

- [A] 1.下列何者非假訊息「事實查核」工具平台？
(A)「Google Marketing Platform」觀測市場動態
(B)「台灣事實查核中心」(台灣媒體教育觀察基金會與優質新聞發展協會)
(C)「MyGoPen」(與 LINE 訊息合作)查證假圖片、假影片、語音訊息
(D)「Cofacts 真的假的」(台灣公民科技社群 g0v)
- [B] 2.下列何者不屬於媒體素養之範疇？
(A)透過公私協力與第三方事實查核組織方式，共同推動媒體素養教育
(B)商業模式創新與企業經營績效
(C)對於視聽媒體的理解與新媒介科技運用能力
(D)對於新聞傳播媒體的經營方式，節目頻道製作過程的瞭解程度
- [B] 3.下列名詞何者不屬於網路影響者(Internet influencer)？
(A)KOL (B)Owner (C)Podcaster (D)YouTuber
- [C] 4.請問混合實境(Mixed Reality, MR)是哪兩種技術之結合？
(A)電視及廣播 (B)擴增實境(AR)及電視
(C)虛擬實境(VR)及擴增實境(AR)(D)延展實境(XR)及虛擬實境(VR)
- [A] 5.請問 NCC(國家通訊傳播委員會)於 2020 年 7 月 22 日釋出之管理 OTT 平台之專法為何？
(A)網際網路視聽服務管理法 (B)數位通訊傳播法
(C)衛星廣播電視法 (D)廣播電視法
- [D] 6.人類使用聊天機器人的主因大多為生產力，請問下列何者非聊天機器人使用的技術？
(A)機器學習 (B)深度學習 (C)自然語言處理 (D)電腦視覺化
- [C] 7.下列何者非視訊會議軟體？
(A)Cisco Webex (B)Microsoft Teams (C)Shazam (D)Zoom
- [D] 8.下列何者為搜尋引擎最佳化之英文縮寫？
(A)ROAS (B)ROI (C)SEM (D)SEO

[B] 9.擴增實境(Augmented Reality, AR)技術，利用攝影機影像的位置及角度精算並加上圖像分析技術，再透過視覺產生數位資訊與實境結合的效果，根據北卡大學教授羅納德·阿祖瑪(Ronald Azuma)於 1997 年提出的內容中，下列何者並非他認為的擴增實境所包含的內容？

- (A)將虛擬物與現實結合
- (B)全虛擬環境
- (C)即時互動
- (D)三維標記

[D] 10.下列何者不是新媒體與傳統媒體的主要區別？

- (A)便捷性
- (B)廣泛性
- (C)即時性
- (D)可讀性

[C] 11.大數據(Big Data)特性可歸類為「5V」，下列何者不包含在內？

- (A)Value(價值)
- (B)Velocity(速度)
- (C)Versatility(多功能)
- (D)Volume(數量)

[A] 12.奧運會期間中華電信進行了 VR 賽事轉播服務，下列哪一項關於 VR 賽事轉播的敘述是錯誤的？

- (A)通過 VR 觀看賽事直播時，無論身處何地觀眾都可以像在現場一樣自由地在場館內走動
- (B)通過 VR 觀看賽事直播時，用戶可以隨時自由地切換視角
- (C)一般智慧型手機也可以觀看 VR 賽事直播
- (D)5G 技術是 VR 直播在移動中與高清體驗方面實現突破的重要基礎

[D] 13.下列何者非傳統媒體逐漸拓展到新媒體的案例？

- (A)華視製作 Podcast 節目
- (B)台視在 Youtube 上發佈「一刀未剪看新聞」系列影片
- (C)TVBS 在其 Facebook 粉專上發布新聞消息
- (D)三立新聞用 SNG 連線報導颱風災情

[B] 14.關於 OTT 的介紹，下列何者有誤？

- (A)英文是 over-the-top
- (B)OTT 其實就是 IPTV
- (C)指的是透過網際網路直接向觀眾提供的串流媒體服務
- (D)OTT 為自由平台，但仍需要受到著作權法規範

