

考試科目	傳播知識	系所別	傳播學院 傳播碩士學位學程	考試時間	2 月 5 日(一)第四節
<p>一、請精要說明下列理論、概念或模式的意義。(20%)</p> <p>(一) 使用與滿足 (Uses and Gratifications Theory, UGT) (5%)</p> <p>(二) 情感傾向 (Affective Disposition Theory, ADT) (5%)</p> <p>(三) 媒介化 (Mediatization) (5%)</p> <p>(四) 慎思可能性模式 (Elaboration Likelihood Model, ELM) (5%)</p> <p>二、Wilbur Schramm (1961) 曾針對電視對兒童的傳播效果表示：「也許研究電視對兒童的影響，更重要的視角不是電視對兒童做了什麼，而是兒童用電視來做什麼。」(“Perhaps the more important way to look at the effects of television on children is not what television does to children, but what children do with television.”) 時至今日，我們可以將「電視」代換為各種新傳播科技的應用型態。有學者以傳播者及閱聽人的角色區分，稱強調媒體對閱聽人之影響者為「媒介效果典範」(Media Effects Paradigm)；稱著重閱聽人用媒體來做什麼為「傳播者使用典範」(Communicator Uses Paradigm) (Kim et al., 2023)。(40%)</p> <p>(一) 請就「媒介效果典範」與「傳播者使用典範」各舉出一個傳播理論，分別說明理論的核心意義及實際的傳播現象，並藉理論分析之。(30%)</p> <p>(二) 您所舉的兩個傳播理論中的媒體社會影響力是強還是弱？請以實際的傳播現象舉例如何判斷社會影響力強弱？(10%)</p> <p>三、無疆界記者組織 (Reporters Without Borders, RSF) 在歐盟推動《人工智慧法案》協商之際，呼籲法案應納入並保障「值得信賴的新聞與資訊之權利」，包括以下四個要項：(40%)</p> <p>I. 用以訓練演算法的資料庫必須符合多元與正確的要求，且不能有錯誤、誤導或欺騙，或政治宣傳的內容。</p> <p>II. 以大型語言模型所生成的內容，若仍在監督式學習階段，須經由媒體或資訊專家認證，而非僅評估其可行性而已。</p> <p>III. 一般大眾或專業人員藉聊天機器人 (chatbots) 取得資訊時，不能回答其尚無答案之問題。</p> <p>IV. 聊天機器人產生的內容資訊，須有充分不同的來源以確保多元性。</p> <p>(一) 假設您是媒體組織中負責 AI 相關內容或服務的主管，請就此四個要項，分別舉媒體應用 AI 的相關實例，說明贊成或反對的理由。(30%)</p> <p>(二) 請從媒體實務的角度，再多擬出一個您覺得重要的要項，並說明其因應的風險為何？若要求須符合事前評估後才能應用是否合理？(10%)</p>					
備註	<p>一、作答於試題上者，不予計分。</p> <p>二、試題請隨卷繳交。</p>				