

# 中華電視公司自律諮詢委員會第二次會議紀錄

- ◆ 時間：100年1月14日（周五）上午09：30
- ◆ 地點：六樓節目部會議室
- ◆ 出席人員：王主任委員育敏、陳委員炳宏、楊委員仁烽、鄭委員自隆、劉委員幼琄
- ◆ 列席人員：節目部李經理繼賢、新聞部林經理淑卿、業務部巴經理正坤、車研究員慶餘

◆ 會議紀錄：張瑋玲

## 1、提報前次會議建議事項執行情形

1. 「中華電視公司自律諮詢委員會組織辦法」修訂確認
2. 華視客服系統SOP、閱聽人申訴管道及回覆方式
3. 華視內部之新聞、節目自律流程

◆ 會議結論：

1. 修訂的「中華電視公司自律諮詢委員會組織辦法草案」內容，經再次意見討論彙整後，對於第一條、第二條、第七條的部份文字進行修改，以更符合本委員會之精神。【詳如附件一】
2. 華視客服作業處理流程中，應於「閱聽人意見管道」內增加附註其他各單位意見接收的來源，在「閱聽人申訴意見處理流程圖」內亦增加其他各單位接收的圖示。公佈於網站的「九十九年第四季公關中心觀眾意見調查報告」應更加保護來電(函)閱聽人資料，抽樣的閱聽人電話雖已有做部份號碼隱藏，但建議電話不公佈，特殊姓氏亦應隱藏處理，例如改成某先生/小姐。由於「意見表達」的來電量多，希望下次會議提供細項分類，以更清楚了解各項意見內容。
3. 新聞部所提出「現行新聞報導資訊來源」中的第(3)項「民眾主動爆料」之字句宜改為「民眾主動提供」較妥當。對於民眾提供之內容，需詳實查證再進行報導，避免機械式平衡報導，並遵循媒體自律之精神確實把關。新聞生活類的報導議題，應做消費整體面之分析報導，真正提供消費者應有的知識與訊息，而不只是著眼於特價類的報導。
4. 由於目前政府法規不斷的進行修正及新增，例如「兒少法」、涉及置入行銷的政府「預算法」等，新聞記者及節目編審需隨時保持高度的認知。建議可由工會發起員工自我強化專業知識；如辦理法規教育訓練課程，並定時舉辦法規遵循的測驗機制等，以確保公司人員皆清楚了解法規內容。

## 2、討論議案：

- (一) 針對國家通訊委員會(NCC)(2010.12.16)提出將嚴格執行「資訊型節目」置入，相關注意事項提請討論。
- (二) 政府單位的「置入行銷」應有規範討論案。

說明：

- (1) 依據(2010.12.17)相關媒體報導，國家通訊委員會(NCC)表示因為景氣好轉，各無線電視、衛星有線頻道業者應盡量降低「資訊型置入」比率。本公司自95年4月份起加入公共廣播電視集團後，對廣告之託播均極慎重，除自律要求外均確依廣播電視法及其施行細則等相關規定辦理，由於電視媒體競爭十分激烈，有線、無線、衛星台基於經營需要，均有播出消費資訊性節目之情事，本公司曾於97年4月份至99年8月15日間播出，惟自99年8月15日起配合NCC換照要求並以自律原則全面停止播出消費性資訊節目，迄今公司並無恢復播出之政策要求。

(2) 政府單位「置入行銷」於兩個政黨執政時均有出現，至2011年元月10日止，有關政府置入行銷的《預算法》修正案仍在立法院議案討論中。

\* 立法院已於(2011.1.12)三讀通過《預算法》修正案(增訂第62條之一)，規定政府各級機關以及公營事業、政府捐助基金50%以上成立的財團法人，及政府轉投資資本50%以上的事業，未來的政策宣導時應明確標示為廣告，而且不能用「置入行銷」的方式辦理。

◆ 議案結論：

1. 電視經營的正道應是製播好的節目，以此進行廣告銷售。期許華視能持續朝此目標前進，多製作好看的電視節目。
2. 目前《預算法》修正案已三讀通過，但有關內容條例細節尚未清晰，建議盡速成立專責人員或小組進行法條整理，盡快了解《預算法》修正案的內容，以釐清對節目製播的影響，此項可列為下次會議討論重點。