

匯流政策研究室電子報

發行人 / 彭芸

採訪編輯 / 曾筱媛、劉容寧、邱學慈

發行 / 匯流政策研究室 每月一號發行

聯絡信箱 / convergence.policy@gmail.com

正式號第六十期 106 年七月 July 2017

暫時說再見

匯流政策研究室電子報從 2011 年 8 月出刊，試刊號十二期，2012 年 8 月出正式刊第一期，每個月一日，準時寄給各位關心匯流的朋友，從未間斷。

一開始八版，有時增版，內容均精心設計，有主題、有訪問、有翻譯，有新聞集錦，靠的是大家的支持，以及助理們認真辦活動、約訪、整理、編排。小小刊物，就如種子，發芽成為幼苗，愛心、關心、熱心為其養分，大家眼見其成長。

七年前，我離開通傳會時，匯流剛開始發威，題材很多，朋友更多；辦活動，參與人數不是重點，大家誠懇討論。於今，匯流是生活，如呼吸一般自然，而政策變動有方向，步驟則未明。

美國新總統，聯邦傳播委員會有新的主席；英國退出歐盟，而歐盟對通訊傳播的規管一直有進度；對岸的產業大爆發，管制有嚴有鬆，值得注意。鄰近的韓國、日本，其他各國對匯流進度的規管，都有一些值得我們關注的題材。

但是很遺憾，匯流政策研究室要暫時劃下休止符了。我感謝贊助的台灣電信產業發展協會、台灣有線寬頻產業協會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會，出錢出力；通傳會前委員們與同仁，更有求必應；大家一起來的感情與行動，讓研究室六年五十餘場活動從未冷場，一些關心匯流的學者、業者，幾未缺席，支持的誠意，感動肺腑。

今天說再見，期待再相會。

彭 芸

▼ 匯流政策研究室 6 年成績單

民國 100 年匯流政策研究中心於政治大學傳播學院內成立，成立宗旨為「促進匯流、完備政策、為提升台灣資通訊軟硬實力提供建言」，民國 102 年則隨召集人轉至元智大學。經過 5 年的運作，每月一日出版電子報（迄今共出版 70 期），發行量約三千五百份（尚不包含轉載，以及中華傳播學會、電信協會以及各相關協會寄發會員），屬國內針對數位匯流進行新知介紹與討論的重要平台。

匯流政策研究室由彭芸教授擔任召集人，副召集人為政治大學劉幼璉教授、交通大學李大嵩教授以及元智大學周韻采教授，皆對匯流政策以及產業變遷有相當的（接下頁）

(承上頁) 瞭解與承諾，六年餘(2011-2017)來舉辦論壇近五十場，討論的議題皆與匯流發展有關(請見電子報最後6年活動紀錄)。

每一場論壇邀請最具代表的產官學代表與媒體，活動參與人數少則十餘人，多則上百人，平均約在四、五十人左右，媒體也不時有所報導。產官學相關學者、專家，均體認在此平台交換意見的重要，走過六年光景，貢獻有目共睹。



匯流政策研究室自今年7月1日起，將走進社群，在臉書專頁中開設【匯流政策研究室】社團。歡迎舊雨新知們一同加入，與我們共同努力。詳情請搜尋臉書專頁【匯流政策研究室】。



匯流政策研究室



▼ 6月論壇報導

從真新聞、假新聞 談匯流時代的新聞演變



張讚國：政大客座教授（右1）；彭芸：元智大學教授（右2）；倪炎元：銘傳大學傳播學院院長（左2）；彭懷恩：世新大學新聞系教授（左1）

一步步走進這個媒體轉型的亂世，擁擠的資訊像一條跳躍的五線譜，在高低的音符間，迴旋盤繞新舊媒體的重音。數位匯流已經是一場現代新聞人無法逃避的戰役，在這個「真假不分、黑白常常顛倒」的「後真相」時代，勝者未必為王，產業要重新定義，個人要重新學習，何謂媒體？生存機制？記者是誰？角色、技能為何？

從元智大學彭芸教授的新書《數位時代新聞學》的黑白封面中，可以看出作者深切的期許。書中詳細介紹新聞學受匯流影響而產生顛覆性的變化，涵蓋新聞學研究最重要的幾個議題：新聞與科技、記者、新聞品牌、創業新聞學、數據新聞學、公民新聞學、品質新聞學，並討論這些變化對民主、新聞倫理及新聞教育的衝擊。（接下頁）

(承上頁)書中檢視國外最新的理論進展與討論，輔之以國內相關文獻，幫助讀者思考新聞學及其背後的概念、研究。於瞭解全球化下新聞學的研究趨勢之後，反思我國新聞學研究現今的位置與未來的方向。

