

香港教育大學
科目大綱

第一部分

課程名稱	: 中國語文教育榮譽學士 語文研究榮譽文學士
課程 QF 程度	: 5
科目名稱	: 媒體寫作 (Media Writing)
科目編號	: CHI2571
負責學系	: 文學及文化學系
學分	: 3
教學課時	: 39
先修科目	: 無
授課語言	: 中文
程度	: 2

第二部分

香港教育大學(教大)的畢業生素質(Graduate Attributes)及七個共通學習成果(Seven Generic Intended Learning Outcomes, 7GILOs) 分別代表了教大畢業生應具備的素質及能力。學習成果分為大學層面(GILOs)、課程層面(PILOs)以及科目層面(CILOs)，三個層面的學習成果相輔相成，共同培育學生發展所需的重要畢業生素質。

本科生、修課式研究生以及研究式研究生的畢業生素質包含以下三個範疇「英文簡稱“PEER & I”」：

- 專業卓越 (Professional Excellence)
- 道德責任 (Ethical Responsibility)
- 創新 (Innovation)

就上述三個範疇，大學為本科生、修課式研究生以及研究式研究生訂立了不同的指標，以反映其素質水平。

七個共通學習成果(7GILOs)分別是：

1. 解決問題能力 (Problem Solving Skills)
2. 批判思考能力 (Critical Thinking Skills)
3. 創造性思維能力 (Creative Thinking Skills)
- 4a. 口頭溝通能力 (Oral Communication Skills)
- 4b. 書面溝通能力 (Written Communication Skills)
5. 社交能力 (Social Interaction Skills)
6. 倫理決策 (Ethical Decision Making)
7. 全球視野 (Global Perspectives)

1. 科目概要

本科介紹媒體的類型、發展、傳播方式與受眾特點，讓學生探討不同媒體的寫作類型、方法，配合傳意目的與受眾需要，運用適當的寫作策略，有效傳達信息。

2. 科目預期學習成果

- 成果一： 描述並分析媒體的類型、發展、傳播方式與受眾特點；
成果二： 了解媒體的寫作類型與寫作特點，加深對中文媒體的認識；及
成果三： 評析媒體特點、傳意目的與受眾需要，應用適當的策略寫作，傳達信息。

3. 科目內容、預期學習成果及教與學活動

教授內容	科目預期學習成果 (CILOs)	教與學活動
<ul style="list-style-type: none">● 媒體的類型與發展<ul style="list-style-type: none">➢ 報紙➢ 電視➢ 電台與網路	成果一	<ul style="list-style-type: none">● 講授、研習媒體理論的相關文獻、小組討論。
<ul style="list-style-type: none">● 媒體的傳播特質與受眾分析	成果一	<ul style="list-style-type: none">● 講授、研習媒體理論的相關文獻、小組討論。
<ul style="list-style-type: none">● 媒體的寫作特點<ul style="list-style-type: none">➢ 敘事手法➢ 聲音與畫面的描述➢ 語言運用與語體風格➢ 圖表與圖像運用	成果二 成果三	<ul style="list-style-type: none">● 講授、資料搜集、討論及分析媒體常見的表達方式、因應情境的特點運用適當的方式寫作。
<ul style="list-style-type: none">● 媒體的寫作類型與方法<ul style="list-style-type: none">➢ 新聞➢ 特寫專題➢ 訪問➢ 廣告	成果二 成果三 (等)	<ul style="list-style-type: none">● 講授、搜集並比較不同地區及不同手法的媒體寫作成品、小組討論及匯報、因應類型特點及目的寫作。

4. 評核

評核課業	所佔比重	科目預期學習成果 (CILOs)
(a) 個人寫作活動 (1-2 次)。	20%	成果二 成果三
(b) 個人習作： 自選一次校內或校外文化活動，進行實地採訪和寫作一篇不少於 1,500 字的報道。 或	30%	成果一 成果二

