

從節目違規處分案例談 電視媒體自律機制

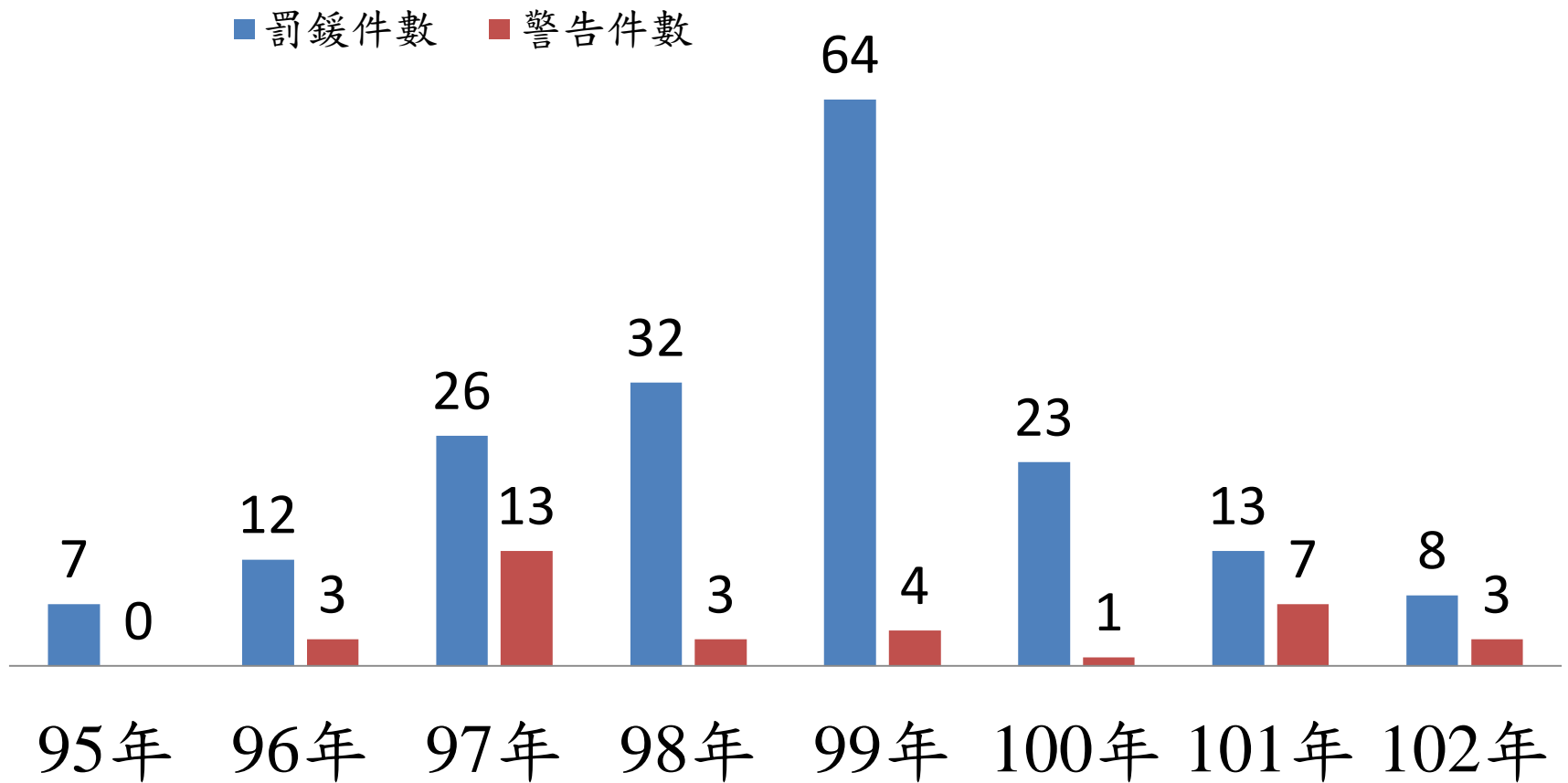
國立臺灣大學新聞研究所
谷玲玲

大綱

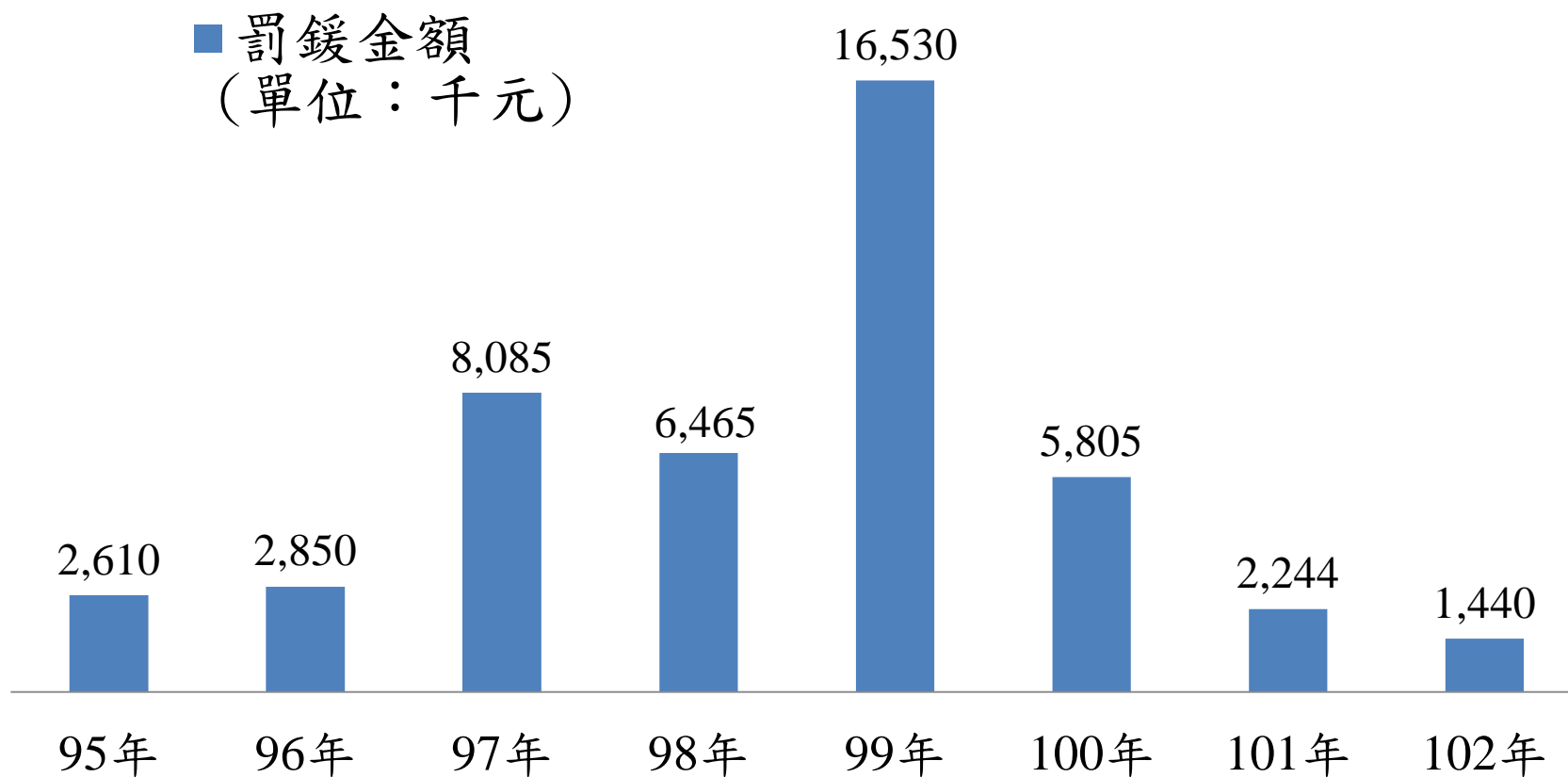
一些數字
