

中国社会科学院大学《传播心理学》课程大纲

课程基本信息（Course Information）					
课程编号 （Course ID）	1282020018	*学时 （Credit Hours）	32	*学分 （Credits）	2
*课程名称 （Course Name）	传播心理学				
	The Psychology of Communication				
先修课程 （Prerequisite Courses）	传播学原理				
*课程简介 （Description）	本课程的定位是面向新闻传播学专业学生，拓展学生对新闻传播学和心理学交叉领域的研究视野，有助于学生借助理论与方法发现问题、分析问题和解决问题。本课程的目标是使学生掌握信息传播过程中的种种心理现象及其客观规律，并进一步探讨如何利用心理学的研究成果和有关的心理规律来更好地增进传播的效果，实现传播目的。 教学内容从心理学视角阐释传播过程中的各种现象和议题，涵盖大众传播、群体传播、人际传播等范畴，兼顾新媒体传播中的新态势。分为四部分：第一部分绪论，阐明传播心理学的研究对象、方法及理论流派，介绍传播心理学在国内外的历史与现状；第二部分介绍传播者心理，涉及传播者的自我意识、观察判断、印象管理、有效倾听、移情能力、情绪情感调控、创新应变等传播能力和素质；第三部分介绍接收者心理，涉及接收者的注意状态、信息处理、需求动机、心理发展、态度变化；第四部分介绍新媒体与传播心理，包含网络与人际传播心理、心理学视角下的网络舆情、谣言传播的心理研究等。 本课程的重点难点是学生缺乏心理学课程的先修课程以及心理实验方法的训练，学生的接受程度取决于前期相关心理学知识与方法的掌握情况。课程要求学生遵守课堂纪律，不能缺课，积极参与课堂讨论，并按时完成作业。要求学生参与平时完成的小组作业，是一个传播心理学的研究，期末完成闭卷考试。				
	课程思政内容：本课程属于传播学与心理学的交叉领域，涉及研究方法的部分，在方法讲授上，不会涉及到意识形态内容；但在学生运用这些研究方法对某些议题展开研究时，可能会涉及到意识形态内容。基于在这些内容，课程会强化课程内容，紧紧围绕坚定学生理想信念，围绕政治认同、家国情怀、文化素养、宪法法治意识、道德修养等重点优化课程思政内容供给，在课程教学中坚持以马克思主义新闻观为指导，在重要议题上着力于构建中国特色的新闻传播学科自主知识体系。 “以学生为中心”的人才培养理念：强化学生的问题意识和能力培养。培养学生发现问题的能力，并能够围绕现象和问题进行研究设计，使有具象的问题升华为具有普遍意义的研究议题；课程目标上，从重视知识内容的传递转向关注学生的学习效果和能力培养，使学生既学透传播心理学的理论知识，也能够运用实验法等多种心理学研究方法，分析问题、解决问题；通过大量的案例，使学生不仅仅知道“是什么”，还知道“为什么”、“怎么做”；除了期末闭卷考试考察学生系统掌握本门课程以及平时作业的情况，重视在平时的考评中，培养学生的团队合作研究精神，将平时的小组作业分为阶段性报告、实时提问、及时纠偏相结合，对学生学习效果进行全过程监				