[D] 15.下列何者非台灣本土的 OTT 平台？

- (A)FriDay 影音
- (B)KK TV
- (C)Li TV
- (D)LINE TV

- [A] 16.當一個網站有網路隱私權政策時，代表這個網站：
- (A)網站與用戶對於用戶資料的使用、分享建立協議
 - (B)不會保留可辨識出使用者個人身分的個資
 - (C)對於詐騙廣告的處理符合政府規範
 - (D)將不會與第三方分享使用者個人資料
- [C] 17.關於 Podcast 的敘述，下列何者有誤？
- (A)是由 iPod 跟 broadcast 混合成的一個新名詞
 - (B)Podcast 創作者將音訊或影片上傳至 RSS 或線上 Podcast 平台
 - (C)只能有聲音不能有影像
 - (D)Podcast 可以隨選收聽
- [B] 18.關於 AI 人工智慧科技的說明，下列何者有誤？
- (A)智慧音箱是一種 AI 應用
 - (B)客戶可以透過點擊不同的 Chatbot 選項，就常見的問題立即得到回應
 - (C)Netflix、YouTube 為你推薦的影音演算法也是一種 AI
 - (D)人臉辨識就是 AI 技術的應用之一
- [C] 19.關於事件行銷(event marketing)的敘述，下列何者最貼切？
- (A)主要透過舉辦活動來推廣，且與使用者互動
 - (B)特別重視事件的戲劇效果，因此，羶色腥、衝突、爭執事件更能幫助行銷
 - (C)推廣企業透過有價值的人或事件來引起媒體注意，以提升知名度或品牌形象
 - (D)是風險最小的行銷方式
- [A] 20.政策制定時有可能會舉辦公民審議，下列何者最正確？
- (A)強調公民參與，目的之一在於調和不同的社會爭議
 - (B)強調多數決定，以解決爭議
 - (C)強調公民參與，主要透過投票方式表決
 - (D)強調公民參與，但參與者的專業程度最為關鍵
- [C] 21.關於政策行銷與企業行銷的差異，下列何者有誤？
- (A)政策行銷的產品時常是公共服務等無形的產品
 - (B)政策行銷的目的在增加民眾對政策或政府的認同
 - (C)政策行銷因為以公共服務為中心，所以完全不需在意成本
 - (D)產品行銷有時只聚焦在特定目標對象

- [D] 22.關於政策行銷的特殊性，下列何者有誤？
(A)消費者是誰有時較難界定
(B)消費者的態度具不確定性
(C)須特別重視社會接受度
(D)和一般產品行銷一樣，從行銷成效可明確看出行銷方法有效程度
- [C] 23.關於行銷常用的 STP，下列何者有誤？
(A)S 指的是市場區隔(Segmentation)(B)T 指的是目標市場(Targeting)
(C)P 指的是購買(Purchase)(D)是一種市場目標定位理論
- [B] 24.行銷常用的 4P 與 4C，下列何者有誤？
(A)4P 理論是以產品策略為基礎 (B)4C 其中之一強調企業的責任 (commitment)
(C)4C 理論強調良好的雙向溝通 (D)4C 強調消費者導向
- [D] 25.關於置入性行銷的說明，下列何者有誤？
(A)英文為 Product Placement
(B)在節目中置入產品以達到行銷效果
(C)我國對置入性行銷的規定，採有條件開放贊助方式
(D)我國置入性行銷的主管機關，主要為經濟部
- [C] 26.麥奎爾(McQuail, D.)將大眾傳播理論分為 4 大類。「探討在特定社會價值規範下，媒介應該如何運作的問題」屬於哪一類理論？
(A)社會科學理論(social scientific theory)(B)工作理論(working theory)
(C)規範性理論(normative theory)(D)常識性理論(common sense theory)
- [C] 27.根據創新傳佈理論，以下哪一個不是人們決定是否採用新事物的關鍵因素？
(A)相容性 (B)複雜性 (C)多樣性 (D)可觀察性
- [D] 28.英國學者 Blumler 於 1979 年提出「主動的閱聽人」概念，下列何者不包含在內？
(A)功利性 (B)意向 (C)選擇性 (D)多元性

- [A] 29.對於議題設定理論的敘述，下列何者有誤？
(A)研究重點在於媒體對受眾行為的影響
(B)認為大眾媒體強調的議題與閱聽人重視的議題之間有正相關
(C)認為大眾媒介具守門人功能，會為閱聽人建構社會真實
(D)認為閱聽人會產生「需要引導的需求」，主動尋找相關訊息
- [B] 30.下列哪一個敘述不是「使用與滿足理論」在 1980 年代以前受到的批評？
(A)太依賴閱聽人的自我報告
(B)未考慮閱聽人的媒介使用行為
(C)不夠重視媒介內容
(D)太重視個人資料，較難將個人資料推論到社會結構層面
- [A] 31.下列哪一個敘述不是對兩級傳播理論的批評？
(A)沒有考慮人際間的親身影響(personal influence)
(B)將傳播過程中的積極角色(意見領袖)及消極者(追隨者)截然二分，忽略有些人在不同問題上可能有不同角色
(C)除了「領導者」與「追隨者」以外，還有其他類型的人未被考慮
(D)大眾傳播媒介依然可以直接影響個人，不一定需要透過意見領袖
- [A] 32.關於客觀真實、符號真實及主觀真實，下列敘述何者有誤？
(A)新聞報導的是客觀真實
(B)媒體內部的互動型態是符號真實的研究重點之一
(C)符號真實影響個人對真實的了解與信仰
(D)「議題設定」是影響主觀真實的主要效果指標之一
- [C] 33.關於議題建構理論的敘述，下列何者有誤？
(A)可說明議題設定理論所忽略的議題產生過程
(B)認為媒體報導在與一般人直接經驗較遠的議題上，有較大的影響力
(C)認為媒體完全獨立於政治系統之外，無須考慮媒體所處的政治情境
(D)指出媒體可以透過強調、貼標籤、連結等方式，進行議題建構
- [C] 34.早期大眾傳播效果研究提出的「皮下注射」模式，主要奠基在當時對「大眾社會」(mass society)的預設之下。下列何者不符合當時對大眾社會的想像？
(A)閱聽人之間少有互動 (B)閱聽人是不具名的
(C)閱聽人是主動的媒體使用者 (D)閱聽人組織非常鬆散
- [A] 35.下列哪一個理論最適用於研究新聞報導對閱聽人認知的影響？
(A)議題設定 (B)涵化理論 (C)守門人研究 (D)政治經濟學

