

113 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：民意與公共關係學概論

王軒老師

一、了解民意常見透過量化方式來取得與能代表母體意見樣貌的資料。但在社會科學研究中，質化方法也相當重要，所得到資料也常可和量化資料相互應證補充。請提出兩種質化方式來取得民意資料及概述此兩種方式的實際執行流程，並請比較異同。最後，請具體說明民意的質化資料可以如何和量化資料整合分析。(25 分)

《考題難易》★★★★

《破題關鍵》民意調查方法

《使用法條》or《使用學說》質化研究方法、審議式民主、電子化論壇

《命中特區》民意與公共關係講義（民意篇）

【擬答】

在社會科學研究中，質化方法在了解公眾意見和行為背後的原因和動機方面，扮演著至關重要的角色。本題將說明兩種有效的質化方法：審議式民調和電子化論壇，並詳細說明其實際執行流程如下：

(一)審議式民調

審議式民調的實際執行流程包括以下步驟。首先，選擇需要調查的公共政策或社會問題。接著，隨機抽取具有代表性的公眾樣本，通常規模在數百人至一千人不等。對受訪者進行初步問卷調查，了解其對議題的初步看法，並向他們提供有關議題的背景資料和專家意見，確保他們有充分的信息進行討論。受訪者被分成小組，進行深入討論，每組有一名主持人引導討論。過程中，受訪者有機會向專家提出問題，進一步了解議題。討論和資訊補充後，對受訪者進行第二次問卷調查，以測量其觀點的變化。最後，將初步調查和再調查的結果進行比較，分析公眾意見的變化。

(二)電子化論壇

電子化論壇的實際執行流程包括以下步驟。首先，設計一個適合公眾參與和意見交換的在線討論平台。接著，選擇需要討論的公共政策或社會問題，並通過公開招募、宣傳或目標性邀請，吸引具有多樣背景的參與者。在平台上提供有關議題的背景資料、專家意見和相關文獻，確保參與者有足夠的信息進行討論。參與者在平台上進行分組或全體討論，討論可以持續數天或數週。過程中，參與者可以在線向專家提問，專家提供即時回應和解答。記錄和存儲所有討論內容和互動，以便後續分析。最後，對討論內容進行編碼和主題分析，找出共同觀點、爭議點和討論過程中的變化。

(三)兩者差異

審議式民調與電子化論壇在多方面存在顯著差異。首先，審議式民調的參與者數量通常在數百人至一千人，而電子化論壇的參與者數量則較為靈活，從幾十人到上千人不等。在資料深度方面，審議式民調旨在深入了解議題背景和公眾意見的變化，而電子化論壇則側重於深入了解在線討論的動態和參與者的互動。審議式民調的執行時間通常為數天至一週，而電子化論壇可持續數天至數週。資料收集方式上，審議式民調主要通過面對面或線上小組討論以及專家問答，而電子化論壇則依賴在線討論和實時互動。成本方面，審議式民調相對較高，需安排面對面會議和專家參與，而電子化論壇主要是技術平台的成本，相對較低。最後，在資料分析難度上，審議式民調需要比較前後兩次調查結果，難度中等，而電子化論壇則需分析大量在線討論內容，難度較高。

(四)質化與量化整合

透過三角驗證法 (Triangulation) 可以將質化與量化調查進行整合，例如，在審議式民調中，可以先進行初步量化問卷調查，然後通過小組討論（質化資料）深入了解公眾的觀點變化，最後再進行再調查（量化資料），以驗證觀點變化的原因和趨勢。

二、近年常見新聞媒體引用所謂網路聲量來作為民眾對某新聞議題之反映。請你分析網路聲量所呈現資料與民意呈現之關係，概述網路聲量資料之技術原理，並說明網路聲量與傳統民意調查方式的優點與缺點。(25 分)

《考題難易》★★★

《破題關鍵》網路民調

《使用法條》or《使用學說》網路聲量內容

《命中特區》民意與公共關係講義(民意篇)

【擬答】

隨著科技的進步和互聯網的普及，網路聲量成為新聞媒體和研究者衡量公眾對新聞議題反應的重要工具。網路聲量通過分析社交媒體、新聞網站和論壇等平台上的互動數據，如文章點擊率、評論數、分享數和相關關鍵詞的出現頻率，來反映某一議題的熱度。這些即時捕捉的數據能夠提供豐富的定性資料，並展示網民對特定議題的情感和意見，以下將對於網路聲量之相關內容進行論述如下

