

# 《网络舆论研究》课程教学大纲

课程代码: JOUR2063

英文名称: Study on Web Public Opinion

课程类别: 专业选修课程

授课对象: 新闻学、播音与主持艺术专业

开课学期: 春季第 4 学期

学 分: 2 学分

主讲教师: 杨新敏

指定教材: 《众声喧哗——网络时代的个人表达与公共讨论》, 胡泳著, 广西师范大学出版社, 2008 年 9 月出版。

考试方式: 论文考查

## 一、教学目的:

《网络舆论》。该课程的教学目的是使学生了解网络舆论的基本理论, 了解网络舆论的发展历程和现状, 了解网络舆论的监管, 了解网络舆论与个人表达、公共领域的关系, 通过这门课程, 使学生了解网络舆论现象、网络舆论学理论, 培养学生分析网络舆论现象、把握网络舆论规律的能力。

## 二、课程内容

### 第一章 网络舆论的概念、特征及中文网络舆论的发展历程

1、教学内容: 该章的内容包括: 网络舆论的概念和特征、中国互联网发展历程、中文网络舆论发展历程及重要事件。定义确定了网络舆论的内涵和外延, 使沟通建立在明确的概念前提下; 特征则使网络舆论与以其他媒介为载体的舆论得以清晰地区分开来。互联网的发展历程是网络舆论的重要技术背景; 中文网络舆论发展历程则是加深概念的重要一步。

2、教学要点: 定义: 网络舆论: 是在互联网上传播的公众对某一焦点所表现出的有一定影响力的、带倾向性的意见或言论。网络舆论的共性有: 意识性、历史性、评价性、自发性、公开性和传播性。网络舆论的个性有: 丰富性、复杂性、多元性、冲突性和难控性。互联网发展历程可分为两个阶段, 从单一的电子邮件连接阶段到基于 TCP/IP 协议的全功能连接阶段。中文网络舆论的发展是随着互联网的兴起和普及而发展的。

### 第二章 网络舆论的构成要素和主要传播途径

1、教学内容：该章的内容包括：网络舆论构成要素、主要传播途径的分析等。构成要素的分析是有助于洞察网络舆论的结构；主要传播途径的分析是从传播和技术的角度分析网络舆论。

2、教学要点：网络舆情的构成要素：网民、公共事务、网络舆情的时空因素、情绪、意愿、态度和意见、网络舆情的强度、网络舆情的质和量。网络舆论的主要传播途径：电子邮件（Email）、新闻组（Newsgroup）、即时通讯（IM）、电子公告板（BBS）、博客（Blog）、维客（Wiki）、播客（Podcasting）、其他社会性软件（Social Software）。

### 第三章 网络舆论的主体研究

1、教学内容：该章的内容包括：“网民”概念及内涵；网民结构分析；网民上网行为分析；网络语言的一般特征；网络语言对网民社会心态的折射；网民心理特征；网络群体划分；网络社会阶层及划分；网络舆论形成和变动中的群体影响力。

2、教学要点：网民：特定的对广大网络社会（或环境）具有强烈关怀意识，而愿意与其他具有相同网络关怀意识的使用者一起共同合作，以集体努力的方式建构一个对大家都有好处的网络社会的一群网络使用者。网民心理特征：渴求新知的心理、猎奇探究的心理、彰显个性的心理、娱乐时尚的心理、减轻压力的心理、跟风从众的心理、平等参与的心理、强烈的创新心理、追求自我实现的心理。

### 第四章 网络舆论与网络媒体

1、教学内容：该章的内容包括：网络媒体的兴起与发展；国内外网络媒体发展概述；网络媒体信息传播的特点；网络媒体的地位与发展趋势；网络新闻媒体与公共事务的关系；网络媒体对公共事务的传播；网络舆论视角下的网络媒体功能。

2、教学要点：网络媒体定义：一定的组织或个人，在以计算机为核心的各种多媒体交互式数字化信息传输网络上，建立的提供各种新闻与信息服务的相对独立的站点。网络舆论视野下的网络媒体功能：网络媒体的舆论刺激功能、网络媒体的“管道”功能、网络媒体的舆情引导功能、网络媒体的舆情集纳功能。

### 第五章 共有媒体与个人表达

1、教学内容：该章的内容包括：共有媒体的概念及种类；共有媒体同大众媒介的关系；网上的自我发现之旅；网络认同的多重性；个体人格与网上的行为差异；网络自恋文化解析；网络上的注意力吸引；网络的隐私安全；网络法律意义上的隐私权探讨；隐私的概念及重建；

2、教学要点：共有媒体的概念：各种基于数字技术、集制作者/销售者/消费者于一体，消解了传统的信息中介的媒体系统统称为“共有媒体”。隐私的概念：指不愿告人或不便告人的事情。隐私的重建：隐私保护（法律、个人、组织、技术）、维护公开与隐匿两者之间的藩篱。

### 第六章 网络舆论与公共领域重建的可能性

1、教学内容：该章的内容包括：政治学视野中的公私之辩；公共领域概念的沿革；公共领域理论对新媒体的适用性；网络讨论的参与者的统计学肖像；发言和潜水的原因探究；网络讨论是否具有代表性；在重建公共领域过程中网络讨论所体现出的品质。

2、教学要点：政治学视野中的公私之辩：古代社会与自由主义、汉娜阿伦特《人的条件》、市民社会：从黑格尔到葛兰西、哈贝马斯的理想情境。网络讨论的品质：匿名、责任感、平等性、男性主导的文化、话语方式。

## 第七章网络舆论与公私领域边界的重构

1、教学内容：该章的内容包括：公私领域边界的变化；共有媒体的个人性和公共性探讨；博客的双重属性；网络环境中公私混杂的现象；网络中的生产者与消费者合一；内容经济学与个人技术的胜利；公民对新闻业参与的主要表现；受众的崛起；如何实现公共领域的理想的相关探讨。

2、教学要点：公民对新闻业参与的主要表现：新闻评论、草根报道、另类编辑、检查事实、晴雨表和放大器。存在问题：是否能够保持和传统媒体一样的公信力。如何实现公共领域的理想：营造社区归属感、灵活决定匿名政策、保持平等、鼓励慎议、培育良好的公共话语。理想公共话语的原则：正式的民主程序、落到实处的理性、反思性、互惠性、认识差别、中和。

## 第八章 中国语境下的网络公共领域

1、教学内容：该章的内容包括：近现代中国私域和公域的分化；公共领域的后极权主义：伟大让位于魅力；建设中国公共领域的初步探讨；互联网在中国的发展背景；网络“舆论场”的兴起；中国博客发展的现状和问题；中国政府对互联网的管制；互联网在建设中国的公共领域中的作用。

2、教学要点：建设中国公共领域的努力方向：一是争取市民权利以及市民社会活动的独立自主；而是反对商品生产和消费对公共生活的侵蚀。互联网在建立中国公共领域方面发挥了重大作用：分权、匿名和灵活的互联网促进了信息传播的民主化；互联网创造了公民对政治和社会问题展开讨论的公共领域；对于集会与结社自由匮乏的中国，互联网加强了民众之间的联系和集体行动。

## 第九章 网络恶搞和人肉搜索现象研究

1、教学内容：该章的内容包括：网络恶搞的概念；网络恶搞的基本特征；网络恶搞的形成原因；应对网络恶搞的策略；人肉搜索的概念；人肉搜索的受众基础、传播基础、社会基础；人肉搜索的伦理规范：人肉搜索缘何成为网民暴力。

2、教学要点：网络恶搞的基本特征：传播成本低、传播速度快、传播娱乐性强、内容戏仿成分多。网络恶搞的原因：“大环境”是网络恶搞形成的土壤；社会热点是网络恶搞发展的基础；受众是网络恶搞的最大动力；心理满足是网络恶搞的根本原因。应对网络恶搞的策略：恶搞以“娱乐为王”、恶搞展现社会问题、恶搞要有一定的“度”、强化媒体与传播者的自律)、加强监控体系、建设建立健全相关法律法规。人肉搜索的伦理规范：以尊重他人隐私权为原则、以提高网民的媒介素养为前提、加强网络监督管理。

## 第十章 网络伦理建设与道德法规建设

1、教学内容：该章的内容包括：网络传播的负面影响；网络伦理的概念；网络伦理建设存在的问题；加强网络伦理建设的对策；网络暴力的概念；网络暴力的成因；网络暴力的应对措施；网络犯罪与网络传播的技术特性；网络犯罪的发展趋势；网络安全技术控制及局限；网络道德的概念；网络道德的行业性规范及礼仪规范；网络立法的类型；网络执法的难点。

2、教学要点：网络伦理建设存在的问题：网络立法滞后，不能“依法治网”、缺乏完善的网络伦理规范体系、信息污染严重、安全缺乏保障、网络知识产权问题突出。加强网络伦理建设的对策：加强立法的实用性，做到“依法治网”、建立完善、成熟的网络伦理规范体系、给予网络新技术伦理关怀，防止异化、加强网络伦理道德教育，培养网络道德、建立网络监管机制，控制不良网络信息、加快建立绿色网络生态环境。网络执法的难点：网络犯罪侦查困难、取证和认证困难、法律的国家适用性与互联网的全球连接之间的矛盾。

### 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
一	网络舆论的概念、特征及中文网络舆论的发展历程	
二	网络舆论的构成要素和主要传播途径	
三	网络舆论的主体研究	
四	网络舆论与网络媒体	
五	共有媒体与个人表达	
六	网络舆论与公共领域重建的可能性	
七	网络舆论与公私领域边界的重构	
八	中国语境下的网络公共领域	
九	网络中的恶搞和人肉搜索研究	
十	网络舆论与网络伦理建设	
总计		

# 《受众研究基础》课程教学大纲

课程编号: JOUR1024

英文名称: Audiences

课程类别: 专业选修课程

授课对象: 新闻学、网络与新媒体专业

开课学期: 春季第4学期

学 分: 2 学分

主讲教师: 华昊

指定教材: 自编

考试方式: 论文考查

教学目的:

首先能够了解受众研究的基本理论。比如受众的概念,受众研究的目的、历程;受众类型;媒介到达问题;受众的形成与保持;受众的实践活动;传播者与受众的关系;受众在新时期的变动等。其次了解受众研究的基本方法。比如抽样、统计量(平均数、标准差)、统计推论;误差;样本数的决定等。最后,能够运用所掌握的方法,做简单的受众调查,掌握受众情况和特征,采取相应策略,提高传播效果。

## 第一章 受众的历史

课时: 2周,共4课时

一、受众的概念:传播过程中信息的接受者,是读者、听众和观众的统称。受众既是社会环境(导致相同的文化兴趣、理解力和信息需求)的产物,也是特定媒介供应模式的产物。

### 二、受众研究的历程

1、作为靶子的受众(万能效果)

2、有限效果时期①个人差异论②社会类别论③文化规范论④社会关系论

3、媒介使用与满足时期

4、结合媒体批评与使用时期

①作为商品的受众

②作为解码者的受众

### 三、受众使用传媒的形态：

1、工具性使用形态：

2、仪式性使用形态：

## 第二章 大众传播理论与研究中的受众

课时：2周，共4课时

### 一、受众研究动向：

A、从被动到主动

B、群体与个体

C、社会到文化

### 二、受众研究的五种主要取向

(一)詹森和罗森格伦：

A、效果研究    B、使用与满足    C、文学批评    D、文化研究

E、接受分析

(二)、丹尼斯·麦奎尔：三种受众研究传统的比较

结构性、行为性、文化性

### 三、受众研究的目的：

(一)说明销售情况

(二)为实现广告目的而测量实际与潜在受众到达率

(三)操纵和引导受众的选择行为

(四)寻找在受众市场上的机会

(五)检验产品和提高传播的有效性

(六)尽力服务受众

(七)以各种方式评估媒介绩效

## 第三章 受众类型

课时：2周，共4课时

### 一、大众媒介受众的分类

(一)、按照社会需求与媒介创造的需求, 以及操作的不同层面分类:

### 1、社会群体或公众

A、一些政党、宗教团体或其他一些社会团体, 出于服务其组织或成员的目的而出

版的刊物群组: 基于与媒介相关的兴趣、需求和偏好等多种可能性而形成或重组的受众, 其构成总是处于变动之中。

B、地方报纸和社区电台

品味文化: 被同一类人选择的相似内容的总和, 是一种表现形态和表达风格的产物, 一种意欲与各种细分受众的生活方式相匹配的类型

3、媒介受众: 根据人们所选择的媒介类别来界定受众, 一般是那些由其行为和自我意识可以判定是定期接触某一类媒介的人, 对相应的媒介有一定的认识及特定的习惯。并常常是重叠的、随时空变化的。

关注“媒介的可替代性”

4、特定渠道和内容的受众: 当我们主观上一定要按照时间/空间——一群个体接触媒介传送估计花费的时间, 或出版物发行的特定时间/特定地点——来界定受众时。(可以被量化)(视听率)

“市场”: 具有已知社会经济特征的、媒介服务和产品的实际与潜在消费者的集合体。

狂热者: 大量甚至过量地关注那些吸引他们的事物, 而且还常常表现出对其他媒介迷的强烈感知和认同。还有一些附加的行为模式, 并且在衣着、言谈、对媒介的使用和消费等方面表现出来。

(二)、根据受众所表现出的社会关系, 以及所显示出的社会群体特征分类

1、训示型: 代表了传统的单向传播情况下的大众媒介的受众

2、咨询型: 人们能够决定在什么时间、从中心信息源所提供或储存的信息中选择什么内容, 这是传统大众传媒状况的一种拓展。

3、对话型: 个人可以通过在传播活动中交流思想、交换意见、积极互动, 形成联系

4、注册型: 传播媒介那些呈网状分布的、既相互联系又彼此独立的个体使用者, 都会被置于某一中心系统的观察之下。他们接触媒介的情况和所接触的具体内容, 都会被监测并记录下来。

收视率是指在一定时段内收看某一节目的人数(或家户数)占观众总人数(或总家户数)的百分比, 即:

收视率=收看某一节目的人数(或家户数)/观众总人数(或总家户数)

收视率分为家庭收视率和个人收视率, 一般而言, 家庭收视率大于个人收视率。

收视率主要有以下几个方面的作用:

第一, 它是深入分析电视收视市场的科学基础;

第二, 它是节目编排及调整的重要依据;

第三, 它是节目评估的主要指标;

第四, 它是媒介计划的制定与评估、提高广告投放效益的有力工具。

调查方法:

目前采用的收视率数据采集方法有两种,即日记法和人员测量仪法。

日记法是指通过由样本户中所有4岁及以上家庭成员填写日记卡来收集收视信息的方法。

样本户中每一家庭成员都有各自的日记卡,要求他们把每天收看电视的情况(包括收看的频道和时段)随时记录在自己的日记卡上。日记卡上所列的时间间隔为15分钟。每一张日记卡可记录一周的收视情况。访问员每周定期入户收集已完成的日记卡,并留置下一周的日记卡。为了帮助被调查者更直观地识别其正在观看的频道,访问员会给样本户留下一张包括所有频道台标的提示卡。

人员测量仪:20世纪70年代在美国和英国出现了真正意义上的人员测量仪。英国AGB(Taylor Nelson的前身)是该领域最早的开拓者之一,美国则以AC Nielsen为代表。

人员测量仪被安装在样本户家庭中的电视中,样本家庭的每个成员在手控器上都有自己的按钮,而且还留有客人的按钮。当家庭成员开始看电视时,必须先按一下手控器上代表自己的按钮,不看电视时,再按一下这个按钮。与电视机连接的显示仪会提醒你按按钮的任务,并显示你收看电视的情况。测量仪会把收看电视的所有信息以每分钟为时段(甚至可以精确到秒)储存下来,然后通过电话线传送到总部的中心计算机(或通过掌上电脑入户取数据)。这种实时测量样本的技术提高了收视调查的精度和时效。

(三)、按各种不同的态度和目的进行划分

1、作为目标的受众

广告促销、传播教育/公共信息、受众的工具性使用行为

2、作为参与者的受众

传播是共享与参与

3、作为观看者的受众

观众的注意力(收视率)

第四章 媒介到达

课时:2周,共4课时

一、到达率:特定时间段内,收看过某一频道(或节目)的不重复的观众人数占观众总数的百分比

标准受众

重叠受众

二、受众到达的空间维度:

发行密度：密度高，意味着特定区域内信息所送达的个人或家庭比例高，这对于为当地市场提供商品或服务的广告主来说尤其重要。在一位着传播和广告“成本—效益”的最大化。

受众到达的时间维度：1、媒介的生产和传播基本上是不间断的 2、受众的可支配时间

三、受众的多样性：

内在的受众多样性是指媒介吸引了社会特征异质的（通常也是大量的）受众，并提供各种各样的内容来适应可得公众的不同品味、兴趣和观点。

外在的多样性：基于不同的政治、宗教、生活方式、文化偏好或其他一些原则，每一个频道或媒介都拥有自己的编辑方针，并且会有选择地为自己心中的特定受众传播内容。

内在多样性和外在多样性可以在同一个媒介系统中并存，分别适用于不同的媒介。

四、受众的考量维度：

- 1、受众对某一媒介的喜爱程度和依恋程度，而不考虑实际的媒介使用情况
- 2、通过受众对特定内容的有意识的选择行为，考察受众基于自身经验得出的期望满足程度
- 3、考察受众的注意程度，或作为实际受众的媒介活动的卷入

五、拜欧卡对有关受众主动性的五种归纳：

- 1、选择性
- 2、功利主义
- 3、有目的性
- 4、抵制影响
- 5、卷入

六、跨国受众

国际传播的基本形式：

1、多边的跨国流动，包括来自某一国家或某一制作中心的内容（通常为家庭消费而制作）再传播到许多不同的国家，传播到这些国家中的媒介中转点或直接目的地。

2、国外媒介产品（如电视台和电影院播放的外国影片、电台播出的流行音乐或音像制品、翻译的国外书籍等）在国内的政治的再传播。

文化折扣：

产品与受众的文化差距越大，对它的需求和要价就会越低。

3、双边的跨国流动：受众能够在与其边界接壤的地方接收到邻国无意中传送的信息。这种现象被称为“溢波效应”

## 第五章 受众的形成与保持

课时：1周，共2课时

### 一、受众选择的功能主义模式：使用与满足研究

受众的媒介使用行为，取决于他们所意识到的满意、需求、希望和动机。最典型的“需求”是获得信息、休闲、陪伴、娱乐或“逃避”。

### 二、受众选择的“实用主义”模式

文化资本：习得的文化技能和品味，他们常常通过家庭、教育和社会阶层系统代代相传。

电视观众的流动：

- 1、继承——某一节目的一部分观众向紧随其后的另一节目流动
- 2、重复收视——同样的观众日复一日或周复一周观看同一部连续剧或系列剧的不同剧集的程度
- 3、频道忠诚——观众经常收看同一频道不同节目的程度。

### 三、为提高忠诚度，可采用的策略：

导入：某一强势节目能够为后续节目顺流一部分观众

吊床：在两档强势节目之间插入一档稍弱的节目

板块编排：将相同内容的节目编排在一起

搭帐篷：将一档强势节目安排在两档稍弱节目的中间

## 第六章 媒介的社会使用

课时：1周，共2课时

### 一、媒介使用的公共空间和私人空间

某些媒介使用形态具有明显的公共特征。公共既可以是对内容类别、事件发生场合的一种注解，也可以是对人们共享集体经验程度的一种表征。

公共型受众群的特征：有意识地关注那些具有广泛社会影响的事件。比如选举、重大灾难、世界危机、重大体育赛事等

私人型受众经验根据个人心态和环境条件建构，不涉及对社会或其他人的考虑。

### 二、亚文化和受众：

1、种族和媒介使用：媒介使用可以被理解为一种表达和欣赏的方式，一种共享的独特体验，以及对某种文化的认同。甚至可以成为辨别社会身份的关键。

2、性别化的受众：

A、社会性别(gender)：被用来描述在一个特定社会中由社会形成的男性或女性的群体特征、角色、活动及责任。常反映一种权力关系，是制度性问题，而不仅仅是个人问题。

B、解释团体：社会地位相近或相同的读者，会因为类似的生活经验或价值观，而拥有一套共同的解释策略，或思考和感知事物的方式。由解释团体来达成具有某种程度上一致的意义，实际上是一个社会化的公众理解系统。

性别化的受众概念常被用来考查：言情小说、“肥皂剧”以及对家庭媒体的使用等

三、社交与媒介的社会使用

1、媒介使用作为一种替代性行为

2、媒介使用作为一种社会参与手段

关于社会互动和媒介使用之间的相互关系，有一个总体的经验性答案，即：比较高的“实际”社会交往程度，往往伴随着高于平均水平的媒介接触。

四、电视的社会使用类型：

A、结构型

B、关系型

C、加入和回避型

D、社会学习型

E、权力/支配型

五、社会病态与媒介使用

1、过度使用媒介

2、对虚构的媒介人物的感情依恋

六、媒介使用的规范框架

即使有益，也勿太过

社会引导和控制

媒介使用本身被认为有道德问题

媒介内容规范

## 第七章 传播者和受众的关系

课时：1周，共2课时

### 一、传受双方的关系：

1、市场

2、道德和责任

### 二、传播者眼中的受众

“虚拟的对话者”：为了进行传播，我们需要确立某些参考群体/个人（能直接或间接影响个人态度或行为的群体）。参考群体构成了传播的假想目标，这使得传播过程变得简单易行，而且能够影响讯息内容。这就是“传播者所考虑的受众”

### 三、作为传播者自身社会生活延伸的受众

1、专业性参考群体

2、组织化目标的确定

3、产品图像和受众刻板印象

4、对受众参与的操纵

### 四、如何弥补受众不在场的缺陷：

1、弥散策略，采用诸如“家庭风格”和一些人们熟悉的表达方式；

2、通过音效装置（加入笑声、鼓掌声）或拨入电话等方式，形成想象中的真实受众

3、在广播中与听众进行模拟式人际互动，鼓励听众参与

### 五、对受众负责的方式

1、媒介的约束机制（法律、规章、自律等）

2、公共广播

3、处理受众投诉（媒介监督员）

4、压力团体

### 六、受众的变动

1、技术作为变化之源

2、社会和经济因素

3、信息“过剩”和信息超载

#### 4、受众分化:多样性和局限性

### 第八章 抽样统计方法

课时：6周，共12课时

#### 第一节 抽样

##### 一、定量研究和定性研究：

1、定量研究：将研究对象用数字进行量化的研究。借助统计学对人们的行为进行总结分析，比如内容分析法、实地调查法、控制实验法

2、定性研究：往往以实地考察报告及访谈记录等形式呈现。通常针对一个问题进行深入的分析，研究结果往往不具有普遍性。（小组座谈会、民族志）

##### 二、抽样

1、抽样：从符合调查要求的社会总体中抽取一部分样本，把它们当成总体的代表加以综合研究

2、样本：被调查总体中最有代表性的那的一部分集合

##### 3、抽样方式：

（1）简单随机抽样 A、抽签法 B、随机数表法 C、用 Excel 工作表的统计函数取随机数据

（2）随机抽样：A、分层随机抽样 B、系统抽样 C、整群抽样

（3）随机抽样：A、立意抽样 B、配额抽样 C、随意抽样

##### 思考题：

某初中二年级甲班有 49 位学生，老师想了解全班平均身高是多少。全班身高资料如下：（假设全班座位安排是矮的坐前面，高的坐后面，其第一列为 1 到 7 号，第二列为 8 到 14 号等。

##### 讲 台

148 148 149 149 153 154 155

155 156 156 157 157 158 158

158 158 158 159 159 160 160

160 161 162 162 162 163 163

163 163 164 164 164 164 165

165 165 165 165 166 167 167

167 167 167 168 170 172 173

如何抽样，各抽样方法的优缺点

## 第二节 统计量

### 一、统计资料的分类：

(一)、依收集时间顺序分类 1、横向资料 2、纵向资料

(二)、依资料的性质分类 1、连续型资料 2、离散型资料

### 二、样本统计量

#### 1、平均数

#### 2、标准差

经验法则：一组资料得直方图如果呈现钟型(中间高，两边对称下降)的分布，且此组资料的平均数为  $U$ ，标准差为  $S$ ，则约有 68%的资料落在区间  $(U-S, U+S)$ ，约有 95%的资料落在区间  $(U-2S, U+2S)$ ，约有 99.7%的资料落在区间  $(U-3S, U+3S)$

由于只有标准常态分配才能查表，一般常态分配需经“标准化”后才能查表算概率值

$$Z = \frac{X_i - \bar{X}}{S}$$

随机变数：是一种函数对应，它对实验的每一种结果指定一数值与之对应。随机表示结果的不可预知，而变数表示每次结果会有不同的变化。连续型随机变数在某一区域上的每一个数值都可能发生。样本平均数和样本标准差都是随机变数

大数法则：从同一母体随机抽出  $n$  个样本，当  $n$  很大时，则由抽样算出的样本平均数会接近母体平均数

中央极限定理：从同一母体随机抽出  $n$  个样本，当  $n$  很大时，则由抽样算出的样本平均数分配接近常态分配，但样本平均数的标准差是母体标准差除以  $\sqrt{n}$

## 第三节 统计推论

### 一、误差

误差不仅仅指错误，其真正的含义是指基于样本的数据信息无法反映调查对象的实际情况。指调查结果和真实情况之间的差别。

#### 标准误差的公式

抽样分布显示的是连续型资料的特征分布，一旦确定可以算出某一值出现的概率

变异系数：标准差等离势指标都是有单位的，单位不同的数据之间不能直接比标准差，即使单位一样，也不一定可以直接比较离散程度。变异系数是没有单位的

相关系数（两个变数）：两组标准化资料对应乘积的和，再除以（n-1）

二、统计推论：由抽样资料推估母体特征。一般分为估计与检定两大领域。

卡方分配：设  $X_1, X_2, \dots, X_K$  是随机取自标准正态分配，则  $Y = X_1^2 + X_2^2 + \dots + X_K^2$  的分布就成为自由度为  $K$  的“卡方分配”，是由  $K$  个自由活动的标准常态“平方和”（卡方的来源）所组成。

卡方分配是由标准常态平方和组成，如果不是标准常态的平方和，就不是卡方分配，必须先标准化后再平方

卡方分配的应用：主要用在检定资料是否适合某种分配（适合度检定）或是检定一组常态分配资料其变异数是否等于某数

卡方分配查表

离散型资料的适合度检定（适合度检定卡方值）

型 I 误差及型 II 误差

型 I 误差：由于抽样的资料让我们将对的误判为错的

型 II 误差：由于抽样的资料让我们将错的误判为对的

显著水平：统计检定是希望能订一个好的决策，使得犯型 I 误差及型 II 误差的概率愈小愈好，但在固定样本下，很难同时达到。统计学家想出一个折衷的办法，就是先控制型 I 误差，使其不超过某种水准（通常订为  $\alpha=5\%$ ，此水准也称为显著水平，然后在所有通过这个要求的决策中寻找型 II 误差最小的，这样所找到的决策，称为最佳检定）

思考题：

1、有传说“某市成年市民，初中、高中及大专以上的教育程度比例分别为 15%，35%与 50%”，张三认为此种传说不实，他从某市成年市民中抽样 50 位，结果如下：

教育程度	人数
初中	12
高中	16
大专	22

当  $X^2 > X_{k-1, \alpha}^2$  时，表示提出的比例是不对的（或此组资料不是取自这种分配）

内容分析法：1952 年贝雷尔森“内容分析是一种对传播内容进行客观、系统和定量描述的研究方法。”内容分析法将现存的资料转换为数据，然后用统计方法来分析社会现象。这种方法的优点是可用较少的人力、财力，通过对文献内容“量”的分析，达到对文献“质”的更深的认识。

内容分析主要的种类包括：

- 1、研究媒体再现的型式与潮流
- 2、研究文本再现与“真实世界”的关系
- 3、关于媒介效果的研究

内容分析的优点

- 1、不需要大量的人力、物力，简便易行，精确性比较高，可以覆盖较长的研究时期
- 2、借由彰显某些特质与要素在文本中的出现次数与重要性，以确认或推翻人们以为理所当然的直觉印象

内容分析的缺点

- 1、把各要素从文本脉络中抽离，降低了文本原来具有的复杂性
- 2、分类过程往往充满主观色彩
- 3、透过这种方法，研究者得到的是资料外在的、明显的内容，无法表现深层次的意义

内容分析法的主要步骤

- 1、建立分析的类目（见 116）

A 分类标准应与研究目标相一致

B 分类应满足一种统一的分类原则

C 分类应完整、相互排斥，不同类型应相互独立，数量适中

- 2、检验信度和效度

信度：测验数据（资料）与结论的可靠性程度，指的是测量的稳定性与一致性。即科学的测量工具应在反复的测量中得出同样的结果。内容分析的信度是分类时，编码员间达到一致性的程度。

$$K = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

K 为平均相互同意度，是指两个评判员之间相互同意的程度

内容分析的信度公式为

$$R = \frac{nk}{1 + (n-1)k}$$

效度：测量工具所能测出其所要测量的特质的程度。在使用内容分析法时要考虑分析所得出的结果，是否能正确、有效地说明所要研究的现象

内容分析的主要方法：

1、语义强度分析：将语句按肯定、否定、中立态度的顺序分为 11 个等级（亦有分为 9 级、7 级的），按照词汇的语义强度，以 0 为中心，从-5 到+5 赋予权数（即在计算中起权衡轻重作用的数值），得出词汇的“强度权”。强度权是由词汇的语义决定的，如爱比喜欢的加权数高。这样，就可以编制出一个态度量表了。

还有一个方法，将量表分为两部分，将两者结合起来测量人们的态度。其一是“词汇强度权”量表，据此区分人们态度的强弱程度；其二是“词汇正、负度加权数”量表，用以体现语义强度的细微差别

加权：赋予各个评价指标不同的权数（重要程度），然后乘以各指标的得分并相加，得出加权数值，从而较准确地反映实际情况。

## 2、计词法

首先确定与研究问题有关的关键词（记录单位），然后统计其在各样本中出现的频数和百分比，最后进行比较。

实地调查是应用客观的态度和科学的方法，对某种社会现象，在确定的范围内进行实地考察，并收集大量资料以统计分析，从而探讨社会现象。

实地调查是在真实的环境下进行的。可采用多种方法，例如函件调查、电话调查、面对面访问，问卷调查等，故调查范围广泛，可从各种社会成员中收集材料。但这种方法的主要不足是因果关系难以证实。后拉扎斯菲尔德创造了“固定样本法”，因而被提高到能发现因果关系的水平上。

问卷的结构

1、封面信 2、问卷填答指南 3、问题与答案 4、编码及其资料

焦点小组

口述历史

对因果关系的直接测试——控制实验研究

控制实验法的主要特点是对研究中的自变量（即假设的条件）进行人为的控制。实验的控制，一般包括以下三个方面： 1、环境的控制 2、刺激变量的控制 3、实验的比较

控制实验法的优点

1、优点：可以检验出各项变量间是否具有直接的因果关系。实验者可以控制某些或全部变量

2、缺点：几乎所有实验都在人造的条件下进行。但实验室的环境和日常生活中的社会环境有很大的不同。受试者可能会预先猜到研究的主题，以及这个实验所预期发生的情况。受试者就可能会依循这样的实验情境，表现出实验者所希望看到的结果。从而造成偏差。

调查法和实验法的比较

实验法的缺点：

- 1、使用的样本不够具有代表性
- 2、对所欲研究的环境需要相当的人工控制
- 3、许多对媒体和受众所进行的测量在本质上是人为、非自然的
- 4、很难控制可能会影响结果的所有外部因素。

调查法的缺点：

- 1、依赖事后分析和受试者对现象的自我报告，可能导致研究者无法获得精确的细节
- 2、只使用文字来说明可观察到的事件，这同样可能无法完全代表实际发生的情况
- 3、他们的报告只能呈现所检验变项间某种程度的关联性或相关性，无法据此直接下结论说明变项间的因果关系。

民族志：主要来自人类学的一种田野调查方法。要求研究者亲身深入某一社群，并在其中长期生活，从“内部”提供对该文化的意义和行为的叙述。研究者要直接参与该社群的活动，并通过学习该社群的语言和思考方式，来理解它的文化。

传播的民族志研究：

基本假设：

- A 同一文化群体的成员创造了共享的意义。他们所采用的符码具有一定程度的共性
- B 任何一个文化群体内的传播者必须协调他们之间的行为
- C 对群体来说，意义和行为具有特殊性，因文化的不同而不同
- D 每个群体在理解特定符码和行为时所采用的方式也不同

民族志：主要来自人类学的一种田野调查方法。要求研究者亲身深入某一社群，并在其中长期生活，从“内部”提供对该文化的意义和行为的叙述。研究者要直接参与该社群的活动，并通过学习该社群的语言和思考方式，来理解它的文化。

传播的民族志研究：

基本假设：

- A 同一文化群体的成员创造了共享的意义。他们所采用的符码具有一定程度的共性

- B 任何一个文化群体内的传播者必须协调他们之间的行为
- C 对群体来说，意义和行为具有特殊性，因文化的不同而不同
- D 每个群体在理解特定符码和行为时所采用的方式也不同

参考书目：

- 1、丹尼斯·麦奎尔 受众分析 中国人民大学出版社 2006. 3
- 2、戴元光，传播学研究理论与方法 复旦大学出版社，2003 年
- 3、陈顺宇 邓碧娥 统计学 华泰书局(台湾) 2004. 3
- 4、Klaus Bruhn Jensen 媒介与传播研究法指南 韦伯文化 2005. 1
- 5、詹姆斯·韦伯斯特 视听率分析 华夏出版社 2004. 9
- 6、王君超 媒介批评 北京广播学院出版社 2001. 6
- 7、Jane Stokes 媒介与文化研究方法 复旦大学出版社 2006. 1
- 8、利萨·泰勒等 媒介研究:文本、机构与受众 北京大学出版社 2005. 4
- 9、黄葳威 阅听人与媒体文化 扬智文化(台)，2004. 5

# 《纪录片研究》课程教学大纲

课程代码: JOUR2029

课程类别:

授课对象:

开课学期:

学 分:

主讲教师:

指定教材: 石屹著,《电视纪录片》,复旦大学出版社 2000 年出版。

教学目的:

优秀影视作品是非虚构的影视作品,主要是指电视纪录片。电视纪录片来源于电影纪录片,原来是电影厂用“电影创作手段”为新闻报道而制作的一种片种,引入电视后就成了电视纪录片,以真实地纪录现实生活为己任。开设此课的目的,主要是提高大学本科生的鉴赏能力和审美水平;使他们加深对电子媒介的理解,从而学会运用电子媒介理解、认识我们生存的世界;同时以从事这一工作为荣,从思想上做好准备,学以致用,支持并投身这一事业。

第一讲: 影视纪录片经典作品概论

课时: 1 周, 3 课时

教学内容

第一节 什么是优秀影视纪录片

一、 影视媒介与印刷媒介工具不同,但同样能自如表达创作者的主观思想,是另一种纪录历史和现实的方式。

二、 优秀影视纪录片主要指非虚构的影视作品。它的特点:(1)是创作者根据现实生活中的真人真事而创作,有一定的思想性,能潜在表达创作者的主观思想;(2)是创作者在观察、发现、思考而不是即兴创作、简单判断的基础上,经过一个时间段的拍摄纪录并剪辑选择后的产物;(3)在拍摄和布局上,各部分之间有一定的逻辑关系,观众能按一定的思路解读、认识、思考和想象,有较高的审美价值。

理解本节要点,重在把握影视纪录片的特点,切实掌握其丰富涵义。

第二节 为什么要学习优秀影视纪录片

一、 提高自我的鉴赏能力和审美水平

二、 加深对电子媒介的理解

三、 从思想上做好准备,学以致用,投身这一事业

理解本节要点,重在把握学习目的,深切体会影视纪录片的意义。

思考题

1、什么是优秀影视纪录片?

2、为什么要学习优秀影视纪录片?

## 第二章 纪录片的分类

课时：2周，6课时

### 教学内容

#### 第一节 题材

一、人文类 纪录片以人为核心，关注人的生活、生存、生命等人生题材。《生活空间》制片人陈氓说：“我们不是在报道有趣的事情，而是在拍人。行为是情感的载体、心理的外化。报道事件本身是浅层次的，重要的是表现人”

二、历史类 如果说自然是人类生存的空间环境，历史则是人类生存发展的时间环境。历史的本质力量在于从一些偶然因素背后发现并把握某种必然，以史为镜，通过对历史人物活动场所的考察、对历史遗物、遗迹的体验，理解历史，理解偶然事件中的必然，提高对历史的鉴别能力、洞察能力、预测能力

三、自然类 国外有《探索发现》、《国家地理频道》等专门播放自然科学类纪录片的电视频道，其范围从人体的奥秘到宇宙万物的演变，从人类文明的探索到未来高新技术的展望，包括许多人眼所不及的地方，如海洋深处、宇宙太空、微观世界、动植物生存、生命起源等

#### 第二节 创作手法

一、纪实类 往往是现在进行时，截取生活的一段流程，讲述老百姓的故事。其表现手法是真实质朴、自然流畅，解说词处于被动地位，是对拍摄内容的补充，一般不用描写手段，不需文采横溢、思想外露

二、写意类 就象雕塑一样，要有高度凝炼的概括和刻划，是对客观事物的提炼和选择，是主观情感和客观事物相结合的表达方式，注重解说词，在解说中融入个人的思想感情、哲学思想，更强调个性。有人把纪实和写意比喻成缝纫和刺绣，前者是踏踏实实沿着针角走，后者要用针去挑明思想的情绪。如《雕塑家刘焕章》创造一种“独白式”的解说词风格，表达人物的内心世界

三、思辩类 这类节目的针对性强、宣传味浓，原来被称作专题片，是依照某一时期党的方针政策宣传要求选择题材，宣教色彩较浓，是电视政论文，特别具有中国特色，一般是围绕主题拍摄、采访、收集素材，以阐述某一个问题的，画面只是配合。如《中华之剑》、《中华之门》、《改革开放二十年》、《20年、20人》《共和国外交风云》等

#### 第三节 文化形态

一、主流类 纪录的是重要事件、人物或主题，通过阐述深刻的哲理、展示精神的力量、弘扬品格和情操，给人思想启迪和人生感悟，正面引导公众兴趣，达到宣传国家主流意识形态的目的。如《邓小平》、《飞越太平洋》等，这类文字声画倾斜，画面往往沦为文字附庸

二、精英类 其题材集中于人类学、社会学、文化学、民俗学等方面，它所追求的不是娱乐效果或宣传目的，而是力图观照人类生存处境、探索人类精神、艺术和社会发展之路，有思想的深度和美学的高度。如《最后的山神》、《阴阳》、《三节草》等

三、大众类 这是纪录片的常态，把镜头对准社会、对准普通人，朴素地纪录其生活状态和精神风貌，刻划当代中国人的群像。如中央台的《生活空间》跟踪拍摄普通人的生活，采用现在进行时，拍状态，通过影像本身说话，影像比文字灵活多义，也体现了对人的尊重和宽容。其特点一是强调原汁原味，把现实生活一段一段完整再现，保持原貌，不任意肢解素材。二是强调唯真不唯美，人物状态真实自然，但光线、构图、稳定性差。三是强调观赏效果，追求运用影视手段讲故事的能力

四、边缘类 这是指一些无法进入公众传播领域，大多只能在海外参加电影节发行的一些片子。被摄对象往往是体制外的边缘人，如吴文光的《流浪北京》、杨荔娜的《老头》、蒋樾的《彼岸》、睢安奇的《北京的风很大》等。这类片子对真实性客观性更为器重，离生活原生态更接近，没有避讳和掩饰，尊重被摄人物的人格和性情，注重与人物的对话和交流。但生存面临困境，有发行的困难、资金的困难

#### 思考题

- 1、影视纪录片有哪些分类方式？
- 2、影视纪录片的涵盖范围、文化形态和手法？

### 第三章 中国当代纪录片的发展

课时：1周，3课时

#### 教学内容

##### 第一节 80年代的纪录片

- 一、重视文本。根据作品所表达的主题和思想，事先设计完整的“文本”，作为拍摄的基础
- 二、依赖解说。借用广播语言，通过播音和解说，将思想直接灌输给观众，达到耳提面命的目的
- 三、声画分离。解说为主，画面为辅，声画两张皮，与其说是纪录生活，不如说是揭示思想、宣传观念

##### 第二节 90年代的纪录片

- 一、纪录过程。生活本身体现为一种过程，纪录片一般以时间为顺序去纪录正在行进中的、未知生活结局的过程，在跟踪过程中，会跟出人物，情节、故事，完成客观地再现真实生活的任务。
- 二、声画并重。纪录片纪录“有声有色”的世界，不忽视生活之声的纪录，这声音有同期声，当事人的现身说法，有现场声，是在屏幕上再现生活。
- 三、再现原生态。对真实生活不作太多的雕琢和粉刷，尽量保留原汁原味，记录带毛边的生活。

理解本节要点：掌握90年代影视纪录片的特征

#### 思考题

- 1、80年代和90年代的纪录片有何异同？
- 2、纪录片的观念是如何随着时代的发展而演变的？

### 第四章 纪录片的结构

课时：2周，6课时

#### 教学内容

##### 第一节 单线结构

- 一、有明显的事件线索贯通始终，有头有尾，段落层次分明，强调事件的发展要有明显的因果关系
- 二、时空发展顺序进行，内容按时间的过程步步推进，环环相扣，直至结束

三、整体布局严谨规整，注意头尾的呼应，高潮的处理，段落之间的过渡，以及内在的逻辑性和因果性，形成独立封闭的自足体系

## 第二节 复线结构

- 一、内容要有可比性，能通过比较升华出一定的思想意义
- 二、对比的条理要清晰
- 三、对比要自然合理，不要牵强附会。

## 第三节 板块结构

- 一、各段内容要相对完整
- 二、各段虽相对独立，但要有整体的联系，或进展深入的趋向
- 三、各段之间的转换要有明显的分隔形式

### 思考题

- 1、举例说明纪录片的单线结构？
- 2、举例说明纪录片的复线结构？
- 3、举例说明纪录片的板块结构？

## 第五章 纪录片文本的创作——解说词

课时：1周，3课时

### 教学内容

#### 第一节 解说词既是画面的解说，又弥补画面的不足

- 一、段落之间不需要必然联系。
- 二、文字的长短应根据画面的长短作调整
- 三、解说的顺序依据画面场景的变化而变化。

#### 第二节 解说词突出画面的重点，使表意具有确切性

- 一、画面表意的不确定性有赖解说词的帮助，解说词能够点明确切的概念，准确地传情达意
- 二、解说词对关键信息、精彩细节进行点化、放大和展开

#### 第三节 解说词拓展画面内涵，使主题深化

- 一、揭示画面背后的本质，拓展画面的内涵，升华画面的意义
- 二、应把理念的阐述与具体的、合适的画面细节有机结合
- 三、画面是现在的事情，但通过解说词使今天和往事产生有机联系

### 思考题

- 1、简述影视纪录片解说词的作用。
- 2、如何写作影视纪录片的解说词？

## 第六章 纪录片文本的创作——同期声

课时：1周，3课时

### 教学内容

#### 第一节 同期声的语言特点

- 一、语言在具体的行为时空中展开，是事件的一个有机组成部份。即使画面保持了本来的意义，又使语言具有了可靠的真实性

二、有明显的个性化特征。语言出自某个具体人之口，尽管是编导有意选择出来表达其意图的，但具有明确的对象性。声音是生命的外在形式，每个人的声音，其语速、语调、语气，都有鲜明个性

三、它能表达相对完整的抽象意思。声音作为独立的表意因素，主要让人去听画面中人物说了些什么，而不是为了让人去看他们做了些什么

## 第二节 访谈类同期声可表现的内容

一、表现过去发生过的事情

二、表现人物的情感和感受

三、表现人物的观点和看法

## 第三节 字幕的作用

一、说明性，对画面作辅助性介绍，如人名、地名、时间及事实梗概，让人最简单明了地了解最基本的新闻要素。

二、强调性，对画面或语言解说所表达的意义进行强调，使人们加深对节目内容的理解。

三、信息性，作为独立的表意单元传达某种相对完整的信息，用来补充片中直接内容之外的信息

## 思考题

- 1、说明电视纪录片的同期声作用。
- 2、电视解说词和电视同期声有何异同？
- 3、举例分析一个有影响的电视纪录片？

## 第七章 纪录片的观念

课时：3周，9课时

### 教学内容

#### 第一节 纪实和真实

一、对纪实与真实的再认识

二、纪实的属性——纪实性，力求贴近生活，走近百姓，探索生活真实

三、纪实的风格——简洁朴实的传情达意风格

#### 第二节 纪实与写意

一、与纪实相比，表现更强调个性

二、越是表现类的纪录片，越是要体现解说词的文学性

三、越是表现类的纪录片，越要体现艺术的美感

#### 第三节 主观与客观

一、纪录片是最主观的客观纪录

二、纪录者的主观看法，必须建立在对客观现实的正确理解和深刻认识上

三、主观性和客观性共同支撑起纪录片的内涵

## 思考题

- 1、试述纪录片纪实与真实的关系。
- 2、举例分析一个写意类的纪录片。
- 3、谈谈你对纪录片主观与客观关系的认识。

## 第八章 经典影视纪录片选讲

课时：8周，24课时

### 教学内容

#### 第一节 人类学影视纪录片

- 一、 北方的纳努克
- 二、 藏北人家

#### 第二节 真实电影与直接电影

- 一、 带摄影机的人
- 二、 夏日纪事

#### 第三节 新纪录电影与新纪录运动

- 一、 浩劫
- 二、 八廓南街十六号

#### 第四节 独立制作

- 一、 华氏911
- 二、 流浪北京

### 思考题

- 1、试析《北方的纳努克》？
- 2、如何分析一部经典纪录片？
- 3、举例说明“真实电影”和“直接电影”的异同。
- 4、独立制作纪录片有何与众不同的特点

### 参考书目

- 1、[美]埃里克·巴尔诺《世界纪录电影史》，中国电影出版社，1992年
- 2、任远编著：《世界纪录片史略》中国广播电视出版社，1999年
- 3、张雅欣著：《中外纪录片比较》，北京师范大学出版社，1999年
- 4、朱景和著：《纪录片创作》，中国人民大学出版社，2002年
- 5、肖平著：《纪录片编导实践理论》，上海大学出版社2003年
- 6、侯洪等著：《感受经典》，四川大学出版社，2006年
- 7、钟大年著：《纪录片创作论纲》，北京广播学院出版社，1997年
- 8、任远编：《影像中的历史》，中国国际广播出版社，2005年
- 9、吕新雨：《纪录中国》，三联书店出版社，2003年
- 10、单万里主编：《纪录电影文献》，中国广播电影出版社，2001年

# 《优秀电视新闻作品选讲》课程教学大纲

课程编号：JOUR2034

课程类别：专业教学课程

授课对象：广播电视新闻学专业

开课学期：第1学期

学 分：2

主讲教师：杜志红、王玉明、张健等

指定教材：叶子，《现代电视新闻学》，中国广播电视出版社，2006年

教学目的：

《广播电视新闻作品选讲》是广播电视新闻学专业大学本科的专业核心课程，介绍广播电视新闻的基本节目形态、传播特性、制作规律及各类优秀新闻作品，是大一新生开始本专业学习的一门基础性的入门课程。

通过这门课的学习，系统了解广播电视新闻的传播方式和特征，掌握各类广播电视新闻节目的基本特点和特殊要求，并结合优秀新闻作品的评析，提高学生对优秀广播新闻、电视新闻节目的基本鉴赏认知能力，激发他们对本专业学习的兴趣和爱好，为之后的专业课程学习打下良好的基础。

## 第一章 广播电视新闻概述

课时：2周，共4课时

教学内容

### 第一节 新闻与广播电视

#### 一、什么是新闻？

二、新闻是广播电视节目的主体。

### 第二节 广播电视新闻发展历程

一、广播新闻发展历程

二、电视新闻发展历程

第三节 广播电视新闻界说

一、定义

二、分类

第四节 广播电视新闻采制特点

一、广播新闻采制特点

二、电视新闻采制特点

思考题：

1、为什么说新闻是广播电视新闻节目的主体

2、广播电视新闻有哪些类型的节目？

3、电视新闻有哪些采制特点？

第二章 消息类广播电视新闻节目

课时：3 周，共 6 课时

教学内容

第一节 消息新闻概述

一、概念

二、作用

三、特征

第二节 广播新闻中的消息

一、优秀广播新闻消息案例分析

二、广播新闻消息的主要特征

第三节 电视新闻中的消息

一、 优秀电视新闻消息案例分析

二、 电视新闻消息的主要特征

### 第三节 消息类新闻栏目

一、 综合性新闻栏目

二、 专业类、对象类新闻栏目

三、 消息新闻栏目的编排

思考题：

1、 广播新闻消息的主要特征。

2、 电视新闻消息的主要特征与创作规律。

## 第三章 深度报道类广播电视新闻节目

课时：2 周，共 4 课时

教学内容

### 第一节 深度报道是广播电视新闻走向成熟的标志

一、 深度报道的概念及发展历程

二、 深度报道在中国广播电视中的崛起

三、 广播电视新闻深度报道界说

### 第二节 广播电视新闻深度报道的特点

一、 广播新闻深度报道案例分析

二、 电视新闻深度报道案例分析

三、 深度报道的创作理念

思考题：

1、 广播新闻深度报道的特点。

2、 电视深度报道的特点及创作理念。

## 第四章 调查类广播电视新闻节目

课时：3 周，共 6 课时

### 教学内容

#### 第一节 广播电视新闻调查节目特征

- 一、我国电视调查节目的三个发展阶段
- 二、调查性报道两要素

#### 第二节 调查性报道的功能及创作规律

- 一、电视调查性报道案例分析
- 二、电视调查性报道的主要功能
- 三、电视调查性报道的创作
  - 1、选题原则
  - 2、叙事方法

#### 思考题：

- 1、电视调查性报道的要素有哪些？
- 2、电视调查性报道的选题原则和叙事方法。

## 第五章 连续报道与系列报道

课时：2 周，共 4 课时

### 教学内容

#### 第一节 连续报道

- 一、案例选讲

## 二、概念及特点

### 第二节 系列报道

#### 一、案例选讲

#### 二、概念及特点

### 第三节 连续报道与系列报道的比较

#### 一、案例选讲

#### 二、特点比较

思考题：

- 1、连续报道的特点有哪些？
- 2、系列报道与连续报道的主要区别有哪些？

## 第六章 广播电视新闻专题节目

课时：2 周，共 4 课时

教学内容

### 第一节 专题节目的概念及特征

#### 一、广播专题节目案例选讲

#### 二、电视专题节目案例选讲

#### 三、概念及特征

### 第二节 新闻专题节目的类型

#### 一、题材类型

#### 二、节目形态类型

### 第三节 新闻专题节目创作趋向

#### 一、作品举例

#### 二、创作趋向

1、题材结构故事化

2、叙事方法情感化

3、人物展示个性化

思考题：

1、专题节目的特点有哪些？

2、专题节目创作的趋向有哪些？

## 第七章 重大事件特别报道和新闻现场直播

课时：3 周，共 6 课时

教学内容

### 第一节 重大事件特别报道

一、节目案例

二、概念及特征

### 第二节 电视新闻现场直播

一、节目案例

二、概念及特征

思考题：

1、谈谈你在观看重大事件现场直播时的感受。

2、现场直播的发展趋势有哪些？

参考书目

1、《电视画面编辑》，何苏六著，中国广播电视出版社出版，2001 年。

- 2、《电视编辑学》，任远著，北京师范大学出版社，2002年。
- 3、《实用电视编辑》，黄著诚著，中国广播电视出版社出版，2002年。
- 4、《电视节目编辑技巧》，黄匡宇等著，中国广播电视出版社，2002年。
- 5、《电视节目制作》，梁小山主编，中国广播电视出版社，2000年。
- 6、《当代广播电视新闻学》，张俊德主编，复旦大学出版社，2001年。
- 7、《当代电视实务教程》，石长顺著，复旦大学出版社，2005年。
- 8、《电视新闻实用技巧》，【英】艾弗·约克著，新华出版社，2000年。
- 9、《广播电视节目编排与制作》，【美】赫伯特·霍华德等著，新华出版社，2000年。
- 10、《广播电视新闻写作与报道》，【美】特德·怀特著，新华出版社，2000年。

# 《媒介观察概论》课程教学大纲

课程编号：JOUR2042

课程类别：选修课

授课对象：新闻、主持人等专业

开课学期：第1学期

学 分：2 学分

主讲教师：华昊

指定教材：自编

教学目的：

本课程力图向学生介绍目前国内外传媒领域的一些新的现象以及较为前沿的学术观点。启发学生对各种传媒现象展开多维思考，从而拓宽学生的视野。课程主要涉及以下方面：媒介偏见，包括新闻公平与公正；媒介伦理；媒介与性别；媒介发展态势；媒体奇观；危机报道等等。本课程最大的特点是将理论紧密联系当下媒介热点，从而培养学生理性、辩证、深入的思考各种媒介现象。

第一章 媒介偏见

课时：2周，共4课时

一、客观报道理论

(一)、起源

(二)、持久价值观

社会学家赫伯特·甘斯认为：“新闻本身不局限于对真实的判断，它也包含了价值观，或者说关于倾向性的声明”。这些被称为持久价值观（enduring values）

(三)、新闻和编辑政策

二、新闻公正

(一)、真实性

(二)、相关性

美国自由论坛(The Freedom Forum)主席 Charles L .Overby 提出:新闻公正性公式

$A+B+C+D+E=F$  即,  $Accuracy+Balance+Completeness+Detachment+Ethics=Fairness$

使用匿名消息来源的前提:

1、重要性

2、缺乏其它消息来源

3、多方考证匿名消息来源提供的信息的真实性

4、保护和约束

### （三）、偏见如何产生

1、报道不平衡，不能充分反映冲突双方的确意见

2、“政治上正确性原则”，以确保人们的确政治思想和意识形态的纯一化，使新闻报道泛政治，而不是遵循新闻报道的真实性原则

※思考：出于好的意愿而撒谎能否被容忍？

3、游说和利益集团的压力迫使媒体美化现实、夸张现实

4、媒体的偏见来自大公司的控制

5、传媒大腕们与现实生活严重脱节

### （四）、获得新闻“客观性”的方法

1、引用双方信源

2、巧妙地加入记者的意见、立场

3、通过专家学者的口说出记者想说的话

4、尽量使用中性、平衡的动词

5、标注身份

### 三、传媒采用互联网技术的影响

（一）、披露自己的错误

（二）、了解受众

（三）、追寻信息来源、多源求证

（四）、社区概念的拓展

## 第二章、媒体伦理准则

课时：3周，共6课时

### 一、伦理准则

（一）、亚里士多德的中庸之道“精神美德就是在两个极端之间的正确位置”

“平衡和谐之道”

中庸之道不仅指数量上正确，还包括在合适的时间，对于恰当的人，为了正确的理由，采取适当的方式。

（二）、康德的绝对命令：“只按你的意愿能成为普遍规律这一准则行动”

对于一个人来说是正确的对所有人也都是正确的，以此作为衡量我们的行为道德与否的标准。没有任何情有可原的情况，没有任何例外。例如欺骗、偷盗、撒谎总是错误的，仁慈，讲真话总是正确的。

（三）、穆勒的功利主义：“为最大多数的人寻求最大的幸福”

功利主义以能否给人类带来最好的结果作为判断是非的标准。趋利避害。

（四）、罗尔斯的无知之幕：“只有当忽视一切社会差别时，正义才出现”

公平是公正的基础。当面对那些固有的不平等时，所有的人应该从具体的种族、阶级、性别、团体利益以及其他现实条件中抽离出来，通过平等协商和讨论制定社会契约，在此过程中我们必然要选择保护弱小一方和最大程度地减少风险。

(四)、犹太教——基督教，兼爱：像爱自己一样爱你的邻居。

给予需要的人以特殊的帮助，即使是敌人也包括在内。爱没有歧视、没有条件，对他们保持忠诚，承担责任。

## 二、对谁承担道德责任

- 1、对我们自己的责任
- 2、对客户负有的责任
- 3、对我们的组织或公司负有的责任
- 4、对专业同事负有的责任
- 5、对社会的责任

## 三、推理的波特图式

## 四、伦理学原则的现实思考

*中庸之道——实现两种职业价值，建立社会联系*

※加强媒体与所关联的社区的关系

- 1、报道与社区利益和需求有关的报道主题
- 2、为社区居民提供表达观点的机会
- 3、采取某些举措使社区成员得以相互联系
- 4、为民主政治提供重要信息，塑造公民价值观
- 5、维系社区情感

*康德的——能否使用欺骗？绝对命令*

※隐性采访主要是指新闻记者不暴露真实身份和采访目的，不经他人知晓和同意，对他人的活动进行拍照、摄像或对其谈话进行录音，以此手段对人或事件进行采访。

※诽谤问题

准确不仅是记者的首要的原则，也是新闻报道最后的挡箭牌

*穆勒的功利主义——侵犯/保护隐私权*

1、*隐私权*：1948年《世界人权宣言》规定：任何人的私生活、家庭、住宅和通信不得任意干涉，他的荣誉不得加以攻击。人人有权享受法律保护，以免受这种干涉或攻击。被认为是隐私权最重要的国际人权法渊源。以后又强调不受非法干涉。

## 2、何谓侵犯隐私权

- ①、透过不被许可的手段获得（非法入侵私人住宅/对主角明显、持续且侵犯性的骚扰/破坏了某种信任关系）
- ②、意图屈辱、嘲弄、贬抑或污蔑主角
- ③、详细刊载一些个人私密性的资料

## 3、刊载原则：

- ①、为了一个有价值的目的，并且只有揭露隐私才能达成这一目的
- ②、为了达成某种公认的公共利益
- ③、合宜得体、基本公正

#### 4、争论点

公众人物的隐私

八卦新闻

罗尔斯的无知之幕——社会公正

1、哈钦斯委员会认为：社会各个组成部分的有代表性的画面，少数人应该尽可能得到最负责的对  
待。

2、媒介的近用权

3、记者不能利用自己的权力没完没了的纠缠那些陷入新闻里的人

兼爱——如何处理暴力和色情问题

※观看和阅读暴力资料有引起暴力性犯罪的动机倾向，并在人们的头脑中发展成一种全社会的具  
有破坏性的暴力印象，在某种条件下可能会付诸行动，这种影响可能是长期的、累积性的。

①视觉描绘

②犯罪模仿

③恐怖免疫

④洗涤效果

### 第三章 媒介与性别

课时：3周，共6课时

#### 一、研究的起源与发展

##### 1、女权主义（Feminism）

一个主要以女性经验为来源与动机的社会理论与政治运动。女权主义是近代资产阶级思想启蒙运动和妇女解放运动的产物，提倡妇女在人类生活所有领域与男子具有同等权利。女权主义具有广泛的文化内涵，涉及政治、经济、法律、教育、宗教、伦理等领域，并导致当代声势浩大的女权主义运动。

##### 2、我国的情况

1995年在我国召开的第四次世界妇女大会上，189个国家政府和观察员签署了《行动纲领》。在确定的十二个重大关切领域中包括“妇女与大众传媒”，认为“在大多数国家，大众传媒并没有用均衡的方式描绘妇女在不断变化的世界中对社会的贡献，相反，宣传报道的往往是妇女的传统角色，或有关暴力、色情等行为”。

##### 二、社会性别视角

对社会性别(gender)和生理性别(sex)作出区分有助于我们认识到社会现实中女性对男性的依附或非主体性不是一种天然定制，而是文化建构的结果，因此是可以改变的。

社会性别视角即以社会性别观点来观察社会，发现哪些女性对男性的依附性事实或歧视女性的事实被视为当然合理，导致了对女性发展、人格、利益和权利的损害。从某种意义上说，社会性别视角就意味着发现、批评和改造社会或文化中的性别歧视。

##### 三、刻板印象

“刻板印象”是李普曼的著作《公众舆论》中提出的概念，指的是人们对特定的事物所持有的固定化、简单化的观念和印象，它通常伴随着对该事物的价值评价和好恶的感情。刻板成见可以为人们认识事物提供简便的参考标准，但也阻碍着对新事物的接受。李普曼特别强调大众传播的力量，认为大众传播不仅是“拟态环境”的主要营造者，而且在形成、维护和改变一个社会的刻板成见方面也拥有强大的影响力。

(一)、媒介中的性别刻板印象

(二)、媒介如何参与制造性别刻板印象

1、媒介描述的“稳定”功能

2、制造集体幻象，对弱势群体进行“消音”

3、媒介传播的（男权中心）价值观内化为女性的“集体无意识”

(三)、意识量尺——分析男、女性别意识的方法：

1、贬低她

2、使她停留在她的位置

3、呈现前进的女性形象

4、承认她是完全平等的

5、非刻板印象的

四、社会性别话语体系中的传媒

(一)、历史

(二)、妇女媒介的发展

1、现状

2、媒介中的妇女

①、传播科系学生性别比

②、传播科系教师性别比

③、女性新闻工作者多数以上分布在发达地区

④、新闻机构中男女分布比例和职务情况

⑤、新闻机构中男女收入比

3、妇女媒介：妇女替代性媒介（由妇女个人或妇女组织来控制经营的媒介）；主流媒介中的妇女媒介

4、妇女媒介的重要性

①帮助妇女认识到自身的独立存在的价值、赋权妇女

②通过媒介宣传影响社会意识和舆论、建立性别平等的文化

③影响决策者，将社会性别意识纳入主流，以促进社会的性别平等

5、妇女媒介使命的实现

①有关妇女的问题和事件，应该成为妇女媒介的主流新闻，而不仅局限于妇女生活方式

②承认并尊重妇女的多样性

③鼓励女性在媒体上表达自己的意见

④注重将妇女作为一个独立的、积极的力量来表现

⑤对妇女进行社会性别教育、媒介素养教育，提高妇女传播性别平等文化的能力

※媒介教育:从家长制(Paternalism)到

赋权(Empowerment):通过媒介教育授予受教育者分析判断媒介的能力。

媒介教育的意义:

- 1、建立对信息批判的反应模式
- 2、发展关于大众媒介的思想
- 3、提高对负面信息的觉醒能力
- 4、培养建设性地使用大众传媒的能力

(三)、大众传媒中出现的第三类女性报道:——强化女性独有的存在形式，突破以往激进女性主义的局限

英国研究者用数量不足(scarcity)、模式化(stereotype)、色情(pornography)、暴力(violence)总结了全球媒体的女性报道的共同特点

基布逊姑娘(Gibson Girl)

五、赋权与维权

- 1、传播权(the right to communicate)
- 2、知晓权(the right to know)
- 3、媒介接近权(the right of access to media)
- 4、性别化的信息和传播技术

第四章、世界媒体的发展态势:

课时: 3周, 共6课时

一、世界媒体的发展态势

- 1、 一批媒介超级大公司独霸了媒介世界
- 2、 巨型媒介大公司实行跨行业经营
- 3、 媒介巨头的跨国经营
- 4、 媒介巨头全力采用新技术、向数字化、互联网进军

二、当前世界媒体态势所带来的影响:

- 1、政治秩序
- 2、经济秩序
- 3、宗教信仰、道德水准
- 4、国家内部传播秩序

三、媒介集团化的背景:

- 1、是政府加强党报经济实力的手段
- 2、是治理媒介无序竞争的方法
- 3、是顺应国际潮流的趋势

四、媒介品牌竞争

## 1、自身宣传广告

A、本台播放推广

B、跨频道推广

C、跨媒体 推广

D、行业组织的宣传推广 “电视宣传行销联合会”（“Promax”），在全球拥有近 3000 会员。

<http://www.promax.tv>。 “电视网设计联合会”（BDA）<http://www.bda.tv>。

## 2、广告媒介 VS 新闻媒介

### 3、特殊事件对新闻/广告的影响

### 4、提高服务意识

## 五、新闻频道节目构成

整点（以栏目内插播为主，压缩广告时段，保障广告的有效收视率，栏目间用于节目宣传、公益广告）

分类（财经、体育、文化、国际）强化广告与节目的关联性

直播（对新闻事件同步报道，对重大事件广告资源实行预售制 / 广告价格双轨制

专题 对新闻的深度报道和观点阐述，塑造栏目品牌，提高影响力，有助于企业塑造品牌，创造与竞争对手的差异。

### ★新闻频道的三大亮点

☆现场直播（第一时间，第一现场，第一需要）

☆深度报道

☆主持人

★从频道专业化看收视率和满意度

★新闻频道的广告环境及商业价值

★新闻频道广告设置基本原则

节目广告传播价值=到达千人×忠诚度×目标观众人均收入

收视率是指在一定时段内收看某一节目的人数（或户数）占观众总人数（或总户数）的百分比，

到达率：特定时间段内，收看过某一频道（或节目）的不重复的观众人数占观众总数的百分比

★另类视角看新闻频道

## 第五章：媒体奇观

课时：2 周，共 4 课时

一、全球化：“某个场所发生的事物受到遥远地方发生的事物的制约和影响，或者反过来，某个场所发生的事物对遥远地方发生的事物具有指向意义；以此种关系将远隔地区相互联结，并在全世界范围内不断加强这种关系”的过程。（吉登斯）

二、媒介事件是指“一种特殊的电视事件”。表现出对空间、时间以及对一国、数国乃至全世界的“征服”。是“大众传播的盛大节日”；是群体情感的一种宣泄。媒介事件具有对日常生活及常规的干扰、对消费主义（如广告）的某种抵制、对以往社会中的矛盾与冲突的化解或搁置（尽

管可能是暂时的），还表现出“垄断性”即“霸权性”。媒介事件通常“经过提前策划、宣传和广告宣传”，在现实生活中产生了巨大的冲击力，丹尼尔·戴扬和伊莱休·凯茨认为，媒介事件可分为：“竞赛”（如奥运会比赛、总统竞选）、“征服”（如宇航员登月或一次具有挑战性的出访）和“加冕”（如皇室婚礼、就职与颁奖典礼）。

三、媒体奇观是指那些能体现当代社会基本价值观、引导个人适应现代生活方式、并将当代社会中的冲突和解决方式戏剧化的媒体文化现象，它包括媒介制造的各种豪华场面、体育比赛、政治事件。那些用“突发新闻”的标签来吸引受众的事件。

当真实世界化为简单视象时，后者就成为一种真实的存在，其催眠和麻痹的作用十分有效。奇观成为一种趋势，使人们通过各种特定的中介物认识世界。（盖·德堡）

## 第六章、危机事件与媒体报道

课时：3周，共6课时

一、危机(Crisis)，源于希腊语中的 Krinein，的原始含义是游离于生死之间状态。

- 1、灾难说——危机就是灾难性事件。
- 2、关口说——强调危机是事件处于一个转变的关键时期。
- 3、状态说——危机是由于各种压力和不确定因素所导致的危难或迷失状态。
- 4、挑战说——强调危机是危机事件对个人、组织和社会所形成的挑战，并无法按照常规的方式解决。

危机是“危险”和“机遇”的结合

二、危机传播：在危机前后及其发生过程中，在政府部门、组织、媒体、公众之内和彼此之间进行的信息交流过程。

三、突发性公共事件：突然发生，造成或可能造成重大人员伤亡、财产损失、生态环境破坏和严重社会危害，危及公共安全的紧急事件。主要包括四类事件：自然灾害、事故灾难、公共卫生事件以及社会安全事件。

四、我国的危机形态特点

- 1、危机涉及的重点领域突出
- 2、突发公共事件呈现较高频次、较大规模
- 3、危机的社会影响增大、全球化程度加深

五、危机、突发公共事件与中国媒体报道的推动因素：

- 1、改革开放的推进
- 2、全球化的推动
- 3、互联网的作用

六、危机报道的功能：

- 1、潜伏期的预警功能。
- 2、爆发期的告知功能。
- 3、扩散期的协调功能
- 4、消退期的反思功能。

## 七、危机传播的宗旨：

- 1、利用新闻发布机制对危机事件进行快速回应，平息公众的恐慌情绪
- 2、随着掌握信息的增加，组织相关信息的发布，维护社会秩序
- 3、通过一定的传播技巧说服公众接受政府采取的措施，创造有利的舆论环境
- 4、通过媒体进行公关活动。

## 八、危机与媒体报道的基本要求

### (一)、实事求是

### (二)、以人为本

- 1、关注危机事件中的受害者
- 2、树立人的生命至上的观念
- 3、注重感性与理性的平衡

### 三、“3T”原则

- 1、tell your own tale
- 2、tell it fast
- 3、tell it all

## 九、危机报道对中国媒体的挑战

### 1、危机报道意识的缺乏

#### A、知情权 B、社会责任

### 2、社会生态环境的限制

#### A、相应法律法规； B、学术保障

### 3、危机报道经验的累积

## 十、危机传播中媒体与政府的合作

1、联合采访（pool reporting）：每位记者的采访成果由所有要求采访的记者（不论是否在采访现场）共享

### 2、新闻发布的主要媒介模式：

#### A、新闻通稿

#### B、新闻发布会： a、日常的定期发布 b 不定期的专题发布 c、高频度的危机发布

#### C、卫星连线采访

#### D、电话、网络连线采访

#### E、群发电子邮件或传真

#### F、官方网站

#### G、电话回复

## 第七章、媒介恐慌与媒体恐怖论

课时：1周，共2课时

一、媒介恐慌论：媒介在对社会恐慌事件进行大规模报道的过程中会导致产生新的更多的恐慌现象或恐慌心理的媒介理论或受众理论。

## 二、媒介恐慌的形成具有三个必要条件：

首先，媒介恐慌的产生前提是社会恐慌事件。主要包括四类事件：自然灾害、事故灾难、公共卫生事件以及社会安全事件。其次，恐慌事件的大规模报道。再次，更多恐慌的产生。（如以往食品安全等公共事件方面的报道：冠生园月饼、金华火腿、太仓肉松、如皋香肠、福尔马林海蜃等）

三、媒介恐怖论认为，对恐怖行为和暴力活动进行大规模报道，符合民主社会的价值观和新闻真实、客观、公正的报道原则。虽然恐怖行为和暴力活动具有政治上的目的性，行动上的非法性，效果上的恐怖性，手段上的残暴性和受害者的无辜性，客观报道会导致产生新的更多的恐慌现象或恐慌心理，并被恐怖分子平添了不应属于他们的成就感，甚至起到反宣传的作用，但是对新闻事件进行真实、客观、公正地报道仍然是新闻媒体不可推卸的责任。

四、媒介由于报道恐怖主义而产生的不良影响：

- 1、媒介鼓励形成了一些新的恐怖组织
- 2、媒介使得恐怖组织的名字人尽皆知
- 3、媒介使得一些不是很成功的团体和个人再次进行胆大妄为的恐怖活动
- 4、诱导一些以前受到某种肯定报道的恐怖分子试图进一步利用或左右媒体

五、报道原则：

- 1、强调新闻人员对恐怖分子及其帮凶利用和操纵媒体保持警惕。
- 2、禁止出版可能妨碍政府处理危机的信息
- 3、限制播出对恐怖分子的采访
- 4、在政府人员和恐怖分子或其代表进行敏感谈判的时候，淡化处理一些可能引起更大范围恐慌或过分扰乱公众情绪的消息
- 5、号召记者一定不要成为恐怖事件的参与者。

## 第八章、新闻报道与国家形象

课时：1周，共2课时

一、国家形象：一个国家在他国公众中所获得的综合性的印象和评价，包括对其综合实力、社会制度、国家发展、国际地位等各方面的评价。

二、美国媒体中的中国形象

三、中国国际形象的塑造

1、中国政治领导人形象的塑造

2、政府与媒体的关系

3、利用新媒体

四、树立良好的国家形象的传播策略

(一)、启动政府公关

1、媒体关系

2、文化艺术交流

3、形象广告

(二)、加强信息公开

- ①、及时发布危机事件的信息
  - ②、适当放宽对外国记者的采访限制
  - ③、逐步完善新闻发言人制度
- (三)、提高我国媒体的影响力
- 1、打造重点对外媒介
  - 2、加强与外国媒体交流与合作
  - 3、重视媒体形象包装与推广

参考文献:

- 1、[美]伯纳德·戈德堡著:《偏见》,新华出版社 2002 年 8 月版
- 2、[美]克利福德·G·克里斯蒂安等著:《媒介伦理学》,华夏出版社 2000 年 8 月版.

