



# 目錄

01	董事長的話	01
02	第八屆董事會成員	04
03	研究發展與調查 2024 選舉新聞觀察報告：檢視公平原則	08
04	媒體素養教育與推廣	11
	教材開發：教材影片	12
	入班觀課與教學	13
	桌遊推廣暨助教培訓工作坊	14
	偏鄉離島推廣活動	17
	逆食NEWS-媒體素養營 專欄與演講	18 21
05	政策倡議與監督	22
06	媒體觀察與監督	26
	擴大影響力	28
07	第23屆台灣兒童及少年優質節目評選暨頒獎典禮	29
	【給我五分鐘】—媒體素養與優質兒少節目展暨 媒體素養短影音競賽頒獎典禮	41
	原創內容製作	47
	媒觀會客室	50
	媒度Salon	54
	媒體維生素 社群經營、網站經營	60 61
08	財務責信	62

# 董事長的話



01



# 董事長的話

走過四分之一個世紀，1999 年創立至今的台灣媒體觀察教育基金會（以下簡稱「媒觀」）致力於促進台灣的新聞自由、媒體正義、媒體自律和公民傳播權利。

在過去 25 年，以及 2023 這一年裡，媒觀持續在研究發展與調查、媒體素養教育與推廣、政策倡議與監督、媒體觀察與監督以及擴大影響力等方面，累積了相當豐碩的努力成果。

過去這一年，媒觀工作同仁在富邦文教基金會、英國西敏寺民主基金會（the Westminster Foundation for Democracy, WFD）等機構的支持下，特別走訪南投、澎湖、金門等離島和偏鄉，親自將媒體與資訊素養（media and information literacy）的教育資源分享給離島和偏鄉的教師和學生。媒觀也持續推動一系列的媒體素養教育活動，包括媒體素養工作坊、媒體識讀課程和面向公眾開放的線上和線下「媒觀會客室」講座等。

另外，媒觀持續更新媒體素養線上教材庫，為教師社群更好的媒體素養教材資源的近用管道，並且規劃推出媒體素養桌遊【選情風向球】的升級包，希望用遊戲元素更有效地推廣媒體素養教育，以幫助民眾辨識假訊息，學習事實查核的基本技巧，

媒觀也與中嘉媒體集團合作錄製《媒體維生素》節目，並在英國西敏寺民主基金會的經費支持下執行 2024 年大選選舉新聞的監看分析。

上述所有的成果，除了來自於媒觀所有同仁的努力，也得益於每一位捐款者的支持！媒觀承諾，未來將繼續善用每一分來自社會的捐款，以創造出更豐碩的成果。

郭世芳  
2024 年 4 月

# Message from the Chairman

As we reflect on the past quarter-century, the Taiwan Media Watch Foundation (hereafter referred to as "Taiwan Media Watch"), established in 1999, has been dedicated to advancing press freedom, media justice, media self-regulation, and citizens' communication rights in Taiwan.

Over the past 25 years, particularly in the year 2023, Taiwan Media Watch has accumulated significant achievements in research and development, investigations, media literacy education and promotion, policy advocacy and oversight, media observation and supervision, and expanding influence.

In the past year, with the support of institutions such as the Fubon Cultural and Educational Foundation and the Westminster Foundation for Democracy in the UK, WFD,, our team at Taiwan Media Watch has made special visits to outlying islands and rural areas such as Nantou, Penghu, and Kinmen. We personally shared educational resources on media and information literacy with teachers and students in these remote areas. Additionally, we have continued to promote a series of media literacy education activities, including media literacy workshops, media literacy courses, and open-to-the-public "Media Watch Salons" both online and offline.

Furthermore, Taiwan Media Watch has consistently updated its online media literacy teaching material repository, providing teachers with easy access to high-quality media literacy teaching resources. We have also introduced an upgraded version of the media literacy board game, "Election Wind Ball," aiming to more effectively promote media literacy education through gamification. This initiative helps the public recognize misinformation and learn basic fact-checking skills.

Taiwan Media Watch has also collaborated with the Home Plus Media Group to produce the program "Media Vitamins." With the financial support of WFD in the UK, we have executed 2024 election news monitoring and analysis.

All of these accomplishments, in addition to the dedication of all Taiwan Media Watch colleagues, have been made possible through the support of every donor! Taiwan Media Watch commits to continue utilizing every donation from society to create even more fruitful results in the future.



2024 April



# 第八屆 董事會成員

# 02

# 董事會成員

姓名	服務單位與職稱	備註
羅世宏	中正大學傳播學系教授	董事長
邱家宜	台灣事實查核中心執行長兼總編輯	董事
周宇修	謙眾國際法律事務所律師暨資深顧問	董事
洪貞玲	台灣大學新聞研究所教授兼所長	董事
陳炳宏	台灣師範大學大眾傳播研究所特聘教授	董事
馮建三	政治大學新聞學系教授	董事
葉文立	電通行銷傳播集團董事長	董事
黃哲斌	《天下》編輯顧問	董事
黃兆徽	Taiwan AI Labs 台灣人工智慧實驗室內容執行長	董事

(除董事長外，以姓氏筆畫排序)

# 董事會介紹



## 羅世宏董事長

**現職** 國立中正大學傳播學系教授

**經歷** 媒體改造學社理事長  
中央廣播電台董事



## 邱家宜董事

**現 職** 台灣事實查核中心執行長兼總編輯  
公視董事  
華視董事

**經 歷** 卓越新聞獎基金會執行長  
自立晚報記者  
新新聞周刊記者  
公共電視研究員

## 周宇修董事

**現 職** 謙眾國際法律事務所律師暨資深顧問  
台北律師公會監事

台灣人權促進會執行委員

**經 歷** 國際特赦組織臺灣分會理事  
哥倫比亞大學法學院 訪問學人



## 洪貞玲董事

**現 職** 國立台灣大學新聞研究所教授兼所長

**經 歷** 台灣傳播學會理事長  
國家通訊傳播委員會委員  
媒體改造學社召集人

## 陳炳宏董事

**現 職** 國立台灣師範大學大眾傳播所特聘教授

**經 歷** 臺北市有線電視公用頻道協會常務理事  
台師大媒體素養教育基地計畫主持人  
博新多媒體集團有線電視系統台台長  
中國時報、中時晚報記者、研究員





## 馮建三董事

**現職** 國立政治大學新聞學系教授

**經歷** 國立政治大學新聞學系主任  
古巴通訊編輯

## 葉文立董事

**現職** 電通行銷傳播集團 董事長

**經歷** 行政院經建會住宅及都市發展處 規劃師  
和信國際傳播股份有限公司 總經理  
台灣大哥大股份有限公司 獨立董事



## 黃哲斌董事

**現職** 《天下》編輯顧問

**經歷** 雜誌總編輯、報紙記者及編輯、  
新聞網站副總編輯

## 黃兆徽董事

**現職** Taiwan AI Labs 台灣人工智慧實驗室內容執行長  
國立台灣大學新聞研究所兼任助理教授

**經歷** 台灣事實查核中心總編審 / 教育總監、  
華視新聞部經理 / 節目主持人、  
公視主播 / 記者 / 國際新聞編譯 / 青少年新聞總編輯、  
天下雜誌召集人 / 製作人  
民視異言堂專題記者







# 研究發展 與調查

# 03



# 研究發展與調查

本會定期發布媒體觀察研究報告，繼 2021 年之〈疫情下的電視政論節目觀測報告〉，以及 2022 年之〈衛星新聞頻道承接政府標案觀察報告〉之後，本年度因應台灣總統大選，本會發起了選舉新聞的觀察報告，以公平原則（fairness）為核心，觀察媒體在選舉期間如何落實法律明文規定之公平原則。這份觀察報告由國立中正大學傳播學系李政忠副教授擔任研究顧問，編碼者間信度檢測平均值為 0.84，具有良好信度。

## 2024 選舉新聞觀察報告：檢視公平原則

這個研究發想來自 2018 年地方公職人員選舉的新聞亂象，當時特定電視台報導特定候選人的比率，有明顯不平衡的情形。到了 2024 年我們再度以公平原則檢視選舉新聞，媒觀為發揮公民監督的力量，避免類似的情形再度發生。也是為了防止媒體成為境外勢力代理人的具體作為，我們認為媒體若能落實公平原則，就能夠相當程度避免成為境外勢力代理人，減低認知作戰攻擊成功的風險。

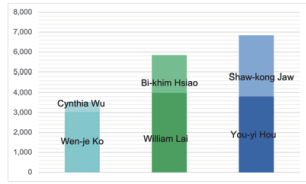
觀察研究中，我們檢視了 13 家電視新聞台（包含已轉型為網路新聞的中天）以及 3 家報社，於電視政見會當週的新聞表現。研究採取量化內容分析法，以選舉新聞與否、涉入選舉類型、敘事角度、敘事表現、候選人、政黨等類目進行編碼，觀察媒體給予不同候選人的報導篇幅是否有不平衡或偏頗之情形。

研究結果發現，本次大選並未出現類似 2018 年地方公職人員選舉之不平衡情形。從數據也可以觀察到報紙內容相較於電視新聞內容，更有可能產生違反公平原則之情形。電視新聞製播選舉新聞的比例，最多的是民視，高達 52.4%，最少的是公視，僅有 7.69% 的比例。最後我們也發現，三個主要政黨以外的政黨，在媒體報導中幾乎絕跡。

在這份報告中，我們鎖定了第一次總統候選人政見發表會，以及第一次副總統候選人政見發表會當週（12 月 19 日至 12 月 25 日）的新聞內容，進行候選人出現篇幅的統計。我們發現除了公視，各家媒體報導三個主要政黨的正、副總統候選人，並不會完美地平均分配篇幅。



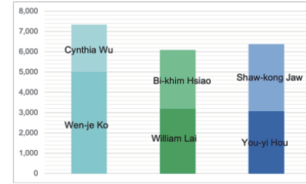
### 民視新聞



### 中天新聞(網路)



### 三立新聞



### 年代新聞



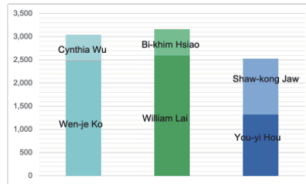
### 鏡電視新聞台



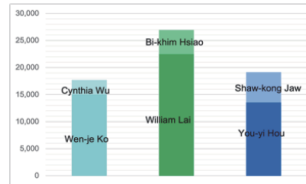
### 壹電視新聞台



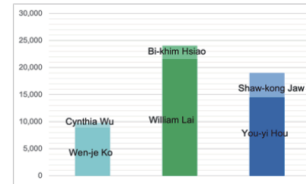
### 華視新聞資訊台



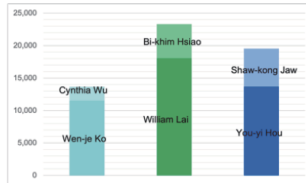
### 聯合報



### 中國時報



### 自由時報



### 台視新聞



### TVBS 新聞台



### 寰宇新聞



### 中視新聞



### 東森新聞



### 公視



▲ 各媒體報導正、副總統候選人篇幅累計圖  
(電視以秒數計，報紙以面積計)

