

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

第 68 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議 議程

時間：中華民國 113 年 3 月 8 日（星期五）下午 2 時
地點：三立電視台 9 樓會議室（台北市內湖區舊宗路 1 段 159 號 9 樓）
主席：王凌霄執行秘書、黃葳威主任委員
出席人員：本會新聞自律委員會委員、本會新聞諮詢委員會委員
壹、主席致詞
貳、報告事項

一、上次會議記錄提請確認。（參閱附件一，P.1~8）

（會議現場不印「附件二、三、四，P.9~205」紙本，請參閱電子檔）

二、單位機構更換擔任本會新聞諮詢委員會委員一職事：(1)「靖娟兒童安全文教基金會」改指派「許雅荏執行長」擔任委員。(2)「台灣少年權益與福利促進聯盟」改指派「李建清常務理事」擔任委員。（參閱附件二，P.9~10）

三、國家通訊傳播委員會、衛生福利部機關相關來文。（參閱附件三，P.11~202）

- (1) 113 年 1 月 31 日國家通訊傳播委員會函：轉民眾反映有關媒體對於幫派報導之意見供參。（P.11~12）
- (2) 113 年 1 月 9 日國家通訊傳播委員會函：轉內政部發布修正之「人口販運防制法施行細則」，請參考注意並落實法遵。（P.13~17）
- (3) 113 年 1 月 5 日國家通訊傳播委員會函：轉知總統 112 年 12 月 6 日公布「家庭暴力防治法」部分條文修正案。（P.18~19）
- (4) 113 年 1 月 4 日衛生福利部函：檢送 112 年 12 月 6 日性侵害事件被害人隱私權保護爭議研商會議紀錄。（P.20~37）
- (5) 112 年 12 月 1 日衛生福利部函：檢送本部翻譯世界衛生組織 2023 年版自殺新聞報導原則「八不六要」快速指引及原文手冊。（P.38~74）
- (6) 112 年 11 月 7 日國家通訊傳播委員會函：轉知法務部「犯罪被害人權益保障法」新制重點宣導素材及電子檔下載連結，惠請協助宣導。（P.75~82）
- (7) 112 年 10 月 24 日國家通訊傳播委員會函：轉衛福部自 112 年 2 月 15 日實施之「性影像被害人權益保障事項說明」之相關資料，請注意並遵守相關規定。（P.83~130）
- (8) 112 年 9 月 23 日國家通訊傳播委員會函：勞動部職業安全衛生署為保障採訪工作者之安全與健康，新聞媒體指派人員從事颱風等天然災害或其他高風險新聞事件採訪時，雇主對新聞採訪作業應實施危害之辨識、評估及採取必要之控制措施或預防設備。（P.131~139）
- (9) 選舉相關：
 - 國家通訊傳播委員會 113 年 2 月 6 日召開「電視媒體報導第 16 任總統副總統及第 11 屆立法委員選舉開票落實真實有所本」交流會議。（P.140~142）
 - 113 年 1 月 9 日國家通訊傳播委員會函：製播「第 16 任總統副總統及第 11 屆立法委員選舉」開票節目，請落實自律內控機制，並依廣播電視法及衛星廣播電視法等相關法令規定辦理。（P.143~144）
 - 國家通訊傳播委員會 112 年 12 月 14 日召開「廣播電視內容涉選舉議題之法規與實務交流會議」。（P.145~200）
 - 112 年 11 月 28 日國家通訊傳播委員會函：於競選期間節目製播涉及選舉議題時，應注意客觀、公正、確實，並依總統副總統選舉罷免法、公職人員選舉罷免法及廣電相關法規辦理。（P.201~202）

四、本會 113 年 1 月 12 日投票日（113/1/13）凌晨新聞報導之提醒、113 年 1 月 11 日 113 年「第 16 任總統副總統及第 11 屆立法委員選舉」媒體報導開票提醒與自律協議、113 年 1 月 2 日有關選舉民調發布提醒、112 年 12 月 28 日有關新北國中生割頸案自律提醒。（參閱附件四，P.203~205）

參、討論議題

案由一、本會因應性暴力犯罪四法調修《新聞自律執行綱要》之版本提請確認。（參閱附件五，P.206~217）

案由二、有關選舉開計票作業紀錄（包含外場聘用、外場回報記錄及相關文件等）保存年限之討論。

案由三、相關新聞案例討論。（參閱附件六，P.218~224）

肆、臨時動議

伍、散會

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會
第 67 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議 記錄

時間：中華民國 112 年 10 月 27 日（星期五）下午 2 時
地點：三立電視台 9 樓會議室（台北市內湖區舊宗路 1 段 159 號 9 樓）
主席：黃葳威主任委員、王琰編審代理主持
出席人員：本會新聞自律委員會委員、本會新聞諮詢委員會委員
壹、主席致詞
貳、報告事項
一、上次會議記錄提請確認。（參閱附件一，P.1~21）

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：各位午安，今天因為剛好有突發的新聞，所以自律執行秘書在忙，他請到一位資深媒體人來代理主持。

王琰（新聞自律委員會執秘代理）：原訂出席主持會議的王凌霄執秘負責我們公司的中國相關新聞事務，因為今天李克強的突發事件，所以他臨時走不開，請我來代理，請各位多多關照。

另外他有叮嚀我要提醒的地方，選戰剩下不到 80 天，我們上次拜會中選會，等一下在報告事項當中會另外再講。衛星電視公會也會再依選舉的時程，陸續發送相關的自律提醒，請大家依循。如果大家遇到問題跟新聞操作上的疑慮，都可以在群組裡面分享跟討論。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：最近許多電視台的新聞倫理委員會都有關注 NCC 第四季年底的中央選舉委員會的相關資訊傳遞，衛星電視公會很不錯，我看到這當中的一些紀錄，公會這邊或是頻道的代表會針對實務操作上或是覺得不太清楚的地方會提出一些疑問，這個部分很好。

NCC 可能後續還會有尚待溝通確定的原則跟期待，所以我會建議公會這邊的代表們可以多溝通，做雙向、多面向意見的表達。這樣彼此可以找到這當中的一個平衡點。

二、國家通訊傳播委員會、中央選舉委員會等機關相關來文。（參閱附件二，P.22~240）

- (1) 112 年 9 月 15 日國家通訊傳播委員會函：中央選舉委員會有關「第 16 任總統副總統及第 11 屆立法委員選舉應行注意事項」。（P.22~26）
- (2) 112 年 9 月 13 日中央選舉委員會函：112 年 8 月 28 日召開之「媒體落實公平原則報導選舉相關議題及開票結果協調會議」紀錄 1 份。（P.27~47）
- (3) 112 年 9 月 7 日國家通訊傳播委員會函：衛生福利部修正「性侵害犯罪防治法施行細則」發布令、修正條文、修正總說明及條文對照表。（P.48~70）
- (4) 112 年 9 月 4 日國家通訊傳播委員會函：總統於 112 年 8 月 16 日公布「性別平等工作法、性騷擾防治法、性別平等教育法」等性平三法修正條文。（P.71）
- (5) 112 年 8 月 9 日國家通訊傳播委員會函：法務部「犯罪被害人權益保障法」修法重點介紹影片連結供參。（P.72~73）
- (6) 112 年 8 月 1 日國家通訊傳播委員會函：法務部 112 年 6 月 30 日修正公布「犯罪被害人權益保障法施行細則」。（P.74~218）
- (7) 112 年 7 月 18 日國家通訊傳播委員會函：行政院 112 年 2 月 8 日修正公布「犯罪被害人權益保障法」第二章、第三章、第五章條文，定自 112 年 7 月 1 日施行；第六章條文，定自 113 年 1 月 1 日施行。（P.219~240）

三、本會 112 年 9 月 23 日有關屏東大火意外之自律提醒、112 年 9 月 12 日大直街 94 巷住戶返家取物自律提醒、112 年 8 月 16 日黑人陳建州赴北檢說明自律提醒、112 年 7 月 27 日江宏傑赴日召開記者會自律提醒。（參閱附件三，P.241~242）

四、112年10月24日本會新聞自律委員會偕同中華民國電視學會拜會中央選舉委員會，促請加快開票計票票數釋出。

王琰（新聞自律委員會執秘代理）：這次報告事項主要有三個重點，一個是跟選舉有關，一個是性暴力犯罪防治四法，以及接下來要討論的自律事宜。

10月24日公會跟電視學會一起拜會中選會，得到幾個結論。第一個，我們希望中選會能夠加快開票的效率，但是在效率與依法行政的選擇當中，中選會選擇依法行政。中選會說不會在各個開票所完成法定的統計程序前就提供媒體相關的數據，也不會分階段、分類別、把總統跟立委分開開票。他們強調即便不小心把總統票投到立委的票匱，或者把立委的票投到總統的票匱，仍然算有效票，所以必須全部統計完成之後才會公布票數，跟以前的作法一樣不變。第二個，關於全程轉播特定候選人造勢晚會的問題，中選會說以個案認定。

第三個，電視學會提問何謂相等對待候選人跟所謂的公正公平的原則？候選人所代表的民意基礎是不是都等量齊觀，是不是應該對所有候選人都有一致的質化或量化方式，以求公正公平？這是第一點。第二點，如果是現在比較常用的播出時間的量化統計，電視學會建議不應該用某一個時段或者是某一天作為認定的標準，應該拉長到整個選舉的期間。這樣對觀眾知的權利和電視台的操作來講，是比較公平的，但是中選會沒有做出正面的回應，以上報告。

參、討論議題

案由一、相關新聞案例。（參閱附件四，P.243~245）

陳琬婷（財團法人靖娟兒童安全文教基金會組長）：媒改盟跟召集人討論後提出跟屏東惡火相關的新聞，主要是報導內容有看到比較多拍攝靈堂、家屬悲傷的畫面、罹難者生前的個人生活，以及遺照已掛上去等等標題。就公民團體的立場而言，覺得這樣子可能會對家屬的身心造成二次的傷害，他們可能會更難過，所以做這樣的提案。

李玉梅（三立編審）：我的回覆有三個重點，第一個是本台對重大公安事件的報導原則；第二個會一一回覆基金會申訴的內容；第三個會列舉兩個台的新聞內容跟畫面，其實整個新聞行業都花很大的心力來報導這個重大的公安事件。

根據三立新聞台的新聞自律規範，在報導重大傷亡事件的時候，我們會非常尊重死者家屬受訪的意願，主要是為避免造成家屬的二次傷害。在畫面的呈現上，我們要求記者不得有侵入式、追逐式或者是堵麥、堵訪的採訪方式。在這則新聞裡面，我們的角度主要是在哀悼這位殉職的消防隊員，肯定他們為了救災犧牲生命的英勇事蹟，廣獲社會共鳴。

第二點，大家可以看到我們的新聞側錄帶，其實採訪過程中很多死者家屬是很願意面對媒體，訴說家人在生前的這些點滴表達他們的追憶及彰顯殉職消防隊員對社會的貢獻。

第三點，我們第一線的記者跟殉職者家屬多日相處，會建立良好的互信與採訪關係，所以問答會像朋友般共同追憶，家屬基本上對於家中現況也都願意侃侃而談。

第四點，三立新聞台遵守衛星電視公會當天發起的自律提醒，我們在現場直接要求主管與採訪同仁必須遵守自律規範。相關的審稿機制與新聞台的內控機制也會充分把關，如果有侵入或追逐式的採訪畫面，我們也會要求更換畫面。

第五點，此為社會重大公安事件，媒體除了報導殉職消防隊員的事蹟，也探討公安事件後續如何強化防護網來保障勞工、救災人員的安全，以及建立後續的管理制度有助於社會公共利益。

以下幾點回覆靖娟兒童安全文教基金會的申訴。第一點，關於事件中家屬悲傷的情緒，基本上我們三立都是尊重家屬的受訪意願，並沒有侵入或者是追逐式的採訪。這些家屬願意面對鏡頭侃侃而談，我們也會提供這樣的平台，讓這些殉難者的家屬跟民眾可以共同來追思殉職消防隊員的生前事蹟。

第二點，有關靈堂的畫面，本台並沒有進入靈堂拍攝，只是以長鏡頭帶出四位殉職消防隊員隆重莊嚴的追悼畫面。

第三點，遺照已經掛上去並非主要標題，而是家屬的口白。家屬有提到他們挑選死者生前比較陽光時尚的照片，為什麼會有這種比較深入或貼切的採訪？主要是因為記者多日採訪取得家屬信任並建立良好的互動，有如好友間的日常對話，我們加以生動描述並呈現於新聞中。

第四點，包括呈現罹難者家屬悲痛的情緒、靈堂內部的畫面與殉職隊員後事辦理的進度，其實各台都有進行相關報導，大家都非常努力。我們是否能提供幾則友台相關報導的連結？因為只有我們一台，好像覺得我們做得很過分、害到罹難者的家屬，其實各台都非常認真。如 TVBS 與東森都有多條相關報導，新聞媒體從業人員非常盡心盡力在現場如實報導。

遇到重大公安事件，各台記者第一線人員真的是不眠不休、盡心盡力，以求掌握即時訊息。各台都是希望追訴消防英雄對社會的貢獻，所以其實家屬是很願意面對媒體追念他們的英勇事蹟，我們也都沒有類似侵入式或堵麥的追訪。以上請主席、各位委員與媒體先進參考。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：謝謝靖娟與三立的說明，各位代表看這些不同角度的報導，有沒有什麼建議？

王麗玲（新聞諮詢委員會委員）：這次重大事件的處理比以往進步太多了。受訪過程可以看到家屬以孩子為榮，記者也是態度端正、沒有追訪。這樣能讓家屬表達孩子過世的心痛，但是他也講解得非常清楚，讓我們知道他們的單位與他自己如何處理，這則比較長的新聞難得可以做得這麼平穩。

比較需要改善的可能是阿嬤她要走進去認大體的部分，可能因為她還在悲傷狀況，我們以後是不是可以多一點思慮，讓她情緒平復以後，像鍾爸爸一樣站定再進行採訪她。當她正在傷心的時候，腦袋應該是無意識的，也不知道是要拒絕或怎麼樣，我們不要急著採訪，因為時間沒有那麼急迫。還有小孩的部分，當然我想學校一定也會知道，考慮時間點未必需要馬上進行採訪，這個部分再稍微調整就好。靖娟基金會提出這則新聞值得我們討論。

另外我要提一點，同袍不是有把他的照片呈現出來嗎？包括他以前服務過的基隆單位，我覺得這個沒問題，因為大家以他為榮，我們新聞報導這件事情是更加肯定。我們也看到每個同袍都願意坐下來受訪，也看到他們的真情流露。我覺得這部分很進步，這種重大事件都沒有追著跑的畫面，大家已經真的更上一層樓，謝謝，辛苦了。這是讓大家很傷心的事情，但也經由你們能讓我們整個台灣看見消防人員的勇敢。

呂淑妤（新聞諮詢委員會委員）：呼應麗玲委員講的，真的沒有看到什麼堵麥或是追逐人的畫面，我也相信大家在那幾天也已經跟家屬建立了滿好的關係。

我提一個小提醒跟大家討論，剛剛講到遺照其實講了滿久，由記者這邊講說大家覺得好像要把罹難者比較陽光的一面放在靈堂。可是實務上第一時間大家一定在等消息；第二確定已經往生的話，照片一定是匆促之中尋找的，往往不會刻意想要呈現哪一面。因為要找到解析度夠、適合放在靈堂的照片已經非常難得，所以我個人覺得似乎不需要過多篇幅來強調遺照的選擇。

而且因為是記者端自己說明，不一定真的是代表家屬，在那個狀況下遺照真的不是重點。很多家屬應該是在接受孩子往生的事實之後才能跟媒體談，讓大家感動的地方是在於他們對這個社會的犧牲奉獻，即使孩子不幸罹難，但家屬還是很堅強，這會是讓社會大眾非常感動的報導。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：還有沒有委員有建議？我補充一下，電視台剛有談到我們衛星電視公會《新聞自律執行綱要》的分則四《災難或意外事件處理》，包含靈堂等地應避免侵入式採訪、拍攝；盡量在不傷害當事人的情況下抱持同理心，避免二次傷害與加重心理創傷等等。

剛剛大家也表達了一些想法，原則上是沒有侵入式，但是敘事內容是不是有當下的急迫性，也都可以再做一些評估。靖娟這邊還有沒有想要補充的？

陳琬婷（財團法人靖娟兒童安全文教基金會組長）：感謝三立的回應，我們也看到同業的相關報導。像剛剛前面委員提到的，我們還是肯定這次的報導的確沒有追逐採訪；但也有一些細節，例如剛提到的後事辦理與小朋友的部分，我們覺得也許可以酌量減少篇幅，在事件當下不須有過於強調細節的報導。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：我們的提案到這邊，進入臨時動議。

肆、臨時動議

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：我補充林月琴執行長的提醒，因為《性別平等工作法》、《性騷擾防治法》和《性別平等教育法》三法有修正，所以她想問公會的媒體代表們是否要考慮將這些精神納入自律的原則。這部分可能等到時候我們透過頻道再討論，我們可以下一次看如何處理。林委員是不是有什麼建議？

林承宇（新聞諮詢委員會委員）：我不是針對前面那個案件，是講一個大概。當我們在報導這種災難新聞或比較悲傷的新聞，我覺得剛剛各家沒有太大的問題，如同前面的共識。但我不曉得有沒有可能做到有助於創傷後的成長，有沒有可能做到這一塊？

因為消極的防治都已經滿穩，我看過NHK在報導災難新聞，會在後面補充過去類似災難的災民如何重新面對生活。因為日本的災難不會比我們少，他們更多是天然災難，其實都有做到如各位做到的，當事人同意並且節制不渲染。我看起來是沒有太多渲染，除了東森的字很大之外。

王琰（新聞自律委員會執秘代理）：這邊容我解釋一下，東森在電視播出不會有特別大的字；但到網路上的時候，因為我們的數位跟電視是兩個單位，數位喜歡把某些字放大，但新聞台不會。我們也會叮嚀記者拍攝畫面盡量避開臉部，或是後續加上馬賽克處理。除非他們主動希望表達想法，不然我們是不會讓可辨識的容貌播出來。

林承宇（新聞諮詢委員會委員）：我覺得都守得滿好的，只是看到最悲傷的那句話是最大的字。其實也沒有渲染，只是你們的數位部門總要吸引注意力。我知道這個很難，因為畢竟要有過去的畫面跟情境，但不曉得各個電視台有沒有這個可能，如果背後有一兩條有助於創傷後成長的訊息，我覺得是比較積極的。

李惠真（壹電視編審）：林委員的建議是考慮了社會的未來發展。很多電視台除了一般的整點新聞之外都有新聞專題節目，探討後續心理輔導與療癒創傷的內容會在專題深度報導呈現。因為一般新聞大概每則是一分多鐘，所以這個部分在專題比較適合。

我以壹電視新聞台的新聞思想啟為例，上個禮拜播出內容是因應李玟事件，對當代社會憂鬱症患者做一些引導。詢問專家學者如何幫助這些人走出來，如何求救與就醫等相關內容，林委員剛剛提到的可能就適合放在新聞台的這種專題報導中。

林承宇（新聞諮詢委員會委員）：我分享一下 NHK 的作法，它一樣有專題，可是專題會節錄 90 秒成為每日新聞，不曉得有沒有可能是這樣。會有一個完整的專題，但是每日一樣會節錄有露出。

李碧蓮（年代編審）：各新聞台都會有類似的處理，如果有既有的素材或者週末的專題報導，可能在週間會做出所謂的精華版，這各台都會有。我們回去會再轉達委員的提醒，在災難新聞後除了咎責或撫卹之外，對於家屬跟小朋友的心理輔導媒體也能盡社會責任。我們當然希望日後不會再發生這種事，但萬一有類似的事件再發生，這樣的作法可以讓新聞的面向更多元。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：很棒的建議，大家可以斟酌參考。其他委員有沒有意見要提出來？媒觀這邊有沒有？

賴麒全（台灣媒體觀察教育基金會政策專員）：我看完這些新聞一方面覺得很悲傷，一方面也覺得沒有太逾矩的報導。我注意到這個新聞是因為警消協會的人抗議要求修法、要求可以組工會，剛好這兩天的新聞是行政院通過《公務人員協會法》部分修正條文，但是現在好像還沒有這則新聞出來。

現在的環境讓我們做新聞內容的時候，可能比較需要勾起一些情緒，但是情緒被勾動久了之後有時候也會疲勞。情緒當然不是不好，而是悲傷的情緒之後，我自己也會期待知道那個問題到底是什麼？如果他們的訴求是可以組工會的話，在這一個月間修法也過了。如果用比較歷史性的角度來看這個議題的追蹤，現在可能可以回溯到這個修法通過，如果我們用情緒的方式來做新聞的話，後續可以再多做一些理性的報導。

滕西華（新聞諮詢委員會委員）：我補充一下，要鼓勵 TVBS 在這個議題有比較多包括工會或關於警消權益的後續追蹤，滿好的，不是只有報導事件前面比較悲痛的當下，而是後面也有繼續追蹤。我們同仁也有關注到剛好今天立法院通過警消特種協會的修法，這可以呼應前端我們做新聞時體察到的悲傷，不會讓一些生命就這樣過去、就沒有了，這個是滿值得鼓勵的，非常好，可以多跟進。

黃韻璇（新聞諮詢委員會委員）：並非針對新聞報導怎麼樣，會覺得剛才那一段比較悲傷可能是因為家人過世不知道怎麼跟孩子談，當然也有很多專家或很多協會比較善於如何處理兒少的部分。

剛才那一段討論好像會停在我們先不要跟孩子講、先假裝正常生活等等；但是我們從孩子端也常聽到說大人都不正面告訴我真正發生什麼事，或可能講得很隱晦，大家都很傷心，可是沒有人告訴我現在是怎麼了，為什麼我們走到這樣等等的議題。這樣子的結構就會讓孩子變得很無助，然後就結束了，事實上我們應該還是要積極地協助讓他們接受或了解生命的狀態等等。

這些可能跟災難事件比較遙遠一點，但是孩子可能會一直停在這裡，我們不知道怎麼跟他說或我們不要跟他說太詳細等等。我把這個講出來也許可以讓大家思考如何轉換角度，到底怎麼跟孩子談死亡或是災難事件中小孩如何知道事實的真相？我是補充說明，跟新聞報導的內涵沒有什麼實質的關係。

王麗玲（新聞諮詢委員會委員）：這兩天有蔡培慧立委揭露南投校長性侵小朋友 30 年的新聞，因為我在南投做過社區照顧，這些事情在偏鄉地區真的是被掩蓋，而且是官官相護，這個事件也是要借助新聞媒體報導。

我們對這次修法有一個非常不滿意的地方，追溯時間沒有達到我們的預期。參考國際研究，一個被性侵犯者能夠真的鼓起勇氣好好地把這件事情講出來，最少要 24 年到 26 年的時間。我們現在台灣也一樣，每一個案例裡面都是超過 25 年，這個案例中的南投校長已經為非作歹 30 幾年，現在訂的追溯時效還是太短。我覺得性侵一定要上新聞，但是在我們自律的範圍怎麼報導？這是我們的專業，而不是都不報導。這些受害者能夠倖存下來，還鼓起勇氣揭露，到底誰能夠幫她？除了協助她揭露的人之外，我覺得媒體也有責任協助她。

這次 MeToo 事件在網路有很大的效應，背後有平台跟婦女團體矯正這件事情；但一般民眾主要還是看電視新聞媒體，如果可以透過你們來正確地報導，我覺得會讓大家的性別觀念有很大的進步。拜託大家盡量撥出一些時間來呈現這些事件，透過你們讓大家知道台灣的性侵案件還是非常多，我們能如何協助這些偏鄉的地方、讓這些事件能夠被揭露？謝謝。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：謝謝媒觀跟麗玲的建議，大家還有沒有什麼意見要補充？

滕西華（新聞諮詢委員會委員）：無國界記者組織(RSF)、媒改盟跟媒觀有共同發起一個「台灣選舉新聞倫理誓言」，現在在邀請各媒體簽署當中。如果各個電視台願意的話，也歡迎加入這個選舉新聞倫理原則的連署。

台灣是一個選舉很密集的國家，但我們對選舉新聞的觀測跟評論比較少，達到巔峰是韓國瑜選總統那次，當然也造成一些新聞台撤照的事件，效應其實非常大。加上假訊息的流通、新聞查證的影響，所以全世界的戰爭或大選新聞其實都大概通過各個管道、社群媒體這樣談完。

剛剛王琰提到新聞網的事情，社群媒體、傳統電視台或 YouTube 平台對新聞的管制程度都不太一樣，甚至我們常常會搞不清楚這個新聞究竟是管制比較嚴的電視台出來的，還是管制比較鬆的網路出來。但對民眾來說弄不清楚是常態，民眾辨識真正的新聞的難度增加，這個也是事實。如果大家有意願嘗試遵循這樣的指引，我覺得可能某種程度上也是宣示我們要做「好新聞」這件事情，符合中選會對選舉新聞不是只在於開票的期待。我們鼓勵大家可以共同簽署，謝謝。

謝國清（新聞諮詢委員會委員）：我只是好奇，剛剛那個是問了中選會之後就不了了之了嗎？

王琰（新聞自律委員會執秘代理）：其實我們去之前就有這樣的心理準備，因為他們到最後一定會退守到他們是依法行政，我們也就無話可說。但是我覺得這是一個互相溝通的過程，讓彼此增加更多了解。

特別是這次有一個地方讓我們很詫異，我們跟電視學會一起去，電視學會代表的是無線台，我們是代表有線台。在溝通過程當中發現，中選會有滿多官員不知道選舉法規對有線台跟對無線台的規定不一樣，他們甚至不曉得我們是分屬兩個不同的法在管，這讓我們非常訝異。回過頭來，我們希望大家與時俱進，我們做了努力，也需要公務機關相應的配合。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：剛剛西華委員提到的 2024 中華民國總統立委大選媒體新聞倫理誓言及五大原則，我在網路上找到，稍微跟大家分享。

公平報導，提供各個政黨候選人觀點之均等空間；準確報導，進行事實查核；專業語調，避免使用可能誤導閱聽人的煽情或煽動性的語言，審慎評論民意調查或選舉結果；尊重隱私，尊重候選人跟他家人的隱私權；最後是公開透明，如實說明調查方法，披露任何可能影響報導的利益衝突或傾向，大概是這五個原則。

滕西華（新聞諮詢委員會委員）：不好意思，我可以請教三立玉梅編審嗎？因為我也不太清楚，先前三立新聞網針對記者林偉帆的事情有發聲明，那個是三立新聞網還是三立新聞台？

李玉梅（三立編審）：那是新聞網。

滕西華（新聞諮詢委員會委員）：因為三立有發聲明說要找專家開自律委員會，所以這跟三立電視台本身沒有關係，或是三立電視台本身沒有參與這個討論機制？沒有。林偉帆跟電視台也沒有關係？

李東益（三立編審）：新聞網是另外一家，但目前網路霸凌已經霸凌到電視台，有些網友跑到電視台的官網，包含我們自律委員的臉書也淪陷。

滕西華（新聞諮詢委員會委員）：其實民眾也不清楚，誰會相信三立新聞網跟三立新聞台沒有關係？因為真的很難搞清楚，大家以為新聞網是新聞台的網路化。我是想釐清新聞網那邊的自律機制在處理，跟我們電視台沒有關係；兩個自律委員會也都是不一樣的，因為新聞網發說要開自律委員會比較罕見，謝謝。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：我們這邊有律師和勵馨的代表，有沒有想到一些要提醒的？

王珣好（新聞諮詢委員會委員）：這半年 MeToo 事件有熱度，現在法案初步通過，明年 3 月 8 日要實施。以前是事件發生、趕快去追新聞的熱度；雖然現在沒有什麼突發的事件，可是在明年 3 月 8 日施行之前，是不是還有一些值得關注的事情，可以做出有品質的報導？

像這一次修改得最大的是《性別平等工作法》，對很多職場、尤其是人數少的小單位，造成的衝擊會滿大的。我們會聽到一些小單位非常焦慮，雖然有半年的過渡期，到 3 月 8 日實施之前可以做什麼準備或輔導措施？我覺得有些問題目前是潛伏著，實施之後會冒出來。如果可以預作準備，就不會在施行後像無頭蒼蠅一樣到處採訪，包括日後媒體報導可能有的影響以及對各行各業帶來的衝擊，我覺得這段時間可以居安思危提早規劃。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：這是《性別平等工作法》的部分，謝謝。教師工會和律師有沒有想到要提醒的？

張安婷（新聞諮詢委員會委員）：延續 MeToo 的議題，因為我們這次的報告事項有性平三法的修正條文。跟我們媒體比較相關的其實沒有什麼改變，仍然是被害人的身分、個資、隱私、肖像相關保護的問題。當然我們在座各位對於被害人權益的保障一直都很有意識，只是要提醒一下 MeToo 事件的特殊性，大部分案例都是被害人率先在自己的社群或網路平台揭發這些事件。不管是他們自己提起告訴或有其他人去告發或地檢署主動簽分，這個其實跟偵查不公開有點重疊。

另外除了偵查不公開之外，其實加害人仍然會有名譽權跟隱私權保障的問題。因為我們主管機關一直強調性平三法，可是事實上在許多案例裡面，我們台灣法院是肯認加害人的隱私跟名譽在一定的狀況下仍然受到保護，這個部分要非常小心，提醒一下各位。

目前 MeToo 事件最近幾個只要有涉及藝人的部分，因為都有到地檢署提告，有一些或許是地檢署自己有發新聞稿，我們進而報導，這比較沒有什麼問題，因為地檢署都願意部分揭露。但如果我們已經知道被害人可能是自己提告，可是地檢署目前的態度是偵查不公開、比較沉默的狀態下，追這則新聞的時候就要很小心。因為有些是很久以前的事件，考慮到因為沒有證據而不起訴的機率可能存在，倘若報導不慎，後續確實有可能會衍伸名譽權跟隱私權的問題。提醒處理這類案件要非常小心，可以跟公司內部的法務部門討論一下有沒有風險。

楊益風（新聞諮詢委員會委員）：剛剛提到了「台灣選舉新聞倫理誓言」倫理公約簽署，因為我們組織比較龐大，有參與選舉工作或相關職務。目前有專人專門在蒐集各台報導候選人相關的比例以

及正負面報導，自從某台被撤照以後，我們因此產生研究的興趣。所以我建議有簽署的媒體不是簽而已，可能確實要稍微注意報導的比例。

我贊成剛才主席講的部分，我相信我們這邊大概也會支持不能把播出候選人新聞量化統計的時間距離切割得太短，比如每天都要一模一樣，我覺得那是非專業的。我也不認為 NCC 真的會針對到因為某一天怎麼樣，所以就怎麼樣認定；但如果是一段時間再加上有人刻意檢舉，可能確實會有問題，所以提醒各台稍微注意。

另外補充剛律師講的性平事件，可能會有一些委員主張該報導就報導；但根據性平法的規定，對當事人的隱私通通都要保障。它跟其他法律不太一樣，因為當事人包含這個行為人跟被害人，行為人在沒有確定罪責之前，就造成社會性死亡，後面的挽救都是問題。

我們常思考一件事，一個人殺人跟一個人性侵別人，雖然都不是該做的事，但其實就跟酒駕一樣。當社會特別關注的時候，好像其他罪都沒有關係、就酒駕最不應該。我覺得不只是跟法務部門討論，還是涉及到各台報導倫理的問題，在沒辦法真的確證之前，可能這個部分是要特別留意的。

這次《性別平等工作法》的修正，因為我們教育職場最早適用，慢慢各位就會開始體會到什麼是不公平。昨天我演講的時候，有老師問說被誣告以後，他會自動損失一部分的薪資，尤其是性侵案，也就是說你的研究費、大概薪資的一半，它就不會發給你。最後證明你是清白的，也不會補給你，國家的原因是因為那段時間你停職、你沒有來上班，國家就不可以發這一部分薪資給你。但是你是被誣賴的，國家的態度是你要找誣賴你的那個人求償。

但是在法律上從來求償不成功，理由很簡單，形式上要確認一個人誣告的難度非常高；其次在民事上也很難，因為現在性平法是只要疑似就應該通報，它是課以自然人責任。不管是不是真的，只要經通報就必須立刻停職，日後確定清白之後，再找通報的人求償。

我們相信台灣的性平意識可以再進步，各位第四權是一個很重要的尺，在倫理上要自律，而不是只要不觸法即可，謝謝。

許文青（新聞諮詢委員會委員）：剛剛講到災難新聞的部分，三立舉了其它兩個電視台的新聞做對比，我覺得最大的問題是三立使用了一直在靈堂前面的現場 SNG 畫面，無可避免地造成比例的偏重。我覺得可以跟別家的 SNG 相比，再做後續討論。

另外最近政治人物的桃色新聞比較多，沒有特別挖太太出來發言，是我覺得新聞媒體有控制的效果，這是滿好的事情，謝謝。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：的確這次都沒有把太太拉出來開記者會。

那莫諾虎（新聞諮詢委員會委員）：我延續一下剛剛媒觀提到的消防工會的后續報導。包含軍警消有很多公職正在推動工會的成立，我們在報導可能要注意幾點，例如勞動三權的爭議權、協商權和團結權，不同工會不一定都要跟一般工會一樣擁有這三項權利。可能有些工會只是主張它有團結權、甚至到協商權的程度，因為這個涉及到的包括軍警消或是海巡甚至公職人員可能承擔的公共事務風險，或是假如罷工會影響到公共利益，所以有些工會並不會全部都主張。我們對消防權益的後續報導，可以注意釐清相關細節。

黃葳威（新聞諮詢委員會主委）：頻道夥伴或公民團體代表有沒有什麼要補充的？沒有的話，我們今天的會議就到這邊，謝謝大家。

伍、散會

檔 號：
保存年限：

靖娟兒童安全文教基金會 開會通知單

機構地址：111 臺北市士林區承德路四段 222 號 3 樓之 1
聯絡電話：(02) 2881-1200 分機 212
聯絡人：邱婉淇 傳真：(02) 2881-1326
電子郵件：wendychi@safe.org.tw

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國 113 年 1 月 31 日

發文字號：113 靖娟北總字第 050 號

速別：普通

附件：

主旨：本會原由林月琴執行長代表參與貴會新聞自律暨諮詢委員會
聯席會議委員一職，因個人生涯職務調整，未來將任公職，
故懇辭委員一職，並期由本會新任執行長許雅荏接任，
敬請 查照惠復。

正本：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

董事長 林 志 嘉



社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟 函

聯絡地址：10644 台北市大安區和平東路一段 177-3 號 2 樓

聯絡人：蘇弘暉

聯絡電話：(02)23695195*11

電子信箱：timo6792@youthrights.org.tw

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：112 年 08 月 23 日

發文字號：(112)台少盟字第 071 號

速別：普通件

附件：李建清常務理事簡歷

主旨：台灣少年權益與福利促進聯盟（台少盟）更換「新聞自律暨諮詢委員會聯席會議」出席代表，惠請查照。

說明：

- 一、本聯盟「新聞自律暨諮詢委員會聯席會議」出席代表，改由台少盟常務理事 李建清擔任。敬請惠予處理相關改派事宜。
- 二、隨函附上本聯盟常務理事李建清簡歷供參。

正本：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

副本：台灣少年權益與福利促進聯盟

理事長 林月琴

正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：02-33438549

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年1月31日

發文字號：通傳內容決字第11200581060號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：受理陳情案件意見表.pdf(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：
<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C00825】)

主旨：函轉民眾反映有關媒體對於幫派報導之意見（如附件）供
參，請查照。

說明：依據本會112年12月26日受理民眾陳情意見辦理。

正本：中華民國電視學會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

副本：

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

國家通訊傳播委員會受理陳情案件移案表(陳情網)					
現行來源管道	陳情網-意見信箱				
案件類別	1.行政革新之建議				
可否願意由業者或相關單位進行回覆	<table border="1"> <tr> <td>轉予業者</td> <td>同意</td> </tr> <tr> <td>轉政府機關</td> <td>同意</td> </tr> </table>	轉予業者	同意	轉政府機關	同意
轉予業者	同意				
轉政府機關	同意				
留言主題	關於媒體對於幫派的報導（電視，廣播，網路文字等）				
留言內容	昨日發生校園割喉暴力事件，現今資訊發達，很容易讓青少年學壞，尤其是幫派鬥毆鬧事的報導。媒體會詳盡的說出這是某幫派某分會，例如竹聯幫-弘仁會。1.我如果是此幫派，只要一鬧事，各大媒體皆會幫我打免費廣告，想加入黑幫的青少年還不知道要加入那一個社團的，正好看到報導的如此響亮兇狠，就想加入，此幫派就能日益壯大。因此幫派就拼命鬧事，各自創分會給媒體報出名號打免費廣告。2.是否可以報導的時候只說，例如：桃園某黑幫，就好。如此一來，幫派再鬧事不會出名，也不會讓一個社團有知名度高到讓青少年想參與。希望臺灣的社會能保持善良風氣，現在的年輕人一個比一個狠....以上為個人建議，謝謝。				
申訴時間	112/12/26 09:57				
填表人					

副本

檔 號：

保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯絡人：黃幸榆 02-33438516

電子郵件：verjh408@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年1月9日

發文字號：通傳內容決字第11200585400號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：修正_人口販運施行細則_條文.pdf(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：
<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C12958】)

主旨：函轉內政部發布修正之「人口販運防制法施行細則」，請
參考注意並落實法遵，請查照。

說明：

一、「人口販運防制法施行細則」業經內政部於112年12月28
日以台內移字第11209134061號令修正發布。

二、「人口販運防制法」第20條：

(一)宣傳品、出版品、廣播、電視、電子訊號、網際網路
或其他媒體業者，不得報導或記載人口販運被害人之
姓名、出生年月日、住居所、照片、影音及其他足資
識別其身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此
限：一、經有行為能力之被害人同意。二、犯罪偵查
機關或法院依法認為有必要。三、人口販運被害人死
亡，經主管機關或目的事業主管機關權衡社會公益，
認有報導或揭露之必要。

(二)前項但書規定，於人口販運被害人為兒童及少年者，
不適用之。

(三)第一項以外之任何人，不得以媒體或其他方法公開或揭露第一項被害人之資訊。

三、旨揭施行細則第14條規定：

(一)本法第9條第3項所定其他足資識別身分之資訊，包括其照片、影像、聲音、證件號碼、住址、就讀學校院系所班級、工作地點或其親屬姓名、關係等個人基本資訊。

(二)第19條第1項及第20條第1項所定其他足資識別身分之資料、資訊，包括其證件號碼、就讀學校院系所班級、工作地點或其親屬姓名、關係等個人基本資料、資訊。

正本：無線廣播電臺、無線電視電臺、衛星廣播電視業者

副本：中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會（均含附件）

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

內政部令 中華民國112年12月28日
台內移字第11209134061號

修正「人口販運防制法施行細則」，自中華民國一百十三年一月一日施行。

附修正「人口販運防制法施行細則」

部 長 林右昌

人口販運防制法施行細則修正條文

- 第 一 條 本細則依人口販運防制法（以下簡稱本法）第四十六條規定訂定之。
- 第 二 條 依本法處理人口販運被害人及疑似人口販運被害人相關事務，應優先考量其最佳利益。
- 第 三 條 本法所稱疑似人口販運被害人（以下簡稱疑似被害人），指依本法第十一條第一項及第二項進行人口販運被害人（以下簡稱被害人）之鑑別，尚未完成鑑別者。
- 第 四 條 本法第二條第一款第二目之四及第三十二條第一項至第三項所定器官，其類目依人體器官移植條例施行細則第三條規定。
- 第 五 條 本法第二條第一款第一目、第二十九條第一項、第三十一條第二項、第三十二條第二項及第三十三條第一項所定利用他人不能、不知或難以求助之處境，應考量被害人之經濟、生理、心理、情感、家庭、社會地位、智識水平、身分及語言狀態等相當情形之脆弱處境認定之。
- 第 六 條 直轄市、縣（市）政府應依本法第四條規定，每半年邀集當地移民、警政、社政、教育、衛政、勞政、檢察、新聞、漁業、交通、海岸巡防等相關機關（單位）及民間團體，召開防制人口販運協調聯繫會議，研議辦理該條各款所定事項；必要時，得召開臨時協調聯繫會議。
- 第 七 條 本法第四條第三款、第五條第二款及第十二條第一項所定指定傳染病，包括結核病、梅毒、人類免疫缺乏病毒感染或其他經中央衛生福利主管機關指定之傳染病。
- 第 八 條 內政部為辦理防制人口販運年度工作成效及檢討策進業務所需，得請求本法第五條所定中央各目的事業主管機關提供必要資料。
- 第 九 條 本法第七條所定人員之相關專業訓練，由內政部、中央各相關目的事業主管機關、直轄市及縣（市）政府自行或委由民間團體辦理；其課程類型、時數及相關訓練事宜，由內政部另定之。

第 十 條 本法第八條所定司法警察機關應派員執行安全維護之相關專業人員，包括下列人員：

- 一、辦理或受託辦理被害人及疑似被害人之安置保護人員或民間團體人員。
- 二、參與人口販運案件之通譯人員。
- 三、內政部移民署建置之疑似被害人鑑別階段之協助鑑別人員（以下簡稱協助鑑別人員）名冊所列人員。
- 四、其他經司法警察機關認定協助辦理人口販運案件之人員。

第 十一 條 本法第八條、第十一條第三項及第二十二條第一項所定社工人員，包括下列人員：

- 一、各主管機關編制內或聘僱之社會工作師、社會工作員及社勞行政人員。
- 二、受各主管機關委託民間團體之社會工作師及社會工作員。
- 三、其他受各主管機關委託辦理社會工作業務之適當人員。

第 十二 條 受理本法第九條第一項及第二項通報之司法警察機關，對通報人之身分資料或其他足資識別其身分之資訊應另行密封。

第 十三 條 本法第九條第一項所定其他執行人口販運防制業務人員，包括下列人員：

- 一、漁業勞動檢查員、訪查員及其他經農業主管機關認定之人員。
- 二、船舶運輸管制員及其他經交通主管機關認定之人員。
- 三、經內政部公告指定之人員。

第 十四 條 本法第九條第三項所定其他足資識別身分之資訊，包括其照片、影像、聲音、證件號碼、住址、就讀學校院系所班級、工作地點或其親屬姓名、關係等個人基本資訊。

第十九條第一項及第二十條第一項所定其他足資識別身分之資料、資訊，包括其證件號碼、就讀學校院系所班級、工作地點或其親屬姓名、關係等個人基本資料、資訊。

第 十五 條 本法第十條所定線上檢舉平台，得以網際網路、電子郵件、通訊軟體、社群媒體或其他科技設備傳送方式為之。

第 十六 條 司法警察機關（單位）依本法第十一條第一項或第二項規定進行鑑別前，應交付受鑑別人權益告知書；鑑別後，應交付受鑑別人被害人鑑別通知書，並由其當面簽章確認；其無法或拒絕簽章者，司法警察機關（單位）得以錄影方式留存交付過程影像。

第 十七 條 本法第十一條第三項所定協助疑似被害人之相關專業人員，包括下列人員：

- 一、協助鑑別人員名冊所列人員。
- 二、受委託辦理被害人安置保護工作之民間團體人員。
- 三、從事社會福利、人權或婦女權益之民間團體所指派執行協助之人員。

司法警察依本法第十一條第三項規定所為請求，應優先向前項第一款協助鑑別人員名冊所列人員為之。

本法第十一條第三項所定必要時，為下列情形之一者：

- 一、疑似被害人情緒不穩，無法或難以配合司法警察進行詢問。
- 二、疑似被害人因精神障礙或其他心智缺陷致無法為完全陳述。
- 三、疑似被害人為未滿十八歲之兒童或少年。

四、其他經司法警察認定，應請求社工或相關專業人員協助。

司法警察處理疑似人口販運案件，進行被害人之鑑別，發現涉及兒童及少年之性剝削案件者，依兒童及少年性剝削防制條例第九條第一項規定辦理。

第 十八 條 本法第十一條第六項所定原鑑別機關（單位）之上級機關（單位）於受理異議後，得洽請專家、學者或第十條第三款協助鑑別人員名冊所列人員，提供審查意見；其異議處理程序，以書面審查方式為之，必要時，得以召開會議方式辦理。

前項受理異議之機關（單位）經審查後，認受鑑別人非屬被害人，且維持原鑑別結果者，應立即通知內政部移民署所屬專勤隊及查獲機關（單位）。

第 十九 條 本法第十三條所稱直轄市、縣（市）主管機關，指被害人所在地之直轄市、縣（市）主管機關。

第 二十 條 本法第十九條第二項所定政府機關，包括中央、地方各級機關及其所屬之實（試）驗、研究、文教、醫療及特種基金管理等機構。

第二十一條 本法第二十條第一項第一款所定被害人為外國人、無國籍人民、大陸地區人民、香港或澳門居民者，其行為能力之認定，依我國民法規定。

第二十二條 被害人在臺逾期停留或居留者，依本法第二十七條規定，免除其罰鍰。

第二十三條 違反本法第十九條第一項保密規定者，由被害人所在地之直轄市、縣（市）主管機關，依本法第三十九條第五項規定處罰。

第二十四條 本法第四十一條第三項所定判決有罪確定者之名稱、罪名及其他必要資訊，由內政部移民署刊登政府採購公報，並公開於政府電子採購網。

第二十五條 本細則施行日期，由內政部定之。

副本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯絡人：林淑娟 02-33438512

電子郵件：chuan99@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年1月5日

發文字號：通傳內容決字第11348000100號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：

主旨：轉知總統112年12月6日公布「家庭暴力防治法」部分條文修正案，請查照。

說明：

一、查旨揭修正案涉及廣播、電視事業之條文(如附件)如下：

(一)第50條之1：(修正)

1、第1項：宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載有被害人及其未成年子女之姓名，或其他足以識別被害人及其未成年子女身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此限：

(1)被害人為成年人，經本人同意；受監護宣告者並應取得其監護人同意。

(2)犯罪偵查機關或司法機關依法認為有必要。

2、第2項：前項但書第一款所定被害人為心智障礙者、受監護宣告或輔助宣告者，應以其可理解方式提供資訊。

3、第3項：第一項但書第一款所定監護人為同意時，應尊重受監護宣告者之意願。

4、第4項：第一項但書第一款所定監護人為該家庭暴力案件相對人時，不得報導或記載有被害人及其未成年子女之姓名，或其他足以識別被害人及其未成年子女身分之資訊。

(二)第61條之1：(修正)

- 1、廣播、電視事業違反第五十條之一第一項或第四項規定，或違反依第六十三條之一第一項準用第五十條之一第一項或第四項規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。
- 2、前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體之負責人違反第五十條之一第一項或第四項規定或違反依第六十三條之一第一項準用第五十條之一第一項或第四項規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得沒入第五十條之一規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。但被害人死亡，經目的事業主管機關權衡社會公益，認有報導之必要者，不罰。
- 3、宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項之處罰對象為行為人。

正本：無線廣播電臺、無線電視電臺、衛星廣播電視業者、有線廣播電視系統經營者
副本：中華民國廣播商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、台灣有線寬頻產業協會

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

正本

檔 號：
保存年限：



衛生福利部 函

地址：115204 臺北市南港區忠孝東路6段488號
聯絡人：張惠婷
聯絡電話：(02)8590-6682
傳真：(02)8590-6062
電子郵件：ps1393@mohw.gov.tw

