

112 年公務人員特種考試外交領事人員及外交行政人員考試試題

考試別：外交人員考試

等別：三等考試

類科組別：外交領事人員類科英文組一、外交領事人員類科法文組、外交領事人員類科西班牙文組、外交領事人員類科阿拉伯文組、外交領事人員類科俄文組、外交領事人員類科義大利文組、外交領事人員類科葡萄牙文組

科目：國際傳播

韓青老師

甲、申論題部分：(75 分)

一、在解釋當前國際傳播動態時，世界體系理論與文化全球化理論分別提供了何種解釋框架？各自有何侷限？(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題屬於國際傳播典型理論考點，想必各位同學都有所掌握！

【擬答】

解釋當前國際傳播動態時，世界體系理論與文化全球化理論分別從左派與右派觀點進行分析，前者側重對國際傳播當中的宰制、剝削以及權力不平等現象加以揭露，後者強調對國際傳播的跨文化交流與文化符碼互動進行分析。現依題意說明如次：

(一)兩種理論之解釋框架

1. 世界體系理論

- (1)Wallerstein 為代表學者，其認為自 16 世紀以降全球朝向一個世界體系發展，一連串政經關係跨越全球形成資本主義世界經濟擴張基礎，而此一體系由核心(core)、半邊陲(semi-periphery)、邊陲(periphery)等三類國家構成。國際傳播發展歷程中，核心國如美國、西歐國家主宰了全球媒體市場與資訊傳播科技，舉凡核心國家的意識形態與價值觀、國際傳播媒介渠道乃至跨國公司布局等，對半邊陲與邊陲國家皆帶來「宰制」現象。
- (2)例如國際傳播存在西方壟斷衛星傳輸的「電子殖民主義」(electronic colonialism)、美國主導國際新聞議題設定的「CNN 效應」(CNN effect)、西方國際通訊社如 AP、AFP、Reuters 等主導國際新聞流通而形成資訊壟斷現象，此外美國好萊塢影視產業影響半邊陲與邊陲國家的電影工業的產製、發行與映演的自主性，乃至西方電影工業對「非西方世界」敘事文本再現的東方主義(orientalism)，以及美國跨國公司 Apple、Microsoft、Google、IBM、Cisco 等藉由數據掌控、規格制定、標準化、智慧財產、專利權壟斷等方式，影響甚至控制半邊陲與邊陲國家主權皆為例證。

2. 文化全球化理論

- (1)Giddens、Harvey 與 Robertson 等學者皆重視全球化現象，「文化全球化」(cultural globalization)不啻說明了閱聽人在全球化進程下，文化體驗逐漸產生「去疆域化」(deterritorialization)與「去地化」(delocalization)現象，而形成全球與在地文化的交疊，讓閱聽人有身處異地的錯置(displacement)體驗感，即本土文化可自在地背景加以抽離，從而推展文化全球化進程；此外，文化全球化造成的「國族認同」與「文化認同」不一致的認同離散，也形成閱聽人認同上的「錯置」，文化全球化亦帶來全球在地化、在地全球化等思辨。
- (2)例如當前國際傳播發展鑲嵌在文化全球化進程脈絡中，使得「國族」控制力量逐漸消退，即全球化帶給各國異質變化的多元文化榮景。具體舉凡台灣在地食衣住行育樂就能同步體驗 McDonalds、Disney、Starbucks、Uniqlo、K-POP、美國嘻哈、饒舌文化乃至日本動漫等文化，此外在日本亦可體驗台灣珍珠奶茶飲食文化等，此皆說明全球閱聽人皆可跳脫在地侷限，而能感受文化全球化的視域交融樣貌，文化全球化背後承載著文化多樣性符碼。

