

# 工作報告

## 一、 政策溝通

### (一) NCC 修訂節目廣告區分認定原則

NCC 於 96 年 3 月擬修訂新聞局 90 年發布實施之「節目廣告化或廣告節目化認定原則」，並將名稱修正為「國家通訊傳播委員會節目廣告區分認定原則」，由於多朝嚴格管制的方向擬定，因此，本會鍾秘書長邀集法務聯誼會成員於 3 月 16 日開會研議對策，經決議於 3 月 19 日公聽會時表達反對意見，公會並研擬說帖建請 NCC 暫緩通過該原則，建議 NCC 應邀集產、官、學、消費代表共同研定合理可行並有助於消費權益、產業發展及內容自律之具體方案後再行實施。公聽會當日，雖本會會員及鍾秘書長均發言表達反對立場，然 NCC 仍希望各界能針對相關修正條文提出建議，本會遂在彙整各會員意見後於 3 月 21 日正式向 NCC 提出，主要是建議如節目沒有促銷廣告之意圖，僅單純為提供消費者相關資訊，且在不影響收視權益的前提下能適度放寬認定原則，以免對消費者、電視產業及整體經濟發展產生嚴重影響。

### (二) NCC 修正「電視節目分級處理辦法」

96 年 4 月 NCC 研議修正「電視節目分級處理辦法」，並公開徵詢各界意見（4 月 10 日前），經秘書處研擬相關修正條文，並依 4 月 2 日法務聯誼會議之意見修正後，於 4 月 9 日正式向 NCC 提出。本會建議 NCC 能因應社會之變遷而放寬各級別節目的認定標準，修正新聞節目僅

能播出「普」級節目之規定，讓新聞節目能因新聞內容之需要及依照分級規定之時段播送其他級別的內容，並爭取 16 至 19 時能播出「護」級的電影節目，19 至 21 時能播出「護」級的一般節目。前述兩案刻正研議當中，對於節目之管理仍依照原新聞局之規定辦理；唯近來公會積極與 NCC 溝通，對於各頻道播出之資訊性節目希望能建立自律規範，並由自律委員會監督執行，希望能朝自律、他律、法律之方向，建立政府、消費者、產業三贏的局面。

### （三）開放數位無線電視第二單頻網建議案

NCC 延續 95 年度研議開放數位無線電視第二單頻網之規劃，於 96 年 5 月 9 日再次邀集政府、業界及民間團體代表召開「第二梯次數位無線電視執照開放計畫方案聽證會」，鍾秘書長於會中提出建議希望能儘快開放讓衛星電視及內容業者參與，以引進多元、多面向之內容，加強數位無線電視之推廣。然後續因無線電視積極拜會相關部會，並以播出 2008 奧運及高畫質數位電視為由，建議行政院能協調各部會於 96 年 11 月前將該頻譜無條件釋出給無線電視使用；為避免政策轉變影響本會會員參與競標之權益，本會於 96 年 10 月 5 日致函行政院林逢慶政務委員，並副知 NCC、交通部、新聞局，建議本案仍應以 NCC 所提之開放方式（審查加競標）辦理。本案 NCC 及交通部之建議案均採審查加競標之模式，唯行政院尚未核定本案。

### （四）中華電信 MOD 上架服務資費建議

中華電信於 96 年 7 月 16 日舉辦「MOD 業務說明會」，並就 MOD 內容上架服務服務資費草案提出說明，不僅要求設定費與異動費，上架月租費高達每頻道每戶每月 6.5 元，嚴重偏離市場行情，恐因此阻礙頻道上架意願影響產業發展，本會遂於 96 年 7 月 27 日致函 NCC 建議 MOD 不應收取設定費與系統異動費，並可考慮增加以拆帳方式與頻道業者共同合作經營，透過雙方互利模式，吸引更多頻道參與經營，以加速 MOD 平台的推廣與普及。MOD 費率及營運模式經 NCC 審查後已於 10 月間定案。

