

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播理論	授課 教師	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	COMMUNICATION THEORIES		
開課系級	大傳二A	開課 資料	必修 上學期 2學分
	TAMXB2A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「文化行銷」之提案。</p> <p>B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」之基本倫理與道德。</p> <p>C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。</p> <p>D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「文化行銷」相關之議題。</p> <p>E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。</p>			
課程簡介	<p>傳播理論不只是「理論」，理解、認識傳播理論的發展與歷史，並且應用在當代各種傳播情境當中，傳論理論將是最有效的「工具」，幫助我們以分析當代各種傳播、政治、文化現象。各種傳播理論，更提供我們多元且批判的觀點養分，讓我們從歷史的角度理解並且預示傳播文化的現象與發展，以及身為傳播人的安身立命之所。</p>		
	<p>It introduces the main theoretical perspectives and arguments that underpin the study of media and communication theories.</p> <p>It gives students the opportunity to practise for improving their critical thinking skills and developing logic and reasoning skills and as a result improve students' analytical ability. There are many examples discussed and many opportunities to practise.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

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」、「系(所)核心能力」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「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」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	系(所)核心能力
1	在學習過程中得以擴展觀察/理解/分析當帶傳播與文化的現象，透過熟習傳播理論的內涵與視野，並從結構與內容的問題，進行深度探討。透過課堂討論、小組報告、心得反思等方式，使同學面對未來多變的傳播環境，更能見微知著、掌握關鍵的傳播與文化現象。	To introduce the basic concepts behind the communication theories and media system, including the changing mass media environment and impact of culture, politics, economy and technology. It encourages students to develop an understanding of the issues between mass media and social change; in particular, students could analyse specific media texts within cultural, political and economic contexts.	C4	ABCD

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	在學習過程中得以擴展觀察/理解/分析當帶傳播與文化的現象，透過熟習傳播理論的內涵與視野，並從結構與內容的問題，進行深度探討。透過課堂討論、小組報告、心得反思等方式，使同學面對未來多變的傳播環境，更能見微知著、掌握關鍵的傳播與文化現象。	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、實作、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	107/09/10~ 107/09/16	課程內容與上課方式介紹、課程總論與分組。	
2	107/09/17~ 107/09/23	傳播學概論？傳播理論發展與實踐的地圖 傳播理論的前世今生：起源、歷史、與發展	
3	107/09/24~ 107/09/30	大眾傳播與社會	
4	107/10/01~ 107/10/07	紀錄片觀賞與討論：大眾媒體、閱聽人、行銷、與說服。	
5	107/10/08~ 107/10/14	傳播效果研究-1 歷史發展與當代運用 從北美行政與效果研究歷史談起	
6	107/10/15~ 107/10/21	傳播效果研究-2文化工業的啟蒙與欺瞞	
7	107/10/22~ 107/10/28	大眾傳播與受眾閱聽人-1 說服研究，使用與滿足，第三人效果，沉默螺旋、涵化理論	
8	107/10/29~ 107/11/04	大眾傳播與閱聽人受眾-2 從接收分析 到文化研究 英國文化研究與伯明翰文化研究中心的歷史：	
9	107/11/05~ 107/11/11	大眾傳播與閱聽人受眾-3 閱聽人研究中的批判觀點 女性主義、迷、認同	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	傳播與文化 從Althusser意識形態分析 到Antonio Gramsci文化爭霸理論	
12	107/11/26~ 107/12/02	媒體文本解讀-1 內容分析、議題設定、框架分析等	

