

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：新聞學（包括編輯採訪實務與新聞法規）

韓青老師

一、請闡述公民新聞之核心概念與特性，並以公共電視 PeoPo 公民新聞為例，說明公民新聞在臺灣之推動與發展，以及公民新聞如何發揮社會功能與展現其特性。(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題公民新聞屬於考古題經典題型，惟同學亦須對 PeoPo 有初步了解方能精準回答命題者的出題意義。

【擬答】

(一)公民新聞之核心概念與特性

1. 公民新聞之核心概念

公民新聞 (civic journalism) 核心概念乃是對市場導向新聞學 (market driven journalism) 的腥羶色 (sensationalism) 的反思，強調新聞的社會責任 (social responsibility)，核心概念在捍衛新聞公益性與公共性，並呼應傳播政治經濟學派關切的現象，即當前缺乏公共性與公共性商業媒體大行其道的弊病，體現 Habermas 公共領域思辨的精神。

2. 公民新聞之特性

公民新聞特性乃其得力於 Web2.0 的發展，並擺脫專業守門 (gatekeeping) 控制，讓使用者自製內容 (UGC) 透過草根式協作的「由下而上」(bottom-up) 模式遍地開花，換言之社群平台讓公民意識得以崛起並能加以串聯，構成參與式民主 (participate journalism) 著力土壤，並帶有 Enzensberger「解放媒介論」(emancipatory media theory) 色彩；舉凡 CNN iReport、公視 PeoPo、苦勞網、韓國 Ohmynews 等皆為實例。

(二)PeoPo 之推動與發展

1. PeoPo 之推動背景

隨 Web2.0 發展並反思商業媒體的重私益而輕公益等問題，2007 年公共電視推出 PeoPo 公民新聞平台，而 PeoPo 乃為 people post 簡稱，亦兼具台語「撇步」諧音，代表「每個人皆有發聲的權利」；PeoPo 接受公民和非營利組織註冊發稿，形成公民分享、編寫、發佈資訊的共同平台，使每一個人皆可為新聞記者，自主製播新聞素材與內容，彰顯「傳播權」與公民參與的價值。

2. PeoPo 之發展

PeoPo 拒絕扒糞與羶色腥感官主義，強調對於長照、核電、資源不均、老人福利、工運議題的報導，並帶領如社運「大埔案」的公眾討論；PeoPo 亦推動公民記者實習活動、社團講座和公民記者聚會，並舉辦「PeoPo 公民新聞獎」，鼓勵產製對於社會階級、環境正義與性別議題在內的公民新聞內容，除了達成媒體近用 (media access) 實踐精神，並重拾新聞專業性與社會責任，重建 Putnam 所言的「社會資本」之信任關係。

(三)公民新聞如何發揮社會功能並展現其特性

1. 反思主流媒體單一觀點並避免政商勢力干預

公民新聞強調由公民觀點加以衡平論述，延異出有別主流媒介單一宰制觀之窠臼，針對既存資本主義霸權、父系霸權、布爾喬亞霸權、科技理性與工具理性至上的意識形態觀念加以反思，也解構政商勢力干預下的新聞樣貌，促使專業新聞媒體擺脫市場導向新聞學 (market driven journalism) 的左右或控制，而應重視調查新聞、深度報導等面向，讓公民得以接受多元觀點與價值。

2. 發揮議題溢散效果並重建社會資本信任感

公民新聞不啻為另類媒介 (alternative media) 表徵，其發揮高度議題溢散效果 (spill-over effect)，從而補足主流專業媒體的不足，帶動公共領域議題之討論，舉凡學運、工運、社運、都市更新乃至多元成家議題之思辨，公民記者皆扮演催化角色，促使主流媒介的跟進

二、何謂「沉浸式新聞報導」(immersive journalism)？請說明沉浸式新聞之特徵與優缺點，並詳述沉浸式新聞如何影響記者角色。(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題屬於數位新聞學內容，答題上除了具體舉例外，亦可從科技決定論、心流體驗與使用與滿足、記者專業意理等視角點綴分析沉浸式新聞，提升答題的差異化。

【擬答】

沉浸式新聞報導 (immersive journalism) 乃是使用新媒體技術，如虛擬實境 (Virtual Reality)、擴增實境 (Augmented Reality)、混合實境 (Mixed Reality) 或 360 度環景影片等技術，讓新聞閱聽人得以「身歷其境」，使其能以第一人稱視角親身體驗新聞報導文本內容，故而成為當前數位新聞學研究課題，現依題意說明如次：

(一) 沉浸式新聞之特徵

沉浸式新聞特徵在於高度參與，因為沉浸式新聞運用虛實交錯，讓閱聽人對新聞敘事得以進行沉浸式體驗，親身體驗新聞事件；此外，沉浸式新聞帶有高度互動性，尤其相較於傳統新聞報導文本，沉浸式新聞讓閱聽人可透過觸摸、移動和做出選擇來參與新聞敘事，提供了諸多互動元素；而沉浸式新聞亦混雜著視覺、聽覺與觸覺元素，不啻反映 McLuhan 所言「媒介即按摩」的全感官體驗。

