**《创意思维》课程教学大纲**

一、课程基本信息

课程代码：16041902

课程名称：创意思维

英文名称：CreativeThinking

课程类别：专业课

学时：32学时

学　　分：2学分

适用对象:创意思维教学班1

考核方式：考查

先修课程：无

二、课程简介

《创意思维》是广播电视编导专业的专业必修课，**本课程立足社会人文环境、媒介竞争环境和媒体创意产业背景，重点关注广播电视创意与策划相关内容，使学生掌握广播电视创意与策划的基本思路和基本方法，**使学生能够针对不同类型的广播电视节目进行创造性设计与策划，提升学生的创造性思维。

"CreativeThinking"isacompulsorycourseforthemajorofradioandtelevisioneditinganddirecting.Thiscourseisbasedonthemediacompetitionenvironmentandthebackgroundofmediacreativeindustry,focusingonthecontentofradioandtelevisioncreativityandplanning,sothatstudentscanmasterthebasicideasandmethodsofradioandtelevisioncreativityandplanning.,Sothatstudentscancarryoutcreativedesignandplanningfordifferenttypesofradioandtelevisionprograms,andenhancestudents'creativethinking.

三、课程性质与教学目的

本课程以人文与传播学院学院学生为对象，**以创意发想路径为主脉，通过传授创意思维理论，将创新思维理论有机地融汇入广播电视节目当中，帮助学生了解和掌握广播电视创意思维方法，熟悉创意开发流程，**并结合相关联的案例认识创意思维对广播电视策划与制作的重要性，使学生具备有效地进行各类电视节目创造创新的能力。

四、教学内容及要求

**第一章创意思维导论**

（一）目的与要求

1.总体上对创意和创意思维进行介绍

2.使学生从宏观了解到日常生活中创意点的来源

3.使学生学会通过经典案例来分析创意所扮演的重要角色

（二）教学内容

第一节 创意的内涵

1.主要内容：

创意的概念和内涵，分析学生该如何辨识、储存、锻炼和磨砺自己的创意能力

2.基本概念和知识点：

创意的概念和内涵

3.问题和应用：

什么是创？什么是意？

什么是创意思维？

身边创意思维的典型案例有哪些？

1. 创意的强势点

1.主要内容：

该从哪几个方面进行创意，分析创意的强势点所在

2.基本概念和知识点：

创意的四个强势点

3.问题和应用：

如何利用人类本身好奇、猎奇的天性进行创意？

“反其道而行之”的创意优势在哪里？

1. 创意的大趋势

1.主要内容：

**文化创意产业强调文化艺术对新经济的支持与推动，介绍创意产业**

2.基本概念和知识点：

创意产业/创意经济/创造性产业的发展

3.问题和应用：

**思考文化作为创意的精髓和灵魂的具体内涵**

（三）思考与实践

1.创意与灵感的异同点是什么？

2.创意的产生、发展通常会哪些因素的影响？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第二章 广播电视创意概说**

（一）目的与要求

1.介绍创意的核心及产生

2.使学生广播电视创意与策划的内涵

3.使学生广播电视创意与策划的基本思路

（二）教学内容

第一节 广播电视创意与策划

1.主要内容

广播电视媒体面对市场变化的需求,在信息传播及其运营的各个方向、各个层面所采取的创新性思维的运用

2.基本概念与知识点

广播电视的创意的内涵、广播电视创意对于市场与社会的功能

3.问题与应用

创意之于广播电视的作用是什么？

广播电视媒体的创意工作有哪些类别？

第二节 广播电视创意的关联因素及原则

1.主要内容：

广播电视的创意受到几大内外因素的影响，这几个关联因素的具体内容决定了广播电视创意应遵循的“四项原则”

2.基本概念与知识点

广播电视的创意的四大原则

3.问题与应用

在进行节目创意时如何把握受众心理？

**如何考虑相关的方针政策、法律法规、宣传口径、舆论导向、媒介功能、话语权力等方面的影响？**

第三节 节目层面的创意

1.主要内容

广播电视节目的创新法则及具体的节目创新途径

2.基本概念与知识点

“创意五法则”