一些委員
一些法規
一些想法

無線電視事業

無線電視歷年裁罰件數



無線電視歷年裁罰金額

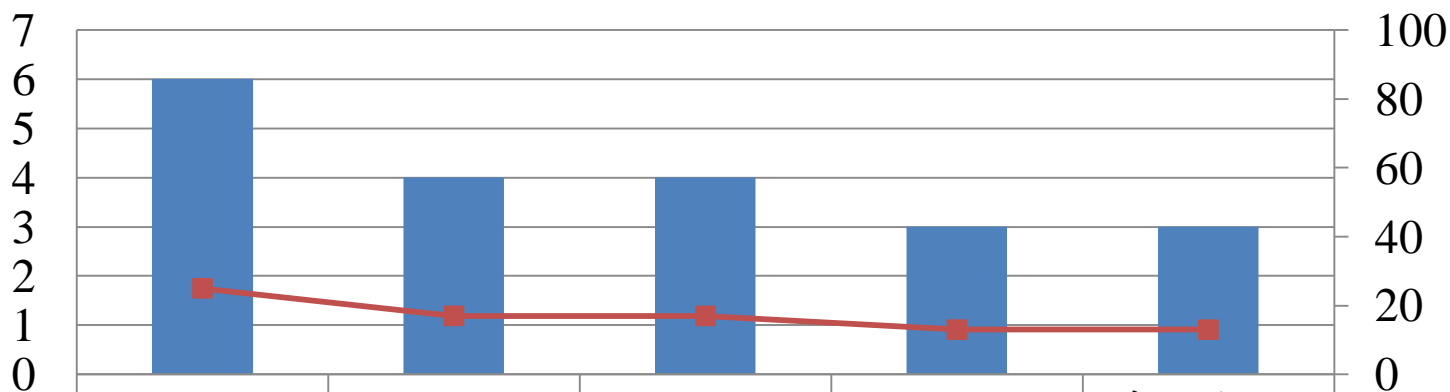


無線電視事業—主要違規類型1

次數

100年：共24次(僅列出前五名)

