

作假醜聞連環爆 BBC 聲譽蒙塵

策發部 曹琬凌 2007/7

一向以真實、正確為節目製播核心價值的英國公視 BBC，最近接二連三地爆發造假醜聞。當英國平面媒體紛紛以「BBC 的羞恥」(Shaming of the BBC)、「欺騙」(cheats) 等斗大的標題大幅報導，BBC 也陷入重大的公眾信任危機。總經理 Mark Thompson 已下達命令，將以「零容忍」對付未來違反製播準則的事件，並即刻展開系列行動方案，盡快收拾目前的混亂局面。

連串的醜聞，已經衝擊到BBC在民眾心中的地位。根據一項最新的民意調查顯示¹，六成民眾對BBC的信任不如從前；尤其 65 歲以上的長者對BBC的信任度跌落最厲害，高達 67% 者認為，BBC 不像以前一樣值得信賴。而這一切要從導致英國廣電主管機關Ofcom開罰五萬英鎊的事件說起。

招牌兒童節目造假 Ofcom 罰款 史無前例

BBC One 製播將近 50 年的招牌兒童節目「藍色的彼得」(Blue Peter)，去年 11 月底在其年度慈善性質單元，推出「這是誰的腳」電話猜謎遊戲，電視機前的孩子們若猜對了可以獲得玩具作為獎品。叩應電話採用高費率付費電話 (premium rate)，每通收費 10 分 (pence)，其中 3.25 分捐贈聯合國兒童基金，其餘則用來支付架設電話線路費用。沒料到節目 Live 播出時，電話系統臨時故障，為了使節目順利播出，該節目研究員臨機應變，決定從棚內參觀來賓中找一位小女孩冒充搶答成功者，告訴她正確答案，並要她說是「從倫敦打來的電話」。

節目傍晚五點該節目在 BBC One 順利播出後，稍後六點半又在 CBBC 兒童頻道重播。重播時畫面雖打上「電話搶答已經截止」，仍有 3500 通搞不清楚狀況的兒童觀眾打電話進來，即便假的優勝者早已經「產生」。

要不是今年三月一封來自當天現場觀眾的 e-mail 檢舉信寄到 BBC，這起造假事件在發生後的好幾個月，BBC 管理高層還被蒙在鼓裡。2007 年 3 月 14 日 BBC 主動發佈訊息，承認造假事件，除了在「藍色的彼得」節目中道歉，並隨機從當天搶答者中選出真正的優勝者。

雖然 BBC 做出補救措施，Ofcom 隨後仍展開調查，在 7 月 9 日判定該節目違反「廣電規範」(Broadcasting Code) 中有關公平競賽、以及保護 18 歲以下兒

¹ 這份民調訪問了 1,005 個成年人，由Guardian/ICM所執行。除了發現BBC聲譽受損，也發現所有電視台的信任度也空前低落，74%受訪者認為，電視上有些內容是作假的。

少權益的規範，宣佈罰款 5 萬英鎊。這是 Ofcom 2003 年成立後首次對 BBC 開罰，也是 BBC 成立八十年來第一次因為欺騙觀眾而受罰。

調查過程中，BBC 雖坦承錯誤，但認為此案無營利意圖，僅是資淺人員在現場轉播的高度壓力下所做出輕率而錯誤的判斷，不能以個案來代表整個機構。但 Ofcom 的調查卻認為，這不僅是一個資淺研究員的「無心之過」，其實突顯了 BBC 管理上的疏失：首先，此名人員事前並不清楚發生技術障礙的標準作業程序，並且在播出前還因擔心電話系統出問題，曾找包括節目製作人在內的同事討論卻未得到回應；而現場播出時錯已鑄成，節目製作人員居然沒有任何處置，仍舊在兒童頻道重播；最離譜的是，居然幾個月內都沒有任何內部的行動，讓 Ofcom 認為此欺騙行為嚴重枉顧兒童權益，BBC 責任無可推諉，因而決定開罰²。

女王事件再啟風波 全面檢視違規

沒料到隔不到三天，「女王一年回顧」紀錄片提供媒體的宣傳片段上，因為畫面剪輯誤導事實，讓平面媒體聚焦報導女王失態、憤而離場，造成輿論嘩然。該紀錄片是 BBC One 秋季排檔的重點節目，BBC One 台長 Peter Fincham 在介紹下一季新節目記者會上，播放了引起爭議的片段。這段畫面以明快的節奏向媒體介紹大眾所不知道的女王生活，其中包括女王伊莉沙白二世出訪美國之前，與知名攝影師 Annie Leibovitz 溝通造型，攝影師認為女王穿著太正式，建議女王脫下皇冠，下一個畫面呈現女王有些氣憤地走出去，還邊走邊說地表示：「不會作任何改變。」

