

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

NCC廣播電視媒體從業人員 專業素養培訓



從廣播/電視節目探討內容自律機制



許文宜 博士

共同教育中心 博雅教育組 助理教授
國立臺灣海洋大學

現職/主要經歷

- 現任 國立臺灣海洋大學 共同教育中心博雅教育組 助理教授
- 國立台灣藝術大學 傳播學院廣播電視學系助理教授
- 國立政治大學 秘書處組長/廣播電視學系兼任助理教授
- 台灣經濟研究院 東京事務所副研究員
- 淡江大學/世新大學/文化大學 兼任助理教授
- 中國廣播公司新聞部 資深記者/黨政財經組副召集人/駐紐約特派記者/主播/節目主持人製作人/主編/編導
- 台灣電視公司新聞部 節目組執行製作

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

社會服務

- 《卓越新聞獎》廣播及網路（音頻）類評審暨召集人
- TVBS《全球華文永續報導獎》音頻類評審
- 台灣通訊學會秘書長/現任監事
- 東森電視新聞台新聞自律委員
- 東森超視、綜合台暨東森電影/洋片台、戲劇台諮詢委員會
- 緯來電視網節目諮詢委員會
- 復興廣播電台節目諮詢審聽顧問委員
- 台北廣播電台節目審查委員
- 原住民族文化事業基金會原住民族影音網路平台諮詢委員會諮詢委員
- 文化部公務人員高等暨普通考試文化行政類科錄取人員文化專業法令集中實務訓練講座
- 台灣媒體應用與文創行銷協會常務理事

著作與主持研究計畫

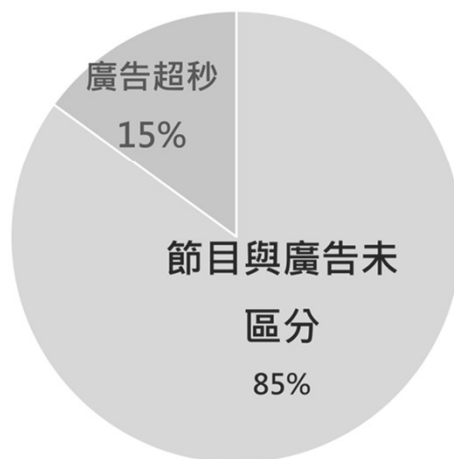
- 國內外合著中、英專書論文《Technological Dimensions and Media Economics》、《Adoption, Usage, and Global Impact of Broadband Technologies: Diffusion, Practice and Policy》、《OTT TV的創新服務經營模式與政策法規》、《大數據與未來傳播》、《數位電視與新媒體平台之政策與發展策略》、《數位電視與新媒體平台政策白皮書》等。
- 主持國科會、教育部、NCC、文化部等多項研究計畫
- 主持教育部大學社會責任實踐計畫
獲教育部「2021 USR ONLINE EXPO」我的USR秀<最佳主題秀>獎
獲《遠見雜誌》2021第二屆USR大學社會責任獎「生態共好組-楷模獎」、《遠見雜誌》2022第三屆USR大學社會責任獎「福祉共生組-楷模獎」。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

108年度廣播違規核處分析



108年 廣播違規核處件數與核處金額

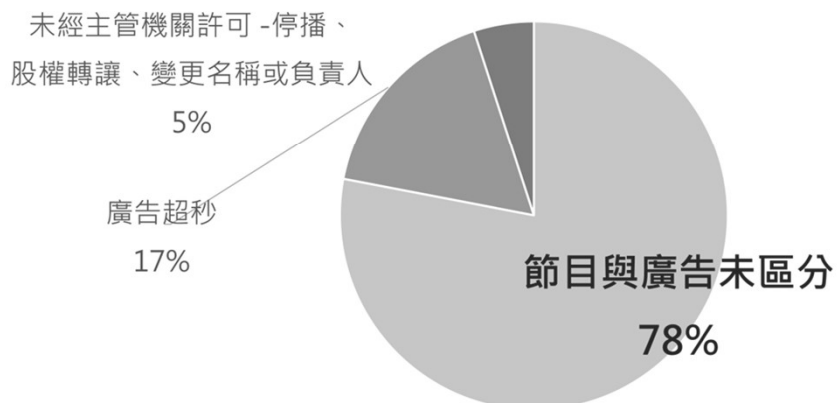
 違規事項	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計	
節目與廣告未明顯分開	18	4	22	42,000元
廣告超秒	4	0	4	0元
合計	22	4	26	246,000元

