



NCC 傳播內容監理報告--100 年度

本會為廣電媒體之獨立監理機關，傳播內容之監理為施政重點。本報告是以登載民眾申訴之資料分析，以及本會核處違反廣電法規之事業紀錄，期能讓各界瞭解本會傳播內容監理近期之作為。

對於電視、廣播節目之監理，本會主要依據廣播電視法及衛星廣播電視法等相關規定辦理；在網路內容監理方面，本會 100 年依據本會組織法第 3 條第 5 款、兒童及少年福利法第 27 條及其授權訂定之電腦網路內容分級處理辦法等規定，負責推動及宣導我國網路內容分級制度。兒童及少年福利與權益法於 100 年 11 月 30 日修正公布施行，其中第 46 條賦予本會召集各目的事業主管機關委託民間團體成立內容防護機構等任務，並以促進業者自律等更周延的防護機制，保護兒少上網安全。

本報告僅反映民眾申訴廣電內容之統計情形，不代表遭申訴之案件或廣電事業必有違反前揭相關法令之實。

◆ 年度視聽眾申訴

民眾申訴制度為建構完整監理政策之重要一環，而為引進公民觀點與力量，以提升廣電內容品質、保障公眾權益，本會自 98 年 1 月建置「傳播內容申訴網」，每季及年度均定期公布傳播內容監理報告，建立全民參與傳播內容之共管機制。

本會 100 年收到民眾對電視、廣播及網路內容之申訴共 4,867 件，較 99 年度 4,614 件增加 207 件，成長幅度 4.5%。不過，99 年及 100 年申訴案件中分別有 26 件及 46 件是針對報紙等媒體，非本會業務，扣除後分別為 99 年 4,588 件、100 年 4,821 件。

在申訴管道方面，由表 1 可以得知：民眾透過本會之「傳播內容申訴網」陳情案件 2,424 件，占 50.3%；利用其他申訴管道（包含民意信箱、其他機關函轉本會案件等）有 2,397 件，占 49.7%，兩者非常接近。來自民意信箱的 2,198 件申訴占「其他申訴管道」件數的 91.7%，占總申訴件數的 45.6%；其他機關函轉本會的案件 199 件，占「其他申訴管道」件數的 8.3%，占總申訴件數的 4.1%。

進一步分析申訴管道年度變化，透過「傳播內容申訴網」與「其他申訴管道」之案件比率，從 99 年的「53.7%：46.3%」轉為 100 年的「50.3%：49.7%」，使用「傳播內容申訴網」的比率略減。

表 1. 民眾申訴管道：以年度分				
年度 申訴管道	100 年		99 年	
	件數	百分比	件數	百分比
傳播內容申訴網	2,424	50.3%	2,466	53.7%
其他申訴管道：民意信箱	2,198	45.6%	2,003	43.7%
其他申訴管道：機關函轉	199	4.1%	119	2.6%
總計	4,821 件	100.0%	4,588 件	100.0%

在申訴媒體類別方面，100 年申訴電視件數 4,344 件，較 99 年度 3,840 件增加 504 件。在這兩個年度，電視皆占媒體類型八成以上，係民眾申訴之主要對象（詳見表 2）。

表 2. 民眾申訴媒體類別：以年度分				
年度 媒體類別	100 年		99 年	
	件數	百分比	件數	百分比
電視	4,344	90.1%	3,840	83.7%
網路	303	6.3%	629	13.7%
廣播	174	3.6%	119	2.6%
總計	4,821 件	100%	4,588 件	100%

100 年民眾申訴媒體不妥內容類別，以「內容不實/不公、廣告超秒、妨害兒少身心、妨害公序良俗、節目與廣告未區分」為主要類型，占總件數 62.5%。相較於 99 年，排名第一的類型仍是「內容不實/不公」，但「廣告超秒」從 99 年的第 9 位（190 件）躍升至 100 年的第 2 位（746 件），「節目與廣告未區分」則從 99 年的第 2 位（456 件）降至 100 年的第 5 位（336 件；詳見表 3）。

表 3. 民眾申訴不妥內容項目 5 大類型：依年度分					
100 年			99 年		
項目	件數	百分比	項目	件數	百分比
內容不實、不公	985	20.4%	內容不實、不公	958	20.8%
廣告超秒	746	15.5%	節目與廣告未區分	456	9.9%
妨害兒少身心	465	9.6%	妨害兒少身心	429	9.3%
妨害公序良俗	423	8.8%	妨害公序良俗	341	7.4%
節目與廣告未區分	396	8.2%	節目分級不妥	336	7.3%
總計	3,015 件	62.5%	總計	2,520 件	54.7%

在申訴民眾性別方面，由表 4 可以得知：100 年申訴案件中有 3,237 件申訴人次為男性，1,236 件為女性；另有 348 件未填寫或無法辨識。

申訴電視案件中，2,910 件為男性，1,156 件為女性；申訴網路案件中，201 件為男性，59 件為女性；申訴廣播案件中，126 件為男性，21 件為女性。

本報告之申訴人性別比例係以「人次」而非「人數」計算，在 100 年 4,821 個申訴案件中，總計有 1,074 件源自單一信箱（登記為男性），其所占比例即達總申訴人次之 22.3%，約占男性申訴人次之 33.2%。

表 4:100 年度民眾申訴意見：以性別區分		
性別	男	女
媒體類別		

電視	2910	89.9%	1156	93.5%
廣播	126	3.9%	21	1.7%
網路	201	6.2%	59	4.8%
合計	3,237	100.0%	1,236	100.0%

