

# 109 年第二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 109 年第二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 109 年 04 月 01 日至 109 年 06 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 1237 通，與上一季的來電總數 1241 通相比較下，本季的總來電通數為減少。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」的節目表詢問及「新聞部」的業務。

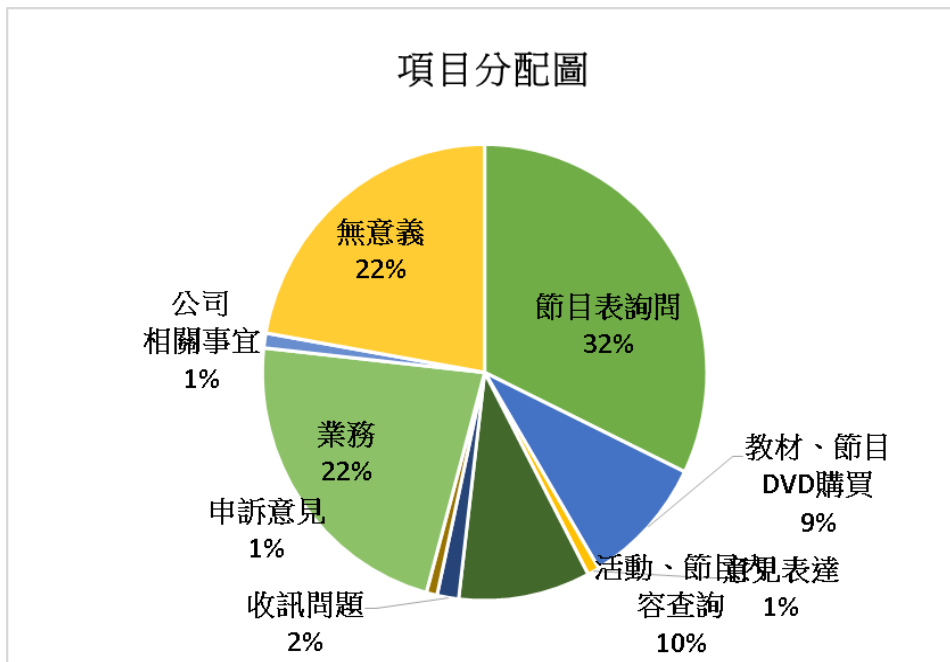
附表一 109 年度第二季觀眾意見調查統計表

	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	226	12	64		66	0	0	10	0	0	378
			0	0							
教學節目中心	139	94	8		25	0	0	0	0	0	266
			0	0							
新聞部	4	0	26		19	0	8	159	0	0	216
			0	0							
工程部	0	0	0		0	18	0	3	0	0	21
			0	0							
新媒體部	0	0	2		0	0	1	36	0	0	39
其他單位	0	0	0		0	0	0	50	12	255	317
總結	369	106	10		110	18	9	258	12	255	1237
			2	0							

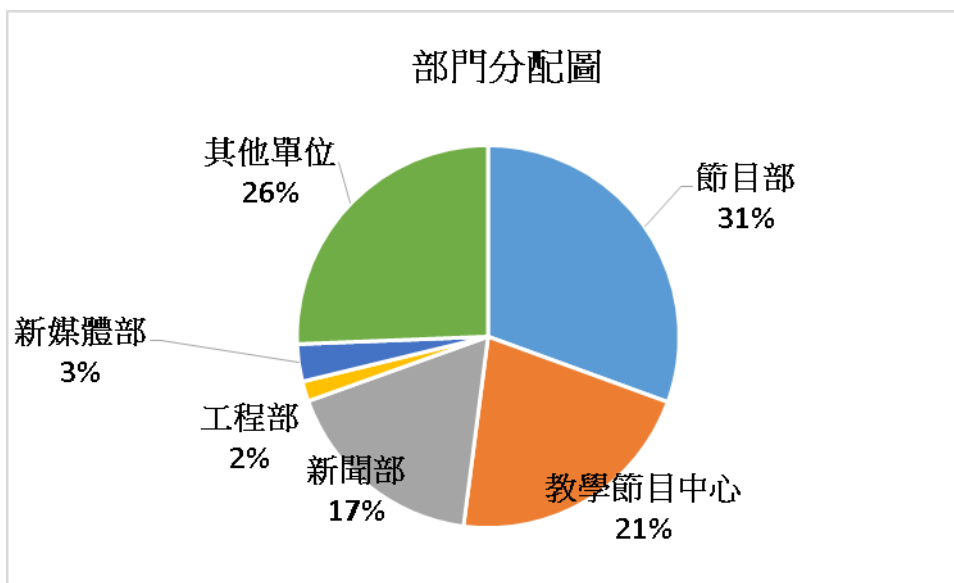
觀眾意見以節目表詢問、業務及無意義為多，比例分別為 32%、22%、22%。（如附圖一）。

