

2 民視轉播11年美國職棒
王人瑞：王建民風潮成關鍵

3 金庸武俠小說泰斗
經典永流傳

4 政策行銷難
從說個好故事開始

曾虛白新聞獎《報導者》奪2大獎

記者／蔡瑜珊

第44屆曾虛白新聞獎暨台達能源與氣候特別獎6日舉行頒獎典禮，《報導者》分別以「廢墟裡的少年—兩萬名被遺忘的高風險家庭孩子們」系列報導奪下公共服務報導獎、「六輕營運20年：科學戰爭下的環境難民」系列報導獲得台達能源與氣候特別獎，堪稱最大贏家。

獨立媒體生存不易

《報導者》以「廢墟裡的少年—兩萬名被遺忘的高風險家庭孩子們」系列報導奪下公共服務報導獎。從2017年3月開始實際走訪台灣各個安置機構、學校社區等，採訪多位廢墟少年，深入探討和分析風險少年增加的原因。

另外，《報導者》也以「六輕營運20年：科學戰爭下的環境難民系列報導」奪下台達能源與氣候特別獎新媒體組，總編輯何榮幸代表上台領獎時呼籲，獨立媒體生存不易，希望各界能夠踴躍捐款支持，讓他們繼續做更有意義、對社會有幫助的新聞內容。

公共服務報導獎增一得獎

今年因新聞學術獎從缺，公共服務報導獎新增為兩個得獎名額，分別是：今周文化事業股份有限公司的「體育界的轉型正義 還要等多久？」，以及《報導

者》的「廢墟裡的少年—兩萬名被遺忘的高風險家庭孩子們系列報導」。

今周文化得獎者在發表得獎感言時透露，去年游泳選手丁聖佑在網路媒體上揭發台灣體育界長期由少數單項運動協會掌權，導致選手遭受不公平待遇，是讓他們選擇做此議題的原因，但也遺憾一年過去了，體壇的制度卻似乎毫無進步，是讓他們覺得比較惋惜的部分。

明年設大學生「短影音獎」

明年將為大專院校學生增設「短影音」獎項，以環境生態與永續報導為主題，詳細活動辦法會再公布。

中央通訊社副總監兼發言人張寒青，同時也是大專院校學生環境生態與永續報導影音獎的規劃人，他表示，希望藉由此獎，讓學生們也能更關心身邊的環境保護議題，喚起大眾的環保意識獎項目前還在籌備當中。

為大專院校學生增設「短影音」獎項由矽材設計為主的瀛海國際捐款贊助，瀛海國際董事長梁譽潔表示，因為中央通訊社董事長劉克襄將自己繪製的兩幅座頭鯨畫作，授權瀛海國際使用在dr.Si品牌海安杯（又名巧力杯）上，最後決定將劉克襄的座頭鯨插圖版權費和海安杯盈餘全數捐出，於是促成這次新增的獎項。



上圖為全體得獎者頒獎者及評審一同合影留念。下表為曾虛白新聞獎暨台達能源與氣候特別獎得獎名單。（圖／蔡瑜珊、王怡婷）

獎項名稱	得獎作品
公共服務報導獎	體育界的轉型正義 還要等多久？/今周文化事業股份有限公司 「廢墟裡的少年—兩萬名被遺忘的高風險家庭孩子們」系列報導/報導者
新聞學術著作獎	從缺
台達能源與氣候特別獎	新聞媒體組：報社及雜誌類 《深入追蹤》台灣史上第一個空污遷村案 800根煙囪的家 / 城邦文化事業股份有限公司—商業周刊
	新聞媒體組：電視類 衣之旅 / 大愛電視台
	新聞媒體組：廣播類 土匪嘉友藍腹鸚 / 警察廣播電臺臺南分臺
	新媒體組：獨立記者及網路媒體 「六輕營運20年：科學戰爭下的環境難民」系列報導 / 報導者

