

112 年公務人員高等考試三級考試試題

類科：新聞（選試英文）

科目：傳播理論

韓青老師

一、【研究資料】關於傳播理論的發展，分析發現，傳播研究數十年來，幾乎都是以結構功能學派或功能論為典範標竿；其他的理論典範如符號互動論、衝突學派或批判理論等較少被提及，相關的傳播研究則是晚近興起的盛事。各個理論典範基本上都採用特定的研究方法論相互搭配。請就下列二子題作答：

(一)「結構功能學派」以及「衝突學派與批判理論」的觀點有何差別？(10分)

(二)關於研究方法，請說明「量化研究：邏輯實證論」、「質性研究」、「批判式／生態式研究」此三者分別探究什麼傳播現象或議題？(15分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》本題屬於傳播理論典範的討論，答題上仍建議同學扼要舉例輔以說明，以避免答題過於空泛；本題亦可知對傳播理論之後設理論掌握仍屬必要，且若能對社會學（功能論與衝突論觀點）有一定了解更佳！

【擬答】

(一)「結構功能學派」以及「衝突學派與批判理論」觀點差別

1. 「結構功能學派」

結構功能學派如 Parsons 與 Durkheim 為代表，此派將社會視為均衡、秩序且具高度整合的有機體，社會雖由不同部分組成，但各部分都對社會有功能。社會多數成員分享社會價值、信仰、規範等「共識」(consensus)，以讓社會能在穩定中持續發展。如 Schramm 與 Wright 便認為媒體扮演凝聚民眾共識、形塑社會規範、守望環境、協調統合、傳衍文化等功能。

2. 「衝突學派與批判理論」

衝突學派與批判理論如 Marx 為代表，此派將社會衝突視為常態，並主張社會當中充滿宰制與剝削，例如既得利益者透過各種方式對其他團體進行壓迫，因而產生衝突。故而衝突論反對功能論的整合與均衡的靜態社會觀，主張社會衝突乃屬不可避免，並且是社會變遷的動力。如媒體存在的文化帝國主義現象，又如 Said 東方主義乃至 Gramsci 文化霸權皆為例證。

(二)三者研究方法欲探究之傳播現象或議題

1. 「量化研究：邏輯實證論」

量化研究屬於實證典範，研究目的側重於「客觀數據」與「因果關係」的呈現，故研究方法採取量化途徑，研究主題舉凡傳播理論的議題設定之傳播效果論研究，抑或針對收視率之閱聽人研究，乃至選舉民意調查 (poll)、大數據 (Big data)、人工智慧等「數據新聞學」(algorithm journalism)，都是量化研究欲探究議題，而屬於 Habermas「技術旨趣」(technical interests)。

2. 「質性研究」

質性研究屬詮釋典範，研究採取瞭悟 (verstehen) 與厚描 (thick description)，側重研究者本身對意義的主觀詮釋性理解，舉凡 Hall 與 Morley 對於閱聽人的「接收分析」(IRP 典範)，亦或針對媒介文本進行符號學分析，探究文本背後的父系霸權、布爾喬亞霸權、東方主義 (orientalism) 乃至後殖民主義 (post colonialism) 等再現，皆屬於詮釋典範的具體應用，以反映 Habermas「實踐旨趣」(practical interests)。

3. 「批判式／生態式研究」

批判典範研究目的關切結構面的資本主義剝削與宰制議題，以傳播政治經濟學研究為例，此派關切結構化、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，

又如當前社群媒體 FB、Google、Twitter 及各式 App 的隱私與意識形態的監控與宰制問題，皆屬批判典範具體應用，此反映 Habermas「解放旨趣」(emancipatory interests)。

二、COVID-19 肺炎疫情嚴峻期間，媒體、專家學者、疫苗廠商等呈現了諸多訊息。對此，請就下列問題作答：

(一)學者賀夫蘭 (Carl L. Hovland) 的研究主題及研究方法為何？其研究結果與發現可分為幾方面：傳播者、訊息內容和結構、閱聽人的反應等，而在肺炎訊息的傳播中，有何現象可呼應其研究？請舉一例說明。(10 分)

