臺灣電視公司 自律委員會

101年度第一次會議 會議紀錄

時間：一百零一年五月一日（星期二）下午三時整
地點：臺灣電視公司 中廈地下一樓第二會議室
主席： 謝陳齊（台視公司副總經理） 紀錄：游芳瑄
出席委員：李遠(小野) (作 家)
鄭自隆 教授（國立政治大學廣告學系）
蔡念中 教授（世新大學廣播電視電影學系）
王亞維 專任助理教授(國立政治大學)
廖重明（台視業務部經理）
孫紀蘭（台視新聞部經理）
李立國（台視節目部經理）

列席：左燕妮（台視新聞部副經理）
楊秋蘭（台視節目部素材編成組主任）

一、討論題綱

1.廣告素材託播－特殊條件廣告素材

廖經理重明 -
業務部主要業務為廣告主的廣告素材託播，目前NCC對於廣告素材內容，要求頻道業者自行審核與控管，因此本公司針對包括酒類及特殊條件的廣告素材，均有播出時間限制，嚴格控管在晚間9點以後至上午6點以前播出，並避免同仁誤將特殊條件之廣告於管制時間外播出，已利用電腦系統加註適宜時間播出，如電腦比對發現此則廣告於管制時間外播出，電腦將顯示無法播出之警語，是避免人為疏失，而成立的一套嚴格控管機制。另外，針對一些不適當的特殊廣告素材，但卻又不被政府條文所限制的廣告，例如今年4月份有一則遊戲橘子公司的「突擊風暴」網路遊戲廣告案例，其內容提到「個人軍火庫」等的不當用語，雖無限制條文規範，但業務部考量此則廣告不適宜所有時段播出，需比照酒類廣告的時間限制，更不能在兒少節目中播出，但廣告主不接受本公司所訂定的時間限制播出規則，最後本公司決定不播出

本則廣告，因此本公司對於廣告主所託播的廣告素材皆嚴格把關，且已明訂出標準的審核與控管流程。

鄭自隆教授 -
爭議性的廣告，在播出前應與電視學會溝通，並由四家無線電視台進行討論，取得共識決議播出與否，才不會造成各家電視台播出不一致的狀況。

廖經理重明 -
業務部每次處理有關爭議性的廣告，都會事前與電視學會溝通，而電視學會最後也會尊重各台的決定，但本公司對於爭議性的廣告處理原則，都會避免造成觀眾有不舒服的觀感來做控管。

蔡念中教授 -
廣告內容依據法律規範與電視台業者自律下，可保護消費者不受爭議性廣告所侵害，另外針對酒類或其他有爭議性廣告的播出，以電腦系統控管限制播出時間，是一個很好的自律性做法。

王亞維教授 -
業務部做有效的控管就是自律精神的概念，台視因為是無線電視台，使用公共性資源，因此所負擔的自律功能更強大，也會更加的嚴格把關；另外，不宜播出的廣告內容有幾項重要特徵，第一個就是侵犯兒童與青少年的內容，這是全世界皆然，第二個就是性、暴力、酒類、煙等內容，以上這幾項都是容易辨識出的特徵都要避免，針對業務部剛才提到的部分，可看出做到有效的控管與自律。

2.廣告控管機制－利用電腦系統讓廣告編輯清楚標示出超秒或廣告排定不足，提醒編排作業順利完成

廖經理重明 -
業務部一直以來對於廣告超秒都有一定的控管，最近更透過電腦的精算方式做出提醒與告知；本公司近年來承接許多專案，而各個專案會有播出預告的需求，業務部會分析此預告是節目內容或是廣告，因此經過電腦的精算，避免人為疏失造成廣告超秒。

小　野　先生 -
請問一種狀況，當新聞部播出業務部的廣告主負面新聞，導致雙方產生利益衝突時，二個部門間該如何溝通與協調。

廖經理重明 -
現在這種情況還是會發生，但目前的情況不致於因此阻止新聞不播，因為只要是有關公共議題或是民生消費議題都應該讓觀眾有知的權利，但如果負面新聞內容中不是因廣告主的商品所產生的事件，但畫面取景卻帶到廣告主的商品，就會要求將廣告主的產品畫面修掉；另一種情況是，確實是廣告主的商品發生負面新聞內容，我們會希望得到雙方的說明，不是只有單方面的表述而已，也會要求廣告主表述他對於事件的處理方式與原則，業務部都會事前與新聞部做好溝通。

孫經理紀蘭 -
新聞部與業務部一直以來都有很密切的溝通，如有確認與業務部廣告主有關的新聞內容，還是會依據事實報導，且會做到平衡報導的立場；且如果發生民生消費等重大議題，觀眾有知的權利，並不會隱藏報導。