- [A] 36.下列何者非屬閱聽人研究？
(A)守門人理論 (B)接收分析 (C)使用與滿足理論 (D)涵化理論
- [D] 37.下列哪一個概念與涵化理論無關？
(A)文化指標研究 (B)主流效果 (C)回響效果 (D)準統計官能
- [C] 38.知溝理論有 3 個基本概念，以下何者不包含在內？
(A)社會結構 (B)不同社會階層之間的知識差距
(C)議題建構過程 (D)社會系統中的資訊流通量
- [D] 39.下列敘述何者與批判理論學者提出的「文化商品化」概念相違背？
(A)文化被大量產製與配銷，與地方文化形成直接競爭
(B)文化工業成長的代價是犧牲在地、小規模的產製者
(C)將文化抽離其原有脈絡並重新包裝販售，此過程會進一步戲劇化處理被選定的文化要素
(D)文化商品化純粹是消費者個人的選擇問題
- [B] 40.關於媒體霸權(hegemony)的相關主張，下列何者有誤？
(A)意識型態是一種符號機制(symbolic mechanism)
(B)新聞工作者能充分發揮第四權功能，監督政府
(C)媒體組織受到外在利益集團的控制，使得媒體工作者成為生產工具
(D)霸權是指日常生活中，被常規化、想當然爾的思考結構所形成的支配格局
- [B] 41.下列哪一個理論不是出於針對選舉的研究成果？
(A)兩級傳播理論 (B)第三者/人效果理論(C)議題設定理論(D)沉默螺旋理論
- [C] 42.一個有關墮胎/人工流產的新聞議題，可以被媒體定義為未出生嬰兒的「生命權」問題，也可被定義為婦女自己的「選擇權」問題。請問這種作用涉及的是什麼概念？
(A)議題設定 (B)知溝 (C)媒介框架 (D)媒體霸權
- [D] 43.台灣的公共廣播電視集團(簡稱公廣集團)，目前不包括下列何者？
(A)公視 (B)華視 (C)客家電視台 (D)原住民族電視台
- [C] 44.曾對「公共領域」(public sphere)概念進行理論化的德國學者是誰？
(A)Charles Taylor (B)John Rawls (C)Jurgen Habermas (D)Michael Sandel

[B] 45.美國學者 Daniel Boorstin 曾提出什麼概念，用來描述公關業者擅長操作新聞？

(A)pseudo-agenda (B)pseudo-event (C)pseudo-media (D)pseudo-news

[A] 46.下列哪一位學者提出「閱聽人商品」(audience commodity)的概念？

(A)Dallas Smythe (B)David Morley (C)Elihu Katz (D)Vincent Mosco

[D] 47.下列哪一個傳播理論在其目的上鼓勵創新？

(A)使用與滿足

(B)Stuart Hall 的「文化循環」(the Circuit of Culture)模式

(C)創新傳播(Diffusion of Innovation)

(D)網路中立性(Net Neutrality)

[B] 48.在拉查斯斐的二階傳播(two-step flow)理論中的意見領袖(opinion leader)，不等同於下列哪個人物或角色？

(A)創新傳佈中的早期接受者(early adopter)(B)果粉

(C)常跑影展告訴你哪部電影好看的朋友 (D)知識型 YouTuber

[B] 49.有關媒體中的刻板印象、各種形式的歧視等再現對社會之影響，以及這些媒體影像可以如何以社會力被改變，長久以來皆是許多傳播研究者的研究議題。下列哪一個理論較無法被應用於這方面的研究？

(A)社會學習理論 social learning theory (B)沉默螺旋 spiral of silence

(C)涵化理論 cultivation theory (D)符號互動理論 symbolic interactionism

[D] 50.哥倫比亞大學新聞史學者 Michael Schudson 在其著作《為何民主需要不可愛的報業》Why Democracies Need an Unlovable Press 中提到報業/新聞可以為民主做的幾件事，其中不包括下列何者？

(A)提供公平而完整的訊息讓公民做明智的政治選擇

(B)調查權力的集中來源

(C)告知社會上其他社群的世界觀與生活，特別是少數或邊緣社群，使得我們也可了解一起生活的其他社群，知道他們的觀點，而產生社會同理

(D)認識其他想法相同之人並凝聚情感的公共平台

[C] 51.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] 52.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] 53.在各種環境以適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] 54.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] 55.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] 56.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] 57.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] 58.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] 59.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] 60.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] 61.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] 62.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] 63.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] 64.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] 65.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] 66.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] 67.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] 68.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] 69.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] 70.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] 71.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] 72.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] 73.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] 74.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] 75.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] 76.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] 77.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] 78.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] 79.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] 80.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] 81.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] 82.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] 83.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] 84.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] 85.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] 86.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] 87.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] 88.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] 89.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] 90.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] 91.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] 92.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] 93.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] 94.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] 95.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] 96.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] 97.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] 98.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] 99.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] 100.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
- [B] 101. 有關 IPTV 的特性，下列何者有誤？
(A)是一個視訊服務 (B)用戶收到的是類比訊號
(C)透過網際網路傳送訊號至用戶 (D)中華電信 MOD 為台灣 IPTV 的主要業者

