



## 傳播產業職缺大增



記者／江衍融、顧西童、林佳慧

根據104人力銀行統計，今年大眾傳播產業的全職工作職缺較以往畢業季大幅上漲。

### 前三年職缺持平 今年突爆增741個

其後台數據顯示，近三年的傳播產業職缺幾乎是持平的，但今年全職工作總數比去年增加了741個職缺。104人力銀行專案經理黃瓊逸表示，也許近幾年新媒體產業較興盛，直播主、部落客及YouTuber增加，是職缺增加的關鍵原因。

Yes123求職網表示，傳播產業數量前五名工作職缺為記者、編輯、攝影、後製及執行製作，而記者、行銷企劃是傳播科系畢業學生最常投的工作。

據104人力銀行提供的後台資料顯示，從傳播科系最常應徵的前12種職類來看，記者、行銷企劃及公關的初始薪資較高，記者及行銷企劃的菜鳥月薪大約落在35-36K，媒體公關則落在45K左右。

### 記者職缺量最多 亦是畢業生首選

至於傳播工作開出的技能中，yes123發言人楊宗斌強調，寫作能力及基本的外語能力很重要，講話也要有一定的邏輯與條理，如果想往行銷企劃發展，則要有商業數字分析及新聞報導整理的能力。

在各媒體領域開出的職缺中又以電視台為最高占比70%，再來是新媒體及報社，分別為20%及10%，電台的工作則相對較少在求職網出現。

今年各大電視台如民視、東森、三立及TVBS皆選此時舉辦活動招募新血，分別招募記者、主播、主

## 財經媒體《商益》上線

記者／詹景涵

關鍵評論網媒體集團(TNL Media Group)於14日宣布成立最新財經商業媒體《商益》，官方網站也已正式上線。

《商益》由知名財經專欄作家、現任INSIDE主編李柏鋒創辦，希望藉由專業的內容團隊，宣揚商業對社會的價值，並將專注於讓讀者理解資本、商業以及財經語言，讓強大的商業能成為台灣的金融防護罩。

關鍵評論網媒體集團表示，「多元觀點刺激你的想法；不同聲音拓寬你的視野」一直是他們的價值主張，如今成立《商益》品牌，將讓集團的聲音更全面，觀點更多元。

此外，《商益》相信成功的商業，獲利必然來自於幫助消費者與客戶過更好的生活、有更高效率的產出，因此商業便是最大的公益。而《商益》也期待與擁有相同理念的合作夥伴共同產製有助於社會的商業內容，一起共榮、共好。



傳播產業職缺類型多，其中以記者職位最缺人。(圖／銘報資料畫面(左)、銘傳電視台提供(右))

持人、工讀生等人才。

### 傳產重外語能力 電視台積極徵才

民視新聞台招募記者、主播人才，民視新聞傳播群副總胡婉玲表示，電視需要播音、配音，因此口齒清晰是基本的要求，雙語能力也是重點；東森電視舉辦海選活動，希望培養「數位媒體」部門人才；三立新聞日前進行徵才活動，表現傑出者日後有機會培訓為主播，此外，優選十名成為國內電視台首選「帶薪實習生」。另外，TVBS日前也舉辦「2022校園徵才」，開放工讀生職缺，包括新聞社群組、新聞編輯組、即時新聞組、國際編譯組、影音新聞組及娛樂新聞組六大部門。可見各大電視台皆積極搶人才。

### 為出售鋪路？擬裁280人

## 台蘋大解雇

記者／王詠宜

台北市勞動局14日證實已收到《蘋果新聞網》的大量解僱計畫書，《蘋果新聞網》預計在8月9日前裁員280人，目前通報時程符合當前大量解僱法規定。

然而，香港壹傳媒公司清盤人譚競正、文景城卻在同日澄清，出售台灣《蘋果新聞網》或其台灣業務的內容並不準確，也因無相關消息與證據，台蘋是否已出售並成交，外界並不知曉。

