

109 年特種考試地方政府公務人員考試試題

等別：三等考試

類科：新聞（選試英文）、新聞（選試日文）

科目：傳播理論

一、請自行選擇一種你所熟知的傳播理論，並請應用該理論來分析或解釋當前「播客」(Podcast) 在全球各地蔚為流行的原因。(25 分)

【解題關鍵】

1. 《考題難易》★★☆☆☆

2. 《破題關鍵》「播客」(Podcast) 的討論度越來越高，隨之未來出現於國考命題的次數也會增加，大家都要特別留意國內外播客的相關實例與發展~本題可用使用與滿足下筆，並從媒體多工、心流體驗、沉浸式體驗等角度說明何以致之。本題應是送分題，想必大家都表現出色~

【擬答】

Katz、Blumler 等人提出「使用與滿足」(use and gratification) 理論，認為閱聽人源於社會心理的需求，產生對大眾媒體的期待，對使用媒體有不同型式的參與，進而滿足其需求。

(一) 使用與滿足理論假設：

1. 閱聽人是乃目的性選擇使用媒介；
2. 閱聽人是主動的媒介使用者；
3. 大眾傳播只滿足閱聽人需求一部分，並與其他媒介相互競爭；
4. 閱聽人是理性的，能夠充分了解自己的興趣以及動機；
5. 閱聽人可自我陳述使用媒介之意義。

從假設可知「使用與滿足」理論 (U&G) 認為閱聽人尋求資訊是為滿足某種需求，並且也表現出理性及個人主義，也就是每個人都明白自己的需求，知道使用何種媒介來滿足自身需求。

(二) 「播客」(Podcast) 蔚為流行的原因分析

1. 適合媒體多工 (media multitasking)

媒體多工 (media multitasking) 意指閱聽人同時使用一個以上的媒介，如同時使用 Podcast、電視、電腦、平板、智慧型手機等，此種多螢 (multi-screen) 的收視與收聽行為便是媒體多工。故個人同時收聽 Podcast、瀏覽電腦螢幕、使用智慧型手機瀏覽社群網站，可同時滿足收取新知、兼顧工作以及社群互動交流等多重需求。

2. 帶來心流體驗 (Flow Experience) 與沈浸式體驗 (Immersive Experience)

閱聽人主動並依個人需求選擇「播客」(Podcast) 以滿足其需要，故呼應了使用與滿足假設，因閱聽人全心投入 Podcast 全聽覺感官，猶如 McLuhan 媒介即按摩 (media is massage) 般，享受 Csikszentmihalyi 的「心流體驗」(Flow Experience) 甚或「沈浸式體驗」(Immersive Experience)，尤其隨處可收聽的 Podcast 可讓閱聽人忘卻時間與外界壓力，沉浸在 Podcast 聽覺內容之中。

3. 滿足「虛擬社會互動」(parasocial interaction; PSI)

Horton 與 Wohl 提出「虛擬社會互動」(parasocial interaction, PSI)，Podcast 正符合此種虛擬互動的「想像社會關係」(Imaginary Social Relationship)。閱聽人會對播客主產生「擬仿對話互動」(simulacrum of conversational give and take)，如閱聽人會認為播客主如同熟悉的朋友，進而產生對 Podcast 的依賴感與信任感，滿足了互動的想像式愉悅需求。

4. 體驗後現代主義的敘事結構之愉悅想像

Podcast 節目的隨選，帶給閱聽人愉悅、拼貼、片段、多元與非線性的想像，又如 Podcast 的「敘事結構」更可反映出後現代主義學者 Baudrillard 的「超真實」(hyper-reality) 觀點，真實與虛幻兩者界線越發模糊進而內爆 (implosion)。閱聽人透過 Podcast 感受敘事的重構，此種敘事世界甚或比真實世界更加生動、清晰，而成為 Podcast 何以普遍的原因。

二、何謂「兩級傳播模式」(the two-step flow of communication model)？請申論它在網際網路與社群媒體時代的意義為何？以及它是否還有需要進一步修正或擴充之處？(25分)