(二)兩種理論解釋之侷限

1. 世界體系理論

世界體系理論側重核心對於半邊陲與邊陲國家的傳播結構壟斷與意識形態宰制問題，可能忽略各國文化自主性與國家能動性，例如針對美國為首的「CNN 效應」，非核心國家如卡達半島電視台、委內瑞拉南方電視台等國際頻道便發揮「資訊逆流」效果與之抗衡；又如好萊塢電影在全球媒體市場雖具主導地位，但亦存在印度寶萊塢、奈及利亞奈萊塢、紐西蘭威萊塢電影工業基地，甚或韓流席捲全球等現象，皆反映了非西方文化對國際傳播的影響，足證國際傳播並非僅是單向傳播，實際上更可能具有雙向與互動色彩，而可論證世界體系理論的侷限。

2. 文化全球化理論

文化全球化理論過於樂觀看待全球和地方文化之間的互動，忽略全球媒體產業與跨國公司在媒介內容與資訊流動上的權力，並低估西方國家在全球資訊科技、媒體產業與文化交流中的支配地位，如從法蘭克福學派視角而言，全球文化工業如迪士尼漫威(Marvel)英雄電影如同流水線般標準化地大量生產，且敘事觀帶有美國中心色彩，並藉影視資本輸出優勢搶占各國電影市場，斷喪了各國對在地原生文化之主體性、自主性、獨特性的認同，此足證文化全球化理論的解釋侷限。

二、影音串流服務興起，對傳統影視產業帶來衝擊。試申論 Netflix 如何影響好萊塢片廠在全球影視(1)生產與(2)發行的霸權。(25 分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》本題相當活潑，同學回答時若能分點分段並加以舉例說明，必能讓閱卷者感受到答題者的用心而給予高分。

【擬答】

Netflix 的崛起不啻衝擊好萊塢片廠於全球影視生產與發行的長期壟斷與霸權地位，現依題意將 Netflix 對好萊塢片廠在全球影視生產與發行霸權說明如次：

(一)對好萊塢生產霸權衝擊：

1. 內容敘事跳脫美國世界觀：

Netflix 產製內容敘事風格結合不同文化背景內容，進而挑戰好萊塢長期以來的美國中心世界觀，例如 2023 年 Netflix 推出日漫 IP 改編真人劇《航海王》(One Piece)所創造的世界觀滿足全球不同文化背景閱聽人想像，又如早先 2021 年《魷魚遊戲》結合韓國社會問題的敘事觀同樣席捲全球，說明 Netflix 重視英語圈之外的語言、文化和敘事風格，而衝擊好萊塢的製片風格。

2. 重視原創內容與國際合製而稀釋好萊塢市占率：

除了採用購片模式，Netflix 亦投入原創內容的產製，如《紙牌屋》、《怪奇物語》等原創節目，此些原創作品既能吸引全球觀眾目光而獲得好評，同時亦可解決早先仰賴購片模式充實片庫的弊病，又如其藉國際合製如台劇《華燈初上》、《此時此刻》，韓劇《黑暗榮耀》、節目《體能之巔》成功吸引在地觀眾目光。換言之，透過投資原創劇確保 Netflix 在生產內容供應上的獨立性。與此同時，Netflix 原創自製內容亦稀釋了好萊塢製片廠市占率，彼此在內容製片的競爭態勢越發明顯。

3. 藉由大數據精準掌握閱聽人偏好：

Netflix 善用大數據(big data)與演算法提升閱聽人內容觀看體驗與推薦內容，具體透過訂閱會員觀看習慣與觀看紀錄等數據，掌握閱聽人對生產內容的偏好，並對其投放類似文本敘事影集，大幅提升閱聽人的使用與滿足(use and gratification)，並以此數據做為續集製作與否判準，同時相較好萊塢傳統內容生產模式，Netflix 大數據分析更能達到內容產製的客製化體驗。

(二)對好萊塢發行霸權衝擊：

1. 「去中心化」發行模式蔚為顯學：

Netflix 作為全球性 OTT 影音串流平台，全球閱聽人可透過此平台提供的「隨選視訊」(Video-on-demand, VOD)功能隨時隨地收看最新節目內容，此種「去中心化」發行模式讓

Netflix 不受傳統廣告商制約，閱聽人亦不再受固定節目表或電影檔期限制；此一模式挑戰了好萊塢透過傳統電影院、電視轉播或 DVD 銷售等發行方式，Netflix 直接將內容提供給消費者，亦讓好萊塢如 Disney 建立自身串流平台。

