



銘報新聞

新聞中的新聞 媒介中的媒介

中華民國111年9月30日 星期五 主編 / 邱昱誠



MOL

名譽發行人 / 李銓

發行人 / 李選士

社長 / 陳柏宇

發行所 / 銘報新聞

銘傳大學傳播學院創辦

第2021號

總號第2221號

採訪中心、行政中心 / 28824564轉2413

1982年11月1日校內創刊

1989年11月1日登記出版



《辣新聞152》為落實事實查核，遭罰40萬。(圖/取自辣新聞152粉專)

NCC開罰辣新聞

記者 / 聶長唯、陳彥錦

資深媒體人周玉蔻透過《民視》節目《辣新聞152》爆料國民黨台北市長候選人蔣萬安父親蔣孝嚴的緋聞與身世之謎，引起許多爭議，因此民視27日決議，取消《辣新聞152》在53台(民視新聞台)的聯播。而隔日下午NCC召開例行記者會，根據《辣新聞152》去年12月20日節目內容未落實事實查核，核處40萬元。

將檢討報告交予本會。

NCC也呼籲，對於電視節目內容取材及編排均予以尊重，希望業者播出內容前，應落實事實查證，避免因人為疏失造成播出錯誤資訊，影響公共秩序，以維護閱聽眾之權益。

罰40萬 提醒民視落實查證

周玉蔻所主持的《辣新聞152》引發不少爭議，針對110年12月20日播出的節目內容開罰，NCC表示，節目中討論台立法委員補選議題，來賓以傳言引述等方式，相關事實未經查證，損及人民對選舉制度公平性與地方機關舉行民主選舉之公信，造成公共利益之損害，違反衛星廣播電視法第27條第3項第4款規定。

NCC表示，目前已收到民眾申訴案件電視部分已經有95件，廣播部分則為1件，民視新聞台應主動啟動自律機制，檢視節目內容是否符合製播規劃及自律準則，且必須

周玉蔻請假暫停主持

民視27日下午召開董事會，表示基於《辣新聞152》節目引起許多爭議，為避免爭議擴大，即日起取消《辣新聞152》節目在民視新聞台的轉播，但節目仍維持在152台(民視台灣台)播出，時段不變。

根據周玉蔻宣布，10月10日前將暫停所有主持工作，並將在10月10日國慶當天重返主持崗位，關於周玉蔻向民視《辣新聞152》節目請假，民視證實收到周玉蔻請假通知，《辣新聞152》改由政治組的記者主播蔡佩樺代班主持，節目仍在同時段、同頻道播出。對此民視表示，未收到NCC公文，因此無法確認內容給予回應。

漲授權費遭移頻？

TVBS：絕無調漲

記者 / 吳宜婷

TVBS新聞台日前被台灣第三大有線電視系統TBC(台灣寬頻通訊)與大豐有線電視提出移頻申請，希望將原55、56台的TVBS頻道移至158、149頻道，更傳出TVBS因調整授權費用，有線系統業者才會由鏡電視遞補。對此，TVBS回應，表示絕無調漲授權費用。

TVBS發出聲明：「在全省系統台定頻於55頻道的TVBS新聞台，不論是收視率表現及獲獎紀錄，都足以證明為消費

者高度滿意、信賴，並且也是觀眾習慣收視之優質新聞頻道。TVBS新聞台亦無外界謠傳調漲授權費用，而以維持市場秩序、保障廣大消費者權益及公共利益為優先。」

面對移頻，TVBS先是表達錯愕，也對罔顧民眾收視權益的要求深表遺憾，至於目前處理方式，TVBS透露日前已經拜訪NCC，表達關心態度，也嚴正表達不同意此移頻要求，至於其他相關揣測則不予回應。

截稿前的焦點新聞



裴偉否認鏡電視取照涉政治角力



民生報創報總編輯石敏辭世

中天新聞網新站上線

記者 / 黃冠勳

《中天新聞網》新網站原傳1日上線，但延至21日上午7時悄悄上線，原《快點TV》網站雖仍保留，但已於同日停止更新。對此中天新聞表示，將統一發布中天新聞網的改版相關資訊。

新上線的《中天新聞網》較舊網站《快點TV》設計整潔，同時在網頁上也以圖片呈現為主，以行動載具為主的設計，若使用電腦瀏覽，訊息量較多，無法第一時間判斷該日新聞焦點；反之，以行動裝置瀏覽時，版面文字訊息明顯減少，也讓閱聽眾更容易看見新聞焦點。

《中天新聞網》除了設計上更為簡潔外，分類上也較舊網站來的完整，新增了影音新聞類別，新聞內文也可以利用網站內的播放鍵以收聽方式聆聽，讓閱聽眾在收視新聞的方式上，更加的多元、完善，此外在新版的首頁上，也利用跑馬燈不斷更新快訊消息。

爭議擺不平 電信頻譜超標案吵不完

記者 / 馬紹慈

NCC規劃29、30日舉行台灣大合併台灣之星聽證會和遠傳併亞太電聽證會，依據電信管理法規定，考量資源合理分配、產業發展、維護用戶權益、維繫市場競爭與國家安全、網路整併等面向，另外對於促進基站涵蓋、員工權益保障等都會納入會議議題。

華電認為，台灣大與台灣之星1GHz以下頻段合計頻寬超過法定三分之一上限，此超標的質與量將會對市場形成限制競爭。

頻段繳回影響用戶權益

台灣大認為兩宗合併案啟動之後，以三家握有的頻寬總數來計算，三家都有超標。台灣之星21日發出聲明表示，目前該公司用戶數已達280多萬，未來與台灣大哥大合併後，若目前用戶主要使用的900頻段10MHzx2被要求繳回一半，剩餘頻寬容量無法充裕提供280萬用戶使用，將嚴重影響所有用戶的上網及下載速度，並侵害到用戶使用品質與消費權益。兩大電信合併案聽證會前夕，各業者積極對外表達立場及看法，只待最終主管機關於聽證會評估審查。

