

鏡電視公評人報告

2024 年 8 月號



鏡電視公評人報告

2024 年 08 月號

目錄

- 007 寫在前面／翁秀琪
- 013 **業務報告**
- 014 《好好評新聞——公評人來了！》：在《少年新聞週記》裡寫下看待世界的新觀點／羅君涵
- 027 **特別申訴案紀錄表**
- 028 鏡電視特別申訴案紀錄表：0021-0026表列／羅君涵、孫溫柔整理
- 041 **閱聽人意見統計**
- 042 鏡電視新聞台113年4至6月閱聽人意見統計報告／客服中心整理提供
- 047 **鏡電視面對觀眾**
- 048 《少年新聞週記》——教室與世界最短的距離／顏瑜玫、鄭怡華

- 057 **公民看鏡電視**
- 058 陪著少年看天下——閱讀《少年新聞週記》／邱顯忠
- 064 在資訊洪流中導航——《少年新聞週記》的角色與價值／許雅荏
- 071 **公共問責收視聽眾會**
- 072 鏡電視新聞台第七次「收視聽眾會」活動紀錄
- 087 **公評人翁秀琪專欄彙編**
- 088 馬或不馬？薄馬或全馬？這是一個頭痛的問題
- 093 2024年史丹福大學AI指標報告透漏哪些訊息
- 099 當媒體淪為政治網紅的傳聲筒
- 104 當新聞記者的薪水養不活自己

寫在前面

2024年《鏡電視公評人報告》8月號內容主要包括，業務報告、特別申訴案表列、鏡電視新聞台113年4至6月閱聽人意見統計報告、鏡電視面對觀眾、公民看鏡電視、公共問責收視聽眾會議，以及公評人翁秀琪專欄彙編共7個單元，分述如下：

【業務報告】

《好好評新聞——公評人來了》這個由鏡電視外部公評人辦公室推出的Podcast節目，已經進入第二季，本次業務報告由辦公室主任羅君涵介紹第二季第2集的節目內容。鏡好聽平台《好好評新聞——公評人來了》節目頁網址為請掃QR Code 1。鏡電視官網上的連結請掃QR Code 2。



QR code 1

【特別申訴案表列】

本次呈現0021-0026案。鏡電視外部公評人辦公室針對每一個申訴案均詳加處理，紀錄表針



QR code 2

對申訴日期、申訴內容、處理過程和處理結果詳加表列，供鏡電視新聞台及讀者們參考。

【閱聽人意見統計】

由客服中心整理之鏡電視新聞台113年4至6月閱聽人意見統計報告。

【鏡電視面對觀眾】

本期內容以國際新聞中心專題組負責的兒少節目《少年新聞週記》為主軸，邀請該部門總監顏瑜玫和節目製作人鄭怡華合寫〈《少年新聞週記》——教室與世界最短的距離〉一文，說明該節目的規劃重點、核心理念以及背後的哲學。

【公民看鏡電視】

本次共邀請資深兒少節目編導邱顯忠和靖娟兒童安全文教基金會執行長許雅荏兩人，針對他們觀賞鏡電視《少年新聞週記》後的看法撰寫文章，闡述心得。

邱顯忠在〈陪著少年看天下——閱讀《少年新聞週記》〉一文中，針對目前節目中的每一個單元都提出具體的批評與調整建議，對於未來節目定位和品質的提升都非常有幫助。作者也在文末語重心長地提醒製作單位：

「廣義來說，《少週》其實並不能算是國內唯一以青少年為TA



的新聞性節目，在市場上是存在競爭對手的。前文提到的《小O事件簿》與《青春發言人》同樣將自己定位為『新聞議題性節目』，只是這幾項產品的選題方向有別、節目表現形式不同，也各有各的強項。」期許製作單位能更用心規劃出定位更清楚、有市場區隔的兒少節目。

許雅荏〈在資訊洪流中導航：《少年新聞週記》的角色與價值〉一文中，不僅詳細介紹節目的各類單元，更給予節目肯定與鼓勵：

「我想肯定《少年新聞週記》節目的製作團隊。製作團隊不僅在資訊洪流中將新聞知識傳遞給青少年，還通過精心設計的內容培養了青少年的媒體素養和批判性思維。隨著資訊快速傳播，青少年需要具備媒體素養來正確理解和分析信息，而這正是少年新聞週記的一大貢獻。同時，節目也重視青少年的情感健康，這種參與感和媒體識讀的培養對年輕人成長至關重要。」

【閱聽人會議】

本次呈現2024年5月30日鏡電視新聞台第七次「收視聽眾會」的活動紀錄，本次參與的閱聽人是台北市的青年里長，共16位。

【公評人翁秀琪專欄彙編】共4篇，分別是〈馬或不馬？薄馬或全馬？這是一個頭痛的問題〉、〈2024年史丹福大學AI指標報告

透漏哪些訊息〉、〈當媒體淪為政治網紅的傳聲筒〉，和〈當新聞記者的薪水養不活自己〉，都是攸關電視產業的重要議題。

鏡電視外部公評人

翁秀琪



業務報告

《好好評新聞——公評人來了！》： 在《少年新聞週記》裡寫下看待世界的新觀點

文 / 羅君涵（鏡電視外部公評人辦公室主任）

鏡電視新聞台每周六、日晚上9點半至10點所播出的兒少新聞節目《少年新聞週記》，可以說是目前台灣新聞台中僅此一家別無分號、針對兒童與青少年製作的新聞節目。究竟是其他新聞台都沒有發現這片藍海，還是眾所皆知這類型的節目製作起來困難重重，所以大家都很有默契躲得遠遠的呢？鏡電視公評人翁秀琪在《好好評新聞——公評人來了！》第二季第2集邀請到《少年新聞週記》的製作人鄭怡華及主持人潘照文，暢談他們如何在短影音當道的年代裡，陪伴青少年藉由國際新聞，培養出寬廣自由的國際視野。

製作人鄭怡華有一個15歲的孩子，常透過孩子的眼睛看世界。她旅居歐洲期間發現，當地小學生回家唯一的功課不是算數學，也不是背誦母語或外語，而是每天看7分鐘的新聞。她體悟到透過觀看國際新聞，能夠讓兒童與少年自然而然地關心洪災、暖化及難民等等當代兒少需要面對的全球性議題。因此，當她接手製作鏡電視《少年新聞週記》節目時，格外重視利用國際中心的專長，重新整



理、包裝當週的國際新聞，深入淺出地介紹國際重要新聞的來龍去脈，把當週最重要國際新聞做深、做廣，做得更立體。

拓展青少年國際觀點的同時，《少年新聞週記》也希望這個節目是成人與青少年間雙向溝通的管道，讓節目不只是大人一廂情願地餵訊息、給意見、給方向。主持人潘照文是專業新聞人、也是母親，她期許自己在節目中能多加入孩子多元的聲音，也期盼孩子能分享他們看到世界。潘照文提到在「少年大膽說」的單元中，討論的議題有「抖音對青少年的影響」、「融合教育台灣行不行」，她強調「我既身為家長、又是傾聽青少年聲音的大姊姊，我告訴自己必須將兩種角色在穿插在節目中，既能點出家長的質疑、又能讓青少年表達意見，增加討論單元的深度。」

面對短影音的興起，潘照文坦言，要抓住青少年的目光確實是一個大考驗。出於新聞人肩負社會責任的自覺，她不可能像網紅一樣為了搏眼球，做出誇張的舉動、或是發表灑狗血的言論，因此主持《少年新聞週記》時，她將自己定位為「傾聽青少年聲音的鄰家姊姊」，無論是對校園制度有意見、或是有心事煩惱，都可以來跟照文姐姐說。希望透過「有溫度」的主持風格，讓青少年感受到是一種「熟悉的存在」，並因此能定期在YouTube上搜尋、觀賞《少週》，也就自然能達到吸眼球的效果。

本集節目已於6月28日上線。節目錄製腳本詳見附錄，敬請上網收聽。

鏡好聽平台《好好評新聞-公評人來了》節目頁網址請掃QR Code 1；鏡電視官網上的連結為QR Code 2。



QR code 1



QR code 2

【附錄】

《好好評新聞——公評人來了！》第二季第2集節目錄製腳本節錄

S2EP02 | 與青少年並肩談心，一同在《少年新聞週記》裡寫下看待世界的新觀點ft.鏡電視新聞部製作人鄭怡華、主持人潘照文

節目名稱	好好評新聞——公評人來了！第二季第2集	主持人	翁秀琪
製作人	羅君涵、廖詠恩	錄音工程	謝佩好
監製	翁秀琪	剪輯	謝佩好
預錄日期	2024年6月3日下午2時30分	播出日期	2024年6月28日

節目大片頭

節目內容：

翁：各位聽眾大家好，歡迎收聽鏡電視的《好好評新聞——公評人來了！》，我是鏡電視公評人，也是這個節目的主持人翁秀琪。這一集我們要好好聊一聊鏡電視新聞台每周



六、日晚上的9點半至10點播出的兒少新聞節目《少年新聞週記》。這可以說是目前台灣新聞台，僅此一家別無分號，針對兒童與青少年製作的新聞節目。究竟是其他新聞台都沒有發現這片藍海，還是眾所皆知這類型的節目製作起來困難重重，所以大家都很有默契躲得遠遠的呢？

今天，我們就請《少年新聞週記》的製作人鄭怡華及主持人潘照文來跟大家分享一下，專門針對兒童與青少年製作的新聞節目跟一般的新聞節目有什麼不一樣的眉角。在請他們和大家打招呼前，我先簡單介紹一下他們的背景。

節目製作人鄭怡華是資深的媒體人，在文字和電視媒體的經歷都很豐富，她曾任中央通訊社約聘寫手、親子天下兼職撰稿。怡華也是電視資深製作人，曾在香港鳳凰衛視服務，也是《文茜世界週報》的資深記者、東森電視新聞的記者和主播。

今天節目中的另一位來賓是《少年新聞週記》主持人潘照文。照文是以醫療記者入行，關心最貼近生活的消費及交通新聞。她說自己的個性是拚命三郎，碰到重大災難時總是衝到第一線，空難、恐怖攻擊和日本熊本大地震，她都是第一時間衝到現場，可以說是熊熊的記者魂。照文在鏡新聞除了播報一般新聞外，也接下了《少年新聞週記》的主持棒，她的開場詞很可愛「只要是你care的事，通通我罩你」，很巧妙地把她名字中的「照」的諧音帶入。我們等下一定要請她

好好分享，當主播和當主持人有什麼不同。

翁：這一集我們想要來聊一聊《少年新聞週記》的編播理念。是不是就先請製作人怡華跟我們分享一下，做為全台唯一以青少年為目標觀眾TA的電視新聞節目，你最希望達成的目標是什麼？

鄭怡華：我自己有一個15歲的孩子，常透過孩子的眼睛看這世界。旅居英國、菲律賓、瑞士共8年的時間，汲取許多不同的養分。當地小學生沒功課，但回家看7分鐘的新聞，洪災、暖化、世界難民。期待台灣學生也能開拓視野，與世界接軌。

翁：我的大兒子也是在德國念到小學一年級才回台灣的，我發現他本來很會畫畫，回台灣以後變得不會畫了，好像被什麼框住，呈現出德國和台灣兩地教育方法的不同，的確對於學生的學習產生不同的影響。德國教育強調生活知識，比如說，他會教怎麼樣吃蘋果才算浪費。請製作人繼續談談《少週》的規劃重點。

鄭怡華：

1. 《少週》作為國際節目中心一員，在這方面能發揮很大的效益。我們會重新整理、包裝當週的國際新聞，除了逐一



播報新聞外，在「不可不知3件事」的單元，我們會搭配虛擬動畫和圖卡，深入淺出地介紹國際重要新聞的來龍去脈，把當週最重要國際新聞做深、做廣，做得更立體。

2. 另外，在「時事不Lose」的單元，我們是用兩、三分鐘的時間，快速掃瞄當週發生的國際事件，有點集錦的概念。這樣一來，國際新聞就親民些，比較好懂，因為我們已經把艱澀難懂的國際要聞分類好，哪些要加重分量解釋說明、哪些瀏覽知道就好，其實就很清楚。這跟同學們做筆記很像，提綱契領抓重點、抓大方向。
3. 當然除了餵給孩子們該知道的訊息外，我們也鼓勵孩子們表達自我。所以《少週》去年新創了「-18大膽說」的單元，讓同學們針對熱門議題發表自己的看法和意見，比如我們做過「國語課本的文言文比例該不該調降」、「是不是還要設立博愛座」等。
4. 由於青春期的國高中生，身心面臨巨大改變，也有特別多的煩惱和心事。《少週》的「學生心聲筒」單元，我們就蒐集同學們生活上的大小煩惱，比如課業上的、同儕相處上的、和父母之間的衝突、考試壓力等等，我們是透過動畫和書信往來的方式，以視聽方式在電視上呈現同學們的問題，然後再請專家或學者給予意見和鼓勵。當然，有時也不完全只是給孩子建議，我們也適時給家長一些可能的方向，特別是孩子遇到問題時，可以怎麼介入、怎麼協

助，在親子關係的培養上應該多注意什麼，這些我們都會請教專家，讓大人一起來傾聽孩子的心聲，一起陪他們面對難題。

5. 所以，這個節目雖然是專門為青少年打造的，但我會期許它是一個雙向溝通的管道，不只是我們大人一直在餵訊息、給意見、給方向；我很希望能加入孩子多元的聲音；同時也希望孩子能分享他們看到世界。所以我會很希望未來能讓「校園特派出任務」的單元真正轉型，找到有想法、也願意分享的國高中生加入我們的行列。因為從學生角度看到的世界，真的和大人不一樣，有一點天、有一點創意、也有一點無厘頭，不過，那才是真正的青少年。
6. 總結一句話，我最希望這個節目能達成的目標，是青少年能透過節目畫出一個同心圓，向內探索自己、向外放眼世界，然後把這個同心圓，愈畫愈大、愈畫愈多彩。

