

一、解釋名詞（25%，請簡要敘述以下名詞之意義並介紹該名詞對電子媒介環境之影響，每題五分）

- (1) MHP
- (2) MUD
- (3) WLAN
- (4) MOD
- (5) Video Dial Tone

二、試以目前收視率與收聽率調查工具的信度與效度所受到的質疑，探討數位化環境成熟之後，對於廣播電視節目與廣告收視聽率調查方式以及客戶資料庫經營的基本模式會有何種具體影響？（25%）

三、作為一個觀眾，你對當前台灣擁有這麼多頻道的電視環境有何觀察？2004年的觀眾與過去只有三家無線電視台的觀眾，在收視上有何不同？（20%）

四、請簡述台灣數位無線電視、數位有線電視及中華電信 MOD 服務的發展現況，並分析政府對發展以上三種數位服務的政策。（30%）

- (一) 何謂「數位化」？數位化對台灣的廣播電視產業會有何衝擊？對於閱聽人的閱聽行為會產生什麼變化？(25%)
- (二) 何謂「置入性行銷」？其與「政治宣傳」有何異同？在台灣的廣電新聞與節目中出現什麼形式的「置入性行銷」？其對廣電媒體與閱聽人有何影響？(25%)
- (三) 何謂「科技匯流」(technological convergence)？「科技匯流」對廣電媒體的經營會發生什麼衝擊與變化？你如果是廣電媒介的經理人，會如何具體因應科技匯流的衝擊？(25%)
- (四) 請解釋電視新聞 SNG 報導的技術原理？請舉例說明 SNG 新聞報導的利弊？(25%)

- 一、假設您是某傳播公司的導演，近日接受委託製作一支 60 秒的選舉廣告（任何題材，沒有政黨預設立場），請先以文字描繪其中對話、圖像、流動影像、聲音或音樂的鋪陳，然後再選擇二個傳播相關理論，討論您自己拍攝廣告片中的文本意涵與閱聽人說服意義。（本題佔 30 分）
- 二、影視節目內容的多元化，過去被批評由於廣告影響，忽略弱勢聲音與公共領域的論述，在網際網路與數位互動電視時代，隨選視訊功能的出現，是否能解決廣告所帶來的問題，還是更加深其影響？請由商品化與文化工業的相關理論討論之。（本題佔 20 分）
- 三、在傳播研究當中，閱聽人（audience）的「主動性」是一個重要的議題，請回答以下兩個問題：（1）閱聽人主動性研究的重要性何在？（2）舉出兩種不同的理論，分析其中有關閱聽人主動性的概念與觀點（以上兩個問題合佔 20%）。
- 四、數位媒體與傳播科技的發展一日千里，許多新興的研究課題相繼浮現，請針對以下所列出的三個面向，逐項、分別運用既有的傳播理論加以分析，並同時說明既有理論所面臨的挑戰何在（本題佔 30%）。
- （1）個人化行動通訊媒介的普及。
 - （2）互動多媒體的發展。
 - （3）資料庫連結與個人隱私權的議題。