

110 年第一季閱聽人意見調查報告

本公司的客戶服務小組隸屬於公關服務中心，服務平臺包括華視主頻道、華視教育體育文化頻道、華視新聞資訊台、國會頻道 1、國會頻道 2，及華視 MOD 新聞頻道等六大平台，負責閱聽人電話、電子信箱意見回覆或疑難排除等工作，針對 110 年第一季閱聽人意見統計與分析說明如下。

一、閱聽人意見樣本描述

自 110 年 01 月 01 日至 110 年 03 月 31 日止，華視客服小組閱聽人意見調查統計所得，觀眾撥打 0800 免付費專線與華視觀眾服務專線總計共 1099 通，與上一季的來電總數 1303 通相比較下，本季的總來電通數為減少。第一季觀眾意見統計總表請見附表一如下：

根據附表一中部門別與意見內容的交叉表結果顯示，觀眾意見數主要集中在「節目部」的節目表詢問、「新聞部」的業務及「教學節目中心」的節目表詢問。

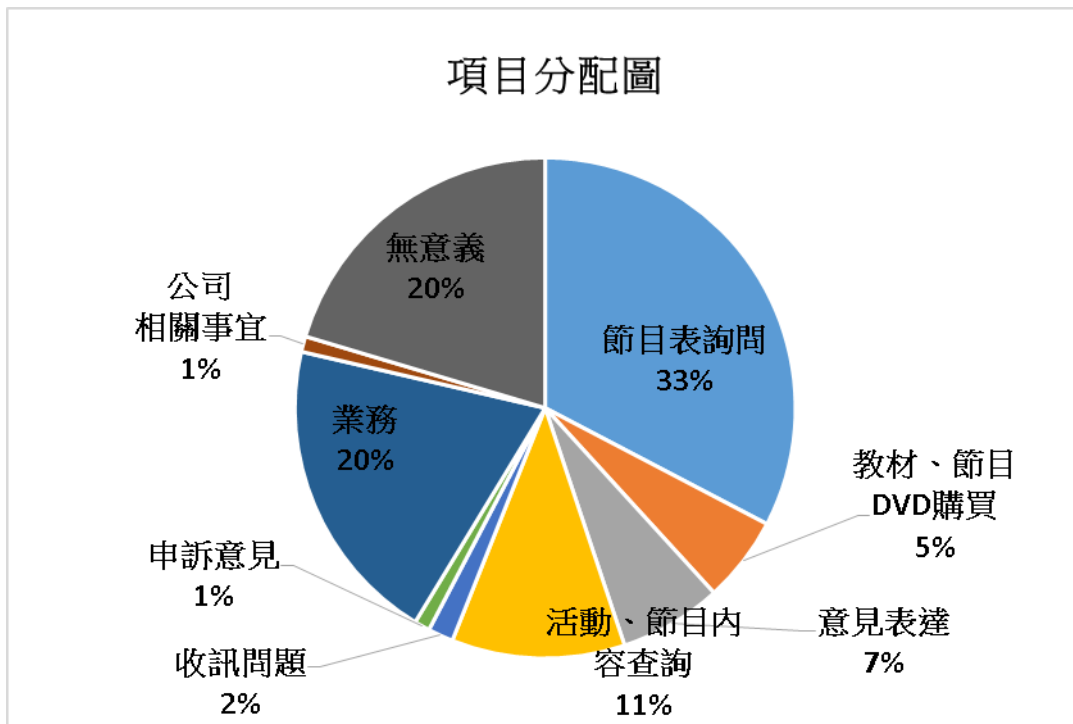
附表一 110 年度第一季觀眾意見調查統計表

	節目表詢問	教材、節目 DVD 購買	一般意見		活動、節目內容查詢	收訊問題	申訴意見	業務	公司相關事宜	無意義、騷擾/其他	總結
			正面	負面							
節目部	260	8	42		97	0	0	24	0	0	431
			0	0							
教學節目中心	97	53	5		10	0	0	0	0	0	165
			0	0							
新聞部	2	0	19		16	0	8	146	0	0	191
			0	0							
工程部	0	0	0		0	18	0	4	0	0	22
			0	0							
新媒體部	0	0	6		0	0	3	25	1	0	35
其他單位	0	0	1		0	0	0	20	10	224	255
總結	359	61	73		123	18	11	219	11	224	1099
			0	0							

