

# 銘報



Media News  
媒介中的媒介 新聞中的新聞

# 新聞

發行人/李銓

社長/陳耀竹

發行所/銘報新聞

銘傳大學傳播學院創辦

新聞局台報字0223號

中華郵政北台字第3352號執照登記為新聞紙類

http://www.mol.mcu.edu.tw 第1627號 總號第1827號 採訪中心/28824564轉2356 行政中心/28824564轉2356 1982年11月1日校內創刊 1989年11月1日登記出版

- 2 資策會辦部落格高峰會 探討產業發展共識
- 3 海翁台語文學慶祝發行100期 感嘆缺乏政府補助
- 4 HiNet15周年慈善音樂同樂會 關懷弱勢族群

## 上海世博會 4月27日開放媒體中心 新華社與中國移動推出《世博手機報》

記者/黃文愷、杜安琪、王燕芬報導

中國各地方為上海世博會進行多項規劃，其中上海世博會4月27日開放媒體新聞中心，促進各國交流。新華社與中國移動推出《世博手機報》，中國外文局和上海世博局日前已合作發行《世博周刊》。

上海世博會在4月27日開放媒體新聞中心、國際廣播電視中心、浦西分新聞中心和媒體註冊中心。據新華網4月9日報導，上海市政府兼上海世博會新聞中心主任宋超表示，上海世博會4月20日至26日舉行試運期，27日才開放各單位媒體新聞中心。

目前國內外媒體記者報名採訪上海世博會約達1萬

2千5百人，分別有580家國外媒體約3千5百名記者及713家大陸媒體約9千名記者。

在世博會期間，新聞中心每天透過廣播電視等媒體，提供完善的世博會訊息給記者，同時也將設立「網路新聞中心」，方便記者進行遠程採訪。

新華社與中國移動4月3日推出《世博手機報》，提供世博新聞和服務訊息，以增強世博訊息服務、引導各國遊客，成為全方位展示上海世博會的新媒體平台，大陸4千萬中國移動用戶將成為首批讀者。

在上海世博會舉行期間，新華社將派出近千名採

編、技術等人員組成採訪陣容，以文字、圖片、網路和影音新聞報導，並即時發佈各類新聞資訊。

《世博周刊》在4月8日已正式發行，據新華網報導，此周刊由中國外文局和上海世博局合作創辦，是目前大陸唯一以2010年上海世博會為主要內容的國家級刊物。

周刊內容以全方面記錄世博會進展，宣傳上海世博會的理念和提供實用的參觀資訊，讓國外讀者能深入了解當代中國的發展與變化。預計從4月至11月，出版24期，並同步發行中、英、日文三種版本。

## 新聞局補助製作高畫質電視節目 最高200萬元

記者/莊哲亞報導

新聞局公布99年補助製作高畫質(HD)電視節目徵選要點，除了原本補助項目全部保留外，並新增兒童少年節目類，最多可獲得200萬元的補助。

隨著高畫質節目越來越普遍，新聞局廣電處表示，這是新聞局連續第五年開辦，希望能夠藉由補助更多業者製播高畫質節目，發掘更多台灣影視人才，因此才會新增補助節目的類型，提升電視內容的質與量。

廣電處為了配合「電視內容產業旗艦計畫」啟動，今年也大幅提昇高畫質節目補助預算。高畫質電視節目徵選至5月17日止，新聞局希望電視公司及製作者能共襄盛舉。

## 廣告服務業發展計畫 輔導業者運用數位技術

記者/楊雁茹報導

經濟部商業司今年舉辦「廣告服務業發展計畫一趨勢廣告商業創意模式輔導」，以提升數位媒體創意及其工具應用能力，希望能全面性的協助廣告服務業者，提升經營績效與拓展市場商機。

「廣告服務業發展計畫」輔導對象包含廣告代理、媒體代理、廣告製作、公關、媒體等公司，內容分成「廣告服務創新類」與「營運效能改善類」兩類。評選考量則以計畫前瞻性、可行性、效益、合理性等4個方面做為評估重點，通過後需在99年12月1日前完成。

廣告服務創新類共輔導4件，將透過數位技術(如：雲端科技、擴增實境互動科技、多媒體應用技術、網路科技、行動通訊應用技術等)運用，達到開發新的廣告服務，以提升原有價值的目標，每件輔導上限為總經費的50%。營運效能改善類輔導1件，透過營運管理、知識管理、人力資源管理，達到提升廣告服務業者的營運效能目標，輔導款上限為新台幣40萬元。

此次計畫自4月8日開始受理報名，截止時間到4月29日，詳細內容可至廣告服務業發展計畫網站查詢。

## 「YOYO點點名」推出新單元 增加親子互動性

記者/覃淑儀報導

東森幼幼台新一季的「YOYO點點名」開播，由YOYO家族主持，節目中讓小朋友學習唱歌和跳舞，並開設新單元「YOYO猜猜王」以強化親子互動性。

東森幼幼企劃組策劃再如玉表示，新單元中讓小朋友猜謎語，能更了解生活知識，希

望透過新單元，吸引更多觀眾。

她說，「YOYO點點名」是以幼兒教育為主，搭配YOYO藝人帶動唱，以及特別設計的肢體動作，讓小朋友透過節目學習唱歌跳舞，強化小朋友的律動與協調能力，增進親子關係。



