



資深媒體人李四端與天下雜誌編輯部研究主編辜樹仁談論媒體生態的轉變。(圖／取自余紀忠文教基金會臉書)

## AI成新聞業雙面刃

記者／楊芮愷

余紀忠文教基金會、閱人及世新大學18日聯合舉辦「從媒體看世界與人生」講座，由資深媒體人李四端及天下雜誌研究主編辜樹仁講述目前媒體生態的面貌。

雖然AI目前無法完全取代記者的工作，但產製過程、寫稿內容皆發生很大的變化。辜樹仁說，以天下雜誌為例，其稿件整理會先通過AI整理摘要、生成重點，並訓練AI抓取、撰寫新聞。在議題發想部分也會先透過網路搜尋，才選擇適合的放到紙本雜誌。此外另一方面，AI節省了記者37%的工作時間，使得記者只要去做「只有人類能做的事」。

AI對新聞行業有很大的幫助，卻也造成很大的危機，辜樹仁提出數位時代的兩大問題。他說，除了AI恐成為最有效率的假新聞生成器、放大器外，產出內容太多且複雜，使讀者難以找到值得信賴的媒體也是問題之一。

李四端也認為，在碎片化及同質化的新聞生態，閱聽眾難以區分哪條新聞比較重要及真實，因此媒體價值應

表現於深度報導並提供「正確的判斷」，提供公正、正確的選擇，並教導大眾如何選擇、判斷每則新聞的好壞及價值。

李四端分享到，從前的媒體單位訓練記者吸引閱聽眾，現在則由演算法和媒體競爭方式在幫閱聽眾做決定；從前政治新聞當道，現在民生新聞當道，加上台灣的電視台和新聞記者皆比最初增加了10倍以上，這是時代演變的結果，因此業內訓練記者的門檻也變了。

在李四端從事新聞工作的年代，為了準確傳遞新聞現場的消息，培養記者「說故事」的方法相當重要，電視台會訓練記者在路邊轉播2小時，他說：「如果在轉述時你很快就膩了，那顯示你根本不會講故事」。

李四端表示，媒體生態巨變最好的因應方式就是「堅持專業」，辜樹仁則建議記者在「新聞標題」上下功夫，標題可帶到一些最近熱門的關鍵字，去了解讀者的需求是什麼，進而優化SEO。(更多AI相關專題詳見2版)

## 新彰獲准終止經營 需提供轉訂方式

記者／王宜柔

國家通訊傳播委員會(NCC)20日表示，許可彰化縣有線電視系統新彰數位的終止經營申請，並為保障用戶權益及避免凱擎集團市占率超過3分之1觸法，則對新彰提出的訂戶權益保障計畫及設新頻道公司承接部分不予以許可。

對此，NCC副主委暨發言人翁柏宗表示，除新彰原提供訂戶選擇凱擎集團的新頻道承接方式外，也須協

助訂戶轉訂中華電信MOD、其他OTT平台，保障收視戶方案或退費等方式供訂戶選擇。

根據新彰原本提出的承接計畫，僅有由現今第一大有線電視業者「凱擎」成立新頻道轉接用戶一個選項。若新彰的2萬3千用戶全數由凱擎接收，5間業者用戶數加總可能讓凱擎市占率超越3分之1，因此有關新彰提出的新頻道承接訂戶部

分，NCC不予以許可。

翁柏宗說明，事前有徵詢新彰鄰近業者的承接意願，但業者表示並無意願。至於凱勤與台固等集團的共同經營行為是否涉及《有線廣播電視法》第24條「系統經營者與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者之訂戶數，合計不得超過全國總訂戶數3分之1」，仍在進行調查當中。

## 數位部開全民AI通識課

記者／歐承翰

YouTube於26日宣布在台灣推出學習課程(Courses on YouTube)新功能，與數位部、台大開放式課程NTU OCW、均一教育平台基金會合作。創作者可在平台提供課程給觀眾學習。該功能可以讓創作者選擇推出支援廣告的免費課程，或是提供無廣告的付費課程，也能針對課程內容上傳教材及檔案搭配學習。

台灣為世界第五個開放該服務的國家。為因應AI發展快速，數位部部長唐鳳也將在YouTube開設課程，第一堂為「全民AI通識課程」。

唐鳳指出，生成式AI已經走入民眾生活，在選舉過程中，也看到AI被不當運用，全世界許多民主國家都要選舉，面對AI衝擊，做法之一就是預先澄清，提早讓大家知道AI的個人化操縱、詐騙問題，找到因應之道，民主政體就不會受到擾亂。

此次與YouTube、HaHow合作，共同推出全民AI通識學習課程，民眾不需要會寫程式，就能知道AI運作原理，讓每個人可以輕鬆駕馭AI帶來的變化，打造安全、可靠、可信任的數位環境。



右三為影響力品牌創辦人丁菱娟。(圖／影響力品牌學院提供)

## 影響力品牌學院招生開跑

記者／蕭卉耘

公關教母丁菱娟所領航影響力品牌學院的「CEO品牌公關學」今年已邁入第五年。丁菱娟表示，因為台灣企業鮮少擁有品牌與公關的思維與高度，這對企業形象與聲譽的提升有很深的鴻溝，協助台灣中小企業從品牌公關的策略面切入，為企業的形象打造高規格戰略。

談及此次期望達到的成效，丁菱娟說，每一期的課程都是精心策劃的，設計了市場上獨一無二的品牌和公關策略，讓學員以戰略高度思維經營自己的企業形象和品牌，並在競爭激烈的市場中脫穎而出。

## 數據新聞



Whoscall 防詐騙 (詳見三版)

## 國際學術研討會



跨界·永續·傳播研討會 (詳見五版)

## 商用短碼 4 月上路



NCC第1112次委員會會議後例行記者會。(圖／擷取自NCC會議直播)

記者／歐承翰

簡訊詐騙猖獗，為了讓民眾能夠辨識簡訊來源，國家通訊傳播委員會(NCC)27日宣布商用短碼的新機制，目前已和電信業者達成初步共識，商用短碼將擴展為5碼，將以「68XYZ」的格式發展，供銀行業使用。例如，以台北富邦銀行的代碼012為例，未來可申請的商用短碼將是「68012」，該機制有望4月上路，待業者協商。

數位部去年9月底完成建置111政府專屬短碼簡訊平台，發送訊息號碼顯示為111，從源頭防阻詐騙，數位部本週已邀公營行庫開會，討論採購導入111簡訊細節。而NCC於27日舉行例行記者會，媒體關注民營銀行是否可申請使用商業短碼。

NCC副主委暨發言人翁柏宗表示，委員會認為商業短碼屬於商業機制，不具有強制性，NCC主要是作為橋樑，不會特別介入、也不會處理業者間如何談判簡訊收費等。

翁柏宗說明，最終商業短碼如何運作，仍需要聽電信業、金管會、銀行公會、數位部等意見。這項機制4月有機會上路，原則上初期採試辦，實際情形還是要看業者商業協商結果而定。