翁：接著想請製作人怡華分享《少年新聞週記》的選題原則。公評人很重要的工作是公共問責，我的辦公室就曾經邀請兒少專家前來與新聞部同仁交流。我印象非常深刻的是，與會的兒少議題工作者都強調，青少年一點都不幼稚，不僅不需要因為TA是青少年而刻意降低議題討論的難度，很多時候我們會發現，節目播出、上傳網路以後，有許多成年人點擊觀看和分享。製作人和主持人是不是也有類似的觀察呢？



鄭怡華：

1. 對，青少年一點都不幼稚，我女兒才常笑我很幼稚。所以我們也不會特意去降低議題討論的難度。
2. 選題原則：讓國際時事更立體。軟硬兼顧，例如以巴衝突、六四、柏林圍牆、印度火車意外、長棍麵包、學校制服……。
3. 我自己很喜歡「不可不知3件事」的單元，也常在蒐集和歸納整理資料的時候，學到很多。

翁：現在來請教照文，妳平日也是鏡新聞的主播，請問當主播和主持人有何不同？特別妳主持的是一個青少年的節目，他們通常使用的資訊平台不是傳統媒體，妳要如何吸引他們收視？

潘照文：

1. 短影音的興起，對我來說，要抓住青少年的目光確實是一個大考驗！我不可能像網紅一樣為了搏眼球，做出誇張的舉動、或是發表灑狗血的言論！身為新聞人有社會責任！
2. 我在節目的主持定位，會是一位「傾聽青少年聲音的鄰家姊姊」，想聊校園討論、有心事煩惱、有各種意見想表達……都可以來跟我說，希望透過「有溫度」的主持風格，希望讓青少年覺得我是一種「熟悉的存在」，所以就

- 會定期來搜尋、接觸《少週》，自然達到吸睛的效果。
3. 在「-18大膽說」單元中，討論的議題有「抖音對青少年的影響」、「融合教育台灣行不行」，我既身為家長、又是傾聽青少年聲音的大姊姊，我告訴自己必須將兩種角色穿插在節目中，既能點出家長的質疑、又能讓青少年表達意見，增加討論單元的深度。
 4. 為了降低同學們的緊張感，我會跟同學聊他們的日常，不讓他們覺得我是高高在上的主持人，可以糗我、可以搞笑百無禁忌、又能針對議題深度互相交流意見的「姊姊」，不是請他們來錄影，而是告訴他們「我們正在一起創造好玩、有趣、又有深度討論」的談話節目，因為這樣的互動，這群青少年更加敞開自己，發表意見。

翁：兒少新聞還是有一些特殊的限制。比方製作人提過《少年新聞週記》不會去碰觸社會新聞，但我們知道《少週》有處理近期的校園割喉案，或是性剝削事件，可否將這個界限說明得清楚一些？討論這些重大事件是非常重要的，畢竟這些都是社會熱議的話題，孩子們還是會透過網路、或是同儕討論知道，與其讓他們心慌害怕，兒少新聞節目可以引導他們去思考和面對。這部分請製作人聊一下。

鄭怡華：對，這些重要的社會新聞，作為一個週報的新聞



性節目如果都不去碰觸，也有點太矯情，不過我們呈現和陳述的方式和一般新聞和節目不太一樣。一來是因為受限於兒少法的規定，我們對於某些社會新聞的報導，會特別小心處理；二來我們也的確會擔心，這個以青少年為TA的新聞節目，描述太多細節，是否會造成模仿、或者排擠、或者更多的肉搜及霸凌。但這不是我們自命清高，而是新聞從業人員本來就該扮演好守門人的角色。

所以我們的報導會側重在校園及整個社會面臨的難題，究竟未來如何防範？以及家長該如何觀察？如同我稍早提到的，我希望這個節目是一個良性的、雙向溝通管道，所以我們也不會自以為是地把大人的既定想法和框框，直接套在孩子的身上。比如，前陣子有情緒障礙的學生，在課堂上對老師動手，當時教育界又一番討論，究竟是否應該讓情緒特殊生及普通生在同一班級上課，進行所謂的融合式教育？這是撕標籤還是貼標籤？我們邀請特殊生和一般生接受棚訪，果然特殊生的觀點和我們想像的不一樣。

翁：現在來問一下照文，當你主持時碰到在面對青少年不雅片、青少年性剝削、校園割喉案這些敏感的議題時，你都是怎麼處理的？比如說，你是不是會提醒孩子發現哪些危機徵兆時，應該向大人求助等等？

潘照文：在面對青少年不雅片、青少年性剝削、校園割喉案這些敏感議題，我最在意的是，受害者或觀眾看見、聽見我的描述會不會不舒服，會盡量以「同理」角度來思考，因此不鉅細靡遺地描述情節，重點應該放在未來該如何防範未然，並且提醒青少年未來遇到類似的危機該如何解決，有何資源可以提供給他們使用。

翁：今天非常感謝怡華和照文，來跟我們分享《少年新聞週記》的製播理念。在之後的集次裡，我們會繼續邀請新聞從業人員及閱聽人代表，一起就新聞現象及新聞事件辯論，在對話中交換對好新聞的定義和想法，追求鏡善鏡美。歡迎大家追蹤、關注，我們下一集見，掰掰！

節目總長約：40分鐘

Ending Jingle





特別申訴案紀錄表

鏡電視新聞台外部公評人辦公室於 2022 年 5 月隨開播上網公告特別申訴案的「申訴流程／辦法」，並擬定《鏡電視新聞台外部公評人受理特別申訴作業流程準則》作為公評人處理特別申訴案時的內部工作準則。本單元依序呈現《鏡電視公評人報告》出刊期間受理及處理的特別申訴案之案號、申訴日期、申訴內容、處理過程和處理結果。

鏡電視特別申訴案紀錄表

0021-0026 案表列

整理／ 羅君涵（鏡電視外部公評人辦公室主任）
孫溫柔（鏡電視外部公評人辦公室資深專員）

鏡新聞自2022年5月8日正式開台至2024年6月，共收到26件特別申訴案。《鏡電視公評人報告》2024年5月號已經呈現至0020案，本期報告處理0021-0026案，針對申訴日期、申訴內容、處理過程，和處理結果予以列表。列表順序從最新收到的申訴案依次排列。

申訴案：202406180026號

申訴日期	2024年6月18日
申訴內容	此案來信者欲與鏡電視合作音樂節目內容
調查過程	本件非屬公評人處理特別申訴案之業務範圍
處理結果	轉客服中心分派予權責單位



申訴案：202406070025號

申訴日期	2024年6月7日
申訴內容	申訴人來信表示鏡電視新聞不實。
調查過程	本件申訴者署名「就怕被你查到」，連絡電話及電子郵件信箱皆明顯非真實資料。
處理結果	本件形式要件不符，依照申訴辦法公評人得逕不受理。
鏡新聞報導網址	2024/6/7【獨家】監視器意外直擊鄰 疑涉虐童影片PO網反挨告，見QR Code 1



QR Code 1

申訴案：202406040024號

申訴日期	2024年6月4日
申訴內容	申訴人來信表示鏡電視報導藝人楊丞琳習慣提前在5月31日過生日，但事實並非如此，新聞內容易誤導觀眾。
調查過程	經查，該篇報導係由新媒體部一平台內容中心發稿。該則新聞「楊丞琳『六四迎40歲生日』謝粉絲 李榮浩準時發文放閃」為新媒體部記者張○○所撰，內文提及「而楊丞琳則習慣提前在5月31日過生日，今年她生日剛好在巡演當中，她也舉辦了好幾場「生日場」演唱會，今（4日）生日當天，楊丞琳的臉書粉絲專頁、IG靜悄悄，不過她的微博則在凌晨0點貼出慶生影片感謝粉絲，並寫下「生日快樂這幾個字很簡單，但要做到真正地快樂，其實不容易。謝謝有你們，讓我的生日快樂。」 另查，該則網頁所附新聞影片內容未涉及申訴人所提楊丞琳習慣提前在5月31日過生日等內容。



處理結果

該篇報導係由新媒體部一平台內容中心發稿，故由公評人案轉新媒體部處理。

新媒體部總監於6月4日回復信件予申訴人，內容如下：

楊○○小姐您好

非常感謝您針對這篇新聞提出兩點指正（新聞見QR Code 2）
主要問題出現在這段文字：



QR Code 2

而楊丞琳則習慣提前在5月31日過生日，今年她生日剛好在巡演當中，她也舉辦了好幾場「生日場」演唱會

1. 經查證後，她去年與前年都有提前慶生，但不是5月31日

2023年5月25日慶生

提早慶生！楊丞琳同框「這3名人」童年偶像掀回憶殺
網卻歪樓：余祥銓？（yahoo.com）

2022年6月3日慶生

連曬8張慶生照不見李榮浩！楊丞琳端午節曝「這個男人」超前部署慶祝—民視新聞網（ftvnews.com.tw）

2. 今年她舉辦的生日特別場演唱會只有合肥，沒有好幾場。（見QR Code 3）



QR Code 3



	<p>綜合以上兩點，我們會將文字改為：</p> <p>楊丞琳習慣提前過生日，今年她生日剛好在巡演當中，在生日前幾天就先在合肥舉辦「生日特別場」演唱會。</p> <p>我們官網前台更正新聞需要一點時間，請您於2024年6月4日下午2：30點擊同一新聞連結，就可看到更正後的文字。</p> <p>再次感謝您提出指正</p> <p>本申訴案於2024年6月24日再申訴期間到期未收到申訴人提請再申訴，本件結案。</p>
鏡新聞報導網址	<p>2024/6/4 楊丞琳「六四迎40歲生日」謝粉絲 李榮浩準時發文放閃，新聞見QR Code 4</p> <div style="text-align: right;">  QR Code 4 </div> <p>2024/5/31 楊丞琳喊「回歸祖國」怕被罵?! 同框陳妍希緊急限制留言，新聞見QR Code 5</p> <div style="text-align: right;">  QR Code 5 </div>

申訴案：202405050023號

申訴日期	2024年5月5日
申訴內容	申訴人自陳為新聞當事人親屬，認既已尋獲失蹤人口，媒體即無公布當事人個資必要。本件申訴內容因涉當事人隱私與個資保護，公評人辦公室將申訴內容及所涉新聞報導留存，不予公告。
調查過程	經查，本則新聞未製作相關影帶於頻道播出，亦未於YouTube上架。
處理結果	<p>本件為保護新聞當事人個資及隱私，以下摘要簡述：</p> <p>1. 新聞事件緣由及鏡新聞報導狀況：</p> <p>新聞當事人（下稱A女）於4月初入境某國就讀語言學校，約一個月後與台灣家人失聯。該國警方即發布尋人啟事，台灣相關辦事處亦透過臉書發布資訊協尋。幾日後，該國警方於其官網宣布尋獲A女，我辦事處亦貼文報平安感謝大眾關心。鏡新聞官方網站(mnews.tw)於此新聞事件三個時點張貼相關新聞：(1)該國警方及台灣相關辦事處協尋公告發布時；(2)該國警方及台灣相關辦事處公告尋獲A女時；以及，(3)後續報導本事件發生始末，並補充辦事處提醒國人前往該國時注意事項，以確保國人出外維護自身安全。</p> <p>2. 申訴案處理狀況：</p> <p>2.1 該篇報導係由新媒體部一平台內容中心發稿，因此公評人經第一階段查核後，案轉新媒體部接續處理。公評人辦公室曾於第202303310007號處理過類似訴求。在此案中，新聞部經會議檢討後做成決定，認為在保護人身安全當下及情況解除後，新聞媒體揭露當事人及家屬個資及隱私的程度應有不同。</p>



新聞部亦增訂相應標準作業準則，並於鏡電視新聞台製播準則第肆章〈各類新聞事件處理準則〉第一項犯罪事件處理中，增列第10點文字內容如下：「10. 避免報導對於犯罪嫌疑人或犯罪者之無辜家屬造成過度侵擾，如相關新聞及畫面已造成無辜家屬傷害，應採取適當方式處理。」本件於新聞時效過後及當事人(家屬)、隱私等特性上有本質上類似之處，故公評人辦公室案轉新媒體部時附上〈公評人說明犯人逃亡期間及落網後相關報導SOP建立經過〉一文，將公評人與新聞部於第7案的處理經驗提供新媒體部，供其處理23案時參照。

2.2 新媒體部總監於接獲申訴隔日即回復申訴者，向其道歉因新聞揭露受害者身分造成困擾。「媒體第一時間為了協助搜尋而揭露身分，但在找到受害者後就該儘速撤除其個資，非常抱歉我們處理程序有瑕疵。」並向申訴者說明，接獲公評人轉交之申訴函後，已於官網刪除受害者姓名。新媒體部總監並進一步主動告知申訴者，由於本台與諸多網路及社群新聞平台合作關係，本台也已確認在諸多平台刪除受害者姓名。另外，鏡新聞臉書粉絲頁分享之連結，或是網友分享之連結，都會在我們更改文章後自動更新為刪去姓名之新版。新媒體部總監信末感謝申訴者來函指正，「非常謝謝您的指教，讓我們上了寶貴的一課，同仁們以後處理類似新聞會更加小心」。

