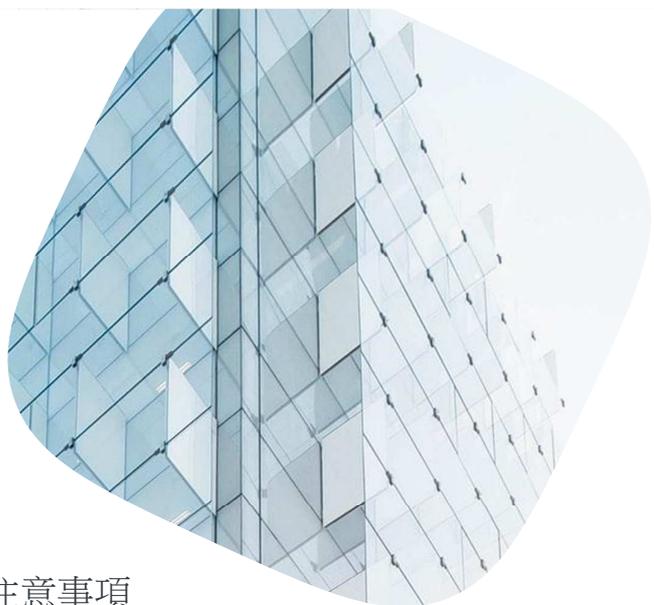


# 政策法規溝通

電臺與內容事務處  
黃金益處長



## 目次

- 壹、產業概況
- 貳、監理業務
- 參、電視內容監理案例
- 肆、電視營運監理重要規定及注意事項
- 伍、防疫相關注意事項

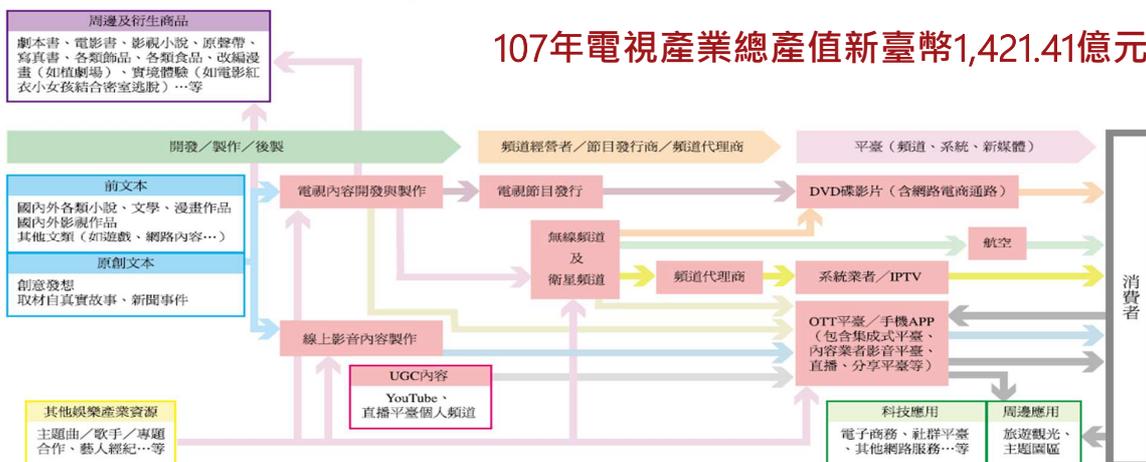
# 壹

## 產業概況

- 一、電視產業鏈
- 二、不同媒體近五年廣告量
- 三、不同媒體近五年廣告佔比
- 四、電視仍為主要獲得新聞資訊管道

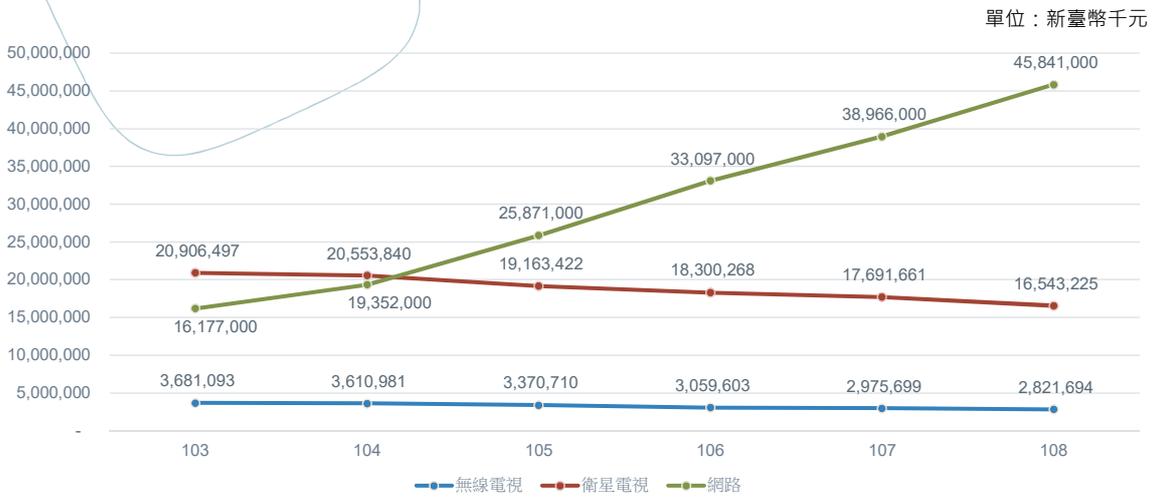
### 一、電視產業鏈

107年電視產業總產值新臺幣1,421.41億元



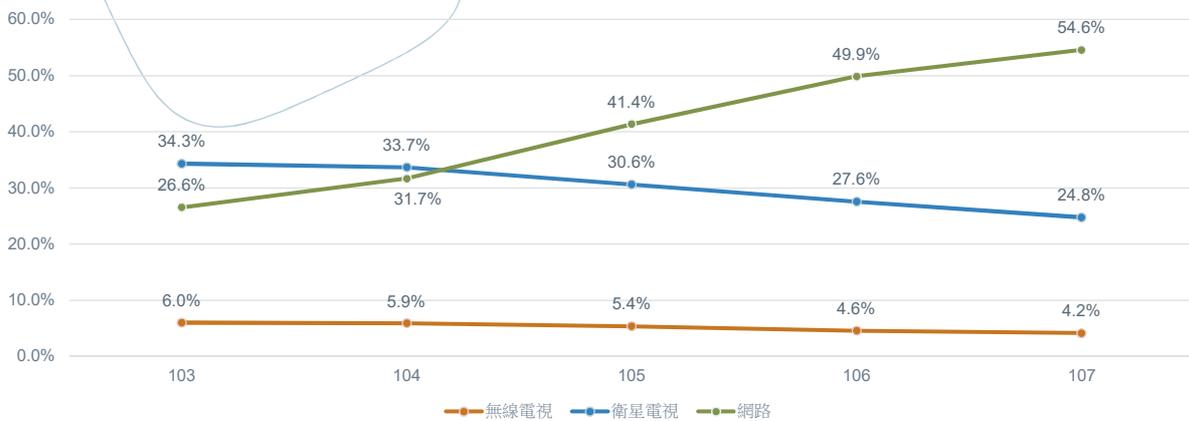
資料來源：文化部107年電視產業調查

## 二、不同媒體近五年廣告量



資料來源：2020台灣媒體白皮書

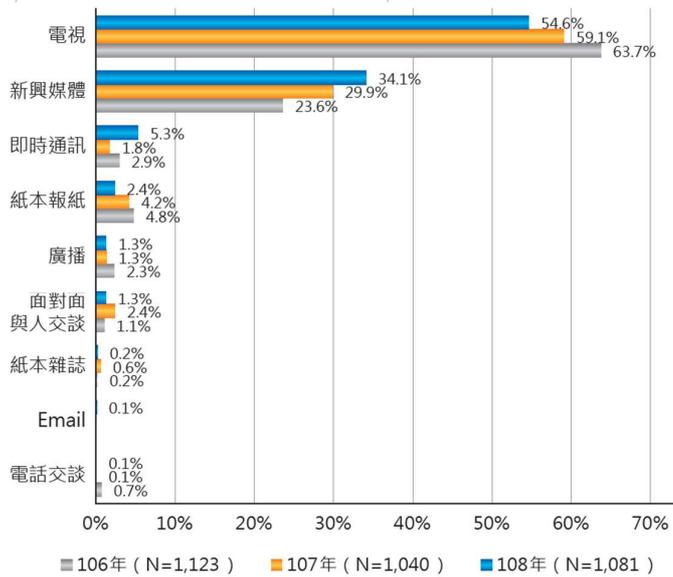
## 三、不同媒體近五年廣告佔比



註：媒體類型尚包含報紙、雜誌、廣播、戶外未列入圖表，故佔比總數非100%

