

鏡電視新聞台第十五次「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 7 月 24 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：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：21 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 Indexasia 亞洲指標長官及同仁參加鏡電視收視聽眾會，目前媒體發展已不只侷限於傳統電視，也積極經營社群與數位平台。翁秀琪老師近期在公評人專欄談到「新聞到底在哪裡」，指出現在許多人起床後不是先看報紙或新聞網站，而是

看社群，甚至直接問 AI 今日重要新聞，因此媒體也必須跟著使用者習慣持續轉型。歡迎大家參訪鏡新聞，也期待今天能有充分交流。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：

首先歡迎 Indexasia 亞洲指標的各位來到現場。剛主持人王鈺婷提到鏡電視除了傳統電視直播，也投入許多資源經營網路節目。主播們都會依自己的專長發展不同內容，例如鈺婷主持《隔壁老王》，與鏡週刊資深司法記者合作討論重大司法案件，也分享獲卓越新聞獎的調查報導；法務長則主持法律節目，用淺顯易懂的方式解析時事與司法議題。希望透過更多元的內容形式，讓新聞更貼近民眾，也和觀眾有更多互動。

主持人 王鈺婷 主播：

在進一步認識鏡新聞前，先分享最具代表性的「外部公評人制度」。鏡新聞自 2021 年起由翁秀琪老師擔任專職外部公評人，也是國內少數設有專職外部公評人的電視媒體，每日參與新聞製播監督，針對報導內容、事實查證、新聞倫理等面向提供專業建議，作為新聞部與閱聽人之間的重要橋梁。民眾若對新聞內容有疑義，也可透過官網公評人專區提出申訴，由公

評人審視並提出建議，必要時由新聞部檢討、修正，藉此持續提升新聞品質與媒體公信力接下來，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

請問公評人制度通常會收到什麼樣的案例，跟一般的客服有什麼不一樣嗎？

提問回覆一：（外部公評人辦公室劉琮琦 主任）

自推動公評人制度以來，我們目前登記在案的案件將近百件。這些案件大致可分為三個類型：第一類是與個人權益相關，例如當事人不希望被鏡頭拍到，或認為住家隱私受到影響；第二類是針對新聞專業提出意見，例如認為標題不夠恰當、內容不夠精確，或對報導方式有不同看法；第三類則是針對節目品質提出建議，希望節目內容可以做得更好，也會提供一些想法，建議未來電視節目或新聞報導可以如何調整。

提問回覆二：（新聞部張玄會 副總經理）

除了公評人辦公室之外，我們也設有新聞自律倫理委員會。委員包括政大教授劉慧雯老師、前美國自由亞洲電台事實查核實驗室主任李志德，以及

律師和社會團體秘書長等外部專家，共同參與新聞自律機制。

公評人與新聞倫理委員會的分工略有不同。倫理委員會主要處理新聞製播相關的申訴案件，例如畫面誤用、採訪內容需要澄清等情況。觀眾若有相關意見，通常會透過申訴專線反映，由新聞部先行處理，必要時再提送新聞倫理委員會討論。

另外，也有部分意見會透過公評人反映。公評人主要扮演新聞部與觀眾之間的橋梁，將觀眾的意見回饋給新聞部，並視案件的嚴重程度召開會議，共同討論處理方式、是否有改善空間，以及後續如何回覆申訴民眾，大致上就是這樣的分工。

現場提問二：來賓 B

因為現在 AI 很熱門，剛剛也有提到你們在新聞或宣傳時，會使用一些 AI 生成的素材或後製內容。我想請教的是，你們有沒有遇過一種情況，就是使用 AI 生成的圖像時，客戶或品牌方認為「這個很像我的品牌」，因此不希望使用？如果 AI 生成的圖像指涉性太強，或與特定品牌太過相似，你們會如何處理？會在審查階段就先過濾掉嗎？

提問回覆：（新聞部 王鈺婷主播）

我們目前比較少遇到這樣的情況。因為我們使用 AI 生成素材，大多是用來呈現新聞事件或模擬新聞情境，比較少會涉及消費品牌或商業案例，因此目前沒有遇到品牌認為圖像與自身識別太過相似，而提出異議的情況。

現場提問三：來賓 C

我自己有點好奇，因為現在大家接收資訊大多來自網路，網友的評論其實都很直接，也很尖銳。尤其像你們這樣具有一定規模的新聞媒體或品牌，很容易成為大家討論或評論的對象。想請問你們如何看待外界對鏡新聞或電視台的評論？又會如何面對這些不同的聲音？

提問回覆三：(新聞部張玄會 副總經理)

其實我覺得社群平台本來就是一個百花齊放的地方，各種言論都會出現，我們不可能去限制別人要怎麼評論一家電視台。

像鏡週刊，因為長期報導柯文哲相關案件，有一段時間甚至連 Google 地標都被改成「鏡檢」。一開始我們也覺得，這跟我們有什麼關係？記者就是憑自己的專業能力去跑新聞、做獨家，消息來源也來自不同管道。當然，在政治攻防的過程中，難免會有人用貼標籤的方式來看待媒體。