IAI國際廣告獎首次來台 徵集台灣創意



第十九屆IAI國際廣告獎徵集巡講。（圖、文／陳彩玲）

記者／陳彩玲

第十九屆IAI國際廣告獎13日首次來台徵集巡講，台北廣告業經營人協會（4A）理事長黃逸甫說，現今廣告獎項眾多，從主辦單位背景、評審公正性、歷年活動情況來講，此獎項值得廣告人參與。

IAI國際廣告獎是由中國傳媒大學廣告學院、中國商務廣告協會共同辦，每年會將優秀作品整理成一本年鑑，2001年至2015年時報金像獎獲金獎作品也會推薦給IAI放入年鑑。旺旺中時文化傳媒總經理林淑黛表示，媒體的形式、外在環境一直在改變，不會變的是創意，是台灣人要走出去很大的競爭力。

現場也邀請到許多學校教授及廣告業界嘉賓，在介紹的過程中播放許多歷年來獲得金獎獎項的作品，其中SHAPE雪凡廣告公司連續三年參加IAI國際廣告獎都拿下相當好的成績，在2018年以「魚翅相剋圖」榮獲金獎。

今年IAI國際廣告獎除了首次來台宣傳之外，徵集巡講的首站也是台灣，IAI執行長趙娟表示，台灣廣告營銷界創意優秀、文案走心、製作精良、傳統文化運用突出，是非常值得收藏和借鑑的作品，也希望能夠與台灣各大高校建立聯絡並長期交流。



IAA馬來西亞分會前會長Mr. Bharat Avalani至銘傳大學演講。（圖／陳彩玲）

IAA馬國分會前會長Avalani：用情感說故事

記者／陳彩玲

13日由IAA國際廣告協會台北分會與銘傳大學傳播學院聯合主辦演講，邀請IAA國際廣告協會馬來西亞分會前會長Mr. Bharat Avalani經驗分享。他說：「成功就是要會用情感說故事」。

Mr. Bharat Avalani認為，在商業世界要成功需要兩個技能，一個是要會說中文、一個是要會說故事。他說，故事可以讓抽象的事物變得具體，說故事前要先知道如何找到故事，第一故事要有時間、地點；第二要有事件發生順序；第三最多2-3個角色的對話、互動；第四故事內容要有亮點不能流水帳；第五最重要的是要有目的，並思考透過故事

想傳達什麼目的。

Mr. Bharat Avalani運用兩個影片呈現說故事的差異，一是在美國的發佈會，由於衛星在火星降落，是非常重要的時刻，一名在太空總署工作的科學家Scott與總統的發言人Sam，兩人分別上台敘述，Scott運用專業術語解釋事情經過，而Sam則加上情感描述事情經過，結果產生重大差異。

二是賈伯斯介紹icloud的影片，運用反敘述模式加上圖片的解釋讓演講更生動，Mr. Bharat Avalani希望可以彙整這些特點善加利用，在未來成為一個會說故事的人。

民視轉播11年美國職棒 王人瑞：王建民風潮成關鍵

記者／林柏任

2018年美國職棒大聯盟世界大賽於10月底結束，民視無線台在季後賽場負責轉播，不論在半夜、早晨都為觀眾帶來精采的賽事播報。民視主播王人瑞從2007年起便接下轉播的重擔，一路維持到現在，已經有11年，走過剛開始的初生之犢，到現在的爐火純青。他說：「大聯盟轉播能維持這麼久，民視的長官支持很重要。」

原先十幾歲到三十幾歲這塊在收看民視的觀眾是比較少的，他表示，由於看棒球多屬年輕族群，當初上層期望藉由07年王建民風潮，一個禮拜4到6天上午來轉播洋基和其他大聯盟球賽去經營年輕族群，讓他們藉著運動賽事收看民視頻道，變成民視的族群。