## 中央社內頻道Channel 209 4月1日開播

中央社4月1日啟用社內頻道Channel 209，中央社人事暨行政室主任羅廣仁(圖中)表示，Channel 209以中央社門牌號碼命名，播出社內最新動態、新聞產品，以促進社內人員的溝通。

Channel 209由中央社資訊事業中心助理編輯陳柏樺播報，他說，希望播出影片有助鼓勵社內人員製作影音新聞。另外，藉由頻道播放社內消息，也減少紙張公告，響應節能減碳。

(圖、文/杜安琪)

## 「夜」劇童星受關注 民視：將改善

記者/張維麟、潘惠華、吳思蓓報導

民視8點檔「夜市人生」宣告童星戲碼已殺青，接下來將著重拍攝第二代劇情。民視節目部經理趙善意表示，雖有童星加入，但也受到一些兒福團體及勞工團體的抗議，未來會更謹慎的處理童星戲份。

趙善意強調，民視童星的演出經驗並不多，有時導演會跟童星們反覆揣摩，讓他們更容易融入角色，

也會適量調整工作量。

趙善意表示，童星演出為這部劇帶來不錯的收視效應，往後的戲劇將會適度編入童星戲份，但劇情不適則不會刻意加入。

此外，童星小小彬近日頻頻參與各大戲劇演出，趙善意則表示，民視未來的戲劇有意尋找與小小彬年齡相近的童星參與演出。



## 地下電台登廣告請命 NCC:會納入考量 NCC要求電信業者加強費率標示

記者/黃羿瑄、許書綾報導

地下電台業者4月7日刊登半版廣告，訴求國家通訊傳播委員會(NCC)保留4成頻道讓業者合法化。NCC發言人陳正倉表示，NCC正規劃修訂廣電法，未來會採多元的釋照方式。

陳正倉說，頻譜是國家稀有資源，NCC一直將解決地下電台問題視為重要課題，但考量廣播電台經營兼具專業性、影響力等特性。

目前正在規劃廣播電視法第十及十二條修正案，未來會採審議制、審議加拍賣制等其他方式釋照。

NCC表示，修正案的規劃內容，就是為了避免過度以拍賣金額高低決定經營者可能出現的流弊，也盼能促使第十一梯次廣播電台執照開放更具公平、多元性。修正案的相關細節仍在討論中，會將業者的訴求納入考量。

陳正倉指出，目前第十一梯次廣播電台執照規劃開放155個頻道，其中22個公益電台採審議制，133個商業電台採審議加拍賣制；先透過審查了解申設者的經營製播能力與經驗，審核後再公開拍賣，拍賣金額到達一定門檻時，會以抽籤方式決定，以維持公平性。

記者/莊哲亞報導

行動電話資費4月1日起降價，但消費者若選擇贈送免費通話分鐘數的方案，便很難享受到降價優惠，NCC希望業者在讓客戶選擇方案時，能夠註明清楚。

許多電信業者藉由推廣贈送免費通話分鐘數的促銷費率，迴避NCC的降價要求，因此消費者僅只有超過免費通話分鐘數部分，才能享有降價的優惠，據中國時報4月13日報導，NCC礙於電信資費管制，只能針對牌告費率進行約束，牌告費率以外的促銷資費，NCC只能透過道德勸說，請業者改進。

NCC也將要求業者在網站上增加資費備註，提醒說明適合消費者撥打網內、網外及市話的分鐘數，並進一步建議消費者採何種資費比較划算。



# 資策會辦部落格高峰會 探討產業發展共識

記者/利雨璇報導

資策會創新應用服務研究所在4月14日舉辦國內首次「部落格高峰會」，以凝聚部落格產業對未來發展的共識，並預估2011年整體網路廣告規模可達78.81億元。

會議中宣布成立國內第一個「部落格產業研究社群」，整合產業上下游成員的意見，共同為部落格產業發展奠定良好的基礎。會議中從部落客、BSP、部落客媒介和

廣告主四個角度來探討部落格產業的經濟及未來發展動向，參與的廠商業者包括中華電信、聯合線上、樂多及yam天空等。

資策會創研所副所長樂以媛表示，部落格不但貼近人心，且具有知識傳播的功能，部落客可透過口碑行銷發展庶民經濟，創造網路經濟效益。

「部落格高峰會」也達成共識，資策會

將與多家BSP平台合作，透過「部落格領域達人辨識技術」選出美食、旅行、動漫影音、親子家庭與寵物、流行資訊、文學藝術等六大領域的百大部落客達人。

台北市網際網路廣告暨媒體經營協會(IAMA)統計，2010年網路廣告成長最大動能來自於社群網站的口碑式行銷，預估2011年整體網路廣告年成長率為12.76%。

## NOWnews 2周年 營收成長為下一年目標

記者/林婉玉、朱郁瑄報導

NOWnews今年4月邁向2周年，在過去一年當中，NOWnews不斷的增進新聞的深度與廣度，NOWnews總編輯蔡慶輝表示，公司在去年的影響力成功的向前邁進，今年會將目標設定在營收部分，讓同仁能更安定的工作。