資料來源：2020台灣媒體白皮書

## 四、電視仍為主要獲得新聞資訊管道



# 貳

## 監理業務

- 一、監理原則
- 二、前五大申訴類別
- 三、電視核處情形

## 一、監理原則

憲法保障最大限度之言論自由，除新聞報導、節目、廣告內容明確違法，本會依法處理外，允宜充分尊重媒體製播，避免干預編輯自主與媒體自律。

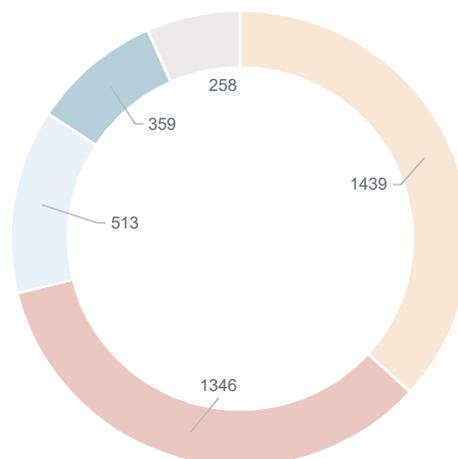
本會將行政干預限縮到「真正必要」之程度，監理原則包含：

- 整體以觀、個案判斷
- 論證原則
- 故意過失原則
- 比例原則



## 二、前五大申訴類別

- 妨害公序良俗
- 內容不實、不公
- 針對特定頻道(電臺)/節目/廣告內容、語言用字表達個人想法
- 妨害兒少身心健康
- 廣告違規(含排播時段、長度及內容)



統計期間：108年1月1日至109年6月30日

### 三、電視核處情形

違規類型	件數	佔比	罰鍰累計(NT.)	警告
節目與廣告未明顯分開	56	48.3%	16,400,000	23
製播新聞違反事實查證·致損害公共利益	14	12.1%	7,600,000	
違反節目分級處理辦法	13	11.2%	3,250,000	5
廣告超秒	8	6.9%	4,800,000	
妨害公共秩序或善良風俗	5	4.3%	1,800,000	
違反電視置入行銷及贊助管理辦法	4	3.4%	800,000	
違反本國自製規範	4	3.4%	2,200,000	1
違反黨政軍退出媒體規定	2	1.7%	2,000,000	
於新聞節目中為置入性行銷	2	1.7%	1,100,000	
違反兒童及少年福利與權益保障法	2	1.7%	73,000	
未經許可擅自變更營運計畫	2	1.7%	-	2
違反第43條第2項有營運不當或損害訂戶情事	1	0.9%	500,000	
未依指定之時段、方式播送節目、廣告	1	0.9%	400,000	
廣告超過三分鐘或以節目型態呈現無標示廣告二字	1	0.9%	200,000	
未於期限內更正或答覆利害相關人請求	1	0.9%	-	1

統計期間：108年1月1日至109年6月30日

## 電視內容監理案例

- 一、節目廣告化案例
- 二、贊助案例
- 三、違反事實查證致損害公共利益案例
- 四、妨害兒童或少年身心健康案例
- 五、民眾檢舉案例
  - (一)公序良俗
  - (二)政論性節目