「漩渦之中的人，有責任說出漩渦的樣子。」這是端傳媒執行主編張潔平創立《端傳媒》的初衷，但經過今年四月爆發的財務危機、大幅裁員，也終將於六月起推出付費牆模式，期望透過集資計劃開啟華文媒體的付費時代，讓群眾直接以價格支持來回應深度報導的價值。

「這在可預見的未來仍然是不可能的！」政治大學客座教授張讚國老師搖頭，他認為《端傳媒》不似《紐約時報》，能以付費作為總體營收的六成，「在台灣，要為了拯救一個媒體而付費取得新聞，絕對是考驗人性的。」

銘傳大學傳播學院倪炎元院長也指出，除非像中國大陸擁有完善的第三方支付，在每則新聞的下方皆提供「打賞」的按鈕，遇到喜歡的新聞即可打賞作者一元人民幣。久而久之，記者會為了寫出好新聞而努力不懈。

然而，在台灣，消費者願意為了 Spotify、KKBOX 等娛樂產品付費，卻不願意為了民主價值的基礎——新聞，付費。彭芸教授強調：「新聞真實性的價值，就在於我們對民主的期待！」

當然，隨著數位時代新聞的價值轉變，新聞在現代社會中所需要具備的屬性也更為多元。無論是公民新聞、互動、參與，現在的新媒體都更為注重新聞的「開放性」，包括 AR、VR 等 360 度的呈現，或是參與新聞學、部落客的蓬勃或是政府的資訊公開等等，數位新聞學都奠基于科技的屬性和性質，「因為參與而有了更多的形式」。彭芸教授強調，公民權是民主政治的關鍵，而「為了公共利益付出心力」的記者們，就更需要在數位時代中，具備更多元的能力。

前年，《美聯社》宣布針對美國職棒小聯盟的賽事報導，引進人工智慧軟體 Wordsmith 產製新聞，不再由體育記者親自撰稿；去年美國總統大選，許多媒體也採機器人撰寫的新聞，中國大陸騰訊的寫稿機器人也已出現，負責財金、體育、股市類新聞撰寫。「未來再加上人工智慧的發展，將來完全模擬專家的邏輯和觀點寫出評論文章，恐怕只是時間早晚的問題。」倪院長提出所有記者們都不願面對的夢魘，若記者不能「成他人所不能（接下頁）



(承上頁)成」，被機器人取代恐怕會是遲早的事。

彭芸教授結語說明此次出版的書乃教科書，衷心期許學界、業者回歸新聞本質。對此，世新大學新聞系彭懷恩教授也回應，在社會科學教育中，以表面現象回溯背後的結構性因素仍十分重要，學校的新聞教育不該只著重於電腦技術、3D列印等新興科技的技術教學，因技術的教學永遠跟不上時代的變遷，「等到好不容易學會了，大四畢業後的技術又換了一批」。

彭懷恩教授不只強調社會科學、心理學、政治學等基礎學門的培養，更相信在數位時代，好的內容仍然有「吸金」的可能。「在誠品，大家愛買的書都愈來愈厚；寫數位時代、人工AI的也都出書！」彭教授指出，實體書今年在歐洲和美國的銷售成長17%、電子書下跌7%，且今年的金鼎獎也是頒給讀書共和國的老闆。



六月論壇的題目、邀請對象，有別於過去論壇的內容，除固定參與論壇的朋友外，更吸引許多傳播學院的教授、同學，在炎熱夏日討論匯流時代的新聞演變，很熱，但許多人心裡也感覺涼涼的。

▼ 精選文章摘譯

全球監理機關的新挑戰

原文出處："A Global Challenge", from InterMEDIA, April 2017 vol 45 issue 1.

作者：RAINER SCHNEPFLEITNER

全球經濟正快速往數位化和IP網路化邁進，資通訊科技成為現代創新經濟系統的基礎，互動式和數位科技改變了我們的每日生活和工作，不管是個人或整個社會群體，跨部門的新經濟現象和社會發展正逐漸融合。

這些改變發生的規模越來越大，且速度越來越快，促成新的工作機會和創新發展，也增加了監理單位的挑戰。除了像歐盟或美國這樣龐大的經濟體國家，對許多小國家來說，訂定方向一致的法規政策和規管框架其實非常困難。

過去，我們不斷討論環境的變化，法規和產業都面臨新的環境挑戰。然而，我認為應該優先探討本質性的問題：「什麼是新穎的？新的市場遊戲規則是什麼？法規應該如何改變？哪些應該優先制定？路線圖該怎麼走？」這些問題已經足以寫成一系列的報導，而本篇文章將先拋磚引玉，回顧過往美好的世界，再一探嶄新的新世界，並提出應（接下頁）

