《新媒体与舆论》课程教学大纲

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **英文名称** | New Media& Public Opinion | **课程代码** | NEWM1030 |
| **课程性质** | 必修、选修 | **授课对象** | 网络与新媒体专业（必修）；其他专业（选修） |
| **学 分** | 2 | **学 时** | 54 |
| **主讲教师** | 曹洵 | **修订日期** | 2023-08-04 |
| **指定教材** | 李彪：《舆论学教程》，中国人民大学出版社，2020年7月第一版 | | |

**二、课程目标**

（一）**总体目标：**

该课程通过结合网络传播理论、计算舆论学方法等，对当下涌现出来的博客、微博、微信、短视频平台等新媒体特征，以及这些社交媒体所生产、推动的网络舆论特征进行深入分析和解读，让学生对当前媒体传播领域的动态发展形成直观和感性的认识。在此基础上，对其生发机理、内外部环境进行深入理解，并系统掌握网络与新媒体传播实务方面的基础知识，熟悉网络与新媒体的运行及传播规律，掌握网络与新媒体舆论的搜集、清洗、归类、分析等基础知识。

（二）课程目标：

《新媒体与舆论》主要讨论新媒体背景下舆论环境、舆论样态、舆论主体和舆论发生机制的新型特征，其目的是帮助学生批判性地看待当前的网络生态环境和舆论生态环境。

**课程目标1：**

理解新媒体与舆论的基本概念和特征，特别是新媒体环境下舆论呈现的新形态和新问题。

**课程目标2：**

掌握舆论学相关基本理论，如拟态环境、意见领袖、幂律分布、后真相、沉默的螺旋、第三人效应、马太效应等，并能够运用这些理论解释当前新媒体环境下的舆论热点现象与热点事件。

**课程目标3：**

掌握新媒体舆情研究的一些基本方法，如网络问卷调查、层次分析法、情感分析、词义分析等，能够针对争议话题进行意见调研，学会设计调研问卷及相关的评价指标体系。

（三）课程目标与毕业要求、课程内容的对应关系（小四号黑体）

**表1：课程目标与课程内容、毕业要求的对应关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **课程子目标** | **对应课程内容** | **对应毕业要求** |
| 课程目标1 |  | 第一章——第七章 | 概念认知与理解 |
| 课程目标2 |  | 第二章——第九章 | 理论理解与运用  舆情调研与分析 |
| 课程目标3 |  | 第二章——第九章 | 热点舆论事件学术分析 |

**三、教学内容**（四号黑体）

（具体描述各章节教学目标、教学内容等。实验课程可按实验模块描述）

**第一章 舆论的定义**

**第二章 舆论的本体**

**第三章 舆论的主体**

**第四章 舆论的客体**

**第五章 舆论的生成与传播**

**第六章 舆论的传播周期及阶段**

**第七章 舆论的数量与质量**

**第八章 舆论测量方法**

**第九章 舆论的研判、引导与控制**

**四、学时分配**

**表2：各章节的具体内容和学时分配表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 章节内容 | 学时分配 |
| 第一章 | 1.1舆论的定义；  1.2舆论的历史演进 | 6 |
| 第二章 | 2.1舆论的本体  2.2 舆论的异化 | 6 |
| 第三章 | 3.1舆论主体内涵变迁  3.2 网民特征及心态  3.3 不同舆论主体及其特征 | 6 |
| 第四章 | 4.1 议题生成的元场域  4.2议题分布及演变 | 3 |
| 第五章 | 5.1 舆论的生成机制  5.2 舆论的传播规律  5.3 舆论的情感动员机制 | 6 |
| 第六章 | 6.1 舆论的传播阶段研究  6.2 社交媒体时代舆论周期新变化 | 3 |
| 第七章 | 7.1 网络民族主义  7.2 网络民粹主义 | 6 |
| 第八章 | 8.1 传统舆论测量方法  8.2 计算舆论学方法 | 3 |
| 第九章 | 9.1 舆论的研判  9.2 舆论的引导与控制 | 3 |
| 教学实践 | 热点舆论现象/事件分析 | 12-15 |

