

政務委員 唐鳳銘傳開講 幽默反制假訊息



記者／麥惠宇

行政院政務委員唐鳳18日在銘傳大學國際學院新聞與大眾傳播學程以全英文演講。近來假訊息議題十分熱門，假訊息是否具有威脅性，她表示，可用「基本再生數(Basic Reproduction Number, R0)」來判定。「當R0大於1人時，表示病毒能繼續在人群中傳播且演變成瘟疫，一旦R0小於1人，則病毒將會自行逐漸消失。」

假訊息尤如病毒，即使事後得到查核及澄清，可假訊息仍已傳播開來，這不僅危害政府部門，民眾也成了受害者。除了查核假訊息，她認為，更關鍵的是如何短時間內，對症下藥制止甚至反制假訊息。為此唐鳳分別列出選舉期間，以及疫情期間網傳的多個例子，並藉此與聽眾分享要如何反制假訊息。唐鳳表示，今年總統大選期間曾有謠言，說美國中央情報局提供了隱形墨水，不管選民怎麼投票，蔡英文都會當選。她也認為，邀請YouTuber親臨現場拍攝開票作業的過程，這種公開透明化的做法，就能有效迅速解決傳言。

「留言加分享即可領取免費口罩」流言傳出時，唐鳳對於口罩謠言笑著說：「留言分享的

民眾除了電腦病毒，當然什麼都領不到」，而就在這謠言發酵不久後，為民眾帶來便利的口罩地圖上線了，因應民眾需求制止傳言。

問題耐心解答 分享闢謠方法

除了假訊息議題外，在場師生提出問題包羅萬象，唐鳳也一一解答，例如，資訊及通訊科技如何幫助COVID-19、台灣如何實現永續發展目標等。在此過程，唐鳳演講內容亦隨著問題不斷進行調整跟著提出些正在進行式的例子及平台，如：總統盃黑客松及社會創新平台等。

她也提出，要抑制謠言，製作信息豐富、簡潔、有趣的包裝是「幽默闢謠」也是很重要的要點。像是因疫情出現恐慌搶購衛生紙「行政院長「一粒卡臣」的梗圖」為例，幽默的插圖及標題，再配合簡潔的原料及產地圖表，就是很好解決謠言的方式。

她也陸續分享不少「幽默闢謠」的案例，衛生福利部有趣的以柴犬的方式宣導正確資訊。整場講座的内容，唐鳳幾乎都配合與時事相關的例子來加以說明帶出的議題。

唐鳳18日在銘傳大學進行全英文演講，除了提到假消息氾濫的議題，也利用多個例子，和聽眾分享如何使用「幽默闢謠」方式，抑制謠言。(文／麥惠宇、圖／方執善)

多元互動 銘傳電台週節目搬出戶外

記者／周品蓁、孫庭蓁

為訓練學生戶外直播、播報能力，銘傳廣播電台「銘傳之聲」5月11至15日以「想見巴芭珊」為主題，在銘傳大學台北校區舉辦電台週，與校內學生們進行互動。另外，銘傳大學廣播電視學系105級劇情片組畢業製作《樓梯上影展》也於5月14、16日在校內外放映，除了讓在各單位的學生成果有機會走出戶外，更為學校的活動多元性增添色彩。

電台週、畢製 跳脫原有框架

關於「想見巴芭珊」活動電台總召謝予祐表示，主題名是取自銘傳之聲FM88.3的諧音，電台週最大的亮點就是表演與訪談結合，這些嘉賓有的是駐唱歌手、表演者，在業界都有相當的經驗，經過的學生們透過現場訪談更了解嘉賓們的故事。

銘傳之聲指導老師黃心怡談到，銘傳之聲一直都把握讓學生走出去的機會，不管是室內還是戶外，在麥克風前面都有掌握現場、臨機應變的能力，電台週主要是讓大二的學生獨立規畫活動，並且大二的學生能發揮主持功力。

今年電台週主題豐富，星期一、三、四分別邀請華藝和Tippi、變裝舞后Yugee、以及目前已在教育電台主持的電台學長李興文來分享他們的故事與表演。星期五則為遊戲日，銘傳之聲準備了「歌曲大混戰」，召集熱愛音樂的同學們一起互動、玩遊戲，讓電台節目搬出戶外，與聽眾們零距離互動。

銘傳廣播電系的《樓梯上影展》14日也在校內放映。主辦單位表示，影展取名為「樓梯上」是因為要到達銘傳大學影展場地，需要經過許多階梯，也象徵廣電系同學四年來經過的重重困難與

成長蛻變。

本屆劇情片組共有3部作品參展，廣電系主辦單位表示，「牛奶不過期」講述失智症老人的議題，藉由劇中牛奶送貨員尋友的過程帶出友情的故事，並用牛奶來象徵表達情感具有時效性。「如果有如果」探討家庭中父權議題，以主角小希和父母相處的劇情帶出家庭中親子關係和暴力的問題。「阿龍的金海當舖」則是敘述經營傳統當舖主角阿龍遭遇了經濟上的問題，以意外收到的贓物為主軸，並衍生出一連串故事。

不管是影展、電台週，主辦單位都相當用心。影展各組皆將故事中道具、情境佈置在場外，並有廣電系學生駐點介紹，讓前來觀影的觀眾都能事先了解影展內容、更加身歷其境。

謝予祐表示，平常電台主持人都是待在錄音室裡播報或錄音，很少會出來現場與人面對面，也進而利用這個機會讓主持人走出戶外，與聽眾見面聊天。



銘傳之聲電台週、廣電畢製拉近與閱聽眾距離。(圖／截自銘傳之聲、樓上影展粉專)



關於吸引閱聽大眾、增加影片點閱，海恩奶油表示，自己必須先行建立讓人印象深刻的人設，如此才能讓陌生的閱聽眾點擊影片，同時也可以透過大數據的輔助，來制定內容與方向。(圖／鄭宇辰)

YouTuber海恩：人設獨特才吸睛

記者／鄭宇辰

銘傳大學新媒體暨傳播管理學系14日邀請YouTuber海恩奶油演講，分享影片串流社群經營者的工作型態。她說：「YouTuber要在市場生存，必須建立讓觀眾印象深刻的人設，吸引不認識你的人點擊影片觀看」。

海恩奶油頻道目前有36.7萬人訂閱，總觀看次數超過3000萬。她指出，自己一支影片的點閱大約有6成是新觀眾，除了做熱門題材、下標以數字或反差的方式觸動觀眾神經，最重要的是個人表演及說故事的特色，從聲音、個性到外表包裝都要有所琢磨。

