

經濟部所屬事業機構 107 年新進職員甄試試題

類別：大眾傳播

節次：第二節

科目：1. 新媒介科技 2. 傳播理論

注意
事項

1. 本試題共 4 頁(A3 紙 1 張)。
2. 禁止使用電子計算器。
3. 本試題為單選題共 50 題，每題 2 分，共 100 分，須用 2B 鉛筆在答案卡畫記作答，於本試題或其他紙張作答者不予計分。
4. 請就各題選項中選出最適當者為答案，各題答對得該題所配分數，答錯或畫記多於 1 個選項者，倒扣該題所配分數 3 分之 1，倒扣至本科之實得分數為零為止；未作答者，不給分亦不扣分。
5. 本試題採雙面印刷，請注意正、背面試題。
6. 考試結束前離場者，試題須隨答案卡繳回，俟本節考試結束後，始得至原試場或適當處所索取。
7. 考試時間：90 分鐘。

- [C] 1. 下列何者不屬於超商的新媒體消費應用？
(A) icash (B) ibon (C) iTunes (D) 電子發票
- [D] 2. 下列何者不是政府行銷管理重要性的理由？
(A) 「民主化」政府需要人民支持 (B) 「專業化」政府需要人民瞭解
(C) 「服務化」政府需要人民配合 (D) 「效率化」政府需要人民肯定
- [A] 3. 在各種環境以适合自己目的和需求的方式取用、分析、評估及製造媒體資訊的能力，稱為下列何者？
(A) 媒體素養 (B) 媒體近用 (C) 媒體規範 (D) 媒體自律
- [A] 4. 學者 W. Smith 針對設計適當的目標市場之行銷策略，提出下列哪一個概念？
(A) 市場區隔化 (B) 價格平民化 (C) 產品多元化 (D) 促銷迅速化
- [B] 5. 涉及對資訊及通信技術的應用，針對個人或群體進行惡意的、重複的、敵意的行為，使他人受到傷害，此種行為稱為下列何者？
(A) 科技詐騙 (B) 網路霸凌 (C) 媒體暴力 (D) 智財竊取
- [A] 6. 政策行銷能力的養成，是從下列哪一個部分開始？
(A) 瞭解媒體的本質 (B) 瞭解政策的本質 (C) 瞭解行銷的本質 (D) 瞭解通路的本質
- [A] 7. 網際協議第 6 版(Internet Protocol version 6, IPv6)是網際協議(IP)的最新版本，其用來取代 IPv4 之最主要目的為何？
(A) 解決 IPv4 網址枯竭問題 (B) 宣揚網路中立性
(C) 避免網路監控 (D) 避免假消息、假新聞擴散
- [A] 8. 下列何者不是政策行銷的程序？
(A) 選擇合適的創新策略 (B) 認定行銷標的顧客
(C) 進行市場區隔化 (D) 選擇適當多元的促銷手段
- [B] 9. 下列哪一項政策行銷原則強調所有政策內容與相關資訊，必須透明化且據實呈現？
(A) 公開原則 (B) 誠信原則 (C) 設身處地原則 (D) 主動積極原則
- [D] 10. 有學者認為社群媒體的諸多特性，恰可作為政府對於公共諮詢問題的解決方案，下列何者有誤？
(A) 透明(transparency) (B) 參與(participation) (C) 協作(collaboration) (D) 創新(innovation)