在民視已轉播11年大聯盟賽事，王人瑞坦言轉

播風格上並無太大轉變，不過他笑著說：「一開始可能會去嘗試模仿某些主播的優點，可是一播久了，還是會以自己方式去轉播。」很難馬上會去做大轉變，小小的修正倒是有的。

民視主要以八點檔、綜藝節目和新聞專題聞名，但要以播體育去跟同樣轉播美國職棒大聯盟的FOX體育台就不容易，王人瑞提到，本身兩家電視台屬性就有落差，像FOX如眾人所知就是專業的運動頻道，客群多半是已鎖定收看的狂熱運動迷；民視為綜合頻道，本身當然也有狂熱運動迷，但還有眾多習慣看其餘節目的中老年族群，他們因為有棒球也加減看，客群的擴大能達到收視率的提升，也因為如此，轉播棒球提到的內容不能太深入去琢磨細節。



民視主播王人瑞在民視大樓前手持民視新聞臉書粉絲團牌宣傳民視新聞。

(圖／王人瑞提供、文／林柏任)

自由時報記者魏瑾筠

報導上獨家頭版是最好的禮物

自由時報記者魏瑾筠與銘傳新聞系學弟妹們分享自己的報導上全國獨家頭版的喜悅。(圖、文／梁栢恩)

記者／梁栢恩

自由時報記者魏瑾筠10月31日在銘傳大學新聞系演講，她同時也是2017年畢業的校友，演講主題圍繞她「菜鳥記者」身分。她分享，在畢業滿一年當天，收到最好的禮物就是自己的報導第一次成為全國獨家頭版。

魏瑾筠說，當地方記者的工作內容就是採訪、寫稿、拍照、影音都要一手包辦，空閒時間就到派出所泡茶聊天打關係，下班後還要去應酬，因而作息不定，導致身體容易變差。但他也提到，用心經營人脈對於跑新

聞有相當大的幫助，只要你用心的對待每個人，對方都會感受到，在你有需要的時候對方自然也會成為你的助力，新聞內容想要寫得跟別人不一樣，就在於平常如何用心的經營人脈。

魏瑾筠認為，要當記者必需要幾種特質，第一，對工作要有熱情，因為再苦都甘願。第二，要有抗壓能力，面對每天的稿量壓力。第三，人際關係與溝通能力，能與受訪者應對，而且知進退。

在一年多的記者生涯，她提到，經歷許多的第一次，包括跑火災現場、半夜拍殯儀館火化場、跑重大災害現場，當中採訪都有血有淚，她也說採訪可以滿足自己的好奇心，也令她接觸人、事、物的層面更廣，敏銳度比一般人高。

她鼓勵同學在大學期間有空可以找一些相關的工讀，了解自己真正想做的事情。像在她實習前，就一直覺得娛樂版新聞是她嚮往的，而社會新聞則會覺得有點不安，但實習後才發現自己真正想做的是社會記者，因為比較貼近實際生活。

她也建議同學把握大學的生活，可以玩就玩，而且在畢業前想好自己的方向，利用課餘時間，充實自己。在迷茫時可以找長輩聊一下，並還叮嚀同學：「無論以後做什麼都一定要謙卑，謙卑，謙卑。」

傳播櫥窗

NCC調整酒類廣告播送時段

國家通訊傳播委員會(NCC)7日預告「指定酒類廣告播送時段」草案將統一管理無線廣播、無線電視及衛星電視的酒類廣告時段，必須限在每日21時至翌日6時才可播出，最快於12月開始實施。

(陳玟諭)

ETtoday新聞平台受Z世代歡迎

根據市調公司comScore10月份最新的調查，全台網友觸及率第一的新聞平台為udn新聞網高達86.3%，第二為ETtoday新聞雲全台網友觸及率85.8%，第三則為Yahoo奇摩新聞80.2%。另外在15-24歲重度網路使用者的Z世代最常造訪的網站第一為Oath (Yahoo)，新聞網站中ETtoday新聞雲獲得第一，贏過udn聯合網及蘋果日報。

(陳昱華)