百分比



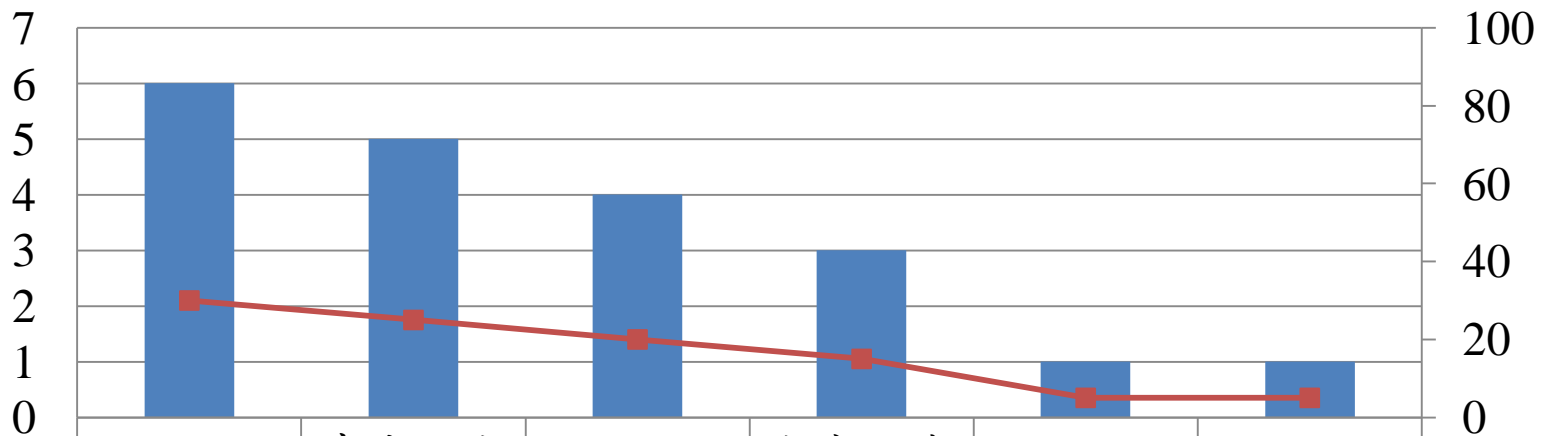
■ 次數	6	4	4	3	3
■ 比例%	25	17	17	13	13

無線電視事業—主要違規類型2

次數

101年：共20次

百分比



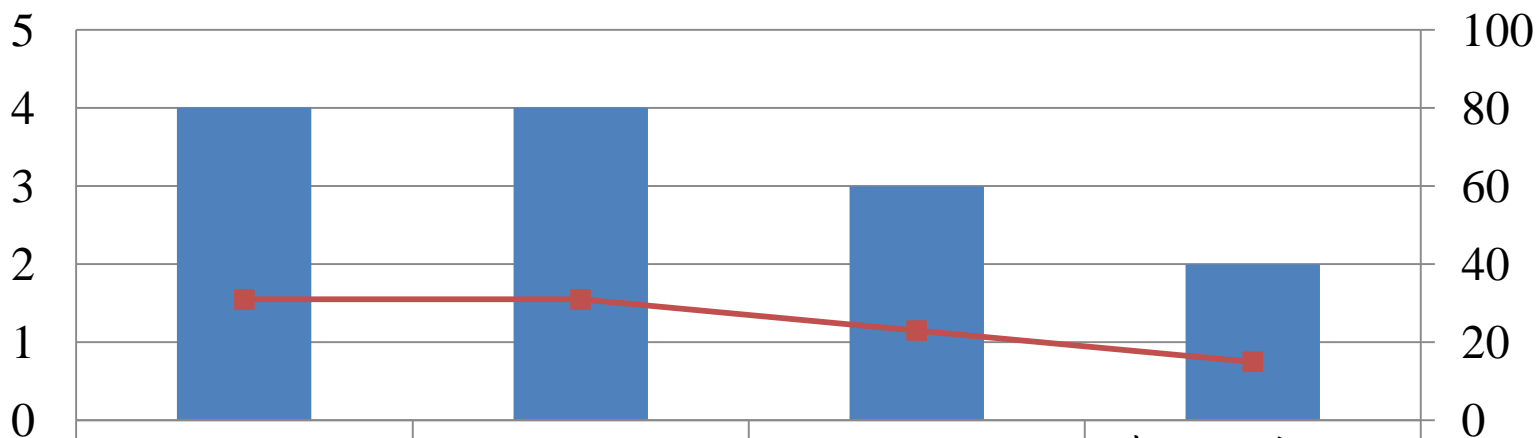
■ 次數	6	5	4	3	1	1
■ 比例%	30	25	20	15	5	5

無線電視事業—主要違規類型3

次數

102至103年1月底止：共13次

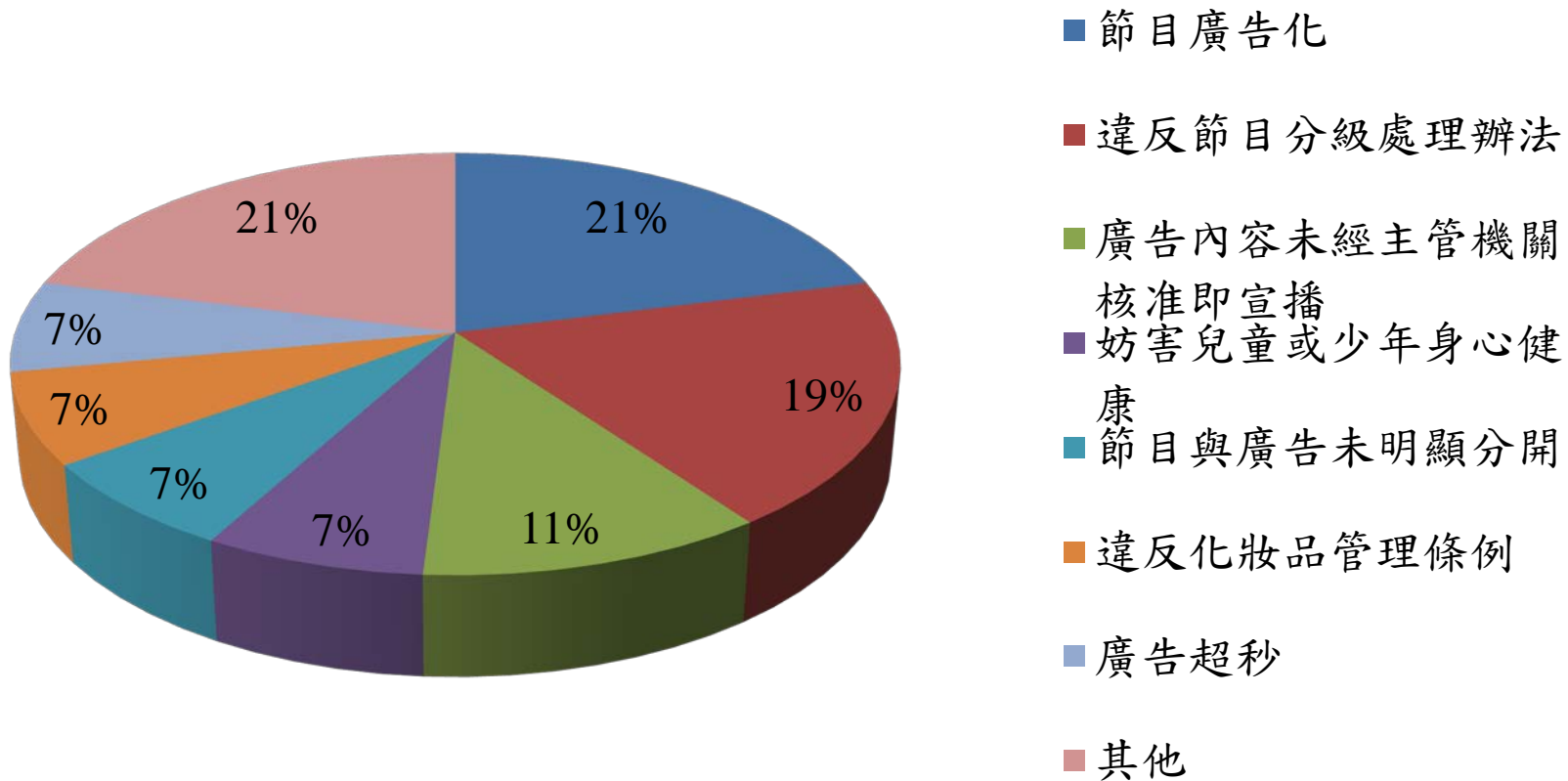
百分比



	違反節目分級處理辦法	節目與廣告未明顯分開	妨害兒童或少年身心健康	違反法律強制或禁止規定(化粧品衛生管理條例)
■ 次數	4	4	3	2
■ 比例%	31	31	23	15