他說，比起第一年NOWnews在網路流量是國內新聞網站的排名，都有明顯的成長。NOWnews第二年在國內新聞網站排名為第二名。

NOWnews專案經理顏嘉宏指出，NOWnews網路平台的平均流量與去年相較之下，約

成長了30%，在ARO排名方面，NOWnews在2008年12月排名33名，2009年12月排名為23名，在今年1月時，排名已上升至19名。

NOWnews在兩周年並不會推出像一周年的「抓周活動」，蔡慶輝說，公司會著重在和網友互動的WNews部分，平常和網友的互動也會把它變成常態性的活動，所以不會在兩周年時刻意的去強調這一點。NOWnews也在微網誌與網友們互動，去年9月時，Facebook的粉絲人數已達到1萬8千多人。

## 北健「學生玩什麼」 拍攝時下校園活動

記者/張漢維、黃曉慧報導

北健有線電視在北健第四活力公用頻道推出新節目「學生玩什麼」，主動走入桃園區校園內，透過鏡頭報導校內學生社團活動，讓觀眾了解時下的學生們在校內生活的創意及新玩法。

北健有線電視節目部主任許巧妮指出，製作「學生玩什麼」希望能與桃園地區的學生們密切結合，並提供一個媒體平台，進一步讓大家了解在地媒體的角色後，製作出以有關校園活動為主題的節目。

許巧妮表示，節目鎖定觀眾群為高中生、大學生和年輕的上班族，節目拍攝對象與挑選方式主要是以桃園區內的高中及大專學府，學生們可以自薦校園內的社團活動作為拍攝題材，只要活動有創意，便有機會登上螢幕。

## 霹靂獲邀參加2010年「中國國際動漫節」

記者/凌曉君報導

霹靂國際多媒體獲「中國國際動漫節組委會」邀請代表台灣參加2010年第六屆「中國國際動漫節」，由董事長黃強華率領霹靂工作人員，向大陸推廣台灣布袋戲。

霹靂董事長黃強華將擔任這次展覽大會《數位高峰論壇》發言貴賓，也會在現場舉辦簽名會。另外，霹靂當家小生素

還真、一頁書、葉小釵等總數超過二十尊霹靂布袋戲偶，也會以Cosplay的方式在現場演出，與大陸同好切磋交流。

這次的動漫展除了展出霹靂的商品外，還有霹靂與翻翻動漫文化以及台北國際書展基金會一起合作推出的2010霹靂福袋公益義賣活動，以滿足戲迷們的需求。



YOYO家族中的柳丁哥哥(左)、星星哥哥(右)和月亮姐姐(中)為「恰恰特快車」擔任代言人，藉由這次活動，讓小朋友與YOYO藝人有更近距離的互動與接觸，並加強宣傳。

(圖、文/覃淑儀)

## 「恰恰特快車」見面會 加強節目宣傳

記者/覃淑儀、陳金鈺、黃曉慧報導

YOYO家族柳丁哥哥、星星哥哥和月亮姐姐為「恰恰特快車」擔任代言人，4月11日在台北玩具反斗城舉辦「恰恰特快車」見面會，希望藉由這次活動，讓小朋友與YOYO藝人有更近距離的互動與接觸，並加強宣傳。

活動負責人博寶行股份有限公司行銷專員游詔棟表示，「恰恰特快車」描述著一個與火車相關的虛擬世界卡通，劇情充滿現了現代化的快節奏，主要觀眾年齡層為3歲至9歲的小朋友。

他透露，「恰恰特快車」特別邀請柳丁哥哥、星星哥哥和月亮姐姐擔任節目的代言人，主要是因為YOYO藝人非常受到小朋友歡迎，再加上這部卡通片在東森幼幼台播出後，廣受

觀眾喜愛，每一集的收視率都有維持在1.8至2之間，因此特別邀請YOYO藝人擔任節目的代言人。

活動當天，代言人柳丁哥哥、星星哥哥和月亮姐姐帶來「恰恰特快車」主題曲時，吸引了全場小朋友的目光。

YOYO藝人以帶動跳的方式教唱，與現場小朋友一起手舞足蹈。最後就是小朋友期待已久的有獎徵答活動，答對的小朋友可以得到「恰恰特快車」的贈品。

另外，YOYO藝人也在當日的活動中呼籲小朋友報名參加「恰恰特快車彩繪比賽」，只要在比賽中勝出的參賽者，就有機會獲得可以恰恰特快車合金系列小火車，活動截止日期為5月10日。

## 傳播短訊

### 緯來戲劇台

#### 與橘子工坊合作送折價卷

緯來戲劇台配合新劇「天使的誘惑」與橘子工坊合作宣傳，橘子工坊提供折價優惠，緯來戲劇台則提供網站連結與電子報的露出，達到互惠互利宣傳效果。

4月8日至30日期間，上緯來官網列印「天使的誘惑」的相關折價券，就能享有優惠。

緯來戲劇台表示折價券上印有「天使的誘惑」播出訊息，間接達到為戲宣傳的效果。

(黃曉婷)

