

107 學年度傳播技能成果展得獎名單

特別獎	電視一甲 (惡輪 Psy.cle)
特優獎	廣播一甲 (The Room)
特優獎	電影一甲 (生日快樂)
優等獎	圖傳一甲 (捉光機)
優等獎	動畫一乙 (utux)
優等獎	新聞一丙 (子虛烏友)
最佳班風獎	圖傳一乙
社會公益獎	動畫一乙 (utux)
最佳企劃獎	圖傳一甲 (捉光機)
最佳宣傳獎	動畫一甲 (鬧鐘)
最佳人氣獎	廣播一甲 (The Room)
最佳創意獎	電視一甲 (惡輪 Psy.cle)

107 學年度傳播技能成果展 總成績

組序	班別	學習風氣成績 (10%)	企畫書新聞稿 (10%)	網路人氣 (10%)	宣傳成果 (10%)	影片 (60%)	加總	排序
1	新聞一甲	8.26	8.40	6	7.00	43.33	73.00	18
2	新聞一乙	8.58	7.90	2	7.00	46.67	72.14	20
3	新聞一丙	8.43	8.63	7	7.00	48.33	79.40	6
4	廣播一甲	8.10	8.33	10	8.00	47.67	82.10	2
5	電視一甲	8.35	8.73	4	9.00	52.67	82.75	1
6	電視一乙	8.33	8.47	7	9.00	44.00	76.79	11
7	電影一甲	8.06	8.70	8	9.50	47.67	81.92	3
8	圖傳一甲	8.40	8.83	6	9.00	49.67	81.90	4
9	圖傳一乙	8.69	8.67	6	9.50	45.33	78.19	7
10	公廣一甲	8.14	8.30	5	9.60	44.33	75.37	14
11	公廣一乙	7.61	8.37	6	8.00	46.00	75.98	13
12	公廣一丙	8.30	8.07	5	8.00	46.67	76.03	12
13	口傳一甲	8.15	7.77	8	7.00	46.33	77.25	8
14	口傳一乙	7.83	7.90	4	8.50	46.67	74.89	16
15	資傳一甲	8.34	7.10	5	5.50	45.00	70.94	21
16	動畫一甲	8.06	8.40	6	10.00	44.67	77.13	9
17	動畫一乙	8.29	8.67	4	9.85	48.67	79.47	5
18	遊戲一甲	8.39	7.73	9	8.00	40.67	73.79	17
19	傳管一甲	8.15	8.67	7	8.50	42.67	74.98	15
20	傳管一乙	8.23	8.10	6	8.00	46.67	76.99	10
21	傳管一丙	8.33	8.00	5	8.50	43.00	72.83	19

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
新聞一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 封面主題有些弱化，喀擦不夠凸顯，前言較無意義，劇本可置於附件，目標觀眾略廣，建議聚焦。 2. 新聞稿字太多，重點不明，建議聚焦新聞亮點，有對社會影響預期效果，但跟社會公益有點落差 3. 說故事方式簡單，故事性方向不錯，拍攝角色情感面略平淡，中段後，男主角與父母穿越時空表現生硬且突兀，無法有效說明男主角心境與想法轉變的合理性，如果愛進一步細膩鋪成，在劇情上有更好的表現 4. 手機的字幕過短無法看清 5. IG 發文懂得排時程和主題規劃加，要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。宣傳成果沒有告知計算效果最後截止時間，因為結案報告最忌諱沒有正確的統計時間。
新聞一乙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本計劃具社會公益價值，帶動文化傳承的專題明確 2. 企劃書呈現形態類似於簡報，可多用美編設計，而非純文字 3. 新聞稿建議以更客觀角度撰寫 4. 結構完整、自然不矯情，下鄉社福活動流程過短，不夠深入，校長訪問太過冗長，建議內容可著重於記錄學生們教導國小學生傳播技能活動過程，及其師生對傳技如何運用之感想也許更聚焦。 5. 影片拍攝及剪輯分鏡概念較弱，攝影構圖未掌握好，畫面部分可以更生動、拍攝內容可更流暢。混音較無層次破壞氣氛，口白字幕沒有校對的很仔細。 6. 沒有說明目標受眾是誰，以 IG 作為主要宣傳管道的公關成效無法確實達到宣傳效果，建議以主流媒體新聞發稿搭配社群媒體較為恰當。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
新聞一丙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 子虛烏友應於企劃開始即先說明發想緣由，而非只是電影名稱。邏輯上預算通常放在最後，在企劃執行策略列出後，人物衣服顏色等不是重點，不需花太多篇幅。 2. 具有對社會批判與警示意味，但較欠缺社會公益價值。 3. 新聞稿建議聚焦新聞亮點，才有新聞價值，現在看起來是劇本大綱。 4. 微電影劇情貼近生活，引發共鳴，情緒節奏都不錯，劇情刻意轉折但是不太突兀，整體製作讓人印象深刻。 5. 敘事流暢，用非直接的敘事方式呈現孤獨的心情掌握得宜。 6. 運鏡成熟，但燈光的光比反差過大，顯得粗糙。 7. 結尾有些虎頭蛇尾，全劇只呈現出一種「現象」，並未提出我們要如何抽離虛擬情人，回到現實？男主角後來回歸正常了？他如何轉變的？是因為母親的一通電話？後續並未交待清楚。 8. 影片沒有在 youtube 上做宣傳實屬可惜，宣傳成果 online 那頁沒有告知計算效果的時間，結案報告最忌諱沒有正確的統計時間。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人
廣播一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題為「網路霸凌」，具時代意義，具有令媒體使用者反思的預期效果，但較缺乏社會公益價值。