浪Live開發「iM短影」回饋社會

由「浪Live」所開發的「iM短影」，與兒福聯盟攜手推動「為愛擁抱，為愛深蹲」公益活動。即日起至11月19日活動期間，使用iM短影拍攝擁抱或深蹲的短影音並參與【#為愛擁抱】或【#為愛深蹲】活動話題，每個用戶上傳完整短影音，平台即捐出100元。

(羅心妤)

第3屆 青春最強音 台北城市科大臨場發揮佳奪冠



台北城市科大獲得第三屆青春最強音冠軍。(圖、文／許舒婷)

記者／許舒婷、林柏任

由東森電視與福建海峽衛視共同舉辦的第三屆青春

最強音，由全台各大專院校選出的12支隊伍搶6個名額挺進大陸，4日在台北盛大舉行決賽，最終由台北城市科技大學贏得冠軍抱回10萬元獎金，評審老師強調特色與穩定度為關鍵，給予極大好評。

在4日進行的第三屆青春最強音決賽，由東南科大、醒吾科大、崇右科大、中山醫學大學、台灣體育運動大學及台北城市科大6隊取得赴大陸與對岸選手比賽資格。兩階段的比賽中，各校同學卯足全力，最終由台北城市科大的同學以歌曲煙火裡的塵埃榮獲冠軍，隊伍中唯一的女同學萬佳伶展現近乎海豚音的高音驚豔全場，而隊長李威漢表示很感謝隊友們，也信心十足地展現赴陸與大陸選手交流的企圖心。

三大要點促成奪冠關鍵

評審老師薛忠銘表示，穩定度與特色是相當重要的。林隆璇老師也提到組合風格、表演亮點及現場演出穩定度為三大要點。另外，這六支台灣隊伍將於12月與大陸選手一同較勁。

從複賽當中的12所學校只取前6所學校來晉級決

賽，然而每所學校的實力幾乎都在伯仲之間，選手們都將渾身解數發揮在賽場上，考驗他們的是臨場發揮情況和個人鮮明特色。在五名評審老師宣布淘汰組別時，許多選手接連留下了青春的淚水，但他們能帶著寶貴的回憶離開賽場，享受此次比賽的高張力。最終比賽就由台北城市科技大學奪下第三屆青春最強音冠軍，抱走10萬元的獎金。

兩岸比賽著重交流切磋

東森電視公司總監姚靜宜表示，此次青春最強音從預賽開始，參賽學校就是三屆以來最多，有表演藝術專長科系來參賽的學校也增加不少，他們也許是意會到來這平台參賽可以當作踏入歌唱演藝的跳板，幫助未來的發展。很开心在第二屆時第一名的文化大學，推送到大陸福建海峽衛視時也奪下最終冠軍，提及兩岸比賽其實只不過是個形式，詳細著重在交流和切磋，彼此之間學習，冠軍隊伍也都能因此變成好朋友，未來還是會繼續進行這個活動競賽，因為這是目前兩岸唯一大學生交流的歌唱校園活動。