(五)「固定通信業務管理規則」第六十條之一第一項第四款釋義案。

NCC 於 96 年 5 月 21 日發佈修正「固定通信業務管理規則」部分條文，開放市內網路業務經營者得以設置多媒體內容傳輸平台提供多媒體內容服務，以解決目前內容傳輸平台不足之問題，然該管理規則第六十條之一第一項第四款規定：「經營者經營多媒體內容傳輸平台服務，其營業規章應載明第五十條第二項所定事項及下列事項：四、確保內容服務提供者之銷售方式，得讓用戶自行選購單一或不同組合之內容服務。」為避免未來遭解釋成「同一內容服務提供者一定要提供單一及不同組合之內容服務讓用戶選擇。」而影響頻道之經營模式，本會遂於 96 年 7 月 2 日函請 NCC 釋示，案經該會於 9 月 7 日函覆表示，該條款係規定「平台須提供單一及不同組合之內容供消費者選擇，並非限制單一內容服務提供者一定要提供單一及不同組合之內容服務」，有利於本會會員於 MOD 之經營。

(六) 通訊傳播管理法草案建議

NCC 於 96 年 9 月 10 日公佈該會研擬之「通訊傳播管理法」草案，本會於彙整會員意見後於 9 月 26 日該會舉辦之公聽會中提出，建議重點為減少必載頻道之數量、分組付費俟機上盒普及後再來實施、放寬置入性行銷等。

NCC 彙整各界意見後，於 96 年 11 月下旬再次公佈第二版本，將原草案第七十一條系統不得插播廣告之規定修正為得經由協議插播廣告；由於影響產業甚鉅，理事長及部分理監事、會員代表乃於 12 月 5 日拜會 NCC 蘇主委，希望在顧及消費權益及產業發展的前提下，回復為初版條文，並在 NCC 的協調下提出不得插播廣告及廣告時段 90% 屬頻道 10% 得由頻道優先買回之兩種建議案併陳 NCC 委員會討論，委員會討論後仍維持經由協議插播廣告之版本，並已送行政院審議。

由於該草案仍將會徵詢各部會之意見，本會鍾秘書長於 97 年 1 月 15 日電洽新聞局廣電處曾處長，表達本會對七十一條不宜插播廣告之看法，建請新聞局基於發展數位內容產業之角度予以協助，並於 97 年 3 月 20 日行文行政院提出建議，未來本案在行政院及立法院審議時，將分別尋求新聞局及立法委員之協助，以制定出對會員有利之條文。

## 二、產業協調

### (一) 協助辦理廣告音樂公播權認證

為避免本會會員在未獲得著作權人授予廣告音樂及錄音公播權之情

況下播出廣告帶，導致涉及違反著作權法之情形發生，經本會會員授權及理事長及理監事之推動下，本會自 96 年 6 月 22 日開始實施廣告音樂公播權認證制度，截至 97 年 3 月 31 日止共完成認證 6,646 支廣告音樂。

藉由認證制度的實施，確保會員在音樂公播權的談判取得有利地位，此案已獲得廣告音樂著作權人之正面回應，建議以較合理的價格與本會會員於去年底至今年初陸續完約。

## （二）著作權法與著作權仲團條例修正案

鑒於本會推動請上游取得廣告音樂著作公播權及支付公播費用案始終遭到各方杯葛，正本清源仍應從修正著作權法著手，經本會理監事會決議，並由理事長偕同中天陳總經理、年代王執行董事、TVBS 陳依玫協理及各新聞台負責人共同推動著作權法第三十七條第七項：「廣告製作人應於製作時取得重製及公開播送之授權。未取得授權者，廣告播送人就其公開播送行為不夠成侵權行為。」本案經上屆立法委員一百餘人連署，然因適逢大選會期較短致未能在上會期結束前通過，未來本案仍將持續推動，以就源解決音樂公播權之問題。至於仲團條例修正案目前該修正草案已送到立法院，未來本會將配合無線電視、廣播等產業公協會共同朝有利於產業發展之方向推動本案。

