**《网络传播》课程教学大纲**

**一、课程基本信息**

课程代码：21120342

课程名称：网络传播

英文名称：Internet Communication

课程类别：专业课

学 时：32学时

学 分： 2 学分

适用对象: 广告学专业

考核方式：考查

先修课程：广告学概论、传播学、广告媒体研究

**二、课程简介**

互联网的兴起虽然只有短短三十年，我国互联网对公众开放也仅仅十多年的历史，但它不仅改变了我们的生活、工作方式，而且它还改变了经济模式。《网络传播与新媒体》课程主要内容包括：互联网的发展历程；媒介形态变化，互联网的特点；互联网的功能；互联网对传统媒体的影响；互联网对人们日常生活的影响；互联网对政治、经济和文化的影响；互联网的监管；互联网上的伦理道德问题等。

通过这些方面的介绍，使学生们深入理解网络传播的原理和特征，能够理性分析网络传播中的各类现象，并高效开展传播实践，培养同学们理性使用互联网，成为有道德、有素养的网民。同时，使学生掌握网络传播的基础知识、基本理论，尤其是有关网络传播的原理、应用和基本规律的知识；使学生了解国内外最新网络传播现象和发展趋势；培养学生分析网络传播现象的能力，掌握解决网络传播问题的方法，为今后的学习、研究和实践提供思维准备。

The rise of the Internet, although only a short span of 30 years, but it has not only changed the way we live, work, and it has changed the economic model. The main contents of network communication include: the development course of Internet; The change of media form and the characteristics of the Internet; The function of the Internet; Web page editing is different from traditional media; The impact of the Internet on traditional media; The existence of network media; The influence of the Internet on People's Daily life; The influence of the Internet on politics, economy and culture; Regulation of the Internet; Ethical issues on the Internet. Through the introduction of these aspects, the students have a general understanding of the Internet, especially the cultivation of students' rational use of the Internet to become a moral and literate netizen. At the same time, students master the basic knowledge of network communication and basic theories, especially the principles, application and basic rules of network communication. To make students understand the latest Internet communication phenomenon and development trends at home and abroad; Develop the students' ability to analyze the phenomenon of network communication, master the method to solve the problem of network communication, and provide mental preparation for future study, research and practice.

**三、课程性质与教学目的**

课程性质：必修课

教学目的：

秉承“立德树人”的全面育人理念和目标，思想素质和专业能力两手抓，促进学生全面发展，培养能肩负民族复兴时代重任的专业传播人才。

**思政素质目标：**提高学生网络媒介素养，能理性分析纷杂的网络传播现象、合理使用新媒体；能甄别网络上良莠不齐的多元信息，塑造正确的世界观、人生观，使社会主义核心价值观内化为自觉地精神追求，外化为自觉行动。

专业教育目标：培养网络时代具备“讲好中国故事”能力的优秀传播人才。知识上，掌握网络传播特点、最新技术和应用、基础和前沿理论；能力上，掌握新媒体传播技巧，能够在对外宣传、文化传播、企业品牌传播上运用新工具、新方法弘扬主旋律、传播正能量，助力中华传统文化传承和“一带一路＂发展战略顺利推进，提升中国国家形象。

**四、教学内容及要求**

1. **网络传播技术与应用的开发**
2. **教学目的与要求：**

了解新媒体这一概念的定义和内涵，理解新媒体区别于传统媒体的根本特征；掌握网络媒体发展的历程，了解网络媒体技术和应用的变迁过程和现状，以及发展趋势。

**（二）教学内容：**

**第一节 新媒体的概念、内涵和特征**

1. 主要内容

《连线》杂志“新媒体”定义“由所有人面向所有人进行的传播,Communication to all，by all”。

新媒体的内涵——

新媒体指的是在数字传播技术的支持下，人们为了达到所有人对所有人沟通信息的目的，发明和创造出来的崭新的信息载体的总称。不同形态数字新媒体的集合以及由此引发的关联产业的集合体就是数字新媒体产业。

从狭义的角度来讲，新媒体是基于数字传播技术所衍生出来的新的媒体形态，其信息的生产，传输，使用等跟传统媒体有联系和区别，联系在于新媒体是对传统媒体信息内容传播的延续，集成了传统媒体信息内容，区别在于新媒体业内容运营、形态务模式、信息的传输方式等都发生了改变，使得传者和受众的界限日益模糊，支持用户之间的信息互动交流。

从广义的角度来讲，新媒体是信息传者和接受者双方平等的新传播方式的构建，是媒体旧格局的解构与重聚，是信息内容生产流程再造与管理创新，是信息传输网络的融合与博弈的产物，更是以个人、家庭、行业和政府的信息需求为动力的，所构建的崭新的信息生产、消费与交流平台。