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
	<ol style="list-style-type: none"> 2. 企劃書排版與美編太過普通，劇本順暢，分鏡可置於附錄 3. 宣傳與行銷策略多元 4. 新聞稿建議以更客觀角度撰寫，主題可多些文案創意 5. 以戲劇方式，將躲在鍵盤後面的酸民和鄉民具體化呈現，十分具有創意，也提供網路世界一個反思的機會。說故事的方式可以更清楚更具條理，需要能有更強力的爆點，攝影簡單俐落，符合情境。 6. 宣傳成果冊沒有說明什麼是 The Room，結案報告最忌諱沒有正確的統計時間。多少人按讚？沒有任何數字統計做佐證，成效屬於自說自話，無從判斷。走出校外到西門町宣傳，值得稱許。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人
電視一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃前先進行調查分析，值得肯定，但有融入劇本創作或宣傳策略規劃中？在整體企畫中的角色及功能為何？企劃中預算會放在後面，邏輯上是先規劃好各種策略與作法，才知要花多少錢。 2. 目標觀眾過廣，企劃書建議 TA 一定要聚焦，要區隔化的話，建議可以擬出主、次 TA。 3. 新聞稿需更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述，建議以更客觀角度撰寫。 4. 有創意及顛覆性，以劇場形式，呈現現代人家庭被 3C 用品網綁，每個家庭成員如受詛咒般的輪迴相互折磨，對比強烈且節奏故事都清楚，題材、拍攝、剪輯運用，用分割畫面剪輯的節奏，將氛圍控制宣，手法創新、大膽卻撼動人心，是十分令人激賞的作品！ 5. 片尾單一鏡頭，呈現團隊合作的景也是種宣告，惟太長一些。 6. 沒有字幕且表情有些無法細看。 7. 宣傳成果冊結案報告最忌諱沒有正確的統計時間，在效益評估那三頁都沒有把最後截止統計時間正確寫出。 8. 走出校外到西門町和信義區宣傳，值得稱許。但在為何選這個地點時，不應該用「根據生活經驗」的字眼來放在結案報告裡，建議改寫成根據專業評估與現場觀察，最好是把台北市幾個人潮多的地方做比較，這樣的結案報告才容易說服人。 9. 要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人
電視一乙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 劇本富創意，可謂別出新裁 2. 湯姆回來了為總體企畫案名稱，此為整體活動企劃書，非影片企畫書，應於企劃一開始即先說明發緣由，劇本、人物造型定調、分鏡等可置於附件。企劃書有留意選角等拍攝細節，沒頁碼不方便閱讀 3. 此劇劇情有趣味性，但較欠缺社會公益價值。 4. 新聞稿需更有新聞亮點為佳，現在看起來是企劃書概述。 5. 冗長的敘事過程，稍嫌枯燥，且觀眾可能難以理解，這二位主角，跟社群媒體和 3C 時代，到底有什麼關係？劇情不夠深刻，有形無體。 6. 光影色調令人印象深刻，技術尚可，節奏敘事可以更流暢，演員情緒略薄弱。 7. 宣傳成果冊有錯字，所以是 Back to Earth？還是 Black to Earth？很

