

代號：80310
90510
90410
頁次：2-1

111 年專門職業及技術人員高等考試會計師、
不動產估價師、專利師、民間之公證人考試試題

等 別：高等考試
類 科：會計師、不動產估價師、民間之公證人
科 目：國文（作文）
考試時間：2小時

座號：_____

※注意：(一)禁止使用電子計算器。

(二)請以藍、黑色鋼筆或原子筆在試卷上由左至右橫式作答，於本試題上作答者，不予計分。

(三)不得於試卷上書寫姓名或座號。

一、廣告商常以特定方法來呈現數字，企圖讓我們以某種角度來解讀資訊。同樣的數字，有千百種表達方式，不同的方式會導致我們有不一樣的反應。例如：5 分之 1／20%的機會／10 個之中的 2 個／100 萬中的 20 萬。其中，100 萬中的 20 萬，聽起來確實比 10 個之中的 2 個，更令人印象深刻，因為我們看見了 20 萬這個龐大的數字。這種現象稱之為「比率偏差」，有時甚至會讓人們選擇獲勝機率較小的事物。例如下面這個實驗，受試者會看到兩個分別裝著不同玻璃珠的碗，他們必須矇起眼睛挑出紅色的玻璃珠：

A.10 個玻璃珠，9 個白色，1 個紅色

B.100 個玻璃珠，92 個白色，8 個紅色

結果 53%的受試者誤以為 B 碗裡有更多紅色珠子，挑中機率較高而選擇錯誤。

廣告商操控我們想法的另一種手段，就是透過深思熟慮的選擇與措辭，呈現數字。你不妨試著翻轉以下夾雜著數字的句子，窺探其背後的真義：「有四分之一的筆電會在二十四個月內壞掉＝有四分之三的筆電在二十四個月後，仍能良好地運作。」透過聚焦於數學性數據的某一面，數據提供者能誘使我們以正面或負面的態度去思考。

人們常說：數字會說話。上文提醒我們看待數據時可能存在的迷思。請說明廣告商常用的數字策略，並依個人的經驗或觀察，思考數字所呈現的事實及其他意義的可能性，自定標題，作文一篇。(50 分)

二、卡爾·馮·弗里希是一位奧地利動物行為學家，他曾對蜜蜂的傳訊行為做過相當詳盡的研究，發現蜜蜂尋獲一處份量豐富的花蜜來源時，會以相當複雜的方式通知與他同一蜂房的其他蜜蜂。傳訊的內容包括花蜜來源的距離、方向以及食物的種類；傳訊方式按照花蜜來源的距離，分成兩類舞動形式，如果是 10 公尺以內，使用的是圓形舞動；如果在 100 公尺以外，使用的是搖尾舞動。他以實驗證明，蜜蜂的舞動如同語言傳訊一樣，的確能將花蜜來源、份量等訊息準確地傳給其他蜜蜂。作為第一位解釋蜜蜂舞蹈的科學家，弗里希獲得了諾貝爾獎殊榮。即使獲得這麼重要的成就，他還認為自己的探索才剛開始，曾說：「蜜蜂就像是一口神奇的井，你提取的水越多，就發現井裡有更多的東西可以提取」。探索的過程，如同打開一道道祕室之門、推開一扇扇神奇之窗。

閱讀上述弗里希的故事，請以「**探索**」為題，作文一篇，先說明你對弗里希的話有何體會，再結合自身的探索經驗，敘寫自己的感受與收穫。(50 分)