



NCC國家通訊傳播委員會。(圖/截自銘報資料庫)

名嘴電視爆料 王義川遭檢舉

手機監控惹議

記者 / 黃苡昕

民進黨政策會執行長王義川日前於三立新聞台節目指出，可用手機訊號定位分析出在立法院外頭陳情的青鳥群眾年齡，與之前太陽花群眾是否重複等，引發外界對電信業者洩漏個資的爭議。國家通訊傳播委員會(NCC)3日表示，3大電信已向本會說明並沒有提供王義川任何資料，且將持續精進電信事業「個人資料檔案安全維護計畫」及相關規範，以維護用戶個人資料及隱私權益。

立法院交通委員會3日通過臨時提案，內容指出，在無正當法律授權的前提下，取得未去識別化的群眾資料，用於政治偵防與群眾運動的數據分析，恐違反通訊保障及監察法、個人資料保護法等相關法規，實有違人權保障意旨，且損自由民主的國家形象。

提案內容寫到，為了釐清爭議，請NCC於7月15日前，清查1年內的總統副總統、直轄市長及縣市長選舉期間，3家電信事業所持有個資，是否遭不當使用或外洩之虞，向立法院交通委員會提出書面報告。

立法院交通委員會3日邀數發部長黃彥男、NCC主委陳耀祥就「國家機器以手機定位、分析個資特性等方式侵犯人民權益」進行專題報告。陳耀祥會前受訪時表示，NCC已請3大電信業者到會陳述意見、接受調查，根據調查，3大電信業者並沒有提供王義川任何資料，且將會持續督促業者精進個資保護機制，以維護用戶個人資料及隱私權益。

AI教父黃仁勳來台 引爆媒體追風

記者 / 陳鈺茹、陳柄亦

NVIDIA(輝達)聯合創始人暨執行長黃仁勳及「半導體女王」超微(AMD)執行長蘇姿丰，近日接連訪台，為台灣帶起一陣「AI炫風」，新聞媒體也相繼報導，截至他們離開台灣，光在Google可搜尋新聞黃仁勳達198,000則，蘇姿丰則是17,300則。

有「AI教父」之稱的黃仁勳2日在台北國際電腦展於台灣大學綜合體育館發表主題演講。他表示，NVIDIA與台灣的合作可望為世界打下AI基本架構。

此外，今年是他第三次在該展會上介紹NVIDIA，以及預告AI的下一波浪潮。他介紹輝達最新一代的GPU，他表示，世界長期經歷通貨膨脹，導致許多公司花費許多金錢在雲端運算數據，因此，輝達最新一代的GPU能夠更快速的運算能夠為企業省下許多能源與金錢。

這些GPU不僅提升了圖形處理的速度，還為數據中心、超級計算機和個人電腦帶來了前所未有的計算能



AI教父黃仁勳談未來浪潮。(圖/截自聯合新聞網)

力。除此之外，他也展示了AI製作的數位孿生地球，搭配黃仁勳虛擬AI配音，幫助台灣預測颱風。

他強調，未來人形機器人會更普及，是下一波的AI浪潮，它們會以物理的概念融入世界，懂的存在與工作。

本期專題



限領年齡 文化幣成效不彰 (詳見三版)

數據新聞



青島行動 56%資訊來自串串 (詳見五版)

一站式服務財源穩

記者 / 羅沛琦

Dexter Studios CSO策略長金惠珍和VFX特效技術總監陳鐘鉉12日出席文策院舉辦的「與DEXTER STUDIOS同行：韓國視覺特效製作及國際合作經驗分享」論壇活動，金惠珍表示，Dexter Studios成功的關鍵在於提供一站式服務。

他提到，公司首部作品《王牌巨猩》雖然票房不佳，但展現了Dexter Studios在特效技術上的卓越實力，獲得了業界的認可，促使他們能夠繼續前行。

金惠珍提到，Dexter Studios的一站式服務模式及高端技術和作業流程的應用，不僅提升了工作效率和價格競爭力，還吸引大量人才，穩定了財源，使公司能夠拓展在不同領域的多元業務，進一步提高品牌影響力。

Dexter Studios的VFX特效技術總監陳鐘鉉也在論壇上分享了他在特效方面的經驗，特別是在CGFX和虛擬影棚的製作，他提到，Dexter Studios利用自主開發的Zelos和Zen等軟體，不僅提升了管理流程，還大大加快了製作流程和特效製作的效率。

對於未來的發展，金惠珍強調，Dexter Studios將持續開發不同領域，從企劃階段引入VFX技術，更新軟體提升製作能力，期望能達到像皮克斯那樣的高品質製作水準。



政青春 營隊

熱血青年來提案



立委黃捷(左)與臺灣事實查核中心主編陳偉婷(右)。(圖/陳軌攝)

深偽造假 造謠一張嘴 闢謠跑斷腿

記者 / 陳軌

立委黃捷曾受Deepfake之害，5月25日出席《NOWnews 今日新聞》主辦的「政青春公民營隊」，談假訊息及AI衝擊下的事實查核。黃捷表示，由於過去的經歷，深感假訊息的嚴重性，並以一句「造謠一張嘴，闢謠跑斷腿」蓋括假訊息的可怕。

2021年臺灣網絡紅人小玉濫用Deepfake技術將女性的臉部惡意合成成人片角色臉上製作深偽色情影片，黃捷也是此事件的受害者之一。她說，這件事集結116名受害者打集體訴訟，過程中也慘遭酸民攻擊，有些受害者因此憂鬱症與身體不適，對他們產生很大的傷害。

事件爆發後引發社會許多討論，針對網路犯罪侵犯別人隱私在去年年初有新法案上路，黃捷強調，最完整的

防範還是要回歸社會面，這種案件防不勝防，不能等到大家受害才尋求救濟途徑，假訊息散佈速度比救濟速度快很多，認為最源頭的防範才是最重要的。

臺灣事實查核中心主編陳偉婷也一同出席活動，她指出，最近一年內有83%的民眾收過假訊息，且超過9成的民眾認為假訊息對社會有著嚴重的影響，現今的假訊息從文字、影像再到音檔，在查核上有著更高的難度。

為讓更多青年學子參與公共議題，《NOWnews 今日新聞》自5月25日起至7月底，共舉辦三場「跨世代」系列活動，6月29日將舉辦第二場次，以網路霸凌與輿論操作主題，立法委員徐巧芯將出席擔任專題講師，而7月27日第三場次則由台北市議員苗博雅與熱血老師黃益中，分享「性平跨世代，青年好歸me」。

避電波干擾 FM94.9 轉供警廣使用

記者 / 謝函穎

國家通訊傳播委員會（NCC）12日公告，指定桃竹苗地區FM94.9MHz及雲嘉南地區FM94.7MHz頻率，提供內政部警政署警察廣播電臺（簡稱警廣）新竹台與台南台使用，2區域從原本AM改為FM頻率，除提升聲音品質，也避免中國電波頻率干擾。

NCC綜合規劃處處長溫俊瑜表示，西部海岸因警廣電波較弱，民眾若收聽AM廣播，則可能與中國電波相互干擾，收聽到來自中國「海峽之聲」的節目，也曾有

聽眾反映為何廣播會收聽到中國統戰內容。

溫俊瑜解釋，這是一種電波溢脫現象，若剛好在相同頻段，我們的電波比較弱，對岸的電波就會溢脫過來。他也舉例好幾年前在對岸時，發現福建地區亦能聽到台灣ICRT與和警廣等大功率電台的廣播節目。

NCC說明，警廣為24小時現場播音的廣播電臺，具有即時宣導國內治安政策、道路交通路況、交通教育宣導、緊急救難資訊等公共服務功能。此次決議將仍

在使用AM頻率的新竹、台南警廣分台，轉移至FM頻道上，以提升用路人收聽服務品質、維護電波秩序、增進公共服務及頻譜使用效益。

NCC也提到，已經和數位發展部確認桃竹苗地區FM94.9MHz、雲嘉南地區FM94.7MHz均為空頻，與相鄰電台不會產生干擾。後續將依行政程序公告，並就警廣檢送申請書、營運計畫書等相關文件辦理審查，待審查通過後也會提醒警廣告知聽眾調整收聽頻道。