商業短碼的運作需要考量各方意見，最終如何實施將視業者間的協商結果而定。至於未來是否會擴展到其他行業，翁柏宗指出，目前主要考慮的是銀行業發送OTP(一次性密碼)簡訊的需求，而這一機制將為申請業者提供獨特性和安全性保障。



能否取代新聞業者？

# AI可幫攝影記者加值

記者／王宜柔

AI生成圖也應用到搭配新聞上了，由AI詠唱師輸入關鍵字，在數秒內便能產製全由AI虛構的圖片，提供新聞作為配圖使用，攝影記者工作權益問題浮出水面。

中央社攝影記者鄭清元、中國時報攝影記者杜宜諳及少年報導者影像顧問余志偉皆認為，不擔心會被AI取代，因為AI無法至現場取材。

鄭清元說，攝影記者存在的價值包含採訪專業、影像美學，並用主觀的手法拍攝客觀的事實，這些都是AI無法完成的。因此即便AI生成

配圖再快速，都只能作為「輔助功能的工具」，幫助採訪更加順利並協助攝影記者產製更佳的照片。

余志偉不認為AI生成配圖會影響工作權，反而會對應出記者的價值。現在的AI科技較難針對每個國家、地區的人文特色繪製，因此展現「在地化細節」是攝影記者的優勢。並且過往新聞網站使用之配圖，通常是尋找通訊社或圖庫事先拍攝好的類似照片。

對於AI生成圖大部分攝影記者都持正面看待，杜宜諳說，若使用AI

生成配圖可以產製出更符合現有情景的圖片，不只可以增加新聞內容的豐富度，更能吸引讀者點閱率。

此外，他們也表示，AI生成配圖可用於複雜資訊整理、圖表及替代難以取得現場素材照片。

余志偉認為，AI製圖可以用於解決基礎的新聞配圖，反而可以讓攝影記者花更多的時間以及心力投入更加深入的影像內容研究、拍攝，讓在有限的人力資源中發揮出最大的效益，對新聞產業而言也會是一大助力。

# 學者：AI生成搭配 有助了解新聞

記者／黃苡昕、陳柄亦

近來有媒體使用AI生成圖搭配新聞，引發疑慮，台灣大學新聞所教授林照真及中國文化大學大眾傳播學系教授王毓莉皆持正面看法，她們認為，若AI生成圖在適當範圍中使用，反倒可以輔助讀者了解新聞內容。

王毓莉進一步說明強調，新聞照片還是希望由記者到現場實地採訪拍攝，將現場狀況以傳統攝影方式，紀錄報導給閱聽眾，但在部分不得已的狀況下，可以容許應用AI生成圖來取代新聞照片，例如新聞事件發生瞬間，沒有即時畫面可以使用的災難動態，或有關兒少議題，需要保護當事者的例子，AI製圖可以取代過去美編的手繪，提高製圖精準度。

另外，她也強調，AI配圖需要貼近新聞真實，而不是以另一種欺騙點閱率的手法，以AI過度美化或醜化的方式製作偏離事實的新聞照片。

林照真認為，現在的生活新聞中常常要使用配圖，使用AI製圖時要在做法上不要那麼寫實，同時要讓民眾一眼就能辨認這只是示意圖並非實際影像，這樣才不會造成觀眾的混淆，且在使用AI製圖時也必須明確標注來源來自AI。

不過教授新聞攝影的銘傳大學廣銷系副教授郭秀莉則提出比較令人擔憂的部分，目前AI製圖的技術尚未成熟，加上民眾媒體識讀能力薄弱，使用AI生成圖搭配新聞恐怕有很大的風險和隱憂。

此外，AI生成製圖所衍生出著作權的問題部分，林照真表示，現今傳統媒體使用AI生成製圖所做的新聞配圖，目前圖片的版權還是以AI生成製圖公司所擁有，且新聞媒體使用AI生成製圖時須注意著作權。

即時 政治 言論 生活 娛樂 財經 股市 國際 兩岸 軍事 社會 健康 時尚 體育 科技 網壇



新聞網站使用AI生成圖。(圖／擷取自中時新聞網)



新聞網站使用AI生成圖。(圖／擷取自蘋果新聞網)



NCC第1111次委員會議後例行記者會。(圖／擷取自NCC會議直播)

## CATCHPLAY+ 替代頻道延長播出至6月底

記者／王宜柔

國家地理頻道、衛視中文台、衛視電影台等5個迪士尼旗下頻道1月退出台灣，為避免空頻，由CATCHPLAY+、韓國娛樂KMTV等頻道暫時替代。國家通訊傳播委員會(NCC)20日表示，為能完整觀察偏好與行為變化，從4月1日起至6月30日延長頻道播出許可，並要求各家業者在5月31日前提供客觀的頻道收視率及滿意度調查報告。

NCC副主委暨發言人翁柏宗表示，先前有請業者提供過1月到2月的收視調查，但因時間過短難以完整了解用戶滿意，故延長3個月播出許可。根據業者提出的資料，替代頻道在這段期間內用戶滿意度皆有上升，並以取代衛視電影台的CATCHPLAY+整體滿意度最佳。

## NCC通過北都營運改善計畫

記者／歐承翰

有線電視系統業者北都數位近期提出營運計畫評鑑，財務狀況卻不理想，國家通訊傳播委員會(NCC)27日通過其改善計畫，要求業者做好訂戶查詢合約辦理進度，並須將負債比從2022年的88%於三年內下降至80%，若未改善，屆時必須增資。

北都有線近年跨區經營有線電視，以低價促銷作為攬客手段，卻因此影響其財務，目前約有9.5萬戶訂戶、寬頻用戶達7.4萬戶。

NCC指出，近兩年(2021、2022)北都負債比達101%、88.74%，在今年進行評鑑時被要求提出改善計畫，NCC於27日討論該計畫執行情形的評鑑限期改善計畫討論案，並決議通過改善計畫。

NCC表示，北都數位承諾合約到期後會正常經營，也會調整資費方案，而寬頻服務會持續提升戶數、增加黏著度，員工人數則會在不影響客服下、精簡人力，客服會從現在40人增加到46人。



# 香港導演 陳瀚恩：享受拍片過程 比成果還重要

記者／蘇琬淇

來自香港的導演陳瀚恩其執導的作品《老人與狗》以及《巴基之詩》分別曾入圍第56屆及第58屆金馬影展最佳劇情短片。他說：「對我而言得獎入圍，最重要的不是被認可的成果，而是過程中的享受，在拍攝製作的過程中，發現屬於電影創作的自己，有種很自在的感覺，這種感覺是讓我可以持續創作的理由。」

### 堅持夢想 不忘初心

陳瀚恩畢業於香港城市大學創意媒體學院畢業，他的電影路起初不算順暢，畢業後他跟隨導演陳果進入電影圈，在電影行業待了一陣子，但當時香港電影業低迷，陳瀚恩曾一度想放棄電影製作，改做電影發行行業。他到香港藝術中心面試，監制鄺珮詩看了大學時期拍攝製作的短片，便勸他打消念頭，要他堅持創作下去。後來他想想，加上本身喜歡電影製作，便重拾初衷，繼續選擇原來的路。