至於發想影片主題的方法，海恩表示，其中包括「偷靈感」和「跟風」，偷靈感指的是參考各國綜藝節目內容，從中找出有趣且吸引人的點，再融入個人風格去做；跟風則對觸及率非常有幫助，當大量YouTuber都在做相同事情的時候，頻道就會很容易露出在彼此影片下的推薦清單之中。

現今大數據盛行，海恩也指出，網紅經紀公司會透過Google Trend或其他數據庫分析流行趨勢，幫助創作者找到熱門話題，以及觀眾喜好的內容形式做為主題發想的方向。

海恩提到，過去做影片會給自己非常大的壓力，認為不接案、不定期發片，或不跟上潮流就會讓一切的努力付諸流水，但現在體認到影片創作者必須學會取舍，才能做出質量更高，觀眾也更喜歡的內容。

NCC：禁中國OTT打廣告



記者／魏伊閔

中國OTT平台業者透過代理商登台，近期在台北市公車及捷運上打廣告。對此，NCC於15日邀集相關部會召開會議，宣布中國地區OTT服務尚未符合《台灣地區與大陸地區人民關係條例》第34條規定的許可事項，若是在台灣境內推播廣告者將予以下架。

目前中國地區OTT平台業者最大宗就是愛奇藝及騰訊(WeTV)，但NCC經討論後認定，愛奇藝及騰訊等OTT平台刊登廣告的行為，並沒有經過主關機關的認可。

NCC專門委員黃睿迪說明，廣告業者在承接委託案時，須注意法規要求，而中國OTT平台業者未經許可，在台北公車車廂、捷運站的燈箱，甚至是在

辦公大樓的電梯旁刊登廣告，其實上述這些都是違法行為。

《台灣地區與大陸地區人民關係條例》第34條規定，中國地區廣告必須經過許可才能在台灣從事廣告活動，對此，陸委會也於15日解釋，目前中國OTT平台都不在開放許可內，也就是不能在台做廣告。

而關於台灣廣告商承接中國OTT平台廣告案，是否也會受到罰則？黃睿迪進一步表示，根據兩岸條例第89條，對於受委託或自行播放違規廣告的業主，可處台幣10萬至50萬元以下罰鍰，現在主要是先讓廣告業主知道這個法規，避免業主違法，目前未劃定什麼時候開罰，未來看後續狀況再做執法判斷。

NCC近日經討論後認定，中國的愛奇藝、騰訊等OTT平台業者，未經主管機關許可，在各大公共場合刊登廣告屬違法行為，擬對其進行開罰。

(圖／擷取自網路、文／魏伊閔)

防疫現實 遊戲體現危機

記者／羅國嘉

新冠肺炎延燒至今，雖然台灣已經沒有確診個案，但新冠癩危機依然存在著，「台北市是隻長頸鹿」主辦了「Cyclops:The new normal」活動，運用虛擬的畫面結合媒體所報導過的一些新聞時事，讓民眾能夠快速了解病毒的嚴重性以及各地死亡率。活動預計於5月29日舉行，帶領民眾看見疫情最真實的一面。

主辦人艾雷表示，這次的活動想利用近期，讓全世界都陷入恐慌，並為了它吵得沸沸揚揚的新冠肺炎，以「The new normal」來作為活動的主題，讓大眾反思，什麼是「normal」，什麼是可以被

改變的、什麼又是不可改變的。

該活動中運用VR技術Cyclops結合了最近新聞媒體所說的故事和一些報導，以體驗遊戲的方式讓民眾更進一步的了解病毒的存在和如何消滅的事實。

不只遊戲 更是危機應變

艾雷認為，這不只是視頻遊戲，而是在真實世界中發生的事件。只是該活動是透過遊戲，讓民眾體驗感染新冠肺炎的感覺與治療的過程。藉此希望人們運用虛擬互動，讓人民感受面對危機時，該如何解決事情，這才是活動的初衷。



「台北是隻長頸鹿」主辦的體驗活動。(圖／台北是隻長頸鹿)

傳播櫥窗

TVBS深度國際節目《FOCUS 360》

TVBS從5月16日起，每週六晚間八點，擴大推出新國際深度報導節目《FOCUS360》，由方念華主持帶觀眾了解世界變化。

(文／馬聖傑)

台灣之星U25方案搶年輕客群

台灣之星再度線上直播推出U25優惠，限定給25歲以下的年輕朋友們好禮，免學生證，每月更只要99元不限速上網吃到飽。

(文／陳維婷)

「行銷雲」網站推廣多元資訊

TAAA台北市廣告代理商業同業公會分眾傳媒共同合作的「行銷雲」網站，已於4月正式上線，架設在ETtoday新聞雲之下的行銷雲，往後也將自產內容，提供給更多行銷相關資訊給讀者。

(文／涂孜意)

新北文化局創新首發會動雜誌

新北市政府文化局首發推出會動的雜誌《潮遊新北·動文化》，動畫結合音效展現新北的在地之美，以藝術創生、找回舊時光、經典重現及科技新體驗為四大主題，讓民眾手機、平板都能夠隨時觀看。

(文／戴瑄)

Hi to校園聯盟新漫畫互動量增

Hi to校園聯盟在臉書發布的「銷編的崩潰日常」系列得到民眾熱烈反應，是民眾留言數較多的po文，成功地提高民眾對粉專的興趣。

(文／鄭如晴)



ICRT 雙語「黑馬」白健文 見證台灣大小事

記者／鄭如晴

白健文1988年搬到台灣，見證過廣播時代的變遷，從一個外國人變成一個比你還熟悉台灣的在地人。白健文是一匹黑馬，因為一向與世無爭的他，從一個雙語路況新聞播報員升任為總經理，並將注意力投注在ICRT轉型的努力。

為貼近生活 用台灣立場敘事

目前，ICRT除了搭配線上收聽及手機App外，也做許多實體活動，將播音間搬到活動現場與聽眾做互動。白健文說：「到現場做活動有達到預期的效果，而線上收聽率雖有成長，但不如預期快。」他希望能做到讓電台不虧錢，更希望能多賺一些，但白健文的目標不在於銷售，而是在轉型。他希望可以將ICRT打造成唯一一個以英文為主，並可以跨媒體營運的聲音傳播媒體。

「用英文以台灣的角度講事情是ICRT的特色及優勢」，白健文說。聽眾雖然可以收聽國外的廣播，但那些都是以外國人的角度敘事，而ICRT更重要的是可以用台灣人的立場及語言去述說事情，讓它更貼近台灣人的生活。