註：已排除未填寫性別者。

在不安內容類型方面，民眾申訴不安內容項目類型以「內容不實、不公」958件（20.8%）最多，其次為「廣告超秒」746件（15.5%）、「妨害兒少身心」465件（9.6%）、「妨害公序良俗」423件（8.8%）、「節目與廣告未區分」396件（8.2%），總計前5大類型即占總申訴案之62.5%；至於其他各項目之件數與所占百分比，請參考表5。

表 5. 100 年度民眾申訴意見：依不安內容之類型分

項目	件數	百分比
內容不實、不公	985	20.4%
廣告超秒	746	15.5%
妨害兒少身心	465	9.6%
妨害公序良俗	423	8.8%
節目與廣告未區分	396	8.2%
節目分級不妥	318	6.6%
新聞製播倫理（揭露受害人/嫌犯身分、侵犯人權、新聞價值未顧及公共利益、報導腥羶色化、扭曲價值觀、專業素養不足、缺乏多元化新聞等）	277	5.7%
針對特定頻道/節目/廣告之內容、語言用字或時間表達個人想法（用語不當、配音不當、重播率過高、新聞太多馬賽克、物化女性、政治談話性節目太多、特定內容影響個人等）	219	4.5%
針對整體傳播、監理政策/法規提供看法（韓流氾濫、頻道/電視台太多、希望增加台語節目、政黨退出媒體、減少置入性行銷、新聞自由、減少負面新聞、建議增加台語和英語節目、提昇節目品質、減少重複播出、字幕避免錯字出現、增加國際新聞、杜絕記者偷拍等）	218	4.5%
廣告內容或排播不妥	207	4.3%
節目製播方向建議	92	1.9%
法規/資訊查詢	87	1.8%
檢舉消費資訊節目及廣告誇大療效之健康食品、醫藥品、宗教索費服務等	65	1.3%
申訴內容不全	58	1.2%
異動未事先告知	57	1.2%

違規使用插播式字幕	48	1.0%
涉他機關權責	40	0.8%
地方廣告蓋台	36	0.7%
網路侵權、網路行為糾紛	13	0.3%
要求系統平台播送特定頻道/節目	13	0.3%
廣告化(網路內容)	9	0.2%
未依網路分級辦法標示	9	0.2%
反映消費資訊/廣告過多，有損消費者閱聽權益	7	0.1%
針對申訴流程提出意見	7	0.1%
電視收訊、電信服務或收費等糾紛	6	0.1%
成人頻道管理問題	3	0.1%
其他	17	0.4%
合計	4,821 件	100.0%

註：其他—包含反映消費資訊/廣告過多有損消費者閱聽權益、對公務員的意見、想得知完整政見內容等。

◆ 視聽眾申訴--電視

在民眾申訴電視節目類別方面，由圖 1 可以得知：在 4,344 件針對電視節目之申訴中，以影劇類、綜藝娛樂類、消費資訊、非指涉特定類型等節目之「一般性節目」¹最多，達 54.0%，其次為「新聞報導」33.4%，再者依序為「電視廣告/購物頻道」7.1%、「一般談話性節目」3.2%及「政論談話性節目」2.3%。

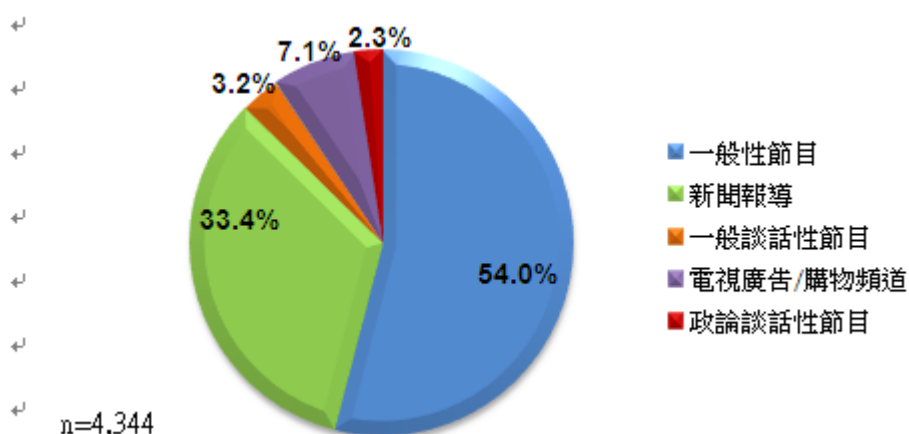


圖 1：100 年度民眾針對電視之申訴意見：依節目類別分

¹ 指「新聞報導」、「談話性節目」及「電視購物/廣告」以外之節目（包含非指涉特定類型節目及影劇類、綜藝娛樂類、兒童類、體育類、消費資訊節目等）。

在申訴一般性節目類型方面，從表 6 可以得知：2,347 件申訴案件中，以「影劇類」遭申訴件數最多，占 46.7%，其次為「綜藝娛樂類」17.0%、「非指涉特定類型」15.1%、「兒童類」7.0%、「消費資訊節目²」5.2%、「生活休閒類」4.5%、「體育類」2.8%，以及「民俗宗教類」1.6%。

民眾針對「影劇類」節目提出申訴之案件數量，自 99 年乃至 100 年，皆居申訴一般性節目類型之首。

表 6. 民眾對電視一般性節目之申訴意見：依年度分					
100 年			99 年		
節目類別	申訴件數	百分比	節目類別	申訴件數	百分比
影劇類	1,096	46.7%	影劇類	698	35.4%
綜藝娛樂類	399	17.0%	非指涉特定類型	311	15.8%
非指涉特定類型	354	15.1%	消費資訊節目	297	15.1%
兒童類	165	7.0%	綜藝娛樂類	280	14.2%
消費資訊節目	123	5.2%	兒童類	145	7.4%
生活休閒類	106	4.5%	生活休閒類	107	5.4%
體育類	66	2.8%	體育類	100	5.1%
民俗宗教類	38	1.6%	民俗宗教類	33	1.7%
總計	2,347 件	100.0%	總計	1,971 件	100.0%