(一)網路聲量與民意呈現的關係

網路聲量反映了在特定時間內，網民對某一新聞議題的關注和討論程度。這些資料通過分析社交媒體、新聞網站、論壇和其他線上平台上的互動數據，如文章點擊率、評論數、分享數和相關關鍵詞的出現頻率等，來衡量某一議題的熱度。網路聲量能夠即時捕捉公眾對新聞議題的反應，並且反映出較為廣泛的網民意見。然而，由於網路使用者的特定性和在線討論的公開性，網路聲量可能未必全面代表整體民意。

(二)網路聲量資料之技術原理

1. 資料收集：使用網路爬蟲技術自動從各大社交媒體平台、新聞網站、論壇等收集大量數據，這些數據包括帖文、評論、分享、點擊等。
2. 數據清洗：過濾掉重複、無效或無關的數據，並處理雜訊，以確保數據的質量和準確性。
3. 自然語言處理 (NLP)：利用自然語言處理技術對文本數據進行分析，識別關鍵詞、主題、情感等。
4. 數據分析：統計關鍵詞出現頻率、討論量、情感傾向等指標，並進行可視化處理，以展示某一議題在網絡上的聲量變化趨勢。
5. 結果呈現：將分析結果轉化為圖表、報告等形式，供決策者、媒體或研究者使用。

(三)網路聲量與傳統民意調查方式的優點與缺點

1. 優點

- (1)即時性：網路聲量可以即時反映公眾對某一議題的反應，比傳統民意調查更具時效性。
- (2)覆蓋廣泛：網路聲量可以從大量數據源中獲取信息，涵蓋範圍廣泛，不受地域限制。
- (3)成本較低：相比於傳統民意調查，收集和分析網路聲量的成本相對較低，不需要進行大規模的抽樣和面對面訪談。
- (4)豐富的資料：網路聲量可以提供豐富的定性資料，如文本、情感等，幫助更深入了解公眾意見。

2. 缺點

- (1)代表性問題：網路使用者的構成可能與總體人口不同，如年齡、地區、社會經濟地位等，可能導致網路聲量不能全面代表整體民意。
- (2)數據偏差：網路聲量容易受到網絡水軍、機器人和其他有組織的操縱行為影響，導致數據偏差。
- (3)情感分析困難：儘管自然語言處理技術不斷進步，但準確理解和分析網民的情感和意見仍然存在挑戰。
- (4)噪音問題：網絡上的討論內容繁雜，雜訊多，可能需要大量的數據清洗和篩選工作。

網路聲量作為一種新興的民意反映工具，具有即時性和廣泛性等優點，能夠補充傳統民意調查的不足。然而，其代表性和數據偏差問題仍需警惕。在實際應用中，最好將網路聲量與傳統民意調查方法相結合，以獲取更全面和準確的公眾意見。

志光×學儒×保成 高普考

新聞行政 贏家勝試

112 高考新聞 (選試英文)	112 高考新聞 (選試英文)	112 高考新聞 (選試英文)	112 高普考新聞 (選試英文)	112 高普考新聞 (選試英文)
全國榜眼	全國第4	全國第9	雙料金榜	雙料金榜
🏆 陳○臻	🏆 易○倫	🏆 王○夫	🏆 陳○臻	🏆 易○倫

7個月考取 黃○雯 高普考新聞(英文)

我認為補習班給我最大的幫助是老師，因為老師都是高度相關專業背景，抑或有在公務體系中任職的經驗，不管是在理論上或實務上，都能提供學生非常具體與明確的教學。教材方面，囊括正課講義、補充教材等，老師會幫同學整理出最新考點，以及過往常出現的命題。除了正課之外，亦提供作業批改服務、模擬考服務與考前總複習，每一樣都缺一不可。特別是考前總複習真的需要大力讚揚，上場前看考前總複習講義，這次考試的時候真的能用上，真的非常有幫助。