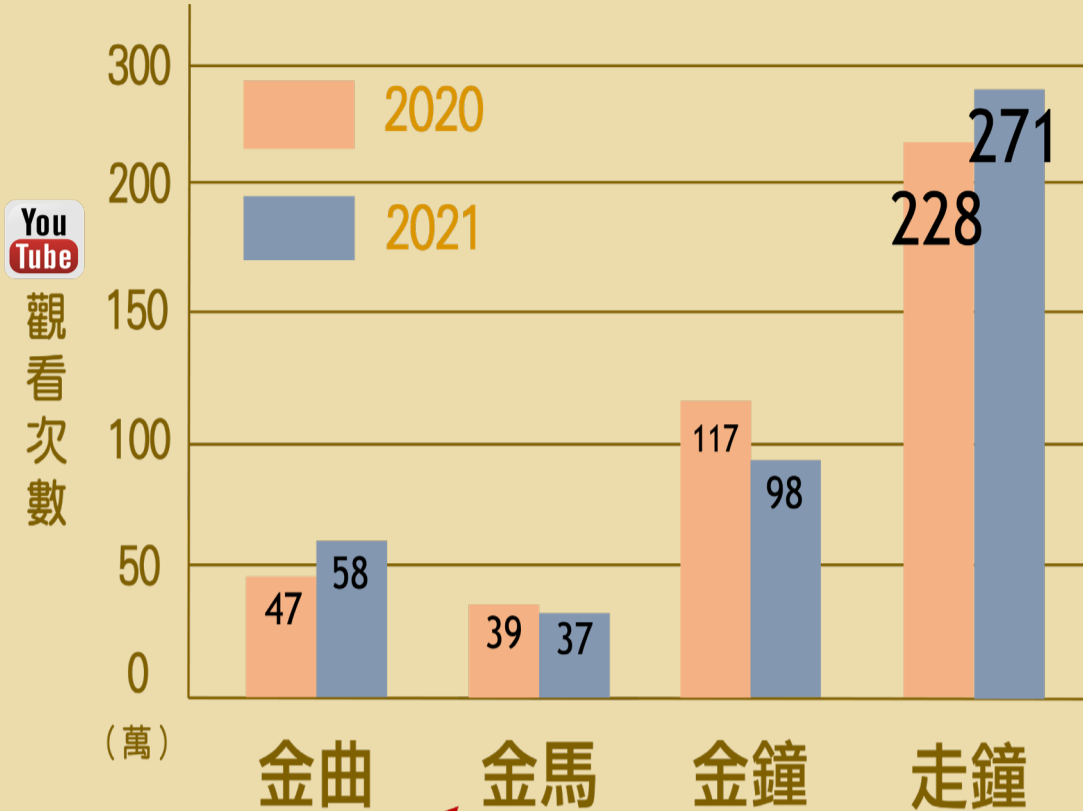
中華電與遠傳認台台併違法

中華電與遠傳則持不同意見，兩家業者皆認為，每次競標頻譜都有明文規定，必須依照當時競標的法規原則走，後續遵循其規定也是展現對政府的信賴保護原則。中華電19日向NCC遞交「台灣大哥大擬合併台灣之星案」聽證會意見書，根據中華電統計，台灣大若合併台灣之星後，客戶數從710萬擴增到980萬戶，6GHz以下總頻寬從170MHz增加至270MHz。因此中

| 電信業者 | 頻譜超標爭議 |
|------|------------------------------------|
| | 1GHz頻率超出10MHz |
| | 28GHz超出規定160MHz 3GHz以下超出16.6MHz |
| | 3GHz以下超出6.6MHz |

頻譜超標爭議整理(製表人/馬紹慈)

YT觀看走鐘獎 超越三金加總



YouTube 觀看次數

肯定走鐘獎 給予創作者競賽平台



銘傳大學廣播電視學系主任 杜聖聰

走鐘獎雖然成立不久，不過在2020和2021頒獎典禮的youtube觀看次數，遠比同年三金的觀看數還要高出兩倍，並且是目前唯一專門為自媒體創作者所創立的大型獎項。銘傳廣播電視學系主任杜聖聰說：「這些數位內容產製者需要被肯定和鼓勵。」

杜聖聰表示，在過去傳統媒體盛行的時代，三金分別給了廣播、電視、電影表現的舞台。而近年youtube影音文化的興起，卻自始至終都沒有為數位媒體設立相關獎項，直至2019年走鐘獎的成立，才讓這些創作者的才華得以被更多人看見。因此，走鐘獎的出現剛好填補了這個空缺，使媒體界的獎項更加完整。

(馬紹慈)

主辦單位盼朝公共化邁進

第四屆走鐘獎22日公布入圍名單，今年主辦單位從原先的上班不要看，擴大與台灣新媒體影音創作者協會一同合辦。創辦走鐘獎的呱吉表示，走鐘獎應朝公共化邁進，創作者協會的加入不僅能達成公共化的目標，也帶來不同的想法，對整體發展帶來正面的力量。

第四屆走鐘獎今年報名件數超過去年的兩倍，總投稿數超過2500件。呱吉強調說：「走鐘獎的目標就是為了讓更多創作者參與，讓更多不論頻道被看見。執行上我們也持續優化評審機制，典禮也盡力讓一年比一年更好。」

(張志毅)

專業電視台也參賽 客台首次入圍

客家電視台和臺灣吧 (Taiwan Bar)合作的網路節目《客客客棧》系列作品，入圍第四屆走鐘獎「最佳動畫獎」。首次入圍走鐘獎的客家電視台表示，是一個有趣的新嘗試，也是未來發展的一條路。

節目目前已推出第五季，最新一季為海外客家主題的《客客客棧之啤劍闖世界》介紹雷鬼樂與客家相關的動畫，除了命名以疊字的方式加強「客家」的語音感，觀眾將跟著啤俠客的腳步，探索精彩的客家故事，顛覆對客家人刻板的印象，是客家文化傳播的經典。

(林璟彤)

第四屆 增加獎項

好好聽音樂獎 最佳影響力獎 最佳製作人獎

訪到心坎獎 最佳短片獎 最佳紀錄片獎

以YouTuber創作者為主的走鐘獎，較多以日常為題材，容易因為貼近一般大眾的生活，而引起共鳴，獎項亦是從生活素材分類型，名稱也相對生活化，例如：訪到心坎獎、有夠烙賽獎、說走就走獎……等；而三金名稱則皆以專業性質為主，例如：金鐘獎的益智及實境節目主持人獎、金馬獎的最佳劇情長片獎及金曲獎的年度專輯獎等。