武俠泰斗經典永流傳

暢銷量排行榜

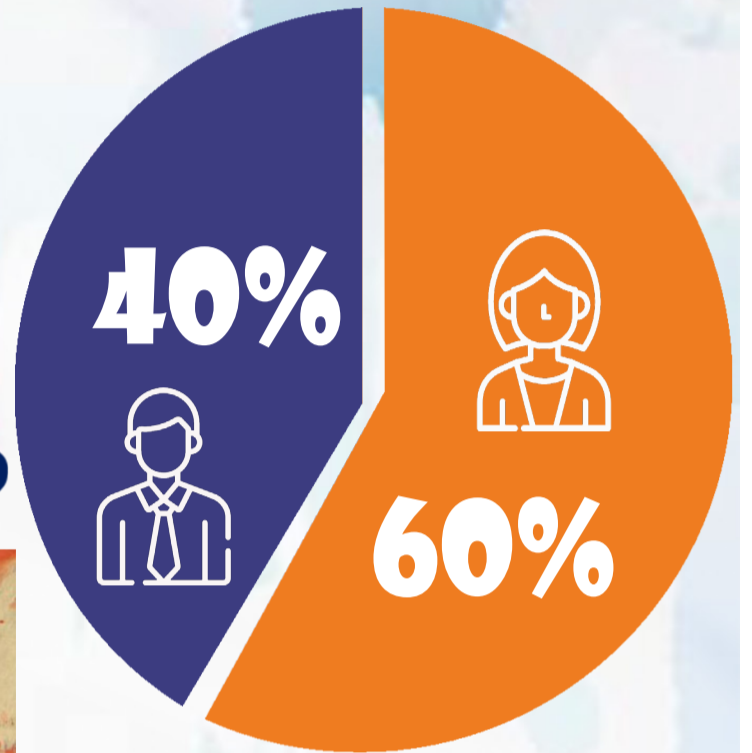
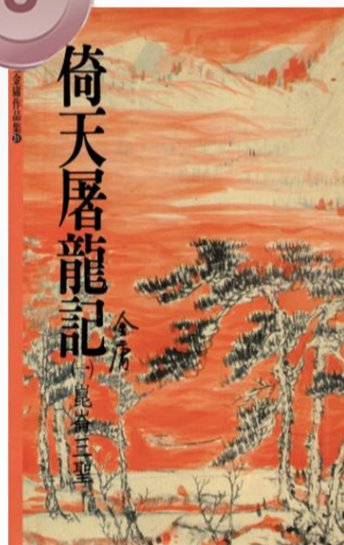
1 41%



2 30%



3 29%



男女購買金庸小說比例
 第一高峰值：36歲以上
 第二高峰值：16-20歲

資料來源：博客來

圖片來源：微博、Google圖片

網友最愛角色



資料來源：PTT

批踢踢網友教你 如何看射雕三部曲



射鵬三部曲一定要先看射鵬英雄傳，不然會覺得黃蓉很機車。

我只知道看射鵬三部曲一定要先看射鵬英雄傳，如果先看神鵰俠侶，會覺得黃蓉是一個超級大三寶。



如果新手想嘗試金庸小說，要先從射鵬英雄三部曲的創作順序看，千萬不要先看神鵰俠侶。

資料來源：射鵬三部曲照片擷取自google圖片
對話內容擷取自批踢踢八卦板

行銷溝通專家講座 政策行銷難 從說個好故事開始

記者／陳玟諭

數位匯流時代，新科技政策的推廣必須拉近和民眾的距離，財團法人電信技術中心2日主辦「匯流科技政策溝通與行銷」專家講座會議，商業周刊整合傳播部公共傳播組經理單筱輝以自身經驗為主題出發為學子們分享，強調政策推廣的重要目標在於使反對者的立場走向中立。

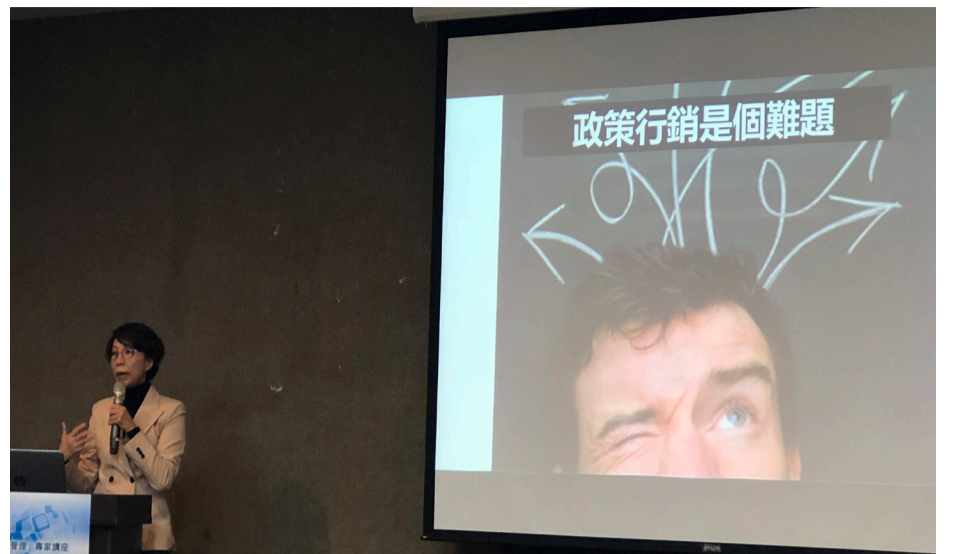
單筱輝直言，政策行銷是個難題，必須從說一個好故事開始，讓溝通對象產生高度認同後，能夠成為政策的傳播者。從經驗分享的案