白健文成為ICRT總經理前是個雙語路況播報員，他回憶說，進入廣播界只是個巧合，因為台灣後，原本是與朋友一起做貿易，但因想法不同，他決定退出，而當時ICRT接了福特的案子，需尋找雙語路況報導的人才，一位在電台工作的朋友覺得白健文的中文及英

文都不錯，便詢問他要不要去試試看。他說：「廣播？我從來都沒想過，但覺得好玩就去試音，也被錄取了」。

廣播對白健文而言是好玩、隨性、活潑及有趣的。白健文表示，之前在當路況播報員時，同事常常會開他，但他身為一名播報員，只要麥克風開著就會非常專注不理同事，直到麥克風關閉的那一刻，才會與同事一起打鬧。

雙語新聞播報必須在1分鐘內以中英文播報幾則新聞，所以白健文訓練自己可以將話說得快又準且說出重點，而除了播報路況新聞外，他也會幫忙整理新聞，並利用那段時間練習如何將廣播稿寫的又快又順。他提到，常常聽到片頭就知道自己播報時間到了，便立刻趕過去播報，這份工作對他來說是具有挑戰性且有趣的。他鄭重其事地說：「那段時間對我很重要」。

害羞到勇敢 經歷無數場風雨

進入ICRT近30年的白健文見證過台灣大大小小的事件，例如2001年的納莉颱風，為了讓外國朋友可以收聽廣播得到最新資訊，所以颱風天也得值班。但ICRT當時已從陽明山遷至中廣大樓，颱風導致台北大停電，水已將電台大樓地下室的發電機淹沒，而ICRT的前總經理，卻從家裡帶了麥克風及光盤播放機(CDPlayer)到陽明山發射機現場做節目，讓ICRT的

節目不會因為颱風就受到影響。白健文帶著敬佩的眼神說：「在這種情況下把該做的都做到，我覺得他們很了不起」。

他提到，以前自己很害羞，但現在習慣了。在廣播這條路上，會繼續秉持熱誠，讓ICRT成為跨媒體營運的英文廣播電台。未來，白健文希望除了在廣播方面發展外，也為自己與朋友合開的製作公司努力發展。



ICRT總經理白健文表示，將把注意力投注在ICRT的轉型上，並持續努力。(圖、文／鄭如晴)

新住民節目網路夯

編按

近年在新南向政策下，東南亞族群在台人口不斷攀升，本專題以台灣傳播媒體製作東南亞相關節目內容為切入點，探討第四權帶給東南亞移工、新住民的服務是否平衡且符合比例，並透過傳播角度，改變社會對東南亞的刻板印象。創造人文永續、共生共榮環境。

記者／鄭宇辰

以流利的中文分享台灣與越南之間的文化觀察、旅遊資訊及語言教學，她是擁有18萬人訂閱的越南新住民YouTuber阮秋姮，她與先生厲家揚共同經營「HangTV-越南夯台灣」頻道，單支影片最高點閱達160萬次，頻道總觀看超過2400萬次，阮秋姮更在2018年受邀主持國慶大典，展現新住民驕傲。阮秋姮與厲家揚站在不同角度提供多元觀點，搭起台越文化交流的橋樑，並以雙語字幕引起廣大台灣、越南網友的迴響，其中一支影片「請幫我傳給你的移工新住民朋友」為外籍人士提供詳細完整的權益資訊，網友紛紛留言：「影片很棒，對新住民朋友幫助很多！」、「加油！台越一家親！譜出更多浪漫幸福的姻緣！」、「謝謝東南亞朋友對台灣的貢獻！」



交流/請幫我傳給你的移工新住民朋友
Quyền lợi của Di dân mới ở Đài Loan
圖/擷取自「HangTV-越南夯台灣」YouTube

這僅是近年來的其中一個案例，在網路浪潮下，新住民網紅漸漸做出成績，電台、電視等傳統媒體也開始嘗試轉型，運用YouTube或Facebook擴大宣傳效果，而針對移工、新住民開設的節目透過網路傳播，不僅收視獲得顯著提升，節目內容更觸及到東南亞當地，造成廣大迴響。

央廣拓展多元平台 提升影片點擊率

中央廣播電台除了製作廣播節目外，目前也結合新媒體，在YouTube頻道上製播《ITV愛死你》節目，由印尼及越南新住民譚雲福、范瑞薔薇共同主持，影片除了搭配三種語言(印尼、越南、台灣)字幕，也會因應時事介紹不同國家之間的文化差異，幫助新住民得知在台灣生活的種種資訊。

央廣《ITV愛死你》節目主持人范瑞薔薇說，現今聽廣播的人不斷減少，不過央廣早已注意到這個趨勢，在Facebook、YouTube等社群平台著手許多影音節目，讓身在國外的閱聽眾也可以收看，目前《ITV愛死你》的點閱率逐步成長，影片流量可達數千次觀看，自己覺得相當有成就感。

《我們一家人》x YouTube 引廣大迴響

三立電視台在2018年和移民署合作製播節目《我們一家人》，每集講述4個新住民在台奮鬥的故事，為了將節目推廣給年輕族群，《我們一家人》影片會上傳到社群媒體及YouTube平台，從YouTube點閱率可看出，每集節目的觀看次數約在5千上下，部分集數能達到1至2萬，

製作人紀宛宜說：「以新住民節目而言，流量的天花板會比本土節目更低，但就目前的數字來看，《我們一家人》帶來的效應和迴響已相當可觀。」

紀宛宜坦言，新住民和台灣人的故事相比，台灣收視族群群一定更傾向於後者，《我們一家人》剛開播時能見度不高，儘管在每週日下午2點的熱門時段播出，觀眾的接受度仍舊很低，但經過一段時間後逐漸吸引到收視目光，台灣觀眾發現新住民的故事不只動人，許多創業技巧更值得借鏡與學習。此外，新住民也會在各自的群組相互分享節目內容，收視率還在不斷成長當中。

