

2026北师大新传-基础课

北 师 新 传 考 研 帮

第二十三节

传播心理学与传播者心理

有问题找喵白学姐 (vx: cat-white02)

课程要求：

- 1、课程有效期至2026年2月1日
- 2、尽量听直播（效果会更好哦）
- 3、课件对应PDF及纸质笔记，不含PPT
- 4、课件不得转让分享



喵白学姐微信

本节目录:

- 1、传播心理学概述
- 2、传播者心理

3. 受众

考题.

考题: 社交媒体

受众/用户心理☆

印象管理

人设(舞台展演)

北师大新传考研帮

传播心理学概述

传播心理学概述

认知神经研究.

一、传播心理学的概念

传播心理学是心理学和传播学的交叉学科，是把心理学的普遍规律应用于传播活动中的一门新兴学科，是探索参与传播活动的人在传播活动中的心理现象及其存在的心理规律的一门学科。

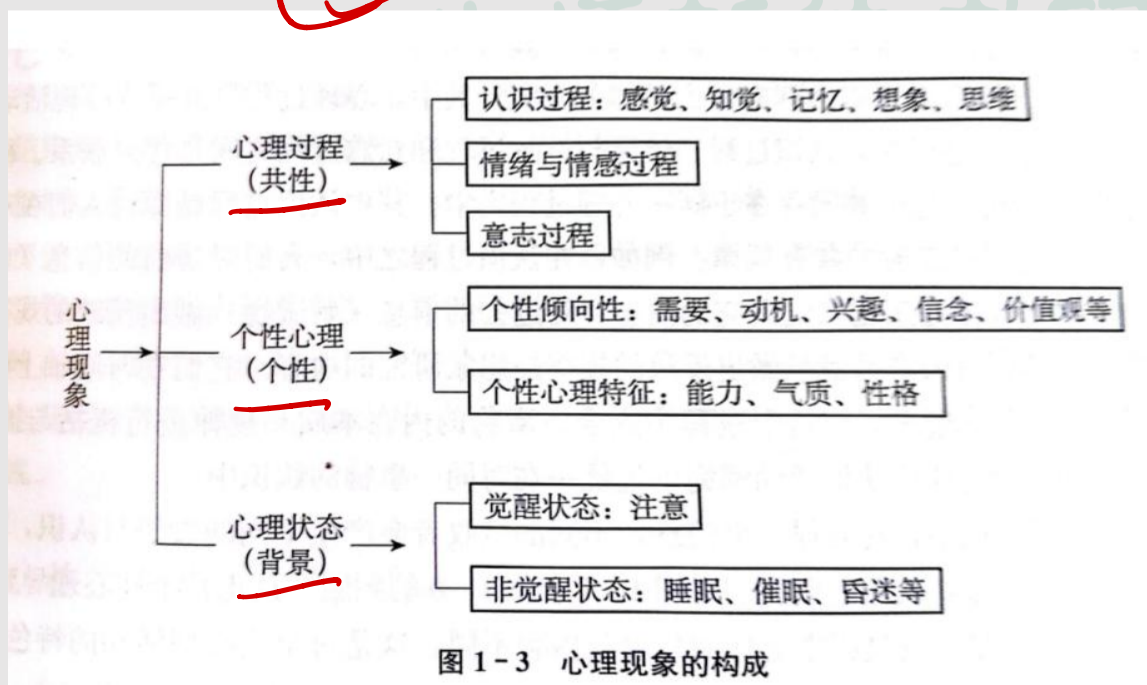
由此而知，传播心理学的研究对象是传播活动中参与者（人）的心理现象及其规律。传播心理学的研究视角是以人为传播活动的核心，重点落在传播活动中信息如何在人的心理层面流转并对人的心理产生影响，其中最主要的是传播者与接收者的心理现象与规律。

传播心理学概述

传播心理学概述

二、传播活动中的心理现象

1. 心理现象的内涵



传播心理学概述

传播心理学概述

二、传播活动中的心理现象

1. 心理现象的内涵

心理活动的**共性部分**也称心理过程，包括：

- **认识过程**，如感觉、知觉、记忆、想象、思维，这也是人们接收与加工信息的过程；
- **情绪与情感过程**；
- **意志过程**，这也是发动与调控传播行为的过程。

