

2009 年傳播大事紀

1 月 1 日 NCC 通過行動通信業經營修正案

行政院國家通訊傳播委員會（NCC）昨（31）日通過「行動通信業務經營者公開發行股票條文修正草案」，凡實收資本額達 2 億元以上及股東人數達 200 人以上的公司，都須辦理股票公開發行。

1 月 7 日 2009 傳播學門研究趨勢之現況與未來學術研討會

演講者包括交通大學傳播研究所郭良文教授、政治大學廣告學系孫秀蕙教授、台灣大學新聞研究所張錦華教授，分享文化傳播學門、公關學門、新聞傳播學門等議題。

2 月 26 日 聯合線上搶影音大餅

聯合線上資料庫宣佈進軍影音資料庫市場，與華視合作推出「華視影音 / 知識庫」；這個跨平台、跨媒體整合的新模式，可望為雙方創造更大的無限商機。聯合知識庫秉持「知識有價使用付費」原則，成功為聯合線上創造營收、利益，透過這次的跨平台合作，希望以聯合知識庫的經營模式與經驗為企業帶來可觀的收益。

3 月 8 日 Facebook 不景氣逆勢擴張

經濟衰退壟罩全球，無論新創公司或科技巨頭都已裁員、減少支出，但社交網站 Facebook 反其道而行，把這波不景氣視為快速成長的契機。Facebook 正加速進行併購、招聘並推出新廣告方案，不但沒有減少網站開發費用，反而加速併購、招聘並推出新廣告方案，提供更多語言版本吸引特殊族群。

5 月 22-23 日 2009 賽博光廊－媒體數位科技 vs. 應用藝術創作暨學術研

討會。

本次研討會論文主題包括「媒體產業之現況與組織研究」、「媒體數位科技及當代藝術研究」、「智慧財產權法在數位媒體的應用」與「賽博文化及媒體美學」，並提供影視媒體創作之展演機會。

6月3日 全新搜尋引擎 Bing 隆重登場

微軟公司單挑 Google 的全新搜尋引擎隆重登場，微軟新版搜尋引擎定名為 Bing。微軟的 Bing 搜尋引擎之特色為將已出來的結果再行分類，讓網友找到更精準及所需要的網頁資料。

6月6日 旺旺集團入主中時集團

旺旺集團跨足媒體產業，買下中國時報、中天電視台、中視等媒體。由於電子媒體經營權易手需經國家通訊傳播委員會（NCC）審核，NCC 雖然通過兩家電子媒體的董監變更案，但核准處分中包含要求董、監不得重複、設置獨立董事、獨立攝影棚等七項附款，引發違反依法行政的爭議，面對此一爭議旺旺集團強烈不滿並運用媒體反擊，對批評該集團的專家學者，則寄出存證信函。

6月16日 旺旺中時集團擬提告一舉，在傳播學界中引起公憤

旺旺集團對批評者寄出存證信函之舉，引發學界反彈，超過一百五十位傳播系所教師連署譴責其壓制言論自由，並舉行「旺旺中時應懸崖勒馬，勿殘害言論自由與新聞專業」記者會，主持人政大新聞系教授馮建三表示，這是首次如此多位傳播學者集體關切台灣言論自由受到威脅。馮建三並且強調，這次連署的訴求與 NCC 政策無關，主要針對旺旺集團戕害言論自由而發起。之後，旺旺集團高層決定不再採取提告方式，並以拜會新聞系所主管方式，聽取新聞學者意見，平息此一爭議。

6月29日 電子書再進化

2007年 Amazon 推出 Kindle 電子書閱讀器，結合閱讀器軟硬體、內容、銷售平台、數位版權管理與傳輸的功能，在市場占有極大優勢。今年2月底才上市的 Kindle 2，預估2009年的銷量可達80萬台。5月初亞馬遜又宣告第三季將推出大尺寸的 Kindle DX，鎖定報紙讀者、學者和學生，並宣稱同時以紙本及電子版銷售的30萬種書籍中，Kindle 電子版的銷量已占35%，再度在業界投下震撼彈。

7月6-8日中華傳播學會年會2009年暨學術研討會

本次年會擬以「未來的傳播·傳播的未來」為主題，透過當今傳播面臨的挑戰與發展契機，加以探討。討論議題包括「傳播產業變化及發展趨勢探討與評估」、「媒介科技對傳播研究與教育的衝擊」、「傳播研究與教育因應科技變遷發展之策略」、「未來傳播研究發展之路徑與新視野」、「傳播各領域興衰之探討」與「產業人才需求與傳播教育使命之統整」。

8月17日 讀者文摘，宣佈破產

《讀者文摘》(Reader's Digest) 難逃全球經濟衰退及平面媒體衰退的衝擊，於17日宣佈破產。《讀者文摘》的破產消息是今年一系列平面媒體集團破產的其中之一。如擁有150年歷史的丹佛《洛磯山新聞》已於年初倒閉，百年老報《西雅圖郵報》則變成網路版。甚至連1908年創刊、全球知名的《基督教科學箴言報》，最近也停止印刷，以網路版代替，幾乎是名存實亡。擁有《洛杉磯時報》、《芝加哥論壇報》的母公司，也已宣佈破產。

9月18日 社群網站「臉書」，使用人數爆增

社群網站 Facebook 在台暴紅，用戶成長30倍，年初不到10萬人，如今已近300萬。其成長迅速的關鍵在於「開心農場」等遊戲介面中文化，大大提升網站黏著度。

9月25-26日 電子媒介新世代之國際學術與實務研討會

本研討會以「M世代電子媒介：創意、管理、政策、社會影響」為主題，討論「M化的創意與創作」、「M化的產業管理」、「M化的傳播政策」、「M化的傳播教育」與「M化的社會影響」。

