

111 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）

科目：傳播理論

韓青老師

一、你如何看待網路社群媒體同溫層現象？試舉實例說明同溫層現象及其正面與負面社會效應。

(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》「同溫層」概念不難，可從其現象成因與正反影響分點說明之。

【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) 的產製與散播，顯例如 2016 英國脫歐公投與美國大選，都反映「同溫層」的現象，一如氣象學中的平流層，平流層中大氣以水平流動為主，不易發生垂直對流作用之喻。現依題意分述如次：

(一) 同溫層內涵

1. 「同溫層」：指涉在一環境中，個體只接觸能投射與強化自己群體相同的訊息或意見。

同溫層會創造錯誤訊息以及扭曲一個人的觀點，故難以思考反對意見或難以從事複雜議題之討論。社群裡的人往往充滿了自身所堅持的偏見，故傾向於接受能強化既存想法的訊息。

2. 「網路同溫層」：指涉閱聽人對所接受之訊息內容本有所偏好，且社群媒體時代中演算法推波助瀾下，使閱聽人容易只接觸到與自己意見相近的訊息，這樣的現象被稱為「迴聲室」(echo chamber) 效果，此即反映同溫層現象，即閱聽人於相對封閉的視角或環境中，意見相仿聲音不斷重複交流，於該等環境中的閱聽人會認為其認知即為社會的全貌。

(二) 同溫層成因

1. 數位匯流浪潮帶動社群媒體崛起

數位匯流與 Web 2.0 時代下，舉凡 FB、YouTube 等平台紛紛崛起，不啻重構出以「創用者」(prosumer) 為主的媒體概念之外，當前閱聽人皆可透過網路平台輕鬆找到同溫層而能尋求一體感、認同感與歸屬感，「物以類聚」的難度與門檻大幅降低，彼此藉由平台討論而加深既存的意見認知，而對「異己」的異溫層「異見」更加排斥甚或不寬容。

2. 閱聽人具避免認知失調、存在確認偏誤心理

心理認知上，個人存有避免認知失調 (cognitive dissonance)，並有確認偏誤 (confirmation bias) 等心理效果，閱聽人乃選擇性暴露 (selective exposure) 於傳播情境之中，所以閱聽人所接受訊息，倘與自身固有認知有所矛盾時，閱聽人可能會強化甚至「合理化」自身既存信念，降低認知不一致所帶來的矛盾與不快感，所以容易形成網路上內團體 (in-group)，身處於網路上的「資訊繭房」(information cocoon) 之中，而難以跨至異溫層之中。

(三) 同溫層現象的正負面社會效應

以往孤掌難鳴的少數意見，透過演算法容易找到同溫層而有棲身之所，綜觀同溫層正負面影響有下：

1. 正面影響：少數意識形態或少數群體集結難度降低而有利社會運動

網路同溫層正面影響乃是讓過往分散甚或離散的少數群體有了集結的可能，如特定訴求的勞團、婦團、原住民族乃至同志團體，網路同溫層不啻讓其訴求易被號召、集結與曝光，一如社會學「資源動員論」(resource mobilization theory) 論點，社群網路不啻提供學生運動、多元成家等社會運動土壤，也藉網路同溫層而進行對抗意識形態國家機器的剝削、壓迫與宰制問題，並有助整體社會討論邊緣議題，解決他者化、汙名化之問題。

2. 負面影響：多元新聞資訊內容的內捲化 (involution) 帶來社會群體極化

社會學者 Geertz 提出內捲化 (involution) 概念，指涉因循苟且、自我懈怠造成的一成不變與不進步。個體因演算法下數位資訊的自動推薦，以及社群媒體同溫層分享，不啻導致閱聽人更易偏聽偏信，只接觸符合自己認知思維和立場的新聞和評論，造成不同立場間矛盾愈難彌合，對立更加激化，此種「後真相」(post-truth)、「後事實」(post-fact) 時代，帶來「集體思考」(group think) 與「群體極化」(group polarization)，可能助長「自戀文化」、「相對剝奪」、「助長霸凌」甚至「假新聞」的流竄。

二、網路自媒體類型眾多，其中「吃播」節目引發社會大眾兩極看法。試從閱聽人角度分析，吃播節目造成的各種社會效應。(25分)