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

109年度廣播違規核處分析



109年 廣播違規核處件數與核處金額

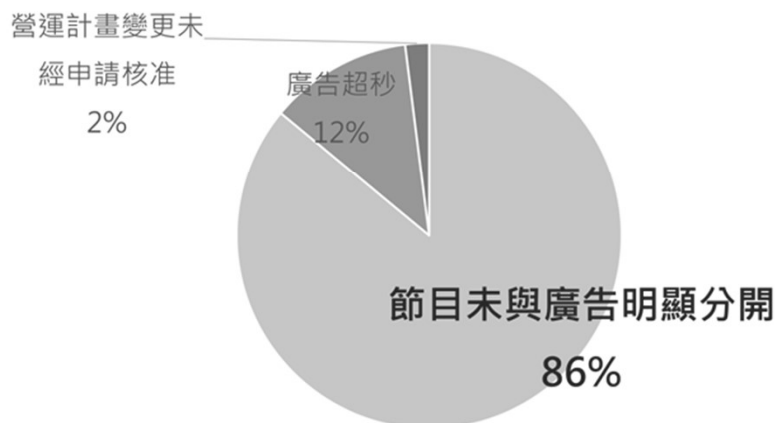
違規事項	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計	
節目未與廣告明顯分開	14	0	14	0
廣告超秒	3	0	3	0
未經主管機關許可-停播、股權轉讓、變更名稱或負責人	1	0	1	0
合計	18	0	18	0

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

110年度廣播違規核處分析



110年 廣播違規核處件數與核處金額

違規事項	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計	
節目未與廣告明顯分開	41	3	44	27,000
廣告超秒	5	1	6	24,000
營運計畫變更未經申請核准	1	0	1	0
合計	47	4	51	51,000

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

111年第一季 廣播違規核處分析

節目未與廣告明顯分開

100%

111年廣播違規核處件數與核處金額

違規事項	核處方式及件數			核處金額
	警告	罰鍰	合計	
節目未與廣告明顯分開	8	2	10	18,000
合計	8	2	10	18,000

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

111年 裁罰27 警告18 裁罰金額11,600,000

- 節目與廣告未區分：24 違反廣播電視法第33條、衛星廣播電視法第30條規定者。
- 妨害兒童或少年身心健康：3 違反廣播電視法第21條第2款、衛星廣播電視法第27條第3項第2款規定者。
- 妨害公共秩序或善良風俗：違反廣播電視法第21條第3款、衛星廣播電視法第27條第3項第3款規定者。
- 違反節目分級處理辦法：5 違反廣播電視法第26條之1第1項、衛星廣播電視法第28條第3項規定者。
- 廣告超秒：2 違反廣播電視法第31條第1項、衛星廣播電視法第36條第1項規定者。
- 製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益：4 違反衛星廣播電視法第27條第3項第4款規定者。
- 違反電視置入行銷及贊助管理：3 影響節目內容編輯，明顯鼓勵購買，違反衛星廣播電視法第31條第3項規定
- 節目插播廣告：2 違反衛星廣播電視法第36條第4項
- 未標示頻道識別標識：2 違反衛星廣播電視法第64條第1項準用第23條
- 違規使用插播字幕：1 違反衛星廣播電視法第34條