(承上頁) 對建議，希望刺激公眾討論並縮短現有法規與產業上的缺失。

內文主要探討兩個主題：一、政策制定者如何就國家和國際等兩種層次協調規管理制度。二、政策制定者如何面對國際型企業。

世界已經改變

過去的世界相對簡單且單純，電信服務營運商主要以所在地理位置的國家為市場目標，產業發展健康、法規成熟（這裡僅簡化意指先進國家）。但新的世界複雜多了，產業匯流、朝多面向發展，既得利益者不再安全。

早在 1990 年代晚期，匯流 (convergence) 是一個流行用語，就像今日「智慧 (Smart)」和「物聯網 (IoT)」等名詞一樣。匯流起因於科技發展，且快速發生。OTT 業者對全球產業造成巨大的影響，就好比飯店和計程車等運輸產業，地理上的市場邊界已經逐漸模糊。我們生活在一個「既全球又在地 (Global/local)」的世界，活在地方，但消費全球。消費者的需求邊界變得模糊，生產與消費者之間的角色定義也不再清晰，我們提出新的概念名詞「創用者」(Prosumer)，使用者消費服務，但同時也在平台中產製資料和內容，變成平台獲利的來源。

消費者觀點

過去的消費行為很直接，消費者付費取得服務。然而，今日的消費世界則是仰賴創用者出賣個人資料來獲利，免費的 Apps 和通訊社群軟體以廣告制度來換取服務。消費者保護制度變得越來越重要，包括付款方式、資料保護到個人隱私，「被遺忘的權利 (the right to be forgotten)」制度保護消費者不被網路霸凌、肉搜，資料的所有權涉及消費者個人隱私和權利。俗話說「天下沒有白吃的午餐」，免費的 APP 就等於是用通訊錄資料、email、瀏覽紀錄等資料來換取，消費者一再利用個人資料來換取服務，只會不斷喪失隱私。

產業觀點：觀念改變

傳統電信商握有接近消費者最後一哩，但當 OTT 業者興起後，新的商業模式讓傳統電信業者也面臨新挑戰。經過幾年的奮戰後，現今電信商找到更有競爭力的合作模式，將 OTT 業者視為互補而非競爭業者，因為少了 OTT 業者，就沒有人會想要利用高速行動網路，商業模式轉向以販售網路流量和資料為主。

規管機構觀點

過去，監管機關劃分部門，彼此分工，但新產業面向國際，且跨單位部門。過去電信管理機構負責電信業務、媒體規管單位處理內容相關問題、金融機構看守財務工作、資料保護機關負責隱私顧慮，一些區域組織，像是歐洲 BEREC 等已經仰賴部門分工運作多年。然而，新的產業問題浮現，不管是跨國際，又或者跨部門，許多國家已經開始採取行動，設立匯流通訊管理機關，來處理新世界的產業業務。

結論

新世界影響巨大，我們必須重新思考做事的方法，批判性地評估舊有工具是否仍符合當今世代。過程中必須不停思索：「我們希望我們的世界（國家）變成什麼樣子？」這個問題放諸各個國家答案都不一樣，最終不只是需要思考全球化，更需要回歸本土脈絡，去思考並解決我們自己環境下的問題。重點是，沒有清楚的政策目標，就沒有執法效率和股東利益，更無法達成目標。監管單位之間必須要彼此協力，以解決全球問題。而在談監管之前，我們對於「監管」的本質意義也必須要重新思考，包括市場執照、資料保護、業務收費審查制度等，都必須要有更清楚的方向。

台灣匯流新聞集錦

6

NCC下半年擬修廣電三法

【經濟日報 黃晶琳 / 2017-06-18】

行政院數位政委唐鳳昨（17）日表示，面對各式各樣爭議消息，行政院對網站上的熱門議題設立一個網路爭議訊息治理專頁，除部會自己提出問答題，說清楚正確訊息，更希望業者自律公民團體他律，第三方協力健全查證機制，提升公民媒體資訊素養及網路使用者自主判斷訊息的正確性。

國家通訊傳播委員會（NCC）主委詹婷怡表示，因應數位匯流及網路治理，NCC擬定「電信管理法」與「數位通訊傳播法」已經送行政院，下半年研擬廣電三法修法。詹婷怡認為，網路加速全球化發展，無界限跨國通訊傳播突破以往各國間之地理疆界，也讓網路治理更顯重要，政府組織與機關在數位轉換過程中，應積極回應並扮演數位時代帶動數位基礎建設與橋樑的角色。

NCC核發執照 講客廣播電台23日開播

【聯合報 林敬殷 / 2017-06-16】【中央社 江佩凌 / 2017-06-21】【自由時報 陳炳宏 / 2017-06-21】

國家通訊傳播委員會（NCC）表示，本月21日審議通過講客廣播電台廣播執照申請案，23日正式開播，以提升客家族群媒體近用權益，促進語言及文化之傳承與傳播。

NCC表示，講客廣播電台第一期規劃先行開播台北竹子山、高雄中寮計2個轉播站，可涵蓋台灣北部及南部區域，未來講客廣播電台第二、三期建設完成後，將可涵蓋全台主要客家族群分佈區域。講客廣播電台於105年11月17日取得廣播事業籌設許可後，已於今年依營運計畫完成第一期建設，並取得該期所有電台執照，經檢具文件提出廣播執照申請。