(陳子芸)

走鐘獎贊助單位 今年達25間



| 第二屆 (2) | 第三屆 (23) | 第四屆 (25) |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 網路平台：(1) HO GROUP 其他：(1) | <ul style="list-style-type: none"> 網路平台：(5) LINE 貼文串 愛情公寓 NINJA 銘傳旅行社 活動企劃/公關行銷：(4) 必創心 星格劇團 WAO HAOQI 數位科技：(5) aotter BonMedia CAPS ULE ONE TWO MUSIC apex 其他：(9) Asap NITORI 宜得利家居 JOHNNIE WALKER 尊尼獲加 LINDY DINKY 萊迪設計專業有限公司 魔法屋互動娛樂股份有限公司 | <ul style="list-style-type: none"> 網路平台：(3) pressplay 和氣資本 活動企劃/公關行銷：(3) 必創心 三艾創意 REC III studio 先朋友 數位科技：(3) apex AMD CAPS ULE 其他：(16) HERAN 禾聯家電 Dr. 碩德 SUAVY NITORI 宜得利家居 我心我行 VENUE GO! L. ERICKSON SSANGYONG 寶龍汽車 BENO WALKER INC. 貝諾 UMAMI 寶龍汽車 WOKY PULCO ARTS SAFARI CLUB KIMLAN |

(表／陳子芸製)

YouTube 單程旅行社

當初願意成為第三屆走鐘獎贊助商的原因？

原先就與主辦單位有交流，也曾協助該團隊「邱威傑生前告別式」的影片企劃，後來疫情資源缺乏的狀況下，得知「上班不要看」的走鐘獎籌劃，因為想提供更多資源協助他們完成，所以成為第三屆的贊助單位之一。

走鐘獎代表社會的什麼趨勢？

現代人搜尋習慣的改變及收視習慣逐漸年輕化，代表YouTube平台是一個逐漸在擴張的趨勢，更代表一個新時代力量的崛起。

走鐘獎之後還能夠怎麼做推廣？

第三屆走鐘獎開始與LINE合作，主辦單位可以多透過這樣的推廣使更多廠商和合作單位看到走鐘獎，擁有更多廣告曝光的可能性，並利用一定的觀看數及瀏覽量，讓有興趣的廣告主及企業在未來願意投入更多資源給走鐘獎。

(圖／陳子芸製)

臺灣書展登韓 多元題材吸睛

記者 / 余苓均

近年臺灣與韓國皆受惠於國際文化內容產業的蓬勃發展，多元題材的臺灣特色IP獲韓國產業好評，為協助國內業者把握優勢，文策院9月15日首度在韓國首爾舉辦「我們要交往一下嗎？臺灣」主題活動，包含實體書展、作家座談會與產業交流等，希望能吸引更多韓國民眾與韓國出版業對臺灣文化的關注。

舉辦座談會 分享在臺經驗

文策院院長李明哲表示，為打響臺灣文化內容在全球的知名度，舉辦以臺灣文化內容為主題的系列活動，並搭配參與在地相關產業活動，希望能同時吸引當地民眾與業界對臺灣文化的關注，協助國內相關產業更順利進入當地文化消費市場。

與韓國知名連鎖書店ARC N BOOK合作，選在首爾新村店舉辦，標題以臺灣於韓國民眾印象中最具好感度的「青春戀愛電影」為發想，將韓文中的「見面」與「交往」作為雙關意涵，並透過書店內陳設富有臺灣元素的戀愛場景主題造型展架，讓消費者走進書店即能感受臺灣文化氛圍。

與書店合作的活動，除了在靠近年輕族群聚集區域的新村店中設置臺灣出版品專區，也安排曾於臺灣深度旅

遊的韓國插畫家與作家舉行座談會，分享自身臺灣經驗與體驗，也將在十家分店展出，包含已在韓國出版的臺灣翻譯作品，以及與臺灣文化有關的韓國書籍。

另外，也安排讓韓國民眾體驗在臺旅行時寄回信件的活動，在書店內提供明信片讓民眾自由書寫，工作人員帶至臺灣寄回參與者手中，讓韓國民眾不必出國也能遊臺灣。

推廣原創作品 媒合海外市場

在產業面向，文策院則舉辦臺灣出版品推介交流會活動，依市場偏好，引介數十部尚未售出韓文版權的臺灣書籍，包含刻劃職人精神的人物誌、打破時空界限的奇幻大作，以及近期大熱的BL題材(Boy's Love)等具潛力的臺灣原創作品，吸引數十位韓國出版業者及影視業者出席。

韓國Oomzicc出版社編輯長魯柔多表示，臺灣LGBT文化令人印象深刻，希望找到更多相關作品推薦給韓國的讀者；而韓國大型娛樂集團 CJ ENM的IP採購部門也有心儀的臺灣作品。文策院期待透過與業者的直接交流，更了解雙方市場的特性與需求，媒合更多優秀臺灣作品到海外市場。



文策院於ARC N BOOK新村店舉辦臺灣出版品推介交流會活動，書店內陳設臺灣專區。

(圖 / 擷取自文策院網站)

央廣聲音明信片特展

記者 / 賀培晏

中央廣播電臺舉辦「移動的聲音狂想：跟著聲音明信片一起去旅行」全球徵件作品巡迴展，2日在嘉義國家廣播文物館開展。央廣董事長賴秀如表示，藉由此特展讓全球聽眾化身主持人，透過聲音帶大家進入異國場景。

展場透過播放不同聲音明信片模擬各國生活情境，帶領觀眾了解過去兩年疫情期間世界各地的生活面貌，希望藉由此展覽讓民眾造訪充滿歷史文化的國家廣播文物館。

寶島客家電台創防疫歌

記者 / 邱昱誠

寶島客家廣播電台與台北大安扶輪社合辦第十一屆扶輪盃「走過疫情」歌唱、朗讀比賽，預計將在11月5日舉辦，目前已開放報名，活動僅限幼稚園及國小1~6年級學生參加。寶島客家電台說，為了讓小朋友在疫情宅在家時依然可以聽客、講客及學客，特別邀請客家金曲歌手陳璋偉創作2首正向防疫歌曲，希望小朋友雖然宅在家，但仍能戴好口罩說好客家話。