3.问题与应用

广播电视节目的概念？

节目的形式、内容创新的具体途径有哪些？

（三）思考与实践

1.要找寻节目内容发展的正确创新途径,可从哪些方面入手？

**2.为什么创意思维需要了解广播电视节目所表现出的审美特性？**

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第三章 瞭望窗口类节目的创意**

（一）目的与要求

1.介绍暸望窗口类节目的界定和功能

2.介绍暸望窗口类节目的基本形态

3.暸望窗口类节目的创新方略

（二）教学内容

**第一节 暸望窗口类节目的界定**

1.主要内容

**瞭望窗口类节目就是以发现社会问题检测社会环境为己任,运用新闻报道、评论访谈等手段,以经济、民生、政治等不同视角去宏观把握社会问题、为百姓提供社会动态、为政府提供警示建议的广播电视节目**

2.基本概念与知识点

瞭望窗口类节目的主体、内容和功能

3.问题与应用

瞭望功能的媒介表现？

瞭望窗口类节目在社会的发展中起着怎样的作用？

第二节暸望窗口类节目的基本形态

1.主要内容

暸望窗口类节目的基本形态可表现为资讯类节目、杂志类节目

2.基本概念与知识点

资讯类节目、杂志类节目的特征及优势

3.问题与应用

专业化资讯频道的发展趋势是怎样的？

杂志类新闻节目的结构表现？

第三节暸望窗口类节目的创新方略

1.主要内容

暸望窗口类节目的节目形态的融合趋势、节目创新的原则

2.基本概念与知识点

硬新闻的“软化”和软新闻的“硬化”

3.问题与应用

为什么需要整合其他媒体的信息资源？

节目创新的三个原则具体如何体现？

（三）思考与实践

1.思考暸望窗口类节目情感因素的挖掘？

2.暸望窗口类节目如何进行合理的内容设置？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第四章 舆论导向与舆论监督类节目创意**

（一）目的与要求

1.介绍舆论导向与舆论监督类节目的界定和功能

2.介绍舆论导向与舆论监督类节目的基本形态

3.舆论导向与舆论监督类节目的创新方略

（二）教学内容

第一节 大众媒体喉舌与舆论导向

1.主要内容

**世界各国大众传媒的喉舌与舆论导向与监督功能，新中国建立后,我国对媒体的喉舌和舆论导向的重视**

2.基本概念与知识点

舆论的概念及广播电视媒体的喉舌和舆论导向与监督功能

3.问题与应用

大众媒体与舆论是怎样相互影响的？

新闻舆论监督的对象主要有哪些？

第二节 舆论导向与舆论监督类节目的基本形态

1.主要内容

当前广播电视喉舌与舆论导向类、舆论监督类节目形态群概观

2.基本概念与知识点

舆论导向类四大类别以及舆论监督类三大类别

3.问题与应用

**广播电视媒体的喉舌和舆论导向功能对提升国际形象的影响？**

新闻专访如何达到舆论监督的目的？

第三节 舆论导向与舆论监督类节目的创新方略

1.主要内容

舆论导向与舆论监督类节目的节目形态的创新方法。

2.基本概念与知识点

节目内容、节目形式、艺术手段的创新

3.问题与应用

报道、策划视角的创新思路？

艺术手段的创新的具体体现？

（三）思考与实践

1.在网络新媒体起的当下,广播电视媒体对突发事件的报道优势在哪里？

2.采用什么样的报道风格能够更好地促进舆论监督主体的回归？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第五章 娱乐类节目创意**

