

鏡電視新聞台第十六次「收視聽眾會」

活動紀錄

壹、主題：製播多元新聞 傾聽閱聽人的建議

貳、時間：115 年 8 月 20 日(星期四) 下午 14:30

參、地點：鏡電視新聞台 C 棚攝影棚

肆、主 持 人：新聞部 主播 王鈺婷

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）

請假人員：

伍、參加貴賓：14 人(如附件)

陸、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。

柒、活動內容：

主持人 王鈺婷 主播：

我是鏡新聞主播，也是今天的主持人王鈺婷，歡迎好德公益協會的各位參加鏡電視收視聽眾會，我也希望今天大家可以好好交流，聽聽各位對於新聞、對於鏡新聞的看法、期待與建議。我自己也非常期待今天能夠有

這樣的交流機會，非常感謝大家。鏡電視每季舉辦收聽聽眾會，也謝謝大家在第一線給我們很多很實質的回饋和建議，這些都會成為我們持續進步的動力。首先邀請鏡電視新聞部副總經理張玄會致詞。

張玄會 新聞部副總經理：

歡迎好德公益協會的各位貴賓來到鏡電視。我們今天舉辦這場收視聽眾會，就像剛剛主持人王鈺婷所說的，如果大家有任何意見，都非常歡迎隨時提供給我們。或者大家對目前新聞媒體的報導，有任何觀察、想法、感受或建議，也都非常歡迎提出來，讓我們有機會持續改進。再次謝謝大家今天的到來。

主持人 王鈺婷 主播：

鏡新聞已於 MOD 508 台與有線頻道 86 台上架，相信大家對於鏡電視非常的好奇，我們準備了一段 VCR，讓大家正式了解鏡電視。

➤ 播放鏡新聞 Promo (略)。

剛剛參觀時我們經過多個攝影棚以及辦公區域，大家很好奇的就是我們的公評人辦公室，到底什麼是公評人制度，它重要現在哪裏，我們就有請鏡電視外部公評人翁秀琪老師跟大家說明何謂公評人。

翁秀琪 外部公評人：

鏡電視的外部公評人制度到底是什麼樣的一個制度？其實，「公評人」這個概念，英文是 ombudsman 或 ombudsperson，主要源自瑞典。18 世紀時，一開始是由瑞典國王設置這樣的一個官職。國王為了照顧人民，派任

一名官員，主要任務就是當老百姓對國王或官員的施政有不滿時，可以向這位官員反映。

真正和我們當代比較有關聯的公評人制度，則要一直到 1809 年。當時這個制度轉由瑞典國會設置，國會與公民之間的關係，和國王與人民之間的關係已經不太一樣，因此，1809 年所建立的制度，才逐漸成為我們今天所理解的公評人制度。這個官職有一點像我們現在的消保官。其實，瑞典的 ombudsman 概念，和台灣監察院的監察委員所做的工作也有相似之處。當老百姓遇到政府對自己不利的事情，或是有需要申訴、陳情的事項，都可以向監察委員反映。所以，瑞典當時的 ombudsman，在功能上就有一點類似台灣的監察委員。

到了當代，公評人制度開始和媒體產生關係。最早是日本引進這個制度，日本《朝日新聞》在 1922 年成立了公評人委員會；到了 1938 年，它最強的競爭對手《讀賣新聞》也成立了公評人委員會。根據最新資料，《讀賣新聞》目前的公評人委員會共有 23 位公評人，是以委員會的形式運作。

而鏡電視的公評人制度是在 2021 年成立的。目前鏡電視外部公評人辦公室的制度，簡單歸納可以分成幾個重點。第一，外部公評人是由董事會委任，而且不是鏡電視的員工。例如《紐約時報》的公評人稱為 Public Editor，《衛報》則稱為 Readers' Editor。不管是 Public Editor 或 Readers' Editor，這些名稱其實都反映了一個核心概念，就是代表閱聽人的權益。公評人的責任，就有點像消保官。在媒體領域，就是要保障媒

體提供給閱聽人的新聞資訊是正確的、品質良好的，而且不能傷害閱聽人的權益。用這樣的角度來理解公評人制度，會比較簡單。

第二，外部公評人不參與公司的營運及人事問題。外部公評人的主要責任，是負責新聞專業的監督，而且和監察院的監察委員一樣，主要是進行「事後監督」，而不是事前介入。各位可以想一想，如果公評人事前就參與新聞製作，萬一這則新聞後來有人提出申訴，公評人自己也參與了新聞製作，那到底要怎麼處理、怎麼負責這件事情？所以，基本上公評人的角色是以事後監督為主。不過，日本的制度比較特別，尤其是《讀賣新聞》，公評人會從事前、新聞製作過程一直到事後都參與，這樣的設計比較特殊。就我們研究全世界的公評人制度來看，《讀賣新聞》應該是比較特殊的一種模式。