但由於「講客廣播電台」由政府（客委會）成立，引發外界對於黨政軍介入媒體經營的疑慮。台師大大傳所教授陳炳宏指出，雖然《廣電法》第五條明訂「政府為特定目的，以政府名義所設立者，為公營廣播、電視事業」，因此客委會依「特定目的」是可申請廣播電台，但這「特定目的」是想為客家族群服務，還是想透過政府控制媒體，來幫政府搽脂抹粉呢？

至於未來講客廣播台係獨立由客家財團法人經營，或納入公廣集團，涉及國家公廣集團政策，將另由文化部、客委會及原民會等單位可以就整個公廣制度、經營綜效及頻譜使用效率上通盤考量。

否決台數科併東森案 NCC說明原因

【中央社 / 2017-06-03】【匯流新聞網 蘇元和 / 2017-06-22】

NCC否決台數科併東森電視股權一案，NCC於3日發出新聞稿進一步說明原因，表示買方利用系統台掌握頻道排頻及上下架權力，曾對頻道自由競爭進行要脅限制作為，已屬經營之重大缺失。

NCC表示，買方台數科經營有線電視系統過去即涉有違法不當移頻之前例，其所屬中投有線電視系統明知頻道變更依規定應經主管機關許可，竟未經主管機關許可於105年8月間逕將某新聞台移頻，該新聞頻道隨即自另一競爭平台MOD下架，擾亂市場秩序，影響消費者權益。雖業經NCC委員會依法核處在案，惟公平交易委員會本即針對垂直整合亦分析指出，東森電視股權結構變動及經營權移轉，仍有限制競爭疑義。

NCC強調，買方既已為國內頗具規模且長時間經營之有線廣播電視系統經營者，卻利用MSO掌握頻道排頻及上下架權力，對頻道自由競爭進行要脅限制，屬經營之重大缺失；若交易案通過，買方未來握有垂直及整合市場力量，對公共利益之維繫與消費者權益之維護，勢將造成更為不良與甚至不利之影響。

新媒體崛起 CCTF盼政府營造OTT公平競爭環境

【ETNews 新聞雲 林睿康 / 2017-06-27】

「2017CCTF雲端暨聯網電視高峰論壇」今天（27日）在世新大學舉行，探討在新媒體的衝擊下，有線電視業者如何因應。CCTF執行長王鴻紳向文化部和國家通訊傳播委員會（NCC）提出政策建言白皮書，重點包括「發展適用於台灣新型態媒體服務的行銷成效評估機制」、「成立專門委員會處理物聯網法規研修與新制度建立」和「營造OTT公平競爭環境」。

CCTF由國內多系統經營者和台灣數十家企業發起，會員包含軟硬體廠商（平台、設備、系統、軟體、應用服務、遊戲、終端、晶片、IC等），媒體（出版、頻道、媒體購買等），運營商（電信、有線電視、相關協會），以及財團法人和研究單位。每年都會向政府相關單位提出政策建言白皮書。

CCTF執行長王鴻紳指出，2016年是台灣OTT元年，美國Netflix、中國大陸愛奇藝和韓國LineTV等線上影音平台來勢洶洶，打破以往線性頻道的電視疆界。面對新媒體的衝擊，國內卻缺乏具備大數據分析能力之產業領域專家，導致資料難以有效加值運用，加上業者難以掌握消費者輪廓全貌，以及缺乏客觀的數位行銷效益評估機制，期待建構公平且透明的頻道評鑑指標。因此建議政府機關，應該「加強跨業人才培育」、「鬆綁法規，鼓勵跨業資料共享」、「鼓勵業者投入發展國產化行為數據解決方案」和「發展適用於台灣新型態媒體服務的行銷成效評估機制」。

國際匯流新聞集錦

不及全球均速的1/3 印度4G寬頻網速太慢遭投訴

【中央社 新德里/ 2017-06-08】

最新報告說，印度4G寬頻的平均下載速度僅有每秒5.1MB，不及全球平均速度的1/3，僅比全球3G平均下載速度每秒4.4MB高一點。也因為4G上網速度太慢而遭到投訴。

根據印度電信監管機構的數據，全印度第三代行動電話（3G）註冊用戶平均下載速度低於每秒1MB（1Mbps），因此3G部分用戶的下載速度低到每秒僅有10KB（10Kbps）。