完整研究報告請見本會官網，  
或掃描 QR code 取得完整內容。





# 媒體素養 教育與推廣

# 04

# 媒體素養教育與推廣

## 教材開發：教材影片

為因應 108 課綱教學現場對媒體素養教材的需求，本會繼製作「媒體，你好！Hello, Media!」系列影片後，2023 年與台灣吧合作，推出短影片《你願意為了使用社群帳號放棄投票權嗎？》和長影片《看貓咪好療癒，這樣也不行嗎？每按一個讚都讓平台更了解你》。

截至年報截稿時間（2023 年 3 月），三支影片在社群平台累積約 11.4 萬觀看。除了線上發布，本會也持續透過線下活動，如講座、工作坊等場合播映影片並進行媒體素養的概念推廣。



▲ 本會與台灣吧合製長短影片，提及媒體素養的重要性與平台使用的小技巧



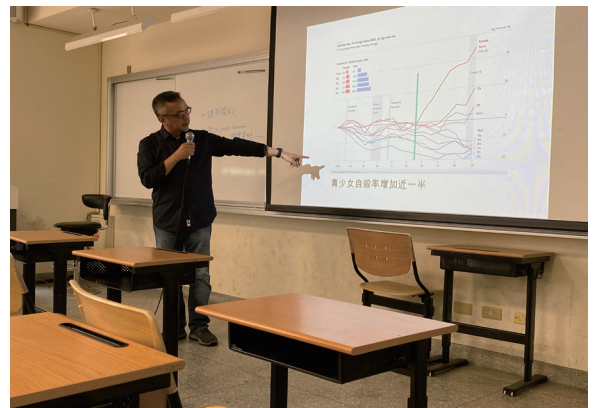
▲ 觀看本會與台灣吧合作長、短影片請至本會 Youtube 頻道或掃描 QR code



## 入班觀課與教學

未來教師培育工作坊：今年度本會與國立台北大學教育學系合作，共同培育未來教師。透過政治大學劉慧雯教授、兒少媒體素養組織 Lapsee 陳悅寧老師及本會董事天下編輯顧問黃哲斌老師的分享，引導 13 位未來教師，撰寫出 5 份教案與教學簡報，並實際至雲林縣拯民國小進行試教。

教學主題包含：短影音總動員、媒體與人際關係、網路留言適當性、媒有刻板印象，尊重你我他、電玩中的小惡魔：分辨電玩中的可以 / 不可以。



▲未來教師培育工作坊邀請政治大學教授劉慧雯、兒少媒體素養組織 Lapsee 陳悅寧及天下編輯顧問黃哲斌分享媒體素養概念

## 桌遊推廣暨助教培訓工作坊

2022 年 9 月底桌遊出版後，持續舉辦推廣工作坊，將桌遊帶到全國各地，甚至於偏鄉離島。至 2023 年底已舉辦 50 場，並影響 1,261 位師生民眾。

教師場：包含教育部高等教育媒體素養課程發展計畫、教育部高中職社會領域活動、臺中市樹義國民小學、新北市立中和國民中學、高雄市北高雄社區大學、高雄市立英明國民中學、高雄市立楠梓國民中學、臺中市立臺中第二高級中學、國立臺灣師範大學附屬高級中學、臺北醫學大學通識教育中心、臺北市立松山高級中學、國立高雄師範大學附屬高級中學等 10 校合作。

學生場：包含政治大學媒體素養營隊、

國立台南大學附屬啟聰學校、新北市立北大高中、國立東華大學、國立臺北教育大學、國立竹北高級中學、國立中興大學新聞社與桌遊社、臺北市立陽明高級中學、致理科技大學、國立宜蘭高級商業職業學校、臺北市立松山高級中學、東海大學、新北市立永平國中自媒體社、國立臺灣師範大學附屬高級中學等學校等 14 校合作。

助教推廣場：包含推廣助教培訓、東華大學助教推廣至花蓮高商、青草學苑、小彎社宅等 4 場

偏鄉離島營隊：南投民眾場、澎湖馬公高中師生場、金門高中學生場等 3 場。

除了本會同仁前往教學現場擔任講師，



▲《選情風向球》媒體素養桌遊體驗



▲ 《選情風向球》媒體素養桌遊工作坊的學生場次遍及各個教育教階段



(上圖左) 政治大學教授劉慧雯為楠梓國中教師增能媒體素養知能，做為桌遊體驗前的先備知識

▲ (上圖右) 受邀至教育部技術型高級中等學校社會領域推動中心活動舉辦桌遊體驗

15 (下圖) 教育部高等教育媒體素養課程發展計畫北部場、中部場，右為教育部 USR 推動中心的同仁一同參與體驗



也首度嘗試培訓推廣助教。在培訓過後需在工作坊時協助回答參與者的問題，且自行舉辦工作坊的場次，進而成為工作坊講師，為在地的媒體素養增能。



▲ 6/18 我們邀請中正大學管中祥教授分享媒體素養知識作為助教在桌遊體驗前的先備知識



▲ 助教在經過培訓後，還需要進行觀摩與自行舉辦場次等流程，方能成為工作坊講師



桌遊取得請掃 QR code →



## 偏鄉離島推廣活動

桌遊工作坊宣傳的過程中，有許多關注媒體素養議題的偏鄉老師前來參與，並表示希望相關的資源可以引進偏鄉，因此開始設計針對偏鄉地區的工作坊的規劃與安排，考量到偏鄉地區的交通較不方便、相對應資源也較少的情況下，決定到偏鄉的活動中都將加入除了桌遊外其他的媒體素養課程與資源。

本會分別於 5 月 20 日、7 月 7 日至 7 月 10 日、11 月 3 日至 4 日前往南投、澎湖與金門進行媒體素養的推廣，內容包含《選情風向球》媒體素養桌遊體驗及腳本企劃與影片剪輯實作。



▲ 圖片由上至下分別是南投、澎湖、金門的媒體素養推廣活動。中圖左為澎湖教育處同仁體驗桌遊之照片。

## 逆食 NEWS- 媒體素養營

本屆媒體素養營於 8 月 9 日至 8 月 11 日辦理。2023 年已是第五屆的逆食營，以「漫遊媒體宇宙」為主題，共有來自全台 10 縣市、20 名高中職生學員、6 名大專院校隊輔參與。

營隊邀請第五屆逆食媒體素養營邀請台灣大學蔡蕙如助理教授、報導者國際新聞主編張鎮宏與中央研究院 GIS 中心研究員暨中央大學蔡宗翰教授擔任講師，課程包括：平台、大數據與媒體素養、媒體宇宙辯論大會、人工智慧與未來媒體素養。

蔡蕙如助理教授以「我是誰？我在關注什麼？這和我有什麼關係？」三個問題破題，討論社群媒體時代下該如何看待新聞產業的轉變，並提醒在平台主導社會與經濟的邏輯下，使用者應該要思考隱私資料與平台精準行銷之間的關係。

張鎮宏主編以編輯的角度分享如何解讀不同資訊的觀點，以及身為媒體的產製方，如何對事件提出問題和闡述自己的觀點。張鎮宏表示，在講究點閱率的現代，製作一則新聞時，更應該清楚這則新聞的目的，以及會帶給社會的效益。

蔡宗翰教授介紹 AI 學習的三種方法、生成式 AI 在問世前經過的訓練等基礎 AI 知識，並提到在人工智慧的時代下，不實訊息的生成更加容易，AI 可以成為查證的工具，也可以應用在各類工作中的協助。



▲ 營隊大合照



活動中也帶領學員閱讀平台服務條款、透明度報告，並撰寫屬於自己的媒介劇目，除了更認識當今社群平台的樣貌，也了解自己的媒體使用習慣，並在未來能更有意識的使用媒體。

並透過「台灣該立《數位中介服務法》嗎？」、「台灣電視新聞真的有在自律嗎？」以及「媒體識讀還是媒體教育的主軸嗎？」等三個辯題，訓練學生閱讀資料，提取事實，進行表達與論述的能力。



▲ 營隊師資，從上到下為台灣大學助理教授蔡蕙如、中央研究院 GIS 中心研究員暨中央大學教授蔡宗翰



▲ 報導者國際新聞主編張鎮宏擔任辯論評審給予建議

更重要的是，培養看待公共議題討論時，能理解事件擁有的多面向，理性分析判斷。

綜合營隊所學，學員從對媒體的觀察中，發想 Podcast 的題目，錄音、剪輯製作 Podcast 表達自己對議題的看法。本屆 Podcast 主題包括：匿名校版、韓國隨機殺人事件、置入性行銷、女性網路直播主、網路上性別刻板的言論等。

第五屆高中職逆食媒體素養營  
**漫遊媒體宇宙**

日期  
2023年8月9日(三)至  
2023年8月11日(五)

地點  
IEAT 會議中心-11樓第二會議室  
(台北市中山區松江路350號11樓)

對象  
全國公私立高中、高職在學學生  
與應屆畢業生

國立台灣師範大學綜合教育學系 主辦  
台灣媒體教育計畫 承辦



▲ 隊輔協助學員進行課程內容探究



▲ 學員於錄音室進行 Podcast 錄製



▲ 學員將小組關心的媒體議題經由 Podcast 與簡報分享成果



營隊成果影片請至  
本會 Youtube 頻道或掃 QRcode →



# 專欄與分享

2023 年本會同仁前往金門進行媒體素養一日營時，於 11 月 3 日、針對 62 名青岐社區的居民長者進行演講，講題為認識媒體與辨識不實訊息。

並於《中學生報》撰寫媒體素養專欄《媒體掌握流量密碼 獮文連發》、《最厲害的武器 假訊息認知作戰》，共 2 篇。

另外，為了讓本會的資訊可以更加觸及到支持的夥伴，本會於 2023 年開始發行免費雙月電子報。內容包含活動回顧、當期活動及專欄等。



▲ 於金門縣青岐社區進行演講，從數位公民的「思辨行動鐵三角」、網路減法和數位足跡的認識到實際用 Line 進行查證



## 最厲害的武器 假消息認知作戰

假消息與假消息的傳播是假消息傳播的「橋樑」，為了工作與通訊，「假消息」與假消息傳播是假消息傳播的「橋樑」。假消息的傳播，是假消息傳播的「橋樑」。假消息的傳播，是假消息傳播的「橋樑」。



## 媒體掌握流量密碼 獮文連發

今年 3 月、六個月的系列連發事件，成了媒體的「橋樑」。假消息的傳播，是假消息傳播的「橋樑」。假消息的傳播，是假消息傳播的「橋樑」。

▲ 於《中學生報》上的專欄文章



免費訂閱電子報請至本會官網或掃 QRcode →



# 政策 倡議與監督

# 05

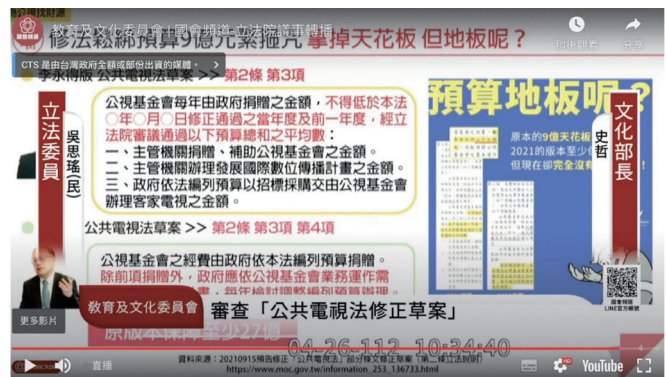
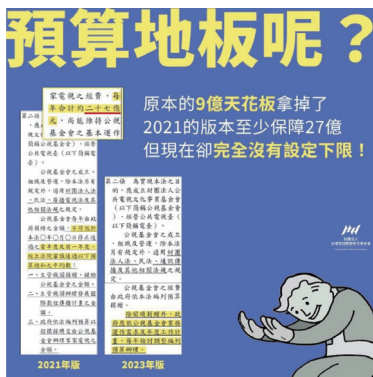


