

網路聲量與新媒體研究中心

中心主任：廣電系 / 杜聖聰 / 主任

網址：<https://comm.mcu.edu.tw/zh-TW/page/affect-media>

連絡人：杜聖聰 / 2781

Email：shengtsung@yahoo.com

中心簡介

近年來隨著網路科技興起，許多意見領袖及網友均透過網路平臺熱烈討論公共政策與商業品牌調查的議題，除時常帶動主流新聞媒體報導風向及力道外，也對政府機關與一般商家對外觀感影響頗鉅。為即時瞭解網路輿情及洞悉民意趨向，就民眾高度關注之政策議題與商家品牌認知，觀測網路輿情、分析巨量數據、預測聲量趨勢、推播危機警示等，便成為政府部門與一般商家擬訂對外溝通政策與危機管控處理的重要參據。簡言之，政府部門或一般商家在因應網路多元變局之前，能不能夠有一個監測網路輿論的平台？可以描繪出網路輿論的網路聲量，掌握重要議題的意見領袖、發言管道、影響，從而即時預測議題的未來發展，成為銘傳大學網路聲量與新媒體中心的設計初衷。

應用領域

1. 網路聲量與大數據研究

本中心整合運用多種大數據引擎技術，透過文字探勘與資料探勘技術，描繪政府部門或一般商家重要議題的網路聲量、議題趨勢、正負評價、意見領袖、關鍵意見、常用頻道等，隨時蒐集與查詢相關議題的社群網站輿情、危機公關及品牌聲量等，並進行聲量交叉分析。經過本研究團隊近年實測，善用各種大數據搜尋引擎之特色專長，導入校內教學、研究與產學合作的重要量測工具，建構本校數位傳播教學特色。

2.新媒體產製與行銷研究

本中心融合影音內容產製與新媒體行銷，整合行銷研究與企劃，透過視覺設計、影片拍攝、剪輯及多機直播，並藉以推動傳播學院 USR 及媒體素養教育研究。影片型式包含微電影、廣告、短影片、宣傳片、MV。近來，承接體育署 109、110、111 年運動傳播人才培育計畫，培養活動現場之多機拍攝、直播，充份展現活動熱情與精彩的即時畫面，並納入新媒體的行銷規劃。同時，團隊成員也積極指導同學參與國內外的相關競賽，包括美國 SWIFF 影展、時報廣告金犢獎、廣播金聲獎等皆取得不錯的成績。

近年在建構新媒體操作上，包含 facebook、IG、Youtube 經營，並強化廣告投放教學及行銷科技的結合。新媒體經營除了針對不同專案給予不同的話題規劃，並加上懶人包、主題設定，豐富內容。另外，在廣告的投放上，針對不同話題給予不同組合的投放方式，帶出高瀏

覽率，也同步為大士林區及銘傳大學品牌創造更多網路聲量。

服務項目

本中心希望在前揭之網路聲量、新媒體產製與大數據行銷三個面向中進行發展，並且針對本校前瞻規劃的 AI 學校中貢獻心力。在 AI 傳播學校裡，以 AI 技術應用融入傳播內容產製為主，並結合 AI 大數據及行銷科技，往 AI 行銷個人化發展，以及進一步以課程為核心，規劃延伸 (1) AI x 產學；(2) AI 傳播營隊。

目前，已經透過 (1) AI 雙影雙生器、360 環影教學等工具，逐步建立 Vtuber 虛擬網紅節目；(2) 網路輿情熱門關鍵、意見領袖分析、網路輿情社群及競品比較分析、AI 語意分析、AI 圖像分析及資訊視覺化等；(3) 行銷工具+AI 大數據、 Martech vs ADtech、數據標籤、AI 個人化，並整合現有影像內容、廣告投放、社群操作、行銷數據驅動。規劃以微學分課程、正式課程及結合各種證照認證的推廣課程，進行教學、產學的系列規劃。

關鍵技術

本中心運用大數據引擎技術，透過文字探勘與資料探勘技術，描繪政府部門或一般商家重要議題的網路聲量、議題趨勢、正負評價、意見領袖、關鍵意見、常用頻道等，隨時蒐集與查詢相關議題的社群網站輿情。進一步整合大數據分析、新媒體操作與行銷研究，導入校內教學、研究與產學合作，建構本校數位傳播教學特色。

活動剪影



2022 年十大媒體新聞聲量 (#量測時間

2022 年 1 月 1 日至 12 月 31 日)



新住民創業及新媒體應用培力課程



新住民創業短視頻/企畫開箱影片



識假訊息互動區實作



行銷科技培訓課程