

中国社会科学院大学《传播学概论》课程大纲

课程基本信息 (Course Information)					
课程编号 (Course ID)	1282020008 102072020173	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	传播学概论				
	Introduction to Communication Studies				
先修课程 (Prerequisite Courses)					
*课程简介 (Description)	课程意义/定位： 本课程为新闻传播学专业本科专业基础课和必修课。 课程目标： 通过本课程的讲授，能够使学生对传播学的框架体系和主要理论有系统的了解，以马克思主义世界观和方法论正确地看待既有理论，并能够初步掌握用相关理论解释社会现象、指导社会实践的路径和方法。在此过程中，重视两点：一是强调“立足中国”，将西方理论与中国本土现实相结合；二是注重培养学生深度分析、大胆质疑、勇于创新的精神和能力。 主要教学内容： 本课程主要介绍传播学的基本概念和理论，注重概念的明晰性和理论的系统性，通过吸收和借鉴国内外传播学研究的历史与最新成果，对传播学的主要理论问题进行较为全面的阐述、分析和梳理，从而勾勒出传播学的基本理论体系。本课程的内容涉及传播学研究的各个领域，以大众传播为讲授的重点。 课程主要设计了5个方面的内容：（1）传播学的学科基础架构；（2）传播学史；（3）传播活动的五种基本类型及相关基础理论；（4）传播过程的五大要素及相关基础理论；（5）传播学主要学派及其代表性理论。 重点难点： 教学重点是传播学核心基础理论的讲授和学科框架体系的搭建，同时培养学生深度分析、大胆质疑、勇于创新的精神和能力。难点在于：1、理论较多，如何建立学生脑海中的“学科地图”，将各种理论联系起来；2、如何将理论与实际相联系，使学生能够把理论用起来。 主要教学方法： 本课程具有较强的理论性，以课堂讲授和讨论为主，同时积极鼓励学生将所学的理论和方法用于分析现实生活中的传播现象。 基本要求： 要求学生课前结合教学内容提示做一定的准备工作，课堂上积极参与特定议题的讨论；期中提交文献综述一篇。课堂参与中所表现出来的对理论要点的掌握程度和应用能力、以及文献综述中所体现的专业阅读广度和深度将是课程成绩评定的重要参考。				
*课程简介 (Description)	This course aims to outline the academic picture of communication studies for the students and help them to understand how to analyze the diverse human communication phenomena through the lens of academic research. To this end, this				

	course will focus on elaborating the basic concepts and theories of communication studies as well as explaining how to interpret the communication practice with certain concepts and theories. As far as the scope of the course is concerned, it covers the basic types of communication activities like intrapersonal communication, interpersonal communication, group communication, organizational communication and mass communication. However, mass communication will be given much more attention considering the academic tradition of modern communication studies and the powerful social influence of mass communication per se. At the same time, the course will update the theories and explore the changed meaning of old concepts in keeping pace with the fast-moving communication environment caused by the current technological progress The course is divided into five parts :1, the framework of communication studies;2, history of communication studies; 3, five categories of communication activities and their corresponding theories; 4, five factors of communication process and their corresponding theories; 5, dominate schools of communication studies and their most influential theories.		
*教材 (Textbooks)	郭庆光:《传播学教程》(第二版),北京:中国人民大学出版社,2011年,ISBN: 9787300111254 (21世纪新闻传播学系列教材·普通高等教育“十一五”国家级规划教材)		
参考资料 (Other References)			
*课程类别 (Course Category)	☐ 公共基础课/全校公共必修课 ☐ 通识教育课 ☐ 专业基础课 ☒ 专业核心课/专业必修课 ☒ 专业拓展课/专业选修课 ☐ 其他_____		
*授课对象 (Target Students)	新闻传播学专业 本科生	*授课模式 (Mode of Instruction)	☒ 线上, 教学平台_____ ☒ 线下 ☒ 混合式 ☐ 其他 ☐ 实践类(70%以上学时深入基层) _
*开课院系 (School)	新闻传播学院	*授课语言 (Language of Instruction)	☒ 中文 ☐ 全外语_____ ☐ 双语: 中文+_____ (外语讲授不低于 50%)
*授课教师信息 (Teacher Information)	课程负责人 姓名及简介 团队成员 姓名及简介	何晶, 中国社会科学院大学新闻传播学院教授、博士生导师, 中国社科大政治传播研究中心主任。在 <i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking</i>、《新闻与传播研究》《国际新闻界》《新闻大学》《现代传播》《中国行政管理》等国内外发行的专业核心期刊(含 SSCI)及国内外学术会议发表论文数篇。论文被《中国社会科学文摘》《中国人民大学书报资料中心复印报刊资料》等转载, 曾获全国新闻传播学优秀论文奖。主持国家社科基金项目、教育部人文社科项目、共青团中央、中国青少年研究中心项目、中直专项委托项目及校级学科建设重点攻关项目多项。主要研究领域: 媒介与社会变迁、政治传播、健康传播等。	