英國Open Signal公司發表的最新報告指出，印度在過去6個月中，因網路平均用量陡增，使得平均網路下載速度下滑超過每秒1MB（1Mbps）。根據這份報告，印度平均上網下載速度排名全球第74名，比巴基斯坦和斯里蘭卡的網速還低。全球以新加坡的4G網速最快，南韓的4G覆蓋能力全球第1。報告說，全球平均的4G下載速度為每秒16MB（16Mbps）。

根據TRAI的數據，截至2016年年底，印度上網用戶已達2179.5萬戶，平均數據用量從去年9月的每月236MB，提升到12月的每月884MB；TRAI已在今年1月把最低寬頻下載速度從每秒512KB（512Kbps）上調到每秒2MB（2Mbps）。

保障消費者選擇權利，加拿大明文禁止電信業者鎖手機

【iThome 陳曉莉 / 2017-06-16】

加拿大廣播電視及通訊委員會（Canadian Radio-television and Telecommunications Commission，CRTC）周四（6/15）宣布，自今年12月1日起，所有消費者都有權利可免費解鎖他們的行動裝置，而且自該日之後的所有新裝置都不准上鎖。

過去加拿大的電信業者除了可以銷售鎖機裝置，以限制這些裝置只能使用自家服務以外，若有民眾要求解鎖，還會額外收取費用。加拿大創新、科學及經濟發展部（Innovation, Science and Economic Development Canada）部長Honourable Navdeep Bains表示，加拿大人擔心成本逐漸升高的網路與手機費用，因此既有的鎖機及解鎖費用很令人煩惱。

Bains亦稱讚此一改變將讓加拿大民眾更方便切換至其他的無線服務供應商，擁有更多的選擇，同時也將鼓勵供應商之間的競爭，最終造福消費者。

網路女皇2017年趨勢報告：社群廣告夯，點要準、買要快

【匯流新聞網 黃有容 / 2017-06-04】

「網路女皇」瑪麗·米克（Mary Meeker）於美國Code大會上發表2017年網路趨勢報告，其中指出網路龍頭如Google、Facebook的廣告效益明顯成長。而廣告主們除了根據產品需求選擇下廣告的平台之外，也應經營有效用戶的內容，這比品牌自產內容效益更大。

美國凱鵬華盈（KPCB）風險投資公司合夥人瑪麗·米克，又被稱作「網路女皇」。她的網路趨勢報告自1995年起，已經連續發表22年，被業界喻為「聖經」。這份2017年趨勢報告在美國時間5月31日公佈，簡報共355頁，內容包括使用習慣、網路廣告、影音串流、電競手遊，和中國、印度市場的分析等。

報告表示，使用者在使用行動裝置上網的時間，8年內從每日平均0.3小時增加到3.1小時，也因此行動廣告的市場正在不斷成長。根據這份報告提供的數字，過去1年網路廣告的總幣收有730億美元，其中行動廣告就占了370億美元。不但如此，米克認為，行動廣告市場還有至少160億美元的成長空間。

網路平台商不斷利用大數據運算了解使用者的同時，網路廣告的效益成長也是有目共睹的。米克的報告中指出，Google的日錄式廣告點擊率從2014年的29%，在2017年成長至52%；Facebook的廣告點擊後購買比例已經近3成。報告分析，在行動裝置上呈現的廣告，可以「預測」受眾行動的效果最好，例如接下來要去哪個地點、要做什麼事，這些都可以經由使用應用程式服務、搜尋關鍵字等行為做預測。

另外，報告也指出，品牌應更關注「有效用戶」，也就是名人、意見領袖、網紅等產生的內容——這些內容往往比品牌自己做的內容觸及效果更好。要讓受眾不僅看到廣告內容，更進一步的完成消費，米克認為最好讓「購買的動作」和「看到廣告」可以同時發生。例如Facebook的廣告影片可同時附上商品購買連結，Instagram也能在廣告貼文上直接點選購買商品。

社交平台為零售商帶來了更多客戶服務和互動的方式，快速和有誠意的回覆，讓客戶產生主動了解品牌的欲望，對品牌也會有更多認同感。米克提醒無論是線上或線下的零售商，都不要忽視客戶越來越需要「互動」這件事。

國際匯流新聞集錦

英國影音串流營收 3年看增30%

【聯合晚報 編譯季晶晶 / 2017-06-17】

英國衛報報導，線上影音平台網飛（Netflix）和亞馬遜（Amazon）在英國的影片串流營收，料將在2020年前超越電影院票房。

資誠顧問管理公司表示，愈來愈多英國消費者習慣透過隨選視訊服務商，付費取得電視節目內容，線上影音串流營收將在2020年大幅成長逾30%至14.2億英鎊（約台幣556.6億元），高於來自電影觀眾的票房收入，後者估為14.1億英鎊。

