

# 銘報

## Media News

媒介中的媒介 新聞中的新聞

# 新聞

發行人／李銓

社長／倪炎元

發行所／銘報新聞

銘傳大學傳播學院創辦

http://www.mol.mcu.edu.tw

第1960號

總號第2160號

採訪中心／28824564轉2356

行政中心／28824564轉2356

1982年11月1日校內創刊

1989年11月1日登記出版

2、3 底片相機復古潮專題

4 數位創世紀論壇 談OTT付費現況

5 公廣集入圍2019世界公視大展

6 人物專訪 李惠仁、洪淑媛、王家軒

# 三立爆裸男唱歌跳舞 遭裁罰80萬元



三立新聞台出現全裸男子唱歌跳舞的畫面，因有妨害公序良俗遭罰新台幣80萬元。(圖／翻拍三立新聞畫面)

記者／陳玟諭

又有新聞台遭罰，國家通訊傳播委員會(NCC)8日針對三立新聞台在1月20日播出「0900整點新聞」內容出現全裸男子被罰唱歌、跳舞及在炭爐上做伏地挺身動作畫面，有妨害公序良俗的情形，開罰新台幣80萬元，而中天新聞台也再次成為被發函要求改進的對象。

三立新聞台雖然已經針對臉部與私處以馬賽克處理，NCC專任委員陳金霜表示，全裸男子的行為仍然看得很清楚，怕會引起兒童及青少年模仿，並不希望是宣揚霸凌的行為，因此NCC仍決議裁處。

中天新聞台共兩節目遭民眾檢舉，一為「新神秘52區」節目3月3日播出節目標題「豬年珠飾恐不順 華航大名犯太歲」的內容，雖然節目畫面多次出現「風水民俗 請自行斟酌」的警語，NCC仍決議發函改進，陳金霜表示，製播新聞應注意

事實查證及公平原則，此案不僅是民眾檢舉，華航也要求中天將節目下架，中天也已下架。

另一案為「大政治大爆掛」3月14日節目播出來賓言論及標題「韓國瑜出訪大陸 張顯耀：DPP議員也排隊抽籤想去」，經民眾檢舉有事實查證的疑慮，NCC主任秘書蕭祈宏強調，新聞政論節目必須善盡守門責任並建立自律規範。

中天新聞部助理總監林子喬認為，此一節目為LIVE播出，來賓在節目中要說什麼話，甚至爆料什麼事情，新聞台無法事先得知來賓說法，他直言：「難道要對來賓進行言語審查嗎？」

而民進黨(DPP)並無發函聲明是違反事實，只因民眾檢舉有事實不符的疑慮即要求改進，陳金霜強調，電視台要做好內控把關的機制，因衛廣法有相關事實查證的規定，所以NCC是提醒新聞台要去注意這樣的議題。

## NCC重鎚打假 未見成效

特稿／陳玟諭

國家通訊傳播委員會(NCC)所設置的廣播電視節目廣告諮詢會議，相較107年召開4次會議，108年不到半年的時間已召開了6次會議，假新聞議題迫使NCC不斷針對電視台是否進行事實查證進行裁處，但不見成效，顯然NCC打假的力道雖重，卻未打到重點。

自廣電三法105年修正後納入事實查證原則的規定及罰則，規範新聞等媒體相關事實查證義務及罰則，如製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益，或妨害公共秩序，違反者最高可處新臺幣200萬元，並得令其停止播送該節目，或採取必要之更正措施。

NCC今年1月16日第一次開罰，為東森新聞台及中天新聞台播出的內容，前者因播出非洲豬瘟相關新聞，未正確傳達防疫資訊，形成公共秩序的危害；後者為播出「陳其邁回防大旗美，邱議瑩」大家麥離開」打悲情牌」新聞報導，將「大家沒離開」的台語報導為「大家不要離開」的台語(大家不要離開)，提供不正確的資訊，違反事實查證義務及損害公共利益，兩者皆遭罰新台幣20萬元。

NCC身為廣電媒體的主管機關，透過罰款的方式提醒業者要注意事實查證，開罰首例並沒有達成殺雞儆猴的成效，對於電視台而言，罰款似乎不痛不癢，更別說是NCC發函要求電視台改進。

### 已有四家新聞台遭罰

遭罰款或被要求改進的新聞台總計已有四家，分別為東森新聞台、中天新聞

台、TVBS新聞台及三立新聞台，而中天新聞台光是今年被NCC決議裁罰的總金額累計已達新台幣240萬元，先前因民眾檢舉報導特定政治人物比例過高也鬧得沸沸揚揚，NCC要求該台達成改正措施，若未按期改進可能又要面臨罰鍰，甚至將被迫撤換新聞部主管，祭出處分的當晚，還有網友節錄了中天新聞台5分鐘內上了20則韓國瑜的相關新聞跑馬燈。

針對NCC所裁處的案件中，幾乎所有都是經由民眾檢舉的報導，NCC的說法時常以呼籲廣電媒體要依法製播節目，並維護媒體的公正及公信力，對廣電媒體提出「發函改進」的警告，NCC對民眾的檢舉要如何求證其報導不符事實？若電視台對NCC的處分有不滿，除了提請行政訴訟外，只能乖乖繳上罰鍰，以免影響自身在換照的評鑑成果嗎？

### 法規模糊 遵行不易

在NCC使用的法規中，衛星廣播電事法第27條規範製播新聞及評論，應注意事實查證及公平原則，並不得有違反法律強制或禁止規定、妨害兒童或少年身心健康、妨害公共秩序或善良風俗、違反事實查證原則，致損害公共利益，這些規定情形以廣泛的概念涵蓋所有的可能，NCC諮詢會議及委員會中的討論，都有可能成為主觀的判定，什麼才是公共秩序的妨害？什麼是善良風俗的定義？多少規模的損失才叫損害公共利益？模糊的認知定義，使得廣電媒體想要有依循的規範也無從遵守，罰了再罰，真有達到NCC所期望維護的媒體公信力嗎？