心理活动的**个性部分**也称个性心理，包括：

- **个性倾向性**，如需要、动机、兴趣、信念、价值观等，这也是人们进行传播活动的内在动力和判断标准，
- **个性心理特征**，如能力、气质、性格，这些特征体现了我们每个人在传播活动中的不同风格与魅力。

传播心理学概述

传播心理学概述

二、传播活动中的心理现象

1. 心理现象的内涵

心理活动的背景状态也称心理状态，包括：

- 觉醒状态，如注意，这是我们在传播活动中最初对信息的筛选；
- 非觉醒状态，如睡眠、催眠、昏迷等。

被动 | 边缘.

传播心理学概述

传播心理学概述

二、传播活动中的心理现象

2.心理现象的生理基础

人的心理现象的实质是人脑对客观事物能动的反映，心理现象的生理基础主要是神经系统系统以及内分泌的体液调整。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

1. 传媒从业者心理素质

含义：以传播心理学的视角看，心理素质是指以先天的禀赋为基础，在环境和教育影响下形成并发展起来的稳定的心理品质，泛指人的心理活动的能力。心理素质涵盖了人心理和行为的内在依据，以及外在的、适应性的心理和行为功能。

作用：传媒从业者具备与职业相适合的良好心理素质是其成功完成职能的必要前提，因而研究与传媒从业者职业相适合的心理素质是传播实践的迫切要求，有利于对我国新闻传播领域人才的选拔与培养有利于新闻从业者个人事业的成功与发展，更有利于新闻传播效果的提升。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

1. 传媒从业者心理素质

具体内涵：

- **认知模式**：指在新闻传播活动中传播者认识过程的各种能力组合，包括自我认识、观察判断、应变与创新、信息加工能力等；
- **控制模式**：指在新闻传播活动中新闻从业者对行为的（发动、制止与调控），包括印象管理、行动执行、自我调控等；
- **情感模式**：指在新闻传播活动中新闻从业者的移情能力即同理心、亲和能力等；
- **个性风格**：即个性魅力，魅力指能够吸引人的力量；
- **心理健康水平**：主要包括适应力、抗压力、职业倦怠以及创伤后应激障碍即PTSD的防治。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

传播心理效果是传播效果的微观层面，指的是呈现的信息使接收者产生的各种心理变化与效应，即传播活动在接收者的心理层面产生了哪些有效的影响与结果。

而传播效果通常指传播活动所产生的有效结果，在大众传播活动中就是对受众所产生的一切影响和结果的总体。评价大众传播活动的效果常常从社会效果、经济效果和心理效果等层面来考察。从根本上讲，传播活动的所有效果都要通过影响参与者的心理来实现，因而心理效果就显得格外重要。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2. 从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标：现状

无论传统媒体还是新媒体都非常看重传播效果，常常以收视率、收听率、阅读率、覆盖率、点击率、发行量、转发量、粉丝量、点赞量、下载量、播放量、用户量、日活跃用户量以及渗透率、占有率、流量、大数据分析，以及用户忠诚度、满意度等作为测评其效果的指标。

→ 用户性别的~
各城市的~

↑ 日积月累

→ 点赞率
日活跃量

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标：问题思考

这些指标固然很重要，但它们大都是反映传播效果某个侧面的表层现象，更多反映量上的变化。忠诚度与满意度虽然可以在一定程度上反映其心理层面的效果，但对其深层影响的探讨仍然十分有限。

哪些指标可以更加深入细致、全面真实地科学评价其传播心理效果呢？从信息对接收者心理影响的过程来看，考察传播心理效果主要有三个指标：注意力、认知度和态度。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标一：注意力

含义：注意度指传播活动中信息能否引起接收者的注意以及引发注意的程度。它是信息对人心理影响的第一步。注意是为人的心理活动提供背景的一种心理状态。注意是心理活动对一定对象（例如某个新闻信息）的指向与集中。

观看次数...

