

<<手机短信传播心理探析>>

图书基本信息

书名：<<手机短信传播心理探析>>

13位ISBN编号：9787811276985

10位ISBN编号：7811276984

出版时间：2009-7

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：倪桓

页数：197

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>

<<手机短信传播心理探析>>

前言

“传播心理研究丛书”终于出版了。

在我国内地每年如雨后春笋般涌现的各种书中，至少到目前为止，以传播心理研究命名的丛书大概这是第一套。

这套丛书的产生不是偶然的。

从宏观看，如果没有改革开放，没有国家的科学政策、社会体制、意识形态等文化因素的影响，我国的心理科学就不可能从伪科学的桎梏中解放出来，在中断了十年的教学、科研之后又获得新生。同样，如果没有改革开放、解放思想的社会背景，传播学也不可能从西方被引进到中国并迅速发展成为一门显学。

据此可以断言，作为心理学和传播学的交叉学科——传播心理学也不可能在我国的学科领域里有其立锥之地。

从中观看，如果没有中国传媒大学（原北京广播学院）校领导班子强烈的创新意识和与时俱进的精神，使学校在1995年就开始招收新闻心理学（1997年改为传播心理学）的硕士研究生。继而又于2003年招收传播心理学的博士研究生，2001年学校领导又批准成立传播心理研究所，就不可能完成传播心理学教学、科研的体制化（即在学科建设、人员配备、资金保障等方面得到落实），也就不可能为在中国传媒大学培养传播心理方向的专门人才提供必要的条件。

<<手机短信传播心理探析>>

内容概要

短信传播已成为中国最重要的传播现象之一，不仅是人们获取信息的重要手段，而且业已创造出一种新型的沟通方式——手机短信人际传播。

区别于现实互动，短信交往给使用者带来了全新体验，并对传统人际传播产生着深远影响。

本书从传播心理学视角，阐述在手机短信人际传播所具备的媒介特质基础上，个体如何利用其进行自我表露，开展人际交流；以及在这个过程中，中国人的集体文化心理如何发挥潜移默化的作用。

同时探讨通过短信传播建构的新型人际关系呈现出怎样的特点，并用事实证明，它对传统人际交往产生了哪些负面影响。

适读对象：新闻传播专业研究人员、师生媒介管理部门人员，媒介爱好者。

<<手机短信传播心理探析>>

作者简介

倪桓女，2000年毕业于中国传媒大学（原北京广播学院）新闻系新闻学专业，获文学学士学位；2003年毕业于中国传媒大学新闻传播学院传播学专业，获文学硕士学位；2006年毕业于中国传媒大学电视与新闻学院传播学专业，获文学博士学位。

毕业后留校任教至今。

研究方向为新闻心理学、传播心理学、广告心理学。

参与国家社科基金项目，在省级以上学术刊物发表论文十余篇。

<<手机短信传播心理探析>>

书籍目录

总序第一章 导论 一、研究背景 手机短信在我国的发展现状 二、研究动机 三、研究对象 四、研究方法 采用定性的文献分析和深度访谈的方法 五、文献与理论综述第二章 手机短信人际传播概述 第一节 手机短信人际传播概念的提出 一、手机短信传播是一种人际传播 二、手机短信人际传播概念的确立 第二节 手机短信人际传播诞生的媒介形态变迁背景 一、面对面传播：示现媒介系统时期 二、延时传播：再现媒介系统时期 三、电子对话：机器媒介系统时期 第三节 手机短信人际传播的新特质 一、移动性 二、去现场性 三、私密性 四、可控的异步交流 第四节 短信人际传播对新型人际关系构建的研究思路 一、研究思路 二、研究内容第三章 自我表露 手机短信人际关系构建的个体心理基础 第一节 构建短信人际关系中自我表露的特点 一、自我表露是人际交往的基础 二、短信人际交往中自我表露的特点 第二节 构建短信人际关系中印象管理的特殊性 一、印象与印象管理 二、印象管理的重要性 三、手机短信人际交往有利于印象管理 四、构建短信人际关系中印象管理的特殊性 第三节 构建短信人际关系中自我表露的效果：对现实人际关系的影响 一、一般人群 二、特殊群体第四章 文化心理 手机短信人际关系构建的集体心理特征 第一节 民族文化心理的显性表征 行为特点对短信人际关系的影响 一、中国民族性格的行为特点 二、中国民族性格的局限性 三、短信人际交往是中国民族性格的合理选择 第二节 民族文化心理的隐性体现思维特性对短信人际关系的影响 一、中国人的思维特性辩证思维 二、辩证思维对短信入际关系的影响 第三节 当代多元文化对短信人际关系的影响 一、短信人际交往的“无厘头”化 二、短信人际交往的娱乐化 三、短信人际交往的新旧文化冲突第五章 手机短信人际传播构筑的新型短信人际关系第六章 手机短信人际传播中的负面效应结语：观点总结及研究的局限参考文献后记

<<手机短信传播心理探析>>

章节摘录

刘伟的《手机短信的六种媒体优势》一文，将手机短信作为一种新兴的介入新闻传播领域的势力，在与传统媒体做细致的对比之后，分析其媒体优势：短信集合了纸媒体的书写、可存储以及互联网交互的优点，还拥有无线传播的独特优势——移动、即时。短信将各种媒体的优势高度融合，并通过网络进行了延伸，是一种融合了人际传播和大众传播优势的新媒体。

（3）短信传播的负面社会影响及监管 这一类研究多从短信传播技术带来的不良社会影响（如黄色短信、垃圾短信、短信诈骗等）出发，关注目前监管措施的缺失，从而提出自己的建议。代表性较强的有：张潇潇的《不良短信传播现象分析》一文，从不良短信的类别、传播特点和监管等方面展开论述。

易容、周晓丽在《新媒介时代的信息噪音和控制——对手机短信文化空间的现状分析》一文中指出，由手机短信构筑的“拇指文化”空间已经给人类带来手机信息噪音的困扰，进而从手机的传播特性来分析噪音（指手机短信中的虚假信息、不良信息、危害公共安全信息、恶意病毒信息和不为受众所需的信息）产生的根源并探讨控制对策。

李洋的《第五媒体何处去——手机短信的负面信息传播现象解读》一文对短信负面信息的分类及成因做了探讨。

（4）短信传播的社会政治经济功能 此类从传播政治经济学视角出发的宏观探讨共有5篇文章，比较具代表性的是张文静的《新媒介形态的政治经济学研究——中国手机短信息传播分析》，该文以传播政治经济学为理论依据，探讨短信息如何在中国社会中被建构、哪些因素促成这一传播渠道的形成、短信的传播范围和发展趋向，以及它对中国社会和使用者的影响。与之相类似的文章还有王凯波的《手机短信的政治经济学分析》一文。

<<手机短信传播心理探析>>

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>