分析一般性節目之不妥內容項目，由表 7 可以得知：申訴一般性節目內容以「廣告超秒」最多，達 641 件（27.3%），其次為「節目分級不妥」共 285 件（12.1%），再者依序為「妨害兒少身心」269 件（11.5%）、「妨害公序良俗」共 242 件（10.3%）、「節目與廣告未區分」181 件（7.7%）。以上 5 項不妥內容項目為民眾申訴一般性節目之主要類型，計有 1,618 件，約占 68.9%。

² 消費資訊節目（infomercial）指電視事業以節目型態提供生活、消費、資訊或觀念，供視聽眾選擇、參考。

表 7. 100 年度民眾針對電視一般性節目之申訴意見：以不妥內容分

電視節目類型	不妥內容項目	件數	百分比
一般節目	廣告超秒	641	27.3%
	節目分級不妥	285	12.1%
	妨害兒少身心	269	11.5%
	妨害公序良俗	242	10.3%
	節目與廣告未區分	181	7.7%
	內容不實、不公	134	5.7%
	異動未事先告知	54	2.3%
	地方廣告蓋台	33	1.4%
	檢舉誇大療效之健康食品、醫藥品、宗教索費服務等問題	31	1.3%
	違規使用插播式字幕	26	1.1%
	其他 針對整體傳播監理政策/法規提供看法 (黨政軍退出媒體、增加自製節目、電視台/節目太多、減少置入性行銷、增加台語/英語節目、韓流氾濫等)	115	4.9%
	針對特定頻道/節目之內容、語言用字或時間表達個人想法 (節目名稱不妥、建議節目增加環保意識、配音或用字不當、重播率過高、播出時段或節目長度不妥等)	112	4.8%
	節目製播方向建議	44	1.9%
	法規/資訊查詢	43	1.8%
	申訴資料不足/模糊	43	1.8%
	涉他機關權責	14	0.6%
	要求系統平台播送特定頻道/節目	11	0.5%
	反映消費資訊/廣告過多，影響消費者閱聽權益	8	0.4%
	針對申訴流程提出建議	6	0.2%
	成人頻道管理問題	4	0.2%
	消費糾紛	2	0.1%
	其他項小計	402 件	17.1%
合 計		2,347 件	100.0%

分析電視新聞報導不妥內容項目，由表 8 可以得知：在 1,450 件民眾

申訴案件中，以「內容不實、不公」最多，達 657 件（45.3%）；其次為「違反新聞製播倫理」254 件（17.5%），申訴主要內容包括新聞畫面不妥、示範錯誤觀念、揭露受害人/嫌犯身分、未經同意擅自引用消息來源、鼓勵犯罪、同則新聞過度播放等。再者依序為「節目與廣告未區分」152 件（10.5%）、「針對整體傳播、監理政策/法規提供看法」68 件（4.7%）等。總計前述 4 大項申訴電視新聞之不妥內容項目，共占 78.0%，為民眾申訴電視新聞報導之主要類型。

新聞事業應以報導客觀事實、公正不偏為基本專業規範，然而，檢視 99 年及 100 年陳情案件，申訴民眾多認為電視新聞「內容不實、不公」、「節目與廣告未區分」及違反「新聞製播倫理」。

表 8. 100 年度民眾針對電視新聞報導之申訴意見：以不妥內容分

電視節目類型	不妥內容項目	件數	百分比
新聞報導	內容不實、不公	657	45.3%
	節目與廣告未區分	152	10.5%
	廣告超秒	66	4.6%
	妨害公序良俗	66	4.6%
	妨害兒少身心	55	3.8%
	節目分級不妥	25	1.7%
	違規使用插播式字幕	17	1.2%
	廣告內容或排播不妥	9	0.6%
	異動未事先告知	2	0.1%
	其他		
	新聞製播倫理（新聞畫面不妥、示範錯誤觀念、揭露受害人/嫌犯身分、未經同意擅自引用消息來源、發音錯誤、鼓勵犯罪、同則新聞過度播放等）	254	17.5%
	針對整體傳播、監理政策/法規提供看法（國際新聞比例過低、過多負面/刑事報導等）	68	4.7%
	針對特定新聞頻道之內容、表達方式或時間等表達個人想法（過多網路翻拍畫面、新聞台立場偏頗等）	41	2.8%
	申訴資料不足／模糊	11	0.8%
	法規/資訊查詢	10	0.7%

		節目製播方向建議	8	0.6%
		非涉本會事務，函轉負責部會	7	0.4%
		想得知完整政見內容	1	0.1%
		對公務員的意見	1	0.1%
	其 他 項 小 計		401 件	27.7%
合 計			1,450 件	100.0%

在民眾申訴電視廣告/購物頻道不妥內容方面，由表 9 可以得知：在 309 件民眾申訴案中，以「廣告內容或排播不妥」最多，共 138 件（44.7%），其次依序為「妨害兒少身心」46 件（14.9%）、「內容不實」28 件（9.1%）、「妨害公序良俗」27 件（8.7%）。總計前開 4 大項約占申訴電視廣告/購物頻道不妥內容件數的 77.3%。