1. 基本概念和知识点

新媒体的定义和内涵

1. 问题与应用

掌握新媒体的特征，能够区分什么是传统媒体什么是新媒体，能够说明其本质区别是什么。

**分析麦克卢汉的“地球村”理论与“人类命运共同体”理念的内在逻辑契合性；并且阐释新媒体时代我国“一带一路”发展战略的现实意义。**

**了解新媒体传播特性对中国国际形象塑造和传播所提供的机遇，以李子柒等个人海外社交媒体账号为案例，分析对个人社交账号中国文化软实力输出的影响**。

**第二节 互联网技术及发展历程**

1. 主要内容

网络发展的技术基础：数字技术——网络技术——移动通讯技术

1. 基本概念和知识点

数字技术、网络技术、移动通讯技术

1. 问题与应用

了解每一个项技术的发明对互联网的发展产生了什么影响。

**第三节 互联网应用及发展历程**

1. 主要内容

（一）国际互联网萌芽阶段的几大里程碑

1. 我国互联网发展的几个阶段
2. 基本概念和知识点

WEB1.0——WEB2.0——WEB3.0

1. 问题与应用

掌握WEB1.0——WEB2.0——WEB3.0三个阶段的互联网发展特点

**第四节 互联网发展趋势**

1. 主要内容
2. IPV6与物联网
3. 网格计算与云计算
4. 语义网
5. 虚拟现实

2. 基本概念和知识点

物联网、云计算、虚拟现实、语义网

3. 问题与应用

**结合我国互联网和云计算等信息技术发展现状的介绍，理解我国科技强国战略的意义。深刻领会《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中，坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，把科技自立自强作为国家发展的战略支撑，摆在各项规划任务的首位，并进行专章部署的必要性所在。**

**（三）思考与实践**

思考题：

1.网络技术发展对网络媒体发展的影响如何？

2.我国互联网应用经历了那几个阶段，分别呈现出什么样的特点？

3.网络技术的发展对我国社会经济发展和国际地位的影响？

4. 李子柒等个人海外社交媒体账号对中国文化软实力输出的影响？

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第二章 网络传播的属性与传播形态**

1. 教学要求：

通过本章的学习，使同学们了解网络媒体的多重属性——即技术平台、传播媒介、经营平台以及虚拟社会的属性；理解其技术平台属性决定了其传播、经营和虚拟社会等特征。了解网络的优势和劣势；以及网络传播中的人际传播、群体传播、组织传播和大众传播的方式和特点，以及其有别于现实社会或传统媒体的根本原因。培养大学生的网络媒介素养，理性认识和客观分析网络上纷繁复杂的传播现象，避免对网络信息不加思考的听信和盲从。

（二）教学内容：

第一节 网络传播的多重属性

1. 主要内容

互联网媒体自身具备多元属性，是技术平台、传播媒介、经营平台和虚拟社会属性的相互融合和交叉作用。

技术平台属性——作为技术工具的媒介，互联网从诞生到今天都和技术紧密地联系在一起。互联网络不仅是技术发展的产物，也是一种技术平台。技术对于互联网未来发展的影响体现在如下两方面：汇聚和分权。

传播媒介属性——网络的传播媒介属性具备复合性、连通性、开放性、多级性和网状化特点。复合体现在网络传播形态与形式的复合性、传播手段的多媒体融合、传播功能的多重性，“公共话语空间”与“私人话语空间”的统一性。连通性体现在从结构上来说，节点与节点是相通的；由于超链接的存在，信息之间是相通的；网络更高层面的连通是传播者与受众的连通；受众之间也是连通的。开放性体现在传播格局的开放性、传播过程的开放性。网络传播中间经过的环节数量可以无限地增加，即传播级数无限增加。多级流动延伸了信息的传播范围，在此过程中，信息影响变得更加复杂化。传播路径的网状化，即信息不是沿着一条线性路径传播的，而是在进行着网状扩散。

经营平台属性——作为信息经济的网络经济。网络经济在很大程度上是一种信息经济，是以信息产品的生产与经营为主的。信息社会是指“信息成为与物质和能量同等重要甚至比之更加重要的资源，整个社会的政治、经济和文化以信息为核心而得到发展的社会”。