寶島客家電台表示，比賽是呼應台北大安扶輪社一直關注及深耕的公民法治的方向，希望在疫情中也要做好小小公民的義務，呼籲大家一起正向面對疫情。

2022無限影展 實體／線上同步開跑

記者 / 林璟彤

「2022無限影展」23日舉行展前記者會，策展主題「星光燦爛」，今年首度採取實體放映與線上影展雙軌方式辦理。臺北市府勞動局局長高寶華表示，期待透過影像開啟身心障礙者與社會的溝通對話，促進大眾認識身心障礙者。

「無限影展」是以身心障礙者議題為主的影展，去年因為疫情的考量改為線上影展，卻意外帶來更多人接觸描述身心障礙者的影像作品，因此今年同步舉辦實體與線上雙影展。

主辦單位台北市勞動力重建運用處表示，首映會將選播「逆光飛翔口述影像版」，今年恰逢「逆光飛翔」院線上映十週年，是視障朋友期待的經典夢幻片單，經長時間溝通及爭取，終於獲得版權方的首肯，願意授權製作口述版。

推動「口述影像版」的誕生是無限影展致力於文化平權的一環，男主角視障鋼琴家黃裕翔出席記者會，現場也重新編曲與演繹電影中的配樂，他開心表示，終於可以體驗到自己主演的電影，不再需要靠旁人「報讀」。

公視公服暨行銷部經理胡心平表示，公視承辦無限影展的特殊性在於要讓更多社會大眾理解身心障礙者。「2022無限影展」邁向第四屆，秉持初衷持續關注身心障礙者的工作權、行動權、文化平權、情感互動等議題。



臺北市勞動力重建處處長劉家鴻（左起）、逆光飛翔男主角黃裕翔、臺北市勞動局局長高寶華、公共電視公共服務暨行銷部經理胡心平。（圖 / 公視提供）



資深媒體人黃暉瀚：不受媒體拘束做自己

記者 / 張宇皓

資深媒體人黃暉瀚現為POP Radio廣播節目《POP撞新聞》，Yahoo!直播節目《鄉民大會》、17Live《暉瀚政在說》主持人，不論電台、新媒體或是電視台的節目中，都可以看到他的身影。他說：「不受任何政黨和媒體拘束，我很喜歡現在這樣的狀態。」

18年記者經驗練就主持技能

一流的口才，取決於他曾當過十幾年的記者經驗，談到記者與主持人的不同，他形容：「如果主持人是上菜的服務生，記者就是廚房的大廚。」他認為，記者與主持是環環相扣的，一個節目的好與不好，一目了然。

18年來的記者經驗，幫助他在節目中能夠從容應對觀眾的問題；從第一集到現在的來賓包括前總統馬英九、前高雄市長韓國瑜和副總統賴清德等，都由他一手包辦，他說：「『信任感』是關鍵，因為來賓信任你，信任這個節目，才能促成每次的邀約。」

黃暉瀚也深知新媒體的重要性，因此在2019年開始

堅持每期的廣播節目一定要在Youtube上開直播與觀眾互動，他認為，媒體就是溝通的橋樑，在人手一機的時代，直播最容易和觀眾互動的方式，因此開創了在廣播節目中開網路直播的潮流。

無所畏懼 選擇做正確的事

原是東森新聞政治線記者的黃暉瀚，主跑總統府，也是總統府記者聯誼會會長。如今會有這樣的轉變是他發現在臉書上寫文章受關注程度遠遠大於主業，除了受到各大媒體引用外，也累積多達20萬粉絲，因此在多方考量下，決定在2018年1月底離開東森新聞，至此，他便不受任何媒體管束，成為只代表「黃暉瀚」的資深媒體人。

「言我所信，無所畏懼」是黃暉瀚的座右銘，自身沒有特別政黨傾向，因此能不受藍綠白的政治人物及受眾綁架，如果遭受謾罵也沒關係，至少是自己所相信的言論，這就是「言我所信」；而「無所畏懼」，即使有時話題不受到關注，他也不以為意，寧可更關注節目的內容正確，選擇做自己比較重要。

臉書上擁有20萬的粉絲數，讓許多政治人物想邀請他站台，他認為如果以媒體人的角度面對大眾，絕對以公平公正的立場檢視每件時事和政治人物。針對網友批評黃暉瀚「假中立」，他認為，這是別人對他的評價，但他更在乎自己心裡是怎麼想。

他說：「我要成為一位努力和民眾互動的媒體人，遇到外界壓力或是批評，不需要太在意，只要知道有沒有盡自己的職責就夠了。」



資深媒體人黃暉瀚。（圖 / 林佑軒）

貿協攜手Meta 搶元宇宙商機



台灣經貿網攜手Meta於9月27日啟動台灣經貿網元宇宙未來館，左圖為外貿協會董事長黃志芳在記者會上致詞，右圖為黃志芳與貴賓戴VR頭盔。(圖/貿協提供)



掃描 QRcode 看影音新聞

記者/吳冠廷

搭上元宇宙產業列車，台灣經貿網攜手Meta在9月27日啟動「台灣經貿網元宇宙未來館」，參觀者戴上VR頭戴式裝備便能登入展館，觀看館內有的16件MIT產品，參觀者能拿起產品查看資訊、模擬運作，不受地點限制與賣家洽談商務。外貿協會董事長黃志芳表示，台灣是全球元宇宙電商的先行者，期望未來五年內能形成商業模式，去將台灣商品推向世界。

往元宇宙邁進 建立數位新型態

Meta台灣公共政策總監陳奕儒表示，受疫情影響商業模式重塑，未來數位商展不再侷限實體或是線上

2D，而是往元宇宙邁進，台灣經貿網元宇宙未來館的成立是因應趨勢的超前部屬。

黃志芳在會上也親自戴上VR頭盔進入虛擬館，他表示，由Meta提供VR元宇宙技術及台灣軟體團隊所開發的手部辨識技術，能夠在館內自由移動，隨心拿起虛擬的產品，示範跨越地域限制，進入數位商務展覽觀看台灣產品情況。