学习目标 (Learning Outcomes)		1.了解并认识传播学的发展概况与历史脉络 2.掌握传播学研究对象与研究范围的相关知识 3.通过传播学这门学科窗口，训练运用传播学理论与社会科学方法研究传播现象或社会事实的能力，开拓知识视野，提升思维能力，提高学生对表象的穿透力和对事物的洞察力，提高他们分析问题与解释问题的能力。					
*考核方式 (Grading)		1，平时考核与期末考试相结合。 2，期末考试由学校统一安排。 3，课程成绩将根据学生参与课堂报告（15%）、课堂讨论（10%）的表现、随堂测试成绩（5%）和期末考试成绩（70%）给出。					
*课程教学计划（Teaching Plan）							
周次	周学时	其中					教学内容摘要 (必含章节名称、讲述的内容提要、实验的名称、教学方法、课堂讨论的题目、阅读文献参考书目及作业等)
		讲授	实验课	习题课	课程讨论	其他环节	
第一周	2	2					第一章 课程概述 第一节 什么是“传播”？ 首先对古往今来的传播现象进行概述，介绍关于传播的几种定义。此外，从共享说、交流说、影响说、信息说等若干角度介绍传播的定义。 其次，引入传播研究中重要的概念“信息”。 对人类传播的发展进程进行总结：口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播。 第二节 传播学的研究对象与基本问题 传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学。 第三节 传播学的基本框架 介绍几种按照不同标准划定的传播学框架。 第四节 怎样学习传播学？ 从学生们的实际情况出发，介绍学习传播学的基本方法。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]威尔伯·施拉姆、威廉·波特著，何道宽译：《传播学概论》（第二版），北京：中国人民大学出版社，2019。 [美] 约翰·费斯克等编撰，李彬译注：《关键概念：传播与文化研究辞典》，北京：新华出版社，2004。 讨论题目： 你观察到的传播现象都有哪些？它们有什么共同点？
第二周	2	2					第二章 传播学史 第一节 智者和名士 1、智者：公元前 4-5 世纪古希腊的一些哲学家、演说家兼教师，以传授修辞、辩论、语法等知识为职业，他们周游希腊全境，讲演各种题目，传授讲演术并收取酬金，被称为“智者派”。 《修辞学》；古罗马学校教育的“七艺”。 2、名士：春秋时期，连年混战。到战国时，各国无不想“并天下，凌万乘”。谋略和外交人才应运而生，谓之名士。（先秦纵横家） 名家；孔夫子的“六艺”。

					第二节 现代欧洲的思想渊源 主要按照罗杰斯的观点，介绍对近代欧洲思想产生了重要作用的思想家及其主要观点，包括：达尔文与进化论、佛罗伊德与精神分析、马克思与批判学派。 第三节 美国社会学摇篮：芝加哥大学社会学系 主要介绍世界上第一个社会学系的形成以及著名的芝加哥学派，介绍其中最重要的代表人物杜威、库利、帕克和米德及其主要的观点。介绍芝加哥学派对于传播学的贡献。 第四节 当代传播学的奠基人 着重介绍促使现代传播学产生的几位重要人物的生平、观点及其对后来传播学研究的影响，人物包括李普曼、拉斯韦尔、拉扎斯费尔德、卢因、霍夫兰、维纳、香农。 第五节 当代传播学的建立与创始人 主要介绍现代传播学创始人施拉姆的生平与建树。 第六节 传播学在中国的发展历程 萌芽期（1950年代—1966年）；中断期（1966年—1978年）；引进期（1978年—1985年）；本土化、自主化尝试下的展开期（1985以后）。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： 罗杰斯著，殷晓蓉译：《传播学史：一种传记式的方法》，上海：上海译文出版社，2012年。 胡翼青：《传播学科的奠定：1922-1949》，北京：中国大百科全书出版社，2012。 讨论题目： 你能从过去所接触到的马克思的思想中捕捉到与传播现象的联系吗？
第三周	2	1.5		0.5	第三章 人内传播与人际传播 第一节 人内传播 人内传播指的是个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动。它具有社会性，是个体与社会进行信息交换的过程。米德的“主我与客我”理论、布鲁默的“自我互动”理论解释了人内传播的社会心理生成机制。 第二节 人际传播 人际传播是个人与个人间的信息传播活动。其特征于符号互动。库利的“镜中我”概念有助于理解个体自我意识的形成和人际传播在这一过程中起到的作用。而社会交换论则提供了认识人际传播的另一种视角，该理论认为“人际传播是处于一个关系之中的甲乙双方借以相互提供资源或协商交换资源的符号传递过程。” 两项把人际传播和大众传播结合起来研究的范例：两级传播论和创新扩散论。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美] G. H.米德著，霍桂恒译：《心灵、自我与社会》，北京：华夏出版社，1999。 王怡红：《人与人的相遇：人际传播论》，北京：人民出版社，2003。 讨论题目： 想想看，人的自我意识是如何形成的？传播在其中起到了什么作用？