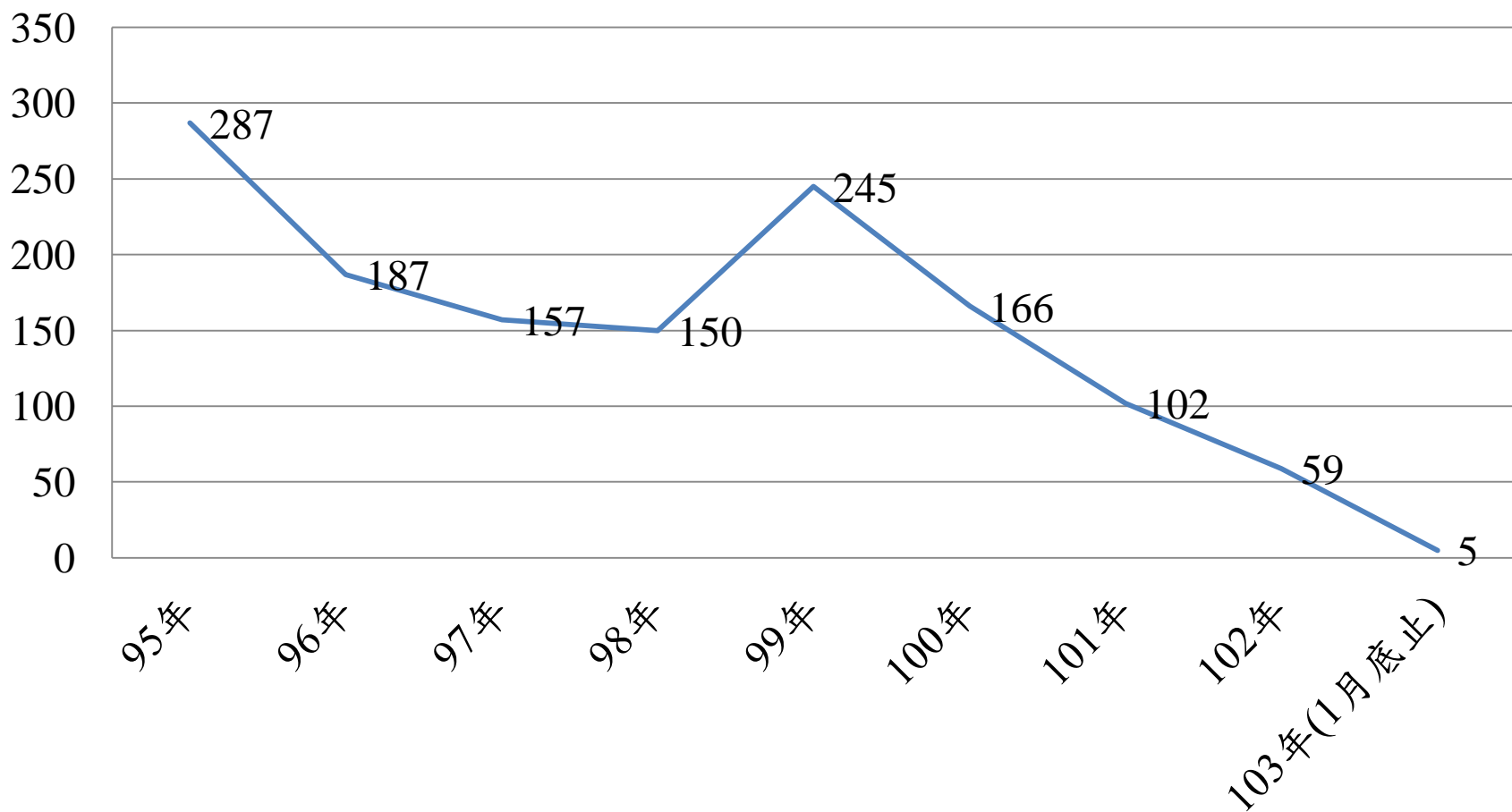
無線電視事業 近三年主要違規事實統計

100年—103年1月底止



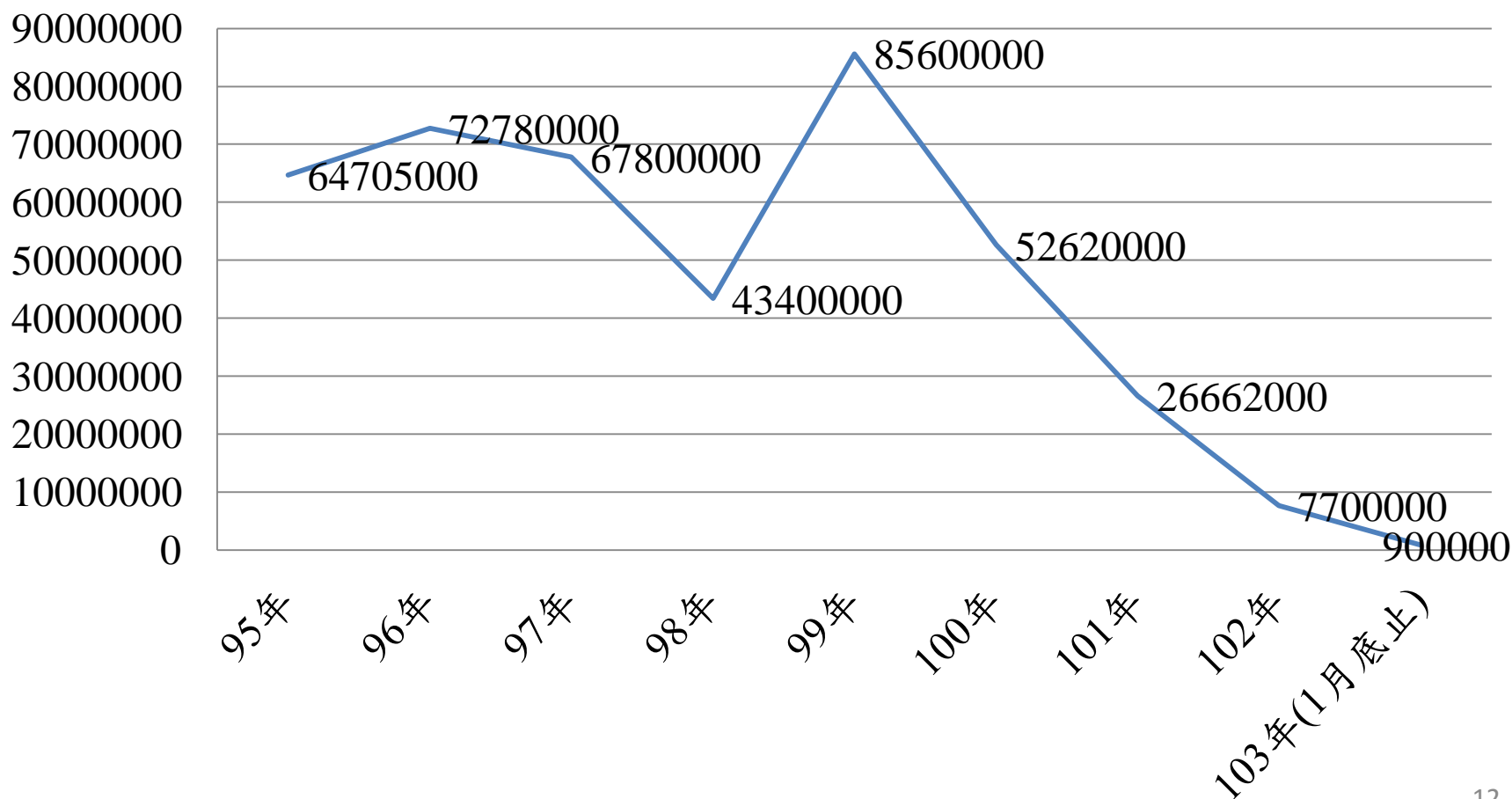
衛星廣播電視事業

衛星廣播電視事業歷年裁罰件數

