**聯意製作股份有限公司**

**新聞部諮詢顧問會議 會議紀錄**

**日 期：2013年12月27日（五）**

**地 點：內湖十樓新聞部會議室**

**主 席：詹怡宜（新聞部總監）**

**出 席：諮詢顧問丘岳(世新大學廣播電視電影學系副教授)**

**諮詢顧問胡元輝(中正大學傳播系副教授)**

**陳依玫(總經理室特助,STBA新聞自律委員會主委)**

**沈文慈(新聞部副總監)**

**陳　亮(新聞部副總監)**

**范立達(法務室資深經理)**

**黃明智(新聞部製作中心經理)**

**王結玲(新聞部編播中心經理)**

**林瑋鈞(新聞部採訪中心經理)**

**列 席：楊　鳴（總經理）**

**記 錄：周　楷**

**會 議 紀 錄**

**詹怡宜：**

先請副總監沈文慈負責說明幾項衛星公會自律委員會轉來希望會員檢討改進的新聞，並請說明我們的處理。

**沈文慈：**

這段期間共有五案：

1. 李珍妮孩子認父、于美人、宣昶有、王泉仁等名人爭取監護權

名人利用媒體放話爭取監護權，最近藝人、名人不斷透過媒體爭子女或談論孩子生父驗DNA，對兒童身心都會造成不良影響。關於李珍妮『訴請確認親子關係不存在』一案，由於屬於兒少法第69條【不得報導】的範圍，再根據施行細則對於其他足以識別身分之資訊所認定構成要件包含【親屬姓名或其關係】，由於該案當事人宣明智和吳春台都是社會知名人士，因此包括報導該案件、與該童母親李珍妮出面說明的相關新聞，都有觸法之虞。所幸，本台對於未成年之兒少保護採取較高標準。雖然蘋果日報頭版專訪李安妮，TVBS也並未專訪且未做報導。

1. 自由時報頭版廣告署名憤怒母親指女兒同校同學霸凌女兒

這則報紙廣告指名道姓，有學校班級、學號、學生姓名及家長姓名，涉及公然侮辱，違反個資法及兒少法。雖對當事家長而言是爭取正義，但已經違反兒少法，雖然校園霸凌可以報導，若是老師的孩子霸凌其他孩子，這是權力關係不對等，若校方縱容不處理，更牽涉到體制暴力，但在事實未查明前，需審慎處理。當天我們報導前進行過討論：

本案涉及公共利益的議題，在保護個資和尊重相關人意願下，對於投訴方、被投訴方，都在取得同意之下進行採訪。基於未成年身心發展還未成熟，未成年人的個資需要保護，受害者和加害者的個資都要保護，連帶的直系家長也得保護其個資，因此對於投訴與被投訴方，面容都馬賽克，個資加以保護，不揭露姓名。至於校方與教育部，他們有義務出面回答。

1. 張安薇於馬來西亞遭綁架案

台灣旅客許立民和張安薇在馬來西亞沙巴度假村遭不明人士襲擊，許立民當場中彈身亡，張安薇則被綁匪擄走。針對綁架案，配合權責單位的指揮，刑事局，大馬警方與尊重家屬意願，對於非權責單位與家屬以外的消息來源(如：外電、大馬媒體、網路、立委…..)，若無法查證真偽，且難判斷是否會影響人質安全，不得報導，直到人質獲釋。TVBS當初以人質安全為最高考量，凡涉及本案之談判，可能導致交涉破裂之情節，均不報導，並配合專業權責單位的要求。家屬抵達當地後，也通知第一線採訪同仁，不要對受害者家屬採取攔截式訪問，務必取得家屬同意之下才進行採訪。當家屬張大公去馬來西亞交涉人質釋放等談判細則，因避免談判曝光影響救援，TVBS在跨國採訪上，也召回在馬來西亞採訪的記者和攝影。而針對家屬在機場出發的過程，受到機場記者包圍訪問，TVBS也提醒記者不要追問人質贖金的交涉細節。另外，十二月三日「馬來西亞前鋒報」報導馬國警方逮捕兩名可能與張安薇被綁架案有關的菲律賓男子。TVBS與駐馬國的代表，確認人質還未獲釋，立刻取消播出這則外電新聞。十二月二十日早上針對立委蔡正元在臉書上公佈人質張安薇照片，並接受媒體訪問，TVBS向外交部、刑事局專案小組確認人質未獲釋，取消播出該則新聞。十二月二十日晚上六點十三分詢線獲知張安薇獲釋，立刻向駐馬來西亞代表處求証，確認並發布消息證實張安薇已經獲釋。