勞動局強調，大量解僱除了通報勞動局之外，也須告知所牽涉到的人員。據可靠消息來源指出，目前員工表示皆未收到正式通知，但期待公司重新結算、回聘員工。

台蘋大解計畫書預計解僱的280名，也可能只是預防性向上通報，最後資遣的人數還會調整空間。

據comScore調查，《蘋果新聞網》曾在2017年4月奪下台灣網路媒體瀏覽率冠軍。然而自2019年調整為付費會員制後，《蘋果新聞網》每月網路流量從1億降至3000萬，改回免費瀏覽後，其流量也沒有明顯起色。

在廣告與市場營銷月刊的統計中，《蘋果新聞網》自2021年起流量即維持在網路媒體第五名，今年5月份的新聞網站訪問量也持續下滑。

歷經流量下滑、母公司《壹傳媒》被迫終止營運、《蘋果日報》停刊、裁員等挫敗，處境可說是相當艱難。

在媒體易主並可能解僱大量員工的情況下，《蘋果新聞網》是否會持續經營其媒體品牌，或進行其他轉型，也備受外界關注。

## 截稿前的焦點新聞

### 快訊消息



郭彥均道歉發文不謹慎 還原出發點想為醫護打氣



Instagram 傳災情 網怨限動態「看不完」

### 新片上架

掃描QRcode 網紅實習生ep.9



### DMA2021統計

## 數位廣告突破544億

記者／黃百聖

DMA台灣數位媒體應用行銷協會16日發布「2021台灣數位廣告量統計數字」報告，數位廣告整體市場達到544.3億，成長率12.8%，成長動力來自國際平台，對此DMA協會呼籲國際平台與本地媒體生態需達到平衡，NCC應開始關注議題發展。

據統計，去年整體數位廣告市場正式突破500億，達到544.3億，相較於2020年482.56億，成長率回復至12.8%

依媒體平台投放上，社交媒體平台投放廣告成長率達13.5%(206.6億)，高於一般媒體12.4%。

若以廣告成長率作為區分，其中仍依影音廣告持續保持兩位數，成長率為21.1%，另外網紅項目金額突破40億，達44.4億。

投放廣告主仍以電商為最大宗達81.2億。疫情帶來資金高流動性，讓全球資產價格榮升，帶動房地產數位廣告量成長最強的產業別，成長率達62%(23.4億)。

# 回歸閱讀 獨立書店逆境求生

記者／王斯琪、勞奕欣、楊晨、應杰霖

據臺灣獨立書店文化協會統計，全臺獨立書店一共有300多家，在與連鎖書店及電商競爭下，獨立書店以其店主挑選書籍的自主性和同時從事社會議題提倡下發展出特色，在書籍價格戰的夾縫中求生。臺灣獨立書店文化協會理事長廖英良認為，如果新書售價規範遲遲不立法，單靠售書為主的書店極有可能會入不敷出，慢慢消失。

## 新書應統一售價

廖英良說，獨立書店和連鎖書店最大的差別在於，獨立書店對於選書的彈性很大，而連鎖書店一般是由總公司派發，他強調，閱讀是一件很重要的事情，那麼閱讀各式各樣的書籍，是獨立書店多元性的呈現，獨立書店的選書都是由各家書店店主自己決定。

另一方面，在沒有價格優勢的情況下，有些獨立書店除了賣書以外，還會從事社區服務或者社會議題的提倡，他特別舉例了臺北的「左轉有書」，書店很關注勞工和居留議題，淡水的「無論如河」是護理人員經營，希望打造一間兼具藝術與療癒的解憂書店，在社會議題上的發揮的作用，是不能忽視獨立書店持續存在很重要的一部分原因。

他坦言，目前政府可以幫助到獨立書店只有立法，新書統一售價，目前網路書店的折扣有的甚至低至66折，遠比獨立書店進書的進價還要低，但廖英良也不希望自己書店的讀者需要花更多的錢來買書。