114503



台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：陳依玫秘書長

發文日期：中華民國113年1月4日
發文字號：衛部護字第1121461336號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：如主旨

主旨：檢送本部112年12月6日性侵害事件被害人隱私保護爭議研商
會議紀錄1份，請查照。

正本：盧映潔教授、林沛君副教授、王珣好執行長、杜瑛秋執行長、陳依玫秘書長、財
團法人台北市現代婦女基金會、司法院秘書長、法務部、教育部、內政部警政
署、衛生福利部社會及家庭署、本部法規會
副本：本部保護服務司

部長 薛瑞元

性侵害事件被害人隱私保護爭議研商會議紀錄

開會時間：112 年 12 月 6 日（星期三）上午 9 時 30 分

開會地點：本部 206 會議室

主 席：李政務次長麗芬

紀錄：張惠婷

壹、主席致詞

貳、會議緣起

一、日前台北市某幼兒園發生多名幼童遭教師性侵害案件，經臺北市政府教育局於 112 年 9 月 20 日依教保服務人員條例(以下簡稱教保條例)第 33 條第 1 項規定，處幼兒園負責人 6 萬元罰鍰，並自同年 10 月 1 日起廢止設立許可。另依教保條例第 46 條第 1 項第 3 款規定，處毛姓嫌疑人(負責人之子) 60 萬元罰鍰，並終身不得擔任教保服務人員。該局並於同年 10 月 1 日依教保條例第 40 條第 2 款規定「教保服務人員違反第三十三條第一項規定，對幼兒有下列情形之一者，處行為人新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，公布行為人之姓名及機構名稱」，將上開處分內容公告於該局官網(附件 1)。

二、本案已由台北地檢署依加重強制性交等罪起訴毛姓教師，惟因超過 12 名女童受害，引發網友討論加害者未被公布姓名，媒體亦因擔心違反性侵害犯罪防治法(以下簡稱本法)或兒童及少年福利與權益保障法(下稱兒權法)有關被害人隱私保護規定而不敢報導，致有家長不知情持續送小孩入園成為被害人之爭議。另有網紅「小商人」將涉案狼師人形看板，置於該幼兒園門口，並載明「兒少法規定請勿宣傳，幼兒園園長之子性侵 12 位幼童」，藉以凸顯引發網友及媒體質疑公布加害人姓名是否影響被害人權益等爭議。

三、基此，本部爰邀集專家學者、相關部會及民間團體代表，就本法第 16 條規範「不得報導、記載或揭露被害人身分隱私」，及教保服務人員條例、幼兒教育及照顧法(下稱幼照法)規範「公布行為人之姓名及機構名稱」、兒權法第 97 條規範公布其「姓名或名稱」，致生實務與法律等爭議，召開本次會議討論。

參、提案討論

提案單位：保護服務司

案由：有關不得報導、記載或揭露性侵害被害人身分隱私，與教保服務人員

條例等規定公布行為人姓名及機構名稱之法規扞格案，提請討論。

說明：

- 一、依本法第 16 條規定：「宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載有被害人之姓名或其他足資識別身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此限：一、被害人為成年人，經本人同意。但心智障礙者、受監護宣告或輔助宣告者，應以其可理解方式提供資訊。受監護宣告者並應取得其監護人同意。二、檢察官或法院依法認為有必要。前項第一款但書規定之監護人為同意時，應尊重受監護宣告者之意願。第一項第一款但書所定監護人為該性侵害犯罪嫌疑人或被告時，不得報導或記載有被害人之姓名或其他足資識別身分之資訊。第一項以外之任何人，不得以媒體或其他方法公開或揭露被害人之姓名及其他足資識別身分之資訊。」又性侵害犯罪防治法施行細則(下稱本法施行細則)第 10 條規定：「本法第十五條及第十六條第一項所定其他足資識別被害人身分之資訊，包括被害人照片、影像、圖畫、聲音、住址、親屬姓名或其關係、就讀學校、班級、工作場所或其他得以直接或間接方式識別該被害人個人之資料。」
- 二、另依教保條例第 40 條第 2 款規定，教保服務人員違反第 33 條第 1 項規定，對幼兒有情節重大之體罰、霸凌、性騷擾、不當管教、其他身心暴力或不當對待之行為者，處行為人新臺幣 6 萬元以上 60 萬元以下罰鍰，並公布行為人之姓名及機構名稱；幼照法第 50 條第 2 款亦有同樣規定；至兒權法第 97 條則規範，違反第 49 條第 1 項各款規定之一者，處新臺幣 6 萬元以上 60 萬元以下罰鍰，並得公布其姓名或名稱。
- 三、是以，倘幼兒園發生教師對兒少有疑似性侵害行為，依本法及本法施行細則規定，不得報導、記載或揭露性侵害被害人照片、影像、圖畫、聲音、住址、親屬姓名或其關係、就讀學校、班級、工作場所或其他得以直接或間接方式識別該被害人個人之資料。惟教育主管機關或社政主管機關依教保條例、幼照法或兒權法規定，公布行為人姓名、機構名稱，卻因該機構同時為性侵害被害人就讀處，致公布機構時恐有揭露性侵害被害人身分隱私之疑慮，因而引發上述法規適用之爭議。

四、查行政院羅政務委員曾於 108 年 11 月 13 日召開研商未成年被害人權益保護及後續修復等相關事宜會議，就內政部移民署疑似洩漏人口販運未成年被害人個人資訊案件討論，決議：「足資辨別被害人身分之資訊」之具體標準，司法院「裁判書及公示送達遮掩足資識別兒童及少年身分資訊作業參考範例」應足以作為借鏡，請衛福部邀集移民署、法務部及 iWIN 等相關機關（單位）研商，檢討各法規規定，研提具體可操作化標準並進行類型化，俾利相關人員知所遵循。經本部於 109 年 2 月 25 日邀集專家學者、相關部會、媒體及民間團體代表等召開保護性事件未成年被害人隱私保護研商會議(附件 2)，會議決議略以：有關性侵害、兒少性剝削及兒少人口販運被害人之身分資訊，媒體、任何人皆不得報導、記載或揭露被害人姓名、照片或影像、聲音、住址、親屬姓名或其關係、就讀學校與班級或工作場所及其他足資識別身分資訊，以符合兒權公約兒少最佳利益考量。與會代表建議略述如下：

(一)所謂「足資識別」應為避免其被害人身邊之親友足資識別，非僅為一般民眾足資識別該被害人。

(二)依兒權法第 97 條規定，違反兒權法第 49 條者除處罰鍰外，並得公布姓名或名稱，實務上地方政府執行此類案件是如何避免不被識別出被害人身分，是否一併提供媒體參考。

(三)實務上，就涉有足資識別被害人身分隱私案件，皆就個別案件召開會議討論研議，再依法予以裁罰(公布姓名或名稱)。

(四)依偵查不公開作業辦法規定，偵查中案件如涉及照片、姓名、住居所、就讀學校等部分即不得公開，即便是例外可公開的情形仍不得公開。

五、另司法院訂定裁判書及公示送達遮掩足資識別兒童及少年身分資訊作業參考範例(附件 3)，針對涉及兒少身分資訊之各類裁判及司法文書，裁判書當事人欄位於當事人為兒少時，其姓名完全遮掩，性別、生日、地址直接刪除；主文欄當事人為兒少或其父母時，以替代英文字母或數字置換姓名、身分證統一編號、電話、學校、班級、老師、親屬關係、金融帳號、車牌號碼、病歷號碼等，另地址、地緣關係(含證據資料)僅有縣市別，係採「經去識別化後得提供」方式。司法院並於 99 年 1 月起，於司法院網站逐步公開性侵害案件

之裁判書，並將個資遮隱作業，除原由電腦自動處理外，增加由法院書記官逐案複核機制，以維護民眾資訊獲取權之公平性。

六、為避免潛在被害人隱私遭揭露，教育主管機關或社政主管機關除廢止該機構或學校設立外，公布行為人姓名及其機構名稱似有其必要性，惟倘該機構或學校已停業不得招生，行為人已列入相關不適任教師資料庫終生不得任用，是否仍有公布其機構名稱之必要。再者，實務上有兒少性剝削、性侵害案件被害人因報導「某縣市某區某國中」而遭其親友辨識出為案件被害人，縱使是規模較幼兒園大之學校，亦有被害人身分隱私遭揭露之疑慮，而規模較小之幼兒園，於公布其機構名稱時，是否更易直接或間接識別尚就讀中之兒少被害人。

七、綜上，針對性侵害行為人，除有可能直接或間接識別被害人外，本法並未規範不得報導、記載或揭露行為人身分，且司法院亦可查詢性侵害案件加害人姓名，故教保條例、幼照法、兒權法公布行為人姓名應無爭議。惟教保條例、幼照法、兒權法公布行為人姓名及其機構名稱，與本法及本法施行細則之被害人身分隱私不得揭露項目之法律扞格、實務執行、是否應刪除本法施行細則有關被害人「學校」項目等疑義，兼顧保護現有兒少被害人身分隱私，及避免潛在被害人受害之公益目的等，請予以討論。

決議：請本部保護服務司就性侵害犯罪防治法立法意旨，衡酌兼顧保護兒少被害人身分隱私，及避免潛在被害人受害之公益目的，另行邀集相關單位研議修法或訂定相關媒體指引之必要性與可行性。

肆、臨時動議：無。

伍、散會：12 時

發言摘要

婦女救援基金會杜瑛秋執行長：

- 一、對於性侵害跟兒少性剝削加害人，確實要依法公告，但建議不要公告加害人案發之學校，因加害人若已經離開學校(園所)或該學校(園所)已被停業，則公告有可能影響到仍在就讀的兒童，應予考量。
- 二、很多兒少被害人的親友是因為看到公告的機構(學校)名稱，循線得知在此機構(學校)就讀的兒少被害人；現行很多機構(學校)都會將一些活動中的兒少相片放上網，致容易識別出兒少被害人，尤其對於兒少性剝削及性侵害案件被害人更是影響甚鉅。倘屬於兒少不當管教部分，公告其行為人機構(學校)是沒有關係的，但性議題因汙名化的影響，恐造成被害人及其家屬遭指責，應該要特別留意及避免，否則被害人隱私保密之立法目的將形同虛設；此類案件與兒權法不當管教或體罰案件之情形並不相同。
- 三、實務上有兒少性剝削案例，因判決書描述案情過於詳細，提及發生地、性交過程，導致周遭朋友識別出被害人，造成被害人嚴重二度創傷；本基金會曾請 iWIN 要求新聞媒體下架該報導，被害人也有要求媒體下架，但僅兩家媒體下架，其餘皆表示被害人個資已隱匿，至於事發地點跟相關資訊是判決書所載且公開上網，而不願意下架該則報導，導致被害人仍被辨識出來。基此，如倘要公告加害人之機構或學校時，實應特別注意直接或間接識別被害人個資，導致被害人二度傷害之情形。此類案件重點是要預防此加害人再犯，教育部應避免讓此加害人再擔任教職、主管職或是立案登記為負責人之情事，應屬後續不適任教師管控問題，而非僅是以公告機構之方式杜絕其再犯。
- 四、考量媒體報導其實會造成被害人終生傷害，最重要的是被害人周遭的生活圈；家內性侵害案件非常明確不能報導加害人姓名，避免被害人被識別而造成重大傷害，這是確定的。另一部分，現行的媒體報導，其實一般人無法辨識出被害人，常都是被害人周遭的人辨識出來的，特別是在校內或社區裡的被害人因媒體報導才被辨識，這應有更深層的討論，確實被害人資訊一旦被報導將非常難以下架；現行很多網路

媒體常互相引用其他網路媒體的報導，致必須要求每一家下架，這是很可怕的事情，因為傳播速度快又遠，如果未規範好，真的須耗費相當大力氣去處理下架報導，對被害人的傷害真是非常大。

中正大學盧映潔教授：

- 一、倘公告行為人工作地點(例如幼兒園名稱)會直接或間接讓被害人個資足資識別，但公告之目的就是希望不要有更多被害人受害，保護未來潛在的被害人，而非懲罰加害人為目的，以此角度思考的話，則可研議修法或修正施行細則，不一定要公告機構、幼兒園名稱，而是課予教育或社政主管機關必須負有通知被害人家長或潛在(即將入學)被害人家長，避免持續將兒少送到此機構、幼兒園就讀。此案件機構和行為人姓名已被公告，除讓網紅操作自己的流量外，真正最需要得知此資訊之家長卻因忙碌而無所知悉而持續將兒童送入就讀。
- 二、之前有一案例媽媽是國小安親班負責人，其兒子為行為人，並為典型戀童癖者，並對安親班兒童造成威脅，但卻未於該安親班擔任教職或其他職務，類此情況反而無法公告行為人姓名。
- 三、建議性侵害犯罪防治法施行細則可修正將範疇限定為使無關第三人或不特定第三人足資識別被害人資訊，另配合該修正，可參考犯罪被害人權益保障法新增讓被害人有權利要求媒體下架之規定，即被害人倘受到媒體報導影響，則可請求媒體應下架報導，亦即為當事人請求下架時，媒體應就當事人請求移除或下架該則報導。

本部李麗芬政務次長：

- 一、這個案子的加害人在前案相關行政調查結果並無較確切的證據，否則按現行規定與做法是不會有加害人繼續留在這個場域且持續加害行為。
- 二、對被害人隱私的保護是毫無疑問的，無論兒權法或性侵害犯罪防治法等都有對被害人隱私保護的規定，但對於保護潛在被害人的部分，也

應同時兼顧並平衡。當公告行為人學校或工作場域時，其實常發生被害人學校及場域被揭露的效果，媒體也會擔心報導違反性侵害犯罪防治法對被害人隱私的保障。法律雖無法兼顧所有案例，確實有些案例具有其特殊性，但仍必須從中建立一般性的原則。當行政調查或判決後公告行為人時，媒體依公告內容進行報導，卻仍有社政主管機關因被害人家屬主張揭露被害人隱私而依法對媒體裁罰。

三、精神衛生法修正時，曾被立法院要求要隱匿並不得報導精神病人名字，但考量到社會公益的議題，就是當媒體都不報導時，就不會有那麼多人重視精神病人的權益後經溝通結果是保障精神病人不被汙名化、社會重大矚目案件不得與其疾病連結，並不得有歧視性報導。

四、針對已經對外公開的事件應考量是否屬被保障的個資、有無與個資法競合等議題；性侵害被害人已死亡案件，如新北衛生局案、林姓作家案，都是家人欲代其發言但受限於性侵害被害人個資不得揭露而有相當爭議，並涉性侵害犯罪防治法是否為個資法之特別法等面向。

五、現行性侵害犯罪防治法針對媒體報導被害人隱私部分採一律處罰，尚無自律先行機制，就媒體依照其他公文書撰寫報導時，應思考相關裁量空間，或規範在被害人主張後方請媒體下架等做法，並再研議相關法益取得平衡點，因為當中確實還有公益點要衡量，並思考衡量程度，包括法規是不是修正之必要，或透過指引等方式，應請業務單位再做研議討論。

教育部：

一、教育部的相關規定，針對發生於幼兒園事件的調查報告是會通知相關人員，但這個案件最主要的原因在於一開始案件是查無實證，並有繼續送托的情況，沒有實證當然也無法裁罰相對人。

二、一旦事件發生，其實就讀於該幼兒園的幼童家長應都會知情，但需要保護的其實是將兒童送托至幼兒園的家長，因在未被通知且也未公告幼兒園名稱的情況下，家長就會繼續送托，即便家長知道行為人名字，

如還是不知道發生事件的機構(幼兒園)，則仍會繼續送托，這是件最需要關注的；倘刪除公告機構名稱規定，在該機構未被廢止設立許可的情況下，教育主管機關就無法傳達給家長有關該教保機構之訊息，則類此案件就有可能再發生。

- 三、教保服務人員條例有關教保服務機構及負責人，及教職人員終身不得聘用這 2 部分之公告，本部會再研議採取分開而不要放在一起公布之方式，避免產生公布機構而連結到被害人的疑慮；公布教保服務機構主要是讓家長在尋找幼兒園時有知的權利與選擇，分別公布時可能較為妥適。

勵馨基金會王珣好執行長：

- 一、之前一直都是站在被害人隱私保護立場，所以是從嚴規定，現在這事件讓我們思考公益層次的議題。法規係保護被害人隱私不會被辨識，但考量熟識者性侵案件，為保護被害人而連帶的隱匿了行為人或加害人，但當行為人或加害人被隱匿後，另一群公民團體就會覺得好像在保護加害人，爰確實可以重新思考這個議題。
- 二、之前的會議有兩個重點，第一個重點是擔心被害人去識別化做得不完全還是會有被辨識的可能，所以規定全部不得提供。但不同的媒體會有不同的去識別化方式，例如有些隱匿名字第二個字，有些是隱匿名字第三個字，經交叉比對就可得知被害人全名，爰應朝訂定去識別化共通規格之方向，避免媒體去識別化不一致致識別被害人，而非完全不得提供。現行法規並未規範不得報導加害人，但不報導加害人是為了要保護被害人，卻連帶讓加害人受益。第二個重點就是足資辨識是一般民眾足以辨識還是被害人的親友可以識別，過往確實也是從嚴規範，因被害人親友若可識別出來的話，確實會造成被害人生活的困擾。但就算是親友也應分層次，例如家內性侵害案件，只要知道加害人幾乎就可以辨識被害人，就不得報導。但如加害人為學校教師，雖然未報導該學校，但同校師生可能其實早就知道，並非因媒體報導才知悉，

所以有關親友足以辨識這部份，建議再就熟識程度予以區分，家內性侵案件一律不得報導，但學校、職場可重新思考，透過區分層次方式，而不是一律不得報導。

- 四、先前衛星公會媒體自律會議也討論到針對性侵害被害人已死亡案件，被害人家屬及親友想為其發聲，卻因不得報導被害人隱私之規定，導致行為人一直於媒體上為自己辯護，被害人家屬卻不得發聲，被害人家屬覺得媒體未能平衡報導，以及被害人聲音被消失等。這也讓我們思考是否因矯枉過正而讓性侵害事件未能被平衡報導，因而無法完整呈現性侵害事件全貌，這也是另一個須思考的層次。

衛星公會陳依玫秘書長：

- 一、過去幾年電視台就是不報導，以至於覺得媒體好像放棄了應該守護的公共利益，並因媒體未善盡公共告知責任而讓新的受害者產生。電視台的規範很嚴格，除了一般法律規定外，並成立跨頻道的新聞自律委員會，透過穩定而有效的自律機制去拿捏報導。其實法律並未如此嚴格，經相關會議討論，會議不斷疊加後的結果就是只要直接或間接足以辨識被害人者就都不得報導。不會有媒體是抱著加害被害人的動機進行報導，當然不能為網路媒體負責說不會發生此情形，但至少要向NCC領取執照的電視台就不可能有這樣情況。
- 二、電視台想要兼顧及拿捏的部分是公共利益與媒體責任，受害者保護是不可以改變的鐵則天條。本案關鍵在於法律規定所謂足以辨識出受害者，誰足以辨識受害者是關鍵，是不特定的第三者，還是同學、朋友、親戚、家人，這個與受害當事人的生活 and 人生有關的人。實務上發現，其實不用媒體報導，受害者家人及親友常常早就知道了，家人要照顧受害當事人，同學或朋友其實也可能是受害當事人本來就去求助的對象而早就知情。以媒體來說，並沒有要再加害的惡意，沒有要讓其被辨識，問題是不要讓加害者利用對被害者的保護而變成一個繼續犯罪或犯罪行為的保護傘。

- 三、之前新北市衛生局被害人死亡的案例，該被害人在臉書自我揭露被權勢性侵，這可給年輕人一個提醒，但這些部分卻都不能報導，還是希望能夠有一點揭露報導作為提醒，具有預防不再有人因此受害的公義性。再者，很多狀況是未成年被害人家長認為學校是未處理加害者的共犯結構，因而訴諸媒體揭露性侵害事件，這類都需要媒體小心拿捏報導的內容。電視台，願意用更高更嚴格的標準審視報導內容，但不能因此變成加害者的保護傘，這也非性侵害犯罪防治法的公益目的。基此，如家內親友係非因媒體報導才辨識此被害人之情形應該可法律免責；對媒體報導來說，絕對會做到陌生人無法辨識出被害人。
- 四、對媒體來說，寧願針對每一個案例進行報導呈現方式之討論，透過媒體自律機制運作，以兼顧媒體責任及保護受害者，而非單依法律、函釋、會議記錄的規範而沒有衡量的空間。建議性侵害案件之報導可採自律機制方式運作，並有衡量空間。
- 五、希望採當事人主義原則，倘為熱心民眾代為申訴或其他非當事人檢舉，原則仍希望可以提出當事人委託；以報導性侵害案件來說，當事人被報導的意願很重要，亦希望非當事人在撤除報導時也可以出具當事人委託書。
- 六、早期性侵害案件足以識別的認定是不特定第三人，較遺憾的是，之前可能基於一兩個情況特殊案例，而做了全面性檢視及限縮，致現在性侵害案件不報導才不會違反法規之情況。回歸到母法意旨的話，媒體所面對的是不特定第三人如社會大眾，具有一定程度的公益性須執行及報導。某些特定案例或基於公共利益，透過自律機制可檢討；網路報導也可透過 iWIN 自律機制，透過個案檢討及自律機制做進一步報導的限縮或不報導，也是一種可行的辦法。
- 七、最近有個案例是大安森林公園溜滑梯旁有一加害人於每天傍晚五六點出現，誘拐小孩並帶到廁所猥褻；很多兒童受害，經媒體報導描寫到犯案地點，如有人主張每天都看到鄰居傍晚帶孩子到該地點而辨識出該兒童即為受害者，則此不應怪罪媒體，因媒體報導的本意在於提醒

其他人的公益，且報導亦未揭露被害人資訊，但確實有可能讓家人、親友、鄰居識別出被害人，這部分應該予以考量。性侵害犯罪防治法第 16 條檢察官或法院依法認為有必要者，不在此限，亦即媒體報導檢調或法院公告之判決書，內容應屬於不在此限的範圍。

八、建議性侵害案件報導應有自律先行機制，依法判決書或依法公告內容本來就屬性侵害犯罪防治法第 16 條規範可報導範疇，之前南投的案例也是依照公告內容進行報導，並未揭露受害者，爰之後當事人透過自律機制的委員表達，希望此案例不要曝光，所有媒體皆立刻發動自律下架。

九、直接或間接識別被害人部分並無爭議，關鍵在於誰可經交叉比對而識別出被害人，倘為指被害人身邊親友可識別的話，則根本不得報導。另外，因為不是採報導事前審查機制，致媒體害怕被裁罰就會不報導，而將公益界限限縮。還是應回歸自律機制先行原則。

本部保護服務司：

一、被害人保護部分，無論兒權法性侵害犯罪防治法規範很明確，惟性侵害犯罪防治法並無加害人公告制度，只有被動查閱，例如兒少福利機構或教育單位等與兒少較多接觸之場所，基於保護兒少需要而有被動查閱機制。至於兒權法或幼照法有加害人公告資訊規定，不是公告此人有性侵害行為，而是廣泛的公告內容，例如台北市案例是依教保人員條例第 40 條第 2 款有情節重大之體罰、霸凌、性騷擾、不當管教、其他身心暴力或不當對待之行為，爰當公告此加害人姓名後，民眾部會連結到機構裡有性侵害事件，也不會陷入足資識別被害人身分資訊範疇。

二、在不同法律條文規定，一個保護被害人，另一個是預防加害人再犯，只有當兩造關係非常接近時，例如是家人關係時才會發生該兩種法規要維護哪個為優先的價值爭議。兒權法雖然是規範得公告，但針對家內兒少虐待案件會優先命家長做親職教育，只要完成親職教育就不會

對其公告。故一般都是家外案件才會涉及公告加害人以達預防目的及效果，避免加害人再去接觸其他兒少。

- 三、為性侵害犯罪防治法對性侵害加害人本來就沒有公告制度，但倘事件發生於校園仍有其他法規可公告其不當行為。此案件是因為教育局公告行為人違反教保人員條例，在具體個別性侵害事件發生時，即使依法可報導行為人，只要不要涉鉅細靡遺的犯案情節，而不致識別出被害人應該就無疑義。
- 四、台北市案件的加害人明確但被害人不明，一般人不知道有哪些被害人，但周遭的人可能本來就知道被害人，並不是因為此報導才知道，故台北市政府認定並未違反揭露被害人隱私規定。假設報導校園霸凌事件，學校師生都知道兩造身分，且報導描述加害人曾對被害人所做行為包括性侵害，則該報導會導致本來已知的被害人被直接識別。
- 五、本部曾於 109 年針對機構內兒少性剝削被害人隱私揭露問題開會研商，該會議討論性侵害案件隱匿的基本個資(如身分證字號、姓名、班級)，一致共識是很嚴謹的限縮，即便公告的判決書如因內容過於詳細以至於被害人親友可辨識出被害人都不能被允許，並決議請司法院判決書內容不應將案情及犯罪手法描述過於詳盡，另被害人如主張隱私權受到侵害時，可以於特定資料將資訊隱匿，司法院並於會中表示帶回研議。
- 六、兒少或性侵害被害人隱私權保障乃十分嚴謹事項，對涉及揭露兒少或性侵害被害人身分隱私之報導，而是任何人都可以檢舉。性侵害犯罪防治法對被害人保護係採取最大範圍的保護，除了地方政府查無性侵害通報資料，無法確認為疑似被害人時，也無法與被害人釐清或調查揭露其身分隱私之情形外，其他只要疑似為性侵害案件被害人就有保護身分隱私之必要。
- 七、本部關於被害人隱私部分已有多次會議討論，包含林姓作家案件，最後討論結果包括被害人死亡後，報導被害人姓名對性侵害案件案情並無實益，爰本次修法才列入罰則的但書規範。108 年案件也是因為加

害人為被害人母親，因媒體拍攝加害人背影，某公務機關召開記者會時提供被害人臉書所登已打馬賽克之公開照，導致周遭人識別出被害人，讓被害人處境艱難。這也涉及到被害人的生活圈可以擴及到多大，倘僅為最低範圍即一般人不會識別出被害人的話，基本上被害人會在其生活圈很大一部分都無法生存，所以羅政委才特別交代本部應就足資識別部分有明確限縮的規範，本部並邀集民間團體及媒體代表開會討論取得共識，包括經馬賽克之照片可去碼，而一律不得揭露，另對於性侵害被害人應有其生活圈的範疇，也許很親近的親友因被害人告知而知悉，但不該因報導而被識別出被害人，導致被害人可能連家人以外稍微擴大一點的生活圈都走不出去。

八、實務上，109 年會議上，地方政府也表示針對兒少性侵害被害人隱私權的案件，於裁罰前除與被害人、被害人家屬確認外，也會召開會議討論該案件是否裁罰，並進行衡量，並非僅依法規規範逕予裁罰。以林姓作家案為例，最終台北市認報導其符合公益而不予裁罰。

九、倘性侵害犯罪防治法將不得揭露被害人「就讀學校」刪除，將連帶影響相關法規及措施，如法務部偵查不公開案件辦法、司法院判決書都需配合修正。至於直接或間接識別規定係參照個資法規定，過往也有相關函釋，所以才列入此次修法明定。

本部法規會：

一、性侵害犯罪防治法第 15 條第 3 項規定刑事機關及司法機關公示文書不得揭露被害人隱私，倘揭露後也無罰則處罰。媒體可能依據法院公布判決書內容報導，但此部分仍須視法務部意見判斷媒體到底有無故意或過失，因為根據公文書或判決書，除非很明顯的缺失，如公文書或判決書已揭露被害人姓名，如媒體主張判決書裡已有揭露而將被害人姓名報導，亦明顯違反法規規定，而不能主張不知道。法規如已經明確列舉不得報導、揭露，媒體卻去報導就是違反規定。

二、困難點在於其他足資識別被害人身份；媒體報導一個現象或事實，被

害人家人或左右鄰居可能就會知道，爰其他足資識別被害人身份應該是不特定人或所謂一般人看報導後，經由交叉比對後可以識別出被害人，較為合理。

性侵害事件被害人隱私保護爭議研商會議簽到表

時間	112年12月6日9時30分	地點	本部206會議室
主持人	李政務次長麗芬		
單位 / 名字		職稱	簽名
盧映潔		教授	盧映潔
林沛君		副教授	請假
王玥好		執行長	王玥好
杜瑛秋		執行長	杜瑛秋
陳依玫		秘書長	陳依玫
財團法人台北市現代婦女基金會			請假
司法院			請假
法務部		檢察官	張昆昆

性侵害事件被害人隱私保護爭議研商會議簽到表

時間	112年12月6日9時30分	地點	本部206會議室
主持人	李政務次長麗芬		
單位 / 名字		職稱	簽名
教育部		視察	陳鎮和
內政部警政署		警務正	郭亮鈞
本部社會及家庭署		視察 專員	郭英道 郭怡婷
本部法規會		專員	陳英俊

性侵害事件被害人隱私保護爭議研商會議簽到表

時間	112年12月6日9時30分	地點	本部206會議室
主持人	李政務次長麗芬		
單位 / 名字		職稱	簽名
本部保護服務司			郭新禧
			張靜海
			彭裕婷 張嘉婷
			連瑞榕
			林資靜 李夏

正本

檔 號：
保存年限：



衛生福利部 函

地址：115204 臺北市南港區忠孝東路6段488號

聯絡人：王君緯

聯絡電話：(02)8590-7554

傳真：(02)8590-7080

電子郵件：mowang@mohw.gov.tw

114



台北市舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業
同業公會

發文日期：中華民國112年12月1日

發文字號：衛部心字第1121763633號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨

主旨：檢送本部翻譯世界衛生組織（WHO）2023年版自殺新聞報導原則「八不六要」快速指引及原文手冊各1份，請惠予周知所屬單位或會員，請查照。

說明：

- 一、依據自殺防治法第9條第2項第8款規定辦理。
- 二、旨揭翻譯指引，已同步公布於本部網站（網址：<https://gov.tw/buu>），供各界下載參考。
- 三、請惠予依旨揭指引進行自殺新聞之正向報導，俾利防止自殺模仿效應，共同提升自殺防治綜效。

正本：台北市報業商業同業公會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、國家通訊傳播委員會

副本：台北市電腦商業同業公會、社團法人台灣自殺防治學會(均含附件)

部長 薛瑞元

自殺新聞報導原則「八不六要」快速指引

✓ 六要

提供正確的求助資訊

特別謹慎報導名人自殺事件

使用正確的資訊教育民眾
有關自殺防治的事實

報導如何因應壓力或自殺想法
及尋求協助之人物故事

謹慎訪問自殺遺族

留意媒體從業人員於報導自殺
事件時也可能會受到影響

✗ 八不

不要使用
聳動化的標題

不要詳細描述
自殺方法

不要提及自殺事
件的地點或細節

不要報導
自殺遺書細節

不要使用聳動化、合
理化或正常化的方式
描述自殺事件

不要簡化自殺原因或
歸咎單一因素

不要刊登照片/影片/
音訊或社群媒體連結

不要將有關自殺的內容
放在頭版，並避免
過度或重複報導



衛生福利部

Ministry of Health and Welfare Copyright © 2023

第 39 頁，共 224 頁

*WHO disclaimer: This translation was not created by the World Health Organization (WHO). WHO is not responsible for the content or accuracy of this translation.
The original English edition shall be the binding and authentic edition. Original source: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240076846>. (accessed 31 Nov 2023)



World Health
Organization



Preventing suicide: a resource for media professionals

Update 2023



Preventing suicide: a resource for media professionals

Update 2023

Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2023

ISBN 978-92-4-007684-6 (electronic version)

ISBN 978-92-4-007685-3 (print version)

© **World Health Organization 2023**

Some rights reserved. This work is available under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO licence (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo>).

Under the terms of this licence, you may copy, redistribute and adapt the work for non-commercial purposes, provided the work is appropriately cited, as indicated below. In any use of this work, there should be no suggestion that WHO endorses any specific organization, products or services. The use of the WHO logo is not permitted. If you adapt the work, then you must license your work under the same or equivalent Creative Commons licence. If you create a translation of this work, you should add the following disclaimer along with the suggested citation: “This translation was not created by the World Health Organization (WHO). WHO is not responsible for the content or accuracy of this translation. The original English edition shall be the binding and authentic edition”.

Any mediation relating to disputes arising under the licence shall be conducted in accordance with the mediation rules of the World Intellectual Property Organization (<http://www.wipo.int/amc/en/mediation/rules/>).

Suggested citation. Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2023. Geneva: World Health Organization; 2023. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

Cataloguing-in-Publication (CIP) data. CIP data are available at <http://apps.who.int/iris>.

Sales, rights and licensing. To purchase WHO publications, see <https://www.who.int/publications/book-orders>. To submit requests for commercial use and queries on rights and licensing, see <https://www.who.int/copyright>.

Third-party materials. If you wish to reuse material from this work that is attributed to a third party, such as tables, figures or images, it is your responsibility to determine whether permission is needed for that reuse and to obtain permission from the copyright holder. The risk of claims resulting from infringement of any third-party-owned component in the work rests solely with the user.

General disclaimers. The designations employed and the presentation of the material in this publication do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of WHO concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries. Dotted and dashed lines on maps represent approximate border lines for which there may not yet be full agreement.

The mention of specific companies or of certain manufacturers’ products does not imply that they are endorsed or recommended by WHO in preference to others of a similar nature that are not mentioned. Errors and omissions excepted, the names of proprietary products are distinguished by initial capital letters.

All reasonable precautions have been taken by WHO to verify the information contained in this publication. However, the published material is being distributed without warranty of any kind, either expressed or implied. The responsibility for the interpretation and use of the material lies with the reader. In no event shall WHO be liable for damages arising from its use.

Photo credits: Cover Image by © Freepik. Page vi © Unsplash/ Soundtrap; © Unsplash/Charles Deluvio. Page xii © Unsplash/ Arlington Research. Page xvi © Unsplash/Shirish Suwal. Page 6 © Unsplash/Roman Kraft; © Unsplash/Tycho Atsma. Page 10 © Unsplash/Aravind Kumar. Page 23 © Unsplash/Windows; © Unsplash/Bank Phrom. Page 24 © Freepik/Tirachardz. Page 32 © Unsplash/Iwaria Inc; © Unsplash/Glenn Carstens Peters. Page 47© Unsplash/Cowomen Qziao.

Layout by Café.art.br

Contents

Foreword.....	vii
Acknowledgements	ix
Quick reference guide: responsible reporting on suicide	xiii
Introduction	1
Scientific evidence on the impact of media reporting of suicide on suicidal behaviour	7
Media reporting as a risk factor for suicidal behaviour	7
Positive impacts of reporting on suicide prevention, hope and recovery	9
Responsible reporting on suicide: Dos and Don’ts for media professionals.....	11
Do provide accurate information about where to seek help for suicidal thoughts and suicidal crises.....	11
Do educate the public about the facts of suicide and suicide prevention based on accurate information.....	12
Do report stories of how to cope with life stressors and/or suicidal thoughts and the importance of help-seeking.....	13
Do apply particular caution when reporting celebrity suicides	13
Do apply caution when interviewing bereaved family or friends or persons with lived experience	14
Do recognize that media professionals may themselves be affected by covering stories about suicide.....	16

Don't position suicide-related content as the top story and don't unduly repeat such stories 17

Don't describe the method used 18

Don't name or provide details about the site/location..... 18

Don't use language/content which sensationalizes, romanticizes or normalizes suicide, or that presents it as a viable solution to problems 19

Don't oversimplify the reason for a suicide or reduce it to a single factor..... 20

Don't use sensational language in headlines..... 21

Don't use photographs, video footage, audio recordings, digital or social media links 21

Don't report the details of a suicide note 22

Reporting on suicide prevention: proactive reporting on stories of survival and suicide prevention 25

Sources of reliable information 27

Annex 1. Specific considerations for online, digital and social media 29

Annex 2. Reporting on mass killings and homicidal bombings 33

Annex 3. Overview of the scientific literature on media impacts 35

Potentially harmful media impacts 35

Positive effects of national media guidelines 38

Suicide prevention reporting as a means to actively help prevent suicide — educational stories of hope and recovery 40

Seeking information and communicating in new media 41

Conclusion 42

References for Annex 3 43

Annex 4. Common myths and facts about suicide 47

Foreword

Suicide is a serious global public health problem that demands our attention. Current research indicates that the prevention of suicide, while feasible, involves a series of activities that range from provision of the best possible conditions for bringing up our children and young people, through accurate and timely assessment of mental health conditions and their effective management, to the restriction of the means of suicide – and more. Although suicide has often been discussed as only a mental health-related issue and/or only a biomedically-based issue, suicide is complex and multifaceted and needs to be addressed accordingly. Appropriate dissemination of information, provision of resources and awareness-raising are essential elements in successful suicide prevention. Responsible reporting about suicide is also a critical component in suicide prevention. Various cultural, local/regional, age- and gender-related issues need to be taken into account in efforts aimed at preventing suicide.

This is the fourth version of *Preventing suicide: a resource for media professionals* and is the product of continuing collaboration between the World Health Organization and the International Association for Suicide Prevention (IASP). This update represents a link in a long and diverse chain involving a wide range of people and groups – including health professionals, media professionals, educators, social agencies, governments,

Suicide is **complex and multifaceted** and needs to be addressed accordingly.

legislators, social communicators, law enforcers, religious leaders, people with lived experience of suicide, and the families and communities who are committed to suicide prevention. WHO’s *LIVE LIFE: an implementation guide for suicide prevention in countries*¹ further demonstrates the importance of the role of the media in suicide prevention.




Dr Jérôme Salomon
Assistant Director-General
Universal Health Coverage
Communicable and
Noncommunicable Diseases
World Health Organization




Professor Rory O'Connor
President
International Association for
Suicide Prevention

Acknowledgements

WHO is particularly indebted to Associate Professor Dr Thomas Niederkrotenthaler (Centre for Public Health, Medical University of Vienna, Austria) and Dr Daniel Reidenberg (Suicide Awareness Voices of Education (SAVE), United States of America), who are co-chairs of the Special Interest Group on Media and Suicide of IASP and who had lead responsibility for this fourth version of this resource and were also co-leads for the development of the third version in 2017. Further thanks are due to Professor Diego de Leo, Griffith University, Brisbane, Australia, who produced the first version of this resource in 2000, and Professor Jane Pirkis, University of Melbourne, Australia, who led the development of the second version in 2008.

WHO is also grateful to the following experts who reviewed the current fourth version:
Karl Andriessen (University of Melbourne, Melbourne, Australia), Yasir Arafat (Enam Medical College and Hospital, Dhaka, Bangladesh), Takahiro Arai (Japan Suicide

Countermeasures Promotion Center, Tokyo, Japan), Gregory Armstrong (University of Melbourne, Melbourne, Australia), Piamee Bandara (WHO headquarters), Jason Bantjes (South African Medical Research Council, Cape Town, South Africa), Anna Baran (Public Health Council, Poland), Jo Bell (University of Hull, Hull, United Kingdom), Alan Berman (Johns Hopkins School of Medicine, Baltimore, MD, United States of America), José Manoel Bertolote (Botucatu Medical School, Botucatu, Brazil), Annan Boodram (The Caribbean Voice, Jamaica), Niall Boyce (Wellcome, United Kingdom), Jane Brandt Sørensen (University of Copenhagen, Copenhagen, Denmark), Lawrence Broadie (Electrify Marketing and Communications, Livingston, United Kingdom), Vladimir Carli (Karolinska Institutet, Stockholm, Sweden), Jan Červenka (National Institute of Mental Health, Prague, Czechia), Lai Fong Chan (Department of Psychiatry, UKM Medical Centre, Kuala Lumpur, Malaysia), Fatma Charfi (University of Tunis El Manar, Tunis, Tunisia),

1 LIVE LIFE: an implementation guide for suicide prevention in countries. Geneva: World Health Organization; 2021 (<https://www.who.int/publications/i/item/9789240026629>; accessed 8 May 2023).

Qijin Cheng (Chinese University of Hong Kong, China, Hong Kong SAR), Alberto de Belaunde (Outright International, Peru), Anne De Graaff (WHO headquarters), Bronwen Edwards (Roses in the Ocean, Brisbane, Australia), Dalia Elasi (WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean), Lorna Fraser (Samaritans, United Kingdom), Vanja Gomboc (University of Primorska, Koper, Slovenia), Madelyn Gould (Columbia University Irving Medical Center, New York, NY, United States of America), Alexander Grabenhofer-Eggerth (Austrian National Public Health Institute, Vienna, Austria), Malek Guetat (Carthage Health Association, Tunisia), David Gunnell (University of Bristol, Bristol, United Kingdom), Ahmad Hajebi (Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran (Islamic Republic of)), Vicki Harrison (Stanford Psychiatry Center for Youth Mental Health and Wellbeing, Stanford, CA, United States of America), Elaine Haskins (Headline, Ireland), Ali Hasnain (United for Global Mental Health, Pakistan), Maja Heijmans-Goedschalk (Suriname Association of Psychologists, Suriname), Matias Irrarrazaval (WHO Regional Office for the Americas), Ara Johannes (WHO headquarters), Sarah Johnson (The Guardian, United Kingdom),

Alexandr Kasal (National Institute of Mental Health, Prague, Czechia), Laura Kelleher (WHO headquarters), Murad Khan (Brain and Mind Institute, Aga Khan University, Karachi, Pakistan), Sarah Kline (United for Global Mental Health, United Kingdom), Kairi Kolves (Griffith University, Brisbane, Australia), Karolina Krysinska (University of Melbourne, Melbourne, Australia), Andrew Kyamagero (Omuntu Wawansi, Uganda), Ledia Lazeri (WHO Regional Office for Europe), Scott Libin (University of Minnesota, Minneapolis, MN, United States of America), Cliff Lonsdale (Canadian Journalism Forum on Violence and Trauma, London, Canada), Jason Maurer (WHO Regional Office for Europe), Faith Nassozi (United for Global Mental Health, Uganda), Emmanuel Nii-Boye Quarshie (University of Ghana, Accra, Ghana), Annett Niklaus (University of Zurich, Zurich, Switzerland), Yuka Nishina (Japan Suicide Countermeasures Promotion Center, Tokyo, Japan), Renato Oliveira e Souza (WHO Regional Office for the Americas), Aine O’Meara (Headline, Ireland), Elizabeth Paton (Everymind, Newcastle, Australia), Aneri Pattani (KFF Health News and Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, Baltimore, MD, United

States of America), Jane Pirkis (University of Melbourne, Melbourne, Australia), György Purebl (Semmelweis University, Budapest, Hungary), Michelle Rivera (Carter Center, Atlanta, GA, United States of America), Ignas Rubikas (Ministry of Health, Vilnius, Lithuania), Khalid Saeed (WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean), Babita Sharma (United for Global Mental Health, United Kingdom), Yasuyuki Shimizu (Japan Suicide Countermeasures Promotion Center, Tokyo, Japan), Mark Sinyor (University of Toronto, Toronto, Canada), Matthew Spittal (University of Melbourne, Melbourne, Australia), Graham Thornicroft (King’s College London, London, United Kingdom), Benedikt Till (Medical University of Vienna, Vienna, Austria), Yongsheng Tong (Beijing Hui Long Guan Hospital, Beijing, China), Danuta Wasserman (Karolinska Institutet, Stockholm, Sweden),

Inka Weissbecker (WHO headquarters), Robert Whitley (McGill University, Montreal, Canada), Christopher Westoby (University of Hull, Hull, United Kingdom), Mark Wilson (Mental Health Foundation, Auckland, New Zealand), Petr Winkler (National Institute of Mental Health, Prague, Czechia), Rosie Woolfson (Headline, Ireland), Paul Yip (University of Hong Kong, China, Hong Kong SAR).

WHO would like to thank the University of Edinburgh for the financial support.

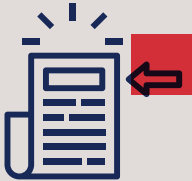
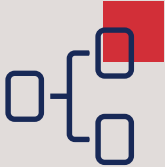
The collaboration of IASP with WHO on activities related to suicide prevention is greatly appreciated. This resource is being disseminated widely in the hope that it will be translated and adapted to local situations, which is a prerequisite for its effectiveness. WHO welcomes comments and requests for permission to translate and adapt the resource.

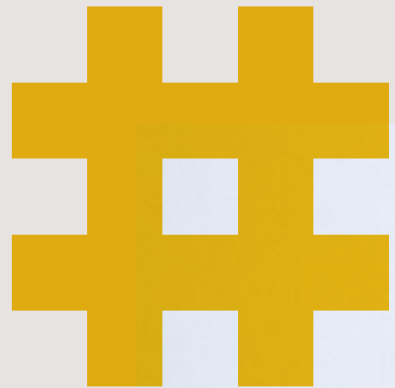


Quick reference guide: **responsible reporting on suicide**

Widely disseminated stories of death by suicide are often followed by more suicides in the population, while stories of overcoming a suicidal crisis can lead to fewer suicides. Media professionals are encouraged to focus on presenting stories of people who overcome difficulties following a suicidal crisis while also following the Dos and Don'ts in this resource when reporting on suicide.



 Dos		 Don'ts	
 Do provide accurate information about where and how to seek help for suicidal thoughts and suicidal crises.	 Do apply particular caution when reporting celebrity suicides.	 Don't use sensational language in headlines.	 Don't oversimplify the reason for a suicide or reduce it to a single factor.
	 Do educate the public with the facts about suicide and suicide prevention based on accurate information.		 Don't use photographs, video footage, audio recordings, or digital or social media links.
	 Do report stories of how to cope with life stressors and/or suicidal thoughts and the importance of help-seeking.		 Don't describe the method used.
 Do recognize that media professionals may themselves be affected when covering stories about suicide.	 Do apply caution when interviewing bereaved family members or friends or persons with lived experience of suicide.	 Don't name or provide details about the site/location.	 Don't use language/content which sensationalizes, romanticizes or normalizes suicide, or that presents it as a viable solution to problems.
		 Don't report the details of suicide notes.	 Don't position suicide-related content as the top story and don't unduly repeat such stories.



Introduction

Suicide is a major public health problem with far-reaching social, emotional and economic consequences. It is estimated that there are currently more than 700 000 suicides per year world-wide, and each suicide directly affects many more people. Media professionals have been instrumental in shaping cultural narratives that improve the health of populations across the world.

The factors that contribute to suicide and its prevention are complex and not fully understood. However, there is overwhelming and ever-increasing evidence that the media can play a significant role in either enhancing suicide prevention efforts or weakening them. The media may provide useful educational information about suicide or may spread misinformation and perpetuate myths about it. Crucially, depending on their content and overarching narrative, media reports about suicide can increase the risk of further deaths by suicide or can help to provide information that may prevent other suicides from occurring.

On the one hand, vulnerable persons (such as those with a history of suicide attempts or thoughts, or those exposed to suicide) are at an increased risk of engaging in imitative behaviours following media reports of suicide – particularly if the coverage is extensive, prominent, sensational, explicitly describes the method of suicide, makes suicide appear to be normal or perpetuates wide-

The media can play a significant role in either **enhancing suicide prevention efforts** or **weakening them**.