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、其他單位有關為最多，比例分別為 31%、21%、26%，總合佔所有觀眾意見的 78%。（如附圖二）。

附圖一 109 年度第二季觀眾意見類別比例圖



附圖二 109 年度第二季觀眾意見各部門比較圖

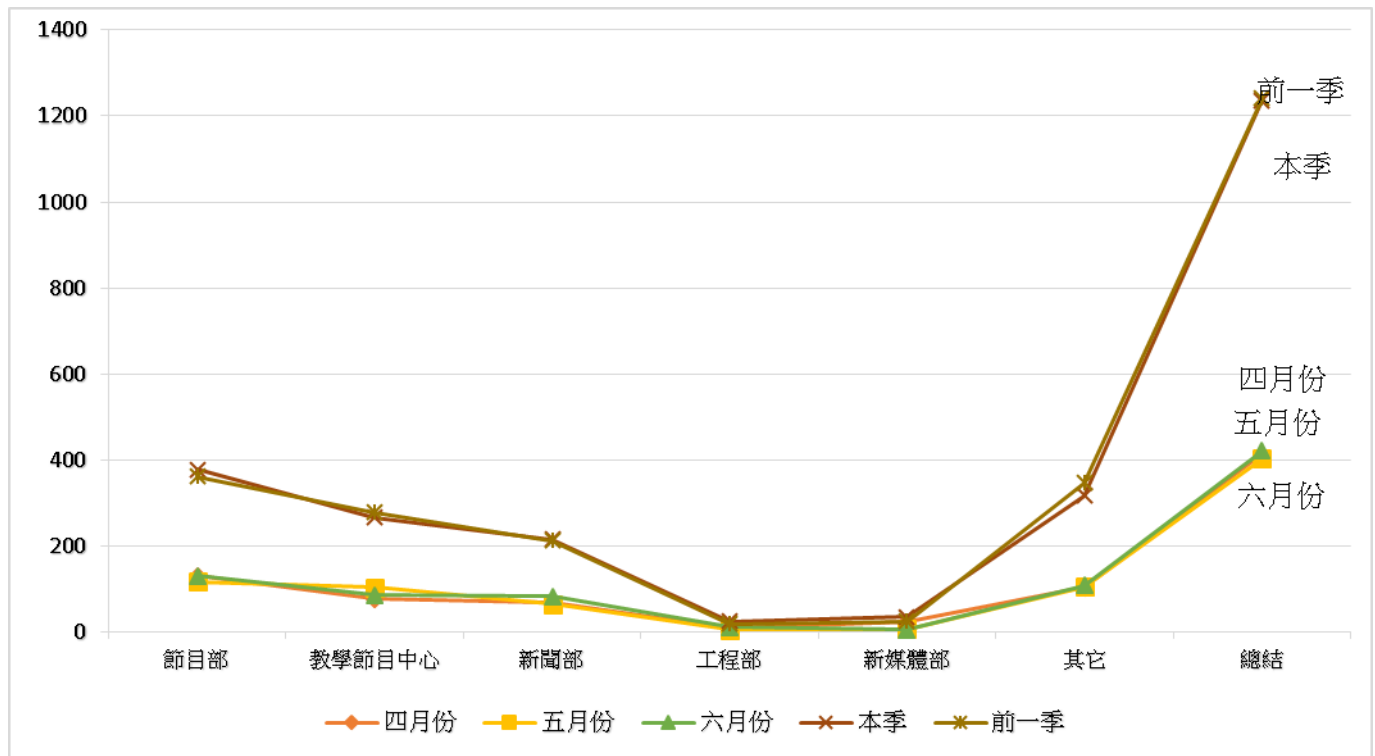


第二季各月份各部門觀眾意見交叉表(如附表二、附圖三)所示，部門別則以節目部、教學節目中心、新聞部的觀眾意見數為多，如下：

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
四月份	131	77	69	9	23	104	413
五月份	117	104	65	5	7	105	403
六月份	130	85	82	11	5	108	421
<b>本季</b>	<b>378</b>	<b>266</b>	<b>216</b>	<b>25</b>	<b>35</b>	<b>317</b>	<b>1237</b>
<b>前一季</b>	<b>361</b>	<b>278</b>	<b>213</b>	<b>19</b>	<b>24</b>	<b>346</b>	<b>1241</b>