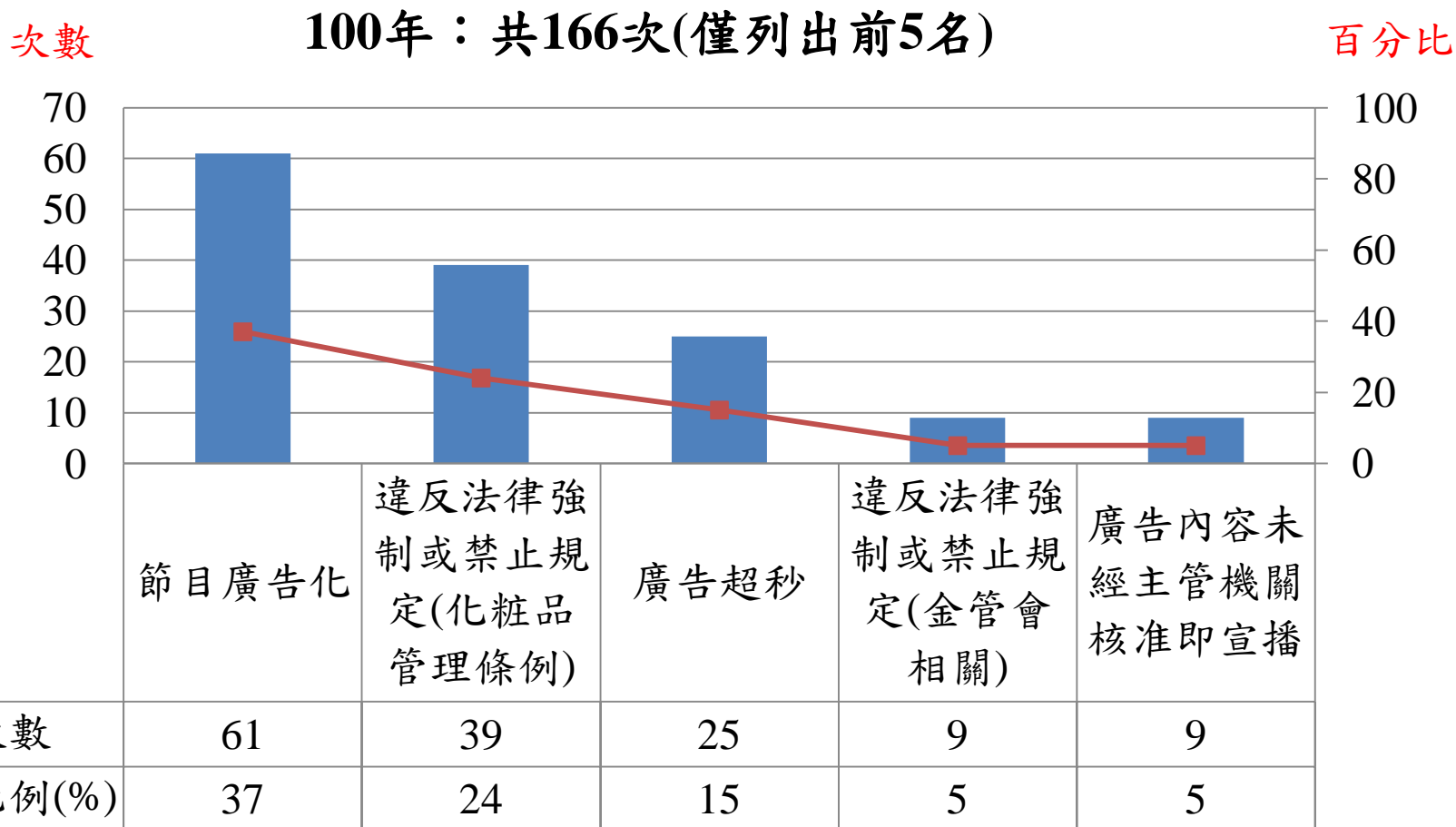


衛星廣播電視事業歷年裁罰金額

金額：新台幣(元)



衛星廣播電視事業－主要違規類型1

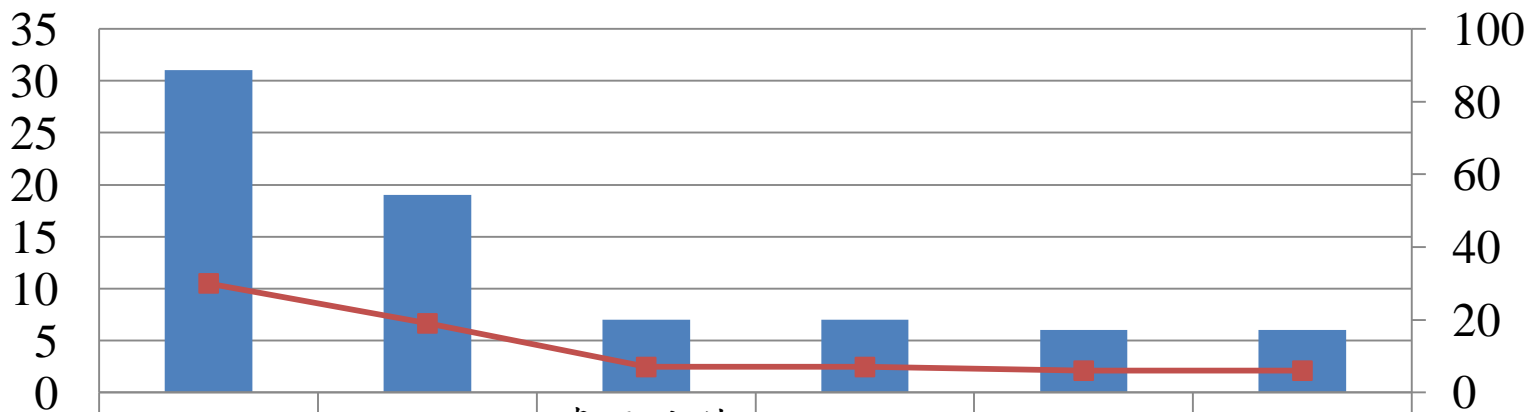


衛星廣播電視事業—主要違規類型2

次數

