**《传播心理学》课程教学大纲**

一、课程基本信息

课程代码：16155302

课程名称：传播心理学

英文名称：Communication Psychology

课程类别：专业课

学 时： 48

学　　分： 3

适用对象: 新闻与传播学专业

考核方式：考查

先修课程：传播学或心理学

二、课程简介

传播心理学（communication psychology）是20世纪40年代前后在美国首先兴起和发展起来的。美国实验心理学家卡尔•霍夫兰(Hovland，C.I.，1912一1961)和美籍德国心理学家勒温是传播心理学的主要奠基人。传播心理学主要研究各类传播与心理的关系，传播者的心理条件、 信息接受者(受传者或受众)心理、传播渠道(主要包括言语传播渠道和非言语传播渠道)的心理作用以及有效传播策略的选择，等等。 它是传播学和心理学交叉结合诞生的一门综合科学(或称边缘科学)。它既是传播学的分支学科，也是心理学中应用心理学的一个次级分支学科。这门学科有助于新闻与传播学专业学生更好地了解自己及他人作为传受者的心理发生、发展规律，帮助他们成为有良好心理素质、懂得“入心”的职业传播者。

Communication psychology was first developed in the United States around 1940s. American experimental psychologist Carle Huo Fulan (Hovland, C.I., 1912, 1961) and Lewin, an American psychologist, are the main founders of communication psychology. The main research areas of communication psychology include: the relationship between psychology and all types of communication; the psychological condition of disseminator and receiver of information, psychological communication channels (including verbal communication and nonverbal communication channels), and effective communication strategies, etc. It is a comprehensive science (or borderline science) at the intersection of communication and psychology. It is not only a branch of communication science, but also a secondary branch of psychology in applied psychology.This discipline helps students majoring in journalism and communication better understand the psychological occurrence and development laws of themselves and others as communicators, and helps them become professional communicators with good psychological quality and know how to "enter the heart".

三、课程性质与教学目的

本课程为专业必修课程。教学目的如下：

1. 使学生掌握传播心理学基本知识，包括历史、研究对象和现状等；
2. 了解不同传播类型中涉及的心理学知识，熟悉心理学在相关传播领域的应用；
3. 了解传播过程中，传播者的心理条件、传播受众的心理、以及传播内容编排、传播策略选择、传播环境中涉及的心理学知识；
4. 重点通过掌握传播各环节涉及的心理发生和发展规律，分析现实生活中的传播相关问题；并能在传播实践中，**在深度理解社会主义核心价值观、保持身心健康的基础上，坚定理想信念，勇于追求真理，敢于探索和创新，做到科学、有效地从事各类传播活动。**

四、教学内容及要求

**第一讲 什么是传播心理学？**

1. **目的与要求**

知识：明确学习传播心理学的重要性，掌握传播心理学的学科定位、研究对象和内容，了解传播心理学的课程体系；

能力：能辩证地分析和比较传播与心理的关系，以及传播学与心理学的相 互影响；

**思政：学会用科学的态度看待一门学科的历史和现状，用跨学科的视角比较分析学科与学科之间的关系，用未来与世界的眼光思考学科的发展与应用。**

1. **教学内容**

 **第一节 为什么要学传播心理学？**

1. **主要内容**

“人心” 离不开“有效传播”

 传播活动的重要性：**古今中外的认识**

 **从人的本质看传播的重要性**

 **从人的基本需要看传播的重要性**

“有效传播”离不开“人心”