### 漁業廣播電台

#### 推「全民漁業珍愛海洋」活動

漁業廣播電台與台南縣政府教育處合作「全民漁業珍愛海洋」校園深耕活動，幫助國小學童對海洋有更深入的了解，也宣導保護海洋生態的觀念。

漁業廣播電台節目課長范正益表示，為使海洋保育與漁業資源永續利用，漁廣與台南縣政府教育處合作，規劃「全民漁業珍愛海洋」校園深耕的活動，計畫巡迴台南縣39所國小，深入全台沿海校園宣導海洋生態、資源保育的重要，期望國小學童能更深入認識海洋，愛護海洋。

(陳聖尹、簡于婷)

### 東森洋片台

#### 「凡爾賽拜金女」徵文活動

東森洋片台配合「凡爾賽拜金女」首播，推出「凡爾賽拜金女」徵文活動，針對「凡爾賽拜金女」的相關主題投稿，就有機會可以獲得1萬元。

東森洋片台希望透過這個徵文活動，鼓勵更多觀眾創作。這次的徵文活動主題有4個，包括瑪莉皇后引起的時尚風潮、18世紀凡爾賽宮貴族生活及美食潮流、18世紀法國流傳至今的感人傳奇故事，以及繁華的巴黎當年建築風格。只要寫下對相關主題的幻想或夢想，投稿至活動網站就有機會獲得1萬元的獎金，活動截止日期為4月30日。

(覃淑儀)

## 全心投入編務工作 努力充實報紙內容

### 中國時報總編輯 王美玉



記者/杜安琪報導

第一次編前會議結束，中國時報總編輯王美玉踩著高跟鞋，隨著腳步聲越接近，讓人心跳加速。但看見她臉上的笑容，不同於編輯會議中認真討論的神情，似乎也緩和了緊張的心情。

今年1月初王美玉接任中國時報總編輯，調職對她來說是職業生涯的延續，她坦承，之前擔任時報周刊社長需要顧慮周刊的盈虧問題，如今她可全心投入在報紙編務工作，成為報紙的內容經營者。

王美玉說：「總編輯的重大責任是把報紙內容變得充實，具有核心價值，才能在媒體競爭市場中找出定位。」報紙扮演監督的角色，要報導「重要事件、事實、真相」為讀者爭取權益。也因為這樣，今年3月初鄰居跟她說，桶裝瓦斯的價格快賣到一千元一桶時，王美玉立即要記者查證與報導桶裝瓦斯價格議

題，報導也引起消保會對業者監督桶裝瓦斯的售價。

王美玉就讀師範大學社會教育系新聞組時，就是中國時報的實習記者，她深信新聞能改革社會，帶來更好的願景。畢業後，她選擇從事新聞工作，放棄當一名老師。就這樣，她在中時媒體集團工作長達28年，從一名記者到擔任總編輯，從這些工作經驗中，她很了解讀者的需求，並掌握報業發展趨勢。

談到目前的工作，王美玉指出，每天需要處理大量新聞，包括新聞採訪、查證來源及寫作等，要在短時間內讓新聞呈現在版面上，她要求報紙的內容一定要好，因此她覺得工作表現應該由讀者來評分。

無論工作多繁忙，王美玉仍會抽空閱讀，《誰搬走了我的乳酪》正好可以對照她工作情況。她回憶起第一天擔任中國時報政治組記者的時候，獨漏了行政院長俞國華請辭的新聞，但她沒有因此感到氣餒，反

而採訪後續新聞為讀者跟進最新動態。而那次的獨漏經驗讓她經常提醒自己，不要抱怨別人連累自己錯失機會，應該要積極爭取，就如《誰搬走了我的乳酪》的書中人物想辦法找回失去的乳酪一樣。

翻閱王美玉的照片，發現她一直留著短髮，就像她謹記著中山女高校長曾說：「只要有開始，一切都不會太晚。」王美玉時常以這句話勉勵自己，無論面對挫折或是在學習的道路上，她相信任何事情只要踏出第一步就可逐步達成，如果抱著明天才開始的心態，就會給自己藉口逃避。

### 採訪後記

王美玉具有領導者的風範，與員工齊心經營報紙內容，讓中國時報邁入創辦60周年。





海翁台語文學

慶祝發行100期 感嘆缺乏政府補助

記者 / 劉以翔報導

台語雜誌「海翁台語文學」在4月屆滿發行100期，對經營不易的雜誌市場而言實為創舉，為此雜誌社特地在4月8日於台南安平劍獅埕舉辦慶祝活動。創辦人蔡金安表示，從第1期出刊到現在撐得很辛苦，也感嘆這些年來很少得到政府的幫助。

根據聯合報4月9日的報導，海翁台語文學從2001年2月創辦至今已過了9個年頭，是國內發行最久的純台語雜誌，但卻從第1期一路虧損至第100期。

蔡金安表示，創立這本雜誌，主要目的是希望能讓年輕一代「喙講父母話，手寫台灣文，推送台灣人的文藝復興」。此外，他還指出，以台語發行的雜誌，銷量有限，這類型的雜誌，能持續在書店上販

