

108 年第三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 108 年第三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 108 年 07 月 01 日至 108 年 09 月 30 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 1377 通，與上一季的來電總數 1358 通相比較下，本季的總來電通數為增加。第二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、「教學節目中心」的教材、節目 DVD 購買及「新聞部」的其它。

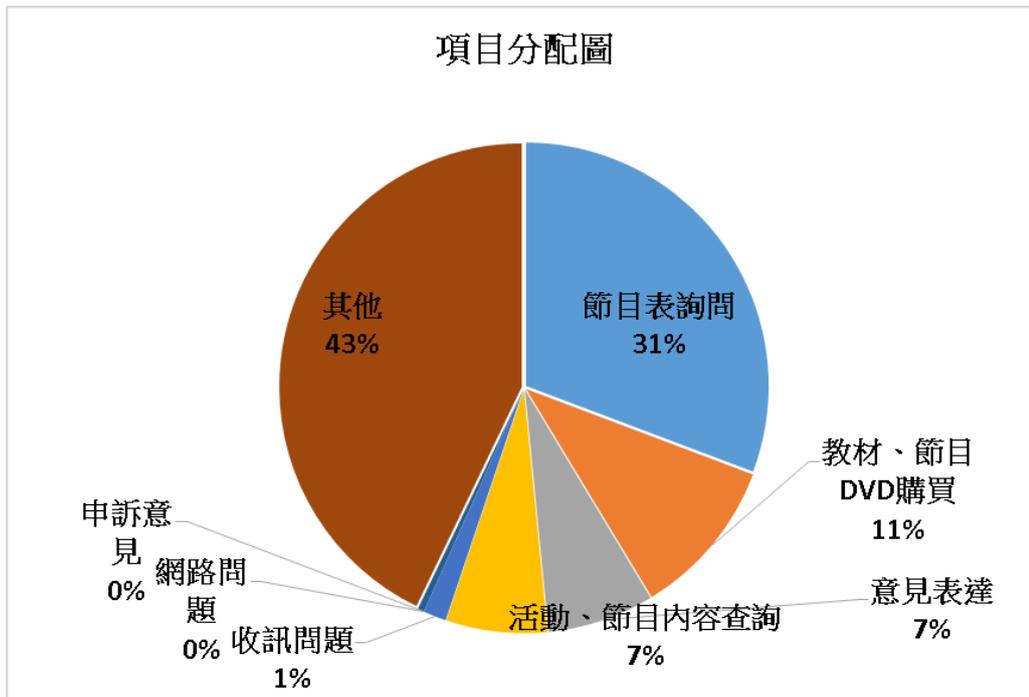
附表一 108 年度第三季觀眾意見調查統計表

	節目表詢問	教材、節目 DVD 購買	意見表達		活動、節目內容查詢	收訊問題	網路問題	申訴意見	其它	總結
			正面	負面						
節目部	288	5	68		25	0	0	0	13	399
			3	0						
教學節目中心	127	141	6		28	0	0	0	0	302
			0	0						
新聞部	8	0	22		40	0	0	5	197	272
			1	0						
工程部	0	0	0		0	21	0	0	6	27
			0	0						
新媒體部	0	0	2		0	0	0	0	50	52
			0	0						
其他單位	0	0	0		0	0	0	1	324	325
			0	0						
總結	423	146	98		93	21	0	6	590	1377
			0	0						

