节 感觉的测量 第三节 感觉的种类 第四节 知觉 第五节 错觉 第四章 意识 第一节
意识概述 第二节 睡眠与梦 第三节 特殊的意识现象 第五章 学习 第一节 学习概述
第二节 经典条件作用 第三节 操作条件作用 第四节 认知学习 第六章 记忆和遗忘
第一节 记忆概述 第二节 记忆的测量 第三节 记忆策略 第四节 遗忘 第七章 智力与智
力测验 第一节 智力概述 第二节 智力测验 第三节 智力测量的理论 第四节 智能特殊者
第八章 动机与情绪 第一节 动机概述 第二节 生理性动机 第三节 社会性动机 第四节
情绪概述 第五节 情绪的生理机制与情绪的表达 第六节 情绪与健康 第九章 人格第十章 人
的毕生发展第十一章 必理健康与心理咨询参考文献后记

章节摘录

插图：个体对世界的认识始于感知觉，或者说人获得信息的过程始于感觉和知觉。

感觉是对事物个别属性和特性的认识，比如通过眼、耳、鼻、舌和皮肤等感觉器官，可以获得事物个别属性的信息，如明暗、颜色、粗细以及气味等。

知觉是对事物的整体及其连续性的认识。

通过知觉人们认识到的不再是事物的个别属性，而是事物的整体，如一朵花、一个杯子或一张报纸。

通过感知觉获得的知识经验并不是过目即忘的，人们在头脑中储存了大量的记忆。

记忆使得人们能够了解周围的世界、他人和自我。

记忆中储存的信息也为思维活动提供基本材料。

人不仅能直接感知个别、具体的事物，还可以运用自己储存的知识去间接地、概括地认识事物，揭露事物的内部联系和本质，形成事物的概念，对问题进行推理和判断，从而解决问题，做出决策，这就是思维的过程。

人还能通过语言就思维活动、认识的过程与他人进行交流，思维和语言的关系一直是心理学家关注的重点。

2.情绪和动机人的行为不仅仅受认知过程支配，因为人并非是完全理性的动物。

情绪(emotion)，如喜、怒、哀、乐、惧等，使我们的生活变得丰富多彩，也使人的心理变得难以琢磨。

人有哪些基本情绪？

情绪和认知有什么关系？

情绪的生理基础是什么？

人如何调节情绪？

所有这些对情绪问题的研究会使我们对自己、对他人多一分了解。

动机是指推动人的活动，并使活动朝向某一目标的内部动力。

动机的基础是各种需要，也就是个体在生理和心理上的某种不平衡状态。

人既有基本需要，也有后天习得的需要。

对不同动机的研究，使我们可以更好地了解隐藏在行为背后的原因。

后记

两年前，中国传媒大学南广学院金梦玉教授建议我们编写一本针对传媒类学生的心理学入门教材。在金梦玉教授的关心、鼓励和指导下，通过编者两年的辛勤工作，本书的编写得以顺利完成。

在本书即将付梓之际，回顾整个历程，感慨万千。

本书各章的执笔人分别为：第一章：陈芮（深圳大学）、赵坤（中国传媒大学南广学院）；第二章：赵坤；第三章：张林（中国传媒大学南广学院）；第四章：王辉（中国传媒大学南广学院）；第五章：张林；第六章：张林；第七章：王辉；第八章：王辉；第九章：赵坤；第十章：赵坤；第十一章：钱春霞（南京信息工程大学）。

本书的初稿完成后，由赵坤统稿。

本书编写完成之后，由南京师范大学的蔡厚德教授和乔建中教授对书稿进行了全面审阅，并提出修改意见。

两位教授对后辈的关心和爱护让我们感动，在此表示衷心的感谢。

感谢金梦玉教授在本书的编写过程中对我们的关心和指导，没有他的支持，就没有此书的诞生。

感谢中国传媒大学出版社总编辑闵惠泉先生，犹记得在2008年的炎炎夏日，他从北京来到南京方山脚下的南广学院，对本书的修改提出了宝贵的建议。

感谢本书的责任编辑欧丽娜女士，她丰富的编辑经验和文字功底为本书增色不少，感谢她辛勤的工作使得本书可以顺利出版。

感谢所有参与本书编校和出版的朋友们。

<<心理学导论>>

编辑推荐

《心理学导论》为中国传媒大学出版社出版。

<<心理学导论>>

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>