這片段讓現場媒體記者大笑，更讓小報媒體見獵心喜，隔日紛紛以頭條大幅處理。但事後 BBC 卻發現，這段宣傳畫面違背事實，女王看似發怒離場的畫面，事實上是走進會場，而非離開。BBC 除了向女王與攝影師 Annie Leibovitz 道歉之外，也在 [BBC 晚間六點新聞](#)、[晚間十點新聞](#)、以及 [Newsnight](#) 做了深度報導。BBC 記者在評論中不諱言地指出，在 Ofcom 剛剛針對 BBC 造假罰款，嚴重衝擊大眾對媒體信任的時刻，又出現這樣的錯誤，真是分外尷尬又失格。而從結構面來看，此事件也凸顯了在頻道高度競爭的環境中，節目單位一味「搶獨家」的心態 -- 只是想盡辦法引人注意，卻沒有仔細設想可能的影響與傷害。

為了徹底檢討疏失，BBC 要求內部全面檢視從 2005 年以來，可能欺騙觀眾的情節。調查之後，BBC 承認嚴重違反節目製播規定、蓄意欺騙觀眾的節目竟

² BBC 超過七成的收入來自收視費，所以 Ofcom 對 BBC 罰款，猶如「全民埋單」，正因如此，英國國會決定 Ofcom 對 BBC 罰款金額每件最多 25 萬英鎊，低於商業媒體之罰款上限。雖然 BBC 主要的監管單位是 BBC Trust，仍須遵守 Ofcom 頒訂的「廣電規範」(Broadcasting Code) 的相關規定。

多達六個。不僅包括知名慈善特別節目，如「體育救助」(Sports Relief)、「喜劇救助」(Comic Relief)、以及「需要幫助的兒童」(Children In Need)，其他 3 個節目也都存在「真 call-in、假勝出」的造假現象，共同點都是節目播出過程出現技術問題，由節目工作人員冒充優勝者或是根本捏造不存在的得獎者姓名。

諷刺的是，上述情況不僅違反 BBC 引以為傲的「節目製播準則」中，將真實、正確 (Truth and Accuracy) 列為首要的核心價值，也未遵守採用高費率付費電話 (premium rate) 作為節目競賽設計須先提報的相關作業規定。



圖說：BBC 知名慈善特別節目「Children in Need」竟捲入造假醜聞，使外界相當震驚。

資料來源：<http://www.bbc.co.uk/pudsey/>。

不過，與台灣媒體造假事件的發生情境相當不同的是，BBC 無論是「藍色的彼得」事件，或是又發現六個節目作假，均是以自律的作法，主動對外承認犯錯。這與警方發現媒體拍攝造假影帶 (TVBS 周政保擁槍嗆聲影帶事件)、被平面媒體獨家揭露 (如聯合報報導三立新聞的「228 走過一甲子」)、或是被一群僑生製作「腳尾米」紀錄片以假新聞暴露新聞台疏於查證的事實，仍有專業層次上差異。

BBC 是由經營團隊主動向 BBC 基金會 (Trust，亦即之前的董事會) 提出檢討報告，而後讓事件公諸於外。所以消息曝光同時，也提出整頓專業倫理的行動方案，包括：

- 全面徹底地向全員與製作單位佈達，對於欺騙行為「零容忍」的誠信要求。
- 暫停所有電視與廣播的電話叩應競賽節目。
- 展開有史以來最大規模的強制性訓練，2008 年 3 月底前，所有與節目相關的 16,500 名員工均須完成「誠信」訓練。

同時也針對女王影帶事件進行獨立調查；從此要求所有宣傳片、記者會提供畫面都適用同樣的內容規範標準；並修改 BBC 員工與製作單位的合約，更強調履行節目準則的責任。

專責監督 BBC 的 BBC Trust 對於內部監控出現嚴重失誤，表示嚴正的關注。雖然外界形容此事件是「赫頓報告」後最大的醜聞（當時曾造成董事長、總經理雙雙下台），但 BBC 新任董事長 Michael Lyons 卻仍支持現任總經理 Mark Thompson，暫不決定他的去留，並給予他一年的時間徹底整頓。

目前 BBC 經營層已成立「節目標準委員會」（editorial standards board），由副總 Mark Byford 召集，所有節目相關的部門經理與資深人員共同參與，監督後續執行。

事實上，發生這連串的狀況，人們不禁懷疑：在 BBC，不顧倫理操守、故意欺騙觀眾的節目只有現在被發現的這些嗎？包括 Ofcom、甚至英國警方均可能介入調查詐欺情節。而醜聞被揭露之後，BBC 內部進一步調查期間，一些資深節目編審人員已經被停職。

「不實」已成業界慣例 電話競賽節目問題多

不只業界聲譽卓著的 BBC 身陷泥淖，其他商業電視台也無法置身於風暴之外。Ofcom 針對英國電視界越來越慣用的高費率付費電話（premium rate）類型的「參與式電視」（Participation TV）調查發現，廣電業者是「系統性的失敗」（Systematic failure），普遍輕忽保護消費者的權益。