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
	<p>清楚地把最後統計截止時間呈現在結案報告中，值得稱許。</p> <p>8. 要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。</p>
電影一甲	<ol style="list-style-type: none"> 企劃較多維繫在短片，應更注重整體的行銷策略規劃。預期成效需更多的呈現，才能傳達更多社會公益。預算通常會放在最後，邏輯上是先決定有哪些策略，要做那些事，才知道要花什麼錢。 新聞稿需更具新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 以手機與大學生人際關係為發想起點，具時代意義，片名譯具巧思。內容雖短，但十分撼動人心，發人深省！ 運鏡表現不錯，但故事單薄，故事張力可再加強，組合性佳。 清楚地把最後統計截止時間呈現在宣傳成果冊中，值得稱許。攤位活動效益分析與影響力的實際操作數字與統計相當棒，也充分說服了我對實體擺攤的影響力的可信度。 要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
圖傳一甲	<ol style="list-style-type: none"> 著重於科技與心性的串連，可喚醒人需關切之處。 預算通常會放在最後，邏輯上是先決定有哪些策略，要做那些事，才知道要花什麼錢，劇本、分鏡可置於附件。 企畫書內容不錯，但呈現方式略顯刻板，可多利用美編設計 故事劇情、行銷策略有溫度，符合「行動」主旨，但 TA 建議要更有聚焦性。 新聞稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 分鏡與故事清楚佳，但情節的發展過於形式，且剪輯上的結構造成混淆性。阿嬤演技真誠自然，情感面也豐富，讓人十分感動！ 明信片有充分呼應到主題。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。宣傳成果冊少了學習的收穫，稍嫌可惜了。
圖傳一乙	<ol style="list-style-type: none"> 企劃書封面的視覺設計佳，但較多維繫在短片，應更注重整體的行銷策略規劃，需更著重於預期效果，才能傳達更多社會公益價值。劇本可置於附錄 新聞稿文字稍嫌不清楚，可調整顏色，稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 時代演進帶來的科技傷害，主題發人省思。 情節的內容張力不夠，剪輯算是明快，劇情承接很通順，場景服裝也很努力考究。蘊釀的情感可以更好，畫面也可以加強更多。 清楚地把最後統計截止時間呈現在宣傳成果冊中，值得稱許。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人
公廣一甲	<ol style="list-style-type: none"> 「行動」=科技?? TA 制定得有些廣，建議聚焦，要區隔化的話，建議可以擬出主、次 TA。 主題具有對社會批判與反思，但較欠缺社會公益價值。 新聞稿太過於平時單調，經予優化，建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 193 年的科技時代，場景、服裝都未考究，失去時空應有的背景，劇情缺乏合理性也無戲劇性張力。旁邊的生化人毫無功能。