台灣經貿網未來會選擇VR頭盔較為普及的歐美地區推廣，黃志芳表示，在當地外貿協會辦事處配置VR頭盔，在當地媒合買主線上下單。

陳奕儒認為，數位商務發展一直在往前走，透過3D和沉浸式的方式提供一個新體驗，相信台灣經貿網元宇

宙未來館會是未來5-10年全世界做數位商展的參考。

結合台灣文化 設未來館體驗區

台灣經貿網元宇宙未來館沉浸式體驗上也與台灣風情文化結合，黃志芳也分享，館內可以看見客家花布、祈福天燈等傳統民俗文化及台灣知名地標，並且設置互動小遊戲。

在未來館內的規劃上，會持續加入新的MIT產品，黃志芳表示，相信Meta技術方面會持續進步，讓穿戴裝置便捷化，並且預計在明年在台北國際電腦展COMPUTEX，會設置台灣經貿網元宇宙未來館的體驗區。

雙融域打造沉浸式場域 建立商業模式

記者/賀培晏

預估2025年沉浸式科技市場規模即將達到303.7億美元，但一場沉浸式展演所費成本不小，雙融域副總經理趙鈞玲表示，雙融域的成立，便是企圖打造一站式的沉浸式展演平台，協助文化產業轉型創新。

趙鈞玲20日應銘傳大學新聞系邀請進行演講，以「沉浸式展演及雙融域應用的樣態」為題，一開始她表示，所謂的沉浸式體驗，包涵眾多，如AR、VR、MR、互動平台、沉浸式體驗、體感平台、XR延展實境等都含蓋其中。

她說，一場沉浸式展演包含「文化內容」加上「顯示科技」像投影攝備、AR、VR設備，最後則是多元場域如古蹟、建築物、博物館等，近年沉浸式展演盛行，但這些活動一結束，設備就直接拆除。

因此，雙融域在去年11月由宏基創辦人施振榮選在台北101創立，趙鈞玲說，雙融域提供常駐的沉浸式場域給需要的人，減輕影像工作者的負擔。創作者也不需要擔心作品規格無法登上沉浸

式場域，雙融域打造一套軟體來將作品轉換成符合的規格，希望能有更多人利用。

沉浸式展演樣態眾多，不單只是畫作的展示多元，她進一步分享，例如雙融域就曾成為台北時尚週的展場、打造室內虛擬花園等，透過各式各樣的虛擬樣態，玩出許多新花樣。

此外，雙融域提供的場地也可以作為攝影棚來使用，能製造出各種栩栩如生的場景，滿足影像創作者取景的需求。



雙融域副總經理趙鈞玲20日講述互動式科技。(攝影/林育昇)

Sony攜手銘傳辦影音課程 10/1開跑

記者/吳冠廷

由台灣索尼主辦、DV ASIA承辦「收你的創意-Sony校園人才發掘計畫」10月與銘傳大學、朝陽科大、崑山科大合作開辦免費專業影音製作培訓課程。承辦單位DV ASIA執行長陳利仁表示，這次課程安排從影片的產製到行銷，由各個領域的業界人士擔任講師分享經驗。

陳利仁表示，本次活動相較於DV ASIA過去辦的課程更為全面，從製作影片的劇本構想、攝影、音效，甚至到影片行銷課程全包辦，學生可與講師互動中初步了解整個影像產業的全貌，甚至能勾起他們對影像工作的興趣。

活動從10月開始以銘傳大學為課程的首站，北到南展開影像專業培訓的系列課程，講師有知名攝影指導游凱迪與林眾甫，還有《怪胎》導演廖

明毅、《客家尋味劇場-女孩上場》編劇作家張逸寧，和《老大人》聲音設計蔡翰昇等各領域專業影視工作者，以及Sony講師分享實戰經驗等豪華師資陣容。

除了讓學生上滿各式專業課程外，若想繼續參加專業攝影機使用徵選及明年4月學生競賽影展，則必須至少參加兩堂實體課程和一堂線上課才有資格。

陳利仁說：「Sony誠意滿滿。」透過徵選出12組人馬免費使用Sony Cinema Line系列專業攝影機3個月拍攝作品，並且在明年4月競賽影展拿下第一名的團隊，則可獲得包括攝影機等價值20萬元的影視製作工具組，歡迎對影像有興趣、有創意卻無法執行，及相關科系的學生參加。

傳播樹窗

凸顯自我 iOS16自訂鎖定畫面

記者/吳冠廷

蘋果在今年6月8日已公布iOS16更新後的新功能，經2個月測試後在9月13日iOS16正式登場，特別的是在鎖定畫面桌面上有大幅更新，用戶可以調整字體及顏色，搭配工具去設計屬於自己客製化的鎖定畫面。

在9月8日所舉行的2022蘋果秋季新品發布會上，除了公布4款iPhone14新機等新品外，另一個重點則是Ios16正式版將會在13日推出，在此次更新中最引人注目的是「鎖定畫面桌面」，用戶除了可以自行調整字體、顏色外，依據需求放置天氣、日期等等小工具，讓鎖定畫面更加美觀及個人化的設計展現。

同時，通知訊息的設計以展開列表、堆疊或隱藏顯示查看通知，改成底部向上展開，確保使用者能清楚地看到鎖定畫面，使桌布不再被遮蓋。

另外還有新增「iCloud共享的圖庫」功能，最多能有6位共同使用者，Apple軟體工程資深副總裁Craig Federighi表示，是為家庭推出iCloud共享的圖庫，這些照片或影片將出現在每位使用者的「回憶」和「精選照片」中，讓所有人都能更全面地重溫家庭時光，這項功能會在今年稍晚與「全新生產力app」功能一同推出。