- [C] 11. 大數據(Big Data)特性可歸類為「3V」，下列何者不包含在內？
 (A) Volume(容量大) (B) Variety(多樣化) (C) Vague(模糊性) (D) Velocity(速度快)
- [C] 12. 根據Kolter et al.(1993)關於城市行銷的層次定義，城市行銷的目標市場不包括下列何者？
 (A)投資者、觀光客及會議人士 (B)新定居人口、企業總部
 (C)地方政黨與 NGO (D)外銷業者、廠商
- [D] 13. Web 2.0時代，網路傳播的特色在於下列何者？
 (A)單向傳播 (B)簡潔的文字閱讀
 (C)下載圖文資料快速，但無法上傳 (D)雙向互動傳播
- [D] 14. 資通訊科技(ICTs)的進步，增加與暢通人們接觸政府溝通的管道，請問下列何者不屬於前述管道？
 (A)線上參與(e-participation) (B)線上諮詢(e-consultation)
 (C)線上連署(e-petition) (D)線上聊天機器人(ChatBot)
- [B] 15. 甲、智慧；乙、資料；丙、知識；丁、資訊。左列為知識經濟的4種層次，從具體明示的符號，到抽象默會的素養能力，其依序為何？
 (A)甲丙丁乙 (B)乙丁丙甲 (C)丙乙甲丁 (D)丁甲乙丙
- [C] 16. 下列何者不是政策行銷的特殊性質？
 (A)行銷策略與行銷目標之間的因果關係不甚確定
 (B)標的團體的態度傾向不甚明顯
 (C)政策行銷以有形產品為主，無形服務為輔
 (D)公共市場必須注意社會可接受性
- [C] 17. 下列有關新媒介科技中議題設定(agenda setting)目的之描述，何者有誤？
 (A)描述和解釋政治家如何選擇優先關注的議題之研究
 (B)較關注內部生成的政治因素
 (C)為解構民眾的行為
 (D)描述和解釋政治家對議題的決定或立場的研究
- [A] 18. 下列何種新媒介的功能，與其他三者差異最大？
 (A) Dropbox (B) Facebook (C) Line (D) WeChat
- [C] 19. 政策行銷的行銷組合中，常見的基礎有所謂的4Ps，是指產品(product)、通路(place)、價格(price)和下列何者？
 (A)方案(program) (B)夥伴(partnership) (C)促銷(promotion) (D)績效(performance)
- [D] 20. 影響社群媒體運用的層面及組織因素，下列何者有誤？
 (A)資訊內容：品質(正確度)、訊息數量 (B)技術層面：社群媒體操作因素(對聽眾瞭解程度)
 (C)政策層面：對於社群媒體的期待程度 (D)法律層面：平台是否為政府所有
- [B] 21. 下列何者是新媒介所產生新力量的特點？
 (A)審慎細緻 (B)公開透明 (C)高度保密 (D)公私分明
- [B] 22. 導致政策溝通失敗的原因很多，下列何者不包括在內？
 (A)政策溝通時機掌握失當 (B)溝通目標明確易懂
 (C)溝通雙方缺乏共同的語言與頻率 (D)政策本質與環境系統脈絡的複雜性
- [B] 23. 在政策行銷過程中，對民眾溝通上有許多策略，下列何者不包括在內？
 (A)針對不同群眾、使用多元媒介 (B)關注網路意見、隨時機動調整
 (C)走入標的團體、訴諸直接感受 (D)多元民主審議、建立優質共識
- [D] 24. 下列何者屬於「自媒體」常遭受到的負面批評？
 (A)收費較高昂 (B)營運要求多 (C)科技門檻高 (D)素質良莠不齊

- [A] 25. 搜尋引擎優化(Search Engine Optimization, SEO)最主要的目的為何？
 (A)使網站排名出現在自然搜尋結果前面，進而取得高流量
 (B)購買關鍵字廣告
 (C)吸引業配與正面報導
 (D)和顧客雙向互動
- [B] 26. 有關意見領袖(opinion leader)，下列哪一個敘述有誤？
 (A)接觸較多的大眾傳播內容 (B)社經地位一定較高
 (C)對相同價值觀與興趣的群體影響較大 (D)樂於跟別人分享資訊
- [A] 27. 依據賀爾(Stuart Hall)的解讀型態分析，閱聽人解讀媒介內容會有3種解讀型態，其中完全接收正文的意識形態者，稱為下列哪一種解讀型態？
 (A)優勢解讀型 (B)對立解讀型 (C)喜好解讀型 (D)協商解讀型
- [D] 28. 學者McQuail文章中提到學者以不同的比喻來描述大眾媒體在報導新聞時的表現，其中提到媒體會指引社會大眾有關領導人的政策轉變，此時把媒體比喻成下列何者？
 (A)窗戶 (B)鏡子 (C)遮幕 (D)路標
- [C] 29. 有關大眾傳播領域中「子彈理論(magic bullet theory)」的論述，下列敘述何者有誤？
 (A)又稱為皮下注射針理論 (B)也稱為刺激-反應理論
 (C)發展於第二次世界大戰以後 (D)傳播內容效果非常強大
- [C] 30. 有關Jensen & Rosengren(1990)討論有關大眾傳播媒介與閱聽人關係網絡的5個研究傳統，下列何者不包括在內？
 (A)效果研究 (B)文化研究 (C)議題研究 (D)使用與滿足研究
- [A] 31. 有關創新傳佈理論(diffusion of innovation)中的較早採用者(包括創新者、早期採用者與早期跟進者)，哪一個敘述有誤？
 (A)凡事深思熟慮 (B)社經地位較高 (C)較不墨守成規 (D)接觸較多大眾傳播內容
- [D] 32. 有關大眾傳播領域中「接收分析(reception analysis)」的敘述，下列何者有誤？
 (A)閱聽人有能力自文本中解讀意義 (B)強調文本的意義來自文本與閱聽人的互動結果
 (C)閱聽人的解讀型態有優勢、協商與對立 (D)英國學者Karl Rosengren是其中的重要學者
- [C] 33. 公共衛生的宣傳廣告，如勿抽煙廣告或勿吃檳榔廣告，通常使用恐懼訴求來說服。請問研究顯示何種程度的訴求較有說服效果？
 (A)強烈恐懼 (B)中等恐懼 (C)微弱恐懼 (D)中等偏弱恐懼
- [D] 34. 根據麥克魯漢(McLuhan)的理論，「涼媒」呈現的訊息不足，受眾在知覺上必須高度參與填補空缺，才能獲得完整的訊息。下列何者為「涼媒」？
 (A)電影 (B)報紙 (C)廣播 (D)電視
- [D] 35. 傳播效果可約略分為「短期效果」與「長期效果」。請問下列哪一個理論不是探討「長期效果」？
 (A)文化指標理論 (B)涵化理論 (C)創新傳佈理論 (D)子彈理論
- [B] 36. 在創新擴散理論中關於創新的5項評估標準，強調創新事物應與現行的社會制度及價值觀並行不悖的是下列何者？
 (A)相對優勢 (B)相容性 (C)複雜性 (D)可觀察性
- [A] 37. 選舉民調時，通常除了會調查支持度外，還會調查預期當選機率。沉默螺旋理論發現，人們在觀察大環境時，如果民眾預期某候選人會贏的心理扶搖直上，而對另一候選人的預期心理則會呈現直線下跌現象，這種對輸贏的預期心理，在投票前會帶動何種現象？
 (A)最後一分鐘的跟進(B)十分鐘警告 (C)最後一分鐘放棄 (D)勝負已定不投票