2019年

◎東森新聞台  
播出非洲豬瘟相關新聞標題，有散播不實訊息誤導民眾，罰款20萬元。



◎中天新聞台  
播出「陳其邁回防大旗美，邱議瑩」大家麥離開」打悲情牌」新聞報導。經檢舉該報導把「大家沒離開」的台語，報導為「大家麥離開」台語(大家不要離開)，內容不實，罰款20萬元。

◎中天新聞台  
播出「大陸不買了柚農陳大哥：文旦丟在水庫超過200萬噸」，以及播送圍觀者提及提出申請，說要補助，但最後卻沒有補助，違反事實查證致損違反事實查證致損害公共利益，罰款100萬元。



◎三立新聞台  
播出全裸男子被罰唱歌、跳舞集在炭爐上做伏地挺身動作之畫面，雖然新聞已在臉部與私處馬賽克，惟仍有妨害公序良俗的情形，罰款80萬元。

繪表／陳玟諭  
圖／翻拍自中天新聞台、東森新聞台

1/26



3/27

◎中天新聞台、TVBS新聞台等9家電視台  
播出「瑪奇夢想生活手遊-娜歐篇10」妨害公共秩序或善良風俗，罰款20萬元。

◎TVBS新聞台  
播出韓國瑜招商新聞提及企業挺韓、加碼投資高雄等內容牽強連結，發函改進。

◎中天新聞台、中視綜合台  
主播及播出新聞標題將「包子」奪奧斯卡最佳動畫短片與韓流助攻，牽強連結，發函改進。

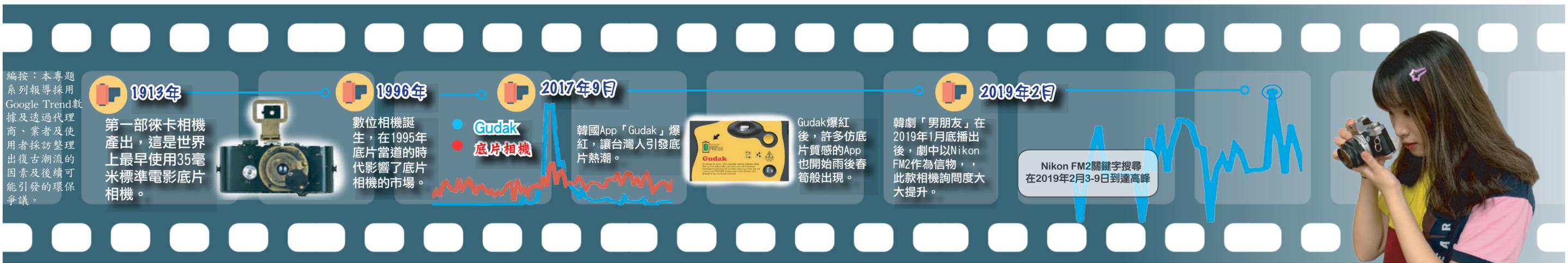
◎中天新聞台  
播出「協助？盯場？直擊星國大使忙碌低頭回報」標題，出現盯場字眼，違反事實查證原則致損害公共利益，罰款60萬元。

播出「異相？！三市長合體 天空出現『鳳凰展翅』雲朵」，違反事實查證規定，罰款40萬元。



5/8

# 底片相機復古潮專題系列一



# 底片濾鏡App崛起 喚醒大眾復古魂

**記者／姜霏**

2017年韓國火紅的App「Gudak」，正是讓台灣人再度引發底片熱潮的關鍵之一，Gudak的特別之處在於，一捲只能拍24張，且只有一個小小的觀景窗，拍攝完一捲後必須等三天才能看到成品，最重要的是每張照片的濾鏡效果都不一樣，讓大眾再次重溫等待底片沖洗時的悸動。

而在Gudak爆紅後，也有許多人開始設計仿底片質感的App，如HUJI、CALLA……等等。隨著2017年Gudak的流行趨勢，Google關鍵字「Gudak」和「底片相機」是同步成長的，由此可知大眾對於Gudak的喜愛不僅是App的仿真程度，更開始懷舊起獨一無二的底片相機。

1996年數位相機第一波狂潮徹底影響底片相機市場，雖然底片相機逐漸走入歷史，但近年來掀起一股復古流行，大眾再次被復古單品的懷舊風及人情味吸引，因此底片相機也重返市場。

「男朋友」是一部以底片相機作為信物的韓劇，男女主角分別是由宋慧喬、朴寶劍飾演，劇中使用的底片相機是

Nikon FM2，在韓劇今年一月底播出完畢後，此款相機詢問度也大大提升。

作家大衛·賽克斯在「老派科技的逆襲」一書中提到，「如果你熱愛LOMO的相片效果，就算沒有底片相機，也要用手機App為照片換上色澤，那麼你就是老派科技的幕後推手」，老派不僅是懷舊。更能讓大家找回生活中的情感的連結。

**女性攝影愛好者隨之增長**

面對底片相機興起衰敗，富士相機(Fujifilm)一直都是屹立不搖的廠商，作家大衛·賽克斯在書中提及，富士相機提早投資數位相機，並將影像業務化，所以不同於柯達(kodak)破產的命運。

近年來的復古浪潮興起，富士相機的台灣總代理恆昶實業專員林俊彥說：「現在的確有一批消費者開始玩底片，而且現在蠻多女性會想嘗試，畢竟以往我們對攝影愛好者

的認知都偏向男性，但我們有很多的相機活動，發現有很多女生來參加」。

百慕達照相器材公司工程師黃俊欽表示，曾經有人提過底片相機會不會再度流行起來，但目前比較多的是，學生為了做顯影的實驗而購買底片及沖洗底片，對於相館來說，底片的沖洗又要配合廠商，同時也比較麻煩。

林俊彥也提到，底片相機與數位相機最大差異在儲存方式，類比相機特別之處在每複製一次畫質就會損失，但數位相機是不管怎麼複製都不會損壞，因此底片相機和數位相機都各有它的受眾。

**即可拍重新復刻生產**

底片相機風靡全球的時候，富士相機的「即可拍」也是大眾熱愛的產品，它和一般底片相機差別在於，即可拍是不可重複利用的相機，也就是說每拍完一捲就丟棄。「偶爾臨時要拍的時候，即可拍很方便，相機太大台不