# 《犯罪新闻研究》课程教学大纲

课程编号：JOUR2049

课程类别：选修课

授课对象：

开课学期：

学 分：2 学分

主讲教师：

指定教材：自编

## 一、课程意义

- 1、新闻学的需要：新闻价值的要求决定了犯罪事件（冲突性）必然成为新闻中的一个重要报道方面。
- 2、犯罪学的需要：媒体已经成为犯罪的社会情景因素之一。
- 3、犯罪新闻的法治意义。

## 二、犯罪新闻的界定

### （一）犯罪新闻的定义

- 1、从 who 这个角度，包括犯罪嫌疑人和罪犯两种情况。
- 2、从时间上看，法律层面还是社会学层面。一般采用社会学层面的定义，即在案件审理判决前的关于案件的报道就可列入犯罪新闻报道之列。

### （二）犯罪新闻的属性

- 1、属于法治新闻
- 2、属于社会新闻

问题：犯罪新闻的属性问题。

*犯罪新闻应该归属于法治或社会新闻还是犯罪新闻应该成为一个独立的报道门类？*

## 三、犯罪新闻报道的类型

（一）按内容分，谋杀、强奸、受贿、抢劫等等。

*问题：如果要给每一种犯罪新闻都预备一个提问提纲，那么每一种犯罪新闻的基本问题应该有哪些？*

(二) 按案件进展时间分, 案发后即时消息、案发后调查性报道、庭审纪实、执行报道等。

#### 四、一个犯罪新闻报道记者如何得到犯罪新闻信息?

1、每天翻看警事记录, 看有无有新闻价值的犯罪事件。

*问题: 犯罪新闻的新闻价值标准? 哪些犯罪事件具有新闻价值? 犯罪新闻的新闻价值都存在哪些关键词? (如关于儿童、性等等。)*

2、在警局内部培养消息来源。

3、报社热线电话的信息。

#### 五、如何采访到消息来源?

1、消息来源有哪些?

(1) 犯罪嫌疑人或罪犯 (这可以不可以采访的?)

(2) 犯罪嫌疑人或罪犯的亲戚、朋友、同学、同事等相关的人

(3) 受害者

(4) 受害者的亲戚、朋友、同学、同事等相关的人

(5) 目击者或案发现场周边的人

(6) 警方信息

(7) 法庭

(8) 网络、媒体对事件的反应

2、如何采访到消息来源?

六、犯罪新闻报道的结构 (犯罪新闻报道结构的不同, 意味着记者在报道犯罪新闻时不同的侧重点。)

1、A 犯下罪行, B 跟踪破获罪案的过程。

2、A 犯下罪行, B 追溯其成长过程。

3、A 犯下罪行, B 调查其造成的伤害。

4、A 犯下罪行, B 调查其引起的反应。

5、A 犯下罪行, B 追溯其犯罪过程。

#### 七、犯罪新闻和媒体审判

1、什么叫做媒体审判?

2、犯罪新闻中的媒体审判现象

3、媒体审判的危害（注意区分民愤和舆论监督的区别。）

（1）媒体审判是对无罪推定原则的损害

（2）媒体审判是对公平审判的损害

（3）媒体审判对被告名誉的损害

八、犯罪新闻和“犯罪英雄”

（一）什么是犯罪英雄？

（二）媒体中的犯罪英雄现象

（三）犯罪英雄的危害

# 《电视节目类型》课程教学大纲

课程编号：RTSC1011

课程类别：选修课教学课程

授课对象：广播电视新闻、广播电视新闻主持人以及新闻学专业

开课学期：6

学分：2

主讲老师：张健

指定教材：自编；

教学目的：过观摩、讲解和评析国内外富有典型意义的电视作品，使学生初步了解新闻、专题、娱乐、谈话、综艺、影视剧、资讯、广告等电视节目的类型划分、内涵特征以及彼此之间的区别，把握各类节目制作的主要规律，初步掌握各类节目的基本制作流程与采制技巧，确立电视新闻传播工作的职业理念与职业追求。

教学内容：

第一讲 电视节目本体：电视语言概述

概述：本讲内容主要说明电视节目的语言本体特征、节目形态以及决定节目形态的主要因素，全部内容分四节课讲完（2007年3月5日—3月12日）。

第一节课 影视作为叙事语言

教学目的：1、何谓语言？2、何谓影像？3画与像之间的异同

教学过程：点名；由上学期广电新闻班的期末考试题引入本节课的主要内容，说明本课程的安排、结构与参考书目；播放一些节目，用一些例证说明何谓电视语言；再次播放节目（部分）引导学生讨论，画与像之间有何差异；布置思考题；下课。

教学内容：

一、影视语言是以时空为物质外壳，以声像为建构材料，以蒙太奇为结构条理的直觉性符号系统。

二、影像，是屏幕上显现出来物质现实的存在形式，但是，它并不是物质现实本身，而是与其极其相似的光影。从技术层面上讲，影像是呈现现实印象的物理介质。

三、画与像之间的差异：人工性与技术性；摹真性与传真性

四、影像的三层表意：具象性；意象性；抽象性

第二节课 电视语言的基本单位

教学目的：1、画面、镜头、蒙太奇、场面、段落、节奏等；2、声音

教学过程：点名；由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；播放节目，用一些例证说明影视语言的基本单位；再次播放节目引导学生讨论：播放这一部分节目主要采用了什么技巧？教师做总结点评；根据学生的回答继续说明电视语言的基本单位；布置思考题；下课。

教学内容：

一、画面：构图、拍摄角度/距离、光线/色彩。

二、镜头：镜头的操作功能；摄像的美学特征；运动镜头；镜头的组接。

三、蒙太奇句子：何谓蒙太奇；蒙太奇的艺术功能；蒙太奇句型。

四、场面与场面过渡；段落，包括叙事蒙太奇与表现蒙太奇。

五、节奏

六、声音：声音的作用；声音的构成；声像关系；声音空间。

七、声画关系。

第三节课 电视语言两个基本特征

教学目的：1、电视使语言的元素发生了本质的变化；2、电视元素的编排形成了思维的逻辑性与语法意义

教学过程：点名；由各种不同的电视节目差异与共同引入本节课的主要内容；播放一些节目，用一些例证说明何谓电视语言；再次播放节目（部分）引导学生讨论，画与像之间有何差异；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视语言元素的本质性变化：1、以声画同步具象作为符号；2、电视语言的因素是动态整体；3、电视语言与一定的真实时空对应；4、电视语言元素包含动态性、过程性

二、语言元素的编排形成电视的时空结构：1、语言元素需要选择；2、语言元素需要逻辑性编排：顺时空编排、逆时空编排、平行时空编排、对比式编排、比喻、寓意及象征性编排；3、语言元素需要主观和客观的结合；4、多信息的同时空组合；5、可与观众建立文化认同感。

第四节课 电视节目类型

教学目的：1、电视节目类型划分的争论；2、本讲的主要划分方法；3、决定节目类型的主要因素

教学过程：点名；由电视语言的特征引入本节课主要内容；播放节目，请学生根据自己的理解说明其所属类别以及特征；分析各种不同书籍的主要分类标准，用表格形式加以说明；说明本课程的类型界定与分割标准；根据例证，讲述说明决定节目类型更替的主要因素；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视节目类型划分的争论凸显了中国电视业发展的必然性以及分类标准的差异导致分类的多样性与重复性。

二、本课程采取的分类形态：纪实类节目：消息、专题、评论等；艺术类节目：电视文艺节目和电视娱乐节目

三、电视节目形态发展的内驱力：技术条件演进所提供的可能性；人的心理需求；节目的组合规律

## 第二讲 电视新闻节目概述

概述：本讲内容主要说明电视为新闻传播带来的变化与发展轨迹以及当前新闻节目的主要类型、形态，全部内容分四节课讲完（2007年3月19日—3月26日）。

### 第一节课 电视新闻质地的变化

教学目的：了解电视给新闻传播带来的变化

教学过程：点名；由概述电视节目类型的差异引入本节课的主要内容；播放一些《申奥》节目与纸媒报道的差异，请学生思考概括电视新闻节目与纸媒报道上的变化；在学生讨论的基础上，说明电视新闻传播的新鲜变化；布置实践思考题；下课。

教学内容：

一、构成新闻的元素或载体发生了变化。

二、新的传播平台使得人成为新闻传播的主体。

三、电视提供的技术平台，使得电视新闻既能发挥人际传播的优势，又能对多元时空、各种媒介优势进行重组。

### 第二节课 电视新闻节目变迁简史

教学目的：电视新闻在传播形态、传播方式以及传播理念上的变迁。

教学过程：点名；由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；运用图表、影像资料等方式讲述电视新闻给新闻传播领域带来的巨大变化，尤其说明电视新闻在三个主要方面的变化；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视新闻传播形态的演变：新闻电视化阶段；新闻栏目化阶段；新闻频道化阶段。

二、电视新闻传播方式的演变：电视新闻采集方式的演变；电视新闻传送方式的演变。

三、电视新闻传播理念的演变：追求新闻现场感；追求栏目个性化；追求直播常规化。

### 第三节课 电视新闻节目的主要形态之一

教学目的：消息类新闻节目、包裹式新闻、系列报道、连续报道等新闻形态的内涵。

教学过程：点名；由上一节课的内容提问引入本节课的主要内容；结合上学期考试的一些例证，分析说明本讲座的意义与价值，增强学生对本课程理解的积极性；播放节目，先请学生讨论说明新闻节目、包裹式新闻、系列报道、连续报道等形态的主要特征，教师再根据讨论给出正确概念、特征；布置思考题；下课。

教学内容：

一、消息类新闻节目：声画一体地对新近或正在发生的事件做灵活、快捷、明晰、直观的报道。

二、包裹式新闻：将多条不同形态的相关消息有机组合在一处，形成一种团块性的信息提供，以一种整体的优势使得新闻增值。

三、系列报道：对重大新闻事件进行的立体化、全方位的同时报道。以集中报道的形式实现规模效应，能满足观众对某一新闻事件整体把握的要求，尤其在政策宣传上具有明显优势。

四、连续报道：对具有相关性的新闻在时间链条里的集合。这种报道方式与新闻事件的进程和人的生活状态伴随。

#### 第四节 电视新闻节目的主要形态之二

教学目的：新闻专题；新闻访谈；新闻杂志等新闻形态

教学过程：点名；由上一节课的内容提问引入本节课的主要内容；播放节目，先请学生讨论说明新闻专题、新闻访谈、新闻杂志等形态的主要特征，教师再根据讨论给出正确概念、特征；布置思考题；下课。

教学内容：

一、新闻专题：对于重大新闻事件，及时组织各方面素材，通过有机编排进行深入报道，通常是对当时或近日发生的重大新闻事件的延伸、补充和深化。

二、新闻访谈：就新闻事件对相关人士进行直接访问、讨论，将人的因素、评论元素、新闻报道元素整合建构于一体。

三、新闻杂志：一种栏目化的新闻板块结构，是对新闻的拓展。不仅包容新近发生的事件或突发性事件，而且围绕当前社会公众感兴趣的问题，对涉及社会生活的各方面进行广泛综合性报道。

四、电视新闻直播节目（以后专门讲述）。

#### 第三讲 电视新闻直播节目

概述：本讲内容主要说明电视新闻直播节目的主要优势、节目形态发展以及节目构建样式，全部内容分四节课讲完（2007年4月2日—4月9日）。

第一节课 卫星电视的技术概述以及我国卫星电视的发展

教学目的：介绍卫星电视的技术特征以及相关技术参数、我国卫星广播电视事业的发展。

教学过程：点名；由上一节课省级卫视的问题引入本节课的主要内容，然后结合表格、PPT 等教学手法介绍卫星电视的技术特点、我国卫星电视的发展现状，尤其“西新”、“西藏”工程等的情况。

教学内容：

一、卫星电视的基本概念以及技术特点。

二、我国卫星电视发展情况。

三、“西新”工程以及“村村通”工程的情况。

第二节课 卫星电视给新闻传播带来的变化以及全球传媒竞争

教学目的：卫星传播的新变化以及全球新闻竞争。

教学过程：紧接着上节课的分析说明卫星给电视新闻传播带来的变化，先请同学分析，然后教师概括；运用表格以及 PPT 等说明卫星所带来的全球传媒竞争，特别列举广东地区的情况，列举世界一些主要的传媒集团的实力对比，说明卫星传媒给中国传媒业带来的影响；分析中国对卫星电视的管理；布置思考题：卫星电视给全球新闻传播带来什么变化？；下课。

教学内容：

一、卫星电视带来的全球新闻传播影响。

二、我国对卫星电视的管理政策，其中需要广东地区的“特区政策”。

第三节课 新闻直播节目的概念与特质以及直播节目变迁简史

教学目的：1、电视新闻直播节目的概念；2、电视新闻直播节目的优势

教学过程：点名；概述提问上节课三种新闻节目类型的定义引入本节课的主要内容；播放直播节目，用一些例证请学生分析说明何谓电视新闻直播节目；根据学生讨论说明概念；请学生分析直播节目与非直播节目之间的差异，在此基础上说明直播节目的优势；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视新闻直播节目，是以新闻现场的多机位拍摄、现场编辑与卫星传播直接相连的现场新闻传送为主体，综合背景资料、相关知识介绍、演播室的串联、评述、现场记者采访，以及多个现场之间的交流为一体的综合报道系统。

二、电视新闻直播的主要特质：零时差，同步传播；零距离接触，信息零损耗；纪录、传播、接收等过程三位一体。

三、新闻直播节目简史（以央视为例）

第四节课 电视新闻直播节目的优势与样式

教学目的：1、电视新闻直播节目的特质；2、电视新闻直播节目的基本样式；3、电视新闻直播节目的衍生样式。

教学过程：点名；由概括提问引入本节课的主要内容；播放《香港回归》等大型直播节目，用一些例证说明电视新闻直播节目的主要特质和基本样式，并请学生讨论直播节目的主要特征，根据讨论教师提出正确结论；再次播放节目引导学生讨论，说明这种直播节目的缺点，从而过渡到下一种节目构成样式；播放几类直播节目，请学生根据自己的理解讨论其所属类别以及特征；教师根据讨论再行总结各种直播的衍生样式，说明各自的特征与优势；下课。

教学内容：

一、新闻直播节目的主要优势：最充分发挥了电视媒介的特性；满足了人的共时需求；成为人类体验的一部分；信息传播的最佳通道；未知性与参与性。

二、电视新闻直播的基本样式：同一新闻现场多机位直播。

三、电视新闻直播节目的衍生样式：双视窗直播，以小型卫星移动设备对突发事件随时直播；异地多点直播；多点多向直播。

#### 第四讲 电视新闻评论节目

概述：本讲内容主要说明电视新闻评论节目的概念、特征与主要类型，重点是各个类型之间的异同，全部内容分四节课讲完（2007年4月16日—4月23日）。

##### 第一节课 电视新闻评论节目的产生、概念与共性

教学目的：1、电视新闻评论节目概念；2 电视新闻评论类节目的主要发展历程

教学过程：点名；由提问“何谓评论”引入本节课的主要内容，通过讨论说明新闻评论节目的概念、主要作用；通过报纸媒体、网上评论与播放电视新闻评论节目请学生分析新闻评论的共性；在此基础上说明电视新闻评论节目的特质；布置思考题；下课。

教学内容：

一、评论类电视新闻节目是评论者、评论集体或电视机构对当前具有普遍意义的事件、问题或社会形象表示意见和态度的电视节目类型。

二、评论的共性：新闻性、社会性、指导性、政论性

三、电视新闻评论在我国主要的发展历程：沿袭报纸广播；音配画面；探索有自己特色的评论节目

##### 第二节课 电视新闻评论节目的特质

教学目的：作为电视节目的一种，电视新闻评论的主要特质或个性特征

教学过程：点名；由上一节课的三个例证再次进行强化，请学生根据这三个评论的内容，分别进行讨论，中心一点是，与其他评论相比，电视新闻评论有何自身的个性特征，教师根据学生的回

答进行概括总结；播放《焦点访谈》节目，结合例证，进一步说明电视新闻评论节目的主要特点；布置思考题：影响电视新闻评论节目发展的主要因素有哪些？下课。

教学内容：

电视新闻评论的主要特质或个性特征有：

- 一、报道与评论并行。
- 二、采访、调查的过程即为评论的过程。
- 三、评论的多向互动。
- 四、评论的个性化。

第三节课 电视评论节目的主要类型：直白型评论

教学目的：电视新闻评论型节目中偏重意见直接表露的电视新闻节目：电视讲话、电视谈论、电视短评、电视评论

教学过程：点名；通过列表、播放节目等途径说明意见直白型评论节目的主要内涵、特征以及相关区别，其中重点介绍电视评论，并播放《央视论坛》，分析其主要特色，叙述路径；布置思考题；下课。

教学内容：

- 一、电视讲话是新闻人物或有关领导人通过屏幕向观众作讲话的电视评论形式。
- 二、狭义的电视评论，包括电视短评、本台评论和评论员评论。评论员的素质要求。
- 三、电视谈论是以讲话为主要形式的新闻评论节目，包括论坛和电视座谈等。

第四节课 电视新闻评论节目类型：非直白型评论或电视述评

教学目的：非直白型新闻评论或电视新闻述评。

教学过程：点名；由上节课内容概括引入本节课主要内容；播放节目，请学生根据自己的理解说明其这一类节目与直白型节目之间的区别，教师然后进行概括总结；然后采取图表等说明电视述评的主要类型、选题要求、表现特色；播放节目说明电视述评对主持人的素质要求；布置思考题；下课。

教学内容：

- 一、电视述评，既要报道事实的具体情况，又要对事实进行分析评价，既可夹叙夹议，又可集中表明观念和态度。
- 二、电视述评的主要类型有：事件、工作、形势以及思想等四种述评形式。
- 三、电视述评的特色：述与评的结合；论据的形象性；论证的群体性。

四、主持人的素质要求。

## 第五讲 电视谈话节目

概述：本讲内容主要说明电视谈话节目的发展、界定、优势、类型划分节目以及决定节目形态的主要因素，全部内容分四节课讲完（2007年4月30日—5月7日）。

### 第一节课 谈话节目的发展历程与界定

教学目的：谈话节目的发展与概念界定。

教学过程：点名；本节课主要通过提问与演讲的方式结合一些图表等说明电视谈话节目在国外（以美国为主）和国内的发展；通过列举各种不同的概念界定谈话节目的主要涵义；布置思考题；下课。

教学内容：

一、谈话节目：从广播开始。

二、美国电视谈话节目的发展历程。

三、中国电视谈话节目的发展历程。

四、谈话节目的定义：是以电视媒介为手段，通过话语形式，以语言符号和非语言符号双渠道来传递信息，整合大众传播与人际传播，营造屏幕内外面对面人际传播信息场的一种电视节目类型。

### 第二节课 电视谈话节目主要类型

教学目的：谈话节目的主要类型以及所谓“外分法”与“内分法”。

教学过程：点名；由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；播放节目，用一些例证说明谈话节目类型划分的混乱以及界定谈话节目的必要性；借助图表等，说明“外分法”与“内分法”以及根据这一方法所产生的节目类型、各自概念、相互区别；布置思考题：电视谈话节目的主要优势和构成因素是什么？下课。

教学内容：

一、界定电视谈话节目的必要性与迫切性。

二、“内分法”所具备的各种节目类型：新闻时事类谈话节目；民生生活类谈话节目；综艺娱乐类谈话节目、专题对象类节目。

三“外分法”下的节目类型：讨论类、聊天类、访谈类、辩论类、资讯类、“真人秀”类、演讲类、讲述类、评论类、口述类、（特殊的）推销类谈话节目

### 第三节课 电视谈话节目的优势与构成要素

教学目的：1、电视谈话节目的优势；2、电视谈话节目的构成元素。

教学过程：点名；由各种不同的电视节目差异与共同引入本节课的主要内容；播放一些节目，用一些例证说明何谓电视语言；再次播放节目（部分）引导学生讨论，画与像之间有何差异；布置思考题；下课。

教学内容：

一、优势：人际直接交流；谈话的“场”式传播；个性化表达方式；动态的撞击；谈话现场仍能综合其他传播形态，进行系统化结构。

二、构成元素：故事、主持人、嘉宾、观众、话题、“x+y+z”要素。

第四节课 谈话节目的主持人以及未来发展

教学目的：1、主持人在谈话节目中的重要价值；2、谈话节目面临的问题与发展素

教学过程：点名；由上节课提问引入本节课主要内容；播放几类节目，请学生根据自己的理解说明其中主持人所起的作用，凸显出谈话节目中主持人的作用，主持人在该类节目中的境界与类型；播放部分劣质节目，说明影响电视谈话节目未来发展的四大热点；布置思考题；下课。

教学内容：

一、主持人在谈话节目中的境界：采访；谈话的展示；真实谈话与谈话表演。主持人的语言能力、操控能力、个人魅力。

二、主持人在节目中的类型：制片人、专业主持、记者主持、演艺明星主持。

三、电视谈话节目的四个热点问题：还原声画同步的媒介本性；“凤凰”现象；可能的新节目样式；主持人明星制。

四、崔永元、窦文涛、王小丫等。

第六讲 电视纪录片

概述：本讲主要介绍电视纪录片的概念、类型、纪录方式、发展轨迹与个性化表达等方面的内容，全部内容分四节课讲完（2007年5月14日—5月21日）。

第一节课 纪录片的发展历程

教学目的：1、西方纪录片的主要发展历程；2、中国纪录片的主要发展历程何谓影像？3 画与像之间的异同

教学过程：点名；由概括提问引入本节课的主要内容，说明本讲的安排、结构与参考书目；用图表和演讲等方法介绍西方和中国纪录片发展的主要过程，其中穿插播放一些著名的中外纪录片片段，《意志的胜利》、《望长城》、《最后的山神》等，帮助学生建立起纪录片发展大框架；布置思考题；下课。

教学内容：

一、纪录片在西方世界的兴起（路米埃尔电影、弗拉哈迪的《北方的纳努克》）、发展（格里尔逊模式、真实电影、直接电影等），70年代的直接向观众说话，80年代之后的各种风格的兴起。

二、中国纪录片主要经过中国政治化纪录片时期（1958—1977）、人文纪录片时期（1978—1992）、平民化纪录片时期（1993—1998）、社会化纪录时期（1999—2004）等重要时段，具有明显的阶段性。

三、相关结论：纪录片是一种活动影像；纪录片是对外界的纪录；纪录片是意识形态的表达；纪录片是技术的产儿；纪录片是一种工业。

## 第二节课 电视纪录片的定义以及相关评述和结论

教学目的：1、纪录片的各种定义分析；2、本讲座纪录片界定

教学过程：点名；由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；播放各种风格纪录片片段，用一些例证说明定义纪录片的困难；列举各种定义，请同学们分析其中的优点与缺点；布置思考题；下课。

教学内容：

一、8个已得到一定程度公认的纪录片定义。

二、本讲座纪录片定义：电视纪录片是一种非虚构的、审美的，以建构人和人类的生存状态的影像历史为目的的电视节目类型，是人类个人记忆或某一集团记忆的载体，是对现实生活的有目的选择。

## 第三节课 电视纪录片的主要类型

教学目的：专题型纪录片及其类型、纪实型纪录片及其类型

教学过程：点名；播放《大国崛起》片段，提问，请学生说明其特性，教师进而分析专题片与纪录片之间的区别；由各种不同的电视纪录片例证说明何谓电视纪录片的种类及其内在特征；布置思考题：各种类型纪录片之间有何主要区别？请列举自己所熟悉的纪录片及其所属于的范畴；下课。

教学内容：

一、电视纪录片的两大类别：专题型纪录片和纪实型纪录片。

二、专题型纪录片包括：电视政论片（政论性、真实性、通俗性、审美性）；文献纪录片；自然类纪录片；商业性电视纪录片；电视历史纪录片；电视观点纪录片。

三、纪实型纪录片：人物类纪录片；人文类纪录片；人类学纪录片；调查类电视纪录片；电视口述历史纪录片。

## 第四节课 电视纪录片的三个热点问题

教学目的：纪录片当前发展过程中几个突出问题。

教学过程：点名；由专题型电视纪录片问题引入本节课主要内容即关于纪录片的三个争论；播放相关节目，请学生根据自己的理解说明何谓真实再现，教师再进行总结；进一步围绕纪录片所谓“底线”问题，说明纪录片面临的挑战；分析 DV 纪录片问题；分析 1995 年以来电视纪录片出现的问题，进而回顾关于所谓的市场化、国际化和栏目化问题争议；布置思考题：你认为作为一种电视节目类型，纪录片未来发展方向如何？每人提交一篇 500 字左右的小文章；下课。

教学内容：

主要围绕当前电视纪录片发展过程之中的一些新问题进行分析：1、关于真实再现及其争论；2、关于纪录片的“底线”问题；3、关于 DV 纪录片；4、关于纪录片栏目化市场化、栏目化和国际化的问题。

## 第七讲 电视专题节目

概述：本讲内容主要说明电视专题节目尤其电视新闻专题节目的概念、类型与核心要素，重点是介绍电视深度报道、电视调查报道等专题节目形式，全部内容分四节课讲完（2007 年 5 月 28 日—6 月 4 日）。

### 第一节课 电视专题节目的概念与特征

教学目的：1、电视专题节目的概念；2、决定电视专题的发展规律与核心元素。

教学过程：点名；由提问引入本节课的主要内容，通过播放各类电视专题节目如社教、文艺、新闻等各类节目讨论电视专题节目的特质；讨论电视专题节目的推动因素；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视专题节目是一种有明确目的要求或针对相应的观众群而制作的纪实类节目。

二、推动电视专题节目发展的主要因素：从人类的社会心理需求来看；从电视节目形态的功能购车以及空间构成来看；从运作方式来看。

三、电视专题节目的核心元素：鲜明的主题；针对性强；灵活多样的手法；多元元素的组合。

### 第二节课 电视新闻专题的概念、特征与类型

教学目的：电视新闻专题的概念、特征与类型。

教学过程：点名；由上一节课的三个例证再次进行强化，请学生根据这三个节目的内容，进行比较，中心一点是，新闻专题与其他专题之间的区别，教师根据学生的回答进行概括总结，说明电视新闻专题的基本特征；播放《潜伏行动》、《新闻调查》、《面对面》等节目，结合例证，进一步说明电视新闻专题的主要类别；布置思考题：决定电视新闻专题节目成功的最主要因素有哪些？下课。

教学内容：

一、电视新闻专题：具有特定内容取向、以提供深度报道为主，按照一定周期播出的节目类型。

二、电视新闻专题的特征：具有特定内容取向；注重深度报道；以播发专题报道为主；讲究时效，尤其注意把握时机；具有社会教育功能；具有稳定的受众群。

三、新闻专题节目的具体节目类型(按照节目功能来划分)：纪实性专题；分析性专题；调查性专题；访谈性专题。

### 第三节课 电视深度报道

教学目的：电视深度报道的概念、特点与要求。

教学过程：点名；通过播放一般性新闻消息节目与深度报道节目进行比较，让学生围绕内容、对象、深度等方面进行分析，以便了解电视深度报道的基本特征和要求；布置思考题：深度报道对电视记者有何特殊要求；下课。

教学内容：

一、深度报道与电视深度报道的概念：深度报道是一种阐明事件因果关系、预示事态发展趋势的报道形式。诞生于本世纪 40 年代，是新闻五个“W”和一个“H”的进一步深入的报道方式。它的主要特点是囿在“why”和“How”中进一步深化。要求以今日的事态核对昨日的背景，从而说出明日的意义来。

二、电视深度报道的特点：立体化、多层次的剖析；理性思辨色彩；表现手法多样；传播效果显著。

三、电视深度报道要求：现代新闻观念；深入采访挖掘；沟通交流意识。

四、深度报道是一种报道的综合思维或综合方式，而非一种新闻体裁，体现于对事件背后的揭示与相关信息的分析，同样强调时效性与现场性。

### 第四节课 电视调查报道

教学目的：电视调查报道的概念。

教学过程：点名；由上节课内容概括引入本节课主要内容；播放节目，请学生根据自己的理解说明其这一类节目与直白型节目之间的区别，教师然后进行概括总结；然后采取图表等说明电视述评的主要类型、选题要求、表现特色；播放节目说明电视述评对主持人的素质要求；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视述评，既要报道事实的具体情况，又要对事实进行分析评价，既可夹叙夹议，又可集中表明观念和态度。

二、电视述评的主要类型有：事件、工作、形势以及思想等四种述评形式。

三、电视述评的特色：述与评的结合；论据的形象性；论证的群体性。

四、主持人的素质要求。

## 第八讲 电视文艺节目

概述：本讲内容主要说明电视文艺节目的主要类型、形态尤其重点说明电视剧、电视音乐节目、电视游戏节目等主要概念、特质，全部内容分四节课讲完（2007年6月11日—6月18日）。

### 第一节课 电视文艺节目界定与类型

教学目的：电视文艺节目的发展、定义与主要类型划分。

教学过程：点名；由提问电视专题节目引入本节课的主要内容；播放一期《小崔说事 2007年春节大联欢》节目，请同学们讨论电视文艺节目的主要概念，在学生讨论的基础上，教师说明电视文艺节目的主要定义；列表说明电视文艺节目包含的主要类型；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视文艺节目：是以文学、艺术和文艺演出作为创作原始素材和基本构成元素，在保留原有艺术形式的基础上，运用电视视听语言进行二度创作，具有较高的欣赏艺术性和审美价值的电视节目类型。

二、广义的电视文艺节目包括：电视综艺节目、电视剧、音乐电视、电视广告、电视电影等主要形式。

三、电视综艺节目的核心元素：多维组织；参与互动；形式美感。

### 第二节课 电视剧

教学目的：电视剧的主要概念、特征。

教学过程：点名；由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；讲述电视剧概念以及主要类型划分；播放美国热门电视剧《越狱》片段，请学生讨论分析电视剧的主要构建元素，教师再行总结，说明电视剧的主要特质；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视剧：是灵活运用文字、戏剧、电影等多种表现手法，广泛深入历史、社会、生活的方方面面，交织使用电子传播、家庭传播、人际传播的各种手段，在当下社会影响最大、收视份额最足的电视节目类型。

二、电视剧的主要类型——两大题材十种类型：现实题材电视剧（主旋律剧、青春偶像剧、涉案剧、家庭伦理剧、传记类电视剧）；古装题材电视剧（历史剧、言情剧、武侠剧、戏剧、神话剧）。

三、电视剧的主要特质：故事性（永恒与即时、内容上的生活变奏）和形式性（连续剧和悬念设置）。

### 第三节课 电视音乐节目、音乐电视（MTV或MV）

教学目的：电视音乐节目与音乐电视的内涵与核心元素。

教学过程：点名；由上一节课的内容提问引入本节课的主要内容；播放不同风格的电视音乐节目，请同学们分析其主要特征，由老师再行概括；布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视音乐节目和音乐电视：电视音乐节目是以电视的特有手段对原有的各类音乐演出进行二度创作，通过电视屏幕传播给广大观众的电视音乐形态；而音乐电视则是充分利用电视手段，根据对歌曲内涵的理解与处理来进行创作，设计和拍摄出包括演唱者在内的具有情绪化又有感情与内涵联系的多组画面的艺术形象的电视节目。

二、音乐电视的主要类型划分。

三、音乐电视的主要特质：对双重目的的把握；时尚性；意象拼贴。

#### 第四节课 电视游戏节目

教学目的：新闻电视游戏节目的特征、走向、社会意义。

教学过程：点名；由上一节课的内容提问引入本节课的主要内容，并先介绍电视游戏节目的概念和内涵；播放游戏节目，先请学生讨论说明游戏节目的主要特征，然后老师再概括说明其特质；紧接着说明电视游戏节目的发展走向以及电视游戏节目的主要社会意义。布置思考题；下课。

教学内容：

一、电视综艺游戏节目：是指以才艺表演和以娱乐为目的的游戏为核心内容的电视娱乐节目。

二、电视综艺游戏节目的特征是娱乐性、参与性、竞争性。

三、电视综艺游戏节目的社会意义：有利于提高民族文化水平；有利于缩短与受众心理距离；有利于改造国民心理素质；有利于媒体经济效益。

#### 第九讲 电视娱乐节目

概述：本讲内容主要说明电视为新闻传播带来的变化与发展轨迹以及当前新闻节目的主要类型、形态，全部内容分四节课讲完（2007年6月25日—7月2日）。

##### 第一节课 电视娱乐节目的界定以及在中国的发展

教学目的：电视娱乐节目的在我国的发展与概念界定。

教学过程：点名；由提问电视游戏节目的定义引入本节课的主要内容；播放《舞林大会》或《超级女声》等节目，请同学与游戏节目在概念上进行区别，教师再进行概括；说明电视娱乐节目在中国的发展过程；下课。

教学内容：

一、电视娱乐节目：是以电视为传媒，利用综合性的表达手段，将多种娱乐性元素组合在一种形式之中，在某一时段强化电视的娱乐功能，单纯地使观众身心放松、精神愉悦的电视节目。

## 二、电视娱乐节目在中国的发展。

### 第二节课 电视娱乐谈话节目和真人秀节目

教学目的：电视娱乐谈话节目、真人秀节目。

教学过程：由上一节课内容提问引入本节课的主要内容；播放电视娱乐节目《康熙来了》和《生存大挑战》节目，让同学进行比较分析，说明各自特质，教师然后概括分析；下课。

教学内容：

一、娱乐谈话节目，指的是内容不涉及或很少涉及严肃的新闻时政话题，以迎合观众娱乐、闲情、猎奇为主要目的的电视谈话节目，分为电视脱口秀、人物访谈、婚姻情感、音乐访谈、电视命理访谈节目。

二、真人秀节目，是指真人在镜头前的非职业性真实表演的节目，包括：“真实电视节目”、“真人秀游戏”、“真人选秀”。

### 第三节课 电视娱乐资讯节目和电视益智博彩节目

教学目的：电视娱乐资讯节目、电视益智博彩节目。

教学过程：点名；播放两种节目，先请学生讨论说明，教师再根据讨论给出正确概念、特征；下课。

教学内容：

一、娱乐资讯节目：用新闻手法，对电影、电视、音乐、舞蹈、戏剧、时尚、文学等文化娱乐界的最新人事动态进行报道，以满足观众娱乐兴趣为目的的一种电视节目。包括：电视娱乐新闻节目、电视音乐资讯节目、电视时尚资讯节目、影视资讯节目等。

二、电视益智博彩节目：一种在本质上极具博彩色彩、在内容上体现益智特征的集竞技性与娱乐性为一体的电视娱乐节目类型。

### 第四节课 电视娱乐节目的热点问题

教学目的：当前娱乐节目的两个热点问题讨论。

教学过程：点名；由上一节课的内容提问引入本节课的主要内容；播放部分娱乐节目，先请学生分析娱乐节目存在的问题，教师再根据讨论进行归纳，说明当前电视娱乐节目之中的主要热点问题；布置思考题：你认为电视娱乐节目存在着怎样的问题？如何改进这些问题？下课。

教学内容：

一、“娱乐本无罪”与“娱乐有罪”的争论，尤其娱乐因素向整个电视节目的逼近，引起人们广泛争议。

二、外来节目理念的“拿来主义”：不设置固定主持人、用内心独白控制节目节奏、娱乐需要思索的力量、互动元素有机使用。

参考书目：

1. 《电视纪实作品创作》，高鑫著，学苑出版社
2. 《电视专题》，高鑫 周文 中国广播电视出版社
3. 《美国经典电视栏目》，苗棣等著，中国广播电视出版社
4. 《中国电视十佳电视栏目》，张莉 张君昌主编，新华出版社
5. 《中国电视十佳公共栏目》，张莉 张君昌主编，新华出版社

# 《新闻传播法学概论》课程教学大纲

课程代码：JOUR1007

课程类别：专业教学课程

授课对象：新闻传播本科学生

开课学期：第六学期

学分：2

主讲教师：陈一

指定教材：《新闻法学》，顾理平 著，中国广播电视出版社，2005 年版

教学目的：本课程旨在介绍与新闻传播活动相关的法律规定，讲授新闻传播活动中应当遵循的法律条例，培养新闻传播专业学生的专业素养与法制观念。在授课中着重介绍世界各国新闻传播立法的规定，解释我国新闻传播立法中的难点，培养学生分析相关案例的能力。

课程内容：

导论 新闻传播与法 课时：两周，共 4 课时

教学内容：

第一节 新闻传播法的概念

第二节 新闻传播法规范体系

第三节 不同传媒规范之间的关系

第四节 新闻传播法的原则

第五节 中外新闻传播法的发展

教学要点：“法”是指法律、法令等，是国家以强制力量为保障的要求全社会成员共同遵守的规则。新闻法是指有关新闻传播的法律、法令，从广义上看也包括命令、决定、规则、政策等、由于新闻传播活动涵盖报纸、期刊、广播电视、网络等，因此所有这些领域中有关新闻法律的问题，都是新闻法学的研究对象。

思考题：如何从法律和道德两个层面对新闻业进行规范？

## 第一章 法律视野下新闻传播活动 课时：两周，共 4 课时

教学内容：

第一节 新闻传播中的法律关系

第二节 表达自由基本理论课时

第三节 公民表达自由的权利、义务

教学要点：新闻传播法是以保障表达自由为根本使命的法律，表达自由是一项最基本的人权，大众传媒是公民、法人实现表达自由的最为重要的途径。同时通过学习本章的内容，使学生对有关权利的基本知识及权利救济措施有基本的了解和把握。重点讲授表达自由及公民的其他基本权利。

思考题：评价西方发达国家对新闻业的法律控制。

## 第二章 媒介、舆论与法治 课时：两周，共 4 课时

教学内容：

第一节 传媒、法制与法治

第二节 舆论监督概述

第三节 舆论监督与立法

第四节 舆论监督与行政

第五节 舆论监督与司法

第六节 传媒与信息公开

教学要点：新闻传播法只有在法治的背景下才有存在的意义和价值。而法治国家的建立没有真正独立的传媒也是不可能的。我们要充分认识传媒在法治建设中的重要作用，其中重点是传媒对立法、执法以及司法等公权力的监督；并明确媒体在法治建设中应遵守的基本原则。思考题：中国的舆论监督如何在法律的框架下实施。

### 第三章 传媒内容与依法管制 课时：两周，共 4 课时

教学内容：

#### 第一节 传媒内容的管制及其重要性

#### 第二节 法律责任

#### 第三节 传媒内容的跨国流动

教学要点：本章内容主要阐明对大众传播内容进行管制的必要性及管制的原则，区分有害、无害、有益内容的界限，以及媒体在违背管制要求时应承担的法律責任。

思考题：比较东西方政府对新闻媒介的宏观管理手段。

### 第四章 大众传媒的侵权问题（人格权） 课时：三周，共 6 课时

教学内容：

#### 第一节 传媒侵权概述

#### 第二节 传媒侵犯名誉权

案例分析

#### 第三节 传媒侵犯隐私权

#### 第四节 传媒侵犯肖像权

教学要点：

本章通过对传媒侵权法的简要介绍，使学生了解传媒侵权的构成、归责原则和责任承担方式。通过对传媒侵权主要涉及的名誉权、隐私权、肖像权等的概念、特征及法律规定等进行阐释，使学生掌握各种侵权行为的抗辩和排除。在总结近年来传媒侵权的经验教训的基础上，引导学生树立尊重公民、法人的合法权益的观念，希望从理论和实践上寻求大众传播活动和保护公民、法人合法权益的最佳平衡。

思考题：名人到底有没有隐私权？如果有，如何保护？如何处理报道名人与保护他们的权利的关系？

## 第五章 大众传媒的侵权问题（著作权） 课时：三周，共 6 课时

教学内容：

第一节 著作权法与大众传媒

第二节 著作权的构成及内容

第三节 传播者的权利

案例分析

第五节 著作权与公共利益的平衡

第六节 著作权的管理

第七节 著作权纠纷及法律责任

教学要点：著作权与大众媒介的关系十分密切。一方面著作权是大众媒介的重要的权益之一。一方面媒介要切实尊重和维护其他著作权人的合法权益，本章在阐述著作权法一般原理的基础上，主要从媒介的视角讲述著作权，重点讲授传播者的权利。

思考题： 记者的职务作品如何认定。

## 第六章 我国现行传媒行政法规和产业法规 课时：两周，共 4 课时

教学内容：

第一节 有关传媒的行政法

第二节 我国对于具体传媒领域的管理

第三节 我国传媒产业的发展历史

第四节 传媒产业主体法律制度的沿革

教学要点：通过讲解我国现行各类媒介管理的行政法规，介绍我国的媒介管理制度；以期学生在今后的职业活动中能切实遵守。同时还需指出，随着改革开放的发展，相关管理制度处于变动之中，有些相对滞后的法规将要修改或失效。通过回顾我国传媒从非产业到产业的演变过程，讲授有关政策调整和法规发展。传媒产业创造的精神产品深刻地影响着人们思想和生活，进而又对政治经济产生影响，具有多种功能，体现了公益性和经济性双重属性，因此与普通产业相比其法律规定体现了自身的特点。我国对此尚处于探索和发展过程中。

思考题：WTO 与中国媒介法规的完善。

第七章 如何防止侵权，如何应对诉讼 课时：一周，共 2 课时

教学内容：

第一节 更新新闻观念

第二节 从严把握新闻采写、制作

第三节 新闻采编中应当注意的问题

第四节 如何避免涉讼

第五节 西方国家的做法和经验

教学要点：随着新闻业的市场化，新闻竞争日趋激烈，在争夺受众市场和报道面的过程中，中国媒体难免遇到“新闻官司”。在这样的情况下，如何防止侵权与应对诉讼，成为媒体必须学会的一门技巧。从更新新闻观念角度看，新闻媒体要摆脱“权力机关”的意识，强化人的尊严的概念，树立客观公正的观念与文风；在写作中力求准确与平衡，避免“媒体审判”；在采访和编辑中要深入、细致，积极向法律界人士请教；要学会避免诉讼；要学习西方国家的经验。

思考题：谈谈媒介如何进行案件报道。

章序号	章内容	学时数
导论	新闻传播与法	4
一	法律视野下新闻传播活动	4
二	媒介、舆论与法治	4
三	传媒内容与依法管制	4
四	大众传媒的侵权问题（人格权）	6
五	大众传媒的侵权问题（著作权）	6
六	我国现行传媒行政法规和产业法规	4
七	如何防止侵权，如何应对诉讼	2
复习		2
总 计		36

参考书目：《新闻侵权与诉讼》，孙旭培主编，人民日报出版社，1994。

《1949—1994 中国新闻传播法规简明使用手册》，新闻出版署政策法规司，中国书籍出版社，1994。

《新闻政策法规须知》，中宣部新闻司、新闻出版署报纸管理司编，学习出版社，1994。

《宣传文化政策法规选编》，中宣部政策法规研究室编，学习出版社，1996。

《版权法概论》，沈仁干等著，黑龙江教育出版社，1998。

《各国新闻出版法选辑》，中国社科院新闻所、中国新闻学会编，人民日报出版社，1981。

《各国新闻出版法选辑（续编）》，孙旭培等编，人民日报出版社，1987。

《各国广播电视法》，钱辛波等编，群众出版社，1984。

《各国广播电影电视法规选辑》，广播电影电视部政策研究室编，中国广播电视出版社，1988。

《被告席上的记者》，魏永征著，上海人民出版社，1994。

《美国大众传播法概要》，巴顿·卡特等，中国社会科学院出版社，1997。

《新闻法规与新闻道德》，徐咏平编著，（台北）世界书局。

《大众传播法手册》，翁秀琪、蔡明诚主编，（台北）三民书局，1992。

《中国社会转型的守望者：新世纪新闻舆论监督的语境与实践》，展江主编，中国海关出版社，2002年。

《西方传媒的法制、管理和自律》，魏永征等著，中国人民大学出版社，2003年11月

《现代西方新闻法制概述》，刘迪著，中国法制出版社，1998年

《新闻道德与法规：对媒介行为规范的思考——传播前沿》，陈绚著，中国大百科全书出版社，2005年。

# 《新媒体与视觉文化》课程教学大纲

课程代码： NENM1017

大纲执笔人：周舒燕

课程名称：新媒体与视觉文化

英文名称：New media and visual cultural studies

课程学时：36

课程设计学时：36

授课单位：数字传播系

指导方式：集中指导

适用专业：网络与新媒体

教材及主要参考书：

1. 罗岗、顾铮编，《视觉文化读本》，广西师范大学出版社，2003年。
2. [法]雅克·拉康、让·鲍德里亚等著，吴琼译，《视觉文化的奇观：视觉文化总论》，中国人民大学出版社，2005。
3. [英]约翰·伯格（John Berger）著，戴行钺译，《观看之道》，广西师范大学出版社，2005。
4. [英]马尔科姆·巴纳德（Malcolm Barnard）著，常宁生译，《理解视觉文化的方法》，商务出版社，2013。
5. [英]吉莉恩·罗斯（Gillian Rose）著，肖伟胜译，《观看的方法：如何解读视觉材料》，重重庆大学出版社，2017。
6. 吴靖，《文化现代性的视觉表达：观看、凝视与对视》，北京大学出版社，2012。
7. 周宪编，《当代中国的视觉文化研究》，译林出版社，2017。
8. [美]唐小兵，《流动的图像：当代中国视觉文化再解读》，复旦大学出版社，2018。

## 一、课程设计教学目的及基本要求

1. 教学目的：本课程以二十世纪以来随着现代媒介技术而发展起来的视觉文化理论为基础，结合当前新媒体环境下影像的生产、传播与消费，来讨论新媒体与视觉文化的关系。课程将从媒介与观看的发展进程、视觉表征与文化身份建构、视觉文化与日常生活实践三个方面来展开教学。教学目的主要是：首先，使学生了解从现代到后现代的脉络下，视觉文化研究的历史、各学派及重要理论家的基本观点；其次，了解自身文化经验中影像的建构性，以及它们与身份认同、空间和

历史记忆、意识形态、权力等概念的关系。最后，学习从理论视角来对新媒体时代的视觉文化现象进行提问、思考与分析。

2. 基本要求：在课程结束时，学生拟掌握以下内容：

其一，二十世纪以来媒介变革对视觉观看方式造成的改变和影响；

其二，视觉文化研究理论中的关键词概念，包括表征、电影装置、凝视、景观、奇观、拟像等，以及主要理论家对这些概念的解释；

其三，结构主义符号学、精神分析学、后现代理论、女性主义、后殖民主义等理论视角下的视觉文化分析以及批判性的思考方式；

其四，从视觉文化的建构特征来理解和阐释新媒体环境中的视觉文化文本，并将理论与当下的文化实践相结合。

## 二、课程设计内容及安排

周次	教学内容	教学安排
1	绪论： 视觉文化研究与当代中国	介绍课程大纲；认识并理解视觉文化研究的基本理论范式及研究路径；强调视觉文化研究与当代中国文化语境的关系。
第一部分 媒介变革与观看的方法		
2	摄影的现代性	通过沃尔特·本雅敏、苏珊·桑塔格、约翰·伯格等人对照片和摄影技术的论述，来介绍摄影技术的出现、机械复制时代的到来对主体观看方式造成的变化。
3	电影装置理论	在雅克·拉康镜像理论的基础上介绍克里斯蒂安·麦茨、包德利等人的电影装置理论以及其中的观众观看和意识形态建构。
4	文化消费主义与视觉奇观	在消费主义的背景下介绍居伊·德波的景观理论和凯尔纳的奇观理论。
5	仿真与拟像	结合电影《黑客帝国》和动画《攻壳机动队》来讲解让·鲍德里亚关于拟像的概念。
第二部分 视觉表征与文化身份建构		

6	身体的表演	理解媒介视觉文化中对不同身体的再现，在福柯理论上介绍权力话语对身体的规训与建构；比如减肥广告、奥运会的身体再现等。
7	视觉快感与性别化的凝视	介绍劳拉·穆尔维对于好莱坞流行电影中男性凝视和女性形象的讨论，以及在这个论述下关于女性观众在视觉文化中的认同问题。
8	观看中国的两种方式	分别从西方对中国的凝视和中国的自我再现两个不同视觉参照下来考察国族身份认同的问题，并引入东方主义的讨论。
9	影像政治与历史记忆	结合纪实摄影的发展历程来看影像如何介入历史并建构历史。
10	城市景观的视觉性生产	从文化地理学角度看来全球化背景下的东亚六座都市（上海、东京、首尔、香港、新加坡、台北）的视觉文化再现和自我身份书写。
第三部分 视觉文化与日常生活实践		
11	视觉公共领域的发展	结合电视真人秀、网络综艺节目、直播等影像传播，从公共领域这一概念来考察中国当下的视觉文化如何推动公共领域的转型。
12	新媒体时代的媒介名人形象学	从不同历史时期的媒介名人话语生产和消费来看名人的形象建构和社会文化转型的关系。
13	网络恶搞与视觉符号的挪用	考察网络恶搞文化的后现代特征，思考视觉符号的挪用对意义的模拟、解构、反讽与重构。
14	二次元文化的视觉生产与接受	讨论动漫文本、弹幕网站及网络游戏的虚拟性视觉生产、亚文化空间以及身份认同问题。
15	草根媒介行动与视觉建构	理解社会变化与草根传媒行动的关系，从草根媒介文化的视觉表征中来理解影像表达与情感、政治诉求的关系。
16	新媒体时代下的视觉文化伦理与道德规范	从媒介伦理的视角入手，考察新媒体文化环境下视觉文化生产所出现的新问题，如网络暴力、隐私、剽窃、低俗化等。
17	总结：如何阅读视觉材料	概括课程主要内容；梳理观看和分析视觉文本的主要方法；交待课程论文的基本结构和要求。

### 三、课程设计报告要求

#### 1、期中作业要求：

内容：小组报告+阅读心得。

(1) 小组报告：按照人数分 8-10 组，每组 4 人左右。从第 6/7 周开始，每组选一名组长上台报告。每组时间为 20 分钟——其中 10 分钟概括指定阅读材料中理论家的主要观点和思路；10 分钟用理论结合具体的案例进行分析。

(2) 阅读心得：全部组员每人需针对阅读材料完成一页 A4 纸的阅读心得（字数不限），由组长统一收齐后在报告前交给老师。

#### 2、期末论文要求：

字数：不少于 3500 字。

内容：以下二选一

(1) 找一个当代新媒体视觉文本（数字电影、网剧、网综、网游、动画、艺术作品等），运用相关理论进行文本分析。

(2) 选择一个当代中国的具体视觉文化现象或事件（网络直播、草根媒体行动、短视频生产、弹幕文化等），运用相关理论进行分析，需在文中论述所采用的研究方法。

注意：论文要有自己的观点。结构为提出问题-分析问题-结论。论文注释参照苏州大学论文规范。

### 四、课程设计考核方法及成绩评定

#### 1. 考核方法：

课堂参与：20%

期中作业：30%

期末论文：50%

#### 2. 成绩评定：

一、课堂参与：参与的打分标准如下：

- (1) 考勤率：15%；
- (2) 课堂发言：5%；
- (3) 点名三次未到者将扣除全部考勤分。

## 二、期中作业：

- (1) 小组报告：20%（其中，对所报告文章主要内容及观点的理解程度，8%；案例分析，8%；时间控制，4%）
- (2) 阅读心得：10%

## 三、期末论文： 论文打分依照以下四个原则：

- (1) 有提问，有分析，有结论，结构完整，思路清晰，语言规范。30%
- (2) 有自己的观点和见解。10%
- (3) 注释及引用符合规范。10%
- (4) 截止时间：待定。迟交 1 天扣 10%，以此类推。
- (5) 凡涉嫌抄袭者，按 0 分计。

## 五、其他要求

- 1、 小组报告的阅读材料：（待定）
- 2、 所有课件、参考资料上传地址：（待定）

# 《媒介批评概论》课程教学大纲

课程代码：JOUR2040

课程类别：专业教学课程

授课对象：新闻学、广电新闻学、广告学等专业

开课学期：第二学期（春季）

学 分：2 学分

主讲教师：陈龙、陈一等

指定教材：陈龙著，《媒介批评论》，苏州大学出版社，2005年

一、教学目的：媒介批评是现代传播学的一门重要分支学科，它在应用传播学中占有重要地位。本课程的主要目的是：学习媒介批评的一般理论，认识媒介批评的本质特征，追溯媒介批评的发展历史，了解国内外媒介批评的现状，建立媒介批评的价值体系，切实掌握媒介批评的基本方法，使学生能够正确地解读和评判传媒及传媒信息，以便在未来的传播理论研究和传播实务工作中开展正确的媒介批评。

## 二、课程内容

### 绪论 媒介批评界说

1、教学内容：介绍几种不同的定义；媒介批评的基本概念；媒介批评的基本内涵辨析

2、教学要点：媒介批评应当是“批”和“评”的结合，媒介批评的第一个层次是“批”，这种“批”首先是揭短，指出媒介存在的问题，常常也指出其危害，并提出改进的方向。“批”的过程常常需要涉及的是批评标准问题而不是批评理论；“批”既然是揭短那么就有坚持原则的问题，因此，批评家始终都保持着批判姿态；“批”既然不是理论探讨也就没有必要长篇大论，而是要短平快，所论皆结合现实具体问题。媒介批评的第二个层次是“评”，“评”就是专门研究，它需要有理论支撑，有理论依据，有新的观点、新的视角和新的视野。对媒介内容的鉴赏和价值判断、对某些媒介经营活动的探讨、分析，对媒介从业人员的政治水平与专业素养的评价、监督与引导等统统都可以纳入这一研究风格中。

## 第一章 媒介批评的历史与现状

1、教学内容 媒介批评的内涵、媒介批评的对象、媒介批评的任务 媒介批评的历史演变

2、教学要点：媒介批评的发展历程；媒介批评最初是媒介伦理学范畴的一个内容，发源于媒介发达的西方国家，尤其是美国。19世纪30年代开始，美国现代报业有了空前的发展。普利策和赫斯特等报业巨头都把煽情主义和耸人听闻的手法奉若神明，以此扩大发行量。“黄色新闻”的竞争导致报纸的趣味低下。20世纪中叶，好莱坞为代表的西方电影业开始红火起来，电影创作也开始偏离原来艺术的道路，暴力与色情的内容逐渐增多。这些都为媒介批评准备了气候条件。

## 第二章 媒介批评的现实特性

1、教学内容：媒介批评作为一种批评的实践活动，有着不同于其他批评实践活动的个体特征。媒介批评在西方之所以受到人们的重视，往往有其深刻的现实根源。媒介批评与民主化社会文化生态结构有着密切的关系，它是处在文化生态链上的媒介受到约束、制衡的一种力量。追溯媒介批评的实践源头——西方传媒业，可以看到，媒介批评往往都与媒介负面信息对社会产生了不良影响有很大关联，例如，19世纪中叶煽情主义新闻泛滥，而报界新闻自律缺乏，法律监督出现漏洞，此时，自然而然诞生一种新的力量，来替代法律与新闻伦理发挥作用。

2、教学要点：当代媒介批评已发生转型，以一种新的形态出现在世人面前。它既担负着监督媒体的使命，同时也更多地以理性的眼光来审视、剖析媒介制作与经营者所取得的成就与存在的问题。发现与寻找那些优秀的媒介文化产品，揭示其成功经验与示范意义，发现媒体存在的症结与弊端，揭示其失败所在与警示意义。这种媒介批评实践带有明显的针对性、综合性、指导性和广泛性的特征也是其区别其他批评类型的特性所在。

## 第三章 媒介批评的伦理原则与衡量尺度

1、教学内容 媒介批评从媒介伦理角度出发，往往要关注媒体新闻报道的真实性，新闻报道的公正、客观性，媒介行为的社会责任，媒介活动涉及的利益冲突以及道德责任与道德评价等方面问题。这些因素往往彼此关联，甚至还有部分重叠，但都是媒介批评的核心结构的内容。

2、教学要点 公正地报道新闻，是指以平衡手法处理新闻，尽量不故意或在无意中扭曲报道的方向。客观则是指记者在工作时，不让自己的意见影响到新闻事件中的事实部分。在现实生活中要完完全全实现新闻报道的客观真实确实不太容易，因为新闻采访中预算的限制、时效性与发稿时间、读者的期望、编辑惯例以及经济社会收益的考虑等因素的存在，新闻常常被说成“匆忙中的真实”。在这样的情况下，提供一个精确的、具有代表性的解释实在很难。同时，复杂的技术使新闻可以不间断地播放，所以新闻把关人必须从成堆的选择中加以挑选，常常没有时间从道德上分辨报道内容上可能出现的问题。这就为媒介批评留下很多思考余地。媒介批评在此时就要发挥监督作用，审视媒体中可能出现的差错、纰漏。

## 第四章 媒介批评的调查与讨论

1、教学内容：主要介绍参与调查方法。研究者深入到所研究对象的生活背景中，在实际参与研究对象日常生活过程中所进行的观察。与其他研究技术相比，参与观察导致研究者把他自己的看法和观点强加于他试图理解的那个社会世界的可能性最小，它常常是在“没有先入之见”的情况下进行这种探讨的。因此，它为获得社会现实的真实图像提供了最好的方法。

2、教学要点：在自然情景中对人的行为进行有目的的有计划的系统观察和记录，然后对所做记录进行分析，发现心理活动和发展的规律的方法。

## 第五章 媒介批评的类型与范式

1、教学内容：以媒介作品为中心，媒介作品与世界的关系，正是媒介社会学批评的领域；媒介作品与媒体从业人员的关系，是一种传统的媒介批评领域：一是对新闻等媒介文化作品的批评；二是对媒体从业人员的批评；而媒介作品与受众之间关系是媒介读者反应批评。

2、教学要点：从批评结构整体来看，可以看出存在三层结构，一是表层结构——媒介评价，对媒介内容进行评论，如电影赏析、观后感，电视剧评论，通讯报道的评析，优秀新闻作品的评析等。经验主义范式、批判学派范式。

## 第六章 媒介批评中的人文素养

1、教学内容：媒介批评中应有的人文关怀包含这样一些层面的内容：1、对社会问题的关注并富有责任心地予以揭示，2、对真善美的弘扬，3、对个人价值的尊重。媒介在充分享有言论自由的同时，还担负着维护社会大众利益、倡导社会公德和张扬个人价值的使命。权利和义务是对等的，二者关系的平衡才有媒介与社会的共同进步。

2、教学要点：衡量一个媒体是否具有人文精神，首先看它能否对社会中大多数处于弱势地位人群的生存境遇予以重视，并视之为公信力的来源。强调媒介的社会责任感，是因为媒介作为社会公器，理应站在普通大众的立场说话，为他们立言，替他们伸冤鸣屈。媒介批评对媒介中真善美的强调，是说媒介还负有引导社会的责任。媒介对社会正气的弘扬、对良好的社会风尚的倡导以及对美好事物的塑造等等，对营造健康向上的社会环境、培养公民高尚的情操等都具有不可忽略的作用。

## 第七章 媒介批评主体与媒介素养

1、教学内容：信息时代的媒介素养不仅包括判断信息的能力，还包括有效地创造和传播信息的能力。对于受众来说，媒介素养就是要养成一种在更大范围内自由使用图像、语言和声音的能力，能够鉴别什么是好的信息，什么是坏的信息。使媒介信息积极作用发挥到最大而将其负面影响降低到最低。具体说，就是作为受过良好教育的学生、有责任心的公民或者有能力和自我意识的消

费者，都需要培养自己在日渐复杂的感性信息中能够不迷失自己、明辨是非，防止媒介影响甚至控制我们的思维、感知和行为方式。对于传播者来说，也需要有这样一种素养，能分辨社会信息的良莠，对社会负责，不将不良信息传递给社会大众。同时也包含了一种技术素养，它要求媒介从业人员受过媒介技术的专门训练，这些技术化的训练也有利于使媒介内容的质量得到提高。