3.網路新聞製播相關法令規範（包括著作權，隱私權）

孫經理紀蘭 -
台視新聞目前針對網路新聞播出皆有嚴格的把關，並降低網路新聞的播出比例，在每節新聞時段裡，編輯台都有一個共識，只要是著作權有問題或是有爭議性會傷害第三者的網路新聞，我們都不會使用；前陣子 Youtube 被罰的案例，顯示出隨便從 Youtube 下載畫面可能會引發法律的問題，因此除非是趣味性高的網路新聞外，我們皆遵守 NCC 與電視學會所訂定的轉載網路新聞之製播處理原則(詳見附件一)，在此也希望各位委員能提供意見指導，尤其在著作權與隱私權部分。

王亞維教授 -
第一點：網路新聞比較無法做到所謂的查証工作，因此在報導上應做到確認的動作，避免引用錯誤的訊息。第二點：因為現在網路盛行，也有許多業者設計網路置入，吸引媒體播出成為網路新聞報導，甚至能夠計算出此則網路影片在幾天後會造成媒體報導，所以需小心，避免被利用。第三點：新聞媒體倫理性的問題，例如去年廣東一位小女孩被卡車撞到的新聞，有些媒體全程播出，連馬賽克都沒有，有些是在撞到小女孩前就停止播出，也有媒體完全不使用播出，由此可見新聞台自身的格局與自律與否，用此舉例提供參考。第四點：不同於有線頻道，台視擁有公共頻道資源，應思考如何報導對公共利益有幫助的新聞給觀眾。

鄭自隆教授 -

針對新聞部對於網路新聞製播原則的各條建議：第 1 條：除了考慮公共利益外，再加上媒體品味，可排除一些低俗的訊息。第 2 條：查証是必要的，需善盡責任。第 3 條：新聞來源只標示「網路」是不夠的，應標示清楚「網站名稱」。第 4 條：與上幾點有重複之處，建議整合。第 5 條：可保留。另外，建議再加上二條，第一：應迴避商業利益，避免被利用。第二：播出比例的制定，網路新聞播出應有適當的規範。

蔡念中教授 -
使用網路新聞的建議：1.即使註明出處，但網路新聞不能照單全收的播出 2.使用網路新聞的比例以 15~20 秒較適當 3.迴避商業利益 4.是否涉及穩私權問題，現在很多消息都引用自 FB，但 FB 中即使它是公開的，但不代表第三者可以隨意使用。

孫經理紀蘭 -
新聞部針對網路新聞的使用，皆有嚴格的控管，只要是網路謠言、無意義的新聞，例如偷內衣、溜鳥等網路新聞，或侵犯隱私權、無關公共利益之網路消息，皆不會使用。另外，新聞部已開闢另一窗口，與中研院合作科學新聞，以深入淺出的作法，讓觀眾能看到更多知識性的新聞。

左副理燕妮 -
另外，新聞部有些問題想諮商各位教授，對於名人家暴或性侵新聞的操作，例如庹宗華的家暴事件、程建人的性侵疑雲，這些新聞的人物皆是名人，還需不需要馬賽克，因為一般涉及性侵的新聞，對於當事人皆要處理到不足以辨識，但因名人大家都認識，還要做馬賽克的處理。

鄭自隆教授 -
針對程建人的新聞，被害人不管幾歲，都要使用馬賽克處理。回到網路新聞，有一個建議提供，不能有文必錄全盤接收，應該要有再製的想法，網路新聞要加入媒體觀點，並發展成完整的新聞。

王亞維教授 -
剛才新聞部提到有關性侵、自殺等新聞，皆要注意不要描述細節，朝公共性議題發展。

孫經理紀蘭 -
剛才鄭教授提到網路新聞再製的建議，新聞部皆一直有將網路消息再製，嚴禁同仁直接使用，謹慎控管。

4.自100年11月23日起至101年4月18日止，NCC轉函民眾意見及節目分級等相關事宜

李經理立國 -
節目部秉持公開、坦承的態度，將接到NCC來函針對節目內容之事宜提出來與各位委員報告。在上次召開自律委員會後，已整理出自100年11月23日起至101年4月18日止，NCC來函節目部的相關說明報告共有7項(詳見附件二)。第一條是NCC函轉民眾意見參考，有關「田庄英雄」內容不妥事宜，節目部在收到文後，已對本劇之情節做出調整，並更加謹慎處理節目劇情內容，避免造成觀眾有不好的觀感。第二條是「鑽石夜總會」節目級別標示疑義，本節目之內容是全時段皆適合闔家觀賞之「普遍級」節目，如遇內容需要才會另外標示級別，此案經查證後，已確認是主控同仁操作失誤，導致跳出錯誤的級別，未來在節目標示管控上，將更謹慎處理。第三條是「巔峰時代」節目內容不妥事宜，在NCC函轉民眾意見參考後，節目部有再次調出播出帶審查，針對觀眾指出內容不妥並妨害兒少身心之情節，節目部已加強節目內容審查，除去暴力情節，並在未來挑選節目題材上，會更加小心處理。先就以上三項報告，不知各位委員是否有建議事宜。