例中，單筱輝提到過去為內政部全國國土計畫進行推廣時，透過網路情資輿情系統進行分析時，負向聲量高達98.4%。她說：「根本是不敢碰的案子啊！」在與部長討論的過程中，用破解的方式進行溝通，建議部長直接面對負面的問題，不要只說想說的話，最後成功使得中立及正向的民意轉升到69.8%。

而面對傳播政策的推動，不一定能說得出好故事，更難有軟性的面向去推動，單筱輝坦言，NCC的確

滿硬的，政策通常因為和法律相關，必需要花時間解讀，但每個政策都源自好的出發點，也建議要找到政策起源的那個美好是什麼，希望長官能給更多嘗試的空間，才能找到一個好的切入點，讓政策推動中間的難受及困難，只是一個過渡。

因應國家通訊傳播委員會(NCC)傳播匯流政策綠皮書的推動及實務規劃，綜合規劃處簡任視察王伯珣表示，這是NCC目前正在做的事情，因此需要更多了解及不同的聲音。



商業周刊整合傳播部公共傳播組經理單筱輝：「政策行銷是難題。」

(圖、文／陳玟諭)



許嘉鴻認為，藉由轉型數位不但可擴大收益，也能延伸紙本的內容與保有紙本的溫暖，也可以使品牌價值有所延續。

(圖／鄭百軒)

Taipei Walker總監

許嘉鴻：藉數位轉型延續品牌價值

記者／林芷妍

面對近年雜誌數位化的趨勢，Taipei Walker總監許嘉鴻表示，即使現在紙本雜誌每年銷量穩定下滑，但藉由轉型後的Walkerland網站延續經營品牌價值，就算紙本雜誌較無未來性，但依然能利用數位化將紙本的內容進行延伸與擴大。

許嘉鴻談到，紙本雜誌的銷量持續下滑的現象是無法避免，但並不可能完全消失，雜誌出版社應該利用網路技術讓紙本的內容有所擴大，再產生經濟效益的同時，也能經營品牌的價值與理念。利用數位化所帶來的收入彌補紙本銷量不佳的問題。談到將成立19年的Taipei Walker雜誌轉型到Walkerland網站，許嘉鴻認為最重要的便是如何有效掌握「精準觸及」。他說，有別於紙本雜誌單方面地將資訊傳遞給閱聽人，網路資料庫藉由掌握用戶資料進行分析，從而發送用戶可能感興趣的訊息。

許嘉鴻提到，紙本有紙本的溫度，網路有網路的快速，做為一名雜誌出版人，自然不願放棄紙本雜誌獨有的溫暖。但網路數位的擴散能力確實能帶來更多收入，因為網路數位能夠精準觸及用戶的喜好內容，加上大眾的生活圈普遍被數位資訊所包圍，雜誌數位化確實勢在必行。



李奧貝納執行長

張治亞：成功行銷從人性出發

記者／陸潔儀

銘傳大學廣告暨行銷策略學系11月12日的「整合行銷怎麼做？」講座，邀請到李奧貝納策略長暨人資長張治亞分享「人性」行銷策略是什麼。

他表示，在以人性為出發點的時代，能夠打動人心的行銷才算是成功的，而「HumanKind」是李奧貝納的信仰，是他們最重要的理念。

張治亞說，媒體可以牽動閱聽眾認知，所以將品牌參與消費者的生活，讓品牌對人而言是一件有意義的東西才是最重要的。而策略是提供一個問題解決方法，而HumanKind則可以幫助解決經營品牌上的問題，也是一個練習思考的工具，並強調人性品牌的目的是讓人放鬆。

