

传播与劝服：关于态度转变的心理学研究



[传播与劝服：关于态度转变的心理学研究_下载链接1](#)

著者:[美] 卡尔·霍夫兰，欧文·贾尼斯 等著，张建中等 译

[传播与劝服：关于态度转变的心理学研究_下载链接1](#)

标签

评论

传播学经典，导论读起来比较煎熬。刚刚开始看第一张。

书竟然没有塑料封皮，新书不都是自带的么。多容易落灰。其他都还不错。

good....

买了不少的书，都是精挑细选的。感觉不错，符合预期。不错，挺好的。

还没看，先收藏…

心理学的经典著作，用在宣传中是否可行？

好好好好好好好好好好好好好好好好

还没看 包装不错

不错的书籍，值得一看。

挺好的，建议阅读，十分好

经典书籍，不错

不错啊可以啊哈哈

买过本英文的，觉得字太小了。还是中文字大点，看着不那么累。

装订很好，内容很有用，趁着优惠入手十分划算，好评！

买来防忽悠的，记者也是一种片子

好。。。。。。。。。

真心不错！书籍是正版，品质很好

很有用的书，对传播有兴趣的可以考虑

商品超给力,卖家加油!

书收到了 速度很快 包装也很好

可以阅读，内容一般，并无特别出彩。

很好， 价钱合适，质量不错！需要还来买…???

哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈

给同事买的同事说不错说说挺好的

朋友推荐的，很不错的书，赞一个

书写的不错，适合研究人员使用

传播学经典著作。

帮朋友买的，质量还不错

传播与劝服：关于态度转变的心理学研究

效果研究早期的经典著作，值得拜读

一致想看的书，不错！！

学术性文献，需要慢慢琢磨琢磨

很不错的书，营销与传播行业必读

可以的

如果是正版我就笑了！

没有封皮，书很脏，已经退了

不错

名篇

好

每一位受访者都要回答，关于刚结束的选举，他主要的信息源是什么。如此看来，结果是显而易见的：若以地方选举而论，"他人"是重要的信息（和可能建议）的源头，而报纸则是地方选举时获取信息的主要媒体。在州一级的选举中，电视比报纸略为重要。至于全国大选，电视则比报纸重要得多。换句话说，选举越近在身边，越多的人是靠报纸和朋友及邻居获取信息，选举离得越远，选民就越依靠电视。

从上表中还可以看出随时间推移出现的一种趋势：各州选举和全国选举对报纸的依靠在缓慢地下降，对电视的使用则在上升。其他人的研究也支持这样的趋势。在1961年进行的一次全美抽样调查中，电视首次被认为是"最可信的新闻媒介"。自此，认为报纸是"最可信"的百分比大体保持不变，而认为电视是最可信的百分比，从39%上升到51%。与此相似，在1965年至1975年间，人均看电视的时间每周增加了约5小时，而读报的时间则减少了1小时。每个年龄段的情况都是如此。20多岁、30多岁、40多岁和50多岁的年龄段当中都出现了这样的变化，较大的变化是在老龄组。

就公共事务和重要新闻的信息源而言，为什么人们依靠报纸而不是电视呢？鲁滨逊和康弗斯认为，电视刚推广时，几乎完全被当作娱乐和虚构文艺的来源。[8]然而，随着电视的成熟，它作为新闻源头的作用也成熟了；其新闻报道扩大，新闻图像也日益增多。电视对越战、登月、大选和全国性事件的报道如约翰·肯尼迪总统遇刺的报道出现了，严肃而专业的新闻节目比如《六十分钟》等出现了，这一切都向受众证明，电视已不仅仅是娱乐媒介。鲁滨逊和康弗斯指出，到了20世纪70年代，电视对报纸的影响才得以彰显，对读报或读书的影响才一望而知了。

然而，尽管有这样的趋势，我们却不能假设，电视已经抢夺了新闻的功能；不能认为，在对远方事件或图像丰富事件的报道中，电视都独占鳌头。显然，电视是直播事件的最好窗口：报纸绝不可能再现月球景色给人的冲击。但除了罕见的例外，电视新闻只是标题性质的，如欲了解更多的事实、获取更多的解释，我们很可能还得靠印刷媒介。

.....

gfddrtyuujnhbvbvcdrrthuijjnnvcfd

一分都不想评！这真是盗版到不行！印刷的都是啥！这叫人怎么看！这么不尊重书本的卖家我劝大家也别买了！

[传播与劝服：关于态度转变的心理学研究_下载链接1](#)

书评

[传播与劝服：关于态度转变的心理学研究_下载链接1](#)