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标一：注意力

对信息接收者来说：注意具有选择、维持和调节监督的功能。

选择性理论

A.选择功能指接收者会选择那些符合自己需要与兴趣的，对自己有意义的、与当前活动相关的信息，// 并会被信息本身的特性（如新异性、变化性、对比性等）所吸引。

B.维持功能指筛选出的信息能够在意识中持续一段时间，为其认知加工提供前提条件。

C.调节监督功能体现在它能够对其他干扰活动进行排除与纠正，使接收者顺利完成对选出信息的认知加工。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标一：注意力

接收者对信息的注意状态有三种：有意注意、无意注意、有意后注意。

A.有意注意是指有预定目的、需要一定意志努力的注意状态，是一种主动的注意。

B.无意注意指的是事先没有预定目的、也不需要意志努力的注意状态。无意注意是一种

定向反射，即客观刺激使个体产生的一种应答性反应，因而是一种被动的注意。

C.有意后注意是在有意注意的基础上发展起来的一种特殊形式，是有预定目的但不需要意志参与、克服困难的注意，类似于有目的的入迷状态。在通常情况下，接收者对信息的注意更多的是有意注意和无意注意，且在特定情况下二者可以相互转化。

算法分发
↓
信息茧房
↑
打破，
即提供多
元化的信
息。

信息偶遇

刻意寻找欲望

有意→沉浸

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标二：认知度

认知度：认知度指接收者对信息的认识加工程度，主要包括对信息进行理解、记忆、推理分析的程度，它是传播心理效果的重要指标。

认知：是人脑反映客观事物的特性与联系并揭露事物对人的意义与作用的心理活动，即人们信息加工的心理活动。

认知过程：人脑接收外界输入的信息，经过大脑的加工处理，转换成内在的心理活动，进而支配人的行为，这个信息加工的过程就是认知过程，它包括感觉、知觉、记忆、想象、思维等，大众传播活动中对接收者的认知度考察较多的是理解和记忆这两个层面。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标二：认知度

理解：是个体运用已有知识、经验，以认识事物的联系、关系直至其本质、规律的思想活动。认知心理学派认为，理解就是把新信息同化到已有的认知结构中，或者是扩大原有的认知结构，把新信息顺应到认知图式中，产生新的认知结构。由此而知，接收者对信息的理解程度是认知度的重要体现。

认知基模

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标二：认知度

接收者的记忆程度可分为三种水平：识记（编码）、保持（存储）和再现（提取，包括再认与回忆）。

识记是人对感知过的信息形成一定的联系；

保持是进一步巩固已形成的联系；

再认是已感知过的信息再次出现时，能将其辨认出来；回忆是把以前经历过的、现在不在眼前的信息在头脑中回想起来，达到回忆的水平，其记忆程度最高。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标三：态度变化

含义：态度是指接收者依据自己的经验与观念对所接收的信息产生的一种持续性的反应倾向。它是由认知因素、情感因素和行为意向构成的一个动态的综合系统。

- 态度的认知因素“即对态度对象的思想、信念与知识，尤其是伴有评价的信念的认知成分”，反映出人对所接收到的信息或赞同或反对等评价及相应的评价程度。

行动倾向 ✓

但行动 ✗

稳定性

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标三：态度变化

它是由认知因素、情感因素和行为意向构成的一个动态的综合系统。

- 态度的情感因素反映出人对所接收到的信息或喜欢或厌恶等情绪、情感体验以及相应的体验程度。与认知因素相比，态度的情感因素更为直接与快捷地影响着态度的变化。
- 态度的行为意向是指行为的准备状态，它影响行为的方向，反映出人对所接收到的信息或接近或回避等意向以及相应的程度。