# 政策倡議與監督

本會自許具有社會影響力，落實媒體改革與媒體正義。遇到重大媒體公共議題時，我們會透過發布聲明或是舉辦記者會的方式，論述議題走向。本年度我們也在幾個議題上產生正面影響力。

## 公共電視法修法倡議

公共電視法年久未修，已經無法符合數位時代下的環境與趨勢，加上近年國際影音平台、台語台之法源爭議，以及預算上限的緊箍咒，修法呼聲高。2023 年中，立法院第 10 屆第 7 會期結束之際，在文化部長史哲主推之下，公共電視法修法闖關。本會在議題浮上檯面後，即發布專題文，要求保障公共電視預算下限。文章發布後，受到立法委員吳思瑤引用於法案審查之議會質詢，產生直接影響。



▲ 本會的專題配圖被吳思瑤委員引用於議會質詢

此外，本會董事長羅世宏教授以及本會董事邱家宜博士也參與了 4 月 26 日時代力量黨團發起之「公媒改革不能停、公視修法要進擊」記者會。呼籲立法院黨團擱置黨派，讓公視法能夠於近期內完成修法，甚至加大修法幅度。





## 選舉新聞倫理倡議

在 2024 總統大選宣傳活動進行之際，無國界記者組織（RSF）、公民參與媒體改造聯盟與台灣媒體觀察教育基金會組成非政府組織聯盟，在台灣新聞記者協會和全國傳播媒體產業工會的支持下，發起「台灣選舉新聞倫理誓言」活動，要求台灣媒體公開簽署並承諾遵守五大倫理原則，分別是公平報導、準確報導、專業語調、尊重隱私、公開透明。在第一階段的簽署活動中，已有六家媒體簽署，分別為公視、華視、中央社、央廣、沃草和破土。

五大倫理原則：

**公平報導：**媒體承諾提供受眾平衡之選舉活動新聞報導，並為各政黨及候選人提供其計畫介紹與觀點表達之均等空間。

**準確報導：**媒體承諾確保所有報導資訊之真實性及準確性。對候選人及其支持者之主張進行系統性事實查核，並明確區分其為事實或意見。

**專業語調：**媒體承諾避免使用可能誤導受眾之煽情與煽動性語言，並儘可能謹慎評論民意調查及選舉結果。

**尊重隱私：**媒體承諾尊重候選人及其家人之隱私權。除非相關資訊涉及公眾基本利益，否則應避免非必要之侵犯其個人空間。

**公開透明：**媒體承諾如實說明調查方法，披露任何可能影響報導之利益衝突或傾向。



▲ 本影片畫面為 AI 生成內容，由 Taiwan AI Labs 授權提供使用。



## 公視董事違法被提名為立委候選人聲明

公視董事職務受《公共電視法》第 13 條規定，「董事、監察人於任期中不得參與政黨活動」。華視董事職務受《廣播電視法》第 5 條規定：「政府、政黨、政黨黨務工作人員及選任公職人員不得擔任廣播、電視事業之發起人、董事、監察人及經理人。」法律明確規定，具有公視董事職務者不得參與政黨活動。

然而在 2024 大選提名作業期間，民眾黨不分區立委提名名單的第 17 名即為現任公視董事，本會在發現此情事之後，隨即發布聲明，要求當事人立即辭去公視董事一職。聲明文章受到多家媒體引用報導，後續當事人辭去公視董事之職務。

本年度本會持續參與三方面的會議，以期落實民間團體社會參與之責：以政府部門舉辦之會議為例，我們期待藉由提案、發言，發揮實質影響力。

## NCC《檢討廣播電視廣告播送次數》座談會

本會於 9/12 派員參與「檢討廣播電視廣告播送次數」座談會，提出管制鬆綁的相關意見。在數位時代下，對於傳統電視線性頻道的廣告限制，各國的政策階朝向鬆綁方向調整。在廣告營收都跑去串流影音平台以及社交媒體的情況下，單獨對傳統線性電視頻道維持太嚴苛的限制，已經失去意義。我們認為除了對置入性行銷及原生廣告維持限制外，廣告時間及次數都盡量縮綁，甚至不再限制。

## 教育部《媒體素養推動會》

本會持續受教育部委任媒體素養推動會委員一職，四個月開一次會。在近期的會議中，本會代表提出了辦理媒體素養教育週的經驗分享，成功推動教育部於 113 年舉辦媒體素養教育週相關活動。本會代表也在會中積極督促教育部各司各署，落實〈數位時代媒體素養教育白皮書〉擘畫的願景與架構。

## NCC《2023 網際網路傳播治理論壇》

本年度 9 月 14 日至 15 日，NCC 委託台北市電腦公會舉辦「2023 網際網路傳播治理論壇」，本會派員參與第五個主題：網際網路素養培力。會上，本會代表分享了推動媒體素養的見聞與觀察的同時，使用「水」作為網際網路的隱喻，說明政府除了要治水之外，整個人類文明受到網際網路衝擊，正發生劇烈變化。人類正在演化成現實與網際網路兩棲的「兩棲動物」，需要具備相應素養才能應對虛實交雜的生活。



# 媒體 觀察與監督

# 06



# 媒體觀察與監督

本年度本會持續參與三方面的會議，以期落實民間團體社會參與之責：(1) 中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會固定舉辦之自律諮詢聯席會議；(2) 台北市電腦公會成立之 iWIN 網路內容防護機構多方利害關係人會議。在這些會議上，我們期待藉由提案、發言，發揮實質影響力。

## 衛星電視公會新聞自律諮詢聯席會議

本年度本會共派員參與了衛星電視公會於 3 月 15 日、7 月 12 日、10 月 27 日舉辦之三場會議。在 3 月 15 日的會議上，本會代表提案討論，新聞內容若遇容易被公審之身份認同，上傳新聞片段時應適時使用關閉留言功能，然而媒體以網際網路平台本應自由開放為由，婉拒了這項提議。在 7 月 12 日的會議上，本會執行長發揮公共衛生專業知能，就《精神衛生法》的要旨，與媒體編審主管們分享新聞編輯注意事項。在 10 月 27 日的會議上，則透過詢問「錫蘭批媒體事件」，了解到了電視與網路新聞自律的預作情況。



衛星公會新聞自律諮詢聯席會議

## iWIN 多方厲害人關係會議

依照兒少權法 46 條成立之 iWIN 網路內容防護機構，定期召開多方利害關係人會議，討論檢舉個案並動態修正六大有害兒少身心健康內容之例示框架。本年度本會共參與了 4 月 7 日、7 月 28 日、11 月 16 日的三場會議。會議中，本會代表扮演民間團體角色，在就法論法的會議氛圍下，呈現出網路內容播送者應內化自律要求的異議聲音。

## 三立入股中嘉一案聲明

在時代力量邱顯智、陳椒華、王婉諭等立委的關注與追蹤之下，證實握有新聞頻道的三立間接持有線電視系統商中嘉股份有限公司（中嘉）的狀況，違反 2018 年中嘉交易案的附款規定，以及反媒體壟斷之垂直整合結構管制。案件曝光後，本會即發布聲明顯請 NCC 善盡監理之責，讓「促進媒體多元」的目標法制化，重啟《媒多法》之討論。



擴大影響力

07



# 擴大影響力

## 第 23 屆台灣兒童及少年優質節目評選暨頒獎典禮

媒觀自 2001 年起舉辦「台灣兒童及少年優質節目評選暨頒獎典禮」，是我國唯一針對本國自製兒少節目，且由民間主辦的評選及獎勵活動。開辦 22 年後，因應兒少的媒體使用習慣轉變，以及網路時代自媒體的興起，媒觀也與時俱進，從去（2022）年開始納入 Podcast 及廣播的聲音類兒少節目評選。另外，此評選也納入「兒少評審制度」，邀請國小到高中的兒少從制訂標準開始，親自參與評分，並選出「影視類 / 聲音類兒少評審團獎」。

今年度影視類節目部分，有 12 家電視台、4 家 OTT 串流影音平台共 57 個節目報名參加評選；而聲音類節目，有 10 家廣播電台、18 個 Podcast 共 60 個節目報名參加評選，兩個類別 117 個節目參與評選，最後有 59 個節目脫穎而出獲得推薦，再從中選出入圍節目，評審團再從中選出「總評審團看好獎」6 名，以及入圍節目，角逐「年度最佳影視節目獎」、「年度最佳聲音節目獎」、「影視類兒少評審團獎」（中嘉數位股份有限公司贊助）、「聲音類兒少評審團獎」（中嘉數位股份有限公司贊助）、「年度最佳主題特別獎-數位平權」、「促進性別平等教育獎」、以及「年度節目創新獎」等七大獎項，併同線上影音展大眾票選活動之兩個「年度最佳大眾票選獎」，共計頒發 15 個獎項、30 萬元獎金。本屆為擴大社會參與，持續辦理「線上影音展」活動，透過招募新聞採訪志工，針對獲得推薦節目之製作團隊進行採訪與報導，讓社會大眾看見台灣優質兒少節目用心製作的過程，了解兒少節目幕後的製作經驗。今年線上影音展，特別將「聲音類年度最佳大眾票選獎」及「影視類年度最佳大眾票選獎」兩個大獎分開計票，獲獎資格與獎項也分開，以最高票數選出這兩個年度大獎，同時為鼓勵大眾參與線上影音展，媒觀辦理線上投票者之抽獎活動。線上影音展與票選期間為 112 年 11 月 1 日至 11 月 26 日止，來自遍及全台各個縣市，甚至有新加坡與美加海外民眾參與，總計參與投票數為 16,509 票。

本屆頒獎典禮有逾 150 位兒少節目工作者、與會嘉賓、成人評審、兒少評審、志工記者、記者媒體等與會，文化部徐宜君次長、監察院紀惠容監察委員、監察院葉大華監察委員、監察院賴鼎銘監察委員等也共同與會。典禮之後陸續在各個節目的臉書粉專上及新聞媒體報導都獲得不少迴響，相信藉由媒觀官網及社群媒體的貼文分享、散布，將此活動的核心價值傳達給更多民眾，成功創造此活動的聲量與熱度，相關節目可以透過媒觀官網得知。以下列舉獲推薦節目、總評審團看好獎及年度九大獎項得獎名單。

## 第 23 屆台灣兒童及少年優質節目推薦結果

### 【聲音類】廣播電台（本表以年齡層順序排列）

播出頻道	節目名稱	目標聽眾	類別
國立教育廣播電臺	台灣囡仔樂謠謠	0-6 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人中央廣播電臺	遍遍啾啾法拉遍波 · 小調皮看世界	0-6 歲	廣播非戲劇節目類