13	107/12/03~ 107/12/09	媒體文本解讀—2符號學分析、再現、他者、差異等	
14	107/12/10~ 107/12/16	傳播理論與科技1	
15	107/12/17~ 107/12/23	傳播理論與科技2	
16	107/12/24~ 107/12/30	傳播理論與科技3: e-waste	
17	107/12/31~ 108/01/06	傳播理論與未來：政策制度、媒體環境、公民社會的想像	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>除授課者逐週準備材料及參與講述，課程參與者應該完成以下工作：</p> <p>個人平時表現50%(包括出席次數、課堂綜合表現、個人心得報告2篇) 分組表現30%(包括一次期中課堂報告、1新聞導讀小報告、分組討論表現) 期末考試20%</p> <p>個人平時表現 (50%)：</p> <p>(1) 課程讀物心得報告一次 (500-800字) (15%) 根據每週讀物範圍，撰寫心得，不需重複所讀內容，而是針對物內容提出反思、批判、與心得，不超過800字。(上課前一天上傳到課程平台「或email群組」，上課當天印出來一張A4交給老師)</p> <p>(2) 非課程讀物心得報告一次 (1000字以下) (15%) 非上課讀物，請自行找到一本書 (不限題材)，並說明：為何選擇這本書？簡短介紹這本書 (不超過300字)，並與這本書「對話」，針對物內容提出反思、批判、與心得，以及新的發想。</p> <p>(3) 出席率 (20%) 三次點名未到即直接扣總成績40分</p> <p>分組表現 (30%)：</p> <p>(1) 分組新聞導讀小報告 (10%) 正式上課前，分享當週與傳播文化議題相關的新聞 (五則以內)，並且說明挑選這些新聞的理由、以及這些新聞與「我們有什麼關係」？此外，可針對其中一則新聞，深度分析與批判 (利用所學的傳播理論工具)。(每組有10分鐘)</p> <p>(2) 期中末分組報告 (20%) 從期中考周後，每一組需要找一個傳播現象做為主題，並以相關傳播理論，分析解釋批判這個傳播現象。以你們討論出來的方式，重新拆解、詮釋、發展一個你們對於該傳播現象的「新的再現」。每組會有20分鐘可以「展演」你們的報告內容。</p> <p>期末考試20%</p> <p>附註：大傳系上課規範</p> <p>一、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。</p> <p>二、「無故缺席」累計3次，或請假日數超過 (含) 全學期上課日1/3者，學期成績即計為「不及格」。</p> <p>三、上課時間不得使用手機、電腦等通訊設備，除非經教師同意或做指定用途。</p>		
教學設備	電腦		
教材課本	綜合參考書目編制		

<p>參考書籍</p>	<p>《傳播批判理論》。張錦華 (1994) 《女性與媒體再現》。林芳玫 (1996) 《傳播符號學理論》張錦華等譯 (2002) 《大眾傳播理論》(李金銓, 2005) 《大眾傳播理論與實證 (三版)》(翁秀琪, 2011) 《傳播理論史：回歸勞動》(馮建三、羅世宏譯2010) 《傳播理論-起源、方法與應用》(羅世宏譯2010) 《新聞業的危機與重建：全球經驗與台灣省思》(羅世宏譯2010) 《文化研究：理論與實踐》(羅世宏等譯2010) 《社群媒體批判理論》(羅世宏譯2017) Fuchs, C., & Mosco, Vincent, editor. (2016). Marx and the political economy of the media (Paperback ed., Studies in critical social sciences. Fuchs, C., & Sandoval, Marisol, editor. (2014). Critique, social media and the information society(Routledge studies in science, technology, and society ; 23). Golding, P., & Murdock, Graham. (1997). The Political economy of the media / Vol. 1 (The international library of studies in media and culture; 2). Cheltenham ;: Edward Elgar. Trottier, D., & Fuchs, Christian, editor. (2015). Social media, politics and the state : Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube (Routledge research in information technology and society ; 16). Mosco, V. (2009). The political economy of communication (2nd ed.). London: SAGE.</p>
<p>批改作業 篇數</p>	<p>篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)</p>
<p>學期成績 計算方式</p>	<p>◆出席率： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈80% (包括心得作業、口頭報告、分組)〉：80.0 %</p>
<p>備考</p>	<p>「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。</p>