3G網路月底將全面落幕

記者 / 王宜柔

為提升網路穩定度及促進節能減碳，國家通訊傳播委員會（NCC）與電信三雄（中華電信、台灣大哥大、遠傳電信）27日宣布，3G網路將於6月30日關閉，過舊的手機機型和SIM卡可能無法語音通話，其中包括緊急救援電話功能，因此也提醒用戶進行手機健檢。

NCC主委陳耀祥指出，世界各國都在陸續關閉耗能又沒有效率的3G網路，經過初步估計，台灣關閉3G網路後，全年可節省總電力超過2.8億度電，並減少約14萬2000噸碳排放量，能有效提升減碳效益。

3G網路關閉之後，無論上網或語音、緊急電話等，

都必須透過4G（VoLTE）網路，語音品質會更清晰，傳輸速率更高，通話時也不影響上網速度。

陳耀祥表示，未來手機和SIM卡必須支援VoLTE功能，才能正常使用語音服務，而電信業者將會透過簡訊、語音外撥等方式通知用戶，民眾可以到實體門市免費換卡。

對此，三大電信業者則推出換機優惠。中華電信總經理林昭陽、台灣大哥大技術長兼法規長揭朝華、遠傳總經理井琪皆表示，全面鼓勵用戶升級4G或5G，提出最低月租費149元起，手機0元起。

Foodpanda推綠色外送 致力減碳減塑

記者 / 陳鈺茹

Foodpanda（富胖達）公關暨共事務總監郭昕宜15日至銘傳大學傳播學院演講。她表示，ESG（environment、social、governance）看似外送行業與永續相違背，其實都有解方，Foodpanda從2019年便積極推動永續循環意識，推動「綠色外送」等減少碳排的方式。

用循環杯，合作店家共37家，環保杯歸還率也高達99%，餐具減少達到1萬個以上。

未來，Foodpanda除建立消費者意識與習慣外，將持續推動規模化及規格化，將營運成本降低落實ESG，並期望能獲得政府補助與政策宣導，提高普及度。

分解外送鏈減碳減塑

郭昕宜提到，Foodpanda推出的「綠色外送」就是在外送鏈上進行分解流程，同時分析出，如何在每一個環節上找到減塑、減碳、減少剩食的解方，落實便利且能減少環境負擔的零廢棄永續外送鏈。

為響應永續議題，郭昕宜表示，Foodpanda針對外送使用者，透過4年的「回收素養、環保餐飲問卷」調查發現，有86%消費者因環保店家標示提高消費意願，而也有84%消費者不知該如何找到響應環保的餐飲店家。

為更加了解消費者行為，Foodpanda推出「環境友善店家」，並與環保團體RE-THINK及成功大學環境工程學系達成產學三方合作，少量推動循環餐具，大量使



Foodpanda（富胖達）公關暨共事務總監郭昕宜。（圖 / 陳鈺茹攝）



YouTube新介面評價兩極

記者 / 謝函穎

YouTube推出全新排版設計的UI（使用者）介面，即日起開放讓YouTube Premium付費訂閱會員搶先體驗試用，用戶可以在電腦網頁版左側選單點選「YouTube新功能實驗」使用，試用時間至7月1日止。

YouTube將新UI提供Premium會員自由選擇試用，強調新的介面能更輕鬆找到相關內容，透過留言互動也更方便。而重新改版的UI介面與目前的差異，主要在於留言區從原本影片下方移至右上方，用戶可以在瀏覽影片時同步觀看網友留言互動。此外，推薦影片縮圖區塊則在瀏覽影片的下方。

這樣的觀賞頁面在3月初就悄悄出現，但用戶卻給予負面回饋，讓YouTube後續也不斷調整，以A/B測試方式出現在部分用戶的使用上。此次更新據國外網友體驗心得也呈現兩極化，有網友表示觀看影片時可以很方便地觀看留言評論，也有網友認為推薦影片縮圖區塊會帶來干擾。

YouTube表示，這次開放體驗的全新介面僅適用於電腦版，且新版介面仍處於實驗性測試階段，將會參考訂閱用戶提供的回饋意見做改進，至於預計會在何時正式全面上線，目前仍是未知數。



華視新聞資訊台台長 蔡莞瑩：不畏困難 問題就迎刃而解

記者 / 王詩詠

兩年前華視新聞台出包，風雨飄搖，人事更迭，此時蔡莞瑩加入了華視，擔任採訪部經理，與同事們並肩作戰為華視突破困境，如今她已成為華視新聞台台長。她有感而發說：「只要你不畏困難向前，很多問題就解決了。」

迎難而上 帶華視轉危為安

兩年時間裡，在蔡莞瑩與同事們共同協助下華視持續全方位改革創新，在過去一年內便招募了215人並使華視在主要受眾的收視率成長近100%，為華視帶來轉機。

回憶起剛進入華視時，她說，當時整個新聞台的氣氛非常低迷，每天都辭呈上簽不斷，一但從辦公室望出去，位置幾乎全都是空的。

而在思考應對方式後，身為採訪部經理的蔡莞瑩當機立斷，將設置節點停止播報錯

誤、廣招人才應付連播新聞的模式設為首要目標。

她感嘆道，那時候的主管每天完成本身工作之餘還要不斷招聘、面試，真的很感謝他們的堅持，同時她也很慶幸一開始是從採訪部著手，穩步重塑起華視的新樣貌。

凝聚團隊 創新改革創高峰

做為主管加上記者出身，蔡莞瑩明白公司哪些特質最能留住人才。她認為「凝聚力、成就感、歸屬感」是帶領團隊核心精神，因此非常重視團隊感，希望將華視打造成團結、互助的新聞台。

除了建立團隊凝聚力外，她也著手改善新聞節目，重新設計新聞鏡面、調整節目內容、大幅減少三器新聞。

她說，不想用那些打架鬥毆、車禍的社

會新聞賺收視率，因此將播報重點放在重大事件及國際新聞，要在短時間內讓人看到改頭換面的華視。

她提到：「公廣集團的優勢是不受收視率牽制，但沒有收視率代表沒有影響力。」數次重大事件的高收視率反映了華視成功建立播報重大事件的可信度，讓她得到很大的激勵。

在新聞業勤奮工作的幾十年的蔡莞瑩，從TVBS記者做起，陸續到民視、年代、華視，後來在三立任職了13年，最終回到華視擔任新聞部經理現今成為台長。

她也感激道：「我很感謝我的長官們，這一路上有很多貴人相助。他們給我許多機會展現自己能力，也提供大量資源給新聞台。」

如今的蔡莞瑩不忘當年還是小記者時的幸福感，她說，希望將華視打造成對新聞有熱忱的年輕人實現自我價值的電視台。



華視資訊台台長蔡莞瑩。（圖 / 蔡莞瑩提供）

限領年齡



文化幣成效不彰

記者／陳柄亦



2024台北國際書展。(圖／取自台北國際書展)

政府去(2023)年發布文化幣促進年輕世代(16到22歲)，使他們更加貼近書籍及藝文活動等。但對於

部分出版社而言，僅只於書展期間有受益，一人出版社理事長劉霽表示，文化幣對出版社只有在書展期間有稍微的效果，但書展結束後出版社主要還是與書店來往，書展期間所占收益也只有增加1到2%，並沒有太大的顯著。

然而，台北書展基金會企劃經理劉潔妃則表示，書展期間，每間出版社的受眾不太一樣，有些出版社的受眾年齡比較高，才會導致那些出版社對於文化幣來說較為無感，但有許多廠商向他們反饋，文化幣的效益對他們來說是有大幅的增長。

書展活動含「點數放大」及「門票抵用金」等，劉潔妃說，許多持有文化幣的民眾，因這些活動，使民

眾更加願意進場購買書籍，因此，每間出版社的「點數放大」活動都會有所不同，提供民眾使用更多的點數採購書籍。

劉潔妃指出，目前持有文化幣的民眾僅限16到22歲之間，對某些出版業者可能影響不大。然而，她認為文化幣能夠讓民眾有更多接觸書籍的機會。

即便文化幣對於出版社較為無感，但能夠引起購買書籍的風潮，劉潔妃說，有些民眾，即便是已超過領取文化幣年齡的民眾，通過過去利用文化幣購買書籍的經驗，他們也會更加親近書籍。這種正向效應體現文化幣的價值，即使需要用自己的金錢購買書籍，他們也願意這麼做。