播出頻道	節目名稱	目標聽眾	類別
國立教育廣播電臺	古的科學道館	7-12 歲	廣播非戲劇節目類
國立教育廣播電臺	Luna Luna Sun Ha Da	7-12 歲	廣播戲劇節目類
IC 之音竹科廣播	顛覆！故事 STEAM	7-12 歲	廣播非戲劇節目類
IC 之音竹科廣播	晚安 · 月亮 - 床邊故事	7-12 歲	廣播非戲劇節目類
臺北廣播電臺	行動吧！小小地球人	7-12 歲	廣播非戲劇節目類
農業部漁業署漁業廣播電臺	守護海洋星球三部曲	7-12 歲	廣播非戲劇節目類



播出頻道	節目名稱	目標觀眾	類別
臺北廣播電臺	在青春的週記裡	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人中央廣播電臺	廟埕鬥陣聽電影	13-17 歲	廣播戲劇節目類
財團法人中央廣播電臺	臺灣文武片	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人中央廣播電臺	開箱職人 BAR	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人原住民族文化事業基金會 - 原住民族廣播電臺	Alian 亮起來	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人原住民族文化事業基金會 - 原住民族廣播電臺	Alian 斯兜哩 - 神話故事篇	13-17 歲	廣播戲劇節目類
國立教育廣播電臺	聽見台灣聲景	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
國立教育廣播電臺	Crazy 實驗室	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
國立教育廣播電臺	叩叩地球村	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
國立教育廣播電臺	跟著農夫下田趣	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人客家公共傳播基金會 - 講課廣播電臺	耳公探險隊	13-17 歲	廣播非戲劇節目類
財團法人客家公共傳播基金會 - 講課廣播電臺	轉到 12 歲	13-17 歲	廣播非戲劇節目類



## 【聲音類】Podcast（本表以年齡層順序排列）

播送平台	節目名稱	目標聽眾
SoundOn App、Apple Podcast、Google Podcast、Spotify	維多叔叔的故事歡樂車	0-6 歲
Firstory、Spotify、Apple Podcast	媽爹講故事	0-6 歲
Apple Podcast	小典藏藝起玩 - 聽故事、聊閱讀	0-6 歲
Apple Podcast、Google Podcast、Spotify	納美號故事村	0-6 歲

播送平台	節目名稱	目標聽眾
SoundOn、Apple Podcast、KKBOX、Spotify	聽故事學英文	7-12 歲
SoundOn、Apple Podcast、Google Podcast、Spotify	聽說有故事	7-12 歲
SoundOn、Apple Podcast、Google Podcast、Spotify	童話透中島	7-12 歲

播送平台	節目名稱	目標聽眾
SoundOn、Apple Podcast、KKBOX、Spotify、Google Podcast、MixerBox	少年特有種	13-17 歲
Firstory、Apple Podcast、Google Podcast、Spotify、KKBOX、Pocket Casts	青春發言人 - 青春有點煩，我該怎麼辦	13-17 歲
Firstory	劇透客語	13-17 歲



## 第 23 屆台灣兒童及少年優質節目推薦結果

### 【影視類】電視台（本表以年齡層順序排列）

播出頻道	節目名稱	目標觀眾	類別
公共電視台、公視台語台、客家電視台、原住民族電視台	WAWA 哇！	0-6 歲	非劇情類節目

播送平台	節目名稱	目標觀眾	類別
大愛電視台	一樣不一樣	7-12 歲	非劇情類節目
客家電視台	喔走！48 小時	7-12 歲	非劇情類節目
客家電視台	小黑啤玩臺灣	7-12 歲	非劇情類節目
公共電視台	神廚賽恩師	7-12 歲	非劇情類節目
公共電視台	台灣囡仔、讚！	7-12 歲	非劇情類節目
公視台語台	非常了不起	7-12 歲	非劇情類節目
公視台語台	收成 e 彼一工	7-12 歲	非劇情類節目
原住民族電視台	樹人大冒險	7-12 歲	劇情類節目
東森幼幼台	超級總動員	7-12 歲	非劇情類節目

播出頻道	節目名稱	目標觀眾	類別
大愛電視台	青春愛讀書	13-17 歲	非劇情類節目
客家電視台	小。事件簿	13-17 歲	非劇情類節目
客家電視台	巷弄裡的吉光片羽	13-17 歲	非劇情類節目
客家電視台	練習生，衝一波！	13-17 歲	非劇情類節目
客家電視台	神救援大飯店	13-17 歲	非劇情類節目
公共電視台	換個爸媽過幾天	13-17 歲	非劇情類節目
公共電視台	公視主題之夜 SHOW	13-17 歲	非劇情類節目
公共電視台	誰來晚餐 14	13-17 歲	非劇情類節目
公共電視台	青春發言人	13-17 歲	非劇情類節目
公共電視台	藝術很有事	13-17 歲	非劇情類節目
公視台語台	台語有影 - 阿波羅男孩	13-17 歲	劇情類節目
原住民族電視台	kakudan 時光機	13-17 歲	非劇情類節目
原住民族電視台	Lima 幫幫忙	13-17 歲	非劇情類節目
原住民族電視台	ila！跟土地學做飯	13-17 歲	非劇情類節目



## 【影視類】串流影音平台（本表以年齡層順序排列）

傳輸平台	節目名稱	目標觀眾	類別
MyVideo	藝起說故事	0-6 歲	非劇情類節目
LINE TV	懶懶與可可 LAN & KOKO	0-6 歲	劇情類節目

傳輸平台	節目名稱	目標觀眾	類別
MyVideo、LINE TV	悄悄話	7-12 歲	非劇情類節目
MyVideo、LINE TV	登山總動員	7-12 歲	非劇情類節目
公共電視台	閩小妹妙妙園遊會	7-12 歲	劇情類節目

## 第 23 屆台灣兒童及少年優質節目評選 總評審團看好獎獲獎名單

製播單位	節目名稱	主持人 & 製作人 / 製作公司	目標觀眾
國立教育廣播電臺	台灣囡仔樂謠謠	節目主持人：李虹靚	0-6 歲
Podcast	媽爹講故事	節目主持人：華正群	0-6 歲
財團法人公共電視文化事業基金會	青春發言人 - 青春有點煩，我該怎麼辦	節目主持人：柯萱如	13-17 歲
客家電視台	小黑啤玩台灣	節目製作人：蕭宇辰、李富生 節目製作團隊：台灣各種吧股份有限公司	7-12 歲
財團法人富邦文教基金會	悄悄話	節目製作人：戴薇、張子祥 節目製作團隊：波乘有限公司	7-12 歲
財團法人富邦文教基金會	登山總動員	節目製作人：郭昕盈、陳品佳 節目製作團隊：野番茄映像有限公司	7-12 歲

## 《年度九大獎項獲獎名單》

### 聲音類年度最佳大眾票選獎：《Alian 亮起來》



播送頻道 原住民族廣播電臺

目標觀眾 13-17 歲

主持人 陳·藍姆洛 (Lamlo)、高碧霞 (小茉莉)、羅羿淇 (里幸)

節目簡介

「Alian」為製播電臺的名號，是卑南語、魯凱語及排灣語「好朋友」之意。本節目以探尋臺東在地人文采風，援引社會制度及族群文化，探討部落青少年議題，帶領聽眾貼近青年人的心，傾聽新世代的聲音，傳遞原民文化精髓，促進文化價值的輸出。

### 影視類年度最佳大眾票選獎：《超級總動員》

播送頻道 東森幼幼台

目標觀眾 7-12 歲

製作人 劉德蕙

節目簡介

《超級總動員》為全臺唯一為小學 4-6 年級中高年級學生量身打造之校際競賽節目，無論是各項才藝好手、偏鄉小學圓夢計畫，提供表演、競賽舞臺讓孩子們可以在節目中大展身手。





## 影視類兒少評審團獎（中嘉數位股份有限公司贊助）：《換個爸媽過幾天》



播送頻道 公共電視台

目標觀眾 13-17 歲

主持人 傅偉智

### 節目簡介

《換個爸媽過幾天》臺灣第一個探討親子關係的少年實境節目，打破形式呈現當今臺灣多數家庭面臨的教養處境、兩世代溝通的差異，非常大膽地挑戰臺灣社會上對下的親子關係！

### 獲獎理由

節目形式非常能夠引起共鳴，內容創新新穎，有別於單純、直觀的節目製作方式，用不同型態的表現方式傳達節目的核心精神。結合實境錄製，紀錄家庭成員間的互動模式，引導觀眾直視親子溝通與教養議題，邀請家長與孩子進棚，一起坐下來練習同理與理解，是一個優質成功的兒少節目。

## 聲音類兒少評審團獎（中嘉數位股份有限公司贊助）：《聽故事學英文》

播送平台 SoundOn、Apple Podcast、KKBOX、Spotify

目標觀眾 7-12 歲

製作人 張采聿

### 節目簡介

《聽故事學英文》透過原創英文故事、趣味兒歌、雙語新聞、聽眾投稿等內容，帶領兒童愉快地接觸英文，增進學習興趣，培養英文語感，讓原本抗拒英文的小孩愛上學習英文。

### 獲獎理由

節目內容豐富多元，用輕鬆、能夠引起生活共鳴的媒介讓聽眾在沉浸於故事、新聞中亦能學習英文並且同時了解時事，擴展聽眾眼界與世界接軌。結合生動的故事與歌唱，搭配音效適宜，運用孩子能理解的方式，啟發兒童自然發音表達力，學習英文簡單輕鬆又紓壓。



## 促進性別平等教育獎：《在青春的週記裡》

播送頻道 臺北廣播電台

目標觀眾 13-17 歲

主持人 林偉華（愛麗絲）

### 節目簡介

《在青春的週記裡》是關照青少年心理健康的節目，透過每一段真實的青春故事，希望大人可以放下身段，不是苛責，而是站在孩子的高度，同理孩子想法與情緒反應，傾聽、陪伴孩子度過情緒的風暴期。

### 獲獎理由

以週記的方式帶出學校會出現的霸凌排擠與同志議題很棒！節目主題內容透過「傾聽」、「獨白」、「分享」，看見年少時期的孩子如何面對與走過他們青春歲月。透過主持人親切地主題引導，從談話內容中彼此尊重差異。節目單元的设计與適時的音樂設計，讓整體節目更加可聽性。



## 年度最佳主題特別獎 - 數位平權：《巷弄裡的吉光片羽》

播送頻道 客家電視台

目標觀眾 13-17 歲

製作人 羅亦婁、黃介鈞

### 節目簡介

《以巷弄裡的吉光片羽》作為節目名稱，要傳達的是：我們相信「紀錄片的對話」其力量有如吉光片羽般的珍貴。透過紀錄片，可讓我們的視野到達不曾經驗的那個世界，若再透過與紀錄片製作相關人等的對話，更是讓理解深刻化。



### 獲獎理由

節目透過主持人與紀錄片作者的對話展開內容，其關注議題相當多元。以常民作者為選片方向，更是揭開了不同世代與族群容易被忽略的問題，像是興趣與社會價值落差、數位科技的使用與人際關係以及移工勞動權益等等，節目提供了一個良好的發聲空間，並且透由創作者的分享，讓我們得以從兒少的角度與觀點重新認識議題。