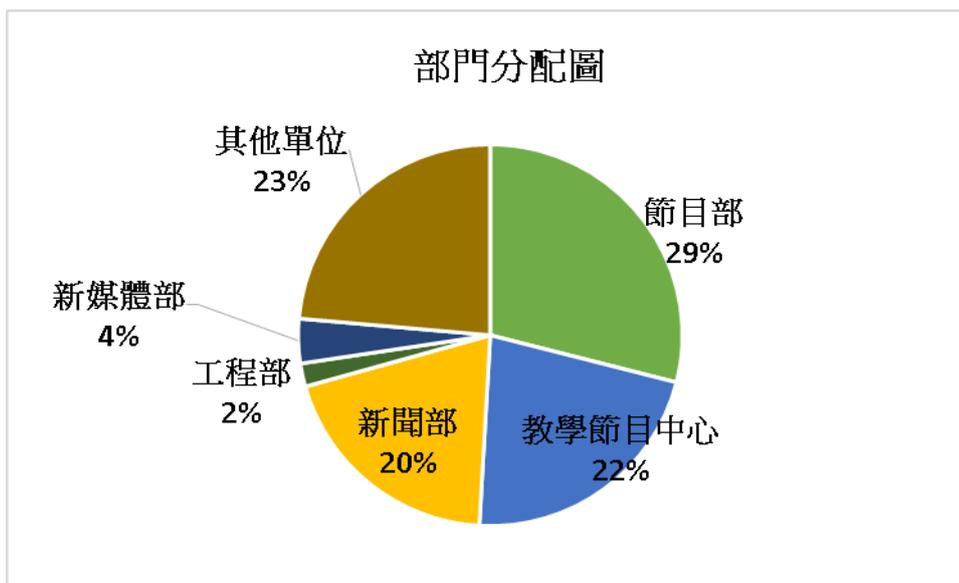
觀眾意見以節目表詢問、教材、節目 DVD 購買及其它為多，比例分別為 31%、11%、43%。（如附圖一）。

觀眾意見依部門別交叉統計可得，致電意見與節目部、教學節目中心、新聞部有關為最多，比例分別為 29%、22%、20%，總合佔所有觀眾意見的 75%。（如附圖二）。

附圖一 108 年度第三季觀眾意見類別比例圖



附圖二 108 年度第三季觀眾意見各部門比較圖

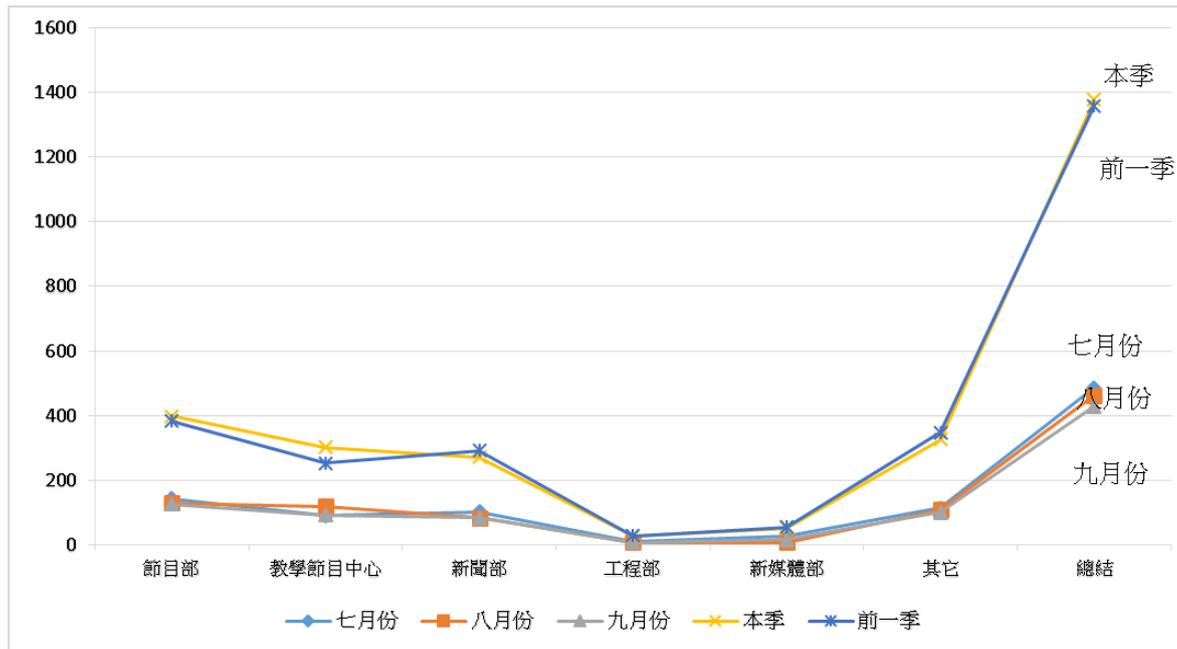


第三季各月份各部門觀眾意見交叉表(如附表二、附圖三)所示，部門別則以節目部、新聞部、教學節目中心的觀眾意見數為多，如下：

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
七月份	143	91	103	10	26	114	487
八月份	130	119	85	9	9	110	462
九月份	126	92	84	8	17	101	428
本季	399	302	272	27	52	325	1377
前一季	383	253	292	28	55	347	1358