隨著蘋果（Apple）和英國天空廣播集團（Sky）相繼開始提供自己的下載服務，近年來影音串流的崛起已是電影院的最大競爭挑戰。

資誠駐英國的娛樂媒體部主管史托克斯說，「網路視訊的需求沒有減速跡象」，但他警告，賣座強片或上映劇院還不會滅絕。

資誠也預估，2020年前，英國隨選視訊市場近三分之二將落入網飛和亞馬遜之手，他們的收費水準分別是月繳7.99英鎊或年繳79英鎊。

資誠並預言DVD和藍光的銷售將出現「末期衰退」，2016年時還有12.2億英鎊，2021年僅剩5.33億英鎊。網路影音今年就會超越DVD。

英國接二連三遭恐怖攻擊，首相：各國應合力加強網路管理

【iThome 陳曉莉 / 2017-06-06】

英國今年以來接二連三地發生恐怖攻擊行動，上周六（6/3）再有3名武裝份子駕車高速衝撞倫敦橋上的行人，隨後又在鄰近持刀砍人，已造成數人死亡與數十人受傷，英國首相Theresa May周日（6/4）要求重新制定對網路的規範，避免讓網路成為孕育恐怖份子的安全空間。

May說，他們不允許網路成為孕育恐怖思想的安全空間，精確地說是由大型業者所提供的網路服務，各國政府應該要合作共同規範網路空間，以抑制極端及恐怖主義的規畫。

儘管不論是Google、臉書、微軟或Twitter都已採取行動刪除或過濾自家平台上的仇恨言論，但仍無法避免於發生恐怖攻擊的當下受到指責。

在接到媒體的詢問後，Twitter說恐怖份子的言論在該平台上並無藏身之地，臉書則表示該站以技術及人力並行的方式儘速移除站上的恐怖主義內容，Google也說迄今已斥資數百萬英鎊來解決該問題，而微軟則建立了檢舉仇恨言論的專屬網站。

去年6月，微軟、臉書、YouTube及Twitter科技業者即曾與歐洲委員會（EC）共同訂定一行為準則，以杜絕仇恨言論在歐洲網路上散布，不過，May顯然認為只有業者的自律還不夠，需要更強硬的法律來規範。

為防聯考作弊，衣索匹亞政府放大絕：斷網9天

【iThome 陳文義 / 2017-06-08】

在甚麼情況下，政府可能切斷國內的網際網路連線？非洲人口第二大國衣索匹亞政府的答案是：預防學生在聯考期間作弊。

衣索匹亞在5月31日至6月8日間，正好要舉行全國高中與大學入學考試，但由於去年在考試舉行之前，便發生考題外洩並被大量在網路上傳佈的事件，逼得政府不得不擇期另辦大考；今年度衣索匹亞政府以預防類似舞弊行為再度發生為由，竟然全面切斷網際網路服務，至少得等到6月8日考試全部結束後，才可能恢復正常。

關於衣索匹亞斷網的實際做法，不同國際媒體有不同報導，有的報導指該國全面斷網，有的則報導僅有社交網路服務遭到斷線，但攸關民生的網站如網路銀行、航空公司等，則能夠正常連線；也有報導指出僅有行動網路遭到斷網，一般家用商用的寬頻網路，以及外國領事機關建築物的網路並未受到影響。

不論斷網狀況如何，衣索匹亞政府此舉已經招致批評。該國曾經在兩年前發生的大規模示威抗議事件時，同樣使出斷網絕招，希望藉此削弱反對勢力相互聯繫、集結的力量。

儘管身為人口眾多的非洲強國，但衣索匹亞的網路普及性僅有約12%。

中國匯流新聞集錦

陸首座5G基地台開通

2017-06-26 00:31 經濟日報

中國首個5G基站（基地台）已經在廣州大學城開通，該基站應為迎接即將開幕的2017世界移動大會，廣東移動聯合設備廠商在廣州大學城，開展5G外場測試而開通。第一個5G基站的開通，標誌著5G進程又邁出關鍵一步。

中新社報導，與4G技術相比，5G網路擁有更強的性能，支援超高速率、超低時延、超大連接的應用場景。據透露，在廣東移動5G外場環境下，5G網路速率穩定維持在2Gbps以上，這意味著，一眨眼就能下載完一部高清電影。

按照中國動的5G時間表，2017年、2018年將分別啟動外場試驗，並開展面向商用化規模試驗，預計2020年完成5G規模商用。廣州是中國移動全國首批5G試驗網城市之一。

廣東移動按照規畫，將在廣州大學城體育場、圖書館、食堂、實驗樓、教學樓等七個地點部署測試網站；此次開通的5G基站基於5G新空口協議，在外場測試中尚屬全中國大陸首次，可謂名副其實的5G基站。