[A] 102. 政府為求與民眾有良好溝通效果，媒體多工是常見的現象，下列注意事項何者有誤？

- (A)溝通的訊息不要重複
- (B)更需要注意不同媒體的溝通綜效
- (C)應使用多種不同的媒體進行溝通
- (D)要了解各類社群媒體不同使用者的使用行為

[B] 103. 關於「黑客」(Hacker)的相關描述，下列何者有誤？

- (A)是具備撰寫開源軟體(open-source software)的人
- (B)與駭客是同義詞
- (C)黑客從事寫程式改造社會的活動
- (D)黑克松 (hackathon)是黑客高手的集會

[D] 104. 關於衛星通訊特性，下列何者有誤？

- (A)是無線通訊系統中，覆蓋範圍最大者
- (C)基本上傳輸價格不受距離影響
- (B)費用相對非常高
- (D)傳輸品質不容易受氣候影響

[B] 105. 關於「創用 CC」(Creative Commons)的概念，下列何者有誤？

- (A)是針對著作權所提出的，既能夠保護創作者又能鼓勵再利用這些作品的合理機制
- (B)再利用的作品可作為商業用途
- (C)禁止改作 (no derivatives)
- (D)相同方式分享 (share alike)

[D] 106. 關於網際網路協定 (Internet Protocol, IP)，下列何者描述有誤？

- (A)其任務是根據來源主機與目的主機的網路地址來傳送資料
- (B)快速、不占用傳輸資源的資料包傳輸機制
- (C)網際網路上不會有兩台機器擁有一樣的 IP 位址
- (D)能保證可靠且精確的傳輸

[A] 107. 區別行動通訊行銷與傳統大眾行銷差異的四大要素為：目標對象的範圍、訊息的型式與格式、追蹤目標對象的反應，以及 。

- (A)地理位置定位
- (B)廣泛的涵蓋率
- (C)通路佈建
- (D)利益團體設定

[B] 108. SEO 為網站推廣中的關鍵，請問其為下列何者的簡稱？

- (A)Site Engine Optimization
- (B)Search Engine Optimization
- (C)Site Efficiency Optimization
- (D)Social Engine Optimization

- [C] 109. 下列何者對於提升企業的網頁排名最具價值？
(A)企業付費買網路廣告版面 (B)企業網頁提供靜態內容
(C)多位知名部落客的網頁都提供企業網頁連結(D)企業網頁上不提供聯絡方式
- [A] 110. 數位科技的優點不包括下列哪一項？
(A)容易失真 (B)容易再處理
(C)易於保存 (D)數位技術易構成「整體服務數位網路」(Integrated Services Digital Network , ISDN)
- [B] 111. 需經常在所經營之部落格或臉書粉絲團刊登新文章的主要理由為何？
(A)降低刊登每篇文章的成本(B)維繫讀者參與度並提供搜尋引擎相關資訊
(C)維繫社群媒體行銷團隊的工作機會(D)讓公司有更多網路版面提供資訊
- [A] 112. 企業都希望消費者造訪官方網站並持續關注，以下何者為提升網站「黏著度」的最佳方式？
(A)以遊戲、下載、影片等方式提升網站互動性(B)提供許多文字資訊
(C)無法輕易找到單位聯絡方式(D)在單一頁面塞滿圖表、照片與文字
- [B] 113. 建立品牌 (Branding)的最主要目的為何？
(A)讓潛在客戶認出商標 (B)贏得客戶的信賴
(C)統一促銷方式 (D)想出特殊品牌結語
- [D] 114. 下列何者最適合描述互動式媒體 (Interactive Media)？
(A)客製化行銷訊息(B)行銷溝通組合(marketing communication mix)
(C)行銷組合(marketing mix)(D)允許公司與消費者雙向溝通之媒體
- [D] 115. 當網路使用者在搜尋引擎上輸入關鍵字，搜尋引擎顯示廣告主的廣告，若使用者點選該廣告 以拜訪該網站時，廣告主必須付費給搜尋引擎，以下何者符合此模式？
(A)搜尋引擎最佳化 (B)關聯性廣告 (C)數位資產優化 (D)點擊付費廣告

- [D] 116. 下列何種方式為同時採用社群行銷與傳統行銷？
- (A)紙本文宣上印有產品折價券
 - (B)在 YouTube 網站獨家播放微電影
 - (C)在批踢踢電子看板刊登廣告
 - (D)在天下雜誌刊登的廣告中，提供網站連結，讓讀者可至該網站索取最新產品試用包
- [C] 117. 下列何者是荷蘭學者 Hans Buurma 所認為之政策行銷想要實現的目標？
- (A)透過公共財貨和服務進入市場環境，市場化概念可以將公部門的活動移轉到私部門，其目的在於降低價格，且使得品質更符合顧客的需求
 - (B)公共組織與非營利組織可透過行銷增進己身利益
 - (C)為達成政治目的運用行銷工具以實現政策目標
 - (D)行銷有助於促銷區域性的公共組織
- [A] 118. 「Pokémon GO (正式中文譯名為精靈寶可夢)」主要是利用那一種呈現技術，讓玩家感覺 Pokémon 彷彿真的在身邊互動一樣？
- (A)AR (B)CR (C)MR (D)VR
- [B] 119. 有關「自媒體」特性的描述，下列何者有誤？
- (A)每個「你」都是創造者
 - (B)「你」就是旁觀者
 - (C)每個「你」就是媒體
 - (D)平民崛起自主發表
- [A] 120. 微電影已在數位行銷中被頻繁使用，下列何者不是影片效果評估指標？
- (A)影片拍攝預算(budget)
 - (B)觀看次數(views)
 - (C)分享次數(sharing)
 - (D)評論(comments)
- [C] 121. 關於串流音樂特性的描述，下列何者有誤？
- (A)串流音樂是「只要有網路，音樂隨時帶著走」的線上收聽模式
 - (B)串流音樂是先用電腦壓縮音樂資料，再透過網路分段傳輸至消費者端，因此有時會有音質 不佳的疑慮
 - (C)收聽串流音樂時需先下載音樂，有占用儲存空間的缺點
 - (D)串流音樂網站可藉由聽眾正在收聽的紀錄來分析受眾的輪廓