【解題關鍵】

1. 《考題難易》★★☆☆☆
2. 《破題關鍵》兩級傳播也是典型的傳播理論重點~網路時代大量運用 KOL 作為網路行銷的方式，而公部門也應重視 KOL 作為政策行銷的方式。最後可提到當前網路時代意見領袖的定義有異於過去外，傳播也日漸有多級的傾向~另外 KOL 的議題也要多加關注，這類議題在「民意與公關」考科也是重點的重點，大家都要勤加練習~

【擬答】

(一)「兩級傳播模式」(the two-step flow of communication model) 內涵

哥倫比亞大學教授 Lazarsfeld 提出「兩級傳播」(two-step flow of information) 理論，認為媒介訊息會先經過「意見領袖」(opinion leader) 或「參考團體」(reference group)，再從該等意見領袖或參考團體流向個人，認為大眾傳播效果往往少於人際親身傳播，傳媒充其量強化閱聽人既存立場，很難改變其態度與行為，故開啟「傳播有限論」時代。

(二)該模式於網路與社群媒體時代之意義

1. 意見領袖概念廣泛應用於網路行銷
社群媒體形塑出網路「虛擬社群」(virtual community)，進而改變閱聽人溝通模式，諸多素人出身的「意見領袖」可藉網路文章、影音圖像傳遞資訊，透過大量點擊率與觸及率，有利於「口碑行銷」，而讓社群媒體時代，意見領袖成為網路電商所爭取的產品背書與代言對象，發揮「兩級傳播」於「網路行銷」的應用。
2. 政府政策行銷應重視關鍵意見領袖
虛擬社群造就諸多知識型網紅與 Youtuber，此些關鍵意見領袖的聲量具一定觸及率以及可信度 (credibility)，故政府政策行銷應重視此些知識型網紅與 Youtuber，透過 YouTube 頻道、FB 粉專、IG 宣傳相關政府政策，並藉由懶人包或開箱文，讓政策與一般閱聽眾更接地氣。

(三)理論修正與擴充之處

1. 「意見領袖」定義的質變
有別於 Lazarsfeld 兩級傳播理論下的意見領袖定義，即過往意見領袖指涉政商名人與專家學者，其擁有一定權力 (power) 而壟斷了對議題話語權；現今的素人出身的直播主、網紅甚或一夕爆紅的個人，此種非典型意見領袖，被視為「關鍵意見領袖」(KOL) 或「關鍵輿論領袖」，修正了兩級傳播的「意見領袖」內涵。
2. 傳播不僅限於「兩級」
網路時代的傳播模式打破過往單純「兩級」的劃分，而走向「多級」傳播，即大眾媒介可能走向某一意見領袖，該意見領袖又影響其他意見領袖，再傳播至閱聽民眾，此展現多級傳播 (the multi-stage flow of communication model) 的特性。

志光×保成×學儒
SUCCESS 課程篇

快速考取班

業界最霸氣的宣示 讓你快速考取



考取班

8 大保障

學費省很大

全年課程不間斷，一次繳清學費輔導至考取。

課程最完整

完整課程循環，基礎班→正規班→專題課→總複習...等，全部擁有。

上榜賺獎金

報名考取班第一年考取同職等考試，頒發獎金。

學習最便利

輔導期間可依自己時間選擇面授或視聽學習，提高學習效率。

師資最多元

重點科目安排多元師資，雙循環教學，可旁聽加強弱科，強化上榜實力。

加選最超值

輔導期間要加選其科目增加考試機會，加選另享專案優惠。

榜單最實在

年年榜單見證，錄取人數最多，錄取率最高，奪榜實力全國第一。

公約有保障

考取班簽訂公約，保障您的權利與義務至考取為止。



考取班一年考取雙料金榜

李學姐 | 109 高考社會行政 / 109 普考社會行政

選擇志光原因在於親友推薦，身邊有親友也在志光補習，並且順利考取，在這般保證下我決定加入志光行列。個人總共經歷了基礎班、正規班、題庫班、總複習以及奪榜班，一路跟著志光安排的進度，讓我每個考科皆能深入接觸與了解。