售上百期，也算相當「長壽」，這是許多讀者共同參與、投入心血的結果，也希望未來大家能繼續支持。

海翁台語文學總編輯黃勁連表示，蔡金安辦台語雜誌只賠不賺，但大家理念一致，希望能藉此恢復台語文學在台灣的地位。他也指出，發行台語文雜誌，是一個非常艱辛的過程，蔡金安為了這份雜誌出錢出力，不計回收，其實壓力很大，但仍堅持每個月準時發行，甚至從未延期發行，這份用心獲得大家一致肯定。

一同出席慶祝活動的成大台文系主任吳密察也表示，長期以來，各級學校都是用北京話教台語文，無法達到傳承的目的，台文界無法期待政府有利的措施，只

希望政府能繼續提供環境，讓社會力能持續發揮。

此外，對於未來海翁文學的發展，蔡金安在中評社的專訪透露，大陸福建、廈門等地的學者將在今年8月，參加在台南舉辦的「海翁台灣文學營」，推動兩岸閩南語的學術交流。

海翁台語文學包含台語文學研究，也包括台文作家發表的現代詩、散文、小說，及民間的台語文學整理，並提供母語教材，內容相當廣泛，多年來已成為國小台語文教學的交流廣場，也提供一個能發表台語文學的平台。而目前市場的台語雜誌除了海翁之外，還有「罔報」、「府城詩報」等。

Cheers與樹德科大一起「玩，美學創意」

記者 / 李宥璇、鄧千繪、陳宛萱報導

由Cheers雜誌與樹德科技大學主辦的「2010玩，美學創意」論壇，分享設計美學與創意來源。陳永基設計公司創意總監陳永基說，創意來自觀察日常生活，必須站在消費者的角度設想、勇於突破、出奇不意，並累積比賽經驗，增加自己的實力。

「2010玩，美學創意」邀請樹德科技大學校長朱元祥、樹德科技大學設計學院院長翁英惠及陳永基，討論台灣未來設計發展與創意走向。

Cheers雜誌副社長劉鳳珍表示，最近台灣設計師在國際嶄露頭角，台灣的設計產業也逐漸受到重視，透過設計師的經驗分享，讓對設計有興趣的學生，有更進一步的了解。

陳永基預測，未來台灣設計將普及化，全民有基本的美學概念，強調好的設計和對的設計。兩者差別在於好的設計是由自己決定，對的設計是由客戶決定，因此在設計前先抓住客戶的心理才能兩者兼顧。

朱元祥表示，台灣培養設計人才的資源有限，政府應重視國家的文化發展與設計產業，從大型公共建設開始著手改造，提升國際對台灣的好感度，而不是持續沒有創新的建設。

「第二屆島田莊司推理小說獎」徵文開始

記者 / 陳竺莉報導

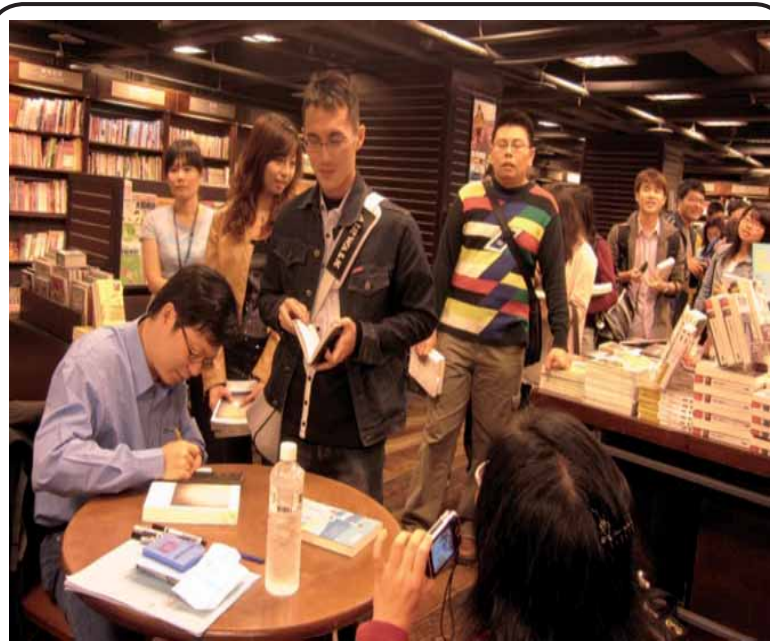
皇冠文化舉辦「第二屆島田莊司推理小說獎」徵文，首獎作品除了可獲得日本推理小說家島田莊司的背書，還能在台灣、大陸、日本、泰國和義大利出版得獎作品。

「島田莊司推理小說獎」徵文對象不限國籍，只要是個人完成的華文創作者，且未曾在媒體公開及出版過的作品，均有資格參加。

此外，參賽者須提供5千字內的故事大綱，詳述作品的架

構、情節大綱、推理說明、設計目的和自己小說的獨到之處。至於評選則分成三個階段，先由皇冠文化從所有參賽作品中選出10名進入複選，再經由複選選出3名進入決選，冠軍則由島田莊司本人親自從決選作品選出。