(二)學者傅柯 (Michel Foucault) 在人生不同時期所提出的學說觀點不同。請說明其早期的觀點主張為何？肺炎訊息的傳播中，有何現象可呼應其學說？請舉例說明。(15 分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》若有認真念書的同學想必對 Hovland 與 Foucault 絕不陌生；惟倘有涉獵社會學的同學，對 Foucault「權力建構知識、知識鞏固權力」論點必定更有既視感。

【擬答】

(一) COVID-19 訊息傳播與 Hovland 研究

1. Hovland 研究主題及研究方法

Hovland 研究主題為「說服傳播研究」，研究方法乃採實驗法，針對二戰時美國對日本宣戰訊息，對美軍進行士氣激勵的說服傳播研究，而成為日後「耶魯學派」的研究典範，如傳播者可信度 (credibility) 多寡、訊息內容與結構採片面或兩面俱呈 (one-sided or two-sided messages)、訴求策略的差別對閱聽人的反應差異 (如理性、感性、權威或恐懼訴求) 等皆是研究重點。

2. 肺炎訊息傳播呼應 Hovland 研究之處

COVID-19 疫情訊息中，媒介常援引身穿醫師袍的醫師以及官方記者會作為防疫的消息來源，此反映訊息重視傳播者「可信度」的觀點，因相較其他消息來源，其具有較高專業性 (expertise) 與可信賴性 (trustworthiness)；訊息內容與結構強調「統一口徑」的片面呈現，以避免防疫消息的混亂；訴求策略則偏向理性訴求 (勤洗手、戴口罩) 以降低民眾恐慌。

(二) COVID-19 訊息傳播與 Foucault 研究

1. Foucault 早期的觀點主張

Foucault 早期代表作如《瘋癲與文明》與《規訓與懲罰》，其觀點認為知識的內涵非固定不變，知識的意義有其時空相對性，故而反對普遍真理，認普遍真理將消滅多元性並壓制異質群體，從而導致一元宰制世界。Foucault 更透過系譜學 (genealogy) 解構權力和知識的關係，認為「權力建構知識、知識鞏固權力」，Foucault 爬梳那些看似高貴且不證自明的真理與知識系譜後，發現該等真理或知識的產生背後，皆與「權力」運作高度關聯。

2. 肺炎訊息傳播可呼應 Foucault 學說之處

(1) 防疫訊息發布反映「專家政治」之權力建構知識現象

防疫政策由指揮中心統一定義疫情的風險，此種官方統一定義、過濾疫情發布方向，以及疫苗廠商正當性的論述，在在左右疫情風險的評估，換言之，有權者可對「風險評估」進行強化或淡化處理，影響一般常民對疫情的「風險感知」，此種「專家政治」與「科學理性」的霸權至上，可能貶抑常民參與疫情風險治理的可能。

(2) 防疫政策壓抑了各方對真實疫情以及疫苗採購的質疑聲浪

防疫政策發布強調「中央」統一口徑，中央藉由壟斷疫情發布之「資訊津貼」貶抑各方「逆時中」(如地方採檢等與中央不同調) 的議題建構過程，壓抑各方對防疫政策如 3+11 乃至疫苗採購透明性不足的質疑聲浪，而有行政獨大、專家權威至上，進而產生 Habermas 的「扭曲溝通」(distorted communication) 現象，減損了民眾對於政府防疫作為保持「理性批判」的空間，亦說明了權力與知識共生的運作關係。

三、【研究資料】分析發現，以自在活躍、獨立自強的高齡角色而言，A 國電視廣告呈現的比例高於 B 國電視廣告，顯現 A 國在個人主義的脈絡下，較注重自由、自立自強等特徵；B 國電視廣告中的高齡者，則多數呈現為家族成員中的祖父母角色，呼應 B 國社會文化之中的集體主義，著重個體與家族、團體的聯結。