附圖三 第二季各月份各部門觀眾意見比例圖



## 二、第二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【若是一個人】、【姊妹們 追吧】、【老姑婆的古董老菜單】、【包青天】、綜藝【台灣好滋味】、【台語我上讚】、【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【華視在地新聞】、【華視新聞雜誌】、【華視夜間新聞】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：【若是一個人】播出時間；【姊妹們 追吧】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) 新北、北投、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. 反映新聞「口罩可重複用？台大教授:40度C烘30分鐘新聞」新聞內容，新聞內容提及未經驗證，但又提及已是商品的病毒崩和奈米銀，覺得是否有廣告此兩種商品之嫌，未經求證也沒有證據證實使用病毒崩或此產品就可以消毒，華視卻明顯拍出廠商的名稱，以及誤導消費者，華視為公廣集團成員，標榜公平公正，又和所謂事實查核中心合作製作打假特攻隊，上述新聞若未經證實就做成新聞，是否違反相關規定，且做假新聞及置入性行銷之嫌，使用40度並不能殺菌消毒，華視卻一直播出此內容，在這種非常時期還幫廠商做置入。--4月20日寄出意見處理表給新聞部，4/23新聞部編審回覆，已於4/22召開會議，並充分檢討與檢視相關新聞報導內容，除了下架部分新聞外，也與新媒體部門討論下架新聞之修改方式。
2. 反映「埋線減肥致蜂窩炎 差點沒命！」新聞內容，該中醫診所發函通知此新聞事件最後是不起訴處分確定，經過地檢署、衛生福利部行政機關認定無過失，且該新聞內容華視是依爆料者敘述之報導，內容與事實情況不符，希望華視可將此新聞撤除。--4月21日寄出意見處理表給新聞部，截至6/29尚未收到回覆。
3. 反映「太危險！男童站火炎山懸崖拍照」新聞畫面，凱特文化來電表示新聞畫面使用到該公司部落客小孩的照片，該部落客從未授權華視使用孩子照片，請華視盡速將此新聞下架。--

已於5月12日寄出意見處理表，5/14陳編審回覆，已要求中部中心和吳小姐聯絡，中部記者未經照片版權所有人同意即使用照片，遭凱特文化要求新聞下架，考量新聞內容仍有保留價值；請新媒協助新聞影像下架，改用截圖(不得使用男童畫面)、文稿修改後保留。

4. 吳先生來電反映因Facebook粉絲專頁「3Jane」使用華視新聞片段介紹「超迷你冷氣」(使用的是華視新聞「台北家電展登場 新奇電器超夯」)，覺得華視介紹過的商品有可信度所以購買，但實際收到商品外觀一樣但完全沒有影片裡提到的功能，希望華視可以協助處理這個問題，不要再讓更多人受害。--已於5月18日寄出意見處理表，5/19陳編審回覆與吳先生聯絡，他反映:看了華視兩則報導後，買了產品來試用。試用後與報導內容完全不一樣，根本是詐騙，5/20陳編審回覆與採訪中心廖林主任討論後，因內容有爭議，新聞已下架。另，本報導遭臉書粉絲頁盜用作為產品宣傳部分，已透過臉書提出檢舉。
5. 反映「破國營事業代考 考29次牟利逾5千」新聞畫面，郭小姐來電表示報導中所採用的是他們公司的外牆招牌，但國營事業代考弊案一事和他們無關，附近商家、本班學員及職員都可以辨識，希望能撤換該張照片，以免影響本公司的觀感。--已於6月10日寄出意見處理表，陳編審回覆已將新聞影音下架，也會回覆業者。
6. 反映「自稱另類治療師 婦針灸後猝死」新聞畫面，沈先生來電表示新聞畫面使用到他們鼎妍中醫中醫師扎針畫面，放在此新聞內遭人誤會他們是密醫，也沒有事先通知，嚴重影響聲譽，請華視立即說明處理，不然會馬上請律師處理此事情。--已於6月10日寄出意見處理表，陳編審回覆已和對方聯繫，對方不同意這些美容針灸畫面做此負面新聞畫面，且使用前也未徵詢對方同意，因此要求下架新聞，這則新聞已申請下架影音，改用截圖(不鏽鋼針灸)。
7. 反映「菲國進口醬油 3-單氣丙二醇超標2.5倍」新聞內容，「A贏黑豆清蔭油」負責人來電表示，此新聞內容完全錯誤，消基會查驗結果他們是沒有問題的，是推薦給消費者購買的，但新聞內容竟然寫他們的醬油不合格，完全不是事實，此新聞報導誤導消費者，嚴重影響商譽，請華視立即處理並說明後續會如何處理，不然會請律師協助處理此事件。--已於6月15日寄出意見處理表，陳編審回覆已向該單位聯繫致歉，是記者匆忙間誤植了品牌名稱，已將網頁作了修正，除影音下架改用截圖外，文稿已作了更正並正式在網頁向農會致歉。
8. 反映「捲入暗流漩渦 泰安水雲吊橋釣客送命」新聞畫面，新聞當事人家屬來電表示，此新聞屍體相關畫面，家人看了十分痛心希望華視將新聞撤下。--已於6月27日寄出意見處理表，6/29陳編審回覆華視自律諮詢委員會已開完會議，會中播放新聞影像檢視後認為，畫面已作了馬賽克的保護，考量夏日溪流遇險頻繁，此則新聞具有警示意義，委員決議"無須下架"，也回覆了申訴人。

**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。