

# 誰的地質公園？

## 地質公園經營結合媒體行銷之淺見

劉恩逸

電視台企劃，臺灣地質公園學會行銷宣傳組組長

蒙林俊全老師邀稿，希望我從自身從事的電視傳播工作裡，分享傳播媒體如何結合地質公園與地景保育等議題。應允之後，我開啟了思考：「媒體工作，如何與地質公園與地景保育結合？」「地質公園與地景保育又如何需要媒體介入？」這二個提問看似命題相同，卻是互為主體且方向相反的思考視角。我在雙向思考中產生持續對話，在此先回顧自己過往的媒體經驗。

### 一、日常經驗 — 從媒體上被動接收龐雜訊息

作為非傳播科系的一般閱聽眾，過往的傳播媒體之於我而言，就是日常生活中被動接收的圖文影像，但這些眼花瞭亂的龐雜訊息，有多少能夠獲得我的目光關注呢？大多時間是沒有的！即便這些訊息已經展開在眼前，大多數仍然如過眼雲煙。這樣的視聽經驗應當是多數人的共同體驗，現代人多練就過目就忘的上乘武功，方能在穿梭在鎮日資訊轟炸的現代社會裡。

那這些龐雜的訊息去了哪裡？如果這些訊息都沒有產生被需要的用途，怎麼還會有人願意出錢出力來生產呢？可以想見肯定有訊息獲得接收人的青睞，甚至引發接收人進一步主動探詢，進而締結關係。這些關係存在各種面貌，可能是商品買賣（機票限時折扣，咖啡買一送一），或

是某某熱門活動受理報名，又或者是一項引發你我特別關注的新聞消息等等。

在龐雜的海量訊息中，「這些訊息是怎麼獲得我們的青睞呢？它們是怎麼辦到的？它們是怎麼知道我會有興趣呢？」回顧自身日常經驗後，我提出了疑問。巧合地是，非傳播科系畢業的我，出社會後竟成為了生產訊息的議題工作者。

### 二、生產資訊 — 創造社會議題的少數人

初入社會的我，多是非營利/非政府組織中跟著前輩推動公眾議題倡議：從關注社會動態，設定主打議題，進而發展議題論述，發布公開資訊。試圖透過少數人的發聲，呼籲社會大眾提升對公眾議題的關注。

然而「道德勸說型的倡議，是一條不討喜的路！」社會大眾、士農工商，每個人在日常生活中都承擔著自己專屬的壓力。政治、環保、農業、生態、經濟發展、勞動權益、性別平等、幼童照護、長照、情緒管理等等，現代社會有太多的事情在發生，你我關注的議題，不見得是他人關注的首選。

「行動得不了社會青睞，就放棄不做了嗎？」當時作為工作者，私下總不免自我拷問，再加上業務推動缺乏財務資源時，更經常陷入迷惘。我親身接觸的前輩工作者，多

數是用極少的資源開展行動，堅持不間斷地產生論述，持續讓議題曝光。臺灣的倡議工作者經常說：「一方有難，八方來援！」許多起初渺無資源的公眾倡議行動，因著持續發聲彰顯該議題的社會公眾價值，渺渺微光終於在漫長黑暗中被社會大眾看見，進而產生更強大的社會運動量能。

後續輾轉經歷過社會議題倡議、友善農業推廣行銷、偏鄉社區產業發展與大學社會責任計畫(USR)等基層工作現場，我帶著前述公眾議題的推動經驗，在後續幾項工作中，也多著重議題設定與推廣策略，重視與目標對象的溝通工作。在這樣的操作模式下，自己也累積了受訪、主持與協助採訪規劃的經驗，建立起與媒體工作者的互動關係。透過回顧自己參與的倡議行動經驗，再次凝視這群工作者的生命經驗，讓我重新省視在今日的社會環境條件中，類倡議行動可以怎麼做。

### 三、媒體現場 — 新聞議題的生產日常

2022年10月，我從媒體介面外圍的資訊接收者，正式進入到介面內的生產流程，成為新聞專題節目企劃人員，獲得一個跟以往身分不同的工作視角。究竟媒體業資訊生產的現場，工作者有哪些關注的面向呢？我簡單列舉如下：