112年 衛星電視（截至 8月）

- 112/08/01 7月裁處案件 (0件)
- 112/07/10 6月裁處案件 (1件)節目與廣告未區分 (警告)
- 112/06/09 5月裁處案件 (1件)違反個人資料保護 (違反個人資料保護法第20條第1項規定，依同法第50條規定處公司代表人罰鍰新臺幣5萬元)
- 112/05/10 4月裁處案件 (3件)製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益 (40+40萬)、違反個人資料保護 (15萬)
- 112/04/10 3月裁處案件 (7件)妨害兒童或少年身心健康 (60萬)、節目與廣告未明顯區分 (40萬)、違反事實查證原則，致損害公共利益 (80萬)、節目與廣告未區分 (40、80萬)
- 112/03/09 2月裁處案件 (2件)節目與廣告未區分 (20萬、警告)

從廣播/電視節目探討內容自律機制

廣播電視法

修正日期：107 年 06 月 13 日

- **廣播**：指以無線電進行聲音之播送，以供公眾收聽。
- **節目**：指依排定次序及時間，由一系列影像、聲音及其相關文字所組成之獨立單元內容。
- **廣告**：指為事業、機關（構）、團體或個人行銷或宣傳商品、觀念、服務或形象，所播送之影像、聲音及其相關文字。
- **贊助**：指事業、機關（構）、團體或個人為推廣特定名稱、商標、形象、活動或產品，在不影響節目編輯製作自主或內容呈現之完整情形下，而提供金錢或非金錢之給付。
- **置入性行銷**：指為事業、機關（構）、團體或個人行銷或宣傳，基於有償或對價關係，於節目中呈現特定觀念、商品、商標、服務或其相關資訊、特徵等之行為。

• 第 12 條

廣播或電視執照，有效期間為九年。

前項執照於有效期間屆滿前，應依主管機關之公告，申請換發執照。申請換發執照之資格、條件與程序及其應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

依前項規定申請換發執照者，應於執照有效期間屆滿前一年內為之。

申請換發廣播或電視執照所繳交之文件，經主管機關審查認應補正時，應以書面通知廣播、電視事業限期補正；屆期不補正或補正不全者，駁回其申請。

換發廣播或電視執照申請書格式及附件，由主管機關定之。

主管機關應就廣播或電視事業所提出之營運計畫執行情形，每三年評鑑一次。

前項評鑑結果未達營運計畫且得改正者，主管機關應通知限期改正；無法改正者，主管機關得廢止其許可並註銷廣播、電視執照。

從廣播/電視節目探討內容自律機制

- 第 12-1 條
- 主管機關審查申請換發廣播或電視執照案件時，應審酌左列事項：
 - 一、營運計畫執行情形、頻率運用績效評鑑結果及未來之營運計畫。
 - 二、財務狀況。
 - 三、電臺發射機及天線地點是否與核准者相符。
 - 四、營運是否符合特定族群或服務區域民眾需求。
 - 五、依本法受獎懲之紀錄及足以影響電臺營運之事項。

前項審查結果，主管機關認該事業營運不善有改善之必要時，應以書面通知其限期改善；屆期不改善或改善無效者，駁回其申請。

前項改善期間，主管機關得發給臨時執照，其有效期間為三個月，並以一次為限。

衛廣法

第 17 條

主管機關應就衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商所提出之營運計畫執行報告，於該事業取得執照屆滿三年時，辦理評鑑。

前項評鑑結果不合格者，主管機關應令其限期改正；其無法改正者，主管機關應廢止其衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商許可，並註銷其執照。

前二項之評鑑程序、審查項目、評分基準及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

第 18 條

衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商於執照期間屆滿前六個月，應填具申請書及換照之營運計畫向主管機關申請換照。