文化幣熱潮短 反映不愛閱讀習慣

記者／黃苡昕、吳芸瑄

政府對獨立書店額外增加點數放大特別優惠，藉此刺激年輕族群至獨立書店挑選書籍。對此，青島及唐山書店表示，文化幣對於獨立書店的銷量成長並不多，熱潮也只維持兩到三個月，反映消費者不愛閱讀的習慣。

華山青島書店表示，自去年政府發送文化幣之後，有增加青少年來店消費的趨向，且以往一般青少年較常購買單價較低的繪本或是漫畫，但文化幣發放後，反而會消費單價較高的知識型書籍及經典文學等。對於文化幣發行後也有增加書店的營收大概1至2成，尤其是去年剛推行時有增加購買熱潮，大概維持近三個月，一直到今年2月之後購買風氣才漸漸減少。

對於文化幣點數放大的政策，青島書店提到，在點數放大時期，客人消費的積極度有增加許多。不過，青島書店與華山文創園區合作，並沒有點數放大專案。而購買風氣會淡掉一大部分的原因為，有些消費者聽到沒有點數放大專案後，就會選擇離開，不再進行消費。

青島書店也表示，書店與文創園區合作和店內書籍特陳企劃豐富，就沒有再特別推行其他行銷活動。

唐山出版社創辦人陳隆昊說，文化幣對書店肯定有好的影響，可以刺激店內消費力。但現代人較少閱讀，且文化幣也可用於電影院及其他地方，所以不太會使用於書店上，而文化幣的熱潮也大約維持兩個月左右。

唐山書店也額外推出「買書送書」活動，來店使用文化幣，可額外再挑選一本書帶回家。即便如此，因為唐山書店位於地下室，很少人知道，顧客都是常客，沒有因為文化幣和點數放大專案而吸引新客。

文化幣點數放大不一定適用於每家書店，對於獨立書店的銷售整體成長幅度也不大。對此，陳隆昊表示，這項策略雖然會為書店帶來些微銷量成長，但維持的熱度不長，且消費者不一定會選擇書店做消費。政府應發行更多的金額，也須推行民眾養成閱讀的習慣，讓文化幣對於書店達到更大的效益。

出版業AI應用創作過程應保留

記者／廖品謙

日前文化內容策進院與全國律師聯合會共同舉辦《出版 x 法律產業交流小聚：AI幫幫忙！》演講，邀請出版業者進行產業分享、律師解答出版業AI運用可能會遇到的法律問題，希望透過講座促進出版業與律師間合作的可能。律師周逸濱及李佩昌表示，在法律尚未明確規範前，無論是否使用生成式AI，皆須保留創作過程。

業者也分享近期AI運用在出版業的成效。聯經出版和Readmoo讀墨電子書、《聯合文學》於2023年合作出版

台灣首部真人與ChatGPT合作的互動小說計畫《寫給Aillen的情書》，由四位作家寫情書給AI(Aillen)；並訓練ChatGPT，創造Aillen的角色設定，透過提問讓Aillen掌握四位作家訊息，生成回信給四位通信者。

小說完成後因著作權尚未明確規範，他們選擇將《寫給Aillen的情書》提供讀者免費下載，透過這次AI出版實驗挖掘出AI與人類協作能有何種可能。

周逸濱強調，訓練AI的途中使用他

人的創作會觸犯重製權，因此拿別人的作品訓練AI前需要作者同意。



文策院與全律會主辦《出版 x 法律產業交流小聚：AI幫幫忙！》。(圖／取自文策院Facebook)



聯經出版舉辦50周年「連結的力量」社慶論壇活動。(圖／聯經出版提供)

人文連結古今未

記者／蘇珮柔

為了慶祝50周年，聯經出版5月26日以「連結的力量」為題舉辦論壇活動，主題包含中國的形成、動物倫理、民族與文學、知識與資訊等。聯經出版總編輯涂豐恩表示，人文有助於傳遞思想，期許透過人文回應過去、現在與未來，在資訊充斥的時代中建立連結。

清華大學動力機械工程學系榮譽退休教授彭明輝以「知識與資訊」為講題，講述年輕世代如何利用破碎資訊去理解整體事實，並提出質疑「年輕人有辨別假資訊的能力嗎？」，彭明輝強調，首先需分清楚「知識」和「資訊」的差異。知識通常是系統化、組織化且脈絡清晰的，經常透過書籍和專業刊物等正規渠道流通；而資訊往往是零碎的、難以互相佐證，主要通過社群媒體傳播。

而其中國立東華大學原住民族學院榮譽教授孫大川，以「文學作為一種民族防禦」為題，講述原住民從言說到書寫的過程。孫大川指出，雖然原住民擁有悠久的文化脈絡，但因不依賴文字進行文化傳承，大部分的歷史都是口耳相傳。因此，很難單純從文獻中看見原住民歷史的全貌。

鏡電視採訪中心副總監 林上筠：堅守初心 為弱勢發聲

記者／許安喬

鏡電視採訪中心副總監林上筠從事媒體業22年，一直提醒自己「做觀眾應該看的、必須知道的，而非想看的」堅持著這份信念，致力於揭露鮮為人知的社會議題，關心弱勢群體的聲音。

堅定決心 聚焦真相

大學就讀哲學系的林上筠說，雖然沒唸新聞，但哲學開啟她的「思辨能力」，擁有不同角度和思想。為了進入媒體業，從一年級的暑假就開始在中時晚報實習，別人在享受大學生活，她已經在媒體業學習。

林上筠甚至在大二時發生921大地震時，跟著記者去倒塌的東星大樓，並守到隔天早上。她回憶：「看著一具屍體被挖出來，聽著家屬悲痛欲絕的哭聲，感覺很震撼」但當時她缺乏經驗，看著家屬痛哭時，卻感到無能為力，並堅定了要當記者的決心。

畢業後林上筠進入TVBS，如願當了政治線記者，在十幾年的政治新聞生涯中，她花了很多功夫在扎根和

拓展人脈，她說：「我做到了自己的政治獨家，甚至是平面媒體來跟我的新聞，而不是我去跟別人」。

在經歷十幾年藍綠攻防以及口水之爭後，林上筠想要讓自己的報導發揮更大的影響力，於是她轉做社會專題，也幸運獲得許多獎項，成功引起社會共鳴。但她後來驚覺如果沒有「聚焦」，提出了再多問題政府都不會動作，因此在進入鏡電視後，她開始做調查報導，挖掘無人知曉的真相。

轉換角度 化險為夷

至今她印象最深的調查報導是《藥命的缺憾》，揭露急重症葉克膜醫療材料缺貨危機，她形容這個議題就像「一場沒有煙硝卻危及人命的戰爭、隱藏在白色巨塔下的危機」足足花了三個月的時間，因為涉及敏感話題，多家醫院不願受訪。

後來她換個角度從「台灣自製醫材」出發，終於有一位醫生願意站出來發聲，報導才能順利完成。對林

上筠而言，不僅是獲獎的成就，更是能幫助弱勢。

在即時新聞和短影音氾濫的時代，林上筠說，有些議題並不受大眾歡迎，如何讓嚴肅的議題變得易於理解和接受，是她重要課題，她也會繼續努力下去。

總結22年新聞生涯，林上筠想了很久，說：「有時熱忱也會被消磨，看到變質的環境也會灰心，但只要本著初衷初心，還是會堅持下去。」



鏡電視《藥命的缺憾》專題獲吳舜文影音類調查報導獎、曾虛白公共服務獎。(圖／林上筠提供)

數位戶外廣告 助擴大受眾範圍

記者／蕭卉妘

TenMax商務開發總監暨印尼總經理林聖鈞5月30日在「2024廣告小聚首發場」分享DOOH作為戶外廣告新興形式，如何利用結合數位和廣告，開創更多元的宣傳方式。他表示，透過pDOOH(程序化數位戶外廣告)可以讓所有資料都經由互聯網，將廣告素材從伺服器上抓下來後，在平台與程式做處理後，在不同地點和不同人將會看到不同的廣告，從而擴大廣告的觸及範圍，接觸到更多目標受眾。

隨著戶外廣告的演變，傳統戶外廣告因受限於成效不足及受眾不明確，讓行銷應用無法完整發揮，直到pDOOH的出現，才減少相關疑慮。

林聖鈞說，pDOOH相比傳統戶外廣告而言，可以外接較多數據及偵測機制，因此能夠分析各項數據來源及衡量DOOH的廣告成效，有助於將資金花費在合適的看板、時段及人流上面，以此解決傳統戶外廣告的不足。

