



大新店地方新聞自律委員會會議紀錄

- 日期：106年12月25日(星期一)下午14點30分
- 地點：臺北市內湖區洲子街98號R2會議室
- 出席委員：
世新大學副校長 陳清河
政治大學廣播電視學系副教授 盧非易
財團法人創世社會福利基金會新店分院院長 張淑娟
- 列席人員：
總經理 王鑾生
節目部經理 周姣詠
節目部新聞組組長 張雯琪
節目部製作組組長 張芳琪
節目部新聞組攝影 陳正平
節目部新聞組攝影 楊邦友
- 第四季 討論議案：
 - 新聞廣告化.廣告新聞化問題存在已久，播報時只要在旁白.畫面中避開廠商.店家名稱，就不違反播報原則嗎？當中尺度應該如何拿捏?範例與連結：20170718中天新聞 頂級咖啡豆+金箔 總裁級咖啡1杯1千
<https://www.youtube.com/watch?v=mc-c-eD-qKo>

新聞自律委員會委員指導：

1. 世新大學副校長 陳清河：

新聞廣告化、廣告新聞化，剛剛那則新聞場合可看出後面很多腳架，就像是個發表會、說明會或特定廠商希望報導，就請大家來，中天新聞算避得還滿有技巧的。有馬賽克外也找了不幾個不同的個案，打散不會只有單一品牌，因為通常來講，置入，比較明確是單一廠牌、單一的地點、價格、電話，如果呈現出來就很容易被罰，這個是第一個看法。

第二個是如果以後去採訪時，最好不要為單一廠商做宣傳的感覺，縱使沒有置入，但是若被提出討論，就跳到黃河也洗不清了。以前我們處理過的個案就是記者不知情，去採訪還被罰，說理也說不清。

所以未來如果有碰到這種場合時，新聞上需注意：第一、不是單一個廠牌，單一特定的物品，如果用更多的廠牌、更多的物品去比較的話，問題就會降低很多；第二、

就是新聞長度，整個畫面的比例，還有單一物品在整則報導中佔的長度過長，一眼就知道是置入、業配新聞的話，那就比較麻煩；第三、播映次數過多，也會張顯出業配新聞的感覺。所以很多是於後段編輯，採用馬賽克的方式，馬賽克的確適一個方法，表示你已經注意到，所以到時候被指責時就可以說我們已經盡量在做了，拍得很廣、很遠或不是單一廠牌，把某個單一廠牌的LOGO貼掉了，這部分只有這樣處理，我能提供的建議大概是這樣。

2. 政治大學廣播電視學系副教授 盧非易：

這則新聞處理得很謹慎，還滿高技巧的，所以是有經驗的業配做法。有三個地方比較有疑慮，第一就是總裁咖啡，總裁咖啡如果是產品名稱，可能就會被檢討，如果是總裁級咖啡，作為形容詞描述勉強可以，如果那個廠商有一個單一產品叫做總裁咖啡，就容易被指稱是對產品做單一報導。

第二個就是五月天的咖啡店，用人物來做一個新聞的引言，坦白說不是無可厚非，因為觀眾有時就會被吸引，但是他把「stayreal」，很明顯就是五月天的品牌打在畫面上，不像另外兩家避開，為什麼「stayreal」可以打出來？報導時借用名人來說明現象是OK的，但把品牌打出就不是很合適。

第三個，記者的口白寫作時有點問題，特別是第一條針對這一家的產品做描述，而不是關於高價咖啡的描述，感覺有報導單一產品的感覺，因此這則新聞雖稍有技巧，但還是有剛說到的三個點可做改進。大家可以再注意一點。

3. 財團法人創世社會福利基金會新店分院院長 張淑娟：

無意見。

問題討論：

Q (節目部新聞組組長 張雯琪)：

某些報導用人做切入，但其實就是針對單一店家做報導、專題不違法嗎？

A (世新大學副校長 陳清河)：

現在有很多都是報導單一場地、農場之類的，然後介紹得很細緻，但是隱約之間它不是一個商品，而是一個正面的導正社會或留下正面的觀點，所以就是無罪推定。

Q (節目部新聞組組長 張雯琪)：

所以拍到餐廳名稱有關係嗎？

A (世新大學副校長 陳清河)：

有很多家的餐廳名稱就可以。

● 臨時動議：

無