

2018 年中華傳播學會年會徵稿公告

年會主題：媒體匯流風的再思考

投稿時間：2018 年 2 月 1 日 00：00 分至 2018 年 3 月 1 日 23 點

59 分 59 秒（以年會線上投稿系統時間為準。）

投稿方式：

1. 全文投稿（可參加優秀論文角逐）
2. 摘要投稿（包含問題意識、基本文獻、研究方法與可能的貢獻等。投稿字數至少 2000 字。並須於 2018 年 5 月 23 日繳交論文全文）
3. 年會亦歡迎 panel 等專題徵稿。

年會日期：2018. 6. 30-2018. 7. 01

年會地點：玄奘大學

徵稿詳細內容如下：

壹、年會主題：媒體匯流風的再思考

傳播生態快速轉換，不但催生出新的傳播科技、傳播產業，也讓傳統媒體有了不同面貌。這些新、舊媒體有的各自發展，多數則是新舊交融，並以最快的速度傳播人們的思惟，創造出前所未見的傳播盛況。傳播學界透過研究爬梳豐碩的傳播素材，逐步形塑 21 世紀嶄新的傳播風。

新舊媒體交融匯流出眾多新傳播行為，一段時間以來，正負現象陸續出現，值得

學界繼續探究。例如，當今國內網路媒介廣告量，已然超越傳統主流媒體；網路一方面固守傳統買賣機制，同時也創造全新的廣告購買制度。人們的點閱行為難逃電腦與程式偵測，廣告業進入大數據的新探險時代。

新聞產業方面，傳統媒體尚未度過景氣寒冬，新媒體也還未找到新聞的春天；人們日益依賴社群媒體，愈來愈不信任傳統大眾媒體。後真相與後現代的假新聞現象，不但擾亂新聞市場，更成為影響民主輿論的重大威脅。

此外，新舊媒體交融匯流，確實有助快速傳播，且增加傳播者主動性。但類似 Youtuber 或臉書直播等網紅盛行，以及社群媒體提高個資外流風險，都是當代社會必須正視的課題。

新舊媒體交融匯流的各類傳播現象，幾乎顛覆了眾多過往的傳播課題。2018 中華傳播年會將在風城新竹玄奘大學舉行，相關傳播論述進入你我的傳輸神經，提示我們應該再思考、再評價新舊媒體交融匯流的各式傳播現象。

中華傳播學會歡迎華人傳播學界踴躍參與，再一次開啟眾聲喧譁的傳播風。

具體子題如下：

- 一、思辨新舊傳播教育的變革與發展。
- 二、網路閱聽人研究新論述。
- 三、探討假新聞現象。
- 四、新型態廣告機制與市場調查。
- 五、傳播的跨界與延伸。

Issue: Rethinking the Confluence of Old and New Media

The rapid transformation of communication ecology has not only led to the emergence of new communication technology and industries but has also given the traditional media a new image. Although some of these old and new media develop independently, most of them share and exchange their communication means, resulting in the rapid dissemination of ideas and causing an unprecedented flourish of

the communication field. Through research on the rich materials of communication, related academic fields has gradually shaped a new communication style for the 21st century.

The confluence of old and new media has resulted in numerous new communication behaviors, and positive and negative phenomena have continually appeared for a number of years, which is a topic worthy of academic research. For example, the volume of online advertising in Taiwan has already exceeded that in the conventional mainstream media. Although online advertisement media adhere to conventional trading mechanisms, they have led to the creation of a new advertising purchasing system. In addition, users' click-through behaviors can be fully captured by computers and programs, allowing the advertising industry to enter a new era of big data exploration.

Regarding the journalism industry, the difficult period for conventional media is not yet over, and new media are yet to discover a spring for journalism. People are increasingly reliant on social media and distrustful of conventional mass media. So-called "fake news" in the post-truth and postmodern era not only disrupts the journalism market but also poses a major threat to democracy and public opinion.

The confluence of old and new media facilitates rapid communication while increasing initiative among communicators. However, the prevalence of online celebrities such as YouTubers or Facebook livestreaming celebrities and the increased risk of personal information leakage by social media sites are topics that must be addressed by contemporary society.

Various communication phenomena due to the confluence of old and new media have led to the near subversion of various conventional communication topics. The 2018 Annual Conference of the Chinese Communication Society will be held at Hsuan Chuang University in Hsinchu City, Taiwan. Conference participants will gain access to relevant communication discourses, and this may compel them to reconsider and reassess various communication phenomena due to the confluence of old and new media.

The Chinese Communication Society welcomes the active participation of Chinese communication academics to engage in an earnest discussion on communication.

The specific subtopics of the conference are as follows.