因此部分獨立書店在2014年底成立了友善書業合作社，充當了經銷商的角色，降低進書成本及無書可進的困境，從開始的83位社員，如今大半獨立書店約258家加入。

友善書業供給合作社理事陳詠安表示，由於獨立書店面臨的重要問題就是進書門檻高。如果不是位於重要的交通地段，經銷商可能就不會浪費人力物流配送。長期下來，許多獨立書店無法提供客人書籍，在無形中被淘汰。

陳詠安說，合作社就是合作的精神，先確保這些書店的書供給部分是沒問題，希望大家共同把這個狀態解決，不會因為一家店只需要一兩本而不能進到這本書。

## 電商衝擊實體書店

即便有友善書業供給合作社這樣的單位存在，獨立書店仍然面臨不少困境，陳詠安說，供應商往往先滿足連鎖書店的需求，等到有剩餘的庫存才會給獨立書店，在一些書籍時效性上就產生落後。假設現在最流行的書，要等到從1-2月以後才能拿到。今天的量就這麼多，先給了大型的書店，那其他小書店什麼時候可以拿到這個書，這就是困難和問題。

另外面對電商的書籍折扣戰，陳詠安更是憂心的說，獨立書店進貨量少，成本增加，這樣的惡性循環，無論是出版社、通路還是消費者，無一倖免，獨立書店更難逃其中。

廖英良強調，目前對獨立書店衝擊最大是與電商的競爭，電商折扣的價格甚至低於書店進書的成本價，這對實體書店無疑是最致命的打擊。

廖英良表示，雖然透過網路銷售不見得能增加收入，但網路發展已成必然趨勢，可以適當改變經營策略，書店能通過網路來進行宣傳，這樣既節約了成本又能讓更多的人看到，網路和實體結合，達到共贏。

對於獨立書店的未來發展，廖英良和陳詠安皆強調回歸本質－「閱讀」。

## 業者需加強自身努力

廖英良說：「獨立書店持續生存下去在於業者自身需要努力，通過書店本身的努力，來吸引客群。」

另外，他說，獨立書店不見得需要像連鎖書店那樣的大名氣，重要的是通過實體書店的選書模式，來有機會解除書店，找到喜愛的書籍，成就讀者自己。

陳詠安也表示，獨立書店不能僅靠補助存活。更重要的是，回歸書店的本質，自身的定位是否清楚，對書籍是否了解，可以跟客人做到什麼樣的交流，才是長久經營的方法。



台灣獨立書店文化協會

(圖／來源於網路)



有河書店是友善書業供給合作社的社員之一

(圖／有河書店提供)

## 互通有無「友善」串連起獨立書店

記者／王斯琪、勞奕欣、楊晨、應杰霖

「希望滿足全台灣各個區域獨立書店，可以進到想要的書」，這是合作社最初成立的宗旨。友善書業供給合作社成立於2014年底，從創立開始的83位社員，累積到2021年8月社員已達258位。

友善書業供給合作社理事陳詠安說，獨立書店分布在台灣的各個角落，進書量少和交通不便，使得部分經銷商和出版社不願提供書籍，無書可賣成為獨立書店營運最大的困難。

因此合作社最開始的成員都是獨立書店的老闆們，大家因為都遇到進書量不足，導致經銷商不給予配送的困境而共同聯結起來。目前台灣共有300多家獨立書店，已近8成獨立書店成為友善書業供給合作社的社員。友善書業合作社為獨立書店解決了最大的困難。

座落於淡水的「有河書店」便是友善書業供給合作

社的社員之一。這家書店在關閉兩年多之後，在疫情期間再次營業。店主詹正德說：「堅持經營獨立書店多年，只為傳達自己選書的理念。」談及合作社的幫助，他表示，合作社維持了獨立書店進書的便利性，讓他們更好的拿到圖書資源。

提供進書管道是合作社最主要的目的，但同時他們也結合全台灣所有獨立書店，讓社員之間可以發展很多連結，互通有無。陳詠安表示：「全台灣各地的獨立書店是一個可以直接面對讀者的窗口，友善書業合作社積極希望與出版社洽談各種合作，若可以與這些實體書店窗口共同推出一些專案宣傳，增加書籍的曝光，也同時可以增加書籍銷量。」友善供給合作社不僅幫助書店維持基本的生存條件，也希望可以為獨立書店尋得更多生機。



