臺灣電視公司 自律委員會

100年度第二次會議 會議紀錄

時間：一百年十一月二十一日（星期一）下午四時整

地點：臺灣電視公司中廈十二樓第二會議室

主席： 謝陳齊（臺視公司副總經理）

委員：

馮 燕（臺灣大學社工系教授）

賴祥蔚（臺藝大廣電系教授）

黃珊珊（臺北市議員）（請假未出席）

廖重明（臺視公司業務部經理）

李立國（臺視公司節目部經理）

孫紀蘭（臺視公司新聞部經理）

列席：

左燕妮（臺視公司新聞部副經理）

一、第一次會議決議案執行情形

一百年五月四日召開臺視公司自律委員會第一次會議，會中決議訂定臺灣電視公司自律委員會章程，內容包括組織成員、委員會運作方式及相關權利義務。

執行情況：自律委員會於會議結束後立即彙整會議討論結果，與秘書室法務同仁進行研商，於一百年五月六日擬定「臺灣電視公司自律委員會章程」，章程相關條文送請各委員確認內容，另以公文呈送相關部門主管，並簽請總經理核准後實施。

二、本次討論題綱：

1.「新媒體」影音資料新聞運用之應有規範

孫經理紀蘭：

新聞部今天主要討論時下「新媒體」的影音資料運用規範，「國家通訊傳播委員會 NCC」希望各個電視媒體能夠訂定相關的規範與處理原則，新聞部內部已經訂定一個「新媒體」新聞處理原則，包括網路新聞、民眾或公共機關提供之畫面、實驗或示範新聞、涉已新聞處理等之處理準則（詳見附件一）。

馮　燕教授：

針對新聞部提出的處理準則，個人有幾個問題提出：

1. 這份處理規範的效力如何？位階如何？是否真能發揮預期的效力？
2. 時下媒體任意自網路下載影音資料做新聞，已經相當普遍，而利用網路影音資料做新聞，貴台是否有自我設限？以新媒體資料用於製作新聞是否有自定比例？這才是一個專業媒體應有的自律。
3. 對於網路新聞加強查證並避免侵犯個人隱私，這個用意甚好，對於示範及實驗性新聞，要避免渲染、誤導，以免造成觀眾恐慌，但是媒體並非學術單位或專業機構，以實驗方式做新聞專業度恐怕會遭質疑，並不只是注意不渲染、不誤導，就認為是做到自律，這是不夠的，就以塑化劑的新聞來說，不同的專業團隊做出的實驗結果都有可能不會相同，更何況是媒體。

賴祥蔚教授：

根據以往的紀錄，臺視公司的表現其實是很令人放心的，在業界也都居於領先的地位，我們只是希望自律委員會應該有動力對於相關同仁能發揮提醒和規範的功能。

孫經理紀蘭：

針對馮教授及賴教授的指教，我在此先做一些說明，首先，我們所指的示範或實驗新聞，都是日常生活中非常淺顯易懂的個案，那都只是

我們的一種新聞呈現手法，而且我們的記者都是請專家學者做示範或實驗，並為觀眾做說明，並非由記者自己去操作，通常這種類型的新聞在全天的新聞中所佔的比例非常少，我們更不會在新聞中任意下判斷，這一點我們會嚴格要求記者們注意，編輯台的幹部們都會把關，若有違反規定的同仁，我們也會依規定懲處。

謝副總經理：

其實國家通訊傳播委員會 NCC 也是希望各電視媒體能經由討論，找出自我控管的方式與準測，經由各電視台的自律委員會的討論結果與會議紀錄，屆時 NCC 或許就能訂出相關的法規，要求各電視台遵守。

馮　燕教授：

既然要談自律，就要發揮實際的效果、要到位，比如說網路新聞的引用比例就應該要明確訂出百分比，其實民眾想看的還是媒體自己發掘的新聞題材，電視參考報紙，報紙再去網路甚至 PTT 找新聞素材，這並非長久之計，久而久之就會出現問題，例如現在有的民眾或學生就很會利用媒體，這並不是一個好現象。

決議：

新聞部再針對馮教授所提的部分進行研議，針對網路新聞的引用訂出每天的比例，並納入編採製播手冊中，並要求幹部們要落實把關。

2. 廣告素材託播 - 相關附件資料及影片審核

廖經理重明：

廣告託播是業務部最主要的一個工作，長久以來我們一直都是按照既有的廣告託播品管流程在進行作業，其實一般而言廣告之所以會引發問題，多半是在於廣告的創意，因為它會引起觀眾們不同的觀感，一個有爭議性的廣告，通常都是由地方衛生主管機向 NCC 檢舉，我們都會接到 NCC 的來函，或是由電視學會的業務委員會將來函轉給我們，不過對於一個有爭議性的廣告，我們都會儘快處理，通常我們在收到 NCC 的電子郵件通知時，就會將廣告先下掉了，並且將廣告有疑慮的部分，立刻通知廣告主，看是要更改內容或是向主管機關說明，這就是目前我們業務部的一個廣告託播的控管流程（詳見附件二）。