表 9. 100 年度民眾針對電視廣告之申訴意見：以不妥內容分				
電視節目類型	不妥內容項目		件數	百分比
電視廣告/購物頻道	廣告內容或排播不妥		138	44.7%
	妨害兒少身心		46	14.9%
	內容不實		28	9.1%
	妨害公序良俗		27	8.7%
	檢舉誇大療效之健康食品、醫藥品、宗教索費服務等問題		15	5.0%
	廣告超秒		12	3.9%
	地方廣告蓋台		3	1.0%
	節目與廣告未區分		2	0.6%
	節目分級不妥		1	0.3%
	其他	針對特定廣告意見（聲音刺耳、重播頻繁等）	12	3.9%
		法規/資訊查詢	12	3.9%
		針對整體傳播、監理政策/法規提供個人看法（建議限制廣告時間、線上遊戲廣告過多）	6	1.9%
		消費糾紛	3	1.0%
		申訴資料不足/模糊	2	0.6%
非涉本會事務，函轉負責部會		2	0.6%	
其他項小計		37 件	12.0%	
合 計			309 件	100.0%

在電視談話性節目申訴方面，由表 10 可以得知：在 238 件民眾申訴電視談話性節目案件中，以「內容不實、不公」最多，達 95 件（39.9%），其次為「節目與廣告未區分」34 件（14.3%）。「針對特定談話性節目表達個人意見」以 28 件（11.8%）列為第 3；申訴民眾認為，節目標題/來賓用語不妥、節目時間太長、命理節目氾濫、對議題有所疑義、應改善節目品質等。

表 10. 100 年度民眾針對電視談話性節目之申訴意見：以不妥內容分

電視節目類型	不妥內容項目	件數	百分比	
談話性節目	內容不實、不公	95	39.9%	
	節目與廣告未區分	34	14.3%	
	妨害公序良俗	23	9.7%	
	廣告超秒	22	9.2%	
	妨害兒少身心	10	4.2%	
	節目分級不妥	6	2.5%	
	違規使用插播式字幕	5	2.1%	
	檢舉誇大療效之健康食品、醫藥品、宗教索費服務等問題	2	0.8%	
	異動未事先告知	1	0.4%	
	其他	針對特定談話性節目表達個人意見（節目標題/來賓用語不妥、對議題有所疑義等）	28	11.8%
		針對整體傳播、監理政策/法規提供看法（來賓爭吵帶來負面影響、過於濫用言論自由等）	9	3.8%
		節目製播方向建議	1	0.4%
		申訴資料不足/模糊	1	0.4%
非涉本會事務，函轉負責部會		1	0.4%	
其他項小計		40 件	16.8%	
合 計		238 件	100.0%	

100 年計有 15 個節目申訴件數達 10 件以上，分別為年代新聞台「年代週報」、民視「夜市人生」、三立台灣台「家和萬事興」、中天綜合台「康熙來了」、中天綜合台「大學生了沒」、臺視「犀利人妻」、華視「艋舺耀輝」、中視「犬夜叉」、國家地理頻道「報告狗班長」、中天娛樂台「全民最大黨」、三立都會台「犀利人妻」、八大戲劇台「笑吧東海」及 MTV

頻道「壹級娛樂」（詳見表11）：

表11. 100年度民眾主要申訴節目：電視			
節目名稱	頻道名稱	節目類型	件數
年代週報	年代新聞台	新聞報導	326
夜市人生	民視	影劇	184
家和萬事興	三立台灣台	影劇	159
康熙來了	中天綜合台	綜藝娛樂	49
大學生了沒	中天綜合台	綜藝娛樂	32
新聞面對面	年代新聞台	談話	19
第一劇場	八大第一台	影劇	15
犀利人妻	臺視	影劇	14
	三立都會台		12
艋舺耀輝	華視	影劇	14
犬夜叉	中視	影劇	13
報告狗班長	國家地理頻道	生活休閒	13
全民最大黨	中天娛樂台	綜藝	13
笑吧東海	八大戲劇	影劇	11
壹級娛樂	MTV	綜藝娛樂	10

1、年代新聞台之「年代週報」節目計有 326 件

民眾申訴意見：節目未經查證，即對韓國美男團體 Super Junior 不實報導，已嚴重損及其名譽及形象。

本會處理情形：針對本案之陳情意見，本會已彙整民眾意見函轉年代新聞台頻道請其即時處理。

2、民視「夜市人生」節目計有 184 件

民眾申訴意見：劇情離譜違反倫常，且明顯愈來愈偏激、暴力，並播出市議員和警方及黑道掛勾，以沙灘車急速拖行反派角色、水潑女議員，並發生激烈扭打、狗飼料灑在反派角色身上，引誘狗咬人之驚悚畫面，及代理孕母懷孕喝酒、服用安眠藥等情節，嚴重敗壞社會善良風俗。

本會處理情形：經本會 100 年第 2 次「廣播電視節目廣告諮詢會議」

討論，認定 2 月 21 日及 3 月 2 日播出之「夜市人生」節目分級不妥，違反廣播電視法第 26 條之 1 第 1 項規定，並於 5 月 25 日經本會第 416 次委員會議通過，依同法第 44 條第 1 項規定，各核處新臺幣 60 萬元整。另有關民眾意見業已轉知電視台業者，亦促請其加強內部控管，並注意戲劇節目的部分劇情可能對社會帶來不良效應及影響。如有違反廣播電視法相關規定，則依法核處。

3、三立台灣台「家和萬事興」節目計有 159 件

民眾申訴意見：節目劇情誇張離譜，內容並播出強迫孕婦服藥、陷害他人、謀殺、聚眾動用私刑等敗壞社會秩序、影響兒少身心發展之情節。

本會處理情形：本會原則尊重媒體專業自主及編輯自由，如無明確違法構成要件，對各媒體節目規劃、內容表現方式或時間安排均不便干預；惟為免戲劇節目之部分劇情可能對社會帶來不良影響及效應，本會另將民眾之意見彙整，分別函轉電視台業者，計有 12 次，藉以促使其加強內部管控外；並於 100 年 6 月 30 日針對民眾反映之意見，邀請該頻道主管，研商改善節目品質的相關問題，除請其遵守相關法令規定製播節目外，並促請應審慎考量節目內容與呈現手法，避免產生不良示範作用，該頻道主管表示將更嚴加編審，並注意該節目的部分劇情可能對社會帶來不良效應及影響。