2.3 新媒體部總監回復上述信件後，申訴人仍多次來信要求鏡電視撤除官網及合作網路社群新聞媒體上相關報導。新媒體部總監回信說明：

(1) 鏡電視已將報導中姓名刪除，並在臉部特徵上使用馬賽克處理。


	<p>(2) 由於這則新聞為真實發生的事件，作為盡職的媒體，鏡電視已經隨著事件發展盡力處理，在保護無辜受害者與警示大眾不要受騙之間取得平衡，恕鏡電視無法撤下新聞，且也無權要求合作單位將無誤的新聞撤下。請申訴人如有需要，可自行連絡平台，看對方是否願意斟酌申訴家人的處境而將新聞下架。</p> <p>本申訴案於5月26日再申訴期間到期未收到申訴人提請再申訴，本件結案。</p>
鏡新聞報導網址	本件因涉當事人隱私與個資保護，將申訴內容及所涉新聞報導留存，不予公告。

申訴案：202404250022號

申訴日期	2024年4月25日
申訴內容	申訴人為報導中指涉產品的公關人員，認鏡新聞報導中使用的影片乃經家族群組外流，而非其公司產品暗中監控而上網。要求鏡新聞下架此篇報導，以免影響其公司聲譽。
調查過程	<p>申訴人所附網址為鏡新聞與Line生活新聞合作之網址。同則新聞除申訴人所附網址外，於鏡新聞官方網站上亦有刊載。撰文者為新媒體部文字組，又，本則新聞未製作相關影帶於頻道播出，亦未於YouTube上架。</p> <p>另，隨事件發展，新媒體已於鏡新聞官網該則報導增添後續中國網友澄清訊息，除文末增添「當事人24日下午更新，經與家人討論，影片應是經家庭群組外流，謝謝外界關心。」外，也將標題改為「逆轉！逛小紅書驚見「自家監視器地震畫面」 經家庭群組流出」。</p>



處理結果	<p>經查，該篇報導係由新媒體部一平台內容中心發稿，故由公評人案轉新媒體部處理。</p> <p>新媒體部總監於4月26日回復信件予申訴人，說明回復如下：</p> <p>吳○○小姐您好</p> <p>我是鏡新聞新媒體部平台內容中心總監○○○ 非常感謝您對我們的網站報導內容提出指正</p> <p>所提到的這篇報導（如附檔）在鏡新聞的出版時間是2024.04.24 16:04 當天晚上21:11 Ettoday出了一篇文章更新進度，內文表示是家人群組流出：</p> <p>小紅書驚見「家中監視器地震畫面」當事人嚇壞 流出真相曝光 ETtoday3C家電新聞 ETtoday新聞雲</p> <p>隔天同事上班時巡網發現，因此就更新內文，刪去與產品品牌有關段落，並改標如下：</p> <p>逆轉！逛小紅書驚見「自家監視器地震畫面」 經家庭群組流出 (mnews.tw)</p> <p>這則新聞遵循公司一貫處理方式 若有新進度或新回應就會補充內容並視情況改標 同時也會確認各合作單位包括Yahoo與Line也都下架舊版，抓取新版</p>
------	--

	<p>由於這則新聞在第一次出版的24小時內就更新 同事有再去確認合作平台都自動抓取新版更新了 另外鏡新聞臉書也重整抓取新版標題與內文 您也可再去搜尋確認是否還有這篇報導的舊版在網路上 若是我們的合作單位，我們都可以盡速將其下架</p> <p>抱歉造成困擾，也非常謝謝您的指正！</p> <p>本申訴案於5月16日再申訴期間到期未收到申訴人提請再 申訴，本件結案。</p>
<p>鏡新聞報 導網址</p>	<p>2024/4/24 逛小紅書驚見「自家監視 器地震畫面」 當事人嚇壞：從未上 傳！，新聞見QR Code 6</p> <div data-bbox="876 687 996 811" style="text-align: right;">  </div> <p style="text-align: right;">QR Code 6</p>

申訴案：202404070021號

<p>申訴日期</p>	<p>2024年4月7日</p>
<p>申訴內容</p>	<p>申訴人表示關於貴公司製作，並張貼於臉書之「深度報 導：大廟遶境引紛爭 大甲北港分道揚鑣 鏡新聞調查 報告」，內容有明顯謬誤處。</p>



	<p>報導裡引述、並宣稱為兩間廟宇產生心結「起因於1984年一部紀錄片」（01:11處），但由黃春明執導、張照堂拍攝的紀錄片「大甲媽祖回娘家」實拍攝於1974年，並於1975年發表，播出後的十年間也從未廣泛流傳，也未曾發行過錄影帶或任何可流通媒體，並不是坊間關於大甲媽祖「回娘家」各種說詞的真正由來。換言之，報導中所提及1988年大甲媽祖路線更改、兩間廟宇互動狀況生變，跟這部七〇年代中期的紀錄片並無實際關係，當時不少民間傳媒報載與庶民說詞皆有「回娘家」之說，並不是此紀錄片的「發明」，此紀錄片的流傳當年也多侷限於專業領域圈，並未引導輿論說詞。</p> <p>貴機構記者既然引用了得到授權的國影中心修復作品片段，卻連國影中心提供的原初作品基本資訊年代，都能誤植達十年以上，並胡亂將兩間廟宇起於八〇年代後期、持續至當下的糾紛，亂歸因於一個七〇年代流傳並不廣泛的紀錄片，這種以訛傳訛、倒果為因的「調查報告」實在令人不敢恭維，在社群媒體只求流量與追求聳動的轉載文化下，也對拍攝者的初衷用意造成困擾與扭曲，無法視而不見，在此反應。</p>
<p>調查過程</p>	<p>申訴人〇〇〇未闡明其為紀錄片作者家屬，惟其具本名提出申訴案，故可判定本件申訴人身分為當事人家屬。</p> <p>申訴人認本則報導內容不當，歸納爭議點有二：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 誤植「大甲媽祖回娘家」影片發表年份 2. 將大甲北港紛爭歸因於紀錄片片名及敘事使用「回娘家」用語 <p>了解申訴人的訴求後，公評人與新聞部資深顧問、副總經理兼採訪中心總監、記者於2024年4月11日進行第一階段面談，以瞭解本件新聞內容。</p>

處理結果

經第一階段面談後，新聞部資深顧問於4月12日回復信件予申訴人，說明回復如下：

首先，感謝您針對鏡新聞於臉書上發布的影片內容提出您的看法，我們非常重視您的意見，並對報導中出現的錯誤與未盡周延之處，向您誠摯的道歉。

QR Code 7 之影片中1分09秒所引述年份的問題，我們確實發現了自己的錯誤與不準確之處，如您來信所提，記者既然引用得到授權片段，理應清楚作品基本資訊，年份引用不精確，再次向您致歉，我們會深刻檢討並改進。



QR Code 7

此次疏失起因於記者撰稿過於簡化，未將歷史脈絡清楚交代。1975年，黃春明與張照堂兩位老師的作品上映後，確實未廣泛流傳，並非造成兩廟心結之主因，二者並無直接因果關聯。兩廟間「文化爭奪」的紛爭實則發生於八〇年代，朝天宮內部派系希望能尋找到支持「分靈」一說之論述，在遍尋當時相關報導時包括1981年，林宏義於聯合報寫〈大甲姑婆回娘家〉一文；1982年，黃美英於民生報刊載9篇「大甲媽祖回娘家」系列報導；1983年華視製作「聖母之旅—大甲媽祖回娘家」節目等等，都有使用「回娘家」一詞，而追溯至更早的七〇年代，就有黃春明老師執導、張照堂老師拍攝之《大甲媽祖回娘家》紀錄片，以及1979年林清玄老師在時報週刊所發表之〈大甲媽祖回娘家〉文章。因黃春明與張照堂兩位老師地位斐然，故在後續談及兩廟相爭之報導引用上，被多家媒體使用。



	<p>記者在2022年製作此專題時，未多加查證，在知道作品基本資訊前提下，仍使用其他媒體之論述，且並未在報導中加以說明引用來源，將中間數年紛擾省略，使民眾在觀看報導時，會產生紀錄片與兩廟紛爭為「唯一直接因果」之誤解，我們深感抱歉，這些錯誤不僅對報導準確性造成了影響，也可能會對相關人士產生誤解、造成困擾。</p> <p>我們已經立即採取行動，在發布平台上進行更正說明，並確保未來的報導中避免類似錯誤發生。此外，我們未來會對相關審核程序更加嚴謹，以確保報導的準確性和可信度。</p> <p>誠摯地再次向您致歉</p> <p>本申訴案於5月2日再申訴期間到期未收到申訴人提請再申訴，本件結案。</p>
<p>鏡新聞報導網址</p>	<p>2022/4/8大廟遶境引紛爭 大甲北港分道揚鑣，見 QR Code 8；2022/4/10 Facebook見QR Code 9。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>QR Code 8</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>QR Code 9</p> </div> </div> <p>2022/4/8被申訴的新聞帶屬於《調查 報告》與神同行集次見QR Code 10</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <p>QR Code 10</p> </div>

閱聽人意見統計

鏡電視新聞台 113 年 4 月至 6 月 閱聽人意見統計報告

整理提供／客服中心

本公司的客戶服務小組隸屬於客服中心，服務平台有鏡電視新聞有線系統電視台86頻道、MOD 508頻道及線上串流OTT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，針對鏡電視新聞台113年4月至6月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113年04月01日至113年6月30日止，鏡電視新聞台客服中心閱聽人意見調查統計所得，觀眾來電客服專線接獲3通，客服信箱接獲12則，總計15件。本季觀眾意見統計表請見附表一如下：

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「申訴案件」、「查詢」、「爆料」方面的詢問。

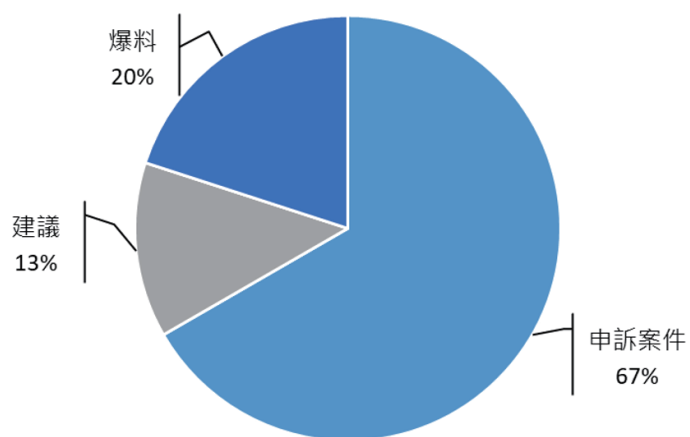


附表一：113年度4月至6月觀眾意見調查統計表

4~6月	申訴案件	查詢	建議	其他	爆料	總結
新聞部	3	0	0	0	3	6
業務部	0	0	0	0	0	0
藝文中心	0	0	0	0	0	0
新媒體部	7	0	0	0	0	7
客服中心	0	0	2	0	0	2
總結	10	0	2	0	3	15

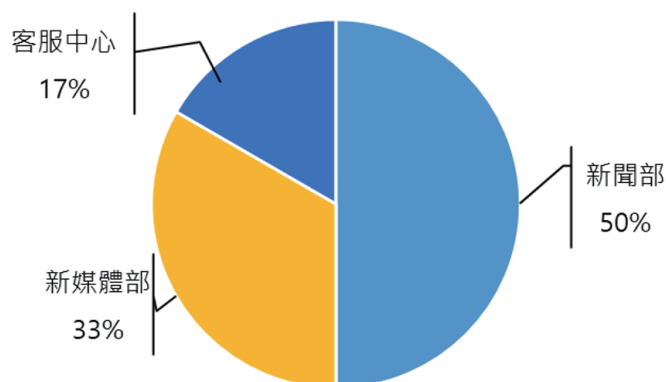
觀眾意見以「申訴案件」、「建議」、「爆料」，比例為67%、13%、20%(如附圖一)

附圖一：113年度4月至6月觀眾意見類別比例圖



觀眾意見依部門別交叉統計可得，致電及來信意見新聞部、新媒體部及客服中心意見有關為最多，比例分別為50%、33%、17%。總合佔所有觀眾意見的100%。(如附圖二)

附圖二：113年度4月至6月觀眾意見各部門比較圖



4月至6月各月份各部門觀眾意見交叉表(如附表二、附圖三)所示，部門別則以新聞部、客服中心及新媒體部意見有關為最多，如下：



附表二：4月至6月各月份各部門觀眾意見交叉表

113年	新聞部	業務部	藝文節目部	新媒體部	客服中心	總結
四月份	3	0	0	2	1	6
五月份	1	0	0	1	1	3
六月份	2	0	0	4	0	6
本季	6	0	0	7	2	15
前一季	8	1	0	3	7	19

附圖三：各月份各部門觀眾意見比例圖



113年度4月至6月閱聽人意見客服案件處理流程說明：

申訴案件經自律倫理委員開會討論及檢討修正
無異議後，至鏡新聞官網「公告專區」露出。



鏡電視面對觀眾

本期內容以國際新聞中心專題組負責的兒少節目《少年新聞週記》為主軸，邀請該部門總監顏瑜玫和節目製作人鄭怡華合寫〈《少年新聞週記》——教室與世界最短的距離〉一文，說明該節目的規劃重點、核心理念，以及背後的哲學。

《少年新聞週記》

教室與世界最短的距離

文 / 顏瑜玫、鄭怡華

前言

在眾多新聞節目中，《少年新聞週記》（以下簡稱《少週》）是一個特殊的存在。它不是什麼大成本的鍍金製作，也沒有絕對勁爆的獨家調查，但它試圖貼近刺蝟少年，真誠、同理、陪伴、傾聽，輕啟青春孩子對外的一扇窗，和社會建立一個雙向溝通的管道。