虚拟社会属性——虚拟社会属性是网络媒体区别于传统媒体的一个本质属性。

1. 基本概念和知识点

网络媒介的传播属性中的复合性、连通性、开放性、多级性和网状化。

1. 问题与应用

能够利用网络传播属性特点分析网络上的热点事件的传播途径和发展变化趋势。

**1）针对国际社交媒体上各国网民对疫情的各类言论，探讨对网络多元信息的理性辨别。**

**2）根据网络传播特点探讨网络安全和网络治理的必要性。**

第二节 网络传播的基本形态

1. 主要内容

一、网络中的人际传播

人际传播传递和接收信息的渠道多，方法灵活；人际传播的信息十分丰富和复杂；人际传播双向性强，反馈及时，互动频度高；属于非制度化传播。

二、网络中的群体传播

网络中的群体一般有两种：

一种是在现实世界中已经存在，通过网络来发展群体成员间的关系，如班级论坛；一种是通过网络形成的新群体，如豆瓣小组。

网络群体传播和现实社会中的群体传播的差异。

三、网络中的组织传播

组织传播是组织所从事的信息传播活动，包括组织内传播和组织外传播。组织传播的功能：内部协调、指挥管理、决策应变、形成共识。组织传播的方式：上行传播，下行传播，横向传播。

四、网络中的大众传播

网络中大众传播的特点——

1. 传播主体的多元性。
2. 传播过程的复杂性。
3. 传播手段的复合性。
4. 受众的高度能动性
5. 传播效果是开放的，难以控制。
6. 基本概念和知识点

人际传播、组织传播、群体传播、大众传播

1. 问题与应用

能够辨别网络传播中的各类传播形式，以及其传播特点，用于分析具体的传播案例。

1. 针对新冠疫情期间西方媒体对我国抗疫情况的不实报道，分析西方大众传播中所鼓吹“新闻自由”的真相。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 网络媒体技术上的“分权”特点，在传播媒介属性上的体现是？对社会结构造成什么样的影响？

2．虚拟社区的出现，带来了何种新型的人际交往方式和群体关系？

3. 结合香港事件及新冠疫情期间的网络社交媒体上的信息传播，分析网络自媒体的出现，有利于人们获得事件真相还是使人更加远离事实真相？

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第三章 网络传播的典型形式**

1. 教学要求：

通过本章的学习，让学生了解网络传播的典型形式：网站传播、搜索引擎传播、即时通讯、博客、维基百科、社交网络等各种传播形式的特点和传播特征。对网络媒体的传播形式有着较为全面的掌握。

（二）教学内容：

1. 主要内容

第一节 网站传播

网站是20是90年代以来采用最广泛的一种网络传播形式，它是利用WEB页面组成的网站来发布各种信息、提供各种服务并与受众进行互动的一种传播形式。网站传播的主体及其特点。

第二节 即时通讯传播

是一种依靠互联网平台和移动通讯平台的实时通讯服务。

即时通信传播是电脑及其他终端之间的一种点对点的实时交流方式。

即时通信工具虽然更多地运用于人际传播，但在某些时候，它也可以称为组织传播、群体传播乃至大众传播的工具。

它不仅为人际交流提供了新的渠道与手段，也在其他层面影响着人们的生活方式与行为方式。

即时通讯工具已经成为网民广泛使用的互联网服务。目前，即时通信已经从电脑对电脑的交流发展到电脑对手机等其他终端间的交流。

第三节 博客传播

1、博客传播要素的基本特点

2、博客传播者的需求及满足机制

3、博客受众的需求及满足机制

4、博客平台的社会属性及影响

5、博客传播在新闻传播中的应用

第四节 搜索引擎传播

1. 搜索引擎的技术原理
2. 搜索引擎传播的特点
3. 搜索引擎数据的研究价值

第五节 维基传播

维基技术：支持面向社群的协作式写作的超文本系统。

在维基平台上，所有参与其中的人都可以用自己的观察与分析参与同一主题下的信息创造，围绕共同的主题贡献多元智慧，对这一主题相关的信息进行无限的扩展。

第六节 SNS(Social Network Service)传播

1. SNS传播的基本特点
2. SNS用户的使用与满足
3. SNS的社会影响
4. 基本概念和知识点

搜索引擎传播的特点、博客平台的社会属性及影响、SNS用户的使用与满足

1. 问题与应用

能够分析各类网络传播方式在受众心理满足上的特点，以及特定传播形式对社会、文化等方面产生的影响。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 搜索引擎传播的特点有哪些？
2. 微博用户的“使用与满足”心理是？
3. 网络社交媒体上的信息繁杂，各种言论层出不穷，如何理性认识网络上的多元信息？

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第四章 网络环境下的媒体内容生产与营销**

（一）教学要求

了解网络媒体时代媒介内容生产和营销等各链条中出现的新变化。掌握新闻内容生产的新趋势，公民新闻、数据新闻的出现和特点；掌握影视内容在投资阶段、生产阶段、营销阶段等出现的革新，把握影视内容行业的发展脉络。

