

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：傳播理論

韓青老師

一、請敘述當前新聞媒體製播業配新聞（置入性行銷）的現況，並請以傳播或新聞相關學理作為分析框架，說明媒體新聞工作者在面對產製及執行業配新聞的壓力時，可以採取那些可行的因應策略？（25 分）

《考題難易》★

《破題關鍵》置入性行銷考點屬於重點核心考題，若有詳加演練考古題的同學應能取得不錯分數！

【擬答】

「置入性行銷」源自行銷學「產品置入」(product placement)策略，其藉付費將產品、品牌、商標等資訊，以聲音或視覺方式置入於廣播、電視等各類媒介文本中，影響閱聽人的闞下知覺(subliminal perception)，淺移默化受眾的動機、情感與行為，而衝擊新聞專業性與可信度甚鉅。現依題意說明如次：

(一)當前新聞媒體製播業配新聞之現況

1. 「新聞廣告化」與「廣告新聞化」氾濫

當前報業的新聞廣告化與廣告新聞化現象大行其道，舉凡以「廣編特輯」呈現新聞，報導某建案大排長龍或某餐廳開幕等新聞，實則在為特定建商新成屋或特定餐廳打響其知名度，雙方背後往往存有對價關係，而此種利用新聞公正與客觀性之新聞價值所報導的商業性內容，不啻衝擊新聞專業與新聞倫理。

2. 新聞報導仍受制於政經勢力之干預與左右

業配新聞常藉由「談話性節目」發揮影響力，如其以健康、養生之名，實則置入特定宣稱具有療效之商品或醫材並在節目中加以推薦；此外，媒介不僅置入特定商品，亦置入特定人物，例如透過新聞或戲劇類節目置入特定政治人物，遂行其政治宣傳或提升其正向曝光度等意圖，說明當前新聞媒體製播業配新聞仍受政經勢力所左右。

(二)媒體工作者面對製播業配新聞壓力時可採行之對策

1. 製播業配新聞時可加以「衡平報導」

置入特定商品新聞時，可採訪相關使用者心得，衡平報導該產品的各方評價，並說服業配之委託方，此種衡平報導可信度(credibility)極高而較易獲得受眾親睽，讓彼此讓步並得以尋求業配製播之妥協點，一方面滿足委託方的需求，另一方面兼顧新聞產製的專業倫理底線。

2. 報導時可適度「淡化處理」業配之內容

業配特定商品或內容時，可淡化處理該產品出現於鏡頭中的位置，抑或調整整體畫面的明暗度，甚或該產品露出的次數與秒數等，意即透過稀釋業配廣告成分濃厚的元素，取而代之可加入更多新聞亮點的資訊元素，而非單純強調該產品之特性。

3. 堅守置入的「三不一揭露」原則

與廣告主溝通時，可重申我國電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法所揭櫫的「三不一揭露」原則，意即製播置入性行銷新聞時，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，並應在節目播送之前與之後明顯揭露置入者訊息，藉此辦法對廣告主曉以大義，避免業者動輒以經濟利益減損新聞自由，藉此提升新聞業者之專業自主性。

二、何謂「媒體近用權」(或稱「媒體接近使用權」(the right of access to media))？請敘述其定義與理論發展，並說明傳播科技發展對實踐媒體近用權的影響，以及討論傳播科技影響媒體近用權而引發典範轉移的可能性。(25 分)

《考題難易》★

《破題關鍵》媒體近用權之考點不難，只要能針對各項問題意識舉例說明，便能有不錯分數~

【擬答】

媒體近用權包括內容近用、頻道近用以及普及服務等類型，具體如答覆權(the right to reply)、讀者投書(letters-to the-editor)、付費刊登評論廣告(paid editorial advertisement)乃至選舉報導上的機會均等原則(equal opportunities rules)、公平原則(the fairness doctrine)與合理使用頻道原則(reasonable access rule)等。現依題意說明如次：

(一)「媒體近用權」(the right of access to media)定義與理論發展

1. 「媒體近用權」即傳播媒體通路提供特定人使用或傳播特定內容，舉凡更正權、答辯權、公用頻道之設置。我國大法官 364 號解釋認為媒介近用權指一般民眾得依一定條件，要求傳播媒體提供版面或時間，允其行使表達意見之權力而言，以促進媒體報導或評論之確實、公正。
2. 1791 年美國憲法「第一修正案」明訂國會不得制定剝奪言論自由或出版自由的法律；1948 年聯合國「世界人權宣言」第 19 條明訂人人皆有「傳播權」，此項條文將表意自由與表意管道「大眾媒體」加以結合，被視為媒體近用權的起源。

