《大众传播学》课程教学大纲

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **英文名称** | Study on Mass Communication | **课程代码** | JOUR1004 |
| **课程性质** | 学科核心课程 | **授课对象** | 新闻、广告、主持人等专业 |
| **学 分** | 3学分 | **学 时** | 54学时 |
| **主讲教师** | 徐蒙 | **修订日期** | 2021年11月25日 |
| **指定教材** | 陈龙，《大众传播学导论》，苏州大学出版社，2006年版. | | |

**二、课程目标**

（一）**总体目标：**

作为探讨人类信息交流的规律、理论性与实用性并重的新兴学科，传播学的学习和研究，既是时代的要求，社会的需要，也是个人在社会竞争中最新的需求。本课程是新闻、广告、主持人等专业的一门基础理论课程，旨在通过对传播学的学科概貌、基本概念、基本理论和发展趋向的系统学习，以及对传播学实践活动的观察和分析，使学生对传播学有全面的理解和认识，能基本掌握用传播学视角认识现实世界的方法，并提高日常和专业的传播实用技能。

（二）课程目标：

本课程通过对国内外新闻传播学的各阶段研究成果的讲解，使学生对传播学的学科框架、理论、重要人物、发展趋向能有一个较明晰的认知。由于学生今后主要从事实践创作工作，因此在理论介绍的同时，注意结合实际，期望能对学生有直接的启发作用。而针对现在学生不仅仅满足于书本，尽量将最新研究介绍给学生，虽然有些观点未必很正确，但有助于拓宽学生的思维，能把学生带到学科前沿。也希望通过本课程的学习，能激发学生对传播事业的热爱，提高学术修养。

**课程目标1：通过本门课程学习，了解传播学的早期思想源流，了解传播学的研究流派及其基本观点，掌握传播、信息、大众传播、传播学等基础概念，理解传播与文化、经济、社会等的关系。**

1．1 通过本课程的学习，使学生从宏观上掌握传播学自诞生以来的发展情况，辩证看待其演变规律。

1．2 通过本课程的学习，掌握传播学的相关基础概念，了解传播与文化、经济、社会等的关系。

**课程目标2：****掌握必备的传播学理论，树立正确的传播伦理观，培养具备职业传播者的实践素养****。**

2．1 学习媒介传播者的地位、特点、权利和责任，了解大众传播的职业道德、传播伦理和传播制度，培养具备职业传播者的实践素养。

2．2 掌握大众传播的媒介理论、受众理论、效果理论，培养必备的传播理论素养和宏观思维。

**课程目标3：了解大众传播与社会发展的联系，掌握传播与发展的理论范式，了解媒介全球化背景下，大众传播的发展趋势，培养学生的批判精神和辩证多元的思维方式，以增强学生的人文素养和对传播实践的深度思考。**

3．1 学习发展传播学的理论范式，正确看待全球化与大众传播的联系。

3．2 辩证看待媒介全球化背景下，国际传播的理论内涵和发展趋势。

（三）课程目标与毕业要求、课程内容的对应关系

**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 | 1.1 | 绪论——第三章 | 第1、2、3、4、5条 |
| 1.2 | 绪论——第三章 | 第1、2、3、4、5条 |
| 课程目标2 | 2.1 | 第四章——第八章 | 第1、2、3、4、5条 |
| 2.2 | 第四章——第八章 | 第1、2、3、4、5条 |
| 课程目标3 | 3.1 | 第九章——第十章 | 第1、2、3、4、5条 |
| 3.2 | 第九章——第十章 | 第1、2、3、4、5条 |

**三、教学内容**

**绪论**

1.教学目标

了解传播学的思想源流和研究流派，掌握各个传播学派的基本观点和理论内涵。

2.教学重难点

传播学研究流派包括哪些学派？他们的理论主张分别是什么？

批判学派的代表学派有哪些？他们的主要观点和理论有哪些？

批判学派的代表学派之间有什么异同点和联系？

3.教学内容

传播学的研究流派：传统学派和批判学派。批判学派的六大流派：（1）法兰克福学派；（2）政治经济学派；（3）思想统治理论学派；（4）文化学派；（5）社会科学学派；（6）多伦多学派。法兰克福学派关于“文化工业”的理论内涵；文化研究学派的起源和研究对象，霍尔的编码—解码理论；民族志研究的方法和意义；政治经济学派的主要观点和特征；多伦多学派的主要成员及代表观点。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第一章 传播的原理**