完整課程訊息請洽全國志光、保成、學儒門市

三、請說明何謂「文化研究」(cultural studies)? 請說明何謂「批判的傳播政治經濟學」(critical political economy of communication)? 兩者之間的異同之處為何? (25 分)

【解題關鍵】

- 《考題難易》★★☆☆☆
- 《破題關鍵》文化研究乃為詮釋典範，批判的傳播政治經濟學乃為批判典範，兩者相同之處再於本體論上皆為唯心論 (idealism)，而與實證典範的唯物論 (materialism) 不同；兩者不同之處在於閱聽人角色預設以及研究的議題有所差異，建議可以多舉學者學說或實例下筆，讓答題檔次更讓閱卷教授為之一亮~

【擬答】

(一)文化研究 (cultural studies) 意涵：

文化研究 (cultural studies) 首創於 1960 年代英國伯明翰大學，故又稱「伯明翰學派」，學者 Hall 關注語言、意義與權力之間的關係，指出統治階級透過加強符合主流意識形態的論述框架，建構社會文化秩序。如媒介框架、再現背後的二元對立符碼以及「差異政治」(politics of difference)、「肯認政治」(politics of recognition) 之研究課題。

(二)批判的傳播政治經濟學 (critical political economy of communication) 意涵：

傳播政治經濟學是以馬克思主義哲學作為理論基礎，進而發展出的「批判傳播政治經濟學」，亦被稱為「政經學派」。此派代表學者有 Dallas Smythe、Herbert Schiller、Peter Golding、Graham Murdock、Vincent Mosco 等。另外舉凡 Adorno 文化工業理論、Gramsci 文化霸權、Althusser 意識形態國家機器亦為相關學說典範。

(三)兩者之異同

1. 相同之處

(1) 反對實證主義典範

文化研究與批判傳播政治經濟學分別為詮釋典範與批判典範，但相同之處都反對實證主義典範的線性傳播觀，強調傳播的多元特性，研究上多採「質化研究」，透過「瞭悟」(verstehen)、批判方法理解傳播現象，如符號互動論、現象學、詮釋學、紮根理論、俗民方法論、民族誌以及批判反思，透過「不疑處中起疑」角度，分析傳播背後的宰制與霸權意識形態。

(2) 關切非主流文化與非線性觀點

詮釋與批判典範相同之處在於關切社會反對勢力、弱勢團體的意見等非主流文化，以及非線性觀點的多元分析視角，如 Baudrillard 符號消費論、Bourdieu 文化資本、Habermas

溝通理性和公共領域理論, Beck 風險社會觀點等。

2. 相異之處

(1) 閱聽人角色立場差異

詮釋學派強調閱聽人的「實踐旨趣」(practical interest), 如「溝通行動」(communicative action) 理論, 關切的是對他人動機、意向瞭解與相互討論, 如「審議式民主」(deliberative democracy); 批判傳播政治經濟學強調閱聽人的「解放旨趣」(emancipatory interest), 強調閱聽人對權力及意識型態宰制的自省, 故偏向從「自在階級」(class-in-itself) 覺醒成為「自為階級」(class-for-itself)。

(2) 研究議題之差異

詮釋學派關切媒體再現, 如媒介「框架」出我群 (we group) 與他者 (others), 舉凡種族 (白裔/黑裔)、族群 (男/女、異性戀/同性戀) 背後的二元對立符碼以及「標籤化」(labelling)、汙名化 (stigmatization) 現象; 批判傳播政治經濟學關切結構化、空間化與閱聽人商品化現象, 如社群媒體免費勞動 (free labor)、非物質勞動 (immaterial labor)、剝削 (exploitation) 閱聽人剩餘價值 (surplus value) 問題, 以及 FB、Google、Twitter 及 App 的隱私與意識形態的監控與宰制問題課題。