揮別不聞世事的童年期，青少年正以火箭速度，建立個人的思考系統。只是，身處資訊爆炸的Z世代，如何在多元訊息快速流動中，擷取正確訊息，一點一滴型塑自己，是青少年自我建構的羽化中，最重要的一步。

作為全台唯一以青少年為TA的電視新聞節目，我們冀望能提供層次豐富的多元內容，讓青少年透過節目了解人我、並從中培養思辨能力。



我們以青少年的視角，報導國內外新聞；更從校園出發，著墨國高中生關心的升學制度、同儕關係與職涯探索。最特別的是，我們跳脫傳統說教、餵養訊息的方式，聆聽並鼓勵青少年開口表達自己，讓他們的聲音得以被聽見。

《少週》想給的，從來不是單一的解方，而是多元的思考；我們希望能幫助青少年，為未來更好的自己，預做準備。

內容

如何在千篇一律的新聞競頻中，打造一個有深度、有廣度的青少新聞品牌，一直是《少週》鞭策自己的目標。

（1）國際掃描：

作為鏡電視「國際節目中心」旗下的一員，《少週》善用既有的豐富資源，整理當週的國際要聞。其中的兩大單元「不可不知3件事」和「時事不lose」，是本段內容畫龍點睛的靈魂。

1. 「不可不知3件事」：採用影像、CG和AR，搭配主持人的口述，以深入淺出的方式，讓新聞事件更立體、更有厚度、也更容易被咀嚼吸收。例如以哈戰事開打第4天，我們言簡意賅整理了事件的前因、後果及導火線，讓國高中生能快速掌握新聞的重點。至於在選材上，除了當週的重大新聞外，我們也加入不少歷史故事及趣味知識；例如「學校制

服怎麼來的」、「柏林圍牆怎麼倒的」、以及「最早的法國暴動是何時」……；其中，「六四天安門」，被國小歷史課列為補充教材；而「新加坡怎麼搶贏泰勒絲」，點閱數一舉衝破3萬，創下《少週》的新高紀錄。

2. 「時事不lose」：以短短的3分鐘，陪青少年快速瀏覽當週國際大小事，拓展學生的眼界與國際社會無縫接軌。

（2）國內要聞：

相對於一般新聞台破碎的資訊，《少週》團隊著重在青少年最切身的文教新聞，並有系統地加以整理，讓青少學生在繁忙的課業壓力下，擷取有用訊息。

1. 「學生心聲筒」：我們蒐集學生最常遇到的問題，例如「如何走出霸凌的陰影？」、「如何拯救翻船的友誼？」，以及「會考在即，能談戀愛嗎？」……等等，在相關學者及心理師的建議下，協助同學面對情緒壓力，解決生活上的各種疑難雜症。
2. 「校園特派出任務」：許多被主流媒體忽略的漏網新聞，對學生族群是有意義的。因而我們貼近校園，以青少年的視角做專題報導，並挖掘優秀的國高中生，外出拍攝、採訪。校園特派員曾報導過「2024台北國際書展」、「印象派150年光影展」、以及「跟著媽祖遶境，推環保的中學生」。這些專題因其獨特性，而締造亮眼的成績，例如高



中生許淳曦前往杜拜參加COP28，在節目中分享她的第一手觀察，該棚訪時段創下0.16的收視佳績。

(3) 「-18大膽說」：

我們透過街訪，蒐集學生和家長最直接的聲音，有時是以議題性為主（例如「抖音禁令」、「博愛座是誰的」、以及「文言文之爭」等等）；有時是內在情緒的表達（例如「青少憂鬱」、「容貌焦慮」、「高中生是否該放心理假」等等），藉由議題的討論，形成雙向溝通，也趁勢培養青少年的思辨能力。這個單元除了由《少週》編內記者做訪問外，有時也由校園特派員執行。當麥克風交給學生的同時，也正是把話語權交給了新生代，讓學生訪問學生，表達真正的自己。

(4) 「封面故事」：

我們挖掘人物故事、分享生命經歷，讓孩子透過12分鐘的訪談單元，體驗各式的精彩人生。過去棚訪人物從百萬網紅、戰地醫生、國際志工、電動直播主、奧斯卡入圍導演……；當然，我們也邀請同學分享做筆記的訣竅、訪問專家該如何準備學測，也請教逆轉勝的國手，如何克服強大壓力等等。不論是備考的經驗傳承、或是谷底爬起的轉折經歷，孩子們都能在主人翁的分享中，找到激勵自己前進的力量。

值得一提的是，《少週》並非不碰觸社會新聞，但會特別小心處理。例如日前震驚社會的校園割喉案、性剝削事件，我們不

去描述事件如何發生，但側重在未來如何防範、輔導室該如何引導、以及師長該如何觀察。

相較於為收視而噬血的新聞媒體，導致網友肉搜、獵巫心態看這些校園事件，《少週》儼然是一股清流。但，這並非我們曲高和寡，不願靠攏收視率，只是《少週》堅信嚴守新聞道德、善盡守門人的角色，最後才能贏得廣大閱聽人的信任與尊重。

迴響

（1）基金會

《少週》獲媒體觀察教育基金會，推介為影視類「兒少優質節目推薦獎」。評審委員在頒獎時強調：「《少週》能協助青少年拓展眼界，提供他們成長過程中遭遇困難的解答方法。尤其在充斥假新聞假訊息的現代社會，鏡電視能為青少年開闢一個專屬節目，並貼近目標族群的需求，實屬難能可貴。」

（2）網路平台

擁有95萬人註冊的均一教育平台，主動來函詢問「-18大膽說一競標『學程檔案』」，能否放在該平台連結上架。由於「均一」為致力偏鄉教育的公益平台，經高層授權，《少週》也樂於分享資源。雖然沒有實質的業務收入，但能獲得國內最大教育平台的青睞，足見《少週》的內容深獲教育界的肯定。



(3) 電台與學校

除了均一平台外，隸屬教育部的「教育廣播電台」也於日前邀請製作人前往電台，分享《少週》的製播理念；此外，「松山高中」與「成功高中」也陸續來函或來電邀約，希望《少週》能進入校園，與學生分享「辨識真假新聞」、與「培養媒體素養」等議題。

困境與解方

雖然部分親師和同學，已是本節目的忠實觀眾，但《少週》戮力經營至今仍無法達到理想目標，茲就原因和可能解方，簡單論述如下：

- (1) 相對於整點，30分開始的節目並非大眾的收視習慣，這也使得星期六、日晚上9:30播出的《少週》，節目經營起來相對困難。加上青少年本屬小眾，電視也非該族群首選媒介，導致收視率並不穩定。目前除了在《少週》粉專、IG推廣外，也透過頻道宣傳及專題播出的方式，加強節目的能見度。
- (2) 《少週》點閱率近半年雖逐步提昇，但仍無法有效突破瓶頸；主要原因是青少年習慣短影音，也偏好搞笑、無厘頭的內容。人力極為精簡的《少週》，勉強足堪應付當週內容製播，期待未來有足夠人力，將內容改製為有趣的小單

元，以threads或shorts推播。

- (3) 延續以上，《少週》嚴謹專業的新聞內容，但有時未能投青少年所好。因此，讓學校老師願意在課堂分享或讓父母願意陪孩子一起觀看，也是《少週》團隊未來努力的重點。
- (4) 礙於專業性，新聞類節目本來就有其侷限，但《少週》將鼓勵團隊，用更輕鬆活潑的方式製播節目，以增加兒少對節目的黏著度，開拓更多的忠實收視群。
- (5) 校園特派的出鏡，讓《少週》更接地氣地貼近學生。期待未來能在台灣各地、乃至其他國家，找到優秀的校園特派員，讓才華洋溢的青少年，帶回各角落不同的故事，拓展台灣學生的視野。
- (6) 未來除了校園特派外，也希望有機會能廣邀同學一起參與主持、企劃，或以影片徵選的方式，豐富《少週》的節目內容。

未來展望

處於荷爾蒙大爆發的青春孩子，容易陷入迷惘、懷疑或衝動行為，這些少年維特的煩惱，在緊張的課業壓力下，常讓青春孩子的情緒、關係與生活，陷入緊繃的惡性循環。

鏡電視新聞台自開播以來，追求六大特色的優質內容：多元、專業、深度、國際、藝文、弱勢，這個自詡「台灣進步力量」的新生媒體，在草創期的營運企劃書中，即把《少週》列為開台節



目之一，期待長期被忽略的兒少族群，擁有專屬的新聞性節目。

只是，在競爭激烈的媒體環境中，保有不向收視低頭的風骨，其實不若想像中容易。因而《少週》的存在，代表的是千金承諾，我們將恪盡新聞從業人員的職責，秉持良知和專業，兌現本節目誕生之原始初衷。



公民看鏡電視

本次共邀請資深兒少節目編導邱顯忠和靖娟兒童安全文教基金會執行長許雅荏兩人，針對他們觀賞鏡電視《少年新聞週記》後的看法撰寫文章，闡述心得。

陪著少年看天下

閱讀《少年新聞週記》

文／邱顯忠（兒少節目編導）

在進入正題談論《少年新聞週記》（為行文及閱讀上的簡潔，以下簡稱《少週》）這個獨特的品牌之前，不妨先來聊一下兒童少年節目的價值與準則。

2023年4月，在台北舉辦的一場國際兒童影視節中，幾位來自國外的兒少節目工作者與會分享他們的經驗與觀點。其中澳洲兒童電視基金會（Australian Children's Television Foundation，簡稱ACTF）執行長 Jenny Buckland 擔綱發表開幕演說，她提到，四十多年前的1979年恰逢國際兒童年，不少國家在此前後針對兒童少年節目擬定了廣電規範，譬如法國要求以兒少為收視對象的節目必須有助於「順利步入成人生活」；在加拿大則是認同兒少節目應該提倡「利社會」（prosocial）的行為及態度；美國則是規範兒少節目的核心內容，必須滿足兒少的教育及資訊需求。

不同於上述幾個國家較傾向教化意味的規範，當年澳洲則獨樹一幟地提出更前瞻與靈活的幾項準則：「兒少專屬、具娛樂性，並且製作精良」。這幾項在將近半個世紀前提出的標準，



在當下兒少受眾的目光被各種大小螢幕給淹沒、專注力可能愈來愈短暫的同時，或許更值得思考與參照。

《少週》自許為「全台唯一以青少年為TA的電視新聞節目」，而青少年其實也是廣義下的兒少節目目標觀眾群，這篇短文將嘗試綜合上述的幾項規範與標準來觀察《少週》。

《少週》隸屬於國際新聞中心的一員，新聞資源充分，在國際新聞的表現上確實達到一定的品質與多元性，相較於國內其他類似年齡層或是相近類型的節目，也算是特色鮮明，這些面向毋庸置疑。每當國際上發生重大新聞事件時，《少週》也經常在選材上呼應，甚至進一步以較完整的篇幅呈現，譬如今年2月下旬，烏俄戰爭屆滿兩年，《少週》的〈烏俄戰爭滿兩年！戰火下的烏、俄人民未來該何去何從？〉就以整集的時段從不同的面向切入，企劃相當用心；再加上單元豐富以及主持人潘照文的主持台風、採訪能力與螢幕前的親和力，整體上可算是製作精良且認真。

但若從觀眾定位的角度，來看《少週》是否「兒少專屬」，似乎又有一些討論的空間。整體看下來，節目選材所能連結到的年齡層，觸達的範圍廣及國、高中生與少部分的大學生相關主題，這造成節目的目標觀眾群定位不是那麼明確。例如今年3月上架的〈團膳業者撐不住?! 學校營養午餐喊漲!〉所報導的主題，甚至是與上述族群都無直接關聯的小學營養午餐。目標觀眾如果無法在節目中經常看到引起他們興趣或關注的主題，表現形式上又與他們有距離，收視意願自然會降低。

在內容的呈現上，《少週》不少主題都能觸及青少年關心的時事話題，街訪形式的「-18大膽說」、採取棚內對談方式的「少年大膽說」，也因為年輕觀眾的參與、意見表達，而能呈現年輕世代的觀點。但是，街訪的形式雖有便利與即時性，也須注意取樣要盡可能地多元，譬如今年2月25日的「網紅信幾趴」單元中，從拍攝背景明顯地看出，所有的訪問幾乎是在同一定點拍攝，這有可能造成取樣的偏狹。同樣可歸類為青少年新聞節目的公視《青春發言人》，同一主題的街訪對象所在地點，有時就會遍及台灣不同區域，這點當然涉及製作資源以及是否長期經營規劃，不同的節目很難一概而論。

另外，「少年大膽說」單元，幾集看下來似乎參與者都是同樣三位男孩，是否有足夠的代表性亦可再商榷，這點或許可參考客家電視台《小○事件簿》的作法，培養一群青少年來賓，每集就不同的主題挑選其中幾位輪替上場，一方面形成意見的多元，一方面也可維持觀眾對固定來賓的認同感。而這樣的青少年來賓，其實也適合與在特定主題受邀提出建議的專家，進行線上或實體對談，效果應該會比主持人在棚內的模擬連線會更有切身感。

除了上述單元及重點呈現的「封面故事」之外，國際與國內要聞自然是《少週》的骨幹，如何在一整週的新聞中精選並轉化出適合青少年閱聽人的內容，其實是滿大的學問。在這一點上我認為還有不少的調整空間。節目在主持人開場之後，經常就直接切入新聞內容，但這則新聞與青少年有何關聯？它們



有什麼重要性？卻經常未被多加著墨。隨意舉例，近期幾集節目的頭條：「海警押澎船」、「印度爆踩踏」、「共軍擾不斷」，主持人在開場播報時就單刀直入新聞本體，內容本身很難說是青少年觀眾關注的，又未訴求於他們的生活經驗；反觀「全球熱死人」這則頭條，主持人導言的一句「才剛進入夏天，同學們是不是就覺得熱炸了？」至少就容易讓觀眾覺得有所連結。