 “有效传播”需要把握言语/非言语沟通的规律

 “有效传播”需要把握传/受者的心理规律

1. **基本概念和知识点**

人类认为传播活动很重要

**传播活动是人类的本质之一**

**传播沟通是人的基本需要**

传播与心理的**辩证关系**

1. **问题与应用（能力要求）**

**讨论：**传播活动是如何与人类的各种心理需要相联系的？

 **第二节 传播学与心理学的关系**

1. **主要内容**

关于传播学

关于心理学

心理学对传播学的影响

传播学对心理学的影响

1. **基本概念和知识点**

传播学的诞生、发展及学科基础

心理学的诞生、发展及研究目的

传播学与心理学的**辩证关系**

心理学理论、人物和研究方法对传播学的影响

传播学影响心理学的研究问题、拓展其领域与视角

1. **问题与应用（能力要求）**

 如何有效运用心理学研究方法进行传播学研究？

传播学对网络的研究如何扩大心理学研究范畴？

 传播学对手机的研究增加了哪些心理学话题？

 **第三节 什么是传播心理学？**

**1.主要内容**

 传播心理学的定位与定义

 传播心理学的研究目的与对象

传播活动中的心理现象

传播心理学课程体系

传播心理学的研究方法

传播心理学的理论问题

传播心理学在国内的发展与现状

**2.基本概念和知识点**

传播心理学、心理现象

传播心理学的研究对象

传播心理学的研究方法与理论

传播心理学的课程体系

**3.问题与应用（能力要求）**

 尝试运用不同的心理学理论解释：“网络或媒体中的暴力内容使青少年产生攻击性行为”这一现象。

1. **思考与实践**

 **讨论思考：**传播心理学应该研究什么问题？

 怎样学好传播心理学？

 **实践调查：**目前构建传播心理学有哪些途径和困难？

1. **教学方法与手段**

以讲授为主，**理论与实践相结合，组织分组讨论、话题辩论，**结合现实生活中的实际问题布置作业。

**第二讲 言语沟通与非言语沟通**

（一）目的与要求

知识：言语沟通与非言语沟通的定义和特点及心理学相关研究

能力：言语沟通与非言语沟通在传播中的应用

**思政：鼓励和启发学生通过观察和应用有效的言语和非言语线索，诚恳待人、相互尊重、互相关心、友好和睦，努力形成社会主义新型的人际关系。**

(二) 教学内容

第一节 言语沟通

1. **主要内容**

什么是言语沟通？

言语符号的特点

关于言语沟通的心理学研究

应用：说服的心理效应

1. **基本概念和知识点**

言语沟通的定义和分类

言语沟通符号的发展与特点

语言对认知、理解的影响：标签效应、框架效应

 承诺效应

登门槛效应、留面子效应

1. **问题与应用（能力要求）**

从反面探索有效沟通的方法：关注言语沟通的种种障碍。

“火星文”带给我们什么启示？

违反语言的约定性会闹出哪些笑话?