《考題難易》★★★

《破題關鍵》吃播可從使用與滿足視角下筆，並搭配相關學理說明其衍生的效應。

【擬答】

「吃播」節目透過 YouTube 等平台進行直播，直播讓身處異地的閱聽眾因為時間上的一致而產生高度臨場感 (presence)，彷彿閱聽人正身歷其境而暫時忘卻自己所處的真實環境，容易沉浸在吃播直播內容中。

觀看吃播可從傳播理論的「使用與滿足」(Use and Gratification) 理論出發，觀看吃播滿足閱聽人特定需求，並也表現出理性及個人主義色彩。惟此類吃播節目引發社會大眾兩極看法，現以閱聽人角度分析吃播節目造成的各種社會效應：

(一) 心流體驗 (Flow Experience) 與沈浸式體驗 (Immersive Experience) 普及化

閱聽人主動並依個人需求選擇「吃播」以滿足其需要，故呼應了使用與滿足假設，因閱聽人全心投入吃播的視覺與咀嚼食物的 ASMR 聽覺感官刺激，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)，讓閱聽人忘卻時間與外界壓力，沉浸 在吃播內容之中。

(二) 閱聽人「虛擬社會互動」(parasocial interaction; PSI) 成為顯學

Horton 與 Wohl 提出「虛擬社會互動」(PSI)，吃播正符合此種虛擬互動的「想像社會關係」(Imaginary Social Relationship)。閱聽人會對吃播直播主產生「擬仿互動」，閱聽人觀看吃播主的同時，亦將其視為自身朋友般一同進食，進而產生對直播主吃播行為產生依賴感與信任感，滿足了「一起吃」的互動想像式愉悅需求。

(三) 越發重視傳播的「後現代主義」之愉悅想像感受

吃播節目承載著高度投射效果，帶給閱聽人愉悅、拼貼、片段、多元與非線性的投射式想像，又吃播畫面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產生內爆 (implosion)。閱聽人透過吃播畫面，可投射自身在吃同樣食物的想像，一如觀眾緊盯遊戲實況主般，雖非自己玩遊戲，卻有參與遊戲的愉悅感受。

(四) 吃播主實踐「展演典範」(Spectacle/Performance Paradigm)

吃播主「吃播」過程往往帶有 Abercrombie & Longurst 的 SPP 典範色彩，當中充滿高度表演 (performance)、觀展 (spectacle)、顧影自憐 (narcissism) 與想像 (imagination) 等特質，例如吃播主於「前台」(front stage) 展演出美味進食的神情，下線後於「後台」(back stage) 則忙於催吐、剪輯造假，又或前台大快朵頤口中美食，後台實則存在廠商接洽置入性行銷或贊助之對價關係，說明吃播主的「展演」本質，亦展現當前吃播節目混合著政經學派所批判的閱聽人商品化之真實面貌。

全方位 智能學習系統

虛實整合 引你入勝

勝 學習助手最智能

關鍵服務 勝在起跑點 配合學習階段與模式
規劃最符合需求的服務

便利操作實力精進 · 手機APP系統 · 課業諮詢 · 申論批閱

學習檢視時事補充 · 線上模擬考平時測驗 · 歷屆試題
· 國考加分學習資訊網 · 能力指標檢測

立即體驗

考取生激推

依各區規劃為主，請洽全國門市

QR code

三、何謂媒體公評人制度？試由理論面及實務面分析，公評人制度是否有助於媒體維持專業度？有無替代方案？(25分)

《考題難易》★

《破題關鍵》公評人考點在2022年高考曾出現過，若有勤練考題同學必能拿下不錯成績。

【擬答】

(一) 媒體公評人制度 (the news ombudsman) 意涵

1. 媒體公評人又稱「公共編輯」(Public Editor)，此乃為貫徹新聞自律，使媒體恪遵新聞專業倫理，如北歐、美國各大報皆曾設置公評人，其基本精神乃新聞媒體向社會負責，而為「社會責任論」(social responsibility theory)的具體實踐，除內部「自律」(self-regulation) 及公評人「共管」(co-regulation) 機制，提升新聞專業表現、公信力及公共價值。
2. 公評人乃向讀者負責，作為媒體和讀者間之橋樑；公評人「對內」定期評估媒體組織之內同仁的工作表現（是否遵守專業精神及守則）、「對外」受理讀者指責與意見，並負責解釋、說明媒體作業方式和過程。實踐上，如美國紐約時報便曾設立公評人，惟2017因應社群媒體崛起下而裁撤；目前我國華視與鏡電視亦設有公評人。