(二) 沉浸式新聞之優點分析

1. 高度臨場感提供心流體驗

沉浸式新聞報導藉 VR、AR、MR 或 360 度環景影片將閱聽人帶入新聞敘事現場，此種身歷其境而具高度臨場感 (presence)，提供深度感官體驗，如 Csikszentmihalyi 「心流體驗」(Flow Experience) 看法，「沉浸式體驗」(Immersive Experience) 可讓閱聽人全心投入，忽略時間流逝且忘卻所有外界的壓力。

2. 強化新聞互動與參與性

閱聽人可藉虛擬實境頭盔等設備在新聞文本中自由移動，或對新聞事件場景進行深入探索，透過沉浸故事情境可強化對新聞的參與滿足感，讓讀者得到 Katz, Blumler 等學者所提之「使用與滿足」(use and gratification) 效果，同時對該事件有更深理解和感受，從而產生共鳴感。

(三) 沉浸式新聞缺點分析

1. 沉浸式新聞製作可能蘊含主觀與偏見

一如 AI 人工智慧本身受限參數設定的影響，而容易造成數據演算法蘊含著偏見甚至歧視，同理可知沉浸式新聞報導雖提供閱聽人身歷其境、親身經驗新聞事件的體驗，但這種體驗仍由新聞工作者所設計且過度戲劇化，其中可能存在主觀性和偏見，而可能讓閱聽人習焉不察，沉浸在看似科技中立環境中，實則屬於人造實境的新聞框架中而不自知。

2. 技術挑戰與資源需求限制

製作沉浸式新聞報導需要相對複雜技術以及資本投入，尤其既存記者對於技術訓練可能產生排斥，同時此等報導需要大量時間和人力投入，且製作設備成本的挹注等資源需求下，對於非主流媒體機構或小型報業構成可能限制，反而造成新聞報業發展的大者恆大之馬太效應。

(四) 沉浸式新聞對記者角色之影響

1. 新聞敘事方式的轉變

沉浸式新聞讓記者必須學習製作 360 度影片、VR 影片，並搭配 3D 影像、照片、衛星圖、插畫方式等新型態新聞敘事方式製作新聞專題，此些新聞產製方式皆衝擊了傳統新聞內容的倒三角呈現方式。換言之，記者需要適應新的敘事方式，以讓閱聽人有更多互動和探索的自由，以創造更具吸引力與深度的新聞報導。

2. 挑戰記者專業意理角色

記者長期面臨專業意理當中的「中立者」意理 (neutral gatekeeper) 或參與性「鼓吹者」意理 (participant-advocate) 之角色挑戰，而沉浸式新聞可能加劇此種專業意理的衝突，尤其沉浸式具有「高度參與」的特性，使記者更趨向「鼓吹者」角色，藉沉浸式技術引導閱聽人體驗感受到記者希望傳達的訊息並影響受眾之觀點；惟沉浸式新聞也追求以真實、全面方式來呈現新聞事件，讓記者須維持中立者角色，確保新聞報導需公正客觀還原事件，而加劇記者專業意理角色的衝突。

三、何謂置入性行銷？請舉出三類置入的訊息類型並說明其內涵。請說明政府單位透過置入性行銷推廣政策或政績可能產生之問題，以及置入性行銷受到那些法律規範。(25 分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》置入性行銷屬於考古題，惟後段置入性行銷之法律規範亦測度同學們對新聞法規的初步掌握程度，

【擬答】

Balasubramanian 對置入性行銷定義為結合廣告與公開性，偽裝商業的目的使訊息本身看似客觀 (objective) 且可信度高 (credible)，均與新聞的報導事實與中立客觀原則相違背；Neer 認為置入性行銷目的是將產品、品牌名稱及識別、商標、服務等內容，策略性置入廣播、電視節目、電玩等各種形式的娛樂商品之中。現依題意分述如次：

(一)三類置入的訊息類型與其內涵

置入性行銷乃為節目製作端與廠商間的共謀合作行為，其於劇本編寫、場景布置、事後剪輯等產製階段容許廠商參與，換言之製作端釋出獨立自主權力給予廣告商而互蒙其利。三類置入訊息類型舉隅如下：

1. 螢幕置入 (screen placement)：

螢幕畫面中呈現某一場景背景或道具，如巧妙將品牌作為畫面場景或背景，如街景中出現戶外看版、畫面呈現出特定店家如百貨公司與商場，又或將產品置於劇情中的道具，如畫面中的廚房中擺設某特定食品或飲料品牌。

2. 台詞置入 (script placement)：

編寫腳本時便將產品名稱設計於演員台詞對白中，讓演員自然地提及特定產品或品牌訊息，例如一幕關於上班族中午午餐閒聊的劇情安排上，演員台詞提到特定手機或筆電品牌性能極佳即屬之。

