

## عنوان مقاله:

بازی با واژه ها و بازار گرمی روانشناسی زرد، تحلیل معنایی و فراوانی ۸ پرکاربرد در این آثار

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

محمدرضا رئیسی - کارشناس ارشد ارتباطات دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

[توضیح سیویلیکا: برخی از کلمات و حروف داخل متن مقاله به هم ریخته هستند و به درستی نمایش داده نمی شوند]  
با وجود هشداریهایی مکرر متخصصان درباره آثار زبان‌های شیه روانشناسی بر ذهن و زندگی مخاطبان عام، فروش این کتابها همچنان بالاست و البته جای خالی نقدهای کارشناسان و روشمندان علمی و استاندارد در بررسی این آثار به شدت احساس می شود این پژوهش با استفاده از تکنیک «تحلیل محتوا» به بررسی متن ۴ کتاب پرفروش ۱۰ سال اخیر پرداخته و ۸ واژه ی پرکاربرد مشترک در این کتابها را به لحاظ فراوانی و نیز معنایی واکاوی کرده است برای بررسی دقیق این واژه ها ابتدا تعریف علمی و روانشناسی آنه آورده شده است سپس با ذکر مثلهایی از متن کتاب با مفهوم مورد اشاره نویسنده مقایسه شده و در قالب جدولی فراوانی آن در هر کتاب آمده است تحلیل جداول بدسیت آمده نشان میدهد بازی با کلمات تحریف معنایی و وعده های رویارویی نقش مهمی در فریب مخاطب و فروش بالای این کتابها دارند.

## کلمات کلیدی:

روانشناسی ، روانشناسی زرد، کتاب، تحلیل محتوا، واژه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/546641>