**五、教学进度**

**表3：教学进度表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 日期 | 章节名称 | 内容提要 | 授课时数 | 作业及要求 | 备注 |
| 1-2 |  | 第一章 | 舆论的定义 | 6 | 概念理解 |  |
| 3-4 |  | 第二章 | 舆论的本体 | 6 | 概念及理论理解 |  |
| 5-6 |  | 第三章 | 舆论的主体 | 6 | 概念及理论理解 |  |
| 7 |  | 第四章 | 舆论的客体 | 3 | 概念及理论理解 |  |
| 8-9 |  | 第五章 | 舆论的生成与传播 | 6 | 概念及理论理解 |  |
| 10 |  | 第六章 | 舆论的传播周期及阶段 | 3 | 概念及理论理解 |  |
| 11-12 |  | 第七章 | 舆论的数量与质量 | 6 | 概念及理论理解 |  |
| 13 |  | 第八章 | 舆论测量方法 | 3 | 掌握1-2种研究方法 |  |
| 14 |  | 第九章 | 舆论的研判、引导与控制 | 3 | 舆情报告撰写 |  |
| 15-17 |  | 教学实践 | 舆论热点分析 | 6-9 | 小组汇报 |  |

**六、教材及参考书目**

教材：李彪：《舆论学教程》，中国人民大学出版社，2020年7月第一版

参考书目：

1．陈力丹.舆论学：舆论导向研究[M].上海：上海交通大学出版社，2012.

2．李普曼.幻影公众[M].林牧茵，译. 上海：复旦大学出版社，2013.

3. 伯内斯.舆论的结晶[M].胡百精，董晨宇，译. 北京：中国传媒大学出版社，2014.

4. 勒庞.乌合之众：大众心理研究[M].冯克利 译，北京：中央编译出版社，2011.

（以上为列举，其他详见教材）

**七、教学方法**

（讲授法、讨论法、案例教学法等，按规范方式列举，并进行简要说明）（五号宋体）

1．讲授法：对相关知识点、理论脉络等进行详细讲解；

2．案例法：结合相关理论，对典型舆论案例进行详细解剖；

3. 小组学习：围绕指定话题或相关要求，以小组形式搜集资料并进行汇报。

**八、考核方式及评定方法**

**（一）课程考核与课程目标的对应关系** （小四号黑体）

**表4：课程考核与课程目标的对应关系表**（五号宋体）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核要点** | **考核方式** |
| 课程目标1 | **概念理解** | **课堂提问、小组汇报** |
| 课程目标2 | **理论掌握** | **期末作业、小组汇报** |
| 课程目标3 | **舆论分析** | **期中作业、小组汇报** |

**（二）评定方法**

**1．评定方法**

平时成绩（含小组汇报）：30%，期中考试：30%，期末考试40%，

**2．课程目标的考核占比与达成度分析** （五号宋体）

**表5：课程目标的考核占比与达成度分析表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核占比**  **课程目标** | **平时** | **期中** | **期末** | **总评达成度** |
| 课程目标1 | 30 | 30 | 40 | （例：课程目标1达成度={0.3ｘ平时目标1成绩+0.2ｘ期中目标1成绩+0.5ｘ期末目标1成绩}/目标1总分。按课程考核实际情况描述） |
| 课程目标2 | 20 | 20 | 60 |
| 课程目标3 | 20 | 60 | 20 |
| ……（五号宋体） |  |  |  |

**（三）评分标准**

| **课程**  **目标** | **评分标准** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **90-100** | **80-89** | **70-79** | **60-69** | **＜60** |
| **优** | **良** | **中** | **合格** | **不合格** |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **F** |
| **课程**  **目标1** | 90及以上 | 80-89 | 70-79 | 60-69 | 60以下 |
| **课程**  **目标2** | 90及以上 | 80-89 | 70-79 | 60-69 | 60以下 |
| **课程**  **目标3** | 90及以上 | 80-89 | 70-79 | 60-69 | 60以下 |