「第二屆島田莊司推理小說獎」徵稿截止至明年2月28日止，並預定於同年8月舉行頒獎典禮，詳情可上「島田莊司推理小說獎」網站查詢。



麥田出版為作家蔡智恆（左一）在誠品西門店舉行「鯨魚女孩·池塘男孩」簽名會，與讀者互動熱烈。

(圖、文 / 陳佩霓)

蔡智恆簽名會 與讀者互動熱烈

記者 / 陳佩霓報導

麥田出版舉辦蔡智恆「鯨魚女孩·池塘男孩」簽名見面會，吸引不少國內外讀者參加。麥田出版副總編輯林秀梅表示，很多年輕讀者希望可以接觸到作者本人，所以舉辦簽名會，讓蔡智恆能與讀者互動，現場反應非常熱烈。

林秀梅表示，蔡智恆的書籍以年輕讀者為主，在誠品西門町舉辦簽名見面會，因為誠品西門店的客群大多是年輕人。除了巡迴簽名見面會外，麥田出版在「鯨魚女孩·池塘男孩」還沒上市之前，讓讀者在網路上預購，做一系列相關宣傳，以讓更多讀者知道書籍即將上市。

她說，舉辦簽名見面會，除了可以讓讀者和作家有互動，更可以知道作家的讀者大多是什麼類型，了解讀者的需要，以便未來能更確切的滿足讀者。

傳播短訊

中國互聯網

去年大陸用戶達2.4億

中國互聯網路信息中心(CNNIC)研究報告顯示，大陸網路電視用戶截至2009年底已達2.4億，其中有3936萬用戶只用網路觀看電視。

根據新浪網4月7日的報導，66.8%的網路電視用戶收看電視的時間明顯減少，其中23.7%的用戶已不用電視收看節目。用戶選擇網路電視的主要原因，是因為電視台在收看上有時間限制，網路電視則較為彈性，用戶可自行決定觀看時間。

(黃文愷)

ProPublica

首度獲得普立茲獎

普立茲獎4月12日在美國紐約哥倫比亞大學揭曉，此次得獎者首次出現網路媒體，由非營利新聞組織ProPublica，榮獲第一座調查性報導獎。

根據中時電子報4月14日報導指出，普立茲獎自1917年設立以來，一直只限報紙和通訊社報名，去年首次放寬限制，讓網站一起參與競賽，今年調查報導獎首次由非營利網站ProPublica和《紐約時報雜誌》共同以「紀念醫院的死亡選擇」得獎，而最重要的公共服務獎，今年則由《布里斯托前鋒快報》摘冠。

(張芳瑜)

聯合報系

主辦「台積電文學獎」

聯合報系與台積電文教基金會主辦「2010台積電青年學生文學獎」，收件日期至5月18日，凡16至20歲的高中職校均可參加，以鼓勵青年創作。

今年獎項分為短篇小說及新詩獎，每類獎項共取3名，獎金高達30萬元，每人每項以參賽一篇為限。

本文學獎即日起開始收件，5月18日截止，7月中旬揭曉得獎名單，並公布在聯合報副刊。

(陳韋杉)



消息經濟來了：

數位內容正這樣改寫世界，不參與、就淘汰！

記者 / 傅崧庭、潘承甫、張芳瑜、翁千惠、邱媚含、劉軒佑報導

「消息經濟來了：數位內容正這樣改寫世界，不參與、就淘汰！」是大是文化於今年3月出版的新書。作者肯·達科特(Ken Doctor)是Outsell顧問公司的新聞媒體產業分析師，透過他的分析，讀者可以了解消息經濟對美國新聞產業的衝擊，以及未來消息經濟興起時大眾，一定要知道的知識。

肯·達科特指出，近年來消息經濟的崛起導致美國新聞產業的衰退，但在消息經濟的世界裡，訊息卻不斷的從四面八方而來，人們要如何去統整、利用訊息，將決定自己是不是網路世代裡的弱勢族群。他認為，這種現象不只發生在美國，未來十年更會蔓延到

全世界，媒體將正式進入緊急狀態，而這一改變，雖然是媒體產業的危機，卻也是另個重寫新聞事業的新契機。

網路世代的來臨，讓每個人都成為訊息的發布者，但真正賺錢的不是原創者，而是內容整合者。像是Google、雅虎、MSN等，這些公司很少自己做內容，而是把很多內容和很多觀眾集合在一起，然後當中間人收取費用，所以消息經濟是贏家的社會，大部分錢會被少數的人賺走。

這本書不只關於消息經濟中的贏家和輸家，還定義了一套新局面，並提供給所有關心資訊與知識未來的

人使用，包括夢想家、策劃家、規劃家、策略家和投資人。



書名：消息經濟來了：數位內容正這樣改寫世界，不參與、就淘汰！  
作者：肯·達科特  
譯者：林麗冠  
出版社：大是文化  
出版日期：2010年3月2日  
頁數：279頁  
定價：320元



