**【中外传播学理论】**

**【Communication Theories of China and Western Countries】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【2030654】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【传播学】【新媒体】等

**课程性质：**【专业特色课程】

**开课院系：新闻传播学院**

**使用教材：**

教材【《传播学原理》，张国良著，复旦大学出版社，2010年第2版】

参考书目【《大众传播理论：范式与流派》，刘海龙著，中国人民大学出版社，2008年3月；

《传播理论：起源、方法与应用第5版》，赛佛林著，中国传媒大学出版社，2006年1月】

**课程网站网址：https://mooc1-1.chaoxing.com/course/208800450.html**

**先修课程：**【传播学概论】

二、课程简介（必填项）

此处概述课程的研究对象及课程在专业中的作用与地位，使学生对该课程有一个总体了解。（300-400字）

《中外传播理论》是传播系的专业特色课程，作为院级平台理论基础课《传播学概论》的进阶与后续，选择性地为需要在传播理论方面有所深入和加强的专业开设。适合开设此课程的专业有：传播学、新媒体等。

本课程是传播学的理论进阶课。在先导课程《传播学概论》中学生对传播学的起源、学科创建、主要理论、核心概念以及社会应用有了初步了解，在广度和深度上都尚且不够，更重要的是缺乏在课堂上将理论运用于实践的机会、并且对当前国内和国际最前沿的学科动向缺乏了解。本课程将在上述方面帮助学生进一步深入和提高。

本课程设计成32个学时，每周2个学时，以西方传播学的主要流派为线索，为学生梳理传播学史上重要的理论核心概念、代表人物、理论发展与社会应用过程，涉及的流派有哥伦比亚学派（主流传播学）、芝加哥学派、技术学派（多伦多学派）、文化研究学派和政治经济学派等，最后一章将重点介绍马克思主义新闻传播理论，将专业知识与思政教育良好地融为一体。

在教学方法上，本课程以教师讲授为主，主要运用案例教学法，在透彻讲解核心概念和理论逻辑的同时，注重理论在日常生活实践中的应用。教学内容生动反映近年来中外传播学界的学术前沿动态，课堂重视学生的参与和互动，并有翻转课堂的设计，以达到让学生将传播学基本理论吃透、培养学生用传播学视角观察、评论、分析时事的能力。

三、选课建议（必填项）

作为《传播学概论》后续的进阶课程，本课程应在一年级第二学期，在《传播学概论》之后开设。按专业方向不同、培养计划的细微差异，也可安排在二年级或三年级。本课程需要学生对传播学的基本情况和专业知识有一定的基础，故不适合在第一学期开设。

四、课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11：倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| LO21：能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。  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。 |  |
| LO31：传播理论：掌握传播学的核心理论、基本知识。 | ● |
| LO32：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。 |  |
| LO33：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。 |  |
| LO34：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。 |  |
| LO35：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。 |  |
| LO36： |  |
| LO41：遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。  诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。  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。  身心健康，能承受学习和生活中的压力。 | ● |
| LO51：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。  有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。  能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。  了解行业前沿知识技术。 | ● |
| LO61：能够根据需要进行专业文献检索。  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。  熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 | ● |
| LO71：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。  助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。  奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。  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。 |  |
| LO81：具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。  理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。  有国际竞争与合作意识。 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

专业能力写到毕业要求层级（二级编码），通用能力写到指标点层级（三级编码），如果是应用型本科试点专业全部写到指标点层级（三级编码）。在“课程目标（细化的预期学习成果）”这列要写清楚指标点（或者毕业要求）在本门课程里面的具体表现，撰写时以适当的行为动词引导。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | 传播理论：掌握传播的核心理论、专业知识 | 以课堂讲授为主，课后练习为辅，定期对学生掌握情况进行考察。 | 期末书面考试 |
| 2 | LO414 | 身心健康，能承受学习和生活中的压力 | 开展马克思主义新闻专题讲座，将传播学理论与思政教育紧密结合 | 课堂小组讨论 |
| 3 | LO512 | 有质疑精神，逻辑分析能力和批判能力，对新闻报道和生活中的传播现象、社会舆论热点事件能理智地考察、运用传播学研究方法、逻辑正确地进行分析。 | 学生在初步掌握传播学研究方法的基础上，就社会热点现象，编写一份问卷，开展社会调查。 | 社会调查 |
| 4 | L0611 | 能够根据需要进行专业文献检索。精读1~本传播学专业经典著作，若干篇近年传播学前沿论文，能够结合生活实践对文本有一定深度的理解。 | 学生阅读近年传播学前沿学术成果文本以及优秀新闻报道，选择一个主题，收集相关媒介文本资料，运用文本分析法进行分析解读、撰写2000字以上小论文。 | 媒介分析小论文 |