人们如何根据不同的场合使用不同抽象层次的语言？

语言符号具有抽象性，但在具体语境中有不同含义。

言语符号多义性的典型例子：歧义、双关。

标签效应和框架效应告诉我们什么？

 语言中的歧义和双关如何影响语言理解？

言语中有哪些禁忌语现象？

合理运用各种心理效应提高说服效果。

**第二节 非言语沟通**

1. **主要内容**

动态无声沟通

静态无声沟通

有声副语言

**2. 基本概念和知识点**

非言语沟通的定义、特点、功能

非言语沟通的研究领域

动态无声沟通：目光、表情、动作

静态无声沟通：姿势、空间

有声副语言：音量、语速、语调对理解的影响

身体运动语言、互动同步、个人空间、空间距离

沉默的多义性

3. **问题与应用（能力要求）**

现代“非言语识谎”的线索有哪些？

**表达关心、尊重、友善的“非言语线索”有哪些？**

不同场合下，触摸有哪些不同的方式、意义和功能？

**（三）思考与实践**

 是什么造成了歧义和双关？如何正确理解歧义与双关？

 运用所学心理效应对他人进行说服。

 观察记录自己一周的言语与非言语行为，统计“非言语沟通”所占的比重是多少？

 **观察自己或身边的例子，说说自己或他人在人际交往中运用“非言语线索”表达关心、友善和尊重时有哪些成功或失败的例子。**

 阅读：爱德华.霍尔著，候勇译：《无声的语言》。

 观看纪录片：《身体语言的秘密》。

 **(四) 教学方法与手段**

以讲授为主，理论与实践相结合，适当组织讨论，结合现实生活中的实际问题布置作业。

**第三讲 自我传播与自我认识**

**（一）目的与要求**

了解：自我与自我传播、自我认识的含义及途径

掌握：在传播中应用自我管理、自我表露技术

**(二) 教学内容**

第一节 自我与自我传播

 **1. 主要内容**

什么是自我传播

自我—人类心理宇宙的中心

**2. 基本概念和知识点**

自我

自我传播

主我与客我

物质自我、社会自我、心理自我

现实自我、理想自我

**3. 问题与应用（能力要求）**

如何对自我进行分析？

“延伸的自我”在现实生活总如何体现？

**第二节 自我认识**

 **1. 主要内容**

认识自我之难

 人的自我认识来自哪里？

 **2. 基本概念与知识点**

 自我认知

 “聚光灯效应”

 双重态度系统

 几率迟钝与联合谬误

依从、认同、内化

社会比较和反射性评价

自我知觉

归因

**3. 问题与应用（能力要求）**

社会对自我有哪些影响？

社会比较与反射性评价如何影响自我认知？

文化差异如何影响自我认知？

社会主义核心价值观从哪些途径影响你的自我认知？

**第三节 自我管理：控制行为与解释行为**

 **1.主要内容**

 自我效能

习得性无助

控制点

自我决定与选择的后悔

**2. 基本概念与知识点**

 自我效能

习得性无助

控制点

自我决定

**3. 问题与应用（能力要求）**

自我选择：电视频道越多越好吗？

自我效能感与自信、自卑是什么关系？

如何在传播过程中避免受众习得性无助？

社会主义核心价值观如何影响你的自我选择？

**第四节 自我表露与交流**

**1. 主要内容**

感知与自我展示

自我表露

人际沟通中的自我表露

**2. 基本概念与知识点**

自我展示

自我表露

“约哈里之窗”

**3. 问题与应用（能力要求）**

自我表露和展示如何影响人际关系的建立和改善？

**（四）思考与实践**

 Who am I? 根据自己的情况列一个自己的“约哈里之窗”，发现自我意识。

**（五）教学方法与手段**

以讲授为主，理论与实践相结合，适当组织分组讨论、课堂讨论，结合现实生活中的实际问题布置作业。

**第四讲 人际沟通与人际关系**

**（一）目的与要求**

了解：人际沟通的发生与实质

掌握：在传播中应用人际沟通技术技术

**(二) 教学内容**

**第一节 人际沟通的发生**

 **1. 主要内容**

什么是人际沟通？

人际沟通的地位

人际沟通的类型

面对面沟通

延时传播与人际沟通的扩大

**2. 基本概念和知识点**

人际传播

即时传播

延时传播

电子传播

**3. 问题与应用（能力要求）**

面对面传播的优点和局限？

延时传播的产生、优点和局限？

电子传播的特点。

**第二节 人际沟通的实质**

 **1. 主要内容**

人际传播与情境

人际传播的实质：表演艺术

**2. 基本概念和知识点**

情境三要素

欧文戈夫曼“拟剧理论”