他說：「其實也沒什麼原因讓我堅持電影製作，就是放棄不到。好像就是注定了一樣，兜兜轉轉還是會回來。他

認為，這一點在拍《老人與狗》的時候已經清楚知道，有些事情無法放棄，對創作的心始終如一。

### 接受批評 提升自我

對比台灣和香港的拍攝環境，他笑說：「現在香港台灣兩邊都不討好，回到香港劇組，身邊的人又覺得我講話婉轉不夠爽快；在台灣的時候，又會有人覺得我做事很急性子，尤其在拍攝現場更感受到。」

除了文化差異問題之外，「固執，不聽別人講」，也是別人對他的評價。但陳瀚恩認為，作為導演某程度上都會有一點點頑固，因為他有想要的方向去帶領大家。

他說：「喜歡聽到別人批評我，我會自行去衡量這個批評值不值得我去接受。」他相信好的批評會令自己進步得更快。

陳瀚恩在電影創作生涯中一直抱持樂觀的態度，他說，需要不同的挑戰才是他，在未來甚麼類型的電影都想要嘗試看看，因為要嘗試過才知道是否適合。



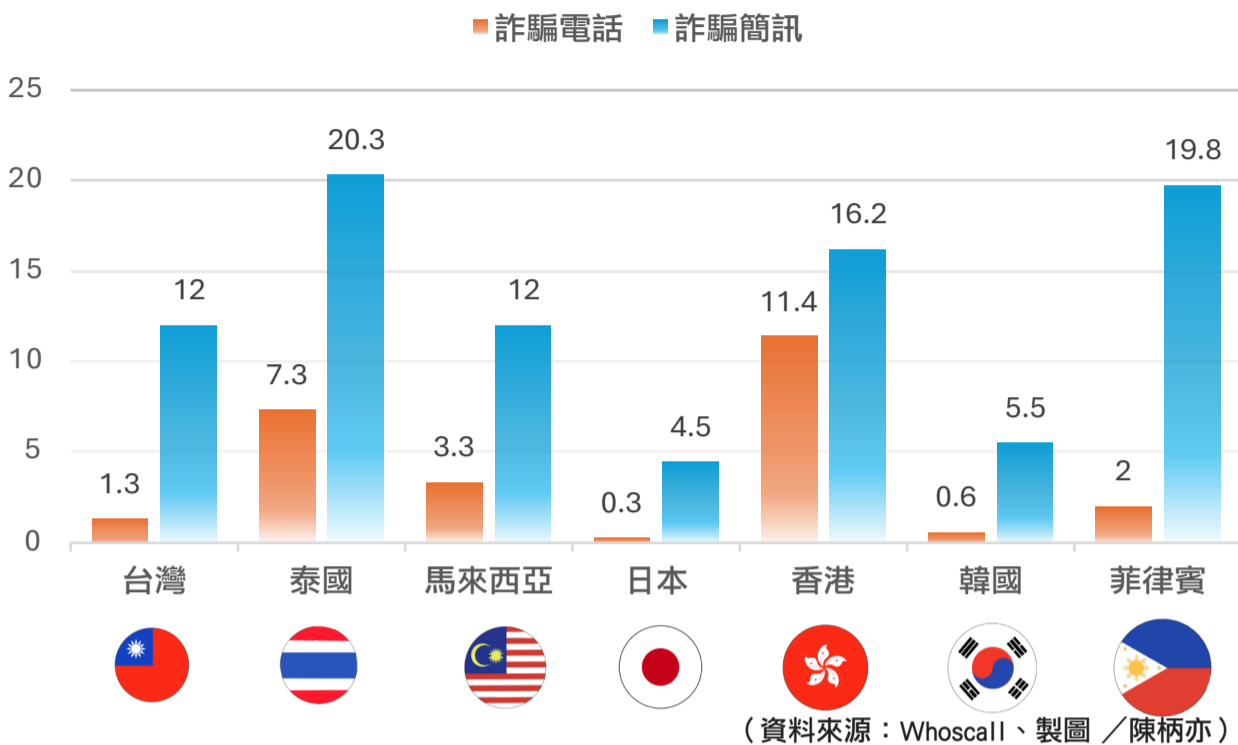
陳瀚恩執導期間工作照。(圖／由陳瀚恩提供)





# 亞洲詐騙 泰菲飆高！

## 亞洲各地詐騙電話與簡訊情勢



### 香港實名制 詐團用他法突破

記者／陳柄亦

根據Whoscall 2023年度報告，分析亞洲各地通訊詐騙情勢，台灣詐騙情勢上相較於泰國及菲律賓來說較低，以詐騙簡訊為例，泰國20.3、菲律賓19.8，遠遠高於台灣12。

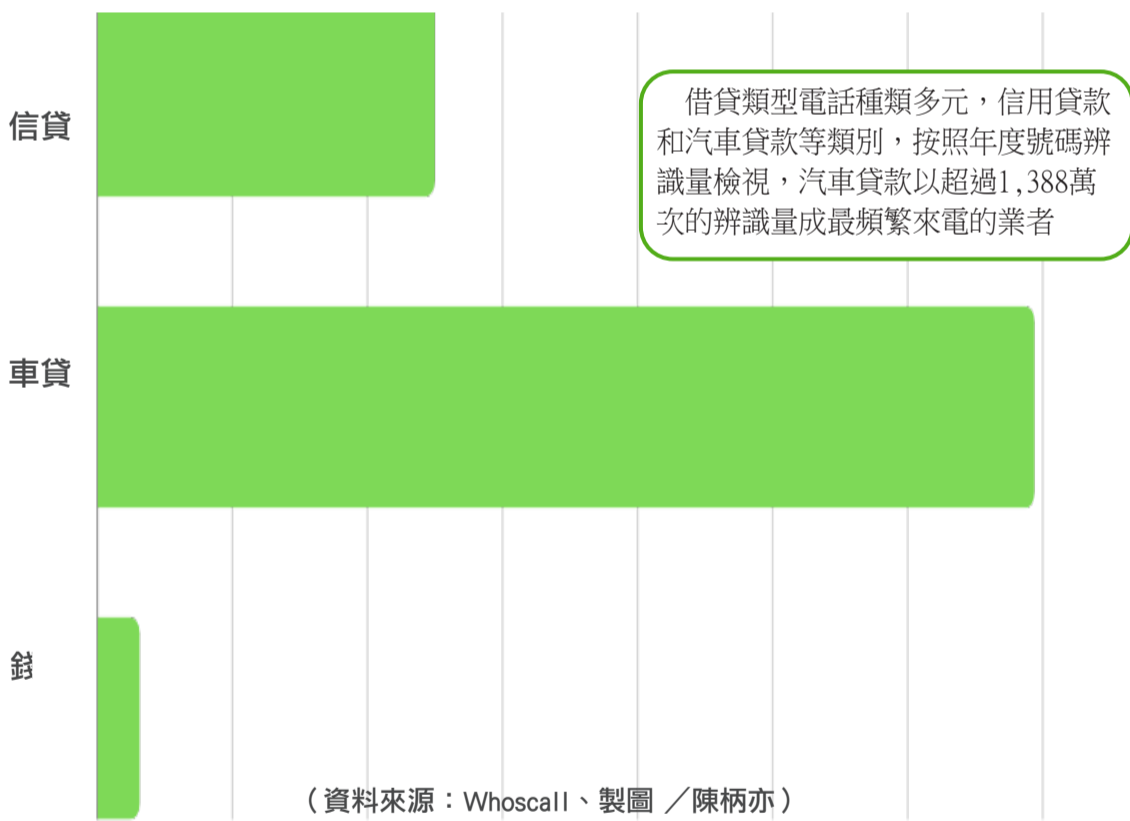
Gogolook旗下(Whoscall App)公關經理蔡孟宏表示，通訊詐騙是一個波動性情況，以及每個國家在不同的時間點，都有不同的詐騙樣貌。因此，詐騙集團難以使用同一個劇本，套用在全部的國家，畢竟每個國家的風俗和文化都大不相同。依香港地區來說，許多東南亞國家在2021年進行數位詐騙轉型，但香港在2020年到2021年來說都沒有大幅的增長，但在2022年時逐漸增加，2023年暴增。