林聖鈞則以TenMax攜手印尼超級App Gojek《齋戒月x舒立效》成功案例分享，他說，穆斯林在齋戒月的白天是禁止飲食的，利用導入自動化廣告技術，將螢幕放在摩托車上，吸引因無法進食而喉嚨疼痛的民眾購買，藉此達到良好的宣傳效果。

由於疫情後，實體門市的人流再度超過線上人流，因此DOOH也結合零售數據創造新商機，林聖鈞提到，DOOH利用數據分析和人工智慧的技術，讓廣告商可以根據消費者不同的行為及偏好，將廣告投放到更加精確的位置，藉此吸引不同消費慾望的消費者購買更多商品。

談及DOOH的成功要點，林聖鈞表示，地段好、可視度高、互動性佳這三大要點，在繁忙的地段投放，可以吸引更多目標受眾，提升廣告的效益；具備良好的視覺效果，確保廣告能在眾多觀眾中脫穎而出；最後則是透過創意的的方式，引發觀眾參與，增強品牌與受眾的聯繫。



戶外廣告數位化DOOH浪潮席捲全球。

(圖／取自凱絡媒體週報)

行銷廣告 場域選擇為關鍵

記者／張佳雯

傑思·愛德威數據發展部副總經理洪筱盈5月30日出席「2024廣告小聚首發場」分享如何利用DOOH廣告(數位家外媒體)賦能品牌行銷，她指出，挑選適切的投放場域，做大曝光導流是DOOH成功的關鍵，再結合零售媒體聯播網行銷助力，能創造出更加乘效果。

近年來，許多品牌方的行銷預算雖逐年增加，但更多的是投入在MarTech行銷科技工具的運用，而且隨著第三方cookie的淘汰，使得媒體廣告投放更難以精準，也提升了投放成本。針對這項趨勢，洪筱盈說，品牌在進行行銷推廣時，應回歸行銷的本質，透過大規模曝光的方式吸引消費者的注意，擴大行銷漏斗的上層導流，並在漏斗下層透過分眾的會員經營來鞏固客戶忠誠度。

因此，洪筱盈認為，投放DOOH對於增加曝光是十分有成效的手法，因其有著高覆蓋率、高地域性相關，還擁有不可跳過、不可忽略及創意自由度高等特點。

對此，她表示，可善用這些特色並挑選合適的場所，並透過動態影音、互動式內容等方式，讓效益達到最大化。例如可於交通樞紐放置金融商品廣告，觸及白領商務人士；在百貨商圈投入話題性高的流行活動廣告，吸引一般民眾；而於醫美診所則可選擇醫療保健品廣告，鎖定高消費族群。

除了利用DOOH的強大曝光力觸及消費者外，洪筱盈也以傑思·愛德威代理的全家便利商店DOOH為例作為說明。

她認為，在零售場域，消費者的心境是想購物，因此零售場域的DOOH除了能成功吸引民眾目光之外，無形中也刺激了消費者順手購買嘗試曝光商品的意願。DOOH還可與全家便利商店的官方APP進行RMN整合行銷，針對潛在的目標客群並搭配APP推播派樣資訊及利用DOOH宣傳派樣活動，達到整合行銷綜效，進而提升銷售。

Dentsu電通傳播集團媒體投資總監黃慧娜也現身分享DOOH的演變歷程與案例，她表示，DOOH未來將會在台灣扮演媒體投放的重要角色，為台灣創建出更多元的廣告發展。黃慧娜認為，結合數位化、社群網路、行動裝置、互動行銷等元素，並運用AR擴增實境的技術，能打造出更吸睛的廣告。

談到DOOH的現今發展，黃慧娜表示，DOOH廣告正以不可抵擋之勢，取代傳統靜態廣告成為投放主流。像是桃園機場，今年起也將部分廣告轉換為動態的DOOH。而接下來無論是國外亦或是台灣的信義區、西門町、高雄巨蛋等商圈，也會陸續跟上DOOH的腳步。

而樂事則是在台北信義、西門等地區設置互動裝置廣告牆，結合AR技術讓消費者掃描QR Code後即可體驗接洋芋片的趣味遊戲，成功拉近品牌與消費者距離，藉此提高廣告參與度，增加話題性。

黃慧娜也期許，擁有眾多電視牆面的西門町是在將來最有機會成為包圍式廣告的地點，未來她相當期待能夠預見台灣各商圈出現更多DOOH的新舞台！

NCC調降語音接續費

記者／謝函穎

國家通訊傳播委員會(NCC)22日預告新費率，114年至117年行動通信網路語音接續費上限，從明年開始逐年調降為每分鐘0.386元、0.366元、0.348元以及0.330元，每年降幅5.2%，希望促成電信三雄(中華電信、台灣大哥大、遠傳電信)再降行動語音費。

黃文哲表示，透過調降行動接續費，希望能有效將整個行動通訊的語音費率逐年反映，同時也希望可以延續MVNO(虛擬行動網路業者)的營運。專案小組除了監管政策，也會透過電信管理法或其他管理辦法，讓MVNO維持營運。

接續費是2個不同網路用戶通信時，收取通信費的網路業者應支付另一方網路業者的費用，例如中華電信的手機用戶撥打電話給遠傳電信的手機用戶，因使用到對方的通信設備，所以會有接續費用的產生。

對此NCC主任秘書黃文哲說明，接續費是業者訂定語音服務零售價通信費時必需考量的一項中間成本，若業者訂定過高的接續費，會使其互連的業者在訂定零售價時面臨無法競爭的壓力，最後將會影響到消費者權益。因此許多國家多將接續費納入管制，以成本計價原則進行監理，讓業者能持續投資最新的網路來提供更優質的服務，達成「促進業者競爭」及「維護消費者權益」等目標。



《VERSE》創辦人 張鐵志

：打造理想中的媒體

記者／謝函穎

「建立好的公共領域，做出理想中的媒體。」是《VERSE》總編輯張鐵志在創辦雜誌前就已在心中萌芽的念頭，即使知道這條路不好走，但他還是選擇嘗試。

創辦媒體 展台灣文化

《VERSE》的誕生起源於張鐵志在香港的工作經驗。2012年在香港擔任《號外》雜誌總編輯，負責處理關於文化、社運的內容。過程中他意識到台灣似乎就是缺乏如《號外》這樣的媒體，恰巧在2014年發生太陽花學運，看到許多年輕的力量站出來，因此他決定回台，為自己的家鄉做出改變。回台後他與何榮幸共同創立以關注公共事務的非營利媒體《報導者》，而後在2020年創辦出自己心目中理想的文化媒體雜誌—《VERSE》。

張鐵志認為，文化是社會中不可或缺的元素，是一個國家最應重視，文化是一群人的生活方式，是價值也是信念，多元民主、同志合法化等，都是代

表台灣人的文化價值，也是他如此執著創辦雜誌的原因，希望能提煉並改變社會對文化的一些感受。

紙媒式微 仍堅持初心

然而，在紙本媒體式微的年代創辦雜誌，並不容易，起初不被人看好，也找不到人投資，但張鐵志依舊相信紙本有其吸引力。他說，他不樂見現在許多網路媒體都在「搶快」或專注在「博人眼球」的標題來藉此維持流量，《VERSE》要做出不一樣的。

面對網路時代，張鐵志認為，唯一的解決辦法就是把內容做好、做得有品質。他說，過去很多紙媒沒落，是因為大家覺得大環境變差，而降低製作印刷等成本，但這樣就失了紙本存在的意義。因此他特別在乎印刷品質，使用有質感的紙本材質，每一張照片與文章，都經歷嚴謹的編輯過程才得以刊登，他相信：「高品質可以帶來高回報。」