2、教学要点：第一，媒介是建构的（Media are Constructions）；第二，媒介再现建构现实（Media Representations Construct Reality）；第三，受众在接受过程中进行意义协调（Audiences negotiate their own meaning）；第四，媒介建构具有商业目的（Media constructions have commercial purposes）

## 第八章 媒介批评的对象与标准

1、教学内容：与媒介有关系的事物都属于媒介批评的范畴。这其中涉及媒介本身的结构、媒介的经营管理、媒介的舆论导向策略、编辑方针、媒介的从业人员的素质以及媒介内容等。就媒介类型来说，包括报刊、广播、电视、电影以及互联网等的经营风貌、特色；就媒介内容来说，包括媒介传播的一切大众文化形式，具体说就是新闻、娱乐、影视作品、广告等的风格、形式；就媒介从业人员来说，批评的重点在于媒介机构的决策者的思想观念、节目内容的策划组织者的创意思路、制作过程，具体地说，包括新闻媒体的记者、编辑的采编工作，新闻报道行为，影视作品的编导创作过程，电视台的节目主持人风格及其对公众的影响。既然媒介批评包含了批判和评价两个层次，那么对不同的批评对象来说，也都体现这两个层次。然而，不同的批评对象，其具体的批评内涵也不完全相同，尤其是批评的侧重点不同。

2、教学要点：对媒体行为进行的批评；对媒介从业人员行为进行的批评；对媒介内容与媒介现象进行的批评；媒介批评的对象与批评的出发点

## 第九章 媒介批评的理论建构

1、教学内容：媒介批评的理论建设不仅体现在批评的理论研究上，而且体现在批评学学科的建立和建设上，不仅体现于批评的理论性、学术性、学理性日益强化上，而且体现在批评与理论一体化，批评的理论化与理论的批评化的发展倾向上；不仅体现在批评的理论形态、理论模式、理论体系的完备、严谨、科学上，而且体现在批评思潮、流派、风格、方法的多元化、多样化发展上。

2、教学要点：中国媒介批评不仅要以古今中外的批评理论为理论资源，而且要以多维的文化视野为底蕴；以市场经济下媒介发展规律为研究对象，以中国当下现实语境和“全球化”语境的结合作为发展条件，以营造对话空间为批评的最佳氛围，构成批评理论建设的最佳条件和时机。媒介现代化需要媒介批评做出响应，媒介批评理论的现代化是大势所趋。媒介批评对象决定了媒介批评理论的构成。由批评传播者、批评媒介内容、批评媒体机构等衍生出主体批评理论、文本研究理论和媒介制度研究理论。文本研究理论主要着眼对作为“自足体”的文本内在含义进行多种可能性的阐释，

## 第十章 媒介批评的理论视角

- 1、教学内容：对媒介内容做分析性的描述，探究媒介所传播的价值，并从社会与文化的观点做意义的诠释。质化研究的方法被广泛采用，因此出现了新的研究取向。在新的研究取向导引之下，显现出两个主要的途径：其一是“文本分析”（text analysis），对媒介内容进行质化的研究。第二个主要途径是“语境分析”（contextual analysis）。其发源地在欧洲，受到结构主义、社会人类学、西方马克思主义文化理论、社会语言学和文化研究派的直接或间接的影响，强调从社会情景来诠释电视内容的意义，主张电视是一种社会机构（social institution）一种社会话语（social discourse）形式，与其他社会形式进行互动，更与其他类型的表达方式互为补充。
- 2、教学要点：精神分析学方法、类型研究方法、美学研究方法、叙事学方法、社会学分析、神话分析。“批判理论”、“政治经济学理论”、“符号学理论”、“依附理论”、“结构理论”。

## 第十一章 精神分析学的的媒介批评

- 1、教学内容：精神分析学批评方法立足于媒介活动作为精神活动的特殊性，对媒介传播中所包含的各种心理现象，对媒介创作心理和受众接受心理进行分析。精神分析学媒介批评方法重点研究媒介实践中的心理机制与心理过程，力求探索和发现各种复杂的媒介现象的作为精神活动的一般规律。人的一切社会活动都有其基本的本源，都是有迹可寻的，据此，我们可以依据精神分析学的一般原理来解释和分析媒介生产过程中的一些特点。
- 2、教学要点：精神分析学说关注的是“意识与潜意识的互动过程”以及心灵事实发生的一般规律。而精神分析批评（psychoanalytical criticism）则是精神分析的应用形式。它不应当与心理治疗混为一谈。精神分析媒介批评是在上述概念体系基础上进行的。如果说，精神分析学说是提供了人们观察社会的一种新的视角，那么，精神分析的媒介批评则是从精神分析的理论体系出发来研究媒介问题，运用精神分析的思维方法看待媒介文化现象。精神分析媒介批评主要运用于电影、电视研究。

## 第十二章 文本研究的媒介批评

- 1、教学内容：文本研究从研究对象客体化便于思考掌握角度来说，它可以广泛地应用于解释之上，而为一般的社会科学研究过程所应用，不管使用的数字的量化资料，还是历史文件、会议记录等质化材料，在最后表达的过程中都需要阐释来完成。文本分析是在这一意义上显示其重要性的：它有系统的阐明立场的问题，并以符合现代社会脉络的合理化的形式来证实价值客观中立的不可可能性。在研究对象、研究主题的扩展上，文本分析体现出其特定的价值和作用。
- 2、教学要点：媒介批评的文本理论、媒介文本的构成、媒介文本的解读、媒介批评文本的建构。

### 第十三章 女性主义的媒介批评

1、教学内容：女性主义批评的中心假设是：在文化生产、消费和流通过程中，性别是一个关键性的决定要素。所有的写作都打上了性别的标记，非女性主义则无这一现象。性别（两性差异）不仅是两性社会生活和话语实践中不平等的根源，而且也是男性中心社会知识、话语体系构成的基础。在表现的象征秩序中，男性占统治地位，男性是知者，是主体。女性要么被排除在男性的视野之外，要么被视为观照的对象、展示的客体、欲望的化身，如影视艺术、报刊杂志、广告宣传、文学文本等等，其目的就是为了唤起欲望并满足这种欲望，这种表现体系被女性主义称为“费勒斯中心”（阳物中心）或男性中心的体系。因为，在男性中心的社会只要拥有“费勒斯”，就意味着拥有权力。因此女性主义批评的任务就是消解男性中心的文化体系。而媒介批评中涉及性别研究内容的主要在于，女性主义批评者对媒介性别意义的关注。

2、教学要点：女性主义及其媒介批评理论的形成过程、女性文化研究的三大领域是：阶级、性别和种族，女性文类研究、女性形象的媒介再现研究、媒介性别研究。

#### 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
1	媒介批评界说	2
2	媒介批评的历史与现状	2
3	媒介品牌的现实特性	2
4	媒介批评的伦理原则与衡量尺度	4
5	媒介批评的调查与讨论	2
6	媒介批评的类型与范式	2
7	媒介批评中的人文素养	2
8	媒介批评主体与媒介素养	4
9	媒介批评的对象与标准	2
10	媒介批评的理论建构	4

11	媒介批评的理论视角	4
12	精神分析学的的媒介批评	2
13	文本研究的媒介批评	2
14	女性主义的媒介批评	2
15	学期末复习	
总 计		36

参考书目：

- 1、《媒介批评通论》，刘建明著，中国人民大学出版社，2002年。
- 2、《媒介批评一起源、标准和方法》，王君超著，北京广播学院出版社，2001年。
- 3、《媒介批评—理论与方法》，黄新生著，台湾五南出版社，1997年。
- 4、《媒介分析方法》，阿萨·伯格著，华夏出版社2006年。
- 5、《媒介批评的理论与方法》，李岩著，浙江大学出版社2005年。

# 《新媒体文化》课程教学大纲

课程代码: NENM1014

大纲执笔人: 周舒燕

课程名称: 新媒体文化理论研究

英文名称: Study of New Media and Cultural Theories

课程学时: 36                      课程设计学时: 36

授课单位: 传媒学院

指导方式: 集中指导与分散指导相结合

适用专业: 网络与新媒体

教材及主要参考书:

1. 阿雷恩·鲍尔德温(Elaine Baldwin)等著,《文化研究导论》(修订版),北京:高等教育出版社,2007年版。
2. 陈龙著,《媒介文化通论》,南京:江苏教育出版社,2011年版。
3. 马中红、杨长征主编;陈霖、李广文副主编,《新媒介·新青年·新文化:中国青少年网络流行文化现象研究》北京:清华大学出版社,2016年版。
4. 曾一果,《媒介文化理论概论》,北京:中国人民大学出版社,2015年版。
5. 劳伦斯·格罗斯伯格(Lawrence Grossberg)等著,《媒介建构:流行文化中的大众媒介》,南京:南京大学出版社,2014年版。
6. 王颖吉编,《传播与媒介文化研究方法》,北京:北京大学出版社,2017年版。

## 一、课程设计教学目的及基本要求

1. 教学目的: 随着信息技术的高速发展,新媒体对传统媒体造成了巨大冲击,并对建构当代中国青少年一代的日常生活和大众文化起到了至关重要的作用。作为媒介研究、文化研究的重要组成部分,新媒体文化研究理论关注的是在新媒体时代下媒介文化研究理论发展的历史脉络和新趋势。本课程致力于将欧美现当代的媒介文化研究理论融合到以新媒体为载体、以中国本土为语境的流行文化、青少年亚文化及大众传播领域当中,来思考、解读和阐释当代新媒体文化话语的生产、传播与消费。课程将从历史、理论与方法论三个不同维度来切入对媒介文化研究相关概念的介绍。首先,使学生了解媒介文化理论的历史发展脉络、各学派和重要理论家的基本观点;其次,学会

从理论视角来对全球化环境下的新媒体文化现象进行提问、思考与分析；最后，学会将理论概念运用到自身所处的文化语境中，从而发展个案研究，并掌握研究型论文基本的提问和写作范式。

2. 基本要求：在课程结束时，学生拟掌握以下内容：

其一，新媒体文化——特别是网络媒体及移动媒体文化的发展与特色；

其二，文化研究理论中的关键词概念，包括主体、身份、权力、意识形态、话语、场域、再现、身体等，以及主要理论家对这些概念的解释；

其三，媒介文化理论的形成和其发展脉络中的几个重要学派，包括法兰克福学派、伯明翰学派、结构主义符号学，以及后现代主义、女性主义和青年亚文化理论影响下的新媒体文化理论；

其四，形成独立的批判性思考；

其五，能够从理论视角对日常生活经验及本土文化现象进行分析。

## 二、 课程设计内容及安排

### 第一部分媒介文化研究理论的发展脉络与主要学派

第一周，2月27日

(1) 日常生活经验中的媒介与大众文化：理论脉络概述

参考资料：

1、（美）劳伦斯·格罗斯伯格等，《媒介建构：流行文化中的大众媒介》，祁林译，南京：南京大学出版社，2014，3-63页。

2、（英）斯图亚特·霍尔，《文化研究：两种范式》，《文化研究读本》，罗钢、刘象愚主编，北京：中国社会科学出版社，2000，51-65页

3、戴锦华，《隐形书写：90年代中国文化研究》，第十章《坐标、雾障与文化研究》，北京：北京大学出版社，2018，275-296页。

第二周，3月6日

(2) 资本主义、工业化与文化危机：法兰克福学派的文化批判（一）

参考资料：

1、（加）黛博拉·库克，《阿多诺：关键概念》，唐文娟译，重庆：重庆大学出版社，2017，第十章《文化哲学》。

2、（德）西奥多·阿多诺，《论流行音乐》，李强译，《视听界》，2005年第三期，46-49页；2005年第四期，58-59页。

\*3、（德）瓦尔特·本雅明，《机械复制时代的艺术作品（1935-1939）第三稿》，王涌译，南京：南京大学出版社，2017，41-96页。

第三周，3月13日

（3）领导权、意识形态与主体：法兰克福学派的文化批判（二）

参考资料：

1、（英）史蒂夫·琼斯，《导读葛兰西》，第三部分《领导权》，重庆：重庆大学出版社，2014，51-69页。

2、（法）路易·阿尔都塞，《意识形态与意识形态国家机器》，李迅译，《当代电影》，1987年第三期，98-110页；1987年第四期，31-43页。

\*3、（荷）莱恩·昂，《〈达拉斯〉与大众文化意识形态》，《文化研究读本》，北京：中国社会科学出版社，2000年，376-396页。

第四周，3月20日

（4）意义的建构与解构：符号学、结构主义与后结构主义

参考资料：

1、（法）罗兰·巴特，《神话：大众文化诠释》，许蔷蔷、许绮玲译，上海：上海人民出版社，1999，165-220页。

2、赵一凡，《福柯的话语理论》，《读书》，1994年第五期，110-119页。

\*3、（法）米歇尔·福柯，《疯癫与文明》，第一章“愚人船”，北京：三联书店，2003，1-35页。

第五周，3月27日

（5）再现/表征的政治：伯明翰学派的媒介文化政治（一）

参考资料：

1、（英）斯图亚特·霍尔，《表征的运作》，《表征：文化表象与意指实践》，北京：商务印书馆，2003，15-62页。

\*2、（英）彼得·汉密尔顿，《表征社会：战后平民主义摄影中的法国和法国性》，《表征：文化表象与意指实践》，北京：商务印书馆，2003，79-116页。

3、（英）斯图亚特·霍尔，《编码·解码》，《文化研究读本》，罗钢、刘象愚主编，北京：中国社会科学出版社，2000，345-358页。

第六周，4月3日

（6）亚文化与抵抗：伯明翰学派的媒介文化政治（二）

参考资料：

1、（英）约翰·菲斯克，《解读大众文化》，第五章《浪漫摇滚》，杨全强译，南京：南京大学出版社，2001，123-141页。

\*2、（英）安吉拉·麦克罗比，《杰姬：一种未成年少女的意识形态》，《亚文化读本》，陶东风主编，北京：北京大学出版社，2011，219-265页。

3、常江、史凯迪，《安吉拉·麦克罗比：流行文化导致性别平等的幻象——重返伯明翰的女性主义政治》，《新闻界》，2018年第十期，4-9页。

第七周，4月10日

（7）全球化、共同体与公共领域：大众文化与传媒的公共性

参考资料：

\*1、（美）本尼迪克特·安德森，《想象的共同体》，吴叡人译，上海：上海人民出版社，2003，1-57页。

2、（德）尤尔根·哈贝马斯，《公共空间与政治公共领域——我的两个思想主题的生活历史根源》，符佳佳译，《哲学动态》，2009年第六期，5-10页。

3、（德）尤尔根·哈贝马斯，《公共领域的结构转型》，曹卫东等译，北京：学林出版社，1999，1-39页（1990年版序言）。

第八周，4月17日

（8）消费主义与后现代性：理论的后现代转向

参考资料:

1、(美)伊哈布·哈桑,《后现代转向——后现代理论与文化论文集》,第八章《后现代视野中的多元性》,上海:上海人民出版社,2015。

2、(美)道格拉斯·凯尔纳,《后现代理论——批判性的质疑》,第四章《走向后现代性的博德里拉》,北京:中央编译出版社,2011,123-162页。

\*3、(法)让·波德里亚,《消费社会》,第三章第一部分《大众传媒文化》,南京:南京大学出版社,2001,99-138页。

## 第二部分新媒体文化理论研究专题

第九周,4月24日

(1)明星、网红、流量:新媒体时代的偶像产业

参考资料:

1、李明璁,《韩国流行音乐的视觉化与身体化:以“少女时代”的产制、流通和消费为例》,《新闻学研究》,第122期,2015年1月,37-78页。

2、张琼寰,《台湾玩物产业的发展性:以初音未来为研究对象》,《文化研究季刊》,162期,2018年6月,21-45页。

3、(日)田中秀臣,《AKB48抓住御宅族的消费市场》,江裕真译,《AKB48的格子裙经济学》,台北:远流出版社,2013,117-142页。

● 小组报告 1: (德)瓦尔特·本雅敏,《机械复制时代的艺术作品(1935-1939)第三稿》,王涌译,南京:南京大学出版社,2017,41-96页。

第十周,5月1日

放假休息

第十一周,5月8日

(2)饭圈、粉丝、迷:新媒体时代的参与文化

参考资料:

1、(美)亨利·简金斯等,《参与的胜利》,第一章《参与文化的定义》,杭州:浙江大学出版社,2017,1-32页。

2、John Fiske, "The Cultural Economy of Fandom", in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, edited by Lisa A. Lewis, London: Routledge, 1992, pp. 30-49. (中文版本,陈荣钢译,参见:[https://www.sohu.com/a/225284738\\_559362](https://www.sohu.com/a/225284738_559362))

3、陈仲伟,《日本动漫发展史与迷的文化》,《日本动漫的全球化与迷的文化》,台北:唐山出版社,37-99页。

● 小组报告 2: (荷)莱恩·昂,《〈达拉斯〉与大众文化意识形态》,《文化研究读本》,北京:中国社会科学出版社,2000年,376-396页。

第十二周,5月15日

(3) 审查、治理、抵抗:网络空间的权力管控

参考资料:

1、(美)安妮·弗莱伯格,《移动和虚拟的现代性凝视:流浪汉/流浪女》,《视觉文化读本》,桂林:广西师范大学出版社,327-340页。

2、(美)理查德·卡恩、道格拉斯·凯尔纳,《互联网亚文化与对抗的政治学》,《亚文化读本》,陶东风主编,北京:北京大学出版社,2011,416-431页。

3、杨玲、徐艳蕊,《文化治理与社群自治——以网络耽美社群为例》,《探索与争鸣》,2016年第三期,66-69页。

● 小组报告 3: (法)米歇尔·福柯,《疯癫与文明》,第一章“愚人船”,北京:三联书店,2003,1-35页。

第十三周,5月22日

(4) 数字电影、网剧、网文:新媒体时代的流行文化文本

1、周宪,《论奇观电影与视觉文化》,《文艺研究》,2005年第三期,18-26页。

2、邵燕君、吉云飞、肖映萱,《媒介革命视野下的中国网络文学海外传播》,《文艺理论与批评》,2018年第二期,119-129页。

3、戴锦华、高秀琴,《无影之影:吸血鬼流行文化的分析》,《文艺争鸣》,2010年第十期,38-41页。

● 小组报告 4: (英)彼得·汉密尔顿,《表征社会:战后平民主义摄影中的法国和法国性》,《表征:文化表象与意指实践》,北京:商务印书馆,2003,79-116页。

第十四周，5月29日

(5) 性别身份：女性主义视角的媒介批判

参考资料：

- 1、(英)劳拉·穆尔维，《视觉快感与叙事电影》，《凝视的快感——电影文本的精神分析》，北京：中国人民大学出版社，2005，1-17页。
  - 2、艾晓明，《广告故事与性别——中外广告中的妇女形象》，《妇女研究论丛》，2002年第二期，23-31页。
  - 3、杨美雪、赵以宁，《线上游戏女性玩家性别认同与角色塑造关联性之研究》，《新闻学研究》，134期，2018年1月，89-144页。
- 小组报告 5：(英)安吉拉·麦克罗比，《杰姬：一种未成年少女的意识形态》，《亚文化读本》，陶东风主编，北京：北京大学出版社，2011，219-265页。

第十五周，6月5日

(6) 国族身份：媒介中的跨国主义与民族主义

参考资料：

- 1、杨美惠，《上海大众传媒与跨国主体性》，《媒体世界：人类学的新领域》，北京：商务出版社，2015，253-284页。
  - 2、李红梅，《如何理解中国的民族主义：帝吧出征事件分析》，《国际新闻界》，2016年第11期，91-113页。
  - 3、王洪喆等，《从“迷妹”到“小粉红”：新媒介商业文化环境下的国族身份生产和动员机制研究》，《国际新闻界》，2016年第11期，33-53页。
- 小组报告 6：(美)本尼迪克特·安德森，《想象的共同体》，吴叻人译，上海：上海人民出版社，2003，1-57页。

第十六周，6月12日

(7) 科技、后人类与赛博主义：未来的可能

参考资料：

- 1、(意)罗西·布拉伊多蒂，《后人类》，导论，宋根成译，郑州：河南大学出版社，1-17页。

2、(英)大卫·哈维,《后现代电影中的时间与空间》,《视觉文化读本》,桂林:广西师范大学出版社,2003,156-173页。

3、(斯洛文尼亚)斯拉沃热·齐泽克,《银翼杀手 2049:对后人类资本主义的一种看法》,王立秋译, [http://www.sohu.com/a/201442486\\_790641](http://www.sohu.com/a/201442486_790641)

● 小组报告 7: (法)让·波德里亚,《消费社会》,第三章第一部分《大众传媒文化》,南京:南京大学出版社,2001,99-138页。

第十七周,6月19日

(8) 总结:新媒体文化理论概念的运用及研究型论文范式

参考范文:

1、 文献梳理与观点评述

何威,《从御宅到二次元:关于一种青少年亚文化的学术图景和知识考古》,《新闻与传播研究》,2018年第十期,40-59页。

2、文本分析与阐释

邵燕君,《在“异托邦”里建构“个人另类选择”幻象空间——网络文学的意识形态功能之一》,《文艺研究》,2012年第四期,16-25页。

3、民族志调查

管成云,《农村网吧里的孩子们——基于湖北省藕镇留守儿童互联网使用与社会交往的民族志调查》,《新闻学研究》,132期,2017年7月,1-59页。

第十八周,6月26日

答疑

三、 课程小组报告及期末论文要求

1、小组报告要求:

内容:阅读报告+阅读心得。

(3) 阅读报告:每组选一名组长上台报告。每次两组。每组时间为15分钟——其中10分钟概括指定阅读材料的主要观点和思路;5分钟发表组内成员对理论的点评。

(4) 全部组员每人需完成一页 A4 纸的阅读心得，由组长统一收齐后在报告前交给老师。  
注意事项：如阅读理论遇到困难，可在报告之前约老师讨论。

## 2、期末论文要求：

字数：不少于 3500 字。

内容：以下三选一

(3) 选择一个新媒体文化理论相关的议题，并对其进行文献整理与评述。

(4) 找一个或一系列当代新媒体文本（数字电影、网剧、网络文学、艺术作品等），运用相关理论进行文本分析。

(5) 选择一个当代中国的新媒体文化现象或事件，运用相关理论进行分析，需在文中论述所采用的研究方法。

注意事项：研究型小论文，有自己的观点。结构为提出问题-分析问题-结论。论文注释参照苏州大学论文规范。

## 四、课程设计考核方法及成绩评定

### 1. 考核方法：

考勤（包括课堂参与）：30%

小组报告：30%

期末论文：40%

### 2. 成绩评定：

一、课堂参与：参与的打分标准如下：

(1) 考勤率：15%；

(2) 课堂发言：15%；

(3) 点名三次未到者将扣除全部考勤分，上课发言者下课后请来讲台登记。

二、小组报告：

(2) 组长的报告：20%（其中，对所报告文章主要内容及观点的理解程度，10%；对理论提出自己的看法，6%；时间控制，4%）

(2) 阅读心得：10%

三、期末论文：论文的打分依照以下四个原则：

(1) 有提问，有分析，有结论，结构完整，思路清晰，语言规范。25%

(2) 有自己的独立思考和见解。5%

(3) 注释及引用符合规范。10%

(4) 截止时间：6月28日（周五）下午5:00，迟交1天扣10%，以此类推。

(5) 凡涉嫌抄袭者，按0分计。

五、其他要求

1、小组报告的阅读资料：

(1) (德)瓦尔特·本雅明，《机械复制时代的艺术作品（1935-1939）第三稿》，王涌译，南京：南京大学出版社，2017，41-96页。

(2) (荷)莱恩·昂，《〈达拉斯〉与大众文化意识形态》，《文化研究读本》，北京：中国社会科学出版社，2000年，376-396页。

(3) (法)米歇尔·福柯，《疯癫与文明》，第一章“愚人船”，北京：三联书店，2003，1-35页。

(4) (英)彼得·汉密尔顿，《表征社会：战后平民主义摄影中的法国和法国性》，《表征：文化表象与意指实践》，北京：商务印书馆，2003，79-116页。

(5) (英)安吉拉·麦克罗比，《杰姬：一种未成年少女的意识形态》，陶东风主编，北京：北京大学出版社，2011，219-265页。

(6) (美)本尼迪克特·安德森，《想象的共同体》，第一、二、三章，吴叻人译，上海：上海人民出版社，2003，1-57页。

(7) (法)让·波德里亚，《消费社会》，第三章第一部分《大众传媒文化》，南京：南京大学出版社，2001，99-138页。

2、所有课件、参考资料上传地址：

链接：<https://disk.suda.edu.cn:443/link/B966617F342AAFB8DF2CCDDCAD2AA7A3>

# 《美术基础》课程教学大纲

课程代码：ADVE1002

课程类别：通识教育课程（或大类基础课程、专业教学课程、全校性任意选修课程等）

授课对象：

开课学期：第三学年秋季

学 分：2.5 学分

主讲教师：牡丹等

指定教材：

## 一、教学目的：

《美术基础》主要讲授素描的基本理论和技能，培养正确的艺术观察方法和表现手法，具备熟练的素描造型能力和较高的艺术鉴赏能力，达到艺术理论、技能和修养等方面的协调发展。

## 二、课程内容

### 第一章 素描的观察方法

#### 1、教学内容

学习素描的观察方法，了解素描的基本观察方法和培养对物体的艺术感觉和情感倾向，以达到提高艺术审美能力的目的。

#### 2、教学要点

A、素描的基本观察方法

B、素描的构成要素与基本造型规律

C、素描的情感表达与艺术风格的形成

### 第二章 素描表现方法

#### 1、教学内容

了解和掌握素描的各种表现方法，以培养对物体的感觉能力和情感倾向，以达到掌握素描造型基本规律，提高艺术审美能力与造型能力的目的。

## 2、教学要点

素描的基本表现方法

### 第三章 素描的三大观念

#### 1、教学内容

学习素描写生的整体观、结构观和立体观

#### 2、教学要点

### 第四章 素描的基本造型要素

#### 1、教学内容

了解和掌握素描的造型基本要素点、线和面与形、体、块、透视、比例，三大面、五大调，以培养正确的审美观念与提高素描造型能力。

#### 2、教学要点

A、点、线、面与形、体、块

B、结构、形体、透视、比例

C、三大面，五大调

### 第五章 静物写生中基本形的透视

#### 1、教学内容

学习产生深度效果的四种简单方法、基本形透视的方法。

#### 2、教学要点

A、产生深度效果的四种简单方法

B、基本形透视的方法

### 第六章 静物写生中调子

## 1、教学内容

学习掌握光的**逻辑性**、光的造型以及如何把握整幅画面的**色调**关系。

## 2、教学要点

A、光的**逻辑性**

B、光的造型

C、画面的**色调**关系

## 第七章 静物写生中**线条**

### 1、教学内容

掌握静物写生中的两种**笔势**、三位**艺术家**的**线条语言**。

### 2、教学要点

A、静物写生中的两种**笔势**

B、三位**艺术家**的**线条语言**

伦勃朗·梵·莱茵（1606-1669）

亨利·马蒂斯（1869-1954）

文森特·凡·高（1853-1890）

C、**线条**的**临摹**与**仿效**

D、自由**笔势**与**约束笔势**的**统一**

### 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
一	素描的 <b>观察</b> 方法	4
二	素描 <b>表现</b> 方法	4
三	素描的 <b>三大观念</b>	4
四	素描的 <b>基本造型要素</b>	12

五	静物写生中基本形的透视	20
六	静物写生中调子	8
七	静物写生中线条	20
总 计		72

参考书目：

《设计素描》 赵君超 著 辽宁美术出版社

《素描技法》 马玉如、陈达青编著 人民美术出版社

《美国当代素描教学》 约瑟夫·穆格奈尼著 湖南出版社

《运动人体》 佐治伯里曼 浙江美术出版社

《设计素描》 冯峰等

《国外素描概念》 章仁缘编著 江西美术出版社

《素描指南》 [美]丹尼尔·M, 上海人民美术出版社

《素描基础》 罗伯特·贝菲尔·黑尔著

《现代西方素描鉴赏与研究》 周至禹

《美国现代西方教程》 Robert Beverly Hale 著

《向大师学素描—素描基础》 Robert Beverly Hale 著 朱岩译

《向大师学素描—解剖结构》 Robert Beverly Hale 著 朱岩译

《向大师学素描—人体素描》 Robert Beverly Hale 著 朱岩译

# 《三维动画设计》课程教学大纲

课程代码：EXAD1014

课程类别：专业必修课程

授课对象：广告学

开课学期：

学 分：3 学分

主讲教师：刘均星

指定教材：《5DS+影视包装实例教程——Maya/After Effects 综合应用篇》 北京五谛风格动画制作有限公司 编著，中国青年出版社 2006 年 2 月第一版

## 一、本课程的目的、性质与任务和教学基本要求

### 1、课程的性质

《广告三维动画》是广告学专业开设的一门影视广告创作实务课程。

本课程的学习要求学生影视和广告创作的基础知识有一定的了解，并对动画制作、动画制作软件MAYA（或3DS MAX）和影视后期效果软件AE的基本操作有一定的基础。

### 2、教学任务和目的

本课程的主要任务是利用影视包装的实例制作让学生掌握片头包装动画制作流程；分镜头动画制作方法和技巧；MAYA（或3DS MAX）、PHOTOSHOP、AE等软件的综合应用。通过本课程的学习，使学生能掌握一定的影视广告设计知识和技能，能制作一定水平的广告影视动画，为今后的创作和工作打下良好的基础。

### 3、教学基本要求

通过本课程学习，学生应达到下列基本要求：

- （1）掌握片头包装动画制作流程；
- （2）掌握分镜头动画创作方法和制作技巧；
- （3）MAYA（或3DS MAX）、PHOTOSHOP、AE等软件的综合应用。
- （4）能独立完成一部影视广告动画的创作。

## 二、教学方法和教学形式

### 1、 教学方法和形式

本课程是一门技能性较强、涉及知识多元化的课程，因此教学方法的选择也是多样化的。教学中前期以教师示范操作为主，中期以教师指导学生练习为主，后期就以教师引导学生创作为主。为了丰富学生的影视和动画知识，拓宽广告创作思路，还应配以影视作品鉴赏等课程内容。

### 2、 实践性环节

要提高学生的感性认识和实战能力，在允许的情况下，应结合课程内容，安排学生到动画公司和广告公司实践。

### 三、本课程的教学内容、教学重点

#### 第一部分 片头包装动画制作流程及相关基础知识

教学重点：制作流程

#### 第1章 片头包装基础知识 （6 课时）

##### 1. 1 片头包装动画制作流程

##### 1. 2 片头包装基础知识

##### 1. 2. 1 分辨率

##### 1. 2. 2 像素比

##### 1. 2. 3 帧速率

##### 1. 2. 4 安全框

##### 1. 3 抗抖动

##### 1. 3. 1 场

##### 1. 3. 2 运动模糊

##### 1. 3. 3 帧融合

##### 1. 4 抗锯齿

##### 1. 5 软件的输出设置

#### 第二部分 动画实例制作

教学重点：分镜头动画创作方法和制作技巧；MAYA（或 3DS MAX）、PHOTOSHOP、AE 等软件的综合应用。

#### 第 2 章 电影频道-----频道 Logo 演绎之《剪纸篇》 （讲授 9 课时）

##### 2. 1 创意点与实现方法

- 2. 2 在 Illustrator 中绘制 Logo 模型线框
- 2. 3 在 Maya 中制作 Logo 动画
  - 2. 3. 1 在 Maya 中对矢量图形倒边
  - 2. 3. 2 为模型添加材质
  - 2. 3. 3 为模型添加动画
  - 2. 3. 4 在 Maya 中设置播放速度
  - 2. 3. 5 调整动画运动速度
  - 2. 3. 6 摄像机镜头的使用
  - 2. 3. 7 在 Maya 中渲染
- 2. 4 绘制贴图纹理
  - 2. 4. 1 在 Illustrator 中绘制 Logo
  - 2. 4. 2 在 Photoshop 中为图像着色
  - 2. 4. 3 在 Photoshop 中绘制具有透明通道的 TIF 文件
- 2. 5 在 Maya 中制作定版动画素材
  - 2. 5. 1 创建 Plane 物体
  - 2. 5. 2 在 Maya 中制作镂空材质
  - 2. 5. 3 制作定版动画
- 2. 6 在 After Effects 中制作动画
  - 2. 6. 1 创建虚边
  - 2. 6. 2 模拟折射效果
  - 2. 6. 3 制作镜头平移运动效果
  - 2. 6. 4 制作镜头推拉运动效果
  - 2. 6. 5 制作景深
  - 2. 6. 6 制作定版动画
- 2. 7 After Effects 动画剪辑技巧
  - 2. 7. 1 推进镜头的电影视觉效果剪辑
  - 2. 7. 2 可预见性的效果剪辑
- 2. 8 将声音对位完成剪辑

### 第3章 家庭影院频道-----频道 Logo 演绎之《光电篇》（讲授 9 课时）

- 3.1 创意点与实现方法
- 3.2 制作文字组成的线段
- 3.3 在 Maya 中搭建场景
  - 3.3.1 创建数据流对象
  - 3.3.2 搭建场景一
  - 3.3.3 搭建场景二
- 3.4 制作 Logo
  - 3.4.1 制作模型
  - 3.4.2 制作材质
  - 3.4.3 制作动画
- 3.5 制作碎片
  - 3.5.1 制作模型
  - 3.5.2 制作动画
- 3.6 在 After Effects 中制作片断
  - 3.6.1 制作镜头一
  - 3.6.2 制作镜头二
  - 3.6.3 制作镜头三
  - 3.6.4 整合影片

### 第4章 北美电影频道-----《中国红》（讲授 9 课时）

- 4.1 创意点与实现方法
- 4.2 在 Photoshop 中制作文字、图腾和胶片
  - 4.2.1 在 Photoshop 中制作胶片
  - 4.2.2 在 Photoshop 中制作文字和图案
- 4.3 在 After Effects 中制作动画
- 4.4 在 Maya 中制作动画
  - 4.4.1 制作镜头一
  - 4.4.2 制作镜头二
  - 4.4.3 制作镜头三
  - 4.4.4 制作镜头四
  - 4.4.5 制作镜头五
  - 4.4.6 制作镜头六
  - 4.4.7 制作镜头七
  - 4.4.8 制作镜头八
- 4.5 在 After Effects 中进行最后的完成

### 第5章 佛山电视台-----《佛山大片头》（讲授 9 课时）

- 5. 1 创意点与实现方法
- 5. 2 在 Maya 中制作 Logo 模型
  - 5. 2. 1 在 Photoshop 中调整 Logo 图片对比度
  - 5. 2. 2 在 Maya 中绘制线框
  - 5. 2. 3 在 Maya 中完成 Logo 模型
- 5. 3 Logo 的材质与灯光
  - 5. 3. 1 在 Maya 中制作 Logo 的正面材质
  - 5. 3. 2 在 Maya 中制作 Logo 的倒边材质
  - 5. 3. 3 在 Maya 中制作 Logo 的侧面材质
  - 5. 3. 4 在 Maya 中布置灯光
- 5. 4 模型的渲染细分设置
- 5. 5 模型的摄像机设置
- 5. 6 在 Photoshop 中绘制创意结构
  - 5. 6. 1 制作第一个镜头
  - 5. 6. 2 制作第二个镜头
  - 5. 6. 3 制作第三个镜头
  - 5. 6. 4 制作第四个镜头
  - 5. 6. 5 制作第五个镜头
  - 5. 6. 6 制作第六个镜头
  - 5. 6. 7 制作第七个镜头
  - 5. 6. 8 制作第八个镜头
- 5. 7 在 After Effects 中设置片断长度
- 5. 8 在 Maya 中设置动画
  - 5. 8. 1 制作推拉镜头
  - 5. 8. 2 制作旋转镜头
  - 5. 8. 3 制作定版镜头
- 5. 9 在 After Effects 中制作动画
  - 5. 9. 1 镜头载人
  - 5. 9. 2 设置虚化镜头
  - 5. 9. 3 设置特殊镜头
  - 5. 9. 4 剪辑片断

## 第6章 UU 卡通派 (讲授 9 课时)

- 6. 1 创意点与实现方法
- 6. 2 第一分镜
  - 6. 2. 1 创建藤蔓
  - 6. 2. 2 创建藤蔓的材质
  - 6. 2. 3 藤蔓生长动画

- 6. 2. 4 渲染藤蔓
- 6. 2. 5 第一分镜的合成
- 6. 3 第二分镜
  - 6. 3. 1 金色大道的贴图
  - 6. 3. 2 调整贴图制作动画
  - 6. 3. 3 镜头二的合成
- 6. 4 黄色藤蔓材质

## 第7章 六安电视台-----宣传片之《瓜片篇》 (讲授 9 课时)

- 7. 1 创意点与实现方法
- 7. 2 在 Maya 中制作主要元素和动画
  - 7. 2. 1 制作 Logo
  - 7. 2. 2 在 Maya 中制作飞舞的叶子
  - 7. 2. 3 在 Maya 中制作穿梭的线
  - 7. 2. 4 在 After Effects 中合成动画

## 第8章 电影频道-----音乐之声《宣传片》 (讲授 9 课时)

- 8. 1 创意点与实现方法
- 8. 2 在 Maya 中创建模型
- 8. 3 在 Maya 中制作第一个分镜
  - 8. 3. 1 创建粒子运动的路径
  - 8. 3. 2 创建粒子沿路径运动的动画
  - 8. 3. 3 创建散落在空间的粒子
  - 8. 3. 4 设置锥体的材质
  - 8. 3. 5 设置锥体的动画
  - 8. 3. 6 创建第一个分镜的摄像机动画
- 8. 4 在 Maya 中制作第二分镜
  - 8. 4. 1 创建摄像机动画
  - 8. 4. 2 创建锥体动画
  - 8. 4. 3 渲染镜头二
- 8. 5 在 Maya 中制作第三分镜
  - 8. 5. 1 创建摄像机动画
  - 8. 5. 2 创建锥体动画
  - 8. 5. 3 渲染镜头三
- 8. 6 在 Maya 中制作第四分镜
  - 8. 6. 1 创建摄像机动画

- 8. 6. 2 创建锥体动画
- 8. 6. 3 渲染镜头四
- 8. 7 在 Maya 中制作第五分镜
  - 8. 7. 1 粒子动画
  - 8. 7. 2 摄像机动画
- 8. 8 在 After Effects 中制作动画
  - 8. 8. 1 制作背景
  - 8. 8. 2 制作镜头
  - 8. 8. 3 制作镜头二、三和四
  - 8. 8. 4 制作镜头五

## 第9章 山东电视台-----《周末好时光》 (讲授 9 课时)

- 9. 1 创意点与实现方法
- 9. 2 在 Maya 中建立机器模型
- 9. 3 在 Maya 中制作模型的材质
- 9. 4 在 Maya 中制作模型和 Logo 的动画
- 9. 5 在 Maya 中制作走光效果
- 9. 6 在 After Effects 中进行合成

## 第10章 电影频道-----频道 Logo 演绎之《咖啡时光》 (讲授 12 课时)

- 10. 1 创意点与实现方法
- 10. 2 在 Maya 中创建模型
  - 10. 2. 1 制作咖啡杯
  - 10. 2. 2 制作碟子
  - 10. 2. 3 导入勺子并表面创建咖啡效果
- 10. 3 在 Maya 中创建材质
  - 10. 3. 1 咖啡杯材质
  - 10. 3. 2 在 Maya 中制作金属勺材质
  - 10. 3. 3 在 Maya 中创建咖啡材质
  - 10. 3. 4 咖啡泡沫材质
- 10. 4 在 Maya 中制作第一个分镜
  - 10. 4. 1 创建第一分镜的反射环境
  - 10. 4. 2 创建第一分镜的灯光
  - 10. 4. 3 制作咖啡泡沫的旋转效果
  - 10. 4. 4 创建第一分镜的摄像机动画
- 10. 5 在 Maya 中制作第二个分镜

- 10. 5. 1 制作勺子上残留的咖啡
- 10. 5. 2 创建第二分镜的灯光
- 10. 5. 3 创建第二分镜的摄像机动画
- 10. 6 在 Maya 中制作第三分镜
- 10. 6. 1 制作咖啡气泡动画
- 10. 6. 2 制作咖啡泡沫
- 10. 6. 3 创建第三分镜的灯光
- 10. 6. 4 镜头动画
- 10. 7 在 Maya 中制作第四个分镜
- 10. 8 在 Maya 中制作第五个分镜
- 10. 9 在 Maya 中制作第六个分镜
- 10. 9. 1 镜头动画
- 10. 9. 2 制作烟雾效果
- 10. 10 在 After Effects 中进行最后合成
- 10. 10. 1 镜头一的合成
- 10. 10. 2 镜头一和镜头二的闪白切场

## 第11章 电影频道-----《电影报道》大片头 (讲授 12 课时)

- 11. 1 创意点与实现方法
- 11. 2 在 Maya 中制作水晶花瓣
- 11. 2. 1 创建花瓣模型
- 11. 2. 2 制作花瓣材质
- 11. 3 在 Maya 中制作水晶花
- 11. 3. 1 制作模型
- 11. 3. 2 制作花芯材质
- 11. 3. 3 渲染设置
- 11. 4 在 Maya 中制作花粉
- 11. 5 花朵盛开动画
- 11. 6 花粉旋转动画
- 11. 7 散射粒子动画
- 11. 8 平行粒子动画
- 11. 9 路径粒子动画
- 11. 10 翻滚粒子动画
- 11. 11 光线动画
- 11. 11. 1 制作动画
- 11. 11. 2 制作材质
- 11. 11. 3 制作曲线群
- 11. 12 在 After Effects 中合成动画

- |           |       |
|-----------|-------|
| 11. 12. 1 | 制作镜头一 |
| 11. 12. 2 | 制作镜头二 |
| 11. 12. 3 | 制作镜头三 |
| 11. 12. 4 | 制作镜头四 |
| 11. 12. 5 | 制作镜头五 |
| 11. 12. 6 | 制作镜头六 |
| 11. 12. 7 | 制作镜头七 |

#### 四、课时安排

课堂讲授、示范指导 102 课时，学生实践 78 课时。

#### 五、考核

由老师指定或学生选定一项目主题创作一则影视动画广告片。（项目工程量大的学生可以组成团队）

# 《网络广告设计》课程教学大纲

课程代码：ADVE1012

课程类别：专业教学课程

授课对象：广告、广告会展、新闻、艺术设计等专业

开课学期：2014-2015 学年春季学期

学 分：2 学分

主讲教师：赵丁丁

指定教材：无

## 一、教学目的：

本课程将帮助同学们了解一个网站、应用、**联网实体产品**是如何从零开始建立的；解析一个成功的网络产品所具备的要素；介绍**用户研究、交互设计、可用性测试**等工作的方法和工具；探索**用户行为及心理基本模型**；培养以**用户为中心的设计思维**。

本课程将带领同学们体会完整的**网络产品设计流程**：**问题研究、概念发展、功能设定、原型制作、测试反馈**。并最终完成一个网站、**应用或联网实体交互产品原型**。

## 二、课程内容

### 第一章 交互设计流程

#### 1、教学内容

**讲解交互设计基本流程**：研究**问题、概念发展、功能设定、原型制作、测试反馈**；及每个流程**对应的内容、方法、工具**；**讲述执行设计时的思维过程及过程要点**；介绍**代表案例的形成过程、组织形式及立足优势**。

#### 2、教学要点

**通过比喻的方式通俗地讲解交互设计基本流程**，使学生理解一个**产品/作品是如何从灵开始组织的**；

**讲解时强调前期研究（用户研究及通过研究发展出的产品概念、功能）的重要作用**，展示**设计的后台工作、前台工作及关联**。

### 第二章 可用性评估基本方法

#### 1、教学内容

介绍可用性评估方法：**观察法、任务流测试法、注意力测试法（眼动仪）、问卷调查法**；

讲解可用性评估工具：调查问卷；

分析方法与工具的操作方式、优势与适用性。

## 2、教学要点

讲解可用性测试方法、原则、技巧；指导学生对已有成熟产品进行可用性评测；使学生感性认识优秀交互产品/作品设计要素。

作业：分组进行评测，每组针对一个网站进行测试并作总结；网站选择要有关联性、可对比性。

## 第三章 用户行为模式

### 1、教学内容

常见的用户行为模式及对应设计要点；

行为行为模式：安全搜索、即时满足、满意即可、中途变卦、延后选择、前瞻记忆、递增构建、习惯、小片时间、空间记忆、简化重复工作、只支持键盘、旁人建议、个性化推荐。

### 2、教学要点

介绍用户行为模式的内容及表现形式，以及对应的设计注意事项，或设计契机；

着重在描述行为模式时与现有案例相结合，鼓励学生自由发散联想，并支持之后的具体设计。

## 第四章 用户研究基本方法

### 1、教学内容

介绍用户研究相关问题：用户需求、使用背景、用户对应用的认知、发现用户不爽之处、用户行为模式；

讲解用户研究方法：影随法、实地访谈法、领域专家访谈法、电话访谈法、街头拦访法、焦点小组、日记分析法、问卷调查法等；

解释用户研究如何规划、如何招募用户。

### 2、教学要点

提示学生注重用户研究，及用户研究中的重点；

介绍用户研究方法及使用注意事项，各方法优势；

提示学生注意规划用户研究的目标、时间安排、搜集用户基本信息、方法、准备问题、角色分配、设备准备、报告内容；注意问卷的筛选、用户数量的确定；实施访谈时注重提开放性问题、寻找具体例子、深入挖掘不在场实践并搜集相关证据、及时总结。

## 第五章 用户研究结果分析

## 1、教学内容

介绍用户研究结果分析到概念发展的过程：共享资料、分享笔记、记录分析结果和创意、讨论汇报、创建设计工具、编撰并展示产品定义文档，及每个过程的重点、优势及注意事项；

讲解常用设计工具：人物角色、场景、故事板、用户旅程图，及每种工具的内容及适用性。

## 2、教学要点

注意讲解用户研究结果分析过程各步骤之间的关联及发展过程；

分析设计工具的差异、选择原则及使用注意事项；

鼓励学生展示自己的产品定义文档，并互相讨论评价。

## 第六章 竞品评估

### 1、教学内容

介绍如何通过评估已有的相关成熟产品，避免可用性问题，确定要满足的用户需求，发现市场机会，分析出自己设计的最佳实践。

讲授竞品评估主要工具：需求匹配图、2x2 象限图、启发式评估、竞争标杆分析，及其使用方法。

### 2、教学要点

注意在讲授竞品评估工具时，例证的重要性，并向学生分析每个分析工具的功能范围与使用要点。

鼓励学生通过竞品分析工具分析已有产品，以帮助其确定并优化自己的设计。

## 第七章 概念设计

### 1、教学内容

确定设计产品的概念及主要功能。这一章主要就“解决设计问题，评估设计创意，沟通设计创意”进行思维训练。主要运用的方法是头脑风暴法，可使用的设计工具有服务蓝图，使用流程图，功能结构图，信息流向图等。

### 2、教学要点

教授学生有效地利用头脑风暴确定产品创意并设定主要功能。同时，传授通过设计工具推动设计流程向更具体的设计发展。注意引导学生选择创意或功能时创作氛围的营造，并强调随时勾勒草图的重要性。

## 第八章 框架设计

### 1、教学内容

定义交互框架：外形因素、姿态和输入方法；功能和数据元素；功能组和层次；勾勒交互框架；构建关键线路和场景剧本；通过验证性的场景剧本来检查设计。

框架设计方法及工具。

## 2、教学要点

这一阶段强调快速、发散、验证性的产出。

注重强调以草图勾勒框架设计的重要性。

在框架设计时利用关键线路来构思；设计完成后以关键场景任务流方式检验、验证设计可行性。

## 第九章 用户界面设计

### 1、教学内容

界面设计的框架模式：中心和条幅、充分连接、多级导航、渐进模型、金字塔模型、平移和缩放、模态面板、清晰入口模型、书签、逃生仓；格式塔原则；界面设计的视觉模式：视觉框架、对等网格、右左对齐、对角线平衡。

### 2、教学要点

使学生掌握交互产品的基本框架模型、视觉基本原理和视觉设计原则，以指导之后的实际操作。

讲述中着重注意结合学生的实际设计进行启发，帮助学生铺垫实际设计工作。

## 第十章 交互原型设计

### 1、教学内容

介绍可交互原型的概念、作用、种类及对应的优缺点、制作要点；交互原型包括：纸面原型、设备上的静态图片原型、设备上的可交互原型。

### 2、教学要点

此阶段将利用界面制作网站或程序的可交互原型，在设计中要注意交互反馈的细节与用户的心理预期是否匹配，以此为标准随时调整设计；同时，随时回顾初期概念设计，以免实际操作时跑题。

## 第十一章 交互设计工具

### 1、教学内容

带领学生了解、学习现有主要可交互原型制作工具，包括 PowerPoint、Axure、Flash、Dreamweaver、Adobe Muse、Sketch。

### 2、教学要点

对比介绍现有主要可交互原型制作工具的特点及作用，使学生了解工具 PowerPoint、Axure、Flash、Adobe Muse、Sketch；着重掌握工具 Dreamweaver 的使用方法；并**实际制作可验证的交互原型**。

## 第十二章 视频原型制作

### 1、教学内容

结合具体案例介绍交互产品的**视频原型表现内容、手法和制作手段**；制作程序包括：**编写脚本、拆分故事版或分镜头、制作视频原型中出现的**产品界面、拍摄、剪辑、后期合成交互界面、成片****。

### 2、教学要点

指导学生制作适合**表现产品特性的视频原型**，即直接**表现主要功能，辅助功能利用镜头快速切换**；注重鼓励学生通过**多渠道展示视频原型**，包括课上展示、在**优酷等在线视频网站展示**等。

## 第十三章 包装与概念表现

### 1、 教学内容

讲授如何**包装并宣传自己的交互产品**；交互产品的包装包括：**介绍性展板、介绍性视频、介绍性网站**等等。

### 2、教学要点

着重介绍**优秀的产品包装所占有的优势**；帮助学生建立**产品意识**，好的产品**不仅需要优秀的概念、执行，同样要注重产品包装**。

## 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
1	交互 <b>设计流程</b>	3
2	可用性 <b>评估基本方法</b>	3
3	用户 <b>行为模式</b>	3
4	用户 <b>研究基本方法</b>	6
5	用户 <b>研究结果分析</b>	3
6	竞品 <b>评估</b>	3
7	概念 <b>设计</b>	6
8	框架 <b>设计</b>	6

9	用户界面设计	3
10	交互原型设计	3
11	交互设计工具	6
12	视频原型制作	3
13	包装与概念表现	3
总	计	51

### 参考书目

《iPhone 应用用户体验设计实战与案例》（美）Suzanne Ginsburg 著；师蓉、樊旺斌译。北京：机械工业出版社，2011.6

《About Face 交互设计精髓》Alan Cooper、Robert Reimann、David Cronin 著；刘松涛译。北京：电子工业出版社，2008.11

《界面设计模式》Jenifer Tidwell 著；De Dream 译。北京：电子工业出版社，2013.9

《用户体验要素—以用户为中心的产品设计》（美）Jesse James Garrett 著；范晓燕译。北京：机械工业出版社，2011.6

《DON' T MAKE ME THINK》Steve Krug 著；De Dream' 译。北京：机械工业出版社，2006.8

《IDEO, 设计改变一切》（英）蒂姆·布朗著；侯婷译。北京：万卷出版公司，2011.5

# 《电视剧创作》课程教学大纲

课程编号：JOUR2033

课程类别：

授课对象：

开课学期：

学 分：2 学分

主讲教师：杨新敏

指定教材：杨新敏，《电视剧叙事研究》，文化艺术出版社，2003年

教学目的：

使学生了解电视剧创作的特殊环境和创作特点，对电视剧的叙事诸范畴得出正确理解，并通过对电视剧和电影、戏剧及小说的创作要求的比较和分析，理解电视剧创作的独特规定性，廓清对电视剧的种种错误认识，解放学生的创作潜能，能够初步尝试进行电视剧剧本创作，正确认识和欣赏电视剧剧作，提高欣赏水平。

## 第一章 电视剧本体与创作

课时：3周，共6课时

教学内容

### 第一节 流行观念误区

#### 一， 节目流中的“低度文化娱乐”

这种观念认为，电视剧的观赏环境是客厅。这是一种非仪式化的环境，它带来观赏的随意性和非专注性。作为审美主体的观众，一般是在现实，冷静的感情机制下观赏电视剧的。而作为审美客体的电视剧又是穿插在新闻，体育，教育等纪实性节目中播出的，电视剧只是电视整个节目中的一环。处在多信息传输夹缝中的电视剧必然而且必须受到电视整体节目日常化和平俗化的制约，文化口味和艺术价值因而大打折扣，只能是一种“低度的文化娱乐”。

#### 二， 欣赏环境引致对思想的拒斥

“电视是一种大众艺术，承载不动厚重的思想”，这只是一种偏见，当然，电视剧也不能只追求“好看”，一定要注重思想性和艺术性。

#### 三， 把纪实性看作电视剧的美学特征

把电视剧的美学特征之一看作纪实是一种因早期电视剧特征展示不充分而形成的错误认识。纪实只能是电视剧诸种风格手法中的一种。

## 第二节 电视剧本体观念

### 一、诗本体与清晰度问题

电视剧艺术虽然说需要一定的清晰度作保证，但清晰度只是为电视剧的艺术表现提供了一种前提和可能。从艺术的发展来看，并不是不断追求清晰的过程，相反，艺术追求的往往是模糊。。。。。。

### 二、客厅文化场效应

电视剧是一种以视觉为主的视听综合艺术，电视剧艺术的欣赏是一种专注性欣赏，群体同步欣赏与场内场外品评交流。

思考题：

- 1, 流行观念有那些误区？
- 2, 什么叫客厅文化场效应？

## 第二章 话语精神与叙事策略

课时：3周，共6课时

教学内容

### 第一节 话语精神与文化情境

#### 一、艺术的当代性，民族性

电视剧要具有当代性，是指作品中的话语精神应当体现出当代人的价值判断，历史思维和审美追求，或者说作品应当站在当代人新的认识高度，思维水平和审美趣味上来审视社会与历史，把握其精神内核，对社会与历史现象做出当代性阐释。

#### 二、主流文化话语：权威性，政治性

主流文化是以中心意识形态为基础而形成的文化系统。它的话语特征就是强烈的意识形态色彩。由于它居于中心地位，所以具有权威性。它占据着社会的公共领域，作为社会机器的组成部分，对社会发挥着适度的调控功能。

三， 商业文化话语：世俗性，娱乐性

商业文化话语，是一种文化工业的产物。它不以个性，创造性，美学韵味为旨归，一切都以市场的需求为标准。从策划，投资，制作到宣传，发行，进入实际消费，商业性电视剧都被作为一种批量生产的工业产品而进入文化市场。

四， 精英文化话语：启蒙性

精英文化话语是一种知识分子话语，它以一种对纯粹的知识性和人文态度的追求而同其他文化话语相区别。

## 第二节 叙事策略的选择

一， 平民化：主流意识形态叙事策略

观念的伦理化与伦理的自然化，主流话语不能停留在大道理的宣讲上，它必须经过伦理化的转化，把政治话语转化为伦理话语。以人带史，以史托人，对重大事件的再现。领袖，英雄，榜样的前景化和背景化。

二， 观赏性和模式化叙事：商业性叙事策略

商业文化话语的标准是市场的赢利，为此，在叙事策略上，起叙事原则是模式化的：首先，其叙事采取的是类型化的人物塑造方式，其次，叙事的模式化，第三，商业性的电视剧具有强烈的煽情性。

三， 个性化和深度追求—精英叙事策略

首先，精英叙事不断地探求着深度；其次，向人物心理深层的迈进；第三，叙事的个性化与探索意识。

四， 缝合与冲突

我们现在正处在一个文化多元化的时代，每种文化都具有着别文化所无法替代的功能，这些文化话语处于一种既相互依存，相互补充，渗透，又相互冲突的状态之中。

思考题：

1，为什么艺术具有当代性？

2，什么叫精英叙事策略

## 第三章 电视剧叙事的空间与时间

课时：3周，共6课时

教学内容

## 第一节 电视剧叙事的时间规约

### 一、故事时间与历史事件

电视剧有三种时间：故事时间，情节时间，屏幕持续时间。故事时间就是故事本身所经历的时间；情节时间则是叙事所展示的时间；屏幕持续时间则是指剧情的实际演出时间。历史时间与故事时间可以有或大或小的相关度，但故事时间与历史时间绝不能混为一谈。

### 二、情节时间与因果联系及时序

把故事讲清楚，仅仅是对于电视剧叙事的最基本要求，而不是电视剧叙事的本体要求。根据叙事目的对叙事时序进行多种安排，可以使电视剧的叙事变得更有趣，更易于观众理解。

### 三、屏幕持续时间与跨度，频率

在电视剧的每集正文中，叙事频率一般是一个事件叙述一次。至于多个事件叙述多次，平均起来还是一个事件叙述一次，所以我们仍把它归在一个事件叙述一次的类型中。

## 第二节 电视剧的空间可能

### 一、故事空间与历史空间

与电视剧的三种叙事时间相应，电视剧的叙事空间也有三种：故事空间，情节空间与屏幕展示空间。

### 二、情节空间与故事空间

首先，情节空间构成人物行动的特定环境；其次，情节空间对于人物塑造，对于揭示人物的心理世界发挥着重要作用；再次，环境空间还超越塑造人物，直接参与电视剧的深层表意。

### 三、屏幕空间及其功能

屏幕空间包括电视机的屏幕空间和电视剧中所设置的屏幕空间

### 四、电视剧的空间构图与光色的表意效果

电视剧的构图是处于运动中的，运动才是它的本质特征。电视剧的空间表现还离不开色彩及用光，色彩和光效的变化，还具有很强的表意作用

思考题：

1，什么叫屏幕持续时间？

2，屏幕空间及其功能

## 第四章 电视剧的声音和叙事情境

课时：3周，共6课时

### 教学内容

#### 第一节 电视剧的声音

##### 一， 电视剧的声音

首先，声音能积极影响我们对画面的阐释；其次，声音影响对画面中的事物的注意度；第三，声音提示我们对画面的期待；第四，声音的出现还给寂静增添了新的价值

##### 二， 电视剧声音对画面空间的暗示，层次感与现场录音

电视剧的叙事空间不仅局限在屏幕范围内，画外的声音使电视剧的空间得到延伸，从而突破了屏幕的限制。

##### 三， 电视剧中的语言

电视剧的声音包括了自然的音响，音乐和人物的语言。一是把语言放到整个声音符号的表意功能中，来说明它的地位和作用，二是讨论一下在电视剧中广泛应用的方言以及双语和古语的运用问题。

#### 第二节 叙事情境

##### 一， 叙述人的设置及功能，叙述者与聚焦者

叙述情境是指叙述者与故事之间所形成的不同关系，它包括作品以什么样的叙事方式叙述，叙事人称的安排以及叙述聚焦与谁。

##### 二， 无限叙述与有限叙述—故事信息的广度

无限叙述与有限叙述涉及叙事者参与故事的程度。由于叙事者参与故事的程度不同，叙事信息的广度因而也有所不同，有零度聚焦，内部调焦，外部调焦

##### 三， 客观叙述与主观叙述—故事信息的深度

客观叙述是指叙述者讲述故事时，把叙述内容局限于角色说什么和作什么的信息之内，或者说局限于他的外部举止。而主观叙述则是指叙述者让我们见角色之所见，闻角色之所闻。

##### 四， 电视剧人物叙述的两种方式：传奇式与历史式

传奇式叙事遵循二元对立的思维模式，主要人物都是正派，道德形象，与反派人物形成对照，从而使观众的认同只能投向主要人物，因而不会产生认同危机；历史式叙述则深入人物内心，把人物行动的细腻的心理过程刻画出来，人物行动有了心理根据，就成了和普通人一样的人，成了可以理解的人，因而身上有什么缺点也能被观众所原谅了。

思考题：

1, 有限叙事与无限叙事的含义

2, 电视剧声音的阐述

第五章 叙事风格

课时：3周，共6课时

教学内容

第一节 叙事神话与人生的戏剧化

一 艺术与现实的想象关系

戏剧性的风格概括起来有三种涵义：一是时空的舞台性，二是情节的冲突性，三是偶然，巧合等技巧性。

二 戏剧性风格

第一，时空的舞台性：舞台性建立在假定性基础之上，舞台剧在一个三堵墙包围的舞台空间中演出，观众隔着第四堵透明的墙与演员同处一真实空间中来欣赏，这样就有了舞台环境设置的假定性；第二，情节的冲突性：电视剧既然被称之为“剧”，就必然要遵循“三一律”的规范；第三，偶然，巧合等技巧性因素：戏剧与生活的不同之处在于，生活是在时间中流动的，它无始无终，而戏剧则是一种文本游戏，它的时空被封闭在文本之中，成为一个自足题。

第二节 纪实化风格或零度风格

一 纪实是否可能？纪实与历史或话语对事件的颠覆

电视剧的所谓纪实其实只是对历史的一种叙述，此时，即使真实发生的事件也已然成为历史，而对历史的叙述永远不可能复原历史，只能是对历史的一种想象，是对历史的某一个方面的感悟

二 纪实化风格

第一，新闻事件的排演：这是在外在形态与内容处理上最接近发生过的现实的一种电视剧；第二，故事的纪实化包装，话语痕迹的擦抹：这种方式中，故事是虚构的，但表现手法却是纪实的；第三，写实性追求：这种方式在构图，用光，色彩等方面都是非常讲究的，他的纪实是在内容层面上。

第三节 诗化风格

一 诗意的栖居

任何艺术，从本质上来说都是诗。人总是诗意地栖居在地球上。所谓电视剧的诗化风格，就是与客观纪实相对应的心灵风暴的揭示，是对于生命的哲学思考，是语言表达上的诗歌化，是声像系统的造型化。

## 二 诗化风格

第一，浪漫想象：借助想象把现实浪漫化，使现实变形为人的梦，变形为心灵的音乐；第二，意境营造：是指把客观之景化为主观之意，使一切景语皆情语；第三，语言的诗化；第四，心灵拷问，生命意义的追索：这是诗化风格的最高境界。

思考题：

- 1, 什么叫零度风格？
- 2, 纪实化风格的种类？

## 第六章 叙事与观众接受

课时：3周，共6课时

教学内容

### 第一节 消解大众文化

#### 一 大众文化与主流文化及精英文化

人们一般称承载商业性话语的文化为“大众文化”，“精英文化的创作对象是精英，主流意识形态的创作对象是主流意识形态”，这是一种误解。

#### 二 大众文化与民间文化

民间文化是真正产自民间的文化，它的最为显著的特征就是：接受者就是创作者。这是一种自娱自乐的文化。与民间文化不同，大众文化则是一种时尚文化，一种潮流文化。

#### 三 消解大众文化

大众文化并不是为了满足人们的实际需求，那么，在影视艺术中，“大众即上帝”的口号就值得怀疑。大众只是一个空洞的能指，电视剧即不是为大众的需求而作，它也不是大众本身，它只是大众的某种替代品。

### 第二节 接受者的文本设定

#### 一 可理解性与不可理解性

第一，一个历史的，地域的和受教育程度影响的概念，1，它可能是基于现实生活的，2，它可能是基于文化传统的，3，它可能是基于受教育传统的；第二，对艺术的理解与对科学的

理解不同，1，对科学的理解要求努力把道理说清楚，说得越明白，2，科学的真理只有一个，艺术却有多，3，艺术的读解有层次。

## 二 授受双方的程式协议：符码的“游戏规则”

艺术作品既与现实相关，又是一个自足体。作为一种封闭在文本中的游戏，它需要游戏的参与者遵守一定的“游戏规则”。

## 三 “期待视野”与“召唤结构”

## 四 接受者的文本设定与叙事模式的选择

第一 努力在电视剧种叠合多个层次；第二 选择较为浅显的艺术层次；第三 进行分众化选择

## 思考题

- 1, 大众文化与主流文化的关系怎样？
- 2, 什么叫消解大众文化？
- 3, 什么叫期待视野？

## 参考书目：

- 周传基：《电影·电视·广播中的声音》，中国电影出版社 1991 年版；
- 韦恩·布斯：《小说修辞学》，广西人民出版社 1987 年版；
- 马塞尔·马尔丹：《电影语言》，中国电影出版社 1990 年版；
- 徐岱：《小说叙事学》，中国社会科学出版社 1992 年版；
- 路海波：《电视剧美学》，江苏文艺出版社 1989 年版；
- 肖鹰：《形象与生存》，作家出版社 1996 年版；
- 陈刚：《大众文化与乌托邦》，作家出版社 1996 年版；
- 里蒙·凯南：《叙事虚构作品》，三联书店 1989 年版；
- 罗钢：《叙事学导论》，云南人民出版社 1994 年版；
- 钟艺兵：《中国电视艺术发展史》，浙江人民出版社 1994 年版；
- 壮春雨：《电视剧学通论》，中国广播电视出版社 1989 年版。

# 《社交媒体》课程教学大纲

课程代码：NENM1025

大纲执笔人：高博文

课程名称：社交媒体

大纲审稿人：王国燕

英文名称：Social Media

课程学时：54

课程设计学时：——

授课单位：苏州大学传媒学院

指导方式：集中指导

适用专业：网络与新媒体

教材及主要参考书：

- 1) Simon, L. (2017). *Digital Media and Society*. SAGE Publications.
- 2) Ashlee, H. (2016). *Social Media: Enduring Principles*. Oxford University Press.
- 3) 其它阅读材料将于课堂发放

## 一、课程设计教学目的及基本要求

本课程包含了对社交媒体多样化文本与用户行为的直接观察与分析，全面审视中外社交媒体的存在形式、运载内容、使用者、社会影响与潜在后果，学习传播学领域的传统研究方法，与新时代伴随社会数字化、信息化、全球化而生的新型研究方法，为个人的新形式文化素养的构建以及独立研究能力的形成打下基础。

课程意在帮助学生掌握社交媒体领域的理论、概念与技术，在写作与话语上做到学术化、专业化；将所学灵活运用到学术研究或专业工作当中，以便今后从事高级社交媒体研究或管理工作做好充分的准备；建立全球化视野与批判性眼光，为国家形象的正确塑造与文化的有效传播作出贡献。

## 二、课程设计内容及安排

第一周	(1) 数字社会与社交媒体
9. 6-9. 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 数字社会与社交媒体的定义和基本概念</li> <li>● 社交媒体上的传播模型和消息类别</li> </ul>
第二周	(2) 互联网悖论之互动与认同
9. 13-9. 19	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 互联网积极主义与消极主义学者的预期与实际结果</li> <li>● 科技决定论与社会构造论</li> </ul>
第三周	(3) 社交媒体使用与收益：社群与社交网络
9. 20-9. 26	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社交媒体的多样使用方式与用户期待</li> <li>● 社交媒体对个人与社群的连接作用</li> </ul>
第四周	(4) 数字化体验之生活可视化与能见度
9. 27-10. 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社交媒体对生活视觉化的推动</li> <li>● 视觉文化的特征与影响</li> </ul>
第五周	十一假期
10. 4-10. 10	— —
第六周	(5) 数字市民与数字力量
10. 11-10. 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 数字市民的特征及被赋予的新型力量</li> <li>● 社交媒体对个人权利的增强与削弱</li> </ul>
第七周	(6) 数字鸿沟：年龄、阶级、种族、性别
10. 18-10. 24	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 经济资本、社会资本、文化资本的定义与作用</li> <li>● 数字世界的资源分配不均与歧视现象</li> </ul>
第八周	(7) 移动文化与数字激进主义
10. 25-10. 31	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 互联网便携化进程</li> <li>● 数字化社会运动</li> </ul>
第九周	(8) 软件、算法与数据
11. 1-11. 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 软件研究对社会数字化的贡献</li> <li>● 社交媒体中算法的角色与大数据的应用</li> </ul>
第十周	期中考核
11. 8-11. 14	— —

第十一周	(9) 社交媒体营销
11.15-11.21	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 信息经济与劝说策略</li> <li>● 数字广告与多样渠道</li> </ul>
第十二周	(10) 社交媒体上的文化再现
11.22-11.28	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参与文化的形成与演变</li> <li>● 数字群众的文化创作</li> </ul>
第十三周	(11) 数字社会中的经济、政治、与立法结构
11.29-12.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社交媒体对社会经济的影响</li> <li>● 社交媒体对政治与国家立法的影响</li> </ul>
第十四周	(12) 社交媒体的测量
12.6-12.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社交媒体参数：关注度、延伸率、频率、参与度等</li> <li>● 用科学的方法提取、分析、呈现社交媒体上的内容</li> </ul>
第十五周	(13) 数字社会研究
12.13-12.19	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 数字研究的道德规范与科学导引</li> <li>● 传统社会研究方法在新媒体研究中的应用</li> </ul>
第十六周	(14) 数字社会的绘制与数据提取
12.20-12.26	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 适用于现代媒体研究的新型方法</li> <li>● 运用社交媒体上的大数据进行社会研究</li> </ul>
第十七周	学生期末报告
12.27-1.2	— —

### 三、课程设计报告要求

—

### 四、课程设计考核方法及成绩评定

考核内容	占总成绩比例
------	--------

课堂参与	10%
阅读与写作	25%
期中考核	15%
小组报告	30%
期末考试	20%
总计	100%

- 1) 每位学生无特殊情况，需**准时**出席课程，并**积极参与课堂问答与小组讨论**。
- 2) 每位学生需独立完成所部署的**阅读任务与读后感**。
- 3) 期中考核将以**试卷的形式测试**每位学生对于已**讲授内容的掌握情况**。
- 4) 每位学生需**实时**关注由社交媒体引发的**社会问题**，期末时以**小组的形式进行口头报告**，运用课堂所学，分析**所选问题**，提出**解决办法**，最终形成**文字报告**。
- 5) 期末考试将以**闭卷的形式测试**每位学生一学期的学习情况。

#### 五、其他要求

- 1) 任何学生不得以**任何形式进行学术欺诈**，包括但不限于**作业抄袭、考试作弊、将他人功劳占为己有**等。
- 2) 每位学生被**给予 2 次有理由请假的机会**，但需出具**相应证明**，可不按**旷课计**。无故**旷课一次**，**总分扣 5 分**，**超过三次将按挂科处理**。
- 3) 每位学生需**按时到达班级**，**迟到在 20 分钟以内**，**计迟到一次**，**总分扣 1 分**，**超过 20 分钟**，按**旷课处理**。

# 《传播心理学》课程教学大纲

课程代码：NENM1022

大纲执笔人：刘英杰

课程名称：传播心理学

大纲审稿人：王国燕

英文名称：Communication psychology

课程学时：54

课程设计学时：24

授课单位：传媒学院

指导方式：集中指导与分散指导相结合

适用专业：传媒学院相关专业

教材及主要参考书：

1. 方建移：传播心理学[M]. 杭州：浙江教育出版社. 2016.
2. 陈锐，倪桓，余小梅：传播心理学[M]. 北京：中国人民大学出版社. 2019.
3. 刘京林：传播心理学理论与实践[M]. 北京：中国言实出版社. 2015.
4. 林之达：传播心理学教程[M]. 北京：北京大学出版社. 2012.
5. 刘晓红、卜卫：大众传播心理研究[M]. 北京：中国广播电视出版社. 2001.

