

## 二) 簡答題 (每題十分) 40%

## 國立政治大學圖書館

1. 假如有四位傳播學者甲, 乙, 丙, 和丁各自信奉以下四個傳播學研究觀點中的一個: (甲) 機械觀點、(乙) 心理學觀點、(丙) 互動觀點、和 (丁) 實用語義學觀點, 並且遵循各個觀點來探討同一個問題: 「在傳播過程中應如何去影響受眾的認知和態度, 並獲得最佳效果?」請推論: 這四位學者在做研究時將各自選擇那些變項與因素, 作為研究的重點? 為什麼?

2. Petty & Cacioppo' 提出一個有關說服的理論 Elaboration Likelihood Theory, 其中談到說服可有兩種路徑. 請舉例說明:

(a) 此說服二路徑之特性, (b) 如何混合運用之來達成持久的態度轉變效果?

3. 簡述語文符碼和非語文符碼二者的差異, 以及各自的優勢與弱點。

4. 什麼是創新擴散過程的四個要素? 大眾傳媒與人際溝通在創新物的擴散過程的各階段, 扮演什麼角色?

科目 rse	廣告學	開課系級 Dept, & Class	日期 Date, Period	4 月 27 日 第 1 節	試題編號 Course No.
-----------	-----	--------------------------	-----------------------	-------------------	--------------------

研究所廣告學試題（共兩頁四大題；評分標準重質不重量，所以請儘量以精簡切題為原則）  
國立政治大學圖書館

### 第一題（共四小題，每題 10 分）

請分別用一段話（一百五十字左右）解釋下列四個觀念、並說明這些觀念與廣告實務企劃或廣告學術研究的關係。

1. 定位（positioning）
2. SWOT 分析（strength, weakness, opportunity, and threat）
3. 市場區隔（segmentation）
4. 整合行銷傳播（IMC；Integrated Marketing Communication）

### 第二題（20 分）

美國學者 Calder 與 Tybout 在 1987 年提出一個有趣的想法，他們認為研究消費者行為可以從三類不同知識的搜尋著手：第一類為日常知識（everyday knowledge），意即從消費者的日常生活用語與行為來瞭解其個別解釋和賦予事物意義的過程，其相對應的研究方法為質性研究（qualitative research）；第二類為科學知識（scientific knowledge），意即運用較為客觀、系統化的方法來統計消費者對於某一特定主題的看法，其相對應的研究方法為量化研究

（quantitative research）；最後一類為詮釋知識（interpretive knowledge），意即借用特定領域的觀點（例如歷史學、流行文化、文學批評等等）來解析消費者意識/潛意識資訊處理的過程，其相對應的研究方法為符號解析（symbolic interpretation）。本題請妳/你針對以上三種相對應的研究方法，說明每種方法的基本假設、優點和限制。

### 第三題（15 分）

隨著 WWW（World Wide Web）的盛行，網路已經成為許多廣告主看好的新媒體（註 1）。不少學者專家大力推薦網路廣告，認為它是為消費者量身訂作的資訊供給站，完全符合「一對一行銷」的未來消費者行為模式，但是從實務界的經驗來看，不論國內國外，網路廣告都還停留在「卡位」的階段，距離「獨立營運」、「投資獲利」還有一段路要走。本題請妳/你就 1) 網路廣告的特性，2) 妳/你對廣告媒體企劃的瞭解，和 3) 國內網路發展現況這幾個面向來分析為什麼理論與實務之間會有這樣的落差？

（註 1：廣義而言，網路廣告係指以網際網路為傳播媒介或通路，提供商品資訊，用以滿足消費者需求、並達成行銷主行銷目的的手法。）

e	廣告學	開課系級 Dept, & Class	日期 Date, Period	期 4	月 27	日 第 1 節	試題編號 Course No.
---	-----	--------------------------	-----------------------	--------	---------	------------	--------------------

#### 第四題 (25分)

國立政治大學圖書館

廣告常被批評為一種濫用情感、焦慮、不滿、刻板印象、非理性思考等等說服技巧以達成其操控目的的傳播形式。例如 MacBride (1980) 曾指出：「廣告剔除人的本質、提倡物的消費，設計非邏輯的情境」；Pollay (1986) 則認為：「廣告的意圖，在於致力於社會與物質之間的聯結，視消費商業產品與服務為通往快樂之路或解決現實困境的方案」等等。這些評論或許過於激烈，但卻無法被漠視或忽略，所以首先，請就妳/你所知所思，談一談廣告為什麼會成為社會/文化/人類學者競相批判的對象。

其次，有些學者（例如 Hyman and Tansey, 1992）認為廣告徹底改變了人類社會的價值觀、態度和行為模式，有些學者（例如 Pollay, 1986）則認為廣告像是一面扭曲的鏡子，充其量只是反映或運用社會既存的種種價值觀、態度和行為模式。請針對廣告需不需要為社會「亂象」（例如崇拜物質、缺乏自信、不安全感等等）負責這個議題，說明妳/你的觀點和理由。

傳播理論	開課系級 Dept. & Class	廣告系	日期 Date, Period	月	日	試題編號 CourseNo.
------	--------------------------	-----	-----------------------	---	---	-------------------

