

2 購物平台攜手
共同「手」台灣

3 海巡防疫梗圖
當周按讚數飆破4萬

4 護台灣！
電台聯手反擊譚德塞

「疫」起採訪的日子

談到陳時中 記者讚：不愠不火不操作



陳時中擔任疫情指揮中心指揮官一職，被大眾封為新一代偶像，第一線媒體記者稱讚其敢說真話。(圖／曾馨旻、文／林潔映)

記者／林潔映

武漢肺炎疫情肆虐全球，衛福部部長陳時中日日坐鎮疫情指揮中心記者會，讓他被冠上新一代偶像的稱號，而第一線與其接觸的媒體工作者對他又是如何看待？

自由時報記者林惠琴表示，相較歷任部長的保守態度，陳時中總是能以簡單用語明確表達「要做」或「不要做」，且不吝於對違規事件嚴正指責而非柔性勸導。

對此，中天新聞記者馮薇之也有相同感受。她認為，陳時中不僅敢於說真話，在面對較敏感或牽扯政治的問題時，也能不愠不火的答覆，不會特別做政治操作。馮薇之更表示，陳時中時常以平淡的口吻說出幽默的話，不時逗樂現場媒體記者。

新冠疫情讓陳時中獲得大量的媒體關注，成了新一代的政治偶像，主跑

醫療路線的三立電視台記者林昆慶表示，早在疫情發生前，就常接觸到陳時中，認為他在事件的處理上不會攬功，而是感謝背後默默付出的人員。他也提到，連日的記者會下來，時常看見部長在小房間照鏡子整理儀容，發現他很在意形象。記者會結束後，部長也會親切的與媒體們打招呼。林昆慶更回憶道，部長曾在某年過年前醫藥與媒體界的歲末聯誼餐會上放下姿態高歌，與記者們說說笑笑，平易近人的一面表露無遺。

疫情延燒至今已經過了三個多月，陳時中體諒媒體記者們工作辛勞，不時會有貼心之舉。東森新聞記者陳韻涵說，部長除了把自己收到的小蛋糕與記者們分享之外，更在白色情人節時送上巧克力給媒體朋友，上頭還附有小字條寫著「辛苦了」，可見到他暖心的一面。

假象說！用字敏感惹議

記者／李程程

記者會期間引起大風波的中時記者提問「假象說」，多數記者認為確實提問時用字稍重，可能不是很恰當，但媒體本來就是提問及監督的角色。

中天新聞記者馮薇之認為，不應該否定防疫人員的努力，且是在沒有證據的情況下，「假象」二字確實不妥，應該有其他更好的問法，如「像這樣的疫調是準確的嗎？」或「是有一些數字沒有公布嗎？」等。

聯合報記者陳雨鑫認為，有些媒體有自己立場，媒體及政府雙方都可以爭取自己的立場，並非一片祥和就是資訊公開透明，媒體有提出問題的權利，而官員也可以指正，這是一個互相溝通的狀況，有些網友本來就是不理性，但媒體及官員都是浮在檯面上的角色，需要自己做好心裡建設。

而記者每天疲於奔命採訪，也屬於高風險族群，電視台及報業等媒體公司會配給每位記者口罩。在進入記者會會場前，衛福部門口設有紅外線熱影像儀，監測所有進入衛福部人員體溫，進去後也有提供消毒酒精。記者會結束後回到公司也都會使用酒精消毒，以保護自身安全。



記者認為不報疫情才恐慌。(圖、文／曾馨旻)

「疫」直報！網：新聞太多會恐慌

記者／曾馨旻

有民眾認為，疫情新聞氾濫會引發恐慌。臉書上有民眾分享一篇疫情新聞，網友則紛紛留言台灣媒體喜歡抱著「唯恐天下不亂的心態」。「BBC中文網」2月13日報導中也提到，倫敦的醫藥記者斯圖亞特(Hadley Stewart)在「歐洲新聞台」網站發表有關疫情過度報導可能使大眾過度恐慌的評論。

