

# 國立交通大學 101 學年度碩士班考試入學試題

科目：心理學(6016)

考試日期：101 年 2 月 16 日 第 4 節

系所班別：傳播研究所

組別：傳播所甲組一般生

第 / 頁, 共 / 頁

【不可使用計算機】\*作答前請先核對試題、答案卷(試卷)與准考證之所組別與考科是否相符!!

說明：本心理學科目共三大題，答題請注意說理分明，簡明扼要。

一、每逢全國性選舉時節，臺灣廣電媒體常呈現明顯政黨色彩的內容，傳播學者研究指出部分電視頻道在新聞內容和政論節目的呈現確實出現各自偏愛甲黨或乙黨之現象。這些電視頻道也因此被貼上甲黨或乙黨的政黨色彩標籤，而分別吸引特定的閱聽人族群。請從心理學觀點，討論下列問題：(本題共 50%)

(一) 在此社會現象中，閱聽人的選擇收視行為與個體認知之關係為何？試舉出一個適切的心理學理論或觀點進行分析。(25%)

(二) 當選舉越逼近、選情越緊繃，有些人會產生焦慮情緒，因而出現長時間收視，甚至全天候盯看新聞或政論節目的情形。試舉出一個適切的心理學理論或觀點進行分析。(25%)

二、近年來環保、節能減碳成為重要且緊迫的全球性議題。大眾傳播媒介被期許扮演著資訊傳達與說服傳播的雙重角色。在相關的媒介內容中，常可見恐懼訴求的應用。請從心理學的觀點討論恐懼訴求應如何運用，並如何影響閱聽人的認知處理過程。(25%)

三、心理學與廣告效果研究向來密切，近年來運用潛意識(闕下)訊息(subliminal message)以增強效果的廣告實例逐漸增多。但不同於實務運用，學術研究上對此方面的發展尚有爭議。請從心理學的觀點說明其運作機制為何？並討論在說服效果上的爭議之所在。(25%)