主管機關受理前項換照之申請，除審查其申請書及換照之營運計畫外，並應審酌下列事項：

一、營運執行報告、評鑑結果及評鑑後之改正情形。

二、違反本法之紀錄。

三、播送之節目及廣告侵害他人權利之紀錄。

四、對於訂戶紛爭之處理。

五、財務狀況。

六、其他足以影響營運之事項。

第一項之換照程序、審查項目、評分基準及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。



從廣播/電視節目探討內容自律機制

衛廣法

第 19 條

主管機關經依前條第二項規定審查，認申請人有營運不善之虞，或令限期補正資料，屆期不補正或補正不全時，駁回其申請。

第 20 條

主管機關為審議下列事項，應召開衛星廣播電視事業申設、評鑑、換照諮詢會議，提供諮詢意見：

一、衛星廣播電視事業、境外衛星廣播電視事業及他類頻道節目供應事業之申設、評鑑及換照。

NCC審查換照申請，審查項目除申請書及營運計畫外，並審酌包括營運計畫執行情形評鑑結果及改正情形、違法紀錄、節目及廣告侵害他人權利紀錄、訂戶紛爭處理。**NCC**成立後第一個案例：2010，年代綜合台因被認定廣告化情節嚴重未通過換照

衛星電視頻道資訊型置入--**NCC**罰，節目「誇大療效」部分移送衛生主管機關。



媒體監理機制目標「自律先於他律」

- 內部控制係一種管理過程，內部控制是手段而非目的
- 透過內部控制實施「自律」的機制
- 藉以合理確保目標達成：
 - 有效率及有效果之營運
 - 相關法令之遵循
- 內部控制之威脅：流於形式、利益衝突....

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

廣播電視法

修正日期：107 年 06 月 13 日

• 第三章 節目管理

• 第 21 條 廣播、電視節目內容，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。

• 第 22 條 廣播、電視節目對於尚在偵查或審判中之訴訟事件，或承辦該事件之司法人員或有關之訴訟關係人，不得評論；並不得報導禁止公開訴訟事件之辯論。

• 第 23 條 對於電台之報導，利害關係人認為錯誤，於播送之日起，十五日內要求更正時，電台應於接到要求後七日內，在原節目或原節目同一時間之節目中，加以更正；或將其認為報導並無錯誤之理由，以書面答覆請求人。

前項錯誤報導，致利害關係人之權益受有實際損害時，電台及其負責人與有關人員應依法負民事或刑事責任。

• 第 24 條 廣播、電視評論涉及他人或機關、團體，致損害其權益時，被評論者，如要求給予相等之答辯機會，不得拒絕。

• 第 25 條 電臺播送之節目，除新聞外，主管機關均得審查；其辦法由主管機關定之。

• 第四章 廣告管理

• 第 30 條 民營電臺具有商業性質者，得播送廣告。其餘電臺，非經主管機關許可，不得為之。

• 第 31 條 電臺播送廣告，不得超過播送總時間百分之十五。

有關新聞及政令宣導節目，播放之方式及內容，不得由委託播送廣告之廠商提供。

廣告應於節目前後播出，不得於節目中間插播；但節目時間達半小時者，得插播一次或二次。

廣告播送方式與每一時段中之數量分配，由主管機關定之。

• 第 32 條 第二十一條及第二十六條之一第二項規定，於廣告準用之。

• 第 33 條 電臺所播送之節目應能明顯辨認，並與其所插播之廣告區隔。但本法另有規定者，不在此限。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

- **第 34 條** 廣播電視事業播送依法應經目的事業主管機關核准之廣告內容時，應先取得目的事業主管機關核准之證明文件，始得播送。
- **第 34-1 條** 廣播、電視事業不得播送有候選人參加，且由政府出資或製作之節目、短片及廣告；政府出資或製作以候選人為題材之節目、短片及廣告，亦同。
- **第 34-2 條** 電臺接受贊助時，應於該節目播送前、後揭露贊助者訊息。在不影響收視者權益下，得於運動賽事或藝文活動節目畫面中，出現贊助者訊息。
- **第 34-3 條** 置入性行銷及揭露贊助者之時間，不計入廣告時間。
得為置入性行銷之節目類型、新聞報導、兒童、運動賽事及藝文活動節目之認定、節目與其所插播廣告之明顯辨認與區隔、置入性行銷置入者與贊助者揭露訊息之方式、限制及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。(廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法)
- **第 35 條** 廣播、電視事業之負責人或其他從業人員，不得將電台設備之全部或一部，交由委託播送廣告者直接使用。