1. Analysis of the changes in and development of old and new communication education
2. Discussion on new research discourse related to online audience.
3. Exploring the phenomenon of fake news
4. New advertising mechanisms and market survey
5. The transboundary phenomenon and extension of communication

貳、徵稿

一、論文徵稿：

- (一) 徵求符合年會主題「**媒體匯流風的再思考**」之論文。
- (二) 年會亦歡迎非本次年會主題之 其他傳播相關領域論文投稿。
- (三) 論文徵稿分社會組與學生組，須繳交全文，並可參加優良論文角逐。

二、專題與論文摘要徵稿：

- (一) 年會歡迎申請人提出專題座談（Panel、Workshop）的企劃書，經審查通過後，將安排於 2018 年會中發表。
- (二) 年會歡迎教師與學生就大會主題或傳播相關議題進行論文摘要投稿，摘要投稿字數至少 2000 字。大會將協助摘要通過者正式發表，發表時間將視場次安排而定，摘要投稿之論文不得參加優秀論文競賽。

三、投稿辦法：

- (一) 中華傳播學會 2018 年會論文、專題座談企畫書投稿採用線上投稿系統，請使用 PDF 格式檔上傳。
- (二) 論文上傳分為「論文摘要」和「論文全文」兩部分，請皆以 PDF 檔上

傳。

論文摘要投稿體例：

- (一) 摘要投稿包含問題意識、基本文獻、研究方法與可能的貢獻等。摘要投稿字數至少 2000 字。
- (二) 請在 2018 年 5 月 23 日前交出論文全文給大會，以便轉交會議論文評論人，及排入議程中。論文全文字數約為 1 萬 5000 字。
- (三) 論文上傳時請以 PDF 檔上傳。
 - ※論文摘要：檔案內應包含論文名稱、中英文摘要與關鍵字。
 - ※論文全文：檔案內應包含論文名稱、中英文摘要、關鍵字與本文。
 - ※兩份檔案內，皆勿出現作者資料，也不要以作者姓名做為檔案名稱。

五、專題座談投稿企劃書之格式說明：

- (一) 企劃書首頁應包含：1.主題及相關子題。2.主持人、評論人及各子題發表人之姓名、服務單位、職銜、Email 和其他聯絡方式。
- (二) 企劃書次頁及以下各頁，請列出主題及各子題摘要（各子題摘要以 800 ~1000 字為主）。

主題(Main Theme)	主題列舉，供投稿人參考。
傳播理論組 Communication Theory	大眾傳播 (Mass Communication) 、 傳播史 (Communication History) 、 傳播哲學 (Philosophy of Communication) 、 傳播教育 (Communication Education) 、 研究方法 (Research Method) 、 媒體素養 (Media Literacy) 等等。

<p>新聞傳播組</p> <p>Journalism Communication</p>	<p>新聞學理論 (Journalism Theory) 、</p> <p>新聞自律 (Self-regulation and Law of Journalism) 、</p> <p>新聞倫理 (Journalism Ethics)、新聞工作者 (含攝影記者) 研究 (Journalists (photographers) Research) 、</p> <p>新聞組織研究 (The Research of News Organization) 、</p> <p>新聞與科技 (Journalism and Technology) 、</p> <p>新聞工作策略與產製分析 (Professional Strategies and Production Analysis of Journalism) 、</p> <p>資料新聞學 (Data Journalism) 等等。</p>
<p>口語傳播組</p> <p>Oral Communication</p>	<p>語言與社會互動 (Language and Social Interaction) 、</p> <p>語藝研究 (Rhetorical & Communication) 、</p> <p>人際溝通 (Interpersonal Communication、</p> <p>組織溝通 (Organizational Communication) 、</p> <p>小團體溝通 (Small group Communication) 、</p> <p>跨文化傳播 (Intercultural Communication) 、</p> <p>論述分析 (Discourse Analysis) 等等。</p>
<p>說服與策略傳播</p> <p>Persuasive and Strategic</p>	<p>廣告 (Advertising) 、</p> <p>公關 (Public Relations) 、</p> <p>行銷傳播 (Marketing Communication) 、</p>

Communication	<p>健康傳播 (Health Communication) 、</p> <p>政治傳播 (Political Communication) 、</p> <p>風險傳播 (Risky Communication) 等等。</p>
<p>傳播產業與政策組</p> <p>Communication</p> <p>Industry and Policy</p>	<p>媒介管理 (Media management) 、</p> <p>傳播生態與社會 (Media Ecology and Society) 、</p> <p>全球化與社會變遷</p> <p>(Globalization and International Communication) 、</p> <p>傳播政治經濟學 (The Political Economy of Communication) 、</p> <p>媒體產業 (Media Industry) 、</p> <p>創意產業 (Creative Industry) 等等。</p>
<p>文化研究組</p> <p>Cultural Studies</p>	<p>媒介批判 (Media Criticism)</p> <p>影像與視覺文化 (Media Cultural Studies)</p> <p>電影研究 (Film Studies)</p> <p>俗民/流行傳播 (Popular Communication)</p> <p>性別與傳播 (Gender Communication)</p> <p>族群階級與傳播 (Ethnicity and Race Communication) 、</p> <p>文創產業 (Cultural and Creative Industry) 、</p> <p>視覺傳播 (Visual Communication) 等等。</p>
數位傳播組	教育傳播 (Instructional Communication) 、

Digital Communication (質化/量化)	教育科技 (Educational Technology) 、 傳播科技 (Communication & Technology) 、 電訊傳播 (Telecommunication) 、 新興科技與社會 (Emergent Technology & Society) 、 社群媒體 (Social Media) 、 行動傳播 (Mobile Communication) 、 數位落差 (Digital Divide Web2.0/3.0) 等等
其他類組 Others	任何相關無法歸入以上類組的傳播議題

年會 Q&A 信箱： ccs2018paper@gmail.com

投稿時間：臺灣時間 2018 年 2 月 1 日 00：00 分至 2018 年 3 月 1 日 23：59 分止，以年會線上投稿系統時間為準。

※完成線上投稿程序，方為完成投稿。

※錄取名單將於 2018 年 4 月底前以網站公告和電子郵件通知。海外投稿的審查結果會提前於 2018 年 3 月底前以電子郵件通知投稿者。