4、中天綜合台之「康熙來了」節目計有 49 件

民眾申訴意見：節目常有置入性行銷產品之情況發生，並涉有廣告超秒等情事。

本會處理情形：經查 100 年 9 月 14 日「康熙來了」節目，播出「跟五月天一起熱血追夢吧！」單元，因節目中除播放電影預告片內容，及多次電影海報的特寫鏡頭外，並於訪

談間又搭配電影台詞，且說明上映日期；此外，更在廣告破口第一支出現「追夢 3DNA」60 秒電影廣告，致節目與廣告互相搭配情形明顯。經提送本會 101 年第 2 次「廣播電視節目廣告諮詢會議」討論，及本會第 474 次委員會議決議，依衛星廣播電視法第 19 條第 1 項規定，核處新臺幣 100 萬元整。

5、中天綜合台之「大學生了沒」節目計有 32 件

民眾申訴意見：介紹南台灣小姑娘的特性，針對南部與北部女生性格加以比較，內容對南部人充斥歧視意味，整集節目立場偏頗、來賓及主持人發言失當。

本會處理情形：本會原則尊重媒體專業自主及編輯自由，如無明確違法構成要件，對各媒體節目規劃、內容表現方式或時間安排均不便干預。針對本案業於 100 年 7 月 20 日函轉民眾陳情意見給該公司，請其應注意節目內容避免使用「集體標籤」或「刻板印象」，以免產生污名化問題或對社會造成不良影響。而該公司亦分別於節目臉書及公司官網發表聲明，對於造成社會觀眾不舒服情緒感到遺憾，將加強節目製作內容之審核，以善盡媒體社會責任。另節目主持人亦於節目錄影現場表示，大學生對於個人行為及言論須負責，節目本身也有社會責任，亦請大眾給予大學生及節目一個反省改正之機會。

6、臺視及三立都會台之「犀利人妻」節目分別計有 14 件及 12 件

民眾申訴意見：廣告太多，似有置入性行銷嫌疑。另播出第 3 者報復、自殘、將加入抗憂鬱症藥物之飲料，拿給孩童食用等不妥情節，易誤導青少年價值觀或產生仿效行為。

本會處理情形：本會原則尊重媒體專業自主及編輯自由，如無明確違法構成要件，對各媒體節目規劃、內容表現方式或時間安排均不便干預。而為避免孩童受不良節目的影響，

並提供觀眾選擇收視之參考，本會刻已針對現行分級制度檢討，另已將民眾意見轉知予電視台業者，促請其加強內部控管。本劇因係三立電視台製作，於台視首播及三立都會台重播，故基於觀眾收視觀感及考量媒體社會責任，於本會轉知後，二家電視台已將相關受爭議內容及畫面予以修正，並確認於重播時，播出已處理後之版本。台視及三立都會台共同說明回覆如下：

- (1) 女配角自殘情節在畫面呈現上，以隱喻的方式呈現，包括樓梯的血漬（本已採顏色處理，僅出現暗色血漬）、美工刀畫面等，故並無女配角自殘的動作，亦無所謂「殺小孩」的情節。
- (2) 服藥的情節中，女配角的精神已呈分裂狀況，只單純給果汁予小孩飲用，並無毒害小孩的伏筆，且情節中小孩還未喝進去前，媽媽即已出現，所以並無引用該摻藥果汁之情形。
- (3) 基於犀利人妻目前所受的廣大關注，對於閱聽眾的意見更是戰戰兢兢甚為重視，因此為避免戲劇的整體精神及焦點轉移，並避免正反意見的爭議引起紛擾，已邀集監製、編審及法務人員進行下列機制，以避免重播時再生爭議：
 - ① 女配角自殘情節出現血漬及美工刀之畫面，均採馬賽克處理並剪短部分畫面。
 - ② 服藥的情節剪掉、扒開膠囊將藥攪入果汁之畫面及對於小孩拿起果汁欲飲用的畫面再予修剪，讓觀眾確實了解小孩並無飲用該果汁。

7、華視之「艋舺耀輝」節目計有 14 件

民眾申訴意見：內容播出相互叫罵、打鬥流血等畫面，雖有警語，仍易使兒童身心產生不良影響，進而引發學習模仿，並

不適宜於普級時段播出。

本會處理情形：本會原則尊重媒體專業自主及編輯自由，如無明確違法構成要件，對各媒體節目規劃、內容表現方式或時間安排均不便干預。經檢視該節目播出情形，並無違反法令規定之情事，惟已透過行政指導請華視加強編審作業，避免負面內容或錯誤價值觀對社會或兒少引發不良影響。

8、中視之「犬夜叉」節目計有 13 件

民眾申訴意見：畫面過於血腥暴力，且播送內容用語不當，妨害兒少身心。

本會處理情形：本會原則尊重媒體專業自主及編輯自由，如無明確違法構成要件，對各媒體節目規劃、內容表現方式或時間安排均不便干預。而為避免孩童受不良節目的影響，並提供觀眾選擇收視之參考，本會刻已針對現行分級制度檢討，另已將民眾意見轉知電視台業者，促請其加強內部控管。而中視亦表示，針對民眾之意見，該台內部已再加強節目控管，將主動先行處理較受爭議畫面，以避免其內容引發不良影響。

9、國家地理頻道之「報告狗班長」節目計有 13 件

民眾申訴意見：國家地理頻道即將播映之「報告狗班長」節目，雖仍未公佈實際播出時間，但因其內容涉及踢狗、打狗、勒狗等危險動作之錯誤示範，可能導致民眾不當對待動物，且該節目於美國播出時，即引發爭議，嚴重抗議該節目播出。