第三，外部公評人主要處理閱聽人的申訴。而且，我們處理的是「外部申訴」，不處理公司內部員工的申訴。也就是說，如果員工認為自己的權益受到損害，也不能向公評人申訴。第一個原因當然是，我本身並沒有人事權，所以員工權益相關的事情，事實上並不屬於外部公評人的職責範圍。我們在研究全世界的公評人制度時，看到比較特殊的是德國，他們的公評人可以處理內部申訴，因為他們的公評人通常是由外部法律事務所的律師擔任。因此，當員工遇到福利或其他權益受到損害的情況時，也可以向公評人申訴。

第四，外部公評人必須做好公共問責，並與公民團體保持良好的互動。

同時，也要參與閱聽人會議，成為媒體、閱聽大眾與公民之間的橋梁。我們今天舉辦的就是閱聽人會議。在制度規範裡，公司每三個月一定要辦理這樣的活動，而且舉辦時也要邀請公評人參加。這也是我的責任，主要目的就是希望能夠扮演好這個橋梁的角色，聽取大家對新聞媒體以及鏡電視的意見。

如果各位對這個制度還有興趣，希望進一步了解，我過去也曾經寫過相關文章，大家都可以在網路上找到。歡迎到鏡電視官網右上角的「公評人」專區(<https://www.mnews.tw/ombuds>)查看相關資料。這幾年來所有的報告與內容，都可以在網站上閱讀到。

➤ 公評人 翁秀琪 老師 介紹「鏡電視新聞台外部公評人」制度（略）。

主持人 王鈺婷 主播：

相信大家對公評人制度也有一定的了解。接下來，也跟大家進一步介紹一下鏡新聞。

主持人 王鈺婷 主播 介紹鏡電視新聞台概況（略）。

以下開放現場提問，採取統問統答，再由相關人員回覆。

現場提問一：來賓 A

我過去曾在美國紐約從事媒體工作，目前在成大服務，主要帶領年輕人進行創新創業。想請問鏡電視面對多媒體、新媒體快速發展，目前最大的困難是什麼？尤其現在年輕人善用科技，也具備國際觀，媒體產業是否有機會與年輕世代、跨領域及跨文化人才合作，共同面對未來的挑戰？

提問回覆：（新聞部張玄會 副總經理）

最大的挑戰是觀眾收視習慣改變。現在大家不一定透過電視看新聞，而是使用 YouTube、Facebook、Threads 等平台接收資訊。因此，鏡電視也持續調整內容與傳播方式，投入更多資源經營 YouTube 及社群平台，希望透過年輕人比較習慣的管道，把新聞內容送到觀眾面前。

現場提問一補充：來賓 A

我認為媒體轉型至少有三個重要問題：成本、內容與人才。傳統媒體的製作成本較高，但新媒體的競爭成本相對低，加上 AI 快速發展，未來媒體產業勢必持續變動。

我自己研究破壞式創新，因此特別關心傳統模式與新模式之間如何轉型。像 Kodak 原本就是影像產業的領導者，卻沒有成功完成數位轉型；反觀富士，則成功跨足生技等領域。這些案例顯示，產業轉型不只是科技的問題，更重要的是商業模式的改變。

因此，我認為鏡電視未來可以思考三個方向：第一是如何取得優秀人才，

同時降低成本；第二是如何持續提升內容價值；第三則是如何因應不同通路，讓內容有效觸及不同族群。

現在的電視觀眾年齡層相對固定，YouTube、社群等新通路則提供更多可能。如何選擇最有效率的通路，以及如何建立新的商業模式，都是傳統媒體必須面對的課題。

現場提問二：來賓 B

我長期觀察媒體產業，明年《動腦》雜誌即將迎來 50 週年。想請教鏡新聞三個問題。第一，如果只能提出一個理由，什麼原因可以讓廣告主選擇在鏡新聞投放廣告？第二，面對電視及影音媒體的同業競爭，鏡新聞有哪些不同於其他媒體的優勢？第三，新聞取材如何在「大眾」與「產業」之間取得平衡？許多產業對台灣經濟發展非常重要，但真正關注產業新聞的觀眾相對有限，鏡新聞如何兼顧一般觀眾與產業需求？