# HiNet 15周年慈善音樂同樂會 關懷弱勢族群

記者/吳詩禹、蔡孟玲報導

新視紀整合行銷承辦「HiNet15周年慶，馬修連恩分享愛慈善巡迴音樂同樂會」，4月7日起在苗栗縣大湖國小舉辦四場音樂同樂會，以慈善巡迴的方式深入需要關懷的地方。

中華電信HiNet延續去年公益慈善與關懷兒童的理念，今年以「分享愛」與「回饋客戶」為出發點。中華電信數據通信分公司總經理陳祥義表示，音樂最能夠串聯每一顆心，孩童是未來的希望種子，需要愛與關懷才能夠成長茁壯。

HiNet 15周年慶是由音樂及關懷孩童兩大因素串連而成，今年也將帶領員工秉持著「取之於社會，回饋於社會」的理念，

延續公益關懷活動，是HiNet最重視的態度。HiNet員工也踴躍募款，金額高達46萬，幫助更多地方的孩童繼續上課、學才藝等。

新視紀整合行銷專案執行卓廷倫表示，去年開始和HiNet合作，舉辦大型活動、公司內外募款，募到金額捐給家扶基金會，幫助到許多社會弱勢族群。

今年HiNet進入15周年慶，延續去年公益活動方向，在苗栗、南投、屏東、台東等地安排公益活動，實際深入弱勢族群、受災戶的生活中。因活動舉辦地點較偏遠，所以有安排媒體專車接送，在活動前也和媒體聯繫，如果無法到場，就進行事後發

稿，以達到活動較高的曝光率。

這次慈善巡迴音樂同樂會活動起跑首站為苗栗縣大湖國小，苗栗縣縣長劉政鴻也出席活動，與中華電信HiNet一起響應公益。活動在4月份的每週三，分別巡迴到「南投信義鄉-人和國小」、「屏東三地鄉-三地國小」及「台東家扶中心」，也可透過hiChannel觀賞巡迴音樂會活動精華。

此外，HiNet光世代在97年推出的短篇網路動畫「愛在光世代」，今年與警政署刑事警察局合作推出第三集「向日葵的幸福」，在HiNet各大影音平台及警政署網站都可免費收看，藉此影集希望民眾關心親子關係及網路安全。

## 媒體徵才

### 東森電視

#### 徵新聞專題編導

東森電視徵新聞專題編導1名，科系限制為大眾傳播學、新聞學相關。工作內容為製作新聞電視專題節目，申請者須有4年以上工作經驗，語文條件方面，英文須精通聽、說、讀及寫的能力，並且須擅長Microsoft Office，熟悉線性剪輯、Avid、Premiere非線剪輯系統。

(葉佳筠)

### 中嘉網絡

#### 徵產品行銷經理

中嘉網絡徵產品行銷經理，學歷須大學以上，沒有相關科系的限制，須擁有相關工作經驗，以及具備英文聽、說、讀、寫能力。

工作內容為具備產品行銷相關經驗及經銷合作方案規劃與合作談判、產品說明、協調與簡報、產品定價與成本分析作業，以及文宣文件編輯。

(葉佳筠)

### 中央廣播電台

#### 徵節目委製主持人兼記者

央廣徵西班牙語節目委製主持人兼記者，應徵條件為大專以上畢業，國籍、性別不拘，男須役畢或免服役。西班牙語聽、說、讀、寫流利，具備中文說、讀能力，且對新聞及廣播有濃厚興趣，熟悉電腦操作。

工作內容包括西班牙語翻譯、播音、採訪、節目製作和網頁製作。

(姜鏡汝)

### 霹靂

#### 徵節目部執行製作人員

霹靂徵節目部執行製作人員，對節目製作具有高度熱忱與興趣，喜愛霹靂布袋戲且對霹靂具基礎認識者佳。應徵者以具有節目執行經驗者優先考量，無經驗亦可。

工作職位須具有創意及溝通能力，熱衷於文字與影像創作，擅長photoshop平面設計，為人態度謙和、好學、積極進取和刻苦耐勞，願為完成工作而全力投入。

(凌曉君)

### 大愛電視台

#### 徵專題攝影記者

大愛電視台徵專題攝影記者1人，學歷須大學以上傳播相關科系畢業，須有5年以上攝影記者經驗，具備電視新聞專題採訪製作攝影能力、非線性剪接與畫面概念、基本電腦操作，會FCP(非線性剪接系統)尤佳。

工作內容為電視新聞專題採訪及製作，須出差，薪資面議。

(楊子賢)

## 「The Big Issue中文版」艋舺首賣

記者/陳欣汝報導

大誌雜誌與頤德國際共同舉辦的「The Big Issue中文版艋舺首賣活動」4月1日在艋舺舉行，由近30位徵選訓練合格的遊民在龍山寺捷運站口集合首賣，接著分批由志工陪同前往主要捷運站點販售，許多台灣遊民藉由刊物販售找回經濟自主權。