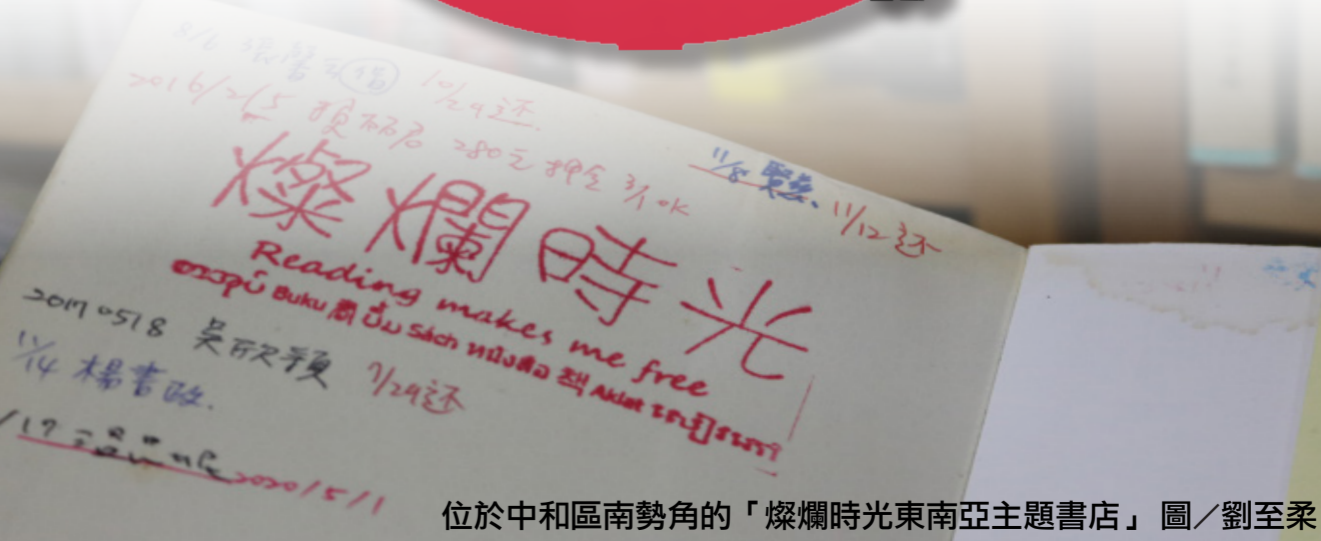
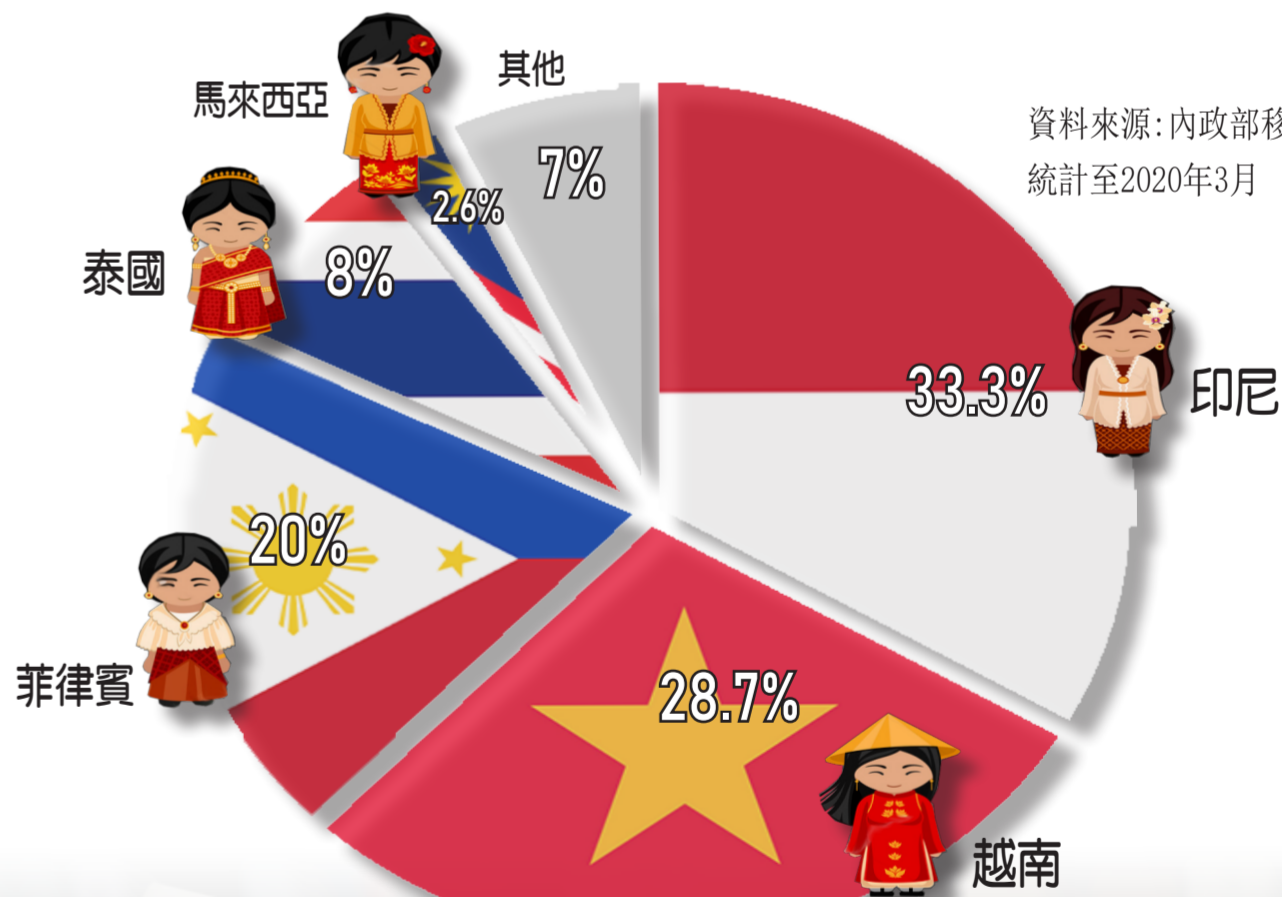
印尼語口罩領取短片 臉書創168萬點擊

公視自2018年起製播《印泰越語新聞》，提供東南亞族群接收台灣新聞的管道，節目製作人蘇玲瑤表示，無論是移工或新住民，其實大部分在家中都沒有使用電視遙控的權力，因此宣傳會著重在Facebook上。其中「公視印尼語新聞」日前發布一支口罩領取教學的影片，內容短短30秒就吸引高達168萬人次觀看，以及大量轉發分享。

公視不只將節目影片同步至Facebook及YouTube平台播放，若發生重大新聞事件或政策宣導也會即時推文，讓移工、新住民能夠第一時間掌握消息。蘇玲瑤說：「透過Facebook上移工和新住民的留言與分享，就能看出他們對哪些新聞更有需求，比起電視頻道，網路的互動即時性更能幫助我們了解東南亞朋友關心的議題方向。」