3. 戲劇情節置入 (plot placement)：

此將特定產品變成故事劇情的一部分，藉由此產品發展劇情敘事或透過此產品塑造劇中人

公職王歷屆試題 (112 高考三級)

物之性格。例如英雄電影中，主角開著特定品牌跑車奔馳，此即戲劇情節置入樣態，此際特定產品融入敘事並對故事有影響力。

(二)政府置入性行銷推廣政策或政績產生之問題

1. 誤導公眾對公共政策思考：

政府置入性行銷興起，將政府政策與政府廣告包裝成有利執政宣傳或大內宣的新聞，將誤導閱聽大眾對政治與公共政策之思考，不利公民社會（civil society）的審議式民主（deliberative democracy）之落實。

2. 衝擊新聞的可信度：

政府置入不啻藉媒體遂行其意識型態，並讓新聞媒體淪為政爭武器，且政府成為報業重要廣告主，進而控制報業內容，新聞逐漸失去監督政治權力之精神，成為政治權力的傳聲筒與利益捍衛者，斲喪新聞專業並讓民眾對新聞信任感惡化。

(三)置入性行銷所受之法律規範

1. 廣電三法：

廣電法 33 條與有廣法 25 條皆規定「節目內容與廣告分離」原則，使閱聽人可以辨明其收看訊息是廣告或是節目；衛廣法 31 條明定「新聞」及「兒童」兩類節目不得置入。

2. 預算法：

依預算法 62-1 條，基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府編列預算於平面、廣電與網路社群媒體辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。

3. 電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法：

此辦法第 9 條揭禁「三不一揭露」原則，規範節目如果為置入性行銷時，不得刻意影響節目內容編輯、不得直接鼓勵購買物品或服務、不得誇大產品效果，並應該在節目播送前、後明顯揭露置入者訊息。

志光×保成×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

四、新聞傳播機構在社會具有不同的角色與功能，因應多元文化社會與閱聽眾不同族群語言之需求，請以族群電視頻道為例，說明族群新聞有何特性，並請舉例說明族群新聞可發揮的社會角色與功能。(25分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題屬於實務論述題，答題上可具體從客語與原民台舉例，並輔以關鍵字回答即可!

【擬答】

我國在 2003 年及 2005 年先後成立客家電視台及原住民族電視台，而為我國少數族群電視頻道的發展里程碑並落實多元文化主義(multiculturalism)傳播政策。現以客家台與原民台為例，依題意分述說明如次：

(一)族群新聞特性：

1. 母語傳播以利凝聚族群認同：

客語與原民電視台透過「母語」的傳播，凝聚族群認同並傳承族群文化。尤其語言不啻承載各族群的「集體記憶」(collective memories)，透過母語的傳播得以凝聚族群的歸屬感與鞏固族群認同。客語與原民各族語乃攸關客家族群與原住民族「身分認同」的表徵，亦是「認同政治」(identity politics)的重要基石。

2. 提升各族群之媒介近用權：

客語與原民電視台製播族群新聞等內容，透過族群新聞的傳播全國甚至全球，此可提升各族群的文化傳播權以及全球能見度之外，並讓各族群人士之媒介近用權獲得提升，尤其過往族群自身符號遭到長期滅失，透過族群新聞得以制度化此種近用管道，並且深化全球各國與我國各族群的文化交流。

(二)族群新聞社會角色與功能：

1. 有利推動「族群主流化」：

族群新聞有助於外界對各族群境遇有所體認，也意在追求族群平等與多元文化主義(multiculturalism)的貫徹，有利實踐 Taylor 所言「肯認政治」(politics of recognition)與「差異政治」(politics of difference)精神體現，以對客語與原住民族等差異之肯認，並反映我國落實聯合國兩人權公約的具體實踐，並彰顯族群「主體性」之重視。

2. 扭轉族群的制度性歧視(institutional discrimination)處遇

透過族群新聞的傳播，有利反思族群文化不利結構與制度性歧視問題，藉此追求各族群平等外，扭轉過往因為立法、語言政策乃至意識形態在內等制度性歧視之下，所造成族群資訊弱勢、詮釋權旁落、母語流失及文化遭貶抑的困境；此外，透過族群電視頻道設立與族群新聞的製播，亦俾於消弭對於非主流族群的標籤(labeling)與汙名化(stigmatization)效果，解構立法或政策當中「我族中心主義」(ethnocentrism)的主流霸權窠臼。

3. 回應多元文化社會之需求：

客語與原民電視台的成立，說明我國各族群治理從過去長期以「A+B+C=A」的同化模式(the assimilation model)，走向「A+B+C=A+B+C」的多元模式(the pluralism model)，並避免 A+B+C=D 熔爐模式(the melting pot model)下，喪失各族群自身主體性問題，多族群文化並存有利回應「文化相對論」(cultural relativism)與「多元文化主義」(multiculturalism)的發展需求。