## 一、课程设计教学目的及基本要求

- 1、使学生全面掌握完备的传播心理学的相关理论知识；
- 2、使学生从心理学的角度掌握系统的研究方法和传播技巧；
- 3、使学生具备对传媒相关行业与专业应用案例的分析、专业认知和技术实践能力。

## 二、课程设计内容及安排

《传播心理学》课程主要分为四部分内容：

1. 传播心理学研究理论基础（10 课时）
2. 传播过程中的心理学机制（10 课时）
3. 传播心理学的社会效应（10 课时）
4. 传播心理学的前沿热点研究专题（12 课时）
5. 传播心理学的实践应用案例分析专题（12 课时）

## 三、课程设计报告要求

根据课程范围进行自主选题，查阅资料，综合使用多种传播心理学研究理论和方法进行专业问题的分析和探讨。

具体要求：

1. 选题恰当、内容切题，目的明确、思路清晰、表述合理。
2. 研究的设计、方法运用与评价的诠释要科学规范，尝试运用观察法、实验法、模型法、测量方法、统计方法或其他研究方法，鼓励综合运用定性和定量的方法展开观察和分析（附：理论、技术或方法创新给予适当奖励加分）。

3. 重视研究过程：1) 描述研究对象的状况 2) 解释和测定研究对象的的活动过程，并对所测得的数据进行严格的统计分析 3) 预测和分析研究对象将来的发展及趋势。

4. 突出学术理论性的挖掘：1) 挖掘一组相互联系的概念与命题，通过对变量之间关系的系统、具体说明，来描述、解释和预测各种现象。2) 从各种事实中归纳出一定的理论，即从个别或特殊的知识中概括出一般性的原则、规律和定理。 3) 根据这种理论演绎出各种有关假设，即从一般的知识出发，对特殊或个别现象作出推论和假设；4) 以进一步的事实验证假设，从而进入和推进科学研究的高一级水平。

5. 制作时间：四周左右；每个成果作者须要进行 10 分钟以内汇报。

#### 四、课程设计考核方法及成绩评定

##### 1. 考核方法

本课程以平时、期中、期末分阶段进行考核。具体考核的形式如下：

- (1) 平时表现考核主要根据考勤、提问、参与课前、课中、课后学习活动等综合情况评定；
- (2) 期中考核主要根据期中分配的专业调研报告等任务完成情况评；
- (3) 期末考核主要采用文章考核的方式，针对课程学习的效果和质量进行评定给分。

##### 2. 成绩评定

(1) 平时表现分占 20%，考勤缺课一次扣一分，主动回答问题加 1 分，提问并圆满回答加 0.5 分，参与课中学习活动、课后作业的综合情况给予相应奖励分；

(2) 期中分数占 20%，主要根据期中分配的专业调研等报告完成情况给分：优秀 18-20 分，良好 15-17 分，合格 12-14，不合格 12 分以下，不完成的 0 分。

(3) 期末分数占 60%，主要采用文章考核的方式，优秀 51-60 分，良好 41-50 分，合格 31-40，不合格 30 分以下，未按时提交文章的 0 分，针对完成情况进行综合评定。本门课程的总成绩为以上三项的得分之和。

#### 五、其他要求

本课程每周 4 节，第 1-17 周。

# 《公共关系学》课程教学大纲

课程代码：JOUR1041

课程类别：大类基础课程

授课对象：新闻、广告专业

开课学期：春

学 分：2 学分

主讲教师：任孝温

指定教材：居延安，《公共关系学》，复旦大学出版社

## 一、教学目的：

《公共关系学》课程是新闻学、广告学专业的大类基础课，它既是一门新兴的学科，也是一门应用性很强的学科。它可以帮助学生了解公共关系的理论与实践，提高理论水平和分析问题能力。通过课程基本原理的学习和实务操作的初步训练，使学生掌握公共关系学的基本理论，学会初步的公共关系实务操作方法，增强学生的公关意识，培养学生的公关素质，为学生今后的学习和工作打下基础。

## 二、课程内容

### 第一章 绪论

#### 1、教学内容

公共关系的定义及其内涵；公共关系的组成要素：社会组织、公众、传播，在此基础上，对社会组织做更详细的分类和了解。公共关系的宗旨：为公众服务；公共关系的目标：塑造组织的良好形象；

公共关系学的研究对象：公共关系学产生和发展的历史、公共关系的原理、原则、思想和应用；公共关系学的研究方法：实践实验法、社会调查法、情景模拟法、案例分析法，我们的学习方法主要是案例分析法。

#### 2、教学要点

公共关系的定义：公共关系是运用各种信息传播手段，在组织机构的内部和外部形成双向的信息流通网络，从而不断地改善管理与经营，赢得社会各界的信任与支持，取得自身效益与社会整体效益完美统一的政策与行动。

公共关系的组成要素：社会组织、公众、传播，在此基础上，对社会组织做更详细的分类和了解。  
公共关系学的研究对象：公共关系学产生和发展的历史、公共关系的原理、原则、思想和应用；

## 第二章 公共关系学的形成和发展

### 1、教学内容

古代早期的公关活动对我们现代公关的启示和意义，总结其产生的原因和局限性；现代公共关系的兴起和发展的四个阶段：巴纳姆时期——公众受愚弄的时代、艾维·李时期——说真话的时代、爱德华·伯纳斯时期——“投公众所好”的时代、斯科特·卡特里普时期——“双相对称”的时代；公共关系在当代中国的发展状况；

### 2、教学要点（100-200字）

古代泛公关活动的局限性：盲目性、经验型和低层性，所以以今天的眼光来审视，古代的公共关系只能算是一种“类公关”或“泛公关”的现象和活动。

现代公共关系的兴起和发展的四个阶段：巴纳姆时期——公众受愚弄的时代、艾维·李时期——说真话的时代、爱德华·伯纳斯时期——“投公众所好”的时代、斯科特·卡特里普时期——“双相对称”的时代；

## 第三章 公共关系的基本思想和基本原则

### 1、教学内容

公共关系的基本思想：珍视信誉、重视形象；注重双向的信息沟通；尊重公众的利益和要求；注重社会整体效益；

公关关系的基本原则：以事实为依据；以“公众研究”为依据；以科学理论为指导；公众利益优先，互惠互利；以全员 PR 为保证；

### 2、教学要点（100-200字）

公共关系的基本思想：珍视信誉、重视形象；注重双向的信息沟通；尊重公众的利益和要求；注重社会整体效益；公关关系的基本原则：以事实为依据；以“公众研究”为依据；以科学理论为指导；公众利益优先，互惠互利；以全员 PR 为保证；

章的讲述主要是以强有力的案例分析来印证公共关系的基本思想和基本原则。

## 第四章 公共关系的基本类型和内容

## 1、教学内容

公共关系的基本类型和内容有：新闻媒介关系、职工关系、顾客关系、股东关系、社区关系、政府关系。

## 2、教学要点

新闻媒介关系：即与记者和编辑的关系，是组织最经常、最重要的公共关系；

职工关系：是社会组织中最重要内部关系，良好的职工关系是公共关系的起点。

顾客关系：在公共关系中，顾客是组织提供产品或服务的对象。股东关系：股东是股份制经济组织的投资者、资产的拥有者。社区关系：社区是组织所在区域以及与组织临近的环境。

政府关系：组织应处理好与政府的关系，争取政府对组织的了解、信任和支持，从而扩大组织的影响。

## 第五章 公众心理分析

### 1、教学内容

公众的需要和动机：需要的定义、需要的特征、马斯洛的需要层次论；动机的定义、动机的特点；公众的需要、动机和公共关系；

公众态度分析：态度的定义、态度的构成要素、态度的功能、态度形成和改变的三个阶段；

公众的心理定势：心理定势的概念和特性、心理定势的基本形态。

公众相符行为：暗示、模仿、感染、从众。

### 2、教学要点

公众需要和动机在公共关系中的作用以及如何寻找其契合点；公众态度形成和改变的过程，如何应该公众态度是公共关系的切入点；公众的心理定势也是公共关系活动中不可忽略的重要因素；公众的相符行为主要有四种，这四种在公共关系实务中都可以得到很好的利用。

## 第六章 公共关系策划

### 1、教学内容

公关策划的含义；公关策划的地位；公共关系的四步工作法：即 PDCA 循环；公关策划的六个要素：市场调查、策划目标、策划者、策划对象、策划方案、效果评估；公关策划的原则：创新性、可行性、适当性、科学性、真实性、系统性；公关策划的技巧：名人效应、制造新闻、设置“陷阱”、借“题”发挥。

## 2、教学要点

本章内容主要探讨公关策划的含义，分析公关策划的要素，解释公关策划的一般和独特技巧，研究公关策划的操作程序，并着重探讨公关策划操作程序的核心环节——公共关系策划的创意和技巧。

## 第七章 公共关系的危机管理

### 1、教学内容

公共关系危机分析：公关危机概念的界定、危机特性的分析、公关危机的类型、危机管理的概念；

公关危机预防：树立公关危机危机意识、建立公关危机预警机制；

公关危机的处理：公共关系危机处理的原则、公关危机处理的步骤、危机传播管理与控制；

组织形象的重塑：加强组织内部沟通、做好对外沟通

### 2、教学要点

公共关系危机处理是衡量组织公关实力的标准，也是企业的立足之本，发展之本。通过危机管理的学习，使学生全面掌握危机公关的概念、预防和处理的策略，使组织顺利地解决危机并能进行形象的重塑工作。

## 第八章 公关礼仪—社交基本礼仪

### 1、教学内容

了解见面礼仪的重要性；掌握握手的礼礼仪、致意的礼仪、见面的礼仪、为他人作介绍的礼仪、自我介绍的礼仪；了解名片的用法；掌握摆放做客的礼仪；掌握待客和送客的礼仪。

### 2、教学要点

握手的礼仪主要包括以下几点：（1）遵循握手的礼仪顺序：待女士、长辈、职位高者伸出手来之后，男士、晚辈、职位低者方可伸出手去呼应。（2）要向对方伸出清洁的手。（3）要向对方伸出热情的手。（4）要向对方伸出尊敬之手。

为他人作介绍的礼仪主要包括：（1）掌握介绍的顺序；（2）明确介绍人的职责：为他人作介绍的介绍人，在不同场合有不同的人来担任。

自我介绍的礼仪：（1）自我介绍要寻找适当的机会。（2）必须镇定而充满信心。（3）根据不同的交往目的注意介绍内容的繁简。（4）自我评价要掌握分寸。

## 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
一	绪论	2
二	公共关系学的形成和发展	4
三	公共关系的基本思想和基本原则	4
四	公关关系的基本类型和内容	4
五	公众心理分析	6
六	公共关系策划	6
七	公共关系的危机管理	6
八	公关礼仪—社交基本礼仪	4
总 计		36

#### 参考书目

1. 《公共关系新论》 朱力 任正臣 张海波编著 南京大学出版社 2006 年 8 月第一版
2. 《公共关系学》 郎群秀主编 北京科学出版社 2012 年版
3. 《公共关系学》 阎照武 邱伟光主编 安徽大学出版社 2011 年版
4. 《公关策划》 孟繁荣编著 经济管理出版社 2011 年版
5. 《公关策划》 赵驹 王小玲编著 北京大学出版社 2006 年版

# 《电视新闻采访》课程教学大纲

课程代码：RTSC1014

课程类别：专业教学课程

授课对象：广播电视新闻学、广播电视新闻学（主持人方向）

开课学期：第3学期

学 分：3 学分

主讲教师：张健

指定教材：朱羽君《电视采访学》，中国人民大学出版社，1999年版

教学目的：

本课程的目的，在于通过系统地介绍广播电视新闻采访、新闻记者的界定和类型、采访线索与新闻判别、采访策划、现场新闻取材的方式与内容、记者出镜的工作任务与基本技巧、新闻写作的基本特点与理念要求、广播电视新闻写作的基本规律与一般方法等知识，结合大量的新闻采访节目案例和新闻实践课程，让该专业的学生了解关于广播电视新闻采访写作的一般原理及其在新闻节目采制及主持人专业领域的具体体现，构成培养广播电视新闻专业学生专业意识的一个重要环节，以促进掌握基本的广播电视新闻采访写作的基本技能，理解各种新闻传播现象和运作机制，确立自己的专业理想和专业激情。

## 第一章、 新闻采访绪论

课时：2周，共6课时。

教学内容：

### 第一节， 新闻采访的定义与特点

- 一、 新闻采访定义举隅，本课程定义
- 二、 新闻采访的专业性特点
- 三、 新闻采访的作用
- 四、 新闻采访的认识路线

### 第二节， 广播电视采访的定义与特点

- 一、 广播电视采访的定义
- 二、 电子（电视）采访的主要技术手段

三、媒介特性与信息形态；

资料：新闻特写的概念与技法

### 第三节、电视采访的主要技术手段

- 一、ENG (electronic news gathering) 的素材采集方式
- 二、EFP( electronic field production )现场制作方式
- 三、SNG (satellite news gathering) 卫星新闻采访方式
- 四、DNG (digital news gathering) 的数字化新闻采集方式

### 第四节 广播电视新闻采访与其它传媒采访形式的共性与特殊性

- 一、共性
- 二、广播电视采访的特殊性
- 三、多余的话：警惕因媒体自身的特殊性而产生的惰性与傲慢

思考题：

- 1、如何理解新闻的定义？
- 2、广播电视新闻采访有何独特性？
- 3、电视采访主要有哪些技术手段？
- 4、请以你的暑假生活为题材，以“一件难忘的事”为题，写作一篇500字左右的小文章。
- 5、利用一节课的时间去观察新生军训，以“军训见闻”为题，写一篇500字左右的新闻特写。

## 第二章、记者的界定与特点

课时：2周，共6课时。

教学内容：

### 第一节，新闻记者的界定与职责

- 一、新闻记者的概念
- 二、记者的社会角色
- 三、（中国）记者主要角色职责
- 四、记者的类别

### 第二节 电视记者的工作内容与特点

- 一、电视记者的概念
- 二、电视记者的工作分工
- 三、受众意识

### 第三节，采访对象的类型与特点

- 一、何谓采访对象？
- 二、采访对象的类型
- 三、采访对象的特点

#### 第四节, 新闻记者的素质和修养

- 一、 修养的概念与内涵
- 二、 政治修养
- 三、 知识修养
- 四、 能力修养
- 五、 道德修养

#### 第五节 电视记者的独特素质

- 一、 电视记者须具备良好的技术素养
- 二、 优良的外在个人素质
- 三、 良好的心理素质
- 四、 电视记者要有强健的体魄
- 五、 与时代同步的时代意识

#### 第六节 电视记者的工作作风

- 一、 协作分工、团结作战
- 二、 雷厉风行、严谨快捷
- 三、 爱护电视摄录设备
- 四、 勇敢顽强、不怕牺牲
- 五、 廉洁自律（有偿新闻问题）

#### 第七节 电视记者的思维特点

- 一、 形象思维
- 二、 理性思维
- 三、 开放性思维
- 四、 全息思维

思考题：

- 1、 请你阅读三份以上报纸，试分析：（1）这三份报纸从何时开始报道某一题材的？报道的高潮阶段在哪个时间段？又是如何转向的？（2）这三份报纸对这一题材的报道有何共同之处？又有何不同？
- 2、 电视记者在内涵与工作分工上有何独特之处？
- 3、 新闻采访对象有哪些不同类型？这种“不同”对记者的采访而言有何意义？
- 4、 为什么要强调电视记者的形象思维与理性思维？
- 5、 以5人为单位，分成现场编辑、出镜记者、摄像师、录音师、灯光师，进行轮番采访实习，体验电视记者的不同分工。

#### 第三章、 采访线索与新闻判别

课时：2周，共6课时。

教学内容：

#### 第一节， 寻找新闻线索的主要渠道

- 一、 新闻线索的定义
- 二、 新闻线索的特点
- 三、 新闻线索的主要渠道

## 第二节 新闻敏感

- 一、 定义
- 二、 新闻敏感包含的内容
- 三、 新闻敏感的重要性
- 四、 如何培养记者的新闻敏感
- 五、 新闻敏感与形象敏感

## 第三节 新闻价值

- 一、 新闻价值的基本含义
- 二、 传统新闻价值标准
- 三、 现代新闻价值标准
- 四、 新闻发现、问题意识与时空坐标

## 第四节 发展新闻线索

- 一、 新闻报道的三个层次
- 二、 如何进一步发展新闻线索

## 第五节 新闻政策

- 一、 新闻政策的内涵
- 二、 新闻政策的狭义与广义
- 三、 如何处理新闻政策与新闻价值

思考题：

- 1、 新闻线索有哪些主要来源？
- 2、 所谓传统新闻价值标准与现代新闻价值标准有何异同？
- 3、 发展和深化新闻线索以搞好深度报道的基本方法有哪些？
- 4、 结合实例分析，新闻价值与新闻政策有何冲突？
- 5、 新闻敏感如何加以培养？
- 6、 尝试从报刊、网络或自己所在的校园为校报寻找有价值的新闻线索。

## 第四章 电视采访的整体策划

课时：1周，共3课时。

教学内容：

- 一、 策划的意义
  - a) 新闻策划的多重意涵
  - b) 新闻策划与采访策划
  - c) 新闻（采访）策划的必要性
  - d) 电视采访策划的特定必要性

二、策划的运行机制  
一、以编辑部为核心的宏观策划

二、编辑部策划的主要内容

三、由记者完成的微观策划

三、策划现场的介入方式

四、策划记者在现场的存在方式

一、现场观察

二、参与

五、策划记者的镜头存在方式

a) 旁观式

b) 声音参与式

c) 出镜参与式

六、策划如何体现新闻价值

一、通过对比体现新闻价值；

二、通过背景体现新闻价值；

三、挖掘事件内幕，深化新闻价值；

思考题：

1、新闻采访包括哪些基本环节？

2、新闻消息源的类型有哪些？

3、新闻写作的语言要求有哪些？

4、考察一篇新闻作品，评价其语言使用的情况。

5、根据给定的材料组版

6、完成一次采访，并写成新闻稿。

7、以第十七届中国金鸡百花奖开幕式为对象，设计电视采访报道策划方案。

a) 新闻传播媒介

课时：3周，共9课时。

教学内容：

一、关于现场的概念与特点

一、什么是现场

二、现场的意义

三、现场的特性

四、采访现场的要素与意义

二、以摄像机为中心的电视采访如何在现场取材

一、向未知取材

二、随机结构

- 三、 记录过程
- 四、 结构场信息
- 五、 记录声音形象
- 六、 表现环境与细节
- 七、 结构过去时空(逆时性采访)
- 八、 拍摄理性素材
- 九、 记者的画外采访

思考题：

- 1、 何谓现场？现场由哪些因素组成？
- 2、 什么叫做向未知取材？如何向未知取材？
- 3、 何谓随机结构？如何在采访中随机结构新闻素材？
- 4、 什么是过程？过程对于电视采访而言有何重要意义？为什么说“若把结论当做内容，把高潮点当做内容，节目就是静止的、干瘪的、说教的”？
- 5、 什么是场信息？场信息的获取对电视新闻有何重大意义？
- 6、 什么是同期声？同期声主要由哪些内容构成？
- 7、 细节与环境对电视采访和节目制作有何重要意义？
- 8、 如何去结构过去的新闻时空？
- 9、 以西昌卫星发射中心“嫦娥一号”首次探月飞行为例，说明：a火箭发射有哪些现场？这些现场如何报道？b央视之外的地方媒体如何挖掘新闻现场？有何障碍？c如何组织一档关于飞行报道的特别节目？如何把这档非独家新闻报好、报深、报活？

#### 第六章 电视纪实摄像的基本技巧

课时：1周，共3课时。

教学内容：

- 一、 现场场面调度
  - 一、 角度
- 二、 景别
- 三、 运动
  - 二、 创造节奏
    - 一、 把握运动速度
    - 二、 把握镜头的长度
  - 三、 长镜头
- 三、 多机拍摄的优点和特点
- 四、 电视拍摄的基本要求
  - 一、 内容要配套成龙
  - 二、 景别配套成龙
  - 三、 角度配套成龙
- 五、 电视拍摄常遇到的问题及解决
  - 一、 两个重要规律

二、 运动轴线

三、 关系轴线

思考题：

以5人为单位，共6个摄制组。拍摄对象：炳麟图书馆，配音+解说，内容以介绍说明为主，时长3-5分钟。下次上课讲评

## 第七章 记者出镜

课时：3周，共9课时。

教学内容：

### 第一节 记者出镜的内涵与意义

一、 记者出镜的行为类型

二、 记者出镜的言语行为

三、 电视记者出镜的非言语行为

### 第二节 提问与访谈

一、 提问的目的

二、 镜头意识

三、 提问的原则

四、 提问的准备

五、 交流

六、 提问技巧

七、 提问的原则与要求

### 第三节 问题的模式

一、 开放式提问

二、 闭合式提问

三、 漏斗式提问

四、 倒漏斗式提问

### 第四节 倾听

### 第五节 现场述评

### 第六节 记者出镜的注意事项

思考题：

1、 新闻自由的基本含义是什么？

2、 请查找相关资料，说明一两位著名记者提问的精彩案例及其特点

3、 设计一个实际的提问纲要

4、 名记者法拉奇成功的主要因素是什么？

5、 成就一名优秀电视记者的主要因素有哪些？请根据一些著名记者的成长经历与经典案例尝试写出800字左右的小论文。

## 6、 记者出镜有何注意事项？

### 第八章 新闻写作概述

课时：1周，共3课时

教学内容：

#### 第一节 新闻写作的基本概念

- 一、 定义
- 二、 新闻写作的特点
- 三、 新闻写作认识的中西差异
- 四、 西方新闻写作变革的简史

#### 第二节 新闻写作的思想理念

- 一、 新闻写作的公共性
- 二、 新闻写作的客观性理念
- 三、 新闻写作的真实性
- 四、 新闻写作的时效性
- 五、 新闻写作的创新性

思考题：

- 1、 新闻写作与其它写作文体有何区别？
- 2、 什么是新闻写作的公共性？主要体现在哪些方面？
- 3、 如何保证新闻写作的真实性？
- 4、 新闻写作的客观性与真实性之间是什么样的关系？
- 5、 教师组成学生进行新闻写作的练习。

### 第九章 电视新闻写作的媒介特性与结构

课时：1周，共3课时。

教学内容：

#### 第一节 电视新闻写作的媒介特征

- 一、 定义
- 二、 电视新闻文字稿的地位
- 三、 电视新闻写作的媒介特征
- 四、 从多元传播元素相结合的高度认识电视新闻文字稿的地位

#### 第二节 电视新闻文字稿的主要作用

- 一、 传达信息
- 二、 揭示主题
- 三、 引导受众
- 四、 协调整合

### 第三节 (消息类) 电视新闻文字稿的结构形式

一、完整样式的文字稿

二、不完整样式的文字结构

思考题：

- 1、在新闻写作中如何处理文字稿、画面以及字幕等表达元素之间的关系？
- 2、电视新闻文字稿在电视新闻节目中的主要作用有哪些？
- 3、观摩电视新闻节目，体会和分析画面、文字、同期声等表达要素之间的关系。

## 第十章 电视新闻文字稿写作技巧与写作要求

课时：2周，共6课时。

教学内容：

### 第一节 电视新闻标题的写作

一、定义

二、电视新闻标题的作用

三、标题写作要点

### 第二节 电视新闻文字稿导语的写作

一、什么是导语

二、导语的发展简史

三、导语的作用

四、导语的主要写作手法

### 第三节 电视新闻文字稿正文的写作

### 第四节 文字稿结尾的写作

### 第五节 电视新闻文字稿的写作要求

- i. 要准确
- ii. 要具体
- iii. 要形象
- iv. 要简明
- v. 为看而写：处理好声画关系

vi. 为听而写：口语化

思考题：

- 1、**电视新闻标题**的写作有何基本规律？
- 2、什么是**电视新闻的导语**？
- 3、**电视新闻导语**写作有哪些基本方法？
- 4、**电视新闻文字稿**的写作有哪些基本要求？
- 5、**观摩电视新闻节目**，练习写作新闻稿。

主要参考书目：

- 黄匡宇：《**理论电视新闻学**》，中山大学出版社，1996年版
- 石长顺：《**电视新闻报道学**》，华中科技大学出版社，2004年版
- 王纪言：《**电视报道艺术**》，北京广播学院出版社，1999年版
- 王春泉：《**新闻采访技巧：理论与实践**》，西安出版社，2001年版
- 徐国源：《**当代新闻采访与写作**》，苏州大学出版社，2006年版；
- 方延明：《**新闻写作教程**》，高等教育出版社，2005年版
- 孔德明：《**电视文体写作**》，北京广播学院出版社，2002年版
- 刘仁圣：《**广播电视新闻采访写作教程**》，中国广播电视出版社，2005年版
- 刘卫东：《**新闻传播学概论**》，天津社会科学出版社，1999年版
- 蓝鸿文、展亮等. **中外记者经验谈**. 北京：中国人民大学出版社，1983
- 施天权. **广播电视概论**. 上海：复旦大学出版社，1987
- 李德顺. **价值论——一种主体性的研究**. 北京：中国人民大学出版社，1987
- 孙世恺. **怎样写新闻报道**. 北京：北京出版社，1987
- 艾丰. **新闻采访方法论**. 北京：人民日报出版社，1989
- 中国大百科全书·**新闻出版**. 北京：中国大百科全书出版社，1990
- 施天权等. **当代世界广播电视**. 北京：复旦大学出版社，1991
- 方汉奇. **中国新闻事业通史**. 北京：中国人民大学出版社，1992
- 刘明华. **西方新闻采访与写作**. 北京：中国人民大学出版社，1993

# 《动漫产业与文化》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	ACG Industry and Culture	课程代码	NENM1026
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒大二（上）学生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	周舒燕	修订日期	2023年2月7日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

本课程从全球动漫产业的历史发展与现状入手，结合动画研究理论、视觉文化研究、文化创意产业等视角，分别对二十世纪以来的美国好莱坞动画、日本二次元文化与中国学派动画进行介绍与分析。课程将从动漫的产业、作品与文化三个方面来展开教学，致力于从历史与别国经验的对照比较中，丰富对当代中国动漫发展的理解与思考。教学目的主要是：首先，使学生了解动漫作为一种重要的视觉传播媒介，其艺术风格与技术制作的特色。其次，了解不同国家的动漫产业发展路径，思考中国动漫产业所面对的问题与挑战。再次，思考以动画为主的二次元文化、粉丝文化与青年文化，把握经典动画作品中涉及的意识形态、权力、身份、民族性、科技等议题。最后，结合互联网时代的语境，对当代中国动漫的行业发展方向有较为全面的认识。

### （二）课程目标：

在课程结束时，学生拟掌握以下内容，并与课程目标对毕业要求的支撑关系表一致。

**课程目标 1：对全球动漫产业与文化的发展脉络及主要特点的掌握。**

1. 1 二十世纪以来美国、日本的动画产业发展及二次元文化传播。

1. 2 中国动漫产业发展史、问题与现状。

**课程目标 2：从传播学理论视角对优秀动画作品及相关文化实践进行分析。**

2. 1 运用相关传播学理论及动画理论来分析动画文本，思考其成功的产业背景、艺术风格、内容主题、营销方式等；

2. 2 结合新媒体文化实践，把握当代动画与网络传播、粉丝文化之间的关联。

### （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（五号宋体）

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	第一部分 全球动漫产业的发展	初步掌握基础人文科学与社会科学的知识。
	1. 2	第一部分 全球动漫产业的发展	
课程目标 2	2. 1	第二部分 经典动画作品解析	系统掌握新闻传播学基础知识、基本理论和基本方法。
	2. 2	第三部分 动漫迷与二次元文化	

## 三、教学内容

### 第一章 全球动漫产业的发展

1. 教学目标：掌握以美国、日本、中国为主的动漫产业的发展路径、问题与现状。
2. 教学重难点：国别之间的比较和对产业实例的分析。
3. 教学内容：通过各国历史经验与产业特色来介绍动画产业的发展；特别是从动漫大国美国、日本、以及中国的经验来了解动画产业与文化、政策、行业规范之间的关系。
4. 教学方法：讲授法、讨论法

### 第二章 经典动画作品解析

1. 教学目标：从动画的类型、主题与艺术风格展开六个相关专题的案例分析。
2. 教学重难点：学习与把握优秀动画作品在叙事、形象、主题等方面的成功之处。
3. 教学内容：机器人与科幻动画；漫威式超级英雄；洛丽塔与战斗少女；宫崎骏与吉卜力动画；水墨动画与中国学派；神话的后现代改编。
4. 教学方法：讲授法、讨论法、案例教学法

### 第三章 动漫迷与二次元文化

1. 教学目标：从新媒体语境下关注动漫迷与二次元文化的四个相关专题研究。
2. 教学重难点：进入与动画相关的文化现象与文化实践的分析。
3. 教学内容：ACG 的跨媒介传播；御宅族与粉丝经济；同人创作与衍生品开发；cosplay 与亚文化身份。
4. 教学方法：讲授法、讨论法、案例教学法

## 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	全球动漫产业的发展	12
第二章	经典动画作品解析	12
第三章	动漫迷与二次元文化	12

## 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	9.8	绪论：全球动漫的发展与现状	介绍课程大纲；认识并理解关于动画产业与文化的基本理论；立足于当下中国“国漫复兴”的语境。	2		
2	9.15	美国动漫产业概况	美国迪士尼动画电影的发展历程、特色与文化输出；以DC、漫威为主的超级英雄IP的形成与全球传播	2		
3	9.22	日本动漫产业概况	1980年代以来日本动画产业的崛起及各种动画产制模式的形成；日本二次元文化的对外传播	2		
4	9.29	中国动漫发展史1：从萌芽到辉煌	早期万氏兄弟的动画创作；新中国成立后以上海美术电影制片厂为代表的“中国学派”的形成	2		
5	10.6	中国动漫发展史2：从转型到复兴	八九十年代市场转型时期的困境、调整与摸索；2015年之后的“国漫复兴”	2		
6	10.13	作品专题1：机器人与科幻动画	从技术、后人类等思考来解读优秀科幻动画作品	2	小组报告	
7	10.20	作品专题2：漫威式超级英雄	考察漫威宇宙中超级英雄的塑造与美国主流意识形态的建构	2	小组报告	
8	10.27	作品专题3：洛丽塔与战斗少女	女性创作者的加入；从性别视角分析少女类动画作品中的女性形象及其社会背景	2	小组报告	
9	11.3	作品专题4：宫崎骏与吉卜力动画	以吉卜力工作室的生产与运作方式为例，分析宫崎骏动画作品的成功经验及普适性	2	小组报告	
10	11.10	作品专题5：水墨动	关注我国万氏兄弟的动画代表作品，思考	2	小组报告	

		画与中国学派	中国学派动画的艺术特色与民族性			
11	11.17	作品专题6: 神话的后现代改编	思考当代动画中的旧瓶装新酒, 即对民族神话的改写、对经典动画形象的重塑	2	小组报告	
12	11.24	二次元文化传播1: ACG的跨媒介传播	考察当代漫画、动画与游戏之间的跨媒介传播、IP打造与产业链的形成	2	小组报告	
13	12.1	二次元文化传播2: 御宅族与粉丝经济	动漫迷文化与粉丝经济的形成, 相关线下漫展、剧场表演、周边衍生品、论坛等的开发	2	小组报告	
14	12.8	二次元文化传播3: 同人创作	动漫迷在动漫文化中的角色身份转变; 新媒体对于二次创作的助推	2	小组报告	
15	12.15	二次元文化传播4: cosplay与亚文化身份	从后亚文化的视角考察ACG文化中的亚文化圈层及青年身份认同	2	小组报告	
16	12.22	总结: 国漫复兴背景下的中国动漫	概括课程主要内容; 梳理与总结当下中国动画发展的问题与现状; 交待课程论文的基本结构和要求。	2		
17	12.29	期末考核	论文写作	2		

## 六、教材及参考书目

1. 方建国、王培德编著, 《中外动画史》, 浙江大学出版社, 2014.
2. [法]奥利维耶·科特(Olivier Cotte)著, 张健、王星辰译, 《百年世界动画电影史》, 北京大学出版社, 2021年.
3. 孙立军, 《中国动画史》, 商务出版社, 2018年.
4. 周雯、陈亦水, 《中国当代动漫形象研究: 艺术、产业与消费》, 北京师范大学出版社, 2020年.
5. 陶冶, 《中国动漫产业: 政策、国家与市场》, 中国传媒大学出版社, 2020年.
6. 孙立军、马华, 《美国迪士尼动画研究》, 京华出版社, 2010.

7. [美]Patrick Drazen, 李建兴译, 《日本动画疯: 日本动画的内涵、法则与经典》, 大块出版社, 2005.

8. 邵唯曼, 《玩物尚志: 从二次元到后次元》, 广西师范大学出版社, 2022.

## 七、教学方法

1. 讲授法: 课堂集中讲授相关理论知识点。
2. 讨论法: 以学生在课堂学习及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。
3. 案例教学法: 以经典动画作品及其产制为案例, 结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解。

## 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	对理论概念的掌握	小组报告
课程目标 2	对理论概念的应用	期末论文

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

(一) 平时成绩: 考勤+课堂参与 20%

(二) 期中考试: 小组报告 30%

(1) 要求: 运用所学理论分析一个优秀动画作品案例。

(2) 形式: 按照人数分 10 组, 从第 6 周开始, 每组选一名组长上台报告。每组时间为 20 分钟。

(3) 注意: 每次组长报告前请提交该小组研究方案的纸质版一份。字数不限。

(三) 期末论文: 50%

(1) 字数: 不少于 3000 字。

(2) 要求: 选取一个优秀动画作品或与之相关的产业及文化现象, 运用相关理论进行分析。

(3) 注意: 论文要有自己的观点。结构为提出问题-分析问题-结论。论文注释参照苏州大学论文规范。

#### 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	10%	30%		总评成绩（100%）=平时成绩（20%）+期中成绩（30%）+期末成绩（50%）
课程目标 2	10%		50%	

### （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	对文本把握非常准确，讲解清晰完整，并擅长结合有恰当的理论进行阐释。	对文本把握较为准确，讲解完整，并结合理论进行阐释。	对文本把握不准确，讲解结构不完整，或没有结合理论进行论述。	对文本把握有明显错误，讲解含混不清。无法结合理论论证。	未完成基本报告。
课程 目标 2	有提问，有分析，有结论，结构完整，思路清晰，引用有注释。观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	有提问，但研究对象范畴太大，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	提问不明确，研究对象不清晰，结构完整，思路清晰，语言规范。  观点平平。注释及引用符合规范。	提问不明确，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。  观点不明确。注释及引用符合规范。	没有提问，没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。  没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。

# 《科幻电影与写作》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Science Fiction Film and Literature	课程代码	NENM1032
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒类专业大二（下）学生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	周舒燕、吴福仲	修订日期	2023年3月13日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

作为一种独特的文学及影视类型，科学幻想的兴起和发展存在着艺术与技术的双重作用力，也使之坐落在当代技术人文学科的交叉点上。科幻作品以当代社会的媒介技术现状和发展趋势作为叙事基础，在科学理性的基础上以丰富的想象力和创造力形象地传达了对技术和人类关系的思考。对各种科幻文本的系统学习与探索有利于发展我国本土科幻文化与创意产业，丰富当前文化生产的幻想活力和思想深度。本课程从世界科幻文学与电影的发展脉络出发，解析经典科幻作品在创作观念、主题思想、风格审美上的特征，同时立足于当代科幻电影的技术演进，思考其未来的创作趋势。简言之，以全球及中国的科幻电影赏析为手段，课程致力于开拓同学们的想象力，从而培养对科学传播、影视传播等专业知识的兴趣，建立科教兴国的志向。

课程将从科幻文化的发展史、电影文本解读与产业探索三个不同维度来切入对科幻文学与电影研究相关理论的介绍。首先，使学生了解全球视域下科幻文学及电影的历史发展脉络、各种亚类型和主要作者与导演风格；其次，学会从传播学及媒介文化理论视角来对经典科幻作品进行提问、思考与分析；再次，了解我国科幻文学与电影的发展现状、问题与不足，了解相关产业概况；最后，基于对科幻的兴趣，开发自身的创意潜力与创作能力。

### （二）课程目标：

在课程结束时，学生拟掌握以下内容：

#### 课程目标 1：对科幻相关概念的掌握，并具备分析、评论或创作文本的能力

1.1 掌握国内外科幻文学与电影的发展与特色。初步理解所涉及到的科幻文化理论，包括技术与人文的关系、后人类主义、生态主义、身体、空间、意识形态等，把握经典科幻作品的思想深度与现实关切。

1.2 在相关知识基础上形成独立思考、分析、评论科幻作品的能力。开发创造力和想象力，激发对中国本土科幻类型的创造潜力。

#### 课程目标 2：

2.1 掌握中国科幻文化的发展历程、独特贡献以及对外传播的机遇与挑战。理解推动中国科幻文化发展的政治、经济、历史与文化因素，对中国科幻未来的发展方向与可循路径进行多维度探索。

2.2 熟悉与科幻文化研究相关的文化研究视角、实证研究视角与产业研究视角以及相关理论资源，把握科幻文化与社会变迁之间的深刻互动，激发学生进行科幻创作和开展科幻文化的研究热情。

### （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	第一部分：全球科幻电影类型的发展及经典科幻电影赏析	初步掌握基础人文科学与社会科学的知识
	1.2		
课程目标 2	2.1	第二部分：中国科幻文化与创意产业	系统掌握新闻传播学基础知识、基本理论和基本方法
	2.2		

## 三、教学内容

### 第一部分 全球科幻类型的发展及经典作品赏析

1. 教学目标：掌握世界科幻文学与电影的兴起、发展、主要流派、关键概念。
2. 教学重难点：对理论概念的讲解和对经典电影实例的分析。
3. 教学内容：结合经典科幻电影及发展脉络打开对科幻创意的认识，激发想象力与创造力；运用相关媒介文化理论、电影学批评等来理解和分析科幻电影。
4. 教学方法：讲授法、讨论法、案例教学法。

### 第二部分 中国科幻文化与创意产业

1. 教学目标：掌握中国科幻文化的独特历程与现状，对科幻文化的社会功能与产业发展进行理论化的分析。
2. 教学重难点：对科幻相关理论知识的理解以及在具体案例中的应用。
3. 教学内容：结合科幻文化与历史、社会、科学、政治、经济之间形成互动的前沿实践，对比中国科幻与世界科幻的发展模式，加深对科幻社会功能的理解，扩展对中国科幻以及整体科幻文化未来发展方向与路径的想象。
4. 教学方法：讲授法、讨论法、案例教学法

## 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	绪论：什么是科幻	2
第二章	全球科幻电影亚类型	8
第三章	经典科幻电影文本赏析	8
第四章	中国科幻的发展历程	8

第五章	科幻与创意产业	8
第六章	课程总结：走向未来	2

## 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	3.11	绪论：什么是科幻	简要介绍科幻文学与电影的定义、历史发展与基本问题	2		
第一部分：全球科幻类型的发展与经典作品赏析						
2	3.18	外在探索：外星人、怪兽与他者想象	关注探索类的科幻作品，从凡尔纳三部曲开始，到《2001 太空漫游》、《异形》系列、《哥斯拉》系列、《降临》等作品，思考对人类之外的世界与他者幻想	2		
3	3.25	星际对抗：“太空歌剧”与星辰大海	聚焦在星际对抗类的科幻作品，尤其是“太空歌剧”的亚类型，包括《星际迷航》系列、《星球大战》系列、《银英》、《沙丘》等作品，战争史诗等在科幻中的运用	2		
4	4.1	机器人：从弗兰肯斯坦到 AI	关注科幻中机器人形象的演变，从早期的《科学怪人》，到阿西莫夫的机器人三定律，到人工智能电影，如《机械公敌》、《她》、《爱死机》系列等	2		
5	4.8	科幻与朋克 I：从蒸汽朋克到赛博朋克	分别介绍技术革命与蒸汽朋克、射线朋克、柴油朋克、原子	2		

			朋克与赛博朋克等流派的关系，解析经典蒸汽朋克作品如《蒸汽男孩》、《天空之城》；柴油朋克《未来水世界》、《疯狂的麦克斯》等			
6	4.15	科幻与朋克 II: 赛博朋克中的反乌托邦主义	重点解读以欧美及日本科幻文化中的经典赛博朋克作品如《黑客帝国》三部曲、《银翼杀手》系列、《铤梦》、《攻壳机动队》等，思考赛博朋克作品中对于技术、社会体制和文明的反思	2		
7	4.22	穿越：打破时间与空间的限制	从时空穿越的角度来丰富科幻电影对时间与空间的理解与想象，解读包括诺兰的时空三部曲、《时光机器》、《源代码》、《回到未来》系列等	2		
8	4.29	重思有机体：后人类身体与基因改造	从身体视角来思考科幻电影中后人类身体的塑造，如《别让我走》、《千钧一发》、《湮灭》、《X 战警》系列、《第六日》、《双子杀手》等，打开对身体疆界及其文化意义的理解	2		
9	5.6	灾难科幻：末日幻想与后启示录	从科幻-灾难片的亚类型出发，考察科幻电影中的末日想象及其背后的技术与生态反思，包括《后天》、《2012》、《我是传奇》、《流浪地球》等	2		
期中作业						
第二部分：中国科幻、科幻产业与社会发展						
10	5.13	中国科幻的历史沿革与独特资源	介绍中国科幻从古代幻想文学（如《山海经》）到近代科幻小说（如《月界旅行》	2		

			《新中国未来记》的发展历程，探讨中国科幻文学的关键节点以及独特贡献。			
11	5.20	中国科幻的新世代与新浪潮	以现代性视角解析中国科幻新生代的崛起以及新浪潮科幻的创作特点，选取刘慈欣、王晋康、韩松、郝景芳等代表人物，《三体》《水星播种》《宇宙墓碑》《折叠北京》等为案例。	2		
12	5.27	中国科幻海外传播的路径与挑战	以跨文化传播的相关理论，着重剖析新时代中国科幻文艺的海外传播机制路径与现有挑战，包括对《流浪地球》等单个文艺作品海外传播的分析，也包括对“中国科幻文学翻译计划”等组织化海外传播的分析。	2		
13	6.3	科幻迷群的政治与文化意义	理解科幻文化作为一种“亚文化”的特征，以迷群文化的理论视角切入，解析科幻如何再现和彰显了“边缘群体”的视角，厘清科幻文学作品创作中的结构性议题。	2		
14	6.10	科幻参与的受众心理与社会效应	以娱乐满足的二元模型作为理论框架，透视受众在接触、观看和传播科幻作品各个环节中的心理机制；从媒介效果的角度对科幻参与所产生的个体认知与社会效应进行考察和延伸。	2		
15	6.17	科幻与科学的汇流与互动	理解科幻作为科学与文学艺术结合的产物，通过分析当前“科影融合”与基于科幻的科学传播等前沿实践，回应“科幻”与“科普”的经典论辩，勾勒科幻与	2		

			科学汇流的未来方向与可为空间。			
16	6.24	泛科幻产业的全球格局及逻辑	从媒介经济学的视角出发，探讨基于科幻的泛文化产业建构。以迪士尼公司的《星球大战》与中国《三体》的科幻IP开发实践为案例，厘清科幻产业链建构的全球格局与核心逻辑。	2		
17	7.1	“未来学”视阈下的科幻展望	以“未来学”相关理论资源对科幻文化更为广阔的社会功能进行剖析，凸显科幻作为“思想实验”和“规划未来”的作用，并引导学生通过可操作的框架想象、建构和规划可能的未来世界模型。	2		
<b>期末作业</b>						

## 六、教材及参考书目

1. [英]凯斯·M·约翰斯顿(Keith M. Johnston)，《科幻电影导论》，世界图书出版社，2016年版。
2. 黄鸣奋，《科幻电影创意研究系列1-3》，北京：中国电影出版社，2021年版。
3. 凌晨，《创意写作七堂课：你也能写好一篇科幻小说》，北京：北京理工大学出版社，2020年版。
4. 吴岩，《科幻文学论纲》，重庆：重庆大学出版社，2021年版。
5. [美]克里斯·泰勒(Chris Taylor)，《星球大战如何征服全宇宙》，北京：北京联合出版社，2019年版。
6. 宋明炜，《中国科幻新浪潮》，上海：上海文艺出版社，2020年版。
7. 江晓原、穆蕴秋，《新科学史：科幻研究》，上海：上海交通大学出版社，2016年版。

## 七、教学方法

1. 讲授法：课堂集中讲授相关理论知识点。
2. 讨论法：以学生在研究及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。
3. 案例教学法：以当下成功科幻电影的产制为案例，结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解。

## 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	对理论概念的掌握	期中作业
课程目标 2	对理论概念的应用	期末论文

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

(一) 平时成绩: 考勤+课堂参与 20%

(二) 期中作业: 40%

(1) 内容要求: 以下写作内容二选一: 1、选择一部科幻电影或系列电影, 在一定理论视角下对电影做文本分析, 要突出自己的观点和论证。或者, 2、原创一则短篇科幻小说, 情节完整, 人物鲜明, 语言清晰, 内容生动, 有一定的科学性支撑。

(2) 格式要求: 字数不少于 3000 字。有封面, 封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字, 正文宋体五号字, 英文 Times New Roman, 有注释和参考文献。

(3) 提交方式与截止时间: 纸质版, A4, 正反面打印。交给课代表, 课代表收齐后统一交给老师。

(三) 期末作业: 40%

(1) 内容要求: 以下内容二选一: 1、任选角度, 对中国科幻文化出海的现状、机遇、困境与策略进行分析, 要求观点突出、论证充分。2、任选角度, 对科幻文化与社会发展之间的互动进行论述, 要求观点突出、论证充分。

(2) 格式要求: 字数不少于 3000 字。有封面, 封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字, 正文宋体五号字, 英文 Times New Roman, 有注释和参考文献。

(3) 提交方式与截止时间: 纸质版, A4, 正反面打印。交给课代表, 课代表收齐后统一交给老师。

#### 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

课程目标 \ 考核占比	平时	期中	期末	总评达成度
	课程目标 1	10%	40%	

课程目标 2	10%		40%	总评成绩（100%）=平时成绩（20%）+期中成绩（40%）+期末成绩（40%）
--------	-----	--	-----	--

### （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	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，有提问，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，提问不明确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，提问不明确，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有提问，没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。
课程 目标 2	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰。有问题意识，理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，结构基本完整，表达通顺，有一定的问题意识，能够初步使用相关理论视角，有一定的论证支撑，但不够充分。注释和参考文献基本符合规范。	对课程内容把握不准确，提问不明确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，提问不明确，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有提问，没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。

# 《元宇宙导论》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Introduction to Metaverse	课程代码	NENM1031
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒类专业大三（上）学生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	吴福仲、许书源	修订日期	2023年3月13日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

掌握元宇宙建设的基本原理，理解元宇宙的概念及其在未来媒体和社交互动中的应用，掌握元宇宙技术的发展现状和趋势。以新闻传播学为主、结合技术哲学、社会学、心理学、产业学等多元学科的理论资源，对元宇宙中的信息传播、社会交往、人机互动、伦理道德等议题进行思考和解析。在理论基础之上，通过元宇宙的设计实践和技术应用实践，进一步深刻理解元宇宙的技术原理与多重应用场景，提高创新和实践能力。

### （二）课程目标：

1. 了解元宇宙六大技术支柱（区块链技术、交互技术、电子游戏技术、人工智能技术、网络及运算技术、物联网技术）及其应用现状与前景，深入探究元宇宙技术对新闻传播业、创意文化产业、人机交互与人际交互模式、社会组织形态所产生的变革。

2. 掌握与元宇宙相关的理论基础，理解并应用技术可供性、深度媒介化、具身传播、沉浸传播、数字鸿沟、信息茧房等理论视角对元宇宙的应用现象及其结果进行解析，建立起理解前沿技术的理论思维，激发学生对元宇宙议题进行研究的兴趣。

3. 初步体验并应用以虚拟现实为代表的元宇宙技术，通过前沿实践案例理解元宇宙技术的多重应用场景及其对现存各类业态的变革作用，引导学生思考基于元宇宙的未来社会形态。

### （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	第一部分：元宇宙的技术原理与理论基础	初步掌握基础人文科学与社会科学的知识
	1.2		

课程目标 2	2.1	第二部分：元宇宙的技术应用与实践	系统掌握新闻传播学基础知识、基本理论和基本方法
	2.2		

### 三、教学内容

1. 教学目标：掌握元宇宙的基本概念、构成要素、理论基础与前沿实践。
2. 教学重难点：对技术原理的分析、建立起理解技术实践的学理视角。
3. 教学内容：结合元宇宙技术应用的前沿案例与技术潜能，建立起学生对元宇宙这一“元概念”的基本认知；运用相关传播学、媒介社会学、心理学等理论资源来理解元宇宙的实践与未来。
4. 教学方法：讲授法、讨论法、案例教学法、实操法。

### 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	绪论：什么是元宇宙	2
第二章	元宇宙的技术原理	4
第三章	元宇宙的理论基础	10
第四章	元宇宙的前沿应用	8
第五章	元宇宙的技术实操	6
第六章	元宇宙的伦理规制	2

### 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		绪论：什么是元宇宙	简要介绍元宇宙的概念界定、研究范畴与基本问题	2		
第一部分：元宇宙的技术生态及理论基础						

2		元宇宙的基础性技术	了解元宇宙六大技术支柱（区块链技术、交互技术、电子游戏技术、人工智能技术、网络及运算技术、物联网技术）及其应用现状与前景	2		
3		元宇宙的创新扩散	以技术创新扩散的视角理解元宇宙技术的采纳、使用与抗拒等议题，理解技术的社会建构过程及其对技术扩散过程的影响。			
4		元宇宙的技术可供性	以技术可供性的理论视角搭建理解元宇宙的整体性框架，着重强调“人”-“技术”-“环境”之间的互动。			
5		元宇宙中的智能“涌现”	介绍智能技术工作的核心原理，着重探讨以生成式人工智能为代表的新一轮技术革命对元宇宙的驱动作用。	2		
6		元宇宙中的具身传播	以具身传播的理论视角，解析元宇宙中人与虚拟环境间的交互、核心逻辑与潜在结果，引向关于媒介物质性的讨论。	2		
7		元宇宙中的人机交互	在“机器作为社会行动者”的理论范式之下，探讨元宇宙中的人机链接模式、核心逻辑及潜在结果，引向关于人机协作的未来模式探索。	2		
8		元宇宙与平台媒介	理解平台媒介的核心运行逻辑及其对社会组织形态的变革，建立起对平台媒介的批判性认知，探析元宇宙中的平台治理策略。	2		

9		元宇宙与可计算社会	在媒介社会学的视阈下，探讨元宇宙技术发展对社会变迁的影响，着重探讨社会信任的重构、智能鸿沟的生成，以及数字监控等问题。	2		
期中作业						
第二部分：元宇宙的实践应用						
10		元宇宙与新闻传播业变革	结合理论基础，以新闻传播业作为具体的探讨领域，解析元宇宙技术对新闻的生产、传播、消费产生影响，以及对新闻传播生态的重构。	2		
11		元宇宙、数字文化与数字文明	探讨元宇宙技术如何改变文化创意的生成、以及文化传播与文化消费的模式。引导学生思考数字文明的未来发展方向。	2		
12		元宇宙与产业融合	结合理论基础，分析元宇宙技术（尤其是数字孪生技术与区块链技术）助力产业发展与融合的前沿实践与内在机制，探索元宇宙技术应用的未来场景。	2		
13		元宇宙与科学研究	介绍元宇宙技术（尤其是虚拟现实、数据挖掘技术）如何服务于各个学科的科研进程，以及在学科融通共研进程中的潜在优势，激发学生利用元宇宙技术开展研究的热情与创意。	2		
14		元宇宙的伦理法规	结合理论基础，分析元宇宙技术所带来的伦理隐忧与潜在风险，为元宇宙的伦理规制提供建设性方案。	2		
15		元宇宙技术实操 I	虚幻引擎中虚拟现实技术的入门	2		

16		元宇宙技术实操 II	VR 模拟设计与应用	2		
17		元宇宙技术实操 II	VR 游戏设计与应用	2		
18		课程总结	全课程的回顾、梳理、总结与展望			
期末作业						

## 六、教材及参考文献

陈昌凤,《智能传播:理论、应用与治理》,中国社会科学出版社,2021年版

杨青峰,《元宇宙大革命:媒介、社会与工业的未来图景》,电子工业出版社,2023年版

杜骏飞.数字交往论:一种面向未来的传播学[J].新闻界,2021(12):79-87+94.

喻国明.未来媒介的进化逻辑:“人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来[J].新闻界,2021(10):54-60.

吴江,曹喆,陈佩,贺超城,柯丹.元宇宙视域下的用户信息行为:框架与展望[J].信息资源管理学报,2022,12(01):4-20.

胡泳,刘纯懿.“元宇宙社会”:话语之外的内在潜能与变革影响[J].南京社会科学,2022(01):106-116.

## 七、教学方法

1. 讲授法:课堂集中讲授相关理论知识点。
2. 讨论法:以学生在研究及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。
3. 案例教学法:以当下成功的元宇宙应用实践为案例,结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解。
4. 实操法:通过对元宇宙技术的实操使用教学,进一步加深学生对元宇宙技术的理解。

## 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	对理论概念的掌握	期中作业
课程目标 2	对理论知识的应用	期末作业

### (二) 评定方法

## 1. 评定方法

(一) 平时成绩：考勤+课堂参与 20%

(二) 期中作业：40%

(1) 内容要求：任选一个理论视角，探讨元宇宙技术对社会发展变迁（如，交往模式、信息传播、社会组织形态、社会信任、社会治理、数字文化）或个体的生存与发展（如，自我概念、主体性、价值信念、个体福祉）所产生的影响。

(2) 格式要求：字数不少于 3000 字。有封面，封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字，正文宋体五号字，英文 Times New Roman，有注释和参考文献。

(3) 提交方式与截止时间：纸质版，A4，正反面打印。交给课代表，课代表收齐后统一交给老师。

(三) 期末作业：40%

(1) 内容要求：二选一：1) 任选一个行业领域，搜集相关信息，以报告的形式呈现**某一项特定的元宇宙技术**的运行原理、发展现状、应用场景及机遇挑战等方面进行分析。2) 基于某一项或某几项元宇宙技术的应用现状及发展前景，以项目设计书的形式呈现基于元宇宙的创业或创新项目设计。

(2) 格式要求：字数不少于 3000 字。有封面，封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字，正文宋体五号字，英文 Times New Roman，有注释和参考文献。

(3) 提交方式与截止时间：纸质版，A4，正反面打印。交给课代表，课代表收齐后统一交给老师。

## 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	10%	40%		总评成绩（100%）=平时成绩（20%）+期中成绩（40%）+期末成绩（40%）
课程目标 2	10%		40%	

### (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	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，有提问，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，提问不明确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，提问不明确，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有提问，没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。
课程 目标 2	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，有提问，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，提问不明确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，提问不明确，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有提问，没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。

# 《广告新媒体研究》课程教学大纲

课程代码：ADVE1018

课程类别：专业教学课程

授课对象：广告、广告会展、新闻、艺术设计等专业

开课学期：秋季

学 分：2 学分

主讲教师：夏晴

指定教材：无

## 一、教学目的：

随着 web3.0 时代的到来，信息爆炸，网络及新媒体的极速发展为学习和生活带来更大挑战，如何适应瞬息变幻的新媒体形式，甚至从中把握机遇获得成功，成为对当代人才的巨大考验。本课程意在提高学生新媒体环境下的生存能力，使学生了解当下新媒体现象成因及未来发展趋势；掌握广告新媒体研究及创作基本方法；甚至，大胆预测未来媒体形势，定位自身学习研究方向。

## 二、课程内容

### 第一章 新媒体与自我

#### 1、教学内容

技术、社会与历史变迁

技术驱动—信息主义、工业主义、资本主义、国家主义：发展方式与生产方式

信息主义与资本主义“重建”

个人—信息化社会中的自我

广告新媒体研究方法简述

#### 2、教学要点

通过自我感官认识，带学生反思新媒体。同时，以学生所熟知，但并不深入了解其中原理的现实案例，介绍广告新媒体的研究方法与产出流程，注重对已有优秀成果的分析。

## 第二章 信息技术革命

### 1、教学内容

哪一种革命？

工业革命的启示

信息技术革命的历史序列

微体工程的巨大变革：电子学与信息

互联网的建立

网络技术与普遍存在的电脑运算

20 世纪 70 年代的技术分水岭

生命技术

技术变迁的社会脉络与动态

信息技术革命的模型、行动者与基地

信息技术范式

### 2、教学要点

以生产技术进程为基础，使学生了解新媒体发展的原因与必然趋势，分析代表性技术与对应历史阶段，透析现象背后的社会经济原因。在讲授中，着重介绍各阶段新媒体领域标志性人物、事件及热门名词。

热门名词可留作小组报告。

## 第三章 新经济：信息主义、全球化、网络化

### 1、教学内容

生产力、竞争力与信息化经济

生产力之谜

以知识为基础的生产力是信息化经济特有的吗？

信息主义与资本主义，生产力与获利力

信息主义的历史特殊性

全球经济：结构、动态与起源

全球金融市场

商品与服务市场的全球化：国际贸易的增长与转变

全球化对抗区域化

生产的国际化：多国公司与国际生产网络

信息生产与选择性的科学及技术全球化

全球劳动

全球经济的几何形势：区段与网络

全球化的政治经济学：资本主义再结构、信息技术，以及国家政策

新经济

2、教学要点

对新媒体经济价值做全局性介绍，了解国家层面信息技术与信息经济结构特点与对应政策。注重通过各国家之间的产业与信息化格局作对比，深度理解新媒体与政治、经济、历史与文化背景的必然联系。

可分组饰演各国家。

第四章 网络企业：信息化经济的文化、制度与组织

## 1、教学内容

资本主义重构，以及由工业主义转向信息主义的组织轨迹

从大量生产到弹性生产

小型企业与大公司的危机：神话与现实

丰田主义：管理阶层、工人合作、多功能劳动力、全面质量管理，以及降低不确定性

公司间的网络化

公司策略联盟

水平公司与全球企业网络

垂直公司模型的危机与企业网络的兴起

网络的网络连接：思科模式

信息技术与网络企业

文化、制度与经济组织：东亚企业网络

东亚企业网络的类型学

文化、组织与制度：亚洲企业网络与发展性国家

多国企业、跨国公司与国际网络

信息主义精神

## 2、教学要点

从企业的角度理解新媒体趋势与发展机遇，对比了解不同企业的媒体思路与媒体模式，学习如何对自身广告或产品进行定位。

可分组对同类型产品进行差异化广告或产品定位。

第五章 工作与就业转化：网络工作者、无工作及弹性工作者

## 1、教学内容

先进资本主义国家就业与职业结构之历史演变：以 1920~2005 年的七大工业国为例

后工业主义、服务业经济，以及信息化社会

就业结构的转化：1920~1970 年与 1970~1990 年

新职业结构

信息化社会的成熟：21 世纪的就业预测

总结：就业结构演变及其对信息化社会之比较分析的意义

有全球劳动力吗？

信息化范式的劳动过程

信息技术对就业的影响：通向无工作社会？

工作与信息分隔：弹性工作者

信息技术与劳资关系的再结构：社会二元论或片断化的社会？

## 2、教学要点

了解新媒体生产者的工作方式。介绍新媒体职业分工、工作内容与其所对应的生产环节与生产过程。掌握在新媒体创作中不同的劳动分工所承担的任务，定位自己所擅长的角色（利用科学量表与感性认识相结合，即所“擅长”与所“喜欢”）。

## 第六章 真实虚拟的文化：电子沟通的整合、受众的终结与互动式网络的出现

### 1、教学内容

从古腾堡星系到麦克卢汉星系：大众媒体文化的兴起

新媒体与受众的分殊化

电脑中介之沟通、机构控制、社会网络与虚拟社群

迷你电信的故事：国家与情爱

互联网星系

互动式社会

大融合：作为象征环境的多媒体

真实虚拟的文化

## 2、教学要点

新媒体的文化社会价值与社会化网络所带来的社会、政治冲击。从对其它客体的影响的角度，介绍新媒体变革与客体的应对手段。

着重介绍主动方与被动方的角色互动。

## 第七章 流动空间

### 1、教学内容

先进服务业、信息流动与全球城市

新工业空间

电子别墅里的日常生活：城市的终结？

都市形式的转化：信息化城市

美国最后的郊区边境

欧洲城市消逝中的魅力

第三千禧年的都市化：巨型城市

空间的社会理论与流动空间的理论

历史终结之建筑

流动空间与地方空间

## 2、教学要点

介绍新媒体与空间的交互—智慧的空间。通过新的媒体手段，空间成为“智能”的集中体现。了解如何处理空间信息与媒体的关系，定义有意义的城市信息，并对其**进行延伸设计与推广**。

以智慧的城市和城市的智慧空间为掌握要点。

## 第八章 永恒的边缘：无时间之时间

### 1、教学内容

时间、历史与社会

时间是价值的根源：全球赌场

弹性时间与网络企业

生涯工作时间的缩减与扭转

生命周期的模糊化：趋向社会失律症？

否定死亡

瞬间战争

虚拟时间

时间、空间与社会：永恒的边缘

### 2、教学要点

与传统媒体相对比，着重从时间角度介绍新媒体特点，以及新媒体本身的生命周期。

着重以实际案例为话题引，对比前一章新媒体的空间特征，鼓励学生当场对新媒体的时间特征进行讨论。

可以辩论赛的形式对新旧媒体的时间要素进行剖析。

## 第九章 网络与广告新媒体

### 1、教学内容

何谓“新媒体”

目标导向与需求导向

实现模型与心理模型

理解用户：定性研究

为用户建模：人物角色

设计的基础：场景剧本和需求

从需求到设计：框架和细化

视觉设计

测试与迭代

## 2、教学要点

通过介绍网络与媒体产品设计流程，使学生了解正确的新媒体广告创作思维与方法，指导具体实际的设计过程。以实际案例为基础，讲解设计流程中，每个步骤的方法与要点，规避传统媒体中不适宜的思考方式。

## 三、各章课时分配表

章序号	章内容	学时数
一	新媒体与自我	6
二	信息技术革命	6
三	新经济：信息主义、全球化、网络化	6
四	网络企业：信息化经济的文化、制度与组织	6
五	工作与就业转化：网络工作者、无工作及弹性工作者	6

六	真实虚拟的文化：电子沟通的整合、受众的终结与互动式网络的出现	6
七	流动空间	6
八	永恒的边缘：无时间之时间	6
九	网络社会与广告新媒体	6
总 计		54

### 参考书目

《失控—全人类的最终命运和结局》[美]凯文凯利，新星出版社，2011；

《知识的边界》[美]戴维温伯格（David Weinberger），山西人民出版社发行部，2014；

《为什么中国没出 Facebook》谢文，凤凰出版社，2011；

《媒体艺术网络》[德]鲁道夫弗里林 迪特尔丹尼尔斯，上海人民出版社，2014；

《数字化生存》尼葛洛庞帝，海南出版社，1997；

《信息时代三部曲：经济、社会与文化》[美]曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)，社会科学文献出版社，2003；

《Making Things Talk》Tom Igoe, O'Reilly Media, 2007；

# 《新媒体与社会》课程设计教学大纲

课程代码：NENM1018

课程名称：新媒体与社会

英文名称：New Media & Society

课程学时：36

课程设计学时：36

授课单位：数字传播系

指导方式：集中指导

适用专业：网络与新媒体

## 教材及主要参考书：

9. [英]尼克·库尔德利 (Nick Couldry) 著，何道宽译，《媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践》，复旦大学出版社，2014 年.
10. [荷]简·梵·迪克 (Dijk J.V.) 著，蔡静译，《网络社会：新媒体的社会层面》，清华大学出版社，2014 年.
11. [美]尼古拉·尼葛洛庞帝 (Nicholas Negroponte) 著，胡泳、范海燕译，《数字化生存》，电子工业出版社，2017 年.
12. 邱林川、陈韬文编，《新媒体事件研究》（传播与社会丛书），中国人民大学出版社，2011 年.
13. [英]詹姆斯·库兰著，杨击译，《大众媒介与社会》，华夏出版社，2006 年.
14. [荷]丹尼斯·麦奎尔 (Denis McQuail) 著，崔保国、李琨译，《麦奎尔大众传播理论》，清华大学出版社，2010 年.（第四章 媒介理论与社会理论；第六章 新媒介-新理论）
15. [美]迈克尔·舒德森 (Michael Schudson) 著，徐桂权译，《新闻社会学》，华夏出版社，2010 年.
16. [美]邓津、林肯主编，风笑天等译，《定性研究（第 1 卷）：方法论基础》、《定性研究（第 2 卷）：策略与艺术》，重庆大学出版社，2007 年.