好帶出門的時候，可以直接買一台」。提到曾風靡一時的即可拍，黃俊欽說，即可拍的沖洗方式和一般的底片相機一樣，但是效果沒有那麼好，相對也比較不環保，但之前那個年代相機太大台不方便隨身攜帶，就會直接買一台送給小朋友。

林俊彥坦言，即可拍確實是很有懷舊氛圍的產品，早在20多年前，就連在便利商店都可以購買的到，後來因為環境變遷再加上數位時代的來臨，2014年前後廠商就宣布停產，但近年來的底片風潮太火熱，日本因此又重新生產。

復古浪潮從2017年開始逐步成長，歷經了兩年多，更多人對底片相機更加專研，也常可以在社群媒體看到底片作品，除了底片擁有獨一無二的相片效果之外，實際使用底片相機拍攝，才能真切的感受到相片的人情味。但即可拍這種無法重複使用的底片相機，會造成環境很大的負擔，沖洗底片的藥水若是隨意排放，也是造成生態污染的一大疑慮。

|               |                       |             |
|---------------|-----------------------|-------------|
| <b>NOMO</b>   | NOMO 照片和影片            | ★★★★★ 9,340 |
| <b>KD PRO</b> | KD Prc 照片和影片          | ★★★★★ 946   |
| <b>CALLA</b>  | 相機 濾鏡                 | ★★★★★ 196   |
| <b>HUJI</b>   | Huji Cam 如返回 1998 年一樣 | ★★★★★ 236   |
| <b>Gudak</b>  | Gudak Cam 照片和影片       | ★★★★☆ 331   |

近年來底片相機重返潮流，因此，底片相機App種類如雨後春筍般出現，廠商推出不少復古濾鏡的相片效果。  
(圖／擷取自Apple Store)

# 跳脫現代 拍出純樸感

**記者／陳臻**

即使使用底片相機需要花費較多的金錢，且拍攝起來也比較不便利，但仍有許多人堅持傳統，使用復古的底片相機。

拍攝的當下並不知道自己的照片會長什麼樣子，只有沖洗出來才會知道，這讓許多底片相機使用者深深著迷於它的驚喜，而且有別於一般相機，底片相機使用者認為，使用底片相機的過程獲得比較多的樂趣，而且拍出來的照片更有溫度。

中正大學大傳系學生陳宇凡表示，用底片相機拍照不像數位相機可以立即預覽，照片要等沖洗完才知道自己拍的好，所以每一捲底片都是一個驚喜。另一位使用者Reece也表示，底片一捲最多只有36張，沒辦法讓人為所欲為的拍攝任何事物，所以也讓人學會放慢速度去拍照，而每卷底片的發色和色調都不一樣，只有洗出來才知道自己拍了什麼，讓人很有驚喜感。

「底片是一種跳脫時代又帶有濃厚氣息的浪漫」，平面設計師王誌凡提到，在一片數位高畫質的照片中，底片所展現的是生活瑣碎的細節和日常的景象，而底片相機少了複雜的設定，更能專注在照片上，讓它擁有更大的價值，所以底片相機和數位相機最大的差別在於照片的溫度和記憶的細節。

「底片相機本身的構造和操作都可以看到歷史的痕跡」。商業設計系學生葉哲函提到，一張記憶卡可以抵好多捲底片，而且拍攝的方式也不一樣，數位相機給人們的感覺像是先拍了再說，因為後期還有很大的修圖空間。而底片相機的種類跟外型甚至是某些獨特的操作方式很多元，讓人在操作上得到比較多的樂趣，另外最令人感興趣的就是可以在相機本身的構造或是操作上看到一些歷史的痕跡吧！

使用底片相機除了復古與懷舊，最重要的是能保存回憶。底片相機使用者古杜表示，底片拍出來的感覺跟數位拍起來的溫度感不同，對於紀錄生活周邊及小人物日常來說多了點樸實感，而且膠卷有限，能製造出來的東西更有限制，所以拍攝出來的照片不會非常多，這也就更顯得珍貴。

# 底片有溫度 代價昂貴

**記者／陳臻**

現今科技越來越進步，使用手機就能拍出高畫質的照片，而底片相機雖然花費較高，但熱愛底片相機的族群仍堅持使用，期待拍出有溫度的照片。

攝影師Ed提到，近年來數位相機興起，相機體積縮小、功能強大、大容量記憶卡、更可以轉接他牌鏡頭，電腦及手機的後製軟體也可以滿足每個拍攝者的需求，而底片相機沒有上述的優勢，唯一的優點只剩下省電。

他表示，互聯網、高科技研發時代，數位相機一直都有新科技出現，商業攝影及追求高畫質的攝影者對相機的需求越來越高，每一代的數位相機都比上一代優越，而底片相機大多數只存在於娛樂性質和極少數的創作上運用，幾乎無法運用在商業攝影。

有時候拿起相機或手機拍照，都是為了捕捉想永久保存的那一瞬間，但底片相機使用者古杜提到，底片相機的參數都是靠手動和經驗去調整，而且底片相機有許多限制，沒有連拍的功能，也不能現場慢慢修正，而且IOS值是固定的，導致有些場景或某些瞬間是無法拍攝到的。

對於底片相機的使用者來說，最大的不便利就是底片是消耗品，而且購買膠卷與沖洗底片都要花費，長期累積下來成為一筆不容小覷的金額。底片相機使用者Reece說，一捲底片大概100多塊，沖洗也要100多塊，每一張都是錢，如果拍壞了會讓人很心痛。銘傳大學廣銷系學生Demi也提到，因為底片需要膠卷還要沖印，花的費用甚至比用一般相機多。

而底片相機因為比較老舊，很多舊型號的相機已經不再生產，要找到零件維修的可能性不大，所以難以修復，而且現今會修理的技術的人越來越少，所以要修理底片相機可以說是難上加難。

# 底片通路選擇多 電商平台價格低

**記者／姜霏**

底片相機自2017年重返潮流後，底片的購買通路也成了一大話題，由於在網路平台購買底片省去了時間及地點的限制，且金額比店家較低一些，因此消費者多半會選擇在電商平台購買底片。