The effect of media reports on increasing the number of suicides is referred to as **“suicide contagion”** and the **“Werther effect”**.

ly-held myths about suicide. The risk is particularly pronounced if the story involves the suicide of a person who had high social status, such as a celebrity, or someone who can easily be identified with, such as a person of the same age, gender or ethnicity. Reports about suicide that lead to subsequent suicides are often repeated over a longer period. The effect of media reports on increasing the number of suicides is referred to as “suicide contagion” and the “Werther effect” (named after the title character in Goethe’s novel *The sorrows of young Werther*, who dies by suicide when faced with the loss of his love). The publication of Goethe’s novel was followed by a number of suicides.

If media professionals ultimately consider a suicide to be sufficiently newsworthy that it must be reported, the Dos and Don’ts in this resource are designed to mitigate and minimize the risk of the Werther effect. Media professionals are encouraged always to include information about where to seek help, pointing readers and viewers of their reports to recognized suicide prevention services (e.g. health facilities, crisis lines) that are available, ideally on a 24-hours a day/7 days a week (24/7) basis. Because not all countries or communities have accessible 24/7 suicide prevention services, the media could include international services that are largely accessible to people around the world. The inclusion of such information also applies to the reporting of non-fatal suicidal behaviours or coroners’ court cases following a suicide.

On the other hand, there is increasing evidence from research that the dissemination of stories about overcoming a suicidal crisis and seeking help also leads to imitative behaviour and consequently can prevent suicide. Responsible reporting about suicide prevention ought therefore to educate the public about how thoughts of suicide or self-harm can be addressed. This may encourage persons who are having thoughts of suicide or self-harm to take alternative action and may inspire a more open and hopeful dialogue in general.

The protective effects of responsible media reporting about suicide have been referred to in the scientific literature as the “Papageno effect”. This effect is named after the character Papageno in Mozart’s opera *The Magic Flute* who became suicidal when he feared he had lost his love but was reminded of alternatives to suicide at the last moment by people in his life and subsequently chose a more positive route of action. Whenever media professionals develop a story about suicide prevention, it is therefore important to emphasize coping with adversity and paths to survival rather than to focus solely on suicidal behaviours and actions. Proactive reporting of stories

of hope and recovery are currently regarded as contributing to a reduction in suicidal behaviours and an increase in help-seeking.

This resource applies to new media (i.e. online, digital and social media) as well as more traditional (legacy) media (i.e. print, broadcast by radio or television). The ways in which the media work have changed considerably in recent years and boundaries between traditional and new media have become increasingly blurred. As a consequence, the ways in which we are exposed to suicide via the media have grown increasingly complex and dynamic. A specific characteristic of new media is that information can spread very quickly and, therefore, is more difficult to monitor and control. Despite the differences between new media and traditional media, findings from research with a sole focus on the effects of traditional media on suicidal behaviour can help inform suicide prevention initiatives in new media. Likewise, lessons learned about the potential role of new media in increasing or preventing suicidal behaviour can also help inform suicide prevention initiatives in traditional media. The approach of this resource is based on current research into reporting on suicide in the field of traditional

media. New media are addressed throughout, but further studies will be needed to add a larger component on new media in the future.

This resource summarizes current evidence on the impact of media reporting of suicide, and provides information for media professionals about how to do this reporting, recognizing that there are times when decisions will be made to report on a given suicide because of its newsworthiness. The resource makes suggestions about how best to ensure that such reporting, whether in traditional or new media, is accurate, responsible and appropriate. Further, the resource highlights increasing evidence that reporting focused on survival and resilience can help prevent suicide.

This resource acknowledges that the reporting and portrayal of suicide in various types of media differ both within and between countries. There are cultural, and in some cases legal, differences between countries regarding what it is appropriate to report. This resource provides guiding principles about media reporting that apply across cultures; however, media professionals are strongly encouraged to work with their local suicide prevention communities

and to draw on local media reporting guidelines and cultural standards, if available, when discussing this topic. Flooding a community with suicide-related media reports – whether proactive, help-seeking, educational or in response to a suicide or cluster of suicides – can also have a negative impact on the community and should be avoided when possible. Experts in the areas of suicide prevention and media reporting are active around the globe, as evidenced by the number of international experts who have contributed to this resource. They are ready, available and willing to work with media professionals to ensure that the reporting of suicide is responsible and accurate and that messaging avoids posing a risk to vulnerable persons. In some countries, national guidelines for the reporting of suicide have been incorporated into codes of practice for media professionals.

The purpose of the resource is two-fold: First, it offers guidance in terms of Dos and Don'ts when specific suicides are reported. Second, it offers advice on stories about suicide prevention and mental and emotional well-being, which can be introduced proactively into the media and can focus on coping, hope and recovery rather than on suicidal acts.

The primary audience for this guide comprises professionals working directly in the media – including journalists, news directors, editors, copy editors, photographers and videographers. Journalism schools may also find the resource beneficial as a key item of curricula for future media professionals. Secondary audiences who will benefit from knowing and using the resource include all other stakeholders who communicate and message or speak publicly about suicide and suicide prevention, as well as those working in new media.

A summary of considerations for new media can be found in Annex 1. It is beyond the scope of this resource to address issues which are specific to websites, films, television shows or stage plays. However, the core principles of this resource also apply to these media types. For related specific information, see the WHO resource *Preventing suicide: a resource for filmmakers and others working on stage and screen*.² Reporting on mass killings and homicidal bombings is addressed in Annex 2. An overview of the scientific literature on media impacts can be consulted in Annex 3, and Annex 4 provides common myths and facts about suicide.

The primary audience for this guide comprises professionals working directly in the media – including **journalists, news directors, editors, copy editors, photographers and videographers.**

² Preventing suicide: a resource for filmmakers and others working on stage and screen. Geneva: World Health Organization; 2019 (<https://www.who.int/publications/i/item/preventing-suicide-a-resource-for-filmmakers-and-others-working-on-stage-and-screen>; accessed 8 May 2023).



Scientific evidence on the impact of media reporting of suicide on suicidal behaviour

Media reporting as a risk factor for suicidal behaviour

News stories may teach people about suicide in ways that lead to imitation. News stories in the media aimed at informing the public may change behaviour positively or negatively. The same is true for health outcomes, including suicide, as more than 100 research studies worldwide (chiefly conducted in high-income countries) have investigated the link between media reporting and suicide with consistent findings.

Systematic reviews of these studies have consistently drawn the same conclusion: that media reports about people who die by suicide can lead to subsequent, additional, suicidal acts.

Media reports about people who die by suicide **can lead to subsequent, additional, suicidal acts.**

These reviews also conclude that imitative suicidal behaviour is more likely under some circumstances than others, as noted below:

- Repeated coverage and high-impact/high-profile stories are most strongly associated with imitative behaviour.
- The effect of a report about a suicide on subsequent suicides is greater when the person described in the story is a celebrity and is held in high regard by the reader or viewer. In effect, such stories can inadvertently function as celebrity endorsements of suicidal behaviour and it is known that celebrity endorsements can have an impact on behaviour of the public.
- Specific subgroups in the population (such as young people, persons with mental health conditions, people with a history of suicidal behaviour, minorities, and those bereaved by suicide) are particularly vulnerable to engaging in imitative suicidal behaviour.

- The risk of imitation is most pronounced when the characteristics of the person who died by suicide and those of the reader or viewer are similar in some way so that the reader or viewer identifies or over-identifies with the featured person on the basis of the details included in the story.

Additionally, the content of news reports also plays an important role: stories that perpetuate myths about suicide (e.g. the wrong belief that suicides are inevitable), that glorify or glamorize a death by suicide, or that include a detailed description of a particular method and/or location of suicide are more likely to result in imitative suicides and suicide attempts. This is because such stories may inadvertently promote suicidal behaviour and/or model how to carry it out. However, media reports about suicides written in accordance with media guidelines show strong potential to help prevent the imitation effects described here and do not usually lead to further suicides.

Positive impacts of reporting on suicide prevention, hope and recovery

Historically, most suicide-related reporting has focused on the dissemination of stories of death and therefore most research in the area has typically focused on and identified the effects of these reports. A variety of media reports in recent years has led to more research into the potential benefits of different kinds of responsible media reporting that could promote suicide prevention – particularly stories of hope and recovery that describe how to manage suicidal crises and cope with adversity. A number of studies have shown that media reports about people who experienced difficulties in their lives but who managed to cope constructively with their suicidal thoughts are associated with small reductions in suicidal ideation among vulnerable audiences. Emerging evidence also suggests that such stories are associated with decreases in suicidal behaviour and increases in help-seeking. These studies suggest that educative media portrayals featuring how to cope with suicidal thoughts, profiling support organizations and resources, and sharing information from those with lived experience, may help to reduce the likelihood of people thinking about suicide or acting on such thoughts and may increase the likelihood that they will reach out for help if they are struggling with their own crises.

A more detailed overview of the scientific literature on the impacts of media reporting of suicide is provided in Annex 3.

Educative media portrayals featuring how to cope with suicidal thoughts, **may help to reduce the likelihood of people thinking about suicide or acting on such thoughts.**

Responsible reporting on suicide: Dos and Don'ts for media professionals



Do provide accurate information about where to seek help for suicidal thoughts and suicidal crises

Information about support services should be provided at the end of the news story or, even better, at the beginning of all stories about suicide. The specific services might include suicide prevention centres, crisis lines (including for specific subgroups of the population), health and welfare professionals, or self-help groups. Information about where to seek help should point to services that are recognized in the community as being of high quality and, if available, are accessible 24/7. These services typically provide access to support for people who experience emotional distress or consider suicide, possibly as a result of a news



Do educate the public with the facts about suicide and suicide prevention based on accurate information

There are many misconceptions about suicide. Some of the most common myths (and facts that show them to be myths) about suicide are listed in Annex 4. Research has shown that media reports that repeat these myths are more likely to lead to imitative behaviour. Studies have also shown that the public tends to recall the myths rather than the facts in “myths versus facts” stories in the media. Consequently, it is preferable to lead with facts about suicide and avoid including myths whenever possible. Apart from carefully researching facts when discussing suicide, it is always helpful to report how to prevent suicide, to include the message that people who are suicidal should seek help, to indicate how they can access that help, and to encourage community members to reach out to help others. Seeking advice from suicide prevention experts, who also may have expertise in media guidelines and communications, along with persons who have lived experience, is encouraged in order to ensure that the information disseminated is accurate.



Do report stories of how to cope with life stressors and/or suicidal thoughts and the importance of help-seeking

Providing personal narratives of people who found ways to navigate through and cope with adverse circumstances and overcome suicidal thoughts may help others in difficult life situations to adopt similar positive coping strategies.

News stories that integrate educative materials which explain how people can find help when faced with seemingly insurmountable difficulties are encouraged. These stories typically highlight what a person can do to obtain help when suicidal. It is also helpful to report stories about how some people have reached out to support others in crisis as examples of ways in which everyone can be involved in suicide prevention. It is important to use links to direct the audience to suicide prevention organizations, crisis lines and other support organizations.



Do apply particular caution when reporting celebrity suicides

Celebrity suicides are considered newsworthy and reporting them is often considered to be in the public interest. However, these reports are strongly linked to suicide deaths among vulnerable readers or viewers. Glorifying a celebrity's death may inadvertently suggest that society honours or even encourages suicidal behav-

our and therefore may promote suicidal behaviour in others. For this reason, special care is needed when reporting celebrity suicides.

Reports should not describe the suicide method or location, and should not glamorize the suicide in any way. A focus on the celebrity's life, how they contributed to society, and how their death negatively affects others is preferable to reporting details of the suicidal act or providing simplistic reasons why the suicide occurred. Media professionals are strongly encouraged to position the celebrity death as a preventable tragedy. Additionally, when reporting a celebrity's death when the cause of death is not yet known, it is more appropriate to wait until the cause of death is known and to research the specific circumstances carefully, while also noting the complexity of suicide. Responsible reports always include information about how to access resources and support for persons who are, or might become, distressed or suicidal.



Do apply caution when interviewing bereaved family members or friends or persons with lived experience of suicide

The views and experiences of people who have lost someone to suicide are critical for educating others about the realities of suicide. However, several important issues should be considered when interviewing bereaved persons. A decision to interview someone who has been bereaved by suicide should never be taken lightly. Family members, friends, relatives and others who are experiencing intense grief over an acute loss may be in crisis situations themselves, which may hinder their ability to provide accurate information. Research also indicates that some survi-

vors of suicide loss may themselves be at greater risk of suicide. Interviews with children who lost a parent to suicide should always and by all means be avoided. Respect for their privacy should take precedence over writing a dramatic story. In some countries, journalists are guided by a code of conduct when conducting interviews with bereaved family or friends.

It is important for media professionals to recognize that, during their investigations, they may gain knowledge about a suicide or the deceased that the bereaved persons do not have. Interviewees should not be approached at all until enough time has passed to reasonably assume they know their friend/loved one has died by suicide. In addition, it must be remembered that the publication of sensitive information could harm those who are bereaved by the suicide. Reporters need to consider carefully the accuracy of any information provided by the bereaved during an interview because their recall of specific memories (the “halo effect”), hindsight bias and/or statements or behaviours at the time of the suicide may be clouded by acute grief. In the case of broadcasting, pre-recording of interviews with the bereaved may allow for sensitive information to be edited out.

In instances where reporting is not related to a recent suicide (e.g. when people who have learned how to live and cope with loss due to suicide and want to contribute to a media story) people's experiences can help raise awareness and provide strength and viable options to others who are struggling to navigate through and cope with similar circumstances. However, when reporting about an actual suicide or suicide attempt that occurred a long time ago, it is important to remember that talking about past experiences with suicide may bring painful memories and emotions to the surface. People who have been bereaved by suicide or have lived experience of it and volunteer to speak with the media may be unaware of the potential

personal consequences of widespread public dissemination of detailed private information. For this reason, this should be discussed with the interviewee beforehand and steps should be taken to protect their privacy. Whenever policies and time make it possible, interviewees should be shown reports containing their personal accounts prior to publication in order to allow for corrections or changes to be made before publication.



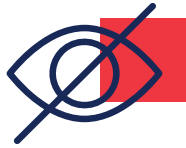
Do recognize that media professionals may themselves be affected when covering stories about suicide

Preparing a story about a suicide can occur in all settings but it may be particularly pronounced in a small, close-knit community where media professionals have strong local connections. Media organizations are obliged to ensure that necessary supports – such as debriefing opportunities and mentoring arrangements – are in place for media professionals. Just like members of the general public, individual media professionals should be encouraged to seek help from the relevant services if they are negatively affected in any way. Media organizations should consider regular, proactive training on how to report responsibly on suicide while also ensuring their own well-being. Experts can support media professionals affected by their work on suicide.



Don't position suicide-related content as the top story and don't unduly repeat such stories

Prominent placement and unnecessary repetition of stories about suicide are more likely to lead to subsequent incidents of suicidal behaviour than more subtle presentations. Newspaper stories about suicide are ideally located on the inside pages, in the centre of the page, rather than on the front page or at the top of an inside page, and digital reports should likewise not be positioned prominently. Similarly, broadcast news stories about suicide can be presented in the second or third break of television news, and further down the order of radio reports, rather than as the lead item. All teasers or promotions, whether within or outside actual newscasts, should be reviewed by journalists using the Dos and Don'ts included in this document. Caution is needed before repeating the original story even if updated information becomes available; excessive volumes of content on the same suicide-related event should not be published or broadcast. Online news media should not include a public “comments” function turned on for stories about a particular suicide. If there is a way to comment, there should be a system to monitor and manage online comments related to suicide reports. Live blogs of an unfolding high-profile suicide story should be avoided because the sensational nature of the suicide may cause an inadvertent risk to others. In particular, there should not be a news update to alert the public to the specific method of suicide used.



Don't describe the method used

The greatest area of concern with regard to media reporting on suicide is when the reporting includes a discussion, image or description of a suicide method. These approaches are harmful and should be avoided whenever possible because they increase the likelihood that a vulnerable person will imitate the act. In reporting a suicide, it could be harmful to give details about the nature, quantity or combination of drugs taken or how they were obtained. For instance, the media should not publish the brand name of a drug used in suicide.

Caution is also needed when the method of suicide is rare or unusual. While use of an unusual method may appear to make the death more newsworthy, reporting the method may lead other people to try it. New methods can spread easily as a result of sensationalist media reporting – an effect that can be accelerated via social media. However, if a decision is made to include a suicide method in the reporting, it is best to do this only once, and in the centre of the story, rather than in a headline, opening paragraph, nut graph or other prominent part of the story. Such reporting should always be done in terms that are as general as possible.



Don't name or provide details about the site/location

Just as details on the suicide method can lead some people to imitate a suicide, details on the location of a suicide can have a similar effect. Sometimes a location can develop a reputation as a “suicide site” – e.g. a bridge,

a tall building, a cliff or a railway station or level crossing where deaths by suicide or suicide attempts have occurred. It is crucial not to promote such locations by, for instance, displaying images of them, naming them, using sensationalist language to describe them or overplaying the number of incidents occurring at them. The reason is that imitational acts of suicide have followed reports that include well-known locations. Similar caution is necessary when reporting about suicides or suicide attempts in educational settings or specific institutions (e.g. prisons, mental health facilities).

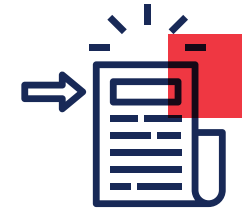


Don't use language/content which sensationalizes, romanticizes or normalizes suicide, or that presents it as a viable solution to problems

The use of language that sensationalizes suicide is discouraged. For example, it is far preferable to report on “increasing suicide rates” than on a “suicide epidemic”. A description that conveys the message that suicide is a public health problem, combined with a message about the prevention of suicide, can help to educate the public.

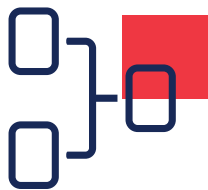
Language that misinforms the public about suicide, normalizes suicide (i.e. makes it appear that suicide is a common reaction to life's circumstances) or provides simplistic explanations for it, should also be avoided. It is preferable to use phrases such as “suicide attempt” or “death by suicide” because they are less open to misinterpretation and they contribute to destigmatization of suicide. This is important because stigma is a form of discrimination and

results in people avoiding help-seeking. Apparent changes in suicide statistics must be verified as they may indicate temporary fluctuations rather than statistically reliable increases or decreases. Consequently, it is important to report on trends related to suicide rather than instances or moments in time series data. Out-of-context use of the word “suicide” – such as “political suicide” – may serve to desensitize the public to the seriousness of suicide. Terms like “unsuccessful suicide” or “successful suicide”, which imply that death is a desirable outcome, should be avoided. The phrase “committed suicide” implies criminality (suicide was historically criminalized in many countries and remains a criminal offence in some countries today) and unnecessarily increases the stigma experienced by those who have lost a person to suicide. It is better to say/write “died by suicide” or “took one’s life”.



Don't use sensational language in headlines

Headlines serve the purpose of attracting the reader’s attention by giving the essence of the story in as few words as possible. Responsible reporting of suicide omits references to the method or site of the suicide and does not use the word “suicide” in a headline (exceptions to this could be an article about suicide prevention where the word “prevention” is used in the headline). If headlines or scripts are written by media professionals other than those working on the main text, the author of the main text could work with the headline writer to ensure that an appropriate headline is chosen. Colleagues with responsibility for headlines should be encouraged to use non-sensational language. Caution should also be used in reports on suicide prevention media campaigns to avoid or minimize the use of the word suicide in the headline, as it further sensationalizes the issue.



Don't oversimplify the reason for a suicide or reduce it to a single factor

It is inaccurate to imply that one factor alone causes a person to take his or her own life. Suicide always involves many factors and occurs when accumulated factors go wrong at the same time for a person. Although the given reason may be a significant factor affecting the person’s well-being, each suicide occurs within a complex and unique set of personal circumstances. For instance, it would be inaccurate to report that any persons killed themselves because of the break-up of a relationship. Highlighting simplified reasons for suicide increases the chances that vulnerable persons with similar experiences may identify with the person who has died, and this may in turn increase their suicidal thoughts and feelings.



Don't use photographs, video footage, audio recordings, or digital or social media links

The use of photographs, video footage, audio recordings or social/ digital media links of the scene of a suicide is discouraged, particularly if such media indicate a specific suicide method or location. In addition, great caution is required in the use of pictures of a person who has died by suicide. If images of people who are not widely known are used, explicit permission from family members is needed. These images should not be

placed prominently and should avoid glamorizing the person or the suicidal act. Research has shown that pictures associated with suicidal acts can be reactivated from memory by vulnerable readers later – such as during a personal crisis – and may then lead to suicidal behaviour. Coordination of editorial work on text and pictures is important, as persons responsible for the text are sometimes not responsible for the use of images.



Don't report the details of suicide notes

Suicide notes, final text messages and similar texts – including any “last” social media posts or emails from the deceased – should not be published or broadcast. Even if such texts may be in the public domain, the audience for an online/print article or broadcast piece will be different from the original viewers or recipients of the information. Reporting on the details of a suicide note can have the effect of romanticizing or glorifying a suicide. It may also increase the risk of an individual identifying with the person who has died and can be distressing for the person’s family and friends.





Reporting on suicide prevention: proactive reporting on stories of survival and suicide prevention

The proactive reporting of stories of survival and suicide prevention has many benefits. If a story features educational information on how to recognize suicidal ideation (i.e. when someone has thoughts of suicide) or other warning signs, or explains how to obtain help for suicidal thoughts – and if the narrative focuses on hope and recovery without featuring suicide deaths – the reporting may help to strengthen resilience and prevent suicide. There are many examples of persons who have worked through a suicidal crisis or other adver-

sity, and have coped with it, and who want to share their stories of coping strategies, hope and recovery with a wider audience. Stories featuring such experiences show the greatest potential for suicide prevention and are strongly encouraged in prevention reporting – even within reports about people who have died by suicide. If the focus is on one specific person it is important to avoid inadvertently promoting a heroic or miraculous status for the individual concerned because this may seem to be out of reach for readers and viewers in crisis. It

is important to show that there are varied stories of living with suicidal thoughts, and finding a way forward to a life that is fulfilling after a suicide attempt. Stories that feature multiple persons who have coped with crises can help readers and viewers with diverse backgrounds to identify with and relate to multiple stories. Many national and regional suicide prevention programmes and nongovernmental organizations offer media contacts with individuals with personal experience who might be willing to share their stories. For instance, reports on World Suicide Prevention Day (10 September) provide a good opportunity for the media to educate the public on suicide prevention activities and resources.

Sources of reliable information

When reporting about suicide it is important to seek reliable sources of suicide statistics and other information about suicide. Where available, data on annual suicide rates may be obtained from government statistics agencies, health ministries and/or national police departments. Members of the general public may not readily understand rates of suicide, so these should be explained in ways that help the audience to appreciate the data more fully. WHO Member States report mortality data, including data on suicide, to WHO.³ WHO releases global health estimates, including for suicide.⁴

Data and statistics should be interpreted carefully and correctly.⁵ Media professionals can benefit from collaboration with local suicide prevention experts when preparing stories about suicide. These experts can help interpret data about suicide, ensure that reports about suicide avoid increasing the risk of imitative suicide, dispel myths and misconceptions about suicidal behaviour, and provide useful information about how to recognize and help people who are thinking about taking their own lives.

³ WHO mortality database. Geneva: World Health Organization (<https://www.who.int/data/data-collection-tools/who-mortality-database>, accessed 8 May 2023).

⁴ Global Health Estimates: life expectancy and leading causes of death and disability. Global Health Observatory data. Geneva: World Health Organization (<https://www.who.int/data/gho/data/themes/mortality-and-global-health-estimates>, accessed 8 May 2023).

⁵ Some caution should be exercised in making international comparisons of rates. Countries have different procedures and legislative frameworks which may influence the way in which deaths are identified, certified and recorded as suicides, resulting in different quality of the data.

Suicide prevention organizations often have specific contact details for the media.

National or regional suicide prevention organizations often have specific contact details for the media. In many countries there are associations that provide information about suicide. Some of these associations also have a role in suicide prevention, offering support to people who are experiencing suicidal thoughts or have been bereaved by suicide, providing advocacy services and/or fostering research into suicide. The International Association for Suicide Prevention (IASP) is the international equivalent of these associations. The IASP website⁶ includes useful background information for media professionals preparing stories on suicide, including lists of suicide prevention services and media guidelines for reporting on suicide from several countries. Leading experts, suicide prevention services and public health organizations have also developed best-practice recommendations and training for reporting on suicide in several languages.^{7,8}

⁶ The International Association for Suicide Prevention (website). Washington (DC): International Association for Suicide Prevention (<https://www.iasp.info>; accessed 8 May 2023).

⁷ Recommendations for reporting on suicide. Reporting on suicide (website) (<https://reportingonsuicide.org>, accessed 23 May 2023).

⁸ Responsible reporting on suicide for journalists. Baltimore (MD): Johns Hopkins University (<https://www.coursera.org/learn/responsible-reporting-on-suicide-for-journalists>, accessed 8 May 2023).

Annex 1. Specific considerations for online, digital and social media

Today people obtain their information from a much broader range of sources than they did in the past. There is increasing overlap between traditional media and new media, and virtually all media today are networked digitally. The Internet has become an important platform for information and communication about suicide, especially among young people and others who may be vulnerable. This resource can be used for reporting in traditional and online, digital and social media. However, there are additional challenges with regard to reporting on suicide in non-traditional media and in managing potential suicidal content online. Specific guidelines have been created in recent years to address these challenges. It is important to avoid hyperlinking (i.e. linking to different pages or information by clicking on a highlighted word or image) of suicidal material in social media.

Spreading and sharing stories of suicide should be actively discouraged. Instead, posting of stories of prevention (specifically, stories about persons who have been able to cope with suicidal thoughts and loss to suicide) should be actively encouraged. There is some evidence that helpful digital media are often shared more frequently than sensational content.⁹ Video or audio footage (e.g. emergency calls) or social media links to the scene of a suicide should not be used, particularly if the location or method is clearly presented in the footage. In addition, great caution is necessary when using pictures of a person who has died by suicide. Search engine optimization efforts need to be carefully balanced against the use of harmful wording, particularly when writing the headline. As is true for traditional media, data visualizations should be carefully checked to prevent exaggeration or sensationalization of suicide statistics or of an individual suicide. Managers of media platforms can establish policies for dealing with potentially suicidal content in the comments sections of digital media, such as websites of online news services or print newspapers, and for timely responses to content relating to suicide. A set of best practices for online technologies¹⁰ has been developed to serve small, medium-sized and large organizations

and companies with online presence. Basic, mid-level and advanced-level recommendations are offered about how to integrate online resources with interactive components for suicide prevention. Basic recommendations include: the provision of a help centre with information on supportive resources and answers to frequently asked questions on suicide; policies on how to respond to potentially suicidal users; regulations on the involvement of law enforcement; timeliness of responses to suicidal content; and information on where to refer potentially suicidal persons. Another set of recommendations has been developed for bloggers.¹¹ These recommendations are based on the content of guidelines for traditional media, highlighting safety concerns that are frequently encountered in blogs and how to deal with them. Furthermore, “#chatsafe” guidelines targeting young people have been developed with the aim of equipping young people to have suicide-related conversations that are safe.¹²

Interviews with children who lost a parent to suicide **should always and by all means be avoided.**

9 Sumner SA, Burke M, Kooti F. Adherence to suicide reporting guidelines by news shared on a social networking platform. PNAS. 2020;117(28):16267–72.

10 Reidenberg D, Wolens F, James C. Responding to a cry for help: best practices for online technologies. Facebook, Google/YouTube, Microsoft, National Suicide Prevention Lifeline, Substance Abuse and Mental Health Services Administration, Suicide Awareness Voices of Education, Tumblr, Twitter, Wordpress and Yahoo (<http://www.topreventtheattempt.com>, accessed 8 May 2023).

11 Recommendations for blogging on suicide. Bloomington (MN): Suicide Awareness Voices of Education (<https://www.bloggingonsuicide.org>, accessed 8 May 2023).

12 #chatsafe. Parkville, Australia: Orygen (<https://www.orygen.org.au/chatsafe>, accessed 8 May 2023).

Annex 2. Reporting on mass killings and homicidal bombings

Research on the imitative effects of media reports about mass killings (whereby the person who carries out a mass shooting then takes their own life) and/or homicidal bombings as acts of terrorism is not as extensive as research on the imitative effects of media reports about suicides. However, there is some evidence that sensationalist reporting about killings can cause others to imitate the act. Furthermore, these reports tend to stigmatize individuals with suicidal thoughts – e.g. if a report uses suicidal experiences (which are common across any population) to explain violent behaviours such as terrorist attacks which are extremely rare.

These incidents typically receive considerable media attention and may include self-directed violence after, or as part of, the murder(s). If such an event includes suicide, it should not be described as a suicide attack or suicide bombing because this magnifies the negative labelling of suicidal behaviour. Referring to such events as “homicidal bombings” (instead of “suicide bombings”)¹³ or “mass killings” (instead of “murder suicide”) would be more appropriate because the main purpose of these acts is to kill others – and only some of the perpetrators may actually be suicidal.

¹³ Khan MM, Hassan R, Goldney R. Homicide bombers: life as a weapon. *Asian J Soc Sci*. 2010;38(3):481–4.

In reporting these killings, it is important to remember that the perpetrator may not be suicidal and may not have a mental health condition. Most mass killings where the perpetrator dies by suicide are done by persons without a diagnosed mental health condition. Suicide Awareness Voices of Education (SAVE) has developed recommendations for reporting such events¹⁴ – including reducing the media attention on the perpetrators because such emphasis can potentially lead others to identify with them and be inspired to carry out similar acts.

¹⁴ <https://www.reportingonmassshootings.org>, accessed 8 May 2023.

Annex 3. Overview of the scientific literature on media impacts

Potentially harmful media impacts

Reviews of studies examining the impact of media reporting of suicide on subsequent suicidal acts find that, overall, there is evidence of both beneficial and harmful impacts of the media on suicide prevention, although most research to date has focused on the harmful impacts (1).

The earliest evidence of the impact of the media on suicidal behaviour comes from entertainment media and was provided in the late 18th century when Johann Wolfgang Goethe (an influential and world-renowned German poet, playwright, novelist and scientist) published his novel *Sorrows of young Werther*, in which the protagonist, Werther, takes his life because he

falls in love with a woman who is beyond his reach. The novel was subsequently implicated in a spate of suicides across Europe. Many of those who died by suicide were dressed in a similar fashion to Werther and adopted his method or were found with a copy of Goethe's book. Consequently, the book was banned in several European countries.

The first evidence for imitative suicidal behaviours occurring in response to the reporting or portrayal of suicide remained anecdotal until the 1970s when Phillips (2) published a study which retrospectively compared the number of suicides that occurred in the months in which a front-page article on suicide appeared

in the press in the USA with the number that occurred in the months in which no such article appeared. During the 20-year study period, there were 33 months during which a front-page suicide article was published, and there was a significant increase in the number of suicides in 26 of those 33 months. Imitation effects were also found by Schmidtke & Häfner (3) after the broadcast of a television series in Germany.

Since Phillips' study, over 100 other peer-reviewed studies have been conducted into imitative suicides. Collectively, these studies have strengthened the body of evidence of the imitative impact on suicide reporting in a number of ways. First, they have used improved methodologies. For example, Wasserman (4) and Stack (5) replicated the findings from Phillips' original study and extended the observation period, using more complex time-series regression techniques, and considered rates rather than absolute numbers of suicide. Second, these studies have examined different media. For instance, Bollen & Phillips (6) and Stack (7) examined the impact of suicide stories

that were given national coverage on television news in the USA and found significant increases in suicide rates following such broadcasts. Furthermore, although most of the early studies were conducted in the USA and considered suicide only, later studies broadened the scope to Asian and European countries and included a focus on suicide attempts. For example, studies by Cheng et al. (8, 9), Yip et al. (10) and Chen et al. (11) demonstrated increases in suicides and suicide attempts following the news coverage of celebrity suicides in China (Province of Taiwan and Hong Kong SAR), and the Republic of Korea, respectively. Findings from India suggest that, after sensationalist reporting on the suicide of a celebrity, Internet search queries for suicide methods that might precede suicidal behaviours showed a large increase (12). A study by Etzersdorfer, Voracek & Sonneck (13) reported similar results following coverage of a celebrity suicide in the largest Austrian newspaper, with increases in suicides being more pronounced in regions where distribution of the newspaper was greatest.

A more recent study has shown that the sensationalist reporting on the suicide of famous actor and comedian Robin Williams was associated with a 10% increase in suicides (an excess of 1841 suicides) in the USA from August to December 2014 (14). Also, after media reporting on the suicides of famous fashion designer Kate Spade and celebrity chef Anthony Bourdain in June 2018, 418 more suicides than expected occurred in the subsequent two months in the USA (15). Studies also assessed the characteristics of the content of media reports before assessing media effects. This is reflected in studies by Pirkis and colleagues that differentiated various types of media reports on the basis of differences in content (16). They found that repetitive stories reporting suicide methods and reinforcing public misconceptions about suicide were associated with subsequent increases in suicides. Notably, Gould and colleagues found that, in clusters of youth suicides, the first suicide case was often linked to newspaper stories that were more prominent (i.e. front-page placement or inclusion of a picture), more explicit (i.e. with headlines containing the word "suicide" or specifying the method used), more detailed (i.e. including the

deceased's name, the details of the method, or the presence of a suicide note), and reporting on suicide death rather than suicide attempt (17).

Systematic reviews of studies in the area of media and suicide have reached the same conclusion: media reporting of suicide can lead to subsequent increases in suicidal behaviours if the reporting is not consistent with best practices (1, 18–21). Combined evidence across high-quality studies has shown that the average increase in suicide rates within 1–2 months subsequent to sensationalist news media reporting on a celebrity suicide is 13%, and the effect on the suicide method portrayed is even larger (estimated at 30%), although findings may vary greatly depending on the specific suicide case (21). Reviews have also observed that the likelihood of an increase in suicidal behaviours varies as a function of the time after the news report, usually peaking within the first three days and levelling off by about two weeks (6, 22). However, sometimes the impact can last longer (23). The increase in suicidal behaviours is related to the amount and prominence of media coverage, with repeated coverage and high-impact stories being most strongly associated with imitative behaviours (11, 13, 24–26).

Such behaviours are accentuated when the person described in the story and the reader or viewer are similar in some way (26, 27), or when the person described in the story is a celebrity and is held in high regard by the reader or viewer (4, 5, 8, 10, 26, 28). Sensationalist or glamorized reporting on suicides of entertainment industry celebrities appears to be associated with the greatest increases in subsequent suicides (21, 29). Media effects also depend on the characteristics of the audience. Subgroups

in the population (young people, people suffering from depression or other mental health conditions, persons who experience suicidal ideation, bereaved persons, and persons who identify with the deceased) seem especially vulnerable and are therefore more likely to show increased rates of suicidal thoughts or imitative suicidal behaviours (22, 30–33). Overt description of suicide by a particular method often leads to increases in suicidal behaviour employing that method (11, 21, 34–37).

Studies from Australia, Canada, China, Hong Kong SAR, Germany and Switzerland have similarly shown that, when implemented and adhered to, media guidelines were positively related to the quality of reporting on suicide. However, the effectiveness of media guidelines depends on their successful implementation (42–44). Experience from several countries – including Australia,¹⁵ Austria,¹⁶ China, Hong Kong SAR,¹⁷ Switzerland,¹⁸ the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland¹⁹ and the USA²⁰ – provides important insights into the implementation of media guidelines which could be instructive for other countries.

Positive effects of national media guidelines

There is also evidence regarding the potential for the media to reduce the risk of imitative suicide. This evidence comes from studies which considered whether best-practice media reporting of suicide could lead to a reduction in the risk of imitation of suicide and suicide attempts. Etzersdorfer and colleagues showed that the introduction of media guidelines on the reporting of suicides on the Vienna subway resulted in a reduction in sensation-

al reporting of these suicides and, in turn, a 75% decrease in the rate of subway suicides and a 20% decrease in the overall suicide rate in Vienna (38–40). The repeated distribution of these guidelines led to an improvement in the quality of reporting about suicide and a reduction in Austria’s national suicide rate, with the positive impact most pronounced in regions with strong media collaboration (41).

15 Mindframe, Australia (www.mindframe.org.au, accessed 8 May 2023).

16 Wiener Werkstaette for Suicide Research, Austria (<http://www.suizidforschung.at>, accessed 8 May 2023).

17 Hong Kong Jockey Club Centre for Suicide Research and Prevention, China (Hong Kong SAR) (<https://www.csrp.hku.hk/media-coverage>, accessed 8 May 2023).

18 Stop Suicide, Switzerland (<http://www.stopsuicide.ch>, accessed 8 May 2023).

19 Samaritans, United Kingdom and Republic of Ireland (<http://www.samaritans.org/media-centre>, accessed 8 May 2023).

20 Recommendations for reporting on suicide, USA (<http://www.reportingonsuicide.org>, accessed 8 May 2023).

Suicide prevention reporting as a means to actively help prevent suicide — educational stories of hope and recovery

The first evidence of possible suicide-preventive effects of certain media reports came from a study by Niederkrotenthaler and colleagues. They found that reports which focused on positive coping with, or mastery of, crises were associated with decreases in suicide rates in the geographical area where these reports reached a large proportion of the population (25). This protective media potential has been labelled the Papageno effect after the character in Mozart’s opera *The Magic Flute* who considers suicide but changes his plan when reminded of alternatives to dying. Following this first study on the Papageno effect, eight subsequent randomized controlled trials have identified protective impacts of media materials that address constructive coping and provide information on suicide prevention (45–48). As highlighted in a recent meta-analysis, such narratives of hope and recovery result in a small yet meaningful reduction in suicidal thoughts in vulnerable audiences, thus

demonstrating a positive, protective element in media reporting on suicide (48). Specific effects of narratives of recovery, which are frequently used in media campaigns on suicide resilience, have been identified for specific risk groups such as young people (47) and young LGBTIQ+ persons (46). Further, these stories may increase help-seeking for mental health problems (49, 50) and ultimately reduce suicides (50). In order to reach large audiences with stories of hope and recovery, entertainment media can provide opportunities to spread educative information and provide a basis for news reporters to take up preventive messages, thereby actively contributing to suicide prevention. This finding was shown in a 2021 study on associations of a song by Logic, a US hip hop artist. The song – 1-800-273-8255 – featured the telephone number of the US National Suicide Prevention Lifeline. During the 34-day period when the song received strong public attention on social media, there was an increase

of more than 9000 additional calls (+6.9%) to the Lifeline beyond what would have been expected on the basis of previous trends, and there were 245 fewer suicides (-5.5%) during the same period (50). Increases in help-seeking

intentions were also noted in men who watched a documentary (“Man Up”) featuring Australian men who speak about their gender roles, mental health and help-seeking (49).

Seeking information and communicating in new media

The very limited research that is yet available about the impact of suicide-related depictions online suggests that there are both protective and harmful effects. Digital media are considered a potentially valuable resource for persons in need of help when suicidal because online media sites are easily accessible and are often used by young people. Persons at risk for suicide frequently report feeling less alienated when using social media and sometimes report that their online activities have reduced suicidal thoughts. This is particularly the case for activities on websites and message boards that offer constructive help and avoid normalizing or condoning suicidal behaviour. Positive communications about coping with suicidal thoughts on a social media channel were found to be associated with fewer suicides

in a Canadian study, corroborating the potential for protective media online (51). Overall, work on the impact of social media following suicide indicates the potential for both suicide contagion and suicide prevention (52–53).

There are major concerns about the potential of new media to normalize suicidal behaviours, to provide access to images of suicide and suicide methods, and to create communication channels that can be used for bullying and harassment (52, 53). There are also pro-suicide sites that describe the specifics of different suicide methods, encourage suicidal behaviour, or recruit individuals for suicide pacts. An increasing number of case studies indicate that message boards can serve as a tool for learning about suicide methods and can promote suicidal behaviour in vulnerable persons.

Educational stories of hope and recovery have shown evidence of **strengthening suicide prevention.**

Conclusion

There is clear evidence that certain types of media reports about suicide, and particularly about suicide by celebrities, can lead to subsequent additional suicides and suicide attempts. These time-limited increases in suicide are not simply the early occurrence of suicides that would have happened anyway (if this were the case, they would be followed by a commensurate decrease in suicides). Rather, they are additional suicides that would not have occurred in the absence of the media reporting. Balancing the public’s “right to know” against the risk of causing harm is key to suicide prevention.

Educational stories of hope and recovery have shown evidence of strengthening suicide prevention. Media professionals who proactively write such stories can make a critical contribution to preventing suicide.

References for Annex 3

1.

Sisask M, Värnik A. Media roles in suicide prevention: a systematic review. *Int J Environ Res Public Health*. 2012;9(1):123–38.

2.

Phillips DP. The influence of suggestion on suicide: substantive and theoretical implications of the Werther effect. *Am Sociol Rev*. 1974;39(3):340–54.

3.

Schmidtke A, Häfner H. The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychol Med*. 1988;18(3):665–76.

4.

Wasserman IM. Imitation and suicide: a re-examination of the Werther effect. *Am Sociol Rev*. 1984;49(3):427–36.

5.

Stack S. A reanalysis of the impact of non-celebrity suicides: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol*. 1990;25(5):269–73.

6.

Bollen KA, Phillips DP. Imitative suicides: a national study of the effects of television news stories. *Am Sociol Rev*. 1982;47(6):802–9.

7.

Stack S. The effect of publicized mass murders and murder-suicides on lethal violence, 1968-1980: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol*. 1989;24(4):202–8.

8.

Cheng ATA, Hawton K, Lee CTC, Chen THH. The influence of media reporting of the suicide of a celebrity on suicide rates: a population-based study. *Int J Epidemiol*. 2007;36(6):1229–34.

9.

Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chen CY, Chen LC et al. The influence of media coverage of a celebrity suicide on subsequent suicide attempts. *J Clin Psychiatry*. 2007;68(6):862–6.

10.

Yip PSF, Fu KW, Yang KCT, Ip BYT, Chan CLW, Chen EYH et al. The effects of a celebrity suicide on suicide rates in Hong Kong. *J Affect Disord*. 2006;93(1–3):245–52.

11.

Chen YY, Yip PS, Chan CH, Fu KW, Chang SS, Lee WJ et al. The impact of a celebrity’s suicide on the introduction and establishment of a new method of suicide in South Korea. *Arch Suicide Res*. 2014;18(2):221–6.

12.

Armstrong G, Haregu T, Arya V, Vijayakumar L, Sinyor M, Niederkrotenthaler T et al. Suicide-related internet search queries in India following media reports of a celebrity suicide: an interrupted time series analysis. *World Psychiatry*. 2021;20(1):143–4.

13.

Etzersdorfer E, Voracek M, Sonneck G. A dose-response relationship of imitational suicides with newspaper distribution. *Aust N Z J Psychiatry*. 2001;35(2):251.

14.

Fink DS, Santaella-Tenorio J, Keyes KM. Increase in suicides in the months after the death of Robin Williams in the US. *PLoS One*. 2018;13(2):e0191405. doi: 10.1371/journal.pone.0191405.

15. Sinyor M, Tran US, Garcia D, Till B, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Suicide mortality in the United States following the suicides of Kate Spade and Anthony Bourdain. *Aust N Z J Psychiatry*. 2021;55(6):613–9. doi: 10.1177/0004867420976844.
16. Pirkis JE, Burgess PM, Francis C, Blood RW, Jolley DJ. The relationship between media reporting of suicide and actual suicide in Australia. *Soc Sci Med*. 2006;62:2874–86.
17. Gould M, Kleinman MH, Lake AM, Forman J, Basset Midle J. Newspaper coverage of suicide and initiation of suicide clusters in teenagers in the USA, 1988–96: a retrospective, population-based, case-control study. *Lancet Psychiatry*. 2014;1(1):34–43. doi: 10.1016/S2215-0366(14)70225-1.
18. Pirkis J, Blood RW. Suicide and the media: (1) Reportage in non-fictional media. *Crisis*. 2001;22(4):146–54
19. Stack S. Media impacts on suicide: a quantitative review of 293 findings. *Soc Sci Q*. 2000;81(4):957–72.
20. Stack S. Suicide in the media: a quantitative review of studies based on non-fictional stories. *Suicide Life Threat Behav*. 2005;35(2):121–33.
21. Niederkrotenthaler T, Braun M, Pirkis J, Till B, Stack S, Sinyor M et al. Association between suicide reporting and suicide: systematic review and meta-analysis. *BMJ*. 2020;8;368:m575. doi: 10.1136/bmj.m575.
22. Phillips DP, Carstensen LL. Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *N Engl J Med*. 1986;315(11):685–9.
23. Fu KW, Yip PSF. Long-term impact of celebrity suicide on suicidal ideation: results from a population-based study. *J Epidemiol Community Health*. 2007;61(6):540–6.
24. Hassan R. Effects of newspaper stories on the incidence of suicide in Australia: a research note. *Aust N Z J Psychiatry*. 1995;29(3):480–3.
25. Niederkrotenthaler T, Voracek M, Herberth A, Till B, Strauss M, Etzersdorfer E et al. Role of media reports in completed and prevented suicide – Werther v. Papageno effects. *Br J Psychiatry*. 2010;197:234–43.
26. Niederkrotenthaler T, Till B, Voracek M, Dervic K, Kapusta ND, Sonneck G. Copycat-effects after media reports on suicide: a population-based ecologic study. *Soc Sci Med*. 2009;69:1085–90. doi: 10.1016/j.socscimed.2009.07.041.
27. Stack S. Audience receptiveness, the media, and aged suicide, 1968–1980. *J Aging Stud*. 1990;4(2):195–209.
28. Stack S. Celebrities and suicide: a taxonomy and analysis. *Am Sociol Rev*. 1987;52(3):401–12.
29. Sinyor M, Tran US, Garcia D, Till B, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Suicide mortality in the United States following the suicides of Kate Spade and Anthony Bourdain. *Aust N Z J Psychiatry*. 2021;55(6):613–9.
30. Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chang JC, Chong MY et al. The influence of media reporting of a celebrity suicide on suicidal behaviour in patients with a history of depressive disorder. *J Affect Disord*. 2007;103:69–75.
31. Phillips DP, Carstensen LL. The effect of suicide stories on various demographic groups, 1968–1985. *Suicide Life Threat Behav*. 1988;18(1):100–14.
32. Till B, Strauss M, Sonneck G, Niederkrotenthaler T. Determining the effects of films with suicidal content: a laboratory experiment. *Br J Psychiatry*. 2015;207(1):72–8. doi: 10.1192/bjp.bp.114.152827.
33. Scherr S, Reinemann C. Belief in a Werther effect: third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression. *Suicide Life Threat Behav*. 2011;41(6):624–34.
34. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning: a current epidemic. *BMJ*. 1979;2(6193):769–70.
35. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning as an epidemic phenomenon: an analysis of 82 deaths and inquests in England and Wales in 1978–79. *Psychol Med*. 1981;11(4):735–9.
36. Veysey MJ, Kamanyire R, Volans GN. Antifreeze poisonings give more insight into copycat behaviour. *BMJ*. 1999;319(7217):1131.
37. Hawton K, Simkin S, Deeks J, O’Connor S, Keen A, Altman DG et al. Effects of a drug overdose in a television drama on presentations to hospital for self-poisoning: time series and questionnaire study. *BMJ*. 1996;318(7189):972–7.
38. Etzersdorfer E, Sonneck G. Preventing suicide by influencing mass-media reporting: the Viennese experience 1980–1996. *Arch Suicide Res*. 1998;4(1):64–74.
39. Etzersdorfer E, Sonneck G, Nagel Kuess S. Newspaper reports and suicide. *N Engl J Med*. 1992;327(7):502–3.
40. Sonneck G, Etzersdorfer E, Nagel Kuess S. Imitative suicide on the Viennese subway. *Soc Sci Med*. 1994;38(3):453–7.
41. Niederkrotenthaler T, Sonneck G. Assessing the impact of media guidelines for reporting on suicides in Austria: interrupted time series analysis. *Aust N Z J Psychiatry*. 2007;41(5):419–28.
42. Stack S, Niederkrotenthaler T, editors. Media and suicide: international perspectives on research, theory & policy. Piscataway (NJ): Transaction Publishers; 2017.
43. Tatum PT, Canetto SS, Slater MD. Suicide coverage in U.S. newspapers following the publication of the media guidelines. *Suicide Life Threat Behav*. 2010;40:525–35.

