

國立交通大學課程綱要

開課單位	傳播與科技學系	授課教師	張玉佩	授課學期	九十九學年度下學期
課程名稱	閱聽人與流行文化			人數上限	無
英文名稱	Audience and Popular Culture			授課時間	星期二 BCD
學分數	3	上課時數	3	授課地點	HK 207
<p>課程目標：</p> <p>本課程之課程目的，是以閱聽人研究(audience research)的角度出發，探討大眾傳播媒介之內容如何導引閱聽人思考、進入閱聽人生活以及為閱聽人挪用等，課程期望透過文獻閱讀與日常生活案例的討論，引領同學深入剖析當代流行文化的成形。</p>					
<p>課程綱要：</p> <p>第一週 課程介紹</p> <p>第二週 消費的歷史（第一章）</p> <p>第三週 文化消費=操弄（第二章）</p> <p>第四週 文化消費=溝通（第三章）</p> <p>第五週 文化消費=溝通（第三章）</p> <p>第六週 文化消費的文本解讀（第五章）</p> <p>第七週 春假（放假一次）</p> <p>第八週 課堂活動：「衣服」作為符號溝通的符碼</p> <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 文化消費的生活脈絡（第六章）</p> <p>第十一週 文化消費的生活脈絡（第七章）</p> <p>第十二週 文化消費與認同（第七章）</p> <p>第十三週 影視欣賞與討論《預見百分百的巧合愛情》</p> <p>第十四週 文化消費與認同（第八章）</p> <p>第十五週 文化消費與認同（第八章）</p> <p>第十六週 期末報告（一）</p> <p>第十七週 期末報告（二）</p> <p>第十八週 繳交期末報告</p>					
<p>參考書目：</p> <p>Storey, J. [1999]. <i>Culture consumption and everyday life</i>. London: Arnold.（張君玫譯（2001）。《文化消費與日常生活》。台北：巨流。）</p>					

課程進行方式、課程要求及評分標準：

**課程要求：**

1. 習慣性缺課者，請勿修習本課程。
2. 請勿遲到或早退。
3. 課程要求同學**事先預習**指定教材。

**課程進行方式：**

課程進行方式，以老師授課為主，同學討論為輔。

課程之前兩個小時，老師將導讀指定閱讀範圍；後一小時，將由同學們進行案例分析。案例分析之主題，以媒體與流行文化為範疇，以團體方式進行。原則上，每2人為一組，進行主題報告與團體討論。團體報告時間，以20分鐘為限，無須繳交書面報告，但須於上課時準備相關的討論資料。

期末報告以案例分析為雛形，進行完成的報告撰寫。報告分為口頭報告與書面報告，口頭報告以10分鐘為限；書面報告以5000字左右為原則。

加分原則：同學事先閱讀指定文獻，撰寫500字心得報告或問題討論，於上課時繳交。繳交一次，加期中考3分。

課堂活動：「衣服」作為符號溝通的符碼。本次活動，請同學們分別在「實際」日常生活中，進行衣著服飾的觀察；觀察進行的場景，希望特別是在「典禮儀式」（宴會、婚禮、喪禮、出殯、開學典禮、畢業典禮等）或者是「特殊文化情境（客家文化、僑居地文化、原住民文化、出國旅遊）」。

將「服裝」視為文化消費符號，進行分析與詮釋。

每位同學準備2頁ppt，進行口頭報告。

**評分標準：**

課堂活動	20 %
期中考	30 %
期末報告	50 %