## 年度節目創新獎：《換個爸媽過幾天》

播送頻道 公共電視台

目標觀眾 13-17 歲

主持人 傅偉智

### 節目簡介

《換個爸媽過幾天》臺灣第一個探討親子關係的少年實境節目，打破形式呈現當今臺灣多數家庭面臨的教養處境、兩世代溝通的差異，非常大膽地挑戰臺灣社會上對下的親子關係！

### 獲獎理由

節目製作難度高，對參與的雙方家庭都具有風險，議題切中當下社會關注問題。透過節目用易子而教的社會實驗，看到親職教養的各種可能性，相當大膽的嘗試，開創節目的新形態，是一個不錯的節目，值得推薦給親子觀賞，從中也展現兒少表意權，能引發兒少思考。



## 年度最佳聲音節目獎：《古的科學道館》

播送頻道 國立教育廣播電臺

目標觀眾 7-12 歲

製作人 唐妮

### 節目簡介

《古的科學道館》是一個科普教育節目，是一個用「聽」的遊戲型態節目，要讓小聽眾在愉快的遊戲中，學習古人的智慧與尊重了解多元文化。節目透過「道館對戰」、「提升等級」、「獲得徽章」等國小學童熟知的手遊模式包裝節目，將節目「遊戲化」以增加可聽性。



### 獲獎理由

從科學聊古今很有意思，音效運用得宜，將節目以不同主題設計遊戲化，以道館闖關任務讓小孩闖關並思考及表達各自想法，節目內容生動有趣全程紀實，「聽節目就像在玩遊戲」同時學習到各種古早味知識，適合闖家聆聽。



## 年度最佳影視節目獎：《小○事件簿》



播送頻道

客家電視台

目標觀眾

13-17 歲

主持人

黃鴻儒

獲獎理由

以兒少為主體，討論社會時事、家庭與校園議題，以及當代流行話題，既傳達知識及觀念，又帶動專家與兒童對談，引發兒童思考及關懷社會議題。新的節目為了改變形態做調整增加實驗，是一個不錯的創新，節目已經是頗受好評的優質節目，仍然精進，值得肯定。另外場景佈置也相當符合兒少的特性，畫質、音質都合宜。

### 節目簡介

自詡成為「兒少談話節目第一品牌」的《小○事件簿》，今年推出 2.0 升級版，重新尋覓了一批愛說話，有見解的青少年，邀他們來到秘密基地般的全新場景，聊手機，聊疫情，聊戰爭。





## 【給我五分鐘】媒體素養與優質兒少節目展開幕暨媒體素養短影音競賽頒獎典禮

為因應短影音的時代，我們舉辦了「給我五分鐘」大專校院暨高中職生媒體素養短影片競賽，希望鼓勵學生以短影片的形式創意表達針對媒體素養的思辨、發現或倡議，期藉此行動的深植學生媒體素養能力，並豐富台灣媒體素養教育與學習之影像資源。

為增加影響力，我們擴大舉辦為「媒體素養與優質兒少節目展」，於 10 月 21 日至 10 月 22 日在松山文創園區辦理。展覽中除了媒體素養短影片競賽入圍的作品，還有本會開發的媒體素養桌遊教材及教材影片、第 22 屆台灣兒童及少年優質節目得獎作品、公民團體書展區和實體活動：4 場媒觀會客室及 3 場桌遊體驗。兩天展覽的參與者共計 626 位。



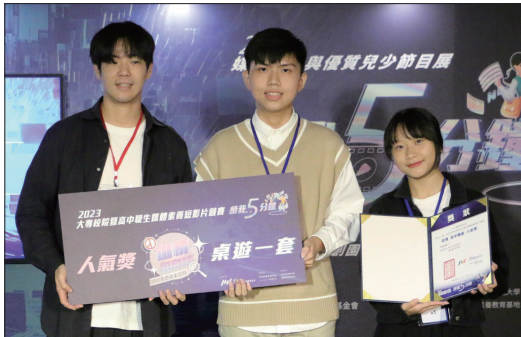


▲ 圖片為展覽內的各展區。由上到下、由左至右分別為頒獎典禮舞台暨媒體觀客室場地、推廣助教至現場協助桌遊體驗、媒體素養教材區、台灣優質兒少節目展區、公民團體區、展場說明暨留言板區、媒體素養短片競賽入圍影片展示區



## 【給我五分鐘】大專校院暨高中職生媒體素養 短影片競賽 獲獎名單

高中職組人氣獎：《+1》



團隊名稱 +1

高中職組創意獎：《媒體素養 - 主動閱聽人》

團隊名稱 仰仰德意

作品簡介

《換個爸媽過幾天》臺灣第一個探討親子關係的少年實境節目，打破形式呈現當今臺灣多數家庭面臨的教養處境、兩世代溝通的差異，非常大膽地挑戰臺灣社會上對下的親子關係！

獲獎理由

全片無對白，透過單純的畫面象徵現實世界中閱聽人接收資訊的情境，簡單卻有趣。



## 高中職組第三名： 《釣魚標題真難防，上鉤也無妨：釣魚式標題也能增進媒體素養》



團隊名稱 呱呱 TV

### 作品簡介

本片以 Podcast 結合卡通插畫的方式，搭配最近的發燒新聞，帶領觀眾隨著我們的討論，深入討論「釣魚式標題」

### 獲獎理由

提供一個轉化的觀點，反過來呼籲以不實的標題做為自我媒體素養的訓練，具創意與反思

## 高中職組第二名：《媒控》

團隊名稱 羅菜園吃餅乾好吵喔

### 作品簡介

社群帶來的焦慮不停的追趕著我們，人與人之間似乎都有著一條脆弱的線，透過網路社群，營造著看似穩定的維繫，然而這樣的羈絆其實輕易能夠就被剪斷。

### 獲獎理由

對白不多，留給觀眾解讀空間。運鏡、燈光、虛實交會的剪接切換自如，將表現主義的敘事形式體現的淋漓盡致。片名雙關設計細膩。



## 高中職組第一名：《+1》



團隊名稱 +1

### 作品簡介

劇中利用魁儡來比喻隨風向改變立場的人們，面具暗示內心黑暗的酸民。我們希望透過本作品，讓大眾反思長久以來嚴重的問題，也期許有個友善的網路環境。

### 獲獎理由

影片氣氛營造佳，省察社群文化的負面效應，值得加一。



## 大學生組人氣獎：《鍵盤之後》



團隊名稱 承擔囉～

## 大學生組創意獎：《挑食之必要》

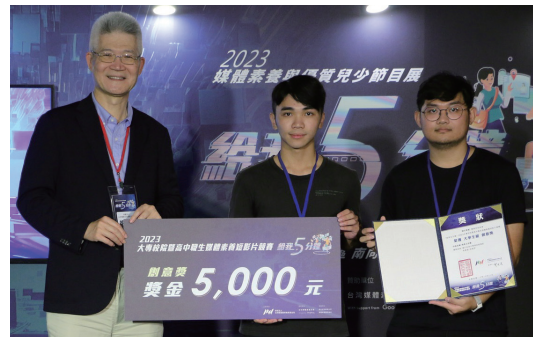
團隊名稱 健行資管

### 作品簡介

以非正常食物引喻有害訊息侵擾，提醒人們警覺及反制。畫面邊緣外型如口腔視角，演繹飲食如同接收訊息，最後口腔轉化為眼睛，呈現閱讀與飲食的共通性。

### 獲獎理由

形式與內容緊扣，影像節奏不拖泥帶水、音效及配樂運用得當、簡潔有力！



## 大學生組第三名：《媒體閱！聽！查！》



**團隊名稱** 媒體糾察對不隊

### 作品簡介

本片從平常會接觸到假消息的媒介出發，用日常搞笑的方式呈現假消息帶來的影響，教導大家面對假消息如何求證，並利用對比的手法告訴大家媒體素養的重要性。

### 獲獎理由

劇情生動，結構完整，清楚呈現不實訊息議題的多種類型。

## 大學生組第二名：《挑食之必要》

**團隊名稱** 健行資管

### 作品簡介

以非正常食物引喻有害訊息侵擾，提醒人們警覺及反制。畫面邊緣外型如口腔視角，演繹飲食如同接收訊息，最後口腔轉化為眼睛，呈現閱讀與飲食的共通性。

### 獲獎理由

形式與內容緊扣，影像節奏不拖泥帶水、音效及配樂運用得當、簡潔有力！



## 大學生組第一名：《鍵盤之後》



**團隊名稱** 承擔囉～

### 作品簡介

本片希望大家可以思考跟父親的關係，也明白在網路上的一言一行，是會影響別人的。

### 獲獎理由

利用不同視角的切換，表達透過媒體看到的並非事件的全貌，並討論鍵盤上任意評論可能造成的結果。短短的篇幅中藉由心理轉折引出題旨，敘事及剪接成熟



## 原創內容製作

為了增進大眾對於媒體時事的認識，培養媒體素養，媒觀近年投入製作原創內容。內容包括：聲音內容「逆食 NEWS - 媒體議題 Podcast」以及圖文內容「媒體大事長知識」。藉由爬梳、分析、討論媒體相關議題，讓閱聽人保有對媒體議題一定程度的認識。此外，本會一年固定舉辦四場【媒觀會客室】講堂活動、以及舉辦一個月一次的【媒度 Salon】，推動大眾對於媒體議題的認識。

## 逆食 NEWS - 媒體議題 Podcast

2020 年為 Podcast 元年，當年度聆聽 Podcast 的人有爆炸性的成長。三年過後，聆聽 Podcast 次數漸趨平穩，甚至呈現負成長。在這個趨勢之下，我們將原有的 Podcast 節目【逆食 NEWS】轉型為多個單元並行的節目【媒觀析】，力求更豐富、即時、專業的內容產製。

節目主題	上架時間	下載數
S2. Ep9. 看漫畫也要有媒體素養，來認識台灣漫畫和韓國漫畫吧！ ft. 師大大傳所畢業生何奕萱	2023/01/19	689
S2. Ep10. 關心網路內容自律一定要知道的「機構」，iWIN 網路內容防護機構。Ft. 韓昊雲組長	2023/03/13	646
S2. Ep11. 聊聊厭女、後女：網路讓人羣的矛盾顯化了，素養的倫理思考將面對更具二面性、更含混的現象。 Ft. 政大新聞系康庭瑜老師	2023/03/30	681
S2. Ep12. 抖音一響，素養怎麼養？短影音之外，新的素養議題又長出來了！？回顧 4/8 媒觀會客室。# 媒觀析	2023/05/02	680
S2. Ep13. 在《數位中介服務法》灰燼中喚回社會共好的言論空間。 Ft. 法律白話文運動 白廷奕研究員	2023/05/30	765
S2. Ep14. 從跨文化溝通、媒體素養看台大經濟系事件，在片面的線上情境中「重新與人對話」 Ft. 世新口傳系李佩雯教授	2023/07/14	712
S2. Ep15. 關於媒體素養的新嘗試，回顧【逆食媒體素養營：漫遊媒體宇宙】# 媒觀析	2023/09/01	665
S2. Final Episode: 公視董事可以被政黨提名嗎？該在哪個層次上討論「政媒兩棲」？媒觀全新 podcast「媒觀析」明年上線！ Ft. 辰書、潘岳、麒全	2023/12/25	357