我們對於外界的批評，如果覺得有道理，就會虛心接受、檢討改進；如果只是沒有根據的批評，我們就平常心看待，不會特別去回應。不過，如果涉及人身攻擊、冒充記者、散布不實資訊等情況，我們就會正式處理。例如最近就曾發生有人冒充鏡新聞記者的事件，公司會發布聲明澄清，必要時也會報案。如果涉及恐嚇等違法行為，我們更會依法採取法律行動。

至於一般網路上的評論或不同意見，我們大多都是平常心面對，把它當作

社群上的各種聲音，不會因此受到太大影響。

現場提問四：來賓 D

剛剛提到事實查核是新聞產製流程中非常重要的一個環節。不過，外界經常認為現在有些媒體存在「標題殺人」或「斷章取義」的情況，甚至因為新聞講求時效，在時間壓力下無法做到完整的事實查證，導致民眾誤解事件內容，甚至有被誤導的可能。想請問鏡新聞如何看待這個問題？又如何在新聞時效與事實查核之間取得平衡？

提問回覆四：(新聞部張玄會 副總經理)

其實，事實查核不是新聞要播出前才開始，而是在記者接到新聞線索、準備採訪的那一刻就已經開始了。當記者接到民眾投訴或爆料時，第一步就是與對方聯繫，確認手上有哪些資料與資訊，並盡可能向相關人士查證。

完成初步採訪後，記者還需要向主管報稿，由主管評估這則新聞是否具有新聞價值、值不值得採訪，以及是否可能存在資訊落差或其他風險。如果主管認為可以發展成一則新聞，下一個關卡就是編採會議。

像我們每天上午 9 點、下午 1 點半都會召開編採會議，現場有編輯台、新聞部、攝影中心等同仁共同參與。記者在報稿時，大家都會針對內容提出問題、交叉討論，確認資訊是否完整、是否還有需要查證的地方。

因此，一則新聞並不是在短短幾十分鐘內就完成，而是在每一個流程中都

經過不同層級的查證與把關。我認為這也是每一家新聞媒體都應該努力做到的事情。而鏡新聞除了內部編採流程之外，還有新聞自律倫理委員會及外部公評人制度，因此在事實查核與新聞把關上，會要求自己更加謹慎。

提問回覆四：（新聞部 王鈺婷主播）

我再補充一下。其實剛剛這個問題可以從很多層面來討論，其中一個就是大家現在為什麼會覺得新聞的信任感降低。玄會姐剛剛提到，翁秀琪老師最近寫了一篇文章，談到新聞並沒有消失，而是大家接觸新聞的入口改變了。現在很多人都是透過社群平台或其他數位管道接觸新聞，因此標題就變得格外重要。

以我自己的工作經驗來說，下標題確實會希望吸引觀眾點進來，但「吸引人」和「內容是否失真」是兩件不同的事情。我認為標題可以吸引人，但不能偏離事實。

另外，我也想到一件事。以前在採訪新聞時，我們一定都會向不同的對象查證，也就是所謂「兩邊都要問」。但有時候受訪者本身提供的資訊未必完全正確，因此我們能做的，就是盡可能完成查證，如實呈現各方說法，而不是刻意誤導觀眾。

還有一點是，電視新聞和文字媒體的呈現方式不太一樣。平面媒體可以用較長篇幅完整呈現一件事情，但電視新聞受到播出時間限制，一個大型事件通常會拆成多則新聞、從不同角度呈現。現在觀眾也習慣短影音，新聞

如果太長，很容易流失觀眾，因此不能只憑其中一則新聞，就認定那代表整件事情的全貌。

現場提問五：來賓 E

因為我是世新新聞系畢業的，我想請教的是，以前做新聞都知道，不管是採訪、查證，還是電視新聞後續剪輯，都需要花很多時間。現在 AI 工具越來越成熟，你們在新聞工作上是否已經開始運用 AI 來協助？目前有哪些工作流程會使用 AI，幫助提升效率？

提問回覆五：（新聞部 王鈺婷主播）

以我自己的工作為例，現在因為有主持節目，我最常利用 AI 協助蒐集輿情、整理熱門話題。例如，我會請 AI 協助整理最近大家關注的熱門議題，或快速整理一個事件的來龍去脈，作為節目企劃與資料蒐集的參考。

不過，AI 提供的內容仍然需要再次查證，因為它有時還是會出現錯誤資訊，所以不能直接使用，還是要回到新聞工作最基本的查證原則。

另外，節目有時會談到司法案件，但案件本身沒有畫面，而觀眾又很需要畫面來理解內容，因此我們也會適度使用 AI 生成示意畫面。不過，所有 AI 生成的內容都會清楚標示，讓觀眾知道這是 AI 生成素材，避免造成誤解。目前來說，這就是我最常運用 AI 協助工作的方式。















7/24 收視聽眾會

貴賓名冊

姓名
Indexasia 亞洲指標數位行銷顧問股份有限公司
數位分析總監 葉凱凌
Indexasia 亞洲指標數位行銷顧問股份有限公司 共 21 位企業代表