然而東森新聞記者陳韻涵說，不會因為不報疫情就沒有恐慌，只會造成更多資訊隱瞞，像是部分歐美國家因為沒有及早大肆報導，就導致政府人民疏於防疫。

八大電視記者黃郁庭則認為，可以10則新聞中大約放5則疫情新聞，挑選疫情重大事情報導就好，但民眾有愛看又愛罵的收視習慣，有人愛看所以新聞才寫，其實讓媒體也很兩難。



記者們為了引起部長注意，自製創意手牌。(圖／中天新聞記者馮薇之提供、文／李程程)

CUE我！手版成記者神器

記者／李程程

為確實管理記者會出席人數，疾管署自3月8日開始實行記者會抽籤固定座位，只開放44家媒體進入會場內，連續超過2天未到場則是取消由候補名單遞補。這個政策實行1個多月下來，多數記者能夠理解疾管署的作法，但有些因抽籤位置比較後面，導致舉手發問時不易被指揮官看見，成為他們在記者會採訪上的困擾。

抽到座位不佳的記者們也苦中做樂，TVBS生活組記者表示，電視台座位都比較後面，於是長官親自發揮超強美工自製手版，吸引陳時中部長的目光。當多家電視台同時拿出自製的手版，現場畫面十分逗趣，部長上次點到TVBS時看到手版上有他的照片，還露出微笑。自製手板也成為記者們辛苦堅守崗位中的小樂趣。

自由時報記者林惠琴表示，抽籤固定座位造成有些非常駐媒體無法參加，會影響媒體採訪權，且有些媒體同事之間無法坐在一起，在新聞分配與討論上較不便。客家電視台記者錢薇如表示，疫情相關新聞由醫療線記者負責，因為組上只有四組人，一組為一位文字記者搭配一位攝影記者，要負責所有疫情下相關的新聞，且每天至少有一組人休假，因此派遣人力上有些吃緊。

問不完啦！肺炎「疫」題百百種

記者／劉至柔

疫情相關記者會，記者提問都是以大眾權益優先，聯合報記者陳雨鑫表示，關注焦點是民生問題，像是口罩存量、日常糧食、消毒用品等物資缺乏等，會影響到心理層面的問題。

各家媒體屬性不同，問題著重點也會有所差別。八大電視記者黃郁庭表示，大方向的議題會是她關注的重點，如當天新增的案

例、案例感染源、是否擴散至社區、群聚事件關聯性、新頒布措施等。

記者除了有需要確認指揮中心的回答而反覆詢問，也會有因應不同狀況，同一件事重複提問的情形。TVBS生活組記者指出，例如醫療量能會有變動，因此需要每週進行詢問。

關於肺炎名稱的爭議問題，各家記者表示會依照公司統一的用

詞，多數媒體不會避開「武漢肺炎」。自由時報記者林惠琴也提到，指揮中心先前已頒布媒體報導可使用「武漢肺炎」。

東森新聞強調不使用「新冠肺炎」，東森新聞記者陳韻涵說，因公司高層認定這個肺炎是從武漢開始，和德國麻疹、日本腦炎同理，因此定調「武漢肺炎」。八大電視則是依公司規定，使用「新冠肺炎」。

購物平台攜手做愛心 共同「手」台灣



東森購物精選保健品和保養品，贈送總金額高達1216萬台幣的限量防疫禮。
(圖/東森購物提供、文/林欣穎)

記者/林欣穎

兩大購物平台防疫期間齊做愛心，而momo購物網推行第一波「手」護台灣計畫無獨有偶。東森購物也精選保健品和保養品，要送給站在防疫第一線的人員。

東森購物總金額高達台幣1216萬元的限量防疫禮，董事長王令麟表示，東森購物將邀請供應商一起共襄盛舉，不計成本全數贈出。

其中獲得捐贈的雙和醫院，由副院長張承圭致贈東森購物感謝狀，張承圭說：「非常感謝社會大眾在本次疫情當中，對於承受極大壓力的醫護人員的支持與關懷，雙和醫院全體醫護人員會努力為大家守住