銘傳大學新媒體暨傳播學系同學冼祖名提到，剛開始玩底片相機的時候，先在蝦皮賣場查價，發現底片的價格確實比實體店面便宜，而在臉書的底片購買社團裡，時常會有打折的活動，換算下來，在網路上購買底片確實比較划算。

針對底片於實體店面或網路店家購買，蝦皮賣家自由數位影像表示，基本上沖印店已經沒有在賣底片了，而一般的沖印店大部分只賣少數的種類。因為他們進貨量極少，也只是在應付路過的消費者，所以當然單價會比有在推廣的商家還要高很多。

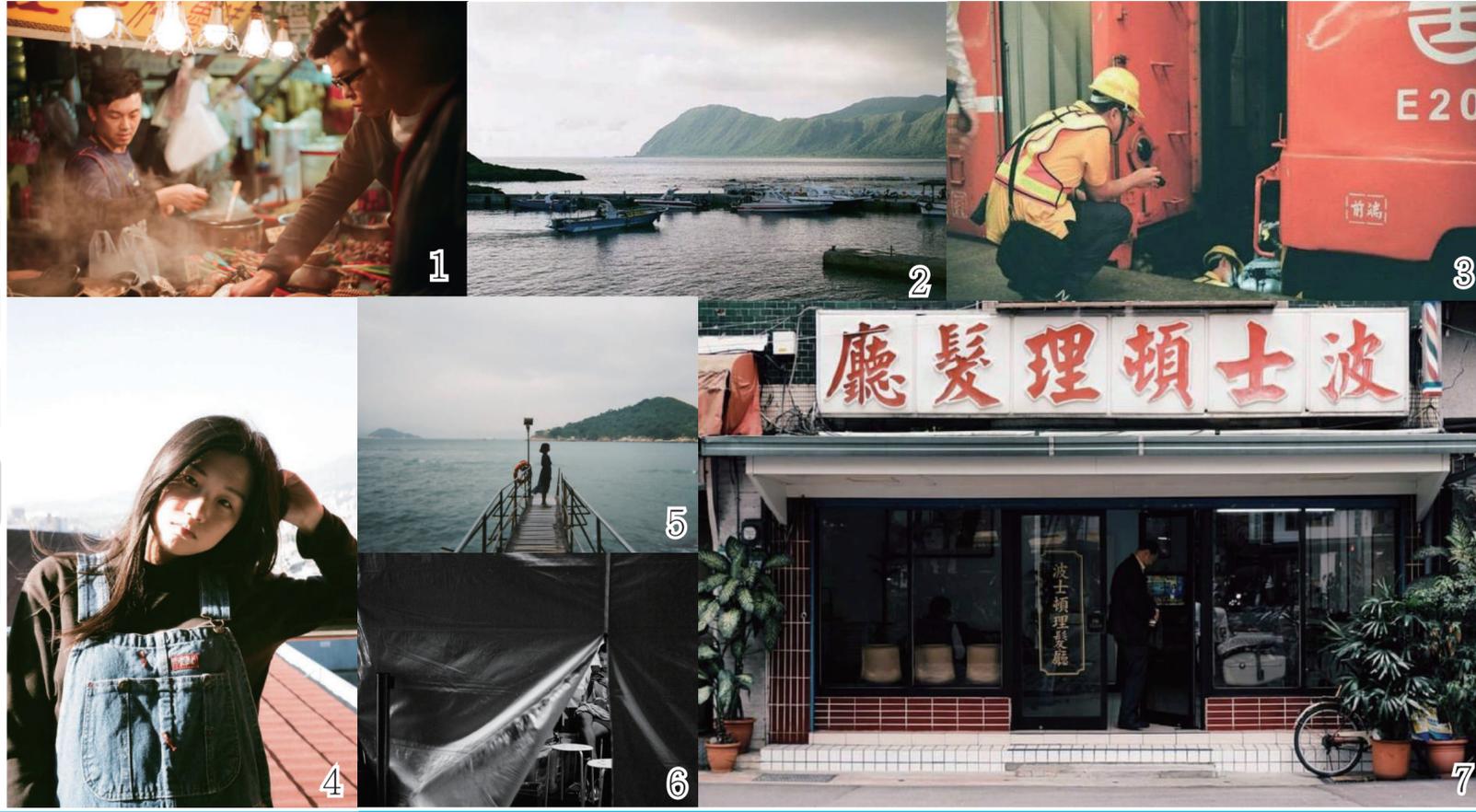
另外，蝦皮賣家底片叔叔坦言，實體店面之所以價格會比較高，需要考量到店面租金跟人事成本，而路過一些店面時發現，跟網路上價錢相比之下，店面賣的真的是蠻貴的。

談到如何取得底片貨源，蝦皮賣家自由數位影像則說，貨源來自很多管道，除了柯達及富士，國內兩大品牌代理商外，也有許多貿易商，而其他就各憑賣家的本事去國外找貨源了。

蝦皮賣家自由數位影像及底片叔叔，在網路上皆擁有高達數千名粉絲，評分也都維持在滿分五顆星的水準，由此可知消費者對於網路購買底片的信任度極高，大量購買也可以平分運費的負擔。

資料來源：Google Trend、蝦皮拍賣、維基百科。

- 1 平面設計師王誌凡：「底片是一種跳脫時代又帶有濃厚氣息的浪漫」
- 2 攝影師Ed：「對生活的一種享受與態度」
- 3 業務員古杜：「多了樸實感」
- 4 銘傳大學Demi：「喜歡底片溫度」
- 5 業務 Reece：「有限的底片考驗技術」
- 6 銘傳大學葉哲函：「可以看到歷史的痕跡」
- 7 中正大學陳宇凡：「每一捲底片都是一個驚喜」



圖片來源：Apple Store、Google Trend、王誌凡、Ed、古杜、Demi、Reece、葉哲函、陳宇凡提供。

2019數位創世紀論壇

# 談付費OTT現況 內容平台需並重



社團法人中華白絲帶關懷協會理事長馬長生致詞。(圖/陳臻)