蔡念中教授 -
針對「鑽石夜總會」節目級別標示錯誤，是否還有後續處理狀況。

李經理立國 -
有的，節目部同仁送交節目播出帶前，會先標示該節目之級別，本案經調查後，同仁確認本節目標示普級，在播出時是主控同仁誤觸按鍵，才導致標示出錯誤的節目級別，就內容部分確定是沒有問題的。

李經理立國 -
第四、五條是「女人花」節目內容不妥事宜，本節目內容在播出前，節目部已事先審閱，並要求製作單位修改，但因製作單位反應尊重原創著作，且八點檔存量問題無法大幅度的刪除，最後已剪去嚴重不妥之內容，所以播出的畫面並不是觀眾所描述之情形，已將所有不適當的畫面細修剪掉，但對於播出後在言語上讓觀眾有不好的觀感，節目部已深切檢討，並要求同仁在劇本把關上先行提出建議，避免播出前發生臨時狀況無法修剪，日後將加強同仁在節目尺度上審查的教育訓練。

鄭自隆教授 -
本案如果是語言上的描述，無畫面上的呈現，就本劇為監獄的題材，多少都會有類似的情節發生，但應事先小心處理。

李經理立國 -
我們在未來一定會更加小心處理，不只是畫面的控管，在文字描寫上也會更謹慎。因應未來邁入 HD 高畫質時代，節目部在未來節目舖排上，將以製作優質戲劇為主要的題材選擇，我們陸續將與陳慧玲、徐譽庭、劉紀綱等優秀的製作單位與製作人合作，確保戲劇的品質，也因為 HD 高畫質節目的製作時間會拉長，因此更能做好節目的控管作業。

小 野 先生 -
我就本身的經驗來看，做節目真的很辛苦，每天面對收視率的高低，在收視壓力下，需要臨時增加或修剪畫面的狀況很多，節目部很誠實的面對並記取教訓，我相信在未來進入高畫質時代，觀眾的收視習慣也會改變，劇情走向也會更加優質。

李經理立國 -
接下來，第七條是 NCC 函轉民眾意見參考，有關「魔導少年」內容不妥事宜，節目部收到意見後，有調閱播出帶查看，本段內容確實無裸露之內容，節目部在購買卡通影片時，負責購片的同仁會有第一關的審查，帶子播出前會經過剪接導播第二關的審查，如有不適當的畫面或內容，會事前修剪調整，因此是更加嚴格控管兒少節目的播出把關。最後第八條是去年有在自律委員會提出討論的「姊妹」節目未與廣告明顯分開案例，這是最後的裁決結果。本劇為時裝劇，戲裡之角色有不同的職業，有人壽的保險業務員，有的則是服飾店員等，以上都以自然呈現方式露出品牌畫面，皆無違反規定，因近期 NCC 對於節目置入有稍微放寬標準，只要不刻意出現產品名稱與強調產品特性、優點等，就不會觸犯相關法規，經本劇案例後，節目部已深切檢討，並在本案來函通知後，已立即邀請師範大學大眾傳播研究所所長陳炳宏，為節目部同仁進行教育訓練，加強同仁對節目置入與廣告化之區分認定原則，避免再次違規。

謝副總經理陳齊 -
跟各位委員補充一點，本公司在購買卡通前皆會事先審閱，例如「航海王」，我在家中都有陪小朋友觀看，其實這整部劇很明顯的是在強調伙伴間的信任關係、團結等信念，這就是為何「航海王」在全世界如此暢銷的原因，可能在角色個性的描寫讓一些觀眾有吹毛求疵的地方，其實「魔導少年」亦同，都是很正面的卡通，因為台視在選購兒少節目時，都會很慎重的篩選節目類型，選擇正面的故事架構，提供觀眾最優質的節目內容。

二.臨時動議

謝副總經理陳齊 -

本公司周總經理法勛於今年 3 月下旬就任職位，為表達對各位外部委員的尊重及自律委員會的重視，建議從下次召開會議時，由周總經理法勛擔任自律委員會主席，不知各位委員是否有任何寶貴的意見。

決議 -

本案通過，委員所提章程修改內容部份，將由主責單位進行修改自律委員會章程，並呈請總經理核准批示後生效。

三.散會