第六章 罰則

- **第 41 條**
廣播、電視事業違反本法規定者，視情節輕重，由主管機關予以左列處分：
 - 一、警告。二、罰鍰。三、停播。四、吊銷執照。
- **第 42 條**
廣播、電視事業有左列情形之一者，予以警告：
 - 一、違反第十條之一第二項、第十二條之二第一項、第十三條至第十五條（電臺設立）、第十七條、第十九條、第二十條或第三十一條規定者。（節目管理）
 - 二、違反第二十三條第一項、第二十四條、第二十五條或第三十三條第一項規定者。
 - 三、違反依第二十六條之一第一項所定分級處理辦法者。

從廣播/電視節目探討內容自律機制

廣播電視法施行細則

修正日期：105 年 11 月 11 日

• 第三章 廣播電視節目管理

• 第 13 條

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。

• 第 14 條

本法第十六條第二款所稱教育文化節目，包括提供自然科學、人文社會等資訊知能，增進學習機會，培養人文涵養、判斷與創造能力、民主素養與法治觀念，促進對基本人權之尊重、生態環境之保護、社會教育及多元文化之瞭解與關懷，協助追求自我實現，豐富社會內涵，維護多樣性、包容性、自主性、創新性與表達文化等節目。

第 18 條

具有特種任務或為專業性之電臺所播送特種或專業節目之時間，應占百分之六十以上，其他各類節目時間之比率，由廣播、電視事業自行訂定後，附具理由及施行期限，送請本會核定後實施。

• 第四章 廣播電視廣告管理

• 第 23 條

本法第三十一條第一項所稱**播送總時間**，係指節目表所載每一節目播送起訖時間；節目起訖時間之認定，係自播送節目名稱或其他可資辨識節目開始之畫面、聲音或文字起，至下一節目名稱或其他可資辨識節目開始之畫面、聲音或文字播送前止。**有下列情形之一者，不計入廣告時間：**

- 一、依本法第三十四條之二及第三十四條之三規定揭露贊助者及為置入性行銷之時間。
- 二、電視事業所屬頻道節目之預告。
- 三、非屬廣告之政策宣導。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法

修正日期：108 年 04 月 03 日

- 第二章 節目與廣告區隔之管理
- 第 3 條
- 廣播事業播送之節目應能明顯辨認，並與其所插播之廣告區隔。但廣播電視法及本辦法另有規定者，不在此限。
- 廣播事業播送之節目，應於每段節目開始時播報節目名稱。
- 廣播事業播送之節目插播廣告時，主持人以播報進廣告、工商服務，或以特定固定音樂方式，或其他適當方式與節目區隔。

第 4 條 廣播事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：

- 一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品或商業服務相同者。
- 二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。
- 三、節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。
- 四、節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯者。
- 五、節目內容之呈現，利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定商品或服務之價值者。
- 六、節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，透過聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。
- 七、節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯者。
- 八、節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

- 第 5 條

- 新聞報導內容之呈現，除前條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：
 - 一、對特定商品或服務呈現單一觀點，或為正面且深入報導者。
 - 二、呈現特定廠商品牌、商品、服務、標語、效用、使用方式之播送時間，明顯不符比例原則者。

- 第 6 條

- 兒童節目內容之呈現，除第四條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：
 - 一、誘使兒童要求家長接受節目中商品或服務之建議者。
 - 二、利用兒童參與心理，鼓勵使用各種付費形式之互動者。

