

中山大學政治學研究所 九十五學年度上學期 地方媒體與政治行銷

Local Media and Political Marketing

授課教師：劉正山 助理教授

上課時間：R 14:10-17:00

上課地點：社 3008

網站：<http://www2.nsysu.edu.tw/politics/liu>

研究室：社 4041

談話時間：M 16:00-17:00或另約

聯絡電話：07-5252000 分機5555

Course Description

本課程的內容在探討選民如何受媒體的影響，以及媒體在選舉中如何被使用來影響選民。這門課的目標在幫助同學理解理論建構的方式、這個領域研究的現況，以及尋找研究的題材。透過對理論的瞭解，將有助於同學看清媒體與選民之間的互動關係。課程主題由廣到窄，包括研究的範疇、重要的媒體影響理論、哥倫比亞學派的反向思考脈絡、選民多大的程度被媒體影響，以及競選行銷手法的研究，如民調與競選廣告。本課程鼓勵同學將所學的理论視野，應用在全國性及地方選舉的觀察上。

Course Requirement

課程要求	%
課程參與	20
第一篇期中報告	10
第二篇期中報告	10
第三篇期中報告	20
期末研究報告	30
口頭簡報	10
總計	100

同學必須在每週課前完成預習的工作，預習時應記筆記供討論及寫作報告之用。上課時應將個人的筆記及課程大綱帶到課堂。學期初每人選擇三週作為期中報告寫作的主題（分別佔10%、10%、20%），並另選三週擔任該星期的討論領導人。期中報告為每次預習的心得，每篇長約1,500字，必須於選定寫作的該週開始上課前繳交，批改後將於隔週上課時發回。期中報告針對文獻的評論應佔篇幅一半以上，未達此要求的報告會被退回重寫。評論的內容包括：議題本身的重要性、研究動機的趣味性、理論的周全程度、研究方法的周嚴程度及創造性、或是推論或結論的合理性等等。

期末研究報告長約3,000字（佔30%），目的在訓練同學對課程相關的研究議題有獨立發問及尋找答案的能力。同學必須於95年10月18日之前提出題目和大綱，以便接下來在學期中與老師討論、修正題目、進行寫作。完稿應於民國96年1月15日下午5點前繳交。所有書面的作業應以電腦打字列印、12號字體、雙倍行距，並於裝訂於報告的左上角。以下資訊皆應明載於封面上：課程名稱、報告種類（第一、第二、或第三次期中報告或期末報告）、姓名、學號、繳交日期，以及聯絡方式。為鼓勵同學以英文表達想法，報告若以英文寫作，則視表現於期末總分加1%~15%。除了課堂上的領導討論可以合作之外，所有書面寫作必須獨立完成，引用必須載明出處，並嚴禁任何形式的抄襲行為。

除了平時課堂參與討論（佔20%）之外，同學在學期末必須對全班進行所寫的研究報告的口頭簡報（佔10%），老師將以能否在短時間內清楚傳達研究成果的程度作評分依據。

Assigned Texts

- 每周的指定期刊及專書專章；學期中視課程需要進行調整。

Topics & Schedule

1、[9/21] 課程介紹; [9/28] 停課一次

2、[10/5] 政治傳播研究的回顧與現況

- 注意：本週亦將教授利用資料庫學習的方法。下課前每人選定期中報告及領導討論的週次主題（第三週到第十五週）。
- Graber, D.A. & Smith, J. (2005). Political communication faces the 21st century. *Journal of Communication*, 55 (3) , 479-507.
- 彭懷恩，2005，*競選傳播*，風雲論壇出版，Chapters 1, 2 & 3

3、[10/12] 媒體社會影響效果的研究的概況

- 鄭翰林編譯，2003，*傳播理論Q&A*，風雲論壇出版，Chapters 11, 12, 13, & 14
- Rogers, E.M. (2004). Theoretical Diversity in Political Communication. In *Handbook of Political Communication Research*. Kaid, L.L.(Ed.) , 3-16. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

4、[10/19] 媒體影響：沉默螺旋理論（**The Spiral of Silence**）

- 注意：本周上課前應繳交期末報告提案，兩頁為限，內容應包括預訂的題目、寫作動機，以及延申書目。
- Noelle-Neumann, E. & Petersen, T. (2004). The Spiral of Silence and the Social Nature of Man. In *Handbook of Political Communication Research*. Kaid, L.L.(Ed.) , 339-356. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Huang, H.P. (2005). A cross-cultural test of the spiral of silence. *International Journal of Public Opinion Research*, 17 (3) , 324-345.

5、[10/26] 媒體的影響：議程設定效應（**Agenda Setting**）

- Abbe, O.G.; Goodliffe, J.; Herrnson, P.S. & Patterson, K.D. (2003). Agenda setting in congressional elections: The impact of issues and campaigns on voting behavior. *Political Research Quarterly*, 56 (4) , 419-430.
- Kioussis, S.; McDevitt, M. & Wu, X. (2005). The genesis of civic awareness: Agenda setting in political socialization. *Journal of Communication*, 55 (4) , 756-774.