## 一、课程设计教学目的及基本要求

《新媒体与社会》课程以媒介社会学的基本理论与研究路径为基础，结合前沿的传播现象展开教学，探讨新媒体与社会之间的关系。其目的是使学生了解新媒体的产生如何源自社会现

实，又是如何影响社会的；讨论新媒体传播在社会重要问题建构中的作用和方式，培养学生从传播学和社会学交融的视角来观察和分析问题。

主要课程目标和要求是：

- (1) 认识和理解媒介社会学的基本理论范式与研究路径，在既有的新闻传播学知识基础上，初步引入社会学的基础理论和方法；
- (2) 理解新媒体与社会之间的关系；能够以传播学和社会学交融的视角分析当前的新媒体传播，尤其是社会化媒体的传播现象；结合具体案例分析新媒体传播在重要社会问题中的建构作用及其方式。
- (3) 掌握基本的媒介社会学研究方法（本课程主要介绍质性的经验性研究方法）：培养新媒体与社会研究中的问题意识，把握主要的问题域；学习并掌握新媒体研究中的网络虚拟民族志研究方法。

#### 四、课程设计内容及安排

周次	教学内容	教学目标
1	绪论： 媒介社会学与新媒体研究	认识并理解媒介社会学的基本理论范式及研究路径；认识近年来媒介社会学视角下有关新媒体的主要研究
2	新媒体的发展阶段及其产生的社会环境	认识新媒体及信息通信技术（ICT）的发展历程，理解新媒体的产生如何源自于社会现实，社会现实对新媒体的使用产生怎样的影响
3	新媒体、新的传播活动与新型社会交往	理解并学会分析新媒体所带来的新的传播活动，以及由此而来的对社会生活、社会交往的影响。如，社交媒体的使用对社会交往及社会关系的影响；网络社群的形成等；近年来的研究还涉及对传统意义上新媒体使用的弱势群体—老年人的新媒体使用与传播活动，以及由此形成的老年人的新社会交往活动与再社会化的考察

4	新媒体对新闻生产的影响 (一)	理解并学会分析新媒体对新闻内容生产、新闻组织机构、媒介产业等的影响
5	新媒体对新闻生产的影响 (二)	理解并学会分析新媒体对新闻生产的专业性的影响，能够结合当前问题进行分析，如新媒体时代的客观性、把关问题；娱乐化问题等
6	新媒体与赋权、集体行动	理解赋权、集体行动、社会运动等相关概念，学会分析新媒体带来的赋权现象及由此产生的集体行动，分析其中新媒体的使用及作用方式
7	新媒体与公共领域	理解公共领域的概念、理论发展，学会分析新媒体对公共领域产生的影响
8	新媒体事件	理解媒体/媒介事件、新媒体事件的概念，以及“新媒体事件”研究主要涉及的议题，学习分析某一新媒体事件
9	新媒体、舆论与情绪	理解并学会分析新媒体时代舆论的特点；新媒体对舆论的影响；网络舆论对社会公共生活的影响等。结合当前舆论研究中对情感、情绪的关注，分析新媒体舆论中的情绪因素及其影响。
10	新媒体与社会问题（一）： 新媒体与环境/环保问题	理解并学会分析新媒体的产生与使用对环境/环保问题的影响，以及公民通过新媒体进行的环保维权。结合具体案例及相关研究进行分析讨论，如系列反PX事件、反垃圾焚烧运动、PM2.5议题的生成与建构等
11	新媒体与社会问题（二）： 新媒体时代的民意与司法	理解并学会分析新媒体的产生与使用对“民意与司法”这一传统问题的新影响，新媒体如何使其中的矛盾更加彰显，应如何避免新媒体时代的媒介审判等。结合具体案例进行分析，如邓玉娇案、夏俊峰案、辱母案、江歌案等
12	新媒体与社会问题（三）： 新媒体与社会流动、社会融入	理解社会流动、社会融入概念及相关基本问题和研究，学会分析新媒体使用对社会流动、社会融入的影响，结合具体问题进行讨论

13	新媒体与社会问题（四）： 新媒体与医患矛盾	理解并学会分析新媒体的使用对医患交往、医患关系产生的影响，讨论新媒体使用与近年来突出的医患矛盾间的关系
14	新媒体与社会问题（五）： 大数据与隐私权	认识并理解大数据、隐私权概念，学会分析大数据时代对隐私权带来的影响及现实困境
15	研究方法（一）： 媒介社会学的问题域与研究问题的建构	认识并理解媒介社会学的主要研究对象与核心问题域，学习如何建构研究问题
16	研究方法（二）： 质性研究方法基础	学习基本的常用质性研究方法，包括深度访谈、参与式观察等
17	研究方法（三）： 网络虚拟民族志	学习基本的网络虚拟民族志研究方法

## 五、课程设计报告要求

以小组汇报的形成呈现。具体要求为：

- 1.根据选课人数进行分组，每组不超过4人，共同完成小组汇报，须制作PPT进行展示，并选一位同学现场报告；从第8周开始。
- 2.内容要求：结合课程内容，选择一个主题，简单梳理相关理论文献，并选取新近的传播案例进行分析，围绕新媒体与社会的关系、新媒体传播在重要社会问题中的建构作用及方式展开讨论。

## 四、课程设计考核方法及成绩评定

1. 考勤：10%
2. 课堂表现（包括提问、互动、发言等）：10%
3. 期中作业：以小组为单位，每组不超过4人，结合课程中的内容，选取具体案例进行分析，在课堂上作报告：30%

4. 期末考查：以媒介社会学的视角，以新媒体对社会的影响为选题范围，撰写一篇课程论文。50%

#### 五、其他要求

周次	日期	教学内容
1		绪论 媒介社会学与新媒体研究
2		新媒体的发展阶段及其产生的社会环境
3		新媒体、新的传播活动与新型社会交往
4		新媒体对新闻生产的影响（一）
5		新媒体对新闻生产的影响（二）
6		新媒体与赋权、集体行动
7		新媒体与公共领域
8		新媒体事件
9		新媒体、舆论与情绪
10		新媒体与社会问题（一）： 新媒体与环境/环保问题
11		新媒体与社会问题（二）： 新媒体时代的民意与司法
12		新媒体与社会问题（三）： 新媒体与社会流动、社会融入
13		新媒体与社会问题（四）： 新媒体与医患矛盾
14		新媒体与社会问题（五）： 大数据与隐私权
15		研究方法（一）： 媒介社会学的问题域与研究问题的建构
16		研究方法（二）： 质性研究方法基础
17		研究方法（三）： 网络虚拟民族志

# 《论文选题与写作规范专题》课程设计教学大纲

课程代码：JOUR3040

大纲执笔人：曹洵、周舒燕

课程名称：论文选题与写作规范专题 大纲审稿人：

英文名称：Topic Selection & Writing for Academic Papers

课程学时：54

课程设计学时：54

授课单位：网络与新媒体系

指导方式：集中指导与分散指导相结合

适用专业：网络与新媒体

## 教材及主要参考书：

1. [美] 艾尔·巴比著，邱泽奇译：《社会研究方法》（第11版），华夏出版社，2018年1月。
2. [美] 布斯等著：《研究是一门艺术：撰写学术论文、调查报告、研究著作的权威指南》，新华出版社，2009年7月。
3. [美] 伯杰：《媒介研究技巧》（第二版），中国人民大学出版社，2009年9月。
4. [英] 斯托克斯著，黄红宇，曾妮译：《媒介与文化研究方法》，复旦大学出版社，2006年1月。
5. 王颖吉：《传播与媒介文化研究方法》，北京大学出版社，2017年6月。
6. [美] 诺曼 K. 邓津，伊冯娜 S. 林肯著：《质性研究手册》（共4册），重庆大学出版社。

## 一、课程设计教学目的及基本要求

该课程是面向传媒学院网络与新媒体专业高年级学生开设的学术技能训练课程。课程旨在通过对社会科学研究的理论和方法进行全面系统的提要性介绍，结合各类新闻传播学相关研究实例，向学生介绍研究方法论与基础理论、具体研究方法、研究操

作三个层次，以及**实证研究**、**诠释研究**与**批判研究**三种研究取向，形成**规范的研究型论文写作范式**。

在**理论与实践相结合**的基础上，使学生掌握本学科**专业内**对于**研究资料收集、整理、分析和评估**的各种方法、技术，了解并熟悉**社会科学研究**的原理、**逻辑策略**和**科学程序**，培养学生以**科学的方法认识、分析和解决社会问题的实践能力**，为**撰写毕业论文（设计）**打下必要的基础。

## 二、**课程设计内容及安排**

### 第一部分 **社会科学研究方法论基础**

1. **导论**：社会科学研究的方法论**脉络与范式**
2. **研究选题**：问题意识的来源、研究**价值论证**、提出**研究问题**
3. **文献综述**：文献的搜索、整理与**述评**
4. **研究设计**：确定**理论框架**、**选择研究方法**、制定**研究计划**

### 第二部分 **实证研究**

1. **实证研究**的基本类型、方法与**调研的实施**
2. **经典与前沿案例范例**：内容分析、**社会网络分析**、**计算传播学**
3. **分组实践 1**：**实证调研**、**量化数据的收集与分析**

### 第三部分 **诠释研究：质性研究**

1. **质性研究**的范式、方法与**过程**
2. **经典与前沿案例范例**：受众研究、**行动者研究**、**（网络）社区研究**
3. **分组实践 2**：**田野考察**、**深度访谈的实施**，**质化数据的收集与分析**

#### 第四部分 诠释研究：文本分析

1. 文本分析的理论基础、应用领域与研究过程
2. 经典与前沿案例范例：话语分析、符号学分析、意识形态分析、精神分析
3. 分组实践 3：不同类型的媒介文本分析

#### 第五部分 批判研究

1. 批判研究的理论背景、应用领域与研究方式
2. 经典与前沿案例范例：传统马克思主义、法兰克福学派、政治经济学、伯明翰学派等
3. 分组实践 4：不同批判传统与范式的研究实践

#### 第六部分 论文写作

课程总结；进行规范的学术论文写作实践

### 三、课程设计报告要求

选课的每位同学可在实证研究、质性研究、文本分析、批判研究中选择一种研究范式，以新闻传播学范围内的研究对象开展研究。在选题论证、文献综述、形成初步结论、撰写论文四个关键阶段，以小组讨论、互评等方式进行修改完善，并在学期结束时完成一篇完整、规范的学术论文。

### 四、课程设计考核方法及成绩评定

本课程考核分别为三个部分：

1、 出勤情况：10%

点名超过三次不到扣除全部考勤分。缺课率超过三分之一取消课程成绩。

2、 课堂表现与分组实践：30%

分组实践打分标准：选题 5%；文献综述 10%；理论与方法 10%；论文大纲 5%

3、 期末论文：60%

期末论文要求及打分标准：

(1) 字数不少于 3500 字。

(2) 有提问，有分析，有结论，结构完整，思路清晰，语言规范。30%

(3) 有自己的思考和观点。20%

(4) 注释及引用符合规范。10%

(5) 凡涉嫌抄袭者，按 0 分计。

# 《文学戏剧鉴赏》课程教学大纲

课程代码：TAAA1019

课程类别：专业选修课程

授课对象：新闻系、广播电视系、广告系、数字传播系等专业大一新生

开课学期：春季学期（自 2023 年起）

学 分：3 学分

主讲教师：潘莉

指定教材：无

## 教学目的：

本课程以中国现当代文学史的著名文学戏剧作品为核心，通过案例的方式，点面结合，系统介绍二十世纪中国现当代文学的基本内容。一方面参照中国史的脉络，扼要梳理中国文学文化中主要的历史事件、文化思想、思潮运动等，使学生通过本课程的学习对中国现当代历史及其文化有大致了解，另一方面注重中国二十世纪各历史阶段的经典文学戏剧作品的研读与欣赏，以培养学生感受与理解经典的能力，增强学生的人文素养与思辨能力。

## 第一章 现代文学与戏剧

课时：12 周，共 24 课时

### 第一节 第一个十年（1917-1927）

#### 一、文学思潮与运动（一）

了解五四运动与文学革命的基本面貌。重点是文学革命发生的原因、过程与性质，以及这场革新运动的意义。此外，对于新文学如何受外来文学思潮的影响，各种文学社团的兴起如何推进新文学创作的理论建设，也应有较系统的了解。

[美]周策纵：《五四运动史》，陈永明等译，成都：四川人民出版社，2019年。

[美]王德威：《被压抑的现代性：晚清小说新论》，宋伟杰译，北京：北京大学出版社，2005年。

## 二、小说（一）

了解新文学第一个十年小说创作的基本情况。主要结合具体的作品分析，考察带时代特征的审美倾向与创作潮流。了解本时期小说发展的多样性：“问题小说”、人生派写实小说与“自叙传”抒情小说。

郁达夫：《沉沦》，北京：作家出版社，2000年。

## 三、鲁迅：铁屋中的呐喊

了解鲁迅的创作道路，研读《呐喊》与《彷徨》，理解为什么说此为中国现代小说的开端与成熟的标志。

鲁迅：《呐喊》，北京：人民文学出版社，2006年。

鲁迅：《彷徨》，北京：人民文学出版社，2006年。

[美]李欧梵：《铁屋中的呐喊》，尹慧珉译，北京：人民文学出版社，2010年。

汪晖：《反抗绝望：鲁迅及其文学世界》（增订版），北京：生活·读书·新知三联书店，2008年。

汪晖：《阿Q生命中的六个瞬间》，上海：华东师范大学出版社，2014年。

## 四、戏剧（一）：新戏的萌芽

了解中国现代话剧的起源，从春柳社、文明新戏到“五四”前后的爱美剧、社会问题剧和小剧场运动，其摸索、实验与发展是曲折艰难的。

田汉：《获虎之夜》，《田汉全集》，石家庄：花山文艺出版社，2000年。

丁西林：《丁西林代表作：一只马蜂》，北京：华夏出版社，2009年。

思考题：

- 1、简述文学革命发生发展的过程。
- 2、概述“五四”时期小说创作的主要流脉与开放性状况。

3、如何理解鲁迅的《呐喊》与《彷徨》是中国现代小说的开端与成熟的标志？

## 第二节 第二个十年（1928-1937年6月）

### 一、文学思潮与运动（二）

了解1930年代文艺运动发展的基本线索，重点理解左翼文学思潮的时代特征及其得失，以及左翼作家与自由主义两大文学思潮对立的状况。

徐志伟、张永峰编：《“左翼文学”研究读本》，桂林：广西师范大学出版社，2017年。

### 二、小说（二）：“京派”、“海派”与左翼小说

了解本时期是现代文学史上小说创作的高峰期，主要作家大致分为三派：“左联”为核心的左翼、远离文学党派性与商业性的京派，以及最接近读书市场的海派。

丁玲：《莎菲女士的日记 韦护》，北京：人民文学出版社，2009年。

萧红：《生死场》，北京：人民文学出版社，2005年。

[美]李欧梵：《上海摩登：一种新都市文化在中国（1930-1945）》（修订版），毛尖译，杭州：浙江大学出版社，2017年。

### 三、茅盾、老舍、沈从文

分别了解茅盾、老舍与沈从文不同的人生经历与创作道路，重点研读各自代表作。特备是理解茅盾所建立的“社会剖析小说”新的文学范式，老舍以文化批判视野描写的“市民世界”，以及沈从文构筑的具有牧歌情调的“湘西文学世界”。

茅盾：《子夜》，北京：人民文学出版社，2002年。

老舍：《骆驼祥子》，北京：人民文学出版社，2000年。

沈从文：《边城》，太原：北岳文艺出版社，2002年。

[美]金介甫：《他从凤凰来：沈从文传》，符家钦译，北京：新星出版社，2018年。

[美]王德威：《写实主义小说的虚构：茅盾、老舍、沈从文》，上海：复旦大学出版社，2011年。

#### 四、戏剧（二）：走向广场

了解本时期戏剧运动的基本情况。可以用“走向广场”来概括戏剧的大众化及其宣传教育功能的追求，这是本时期一种突出的趋向。了解本时期主要的四种戏剧类型：无产阶级戏剧、红色戏剧、国防戏剧与农民戏剧，并注意职业化的“剧场戏剧”对话剧艺术的发展起到的促进作用。

夏衍：《上海屋檐下：三幕话剧》，中国戏剧出版社，1981年。

《放下你的鞭子》，载贵阳师范中文系中国现代文学教学组编：《中国现代文学作品》，贵阳师范中文系中国现代文学教学组，1978年，第397-407页。

#### 五、曹禺：《雷雨》

研读曹禺代表作，思考为何说曹禺的成功标志着中国现代话剧由此走向成熟。深入探讨曹禺剧作所具有的丰富的多层次的戏剧内涵，即每一部剧都在现实人生与人性开掘及戏剧形式上有新的试验与创造。

曹禺：《日出》，北京：中国戏剧出版社，1980年。

曹禺：《雷雨》，北京：中国戏剧出版社，1980年。

曹禺：《北京人》，北京：人民文学出版社，1994年。

#### 思考题：

- 1、概述左翼文学思潮的时代特征及其得失，以及左翼作家与自由主义两大文学思潮对立的状况。
- 2、如何理解茅盾的社会剖析小说在1930年代开创了新文学的范式？
- 3、如何理解曹禺的成功标志着中国现代话剧由此走向成熟？

### 第三节 第三个十年（1937年7月-1949年9月）

#### 一、文学思潮与运动（三）

了解本时期的文学思潮、运动与创作倾向。战争制约下不同政治地域的文化发展状况，注意其“分割并存”状态，重点学习毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》的重要意义。

毛泽东：《在延安文艺座谈会上的讲话》，《毛泽东选集》（第三卷），北京：人民出版社，1991年。

刘卓编：《“延安文艺”研究读本》，上海：上海书店出版社，2018年。

## 二、小说（三）：分割并存

了解本时期小说按题材或表现趋向的四种类型：国统区的讽刺小说、追忆小说、沦陷区的通俗与先锋混合型小说，以及解放区的社会主义现实主义新型小说。

钱锺书：《围城》，北京：人民文学出版社，1991年。

## 三、赵树理、丁玲、张爱玲

分别了解赵树理、丁玲与张爱玲不同的人生经历与创作道路，重点研读各自代表作。特别是理解赵树理的文学史意义及其所代表的崭新的文学方向，即“赵树理方向”，解放区的女性作家丁玲以女性视角所描绘的解放区农村阶级斗争与生活复杂性，以及另一位上海“孤岛”时期的女作家张爱玲刻画的大时代中都市小人物的悲欢。

赵树理：《小二黑结婚》，北京：作家出版社，2000年。

丁玲：《太阳照在桑干河上》，北京：人民文学出版社，2005年。

李向东、王增如：《丁玲传》，北京：中国大百科全书出版社，2015年。

张爱玲：《倾城之恋》，北京：北京十月文艺出版社，2012年。

杨泽：《阅读张爱玲》，桂林：广西师范大学出版社，2003年。

## 四、戏剧（三）：三次高潮

了解本时期戏剧创作概况，抓住“广场戏剧”与“剧场戏剧”这两个方面。“广场戏剧”是更为面向大众，顺应时代需求的多种通俗性演剧形式，包括影响巨大的新歌剧《白毛女》；“剧场戏剧”则包括历史剧、讽刺戏剧、知识分子题材话剧以及适应市民的通俗话剧。就文学成就而言，“广场戏剧”总体艺术水准较高，并在此时期形成三次高潮。

贺敬之、丁毅：《白毛女》：北京：中国青年出版社，2000年。

### 思考题：

- 1、“分割并存”状态下，不同政治地域的文化发展特征如何？
- 2、为什么说《讲话》是马克思主义文艺理论中国化的最重要成果？
- 3、如何理解“赵树理方向”？
- 4、丁玲、张爱玲、萧红的女性写作有何异同？

## 第二章 当代文学与戏剧

课时：8周，共16课时

### 第一节 50-70年代

#### 一、文学思潮与运动（四）

了解新中国成立之后，当代文学的思潮发展、运动与挫折。新的文学环境与文学规范，频繁的批判运动，逐渐走向激进的“文革文学”等当代文学发展的历史过程。

贺桂梅编：《“50-70年代文学”研究读本》，上海：上海书店出版社，2018年。

#### 二、小说（四）：“三红一创，青山保林”

研读新中国十七年经典小说，“三红一创，青山保林”，即《红岩》《红日》《红旗谱》《创业史》《保卫延安》《山乡巨变》《林海雪原》《青春之歌》，了解此时期在新的文艺标准下的文学创作基本情况。

罗广斌、杨益言：《红岩》，北京：中国青年出版社，2000年。

吴强：《红日》，北京：人民文学出版社，2005年。

梁斌：《红旗谱》（全三册），北京：人民文学出版社，2005年。

柳青：《创业史》（全二册），北京：人民文学出版社，2005年。

杜鹏程：《保卫延安》，北京：人民文学出版社，2005年。

周立波：《山乡巨变》，北京：人民文学出版社，2004年。

曲波：《林海雪原》，北京：人民文学出版社，2005年。

杨沫：《青春之歌》，北京：人民文学出版社，2005年。

李杨：《50-70年代中国文学经典再解读》，北京：北京大学出版社，2018年。

#### 三、戏剧（四）：话剧《茶馆》

了解老舍的创作道路，研读老舍写于 1957 年的三幕话剧《茶馆》，理解其对中国当代话剧的重要意义。

老舍：《茶馆》，北京：人民文学出版社，2002 年。

#### 四、文革时期：“八大样板戏”

了解“文革”时期具有重要意义的“八大样板戏”，即京剧《智取威虎山》《海港》《红灯记》《沙家浜》《奇袭白虎团》，芭蕾舞剧《红色娘子军》《白毛女》，交响音乐《沙家浜》，理解其所重塑的“经典性”与局限。

刘柳：《足尖上的意志：芭蕾舞剧《红色娘子军》的表演实践与当代言说（1964-2014）》，中央民族大学出版社，2019 年。

张晴滢：《样板戏：文化革命及其最新形式》，台北：人间出版社，2021 年。

#### 思考题：

- 1、概述十七年文学的发展状况与基本特征。
- 2、如何理解老舍的《茶馆》开创话剧的“中国学派”？
- 3、文革时期的“样板戏”有哪些成就与不足？

## 第二节 80-90 年代

### 一、文学思潮与运动（五）

了解“文革”后，80 年代新时期文学发展的基本状况与特征，以及 90 年代的文学环境变化与文化事件。

刘复生：《“80 年代文学”研究读本》，上海：上海书店出版社，2018 年。

贺桂梅：《“新启蒙”知识档案：80 年代中国文化研究》（第 2 版），北京：北京大学出版社，2021 年。

程光炜：《文学讲稿：“八十年代”作为方法》，北京：北京大学出版社，2009 年。

洪子诚等：《重返八十年代》，北京：北京大学出版社，2009 年。

## 二、小说（五）：“伤痕”、“寻根”与“先锋小说”

了解 80 年代小说的主要流派，即“伤痕文学”“寻根文学”“先锋小说”等的基本状况、艺术特征与代表作家作品。

卢新华：《伤痕》，《文汇报》1978 年 8 月 11 日。

韩少功：《爸爸爸》，上海：上海文艺出版社，2012 年。

余华：《十八岁出门远行》，《世事如烟：余华中短篇小说》，北京：作家出版社，2012 年。

格非：《褐色鸟群》，上海：上海文艺出版社，2014 年。

## 三、戏剧（五）：高行健、赖声川

了解剧作家高行健和赖声川的各自创作道路，主要关注高行健在 80 年代创作的探索话剧如《绝对信号》《车站》的独特价值，以及被誉为“亚洲剧场导演之翘楚”的赖声川在 90 年代创作的《暗恋桃花源》获得巨大成功的重要意义。

高行健：《高行健戏剧集》，北京：群众出版社，1985 年。

赖声川：《暗恋桃花源》，北京：中信出版社，2019 年。

### 思考题：

- 1、概述“重返八十年代”的内涵。
- 2、如何理解 90 年代的文学大众化商品化转向？

### 参考书目（按作者姓氏拼音排序）

[美]安敏成：《现实主义的限制：革命时代的中国小说》，南京：江苏人民出版社，2001 年。

陈思和：《中国现当代文学名篇十五讲》（第二版），北京：北京大学出版社，2013 年。

董建、胡星亮编：《中国当代戏剧史稿（1949-2000）》，北京：中国戏剧出版社，2008 年。

洪子诚：《中国当代文学史》，北京：北京大学出版社，2010 年。

洪子诚：《当代文学的概念》，北京：北京大学出版社，2010 年。

# 《我是朗读者》课程教学大纲（三号黑体）

## 一、课程基本信息

英文名称	I am a declaimer	课程代码	TAAA1027
课程性质	通识教育课程、选修课程	授课对象	广播电视、主持、新闻、广告、网络新闻等专业
学 分	2	学 时	2
主讲教师	冯洋	修订日期	2022. 2. 23
指定教材	冯洋，《朗诵艺术教程》，中国传媒大学出版社，2021年		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

在“新时代、新指南、新战略、新作为”思想的指引下，人民的文化自信心和民族自豪感倍增。播音主持专业课程《诵读指导实践》立足于当下社会痛点和专业痛点，聚焦文艺从业者的德艺品质问题和艺术学生文化功底较弱、浮躁心气高、浮夸“形式化”表演的问题。课程以“红色诵读文化”为核心，树立了“立体知识结构、团队主创能力、全面融合思维、家国文艺人才”的四维度目标，建立了“文、思、本、无、界”的教学创新理念。以中华经典文学和红色经典篇目为诵读创作基础，注重“文脉传承”和“思政朗诵”的教学内容重构，实现“学生为本”的教学过程，建立“无边课堂”和“跨界融合”的教学方法和考评机制。

### （二）课程目标：

本课程是播音主持专业学生的专业必修课，对于开拓播音主持专业学生的业务视野，丰富业务领域，培养学生的观察力、理解力、感受力、领悟力、鉴赏力，从而提高语言表现力，整体提升学生的语言功力有着十分重要的意义。本课程的教学注重理论性与实践性相结合，基于古诗词朗诵、现代诗朗诵、散文朗读、寓言童话和小说播讲等诸多有声语言样式的表达的教学内容，课程建立了“立体知识结构、团队主创能力、全面融合思维、家国文艺人才”的四维度目标。

#### 课程目标 1：知识目标

- 1.1 树立立体知识结构目标，理解诵读知识理论。
- 1.2 领悟红色文学中的“新指南”“新战略”意义，积累经典文学作品，建立艺术、思政、文学相结合的知识结构。

#### 课程目标 2：能力目标

- 2.1 熟练运用诵读技巧，培育学生艺术主创能力。
- 2.2 培育团队合作能力，鼓励创作具有“新时代”意义的诵读作品。

#### 课程目标 3：思维目标

- 3.1 激发多角度的艺术思维能力，树立全面融合思维目标。
- 3.2 培育感性与理性、感受与逻辑、文理融合的思维模式。

#### 课程目标 4：素养目标

- 4.1 强调诵读展演中的红色精神，培育诵读文化中的红色基因。
- 4.2 要塑造协同合作、知行合一的创新型、专家型人才。

### （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	朗读概述	立体知识结构
	1.2	朗读准备	红色文学文化
课程目标 2	2.1	朗读基础、朗读技巧	艺术主创能力
	2.2	朗诵创作	团队合作能力
课程目标 3	3.1	现场把握	艺术思维能力
	3.2	态度情感、逻辑感受	文理融合思维
课程目标 4	4.1	篇目理解	红色文化基因
	4.2	播读创作	协同合作、知行合一

## 三、教学内容

### 第一章 朗读概述

#### 1. 教学目标

理解朗读内涵，构建朗读创作的正确观念。

#### 2. 教学重难点

朗读创作的正确道路与创作规律。

#### 3. 教学内容

朗读的内涵与外延、属性特征、功能作用、道路与规律，以央视《新春诗会》《朗读者》等经典节目朗诵片段为例。

#### 4. 教学方法

案例鉴赏法、点评互评法

#### 5. 教学评价

学生能否树立朗读创作的正确道路，坚定文化自信和民族自豪感。

### 第二章 朗读准备

#### 1. 教学目标

建立长期广泛的素养积累，学会朗读备稿。

#### 2. 教学重难点

朗读状态、备稿六步

### 3. 教学内容

朗读的状态、身份、备稿六步、素养积累，以《观沧海》《我的自白书》《沁园春·雪》《春江花月夜》等为例。

### 4. 教学方法

示范法、点评法

### 5. 教学评价

能否真正驾驭朗读创作，坚持长期广泛的素养积累，提升思想觉悟、文化知识、生活阅历、艺术审美等。

## 第三章 朗读基础

### 1. 教学目标

建立朗读创作的语音发声基础，纠正语音与发声问题。

### 2. 教学重难点

胸腹联合式呼吸

### 3. 教学内容

气出丹田、三腔共鸣、吐字归音、科学发声、语音矫正，以《满江红》《海燕》《长江之歌》《早发白帝城》等为例。

### 4. 教学方法

示范法、纠偏法

### 5. 教学评价

是否做到气息、共鸣、吐字、发声的熟练运用，能将发声基础与典型朗读篇目的有机结合。

## 第四章 现场把握

### 1. 教学目标

掌握舞台朗诵和录音朗诵的技巧，积累朗读创作经验。

### 2. 教学重难点

舞台朗诵的强控制

### 3. 教学内容

舞台朗诵、录音朗诵、配乐朗诵、形体形象，以《祖国啊我亲爱的祖国》《少年中国说》《信念永恒》《赞美》《将进酒》等为例。

### 4. 教学方法

舞台实践、录音实践

### 5. 教学评价

能否驾驭舞台，熟练舞台表演技巧，克服紧张心态。

## 第五章 朗读技巧

### 1. 教学目标

细致分析和处理朗读作品中字词句的技巧内涵。

### 2. 教学重难点

节奏的含义及把握

### 3. 教学内容

停连、重音、语气、节奏，以《死水》《草地夜行》《我有一个梦想》《十里长街送总理》《桂林山水甲天下》等为例。

### 4. 教学方法

示范法，纠偏法

### 5. 教学评价

能否对每个段落、句子、字词的处理进行细致纠正，做到朗读创作的一丝不苟，精益求精。

## 第六章 态度感情

### 1. 教学目标

培养学生细腻的文字感受力，建立清晰的逻辑感受和逻辑链条。

### 2. 教学重难点

感情色彩、逻辑感受

### 3. 教学内容

朗读的态度分寸、感情色彩、形象感受、逻辑感受，以《闻官军收河南河北》《为有牺牲多壮志》《目送》《春》《野草题辞》《想和做》为例。

### 4. 教学方法

户外体验、表演感受

### 5. 教学评价

能否让声音与情感、与思维自然融合。

## 第七章 朗诵创作

### 1. 教学目标

独立完成诗歌朗诵创作。

### 2. 教学重难点

古诗词朗诵技巧

### 3. 教学内容

古诗词朗诵技巧包括格律语节、炼字押韵、抑扬顿挫、规中求变，现代诗朗诵技巧包括意象脉络、节奏韵律、深入心灵、纵情真我。以《木兰辞》《春望》《蜀道难》《乡愁》《纸船》《热爱生命》《再别康桥》《致橡树》《我爱这土地》等为例。

### 4. 教学方法

实践法、点评法

#### 5. 教学评价

能否掌握古诗词、现代诗等不同文体的朗诵创作要领。

### 第八章 播读创作

#### 1. 教学目标

独立完成散文、小说等朗读创作。

#### 2. 教学重难点

小说的播讲技巧

#### 3. 教学内容

散文朗读技巧包括形散而情真、细腻有文采、轻柔写意化、表达多样化，小说播讲技巧包括播讲基调、播讲风格、旁白处理、人物造型，童话寓言播讲技巧包括明确寓意、丰富想象、夸张对比、角色造型。以《背影》《我的心》《红岩》《项链》《猴吃西瓜》等为例。

#### 4. 教学方法

实践法、点评法

#### 5. 教学评价

能否掌握散文、小说等不同文体的朗诵创作要领。

## 四、学时分配

表 2：各章节的具体内容和学时分配表

章节	章内容	学时数
1	一、诵读概述	2
2	二、诵读准备	2
3	三、诵读基础	4
4	四、现场把握	6
5	五、诵读技巧	4
6	六、态度情感	4
7	七、朗诵创作	6
8	八、播读创作	6
9	九、综合训练	2
总 计		36

## 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	按校 历制 定	一、诵读概述	内涵与外延	2	网课视频学习	
2	按校 历制 定	二、诵读准备	备稿与素养	2	网课测验讨论	
3-4	按校 历制 定	三、诵读基础	语音发声技巧	4	网课录音提交	
5-7	按校 历制 定	四、现场把握	舞台与录音朗诵	6	作品录制	
8-9	按校 历制 定	五、诵读技巧	停连、重音、语 气、节奏	4	片段训练	
10-11	按校 历制 定	六、态度情感	感情与逻辑	4	文本分析	
12-14	按校 历制 定	七、朗诵创作	古诗现代诗朗诵	6	作品创作	
15-17	按校 历制 定	八、播读创作	散文小说播讲	6	作品创作	
18	按校 历制 定	九、综合训练	作品演练与指导	2	舞台展演	

## 六、教材及参考书目

### (一) 课程教材

冯洋《朗诵艺术教程》中国传媒大学出版社，2021.12

## （二）辅助教材

1. 《诗歌朗诵》（张颂著）侧重古诗词朗诵作品指导。
2. 《朗诵艺术通论》（邹俊著）侧重朗诵创作技巧与方法。
3. 《文艺作品演播教程》（罗莉著）侧重各类文艺作品播读要领。
4. 《朗读学》（张颂著）侧重朗读创作的系统理论指导。

## （三）参考书目

1. 白龙《播音员主持人训练手册：语言表达技巧》北京广播学院出版社，2004.9
2. 曾致《朗诵艺术指要》，中国传媒大学出版社，2012.7
3. 付程《实用播音教程第2册：语言表达》，中国传媒大学出版社，2002.1
4. 王明军 阎亮《影视朗读艺术》，中国传媒大学出版社，2007.10

## 七、教学方法

### 1. 音视频示范法

遴选优秀的朗诵作品的音视频片段，给学生进行观摩、评析、模仿、创作。

### 2. 一对一发声训练法

将学生进行分组小班上课，老师与学生进行一对一的发声训练指导，有针对性地解决学生具体的朗诵发声问题。

### 3. 录音听评法

带领学生在录音棚完成朗诵作品，对学生的录音进行回放、自评、互评和教师点评，使学生对自身朗诵问题体会得透彻明晰。

### 4. 微课教学法

将优秀的网络微视频专业课程融入教学，作为学生课前预习和课后巩固的辅助教学资源，使课程内容夯实丰厚，教学方式多样有趣。

## 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

目标	考核方式	考核
1. 知识目标	线上课程	进度+测验+讨论
2. 能力目标	课上	问答+练习+表演

3. 思维目标	课下	思考+文本写作
4. 素养目标	期末	展演+录播+小论文

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法

平时成绩：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

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	0.3	0.3	0.4	(例：课程目标 1 达成度={0.3 x 平时目标 1 成绩+0.2 x 期中目标 1 成绩+0.5 x 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	0.3	0.3	0.4	
课程目标 3	0.3	0.3	0.4	
课程目标 4	0.3	0.3	0.4	

## (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	朗读理论娴熟，理解准确，举一反三	朗读理论熟悉，理解基本准确	朗读理论基本掌握，理解基本准确，错误少于 3 处	朗读理论基本合格，理解基本准确，错误少于 5 处	朗读理论没有掌握，理解不准确，错误多于 6 处
课程 目标 2	朗读能力强，音色悦耳，吐字圆润，共鸣丰富。	朗读能力较强，音色较悦耳，吐字较圆润，共鸣较丰富。	具备基本的朗读能力，音色、吐字、共鸣丰富基本到位	具备有限的朗读能力，音色、吐字、共鸣丰富勉强到位	不具备基本的朗读能力，音色、吐字、共鸣丰富不到位

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 3	朗读变化能力强， 变化层次丰富，声 音弹性良好。	朗读变化能力较 强，变化层次较丰 富，声音弹性较为 良好。	具有一定的朗读 变化能力和层 次，有一定的声 音弹性。	朗读变化能力和 声音弹性较弱。	不具有朗读变化 能力和层次，没 有声音弹性。
课程目 标 4	艺术素养丰富，理 解力感受力强。	艺术素养比较丰 富，理解力感受力 较强。	具有一定的艺术 素养和理解感受 力。	艺术素养较弱， 理解感受力较 弱。	不具备艺术素养 和理解感受力。

# 《电视文化研究》课程教学大纲

课程代码：TAAA1021

课程类别：专业选修

授课对象：播音主持专业

开课学期：3

学 分：2 学分

主讲教师：王素芳

指定教材：欧阳宏生：《电视文化学》，四川大学出版社，2006年版。

陈龙：《在媒介与大众之间：电视文化论》，学林出版社2001年版。

教学目的：

本课程以电视文化为研究对象，对电视文化的内部和外部要素进行原理考察，探索中国电视文化发展规律，讲述了一套具有中国特色的电视文化理论体系。

本课程的教学旨在使学生了解电视文化学的研究内容和方法，以及电视技术的物理特性而导致的电视传播特点；了解各种电视文化理论流派；并注重培养学生的媒介素养，学会正确认知各种电视文化现象。

**总课时：36 课时**

教学内容：

## 第一章 电视文化的内涵和及其普遍联系 （2 课时）

### 一、电视文化的内涵

- 1.电视的全息化传递
- 2.冷媒介与热媒介
3. 作为“形象文化”的电视文化
- 4.作为“消费文化”的电视文化

### 二、电视文化与通俗文化、大众文化的关系

1.如何评价大众文化？

2.电视文化的通俗性

3.电视文化的大众性

### 三、电视与当代文化的关系

1.当代文化的属性

2.当代文化的主体是电视文化

#### 思考题：

1、制约电视文化的因素有哪些？（五号宋体）

2、大众文化对电视文化的影响？

3.电视与当代文化的关系？

## 第二章 西方的电视文化研究（6课时）

### 一、法兰克福学派的媒介批判传统

1.法兰克福学派概说

2.文化工业

3.意识形态的言说

### 二、英国文化研究派的传统

1.文化研究的缘起

2.文化研究诞生在英国的特殊背景

3.霍尔与电视阅读理论

4.莫尔利与批判的受众研究

5.费斯克的集大成理论

### 三、北美学术圈的研究传统

1.格伯纳的培养理论

2. 格伯纳的文化指标理论体系的具体内容

3. 培养理论的贡献与局限性

**思考题：**

- 1、文化研究为何诞生在英国？
- 2、简述英国文化研究学派的代表人物和代表观点。
- 3、简述北美文化研究学派的主要观点。

### **第三章 当代电视文化理论与思潮（8 课时）**

#### 一、阿尔都塞的意识形态批评与结构主义电视文化理论

1. 意识形态国家机器与主体建构

2. 结构主义电视文化理论

#### 二、葛兰西“霸权理论”与电视意识形态宰制论

1. 意识形态理论概说

2. 葛兰西：“文化霸权”与电视意识形态

#### 三、霍尔“电视文本意义解读理论”与费斯克“多元释义论”

1. 文化研究的缘起

2. 雷蒙德·威廉斯：电视文化的技术性

3. 斯图亚特·霍尔：传者本体的转向

4. 莫利与民族志观众研究

5. 约翰·费斯克：大众崇拜的祭师

#### 四、后现代主义电视文化理论

1. 后现代主义理论的梳理

2. 波德里亚的暴风雪

3. 女性主义电视研究

#### 4.后殖民主义的挑战

### 五、经验学派的电视研究及其相关理论

#### 1.效果研究:经验学派的研究范式

#### 2.经验学派的研究方法

#### 3.小结

#### 思考题：

- 1、试举例说明，意识形态霸权对电视文化的干预和影响？
- 2、探讨中国电视文化中的后现代主义症候。
- 3、简述主要电视文化思潮的背景、代表观点与影响。

## 第四章 电视文化与社会环境（3 课时）

### 一、电视文化与政治环境

- 1.政治环境对电视文化的影响
- 2.政治题材的内容是电视文化的重要组成部分
- 3.电视文化的意识形态性及其政治功能

### 二、电视文化与经济环境

- 1.经济环境对电视文化的影响
- 2.电视文化的经济功能

### 三、政治、经济文化与电视文化：他律与自律的交融

#### 思考题：

- 1、试举例分析政治因素对电视文化的影响？
- 2、如何看待市场机制对电视文化的制约和影响？

## 第五章 电视文化与媒介环境 (4 课时)

### 一、报刊与电视文化

- 1.二者的媒介特点与社会存在价值分析
- 2.激烈的竞争与积极的借鉴

### 二、电影与电视文化

- 1.二者的媒介特点及社会存在价值之比较
- 2.激烈的竞争与积极的借鉴

### 三、广播与电视文化

- 1.二者的媒介特点及社会存在价值之比较
- 2.激烈的竞争与积极的借鉴

### 四、网络与电视文化

- 1.二者的媒介特点及社会存在价值之比较
2. 电视与网络的竞争
- 3.电视对网络文化的促进
- 4.网络对电视文化的促进

#### 思考题：

- 1、电影与电视的传播特性差异分析。
- 2、网络文化与电视文化之间的关系。
- 3、如何看待多屏传播这种新现象？

## 第六章 电视文化与消费主义 (3 课时)

### 一、消费社会与消费文化

1.消费社会的理论梳理

2.消费社会的主要特征

3.消费社会与消费文化

## 二、电视文化对消费社会的建构

1.电视文化直接参与商品“意义”的生产

2.电视文化通过提供商品和服务信息来引导消费

3.传递消费主义意识形态

## 三、消费社会语境中的电视文化

1.电视文化功能的转变和娱乐化趋势

2.电视文化的二重属性和产业化趋势

3.电视文化受众身份的二元性:从观众到消费者

### 思考题：

1、分析消费语境下电视文化如何应对“三俗”倾向？

2、电视产业化发展流程。

3、如何理解消费主义影响下意识形态的软植入现象？

## 第七章 新革命历史题材影视剧：历史记忆与主流价值观（3课时）

一、“英雄传奇”的谱系与改写

二、“历史与冷战记忆”的缝合与和解

三、“社会伤口”的遮蔽与呈现

四、无法清除的“怪味”与精神治疗

五、批判知识分子的位置

**思考题：**

- 1、抗战记忆重构的意义和缘由何在？
- 2、如何看待当下流行的主流大片爆热的现象？
- 3、试举例说明主旋律影视剧背后的意识形态和消费文化逻辑？

## **第八章 谍战题材影视剧:后冷战改写与文化征候（3 课时）**

- 一、跨越冷战、后冷战的谍战片
- 二、谍战剧的演变:从“女特务”到“兄/长”
- 三、《潜伏》:忠诚、背叛与被杀死的“信仰”
- 四、《渗透》与谍战剧的新功能
- 五、《北平无战事》与民国史观

**思考题：**

- 1、谍战剧在新世纪前后有哪些改变？（五号宋体）
- 2、试举例分析谍战片的盛行与国内外政治局势之间的关系？

## **第九章 工人题材影视剧:后工业时代与两种工人故事（2 课时）**

- 一、他者的“魅影”与后工业社会的浮现
- 二、从“外来妹”到社会底层:“农民工”形象的变迁
- 三、《大工匠》与“工人阶级”的文化乡愁
- 四、“视而不见”的主体

**思考题：**

- 1、试举例分析工业题材影视剧的叙事模式。
- 2、工业题材影视剧的发展与当代工业社会发展之间的关系？

3、谈谈《大江大河》与《人世间》之间的差异？

## 第十章 现实题材影视剧:家庭伦理与文化怀旧 (2 课时)

- 一、产业转型与“限娱令”的市场效应
- 二、当代家庭伦理剧的文化功能
- 三、“怀旧剧”的文化想象与“80年代”的浮现
- 四、《乡村爱情》系列剧中的农村想象
- 五、《老农民》为何看起来如此“老”

### 思考题：

- 1、简述中国通俗剧的伦理叙事传统。
- 2、如何看待《乡村爱情》系列剧的流行与衰落？
- 3、简述高满堂编剧的现实主义艺术特性。

### 参考书目：

1. 陈龙：《在媒介与大众之间：电视文化论》，学林出版社，2001；
2. 陈默：《电视文化学》，北京师范大学出版社2001年；
3. 苗棣、范钟离：《电视文化学》，北京广播学院出版社，1997年；
4. 崔文华：《全能语言的文化时代—电视文化研究》，北京师范大学出版社，1998年；
5. 尼古拉斯·阿伯克龙比（Nicholas Abercrombie）：《电视与社会》，张永喜等译，南京大学出版社2001；
6. [英]安德鲁·古德温、加里·惠内尔：《电视的真相》，中央编译出版社2001；
7. 戴维·莫尔利：《电视、受众与文化研究》，新华出版社，2005年1月；
8. Arthur Asa Berger：《媒介分析技巧》，中国人民大学出版社，2005年8月；

# 《口语推广实践》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Oral Promotion Practice	课程代码	TAAA1023
课程性质	选修	授课对象	播音主持
学 分	2 学分	学 时	18
主讲教师	许静波等	修订日期	2022 年 2 月
指定教材	自编材料		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

解决原来播音主持专业人才培养过于重视演播室技能，就业方向比较狭窄的问题。让学生具有多元化的职业技能和素养。拓展就业的领域，获得更强的社会认可度。

### （二）课程目标：

具备符合多元的解说表达能力；课程以教学加实践的形式，让学生在户外、博物馆、纪念馆等地学习磨练多场景解说的能力；锻炼现实场景下镜头表现的能力；遇到播讲障碍及时反应的能力。

#### 课程目标 1：

- 1.1 具备多元复合的解说表达能力
- 1.2 多场景解说的能力

#### 课程目标 2：

- 2.1 现实场景下情绪感染的能力
- 2.2 遇到播讲障碍及时反应的能力

### （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	具备多元复合的解说表达能力	掌握
	1.2	多场景解说的能力	掌握
课程目标 2	2.1	现实场景下镜头情绪感染的能力	掌握
	2.2	遇到播讲障碍及时反应的能力	掌握

## 三、教学内容

### 第一章 口语推广实践理论基础

1. 教学目标：掌握口语推广实践理论基础
2. 教学重难点：口语推广实践理论基础
3. 教学内容：口语推广实践理论基础：（1）主持备稿；（2）共情表达；（3）突发情况解决
4. 教学方法：讲授
5. 教学评价：提问-回答

## **第二章 口语推广实践能力基础**

1. 教学目标 掌握口语推广实践能力基础
2. 教学重难点：锻炼口语推广实践的基础能力
3. 教学内容：采用案例，学习，训练口语推广的基础能力，展示、评讲
4. 教学方法：讲授、演练
5. 教学评价：评讲

## **第三章 文化博物馆解说主持**

1. 教学目标 掌握文化类现场解说的能力
2. 教学重难点：锻炼文化类现场解说的能力
3. 教学内容：采用案例，学习，文化类现场解说的方式，展示、评讲
4. 教学方法：讲授、演练
5. 教学评价：评讲

## **第四章 党史博物馆解说主持**

1. 教学目标 掌握党史类现场解说的能力
2. 教学重难点：锻炼党史类现场解说的能力
3. 教学内容：采用案例，学习，党史类现场解说的方式，展示、评讲
4. 教学方法：讲授、演练
5. 教学评价：评讲

## **第五章 科技博物馆解说主持**

1. 教学目标 掌握科技类现场解说的能力
2. 教学重难点：锻炼科技类现场解说的能力
3. 教学内容：采用案例，学习，科技类现场解说的方式，展示、评讲
4. 教学方法：讲授、演练
5. 教学评价：评讲

## **第六章 主持现场实践（一）**

1. 教学目标 分组前往实践现场，进行解说现场的演练
2. 教学重难点：如何在现场环境中进行良好的解说演练，声音、服装、形象的配合

3. 教学内容：根据现场环境和提供的标准解说词，进行解说实践
4. 教学方法：现场实践
5. 教学评价：评讲

### **第七章 主持现场实践（二）**

1. 教学目标 分组前往实践现场，进行解说现场的演练
2. 教学重难点：如何在现场环境中进行良好的解说演练，声音、服装、形象的配合
3. 教学内容：根据现场环境和提供的标准解说词，进行解说实践
4. 教学方法：现场实践
5. 教学评价：评讲

### **第八章 主持现场实践（三）**

1. 教学目标 分组前往实践现场，进行解说现场的演练
2. 教学重难点：如何在现场环境中进行良好的解说演练，声音、服装、形象的配合
3. 教学内容：根据现场环境和提供的标准解说词，进行解说实践
4. 教学方法：现场实践
5. 教学评价：评讲

### **第九章 主持现场实践（四）**

1. 教学目标 分组前往实践现场，进行解说现场的演练
2. 教学重难点：如何在现场环境中进行良好的解说演练，声音、服装、形象的配合
3. 教学内容：根据现场环境和提供的标准解说词，进行解说实践
4. 教学方法：现场实践
5. 教学评价：评讲

## **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	口语推广实践理论基础	2 课次
第二章	口语推广实践基础能力	2 课次
第三章	文化博物馆解说主持	2 课次
第四章	党史博物馆解说主持	2 课次
第五章	科技博物馆解说主持	2 课次

第六章	主持现场实践（一）	2 课次
第七章	主持现场实践（二）	2 课次
第八章	主持现场实践（三）	2 课次
第九章	主持现场实践（四）	2 课次

## 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		第一章	口语推广实践理论基础	6	理论掌握	
3、4		第二章	口语推广实践基础能力	6	演播室上镜	
5、6		第三章	文化博物馆解说主持	6	演播室上镜	
7、8		第四章	党史博物馆解说主持	6	演播室上镜	
9、10		第五章	科技博物馆解说主持	6	演播室上镜	
11、12		第六章	主持现场实践（一）	6	现场实践	
13、14		第七章	主持现场实践（二）	6	现场实践	
15、16		第八章	主持现场实践（三）	6	现场实践	
17、18		第九章	主持现场实践（四）	6	现场实践	

## 六、教材及参考书目

通过搜集苏州及国内各地博物馆、党史纪念馆、科技馆等地的解说词自编教材

## 七、教学方法

1. 讲授法。对镜前主持基础进行讲授。
2. 实践法。让学生通过上镜和现场实践进行训练

## 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	多场景解说能力	现场表演考核
课程目标 2	观众前共情感染能力	现场表演考核

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

(例：平时成绩：10%，期中考试：30%，期末考试60%，按课程考核实际情况描述) (五号宋体)

#### 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	30	30	40	(例：课程目标 1 达成度= $0.3 \times$ 平时目标 1 成绩+ $0.2 \times$ 期中目标 1 成绩+ $0.5 \times$ 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	30	30	40	

### (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	表达优异，形象突出，吐字清晰，音色清明	形象较好，表达不错，语言上较少实物	形象尚可，表达有较少失误，完成解说	形象一般，表达玩成解说	形象不佳，无法完成解说
课程 目标 2	情绪饱满，有感染力	情绪尚可	情绪一般	情绪敷衍	情绪不足、灰暗、无力

# 《影视评论写作》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Film & Television Criticism Writing	课程代码	RTSC1027
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒学院本科生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	薛征	修订日期	2022年01月01日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

本课程是面向传媒学院本科生的专业选修课程。本课程在对电影理论知识进行系统梳理的基础上，选择电影史上的经典影片案例进行分析解读，并对学生的电影评论写作实践进行指导。本课程旨在通过理论与实践相结合的方式，提升学生的电影理论知识素养，培养学生的电影艺术鉴赏能力，提高学生的电影评论写作水平。

### （二）课程目标：

#### 课程目标 1：提升电影理论知识素养

- 1.1 了解电影理论的发展概况
- 1.2 了解电影史的基本脉络

#### 课程目标 2：培养电影艺术鉴赏能力

- 2.1 了解电影的视听语言
- 2.2 了解电影的叙事程式

#### 课程目标 3：提升电影评论写作水平

- 3.1 掌握电影评论的写作方法
- 3.2 掌握电影评论的写作技巧

### （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	知识梳理	具备相关媒体知识
	1.2	知识梳理	具备相关媒体知识
课程目标 2	2.1	影片分析	具有较高媒介素养
	2.2	影片分析	具有较高媒介素养

课程目标 3	3.1	写作指导	掌握媒体写作技巧
	3.2	写作指导	掌握媒体写作技巧

### 三、教学内容

#### 第一章 电影批评概述

##### 1. 教学目标

回顾电影的历史发展，了解电影史与理论史的互动。了解电影批评的几种类型。

##### 2. 教学内容

电影的诞生与电影史的基本脉络。电影理论发展的几个阶段。经典电影理论与现代电影理论的区别与联系。

电影批评的概念、意义与功能。电影批评与电影理论、电影史的关系。电影批评与电影体制、电影工业的关系。

电影批评的几种类型。印象式影评、专业影评与理论化影评。三种电影批评的特征与价值。电影批评写作的结构、规范与风格。

##### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

#### 第二章 视听批评

##### 1. 教学目标

了解电影的基本视听语言。掌握景别、视角、构图、场面调度、剪辑等概念。

##### 2. 教学内容

电影视觉语言的基本元素。电影内容与形式之间的关系。景别、视角和构图对电影表达效果的影响。

摄影机运动和场面调度的概念内涵。摄影机的六种基本运动方式。狭义和广义造型在电影中的表意效果。

声音和色彩对于电影表意的影响。蒙太奇与剪辑的区别与联系。蒙太奇的类型与功能。平行蒙太奇与交叉蒙太奇。

##### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

#### 第三章 叙事批评

##### 1. 教学目标

了解电影叙事学的基本理论，并对伊朗电影《小鞋子》进行分析。

##### 2. 教学内容

两种不同的电影叙事观。不同叙事观与电影叙事风格、剪辑风格之间的关系。

摄影机在电影叙事中的作用。叙事人称、叙事视角与叙事结构。麦茨的大组合段理论与第一电影符号学。

运用叙事学理论解读电影文本。经典电影叙事、现代电影叙事与后现代电影叙事。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第四章 作者批评

### 1. 教学目标

了解电影作者论的相关知识，并对基耶斯洛夫斯基的电影《蓝色》进行分析。

### 2. 教学内容

电影作者论的倡导与实践。巴赞、特吕弗与法国电影新浪潮。电影作者论的概念与核心观点。

重要的现代主义电影作者及其作品。彼得·沃伦的结构电影作者论。电影作者论产生的影响。

运用电影作者论解读电影文本。长镜头美学与蒙太奇美学。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第五章 类型批评

### 1. 教学目标

了解结构主义与类型电影的相关理论，并对法国电影《第五元素》进行分析。

### 2. 教学内容

结构主义叙事学的理论脉络。结构主义叙事学与传统叙事学的区别。普洛普对俄国民间故事的研究。

电影类型的划分原则。西部片、歌舞片、悬疑片、黑帮片与科幻片。格雷马斯的动素模型和意义矩阵理论。

运用结构主义理论解读影片文本。类型电影与反类型电影。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第六章 精神分析批评

### 1. 教学目标

理解从弗洛伊德到拉康的精神分析理论，并对日本电影《情书》进行分析。

### 2. 教学内容

精神分析理论的发展脉络。弗洛伊德和拉康的主要概念和理论体系。弗洛伊德与拉康理论的区别和联系。

精神分析理论在电影领域的应用。精神分析电影理论的主要概念：缝合、幻象与凝视。齐泽克对希区柯克电影的阐释。

运用精神分析的方法解读电影文本。后理论与大理论之争。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第七章 女性主义批评

### 1. 教学目标

了解以劳拉·穆尔维为代表的女性主义电影理论，并对美国电影《香草天空》进行分析。

### 2. 教学内容

女性主义电影理论对精神分析理论的继承和发展。劳拉·穆尔维女性主义电影理论的主要观点。

女性主义电影理论的基本立场。借用形象学方法的女性主义电影理论。借用叙事学方法的女性主义电影理论。

运用精神分析女性主义电影理论解读电影。女性电影的概念与影响。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第八章 意识形态批评

### 1. 教学目标

了解意识形态批评方法，并运用于美国电影《阿甘正传》的分析。

### 2. 教学内容

意识形态概念的提出。意识形态理论的发展脉络与意识形态批评方法。阿尔都塞的症候式批评。

文化研究的产生与兴起。福柯与罗兰·巴特对文化研究的贡献。文化研究对电影批评的影响。

运用意识形态批评方法解读电影文本。理解“讲述神话的年代”与“神话讲述的年代”。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 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	电影批评概述	4
第二章	视听批评	4
第三章	叙事批评	4

第四章	作者批评	4
第五章	类型批评	4
第六章	精神分析批评	4
第七章	女性主义批评	4
第八章	意识形态批评	4

## 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		电影批评概述	了解电影理论与批评的发展概况	4		
3-4		视听批评	了解视听语言的基本概念和分析方法	4		
5-6		叙事批评	了解叙事学的基本概念和分析方法	4		
7-8		作者批评	了解作者论的基本概念和电影分析方法	4		
9-10		类型批评	了解结构主义的基本概念和电影分析方法	4		
11-12		精神分析批评	了解精神分析的基本概念和电影分析方法	4		
13-14		女性主义批评	了解女性主义的基本概念和电影分析方法	4		
15-16		意识形态批评	了解意识形态的基本概念和电影分析方法	4		
17		复习与答疑	复习课程内容及解答课程疑问	2		

## 六、教材及参考书目

1. 《电影批评》，戴锦华著，北京大学出版社，2004。
2. 《当代电影分析》，雅克·奥蒙、米歇尔·马利著，吴佩慈译，江苏教育出版社，2005。
3. 《如何写影评》，蒂莫西·科里根著，宋美凤、刘曦译，世界图书出版公司，2015。

## 七、教学方法

1. 讲授法：对主要电影批评理论进行课堂讲授。
2. 讨论法：影片案例分析与评论写作文本研讨。

## 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	考察电影知识掌握情况	论文考核
课程目标 2	考察电影艺术鉴赏能力	论文考核
课程目标 3	考察电影评论写作水平	论文考核

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩：40%，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	0.4		0.6	课程目标 1 达成度={0.4 x 平时目标 1 成绩+0.6 x 期末目标 1 成绩}/目 标 1 总分。
课程目标 2	0.4		0.6	
课程目标 3	0.4		0.6	

### (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	电影理论知识掌握充分	电影理论知识掌握较为充分	掌握一定的电影理论知识	掌握基本的电影理论知识	电影理论知识掌握不够充分

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 2	电影鉴赏分析能力 突出	电影鉴赏分析能力 较为突出	具有一定的电影 鉴赏分析能力	具有基本的电影 鉴赏分析能力	电影鉴赏分析能 力较为薄弱
课程 目标 3	符合电影评论写作 规范	符合电影评论写作 较为规范	符合一定的电影 评论写作规范	基本符合电影评 论写作规范	不符合电影评论 写作规范

# 《视听节目类型》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Typology of Audio-visual Program	课程代码	TAAA1025
课程性质	选修课	授课对象	播音与主持、网络与新媒体以及新闻学等专业本科生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	张健	修订日期	2021. 12
指定教材	1. 张健：《视听节目类型解析》，复旦大学出版社 2018 年版 2. 张健：《短视频类型操作导论》，苏州大学出版社 2021 年版。		

## 二、课程目标

### （一）总体目标

通过观摩、讲解和评析国内外富有典型意义的视听作品，使学生在相关的新闻学、传播学等之外进一步了解新闻资讯、纪录片、真人秀、电视剧/网络剧、文艺节目/综艺、动画等视听节目的类型划分、内涵特征以及在新媒体语境下的新发展、新形态，把握各类节目策划与制作的主要规律，初步掌握各类节目的基本流程与采制技巧，确立电视新闻传播工作的职业理念与职业追求。

### （二）课程目标

**课程目标 1：**了解在网络与新媒体技术推进下，视听节目的新形态与新发展。

**课程目标 2：**熟悉各种不同类型视听节目的主要内涵与外延、类型特征。

**课程目标 3：**初步掌握各种不同类型视听节目策划与制作的主要流程、基本原则与方法步骤。

### （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	了解新型视听节目如微纪录片、网络脱口秀、微电影、网络剧、网络综艺等概念。	提升新媒体时代的认知技能
	1.2	了解新型视听节目如微纪录片、网络脱口秀、微电影、网络剧、网络综艺等主要特征。	提升新媒体时代的认知技能
课程目标 2	2.1	熟悉各种不同类型视听节目的主要内涵与外延。	增强对新媒体时代视听节目的理解能力

	2.2	熟悉各种不同类型视听节目的类型特征。	增强对新媒体时代视听节目的理解能力
课程目标 3	3.1	掌握各类型视听节目的策划流程与步骤	具备新媒体时代传播工作的实操能力
	3.2	掌握各类型视听节目策划的技巧与原则	具备新媒体时代传播工作的实操能力

## 三、教学内容

### 第一章 课程导论

1. 教学目标：说明和解析视听节目类型的主要原理、划分标准。
2. 教学重难点：类型的方法论意义
3. 教学内容：何为视听节目？为何进行类型化
4. 教学方法：讲授法、案例法
5. 教学评价：通过提问、互动等环节获取学生知识与概念的接受、理解程度。

### 第二章 电视新闻资讯节目

1. 教学目标：说明和理解新媒体环境下电视新闻资讯节目的概念、新的类型特点以及策划。
2. 教学重难点：新媒体环境下如何进行新闻资讯节目的策划
3. 教学内容：新闻资讯节目的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧
4. 教学方法：讨论法、案例法。
5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈：通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

### 第三章 电视纪录片/微纪录片

1. 教学目标：说明和理解电视纪录片、微纪录片等概念、类型特点、两类纪录片之间的区别与联系，如何进行电视纪录片、微纪录片的策划和创作。
2. 教学重难点：电视纪录片与微纪录片之间的异同；电视纪录片与微纪录片的策划要点。
3. 教学内容：电视纪录片与微纪录片的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。
4. 教学方法：讨论法、案例法。
5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈：通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