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
	<ol style="list-style-type: none"> 6. 分鏡、拍攝、演出等的表現手法較為生嫩，以有限經驗詮釋較為複雜的人類意識流，顯得有些吃力。 7. 整體氛圍較平淡，劇情可再經營，運鏡可以再加強些，互動對白感受較少火花 8. 很清楚地把最後統計截止時間呈現在宣傳成果冊中，值得稱許。最值得嘉許的就是懂得用問卷來得知最立即的目標對象的 feedback。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag。
公廣一乙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃內容與行銷方向主軸稍嫌偏離「行動」，既為公廣專業，行銷策略設計略嫌不足，行銷宣傳建議應與相關社會團體合作，內容主文不需放劇本，或可置於附件 2. 新聞稿通常會在首段即點出人事時地物，分段有點混亂，建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 3. 題材較為聚焦，具有社會公益價值，但此短片較短，難以深刻呈現兩位主角的掙扎過程。劇情過於模式化，缺乏情感的轉折，就無張力。 4. 主題注重同志關懷，切中時事，故事性不錯，男主角的同志情人，一定要以女性化方式呈現嗎？這反而突顯了世俗對男同志的印象框架，演員與劇情的貼合度可再更深厚。 5. 宣傳海報設計讓人無感，可惜了這個好的議題，要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
公廣一丙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題具有意義，某人性面勾勒佳 2. 企劃整體略嫌精簡，面面為整體企劃名稱，非僅是微電影名稱，完全沒有行銷宣傳策略，理應為公廣強項，宣傳活動：扭蛋與面對面這個主旨感覺不太相符。排版與美編可再加強。 3. 新聞稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。新聞稿中傳技展時間為 523？ 4. 劇情鋪陳平順，愛的表意缺乏深刻度，流於形式，分鏡自然，雖然爆點不多，但是真摯感人。 5. 演員表現很生動，畫面呈現較單調且失焦，故事節奏互動頗佳，混音缺乏層次。 6. 宣傳成果冊沒有正確的統計時間，擺攤主題和活動主題前後沒有呼應感覺很凌亂。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
口傳一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題發人深省，我們的確要「登出」一下。 2. 企劃書有目錄，卻無頁碼，不利閱讀，主旨建議要更聚焦，作品動機與創意發想應在宣傳規劃之前，宣傳策略太過簡易，看不出執行方式。 3. 新聞稿形式與內容錯誤，不完整。 4. 未來世代忽略情親的連戲，結構鬆散，場景不符，服裝均未設計。 5. 拍攝、剪輯、演員表現到位，但主角轉念的詮釋，還可以更細緻一點，情感的濃度不夠，情節發展不具合理性。 6. 宣傳成果冊沒有正確的數字統計，多少人按讚？沒有任何數字統計做佐證與紀錄。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
口傳一乙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 天人詠隔為總體企畫案名稱，應於企劃一開始即先說明發想緣由，而非只是微電影名稱，劇本與分鏡不用放在內文，可置於附錄。「線上預算」為何意？「網路宣傳文案企劃」看來就是網路行銷或社群行銷規劃，行銷宣傳建議要以主旨出發宣傳，而非僅行銷短片。不用強調「文案」企劃，企劃書建議文字要更客觀。 2. 新聞稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 3. 故事內容很創意，透過科技能跟往生的奶奶對話，省思親人之間的維繫不在科技，在人性的本質。演員互動情感傳達可更好。 4. 影像結構傳統，畫面處理略單調，劇情安排節奏緩慢、對話太冗長，轉折不夠細緻，且一開始字幕太多，觀眾來不及吸收，以上缺失是比較可惜的。 5. 宣傳成果冊在版面編排上白色字體相當不易閱讀，這樣的結案報告呈現方式是一大敗筆。做了SWOT分析，值得嘉許，可否列表給一個成果統計數字，不是把圖表全部剪貼上來就好，這樣也是非常不易閱讀，是另一大敗筆。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
資傳一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題尚具意義，惟企劃內容太過單薄，並無太多發想或動機之介紹，無法得知要表達的含意，導致多製作細節無法呈現，有待改進。 2. 企劃內文字體過小，不利閱讀，企劃中預算會放在後面，邏輯上是先規劃好各種策略與作法，才知要花多少錢。宣傳與贊助策略過於簡略，建議不只以短片為主，應善用各種線上、線下行銷宣傳管道表現主旨。劇本可置於附件。 3. 新聞稿偏向海報式簡介，非新聞稿，新聞稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 4. 劇情真摯感人，但觀眾可能一下子難以理解，劇情的意念簡單可更有深度。 5. 影像結構的鬆散，以及光比的控制過暗，以致情緒的張力無法傳達，音樂的銜接很不錯，演員畫面可以更佳。 6. 宣傳成果冊給了一個 Timetable 值得讚許，但沒有宣傳效益及統計數字。要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
動畫一甲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 後續的行銷宣傳活動策略建議需更具體，且需與主題相關，不建議僅宣傳短片，分鏡可以放在附件。 2. 新聞稿應以本班活動為主題，非整個成果展 3. 許多轉折交代不清，觀眾不太了解，男主角為何高興，為何沮喪，為何生氣和失控，又為何和同學和好了，細節交代不清，男主角被酸民圍攻的手機截圖，字太小、停留時間太短，觀眾看不清楚會影響對劇情的理解。觀眾會一直困惑。畫面上的處理可以更細緻些。 4. 配角的表現很搶眼，說故事的精準度可更高。 5. 宣傳成果冊的每張圖片都充分做了文字說明，版面編排上也清楚說明每一個圖的位置，這在結案報告上相當方便客戶閱讀，是最用心的一組。且使用了 IG 最新的功能 IGTV 做了宣傳，要使用 IG 宣傳