101年：共102次(僅列出前6名)

百分比



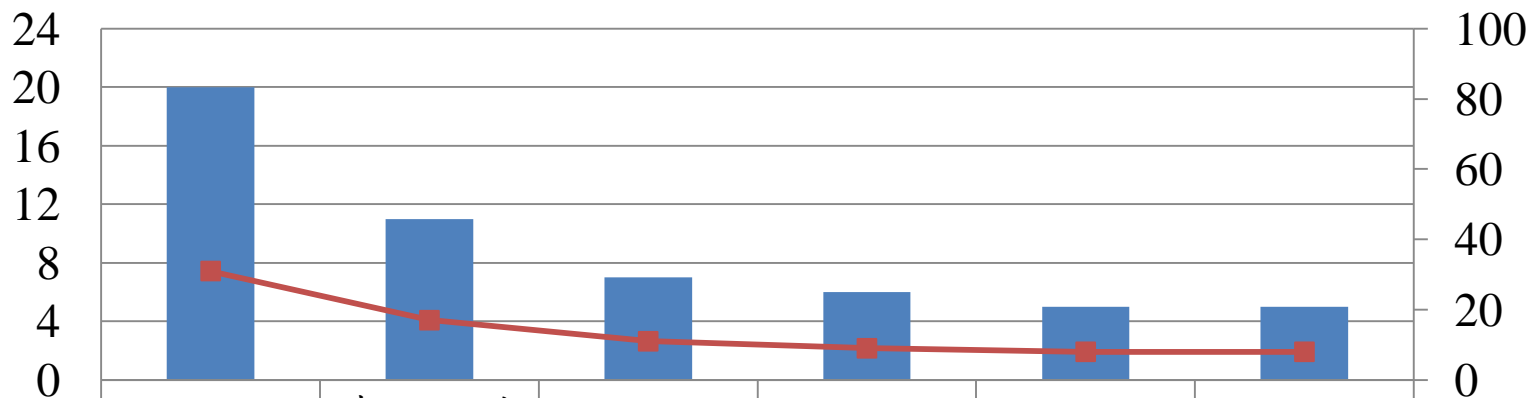
■ 次數	31	19	7	7	6	6
■ 比例(%)	30	19	7	7	6	6

衛星廣播電視事業—主要違規類型3

102年至103年1月底止：64次
(僅列出前6名)