**结合互联网媒体自身传播特点的分析，通过对西方媒体传播手段和实际案例的探讨，同学们认识到网络环境下媒体内容生产并不是价值公允的，信息的内容生产和传播过程都带有深深的意识形态烙印，并对西方媒体提倡所谓“新闻自由”的真相有了深刻理解，从而做到在接受网络资讯时不盲从、不轻信，具备理性判断和思考的能力。**

1. 教学内容
2. 主要内容

第一节 新闻内容

数据新闻，又叫数据驱动新闻。是指基于数据的抓取、挖掘、统计、分析和可视化呈现的新型新闻报道方式。数据新闻是随着数据时代的到来出现的一种新型报道形态，是数据技术对新闻业全面渗透的必然结果，它的出现在一定程度上改变了传统新闻生产流程。

第二节 影视内容生产

1. 新媒体影视产业链
2. 投资阶段——影视众筹
3. 生产阶段——影视IP、网络自制剧、大数据应用
4. 营销阶段——媒体内容经营模式革新
5. 衍生品——后影视产品
6. 基本概念和知识点

公民新闻、数据新闻、影视IP

3. 问题与应用

掌握互联网的出现给传统的内容生产行业带来的颠覆，在生产模式和具体环节上如何利用网络媒体，发挥受众能动性，以及数据的力量改变生产方式。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 网络媒体与传统媒体之间的关系？

2. 网络媒体对传统媒体的影响？

3. 搜集数据新闻案例，分析其生产方法

4. 大数据的应用如何影响影视内容生产和营销？

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第五章 网络传播的受众心理与行为**

（一）教学要求

本章主要讲述网络媒体环境下受众的新变化。要求学生了解当下网络媒体受众的基本现状，如数量、人口统计学特征、媒体使用习惯等；掌握网络受众的需求类型，熟悉网络迁移效应以及媒介赋权现象。

（二）教学内容

1. 主要内容

第一节中国网民的概况

网民的整体规模/网民构成属性

第二节网络受众的需求

显在的功能诉求和内在的心理诉求

第三节网络迁移效应

第四节消费者的媒介赋权

* 消费者的口碑效应
* 消费者的互助协作
* 专属定制

1. 基本概念和知识点

网络移民、网络原住民、媒介赋权

3. 问题与应用

了解网络媒体上的受众构成和受众基本需求，理解网络媒体上的爆款内容如何契合最广大受众的需求。

掌握网络媒体给人们在话语权上带来的前所未有的机会，能够分析在社会事件中网络赋权的作用，如了解我国政府如何利用网络媒体开展网络参政议政活动，以及网络媒体在社会经济文化等领域对人们的赋权。

通过对网络传播特性的深刻理解，使同学们认识到网络监管和净网行动的必要性。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 互联网让人聪明还是会让人变傻？
2. 受众使用互联网媒体的内在心理诉求有哪些？
3. 鸡汤文为何会在网络媒体上流行？
4. 对网络环境中的匿名效应与自我约束感下降现象进行探讨。

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第六章 网络时代的营销传播与商业模式**

（一）教学要求

本章主要讲述网络时代所出现的新兴商业模式，要求学生了解粉丝经济和共享经济的概念和特点，掌握其出现的根本动因和运行的本质规律，并熟悉粉丝经济和共享经济的代表性案例。

（二）教学内容

1. 主要内容

第一节 粉丝经济

1.粉丝群体的特征

普通群体的联结以功能为主、情感为辅

粉丝群体的交流以情感为主、功能为辅

2.凯文·凯利《技术元素》：1000铁杆粉丝理论

如果一位创作者或者艺术家能够拥有1000名铁杆粉丝，他们便可以辞去全职工作，依靠于粉丝联系获得的收入过活。

“铁杆粉丝是指，无论你创造出什么作品，他（她）都愿意付费购买。他们愿意驱车200英里来听你唱歌。即便手上已经有了你的低清版作品，他们仍愿意去购买重新发行的超豪华高清版套装。他们会在谷歌快讯里添加你的名字，时刻关注与你有关的信息。他们会收藏售卖你的绝版作品eBay页面。他们参加你的首场演出。他们购买你的作品，要你在上面签名。他们购买与你相关的T恤、马克杯和帽子。他们迫不及待要欣赏你的下一部作品。他们就是铁杆粉丝。”