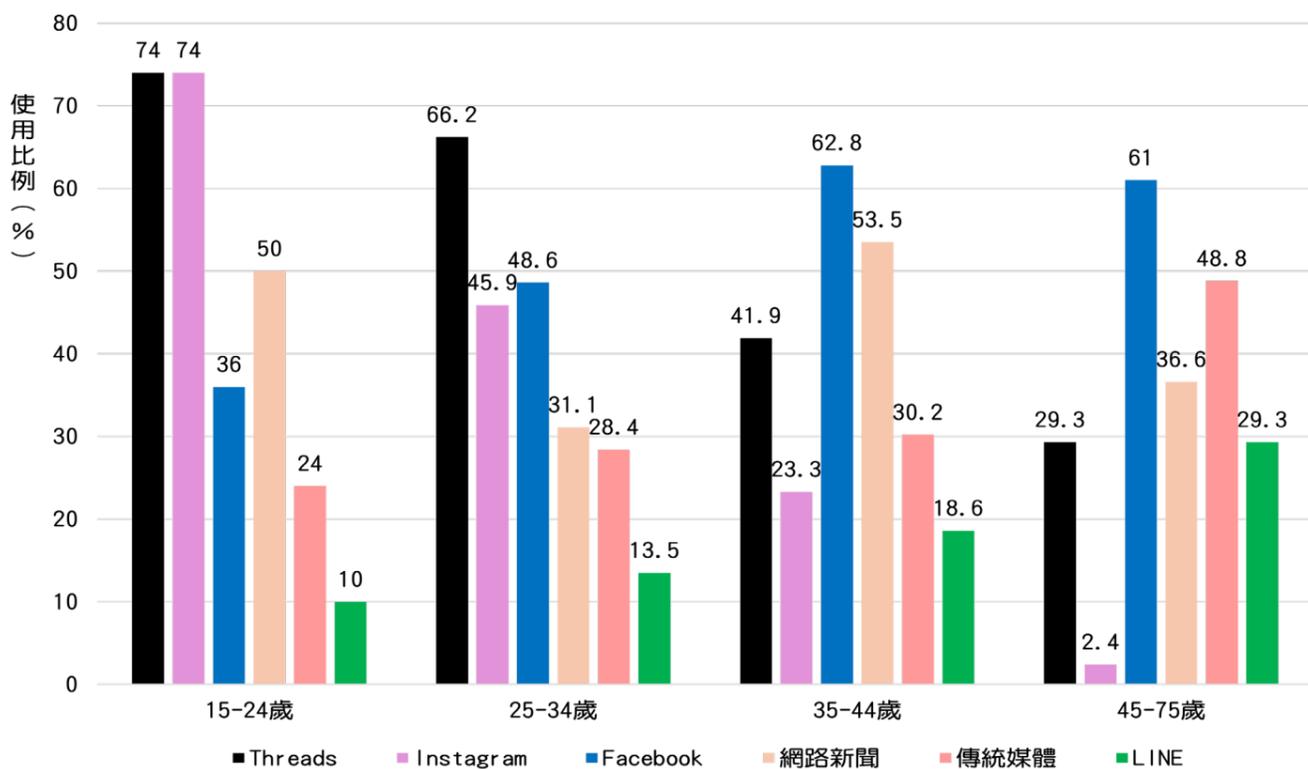
《VERSE》從2020年創刊時不被大眾看好，到現今讓讀者、客戶們認可。在話語中，能真切的感受到

張鐵志對台灣文化的熱愛。面對未來，他說，將持續帶領一群人挖掘更多台灣文化故事，將這片土地上的美好譜寫成章，也讓《VERSE》走向國際被更多人看見。



《VERSE》雜誌創辦人兼總編輯張鐵志。
(圖／張鐵志提供)

青鳥行動 @ 56% 資訊來自 串串



各年齡層參與者接收有關「青鳥活動」的資訊來源平台

(製圖／吳芸瑄、資料來源／巷口社會學)

記者／羅沛琦、歐承翰

近期立法院職權行使法的修訂爭議不斷，引起眾多公民及民間團體的不滿，從5月17日至5月28日共有四場的公民動員，一系列的社會運動被稱為「青鳥行動」。據《巷口社會學》研究顯示，參與青鳥行動的民眾主要從Threads和Facebook獲取資訊。

《巷口社會學》的調查呈現出參與民眾獲取資訊的平台偏好，在青鳥活動中，社群平台Threads成為後起之秀，是本次社會運動中至關重要的資訊管道，占比達到56%，特別是15至24歲的年輕參與者，有超過7成以上的受訪者使用。其次為Facebook，占比51%，網路新聞占41%、Instagram (39%)。

較為特別的是，根據社會學者陳婉琪於2014年，針對太陽花運動的研究和《巷口社會學》的調查相比，參與社會運動的民眾在使用社群平台的習慣有所改變。曾經在太陽花運動扮演重要動員角色的PTT (10年前占比為53.7%)，在青鳥行動中的使用人數有明顯下滑，受訪者使用率僅剩1.4%，而Facebook傳統媒體皆有相同的情況。

不同年齡層對青鳥行動想法

他們怎麼說？

21歲：理念不同但尊重 35歲：擔心國會被滲透 50歲：社會亂源……

(製圖／吳芸瑄、採訪／蕭億駿、鄭安庭、高慕潔、陳軌)



男 21歲 學生

從Threads獲得青鳥行動相關資訊，認為青鳥行動一群熱衷於參與政治活動的大學生們及其他公民團體所出席的一場抗議活動。但是在這其中有一些朝野攻防的問題。有親自去現場，因為身旁朋友都有參與，即使參與理念不同，但是可以多聽聽群眾不同的意見。



男 22歲 學生

從網路新聞平台獲取資訊，因為平常就有在看網路新聞，這讓我能夠方便地獲取即時且多樣化的資訊。針對青鳥行動，我建議參與青鳥遊行的年輕人可以考慮加入國軍志願役的行列，親身體會保家衛國的責任，並感受民主的價值與和平的可貴，這也有助於解決政府兵源不足的問題。因為立場不同及打工繁忙，我並沒有參加遊行。



女 25歲 學生

從Threads上獲取資訊，因為在網路上的討論度很高，也很多人分享相關資訊。我個人認為表達訴求是每個公民的權利，黨派強行通過法條，過程透明度不足，條例不合理。這樣是一件剝奪人權的事情，所以引發批評以及示威是正常。我自己本身也有到現場，但畢竟事情與我相關不大，就只是支持一下。



女 27歲 上班族

從Threads獲取青鳥行動相關資訊，認為若依憲法之選舉自由所選出的代議士已不符合民意之期望，上街頭集會遊行也是體現另一種方式，且親身去青鳥行動，覺得是體現民主的行為。



女 35歲 上班族

主要從Facebook和Instagram獲取資訊。臉書和IG是我優先選擇的娛樂和資訊來源，對於青鳥行動，我認為三權五權分立是憲政體制下最基本的原則，大家的權利應該是平等的。國會利用蓋牌來搞權，本身就是不對的行為。此外，藍白提出的這些法案和民意不一致，讓我擔心未來會不會像香港一樣，利用滲透國會的方式逼迫台灣人民和對岸統一。因為需要上班，時間無法安排，故沒有去到現場。



男 40歲 上班族

太陽花的時候是看電視了解的，現在主要還是從網絡媒體得資訊，偶爾也會看看電視報導，但我對法案具體內容也不太清楚，我覺得只要示威不影響到人民生活，我也沒有什麼意見。因為不清楚法案內容，所以我也不會到現場，也沒有時間前往。



男 50歲 上班族

從新聞媒體獲取青鳥行動資訊，認為青鳥行動是社會亂源，也沒有親自參加，因為沒空也無興趣。



女 55歲 上班族

從電視和FB的網路得知青鳥行動，在家比較常看電視，FB上很容易就可以看到新聞資訊。知道這次的法案在講什麼，也認為很重要，但不認為有必要到現場抗爭，因此自己也不會想到現場。

銘傳傳學院 履歷豐富 有助實習

記者／蘇琬淇

銘傳大學傳播學院12日舉行傳播實務總檢討會，總共有6組實習單位發表成果，作品各有特色。傳播學院院長陳柏宇表示，期待看到各位學生們的成品，也很高興本年度陸續收到學生們的獲獎喜訊，希望學生創作更多作品，豐富履歷，暑期各位也將至各媒體公司實習，相信都能更精進自己的實習。

直播影音組在報告上展示許多作品，包括微電影，紀錄片，短影音等等，當中部分為獲獎作品。直播影音組表示，在整學成果總結，總獲獎影片數為26支，入圍國際影展片數為2支，現時累積獎金共50多萬元，成績耀眼。