他指出，香港近年執行的實名制，即使可以避免有心人士進行詐騙通話，但詐騙集團還是會用其他方式來突破實名制的限制。

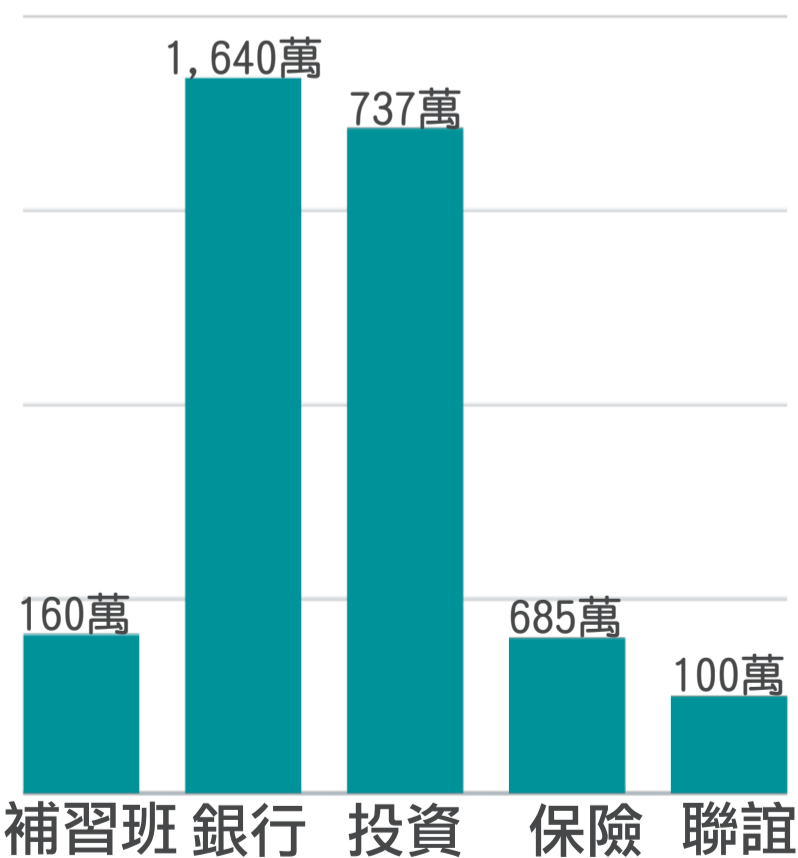
在功能上，Whoscall已經能利用AI偵測詐騙號碼，譬如過去有些電話是不曾高頻率撥通電話，但它如果突然開始打電話，且在1秒鐘或10分鐘內開始快速撥通行動電話，能夠表示它是一個不正常的通話行為，已經被詐騙集團使用的電話號碼，這項功能都是利用AI去偵測這些問題。

未來Whoscall在新功能上，會開發連結偵測的功能，現今詐騙通路除了來電辨識、簡訊辨識以外，其實在數位上的詐騙也很多，故此未來Whoscall能做的是可以偵測連結和網址上，是否是詐騙集團所增設的，接下來也會推出個資外洩的檢測功能。

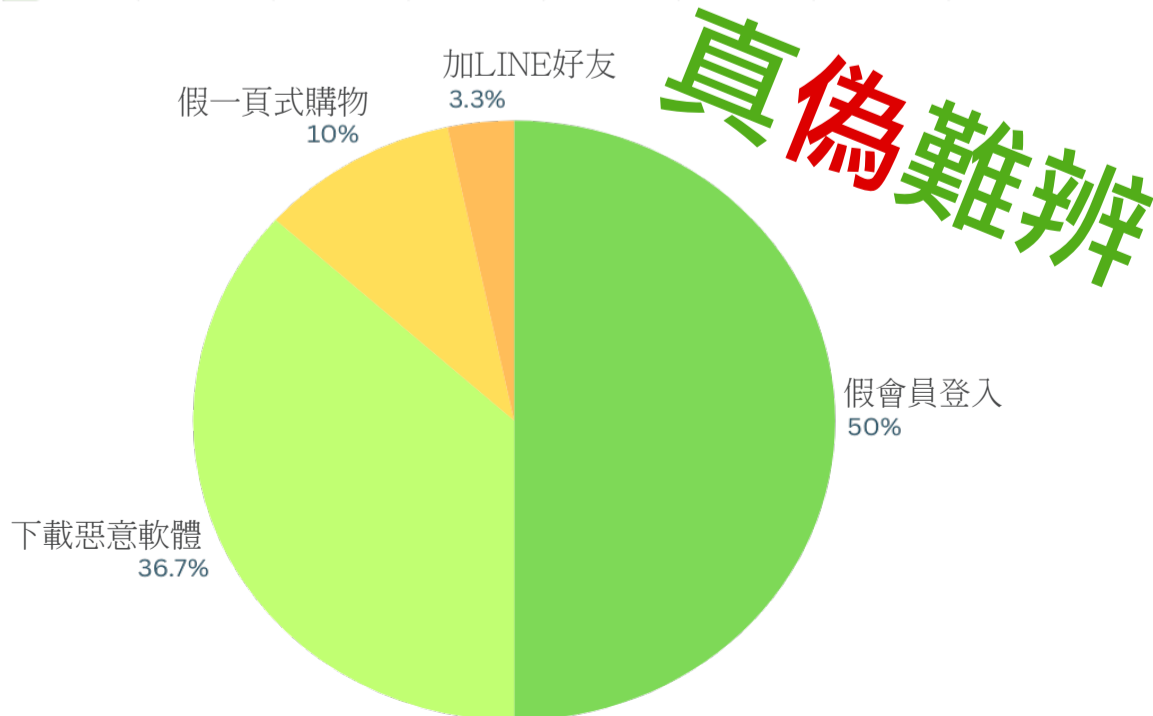
## 汽車貸款最猖狂



## 推銷詐騙 銀行居冠



(資料來源：Whoscall、製圖／陳柄亦)