1.教学目标

了解传播的原理，理解传播与社会规范、文化、经济等的关系。

2.教学重难点

什么是传播？传播的基本原理是什么？

传播与社会规范之间有什么联系？

传播与文化、经济发展之间的关系？

3.教学内容

传播时信息的交流与共享。传播与社会规范：A、传播使已有的社会规范为人们所了解，并成为其内心尺度（社会化：个体接受所属社会的文化规范，并把这种文化规范作为自己行为的价值准则的过程。）；B、传播形成社会规范。传播与文化：A、融合（同化）；B、变形（文化增殖）。传播与经济：A、经济基础决定传播手段和传播效率；B、传播促进经济发展。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第二章 传播与语言学、符号学**

1.教学目标

了解传播和语言、符号的关系，学习符号及符号学相关的概念和基本理论。

2.教学重难点

什么是符码？符号与传播的关系是什么？

皮尔斯关于符号的观点，能指和所指的内涵。

符号互动理论，库恩关于社会行动的观点。

3.教学内容

符码的定义。符号和意义的内涵。意义和符号的关系。皮尔斯的符号学观点。能指和所指的定义。互动/社会互动理论。符号互动理论。社会行动的不同侧面：（1）心灵：与自己进行相互作用的过程。思索、想象各种后果，选择并检验可行的方案；（2）自我：一个人像他人对我们作出反应那样对自己作出反应；（3）社会：（群体生活）是社会成员的合作行为的集合，人的合作要理解对方的意图并作出适当的反应。库恩的三个概念：（1）命名：使某物变成客体的唯一要求，用符号来表示；（2）行动计划:一个人对某个客体的全部行为类型，态度或表明行动方向的语言陈述将指导行动方案；（3）方向性他人：对一个人的生活有特别影响的人。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定的师生互动。

**第三章 传播与传播**

1.教学目标

掌握信息的内涵、信息与符号的区别。

2.教学重难点

信息与符号的异同之处。

3.教学内容

信息的内涵：凡是在一种情况下能减少不确定因素的任何事物都叫信息（信息论的创始人申农）。 信号与符号的区别 ：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 信号（SIGNAL） | 符号（SYMBOL） |
| 定义 | 表示某事、某物、某条件存在与否的信息1 | 信息的载体，表现为有意义的代码及代码系统 |
| 共同点 | 具有指说性，指出事物而不是事物本身 | |
| 差别 | 可以通过生物遗传的方法掌握 | 只能在社会实践中才能掌握和运用 |
| 生物\人类 | 人类独有 |
| 基础是高等神经生物的第一信号系统 | 人的语言符号系统（第二信号系统能力） |
| 局限在固定的时空场合 | 可超越时空 |
| 处理的是个别的、不关联的、零星的表象或感觉，不遵循固定规则。 | 处理彼此相关的表象、感觉和概念，用固定的文法规则进行无限组合。 |

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第四章 媒介传播者与传播伦理/第八章 传播制度与控制**

**（因两章内容有交叉，故综合起来讲）**

1.教学目标

了解传播者的地位、特点、权利与责任，学习大众传媒的相关理论，理解媒介制度和媒介控制，了解媒介法的相关概况及媒介自律的组织。

2.教学重难点

职业传播者的权利有哪些？“守门人”理论，大众传媒的四种理论。媒介法概况和媒介自律组织。

3.教学内容

大众传播者的特点。职业传播者在大众传播中的地位和任务。职业传播者的权利：采访权的具体内容和作用、编辑权、知识产权、消息来源保密权、安全保护权。职业传播者的责任义务和职业素养。“守门人”理论。大众传播者的职业道德和职业伦理。媒介活动的社会责任伦理。大众传媒的四种理论：集权主义理论、自由主义理论、社会责任理论、苏维埃集权主义理论。传播控制和职业道德。媒介法概况：宪法或宪法性法律、一般法、专门法、国际条约和国际惯例、自律规则。新闻自律组织：地方性/全国性新闻自律组织；新闻机构内部的意见调查员/新闻督察员；传媒大公司内部的职业标准实施机制。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第五章 大众传播的媒介**

1.教学目标

了解重大灾害事件中广播的报道原则，了解大众传播媒介的社会功能，学习大众传播媒介的相关理论，掌握大众传播媒介的代表人物的主要观点。

2.教学重难点

英尼斯、麦克卢汉、戈夫曼、威廉斯等人的媒介观。

3.教学内容

重大灾害事件中的广播。新媒介的虚拟性。网络传播的特点。大众传播媒介的社会功能：施拉姆的大众传播媒介的五大功能。大众文化的特殊功能。媒介产品的成本结构。广告是媒介产品的成本的重要补偿方式。“通俗文化”与“精英文化”。英尼斯的理论：传播媒介的偏向性；媒介同权力机构的关系。麦克卢汉的媒介理论：媒介即讯息；媒介是人体的延伸；媒介“冷热说”。戈夫曼的“戏剧论”。梅罗维茨的“媒介情境论”。威廉斯的媒介观。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第六章 传播的对象——受众分析**