中國將砸1800億美元蓋5G基礎建設 2022年拚4成市佔

2017年 06月 13日 財經新報

南華早報 13 日報導，Jefferies 證券分析師 Edison Lee 指出，中國三大電信商（中國移動、中國聯通、中國電信）將從 2019 年起啟動 5G 基礎建設、預估 7 年內總支出金額將上看 1,800 億美元，遠高於 2013~2020 年的 4G 資本投資金額（1,170 億美元）。同一時間，日本 5G 設備支出預估僅達 460 億美元。中國移動 3 月宣布，明年起將開始在主要城市架設 5G 實驗網路，預計 2020 年全面推出商業服務。

Jefferies 預估 2022 年中國 5G 用戶數將達到 5.883 億戶，佔當地總行動服務用戶數的 39.9%。Lee 指出，百度、阿里巴巴集團以及騰訊將帶頭推出透過 5G 推送的 4K、8K 影片服務以及擴增 / 虛擬實境相關應用。他表示，智慧城市計畫將利用 5G 網路與人工智慧（AI）去完成公共安全、交通 / 災難管理等任務。

三星電子（Samsung Electronics）次世代團隊負責人 Paul Kyungwhoon Cheun 去年 7 月表示，三星正在開發所謂的「毫米波」（mmWave）超高頻譜應用。這些為數龐大的閒置或低度應用頻譜大約較 LTE 總量多出 5~10 倍。

中國政府禁三大網站進行網路直播

2017年 06月 27日 科技新報

中國對網路內容有嚴格審查，尤其在文字方面，微博內容被「河蟹」的現象屢見不鮮。現在為了保障國家安全和社會穩定，中國政府日前再發出新指引，這次目標是全新的網上直播媒體。3 個在中國非常流行的網路媒體被點名，禁止他們進行網上直播。

被中國政府點名的 3 大網站，包括新浪微博、影片分享和遊戲直播網站 ACFUN，還有新聞網站鳳凰衛視。據報由於中國當局認為這些網站的直播內容跟審查有抵觸，而網友的留言不少都帶有負面意味，為了避免有害內容和留言為社會帶來影響，所以禁止這些網站視訊直播。

中國網路實名制實施 最重還可斷網

自由時報2017-06-04 11:29

中國在今年6月正式實施「網絡安全法」，陸委會分析，中國在網絡使用採「實名制」，甚至主管部門得基於保障國安等事由，採取監測預警處置，對特定區域採取斷網措施；陸委會呼籲，中國大陸安全管理與人權保障不可偏廢，更應避免影響兩岸交流。

陸委會今表示，中國大陸「網絡安全法」於2016年11月7日審議通過，並於今年6月1日正式生效實施；該法第24條規定網路使用者應提供真實身分訊息，禁止以匿名方式使用網路；而第12條及第48條規定網路使用者不得利用網路從事危害國家安全、榮譽和利益等活動，或以電子或軟體發布或傳輸為當局所禁止發布的訊息。另外，第50條更賦予有關部門若發現為當局所禁止發布的訊息，即得要求網路營運業者停止傳輸並保存紀錄。

協辦單位：台灣電信產業發展協會、台灣有線寬頻產業協會、

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

歡迎各界持續關注匯流政策研究室相關訊息，與我們共同努力

聯絡方式：convergence.policy@gmail.com

匯流政策研究室 6 年活動紀錄

論壇活動次數、主題統計

類別	次數	備註	電子報刊登期數
電信	8	1. 數位年代，我們從哪裡來？要往哪裡去？(2011.08) 2. 從頻譜管理生命週期剖析我國電信產業現況(2011.10) 3. 從技術與應用發展趨勢，看全球行動通訊演進至 4G 之道(2012.04) 4. 行動寬頻業務釋照的政策考量(2012.10) 5. 電信法修法關鍵議題(2012.12) 6. 前瞻雲端之 4G 釋照(2013.08) 7. 萬物聯網時代的電信事業新面貌與新思維(2016.04) 8. 「數據傳輸服務之規管」論壇(2016.11)	試刊號第二期：2011-9 月、試刊號第三期：2011-10 月 試刊號第五期：2011-12 月 試刊號第十一期：2012-6 月 第五期：2012-12 月 第七期：2013-2 月 第十五期：2013-10 月 第四十六期：2016-5 月 第五十三期：2016-12 月
媒體（廣播、無線電視、有線電視）	16	1. 數位轉換與數位紅利：政策與實踐(2011.11) 2. Digital Media and New Media Policy(2012.03) 3. 從地方看有線電視法修法(2012.05) 4. 數位轉換後的我國無線電視台(2012.09) 5. 收視費率如何合理計算？(2012.11) 6. 有線電視數位化進程(2012.11) 7. 匯流紀元談內容規約(2013.02) 8. 媒體經營權集中現況及其影響(2013.03) 9. 通訊傳播法變革(2013.03) 10. 匯流紀元，媒體脫序靠自律？(2013.05)	試刊號第六期：2012-1 月 試刊號第十期：2012-5 月 試刊號第十二期：2012-7 月 第四期：2012-11 月 第六期：2013-1 月 第六期：2013-1 月 第九期：2013-4 月 第十期：2013-5 月 第十期：2013-5 月 第十二期：2013-7 月