	测与评估。 课程涉及“两性一度”，即高阶性、创新性和挑战度：通过阶梯化的内容设计，在教材内容介绍的基础上加入新的互联网传播与时代传播相关的内容，体现出高阶性和挑战度。鼓励学生阅读《新闻与传播研究》《国际新闻界》《现代传播》《新闻大学》上的传播心理学文章，英文能力较强的学生可以阅读 Media Psychology 等期刊上的文章。实际上，这些研究论文更适合研究生学习，但通过这些有一定难度和高度的内容，体现出我校研究型的人才培养目标。此外，课程内容体现出前沿性，比如实验法，除了实验室研究外，还有现场实验研究，更适合传播学的学科场景。此外，本课程也不断创新教学模式，探索更加有效率和效果的学习方法，比如将一些业界的案例引入到课堂上，让学生更充分地认识每个案例的复杂性，课堂上可以运用所学的知识点进行研究设计和案例分析。同时，采用小组作业的方式，围绕研究课题，让学生阅读文献、进行研究并报告讲解，使学生能够理解如何将在本课程中学到的理论、方法如何应用在研究中，如何确定自己的研究议题，做出科学、有效并具有可操作性的研究设计。
*课程简介 (Description)	The Psychology of Communication was first developed in the United States around 1940s. The Psychology of Communication includes the relationship between psychology and all types of communications, the psychological condition of senders and receivers of information, the psychological effect of communication channels (both verbal communication and nonverbal communication channels), effective communication strategies, etc. It is not only a branch of communication science, but also a secondary branch of psychology in applied psychology. The Psychology of Communication is the first comprehensive introduction to psychological perspectives on communication. This accessible guide provides an overview of key theoretical approaches from a variety of different disciplines (including cognitive, developmental and evolutionary psychology) as well as practical guidance on how to implement communication interventions in differing contexts. This course is aimed at undergraduate students majoring in journalism and communication. It enables students to understand some cutting-edge issues in the psychology of communication research, and to use experimental and other methods of Psychology to conduct research design, data processing and conclusion analysis.
*教材 (Textbooks)	传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。
参考资料 (Other References)	1. 周宗奎等.网络心理学[M].上海:华东师范大学出版社,2017. ISBN: 9787567563735 2. [美]保罗·拉扎斯菲尔德(Paul Lazarsfeld).人民的选择:选民如何在总统选战中做决定(第三版)[M].北京:中国人民大学出版社,2012. ISBN: 9787300149097 3. [美]亨利·詹金斯.文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化[M].郑熙青译.北京:北京大学出版社,2016. ISBN: 9787301275771 4. [法]皮埃尔·布尔迪厄.关于电视[M].许钧译.北京:北京大学出版社,2020. ISBN: 9787301313961 5. [美]E·M·罗杰斯.创新的扩散(第5版)[M].唐兴通等译.北京:电子工业出版社,2016. ISBN: 9787121277498 6. 陈晓萍等.组织与管理研究的实证方法(第三版)[M].北京:北京大学出版社,2018.

		ISBN: 9787301296431 7. [美]阿尔·巴比.社会研究方法(第 13 版)[M].邱泽奇译.北京:清华大学出版社,2020.					
*课程类别 (Course Category)		☐ 公共基础课/全校公共必修课 ☐ 通识教育课 ☐ 专业基础课 ☒ 专业核心课/专业必修课 ☐ 专业拓展课/专业选修课 ☐ 其他_____					
*授课对象 (Target Students)		全校各专业 本科生		*授课模式 (Mode of Instruction)		☐ 线上, 教学平台_____ ☒ 线下 ☐ 混合式 ☐ 其他_____ ☐ 实践类 (70%以上学时深入基层) _	
*开课院系 (School)		新闻传播学院		*授课语言 (Language of Instruction)		☒ 中文 ☐ 全外语_____语种 ☐ 双语: 中文+_____语种 (外语讲授不低于 50%)	
*授课教师信息 (Teacher Information)		课程负责人 姓名及简介		课程负责人: 石林 中国社会科学院大学新闻传播学院讲师。毕业于北京大学新媒体研究院, 传播学博士。研究方向: 新媒体与网络传播、媒体融合、平台与社会治理。			
		团队成员 姓名及简介					
学习目标 (Learning Outcomes)		1.使学生了解并认识传播心理学研究的前沿理论、发展概况、历史脉络与主要议题。 2.使学生掌握传播心理学研究的基本方法、实验工具使用。 3.训练学生运用批判性思维发现问题、分析问题, 提高学生对传播心理现象的洞察力、理解力, 提高他们分析问题与解释问题的能力。 4.使学生能够应用传播心理学理论与方法进行研究设计, 并撰写学术论文。					
*考核方式 (Grading)		本课程的总成绩由平时成绩和期末成绩两部分构成: 平时成绩: 需要同学们分组完成一个研究, 并撰写一份小组作业, 占总成绩的 30%; 期末成绩: 由于本课程为必修课, 期末采用闭卷考试方式, 占总成绩的 70%。					
*课程教学计划 (Teaching Plan)							
周次	周学时	其中					教学内容摘要 (必含章节名称、讲述的内容提要、实验的名称、教学方法、课堂讨论的题目、阅读文献参考书目及作业等)
		讲授	实验课	习题课	课程讨论	其他环节	
第一周	2	2					导论 传播心理学概述与入门, 主要介绍传播心理学研究范畴和纵览, 以及现实生活的案例来激发学生的学习和研究兴趣。介绍传播心理学的学科属性、意义、内容框架、参考书目、课程要求。