(二) 理論面及實務面分析公評人制度是否有助媒體維持專業度

1. 正面看法：可作為媒介社會責任的落實機制

公評人(ombudsman)可做為新聞多元、正確性的內控機制，體現出Hutchins委員會的「自由而負責任報業」(a free and responsible press)理念，以強化該新聞媒體的問責表現(accountability)，例如監督新聞頻道經營是否有違「黨政軍條款」或流於腥羶色以及違反公序良俗等問題，藉此捍衛閱聽人「知權」及落實「社會責任論」(social responsibility theory)之精神，並補足新聞自律機制不足的問題。

2. 反面看法：媒體預算限制與公評人立場以及媒體干預

- (1) 公評人制度常為全職而專責負責，惟以需固定經費支出而對獨立媒體或小型媒體不啻成為可能限制，尤其報業經營日益艱困下，難以落實此種制度。此外，公評人原先超然獨立立場若受Breed新聞室社會控制之影響，亦難扮演媒體與閱聽人公眾問責的橋樑角色，公評人的報告是否存在媒體新聞自由干預問題亦為挑戰。
- (2) 除了經營環境對公評人帶來衝擊，數位化新聞環境亦使公評人功能與價值變得模糊，如數位時代下的網路與手機等，是否需要公評人備受爭議，因數位新聞下，新聞製作者與消費者已不再涇渭分明，人人可以是prosumer的時代，原先自詡橋樑的公評人之

存在價值備受關注。

(三)媒體公評人制度之替代方案

1. 強化媒體之閱聽人近用權落實

依據廣電三法，媒介對於閱聽人的「近用權」(the right of access to the media) 應予以保障與落實，當中包括受評論者或受報導者的「更正權」與「答辯權」之行使狀況(如讀者投書或去函更正)，此涉及媒介「答覆責任」(answerability)的履行，攸關閱聽人之名譽權、隱私權與社會公益之保障，故 NCC 可依廣電三法對此加以審理以作為換照基準。

2. 透過教育落實「媒介識讀」(media literacy)

除了藉公評人制度外，亦可藉由教育方式，針對閱聽人強化批判媒介識讀素養的培力(empowerment)，對政經學派所言的「閱聽人商品化」現象進行解構(deconstruction)，讓受眾不受政經勢力操弄，而能夠發揮自身的能動性(agency)於不疑處中起疑，擺脫法蘭克福學派(Frankfurt school)的「宰制」論觀點。

志光×保成×學儒
做你的神兵利器

穩佔高普 穩穩上榜

3大課程圈 穩固你的考取實力

不怕非本科 不怕沒基礎

●打基礎

／基礎班&架構班

正規課前專屬導讀課，掌握專業科目基本觀念架構，快速釐清各科完整脈絡。

●增實力

💡 正規班

· 重點科目採多元師資教學，可汲取多位精華
· 同類科開立多循環課程，可配合旁聽加強弱科

●抓考點

⌚ 總複習

考前重要章節總整理，補充最新修法時事，關鍵時刻帶你衝對方向不失分。

依各區規劃為主，請洽全國門市

四、政府是否應立法管理大型資訊平台(如：Google, Facebook 等)？試由市場角度及消費者角度探討管理目的、作法，以及可能遭遇的困難。(25 分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》本題與我國近來數位中介服務法爭議有關，有關時事議題同學們必有不錯分數。

【擬答】

歐洲議會 2022 年批准「數位服務法」(Digital Services Act) 與「數位市場法」(Digital Markets Act)，針對如 Google、Apple、Facebook 加以規範而受到關注，而我國 2022 年公布數位中介服務法草案引起爭議與討論，針對政府是否應立法管理大型資訊平台，現依題意分述如次：