- [D] 122. 應用程式 Instagram (IG)中的 # (Hashtag)在行銷面的功能列舉如下，何者描述有誤？
- (A)讓用戶容易找到和品牌相關的內容
 - (B)廣告行銷公司可透過搜尋 Hashtag，接觸到不同的粉絲
 - (C)IG 一張照片的#愈多，可以獲得愈多讚。但 5 個#，最能表現照片的精華
 - (D)可完全由傳統行銷方式取代
- [D] 123. 關於 OTT (Over the Top)特性的描述，下列何者有誤？
- (A)上網瀏覽方便、便宜或免付費，可以使用智慧型裝置觀看影集或電視節目
 - (B)OTT 服務是架構在未受到 QoS 保證與 IP 管理環境的網路上
 - (C)OTT 平台廣告量太多，是消費者感到不滿的原因之一
 - (D)OTT 提供的節目串流穩定、視訊品質佳是一大優勢
- [B] 124. 關於 Web 2.0 行銷方式的描述，下列何者有誤？
- (A)行銷關鍵在與消費者交心
 - (B)提高曝光量進而將品牌資訊或產品服務傳遞給消費者
 - (C)行銷主導權移至消費者手中
 - (D)行銷 2.0 的核心精神在於「行銷溝通」，使得社群媒體成為政府機關行銷新利器
- [A] 125. 下列何者為最新的 UGC 3.0 (User Generate Content)行銷手法並已帶來大量的流量？
- (A)通過直播，由網友與品牌一起共創與改變內容
 - (B)讓網友上傳文章、照片與影片，透過網友產出的內容，豐富整個行銷活動
 - (C)網友上傳內容，品牌再將網友的內容製作成更高質感的內容
 - (D)鼓勵網友檢舉不當內容之文章、照片與影片
- [C] 126. 學者 Manuel Castells 說：「資訊經濟已變得越來越重要。」有關資訊經濟特性的描述，下列何者有誤？
- (A)創新與知識的重要性增加
 - (B)勞動人口中從事符號和資訊處理相關職業的比例增加
 - (C)強調標準化的大規模生產
 - (D)全球性

[C] 127. 曾經著有《民意》(Public Opinion)一書，認為媒體宣傳會影響人們「腦海中的圖像」的美國知名媒體人是誰？

(A)Ted Turner (B)Walter Cronkite (C)Walter Lippmann (D)Dan Rather

[D] 128. 研究媒體壟斷/獨占現象，撰有《媒體壟斷/獨占》(Media Monopoly)一書的美國學者是誰？

(A)Ben Scott (B)Herbert Schiller (C)Tony Bennett (D)Ben Bagdikian

[C] 129. 所謂主流傳播研究的四大開山祖師，下列何者有誤？

(A)Harold Lasswell (B)Kurt Lewin (C)Leon Festinger (D)Paul F. Lazarsfeld

[D] 130. 有關傳統大眾傳播閱聽人特性的描述，下列何者有誤？

(A)人數眾多 (B)異質性高 (C)匿名性 (D)立即回應

[C] 131. 拉查斯菲(Lazarsfeld)等人在 1940 年間，研究宣傳活動對選民投票決定的影響，出版《人民的抉擇》(The People's Choice)，指出下列何觀點？

(A)宣傳活動改變多數選民的投票決定
(B)宣傳活動對選民的投票決定毫無影響
(C)宣傳活動最主要的效果是強化選民預存的立場和態度
(D)宣傳活動最主要的效果是催化、激起選民潛在的想法

[B] 132. 霍頓 (Horton)與沃爾 (Wohl)於 1950 年代，提出「準社會互動」(Parasocial Interaction)概念，意指下列何種關係？

(A)觀看電視時，觀眾之間產生的互動關係
(B)電視觀眾對於電視角色或人物產生想像的互動關係
(C)電視觀眾與電視機之間的互動關係
(D)電視觀眾對於電視機品牌挑選的喜好