6、[11/2] 媒體影響：框架效應（**Framing**）與製造混淆（**Ambivalence**）

- Price, V.; Nir, L. & Cappella, J.N. (2005). Framing public discussion of gay civil unions. *Public Opinion Quarterly*, 69 (2) , 179-212.
- 二選一：
 - Craig, S.C.; Martinez, M.D.; Kane, J.G. & Gainous, J. (2005). Core values, value conflict, and citizens' ambivalence about gay rights. *Political Research Quarterly*, 58 (1) , 5-17.
 - Basinger, S.J. & Lavine, H. (2005). Ambivalence, information, and electoral choice. *American Political Science Review*, 99 (2) , 169-184.

7、[11/9] 媒體影響：第三人效應（**Third Person Effects**）

- Mutz, D. & Martin, P. (2001). Facilitating communication across lines of political difference: The role of mass media. *American Political Science Review*, 95 (1) , 97-114.
- Park, S.Y. (2005). The influence of presumed media influence on women's desire to be thin. *Communication Research*, 32 (5) , 594-614.

8、[11/16] 媒體真有力？

- 王業立、郭應哲、林佳龍等譯，2003，最新政治學爭辯的議題，Chapter 6.
- Huckfeldt, R.; Ikeda, K. & Pappi, F.U. (2005). Patterns of disagreement in democratic politics: Comparing Germany, Japan, and the United States. *American Journal of Political Science*, 49 (3) , 497-514.

9、[11/23] 到底是媒體的影響抑或家人朋友的影響？

- Mutz, D. (2002). Cross-cutting social networks: Testing democratic theory in practice. *American Political Science Review*, 96 (1) , 111-126.
- 彭懷恩，2005，競選傳播，Chapter 10

10、[11/30] 選民如何處理選舉資訊？

- Sotirovic, M. & M., M.J. (2004). Knowledge as Understanding: The Information Processing. In *Handbook of Political Communication Research*. Kaid, L.L.(Ed.) , 357-394. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Oliver, M.B. (2002). Individual differences in media effects. In *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Bryant, J. & Zillmann, D.(Eds.) , 507-524. Mahwah, NJ: L. Elbaum Associates.

11、[12/7] 選擇性接觸 (Selective Exposure) 與選擇性接收 (Selective Perception) 的研究

- Zillmann, D.; Chen, L.; Knobloch, S. & Callison, C. (2004). Effects of lead framing on selective exposure to Internet news reports. *Communication Research*, 31 (1) , 58-81.
- Knobloch, S.; Callison, C.; Chen, L.; Fritzsche, A. & Zillmann, D. (2005). Children's sex-stereotyped self-socialization through selective exposure to entertainment: Cross-cultural experiments in Germany, China, and the United States. *Journal of Communication*, 55 (1) , 122-138.

12、[12/14] 政治行銷的研究

- Newman, B.I. (2002). Editorial: Broadening the boundaries of marketing: Political marketing in the new millennium. *Psychology & Marketing*, 19 (12) , 983-986.
- Newman, B.I. & Perloff, R.M. (2004). Political Marketing: Theory, Research and Applications in *Handbook of Political Communication Research*. Kaid, L.L.(Ed.) , 17-44. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- 注意：本週老師將於課堂上發期末報告評分表及論文寫作格式參考資料。

13、[12/21] 民意、民調與競選

- Son, Y.J. & Weaver, D.H. (2006). Another look at what moves public opinion: Media agenda setting and polls in the 2000 US election. *International Journal of Public Opinion Research*, 18 (2) , 174-197.
- 彭懷恩，2005，競選傳播，Chapters 6, 7, 8, & 9。
- 盛治仁，2006，台灣首次總統選舉出口民調探討：我們學到了什麼？收於梁世武主編「政治傳播與競選策略」，頁3-28。

14、[12/28] 廣告與政治廣告的邏輯

- Kaid, L.L. (2004). Political Advertising. In *Handbook of Political Communication Research*. Kaid, L.L.(Ed.) , 155-202. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- 鈕則勳，2006，政治廣告：理論與實務，Chapters 1, 12, & 13.
- 鈕則勳，2006，2004 年大選國親陣營競選廣告策略之效果分析，收於梁世武主編「政治傳播與競選策略」，頁247-297。

15、[1/4] 負面廣告效應的研究

- King, J.D. & McConnell, J.B. (2003). The effect of negative campaign advertising on vote choice: The mediating influence of gender. *Social Science Quarterly*, 84 (4) , 843-857.
- Stevens, D. (2005). Separate and unequal effects: Information, political sophistication and negative advertising in American elections. *Political Research Quarterly*, 58 (3) , 413-425.
- **注意**：本周抽籤決定口頭發表的時間

16、[1/11] 課程總結& 學期報告發表會

- **參考**：鄭自隆，2006，2004年台灣總統大選媒體表現檢討：社會責任論觀點，收於梁世武主編「政治傳播與競選策略」，頁75-108。
- **注意**：期末研究報告截止時間為1/15下午5點。

18、[1/18] 學期報告發表會之二