态度的这三种构成因素之间相互依存、相互影响、相互制约。

传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2. 从传播心理效果看接收者心理研究

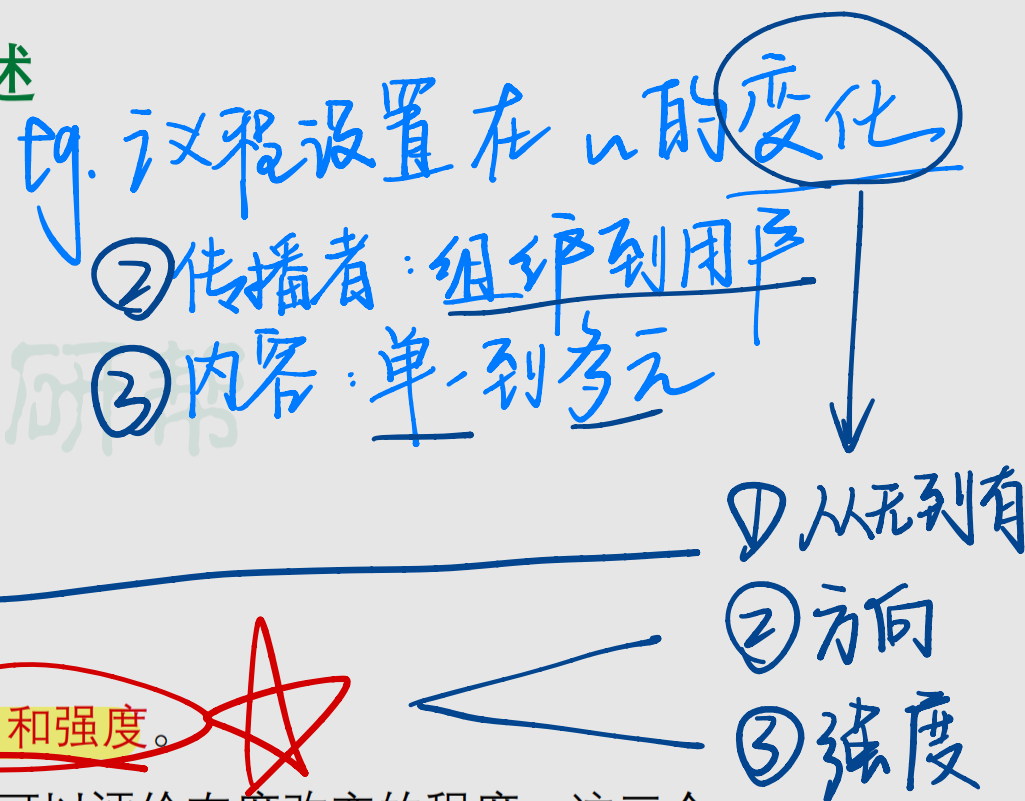
- 接收过程中的心理效果指标

指标三：态度变化

态度的变化包含两个方面：形成与改变

- 形成是从无到有的过程；
- 改变是使已有态度发生变化的过程，包括方向和强度。

依据心理学家凯尔曼提出的态度变化的三个阶段可以评价态度改变的程度。这三个阶段分别是依从、认同和内化。



传播心理学概述

传播心理学概述

三、传播心理学研究内容

2.从传播心理效果看接收者心理研究

- 接收过程中的心理效果指标

指标三：态度变化

第一阶段为依从，属于最表层的、外控的态度变化。在此阶段的态度变化常常是迫于外界压力的表面化的改变。

第二阶段是认同，在此阶段，信息使人产生的情感可直接影响其态度的变化。由于态度中的情感因素发生了变化，因而态度变化的程度更为深入与主动。接收者出于喜爱乐于接受信息所传达的某种观念，这种认同是自愿发生的，带有较多的情绪、情感因素。

第三阶段内化了的态度稳定性好，不会轻易发生改变。使接收者达到这一程度的态度变化是传播的最好效果。

传播心理学概述

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

1. 观察法

民族志

观察法是在被观察者不被觉察的自然状态下，有目的有计划有规律地观察并记录其外部行为表现，如行为轨迹、动作、言语、表情(包括微表情)甚至各种可测量的生理反应等，以此来分析其心理活动的方法。

观察者可借助一些现代化的仪器和装置进行观察。观察法的作用是搜集人们在传播活动中的各种行为反应，以此作为客观的“一手材料”形成数据、在此基础上进行分析推测、概括提炼。观察所得结果还可用来检验假设，验证研究者的某种假想。