更重要的是，新聞素材是否經過適當的改寫與轉化，以站在青少年的角度，並用他們容易接受、消化的筆觸來呈現？有不少《少週》選擇的新聞，若與鏡新聞其他平台同一則新聞相對照，會發現並未經過多少的調整，甚至是原文照轉，這就較不符合「兒少專屬」條件。我們並不低估青少年觀眾的理解能力，只是若能換位度思考與重新輸出，也許更容易拉近與觀眾之間的距離。

舉美國NBC新聞網的《Nightly News: Kids Edition》為例，這個鎖定兒童為目標觀眾的新聞節目，在選材、形式、語言表達上，就頗為清楚地是專為兒少觀眾打造，但仍然能觸及到一些重要的議題，甚至兼具好看度與娛樂性。

也談一下「新聞不lose」，這個單元就像製作單位所說，是「快速掃描國際大事」，每則新聞大概就是20到30秒的簡潔報導。它讓我想起過去中學時期的週記，總少不了「一週大事」這個欄位，大部分同學大概就是照抄報紙上的同名專欄了事，寫是寫了，但是不是過目即忘就很難說。我倒是建議這個單元

可考慮調整，將篇幅讓給其他的專題。地球上值得轉述的新聞這麼多，無論如何都是掛一漏萬、會lose的，倒不如好好說更值得說的故事。

文末，嘗試回到《少週》以及國內其他同類型節目的現狀來談。廣義來說，《少週》其實並不能算是國內唯一以青少年為TA的新聞性節目，在市場上是存在競爭對手的。前文提到的《小○事件簿》與《青春發言人》同樣將自己定位為「新聞議題性節目」，只是這幾項產品的選題方向有別、節目表現形式不同，也各有各的強項。國內電視同業在近期徵求「兒少知識型節目」的說明中，曾提出以下的訴求，或許也可作為青少年新聞節目製播的參照：

「數位浪潮裡，兒童從小仰賴網路與社群媒體，吸收各種資訊、知識、價值，形塑世界的樣貌。本案徵求學齡新創知識型節目，期待從兒童觀點出發，透過不一樣介紹知識的方式，以及多元說故事手法，開啟兒童的求知慾、想像力以及好奇心，增進他們對世界的理解，累積面對未來的豐富涵養。」

期待共勉之。



在資訊洪流中導航： 《少年新聞週記》的角色與價值

文／許雅荏（靖娟兒童安全文教基金會執行長）

台灣對於兒少節目的製作上，撇除播放兒童動畫的電視臺外，製作TA為青少年的電視節目都集中在公共媒體之中。從111年度無線及衛星電視事業兒少節目播出時數中可以看到，私營媒體除去兒童頻道，兒少節目播出時數前三名分別為原住民電視臺（1587小時）、客家電視臺（1408小時）、公共電視3臺（1257小時）。長年以來，兒少節目在電視場域一直處於「邊緣」與「弱勢」位置，雖然自107年度開始由文化部頒訂〈兒童電視節目製作補助要點〉，鼓勵各電視臺、機構製作優良的節目供兒少閱聽，但細看近幾年文化部補助的〈兒童電視節目製作補助案〉補助名單，多數以動畫製作為主，看來補助仍舊無法改變台灣兒少節目缺乏的問題。

攤開台灣媒體觀察教育基金會所發表的「2023年年度報告」，推薦目標觀眾為13-17歲的兒少節目中，僅有大愛電視臺《青春愛讀書》，其餘皆屬公廣電視臺製作的節目，這也再



次突顯台灣在私營媒體為多數的電視環境下，兒少節目發展、不足的窘境。相較之下，歐洲國家對於兒少節目的重視程度則有所不同。根據歐洲廣播聯盟（EBU）的統計資料顯示，在歐洲的許多國家，兒少節目佔比較台灣更為顯著。以丹麥為例，兒童節目佔整體電視節目的比例高達20%，而在芬蘭更是達到了25%。這些國家的政府和媒體機構一直致力於提供高質量、教育性和娛樂性兼具的節目給兒童和青少年觀眾。與此同時，瑞典和荷蘭等國家也有類似的政策，鼓勵電視臺增加兒少節目的播出時數，以滿足年輕觀眾對於多元化、有啟發性節目的需求。

傳統上，新聞媒體多以成人觀眾為主要對象，鏡電視雖為營利的私營電視臺，願意製作以青少年角度出發的新聞節目，這實屬難得。鏡電視的《少年新聞週記》（下稱《少週》）為年輕人提供了一個深入了解時事、表達觀點的平臺，也在台灣成為一抹亮麗的風景。

在速食新聞的薰陶下，Z世代生長的年輕人在資訊快速流通下成長。然而，相較過往，這一代年輕人接觸新聞的頻率似乎有所下降。社群網路的密集演算下，資訊多元性固然增加，但也快速地為青少年們的認知裹上一層層的保護膜。社交媒體平臺上，多數的討論焦點往往集中於流行文化、娛樂資訊等輕鬆話題，而對於較為嚴肅的新聞議題的討論則相對較少。在這樣的情況下，《少週》的出現為年輕觀眾提供了更加全面性、多元性的新聞報導，同時也為兒少聲音開啟了一扇門。

《少週》是台灣少數針對青少年的新聞節目，其獨特之處

在於對青少年的關注和尊重，以及對他們意見的重視。節目中的街訪年輕人的「-18大聲說」單元，正是一個生動的例證，呼應著《兒童權利公約》（Convention on the Rights of the Child，簡稱CRC）中所強調：兒童有權表達自己的想法，並且這些想法應該被傾聽、被認真對待，這也反映了CRC第12條中所載的「兒童被傾聽及意見獲得考量的權利」。成人需要與兒少有更緊密的合作，以幫助他們參與自己的生活並行使自己的權利。透過這樣的節目，青少年的聲音得以突破同溫層，或傳達給更多不同層級的閱聽眾。

除了強調青少年的聲音和權利外，《少週》還深入探討了在教育中影響青少年的各種現象。例如，在節目中提及的使用母語的情況似乎較少，男女運動比例不均衡，以及十大無用才藝等議題，都反映了社會對青少年的關注和思考。同時，節目還將社群所帶來的影響納入討論，比如容貌焦慮等問題，使得觀眾能夠從中獲得更深層次的反思和啟發。

在每周的節目中，除了討論國內的議題外，也加入了國際新聞的報導。這樣的安排不僅讓台灣的青少年了解國際局勢，還能夠理解國際事件對於台灣的影响，從而增強他們的國際視野和思考能力。針對較嚴肅的議題，《少週》也透過邀請專家訪談的方式，讓觀眾在訪談的過程中獲得不同的刺激與資訊，從而提高他們的思辨能力和對議題的理解。

此外，《少週》還製作了「不可不知3件事」單元，濃縮了新聞，讓閱聽眾可以快速地知道一些有趣的小知識或是國際新



聞，在此單元中結合了國際政治新聞與文化脈絡的軟性新聞，透過簡短的時間，企圖給予閱聽眾最精實的資訊。同時，節目還設有「學生的心聲筒」，講述現在青少年在就學期間或是生活上會有的情緒困擾或不安全的感受，並探討應該如何緩解。節目中也會邀請專家給予良善的建議，提供給青少年們更多的幫助和支持。

透過電視和YouTube傳播，讓閱聽眾可以透過這樣的節目獲得更多有價值的信息和知識，從而拓展他們的視野和見識。

《少週》不僅僅是一個新聞節目，更是一個能夠啟發和培養青少年思想的重要平臺，為他們的成長和未來的發展提供了支持和指引。

靖娟基金會長年來在兒童安全領域耕耘，除了推動兒童交通安全政策外，還密切關注兒少新聞節目的發展。近年來，基金會觀察到青少年在情緒與社交方面常遇困難，導致自殺情況增加，並發現未成年無照駕駛的案例日益增多，這些都是值得關注的社會議題。基金會期待未來的《少週》能更多報導青少年自殺或情緒問題、青少年交通安全議題，透過報導傳遞正確資訊給閱聽眾，不僅可以提高青少年對自身情緒健康的關注，還能為他們提供適切的幫助和支持，促進青少年的全面發展和健康成長。

最後，我想肯定《少週》節目的製作團隊。製作團隊不僅在資訊洪流中將新聞知識傳遞給青少年，還通過精心設計的內容培養了青少年的媒體素養和批判性思維。隨著資訊快速傳

播，青少年需要具備媒體素養來正確理解和分析信息，而這正是《少週》的一大貢獻。同時，節目也重視青少年的情感健康，這種參與感和媒體識讀的培養對年輕人成長至關重要。相信在製作團隊的不懈努力下，這個節目將繼續發揮積極作用，為青少年帶來更多啟發和幫助。





公共問責收視聽眾會

鏡新聞第七次收視聽眾會於 2024 年 5 月 30 日舉辦，目的在實踐鏡電視新聞台對觀眾權益重視的媒體公共問責。參與此次座談會人員除鏡電視新聞台內部相關主管外，主要邀請對象為台北市七六人年輕里長聯誼會里長共 16 位。透過電視台主管和里長間面對面的溝通，除了能讓社區基層的里長了解鏡新聞編輯、採訪、播報等新聞日常作業流程外，電視台方面也希望參與的里長們能從他們日常和媒體的接觸經驗出發，給與鏡電視在製播上的具體建議，以督促其內容製播更加精進。

鏡電視新聞台 第七次「收視聽眾會」活動紀錄



參訪之里長於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	113 年 5 月 30 日（星期四）上午 10:30
地點	鏡電視新聞台 C 棚攝影棚
主持人	陳璽鈞（新聞部 主播）
與會人員	翁秀琪（外部公評人辦公室 公評人）、陳素秋（公共議題企劃管理部 副總經理）、張玄會（新聞部 副總經理）、黃俞豪（法務部 法務長）、顧嘉浩（新聞部 編播中心 總監）、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）、莊玉珍（新聞部 採訪中心 資深副總監）、羅君涵（外部公評人辦公室 主任）
參加貴賓	鄭智耀（信義區嘉興里 里長）、龐維良（大安區龍泉里 里長）、許澣尹（中正區建國里 里長）、莊柏辰（中正區新營里 里長）、胡家瑒（南港區西新里 里長）、吳欣芸（內湖區金龍里 里長）、沈春華（大同區隆和里 里長）、呂晴芸（文山區興福里 里長）、陳峙穎（文山區華興里 里長）、吳美瑩（中山區正得里 里長）、陳志雄（萬華區壽德里 里長）、洪佳君（萬華區華江里 里長）、張苑庭（萬華區錦德里 里長）、溫宗霖（萬華區頂碩里 里長）、李珮縈（北投區文林里 里長）、藍靜莉（北投區中庸里 里長），共 16 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。

〔主持人〕陳璽鈞（新聞部主播，下稱「陳」）

我是鏡新聞主播，也是今天的主持人陳璽鈞，我代表鏡電視表達感謝之意，大家在百忙當中參觀我們鏡電視，也期待大家可

以給我們一些建議、鼓勵跟肯定。

鏡電視的理念是「鏡善鏡美、鏡好新聞」，現在已經在MOD以及有線頻道86台已經上架了，鏡電視追求優質內容，所以也受到各界的肯定，我們在2022及2023年得到了將近40項的獎項肯定，今天也特別為大家準備了一段VCR，先讓大家認識一下鏡電視。

在這之前我們先請新聞部最高主管張玄會副總經理致詞。

張玄會（新聞部副總經理，下稱「張」）

謝謝各位里長今天撥冗來參觀，我以前跑國會，所以這裡面有幾個老朋友過去也都認識，謝謝大家今天來鏡電視參觀。

我不知道里長們來之前，有沒有機會看一下鏡電視的內容，如果有的話會發現，鏡電視的內容除了重大的議題之外，我們也提供了非常多元的節目內容。

我們非常重視國際，所以我們有國際政治局勢的專屬的節目，也有國際財經節目；我們也非常重視兒少議題，所以我們也有《少年新聞週記》是專門給青少年的內容，這是在目前的電視台裡面比較少看到的，還有跟我們切身相關很多藝文文化相關的議題，我們也有專屬的藝文節目，我們希望在重大的新聞事件議題之外，也提供很多不同的多元節目內容，讓大家做選擇。

今天剛好藉著這個機會讓里長們來更了解鏡電視，然後也希望里長們幫我們多多宣傳，讓大家多多了解鏡電視，謝謝大家。



主持人介紹鏡電視新聞台概況（略）。

翁秀琪（鏡電視外部公評人，下稱「翁」）

里長貴賓、鏡電視的同仁大家好，我接到要介紹公評人制度的時候，心裡想說，我要花最短的時間，不要浪費大家太多的時間，因為今天主要是希望各位給鏡電視節目一些好的建議，如果您看過當然可以給具體的建議，如果您以前沒有看過的話，也可以從里的治理或者是社區的觀念來看這樣的一家電視台可以增加哪方面的節目。

為什麼我會接這份工作，是因為3年前接到陳素秋副總的電話，他說我們現在需要一個外部公評人，是不是可以請翁老師來？我一開始是沒有答應，可是後來看了他們的資料，我覺得應該來支持這麼好的一家電視台。

我過去花很多時間協助台灣成立公共電視台，看到鏡電視的營運計劃書，我心裡想現在居然有民間願意來成立這樣一家電視台，而且它的節目是如此多元，完全不輸於我過去所理解的公共電視台，而且品質非常優異，所以我答應了。