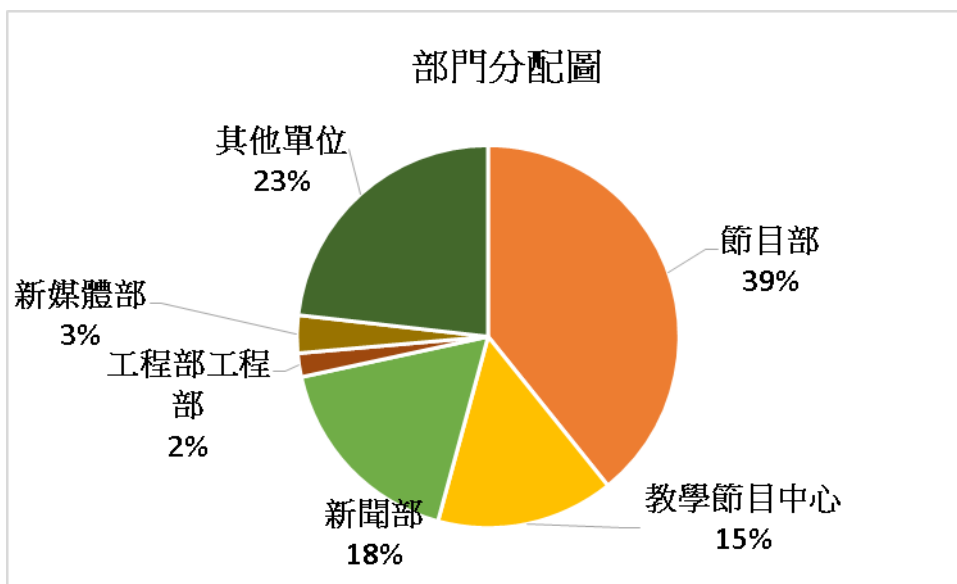
觀眾意見以節目表詢問、業務及無意義為多，比例分別為 33%、20%、20%。（如附圖一）。

