

鏡電視新聞台

第十四次「收視聽眾會」活動紀錄（摘要）



參訪之街口支付企業代表會後與鏡電視接待人員合影



主題	製播多元新聞 傾聽閱聽人的建議
時間	115 年 4 月 23 日（星期四）下午 14:30
地點	鏡電視新聞台 C 棚攝影棚
主持人	王鈺婷（新聞部主播）
與會人員	翁秀琪（外部公評人辦公室 公評人）、張玄會（新聞部 副總經理）、黃俞豪（法務部 法務長）、顏瑜玫（新聞部 國際節目中心 總監）、朱緻恩（新聞部 編播中心 總編審）、李靜婷（新聞部編播中心 編審）、劉琮琦（外部公評人辦公室 主任）
參加貴賓	街口支付企業代表共 13 人
活動主旨	為實踐鏡電視新聞台對觀眾權益重視的媒體責任，舉辦此次收視聽眾會

活動紀錄摘要

主持人王鈺婷與新聞部副總經理張玄會致歡迎詞。

公評人翁秀琪介紹鏡新聞外部公評人制度。

主持人王鈺婷介紹鏡新聞概況、特色與製播把關程序。

〔現場提問1〕 現在觀眾收看新聞或內容的習慣，和過去相比有沒有什麼明顯變化？大家喜歡看的內容是否有所不同？另外，現在很多新聞都會經營數位平台或短影音，我也看到鏡新聞近期有

經營 IG 等社群平台，那在主題選擇或內容呈現上，是否也會有不同的策略？

張玄會（新聞部副總經理，下稱「張」） 其實現在觀眾接收新聞的方式，和過去相比已經有非常大的改變。像王鈺婷主播在主播台上的播報，還是維持新聞專業與正式感，但同時我們也希望能拉近和年輕觀眾之間的距離。因此，鏡新聞在新媒體平台上，也會嘗試比較輕鬆、有趣的內容形式。

例如我們推出的「不要逼主播」系列，就是由新媒體小編設計互動遊戲，透過 IG 等社群平台，用比較生活化、趣味性的方式和觀眾互動，也讓大家看到主播離開主播台後不同的一面。這種內容其實很受年輕觀眾歡迎，也能讓新聞工作者的形象更貼近觀眾。

至於觀眾觀看新聞的習慣變化，我自己的感受其實非常深刻。因為我從1999年開始跑新聞，那時候大家看新聞的來源，大多還是傳統電視，像是老三台、TVBS、民視、三立等有線電視頻道。但現在，很多人其實已經不是透過有線電視在看新聞，可能是在 YouTube 上收看新聞直播，甚至很多飯店打開電視後，直接就是 YouTube 頻道。除此之外，也有很多人是透過 Facebook、Threads，甚至抖音等平台接收新聞資訊。也就是說，觀眾的媒介使用習慣已經完全改變了。

因此，鏡新聞在內容製播方式上，也必須跟著調整。除了正規新聞仍然會在新聞頻道播出之外，我們也積極經營 YouTube 與各類數位平台，希望針對不同族群提供更多元的內容。

〔現場提問2〕 近期看到TVBS有一些裁員與組織調整的消息，也很好奇鏡電視內部是否也在因應目前媒體環境與時代變化下，於組織或工作模式上做出一些調整？

王鈺婷（新聞部主播，下稱「王」） 其實目前鏡電視並沒有太大的組織變動，不過AI時代來臨之後，我覺得所有媒體人多少都會開始思考：「自己的工作未來會不會被取代？」

我認為，不只是主播或新聞工作，其實所有行業在AI浪潮之下，都會面臨某種程度上的挑戰與改變。關鍵不在於害怕被取代，而是如何在這個時代裡，創造出更多屬於自己的價值。像剛剛張玄會副總也有提到，鏡新聞現在其實積極發展數位與網路內容。對主播來說，也不再只是單純坐在主播台播報新聞，而是需要延伸更多不同的角色與能力。

〔現場提問3〕 現在假訊息很多，剛剛也提到「速度」與「求證」之間會有拉扯，好奇鏡電視內部是否有比較特別的查證機制？又是如何在兩者之間取得平衡？

張 現在大家在使用社群平台，每天都會接觸到大量資訊，其中也夾雜非常多假訊息，而且很多內容不一定能在第一時間被清楚辨識。例如昨天我就看到一位資深律師撰寫的一篇文章在網路上流傳，內容提到蔣家的相關事情，因為結論相當驚人，所以我們第一時間並不是直接引用，而是要求跑線記者一定要先完成查證，包