本會處理情形：本會尊重媒體表意自由，惟要求業者務必加強節目製播內控流程。基於促使電視台加強內部控制及提醒注意社會觀感，業於 100 年 7 月 27 日函轉上揭民眾陳情意見給該電視公司參考。而該頻道亦針對前揭內容引起爭議乙事，於同年 8 月 1 日函復本會，表示已於

7 月 29 日發表正式聲明，說明製播標準及該系列內容並無不妥畫面出現之疑慮，並檢送該節目 DVD 暨相關說明資料至本會；經本會查察該節目播出情形，播送之內容並無違反法令規定之情事。

10、中天娛樂台之「全民最大黨」節目計有 13 件

民眾申訴意見：出現模仿日本天皇巡察災區之不妥內容，並調侃災民缺乏同理心，有失國體。

本會處理情形：本會尊重媒體表意自由，惟要求務必加強電視節目製播內控流程。基於促使電視台加強內部控制及提醒注意社會觀感，業於 100 年 4 月 11 日函轉上揭民眾陳情意見給該頻道，並請其說明節目內控流程及模仿事件後續改善方式。該頻道亦針對前揭內容引起爭議乙事，於同年 4 月 5 日發表中、日文公開道歉函。

11、八大戲劇台之「笑吧東海」節目計有 11 件

民眾申訴意見：廣告一直很多，該節目明顯涉有廣告超秒嫌疑。

本會處理情形：依衛星廣播電視法第 23 條第 1 項規定，廣告時間不得超過每一節目播送總時間六分之一。另依衛星廣播電視法施行細則第 12 條第 1 項規定，本法第 23 條第 1 項所定廣告時間，不包括同頻道節目之預告。經調閱側錄資料，並審視該節目各時段播送時間，復經扣除同頻道節目預告時間後，未有廣告超秒情形；惟本會亦將持續觀察該節目播出情形，如有違法情事即依行政程序處理。

12、MTV 頻道之「壹級娛樂」節目計有 10 件

民眾申訴意見：節目播送之內容誇大不實，並未查證即播出，有損韓國兩位知名男歌手名譽。

本會處理情形：針對本案之陳情意見，本會已彙整民眾意見函轉 MTV 頻道請其即時處理。

◆ 違規核處記錄--電視

100 年度核處電視事業共 187 件，核處內容含警告 12 件，罰鍰 175 件，比 99 年的 327 件減少 140 件；核處金額達新臺幣 5,842 萬 5,000 元，比 99 年的 1 億 4,230 萬元，降低約 44%。

以核處金額來看，違規事實為「節目未與廣告區分/節目廣告化」達 3,146 萬元最高，但比 99 年的 8,214 萬 5,000 元，大幅降低 61.7%。67 件核處案占總核處件數 36%。核處金額銳減原因為本會積極查處，電視台自律，涉及廣告訊息的資訊型節目減少。「廣告超秒」核處金額達 1,113 萬元居次，「違反法律強制或禁止規定」792 萬元列第 3 大宗。「節目未與廣告區分/節目廣告化」核處金額占電視事業核處金額 53.8%，但比 99 年度大幅減少 61.7%。

以違規事實件數而言，節目未與廣告區分/節目廣告化 67 件；違反法律強制或禁止規定 55 件（包含化粧品管理條例 42 件、金管會管理條例 9 件、性侵害犯罪防治法 4 件）；廣告超秒 27 件；違反節目分級辦法 11 件；廣告內容未經衛生機關核准 10 件；廣告超過三分鐘或以節目型態呈現未標廣告二字 5 件；妨害兒童及少年身心健康 4 件；未依指定之時段、方式播送節目、廣告 4 件；妨害公共秩序或善良風俗 2 件，及節目變更未經主管機關核准即宣播 1 件（詳見表 12）。

表 12. 電視違規核處件數與核處金額：依年度分

100 年					99 年				
違規事實	核處方式及件數			核處金額	違規事實	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計			警告	罰鍰	合計	
節目未與廣告區分/節目廣告化	5	62	67	31,460,000 元	節目未與廣告區分/節目廣告化	19	173	192	82,145,000 元
廣告超秒	2	25	27	11,130,000 元	廣告超秒	8	11	19	5,700,000 元
違反法律強制或禁止規定	0	55	55	7,920,000 元	違反電視節目分級處理辦法	19	17	36	5,560,000 元

違反電視節目分級處理辦法	0	11	11	4,620,000 元	廣告內容未經主管機關核准即宣播	0	39	39	5,255,000 元
廣告內容未經衛生機關核准即宣播	0	10	10	1,415,000 元	違反法律強制或禁止規定	0	30	30	3,890,000 元
妨害兒童或少年身心健康	0	4	4	1,200,000 元	妨害公共秩序或妨害善良風俗	0	4	4	900,000 元
妨害公共秩序或妨害善良風俗	0	2	2	400,000 元	妨害兒童或少年身心健康	0	3	3	750,000 元
未依指定之時段、方式播送節目、廣告	0	4	4	205,000 元	未依指定之時段、方式播送節目、廣告	0	2	2	30,000 元
節目變更未經主管機關核准	0	1	1	75,000 元	廣告超過三分鐘或以節目型態呈現無標廣告二字	1	0	1	0 元
廣告超過三分鐘或以節目型態呈現無標廣告二字	5	0	5	0 元	違規使用插播式字幕	1	0	1	0 元
總計	7	174	186	58,425,000 元	總計	48	279	327	104,230,000 元

100 年違規達 10 件以上之電視（無線電視以事業計算，衛星電視事業以頻道計算）依序為高點電視台 11 件、緯來戲劇台 10 件（詳見表 13；各頻道核處件數、金額及違規事實另見附表 1-1、1-2）。