1. 議題聚焦：節目內容有篇幅限制，如何在有限的篇幅內，快速讓議題聚焦是採訪人員的基本工。不同於文章書寫以「起-承-轉-合」做引言鋪陳，影像剪輯則多採用「破題-敘事-結語」的三段結構：開頭直接點出「人-事-時-地-物」，緊接1-2段敘事說明內容與過程，便進行結語。這裡的三段結構，會因應篇幅長度而調整，比如一小時的專題節目，敘事討論便可擴充為多個子焦點與問答組合，透過問答過程，逐步讓討論焦點清晰呈

現。簡言之，在有限的影像篇幅裡，敘事過程會捨棄文章書寫習慣的「轉-合」結構。

2. 畫面充足：影像素材包含照片、影像、聲音與訪談等四大類。為了要使畫面好看，充足的影像素材是最基本條件，其次為影像品質，最後才是剪輯能力。如同巧婦難為無米之炊，有足夠食材，才有製作一道道料理的可能。因此媒體業特別注重第一手畫面的取得，有畫面好做事，若缺畫面就頭大了，只得再想方法取得相關影像來補充，相對付出的時間/金錢成本就更高。

3. 資訊查核：取得的各項素材需要經過資料可信度的確認。理想上是需要多方查核的，但實務上多採信賴受訪者的原則，畢竟節目呈現的內容是以受訪者觀點與論述出發，並非節目設定答案；因此除非素材有明顯瑕疵，不然在可信度的查核上，多以受訪者的認定為準則。

4. 首播收視率：依法登記立案的電視台，有固定的電視播放頻道，各類節目於固定時段在該頻道進行播放。一般而言，節目首播的收視群眾，最能反映出當集節目的群眾接受度，因此電視台內部多會針對首播收視率進行調查，並進行長期數據觀察，藉此調整節目製作的方向。簡言之，首播收視率就是節目的公眾影響力，這也是傳播媒體被定位的社會功能。

5. 長期點閱數：筆者所服務的電視台屬非商業性質，在無販賣廣告收益的壓力下，節目製作團隊更可專注在具備社會公益價值的議題層面；節目首播後亦會把該集內容完整上傳到網路平台，提供閱聽眾免費點閱觀看。然而，首播收視率即便不需過度在意，為了凸顯該節目內容所彰顯的社會價值，製作團隊仍關注網路平台上的點閱數，如果點閱數持續有增長，便表示該集議題確實受到社會大眾關注。

除了上述的關注面向之外，筆者作為節目企劃人員，更是經常面對尋找合適題材的困境。每週一集的專題節目，等同一年就需產製52個專題，製作期通常落在1-2個月之間，同時有3-5項專題在不同進程上同步進行。因此在緊湊的工作週期裡，具備明確議題焦點且受訪者本身具備流暢的論述能力，並可提供完整豐富的影像資料的對象，多會成為企劃人員青睞的題材選擇。

#### 四、善用媒體 — 讓地質公園被看見 務

臺灣的地質公園保育與經營議題，在多位前輩學者、專家與社區工作者的齊力推動下，迄今(2023年11月)依〈文化資產保存法〉程序審查，指定成立的地方級地質公園已達十處。每年辦理二次的臺灣地質公園網絡會議更是完成了24屆，並在各界支持下於2016年成立臺灣地質公園學會，持續強化地質公園議題研究與深化國內外資源網絡連結。臺灣的地質公園在現有的「產-官-學-社區」結盟的良好基礎之上，地質公園與地景保育的經營管理，可以怎麼連結傳播媒體資源呢？

參酌前二段的經驗回顧，筆者謹以電視媒體工作者的視角，提供幾點淺見供參：

1. 地方工作者需持續論述，維持議題能見度：

地質公園在多位教授前輩的推動下，已在學界與國家政策領域具備能見度，更在研究所、大學與中學的地學教育領域中，持續有論文產出及讀景比賽的推廣。目前臺灣的地質公園已具有堅實學理論述，然而地質公園裡的主角並非學者，而是生活在地質公園裡的土地與人。許多的地質公園現地體驗與導覽，都因為在地人的分享更顯得精采有生命力！這些地質公園現場的感動，值得且需要更多的紀錄與曝光，藉此讓外界的有緣人，能對地質公園的「人-文-地-產-景」有更