44. Dare A, Andriessen K, Nordentoft M, Meier M, Huisman A, Pirkis J. Media awards for responsible reporting of suicide: experiences from Australia, Belgium and Denmark. *Int J Ment Health Syst.* 2011;5:15.

45. Till B, Tran U, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Papageno vs. Beneficial and harmful effects of educative suicide prevention websites: randomised controlled trial exploring Papageno v. Werther effects. *Br J Psychiatry.* 2017;211(2):109–15. doi: 10.1192/bjp.bp.115.177394.

46. Kirchner S, Till B, Plöderl M, Niederkrotenthaler T. Effects of “It Gets Better” suicide prevention videos on youth identifying as lesbian, gay, bisexual, transgender, queer, or other sexual or gender minorities: a randomized controlled trial. *LGBT Health.* 2022;9(6):436–46. doi: 10.1089/lgbt.2021.0383.

47. Braun M, Till B, Pirkis J, Niederkrotenthaler T. Effects of suicide prevention videos developed by and targeting adolescents: a randomized controlled trial. *Eur Child Adolesc Psychiatry.* 2021;24:1–11. doi: 10.1007/s00787-021-01911-6.

48. Niederkrotenthaler T, Till B, Kirchner S, Sinyor M, Braun M, Pirkis J et al. Effects of media stories of hope and recovery on suicidal ideation and help-seeking attitudes and intentions: systematic review and individual participant data meta-analysis of randomised controlled trials. *Lancet Public Health.* 2022;7:e156–68.

49. King KE, Schlichthorst M, Spittal MJ, Phelps A, Pirkis J. Can a documentary increase help-seeking intentions in men? A randomised controlled trial. *J Epidemiol Community Health.* 2018;72:92–8.

50. Niederkrotenthaler T, Tran U, Gould M, Sinyor M, Sumner S, Strauss MJ et al. Association of Logic’s hip hop song 1-800-273-8255 with lifeline calls and suicides in the United States: interrupted time-series analysis. *BMJ.* 2021;375:e067726. doi: 10.1136/bmj-2021-067726.

51. Sinyor M, Williams M, Zaheer R, Loureiro R, Pirkis J, Heisel MJ et al. The association between Twitter content and suicide. *Aust N Z J Psychiatry.* 2021;55(3):268–76.

52. Bell J, Westoby C. Suicide exposure in a polymediated age. *Front Psychol.* 2021;12:694280. doi: 10.3389/fpsyg.2021.694280.

53. Bell J, Westoby C. The aftermath of a suicide: social media exposure and implications for postvention. In: Pompili M, editor. *Suicide risk assessment and prevention.* Cham: Springer; 2021. doi: 10.1007/978-3-030-41319-4_32-1.

Annex 4.

Common myths and facts about suicide

While myths are often used in educational or informational approaches to understanding subject matter, it is preferable to avoid using myths whenever possible. In “myths versus facts” stories the public tends to recall the myths rather than the facts, and the media report that repeat myths are more likely to lead to imitative behaviour.



 Myth:

Talking about suicide is a bad idea and can be interpreted as encouragement to take one’s own life.

 Fact:

Talking openly can give a person other options or the time to rethink his/her decision, thereby preventing suicide. It does not lead to someone taking their life.

 Myth:

People who talk about suicide do not really intend to do it.

 Fact:

A significant number of people contemplating suicide are experiencing emotional pain and distress, anxiety, depression and hopelessness and may feel that there is no other option. Speaking about suicidal thoughts and feelings needs to be taken seriously as some persons might proceed to act on their suicidal feelings.

 Myth:

Someone who is suicidal is determined to die.

 Fact:

On the contrary, studies suggest that people who are suicidal are often ambivalent about living or dying and they just want relief from their pain. Someone may act impulsively and die a few days later, even though they would have liked to live on. Access to emotional support at the right time may prevent suicide. Studies with individuals who have made near-fatal suicide attempts indicate that many of them are pleased later on that they survived.

 Myth:

Most suicides happen suddenly without warning.

 Fact:

Some suicides occur without warning; however, most have been preceded by warning signs, whether verbal (e.g. by saying “I will kill myself”) or behavioural (e.g. by buying the means to take one’s life). This is why it is important to know what the warning signs are and look out for them.

 Myth:

Once someone is suicidal, he or she will always remain suicidal.

 Fact:

Acute suicide risk is often short-term and may be specific to a mix of factors that are significant for the person at the time. While suicidal thoughts may return, they are not permanent and a person who has previously thought about suicide or made a suicide attempt may not have these thoughts again. Frequently people do not take steps again to end their life.

 Myth:

Only people with mental health conditions are suicidal.

 Fact:

Many people who are suicidal do not have a mental health condition, and many people with mental health conditions do not have a wish to die. In suicidal crisis situations, many underlying and contributing factors need to be considered – such as acute emotional distress, chronic pain, experience of violence and social determinants.

 Myth:

Suicidal behaviour is easy to explain.

 Fact:

Suicidal behaviours are not easy to explain. They are never the result of a single factor or event. The factors that lead individuals to take their own life are multiple and complex and should not be reported in a simplistic way. Health, mental health, stressful life events, and social and cultural factors need to be considered when trying to understand suicidal behaviour.

 Myth:

Suicide is a way people use to cope with problems.

 Fact:

It is best not to portray suicide as a constructive or appropriate means of coping with problems. Stories about individuals with personal experience of suicidal thoughts and who managed to cope with their difficult life situations can help to highlight alternative options for others who might currently be contemplating suicidal behaviour.

Preventing suicide: a resource series

- A resource for general physicians
- A resource for media professionals
- A resource for teachers and other school staff
- A resource for primary health care workers
- A resource in jails and prisons
- How to start a survivors' group
- A resource for counsellors
- A resource at work
- A resource for police, firefighters and other first line responders
- A resource for suicide case registration
- A resource for non-fatal suicidal behaviour case registration
- A resource for establishing a crisis line
- A resource for pesticide registrars and regulators
- A resource for filmmakers and others working on stage and screen

For more information please contact:

Mental Health Unit

Department of Mental Health and Substance Use

World Health Organization

Avenue Appia 20

CH-1211 Geneva 27

Switzerland

Email: mhgap-info@who.int

Website: <http://www.who.int/health-topics/suicide>



正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：李佳盈 02-33438513

電子郵件：janelee@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國112年11月7日

發文字號：通傳內容決字第11200482390號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：法務部11205513030函(檔案請至附件下載區(<https://aedoc.moj.gov.tw/attch/>)
以文號：11205513030 及識別碼：PBY8KA 下載，附件可下載期限為發文日
(含)後90日內). PDF. pdf

主旨：轉知法務部「犯罪被害人權益保障法」新制重點宣導素材
及電子檔下載連結，惠請貴會轉知所屬會員協助宣導，請
查照。

說明：

- 一、依法務部112年10月25日法保決字第11205513030號函辦理。
- 二、為配合犯罪被害人權益保障法於112年2月8日修正公布名稱及全文103條，檢送該法新制重點宣導海報、橫幅、摺頁等素材及電子檔下載連結（如附件），請貴會協助運用或推廣分享，俾強化社會大眾對犯保議題與相關服務之重視與了解。
- 三、新法制度介紹及相關宣導素材亦將持續更新於法務部全球資訊網（<https://www.moj.gov.tw/>）及財團法人犯罪被害人保護協會網站（<https://www.avs.org.tw/>）、粉絲專頁（https://www.facebook.com/avs0850?locale=zh_TW）。

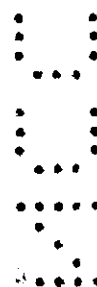
四、前揭資料如有疑義，請洽法務部劉小姐，電話：（02）
21910189#7351、電子信箱：chunliu@mail.moj.gov.tw。

正本：中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中華民國衛星廣播電視事業
商業同業公會

副本：法務部、財團法人犯罪被害人保護協會

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行



裝

訂

行政院
法務部
秘書處
收
金

線

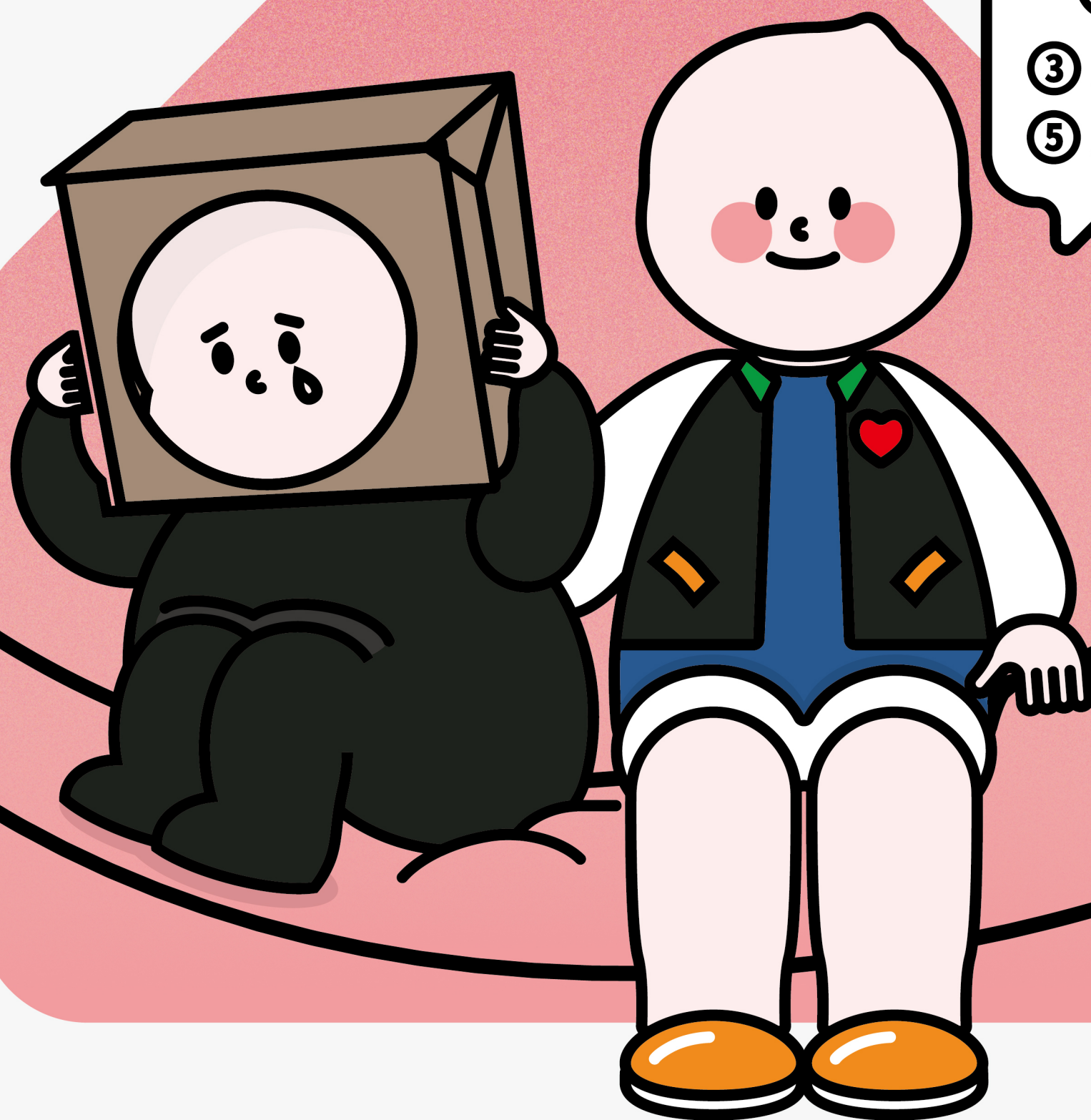
2023

迎接新法 攜手陪伴

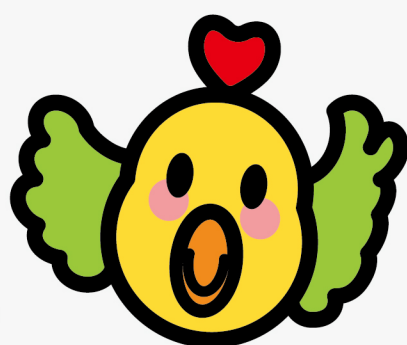
犯罪被害人權益保障法

我們服務的案件類型：

- ① 被害死亡
- ② 被害重傷
- ③ 家庭暴力 ④ 性侵害
- ⑤ 人口販運 ⑥ 兒童/少年



犯保協會 一路相伴！



保護服務 經濟支持

訴訟協助 人身安全 知情及隱私

免付費服務專線

0800-005-850

犯罪被害人權益保障法

第13條 保護服務對象如下：

- 一、因犯罪行為致死亡者之家屬。
- 二、因犯罪行為致重傷者及其家屬。
- 三、因犯罪行為致性自主權遭受侵害者及其家屬。
- 四、家庭暴力或人口販運犯罪行為未死亡或受重傷之犯罪被害人及其家屬。
- 五、兒童或少年為第1款至第3款以外之犯罪被害人及其家屬。
- 六、依第54條得申請境外補償金之家屬。
- 七、其他涉及重大公益或社會矚目案件，並經保護機構指定者。

Crime Victim Rights Protection Act

Article 13 Persons that may be entitled to protection services are as follows:

- 1. Family members of those who have passed away due to criminal acts.
- 2. Persons seriously injured by criminal acts and the family members of such persons.
- 3. Persons whose sexual autonomy has been violated due to criminal acts and the family members of such persons.
- 4. Victims who survive or without seriously injured by suffering from domestic violence or human trafficking and the family members of such victims.
- 5. Children or juveniles who are the crime victims other than those specified in Subparagraphs 1 to 3 and the family members of such children or juveniles.
- 6. Family members who may apply for overseas compensation in accordance with Article 54.
- 7. Those with any other cases involving major public welfare or social attention and designated by protection organizations.

新法上路 2023 有感升級!

犯罪被害人權益保障法

犯保協會關心您



● 保護服務 ● 經濟支持 ● 訴訟協助 ● 知情及隱私 ▲ 人身安全

免付費服務專線
0800-005-850

服務案件類型

- ✓ 被害死亡
- ✓ 被害重傷
- ✓ 性侵害
- ✓ 家庭暴力
- ✓ 人口販運
- ✓ 兒童/少年

犯罪被害人權益保障法

第13條 保護服務對象如下：

- 一、因犯罪行為致死亡者之家屬。
- 二、因犯罪行為致重傷者及其家屬。
- 三、因犯罪行為致性自主權遭受侵害者及其家屬。
- 四、家庭暴力或人口販運犯罪行為未死亡或受重傷之犯罪被害人及其家屬。
- 五、兒童或少年為第1款至第3款以外之犯罪被害人及其家屬。
- 六、依第54條得申請境外補償金之家屬。
- 七、其他涉及重大公益或社會矚目案件，並經保護機構指定者。

Crime Victim Rights Protection Act

Article 13 Persons that may be entitled to protection services are as follows:

1. Family members of those who have passed away due to criminal acts.
2. Persons seriously injured by criminal acts and the family members of such persons.
3. Persons whose sexual autonomy has been violated due to criminal acts and the family members of such persons.
4. Victims who survive or without seriously injured by suffering from domestic violence or human trafficking and the family members of such victims.
5. Children or juveniles who are the crime victims other than those specified in Subparagraphs 1 to 3 and the family members of such children or juveniles.
6. Family members who may apply for overseas compensation in accordance with Article 54.
7. Those with any other cases involving major public welfare or social attention and designated by protection organizations.





中華民國
法務部
Ministry of Justice



財團法人
犯罪被害人保護協會
Association for Victims Support (AVS)

☎ 免付費諮詢專線0800-005-850

犯罪被害補償 定額給付新制度

申請從簡！ 審議從速！ 核發從優！

- 犯罪被害補償金 填補生命中突發的遺憾 -

第 79 頁，共 224 頁

向犯罪地之地方檢察署提出申請，遺屬補償金每案180萬元、重傷補償金每人80-160萬元、性侵害補償金每人10-40萬元



廣告

全方位的犯罪被害人權益保障

保護更**全面**

服務更**深化**

保障更**升級**

犯保協會服務以被害死亡、重傷案件為主，保障犯罪被害人保護服務、經濟支持、訴訟協助、知情及隱私、人身安全等權利



第 80 頁，共 224 頁
免付費諮詢專線 0800-005-850

每一顆失落的心 都需要溫暖盛接
犯保協會 一路相伴



廣告

新法迎馨

引領馨生

新法上路

尊嚴、人權與同理

犯罪被害補償金新制

精進保護機構

犯保協會關心您

我國犯罪被害人保護法制



犯罪被害人保護法

- 1998 年 5 月 犯罪被害人保護法制定公布
- 2009 年 5 月 將性侵害被害人納入補償及保護規定，增加保護對象如家暴、人口販運等被害人
- 2011 年 11 月 刪除互惠條款並將外國籍與無國籍人士納入保護
- 2013 年 5 月 增訂扶助金規定與媒體報導時之注意義務

犯罪被害人權益保障法

立法院於 2023 年 1 月 7 日完成三讀，並於同年 2 月 8 日經總統公布，法案名稱更名為「犯罪被害人權益保障法」，計修正 41 條、刪除 7 條、新增 63 條，修正後全文計 7 章、103 條。



—如星指引 如勺承接・犯保有愛 一路相伴—

犯罪被害人權益保障

◆ 新制重點 ◆

① 提升層級由行政院掌握辦理成效

行政院召開跨部會聯繫會議協調政策，主管機關定期公布保護工作執行狀況，各部會依本法或相關專法執行業務

② 明確跨部會權責建構服務網絡

明定衛生福利、警政、勞動、教育、移民、交通、外交、大陸事務、農業、文化、通訊傳播等各部會權責，納入地方政府協力角色

③ 增訂保護服務章完善相關服務

建構「家庭為中心」服務模式，放寬服務時點即時提供協助，重傷被害人照顧更全面，加強隱私名譽之協助

④ 完善法律訴訟相關協助機制

訴訟權益告知，訴訟資訊獲知權，強化訴訟協助，與財團法人法律扶助基金會轉介機制，其他法律協助

⑤ 強化被害人及其家屬安全保障

犯罪被害人保護命令（刑事訴訟法羈押替代措施），跨部會同步修法，建構數位性暴力犯罪防護網

⑥ 規範修復式司法基本原則

參與時之安全保障，執行過程之重要原則，資訊保密及證據排除

⑦ 調整犯罪被害補償金之整體制度

單筆定額給付，簡化審議程序，書面審查原則，延長申請時效

⑧ 保護機構邁向專業化及透明化

董事會組成多元性，高階主管具專業背景，資訊主動公開，強化服務申訴制度

犯罪被害補償 定額給付新制度

申請從簡

審議從速

核發從優

「犯罪被害補償金」指國家對於因犯罪行為（包含故意犯及過失犯）致死亡者之遺屬、致重傷及性自主權遭受侵害者，依犯罪被害人權益保障法所為之金錢給付。依強制汽車責任保險法得請求給付或補償者，不適用之。

地方檢察署及其檢察分署組成「犯罪被害人補償審議會」，申請犯罪被害補償金者，應以書面並檢附相關證明文件，向犯罪地之審議會為之。

單筆定額給付

遺屬補償金：每案新臺幣 180 萬元

重傷補償金：每人新臺幣 80 萬元至 160 萬元（依等級）

性侵害補償金：每人新臺幣 10 萬元至 40 萬元（依等級）

境外補償金：每案新臺幣 20 萬元

擴大重傷定義

刑法
重傷

重大
傷病

指因犯罪行為致身體遭受侵害達
刑法第 10 條第 4 項所定之傷害或
致符合全民健康保險法第 48 條第
1 項重大傷病項目之情形。

延長申請時效

知有犯罪被害時起 **5 年**

自犯罪被害發生時起 **10 年**

重傷或未成年被害 得放寬時效起算時點

- 重傷：自知悉為重傷時起算 **5 年**
- 未成年：自成年後 **5 年**內為之



全方位的犯罪被害人權益保障

保護更全面

服務更深化

保障更升級

「財團法人犯罪被害人保護協會（犯保協會）」是法務部於 1999 年 1 月 29 日依犯罪被害人保護法所成立的犯罪被害人保護機構，並於全國各檢察署所在地設置分會，辦理各地方之犯罪被害人保護業務。

犯保協會服務的案件類型

✓ 被害死亡

✓ 被害重傷

✓ 性侵害 ✓ 家庭暴力 ✓ 人口販運 ✓ 兒童 / 少年

保障犯罪被害人權利

● 保護服務 ● 經濟支持 ● 訴訟協助 ● 知情及隱私 ▲ 人身安全

建構「家庭為中心」服務模式

保護服務對象擴及犯罪被害人家屬，包含
犯罪被害人配偶、二親等內親屬及以永久
共同生活為目的同居一家之人。



放寬服務時點即時提供協助

警察機關自知悉犯罪被害人或其家屬聯絡資訊起 24 小時內，
通報或轉介相關機關或分會提供協助。

保護機構及分會對於有相當理由足認係本法之犯罪被害人或
家屬者，應即時提供保護服務或相關協助。

重傷被害人照顧更全面

保護機構及分會應依重傷犯罪被害人及其家屬需求，規劃及
執行銜接照顧服務措施，並對於無法自理生活者，經評估後提
供必要之經費補助。

加強隱私名譽之協助

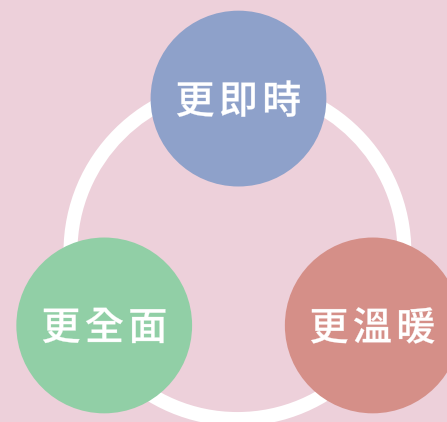
媒體業者報導有錯誤之協助要求更正、移除、下架或其他必
要之處置，因報導受有損害時，媒體業者與其負責人及有關人
員應依相關法律規定負民事、刑事及行政責任。

犯罪被害人權益保障法

接軌國際趨勢

由補償及保護提升、擴充為強調尊嚴與同理

並增訂各項權益、深化服務



免付費服務專線

0800-005-850

法務部



犯保協會



副本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

114503

傳 真：02-33432642

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

聯 絡 人：黃幸榆 02-33438516

電子郵件：verjh408@ncc.gov.tw

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國112年10月24日

發文字號：通傳內容決字第11248026720號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：衛福部1121460980號函.PDF、衛生福利部-性影像被害人權益保障事項說明.odt(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C10888】)



主旨：函轉衛生福利部自112年2月15日實施之「性影像被害人權益保障事項說明」之相關資料，請貴事業注意並遵守相關規定，請查照。

說明：

一、依據衛生福利部112年10月11日衛部護字第1121460980號函辦理。

二、旨揭事項說明略如下：

(一)目的：係為提供第一線服務者於協助性影像案件時，向被害人說明相關求助單位與權益保障事項。

(二)重點摘要臚列如下：

1、本事項說明包含總論、社政服務資源、警察機關、檢察機關、法院、教育主管機關、媒體與附錄等篇。

2、總論篇，敘明性影像與性影像被害人之定義；說明在第一時間可採取之因應方式；依年齡與兩造關係區分各該適用法規；求助性影像處理中心之資訊；

提供性影像被害人較為相關且經常使用之法律權益說明等。

3、各篇向被害人敘明各主管機關權責事務、可提供協助之事項與被害人相關權益之維護等內容，藉以使被害人了解案件進程於不同階段又或倘權益受損時，可求助之單位，共計六篇。

4、附錄篇，包含名詞解釋、資源連結與相關法條三部分，供查詢名詞定義、社政相關資源與性影像案件相關之法條全文等詳細資訊。

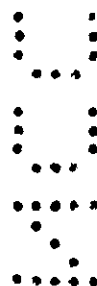
(三)檢附旨揭事項說明相關資料如附件。

正本：無線廣播電臺、無線電視電臺、衛星廣播電視業者

副本：中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會（均含附件）

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行



衛生福利部 函

地址：115204 臺北市南港區忠孝東路6段
488號

聯絡人：連珮榕

聯絡電話：02-85906686

傳真：02-85906063

電子郵件：ps8856@mohw.gov.tw

受文者：國家通訊傳播委員會

發文日期：中華民國112年10月11日

發文字號：衛部護字第1121460980號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨 (A21000000I_1121460980_doc2_Attach1.odt)

主旨：檢送「性影像被害人權益保障事項說明」，自112年2月15
日實施，請轉知所屬及相關單位參酌運用，請查照。

說明：

一、為提供第一線服務者協助性影像案件被害人時，向其說明
相關求助單位與權益保障事項說明，本部前於112年7月31
日召開旨案專家座談會，另於同年8月29日以衛部護字第
1121460718號函請提供具體修正建議在案（諒達）。

二、本事項說明重點摘要臚列如下：

（一）本事項說明包含總論、社政服務資源、警察機關、檢察
機關、法院、教育主管機關、媒體與附錄等篇。

（二）總論篇，敘明性影像與性影像被害人之定義；說明在第
一時間可採取之因應方式；依年齡與兩造關係區分各該
適用法規；求助性影像處理中心之資訊；提供性影像被
害人較為相關且經常使用之法律權益說明等。

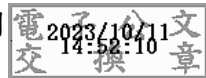
（三）各篇向被害人敘明各主管機關權責事務、可提供協助之
事項與被害人相關權益之維護等內容，藉以使被害人了

解案件進程於不同階段又或倘權益受損時，可求助之單位，共計六篇。

(四)附錄篇，包含名詞解釋、資源連結與相關法條三部分，供查詢名詞定義、社政相關資源與性影像案件相關之法條全文等詳細資訊。

正本：司法院、法務部、教育部、文化部、內政部警政署、國家通訊傳播委員會、各直轄市及各縣市政府社會局處

副本：本部保護服務司



裝

訂

線



性影像被害人權益保障事項說明

總論

性影像就是影像或電磁紀錄(例如相片、影片)裡有您的性行為、或有您的性器或客觀上足以引起性慾或羞恥之身體隱私部位、或別人以身體或器物接觸您的身體隱私部位，而客觀上足以引起性慾或羞恥之行為；或其他與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之行為。(刑法第10條第8項)

若您發現您的性影像被他人拍攝、攝錄(偷拍攝、被強迫拍攝)、被他人取得(例如偷拷貝、複製)、未經同意散佈您的性影像、被合成不實的性影像(Deepfake或p圖)，或被威脅、恐嚇要散佈您的性影像，不管您是成年或未成年，都是性影像的被害人。當下，您可採取的因應方式如下：

- 1、 **保持鎮定！**不要因為受到對方威脅、恐嚇而刪除任何證據資料，或答應對方任何條件。
- 2、 **保存證據於離線設備（例如USB）！**儲存外流網址、截圖頁面、保存關鍵對話，盡量保存完整的發布者帳號及ID、發布時間及日期、被散布的影像內容、關鍵對話、網址及平台資訊.....等，資訊保存越完整，才能讓後續處理更為順利唷！
- 3、 **尋求協助！**向「性影像處理中心」（<https://tw-ncii.win.org.tw/>）進行申訴，由該中心協助將性影像移除、下架、轉介各直轄市、縣（市）警政與社政單位。
- 4、 **調高社群隱私設定！**為避免後續受到加害者或莫名網友騷擾、威脅，請記得同步調高社群或通訊軟體帳號的隱私設定，確保自身隱私與資訊安全。

以下為您介紹與性影像被害人有關的法律，您可藉此保障自身權益及獲得相關服務，包含中華民國刑法（下稱刑法）、兒童及少年福利與權益保障法、兒童及少年性剝削防制條例、性侵害犯罪防治法、犯罪被害人權益保障法、家庭暴力防治法、跟蹤騷擾防制法、性別平等教育法、性騷擾防治法等。

依據您求助時和拍攝性影像當時的年齡，相關適用法律如下：

年齡	適用法律
求助時未滿18歲	1. 兒童及少年性剝削防制條例 2. 兒童及少年福利與權益保障法 3. 犯罪被害人權益保障法第35條、第36條
拍攝時未滿18歲 求助時已滿18歲	1. 兒童及少年性剝削防制條例 2. 兒童及少年福利與權益保障法 3. 性侵害犯罪防治法 4. 犯罪被害人權益保障法第35條、第36條
拍攝時已滿18歲	1. 刑法第319條之1至第319條之4 2. 性侵害犯罪防治法 3. 犯罪被害人權益保障法第35條、第36條

如果您與行為人有特定關係或行為人符合以下狀況，還可以適用其他法律規定：

符合情形	適用法律
兩造為家庭成員或親密關係伴侶	家庭暴力防治法
行為人有跟蹤騷擾、性騷擾行為	跟蹤騷擾防制法、性騷擾防治法
一方為學生，另一方為校長、教職員工或學生	性別平等教育法

當您是被害人時，您有權利報警並對行為人提告，依法請檢察官聲請搜索、扣押或沒收性影像，也可請檢察官聲請或核發保護命令(保護命令項目請見附錄說明)。此外，您可以諮詢【性影像處理中心】（02-6605-7373），處理性影像移除、下架事宜，若有需要其他社政資源，該中心亦能幫您轉介至您居住的縣市之家庭暴力暨性侵害防治中心（以下簡稱防治中心），提供服務(例如陪同報警、陪同出庭、討論處理方式、人身安全計畫)與連結相關社會資源(例如心理諮商、經濟補助、法律諮詢)。

如果您有需要社會工作人員協助，可以閱讀第一篇社政服務資源。

如果您需要前往報警，可以閱讀第二篇警察機關。

如果您需要向地檢署按鈴申告、請檢察官聲請搜索票扣押行為人手上的性影像，您可以閱讀第三篇檢察機關。

如果您案件被起訴或向地方法院聲請搜索票扣押行為人手上的性影像，您可以閱讀第四篇法院。

若您是學生或是學校的人員，學校可能會進行性別平等調查，您可以閱讀第五篇教育主管機關。

若有媒體揭露隱私資訊或有不實報導，您有權舉報，可閱讀第六篇媒體。

以下介紹與性影像被害人較為相關且經常使用之相關法律權益，以及被害人保護扶助資源：

1、《刑法第28章之1 妨害性隱私及不實性影像、以性影像進行威脅恐嚇》

刑法第28章之1妨害性隱私及不實性影像罪章包括第319條之1未經他人同意攝錄性影像罪、第319條之2以強暴、脅迫攝錄性影像罪、第319條之3未經他人同意散布性影像罪、第319條之4製作或散布他人不實性影像罪；上述各條未遂犯也會罰。被害人若遇到上述情形，可以到警察機關提告。其中第319條之1第1項、第319條之3第1項罪刑，被害人需要於事件發生後6個月內提告訴。

2、《性侵害犯罪防治法》

- (1) 誰適用：當遭受性侵害或被拍攝、威脅恐嚇、散布性影像，皆可依本法尋求協助，被害人相關身分資料依法需要保密，媒體不可以報導。
- (2) 可獲得哪些協助：當被害人的性影像未經同意遭散布，或威脅要散布，被害人可以請社會工作人員協助，提供保護扶助資源，包括陪同報警、心理諮商、法律扶助、經濟協助等。
- (3) 移除、下架性影像：網際網路平臺提供者、網際網路應用服務提供者及網際網路接取服務提供者（以上統稱網路平台業者），透過網路內

容防護機構、主管機關、警察機關或其他機關，知有被害人性影像被散布，應先行限制瀏覽或移除性影像之網頁資料。而犯罪網頁資料與嫌疑人之個人資料及網路使用紀錄資料，業者應保留**180**日，以提供司法及警察機關調查。

3、《兒童及少年性剝削防制條例》

- (1) 誰適用：任何人持有、拍攝、製造、散布、播送、交付、公然陳列或販賣兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品，皆違反兒童及少年性剝削防制條例，若您遇上上述情事時未滿**18**歲，即為本條例之保護對象。
- (2) 可獲得哪些協助：社會工作人員可提供的服務，包括陪同報警、心理諮商、法律協助、維護就學權益等。被害人相關身分資料依法需要保密，媒體不得報導。
- (3) 移除、下架性影像：如果網際網路平臺提供者、網際網路應用服務提供者及網際網路接取服務提供者（統稱網路平台業者），透過網路內容防護機構、主管機關、警察機關或其他機關，知有兒少性影像被散布，應先行限制瀏覽或移除性影像之網頁資料。犯罪網頁資料與嫌疑人之個人資料及網路使用紀錄資料，業者應保留**180**日，以提供司法及警察機關調查。各直轄市、縣（市）政府社會局（處）可以協助被害人於偵查中向檢察官、審理中向法院，請求重製扣案之被害人性影像，通知網路業者比對、移除或下架被害人之性影像。

4、《兒童及少年福利與權益保障法》

- (1) 誰適用：兒童（未滿**12**歲）及少年（**12**歲以上未滿**18**歲）遭任何人拍攝或錄製暴力、血腥、色情、猥褻、性交或其他有害兒童及少年身心健康之出版品、圖畫、影像或其他物品時，可依兒童及少年福利與權益保障法尋求協助，兒童及少年的相關身分資料依法需要保密，媒體不可以報導。
- (2) 可獲得哪些協助：當兒童或少年遭受前述情事時，可請社會工作人員協助，經其評估提供適當保護、安置或其他處置，必要時得進行緊急

安置，以保護兒童及少年之人身安全。

5、《家庭暴力防治法》

- (1) 誰適用：當被害人與行為人之兩造關係為家庭成員，包含配偶、前配偶，現有或曾有同居關係、家長家屬或家屬間關係，現為或曾為直系血親或直系姻親，現為或曾為四親等以內之旁系血親或旁系姻親，或為親密關係伴侶，發生身體上、精神上、經濟上的騷擾、控制、威脅或其他不法侵害之行為，皆屬《家庭暴力防治法》之保護範疇。
- (2) 可獲得哪些協助：被害人可依法聲請保護令及相關被害人保護扶助資源，包含陪同報警、心理諮商、法律扶助、經濟協助等。

6、《跟蹤騷擾防制法》

- (1) 誰適用：當行為人以反覆或持續違反被害人的意願，對被害人實施與性或性別有關之跟蹤騷擾，使被害人心生畏怖，可依《跟蹤騷擾防制法》向警察機關求助並提告跟蹤騷擾罪。
- (2) 可獲得哪些協助：警察將依狀況核發書面告誡予行為人，同時依被害人意願進行犯罪偵查，並依被害人需求轉介社會工作人員，以利後續獲得心理諮商、法律扶助等資源。

7、《性騷擾防治法》

- (1) 誰適用：任何不受歡迎、與性或性別有關，讓他人感到不舒服或不自在、覺得被冒犯、被侮辱的行為，而影響他人日常生活之進行，便可能構成性騷擾，被害人可依《性騷擾防治法》向警察機關提出申訴。如果行為人有對被害人趁機親吻、擁抱或觸摸其臀部、胸部或其他身體隱私處之行為，被害人可提告性騷擾罪。
- (2) 可獲得哪些協助：案件進入調查時，被害人可請警察協助轉介社會工作人員，以利後續獲得心理諮商、法律扶助等資源。

8、《性別平等教育法》

被害人與行為人其中一方是學生身分，另一方為學校校長、教師、職員、工友或學生，發生校園性別事件，被害人可依《性別平等教育法》向行為

人所屬學校提出申請調查；倘行為人為校長，被害人可向學校之主管機關申請調查，並請求心理諮商、法律扶助等資源。

9、《犯罪被害人權益保障法第35條、第36條保護命令》

被害人發現自己性影像遭到侵害後，依犯罪被害人權益保障法第35條及第36條規定，行為人故意犯罪行為致被害人死亡或致重傷；性自主權遭受侵害；犯刑法第28章之1或以性影像犯刑法第304條、第305條、第346條之罪，以上這3種類型的案件，檢察官及法官可以禁止行為人對被害人或其家屬的身體或財產實施危害或為恐嚇、騷擾、接觸、跟蹤等行為、禁止被告無正當理由接近犯罪被害人或其家屬經常出入的特定場所特定距離。同時，檢察官及法院可命行為人禁止重製、散布或以他法供人觀覽被害人的性影像、命行為人提出或交付被害人的性影像、命行為人移除或向網際網路業者申請刪除已上傳的被害人性影像。

第1篇 社政服務資源

- 1、 如果您已滿18歲，行為人未經您同意攝錄或用強暴/脅迫攝錄您的性影像、未經您同意散布性影像、製作或散布您的不實性影像，或行為人用您的性影像對您威脅恐嚇時，您可以報警或求助性影像處理中心專線（02-6605-7373），他們可以協助您轉介居住地的防治中心，由社會工作人員提供服務，陪伴支持您。
- 2、 如果您未滿18歲，依兒童及少年性剝削防制條例規定，地方社政主管機關將會派社會工作人員協助您，包括陪同您報警、討論處理方式、如何與家人討論性影像事件等。
- 3、 如果您與行為人是家庭成員/親密伴侶關係，防治中心會指派社會工作人員協助您。如果您想要聲請保護令或了解自己法律權益，您可以在各法院家暴事件服務處，請求社會工作人員陪同出庭或安排免費律師諮詢。
- 4、 當您想了解有關訴訟程序或需要請求律師協助時，防治中心將提供法律扶助資源，包括法律諮詢、協助您申請法律扶助基金會服務或連結專業律師等，陪您走過訴訟審判過程，並酌予補助經費。
- 5、 如果您因性影像案件而影響您的基本生活時，防治中心將協助您申請

生活費用補助，並協助您重建生活。

6、如果您需要專業心理輔導或治療，防治中心可以協助轉介心理輔導與諮商等資源，並補助必要之費用；若您因性影像案件遭致心理創傷，可向【性創傷復原中心】（可參閱附錄）尋求協助。

7、如果您在防治中心接受各項服務期間，因工作或就學等因素搬遷至其他縣市，仍有需要繼續相關服務時，可以向社會工作人員提出，將轉介至您居住地的防治中心持續協助您。

8、如果您有人身安全疑慮，社會工作人員可以跟您討論安全計畫，並徵求您同意後，評估連結相關單位，例如您所就讀或服務之學校、轄區派出所或家防官等，以共同協助維護您的安全。

第2篇 警察機關

1、報案時，警方將提供隱密的空間，您並可請求由同性別之警察進行詢問/筆錄，讓您安心和避免不必要的干擾。

2、由於製作筆錄的時間通常需要1-

3小時，提醒您可事先準備好您的身分證件、相關證據資料，例如以錄影或截圖的方式，記錄網路空間網址、網站名稱、手機軟體群組名稱或散布者帳號、名稱，或威脅恐嚇錄音、簡訊截圖等。

3、若您未滿18歲，在製作筆錄的過程中，直轄市、縣（市）政府將指派社會工作人員在場陪同，若您已滿18歲，您也可以向直轄市、縣（市）政府申請社會工作人員陪同，直轄市、縣（市）政府通常不會拒絕您的申請。

4、如果您是親密關係伴侶或家庭暴力被害人，可以請警察協助聲請保護令與通報，後續會有防治中心的社會工作人員提供您被害人相關服務。

5、警察機關在案件調查過程中不會對外透漏任何案情，且製作的各類文書會以代號替代您的真實姓名，如此可隱匿您的個人資料以保護您的安全。如果您不想讓戶籍地或居住地的親友知悉，您可以徵得朋友或社會工作人員的同意，將相關書狀寄送至前述人員指定之地點。

6、若您因聽覺、語言障礙或不通曉國語，報案後，在警察筆錄詢問前，

您可以申請通譯協助。若您沒有通譯協助或認為通譯不適任，請您直接向警察單位表達，並要求暫停，以維護您的權益。

7、 筆錄過程中，您可以請法定代理人、配偶、直系或三親等內旁系血親（例如：兄弟姊妹、伯父、叔叔、姑姑、阿姨、舅舅、姪子、外甥、外甥女等）、家長、家屬（共同居住的人）、醫師、心理師、輔導人員、社會工作人員或其他您信賴的人陪同在場及陳述意見。

8、 筆錄過程中，如您感到不適可以提請暫停，警察會盡力協助您克服不適之狀況，一起將筆錄完成。作完筆錄後，警察會將筆錄內容列印出來請您確認，如果內容有誤請告知警察修正並確認後再蓋章，結束後將提供您受（處）理案件證明單。

9、 如果性影像有被湮滅、隱匿的危險，您可以請警察報請檢察官許可後，向法院聲請搜索、扣押以保全性影像。如果您想盡快扣押影像，您提出告訴後，不必等到警方把案件移送給地檢署，第一時間就可以直接向檢察官聲請保全證據，請檢察官發動搜索、扣押或其他處分。對於您的聲請，檢察官必須在5天內做決定。如果檢察官駁回您的聲請，或者沒有在5天內做決定，這時您可以改向法院聲請保全證據。

10、 如果您擔心行為人持續散布、重製性影像，或將性影像轉儲存其他處，您可在筆錄中請檢察官聲請犯罪被害人權益保障法之保護命令(保護命令說明詳見附錄)，檢察官、法官可以命行為人遵守「禁止重製、散布、播送、交付、公然陳列、或以他法供人觀覽被害人之性影像」、「提出或交付被害人之性影像」、「移除或向網際網路平台提供者、網際網路應用服務提供者或網際網路接取服務提供者申請刪除已上傳之被害人之性影像」等事項。

11、 如果行為人透過網路進行跟蹤騷擾，您可向警察報案，警方會依職權或您的請求核發書面告誡，並依法偵辦，以遏止行為人再犯。如果您的案件有涉及到性騷擾，您可以同時向警察提出性騷擾申訴。

12、 如果您想起更多線索想提供給警察或想再增加提告罪名、其他行為人時，可查閱受（處）理案件證明單上的連絡電話，隨時與承辦員警聯繫。

13、 當警察找到行為人或相關證據時，可能會再請您到警察局做行為人指

認，警察會採取相當的保護措施，確保您的隱私及安全。

14、如果您有需要專業人員與您討論後續處理方式與相關資源，例如安排法律諮詢、轉介心理諮商或經濟補助等，請告知警察協助轉介給防治中心的社會工作人員。

第3篇 檢察機關

- 1、送達的傳票或通知書上，不會記載案由，並會將您在刑事司法程序中可受到保護之事項列載附於傳票或通知書背面。
- 2、您出庭應訊時，原則上會採取單獨傳喚，或以其他適當的措施隔離，使您盡可能不必與被告見面接觸。如果您仍有擔心，傳票上有聯繫電話、書記官名字，可以去電確認。
- 3、您在偵查中受訊問時，可以請法定代理人、配偶、直系或三親等內旁系血親（例如：兄弟姊妹、伯父、叔叔、姑姑、阿姨、舅舅、姪子、外甥、外甥女等）、家長、家屬（共同居住的人）、醫師、心理師、輔導人員、社會工作人員或其他您信賴的人在場陪同及陳述意見。
- 4、若您未滿18歲，在製作筆錄的過程中，直轄市、縣（市）政府將指派社會工作人員在場陪同；若您已滿18歲，您也可以向直轄市、縣（市）政府申請社會工作人員陪同，直轄市、縣（市）政府通常不會拒絕您的申請。
- 5、當您出庭偵訊時，如果無法理解檢察官的問話，可向檢察官反應。對於偵訊過程中如有感到不舒服，可請求暫停休息。
- 6、您完成偵查中之訊問後，如非必要，不會再度傳訊。若您為未滿18歲或心智障礙者，檢察官或檢察事務官認有必要時，將安排專業人士在場，協助訊問。
- 7、若您因聽覺、語言障礙或不通曉國語，檢察官偵查訊問時，您可以申請司法通譯協助。若您在司法程序中未有通譯協助或認為通譯不適任，請您直接向檢察單位表達，並要求暫停，以維護您的權益。
- 8、偵查過程中，您可以主動向檢察官提出和解或是行為人提出和解請求，若您有意願和解，檢察人員可以協助您安排鄉鎮市調解委員會進行調解。一旦和解成立後，告訴乃論案件的訴訟就會終結，而非告訴乃論案件可能會

因此減低刑期或不起訴。訴訟和解具有民事訴訟法規定效力，若對方不依照和解書履行義務，您可以直接聲請強制執行。如果您擔心和解時與行為人碰面，而有危險或感到不舒服，您可以告知鄉鎮市調解委員分別調解。

9、 為防止證據遭湮滅、偽造、變造、隱匿或發生礙難使用情形，您有權向檢察官提出聲請保全證據，使檢察官為一定之保全處分，如搜索、扣押、鑑定、勘驗、詢問證人等。檢察官受理聲請後，除認為不合法或無理由予以駁回者，應於5日內為保全處分；若檢察官駁回聲請或未於5日內為保全處分，您得逕向該管法院聲請保全證據。

10、 有關刑法第28章之1案件或以性影像犯第304條、第305條、第346條之案件，您或您的家屬受訊（詢）問時，檢察官、檢察事務官、司法警察官、司法警察應主動告知犯罪被害人保護命令之相關規定，並詢問有無意見。您或您的家屬所陳述之意見，會記明於筆錄中。

11、 辦理前點所列之案件時，法院裁定或檢察官處分之犯罪被害人保護命令，自核發時生效，且會於24小時內發送給您或您的家屬、被告、法院所在地之警察機關及直轄市或縣（市）政府防治中心等，使您或您的家屬了解核發情形，並及使相關機關（單位）後續提供您或您的家屬相關協助。前述處分，得以電信傳真或其他科技設備發送。

12、 辦理第十點所列之案件時，您或您的家屬對於法院裁定或檢察官處分之犯罪被害人保護命令有關被告應遵守事項，認有變更、延長或撤銷之需求，得促請檢察官向法院聲請或依職權為之，且檢察官得徵詢您或您的家屬之意見並記明筆錄。

13、 您已陳報應送達處所時，除非有無法合法送達情形外，傳票、結案通知函及偵結書類，只會送達到您陳報之處所。案件偵查終結時，公示之起訴書、聲請簡易判決處刑書、不起訴處分書、緩起訴處分書，不會揭露您的身分資訊。