## 「媒體大事長知識」圖文專題

2023 年以幾近每月兩篇的頻度上線，涵括國內、外最重大、最即時的媒體議題，於 Facebook、Instagram 以及 Vocus 等多平台上線。無論是 Facebook 或是 Instagram，25-34 這個年齡層的讀者區間比例最高。下表為全年度的瀏覽及觸及人數

圖文主題	上架時間	臉書 觸及數	IG 觸及數	vocus 瀏覽數
法院認證！中天告贏 NCC...來賓言論真的不受《衛廣法》規範嗎？	2023/01/10	1,083	909	172
被爆料的「爆料公社」！除了中資，大家到底在不滿什麼？	2023/02/20	881	1,049	44
ChatGPT 是邪惡企業？帶你從「媒體觀點」理解 AI！	2023/03/03	1,171	469	156
「《公視法》最新修法」新聞沒說的事！沒了。億天花板，結果直接掉進地板？	2023/03/31	1,677	6668	35
當 OTT 即將超越電視成為主流，台灣傳播產業會欣欣向榮還是瑟瑟發抖？	2023/04/07	604	498	118
禁 TikTok 合不合理？美國聽證會「業力引爆」後，我們也在思考的幾個點	2023/04/24	819	1,013	84
十年磨一劍，就看明天了！《公視法》成功修法有希望！	2023/04/26	2,464	1,178	未上架
天天看臉書的你，多久沒看「書」了？出版業：飲水要思源啦！	2023/05/18	1,014	438	180
NCC 沒有輸，中天沒有贏！來看看沒執照的中天新聞都在搞啥？	2023/06/02	1,218	864	70
你擔心 AI 反撲嗎？首部「人工智慧法」將通過，來看看它想解決哪些 AI 問題？	2023/06/27	696	350	175
祖克柏只要你的右腦！如果有天新聞消失了，民主社會將如何演進？	2023/07/31	862	2,238	389



圖文主題	上架時間	臉書觸及數	IG觸及數	VOCUS瀏覽數
黎智英現身！少了新聞的養分，「蘋果」長成什麼樣子？	2023/08/25	1,043	561	112
【歐洲「網路戒嚴」來臨？】 上 →數位服務法發威，歐洲會更民主嗎？	2023/09/14	634	534	115
【歐洲「網路戒嚴」來臨？】 下 →管網路好嗎？來自多方利害關係人的真實心聲	2023/09/22	1,028	486	111
三立、民視換照成功！「反媒體壟斷運動」10年恐有案外案！NCC有「統一標準」嗎？	2023/10/31	2,258	1,138	389
媒觀看錫蘭，越看心越涼：錫蘭掀起的「媒體仇恨值」，敢有 (kam u) 道理？	2023/11/30	2,612	1,835	285
2023 媒體大事回顧！生成式 AI 元年，你準備好當「兩棲動物」了嗎？	2023/12/29	2,411	700	225



S2 EP13 逆食 NEWS 媒體議題Podcast

在《數位中介服務法》灰燼中喚回社會共好的言論空間。

Feat. 法律白話文運動 白廷奕研究員

法律白話文運動 PLAIN LAW MOVEMENT

S2 EP14 逆食 NEWS 媒體議題Podcast

從跨文化溝通、媒體素養看台大經濟系事件在片面的線上情境中「重新與人對話」

Feat. 世新口傳系李佩雯老師

S2 EP16 逆食 NEWS 媒體議題Podcast

選戰開打！公視董事可以被政黨提名嗎？頻道與系統如果是關係企業的話會怎樣

ft. 辰書、潘岳、麒全

▲ 聲音內容「逆食 NEWS - 媒體議題 Podcast」以及圖文內容「媒體大事長知識」不定期更新國內外媒體時事議題

## 媒觀會客室

自 2021 年起，本會將行之有年的媒觀講堂品牌化為【媒觀會客室】，這個項目的目的是讓公眾有機會接觸時下的媒體問題，了解我國媒體相關的政策與議題，希冀發揮影響力，促進公共政策討論，進一步形成政策民意。【媒觀會客室】由前政大校長 / 前教育部長鄭瑞城教授贊助，本年度我們一共舉辦了三場線上論壇、演講，配合【給我一個五分鐘】媒體素養展覽活動，額外加開了四場展覽特別場，總共七場論壇活動。

## 媒體素養政策

針對媒體素養政策，本會在 4 月 8 日以「抖音一響，素養怎麼養？媒體素養教育如何回應 TikTok 風險」為題，邀請小學、中學、大學三位老師代表，共同討論媒體素養教育該如何回應 Tiktok 等短影音媒體所帶來的風險。

政大新聞系劉慧雯教授首先介紹了教育部於三月發布的〈數位時代媒體素養教育白皮書〉，當中指認的重大挑戰就包括「正確使用短影音」一項。劉教授隨後說明觀察大學生使用 Tiktok 的狀況，根據他的訪談，大學生使用 Tiktok 並非付諸 100% 的專注力使用，而是猶如「漫遊」一般，在不同的媒體平台跳來跳去。例如對衝浪感興趣的同學在 Tiktok 上注意到某位創作者，他會進一步去追蹤這位創作者的 Instagram。關於短影音，更該注意的是背後的演算法與資料應用的問題，因此他給大學與成人的媒體素養教育建議包括，注意 AI 的倫理議題以及建立個人的數位資本。

中學教師代表呂昱達則分享，高中學生使用短影音平台的比率大約八成，他觀察短影音吸引人的使用的其中一個原因是「感覺付出的時間成本低」，觀看短影音時會更容易不知不覺讓時間流逝。學生雖然理性上了解在 Tiktok 會有的個資風險、認知作戰、傷害或模仿行為等，但樂趣大於風險，為了在同儕間有共同的話題，還是會花時間使用。因此他建議中學端的老師可以邀請學生檢視螢幕使用時間，幫助學生減少使用頻率等。

小學教師代表林彥佑，採取問卷調查的方式發現，現在三四年級時就知道 Tiktok 的人佔了三分之二，在兩年以內有使用 TikTok 的學生佔一半，而只有四分之一的學生是沒有使用過的 TikTok 的。小學生使用的方式如同吃洋芋片一樣，一片一片一直吞下去，學生平日每次使用 30 到 60 分鐘，但假日可以到 2 個小時。林老師建議閱聽人要有資訊戰爭的警訊，也要去了解這些訊息是否有被隱藏或刻意塑造。除了 TikTok 之外，對於網路上的種種資訊，要有保持合理且高度的懷疑，進行查證的資訊素養。



## 公共媒體政策

2023 年 5 月 26 日，睽違 13 年終於再次修正《公共電視法》，這次修法如此順利，是因為觸及的議題大多已取得社會共識。然而「華視問題」卻仍未能在本次修法一併處理。修法過後，我們在 7 月 1 日以「壯大公共媒體，華視什麼問題？」為題舉辦了本年度第二場媒觀會客室，邀請三位專家共同釐清華視公共化的所面臨的問題，期待公共電視法第二階段修法，能夠觸及這些問題。

2006 年立法院通過《無線電視事業公股處理條例》，行政院落實「台視民營、華視公營」的共識，然而政大新聞系馮建三教授直言「華視問題不是華視的問題，行政院也要負責一半」，因為除了定位模糊對華視發展造成阻礙，公共化後八年以來（2006-2014）虧損高達 22.7 億。行政院在公共媒體規劃與制度設計上沒有善盡責任，導致「政治力量」經常干預公廣集團運作，成為阻礙華視發展的絆腳石。未來全民應該要督促政府擘畫媒體政策願景，並積極任事。

華視監事周宇修從法的角度分析，公視要遵循的是《財團法人法》，但華視卻是遵循《公司法》，這兩者在本身定位上的差異，理所當然造成矛盾。這樣的矛盾甚至直接表現在華視的「公司治理」上，由公視指揮華視，不代表運作都是順暢的，甚至從華視本位來說，公視其實是一種『干預』。但他認為「又公又商」是可能的，華視要多進攻新媒體領域，與新科技帶來的新消費體驗產生共伴效應，同時也持續在「自製節目」有所著墨。

務實來看，公視及華視董事長的胡元輝說，定位不明狀態對華視當然有傷，但這也不是華視完全不轉型的藉口，因此華視應該好好經營新聞品牌，向公眾證明其價值。他解釋，華視新聞希望能提供更多元的觀點、更理性的對話，並加強投入深度報導的製作，同時提升國際新聞比例、降低三器新聞使用，作為黃金新聞頻段中不同的選擇。馮建三則認為，所有問題最終仍是公民參與的問題，華視應該要讓全民都認同公廣集團，然後要求政府捐款給公廣集團，訴求改革公視法與督促政府履行附負擔捐贈。



## 文化內容政策

繼 2021 年文策院丁曉菁董事長以「臺灣原創內容推進器」為題來【媒觀會客室】演講後，2023 年 11 月 29 日我們邀請了文策院現任院長盧俊偉，以「匯聚臺流黑潮！新媒體戰國時代下，如何讓世界看見臺灣？」為題進行專題演講，演講活動由本會董事長羅世宏教授主持，各界參與反應熱烈。

文策院自我定位為國家級文化內容產業加速器，相關業務包括人才培育、內容前期開發、具市場性的內容開發、全球市場拓展、資金投資、推動造星。在文化部「文化黑潮」的政策之下，已經完成政府預算挹注、投資抵減修法等配套措施，文策院的任務即是進一步落實政策方向。

以 2022 年來說，我國有 36 部作品在海外頻道、平台播送，佔比近六成，14 部電影於海外上映，以亞太地區為主。以實際製作經費來看，韓劇每集的製作費約為台灣電視劇的五倍以上，國際平台旗艦型製作經費與其他國家差距 4 倍以上。政府目前的推動策略為促進政府、民間合流，壯大台灣內容，在法規政策的鼓勵下，只要民間可以集資一定程度，政府就會透過捕投機制補足資金，幫助台灣內容邁向國際。

盧俊偉解釋台灣中小企業多，消費端對應內需市場，產值維持佔比九成，除了既有的電影業以及影視產業，網路影音節目製作也是近年影視製作很重要的一環。文化黑潮的目的並不是營造一個小池塘，而是對外輸出營造潮流，如何串接不同的公司以及產業上下游，就是文策院相當重要的工作之一。

演講後提問踴躍。針對文策院如振興進出版產業，盧俊偉說明，產業界原本都有習慣的做事邏輯以及方式，文策院的工作即是溝通這些邏輯創造可能的合作機會，在出版業這一端，即是和出版業者溝通將版權轉化為 IP 的可能策略。針對文策院如何整合或壯大電信業者為主的 OTT 平台，盧俊偉說明，國內 OTT 影音串流平台非常需要產業領頭羊，但國際 OTT 太過強勢，目前只能從內容面溝通集資，從上游內容端發酵至下游通路端，三大電信其實都已經跨出第一步。





## 媒觀會客室：展覽特別場

媒觀於 10 月 21 日至 22 日舉辦【給我 5 分鐘】媒體素養系列展覽，配合展覽內容，我們在展區辦理了四場【媒觀會客室】展覽特別場，主題分為媒體素養教育以及優質兒少內容兩大部分，各策劃兩個論壇講題。

