附件2

目 录

《传播学》教学大纲中基本教学内容共13章，此次教学设计的10个节段分别选自第1、3、5、6、7、9等7章。

1.传播的定义和特点…………………………………………………………………1

选自第1章：传播与传播学/第1节：传播

2.符号的定义、分类、基本功能………………………………………………2

选自第3章：符号与意义/第1节：符号

3.象征性社会互动与传播……………………………………………………………3

选自第3章：符号与意义/第3节：象征性社会互动

4.作为社会心理过程的人内传播…………………………………………………4

选自第5章：传播类型/第1节：人内传播

5.人际传播的特点和社会功能………………………………………………………5

选自第5章：传播类型/第2节：人际传播

6.集合行为的传播机制………………………………………………………………6

选自第5章：传播类型/第3节：群体传播

7.传播的社会功能…………………………………………………………………7

选自第6章：传播的功能/第2节：传播的社会功能

8.把关人和把关理论…………………………………………………………………8

选自第7章：传播者/第2节：媒介组织

9.麦克卢汉的“媒介决定论”………………………………………………9

选自第9章：传播媒介/第2节：传播媒介理论

10.“电视人”、“容器人”和“他律性欲望主义” …………………10

选自第9章：传播媒介/第3节：大众传播媒介的社会影响