健康。」

momo富邦媒總經理谷元宏表示，為體察醫護人員長期抗戰每每都站在第一線上，momo推出「手」護台灣第一波計畫，以實際行動捐出一萬罐護手乳，贈與醫護人員。

除了momo購物網捐贈護手乳外，東森購物也攜手善導書院一同促銷小農產品，善導書院是由院長陳文靜帶領一群單親媽媽發起成立，為偏鄉弱勢孩童提供課後輔導及品格教育，在屏東縣高樹鄉水源保護區，教導孩子親手耕種金鑽17號「愛心希望鳳梨」，開賣當日就熱銷超過2,000組。

「台灣有你真好」 聯合報向防疫英雄致敬

記者/王可岑

武漢肺炎給全球帶來巨大衝擊，聯合報為鼓勵台灣第一線防疫人員，16日發起「謝謝你們！向臺灣防疫英雄致敬」線上網路活動，除了收錄每位防疫英雄人物側寫外，也供民眾留言為第一線作戰英雄加油打氣。

「向臺灣防疫英雄致敬」線上活動，民眾可在網頁上留言為防疫人員打氣，另外，收錄記者對每位防疫英雄人物側寫，如指揮官陳時中、執行官周志浩和應變官莊人祥，此外還有醫護人員、郵差、藥

師、清潔人員、口罩國家隊等。

聯合報也特別在每位防疫作戰英雄文章下，設置留言區，讓讀者在閱讀文章後，能為這些防疫人員留言打氣。活動從開始到現在留言持續湧入，為防疫英雄們加油，「臺灣有你們真好」、「謝謝你們守護台灣，你們辛苦了」、「我會乖乖戴口罩」、「天佑台灣」、「你們是台灣的驕傲」等，留言給予第一線人員最大的鼓勵，讓台灣在控制疫情的緊張時刻，也為辛苦的人員注入暖源，共體時艱，度過疫情。



向台灣防疫英雄致敬

聯合報舉辦了「謝謝你們！向臺灣防疫英雄致敬」活動，紀錄每位防疫英雄的作戰文章，更集結民眾的留言，為他們加油打氣。
(文/王可岑、圖/截自聯合報官網)



21位台灣YouTube(左)共唱《明天會更好》，撫慰人心。馬來西亞YouTube(右)也跟進改編《洗洗洗洗手》中文版，宣導防疫。
(圖/截圖自YouTube)

YouTube網紅大合唱 撫慰人心共抗疫

記者/李程程

新冠肺炎疫情蔓延全球，人心惶惶，許多Youtuber紛紛站出來，除了宣導防疫觀念外，也希望能透過歌聲撫慰每顆不安的心。

Youtuber蕭小M邀請開水小姐、魚乾、聖嫂Dodo、滴妹、嘎老師、眾量級、聖結石、彥婷、林進、小A辣、等共22位Youtuber翻唱公益歌曲《明天會更好》，MV在YouTube上創下290萬次點閱，也在KKBOX、Spotify等音樂平台上架。

不只台灣Youtuber關心時事，馬來西亞知名翻唱Youtuber蔡恩雨與朱浩仁也將越南洗手歌改編成中文版《洗洗洗洗手》來宣導防疫，並唱出醫護人員的辛勞，琅琅上口的旋律大獲網友好評，影片上架後一周即有38萬次觀看數。

音樂網紅SamLin重新改編SARS時期的抗疫歌曲《手牽手》，並邀請演藝圈好友一同演唱，希望為第一線防疫與醫護人員加油打氣，也期盼大家能「手牽手」度過疫情。

編劇洪茲盈 抽絲剝繭理出人生解答



編劇洪茲盈透過文字與世界對話。
(圖、文/林潔映攝)

記者/林潔映

對這個世界有太多疑問，對未來有著焦慮，寫故事似乎是她無止境的尋寶遊戲。透過寫作尋覓人生種種，她是編劇洪茲盈，也是小說家洪茲盈。系列影集中〈茉莉的最後一天〉觸及敏感的家庭教育議題，討論度相當高，但身為幕後編劇的洪茲盈卻鮮為人知。