蘇玲瑤指出，除了在台移民、移工，其實許多東南亞當地民眾非常關注台灣消息，以今年新冠肺炎疫情為例，由於台灣防疫工作做得相當確實，不少東南亞民眾都想了解相關的政策和資訊，促使《印泰越語新聞》的討論熱度急遽上升。

外僑在台居留人口比例



位於中和區南勢角的「燦爛時光東南亞主題書店」圖/劉至柔



《移人》延續《四方報》為東南亞族群發聲

記者／鄭宇辰

除了推廣新住民文化的節目，台灣過去也曾出現以東南亞文字撰寫的報紙刊物，但隨著網路日益發達，這些媒體不再是移工、新住民接收資訊的唯一管道，最終多以失敗收場。而2016年成立的獨立網路媒體《移人》以中文報導東南亞族群議題，盼將影響力帶進台灣社會。

《移人》調整定位 鎖定中文讀者群

《移人》由已停刊的東南亞文字刊物《四方報》原編輯團隊成立，編輯總監李岳軒表示，改以中文報導主要是為了將內容傳遞給擁有投票權的民眾，如果連台灣人都對這些議題漠不關心，就難以期待他們能選出關懷外來移工、移民的民意代表，想改善東南亞族群的現況就更加癡人說夢。

李岳軒感慨地說，當時自己不斷思考，《四方報》這樣的媒體能讓東南亞族群閱讀時感到開心，但在更多時候，他們仍然受到不平等的法規壓榨，因此決定以中文做為《移人》的媒介，從改變本國人的思考方式下手，才是對移工和新住民最有效的幫助。

《移人》的努力也逐漸收到成效，2019年《移人》的報導陸續被收錄進高中教材，其中包含移工、新住民及新二代的內容。李岳軒表示，至少能從這一代的高中生開始，加強他們對於東南亞文化的認知。

手機、網路普及 東南亞語媒體難生存

《移人》的成立正是為了延續過去《四方報》對移工、新住民關懷的熱情，2006年創立的《四方報》是台灣第一個以東南亞文字撰寫的定期刊物，全盛時期曾同時發行越南文、泰文、印尼文、菲律賓文、柬埔寨文、緬甸文等6種報紙型月刊，每期頁數在16至64頁不等，當時讓不精通中文的移工與新住民相當感動，可藉此得知社會上發生的大小事，不過網路崛起後，《四方報》連年虧損，最終在2016年4月宣布停刊。

當時在《四方報》擔任編輯總監的李岳軒說，自己會將2012年視為轉捩點，在此之前東南亞族群沒有能力接收外界訊息，《四方報》這類媒體還有它的市場，但2012年之後智慧型手機日漸普及，移工、新住民的網路

使用習慣大大轉變，他們獲取資訊的管道更多，《四方報》反而因為語言因素導致讀者群受限，在台灣的影響力也日漸衰弱。

李岳軒提到，在紙本媒體盛行的年代，菲律賓文、印尼文的報刊雜誌各有3至4家，如今分別只剩1家在苦苦支撐，且發行量不斷萎縮，而台灣也很難再看到有網路媒體或商業電視台以東南亞語言做節目，除了收視族群受限外，移工和新住民現今要在台灣收看東南亞當地頻道已非難事。

公視「印泰越」語新聞 避免憾事重演

在東南亞語媒體沒落後，移工、新住民仍需要一個管道接收台灣在地的資訊，因此公視在2018年推出《印泰越語新聞》，成為第一家提供東南亞三語新聞服務的電視台，3種語言每天固定時段各播放5分鐘，盼望透過這個平台照顧東南亞族群。

公視印尼語新聞主播譚雲福說，自己經歷過SARS時期，當時東南亞語的衛教文宣相當稀少，很多外籍移工被強制帶進醫院照顧病患，卻連發生什麼事都不知道，甚至有3名印尼看護因此染病致死，現今在公視和政府單位的推動下，移工和新住

民也能即時了解資訊，以今年的新冠肺炎疫情為例，衛福部疾管署推出多國語言宣導防疫政策與措施，讓憾事不再重演。

燦爛時光書店 提供移工、新住民借閱服務

位於中和區南勢角的「燦爛時光東南亞主題書店」，由央廣總台長張正、前台灣立報副總編輯暨天下雜誌獨立評論主編廖雲章等人於2015年創辦，燦爛時光以蒐集、借閱東南亞主題書籍為主，並舉辦東南亞相關藝文活動、提供東南亞語言學習場地。

燦爛時光以「三不一堅持」做為借閱書籍的方式，即：「不同於書店，這裏只借不賣；不同於圖書館，這裏借期無限；不同於租書店，這裏全額退還押金。」而為了讓前後讀者透過書籍交流、感受彼此的溫度，堅持讀者有權在白淨的書籍上做記號、寫心得等等。

根據《聯合報》2019年報導，張正表示，一開店就遇到一個案例，友人希望寄書給失戀中的幫傭，沒想到幫傭看了書後傳訊息說，這正是她所想要的嚴肅書籍，且這些書「build my soul (重建我的靈魂)」，讓她更確信書店存在的價值。



媒體節目齊向南

記者／鄭如晴、陳樂珊

伴隨政府新南向政策的實行，東南亞移工、新住民在台人口逐年攀升，根據內政部移民署統計，不含陸港澳地區，2013年至2020年3月間，持有效居留證的在台外僑人數自52萬5千人增加至80萬2千人，成長幅度超過5成，其中更有高達93%來自東南亞國家，成為台灣不可忽視的一大族群。這個趨勢受到越來越多傳播媒體的重視，他們開始著手新住民節目，不僅帶領觀眾揭開這層許多人了解、不願接觸的面紗，更幫助新住民們更快速地融入陌生環境。

三立《我們一家人》展現新住民專業技能

根據政府電子採購網決標公告，三立電視台在2018年以2760萬的決標金額獲得移民署「新住民資訊宣傳電視媒體製播案」，《我們一家人》節目就此誕生。《我們一家人》節目製作人紀宛宜說，製播這部節目的起因是當時鮮少有電視台碰觸新住民議題，剛好遇上移民署發起製播案，希望將新住民的故事傳遞出去，也能給其他在台生活及工作的新住民有一個追隨的目標。紀宛宜表示，節目開播後，除了帶觀眾真正了解新住民的處境和力量，因他們在台創業多數以餐飲為主，透過節目宣傳後，吸引許多觀眾赴餐廳朝聖，生意明顯提升，也收到許多來自新住民朋友的感謝及回饋。《我們一家人》開播至今邁入第3年，採訪過的新住民共來自53個不同國家。紀宛宜說：「製作新住民節目若能表現出他們的特殊才能，帶給觀眾的迴響會更大」。例如，節目曾拍攝來自越南的木工高手黎金鈞，她蒐集來自各地的廢木材，並親手打造出一雙雙時尚的客製化木屐，該集播出後在網路上掀起大量討論，而轉發分享的人大多是黎金鈞的越南同鄉，他們更寫下「越南人的驕傲！」等留言，這樣的節目形式能激發民族意識，讓新住民為母國感到無比自信與驕傲。