## 純良社社長陳威豪：有機會當然是開第二家分店

記者／駱佳妘

在出版業工作近20年的陳威豪，憑藉對書的熱愛，在不到退休年紀，選擇在去年11月疫情期間，開設一間屬於自己的書店。「店名來自阿公時代開設的老字號公司名稱。」陳威豪說道，阿公幼時因健康問題失學，後來努力自學，養成了良好的閱讀習慣，勤奮向上的精神深深影響著他，因此才將店名命作純良社。

### 在出版業找到成就感

和書的緣分則源自他大學畢業後，進入誠品書店工作，時常要幫顧客找書，他從中找到了成就感，慢慢喜歡上圖書出版的工作，也埋下他日後想在出版業打拚的契機。

他說：「想不到在出版業一待就是20

年。」這些年，他陸續在早安財經、東方出版社、閱樂書店等出版產業之上下游工作，他打趣地說：「我什麼都想試試看，所以選擇在各個出版社工作，人生最精華的日子都待在出版業了。」

他提到，書一定是越讀越深、類型也是越讀越廣，假如自己一人挑戰閱讀較深硬的書籍，說實話難度有點高，而這時實體書店就是一個很棒的陪伴者，有人可以一起討論書的內容，也有人可以幫忙解惑閱讀上遇到的問題，這是僅屬於實體書店的「溫度」。

### 用心對待所有讀者

網路商城發展蓬勃、連鎖書店擁護者多，反觀現今實體書店消費市場萎縮，又該如何在夾縫中求生存，他坦言，許

多網路商城以折扣優惠吸引消費者，而實體書店最重要是找出屬於自己的定位與價值。

在行銷方面，陳威豪選擇用心經營社群帳號，使用LINE群組凝聚網友、讀者的心。他提到，會在群組上發布書店的最新資訊，也會為大家解答從閱讀到生活上的各種問題。

關於未來目標，他說：「有機會了話，當然是開第二家、第三家純良社分店呀！」

小小一間12坪的書店，卻蘊藏著他閱歷出版業多年的心血與堅持，即使現在實體書店面臨了不少考驗，但他仍堅信文字閱讀這件事情是有必要的，且實體書店帶給讀者的感受、溫度也是無可比擬的。



純良社社長陳威豪，盼獨立書店扮演陪伴者角色 (圖／陳威豪提供)