表 13. 100 年度電視頻道違規核處情形：違規達 10 件以上之事業或頻道		
無線電視事業		
頻道名稱	核處金額	核處件數
民視 ³	3,180,000 元	12 件（含警告 1 件）

³ 包含其數位頻道「台灣交通電視台」1 件。

衛星電視頻道		
頻道名稱	核處金額	核處件數
高點電視台	3,400,000 元	11 件
緯來戲劇台	3,200,000 元	10 件

◆ 視聽眾申訴--廣播

在申訴廣播節目類型方面，由圖 2 中可以得知：100 年度民眾申訴廣播節目共 174 件，其中以「綜合性節目/廣告」最多，占 79.3%，其次為「新聞報導及政治評論」9.8%、「音樂性節目」8.0%等。

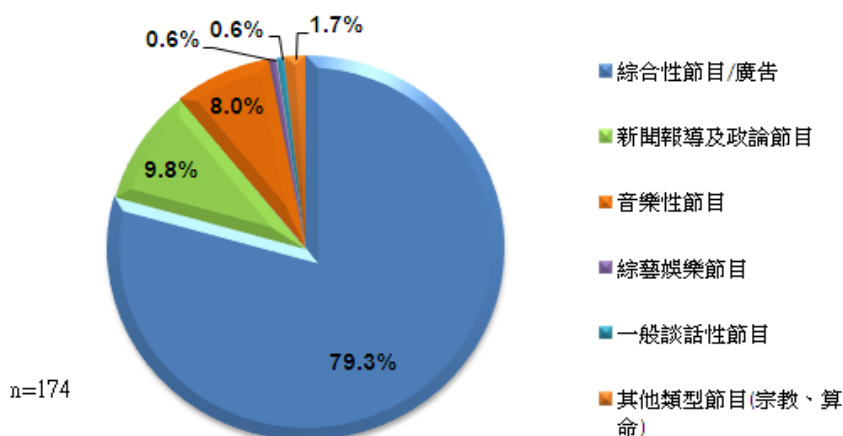


圖 2：民眾針對廣播之申訴意見：依節目類型分

進一步分析民眾對廣播節目/廣告的申訴意見，以「節目製播方向建議」39 件（22.4%）最多，民眾的建議包括製播台語節目等；其次，「節目與廣告未明顯區分」有 24 件（13.8%），「內容不實、不公」23 件（13.2%），「妨害公序良俗」18 件（10.3%）。這四類申訴是大宗，合計占 59.8%。

表 14. 100 年度民眾針對廣播節目/廣告之申訴意見：以不妥內容分			
民眾申訴類別	項目	件數	百分比
廣播節目/廣告	節目與廣告未明顯區分	24	13.8%
	內容不實、不公	23	13.2%
	妨害公序良俗	18	10.3%

	廣播電台行銷偽劣藥、宗教索費服務爭議		15	8.6%
	廣告內容或排播不妥		8	4.6%
	妨害兒少身心		8	4.6%
	廣告超秒		5	2.9%
	檢舉誇大療效之健康食品、醫藥品、宗教索費服務等問題		3	1.7%
	其他	節目製播方向建議（製播台語節目等）	39	22.4%
		針對整體傳播、監理政策/法規提供看法(主持人用語不妥等)	9	5.2%
		針對特定廣播頻道/節目之播出時間、內容表達個人想法(業者反應管制過嚴、民眾反應內容不妥等)	9	5.2%
		法規/資訊查詢及其他建議	6	3.4%
		非涉本會事務，函轉負責部會	3	1.7%
		要求特定頻道播出特定節目	2	1.1%
		違反新聞製播倫理	1	0.6%
		收訊問題	1	0.6%
		其他項小計		63 件
合 計		174 件	100.0%	

◆ 違規核處記錄--廣播

100 年核處廣播電臺共 112 件，核處內容含警告 5 件，罰鍰 107 件；核處金額共計新臺幣 484 萬 5 仟元，核處件數比 99 年減少 20 件（15.2%），核處金額比 99 年降低 84 萬元（14.8%）。

以核處金額來看，違規事實為「違背政府法令」達 228 萬元最高，其次則為「傷害兒童身心健康」129 萬元（見表 15）。

其中，違規類型屬於節目與廣告未明顯分開 50 件，較 99 年減少 15 件，核處金額共計新臺幣 79 萬 5 千元，較 99 年減少 85 萬 8 千元（51.9%）；違背政府法令（化粧品管理條例）24 件；廣告超秒 15 件；廣告未經衛生機關核准 15 件；妨害公序良俗 4 件；傷害兒童身心健康 3 件；煽惑他人犯罪 1 件（詳細核處情形見附表 2）。

表 15. 廣播違規核處件數與核處金額：依年度分

100 年					99 年				
違規事實	核處方式及件數			核處金額	違規事實	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計			警告	罰鍰	合計	
違背政府法令	0	24	24	2,280,000 元	妨害公共秩序或善良風俗	0	9	9	2,100,000 元
傷害兒童身心健康	0	3	3	1,290,000 元	節目與廣告未明顯分開	11	54	65	1,653,000 元
節目與廣告未明顯分開	1	49	50	795,000 元	違背政府法令	0	11	11	1,170,000 元
廣告超秒	4	11	15	261,000 元	廣告超秒	7	22	29	513,000 元
廣告未經衛生主管機關核准	0	15	15	150,000 元	廣告未經衛生主管機關核准	0	18	18	249,000 元
妨害公共秩序或善良風俗	0	4	4	60,000 元					
煽惑他人犯罪	0	1	1	9,000 元					
總計	5	107	112	4,845,000 元	總計	18	114	132	5,685,000 元