電台開課培力 新住民節目雨後春筍

教育廣播電台2014年開始製播新住民帶狀節目《幸福聯合國》，一路發展至今累積7個「幸福」系列節目。其中來自緬甸，《幸福聯合國》主持人之一的葉碧珠說，這個節目可做為台灣人與新住民之間的橋樑，讓彼此教學相長，節目主持人也會帶著聽眾走出戶外，並結合線上直播，讓更多台灣人了解新住民文化。教育廣播電台節目部主任呂敏君則提到，電台非常重視新住民發展，除了開設相關主題節目，2016年起也舉辦新住民廣播人才培訓課程，至今已培育出120位具

具備廣播專長的新住民，不只透過節目幫助他們融入台灣，更希望他們找到自己的優勢在這片土地耕耘。

中央廣播電台自2006年起積極推廣東南亞文化，製播過7個談論移工、新住民議題的廣播節目，促進彼此交流的同時，也深入探討、解決外籍勞工面臨的困境。另外，央廣也會結合時事，製作多達41種語言的多語圖卡，透過社群媒體傳遞給大眾。央廣總台長張正表示，製作多語圖卡除了宣傳事件，也希望幫助不以中文為母語的新住民更快速得到資訊。

外僑在台居留人數



伴隨新南向政策的實行，東南亞移工、新住民在台人口逐年攀升。

(圖表／陳子璿)



三立電視台製播新住民節目《我們一家人》。

(圖／擷取自內政部移民署)



中央廣播電台「ITV愛死你」節目主持人譚雲福(左)及范瑞薔薇(右)。

(左圖／鄭如晴、右圖／央廣提供)



教育廣播電台《幸福聯合國》節目主持人李佩香。(圖／郭思玟)



教育廣播電台《幸福聯合國》節目主持人葉碧珠。(圖／擷取自中時電子報)

新住民傳播人獲肯定

記者／鄭如晴、陳子璿

不只探討新住民議題的節目越來越多，近年也出現許多新住民傳播人做出亮眼成績，2007年印尼新住民莫愛芳在公視單元劇《娘惹滋味》中飾演演外籍看護，一舉敲響電視金鐘，成為台灣首位新住民影后，在此之後，教育廣播電台《幸福聯合國》節目中的新住民主持人也在2014、2015及2019入圍廣播金鐘「教育文化節目主持人獎」，在這片土地上發光發熱。

金鐘加持 致力推廣東南亞文化

「東南亞人是來搶錢的！」來自緬甸的葉碧珠初到台灣時，類似的攻擊性言語在她耳邊層出不窮，她說，面對各界異樣的眼光，即使心裡難過，也只能默默接受世界所帶給她的不公，自己能做的是透過主持廣播節目，解除大部分人對東南亞的誤會，並藉機宣揚母國文化。葉碧珠進入教育廣播電台的契機並非主持節目，而是受邀錄製簡短的緬甸語教學，之後恰巧遇上電台開設「新住民廣播人才培訓課程」，她經過受訓後成為主持人，更在2019入圍廣播金鐘教育文化節目主持人獎。看似風光的背後，其實更多的是旁人無法想像的努力，葉碧珠謙虛地說：「我其實不是很會表達的人，主持節目常

感到緊張，採訪來賓的時候也會變得完全沒有邏輯」。面對自己的缺點，她付出比別人更多的時間在收聽其他廣播節目，學習前輩們的主持技巧，如今，即便已獲得入圍金鐘獎的成就，她仍認為自己是一個學習者的角色。

在台24年，致力推廣東南亞文化的路上，葉碧珠投入了大量心血，她的另一個身分則是「新北市公益故事團」的成員，她會在圖書館講述緬甸的傳統故事，將母國文化傳遞給台灣小朋友；高中家政課老師則是她的第三個身分，透過課堂上讓同學報告方享東南亞文化，並烹飪家鄉美食向學生傳達理念，葉碧珠在各種身分中不斷轉換，只為換取社會少一點歧視；多一點將心比心。

不需同情 應提供自由發揮空間

柬埔寨新住民李佩香2003年聽從父親的建議嫁來台灣。她回憶道，有一次站在家門口看鄰居搬家時，鄰居指著一個家具保護套並輕視地對她說：「那個棉被你可以拿到你國家去，應該會很好用」。這般態度及言語讓她備感歧視，儘管如此，這些年來她沒有看輕自己，因緣際會下進入教育廣播電台擔任《幸福聯合國》節目主持人，將新住民文化與議題傳遞出去。剛進入電台的她，錄節目時不僅經常笑場，更不懂得如何

與來賓搭配，後製剪輯也一竅不通，不過靠著堅持不懈的學習，以及電台長官循循善誘帶領下，終於能夠獨當一面，後續也接下更多不同類型節目的主持工作，不變的是為新住民發聲及爭取權益的心。

越南新住民范瑞薔薇也有類似經驗，她是中央廣播電台「ITV愛死你」節目主持人，在央廣服務15年的她表示，歧視無處不在，雖然現今社會對東南亞新住民的接受度已大大提升，但希望大眾不要將他們視為弱勢團體。她強調：「新住民不是需要同情與幫助的族群，而是需要足夠的空間來發揮屬於自身的優勢」。

拋開成見 成為台灣力量與未來

來自印尼的譚雲福在18歲時受母親逼迫來台留學，大學時期在好友的建議下，考上中央廣播電台主持人至今已滿20年，目前和范瑞薔薇共同主持「ITV愛死你」節目，同時也擔任公視印尼語新聞主播。他提到，在多元社會下，新住民及台灣民眾可以抱持著不同的想法共生共存，成為相互學習的對象。即便生活中充滿異樣眼光，這群人仍努力做出成績，以傳播者的身分為自己及同樣來自東南亞的新住民發聲，他們扮演起新住民第一代的領頭角色，盼望將社會對他們的歧視轉為認同，證明新住民不是負擔，而是台灣的力量與未來。

廣播金鐘獎 東南亞新住民入圍／得獎名單 (表／陳子璿)