次數

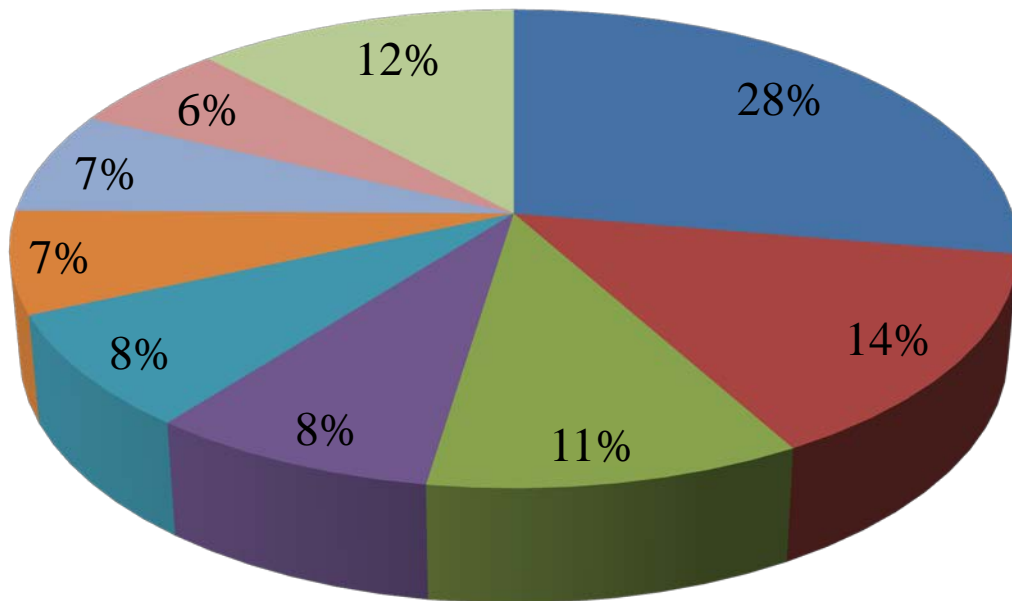
百分比



■ 次數	20	11	7	6	5	5
■ 比例(%)	31	17	11	9	8	8

衛星廣播電視事業 近三年主要違規事實統計

100年—103年1月底止



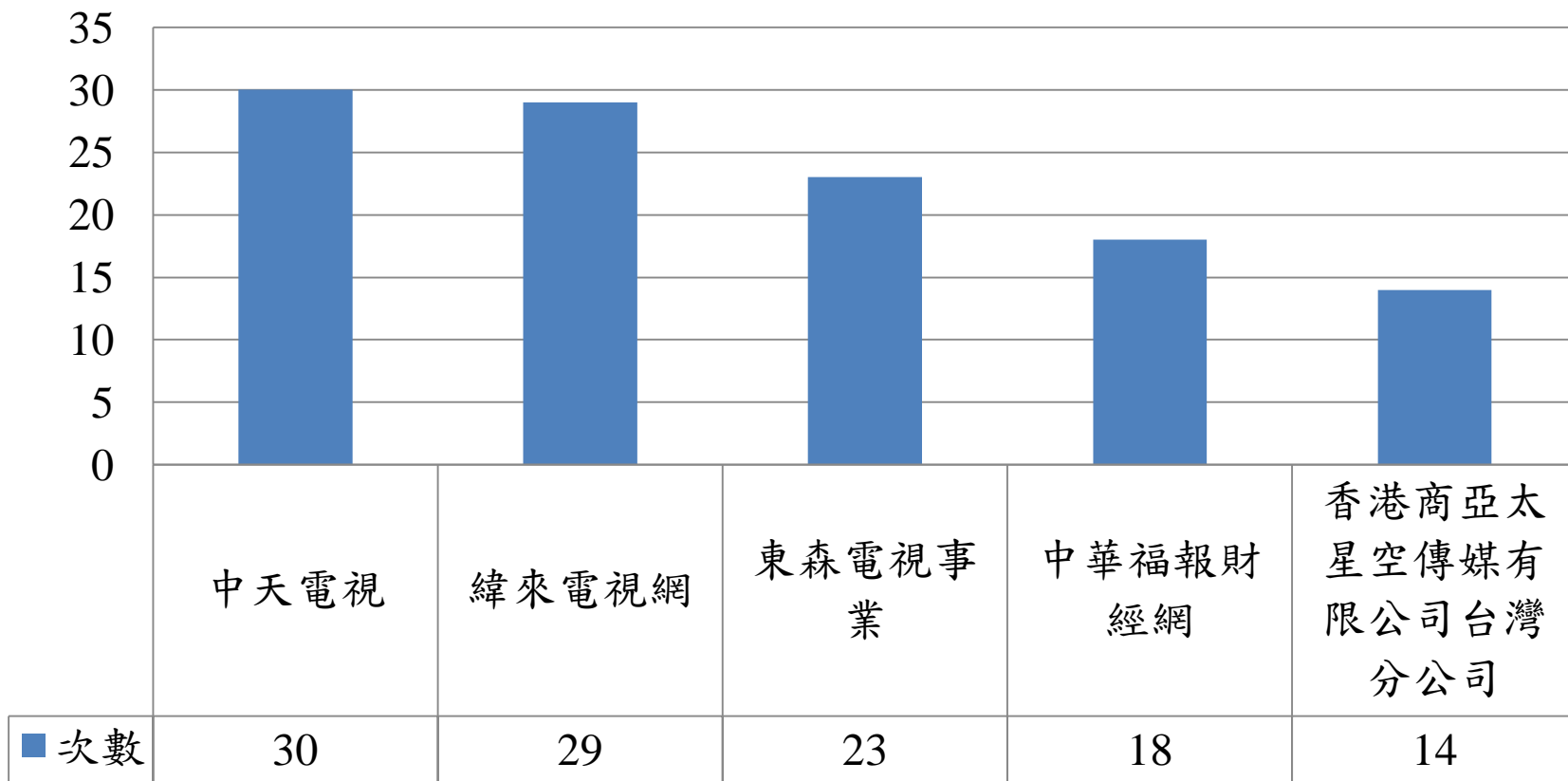
- 節目廣告化
- 違反法律強制或禁止規定(化粧品管理條例)
- 廣告超秒
- 妨害兒童或少年身心健康
- 違反法律強制或禁止規定(金管會相關)
- 節目與廣告未明顯分開
- 廣告內容未經主管機關核准即宣播
- 違反節目分級處理辦法
- 其他