創作探討 家庭關係

洪茲盈在寫〈茉莉的最後一天〉時，創造出全新的角色—林可莉，也是茉莉的對照組，她的存在是為了反

抗媽媽。洪茲盈坦言：「我就是成績不好的那個，姊姊很優秀，我在家沒辦法得到認同感。」或許，林可莉就是洪茲盈自我的投射，嘗試從故事角色中看見更多可能。

在小說與劇本的轉換中洪茲盈不斷反思，釐清角色定位，試圖將人物性格在不同媒介中臨摹的拳拳到位。她坦言：「像是茉莉的爸爸，我把他設定成一個不重要的角色，小說中能夠輕描淡寫帶過，可是戲劇不行，我必須詮釋他為什麼不重要，這是我檢討後的想法。」

磨練自己 累積經驗

理組出身的洪茲盈，在奧美廣告公司寫文案，平日做廣告，假日就到咖啡店寫小說，時常忙到隔天清晨，積累資歷及資金，也磨練自己。後來她搬離家中，離開奧美，開了個人工作室，繼續過著邊接廣告案，邊寫小說的生活。

廣告和小說兩頭燒使洪茲盈又累又沮喪。雖然在奧美的那段時間她仍持續寫作，投稿無數文學獎，但她提到，有時一年投了十幾個比賽，連

一個獎都沒得，真的會很挫敗。而在2018年第一部長篇小說《墟行者》問世。

描繪未來 人生故事

《墟行者》寫作靈感來自於她對未來的焦慮及困惑，她思索著，如果賈伯斯可以把對未來的想像做成智慧型手機，那洪茲盈想做的就是將自己的想像寫進故事。在腦海中，她刻劃出一個與世獨立的密閉空間，後來，成了《墟行者》中那個僅能坐臥的一人膠囊艙，走向未知世界，時而焦躁，時而平靜。

小說是洪茲盈人生的維基百科，用一支筆提問、反芻、解答。她直言：「寫長篇小說是非常非常困難的一件事，需要引人入勝的劇情，更需要哲學性的思辨。」

她嘗試用不同媒介、不同篇幅說故事。透過寫作，洪茲盈不斷將自己投射，再拉出，從故事中找到與現實相同或不不同的面向，一層一層剝開世界外殼、理解自己，活成更飽滿的自我。眼前的她，對世界困惑、卻又堅定。

傳播櫥窗

《妖怪人間》進Netflix唯一台劇
公視奇幻劇《妖怪人間》將台灣各地鄉野奇談中的妖怪等做連結，在播出後視覺特效受觀眾好評，一舉攻占Netflix台灣排行榜第十名，更是前十名中唯一的台劇。
(文/陳樂珊)

「反送中」獲11項新聞攝影獎
2020台灣新聞攝影大賽11日舉行大賽評審，今年香港得獎作品比往年多，以「香港反送中」為題，共獲得11個獎項，評選過程評審們也會關注不同的面向。
(文/蘇頌婷)

大愛制定規範 NCC：同意換照
大愛頻道因「智子之心」無預警停播與內湖購地案的涉己事務報導爭議，導致換照遲遲卡關。NCC3月25日表示，大愛戲劇停播無重大疏失，加上大愛頻道已有制訂涉己事務報導規範，因此同意換發執照。
(文/魏伊閔)

傑思·愛德威集團獲LINE雙獎
LINE公布2020LINE Family Club得獎品牌，傑思·愛德威集團除獲頒成為The Best Sales Partner(最佳銷售夥伴)之外，同時也連任LINE Ads Platform Gold Sales Partner。
(文/鄭宇辰)