媒體素養教育部分，兩個講題分別為〈支援前線 - 媒體素養教材哪裡來〉以及〈數位平台把人變笨了嗎？〉。

〈支援前線 - 媒體素養教材哪裡來〉場次中，我們邀請了桃園市兒少代表以及媒體素養基地學校南崁國中以及師大附中代表共同與談。基地學校共備媒體素養教案的經驗有賴團隊經營，師大附中的代表表示非常欽佩南崁國中共備團隊的經驗，團隊成員甚至到了現場參與論壇，與談兒少代表提出了自身的觀察與經驗，引發師生教學相長的對話與思考。

〈數位平台把人變笨了嗎？〉場次中，法律白話文運動以及台灣吧兩家新創媒體事業的負責人到場與談，分享他們如何在短影音的新媒體環境中推動素養教育。他們的經驗否認了數位平台把人變笨的說法，因為即便人的注意力越來越短，教育創新事業或是一個有素養的人都要積極去尋找出路，他們的所屬的事業即是成功的案例。

優質兒少內容部分，兩個講題分別為〈電視兒童絕跡？兒少收視習慣的變遷〉以及〈素養怎麼養？討論公共議題的兒少節目在哪裡〉。

〈電視兒童絕跡？兒少收視習慣的變遷〉場次中，產官民三方代表到場由各自的角度分享對於兒少優質內容的努力。優質內容對於人在兒少時期的感動與啟發是無可取代的，從 OTT 串流影音平台的商業經驗以及文策院產業研究報告看來，兒少內容的市場正在發生改變，不過不管產業如何改變，兒少內容最重要的仍是把兒少放在主體位置進行產製思考。

〈素養怎麼養？討論公共議題的兒少節目在哪裡〉場次中，三位兒少節目優質評選的獲獎製作人到場與談，分享他們面對的挑戰以及製作兒少內容的使命感。



▲ 固定舉辦的【媒觀會客室】，推動大眾對於媒體議題的認識，今年因應展覽另舉辦特別場次。

## 媒度 Salon

本會於 2018 年曾舉辦一系列的【媒體黑白切】活動，主題緊扣新聞查核，並涵蓋新聞媒體、媒體素養等多元內容。透過食物的多樣化，和新聞餵養觀眾的意象產生連結，和參加講座的民眾進行交流。

然而近幾年不實資訊對台灣社會的影響更趨嚴重，大眾傳播媒體需要負很大的責任。因此，今年我們希望重啟媒體與大眾的對話，以【媒度 Salon】命名，取前面三字「媒度 sa」，同音「梅杜莎」，意指大量的資訊讓閱聽眾就如被希臘神話中的梅杜莎石化般沒有時間思考，因此希望藉由這樣的活動，創造一個大眾對話的機會，於下半年開始每個月舉辦一次。

### 媒體 x 素養：爸媽、孩子用媒體看什麼？親子共好的重要性

6 月份我們邀請台灣事實查核中心的教育總監陳柏樺，與大家討論不實訊息對社會的影響。

從介紹事實查核中心是什麼、查核是怎麼做的，到查核過後查核報告對社會的影響，講者分享了數位公民的三堂課：「思辨便行動鐵三角」提醒大家抱持開放的態度、擁有批判思考的能力和動手去查證是一樣重要的；「網路減法」建議大家可以透過暫時離開原先的內容，從其它來源來驗證內容的可信度；最後在使用媒體時應該要注意自己的「數位足跡」，因為凡走過必留下痕跡，當構成犯罪時，這些都是足以成為法庭證據的。

會後提問討論時，大家關心新聞即時性影響到內容的正確性，以及 AI 的問世對事實查核的困難是否提升，最後還有討論到科技產品的發表影響金融的炒作是否可以被查證的？講者表示，還是會希望媒體在新聞自律與流量間找到平衡；先由各部門的記者將內容真實且完整的報導出來，之後才會是查核中心需要進行的監督，對於科技的先進也會有可以反制的方式，繼續努力讓大家看見真實，打造美好台灣。

### 媒體 x 法律：管媒體＝沒有言論自由？媒體有法管嗎？

7 月份我們邀請法律白話文運動的營運長徐書磊，以法律的專業及媒體從業人員的角度分享對媒體監管的想法。

你有聽過《馬尼拉中介責任原則》和《聖塔克拉拉原則》嗎？講者從歷史脈絡開始說起，將《數位中介服務法》法律白話文，列出草案中數位中介服務提供者的定義與分類，也談



及其中被詬病的部分，例如平台服務的內多元，規範不夠明確下沒有提及應該用哪些法條管理或是只有口頭說明並沒有明文規定等。

講者也提出對於《數中法》中的兩大主要規範與疑問：在「資訊限制令」中，要求業者下架及平台上架的內容應該要由誰來認定；又是依據哪個法律呢？而在「加註警示」中，主管機關要如何判斷什麼內容需要加註；又是誰可以要求需要加註呢？

即便如此，雖然目前的草案有一些問題且未繼續推動，但仍給予《數中法》肯定，表示這是個民主的展現，期望在退回研擬後，會有更好的規範出現。

## 媒體 x 記者：小時不讀書，長大當記者？天災人禍怎麼報？

8 月的沙龍，我們邀請到政治大學的教授許瓊文和三立新聞的副總監王若庭分享學界和業界怎麼看災難新聞。

開場時，兩位講師說到：「其實我們並沒有很喜歡這樣的標題，但是民眾們就是會有這樣的印象。」「新聞應該要有社會責任」擁有 25 年資歷的王副總監開頭便這樣說。災難新聞的期間，速度是很重要的，而內容的正確與完整性可能就會排其次，但就是需要不停滾動式的修正。談及「小時不讀書，長大當記者」，王副總監播放了好幾個新聞以外的片段，告訴大家從事發當下、記者去現場連線轉播到最後完整的報導，其中需要做的準備與過程。也舉了國內台中捷運與國外土耳其大地震為例子，說明電視新聞會怎麼做。

專門研究災難新聞的許瓊文教授表示，早期沒有新聞素養和人權意識，才會有大家印象中的新聞娛樂化的畫面，但其實現在已經不太會有這樣的狀況。也說到，其實災難發生的時候，其實大家都不知道要怎麼做，包括記者也是。所以呼籲大家應該要具備一些基本知識，例如降雨機率是什麼意思、淹水警戒要怎麼看等等，當自己越會看新聞，也監督新聞內容時，媒體才能夠越來越好。

然而儘管新聞已和大家之前的印象不同，網路化的現在還是會出現新聞為了搏點閱率的釣魚標題或大字卡配上重複剪輯的畫面，這對產業與閱聽眾來說將會是另一個的挑戰。

## 媒體 x 紀錄片：不能戳的秘密？媒（沒）告訴你的事

9 月的沙龍，我們邀請到紀錄片導演李惠仁 分享自己對於題材的選定以及拍攝過程中的心路歷程。



導演開頭以跟父親相處對談時，問法與思考方向之間的關聯性破題，表示常規經常是創意最大的殺手，應驗在媒體業也是如此，因為在框架中就是不會錯的。

「紀錄片就像個防腐劑，因為社會和政府都有可能腐敗。」在離開記者工作的第一部紀錄片長片《睜開左眼》中探討業配新聞，原來「新聞神聖不可侵犯，但價格合適者另議」；在《不能戳的秘密》系列中揭露官員隱匿禽流感疫情，導致病毒在地化，甚至欺騙記者與社會大眾，讓相關人士安全下莊。這些都被導演用相機記錄著國家的春夏秋冬、書寫社會的陰晴圓缺。但同時也鼓勵我們，禽流感病毒在進化，公民意識也在提升。並拋出「什麼樣的堅持，值得我們留給下一代」的疑問留給我們思考。更在問題回答時，表示在資訊爆炸的現代，正確與多元攝取遠比快速重要，顯示了媒體素養的重要性。

## 媒體 x 性別：從台女不意外到台男不意外，如何破解媒體加深的性別刻板印象？

10 月的沙龍，我們邀請到女性學學會理事、世新大學口傳系的李佩雯教授，分享自己對於近期台灣性別議題的看法。

邀請老師來沙龍時，正值 metoo、台大經濟系、山道猴子等事件被討論的時候，在我們邀請老師來錄製 Podcast 後，間接聯想到：「為什麼很容易看到性別議題的貼文下方，會出現嘲諷的語氣來討論的現象」，而媒體的強化下，又會對這些事件有什麼影響？

老師以學生曾用「你是女性主義者嗎？」開頭，問大家：「這是一種負面標籤嗎？」而標籤所衍伸的刻板印象（預期心理）、偏見（態度展現）和歧視（實際上受到的限制），要怎麼分；以及說出一些性別的負面詞彙，又該分在哪一類呢？在說出來之前，真的先理解它的意思，以及可能會帶來的結果嗎？那這些真的都是女性主義和性別意識抬頭的錯嗎？而社群平台的演算法讓媒體的強化，加上匿名、從眾性的「又不會怎麼樣」心態，更加劇了這些事件的嚴重性。

那為什麼「上一輩可以，我就不行？」父權主義造就性別需要符合傳統價值的現象，紅利流失了，當然會希望出一口氣。但是然後呢？我們是否可以意識到並藉由溝通來打破這個現象，一起讓社群平台一起良善運作。

老師在過程中不停地提出問題並與參與者交換意見，達到沙龍發揮的效益，受益良多。



## 媒體 x 國防：新聞自由 vs 全民國防，認知作戰下該有什麼媒體素養？

11 月的沙龍，我們邀請到黑熊學院的沈伯洋院長，對於資訊戰的看法以及民防在戰爭開打前後可以怎麼做準備。

院長以「我們怎麼向別人證明戰爭正在開打？」開頭，表示戰爭的樣態很多變，並開始介紹一些不同的型態。大家所熟悉的藝人表態、低價交易、地方綁樁都是為了建立依賴，然後在必要的時候為其喉舌。不是單純要散佈不實訊息，而是要拉攏中間選民。

那戰爭發生時我們能做什麼呢？烏俄戰爭時，烏克蘭在第一時間就將民眾可以做的事公布在官網上。不管是出錢出力、擔任國土防衛軍或網軍，甚至只是好好工作繳稅，都是在為國家盡一份心力。

有人說為了抵禦不實訊息，言論自由會受限；但國家若真的破防，言論自由才會被真的受限。況且其實帶風向這件事，甚至用不著不實訊息，因為它只是一種敘事的手法。

院長也表示，不需要直接把誰當成誰的同路人。反而將接收到不實訊息的人當成受害者，因為要先知道受害者的樣貌與情況，才能決定如何防範，也不會將其拒於群體之外。畢竟認知作戰不限於網路，還有地方上的散佈。

關於平台的價值選擇，中國透過購買媒體進行統戰的手法，俄羅斯也用過。但烏俄戰爭開戰時，臉書選擇先封鎖俄羅斯的消息；Google 也在去年移除了一萬個中國頻道。

「台灣沒有歷史事件讓大家轉變」院長在走訪世界取經後得出了這樣的結論：烏克蘭在克里米亞被併吞後有了敵我意識、立陶宛經歷過滅國與建國，但台灣都沒有，甚至當初那些為了國家站出來且有聲量的人，現在反而跟敵人站在一起。

然而，儘管目前的民防訓練還沒有答案，但也只能做好準備，因為總得有人再往前多做一步，讓戰爭發生時不至於馬上投降。因為，如果我們沒有作為，就是把自己的價值交在別人手中所以不管是政府或是民間，都會需要互相協力與專業上的對接。