一) 選擇題 (每題五分) 60%

國立政治大學圖書館

- \_\_\_\_\_ 1. 至今許多廣告人在考量傳播效果時仍只強調用美女俊男促銷商品。他們的思考模式屬於那一種觀點？
- (a) 機械觀點 (b) 心理學觀點  
(c) 互動觀點 (d) 實用觀點
- \_\_\_\_\_ 2. 白先生經過一番考量後，在甲乙兩個車種之中選擇了乙車，但是買了之後又有點不確定自己的選擇是否明智，根據 Festinger 認知失調論的預測，此時白先生最可能做什麼？
- (a) 問問買了甲車的友人之經驗。 (b) 光臨甲車的經銷店再細看。  
(c) 仔細閱讀媒體上乙車的廣告和評鑑。  
(d) 知道某友人購買乙車而且不很滿意，於是去詢問該友人的經驗。
- \_\_\_\_\_ 3. 下列關於古希臘修辭學 The Five Canons 的各陳述，那一項是正確的？
- (a) 在實際演講 (delivery) 的階段也包括了對非語文行為的討論  
(b) 在創意 (invention) 的階段並不涵蓋閱聽人的調查  
(c) Ethos、Logos、Pathos 三種說服策略中，Ethos 相當於感性訴求  
(d) The Five Canons 是希臘哲人柏拉圖的弟子根據其口述而整理的紀錄
- \_\_\_\_\_ 4. 下列那一項有關傳統與現代說服典範 (paradigm) 之陳述是錯誤的？
- (a) 傳統說服典範主張必須有說服者來傳送訊息說服才會發生。  
(b) 現代說服典範主張人們必須先改變信念，態度，然後再改變行為。  
(c) 角色扮演和小組討論是信奉現代說服典範者常使用的說服策略。  
(d) 傳統說服典範主張：說服效果的產生與否可由個人的 cognitive responses 來預測。
- \_\_\_\_\_ 5. 下列關於社會學習的陳述中那一項是錯誤的？
- (a) 角色楷模的言行是否對大眾有吸引力取決於個人的主觀判斷：它是否「有趣」以及是否「有用」。  
(b) 個人在模仿學得一個言行之前必須先在腦中反覆演練多次。  
(c) 個人對所有的言行和技巧的學習都須經實際操演才能真正學會。  
(d) 個人學會了某種行為之後是否會實踐，仍需取決於個人對後果的期盼如何。
- \_\_\_\_\_ 6. 下列那一項陳述與 Hovland 的「耶魯研究」中的實証結果不同？
- (a) 有結論的說服訊息對教育程度低者說服效果較佳。  
(b) 說服訊息中採用強烈的恐懼訴求總是比溫和的恐懼訴求效果好。  
(c) 重覆的傳播說服訊息總是可以增加訊息接受者對訊之記憶。  
(d) 提供正反兩面論點的說服訊息，對原先持相反意見者說服效果較佳。

國立政治大學圖書館

7. 傳播學者 McQuail 討論各種媒體的效果時，曾經提到 campaign 具有某些特性 下列那一項不在其中？
- 所有的 campaign 都必定有知名人物的參與和贊助。
  - campaign 的籌劃者一定是一個組織，並非個人。
  - campaign 通常會經由多種管道傳播許多訊息。
  - 一個 campaign 可能產生多種不同的效果，有長期和短期的也有傳播者期望的和意料之外的效果。
8. Ekman 和 Friesen 從 origin, coding, usage 三方面來區分非語文符碼的性質，其中在 coding 方面又可再細分的三個類別是：
- arbitrary, iconic, intrinsic.
  - cultural, sociological, psychological.
  - innate, universal, culture-specific.
  - communicative, regulative, informative.
9. 當一個人發出語意矛盾的訊息使聽話者陷入進退兩難的困境中，我們稱這種傳播訊息為：
- double-binds
  - speech act
  - self-fulfilling prophecy
  - plan of action
10. 根據麥克魯漢的理論，「涼媒」呈現的訊息不足，受眾在知覺上必須高度參予填補空缺，才能獲得完整的訊息。下列何者為「涼媒」？
- 電影
  - 報紙
  - 廣播
  - 電視
11. 下列關於「媒体依存」理論之陳述，何者是錯誤的？
- 社會愈動盪不安大眾依賴媒体提供資訊的程度愈高。
  - 媒体若能提供數量多又有用的資訊給某一特定的人會增加這群人對此媒体的依賴程度。
  - 媒体依存理論強調社會結構和制度限制了大眾對媒体的之需求大眾在選擇使用媒体時通常缺乏自主決定的空間。
  - 提出媒体依存理論的學者是 Ball-Rokeach 和 DeFleur.
12. 下列關於 mass society 的理論之陳述，何者是錯誤的？
- mass society 是工業化與都市化的產物。
  - mass society 中的人變得無根 飄泊和疏離。
  - mass society 中的組成份子來自同質性高的背景，因此對媒体對他們的效果也十分相似。
  - mass society 中的成員各處一方，組織鬆散，不相往來。