## 一、節目廣告化案例

### 法規依據

#### 廣播電視法第33條規定

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。

#### 衛星廣播電視法第30條規定

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。

## 一、節目廣告化案例

### 資訊型節目介紹○○精

節目見證者說明使用產品確實有**實質功效**，節目末段出現**諮詢專線**，以及字卡廣告提供諮詢專線，且節目中多次出現**產品特寫**、及**飲用畫面**，來賓並**強調如何辨別仿冒品**，使觀眾足資識別其為主持人、來賓及專家所介紹之產品，明顯表現出媒體為特定商品宣傳之客觀事實，致節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔。



## 一、節目廣告化案例

### 內容爭點

節目不僅具體呈現「實體成品」，且內容幾乎以介紹系爭產品為情節主體，並佐以各項專屬特色（成分、效用、與不同動物之骨頭密度比較、製造過程與生理作用之說明、對患有筋骨病痛者之重要性，以及節目來賓與民眾見證）等資訊說明，故客觀內容呈現特定產品。

節目搭配影片解說沖泡方式，並輔以口白說明：「.....這就是每天喝○○精華，才有辦法保養出來的筋骨，.....請打節目的諮詢專線，有這種涸涸涸，百倍濃縮的○○精華，逐罐沖泡後，跟大罐的葡萄糖胺平多.....所以市面上已經出現十幾種的冒仿品，一定要認明咱△△大哥介紹，XX大哥用了歐樂攔肯定的，才是真真正正第2代濃縮100倍的○○精華」，明顯強調指涉特定○○精華產品。

節目末段，來賓聲明：「.....外面的○○精萃，滿滿是到處是，都說是我介紹的，哪有影，那不是我介紹的，我介紹的，要有△△跟XX的肖像，還有這支電話，那才是真的（出現諮詢專線0800-29-2345及產品外盒△△及XX照片），你如果收到沒有△△和XX的肖像，你就快把它退回去，才不會多花錢，△△在玉山山頂拿的那瓶（畫面出現△△飲用○○精產品），才是正港的喔，要記得喔」，已明顯指示閱聽眾撥打諮詢專線才能買到節目介紹的真正○○精產品。

## 一、節目廣告化案例

### 本會處理

上揭內容明顯表現出媒體為特定商品宣傳之客觀事實，致節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔，已違反衛星廣播電視法第30條規定，決議予以核處。

此外，近期迭有業者建議本會應考量產業現況，放寬節目廣告化或置入贊助之規範，相關意見本會業已納入內部討論，惟節目內容仍應以維護視聽眾權益為前題，業者若能自律把關，政府放寬相關規範方能獲得民眾支持。

## 二、贊助案例

### 法規依據

#### 廣播電視法第33條規定

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。

#### 衛星廣播電視法第33條第2項規定

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。

本會為解釋及補充法令之規定，業以106年6月1日通傳內容決字第1064808014811號及108年3月25日通傳內容字第10848006980號函檢送「電視節目廣告化、置入、贊助之關係表」，其中表2

「同一電視節目中同一廠商節目廣告化、置入、贊助之關係表」，編號D5及E4規定：「**同一廠商在一節目中為商品冠名贊助時，不得於該節目之廣告時段為該冠名商品之廣告**，但該廠商之其他商品不在此限」。

## 二、贊助案例

### 談話型節目冠名A公司 同時插播A產品

節目名稱冠以○○生技股份有限公司之產品名稱「○○軟骨素膠原錠」，同時又插播○○生技公司「○○軟骨素膠原錠」35秒產品廣告。



## 二、贊助案例

### 內容爭點

「〇〇軟骨素膠原錠」為〇〇生技公司之品牌，系爭節目接受廠商之品牌冠名贊助，並於節目播送後揭露：「本節目感謝『〇〇軟骨素膠原錠』冠名贊助播出」，惟又於系爭節目之廣告時段插播「〇〇軟骨素膠原錠」35秒商品廣告。因該節目冠名廠商產品，故觀眾收視節目時將全程出現「〇〇軟骨素膠原錠」產品名稱，惟又搭配該產品廣告，致節目與廣告未能明顯區分，並影響視聽眾權益。