(二)傳播科技發展對實踐媒體近用權的影響

1. 新傳播科技突破傳統媒介近用限制

傳統媒介近用權受限於新聞報業之版面、篇幅與截稿之時效性等因素限制，媒介近用權難以完整實踐。換言之，早先閱聽人的媒介近用自主性較低，而當前隨新傳播科技的發展下，網路數位平台媒介已突破早先傳統媒介的版面、篇幅與截稿時效性等侷限。

2. 社群平台崛起強化媒介近用權的落實

數位匯流(digital convergence)浪潮下，社交平台(SNS)如 Threads、IG、Meta、X 紛紛崛起，使得閱聽人可直接藉該等平台發文加以討論、澄清、駁斥與喊冤，換言之數位傳播科技大幅降低內容產製成本，大量使用者自製內容(UGC)得以流通的同時，閱聽人媒介近用權儼為日常生活的實踐。

(三)傳播科技影響媒體近用權而引發典範轉移的可能性評析

1. 媒介近用不再受媒介守門與過濾

新傳播科技大幅提升閱聽人能動性，閱聽人個體可藉網路平台發聲，說明新聞訊息之產製與流通不再受制於傳統媒介的守門(gatekeeping)與過濾，此不啻質變了傳統近用權「由上而下」(top-down)的線性傳遞模式，而帶來媒介近用權的典範轉移。

2. 媒介近用權亦可兼顧編輯自主權

早先媒介近用權的爭議，在於允許閱聽人行使更正與答辯權或讀者投書同時，可能侵犯編輯自主權，而當代新傳播科技促使讓傳統媒體亦能走向數位化，其不再侷限於版面、篇幅與截稿的物理限制，此不啻大幅普及近用之服務，讓閱聽人使用該等管道充分發表自身觀點的同時，亦能兼顧編輯自主權。

三、請說明數位匯流趨勢與傳播科技發展對媒體素養教育的可能影響，並根據此影響現象，提出一個最適合研究此主題的新聞或傳播學理，並提出以此理論作為研究框架的研究問題。(25 分)

《考題難易》★★

《破題關鍵》本題可從 McLuhan 的 technological determinism 作為理論支撐加以論述。

【擬答】

相較「類比」時代的媒體素養教育，「數位」時代下的網路媒介具即時性、互動、去中心、個人化、虛擬性、多媒體、超文本、行動接收、跨媒體平台等特質，而與傳統媒體在內容呈現、組織運作、使用者位置等面向皆存有極大差異，閱聽人在數位時代所需素養遠較類比時代複雜且多元。現依題意說明如次：

(一)數位匯流與傳播科技發展對媒體素養教育之影響

1. 數位匯流趨勢下強調閱聽人之數位資訊識讀素養

數位匯流帶動各式社群平台崛起，大量使用者自製內容(UGC)在內資訊與大數據(big data)傳播成為日常，針對此種資訊的氾濫與守門，說明數位時代下媒體素養教育需讓閱聽人能提升耳聰目明能力，提升辨識假訊息與深度偽造(deep fake)能力，避免「錯假訊息」的快

速傳散。

2. 重視閱聽人創用者角色以及數位隱私之意識

數位時代下，閱聽人從應聲倒地的「行為典範」(behavior paradigm)，走向創用者(prosumer)角色。換言之，數位時代重視閱聽人自主產製數位訊息的能力，而非單純閱讀與解構文字的能力，與此同時也強調對閱聽人於個資隱私意識的培力(empowerment)。

(二)以新聞傳播學理研究上述影響並提出研究問題

多倫多學派代表學者麥克魯漢(McLuhan)提出「科技決定論」(technological determinism)，科技具有形塑人類文明的力量。換言之，具有支配性力量的是傳播科技本身，而非它所傳達的內容。相較傳統媒介，當前傳播科技的發展帶來全球社會變遷的典範轉移：

1. 數位時代下對閱聽人「使用與滿足」變化的影響研究：

數位時代下，媒體多工(media multitasking)現象普及，意即閱聽人可同時使用 Podcast、電視、電腦、平板、智慧型手機等數個媒體，以滿足個人汲取新知、兼顧工作以及社群互動交流等多重需求，故可對此研究傳播科技的發展，是否較傳統媒介更能提升閱聽人的「使用與滿足」。

2. 傳播科技對不同受眾群體的媒體素養培力是否存有差異：

傳播科技發展是否對不同背景受眾，如地域、階級、性別、種族等閱聽人在媒介素養的培力上存在明顯差異。換言之，傳播科技可能有利於優勢性別與特定種族、布爾喬亞階級乃至第一世界國家人民，而對他者(others)的媒體素養培力形成「社會排除」(social exclusion)現象，對此或可加以研究驗證。