志光×學儒×保成 穩佔高普 穩穩上榜 做你的神兵利器

高普考進階課程

階梯式課程設計 鞏固考取實力

■ 理論建構縱向連貫

- 01 基礎班
- 02 考前總複習班
- 03 多循環正規班

■ 知識運用橫向整合

- 04 申論作答班
- 05 測驗常考易錯

依各區規劃為主，請洽全國門市

三、短影音在年輕族群是擴散力極強的新媒介形式，請設想你必需為一項新政策的推行，規劃產製一段短影音文本，請依據說服傳播、訊息設計的理論觀點，提出此短影音內容規劃的三個特點，並請說明後續如何將短影音文本結合社群媒體進行有效擴散。(25 分)

《考題難易》★★★★

《破題關鍵》公共關係之說服理論

《使用法條》or《使用學說》創新傳布理論

《命中特區》民意與公共關係講義（公共關係篇）

【擬答】

在當今數位時代，短影音已成為年輕族群中擴散力極強的新媒介形式，為新政策的推廣提供了創新的傳播途徑。根據創新傳布理論（Diffusion of Innovations），有效的訊息設計和說服

公職王歷屆試題 (113 高考三級)

傳播策略能夠顯著提升新政策在目標受眾中的接受度。本題將基於創新傳布理論，通過設計相對優勢、相容性和試驗性的短影音內容，並結合社群媒體影響者合作、社群媒體廣告和互動參與策略，有效推廣新政策，相關論述如下：

根據創新傳布理論，我們可以針對短影音文本的設計進行以下規劃，以促進新政策的推廣：

(一)相對利益 (Relative Advantage)

1. 內容規劃：短影音應該強調新政策相對於現有政策或現狀的優勢和改進之處。例如，可以展示新政策如何能更有效地解決問題、提升效率或帶來更多利益。
2. 具體做法：使用具體的案例或數據來支持，並展示政策實施後的預期效果，如節省時間、提高生活品質等。

(二)相容性 (Compatibility)

1. 內容規劃：短影音應該表明新政策與目標受眾的價值觀、需求和現有生活方式的一致性。例如，展示政策如何融入年輕人日常生活，滿足他們的需求或符合他們的價值觀。
2. 具體做法：引用目標受眾熟悉的場景、語言和文化元素，使他們感到政策與自己的生活密切相關。

(三)試驗性 (Triability)

1. 內容規劃：短影音應該展示新政策在小範圍或短期內試行的可能性，讓受眾感到可以先行試用或觀察，降低接受新事物的風險。例如，展示一些試點項目的成果或邀請受眾參與小規模的試驗計畫。
2. 具體做法：利用參與者的真實反饋和試用體驗來增加說服力，讓潛在使用者更有信心嘗試新政策。

透過與影響者合作、利用社群媒體廣告以及創造互動和參與三大策略，可以實現短影音內容的廣泛傳播，並促進受眾的深度參與和認同建立影響者合作

(一)建立影響者合作

與在年輕人中有影響力的社群媒體影響者合作，是推廣短影音的一種有效策略。這些影響者可以分享自己的觀點和試用體驗，增加影片的可信度和吸引力。具體實施時，應選擇那些與政策相關且在目標受眾中有影響力的影響者，與他們合作製作內容並發布，確保信息能夠觸及並影響到更多的年輕人。

(二)使用社群媒體廣告

利用社群媒體平台的廣告功能，可以精確地將短影音推送給目標受眾。例如，可以使用精準定位功能，將廣告推送給特定年齡段、興趣或地域的用戶。實施這一策略時，需設定廣告預算和目標，設計吸引眼球的標題和描述，並確保廣告內容與影片的風格和訊息一致，以最大化廣告效果和受眾參與度。

(三)創造互動和參與

鼓勵受眾在社群媒體上與短影音進行互動，如留言、分享、標記朋友或參加相關活動，這不僅能增加影片的曝光度，還能促進受眾對政策的認知和認同。為了實施這一策略，可以設計有吸引力的互動活動，如問答比賽、意見徵集或有獎徵文，並利用短影音來宣傳這些活動，激發受眾的參與熱情，從而實現更有效的政策推廣。

通過上述策略，短影音可以在社群媒體上迅速擴散，並有效地傳播新政策的訊息，促進年輕族群的接受和支持。

四、善因行銷 (Cause-related Marketing) 是將議題、品牌、利他心理而結合的公關行銷方式。請以地方政府的農漁產品推動業務為設想情境，規劃一個善因行銷的公關行銷方案，請具體說明預期目標、執行方式、可能遭遇困難、對應解決方案及成效評估方式。(25 分)