(一)「市場」與「消費者」角度探討管理目的、作法

1. 管理目的：

(1) 防止市場壟斷目的

基於防止市場壟斷目的，對數位服務業者進行一定程度的課責應屬合理，例如歐盟為確保公平且開放的數位市場，以「數位市場法」(Digital Markets Act, DMA) 禁止業者濫用其市場力量阻礙競爭，監管具守門人(Gatekeeper)角色的大型網路平臺，如 Apple、Google 及 Facebook 等，避免垂直壟斷與水平壟斷的情事發生。

(2) 保護消費者用 戶安全

為創造安全數位空間、保護數位服務用戶基本權利，加強審查和懲處網路平台存放非法內容，如歐盟「數位服務法」（Digital Services Act, DSA）強調大型資訊平台應控管其社群平台、搜尋引擎、購物網站上的「違法內容」。此外 DSA 倡以演算法（algorithm）俾讓監管機構、學術研究機構與公民組織，可共管假訊息、仇恨言論與恐怖主義內容。

2. 管理作法：

(1) 自律管理

自律機制如參照歐盟與 FB 所推動之社群媒體「自律準則」（code of conduct）機制，2019 年我國社群媒體 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」，杜絕「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），並實踐網路治理（internet governance）與多方利害關係人（multi-stakeholder）共同參與之精神。

(2) 法律管理

法律機制如歐盟「數位服務法」（Digital Services Act）與「數位市場法」（Digital Markets Act），以及我國「數位中介服務法」草案便是透過立法管制大型資訊平台的實踐，透過要求平台承擔更多義務，強化資訊透明度和問責機制，並建立網路言論管理機制以限制不實訊息、假新聞的流通，建構安全的網路空間。

(二) 管理可能遭遇的困難

1. 立法管制之困難：

(1) 破壞自由市場價格機能的柏拉圖最適

從市場角度而言，「市場機能」如看不見的手（invisible hand），沒有法規限制的自由市場方可創造極大化利潤，立法規管業者反不利市場效率與市場競爭，並有礙自由市場價格機能之運作邏輯而無法達到柏拉圖最適（pareto optimal），政府干預有悖於資本主義與市場經濟精神。

(2) 立法管制假訊息可能帶來寒蟬效應（chilling effect）

立法打假可能存在思想審查、定義不明確、箝制新聞自由與言論自由的疑慮，而導致管制言論的寒蟬效應（chilling effect）等爭議，如國家機器擴權、假新聞的浮濫認定之外，也可能造成政府透過打假之名遂行整肅網路「異見」聲浪，同時賦予行政機關在立法機關尚未裁定資訊禁制令時便可針對特定言論強制加註標籤，可能存在言論標籤化與思想箝制疑慮，而不利民主討論、監督政府施政以及公共議題的論辯。

2. 自律管制之困難：

(1) 平台自律成效不彰的疑慮

資訊平台受限人力、經費以及查核能量有限，難以針對用戶上傳內容逐一加以檢核，因此可能讓數位空間中的謠言、假訊息，甚至訴求偏鋒、游走邊緣的霸凌言論與偏激立場出現，若平台自律成效不彰將造成市場劣質化，霸凌內容與違法行為將難禁止。

(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，亦可能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

平時測驗

不怕沒機會練題更不怕傻傻白練題

海量試題

蒐羅各大公職、國營及特考試題資料庫，不怕不夠練

範圍自選

考試、題數、科目自由挑選搭配，想怎麼練就怎麼練

彈性便利

手機在手就可練題，隨時隨地提升實力不受限



立即體驗

志光×保成×學儒

高普考能力指標檢測

即將開放
敬請期待

數據診斷，揪出弱點

數據分析客觀精準

測驗答題後，系統立即為考生分析答題狀況，雷達圖呈現，強科弱科一目了然，立即掌握學習狀況。

掌握自身程度與出題趨勢

分析歷屆考題出題領域比重，依據分析出題，依實際考試設計、限時測驗，不同於坊間考古題測驗，立即掌握自身程度。

深層實力剖析 有效選擇學習工具

測驗結束後，除大方向數據外，亦可預約專人面對面分析，深層了解細部弱點，有利後續衝刺精省時間，學習更有效率。