第四周	2	1.5		0.5	第四章 群体传播、组织传播、大众传播 第一节 群体传播 介绍群体和群体传播的概念。群体传播对于群体意识的形成和群体行为的产生有重要作用。对于群体传播的内在机制的介绍主要从三组概念入手：1、群体传播与群体意识；2、群体传播与群体规范；3、群体压力与趋同心理。 集合行为指的是在某种刺激条件下发生的非常态集合现象，也是一种非正式群体行为，影响甚大。法国社会心理学家塔尔德和勒庞对这一现象进行了精彩的分析。 第二节 组织传播 组织和组织传播的概念介绍。 第三节 大众传播的定义、特点与社会功能 真正意义上的大众传播的诞生，以 19 世纪 30 年代大众报刊的出现为标志。比较菲斯克和郭庆光对大众传播的定义，可以清楚看到中美对于大众传媒属性、组织形式和社会功能的不同认识。联系最新的技术进展，探讨在新媒体时代如何定义大众传播。 分别介绍经验学派和批判学派对于大众传媒社会功能的经典论述。 关于大众传播社会影响的两种观点：1、基于乐观主义期待；2、怀疑主义。重点介绍李普曼与“拟态环境”。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]E·M·罗杰斯，殷晓蓉译：《传播学史：一种传记式的方法》，“芝加哥学派”及“库尔特·勒温和群体动力学”部分，上海：上海译文出版社，2012。 [法] 古斯塔夫·勒庞著，冯克利译：《乌合之众 大众心理研究》，北京：中央编译出版社，2000。 [美]沃尔特·李普曼著，阎克文、江红译：《舆论学》，上海：上海世纪出版集团，上海人民出版社，2006。 讨论问题： 你觉得传播活动具有怎样的影响？我们应该如何去研究这些影响？
第五周	2	1.5		0.5	第五章 传播者研究 第一节 媒介控制研究概述 大众传播作为一种制度化的传播，是在特定的社会制度条件下运行的。主要介绍几种重要的媒介控制力量：1、国家和政府；2、利益群体和经济势力；3、广大受众；4、在具体的行业操作中，从业人员的“把关人”的角色；5，新闻中的持久价值观、个人兴趣和偏好。 第二节 微观的控制研究——“把关人”理论 “把关人”概念的出现始于勒温，怀特最早对这一角色在大众媒介组织中的作用做出了实证考察，麦克内利和巴斯等对“把关人”理论进一步修正。 第三节 宏观的控制研究 1956 年，《传媒的四种理论》出版，书中将世界上论述传媒同社会的各种思想理论，归纳成四种理论模式，即集权主义理论、自由主义理论、社会责任论和苏联模式。此书发表后，在新闻传播学科中成为频频被引用的经典之作，其影响历经数十年而不衰。 在此基础上，介绍欧洲学者丹尼斯·麦奎尔归纳的关于传播制度或媒介制度“规范理论”的六种类型及力图超越《传媒的四种理论》的一项成果——《比较媒介体制：媒介与政治的三种模式》。 第四节 批判视野的媒介控制观