**3. 问题与应用（能力要求）**

如何看待人际传播中的 “表演”：不真诚？更有效传播？

**第三节 人际沟通与人际关系**

 **1. 主要内容**

 人际吸引的规则

人际沟通的原则

人际沟通的策略

**2. 基本概念和知识点**

人际吸引、人际沟通

**真诚的原则**、功利原则、

相似原则、互补原则

情境控制原则

**3. 问题与应用（能力要求）**

理解并在现实生活中有效利用人际传播与人际关系的相互作用关系进行有效沟通。

**思考为什么真诚、平等的氛围对于人际沟通而言尤其重要？**

**第四节 手机与人际交往**

 **1. 主要内容**

《手机：挡不住的诱惑》

手机发展简史

手机的功能

手机对人际关系的影响

手机媒体的传播优势

**2. 基本概念与知识点**

手机媒体

手机与网络媒介的结合

**3. 问题与应用（能力要求）**

手机对人际关系的影响：变革了传统的人际关系？

手机是人际传播媒体还是大众传播媒体？

**（三）思考与实践**

 推荐阅读：保罗 莱文森：《手机：挡不住的呼唤》，何道宽译。

 面对面的沟通受制于时间和空间吗？

 从媒介的角度凡茜面对面口语传播与异地延时传播各有什么特点？

 电子对话能否完全取代传统的人际互动方式？

**（四）教学方法与手段**

以讲授为主，理论与实践相结合，适当组织分组讨论、课堂讨论，结合现实生活中的实际问题布置作业。

**第五讲 群体传播与群体心理**

**（一）目的与要求**

了解：心理学关于群体心理的研究

掌握：群体传播中群体与个体之间的关系：群体对个体的影响、个体对群体的影响

**(二) 教学内容**

**第一节 群体传播**

 **1. 主要内容**

群体的定义、发展过程、类型

群体传播的定义、特征

**2. 基本概念与知识点**

马斯洛需要层次理论

非组织群体

组织群体

群体传播与网络群体传播

**3. 问题与应用（能力要求）**

从马斯洛的需要层次理论看人类对群体的需要。

**如何在当今新媒体时代做好网络群体传播？**

**第二节 群体心理研究**

 **1. 主要内容**

群体对个体的影响

个体对群体的影响

**2. 基本概念与知识点**

社会助长、社会抑制、惰化

群体极化、群体思维、冒险转移

从众**（利用榜样的作用，引导良好从众；创设民主平等氛围，避免不良从众）**

旁观者效应 （**勇于做友善第一人，打破旁观者效应**）

权威服从实验（**勇于追求真理，面对科学权威保持质疑和批判的精神。**）

**3. 问题与应用（能力要求）**

如何运用群体心理的研究结果分析现实中的群体事件。

**（四）思考与实践**

**从群体心理角度看网络暴力的成因？**

**如何看待网络“以暴制暴”？**

**如何看待网络意见领袖对大学生群体的影响？**

**（五）教学方法与手段**

以讲授为主，理论与实践相结合，适当组织分组讨论、课堂讨论，结合现实生活中的实际问题布置作业。

**第六讲 大众传播心理**

**（一）目的与要求**

了解：大众传播的概况、受众、传者与传播内容的心理效应

掌握：应用大众传播心理效应进行有效传播

**(二) 教学内容**

**第一节 大众传播概述**

 **1. 主要内容**

大众传播的发展

心理学对大众传播现象的重视

**2. 基本概念与知识点**

大众传播

大众传播媒介的种类

网络传播的特点

**3. 问题与应用（能力要求）**

网络传播的社会影响：一把双刃剑

网络传播带来什么正面影响？

网络传播存在什么问题？

**第二节 传播者心理研究**

**1. 主要内容**

传播者的观察与判断

传播者的移情能力

传播者的情感调控

传播者的应变与创新

**2. 基本概念与知识点**

认知偏差：代表性偏差、可得性偏差、归因偏差

偏见、刻板印象

观察判断的影响因素、方法和技术

情绪：心境、激情、应激

情绪理论

情绪调控方法

应变的心理标准

辐合思维、发散思维

创新的过程

创新思维的训练

**3. 问题与应用（能力要求）**

**如何消除群体偏见和群体刻板印象?**

**如何做到更客观科学的观察以减少事实偏差？**

**成为合格的传播者需要具备哪些重要的心理素质？**

**第三节 受众心理研究**

**1. 主要内容**

受众与受众心理研究