流行音樂組表示，本學期著重混音教學的部份，在老師的帶領下，每位學生完成2首自行製作單曲及團體MV等等。流行音樂組除了播放影片展示作品以外，也為在場各位帶給現場獻唱自創曲目《哭吧》，引來熱烈掌聲。

銘報MOL組表示，除了路線新聞，業界人物專訪等等以外，本學期也有增設專題新聞及數據新聞，希望學生更能關注永續議題和近貼時代的趨勢。銘報也密切關心社會議題，在本學期年度特別新增0403花蓮地震專刊，和委派銘報記者到訪總統大選現場。

另外，銘報於本學期首次擔任四系新聞聯合影展主辦單位，與國防、文大新聞系及淡大大傳系互相交流。



傳播學院總檢討會議大合照。

(圖／黃展鵬攝)

肯定學生作品 業者鼓勵多觀摩

記者／蘇琬淇、陳柄亦

群邑台灣資深經理丁滋婷、Acer Global Marketing Senior Manager 李偉倫、中天新聞主播何穗榕和三立新聞部製作中心副理陳雅雯，參加銘傳大學傳播學院12日舉辦，傳播實務媒體總檢討且擔任講評委員，看完學生成果後皆認為，作品都令人驚艷，雖然有些作品有點可惜，但很肯定學生在大三不停實作產出作品的方式，畢業後有助於順利與業界接軌。

丁滋婷說，建議平日學生們可以多去觀摩不同圈子的人，培養會讓自己思考的習慣，加上本身的技能，在做任何工作時會更得心應手。

李偉倫表示，在學生時代最應該不設限的發揮創意，因為一旦進入職場，就會出現不同的限制，不再有機會做自己想要的東西。他提醒，科技進步的迅速，轉換節奏十分快，各

位應保持作品貼近時事。

何穗榕表示，部分作品以短影音呈現，以及學生們許多作品以永續為題，可見學生們有跟上媒體的現今的方向趨勢和貼合議題。

另外，流行音樂組的現場表演讓何穗榕留下深刻印象，她認為，除了圖文或影音的呈現以外，要思考有什麼會可以讓聽眾們更有印象。

陳雅雯表示，直播影音組能出產過百支的影片是相當好的表現，產量多對學生來說是一件非常重要的事情，但今天未能完整觀看入圍作品有點可惜。她提醒，在座學生們不要荒廢自己在學校學到的技術或事物，比起專才，現今更需求的每樣技能都會，所以更要珍惜學校資源下的學習。



銀響力新聞獎

Journalist Impact Award

「第四屆銀響力新聞獎」共入圍65件作品。(圖／弘道老人福利基金會)

銀響力 銘報入圍2項

記者／陳卓軒

銘傳大學新聞學系作品《照顧者的避風港—銀光食堂》、《長照2.0政策下對「照顧者」的忽視》入圍第四屆銀響力新聞獎大專院校類新聞報導獎，以及數位創作獎。

《長照議題—家庭照顧者》系列專題由新聞學系四年級學生林莉、聶長唯、凌翊涵及張正和製作，新聞系講師胡巧玲指導。林莉表示，作品以銀光食堂為主軸，銀光食堂裡頭的志工多為家庭照顧者，深度採訪幾位志工以及體驗過喘息服務的照顧者，用文字刻劃他們一路以來的照護經驗，銀光食堂在長照體系扮演甚麼樣的角色，也透過訪問專家點出目前長照2.0的不足，希望能呼籲政府改善。

NGO組織募款 攜手合作方雙贏

記者／蘇琬淇

新北市家庭照顧者關懷協會副組長林文善15日至銘傳大學新聞系演講，分享小型非營利組織如何企劃募款、籌備活動，進而達到組織與合作單位雙贏的局面。她說，不論是在募款或行銷時，應思考如何接觸到目標族群，並傳遞正確想表達的訊息給予他們。

林文善在非營利組織工作超過10年，她說，小型非營利組織機構並不像大型的組織機構一樣受到大企業或政府的大批資源贊助提供，收入來源不穩定及募款過程困難，加上人力運用上的問題，都是造成小型非營利組織機構面臨困境的主

要原因。

林文善感嘆說：「小型的非營利組織以服務在地，非常弱勢的族群為主，同時這個族群並不容易被看見，因此如何透過宣傳為他們發聲，這個過程相對辛苦。」

談到與媒體合作時，如果有需要訪問或取得個案，她表示，她會先要求對方提供訪綱，了解對方想要的個案類型，再思考那些個案可以使用，同時與個案進行聯繫。

她建議，不論在專題訪問或在媒體界中需要跟別人談合作時，最好要有備案。



地方誌—《貢丸湯》

吳君薇：讓文化走進民眾生活

記者／蕭億駿

隨著地方創生議題興起，自基隆到高雄，各地都有地方誌的創立，新竹也不例外，見域工作室共同創辦人吳君薇一手打造專屬新竹的《貢丸湯》，將當地逐漸消失的文化一一記載，成為了解新竹的一扇窗，並在2020年拿下出版界最高榮譽——金鼎獎。

熱愛文化 延續歷史

貢丸湯主編吳君薇在台南出生、高雄成長，卻因為一封來自清大的人學通知書到了新竹，從此也和這片土地結下不解之緣。她說，在清大念書的四年，她常常聽到新竹被說是文化沙漠，但熱愛文化的她覺得新竹並非那麼的一無是處，只是缺少一個很好的平台去讓大家看見她的魅力。

基於對文化的喜愛，吳君薇在學期間參加許多文化活動，與夥伴們寫很多文章為民眾介紹老房子相關的歷史，有一次甚至引發了網民的討論，進而成功救下了一批即將消失的老房子，也就是如今大家在新竹看見的監獄日式建築群，正是因為他們才能保留。

受到這段經歷的影響，她更堅定的走向文化保育這條路，於是在清大畢業後，她沒有選擇高薪的工作機會，留在新竹成立見域工作室，並在2015年出版了第一期《貢丸湯》，開始記她眼中的新竹。

摸索問題 持續學習

創立《貢丸湯》初期，非本科的她和其他夥伴們對紙本雜誌並沒有一個

明確的概念，只能透過不斷的去參考資料來學習。吳君薇回想起過去，她說，以前的大學因為沒有相關的科系，平面設計、排版製作等等都沒接觸，所以大家都是憑藉著一股熱情去不斷摸索，她們還會去買坊間不同的雜誌來觀摩、比較，透過這種方式去慢慢學習。

身為台南人的吳君薇如今已在新竹紮根十多年，對新竹的愛不亞於自己的故鄉，她心中對新竹文化有些期待，她坦言：「要讓文化走進市民生活，不是一件易事。」

她一進步說，她所希望做到的，是盡力的去記錄眼前的新竹，以及一些轉眼即逝的文化，像是一些正在消失的工藝、正在老去的匠人，在掌握了足夠的地方知識後，成位一個地方的樞紐，在發展上更平衡。



吳君薇照片。

(圖／《見域工作室》授權)

野鴿入侵家園 民眾苦不堪言



民眾餵食野鴿，提供牠們優渥的生存環境，造成數量高居不下。(圖／三重劉先生提供)

記者／高慕潔、鄭安庭

新北市三重區中山橋下，父母帶著孩子在橋下玩耍，也有人在此練習薩克斯，只要抬頭一看，會發現中山橋上佈滿了網子，這不是為了防止石塊掉落，而是防止野鴿在橋上築巢，野鴿的大量繁殖造成三重居民與野鴿活動範圍重疊，延伸許多問題，形成人鴿衝突。

鄰近河堤的三重某社區已經受到野鴿侵擾長達15年，住戶劉先生說，野鴿經常停留在冷氣機旁，同時在上面築巢，鳥糞、鳥屎造成環境髒亂，拆除鳥巢不能自己動手，需要請冷氣師傅在起重機上進行拆除。

而鴿糞不僅對環境衛生造成嚴重影響，也對居民的生活品質帶來了許多困擾，三重居民便甚至連曬衣服晾衣服都受到影響，民眾經常與當地管委會反映家中有大量禽蟻出沒，身上常出現紅疹，家中有小孩的家庭照顧起來更是辛苦。