《考題難易》★★★★

《破題關鍵》擬定公關計畫書

《使用法條》or《使用學說》善因行銷

《命中特區》民意與公共關係講義 (公共關係篇)

【擬答】

在當前的行銷策略中，善因行銷 (Cause-related Marketing) 逐漸成為推動地方產品的有效

公職王歷屆試題 (113 高考三級)

策略，將品牌宣傳、公益活動和消費者的利他心理結合在一起，既能提升產品知名度，又能增強品牌形象。地方政府在推動農漁產品時，可以利用這一策略，結合公益活動來吸引更多消費者的關注和支持。本題將以地方政府推動農漁產品為設想情境，詳細規劃一個善因行銷的公關行銷方案如下：

(一)預期目標

1. 提升地方農漁產品的知名度和銷售量。
2. 增強公眾對地方農漁業的支持和認同。
3. 借助善因行銷增強地方政府形象，展示其關心社會和環境的承諾。

(二)執行方式

1. 品牌合作：與知名食品品牌或超市合作，共同推廣地方農漁產品，並在產品包裝上標註善因行銷標籤。
2. 公益活動：
 - (1) 舉辦農漁產品義賣活動，將部分收益捐給本地農漁業協會或相關公益組織。
 - (2) 組織公眾參與的農漁體驗日活動，讓消費者了解產品來源，增加消費者對農漁業的認識和支持。
3. 社群媒體推廣：
 - (1) 利用社群媒體平台進行廣告宣傳，發布關於農漁產品的介紹和相關公益活動信息。
 - (2) 與當地有影響力的網紅或意見領袖合作，進行直播或短影片推廣，展示農漁產品的優點和公益活動的影響。
4. 教育宣傳：
 - (1) 在學校、社區等場所舉辦講座或工作坊，普及本地農漁產品的優點及其對社會和環境的正面影響。
 - (2) 發行電子書或小冊子，介紹農漁產品的生產過程和健康益處，並宣傳善因行銷活動。

(三)可能遭遇困難

1. 公眾對農漁產品認知不足：消費者可能對本地農漁產品的優勢和特點缺乏了解，導致購買意願不高。
2. 品牌合作不順利：品牌合作方可能對善因行銷活動的效果存疑，導致合作推進困難。
3. 資金和資源不足：農漁產品推廣和公益活動需要一定的資金和資源支持，地方政府可能面臨預算不足的問題。
4. 社群媒體推廣效果有限：社群媒體的宣傳可能難以觸及所有目標受眾，特別是年長或不活躍於網絡的群體。

(四)對應解決方案

1. 加強產品教育：在推廣初期進行密集的教育和宣傳活動，利用多種媒體形式介紹農漁產品的優勢和特點。
2. 品牌合作溝通：與品牌合作方進行多次溝通，展示過往成功案例和預期效果，增加品牌合作的信心。
3. 尋求多方資金支持：除了政府預算，還可以尋求企業贊助、社會捐款和公益基金支持，以確保活動順利進行。
4. 多渠道推廣：除了社群媒體，還應利用傳統媒體如報紙、電視和廣播進行宣傳，確保更多人群了解和參與活動。

(五)成效評估方式

1. 銷售數據分析：通過比較活動前後農漁產品的銷售數據，評估善因行銷的直接效果。
2. 公眾認知度調查：通過問卷調查和訪談，了解公眾對地方農漁產品和相關善因行銷活動的認知和支持程度。
3. 社群媒體互動數據：分析社群媒體上的互動數據，如點贊、分享、留言等，評估推廣活動的影響力和覆蓋面。
4. 活動參與人數統計：統計參與公益活動的人數和參與度，評估活動的吸引力和實際影響。
5. 品牌合作效果評估：與合作品牌共同評估推廣活動的效果，總結經驗並尋求進一步合作的可能性。

全方位智能學習系統



志光×學儒×保成

虛實整合 引你入勝



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

依各區規劃為主，請洽全國門市

志光×學儒×保成

高普考 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



考取生激推
立即掃描體驗