2. 訂閱制之獲利方式變革衝擊傳統營收模式：

Netflix 採取「訂閱制」(Subscription-based VOD, SVOD)，此種訂閱模式讓閱聽用戶可僅以固定月費無限次觀看內容，衝擊好萊塢過往進入電影院付費觀看以及 DVD 租賃等傳統獲利模式，此種模式利基在於可讓 Netflix 隨時依據觀眾回饋，迅速調整發行策略，決定某部影集是否開拍續集，甚或採取 PVID(Premium VOD)模式，讓片商將最新電影跳過電影院而直接上架到 OTT 平台，讓消費者在平台便可搶先付費收看，而這些變革皆對好萊塢獲利方式帶來創造性破壞。

3. 刺激國際串流平台崛起並鬆動好萊塢發行霸權：

Netflix 發跡經驗促使如 Amazon Prime Video、Disney+、HBO Max、Paramount+、Hulu 等國際串流平台紛紛崛起，而各國 OTT 亦異軍突起，如日本 U-NEXT，韓國 TVING、Wavve 與我國 Hami Video、friDay、KKTV、myVideo、CatchPlay 等，此些國際與區域性 OTT 平台崛起，或將進一步分散、鬆動好萊塢片廠的發行霸權。

三、根據訊息的來源和性質，國際政治宣傳可被區分為白色宣傳、灰色宣傳與黑色宣傳三種類型。

請分別解釋這三種類型的差異，並舉例說明。(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題難度不高，建議答題時需呼應題意舉例說明，此為得分高低的關鍵。

【擬答】

(一)白色宣傳(white propaganda)

1. 白色宣傳指涉宣傳訊息的「消息來源」明確而具可信度(credibility)，外界可清楚辨識宣傳者身分或所屬機構的權威性，此外宣傳的訊息內容本身之性質乃屬正確，雖為宣傳有利於宣傳者的內容，但並無捏造或傳達虛偽之意思表示。一般而言，「國家通訊社」或「國家廣播公司」為國家所為之宣傳，便具高度可信度與正確性，而屬於白色宣傳範疇。
2. 白色宣傳顯例如「英國廣播公司」(BBC)、「美國之音」(VOA)、「日本放送協會」(NHK)、「韓國聯合通訊社」(YNA)的傳播內容便屬白色宣傳；此類白色宣傳側重於一國外交與文化之正面形象的議題設定(agenda setting)與預示效應(priming effect)，故而符合 Nye 軟實力(soft power)的形塑定義，即此類宣傳乃意欲爭取外國閱聽人對自國外交政策或文化喜好度的支持，甚或達成政治性勸服目標。

(二)灰色宣傳(gray propaganda)

1. 灰色政治宣傳性質介於白色宣傳與黑色宣傳之間，即灰色宣傳「消息來源」模糊、不明確而讓外人難以正確辨識，且訊息內容性質本身之正確性也難以證實或判別真偽。例如一國政府機關等可能藉以「非官方」或「私人」名義對外宣傳，例如特定國家政府常透過智庫學者、親政府派的友好記者，甚或宣傳國家當地的政治人物乃至社群關鍵意見領袖 Youtuber 為自身喉舌、辯護。
2. 如中國「大外宣」以及中共三戰當中的「輿論戰」運用便為例證，其具體透過收編、攏絡或扶持海外中文媒體為「黨」喉舌。換言之，此些海外「民間」媒體機構乃受中國政府滲透，外人難以判別其消息來源屬於官方抑或私人，此外彼等「民間」媒體機構宣傳內容正確性也難判別真偽，如其內容著重對「中國治理新疆人權良好」之側寫，便具典型灰色宣傳特質。

(三)黑色宣傳(black propaganda)

