SJQU-QR-JW-026（A0）

**【媒介与社会 】**

**【Media and Society】**

一、基本信息

**课程代码：**【2030275】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【传播】

**课程性质：**【系级必修课】

**开课院系：新闻传播学院传播系**

**使用教材：**

【《作为文化的传播——媒介与社会论文集》，[美] 詹姆斯·凯瑞（James W.Carey） 著，丁未 译，中国人民大学出版社，2019年4月1日。】

参考书目【《消失的地域——电子媒介对社会行为的影响》，[美]约书亚·梅罗维茨，清华大学出版社，2002年11月】

【《场景即生活世界：媒介化社会视野中的场景传播》，阎峰，上海交通大学出版社， 2019年12月】

【《《媒介社会：产业、形象与受众》，大卫·克罗图（David Croreau），威廉·霍伊尼斯（William Hoynes），邱凌译，北京大学出版社， 2009年3月】

**课程网站网址：**

<https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/discussionboard/do/conference?toggle_mode=edit&action=list_forums&course_id=_18435_1&nav=discussion_board_entry&mode=cpview>

**先修课程：**【传播学概论，2030003（4）】

二、课程简介

媒介是社会传播信息的重要途径,社会是媒体产生和发展的必要条件，人们通过媒介去了解社会的种种情况，媒介解决了社会上知识传播的区域性，让更多的人知道社会各处的信息。媒介是因为社会的存在才产生的,根据社会的需要才不断的发展，社会的不断发展也带动了媒介的发展。

作为传播专业的大四学生，认识媒体与社会的关系及相互作用是非常必要的。要学习并理解媒介在国际政治、经济全球化、文化多元化中的作用，关注大众传播媒介与环境的正反关系，大众传播媒介对人的作用，大众传播媒介的势利与控制，大众传播媒介与社会发展和社会阶层。

三、选课建议

本课程需要对传播理论和实践有一定的理论和实践经验，因此建议面向大三、大四新闻、传播、广告等专业学生。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业毕业要求 | | | 关联 |
| L011 | LO111 | 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |  |
| LO112 | 应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| L021 | LO211 | 能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 |  |
| LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 |  |
| L031 | 传播理论：掌握传播学的核心理论、基本知识。 | | ● |
| L032 | 视频制作：掌握视频内容的策划、拍摄、后期制作，具备传播视觉化信息的基本能力。 | |  |
| L033 | 文本写作：根据不同传播渠道的规范要求，具备基本的文本写作能力。 | |  |
| L034 | 新媒体运营：掌握互联网和移动互联网各类媒体工具的使用，具备新媒体的日常运营能力。 | |  |
| L035 | 人文素养：对文学、绘画、影视、音乐、戏剧等文化艺术具有基本的鉴赏能力，体现出媒介内容制作的质量和品位。 | |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 | ● |
| LO414 | 身心健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | ● |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 |  |
| L061 | LO611 | 能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
| LO612 | 能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。 |  |
| L0812 | 理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。 |  |
| L0813 | 有国际竞争与合作意识。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程预期  学习成果 | 课程目标  （细化的预期学习成果） | 教与学方式 | 评价方式 |
| 1 | LO31 | 学生认识到媒介与社会在哪些方面是互相联系、互相影响以及互相建构的 | 资料阅读、课堂互动 | 小组项目报告 |
| 理解媒介与社会之间关系的关键问题及其结构策略 | 资料阅读、案例分析 | 读书报告 |
| 掌握媒介与社会的主要理论及案例解析 | 调查问卷、案例分析 | 小组项目报告 |
| 2 | LO413 | 充分认识传播专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守大众传播职业规范，具备职业道德操守 | 课堂讲授、师生交流 | 综合评价 |
| 3 | LO513 | 使用媒介与社会的相关理论分析一个社会现象的传播 | 资料分析、调查问卷 | 期末论文 |
| 利用媒介与社会的理论工具应用在日常的传播实践中 | 理论应用，课外实践 | 期末论文 |