年份(屆)	節目	入圍／獲得 獎項	入圍／得獎者 (國籍)
2014年(49屆)		教育文化節目主持人獎 (入圍)	陳鳳凰 (越南) 吳巧農 (泰國) 丁安妮 (印尼)
2015年(50屆)	《幸福聯合國》	教育文化節目主持人獎 (獲獎)	陳鳳凰 (越南) 吳巧農 (泰國) 丁安妮 (印尼)
2019年(54屆)		教育文化節目主持人獎 (入圍)	葉碧珠 (緬甸)

電視金鐘獎 東南亞新住民入圍／得獎名單 (表／陳子璿)

年份(屆)	劇集	入圍／獲得獎項	入圍／得獎者 (國籍)
2007(42屆)	《娘惹滋味》	迷你劇集最佳女主角獎 (獲獎)	莫愛芳(印尼)
2015(50屆)	《浪子單飛》	迷你劇集電視電影女配角獎 (獲獎)	陳秋貞(越南)
2018(53屆)	《第一廣場》	電視電影新進演員獎 (入圍)	Christina Diego Ponce (菲律賓)



媒體中看見新住民 專題報導

族群需求異 節目應分眾化

記者／劉至柔、鄭宇辰

投入東南亞移工、新住民議題的傳播人及節目越來越多，台灣的廣電媒體如何平等對待這個國家中的不同族群，讓每一個族群的文化和語言都有再現權利也成為探討焦點。目前公廣集團旗下已成立公視台語台、客家電視台，並在2007至2014年間將原住民族電視台納入麾下，未來是否能為新住民成立專屬的東南亞語言頻道，出現許多想像空間。

台灣社會等內容為重；印尼語則多為移工收看，他們需要知道的是勞工法律、權益；泰國新住民人數相較上述兩個國家少，反而會是喜歡泰國的台灣人收看，另外，現在東南亞來台就學的人數變多，也需強調出入境等法規宣導。

陳春富指出，目前台灣不管是電視或廣播，以東南亞語製作的節目非常稀少。廣播有些用不同東南亞語言製播的節目，但時段常常不固定，節目播播停停，很難養成新住民或移工長期的收聽習慣，也就難以達到普及效果；電視部分，主流頻道幾乎沒有東南亞語節目，不過公共電視製播東南亞語新聞是一個很好的嘗試，跨出了重要的第一步。

他提到，目前台灣廣播電視中的東南亞語節目，較偏向語言學習和資訊傳達等功能性價值，缺少生活性或文化交流等相關內容，若在這部分多加耕耘，能讓新住民在輕鬆且有共鳴的氛圍下，藉由娛樂、音樂、戲劇節目等內容來維持與母國文化的連結，也能讓台灣社會藉此認識東南亞各國的社會與文化。

中正大學傳播學系教授
胡元輝



公共電視屬國民全體，自應服務不同族群，無論是設置一個全天候以東南亞語言播放的頻道，或擴大數位平台的新住民內容都是可考慮的方向，但這涉及經費，也需諮詢新住民的意見，才能提供最適當的服務。

逢甲大學通識中心助理教授
何景榮



網路資訊不能取代電視製播的內容，因電視媒體具有可信度，許多國家重大政策還是必須透過電視發佈，再經由網路媒體露出，所以反而是電視會乘著網路浪潮更加蓬勃。

反思1 公廣集團成立「新移民台」？

根據原住民族委員會統計，截至2020年4月，台灣原住民族人口為57萬3千人，而原住民族電視台於2004年成立，現為原住民族文化事業基金會擁有。囊括16族且各族語言皆不盡相同的原民台既能成立，人口總數更龐大的移工、新住民能否擁有專屬頻道，值得關注。

其實早在2007年，時任公視總經理胡元輝就有意推動「新移民台」成立，現職中正大學傳播學系教授的他指出，自己在公視服務時，將2007年訂為新住民服務年，曾規劃一個專門服務新住民及英語使用者的頻道，可惜頻道預算未能於立法院通過，但仍有製播以新住民為主體的節目，並舉辦多項活動促進新住民與其他族群的交流，獲得廣大迴響。

時至今日，新住民人數持續上升，胡元輝認為，公共電視屬國民全體，自應服務不同族群，公廣集團強化新住民節目與服務有其必要性，無論是設置一個全天候以東南亞語言播放的頻道，或擴大數位平台的新住民內容都是可考慮的方向，但這涉及公廣集團的經費來源，也需諮詢新住民的意見，才能提供最適當的服務。

輔仁大學大眾傳播學研究所副教授陳春富說，大眾媒體除了商業功能外，更是重要的社會公器與文化載體，不能因為某些族群人數較少、某種語言較少人使用而完全將其忽略，像是成立原住民族電視台或是客家電視台也是「文化公民權」的概念，在媒體近用上，需平等對待不同的語言及族群，這是台灣民主化及多元文化社會發展過程中，非常重要的一種價值。

反思3 廣電、網路相輔相成 不可取代

何景榮表示，網路資訊不能取代電視製播的內容，因電視媒體具有可信度，許多國家重大政策還是必須透過電視發佈，再經由網路媒體露出，所以反而是電視會乘著網路浪潮更加蓬勃。另外，新住民來自許多不同國家，彼此是不同的文化群體，不宜合為同一台，現在的電視內容已十分符合需求，只需注意比例調整即可。

陳春富則說，現在新住民主要都依賴手機和網路等行動科技，做為資訊尋求或是媒體消費的主要管道。然而，網路或手機畢竟還是非常個人化的媒體，對於新住民來說，廣電媒體可能存在另外一層意義，因為收聽廣播或是收看電視通常會和家人或其他夥伴一起，是「團體收視」或「社會收視」的情境，透過這個過程增進彼此的互動與了解。



針對不同需求，傳播媒體應換位思考，為東南亞新住民產製合適內容。(圖／擷取自網路)

媒體商業導向 多元文化難兼顧

記者／劉至柔

近年受到新南向政策的影響，東南亞族群的動態成為關注焦點，但傳播媒體對其報導比例仍偏低，且內容多以單一角度呈現，在永續發展的理想狀態下，新聞須更貼近東南亞真實生活，呈現文化多元面貌，才能達到社會共融的榮景。