10月8日 有線無線分家？NCC尚無共識

為了解決因為數位匯流「必載」的爭議，NCC組成專案小組，經過討論之後，從「檢討」無線廣播電視法的源頭重新思考，針對「無線電視台」，除了有公開播放的權利之外，使用其他傳輸平台，例如有線電視，MOD等等時，相關的遊戲規則為何，決定研擬新的法條加以明確規範。MOD的爭議也可以獲得解決。至於解決的方向，目前還在討論。

10月13日 假新聞，NCC要求說明

NCC為了遏止新聞內容亂象，今年度推動「衛星廣播電視法」修法，納入新聞查證等相關條文。NCC並召開公聽會，邀請各界表達意見。NCC其後於11月11日之新聞稿指出，衛廣事業於製播新聞時，不得違反事實查證原則，致損害公共利益。易言之，衛星廣播電視事業製播新聞時，須同時有違反事實查證原則亦導致公共利益之損害，方符合修正草案第21條第3項第4款之適用範疇。

10月15-16日 交通大學傳播所2009年「傳播與科技研討會」

交通大學傳播研究所向來以傳播新科技為發展主軸，2009年舉辦「傳播與科技研討會」，探討傳播科技所帶來的社會影響。

10月22日 節目產品置入行銷廣告化標準何在，惹爭議

NCC為避免廣告認定太過主觀爭議，未來將有十項大原則制定，其中包括「不能替單一特定產品，進行功能效果介紹」、「對單一產品與商標不能有特寫畫面」、「對單一產品超過一般作業時間（2.5分鐘）」，

從新聞價值判斷，被認為沒有必要者」。NCC 其後於 11 月 11 日新聞稿指出，擬適度開放商業性置入性行銷行為，如在「衛星廣播電視法修正草案」第 2 條 13 款明訂置入性行銷定義為「基於有償或對價關係前提下，始符合置入性行銷概念」。該法修正施行後，NCC 應對「是否基於有償或對價關係之置入性行銷要件」，加以舉證證明。

11 月 5 日 視覺與文化識讀國際研討會

中央大學視覺文化研究中心主辦，藝術學研究中心、電影文化研究室與台灣聯合大學系統協辦之「視覺與文化識讀國際研討會」，邀集國內外藝術、電影、表演等領域學者，探討當代視覺文化與視覺識讀相關議題。

11 月 12 日 風災延通報 NCC 無法罰年代

年代新聞台在八八風災期間，遭兩員工上網爆料延遲通報；國家通訊傳播委員會（NCC）11 日決議認為，法律無明確規範新聞媒體須通報災情，決定不予開罰，只發函要求年代改進。

12 月 3 日 台灣大併凱擘 公平會附加十大條件 NCC：仍會依法嚴審
有關台灣大併購凱擘案，公平交易委員會以有史以來最多的 10 項附加負擔方式，通過這項併購案。未來只要台灣大違反任何附加負擔中一項，公平會可隨時撤銷不禁止結合處分。國家通訊傳播委員會（NCC）表示，會依據有線廣播電視法、衛星廣播電視法、電信法和有無黨政軍股份嚴加審查。

12 月 10 日 動畫新聞「踐踏人性」NCC 凍壹電視申請

壹傳媒在蘋果日報網路上推出「動新聞」，以動畫模擬報導犯罪、性侵、家暴等過程，引發公民團體強烈抗議，北市政府以違反《兒童及少年福利法》連續兩天開罰共 100 萬元。

國家通訊傳播委員會(NCC)於12月9日以不符通訊傳播基本法精神、踐踏人性尊嚴為由,全體委員一致否決壹傳媒申請的壹電視新聞台及資訊綜合台兩頻道申請案。NCC發言人陳正倉以「踐踏人性」來形容動畫新聞中不斷揣摩受害者心態作法,「把被害者的遭遇重新表演一次,你心裡舒服嗎?」陳正倉重申,NCC支持以動漫輔助科學新知、醫療等新聞,但是涉及腥羶色的社會新聞「絕對不支持」,未來將邀集專家學者訂定頻道業者一體適用的標準。

12月17日 NCC委託研究收視質 擬提供收視率以外之選擇
台灣電視新聞品質社會詬病已久,一般認為盲目追求「收視率」是主要原因之一,NCC乃委託台灣競爭力論壇進行收視質指標建構和量測研究,並主辦「收視品質向上提升:台灣電視收視品質指標評量之現況與展望研討會」,企圖改善台灣電視惡性競爭單一收視率之生態。

研究團隊成員包括台大新聞所教授張錦華、輔仁大學影像傳播學系系主任林維國與世新傳播學院院長陳清河等。預計明年可試行收視質調查,初期將以新聞台為目標,再延伸至其他節目,並希望兩年後成立常態調查機構。

12月18至20日 亞洲最大影像藝術博覽會 Photo Taipei 在台舉辦
號稱是「亞洲最大」的影像藝術博覽會—Photo Taipei,與會藝術家涵蓋法、美、澳、中、日、韓、星及台灣創作者。首屆影像博覽會於六福皇宮大飯店舉行,展出日本兩大攝影家荒木經惟、森山大道之作品,與知名大師郎靜山、柯錫杰及莊靈等傑作。