### 第四 电视文艺节目/网络综艺

1. 教学目标：说明和理解电视文艺节目、网络综艺等概念、类型特点、两类节目之间的区别与联系，如何进行电视文艺节目、网络综艺的策划和创作。
2. 教学重难点：电视文艺节目与网络综艺之间的异同；电视文艺节目与网络综艺的策划要点。

3. 教学内容：电视文艺节目与网络综艺的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。

4. 教学方法：讨论法、案例法。

5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈；通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

## **第五章 电视/网络真人秀节目**

1. 教学目标：说明和理解电视/网络真人秀的概念、类型特点、两类节目之间的区别与联系，如何进行电视真人秀/网络真人秀的策划和创作。

2. 教学重难点：电视真人秀与网络真人秀之间的异同；电视真人秀与网络真人秀的策划要点。

3. 教学内容：电视真人秀与网络真人秀的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。

4. 教学方法：讨论法、案例法。

5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈；通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

## **第六章 电视剧/网络剧**

1. 教学目标：说明和理解电视/网络剧的概念、类型特点、两类节目之间的区别与联系，如何进行电视/网络剧的策划和创作。

2. 教学重难点：电视剧与网络剧之间的异同；电视剧与网络剧之间的策划要点。

3. 教学内容：电视剧与网络剧的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。

4. 教学方法：讨论法、案例法。

5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈；通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

## **第七章 微电影**

1. 教学目标：说明和理解微电影的概念、类型特点、发展简史，如何进行微电影的策划和创作。

2. 教学重难点：微电影与传统电影之间的异同；微电影的策划要点。

3. 教学内容：微电影的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。

4. 教学方法：讨论法、案例法。

5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈；通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

## **第八章 动画**

1. 教学目标：说明和理解动画的概念、类型特点、发展简史，如何进行动画的策划和创作。

2. 教学重难点：动画的策划要点。

3. 教学内容：动画的概念、类型特点、类型划分以及策划的基本技巧。
4. 教学方法：讨论法、案例法。
5. 教学评价：通过学生的案例举证、讨论以及实践等获取相关反馈；通过考试或考查等方式了解学生的掌握情况。

## 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	课程导论	2
第二章	电视新闻资讯节目	6
第三章	电视纪录片/微纪录片	6
第四章	电视文艺节目/网络综艺	6
第五章	电视/网络真人秀	6
第六章	电视剧/网络剧	6
第七章	微电影	2
第八章	动画	2

## 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	0906	课程导论	主要说明本课程的主要内容、学习方法	2	了解类型的内涵与意义	
2-4	0913-0927	电视新闻资讯节目	概念、特点与策划	6	观看案例与实操	
5-8	1004-1018	电视纪录片、微纪录片	概念、特点与策划	6	观看案例与实操	
9-11	1025-1108	电视文艺节目/网络综艺	概念、特点与策划	6	观看案例与实操	

12-14	1115-1122	电视/网络真人秀	概念、特点与策划	6	观看案例与实操	
15-16	1129-1213	电视剧/网络剧	概念、特点与策划	6	观看案例与实操	
17	1220	微电影	概念、特点与策划	2	观看案例与实操	
18	1227	动画	概念、特点与策划		观看案例与实操	

## 六、教材及参考书目

1. 张健：《视听节目类型解析》，复旦大学出版社 2018 年版。
2. 张健：《短视频类型操作导论》，苏州大学出版社 2021 年版。
3. 陆晔、赵民：《当代广播电视概论》，复旦大学出版社 2020 年版。
4. 各知名视频网站如央视网、凤凰视频、腾讯视频、爱奇艺视频等。

## 七、教学方法

1. 讲授法：讲授法是教学的一种主要方法，是教师通过简明、生动的口头语言向学生系统地传授知识、发展学生智力的方法。从教师教的角度看，它是一种传授的方法；从学生学的角度看，它是一种接受性学习的方法。

2. 讨论法：在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。

3. 案例教学法：通过模拟或者重现现实生活中的一些场景，让学生把自己纳入案例场景，通过讨论或者研讨来进行学习的一种教学方法，主要用在管理学、法学等学科，如今也广泛应用于临床医学教学中。教学中既可以通过分析、比较，研究各种各样的成功的和失败的管理经验，从中抽象出某些一般性的管理结论或管理原理，也可以让学生通过自己的思考或者他人的思考来拓宽自己的视野，从而丰富自己的知识。

## 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	相关概念的理解程度	小论文/节目制作
课程目标 2	相关特征的把握程度	小论文/节目制作
课程目标 3	相关技能的提升程度	小论文/节目制作

### （二）评定方法

1. 评定方法：平时成绩：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

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%	平时 30%+期中 30%+期末 40%
课程目标 2	30%	30%	40%	
课程目标 3	30%	30%	40%	

(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	准确理解，完全掌握	掌握，理解	掌握大多数概念，但存在一定误区	勉强理解，但部分知识点不熟悉	不掌握，不熟悉
课程 目标 2	准确理解，完全掌握	掌握，理解	掌握大多数概念，但存在一定误区	勉强理解，但部分知识点不熟悉	不掌握，不熟悉
课程 目标 3	优质完成节目的策划与制作	完成节目的策划与制作	比较好地完成节目的策划与制作	能够策划与制作的节目，但不太规范	无法独立完成节目的策划与制作

# 《网络人声创作》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Web Voice Creation	课程代码	TAAA1026
课程性质	必修课程	授课对象	播音主持专业学生
学 分	3	学 时	54
主讲教师	冯洋	修订日期	2022. 2. 25
指定教材	《网络人声创作艺术》，冯洋，苏州大学出版社，2021 年版。		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

课程以人声创作为视角，探寻人类嗓音美化、变化与优化的科学方法。针对网络时代新兴的人声创作样式进行梳理，以播音主持语音与发声理论为基石，以影视配音经验技法为羽翼，结合当下网络人声创作特征，重点讲解各类网络主播、网络配音、特殊角色、典型方言的人声造型技法，提供丰富的训练素材和技巧指导。书中训练包括异读字词和易错成语正音，绕口令训练，古诗词朗诵，经典歌曲演唱，京剧与昆曲等戏曲演唱，网络主播表达训练，动画、广告、影视剧配音台词等。力求激发人声艺术创作热情，塑造全面综合的人声创作能力，探索和建立网络好声音的培育方法和评定标尺。

### （二）课程目标：

**课程目标 1：**理解网络人声创作内涵，建立网络创作的正确观念。

1. 1 掌握网络人声创作内涵、特征、样式
1. 2 树立正确网络创作观念

**课程目标 2：**夯实网络人声创作基础，进行角色声音造型。

2. 1 标准语音与科学发声
2. 2 掌握各类角色声音造型技巧

**课程目标 3：**独立完成各类网络配音作品。

3. 1 动画配音创作
3. 2 纪实配音创作
3. 3 商业配音创作
3. 4 网络剧配音创作

### （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（五号宋体）

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	网络人声创作内涵、特征、样式	夯实专业理论知识
	1. 2	树立正确网络创作观念	树立艺术创作理念

课程目标 2	2.1	标准语音与科学发声	提升专业创作能力
	2.2	掌握各类角色声音造型技巧	提升专业创作能力
课程目标 3	3.1	动画配音创作	培养专业实操技能
	3.2	纪实配音创作	培养专业实操技能
	3.3	商业配音创作	培养专业实操技能
	3.4	网络剧配音创作	培养专业实操技能

### 三、教学内容

#### 第一章 网络人声创作概述

##### 1. 教学目标

理解网络人声艺术内涵，把握不同创作样式的特点与技巧。

##### 2. 教学重难点

网络人声创作特征的理解和把握

##### 3. 教学内容

网络人声艺术内涵、创作特征、创作样式

##### 4. 教学方法

PPT 理论讲授，微课视频教学，录音与听评。

##### 5. 教学评价

是否能深刻理解理论概念，建立网络人声的正确创作观念。

#### 第二章 网络人声创作基础

##### 1. 教学目标

熟悉和掌握语音矫正和嗓音调节的总体要求，掌握人声创作的基础方法，培养学生注重平时学习的广泛积累和坚持不懈的创作热情。

##### 2. 教学重难点

问题语音矫正和科学发声。

##### 3. 教学内容

语音矫正，包括语音清晰、圆润动听、字调分明、语调流畅；嗓音调节，包括吐字轻巧、气息顺畅、共鸣和谐、嗓音舒适。

##### 4. 教学方法

音视频示例教学，PPT 多媒体讲授，小课分组发声训练，录音与听评指导

##### 5. 教学评价

是否能说一口标准流利的普通话，解决典型普通话发音问题，找到科学舒适的发声方法。

### 第三章 网络角色人声造型

#### 1. 教学目标

了解网络角色的声音特点，掌握不同角色的声音造型技巧。

#### 2. 教学重难点

方言角色造型。

#### 3. 教学内容

女性角色声音造型，包括萝莉音、御姐音、大妈音的声音造型技巧；男性角色声音造型，正太音、公子音、大叔音的声音造型技巧；方言角色造型，包括陕西话、山东话、天津话的声音造型技巧。

#### 4. 教学方法

音视频示例教学，PPT 多媒体讲授，小课分组发声训练，录音与听评指导

#### 5. 教学评价

是否能够进行不同角色的声音造型变化，是否具有较强的声音弹性。

### 第四章 网络主播人声创作

#### 1. 教学目标

理解各类网络主播的人声创作特点和技巧。

#### 2. 教学重难点

网络主播的创意性表达。

#### 3. 教学内容

带货主播技巧，包括“重音”明确目标、“语势”诱导情感、“护嗓”维持长久；聊天主播技巧，包括“音色”吸引注意、“语气”共情互动、“风格”锁定粉丝；美食主播技巧，包括“停顿”与“留白”、“感受”与“表演”、“需求”与“满足”；电竞主播技巧，包括“解说”与“对象”、“速度”与“节奏”、“控制”与“判断”；演唱主播技巧，包括音色与唱法、胸腹式呼吸法、演唱共鸣技法。

#### 4. 教学方法

音视频示例教学，PPT 多媒体讲授，小课分组发声训练，录音与听评指导

#### 5. 教学评价

能否驾驭各类型的网络主播技巧，进行各类网络主播创作。

### 第五章 网络配音人声创作

#### 1. 教学目标

理解各类型配音的特点和技巧，熟练驾驭各类配音的方法技能，进行网络配音作品创作。

#### 2. 教学重难点

不同类型网络配音的技巧把握。

### 3. 教学内容

动画配音技巧，包括解放天性、五个变化技巧、网络动画短片、国产动画片、译制动画片；纪实配音技巧，包括实声与叙述感、气声与韵味感、低声与历史感、轻畅与满足感、夸张与趣味感；商业配音技巧，包括动感跳脱式、温馨平和式、时尚典雅式、高效智能式、强劲浑厚式；网络剧配音技巧，包括五个贴合技巧、网络短剧、网络影视剧、网络广播剧等。

### 4. 教学方法

音视频示例教学，PPT 多媒体讲授，小课分组发声训练，录音与听评指导。

### 5. 教学评价

能否独立完成不同类型的网络配音作品。

## 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	网络人声创作概述	6
第二章	网络人声创作基础	12
第三章	网络角色人声造型	12
第四章	网络主播人声创作	9
第五章	网络配音人声创作	12

## 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	按具体校历制定	网络人声创作概述	网络人声艺术内涵、创作特征、创作样式	6	字音训练	
3-6	按具体校历制定	网络人声创作基础	语音矫正 嗓音调节	12	绕口令训练	
7-10	按具体校历制定	网络角色人声造型	男性角色、女性角色、方言角色	12	网络配音片段	

11-13	按具体校 历制定	网络主播人声 创作	各类网络主 播创作技巧	12	网络主播创作	
14-18	按具体校 历制定	网络配音人声 创作	各类网络配 音创作	12	各类配音创作	

## 六、教材及参考书目

1. 冯洋,《网络人声创作艺术》,苏州大学出版社,2021.
2. 施玲,《影视配音艺术》,浙江大学出版社,2008
3. 罗莉,《文艺作品演播》,中国传媒大学出版社,2003
4. 王璐,吴洁茹,《语音发声(第2版)》,中国传媒大学出版社,2009
5. 王峥,《语音发声科学训练》,中国传媒大学出版社,2009

## 七、教学方法

### 1. 音视频示范法

遴选优秀的配音作品的音视频片段,给学生进行观摩、评析、模仿、创作。

### 2. 一对一发声训练法

将学生进行分组小班上课,老师与学生进行一对一的发声训练指导,有针对性地解决学生具体的配音发声问题,塑造鲜明的配音角色形象。

### 3. 录音听评法

带领学生在录音棚完成配音作品,对学生的录音进行回放、自评、互评和教师点评,使学生对自身配音问题体会得透彻明晰。

### 4. 微课教学法

将优秀的网络微视频专业课程融入教学,作为学生课前预习和课后巩固的辅助教学资源,使课程内容夯实丰厚,教学方式多样有趣。

## 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	建立网络创作的正确观念	专题讨论
课程目标 2	夯实网络人声创作基础	现场录音
课程目标 3	独立完成各类网络配音作品	现场录音

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法

平时成绩：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

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	0.3	0.3	0.4	(例：课程目标 1 达成度= $0.3 \times$ 平时目标 1 成绩 $+0.2 \times$ 期中目标 1 成绩 $+0.5 \times$ 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	0.3	0.3	0.4	
课程目标 3	0.3	0.3	0.4	

## (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	配音理论娴熟，理解准确，举一反三	配音理论熟悉，理解基本准确	配音理论基本掌握，理解基本准确，错误少于 3 处	配音理论基本合格，理解基本准确，错误少于 5 处	配音理论没有掌握，理解不准确，错误多于 6 处
课程目标 2	配音能力强，音色悦耳，吐字圆润，共鸣丰富。	配音能力较强，音色较悦耳，吐字较圆润，共鸣较丰富。	具备基本的配音能力，音色、吐字、共鸣丰富基本到位	具备有限的配音能力，音色、吐字、共鸣丰富勉强到位	不具备基本的配音能力，音色、吐字、共鸣丰富不到位
课程目标 3	配音变化能力强，变化层次丰富，声音弹性良好。	配音变化能力较强，变化层次较丰富，声音弹性较为良好。	具有一定的配音变化能力和层次，有一定的声音弹性。	配音变化能力和声音弹性较弱。	不具有配音变化能力和层次，没有声音弹性。

# 《影像实践》课程教学大纲

课程代码：TAAA1020

课程类别：专业选修课程

授课对象：新闻系、广播电视系、广告系、数字传播系等专业 2022 级学生

开课学期：春季学期（自 2022 级开始）

学 分：3 学分

主讲教师：王缘

指定教材：无

## 一、课程特点：

影像是视听语言中属于“看”的那一部分要素，也是视听语言的基础，影像的最基本单位是镜头，而且是视听语言中便于研究和分析的基本单位，因此掌握的语言对于影像的表现能力至关重要的作用，本课程将基于镜头语言的使用，从影像的情绪，空间，节奏，视点四个方面将影像作品中常见的影像表现方式一一罗列，并对其进行详细解读，结合一些经典影像作品将四者的实现方式进行展示和训练，详细讲解各类影像作品中常见的叙事表现模式。使学生了解并掌握影像摄制的基本技能，训练具有根据文案和脚本独立创作影像作品的能力。培养学生的独立思考问题和独立解决问题的能力。

## 二、教学目标

在图像时代，传媒学科的学习与技能的培训更加侧重于学生图像语言，视听的使用。利用视听语言创作影像来向公众传递信息，表达情感显得尤为重要，本课程的教学实践则集中于视听语言的范畴，使学生系统掌握影像表现的基本理论，并能够运用基本理论进行影像创作。了解影视艺术特性及影像摄制基本概念，基本原理，熟悉影视画面造型、镜头抒情表意的的方法，努力培养学生的想象力和创造性思维，培养学生独立思考问题和独立解决问题的能力，促使学生主动养成自我设计，自我塑造、自我完善的学习意识，从而全面提高传媒学科的综合专业素质。

## 三、教学内容覆盖面

本课程试图用在案例分析的基础上构筑其影像表现相关概念体系，使教学更加言之有物。同时本课程也试图从视点转换、情绪营造、空间营造、节奏营造四个方面对视听语言语法体系进行阐述。

本课程为四个章节，第一章节主要讲解视点转换原理，并通过影像表现中，人物登场、现身、离场环节来进行视点转换训练，第二章节则讲解情绪的营造，从气氛的营造和悬疑、发现的调动来解读影像创作中情绪和气氛的表现手法。第三章节则着重于空间氛围设计，在本章节将争执与冲突这一影像创作的重要环节放置于空间设计中，进而讲解争执与矛盾冲突如何蕴于空间基础进行产生和发展，进而讲解如何化解，解决矛盾与冲突以促进情节的转换和影片高潮的设计。第四章节则基于节奏营造，通过注意力引导，情节的变化来讲述影像作品的节奏设计。

#### 四、参考资料：

刘立滨，《影视画面造型》，中国电影出版社，2004年

阿提斯，《准备!开拍!专业视频拍摄指南》，人民邮电出版社，2013年

斯蒂夫·斯托克曼，《拍摄手册:77种方法让你的影片更完美》，人民邮电出版社，2014年

赫伯特·泽特尔，《视频基础(第6版)》，中国人民大学出版社，2013年

布莱恩·布朗，《电影摄影:理论与实践》，世界图书出版公司，2014年

杰奎琳·弗洛斯特，《导演的摄影课》，世界图书出版公司，2014年

何清，《电影摄影照明技巧教程》，世界图书出版公司北京公司，2012年

#### 第一章：视点转换与营造

课时：4周，共8课时

#### 第一节 登场与现身

课时：2周，共4课时

## 一、人物登场讲解

结合具体的影像情境，分析出主题，巧妙设定焦点转换，突然登场，华丽转身，静静登场四种模式，实现与众不同的人物登场。

1.焦点转换

2.突然登场

3.华丽转身

4.静静登场

## 二、人物现身讲解

掌握人物的首次登场后，随着故事的演进，势必要学会掌握人物的再次登场，人物的再登场，则用现身来进行指代。

1.走出阴影

2.拉开帷幕

3.目光转移

4.鹤立鸡群

实践训练：

场景短片拍摄，感受和训练人物的登场与现身

## 第二节 离场与对话

课时：2周，共4课时

### 一、人物离场

在影像表现中通过离场的技法学习，掌握人物的退场，人物的退场和登场同样重要，好的退场使得作品有很好的开头和结尾，而退场不加斟酌，往往使作品事与愿违。

1.关上窗户

2.无缝转换

3.转变方向

4.渐行渐远

## 二、人物对话

在影像中最常见却最容易被忽略的则是**对话场景**，**对话**也是**推进**故事的重要手段，通过对**对话情境的训练与讲解**，让学生理解除内外反打外，**还需根据情境展开对话**，掌握影像中复杂对话的实际运用方法。

1.不断推进

2.背景淡出

3.分享镜头

4.不同高度

## 三、作业训练：实践训练

1.场景短片拍摄，感受和训练人物的退场

2.根据情境设计人物的对话，并进行实践演练。

## 第二章节：情绪的营造

课时：4周，共8课时

### 第一节 气氛的营造

课时：2周，共4课时

#### 一、刻意误导

影像作品的情感反应**尤为重要**，好的情感氛围的营造有助于表达影片的情感何主题价值，本节借助影像表现技巧着眼于**刻意误导**这一层面解读影像作品中如何**调动观众的情感反应**。

1.误导震惊

2.无中生有

3.无暇分身

4.出其不意

## 二、氛围营造

本节在掌握了刻意误导的手段外将着眼于氛围营造，着重讲解影像作品中情感氛围的烘托。进一步抓住观众的情感倾向。

1.紧张氛围

2.空旷空间

3.角色惊悚

## 三、作业训练：实践训练

场景短片拍摄，训练影像作品情感氛围的营造和观众情感的调动。

## 第二节 悬疑与发现

课时：2周，共4课时

### 一、悬疑的调动

悬疑是充满悬念，以扣人心弦，引人入胜，冲击观众思维为表现技巧，进而让观众产生感同身受的感受并沉醉其中，为人物命运担忧。

1.空无之疑

2.未知之疑

3.出其不意

4.危险逼近

### 二、搜索发现

搜索与发现往往是导演欲情故纵的一种影像表现手段，掌握搜索可以更好的让观众身临其境。

- 1.后退
- 2.期待
- 3.放大空间
- 4.静中生疑

### 三、作业训练：实践训练

场景短片训练，学习掌握悬疑的营造和搜索发现的影像表现手段。

## 第三章节：空间转换

课时：3周，共6课时

### 第一节 争执与冲突

#### 一、争执即起

与惊惧悬疑不同这些情感不同，争执是一种动作，即为表现双方各执己见，互不想让，这种情感的表现才是影像表现的重点，是叙事的高潮所在。不同的争执所对应的情境也不同，相应的表现手法千差万别。

- 1.原地绕圈
- 2.镜头袭来
- 3.镜头防卫
- 4.扑向镜头

#### 二、争执白热

学生微电影作业中争执白热化的场景出现的频率非常高，在争执白热化阶段，影像镜头的表现也会更加激烈。而白热化的争执与打斗不同，是属于只能动口不能动手的表达。

- 1.冲动之举
- 2.无声冷战
- 3.边走边吵
- 4.十字交叉

### 三、作业训练：实践训练

短剧创作实践。完成5分钟短剧创作，重点注意如何在空间转换中设定故事的冲突与矛盾，并且思考如何解决矛盾，进而推动情节发展

## 第四章：情绪的营造

课时：2周，共4课时

### 第一节 引导注意力

#### 一、物之线索

在互联网的今天，影像渗透到人们日常生活的方方面面，逐渐成为人们行为方式的哲学准则，而影像之所以能够唤起观众的情感实现情感现实化和剧情化，则必须要掌握引导观众的注意力，因此学习引导观众注意力显得尤为重要，掌握物之线索，学习赋予物以情感，推动故事发展。

#### 二、人之线索

人之线索在于用人物的运动吸引观众的注意力，让观众目光随着人物的运动而产生移动，这一环节的重点在于人物的运动并非刻意为之，也必须合情合理。

### 三、作业训练：情节设计训练

剧本情节创作，训练注意力的引导。

## 第二节 情节变化

### 一、情节转好

从影像角度出发，通过技巧来传递情节，完成转换，并不完全依赖于表演，情节转好是一种和和美美的结局，叙事走向偏于和谐。

### 二、情节转坏

正所谓“祸兮福之所倚，福兮祸之所伏”，祸与福相依相衬，共融共生。而影像往往讲究出人意料，要有戏剧性的表达，于抑扬顿挫间推动情节的发展，有情节转好也必然有情节转坏，为主角设定艰难险阻亦可创造英雄形象，为主角设定不可逾越亦可凸显现实。

### 三、作业训练：情节设计训练

剧本情节创作，掌握情节的发展。

## 结课作业创作与讲解

课时：4周，共8课时

结课创作：

分小组进行结课影像作品创作，从剧本选题策划，筹备与拍摄，后期创作等环节对学生作品进行细致指导，进一步考核与训练影像的表现手法，并与各小组讲解分析影像作品的缺陷与问题，进一步完善作品。

# 《西方电影专题》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Western Film Theme	课程代码	RTSC1030
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒学院本科生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	薛征	修订日期	2022年01月01日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

本课程是面向传媒学院本科生的专业选修课程。本课程在对世界电影进行系统梳理的基础上,选择西方电影史上的代表性影片进行分析解读,使学生对西方电影发展历程具有较为全面的感性和理性认知。本课程旨在通过对于西方电影的专题式介绍,增强学生的电影理论知识素养,提升学生的电影艺术鉴赏水平,培养学生的电影分析写作能力。

### (二) 课程目标:

#### 课程目标 1: 增强电影理论知识素养

- 1.1 了解世界电影的发展概况
- 1.2 了解西方电影史的基本脉络

#### 课程目标 2: 提升电影艺术鉴赏水平

- 2.1 了解西方电影的视听语言
- 2.2 了解西方电影的叙事程式

#### 课程目标 3: 培养电影分析写作能力

- 3.1 掌握电影分析的主要方法
- 3.2 掌握影评写作的基本规范

### (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	知识梳理	具备相关媒体知识
	1.2	知识梳理	具备相关媒体知识
课程目标 2	2.1	影片分析	具有较高媒介素养
	2.2	影片分析	具有较高媒介素养
课程目标 3	3.1	写作指导	掌握媒体写作技巧

	3.2	写作指导	掌握媒体写作技巧
--	-----	------	----------

### 三、教学内容

#### 第一章 西方电影概述

##### 1. 教学目标

了解西方电影发展的基本脉络。

##### 2. 教学内容

卢米埃尔兄弟 1895 年在巴黎公开放映自己拍摄的短片，标志着电影时代的开端。梅里爱借用舞台技巧丰富了电影的表达方式。格里菲斯奠定了经典电影叙事的基本原则。

好莱坞片场制度的基本框架在 20 世纪 20 年代基本形成。在好莱坞片场制度下，剧本创作和拍摄的各个环节逐渐流水线化，大量影片得以批量生产。

《爵士歌王》（1927）成为第一部真正意义上的有声电影，电影由此从默片时代进入到有声电影时代。《浮华世家》（1935）首次使用了新的电影彩色技术，此后彩色技术逐渐被广泛应用。

##### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

#### 第二章 喜剧电影专题

##### 1. 教学目标

了解喜剧电影的艺术手法。

##### 2. 教学内容

喜剧电影概况：喜剧电影的定义；喜剧电影的历史演变；喜剧电影的主要特征。

《你逃我也逃》赏析：影片导演刘别谦介绍；德国时期与美国时期；刘别谦的风格与刘别谦笔触；影片《你逃我也逃》的艺术特色。

《大独裁者》赏析：影片导演卓别林介绍；卓别林的电影风格与成就；卓别林塑造的人物形象；影片《大独裁者》中的喜剧元素。

##### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

#### 第三章 黑色电影专题

##### 1. 教学目标

了解黑色电影的美学风格。

##### 2. 教学内容

黑色电影概况：黑色电影的定义；黑色电影的历史演变；黑色电影的主要特征。

《马耳他之鹰》赏析：影片导演约翰·休斯顿介绍。黑色电影的代表导演及其作品；黑色电影的主要特征；影片《马耳他之鹰》的艺术特色。

《日落大道》赏析：影片导演比利·怀尔德介绍。黑色电影的叙事风格；黑色电影的繁荣与衰落；黑色电影中的女性形象；影片《日落大道》的元电影美学。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第四章 西部片专题

### 1. 教学目标

了解西部片的视听表达。

### 2. 教学内容

西部片概况：西部片的定义；西部片的历史演变；西部片的主要特征。

《搜索者》赏析：影片导演约翰·福特介绍；好莱坞西部片的代表作品；好莱坞西部片的主要特征；西部片中的男性形象；影片《搜索者》的艺术特色。

《黄金三镖客》赏析：影片导演莱昂内介绍；镖客三部曲与美国三部曲；意大利式西部片；西部片的兴起与衰落；影片《黄金三镖客》中的视听美学。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第五章 歌舞片专题

### 1. 教学目标

了解歌舞片的叙事特征。

### 2. 教学内容

歌舞片概况：歌舞片的定义；歌舞片的历史演变；歌舞片的主要特征。

《雨中曲》赏析：影片导演斯坦利·多南、吉恩·凯利介绍。好莱坞的歌舞片传统；好莱坞歌舞片的演进；好莱坞歌舞片的叙事方式；影片《雨中曲》的艺术特色。

《瑟堡的雨伞》赏析：影片导演雅克·德米介绍。法式歌舞片与美式歌舞片；歌舞片的繁荣与衰落；影片《瑟堡的雨伞》中的色彩美学。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第六章 法国新浪潮专题

### 1. 教学目标

了解法国新浪潮的美学特征。

### 2. 教学内容

法国新浪潮概况：法国新浪潮的历史演变；法国新浪潮的代表人物；法国新浪潮的代表作品。

《筋疲力尽》赏析：影片导演戈达尔介绍；法国新浪潮电影的兴起背景；新浪潮电影与《电影手册》；新浪潮电影与左岸派电影；影片《筋疲力尽》的艺术特色。

《祖与占》赏析：影片导演特吕弗介绍；新浪潮电影与法国品质电影传统；电影作者论的提出；新浪潮电影与迷影文化；影片《祖与占》的叙事风格。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第七章 德国新电影专题

### 1. 教学目标

了解德国新电影的艺术特色。

### 2. 教学内容

德国新电影概况：德国新电影的历史演变；德国新电影的代表人物；德国新电影的代表作品。

《铁皮鼓》赏析：影片导演施隆多夫介绍；德国电影的表现主义传统；《奥伯豪森宣言》的主要内容；影片《铁皮鼓》的艺术特色。

《柏林苍穹下》赏析：影片导演文德斯介绍；德国新电影的主要特征；德国新电影的电影语言创新；影片《柏林苍穹下》的叙事风格。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第八章 新好莱坞专题

### 1. 教学目标

了解新好莱坞的叙事策略。

### 2. 教学内容

新好莱坞概况：新好莱坞的历史演变；新好莱坞的代表人物；新好莱坞的代表作品。

《教父》赏析：影片导演科波拉介绍；新好莱坞电影兴起的背景；新好莱坞与经典好莱坞电影的异同；影片《教父》的艺术特色。

《辛德勒的名单》赏析：影片导演斯皮尔伯格介绍；新好莱坞电影对国际影坛的影响；影片《辛德勒的名单》的叙事风格。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 四、学时分配

表 2：各章节的具体内容和学时分配表（五号宋体）

章节	章节内容	学时分配
第一章	西方电影概述	4
第二章	喜剧电影专题	4
第三章	黑色电影专题	4

第四章	西部片专题	4
第五章	歌舞片专题	4
第六章	法国新浪潮专题	4
第七章	德国新电影专题	4
第八章	新好莱坞专题	4

## 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		西方电影概述	了解西方电影的发展脉络	4		
3-4		喜剧电影专题	了解喜剧电影的艺术手法	4		
5-6		黑色电影专题	了解黑色电影的美学风格	4		
7-8		西部片专题	了解西部片的视听表达	4		
9-10		歌舞片专题	了解歌舞片的叙事特征	4		
11-12		法国新浪潮专题	了解法国新浪潮的美学特征	4		
13-14		德国新电影专题	了解德国新电影的艺术特色	4		
15-16		新好莱坞专题	了解新好莱坞的叙事策略	4		
17		复习与答疑	复习课程内容及解答课程疑问	2		

## 六、教材及参考书目

1. 《电影艺术：形式与风格》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，曾伟祯译，世界图书出版公司，2008年。
2. 《世界电影史》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，范倍译，北京大学出版社，2014年。
3. 《伟大的电影》，[美]罗杰·伊伯特著，殷宴、周博群译，广西师范大学出版社，2012年。

## 七、教学方法

1. 讲授法：对主要电影批评理论进行课堂讲授。

2. 讨论法：影片案例分析与评论写论文本研讨。

## 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	考察电影知识掌握情况	论文考核
课程目标 2	考察电影艺术鉴赏能力	论文考核
课程目标 3	考察电影评论写作水平	论文考核

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩：20%，期末考试 80%。

#### 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	0.2		0.8	课程目标 1 达成度={0.2 x 平时目标 1 成绩+0.8 x 期末目标 1 成绩}/目 标 1 总分。
课程目标 2	0.2		0.8	
课程目标 3	0.2		0.8	

### (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	电影理论知识掌握充分	电影理论知识掌握较为充分	掌握一定的电影理论知识	掌握基本的电影理论知识	电影理论知识掌握不够充分
课程 目标 2	电影鉴赏分析能力突出	电影鉴赏分析能力较为突出	具有一定的电影鉴赏分析能力	具有基本的电影鉴赏分析能力	电影鉴赏分析能力较为薄弱

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 3	符合电影评论写作 规范	符合电影评论写作 较为规范	符合一定的电影 评论写作规范	基本符合电影评 论写作规范	不符合电影评论 写作规范

# 《中国电影专题》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Chinese Film Theme	课程代码	BRTV1029
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒学院本科生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	薛征	修订日期	2022年01月01日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

本课程是面向传媒学院本科生的专业选修课程。本课程在对中国电影进行系统梳理的基础上,选择当代中国电影史上的代表性影片进行分析解读,使学生对当代中国电影发展历程具有较为全面的感性和理性认知。本课程旨在通过对于中国电影的专题式介绍,增强学生的电影理论知识素养,提升学生的电影艺术鉴赏水平,培养学生的电影分析写作能力。

### (二) 课程目标:

#### 课程目标 1: 增强电影理论知识素养

- 1.1 了解中国电影的发展概况
- 1.2 了解当代中国电影史的基本脉络

#### 课程目标 2: 提升电影艺术鉴赏水平

- 2.1 了解中国电影的视听语言
- 2.2 了解中国电影的叙事程式

#### 课程目标 3: 培养电影分析写作能力

- 3.1 掌握电影分析的主要方法
- 3.2 掌握影评写作的基本规范

### (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	知识梳理	具备相关媒体知识
	1.2	知识梳理	具备相关媒体知识
课程目标 2	2.1	影片分析	具有较高媒介素养
	2.2	影片分析	具有较高媒介素养
课程目标 3	3.1	写作指导	掌握媒体写作技巧

	3.2	写作指导	掌握媒体写作技巧
--	-----	------	----------

### 三、教学内容

#### 第一章 中国电影概述

##### 1. 教学目标

了解中国电影的发展脉络。

##### 2. 教学内容

早期中国电影概况：早期中国电影的发展历程；早期中国电影的代人物；早期中国电影的主要特征。代表作品：《渔光曲》（蔡楚生）、《神女》（吴永刚）、《马路天使》（袁牧之）、《一江春水向东流》（蔡楚生、郑君里）、《小城之春》（费穆）。

第五代导演电影概况：中国电影的代际划分；第五代导演的崛起背景；第五代导演中的代表人物；第五代导演作品的主要特征。代表作品：《一个和八个》（张军钊）、《黄土地》（陈凯歌）、《盗马贼》（田壮壮）、《红高粱》（张艺谋）。

##### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

#### 第二章 张艺谋电影专题

##### 1. 教学目标

了解张艺谋电影的色彩美学。

##### 2. 教学内容

张艺谋电影概况：张艺谋的创作经历；张艺谋的代表作品；张艺谋电影的艺术风格。

《红高粱》赏析：张艺谋电影的色彩美学；影片《红高粱》的文化背景；影片《红高粱》的艺术特色。

《活着》赏析：张艺谋电影的风格演变；第五代电影导演的创作转型；影片《活着》的艺术特色。

##### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

#### 第三章 陈凯歌电影专题

##### 1. 教学目标

了解陈凯歌电影的叙事母题。

##### 2. 教学内容

陈凯歌电影概况：陈凯歌的创作经历；陈凯歌的代表作品；陈凯歌电影的艺术风格。

《霸王别姬》赏析：陈凯歌电影的叙事母题；影片《霸王别姬》的文化背景；影片《甲方乙方》的艺术特色。

《荆轲刺秦王》赏析：陈凯歌电影的风格演变；“刺秦”主题背后的文化变迁；影片《荆轲刺秦王》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第四章 冯小刚电影专题

### 1. 教学目标

了解冯小刚电影的喜剧元素。

### 2. 教学内容

冯小刚电影概况：冯小刚的创作经历；冯小刚的代表作品；冯小刚电影的艺术风格。

《甲方乙方》赏析：冯小刚电影的喜剧风格；影片《甲方乙方》的叙事结构；影片《甲方乙方》的艺术特色。

《我不是潘金莲》赏析：冯小刚电影的风格演变；影片《我不是潘金莲》的视听语言；影片《我不是潘金莲》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第五章 姜文电影专题

### 1. 教学目标

了解姜文电影的时代隐喻。

### 2. 教学内容

姜文电影概况：姜文的创作经历；姜文的代表作品；姜文电影的艺术风格。

《阳光灿烂的日子》赏析：姜文电影的美学风格；影片《阳光灿烂的日子》的叙事特征；影片《阳光灿烂的日子》的艺术特色。

《让子弹飞》赏析：姜文电影的风格演变；影片《让子弹飞》的时代隐喻；影片《让子弹飞》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第六章 第六代电影专题

### 1. 教学目标

了解第六代电影的现实关照。

### 2. 教学内容

第六代电影概况：第六代电影产生的背景；第六代电影的代表人物和代表作品；第六代电影的主要特征。

《十七岁的单车》赏析：影片导演王小帅介绍；王小帅电影的叙事风格；影片《十七岁的单车》的艺术特色。

《江湖儿女》赏析：影片导演贾樟柯介绍；贾樟柯电影的风格演变；影片《江湖儿女》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第七章 台湾电影专题

### 1. 教学目标

了解台湾电影的长镜头美学。

### 2. 教学内容

台湾电影概况：台湾电影的发展脉络；当代台湾电影的代表人物及作品；当代台湾电影的主要特征。

《牯岭街少年杀人事件》赏析：影片导演杨德昌介绍；杨德昌电影的长镜头美学；影片《牯岭街少年杀人事件》的艺术特色。

《卧虎藏龙》赏析：影片导演李安介绍；李安电影的跨文化特征；影片《卧虎藏龙》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 第八章 香港电影专题

### 1. 教学目标

了解香港电影的文化特征。

### 2. 教学内容

香港电影概况：香港电影的发展脉络；当代香港电影的代表人物及作品；当代香港电影的主要特征。

《重庆森林》赏析：影片导演王家卫介绍；王家卫电影的美学风格；影片《重庆森林》的艺术特色。

《喜剧之王》赏析：影片导演李力持、周星驰介绍；周星驰电影的喜剧风格；影片《喜剧之王》的艺术特色。

### 3. 教学方法

课堂讲授与案例分析相结合。

## 四、学时分配

表 2：各章节的具体内容和学时分配表（五号宋体）

章节	章节内容	学时分配
第一章	中国电影概述	4
第二章	张艺谋电影专题	4
第三章	陈凯歌电影专题	4
第四章	冯小刚电影专题	4

第五章	姜文电影专题	4
第六章	第六代电影专题	4
第七章	台湾电影专题	4
第八章	香港电影专题	4

## 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		中国电影概述	了解中国电影的发展脉络	4		
3-4		张艺谋电影专题	了解张艺谋电影的色彩美学	4		
5-6		陈凯歌电影专题	了解陈凯歌电影的叙事母题	4		
7-8		冯小刚电影专题	了解冯小刚电影的喜剧元素	4		
9-10		姜文电影专题	了解姜文电影的时代隐喻	4		
11-12		第六代电影专题	了解第六代电影的现实关照	4		
13-14		台湾电影专题	了解台湾电影的长镜头美学	4		
15-16		香港电影专题	了解香港电影的文化特征	4		
17		复习与答疑	复习课程内容及解答课程疑问	2		

## 六、教材及参考书目

1. 《电影艺术：形式与风格》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，曾伟祯译，世界图书出版公司，2008年。
2. 《雾中风景：中国电影文化 1978-1998》，戴锦华著，北京大学出版社，2006年。
3. 《中国电影通史》，丁亚平著，中国电影出版社，2015年。

## 七、教学方法

1. 讲授法：对主要电影批评理论进行课堂讲授。

2. 讨论法：影片案例分析与评论写论文本研讨。

## 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	考察电影知识掌握情况	论文考核
课程目标 2	考察电影艺术鉴赏能力	论文考核
课程目标 3	考察电影评论写作水平	论文考核

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩：20%，期末考试 80%。

#### 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	0.2		0.8	课程目标 1 达成度={0.2 x 平时目标 1 成绩+0.8 x 期末目标 1 成绩}/目 标 1 总分。
课程目标 2	0.2		0.8	
课程目标 3	0.2		0.8	

### (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	电影理论知识掌握充分	电影理论知识掌握较为充分	掌握一定的电影理论知识	掌握基本的电影理论知识	电影理论知识掌握不够充分
课程 目标 2	电影鉴赏分析能力突出	电影鉴赏分析能力较为突出	具有一定的电影鉴赏分析能力	具有基本的电影鉴赏分析能力	电影鉴赏分析能力较为薄弱

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 3	符合电影评论写作规范	符合电影评论写作较为规范	符合一定的电影评论写作规范	基本符合电影评论写作规范	不符合电影评论写作规范

# 《电影艺术鉴赏》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Appreciation of Film Art	课程代码	TAAA1022
课程性质	专业选修课程	授课对象	传媒学院本科生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	薛征	修订日期	2022年01月01日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

本课程是面向传媒学院本科生的专业选修课程。本课程选择电影史上具有鲜明艺术特色的电影作者进行专题式介绍,并对其代表性作品进行分析阐释。本课程旨在通过对于电影史上重要作品的个案研究,使学生对电影艺术的发展历程具有一定的感性认知,进而培养学生的电影艺术鉴赏能力,增强学生的电影理论知识素养,提升学生的电影分析写作水平。

### (二) 课程目标:

#### 课程目标 1: 培养电影艺术鉴赏能力

- 1.1 了解电影艺术的视听语言
- 1.2 了解电影艺术的叙事手法

#### 课程目标 2: 增强电影理论知识素养

- 2.1 了解电影史的发展脉络
- 2.2 了解电影语言的基本原则

#### 课程目标 3: 提升电影分析写作水平

- 3.1 掌握电影分析的基本方法
- 3.2 掌握电影评论的写作技巧

### (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	影片分析	具有较高媒介素养
	1.2	影片分析	具有较高媒介素养
课程目标 2	2.1	知识梳理	具备相关媒体知识
	2.2	知识梳理	具备相关媒体知识
课程目标 3	3.1	写作指导	掌握媒体写作技巧

	3.2	写作指导	掌握媒体写作技巧
--	-----	------	----------

### 三、教学内容

#### 第一章 电影的默片时代

##### 1. 教学目标

了解电影诞生的技术条件与社会背景。了解早期电影的基本形态与艺术探索。

##### 2. 教学内容

早期电影的发展历程：卢米埃尔兄弟与电影的诞生；梅里爱对舞台艺术的借鉴；格里菲斯对电影语言的探索。

电影的视觉维度与听觉维度。默片与有声片的异同。默片时代电影的基本形态、艺术表达与美学风格。

默片时代电影作品鉴赏。巴斯特·基顿的《待客之道》与《将军号》；查理·卓别林的《寻子遇仙记》、《城市之光》与《摩登时代》。

##### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

#### 第二章 经典好莱坞电影

##### 1. 教学目标

了解声音和色彩在电影中的运用。了解经典时期好莱坞电影的美学风格。

##### 2. 教学内容

经典时期好莱坞片场制度形成的背景。经典时期好莱坞片场制度的基本构架。经典时期好莱坞的重要电影公司。

有声片的出现及其意义。彩色技术在电影中的应用和普及。声音与色彩对电影摄影技巧、叙事方式和美学形态的影响。

经典好莱坞电影作品鉴赏。恩斯特·刘别谦的《天堂里的烦恼》与《你逃我也逃》；弗兰克·卡普拉的《一夜风流》与《生活多美好》。

##### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

#### 第三章 类型电影专题

##### 1. 教学目标

了解类型电影的概念和主要类别。了解不同类型电影的叙事模式。

##### 2. 教学内容

类型电影的概念和分类原则。类型电影产生的原因和影响因素。不同类型电影的基本结构及其变体。

经典时期好莱坞电影的主要类型。西部片的视听元素和叙事模式。歌舞片的视听元素和叙事模式。

类型电影作品鉴赏。希区柯克的《迷魂记》与《惊魂记》；比利·怀尔德的《热情如火》与《日落大道》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第四章 新浪潮与新电影

### 1. 教学目标

了解法国新浪潮与德国新电影的代表作品与艺术风格。

### 2. 教学内容

法国电影新浪潮的产生背景。法国电影新浪潮的代表人物和作品。法国电影新浪潮的美学特征。

德国新电影的形成与发展。德国新电影的代表人物和作品。法国电影新浪潮与德国新电影的影响。

法国新浪潮与德国新电影作品鉴赏。戈达尔的《精疲力尽》；特吕弗的《四百击》与《祖与占》；施隆多夫的《铁皮鼓》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第五章 新好莱坞电影

### 1. 教学目标

了解新好莱坞电影兴起的背景和影响。了解新好莱坞电影的艺术特色。

### 2. 教学内容

新好莱坞电影兴起的背景。新好莱坞电影的代表人物和代表作品。新好莱坞电影的美学特征。

新好莱坞电影与经典好莱坞电影的异同。新好莱坞与反类型电影。新好莱坞电影对国际影坛的影响。

新好莱坞电影作品鉴赏。科波拉的《教父》与《现代启示录》；卢卡斯的《星球大战》。斯皮尔伯格的《辛德勒的名单》；马丁·斯科塞斯的《出租车司机》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第六章 作者电影专题

### 1. 教学目标

了解电影作者论的形成与发展。了解当代作者电影的艺术风格。

### 2. 教学内容

电影作者论的提出与实践。安德烈·巴赞与《电影手册》的影响。彼得·沃伦的结构电影作者论。

现代主义电影大师的艺术探索。电影史上的重要电影作者及其作品。当代电影作者的创作取向。

当代作者电影作品鉴赏。托纳托雷的《海上钢琴师》与《天堂电影院》；诺兰的《记忆碎片》与《盗梦空间》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第七章 中国大陆电影

### 1. 教学目标

了解中国电影的代际划分。了解第五代与第六代电影导演的作品风格。

### 2. 教学内容

早期中国电影的发展情况。早期中国电影的代表人物及其作品风格。中国电影的代际划分。

中国大陆第五代与第六代电影产生的背景。第五代与第六代电影的代表人物、作品风格和文化特征。

中国大陆电影作品鉴赏。张艺谋的《红高粱》；陈凯歌的《霸王别姬》；王小帅的《十七岁的单车》；姜文的《阳光灿烂的日子》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 第八章 港台电影专题

### 1. 教学目标

了解台湾与香港电影的发展历程。了解台湾与香港电影的艺术风格。

### 2. 教学内容

台湾电影的起步与发展。当代台湾电影的代表人物及其作品。当代台湾电影的地域文化特征和美学风格。

香港电影的起步与发展。当代香港电影的代表人物及其作品。当代香港电影的地域文化特征和美学风格。

当代台湾与香港电影作品鉴赏。杨德昌的《一一》；李安的《卧虎藏龙》；王家卫的《花样年华》；周星驰的《喜剧之王》。

### 3. 教学方法

课堂教学与在线教学相结合。

## 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	电影的默片时代	4

第二章	经典好莱坞电影	4
第三章	类型电影专题	4
第四章	新浪潮与新电影	4
第五章	新好莱坞电影	4
第六章	作者电影专题	4
第七章	中国大陆电影	4
第八章	港台电影专题	4

## 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		电影的默片时代	了解早期电影的发展历程和艺术特征	4		
3-4		经典好莱坞电影	了解经典好莱坞电影的生产体制和艺术风格	4		
5-6		类型电影专题	了解类型电影的主要类别和叙事模式	4		
7-8		新浪潮与新电影	了解法国新浪潮电影和德国新电影的艺术特色	4		
9-10		新好莱坞电影	了解新好莱坞电影的艺术探索和美学风格	4		
11-12		作者电影专题	了解作者电影的代表人物及其作品特色	4		
13-14		中国大陆电影	了解中国大陆电影的发展历程和代际风格	4		
15-16		港台电影专题	了解港台地区的重要电影作者及其作品	4		
17		复习与答疑	复习课程内容及解答课程疑问	2		

## 六、教材及参考书目

1. 《电影艺术：形式与风格》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，曾伟祯译，世界图书出版公司，2008年。
2. 《世界电影史》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，范倍译，北京大学出版社，2014年。
3. 《伟大的电影》，[美]罗杰·伊伯特著，殷宴、周博群译，广西师范大学出版社，2012年。
4. 《雾中风景：中国电影文化 1978-1998》，戴锦华著，北京大学出版社，2006年。
5. 《迷影文化史》，李洋著，复旦大学出版社，2010年。

## 七、教学方法

1. 讲授法：对重要电影思潮和电影作者进行课堂讲授。
2. 讨论法：对经典影片案例和阐释文本进行分析研讨。

## 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	考察电影艺术鉴赏能力	论文考核
课程目标 2	考察电影理论知识素养	论文考核
课程目标 3	考察电影分析写作水平	论文考核

### （二）评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩：40%，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	0.4		0.6	课程目标 1 达成度={0.4 x 平时目标 1 成绩+0.6 x 期末目标 1 成绩}/目标 1 总分。
课程目标 2	0.4		0.6	
课程目标 3	0.4		0.6	

### （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	电影艺术鉴赏能力 突出	电影艺术鉴赏能力 较为突出	具有一定的电影 艺术鉴赏能力	具有基本的电影 艺术鉴赏能力	电影艺术鉴赏能 力较为薄弱
课程 目标 2	电影理论知识掌握 充分	电影理论知识掌握 较为充分	掌握一定的电影 理论知识	掌握基本的电影 理论知识	电影理论知识掌 握不够充分
课程 目标 3	符合电影评论写作 规范	符合电影评论写作 较为规范	符合一定的电影 评论写作规范	基本符合电影评 论写作规范	不符合电影评论 写作规范

# 《媒介与爱国主义教育》课程教学大纲

课程代码： JOUR1055

学分数：2 学分

开设学期：秋季

## 一、课程内容简介：

爱国主义是中华民族精神的核心。对于每一个大学生而言，爱国是本分，也是职责，必须要大力弘扬爱国主义精神。本课程是面向传媒学院本科生的专业选修课程，课程梳理理论和相关实践，关注中国近代史以来的重大事件，以媒介为线索和视角，挖掘其中反映的历史故事和时代精神。课程以大学生为授课对象，选取代表性的新闻报道和影视作品进行分析解读，分析媒介与爱国主义之间的关系，发挥媒介作为爱国主义教育载体的作用，对大学生进行教育以提升爱国主义水平，培养其理性爱国能力，并增强学生的媒介素养水平。课程不仅重视对传媒专业学生的专业知识传授，还可以起到与大学生思政课程相互配合的教学效果。

参考教材：教师自编

先修课程：无

考试形式：课程论文

## 二、课程目标：

**课程目标 1：提升媒介素养水平，培养影视艺术鉴赏能力**

- 1.1 了解影视艺术的视听语言
- 1.2 了解影视艺术的叙事手法

**课程目标 2：增强大学生爱国主义理论知识素养**

- 2.1 了解什么是爱国主义，科学理解爱国主义。
- 2.2 培育大学生爱国主义精神。
- 2.3 增强大学生媒介素养水平。

**课程目标 3：提升媒介正能量内容创作水平**

- 3.1 掌握不同时期媒介内容创作的基本逻辑、技巧和方法。
- 3.2 把握时代精神，科学理解新时期爱国主义的表现形式。

### 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	知识梳理	具备相关媒体知识
	1.2	知识梳理	具备相关媒体知识
课程目标 2	2.1	媒介内容分析	具有较高媒介素养和爱国主义水平
	2.2	媒介内容分析	具有较高媒介素养和爱国主义水平
课程目标 3	3.1	创作指导	掌握媒体创作技巧
	3.2	创作指导	掌握媒体创作技巧

### 四、课程主要内容

#### 第一章 什么是爱国主义和爱国主义教育

一、爱国主义的概念、内涵、测量

二、爱国主义和爱国主义教育为什么重要

三、爱国主义的表现形式

四、理性爱国和非理性爱国的区别

教学要点：通过梳理政治学、哲学等学科的理论成果，使学生了解爱国主义的概念和相关内涵，把握爱国主义和爱国主义教育的重要性。本讲重点在于讲授爱国主义和爱国主义教育的内涵和表现形式，并结合新时代的新变化和新要求，分析对于大学生而言如何理性爱国，给予学生以思想和行动上的指导。

思考题：（1）如何看待打砸日本车的现象？查阅中国人抵抗日货的历史。（2）什么类型的人物算是爱国者？

#### 第二章 媒介与爱国主义教育

一、媒介如何发挥先进典型人物的引领作用

## 二、优秀文艺作品的生产、传播逻辑

## 三、新闻作品的生产、传播逻辑

## 四、战争与平时时期的内容生产、传播差异

教学要点：讲授传播学中的涵化理论和社会学习理论，并依托相关知识讲解媒介如何能够发挥爱国主义教育的作用机制。结合社会主义文艺理论、马新观等相关背景知识，讲授文艺作品、新闻作品的生产、传播规律和逻辑，并重点分析近十年来的相关议题。以二战、越战期间的新闻生产为例，分析战时媒体的宣传策略和相关技巧，并引入拉斯韦尔的相关观点。

思考题：什么样的正能量影视作品能够赢得青年人的青睐？同学们对当前的影视作品有什么建议对策。

## 第三章 媒介与国家民族认同

### 一、什么是认同：定义和科学方式的测量

### 二、国家和民族认同是什么

### 三、国家民族认同是如何被媒介建构的

通过文献梳理，总结认同这一学术概念的定义和科学测量的方式，特别是相关量表的演进。和学生一起品读《想象的共同体》这本书，该书的论证结合了多重的研究途径，同时兼顾文化与政治、意识与结构，开创了丰富的研究可能性。通过书中的理论，分析国家、民族认同的内涵，结合现实问题，分析国家民族认同建构问题。解析媒介在塑造国家民族认同过程中的作用。

思考题：我们国家建构国家民族认同的方式和途径有哪些，有哪些需要提升的方面。

## 第四章 爱国主义的相关概念

### 一、民族主义

## 二、民粹主义

### 三、爱国主义与民族主义、民粹主义的区别

分析和爱国主义相关联概念的区别和联系。《不列颠百科全书》将“民族主义”定义为一种思想状态，是每个人对民族国家怀有至高无上的世俗的忠诚。民粹主义的基本意义是极端平民化，强调“全体人民”、“全体群众”，倡导直接民主。“人民”既是民粹主义主体逻辑的起点也是其终点，并且处于其理论的核心地位。民粹主义是一种政治思潮、政治动员、政治策略，其基本内涵在于极端平民化倾向。时下，民粹主义呈现蔓延的态势，表现形式多样，需要认真对待。教师在课堂上和学生分享《什么是民粹主义》一书，讲授民粹主义研究的系统专业知识，同时在课堂上和学生们展开分组讨论，以加深他们对于相关问题的理解。

思考题：人们对于专家的不信任和嘲讽，其背后深层次原因是什么？

## 第五章 抗战时期的媒介与爱国主义教育

### 一、电影

### 二、新闻

### 三、歌曲和戏剧

品鉴田汉作词、聂耳作曲的《毕业歌》和《义勇军进行曲》，讲授这歌曲的时代背景、意义和影响力。讲授李香兰的背景和她所主演的电影，通过其生平，帮助学生辨析日本侵略者的险恶用心，以此反面案例了解媒介在消解民众抵抗精神的负面作用。系统回顾抗战时期的电影和戏剧生产，讲授戏剧《保卫卢沟桥》的时代背景和影响，并以《申报》为例，分析战争时期报纸的宣传策略和对于战争的报道技巧。通过这些内容，使学生明白文艺作品和新闻在鼓舞士气、争取民众支持，协调社会力量方面的作用。此外，分析美国拍摄的纪录片《我们为何而战》，讲授美国政府在二战时期新闻、宣传方面的相关活动，进行中外对比。

思考题：我们的国歌、国旗体现了怎样的爱国主义精神。

## 第六章 新中国成立之后的媒介与爱国主义教育

### 一、电影

### 二、文学作品

### 三、歌曲和戏剧

梳理建国以来的**文艺创作历史**，赏析《高山下的花环》《横空出世》等**电影**，《红岩》《林海雪原》《暴风骤雨》等**小说**，《歌唱祖国》《我的中国心》《我的祖国》等**爱国歌曲**，**重赏经典**，品位其中的精神力量，掌握其中的**创作技巧**。以**历史事件**、**社会潮流**为**线索**，**讨论**文艺作品的生成和**传播规律**。

**思考题**：经典的文艺作品对于大学生认识历史和理解现实有什么帮助，有哪一部作品对你影响最大，为什么？

## 第七章 网络时代的爱国主义教育

### 一、近二十年来的主旋律影视作品

### 二、网络上的历史虚无主义现象

### 三、算法媒体的内在逻辑和爱国主义教育

### 四、主流媒体在网络时代的作为

**思考题**：对于年轻受众，主旋律影视作品如何赢得他们？

梳理近二十年来的主旋律影视作品，**总结趋势和规律**。分析网络时代之后，网络不良信息对于**爱国主义精神**的消解。本章的重点内容是探析**历史虚无主义现象**。**历史虚无主义**是一种脱胎于**唯心主义**的不良社会思潮。**习近平总书记强调**：“要旗帜鲜明反对历史虚无主义，加强思想引导和理论辨析，澄清对党史上一些重大**历史问题**的模糊认识和片面理解，更好正本清源、固本培元。”对此，学生要充分认清**历史虚无主义**的主要危害。**历史虚无主义**以所谓**重新评价**为名，歪曲近现代中国革命**历史**、党的**历史**和**中华人民共和国历史**，其危害是从根本上否定马

克思主义指导地位和中国走向社会主义的历史必然性，否定中国共产党的领导。从本质上讲，历史虚无主义歪曲历史、图谋政治，就是彻头彻尾的唯心主义。历史虚无主义有很多危害，其表现形式多样，较为隐蔽，需要认真识别。在弘扬主旋律，抵制历史虚无主义等不良信息，主流媒体可以发挥重要作用，包括践行马新观、已引领价值观等方面。这些内容需要在教学中详尽阐释。

思考题：网络空间历史虚无主义的表现有哪些，我们为什么要反对历史虚无主义？

## 第八章 如何培养爱国主义审美

- 一、媒介素养和媒介素养教育
- 二、媒介素养如何提升爱国主义水平
- 三、新媒体平台对于大学生审美的影响
- 四、如何生成爱国主义的内容

讲授什么是媒介素养和媒介素养教育，其内涵如何变化，国内外上开展的媒介素养教育实践是如何进行的。分析如何把媒介素养教育和爱国主义教育结合在一起，大学生应该如何看待、接受和处理媒介信息，对于有害信息，大学生应该如何抵御，如何提升自身审美能力，自觉接触高品位、正能量的内容。在人人都有麦克风、摄像机的时代，如何生产高品质的内容。

思考题：短视频平台，生产正能量内容有什么需要注意的地方？

## 五、教学进度

表 2：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		什么是爱国主义和爱国主义教育	了解爱国主义和爱国主义教育的科学内涵，思考理性爱国。	4		
3-4		媒介与爱国主义教育	了解媒介在爱国主义教育中的作用和机制	4		

5-6	媒介与国家民族认同	了解国家民族认同的内涵和机制	4		
7-8	爱国主义的相关概念	了解民族主义和民粹主义的内涵和相关特征	4		
9-10	抗战时期的媒介与爱国主义教育	了解抗日战争时期的艺术探索和社会效应	4		
11-12	新中国成立之后的媒介与爱国主义教育	了解新中国成立后的艺术探索和社会效应	4		
13-14	网络时代的爱国主义教育	了解新中国成立后的艺术探索和社会效应	4		
15-16	如何培养爱国主义审美	了解媒介素养和媒介素养教育的重要性，以及如何培养爱国主义审美	4		
17	复习与答疑	复习课程内容及解答课程疑问	2		

## 六、教材

教师自编

## 七、参考书目

1. 《新时代爱国主义教育十五讲》，张智著，人民出版社，2021年。
2. 《什么是民粹主义》，[德]扬·维尔纳·米勒著，译林出版社，2021年。
3. 《关于爱国：论爱国主义与民族主义》，[美]毛里齐奥·维罗里著，上海人民出版社，2016年。
4. 《世界电影史》，[美]大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著，范倍译，北京大学出版社，2014年。

## 八、教学方法

1. 讲授法：对重要历史事件和媒介作品（影视文学作品、广告、作品）进行讲授。
2. 讨论法：对经典媒介作品进行分析研讨。

# 《广告摄影》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Advertising Potography	课程代码	ADVE1039
课程性质	专业选修课	授课对象	广告学本科学生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	刘均星	修订日期	
指定教材	《商业摄影大师班》 丹尼斯·萨维尼著 中国摄影出版社		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

这是一门讲解、研讨、实践商业摄影的课程，通过静物、工业和技术产品、化妆品，饮品、食品、钟表首饰和人像方面的拍摄实践，从发掘创意开始，一直到影棚布置、光线、灯光、视野、透视、相机和镜头选择方面，详细讲述了商业摄影的基本知识，为学习者走上职业摄影师之路或从事商业摄影相关工作打下坚实的专业基础。

### （二）课程目标：

（课程目标规定某一阶段的学生通过课程学习以后，在发展德、智、体、美、劳等方面期望实现的程度，它是确定课程内容、教学目标和教学方法的基础。）

#### 课程目标 1：

1. 1 掌握商业摄影的专业拍摄方法。
1. 2 根据不同对象进行创意拍摄。

### （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	第 1-8 章（具体见教学内容）	
	1. 2	课程作业训练	

## 三、教学内容

### 第一章 实现专业产品拍摄的方法

1. 教学目标：掌握产品换壳变色的拍摄方法
2. 教学重难点：产品拍摄角度选择（重点），后期通过路径提取不同色相区域变色的方法（难点）。
3. 教学内容：吹风机产品拍摄，后期处理。
4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第二章 静物**

1. 教学目标：掌握故事感的拍摄方法

2. 教学重难点：将被摄物体嵌入一种氛围或环境之中，并通过装饰品、底景和背景的布置来实现更理想的视角效果，通过对拍摄目标纯粹的描绘让人感受到更多的内涵，讲述一个美好的故事。

3. 教学内容：运动鞋的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第三章 工业和技术产品**

1. 教学目标：掌握低调摄影的拍摄方法

2. 教学重难点：在黑棚环境中，采用光纤灯对大型物体局部照明多次拍摄，最后合成处理的拍摄方法。

3. 教学内容：摩托车（可用模型代替）在黑棚拍摄。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第四章 化妆品与配饰**

1. 教学目标：掌握透光环境下产品的拍摄方法

2. 教学重难点：透光台与玻璃容器的拍摄对光线设计要求比较高，彩色光的使用可以在透光环境下影响产品表现。

3. 教学内容：香水的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第五章 钟表和珠宝**

1. 教学目标：掌握一个产品中表现不同材质的拍摄方法

2. 教学重难点：同一产品不同部位对光照和曝光程度要求不一样，所以要对同一产品多次曝光，后期处理。

3. 教学内容：钟表、珠宝（可用饰品代替）的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第六章 饮品**

1. 教学目标：掌握液体饮品的拍摄方法

2. 教学重难点：水珠、泡沫、冰、烟雾和蒸汽在表现产品特质，进行创意拍摄中发挥重要作用，也是比较难掌控的拍摄部分。

3. 教学内容：矿泉水的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## **第七章 食品**

1. 教学目标：掌握食品的拍摄方法

2. 教学重难点：食品摆盘、环境布置以及色彩控制是表现美食的几个关键要素，一些辅助工具运用到拍摄中也很有必要。

3. 教学内容：点心的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## 第八章 人像

1. 教学目标：掌握人像的拍摄方法

2. 教学重难点：实用人像（证件照）的规范要求，私人肖像的拍摄技法。

3. 教学内容：证件照、形象照的拍摄，后期处理。

4. 教学方法：研讨实操相结合。

## 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	实现专业产品拍摄的方法	4
第二章	静物	4
第三章	工业与技术产品	4
第四章	化妆品和配饰	4
第五章	钟表和珠宝	4
第六章	饮品	4
第七章	食品	4
第八章	人像	4

## 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		实现专业产品拍摄的方法	掌握产品换壳变色的拍摄方法	4	拍摄一款产品，并制作出一系列换色图	

3-4		静物	掌握故事感的拍摄方法	4	选一样老物件，营造一种与之相关的背景讲述它的故事。	
5-6		工业和技术产品	掌握低调摄影的拍摄方法	4	采用低调摄影的方法拍摄一个模型，突出局部用光的特色。	
7-8		化妆品与配饰	掌握透光环境下产品的拍摄方法	4	拍摄一套化妆品宣传图。	
9		期中考试				
10-11		钟表和珠宝	掌握一个产品中表现不同材质的拍摄方法	4	拍摄一组项链展示图片。	
12-13		饮品	掌握液体饮品的拍摄方法	4	拍摄一套黄酒宣传图。	
14-15		食品	掌握食品的拍摄方法	4	拍摄一系列传家菜。	
16-17		人像	掌握人像的拍摄方法	4	拍一套同一主题的肖像。	
18		期末考试				

## 六、教材及参考书目

1. 《商业摄影大师班》 丹尼斯·萨维尼著 中国摄影出版社

## 七、教学方法

1. 根据教学内容和教学目标，对每次讲述的知识进行讲解，课堂演示各实验案例的实际操作，并引导学生参与实践，以讲授法和案例教学法为主。

## 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	摄影环境布置、布光、后期处理	课堂作业
课程目标 2	不同对象创意拍摄	期中期末考察

## （二）评定方法

1. 评定方法
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	60%	20%	20%	(例：课程目标 1 达成度= $0.3 \times$ 平时目标 1 成绩 $+0.2 \times$ 期中目标 1 成绩 $+0.5 \times$ 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	60%	20%	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	熟练掌握各类专业拍摄方法，成片符合作业要求，创造性表现拍摄对象，没有明显的技术缺陷。	认真完成课堂作业，熟练应用各类专业拍摄方法，没有明显的技术缺陷。	认真完成课堂作业，能根据不同对象灵活采用不同拍摄方法，基本掌握后期处理技术。	认真完成课堂作业，可以顺利完成教学案例的拍摄。	不能按时按量完成实践作业，不能根据不同对象采用合理的拍摄方法，后期处理有明显的缺陷。