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

2.调查法

调查法是有目的、有计划地通过多种途径搜集研究对象某方面的各种材料，进行分析，进而得出结论的研究方法。它可以通过书面或口头回答问题等方式了解被测试者的心理活动。调查的可能方法与途径是多种多样的，在传播心理学的研究中，最常用的调查方法主要有问卷法、访谈法等。

优点：总体上易于进行，能在短时间同时调查很多对象，获取大量资料，并能对资料进行量化处理，经济省时。

缺点：被测试者由于种种原因可能对问题做出虚假或错误的回答。

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

3. 投射法

投射法是心理学中用来探讨潜在的动机和情感的一种研究方法。心理学研究认为，人们在看某物或某事时，总是会把自己的经验、看法等个人特征投射到对物或事的评价与分析上，因而可以透过他对某物或某事的看法来推测他本身的个人特征和内在动机。由于是分析他人或他事，不易引发自我防卫，因而这种反应更为真实。

心理学常用的投射方法有：

- 联想法：要求受测者根据刺激说出自己联想的内容。
- 文章完成法：给出未完成的文章内容，让受试者自己完成剩余部分。

传播心理学概述

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

3. 投射法

心理学常用的投射方法有：

- 购物表法：购物表达的排序以及选择反应了购买者心理。
- 绘画测验法：要求受测者根据他所看到的图画等，编造出一个包括过去、现在和未来发展的故事，可以从故事中探测其个性。
- 主题统觉法：让被试给意义隐晦的图片赋予更为明确的意义。故事的叙述应包含情境的成因、情境中发生的事件及角色的情绪表现以及可能的结果。

eg. 手冲咖啡、速溶~

传播心理学概述

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

4.实验法

申佳兰

实验法是在观察与调查的基础上，在控制和改变某种条件的情况下，创设一定的情境，促使一定的心理现象产生，从而找出其发生的原因和变化的规律。它不仅可以搜集数据，还可人为地控制和操作某种变量。

传播心理学概述

四、传播心理研究的方法

5.量表法

量表法是指通过编制心理量表对个体或群体(被试)进行测量研究的方法。量表是根据测量的目的编制的一系列测验项目(任务或问题), 每个项目都有规定的标准分数。心理量表由于是经过标准化的, 其结果可进行量化的统计分析量表法在传播心理研究中常用于研究人们对某传播信息的态度。常用的量表有李克特量表等。

【补充】李克特量表

由美国社会心理学家李克特于1932年在原有的量表基础上改进而成的。该量表由一组陈述组成, 每一陈述有非常同意、同意、不一定、不同意、非常不同意五种回答, 分别记为5、4、3、2、1, 每个被调查者的态度总分就是他对各道题的回答所得分数的加总, 这一总分可说明他的态度强弱或他在这一量表上的不同状态。

传播者心理

一、传媒者的自我意识

1. “自我”含义

内省式思考.

所谓“自我”，是指个体意识中关于自己的基本特征的一个总的观念、图式或框架。

自我意识是指一个人对自己存在的全部认识，是对自己身心活动的觉察。这是一种自己对于所有属于自己的身心状况，以及对自己与周围世界关系的认识，具体包括：

- 认识自己的生理状况（如身高、身材、外貌等）
- 心理特征（如兴趣、能力、气质、性格等）
- 自己与他人的关系

传播者心理

一、传媒者的自我意识

2.“约哈里之窗”（又称“自我意识的发现-反馈模型”）

传播心理学有关自我意识的研究最著名的理论莫过于“约哈里之窗”。该理论是由美国心理学者约瑟夫·卢夫特和哈里·英汉姆在20世纪50年代提出的，两位学者的名字各取一部分即成为“约哈里之窗”名称的来源。具体分为：开放区域的自我、盲目区域的自我、隐秘区域的自我、未知区域的自我。



传播者心理

一、传媒者的自我意识

3.自我意识的组成

从意识活动的形式来看，自我意识表现为认知形式、情绪形式和意志形式。

- 认知形式的有自我感觉、自我观察、自我概念、自我印象、自我分析和自我评价等，统称“自我认识”。
- 情绪形式的有自我感受（自爱、自尊、自信、自恃、自卑、自傲、责任感、优越感）等，统称为“自我体验”，以体验的形式表现出个人对自己是否悦纳的情绪。
- 意志形式的有自立、自主、自制、自强、自卫等，可以统称为“自我控制”，也称“自我调节”。