第4篇 法院

1、 您因為性影像相關案件提告刑事告訴、聲請家庭暴力保護令、跟蹤騷擾保護令、民事侵權損害賠償等，必須到地方法院開庭。當您收到開庭通

知單後，請準備好相關資料。

- 2、 法官在審理性侵害案件前，會先寄送一份開庭通知書和陪同人詢問通知書給您，詢問您是否需要委任法定代理人、配偶、直系或三親等內旁系血親（例如：兄弟姊妹、伯父、叔叔、姑姑、阿姨、舅舅、姪子、外甥、外甥女等）、家長、家屬（共同居住的人）、醫師、心理師、輔導人員、社會工作人員或其他您信賴的人在場陪同及陳述意見。如果您需要，您只要將這份詢問通知書寄回法院或打電話、傳真給書記官表明您的意願即可。但若您的案件屬少年保護/刑事案件，法院除寄送開庭通知書外，將另提供您程序權益告知書及進度告知聲請狀。
- 3、 若您未滿**18**歲，直轄市、縣（市）政府將指派社會工作人員在場陪同，若您已滿**18**歲，也可以向直轄市、縣（市）政府申請社會工作人員陪同，直轄市、縣（市）政府通常不會拒絕您的申請。
- 4、 在任何必須公示的性影像案件司法文書（例如：判決書），不會寫出足以識別您身分之相關個人資訊。
- 5、 各地方法院均有駐法院免費諮詢服務，如果您不了解開庭程序或需要免費法律諮詢，可以事先詢問並預約法律諮詢時間。如果您是家庭暴力或親密關係被害人，您可向各地方法院家庭暴力事件服務處詢問，或由社會工作人員陪同出庭服務。如果您出庭時有人身安全風險，亦可以請社會工作人員協助。
- 6、 您所委任的代理人如果是律師，可向法院申請檢閱卷宗和證物，也可抄錄卷宗內的資料，或將相關資料加以影印。但少年保護事件並不適用。在法院審理中，假如您有任何意見，可以向公訴檢察官表示，由檢察官向法院陳述，讓法院有更清楚的了解。
- 7、 如果您是告訴人，法官在命檢察官、被告、辯護律師辯論前，一定會再給您表示意見的機會，如果有任何意見，都可以直接向法院表達。假如有需要您和被告對質時，法院會採取相當的保護措施，以確保您的安全。
- 8、 當您接到開庭通知單被傳喚到法院作證時，若您為年幼或心智障礙者，擔心證詞受到誘導失真而無法釐清事實時，可以申請司法詢問員，讓司法詢

問員將警察、檢察官、辯護人及法官所詢問的問題加以轉化成您能理解的概念，並協助您的證詞被正確的理解與傳達。

- 9、若您因身心創傷，認為在法庭進行詰問，有不能夠依照自己的自由意思或者完整陳述事實經過的可能情況，法院經過審核後，會主動考慮利用現代科技設備或其他隔離措施，將您與被告隔離來問您的話。您如果因懼怕被告而擔心無法完整陳述事實經過時，請事先告知書記官，法院經過審核後，會主動考慮或者依照您的聲請，在法庭外適當的地點來問話，或利用現代科技設備或其他隔離措施，將您與被告隔離問話。
- 10、若您因聽覺、語言障礙或不通曉國語，接到法院開庭通知，您可以申請司法通譯協助。若您在司法程序中未有通譯協助或認為通譯不適任，請您直接向執法單位表達，並要求暫停，以維護您的權益。
- 11、訴訟中，經您和對方的同意，法官可以移付調解。有些法院由法官自行調解，或指定調解委員為個案進行調解，亦有部分法院特別設立處理移付調解事件的專責法官。您也可以去鄉鎮市調解委員會調解，於調解成立時作成之調解書，經法院核定以後則具有確定判決一樣的效力。如果您擔心調解時與行為人碰面，而有危險或感到不舒服，您可以告知調解委員分別調解。
- 12、當您出庭應訊時，如果無法理解法官、對方律師的詢問，可向法官反應。對於陳述過程如果感到不舒服，可請求法官暫停，稍作休息。
- 13、案件在法院審理中，您可以向法院聲請獲知案件資訊。如果法院核准您的聲請，會以電子郵件提供即時的案件資訊；您也可以上網查詢。
- 14、在法院審理中，假如您有任何意見，都可以向公訴檢察官表示，由檢察官向法院陳述，讓法院了解的更清楚。您或您的家屬可以親自到庭或以書面向法院陳述意見，您如果表明不願到場，法院也會尊重您的意願。您或您的家屬可以就科刑範圍向法院表示意見。
- 15、您可以在第一審或第二審的刑事案件辯論終結前，對被告和依民法應負賠償責任的人，提起附帶民事訴訟，請求損害賠償。
- 16、法院判決後，如果您對判決有任何意見，可以在檢察官的上訴期間內，向檢察官陳述意見，讓檢察官了解您對判決的看法。

第5篇 學校

- 1、如果您是學生，散布或持有您性影像的網友是學校教職員工生，您可以去求助老師，老師將會幫您通報校園性別事件案件，您可依《性別平等教育法》向行為人所屬學校提出申請調查，或由學校以公益案啟動檢舉調查；倘行為人為校長，您可向學校之主管機關提出申請調查。屆時如學校或主管機關請您配合調查時，亦請配合調查程序，以釐清事實。調查期間如果您不希望家長知道，學校將尊重您的決定不通知家長。
- 2、如果您遭到對方威脅恐嚇，您可以告知學校老師或教官，並與警察機關合作，以維護您的安全。
- 3、如果您有需要，可以依據性別平等教育法第24條規定，提供您有關心理輔導、保護措施或其他協助，學校相關人員將會負起保密義務。
- 4、當您接受性平調查時，如果發現調查委員有不妥言行出現，例如當著所有委員面前要您一一指認性影像，或身心理出現不舒服反應時，您可以向學校師長反應或向教育主管機關陳情。
- 5、如果同學因性影像事件，在學校中、網路上或群組上進行各種霸凌行為，您可以跟學校（輔導中心、學生事務處）或您信任的師長反映，學校會進行霸凌通報，並啟動處理機制。

第6篇 媒體

- 1、任何人不得以媒體或其他方式公開或揭露您的姓名及其他足以識別您身分之資訊，除非您已成年且事先經過您的同意，或經檢察官、法院依法認為有必要才能揭露。
- 2、如果您發現有媒體（宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體）違反上面規定，您可以向媒體所在縣市的主管機關（例如社會局或觀光傳播局等）申訴、要求下架，或直接向「性影像處理中心」（<https://tw-ncii.win.org.tw/>）申訴。
- 3、當您發現有宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體的性影像案件，未經您同意報導您的姓名或其他足資識別身分之資訊時，您可以主動打電話到該媒體的客服或主編，請其修改或下架。

附錄

1、名詞解釋

(1) 保護令

保護令可區分為家庭暴力防治法「民事保護令」與跟蹤騷擾防制法中「民事保護令」，以下詳細說明之：

1. 家庭暴力防治法「民事保護令」

民事保護令是由法院所核發，以保護家庭暴力被害人人身安全與相關權益的命令，可以區分為通常保護令、暫時保護令及緊急保護令3種。

通常保護令是由被害人、檢察官、警察機關或地方主管機關以書面向法院提出聲請，經法院審理後核發之。暫時保護令則是在**通常保護令審理終結前**，法院得依聲請或依其職權核發之保護令，以填補普通保護令審理期間，家庭暴力雖然還未達急迫危險程度，但被害人人身安全處於保護空窗期之情形。緊急保護令是基於被害人有遭受家庭暴力的急迫危險，由檢察官、警察機關或地方主管機關向法院聲請，且法院應於受理聲請後4小時之內核發的保護令。¹

2. 跟蹤騷擾防制法「民事保護令」

在跟蹤騷擾案件中，在警察機關受理調查後，認為行為人有跟蹤騷擾行為之犯罪嫌疑，應依職權或被害人之請求，核發書面告誡以約制行為人。若行為人在受書面告誡2年間，再為跟蹤騷擾行為者，被害人即得向法院聲請保護令。法院若認為有跟蹤騷擾行為之事實且有必要者，即會核發保護令以保護被害人。相關條文可參看本點「(三)相關法條-5.跟蹤騷擾防制法」部分。

(2) 保護命令

依犯罪被害人權益保障法第35條規定，法院就(1)故意為犯罪行為致死亡或致重傷；(2)性自主權受侵害；(3)犯刑法第28章之1或以性影像犯刑法第304條、第305條、第346條案件之被告許可停止羈押，或依犯罪被害人權益保障法第36條規定，由法院或檢察官命被告具保、責付、限制住居之情形，在此段期間無法拘

¹參考自<https://dep.mohw.gov.tw/DOPS/cp-1160-8001-105.html>，詳細說明與比較可參看衛生福利部保護服務司「家庭暴力防治-宣導專區-常見問答-保護令是什麼？如何聲請？」專區

束被告的人身與行動自由，考量被告有可能侵害被害人的人身安全或騷擾被害人，或在數位性暴力案件中，對性影像為變造、散布等等，法院得依職權或依檢察官聲請，或檢察官得依職權，定**2年**以內之相當期間，命被告遵守法定事項。相關條文可參看本點「(三)相關法條-6.犯罪被害人之權益保障」部分。

(3) 被害人訴訟參與

就侵害被害人生命、身體、自由及性自主等案件，於現行刑事訴訟法審判、檢察、辯護三面關係之架構外，新增**案件被害人得聲請全程參與訴訟過程**。被害人得於訴訟中**選任代理人及閱覽卷宗**，瞭解訴訟程序之進行程度及卷證資料內容。此外，被害人就各款準備程序、證據及科刑範圍都有**即時表達意見之權利**，也有在**法庭辯論證據證明力之機會**。相關條文可參看本點「(三)相關法條-7.被害人訴訟參與(刑事訴訟法)」部分。

(4) 保全證據

證據包括放在網站上的性影像，或是被告的網際網路個人資料及使用紀錄、通聯記錄等，有其保存期限限制、或是**有遭湮滅或隱匿、滅失之可能**，例如性影像存在被告持有的手機、電腦、硬碟等裝置，隨時可遭被告刪除或變造。有上述情況時，**被告、告訴人(被害人)、代理人等可以向檢察官聲請保全證據**。檢察官受理聲請，除認為有不合法或無理由之情形外，應於**5日內**為保全處分。檢察官若駁回或未在**5天內**為保全處分，則可**直接向法院聲請保全證據**。

2、相關資源連結

- (1)如果您遭遇家庭/親密關係暴力、性暴力、兒童及少年性剝削等事件，您可以撥打**113專線24小時免付費求助諮詢電話**，或上社會安全網-關懷e起來線上諮詢(<https://ecare.mohw.gov.tw/>)。
- (2)如果您遭遇性影像權益受損事件，而感到沮喪、無助、害怕、焦慮、痛苦，您可以撥打**1995生命線、1980張老師諮詢專線、1925安心專線**。
- (3)如您因遭受與性相關的創傷而有復原需求，請向性創傷復原中心（<https://dep.mohw.gov.tw/>）求助：

性創傷復原中心名稱	服務縣市
-----------	------

全芯性創傷復原中心	臺北市、新北市、基隆市
希望種子創傷復原中心	基隆市、臺北市、新北市、宜蘭市、臺東縣
蒲公英性創傷復原中心	臺北市、高雄市
癒所性創傷復原中心	宜蘭縣、花蓮縣、台東縣
助人性創傷復原中心	臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣、新竹市、苗栗縣
心芙性創傷復原中心	彰化縣、臺中市、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市
豪家在性創傷復原中心	高雄市、屏東縣、臺南市
旅行性創傷復原中心	高雄市、屏東縣、臺南市

(4)如果您遇到性影像相關事件想要匿名諮詢，您可向財團法人台北市婦女救援基金會匿名求助網站求助(<https://advocacy3.wixsite.com/twrf-antirevengeporn>)。

(5)如果您被拍攝時未滿18歲，可向財團法人展翅協會(<https://www.ecpat.org.tw/>)申請參加Photo DNA計畫，防止您的性影像遭散布。

(6)如果您需要免費法律諮詢，或想聘請律師卻無力負擔，財團法人法律扶助基金會在各地都有分會可提供協助(搜尋路徑：財團法人法律扶助基金會,法律諮詢,申請法扶律師,申請扶助(laf.org.tw))。

3、相關法條

(1)中華民國刑法（下稱刑法）

條號	條文簡旨	條文內容
刑法 總則		
第10條第8項	性影像之定義	稱性影像者，謂內容有下列各款之一之影像或電磁紀錄： 一、第五項第一款或第二款之行為(性交)² 二、性器或客觀上足以引起性慾或羞恥之身體隱私部位。 三、以身體或器物接觸前款部位，而客觀上足以引起性慾或羞恥之行為。 四、其他與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之行為。
刑法 妨害風化罪章		
第235條	散布、販賣猥褻物品及製造持有罪	(第一項)散布、播送或販賣猥褻之文字、圖畫、聲音、影像或其他物品，或公然陳列，或以他法供人觀覽、聽聞者，處二年以下有期徒刑、拘役或科或併科九萬元以下罰金。 (第二項)意圖散布、播送、販賣而製造、持有前項文字、圖畫、聲音、影像及其附著物或其他物品者，亦同。 (第三項)前二項之文字、圖畫、聲音或影像之附著物及物品，不問屬於犯人與否，沒收之。
刑法 妨害自由罪章		
第304條	強制罪	(第一項)以強暴、脅迫使人行無義務之事或妨害

²依中華民國刑法第10條第5項，稱性交者，謂非基於正當目的所為之下列性侵入行為：

- 一、以性器進入他人之性器、肛門或口腔，或使之接合之行為。
- 二、以性器以外之其他身體部位或器物進入他人之性器、肛門，或使之接合之行為。

		人行使權利者，處三年以下有期徒刑、拘役或九千元以下罰金。 (第二項)前項之未遂犯罰之。
第305條	恐嚇危害安全罪	以加害生命、身體、自由、名譽、財產之事恐嚇他人，致生危害於安全者，處二年以下有期徒刑、拘役或九千元以下罰金。
刑法 妨害名譽及信用罪章		
第310條	誹謗罪	(第一項)意圖散布於眾，而指摘或傳述足以毀損他人名譽之事者，為誹謗罪，處一年以下有期徒刑、拘役或一萬五千元以下罰金。 (第二項)散布文字、圖畫犯前項之罪者，處二年以下有期徒刑、拘役或三萬元以下罰金。 (第三項)對於所誹謗之事，能證明其為真實者，不罰。但涉於私德而與公共利益無關者，不在此限。
刑法 妨害秘密罪章		
第315-1條	妨害秘密罪	有下列行為之一者，處三年以下有期徒刑、拘役或三十萬元以下罰金： 一、無故利用工具或設備窺視、竊聽他人非公開之活動、言論、談話或身體隱私部位者。 二、無故以錄音、照相、錄影或電磁紀錄竊錄他人非公開之活動、言論、談話或身體隱私部位者。
第315-2條	以圖利為目的之妨害秘密罪	(第一項)意圖營利供給場所、工具或設備，便利他人為前條之行為者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科五十萬元以下罰金。 (第二項)意圖散布、播送、販賣而有前條第二款之行為者，亦同。

		(第三項)製造、散布、播送或販賣前二項或前條第二款竊錄之內容者，依第一項之規定處斷。 前三項之未遂犯罰之。
第315-3條	持有妨害秘密之物品	前二條竊錄內容之附著物及物品，不問屬於犯人與否，沒收之。
第318-4條	洩漏電腦取得秘密罪	無故洩漏因利用電腦或其他相關設備知悉或持有他人之秘密者，處二年以下有期徒刑、拘役或一萬五千元以下罰金。
第319條	告訴乃論	第三百十五條、第三百十五條之一及第三百十六條至第三百十八條之二之罪，須告訴乃論。
刑法 妨害性隱私及不實性影像罪章		
第319-1條	偷拍性影像	(第一項)未經他人同意，無故以照相、錄影、電磁紀錄或其他科技方法攝錄其性影像者，處三年以下有期徒刑。 (第二項)意圖營利供給場所、工具或設備，便利他人為前項之行為者，處五年以下有期徒刑，得併科五十萬元以下罰金。 (第三項)意圖營利、散布、播送、公然陳列或以他法供人觀覽，而犯第一項之罪者，依前項規定處斷。 (第四項)前三項之未遂犯罰之。
第319-2條	強拍性影像	(第一項)以強暴、脅迫、恐嚇或其他違反本人意願之方法，以照相、錄影、電磁紀錄或其他科技方法攝錄其性影像，或使其本人攝錄者，處五年以下有期徒刑，得併科五十萬元以下罰金。 (第二項)意圖營利供給場所、工具或設備，便利他人為前項之行為者，處六月以上五年以下有

		期徒刑，得併科五十萬元以下罰金。 (第三項)意圖營利、散布、播送、公然陳列或以他法供人觀覽，而犯第一項之罪者，依前項規定處斷。 (第四項)前三項之未遂犯罰之。
第319-3條	未經同意散布	(第一項)未經他人同意，無故重製、散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽其性影像者，處五年以下有期徒刑，得併科五十萬元以下罰金。 (第二項)犯前項之罪，其性影像係第三百十九條之一第一項至第三項攝錄之內容者，處六月以上五年以下有期徒刑，得併科五十萬元以下罰金。 (第三項)犯第一項之罪，其性影像係前條第一項至第三項攝錄之內容者，處一年以上七年以下有期徒刑，得併科七十萬元以下罰金。 (第四項)意圖營利而犯前三項之罪者，依各該項之規定，加重其刑至二分之一。販賣前三項性影像者，亦同。 (第五項)前四項之未遂犯罰之。
第319-4條	製作或散布不實性影像	(第一項)意圖散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽，以電腦合成或其他科技方法製作關於他人不實之性影像，足以生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科五十萬元以下罰金。 (第二項)散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽前項性影像，足以生損害於他人者，亦同。

		(第三項)意圖營利而犯前二項之罪者，處七年以下有期徒刑，得併科七十萬元以下罰金。販賣前二項性影像者，亦同。
刑法 恐嚇擄人勒贖罪章		
第346條	單純恐嚇罪	(第一項)意圖為自己或第三人不法之所有，以恐嚇使人將本人或第三人之物交付者，處六月以上五年以下有期徒刑，得併科三萬元以下罰金。 (第二項)以前項方法得財產上不法之利益或使第三人得之者，亦同。 (第三項)前二項之未遂犯罰之。
刑法 妨害電腦使用罪章		
第358條	入侵電腦或其相關設備罪	無故輸入他人帳號密碼、破解使用電腦之保護措施或利用電腦系統之漏洞，而入侵他人之電腦或其相關設備者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科三十萬元以下罰金。
第363條	告訴乃論	第三百五十八條至第三百六十條之罪，須告訴乃論。

(2)性侵害犯罪防治法

條號	條文簡旨	條文內容
第7條	刑法準用規定	(第一項)犯性騷擾防治法第二十五條第一項之罪及犯刑法第三百十九條之二第一項之罪，經判決有罪確定者，準用第三十一條、第三十三條至第三十五條、第四十二條及第四十三條規定。 (第二項)刑法第三百十九條之一至第三百十九條之四案件，準用第八條、第九條、第十二條、第十三條、第十五條、第十六條、第十八條至

		第二十八條規定。 (第三項)以刑法第三百十九條之一至第三百十九條之三之性影像，犯刑法第三百零四條、第三百零五條、第三百四十六條之罪者，準用第八條、第九條、第十二條、第十五條、第十六條、第十八條至第二十八條規定。
第13條	網際網路平台業者相關規範與罰則	(第一項)網際網路平臺提供者、網際網路應用服務提供者及網際網路接取服務提供者，透過網路內容防護機構、主管機關、警察機關或其他機關，知有性侵害犯罪嫌疑情事，應先行限制瀏覽或移除與犯罪有關之網頁資料。 (第二項)前項犯罪網頁資料與嫌疑人之個人資料及網路使用紀錄資料，應保留一百八十日，以提供司法及警察機關調查。
第16條	被害人個資保密	(第一項)宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載有被害人之姓名或其他足資識別身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此限： 一、被害人為成年人，經本人同意。但心智障礙者、受監護宣告或輔助宣告者，應以其可理解方式提供資訊。受監護宣告者並應取得其監護人同意。 二、檢察官或法院依法認為有必要。 (第二項)前項第一款但書規定之監護人為同意時，應尊重受監護宣告者之意願。 第一項第一款但書所定監護人為該性侵害犯罪嫌疑人或被告時，不得報導或記載有被害人之姓名或其他足資識別身分之資訊。

		(第三項)第一項以外之任何人，不得以媒體或其他方法公開或揭露被害人姓名及其他足資識別身分之資訊。
第46條	網路平台業者罰則	有下列情形之一，而無正當理由者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改善；屆期未改善者，得按次處罰，並得令其限制接取： 一、違反第十三條第一項規定，未先行限制瀏覽、移除。 二、違反第十三條第二項規定，未保留一百八十日，或未將資料提供司法或警察機關調查。 三、違反依第七條第二項準用第十三條第一項規定，未先行限制瀏覽、移除。 四、違反依第七條第二項準用第十三條第二項規定，未保留一百八十日，或未將資料提供司法或警察機關調查。
第48條	廣播、電視事業罰則	(第一項)廣播、電視事業違反第十六條第一項或第三項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。 (第二項)前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者違反第十六條第一項或第三項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處負責人新臺幣六萬元以上六十萬元以

		下罰鍰，並得沒入第十六條規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。 (第三項)前二項規定，於被害人死亡，經目的事業主管機關權衡為維護治安、安定人心、澄清視聽、防止危險擴大或其他社會公益，認有報導或揭露必要者，不罰。 (第四項)第一項及第二項以外之任何人違反第十六條第四項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第四項規定，而無正當理由者，處新臺幣二萬元以上十萬元以下罰鍰。 (第五項)宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項之處罰對象為行為人。
--	--	---

(3)兒童及少年性剝削防制條例

條號	條文簡旨	條文內容
第2條	兒童少年性剝削定義	(第一項)本條例所稱兒童或少年性剝削，指下列行為之一者： 一、使兒童或少年為有對價之性交或猥褻行為。 二、利用兒童或少年為性交或猥褻之行為，以供人觀覽。 三、拍攝、製造、散布、播送、交付、公然陳列或販賣兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品。 四、使兒童或少年坐檯陪酒或涉及色情之伴遊、伴唱、伴舞或其他類似行為。

		(第二項)本條例所稱被害人，指遭受性剝削或疑似遭受性剝削之兒童或少年。
第35條	供人觀覽	(第一項)招募、引誘、容留、媒介、協助、利用或以他法，使兒童或少年為性交或猥褻之行為，以供人觀覽者，處三年以上十年以下有期徒刑，得併科新臺幣三百萬元以下罰金。 (第二項)以強暴、脅迫、藥劑、詐術、催眠術或其他違反本人意願之方法，使兒童或少年為性交或猥褻之行為，以供人觀覽者，處七年以上有期徒刑，得併科新臺幣五百萬元以下罰金。 (第三項)意圖營利犯前二項之罪者，依各該條項之規定，加重其刑至二分之一。 前三項之未遂犯罰之。
第36條	性影像拍攝 製造	(第一項)拍攝、製造兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品，處一年以上七年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。 (第二項)招募、引誘、容留、媒介、協助或以他法，使兒童或少年被拍攝、自行拍攝、製造性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品，處三年以上十年以下有期徒刑，得併科新臺幣三百萬元以下罰金。 (第三項)以強暴、脅迫、藥劑、詐術、催眠術或其他違反本人意願之方法，使兒童或少年被拍攝、自行拍攝、製造性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品者，處七年以上有期徒刑，得併科新臺幣五

		百萬元以下罰金。 (第四項)意圖營利犯前三項之罪者，依各該條項之規定，加重其刑至二分之一。 (第五項)前四項之未遂犯罰之。 (第六項)第一項至第四項之附著物、圖畫及物品，不問屬於犯罪行為人與否，沒收之。 (第七項)拍攝、製造兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品之工具或設備，不問屬於犯罪行為人與否，沒收之。但屬於被害人者，不在此限。
第38條	散布播送等罰則	(第一項)散布、播送、交付、公然陳列或以他法供人觀覽、聽聞兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品者，處一年以上七年以下有期徒刑，得併科新臺幣五百萬元以下罰金。 (第二項)意圖散布、播送、交付或公然陳列而持有前項物品者，處六月以上五年以下有期徒刑，得併科新臺幣三百萬元以下罰金。 (第三項)意圖營利犯前二項之罪者，依各該條項之規定，加重其刑至二分之一。販賣前二項性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品者，亦同。 (第四項)第一項及第三項之未遂犯罰之。 (第五項)查獲之第一項至第三項之附著物、圖畫及物品，不問屬於犯罪行為人與否，沒收之。
第39條	持有影像之罰則	(第一項)無正當理由持有兒童或少年之性影像，處一年以下有期徒刑、拘役或科或

		併科新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰金。 (第二項)無正當理由持有兒童或少年與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品，第一次被查獲者，處新臺幣一萬元以上十萬元以下罰鍰，並得令其接受二小時以上十小時以下之輔導教育，其附著物、圖畫及物品不問屬於持有人與否，沒入之。 (第三項)無正當理由持有兒童或少年與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品第二次以上被查獲者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰金。。 (第四項)查獲之第一項及第三項之附著物、圖畫及物品，不問屬於犯罪行為人與否，沒收之。
第40條	引誘、媒介、暗示兒童及少年為本法禁止之行為之罰則	(第一項)以宣傳品、出版品、廣播、電視、電信、網際網路或其他方法，散布、傳送、刊登或張貼足以引誘、媒介、暗示或其他使兒童或少年有遭受第二條第一項第一款至第三款之虞之訊息者，處三年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。 (第二項)意圖營利而犯前項之罪者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。

(4)兒童及少年權益與福利保障法

條號	條文簡旨	條文內容
第2條	兒童及少年定義	本法所稱兒童及少年，指未滿十八歲之人；所稱兒童，指未滿十二歲之人；所稱少年，指十二歲以上未滿十八歲之人。
第49條	性影像拍攝製造	(第一項)任何人對於兒童及少年不得有下列行為：

		一、遺棄。 二、身心虐待。 三、利用兒童及少年從事有害健康等危害性活動或欺騙之行為。 四、利用身心障礙或特殊形體兒童及少年供人參觀。 五、利用兒童及少年行乞。 六、剝奪或妨礙兒童及少年接受國民教育之機會。 七、強迫兒童及少年婚嫁。 八、拐騙、綁架、買賣、質押兒童及少年。 九、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為猥褻行為或性交。 十、供應兒童及少年刀械、槍砲、彈藥或其他危險物品。 十一、利用兒童及少年拍攝或錄製暴力、血腥、色情、猥褻、性交或其他有害兒童及少年身心健康之出版品、圖畫、錄影節目帶、影片、光碟、磁片、電子訊號、遊戲軟體、網際網路內容或其他物品。 十二、迫使或誘使兒童及少年處於對其生命、身體易發生立即危險或傷害之環境。 十三、帶領或誘使兒童及少年進入有礙其身心健康之場所。 十四、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為自殺行為。 十五、其他對兒童及少年或利用兒童及少年犯罪或為不正當之行為。
--	--	--

		(第二項)前項行為經直轄市、縣（市）主管機關依第九十七條規定裁罰者，中央主管機關應建立裁罰資料，供政府機關（構）及其他經中央主管機關同意之機構、法人或團體查詢。
第53條	責任通報	(第一項) 醫事人員、社會工作人員、教育人員、保育人員、教保服務人員、警察、司法人員、移民業務人員、戶政人員、村（里）幹事及其他執行兒童及少年福利業務人員，於執行業務時知悉兒童及少年有下列情形之一者，應立即向直轄市、縣（市）主管機關通報，至遲不得超過二十四小時： 一、施用毒品、非法施用管制藥品或其他有害身心健康之物質。 二、充當第四十七條第一項場所之侍應。 三、遭受第四十九條第一項各款之行為。 四、有第五十一條之情形。 五、有第五十六條第一項各款之情形。 六、遭受其他傷害之情形。 (第二項) 任何人知悉兒童及少年有前項各款之情形者，得通報直轄市、縣（市）主管機關。 (第三項) 直轄市、縣（市）主管機關於知悉或接獲通報前二項案件時，應立即進行分級分類處理，至遲不得超過二十四小時。 (第四項) 直轄市、縣（市）主管機關受理第一項各款案件後，應提出調查報告。

		(第五項) 第一項及第二項通報人之身分資料，應予保密。 (第六項) 直轄市、縣（市）主管機關於提出第四項調查報告前，得對兒童及少年進行訪視。訪視顯有困難或兒童及少年行方不明，經警察機關處理、尋查未果，涉有犯罪嫌疑者，得經司法警察機關報請檢察機關處理。 (第七項) 第一項至第四項通報、分級分類處理、調查與其作業期程及其他相關事項之辦法，由中央主管機關定之。
第69條	被害人個資 保密	(第一項)宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體對下列兒童及少年不得報導或記載其姓名或其他足以識別身分之資訊： 一、遭受第四十九條或第五十六條第一項各款行為。 二、施用毒品、非法施用管制藥品或其他有害身心健康之物質。 三、為否認子女之訴、收養事件、親權行使、負擔事件或監護權之選定、酌定、改定事件之當事人或關係人。 四、為刑事案件、少年保護事件之當事人或被害人。 (第二項)行政機關及司法機關所製作必須公開之文書，除前項第三款或其他法律特別規定之情形外，亦不得揭露足以識別前項兒童及少年身分之資訊。

		(第三項)除前二項以外之任何人亦不得於媒體、資訊或以其他公示方式揭示有關第一項兒童及少年之姓名及其他足以識別身分之資訊。 (第四項)第一、二項如係為增進兒童及少年福利或維護公共利益，且經行政機關邀集相關機關、兒童及少年福利團體與報業商業同業公會代表共同審議後，認為有公開之必要，不在此限。
第97條	罰則	違反第四十九條第一項各款規定之一者，處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得公布其姓名或名稱。

(5)家庭暴力防治法

條號	條文簡旨	條文內容
第2條	用詞定義	本法用詞定義如下： 一、家庭暴力：指家庭成員間實施身體、精神或經濟上之騷擾、控制、脅迫或其他不法侵害之行為。 二、家庭暴力罪：指家庭成員間故意實施家庭暴力行為而成立其他法律所規定之犯罪。 三、目睹家庭暴力：指看見或直接聽聞家庭暴力。 四、騷擾：指任何打擾、警告、嘲弄或辱罵他人之言語、動作或製造使人心生畏怖情境之行為。 五、跟蹤：指任何以人員、車輛、工具、設備、電子通訊或其他方法持續性監視、跟追或掌控他人行蹤及活動之行

		為。 六、加害人處遇計畫：指對於加害人實施之認知教育輔導、親職教育輔導、心理輔導、精神治療、戒癮治療或其他輔導、治療。
第3條	家庭成員定義	本法所定家庭成員，包括下列各員及其未成年子女： 一、配偶或前配偶。 二、現有或曾有同居關係、家長家屬或家屬間關係者。 三、現為或曾為直系血親或直系姻親。 四、現為或曾為四親等以內之旁系血親或旁系姻親。
第10條	保護令之聲請	(第一項)被害人得向法院聲請通常保護令、暫時保護令；被害人為未成年人、身心障礙者或因故難以委任代理人者，其法定代理人、三親等以內之血親或姻親，得為其向法院聲請之。 (第二項)檢察官、警察機關或直轄市、縣（市）主管機關得向法院聲請保護令。 (第三項)保護令之聲請、撤銷、變更、延長及抗告，均免徵裁判費，並準用民事訴訟法第七十七條之二十三第四項規定。
第12條	保護令之聲請	(第一項)保護令之聲請，應以書面為之。但被害人有受家庭暴力之急迫危險者，檢察官、警察機關或直轄市、縣（市）主管機關，得以言詞、電信傳真或其他科技設備傳送之方式聲請緊急保護令，並得於夜間或休息日為之。 (第二項)前項聲請得不記載聲請人或被害人住

		居所，僅記載其送達處所。 (第三項)法院為定管轄權，得調查被害人住居所。經聲請人或被害人要求保密被害人住居所，法院應以秘密方式訊問，將該筆錄及相關資料密封，並禁止閱覽。
第14條	通常保護令之核發	(第一項)法院於審理終結後，認有家庭暴力之事實且有必要者，應依聲請或依職權核發包括下列一款或數款之通常保護令： 一、禁止相對人對於被害人、目睹家庭暴力兒童及少年或其特定家庭成員實施家庭暴力。 二、禁止相對人對於被害人、目睹家庭暴力兒童及少年或其特定家庭成員為騷擾、接觸、跟蹤、通話、通信或其他非必要之聯絡行為。 三、命相對人遷出被害人、目睹家庭暴力兒童及少年或其特定家庭成員之住居所；必要時，並得禁止相對人就該不動產為使用、收益或處分行為。 四、命相對人遠離下列場所特定距離：被害人、目睹家庭暴力兒童及少年或其特定家庭成員之住居所、學校、工作場所或其他經常出入之特定場所。 五、定汽車、機車及其他個人生活上、職業上或教育上必需品之使用權；必要時，並得命交付之。 六、定暫時對未成年子女權利義務之行使或負擔，由當事人之一方或雙方共同任之、行使或負擔之內容及方法；必

		要時，並得命交付子女。 七、定相對人對未成年子女會面交往之時間、地點及方式；必要時，並得禁止會面交往。 八、命相對人給付被害人住居所之租金或被害人及其未成年子女之扶養費。 九、命相對人交付被害人或特定家庭成員之醫療、輔導、庇護所或財物損害等費用。 十、命相對人完成加害人處遇計畫。 十一、命相對人負擔相當之律師費用。 十二、禁止相對人查閱被害人及受其暫時監護之未成年子女戶籍、學籍、所得來源相關資訊。 十三、命其他保護被害人、目睹家庭暴力兒童及少年或其特定家庭成員之必要命令。 (第二項)法院為前項第六款、第七款裁定前，應考量未成年子女之最佳利益，必要時並得徵詢未成年子女或社會工作人員之意見。 (第三項)第一項第十款之加害人處遇計畫，法院得逕命相對人接受認知教育輔導、親職教育輔導及其他輔導，並得命相對人接受有無必要施以其他處遇計畫之鑑定；直轄市、縣（市）主管機關得於法院裁定前，對處遇計畫之實施方式提出建議。 (第四項)第一項第十款之裁定應載明處遇計畫完成期限。
第15條	通常保護令	(第一項)通常保護令之有效期間為二年以下，自

	之效力	核發時起生效。 (第二項)通常保護令失效前，法院得依當事人或被害人之聲請撤銷、變更或延長之。延長保護令之聲請，每次延長期間為二年以下。 (第三項)檢察官、警察機關或直轄市、縣（市）主管機關得為前項延長保護令之聲請。 (第四項)通常保護令所定之命令，於期間屆滿前經法院另為裁判確定者，該命令失其效力。
第16條	暫時保護令或緊急保護令之核發	(第一項)法院核發暫時保護令或緊急保護令，得不經審理程序。 (第二項)法院為保護被害人，得於通常保護令審理終結前，依聲請或依職權核發暫時保護令。 (第三項)法院核發暫時保護令或緊急保護令時，得依聲請或依職權核發第十四條第一項第一款至第六款、第十二款及第十三款之命令。 (第四項)法院於受理緊急保護令之聲請後，依聲請人到庭或電話陳述家庭暴力之事實，足認被害人有受家庭暴力之急迫危險者，應於四小時內以書面核發緊急保護令，並得以電信傳真或其他科技設備傳送緊急保護令予警察機關。 (第五項)聲請人於聲請通常保護令前聲請暫時保護令或緊急保護令，其經法院准許核發者，視為已有通常保護令之聲請。 (第六項)暫時保護令、緊急保護令自核發時起生效，於聲請人撤回通常保護令之聲請、法院審理終結核發通常保護令或駁回聲請時失其效力。 (第七項)暫時保護令、緊急保護令失效前，法院得依當事人或被害人之聲請或依職權撤銷或變

		更之。
第30-1條	犯違反保護令者有反覆實行犯罪之虞，必要時得羈押之	被告經法官訊問後，認為犯違反保護令者、家庭成員間故意實施家庭暴力行為而成立之罪，其嫌疑重大，有事實足認為有反覆實行前開犯罪之虞，而有羈押 ³ 之必要者，得羈押之。
第61條	違反保護令罪之處罰	違反法院依第十四條第一項、第十六條第三項所為之下列裁定者，為本法所稱違反保護令罪，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣十萬元以下罰金： 一、禁止實施家庭暴力。 二、禁止騷擾、接觸、跟蹤、通話、通信或其他非必要之聯絡行為。 三、遷出住居所。 四、遠離住居所、工作場所、學校或其他特定場所。 五、完成加害人處遇計畫。

(6)跟蹤騷擾防制法

條號	條文簡旨	條文內容
第3條	跟蹤騷擾定義	(第一項)本法所稱跟蹤騷擾行為，指以人員、車輛、工具、設備、電子通訊、網際網路或其他方法，對特定人反覆或持續為違反其意願且與性或性別有關之下列行為之一，使之心生畏怖，足以影響其日常生活或社會活動： 一、監視、觀察、跟蹤或知悉特定人行蹤

³羈押是指為避免被告逃亡、滅證等等的「羈押目的」，法院認為有必要會裁定羈押，限制被告人身自由。但如果替代手段就可以達到羈押目的，依法即不得羈押。羈押的替代手段有具保、責付及限制住居：

具保，是指提出一筆擔保金，保證被告不會逃亡。

責付，是指法院指定人選或機關看管被告確保其準時出庭。

限制住居，是指法院命令被告住在現居或指定住所。

		。 二、以盯梢、守候、尾隨或其他類似方式接近特定人之住所、居所、學校、工作場所、經常出入或活動之場所。 三、對特定人為警告、威脅、嘲弄、辱罵、歧視、仇恨、貶抑或其他相類之言語或動作。 四、以電話、傳真、電子通訊、網際網路或其他設備，對特定人進行干擾。 五、對特定人要求約會、聯絡或為其他追求行為。 六、對特定人寄送、留置、展示或播送文字、圖畫、聲音、影像或其他物品。 七、向特定人告知或出示有害其名譽之訊息或物品。 八、濫用特定人資料或未經其同意，訂購貨品或服務。 (第二項)對特定人之配偶、直系血親、同居親屬或與特定人社會生活關係密切之人，以前項之方法反覆或持續為違反其意願而與性或性別無關之各款行為之一，使之心生畏怖，足以影響其日常生活或社會活動，亦為本法所稱跟蹤騷擾行為。
第5條	保護令之聲請	(第一項)行為人經警察機關依前條第二項規定為書面告誡後二年內，再為跟蹤騷擾行為者，被害人得向法院聲請保護令；被害人為未成年人、身心障礙者或因故難以委任代理人者，其配偶、法定代理人、三親等內之血親或姻親，得為其向法院聲請之。

		(第二項)檢察官或警察機關得依職權向法院聲請保護令。 (第三項)保護令之聲請、撤銷、變更、延長及抗告，均免徵裁判費，並準用民事訴訟法第七十七條之二十三第四項規定。 (第四項)家庭暴力防治法所定家庭成員間、現有或曾有親密關係之未同居伴侶間之跟蹤騷擾行為，應依家庭暴力防治法規定聲請民事保護令，不適用本法關於保護令之規定。
第6條	保護令聲請之方式	(第一項)保護令之聲請，應以書狀為之，由被害人住居所地、相對人住居所地或跟蹤騷擾行為地或結果地之地方法院管轄。
第7條	聲請書應載明之事項	(第一項)前條聲請書應載明下列各款事項： 一、聲請人、被害人姓名及住所或居所；聲請人為機關者，其名稱及公務所。 二、相對人姓名、住所或居所及身分證明文件字號。 三、有法定代理人、代理人者，其姓名、住所或居所及法定代理人與當事人之關係。 四、聲請之意旨及其原因事實；聲請之意旨應包括聲請核發之具體措施。 五、供證明或釋明用之證據。 六、附屬文件及其件數。 七、法院。 八、年、月、日。
第12條	保護令核發之	(第一項)法院於審理終結後，認有跟蹤騷擾行為

	項目	之事實且有必要者，應依聲請或依職權核發包括下列一款或數款之保護令： 一、禁止相對人為第三條第一項各款行為之一，並得命相對人遠離特定場所一定距離。 二、禁止相對人查閱被害人戶籍資料。 三、命相對人完成治療性處遇計畫。 四、其他為防止相對人再為跟蹤騷擾行為之必要措施。
第18條	跟蹤騷擾之罰則	(第一項)實行跟蹤騷擾行為者，處一年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣十萬元以下罰金。 (第二項)攜帶凶器或其他危險物品犯前項之罪者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五十萬元以下罰金。 (第三項)第一項之罪，須告訴乃論。 (第四項)檢察官偵查第一項之罪及司法警察官因調查犯罪情形、蒐集證據，認有調取通信紀錄及通訊使用者資料之必要時，不受通訊保障及監察法第十一條之一第一項所定最重本刑三年以上有期徒刑之罪之限制。
第19條	違反保護令之罰則	違反法院依第十二條第一項第一款至第三款所為之保護令者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣三十萬元以下罰金。
第21條	得羈押之情形	行為人經法官訊問後，認其犯第十八條第二項、第十九條之罪嫌疑重大，有事實足認為有反覆實行之虞，而有羈押之必要者，得羈押之。

(7)犯罪被害人權益保障法

條號	條文簡旨	條文內容
第35條	法院於許可停止羈押時，得命被告應遵守之事項	(第一項)法院就故意犯罪行為致死亡、致重傷或性自主權遭受侵害案件之被告許可停止羈押時，經審酌人權保障及公共利益之均衡維護，認為有必要者，得依職權或檢察官之聲請，定二年以內之相當期間，命被告遵守下列事項： 一、禁止對犯罪被害人或其家屬之身體或財產實施危害。 二、禁止對犯罪被害人或其家屬為恐嚇、騷擾、接觸、跟蹤之行為。 三、禁止無正當理由接近犯罪被害人或其家屬之住居所、學校、工作場所或其他經常出入之特定場所特定距離。 四、禁止其他危害犯罪被害人或其家屬之事項。 (第二項)法院就犯刑法第二十八章之一，或以性影像犯刑法第三百零四條、第三百零五條、第三百四十六條之罪案件之被告許可停止羈押時，經審酌人權保障及公共利益之均衡維護，認為有必要者，得依職權或檢察官之聲請，定二年以內之相當期間，命被告遵守下列事項： 一、前項第一款至第三款之事項。 二、禁止重製、散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽被害人之性影像。 三、提出或交付被害人之性影像。 四、移除或向網際網路平台提供者、網際網路應用服務提供者或網際網路接取服務提供者申請刪除已上傳之被害人

		之性影像。 五、禁止其他危害被害人之事項。 (第三項)前二項規定，得依聲請或依職權變更、延長或撤銷之。其延長期間每次為一年以下。 (第四項)違背法院依第一項或第二項所定應遵守之事項者，得逕行拘提。 (第五項)停止羈押後，被告有違背法院依第一項或第二項所定應遵守事項之一者，得命再執行羈押。
第36條	法院、法官、檢察官於命具保、責付、限制住居時，得命被告應遵守之事項	前條規定，於檢察官依刑事訴訟法第九十三條第三項但書或第二百二十八條第四項逕命具保、責付、限制住居，或法院、法官依該法第一百零一條之二逕命具保、責付、限制住居之情形，準用之。

(8)被害人訴訟參與(刑事訴訟法)

條號	條文簡旨	條文內容
第455-38條	得聲請參與訴訟之類型	(第一項)下列犯罪之被害人得於檢察官提起公訴後第二審言詞辯論終結前，向該管法院聲請參與本案訴訟： 一、因故意、過失犯罪行為而致人於死或致重傷之罪。 二、刑法第二百三十一條、第二百三十一條之一、第二百三十二條、第二百三十三條、第二百四十條、第二百四十一條、第二百四十二條、第二百四十三條、第二百七十一條第一項、第二項、第二百七十二條、第二百七十三

		條、第二百七十五條第一項至第三項、第二百七十八條第一項、第三項、第二百八十條、第二百八十六條第一項、第二項、第二百九十一條、第二百九十六條、第二百九十六條之一、第二百九十七條、第二百九十八條、第二百九十九條、第三百條、第三百二十八條第一項、第二項、第四項、第三百二十九條、第三百三十條、第三百三十二條第一項、第二項第一款、第三款、第四款、第三百三十三條第一項、第二項、第三百三十四條第一項、第二項第一款、第三款、第四款、第三百四十七條第一項、第三項、第三百四十八條第一項、第二項第二款之罪。 三、性侵害犯罪防治法第二條第一項所定之罪。 四、人口販運防制法第三十一條至第三十四條、第三十六條之罪。 五、兒童及少年性剝削防制條例第三十二條至第三十五條、第三十六條第一項至第五項、第三十七條第一項之罪。 (第二項)前項各款犯罪之被害人無行為能力、限制行為能力、死亡或因其他不得已之事由而不能聲請者，得由其法定代理人、配偶、直系血親、三親等內之旁系血親、二親等內之姻親或家長、家屬為之。但被告具前述身分之一，而無其他前述身分之人聲請者，得由被害人戶籍
--	--	--

		所在地之直轄市、縣（市）政府或財團法人犯罪被害人保護協會為之。被害人戶籍所在地不明者，得由其住（居）所或所在地之直轄市、縣（市）政府或財團法人犯罪被害人保護協會為之。
第455-39條	聲請之方式與應記載之事項	(第一項)聲請訴訟參與，應於每審級向法院提出聲請書狀。 (第二項)訴訟參與聲請書狀，應記載下列事項： 一、本案案由。 二、被告之姓名、性別、出生年月日、身分證明文件編號或其他足資辨別之特徵。 三、非被害人者，其與被害人之身分關係。 四、表明參與本案訴訟程序之意旨及理由。
第455-42條	得閱覽卷宗及證物	(第一項)代理人於審判中得檢閱卷宗及證物並得抄錄、重製或攝影。但代理人為非律師者，於審判中對於卷宗及證物不得檢閱、抄錄、重製或攝影。 (第二項)無代理人或代理人為非律師之訴訟參與人於審判中得預納費用請求付與卷宗及證物之影本。但卷宗及證物之內容與被告被訴事實無關或足以妨害另案之偵查，或涉及當事人或第三人之隱私或業務秘密者，法院得限制之。 (第三項)前項但書之限制，得提起抗告。

第455-43條	準備程序通知 及意見表達	(第一項)準備程序期日，應通知訴訟參與人及其代理人到場。但經合法通知無正當理由不到場或陳明不願到場者，不在此限。 (第二項)第二百七十三條第一項各款事項，法院應聽取訴訟參與人及其代理人之意見。
第455-44條	審判期日通知	審判期日，應通知訴訟參與人及其代理人。但經合法通知無正當理由不到場或陳明不願到場者，不在此限。
第455-46條	證據調查意見 表達與證明力 辯論機會	(第一項)每調查一證據畢，審判長應詢問訴訟參與人及其代理人有無意見。 (第二項)法院應予訴訟參與人及其代理人，以辯論證據證明力之適當機會。
第455-47條	科刑範圍表示 意見之機會	審判長於行第二百八十九條關於科刑之程序前，應予訴訟參與人及其代理人、陪同人就科刑範圍表示意見之機會。

