**【传播心理学】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Communication Psychology】**

一、基本信息

**课程代码：**【2030127】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【传播学】

**课程性质：**【专业必修课】

**开课院系：新闻传播学院**

**使用教材：**自编讲义

参考书目【《传播心理学》，姜笑君，东北大学出版社2016年版】

【《广告心理学》，黄合水、曾秀芹，厦门大学出版社2017年版】

【《互联网心理学：寻找另一个自己》，艾莉森•艾特瑞尔，电子工业出版社2017年版】

**课程网站网址：**

<https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/discussionboard/do/conference?toggle_mode=edit&action=list_forums&course_id=_22447_1&nav=discussion_board_entry&mode=cpview>

**先修课程：**【传播学概论，2030302（2）】

二、课程简介

《传播心理学》共32课时，均为理论教学，总计2学分。本课程是传播学专业学生的专业选修课，是建构传播学学科体系的一门重要的基础课。学习传播心理学的主要目的是为了让学生通过掌握与大众传播实践密切相关的心理学基本原理、基本知识和基本规律，明确传播工作者必需具备的心理素质，了解受众的心理特点，从较深的心理层面领会传播的实质和特性。总体说来，学习这门课程，一方面可以扩大学生的理性认知，帮助学生调控自我心理状态、提高日后从业的心理素质；另一方面可以增强对传播者、受众本质的认识，提升对传播实践的认识，学会运用心理学的理论、规律、知识、方法去分析受众的心理和行为，进而提高大众传播的效果。

三、选课建议

本课程要求对传播学基本理论和知识有一定认知，建议传播学专业两年级学生学习。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业毕业要求 | | | 关联 |
| L011 | LO111 | 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |  |
| LO112 | 应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| L021 | LO211 | 能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 |  |
| LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 |  |
| L031 | 传播理论：掌握传播学的核心理论、基本知识。 | | ● |
| L032 | 视频制作：掌握视频内容的策划、拍摄、后期制作，具备传播视觉化信息的基本能力。 | |  |
| L033 | 文本写作：根据不同传播渠道的规范要求，具备基本的文本写作能力。 | |  |
| L034 | 新媒体运营：掌握互联网和移动互联网各类媒体工具的使用，具备新媒体的日常运营能力。 | |  |
| L035 | 人文素养：对文学、绘画、影视、音乐、戏剧等文化艺术具有基本的鉴赏能力，体现出媒介内容制作的质量和品位。 | |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 | ● |
| LO414 | 身心健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 | ● |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |  |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 |  |
| L061 | LO611 | 能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
| LO612 | 能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。 |  |
| L0812 | 理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。 |  |
| L0813 | 有国际竞争与合作意识。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期**  **学习成果** | **课程目标**  **（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO31 | 掌握传播心理学相关的知识，并能用其分析大众传播活动中存在的心理现象和规律。 | 引入案例，分析大众传播活动中存在的心理现象，师生沟通交流 | 课堂测验 |
| 2 | LO413 | 爱岗敬业，了解在当前复杂的大众传播活动中，专业传媒工作者应该具备的职业素养与职业道德 | 课堂讲授，师生探讨传媒工作者存在的问题与应对策略 | 随堂考察 |
| 3 | LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析媒体传播及其效果，把握受众的动机与需求 | 课堂讲授调查报告的选题与制作要求，师生沟通交流 | 调查报告 |

六、课程内容

本课程共计32学时，理论课时是32学时

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 单元 | 知识点 | 能力要求 | 难点 | 理论课时 |
| 导论 | 知道学习、研究传播心理学的理论意义、实践意义；知道本课程的主要内容、考核方式、参考书目（理论课时：2） | 知道传播心理学的研究对象和研究方法 | 结合近期传媒行业热点，分析其存在的心理现象 | 2 |
| 1  传播与动机 | 知道动机和需要的关系，理解传播活动中传受双方传播与接受信息的动机内容（理论课时：2）  理解选择性心理；知道动机与传播工作效率之间的关系（理论课时：2） | 理解选择性心理，并运用该理论对传播实例进行分析； | 成就动机直接影响传播工作效率，二者之间成正比关系 | 4 |
| 2  传播与认知 | 理解传受者注意的概念、特征，知道吸引受众注意力的策略（理论课时：2）  理解传受者认知结构的内涵、特征。知道信息的感知，包括感觉、知觉、联觉、错觉的概念、特征及在信息传播中的表现（理论课时：2）  理解传受者的思维定势，知道思维定势如何影响受众对信息的认知（理论课时：2）  理解印象管理的诸多效应，并运用该理论评价自身在人际交往中的第一印象塑造（理论课时：2） | 理解网络直播、短视频等新媒体传播内容是如何吸引受众注意的。思维定势影响传播者的认知活动，影响受众对信息的理解 | 心理现象包括心理过程、个性心理、心理状态等 | 8 |
| 3  传播与情感 | 理解传播者的情绪情感内涵及其三个层次，包括道德感、审美感、理智感（理论课时：2）  理解传受者情绪情感的功能；知道传受者情感体验的个体差异性；大众传播活动中常见的情感维度（理论课时：2） | 结合具体案例，分析传播者情绪情感的三个层次，包括道德感、审美感、理智感 | 传播者、受众情绪情感的类型：心境、应激、激情 | 4 |
| 4  传播与态度 | 理解态度的概念，态度在传播活动中的作用（理论课时：2）  理解影响受众态度改变的因素，包括信息本身的因素、传播者的因素、传播方式的因素，并结合近期大众传播实例进行分析（理论课时：4） | 理解影响受众态度改变的因素，并能结合实例进行分析 | 态度差异、唤起恐惧、单双方面论证等传播方式的变化对受众态度的影响 | 6 |
| 5  传播与社会角色 | 理解社会角色理论，知道传播者的角色定位及受众对传者的角色期待；理解“移情”在角色互换中的作用（理论课时：2）  知道传者的角色误区。了解传播者常见的人格发展缺陷，如抑郁、焦虑、虚荣等（理论课时：2） | 结合实际，分析传播者的角色定位及受众对传者的角色期待。分析人格发展心理缺陷的危害。 | “移情”在传播活动中的应用。合理情绪理论及其在传播活动中的应用。 | 4 |
| 6  传播接受心理与环境因素 | 通过讲解，学生知道文化、亚文化对传播接受心理的影响（理论课时：2）  理解社会阶层、家庭等环境因素对传播接受心理的影响（理论课时：2） | 结合实例，分析各种环境因素对传播活动对的影响。 | 正确理解环境因素的影响，并运用合理策略提高传播活动的效果。 | 4 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末开卷考 | 40% |
| X1 | 课堂表现，包括出勤率、课堂互动、课堂小测验等 | 15% |
| X2 | 小组项目报告：基于受众心理的短视频制作及传播效果研究 | 30% |
| X3 | 案例分析：从近期大众传播领域中寻找三个案例，分析其是如何影响受众态度改变的，形成PPT | 15% |

七、评价方式与成绩

撰写人：沈慧萍 系主任审核签名：沈慧萍

审核时间：2021.2