

108 年第 2 季 <壹電視綜合台 節目諮詢委員會>

一、開會地點：年代網際事業股份有限公司

台北市內湖區瑞湖街 39 號 8 樓

二、開會時間：108 年 07 月 11 日(星期四) AM 11:00

三、會議主席：節目部副總經理 常立欣

四、與會人員：

● 節目諮詢委員會 諮詢顧問委員三名

(一) 國立政治大學廣播電視學系 教授 王亞維

(二) 東吳大學企業管理系 助理教授 歐素華

(三) 台北市立大學副教授兼幼教系主任 林佩蓉

● 節目部 委員二名

(一) 節目部 副總經理 常立欣

(二) 壹綜合台 企劃 孔舒樺

五、列席：

(一) 節目部 經理 張怡榆

(二) 節目部 企劃 曹巍馨

(三) 法務室 專員 蔡巧倩

會議記錄表

會議日期	108 年 07 月 11 日 (四) AM 11:00		會議地點	八樓會議室
召集單位	節目部 副總經理 常立欣		會議紀錄	孔舒樺
與會人員	諮詢委員： 1. 王亞維 2. 歐素華 3. 林佩蓉	節目部委員： 1. 常立欣 2. 孔舒樺	節目部列席： 1. 張怡榆 2. 曹巍馨 3. 蔡巧倩	
議題：108 年度 第 2 季「壹電視綜合台」節目諮詢委員會				
發言人	發言內容			
主席：常立欣	未來打算企劃可分別在電視與網路平台上播放的節目，期許能在電視上獲得收視，也能在網路吸取流量，但兩者在產品置入與言論的尺度上差異大，因此希望能找到平衡點。以友台節目將「電視版」後製處理為「網路版」為例提出討論。			
<p>●討論議題：(觀看 3 分鐘影片)</p> <p>針對一般觀眾收視習慣的改變，目前正在企劃一個兼顧網路平台分享與電視頻道播放、由短篇影片組成的節目。然而因為電視媒體與網路平台在播出尺度、產品置入等的限制有很大的差別，請問應如何找到平衡點，兼顧有關單位對於電視播出的規範，也達到吸引網路流量與內容商機的效果。</p> <p>●討論案由：</p> <p>例如：友台節目會將電視播出內容的置入片段增加產品名稱、LOGO 等包裝後在網路上播出；而 YouTuber 通常直接說明產品名稱及功效，言論尺度較不受明確管制；電視台面臨收視人口與置入商業利益都被網路瓜分的情況，新節目應如何顧及電視收視率及網路點閱率？</p>				
<p>● 諮詢委員綜合意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 電視是屬於高管制、無差別播放，但網路影片因為是被點選的，所以在某種程度上觀眾具有自主性，兩個平台有其不同的特性，因此友台的做法可供參考，除非未來主管機關訂立新的規範標準。 2. 以節目經營來看網路一定要發展，且小編功力非常重要，可藉由此角色去帶動話題。在置入中若有想幫廠商強調的特點，或許不一定需要透過節目呈現，而是讓小編在留言區與網民互動達到置入所需要的效果。 3. 有關節目的置入，希望能依產品類型而有所調整，建議若為食品宜以大廠牌為主，對於兒童的健康也有所保障，減少疑慮。 				
結 語				
依目前規範而言，可參考友台將節目「電視版」包裝為「網路版」的方式，重點還是內容要好看，不管在電視或網路上都能吸引觀眾收看，並可透過小編的經營來增加網路區塊的影響力。				