

**2021 年「在數位傳播與智能化大爆炸中創新」國際研討會**  
International Conference on Innovation in Big Bang of Digital  
Communication and Smartization

**審稿公告**

以下稿件經審查通過，審稿意見及後續作業將各別通知發表人

序號	發表人	投稿方式	篇名
1	朱○新、朱○馨	摘要	探尋直播旁觀與贊助的內在歷程：S-O-R 觀點
2	宋○謙	摘要	社群媒體使用者如何應對新聞資訊：以 2020 年 COVID19 疫苗相關資訊與推特為例
3	林○越、林○蒨	全文	以序列分析探究 PTT 旅日與旅美棒球選手討論之差異-以「王柏融」與「張育成」為例
4	侯○恬、游○榆	全文	民眾對於 YouTuber 自創品牌之討論行為分析-以「再睡五分鐘」品牌之論壇留言為例
5	俞○儒、盧○儀	全文	網路紅人危機處理之社群論壇討論行為分析——以愛莉莎莎「肝膽排石法」事件為例
6	施○文	摘要	5G 浪潮下戶外媒體之沉浸式應用服務研究：以信義商區為例
7	游○榆、華○雅	全文	網紅業配你買單嗎？-以網紅與產品訊息一致性及文案屬性探討 IG 平台的消費者行為
8	黃○萍、胡○飛 鄭○好	全文	以危機情境溝通理論分析兩岸公眾人物醜聞後的危機傳播效果
9	楊○希、許○琦	全文	「鮭魚世代來臨？」網路社群論壇上消費者對促銷活動態度之行為差異分析——以鮭魚事件為例
10	蔡○婷、易○含 林○絹、高○ 謝○瑜、蕭○傑	摘要	探討影響 Podcast 節目滿意度與忠誠度之前置因素：一項整合模式的檢驗
11	巴○山、盧○軒	全文	藉由 2D 遊戲場景圖像自動生成 MIDI 旋律之智慧音樂生成器研究
12	羅○麟	摘要	美妝 YouTuber 敘事風格與特質分析
13	范○莊	摘要	越南宗教網紅及其媒體傳教之新發展
14	王○梓、賴○都	全文	「聲音經濟」崛起—Podcast 使用者經驗探討行動有聲節目內容運營之可行性研究
15	伍○和	摘要	運用社群口碑資料庫分析新聞與社交媒體溝通下的企業社會責任
16	許○元	全文	「定心丸」與「預防針」——健康傳播視域下視覺化後的疫情信息
17	王○	全文	Influence of New Media on Chinese Users' COVID-19 Vaccination Behavior