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
	請善用 hashtag，照片要吸引人。
動畫一乙	<ol style="list-style-type: none"> 企劃封面沒呈現「祖靈」，祖靈是主題？企劃中預算會放在後面，邏輯上是先規劃好各種策略與作法，才知要花多少錢。後續的行銷宣傳活動策略建議不僅純粹推廣原民文化，更重要的是可考慮將在都市生活的原民作為 TA，並且針對這些 TA 做行銷宣傳活動。企劃書之視覺效果佳，劇本可置於附件。 新聞稿排版太複雜，訊息太多 小缺點：字幕要把標點符號拿掉 破題方式讓人很驚喜，主題有認同感，劇情也有設計，深入花蓮部落拍攝，令人佩服團隊用心。運鏡可以更強勢些，情感上的表現很突出。但祖靈的服飾缺考究，最後的 super 反而破壞了樸實質感。 善用原住民電台作為宣傳媒介，值得讚許，利用漫畫吸引目光焦點，懂得年輕族群的習慣，運用臉書直播作為宣傳媒介，還透過 Dcard 做宣傳尋求同溫層的注意力，要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
遊戲一甲	<ol style="list-style-type: none"> 企劃書一開始不會就是團隊分工，應先介紹主題之發想，考量需要哪需團隊，才開始分工的邏輯。為何宣傳會寫在成本後面，宣傳不需預算？整體企劃過於繁雜，重點未凸顯。 新聞稿建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述。 論演員表現、剪輯、邏輯和字幕等細節處理，都十分僵硬、不自然，影像結構粗糙未設計，剪輯上缺乏節奏，基本技術不夠成熟。希望下次能有更好作品表現。 畫面內容略單調，情感素材需要再加強。 宣傳成果冊沒有宣傳效益評估，沒有任何數字統計做佐證與紀錄，影片利用 MV 的方式呈現，是一個聰明的作法，要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人
傳管一甲	<ol style="list-style-type: none"> 宣傳及行銷策略撰寫詳細，目標觀眾需更聚焦，也可分主要、次要。建議不僅需思考反思，更需思考如何行動。劇本全文可置於附件。 新聞稿字太多，弱化重點 3C 真的是讓親情變淡的元兇嗎？這點並沒有多探討，觀眾也不明白 3C 產品是如何造成親情疏離？還是母女之間原本關係就不好？這一個重點沒有多作著墨和解釋，有點可惜。 畫面節奏尚可但運鏡可更佳，故事串接不錯，但缺乏故事張力，純敘事跳接方式，缺影像的結構，音樂歌曲切入好。 LOGO 設計沒有傳遞出真正要人們體驗漠然的感覺，宣傳要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
傳管一乙	<ol style="list-style-type: none"> 企劃架構太散，創意發想怎會放在最後？應是在最前，才能導引出主題。內部外部、環境評估等，合併為一「SWOT 分析」或「環境分析」即可，劇本內容、角色說明等，可合併為「微電影企劃」，其餘項目邏輯亦同。目錄大標，不需用太多「可行性」，直接講策略規劃即可。主題與「行動」扣連性可加強說明。行銷宣傳活動建

世新大學 新聞傳播學院

107 學年度傳播技能成果展 書審及影片評審評語

班級	評語
	<p>議發想圍繞主題之下，並需更有互動的創意內容。劇本可置於附件。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 新聞稿排版應加強，文字過多，重點不明，描述都太細節，有粗糙感，建議要更有新聞亮點，現在看起來是企劃書概述；並且需用客觀角度撰寫。 3. 有很好的主題發想，劇情簡單直白，在戲劇中卻沒有好好的把主題發揮，缺乏張力，而且劇末上的一段「發人深省文字」，和戲劇本身並沒有太大關係。 4. 運鏡視角與畫面呈現很好，技術層面平穩，演員表現也自然生動，對比元素明顯。 5. 宣傳成果冊沒有宣傳效益評估，沒有任何數字統計做佐證與紀錄，要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。
傳管一丙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題詭譎，用字有創意 2. 預算通常會放在企劃最後，邏輯上是先決定有哪些策略，要做那些事，才知道要花什麼錢，宣傳部份太簡化，行銷宣傳活動建議不僅宣傳短片，還需思考主題的傳達。劇本來由、劇情大綱皆太冗長，分場、對白、劇本可置於附件 3. 新聞稿呈現可更靈活、重編排，不只是文字。 4. 校園霸凌事件由來已久，它和「行動」之間有何關連？並沒有清楚描述。全劇只能說是一個「悲慘的校園霸凌事件」，它似乎沒有告訴我們更多的事，和讓我們學到更多的東西。對白較沒 fu，宜避免水帳的話語，短片建議不僅需思考反思霸凌，更需思考如何行動改變。 5. 劇情很有深度，但畫面處理可以更好，節奏轉合跳的太快。 6. 有搭上網路霸凌的風潮來作為切入點，宣傳計畫過於簡單， 7. 要使用 IG 宣傳請善用 hashtag，照片要吸引人。