1. 黑色宣傳之「消息來源」通常屬於偽造、虛偽不實而缺乏權威性與可信度，通常消息來源可能偽裝成敵方來發布宣傳訊息，且宣傳訊息內容乃具欺瞞、謊言、虛假或誇大不實等特性，故而訊息性質乃屬典型的「虛假資訊」(disinformation)。換言之，此類黑色宣傳本質上便以宣傳研究當中的咒罵法或鬥臭法(name calling)，遂行攻訐、抹黑特定國家或對象，藉此破壞其國際形象或遂行離間分化之目的。
2. 如二戰盟軍與納粹德國，乃至冷戰時期美蘇相互透過「地下電台」(clandestine radio)偽裝

公職王歷屆試題 (112 外交特考)

真正消息來源，藉此誤使「敵方」的聽眾認為電台屬於己方，進而達成瓦解敵方士氣目的。
又如 2022 年俄烏戰爭以降，雙方透過網路平台的戰爭宣傳，便帶有黑色宣傳特性；此外，特定國家藉由「深度偽造」(deepfake)遂行特定政治宣傳目的，亦屬於此類黑色宣傳範疇。

乙、測驗題部分：(25 分)

- (C) 1. 下列那一個國家為協助烏克蘭籍猶太人撤離行動之五國之一？
(A)奧地利 (B)匈牙利 (C)波蘭 (D)捷克
- (D) 2. 下列那一國在世界貿易組織 (WTO) 成立前的關稅與貿易總協定 (GATT) 烏拉圭回合談判中，首先發難提出「文化例外」，堅持文化不是商品，不應成為自由交易項目？
(A)丹麥 (B)南韓 (C)義大利 (D)法國
- (A) 3. 知名的傳播學者拉斯威爾 (Harold Lasswell) 曾經主張：現代戰爭除了武力征伐或經濟封鎖之外，另一致勝關鍵為何？
(A)宣傳 (B)叫囂 (C)恐嚇 (D)殖民
- (A) 4. 臺灣的新聞鮮少登上國際媒體，但是 2021 年臺灣的「鮭魚之亂」與「太魯閣號出軌」新聞事件被國際媒體大幅報導。下列那一個國際傳播的術語最適切捕捉此種情況？
(A)非平衡之新聞流通 (B)新聞價值
(C)新聞形象 (D)新聞框架
- (B) 5. 日本學者岩淵功一提出下列那一個概念，用來修正文化接近性的理論觀點？
(A)文化混雜 (B)文化趨近 (C)文化折扣 (D)文化共鳴
- (C) 6. 英國社會學家紀登斯 (Anthony Giddens) 認為全球化趨勢是現代性的結果之一，而全球化包含的四個面向不包括下列何者？
(A)世界軍事秩序 (B)國際勞動分工 (C)社會關係治理 (D)國族國家體系
- (A) 7. 有關公眾外交的說明，下列敘述何者錯誤？
(A)長期公眾外交的目標，是希望在國際社會中提高支持度，以獲取單一政治倡議 (political advocacy) 的成功
(B)對政府而言，公眾外交的目標之一，是希望其外交政策也能獲得國內民眾的支持
(C)推動公眾外交，會盡量避免被貼上宣傳 (propaganda) 的標籤，以免造成負面印象
(D)美國在冷戰時期的公眾外交主軸，是說服歐洲民眾美利堅式民主與資本主義體制優於蘇維埃式政治體制
- (A) 8. 數位匯流時代，社群媒體平台也能扮演國際傳播的有效機制。有關澳洲政府要求平台業者付費給新聞業者一事，下列敘述何者錯誤？
(A)澳洲已通過「平台公平付費法案」，要求 Facebook 與 Google 等平台業者應與新聞業者拆分內容收益
(B) Google 與澳洲各大媒體業者針對「付費」已達成合作協議
(C) Facebook 一度封鎖澳洲的使用者讀取或分享澳洲新聞內容，封鎖對象也包括境外的使用者
(D) Facebook 封鎖澳洲新聞期間，非關新聞的政府組織或慈善團體網頁也陰錯陽差遭到封鎖
- (B) 9. 於 2013 年正式在美國市場開播的半島電視臺，是透過何種策略進入？
(A)成為有線電視系統業者 (B)併購美國有線電視頻道
(C)成立衛星電視臺 (D)提供網路串流服務
- (A) 10. 為了推動網路作為公民新聞的跨國平台，獨立媒體中心 (IMC) 在下列那個事件之後成立？
(A) 1999 WTO 西雅圖年會抗議
(B) 2011 茉莉花革命