（一）目的与要求

1.介绍大众传媒的娱乐功能

2.介绍娱乐节目在中国的变迁

3.各类型娱乐节目的界定

（二）教学内容

第一节大众传媒的娱乐功能

1.主要内容

大众传媒娱乐功能的内涵简述

2.基本概念与知识点

大众传媒娱乐功能、娱乐和娱乐经济

3.问题与应用

在大众媒体诞生以前,人们获取“娱乐”的主要方式？

第二节 中国娱乐节目的演进回溯

1.主要内容

中国娱乐节目发展的五大阶段及代表性节目

2.基本概念与知识点

中国娱乐节目发展历程以及当前娱乐节目的典型形态分析

3.问题与应用

什么是真人秀节目？

真人秀节目有哪些特征？

游戏娱乐节目的基本模式？

第三节 娱乐类节目的创新方略

1.主要内容

讲述娱乐节目创新遵循的基本原则，分析娱乐节目创新的两种形式

2.基本概念与知识点

在国外原有节目模式基础的本土化改造和完全意义上的自主创新

3.问题与应用

**对于国内电视台引进海外模式现象的辩证性看法？**

代表性的原创本土娱乐节目？

（三）思考与实践

1.思考如何在模仿的基础上进行创新？

2.娱乐功能怎样与其他功能进行交融？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第六章 社会交流与服务类节目创意**

（一）目的与要求

1.介绍社会交流与服务类节目的界定和功能

2.介绍社会交流与服务类节目的基本形态

3.社会交流与服务类的创新方略

（二）教学内容

第一节 广播电视社会交流与服务功能

1.主要内容

**广播电视的社会交流功能和社会服务功能解读**

2.基本概念与知识点

广播电视社会交流与服务功能的理论阐释

3.问题与应用

广播电视的服务功能正在越来越多地受到人们的关注的原因？

社会交流与服务类节目在社会的发展中起着怎样的作用？

第二节 社会交流与服务类节目的创新方略

1.主要内容

暸望窗口类节目的节目形态的融合趋势、节目创新的原则

2.基本概念与知识点

加强节目的专业化、细分化、个性化，提升节目的参与互动性，在题材方面寻求新突破以及进行节目元素与表现方式的创新

3.问题与应用

社会交流与服务类节目的互动性的具体表现？

题材的创新可以尝试的视角？

（三）思考与实践

1.思考社会交流与服务类节目有哪些基本的形态？

2.结合案例,说明社会交流与服务类节目的创意与策划要领？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第七章 文化传播类节目创意**

（一）目的与要求

1.介绍作为文化传播载体的广播电视

2.介绍文化传播节目的界定和分类

3.文化传播类节目的创新方略

（二）教学内容

第一节作为文化传播载体的广播电视

1.主要内容

**媒体与文化的关系、广播电视进行文化传播的功能特征、文化传播节目的界定和分类**

2.基本概念与知识点

**大众传媒文化传播载体功能的理论阐释、文化传播节目的类别**

3.问题与应用

针对文化传播类功能的广播电视节目包括哪些？

针对文化传播类功能的广播电视节目具有怎样的特点？

第二节文化传播类节目的创新方略

1.主要内容

文化传播类节目的创新要领

2.基本概念与知识点

节目内容的创新、节目表现手法及形式的创新、节目营销及运作手段的创新

3.问题与应用

纪录片的独特性体现在哪些方面？

教育专题类节目有哪些具体的种类？

（三）思考与实践

1.思考文化传播类节目的优劣势所在？

2.结合案例,探索文化传播类节目内容创新需要遵循的原则

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

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 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第二章 | 4 |  | 2 |  |  | 6 |
| 第三章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第四章 | 4 |  | 2 |  |  | 6 |
| 第五章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第六章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第七章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 合计 | 28 |  | 4 |  |  | 32 |

六、推荐教材和教学参考资源

1.宫承波.广播电视创意与策划.北京：中国广播电视出版社，2013年

2.徐荐.电视节目创意、策划与制作.北京：中国传媒大学出版社，2014年

3.崔莹.做最创意的节目.广州：广东南方日报出版社，2008年

4.[张岩松](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%D1%D2%CB%C9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)等.文化创意产业理论与实践.北京：清华大学大学出版社，2017年

大纲修订人：黄奕宇 修订日期：2020年12月

大纲审定人：郑臣喜 审定日期：2020年12月