3. 傳播科技發展如何重塑社會人際互動關係：

新科技帶來人際傳播方式的典範轉移，對此或可深入探討新科技如何重塑 Putnam 所言的「社會資本」(social capital)，以及 Durkheim 的社會連帶感(sense of solidarity)乃至 Habermas 公共領域(public sphere)之「理想言說情境」的建構，意即可深入反思當代人際互動的「媒介化」程度高低變化。

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。

四、雖然臺灣新聞媒體、新聞網站，以及新聞頻道都很多，但卻常令人覺得資訊相當貧乏，到底問題出在那裡？請試著採用新聞或傳播學理觀點，從媒介生態、媒體組織、閱聽人等不同取向分別論述。(25分)

《考題難易》★

《破題關鍵》本題為考古題之題型，說明勤加演練考古題之重要性。

【擬答】

當前台灣報業越趨淺碟化、小報化，呈現高度有「符徵」(signifier)而無「符旨」(signified)以及猶如「文化工業」(cultural industry)般同質化與庸俗化面貌，引發外界對於新聞媒體是否能堅守新聞專業倫理的疑慮。現依題意說明如次：

(一)媒介生態面向

1. 市場導向新聞學與媒介景觀取向：

當前媒介生態乃流量為王、點閱率至上的市場導向新聞學(market-driven journalism)邏輯，故而產製上重視「媒介景觀」，反映於媒介畫面越趨吸睛、煽情、娛樂化，掀起媒介猶如「黃色新聞學」(yellow journalism)之小報化(tabloidization)的競爭，乃至選舉民調新聞上的「賽馬式報導」，都說明媒介生態的逐利特質，成為台灣主流媒介的媒體邏輯。

2. 媒體結構與整體人口規模限制：

揆諸我國新聞媒體產業家數過多，而人口基數有限之下，媒體產業市場「內捲化」(involution)情形嚴重，體現於「三器新聞」當道，即網路瀏覽器、行車紀錄器、路邊監視器等即時性畫面充斥新聞版面，配合 24 小時不斷重播產製結構，使得新聞走向「淺碟化」、「去脈絡化」解讀，導致新聞品質嚴重下降，故而少有深度新聞學醞釀空間。

(二)媒體組織面向

1. 內部新聞控制與仰賴資訊津貼：

Breed「新聞室社會控制」(Social control in the newsroom)與編採合一制度，可說明臺灣媒介內部存在「自我審查」(self-censorship)以迎合上意或廣告主要求的現象；此外記者依賴特定消息來源的資訊津貼(information subsidy)而出現新聞偏袒問題，此些現象皆讓台灣媒介表現越發缺乏「媒介多樣性」(media diversity)，亦可說明此乃台灣主流媒體與獨立記者的差異所在。

2. 新聞產製邏輯乃追求即時性至上：

當前商業電視台大行其道，即「廣告主」與「收視率」左右了媒介組織邏輯，此種鐵三角關係反映在追求「即時」新聞價值採訪的方式，以及極其重視收視率而非收視質的「閱聽人商品化」現象，而加劇新聞軟性化、世俗化，以及產製上的誘餌式標題(clickbait)之氾濫，缺乏深度實質公共政策議題分析，而讓資訊內容流於媚俗與庸俗。

(三)閱聽人面向

1. 閱聽人缺乏足夠媒介素養能力：

閱聽人對當前單一同質而資訊貧乏的媒介文本內容，可能缺乏足夠媒介素養(media literacy)對其加以解構，意即閱聽人可能缺乏辨別內容文本的能力而無法在「不疑處中起疑」，例如閱聽人甚難察覺新聞內文所蘊含的布爾喬亞霸權、東方主義(orientalism)、父系霸權乃至後殖民主義(post colonialism)等問題，容易受單一價值或訊息文本內容的影響而無自覺。

2. 平台演算法放大閱聽人同溫層：

當前平台演算法透過數位足跡(digital footprint)，掌握並迎合使用者偏好的內容，可能導致閱聽人接收資訊的片面和重複，缺乏異質性、全面性與多樣性觀點，而產生「過濾泡泡」(filter bubble)和「迴聲室」(echo chamber)等同溫層現象。此外，閱聽人的「選擇性暴露」(selective exposure)行為，不啻放大媒介內容同質化下的同溫層效果，而難以意識到訊息貧乏之問題。

志光×學儒×保成
為你絕佳助攻

5大衝刺課程

帶你直攻
地方特考



測驗常考易錯

埋頭苦練 不如讓老師點通學習之路

常考題型 知識強化

易錯題型 觀念釐清

總複習

考點update!時事修法update!

關鍵考點

考前複習

最新考情

短期密集

題庫班

各科名師專業訓練 審題神速、答題神準
讀書精熟+答題精準=快速上榜

題庫演練

精準教學

解題技巧

作文實戰班

作文學得好，同時提升寫作能力與論述邏輯

高分
寫作指引

強化
論述深度

架構
分層演練

新式
作文教戰

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