觀眾意見依部門別交叉統計可得，致電意見與節目部、新聞部、其他單位有關為最多，比例分別為 39%、18%、23%，總合佔所有觀眾意見的 80%。（如附圖二）。

附圖一 110 年度第一季觀眾意見類別比例圖



附圖二 110 年度第一季觀眾意見各部門比較圖

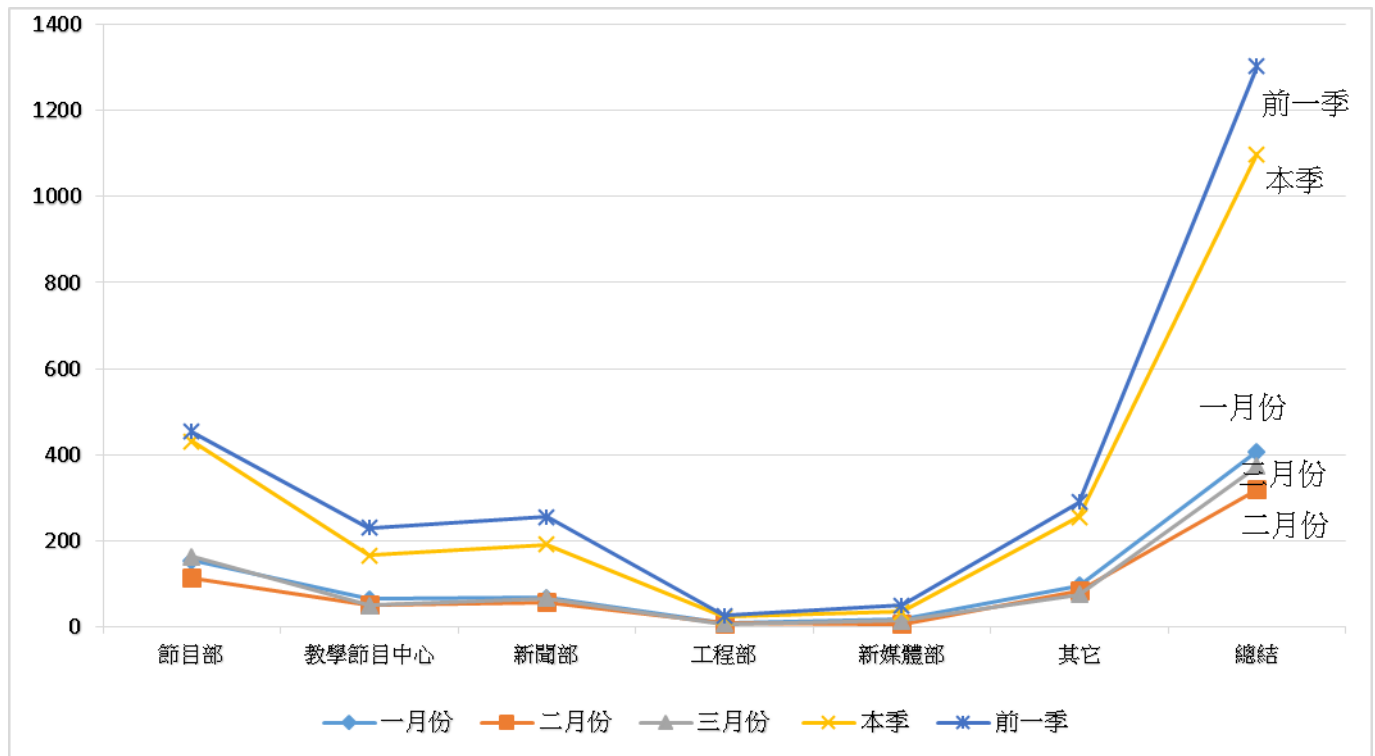


第一季各月份各部門觀眾意見交叉表(如附表二、附圖三)所示，部門別則以節目部、教學節目中心、新聞部的觀眾意見數為多，如下：

附表二

	節目部	教學節目中心	新聞部	工程部	新媒體部	其它	總結
一月份	154	64	68	9	16	96	407
二月份	114	51	57	7	6	84	319
三月份	163	50	66	6	13	75	373
本季	431	165	191	22	35	255	1099
前一季	453	230	255	26	49	290	1303

附圖三 第一季各月份各部門觀眾意見比例圖



二、第一季閱聽人主要詢問內容摘要與意見分析

1. 節目(新聞)播出時間查詢或節目表索取—以節目部為多。由客服人員直接針對問題回覆

- (1) 戲劇及綜藝節目表詢問：戲劇節目【廢財闖天關 2】、【未來媽媽】，綜藝【黃金年代】、【天才衝衝衝】，皆有喜愛的觀眾來電詢問播出時段，皆已直接告知。
- (2) 華視教育文化頻道節目表詢問：以日文課的詢問量最高。而空院課程、各式英文課程以及職訓課程皆有觀眾來電詢問播出時段，皆已直接告知播出時段或提供網址查詢。
- (3) 新聞節目表詢問：觀眾來電詢問【華視午間新聞】、【華視新聞雜誌】、【華視晚間新聞】的播出時段，皆已直接告知。

2. 節目(新聞)內容或本公司活動查詢—以節目部為多。由客服人員直接針對問題做回覆，或提供相關單位電話諮詢。

- (1) 節目上檔日期與活動詢問：【廢財闖天關 2】播出時間；【名偵探柯】等節目舉辦網路或手機簡訊抽獎活動。已直接告知。

(2) 新聞內容詢問：觀眾來電詢問新聞內容等問題，如【華視新聞雜誌】、【華視晚間新聞】。皆已直接回覆告知或提供電話洽詢。

(3) 教學節目資料索取：【莒光園地】留言方式；教頻播出的各式職訓節目，因觀眾有興趣學習而來電詢問節目資訊及線上影音收看等問題，如【日文課程】、【空院課程】等，皆已直接回覆。

3. 教材、節目 DVD 購買詢問—以教學節目中心為主。由客服人員直接針對問題做出回覆，或提供相關單位電話或網站查詢。

(1) 教學課程與教材購買：以日文、生活日語教材購買為最高詢問量，空院英文類的課程及各式職訓課程亦有不少觀眾詢問。皆直接回覆或提供教學處的專線電話讓觀眾洽詢。

(2) 網購商品購買查詢：詢問商品內容、訂單進度、運費查詢、匯款確認等相關問題，皆已直接回覆或提供網購網址、網購單位電話讓觀眾洽詢。

(3) 節目影帶購買：觀眾來電洽詢影帶出版販售等問題，皆已直接回覆或提供網購電話讓觀眾洽詢。

4. 節目（或新聞）意見表達與建議—以節目部為多。由客服人員將觀眾意見轉達相關單位。

(1) 戲劇、綜藝的播出建議：觀眾反應個人對於節目排播或內容等相關意見。皆已與觀眾說明並轉達意見至相關單位。

5. 訊號相關問題查詢—

(1) 台北、新竹地區由於住戶天線接收、環境影響收訊、有線電視業者設備、轉播站台設備被竊或故障等問題。觀眾來電反應華視訊號的相關問題，如收訊不良、沒有聲音等，皆於第一時間由客服人員詢問狀況，留下觀眾資料或轉工程人員直接回覆，再電聯工程人員查詢處理並追蹤後續處理狀況。