六、课程内容

本课程共计32学时，理论课时是32学时

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 单元 | 知识点 | 能力要求 | 教学难点 | 课时 |
| 1媒介与社会的基础知识 | 1-1 跨学科的理论与实践  1-2媒介与社会是关于媒介、也关于社会的交叉学科  1-3媒介社会学，一个新学科  1-4相邻学科对媒介社会学的渗透 | 1-1理解《媒介与社会》是一门跨学科的理论与实践  1-2掌握媒介与社会理论的应用场景与应用对象  1-3了解媒介社会学的基本理论与著作  1-4掌握相邻学科与媒介社会学的交叉应用 | 理解媒介社会学既是一门全新的学科也是一门古老的学科，并且随着社会发展和媒介技术进步也在不断更新 | 4课时 |
| 2媒介与性别 | 2-1中国性别平等现状及媒介话语  2-2社会性别/性别话语理论  2-3当代中国的性别传播  2-4社会性别视野下的新媒体研究 | 2-1熟悉中国目前的性别平等发展状况  2-2基本阐述社会性别/性别话语理论  2-3理解中国当代的性别传播话语  2-4能够批判地看待新媒体环境中的社会性别状况 | 理解性别的媒介建构以及有意识地改变媒体话题中的性别偏见 | 4课时 |
| 3媒介与社会阶层 | 3-1改革开放以来我国阶级和阶层构成的变化  3-2信息传播和媒介掌控中的强势阶层和弱势阶层  3-3社会发展中的阶层分化与媒介的控制权和使用权 | 3-1能陈述改革开放以来我国阶级和阶层构成的变化  3-2区分信息传播和媒介掌控中的强势阶层和弱势阶层  3-3学会辨析社会发展中的阶层分化与媒介的控制权和使用权 | 理解并能判断媒介权力”与“社会阶层”之间的关系和影响 | 4课时 |
| 4媒介与谣言 | 4-1谣言的发展历史  4-2“谣言”“假新闻＂与“媒介假事件＂  4-3社交媒体环境中谣言传播新特点 | 4-1掌握谣言的发展简史  4-2学会区分“谣言”“假新闻＂与“媒介假事件＂  4-3明确界定谣言的范畴、学会主动辨析谣言 | 理解并能判断“谣言”与“真相”的关系与界限 | 4课时 |
| 5媒介与偏见 | 5-1媒介偏见产生的背景  5-2媒介偏见产生的原因  5-3 媒介偏见产生的影响  5-4媒介偏见案例分析 | 5-1理解媒介偏见产生的背景  5-2理解媒介偏见产生的原因  5-3 理解媒介偏见产生的影响  5-4学会使用理论分析媒介偏见案例 | 理解并掌握偏见是如何通过媒介传达并巩固的，学会如何克服偏见带来的影响 | 4课时 |
| 6媒介与娱乐 | 6-1把握《娱乐至死》一书的关键信息  6-2理解媒介与文化  6-3理解媒介与亚文化  6-4掌握如何防止过度娱乐 | 6-1-1理解娱乐至死理论  6-1-2把握娱乐至死在当代的流变  6-2-1理解文化是如何通过媒介形成影响力的  6-3-1理解亚文化为什么是“亚”文化  6-3-2 掌握媒介是如何通过掌控话语来掌控和收编“亚文化”的  6-4-1理解过度娱乐的危害  6-4-2掌握抵御过度娱乐的方法和原则 | 正确把握媒介的娱乐属性 | 4课时 |
| 7 媒介与消费 | 7-1理解消费行为与媒介之间的管理  7-2掌握社交媒体与大数据中的消费表述  7-3把握不同媒介与对应的消费属性 | 7-1理解消费行为是如何收到媒介影响和驱使的  7-2-1理解大数据中对消费行为的预测和建构  7-3-1掌握不同媒介的消费语言表述 | 理解媒介是消费过程中的重要信息渠道 | 4课时 |
| 8媒介与社会的知识总结 | 8-1回顾本学期的理论知识  8-2分享本学期的案例应用 | 8-1-1理解媒介与社会理论的发展历史与发展过程  8-2-1掌握媒介与社会理论的主要应用场景  8-5-5应用媒介与社会理论在日常案例中 | 了解媒介与社会知识的应用场景，并在案例中去理解这些知识如何作为一种经验去影响更多其他经验和体验的。 | 4课时 |

七、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末大论文（第8周） | 40% |
| X1 | 小论文（第2周） | 20% |
| X2 | 读书报告（第4周） | 20% |
| X3 | 小组项目报告（第6周） | 20% |

撰写人：马爽 系主任审核签名：沈慧萍 审核时间：2020.9