[C] 133. 下列何者不是使用社群媒體之隱憂？

(A)隱私侵犯 (B)網路霸凌 (C)累積社會資本 (D)沈默螺旋

[B] 134. 下列哪個傳播理論與費斯廷吉 (Festinger)的「認知不協調理論」(Cognitive Dissonance Theory)有關？

(A)皮下注射理論 (B)選擇性暴露 (C)子彈理論 (D)刺激—反應模式

[D] 135. 高度涉入某爭議性議題的受眾，會認為與該議題相關的新聞偏頗，不利於我方立場，偏袒對方立場，此現象符合下列何種理論？

- (A)議題設定 (B)新聞框架
(C)皮下注射理論(D)敵意媒體效果(hostile media effect)

[A] 136. 人們傾向評估正面媒體訊息(如:公共服務訊息、環保概念宣導等)對自己的影響較大，對他人 的影響較小，此現象可對應到下列何種效果？

- (A)第一人效果(B)第二人效果(C)第三人效果(D)對比效果

[B] 137. 某競選團隊，在投票前兩天，突然發布並散播不利於對手陣營候選人的負面消息，意圖影響 選民的投票決定，此種操作手法可對應到下列何種理論？

- (A)樂隊花車法(B)預示效果(priming effect)(C)新聞框架(D)議題設定

[A] 138. 下列哪個內容概念可藉以區別傳統大眾媒體與時下數位媒體(如：社交媒體、網站)的不同？

- (A)用戶生產內容(user-generated content)
(B)商業化內容(commercial content)
(C)促銷活動內容(promotional campaign content)
(D)資訊內容(informational content)

[C] 139. 新聞報導透過選擇、排除、強調、詳述等手法提供意義解釋，此手法可對應下列何種理論？

- (A)議題設定 (B)沉默螺旋 (C)新聞框架 (D)選擇性暴露

[C] 140. 香水廣告中的美女明星讓消費者感覺自己用了某品牌的香水後，就可以搖身變成廣告中性感 魅力的女性，這是屬於下列何種宣傳手法？

- (A)平民法 (B)樂隊花車法 (C)轉移法 (D)咒罵法

[A] 141. 下列哪兩位學者認為大眾媒體有授予地位、強化社會規範和麻醉負功能？

- (A)Lazarsfeld & Merton (B)Lazarsfeld & Katz
(C)Lasswell & Schramm (D)McCombs & Shaw

- [D] 142. 針對不同時期的傳播理論，下列何者描述有誤？
(A)有限效果論認為效果的產生須透過中介因素，如：選擇性過程、團體壓力與規範、意見領袖等
(B)中度效果模式認為媒介內容對於閱聽人的認知仍有一定的效果
(C)子彈理論認為訊息對每位閱聽人都有同樣立即而宏大的效果
(D)傳播效果研究發展的先後順序是：長期大效果模式→有限效果模式→中度效果模式→媒介 萬能論(子彈理論)
- [C] 143. 「誰說了什麼 透過什麼通道 傳播給誰 產生什麼效果？」這個以語文形式表述的傳播模式是 誰提出的？
(A)Stuart Hall (B)Kurt Lewin (C)Harold Lasswell (D)Wilbur Schramm
- [B] 144. 「效果有限論」中，下列何者不是「媒介與受眾間的緩衝體或過濾器」？
(A)個人差異 (B)社會道德 (C)社會範疇 (D)社會關係
- [B] 145. 葛柏納 (George Gerbner)等人的「涵化理論」(Cultivation Theory)展現下列何種媒體效果？
(A)短期、難以感知的直接效果(B)漸進、累積的長期效果
(C)故意、可感知的間接效果 (D)無意、直接的暫時效果
- [C] 146. 傳播界研究閱聽人參觀欣賞藝文展覽或演出的案例中，下列描述何者正確？
(A)認為閱聽人是被動的
(B)主要研究媒介的效果
(C)認為閱聽人是觀展與顧影自憐的再建構
(D)製碼與解碼的分析是代表性的研究取向
- [A] 147. 傳播者利用「從眾」心理，將一個觀念、行動或人物描述成人人都已接納，所以你也應當接納，這屬於下列何種宣傳說服手法？
(A)樂隊花車法 (B)轉移法 (C)堆牌法 (D)證言法
- [A] 148. 關於知溝理論 (Knowledge Gap)的敘述，下列何者有誤？
(A)認為資訊增加，即可增加知識
(B)傳媒資訊流入速度加速時，社經地位愈高者，獲取資訊的速度愈快
(C)媒介性質會造成知溝，因為教育程度高者利用較多的印刷媒體
(D)知溝理論犯了個人責備論的謬誤