六、课程内容（必填项）

此处分单元列出教学的知识点和能力要求。知识点用布鲁姆认知能力的6种层次： (“**知道”、“理解”、“运用”、“分析”、“综合”、“评价”)**来表达对学生学习要求上的差异。能力要求必须选用合适的行为动词来表达。用文字说明教学的难点所在，**并标明每个单元的理论课时数和实践课时数。**

**导论 4课时**

**第一周：总括复习《传播学概论》中传播基本概念如信息、符号、媒介等；基本理论知识点如传播学科的建立、四大奠基人及他们的主要贡献；传播的功能；传播的模式；传播效果等。帮助学生过渡到进阶课程《中外传播理论》，介绍本课程的教学目的及教学安排。**

**重难点：与学生讨论、解答学生疑惑：传播学学什么（传播学的体系）、学习传播学理论的当下意义。传播学与新闻学的联系与区别。**

**第二周：传播的六种话语：传播是传递、控制、游戏、权力、撒播、共享**

**重难点：帮助学生梳理、复习《传播学概论》的知识点，让学生意识到自己掌握理论的短板，对传播学的体系框架建立清楚的认知。**

**第一单元：效果研究 4课时**

**第三周：本单元主要介绍以美国哥伦比亚学派为代表的传播效果研究，即西方国家的主流传播学派。前两个学时介绍拉扎斯菲尔德创立的大众传播效果研究范式：实地调查法和定量分析。效果研究中的“有限效果论”。伊莱休卡茨等人做的人际传播研究。对意见领袖概念的补充。**