- [C] 38. 有關「大眾傳播」與「人際傳播」的敘述，下列何者有誤？
 (A)人際傳播較容易取得回饋 (B)人際傳播屬於面對面的傳播
 (C)人際傳播比大眾傳播的傳播速度快 (D)大眾傳播的影響主要在認知層面
- [B] 39. 推敲可能性理論(Elaboration Likelihood Model, ELM)提到中央路徑與周邊路徑說服，周邊路徑主張以迂迴側攻方式進行說服，以下哪一個說服理論是周邊路徑說服？
 (A)社會判斷論 (B)古典制約理論 (C)理性行為論 (D)免疫理論
- [A] 40. 讓媒體重新回到「強有力效果論」的傳播研究理論，下列何者有誤？
 (A)說服理論 (B)沉默螺旋理論 (C)使用與滿足理論 (D)議題設定論
- [C] 41. 根據創新擴散理論，在5類創新採用者之中最多疑保守，必需受到同儕壓力才會採用創新事物的群體是下列何者？
 (A)早期採用者 (B)早期大多數 (C)晚期大多數 (D)落後者
- [A] 42. 媒介(特別是電視)對於選民的影響早已獲得證實。Noelle-Neumann在1976年的選舉研究中，控制了「政治興趣」此一變項，而將受訪者分為看政治性節目多和少兩組，加以比較，結果發現「看得多組」對選舉勝利的預期和「看得少組」不一樣，Noelle-Neumann將這種現象稱為下列何者？
 (A)雙重意見氣候 (B)準統計官能 (C)鏡中之我 (D)主流效應
- [D] 43. 葛伯納(Gerbner)採用下列何種研究方法來檢驗他所提出的「涵化」理論？
 (A)實驗法和內容分析法 (B)實驗法和社會調查法
 (C)深度訪談法和內容分析法 (D)社會調查法和內容分析法
- [C] 44. 有關「使用與滿足理論」的敘述，下列何者有誤？
 (A)閱聽人是主動的 (B)閱聽人接觸媒體的動機有心理性也有社會性
 (C)大眾傳播媒體能滿足人類所有需求 (D)啟發了後來的接收分析
- [C] 45. 數位匯流網路時代發展至今，已出現全球鴻溝、社會鴻溝和民主鴻溝。這是以下哪一個理論的論點？
 (A)數位知溝理論 (B)數位差距理論 (C)數位落差理論 (D)網路落差理論
- [A] 46. 哈伯瑪斯(Habermas)以人為主要關懷面，強調「了解的理性」之重要性，透過相互共同性和相互主觀性來達成同意。他所提的建構理論為下列何者？
 (A)溝通行動理論 (B)公共領域理論 (C)科學革命的結構 (D)單面向人
- [D] 47. 下列哪一項有關社會判斷理論的陳述有誤？
 (A)拒絕區間的寬窄變化與個人對特定議題的預存立場及強弱有關
 (B)同化效應通常發生於持溫和態度立場者身上
 (C)個人的預存態度與說服訊息之落差愈大，愈不容易被說服
 (D)拒絕區間愈寬，愈容易產生同化效應
- [C] 48. 有關「知溝理論」的敘述，下列哪一個敘述有誤？
 (A)教育程度是形成知溝的重要原因 (B) Donahue Tichenor等人所提出
 (C)知識泛指人類所有生活知識 (D)知識主要來自大眾媒體
- [D] 49. 選民在選舉結果公布後，不管他自己事實上是投給哪一黨，當他被問到他投票給哪一黨候選人時，大部分的人會說是投給選舉中獲勝的一方，這種想站在勝利者這邊的心理為下列何者？
 (A)輸不起的心理 (B)逃避心理 (C)不願面對真相 (D)樂隊花車效果
- [A] 50. 守門人理論最早是用來說明下列哪一件事情？
 (A)新聞稿件的選擇 (B)新人的進用 (C)電視節目的播出 (D)談話性節目的來賓邀約