副本

檔 號：

保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：黃幸榆 02-33438516

電子郵件：verjh408@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國112年9月23日

發文字號：通傳內容決字第11200387610號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：勞動部職業安全衛生署函.PDF、新聞採訪人員安全衛生指引-修正.pdf(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C09745】)

主旨：檢送勞動部職業安全衛生署函，為保障採訪工作者之安全與健康，新聞媒體指派人員從事颱風等天然災害或其他高風險新聞事件採訪時，雇主對新聞採訪作業應實施危害之辨識、評估及採取必要之控制措施或預防設備，請查照。

說明：

- 一、依勞動部職業安全衛生署112年9月6日勞職安1字第1121400506號函(如附件1)辦理。
- 二、檢附勞動部職業安全衛生署於107年11月15日勞職安1字第1071048130號函修正「新聞採訪人員安全衛生指引」協助雇主落實旨揭事項。(如附件2，可逕自勞動部職業安全衛生署網站首頁<https://www.osha.gov.tw/>法規專區/指引/下載)。

正本：無線廣播電臺、無線電視電臺、衛星廣播電視業者

副本：中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會 (均含附件)

主任委員 陳耀祥

依分層負責規定授權單位主管決行

勞動部職業安全衛生署 函

地址：242030 新北市新莊區中平路439號
南棟11樓

承辦人：黃健琨

電話：02-89956666 分機：8136

電子信箱：jkhuang@osha.gov.tw

受文者：國家通訊傳播委員會

發文日期：中華民國112年9月6日

發文字號：勞職安1字第1121400506號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：

主旨：新聞媒體指派人員從事颱風等天然災害或其他高風險新聞事件採訪時，雇主對新聞採訪作業應實施危害之辨識、評估及採取必要之控制措施或預防設備，以保障採訪工作者之安全與健康，請協助加強宣導並轉知媒體業者，請查照。

說明：本署前以107年11月15日勞職安1字第1071048130號函（諒達）檢送「新聞採訪人員安全衛生指引」協助雇主落實旨揭事項在案。（可逕自本署網站首頁<https://www.osha.gov.tw/法規專區/指引/下載>）

正本：國家通訊傳播委員會、文化部

副本：臺北市勞動檢查處、新北市政府勞動檢查處、桃園市政府勞動檢查處、臺中市勞動檢查處、臺南市職安健康處、高雄市政府勞工局勞動檢查處、經濟部加工出口區管理處、國家科學及技術委員會新竹科學園區管理局、國家科學及技術委員會中部科學園區管理局、國家科學及技術委員會南部科學園區管理局、勞動部職業安全衛生署北區職業安全衛生中心、勞動部職業安全衛生署中區職業安全衛生中心、勞動部職業安全衛生署南區職業安全衛生中心、勞動部職業安全衛生署秘書室、勞動部職業安全衛生署綜合規劃組、勞動部職業安全衛生署職業衛生健康組、勞動部職業安全衛生署職業安全組



新聞採訪人員安全衛生指引

行政院勞工委員會 94 年 2 月 25 日勞檢 5 字第 0940008966 號函訂定

勞動部職業安全衛生署 107 年 11 月 15 日勞職安 1 字第 1071048130 號函修正

壹、前言

依據國際非營利組織「保護記者委員會 (Committee to Protect Journalists)」之統計，過去十年期間 (二〇〇八-二〇一七)，全球因公殉職之記者共有五八八人；由於記者身負報導任務及媒體社會責任，經常出入高風險場所，面對高壓工作環境，往往疏忽安全防護，或因為缺乏風險觀念及安全意識，暴露於危險環境中而不自知，為避免發生職業災害，媒體企業應透過內部管理制度及因地制宜之運作，強化採訪人員之安全意識，並落實於採訪任務中。

依據職業安全衛生法第五條與第二十三條、職業安全衛生法施行細則第三十一條及相關法規，雇主使勞工從事工作，應在合理可行範圍內，採取必要之預防設備或措施，使勞工免於發生職業災害。亦即依有關職業安全衛生法令、指引、實務規範或一般社會通念，雇主明知或可得而知勞工所從事之工作，有致其生命、身體及健康受危害之虞，並可採取必要之預防設備或措施者，即應負起責任。故媒體業者依法應負起維護新聞採訪人員安全之責任，本部為協助雇主對新聞採訪作業危害之辨識、評估及控制，特訂定新聞採訪人員安全衛生指引，供事業單位參考。

本指引為行政指導，雇主應依本身實際需要及相關法規要求，適度修正及調整。雇主對於新聞採訪作業，得參考本指引訂定職業安全衛生管理計畫，據以執行，並留存相關執行紀錄，落實保障新聞採訪人員安全與健康之設備及措施。

貳、適用範圍

- 一、新聞業、廣播業、電視業或資訊服務業等，編制有新聞採訪人員之大眾傳播業。
- 二、非大眾傳播業之機關、學校、團體，派員實際從事採訪工作者及雇主指派配合採訪作業人員(如採訪車駕駛等)。

參、雇主及高階主管有關採訪作業之安全衛生職責

- 一、雇主對於新聞採訪人員應訂定安全管理政策，並宣示以人身安全為第一優先考量，如採訪人員確因生命遭受威脅，未能達成採訪任務時，不得予以歧視或影響其應有權益。
- 二、雇主應依事業規模設置職業安全衛生管理單位或管理人員，規劃、督導及推動安全衛生管理事項。
- 三、雇主依法應依其事業單位規模、性質，訂定及執行職業安全衛生管理計畫，並於派員採訪下列高風險新聞事件時，應針對各該現場可能之危險情境，進行危害辨識及風險評估：
 - （一）天然災害：颱風、水災、震災、土石流等災害。
 - （二）重大人為災害：重大火災、爆炸災害、毒性化學物質災害、生物病原災害、偏遠地區如空難、海難、山難等災害。
 - （三）社會危機事件：警匪槍戰、民眾抗爭、暴動等事件。
 - （四）其他可能危及人身安全之新聞事件。
- 四、雇主應會同職業安全衛生人員、採訪部門主管及採訪人員代表，依風險評估結果，訂定採訪標準作業程序及安全作業標準，納入採訪作業工作守則中，並定期檢討更新。
- 五、雇主對於新進採訪人員或在職人員變更工作時，應實施三小時以上之安全衛生教育訓練，並依採訪性質及風險評估結果，規劃實施必要之在職訓練。
- 六、雇主對於受指派前往採訪高風險新聞事件之人員，應使其接受特殊之專業及安全訓練。
- 七、雇主於派員採訪高風險新聞事件時，應建立事前安全查核機制，實施勤前講習，並針對採訪任務前、中、後，採取必要之安全管理措施。
- 八、雇主對於高風險新聞事件之採訪人員、裝備、安全措施及意外保險應妥為規劃，並依任務需求，提供適當之防護器具、急救器材及其他必要之後勤支援。
- 九、雇主應督導採訪人員遵守權責機關於危機事件現場所設置之新聞警戒線及相關配合措施，在未有新聞警戒線之場所時，應維持適當安全距離，採取安全措施並隨時保持危機意識，不可冒然進入危險區域。
- 十、雇主應定期或不定期實施採訪作業安全稽核，督導所屬落實風險

及安全管理。

肆、高風險新聞事件採訪安全衛生作業程序

一、出發前

（一）辨識可能危害：

針對高風險新聞事件及可能危及採訪人員生命安全之場所或環境，應針對該特定情境，實施風險評估，辨識可能危害及採取因應之安全措施（各類高風險新聞事件可能危害之安全注意事項及所需之個人防護裝備，請參閱附表「高風險新聞事件採訪安全注意事項參考表」）。

（二）採訪部門主管之職責：

採訪部門主管於派員採訪高風險新聞事件時，應於事前實施安全查核，採取下列措施並予以記錄：

1. 辨識並詳列任務中可能之潛在危害因子。
2. 透過相關管道，儘可能掌握事件現場狀況及風險資訊。
3. 檢討現有安全措施是否足夠？是否需採取進一步之防護措施？
4. 實施勤前講習，將採訪任務、風險資訊及安全注意事項，明確告知各相關人員。
5. 確認採訪任務與所承受風險之相對重要性，儘量減少非必要之風險，如認有採訪必要時，應確認是否已依公司規定，辦理採訪人員意外險投保事宜。
6. 確認每位採訪人員均已接受必要之安全衛生教育訓練，針對特定重大風險均已接受適當專業及安全訓練。
7. 應考量裝備之機動性及安全性，並以指派二人以上出勤為原則。指派採訪人員單獨執行任務時，採訪人員因安全顧慮請求支援時，應即派員協助，或下達「安全優先」之作業指示。
8. 建議穿著之服裝應適合採訪現場之需要，確認每位記者對於執行任務中可能遭遇之危害，均有適當之安全防護。
9. 務必將採訪人員安全列為第一優先考量。

二、任務執行中

(一) 後勤協助

採訪部門主管應負責下列安全事項：

1. 掌握採訪記者之行程及人員動態。
2. 持續透過相關管道，隨時掌握事件現場狀況並更新風險資訊
3. 隨時保持與採訪記者之聯繫，確認是否有其他危險情況或安全注意事項，獲悉現場有立即發生危險之虞時，應即通知相關人員停止採訪，並使其退避至安全場所。
4. 提供必要之安全衛生或緊急應變支援。

(二) 採訪現場

1. 採訪人員為二人以上時，應由成員中推派或由公司主管指派一名擔任現場作業主管（Team Leader），負責現場之安全管理事宜；如係單獨採訪時，應注意本身安全，並與採訪主管保持聯繫。
2. 現場作業主管（或單獨採訪人員）於採訪任務中之職責：
 - (1) 確認現場情境是否符合事前之風險評估及安全查核事項，如發現有新增危害事項，應重新評估可能風險並採取必要安全措施。
 - (2) 確認無線通訊器材之暢通並與公司主管保持聯繫。
 - (3) 事件現場應遵守權責機關設置新聞警戒線之管制及相關配合措施，如未有新聞警戒線之狀況時，應自行評估可能危害，採取適當安全措施並保持適當安全距離，不可貿然進入危險區域。
 - (4) 現場有立即發生危險之虞時，應（協同小組人員）退避至安全場所，並向上級主管回報及請求必要支援。
 - (5) 檢查防護裝備並（指導成員）正確使用個人防護具。
 - (6) 突發狀況之處理及協調溝通。

三、任務結束後

- (一) 簡要記錄採訪經過、任務中發生之任何虛驚事故及改善建議事項，作為日後實施教育訓練、宣導或安全作業標準之修正參考。
- (二) 如有發生人員傷亡之重大事故，應配合安全衛生及相關部門完成事故調查報告，並納入員工教育訓練之教材。

附表 高風險新聞事件採訪安全注意事項參考表

高風險新聞事件	安全注意事項	防護裝備參考	備註
颱風	1. 持續留意氣象局發布之颱風警報，且特別注意採訪地區之風勢、雨量及災情相關資訊，並採取必要之因應措施。 2. 盡量避免進入或接近山區、河川、海岸或低窪地區等區域，留意土石流、洪水、山崩或瘋狗浪等可能之危害。 3. 狀況不明時，勿強行通過淹水之區域或道路。 4. <u>切忌以身體試水深、風力，並避免接近受損之建物、招牌、路樹、掉落電線等，以免發生溺水、物體飛落、倒塌或感電等危害。</u> 5. <u>盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。</u>	安全帶、安全鞋、安全帽、救生衣(圈)、防水衣物、救生繩索	災害案例：93年10月25日納坦颱風期間，多位記者在採訪員山子分洪道開挖新聞時，受困於洪水中，並發生記者不幸溺斃之事件。
水災(豪雨)	1. 蒐集氣象局發布之豪雨特報及雨量分佈資訊，採取必要之因應措施。 2. 盡量避免進入或接近山區、河川或低窪地區等區域，留意土石流、洪水、山崩等可能之危害。 3. 狀況不明時，勿強行通過淹水之區域或道路。 4. 淹水場所(如地下室)未確定電力設備斷電前，不可進入，以防感電。 5. <u>盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。</u>	防水衣物、救生衣(圈)、膠鞋	
地震	1. 地震受損之建物，應留意餘震及隨時有倒塌之危險，避免進入或接近該建物，以防倒塌、崩塌或物體飛落之危害。 2. 穿越瓦礫、建物殘骸或雜物等之不平地面時，應留意跌倒、踏穿、刺傷等危害。 3. 進入災區採訪時，務必配戴安全帽及安全鞋，配合現場警戒措施及值勤人員之引導，避免貿然進入不確定安全之空間。 4. <u>盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。</u>	安全帽、安全鞋	進入工地或倒塌、崩塌現場採訪時，得參考本項措施辦理。

高風險新聞事件	安全注意事項	防護裝備參考	備註
土石流	- 蒐集山區雨量及土石流警告資訊，盡量避免接近土石流警戒區域。 - 宜於遠距離採訪，如必要接近災區時，應透過當地救災單位，或對當地地形及土石流經驗豐富之人員共同前往，不可貿然進入不熟悉之山區。 - 如有落石或山川變化之警訊時，應立即退避至安全場所。 <u>盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。</u>	安全帽、安全鞋	
重大火災、爆炸	<u>火災及爆炸可能伴隨有毒物質外洩</u>，應先透過當地救災單位(或災害應變中心)了解火災種類，於不明狀況時，應先保持安全距離，以防二次爆炸或毒性物質之危害。 - 對於化學工廠或有危險誤、有害物場所發生之火災、爆炸事故，應處於上風處及遠距離採訪，並採取必要之防護措施。 - 應配合救災及值勤單位之警戒措施，絕不可超越消防人員，貿然接近火場。 <u>盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。</u>	安全帽、防煙面罩、防火衣、呼吸防護具、棉質衣物	- 災害案例：92年11月16日，記者於採訪巨豐煙火工廠爆炸新聞、頭部及腰部遭炸飛之磚塊砸傷，右手骨折。 - 有可燃性氣體積滯之場所，不可使用可能產生火花之裝備或物品。
毒化災	- 採訪前應了解毒化物質種類及相關災情，配戴適當防護裝具。 - 前往災區時，應先透過當地救災或環保單位(或災害應變中心)之指示、建議或會同前往，不可貿然直接前往現場。 - 配合現場值勤單位之警戒措施，選擇上風處遠距離拍攝及採訪。	防毒面具、口罩、化學防護衣	防毒面具、口罩應留意濾毒罐之有效期限及適用對象。
生物病原災害	進出災區應依衛生及相關主管機關之防護標準及因應措施辦理。	符合防護等級之防護衣或口罩	
警匪槍戰、對峙、 <u>戰爭</u>	- 確實穿著防彈背心等安全裝備及輕便之服裝(鞋)，並可與警方裝備有明顯區別。 - 考量採訪之機動性，不宜攜帶笨重之器材。 - 留意周遭整體環境，利用地形、地物或	防彈背心、 <u>頭盔</u>	

高風險新聞事件	安全注意事項	防護裝備參考	備註
	屏障，避免暴露於危險環境，並避免字 警方第一線人員站在相同地點。 4. 遵守警方之指揮及警戒措施，切勿超越封鎖線，以保護自身安全。 5. 如有必要出國採訪戰地新聞，應遵守當地風（習）俗，以免誤觸紅線，讓自己陷入險境。 6. 盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。		
民眾抗爭、暴動	1 採訪人員應確實配戴安全帽，服裝及器材應盡量輕便並可明顯辨識。 2. 避免激怒任何一方群眾或主動挑起紛爭，可選擇附近之制高點，有利掌握現場動態，並可遠離群眾，避免危險。 3. 發生警民衝突時，應立即避開雙方之直接衝擊，並隨時觀察周圍情形，避免遭拒馬、蛇籠等阻絕設施刺傷或遭群眾丟擲之物品所傷。 4. 應穿著印有「記者」字樣之反光背心。 5. 遵守警方之指揮及警戒措施，並切勿超越封鎖線。 6. 盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。	安全帽	災害案例：107年4月23日多名電視臺記者採訪監察院外之遊行抗爭事件，被民眾以板凳、旗幟等物搥擊頭部、腹部，造成流血、挫傷與顱內出血。
偏遠地區（山難、海難、空難等）	1. 出發時應確實檢點採訪裝備、通訊器材、衣服、食物、水、地圖、急救藥品及其他必要物品。 2. 指派主管應考量採訪人員之體能及身體狀況，避免長途跋涉或暈車、暈船造成不適。 3. 進入偏遠地區應結伴同行，並與當地地形熟悉之人員會同前往。 4. 盡量採取遠距離或空拍機等方式進行採訪拍攝。	安全帽、救生設備、防水、禦寒衣物、防滑鞋等	

正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 開會通知單

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年2月1日

發文字號：通傳內容字第11348002080號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：通知附1_會議議程v5.odt(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：
<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C00678】)

開會事由：「電視媒體報導第16任總統副總統及第11屆立法委員
選舉開票落實真實有所本」交流會議

開會時間：中華民國113年2月6日(星期二)下午2時

開會地點：交通通訊傳播大樓2002會議室(臺北市仁愛路一段50
號20樓)

主 持 人：王委員維菁、林委員麗雲

聯絡人及電話：張小姐 02-33438514

出席者：中央選舉委員會、台灣事實查核中心、台灣媒體觀察教育基金會、林照真教授、陳炳宏教授、賴祥蔚教授、中華民國電視學會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中國電視事業股份有限公司、中華電視股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、財團法人公共電視文化事業基金會、臺灣電視事業股份有限公司、三立電視股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、亞洲衛星電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、飛凡傳播股份有限公司、壹傳媒電視廣播股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、鏡電視股份有限公司

列席者：本會法律事務處、電臺與內容事務處林處長慧玲、陳副處長書銘、陳專門委員金霜、黃簡任視察財振、王科長瓏玲、王科長紋娟、吳科長欣融

副本：

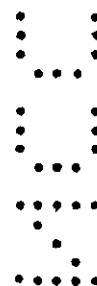
備註：

- 一、請出、列席者攜帶本開會通知單及議程資料與會。
- 二、請出席業者就議程所列之議題進行相關說明。



- 三、鑒於會議室空間及防疫考量，出席人數以1人為原則，並於113年2月2日(星期五)下午5時前完成線上報名，座談會報名網址<https://forms.gle/r4vWVaT7uhmUpeKw6>
- 四、因應冬季COVID-19及流感等疫情，出席會議人員請全程配戴口罩。
- 五、為響應環保措施，請自備環保杯。

國家通訊傳播委員會



「電視媒體報導第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉開票落實真實有所本」

交流會議議程

- 壹、會議時間：113年2月6日(星期二)14時
- 貳、會議地點：交通通訊傳播大樓2002會議室
- 參、會議主持人：本會王委員維菁及林委員麗雲
- 肆、主席致詞
- 伍、主辦單位說明

第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉已於本(113)年1月13日完成，選舉當日開票狀況備受全民關注，本會前於112年12月14日已邀集相關電視事業出席會議，惟於投票日後本會接獲數起民眾針對電視節目報票之相關申訴，包含：未能實際呈現選票增幅選舉議題明顯未有平衡觀點，違反公平原則。

鑒於電視事業製播選舉開票節目之即時資訊是民眾掌握選舉議題之重要訊息來源，對輿論深具影響力，攸關公共利益與民眾知的權利，爰召開本次會議，就各電視台報導作業方式進行交流，共同討論未來精進方向。

陸、討論案：

一、針對電視事業製播113年1月13日第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉開票節目部分：

(一)請各電視事業說明開票報導作業運作方式及對觀眾說明之情形，包含：

- 1.計票整體說明及流程圖
- 2.計票作業人力配置、數量及分布地區（地點）
- 3.計票登載方式
- 4.內控及查核機制
- 5.報票回報方式:利用 APP 或電話等方式

(二)請各電視事業說明開出第一票數之時間及合理性。

(三)請各電視事業說明開票期間倘出現錯誤或異常之作業程序，包含：

- 1.內部審查機制、人員及人數
- 2.異常處理之作業程序

(四)請各電視事業說明未來精進規劃

二、請中華民國電視學會及中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會說明，是否針對選舉開票節目之實務運作，研擬共通性標準作業流程、開票資料保存期限及防免措施，以利所屬會員自律及遵循。

柒、臨時動議

捌、散會

正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：張小姐 02-33438514

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年1月9日

發文字號：通傳內容決字第11348000480號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：

主旨：製播「第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉」開票節目，請落實自律內控機制，並依廣播電視法及衛星廣播電視法等相關法令規定辦理，請查照。

說明：

一、本會112年11月28日通傳內容決字第11248030240號函請公會轉知所屬會員（諒達），於競選期間節目製播涉及選舉議題時，應注意客觀、公正、確實，並依總統副總統選舉罷免法、公職人員選舉罷免法及廣電相關法規辦理。

二、相關法規如下：

（一）依廣播電視法第21條及同法施行細則第13條規定，廣播電視節目內容不得有妨害公共秩序或善良風俗之情形；新聞節目內容均應客觀、公正、確實、完整。

（二）另依衛星廣播電視法第22條及27條規定，製播新聞應建立自律規範機制，受理視聽眾正確、平衡及品味之申訴案件。製播新聞及評論應注意事實查證及公平原則；節目內容不得有妨害公共秩序或善良風俗，製播新聞不得違反事實查證原則，致損害公共利益情形之情事。

三、為確保提供正確開票資訊，爰請於選舉活動開票日前，事先檢視選舉新聞報導及報票作業流程，以確保自律內控機制有效運作，本會前於110年12月8日第993次委員會議決議，並函知業者內容略如下：電視臺應檢視其報票作業程序是否妥適，有無防呆檢核機制，報票時相關資訊揭露及錯誤更正程序是否完備，並落實相關報票計票人員之事前教育訓練及模擬演練，並做成教育訓練紀錄，且事前檢測



相關設備系統之穩定性、正確性，以防止類似資訊錯誤情事發生。

四、另查電視公學會對於選舉開票亦訂有媒體自律協議，略如下，請予以自律落實：

- (一)開票報導鏡面票數依「真實、有所本、可供查證」為原則。除中選會計票系統來源外，若有不同來源必須清楚標示。若候選人依計票結果自行宣布當選，新聞台亦應清楚說明，最終票數與結果以中選會為準。
- (二)倘若開票報票過程中電視台發生技術失誤，應儘快以口播與標題文字更正澄清，若錯誤遭截圖流傳應立即澄清。
- (三)留存報票作業相關資料紀錄（含工讀生報票資訊），必要時提供查證。

正本：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中國電視事業股份有限公司、中華電視股份有限公司、臺灣電視事業股份有限公司、財團法人公共電視文化事業基金會、壹傳媒電視廣播股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、三立電視股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、亞洲衛星電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、鏡電視股份有限公司

副本：

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

正本

檔 號：

保存年限：



國家通訊傳播委員會 開會通知單

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國112年12月5日

發文字號：通傳內容決字第11248030370號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：廣電內容涉選舉議題之法規與實務交流會議議程_內容V奉核.pdf(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C12103】)

開會事由：廣播電視內容涉選舉議題之法規與實務交流會議

開會時間：中華民國112年12月14日(星期四)下午2時整

開會地點：交通通訊傳播大樓2002會議室(台北市仁愛路1段50號20樓)。

主 持 人：本會電臺與內容事務處 林處長慧玲

聯絡人及電話：張瓊云 02-33438514

出席者：中央選舉委員會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中國電視事業股份有限公司、中華電視股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、財團法人公共電視文化事業基金會、臺灣電視事業股份有限公司、三立電視股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、亞洲衛星電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、飛凡傳播股份有限公司、壹傳媒電視廣播股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、鏡電視股份有限公司、正聲廣播股份有限公司、台灣廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、台北之音廣播股份有限公司、綠色和平廣播股份有限公司、港都廣播電台股份有限公司、全景社區廣播電台股份有限公司、城市廣播股份有限公司、寶島新聲廣播電台股份有限公司

列席者：本會法律事務處、電臺與內容事務處陳副處長書銘、陳專門委員金霜、黃簡任視察財振、王科長瓏玲、李科長偉義、王科長紋娟、吳科長欣融

副本：

備註：

一、請中央選舉委員會指派代表說明與廣電媒體有關之選舉罷

免法等相關規定，舉例說明常見違法或爭議之案例，參與議題討論，進行經驗分享、意見交流，並請於12月8日

(五) 前提供出席者名單及聯絡方式，簡報檔亦請一併電郵至聯絡人電子信箱yun1127@ncc.gov.tw。

二、出席名單：

(一) 中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會：各(公)學會代表1人。

(二) 無線電視臺、新聞或財經新聞頻道及無線廣播電臺：各業者代表1人。

(三) 以上出席者均採線上報名，請於112年12月11日(一)前至本會網站報名(含公司名稱及職稱、手機及email等聯絡方式)，報名路徑為：國家通訊傳播委員會首頁/新聞公告/活動訊息/活動報名/廣播電視內容涉選舉議題之法規與實務交流會議。

三、出席會議人員建議配戴口罩；為響應環保措施，請自備環保杯。

國家通訊傳播委員會

「廣電內容涉選舉議題之法規與實務交流會議」

議程

壹、會議時間：112年12月14日(星期四)下午2時整

貳、會議地點：交通通訊傳播大樓2002會議室

參、會議主持人：電臺與內容事務處 林處長慧玲

肆、出席單位：

一、中央選舉委員會

二、公學會：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會

三、無線電視臺、新聞或財經新聞頻道及無線廣播電臺（共邀請22家業者）

伍、議程

一、主席致詞

二、業務單位簡要說明

三、中央選舉委員會報告事項(15分鐘)

四、討論議題

(一)議題一：選舉報導公平公正及開票真實有所本之具體作法。

(二)議題二：第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉開票報導應用AI技術情形。

五、意見分享及發言順序

(一)請出席單位分別針對討論議題分享實務意見。

(二)發言順序：

1. 公學會：(1)中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、(2)中華民國電視學會、(3)中華民國廣播商業同業公會。

2. 無線電視臺(5家)：(1)臺灣電視事業股份有限公司、(2)中國電視事業股份有限公司、(3)中華電視股份有限公司、(4)民間全民電視股份有限公司、(5)財團法人公共電視文化事業基金會。
3. 新聞或財經新聞頻道(8家)：(1)三立電視股份有限公司、(2)年代網際事業股份有限公司、(3)亞洲衛星電視股份有限公司、(4)東森電視事業股份有限公司、(5)壹傳媒電視廣播股份有限公司、(6)聯利媒體股份有限公司、(7)鏡電視股份有限公司、(8)飛凡傳播股份有限公司。
4. 無線廣播電臺(9家)：(1)中國廣播股份有限公司、(2)台灣廣播股份有限公司、(3)正聲廣播股份有限公司、(4)城市廣播股份有限公司(城市廣播網)、(5)港都廣播電台股份有限公司(好事聯播網)、(6)台北之音廣播股份有限公司(HitFM聯播網)、(7)寶島新聲廣播電台股份有限公司(寶島聯播網)、(8)全景社區廣播電台股份有限公司(快樂聯播網)、(9)綠色和平廣播股份有限公司。

陸、主席總結

柒、散會



「選舉報導公平公正及開票真實有所本」 交流會議-業務報告

112年12月14日

議程

一、主席致詞

二、業務單位簡要說明

- (一)兩選罷法修正：公職人員選舉罷免法與總統副總統選舉罷免法(下稱兩選罷法)，於今(112)年6月9日公布增修多條條文，其中包含涉及廣電媒體製播涉選舉議題內容應遵守之規範，為使業者瞭解兩選罷法修法內容，於製播選舉議題節目內容時落實法遵，所以本會議邀請中央選舉委員會(下稱中選會)先針對兩選罷法重點進行報告。
- (二)中選會會報結束後，本會將針對以下四、的二討論議題，請廣電媒體先進分享寶貴意見並進行交流。

三、中央選舉委員會報告事項

議程

四、討論議題

議題一：選舉報導公平公正及開票真實有所本之具體作法

(一)廣播、電視節目（報導）公平公正具體作法之分享（包含邀請候選人參與之標準）。

(二)廣播、電視節目（報導）報票作業真實、有所本及可供查證之具體作法，以及前揭相關資料保存期限為何。

議題二：第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉開票報導應用AI技術情形

議程

五、意見分享及發言順序

發言順序(依下列名單順序發言並以3分鐘為限；餘1分鐘時響鈴1次，時間到響鈴2次)

1.公學會：

(1) 衛星、(2) 電視學會、(3) 廣播公會。

2.無線電視臺(5家)：

(1)臺視、(2)中視、(3)華視、(4) 民視、(5)公視。

3.新聞或財經新聞頻道(8家)：

(1)三立、(2)年代、(3)亞洲衛星、(4)東森、(5)壹電視、(6)聯利(TVBS)、(7)鏡電視、(8)飛凡。

4.無線廣播電臺(9家)：

(1)中廣、(2)台廣、(3)正聲、(4)城市廣播 (城市廣播網)、(5)港都 (好事聯播網)、(6)台北之音 (HitFM 聯播網)、(7)寶島新聲 (寶島聯播網)、(8)全景社區電台 (快樂聯播網)、 (9)綠色和平。

相關宣導事宜

- 一、聯絡窗口如遇人員調整，仍請隨時向本會更新名單，俾利後續聯絡需用。
- 二、如遇有關深度偽造之情事者，依公職人員選舉罷免法第51-3條及總統副總統選舉罷免法第47-3條規定，廣播電視事業應配合辦理如下：
 - (一)接獲請求之日起：二日內，停止刊播該聲音、影像。
 - (二)接獲請求之日起：六個月內，留存所刊播聲音、影像之電磁紀錄，及委託刊播者資料。
 - (三)發生訴訟時，應延長留存至裁判確定後三個月。

第16任總統副總統及第 11屆立法委員選舉媒體 應注意事項報告

中央選舉委員會

法政處

唐專門委員效鈞

目錄：

- 一、廣告、論政、新聞報導注意事項。
- 二、競選廣告實名制及記錄留存(新)
- 三、深偽影音之即時制止(新)
- 四、民意調查資料相關規定
- 五、其餘競選活動期間應行注意事項

第16任總統副總統及第11屆立法委員選舉 各項期間說明—

- 投票日：113.1.13 0800-1600
- 總統副總統選舉公告發布日：112.9.12
- 立法委員選舉公告發布日：112.11.7
- 總統副總統選舉競選活動期間：
112.12.16-113.1.12
- 立法委員選舉競選活動期間：
113.1.3-1.12

一、廣告、論政、新聞 報導注意事項。

(總統46、公職49)

(一)廣播電視事業得有償提供時段，供推薦或登記候選人之政黨、候選人從事競選宣傳，並應為公正、公平之對待。

給予競選同一公職之其他政黨及候選人有以相同條件、時段，使用其頻道之機會。

(二)公共及非營利廣播電視不得播送宣傳廣告

1、政黨、候選人或第三人不得自行於廣播、電視播送廣告，從事競選活動或為候選人宣傳。意即廣告或節目不得有明顯競選或助選內容。例如：出現候選人姓名、政黨名稱、標語、旗幟、看板、號次等相關之影像、聲音及文字，依通常一般人經驗，一看即知者，屬之。

2、候選人參加節目，廣播電台、無線電視或有線電視台應為公正、公平之處理，且主持人、主講人及應邀者均不得有明顯助選或競選之言行。例如：出現候選人字樣、政黨名稱、標語、旗幟、看板、號次等相關之影像、聲音及文字，依通常一般人經驗，一看即知者，屬之。

(三)論政、新聞報導或邀請候選人、罷免案領銜人及被罷免人參加節目，應公正、公平處理，不得為無正當理由之差別待遇。

1. 新聞節目（報導）是否公平公正之判別：

- ▶ 廣播電台、無線電視或有線電視台就候選人及所屬政黨之相關新聞，非屬限制範圍，但應為公正、公平之處理。例如：不得全程轉播政黨或候選人之造勢活動。
- ▶ 播送之選舉活動時間懸殊者。
- ▶ 其他有足以造成不公正、不公平之情事者。

2. 政論節目是否公平公正之判別：

- ▶ 節目邀請持不同立場者參與或有正反相對之評論者，視為公正、公正處理。
- ▶ 節目之評論內容均持相同立場時，如其評論係出惡意，且有違公序良俗，或達一般社會通念難以容忍之程度者，即認有違反規定。

3. 邀請候選人參加節目部分：

- ▶ 給予競選同一公職之同一選舉區全部候選人相同之機會。

(第340、344、372委員會)

違反：20萬-200萬

公正、公平

二、競選廣告實名制及 記錄留存(新)

競選廣告實名制(公職51、總統47)

過去——

- 運用媒介：

報紙、雜誌及大眾傳播媒體。

- 應載事項：

刊登者姓名，如為法人或團體，
其名稱及代表人姓名。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

現在—

●媒介增加了

報紙、雜誌、廣播電視事業、網際網路或其他媒體。

(其他媒體，指任何公眾瀏覽的網站，包括社群網路、廣告聯播網、搜尋引擎等)



競選廣告實名制(公職51、總統47)

現在—

廣告應載事項變多了

1. 廣告主、出資者之姓名；如為法人、團體、非法人團體或其他機構，並應附具名稱、代表人姓名、組織所在地地址或網址。
2. 標籤、敘明為競選或罷免廣告。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

現在—

應載事項在廣告上如何顯現也有規定—

除與廣告內容應作清楚及明顯區隔的呈現外，另—

【文字、圖畫、標語、旗幟、看板廣告】

應載事項不得小於整體廣告面積百分之五。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

【語音廣告】

以語音於該廣告開始或末段為至少持續三秒鐘以上之敘明。

【影音廣告】

於該廣告開始或末段為至少持續三秒鐘之載明或敘明。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

【網際網路廣告】

依其屬何種廣告(語音、影音…)定之。
但其廣告長度不足三秒者，應以廣告之
標籤，方便民眾作系統之搜尋及查看。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

現在—

業者、代理人接廣告，要確認(查證)可不可以跟這位廣告主(出資者)締約—

外國、大陸及港澳人民、法人、團體或其他機構，不可申請刊播競選罷免廣告，業者或代理人締約前要先行查證。(單一廣告費用超過3萬元之案件)，廣告主(出資者)也要出具切結書，切結自身非上開境外人員。



競選廣告實名制(公職51、總統47)

現在—

業者及代理人受理之相關資料，自刊播廣告之日起留存四年(如有訴訟，延長至裁判確定後三個月，留存資料如下：

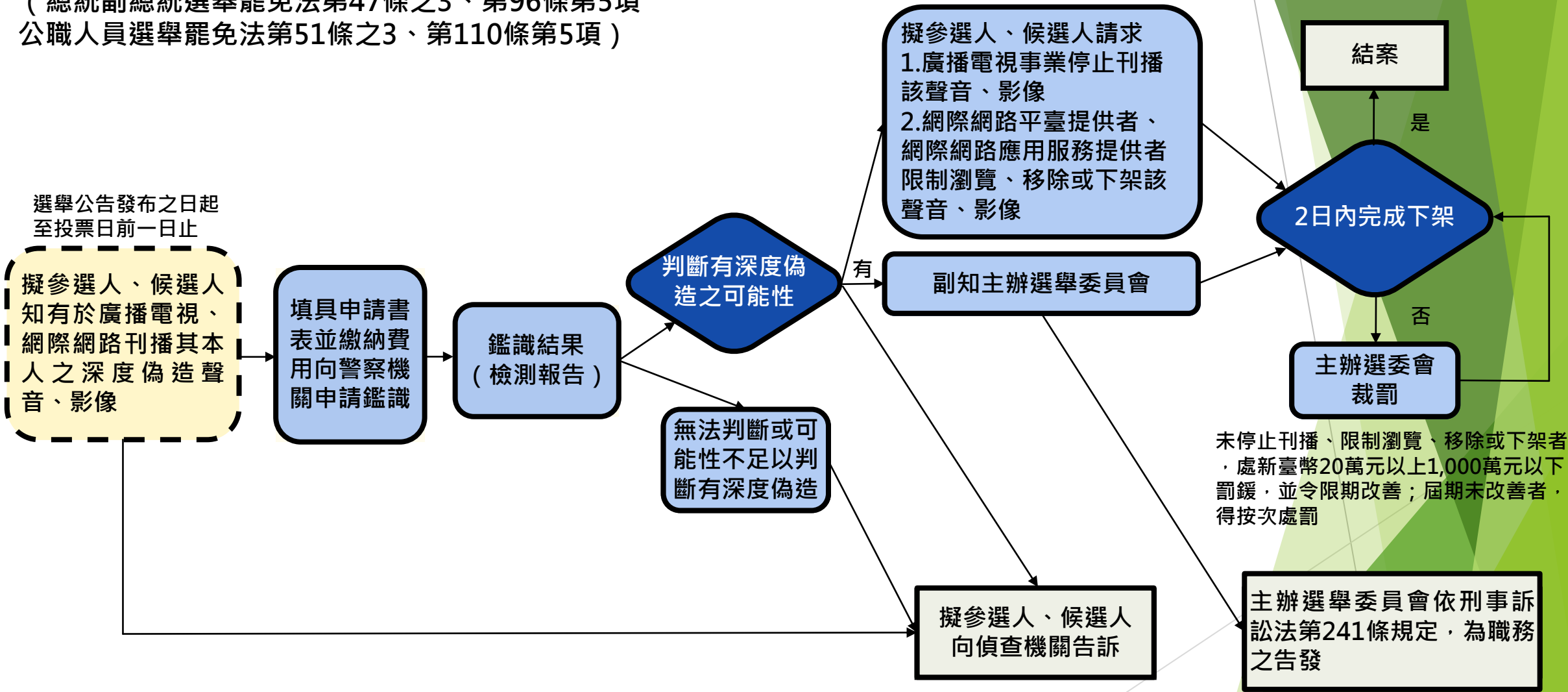
- 一、廣告檔案。
- 二、廣告主、出資者及代理人個人資料及前二者之切結書。
- 三、點擊量或瀏覽量(網路)。
- 四、設定放送之觀眾及條件。
- 五、廣告收支資料。



三、深偽影音之即時制止

擬參選人、候選人AI深偽影音處理流程圖

(總統副總統選舉罷免法第47條之3、第96條第5項
公職人員選舉罷免法第51條之3、第110條第5項)



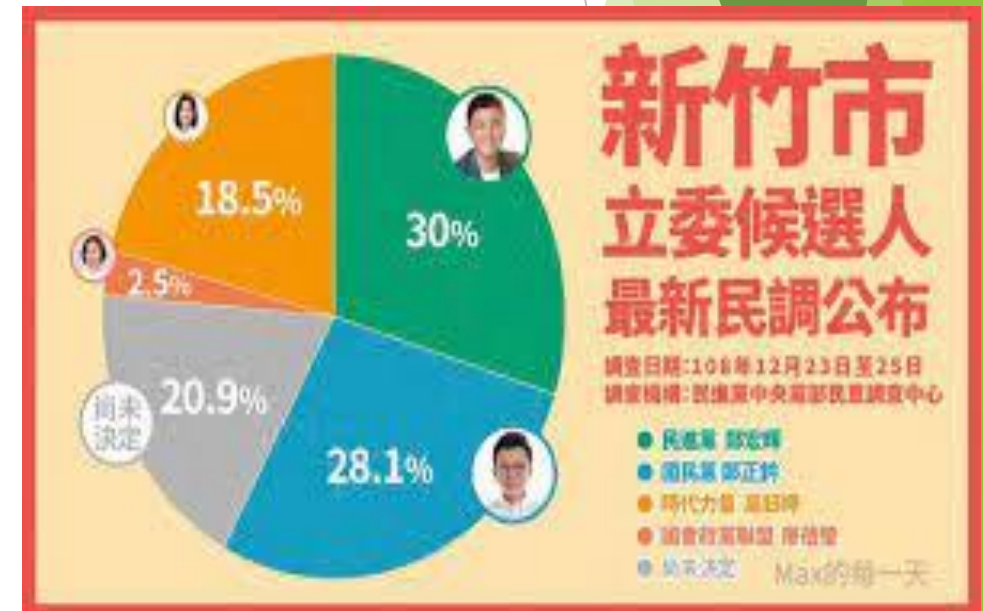
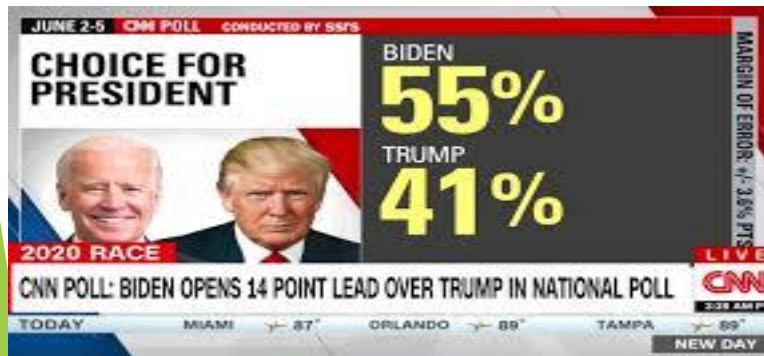
四、民意調查資料相關 規定

(總統52、公職53)

定義：

「候選人或選舉所為之意見」表達予以彙計公開之行為，彙計方法公開形式並非所問。

(220委員會)



選舉公告發布之日起至投票日10日前

「發布」、「報導」、
「散布」、「評論」、
「引述」，均應備具應
載事項。
(公職53②、總統52②)



選舉公告發布之日起至投票日10日前

應載事項如下：
負責調查單位、主持人、
辦理時間、抽樣方式、
母體數、樣本數、誤差
值及經費來源。



民意調查資料範圍及於具民 調「外觀」資料—

因為，該類資料有誤導選民使之無從辨識此類出處來源不明資訊之真確性，亦在禁止之列。

（從舊法立法目的論，此部分本在規制範圍，但因為法律文字不易理解，為杜爭議，爰將之明文。）

（公職53●、總統52●）



投票日前十日起至投票時間截止前
(113.1.3零時至1.13 16時)

不得以任何方式，發布、
報導、散布、評論或引
述任何候選人或選舉民
意調查資料。





對於違反者的處罰，過去是－
50萬－500萬罰鍰，違反者為政
黨、法人或非法人團體，併罰
代表人及行為人。

（舊公職110^{⑤⑥}、舊總統96^{④⑤}）



現在是，違反者為－

1. 政黨、候選人及其受僱人、代理人或使用人：20萬-200萬。違者為受僱人、代理人或使用人者，併罰其候選人、政黨、法人或非法人團體之代表人及行為人。（監督責任）
2. 其他人：10萬-100萬。

（公職110⑥-⑧、總統96⑥-⑧）

五、其餘競選活動期間 應行注意事項

一、競選活動期間之每日競選時間：

▶ 於競選或罷免活動期間之**每日上午七時前或下午十時後**，從事公開競選、助選或罷免活動。但**不妨礙居民生活或社會安寧之活動**，不在此限。

▶ 不妨礙居民生活
或社會安寧例舉：
：
半夜的廣播電視
、清晨的傳統市場。



二、投票日競(助)選之禁止

(總統50/2 公職56/2)

報紙、雜誌、廣播電視、網際網路或其他
媒體自113.1.13零時起，均不得為任何選
舉宣傳廣告。

中選會媒體下載計票數據資料重點提醒：

- 一、本會已經在 112 年 10 月 31 起，開放大家申請媒體下載服務，透過這個服務，大家可以在投票日即時取得本會最新的計票數據，讓大家接收本會詳細且正確的資料後，可以分析整理並依個別需求，在不同的播報平台呈現本會計票資訊。
- 二、跟以往不同的是，我們這次本會 Youtube 直播、計票資訊查詢網站跟媒體下載計票數據資料時間、內容將一致，並且把每 3 分鐘產製一次資料，改為每分鐘產製 1 次。
- 三、另外，我們這次在媒體下載網站已經提供 excel 格式的各投開票所一覽表，方便大家利用查找投票所地點，也會在投票日前 2 天，也就是 113 年 1 月 11 日把各投票所的選舉人數放到媒體下載網站，方便大家比對票數。
- 四、還有就是這次的媒體下載程式新增了保留歷史檔案功能，可以保留從計票作業開始每 1 分鐘的計票數據，讓大家可以回溯比對每個時間點的計票情形。
- 五、本次電腦計票模擬演練時間為 112/12/29、113/1/4 及 113/1/12 的下午 2 時開始，申請媒體下載服務者可同步進行測試，本會當日亦會開放計票資訊查詢網站供大家進行票數驗證；測試用之數據切勿外流，且測試數據無關任何候選人及政黨。
- 六、最後提醒一下，請大家適時穿插本會的計票數據，亦請於報導時，務必做到有所本，謝謝！

正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：張瓊云 02-33438514

電子郵件：Yun1127@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國113年2月22日

發文字號：通傳內容決字第11348000280號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：廣電內容涉選舉議題之法規與實務交流會議紀錄1130131.pdf(請至附件下載區下載附件，附件下載網址：<https://opweb.ncc.gov.tw/>【登入序號：C00091】)

主旨：檢送本會112年12月14日「廣電內容涉選舉議題之法規與實務交流會議」會議紀錄（如附件），請查照

正本：中央選舉委員會、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會、中國電視事業股份有限公司、中華電視股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、財團法人公共電視文化事業基金會、臺灣電視事業股份有限公司、三立電視股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、亞洲衛星電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、飛凡傳播股份有限公司、壹傳媒電視廣播股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、鏡電視股份有限公司、正聲廣播股份有限公司、台灣廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、台北之音廣播股份有限公司、綠色和平廣播股份有限公司、港都廣播電台股份有限公司、全景社區廣播電台股份有限公司、城市廣播股份有限公司、寶島新聲廣播電台股份有限公司

副本：本會法律事務處（含附件）

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

國家通訊傳播委員會

廣電內容涉選舉議題之法規與實務交流會議

會議紀錄

壹、會議時間：112 年 12 月 14 日(星期四)下午 2 時整

貳、會議地點：交通通訊傳播大樓 2002 會議室

參、會議主持人：電臺與內容事務處 林處長慧玲

肆、出席單位：如簽到單。

伍、主席致詞

紀錄：張瓊云
李佳盈

陸、主辦單位簡報：略

柒、經驗分享與意見交流：

中央選舉委員會/綜合規劃處科長陳瑩竹

關於這次選舉，中選會對於媒體下載數據資料新做法。112年10月31日起，開放大家申請下載-媒體下載服務，透過這個服務，大家在投票日即時取得中選會最新的計票數據，接收詳細正確資料後，依需求分析整理，在不同播報平台呈現中選會的計票數據。

中選會在投票日當天，有三個對外公布計票數據的方式，第一是Youtube直播，第二是計票資訊查詢網站，第三是媒體下載計票數據。原本是3分鐘產製一次資料，本次為每分鐘產製一次。如果已經有申請媒體下載服務的話，拿到帳號密碼之後，在媒體下載網站提供excel格式的投開票所，各投開票所一覽表。

另外，113年1月11日之前，各投開票所的選舉人數放到媒體下載網站，屆時可以下載，方便大家比對回報票數的準確率。媒體下載程式新增保留歷史檔案功能，可以回溯比對每個時間點、計票數據，它會自動同步下載，每一分鐘會把上一分鐘已取得的原始資料，更名為另外一個時間點的檔案。