iPhone14上市 業者推資費優惠

記者/馬紹慈

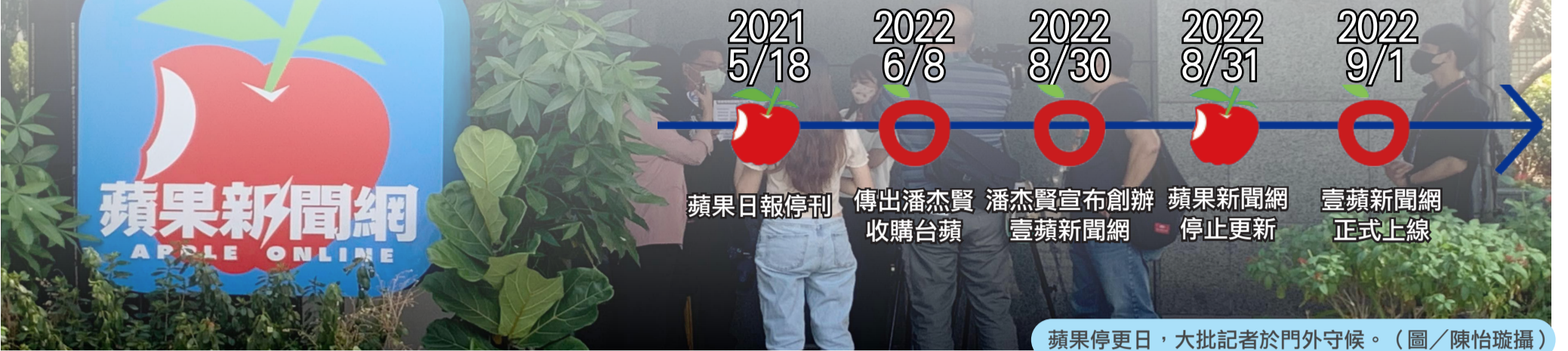
蘋果全新推出的iPhone14系列手機於9月16日開放預約領貨，中華電信、遠傳電信、台哥大等皆在iPhone14首賣日舉辦實體活動，祭出限量的好康優惠回饋果粉。

今年台哥大推出獎品總價值近300萬元的「最i果粉1314」購機活動，11月30日前申辦台灣大哥大1,399元以上指定專案搭配iPhone14系列，就有機會抽中特斯拉等好禮。

中華電信則宣布，首賣會前80名排隊客戶可以獲得3600元優惠券，民眾可於11月30日前持優惠券至中華電信門市購買iPhone14全機型任一款，無論新申辦、攜碼、續約等方案均可使用優惠券。

遠傳電信也表示，新機開賣會前50名排隊民眾，只要申辦遠傳指定資費，可享免費升級容量，9月16日至10月31日還有限時加碼活動，期望吸引民眾前來選購。

台蘋落幕 壹蘋登場 堅持爆料



蘋果停更日，大批記者於門外守候。(圖/陳怡璇攝)

記者/張齊恩

蘋果新聞網在8月31日停止更新，原團隊轉至新成立的壹蘋新聞網，也象徵著台灣蘋果的正式落幕，由新加坡商人潘杰賢以龍丞创意聘顧原「台蘋」人力，並強調堅守「五不一絕對」原則。

原6月傳出由潘杰賢買下《台蘋》，但因交易案的合法性問題導致陷入僵局。面對外界傳言不斷，潘杰賢在8月30日召開記者會表示，因台灣蘋果新聞網交易無法進行，他決定透過龍丞创意成立新的「壹蘋新聞網」，並回聘台蘋96%的資遣員工，加入新公司。

記者會開始，潘杰賢先澄清，交易案當時是主張擁有台蘋資產的香港商人黃浩，主動提出交易邀約，而他因對台蘋流量變現有信心，才同意龍丞資本收購黃

浩宣稱擁有的台蘋資產，不曾直接主動與香港壹傳媒或台蘋接觸關於交易事宜。

接著他表示，將創辦全新的《壹蘋新聞網》，並接收台蘋現有員工，透露已有96%簽約同意，自9月起加入其所創辦的新公司。並保證《壹蘋新聞網》會堅守「五不一絕對」原則，「不用台蘋的品牌、不用台蘋的網址、不接觸台蘋的個資、不使用台蘋的資產、不介入新聞中立、絕對遵守法律」，希望建立一家時時創新、中立理性客觀、堅持爆料的關鍵媒體，也希望事實的澄清能讓歷時數個月的紛擾劃下句點。

潘杰賢還談說，自己是台灣女婿、2個台灣仔的爸爸，從2013年起在台創業，成功經營Paktor拍

拖、17 LIVE、聲浪等公司，投資數家有潛力的台灣新創，並將多家公司從嚴重虧損，轉變為非常賺錢的公司。「找到好的標的，將其媒體流量變現是我的專長」，過去從未發表過任何政治言論，無任何政治色彩，他表示，「對於一個單純的商業交易案，引發如此紛擾感到始料未及。」

台蘋對此也發出聲明表示，在經歷1年多風雨波折，在萬般無奈下，不得不暫緩腳步，稍作歇息。

《蘋果新聞網》的網頁，已在8月31日晚間11時59分起暫停更新，《壹蘋新聞網》於9月1日正式開站，強調「除了由原『蘋果』團隊持續為讀者衝鋒陷陣，就連踢爆與除奸扶弱也原汁原味」。

壹蘋員工：薪資待遇稍減

記者/張齊恩

「壹蘋新聞網」9月1日上線，新辦公室在內湖區文湖街12號，5日正式啟用，轉至《壹蘋新聞網》原台蘋員工表示，目前感覺上只是換了地方上班，及使用新平台，最有感的就屬新聞素材及資料庫等的重建。留任後，薪資待遇稍減，員工認為比例上尚可接受。

員工提到，待遇方面略有調整且年資重算，不過實際金額不方便透露，

公司對員工表示，調整是為了新公司的營運。

目前使用設備上，攝影器材、電腦及影音設備等，原台蘋員工8月29日收到消息將這些設備全數交回香港蘋果日報，確定轉聘至《壹蘋新聞網》的員工則在8月31日，到內湖區指定地點領取電腦等設備，但軟體需要自行安裝。原本的辦公室也遷至文湖街辦公大樓。



壹蘋新聞網新大樓。(圖/林育昇攝)

壹蘋新聞網流量遠差蘋果

記者/吳祖瀚

壹蘋新聞網上線至今近一個月，廣告與市場營銷月刊受訪表示，依照社群互動數據估算，壹蘋的互動數據離蘋果日報收攤前的數據還有很大段距離，也顯示壹蘋的流量還遠差蘋果一大截。

廣告與市場營銷月刊表示，雖然大數據平台SimilarWeb還未有正式的流量數據，依照之前鏡電視的經驗，估計要兩三個月後才有相關數據。但如果依照社群互動數據推估，則目前壹蘋新聞的數據離蘋果日報收攤前的數據，還有很大段距離，更遑論蘋果高峰時期的數據。顯示壹蘋新聞網要衝流量，還有很長一段路要走。