						第一章 绪论 第一节 传播学与心理学的缘分 第二节 传播心理学的研究对象与方法 第三节 传播心理学的研究方法 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 《心理学与生活》（第 19 版），【美】理查德·格里格 (Richard J. Gerrig)， 菲利普·津巴多 (Philip G. Zimbardo)著，2014 年人民邮电出版社出版
第二周	2	1.5			0.5	导论 传播心理学概述与入门，继续介绍现实生活的案例来激发学生的学习和研究兴趣。 第二章 传播者的自我意识 第一节 自我意识是什么 第二节 传播者的自我认识 第三节 传播者的自我体验 第四节 传播者的自我调节 【教学方法】 理论讲授、案例教学与课堂讨论 【作业】 寻找现实生活中跟传播心理学相关的现象，准备第三周课堂发言。 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。
第三周	2	1.5			0.5	第三章 传播者的观察判断 第一节 传播者观察判断的心理机制 第二节 经验对观察判断的影响 第三节 观察判断的方法与技巧 第四节 观察判断中的技巧 第五节 观察判断中的归因 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论题目】 当下社会中正发生哪些有趣的、跟传播心理学相关的现象，有哪些值得研究的问题。
第四周	2	1.5			0.5	第四章 传播者的印象形成及印象管理 第一节 传播者的印象形成 第二节 传播者的印象管理 第三节 传播者印象管理的前因和后效 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论题目】 为什么我们总是网上网下不一样？

						【期中作业】 分组，开始围绕课堂作业搜集资料，阅读文献，进行研究设计。
第五周	2	1.5			0.5	第五章 传播者的有效倾听 第一节 倾听是什么 第二节 倾听的障碍 第三节 如何进行有效倾 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论】 作业进展分组报告。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计。
第六周	2	1.5			0.5	第六章 传播者的移情能力 第一节 移情是什么 第二节 传播过程中移情的发生 第三节 培养传播者的移情能力 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论】 作业进展分组报告。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计。
第七周	2	1.5			0.5	第七章 传播者的情绪情感调控 第一节 情绪情感概述 第二节 传播者情绪情感的影响 第三节 传播者调控情绪情感的方法 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论】 作业进展分组报告。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计。
第八周	2	1.5			0.5	第八章 传播者的创新与应变 第一节 传播者为何需要创新和应变 第二节 创新与应变的心理特征 第三节 提高创造性思维能力的方法 【教学方法】 课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019 年 11 月出版。 【讨论】

						作业进展分组报告。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计。
第九周	2				2	课堂讨论 作业进展分组报告。 【教学方法】理论讲授、案例教学与课堂讨论 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计。
第十周	2	1.5			0.5	第九章 接收者的注意状态 第一节 注意的特征与类型 第二节 传播中的注意研究 第三节 传播活动中引发接收者注意的方法 【教学方法】课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，进一步完善研究设计，拟展开数据收集与分析。
第十一周	2	1.5			0.5	第十章 接收者的信息处理过程 第一节 接收者的感觉和知觉 第二节 接收者的记忆 第三节 接收者的思维 第四节 接收者的认知 【教学方法】课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，数据分析与报告。
第十二周	2	1.5			0.5	第十一章 接收者使用媒介的动力系统 第一节 接收者的动力系统的内涵 第二节 接收者的需求层级 第三节 接收者的动机类型 第十二章 接收者的心理发展特征 第一节 心理发展理论 第二节 心理发展阶段与对应传播内容 【教学方法】课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，数据分析与报告。

第十三周	2	1.5			0.5	第十三章 接收者的态度变化 第一节 态度的形成 第二节 影响接收者态度变化的因素 第十四章 社交网络与人际传播心理 第一节 网络人际传播的特征 第二节 网络人际传播的心理研究 第三节 社交网络中的亲密关系 【教学方法】课程讲授、课堂讨论 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，数据分析与报告。
第十四周	2	2				第十五章 心理学视角下的网络舆情 第一节 网络舆情概说 第二节 网络舆情与心理研究 第三节 网络舆情与网民心理 第十六章 谣言传播的心理研究 第一节 谣言传受者的心理动因 第二节 网络谣言的心理特征 第三节 应对谣言的心理策略 【教学方法】课程讲授 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，数据分析与报告。
第十五周	2	2				第十七章 跨文化传播心理学 第一节 中西思维方式差异 第二节 跨文化传播实例分析 第三节 跨文化心理学研究 【教学方法】课程讲授 【阅读文献】 传播心理学，陈锐、倪恒、余小梅著，中国人民大学出版社，2019年11月出版。 【作业】 根据课堂讨论与反馈，数据分析与报告。
第十六周	2	2				课程总结与平时作业总报告。由老师总结课程内容，请同学上台报告小组作业。
总计	32	24.5			7.5	
备注（Notes）						