記者/陳昱華、陳臻

「2019數位創世紀：新媒體對傳媒產業發展趨勢之影響論壇」2日在師範大學舉行，活動透過兩岸學者專家、媒體從業人員進行觀點交換。

## 內容新穎 民眾買單

社團法人中華白絲帶關懷協會理事長馬長生致詞時提到，自己是做傳統媒體的廣播出身，而現在是新媒體的時代，人人都可以成為傳播的媒介平台，但在未來會有更多更直接、更赤裸裸的科技毫不保留地拉進彼此的距離，而人們能不能讓新媒體就像成長的青少年一樣任性的發展，只顧自己而不顧周圍的人，這是新媒體發展的同時人們需要去好好思考的。

台灣線上影視產業協會理事

長錢大衛說，內容永遠是王，平台是后，兩者必須相互依靠，平台不可能獨大，消費者會因想觀看不同的內容，訂閱兩家平台，而付費內容和免費內容兩者必須並重。

雖然現在習慣使用付費OTT平台的觀眾還不多，但錢大衛認為，這是一個過程，台灣過去電視也是不付費，內容獨特性高的時候，消費者會願意付錢，而在美國因為打擊盜版嚴重，大部分的內容都是付費，現在台灣對於違法的機上盒已經有法律禁止，但對於盜版的網頁，目前還是沒有辦法嚴加管控。

三立電視新媒體事業部副總經理藍宜禎提到，台灣90%的消費者不習慣付費是個問題，而現在三立的策略是將內容做好，再利用社群宣傳，過去記

者的工作重內容，但現在則有行銷壓力需將流量變現，將客戶倒到電商網站。

## 公益議題需平衡報導

廈門大學新聞傳播學院副教授羅慧坦言，在網路關於一些公益議題的爭論，弱勢族群相較之下比較沒有資源上網做評論，但主流媒體大多報導網路上的言論，而沒有去關注社會中弱勢族群的意見，並強調在面對這種議題時，要觀察是哪一類的意見佔主導，是否朝最大公共利益方向發展。

她也提到，現在是個人人都能當記者的時代，但講述的事情是否接近事實本身，是需要再討論的，很多事件由網民分享，但時常會帶有自我的情緒字眼。

# TVBS到銘傳徵才 開放媒體工作職缺

記者/蘇育宣

發現銘傳新世界2019企業博覽會9日在銘傳大學逸仙堂登場，現場將近40個服務攤位，提供銘傳學子了解企業與尋找職缺，其中TVBS聯利媒體股份有限公司為唯一一個設攤的媒體單位。

TVBS資深人資專員何映潔表示，目前釋出的職缺較為學生工讀，讓學生在工讀機會中累積經驗，而開放的職缺類型也相當多樣，從新媒體、編輯、導播助理都有開放名額，而第一線的記者，則須經過時間訓練才能上場，非這次校園徵才所開放的職

缺之一。

TVBS人資專員盧小姐表示，這是近年來第一次至銘傳大學參加企業博覽會，期待能透過這次校園徵才，希望對媒體業有興趣的同學來應徵，詳細職缺可以至104人力銀行校園徵才專區。

而成為企業博覽會中唯一一間媒體單位，吸引不少同學上前瞭解，銘傳大學廣電系三年級的王紫綾表示，對節目製作與電視台的工作內容有興趣，因此特地前來攤位。



《噬罪者》特映會，莊凱勛談如何詮釋劇中角色。(圖/公視提供)

# 中天電視台副總經理戴佩龍：練功後再進新媒體

記者/余品潔

中天電視台副總經理戴佩龍10日受邀至銘傳大學演講，分享自身經驗，教導同學如何與業界接軌，他勉勵在場台灣學子，先進傳統媒體練功，再以進入新媒體為目標。

他提到，新媒體是未來的趨勢，越來越多廠商將廣告投放至新媒體平台，但是在傳統媒體能夠將作業系統學得更精進，因此建議同學以進入新媒體為目標，但是先進入傳統媒體練基本功，方便之後靈活運用。不過大陸的新媒體環境則另當別論，因為大陸這個領域的發展早台灣至少五年以上，整個系統規模已經很健全了。

此外，戴佩龍也勉勵同學，剛畢業先進小公司，因為分工沒那麼細，可以學到的技能較多元，像是買便當、舉大字報都是學問，從小事慢慢開始專精，也不要排斥跳槽，五年內是跳槽加薪的黃金時期。

談到進入媒體圈的生存守則，戴佩龍表示，維持24小時有著旺盛求知慾、主動參與，即使不屬於自己的工作也能夠忍受挫折很重要。



中天電視台副總經理戴佩龍10日受邀至銘傳大學演講。(圖/陳芝瑄)

# Netflix買下《噬罪者》播映權

記者/吳如宇

繼《我們與惡的距離》後，公視再度推出刻畫更生人生活的新戲《噬罪者》並於5月8日舉辦特映會，公視指出，此劇是台灣電視劇、更是公視戲劇中少見大尺度電視劇作品。劇集網路播映權被Netflix買下，讓優質台劇再度登上國際。

導演賴孟傑、張亨如和主要演員夏于喬、莊凱勛等人一同出席特映會。演員表示此次特映會是他們第一次欣賞自己的演出，心情很激動。

張亨如表示，《噬罪者》旨在透過呈現更生人出獄後的生活，讓觀眾看見生活中存在的眾多複雜人性，引發觀眾的思考。劇中出演假釋出獄殺人犯的莊凱勛則表示，自己並不是第一次飾演更生人，但這次在揣摩角色方面同樣下了不少功夫，並感謝兩位導演的功勞幫他客容易用力過度的表演習慣，以更加自然的狀態演出。