第二個就是台灣以前其實並沒有所謂的公評人制度，所以進來其實也有一個責任，就是要幫台灣打造一個比較完善的公評人制度。

公評人翁秀琪老師介紹「鏡電視新聞台外部公評人」制度（略）。

以下開放現場提問，採取統問統答，再由相關人員回覆。

〔提問〕鄭智耀（信義區嘉興里里長）

我們是台北市七六人年輕里長聯誼會，所以翁老師看到都是台北市的年輕里長，包含12個行政區，今天來的這些年輕里長應該在台北市都頗具代表性，邀請他們過來，一方面就是一個緣分，因為我幾個老朋友都在鏡電視，我跟張玄會副總比較不熟，他以前都是負責報導民進黨團，然後朱繖恩總編審則是跑國民黨團的新聞，我是新聞聯絡人，所以跟很多記者都很熟悉。我也是新聞學系的學生，所以我們必讀的一本書是翁老師的《大眾傳播理論與實證》，這本書是我們當年必念的傳播理論書籍。

因為現在網路的新聞訊息盛行，各位年輕里長在未來接觸電視新聞和運用電視新聞都是一定會走的路。所以今天帶大家來了解電視新聞，這是第一個步驟。

其實我也跟我們長官們報告，我們這邊有2位里長就常常上節目，一個是華興里的陳峙穎里長，另一個是西新里的胡家場里長，他們比較常上電視節目，所以他們對於電視的運作並不陌生，但其他的里長還是有機會先來跟認識一下電視新聞。

剛剛老師提到所謂外部公評人制度，在我們那個年代正在一個關卡叫做「黨政軍退出三台」，後來退出之後，慢慢這些年越來越偏向一個綠色電視台居多了，變成是一種抗中保台的一個傾向。

當然這個情形就會更凸顯所謂外部公評人的一個重要性，



因為在那個年代是甚至在爭取NCC作為一個獨立機關的時候，現在NCC歷經有兩屆兩任的傳播學者擔任過主委，其他還有一些法律學者，其實到現在都還是被大家所質疑，甚至還會質疑鏡電視的一些過程。我覺得現在有外部公評人翁老師願意出來接這份職務，願意用他的學識涵養來協助鏡電視，我覺得真的是一種期待。

再來我們想說未來鏡新聞頻道是不是可以往前？老師跟各位長官應該很清楚，頻道跟收視其實是有相關性，差太遠其實閱聽人不太會到後面去看，當然這是一個期許，未來有沒有機會往前，然後變成大家的一個收視習慣。之後，才有辦法去比較出一個好跟不好的差異性。

各位知道鏡新聞所有設備都是最新的，最後設立的一定都是最新、最好的，但是如果閱聽人享受不到沒有用。這是第一個期許，就是不曉得未來鏡新聞能不能再往前挪。

第二個不管是新聞或是節目內容，我剛剛看到鏡新聞做了很多規劃和努力，未來如果在網路上面能讓我們更了解這樣的訊息，畢竟網路的滲透率無所不在，如果在鏡新聞電視台目前還沒有辦法讓大家有收視習慣的話，看看是不是可以透過網路這方面來讓我們來多多接觸。以上做兩點報告。感謝大家。

〔回覆〕黃俞豪（鏡電視法務長，下稱「黃」）

我先回答一下關於頻道的部分，當然我們現在是在86台，我們也非常希望能夠往前一點，但是因為頻道的移動或者是上、下

架都是有線電視業者的決定，目前前面的頻道其實也滿客滿的，當然最近也是有一些國外頻道退出台灣，可能會有一些空缺，我們會盡量去爭取往前。

當然我們也很關心有線電視區塊化或是三碼化的改革，三碼化後也許就會跟MOD一樣，就是所有類別不管是新聞的、運動的，或各個類別都會在同一個區塊上面，那就不會有位置不夠的問題，所以我們也是期待未來有這樣子的制度變革，讓所有新聞台都可以在同樣的區塊上給觀眾做選擇。

〔提問〕溫宗霖（萬華區頂碩里里長）

我想問一個問題，今年國中會考的題目是新聞標題，標題的部分其實滿有意思的，就是一個好的標題確實能夠吸引觀眾的注意。這次高中會考的作文其實做了幾個範例，我仔細讀起來有點好玩，因為一個標題下得好或不好，是可能會讓人家產生誤會。

譬如說吃這個東西會減少5公斤，這樣的標題確實會讓很多閱聽人很感興趣，因為可能自己有減重的需求，但是我自己理解說好的標題要怎麼下得精準，其實應該是要有很大的功力，但也想問鏡新聞在這麼多新聞的節目、或者是一些比較即時的新聞裡，標題要怎麼下會比較正確之外，又可以讓閱聽人能夠及時了解在這個議題上面，是不是他關心的？最重要的是，是不是正確的？這幾個面向在鏡新聞裡面是如何做規劃？

第二個部分就是我們里長雖然很年輕，但是有些都做第二屆了，其實里上有時候真的會遇到一些大大小小的問題，我們有時



候會想說家醜不可外揚，所以想要解決，但又很難，公部門又不配合要怎麼弄，真的是傷透腦筋。

有時候又想說要不要找記者呢？但這個事情好像也不是什麼特別光彩的事，講出來又不太對，但又想用媒體的力量來幫助社區更好。我知道說其實鏡新聞很關心人民最在乎的問題，如果當我們遇到什麼樣的困難時是可以找媒體工作者來幫助我們？

〔回覆〕張

關於標題的部分，我覺得標題對我們做新聞以及呈現內容有兩個很重要的原則。第一個是正確，然後另外一個就是精準。所謂的正確，我舉例來說就是這個政策可能會影響多大的群體、數字上的正確，以及這個標題給大家看了之後，能不能立刻知道我要傳達的是什麼。

我們在處理新聞的時候，第一線的記者因為他是在現場採訪的，所以最了解現場的狀況，因此他會下一個參考標，到了編輯台之後，編輯台會做一個事實查核，以及確定這個標題正不正確、有沒有錯誤，以及我能不能下這個標來吸引閱聽者，甚至傳達它是一個精確的訊息，這是我們現在目前在下標的一個流程。

第二個問題是什麼樣的議題可以找媒體，我覺得可以思考幾個角度，第一個就是它對於該里影響的嚴重性，就是這個議題是不是已經影響到大部分的人了，然後另外一個就是譬如說台北市，這個可能不是你的里碰到，但可能是一個普遍性的問題，我覺得這個部分如果市府還沒有辦法解決的話，我覺得是

可以透過媒體幫忙發聲，尋求我們的報導。

當然我們接到里長的一個投訴或者是新聞議題之後，會先去實際了解狀況，也會跟市府這邊做求證或者是督促台北市政府可以把這個部分做改正或更正。

〔提問〕吳美瑩（中山區正得里里長）

我們常常接到一些里民的投訴，或者我們在自己里內巡查的時候，在收集資訊上面會有一些主觀跟客觀的部分，因為我們這一區是在條通商圈，酒店比較多一點，我之前曾看到新聞下一個標題，說我們六條通發生了命案，但實際上沒有發生在六條通，但他下錯標題，結果隔沒幾天真的在我們六條通發生了命案，但那一條沒播出來，是這樣的狀況。

如果鏡新聞這邊是讓我們可以信任的一個媒體，會不會有個窗口讓我們可以查詢？比方說當我發現到有一些議題或者新聞，我們想要去了解一下真實性，或者說我們想要提供一些資訊，不一定要找媒體出來或記者出來，但希望我們在公正客觀的部分，可以運用媒體以及幫民眾發聲追求真實這一塊，鏡新聞能不能給我們一個窗口，或是類似真相查詢可以幫助我們。

另外，有機會的話可不可以有在地新聞的一個製播？由於我們各區的結構不一樣，比方像銀髮的部分，我的里就是中山區第二高齡，如果有銀髮部分的新聞製播也可以來找我們，看看有沒有製播在地新聞的可能性，希望能跟我們一起來討論，然後一起來幫助我們的里民。



〔回覆〕張

條通的事情，其實可以打電話到我們的客服，因為我們的官網上面有我們客服的電話，所以可以透過客服來跟我們做求證，然後獲得一個正確的訊息。

〔回覆〕翁

關於可不可以有一個在地新聞製播的單元，我的想法是這樣，就是這一家電視台它畢竟不是台北市政府的電視台，以前台北市政府有一個台北電台，那個是市政府的電台，所以他有一個專門的單元去做，這是具有正當性。

但是我覺得建議很好，因為在這種全國性的電視台的概念裡面，他會把台北以外的新聞才當作地方事務，其實很少把所謂地方性的概念放在台北市裡面，從各位里長的角度來看，整個台北市就是由這些小社區（里）所組成的，我覺得是可以去想想看如何落實里長們的期待，例如：現在網路很發達，而且網路速度很快，比方說《有話鏡來講》這樣的一個節目裡面，如果有一個非常即時性與里務相關必須要解決的問題，就可以邀請一些里長和專家來互動、討論，我覺得這個是可行的、也滿重要的，是由下而上的民主的表現形式。

但是要為這個節目特別去製作一個單元或節目，資源非常地浩大，而且你一個禮拜說不定只有半個小時，甚至15分鐘的節目，緩不濟急。所以我建議可以往網路的方向去想想，但我沒有這個權限答應，我只是聽到剛剛各位的意見，覺得這或許

是我們可以做服務的地方。

〔提問〕胡家場（南港區西新里里長）

我現在就想要做一個實驗，剛有提到議題新聞會有興趣嗎？我分享遇到的一個困難，就是我里內有一個都市更新的案子，然後市政府分回了十層樓，一層樓有700坪，總共大概是7000坪的一個空間。在103年的時候有一個公展的公聽會，那個時候說要把它回饋成衛生局的辦公室以及南港區的健康活力園區，這個是在細部計劃之前的一個公展公聽會。

如果大家對都市計劃有概念的話，大家都知道幾乎未來大概是往這個方向做了，才會去開公展公聽會。時間是103年，但111年我上任的時候發現了這個案子，我去詢問才發現，現在已經全部變成衛生局的辦公室了。當初所謂的健康活力園區就不知道怎麼樣就不見了，然後我不斷去調資料去詢問，都得到非常冷漠的處理，包含衛生局不斷跳針，說7000坪全部都要做一般的辦公室，然後不斷的陳情，甚至召開市長座談會，去年也提過一次，然後今天我再提第二次，但是得到的回應都是軟釘子。

我覺得很痛苦，因為這對我們在地基層來說，當初在公展公聽會跟我們承諾有健康活力園區，我相信以至於當年的老里長可能覺得你們做一個園區對我們不錯，我們也就不會再去跟你爭執其他的空間，就讓你們做，去年才開工而已。結果到頭來才發現當初講的東西怎麼就沒有了？到我接手的時候，我會試圖的想要去力挽狂瀾，但是我現在里長的角色，每一個階段能夠做的事



情，例如幫人去找議員、立委開協調會，能做的我都做了，但還是得不到一個比較正向的回應，所以是滿痛苦的。我想說如果是類似這種的案例，新聞台會有興趣嗎？

然後另外一個建議是，我很肯定鏡新聞外部公評人的制度，因為我們都知道很多新聞台真的三器新聞真的太多了，而且我覺得對社會不是一件好事情，所以我也鼓勵鏡新聞一定要繼續堅持下去，然後看是不是有機會把這個制度法制化，或許每一個電視台都能夠有這樣的一個外部公評人的制度，那我相信對我們的閱聽人來講是一個非常好的福音。

〔回覆〕張

關於台北市政府的計劃變更過程到底中間發生什麼事，為什麼它變成是一個衛生局的使用的辦公室，103年應該是郝龍斌市長時候的規劃，變更應該是在柯市府的時候，中間到底發生什麼事？我覺得這個也滿值得我們Daily新聞來做追蹤。

其實這都是影響大家的生活的一個議題，所以我覺得大家也不用遲疑媒體會不會有興趣，如果我們有一個管道，或者是說你們有認識跑台北市政府市議會的話，我覺得也可以跟他們講，然後我們就會在我們的新聞製播上來進行討論，我們要怎麼樣去追蹤以及報導這個議題，我很鼓勵里長們來提供我們這些相關的訊息。

翁

關於公評人制度法制化，這不是我單獨能做的，是看NCC要不要做，大概十幾年前有很多人在積極鼓吹這樣的一個制度，目前因為鏡電視的關係，事實上也有很多台設有公評人制度，例如華視，設有3個公評人。

〔提問〕洪佳君（萬華區華江里里長）

剛聽了好多位里長給的意見之後，我突然有一個小小的想法，因為現在在座的很多的年輕里長其實都有自己的社群媒體，我們也會透過LINE或是群組去散發我們跟里民之間想要傳達的訊息，我看鏡新聞的新聞，第一次是在餐廳吃飯的時候剛好餐廳播出，我覺得滿特別的，就如同剛剛主持人介紹的，鏡新聞其實是滿公正跟客觀。上禮拜一個基隆的精神疾病的患者逃脫，我就看到陳峙穎里長馬上發一個公告，告訴大家現在校園不能進入，我的想法是，其實里長要做的工作就是這一些，對於現階段是各個里長自己去搜尋新聞的資訊，然後用我們的方式散布給里民知道，現在的民眾他們接收圖卡的方式是比較普及的，如果鏡新聞可以有一個比較 public 的、宣傳的管道，然後提供給里長，然後發給我們的里民，其實我覺得對里長來說會省事很多，然後對於鏡新聞來說，也是一種另類的宣傳管道。

〔回覆〕張

有關於這個圖卡的部分，我覺得台北市政府其實可以做一個主動角色，如果有的話，可以提供給大家。里長剛好提供一



個很不錯的概念，比方說可以提供給我們的新媒體製作，也透過怎麼樣的管道讓里長們知道幫忙發送，也幫我們鏡新聞做宣傳，我覺得這樣也滿不錯的，剛好也提供我們一個宣傳自己的一個思考空間。