# 運用樣態分析 數位部推AI防詐雷達

記者 / 歐承翰

為了提供民眾及電商平台安全的網路環境，數位發展部（數位部）14日宣布開發「詐騙樣態分析」以及「防詐雷達」等數位工具，以AI等科技協助業者更有效率的防範與偵測詐騙，從源頭減少可疑網路廣告或賣場，降低民眾接觸詐騙的機會。

數位部指出，數位產業署運用「詐騙樣態分析」技術，每日自動掃描逾萬筆網路廣告，進行分類、評級與分析，辨識出約1,000筆高風險的詐騙廣告後，自動通報聯防合作機關，包括國家通訊傳播委員會、警政署165全民防騙網、TWNIC等，方便採取下一步堵詐措施，例如通報數位平臺核對處理，或TWNIC啟動DNS RPZ停止解析網域，從而提升合作機關與平臺業者處理詐騙廣告的效率與量能。

而在電商商品方面，數產署所開發的「防詐雷達」利用AI技術，可根據近期熱門商品（如：職棒球賽門票等）和詐騙常用手法（如：商品評價短期飆升）設定關鍵字，再透過防詐預警模型大幅掃描比對，可快

速鎖定可疑詐騙商品並整理成預警清單。

目前每日掃描3,000筆以上新進商品，平均掃出約140件高風險商品。自去年7月至今年2月，已累計掃描近90萬件，檢測出2.7萬件高風險商品，供電商複查並預防性下架以減少民眾接觸詐騙機會。

數位部解釋，防詐雷達的原理主要是利用過往詐騙案例建立及訓練風險分析的AI模型。

像是目前歸納出大部分詐騙案件的商品都具有「高單價」及「易流通」等特性，尤其是高價產品，如精品包、手機空機、筆電等，並持續在AI模型訓練的資料庫中加入新型詐騙的態樣，可以讓分析模型得以更精準的辨識。

數位部期望，透過數位信任工具或技術的建立，能夠持續為電商與民眾提供安心安全的網路環境。未來將繼續強化公私協作，透過可疑詐騙情資共享與應用，提升產業整體防詐能力，保護消費者與企業免於詐騙事件侵害。



**防詐雷達** 等技術 數位部研發

可針對電商商品 / 帳號進行掃描

**主動出擊**

- 每日AI掃描上萬筆網路廣告、電商賣場
- 每天比對出1,000多筆高風險資料

**下架停權**

- 自動通報165偵辦
- 通報數位平台下架
- 一頁式可疑網址斷開連結

數位部開發詐騙分析與AI防詐雷達工具。  
(圖 / 取自數位發展部)



## 王心凌金狼獎奪3冠

記者 / 高慕潔

首屆金狼獎由導演殷振豪作為召集人，協同導演陳奕仁與金曲典禮顧問陳鎮川，號召MV界的媒體人一同共襄盛舉。

此次金狼獎獲得最多獎項者為王心凌〈Bite Back〉，她拿下「最佳視覺特效獎」、「最佳美術設計獎」、「LINE年度人氣獎」。

而同時拿下兩項獎並列第二的有陳奕迅〈塵大師〉以及鄭宇璿〈這樣合法嗎？〉。

最佳製片獎兩獎同時由鄭宇璿獲獎，作品為〈田馥甄〈乘著無人光影的遠行〉 / mashRegz (呂士軒、張伍、SJIN)〈這樣合法嗎？〉〉。

評審JAFE導演則表示，雙人圍及獲獎是代表製片能夠因應不同形式的MV展現出不同的意境，因此，將此獎項頒發給鄭宇璿。

## 國會新聞同質性高 學者：專業受質疑

記者 / 陳柄亦

臺灣大學新聞所教授林照真13日參加余紀忠基金會所舉辦「前進新國會，開拓新局」座談會，對於新聞記者在新國會裡扮演的角色進行分享與討論。她表示，現今立法委員們都已會自行拍攝短影音，造成新聞記者們都會擷取影音內容進行報導，形成許多國會新聞內容同質性太多，如此恐讓新聞記者的專業受到群眾的懷疑。

本場座談會由余紀忠基金會董事長余範英擔任主持人，余紀忠基金會執行長林聖芬、風傳媒總主筆夏珍、林照真等人出席。近期立法委員們紛紛當起網紅開啟直播，夏珍認為，網路時代的興起立法委員紛紛

自行開啟直播，或是在自己的臉書上發文，這種行為清楚地給予選民交代，卻也讓新聞記者們依照直播的內容和臉書上的文章做抄寫新聞。

她進一步表示，對於這種行為，她並不反對，反而認為現今開放的國會是能讓民眾時刻上網監督，但同時現今新聞記者大多報導，如立法委員們唱歌等這類的娛樂性的議題感到可惜。

這樣的狀况，讓媒體與記者對於國會的監督力量下降，林照真說，政論節目和社群媒體皆讓新聞記者弱化，所以如何發揮新聞記者監督的力量，是新聞記者該去努力的地方。

## LINE Keep 7月底結束服務 網友哀嚎

記者 / 謝函穎

LINE近日發布「Keep結束提供服務及相關備份說明」公告，指出軟體中的「Keep」功能，將於今年7月31日結束提供服務，提醒用戶於服務結束前，記得儲存Keep內的項目並完成備份，但「Keep筆記」功能還是可以繼續使用。

### Keep結束服務 Keep筆記仍可使用

LINE的「Keep」功能是可以將照片、影片、文字內容、檔案等資訊保存於LINE應用程式內的儲存服務，而Keep所提供的儲存空間為1GB，可儲存的圖片及檔

案沒有數量限制、影音片長可儲存5分鐘、文字內容最多可存1萬字，然而此免費的1GB儲存空間會在7月底消失，讓用戶哀號聲連連。

而「Keep筆記」則是只有自己能夠瀏覽的私人聊天室，所有傳送至Keep筆記的文字內容、網頁連結、圖片、影片、檔案皆會顯示於Keep內。

此外，LINE VOOM進入短影音市場已兩年，最新推出的「VOOM Camera」全新剪輯功能使得影片剪輯更加直覺且易用。對此，網友卻指出「VOOM一堆爛片和廣告」，顯示出用戶認為LINE最應該要取消的功能是短影音VOOM。