1. 蔣友青恐嚇美國學校遭起訴

蔣家第四代蔣友青，疑似不滿台北美國學校，八年前將他退學，涉嫌從今年八月開始，寄出多封電子郵件，恐嚇副校長，並在臉書，針對美國學校用英文寫屠殺所有人、炸彈等字眼，而被地檢署起訴。由於蔣友青在接受媒體採訪時，表示「自己心裡有毛病，」而且從新聞中來看，蔣友青似乎是個病人，為避免相關訪談內容引發窺奇效應，和不良影響，因此啟動新聞自律。本台根據衛星公會自律相關規範，對於精神狀態不穩定的人，TVBS撤sng與採訪，不守候也不攔截採訪蔣友青。另外有關士林地方法院首度開庭，新聞報導的內容著重在與案情相關。

1. 女嬰鹽奶家庭倫理悲劇案

尊重受害方意願，針對家屬，不守候跟追或者攔截式訪問，若要訪問，務必取得同意，並且避免暴露個資。伯母嫌犯已經認罪遭到收押禁見，伯母雖認罪，惟其丈夫和兩個小孩未成年，未免殃及無辜，造成被周遭人士辨識的壓力，因此將丈夫面容馬賽克，並引去伯母真實姓名。尊重死者，畫面是否馬賽克，執行上視不同個案而有不同作法，避免讓受害死者蒙羞或生者觸景傷情，由於緗緗可愛的笑貌照片是緗緗母親提供，並再次確認緗緗母親的感受，獲得她的同意，才未馬賽克播出。

**詹怡宜：**

以上新聞過程中多經衛星公會自律委員會的提醒與新聞部的配合，接下來是外界針對TVBS新聞部的指教，請陳亮匯整報告。

**陳亮：**

過去幾個月並沒有重大或特殊申訴，但有一個特別的現象：接到了數封大學生(具名)與觀眾寄來的「指控」信，控訴TVBS新聞內容廣告化，在此提出作為給新聞部同仁的提醒：

標題:投訴新聞太過廣告化

內容:貴公司的新聞「1元1份珍珠」，

過於廣告化，沒有比較、也沒有其他家的情況，

飲料店的LOGO在新聞帶中也很明確播出。

我希望能夠得到新聞部一個合理的回應，

不然我將直接狀告NCC。

-----------------------------------------------------標題:新聞有置入性疑慮

內容:

你好：

我對貴台播出的新聞有置入性行銷的疑義，以下為該則新聞網址

http://news.tvbs.com.tw/entry/511686 在新聞中不斷拍到該品牌的logo(盒子、袋子、帽子等)，以及訪問民眾試吃心得時，很明顯拍到民眾戴該品牌logo的高帽，我認為這些不當的拍攝內容，有置入性行銷的疑慮。希望貴台能就此情形給予適當的解決方案回覆，積極處理。

-----------------------------------------------------

標題:關於大小眼！　買霜淇淋有人5圈、有人2圈

內容:

關於這篇新聞 我有很大的疑慮 我在想他是新聞還是廣告

即使新聞內容並非全正面描述

但這則新聞 就我的觀點來看無疑是置入性行銷

只是為了廣告全家的nissei霜淇淋

例如 1. 0:51的圖像,圖像中出現FamilyMart隱隱約約出現k,又出現全家的制服,而這時候剛好也撥放出全家辨識度很高的感應門鈴聲

2. 0:52~0:57之間又出現這個霜淇淋的圖和完整品牌

3. 1:07還出現了比較圖,我真的很懷疑,這是比較大小還是直接把食品放在螢幕上做廣告

**委員意見：**

確認是否是置入報導?

**詹怡宜：**

不可能是置入報導，只是基於特殊性而報導，但我們對於品牌的露出，確實應更謹慎。

**陳亮：**

NCC來函，要求在自律諮詢顧問會議討論兩個新聞內容，包括：

1. 102年3月31日午間12.13新聞報導「知名鮮物董座 劉天和一路苦過知惜福」內容為56台看板人物節目訪問內容，有爲跨頻道節目宣傳之嫌。
2. 102年5月30日晚間六七點新聞報導「慕特攜子弟兵六月訪台 獻四季」與該節目插播之「安蘇菲 慕特 四季之聲」廣告有關，有爲特定售票商業活動宣傳之嫌。

**詹怡宜：**

對於第一點，我們的確將56台節目內容根據新聞性製作成55台的報導，也的確希望達到提醒觀眾有點宣傳節目的效果，但理論上手法應該更細緻些，記者寫到請鎖定看板人物節目的字眼則像宣傳稿，不夠專業。

至於第二點，廣告是業務部負責，新聞部不會知道業務會安排哪些廣告，報導這則新聞時

**委員意見：**

這兩則新聞比較不是報導內容本身的問題，而是動機問題，引起是否爲節目宣傳，或者第二則，是否基於廣告利益而製作這則報導，對於這種疑慮，新聞部的確應該更注意。第一則，未來應避免新聞稿中有任何爲節目宣傳的字眼或標題，第二則，若是單純藝文新聞的報導，如新聞部所說的不知道業務部的廣告安排，那就沒有爲特定售票商業活動宣傳的問題。