- (C) 2005 華盛頓反國際貨幣基金組織抗議
(D) 2018 法國黃背心運動
- (B) 11. 《世界文化多樣性宣言》是由下列那一個國際組織所提出？
(A) 歐盟 (EU) (B) 聯合國教科文組織 (UNESCO)
(C) 世界貿易組織 (WTO) (D) 世界知識產權組織 (WIPO)
- (B) 12. 有關「隨選訂閱 (subscription video on demand, SVOD)」與「網路播放影音服務 (over-the-top services, OTT)」開始盛行，下列敘述何者錯誤？
(A) SVOD 與 OTT 提供精準的推薦機制，讓閱聽人得以接觸到自己偏好的內容
(B) 根據「閱聽人商品理論」，SVOD 與 OTT 因為沒有廣告內容，因此閱聽人得以逃脫勞動剝削
(C) SVOD 與 OTT 提供推薦機制的精準度，有賴蒐集大量使用者的數位足跡資料
(D) SVOD 與 OTT 業者會委託數據分析公司蒐集社群媒體上的談論資料，作為生產與編排節目的依據
- (C) 13. 英國社會學家 Alan Bryman (2004) 用下列那一概念來批判全球商業化轉變時，所有的商品或環境都變成過度簡化、高度控制與重度倚賴情緒勞動？
(A) 麥當勞化 (B) 福特主義 (C) 迪士尼化 (D) 星巴克化
- (D) 14. 政府常被期待立法來解決網路上的社會問題，例如美國的 1996 年傳播端正法案 (Communications Decency Act)，是為了解決下列何種問題？
(A) 網路霸凌 (B) 隱私權侵犯 (C) 著作權 (D) 網路色情
- (B) 15. 下列何國於 2018 年 3 月舉行公投，決定是否廢除公共廣電的強制性執照費？
(A) 芬蘭 (B) 瑞士 (C) 比利時 (D) 荷蘭
- (B) 16. 1835 年正式成立的哈瓦斯通訊社為下列何者的前身？
(A) 路透社 (B) 法新社
(C) 美國聯合通訊社 (美聯社) (D) 合眾國際社
- (A) 17. 公眾外交的「議題監測」(issue monitoring) 指的是：
(A) 瞄準特定議題，並追蹤其發展 (B) 確認識題出現的時機
(C) 訂閱各種國際新聞資料庫 (D) 正式向報導不公的媒體提出抗議
- (A) 18. 下列國際媒體對外交決策所發揮的角色中，那一個可被視為「CNN 效應」？
(A) 控制性角色 (B) 節制性角色 (C) 介入性角色 (D) 工具性角色
- (B) 19. 將學者 James Grunig 與 Todd Hunt 的公關四模式 (four models of public relations) 運用於公眾外交時，下列敘述何者正確？
(A) 「報業代理／宣傳」(press agent/publicity) 模式所傳播的是最精確的內容
(B) 「公共資訊」(public information) 模式的目的是傳遞資訊，未必有說服意圖
(C) 「雙向不對等」(two-way asymmetric) 模式在於增進雙方的認識與瞭解，而且雙方都可以互蒙其利
(D) 「雙向對等」(two-way symmetric) 模式為了達到說服目的，對公眾採取了不便公開的手段或策略
- (B) 20. 網路科技的發達，為外交政策的過程與環境帶來什麼樣的重大影響？
(A) 網路科技造成同溫層，外交人員可以獨占甚至完全控制外交議題
(B) 網路科技造成資訊的「即時效應」，外交人員必須在最短時間內過濾、分析資訊，最後作出回應
(C) 網路科技的發達讓資訊量與資訊來源越來越少

公
職
王