請就下列二子題作答：

(一)關於涵化理論，請說明「共鳴效果(resonance)」以及「主流傾向效果(mainstreaming effect)」的意涵，並以上述資料分別闡述。(10 分)

(二)試以媒介訊息的特質以及可能產生的影響效果，說明「文化工業」的觀點主張，並以上述資料予以闡述。(15 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》涵化理論與文化工業都是傳播理論典型核心考點，整體難度不難。

【擬答】

(一)涵化理論分析題意廣告文本資料

1. 「共鳴效果」(resonance) 分析

當電視世界所描繪的內容與閱聽人實際經驗愈一致，越能引發閱聽人共鳴，所引發的「涵化效果」也越強，亦即媒體對閱聽人世界觀形塑的影響力大增。如 A、B 兩國觀眾各自看到個人主義與集體主義的高齡者形象，與自身生活經驗相符時，會加強自身對高齡者「應為如此」的形象認知。

2. 「主流傾向效果」(mainstreaming effect) 分析

原先閱聽人背景各異而呈現出多元價值觀，但因長期收看電視下，彼此原先多元的觀念和態度，都會趨向電視傳遞的主流價值觀，看法將越趨一致而單一，進而形成 Marcuse 所言「單面向的人」。如 A、B 兩國觀眾各自看到個人主義與集體主義的高齡者形象，即便與自身生活經驗相左，但最終仍會接受並認同電視再現而成的高齡者形象，且此形象認同將有所趨同。

(二)「文化工業」觀點分析題意廣告文本資料

1. 文化工業對媒介訊息特質與影響效果的主張

(1) 反思廣告文本撩撥「假性需求」以及文本標準化下的「異化」現象

文化工業視角批判廣告文本向大眾提供「假性需求」(false needs)，此種商品拜物教(commodity fetishism)與閱聽人商品化特性，皆使閱聽人無形中遭客體化而掩蓋了物化本質，尤其廣告內容的「標準化」內容，導致個體思維喪失獨特光暈(aura)，如同同一模子鑄造出來，讓人越發與自身疏離而遭「異化」(alienation)。

(2) 撩撥「假性需求」並造成「單面向的人」

文化工業的大量複製、標準化與偽個人化的特性，不啻妨礙了個體自主性發展，越發朝向 Marcuse 所言「單面向的人」(one dimensional man) 方向發展，使個體思維單調乏味且備感孤獨與絕望。資本主義操縱的大眾文化不啻剝奪個人的自由選擇，並且限制了人自由馳騁的思想和想像力空間。

2. 文化工業分析 A、B 兩國電視廣告

A、B 兩國電視廣告各自撩撥其閱聽人的假性需求，並形成對高齡者形象的單一認知而不加以懷疑：

(1) A 國廣告文本分析

A 國廣告再現了自在活躍、獨立自強的高齡者形象，該等廣告可能聚焦於運動器材、健康營養補給品乃至老年線上學習課程等，強化該國受眾對高齡者自由、自立自強形象的認定，並撩撥或創造受眾購買此等商品的假性需求。

(2) B 國廣告文本分析

B 國廣告再現了高齡者與家族、團體的聯結形象，該等廣告可能聚焦於家庭旅遊服務、家庭保險、長照照護產品，甚或高齡者取向的家具產品等，強化該國受眾對高齡者具祖父母角色形象認定，並撩撥或創造受眾購買此等商品的假性需求。

四、【趨勢資料】在早期，電信、廣播電視、電腦等產業壁壘分明，近年來因數位化而日趨匯流。在數位匯流的趨勢中，跨媒體、跨平臺的經營模式產生多樣化的數位內容及應用服務，而民眾透過數位化裝置如智慧型手機、聯網電視機／機上盒等，幾乎可以隨時隨地進行收視收聽，亦有民眾在其中某些平臺發表創作或個人理念。

關於數位匯流的趨勢，請就下列二子題作答：

- (一)「使用與滿足」理論及研究指出，閱聽人使用大眾傳播媒介的需求，可分為社會的和心理的兩種根源。請就此二者分別舉例說明民眾為何使用匯流媒體。(10分)
- (二)依據「創新傳佈」理論，一般人決定是否採用某新事物，通常會考慮新事物的那些特質或因素？請就這些特質或因素，分別舉例說明民眾為何使用匯流媒體。(15分)

