

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	媒體與傳播文化	授課教師	藍毓華 LAN YU-HUA
	MEDIA, MASS COMMUNICATION, AND CULTURE		
開課系級	社會分析學門A	開課資料	必修 單學期 2學分
	TNUWB0A		
學 門 教 育 目 標			
一、引導學生將社會科學領域的方法與概念應用於社會生活中。 二、增進學生的自我瞭解、心理調適以及人際溝通能力。 三、透過課程的設計，提高學生分析社會現象及洞察社會問題的能力，進而能夠關懷人群及承擔社會責任。			
校 級 基 本 素 養			
A. 全球視野。 B. 資訊運用。 C. 洞悉未來。 D. 品德倫理。 E. 獨立思考。 F. 樂活健康。 G. 團隊合作。 H. 美學涵養。			
課程簡介	台灣受自由化思維影響，自80年代起，於媒體產業及教育政策上，大量開放新媒體與教育機構進入市場經營。加上網際網路和以其為基底的個人網站和媒體崛起，新聞媒體生態正急遽崩解中；如今，台灣媒體因過量開放，對媒體生態產生了負面影響。本課程整合文獻資料，輔以實際案例來探討媒體與傳播領域中的熱門議題，如何影響整體政治經濟和社會文化意識型態，進而得以提出反省與修正之觀點。		

本課程教學目標與目標層級、校級基本素養相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「校級基本素養」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「校級基本素養」。單項教學目標若對應「校級基本素養」有多項時，則可填列多項「校級基本素養」。(例如：「校級基本素養」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	校級基本素養
1	引導學生正確地認識傳媒領域，並藉此養成社會責任。		C2	CDEG
2	培養同學研究新聞、傳播之興趣，並引導同學思考新聞、傳播與社會間的問題。		C4	CDEG
3	整合產、官、學意見，思索解決或改善之道。		C6	CDEG

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	引導學生正確地認識傳媒領域，並藉此養成社會責任。	講述、討論、問題解決	報告、上課表現
2	培養同學研究新聞、傳播之興趣，並引導同學思考新聞、傳播與社會間的問題。	講述、討論、問題解決	報告、上課表現
3	整合產、官、學意見，思索解決或改善之道。	講述、討論、賞析、問題解決	報告、上課表現

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	106/02/13~ 106/02/19	課程介紹—課程目標、規定、授課大綱、計分方式與應注意事項等。(Syllabus)	
2	106/02/20~ 106/02/26	認識媒體—媒體的重要性/功能，特性和比較(I)。	
3	106/02/27~ 106/03/05	2/27(一)彈性放假。	
4	106/03/06~ 106/03/12	認識媒體—媒體的重要性/功能，特性和比較(II)。	
5	106/03/13~ 106/03/19	媒體與新聞：新聞「真實」嗎？- A. 新聞是甚麼？、B. 新聞的特質、C. 新聞產製場域、D. 新聞工作者。	

6	106/03/20~ 106/03/26	媒體與社會關係：水能載舟也能覆舟－A. 媒體與公民社會、B. 新聞自由與流弊。	
7	106/03/27~ 106/04/02	電影篇－「看」透媒體：「視」力與「影」響。(I) (播放影片：「作伙看電影」。)	
8	106/04/03~ 106/04/09	4/3(一)~4/7(五)教學觀摩週。	
9	106/04/10~ 106/04/16	電影篇－「看」透媒體：「視」力與「影」響。(II) (人類忘了說再見－電影「十二夜」的震撼。)	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	電影篇－「看」透媒體：「視」力與「影」響。(III)	
12	106/05/01~ 106/05/07	媒體與廣告：市場裡的媒體使用(I) -- (播放影片：台灣廣告史)。	
13	106/05/08~ 106/05/14	媒體與廣告：市場裡的媒體使用(II) - A. 廣告是甚麼？、B. 廣告在賣甚麼？、C. 廣告如何運作？、D. 廣告主控制與反制廣告。	
14	106/05/15~ 106/05/21	媒體與廣告：市場裡的媒體使用(III) - A. 廣告反應社會現象、B. 廣告設計趨勢。	
15	106/05/22~ 106/05/28	第四媒體：網路－A. N世代的衝擊對媒體的影響、B. N世代的特徵、C. 數位時代的傳播策略。	
16	106/05/29~ 106/06/04	5/29(一)彈性放假。	
17	106/06/05~ 106/06/11	數位傳播與網路安全素養 - A. 資料的使用、B. 隱私權、C. 網路霸凌、D. 數位公民、E. 網路平權。	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項		A. 準時完成並繳交指定作業，遲交者拒收且以零分計算。 B. 無期中/期末考試，期中/期末成績均以作業成績計算。	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		本課程教材自訂，另以 Moodle 遠距教學平台及 Facebook 社團作為課室之延伸。	

參考書籍	McQuiggan, S., Kosturko, L., McQuiggan, J., & Sabourin, J. (2015). Mobile Learning – A handbook for developers, educators, and learners. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. Wendy Griswold (2008)。變動世界中的文化與社會(Cultures and Societies in a Changing World)(黃信洋、曹家榮 等合譯)。台北：學富文化。 成露茜、羅曉南主編(2005)。批判的媒體識讀。新北市：正中。 江靜之譯(2003)。網際網路的衝擊：網際空間與網際網路的文化與政治。台北：韋伯文化。 林俊孝(2014)。可信與不可信？大學生媒介使用對電視新聞採用網路影音之新聞可信度影響——以台北、新北市為例。載於黃葳葳(主編)，數位世紀傳播生態(頁71-108)。台北：揚智。 唐·泰普史考特(2009)。N世代衝撞—網路新人類正在改變你的世界(Growing Up Digital: How the net generation is changing your world)(羅耀宗、黃貝玲、蔡宏明譯)。台北：McGraw-Hill。 康熙祥(2005)。媒體識讀。台北：揚智文化。 梅田望夫(2006)。網路巨變元年：你必須參與的大未來。台北：先覺。 湯馬斯·佛里曼(2007)。世界是平的。台北：雅言文化。 黃葳葳(2008)。數位傳播與資訊文化。台北：威士曼文化事業。 管中祥(2015)。公民不冷血——台灣公民行動影音紀錄資料庫的社會實踐。羅世宏、童靜蓉(編著)，社交媒體與新聞業。台北：允晨文化。 唐士哲、曾毓青、李香潔、洪硯儒、朱家賢(2015年6月)。民意的中介及其阻絕：九合一選舉中電視政論的表現。傳播文化與政治，1，75-100。 盧世祥(2008)。新聞公害與傳播倫理——不要被媒體牽著鼻子走。台北：允晨文化。
批改作業 篇數	2 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）
學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。