# 《科学、传播与社会》课程设计教学大纲

课程代码：JOUR3042

大纲执笔人：贾鹤鹏

课程名称：科学、传播与社会

大纲审稿人：王国燕 程曦

英文名称：Science, communication & Society

课程学时：36

课程设计学时：36

授课单位：集中授课与小组讨论结合

指导方式：（集中指导、分散指导、集中指导与分散指导相结合）

适用专业：全院专业选修课

教材及主要参考书：Handbook of Public Communication of Science & Technology;  
《科技传播导论》（任福军主编）

## 一、课程设计教学目的及基本要求

本课程将讲授科学传播的基本目标、构成、科学传播与传播学主流的关系、科学环境健康风险传播的基本研究与应用格局，科学与社会的互动关系，公众参与科学，如何看待转基因、垃圾焚烧、磁悬浮等科学争议，争议性科学议题如何在社会上进行传播。学习过本课程后，学生应该对科技传播及其各子领域有了总体的认识，对参与科技传播工作有了一定专业准备，对各种科技争议有清醒、客观的看法，对科学与社会的关系有较深刻的把握，对利用传播手段执行促进公众利益的科学、健康与环境目标有了初步的计划。

## 二、课程设计内容及安排

本课程以大班讲座为主，但在授课过程中强调互动。通常每周在一个特定专题下会展开分组讨论。本课程还将组织学生就热点科学问题进行辩论（模拟听证会）、对社会如何进行科学治理进行角色模拟，也会对具体传播方案（通常为环境传播或公共卫生传播议题）进行分小组设计。

### 三、课程设计报告要求

本课程共有三次作业和一次闭卷考试。三次作业分别为 1) 根据指定阅读探讨特定科学议题在传播过程中如何与社会或媒体实现交融, 2) 准备并参加模拟听证会后撰写有关公众参与科学、科技争议和科技治理的理论反思报告, 3) 以小组形式设计环境或健康传播方案并当众陈述或展示。

### 四、课程设计考核方法及成绩评定

本课程共有三次作业和一次闭卷考试。成绩分配标准如下：

出勤：15%

课堂参与：15%

探讨科学传播与社会的关系：10%

模拟听证会会的理论反思小论文：15%

环境健康传播小组方案及展示与陈述：15%

期末考试：30%

合计：100%

### 五、其他要求

课程设计时间安排：

本课程由三位主讲教师承担。每位负责三分之一段的课程授课和一次作业，并分摊最后闭卷考试的判卷计分工作。预计课程分为同时进行的 2-3 个班（根据选课学术数量确定）。详见课程进度表。

# 《传媒创意与艺术设计》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Cultural Creation + Design	课程代码	CX481001
课程性质	选修	授课对象	传媒大类
学 分	2	学 时	2
主讲教师	牡丹	修订日期	202307
指定教材	无		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标：

提高学生通过赛教融合提升文化阐释与创意设计的能力。培养学生掌握一定的文化创意和艺术设计的技能，并用于传媒领域的具体创新实践。

### (二) 课程目标：

#### 课程目标 1：分析历年来优秀的创意设计作品

- 1.1 从图形创意的角度
- 1.2 从叙事的角度

#### 课程目标 2：参与创意设计大赛

- 2.1 团队组合和磨砺
- 2.2 创作参赛作品

#### 课程目标 3：赛后总结与分析

- 3.1 总结大赛经验
- 3.2 分析大赛成果

### (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	从图形创意的角度	学习创意方法
	1.2	从叙事的角度	学习创意方法
课程目标 2	2.1	团队组合和磨砺	掌握创意技能
	2.2	创作参赛作品	掌握创意技能
课程目标 3	3.1	总结大赛经验	总结经验教训

	3.2	分析大赛成果	总结经验教训
--	-----	--------	--------

### 三、教学内容

#### 第一章 分析历年来优秀的创意设计作品

##### 1. 教学目标

分别从图形创意的角度、叙事的角度，分析历年来的优秀创意设计作品，强调方法论的训练。

##### 2. 教学重难点

优秀作品的总结。

##### 3. 教学内容

教师进行个案讲授，学生参与分析和总结。

##### 4. 教学方法

现场讲授。

##### 5. 教学评价

重点考察学生的方法论的学习。

#### 第二章 参与创意设计大赛

##### 1. 教学目标

通过赛教融合，提升学生的创意设计能力。

##### 2. 教学重难点

参赛的团队组合与磨砺。

##### 3. 教学内容

教师辅助，学生自主组成团队，创作参赛作品。

##### 4. 教学方法

现场流程跟踪，学生进度汇报，与专家点评和指导。

##### 5. 教学评价

重点考察学生的创意设计技能的提升。

#### 第三章 赛后分析与总结

##### 1. 教学目标

赛后，根据学习和参赛情况进行总结。

##### 2. 教学重难点

分析不足，形成具体经验。

##### 3. 教学内容

学生自主进行作品点评和经验总结，教师辅助进行经验分析与归纳。

##### 4. 教学方法

现场讲授。

## 5. 教学评价

重点考察学生的经验分析。

## 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	分析历年来优秀的创意设计作品	6
第二章	参与创意设计大赛	22
第三章	赛后总结与分析	6

## 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
1-3		分析历年来优秀的创意设计作品	掌握创意设计的方法	6	完成作品分析作业 6 张	
4-14		参与创意设计大赛	参与创意设计大赛	22	完成大赛作品 1-3 份	
15-17		赛后总结与分析	赛后总结与分析	6	完成作品分析作业 3 张	

## 六、教材及参考书目

1. 《创意设计教学笔记》，王中谋编著，清华大学出版社。
2. 《新媒体艺术设计》，刘立伟，魏晓东主编，化学工业出版社。

## 七、教学方法

1. 讲授法与实践法。

## 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	分析历年来优秀的创意设计作品	作业
课程目标 2	参与创意设计大赛	参赛作品
课程目标 3	赛后总结与分析	作业

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法

平时成绩：80%，期末考试：20%。

### 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	0.8		0.2	(例：课程目标 1 达成度= $\{0.3 \times \text{平时目标 1 成绩} + 0.2 \times \text{期中目标 1 成绩} + 0.5 \times \text{期末目标 1 成绩}\} / \text{目标 1 总分}$ 。按课程考核实际情况描述)
课程目标 2	0.8		0.2	
课程目标 3	0.8		0.2	

## (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	作品分析准确	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	无练习
课程目标 2	设计创意优秀	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	没有参赛
课程目标 3	形成有价值的经验分析与总结	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	无分析与总结

# 《设计素描》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Design Sketch	课程代码	ADVE1035
课程性质	选修	授课对象	传媒大类
学 分	2	学 时	3
主讲教师	牡丹	修订日期	202307
指定教材	无		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标：

提高学生的观察与三维绘画能力。培养学生掌握一定的绘画技能，并用于传媒领域的具体实践。

### (二) 课程目标：

**课程目标 1：掌握基本几何形体素描**

1. 1 学习观察和分析基本几何形体
1. 2 描绘基本几何形体

**课程目标 2：掌握静物素描**

2. 1 学习观察和分析静物
2. 2 描绘静物

**课程目标 3：掌握石膏头像素描**

3. 1 学习观察和分析石膏头像
3. 2 描绘石膏头像

### (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	学习观察和分析基本几何形体	提高观察能力
	1. 2	描绘基本几何形体	掌握绘画技能
课程目标 2	2. 1	学习观察和分析静物	提高观察能力
	2. 2	描绘静物	掌握绘画技能
课程目标 3	3. 1	学习观察和分析石膏头像	提高观察能力
	3. 2	描绘石膏头像	掌握绘画技能

## **三、教学内容**

### **第一章 基本几何形体素描**

#### **1. 教学目标**

掌握几何形体的观察、分析和描绘。

#### **2. 教学重难点**

几何形体的透视。

#### **3. 教学内容**

教师讲授基本几何形体素描，学生自主练习。

#### **4. 教学方法**

现场讲授。

#### **5. 教学评价**

重点考察学生的技能提升。

### **第二章 静物素描**

#### **1. 教学目标**

掌握静物素描形体的观察、分析和描绘。

#### **2. 教学重难点**

不同静物形体的透视。

#### **3. 教学内容**

教师讲授静物素描，学生自主练习。

#### **4. 教学方法**

现场讲授。

#### **5. 教学评价**

重点考察学生的技能提升。

### **第三章 石膏头像素描**

#### **1. 教学目标**

掌握石膏头像形体的观察、分析和描绘。

#### **2. 教学重难点**

不同石膏头像的透视。

#### **3. 教学内容**

教师讲授石膏头像素描，学生自主练习。

#### **4. 教学方法**

现场讲授。

## 5. 教学评价

重点考察学生的技能提升。

## 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	几何形体素描	18
第二章	静物素描	18
第三章	石膏头像素描	15

## 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
1-6		几何形体素描	几何形体素描	18	完成不同的组合静物写生 6 张	
7-12		静物素描	静物素描	18	完成不同的组合静物写生 6 张	
13-17		石膏头像素描	石膏头像素描	15	完成石膏像写生 5 张	

## 六、教材及参考书目

1. 《设计素描》，谢静著，中国轻工业出版社。
2. 《设计素描》，杨慎修主编，河北美术出版社。

## 七、教学方法

1. 讲授法。由主讲老师演示不同静物的写生，学生观摩学习，并实践。

## 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（五号宋体）

课程目标	考核要点	考核方式
课程目标 1	基本几何形造型	作业

课程目标 2	静物造型	作业
课程目标 3	石膏像造型	作业

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法

平时成绩：80%，期末考试：20%。

### 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（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	0.8		0.2	（例：课程目标 1 达成度= $\{0.3 \times \text{平时目标 1 成绩} + 0.2 \times \text{期中目标 1 成绩} + 0.5 \times \text{期末目标 1 成绩}\} / \text{目标 1 总分}$ 。按课程考核实际情况描述）
课程目标 2	0.8		0.2	
课程目标 3	0.8		0.2	
……（五号宋体）				

## (三) 评分标准（小四号黑体）

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	造型准确	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	基本没有练习
课程 目标 2	造型准确	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	基本没有练习
课程 目标 3	造型准确	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	基本没有练习

# 《计算机辅助图形设计》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Computer-aided Graphic Design	课程代码	ADVE1036
课程性质	选修	授课对象	传媒大类
学 分	2	学 时	3
主讲教师	牡丹	修订日期	202307
指定教材	无		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

提高学生使用计算机软件进行图形设计的能力。培养学生掌握一定的计算机绘画技能，并用于传媒领域的具体实践。

### (二) 课程目标:

**课程目标 1: 掌握 Photoshop 的图形设计与造型方法**

- 1.1 学习选择区、路径造型工具
- 1.2 描绘基本几何形

**课程目标 2: 掌握 Photoshop 的图层管理**

- 2.1 学习图层编辑、样式等工具
- 2.2 练习一些复杂的图文设计

**课程目标 3: 掌握 Photoshop 的图像编辑和处理**

- 3.1 学习图像编辑和处理工具
- 3.2 进行综合的图文设计

### (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	学习选择区、路径造型工具	学习造型方法
	1.2	描绘基本几何形	掌握图文设计技能
课程目标 2	2.1	学习图层编辑、样式等工具	学习图文编辑
	2.2	练习一些复杂的图文设计	掌握图文设计技能
课程目标 3	3.1	学习图像编辑和处理工具	学习图像处理
	3.2	进行综合的图文设计	掌握图文设计技能

## 三、教学内容

### 第一章 掌握 Photoshop 的图形设计与造型方法

#### 1. 教学目标

学习选择区、路径造型工具，描绘基本几何形。

#### 2. 教学重难点

选择区、路径工具的运算。

#### 3. 教学内容

教师进行个案讲授，学生自主练习。

#### 4. 教学方法

现场讲授。

#### 5. 教学评价

重点考察学生的造型技能提升。

### 第二章 掌握 Photoshop 的图层管理

#### 1. 教学目标

学习图层编辑、样式等工具，练习一些复杂的图文设计。

#### 2. 教学重难点

图层混合模式。

#### 3. 教学内容

教师进行个案讲授，学生自主练习。

#### 4. 教学方法

现场讲授。

#### 5. 教学评价

重点考察学生的图文编辑技能的提升。

### 第三章 掌握 Photoshop 的图像编辑和处理

#### 1. 教学目标

学习图像编辑和处理工具，进行综合的图文设计

#### 2. 教学重难点

图像模式编辑、通道的学习。

#### 3. 教学内容

教师进行个案讲授，学生自主练习。

#### 4. 教学方法

现场讲授。

#### 5. 教学评价

重点考察学生的综合技能的提升。

#### 四、学时分配（四号黑体）

表 2：各章节的具体内容和学时分配表（五号宋体）

章节	章节内容	学时分配
第一章	Photoshop 的图形设计与造型方法	18
第二章	Photoshop 的图层管理	18
第三章	Photoshop 的图像编辑和处理	15

#### 五、教学进度（四号黑体）

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
1-6		Photoshop 的图形设计与造型方法	Photoshop 的图形设计与造型方法	18	完成图设计作业 6 张	
7-12		Photoshop 的图层管理	Photoshop 的图层管理	18	完成图设计作业 6 张	
13-17		Photoshop 的图像编辑和处理	Photoshop 的图像编辑和处理	15	完成图设计作业 5 张	

#### 六、教材及参考书目

1. 《Photoshop 从入门到精通》，敬伟编著，清华大学出版社。
2. 《Photoshop 摄影后期技法》，郑志强主编，北京大学出版社。

#### 七、教学方法

1. 讲授法。由主讲老师演示不同案例，学生观摩学习，并实践。

#### 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	Photoshop 的图形设计与造型方法	作业
课程目标 2	Photoshop 的图层管理	作业
课程目标 3	Photoshop 的图像编辑和处理	作业

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法 (五号宋体)

平时成绩：80%，期末考试：20%。

### 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 (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	0.8		0.2	(例：课程目标 1 达成度={0.3 x 平时目标 1 成绩+0.2 x 期中目标 1 成绩+0.5 x 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	0.8		0.2	
课程目标 3	0.8		0.2	
…… (五号宋体)				

## (三) 评分标准 (小四号黑体)

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	造型准确	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	基本没有练习
课程 目标 2	设计创意优秀	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有待改进	基本没有练习

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 3	设计创意优秀	基本掌握	部分掌握	有明显问题，有 待改进	基本没有练习

# 《专题片创作》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Feature Film Creation	课程代码	RTSC1025
课程性质	专业选修	授课对象	传媒学院全体学生
学 分	2	学 时	36
主讲教师	王缘	修订日期	2023年7月30日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

理解专题纪录片的基本叙事逻辑以及创作手法，掌握基本的专题纪录片创作类型，拍摄技巧以及后期创作。通过专题纪录片的创作，培养学生小组团队合作的意识，提升学生综合解决问题，运营项目的实战能力。

### （二）课程目标：

课程目标 1：了解专题纪录片的叙事结构与逻辑线索。

课程目标 2：掌握专题纪录片的整体创作流程，制作出优秀的专题纪录片作品

### （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	专题纪录片的叙事结构与逻辑	掌握专题纪录片的叙事结构与逻辑
	1.2		
课程目标 2	2.1	专题纪录片创作	创作出优秀的专题纪录片作品
	2.2		

## 三、教学内容

### 第一章 专题纪录片的叙事逻辑与结构

1. 教学目标：掌握专题纪录片的基本叙事逻辑与结构
2. 教学重难点：专题纪录片的基本叙事逻辑与结构的分类和基本特征

3. 教学内容：以二年级第一学期的影像实践课程内容作为基础，进一步提升整体专题纪录片的创作，培养学生发现生活，纪录身边的审美能力。

4. 教学方法： 案例分析法，实操法

## 第二章 专题纪录片创作实践

1. 教学目标：分小组进行作品创作

2. 教学重难点：作品创作的全流程跟踪指导

3. 教学内容：深入小组跟踪指导完成作品创作

4. 教学方法：实操法

## 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	专题纪录片的理论基础	2
第二章	常见专题纪录片的类型	2
第三章	各小组专题纪录片的选题分析与指导	4
第四章	各小组专题纪录片的采访方案指导	4
第五章	各小组专题纪录片的采访拍摄技巧指导及拍摄素材检查	6
第六章	各小组专题纪录片的解说词的写作指导	4
第七章	专题纪录片作品后期创作实战与指导	14

## 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		专题片理论基础	简要专题纪录片的概念界定与特征分析	2		
2		专题纪录片常见类型	常见专题纪录片类型分析	2		
3-4		专题纪录片选题	专题纪录片的选题分析与指导	4		
5-6		专题纪录片的采访	专题纪录片的采访方案指导	4		
7-9		专题纪录片的拍摄手法	专题纪录片的采访拍摄技巧指导及拍摄素材检查	6		
10-11		解说词写作	专题纪录片的解说词的写作指导	4		
12-18		专题纪录片作品后期创作	专题纪录片作品后期创作实战与指导	14		

## 六、教材及参考书目

刘立滨，《影视画面造型》，中国电影出版社，2004年

阿提斯，《准备!开拍!专业视频拍摄指南》，人民邮电出版社，2013年

斯蒂夫·斯托克曼，《拍摄手册:77种方法让你的影片更完美》，人民邮电出版社，2014年

赫伯特·泽特尔，《视频基础(第6版)》，中国人民大学出版社，2013年

布莱恩·布朗，《电影摄影:理论与实践》，世界图书出版公司，2014年

杰奎琳·弗洛斯特，《导演的摄影课》，世界图书出版公司，2014年

何清，《电影摄影照明技巧教程》，世界图书出版公司北京公司，2012年

## 七、教学方法

1. 讲授法：课堂集中讲授相关理论知识点
2. 案例教学法：以当下影像创作作品为案例，结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解
3. 实操法：通过对影像作品的创作，提升影像创作能力与水平

## 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	个人专题短片创作	期中作业
课程目标 2	小组专题短片创作	期末作业

### （二）评定方法

#### 1. 评定方法

（一）平时成绩：考勤+课堂参与 20%

（二）期中成绩：30%

个人进行 2-3 分钟左右的专题短片创作，题材不限。

（三）期末成绩：50%

分组进行专题片作品创作，时长为 5-10 分钟，不与期中题材相同

#### 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	10%	30%		（例：课程目标 1 达成度= $\{0.3 \times \text{平时目标 1 成绩} + 0.2 \times \text{期中目标 1 成绩} + 0.5 \times \text{期末目标 1 成绩}\} / \text{目标 1 总分}$ 。按课程考核实际情况描述）
课程目标 2	10%		50%	

### （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	影片完成度高，主题鲜明，有一定价值意义，影像创作手法运用恰到好处	主题较为鲜明，影像方法运用基本过关，表现力不足	作品主题不清晰，叙事不够完整，影像创作手法单一，缺乏审美	作品仅处于完成状态，影片逻辑有问题，主题不清晰，叙事结构有问题，影像表现方法单一	作品未完成，基本叙事乱七八糟，或有抄袭现象
课程 目标 2	影片完成度高，主题鲜明，有一定价值意义，影像创作手法运用恰到好处	主题较为鲜明，影像方法运用基本过关，表现力不足	作品主题不清晰，叙事不够完整，影像创作手法单一，缺乏审美	作品仅处于完成状态，影片逻辑有问题，主题不清晰，叙事结构有问题，影像表现方法单一	作品未完成，基本叙事乱七八糟，或有抄袭现象

# 《Python 程序设计》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Python Programming	课程代码	NENM1033
课程性质	选修	授课对象	广告、新闻、网新、主持专业本科生
学 分	2	学 时	54(理论 36 学时, 实验 18 学时)
主讲教师	张国标	修订日期	2023. 6. 22
指定教材	杨年华,柳青,郑戟明.Python 程序设计教程(第 2 版),清华大学出版社,2019.		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

#### (1) 知识与技能

记忆脚本语言的特性及用途、基本数据类型、函数和代码的复用、; 理解程序的控制结构、组合数据的类型、文件和数据格式化; 了解 Python 语言的基本构成和程序设计方法。

#### (2) 过程与方法

能够能够独立进行程序设计, 使用 Python 开发实际应用, 为从事相应的问题解决奠定良好的基础。

#### (3) 情感态度与价值观

培养正确的人生观和价值观, 具有良好的职业道德和崇高的社会责任感; 保护知识产权, 促进信息传播; 培养创新意识与创新精神, 具有科学态度和批判精神, 具有参与现代科学技术竞争的基本素质和发展潜力; 树立终身学习理念, 培养团队合作精神。

### (二) 课程目标:

#### 课程目标 1:

1. 1 掌握脚本语言程序设计的基本知识和基本方法;
1. 2 掌握程序设计的基本理论、方法和应用;
1. 3 掌握高级程序设计国家标准的有关基本规定, 会查阅有关国家标准和手册, 养成严格遵守和执行有关国家标准的各项规定的良好习惯。

#### 课程目标 2:

2. 1 能够使用 Python 解决实际问题;
2. 2 培养学生计算思维能力、创新能力和发现问题、分析问题和解决问题的能力。

#### 课程目标 3:

3. 1 能够较正确而熟练地使用 Python 进行程序的设计;
3. 2 能够识读和编写较复杂程度的程序。

(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	第一章；第二章；第三章	3. 掌握并能够熟练使用计算机基础知识与应用技能，包括计算机基础应用、网络设计、网页设计与制作、新媒体设计与监管等。
	1.2	第四章	3. 掌握并能够熟练使用计算机基础知识与应用技能，包括计算机基础应用、网络设计、网页设计与制作、新媒体设计与监管等。
	1.3	第五章	3. 掌握并能够熟练使用计算机基础知识与应用技能，包括计算机基础应用、网络设计、网页设计与制作、新媒体设计与监管等。
课程目标 2	2.1	第六章；第七章	3. 掌握并能够熟练使用计算机基础知识与应用技能，包括计算机基础应用、网络设计、网页设计与制作、新媒体设计与监管等。
	2.2	第八章	4. 具有较高的网络与新媒体专业素养，扎实的网络与新媒体传播技能，善于综合多种媒介手段进行整合和创新传播，能够胜任相关部门及企事业单位网络传播与网络信息采编、网站策划以及新媒体报道写作、新媒体舆论监管等工作。
课程目标 3	3.1	第九章	4. 具有较高的网络与新媒体专业素养，扎实的网络

			<p>与新媒体传播技能，善于综合多种媒介手段进行整合和创新传播，能够胜任相关部门及企事业单位网络传播与网络信息采编、网站策划以及新媒体报道写作、新媒体舆论监管等工作。</p>
	3.2	第十章	<p>4. 具有较高的网络与新媒体专业素养，扎实的网络与新媒体传播技能，善于综合多种媒介手段进行整合和创新传播，能够胜任相关部门及企事业单位网络传播与网络信息采编、网站策划以及新媒体报道写作、新媒体舆论监管等工作。</p>

### 三、教学内容

#### 第一章 Python 概述

##### 1. 教学目标

了解 Python 的由来、发展和特点，熟练使用 Python 编程环境，掌握 Python 程序设计的基本语法、程序结构。

##### 2. 教学重难点

- (1) 重点是 Python 中对象的表达与操作、代码的编写规范；
- (2) 难点是常用指令与常用函数的使用。

##### 3. 教学内容

- (1) Python 语言的发展史、特点、应用；
- (2) Python 版本选择与安装；
- (3) Python 的对象类型；
- (4) 常用内置对象。

##### 4. 教学方法

课堂讲授法

##### 5. 教学评价

- (1) Python 语言了解情况;
- (2) Python 基础语法掌握情况。

## 第二章 Python 数据结构

### 1. 教学目标

熟练运用 Python 运算符、内置函数、列表、元组、字典、集合等基本数据类型和相关列表推导式、切片等特性以用于实际问题。

### 2. 教学重难点

- (1) 重点是 Python 中的常见数据结构及其使用差异;
- (2) 难点是 Python 运算符的多重含义。

### 3. 教学内容

- (1) 列表;
- (2) 元祖;
- (3) 字典;
- (4) 集合及其他数据结构。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

- (1) Python 语言数据结构运用情况;
- (2) Python 运算符运用情况。

## 第三章 选择与循环

### 1. 教学目标

熟练掌握分支结构、循环结构的设计与使用。

### 2. 教学重难点

- (1) 重点是 Python 的关系运算符和条件表达式;
- (2) 难点是 break 和 continue 的使用。

### 3. 教学内容

- (1) 条件表达式;
- (2) 选择结构;
- (3) 循环结构;
- (4) break 和 continue 语句。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

(1) Python 分支结构、循环结构运用情况。

## 第四章 函数设计与使用

### 1. 教学目标

熟练掌握函数的设计与使用。

### 2. 教学重难点

(1) 重点是默认值参数，关键参数，可变长度参数，参数传递时的序列解包；

(2) 难点是关键参数与参数传递、return 语句的使用。

### 3. 教学内容

(1) 函数定义；

(2) 形参与实参；

(3) 参数类型；

(4) 变量作用域。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

(1) Python 函数的设计情况；

(2) Python 函数的运用情况。

## 第五章 面向对象程序设计

### 1. 教学目标

熟练掌握类的设计与使用。

### 2. 教学重难点

(1) 重点是类的定义与使用、类成员的访问与类的继承；

(2) 难点是属性的定义与使用、Python 对象的可变性。

### 3. 教学内容

(1) 类的定义与使用；

(2) 类的方法分类与访问；

(3) 常用的特殊方法；

(4) 继承机制。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

(1) Python 类的设计情况；

(2) Python 类的运用情况。

## 第六章 文件与文件夹操作

### 1. 教学目标

熟练掌握文件的读写，文件夹的创建、删除等操作。

### 2. 教学重难点

(1) 重点是各种文件类型的熟练使用；

(2) 难点是多维数组的存储、表示、读写及格式化。

### 3. 教学内容

(1) 文件的基础知识、文件的打开与关闭；

(2) 文件、数据库读写；

(3) csv、xls 文件的读写；

(4) 文件夹的操作。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

(1) 文件的读写运用情况；

(2) 文件夹的创建、删除情况。

## 第七章 异常处理结构

### 1. 教学目标

熟练掌握 try-with、try-finally、raise 等异常处理方式的运用。

### 2. 教学重难点

(1) 重点是异常的概念与表现形式，Python 内置异常类层次结构，常见异常处理结构，断言与上下文管理语句；

(2) 难点是常用指令与常用函数的使用。

### 3. 教学内容

(1) 异常、python 中的异常类、捕获与处理异常；

(2) 自定义异常类、with 语句、断言。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

(1) 异常命令的使用情况；

(2) 异常处理命令使用情况。

## 第八章 网络爬虫入门与应用

### 1. 教学目标

掌握网络爬虫的基本概念和方法；运用 request 库编写基本的 URL 访问过程；运用 beautifulsoup 库解析和处理 HTML；掌握像搜索引擎自动提交关键词并获取范围结果的方法。

### 2. 教学重难点

- (1) 重点是 Python 中对象的表达与操作、代码的编写规范；
- (2) 难点是常用指令与常用函数的使用。

### 3. 教学内容

- (1) Request 库；
- (2) Beautifulsoup 库；
- (3) 驱动浏览器爬取法。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

- (1) 代码可读性；
- (2) 代码运行情况。

## 第九章 Python 数据分析与处理

### 1. 教学目标

掌握数据分析与处理的基本流程；运用 Pandas 库实现数据读取与预处理；运用 Numpy 实现数据分析。

### 2. 教学重难点

- (1) 重点是矩阵运算、pandas 数据截取；
- (2) 难点是数据排序与格式转换。

### 3. 教学内容

- (1) Pandas 库；
- (2) Numpy 库；
- (3) 数据处理流程。

### 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

### 5. 教学评价

- (1) 数据处理正确性；
- (2) 第三方库掌握情况。

## 第十章 Python 数据可视化

## 1. 教学目标

掌握数据可视化的基本流程；运用 Matplotlib 库实现数据可视化。

## 2. 教学重难点

- (1) 重点是运用 Matplotlib 库绘制散点图、柱状图、雷达图等；
- (2) 难点是设置 pyplot 的动态 rc 参数方法。

## 3. 教学内容

- (1) 数据集可视化的基本流程；
- (2) Matplotlib 库；
- (3) Matplotlib 参数设置。

## 4. 教学方法

课堂讲授法、上机实践法。

## 5. 教学评价

- (1) 绘图的可读性；
- (2) 绘图的美观性。

# 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	Python 概述	2（理论 2 学时，实验 0 学时）
第二章	Python 数据结构	4（理论 2 学时，实验 2 学时）
第三章	选择与循环	4（理论 2 学时，实验 2 学时）
第四章	函数的设计与使用	4（理论 2 学时，实验 2 学时）
第五章	面向对象程序设计	4（理论 2 学时，实验 2 学时）
第六章	文件与文件夹操作	6（理论 4 学时，实验 2 学时）
第七章	异常处理结构	6（理论 4 学时，实验 2 学时）
第八章	网络爬虫入门与应用	8（理论 6 学时，实验 2 学时）

第九章	Python 数据分析与处理	8 (理论 6 学时, 实验 2 学时)
第十章	Python 数据可视化	8 (理论 6 学时, 实验 2 学时)

## 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		第一章	Python 基础语法	3	Python 环境安装与运行	
2-3		第二章、第三章	Python 数据类型、判断、循环	6	温度转换程序	
4-5		第四章、第五章	Python 函数、类	6	科赫曲线绘制	
6-7		第六章、第七章	Python 文件操作与异常处理	6	文本内容转存到 csv 文件	
8-10		第八章	网络爬虫	9	网页新闻爬取	
11-13		第九章	数据分析	9	微博新闻数据分析	
14-16		第十章	数据预处理	9	微博新闻数据处理	
17-18 (五号宋体)		第十章	数据可视化	6	微博新闻可视化	

## 六、教材及参考书目

1. 《Python 核心编程》(第三版)(英文版), Wesley Chun 著, 人民邮电出版社, 2016 年;
2. 《Python 基础教程》(第二版), Magnus Lie Hetland 著, 人民邮电出版社, 2014 年;
3. 《Python 语言程序设计基础(第二版)》, 嵩天, 礼欣, 黄天羽 著, 高等教育出版社, 2017 年。

## 七、教学方法

1. 讲授法。课堂讲授和课堂编程演示的方式进行课堂教学。
2. 上机实践法。结合实例和上机教学，使学生对程序设计思想和方法有更为直观、深刻的认识，应在例题基础上同时结合实例进行讲授，对于课程的教学重点或难点，通过编程实践增强感性认识和促进学生认知掌握，安排相应上机题。

## 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	Python 基础知识掌握情况	实验报告
课程目标 2	Python 应用解决实际问题情况	实验报告
课程目标 3	根据自己的兴趣发现问题，并用数据分析的方式解决问题	实验报告

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

本课程为考查课，成绩采用百分制。

成绩评定标准：

(1) 平时成绩占 50%：其中考勤 20%；第二、三、四、五、六、七章节的实验各占 5%，主要依据实验报告和操作结果给分；根据实验任务的完成性和实验中方法与步骤的合理性，以及实际运行的效果来判断。

(2) 第八、九、十章的实践占 50%：采用上机完成实验任务的方式，主要考查学生对 Python 语言的基础知识是否掌握，是否具有使用第三方库及常用框架完成静态网页数据爬取、处理分析及数据可视化展示能力。

#### 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

课程目标 \ 考核占比	考核占比			总评达成度
	平时	期中	期末	
课程目标 1	0.2	0.3	0.5	(例：课程目标 1 达成度 = {0.3 x 平时目标 1 成绩 + 0.2 x 期中目标 1 成绩 + 0.5 x 期末目标 1 成绩}
课程目标 2	0.2	0.3	0.5	
课程目标 3	0.2	0.3	0.5	

……（五号宋体）				绩}/目标 1 总分。按课程考核实际情况描述)
----------	--	--	--	-------------------------

### (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	完成度达到 90%	完成度达到 80%	完成度达到 70%	完成度达到 60%	完成度小于 60%
课程 目标 2	完成度达到 90%	完成度达到 80%	完成度达到 70%	完成度达到 60%	完成度小于 60%
课程 目标 3	完成度达到 90%	完成度达到 80%	完成度达到 70%	完成度达到 60%	完成度小于 60%

# 《广告效果研究》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Research on Advertising Effect	课程代码	ADVE1040
课程性质	选修	授课对象	广告
学 分	2	学 时	36
主讲教师	杨正	修订日期	2023. 08. 01
指定教材	无		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

通过基础知识讲解与实战案例结合的方式，使学生掌握广告效果的基本概念、理论与测度标准，并在此基础上掌握多维度的广告效果调查方法，包括质化、量化及大数据等多元视角。关注学生在数字化时代对于广告效果的理解与实际调查能力，以期最终提高学生的广告整体策划与执行能力。

### （二）课程目标：

**课程目标 1：**在广告效果调查维度具备与新闻传播学类工作相适应的理论学习能力，并掌握持续学习的方法。

1. 1 了解广告效果基本概念了解

1. 2 了解广告效果调查基本原理

**课程目标 2：**在广告效果调查维度掌握社会科学研究的基本方法，具备初步的社会科学调查与研究能力。

2. 1 掌握量化广告效果调查方法

2. 2 掌握质化广告效果调查方法

2. 3 掌握大数据广告效果调查方法

**课程目标 3：**在广告效果调查维度具备与新闻传播实践的发展变化相适应的业务动手能力和实践创新能力。

3. 1 掌握广告调查结果产出技能

3. 2 掌握广告调查实践技能

（要求参照《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》，对应各类专业认证标准，注意对毕业要求支撑程度强弱的描述，与“课程目标对毕业要求的支撑关系表一致）（五号宋体）

### （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（五号宋体）

课程目标	课程子目标	对应课程内容	对应毕业要求
掌握广告效果调查的概	1.1 了解广告效果基本概念	第一章	具备与新闻传播学类工作相适应的理论学习能力，

念与原理			并掌握持续学习的方法。
	1.2 了解广告效果调查基本原理	第二章、第三章	具备与新闻传播学类工作相适应的理论学习能力，并掌握持续学习的方法。
掌握广告效果调查的各类方法	2.1 掌握量化广告效果调查方法	第四章、第五章、第八章、第九章、第十章、第十一章、第十二章	掌握社会科学研究的基本方法，具备初步的社会科学调查与研究能力。
	2.2 掌握质化广告效果调查方法	第六章、第七章	掌握社会科学研究的基本方法，具备初步的社会科学调查与研究能力。
	2.3 掌握大数据广告效果调查方法	第十三章、第十四章	具备计算机和现代新媒体技术的应用能力。
掌握广告效果调查实践能力	3.1 掌握广告调查结果产出技能	第十五章、第十六章	具备与新闻传播实践的发展变化相适应的业务动手能力和实践创新能力。
	3.2 掌握广告调查实践技能	第十七章、第十八章	具备与新闻传播实践的发展变化相适应的业务动手能力和实践创新能力。

（大类基础课程、专业教学课程及开放选修课程按照本科教学手册中各专业拟定的毕业要求填写“对应毕业要求”栏。通识教育课程含通识选修课程、新生研讨课程及公共基础课程，面向专业为工科、师范、医学等有专业认证标准的专业，按照专业认证通用标准填写“对应毕业要求”栏；面向其他尚未有专业认证标准的专业，按照本科教学手册中各专业拟定的毕业要求填写“对应毕业要求”栏。）

### 三、教学内容

（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 广告效果概念与指标

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果的基本概念、定义以及相关测度指标，如播放率、到达率、注目率、牵引率、千人有效成本的内涵与使用范围。
2. 教学重难点：区分广告效果的核心概念与测度指标之间的差异。
3. 教学方法：教师课堂讲授。

#### 第二章 广告效果核心指标计算

1. 教学目标与内容：使学生广告效果测度中的核心指标，如播放率、到达率、注目率、牵引率、千人有效成本的计算方法，使用具体实践案例进行计算演示。
2. 教学重难点：各类效果指标计算方法的掌握与实践应用。
3. 教学方法：教师课堂讲授+学生计算训练。

#### 第三章 广告效果调查原理

1. 教学目标与内容：结合广告策划活动的整体性，使学生掌握广告效果调查的基本原理、步骤与实施原则，及其在广告策划整体活动中的地位与作用。

2. 教学重难点：在整体广告策划活动中理解广告效果调查的重要性与意义。

3. 教学方法：教师课堂讲授。

#### **第四章 问卷调查及数据计算（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握问卷调查法的基本概念、原理，优点与不足；同时掌握问卷设计的基本原则与方法。

2. 教学重难点：问卷设计的可操作性与实用性。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生问卷设计实操。

#### **第五章 问卷调查及数据计算（下）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握问卷调查方法的具体步骤、注意事项，以及问卷回收后的相关计算方法，如信度、效度的测度、描述性分析与相关性分析，及 SPSS 等相关软件的使用。

2. 教学重难点：信效度等概念的理解，SPSS 软件的使用。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生软件实操。

#### **第六章 焦点小组访谈（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中焦点小组访谈法的基本概念、适用范围、方法的优点与缺点以及访谈提纲的设计等。

2. 教学重难点：访谈提纲设计的有效性与简约性。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生访谈提纲设计实操。

#### **第七章 焦点小组访谈（下）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中焦点小组访谈法的实施流程、注意事项以及所获得的质化数据的处理办法，如量化编码、扎根编码等。

2. 教学重难点：掌握各类质化数据处理方法。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生编码实操。

#### **第八章 市场实验法（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中市场实验法的基本概念、定义、适用范围以及方法的优缺点。

2. 教学重难点：市场实验法的具体适用范围。

3. 教学方法：教师课堂讲授。

#### **第九章 市场实验法（下）**

1. 教学目标与内容：结合具体的实验案例，使学生掌握广告效果调查中市场实验法的实施过程、数据获取方法以及差异性数据检测与计算方法。

2. 教学重难点：市场数据差异性获取与检测计算方法。

3. 教学方法：教师课堂讲授+案例解析。

## **第十章 控制实验法（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中，围观实验室环境中，控制实验法的具体概念、原理、实施准则以及该方法的适用范围。

2. 教学重难点：掌握控制实验法的核心概念与特征。

3. 教学方法：教师课堂讲授+实验室控制实验设计。

## **第十一章 控制实验法（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中，控制实验法的操作流程、实验条件的准备、控制条件的把握，以及实验效果数据的获取与分析等。

2. 教学重难点：控制条件的把握以及实验数据的分析呈现。

3. 教学方法：教师课堂讲授+实验案例解析。

## **第十二章 二手数据获取与分析**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中二手数据获取与分析的具体方法，包括二手数据的获取、来源辨析、质量把控，数据筛选、数据整理以及数据分析。

2. 教学重难点：二手数据的来源获取与质量分析。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生实战练习。

## **第十三章 大数据调查与分析法（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中大数据调查与分析方法的基本概念、应用原则、适用范围以及方法的优缺点。

2. 教学重难点：大数据方法的基本概念与适用范围。

3. 教学方法：教师课堂讲授。

## **第十四章 大数据调查与分析法（上）**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查中大数据的获取、相关软件的使用、情感分析、语义网络分析、社会网络分析等大数据处理与分析方法，相关结果的呈现与结论的获得等。

2. 教学重难点：大数据获取及相关分析软件的使用。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生软件实操。

## **第十五章 广告效果调查报告撰写**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查报告的基本结构、内容与规范，以及广告效果调查报告撰写的要求与技巧。

2. 教学重难点：广告效果调查报告撰写的技巧。

3. 教学方法：教师课堂讲授+学生报告撰写联系。

## **第十六章 广告效果调查与整体策划**

1. 教学目标与内容：使学生掌握广告效果调查作为广告策划活动中的一环，与广告策划整体活动之间的关系，以及其在广告策划活动中的重要作用及独特意义。

2. 教学重难点：展现广告效果调查与广告创意、广告策划执行之间的关系。

3. 教学方法：教师课堂讲授+策划案例拆解。

### 第十七章 广告效果调查实践

1. 教学目标与内容：学生设计相关广告效果调查方案，并尝试实践推进，获取第一手广告效果数据，并对其进行分析。

2. 教学重难点：广告效果调查策划与实践。

3. 教学方法：学生实践+教师指导。

### 第十八章 广告效果调查实践反馈

1. 教学目标与内容：在广告效果调查实践的基础上，老师对学生所策划的效果调查方案，以及具体获取的数据与分析结果进行点评，提供相关反馈。

2. 教学重难点：一对一效果调查方案与结果的反馈。

3. 教学方法：学生汇报+教师点评。

## 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	广告效果概念与指标	2
第二章	广告效果核心指标计算	2
第三章	广告效果调查原理	2
第四章	问卷调查及数据计算 (上)	2
第五章	问卷调查及数据计算 (下)	2
第六章	焦点小组访谈(上)	2
第七章	焦点小组访谈(下)	2
第八章	市场实验法(上)	2
第九章	市场实验法(下)	2
第十章	控制实验法(上)	2
第十一章	控制实验法(下)	2
第十二章	二手数据获取与分析	2

第十三章	大数据调查与分析法 (上)	2
第十四章	大数据调查与分析法 (下)	2
第十五章	广告效果调查报告撰写	2
第十六章	广告效果调查与整体策划	2
第十七章	广告效果调查实践	2
第十八章	广告效果调查实践反馈	2

## 五、教学进度 (四号黑体)

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	2.5-2.11	广告效果概念与指标	广告效果的基本概念与相关测度指标理论	2	文献阅读	无
2	2.12-2.18	广告效果核心指标计算	广告效果的测度指标与相关标准的计算	2	效果计算题	无
3	2.19-2.25	广告效果调查原理	广告效果调查的基本原理与相关步骤	2	调查设计	无
4	2.26-3.3	问卷调查及数据计算(上)	问卷调查法的基本概念、原理与注意事项	2	问卷设计	无
5	3.4-3.10	问卷调查及数据计算(下)	问卷数据的收集、检验以及相关计算	2	问卷数据计算	无
6	3.11-3.17	焦点小组访谈(上)	焦点小组访谈法的基本概念、原理与注意事项	2	焦点小组方法设计	无
7	3.18-3.24	焦点小组访谈(下)	访谈质化数据的收集、整理与编码	2	访谈数据编码	无
8	3.25-3.31	市场实验法(上)	市场实验法的基本概念、原理与注意事项	2	实验设计	无
9	4.1-4.7	市场实验法(下)	市场实验法数据的获取、整理与计算	2	实验数据计算	无
10	4.8-4.14	控制实验法(上)	控制实验法的基本概念、原理与注意事项	2	实验设计	无

11	4.15-4.21	控制实验法（下）	控制实验法的数据获取、质量控制与计算	2	实验数据计算	无
12	4.22-4.28	二手数据获取与分析	二手数据方法的基本概念、原理与注意事项与数据处理	2	二手数据计算	无
13	4.29-5.5	大数据调查与分析法（上）	大数据方法的基本概念、原理与注意事项	2	大数据抓取	无
14	5.6-5.12	大数据调查与分析法（下）	大数据的情感分析、语义网络分析及社会网络分析法操作	2	大数据分析操作	无
15	5.13-5.19	广告效果调查报告撰写	广告效果调查报告的基本格式与撰写技巧	2	效果调查报告写作	无
16	5.20-5.26	广告效果调查与整体策划	广告效果调查与整体广告策划之间的关系	2	文献阅读	无
17	5.27-6.2	广告效果调查实践	广告效果调查实践策划设计与项目书撰写	2	效果调查策划书	无
18	6.3-6.10	广告效果调查实践反馈	广告效果调查项目调查汇报	2	项目汇报	无

## 六、教材及参考书目

本课程无制定教材，参考书目如下：

1. 《广告调查：理论与实务（第2版）》乔尔·戴维斯 著；杨雪睿，田卉 等译；中国人民大学出版社。
2. 《计算广告学》林升梁 主编；中国人民大学出版社
3. 《计算传播学导论》张伦 王成军 许小可 编著；北京师范大学出版社
4. 《传播学研究方法》王晓华 郭良文 主编，高等教育出版社

## 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：以教师为主导，讲授广告效果极其测度标准；各类研究方法的基本概念与原则。
2. 讨论法：以学生为主导，讨论各类方法的适用范围、优缺点以及实践过程。
3. 案例教学法：通过各类案例，讲授不同效果调查方法的具体实施过程及注意事项。
4. 实践项目法：以项目为导向，让学生实际设计并操作一系列的广告效果调查项目，教师给予相关的指导与点评。

## 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
广告效果基本概念与理论	对于广告效果的基本概念维度、理论与测度指标的掌握	随堂测试
广告效果的调查方法	各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧	效果调查策划书
广告效果调查报告撰写	对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写	课堂汇报及效果调查报告

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

(例: 平时成绩: 10%, 期中考试: 30%, 期末考试 60%, 按课程考核实际情况描述) (五号宋体)

#### 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

课程目标	考核占比			总评达成度
	平时	期中	期末	
课程目标 1	0.2	0.3	0.5	课程目标 1 达成度= $(0.3 \times \text{平时目标 1 成绩} + 0.2 \times \text{期中目标 1 成绩} + 0.5 \times \text{期末目标 1 成绩}) / \text{目标 1 总分}$ 。
课程目标 2	0.2	0.3	0.5	
课程目标 3	0.2	0	0.8	

### (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	能够熟练掌握广告效果的基本概念维	能够比较熟练掌握广告效果的基本概	能够基本掌握广告效果的基本概	能够部分掌握广告效果的基本概	无法掌握广告效果的基本概念维

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
	度、理论与测度指标	念维度、理论与测度指标	念维度、理论与测度指标	念维度、理论与测度指标	度、理论与测度指标
课程 目标 2	能够熟练掌握各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧	能够比较熟练掌握各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧	能够基本掌握各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧	能够部分掌握各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧	无法掌握各类广告效果调查方法及相关数据分析技巧
课程 目标 3	能够熟练掌握对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写	能够比较熟练掌握对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写	能够基本掌握对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写	能够部分掌握对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写	无法练掌握对于广告效果调查结果的呈现及调查报告的撰写

# 《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	平时	期中	期末	总评达成度

课程目标				
课程目标 1	30	30	40	(例：课程目标 1 达成度= $\{0.3 \times \text{平时目标 1 成绩} + 0.2 \times \text{期中目标 1 成绩} + 0.5 \times \text{期末目标 1 成绩}\} / \text{目标 1 总分}$ 。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

# 《质性研究方法》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Qualitative research methods	课程代码	NEWM1029
课程性质	选修	授课对象	网络与新媒体、新闻学
学 分	3	学 时	54
主讲教师	曹洵、杨正	修订日期	20230804
指定教材	无		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

依据专业人才培养方案和研究型人才培养理念，本课程将通过课堂学习和研究实践的紧密结合，通过贯穿全课程学科体系的研究项目与分解的任务结合的课程设计和实施，使学生通过提出问题-形成研究设计-收集资料-分析资料-完成报告-检测与反思的基本过程形成完备的质性研究理论与经验。

### （二）课程目标：

#### 课程目标 1：

正确理解和辨识不同的质性研究路径，在阅读质性研究相关文献过程中，识别其设计的合理性、实施的科学性、论证的可靠性、结论的说服力。

#### 课程目标 2：

根据自身的研究问题，选择适当的质性研究路径和方法，进行合理论证。

#### 课程目标 3：

在具体的研究任务中，能根据研究问题，正确理解质性研究基本理论，合理运用相应的方法进行研究设计，系统、深入地获取所需材料并进行分析，完成言之有理的论证。要求掌握一种以上的质性研究方法。

### （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		第一章——第四章	认识不同的质性研究路径与方法
课程目标 2		第一章——第四章	选择合适的研究方法

课程目标 3		第二章——第五章	完整实施研究过程，独立完成一项研究
--------	--	----------	-------------------

### 三、教学内容

第一章 质性研究导论

第二章 研究问题与研究设计

第三章 资料收集

第四章 资料分析

第五章 质性研究报告撰写

### 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 质性研究的起源、本质与其范畴 1.2 与定量研究的区别 1.3 质性研究的不同路径与特征	6
第二章	2.1 研究问题选取标准、文献阅读与综述 2.2 研究框架搭建 2.3 研究计划制订	6
第三章	3.1 访谈法（个人访谈、焦点小组） 3.2 观察法 3.3 个案研究 3.4 文本分析 3.5 混合研究方法 with 三角测量	15
第四章	4.1 扎根理论与编码 4.2 软件与数据处理 4.3 文本分析/阐释分析 4.4 个案导向和变量导向分析	12

第五章	5.1 研究报告的内容和结构 5.2 研究报告的撰写步骤 5.3 研究报告的修改与润色 5.4 研究反思	3
教学实践	每位学生独立完成一项质性研究，撰写规范研究报告/论文	12

## 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	质性研究导论	6	课堂提问	
3-4		第二章	研究问题与研究设计	6	研究设计撰写	
5-9		第三章	资料收集	15	资料收集	
10-13		第四章	资料分析	12	资料初步分析	
14		第五章	质性研究报告撰写	3	撰写报告	
15-17		教学实践	每位学生独立完成一项质性研究	12	完成研究	

## 六、教材及参考书目

1. 诺曼·K·邓津；伊冯娜·S·林肯：《定性研究》（共4卷），重庆大学出版社，2007年版
2. 王颖吉：《传播与媒介研究方法》，北京大学出版社2017年版

## 七、教学方法

1. 讲授法：对相关知识点、理论脉络等进行详细讲解。
2. 案例教学法：结合相关理论，对典型质性研究案例进行详细解剖；引导学生进行有针对性的分析、审理和讨论，做出自己的判断和评价。
3. 情境教学法：设置、模拟特定研究情境，组织学生进行分析、研判，比较不同研究路径、操作方法在具体情境中的適切性，加深学生对不同方法的理解，提高方法选取的准确性。

4. 讨论法：让学生在小组中通过讨论，进行合作学习，培养逻辑思维和表达能力，激发学习兴趣、促进学生主动学习。

## 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	比较辨析不同质性研究方法	课堂提问，小组讨论
课程目标 2	研究方法的合理选取	情境模拟；期中作业
课程目标 3	独立完成一项质性研究	期末作业

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩：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	50	30	20	（例：课程目标 1 达成度= $0.3 \times$ 平时目标 1 成绩 $+0.2 \times$ 期中目标 1 成绩 $+0.5 \times$ 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	50	30	
课程目标 3	10	20	70	
……（五号宋体）				

### (三) 评分标准（小四号黑体）

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	90 及以上	80-89	70-79	60-69	60 以下

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
目标 1					
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

# 《记者出镜报道》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Report on Camera	课程代码	TAAA024
课程性质	选修	授课对象	播音与主持、新闻学
学 分	2	学 时	36
主讲教师	杜志红	修订日期	2021.12
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

掌握记者出镜报道的概念、原理、方式和技能，在课堂讨论与作业实践过程中，培养现场发现新闻的能力，和即兴表达能力，认识到电视新闻、视频新闻或影像新闻的精髓在于新闻现场，而新闻只有通过细节才能触动受众情感，触动受众情感，才是有效传播，新闻才有力量。这一点对于电视新闻如此，对于短视频新闻也是如此，对于融媒体新闻也是如此。

### （二）课程目标：

本课程作为播音与主持专业、广播电视新闻学、新闻学等专业的选修课程，主要以提升学生的电视出镜表达能力和新闻现场素养为目标，课程具有较强的专业性、理论性和实践性。记者出镜报道，是电视报道以及短视频新闻报道的核心能力，也是记者新闻现场发现能力的体现。本课程围绕记者出镜报道的概念、原理、方式、步骤、效果等方面展开理论讲授和实践训练，结合大量优秀记者出镜报道案例，让学生通过足量的作业实践和课堂点评，深刻理解记者出镜报道的意义和价值，掌握记者出镜报道的技巧和能力。

本课程坚持理论与实践相结合，运用案例教学和实训教学等方法，注重培养学生的新闻理解力和即兴报道表达能力，是一门内容精彩、趣味横生的课程，对于学生的动手能力、动笔能力、动口能力和动脑能力，都将带来很好的训练和提升。

#### 课程目标 1：掌握记者出镜报道的概念和内涵。

- 1.1 记者出镜报道的概念
- 1.2 记者出镜报道的内涵

#### 课程目标 2：认识记者出镜报道的意义

- 2.1 现场发现新闻能力的培养
- 2.2 新闻现场即兴语言组织与表达
- 2.3 出镜报道与新闻叙事的关系

#### 课程目标 3：掌握记者出镜报道的策划与准备

- 3.1 出镜场景选择与移动路线
- 3.2 出镜记者与摄像记者的配合
- 3.3 出镜报道与新闻细节

#### 课程目标 4：掌握记者出镜报道的语言组织

- 4.1 出镜记者的语言风格
- 4.2 出镜记者的表达策略
- 4.3 出镜记者的应急处理

#### 课程目标 5：掌握者出镜报道的非语言表达

- 5.1 出镜记者的非语言类型
- 5.2 出镜记者非语言表达的方式和特点

#### 课程目标 6：掌握出镜报道与镜前采访的关系

- 6.1 什么是镜前采访
- 6.2 镜前采访的提问技巧
- 6.3 作为出镜报道的镜前采访

#### 课程目标 7：理解记者出镜与报道节奏的协调

- 7.1 记者出镜的语调与语速
- 7.2 出镜语言节奏与报道整体节奏的协调
- 7.3 记者出镜报道与短视频新闻的结构

### （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	掌握记者出镜报道的概念	电视新闻记者岗位
	1.2	掌握记者出镜报道的原理	电视新闻记者岗位
课程目标 2	2.1	现场发现新闻能力的培养	主持新闻现场报道
	2.2	新闻现场即兴语言组织与表达	主持新闻现场报道
课程目标 3	3.1	出镜场景选择与移动路线	融合新闻记者岗位
	3.2	出镜记者与摄像记者的配合	融合新闻记者岗位

## 三、教学内容

### 第一章 记者出镜报道的概念和原理

- 1. 教学目标：认识和理解记者出镜报道的由来，基本概念和操作原理。
- 2. 教学重难点：理解出镜报道的关键在于出镜的内容和出镜的方式。
- 3. 教学内容：记者出镜报道的基本概念和操作原理。
- 4. 教学方法：课堂讲授和案例讨论。
- 5. 教学评价：从讨论中，了解学生的知识盲点和疑问点。

### 第二章 记者出镜报道的意义和价值

1. 教学目标：认识到出镜报道对于电视报道的重要性。
2. 教学重点难点：理解出镜报道对于电视（视频）报道的价值
3. 教学内容：记者出镜报道的意义和价值。
4. 教学方法：课堂讲授和案例讨论。
5. 教学评价：从讨论中，了解学生的知识盲点和疑问点。

### 第三章 记者出镜报道的策划与准备

1. 教学目标：认识到出镜报道策划与准备工作的重要性和步骤。
2. 教学重点难点：掌握出镜报道的策划与准备在不同新闻内容的运用方法
3. 教学内容：出镜场景选择与移动路线；与摄像记者的配合；新闻细节的发现
4. 教学方法：课堂讲授和案例讨论。
5. 教学评价：从讨论中，了解学生的知识盲点和疑问点。

### 第四章 记者出镜报道的语言组织

1. 出镜记者的语言风格
2. 出镜记者的表达策略
3. 出镜记者的应急处理

### 第五章 记者出镜报道的非语言表达

1. 出镜记者的非语言类型
2. 出镜记者非语言表达的方式
3. 出镜记者非语言表达的特点

### 第六章 记者出镜报道与镜前采访

1. 什么是镜前采访
2. 镜前采访的提问技巧
3. 作为出镜报道的镜前采访

### 第七章 记者出镜与报道叙事

1. 记者出镜的语速与报道叙述节奏
2. 出镜语言节奏与报道整体节奏的协调
3. 记者出镜报道与短视频新闻的结构

## 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	记者出镜报道的概念和原理	4
第二章	记者出镜报道的意义和价值	4

第三章	记者出镜报道的策划与准备	4
第四章	记者出镜报道的语言组织	4
第五章	记者出镜报道的非语言表达	4
第六章	记者出镜报道与镜前采访	4
第七章	记者出镜与报道叙事	4
第八章	记者出镜报道实践作业	4
第九章	实践作业点评与修改	

## 五、教学进度

表 3: 教学进度表 (见另附 Exel 表格)

周次	日期	章节名称	内容提要	授课时数	作业及要求	备注
1						
2-3						
4-7						
17 (五号宋体)						

## 六、教材及参考书目

1. 张超著:《出镜报道》,中国人民大学出版社,2020年第2版。
2. 【美】Nancy Reardon, Tom Flynn 著:《镜头前如何报道、主持、采访》,成倍,张东岳译,人民邮电出版社,2015年版。
3. 微信公众号:出镜记者与出境报道,微信号:chujingjizhe.