〔提問〕陳峙穎（文山區華興里里長）

我就講個比較實際的案例，因為我也是有跟一些記者朋友互動，可是我也搞不清楚到底什麼樣的議題長官會願意做。像有一些很小的事情，譬如說我們在文山區今天可能有些地方沒辦法劃停車格，因為他有一些停車格需要收費，可是這些巷弄就很難去做管理，它可能就是有停車格的需求。我的想法會覺得是不是有辦法去做一個法規及條例，假設劃停車格的狀況，如果是私人地主，第一個可能有稅賦的成本，第二個是不是有辦法給他一些補償金，讓我們可以去做一些設計跟規劃，這個東西市政府一直都不重視，提了之後都沒有下文。像這樣子小小的事情新聞台會有興趣，會願意去做的嗎？

〔回覆〕張

我覺得這個停車格的議題，其實就非常適合我們專題組來做發揮，這可能不是一條短短的新聞裡面可以處理的一個普遍性的問題，但我覺得因為它是老舊巷弄裡面一個共同的問題，我覺得這還滿值得我們專題組可以來做發揮的。

公評人翁秀琪專欄彙編

本期收錄 4 篇，分別是〈馬或不馬？薄馬或全馬？這是一個頭痛的問題〉、〈2024 年史丹福大學 AI 指標報告透漏哪些訊息〉、〈當媒體淪為政治網紅的傳聲筒〉，和〈當新聞記者的薪水養不活自己〉，都是攸關電視產業的重要議題。

馬或不馬？薄馬或全馬？這是一個頭痛的問題

「活，還是不活 (To be, or not to be)」，是莎士比亞戲劇作品《哈姆雷特》第三幕第1場，哈姆雷特王子一段獨白的第一句前半部，很多人也會用這句來指整段獨白。在王子的獨白中，他考慮了死亡與自殺，哀嘆這痛苦又不公的生活，也承認另一種選擇可能會更糟。這段開場白是世界文學、戲劇與音樂作品中常見被引用的一句，整句是：「活，還是不活，這實在是個問題 (To be or not to be, that is the question)」。

場景換成台灣的電視台：每天面對新聞畫面的處理，編播人員經常需要問的是「馬或不馬？薄馬或全馬？這是一個頭痛的問題。」

新聞工作者為什麼會頭痛？因為電視是透過畫面說故事，而畫面的馬賽克處理一旦不符主管機關NCC要求，動輒挨罰，罰鍰的數目累計起來也不少，所以業界通常把打馬賽克視為像貼護身符一樣，先打起來保平安。



以最近的一個例子來看，把幼童凱凱凌虐致死的保母姊妹二人的臉部畫面需不需要打馬賽克？需要打薄馬或全馬？甚麼時候開始可以不打？為什麼平面媒體可以完整呈現保母的面貌？以上問題在新聞熱播的那幾天，幾乎是編採會議中必討論的議題之一。

這件事，表面上只是一件發生在電視台每天的日常，仔細看涉及的卻是主管機關國家通訊傳播委員會（National Communication Commission，後稱NCC）對於電視業者內容的規管和懲處。所以，哈姆雷特王子的大哉問，也可以改成「媒體內容自律或他律？這實在是個問題。」

根據民國111年5月18日修正的《衛星廣播電視法》¹第四章〈節目及廣告管理〉的第27條規範²，NCC得以針對衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商播送之節目或廣告內容進行規管。

NCC如何「落實」這樣的內容管理呢？針對內容問題，NCC設有一個「外部廣播電視節目廣告諮詢會議」³，爭議案件會先送這個會議諮詢作成建議，「諮詢會議之意見，得供NCC委員會議審議之參考」。「出席委員應就當次議案提出書面審查意見，並就涉嫌違法議案，勾選下列建議處理方式並簽注意見：（一）應予核處，並加註違規情節輕重。（二）發函改進。（三）不予處理。」諮詢會議之幕僚作業，由NCC內容事務處人員兼辦；其會議相關內容應專卷記錄。

這個「外部廣播電視節目廣告諮詢會議」的陣仗看起來非

常龐大，「諮詢會議置諮詢委員39至51人，諮詢委員由下列會外人員組成⁴，其中任一性別代表不得少於三分之一」，諮詢會議委員由本會主任委員視議案需要，自第三點諮詢委員名單中遴選19人與會；但是實際會議中作出之意見僅「得供NCC委員會審議之參考」，實際決議仍由7位NCC委員做成，也因次曾產生委員會決議與諮詢會議結論差距甚大，且委員會對於決議也未附理由，因而衍生的法律爭訟事件⁵。

這個會議的會議紀錄及參與委員的發言紀錄，以前在官網上可以看到，但是不知道從甚麼時候開始，這個紀錄據了解已經不再上網了。換言之，NCC的官網上根本沒有任何地方呈現這個諮詢會議的資料。

如果到NCC官網，可以看到的是衛星廣播電視、無線電視歷年各月內容懲處的（受）處分單位、處分書文號、節目名稱、播出日期、播出時間、違法事實、受處分內容說明，及核處情形（載明罰鍰數），但是對於最重要的懲處理由，則是付之闕如。另外對於業者而言，透過這些資料仍無法通盤掌握懲處類型及懲處標準，現在更連他們的案子在前述資訊會議中如何被討論，也無法透過公開透明的管道取得。

NCC除結構管制外，是否也宜針對內容進行管制當然是一個值得辯論的問題，但是今天既然要處罰業者，應該要讓業者了解，他們的案子是如何被討論的，究竟犯了甚麼錯，懲處理由何在。因此，主管機關NCC應該根據歷年懲處資料，針對以下四點應罰事項：一、違反法律強制或禁止規定；二、妨害兒童



或少年身心健康；三、妨害公共秩序或善良風俗；四、製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益者，做成完整的懲處類型及明確的懲處標準資料，提供業者參考。畢竟，NCC的主要職責在協助產業發展，而非坐待產業犯錯來加以懲處。

記得筆者3年前剛到鏡電視服務，新聞部同仁常常問及的問題，就是甚麼樣的內容在甚麼樣的情況下該如何處理？當時曾以電郵函詢NCC內容處一位位階不低的事務官，他僅丟下一個連結，要我自己去看。

筆者以前在國科會（後改為科技部）擔任學門召集人時，常須參加學術倫理委員會，和其他學門的召集人合議處理各學門的學倫問題。國科會對於歷年懲處的案件，會根據性質分類，每類如何懲處、理由為何等都有紀錄，當然是匿名的，極具參考價值。這是NCC應該做的事，提供業者懲處類型和懲處理由，而非要業者自求多福。有了這種資料作參考，「馬或不馬？薄馬或全馬？」就不再是個頭疼的問題了。

至於「媒體內容應該自律或他律？」這就依然是個需要一再扣問的大問題，非本文篇幅所能處理。

【註釋】

1. <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050013>
2. 《衛星廣播電視法》第四章節目及廣告管理的第27條規範，
「衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商製播之節目及廣告內容應尊重多元文化、維護人性尊嚴及善盡社會責任。
製播新聞及評論，應注意事實查證及公平原則。
衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商播送之節目

或廣告內容，不得有下列情形之一：

- 一、違反法律強制或禁止規定。
- 二、妨害兒童或少年身心健康。
- 三、妨害公共秩序或善良風俗。
- 四、製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益。

衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商涉有前項第四款情事者，應由該事業建置之自律規範機制調查後作成調查報告，提送主管機關審議。」

3. https://www.ncc.gov.tw/chinese/law_detail.aspx?site_content_sn=3442&law_sn=2087&sn_f=2087&i_history=0
4. 諮詢會議置諮詢委員39至51人，諮詢委員由下列會外人員組成，其中任一性別代表不得少於三分之一：
 - (一) 專家學者19至23人。
 - (二) 公民團體代表15至19人。
 - (三) 內容製播實務工作者5至9人。
5. <https://udn.com/news/story/7321/7087370>



2024 年史丹福大學 AI 指標報告透漏哪些訊息？

美國史丹福大學於4月15日發表其2024年人工智慧指標報告¹，此為該校自2017年以來，第7次發表的人工智慧指標報告，除2020年未有報告外，每年均有發表。

2024年的這份報告在一開始的時候，就綜合整理出人工智慧發展的十大要點：

1. 人工智慧在某些工作上擊敗了人類，但並非在所有工作上都擊敗了人類。人工智慧在多個基準上已經超越了人類的表現，包括圖像分類、視覺推理和英語理解方面。然而，它在競賽級數學、視覺常識推理和規劃等更複雜的任務上還是無法趕上人類。
2. 工業界繼續主導人工智慧尖端研究。2023年，工業界產生了51個值得注意的機器學習模型，而學術界僅貢獻了15個。
3. 尖端模型變得更加昂貴。根據AI Index估計，最先

進的AI模型的訓練成本已達到前所未有的水準。例如，OpenAI的GPT-4估計使用了價值7,800萬美元的成本來進行訓練，而Google的Gemini Ultra的計算成本為1.91億美元。

4. 美國領先中國、歐盟和英國，成為頂級人工智慧的主要來源國楷模。2023年，61個著名的人工智慧模型源自美國機構，遠超過歐盟的21個和中國的15個。
5. 人工智慧領域嚴重缺乏對LLM（Large Language Model，大型語言模型）責任的穩健和標準化的評估。人工智慧指數的新研究發現，負責任的人工智慧報告嚴重缺乏標準化；包括OpenAI、Google和Anthropic在內的領先開發人員主要根據不同的AI標準測試他們的模型。這種做法使系統性地比較人工智慧的風險的努力變得複雜。
6. 生成式人工智慧投資激增。儘管去年的人工智慧私人投資總額有所下降，但生成式人工智慧的資金卻大幅成長，比2022年成長了近8倍，達到252億美元。生成式人工智慧領域的主要參與者，包括OpenAI、Anthropic、Hugging Face和 Inflection，均表示已進行了數次大量募資。
7. 數據顯示：人工智慧提高了工人的生產力並帶來更高品質的工作。2023年，多項研究評估了人工智慧對勞動力的影響，顯示人工智慧使工人能夠更快地完成任務並提高產出品質。這些研究也證明了人工智慧有潛力彌合低



技能工人和高技能工人之間的技能差距。儘管如此，其他研究亦警告，在沒有適當監督的情況下，使用人工智慧可能會導致績效下降。

8. 得益於人工智慧，科學進步獲得進一步加速。2022年，人工智慧開始推動科學發現。然而，2023年，更重要的與科學相關的人工智慧應用出現了：從讓演算法排序更有效率的AlphaDev²，到促進排序過程的GNoME³。
9. 美國人工智慧法規數量急劇增加。美國人工智慧相關法規的數量在過去1年和過去5年中顯著增加。2023年，人工智慧相關法規數量達到25個，而2016年僅有1個。
10. 全球各地的人們更加認識到人工智慧的潛在影響，也更加緊張。益普索（Ipsos）的一項調查顯示，去年，認為人工智慧將在未來3到5年內極大影響他們生活的人比例從60%上升到66%。此外，52%的人表示對人工智慧的產品和服務感到緊張，比2022年上升13個百分點。在美國，皮尤研究中心的數據顯示，52%的美國人表示對人工智慧的擔憂多於興奮，這一比例高於2022年的37%。

該報告更以13個圖表⁴清楚呈現AI的各種發展趨勢⁵，包括：開源模型數量超越閉源模型。開源模型的數量正在上升中，去年各組織釋出的149個基礎模型中，有65.7%為開源模型；回顧2022年所發布的模型中（比今年約少一倍多），僅44.4%為開源模型，2021年則只佔33.3%。

模型發布數最高的公司和國家：是Google和美國。

企業端目前仍主導 AI 模型的建構和發布，去年新推出的基礎模型有72%來自業界，其中Google發布了最多款AI模型，包括Gemini等。事實上Google自2019年來一直高踞冠軍位置，共發布40個模型，其次則是OpenAI，在4年多期間共推出20個模型。

AI訓練成本呈指數級升高

訓練AI模型的成本呈指數級增長，這也是學術界和政府會在AI競賽中輸給業界的一大原因。訓練Google Gemini Ultra的運算成本如前所述約為1.91億美元，而OpenAI的GPT-4的訓練成本則估計是7,800萬美元，反觀2017年最初Transformer模型⁶的成本約為900美元。

AI在測試中的表現接近人類水準

截至2023年，AI在許多基準測試中（包括閱讀理解、視覺推理等）皆達到人類的表現，不過AI還是在部分測試（例如競賽等級數學）上還無法達到人類能力。也因為AI正在突破現有的標準基準，AI學者要因應製作出新測試和更困難的挑戰，包括程式碼編寫、高階推理和代理行為任務等基準。

AI相關規範數量上升

越來越多的美國監管機構正透過規範來管理AI工具和資料的



使用，涵蓋了AI生成之作品的版權註冊指南、網路安全風險管理策略等，去年度美國共有25份AI相關規範。

過半年輕族群認為AI會影響工作、日本焦慮感最低

在受訪的31個國家中，對AI感到最焦慮的國家是澳洲，受訪的澳洲人當中有69%對AI感到緊張，其次則是英國（有65%），日本是擔憂程度最低的國家（23%）。

史丹福大學自2017年以來每年發表的人工智慧指標報告，追蹤AI在研發、技術、經濟、科學醫療、教育、政策規管和輿論等方面的趨勢，對於想要掌握AI趨勢的企業、政府機構、高教機構和媒體，提供重要參考。