《考題難易》★

《破題關鍵》使用與滿足與創新傳佈理論也是典型理論考點，難度不難。

【擬答】

(一)「使用與滿足」理論分析匯流媒體

「使用與滿足」(Use and Gratification)理論出發，使用匯流媒體滿足閱聽人的社會與心理需求，並也說明閱聽人乃具高度理性且具主動性的理論假設：

1. 媒介需求的社會根源

以使用與滿足代表學者 Blumler 與 Katz 等人視角分析可知，閱聽人使用匯流媒體乃是為了滿足社交與互動需求，如 Netflix 等 OTT 使用上，閱聽人「追劇」現象的背後，是為保持社交需求甚至鞏固社會資本 (social capital) 的聯繫。換言之，閱聽人透過分享與討論建立共同話題與興趣，可以強化 Durkheim 的社會連帶感 (sense of solidarity) 需求的滿足。

2. 媒介需求的心理根源

以媒介需求的心理根源分析，閱聽人使用匯流媒體乃為滿足心理需求，例如閱聽人藉 OTT 追劇乃是為了滿足娛樂、放鬆或逃避現實等心理需求，尤其追劇可作為日常生活的宣洩，甚或在劇情敘事情節中投射出自我對於校園、職場、家庭的人際互動想像，而帶給閱聽人愉悅、拼貼、多元的後現代感，並享受 Csikszentmihalyi 的心流體驗 (Flow Experience) 之心理滿足。

(二)「創新傳佈」理論之新事物特質因素說明民眾使用匯流媒體的考量

1. 相對優勢 (relative advantage)

相較於傳統手機的基本通話與簡訊功能，智慧型手機更提供上網、社交、直播、音樂、導航乃至各類 App 下載等諸多相對優勢，這些特質促使民眾願意從傳統手機改用智慧型手

機。

2. 相容性 (compatibility)

智慧型手機與先前傳統手機使用經驗具相容性之外，智慧型手機亦可搭配各種軟體應用如藍牙、Wi-Fi 連接，乃至與其他電子設備如電腦等進行數據傳輸，故而智慧型手機與用戶過往使用經驗，以及既存使用習慣皆具相容性，而讓民眾願意使用智慧型手機。

3. 複雜性 (complexity)

相較於傳統手機，智慧型手機功能眾多，惟操作介面設計簡潔易用，即便轉換不同作業系統的智慧型手機，用戶仍能快速上手，同時智慧型手機使用上若出現疑惑，可於網路教學資源和各式論壇學習和討論，從而降低其複雜性。

4. 可試用性 (trialability)

智慧型手機的可試用性極其普遍，諸多 3C 或智慧型手機店面皆提供展示機予用戶進行體驗試用，第一手掌握智慧型手機功能與特性，有助提升消費者對該手機產品的熟悉度而做出購買決定。

5. 可觀察性 (observability)

智慧型手機使用率與普及率極高，消費者可從日常生活觀察他人對各式智慧型手機的使用經驗，甚或於網路論壇爬梳相關開箱文或心得文，故而智慧型手機使用情況具高度可觀察性，大幅增加了民眾的使用意願。

志光 x 保成 x 學儒
做你的學習靠山

快速考取班

掌握考取節奏 安心學習無負擔

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	上榜賺獎金 報名考取班第一年考取同職等考試，頒發獎學金	加選最超值 輔導期間加選其它科目增加考試機會，另享專案優惠	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
-------------------------------------	--	---------------------------------------	---	--

優異考取 李○諭 考取班 10個月考取
111 高考 人事行政
111 普考 人事行政
我報名的是考取班，一整年下來的課程規劃很充實，課堂數有時會根據老師的進度需要補課，但基本上跟著老師的腳步都能獲得扎實的知識內容。

依各區規劃為主，請洽全國門市