自選一項社會議題，運用媒體寫作的理論知識，撰寫評論文章一篇，不少於 1,500 字。		
(c) 小組專題設計：選取本港現有的機構/品牌，檢視其宣傳推廣方式，分析其優點及不足之處，並為機構/品牌構思全新的廣告/宣傳片。 或 自訂主題，攝製約 10 分鐘的影像，寫作旁述文字，配合適當的媒體傳意手法，製作專題報告。	50%	成果一 成果二 成果三（等）

5. 指定教科書

無

6. 推薦書目

賴蘭香（2012）：《傳媒中文寫作》（全新修訂本），香港，中華書局。

馮偉才、黃勁輝、黃淑嫻（2008）：《新聞寫作 從心出發》，香港，香港教育圖書公司。

王洪鈞（2000）：《新聞報導學》，台北，中正書局。

鄭貞銘、廖俊傑、周慶祥（2010）：《新聞採訪與寫作》，台北，威仕曼文化事業股份有限公司。

政大傳院媒介寫作教學小組（2009）：《傳媒類型寫作》，台北，五南圖書出版公司。

王璞編著（2009）：《現代傳媒寫作教程》，香港，三聯書店。

黃天賜（2011）：《新聞評論寫作》，香港，中華書局。

黎運漢、李軍（2001）：《商業語言》，台北，臺灣商務印書館。

詹姆士·堆徹爾（James B. Twitchell）著，陸劍豪譯（2002）：《經典廣告 20》，台北：商周出版。

胡元輝主編，中正大學電訊傳播研究所著胡元輝、李岳昇、韋苡爭著（2010）：《新聞革命進行式：全球崛起的公民媒體》，台北：先驅媒體社會企業。

黃曼琴：《廣告學》，台北：普林斯頓國際有限公司，2010 年 7 月。

蕭湘文：《廣告創意》，台北：五南圖書出版股份有限公司，2003 年 10 月二版二刷。

黎運漢、李軍：《商業語言》，台北：臺灣商務印書館，2001 年 5 月。

邱順應編著：《廣告文案：創思原則與寫作實踐》，台北：智勝文化事業有限公司，2008 年 1 月。

邱順應：《廣告修辭新論：從創意策略到文圖實踐》，台北：智勝文化事業有限公司，2013 年 2 月。

丁柏銓主編：《廣告文案寫作教程（第二版）》，上海：復旦大學出版社，2005 年 9 月。

Plessis, E. 著，李子等譯（2007）：《廣告新思維》，北京，中國人民大學出版社。

王軍元（2005）：《廣告語言》，上海，漢語大詞典出版社。

- 王泰興（主編）（2000）：《有聲傳播語言應用》，北京，中國廣播電視出版社。
- 王毓莉（主編）（2006）：《廣電暨新興媒體寫作的理論與實務》，台北，五南圖書出版公司。
- 賀雪飛（2007）：《全球化語境中的跨文化廣告傳播研究》，北京，中國社會科學出版社。
- 劉艷春（2004）：《電視廣告語言：類型與創作》，北京，中國經濟出版社。
- 鄭興東（1999）：《受眾心理與傳媒引導》，北京，新華出版社。
- Vincent F. Filak (2016). *Dynamics of Media Writing: Adapt and Connect. Writing for television, radio, new media* (9th ed.). New Delhi: Sage Publication India Pvt. Ltd.
- M. Grazia Busà (2014). *Introducing the Language of the News*. New York: Routledge.

7. 相關網絡資源

無

8. 相關期刊

《應用寫作》，長春，應用寫作雜誌社。

9. 學術誠信

本校堅持所有學術作品均須遵守學術誠信的原則，詳情可參閱學生手冊 (<https://www.eduhk.hk/re/modules/downloads/visit.php?cid=9&lid=89>)。同學應熟讀有關政策。

10. 其他資料

無

2019年4月12日