艋舺為目前全台聚集最多街友及弱勢族群的地區，也是社會大眾關注的角落，活動選擇艋舺龍山寺別具指標性意義。

頤德國際資深總監林柏虎說，此次活動頤德國際主要負責活動流程、對外媒體溝通、活動宣傳與活動執行，在活動的籌備過程中由於志工較難募集又是義務性的幫忙，所以須配合他們的時間進行訓練，也因募集到的志工不如預期，因此首賣當天只讓遊民在幾個站點進行販售。

林柏虎表示，許多民眾都樂意花錢來向台灣遊民買The Big Issue中文版雜誌，而這樣的活動能夠幫助台灣遊民重拾工作。雜誌一本100元，隨書附贈知名畫家幾米的創作海報。



知名畫家幾米特為The Big Issue繪製的創刊精美海報，將隨創刊號贈送予讀者。

(圖/頤德國際提供、文/陳欣汝)

## 郭元益校園包裝設計大賽 將傳統與新世代結合

記者/蔡孟玲報導

全人類公關承辦「郭元益第一屆校園菁英盃包裝設計大賽」，於4月1日開始收件至5月17日，以百年傳統餅舖遇上新世代的融合對話為設計概念，並有機會成為郭元益簽約設計師，鼓勵大學生踴躍參與。

全人類專案執行吳念祺表示，為了提高活動曝光率，這次比賽和中華平面設計協會合作，透過協會和各大專設計院校建教合作所耕耘的人脈，將訊息深入校園。同時，進行網路宣傳，包括PTT、Facebook、無名小站及黑秀網，聯繫媒體進行活動發佈，讓比賽快速推廣給所有大專院校學生。

畢業季即將來臨，在經濟不景氣、好工作與好人才難尋的社會中，郭元益企業首次為大專院校學生舉辦包裝設計比賽。她表示，郭元益以回饋社會的心情，祭出高達20萬的獎金，藉此激發台灣年輕設計人才的創意，及優先成為郭元益簽約設計師，協助優秀人才順利就業。此外，郭元益是傳統產業，希望透過包裝大賽的方式，爭取頂尖設計人才，達成企業永續經營的目標。

園文宣的部分。至於繳交稿件的相關注意事項，已刊登在官方網站上，印而凹豆並未協助台灣區收件的部分。

秉持著「非凡創意、源於傳統」的瑞士天梭表，即日起至4月30日止，在全球針對設計相關科系學生，進行大規模的腕錶陳列道具徵稿活動，期盼發掘設計新秀，並為天梭表視覺形象，注入新鮮活力。

前三名優異作品，可得獎金及天梭精選錶款外，第一名可親自到瑞士天梭表總公司接受表揚並可獲得「瑞士榮耀之旅」行程，至天梭表瑞士總公司接受表揚及頒獎。

## 印而凹豆徵稿活動 盼學生展創意

記者/胡煜宗、陳雨鑫報導

印而凹豆公關公司承辦天梭表設計徵稿活動，截止日期為4月30日，期盼藉由校園徵稿活動，讓學生族群發揮創意。

由瑞士天梭表鐘錶公司所舉辦的全球徵稿活動熱烈開跑，邀請全球設計學院相關科系學生共襄盛舉，希望藉由年輕人的創意發想，讓更多人了解天梭表的創作理念與設計元素，並鞏固年輕的品牌形象。

印而凹豆公關人員章瑞芬表示，由於這是全球的徵稿活動，印而凹豆只負責台灣地區的宣傳和新聞發佈等事宜。為了配合主辦單位的活動宗旨，台灣區的宣傳還是著重在的校



## 劉培琴：下定決心努力去做就對了

記者/黃念涵、林宗興、黃偉倩報導

中嘉網路股份有限公司法律及公共事務部經理劉培琴4月7日在銘傳大學傳播學院大傳講座課程中，除了和學生分享如何培養競爭力外，同時也針對NCC最近將修訂廣法的内容做討論。

劉培琴從20年前就開始在媒體界工作，擔任過節目主持人及主播，現在在網路公司任職。7日受邀到銘傳大學與學生分享「數位匯流下的傳播產業」，談新媒體的形成，分別為有線電視、中華電信MOD、行動電視及網路電視的發展。NCC修有廣法是最近的重要事件，她表示，此次修法的重點為有線電視經營區由原一區一家改為可跨區經營、費率審核權由縣市政府權限收回中央但可與地方協商、地方自製頻道需申請衛廣執照及禁止地方性廣告播出四點。

說到推動數位化的困難，她表示，NCC數位化政策不明、收視戶消費習慣難改變、節目內容不足、補貼與受爭議、機上盒採購需要大量成本等造成數位化難推動。

談到就業選擇，從銘傳大學傳管所畢業的劉培琴表示，一定要常常問自己喜歡什麼、想做什麼，再選定目標下定決心去做，這樣才會讓自己更進步。

劉培琴建議，在學校要先強化專業能力及做好基本功，訓練好寫稿及語言表達能力，外語和電腦處理更是現在就業很重要的能力。

她表示，發現問題是很重要的，要從看不見的問題中看見問題；思考及專業解讀的能力也格外重要，另外，人際關係也是專業能力的一部分，積極培養人脈也是在職場上成功的關鍵。