防鴿網如牢籠 誰是囚中動物

劉先生表示，社區嘗試解決野鴿入侵的問題，在陽台掛上光碟片和紅色的布條試圖驅趕鴿子，但效果甚微。於是居民召開管委會，決定每年花10萬元請人清洗大樓外牆，但不到一個下午，大樓又充滿了鴿糞。

最後經過社區住戶協議只好架設防鴿網，這些費用都由住戶自行出資但並非每戶都願意架設防鴿網。

住戶劉先生表示，圍網的效果並非絕對，這只是「治標不治本」解決不了問題，光是設置防鴿網花費高達40萬元，經過日曬雨淋網子需要補強又是另一筆消費，而長年累月下來，這筆花費相當可觀。

此外，劉先生說，架設防鴿網也讓社區引來爭議，野鴿反而飛到周邊社區築巢，周邊社區住戶卻責怪他們把野鴿趕來，導致周邊的社區也開始架設防鴿網，這樣的結果讓居民都感到無奈。

野鴿生存環境與居民重疊是主因外，還有民眾攜帶麻布袋裝滿著吐司和鳥飼料餵食鴿子，使得鴿子更加依賴人類的食物，難以離開市區並且繁殖迅速。

台灣野鳥協會也發布了近年鴿子數量逐年增加的分佈點狀圖。

劉先生表示，環境部有權開罰民眾餵食鴿子，但未關注鴿子對環境的影響。相關單位雖然知道問題所在，也收到許多民眾的陳情，但在居民眼裡，相關單位始終沒有解決問題的「心」。

三重蘆洲河濱公園橋下野鴿防護網架設地點及預算

架設時間	架設場地	架設預算	辦理機關
107.05.23-108.01.09	重陽橋	75萬	高灘地工程管理處
108.07.01-108.08.09	中山橋	193萬	高灘地工程管理處
109.03.01-109.05.09	中山橋	67萬	高灘地工程管理處
108.01.21-108.08.18	成蘆橋	96萬	高灘地工程管理處
111.11.30-111.12.20	成蘆橋	44萬	高灘地工程管理處

議員彭佳芸提供三蘆架設防鴿網的地區及預算。(圖／歐承翰製)

禁餵鴿成難題 防鴿網如裝飾

新北市三重區議員彭佳芸說，助理時常會收到民眾陳情鴿糞影響環境，並舉報在都市範圍看到有人餵食野鴿，造成野鴿群聚。新北市政府也為了防止野鴿在橋下築巢，在重陽橋、中山橋、成蘆橋設置了野鴿防護網，設置費加上從民國100年開始每年清洗橋下的防護網，兩者總計花費將近千萬元。

然而，這些措施並未能有效減少鴿子的數量，彭佳芸表示，已經多次和相關局處討論三蘆大都會公園周圍社區遭野鴿影響環境，只在都會公園內的橋下設置防鴿網效果不大。

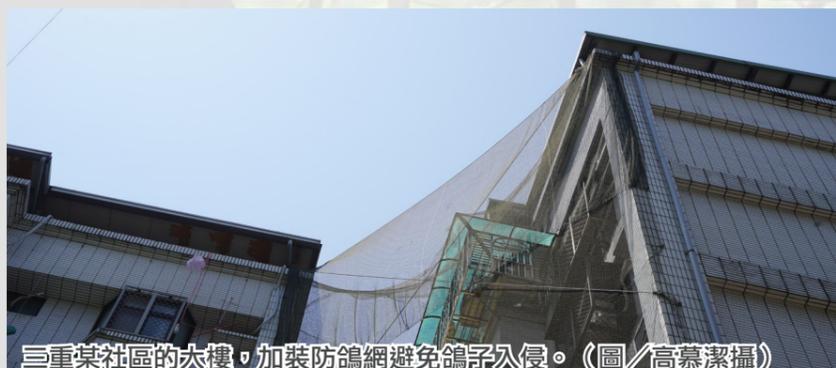
她說，雖然收到陳情要求加強查緝，但農業局回應，因為公園管理自治條例尚未通過，只能依照廢清法，請環保局來取締開單，但層層通知等到環保局人員來的時候，行為人早已離開。

公部門互踢皮球 野鴿問題陷僵局

新北市環保局與動保處兩者公家機關互相推託下，野鴿問題至今無法解決，劉先生說，即使向新北市環保局、動保處、區公所和高灘處提出申訴，但回應只有：「會再多加強宣導消毒。」

而動保處新聞發言人謝侑達提到，野鴿問題沒有明確的責任歸屬規範，因此要開罰也很難，這應該是環保局要處理的範疇。

環保局也說到，這是屬於動保處的範疇。公家機關互相踢皮球，最終無果，住戶的居住品質到底誰來守護？



三重某社區的大樓，加裝防鴿網避免鴿子入侵。(圖／高慕潔攝)

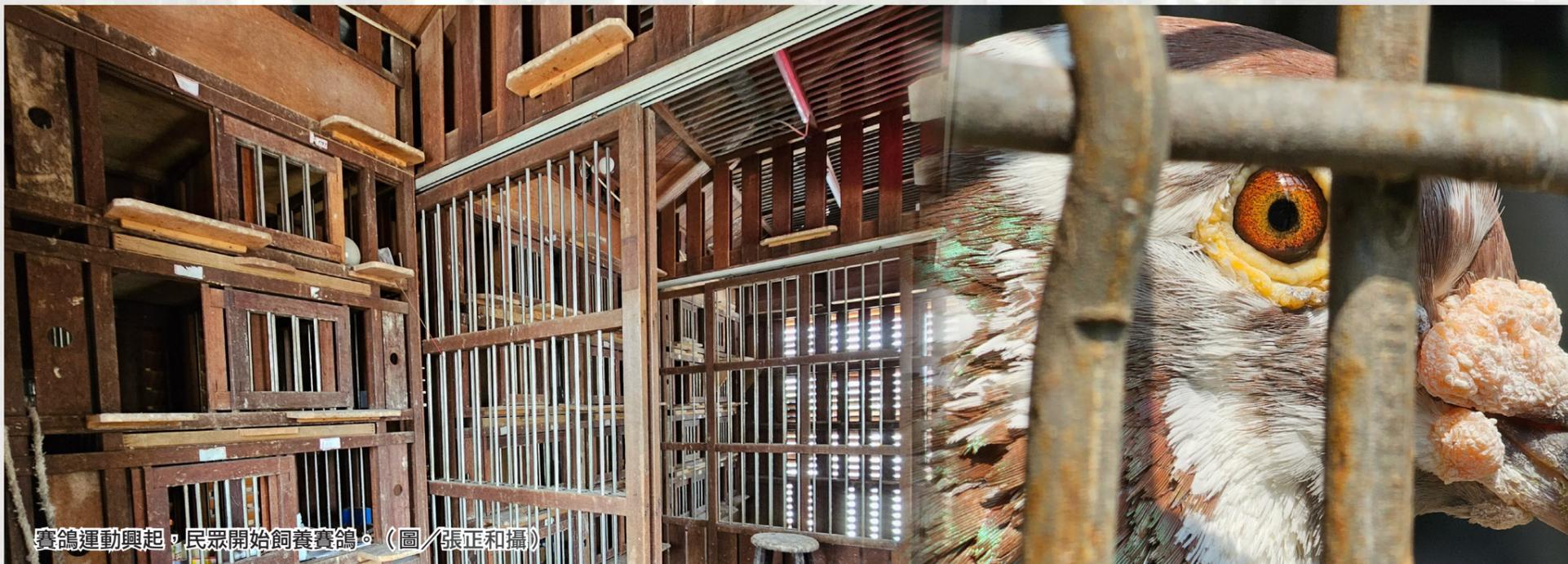


野鴿於住家陽台和窗戶築巢。(圖／社宜諳攝)



新北市三重區中山橋下的防鴿網。(圖／高慕潔攝)

賽鴿文化後遺 引爆生態危機



賽鴿運動興起，民眾開始飼養賽鴿。(圖／張正和攝)

記者／陳軻、羅沛琦

11年前，賽鴿運動在台灣迅速興起，根據媒體報導利益高達上百億台幣，因此，吸引了無數愛好者投入時間與金錢去飼養賽鴿，但卻造成外來種野鴿在台數量激增，形成生態圈問題。