					介绍阿特休尔在《权力的媒介》一书中对媒介社会控制的分析，这种控制主要表现为四种形式：官方形式、商业形式、利益形式、非正式形式。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]弗雷德里克·S·西伯特、西奥多·彼得森、威尔伯·施拉姆著，戴鑫译：《传媒的四种理论》，北京：中国人民大学出版社，2008。 [美]丹尼尔·C·哈林，[意]保罗·曼奇尼著，陈娟、展江等译：《比较媒介体制：媒介与政治的三种模式》，北京：中国人民大学出版社，2012。 [美]J·赫伯特·阿特休尔著，黄煜、裘志康译：《权力的媒介：新闻媒介在人类事务中的作用》，北京：华夏出版社，1989。 讨论题目： 你能感觉到大众传媒所受到的控制吗？有哪些控制力量？它们是如何发挥作用的？
第六周	2	1.5		0.5	第六章 媒介研究（上） 第一节 媒介环境学派简介 介绍作为传播学三大学派之一的媒介环境学派/技术学派的起源、发展与现状。 第二节 伊尼斯的“传播偏向论” 作为多伦多学派的主将之一，伊尼斯不仅较早对传播媒介和特定历史时期的社会结构形态之间可能存在的联系，进行了系统而详尽的思考，并且他的视野极大地启发了麦克卢汉。重点介绍伊尼斯的传播偏向论。伊尼斯对媒介的关注基于其对西方文明面对的危机的反思。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]林文刚编：《媒介环境学：思想沿革与多维视野》，何道宽译，北京：北京大学出版社，2007。 [加]哈罗德·伊尼斯著，何道宽译：《传播的偏向》，北京：中国人民大学出版社，2003。 讨论题目： 你认为什么是“媒介”？媒介的社会意义何在？
第七周	2	1.5		0.5	第七章 媒介研究（下） 第三节 麦克卢汉的预言 早在 20 世纪 60-70 年代，麦克卢汉的媒介理论就引起了广泛的注意。他提出的“Global Village”在今天已经成为了现实。本节主要介绍他的代表性观点：媒介即讯息、文明演进三阶段论、地球村。 第四节 英尼斯和麦克卢汉有关媒介研究的比较 英尼斯和麦克卢汉关于媒介与传播的研究有联系，也有区别，作为多伦多学派的代表性学者，两人在学术思想和学术风格上，形成了对比，也有相互勾连。本节在比较的基础上推进对两位学者学术观点和风格的认识。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [加]麦克鲁汉著，何道宽译：《理解媒介》，商务印书馆，2000 版。 讨论题目： 你认为现代数字技术对人类社会带来的最大改变是什么？如何防范其中可能的风险？

第八周	2	1.5		0.5	第八章 受众研究 第一节 对“受众”概念的理解 本节主要从受众现象的缘起，追溯受众概念的形成和发展过程，以及相关的社会历史背景。同时从多角度介绍对“受众”身份的定义，即作为社会群体成员的受众、作为市场主体的受众、作为权利主体的受众。 第二节 受众研究的历史和主要传统 简要介绍受众观的变化：“被动”的受众到“主动”的受众。 第三节 大众社会理论与早期被动的受众观 由滕尼斯的“礼俗社会”和“法理社会”以及涂尔干的“机械团结”和“有机团结”入手，介绍在从农业社会向工业社会转型之际，人们对于“大众社会”人际联结的基本特征的认识，以及在大众社会理论模式之下人们对于大众传媒及其对应的受众特性的认识。 第四节 “使用与满足”理论 “使用与满足”的研究起源于 20 世纪 40 年代。首先介绍理论产生的背景，理论形成的过程。其次介绍“使用与满足”理论的主要内容、观点和基本模式，并对“使用与满足”的研究进行评价和反思。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]丹尼斯·麦奎尔著，刘燕南等译：《受众分析》，北京：中国人民大学出版社，2006。 [美]希伦·A·洛厄里、梅尔文·L·德弗勒著，刘海龙等译：《大众传播效果研究的里程碑》“日间广播连续剧的听众：使用与满足”部分，北京：中国人民大学出版社，2004。 讨论题目： 新媒体时代，作为媒介信息接收者的“受众”发生了什么变化？相应地，我们应该如何去认识和研究他们？
第九周	2	1.5		0.5	第九章 效果研究——议程设置理论 第一节 效果研究的历史与发展 首先介绍传播效果的概念和含义，其次介绍传播效果研究的发展过程，再次介绍传播效果的类型及研究课题。 第二节 “议程设置”理论 “议程设置”理论是大众传播宏观社会效果经典理论之一。着重介绍该理论的概要及其特点，介绍相关的研究发展，评价该理论的意义与存在问题。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美]马克斯韦尔·麦库姆斯著，郭镇之、徐培喜译：《议程设置：大众媒介与舆论》(第二版)，北京：北京大学出版社，2017。 讨论问题： 今天谁引导我们去关注那些特定的议题？
第十周	2	1.5		0.5	第十章 效果研究——“沉默的螺旋”理论 第三节 “沉默的螺旋”理论 “沉默的螺旋”理论也是大众传播中宏观社会效果经典理论之一。本节着重介绍该假说的相关命题、主要观点，并评价其价值和缺陷。 阅读文献： [美]伊丽莎白·诺尔-诺依曼著，董璐译：《沉默的螺旋：舆论—我们的社会皮肤》，北京：北京大学出版社，2013。