第三章 置入性行銷之管理

- 第 7 條

公營電臺製播之節目不得為置入性行銷。

- 第 8 條

廣播事業播送之節目，除下列節目類型外，得為置入性行銷：

- 一、新聞節目。二、兒童節目。

- 第 9 條

廣播事業不得於節目中以下列商品、商標或服務為置入性行銷。但另有規定者，不在此限：

- 一、菸品。
- 二、酒類。
- 三、跨國境婚姻媒合。
- 四、須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物。
- 五、法令禁止販賣或交易之商品或服務。
- 六、其他法令禁止為廣告。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

- **第 10 條** 廣播事業於節目為置入性行銷時，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，自然呈現，不得有下列之行為：
 - 一、刻意影響節目內容編輯。
 - 二、直接鼓勵購買商品或服務。
 - 三、誇大商品或服務及其效果。
- **第 11 條** 廣播事業於節目為置入性行銷時，應於該節目播送前、後明顯揭露置入者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。
前項揭露置入者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。
- 廣播事業未於節目播送前、後揭露置入者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。

第 四 章 贊助及冠名贊助之管理

- **第 12 條**
公營電臺於符合設臺宗旨時得接受贊助製播節目。
- **第 13 條**
廣播事業播送之新聞節目不得接受贊助及冠名贊助。
兒童節目不得接受冠名贊助。
- **第 14 條**
廣播事業不得於節目中接受以下列商品或服務為營業之事業、機關（構）、團體或個人之贊助，但另有規定者不在此限。
 - 一、菸品。
 - 二、跨國境婚姻媒合。
 - 三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。
 - 四、其他法令禁止為廣告。

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

- 廣播節目不得以下列商品或服務為冠名贊助：
 - 一、菸品。
 - 二、跨國境婚姻媒合。
 - 三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。
 - 四、其他法令禁止為廣告者。
- 第 15 條 廣播事業接受贊助或冠名贊助，不得有下列之行為：
 - 一、介入節目內容編輯。
 - 二、影響聽眾權益。
- 第 16 條 廣播事業於節目接受贊助或冠名贊助，應於該節目播送前、後明顯揭露贊助事業、機關（構）、團體或個人之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。

前項揭露贊助者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。

廣播事業未於節目播送前、後揭露贊助者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。

業者自律規範

- 中華民國電視學會新聞自律公約
- 中華民國電視學會節目冠名贊助自律規範綱要
- 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
- 中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會電視節目『冠名贊助』自律執行綱要
- 公約：兒童權利公約(CRC)、消除對婦女一切形式歧視公約(CEDAW)、身心障礙者權利公約(CRPD)

第 1 日

第 1 場 13:05 – 14:35

從廣播/電視節目探討內容自律機制

自律內控機制有效運作？！

- 自律委員/倫理委員/諮詢委員/外部公評人？
- 受理觀眾/聽眾正式與非正式管道反應及申訴SOP？
- 官網設置OOO專區，標示OOO專用之電子信箱等各種聯絡方式？
- 觀眾/聽眾意見、客服案件與特殊申訴案件處理SOP？
- 受理後，案件調查、處理、說明SOP？
- 對於侵害觀眾/聽眾權益之爭議事件提出調查報告SOP？
- 製播單位如有適法疑義及處理不當處，更正、改善SOP？製播單位答覆申訴者SOP？
- 每季業務紀錄，以及每年執行業務報告書？
- 業務紀錄、執行業務報告書刊載於網頁，公告週知？
- 自律相關議題之年度教育訓練規劃與執行？
- 相關內規懲處規章？

提升從業人員專業素養 促成廣電事業製播優質節目及傳播正確資訊

- 廣告化、誇大不實等違反法令等內容發動自律
- 善盡媒體社會責任及保障閱聽人權益
- 廣電相關法規、自律機制內控與執行