- [C] 149. 關於全球化的三種思考取向，下列何者有誤？
(A)超全球論認為全球文化深受美國流行文化和西方消費文化的影響會趨於同質
(B)懷疑論將全球化和區域化當作兩個衝突的概念，認為全球化是一種迷思
(C)轉化論認為全球化意味著民族國家就此終結
(D)轉化論不贊成將全球以第一世界 vs. 第三世界或南 vs. 北作劃分
- [B] 150. 對於千禧世代(1980 至 2000 年間出生的族群)，下列何種行銷方式最具說服效果？
(A)冠名贊助 (B)病毒式行銷 (C)置入性行銷 (D)樂隊花車法
- [A] 151. 下列何者不是社群媒體？
(A)News98 (B)Facebook (C)YouTube (D)Twitter
- [C] 152. 串流技術(Streaming)主要應用在下列哪一種廣播節目的收聽與收看？
(A)調幅廣播 (B)調頻廣播 (C)網路廣播 (D)衛星廣播
- [D] 153. 以下針對 3D 電影製作的邏輯，哪一項是「錯誤」的？
(A)以故意製造視覺落差
(B)透過主動式交錯立體眼鏡接收來自銀幕的訊號
(C)訊號斷續地遮住左右鏡片並與銀幕上的影像同步
(D)左右兩個影像以每秒 30 個畫面的速度交替顯示總數 60 個畫面的訊號
- [D] 154. 以下何者不是新媒介體系的特色？
(A)超文本 (B)多媒體 (C)互動性 (D)安全性
- [D] 155. 虛擬實境(Virtual Reality)的主要特色是除了互動性(Interaction)之外，尚包括下列哪兩種特色？
(A)穩定性(Reliability)、認同性(Identity)(B)活潑性(Activity)、投射性(Projection)
(C)索引性(Index)、圖案性(Icon) (D)沈浸性(Immersion)、想像力(Imagination)
- [C] 156. 什麼是「網路中立性」(Net neutrality)？
(A)不分性別與年齡，都可以投資網路事業
(B)任何人要在網路表達意見，必須維持中立
(C)網路業者提供服務時，必須公平，不能因為內容、網址、使用者身份、平台性質或傳播 模式的不同而給予差別待遇
(D)政府規範必須公正，不能針對不同類型的網路業者進行差別規範

- [B] 157. 以下哪個新聞媒體推出「付費牆」策略成功？
(A)今日美國報 (B)紐約時報 (C)華盛頓郵報 (D)洛杉磯時報
- [C] 158. 下列何者符合懶人包的描述？
(A)網路私下傳播的懶人影片 (B)一種精簡的資料說明
(C)網路上為沒時間精力的懶人打包使用的封包(D)一種公關新聞稿
- [C] 159. 維基百科(Wikipedia)明確拒絕以下哪一種經費來源？
(A)個人捐贈 (B)企業捐贈 (C)廣告 (D)基金會捐贈
- [D] 160. 網路新聞有何傳統新聞沒有的特色？
(A)新聞有超鏈結 (B)多媒體形式 (C)即時播出 (D)以上皆是
- [C] 161. 在說服傳播過程中會運用不同的訴求規範對策略來達到說服效果。在行銷商品或政策時，大量運用社會知名人士或專業人士來做號召，其採用的是何種手法？
(A)理性訴求 (B)感性訴求 (C)權威訴求 (D)恐懼訴求
- [C] 162. 下列何種敘述為大眾傳播(Mass communication)的特點？
(A)範疇固定 (B)回饋立即
(C)透過媒體傳播 (D)效果非常大
- [B] 163. 大眾傳媒效果研究，主要針對傳媒對閱聽人和社會產生的影響，請問下列哪一種是針對閱聽人處理傳媒所做的研究？
(A)二級傳播 (B)使用與滿足研究
(C)涵化理論 (D)沈默螺旋理論
- [B] 164. 新聞工作者在受過專業教育後，到媒體工作時，其新聞報導的表現卻時常依循媒體組織的編輯方針及言論方向，這是以下何者原因造成？
(A)工作常規 (B)編輯部社會化
(C)個人態度與價值觀 (D)社會文化
- [B] 165. 下列何種敘述為個人內在傳播的特點？
(A)範圍包含 2 個人 (B)個人的學習屬之
(C)屬語言型傳播 (D)解碼者眾多

[D] 166. 議題設定功能主要是探究新聞媒體對社會大眾的什麼層面產生影響作用？

(A)認知層面 (B)態度層面 (C)行為層面 (D)認知與態度層面

[B] 167. 對於媒體大量負面新聞報導，認為會對社會大眾造成的影響較大，但對自己的影響較小。這是與那個理論有關？

(A)議題設定 (B)第三人效果 (C)親身影響 (D)守門人理論

[B] 168. 下列何者敘述與「意見領袖」(Opinion leader)概念不同？

(A)一群人中會有很多不同的意見領袖 (B)不屬於人際傳播效果
(C)部落客達人屬之 (D)其類型多元

[A] 169. 下列何種因素不是產生沉默螺旋效果的原因？

(A)人們不害怕被孤立 (B)人對外在社會感知具「準統計官能」
(C)媒體具關節效果 (D)越爭議性的話題越容易有沉默螺旋的效果

[C] 170. 新聞媒體與社會體系之間的關係，下列哪一種說法是正確的？

(A)新聞媒體依賴社會體系 (B)社會體系倚賴新聞媒體
(C)兩者相互倚賴 (D)以上皆非 新媒介科技、傳播理論

[C] 171. 網路傳播有何特色？

(A)單向傳播 (B)只可以閱讀文字 (C)互動傳播 (D)只能下載，不能上傳

[A] 172. 以下何者屬於口碑行銷的特色？

(A)新形式的口耳傳播 (B)取代傳統電視廣告
(C)被動的傳播方式 (D)直接傳播，不用找意見領袖

[C] 173. 在全球化的當今社會，混成的文化價值與國家特有的文化彼此之間的關係如何？

(A)混成的文化價值對國家特有的文化毫無影響
(B)混成的文化價值對國家特有的文化影響有限
(C)混成的文化價值取代了國家特有的文化
(D)以上皆非

[C] 174. 網際網路的設計採用分散系統，沒有指令中心，這個系統與美國企業 IBM 所研發使用的中央化、科層體制的資料系統非常不同。請問，出現這個特徵的原因為何？