# 原子少年 製作人 謝皓倫：不要糟蹋別人的夢想

記者 / 伊庭芸

選秀節目《原子少年》在2022年席捲全台，由製作人謝皓倫一手打造，他說：「不要糟蹋別人的夢想」。

大學念的是行政管理，非本科出生的謝皓倫，踏入綜藝圈的理由很簡單。他笑說，當初只覺得這行業既輕鬆又能欣賞漂亮女生，便選擇進入娛樂產業。

### 夢想啟航 立定決心

謝皓倫還在菜鳥階段時，受到同公司節目《超級模王大道》得獎的激勵，下定決心也要拿下一座金鐘獎。

2019年，謝皓倫當時入行七年，便憑藉《聲林之王》獲得第54屆金鐘獎的肯定，得以嶄露頭角。

謝皓倫說，在製作《聲林之王》的過

程中，需要同時與二、三十個單位的人溝通專業層面的事務，如燈光舞台的設計、LED顯示螢幕的尺寸等工作原理之外，也要學習音樂、硬體設備。

《聲林之王》帶著謝皓倫起飛，但隨之而來的卻是他職涯中最挫敗的時期。

### 挑戰自我 尋轉捩點

接續節目《菱格世代DD52》的失敗是謝皓倫工作經驗中不可或缺的作品。他說，這讓他意識到想做出好作品不能單拿同一套標準貼上套用，之後的他深深反省，讓這段經歷成為他製作生涯中的轉折點。

雖然在製作選秀節目路上成果不如預期，但他從未想過放棄，而是更努力研

究偶像娛樂產業，並在2022年製作出廣為人知的《原子少年》，以及最新選秀節目《未來少女》。

### 多元風格 圓他人夢

他認為，成為一名製作人並不設任何特性，有各式風格的人存在，所擅長的領域也不同。

此外，目前在謝皓倫手上有著多部選秀節目，讓眾多孩子們完成舞台的夢想。雖然過去許多人認為明星必須要有出色的外貌，但謝皓倫不在乎這些既定印象，因為他認為有特色就能發光。

對於未來想嘗試的方向，謝皓倫也給自己訂定下一個目標，希望未來推出的作品能再次改變台灣娛樂市場的版圖。





# 師法法國 社群管制 防堵金融詐騙

記者/黃卓霖

銘傳大學為慶祝67周年校慶於15日舉辦「2024追求高教卓越國際學術研討會」，以視訊方式分別在台北、桃園、基河、金門校區同步舉行開幕典禮。本次研討會以「跨界·永續·傳播」為題，期許學者深入探討發揮多元觀點，讓與會者學習到新知識。

財團法人電信技術中心副研究員曾弋軒在研討會中針對《數位市場治理趨勢》發表研究，以法國社群媒體與網紅商業活動之規範進行探討，曾弋軒認為，我國可以嘗試效法法國管制大型平台模式，也許可以解決金融詐騙流行的問題。

其中，曾弋軒研究發現，如今台灣使用社群媒體平台人口比例高於全球及法國，並且前三大線上平台（Youtube、Facebook 及Instagram）的廣告觸及率均高於法國。她表示，近年來因應平台經濟與網紅經濟的流行，逐漸超越實體廣告，從而也引發出許多的社會問題。

對此，曾弋軒舉例法國的規範手段，分享如何通過法律有效地管制大型平台。她解釋，相比其他的國家，法國更傾向積極立法保護本土市場，因此可見平台發展對於法國是負面的，與台灣類同，值得參考。

評論人銘傳大學新聞學系專任教授賴玉釵說，論文若能補充在數位治理的情況下，法國與台灣的法律規管相互呼應的部份會更加完整。

此外，主持人中國文化大學大眾傳播學系專任教授王毓莉則建議研究者可針對台灣在數位成文法出現前，現行媒體規管的法規缺少了甚麼部分，深入分析，可以讓研究更加聚焦。

另外，南臺科技大學資訊傳播系助理教授梁丹青與國立臺灣體育運動大學運動資訊與傳播系副教授黃世杰共同提出的人工智能與新聞寫作融合，以美國學者的分類法，探討如何應用在傳播產業上；銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究生連囿瑜與銘傳大學廣告暨策略行銷學系專任助理教授王皖佳則是以韓劇《請輸入檢索詞WWW》為研究主題，探討韓國新女性形象之發展軌跡。隨著女權主義的崛起，研究發現近年來韓劇當中對於女性的刻畫，相較於以往的傳統女性小鳥依人的形象，如今更多的是展現新時代女性獨立、堅毅的力量。

今年傳播學院共發表20篇論文與31篇壁報共計51篇，分為舉辦6場研討會，內容涵蓋運用影視作品分析



（由左至右）中國文化大學傳播學系專任教授王毓莉、財團法人電信技術中心副研究員曾弋軒、南臺科技大學資訊傳播系助理教授梁丹青、銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究生連囿瑜、銘傳大學廣告暨策略行銷學系專任助理教授王皖佳、銘傳大學新聞學系專任教授賴玉釵。（圖/黃卓霖攝）

女性性別框架、電影中華人文化再現；運用大數據測量分析選和中國大陸影視作品對台灣之銳實力和中天新聞數位傳播下的組織變革、智能傳播的拓展與深入等多元主題。

記者/王詩詠

銘傳大學廣播電視學系助理教授吳依屏針對影視作品《中國女兵》女性的身體政治發表論文。吳依屏表示，女兵看似能夠突破性別限制，但仍舊被限制在性別框架之中，看似越界實則侷限。

吳依屏分析民國70年代的商業國片《中國女兵》中的女兵如何以個人、家庭、國家的角度放置於制度之中。劇中女主角違背對於傳統女性溫馴聽話的要求選擇參軍，將自身陰性身體獻祭為軍人身分的政治身體為國服務。

## 女權看似越界實則侷限

對於女性身體在劇中的標準形象形容，她表示，閱兵典禮的女兵們強調的並不是其勇武彪悍擊殺敵人的實用性，而是作為與男性士兵對比而展示出來的女性愛國從戎的表演性。

對於評論人張舒斐提出是否使用當代作品皆會呈現相似的研究成果。吳依屏則表示，確實很類似，與自己原先預想的不同，本來以為會有些不同的東西。

另外，國立台灣師範大學大眾傳播研究生黃郁欣研究數位時代女性自願在匿名平台X展示自身性化照片。

## 網紅大選表態

記者/蘇琬淇

隨著時代的進步，人工智慧及大數據與日常生活息息相關，成為不可缺失的科技。研討會針對網紅表態之政治效應、知識型口說短影音製作之對比分析以及2024年總統大選的大數據分析，由世新大學傳播管理學系特聘教授蘇建州擔任主持人及銘傳大學媒體暨傳播管理學系副教授張桂綸評論。

銘傳大學新聞學系助理教授陳彥豪發表《初探網紅表態之政治效應：以2024總統大選為例》，他指出網紅在選舉當中是否表態都是根據商業考量，考慮到表態後粉絲支持度是否下降或上升。同時在2024年的總統大選中，競選團隊並沒有使用過多的資源去聘請網紅作為宣傳，工作重點轉戰為把參選人變成網紅，他指出，有可能「當網紅」在未來是台灣政治人物的必修課。最後他也提到，在科技的加持之下，操作網路風向的成本越來越低，掌握科技的人要自控，並且AI只能靠AI對抗。