1.教学目标

了解受众观点的发展历程，了解受众研究的新观念及相关理论，了解大众传播中受众的构成和特点，掌握受众理论。

2.教学重难点

受众研究的发展历程和相关理论。四种受众理论。大众传播中的民意测验与舆论。

3.教学内容

受众的定义。受众观念的发展历程：靶子论；缓冲体论；使用——满足论；亚文化群体论（作为解码者的受众）；受众商品论。受众研究的新观念：麦奎尔：受众研究的三种传统；结构性；行为性；社会文化性。大众传播的受众构成特点。受众理论：个人差异论；社会类别论；社会关系论；文化规范论。受众的选择性心理。受众与信息反馈。大众传播与民意测验。大众传播与舆论。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第七章 大众传播的效果分析**

1.教学目标

了解七种宣传策略，了解传播效果研究的发展历程及相关理论，掌握各阶段传播效果研究的代表人物及其主要理论成果。

2.教学重难点

宣传的七种策略。有限效果论的代表人物及相关研究成果。适度效果论的相关理论观点。强大效果论的相关理论。大众传播的社会效果理论。

3.教学内容

宣传定义及其七种策略：辱骂法、光辉泛化法、转移法、证词法、平民百姓法、洗牌作弊。关于传播效果的理论：（1）万能效果论。（2）有限效果论：拉扎斯菲尔德的选择研究（罗斯福竞选）；凯茨和拉扎斯菲尔德的中介研究；海曼等人对传播失败原因的探寻、意见领袖和两级传播、信息来源的可信度、创新扩散。（3）适度效果论：卡茨的“使用——满足论”；议程设置。（4）强大效果的再论证：沉默的螺旋；心理图像理论（附加、重组、澄清）。（5）大众传播的社会效果理论：知沟理论；涵化理论；“主流效果”研究；“共鸣效果”研究。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第九章 传播与社会发展**

1.教学目标

了解传播与社会发展的联系，学习发展传播的研究背景和主要理论观点，掌握传播与发展理论的三代范式。

2.教学重难点

“流动性”人格、“流动性增殖器”——大众传播媒介、现代化等概念的内涵。传播与发展理论的三代范式。

3.教学内容

发展传播学的研究背景和主要理论观点。“流动性”人格、“流动性增殖器”——大众传播媒介及现代化的内涵。建立“国际传播和信息新秩序”的主张。传播与发展理论的三代范式: 现代化理论（施拉姆等）：将传媒设为社会发展的增殖器或推进器，考虑如何发展的问题。依附理论（弗兰克）：主张第三世界国家认清自身处境，走不依附道路。找出发展中国家发展滞后的主要原因。新国际体系论：发展不单单是经济方面的，还有政治、社会方面的，是全方位的发展。发展需要国际间的协调、合作。是一种内外并举的发展模式。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**第十章 国际传播与媒介全球化**

1.教学目标

了解全球化与大众传播的联系，了解“媒介帝国主义”的相关观点和产生原因，使学生能够辩证看待“媒介帝国主义”影响的和作用。

2.教学重难点

“媒介帝国主义”的内涵、形成原因和负面作用。文化保护和文化开放。

3.教学内容

全球化和大众传播的联系。帝国的概念内涵。帝国传播的结构。发展中国家(或地区)在电子媒介方面对发达国家的依附。“媒介帝国主义”的内涵、形成原因和负面作用。“电子殖民主义”的内涵。文化保护：限制性保护；扶植性保护。文化开放。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展等环节。

5.教学评价

教学目标明确，课堂内容丰富，有一定师生互动。

**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 |
| 绪论 | 传播学研究流派 | 6 |
| 第一章 | 传播学的原理 | 3 |
| 第二章 | 传播与语言学、符号学 | 3 |
| 第三章 | 信息与传播 | 3 |
| 第四章 | 媒介传播者与传播伦理 | 6 |
| 第五章 | 大众传播的媒介 | 6 |
| 第六章 | 传播的对象——受众分析 | 3 |
| 第七章 | 大众传播的效果分析 | 9 |
| 第八章 | 传播制度与传播控制 | 3 |
| 第九章 | 传播与社会发展 | 6 |
| 第十章 | 国际传播与媒介全球化 | 3 |