海巡防疫梗圖

洗4萬

發布當周按讚數飆破

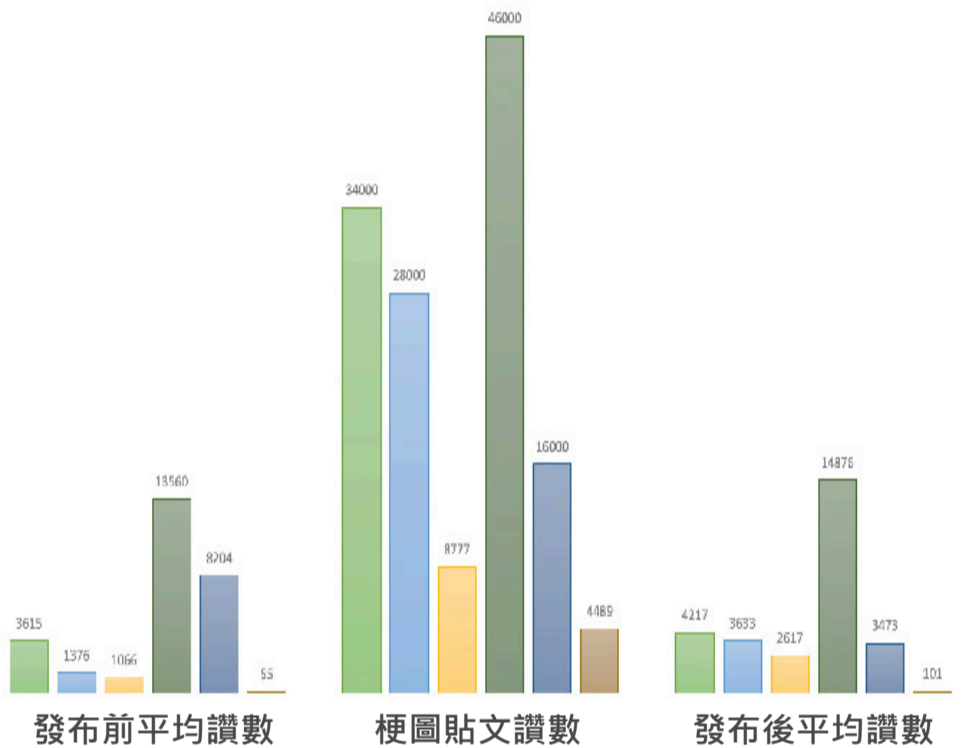


網友A 我在台南也認真防疫，所以我也算團員之一，但是我有臉蛋跟歌聲。防疫衝~衝~衝~

讚 · 回覆 · 5週 1,403

各單位Facebook粉絲團貼文按讚數

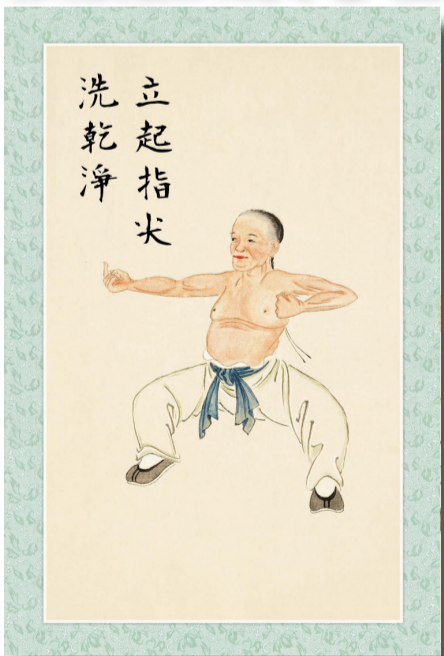
■內政部 ■台北市立動物園 ■故宮精品 ■海巡署長室 ■教育部 ■登義參藥行



海巡署長室

組成「防疫少年團」，進行衛教、防疫裝備控管、假訊息查證等宣導。

按讚數成長8倍



故宮精品

以中國古代的健身方法「八段錦」結合洗手的注意事項，提醒民眾就算不能出門也可以在

網友D! 超有梗宣導!

讚 · 回覆 · 5週

網友F 超譯八段錦

讚 · 回覆 · 5週

貼文觸擊率達80萬



台北市立動物園

根據動物習性，搭配「防疫政見」，將動物打造成候選人。

網友B!! 午睡18小時，必須支持! ❤️❤️❤️

讚數衝破2.8萬



登義參藥行

藉由防疫宣導結合日常藥行的靈感，梗圖貼文高出百倍成長，觸及達八十萬人次，海巡署及許多社團皆分享、討論並給予肯定。

網友C♥♥♥支持1號愛晒無尾熊，睡眠充足好處多多，可以減少接觸又可增加抵抗力!