括：這篇文章是不是該律師本人所寫？相關人士是否真的召開過這場會議？是否真的做出文章中提到的決議？等等這些其實都是新聞工作中非常基本、但也非常重要的程序。

另外，現在網路上也充斥許多AI生成影片，因此除了文字查證之外，我們也會請攝影組、動畫組一起協助判斷影片內容。例如：畫面邏輯是否合理？影像細節是否自然？整體事件脈絡是否吻合？也就是說，我們會讓記者與攝影、後製團隊同步進行查證與交叉比對。

這其實是目前處理假訊息非常重要的一部分。因為現在媒體環境中，假訊息的形式越來越多元，新聞媒體非常容易被誤導。因此，從第一線記者到主管，都必須仰賴長年跑新聞累積的經驗與背景知識，協助判斷資訊可信度。

所以剛剛提到，現在有些媒體因為人力調整，讓部分資深新聞工作者離開崗位，我覺得非常可惜。因為「資深」在新聞媒體裡很重要，他們在看到一則訊息時，往往能快速建立背景脈絡，提供年輕同仁判斷方向，知道應該如何查證、該向誰查證。這些經驗與判斷能力，其實是目前AI或其他工具還很難完全取代的，也是資深新聞工作者在媒體產業中非常重要的價值。

（**現場提問4**） 鏡新聞在節目規劃上有分眾設計（如臺語、青年、政治等），但如何讓對特定議題「沒興趣」甚至「抗拒」的觀眾，也願意接觸相關內容？例如政治冷感或母語議題接受度較低的族群，會如何處理內容設計？

張 如果以政治議題來說，其實我們並不會強迫任何人一定要喜歡政治，但政治本身的範疇非常廣，從國會立法、行政決策到政策執行，都會直接或間接影響每個人的生活。因此，我們在內容設計上，會盡量用比較貼近生活、也比較容易理解的方式，去說明「為什麼這件事跟你有關」。

例如王顯瑜的《宵夜鏡來講》節目，我們的想法就是——有些觀眾可能不喜歡傳統政論節目，但政策討論本身是重要的，社會也需要理解這些議題，因此節目會採取比較輕鬆、但仍具深度的訪談形式，讓觀眾去理解政治人物的決策背景，以及他為什麼做出這樣的選擇。

在臺語內容方面也是類似的概念。確實有些學者或母語使用者，對臺語的書寫與發音方式會有不同堅持，例如臺羅拼音等，但對一般觀眾來說，可能會覺得距離感比較高、不容易接近。因此在新聞呈現上，我們會持續嘗試用不同方式降低門檻，例如標題與語言使用的調整，同時也希望達到某種「教學相長」的效果，讓觀眾逐步理解正確的語言使用方式。

另外，在網路節目《做伙食好料》中，我們則用另一種方式切入——透過臺語聊天、一起做菜、分享生活的方式，讓語言自然融入情境中，讓節目不只是語言學習，而是透過受訪者的故事，帶出他們對臺語文化、歷史與文學的理解與觀點，讓觀眾在輕鬆的氛圍中接觸母語內容。

〔現場提問5〕 談到媒體經營，大家常會聯想到「編業分離」以及營收壓力。鏡電視如何拿捏編業分離？又怎麼看未來的營收挑戰？

張 剛剛在介紹時其實有提到，鏡電視一直非常重視「編業分離」。新聞部負責的是新聞專業與內容品質，而營收部分則交由業務部負責開拓，包括電視廣告、活動企劃、論壇與商業合作等，都是由業務部獨立規劃與執行。

鏡電視成立至今，其實還算是一家相對新的電視台，也非常感謝股東一路以來的支持。股東願意持續投入，很重要的一點，就是希望鏡電視能夠做出「不一樣、而且有品質」的內容。至於新聞部持續努力的方向，當然包括收視率的提升、新媒體平台經營、MOD與數位平台布局等。此外，YouTube與Meta等平台，也逐漸成為重要的收入來源。雖然具體數字不方便透露，但整體成長趨勢是持續向上的。