最後，媒體識讀對於國防，並沒有直接關係，但卻會是應對時很重要的基礎。當大家都提升了這個能力，對敵人更加的認識，才能做好更多的準備。

## 媒體 x 選舉：選前都不報，選後都跳票？選舉公報沒有告訴我們的事？

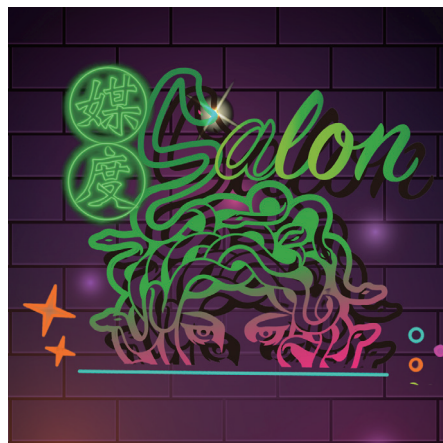
12 月的沙龍，我們邀請到關鍵評論網資訊圖表組的主編林奕甫和 READr 讀+ 的數位專題製作人李又如，分享自己對於媒體和選舉的看法。

儘管近期越來越不被在乎，但從 2014 開始，奕甫覺得政見是可以開始被理性討論的。並在 2022 年的市長選舉時，製作了「給你珊時萬」的政見配對遊戲，還因此有被我們之前在媒觀會客室邀請的丹尼老師應用在教學上，讓學生進行街訪與學習。除了「給你珊時萬」之外，也做了六都議員的「選舉暗公報」，而事實上，選民並不盡然在意候選人的操守。而選舉的結果的確會讓希望可以理性對話的人感到挫敗，但還是呼籲大家出門去投票。

同時身為製作人又是記者的又如，深刻感受到選舉會驅動一切的新聞工作。並表示現在選民可以得到的資訊很多，但有時候甚至太多了，那甚麼是重要且需要的資訊呢？READr 便開始用資料分析做新聞，選舉的資料從需要自己做；做到立法院修改開放資料，其中有許多需要去持續監督的事情，希望民眾一起來協作。

例如：政治獻金只限制某個特定帳戶的錢，那其他帳戶呢？明明沒有申報這麼多財產，那選舉的花費怎麼追蹤呢？他們便創立「看板追追追」，從候選人看板來看每個月會花到多少錢；創立「你全家都議員」，讓民眾了解各個民代之間的親屬關係；創立「政見不失意」，讓選民可以持續監督政見是否有持續實踐。

新聞是歷史的初稿，當然希望它盡善盡美。但當不實訊息的帶風向造成了族群的分裂，媒體的影響力又持續在變動時，很多事情需要民間來做，而且是持續的做。





## 媒體維生素

2022 年本會接受贊助，自製媒體素養電視節目 2 集。節目名稱為【媒體維生素】，旨在提供閱聽眾數位時代下必備的媒體知識。「維生素」的意象是補充主食所欠缺的營養素，本會期望藉由這個節目，傳達給閱聽眾媒體運作的專業知識，在現有的媒體生態下促進更優良的資訊消化行為。2023 年延續這個項目，發展為總共 12 集的帶狀節目，並於公用頻道播送。目前前二集已經在本會 YouTube 頻道上播送。

媒體維生素第一集，我們邀請產官學界各一位代表，討論了三律共管的現況。三位來賓分別是國立政治大學新聞學系劉昌德教授、監察院葉大華委員、衛星公會陳依玫秘書長。節目中，葉大華回憶起了與業者共同發展媒體自律機制的過程，陳依玫秘書長則點出了當前管制的現況與問題，劉昌德教授則提到目前的管制作為在數位環境之下有檢討之必要。

媒體維生素第二集，我們介紹了避免兒少於網路上接取有害身心健康之內容的保護機制，我們邀請了兒少代表、靖娟兒童安全文教基金會林月琴執行長，以及 iWIN 網路內容防護機構劉昱均執行秘書，為觀眾介紹兒少權法 46 條的作用，以及當今網路內容自律的運作樣貌，並從中引導出兒少使用網路的安全的討論。





## 社群平台、網站經營

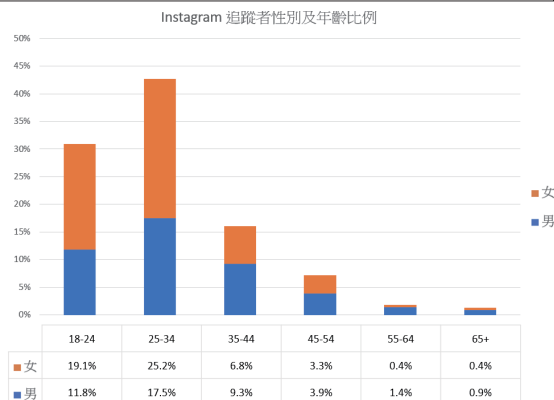
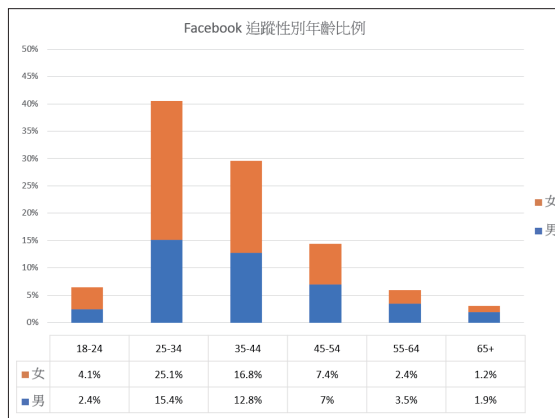
2023 年本會在社群平台及網站的經營績效，Facebook 粉絲專業按讚人數突破 2.5 萬人 (25,099)，較前一年增加 1,394 人。追蹤者總人數則有 24,072 人，較前一年消長 750 人。觀察受眾的性別和年齡，

本會粉絲專業的粉絲和追蹤者，以女性的比例較高，佔 57%。年齡方面以 25 到 34 這個群體最多，佔 40%；其次是 35 到 44 歲，佔 30%。總計 2023 年本會粉絲專業全年觸及人數為 100,277 人次，較前一年減少 112,855 人次。

另一個主要的社群平台 Instagram 帳號追蹤人數，截至 2023 年底達 1,867 人，較前一次統計時增加 447 人，其中以女性比例較多，佔 55%。年齡方面，與 Facebook 粉絲專業相同，以 25 到 34 這個群體最多，佔 43%；其次是 18 到 24 歲，佔 31%，受眾相對 Facebook 年輕。

總計 2022 年本會 Instagram 帳號全年觸及人數為 17,285 人次。

網站的部分，由於 Google Analytics 於 7 月更新，故提供 7-12 月的資訊。總計共有 49,180 名使用者造訪；網頁瀏覽量為 119,323。





# 財務責任

08



# 資產負債表

## 財團法人台灣媒體觀察教育基金會 資產負債表

民國112年12月31日

單位：新臺幣元

項目	金額	項目	金額
資產		負債	
【流動資產】		【流動負債】	
現金	10,000	代收款項-勞健自付額	7,270
銀行活存-富邦	3,439,995	代收款項-編碼員保證金	13,500
銀行支存-富邦	17,500	應付票據	15,000
郵局存款-劃撥	4,877	應付費用(勞健退等)	131,587
定期存款	5,000,000	應付稅款	2,156
預付費用(113年上期團保費)	3,940	流動負債總額	\$169,513
其他應收(捐款、利息待入帳)	876,792		
流動資產總額	\$9,353,104	負債總計	\$169,513
【設備資產】		【基金】	
其他設備	286,020	基金	5,000,000
累計折舊-其他設備	-286,020	基金總額	\$5,000,000
設備資產總額	\$0		
【其他資產】		【餘絀】	
存出保證金	64,000	累積盈虧	3,982,905
其他資產總額	\$64,000	本期損益	264,686
		餘絀總額	\$4,247,591
		基金及餘絀總計：	\$9,247,591
資產總額	\$ 9,417,104	負債、基金及餘絀總額	\$ 9,417,104



## 2023 年捐款芳名錄

單位：新台幣 / 元

(依捐款時間排序，無名氏為捐款者要求不提供身分，且依捐款人要求，部份姓名遮蔽。)

捐款日期	捐款人 / 單位	金額
2023/01/16	財團法人富邦文教基金會	723,198
2023/01/19	陳悅寧	640
2023/01/19	賴麒全	1,400
2023/01/31	李·潔	800
2023/02/06	財團法人新北市台灣事實查核教育基金會 (Google.org 台灣媒體素養專案)	800,000
2023/03/01	呂翰廷	600
2023/03/08	陳珮云	800
2023/03/10	林岳慶	640
2023/03/10	楊婉君	640
2023/03/10	高米內	640
2023/03/10	財團法人新北市台灣事實查核教育基金會 (Google.org 台灣媒體素養專案)	300,000
2023/03/22	賴麒全	1,400
2023/03/23	黃哲斌	2,500
2023/03/30	郭騏賢	800



## 2023 年捐款芳名錄

捐款日期	捐款人 / 單位	金額
2023/03/30	無名氏	500
2023/04/28	林以真	640
2023/04/28	李佩儀	640
2023/05/02	黃哲斌	2,500
2023/05/02	鄭·翎	800
2023/05/02	國立空中大學	800
2023/05/03	許邱程	3,200
2023/05/15	財團法人富邦文教基金會	800,000
2023/05/31	蔡明蓉	800
2023/06/17	中華電信股份有限公司	300,000
2023/06/30	新視波有線電視股份有限公司	1,000,000
2023/07/03	劉·忠	3,200
2023/07/04	林俐均	500
2023/07/11	鄭立芝	100,000

## 2023 年捐款芳名錄

捐款日期	捐款人 / 單位	金額
2023/07/26	陳怡君	3,840
2023/07/31	黃 * 韋	588
2023/07/31	黃 * 祐	2,086
2023/07/31	劉 * 忠	1,600
2023/08/02	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	100,000
2023/08/09	財團法人新北市台灣事實查核教育基金會 (Google.org 台灣媒體素養專案)	800,000
2023/08/16	王向偉	2,350
2023/08/31	高 * 璟	800
2023/08/31	殷 * 娟	3,200
2023/08/31	沈 * 穎	800
2023/08/31	饒 * 書	2,490
2023/08/31	慶聯有線電視股份有限公司	12,000
2023/10/01	黃 * 君	800
2023/10/01	沈 * 君	800
2023/10/01	江 * 雪	800



## 2023 年捐款芳名錄

捐款日期	捐款人 / 單位	金額
2023/10/04	滕西華	3,500
2023/10/31	新視波有線電視股份有限公司	1,000,000
2023/10/31	李 * 耘	800
2023/11/30	高琇鈴	640
2023/11/30	吳裕勝	640
2023/12/01	張 * 旻	800
2023/12/01	李 * 絮	800
2023/12/01	葉大華	5,000
2023/12/26	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	100,000
2023/12/27	潘岳	8,400
2023/12/28	財團法人新北市台灣事實查核教育基金會 (Google.org 台灣媒體素養專案)	400,000
2023/12/30	羅 * 予	800
2023/12/30	洪 * 玲	5,000
2023/12/30	羅世宏	10,000
2023/12/30	財團法人富邦文教基金會	835,978