**要求学生掌握传播学研究方法中的问卷调查法和访谈法的基本操作方式。能够针对某一个大众媒介（或媒介节目内容）进行受众调查和效果分析。**

**布置调查问卷作业**

**第四周：介绍拉扎斯菲尔德以后的效果研究。使用与满足理论。创新扩散研究。第三人效应。重点介绍使用与满足理论。该理论的诞生背景、受众的主动性。在电视媒介上的应用。课堂可就“使用与满足理论在互联网情境下的体现”与学生展开讨论。**

**第二单元：芝加哥学派 4课时**

**第五周：本单元主要介绍自20世纪前半段起，相比主流传播学另辟蹊径的重要传播学派芝加哥学派，重点介绍其内向传播和人际传播方面的理论。以及城市传播。**

**前两个课时介绍芝加哥学派在内向传播与人际传播方面的成就。主要介绍杜威对“传播”的阐释。库利“镜中我”。米德“象征互动论”。复习人际传播学的“约哈里窗口”，强调其在当今职场人际传播中的应用，与学生展开课堂互动。**

**第六周：主要介绍芝加哥学派的城市传播研究。帕克的城市传播学，帕克对大众媒介在城市传播中的功能的阐释等。重点是城市传播中的研究方法：定性研究与个案研究。**

**与学生分享当下前沿的城市研究成果，以“上海的城市传播为题”，组织学生开展讨论。**

**第三单元：文化研究学派 4课时**

**第七周：本单元主要介绍英国伯明翰大学的“文化研究学派”。重点为霍尔的“编码与译码”理论和伯明翰学派的“亚文化研究”。**

**前2个课时介绍文化研究学派的主要人物：威廉斯、霍尔、葛兰西。文化的定义：从高雅文化转向大众文化。大众传媒的作用。霍尔对电视节目的研究。“编码与译码”。**

**重难点：1、参考霍尔理论，与学生一起开展课堂讨论，对各种类型的电视节目中的“文化符号”进行“编码和译码”。介绍伯明翰学派的“亚文化研究”。亚文化的定义。伯明翰学派所做的亚文化是哪些文化。他们的研究得出怎样的结论。**

**2、参考文化理论，与学生开展课堂讨论：当代青年的“亚文化”。**

**第八周：介绍视觉传播及符号学相关理论。重点为索绪尔“三种符号”、“能指与所指”。运用案例教学法，让学生能够简单地说出某个视觉符号的“能指与所指”。**

**重难点：罗兰巴特的符号系统。对明星的脸和埃菲尔铁塔的文本分析。符号解读与文本分析在视觉图像实践：如绘画、摄影、广告中的应用。**

**文本分析法。以当代的电影、摄影、广告为例，与学生一起课堂实践“解读图像”。**

**布置媒介分析作业**

**第四单元：技术学派 4课时**

**第九周：本单元介绍技术学派（多伦多学派）及其后继者对媒介技术的研究成果。前2个课时介绍技术学派的主要人物：麦克卢汉、英尼斯、梅罗维茨等。技术学派对“媒介即讯息”的阐释。麦克卢汉的主要理论。**

**第十周；英尼斯“传播的偏向”理论。偏向时间的媒介与偏向空间的媒介。梅罗维茨“媒介情境”研究。戈夫曼“前台与后台”理论。**

**重点是英尼斯的“传播的偏向”研究，学生需要正确地掌握两种偏向的媒介并能够区分。**

**第五单元：批判学派与政治经济学派 4课时**

**本单元介绍批判学派（法兰克福学派）与政治经济学派的理论。因为这两个学派的理论比较难，所以对学生而言只是了解。重点是掌握该学派提出的当今运用角度的几个概念。**

**第十一周：介绍法兰克福学派的情况：主要人物：霍克海默与阿多诺、哈贝马斯等。复习哈贝马斯的“公共领域”概念。**

**第十二周：简单介绍本雅明的摄影理论与“机械复制时代的艺术品”。**

**重点是霍克海默与阿多诺的“文化产业”概念。这个概念涉及马克思的一些理论。与学生一同钻研马克思的理论，加深对“文化产业”的理解。**

**第十三周：介绍政治经济学派。主要人物：戈尔丁、默多克。主要观点。政治经济学派眼中媒介对社会的作用。**

**课程思政要点：马克思主义与政治经济学派的关系**

**第六单元：网络传播新理论 4课时**

**第十四周 网络社会的崛起，介绍近年来较新、较前沿、与互联网相关的传播理论。如曼纽尔 卡斯特《网络社会的崛起》中网络节点理论。“全球网络化”、“文化认同”、“多向度政治”等较新的概念。**

**重点是通过前沿学术理论的了解和学习，帮助学生用较新的理论视角看互联网、看社会现象、看我们的生活。**

**第十五周 网络社会的崛起2**

**翻转课堂：学生提交社会调查报告，在课堂上演讲、交流，教师讲评。**

**第十六周 总复习 2课时**

**总复习。帮助学生归纳、复习重要知识点。温故而知新。**

七、课内实验名称及基本要求（选填，适用于课内实验）

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

无

七、实践环节各阶段名称及基本要求（选填，适用于集中实践、实习、毕业设计等）

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

无

八、评价方式与成绩（必填项）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末书面考试 | 50% |
| X1 | 课堂讨论（线上答题及线下讨论） | 10% |
| X2 | 社会调查作业（问卷设计） | 20% |
| X3 | 媒介分析作业（社交媒介分析报告） | 20% |
| X4 |  |  |

“1”一般为总结性评价, “X”为过程性评价，“X”的次数一般不少于3次，无论是“1”、还是“X”，都可以是纸笔测试，也可以是表现性评价。与能力本位相适应的课程评价方式，较少采用纸笔测试，较多采用表现性评价。

常用的评价方式有：课堂展示、口头报告、论文、日志、反思、调查报告、个人项目报告、小组项目报告、实验报告、读书报告、作品（选集）、口试、课堂小测验、期终闭卷考、期终开卷考、工作现场评估、自我评估、同辈评估等等。**一般课外扩展阅读的检查评价应该成为“X”中的一部分。**

同一门课程由多个教师共同授课的，由课程组共同讨论决定X的内容、次数及比例。

撰写人： 金晶 系主任审核签名：沈慧萍

审核时间： 2020年2月