【註釋】

1. https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2024/04/HAI_AI-Index-Report-2024.pdf
2. <https://www.ithome.com.tw/news/157261>
「DeepMind AI模型不下圍棋了，新AlphaDev模型可加速資料中心運算效率」
3. <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/GNOME>
GNOME是一個完全由自由軟體組成的桌面環境。它的目標作業系統是Linux，但是大部分的BSD系統亦支援GNOME。GNOME是由志願貢獻者和受僱貢獻者組成的GNOME計劃開發，其最大的公司貢獻者為紅帽公司。它是一個為開發軟體框架、基於這些框架來開發使用者端軟體及協調軟體翻譯和開發無障礙軟體的專案。
4. <https://hai.stanford.edu/news/ai-index-state-ai-13-charts> 中文介紹亦可參考
https://www.inside.com.tw/article/34760-stanford-2024-ai-index?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR2-fQ-SdTvbqsfqrzKZV8HyuviPr5jBjTUvi4mrtznHw9cNRBO0bXucG-M_aem_AS2YM4QtsWD_Sg9LMnCiisJ8RAUSLX4GCvnutg8vacFW9IssT-5XcVM2j94N4y74qAmR88LgLkVO14UokGB93jU

5. 建議有興趣的讀者點進去看，這些圖表真的做得非常簡要清楚。<https://hai.stanford.edu/news/ai-index-state-ai-13-charts>
6. <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Transformer%E6%A8%A1%E5%9E%8B>
Transformer模型（直譯為「變換器」）是一種採用注意力機制的深度學習模型，這一機制可以按輸入資料各部分重要性的不同而分配不同的權重。該模型主要用於自然語言處理（NLP）與電腦視覺（CV）領域。



當媒體淪為政治網紅的傳聲筒

在人人都可以是自媒體的今天，政治人物網紅化，只要他們願意，就能以極低的技術門檻開地圖砲或直播。素質比較高的宣傳理念，協助他們的選民了解在立法院或各級議會發生的事；等而下之者，用來攻擊政敵；更不堪者，以之作為脫離自身所陷泥淖的舞台；極為令人不齒者，更以犧牲國家安全作為籌碼，換取網路聲量。當然，自由世界，這是他們的權利，尤其在網路當道、鄉民樂於買單的今天。

可是，這些資訊，每天都在台灣到處流竄。台灣的公民百姓，無時無刻都要忍受這些亂七八糟的資訊公害，內心不是憤怒，就是焦慮。怎麼辦？！從媒介和資訊素養的角度看，各級學校的公民素養課程裡，除了加強辨識假訊息的方法外，學習認識網路時代KOL和政治人物如何操弄流量和聲量的知識，也成為必不可少的一環。

大眾媒體呢？常說媒體是第四權，應該要監督政府施政，替公民把關，守護民主。曾幾何時，媒體也必須、甚至更需要

監督民意代表，尤其是那些身為網紅的政治人物。

可是，大眾媒體有扮演好它們應該扮演的角色嗎？

網紅政治人物因為深諳流量密碼，不認真的媒體為了增加收視率、點閱率和閱讀率，又不想投資人力、物力下去做，就不爭氣地以各種新聞或節目形式，或取用他們的影音資料、或乾脆邀上節目，成為他們的傳聲筒，形成一種網紅政治人物直播。大眾傳播媒體「接力」製播傳散的荒謬場景，完全忘了媒體作為守門人和把關監督者的角色。

民主社會的公民，需要的是一個可以深入討論的公共空間，可是台灣恰恰好就是欠缺這樣一個空間。

殷海光基金會在20年前（2004年）出版了由清華大學教授李丁讚主編的《公共領域在台灣：困境與契機》¹。這本書主要從政治、社會、歷史及傳播各個角度探索台灣公共領域的概況，書中再三致意的核心關懷是：公共領域為何無法在台灣的市民社會中出現？書中的幾位作者從各自的知識領域提出台灣無法產生公共領域的原因。

社會學者李丁讚認為，情感認同取代理性論辯，大家又回到了前現代的生命共同體的道德和榮耀之中。「在這個意義下，我們認為台灣民族主義的出現，是一種市民社會的撤退。」²（李丁讚，2004b：43）他進一步點明，1993年新黨的正式成立，宣告了中國民族主義的復甦和反擊，台灣變成一個撕裂的社會，公共領域的命運也就可想而知了。（李丁讚，2004b：43）

另一位作者，哲學背景的钱永祥在他負責的一章結論中指



出「台灣民主的發展，雖然已經形成純熟的選舉式民主、甚至經由選舉實現的政黨更替，可是由於歷史與社會原因，台灣的民主受到敵我型政治觀的詛咒較深，直接妨礙了公共性的發展，因此還未能容許公共領域有所成長，出面扮演較為積極的角色。」³（錢永祥，2004：142，強調為筆者所加）

歷史學者陳弱水從中國的童蒙書、家訓和善書中，追尋傳統心靈中的社會觀，發現「近世中國社會觀的一個關鍵特色是對親友鄰里以外的世界抱持防禦的態度，這個傾向當然妨礙人們對公共事務產生參與感或理解的興趣。」⁴（陳弱水，2004：108）陳弱水的研究進一步發現，傳統心靈中的另一個集體社會價值觀是「慈善救濟」。以上兩種社會觀，對於公共領域的形成造成了負面的影響。

社會學者吳介民，在和李丁讚合寫的論文中⁵也指出，「民間社會之信任基礎的理念型，乃是基於情感召喚的信任（即「搏感情」）；而公民社會之信任基礎，則是基於說理論辯的信任（即「講道理」）。一個公共領域的締造，需兼顧二者——動之以情，說之以理。作為民主運動的實踐者，需要優游於此兩種信任場域，方能說服社區民眾走向一個現代型的公民社會。」（吳介民、李丁讚，2005：123）

20年前的這本書對於我們理解台灣社會的氛圍，以及為何有統獨之爭、藍綠惡鬥，進而不利公共領域的出現有所助益；對於我們分析台灣的大眾媒體何以無法成為公共討論的空間，例如媒體為何也是區分藍綠統獨、各擁其主？可能也可以有若干幫助。

其實，台灣媒體的問題沒有那麼複雜，表面看是意識形態之爭，實質純粹就是一個市場考量。包括本文一開始所關心的議題，大眾傳播媒體何以甘願「接力」製播傳散政治網紅所散播的訊息，而完全忘了媒體作為守門人和把關監督者的角色，出發點就是市場考量。從新聞製播流程看，政治網紅只是媒體的眾多消息來源之一，他們會受到媒體青睞，純粹因為他們可以刺激收視。

對於消息來源的分析，一般可以區分自由多元典範和馬克思典範兩種，前者認為社會是由互相競爭的利益團體所組成，沒有任何團體可能屬於永遠的主導地位；因此媒體享有相當的自主權，不受政府、政黨、財團、壓力團體，更不至於受政治網紅的操控。馬派學者則認為，有權力（包括有收視潛力）的消息來源，才是「初級界定者」（primary definder），新聞媒體只是「次級界定者」（secondary definder）⁶，根本沒有自主權可言。

台灣自詡是一個自由多元的社會，但是以媒體的表現而言，毋寧更適合用馬派典範來分析。換言之，媒體老闆、財團、政府、政黨和今天被凸顯的政治網紅才是新聞的「初級界定者」，新聞媒體的「自主權」在哪裡，恐怕要用顯微鏡來找尋。

當媒體及新聞工作者放棄了自己的自主權，放棄了作為守門人和把關監督者的角色，淪為政府、政黨、財團、壓力團體，甚至是政治網紅操控的對象，民主的喪鐘即將敲響。



【註釋】

1. 李丁讚主編（2004a）。《公共領域在台灣：困境與契機》。台北：桂冠。
2. 李丁讚（2004b）。〈導論：市民社會與公共領域在台灣的發展〉。李丁讚（主編），《公共領域在台灣：困境與契機》，頁 1-62。台北：桂冠。
3. 錢永祥（2004）。〈公共領域在台灣：一頁論述史的解讀與借鑑〉。李丁讚（主編），《公共領域在台灣：困境與契機》，頁 111-146。台北：桂冠。
4. 陳弱水（2004）。〈傳統心靈中的社會觀：以童蒙書、家訓、善書為觀察對象〉。李丁讚（主編），《公共領域在台灣：困境與契機》，頁 63-109。台北：桂冠。
5. 吳介民、李丁讚（2005）。〈傳遞共通感受：林和社區公共領域修辭模式的分析〉，《台灣社會學》，9：119-163。
6. 這是知名文化研究學者S.Hall的理論觀點。

當新聞記者的薪水養不活自己

好記者是好的新聞媒體的基礎，沒有好記者，做不出好新聞，沒有好新聞的媒體，究竟還剩下甚麼？

近日，兩位轉型到大學傳播院系任教的資深媒體人，不約而同地提及目前新聞記者薪資結構的不合理。

一位提到他在九〇年代初剛跨入新聞界當駐地記者時，薪資是2.7萬元，加上一些特稿和照片，可以領到差不多3.2萬元。他認為可悲的是，在三十多年後的今天，新聞記者的起薪依然是3萬元左右。問題是，30年前的3萬元和今天的3萬元，價值並不相同，30年來，房價漲了，水電瓦斯費漲了，外食費也漲了。這樣的薪資結構，如何留住優秀人才？

另外一位提到她教過的一位非常優秀的學生最近離開媒體業了。因為這個學生實在太優秀了，擔任老師的她特地打電話去了解，得到的答案是，這位年輕的記者在媒體咬牙拚了2年，實在過不下去了，尤其家不在台北，需要在台北租屋，平時也無法自己開伙多靠外食。這樣雖有滿腔的記者魂和熱情，但是



確實活不下去了。這位老師說，她住家樓下貼出的餐廳外場服務人員的起薪都還有36000元，比要負起捍衛新聞自由的新聞記者還高。

這是甚麼不堪的狀況？

其實，台灣的有線電視產業除了記者薪資偏低外，編輯（含編播）、工程人員（含IT、動畫）的薪資，普遍不如業界，而且相差甚鉅，想要徵聘新人或留住優秀人才，只會越來越困難。在人力資源的母數無法增長的現況下，電視台間彼此相殺挖角的競爭也是血流成河，通常3千元就可以把一個人家辛苦栽培了2年的新人「輕易」挖角過去。工程、IT及動畫人才則一個一個往產業界跳槽，當跳槽後薪水可以翻倍或更豐盈時，電視台的主管也只能說「祝你好運、後會有期」，含淚望著離去的員工。

我昨天重看《郵報：密戰》（*The Post*）這部由史蒂芬·史匹柏執導，莉茲·漢娜與喬許·辛格編劇，並由梅莉·史翠普與湯姆·漢克斯等人主演的重磅影片，內容談的是《華盛頓郵報》發行人凱瑟琳·葛蘭姆¹（梅莉史翠普飾演），也是美國第一位女性報紙發行人，以及報社編輯班·布萊德利（湯姆漢克斯飾演）攜手合作，如何使出全力和時間賽跑，趕在《紐約時報》之前揭露一件牽連4屆美國總統任期、長達30餘年的龐大掩蓋事件：越戰，進而參與一場記者與政府之間的空前鬥爭的故事。也就是一般熟知的「五角大廈文件事件（The Pentagon Papers）」。

影片中除了生動呈現《紐約時報》和《華盛頓郵報》在此

攸關美國新聞自由的重大事件中，如何既競爭又合作地成功在美國憲法法院中以6比3票數獲得勝利，得以完整報導五角大廈文件的過程。影片中另有一個細節是引起我特別注意，也特別有感的是，就是凱瑟琳·葛蘭姆為了拯救《郵報》，將其發行上市時對於股價的斤斤計較。

她在和銀行家們協商的過程中，堅持一股應該要價27美元，而銀行家們咬定24.5美元。凱瑟琳·葛蘭姆表示，這樣一口氣《郵報》就損失300多萬美元，而300多萬美元可以讓她多聘25位記者，且付足5年的薪水。

有這樣的報老闆，我們就可以了解《郵報》為何可以從一家地方型的報紙成長為全國性大報，而且在五角大廈文件和隨後發生的水門事件中，扮演如此關鍵性的角色。《華盛頓郵報》的優秀記者如布萊德利、貝迪肯恩、伍華德和柏恩斯坦，更因為他們的傑出報導而留名青史，為全球記者樹立典範。

我在數年前做過台灣女報人的口述歷史，其中印象深刻的一幕是，某位女報人對我說：「我這輩子最大的願望是能夠栽培出10個像《經濟學人》擁有的那樣的『大』記者，余願足以。」。

好記者是好的新聞媒體的基礎，沒有好記者，做不出好新聞，沒有好新聞的媒體，究竟還剩下甚麼？因此，如何透過薪資結構的調整徵聘到、且能留住優異的新聞工作人才（含編播、工程、IT、動畫等），是有線電視產業當務之急。而且，動作要快、非常快。



【註釋】

1. 葛蘭姆的自傳，〈個人歷史——全美最有影響力的女報人葛蘭姆〉（*Katharine Graham: Personal History*），（上）、（下）兩冊均由天下文化出版。出版日期為1998/11/15。譯者為尹萍。



鏡電視公評人報告

2024 年 8 月號

發行人 鄭優
總編輯 翁秀琪
執行編輯 羅君涵、劉琮琦（鏡電視外部公評人辦公室）
劉佳旻（本屋女子出版實驗工作室）
協力編輯 孫溫柔（鏡電視外部公評人辦公室）
封面暨美術設計 林銀玲（木木創設工作室）

發行所 鏡電視股份有限公司
地址 台北市內湖區堤頂大道一段365號1樓
電話 02 7752-5678
網站 www.mnews.tw
創刊日期 2021年7月30日
出刊日期 2024年8月31日