## （三）MUST 廣告音樂公播費用案

MUST 擬於 96、97 年度調漲 20% 廣告音樂授權費用，大多數會員雖無法接受，但礙於 96 年 6 月間本會正推動廣告音樂認證制度，為避免

兩面作戰腹背受敵乃勉予同意，唯 MUST 主張自 98 年將依經濟部智財局審定之費率上限及各公司營收狀況計費，將造成 MUST 授權費用大幅提高，為此各法務主管已多次開會，預定於 97 年 5 月間向智財局陳情希望能重審 MUST 費率。

#### （四）協助各縣市有線電視費率

96 年 11 月間台北市政府公佈有線電視每月費率調降 20 元後，為避免發生連鎖反應，造成各縣市費率往下崩盤之現象，理事長多次邀請理監事及各新聞台負責人會商穩定費率政策，並協助與台北縣、桃園縣、新竹縣市、台中縣市、台南縣市、高雄縣市、彰化縣、屏東縣及相關縣市溝通，部份縣市基於消費保護立場仍有往下微調，但總體而言仍能維持基本費率空間，不致過度影響產業發展。

#### （五）廣告開口之協調

97 年 1 月 22 日台北市媒體服務代理商協會（MAA）致函本會表示，希望各衛星電視頻道正視系統廣告蓋台日益嚴重之問題，以保障廣告主之權益，本會隨即於 1 月 24 日發函全省系統業者改善廣告插播亂象，以維護上游廣告相關產業之權益，並於 1 月 31 日邀集五大 MSO、獨立系統及頻道代表，就廣告時段開口案進行協調，並做成決議，請系統業者對於已進行廣告買回之頻道，不再置入地方廣告，尚未廣告買回之頻道，敬請系統業者依照本會會員所屬頻道同意廣告開口之時段，置入地方廣告，以共同促進產業發展，維護消費權益；未來頻道、系統將朝廣告買回方式協商。

本會並於 2 月 5 日致函全省有線電視依會議結論處理廣告插播問題，並致函地方政府請其協助輔導，亦將本案之處理情形函告 MAA 知悉。

### 三、新聞自律

#### (一) 新聞台收視率由一分鐘改為十五分鐘

為減少過度追逐收視率對新聞品質產生之影響，並為提升新聞頻道的整體形象，經各界呼籲並在 NCC 劉幼琍委員之協助下，本會於 96 年 4 月 11 日召開「灌溉新聞自律大環境 破除分秒必爭收視率」記者會，由各新聞頻道代表與 AGB Nielsen 簽約，將新聞收視率由每一分鐘調整為每十五分鐘發布之型態，NCC 蘇主委、劉幼琍委員、本會新聞諮詢委員會張錦華主委亦親臨指導並表肯定。

#### (二) 選舉開票自律活動，獲得 NCC 肯定

鑒於 97 年 1 月 12 日舉行之第七屆立法委員選舉，首度採行小選區制度，對選務工作亦是一大考驗，本會新聞自律委員會開會討論並決定延續「2004 年九台連署不自行計票聯合公約」的高度自律精神，各家電視台採取一致作法，除以中選會發佈之票數作為鏡面製作上主要之依據外，各電視台提供候選人之計票數字應以真實為原則，並以公平、公正、公開的方式呈現，同時呼籲各界共同監督電視台轉播開票作業。新聞台之代表包括年代、東森、中天、民視、三立、TVBS、非凡、八大以及無線電視的台視、華視，於 96 年 12 月 26 日在本會新聞諮詢委員的見證下完成聲明

稿之簽署，各家電視台將本於服務觀眾的職責，全力製播選舉新聞與節目呈現給閱聽大眾；NCC 在完成開票後的 1 月 14 日，發布新聞稿高度肯定本次新聞頻道的自律行為。此外，97 年 3 月 22 日總統大選，各新聞台亦展現自律與自制之精神，真實精確報導開票進度，普獲各界好評。