# 金銘獎培訓課程 陳家頤傳授主播突發應對撇步

記者/蔡瑜珊

金銘獎入圍名單日前出爐，決賽將於16日舉行，10日則舉辦培訓課程，邀請到台視主播陳家頤擔任講師，訓練入圍者播報技巧。

陳家頤一開始先告知入圍者初賽時犯的錯誤，以及可以改進的地方，比如：播報時站的位置、拿新聞稿的方式、針對不同新聞內容調整播報的表情……等等。

而由於主播有時候必須在短時間內抓重點並寫出簡短的新聞稿，陳家頤

也出幾道題目讓入圍者們練習一番，並讓入圍者上台練習。

陳家頤十分用心地準備了10種新聞主播常見的突發狀況，讓入圍者演練，包括：讀稿機壞掉、插播最新消息、現場撰寫稿頭……等等。

上述的10種情況都是主播播報時常常遇到的突發狀況，需要冷靜的排除困難。而陳家頤也出了許多考驗，讓入圍者上台演練，許多入圍者第一次遇到如此震撼教育，一時之間不知該

如何反應，陳家頤仍仔細地教導入圍者，遇到這種狀況該如何排除。

陳家頤特別提到，每個主播心中都要有一則自己的地震稿，並且把它背到滾瓜爛熟，如在播報時遇到地震，就可以冷靜地播報地震消息。

課程結束後，入圍者們意猶未盡，紛紛找陳家頤詢問自己還能夠改進的地方，就是希望自己在決賽能有亮眼的表現，也讓16日的決賽越來越具有看頭。



台視主播陳家頤傳授新聞播報技巧給入圍者。(圖/王怡婷攝)

# 公廣集團入圍5項「世界公視大展」創新高



公視總經理曹文傑（左1）、公視董事長陳郁秀（右2）和世界公視精選台灣策展人高偉豪（右1）等人在展會現場。（圖／公視）

記者／吳如宇

2019「世界公視大展」5月6日到5月10日在泰國曼谷舉行，首度將「戲劇」提昇為大展焦點，共有來自全球87部作品獲選。台灣公廣集團以《青苔》、《無生》、《你的孩子不是你的孩子》、《台北歌手》和《FACES 反霸凌的真實告白》等五項作品入選，刷新入選紀錄。

《青苔》以更生人出獄後面對社會與家庭雙重困境的故事為基礎，於「世界公視大展」入選「安靜的力量」單元。公視表示，該劇播映後獲得廣大迴響，連泰國公視製作人都忍不住落淚。

新創電影短片《無生》則探討酒駕、醫療、家庭等多項議題，「世界公視大展」主席余玉英表示，《無生》十分有潛力發展成劇情長片，與會者對於台灣緊急醫療

救護制度也多加討論。

去年金鐘獎最大贏家、客家劇場《台北歌手》在「世界公視大展」放映後，劇中音樂擄獲不少觀影者的心，更對劇中主角呂赫若感到好奇。導演樓一安表示，自己一直很想拍這位有「台灣第一才子」之稱的呂赫若的故事，希望透過本劇能让更多人知道這位在1940年代大放異彩的台灣文人。

「世界公視大展」創始於1977年，為全球公共電視界年度規模最大的節目展，參展節目以創意及議題性著稱。公視指出，入選的作品通常都會在「世界公視大展」引起關注，顯見長期耕耘台灣原創戲劇的台灣公廣集團，作品皆受到國際的關注與肯定。

## 鄭州大學參訪TVBS

# 阮淑祥：建設性新聞是一種趨勢

記者／蘇育宣

9日銘傳大學交換生、鄭州大學新聞系專班的學生至TVBS電視台參訪，會後並有「建設性新聞及生態文明議題」講座。TVBS信望愛永續基金會執行長阮淑祥向同學介紹建設性新聞，並推廣全球華文永續報導獎，鼓勵陸生積極投稿，同時這也是TVBS近期中第一批全陸生的參訪。

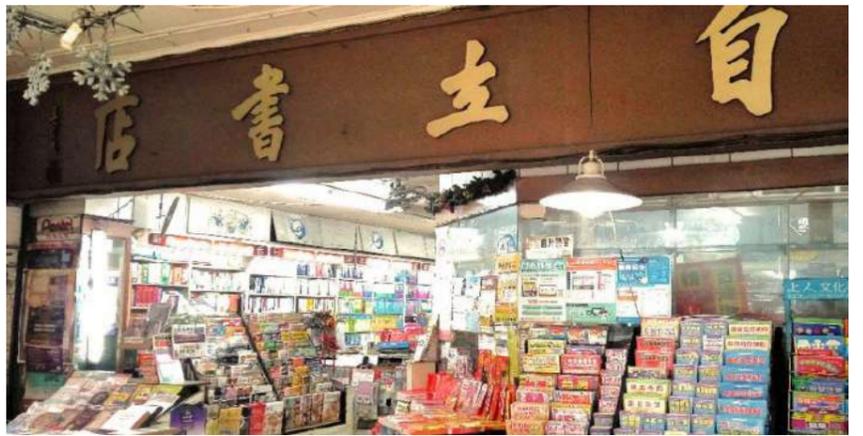
TVBS除了55台新聞頻道外也製播許多長紅綜藝節目，例如：食尚玩家與女人我最大等節目，公關也帶著鄭州大學學生參訪「女人我最大」的現場節目錄製，棚內參觀前並提醒同學幾個觀察的重點，包括頭上的燈光，光的顏色與角度和棚內的佈景，以及每個待命中的工作人員，多樣的細節才能構成一個節目。公關專員胡煜宗提到，製作一個節目是集結眾多人力的心血。

另外，也帶同學實地走訪產出新聞內容的新聞採訪中心，介紹TVBS在記者上的分線與訓練方式。他表示，TVBS記者在初入行時，多被分配在地方組擔任在家記者，坐在辦公室內接收全台駐地記者回傳的新聞，整理與協助其他事務，經由一到兩年的訓練，累積足夠經驗才會被分配至其他路線進行實地採訪，可看出TVBS在培育記者素質上的堅持。



TVBS信望愛永續基金會執行長阮淑祥向陸生推廣建設性新聞。（圖／蘇育宣）

會後講座提到建設性新聞圍繞著三個架構，第一為詳細敘述事實，正反論述。第二為點出問題的核心。第三為提出問題的解方。阮淑祥說：「希望能透過建設性新聞改變記者提問的方式」在問答時，鄭州大學的同學則提問，建設性新聞是一種報導形式？還是一種思維？阮淑祥則回應，建設性新聞是一種趨勢，也是一種思維，從思維出發，選材就謹慎，選擇有價值的題材進行報導，即便是即時新聞，都圍繞著建設性新聞的三個架構，就能將其精神貫穿其中。阮淑祥也鼓勵在座的陸生參加比賽，並更提到過去兩屆參賽的陸生皆有優異的表現，因此很期待今年的參賽作品。