這次計票會辦理三次演練，時間是112年12月29日、113年1月4

日及1月12日，三天都可做測試，也會同步開放計票資訊查詢網站讓大家驗證。三次演練的資料一定不要外流，避免外界做不當的聯想。

最後提醒，請適時穿插中選會計票數據，也要在報導時務必做到有所本。

衛星公會/新聞自律委員會執秘王凌霄

1. 衛星公會在報票及競選期間所秉持的立場始終是一致的，在報票方面提醒我們所有的會員必須要真實、有所本跟可供查證，相關的這一些數據，都請詳細保留下來，以備將來查驗。衛星公會的立場上是很清楚的，會盡我們一切的可能去維持所有同業自由採訪、自由競爭的多元環境，秉持這樣立場。

2. 也提醒會員，由於這一次選罷法的調整，很多有關廣告的說明，也提醒在場所有的編審同仁，照理來講每個單位都應該有一個廣告編審，也請知會公司內的廣告編審，將這些相關的規定，確實傳達到第一線的廣告業務人員。

3. 資料保存期限的問題，預計在下一次的自律委員會把這個議題提出討論。

衛星公會/新聞自律委員會秘書長陳依玫

第一點是建議，NCC簡報檔引述了台灣事實查核中心的2020年中大選電視台觀察報告，這份報告裡面字句，對電視台是不公平的，因為新聞自律委員會長期以來發動的選舉計票的自律是有目共睹，也在NCC的監理之下，已經穩定進行多年，而且2020年有若干個案有受到檢舉，經貴會行政指導跟調查，最後的結論是沒有灌票或者是任何這樣的認定跟結論。

第二個建議，請中選會在廣告的部分，因為執行的技術上問題，針對資訊的揭露，今天有一個狀況，有一些小額捐款，比如說可能捐助登記選舉廣告的有2、3000人，這種小額捐款確實比較困難在電視廣告或者廣播的廣告上做資訊的揭露，是不是可以比照中選會的資料，以廣播來說不足3秒的廣告可以用廣告標籤

的方式，方便民眾做系統性的搜尋跟查看，是不是也容許我們在電視廣告上，可以針對這種出資者眾多的，沒有辦法在電視廣告(完整)資訊的揭露。

第三個，今天都是新聞代表，但剛講廣告相關的部份，公會會帶回去，因為我們有廣告自律委員會。

NCC簡任視察黃財振

衛星公會對於推動開票的真實有所本不遺餘力，簡報上呈現的方式，提供兩個部分，一個是民眾的關心，第二個NGO團體對於這個議題的關注，同時在簡報後面，也把衛星公會新聞自律委員會所做的協議放上，併陳相關說明。

電視學會委員會代表/台視採訪中心主任劉孟竹

有關於選舉作業演練多次都有經驗，而且這樣會議我們也參與多次。本會跟衛星公會一樣，已制定開票作業的攻略，在鏡面上也會呈現報票來源，比如說是什麼競選總部，或是說我們自行計票等等的，中間會穿插中選會票數是什麼，在開票過程，大家都很有經驗沒問題。

然後，之前質疑說，第一票怎麼可能那麼早就有，不過我們真的拿出實據來，真的有人在現場，比如說16點0幾分，就拿出票(數)出來，能夠確定真的是有所本，不是隨便灌票，把票數弄出來，目前為止學會沒問題。

在AI的部分，本學會就3家(會員)有，請他們等一下個別說明。

廣播公會/秘書長龔瑋麗

本會有100多家電台，今天只有少數幾家電台來參加，今天中選會的說明，我們也會轉知所有會員，也會提醒會員務必遵守選罷法的相關規定，務必自律。

中選會提到競選廣告實名制，規範的廣告應載事項變多，包括廣告主出資者姓名，像是法人團體、非法人團體或其他機構，還有應該附具名稱、代表人姓名、組織所在地地址或網址，這

麼多，在廣播的廣告不太確定應該要怎麼樣呈現，似乎會有難度。是不是可以說，本廣告由某政黨或者是某競選辦公室提供就可以？因為廣播廣告時間也不長，如果是要呈現這麼多的資訊，實務上看起來會有難度。

台視採訪中心主任劉孟竹

今年開票作業也是公平公正，3組總統、副總統候選人，現場報導之外，也會聘請工讀生到外場去進行計票回報公司。以自行開發的軟體APP計票系統，由外場的計票人員輸入APP的票數，輸入之後並不是馬上呈現，經內部幾道把關，確認數字沒有問題，加取得中選會投開票所、投票人是多少，以此為依據，才不會有報票的問題，不會有錯誤，在最後棚內還有一道關卡，確認無誤以後，票數才會進行報導，這是計票作業的部分。

在開票當天，除了自行計票，還有各個競選總部計票來源，都會在鏡面上呈現。適時穿插中選會目前的票數是多少，之前縣市首長選舉時，已經做過了。有時候會有自行先宣布當選，最後會強調，最後票數以中選會為主，這是處理的原則。另外在AI的部分，目前是沒有使用。

相關資料保存好幾年，因為資料一大疊，管理的同仁也會覺得，空間已經不夠用。

中視/新聞部副總監陳百嘉

感謝中選會跟NCC的協助跟指導，此次獲更多數據資料，所以進行過程到目前都滿順利的，我們會持續地照之前的方式增加所謂的報票人數，加強查核，但是也希望加快這個(開票)票數的時間，縮短落差，能夠把範圍擴大到投開票所，一旦擴大到投開票所的時候，大家去比對那些數據資料，就會有依據。

第二個，這個網路的，還有Youtube還有下載的都拉到同時，但從技術方面看的話，還是有時間落差，我們會有3次測試，可能還是要把明確的落差告訴大家，3次測試的時候如果有明顯落差的時候，公平客觀地告訴大家，這樣也有助於比對。

再來，我們這次在鏡面設計或是其他資料紀錄上面，也遵照中選會跟NCC指導，會把中選會的資料作更明顯的標示處理，可是前幾天在討論事情時，發現以過去的經驗，中選會開出票數的時候，那個票數是比較少的，電視台是比較多的，特別是在所謂三腳督的情況之下，就會產生第一名跟第二名或第二名跟第三名，不一致的情況。就業者來說，這種不一致的情況，是要適時地揭露，但可能會引起觀眾的混淆，為什麼電視台一二三是這樣、中選會是三二一，其實在過去的經驗，第三方票數增多，造成序列不一樣所引起的收視困擾。

我們有數據資料保存，第一個，便於在每次選舉過程中去檢視，我們資料的正確性，其實會有一個CP值是多少，第二個可供查核。另，中視不會做AI報導。

華視/編輯中心副主任黃宣凱

華視的報導秉持公正公平的方式，不過我們在報導上有遇到幾個困擾的地方，提出來討論一下。

第一是篇幅的部分，因為大家知道其實候選人行程不一定，有時候A、B兩組候選人有行程、C組候選人沒有行程的時候，這時候要怎麼保持平衡？常常就要用舊稿或是一些比較不相干的東西，硬是湊成一個平衡的狀況，也在編排新聞有困擾。

第二是內容的部分，3組候選人都有相同的篇幅，都是2分鐘，有的歌功頌德、有的是批評質疑，這樣的篇幅在公平公正，有算符合比例原則或標準嗎？

第三個是排序的部分，有些候選人跑行程，出現的時間不一定，有的是整點出現、有的半點出現，有的在其他時段出現，在排序上有需要3組候選人，或者是相關人都在同一個時段同時出現併呈嗎？還是以一小時為單位，這3組候選人都有相同的篇幅做平衡就可以？

另外有關保留紀錄的部分，時間已經相隔滿久，有些資料也許會散失或找不到，也會造成我們的困擾。

AI主播的部分，目前我們AI主播是運用在體育賽事報導，在選

舉的部分目前是沒有，以上。

民視新聞/新聞傳播群製播部副理葉百林

一向都以真實報票有所本的方式進行每一次的開票，也是跟其他台很像，大概中選會同步，還有地方開票所、app，我們請工讀生計票報票，所有的票數都有log檔做存檔跟處理。那目前民視的AI主播沒有加入主播報票團隊，以上。

公共電視/製作人程修玲

從以前到現在都是秉持著公正公開有所本的開票作業，一直都是用中選會的開票數據。上次到中選會開會，希望能夠加速開票作業，還是得到沒辦法的狀況。但是這個開票的票數是(大家)關注的，所以我們這一次公廣集團也開始自行計票，這是第一次，是由華視統籌，我們公視、客家台、台語台還有華視會一起做自行報票。

另外在鏡面上，會有忠實地呈現，自己開票的票數跟中選會的票數，都會有完整的呈現。然後在前期是我們自行開票的票數，等到後面中選會開票的進度，追上我們的開票作業之後，後半段會以中選會的票數為主。

另外，有關於AI主播的部分，這次有使用P帥在開票作業，擔任助理主播的角色，就是解釋過去選舉歷史的角色，由內部資深的製作人，去蒐集再編排做出來，並不是AI生成。

三立/新聞部總監王若庭

這一次大家投入人力，而且號召廣告都出來了，所以沒有特別要再說明，盡量把報票的人數撐到最大。

想問民調的部分，中選會說，我們引用評論都會有相關罰則，就是類民調，如果是沒有清楚地揭示相關來源及做法，所謂有民調外觀的資料，不知道這個定義要到什麼樣的程度？比如說網路上有非常多，或者網路不叫民調，它叫網路即時投票，只要它不要是問「明天投票，你要投給誰」明確的字眼，它用比

如藍白合或是其他的問法，這樣就不算嗎？網路上的投票，有非常多即時的投票，算不算是所謂有民調外觀的資料？

(資料保存)從上一次九合一開始，我們保存最完整，我們負責人都是固定的，他的電腦裡面留存所有的資料，這次從前期開始就保留。AI的部分目前沒有特別使用在報票上。

年代新聞/編審李碧蓮

年代這次一樣有自行報票的部分，在電腦的程式設定上面有防呆機制，包括了根據投票人數會有的上限，設定一個最大值，還有避免前多後少，發生這樣狀況，電腦會跳出機制，警告要確認數字。當然如果發生錯誤了，也會即時地在(轉播新聞節目中)以主播口頭更正方式，還有標題上會有更正跑馬(訊息)，即時地更正錯誤。

另外，在紀錄檔的部分，目前盡可能保存(較)久，但也不可能(保存永久)，所以公會已經說會來討論這個事情，對大家都是很好。再來就是本台目前並沒有AI的部分，簡短報告，謝謝。

東森/新聞部編審王琰

在開票報票部分，本台跟各台一樣，本著真實有所本的原則去做，不過其實全國的投開票所超過18,000所，各台竭盡所能地(派)出人力，最多也只能有1~2,000人，所以還是會有比例上懸殊的問題，雖然說大家每次選舉都做，但大概每隔兩年就會有一次大型選舉，對電視台來講開票報票作業是一個很大的花費，如同剛剛(衛星公會)秘書長所說，之前也曾發生過電視台的報票被質疑，報票機制需要繼續討論，是不是能建立一個對大家更完善的方式。

另外，回到選罷法關於民調的部分，剛才中選會的唐專委提到具民調外觀的網路調查不應該被發布，但是依法來看，從選舉公告發布開始就已經受到規範，所以這段期間，很多媒體可能已經引用了某些具民調外觀的網路調查或者網路投票，唐專委說目前還沒有接到檢舉，萬一真的有人檢舉，是不是有可能被

罰？

壹電視/新聞部編審李惠真

公平公正的部分，其實查證平衡就是每天要落實的事情，在選舉新聞的話，我們會要求更加嚴謹。在新聞的部份盡量就是做到平衡，如果沒有問到當事人的話，我們會透過發言人跟相關人員詢問，在不同時段也會滾動式地報導，讓新聞更加平衡、公平跟公正。

在開票的資料的部分按流程，首先是先派員駐點在開票所、競選總部，用人工的方式回報票數。然後開票到一定程度的時候，會接到各政黨開票中心，最後階段銜接中選會的開票系統。

另外防呆機制，盡量不要有(錯誤)出現，但是我們就是做好保險，會有防呆的機制，同時萬一有錯誤，會同時請主播跟現場去做更正，我們希望做到(錯誤)是零出現。

另外，有關於AI的部分，考慮到重大的新聞，並沒有應用AI。

TVBS/新聞部資深經理范立達

TVBS一向強調Truth、Trust、Technology，所以不管是真實、信賴或者是科技力，我們都會運用在每一次的新聞上面，特別是像選舉的新聞。我們從2020年的總統大選到2022年的九合一選舉，甚至2022年選舉之後的台北市立法委員補選等，我們都有採用了非常先進的技術，而且採用了大量的報票人員，報票人員的人數超過了數千人，比一般選舉抽樣的人數還多，所以它回報出來的數據是非常精準。我們的數據都存在雲端，目前為止沒有考慮要銷毀，因為這些資料累積下來，將來會成為很重要的big data(大數據)，在未來可作為歷次選舉的觀察趨勢，不會銷毀掉。

除了報票員有數千人之外，在候選人競選總部、在政黨的中央黨部，都有派人去盯票，隨時地回報票數，中選會的票數也都會參考。也要跟中選會提出的建議，如果中選會的票數能夠迅速、即時、real-time的話，(電視台)其實不用自掏腰包去請數

千位報票員幫我們報票，每個電視台都可節省成本。

上次有些傳播學者，不管是媒觀或什麼(專家學者)，評論說TVBS有灌票等情形，我們基本上非常抗議，新聞部的副總詹怡宜，甚至在羅世宏老師的臉書上留言，請他收回他的話，請他道歉，不然的話請提出證據證明有灌票，或者他在願意簽下保密切結書的情況下，我們願意開放後台請他來看，看我們有沒有作假，但是他沒有任何的回應。

另外，剛剛對於中選會有提到公平的立場，所謂邀請候選人參加節目的部分，是要給競選同一公職的同一選區的全部候選人相同的機會，2022年台北市長選舉有8位候選人參選，如果給8位候選人相同的機會，不管是任何一個政論節目，這都是不可承受之重。

鏡電視/新聞部編審石文炳

鏡電視的原則，不管是在新聞報導或這一次的投開票作業，一樣就是客觀、公平、公正這樣的三個原則。處理方式其實跟各個電視媒體一樣會有派駐計票人員，同樣使用程式，計票人員利用app報票回來。我們計票來源會在鏡面上呈現自行計票、政黨計票以及中選會，這樣子來更有公信力，也能展現一個公平和平衡。內部方面，計票人員報完票回來，計票中心會配合程序，在當節新聞製作的時候，有編輯審核，終端會有製作人審核。

至於資料保存期限，衛星公會開會討論，我們會積極參與討論。AI的部分沒有運用。

非凡電視/新聞部經理傅秀玉

針對選舉的部分，因為我們內容較多是財經的新聞，選舉新聞的篇幅本來就比較少，還是會遵照NCC及中選會相關的原則，正確以及平衡報導的原則做播報。另外針對新聞消息來源的部分，本著真實有所本、可查證的相關原則進行。今年非凡也有轉播這一次總統及立委相關開票作業，今年跟之前一樣和台視合作，

報票相關的注意事項，包含剛剛同業講到的鏡面(呈現)，以及就是在播報票數，如果有錯的話的更正的方式，還有不定時會揭露中選會即時票數的部分，這部份都會依照中選會相關規定進行辦理。

歷年選舉相關資料的保存部分，應該都是有保存的。另外非凡沒有運用AI技術進行任何報票。

客家電視謝宗蕙

客台這次在選舉部分也是跟公視的資訊是一樣的，就是follow公視，我們也會本著(依據)中選會的票數跟公廣的計票，呈現在鏡面上面。中選會的票數進來之後，大概17:00的時候，跟著中選會的票數，我們選舉鏡面的呈現是這樣。

台灣廣播公司/節目部主任郭榮昇

有關於選情之夜的報導部分，因為我們民營電台，不是全國性的，所以人力有限，過去報導的時候都是以中選會的訊息為主，也會參考電視媒體，電視媒體報導數字往上升的速度與中選會公布還是有落差，一般人還是都會去看電視，中選會的計票數據部分，硬體的部分是不是要做一個再加強，可能會比較貼近事實。

另外在公平公正的部分，過去我們都是用節目的方式呈現，在候選人當選之後，我們會在之前，如說1個月前就開始在布點，到各個候選人的競選辦公室去錄候選人的政見，還有它的可行性，在確定當選的時候，我們就可以即時播出他們的政見，讓選民可以知道他的政見是什麼，4年之後他是不是可以完全地執行他的政見。

台北之音/電台新聞部副總監顏詩雲

台北之音Hit FM聯播網的屬性是屬於音樂綜合型的電台，所以要在有限的新聞談話性節目時間內，要兼顧到剛剛提到各個候選人要有相同篇幅還有相同時段的露出，在實務上的執行確實

是有窒礙難行的地方。目前我們節目的做法是盡量邀請到相關陣營的競選幹部來受訪，希望可以達到中選會要求的，兼顧平衡報導的立場。

寶島新聲/業務部副理林祐福

我是廣告業務部的代表，先確定一件事，因為(播送)選舉廣告的時候，都有說他是誰(提供)，因為今年總統跟立委有政黨票，也會說是什麼政黨，所以剛才廣播公會長官有說，是不是後面要說，現在是1號侯友宜、趙少康競選總部提供，要證明這廣告是誰？

其實廣告20秒、30秒，正常人的講話速度，1秒差不多4個字，前面說大家好我是1號侯友宜、趙少康，這樣就佔幾秒了，還要說我要怎麼做怎麼做，一定還會說拜託支持……，最後還要加一句「以上廣告由侯友宜、趙少康競選辦公室提供」，覺得稍微有一點(太長)，剛剛有說，這樣做就是限定境外勢力(不要)干擾我們，總統(廣告)透過廣告代理處理。所以剩下30天，規定是這樣，最後一定要壓一句，這個廣告就是由某個議員候選人還是政黨，像我們有政黨票，(以上廣告由)民進黨(黨團提供)。

全景電台林佑純

我們的問題就是剛剛寶島所說的一樣，因為30秒要說所有的問題，不可能說這麼多，再來，這30秒裡面，我們後面還要講以上由誰提供，可是正副總統每個人名字都3個字，這樣就6個字就佔6秒，30秒扣掉6秒，業者只有24秒的權益，可是他付了全部的錢，對他們來講是不公平的，所以想要問廣播的部分，我們廣告只有60秒，因為它不是影像，上面可以打個logo說什麼單位提供，也是希望說在廣播的部分，提供一個明確規範，怎麼樣去表達說，是誰提供的廣告。

另外，其他播報票數的部分，因為廣播以聲音為主，大部分的人喜歡看直播票數，我們過去的做法都是在15分鐘、半小時及整點的時候會公告，配合中選會最新的統計的數目給聽眾朋友

知道，這方面配合完全沒問題。

中央選舉委員會/法政處專門委員唐效鈞

►**回應公平公正**

說明公正公平時，就算沒有辦法邀請所有的候選人，但是至少新聞節目或政論節目裡面，不要言論一面倒，比如說有邀請立場不同的，或是有正反意見的，如果真的一個電視節目把所有8個候選人全部邀上去，可能每個人講不到幾分鐘節目就結束，當然如果接到檢舉案，選務機關也會去衡酌。最起碼在原則裡可以邀請正反意見，不要讓節目裡面的言論都一面倒，當然要顧慮到節目的長度，有時候公平公正就是抽象，我們會顧慮節目的長度，如果8個人全部邀來節目，這樣製播的節目有沒有它的品質。

電視台針對於公正公平的處理能有圓融的說法，選務機關不會去為難(電視台)，過去的案例，節目在播出的前一天才邀請，這種狀況下的話，電視台說已經邀了，實際上對於任何一個在選舉期間行程滿檔的參選人，他沒有辦法因為臨時的邀約去更改行程。這種狀況，形式上有公平，但實際上也讓人家措手不及。

►**回應民調問題**

民調議題設定沒有辦法跟113年1月13日的投票連結，或是讓大眾做連想，那這樣的議題就不屬於選罷法裡面所規範的民意調查資料。

中選會第220次委員會針對民調的定義，基本上還是民眾意見的匯總，只是說一般科學性的民調，可對所受訪的民眾做篩選。因為一般的社會大眾，通常看到訊息，就被影響了，不會再去深究說這民調，後面是怎麼做成的，做成到底客觀不客觀、有沒有誤差。所以一樣是一種民眾意見的匯總，但就是穿著民調的外衣，但把那層衣服扒開裡面，整個做成的過程可能是不堪入目的樣子。

所謂街訪的民調，也曾經看過在台南的菜市場問家庭主婦，但是它所設定的人數為台灣2300萬人，從外觀就知道是不可信，

菜市場是誰都可以去，但實際上，怎麼可能2300萬人全部都跑到那個市場。像這種有數據，但是根本沒有辦法提供比較有說服力的應載事項內容。

從來沒有人檢舉網路聲量，網路(大數據)的聲量，跟他支持不支持候選人好像沒有關係，可能跟選舉民調還是有距離。

民調引述、報導的行為是在選舉公告發布以後，就會有問題，因為中選會只要有檢舉就處理。中選會只能提供過去處罰案例，一定有涉及數據，因為選罷法裡的民調會(真正被)處罰(者)，它一定是很明確。

►回應選舉廣告

衛星公會講到小額捐助部分，出資人很多，如果列上去的話，整個廣告的版面就被他佔據了。應該是可以旁邊(放置)QRcode或類似(的圖樣)。

廣播公會(提問)在競選罷免廣告刊播及其留存紀錄辦法(以下稱：廣告刊播辦法)第6條裡面，法人團體、非法人團體或其他機構的話，名稱、代表人、姓名、組織所在地地址或網址，就是廣告辦法的規定，當初邀請業者開會時，上面是3秒鐘，草案寫5秒鐘，畢竟中選會不是製播廣告的，也不知道幾秒鐘比較適合，希望業者可以建議刪減。委員會審議時，委員基於讓大家在廣告呈現能夠運行，不希望應載事項佔據廣告太大的版面，雖然業者對5秒鐘沒什麼意見，但還是把5秒改成3秒。如果它是以影像方式呈現，呈現3秒鐘沒有什麼關係，但是廣播的話，經常聽到廣播，念字非常的快，比如基金的廣告，先照這樣子的方式處理。

廣告刊播辦法，應載事項最主要是針對境外勢力，另外是廣告到底是誰刊播的，這個人、這個團體要對廣告內容負責。登記有案的政黨，就不會有境外勢力的顧慮的問題。

現在還不是競選活動期間，從112年12月16號開始，在網路上有這種圖片廣告的話。有時候參選人會有疑問，我刊的廣告我的名字就在上面，那我還要再去寫那些應載事項嗎？廣告的內容跟應載的事項，要有適度的區隔。因為廣告內容歸廣告內容，

應載事項歸應載事項，兩個不能混為一談，不能說因為廣告內容裡面所揭露的候選人，其實他就是刊播廣告的人，就省略應載事項，因為我們分不清楚，到底是(歸)廣告內容還是(歸)應載事項，所以即使這個候選人，他是廣告的刊播者，他還是要適度於版面中適度的地方，再把它(應載事項)刊播的內容揭露出來。

廣告內容歸廣告內容、應載事項歸應載事項，不做明顯的區隔，視聽眾不知道是誰，而且，廣告有時候是聯名廣告，比如說總統候選人跟立委參選人一起發，但實際上是立委參選人自己刊廣告，所以不做交代的話，視聽眾也會搞不清楚說，這個具名者到底是誰。

主持人：

最後總結，針對公平公正的部分提醒大家，在報導的時候注意客觀公正確實，競選期間要注意總統、副總統罷免法第46條、公職人員選舉罷免法第46、49條，及廣電法、衛廣法相關規定，另外公學會所訂的自律規範，請大家遵守、維護我們媒體的專業及公正性。

報票/開票很重要，請大家遵守，真實有所本、可供查證，如果有錯誤的部分，請務必趕快更正，相關的細節，公學會訂的自律規範都訂定得滿詳細，請大家避免錯誤發生。

再來是AI的部分，目前只有公視的部分，請參考公視自律規範處理。

再來應載事項的部分，中選會會將簡報提供給大家，還有疑慮的部分，中選會跟通傳會都有窗口，隨時歡迎大家詢問。

最後，電視台基於服務觀眾，還有社會責任的部分，廣電媒體是我們最信任的媒體，開票及報導，相關的選舉訊息是見證國家民主選舉的過程，希望大家遵循相關法令及自律規範，希望1月13日順利，辛苦了，謝謝。

正本

檔 號：
保存年限：



國家通訊傳播委員會 函

機關地址：10052臺北市中正區仁愛路1段50號

傳 真：02-33432642

聯 絡 人：張瓊云 02-33438514

電子郵件：Yun1127@ncc.gov.tw

114503

台北市內湖區舊宗路一段159號3樓

受文者：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

發文日期：中華民國112年11月28日

發文字號：通傳內容決字第11248030240號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：

主旨：敬請轉知所屬會員於競選期間節目製播涉及選舉議題時，應注意客觀、公正、確實，並依總統副總統選舉罷免法、公職人員選舉罷免法及廣電相關法規辦理，請查照。

說明：

一、依廣播電視法第1條規定：「為促進廣播、電視事業之健全發展，維護媒體專業自主，保障公眾視聽權益，增進公共利益與福祉，維護視聽多元化，特制定本法。」又依廣播電視法施行細則第13條規定：「本法第十六條第一款所稱新聞節目，指以事實為基礎之新聞報導、評論或其他形式之節目；所稱政令宣導節目，係指有關政府措施與成果之介紹事項。前項節目內容均應客觀、公正、確實、完整，且不具廣告性質。」

二、復依衛星廣播電視法第1條規定：「為促進衛星廣播電視健全發展，保障公眾視聽權益，維護視聽多元化，開拓我國傳播事業之國際空間，並加強區域文化交流，特制定本法。」；同法第22條規定：「製播新聞或其他經主管機關指定之衛星頻道節目供應事業，應建立自律規範機制，獨立受理視聽眾有關播送內容正確、平衡及品味之申訴。並

國家通訊傳播委員會
馬奇

應定期向主管機關提出具體報告，並將其列為公開資訊。前項自律規範機制應報主管機關備查。」；及同法第27條第2項規定：「製播新聞及評論，應注意事實查證及公平原則。」

三、另依總統副總統選舉罷免法第46條及公職人員選舉罷免法第49條皆規定，廣播電視事業得有償提供時段，供推薦或登記候選人之政黨、候選人從事競選宣傳，並應為公正、公平之對待。廣播電視事業從事選舉相關議題之論政、新聞報導或邀請候選人參加節目，應為公正、公平之處理，不得為無正當理由之差別待遇。

四、請惠予轉知所屬會員，於節目製播涉及選舉議題時，應注意客觀、公正、確實，特別於競選期間應注意總統副總統選舉罷免法、公職人員選舉罷免法、廣播電視法、衛星廣播電視法等相關規定及相關自律內控機制，以維護媒體專業及公正性。

正本：中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會、中華民國電視學會、中華民國廣播商業同業公會

廣播委員會
逕 副本：

主任委員 **陳耀祥**

依分層負責規定授權單位主管決行

- STBA 官網/產業資訊/新聞自律/1130112 投票日(113/1/13)凌晨新聞報導之提醒：
<http://www.stba.org.tw/news.aspx?id=20240112103305&dd=20240116115931>

1130112 投票日(113/1/13)凌晨新聞報導之提醒

投票日凌晨新聞報導之提醒

投票日當日(1/13 凌晨零時起)：

依據《總統副總統選舉罷免法》第 50 條第 2 款、《公職人員選舉罷免法》第 56 條第 2 款規定：「政黨及任何人，不得有下列情事：二、於投票日從事競選、助選或罷免活動。」

比照以往衛星公會新聞各頻道同意協調內容，提醒如下：

(1) 1/13 00:00 起（包括重播時段）不再播出前一日或之前選舉相關新聞報導與政論節目。

(2) 1/13 當日報導依各台新聞判斷，報導候選人或不同政治人物投票或選舉新聞；唯請留意候選人號次、LOGO、口號或其他具有選舉象徵、暗示意義的內容，避免露出，以免無意間助選，增加違法風險。

相關法規請參考：

《總統副總統選舉罷免法》

第 50 條

(第 2 款)政黨及任何人，不得有下列情事：

二、於投票日從事競選、助選或罷免活動。

第 96 條

(第 6 項)違反第五十條或第五十二條規定者，依下列規定處罰；違反第五十條之規定，經制止不聽者，按次處罰：

一、政黨、候選人、罷免案提議人、被罷免人及其受僱人、代理人或使用人：處新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰鍰。

二、前款以外之人：處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

(第 9 項)委託報紙、雜誌、廣播電視事業、利用網際網路提供服務者或其他媒體業者，刊播競選、罷免廣告或委託夾報散發宣傳品，違反第五十條第二款規定者，依第六項規定，處罰委託人及受託人。委託人或受託人為政黨、法人或非法人團體者，併處罰其代表人及行為人。

《公職人員選舉罷免法》

第 56 條

(第 2 款)政黨及任何人，不得有下列情事：

二、於投票日從事競選、助選或罷免活動。

第 110 條

(第 6 項)違反第五十三條或第五十六條規定者，依下列規定處罰；違反第五十六條規定，經制止不聽者，按次處罰：

一、政黨、候選人、罷免案提議人之領銜人、被罷免人及其受僱人、代理人或使用人：處新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰鍰。

二、前款以外之人：處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

(第 9 項)委託報紙、雜誌、廣播電視事業、利用網際網路提供服務者或其他媒體業者，刊播競選、罷免廣告或委託夾報散發宣傳品，違反第五十六條第二款規定者，依第六項規定，處罰委託人及受託人。委託人或受託人為政黨、法人或非法人團體者，併處罰其代表人及行為人。

衛星電視公會 新聞自律委員會 沈建宏主委 2024.1.12

- STBA 官網/產業資訊/新聞自律/1130111_113 年「第 16 任總統副總統及第 11 屆立法委員選舉」媒體報導開票提醒與自律協議：
[HTTP://WWW.STBA.ORG.TW/NEWS.ASPX?ID=20240111104145&DD=20240116115931](http://www.stba.org.tw/news.aspx?id=20240111104145&DD=20240116115931)

各位媒體同仁，

2024 總統立委大選在即，

就 113 年總統副總統及立委選舉之開票報導，STBA 新聞自律委員會發起提醒與協議如下：

一、選舉開票事宜之正確可信賴，為我國民主體制重要環節，本會會員新聞台歷年發起多次自律協議，本次選舉開票作業，仍將秉持鏡面上所呈現之報票作業必須「真實、有所本、可供查證」三大原則及執行協議，服務觀眾，全力呈現開票作業的穩定與專業。

二、本會新聞會員之開票作業執行協議，請參照 108 年 12 月 20 日自律協議內容：

(一)開票報導鏡面票數依「真實、有所本、可供查證」為原則。

除中央選委會計票系統來源外，若有不同來源：如政黨計票、候選人競選總部自行計票，或工讀生報票等，必須清楚標示。

若候選人依計票結果自行宣布當選，新聞台亦應清楚說明，最終票數與結果以中央選舉委員會為準。

(二)倘若開票、報票過程中電視台發生技術失誤，應盡快以口播與標題文字更正澄清，若錯誤遭截圖流傳應立即澄清。

(三)留存報票作業相關資料紀錄 (含工讀生報票資訊)，必要時提供查證。

三、「中央選務指揮及應變中心」於開票日當天由 NCC 與相關部會共同進駐，已經與本會會員分別建立緊急聯繫窗口，建請保持溝通管道之暢通。

四、針對中選會公布之官方計票結果，請適時穿插報導，提供觀眾知悉。

鑒於本次選舉參選人數眾多，考量實際執行之可能性，做以下相對適合的呈現方式，特此協議如下：

(1) 建請從開票作業開始，適時以口播或字幕或標題等方式告知觀眾，中選會網站提供官方即時計票數字，供民眾參考。

(2) 建請從開票作業開始，適時以口播或字幕或標題等方式，說明相關票數與當選宣告皆以中選會公告為準。

(3) 若派員至計票中心報導，建請適時連線切進計票現場，或切進中選會 YT 直播訊號，以提供觀眾官方計票實況。

(4) 本會新聞自律委員會新聞台之官網，若有同步開票服務，建請一體適用本次自律協議。

STBA 新聞自律委員會主委 沈建宏 敬上 2024.1.11

● **STBA 官網/產業資訊/新聞自律/1130102 有關選舉民調發布提醒：**

<http://www.stba.org.tw/news.aspx?id=20240102135230&dd=20240116115931>

有關民調，根據選舉相關法規，提醒各位會員如下事項：

1. 自 113 年 1 月 3 日零時(或今晚 24:00)起至投票時間截止前，不得以任何方式發布、報導、散布、評論或引述任何有關候選人及選舉的民意調查資料。
2. 凌晨重播時段也請注意。
3. 新聞製作時，請勿引述之前的民調數據；過去發佈的舊稿不用處理，但不能再散布或引述。

相關法規請參考：

《總統副總統選舉罷免法》

第 52 條

(第 3 項)政黨及任何人自投票日前十日起至投票時間截止前，不得以任何方式，發布、報導、散布、評論或引述前二項資料。

第 96 條

(第 6 項)違反第五十條或第五十二條規定者，依下列規定處罰；違反第五十條之規定，經制止不聽者，按次處罰：

- 一、政黨、候選人、罷免案提議人、被罷免人及其受僱人、代理人或使用人：處新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰鍰。
- 二、前款以外之人：處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

《公職人員選舉罷免法》

第 53 條

(第 3 項)政黨及任何人自投票日前十日起至投票時間截止前，不得以任何方式，發布、報導、散布、評論或引述前二項資料。

第 110 條

(第 6 項)違反第五十三條或第五十六條規定者，依下列規定處罰；違反第五十六條規定，經制止不聽者，按次處罰：

- 一、政黨、候選人、罷免案提議人之領銜人、被罷免人及其受僱人、代理人或使用人：處新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰鍰。
- 二、前款以外之人：處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

STBA 新聞自律委員會主委 沈建宏 2024.1.2

● **STBA 官網/產業資訊/新聞自律/1121228 有關新北國中生割頸案自律提醒：**

<http://www.stba.org.tw/news.aspx?id=20240102135230&dd=20240116115931>

各位媒體先進：

有關新北國中生割頸案，由於加害人與被害人均未成年，參照相關法令，麻煩大家提醒同仁，留意如下事項：

- 一、不得揭示有關少年刑事案件之記事或照片，使閱聽大眾由該項資料足以知悉其人。
- 二、不得肉搜並登載涉案少年之記事、照片等資料。
- 三、新北地檢署並未對外說明涉案少年從殺人未遂罪變為殺人罪偵辦，請媒體報導秉持偵查不公開原則，以官方發言為準。

相關法令請參照《少年事件處理法》第 83 條

(第 1 項)任何人不得於媒體、資訊或以其他公示方式揭示有關少年保護事件或少年刑事案件之記事或照片，使閱者由該項資料足以知悉其人為該保護事件受調查、審理之少年或該刑事案件之被告。

(第 2 項)違反前項規定者，由主管機關依法予以處分。

STBA 新聞自律委員會主委 沈建宏 2023.12.28

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會 新聞自律執行綱要

95 年 9 月 21 日第 3 次新聞自律暨新聞諮詢委員會聯席會議通過
97 年 8 月 6 日第 8 次新聞自律委員會會議修正及新增部份條文
98 年 11 月 2 日第 11 次新聞自律委員會會議增修災難或意外事件處理條文
99 年 9 月 14 日第 15 次新聞自律委員會會議增列電視媒體轉載網路新聞之相關製播處理條文
102 年 2 月 27 日第 22 次新聞自律委員會會議增列涉已事務之相關製播處理條文
102 年 6 月 13 日第 28 次新聞自律委員會會議增修犯罪事件處理條文
102 年 10 月 31 日第 32 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議修正法令來源條文
104 年 3 月 4 日第 34 次新聞自律委員會會議增列使用遙控直昇機空拍新聞事件之處理條文
104 年 7 月 02 日第 40 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議增修分則第十四條條文
104 年 11 月 17 日第 42 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議增修分則第三條人質事件處理條文
105 年 7 月 6 日第 44 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議增列分則第十七條兒少保護對象新聞事件製播之處理條文
107 年 6 月 7 日第 51 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議增修總則第一、六條條文
108 年 1 月 16 日第 53 次新聞自律暨諮詢委員會聯席會議增列事實查核條文
110 年 10 月 19 日新聞自律委員會會議增列第三方影音素材電視新聞製播處理條文

壹、前言

本「新聞自律執行綱要」（以下稱綱要）內容係依據：衛星廣電事業基本法令、性侵害案件之法令規定、兒童福利及少年事件之法令規定、侵害名譽之法令規定、身心障礙者保護法，另外擷取學者專家、公民團體的意見及各國傳播媒體自律規範，並參酌衛星廣播電視新聞自律公約之精神，彙集耙梳而成。本綱要適用範圍為取得新聞類衛廣執照之頻道內容。

貳、總則

一、新聞報導不得有下列情形之一：

- （一）違反法律強制或禁止規定。
- （二）妨害兒童或少年身心健康。
- （三）妨害公共秩序或善良風俗。
- （四）違反事實查證與平衡原則。

【法令來源】：「衛星廣播電視法」第二十七條。

二、新聞報導應善盡保護性侵害、性影像、性騷擾被害人，及家暴受害人之責任。一般性侵害、性影像及性騷擾案件，原則上不予報導；家暴受害人在報導中應受保護。如嚴重影響社會治安或重大刑案之性侵害與性影像案件，不得報導被害人照片或影像、聲音、住址、親屬姓名及其關係、就讀學校、服務機關等詳細個人資料，或其他讓人足以辨識被害人身分之資訊。若加害人與被害人有親屬關係，應隱去加害人之相關資訊。

【法令來源】：

性侵害犯罪防治法 (民國 112 年 02 月 15 日修正)

第 2 條 本法用詞，定義如下：

- 一、性侵害犯罪：指觸犯刑法第二百二十一條至第二百二十七條、第二百二十八條、第二百二十九條、第三百三十二條第二項第二款、第三百三十四條第二項第二款、第三百四十八條第二項第一款及其特別法之罪。
- 二、加害人：指觸犯前款各罪經判決有罪確定之人。
- 三、被害人：指遭受性侵害或疑似遭受性侵害之人。
- 四、專業人士：指因學識、技術、經驗、訓練或教育而就兒童或心智障礙性侵害案件協助詢（訊）問具有專業能力之人。

第 7 條 犯性騷擾防治法第二十五條第一項之罪及刑法第三百十九條之二第一項之罪，經判決有罪確定者，準用第三十一條、第三十三條至第三十五條、第四十二條及第四十三條規定。

刑法第三百十九條之一至第三百十九條之四案件，準用第八條、第九條、第十二條、第十三條、第十五條、第十六條、第十八條至第二十八條規定。

以刑法第三百十九條之一至第三百十九條之三之性影像，犯刑法第三百零四條、第三百零五條、第三百四十六條之罪者，準用第八條、第九條、第十二條、第十五條、第十六條、第十八條至第二十八條規定。

第 16 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載有被害人之姓名或其他足資識別身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此限：

一、被害人為成年人，經本人同意。但心智障礙者、受監護宣告或輔助宣告者，應以其可理解方式提供資訊。

受監護宣告者並應取得其監護人同意。

二、檢察官或法院依法認為有必要。

前項第一款但書規定之監護人為同意時，應尊重受監護宣告者之意願。

第一項第一款但書所定監護人為該性侵害犯罪嫌疑人或被告時，不得報導或記載有被害人姓名或其他足資識別身分之資訊。

第一項以外之任何人，不得以媒體或其他方法公開或揭露被害人姓名及其他足資識別身分之資訊。

第 48 條 廣播、電視事業違反第十六條第一項或第三項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。

前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者違反第十六條第一項或第三項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處負責人新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得沒入第十六條規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。

前二項規定，於被害人死亡，經目的事業主管機關權衡為維護治安、安定人心、澄清視聽、防止危險擴大或其他社會公益，認有報導或揭露必要者，不罰。

第一項及第二項以外之任何人違反第十六條第四項規定，或違反依第七條第二項、第三項準用第十六條第四項規定，而無正當理由者，處新臺幣二萬元以上十萬元以下罰鍰。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項之處罰對象為行為人。

(新增)性侵害犯罪防治法施行細則(民國 112 年 08 月 16 日修正)

第 10 條 本法第十五條及第十六條第一項所定其他足資識別被害人身分之資訊，包括被害人照片、影像、圖畫、聲音、住址、親屬姓名或其關係、就讀學校、班級、工作場所或其他得以直接或間接方式識別該被害人個人之資料。

性騷擾防治法(民國 112 年 08 月 16 日修正)

第 10 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載被害人姓名或其他足資識別被害人身分之資訊。但有下列情形之一者，不在此限：

一、被害人為成年人，經本人同意。但心智障礙者、受監護宣告或輔助宣告者，應以其可理解方式提供資訊；受監護宣告者並應取得其監護人同意。

二、檢察官或法院依法認為有必要。

前項第一款但書規定之監護人為同意時，應尊重受監護宣告者之意願。

第一項第一款但書所定監護人為該性騷擾事件行為人、犯罪嫌疑人或被告時，不得報導或記載被害人姓名或其他足資識別被害人身分之資訊。

任何人除第一項但書規定情形外，不得以媒體或其他方法公開或揭露被害人姓名及其他足資識別被害人身分之資訊。

因職務或業務知悉或持有第一項足資識別被害人身分之資訊者，除法律另有規定外，應予保密。

行政機關及司法機關所公示之文書，不得揭露被害人姓名、出生年月日、住居所及其他足資識別被害人身分之資訊。

第 26 條 廣播、電視事業違反第十條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。

前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者違反第十條第一項或第三項規定者，由目的事業主管機關處負責人新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得沒入第十條第一項規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰。

前二項規定，於被害人死亡，經目的事業主管機關權衡為維護治安、安定人心、澄清視聽、防止危險擴大或其他社會公益，認有報導或揭露必要者，不罰。

違反第十條第五項規定者，由直轄市、縣（市）主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰。

第一項及第二項以外之任何人違反第十條第四項規定，而無正當理由者，由直轄市、縣（市）主管機關處新臺幣二萬元以上十萬元以下罰鍰。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項之處罰對象為行為人。

(新增)犯罪被害人權益保障法(民國 112 年 02 月 08 日修正)

第 32 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路內容提供者或其他媒體業者於報導犯罪案件或製作相關節目時，應注意保護或維護犯罪被害人或其家屬之名譽及隱私。

犯罪被害人或其家屬如認為廣播、電視事業之報導有錯誤時，得於該報導播送、刊登之日起二十日內要求更正或其他必要之處置。

犯罪被害人或其家屬如認為宣傳品、出版品、網際網路內容提供者或其他媒體業者之報導有錯誤時，得於該報導播送、刊登之日起二十日內要求更正、移除、下架或其他必要之處置。

媒體業者應於接到要求後七日內，在該報導播送之原節目或同一時段之節目或刊登報導之同一刊物、同一版面加以更正、移除、下架或為其他必要之處置。媒體業者如認為該報導無錯誤時，應將理由以書面答復犯罪被害人或其家屬。

第 33 條 犯罪被害人或其家屬就前條第二項及第三項之要求，得請求主管機關、各目的事業主管機關、保護機構或分會協助之。

犯罪被害人或其家屬因前條第一項之報導受有損害時，媒體業者與其負責人及有關人員應依相關法律規定負民事、刑事及行政責任。

(新增)犯罪被害人權益保障法施行細則(民國 112 年 06 月 30 日修正)

第 13 條 本法第三十一條、第三十二條第一項所定犯罪被害人或其家屬之隱私，包含姓名、照片、影像、聲音、住所、就讀學校、工作地點或其他足以識別其身分之資訊。

(新增)刑法(民國 112 年 06 月 30 日修正)

第 319-4 條 意圖散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽，以電腦合成或其他科技方法製作關於他人不實之性影像，足以生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科五十萬元以下罰金。

散布、播送、交付、公然陳列，或以他法供人觀覽前項性影像，足以生損害於他人者，亦同。

意圖營利而犯前二項之罪者，處七年以下有期徒刑，得併科七十萬元以下罰金。販賣前二項性影像者，亦同。

三、新聞報導應善盡保護兒童及少年之責任。對於兒童與少年事件之報導，不得有行為兒童及少年之姓名或其他足以識別身分之資訊；採訪兒童、少年當事人，應先表明記者身份及取得兒童、少年監護人之同意，並應在非強迫或違反兒童、少年當事人受訪意願下，方得進行採訪報導。

【法令來源】：

兒童及少年福利與權益保障法(民國 110 年 01 月 20 日修正)

第 2 條 本法所稱兒童及少年，指未滿十八歲之人；所稱兒童，指未滿十二歲之人；所稱少年，指十二歲以上未滿十八歲之人。

第 7 條第 2 項第 9 款 主管機關及目的事業主管機關均應辦理兒童及少年安全維護及事故傷害防制措施；其權責劃分如下：……九、通訊傳播主管機關：主管兒童及少年通訊傳播視聽權益之維護、內容分級之規劃及推動等相關事宜。

第 49 條 任何人對於兒童及少年不得有下列行為：

- 一、遺棄。
- 二、身心虐待。
- 三、利用兒童及少年從事有害健康等危害性活動或欺騙之行為。
- 四、利用身心障礙或特殊形體兒童及少年供人參觀。
- 五、利用兒童及少年行乞。
- 六、剝奪或妨礙兒童及少年接受國民教育之機會。
- 七、強迫兒童及少年婚嫁。
- 八、拐騙、綁架、買賣、質押兒童及少年。
- 九、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為猥褻行為或性交。
- 十、供應兒童及少年刀械、槍砲、彈藥或其他危險物品。
- 十一、利用兒童及少年拍攝或錄製暴力、血腥、色情、猥褻或其他有害兒童及少年身心健康之出版品、圖畫、錄影節目帶、影片、光碟、磁片、電子訊號、遊戲軟體、網際網路內容或其他物品。

十二、迫使或誘使兒童及少年處於對其生命、身體易發生立即危險或傷害之環境。

十三、帶領或誘使兒童及少年進入有礙其身心健康之場所。

十四、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為自殺行為。

十五、其他對兒童及少年或利用兒童及少年犯罪或為不正當之行為。

第 56 條 兒童及少年有下列各款情形之一者，直轄市、縣（市）主管機關應予保護、安置或為其他處置；必要時得進行緊急安置：

一、兒童及少年未受適當之養育或照顧。

二、兒童及少年有立即接受醫療之必要，而未就醫。

三、兒童及少年遭受遺棄、身心虐待、買賣、質押，被強迫或引誘從事不正當之行為或工作。

四、兒童及少年遭受其他迫害，非立即安置難以有效保護。

直轄市、縣（市）主管機關疑有前項各款情事之一者，應基於兒童及少年最佳利益，經多元評估後，加強保護、安置、緊急安置或為其他必要之處置。

直轄市、縣（市）主管機關為前二項保護、安置、緊急安置或為其他必要之處置時，得請求檢察官或當地警察機關協助之。

經直轄市、縣（市）主管機關評估第一項各款兒童及少年之生命、身體或自由有立即危險或有危險之虞者，應移送當地司法警察機關報請檢察機關處理。

第一項兒童及少年之安置，直轄市、縣（市）主管機關得辦理家庭寄養，或交付適當之親屬、第三人、兒童及少年福利機構或其他安置機構教養之。

第 69 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體對下列兒童及少年不得報導或記載其姓名或其他足以識別身分之資訊：