						讨论问题： 互联网舆论反应民意吗？
第十一周	2	1.5			0.5	第十一章 效果研究——“培养”理论 第一节 “培养”理论 “培养理论”探讨的是大众传媒对受众认知和态度的效果。主要介绍“培养理论”的起源和背景，“培养理论”关于社会与传播的基本观点，“培养理论”的延伸和扩展研究，并对该理论进行评析。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美] 希伦·A·洛厄里、梅尔文·L·德弗勒著，刘海龙等译：《大众传播效果研究的里程碑》，北京：中国人民大学出版社，2004。 讨论问题： 你能感觉到媒体的“培养”效应吗？这对于我们从事新闻传播专业工作有何提示？
第十二周	2	1.5			0.5	第十二章 效果研究——“知沟”理论 第二节 “知沟”理论 “知沟”假说探讨的是大众传播与信息社会中的阶层分化问题。首先介绍“知沟”假说的背景，“知沟”假说的命题和反命题，以及“知沟”假说的应用和意义、缺陷与不足。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： 丁未：《社会结构与媒介效果：“知沟”现象研究》，上海：复旦大学出版社，2003。 讨论问题： 数字时代能实现信息平等吗？
第十三周	2	1.5			0.5	第十三章 批判研究——法兰克福学派 第一节 批判学派概述 介绍批判学派的核心关怀、学术渊源、代表性学派及人物。 第二节 法兰克福学派与“文化工业”研究 主要介绍法兰克福学派的起源、代表人物与观点。重点介绍“文化工业”概念及其批判性所在。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美] 马丁·杰伊著，单世联译：《法兰克福学派史》，广州：广东人民出版社，1998。 讨论题目： 大众文化中存在控制与被控制的力量吗？
第十四周	2	1.5			0.5	第十四章 批判研究——文化研究学派 第三节 文化研究学派与文化研究 主要介绍文化研究学派（伯明翰学派）的起源、代表人物与观点。重点介绍霍尔的“编码/解码”理论及其批判性所在。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： 罗钢、刘象愚主编：《文化研究读本》，北京：中国社会科学出版社，2000。

						讨论题目： 如何理解文化领导权？
第十五周	2	1.5			0.5	第十一章 批判研究——传播政治经济学派（上） 第四节 传播政治经济学研究与“受众商品论” 首先简要介绍传播政治经济学派的起源与发展。其次介绍传播政治经济学的研究框架，按照文森特·莫斯科的总结，主要包括商品化、空间化和结构化。重点介绍传播政治经济学奠基人、加拿大学者司迈斯的代表性理论——受众商品论。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [加] 文森特·莫斯科著，胡正荣等译：《传播：在政治和经济的张力下 传播政治经济学》，北京：华夏出版社，2000。
第十六周	2	1.5			0.5	第十一章 批判研究——传播政治经济学派（下） 第五节 文化帝国主义研究 介绍国际传播与全球传播研究的若干重要课题——国际报道中的新闻价值问题、信息与国家主权问题、话语权问题、文化帝国主义问题等，重点介绍批判学派中的文化帝国主义研究。 同时介绍当前中国国际传播研究的最新动向。 教学方法：讲授+研讨+案例教学+视频教学 阅读文献： [美] 汤林森著，冯建三译：《文化帝国主义》，上海：上海人民出版社，1999。
总计						（教学方法包含讲授法、专题研讨、案例教学、视频教学、课堂汇报、课后实践等）
备注（Notes）						