〔現場提問6〕 我自己其實很喜歡鏡電視，之前也曾經上過節目受訪，覺得鏡電視的內容很多元，而且在新聞處理上相對克制、有品質。但也因此更好奇，現在這麼競爭、甚至有點混亂的媒體環境裡，觀眾習慣透過抖音、Threads等平台，用15秒、30秒快速接收資訊，鏡電視要如何讓更多人看見這些有深度、需要30分鐘甚至更長時間觀看的內容？因為很多時候，真正有價值的其實是長內容，但觀眾未必有耐心。那鏡電視會怎麼做，才能讓自己的優



勢與深度內容，在這樣的媒體生態中被更多人看見？

王 其實好的內容，也需要閱聽眾一起幫忙分享與傳播。電視台的營收很直接和收視率有關，而收視率之所以會受到影響，很大的原因就是現在很多觀眾已經習慣短影音的觀看方式。所以鏡新聞目前是採用「兩邊都兼顧」的策略。

一方面，我們持續發展深度內容與長篇節目；另一方面，新媒體部門也會針對現在觀眾的觀看習慣，去開發適合短影音平台的內容形式。例如，我們會從完整節目中擷取精華片段、關鍵討論或有趣內容，先透過短影音方式吸引觀眾注意，再進一步導流回完整節目。也就是說，我們希望短影音不只是「快速消費內容」，而是成為觀眾進一步接觸完整深度內容的入口。這也是鏡新聞目前持續努力的方向，希望在快速資訊時代裡，仍然能讓真正有價值的內容被更多人看見。

〔現場提問7〕 剛剛有提到「公評人制度」算是鏡電視相當特別的制度，想更進一步了解，這個制度實際上讓鏡電視和其他新聞媒體最大的差別是什麼？有沒有印象特別深刻的案例可以分享？

張 我覺得翁老師的公評人辦公室對新聞部最大的幫助，某種程度上就是「給壓力」。因為公評人辦公室會接收到很多觀眾投訴，或是對我們新聞、節目內容的意見反映，所以對新聞部來

說，其實是一種持續的提醒與監督。

當然，記者在處理新聞時，「正確」一定是第一優先，但有時候在時效壓力之下，新聞事件未必能在第一時間完整呈現所有面向。尤其在某些事件裡，被報導的另一方可能會認為自己的意見沒有被充分呈現，這其實是新聞現場蠻常遇到的情況。

而公評人辦公室接收到的這些投訴與意見，就會變成一種鞭策，提醒我們在處理每一則新聞、每一個節目時，都必須更加小心、更謹慎，也要更深入地思考內容呈現方式。所以我認為，公評人制度最大的意義之一，就是讓新聞部始終保持自我檢視與被監督的狀態。

翁秀琪（鏡電視外部公評人） 如果要舉例的話，我可以分享最近一個案例。之前有一則新聞，是關於一位政大研究生搭計程車遭丟包，最後不幸往生的事件。當時新聞部在報導過程中使用了AI動畫模擬畫面，後來因此收到投訴，而投訴人甚至是我們倫理委員會的召集人。

其實鏡電視內部本來就已經針對AI使用建立相關規範，包括：AI文字使用、AI圖像使用及AI動畫呈現方式等。當時所使用的AI畫面，其實偏向卡通動畫風格，並不是擬真類型，但仍然被投訴，原因是觀眾認為畫面已經接近真實影像，可能讓人難以分辨哪些是AI生成、哪些是真實畫面。

後來雖然新聞部也有補充事件後續進度與相關說明，但因為倫理委員會召集人本身就是投訴者，因此後續也特別召開臨時倫理委



員會進行討論。這件事也讓我們重新思考，在AI應用越來越普遍的情況下，媒體該如何拿捏界線，以及如何讓觀眾清楚辨識AI內容。

另外，我也常要求新聞部一件事，就是當某些個案經過討論、形成內部共識後，應該正式在會議中公告周知，慢慢累積案例資料。未來如果再出現類似情況，就能有明確標準可以參考，而不是每次都重新摸索。

除此之外，另一個曾經調整過的部分，是「獨家」的使用規範。過去有些同仁會認為，只要別家媒體沒有播出的內容，就可以掛上「獨家」；但其實在新聞專業上，「獨家」有非常明確的定義，不是所有別人沒有的內容都能稱為獨家，因此後來我們也與新聞部進一步溝通，建立更清楚的使用標準，希望在新聞倫理與專業規範上，能夠有更一致、也更嚴謹的處理方式。

*完整活動紀錄詳見QR Code。