採後後紀

由於大部分製作梗圖的是政府單位，因此這次的採訪並沒有想像中順利。其中連絡不到內政部及衛生福利部，最後選擇使用臉書上單位發布的相關資訊，將數據、梗圖統整出來，製作成文字及圖片的新聞報導。

文 / 許瑋芯

譚德塞指控台灣種族歧視 蔡英文回應不實言論

護台灣！電台聯手反擊譚德塞



中央廣播電台（簡稱央廣）近日於臉書發布「41語反擊圖卡」貼文，以呼應蔡英文總統9日在臉書發布針對譚德塞對台灣不實指控的回應。央廣表示，未來會持續將台灣防疫作為，透過國際傳播及多語優勢向全球傳送，也開放與各界合作，一同將台灣推向全世界。

央廣41語圖卡反擊 多語言向全球傳送

央廣近日臉書發布「41語反擊圖卡」，語言除了繁體中文還包括簡體中文、葡萄牙語、土耳其語、阿拉伯語、印度語、藏語等共41個多語圖卡，透過聽眾提供，語言仍持續增加中。

除製作圖卡外，央廣還與英國AIB國際廣播協會合作，在2020年「AIBs國際傳媒優異獎」手冊電子書中，以「#TaiwanCanHelp」為主題刊登廣告，讓各國國際媒體知道Taiwan Can Help 且 Taiwan is helping。

「你PO照 我轉推」ICRT幫轉照片至推特

「This Attack Come From Taiwan」近日在網路平台上開始發酵，ICRT顧慮到許多民眾沒有Twitter帳號，因此於10日在臉書上PO出「你PO照 我轉推」的活動，幫助大眾將照片轉發到ICRT的官方Twitter上。

譚德塞公開指責台灣「種族歧視」，引起台灣人在各個網路社群上利用各種創意來回應，其中一個就是在Twitter上發布台灣的風景照以及美食照等，並且標記「#ThisAttackComeFromTaiwan」。

ICRT邀請民眾一起為台灣發聲，讓世界看到台灣的美，民眾只需到活動下方留下想ICRT幫忙轉發的照片，並留言一句描述照片的話，ICRT就會幫忙轉發到該電台的官方Twitter上，但每人只會被轉推一次。

活動推出後得到民眾的熱烈回應，截至13日止已累積達701則留言及69次分享，目前ICRT已經幫忙轉發257則貼文，民眾可以在ICRT的官方Twitter上看到轉發的貼文，想留言的民眾可到ICRT臉書活動上留言。



ICRT推「你PO照 我轉推」活動，幫助大眾將照片轉發到Twitter。
（圖／擷自ICRT臉書粉絲專頁、文／鄭如晴）

記者／王穎禎、鄭如晴

世界衛生組織秘書長譚德塞（Tedros Adhanom Ghebreyesus）8日在例行記者會上，首度點名台灣，並滔滔不絕地罵台灣人對他人身攻擊。蔡英文總統隔日即在個人臉書回應譚德塞的指控。中央廣播電台及ICRT也

護台言論自由 網銀國際解約劍俠情緣3

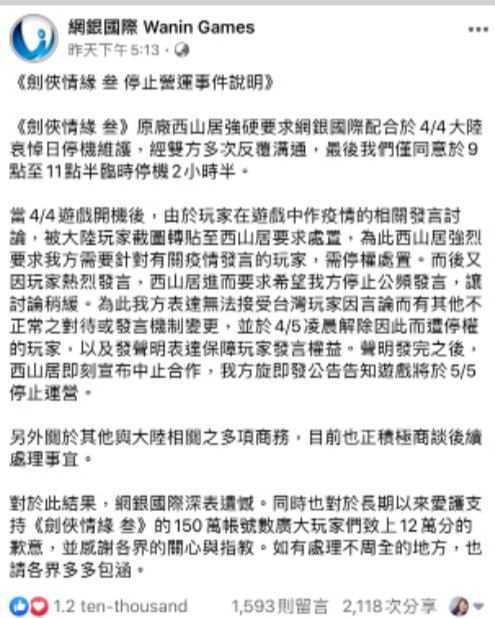
記者／吳宗蓉

中國西山居工作室開發的「劍俠情緣網路版參」爆出言論爭議，不少台灣玩家提及敏感字眼，如：「中國武漢肺炎」而被封鎖帳號，台灣代理網銀國際表示，為捍衛台灣言論自由，終止與中國的合作，劍俠情緣參也將於5月初停止營運。