传播者心理

二、传播者的自我认识

进行客观的自我认知并在这一基础上对自己做出正确的自我评价是一个极为复杂的过程，这一过程至少包括四个方面：

- 社会比较——你對自己與他人的比較
- 他人的印象——他人形成并展示出来的有关你的形象
- 自我评价——你解读和评价自己的思想和行为的方式
- 文化习得——文化规范中包含的价值观和信念

传播者心理

二、传播者的自我认识

1. 社会比较

个体生活在社会群体中，要想与他人和睦相处，适应周围环境，完成社会化，就必须十分清楚周围的社会环境，知道自己所处的社会地位和所产生的社会作用。如果个体对周围的社会环境不了解，就会无所适从，会感到紧张不安，甚至产生焦虑。

【补充】社会比较理论

上行/平行/下行 → 直接根据此展开答题

社会比较理论是美国社会心理学家利昂·费斯廷格，具体包括上行比较，个体将自己与比自己更优秀、更成功的人进行比较，可能导致自卑、焦虑等负面情绪；平行比较，个体选择与自己能力、地位或在特定特质上相近的人进行比较，有助于有效地自我评估；下行比较，个体与不如自己的人进行比较，从而获得心理上的满足和安慰。

传播者心理

二、传播者的自我认识

2.他人印象

个体对自己的认识在很大程度上取决于周围人对自己如何评价。人们尤其看重那些生活中特别重要的人对自己的印象。

【补充】印象管理

印象管理的概念最早由美国社会学家欧文·戈夫曼在1959年出版的《日常生活中的自我呈现》一书中提出。戈夫曼将社会互动比作一场戏剧表演，认为人们在不同的社会情境中扮演不同的角色，通过各种手段来管理他人对自己的印象，以塑造和维护自己希望呈现的形象。

米德：扮演社会角色。

eg. 朋友圈分组。

传播者心理

二、传播者的自我认识

3. 自我评价

自我评价有两种方式：通过与自己的比较评价自己，通过内省评价自己。

其中，与自己的比较包括两方面：一是将目前的自我与过去或将来的自我做比较，二是将自己的期望与实际获得的成就相比较。这两方面都是形成客观、正确的自我认识与评价不可缺少的。

4. 文化习得

我们在接受家庭和学校教育、接触大众传媒信息的过程中，逐渐会形成一整套有关工作、家庭、生活的信仰、价值观和态度，以及应该遵循的道德规范。

传播者心理

三、传播者的自我体验

1.主客我关系

自我体验是个体对自己怀有的一种情绪体验，即主我对客我所持有的一种态度，它反映了主我的需要与客我的现实之间的关系。

客我满足了主我的要求，就会产生积极肯定的自我体验，如自我满足；反之，客我没有满足主我的要求，则会产生消极否定的自我体验，如自我责备。客我能否满足主我的要求，往往与个体的自我认知、自我评价和个体对社会规范、价值标准的认识有关。

传播者心理

三、传播者的自我体验

2.自尊心、自信心是自我体验的核心内容

自尊心是指个体在社会比较过程中所获得的有关自我价值的积极评价与体验。

自信心是基于自己的能力是否适合所承担的任务而产生的自我体验。

自信心与自尊心都是和自我评价紧密联系在一起的。自尊心是一种内驱力，激励着个体尽可能地获得别人的尊重，尽可能地维护自己的荣誉和社会地位。自信心是对自己智能与精力的坚信，使个体迎难而上，走向成功。

传播者心理

四、传播者的自我调节

自我调节主要表现为传播者个体对自己的行为、活动和态度的调控，包括自我检查、自我监督、自我控制等。

- 坚定自我调节、自我改善的决心
- 学习自我调节的知识
- 承认自我调节处于动态过程之中
- 创造改善自我的有利环境

知识点回顾

北师新传考研帮

考北师大新传，找喵白学姐（vx: cat-white02）