壹蘋至今仍未有太多自己的廣告贊助商，大部分為Google投放廣告，壹蘋首頁就有十則網路廣告，Yahoo新聞四則，東森新聞三則，三立新聞網則有五則。相比之下，壹蘋約略看三則新聞就會出現一則廣告，遠超其他家新聞網。

目前壹蘋廣告贊助仍不多，比起其他家新聞網有著許多自家廣告，且都大量投放在首頁，壹蘋在吸引廣告商投資方面，仍有成長的空間。在網頁及App上的大量投放廣告也影響到讀者的閱讀體驗，造成評論不佳，有待改善。

蘋果新聞網App與壹蘋新聞網App比較

| | 蘋果新聞網 | 壹蘋新聞網 |
|--------------------------|----------------|----------------|
| App Store 評分 (滿分 5 顆星) | 1.7 (5778 份評分) | 3.6 (272 份評分) |
| Google Play 評分 (滿分 5 顆星) | 2.9 (4.2 萬份評分) | 2.8 (223 份評分) |
| 圖片 | 可以放大 | 無法放大 |
| 推播通知 | 可以關閉 | 無法關閉 |
| 新聞分類 | 可自行挑選內容 | 無自行挑選功能 |
| 搜尋功能 | 有 | 無 |
| 收藏功能 | 有 | 無 |
| 分享功能 | 有 | 有，但連結上沒有顯示新聞標題 |
| 留言功能 | 有 | 無 |
| 字體大小及行距 | 可調整 | 不可調整 |

(表/聶長唯製)

壹蘋App低評 圖片是硬傷

記者/聶長唯

壹蘋新聞網1日上線後，同時也在網站上大推壹蘋新聞網手機應用程式，旗下記者也紛紛希望受訪者下載新的App程式，截止9月26日為止，「壹蘋新聞網」在App Store上新聞類中排名第5，Google Play的新聞與雜誌上排行第二，則有10萬以上的下載次數，在評價上，大部分網友認為圖片無法放大是硬傷。

也有網友指出，壹蘋新聞網中的聯絡電話是空號，寄信也沒有得到官方的回覆，希望壹蘋新聞網可以盡快改善此問題。另外，從Google Play提供的數據上看，原蘋果新聞網擁有500萬以上下載次數，而壹蘋新聞網目前僅10萬以上，其差距不小。

在App使用上，讀者郭小姐表示，壹蘋App的字體大小無法調整造成她閱讀上的不便。許多網友也提到，字體大小與行距在蘋果新聞網App都可以調整，但壹蘋

新聞網App卻沒有此項功能，甚至最基本的圖片放大、搜尋及收藏文章的功能都沒有，也希望壹蘋可以盡快更新App，使功能更完善。

郭小姐認為，壹蘋新聞網站的版面設計與蘋果新聞網也有所不同，在壹蘋新聞網中一則新聞為一行，所以要一直滑動頁面尋找自己想看的新聞，但蘋果新聞網的是三則新聞為一行，雖然圖片與標題的字比較小，但在網頁瀏覽上更清楚明瞭。有網友也表示，比較習慣蘋果新聞網的排版樣式，建議壹蘋新聞網沿用之前的排版。

壹蘋新聞網的上線受到許多人的關注，讀者郭小姐表示，希望壹蘋新聞網能聽取網友的意見，盡快改善電話是空號以及不回覆電子郵件的問題，雖然有許多批評的聲音，但鼓勵壹蘋新聞網的評論也不少，網友都期盼壹蘋新聞網可以製作的更完善，提供大家良好的閱讀模式。

聯合報陽光行動 擴大永續經營

記者/黃冠勳

聯合報長期關心永續議題，去年報社70周年推出「許願未來」活動，採訪70位長期在台灣各地耕耘實踐家，報導他們的故事及願望，讓社會產生共鳴，在今年71周年社慶之際，設立網站「2022許願成果報告」，報告實施進度。聯合報表示，未來5年仍會定期推出成果報告，預期每年進行一項社會倡議，協助許願人圓夢，期許未來能攜手更多夥伴，擴大影響力。

聯合報永續工作室總監徐柏棻表示，「許願未來」可分為三大方向，分別為「降低碳排放」、「關懷有需要的人」及「監督有權力的人」，而這也是聯合報目前「永續工作」的宗旨。

他也說，聯合報系針對以上三個理念推出「陽光行動」專題，讓媒體有如陽光般生生不息，讓地球萬物永續發展。

負責製作「2022許願成果報告」報告的聯合報新媒體中心林秀姿副總監表示，今年

焦點主要是持續追蹤報導70週年許下的70個願望，聯合報今年雖沒有相關週年活動，但有額外倡議了兩位許願人，這項倡議也符合永續發展SDG10(減少不平等)的目標。

林秀姿提到，聯合報目前也積極推動「你訂閱 我捐款」的行動方案，希望拋磚引玉，目的在於讓民眾透過訂閱好專題，聯合報再將捐款給為永續發展所努力的NGO(非政府組織)，讓默默在社會角落努力的NGO，知道自己的行動並不孤單。

林秀姿說，「攜手企業夥伴，擴大影響力」是聯合報未來要持續努力的目標。她說，現代媒體報導形式已無法回應讀者需求，要如何用建設性新聞學的參與式報導，讓每個報導都是有機體，進而形塑影響，策動轉變，因此光靠聯合報報導是不夠的，聯合報將朝建立多元夥伴關係、協力促進SDG17(全球永續目標)，做為聯合報永續發展的核心宗旨。

SDG1 抗疫送暖 熱血NGO撐場勢
SDG2 永續餐桌 從友善耕作開始
SDG3 大疫之下 為全民健康把關
SDG4 5個許願行動 翻轉偏鄉教育
SDG5 跟願法上路 落實性別平權
SDG6 友善水資源 共築美好環境
SDG7 善用綠色能源 實現淨零
SDG8 留住在地人才 縮短城鄉差距
SDG10 尊重差異 為社會注入暖流

聯合報71周年特設網站，採訪各領域貢獻者。
(圖/截自聯合新聞網)