衛星廣播電視事業—受處罰節目類型

違法事實	節目類型	案例
節目廣告化	健康節目、生活節目、綜藝節目	康健生活、生活玩家、女狼俱樂部
違反法律強制或禁止規定 (化妝品管理條例)	美妝節目、廣告	「LANAMI 時光精靈胎盤肌滑露」化粧品廣告
廣告超秒	各類型節目均出現	
妨害兒童或少年身心健康	新聞節目、電影節目、綜藝節目、靈異節目	台視晚間新聞、中視午間新聞、康熙來了
違反法律強制或禁止規定 (金管會相關)	財經節目	大勝先機、期股大贏家

衛星廣播電視事業 近三年受處分單位統計(前5名)

次數



NCC媒介內容裁罰程序

Step 1 民眾透過「傳播內容申訴網」申訴可能存在問題的媒介內容

Step 2 依法於播送日起15日(無線廣播電視)或20日(衛星電視頻道)內調閱播出資料

Step 3 召集NCC諮詢委員開會

Step 4 獲過半數出席諮詢委員共識之處理建議，依其建議提請NCC委員會議審議

Step 5 若未獲過半數出席諮詢委員共識之意見，以「發函改進」建議提請NCC委員會議審議

Step 6 NCC審議，核定裁罰結果並公告

廣播電視節目廣告諮詢會議

廣播電視節目廣告諮詢會議宗旨

- 擴大公民參與及廣納社會多元觀點

審議內容：

- 無線廣播電視之節目、廣告。
- 有線廣播電視之節目、廣告。
- 衛星廣播電視之節目、廣告。



- 涉有違反兒童及少年保護、公序良俗、內容分級或其他違法情節之節目或廣告內容處理，先提請諮詢會議討論並作成處理建議後，再提NCC委員會議審議

廣播電視節目廣告諮詢會議組成

委員39至51人，由NCC會外人員組成

- 任一性別代表不得少於三分之一
- 專家學者19至23人
- 公民團體代表15至19人
- 內容製播實務工作者5至9人



廣播電視節目廣告諮詢會議議決

委員多數決

- 違反法令／嚴重程度
- 發函改進
- 不予處理
- 行政指導



現行法規

- 衛星廣播電視法17條：不得播出內容：
 - 違反法律強制或禁止規定
 - 妨礙兒童或少年身心健康
 - 妨礙公共秩序或善良風俗



現行法規（續）

- 衛星廣播電視法19條：節目應維持完整性，並與廣告區分
- 電視節目分級處理辦法：普、護、輔、限



衛星廣播電視法修正方向

- 增訂衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之**自律**及**內部問責機制**，包括內部控管機制及節目編審制度。
- 增訂新聞頻道或經主管機關指定之衛星頻道節目供應事業應設置**自律規範機制**；製播新聞如違反事實查證原則，應將該新聞送請事業設置之自律規範機制調查後，再送請主管機關審議。
- 增訂主管機關就衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之節目內容相關事項應召開**內容諮詢會議**。



衛星廣播電視法修正方向（續）

- 增訂禁止播送受政府委託為置入性行銷之節目，或播送受政府委託而未揭露政府出資、製作、贊助或補助訊息之節目；及禁止新聞報導及兒童節目為置入性行銷，一般性節目如有置入性行銷或接受贊助者，須揭露置入者及贊助者訊息。



置入性行銷規範

電視節目從事商業置入性行銷暫行規範 (10/5/2012 NCC公告)

一般原則

- 尊重節目編輯獨立與完整。
- 自然呈現，並不得於節目中過度呈現商品、商標或商業服務。
- 不可直接鼓勵消費特定商標、商品或商業服務。
- 必須向觀眾清楚揭露置入事業、機關（構）、團體或個人之商標、商品或商業服務訊息。
- **置入商標、商品或商業服務之時間不得超過每一節目播送總時間百分之五、置入畫面不得超過螢幕四分之一。**

特定原則

- 商品、商標或商業服務呈現之素材、表現方式或內容，不得在主題或處理上，對人性尊嚴、性別、族群、宗教信仰、身心障礙、身體、年齡等，出現具貶抑、嘲弄、污蔑、歧視、誹謗、猥褻或有令人反感、攻訐之詞句或內容。
- 商品、商標或商業服務呈現之素材、表現方式或內容，不得用嘲弄語言貶損競爭者或競爭商品。
- 商品、商標或商業服務呈現之素材、表現方式或內容，不得對未滿十二歲者置入
- 商品、商標或商業服務呈現與性有關之素材、表現方式或內容，不得有猥褻、色情、淫穢之言語、聲音或誇張之動作。
- 商品、商標或商業服務呈現與暴力有關之素材、表現方式或內容，不得有血腥、恐怖、或令人反感、恐懼之表現。
- 不得利用視聽眾對法律、醫藥等專門性知識之信賴心理，進行特定商品、商標或商業服務之推廣。
- 商品、商標或商業服務呈現之素材、表現方式或內容，不得鼓勵與健康、安全或環保等議題有關之偏見。

揭露原則

- 揭露之時機及方式，依下列原則擇一處理：
 - (一) 於節目結束時，呈現置入事業、團體或個人之名稱或商標，不得有廣告訊息，且所有置入者揭露總時間以20秒為限，不計入廣告時間。
 - (二) 於節目結束後，呈現置入事業、團體或個人之名稱或商標。

展望電視媒體自律

內部自律

VS.

外部監督



Thank You

敬請指教

Q&A