### 本會處理

節目接受廠商產品冠名贊助又於廣告時段播出該冠名產品之廣告，違反衛星廣播電視法第33條第2項所訂定之電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法，**決議予以核處。**

## 三、違反事實查證致損害公共利益案例-1

### 法規依據

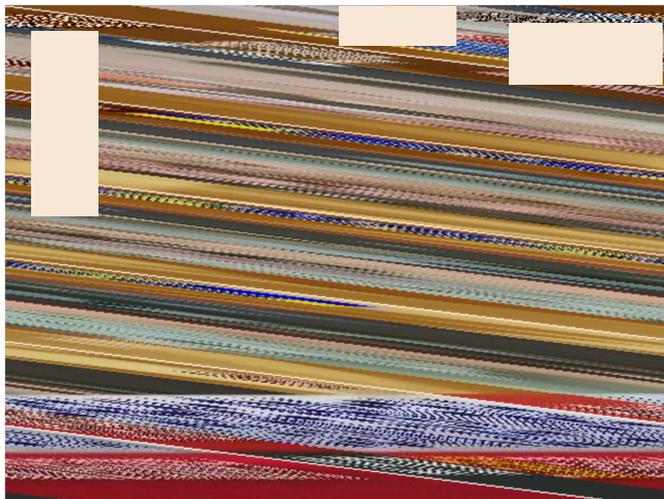
**衛星廣播電視法27條第3項第4款規定**  
衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業播送之節目內容，不得有製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益之情形。

違反者，依同法第53條第2款規定，處新臺幣20萬元以上、200萬元以下罰鍰，並得令其停止播送該節目或廣告，或採取必要之更正措施。

### 三、違反事實查證致損害公共利益案例-1

#### 「網路輿情分析花280萬 市民疑：養網軍？」 報導

新聞採訪內容播出前未善盡基本查證義務，誤導民眾認知及判斷，不當影響視聽眾資訊接收權利，致損害公共利益



### 三、違反事實查證致損害公共利益案例-1

#### 內容爭點

新聞報導政府採購招標案，攸關公共利益，受處分人稱已於高雄市議會開議報告之休息時間向高雄市長韓國瑜查證，然所稱「查證」，僅係於高雄市長韓國瑜行走間口頭詢問，經其回應「去組網軍這開玩笑，這怎麼可能組網軍，這開玩笑！」，卻未對受訪者否認言詞另行探究查證，亦未確認採購案相關細節。

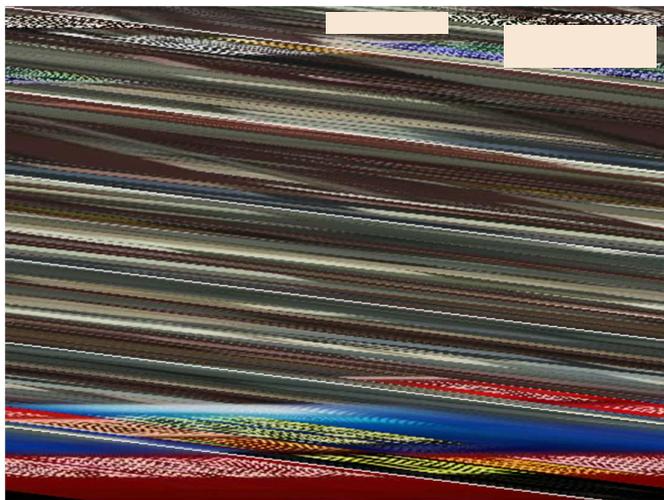
#### 本會處理

本報導新聞尚非需即時播出，應再詢問承辦單位相關人員確認並比對日期後再播出較為完整，且採訪內容非難查證，然卻未於播出前善盡基本查證義務，顯誤導民眾認知及判斷，不當影響視聽眾資訊接收權利，致損害公共利益，決議予以核處。