一、遭受第四十九條或第五十六條第一項各款行為。

二、施用毒品、非法施用管制藥品或其他有害身心健康之物質。

三、為否認子女之訴、收養事件、親權行使、負擔事件或監護權之選定、酌定、改定事件之當事人或關係人。

四、為刑事案件、少年保護事件之當事人或被害人。

行政機關及司法機關所製作必須公開之文書，除前項第三款或其他法律特別規定之情形外，亦不得揭露足以識別前項兒童及少年身分之資訊。

除前二項以外之任何人亦不得於媒體、資訊或以其他公示方式揭示有關第一項兒童及少年之姓名及其他足以識別身分之資訊。

第一、二項如係為增進兒童及少年福利或維護公共利益，且經行政機關邀集相關機關、兒童及少年福利團體與報業商業同業公會代表共同審議後，認為有公開之必要，不在此限。

第 97 條 違反第四十九條各款規定之一者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得公布其姓名或名稱。

第 103 條 廣播、電視事業違反第六十九條第一項規定，由目的事業主管機關處新臺幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰，並命其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體違反第六十九條第一項規定，由目的事業主管機關處負責人新臺幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰，並得沒入第六十九條第一項規定之物品、命其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。

前二項經第六十九條第四項審議後，認為有公開之必要者，不罰。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項所定之罰鍰，處罰行為人。

本法中華民國一百零四年一月二十三日修正施行前，宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體之負責人違反第六十九條第一項規定者，依修正前第一項罰鍰規定，處罰該負責人。無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，處罰行為人。

兒童及少年福利與權益保障法施行細則(民國 109 年 2 月 20 日修正)

第 21 條 本法第六十九條第一項至第三項所定其他足以識別身分之資訊，包括兒童及少年照片或影像、聲音、住所、親屬姓名或其關係、就讀學校或其班級等個人基本資料

兒童及少年性剝削防制條例(民國 112 年 02 月 15 日修正)

第 2 條 本條例所稱兒童或少年性剝削，指下列行為之一者：

一、使兒童或少年為有對價之性交或猥褻行為。

二、利用兒童或少年為性交或猥褻之行為，以供人觀覽。

三、拍攝、製造、散布、播送、交付、公然陳列或販賣兒童或少年之性影像、與性相關而客觀上足以引起性慾或羞恥之圖畫、語音或其他物品。

四、使兒童或少年坐檯陪酒或涉及色情之伴遊、伴唱、伴舞或其他類似行為。

本條例所稱被害人，指遭受性剝削或疑似遭受性剝削之兒童或少年。

第 14 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體不得報導或記載有被害人之姓名、出生年月日、住居所、學籍或其他足資識別身分之資訊。

因職務或業務知悉或持有前項足資識別被害人身分之資訊者，除法律另有規定外，應予保密。

行政及司法機關所公示之文書，不得揭露足資識別被害人身分之資訊。但法律另有規定者，不在此限。

前三項以外之任何人不得以媒體或其他方法公開或揭露被害人之姓名及其他足資識別身分之資訊。

第 48 條 廣播、電視事業違反第十四條第一項報導規定者，由目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。

前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者違反第十四條第一項報導或記載規定者，由目的事業主管機關處負責人新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得沒入第十四條第一項規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。

違反第十四條第二項保密規定者，處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰。

違反第十四條第四項禁止公開或揭露規定而無正當理由者，處新臺幣二萬元以上十萬元以下罰鍰。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項所定之處罰對象為行為人。

第 50 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，為他人散布、傳送、刊登或張貼足以引誘、媒介、暗示或其他使兒童或少年有遭受第二條第一項第一款至第三款之虞之訊息者，由各目的事業主管機關處新臺幣五萬元以上六十萬元以下罰鍰。

各目的事業主管機關對於違反前項規定之媒體，應發布新聞並公開之。

第一項網際網路或其他媒體若已善盡防止任何人散布、傳送、刊登或張貼使兒童或少年有遭受第二條第一項第一款至第三款之虞之訊息者，經各目的事業主管機關邀集兒童及少年福利團體與專家學者代表審議同意後，得減輕或免除其罰鍰。

四、新聞報導應尊重個人隱私。除考量公共利益時，否則不得侵犯任何人私生活。當私人隱私損及公共利益時，媒體得以採訪與報導，但需盡全力防止不當傷害個人名譽及侵犯個人隱私，或造成媒體公審的情況。

【法令來源】：「民法」、「刑法」、「兒童及少年福利與權益保障法」（兒少）、「廣播電視法」、「衛星廣播電視法」、「後天免疫缺乏症候群防治條例」等。

五、新聞報導應避免歧視，包括性別與性傾向歧視。包括對種族、族群、國籍、膚色、階級、出生地、宗教、性別、性傾向、婚姻狀況、身心障礙者及所有弱勢者，在文字、聲音、影像、及動畫影片上均不得有歧視表現。

【法令來源】：「憲法」、「身心障礙者保護法」、「精神衛生法」、「廣播電視法」、「衛星廣播電視法」、「入出國及移民法」、「居住台灣地區之人民受歧視申訴辦法」、「文化基本法」、「社會福利基本法」。

入出國及移民法(民國 112 年 06 月 28 日修正)

第 62 條 任何人不得以國籍、種族、膚色、階級、出生地等因素，對居住於台灣地區之人民為歧視之行為。

因前項歧視致權利受不法侵害者，除其他法律另有規定者外，得依其受侵害情況，向主管機關申訴。

前項申訴之要件、程序及審議小組之組成等事項，由主管機關定之。

第 81 條 主管機關受理第六十二條之申訴，認定具有違反該條規定情事時，除其他法律另有規定者外，應立即通知違規行為人限期改善；屆期未改善者，處新臺幣五千元以上三萬元以下罰鍰。

居住台灣地區之人民受歧視申訴辦法(98 年 08 月 01 日施行)

第 2 條 居住台灣地區之人民對於任何人以國籍、種族、膚色、階級、出生地等因素所為歧視，致權利受不法侵害者，除其他法律另有規定者外，得向主管機關提起申訴。

第 3 條 申訴之提起，應自知悉受歧視致權利受不法侵害之次日起二個月內以書面為之。但侵害發生已逾一年者，不得提起。

前項申訴之提起，以主管機關收受申訴書之日期為準。但以掛號郵寄方式向主管機關提出者，以交郵當日之郵戳為準。

精神衛生法(111 年 12 月 14 日修正)

第 14 條 通訊傳播主管機關應監督廣播、電視及其他由該機關依法主管之媒體，以避免歧視病人。

第 38 條 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體之報導，不得使用與精神疾病有關之歧視性稱呼或描述；並不得有與事實不符，或誤導閱聽者對病人、保護人、家屬及服務病人之人員、機構、法人或團體產生歧視之報導。

病人或有第三條第一項第一款所定狀態之人涉及法律事件，未經法院裁判認定該法律事件發生原因可歸責於其疾病或障礙狀況者，宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體、機關、機構、法人、團體，不得指涉其疾病或障礙狀況為該法律事件之原因。

廣播、電視事業違反第一項規定事實之認定，中央主管機關應邀集各目的事業主管機關、專家學者、民間團體及媒體代表召開會議審查之。

任何人不得以公開之言論歧視病人、或不當影射他人罹患精神疾病。

第 78 條 廣播、電視事業違反第三十八條第一項或第二項規定者，由各目的事業主管機關處新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期未改正者，得按次處罰。

前項以外之宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者違反第三十八條第一項或第二項規定者，由各目的事業主管機關處負責人新臺幣六萬元以上六十萬元以下罰鍰，並得沒入同條第一項或第二項規定之物品、令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。

前二項以外之機關、機構、法人或團體違反第三十八條第二項規定而無正當理由者，處新臺幣二萬元以上十萬元以下罰鍰，並得沒入同項規定之物品，令其限期移除內容、下架或其他必要之處置；屆期不履行者，得按次處罰至履行為止。

宣傳品、出版品、網際網路或其他媒體業者無負責人或負責人對行為人之行為不具監督關係者，第二項所定處罰對象為行為人。

第二項所定網際網路、出版品、宣傳品或其他媒體之目的事業主管機關，指行為人或負責人所屬公司、商業所在地之直轄市、縣（市）政府。

(新增)文化基本法(108 年 6 月 5 日修正)

第 4 條 人民享有之文化權利，不因族群、語言、性別、性傾向、年齡、地域、宗教信仰、身心狀況、社會經濟地位及其他條件，而受歧視或不合理之差別待遇。

(新增)社會福利基本法(112 年 5 月 24 日修正)

第 4 條 國家應肯認多元文化，國民無分性別、性傾向、性別認同、年齡、能力、地域、族群、宗教信仰、政治理念、社經地位及其他條件，接受社會福利之機會一律平等。

政府對處於離島、偏遠地區或經濟、身心、文化、族群需要協助者之社會福利，應考慮其自主性及特殊性，依法律予以特別保障，並扶助其發展。

政府應尊重原住民族文化及族群之自主發展，依其意願，保障原住民兒童、少年、老人、婦女及身心障礙者之相關社會福利權益。

六、新聞報導應善盡事實查核責任。媒體為社會公器，製播新聞時應基於承擔公共責任及維護消費者權益之前提，將事實查證理念落實至採、編、播等環節，並明確責任歸屬。對於播送之內容應力求證據充足、避免無根據猜測，以確保產出內容的正確性。

七、錯誤報導更正處理。報導若有錯誤發生應儘速更正，必須依衛星廣播電視法第四十四條之規定，於接到要求二十日內，在同一時間之節目或廣告中加以更正。

參、分則

一、犯罪事件處理：

1.基於「無罪推定原則」，犯罪嫌疑人未經法院判決確定，採訪、報導與評論時，應考量其人權，並於播報時善盡告示義務。

2.尊重「偵查不公開原則」，報導應以公權力機關發言機制釋出的內容為優先。

- 3.採訪報導犯罪現場應於警戒線外為之；採訪「模擬犯罪現場」應依循偵辦單位規範。
- 4.避免以誇張、煽情、或刺激方式報導刑事案件。
- 5.避免詳細報導犯罪手法，以免產生模仿效應。
- 6.避免報導將犯罪者「英雄化」。
- 7.即時新聞報導與時事性評論節目避免以戲劇化手法呈現犯罪過程。

二、自殺事件處理：

- 1.自殺事件屬個人行為、個人情緒，且未造成公眾危害，或未涉及公共利益者，不予報導。
- 2.自殺事件屬大庭廣眾下的自殺、政治人物或具公眾形象之知名人士自殺、或與公共議題有關的自殺行為，得以謹慎的態度和較少之篇幅（時數）予以報導；惟仍應避免現場立即轉播。
- 3.報導自殺事件時，得透過警察機關取得相關資訊；至於醫院、住家、校園等重要場所，非經當事人家屬（或監護人）之同意，不得進行採訪及播出。
- 4.考量自殺事件恐引發之模仿效應，報導自殺事件時，應著重於事件本身的社會意義，不應揭露當事人之相關資訊，報導時更應避免出現燒炭、上吊、割腕、跳樓等刺激性字眼。
- 5.報導自殺事件應遵守「世界衛生組織」所訂定之規範：
 - A. 統計資料應謹慎及正確解讀。
 - B. 採真實與正確的資訊來源。
 - C. 即時評論應小心處理。
 - D. 避免「自殺潮」或「世界上最高自殺率地區」等字眼之推論。
 - E. 拒絕將自殺行為描寫成對社會文化之改變或墮落剝削之必然反應。
 - F. 避免聳動或誇大的報導方式。
 - G. 避免詳述自殺方法、過程及如何取得自殺物品工具之方法。
 - H. 不可將自殺動機說成「無法解釋」或簡化為單一原因。
 - I. 不應將自殺寫成是解決個人問題的方法。
 - J. 報導應考慮會不會對家人和倖存者造成傷害。
 - K. 不可對自殺行為與自殺者予以同情、肯定與頌揚。

三、人質事件處理：

- 1.以人質生命安全為最優先考量，不論人質事件處於未公開或已公開狀態，均不得有任何危及人質生命安全的採、編、製、播行為。
- 2.人質安全脫離犯罪行為人控制後之採、編、製、播，為避免侵害當事人隱私及造成二次傷害，應取得當事人同意始得為之。但檢警或其他主管機關主動發布消息者不在此限。
- 3.人質事件處於未公開狀態時，媒體一律不報導、不採訪。僅能向檢警或其他主管機關蒐集資訊做為背景參考。
- 4.人質事件處於已公開狀態時，應考量公共利益及遵守比例原則，審慎進行適當篇幅之報導。惟應配合檢警或其他主管機關的指揮，不得有危害人質生命、妨礙犯罪偵查的採、編、製、播行為。
- 5.不論人質事件處於未公開或已公開狀態，媒體應審慎履行專業任務，不可妨礙警方談判與營救任務，避免擅自與人質及犯罪行為人接觸，不可主動聯絡、採訪犯罪行為人或人質。若有無法避免之接觸，不做現場 LIVE 直播，並應盡速向警方報案。
- 6.人質事件已公開狀態下，媒體報導不可受到犯罪行為人操控，避免成為犯罪行為人的傳播管道。
- 7.人質事件已公開狀態時，媒體報導時應向檢警、或其他主管機關確實查證，避免揣測性的言詞，盡力平實呈現。擷取使用「網路資訊」時，應更加審慎，若涉及人質安全時，需向檢警或其他主管機關報備並配合其指揮。
- 8.人質事件已公開狀態時，謹慎處理關於家屬親友之報導素材，非僅呈現衝突現場，避免炒作情緒，避免擅自傳送訊息，審慎衡量相關報導是否會妨礙警方辦案與危及人質生命安全。
- 9.採訪報導人質事件之媒體從業人員，應注意自身採訪安全，與可能之心理創傷。

四、災難或意外事件處理：

- 1.應在封鎖警戒線外採訪、報導，避免妨害救難（援）工作之進行。急診室亦屬警戒範圍，未取得當事者或院方同意前，記者不得進入拍攝採訪。即使進入拍攝，亦應注意盡量不做「侵入式」採訪、拍攝。

- 2.在靈堂、救災指揮中心等，均應避免「侵入式」採訪、拍攝。
- 3.採訪罹難者家屬或傷者時，儘量在不傷害當事人的情況下抱持同理心，以審慎的態度與專業的技巧，進行採訪、拍攝，並且尊重受害者及其家屬之感受，避免造成二次傷害。
- 4.考量災難事件受害者／家屬的身心衝擊，避免加重心理創傷，報導製播時注意下列數點：
 - (1)避免過度呈現令人驚懼的畫面，對於意外災難現場所拍攝到的影像，必須加以嚴格審慎篩選後，才得以播出。
 - (2)對於意外災難事件之慘狀、或暴力攻擊之血腥效果，不做特寫拍攝，若無法避免拍攝，須在後製剪輯予以處理。
 - (3)勿過度使用悲傷者痛苦、哀嚎的影像，若有必須使用的理由，務必經過審慎過濾並且絕不濫用，或過度重覆播放。
 - (4)悲劇或災難發生一段時間之後，在畫面與報導篇幅比重上，應謹慎考量災民心理傷害，避免引發負面效應。
- 5.注意使用影片畫面之時效，加註字幕說明，以免引起誤解。
- 6.遇有重大災害或大量傷患，應向事故權責單位取得傷患名單、傷亡狀況及救治情形。
- 7.鑑於媒體的報導易引發受害者「創傷後壓力症候群（Post-Trauma Stress Disorder, PTSD）」，媒體應加強在職教育，進行災難新聞採訪、拍攝、製播之專業教育訓練，協助媒體工作者了解受害人心裡，減少傷害、誤解和衝突。
- 8.鑑於災難傷亡現場對採訪記者亦可能造成心理創傷，媒體應提供採訪記者事前以及事後之心理諮商或協助。

五、群眾抗議事件處理：

應遵守中立、客觀的報導立場，不得參與、唆使、導演群眾的抗議行為。

六、揭發未經證實訊息之處理：

對於檢舉、揭發或公開譴責私人、或機關團體之新聞，應與公共利益有關始得報導；且應查證，並在遵守平衡原則下進行採訪、報導。

七、醫療新聞處理：

- 1.採訪病患本人、家屬或保護人，須先表明記者身份，並獲得院方或當事人同意，方得進行採訪、報導。
- 2.記者進入醫院，應以不影響醫療作業、醫療安全或安寧秩序為原則；並遵守採訪區、攝影點及採訪動線之規定。手術室、加護病房、產房、急診室、燒燙傷中心、隔離病房、門診診察室與病房，於施行醫療作業時，未經院方或病患同意，不宜採訪，對涉及暴露病人生理隱私之畫面，不得播出。

八、重大流行疾病新聞處理：

- 1.對於重大流行疾病疫情之報導，應以政府主管機關發佈之資訊為準。
- 2.傳播媒體報導流行疫情與事實不相符合經各級主管機關通知其更正者，應立即更正。
- 3.傳染病病人或疑似感染傳染病之病人之姓名、病歷及病史等有關資料，除主管機關發佈之資料外，不得報導。
- 4.對於感染傳染病病人、施予照顧之醫事人員、接受隔離治療者、居家檢疫者、集中檢疫者及其家屬非經同意，不得對其錄音、錄影。

九、愛滋感染者或病患相關新聞處理：

- 1.以愛滋「感染者」取代「帶原者」的稱呼，以符合中央衛生主管機關常用語態，以去除社會污名，並應尊重感染者的基本尊嚴與權益。
- 2.未經當事人同意，不得進行錄音、錄影或攝影等採訪工作。家屬、保護人等之同意不代表當事人之意見。
- 3.社會事件當事人為愛滋感染者（或疑為愛滋感染者），但其愛滋感染身份與該社會事件無關者，應減少報導內容或標題涉及愛滋字眼。例：愛滋鴛鴦大盜搶超商。新聞報導應避免透過剪輯或其它報導方式影射愛滋感染者的危險性，或負面刻板印象。

- 4.新聞媒體應謹慎處理會鼓勵歧視、嘲笑、偏見、惡意中傷、侮辱愛滋感染者的素材。當新聞人事物出現錯誤愛滋知識或有歧視愛滋感染者行為，報導應負有傳遞正確知識及平衡歧視言行之責。
例：警察戴口罩偵訊愛滋感染者。

十、性與裸露事件處理：

- 1.不能播出正面全裸、生殖器或體毛之裸露鏡頭，且在文字、聲音、及動畫表現上，避免官能刺激及猥褻。
- 2.性行為之描述原則不得播出，但如報導與性教育有關者，仍應以謹慎、含蓄、小篇幅為原則。
- 3.因報導必要時，得保留下列不涉及猥褻或性行為之鏡頭：
 - A. 六歲以下兒童全裸。
 - B. 以裸露上半身為常習者。
 - C. 背面上半身裸露鏡頭。

十一、性別與弱勢族群相關新聞處理：

- 1.新聞應以客觀、非歧視字眼報導同志新聞，報導時不應將同性戀、跨性別等性少數，犯罪化、病態化，避免社會污名烙印。
- 2.新聞報導應避免散播或強化性別上的不平等、偏見、歧視和刻板印象，以免造成「性別決定論」或譴責弱勢者的不當效果。
- 3.新聞報導應避免物化女性（男性亦同），並不得使用侵略式的拍攝手法拍攝性特徵。
- 4.新聞報導應避免歧視資源弱勢的新移民、原住民等族群。包括在稱呼上，不使用外籍新娘、大陸妹、大陸新娘、越南新娘、泰國新娘、山胞、山地人、番仔等，應採用新移民、外籍配偶、大陸配偶、原住民等中性平等用詞，且不得宣傳或主張特定國籍或原始國籍、種族、族裔身分、膚色或出生地之優越或低劣。
- 5.新聞報導應避免污名化同居、離婚、單親、隔代教養、同志等各類家庭模式，或將各種社會問題歸因於當事人家庭模式，而使各種多元家庭受到社會歧視或誤解傷害。

十二、身心障礙者負面新聞處理：

- 1.未經當事人、家屬或及其保護人同意，不得對精神病人及其他身心障礙者進行錄音、錄影或攝影等採訪工作，並不得報導其姓名或住（居）所。
- 2.對於行為異常者，不得妄加揣測其為身心障礙者。
- 3.新聞報導不得使用與精神疾病有關之歧視性稱呼或描述，並不得有與事實不符或誤導閱聽者對病人產生歧視之報導。
- 4.相關新聞於報導從事不法或反社會行為等負面事件時應避免使用歧視性文字或身體及心理特徵以標籤化身心障礙者。
- 5.未經法院判決前，不得妄下結論或推測將社會事件發生原因歸究於當事人之疾病或其身心障礙。
- 6.新聞報導應盡量讓閱聽大眾正確認識並接納身心障礙者，並應避免將身心障礙者新聞透過剪輯或其他報導方式影射精神疾病的危險性或身心障礙者的負面刻板印象。
- 7.新聞媒體應避免處理會鼓勵歧視、嘲笑、偏見、侮辱、仇恨、惡意中傷身心障礙者的素材。

十三、靈異等超自然現象事件處理：

- 1.靈異、通靈、觀落陰、或其他玄奇詭異等涉及超自然現象，其情節讓人驚恐不安者，不得播出。
- 2.算命、風水、解運、或其他類似超自然事物，其描述令人驚恐不安，並易致觀眾迷信者，不得播出。
- 3.上述靈異等超自然現象或事物，如涉及宗教信仰或公共議題時，得審慎、少篇幅(時數)的採訪、報導。但如因此而導致兒童驚慌或焦慮不安之虞者，仍不得播出。

十四、電視媒體轉載網路新聞之相關製播處理：

- 1.製播網路來源新聞，應考量符合普級、闔家觀賞之原則。
- 2.考量網路平台屬低度管制，引用網路資訊時，宜強化查證程序，依據衛星公會新聞自律執行綱要分則，善盡查證責任。
- 3.針對網路霸凌事件中之無辜受害者，報導時秉持保護原則，注意案件當中可能涉及之侵犯隱私

權、兒少法、個資法、刑法等疑義，避免助長謠言傳遞，並提供專業諮商資源，俾便受網路言語中傷導致心理產生負面思維之閱聽眾，及時尋求專業協助。警語例示如下：尊重網路人權 iWIN「反霸凌專區」網安專線：02-2577-5118。

4. 秉持一貫自律精神，針對遭受性侵害、性影像、性騷擾、家暴之受害者以及未成年兒少，編採製播時，提升自律標準、善盡保護責任。
5. 針對性影像事件中之受害者，報導時秉持保護原則，避免譴責受害者，並提供專業諮商資源，俾便受性影像事件導致心理產生負面思維之閱聽眾，及時尋求專業協助。警語例示如下：不觀看、不持有、不譴責，「性影像處理中心」求助專線：02-6605-7373。
6. 考量網路平台資訊流通迅速廣泛，並且難以完全消除之特性，製播網路來源新聞時，宜審慎處理，避免不當侵犯當事人隱私與名譽。
7. 製播網路來源新聞宜註明出處，尊重原創作者之著作權。
8. 對於來自網路而來源不明的圖片或影片，應注意是否經過變造、拼湊、修改，必要時請影像處理專家協助辨識。
9. 製播網路來源新聞時，可參酌下列原則，審慎篩選網路資訊來源之網站：
 - (1) 查證該網站是否註明資料來源之時間與地點。
 - (2) 查證該網站資料最後更新時間。
 - (3) 查證該網站是否定期更新。
 - (4) 查證該網站之所有人是否為具有公信力之專業人士。
 - (5) 透過專業驗證網站，查證該網址之基本註冊資料及 URL 網域相關資料。

十五、涉己事務之相關製播處理：

1. 報導涉己事務，必須以新聞專業自主為前提，不能違反本新聞自律執行綱要。
2. 報導涉己事務，須遵循利益揭露原則。
3. 報導涉己事務，須遵循公共利益原則。
4. 報導涉己事務，須遵循多元平衡原則。
5. 報導涉己事務，須遵循比例原則。

十六、使用遙控直昇機空拍新聞事件之處理：

1. 注意公共安全與避免造成干擾，使用空拍機採負面表列自律原則：應避開下列區域：
 - (1) 交通部民航局公告之機場飛航管制區
 - (2) 博愛特區
 - (3) 中興寓所
 - (4) 軍事管制區
 - (5) 各地方獄政單位
 - (6) 高鐵、台鐵軌道上方的高壓輸電線路

十七、兒少保護對象新聞事件製播之處理：

1. 製播採訪兒童及少年相關新聞應以兒童及少年「最佳利益」為優先考量，本於善意原則，採取必要的保護措施，避免對當事人造成傷害。
2. 意外、不幸或災難事件新聞報導中，採訪過程與報導內容應考量兒童及少年當事人感受，避免造成二度傷害。若需採訪兒童及少年、或引用臉書與其他網路來源照片或影像時，應先取得兒童及少年及其監護人同意，並考慮未成年者未來可能的壓力，審慎使用。兒童或少年自殺事件，除涉及「公共利益」討論之特殊狀況外，避免報導。
3. 下列與兒童及少年相關的新聞事件，即使當事人、父母或監護人同意，報導中也不得呈現足以辨識身分之資訊，包括兒童及少年照片或影像、聲音、住所、親屬姓名或其關係、就讀學系或其班級等個人基本資料。
 - (1) 兒童及少年若涉及不法事件或有施用毒品、非法施用管制藥品或其他有害身心健康物質之情事。
 - (2) 遭受兒童及少年福利與權益保障法第四十九條明列之行為：
一、遺棄。

- 二、身心虐待。
 - 三、利用兒童及少年從事有害健康等危害性活動或欺騙之行為。
 - 四、利用身心障礙或特殊形體兒童及少年供人參觀。
 - 五、利用兒童及少年行乞。
 - 六、剝奪或妨礙兒童及少年接受國民教育之機會。
 - 七、強迫兒童及少年婚嫁。
 - 八、拐騙、綁架、買賣、質押兒童及少年。
 - 九、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為猥褻行為或性交。
 - 十、供應兒童及少年刀械、槍砲、彈藥或其他危險物品。
 - 十一、利用兒童及少年拍攝或錄製暴力、血腥、色情、猥褻或其他有害兒童及少年身心健康之出版品、圖畫、錄影節目帶、影片、光碟、磁片、電子訊號、遊戲軟體、網際網路內容或其他物品。
 - 十二、對兒童及少年散布或播送有害其身心發展之出版品、圖畫、錄影節目帶、影片、光碟、電子訊號、遊戲軟體或其他物品。
 - 十三、應列為限制級物品，違反依第四十四條第二項所定辦法中有關陳列方式之規定而使兒童及少年得以觀看或取得。
 - 十四、於網際網路散布或播送有害兒童及少年身心健康之內容，未採取明確可行之防護措施，或未配合網際網路平臺提供者之防護機制，使兒童或少年得以接取或瀏覽。
 - 十五、帶領或誘使兒童及少年進入有礙其身心健康之場所。
 - 十六、強迫、引誘、容留或媒介兒童及少年為自殺行為。
 - 十七、其他對兒童及少年或利用兒童及少年犯罪或為不正當之行為。
- (3) 遭受兒童及少年福利與權益保障法第五十六條第一項之行為：兒童及少年未受適當之養育或照顧。
- (4) 涉及否認子女之訴、收養事件、親權行使、負擔事件或監護人選定、酌定、改定事件之當事人或關係人。
- (5) 刑事案件或少年保護事件之被害人。
4. 爭議事件當事人，包括犯罪者、犯罪嫌疑人、或名人等之相關報導，應隱匿其未成年子女足以辨識身分之資訊，以保障其子女之權益。
5. 任何新聞事件若採訪兒童及少年當事人時，應考慮採訪內容對受訪者的負面影響，例如可能引起歧視、譏笑、敵意、與霸凌等效應。

十八、事實查核爭議之相關處理：

1. 報導時應持質疑態度客觀檢視事件訊息之正確性、合理性，妥就消息來源、訊息內容正確性進行嚴謹之查證。
2. 針對所有消息內容，包括網路資料或外電消息，均應多方求證，避免單一消息來源。
3. 採訪時或採訪後宜留下記錄，並保留查證過程資料以供事後查驗。
4. 新聞報導應註明引述來源，方便民眾訊息判斷。若對消息來源有保護義務時，應於新聞呈現時進行必要之隱匿。若因故無法就訊息充分查證或需要引用匿名之消息來源，應該於報導中說明，方便觀眾辨識。

十九、第三方影音素材電視新聞製播處理：

說明：

- 一、 第三方影音素材來源，包括來自於網路瀏覽器上的 UGC(user generate content)、民眾手機拍攝、監視器、行車記錄器等資訊與畫面來源，屬於事實的呈現，也是新聞素材的來源，本會會員取用其資訊或畫面作為新聞內容，藉由畫面試圖還原事發真相，找到觀眾關心的報導面向。
- 二、 然而隨著我國數位化設備普及、寬頻使用越趨於便利，數位化與新科技工具的使用，自然成為國人日常生活的一部分，因此，透過所謂第三方影音素材所產生的資訊，大量增加，也經常發展成為社會矚目的事件，受到機構式新聞媒體的使用或報導。
- 三、 基於第三方影音素材並無原罪，有其新聞報導的功能、與時代演進的背景，惟為避免過度濫用，或者引起意料之外的問題，本會擬定「第三方影音素材電視新聞製播處理自律規範」，如下：

1. 第三方影音素材之新聞題材，宜考量具有議題性、公眾性、公益性、教育性之議題，避免落入畫面迷思，避免僅選擇畫面驚悚的題材。
2. 製播第三方影音素材來源新聞，應符合畫面普遍級與闔家觀賞之原則。
3. 若基於製播之必要，而須完整呈現新聞事件始末者，內文、字幕、標題應避免過度詳細敘述暴力與恐怖的細節，第三方影音素材畫面使用，應根據必要性來判斷，避免過多篇幅、避免大量重複使用；若有血腥、暴力、恐怖畫面，應審慎判斷如何減至最低必要，並做好馬賽克、變色、或定格等等處理；主播與記者的旁白應平實呈現，減少主觀與強烈語詞的播報。
4. 第三方影音素材中，若部分畫面有妨害兒少身心發展之虞，應遵守「電視節目分級處理辦法」，製播新聞素材的處理角度、視覺與聽覺表現尺度與方式，審慎考量避免逾越普遍級標準。
5. 針對第三方影音素材新聞事件中之無辜受害者，報導時應秉持保護原則，注意事件中可能涉及侵犯隱私權、肖像權、兒權法、個資法、刑法等疑義；針對遭受性侵害、性騷擾、家暴之受害者以及未成年兒少，秉持一貫自律精神，善盡保護責任。
6. 若以第三方影音素材畫面作為新聞線索，應善盡查證責任，除了盡力連繫或採訪到影音上傳者，也要注意消息來源提供訊息之動機，並確認其真實性、拍攝時間、地點等；媒體記者並可視情況進一步挖掘事件的公共利益意義，避免僅轉述引用第三方影音素材畫面與資訊。
7. 製播第三方影音素材來源新聞應註明出處，尊重原創作者之著作權，並遵守著作權法之合理使用原則，避免無意間侵害他人權益。
8. 因應數位社會劇烈的演化，製播新聞應力求與時俱進、落實專業內控機制，第一線記者應具備動態判斷能力，核稿主管、編輯、編審則應發揮守門人功能，最重要的是，在採編製播流程中，能保持暢通的溝通管道、建立討論思辨的習慣。

肆、新聞自律協商機制

- 一、為強化自律新聞自律成效，自律委員會將視實際需要，依下列方式啟動協調機制：
 1. 自律委員認為需自律作為之新聞事件，得主動提議協商，經兩位以上委員（需為不同公司代表）連署，啟動協商機制。
 2. 共同性的新聞事件處理方式引發重大社會爭議時，得由主委主動啟動協商機制。
- 二、調機制由自律委員會執行秘書負責聯繫，以「衛星新聞頻道新聞自律協商機制啟動意見表」作為正式協商紀錄，並送諮詢委員會暨主管機關 NCC 備查，協商內容得視需要發布新聞。
- 三、各台簽署「衛星新聞頻道新聞自律協商機制啟動意見表」時，需明示「同意」或「不同意」之意見。「同意」者應依「協商內容」處理新聞，違反時將提委員會討論，並列入紀錄；「不同意」者視為放棄自律作為。

伍、違反新聞自律綱要之處理程序

- 一、為落實執行新聞自律執行綱要，如有衛星電視頻道嚴重違反本綱要之相關規定時，主任委員及自律委員得依自律協商機制之方式啟動處理程序。
- 二、處理程序經啟動後，應將違反本綱要之相關事證提報新聞自律委員會討論，並作成決議。
- 三、前項決議及處理方式應公佈於衛星電視公會網站，並副知本會新聞諮詢委員會，必要時得轉知國家通訊傳播委員會。

案例一（台灣少年權益與福利促進聯盟提供）

衛星電視新聞頻道內容反映提案表

播出頻道	TVBS 新聞台
播出時間	112 年 12 月 26 日
播出內容之情節	
少事法 83: 任何人不得於媒體、資訊或以其他公示方式揭示有關少年保護事件或少年刑事案件之記事或照片，使閱者由該項資料足以知悉其人為該保護事件受調查、審理之少年或該刑事案件之被告。	
	
雖為翻攝自社群媒體，但仍曝光該名少年其他刑事案件內容。	
各新聞頻道回覆意見	
謝謝委員寶貴的意見，我們會虛心檢討改進，並加強記者和主管的教育訓練。	

回覆人：TVBS 新聞台

諮詢委員：

案例二（台灣防暴聯盟提供）

衛星電視新聞頻道內容反映提案表

播出頻道	TVBS 新聞台
播出時間	113 年 1 月 18 日
播出內容之情節	
 色軍官調戲女下屬職場性騷擾怎防? 代購日藥觸法網拍地雷可別踩! 新聞"樺"重點 PODCAST TVBS大搜查線 @TVBSNEWS02 TVBS選新聞 58.1萬位訂閱者 訂閱 7 分享 下載 ...	
影片連結： 〔影片 00:46 開始〕 新聞提及事件發生於陸軍 ，一名林姓指揮官涉嫌在餐敘騷擾女下屬，多次搭配當事影片與畫面撥放，雖以馬賽克處理，但上述相關資訊之組合，仍然可能讓身邊親友或一般人直接識別被害人身分。尤其針對軍人職業特殊，女性人數本身就較少，更容易有被辨識出當事人的疑慮。 ● 依性騷擾防治法性騷擾防治法第 10 條之規定： 宣傳品、出版品、廣播、電視、網際網路或其他媒體，不得報導或記載被害人姓名或其他足資識別被害人身分之資訊。 ● 依中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會新聞自律執行綱要： 新聞報導應善盡保護性侵害、性騷擾被害人，及家暴受害人之責任。 因此如何保障被害人隱私不曝光，讓被害人可以不被打擾和受二次傷害，與如何更妥善報導此類新聞，提請討論。	
各新聞頻道回覆意見	
謝謝委員的意見和提醒，針對性騷的新聞我們會更加注意不能讓受害者被辨識，除了畫面影像和聲音之外，我們都非常小心處理不能露出個資，但對於服務的單位，因為涉及事後採訪有關單位的處置和說法，而不小心露出單位名稱，針對此事我們已經跟主管說明以後性騷新聞要更加小心處理。	

回覆人：TVBS 新聞台
 諮詢委員：

衛星電視新聞頻道內容反映提案表

播出內容之情節



二、有關台灣防暴聯盟的申訴，三立新聞台回覆如下：

1. 申訴內容指：新聞提及 **林姓** 指揮官酒酣耳熱居然對女下屬做出逾矩行為，多次搭配當事影片與畫面撥放，雖以馬賽克處理，但上述相關資訊之組合，仍然可能讓身邊親友或一般人直接識別被害人身分。

回覆：三立新聞除了對加害人及被害人的臉部均加以馬賽克處理，連玻璃上的當事人的反射倒影，也加以馬賽克遮蔽，避免因軍方的上下部屬關係，避免產生對被害人的個資連結。

2. 此一事件，係涉及國軍形像、利用職務權勢之性騷之公共利益案件，當事人之官階高，恐其對其他女性仍有侵害權益之可能性，在公共利益優先於個人利益下，三立新聞台指出加害人是林姓指揮官，但未揭露姓名，旨在保護其他女性官兵，亦是避免對被害人的身分產生連結。

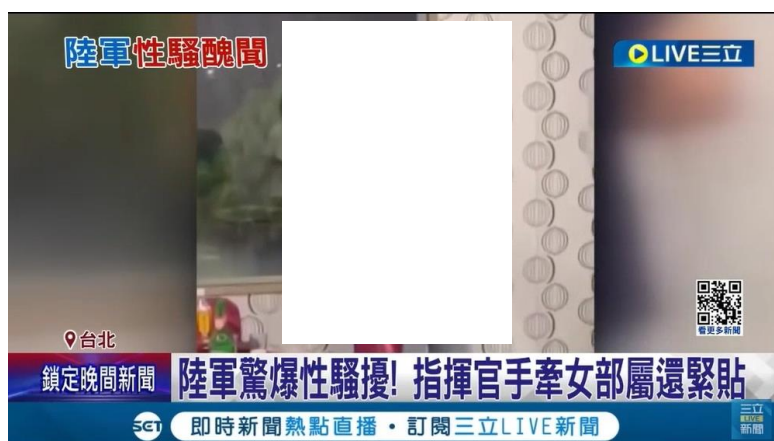
3. 針對申訴內容指：軍人職業特殊，女性人數本身就較少，更容易有被辨識出當事人的疑慮。

回覆：事實上，根據國防部統計資料，女性官士兵占國軍比例為 15.6%。其中空軍 18.4%、陸軍 14.2%、海軍占 13.9%。2021 成長到 15.6%，人數逾 26000 人。根據記者查詢相關單位，現有人數 800 多人，女性 90 多人。再者，軍方人士多具神祕保護色彩，若非其自揭具有軍人身分，一般民眾顯難知悉其軍人身分。

4. 在查證部分，三立新聞台採訪 **林員**，證實此事屬實，已將林員調離現職接受調查，後續依調查結果依法嚴懲；另有在地市議員黃敬平指 **指揮官** 涉不名譽事情，軍方一定會拔除；立法委員王定宇批評此舉嚴重傷害整體國軍形象，要求國軍加以整頓軍紀。

5. 綜合以上，三立新聞台針對性騷擾事件，新聞處理對被害人的個資加以保護，畫面亦加以馬賽克處理，同時有軍方、地方及中央民代的觀點，亦加註性騷擾防治的專線，提供民眾即時可用的資訊，對此民眾關心的國軍形象及風紀問題，符合社會公共利益的角度，並無不妥之情事。

附圖一



回覆人：三立新聞台

諮詢委員：

案例四（籐文化協會提供）

衛星電視新聞頻道內容反映提案表

播出頻道	東森新聞台
播出時間	出處源於 Youtube：113 年 1 月 27 日，不確定於電視上播出時間
播出內容之情節	
舉 〈直擊高雄排毒一條街！ 小姐騎樓攬客：很舒服〉[連結] 新聞為例，參照 《中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會新聞自律執行綱要》 撰寫分析如下：	
其他相關新聞補充： ● 三立：Youtube 影音 2024/2/19 〔你竟然是男生?! PO 美照誘"連結" 泰籍性別曝尋芳客驚呆 警掃蕩應召站驚見泰籍"男兒身"! 假觀光真應召仍難逃法網... 記者 陳亭汝 簡翰鳴 【LIVE 大現場】20240219〕 ● 民視：Youtube 影音 2024/2/19 〔傻眼！應召站標榜「大學生、小隻馬」攬客 警掃蕩赫見泰籍「男兒身」—民視新聞 ● TVBS：(目前未直接找到影音檔，連結為電視台官網圖文報導) 〔「男上加男」！泰籍正妹女大生竟是男兒身 買春老司機崩潰頻作嘔〕	
可能違反： 貳、五、新聞報導應避免歧視。包括對種族、族群、國籍、膚色、階級、出生地、宗教、性別、性傾向、 婚姻狀況、身心障礙者及所有弱勢者，在文字、聲音、影像、及動畫影片上均不得有歧視表現。 【法令來源】：「憲法」、「身心障礙者保護法」、「精神衛生法」、「廣播電視法」、「衛星廣播電視法」、「入出國及移民法」、「居住台灣地區之人民受歧視申訴辦法」。	
1. 標籤化問題：性工作者「國籍」是否必須提及？ 即使性工作者家鄉的國籍相當多元，當新聞上出現了特定國家，便更容易讓人將此國家與性工作連結，而發生「台灣性工作者應該常常來自這個國家」標籤化效果。 我們可以反思：若不提到工作者國籍，會否導致這篇新聞想要表達的「某地方某條街上容易發生性交易」重點無法被強調出來？事實上不提國籍是不影響的。	
可能違反： 貳、六、新聞報導應善盡事實查核責任。媒體為社會公器，製播新聞時應基於承擔公共責任及維護消費者權益之前提，將事實查證理念落實至採、編、播等環節，並明確責任歸屬。對於播送之內容應力求證據充足、避免無根據猜測，以確保產出內容的正確性。	
2. 詞彙易受混淆：性工作者、性消費者事實上不以「妨害風化」受處罰。 我國關於性交易的處罰，規定於《刑法》「妨害風化罪」罪章與行政法類的《社會秩序維護法》「妨害善良風俗」章節第 80、81 條。 且實務上以《社維法》罰鍰方式處罰性工作者及性消費者，也就是說性工作者或性消費者沒有犯罪，但違反規定而被罰錢。媒介性交易者，法律上才可能適用刑法「妨害風化罪」罪章。 但報導中用詞「涉嫌妨害風化」、「依妨害風化送辦」，容易使閱聽人誤以為性工作仍受到刑事法處罰。	

警方於文件、口語上的詞彙，也可能導致記者錯用。例如：「警察局第四分局取締妨害風化場所績效與查處色情行為廣告成果」表單裡寫到「取締妨害風化場所」，（刑事法）「妨害風化」的範圍應指「（提供硬體設施讓他人進行性交易的）場所（店家）」、「負責人及媒介色情者」、「性交易服務者、嫖客」是在場所裡（行政法）「妨害善良風俗」規範／處罰的對象。

表4、臺中市政府警察局第四分局取締妨害風化場所績效與查處色情行為廣告成果

Table 4. Result of Banning Obscenity and Confiscation of Pornographic Items & Advertisements by the Fourth Precinct, TCGPD

年 月 別 Year and Month	取締妨害風化場所績效 Result of banning obscenity					查處涉嫌色情行為 廣告成果查獲數 result of confiscation of pornographic items& advertisements	
	總計 Total		負責人及媒介色情者 person who's in charge or makes matches of sexual transactions	性交易服務者 person who provides sexual transactions	嫖客 person who pays to have sexual transactions		
	件數 Cases	人數 Persons	人數 Persons	人數 Persons	人數 Persons	件數 Cases	人數 Persons
民國109年 2020	25	59	32	25	2	35	79
1月 Jan.	2	5	3	2	-	2	5

3. 用詞混淆：「色情」不等於「賣淫」，符合「八大／特種行業」規定者可以合法營利。

一般而言當我們提到「色情」，指稱的行業不只有「性器交合的性交易」，也包含我國法規劃定出「舞廳、舞場、酒家、酒吧、特種咖啡茶室、視聽歌唱、夜店、三溫暖」這八大／特種行業中「有人陪侍」的「情慾產業」。

在我國，符合各縣市政府（都市計畫、土地使用分區）規定、經合法登記營業的八大／特種行業並不違法。涉及性器交合的營利行為（性交易），在我國才可能因違反《社會秩序維護法》而讓工作者、消費者「被警察取締」和罰鍰。

但至今警方的官方文件，仍常見如「取締色情績效」這樣稍嫌不精準的詞彙，被用來描述對性交易的執法。

可能違反：

參、十一、性別與弱勢族群相關新聞處理：

- 1.新聞應以客觀、非歧視字眼報導同志新聞，報導時不應將同性戀、跨性別等性少數，犯罪化、病態化，避免社會污名烙印。
- 2.新聞報導應避免散播或強化性別上的不平等、偏見、歧視和刻板印象，以免造成「性別決定論」或譴責弱勢者的不當效果。
- 3.新聞報導應避免物化女性（男性亦同），並不得使用侵略式的拍攝手法拍攝性特徵。
- 4.新聞報導應避免歧視資源弱勢的新移民、原住民等族群。包括在稱呼上，不使用外籍新娘、大陸妹、大陸新娘、越南新娘、泰國新娘、山胞、山地人、番仔等，應採用新移民、外籍配偶、大陸配偶、原住民等中性平等用詞，且不得宣傳或主張特定國籍或原始國籍、種族、族裔身分、膚色或出生地之優越或低劣。
- 5.新聞報導應避免污名化同居、離婚、單親、隔代教養、同志等各類家庭模式，或將各種社會問題歸因於當事人家庭模式，而使各種多元家庭受到社會歧視或誤解傷害。

4. 加重對受污名化族群的負面印象。

新聞應避免使用「賣淫」一詞，而應採用「性工作」、「性交易」等較為中性詞彙。

應避免以「薄紗」等強調衣著裸露之描述，加深閱聽人「提供性服務者通常須衣著較裸露，而衣著

較裸露的女性被理解為賣淫的妓女很合理」這樣可能導致對女性蕩婦羞辱（slut-shaming）的形象建立。

不論是《刑法》「妨害風化罪」罪章還是行政法類的《社會秩序維護法》「妨害善良風俗」章節，都仍將「提供或使用性服務」、「居間仲介性服務」定調為不道德的，否則不會有處罰。但但在全球性工作除罪化、合法化；性與情慾產業去污名的趨勢下，我國法律的用詞似乎也應朝向更為中性，並將性工作正常化、專業化之方向調整。

而在法律更新之前，期待新聞業者可以更積極地比法律進步得更快。

各新聞頻道回覆意見

1. 上述東森新聞報導中，記者在文稿提及「越南籍女子」穿著火辣、在店門口攬客等等，此說法乃根據警方提供的查緝資料及實地查訪過程中所見事實。警方在掃蕩色情的執法錄影中詢問從業女子：「你是台灣人嗎？」，該從業女子回答「越南」，記者依據客觀事實報導其為越南籍，並無歧視意涵。
2. 記者處理此則新聞，除了根據警方查緝的事實持平報導，亦在文稿後段強調「儘管有民眾覺得不能對店家亂貼標籤，但警方屢屢查獲色情賣淫的情況，也是不爭的事實」。
3. 新聞當中所使用的畫面，部分為警方執法的錄影畫面，部分為記者實地走訪九如路拍攝，但除了訪問段為近距離拍攝(已避開足以識別受訪者的特徵)，其餘皆為一定距離外以遠鏡頭拍攝，且畫面皆經馬賽克處理已達到去識別化。
4. 本台機會教育，已向編採同仁重申「色情不等於賣淫」，新聞處理應採用「性工作」、「性交易」等較為中性詞彙，避免使用「賣淫」一詞。且在非必要情況下，應避免提及性工作者的「衣著」及「國籍」、「族群」等資訊，以免造成歧視或刻板印象。

回覆人：東森新聞台

諮詢委員：