中國政府舉行的武漢肺炎哀悼活動，包含網易、騰訊等中國遊戲廠商，皆響應政府關服一天以示哀悼，劍俠情緣參也於4日上午停服，但有台灣玩家表示重新登入後，於台版遊戲中討論疫情，卻遭大陸籍跨區玩家截圖舉發，而遭封鎖帳號。

中國開發商向台灣代理網銀國際提出約束台灣玩家言論的要求，網銀國際發表官方公告，指出「堅持維護台灣玩家的發話權益」，甚至「不惜終止合約」。

立法院副院長蔡其昌、遊戲實況主館長陳之漢，紛紛於個人臉書粉絲專頁發表看法，一致認為網銀國際作法「很霸氣」，此舉也收到許多鄉民點讚，網銀國際為維護台灣人民的言論自由，決定終止合作，劍俠情緣參也將於5月5日中午12時停止營運。



網銀國際為劍俠情緣參台灣代理商，因言論爭議，官方於5日提出正式聲明。
（圖／擷取自官方、文／吳宗蓉）



東森《關鍵時刻》來賓李正皓節目上談及馬來西亞防疫情形，未查證造成馬來西亞網友反彈。
（圖／取自關鍵時刻粉絲專頁）

未查證惹風波 東森《關鍵時刻》道歉

記者／林奕辰

東森《關鍵時刻》來賓李正皓節目上談及馬來西亞防疫情形，未經查證引述外媒報導，造成馬來西亞網友反彈，湧入東森新聞、關鍵時刻的粉專留言表達不悅，對此節目主持人劉寶傑和李正皓在上月31日節目中向馬來西亞人道歉，東森也發布相關聲明啟事，希望平息風波。

在節目中，李正皓坦誠自己在處理新聞畫面時，沒有經過準確查證，才誤以為大馬路邊埋葬遺體，下葬流程都有經WHO認證安全，不是隨意在路邊下葬，畫面是伊斯蘭墓園。

東森新聞也立即發表聲明，對於造成馬來西亞民眾心情不適以及觀感不佳，東森新聞深感抱歉，為免造成各方困擾，目前影片已下架，網友的批評指教虛心接受，並將與製作單位共同研討改進，也表示在報導時會更注意查證，報導的態度也會哀矜勿謹。

《眼球中央》製作人何姍蓉：用圈層語言增加黏著度

記者／李程程

在眾多新媒體下，要如何抓住眼球？《眼球中央電視台》製作人何姍蓉說，新媒體與傳統媒體不同的是，新媒體重視雙向互動，必須在社群互動並使用「圈層語言」，才能更增加觀眾的黏著度。

銘傳大學新媒體暨傳播管理學系4月9日邀請何姍蓉演講，主題為「新媒體時代下的新媒體品牌經營」。

《眼球中央電視台》一週平均發布2至3支影片，目前在YouTube上已有81.8萬訂閱。何姍蓉說，需要先了解大眾思維，並看準風向，在準確的時間點出擊。

而新媒體的品牌經營也是一門大學問，何姍蓉說，必須要訂定品牌形象，讓觀眾能夠

在一看到品牌相關特色時就馬上能夠做聯想，而品牌形象可以是顏色、Logo、口號、聲音等內容特色，試著讓受眾自發的成為品牌的傳教士。

對於頻道影片以「黑韓」居多的《眼球中央電視台》，新傳系的同學們也很關心今年6月後，如果高雄市長韓國瑜罷免案通過，影片產出數量是否會受到影響，何姍蓉笑說，其實不會擔心，因為還有許多政壇的「後起之秀」。

傳播學院院長倪炎元在演講結束後，也與同學們分享，自己平時也會收看《眼球中央電視台》，影片中內容用字和他小時候眼中的媒體一樣，覺得十分有趣。



《眼球中央電視台》製作人何姍蓉（右）與傳播學院院長倪炎元（左）合影。
（圖／新傳系提供、文／李程程）