四、本地民間組織與全球科技公司皆曾努力對抗「假新聞」(fake news) 或虛假訊息 (dis-information/mis-information) 在臺灣的傳播與擴散。就此而言, 請說明臺灣本地民間組織與全球科技公司有那些貢獻及不足之處? (25 分)

【解題關鍵】

1. 《考題難易》★☆☆☆☆
2. 《破題關鍵》假新聞的重要性, 可從近年命題多寡窺知一二~相關考點都要多加練習, 讓打擊與守備更全方位~

【擬答】

全球社群媒體因演算法而產生「過濾泡泡」(filter bubble) 和「迴聲室」(echo chamber) 等同溫層現象, 加速了「假新聞」(fake news) 或虛假訊息 (dis-information/mis-information) 的產製與散播, 顯例如 2016 英國脫歐公投與美國大選、2018 大阪關西機場事件等, 都反映了此種假訊息的管理問題。針對假新聞治理議題, 本地民間組織與全球科技公司之貢獻與不足分述如次:

(一) 假新聞治理貢獻之處

1. 訂立「自律」(self-regulation) 機制

公職王歷屆試題 (109 地方特考)

參照歐盟與 FB 所推動之社群媒體「自律準則」(code of conduct) 機制，2019 年社群媒體 PTT、FB、Google、LINE、Yahoo 奇摩等平台共同發布「不實訊息防制業者自律實踐準則」，宣示打擊「假新聞」(fake news) 或虛假訊息 (dis-information/ mis-information) 的決心，善盡社會責任論 (social responsibility theory)。

2. 建立「事實查核」機制面

針對事實查核機制，如美國跨國網路平臺企業 FB、Google 設有使用者舉報、事實查核標籤強化事實查核；而我國民間開發「美玉姨」對話機器人，對 LINE 訊息進行查核便也是一例證；我國媒觀會募資成立的「事實查核中心」、g0v 零時政府針對 LINE 社群建立「Confacts 真的假的」查核機制皆是具體樣態。

(二) 假新聞治理不足之處

1. 自律成效評估力有未逮

舉凡歐盟與 FB 推動之「自律準則」(code of conduct) 乃至 2019 年 PTT 在內社群平台之「不實訊息防制業者自律實踐準則」，針對自律機制並未訂立明確的「關鍵績效指標」(KPIs)，以致難以評估該平台對於假新聞的自律「成效」，而讓自律準則形同具文。

2. 自律之內容審查機制透明度問題

內容審查機制包括是否告知當事人其發表內容乃「不實訊息」、當事人能否救濟、事前是否就能瞭解帳號遭移除或停權之處理機制，尤其網路平台業者不附理由逕自移除使用者上傳內容，將落入言論自由寒蟬效應，同時也平台動輒以假新聞為由，移除有關競爭對手或不利於己的資訊，讓自律機制運作更難以透明，從而難以對該等業者監督及課責。

志光
保成
學儒

快速考取

全方位智慧服務系統

線上.線下 給您 最強大的支援

- 手機APP系統**
考情、開課、預約補課、試題輕鬆掌握
- 能力指標檢測系統**
線上測驗同時診斷你章節強弱
- 線上模擬考 平時測驗**
定期檢視學習成效修正學習方向
- 線上考前重點下載**
考前大補帖，重點一點通
- 歷屆試題.解題典藏**
最完整各類國考試題及解題題庫
- 國考加分學習資訊網**
最新考情、時事精闢分析，即時加分



問題解惑 試題演練
實力分析 即時資訊

YouTube 公職王影音頻道
考題剖析、考前重點等加值內容線上看

- 數位/在家補課系統**
課程可重複觀看解決學習疑問
- 名師申論批改**
授課名師批閱提升寫作能力
- 時事專題講座**
最新修法時事彙整即時補充重點
- 筆記借閱**
重點科目筆記借閱有效複習上課進度
- 落點分析**
由上榜各科成績分析設定個人得分值
- WIFI教室/自修教室**
最舒暢的閱讀空間，亦可線上自助補課