		11. 有線電視分組付費實施與消費者權益 (2013.09)	第十六期：2013-11 月
		12. 匯流時代的台灣廣播 (2014.08)	第二十六期：2014-9 月
		13. 匯流媒體產業：併購？集中？(2014.10)	第二十八期：2014-11 月
		14. 檢視我國無線電視的困境與出路 (2015.02)	第三十二期：2015-3 月
		15. 台灣內容產業的今日與明天 (2016.9)	第五十一期：2016-10 月
		16. 匯流紀元的公廣集團 (2017.02)	第五十六期：2017-3 月
匯流（新發展）	12	1. 數位匯流下的人才培育現況與前景(2013.04)	第十四期：2013-9 月
		2. 從寬頻人權看我國 4G 頻譜拍賣(2013.11)	第十七期：2013-12 月
		3. 匯流政策中的「消費者」(2014.02)	第二十期：2014-3 月
		4. OTT 的發展：機會與挑戰 (2014.04)	第二十二期：2014-5 月
		5. 迎接行動支付大未來 (2014.05)	第二十三期：2014-6 月
		6. 4G 起飛，互連新挑戰 (2014.09)	第二十七期：2014-10 月
		7. 智慧城市 (2015.03)	第三十三期：2015-4 月
		8. OTT 科技創新與市場顛覆 (2015.04)	第三十四期：2015-5 月
		9. 開放資料 (Open Data)：機會、挑戰與發展策略論壇 (2015.07)	第三十七期：2015-8 月
		10. 匯流關懷-前委員的新書發表會(2015.09)	第三十九期：2015-10 月
		11. 創新、創意、創世紀(2016.06)	第四十八期：2016-7 月
		12. 匯流時代，真新聞、假新聞 (2017.06)	第七十期：2017-7 月
法規	15	1. 台灣數位匯流相關產業的競爭規範(2011.09)	試刊號第四期：2011-11 月
		2. 從地方看有線電視法修法	試刊號第十二期：2012-7

		(2012.05)	月
		3. 法規鬆綁？對 NCC 新委員會立法優先順序的建議 (2012.06)	第一期：2012-8 月
		4. 記者看匯流(2012.07)	第二期：2012-9 月
		5. 電信法修法關鍵議題 (2012.12)	第七期：2013-2 月
		6. 匯流紀元談內容規約 (2013.02)	第九期：2013-4 月
		7. 媒體經營權集中現況及其影響(2013.03)	第十期：2013-5 月
		8. 通訊傳播法變革(2013.03)	第十期：2013-5 月
		9. 匯流紀元，媒體脫序靠自律？ (2013.05)	第十二期：2013-7 月
		10. 雲端時代之通訊傳播匯流法 (2013.12)	第十八期：2014-1 月
		11. 前瞻 4G 元年行動寬頻法制環境(2014.03)	第二十一期：2014-4 月
		12. 數位包容與寬頻社會 (2014.06)	第二十四期：2014-7 月
		13. 2015，匯流大法的想像與走向 (2014.12)	第三十期：2015-1 月
		14. 勇敢邁步：嶄新的匯流法 (2015.11)	第四十一期：2015-12 月
		15. 「影視產業與新匯流法」論壇(2016.12)	第五十四期：2017-1 月
政策	12	1. 台灣數位匯流相關產業的競爭規範(2011.09)	試刊號第四期：2011-11 月
		2. 數位轉換與數位紅利：政策與實踐(2011.11)	試刊號第六期：2012-1 月
		3. 歲末感恩匯流建言(2011.12)	試刊號第七期：2012-2 月
		4. 數位匯流時代下對 NCC 開創新局之期許(2012.02)	試刊號第九期：2012-4 月
		5. Digital Media and New Media Policy(2012.03)	試刊號第十期：2012-5 月
		6. 法規鬆綁？對 NCC 新委員會立法優先順序的建議	第一期：2012-8 月

	(2012.06)	
7.	記者看匯流(2012.07)	第二期：2012-9 月
8.	行動寬頻業務釋照的政策考量(2012.10)	第五期：2012-12 月
9.	電信法修法關鍵議題 (2012.12)	第七期：2013-2 月
10.	NCC 新委員一周年(2013.07)	第十三期：2013-8 月
11.	數位包容與寬頻社會 (2014.06)	第二十四期：2014-7 月
12.	頻譜究竟是否稀有？ (2017.04)	第五十八期：2017-5 月