

## 中国社会科学院大学《视听创意》课程大纲

课程基本信息 (Course Information)					
课程编号 (Course ID)	1282020045	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	视听创意 Cross Media Creativity				
先修课程 (Prerequisite Courses)					
*课程简介 (Description)	<p>该课程定位于新闻传播学相关专业的专业选修课程，亦可作为学院、学校的通识型公选课程。</p> <p>该课程基于媒介融合的现实语境，从视听内容生产的基本问题出发，讨论了诸如创意的产生、来源、及培养等话题，旨在使得同学们对于视听创意形成基本的认知框架；同时在此基础上对于影视发展历史上的经典作品、段落、桥段进行深入分析、整理与归纳，旨在基于经典作品形成自己的视听创意工具库；此外该课程还将关注基于现实语境的跨媒介创意与表达，以期建构起更为开阔的产业与学术视域，以更加积极的姿态、更具有开拓性的方式，去完成创新性的视听内容生产。</p> <p>无论理论阐释、脉络梳理，还是案例分析、观念讨论，该课程各个环节都将紧扣专业与思政双重标注，系统融入社会主义核心价值观。在教学理念上，内容设置以学理性、思辨性、创新性为总体原则，课程目标以学生的学习效果为导向，同时重视学生思考能力的培养，在考核上兼顾过程与结果。</p>				
*课程简介 (Description)	<p>This course is based on the realistic context of media convergence. Starting from the basic issues of audio-visual content production, it discusses topics such as the generation, source and cultivation of creativity, aiming at forming the basic cognitive framework of audio-visual creativity for students. At the same time, on this basis, the classic works, paragraphs and bridge segments in the history of film and television development are observed and analyzed, and sorted out and summarized, aiming to form their own audio-visual creative tool library based on the classic works. In addition, the course will also focus on cross-media creativity and expression based on realistic context, with a view to building a broader industrial and academic horizon and achieving more innovative audio-visual content production in a more active and pioneering way.</p>				
*教材 (Textbooks)	《赖声川的创意学》，赖声川，广西师范大学出版社，2011年8月，ISBN: 9787549506927				
参考资料 (Other References)	<p>《荣誉》，苏牧，人民文学出版社，2007年，ISBN: 9787020060252</p> <p>《创意写作教学 实用方法 50 例》，[英]伊莱恩·沃尔克，中国人民大学出版社，2014年，ISBN: 9787300187297</p> <p>Creative Documentary, Ms Wilma De Jong / Mr Jerry Rothwell / Prof Erik Knudsen, 2011, Longman, ISBN: 9781405874229</p>				

*课程类别 (Course Category)	<input type="checkbox"/> 公共基础课/全校公共必修课 <input checked="" type="checkbox"/> 通识教育课 <input type="checkbox"/> 专业基础课 <input type="checkbox"/> 专业核心课/专业必修课 <input checked="" type="checkbox"/> 专业拓展课/专业选修课 <input type="checkbox"/> 其他_____						
*授课对象 (Target Students)	新闻传播专业本科生/全校本科生		*授课模式 (Mode of Instruction)		<input type="checkbox"/> 线上, 教学平台_____ <input checked="" type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 混合式 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 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)		<input checked="" type="checkbox"/> 中文 <input type="checkbox"/> 全外语_____语种 <input type="checkbox"/> 双语: 中文+_____语种 (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		贺鸣明, 中国社会科学院大学新闻传播学院讲师, 中国传媒大学与美国太平洋大学联合培养博士, 研究方向为: 纪录片、视听传播等。				
	团队成员姓名及简介						
学习目标 (Learning Outcomes)	1. 从理论、历史、实践等方面对视听创意表达形成框架性认识。 2. 对经典的、代表性视听创意文本进行深入剖析, 重点掌握创意模式、类型话语、基本特征、主体构成、发展趋势等内容。 3. 全面了解当下国内外视听创意表达的发展趋势, 能够按照其内在规律进行视听文本内容生产。 4. 以理论视域审视视听文本生产与传播, 能够学习并使用相关理论解释具体的现象与问题。						
*考核方式 (Grading)	结构成绩制, 由平时成绩、期末成绩组成总评成绩, 平时成绩占总评成绩的 20%, 期末成绩占总评成绩的 80%。						
<b>*课程教学计划 (Teaching Plan)</b>							
周次	周学时	其中					<b>教学内容摘要</b> (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				创意的总体认知 课程定位、结课方式、总体安排 创意的定义、创意三部曲、创意的三个维度 案例分析	
第二周	2	2				灵感的仓库 灵感的来源、灵感路线图、产生条件与活化库存、灵感的关键 案例分析	
第三周	2	2				创意金字塔与创意的源泉 被遗忘的部分与教育的反思、创意的金字塔、触发与屏障 案例分析	

第四周	2	2					创意的智慧与创意三毒 人生智慧、创意三毒 案例分析
第五周	2	2					如何看与如何想 观察方式的转变、思维方式的转变 案例分析
第六周	2	2					转化路径与方法机器（一） 经验、敏感度、习性、动机 案例分析
第七周	2	2					转化路径与方法机器（二） 寻找形式、重视形式、结构内涵 案例分析
第八周	2	2					技巧的智慧 技巧的习得、双视线、融合与“块状”视野、作品里的结构、美感 案例分析
第九周	2	2					创意模式的重构 生活态度、游戏精神、自由关联、转化提升、联结动机 案例分析
第十周	2	2					施工与传播 环境互动与调试、多重限制、内容营销、类型与触发、整合传播 案例分析
第十一周	2	2					专题研究：创意纪录片 创意产业与纪录片、叙事策略（一）、案例分析
第十二周	2	2					专题研究：创意纪录片 叙事策略（二）、生产策略、案例分析
第十三周	2	2					专题研究：新媒体语境下的视听文本生产 现实缺失与影像重构、青春记忆与怀旧叙事等 案例分析

第十四周	2	2					专题研究：新媒体语境下的视听文本生产 类型模式与个性叙事、意义生产与话题消费等 案例分析
第十五周	2	2					专题研究：新媒体语境下的视听文本生产 游戏与影视融合、多屏时代与视听文本、视听话语重构等 案例分析
第十六周	2	2					课程总结： 主流语境及其改写——当下视听产业生态 要点梳理、观点整合、案例分析等
.....							
总计	3 2	3 2					
备注 (Notes)							