

一、請解釋下列概念的內涵與運用：(50%)

1. 認知基模
2. 認知不和諧階層閱聽人
3. 意見氣候
4. 守門人理論
5. 黃色新聞學

二、何謂「置入性行銷」？請就媒介批判角度，加以分析置入性行銷，並提出你的看法。(25%)

三、多位記者與學者因發表文章指責中時旺旺集團，不該因為不滿國家通訊傳播委員會(NCC)對中視、中天合併案所做的裁決，而透過媒體公器對政府單位施壓，卻遭到旺旺中時集團寄發存證信函並揚言提告，引發台灣 23 個大學傳播系所，150 位傳播學者發起連署，於 2009 年 6 月 16 日強烈抗議旺旺中時集團傷害媒體公共特質、違反新聞專業，並要求旺旺中時集團，立即撤回存證信函並道歉。請以傳播理論概念，解釋分析新聞媒介言論自由的評估準則為何？並且運用上述準則，分析中時旺旺事件，提出你的看法。(25%)