7年來從117家成長至258家 穩定成長

# 8成獨立書店加盟友善書業



記者/程凌宇、張宇皓

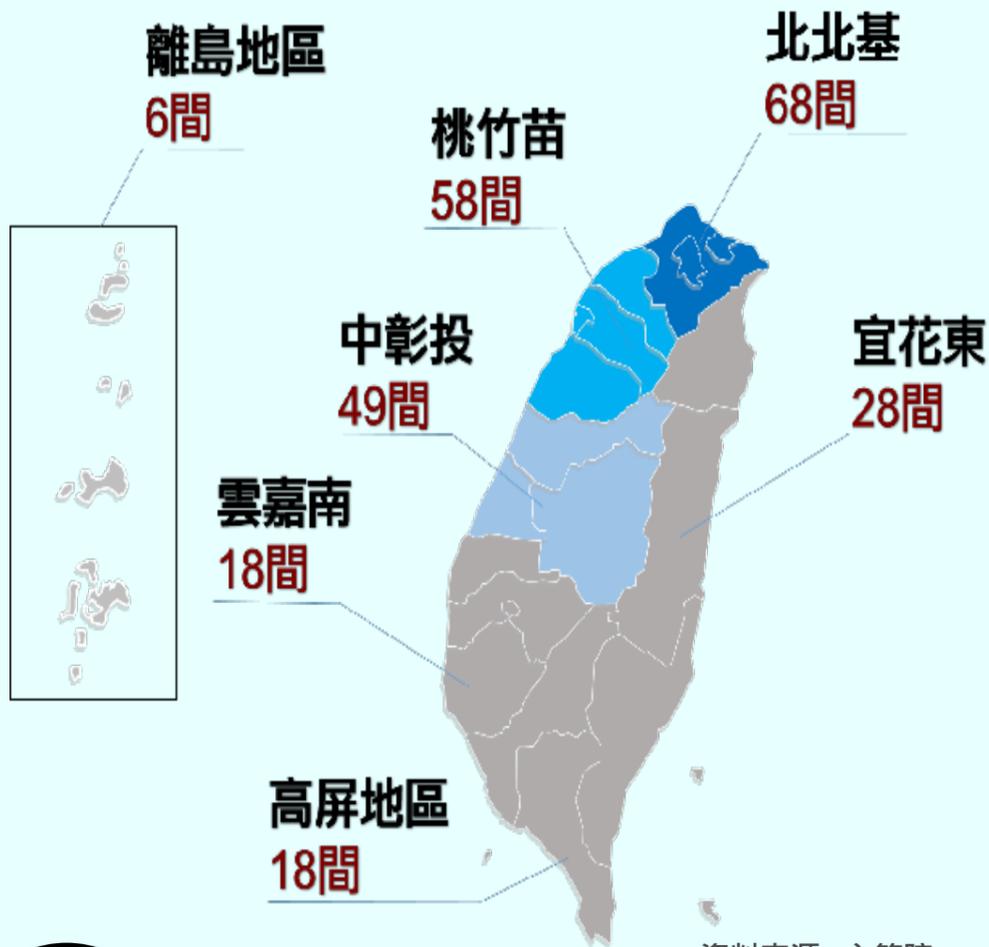
根據文策院於2022年3月提出關於友善書業供給合作社報告相關數據顯示，台灣目前已有300家獨立書店，友善書業合作社社員書店達258家已達八成。營運7年銷售總額不斷成長，即使受疫情衝擊，仍呈現成長趨勢（如右圖）。

有河書店店長詹正德表示，友善書店銷貨總額不斷成長的原因是不斷有新的書店加入合作社，而新開幕獨立書店不斷湧入的原因是不論獨立書店身處何處，合作社都能夠幫助其解決書籍供應的問題，很多獨立書店甚至在不可能開店的地方開啟了店面。新書店的誕生代表合作社的營收也有增加，二者相輔相成，是正向的狀況。

友善書業供給合作社理事陳詠安表示，由於獨立書店購入種類變多了，總銷售數量自然得以提升。

此外，據報告，獨立書店其暢銷書也與連鎖書店大相逕庭，下方圖可得出獨立書店的讀者更偏好本土文學類，而連鎖書店則以商業為大宗。

## 8成獨立書店加入友善書業社員分布圖



## 獨立與連鎖書店2021暢銷書排行榜差異一覽表



有河書店店長 詹正德

### 獨立書店聚集北部 地緣關係成主因

根據文策院資料顯示，友善書業社員以北部較多，由於出版社以北部為主，所以按照地緣性來講，大部分獨立書店開在北部也是合情合理的，加上北部交通運輸較為便利，書店也就更容易存在。書店開設基本上會以地緣性以及交通便利性為主。即使在不可能開書店的地方也開了獨立書店，是因為合作社的存在，讓書籍的運輸都不成為困難，運輸費用都是與台北的獨立書店相同的。由於運輸交通不方便，此前苗栗甚至沒有一家獨立書店，而合作社的出現恰好解決書籍供應的問題。

# 提升銀髮族媒體素養 當務之急

記者/邱俊維、張嘉萍、詹景涵、葉香伶

據台灣事實查核教育基金會報告，50歲以上民眾的查核經驗比例為各年齡層中最低，訊息辨識能力與其他年齡層相比，表現亦較不佳。和數位原民（出生即活在電腦、網際網路世界的世代）不同，高齡者偏屬「被動的閱聽者」，學者們皆表示，他們多半不熟悉數位工具，尤其容易被與自己切身相關的話題，如健康、政治資訊等，以及信任的親友在Line群組轉發的假訊息所誤導。即便對接收到的訊息真偽感到困惑，他們也難以自行查證，甚至出於關心，會再將假訊息散播出去。為此，提高樂齡人士的媒體素養能力有迫切的必要性。