在英國，高費率付費電話每分鐘費用最高可達 1.5 英鎊，普遍應用在電視節目如投票、益智競賽、或其他互動服務。尤其在 1990 年代進入多頻道時代之後，更多的內容需求、逐漸下降的傳統廣告收益壓力，均促使電視台必須積極開拓其他的營運模式，而高費率付費電話便成為日漸成長的收益來源之一。

Ofcom 正調查超過 20 個參與式電視節目，在處分 BBC「藍色的彼得」之前，才針對 Channel 5 的益智節目「Brainteaser」、「Memory Bank」造假事件重罰 30 萬英鎊。這兩個 Live 猜謎性節目同樣地出現，一旦電視機前的觀眾無法即時猜出

謎底，節目人員就假裝答對題目、冒充「優勝者」，讓現場節目得以順利進行。

站在節目要求順播的角度，這是節目製作單位行之經年的權宜之計，但中間被忽視的卻是觀眾權益。「打電話進電視台不比買 Pizza」，負責調查系列 Call TV 事件的 Ofcom 內容委員會召集人 Richard Ayre 說：「當觀眾打電話並沒有商品送達，只能相信所打進去的電話會被誠實對待。」但現況卻是，資訊不透明、電視台與製作單位也漠視自己應負的責任。

Ofcom 正研擬政策，將在各商業電視台的執照中，明列採用高費率付費電話的業者責任，並要求第三公正單位介入稽核參與式電視的運作機制。

其實，無論是 Call In 競賽節目的欺騙事件，或是 BBC 處理女王紀錄片的宣傳片段曲解事實，都可看出媒體工作者選擇「便宜行事」或是「操控真相」只在一念之間。假如本於真實、正確的基本倫理原則，不再是拿捏做與不做的一把尺，類似的醜聞將會一再上演。

就像父母教育孩子，從小就要懂得誠實一樣，真實與正確也是媒體從業人員基本的素養。具有世界公共媒體典範地位的 BBC 大概萬萬沒料到，會在最基本的「誠實」上，跌了重重的一跤。

當 BBC 內部嚴格追查責任、儘可能損害控管之際，各大工會組織如全國記者工會 NUJ 與廣電工會 Bectu 均呼籲，應藉此錯誤學得教訓，並且提醒，因為業界不斷降低成本、縮減經費，已造成越來越多訓練成熟的工作者被短期人力所替代，而獨立製片雇用資淺人員的情況更為普遍，因此業界必須正視在職訓練的重要性。

「大量年輕人湧進日益擴張的媒體產業，卻缺乏應有的訓練。他們並不懂，任何時候都不能對觀眾說謊，無論是新聞或是猜謎益智節目。」前任 BBC 董事長、現任 ITV 董事長兼執行長 Michael Grade 警告說，當這一世代的節目製作者只顧打贏收視率的戰爭，卻將誠信倫理拋諸腦後，長期來看會毀了英國廣電界以及 BBC。

為挽救岌岌可危的公眾信任，是重振專業倫理的時候了。這不僅是 BBC 與英國電視界亟待面對的課題，也是台灣電視界歷經 T 台造假影帶、三立二二八影片報導爭議之後，必須重建的基本防線—絕不要對觀眾說謊。

參考資料：

1. Jessica Rogers (2007), £ 50000 Blue Peter fine for BBC, Jul. 9, Broadcastnow。

2. Mark Sweney (2007), Blue Peter hit with £50k fine, Jul. 9, MediaGuardian.co.uk ◦
3. Leigh Holmwood (2007), BBC staff told to report 'deception', Jul. 12, MediaGuardian.co.uk ◦
4. Susan Thompson (2007), BBC apologises for Queen 'wobbler', Jul. 13, Broadcastnow ◦
5. David Smith & Vanessa Thorpe (2007), A question of trust throws BBC into panic, Jul.15, MediaGuardian.co.uk ◦
6. Yvette Mackenzie (2007), Bectu: broadcasters losing their integrity, Jul. 17, Broadcastnow ◦
7. "We must put our house in order" demands Director-General in tough response to further disclosures, BBC Press Releases, July 18, 2007, www.bbc.co.uk ◦
8. Executive Overview of Editorial Bleaches of Audience Trust, July 2007: A Report from the Executive Board to the BBC Trust, www.bbc.co.uk ◦
9. Broadcasters attacked over premium phone services, Jul. 18, 2007, www.independent.co.uk ◦
10. Matt Wells (2007), BBC gets a year to clean up, Jul.19, MediaGuardian.co.uk ◦
11. Ayre inquiry reveals systemic failure by broadcasters, News Releases, Jul. 18, 2007, Ofcom ◦
12. Participation TV: protecting viewers and consumers, and keeping advertising separate from editorial, Jul. 24, 2007, Ofcom ◦
13. Susan Thompson (2007), Trust in Auntie plummets, Jul.30, Broadcastnow ◦