公众对传播者的习得性无助：归因理论

受众的人格发展阶段

受众的认知发展阶段

受众的准社会交往

 **2. 基本概念与知识点**

受众

习得性无助

归因理论

准社会交往

埃克森人格发展理论

皮亚杰认知发展阶段理论

准社会交往（**引导受众良性准社会交往，提高品牌形象的同时，避免受众病理性偶像崇拜）**

**3. 问题与应用（能力要求）**

如何在报道中避免刻板印象的负面影响？

基于社会主义核心价值观，如何在媒体传播中避免不正确的归因？

基于社会主义核心价值观，如何在媒体传播中改变对成功标准的不当宣传?

**第四节 传播内容编排心理研究**

**1. 主要内容**

如何抓住受众的眼球：注意的过滤说

新闻背景和新闻链接的运用：先行组织者

 **2. 基本概念与知识点**

注意过滤器理论

注意衰减器理论

先行组织者

意义学习

**3. 问题与应用（能力要求）**

从外部刺激物的新奇性、对比性等角度提高受众的无意注意。

充分利用受众的已有知识经验特别是日常生活中的熟悉事物。

利用受众的期待，提高注意水平。

传者通过媒介信息帮助受众激活其认知图式有哪些途径？

 **第五节 态度改变与传播策略研究**

 **1. 主要内容**

单面说服、双面说服

先失调再改变：认知失调理论

预防免疫理论

 恐惧诉求

 **2. 基本概念与知识点**

 态度改变

 单面说服、双面说服的影响因素

认知失调理论

 恐惧诉求

预防免疫理论

 **3. 问题与应用（能力要求）**

注意了解受众的情感需求，提出引起受众情感共鸣的新认知。

善用弱刺激，将态度改变的决策权交给被说服者。

在说服性信息传播中可采用恐惧诉求，但宜控制恐惧的强度。

在使用恐惧诉求时，应同时提出应对恐惧后果的理性解决方案。

制定恐惧诉求策略时，根据目标受众的特点及卷入程度，采用不同的恐惧等级。

 **第六节 传播环境研究**

 **1. 主要内容**

环境的力量---勒温的场论

周围人的制约---参照群体

 **2. 基本概念与知识点**

 传播环境

勒温“场论”

 领导风格

 沉默的螺旋

 意见气候

 **3. 问题与应用（能力要求）**

媒介意见不等于公众意见。

尊重并倾听少数派意见。

重视并提炼新媒体渠道表达的意见。

**（四）思考与实践**

 网络新媒体时代，意见领袖对青少年有哪些影响？

 运用传播相关心理效应改善传播效果？

**（五）教学方法与手段**

以教师讲授理论与学生分组讨论案例分析相结合的方式进行教学，理论与实践相结合，结合现实生活中的实际问题布置任务。

五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节****教学时数****课程内容** | **讲****课** | **习****题****课** | **讨****论****课** | **实验** | **其它教学环节** | **小****计** |
| 第一讲传播心理学概述 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第二讲（一）言语沟通 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第二讲（二）非言语沟通 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第三讲自我传播与自我认识 | 3 |  |  |  |  | 3 |
| 第四讲 人际传播与人际关系 | 3 |  |  |  |  | 3 |
| 第五讲 群体传播与群体心理 | 3 |  |  |  |  | 3 |
| 第六讲 大众传播心理 | 12 |  | 3 |  |  | 15 |
| 期末考查 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 合计 | 29 |  | 3 |  |  | 32 |

六、推荐教材和教学参考资源

1.陈锐等.《传播心理学》.中国人民大学出版社

2.方建移.《传播心理学》.浙江教育出版社

3.余霞.《传播心理学笔记》.商务印书馆

4.刘京林.《大众传播心理学》（修订本）.中国传媒大学出版社

七、其他说明

无

大纲修订人：王姝君 修订日期：2023.3.3

大纲审定人：王楠 审定日期：2023.3.3