反思4 用「處境化」眼光 理解東南亞

中央社國際暨兩岸新聞中心國際組長周永捷表示，過去媒體對於東南亞的報導內容較為負面，因為東南亞經濟狀況相對不及先進國家，對台灣來說，勞力成本廉價，也是便宜旅遊勝地。過去的旅遊行腳節目，內容多半是介紹東南亞新奇古怪的食物、民俗傳統、恐怖傳說等，以看待奇風異俗的眼光來看東南亞，因此形塑了框架；現在則是過度強調東南亞，專題報導都流於讚賞東南亞經濟起飛、政府友善招商、年輕人創業成功等，內容過度著重人口紅利，讓民眾誤以為東南亞「處處是黃金」，而到當地投資。

實際上東南亞仍存在著很大的隱憂。「遍地是黃金，也遍地是死傷。」曾在印尼派駐的周永捷說，當地基礎建設不太發達，很多事情沒有被報導或報導比例很低。他說，媒體報導須選擇切入點，過程中勢必會捨棄許多不同角度，像是近幾年許多雜誌會派團隊去東南亞，以「淘金夢」的角度報導，讓社會形成鼓勵投資生意的風氣，自己也曾收到有意前往印尼投資的台灣商人訊息，希望幫忙協助了解投資法規。媒體報導可能會和現實存在差異，事情的全貌無法透過媒體來窺視。

過去民眾對東南亞的了解不足才造成刻板印象，不過現在透過YouTube就能看到東南亞影片。周永捷說，資訊發達是好事，但是媒體識讀更重要，台灣人在看東南亞媒體的時候，要懂得選擇內容，例如排華事件要認知其是普遍現象還是個案，不應帶主觀意見，若看不懂東南亞文字，可以查詢英文報導，看第一手資料才能明辨是非。

周永捷強調，不要帶著西方國家普世價值或是台灣經驗的框架，去看東南亞的文化社會或政治，而是用「contextualization(脈絡化、處境化)」的方式，以東南亞的歷史文化知識背景，去理解他們發生的事。

反思6 媒體乘載文化 內容平等待解決

東南亞新住民及新二代已是台灣人口組成重要的一部分，他們的媒體近用需求始終存在，因此製播新住民的節目還是有其必要性。陳春富表示，語言是一個族群文化的重要基礎，雖說有些新住民在台灣長期居住後，中文能力越來越流利，而中文對於他們在台灣生活的實用價值也比較高，但是母國語言還是根深蒂固的認同核心跟文化資產，每個人都會希望能透過母語認識社會並與人交流。

陳春富說，相關節目製播的概念，應該要以促進多元文化交流為方針，而不僅僅是為了特定族群製作「專屬」但「排他」的內容，這樣反而會阻礙與其他族群交流的機會。廣電節目若能從國家的傳播政策中去規劃、宣示並落實文化公民權的精神，保障不同族群的媒體近用權、再現權、發聲權及參與權，台灣才能真正算是一個進步的多元文化社會。

聯合國永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)中，目標四「優質教育」提到永續發展教育以及全球公民的觀念，媒體作為文化載體，有責任扮演傳遞知識、文化形塑的角色；目標十一「永續城市」則提倡具社會包容的城市，做為世界的公民，友善對待居住在這塊土地上的所有人，才是真正的永續行動。

每一位遠渡重洋的新住民無不期望傳播媒體能換位思考，營造共生共榮的美好社會，然而媒體在商業化的趨勢下，產製內容要做到多元文化平等幾乎成為無法實現的空談，東南亞新住民比例持續上升仍是可預期的發展，未來公廣集團如何分配資源，媒體如何在文化教育傳承與商業獲利之間達到平衡是學界、業界必須審慎思考的議題。

反思2 各國文化不同 應客製內容

傳播媒體以東南亞語言製播節目，提供在台居住的外籍人士資訊、娛樂等服務，以媒體特性來說，廣播不具獨佔性，較適合移工使用，而電視構築了集體空間，則適合擔任家庭主婦的新住民觀賞。

有著印尼新二代、台灣學者及社運人士身分的逢甲大學通識中心助理教授何景榮表示，東南亞語的電視節目及新聞因各國在台人數不同，收視族群自然有差異，就內容而言必須以不同需求製作，舉例來說，越南新住民人數多，應以婚姻相關法律、融入

不要帶著西方國家普世價值或是台灣經驗的框架，去看東南亞的文化社會或政治，而是用「contextualization(脈絡化、處境化)」的方式，以東南亞的歷史文化知識背景，去理解他們發生的事。

反思5 新聞比例少 小眾難發聲

新聞報導或節目的內容形塑框架，會導致閱聽眾的觀念在耳濡目染間受到影響，教育電台《幸福聯合國》節目主持人葉碧珠說，新聞對於東南亞的報導應保持平衡，不要只報導東南亞的負面消息，而讓台灣人對東南亞產生誤解；央廣《ITV愛死你》節目主持人譚雲福則將媒體視為教育者，他希望透過媒體，將新住民的文化傳遞到台灣，讓新住民及台灣民眾在不同背景下相互教育及成長。

銘傳大學新聞系副教授陳重成表示，在政府提出新南向政策之前，台灣媒體報導東南亞國家的比例偏低，現在則有更多變化且內容為中性偏向正面，但從新聞價值的角度來看，台灣對東南亞的關注度不高，除非是重大事件，否則不會在報導中曝光。

銘傳大學傳播學院院長倪炎元表示，外來族群是弱勢，他們出現在媒體內容上不成比例，無論是因為本身尚未達到影響力，抑或媒體的主導者認為不需要照顧這些人，他們也不太可能有自己的發聲管道。

不只是台灣，全球各地皆有相同情形，例如歐洲也有族群單一的情況，移民比例少反而不會出現刻意歧視，而是幾乎沒有露出版面，且其語題敏感，容易引發質疑聲浪，媒體多避而不談，只報導社會新聞，抑或像是歐洲移民，以及美國、澳洲華人，這些族群在國家佔比都很高，但仍是弱勢群體，除非像擁有多元族群的新加坡，

外來族群是弱勢，他們出現在媒體內容上不成比例，且鑑於市場機制，媒體內容要達到文化平等十分困難，除非新住民入籍且人口比例成長到一定程度，購買力及影響力提升，社會氛圍才會自然而然改變。

節目製播應該要以促進多元文化交流為方針，廣電節目若能從國家的傳播政策中去規劃、宣示並落實文化公民權的精神，保障不同族群的媒體近用權、再現權、發聲權及參與權，台灣才能真正算是一個進步的多元文化社會。

中央社國際暨兩岸新聞中心國際組長
周永捷

銘傳大學傳播學院院長
倪炎元

輔仁大學大眾傳播學研究所副教授
陳春富



聯合國永續發展目標。(圖／擷取自CSRone)