## 高齡者媒體素養能力落差大

中國文化大學資訊傳播學系副教授柯舜智表示，高齡者受教育程度、職業背景與城鄉差距影響，媒體素養能力落差極大，同溫層效應也特別明顯。由於年齡層不同，針對高齡者的媒體素養教育與針對年輕族群的內容也應有所區別。高齡者在接近、使用媒體的能

力和批判思考的能力上，都需要更多著力，且以團體形式進行教學，會讓長輩更有學習的意願和動力。

## 融入式教學助提升學習成效

台灣事實查核教育基金會開設媒體素養工作坊，若有不少高齡者參加，就會有許多志工投入課程中，親自為長輩們示範教學。台灣事實查核教育基金會董事長胡元輝表示，高齡者對數位工具的操作並不嫻熟，因此需工作人員手把手指導，再搭配融入式教學——先協助他們克服使用數位工具的障礙，再訓練基礎的批判思考能力。這樣對高齡者而言，學習動力和學習成效皆會提高。

胡元輝分享說，融入式教學通常不會一開始就馬上教導高齡者如何查核假訊息，而是以切身相關的日常案例先引發他們的興趣，再帶出媒體素養的核心價值。他舉例，許多長輩喜歡爬山，經常看到不知名的花草動物，此時先透過「以圖搜圖」的教學獲取動植物資訊，讓長輩們逐漸習慣、喜歡上數位工具應用，

並引導他們進行批判思考，有機會再教查核工具的使用方式，日後長輩們就能舉一反三判斷訊息真偽。

胡元輝也強調，高齡者的心思較細膩敏感，教學時必須仔細觀察他們的反應，以鼓勵代替斥責，也能以競賽的方式適當刺激長輩們的學習意願，對推廣高齡者媒體素養教育有很大幫助。



台灣事實查核中心舉辦「假訊息out！動手玩查核」活動，教導年輕人、年長者事實查核方法（圖/取自台灣事實查核中心官網）

# 王登鈺原創VR電影奪法藝術節大獎

記者/葉香伶

全球指標性沉浸式展覽競賽「法國新影像藝術節（NewImages Festival）」於11日公布得獎名單，金馬導演王登鈺以VR作品《紅尾巴Ep.1》榮獲「特別提及大獎（Special Mention Award）」。繼導演黃心健兩年前以《失身記2.0》奪下法國新影像藝術節最大獎「金頭顯獎」後，臺灣導演再度獲獎，展現臺灣在虛擬創作的堅強實力，《紅尾巴》完整版也預定在今年高雄電影節進行首映。

《紅尾巴Ep.1》講述一個承受心理困擾的孩子找尋生命解答的旅程，以精緻的美術質感及奇幻氛圍脫穎

而出，評審團認為其細緻的實拍逐格動畫，是VR電影的一大突破。其中一位評審普西拉·蓋得（Priscila Guedes）更在頒獎時強調，希望這個關於選擇與勇氣的作品能鼓勵更多人跨出舒適圈、勇敢展現自我，傾力投入XR創作讓市場更加蓬勃。

此作品在前年參與VR FILM LAB計畫並獲得補助，邀請到金馬最佳男配角劉冠廷、陳竹昇，以及飾演《俗女養成記》的「小嘉玲」吳以涵演出。導演王登鈺表示，非常感謝高雄電影節和公共電視的資助，並感謝零壹影像及Funique VR的工作夥伴們兩年來的辛勞。