接著由銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究生陳坤伸發表《人工智慧在知識型口說短影音製作之效益分析》，全球對於AI的關注度持續升溫，他指出，人工智慧技術在影音製作及創新上都得到了顯著的進展。在影音的製作領域上引發了技術的變革，例如AI生成代替傳統人工思考等等。在口說短影音上，陳坤伸使用兩條不同製作方法的影

## 多為商業考量

片進行實驗，根據觀看總數，按讚數等進行分析。

最後銘傳大學廣播電視學系副教授兼系主任杜聖聰及銘傳大學廣播電視學系專案助理教授羅美慧發表《2024年總統大選的大數據分析》，杜聖聰先指出，透過大數據可以量測網絡上的議題關鍵字，如人物、網絡輿情分布等。他分別將三位總統候選人的地區支持度、P/N比趨勢、初始聲量以及議題擴散等等利用大數據整合作出分析。



銘傳大學廣播電視學系副教授兼系主任杜聖聰。（圖/蘇琬淇攝）

## 中國影視銳實力促文化交流

記者/陳卓軒

文化大學國家發展與中國大陸研究所博士生徐家翔針對中國大陸影視對台銳實力的大數據作分析初探。徐家翔表示，影視劇作為跨文化和國界的媒介，不僅促進文化交流和理解，還推動了文化產業的發展。隨著科技進步，新媒體為兩岸文化交流提供更多可能性，有助於減少兩岸誤解和隔閡。

徐家翔運用KEYPO大數據平台，包括社交媒體、新聞媒體及論壇討論區等多元渠道的數據，揭示中國大陸影視作品討論在臺灣的分布模式，並以戲劇五因中五個因素場景、人物、目的、行動、方法，當做台灣民眾對大陸劇之影響研究上的五項指標，他表示，透過這些指標對大陸劇做網路輿情蒐集並分析言論者動機和目的的方法，可以更深入了解台灣民眾觀看大陸劇原因。

評論人莊東燐教授表示，徐家翔在論文中引用2023年大陸劇在台網路聲量調查及好感度分析非常的仔細，但他也補充，2023年大陸劇在台的資料分布可以更詳細的列出品牌資料分布、2023年的陸劇數量等數據，使論文完整度更高。

另外，國立臺灣師範大學大眾傳播研究生鄭晴臻、朱美樺透過樂事粉絲團與星巴克粉絲團行銷貼文，研究臉書粉絲團的品牌行銷與粉絲黏著度及粉絲勞動的情感連結；銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究所研究生許秀雲分享有線電視系統台營運管理部門主管績效評估指標之建構。

## 轉型實驗

記者/許安喬

銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究生何穗榕探討《中天新聞數位傳播下的組織變革》，研究中還原中天數位轉型三年又兩個月的歷程，並對比2020至2023年內部組織架構的變遷，表示此改革可延伸至「新聞室製播與排程的轉變」，至於中天是否成功仍待後續驗證和檢視；同時她也表示，中天轉型的時空背景有特殊性，不一定適合其他媒體，對於應用價值仍有討論空間。對此劉忠陽建議，因為轉型仍為進行式，可以多加一道「是否能成為其他媒體的借鏡」問題，讓論文更具價值性。

銘傳大學新媒體暨傳播管理學系研究所研究生毛微婷，以電影「南巫」為例，探討《馬來西亞華人儀式文化在電影中的再現》。毛微婷表示，儀式對華人來說是一種文化象徵，在特殊事件無法用科學解決的情況下，非科學的民俗儀式能夠提供解決辦法，並總結不同信仰在相互影響下皆需尊重與認可。評論人劉忠陽也建議研究目的和問題可以再聚焦、修改，同時也稱讚此議題非常有趣，值得深入討論。

台南藝術大學藝術創作理論博士生鄭曉瓊，題目為《身體、技術與世界——智能傳播的拓展與深

## 他台難模仿

入》，旨在探討當機器成為與人交流的傳播主體下，人機傳播的延展與挑戰。鄭曉瓊表示，元宇宙獨有的媒介語言成為了智能傳播的新紀元，而虛擬實境中肉身相互作用下建構了新的身體理論，但人機傳播交互仍與人際間交互存在差距。評論人劉忠陽建議，有一些理論因為較罕見，需要去小心驗證其是否有被傳播界所接受。



主持人、評論人及發表者合影。（圖/許安喬攝）



2023聲音經濟報告

# 男女比近 收聽Podcast 男性大增7%

記者 / 羅沛琦

Sound On日前公布《2023聲音經濟報告》，自「2022台灣聲音變現元年」以來，Podcast聽眾在青壯年上長了6%、男性聽眾中比例大幅攀升增長了7%。活躍創作者數量穩定增加，去年約有3000+位創作者，每月推出近萬集的Podcast內容。此外，短影音趨勢逐漸興起，10分鐘內節目的收聽率增長了近3成。

## 男女比拉近 集中北部

《2023聲音經濟報告》顯示，男性聽眾和青壯年齡層比例增長，男女比拉近至48%：52%，男性聽眾較去年增加了7%。年齡層方面，35-44歲的聽眾占比最高，達29.90%，其次是28-34歲（28.69%）、23-27歲（17.87%）、45-59歲（13.98%）、18-22歲（6.47%）。青壯年層（45-59歲）聽眾比例較去年增長6%，呈現了顯著的增長趨勢。

聽眾地區則集中北部地區57.1%，中部22.5%、南部19.0%、東部1.3%。

## 教育類節目 增長最多

創作者對Podcast的熱情持續高漲，活躍節目數量保持在3000多檔，每月新增

8000至10000集的新內容。在2023年，新增節目量最多的前三大類別分別為教育、社會與文化、喜劇音樂，而去年排名第三的休閒類別則以微小差距退至第四位。

2023年，Podcast最受歡迎的六大類別中，吳淡如的兩個節目在「商業」和「歷史」類別中持續領先，而蔡阿嘎、敏迪選讀、鄧惠文的節目也強勢進入各自分類的第三名。

## 短影音影響 長度縮短

受到短影音趨勢的影響，今年10分鐘以內的Podcast節目成長了近三成（29.6%），將平均單集長度降至25.7分鐘，創下了歷年來節目长度的新低紀錄！

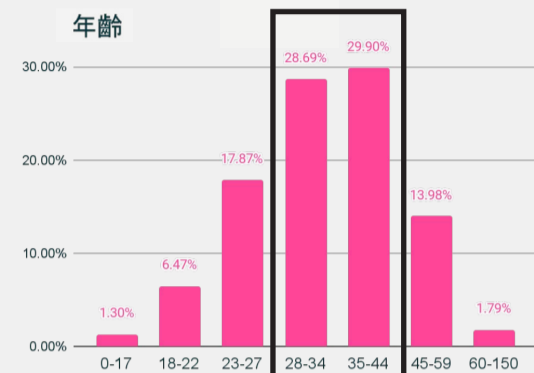
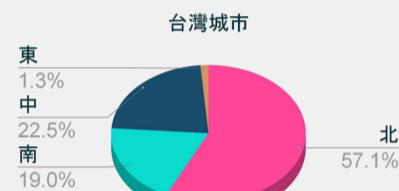
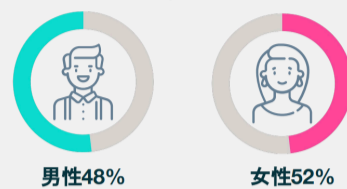
## 廣告商投放 最愛新聞