文化部啟動「私有老建築保存再生計畫」保存私有老建築。（圖／陳彥儒）

## 全台最早中文書販售店

# 自立書店獲補助 老店新生

記者／陳彥儒

隨著文化部啟動「私有老建築保存再生計畫」保存私有老建築，位於基隆市義二路、信二口，全台最早販賣中文書籍的「自立書店」，以及位於南榮路243巷內的「梅英居」於4月19日通過文化部複審，分別獲得357萬元與152萬元補助。自立書店店主女兒陳梅玲表示，很高興市府能夠積極推動這項計畫，讓原本受限於資金問題的整修計畫得以解決，讓老屋重獲新生。

基隆市文化局表示，繼中正區「海之丘」及中山區「陳醫院」獲得經費修繕保存再生後，期望讓更多當地老字號建築能有機會修整，尤其是像「自立書店」這樣見證基隆船頭70載的歷史風華的建築，未來仍會持續經營，整頓好的空間將提供給文創物品進駐設攤，也會舉行日本統治時期書店文物展。

老屋修復後計畫設立陶藝工作室，開放部分空間供鄰里或鄰近的學校老師、學生使用，目前已與基隆在地文史團體簽訂MOU，希望梅英居能成為以陶會友、文化交流的夢想基地。



# 談新媒體 聯合報執行董事項國寧：使用者形式正在改變

記者／陳臻

「使用者的形式正在改變，而裝置影響內容，所以媒體必須做調整」。聯合報執行董事項國寧2日受邀至銘傳大學分享新媒體的發展與影響，所提到面對新媒體時代來臨而傳統媒體應該如何應對。

行動網路快速急劇的發展，讓電視和紙本媒體都處於艱辛的時刻。項國寧表示，這幾年行動裝置正在快速蓬勃的發展，現今人們取得新聞的來源通常都不是來自新聞網站，而是各個社群媒體，媒體的重要數據也正在改變，從原本的媒體接觸率、閱報率等，轉變為網路的流量、點擊率、按讚率等等。使用者們的形

式在改變，閱讀的形式不同，媒體們也必須做出調整。

項國寧提到，2018年全年度傳統廣告量市場較2017年同期減少了4.76%，而2017年台灣數位廣告高達330.97億元。台灣媒體環境正在改變，大家都看到了數位媒體的興起，而這種趨勢也影響著廣告，行動裝置的網路廣告占整體比例的七成，但90%的廣告達不到效果，對於廣告商能不能得到效益和廣告如何不造成使用者的困擾，都是目前迫切需要解決的問題。

不管媒體怎麼樣發展心裡都要有一把尺，項國寧表示，華盛頓郵報資深記者曾說過「做一個媒

體必須提升社會品質」，也在書中提到，報導事實、第一效忠對象是社會公民、新聞本質要有專業查證、獨立自主於採訪對象的影響、擁有超然監督能力、提供公眾評論的論壇、讓有意義的事件有趣與與群眾發生關連、新聞需完整並符合比例原則與媒體工作者要有能依據良知工作的環境，這些都是作為一個媒體的內在核心。

現在就算不看報紙，也會看從報紙衍生出來數位的新聞，項國寧提到，雖然傳統媒體和數位媒體操作方式非常不一樣，而且轉型的過程非常辛苦，但紙媒和數位仍然一直在磨合。



項國寧分享：使用者的形式正在改變，而裝置影響內容，所以媒體必須做調整。（圖／陳臻）



# 李惠仁：常規是創意最大的殺手

記者／陳臻

2008年，李惠仁的人生出現了重大轉變。一則1分20秒的新聞或15分鐘的專題篇幅太小、時間太短，無法好好訴說一件事情，所以他投入拍紀錄片，不僅可以做更多田野調查，也有更長時間可以講故事及傳達價值，讓人們可以更深度的看待事情。

## 捍衛的價值

李惠仁多次獲獎，曾獲得第4屆金視獎、第30屆曾虛白先生新聞獎、第10屆卓越新聞獎和第17屆亞洲電視大獎等獎項，作品「不能戳的秘密2：國家機器」和「并：控制」也曾入圍第48、53屆金鐘獎，更在2018年時得到第17屆卓越新聞獎的新聞志業特殊貢獻獎。李惠仁說，紀錄片像是時代的拼圖，它們還原了歷史原本的樣貌，所以希望有更多人拍攝台灣政治社會的紀錄片，把這片遺失的拼圖拼湊回去。

拍攝過了各種探討社會議題的紀錄

片，他無非是要告訴觀眾應該去捍衛什麼價值，沒經歷過戒嚴怎麼知道言論自由有多可貴，也不會知道前輩們是怎麼犧牲自己的生命，付出自己的青春，換來自由民主的今天，這些價值雖然重要但也容易被拋棄。李惠仁表示，所以紀錄片導演的工作就是記錄下這一切，並且不斷提醒人們捍衛這些價值。

## 採訪的喜悅

「採訪為什麼快樂？因為可以閱讀不同的生命。」李惠仁說。就像南海血書是1978年的一則政治神話故事，但在採訪時才得知原來這個神話故事是編造出來的，如果當時沒有及時去採訪，就無法揭發這個錯誤，而在媒體工作20幾年最大的收穫和貢獻就是還原歷史。

李惠仁提到，人們都會做很多的選擇，那到底要的是什麼？而在追求的又是什麼呢？賺很多錢就會快樂嗎？那也未必，每個人都在找尋生命的意義和價

值，如果可以找到一個信念然後持續去做，那就是一件很幸福快樂的事了。

## 父親的期待

李惠仁的父親對小孩期待較深、要求較高，所以小時候常常追著李惠仁跟他弟弟一直問東問西，他也非常感謝父親這樣的教育，因為這啟發了他們看待一個問題要從不同的角度或觀點來思考。李惠仁說，現在的年輕人看到一件奇怪的事情時，都不會有想知道為什麼的慾望，應該把觀察和創意當成一種習慣，這樣不管在未來做任何事都有幫助，如果無法培養這些習慣，以後是無法和別人競爭的。