多的接觸機會，進而引發造訪地質公園的興趣，締結更多且深刻的地質公園關係人口。

現場的紀錄與曝光，有賴生活在地質公園的住民們來執行：平常可使用手機的影音功能簡單存取製作，並善用短影音、短篇圖文的呈現形式，持續上傳到社群媒體免費平台。初期僅需3-5位社區夥伴，每週維持穩定的貼文產量，且人員的拍攝與寫作技巧，將因為持續的產出而慢慢熟練，進而具備品質穩定的貼文內容。

2. 穩定串聯網路社群，共享社群平台資源：

目前地方級地質公園已達10處，各處地質公園多有社群媒體帳號，加上臺灣地質公園學會與相關的結盟機關、團體、個人等等各自經營的社群媒體，保守估計有超過30+組，這30+組的社群帳號便是最佳的媒體通路！試想，若馬祖地質公園的貼文一上傳，在一天之內就有30+的社群帳號轉發分享，等同有超過30處的媒體平台為馬祖地質公園做推廣宣傳，觸及人數最少就可達千人。若貼文本身具有可看性，該貼文便可能產生議題發酵，吸引非地質公園的社群媒體帳號跟進轉貼，引爆難以估計的傳播效應。因此，現有地質公園的聯盟夥伴，就是各個地質公園推廣任務上最堅實的媒體通路。

3. 擬定企劃主動出擊，尋找媒體支援曝光：

持續進行上述的議題曝光行動之後，各個地質公園經營團隊必可累積豐富的影像素材與論述文本，這個時候可主動與相關類型的電視節目製作團隊聯繫，提供自行設定好的企劃資料與影像簡介邀請拍攝。筆者身為電視節目企劃人員，非常樂意獲得這樣積極邀約的來訊，畢竟對內可以降低許多尋找題材的作業成本，何樂不為？當然，視電視台定位與節目性質差異，可能會有收費與不收費的狀況，而影像播放的權利問題，地質公園經營團隊在簽訂合作拍攝意願時需多加留意。

在網路媒體蓬勃發展且智慧型手機人手一機的時代，每個人都可以成為議題倡議的行動家，善用免費的網路社群平台，並穩定串聯地質公園網絡的夥伴團隊，持續地進行資訊推播，是提升地質公園議題在一般大眾曝光度的有效方式！而進一步善用主流電視媒體的製作資源，更可提高地質公園的公眾關注，加強地質公園的品牌印象。筆者身為新聞專題企畫人員，非常樂見地質公園夥伴主動與合適屬性的電視節目聯繫，共同產製與推廣優質的電視傳播內容。



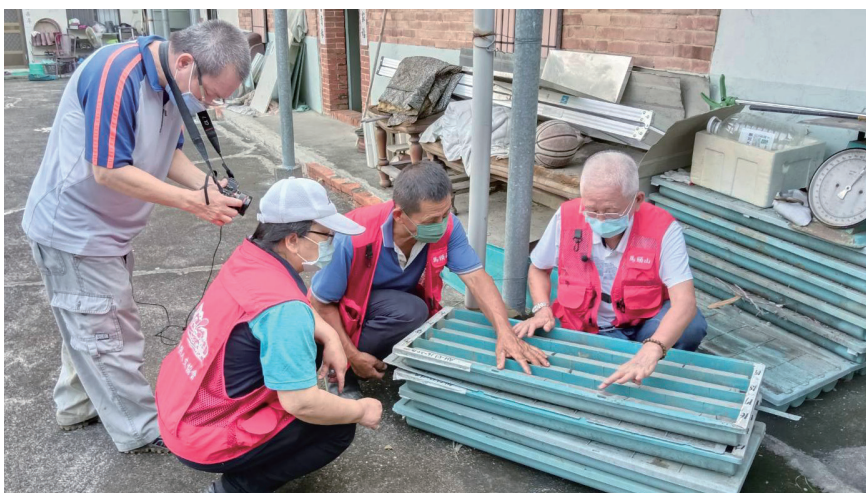
EP31 文化走透透  
馬頭山 影片QRcode



《文化相放伴》#8  
月世界有梅花鹿 跌  
破學者眼鏡的惡地  
生態方舟 馬頭山  
影片QRcode



照片一 馬頭山自然人文協會會長接受節目專訪  
(黃惠敏提供)



照片二 外景拍攝：馬頭山社區夥伴解說岩心（劉闊逸提供）