### （三）新聞頻道從業人員教育訓練

為加強新聞從業人員有關公民專業素養，以落實於新聞自律執行綱要，本會延續 95 年辦理新聞頻道從業人員教育訓練，並分別於 96 年 5 月 10 日邀請台北醫學大學公衛所呂淑妤副教授主講「毒品與愛滋」、同志諮詢熱線文宣部巫緒樑主任主講「由兩性到性別-開啟你的多元視野」，7 月 27 日邀請台灣少年權益與福利促進聯盟葉大華秘書長主講「媒體與兒紹新聞議題」、智障家長總會孫一信副秘書長主講「台灣的智障者人權現況與反省」。該教育訓練將持續舉辦，以強化新聞從業人員之公民團體認知及多元文化專業素養。

### （四）新聞案例檢討與改善

為檢視新聞報導內容是否違反新聞自律執行綱要，以適時提供新聞頻道改善之建議，本會新聞諮詢委員會在 96 年度召開六次會議，討論由 NCC 及媒體觀察基金會所提供之民眾檢舉涉及違反自律綱要之新聞報導六十餘件，經諮詢委員提出相關建議，並與各家新聞台代表的互動交流，已具體提供製播新聞的改善方向。



#### 四、公共關係與活動舉辦

##### (一) 協辦 2007 傳媒的公共性與產業發展學術研討會

96 年 5 月 12 日協助南華大學舉辦「2006 傳媒的公共性與產業發展學術研討會」，藉由學術活動的參與，加強本會與學界的互動與結合。

##### (二) 拜會上海文廣集團

為加強與大陸廣電媒體建立溝通基礎管道，架構兩岸業者未來的合作空間與交流機會，經由林理事東民協助安排下，本會公共關係暨國際交流委員會組團於上海電視節期間 96 年 6 月 12 日由胡副理事長帶隊拜會上海文廣集團，參與之頻道計有緯來、八大、人間、三立、大愛、好消息、亞洲衛星等代表，文廣集團由高副總裁等相關主管接待，雙方並就未來合作契機交換意見。

##### (三) 協辦 2007 年中華傳播學會年會

96 年 7 月 5 日至 6 日協助中華傳播學會舉辦 2007 中華傳播學會年會「創新、典範與公共性：傳播學門的定位、挑戰與契機」學術研討會，該研討會目前已成為我國傳播學術界的年度盛事，今年度亦吸引許多傳播界師生參與，並發表上百篇之論文及引言報告。

##### (四) 協辦第十五屆中華民國廣告暨公共關係國際學術與實務研討會

96 年 10 月 26 至 27 日協助政治大學廣告系舉辦「第十五屆中華民國廣告暨公共關係國際學術與實務研討會」，本次研討會之主題為「廣告與公關教育的回顧與前瞻」，國際傳播學者及海峽三地

學人共百餘人參與，活動並圓滿完成。

#### (五) 舉辦「兩岸電視傳媒發展的契機」座談會

經由會員推薦，本會安排 CRT 央視市場研究公司李克勤總監於 96 年 11 月 27 日與本會會員就兩岸電視傳媒發展的契機進行討論並交換意見，會中李總監表示兩岸節目之合作可考慮由單純的供應深化到廣告合作經營之層面，藉由本次座談會的舉辦，使本會會員對大陸市場能有更進一步的認識。

#### (六) NCC 2 年通訊傳播嘉年華活動

NCC 於 97 年元月 19 日舉辦「NCC 2 年通訊傳播嘉年華」活動，本會參與協辦，除協助邀約會員出席開幕活動及研討會外，並擔任本次參與展覽的會員與執行單位間溝通橋樑，參與展示的會員有緯來、TVBS、Discovery、霹靂等頻道，MOMO 親子台亦參與節目的演出，經由會員的踴躍參與，使本次活動得以圓滿完成。