**五、教学进度**

**表3：教学进度表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 |  | 绪论 | 传播学研究流派 | 6 | 了解传播学两大研究流派及其主要观点 |  |
| 3 |  | 第一章 传播的原理 | 传播的原理及其与社会规范、文化、经济的关系 | 3 | 了解传播与社会、文化、经济的关系 |  |
| 4 |  | 第二章 传播与语言学、符号学 | 能指和所指、符号互动理论 | 3 | 掌握索绪尔的符号观及符号互动理论的内涵 |  |
| 5 |  | 第三章 信息与传播 | 信息论的内涵及其与符号的区别 | 3 | 了解信息与符号的区别 |  |
| 6-8 |  | 第四章 媒介传播者与传播伦理  第八章 传播制度与传播控制 | 大众传播者的地位、特点、权利和责任，大众传播的四种制度理论和大众传播控制 | 9 | 了解大众传播者的权利和义务，了解四种大众传播制度理论，掌握大众传播者的职业伦理。 |  |
| 9-10 |  | 第五章 大众传播的媒介 | 大众传播媒介的社会功能和相关理论 | 6 | 掌握英尼斯、麦克卢汉、梅罗维茨、威廉斯等人的媒介观 |  |
| 11 |  | 第六章 传播的对象——受众分析 | 受众观念的发展历程、大众传播的受众构成和民意测验 | 3 | 掌握几种重要的大众传播受众观 |  |
| 12-14 |  | 第七章 大众传播的效果分析 | 传播效果理论 | 9 | 掌握万能效果论、有限效果论、适度效果论、强大效果论、大众传播社会效果论等的理论内涵和应用 |  |
| 15-16 |  | 第九章 传播与社会发展 | 发展传播学、建立“国际传播和信息新秩序”的主张 | 6 | 掌握传播与发展理论的三代范式 |  |
| 17-18 |  | 第十章 国际传播与媒介全球化 | 全球化与大众传播、媒介帝国主义、文化保护和文化开放 | 6 | 掌握媒介帝国主义的理论内涵和影响。 |  |

**六、教材及参考书目**

1、李金铨著：《大众传播学》，台湾政治大学新闻研究所，1981年版；

2、徐佳士著：《大众传播理论》，台湾正中书局，1986年版；

3、德福勒等著：《大众传播通论》，华夏出版社，1989年；

4、施拉姆著：《大众传播媒介与社会发展》，华夏出版社，1989年版；

5、施拉姆等著：《传播学概论》，新华出版社；1984年；

6、赛弗林等著：《传播理论：起源、方法与应用》，华夏出版社，2000年版；

7、斯蒂芬·小约翰著：《传播理论》，中国社会科学出版社，1999年版；

8、张咏华著：《大众传播社会学》，外语教学与研究出版社，1992年版；

9、史蒂文森著：《理解媒介文化》，商务印书馆，2001年版。

**七、教学方法**

1、课堂讲授为主，学生课堂呈现为辅，适时以面授辅导、网络教案、电子信箱、电话等多种形式为学生提供学习支持服务。

2、理论学习和实践相结合，掌握相关的基本概念，正确认识传播学发展的脉络，对国内外的大众传播学发展有整体的认识。除此之外,阅读《大众传播学》、《大众传播媒介与社会发展》等论著,扩大本门课程的知识的外延,在学习中方能融会贯通。

**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**

**表4：课程考核与课程目标的对应关系表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核要点** | **考核方式** |
| 课程目标1 | 掌握传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 | 随堂小论文、闭卷考试 |
| 课程目标2 | 掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 | 随堂小论文、问答、闭卷考试 |
| 课程目标3 | 掌握大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 | 随堂小论文、问答、闭卷考试 |

**（二）评定方法**

**1．评定方法**

平时成绩：10%，期中考试：30%，期末考试60%。

**2．课程目标的考核占比与达成度分析**

**表5：课程目标的考核占比与达成度分析表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核占比**  **课程目标** | **平时** | **期中** | **期末** | **总评达成度** |
| 课程目标1 | 2 | 10 | 20 | 课程目标1达成度={0.1ｘ平时目标1成绩+0.3ｘ期中目标1成绩+0.6ｘ期末目标1成绩}/目标1总分；课程目标2达成度={0.1ｘ平时目标2成绩+0.3ｘ期中目标2成绩+0.6ｘ期末目标2成绩}/目标1总分；课程目标3达成度={0.1ｘ平时目标3成绩+0.3ｘ期中目标3成绩+0.6ｘ期末目标3成绩}/目标1总分； |
| 课程目标2 | 3 | 10 | 20 |
| 课程目标3 | 5 | 10 | 20 |

**（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** | 能够完成整地描述传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 | 能够较为完整地描述传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 | 基本能够描述传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 | 部分描述传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 | 不能描述传播学的研究流派及其重要理论观点，传播的原理，传播与信息、符号的联系。 |
| **课程**  **目标2** | 非常熟练掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 | 能够较好掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 | 基本能够掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 | 部分掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 | 不能掌握传播媒介观、传播受众观、传播效果观的理论内涵及其代表人物。 |
| **课程**  **目标3** | 能够清晰辩证学习大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 | 能够较好辨证学习大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 | 基本能够辨证学习大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 | 辨证学习大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 | 不能辨证学习大众传播者的特点、权利和责任，传播制度理论和传播控制，国际传播相关理论内涵。 |