馮　燕教授：

根據業務部所提供的控管流程，其中最關鍵的「資料核對」與「素材檢查」，應是由兩組完全不同的人針對不同的內容在做審查，即使如此業務部還是有被檢舉嗎？

廖經理重明：

其實業務部並沒有遭到檢舉，我剛才所提檢舉的部分，通常是觀眾會向各縣市衛生局反映，衛生局在經過檢測後就會向 NCC 反映有民眾檢舉某一則廣告可能違反衛生管理法，NCC 接著就會通知我們，請電視台就這支廣告能夠再審核一次，通常我們接到 NCC 通知的第一時間，就會將廣告先停播並通知廣告主，但關鍵在於並不是每個電視台都會這麼做，即使接到 NCC 通知，有的電視台還是會照常播出，因為電視台認為這支廣告只是有爭議，還沒有被判定違法，但是一旦廣告判定違法，包括電視台及廣告主都會分別受罰。

謝副總經理：

針對廣告託播審核的部分，我們臺灣電視公司一直都是嚴守法規，在廣告配音或字幕有任何不妥的部分，我們就會把關先擋掉了，其實廣告會出問題的部分幾乎都在創意，有的人看了之後覺得不舒服，就會寫信向主管機關檢舉。

廖經理重明：

臺視頻道平均一天有四小時、約兩百四十分鐘在播廣告，所以整個控管流程是相當的重要，其實有很多廣告在臺視是看不到的，當然我們也會有財務上的壓力或是廣告主的不諒解，例如之前有一支「師父西天取經」及「修女開槍打車上候選人」的廣告，基於自律的考量，臺視都沒有播出。

賴祥蔚教授：

經由業務部的說明，可以了解到對廣告託播的流程控管做的相當好，希望下次開會時如果有一些特殊的廣告控管案例，像是剛才所談到的「師父西天取經」及「修女開槍打車上候選人」之類的廣告，一些屬於創意爭議的廣告案例，其實還是可以提出來討論的。

3.電視節目置入案例討論

李經理立國：

今天所討論的案例遭到裁罰可能性相當高，目前正由 NCC 審理中，主要是之前八點檔「姊妹」中以餅店做背景，劇情中正好提及有關中秋

月餅的情節，劇組安排到「禮坊」去取景拍攝，其實目前 NCC 的標準放寬，可以允許到比較寫實的場景去拍攝，但是對於品牌內容不能做推薦，而女主角黃嘉千在拍攝餅店廠景的戲時卻違反規定（詳見附件三），包括：

1. 劇中餅店老闆提及業者新推出之月餅名稱。
2. 演員黃嘉千在對白中提及「口感特別..好吃..一定賣到缺貨..」等內容。
3. 演員黃嘉千劇中身穿業者品牌制服及廚師帽，商標明顯而清楚。

由於我們在過帶時並未注意加以修剪，所以的確未做好把關的工作，播出第二天後觀眾立刻就有反映，我們檢討後發現劇本中並沒有這些對白，之所以會發生關鍵在於員工的教育訓練不足，除了會依公司規定懲處相關人員外，十二月開始也會安排教育訓練，凡是近一兩年八點檔的製作人及節目部相關同仁都列為上課對象，同時教育訓練也會成為常態化，未來整個製作流程的把關工作都要加強，除了戲劇節目外，綜藝節目也會注意內容不要流於整人遊戲或低俗取向。

賴祥蔚教授：

請問這齣戲的製作單位是否有向業者收取廣告費用？

李經理立國：

我們沒有收取任何的廣告費用，但有時可能會面臨拍攝現場的人情或是業者私下拜託，不過製作單位自己要有所把持和認知，有時即使礙於人情拍了，但回來過帶修剪掉即可。

賴祥蔚教授：

雖然八點檔出現這樣一個狀況，但至少節目部能勇於面對錯誤檢討，這是很可貴的負責態度，除此之外還有其他被民眾反映或是 NCC 要求改進的案例嗎？

李經理立國：

我有問過 NCC，其他的案例多半是提醒我們，並沒有要求我們回覆，或是只要求我們做陳述而已，只有今天報告的這個案例算是比較嚴重，遭裁罰的可能性很高。

馮　燕教授：

經由今天的討論可以感受到節目部李經理的誠意，只希望以後不要再有類似的情況發生，尤其把關的工作一定要做好。

三.臨時動議

馮　燕教授與　賴祥蔚教授 - 針對現行的「臺視自律委員會章程」有幾點意見要提出來做為再次修改參考：

1. 現行「臺視自律委員會章程」名稱過於簡化，應以「臺視公司自律委員會章程」或「臺灣電視公司自律委員會章程」較為正式。
2. 第三條修改部分：本委員會設委員七人，臺視公司新聞部、節目部、業務部三位一級主管為當然委員，聘請外部專家四人為諮詢委員組成。
3. 第四條修改部分：本委員會由臺視公司副總經理擔任召集人。另設執行秘書一人，協助推動及執行委員會務，由新聞部、節目部、業務部依序指派部門同仁擔任，一年一輪任。
4. 第六條修改部分：本委員會至少每半年召開會議一次，由召集人召集之，並擔任會議主席，必要時得隨時召集臨時會議，召集人因故不能主持會議時，由委員互推一人擔任會議主席。
5. 第七條修改部分：本章程經總經理核准及董事會核備後實施，修正時亦同。

決議：

建議章程修改內容將與秘書室法務同仁進行研議修改，修改完成後送

請各位委員確認，並列入下次會議追蹤確認項目。

四.散會