

行政院新聞局 函

地址：1005

聯絡人：

聯絡電話：

電子郵件：

傳真：

(臺北市羅斯福路二段 75-1 號 12 樓)

受文者：社團法人台灣少年權益與
福利促進聯盟

發文日期：中華民國 97 年 7 月 21 日

發文字號：新版二字第 0970050763 號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：普通

附件：民眾反映電子郵件影本乙份

主旨：檢送民眾反映 貴報報導內容意見之電子郵件影本乙份如
附件（本局對於來函者之個人資料，依法不予公開），請
參考。

正本：聯合報

副本：社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟、新聞公害防治基金會

行政院新聞局

寄件者：

日期：97年7月18日

主旨：MV 燒琴上頭條操弄媒體之嫌

近日，有關蕭敬騰新 MV 燃燒鋼琴一事，在聯合報的頭版報導中，得到廣泛的宣傳，使之馬上成為人們茶餘飯後都在討論的熱事。因此，也有許許多多未看過此 MV 的消費者紛紛通過網路、購買專輯等管道，觀看此 MV，再三對次評頭論足。

“燃燒鋼琴”一舉的確帶來不少的負面新聞，甚至有可能因此舉而給蕭先生帶來罰款及官司。但我們也不得不承認，燃燒鋼琴事件也為蕭先生的新歌帶來很好很大的免費宣傳效力。甚至可為蕭先生的新專輯帶來不菲的收入及銷量。“燃燒鋼琴”一舉固然很震撼很壯觀，可是如此之事，用得著大費周折地大肆宣揚嗎？而且上聯合報的頭條新聞！難道此舉真的有很重大的新聞價值嗎？這畢竟是一件負面新聞。燃燒鋼琴，觸犯空汙法、違反野生動物保育法。．．．．．等等一系列的錯誤示範，用得著放在頭條宣傳嗎？今天的社會，人人注重環保，個個重視生態，然而卻在此時發生在保護區“燃燒鋼琴”一事，是當事人的餘味無知亦或是有心人暗箱操作地有意炒作呢？

很多時候，新聞大都是自由撰稿人投到編輯部的，而某些編輯則以越荒誕越能吸引眼球的選稿標準，拿到版面上熱炒爆炒。再一類是添油加醋，大抖各種莫須有的“猛料”。這些炒作大多圍繞名噪一時的歌星、球星、影星等，什麼某著名運動員與某名教練激烈爭吵，以致憤而自殺；什麼某歌星因醜聞被取消某次大獎賽的評委資格而大發雷霆，等等。事實表明，很多“猛料”均以炒作為前提，以宣傳為最終目的。根本不可置信。例如那位“憤而自殺”的運動員很快就出現在競賽場上。還有一類是媒體受經濟利益驅動，落入某些商家蓄意設置的陷阱。前些時有一條消息說，當今市場銷售的微波爐會對人體健康起破壞作用。消息發表之後，微波爐在市場上銷量銳減。而後，一家跨國公司推出了第五代微波爐新品，聲稱能克服一般微波爐的弊病，銷路大增。事後調查證明，這個消息正是那家跨國公司炮製出籠的。

希望負責監督的新聞局能重視此事，並能著手調查，追根就底是有人故意炒作做秀，還是此事真的有如此大的報導價值呢？畢竟媒體的作用是提供讀者最新的資訊報導，而作為讀者需要的是有新聞價值的報導，而不是茶餘飯後用來閒聊打發時間的報導！