

國立中山大學 104 學年度碩士暨碩士專班招生考試試題

科目名稱：傳播理論與實務【行銷傳播所碩士班甲組】

題號：446001

※本科目依簡章規定「不可以」使用計算機(問答申論題)

共 1 頁第 1 頁

問答題，共四題，共 100 分，答題請盡量以中文作答，每一大題中各有 2 至 3 個子題，答案請標示清楚的大題與子題的題號，如：一、(1)。

- 一、
 - (1) 請簡單敘述 Uses and Gratifications approach 的核心理念及其五大假設為何? (10%)
 - (2) 請由傳播研究的典範轉移觀點解釋為什麼此研究取向常被用來探討新傳播科技的使用? (8%)
 - (3) 請選擇一種消費者使用的社群媒體平台，根據該平台特色，從 Uses and Gratifications 的研究取向解釋可能有哪些 gratification motives 促使消費者使用該平台? (12%)
- 二、
 - (1) Social Presence Theory 的主要核心概念為何? (10%)
 - (2) Social Presence Theory 是否適用於現今的 computer-mediated communication 環境中? 請論述適用與否的理由。(10%)
- 三、
 - Should we be concerned that advertiser-driven pressures (1) lead to media audience fragmentation (12%) and (2) contribute to political polarization? (12%) Explain why or why not.
- 四、
 - (1) How has the internet affected politics, both at home and abroad? (13%)
 - (2) Do you think digital media have promoted democracy (if so, how?) or are they largely reproducing traditional political life? (13%) Explain.