台灣大學生物多樣性研究中心研究助理陳韋廷指出，賽鴿文化的興起是在1960年代，大量養鴿戶的出現，最終導致了今日野鴿數量的問題。

他說，賽鴿比賽是一種競技運動，鴿子需要在指定的地點放飛，並在最短的時間內返回主人身邊。然而，現實情況是，許多賽鴿在比賽後迷失方向，無法回到鴿舍，這些迷途的賽鴿在野外與台灣原生種珠頸斑鳩交配繁殖，成為今天看到的野鴿群體的一部分。

記者也親自走訪新北市三重的鴿社，看見鴿舍裡有上百隻不同品種的賽鴿，都被飼養在籠子裡，等待著參加賽鴿比賽。在訪問期間，一群訓練歸來的鴿子恰好飛回鴿社，它們在空中整齊排列地飛翔著，準備回到籠子裡，此時記者也觀察到每隻鴿子上都有一個顏色的腳環及編號。

鴿社的負責人阿國伯(化名)表示，每隻鴿子的腳上都戴著腳環，如果鴿子在比賽途中迷路，民眾可以透過環上的編號在網路上發佈尋鴿啟事，若尋獲迷途賽鴿且依照腳環上的聯絡方式聯繫到飼主，回到飼主身邊，讓飼主找回迷途回家的鴿子，因此，阿國伯認為，野鴿並非賽鴿導致的。

他也說到，飼養鴿子需要耗費不少金錢，他們也會定期餵養鴿子預防蟲類疾病的藥物，減少巴拉米哥、鴿門、呼吸道如巴拉米哥、鴿門、呼吸道、球蟲、毛滴蟲等疾病問題在鴿子的身上。

回收率遠低於預期 迷失賽鴿何去何從

儘管阿國伯說，現在比較少參與賽鴿的比賽，大多以販售鴿子為主，但他提到，賽鴿的回收率一直以來都處於較低的水平，以4月份的資格賽為例，180隻參賽的賽鴿僅有55%成功返回鴿舍，夏季比賽的回收率更低，僅剩下零點幾隻，更有放一萬隻賽鴿比賽僅回來17隻的情況，回收率遠遠低於預期。代表著那些未回家的賽鴿，何去何從？

從回收率來看，可以想像到，當賽鴿比賽時，數萬隻的賽鴿在台灣近海的天空上飛翔著，賽鴿一旦在比賽中迷失方向，就有可能永遠不再返回鴿社，成為迷航鴿或死亡在海上。

對於賽鴿來說，這可能是一場生死之旅，因此，也有不少動保團體認為賽鴿文化涉及虐待動物行為，這樣的行為也導致台灣野鴿數量無法有效的減少，衍伸出許多環境問題。

當政府認為賽鴿文化是一個產業，處於灰色地帶的情況下，無相關法律有效約束，賽鴿文化給台灣環境帶來的損害是無法估計的。這值得政府去思考賽鴿文化所帶來的問題而非漠視。

賽鴿回收率

春季：約55%

夏季：約0.17%



阿國伯鴿社參與春季及夏季賽鴿之回收率。(圖／歐承翰製)



賽鴿腳踝上皆有編號以便尋回，野鴿仍無法有效減少。(圖／陳軻攝)



賽鴿恐迷失或死亡於海上(圖／取自116賽鴿網)



賽鴿文化被視為灰色產業，恐帶來無法估計的損害。(圖／張正和攝)

鴿害危機四伏 人類健康遭殃

記者／歐承翰、蕭億駿

野鴿的棲息地和人類的居住環境大量重疊，實際上所帶來的危害遠超乎我們的想像，銘傳大學建築系教授王价巨與文化大學森林暨自然保育學系主任謝佳宏表示，鴿子的糞便和羽毛不僅會導致建築物損毀，還藏匿著大量病菌，恐怕會對人類健康構成威脅。既破壞環境，又危害健康，實在不容小覷。

野鴿的糞便引起人們「糞糞」不平外，也是建築物的隱形殺手。王价巨的觀察，鴿子的排泄系統特殊，其糞便中含有尿液，呈弱酸性，pH值約介於5至6之間。而建築使用的混凝土屬於鹼性，當鴿子糞便與混凝土接觸時，酸鹼中和反應會引發混凝土的腐蝕。鴿子的糞便亦會加速銅板、鋼板和青銅等金屬材料的老化與侵蝕。

他舉例說明，現代社會中太陽能板日益普及，許多家庭在頂樓安裝太陽能板，若鴿子糞便滴落其表面，將會造成不可挽回的損壞，此外，鴿子的糞便和羽毛會損害油漆及促進黴菌生長，將不利於居住環境。

野鴿帶來的不只是肉眼可見的傷害，牠們愛好在冷氣機築巢，此舉造成空調系統將其身上的病菌及蟲害帶入室內，從而危及空氣品質。謝佳宏指出，野鴿身上及糞便攜帶許多的寄生蟲和病原體，若是不慎接觸或是食用恐會危害人體，禽流感便是眾所皆知的例子。皮膚科醫生蔡逸姍說明，野鴿的糞便含有隱球菌，若吸入其孢子恐引發腦膜炎，嚴重可能致死。此外她也說，野鴿身上有禽蟎寄生，禽蟎經常透過牆壁縫隙、冷氣機縫口和空調系統進入室內，恐怕會轉移至人類身體叮咬皮膚，造成皮膚出現小紅疹，引起搔癢和不適感，導致睡眠品質下降，嚴重情況甚至會引發蜂窩性組織炎。

面對野鴿的多重危害，專家們提出了一些預防措施。王价巨建議，在建築物上安裝防鳥刺和隱形鐵窗。該方式雖然能夠防止野鴿棲息和築巢，但是對於整體環境的改善效果卻微乎其微，可說是治標不治本。

民眾餵食不斷 政府防範無果

台灣大學生物多樣性研究中心研究助理陳章廷表示，野鴿生活在水泥叢林的都市中，牠們本身也面臨著許多威脅，像是被車撞、鳳頭蒼鷹以及野貓或野狗等天敵，再加上鴿群聚集互相傳染的病毒，面對這重重的威脅，本應難以存活，但牠們在都市中的數量卻仍然不降反升。面對這樣的情況，他解釋，野鴿本身在都市中很難存活，鴿群會互相感染禽痘病毒以及乳突病毒，並會在鴿群中快速傳播，但牠們能大量繁殖導致數量居高不下，很大一部分原因還是因為民眾餵食，因為野鴿食物充足、生存環境優渥，所以牠們的孵化率也很高。

據台大生物多樣性研究中心研究顯示，一隻野鴿平均一年可孵化4-5隻幼鴿，因此即便面臨諸多威脅，但整體生存環境的優渥，還是能讓牠們大量繁殖。

雖然謝佳宏提出多種措施減少野鴿數量，傳統的方法是設置陷阱或進行捕捉，但由於民眾普遍對捕殺的觀感不佳，因此現在較少使用這種方式。而較為人道的方式是使用避孕藥，藥物能阻止鴿子胚胎的發育，達到節育效果。

事實上政府也曾落實過防範措施，可惜成效甚微。博威鳥控曾與台北市動保處合作，於2017年引進國外的「野鴿家庭計劃」，在公園定點餵食加了「乃卡巴精」(nicarbazin)的飼料，並由台大生物多樣性研究中心調查數量變化，雖然這一方法在國外有可行例子，根據新加坡經驗，2至4年後鴿群應能明顯減少，但該計劃卻在台灣沒有太大成效。

陳章廷說明，在計劃進行的過程中，他們發現鴿子本身對「乃卡巴精」的代謝很快，約一兩天便能完全代謝，如果要有成效就必須每天餵食，但因為台灣時常會下雨或是遇上颱風天，藥物很容易被融化或是吹走，因此要每天餵食在台灣幾乎不可能實現。

多位學者表示，最重要的是通過環境教育，告訴民眾不要餵食野鴿，當牠們失去充足的食物以及優渥的生存環境後，在都市的存活率、繁殖率便能有效下降，也可以通過環境保護相關法規，對隨意餵食者處以罰款，長此以往，鴿害的問題便得以改善。



野鴿的糞便恐危害環境和人類健康。(圖／高慕潔攝)



被禽蟎叮咬後引發紅疹。(圖／蔡逸姍醫師提供)



野鴿面臨種種威脅，數量卻仍居高不下。(圖／高慕潔攝)



野鴿身上攜帶多種疾病及細菌。(圖／張正和攝)