「把觀察和創意當成習慣，而常規是創意最大的殺手。」李惠仁說，太多事情人們只會看到表象，但在事件背後的意義才是最重要的，而在發現這些事情當中，結果並不是最重要的，重要的是發掘事件和揭露真相的過程。



紀錄片導演李惠仁說，常規是創意最大的殺手。(圖／李惠仁提供)



## 戰國策總經理

# 洪淑媛：做對的事情是唯一不變的堅持



洪淑媛表示，做對的事情是在多變中唯一不變的堅持。(圖／洪淑媛提供)

記者／陸潔儀

2018年剛拿下第四屆華文公關獎「公關代理商從業人員獎」金獎的戰國策總經理洪淑媛，頒獎典禮當天提到，自己曾走在谷底，能有現在的成績很感謝全體同仁一同並肩作戰。感言都還沒說完，就被全體員工蜂擁而上的玫瑰花束和擁抱圍繞，看得出她當初誤打誤撞走上的路是受到肯定的。

待在戰國策近12年的時間，洪淑媛調侃自己在公司的角色是「問題解決中心」，帶領6個事業處，超過40個客戶和專案她都要負責，每天處在高壓環境下的她仍幽默地開著玩笑說：「我覺得我要發號碼牌還要收費！」她也感嘆自己在投入公關業之後，一度成為一個對事情變得挑惕、高標準卻迷失自己的人，在發現會影響生活及身邊的親友後，試著慢慢改變自己的態度，她告訴自己，要用高標準的態度面對工作，但對生活應該是輕鬆舒適、快樂、享受當下的。

洪淑媛感嘆地說，時代變化非常快，品牌端必須不斷追求下一個商機、下一個浪頭、下一個趨勢，而個人的變是因為世界每分每秒都以不同形式在改變，所以大家才需要同溫層，需要和自己有相同價值觀、相同歷練或是相同回憶才有共鳴，而這樣的趨勢下經營品牌是非常辛苦的。

## 公關工作有笑有淚

變化多端的世界甚至是人生，自己固守的堅持是什麼？洪淑媛肯定地說，「做對的事情」就是唯一不變的堅持，因為她知道做對的事情很重要，而且是對的才能一直保有熱忱。

洪淑媛接過的危機處理任務多到說不完，讓她印象

非常深刻的，是2015年冷凍水餃知名品牌「灣仔碼頭」退出台灣、解僱78名員工的案件。那年洪淑媛身負危機處理重責大任，她回憶起事發前一個月接獲這個案件時，為了防止灣仔碼頭員工恐慌擴散和媒體不實報導，就算壓力很大也沒有辦法和親友走漏任何消息，很多事只能放在心裡自己消化。雖然仍有媒體用這個案件發獨家新聞炒作，但他們立刻啟動媒體溝通機制，讓新聞報導轉為灣仔碼頭品牌的正面報導，替客戶解決危機。她欣慰地說：「最後是個好結局，就是好的事情。」

## 公關必要條件

洪淑媛也坦言，當公關確實需要比較放得開的個性，但一個專業公關人最主要是訓練問題解決的能力、找資源的能力、問題的判讀和討論策略，還要能接受各種挑戰，絕不能一成不變。

她笑著回想曾經有天對照了壓力指標，發現自己全部都符合！面對每天突發狀況多又消耗腦力的公關工作，那段時期身體出狀況，所以洪淑媛讓自己放了兩個月的假，重整身心之後再回戰場。

在公關界打拚多年，眼神依舊散發著對公關工作的熱情，洪淑媛說：「如果人生能再選擇一次，我覺得當公關是很棒的，它能教你解決事情的能力。」



# 瑞迪廣告董事長 殷士偉自許天生反骨 專做廣播廣告

記者／陳芝瑄

「只要用心、專心做好一件事，一切就會順利。」這是瑞迪廣告董事長殷士偉對人生的釋義。

憑著這樣的信念，瑞迪廣告從一間專門做廣播廣告的小型辦公室，到現在已23年，並成為37人的媒合創新廣告公司，累積近4萬支商品廣告創作、超過2500小時的廣播節目，及13部的有聲書發行。

當年廣播媒體從十幾家電台，逐漸開放到一百多家電台下，殷士偉秉持著一股「大家不做的事，我來做，機會就是我的」的信念，30歲時，他選擇投入眾人不看好的廣播產業，成立以專做廣播廣告的公司「瑞迪廣告」當起老闆，這樣的做事風格，他形容自己個性「天生反骨」。

然而，在沒有廣告實際操作和管理公司的經驗下，公司成立初期，困難每天都在重複上演，所有的成敗都是自行承擔，殷士偉說：「不了解工作是困難之一，不懂裝懂的人更可怕，而且他又是一個領導者的時候。」

而後，他靠著實作學習補足產業知識，並累積實戰經驗，雖然過程中難題接踵而來，更發生過客戶沒支付費用的案例，但面對這一切他卻很坦然的說：「寧願早點遇到困難，修復能力比較強，要超越困難後並找出問題的源頭。」

看重重重艱辛的創業過程，好在殷士偉仍抱持著樂觀的態度，他說：「我相信好運會降臨在樂觀開朗的人身上。」他解釋，正向思考，自然看每

一件事情都會是好運；相反地，若是悲觀想法的話，就會認為單純的事情背後一定是不好的事。

23年投擲廣播廣告行業，殷士偉在去年台灣廣告60周年時，得到傑出廣告代理經營人，他說，這個獎項除了是肯定過去瑞迪廣告的成就外，同時也是評審期許未來他們在廣告產業的佈局與發展性。

他強調，很高興自己選擇專注做一件事，繼而把它做大做好，成就了個人招牌。

對他而言，廣告行業最有趣的是每天都是一個新的開始，每次執行都在重來，他認為，凡走過必留下痕跡，帶著現有累積的經驗來重新面對每一天的開始。



專心做好一件事是瑞迪廣告董事長殷士偉對人生的釋義。(圖／陳芝瑄)