Podcast收益主要來自廣告商的投資，今年「動態廣告」成為廣告商的寵愛，讓閒置的流量有機會穩定變現。廣告商最常使用動態廣告投放於新聞類、商業類、社會與文化類三大類別，而Podcast的廣告商主要來自三大產業：FMCG（快速消費品）、金融業、政府單位。

## Podcast聽眾樣貌

聽眾分析 | 節目分析 | 商業分析 | 聽眾行為

- 男性聽眾較去年提升約7%，男女分布趨於平均
- 年齡層主要落在23-44歲，45-59歲成長約6%
- 居住城市無較大變化，仍以北部聽眾佔大宗
- 青壯年收聽人口最多



Podcast聽眾樣貌。(圖/截自SoundOn聲浪)

商業		喜劇音樂		教育	
TOP 1	吳淡如人生實用商學院	TOP 1	蔡阿嘎543	TOP 1	大人的Small Talk
TOP 2	Gooyee 股癮	TOP 2	姨姐必請	TOP 2	劉軒的How to人生學
TOP 3	兆華與股感仔	TOP 3	瘋女人聊天室	TOP 3	放點文化一天聽一點
新聞		歷史		社會與文化	
TOP 1	聽天下:天下雜誌Podcast	TOP 1	吳淡如人生不能沒故事	TOP 1	呱吉
TOP 2	敏迪選讀	TOP 2	時間的女兒:八卦歷史	TOP 2	好味小姐開東轉我這你原形
TOP 3	飛碟電台	TOP 3	英雄說書	TOP 3	鄧惠文-心事有人知

Podcast六大類別節目熱門排行。(圖/截自SoundOn聲浪)

# TVBS 推永續 獲最佳企業獎

記者 / 高慕潔

TVBS去年11月底宣布成立「ESG永續發展部」，獲2024 Edenred Ideal Green減碳永續獎「最佳企業獎」，TVBS永續倡議大使莊開文20日代表出席Ideal Green頒獎典禮中表示，作為第一家獲獎的媒體，感謝Edenred減碳永續獎對TVBS永續行動的肯定。

她提到，TVBS將推出全新的TVBS ESG品牌『TVBS GOOD』網站，以系統化內容思維與貼近日常的永續概念，帶動閱聽眾一起重視環境保護與社會關懷。

TVBS近年來結合媒體影響力推動ESG永續倡議，去年便成立「ESG永續發展部」，化身為「ESG轉譯者」角色，透過深入淺出的內容解析永續議題，培養閱聽眾

的永續識讀力，並採用國際低碳認證的商宜睿智慧的無紙化綠色福利券，因此在「2024 Edenred Ideal Green減碳永續獎」的「最佳企業獎」成為唯一獲獎媒體企業。

莊開文說，感謝Edenred減碳永續獎對TVBS的肯定。TVBS作為全台電視媒體最先導入電子票券，使用無紙化服務有效降資源浪費。

她提到，為了讓ESG能真正落實到所有閱聽眾生活中，近期也將推出全新的TVBS ESG品牌『TVBS GOOD』網站，以系統化內容思維、貼近日常的永續概念，期待透過這個品牌，帶動閱聽眾一起重視環境保護與社會關懷。

# 東森財經 換照 NCC：補件再審

記者 / 歐承翰

國家通訊傳播委員會（NCC）13日審查東森財經新聞台的換照申請，東森電視2018年時股權交易時，承諾6年投資9億元製播新節目，但執行效率不佳，影響頻道換照，最終決議此案續行審議。

東森電視旗下東森財經新聞的執照將在4月15日到期，東森電視總經理徐瑞勇率團隊至NCC討論換照規劃，內容包括頻道定位、自律內控機制、財務規劃、教育訓練等相關議題。

NCC副主委暨發言人翁柏宗指出，在107年1月24日，東森電視面臨股權轉讓

案，股東曾到NCC說明，承諾6年內投入9億在節目製作上。徐瑞勇強調，對執行完成有信心，相關排播規劃可提供書面說明給NCC。

NCC專委陳金霜也說明，依照規定，該公司必須在3月底前，把112年1月1日至113年1月31日止的營運計畫執行情形提報給NCC。而截至111年底，該公司已投入2.59億元在節目製播，也就是說，還有超過6.4億的金額尚未投入。

翁柏宗說，目前需等該公司提供的書面資料寄達後，再與換照案一併審理。



# 暖心DJ咖啡糖賢齡 陪伴孤單靈魂

記者 / 楊芮愷

「在空中一定有很多孤單的靈魂，而這些靈魂只是希望有人可以不帶評價的陪伴」有一個女生帶著這樣的信念，十幾年來在平日晚間7點到10點，坐在小小的錄音室，透過音樂和聲音陪伴著聽眾朋友，並身兼《聽天下》、《原WAY星球》、《給幕後一道SPOTLIGHT》的PODCAST及活動主持人，同時也是一位溫柔堅毅的母親，她是咖啡糖賢齡。

## 突破自己 不畏挑戰

賢齡更在兩年前做出了不同於以往的突破，她接下了《聽天下》的PODCAST主持工作，這是一檔「政經局勢」類型的節目，她雖不是傳播科系出身，但當時

心想「主持人會遇到不同的群體，應該要給自己全新的機會」不畏挑戰的賢齡，還半夜爬起來念書，希望能夠清楚傳遞財經及國際情勢上所發生的事。

## 多重身分 追求自我

賢齡說：「主持久了最大的挫折不是來自於主持技巧，而是因為時間不夠用。」尤其在成為「母親」之後，她發現自己雖然想把很多的内容呈現給大家，但由於時間被「碎片化」，學習的時間就會被壓縮。

也因晚間廣播的關係，賢齡壓縮陪伴兒子的時間，她心疼地說：「我犧牲的不是自己，而是犧牲了兒子和媽媽相處的

時間。」不過還好有老公的大力支持，讓賢齡決定放手去做，她也調整自己，努力地在工作與家庭之間取得平衡。

除了廣播主持人的身分外，賢齡也是許多廠商的活動主持人。回想起剛出道的自己，曾害怕被認為是很「三八」的人，但現在她知道自己的價值在哪裡，就不會輕易地被旁人的評論左右。

## 紅花綠葉 自身價值

除了在活動前做足功課，她更帶著自己的觀點及生命經驗。正如她所說「主持人可以是紅花也可以是綠葉」把自己放到後位，不僅能看到大家的需求，也能擁有更寬廣的視角去看這個世界。