王令麟：2022為東森ESG發展元年

記者/潘禹豪

東森集團總裁王令麟宣布2022年為東森集團「ESG永續發展元年」，因此選在17日「國際淨灘日」新北市萬里區翡翠灣海灘舉辦淨灘活動，號召800人一同響應，總計清出1395.8公斤的廢棄物。

東森集團淨灘活動，由總裁王令麟帶隊自家員工參與外，當天17日也號召輔仁大學、醒吾科大、世新大學、臺北醫學大學、馬偕醫護及萬里國小近800人參與活動，一同撿拾海灘上的廢棄物，以行動為守護海洋，為環境永續付出心力。

近年來也有越來越多人投入淨灘活動，還給地球一片乾淨海岸，東森表示，這是集團第一次舉辦淨灘活動，地點選在萬里，主因是東森購物總部在中和、自然美研發中心在深坑，東森與新北市有著深刻的地緣緣分。

王令麟長期關注環境議題，他表示，集團2022年度目標將要投入更多心力在臺灣的

環境保育上。

此外，東森也提到，自此次辦理淨灘活動後，集團目前規劃未來每年舉辦一場大型淨灘活動。節能減碳、熱愛家園，就從在地開始做起，日後倘若新北市在環境議題上需要任何幫助，東森隨時都能伸出援手，為新北市的土地和人民付出努力、為環境奉獻一份心力。



09/17東森國際淨灘日淨灘活動，圖左起為新北市副市長劉和然與東森總裁王令麟。
(圖/由東森提供)

Verse舉辦論壇 提倡綠色環境生態鏈

記者/林莉

為將「永續」概念落實在民眾生活中，Verse雜誌17、18兩日在臺北表演藝術中心舉辦「Verse永續文化節」。Verse創辦人張鐵志表示，雜誌出版邁入第三年，當期封面結合永續題材，除雜誌內容外，串聯實體活動，讓民眾從生活更理解永續。

「Verse永續文化節」活動包含永續系列論壇，及在北藝外圍與家樂福攜手擺設的小農市集，並結合MUME餐廳及Bar Mood酒吧推出限定餐酒。Verse也在17日與茶籽

堂合作舉辦「永續旅行」論壇，張鐵志表示，Verse是一個以文化為主題的雜誌，結合旅行，可以讓新的生活方式、文化價值、旅行模式被更多人看見。

茶籽堂創辦人趙文豪表示，會聯合Verse雜誌是希望能透過不同領域跨界，為同樣目標與價值鏈的產生更多不同的合作，「永續」並非只是環保、綠色，而是懂得跨出不同的價值鏈及生態系，往更美好的世界邁進，才稱之為永續。

理周藝聚空間開幕 展出環境藝術

記者/林莉

理周集團旗下理善國際關懷協會成立的理善藝聚空間，於15日舉辦開幕，首展《42.195 Eco-manner》以當代藝術關心環境永續。理周總裁洪寶山表示，「理財、理善、理健康」一直是集團理念。理善藝聚空間是協會為藝術關懷與社會回饋結合所創立，更擴大理周益關懷的半徑。

理善國際關懷協會理事長許洛婕表示，理善藝聚空間結合實體展演與數位平台，未來將不定期推出更多藝文活動，參與人道關懷及促進環境永續發展。理善藝聚空間結合藝術與社會回饋，活動收益會因不同的主題，選定相關的公益團體捐獻，此

次展售所得也將提撥5%給綠色公民行動聯盟，打開藝術的能見度並實質給予協助，攜手為慈善儲蓄，以CSR in Art建立善循環。首展邀集質物畫創辦人李霽、聲音演奏家陳沛元、纖維藝術家鄭安利、生態觀察者彭禹慈等人的作品一同展出。

場中最大型作品為「Merge」為李霽所創作，由塑膠網、樹枝、回收紙漿等材料結合。李霽認為，所謂的「永續」並非要嚴肅看待，而是因為這些都是身邊很自然的事，而如何重新看待，以及讓它們變成它們原本會呈現的樣貌，是他在這些作品所想探討的。

中華電信 淨零轉型

2022智慧城市新經濟力論壇暨智慧城市卓越貢獻獎頒獎典禮
科技 x 低碳 x 綠能源
打造永續智慧城市

2022智慧城市新經濟力論壇暨智慧城市卓越貢獻獎頒獎典禮，圖左為經濟部次長林全能，圖右中華電信資訊技術分公司林昭陽總經理。
(圖/由中華電信提供)

記者/馬紹慈

中華電信總經理郭水義18日以「數位賦能淨零轉型 邁向永續智慧城市」為題，在2022年智慧城市新經濟力論壇於，分享永續思維下的數位轉型浪潮，並表示中華電信將以5G、AI、AIoT、雲端、資安、AR/VR科技力投入永續發展，打造永續智慧城市，促進產業淨零轉型。

中華電信資訊技術分公司林昭陽總經理也以「5G+AI+IoT智慧城市創新應用成果」獲頒「第五屆2022智慧城市卓越貢獻獎」智慧創新獎項。他表示，中華電信藉由「資訊力」深化雲端、物聯網、人工智慧、智慧應用與資安等領域專業技術，且結合研發技術群「創新力」及網路技術群「網路力」，再搭配子公司及產業界合作夥伴，有效協助政府及產業界克服氣候變遷、供應鏈重組等巨變及挑戰，迎向智慧城市新未來。

中華電信表示，於智慧交通領域打造「5G車路雲整合解決方案」，以車聯網、智慧交控、電信大數據人潮分析及5G通信等技術，應用在國道、快速道路及風景區覆蓋率已超過九成，為全國首創精準度最佳的智慧交通應用服務。

而在智慧安防領域以「科技執法」透過自主研发高準確度的AI影像辨識與雲端服務，與警政交通單位共同守護用路人安全。

此外，中華電信表示，透過提供企業全面性節能技術服務，配合校園能源管理政策，開發「班班有冷氣中小學校園能源管理系統」，提供學子舒適的學習環境，且降低尖峰用電量。另外，與醫療單位合作推動「5G精準聯網醫療暨急救護系統計畫」，以行動5G導入智慧救護系統，串接急診室和院外醫療站及救護車，在病患到院前協助急診室醫療團隊進行評估並預做準備，爭取黃金救援時間。