◆ 視聽眾申訴--網路

網路內容包羅萬象，其所涉各項問題與實體社會一樣，目前係由各目的事業主管機關依權責處理。依照本會組織法第 3 條第 5 款規定，本會負責通訊傳播傳輸內容分級制度及其他法律規定事項之規範，辦理「網路分級制度之建立與推廣業務」，保護兒少避免接觸到不妥的網路內容。而網路涉及色情、消費糾紛、賭博或詐騙等相關事項之管理，係由各目的事業主

管機關依業管法令查察處理，如：網路遊戲內容的分級由經濟部工業局負責；網際網路內容若涉及違反兒童及少年福利與權益保障法（原名兒童及少年福利法），權責歸屬內政部；但若違反刑法相關規定，則移送內政部刑事警察局處理。

本會並於99年8月委託民間團體設置民眾申訴及通報網路內容問題單一窗口：「網路贏家 單e窗口」(<https://www.win.org.tw>)，受理民眾申訴，並在7日內給予回覆，整合現有各公部門、網路平臺服務提供者、各非營利事業機構組織申訴機制，標準化處理申訴流程。該窗口收到民眾申訴後，經檢視發現有不宜兒少之網路內容，即進行相關事證保存，通知網路平台服務提供者，同時將申訴內容函轉各相關權責機關處理及回覆當事人。根據該窗口受理案件統計資料顯示，100年申訴案件7,037件，平均處理天數為3.52天。

100年民眾透過本會傳播內容申訴網、民意信箱及其他機關函轉的網路內容申訴有303件（未列入經由「網路贏家 單e窗口」申訴之案件），由圖3中可以得知：總件數303件中，以「非網路新聞之文字、影音、圖片」為數最多，達63.7%；「網路新聞」占36.3%。

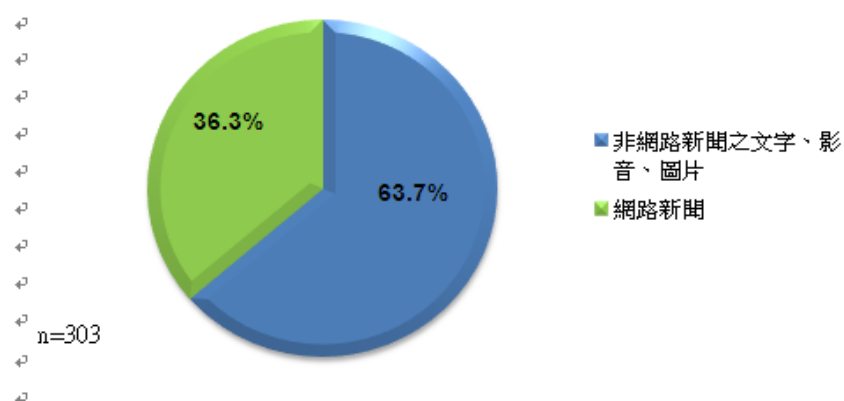


圖3：100年度民眾針對網路之申訴意見：依類別分

由表16中可以得知：民眾申訴非網路新聞之文字、影音、圖片以「妨害兒少身心」最多，共59件（30.6%）；其次為「妨害公序良俗」35件（18.1%），再者為「內容不實、不公」17件（8.8%）、「網路侵權、

網路行為糾紛」15 件（7.8%）；此 4 項為民眾申訴非網路新聞之文字、影音、圖片之主要申訴項目，在總件數 193 件中占 65.3%。

表 16. 100 年度民眾針對非網路新聞之文字、影音、圖片之申訴意見： 以不妥內容分			
民眾申訴類別	項目	件數	百分比
非網路新聞之文字、影音、圖片	妨害兒少身心	59	30.6%
	妨害公序良俗	35	18.1%
	內容不實、不公	17	8.8%
	未依網路分級辦法標示	8	4.1%
	網路內容廣告化	6	3.1%
	檢舉誇大療效之健康食品、醫藥品等問題	4	2.1%
	廣告內容或排播不妥	3	1.6%
	其他		
	網路侵權、網路行為糾紛	15	7.8%
	法規/資訊查詢	13	6.7%
	非涉本會事務，函轉負責部會	11	5.7%
	針對整體傳播、監理政策/法規提供看法	10	5.2%
	針對特定網頁內容、呈現方式表達個人想法	9	4.7%
	針對申訴流程提出意見	1	0.5%
	濫發電子垃圾郵件問題	1	0.5%
	申訴資料不足/模糊	1	0.5%
其他項小計		61 件	31.6%
合 計		193 件	100%

由表 17 中可以得知：民眾申訴網路新聞以「內容不實、不公」件數最多，共 31 件（28.2%）；其次為「違反新聞倫理」22 件（22.0%），申訴民眾認為網路新聞侵犯人權、新聞價值未顧及公共利益等；再者為「妨害兒少身心」18 件（16.4%）、「妨害公序良俗」12 件（10.9%）。

表 17：100 年民眾針對網路新聞之文字、影音、圖片之申訴意見： 以不妥內容分			
民眾申訴類別	項目	件數	百分比
非網路新聞之文字、影音、圖片	內容不實、不公	31	28.2%
	妨害兒少身心	18	16.4%
	妨害公序良俗	12	10.9%

未依網路分級辦法標示		3	2.7%
節目與廣告未明顯區分		1	0.9%
其他	違反新聞倫理（侵犯人權、新聞價值未顧及公共利益等）	22	20.0%
	廣告化（網路新聞）	9	8.2%
	針對特定網路新聞表達個人想法	8	7.3%
	法規/資訊查詢	3	2.7%
	非涉本會事務，函轉負責部會	2	1.8%
	針對整體傳播、監理政策/法規提供建議	1	0.9%
其 他 項 小 計		35 件	31.8%
合 計		110 件	100.0%