这其中的关键在于你必须能够与你的铁杆粉丝建立直接联系，确保他们能够直接支持到你。

第二节 共享经济

1. 共享经济的内涵

共享经济是指将服务、商品、知识以及数据放在一种共享渠道里，让公众公平、有偿地共享这些资源。新一代公有制经济，人们不占有资产，通过共享来按需使用资产。

1. 共享经济颠覆性能量的形成

* 物品所有权概念的变化
* 信息、物品和服务的流动
* 提升效率：中心调度+按需分配

1. 基本概念和知识点

粉丝经济、共享经济

3. 问题与应用

分析粉丝经济、共享经济在网络时代的应用模式，及其商业发展的前景。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 寻找粉丝经济的案例，分析其如何进行粉丝维护

2. 大学生群体中有什么东西可以被共享？

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

**第七章 网络传播的社会影响**

（一）教学要求

本章主要讲述网络传播对社会的影响，要求掌握网络舆论的特点和形成过程，了解网络暴力产生的原因和表现形式，了解网络传播在政治活动当中的应用，和对人民参政议政的影响。

教导大学生在使用网络媒体时，能够理性发表自己的见解，杜绝传播网络谣言和实施网络暴力的行为，致力于构建和谐的社会和媒介环境。

（二）教学内容

1. 主要内容

第一节 网络舆论

1. 网络舆论的特点

二、网络舆论的主要作用

三、网络舆论的产生与发展规律

四、舆论发展中的几组关系

第二节 网络暴力

1. 网络暴力的原因

二、网络暴力的主要手段

第三节 网络传播与政治

1. 数字选举
2. 网络问政
3. 进行网络政治活动的原因
4. 网络与政治民主

2.基本概念和知识点

网络舆论、网络暴力、网络问政、网络与政治民主的关系

3. 问题与应用

运用所学知识分析网络事件，提高网络媒体素养，具备对网络舆论和暴力事件的辨别能力，采取适当方式进行应对。

**（三）思考与实践**

思考题：

1. 网络舆论的形成过程主要有哪些阶段？
2. 如何利用网络媒体开展公益活动的传播？
3. 网络在政治活动中的应用？
4. 分析饭圈女孩“守护最好的阿中哥哥”事件中的网民群体性行动和政治参与方式。
5. 结合“推特治国”、政府信息公开等案例探讨新媒体环境下的政治宣传和政治参与方式。

**（四）教学方法与手段**

教学方法：采取集中讲授、提问互动等方法提高学生主动性和传播知识的效率

教学手段：采取多媒体演示手段辅助教学

五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节**  **教学时数**  **课程内容** | **讲**  **课** | **习**  **题**  **课** | **讨**  **论**  **课** | **实验** | **其他教学环节** | **小**  **计** |
| 第一章 | 3 |  |  |  | 1 |  |
| 第二章 | 4 |  | 1 |  |  |  |
| 第三章 | 3 |  | 1 |  |  |  |
| 第四章 | 3 |  | 1 |  |  |  |
| 第五章 | 4 |  | 1 |  | 1 |  |
| 第六章 | 3 |  | 1 |  |  |  |
| 第七章 | 4 |  | 1 |  |  |  |
| 合计 | 24 |  | 6 |  | 2 | 32 |

六、课程考核

（一）考核方式

考查

（二）成绩构成

平时成绩占比： 50% 期末考试占比：50%

（三）成绩考核标准

1. 网络传播与新媒体知识掌握
2. 资料收集的丰富度
3. 分析逻辑性和理论应用情况
4. 报告/方案撰写内容丰富性
5. 报告/方案整体逻辑性
6. PPT制作和提案表现

七、推荐教材和教学参考资源

推荐教材：彭兰，《网络传播概论》，北京：中国人民大学出版社，2017年第四版

教学参考资源：

1. 宫承波，《新媒体概论》，北京：中国广播电视出版社，2009年第二版
2. 雷跃捷，《网络传播概论》，北京：中国传媒大学出版社，2010年版
3. 杜骏飞，《网络传播概论》，福州：福建人民出版社，2010年第四版
4. 钛媒体http://www.tmtpost.com/
5. http://iwebad.com/
6. 互动中国 <http://www.damndigital.com>
7. 广告门 http://www.adquan.com
8. 梅花网 http://www.meihua.info/
9. 顶尖文案 <http://www.topys.cn/>

八、其他说明

网络媒体日新月异，《网络传播》课程相关内容必须能够紧跟时代发展。为了与行业发展和动向保持密切的联系，在教材设计上为最新的行业资讯预留了相应的空间。在实际教学中在保证专业知识体系完整性的基础上，将会以最快的速度引进行业最新动态和案例，充实教学内容。

大纲修订人： 李子 修订日期：2023年2月

大纲审定人： 审定日期：