《咒》7月將獨家登上Netflix播出（圖/Netflix提供）

# 《咒》7月獨家登Netflix

記者/王斯琪

全臺賣破1.7億恐怖電影《咒》將於7月8日獨家上架串流平臺Netflix，逾190個國家與地區的觀眾將能在Netflix欣賞沉浸式體驗恐怖片，感受台式恐懼。

導演柯孟融說，很高興《咒》將在Netflix全球上線，讓他的作品可以不受任何拘束地讓最多觀眾有機會欣賞。他也透露，拍攝出一部能夠踏入國際，並使全球恐怖片影迷觀看的電影一直是他的夢想，非常期待聽到觀眾們的回饋與反應。

《咒》在日前公佈的第24屆臺北電影節入圍名單中也獲得7項提名，包含最佳劇情長片、最佳導演，以及最佳女主角與最佳男配角等入圍肯定。

# 華視出包被罰100萬

記者/張宇皓

國家通訊傳播委員會(NCC)15日召開委員會議，針對華視新聞資訊台4月20日誤播台海戰爭與天然災害資訊，易引發民眾不安，違反廣播電視法第21條第3款妨害公共秩序或善良風俗規定，決議兩案各開罰新台幣50萬元，共罰100萬元。

NCC副主委暨發言人翁柏宗表示，裁量基準除內容情節外，也看電視台過去2年有沒有開罰紀錄。華視2案在外部審查皆認為情節嚴重，違反廣播電視法第21條第3款妨害公共秩序或善良風俗規定，但華視過去2年沒有任何違規紀錄，因此換算下來各開罰50萬元，兩案加總為100萬元。



王登鈺成為第二位獲得法國新影像藝術節獎項的臺灣導演（圖/VR FILM LAB官網提供）

# 銘報人物 1036 女策展人羅珮嘉：選好電影 推動多元議題

記者/勞奕欣



台灣國際女性影展策展人羅珮嘉希望選擇好電影，推動多元議題發展（圖/羅珮嘉提供）

策展人羅珮嘉與台灣國際女性影展一同走過15年，她說，電影產生的同理心能夠傳遞思想和價值，讓更多人意識到女性議題的發展，以及促進多元議題的發展。她也認為，策展人最重要的是不斷追求自我進步，一刻都不能驕傲。談到選片標準，她說：「其實不是我們選電影，而是電影選我們。」同一部電影放在女影和其他影展，被觀看的角度是不同的，女影更希望獨立、小眾、低成本電影被看見，這些電影選擇女影，也是因為議題性影展走的路不同，作品能夠被看見和討論。

## 研究所啟蒙女性主義思想

羅珮嘉在公視任節目助理時接觸到很多影展活動，喜歡上了獨立電影和藝術

電影。節目助理做了兩三年後，她決定攻讀英國倫敦大學電影史與視覺媒體研究所，在那裡她遇到了Laura Mulvey教授為她啟蒙了女性主義思想，因此她開始關注更多方面的女性議題。從英國回來後，羅珮嘉開始從事女影的審稿員，從最初的女影審稿員到現在的策展人和臺灣女性影像學會秘書長，她談到最辛苦的是經費問題，很多時候想做的事情和經費是完全拉扯的，經費的來源與規劃也許超越了一個策展人的能量，有點像是生意人。

除了影展策展方面的工作，她還會受邀去講座、寫影評，也到社區大學教電影相關的知識。她的斜槓人生沒有取捨的困難，做什麼事情都可以享受，她說：「選片大概是讓我堅持的一個很大

原因。看這些片子，不僅是給觀眾，也給自己很大的能量。」

## 期許傳承豐富策展經驗

羅珮嘉表示，這些年來，臺灣女性電影很大的變化是女導演能見度增加了，很多大型影展會推動很多和性別相關的影片或者選擇女導演的作品，酷兒影展和跨性別活動也變多。更明顯的，是來看女性影展的男性觀眾比例增加了。她說，男性願意理解女性需求十分重要。

一個好的影展勢必需要有人傳承，今年羅珮嘉選擇了更多年輕人，讓年輕團隊來選片和策展。現在她做的工作更像是一個有豐富策展經驗的老師，希望可以有更多年輕人，繼續傳承影展，這也是她未來的目標。