集公關、行銷、廣告、數位於一身的李奧貝納成功關鍵到底在哪裡？張治亞引用柴契爾夫人的話：「我們想什麼，我們就變成什麼樣的人」。

除此之外張治亞也表示，與消費者之間的互動要「Dialog」而非「Talk」，兩者的差別在於雙向或者單向的溝通，並且強調不是與人們單向溝通，而是讓他們參與

其中，這就是為什麼李奧貝納以「Human Kind」作為他們始終如一的信仰，因為先「打動人心」是很重要的。



李奧貝納策略長暨人資長張治亞分享以人性為出發點行銷的重要

(圖、文／陸潔儀)

第十屆星雲論壇 縱論媒體現況與難題 精進學習不怕AI取代



星雲真善美傳播論壇邀請李濤、王健壯及沈春華，分享媒體的現況與面臨到的難題。(圖／蔡瑜珊攝)

記者／蔡瑜珊、王怡婷

「星雲真善美獎」從今年第十屆開始轉型為「星雲傳播與社會進步論壇」，邀請到歷屆得獎人一同會談深入探討台灣媒體的現況。顧問張作錦以三道題目為主軸，分別是「媒體有救國的責任嗎？」、「台灣現在需要媒體去救他嗎？」、「媒體救得了台灣嗎？」為演講揭開序幕。他表示，媒體背負著監督政府的重要責任，用第四權避免政治官員貪腐、專權，而從解嚴到開放黨禁、報禁，完成民主化和法治化的過程，卻讓媒體迷失自己的方向，形成現在這種局面。

星雲真善美傳播論壇9日由中華文化推廣協會理事長趙怡擔任主持人，邀請到資深主播沈春華、海外人士傳播人郭振羽、邱立本、向熹和主持人舒夢蘭等，與大家分享媒體的現況與面臨到的難題。

沈春華：對媒體業抱持樂觀態度

沈春華有感而發表示，常有許多懷抱夢想與熱血的年輕人，進入媒體產業後發現與學校所學有出入，向她提出疑問時，她總不知該如何回答，因為一方面是學校所教的新聞素養，一方面卻礙於收視率及長官要求，兩者之間該如何拿捏實屬不易，但她仍抱持著樂觀的態度，希望這些新進的優秀青年，能夠翻轉媒體現今的困境。

郭振羽：人人皆可成為自媒體

郭振羽表示，現在的媒體發展，讓每個人都可成為媒體。邱立本也表示，自媒體不怕新聞控制，可隨意在社群平台發起，本來的想法是使無權者充權，但發現很多弊端，像是充斥著假新聞、部分事實的報導。

廣州時間網路科技總裁向熹以科技的角度帶入，他表示，中國大陸在傳媒領域的技術發展很快，但同樣帶來技術焦慮，進而承受市場的壓力。過去作為一個傳統媒體負責人的他，在意的不是業績、市場占有增長了多少，而是止住下滑的程度多寡。

舒夢蘭：實際記者不會被AI取代

雖然AI機器人的資訊整合能力及書寫新聞能力的速度更快，聚焦全世界主持人舒夢蘭表示，未來大部分的新聞或許真的能被機器人取代，像是文章中創意及情感的深入，是現今的媒體人要去精進與學習的，並持續強化自己知識性及專業功力。

舒夢蘭提到，曾經美國公共電台舉行一場AI記者及實際記者的測驗，在速度上雖然AI記者以2分鐘的速度贏過實際記者書寫所用的7分鐘，但最後在網路民眾投票時，實際記者所寫的新聞報導高票獲得壓倒性的勝利。

而談到因應科技的發展，是否會使記者在未來可能被人工智慧AI取代，柴松林則說：「只寫報導的記者會被淘汰。」