

## 课程详述

### COURSE SPECIFICATION

以下课程信息可能根据实际授课需要或在课程检讨之后产生变动。如对课程有任何疑问，请联系授课教师。

The course information as follows may be subject to change, either during the session because of unforeseen circumstances, or following review of the course at the end of the session. Queries about the course should be directed to the course instructor.

1.	课程名称 <b>Course Title</b>	新媒体导论 Introduction to New Media				
2.	授课院系 <b>Originating Department</b>	社会科学中心 Center for Social Sciences				
3.	课程编号 <b>Course Code</b>	SS061				
4.	课程学分 <b>Credit Value</b>	2				
5.	课程类别 <b>Course Type</b>	通识选修课程 General Education (GE) Elective Courses				
6.	授课学期 <b>Semester</b>	秋季 Fall				
7.	授课语言 <b>Teaching Language</b>	中文 Chinese				
8.	授课教师、所属学系、联系方式 (如属团队授课, 请列明其他授课教师) <b>Instructor(s), Affiliation &amp; Contact</b> (For team teaching, please list all instructors)	苗伟山 MIAO Weishan 南方科技大学人文社会科学荣誉学会 Society of Fellows in Liberal Arts, SUSTech <a href="mailto:miaows@mail.sustech.edu.cn">miaows@mail.sustech.edu.cn</a>				
9.	实验员/助教、所属学系、联系方式 <b>Tutor/TA(s), Contact</b>	无 NA				
10.	选课人数限额(可不填) <b>Maximum Enrolment (Optional)</b>					
11.	授课方式 <b>Delivery Method</b>	讲授 <b>Lectures</b>	习题/辅导/讨论 <b>Tutorials</b>	实验/实习 <b>Lab/Practical</b>	其它(请具体注明) <b>Other (Please specify)</b>	总学时 <b>Total</b>
	学时数 <b>Credit Hours</b>	32				32

12. 先修课程、其它学习要求 <b>Pre-requisites or Other Academic Requirements</b>	无 NA
13. 后续课程、其它学习规划 <b>Courses for which this course is a pre-requisite</b>	无 NA
14. 其它要求修读本课程的学系 <b>Cross-listing Dept.</b>	无 NA

### 教学大纲及教学日历 SYLLABUS

#### 15. 教学目标 Course Objectives

本门课程为新媒体研究的入门课程，旨在详细系统地向学生介绍新媒体研究的各个领域、知识前沿、核心概念和相关理论。本门课程基于三个相互关联的部分组织：第一是新媒体在各个级别的应用，如人际互动、家庭、组织、群体和社会。第二是在各种社会情景下的新媒体使用，如跨文化、性别文化、健康、危机公关等。第三部分则重点分析了当下社会中一些热点现象和议题，如游戏、视觉、流行文化、科技信息和青少年儿童等等。

This course is an introductory course for new media research that aims to introduce students to the various areas of new media research, knowledge frontiers, core concepts and related theories. This course is based on three interrelated parts: the first is the application of new media at all levels, such as interpersonal interaction, family, organization, group and society. The second is the use of new media in various social situations, such as cross-cultural, gender culture, health, crisis public relations and so on. The third part focuses on some hot issues and topics currently, such as games, visuals, popular culture, scientific and technological information, and children and adolescents.

#### 16. 预达学习成果 Learning Outcomes

本课程预期让学生掌握以下知识、技能：

- 了解新媒体在各个社会层面和情景中的使用；
- 了解如何通过社会科学的视角理解这些现象；
- 了解新媒体的生产、使用、效果及社会意义。

This course is expected to provide students with the following knowledge and skills:

- Understand the use of new media at various social levels and scenarios;
- Learn how to understand these phenomena from social science perspectives;
- Understand the production, use, effects and social significance of new media.

#### 17. 课程内容及教学日历（如授课语言以英文为主，则课程内容介绍可以用英文；如团队教学或模块教学，教学日历须注明主讲人） **Course Contents (in Parts/Chapters/Sections/Weeks. Please notify name of instructor for course section(s), if this is a team teaching or module course.)**

本课程每节 2 课时，共计 32 课时

### 第一节：新媒体与人际传播

- 人际传播基本理论
- 线下人际传播与线上人际传播
- 社交媒体平台上的人际传播

### 第二节：新媒体与家庭传播

- 家庭角色与关系
- 手机使用、儿童与父母
- 青少年的手机使用

### 第三节：新媒体与组织传播

- 组织文化和沟通
- 组织内部的新媒体沟通
- 组织与外部的媒体沟通

### 第四节：新媒体与群体传播

- 小群体传播
- 非正式的网络群体传播

### 第五节：新媒体与社会发展和变迁

- 案例：城市与农村
- 案例：全球化与本土化
- 案例：脆弱人群的新媒体使用

### 第六节：新媒体与跨文化沟通

- 跨文化中的日常生活与新媒体
- 跨文化传播的比较研究：手机表情包的分析

### 第七节：新媒体与性别文化

- 女性的手机 APP 使用研究
- 性别认同、男子气概与新媒体



- 母亲身份 (motherhood)、父亲身份 (fatherhood)
- 老年人的性别差异与手机使用

#### 第八节：新媒体与健康沟通

- 健康传播、风险传播和环境传播的区别
- 态度和行为改变模式
- 手机中的健康信息研究

#### 第九节：新媒体与危机传播、公共关系

- 中国新媒体危机公关事件介绍
- 文本和修辞层面的危机公关
- 记者招待会中的新媒体危机公关
- 世界 500 强公司的社交媒体账号分析

#### 第十节：新媒体与游戏

- 作为传播的游戏
- 游戏的动机分析
- 游戏中的互动研究

#### 第十一节：新媒体与视觉

- 视觉文化介绍
- 文字-图片-视频的模式转化
- 视觉与形式分析

#### 第十二节：新媒体与流行文化

- 中国青少年流行文化介绍
- 抖音快手等在流行文化中扮演的角色
- 流行文化、亚文化和身份认同

#### 第十三节：新媒体与儿童、青少年

- 中国农村留守儿童的新媒体使用
- 中国小镇青少年的手机使用

#### 第十四节：新媒体与科技信息



- 人机互动
- 高科技信息公司
- 电子劳工

**第十五节：移动传播**

- 移动传播的理论模型
- 移动传播的场景应用
- 移动传播的功能分析

**第十六节：期末小组项目和作业点评**

**18. 教材及其它参考资料 Textbook and Supplementary Readings**

鲁曙明（2008）《沟通交际学》，北京：中国人民大学出版社。  
洪浚浩（2014）《传播学新趋势》，北京：清华大学出版社。

**课程评估 ASSESSMENT**

19. 评估形式 Type of Assessment	评估时间 Time	占考试总成绩百分比 % of final score	违纪处罚 Penalty	备注 Notes
出勤 Attendance		15%		
课堂表现 Class Performance				
小测验 Quiz				
课程项目 Projects				
平时作业 Assignments				
期中考试 Mid-Term Test				
期末考试 Final Exam		35%		
期末报告 Final Presentation		50%		
其它（可根据需要 改写以上评估方 式） Others (The above may be modified as necessary)				

**20. 记分方式 GRADING SYSTEM**

A. 十三级等级制 Letter Grading

B. 二级记分制（通过/不通过） Pass/Fail Grading

课程审批 REVIEW AND APPROVAL

21.

本课程设置已经过以下责任人/委员会审议通过

This Course has been approved by the following person or committee of authority