附圖三 第三季各月份各部門觀眾意見比例圖



二、第三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【姊的時代】、【鬥陣來鬧熱】、【俗女養成記】、假日綜藝【超級同學會】、【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【華視晚間新聞】、【華視新聞雜誌】、【華視在地新聞】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—以新聞部為多。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：【俗女養成記】播出時間；【新哆啦A夢】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—以新聞部為多。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) 桃園、新竹、南投、台中、高雄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「法務部推法拍課 100 名額 2 小時搶光！」新聞畫面，當事者反映記者採訪時有明確表達不願意受訪及入鏡，希望尊重意願和個人權利，儘速下架新聞。--8 月 15 日寄出意見處理表給新聞部，截至 9/12 尚未收到後續處理情況。
 2. 反映「為了寵物反目 樓上樓下鄰居互告」新聞內容，當事者陳先生來電反映，此新聞內容偏頗不公正，對方惡人先告狀，女兒處理寵物大便的影片對方都不提供，只單方面提供對他們不利的畫面，6 月也是對方先攻擊辣椒水，但在新聞一開始放上他攻擊的畫面，造成大家誤解他是惡鄰居，陳先生不接受下架新聞，希望記者主動聯繫，讓他澄清此新聞內容，此新聞造成大家對他誤解，對新聞內容非常不滿。--8 月 16 日寄出意見處理表給新聞部，截至 9/12 尚未收到後續處理情況。
 3. 反映「公寓廂型車自燃 9 住戶驚逃 4 人嗆傷」新聞畫面，徐先生留言表示，採訪時並沒有說明是華視新聞記者，也沒有說明訪問會上電視，而且由於起火原因事後確認並非汽車自燃，這段新聞會嚴重影響房客的事後官司，請華視新聞將該相關影片下架。--8 月 20 日寄出意見處理表給新聞部，當日香蘭主任回覆，經了解本則新聞後續已演變成「縱火糾紛案」，因「新聞部」不是事主，即使向新北市消防局火調科查詢起火判定，該局也以「非當事人」為由不能透露；但消防局承辦員知道查詢原因後告知：起火點是在汽車停放地點。目前，新聞已下架 youtube，而 yohoo 等網頁尚未同步下架；建議：若許先生再來電要求下架，請當事人出具新

北市火警鑑識報告佐證，再行下架。爾後，若有新聞涉及爭議時，也建議要求對方必須提出佐證資料；確保華視新聞的專業與權威。因當事者並未留下電話，沒有收到後續反應。

4. 反映「打破靈魂之窗 一眼賠 131 萬」新聞內容，當事者留言表示這則舊新聞不符合事實，未經同意就將名字報導出去，完全不顧受害人感受，希望能移除相關報導和名字。--8 月 21 日寄出意見處理表給新聞部，當日香蘭主任回覆，已致電徐先生，此新聞是發生在 2004 年 03 月 01 日新聞，該案為兩肇雙方私人衝突糾紛；徐先生表示，遭打瞎雖獲賠償，但多年來因此一直工作不穩定，最近找到工作又發現這則新聞被資蒐出來，身為被害人，新聞露出姓名涉及個資外洩，也影響他的工作。已通知下架。
5. 反映「惡師毆特教生仍續聘 家長控學校包庇」新聞內容，校長來電表示當時是因為學生先攻擊老師，才變成雙方有打的動作，事後家長也理解，結果影片被有心人士利用，假裝家長進行爆料，導致事實陳述上觀點偏頗，此新聞在 YOUTUBE 上流傳，影響學校聲譽，希望華視可以協助全面下架此新聞。--8 月 27 日寄出意見處理表給新聞部，當日香蘭主任回覆，已與台南啟智學校校長林宏澤、南部中心特派昀燕聯絡，經確認新聞應有的馬賽克均作了保護，新聞內容也無錯誤。經再度回電給林校長說明：「新聞下架有一定的程序與理由」，而本新聞並無錯誤，沒有理由下架；況且新聞報導也具有提醒與警世作用。林校長表示，能夠理解，未再要求。建議：本新聞無誤，不必下架。黃經理也回覆如果報導沒有錯誤、應該有的個資保護也做到了，校長也能理解，也支持不必下架。

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。