- (A)這是網路的天生性質
- (B)分散運算效率比中央化優越
- (C)軍事考量，美國軍方這個設計更能承受蘇聯攻擊
- (D)商業系統追求更大商機所促成

[D] 175. 「創用 CC」是 Creative Commons 這個術語的台灣譯名，意思是，將「創作」、「創造」與「創意」的「使用」、「公用」與「共用」，目的是要讓資訊與影音圖文的交換與積累更迅速與多樣，教育部與中央研究院都很支持與推廣這個理念與實踐的推廣。請問，它所採用的授權條款不包括哪一種？

- (A)「非商業性」，若商業使用需另行協議
- (B)「姓名標示」
- (C)「相同方式分享」
- (D)「所有權利保留」，翻版必究

[C] 176. 社群媒體具有什麼特色，值得成為社會行銷的工具？

- (A)高參與率
- (B)快速的單向傳播
- (C)高擴散力
- (D)高成本

[A] 177. 以下哪位學者提出「科技的資訊革命是社會所有主要結構轉型的骨幹，資訊社會將取代工業社會」的看法？

- (A)卡斯特爾(Castells)
- (B)貝爾(Bell)
- (C)杭廷頓(Huntington)
- (D)詹金斯(Jenkins)

[D] 178. 下列哪種現象是資訊科技引領的第三波轉型？

- (A)產品內建連結功能
- (B)產品內建軟體
- (C)產品雲可儲存分析資料
- (D)以上皆是

[D] 179. 在這行動網路普及的時代，今天的大數據(Big Data)之魅力所在，主要著重於下列哪一項需求？

- (A)運用抽樣調查，從事大量資料精算
- (B)替公司解決問題，提高營運效率
- (C)增加公司利潤，降低生產成本
- (D)對未來可能發生的事情提出預測，以輔助管理者的決策

[D] 180. 我國的《政府資訊公開法》在 2005 年底施行。維基解密(Wikileaks)則在 2006 年 12 月創辦，2010 年 4 月公布美軍在伊拉克濫殺無辜影片，7、10 與 11 月公布阿富汗、伊拉克戰爭與美國外交秘密電報等文檔，並與英德美傳統媒體合作，聲名大噪。以上兩類行為或行動，不涉及以下那個概念？

- (A)表意自由與知的權利 (B)輿論監督與民主政治
(C)國家安全與傳播權利 (D)著作權與商業利益

[C] 181. 近年來在台灣許多社會議題的揭露，如大埔案、國光石化案等都是由獨立媒體率先報導後逐步引起關注，主流媒體之後跟進，這是屬於何種效果？

- (A)議題聯想效果 (B)議題天花板效果 (C)議題溢散效果 (D)議題設定效果

[A] 182. 議題設定功能最初只發現對認知層面產生效果，後來又發現對以下何種層面也會產生效果？

- (A)態度層面 (B)行為層面 (C)態度與行為層面 (D)以上皆是

[B] 183. 請問涵化理論與下列哪一個理論有關？

- (A)知溝理論 (B)電視暴力與青少年攻擊行為
(C)認知失諧理論 (D)以上皆是

[B] 184. 目前的置入性新聞所採用的手法與以下那一個概念特質類似，都是經過設計而刻意製造出來的新聞？

- (A)假新聞 (B)假事件 (C)假議題 (D)假報導

[C] 185. 在選舉競選期間，許多人喜歡收看政論性節目，而且都是選擇與自己觀點或立場接近的頻道或節目，這是那一種選擇性？

- (A)選擇性扭曲 (B)選擇性記憶 (C)選擇性暴露 (D)選擇性解釋

[C] 186. 日前媒體報導某知名廚師疑似有婚外情，使其多年來好男人的形象瓦解。請問其在媒體所建立的形象是屬何種真實？

- (A)主觀真實 (B)客觀真實 (C)符號真實 (D)社會真實

[C] 187. 下列何種敘述不是大眾傳播產業的特質？

- (A)原製成本高，再製成本低 (B)高風險產業
(C)市場確定性強 (D)閱聽人不容易掌握

[D] 188. 政府發布某個好政策的新聞，但社會大眾感受卻經常大相逕庭。請問此問題主要是什麼原因？

- (A)發布者權威不夠 (B)新聞媒體刻意扭曲
(C)政府屢屢失信於民 (D)民眾解讀不同

[D] 189. 前暨南大學校長李家同認為，當教育也出現城鄉落差時，會影響到弱勢家庭的孩子，因為他 們沒有能力補習，若在學校聽不懂，回到家也沒有受過良好教育的人可問，老師教得愈多、愈快，孩子也愈聽不懂、愈沒有興趣學習。請問這種現象所討論是何種理論？

- (A)資訊不對等 (B)因材施教 (C)刺激效果理論 (D)知溝

[D] 190. 根據新事物傳播理論，創新者的傳播行為特色，具有以下何種情形？

- (A)看到廣告就會去買 (B)喜歡追求沒看過的事物
(C)遵奉教條主義 (D)與外界接觸頻繁