6. 網路問題查詢—觀眾來電詢問網路使用相關問題，如華視網站及 Youtube 的華視新聞頻道線上直播或節目影音收看問題、華視 APP 下載使用問題、資料畫面購買等問題。客服人員皆直接回覆或轉新媒體部協助處理。

7. 批評或申訴意見—

1. 反映「金利華用最多餛油! 全做魚. 蝦丸」新聞畫面，金利華公司來電表示公司進口的油都有拿去送檢，都是沒問題的，誤用到餛油公司的油完全不知情，但此新聞把公司形容成是知情還使用，造成消費者誤會，希望新聞可以做下架或是修正。--已於1月14日寄意見處理表，經新聞部聯繫對方表示檢方未起訴處分；已請該公司將「不起訴處分書」寄到公司待確認後，新聞部會進一步申請下架；1月26日新聞部審視該公司提供判決書後，已將兩連結網路新聞下架。

2. 反映「拒讓醫護內用? 餐廳業者爆歧視爭議」新聞畫面，當事者來電表示新聞畫面有跟孩子去用餐的鏡頭，當下有請記者不要拍到臉，尤其是孩子，昨日已多次留言，但今早看新聞畫面還是沒有處理，嚴重造成小孩子上學困擾，遭到同學嘲笑，請華視馬上下架。--已於1月18日寄出意見處理表，新聞部回覆本則新聞已下架，已和蔡媽媽聯絡並獲得諒解，蔡媽媽同意以下處理：「馬賽克蔡媽媽與兩位兒子(臉部)和大兒子身上黑色帽T的文字部分。」

3. 反映「疑接種公費流感疫苗 國二生半身癱瘓」新聞內容，該新聞內容、影音標頭、記者過音與報導內文皆提及「家屬申請藥害救濟補助」，由於預防接種(疫苗)受害非屬藥害救濟範疇，其適用之救濟制度為「預防接種受害救濟」，如皆將其稱「藥害救濟」不僅法源錯誤，也會誤導民眾至錯誤的管道求助，以上錯誤事項希望可以修正。--此為1月22日華視官方網站申訴留言，經新聞部查證後，新聞部已將新聞的影音部分下架，文稿內容中：「藥害救濟補助」，已改為：「預防接種受害救濟」。

4. 反映「嗆對手"乎死"選上里長 檢提當選無效」新聞內容，此案件最終結果是無罪，但新聞連結依舊在網路上可以查詢，造成當事者家裡的困擾，希望華視將有關此新聞的照片、影片、新聞全部移除。--已於2月19日寄意見處理表，新聞部2月22日表示審視判決書後決議下架。
5. 反映「台南汽車保養廠大火! 濃煙直竄雲霄」新聞內容，起火點並不是從汽車廠裡面發生，請不要不知道事情經過就隨意報導毀損別人的名聲，請立即做修正。--已於2月20日寄意見處理表，新聞部表示經求證當地消防隊，起火源是工廠旁工寮；因此新聞已下架。
6. 反映「排行老二易遭忽略?家長應多談心.讚美」新聞畫面，留言反映報導中所使用的背景照片，有他的影像及學校學童清晰影像；基於保護兒童的觀點，建請在使用相關影像先行告知，並採取應有之影像處理保護措施，避免衍生其他困擾，以臻確保個人及兒童之權益。--此為2月25日華視官方網站申訴留言，新聞部回覆會與中部中心協助處理後，再回覆處理方式。
7. 反映「某寶寶米餅遭爆用工業氮氣 蟑螂亂竄」新聞畫面，公司「天賜糧源」反映公司只是提供原料給該家廠商使用，公司的原料並沒有問題，新聞畫面拍「天賜糧源」的紙箱會讓消費者誤會他們的產品也有問題，嚴重影響商譽，請華視盡速處理這個問題。--3月2日將意見處理表寄出，3月3日新聞部回覆本則新聞已下架，重新打馬後播出(台語新聞也一併處理)。
8. 反映「狠母夥男友 暴打5歲女棄屍」新聞畫面，希望可以將此新聞的女性打馬賽克，此新聞露出造成家人被肉搜騷擾，請華視盡快處理。--3月23日將意見處理表寄出，暫無收到後續處理回覆。

8 其它問題查詢—詢問華視訓練中心的各類訓練班報名方式、課程內容相關問題，華視大樓及停機坪租賃相關，皆已提供電話洽詢。其它與本公司無直接相關意見，如找藝人、友台訊息，及胡言亂語等，客服人員皆依本公司客服意見調查 SOP 規定協助解決問題。