## 七、教学方法

1. 讲授法:主要讲授记者出镜报道的基本概念和原理
2. 讨论法:主要讨论记者出镜报道的意义和价值
3. 案例教学法:结合案例示范正确的出镜报道方式,学习优秀出境报道的风格和特点。

4、作业实践与点评纠错法：对学生作业进行课堂点评，指出问题，通过修改，使学生水平得到提高。

## **八、考核方式及评定方法**

1. 考核方式：课堂提问，课堂讨论，作业实践。

2. 评定方法

平时成绩：10%。根据课堂讨论发言情况和考勤情况。

期中考试：30%，根据作业完成情况和完成质量。

期末考试：60%，根据期末作业完成质量和课程总结写作质量。

# 《移动互联传播与 APP 应用》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Mobile Interconnection Propagation & APP Application	课程代码	NENM1019
课程性质	专业选修课	授课对象	传媒学院大三（上）学生
学 分	3	学 时	54
主讲教师	张可	修订日期	2023 年 8 月 6 日
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

基于传播学、心理学、市场营销学等跨学科理论，结合数字媒体时代，移动互联传播的特点现象和热门案例，理解移动互联媒体设计、运用、推广不同阶段的策略方式，探究新媒体应用（APP）受众的需求和态度，掌握测量受众使用新媒体应用行为意向的方法，阐释新媒体技术和应用的传播效果。

### （二）课程目标：

#### 课程目标 1：了解移动互联传播热点现象

1. 1 了解数字媒体时代，移动互联传播的新现象、新热点，结合案例，分析新媒体应用的发展现状、面临的挑战和基于，以及未来发展趋势；

1. 2 结合传播学、心理学、市场营销学等领域的相关理论，从微观受众的角度，讨论移动互联媒体设计、运用、推广不同阶段的策略方式。

#### 课程目标 2：学习受众效果研究相关理论

2. 1 围绕受众的媒介技术采纳行为，学习包括理性行为理论、计划行为理论、技术接受模型、期望确认理论、社会认知理论、整合技术接受模型在内的信息技术接受相关理论；

2. 2 结合所学理论中的相关变量，了解变量间的相互关联和因果关系，并独立选定研究话题，梳理文献，提出研究假设，构建研究概念模型。

#### 课程目标 3：掌握基础的定量研究方法

3. 1. 学习实证研究相关方法，围绕定量研究，掌握通过问卷调研测量用户对新媒体应用认知、采纳和使用的手段和过程；

3. 2. 学习使用 SPSS 软件，熟练掌握包括描述性统计分析、信效度分析、T-test、F-test、相关性分析、回归分析、中介效应检验、调节效应检验等基础统计学分析操作。

### （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	第一部分：移动互联传播发展现状和新媒体应用的用户探析、设计、运营、推广	初步掌握基础人文科学与社会科学的知识
	1.2		
课程目标 2	2.1	第二部分：新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型	系统掌握新闻传播学的基础知识和基本理论
	2.2		
课程目标 3	3.1	第三部分：新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量	系统掌握新闻传播学的基本方法
	3.2		

### 三、教学内容

#### 1. 教学目标

了解移动互联传播热点现象、学习受众效果研究相关理论、掌握基础的定量研究方法。

#### 2. 教学内容

2.1 基于传播学相关理论，结合新媒体时代，移动互联传播的现象或案例，了解媒介受众的需求和态度，阐释新媒体技术和应用的传播效果。

2.2 学习实证研究的相关概念，掌握通过问卷调研测量用户对新媒体应用认知、采纳和使用的方法，熟练运用 SPSS 进行基础统计学操作。

#### 3. 教学重难点

对受众效果和媒介技术接受的分析、建立起理解受众态采纳新媒体技术（应用）的态度（意向）的学理视角。

#### 4. 教学方法

讲授法、案例教学法、实操法、讨论法

### 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	绪论：移动互联传播发展现状	3
第二章	移动互联传播发展现状和新媒体应用的用户探析	12
第三章	移动互联传播发展现状和新媒体应用的设计、运营、推广	9
第四章	新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型	15
第五章	新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量	15

## 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		绪论：移动互联网传播发展现状	移动互联传播时代受众的进化，受众 3.0 时代的媒体经营模式，粉丝（消费者/用户）经济，新媒体应用技术进展	3		
<b>第一部分：移动互联网传播发展现状和新媒体应用的用户探析、设计、运营、推广</b>						
2		社交媒体（应用）的 开发现状及发展趋势	社交媒体应用的分类特征，社交媒体应用的开发现状，社交媒体应用的衡量指标，社交媒体应用的发展趋势，陌生人社交媒体应用运营	3		
3		拍照美图类 APP 的传播模式和营销策略	国内拍照类 APP 市场的发展趋势，结合传播学理论（5W 理论、“镜中我”理论、拟剧理论）分析拍照类 APP 传播模式、传播效果、用户心理，自拍社交的表现与特点，自拍文化的负面影响，自拍美图类 APP 发展策略	3		
4		短视频类媒体应用 用户探析	短视频类媒体应用的开发类别、功能及用户特点，注意力模式下的短视频用户分析，互动仪式模式下的短视频用户分析，准社会交往模式下的短视频用户分析	3		
5		运动健身类 APP 受众使用分析	运动健身 APP 用户分析，心流理论与运动健身 APP 使用，运动健身 APP 盈利模式	3		
6		情感化设计在 APP 中的应用	情感化设计的内涵，情感化设计与消费者研究，情感化设计在旅游 APP 中的应用，情感化设计在购物 APP 中的应用	3		

7		新媒体移动终端应用广告投放和推广策略（一）	APP 广告涵义，APP 广告形式，广告效果测量指标，竖屏广告特点，竖屏广告推广法则，APP 软性营销推广	3		
8		新媒体移动终端应用广告投放和推广策略（二）	APP 运营推广四阶段：拉新阶段，留存阶段，促活阶段，营收阶段	3		
<b>第二部分：新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型</b>						
9		社交媒体时代受众的使用与满足	“使用与满足”理论的背景及模型，社交媒介中“使用与满足”理论的变化，社交媒介中“使用与满足”理论的体现，社交媒体时代受众的选择机制	3		
10		消费者态度相关概念和测量标准	消费者态度的定义、成分、功能、层次；消费者态度的测量标准、调查问卷的基本构成	3		
11		受众态度及行为意向理论与模型（一）	创新扩散理论，KEEP 应用对应创新扩散理论的案例分析	3		
12		受众态度及使用意向理论与模型（二）	理性行为理论，计划行为理论，技术接受模型	3		
13		受众态度及使用意向理论与模型（三）	期望确认理论，社会认知理论，整合型科技接受模式	3		
<b>第三部分：新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量</b>						
14		受众效果测量实证研究方法介绍	传播学常用的受众效果测量实证研究的概念、种类、特性、操作过程	3		
15		受众效果测量统计学操作（一）	SPSS 基础入门、定义变量、变量计算、信效度分析、描述性统计、	3		
16		受众效果测量统计学操作（二）	T 检验、单因素方差分析、卡方检验	3		
17		受众效果测量统计学操作（三）	相关性分析、回归分析	3		

18		受众效果测量统计学操作（四）	中介效应检验、调节效应检验	3		
----	--	----------------	---------------	---	--	--

## 六、教材及参考书目

1. 景义新、沈静,《移动化生存:移动互联网与新闻传播变革》,中国社会科学出版社,2023年版。
2. 黄传武,《新媒体概论(第二版)》,中国传媒大学出版社,2021年版。
3. 刘颖,《新媒体融合发展新论》,重庆大学出版社,2023年版。
4. 彭兰,《新媒体用户研究》,中国人民大学出版社,2020年版。
5. 凯茜·巴克斯特著,王兰、杨雪、苏寅译,《UI/UE系列丛书 用户至上:用户研究方法与实践(原书第2版)》,机械工业出版社,2017年版。

## 七、教学方法

1. 讲授法:课堂集中讲授相关理论知识点。
2. 讨论法:以学生在研究及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。
3. 案例教学法:围绕当下成功的被受众广泛接纳和使用的APP应用案例,结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解。
4. 实操法:通过讲授受众接纳和使用APP应用的态度和意向的实证调研步骤和数据分析操作方法,进一步加深学生对移动互联传播时代APP应用的理解。

## 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	对热点现象的理解	期中作业
课程目标 2	对理论概念的掌握	期末作业
课程目标 3	对研究过程的执行	汇报展示

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

##### (一) 期中作业(个人作业): 40%

(1) 内容要求: 任选一个理论视角, 探讨移动互联传播时代, 新媒体技术(尤其是APP应用)对社会发展变迁(如, 交往模式、信息传播、社会组织形态、社会信任、社会治

理、数字文化)或个体的生存与发展(如,自我概念、主体性、价值信念、个体福祉)所产生的影响。

(2) 格式要求:字数不少于3000字。有封面,封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字,正文宋体五号字,英文Times New Roman,有注释和参考文献。

(3) 查重要求:查重率不超过10%,如有原文摘抄某一段文字,必须用双引号“”标明摘抄文字,并注明文献出处。提交作业的同时,附查重报告。

(4) 提交方式与截止时间:电子版,交给课代表,课代表收齐后统一交给老师。

### (二) 期末作业(小组作业):40%

(1) 内容要求:结合课堂上讲授的受众新媒体技术采纳的理论和受众效果研究的相关理论,选择移动互联网传播领域的任一话题,构建研究模型,并通过受众问卷调研,运用统计学方法分析受众对不同新媒体应用的接纳态度和使用意愿。

(2) 格式要求:字数不少于8000字。有封面,封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字,正文宋体五号字,英文Times New Roman,有注释和参考文献。

(3) 查重要求:查重率不超过10%,如有原文摘抄某一段文字,必须用双引号“”标明摘抄文字,并注明文献出处。提交作业的同时,附查重报告。

(4) 提交方式与截止时间:电子版,交给课代表,课代表收齐后统一交给老师。

### (三) 汇报展示(小组作业):20%

(1) 内容要求:将小组期末论文中的重点(包括研究模型、研究方法、数据分析、研究讨论),以PPT展示形式,在课堂上进行汇报。

(2) 提交方式与截止时间:电子版,交给课代表,课代表收齐后统一交给老师。

## 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	汇报展示	期中	期末	总评达成度
课程目标1		20%		总评成绩(100%)=期中成绩(40%)+期末成绩(40%)+汇报展示成绩(20%)+
课程目标2	10%	20%	20%	
课程目标3	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	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。
课程 目标 2	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。
课程 目标 3	对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。	对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。	对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。	没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。

# 《Web 前端开发设计》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Web Front-end Development & Design	课程代码	ADVE1038
课程性质	选修	授课对象	广告学
学分	6	学时	54
主讲教师	赵丁丁	修订日期	2023-7-30
指定教材	自编教材		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

本课程主要学习WEB前端设计开发技术，包括HTML、CSS和JavaScript语言，重点学习HTML、CSS和Bootstrap框架（基于CSS3），通过Dreamweaver软件（以下简称DW）的具体应用，设计、制作PC端网站（网页）和移动端Web App界面。教学目的主要是：首先，使学生了解Web前端设计的基本技术框架，重点掌握HTML、CSS的代码写作和Bootstrap框架应用；其次，能够熟练运用Dreamweaver软件完成响应式web页面和Web App界面的制作；再次，掌握Web页面/界面视觉设计的方法，能够独立完成该类界面的视觉设计；最后，综合所学从实践层面培养学生的创新设计能力。

### （二）课程目标：

在课程结束时，学生拟掌握以下内容，并与课程目标对毕业要求的支撑关系表一致。

**课程目标 1：掌握 Dreamweaver 软件，能够利用该工具进行 web 页面/界面的制作。**

- 1.1 DW 软件安装，运行环境设置；Web 站点的架设和内部管理（文件和服务管理）。
- 1.2 DW 软件的使用（贯穿整个课程）

**课程目标 2：能够通过基本 HTML 语言标签编写代码，制作简易静态页面。**

- 2.1 了解 Web 前端设计技术线路。
- 2.2 掌握 HTML 文档结构（DOM），熟练掌握六大类基本 HTML 标签，能够编写相应代码制作简易静态页面。

**课程目标 3：掌握 CSS 代码编写，完成页面视觉效果样式处理。**

- 3.1 掌握 CSS 盒子模型和弹性盒子模型应用于页面布局
- 3.2 掌握 CSS 基本代码结构、格式、语法规则、相应参数、调用方式等，完成前端页面的表现层设计。

**课程目标 4：Web 页面/界面的视觉设计**

- 4.1 Web 页面/界面版面编排的基本原则、常用的布局结构类型。
- 4.2 Web 页面/界面的色彩设计的特点、基本原则，配色的原则和具体配色方法。

**课程目标 5：利用 bootstrap 框架设计响应式页面**

- 5. 1 掌握 bootstrap 栅格系统，结合媒体查询，实现屏幕自适应的页面响应。
- 5. 2 掌握 bootstrap 框架的特点、CSS 编写、样式命名规则、CSS 自定义修改方式。
- 5. 3 掌握 bootstrap 布局类组件、插件类组件、表单对象相关组件等的实际应用。

**课程目标 6: 了解无线应用协议 (WAP); 制作 Web App 应用 (界面设计)**

- 6. 1 了解无线应用协议 (WAP), 根据 Web app 的特点要求设计、制作 Web App 的界面。
- 6. 2 在 DW 中调试、测试、打包 Web app, 通过第三方平台打包成 Native App 并发布。

**(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	web 前端设计软件运行环境设置	熟练使用 DW 软件。能够完成开发环境设置和 Web 站点架设、管理。
	1. 2	DW 软件使用, 贯穿整个课程	
课程目标 2	2. 1	零基础学习 HTML	初步掌握 HTML, 能够完成静态页面的设计与制作。
	2. 2	零基础学习 HTML	
课程目标 3	3. 1	CSS 基础应用和盒子模型	基本掌握 CSS, 能够利用 CSS 编写代码完成前端页面的表现层设计。
	3. 2	CSS 进阶应用: 伪类和伪元素 CSS 动画效果制作: 变形和过渡 CSS 优化 (Form) 交互界面设计	
课程目标 4	4. 1	Web 页面/界面的视觉设计	能够较好完成页面/界面的版面编排和色彩设计。
	4. 2	Web 页面/界面的视觉设计	
课程目标 5	5. 1	利用 bootstrap 框架设计、制作响应式页面	基本掌握 bootstrap 框架, 能够设计、制作响应式页面
	5. 2	深入学习 bootstrap 框架	
	5. 3	bootstrap 布局组件、插件类组件、表单对象相关组件应用	
课程目标 6	6. 1	Web App 界面制作实践案例分析	能够制作 Web App 的使用界面。调试、测试、打包成 Native App 并发布。
	6. 2	Web App 界面制作实践案例分析	

**三、教学内容**

**第一章 web 前端设计软件运行环境设置**

1. 教学目标: 掌握 DW 软件安装、运行环境设置, 独立完成本地计算机虚拟服务器架设和本课程学习站点架设。

2. 教学重难点: 虚拟服务器的架设和参数设置, Web 站点的架设和相应环境设置。

3.教学内容：DW 软件安装、运行环境设置；DW 软件的界面介绍；虚拟服务器的架设和参数设置；Web 站点的架设、参数设置和相应环境设置；站点内部文件和服务管理。

4.教学方法：讲授法、案例教学法

## 第二章 基础学习 HTML

1.教学目标：掌握 HTML 文档结构（DOM）、HTML 标签，能够在 DW 中用 HTML 标签编写代码制作简易静态页面。

2.教学重难点：HTML 标签的作用和具体用法。

3.教学内容：Web 前端设计技术架构简介；HTML 文档结构（DOM），HTML 标签的种类（六大类）和每种标签的具体用法；了解代码写作基本知识。

4.教学方法：讲授法、案例教学法

## 第三章 CSS 基础应用和盒子模型

1.教学目标：掌握 CSS 基础应用，深入理解 CSS 盒子模型；利用 CSS 编写完成页面布局相关视觉效果样式处理。

2.教学重难点：理解 CSS 盒子模型，利用盒子模型进行页面布局。

3.教学内容：CSS 样式的基本代码结构、格式、语法规则、调用方式；盒子模型详细解释；利用盒子模型进行 Web 页面/界面布局。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第四章 CSS 进阶应用：伪类和伪元素

1.教学目标：掌握伪类和伪元素的使用方法，能够独立设计、制作页面中的交互性效果。

2.教学重难点：hover 伪类和结构性伪类(first\_child 等)的扩展灵活用法，嵌套后的伪元素使用。

3.教学内容：针对链接的伪类（UI 伪类）和结构性伪类的用法及其代码编写；伪元素(::after 和::before)的用法及其代码编写。综合运用伪类和伪元素制作复杂的下拉菜单以及其它场景应用。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第五章 CSS 动画效果制作：变形和过渡

1.教学目标：掌握 Transform（变形）、translate（过渡）这两种样式的功能、分类、参数和代码编写方法，通过案例学习，能够独立设计、制作页面中的交互、动画效果。

2.教学重难点：Transform 变形样式的组合变化，translate 和 Transform 的结合变化。

3.教学内容：界面过渡动效的过程和结构分析；Transform（变形样式）和 translate（过渡样式）的功能、参数解释和具体用法；制作页面常见动效和实现页面交互效果。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第六章 CSS 优化（Form）交互界面设计

1.教学目标：掌握使用 Form 标签建立表单域；掌握 Input 等标签的属性及其应用，能够在前端处理好它们的视觉样式并为后端保留恰当接口。

2.教学重难点：form 表单对象的使用和视觉样式调整。

3.教学内容：表单简介；Form 标签、Input 标签、Select 标签和 Option 标签的应用。创建注册登录页面。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第七章 Web 页面/界面的视觉设计

1.教学目标：掌握 Web 页面/界面布局的特点、原则、常用结构类型形式和配色设计，能够独立进行页面的版面编排设计和色彩设计。

2.教学重难点：版面布局原则的把握，版面配色原则的把握。

3.教学内容：界面布局的基本原则；网页/界面的布局结构；色彩设计的基本原则，配色的原则和具体方法。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第八章 利用 bootstrap 框架设计响应式页面

1.教学目标：初步了解 bootstrap 框架，理解其中的栅格（网格）系统；结合“@media”功能完成响应式页面布局。

2.教学重难点：理解 bootstrap 框架的栅格（网格）系统、“@media”命令。

3.教学内容：bootstrap 框架简介、插件安装和响应式布局原理分析；基础栅格（网格）系统详解；文字、标题的样式（CSS）定义和自适应图片的使用；屏幕自适应的页面响应。

4.教学方法：讲授法、案例教学法

## 第九章 深入学习 bootstrap 框架

1.教学目标：充分理解 bootstrap 框架的特点、样式命名规则等。能够独立完成组件的样式的自定义修改，完成导航设计。

2.教学重难点：bootstrap 框架下组件的 CSS 自定义修改方式。

3.教学内容：bootstrap 框架的特点、CSS 编写规则、样式命名规则、CSS 自定义修改方式；按钮类组件和导航类组件，自定义导航样式。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第十章 bootstrap 框架组件应用

1.教学目标：充分掌握 bootstrap 框架中的各类组件应用，自定义调整，完成整体响应式页面/界面设计。

2.教学重难点：组件的 CSS 自定义修改；不同组件在层叠、嵌套下的混合应用。

3.教学内容：学习 bootstrap 各组件的功能、基本结构、代码组成，自定义各组件 CSS 样式。包括布局类组件、插件类组件以及各类表单对象。

4.教学方法：讲授法、案例教学法、讨论法

## 第十一章 Web App 界面制作实践案例分析

1.教学目标：了解无线应用协议，熟悉 Wap 特点，能够完成 Web App 的页面设计、制作、测试和发布。

2.教学重难点：在 DW 中调试和测试 App。

3.教学内容：了解无线应用协议（WAP）；根据 Web app 的特点要求综合前期课程所学知识，具体应用到 Web App 的界面设计、制作中；通过第三方平台打包成 Native App 并发布应用。

4.教学方法：讲授法、案例教学法

## 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	web 前端设计软件运行环境设置	3
第二章	零基础学习 HTML	6
第三章	CSS 基础应用和盒子模型	6
第四章	CSS 进阶应用：伪类和伪元素	6
第五章	CSS 动画效果制作：变形和过渡	6
第六章	CSS 优化（Form）交互界面设计	3
第七章	Web 页面/界面的视觉设计	3
第八章	利用 bootstrap 框架设计响应式页面	3

第九章	深入学习 bootstrap 框架	3
第十章	bootstrap 框架组件应用	9
第十一章	Web App 界面制作实践案例分析	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	3.6	web 前端设计软件运行环境设置	软件运行环境设置，站点架设和管理	3	验证完成课堂演示实例并自建站点	
2-3	3.13	零基础学习 HTML	掌握 HTML 标签的种类和具体作用；掌握解代码基本写作	6	验证完成课堂演示实例、设计实验	
4-5	3.27	CSS 基础应用和盒子模型	CSS 基础应用和盒子模型	6	验证完成课堂演示实例	
6-7	4.10	CSS 进阶应用：伪类和伪元素	伪类和伪元素的使用	6	验证完成课堂演示实例、设计实验	
8-9	4.24	CSS 动画效果制作：变形和过渡	CSS 动画效果制作，变形和过渡命令的使用	6	验证完成课堂演示实例	
10	5.8	CSS 优化 (Form) 交互界面设计	CSS 优化调整 Form 表单的视觉样式	3	验证完成课堂演示实例、设计实验	

11	5.15	Web 页面/ 界面的视 觉设计	Web 页面 的版面设计 和配色	3	Web 页面的 版面设计图	
12	5.22	利用 bootstrap 框架设计 响应式页 面	bootstrap 基础栅格 系统和自 适应的页 面响应	3	验证完成课 堂演示实例	
13	5.29	深入学习 bootstrap 框架	bootstrap 框架特 点、CSS 编写规则 等, 导航 组件的 CSS 自定义修 改	3	验证完成课 堂演示实例	
14-16	6.5	bootstrap 框架组件 应用	布局组 件、插件 类组件和 表单对象 相关组件 的使用	9	验证完成课 堂演示实 例、设计实 验	
17	6.26	Web App 界面制作 实践案例 分析	Web App 界面的设 计、制 作、测试 和发布	3	验证完成课 堂演示实 例、设计实 验	
18	7.3	期末考核	设计作品	3		

## 六、教材及参考书目

1. 周伟、李娟、徐海燕 著, 《Dreamweaver 网页设计与制作完全实训手册》, 清华大学出版社, 2022.6
2. [美]乔·卡萨博纳 (Joe Casabona) 著, 望以文译, 《HTML5 与 CSS3 基础教程》, 人民邮电出版社, 2021.10
3. Alan Cooper、Robert Reimann、David Cronin 著, 刘松涛译, 《About Face 交互设计精髓》, 电子工业出版社, 2008.11

4. Jenifer Tidwell r 著, De Dream 译, 《界面设计模式》, 电子工业出版社, 2013.9
5. 余振华 编著, 《术与道—移动应用 UI 设计必修课》, 人民邮电出版社, 2016.4
6. 赵丙秀、张松慧 著, 《Bootstrap 基础教程》, 人民邮电出版社, 2018.2
7. 艾青、陈林、毕丹 著《版面编排设计》, 华中科技大学出版社, 2021.5

## 七、教学方法

1. 讲授法：课堂集中讲授相关理论知识点。
2. 讨论法：对学生在研究及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。
3. 案例教学法：使用 DW 软件结合所教授的知识点设计实际案例进行演示操作。

## 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	基本 Web 站点的架设	验证实验
课程目标 2	HTML 标签的作用和具体用法	验证/设计实验
课程目标 3	应用 CSS 完成网页设计, 要求包含注册/登录页面和内容页面, 具有二级导航和交互动效。	验证/设计实验
课程目标 4	版面编排和色彩设计	设计实验
课程目标 5	应用 bootstrap 框架完成响应式页面设计, 要求包含注册/登录页面和内容页面, 具有二级导航和交互动效。	验证/设计实验
课程目标 6	根据 Wap 的特点设计制作 Web App 界面/页面, 调试和测试后成功打包。	验证/设计实验

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

(一) 平时成绩：考勤+课堂参与+课后作业 30%

(二) 期中设计：设计作品 30%

完成一个主题型网站（页面）的设计、制作。

1、题材要求：要求主题突出，自拟主题方向。

2、内容要求：

(1) 要求架设独立的站点，所有内容应该统一在站点内。

(2) 网站的层级结构至少具备三层结构，首页（一级导航），二级导航内容页，三级内容详情页

(3) 使用 Html+CSS 设计网页，页面应布局合理、形式美观，页面内容应充实。

(4) 页面总数量不少于 4 张，其中应包含首页 1 张，二级导航内容页 1-2 张，内容详情页（三级） 1-2 张。

(三) 期末设计：设计作品 40%

完成一个由响应式页面构成的网站设计。自适应手机移动端和 pc 端界面。

1、题材要求：要求主题突出，主题方向自拟。

2、形式要求：

(1) 要求架设独立的站点，所有内容应该统一在站点内。

(2) 要求页面采用响应式页面形式，自适应两种不同屏幕大小

(3) 网站的层级结构至少具备三层结构，首页（一级导航），二级导航内容页，三级内容详情页。其它如开屏页、登录页之类可根据具体情况自己选择是否添加。

(4) 应根据站点主题准备充分的文字及图片素材，页面内容应充实。

(6) 网页页面应布局合理、形式美观。

(7) 源代码应结构清晰、简洁。（使用 bootstrap 框架）

(8) 页面总数量不少于 8 张，其中应包含首页 1 张，二级导航内容页 2-3 张，内容详情页 2-3 张，其它可能页面 2-3 张。

## 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%	5%		总评成绩（100%）=平时 成绩（30%）+期中成绩
课程目标 2	5%	10%	5%	

课程目标 3	5%	15%	5%	(30%) + 期末成绩 (40%)
课程目标 4	4%		5%	
课程目标 5	10%		20%	
课程目标 6	4%		5%	

### (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	站点结构明确，文件分类、层级合理；文件命名符合规则；文件链接路径无错误。	站点结构基本明确但分类、层级不够分明；文件命名符合规则；文件链接路径基本无错误。	站点结构基本明确但分类、层级不分明；文件命名少量不符合规则；文件链接路径有少量错误。	站点结构不明确，分类、层级无规律；文件命名不符合规则相对较多；链接文件路径有错误。	站点结构不明确，分类、层级无规律；文件命名不符合规则较多；链接文件路径错误很多。
课程 目标 2	页面 DOM 设计清晰结构合理；html 标签运用准确合理；能很好地运用列表项和表单对象，测试无错误。	页面 DOM 设计清晰结构基本合理；html 标签运用较合理；能较好运用列表项和表单对象，测试有个别错误。	页面 DOM 设计相对清晰，结构基本合理；html 标签运用有不合理或冗余之处；对列表项和表单对象等的概念不十分清楚，测试有少量错误。	页面 DOM 设计不清晰，结构较混乱；html 标签运用不合理或冗余之处较多；对列表项和表单对象等的概念不清楚，测试有一定错误。	页面 DOM 设计不清晰，结构混乱；html 标签运用不合理或冗余之处很多；对列表项和表单对象等的概念不清楚，测试错误很多。
课程 目标 3	导航设计合理，功能实现正常，用户体验好；视觉样式应用有很好的创	导航设计合理，功能实现正常，用户体验好；视觉样式应用创新少；交互	导航设计基本合理，导航功能有少量问题；视觉样式应用存在少	导航结构设计简单，导航功能有部分问题；视觉样式应用存在部	导航设计过于简单，导航功能有较多问题；视觉样式应用存在大

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
	新；交互设计逻辑清晰、交互效果丰富；代码结构清晰、设计规范。	设计逻辑较清晰但交互效果不够丰富；代码结构相对清晰、设计较规范。	量错误；交互设计较少，动效效果单一；代码结构相对清晰、设计基本规范。	分错误；交互设计少，交互动效效果单一；代码结构较乱、设计不规范。	量错误；交互设计很少，交互动效极少或没有；代码结构混乱、设计不规范。
课程 目标 4	页面布局结构科学、合理；内容丰富；版面设计形式优美；视觉元素丰富；细节设计出色；配色协调、美观；创意性强。	页面布局结构科学、合理；内容较丰富；版面设计形式良好；视觉元素较丰富；细节设计较好；配色协调、美观；创意性一般。	页面布局结构基本合理；内容不够丰富；版面设计形式一般；视觉元素不丰富；细节设计一般；配色基本协调；创意性一般。	页面布局结构基本合理；内容较单调；版面设计形式一般；视觉元素单调；细节设计差；配色协调性不足；缺乏创意性。	页面布局结构不合理；内容单调；版面设计形式差；视觉元素单调；细节设计差；配色协调性差，色彩杂乱；缺乏创意性。
课程 目标 5	页面布局合理，能正常实现页面响应效果；代码设计符合 bootstrap 框架应用规范；能高效、合理利用各类组件完成页面设计；能自如地修改组件代码，实现自定义样式体现创意；功能实现代码无错误。	页面布局合理，能正常实现页面响应效果；代码设计符合 bootstrap 框架应用规范；能高效、合理利用各类组件完成页面设计；能自如地修改组件代码，实现自定义样式体现创意；功能实现代码无错误。	页面布局基本合理，能大致实现页面响应效果；代码设计不规范；各类组件应用较少，仅能完成页面设计；不能自主修改组件代码，自定义样式有少量错误，功能实现代码有少量错误。	页面布局基本合理，页面响应效果有部分错误；代码设计不规范；各类组件应用少，仅能完成基本的页面设计；不能修改组件代码，自定义样式有部分错误，功能实现代码有部分错误。	页面布局不合理，不能实现页面响应效果或有大量错误；代码设计不规范；各类组件应用少或不应用，仅能完成基本的页面设计；不能修改组件代码，不能自定义样式，代码有较多错误。
课程	能够完成 Web app 设计；页面形式优	能够完成 Web app 设计；页面形式美	能够完成 Web app 设计；页面	基本能够完成 Web app 设计；	不能够完成 Web app 设计；仅能

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
目标 6	美；代码简洁、高效；功能实现无错误,测试正常并成功打包。	感一般；代码不够简洁、高效；功能实现无错误,测试正常并成功打包。	形式美感一般；代码结构尚清晰；功能实现有少量错误,测试有少量问题但可以打包。	页面形式差；页面有错误,功能实现有部分错误,代码结构散乱；测试有错误,但可以打包。	体现网页样式；测试有错误,无法或没有打包。

# 《交互式媒体设计》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Interactive Media Design	课程代码	NENM1023
课程性质	选修	授课对象	网络与新媒体、广告
学 分	2	学 时	34
主讲教师	程粟	修订日期	2023.05.06
指定教材	《数字交互媒介设计》		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

适应创新区域经济社会发展和数字基地产业发展需要，面向数字内容服务领域，通过课程学习使学生能具备一定的数字媒体产品策划、素材处理、开发与服务等能力，能够胜任交互媒体设计以及数字文创产品设计等新媒体领域的工作，掌握基本的数字媒体技术理论、设计创意、媒体制作与应用知识和技术。

### （二）课程目标：

#### 课程目标 1：

掌握数字交互媒介的基本理论与设计语言，理解交互媒介设计的内涵与特征以及与其他视觉设计的不同之处。

- 1.1 掌握交互媒体设计的概念、类型特征与设计表现形式。
- 1.2 理解交互媒体设计的视觉表征以及其设计语言的呈现形态

#### 课程目标 2：

学习移动页面互动设计方法，掌握移动页面互动设计的基本技术。

- 2.1 理解移动页面互动设计的叙事原则与方法
- 2.2 掌握移动页面互动设计的制作技术

#### 课程目标 3：

学习 AI 图像生成的基本原理与技术，并能将 AI 技术应用在图像设计领域。

- 3.1 学习 AI 图像生成的原理与发展
- 3.2 掌握 AI 图像生成的技术

#### 课程目标 4：

学习理解有关虚拟现实及增强现实的相关知识，掌握 AR 增强现实制作技术，并将其应用在相关设计领域。

- 4.1 理解 AR、VR 等相关概念理论，以及应用领域。
- 4.2 掌握 AR 增强现实技术

### （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	交互媒介设计内涵、交互媒介设计类型与特征、人与交互媒介的交互行为、交互媒介设计的表现形式	
	1.2	交互媒介的视觉表征、交互媒介设计语言	
课程目标 2	2.1	内容创意策划的思维方法、主题内容的叙事原则与方法、基于用户体验的设计	
	2.2	基于 H5 的移动网页设计 H5 移动页面的设计流程方法、设计平台的交互技术详解	
课程目标 3	3.1	AI 图像生成的发展与基本原理	
	3.2	Stable diffusion 的技术详解以及 AI 图像的创作与应用	
课程目标 4	4.1	AR、VR 相关概念理论	
	4.2	AR 制作技术以及案例应用	

（大类基础课程、专业教学课程及开放选修课程按照本科教学手册中各专业拟定的毕业要求填写“对应毕业要求”栏。通识教育课程含通识选修课程、新生研讨课程及公共基础课程，面向专业为工科、师范、医学等有专业认证标准的专业，按照专业认证通用标准填写“对应毕业要求”栏；面向其他尚未有专业认证标准的专业，按照本科教学手册中各专业拟定的毕业要求填写“对应毕业要求”栏。）

### 三、教学内容

（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 交互媒介设计概述

##### 1. 教学目标

掌握数字交互媒介的基本理论与设计语言，理解交互媒介设计的内涵与特征以及与其他视觉设计的不同之处。

##### 2. 教学重难点

交互媒介设计的相关理论、表现形式，以及基于屏幕空间的设计要素与原则方法

##### 3. 教学内容

见表 1

##### 4. 教学方法

讲授法

## 5. 教学评价

案例分析汇报

## **第二章 移动页面交互设计**

### 1. 教学目标

学习移动页面互动设计方法，掌握移动页面互动设计的基本技术。

### 2. 教学重难点

内容叙事方法以及用户体验设计；交互技术的掌握。

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、实验操作教学法

### 5. 教学评价

互动页面作品设计展示

## **第三章 AI 图像生成**

### 1. 教学目标

学习 AI 图像生成的基本原理与技术，并能将 AI 技术应用在图像设计领域。

### 2. 教学重难点

AI 图像生成工具的技术的掌握，包括提示词书写、相关参数设定以及插件的应用

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、实验操作教学法

### 5. 教学评价

AI 图像生成作品设计展示

## **第四章 AR 增强现实技术**

### 1. 教学目标

学习理解有关虚拟现实及增强现实的相关知识，掌握 AR 增强现实制作技术，并将其应用在相关设计领域。

### 2. 教学重难点

AR 增强现实制作技术

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、实验操作教学法

### 5. 教学评价

AR 增强现实作品设计展示

## 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	交互媒介设计内涵、交互媒介设计类型与特征、人与交互媒介的交互行为、交互媒介设计的表现形式交互媒介的视觉表征、交互媒介设计语言	4
第二章	内容创意策划的思维方法、主题内容的叙事原则与方法、基于用户体验的设计、基于 H5 的移动网页设计 H5 移动页面的设计流程方法、设计平台的交互技术详解	12
第三章	AI 图像生成的发展与基本原理, Stable diffusion 的技术详解以及 AI 图像的创作与应用	10
第四章	AR、VR 相关概念理论 AR 制作技术以及案例应用	8

## 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		交互媒介设计概述	交互媒介设计内涵、交互媒介设计类型与特征、人与交互媒介的交互行为、交互媒介设计的表现形式	2	案例 PPT 汇报	

2		交互媒介设计语言	交互媒介的视觉表征、交互媒介设计语言	2	案例 PPT 汇报	
3		移动页面交互设计的内容叙事	创意思维方法、内容叙事原则与方法	2	案例 PPT 汇报	
4		H5 产品设计流程与方法	基于 H5 的移动网页设计方法	2	无	
5-8		设计平台的交互技术详解	移动页面各种常用交互类型的制作技术详解	8	案例制作	
9		AI 图像生成的发展与基本原理	AI 图像生成的发展与基本原理	2	无	
10-13		Stable diffusion 的技术详解以及 AI 图像的创作与应用	Stable diffusion 的技术详解以及 AI 图像的创作与应用	8	作品设计	
14		AR、VR 相关概念理论	AR、VR 相关概念理论	2	无	
15-17		AR 制作技术以及案例应用	AR 制作技术以及案例应用	6	作品设计	

## 六、教材及参考书目

1. [美]诺布尔. 交互式程序设计[M]. 毛顺兵、张婷婷等译. 机械工业出版社, 2014.
2. [美]唐纳德·A·诺曼. 设计心理学 3 情感化设计[M]. 何笑梅、欧秋杏译. 中信出版社, 2015.
3. [美]艾兰·库珀. 交互设计之路: 让高科技产品回归人性[M]. 丁全钢译. 电子工业出版社, 2006.
4. 傅小贞, 胡甲超, 郑元珑. 移动设计[M]. 电子工业出版社, 2013.
5. [美]杰西·詹姆斯·加勒特. 用户体验要素: 以用户为中心的产品设计[M]. 范晓燕译. 机械工业出版社, 2019.
6. [美]艾伦·库珀, 罗伯特·莱曼. About Face 4: 交互设计精髓[M]. 倪卫国, 刘松涛等译. 电子工业出版社, 2020.
7. [美]尼尔. 移动应用 UI 设计模式[M]. 田原译. 人民邮电出版社, 2015.

8. 程粟. 数字交互媒介设计[M]. 苏州大学出版社, 2021.

## 七、教学方法

### 1. 讲授法

相关概念理论以讲授方式结合案例分析展开教学。

### 2. 实验操作教学法

通过实操讲解交互设计相关技术, 并在案例设计制作讲解示范的过程中让学生掌握相关技术。

## 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	交互媒介设计基础理论	案例汇报
课程目标 2	互动 H5 作品设计	作品设计
课程目标 3	AI 图像作品设计	作品设计
课程目标 3	AR 作品设计	作品设计

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩: 100%

#### 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

课程目标 \ 考核占比	平时	总评达成度
课程目标 1	10%	{0.1 x 课程目标 1 成绩+0.4 x 课程目标 2 成绩+0.3 x 课程目标 3 成绩+0.2 x 课程目标 4 成绩}/课程总分
课程目标 2	40%	
课程目标 3	30%	
课程目标 4	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	较好理解交互设计相关理论，案例分析详细合理。	能理解交互设计相关理论，能配合相关案例进行分析	基本理解交互设计相关理论，对于相关案例分析能做到基本合理	大体理解交互设计相关理论，相关案例分析大体准确	对交互设计相关理论理解不到位，相关案例分析不够严谨
课程 目标 2	很好的掌握移动页面互动设计方法，和移动页面互动设计的基本技术，完成优秀的作品	较好的掌握移动页面互动设计方法，和移动页面互动设计的基本技术，完成较好的作品	基本掌握移动页面互动设计方法，和移动页面互动设计的基本技术，完成合格的作品	大体掌握移动页面互动设计方法，和移动页面互动设计的基本技术，能够初步制作完成一部作品	没有掌握移动页面互动设计方法，和移动页面互动设计的基本技术，不能够制作完成一部作品
课程 目标 3	熟练掌握 AI 图像生成的基本原理与技术，能创作优秀的 AI 绘画作品，并能将 AI 技术应用在图像设计领域	较好的掌握 AI 图像生成的基本原理与技术，能使用 AI 工具创作出较好的作品	基本掌握 AI 图像生成的基本原理与技术，能使用 AI 工具创作出一般作品	大体掌握 AI 图像生成的基本原理与技术，能初步使用 AI 工具创作作品	没有掌握 AI 图像生成的基本原理与技术，不能使用 AI 工具创作作品
课程 目标 4	熟练掌握 AR 增强现实制作技术，能创作优秀的 AR 作品并将其应用在相关设计领域。	较好的掌握 AR 增强现实制作技术，能制作出较好的 AR 作品	基本掌握 AR 增强现实制作技术，能制作出一般的 AR 作品	大体掌握 AR 增强现实制作技术，能初步制作 AR 作品	没有掌握 AR 增强现实制作技术，不能制作出 AR 作品

# 《视觉艺术二》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Visual Art	课程代码	ADVE1034
课程性质	选修	授课对象	广告、新闻、网新、主持
学 分	2	学 时	34
主讲教师	程粟	修订日期	2023.05.05
指定教材	自编		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

通过课程学习,理解视觉艺术的形式美法则,了解艺术创作与表现的各种形式与思维,从媒介与工艺出发了解不同区域以及不同时期的艺术形态与审美追求,提升自我审美能力与对艺术的理解能力。为作为新时代新闻传播人才的综合素养培养打下良好的基础。

### (二) 课程目标:

#### 课程目标 1: 理解视觉艺术发展的基本脉络与概念

- 1.1 了解视觉艺术的发展与形式演变,理解艺术是一个不断进化和变动的生命体。
- 1.2 了解艺术创作者,从艺术家角度分析视觉艺术
- 1.3 了解艺术的功能

#### 课程目标 2: 解读视觉艺术的图像表达方式,理解视觉艺术表达基本原则

- 2.1 理解线、面、空间、运动、时间等的概念及在图像表达中的意义与方法
- 2.2 理解色彩的概念及在图像表达中的意义与方法
- 2.3 理解形式美法则及在图像表达中的意义与方法

#### 课程目标 3: 从媒介与工艺出发理解不同地理及时间的下视觉艺术表现形态与审美追求

- 3.1 理解中国画的演变与材料技法,体会中国画的审美追求
- 3.2 理解油画的演变与材料技法,体会油画的审美追求
- 3.3 理解雕塑、建筑的演变与材料技法,体会其中审美追求
- 3.4 学习新媒介材料在视觉艺术表达中的意义与形态,理解当代艺术的创作价值和追求

#### 课程目标 4: 理解体会社会学视角下的视觉艺术表达

- 4.1 理解艺术在介入社区、身体、环境方面的表达与意义
- 4.2 理解艺术在介入科学、宗教、性别方面的表达与意义

### (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	艺术的概念与演变	
	1.2	谁创作了艺术。职业艺术家、民间创作者以及艺术与藏家	
	1.3	艺术的功能，包括社会道德、政治与国家、记录、个体精神等 7 个层面	
课程目标 2	2.1	线条、形状、空间、透视、运动、时间	
	2.2	色彩理论	
	2.3	统一、变化、均衡、节奏、韵律、尺寸、比例、重点、焦点	
课程目标 3	3.1	中国画发展、题材与分科、视觉要素、材料与技法	
	3.2	欧洲油画发展演变	
	3.3	雕塑材料与技法，建筑中的构成设计、中外传统建筑类比	
	3.4	数字媒介与其他新材料在视觉艺术中的应用	
课程目标 4	4.1	艺术与社区、身体、环境	
	4.2	艺术与科学、宗教、性别	

### 三、教学内容

#### 第一章 XXX

##### 1. 教学目标

理解视觉艺术发展的基本脉络与概念

##### 2. 教学重难点

艺术的演变与社会、审美发展之间的关系，理解艺术的价值意义与功能

##### 3. 教学内容

见表 1

##### 4. 教学方法

讲授法、讨论法

##### 5. 教学评价

主题汇报

#### 第二章 XXX

### 1. 教学目标

解读视觉艺术的图像表达方式，理解视觉艺术表达基本原则

### 2. 教学重难点

线、面、空间、运动、时间等的概念及在图像表达中的意义与方法，图像中的形式美法则

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、讨论法

### 5. 教学评价

主题汇报

## **第三章 XXX**

### 1. 教学目标

从媒介与工艺出发理解不同地理及时间的下视觉艺术表现形态与审美追求

### 2. 教学重难点

中国画、油画、建筑、雕塑、新媒体艺术五种媒介工艺下的艺术以及与之相关的审美特征、社会历史地理关系

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、讨论法

### 5. 教学评价

主题汇报

## **第四章 XXX**

### 1. 教学目标

理解体会社会学视角下的视觉艺术表达

### 2. 教学重难点

社会学视角下的艺术创作与审美理解，当代艺术的特点与创作意义

### 3. 教学内容

见表 1

### 4. 教学方法

讲授法、讨论法

### 5. 教学评价

主题汇报

## 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	什么是艺术、谁创作艺术、艺术的功能、审美与传达	6
第二章	线条、形状、空间、透视、运动、时间、色彩理论统一、变化、均衡、节奏、韵律、尺寸、比例、重点、焦点	6
第三章	中国画发展、题材与分科、视觉要素、材料与技法 欧洲油画发展演变雕塑材料与技法, 建筑中的构成设计、中外传统建筑类比数字媒介与其他新材料在视觉艺术中的应用	12
第四章	艺术与社会、身体、环境, 艺术与科学、宗教、性别	10

## 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		艺术的概念	艺术的发展演变、艺术与艺术家的关系	2		
2		艺术的功能	社会道德、政治与国家、记录、个体精神等 7 个层面上的功能	2		
3		审美与传达	审美、抽象、具象、写实、工与写	2		

4		视觉要素	线条、形状、空间、透视、运动、时间	2		
5		色彩理论	色相明度纯度	2		
6		形式美法则	统一、变化、均衡、节奏、韵律、尺寸、比例、重点、焦点	2		
7-8		中国画	中国画发展、题材与分科、视觉要素、材料与技法	4		
9-10		油画	欧洲油画与中国油画	4		
11		雕塑与建筑	雕塑材料与技法, 建筑中的构成设计、中外传统建筑类比数字	2		
12		新媒介	数字媒介与其他新材料在视觉艺术中的应用	2		
13-17		艺术主题	艺术与社区、身体、环境, 艺术与科学、宗教、性别	10		

## 六、教材及参考书目

1. [美]黛布拉·德维特. 艺术的真相[M]. 张璞译. 北京出版集团公司北京美术摄影出版社, 2017.
2. 周宪. 艺术理论基本文献西方当代卷[M]. 生活·读书·新知三联书店, 2014.
3. [美]克里斯蒂安妮·数字艺术:数字技术与艺术观念的探索[M]. 保罗李镇, 彦风译. 机械工业出版社, 2017
4. 商勇. 中国美术制度与美术市场[M]. 东南大学出版社, 2014

## 七、教学方法

1. 讲授法
2. 讨论法
3. 案例分析法

## 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	对艺术的概念与演变的理解, 对艺术功能的理解	主题小论文
课程目标 2	对视觉要素的理解, 体会形式美法则在图像中的表现手法	主题小论文
课程目标 3	对各种材料媒介下的艺术形态的理解	主题小论文
课程目标 4	理解艺术与社会的关系	主题小论文

### (二) 评定方法

#### 1. 评定方法

平时成绩: 100%

#### 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

课程目标 \ 考核占比	平时	总评达成度
课程目标 1	25%	{0.1 x 课程目标 1 成绩+0.4 x 课程目标 2 成绩+0.3 x 课程目标 3 成绩+0.2 x 课程目标 4 成绩} / 课程总分
课程目标 2	25%	
课程目标 3	25%	
课程目标 4	25%	

### (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	充分理解艺术的进化与演变的特征，对艺术的功能有很好的体会，很好的理解艺术与艺术家、藏家及艺术机构的关系	较好理解艺术的进化与演变的特征，对艺术的功能有很好的体会，较好的理解艺术与艺术家、藏家及艺术机构的关系	理解艺术的进化与演变的特征，对艺术的功能有较好的体会，理解艺术与艺术家、藏家及艺术机构的关系	大体理解艺术的进化与演变的特征，对艺术的功能有较好的体会，基本理解艺术与艺术家、藏家及艺术机构的关系	对艺术的进化与演变的特征理解不清，对艺术的功能体会不足，不清楚艺术与艺术家、藏家及艺术机构的关系
课程 目标 2	能很好的从各类视觉要素去理解艺术，很好的理解图像的形式美法则	能较好的从各类视觉要素去理解艺术，较好的理解图像的形式美法则	能从各类视觉要素去理解艺术，和图像的形式美法则	基本能从各类视觉要素去理解艺术，和图像的形式美法则	对图像的视觉要素与形式美法则理解不清
课程 目标 3	很好的理解各种媒介下的艺术形态，对中国画、油画等艺术形式有很好的审美认知	较好的理解各种媒介下的艺术形态，对中国画、油画等艺术形式有较好的审美认知	能理解各种媒介下的艺术形态，对中国画、油画等艺术形式有一定的审美认知	基本理解各种媒介下的艺术形态，对中国画、油画等艺术形式有基本的审美认知	对各种媒介下的艺术形态理解不清，对中国画、油画等艺术形式缺乏了解
课程 目标 4	能很好的理解艺术与社会的关系	能较好的理解艺术与社会的关系	能理解艺术与社会的关系	基本理解艺术与社会的关系	对艺术与社会的关系理解不清

# 《语音矫正》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Speech correction	课程代码	TAAA1017
课程性质	大类基础	授课对象	播音主持专业本科
学 分	3	学 时	4
主讲教师	祝捷	修订日期	
指定教材	播音发声学		

## 二、课程目标

### (一) 总体目标:

本课程是播音与主持艺术专业的主要专业课程，针对经过语音和发声课程学习后还有遗留问题的学生开设。通过理论讲授和一对一具体辅导，提供针对性实用训练方法，使学生在原有基础上进一步掌握播音发声理论知识，纠正播音发声中存在的问题。本课程帮助学生掌握呼吸控制、喉部控制等正确发声方法；科学使用嗓音；扩展声音对表达的支撑能力。

### (二) 课程目标:

通过讲授，使学生系统地掌握播音发声知识。通过具体辅导，帮助学生分析自己发声中存在的问题，客观评价自己的声音；并纠正自己不当发声方式，提高声音表现能力。

#### 课程目标 1: 学生掌握播音主持标准发音方法

- 1.1 学生掌握呼吸控制、口腔控制、喉部控制、共鸣控制方法
- 1.2 学生掌握情声气结合方法

#### 课程目标 2: 学生掌握播音主持标准语音及规范表达

- 2.1 学生矫正嗓音问题及方言问题
- 2.2 学生规范文稿播读、即兴口语表达

### (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	学生掌握呼吸控制、口腔控制、喉部控制、共鸣控制方法	播音主持专业学生应掌握正确的播音发声方法
	1.2	学生掌握情声气结合方法	播音主持专业学生应掌握正确的播音发声方法
课程目标 2	2.1	学生矫正嗓音问题及方言问题	播音主持专业学生普通话等级要求达到一等水平
	2.2	学生规范文稿播读、即兴口语表达	播音主持专业学生普通话等级要求达到一等水平

## 三、教学内容

### 第一章 嗓音矫正概说

- 1.教学目标:了解嗓音矫正的目的和意义;学生初始状态摸底、分组。
- 2.教学重难点:学习内容、目的、方法。
- 3.教学内容:从整体上介绍语音矫正这门课程在整个播音与主持艺术专业中的位置、课程内容、目的及学习方法,分析播音主持对声音的要求。
- 4.教学方法:大课讲授。
- 5.教学评价:理论作业。

### 第二章 嗓音问题分析

- 1.教学目标:正确认识发音,明确嗓音问题。
- 2.教学重难点:引导学生正确认识发音过程,明确嗓音问题的具体环节。
- 3.教学内容:提供嗓音常见问题及解决方法,提供涉及呼吸、用声和吐字的使用方法、使用原则。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

### 第三章 呼吸控制问题与矫正

- 1.教学目标:了解呼吸控制问题。
- 2.教学重难点:引导学生正确认识呼吸过程,明确呼吸控制问题的具体环节。
- 3.教学内容:了解自己呼吸控制存在问题与矫正方法,提供常见问题及解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

### 第四章 口腔控制问题分析与纠正

- 1.教学目标:了解口腔控制问题。
- 2.教学重难点:引导学生正确认识口腔控制过程,明确口腔控制问题的具体环节。
- 3.教学内容:了解自己口腔控制存在问题与矫正方法,提供常见问题及解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

### 第五章 文稿播读问题与矫正

- 1.教学目标:了解学生播读中实际问题并矫正。
- 2.教学重难点:引导学生进行文稿播读,明确文稿播读的要领。
- 3.教学内容:使学生了解文稿播读存在的问题,提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第六章 即兴口语表达问题与矫正**

1.教学目标：了解学生即兴口语表达中的实际问题并矫正。

2.教学重难点：引导学生进行口语表达，明确口语表达的要领。

3.教学内容：使学生了解口语表达存在的问题，提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第七章 北方方言区方言问题矫正**

1.教学目标：了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习。

2.教学重难点：引导学生进行口语表达，明确口语表达的要领。

3.教学内容：使学生了解口语表达存在的方言问题，提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第八章 吴方言区方言问题矫正**

1.教学目标：了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习。

2.教学重难点：引导学生进行口语表达，明确口语表达的要领。

3.教学内容：使学生了解口语表达存在的方言问题，提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第九章 湘方言区方言问题矫正**

1.教学目标：了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习。

2.教学重难点：引导学生进行口语表达，明确口语表达的要领。

3.教学内容：使学生了解口语表达存在的方言问题，提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第十章 赣方言区方言问题矫正**

1.教学目标：了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习。

2.教学重难点：引导学生进行口语表达，明确口语表达的要领。

3.教学内容：使学生了解口语表达存在的方言问题，提供常见问题的解决方法。

4.教学方法：小课一对一。

5.教学评价：实践作业。

## **第十一章 粤方言区方言问题矫正**

- 1.教学目标:了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习。
- 2.教学重难点:引导学生进行口语表达,明确口语表达的要领。
- 3.教学内容:使学生了解口语表达存在的方言问题,提供常见问题的解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

## **第十二章 喉部控制矫正**

- 1.教学目标:了解喉部控制问题。
- 2.教学重难点:引导掌握喉部控制正确方法,明确喉部控制问题的具体环节。
- 3.教学内容:了解自己喉部控制存在问题与矫正方法,提供常见问题及解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

## **第十三章 共鸣控制矫正**

- 1.教学目标:掌握共鸣控制正确方法。
- 2.教学重难点:去除共鸣的神秘感,提供科学方法,解决共鸣问题,改善声音。
- 3.教学内容:分析共鸣产生的机制和共鸣在发音中的作用,分析调节共鸣的部位和方法,以及适合播音主持发声需要的共鸣调节,介绍常见共鸣问题的解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

## **第十四章 情声气结合方法矫正**

- 1.教学目标:掌握情声气结合正确方法。
- 2.教学重难点:引导学生结合自身的理解与感受,利用不同的声音对比,较为准确和生动地表现语言中的各种思想和感情变化。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

## **第十五章 文稿综合训练**

- 1.教学目标:文稿整体训练提升。
- 2.教学重难点:引导学生进行文稿综合训练,明确训练的要领。
- 3.教学内容:使学生了解文稿呈现存在的问题,提供常见问题的解决方法。
- 4.教学方法:小课一对一。
- 5.教学评价:实践作业。

## **第十六章 即兴口语表达综合训练**

- 1.教学目标: 即兴口语表达训练提升。
- 2.教学重难点:学习中华有声语言的特点, 提高即兴口语表达的能力。
- 3.教学内容: 引导学生通过词语的语音要素恰当多样的声音将其表现出来, 充分调动受众在视听过程中的各种心理功能。
- 4.教学方法: 小课一对一。
- 5.教学评价: 实践作业。

## 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	嗓音矫正概说	4
第二章	嗓音问题分析	4
第三章	呼吸控制问题与矫正	4
第四章	口腔控制问题分析与纠正	4
第五章	文稿播读问题与矫正	4
第六章	即兴口语表达问题与矫正	4
第七章	北方方言区方言问题矫正	4
第八章	吴方言区方言问题矫正	4
第九章	湘方言区方言问题矫正	4
第十章	赣方言区方言问题矫正	4
第十一章	粤方言区方言问题矫正	4
第十二章	喉部控制矫正	4
第十三章	共鸣控制矫正	4
第十四章	情声气结合方法矫正	4
第十五章	文稿综合训练	4
第十六章	即兴口语表达综合训练	4

## 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	3.1-3.8	嗓音矫正概说	学生初始状态摸底、分组	4	针对课程内容撰写学习总结	
2	3.8-3.15	嗓音问题分析	嗓音常见问题及解决方法	4	录音作业	
3	3.15-3.22	呼吸控制问题与矫正	了解自己呼吸控制存在问题与矫正方法	4	录音作业	
4	3.22-3.29	口腔控制问题分析与纠正	了解自己口腔控制存在问题与矫正方法	4	录音作业	
5	3.29-4.5	文稿播读问题与矫正	了解学生播读中实际问题并矫正	4	录音作业	
6	4.5-4.12	即兴口语表达问题与矫正	了解学生即兴口语表达中的实际问题并矫正	4	录音作业	
7	4.12-4.19	北方方言区方言问题矫正	了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习	4	录音作业	
8	4.19-4.26	吴方言区方言问题矫正	了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习	4	录音作业	
9	4.26-5.3	湘方言区方言问题矫正	了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习	4	录音作业	
10	5.3-5.10	赣方言区方言问题矫正	了解语音基本面貌与普通话	4	录音作业	

			语音辨正练习			
11	5.10-5.17	粤方言区方言问题矫正	了解语音基本面貌与普通话语音辨正练习	4	录音作业	
12	5.17-5.24	喉部控制矫正	掌握喉部控制正确方法	4	撰写课程论文	
13	5.24-5.31	共鸣控制矫正	掌握共鸣控制正确方法	4	撰写课程论文	
14	5.31-6.7	情声气结合方法矫正	掌握情声气结合正确方法	4	录音作业	
15	6.7-6.14	文稿综合训练	文稿整体训练提升	4	录音作业	
16	6.14-6.21	即兴口语表达综合训练	即兴口语表达训练提升	4	视频作业	

## 六、教材及参考书目

1. 《播音发声学》徐恒

## 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。针对课程的书面内容，采用大课的形式进行集体授课，规范、系统、全面地对知识进行拆分讲解与系统总结。
2. 讨论法。针对课程的实践所需，采用小课“一对一”的方式进行授课，有针对性地使学生有所收获。

## 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	学生掌握呼吸控制、口腔控制、喉部控制、共鸣控制方法	录音作业
课程目标 2	学生掌握情声气结合方法	录音作业

课程目标 3	学生矫正嗓音问题及方言问题	录音作业
课程目标 4	学生规范文稿播读、即兴口语表达	录音作业

## (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	10%	30%	60%	按“课程目标 1 达成度 = {0.1 x 100 + 0.3 x 97 + 0.6 x 92} / 100 = 0.943” 计算，6 项课程目标达成度均在 0.9 以上。
课程目标 2	10%	30%	60%	
课程目标 3	10%	30%	60%	
课程目标 4	10%	30%	60%	

## (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	控制方法全部正确，基本标准。	控制方法全部正确，1-2 处不标准。	控制方法基本正确。	控制方法大部分正确。	控制方法不正确较多。
课程目标 2	情声气结合方法全部正确，基本标准。	情声气结合方法全部正确，1-2 处不标准。	情声气结合方法基本正确。	情声气结合方法大部分正确。	情声气结合方法不正确较多。
课程目标 3	嗓音问题及方言问题矫正情况出色，语音标准。	嗓音问题及方言问题矫正情况良好，1-2 处不标准。	嗓音问题及方言问题基本得到矫正。	嗓音问题及方言问题大部分得到矫正。	嗓音问题及方言问题较严重。

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 4	文稿播读、即兴口语表达出色。	文稿播读、即兴口语表达较好。	文稿播读、即兴口语表达较为流利，问题较少。	文稿播读、即兴口语表达存在问题，但掌握度高。	文稿播读、即兴口语表达问题较多。

# 《数智广告技术和营销创新》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Digital Advertising Technology & Marketing Innovations	课程代码	ADVE1041
课程性质	选修	授课对象	广告、新闻、网新、主持
学 分		学 时	32 小时
主讲教师	董博	修订日期	2023 年 7 月
指定教材	自编教材		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

线上场景的激增，消费者的全面线上化，使得数字化、智慧化转型成为每个企业迫切需要解决的问题。越来越多的企业通过智能化的工具构建自身的内容中台和业务中台从而高效地产出创意，管理创意，输出创意。《数智广告技术和营销创新》这门课将围绕“商业应用”，“洞察分析”，“标签体系”，“数据处理”，“数据库”的创意服务全流程来分析研究大数据，智能化技术如何赋能企业的数据管理平台，聚焦数据生产、管理、服务过程中数据的价值，理解如何让数据更好地服务于生产和决策。这门课也会介绍埃森哲，google Ad， IBM 和特赞的数智广告管理工具帮助同学们更好地了解品牌营销的全栈式解决方案。（五号宋体）

### （二）课程目标：

通过课程学习让学生了解到品牌和企业对于数字化、智慧化转型的迫切需求。理解如何让数据更好地服务于生产和决策。通过案例学习了解到国内外各头部数智广告管理工具的全栈式解决方案。（五号宋体）

**课程目标 1：** 掌握课程重点知识点

**课程目标 2：** 通过比较法了解 IBM，埃森哲和 Google Ad 的产品/平台逻辑

**课程目标 3：** 了解/实操 DAM 的使用逻辑

### （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
掌握课程重点知识点	理解专业术语及定义	第一章、第二章、第三章、第四章、第六章	学生自主学习、研究性学习的积极性和创造性

通过比较法了解 IBM, 埃森哲和 Google Ad 的产品 / 平台逻辑	智能化技术如何赋能企业的数据管理平台	第五章、第七章、第九章、第十二章	实现了知识目标向能力目标的转化
了解/实操 DAM 的使用逻辑	了解品牌营销的全栈式解决方案	第八章、第十章、第十一章	实现了知识目标向能力目标的转化

### 三、教学内容

(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 理解什么是数智广告

##### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等, 对课程目标的贡献等情况

##### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

##### 3. 教学内容

数智广告的定义(中外, 历史, 各业内头部企业的说明)。

##### 4. 教学方法

线下课上课前, 任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台, 作为在线学习必须完成的任务点, 并且要求大家在线下课前, 完成该部分内容的学习, 并明确告诉大家, 线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计, 将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合, 根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果, 及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的, 能更好地吸引学生阅读。

##### 5. 教学评价

#### 第二章 内容中台+管理中台—栈式解决方案

##### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等, 对课程目标的贡献等情况

##### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

##### 3. 教学内容

了解不同中台的产品定位及功能职责, 参考案例: Salesforce。

##### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第三章 挖掘数据的价值-技术改变生产关系

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

通过 IMB 和埃森哲的平台介绍，阐述数据价值的演变，数据价值对于企业数字化转型的重要性。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第四章 数据处理与数据库-创意的基础

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

通过 IMB 和埃森哲的平台介绍，解析如何通过现有工具平台，对数据进行分类管理。数据到创意的转化过程中的必备要素有哪些。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

## 5. 教学评价

# 第五章 看 IBM 的智能化数据工具

## 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

## 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

## 3. 教学内容

## 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

## 5. 教学评价

# 第六章 算法，算出有效创意

## 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

## 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

## 3. 教学内容

什么是算法？算法算的是什么？用户的习惯和倾向是创意的基础。

## 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下

课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第七章 看埃森哲的数字化营销解决方案 1

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

通过埃森哲的数字化营销工具平台为例看全球企业/品牌的数字化转型之路。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第八章 “洞察分析”与“标签体系”

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

从数据库管理到通过算法过度到用户的洞察分析以及建立用户的标签体系。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进

度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第九章 “看埃森哲的数字化营销解决方案 2”

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

通过埃森哲的数字化营销工具平台为例看全球企业/品牌的数字化转型之路。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

### 第十章 海量创意怎么管？

#### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

#### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

#### 3. 教学内容

海量的创意如何管理？DAM 平台存在的价值。

#### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

#### 5. 教学评价

## 第十一章 看特赞的 DAM 创意管理工具

### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

### 3. 教学内容

通过特赞的 DAM 数字资产管理平台为例看 AIGC 对企业/品牌数字化转型的必要性。

### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

### 5. 教学评价

## 第十二章 业界大佬的业务闭环-看 Google Ad

### 1. 教学目标

本章节/单元学生能够掌握和展现的具体知识、能力和素养等，对课程目标的贡献等情况

### 2. 教学重难点

平台展示/学生通过实践了解平台的运作方式和产品逻辑。

### 3. 教学内容

案例分析：Google Ads

### 4. 教学方法

线下课上课前，任课老师已经把与本讲相关的内容—广告管理学的学科属性以及发展趋势等以课程讲授视频、PDF 文件、PPT 等形式上传至中国大学 MOOC 等课程平台，作为在线学习必须完成的任务点，并且要求大家在线下课前，完成该部分内容的学习，并明确告诉大家，线下课要就该部分内容进行提问。**有效发挥了线上/线下混合式教学的合力作用。**重视课程设计，将线上/线下以及线下课的课前设计、课中设计和课后作业有机结合，根据教学目标、教学进度安排和课堂实际教学效果，及时更新相关资料。同时资料的呈现也是多形式和多媒体化的，能更好地吸引学生阅读。

### 5. 教学评价

## 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	理解什么是数智广告	2 课时
第二章	内容中台+管理中台--栈式解决方案	2 课时
第三章	挖掘数据的价值-技术改变生产关系	2 课时
第四章	数据处理与数据库-创意的基础	2 课时
第五章	看 IBM 的智能化数据工具	2 课时
第六章	算法, 算出有效创意	2 课时
第七章	看埃森哲的数字化营销解决方案 1	4 课时
第八章	洞察分析”与“标签体系”	2 课时
第九章	“看埃森哲的数字化营销解决方案 2”	2 课时
第十章	海量创意怎么管?	4 课时
第十一章	看特赞的 DAM 创意管理工具	4 课时
第十二章	业界大佬的业务闭环-看 Google Ad	4 课时

## 六、教学进度

表 3：教学进度表

## 七、教材及参考书目

1. <https://ads.google.com>
2. <https://www.tezign.com>

## 七、教学方法

1. 授课法结合讨论法
2. 案例教学法- IBM, 特赞, Google Ad

## 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
掌握课程重点知识点	智能化技术如何赋能企业的数	期中考试

	据管理平台	
通过比较法了解 IBM, 埃森哲和 Google Ad 的产品/平台逻辑	可以明确理解各平台的产品逻辑和产品特点	个人报告
了解/实操 DAM 的使用逻辑	掌握使用 DAM 平台	分组作业+汇报展示

## (二) 评定方法

### 1. 评定方法

(例: 平时成绩: 10%, 期中考试: 30%, 个人报告 30%, 分组作业+汇报 30%, 按课程考核实际情况描述) (五号宋体)

### 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
掌握课程重点知识点	0.1	0.3	0.6	(例: 课程目标 1 达成度={0.3 x 平时目标 1 成绩+0.2 x 期中目标 1 成绩+0.5 x 期末目标 1 成绩}/目标 1 总分。按课程考核实际情况描述)
通过比较法了解 IBM, 埃森哲和 Google Ad 的产品/平台逻辑	0.1	0.3	0.6	
了解/实操 DAM 的使用逻辑	0.1	0.3	0.6	

## (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
掌握课程重点知识点					
通过比较法了解 IBM, 埃森哲和 Google Ad 的产品/平台逻辑					
了解/实操 DAM 的使用逻辑					

# 《智能媒体传播》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

英文名称	Intelligent Media Communication	课程代码	NENM1003
课程性质	专业选修	授课对象	本科高年级
学 分	2	学 时	36
主讲教师	张梦晗	修订日期	2023. 8. 1
指定教材	段鹏 等：《智能媒体传播》，中国人民大学出版社，2022 年版。		

## 二、课程目标

### （一）总体目标：

本课程将简要梳理智能媒体发生发展的过程，总结透析智能媒体传播发展过程中的焦点问题，使学生牢固掌握大数据、物联网、VR、云计算等基本概念，厘清其与传播学的关联及应用，为进一步学习后续课程打下坚实的基础。带领同学们一起共同眺望智媒时代未来发展之方向。同时，使学生能够在认识智能媒体现象的基础上举一反三，触类旁通，启发学生的发散性和批判性思维。

### （二）课程目标：（小四号黑体）

#### 课程目标 1：

能够掌握智能媒体的主要内涵，从传播学经典理论历程出发，理解智能时代媒体传播的变革。

1.1 导论：进入智能传播时代

1.2 智能时代的媒体传播变身

#### 课程目标 2：

了解传播技术思想溯源，对具备一定基础的学生，可适当延伸关于传播技术思想史的内容，目的是培养其史学视角和综合看待问题的能力。能够熟练掌握伊尼斯、肖恩等人的主要传播学思想。

2.1 传播技术思想溯源

2.2 伊尼斯、尼葛洛庞帝等人主要传播思想

#### 课程目标 3：

通过了解智能媒体传播的特点，学会使用比较媒介方法研究问题。透过技术、案例，全面认识虚拟现实技术。

3.1 智能媒体传播的与众不同

3.2 智能媒体传播的先锋·虚拟现实

#### 课程目标 4：

结合当下最新实践，熟练掌握智能新闻的内涵、生产流程和传播方式。

4.1 智能新闻

## 4.2 智能新闻生产与传播

### 课程目标 5:

通过阅读论文、小组讨论和数据收集了解平台社会的现状。在此基础上，用批判思维思考平台垄断与数字劳工的问题，以培养学生的批判思维能力和思辨能力。

#### 5.1 平台社会

#### 5.2 平台垄断与数字劳工

### 课程目标 6:

引导学生认识和理解智能媒体之间的融合是必然趋势，掌握采写编播评一体化内容生产是必备技能。同时通过业界案例（包括但不限于中国新闻奖、长江韬奋奖），深入阐释四全媒体在智媒时代的应用。

#### 6.1 智能媒体的融合

#### 6.2 从全功能媒体到全效媒体

### （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	导论：进入智能传播时代	掌握智能传播内涵
	1.2	智能时代的媒体传播变身	熟练掌握媒体传播变革过程
课程目标 2	2.1	传播技术思想溯源	了解传播技术思想
	2.2	伊尼斯、尼葛洛庞帝等人主要传播思想	熟练掌握主要人物传播思想
课程目标 3	3.1	智能媒体传播的与众不同	掌握智能媒体传播的主要特点
	3.2	智能媒体传播的先锋·虚拟现实	全面认识虚拟现实技术
课程目标 4	4.1	智能新闻	掌握智能新闻的内涵
	4.2	智能新闻生产与传播	掌握并能够运用智能新闻生产
课程目标 5	5.1	平台社会	了解平台社会现状
	5.2	平台垄断与数字劳工	培养批判式思考的能力
课程目标 6	6.1	智能媒体的融合	了解智能媒体融合趋势
	6.2	从全功能媒体到全效媒体	掌握四全媒体在智媒时代的应用

## 三、教学内容

## 第一章 导论：进入智能传播时代

教学目标：掌握智能传播内涵的基本知识点

教学内容：主要介绍智能传播的概念、兴起、发展和特征

## 第二章 算法传播

教学目标：熟练掌握媒体传播变革过程

教学内容：阐述诞生和发展、影响

- 1、新闻推送——今日头条、Twitter
- 2、视频——抖音、Youtube、
- 3、购物——淘宝、Amazon

## 第三章 人机传播

教学目标：理解智能传播的新样态

教学内容：

- 1、人机传播与人机交互
- 2、区分“人机交互”的概念
- 3、应用案例 微信、微博、淘宝、Twitter

## 第四章 智能新闻生产流程

教学目标：掌握智能新闻的内涵，掌握并能够运用智能新闻生产。

教学内容：

- 1、智能新闻生产基本过程
- 2、智能新闻生产的突破
- 3、智能新闻的传播

## 第五章 平台社会

教学目标：了解平台社会现状，培养批判式思考的能力。

教学内容：

- 1、平台社会现状
- 2、平台垄断与数字劳工

## 第六章 智能媒体的融合

教学目标：了解智能媒体融合趋势，掌握四全媒体在智媒时代的应用

教学内容：

- 1、从全功能媒体到全效媒体

## 2、智能媒体的用户体验

### 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	导论：进入智能传播时代	4
第二章	智能传播技术思想溯源	4
第三章	主要人物传播学思想	4
第四章	智能媒体传播的先锋	4
第五章	智能新闻生产与传播	8
第六章	智能媒体的平台化	8
第七章	智能媒体融合趋势	4

### 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	8.28-9.8	进入智能传播时代	智能传播内涵；智能时代的媒体传播变身；媒体传播变革过程	4	课后阅读	
3-4	9.11-9.22	智能传播技术思想溯源	传播技术思想溯源	4	随堂	
5-7	9.25-10.13	主要人物传播学思想	传播技术思想；伊尼斯、尼葛洛庞帝等人主要传播思想	6	课后实践	
8-10	10.16-11.3	智能媒体传播的先锋	智能媒体传播的与众不同；智能媒体传播的主要特点；智能媒体传播的先锋·虚拟现实；虚拟现实技术	6	课后阅读	
11-13	11.6-11.24	智能新闻生产与传播	智能新闻生产基本过程；智能新闻生产的突破；智能新闻的传播	6	随堂	

14-16	11. 27-12. 15	智能媒体的平台化	平台社会现状；平台垄断与数字劳工	6	课后实践	
16-17	12. 11-12. 22	智能媒体融合趋势	从全功能媒体到全效媒体；智能媒体的用户体验	4	课后实践	

## 六、教材及参考书目

1. 段鹏等著：《智能媒体传播》，中国人民大学出版社，2022年版。
2. 漆亚林等编：《智能媒体发展报告（2021-2022）》，中国社会科学出版社。
3. 刘燕南：《传媒前沿课》，人民日报出版社。
4. 陈昌凤：《智能传播：理论、应用与治理》，中国社会科学出版社。

## 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. 读书指导法。

任课教师通过指导学生分别于课前和课后阅读经指导老师筛选过的材料，以达到使学生在获得知识、巩固所学的基础上，加强自学能力的目的。

### 2. 讲授法。

通过简明、精准的口头语言向学生传授“数据新闻的概念和内涵、数据新闻的生产流程等内容”，是通过叙述、描绘、解释展示交互图表、时间线、数据地图、人物关系图四种数据新闻常用的表达形式。进而引导学生学习数据新闻生产过程中的规律和数据新闻的编辑写作流程。

### 3. 练习法。

布置同学课后阅读最新上传至公共邮箱的“作为开放新闻的数据新闻——英国《卫报》的数据新闻实践”和“数据新闻：大数据时代新闻可视化传播的创新路径”相关资料，同时思考两个问题：

- （1）在数据新闻中，怎样让读者一眼就抓住核心信息，且印象深刻？
- （2）当数据新闻与纸媒等传统媒体融合时，要注意哪些方面的变通？

### 4. 练习法。

布置同学课后阅读最新上传至公共邮箱的“融媒体可视化产品的制作”和“open source projects on GitHub”相关资料，同时思考两个问题：

- （1）在融媒报道中，运用数据可视化产品的优势和劣势分别是什么？
- （2）在融媒新闻中，如何科学地运用大数据，将新闻报道进行得直观有趣？

## 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	概念内涵、变革历程	考查
课程目标 2	主要人物传播学思想	考查
课程目标 3	智能媒体的底层逻辑	考查
课程目标 4	智能媒体新闻生产流程	随堂测验
课程目标 5	平台运营与平台垄断	考查
课程目标 6	全效媒体	考查

## （二）评定方法

### 1. 评定方法

平时成绩：20%，期中考试：20%，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

课程目标 \ 考核占比	考核占比			总评达成度
	平时	期中	期末	
课程目标 1	20%	20%	60%	100%
课程目标 2	20%	20%	60%	
课程目标 3	20%	20%	60%	
课程目标 4	20%	20%	60%	
课程目标 5	20%	20%	60%	
课程目标 6	20%	20%	60%	

## （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	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握
课程 目标 2	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握
课程 目标 3	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握
课程 目标 4	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握
课程 目标 5	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握
课程 目标 6	熟练掌握	较为熟练掌握	一般掌握	基本掌握	没有掌握