提問回覆：（新聞部張玄會 副總經理）

廣告並不是新聞部門負責的業務，對我們來說，最重要的還是把新聞內容做好。鏡新聞一直希望避免羶色腥內容，因此在每次編採會議中，都會討論「為什麼要做這則新聞？」如果一則新聞具有公益價值，或是與國際情勢相關、對台灣影響重大，即使不是所有人都會立即關注，我們仍會思考如何把新聞的重要性說清楚，讓觀眾了解它與自身生活及台灣社會的關聯。

另一方面，現在廣告市場確實逐漸從傳統電視分散到 YouTube、社群媒體等數位平台，因此鏡新聞也持續投入資源發展分眾網路節目。例如《生活芳程式》聚焦醫藥、健康等議題，未來也能透過節目與相關產業交流合作，將醫學、科技等新知傳遞給觀眾。因此，我們一方面持續做好新聞內容，另一方面也透過不同平台及分眾節目，讓內容找到更精準的受眾。

現場提問三：來賓 A

鏡新聞設有外部公評人制度，不知道其他電視台是否也有類似制度？制度成立後，有沒有具體的申訴案例？

現在許多觀眾透過 YouTube、Facebook 等平台觀看新聞及直播，也會直接留下正面或負面的留言。這些網路上的意見，在鏡電視的公評人制度中如何被看待？是否也會被視為申訴？

提問回覆三：（外部公評人 翁秀琪老師）

鏡電視的外部公評人制度，是新聞自律機制的一環。目前鏡電視的新聞自律主要包括編採體系的把關、倫理委員會，以及外部公評人制度。

其中，倫理委員會處理一般申訴，公評人則主要處理特殊申訴。觀眾可以透過公評人專用信箱或網站申訴表單提出意見，案件進來後會建立案號並進行處理。實際收到的申訴內容相當多元，有些是針對新聞內容的意見，有些則是比較細微的問題，甚至有人可能誤把其他媒體的內容向我們提出申訴。相較於國外公評人制度每月可能處理數百甚至上千件案件，台灣目

前整體的申訴文化仍在發展中。

至於 YouTube 等網路平台上的留言，因為網路直播節目與傳統電視頻道的內容有所不同，加上目前公評人辦公室人力有限，不可能逐一監看所有平台留言。因此，原則上仍以觀眾透過正式管道提出的申訴為主要處理對象。

不過，今天來賓提出的問題其實非常重要，因為涉及傳統電視產業目前面臨的轉型與經營困境。雖然部分問題並非公評人的職責範圍，但都值得帶回公司，提供管理階層作為未來思考的參考。

現場提問三補充：來賓 A

我認為 Content 非常重要，而且總經理與新聞部門其實是一體的。現在年輕人不太看新聞，其中一個原因可能是他們認為新聞內容與自己的生活距離較遠。我以日本媒體為例，他們非常重視「On-site」與「Inside」的採訪方式，不只是報導事件表面，而是要求記者真正走進現場，進行深入的情報蒐集。

只要記者對一個議題有足夠深入的理解，就能夠從現場資訊中找到真正有價值的新聞。因此，我認為台灣媒體未來可以再強化「情報蒐集」及深入採訪的能力。真正有價值的資訊是媒體的重要資產，而媒體與產業、企業及各領域建立長期關係，也需要時間累積。這些關係建立起來之後，外界才會願意主動提供資訊、尋求媒體合作，進一步形成新的內容價值與商業模式。

現場提問三補充：來賓 C

今天參訪鏡電視後，我最大的感受之一，就是鏡電視的攝影棚及工作團隊都相當專業。我也想從產業的角度提供一些建議。台灣有非常多中小企業、製造業及傳統產業，這些企業可能不一定是一般大眾每天關注的新聞，但背後其實有非常多值得報導的故事。

因此，我認為鏡電視可以思考製作長期的台灣產業系列，深入採訪各地工廠、企業及產業工作者，讓這些平常不容易被看見的人與故事，有機會透過新聞被更多人認識。如果可以長期累積，甚至能建立一套台灣產業的影像資料庫。台灣的產業實力不只有半導體，也有許多默默耕耘數十年的中小企業，這些都是台灣非常重要的力量。

除了產業之外，台灣的傳統建築、廟宇及地方文化，同樣擁有非常豐富的故事。這些內容如果能被媒體持續挖掘，不只是新聞，也是在保存台灣的產業、文化與社會記憶。希望鏡電視未來可以持續深入台灣各行各業，發掘更多值得被看見的人與故事，讓媒體不只是報導新聞，也成為記錄台灣的重要力量。















8/20 收視聽眾會

貴賓名冊

姓名
台灣好德公益協會 秘書長 田永彥
台灣好德公益協會 共 14 位協會代表