### 三、違反事實查證致損害公共利益案例-2

#### 「毀韓放大招 羅智強爆暗黑兵團作戰模式」報導

以民意代表接獲網友爆料說法為主，輔以網路「暗黑兵團」網軍公司運作方式等報導內容，未明確揭示具體消息來源或媒體採訪、查證情形。



### 三、違反事實查證致損害公共利益案例-2

#### 內容爭點

新聞報導民意代表爆料有社群營銷公司收費，提供影響網路民意之服務，事涉民主政治議題，且民意代表已說明社群營銷公司作為之目的乃與選舉活動相關，而新聞媒體是民眾建構對社會現實認知的重要管道，電視媒體之影響力更是無遠弗屆，因此播送民意代表爆料議題等公共利益議題倘涉及錯誤資訊或混淆訊息，將致影響社會大眾參與民主選舉活動的認知或判斷，不當影響電視觀眾資訊接收權利，對公共利益當深具影響。

民意代表主動發布相關消息後，即於第2日針對相關發言走訪洲子街、向每家公司詢問求證製播後續報導，顯見於報導播出前對於民意代表說法之查證並非不可為、亦非無法立即執行查證動作。

### 三、違反事實查證致損害公共利益案例-2

#### 本會處理

新聞以民意代表接獲網友爆料說法為主，輔以網路「暗黑兵團」網軍公司運作方式等報導內容，未明確揭示具體消息來源或媒體採訪、查證情形。

新聞受採訪對象發言非難查證，然卻未於播出前善盡基本查證義務，顯誤導民眾認知及判斷，有損害閱聽眾視聽權益，致損害公共利益，決議予以核處。

### 四、妨害兒童或少年身心健康

#### 法規依據

**廣播電視法第21條第1項第2款規定**

廣播、電視節目內容，不得有妨害兒童或少年身心健康。

**衛星廣播電視法第27條第3項第2款規定**

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播送之節目或廣告內容，不得有下列情形之一：……二、妨害兒童或少年身心健康。

## 四、妨害兒童或少年身心健康

「再傳霸凌事件 少女  
遭圍毆狂甩巴掌」



## 四、妨害兒童或少年身心健康

### 內容爭點

報導內容清楚呈現少女被霸凌過程，相關霸凌情節更可能引發青少年模仿，實不具警惕作用且妨害兒童或少年身心健康。

新聞以網路影片貫穿整則報導，重複播放施暴畫面，其他旁觀者教唆或鼓勵之行為，可能引起模仿，且報導中亦未呈現警察機關或青少年犯罪、兒少心理健康等相關領域專家之意見或觀點，實難謂具教育警惕意義

畫面雖以抽格處理，惟相關畫面仍可清楚辨識少女遭打耳光之動作，加上記者詳細口述事發情節，強化遭霸凌少女受辱情形，相關內容實讓受害者身心二度傷害，亦可能令閱聽眾產生不適感受。

## 四、妨害兒童或少年身心健康

### 本會處理

新聞引用網路影片內容，播出少女遭同儕青少年霸凌之過程，畫面出現幾名青少年圍著一名少女，並輪流出手打少女耳光之畫面，強化遭霸凌少女受辱過程，妨害兒童或少年身心健康，**予以核處**。惟本案目前行政訴訟一審審理中。

### 未來建議處理方式

新聞媒體作為社會公器，具有守望社會、教育傳承之價值，未來類似報導建議可修正方向包含：

- 1.除相關足以識別個人之畫面遮蔽，應**避免重覆播放暴力或霸凌之畫面**。
- 2.增加孩童**面對此類霸凌如何處理**之說明。
- 3.增加父母師長**如何察覺孩童異樣**之資訊。
- 4.明確標示**反霸凌專線資訊**。

## 五、民眾檢舉案例-(一)公序良俗

### 民眾意見

- 1.內容涉及玄武、五行、誇大不實，一直強調只要購買它的手鍊就能大富大貴，嚴重誤導社會大眾。
- 2.算命諮詢廣告,打電話去卻是賣手鍊,廣告不實。

### 法規依據

#### 廣播電視法第21條第1項第3款規定

廣播、電視節目內容，不得有妨害公共秩序或善良風俗。

#### 衛星廣播電視法第27條第3項第3款規定

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播送之節目或廣告內容，不得有妨害公共秩序或善良風俗之情形。

## 五、民眾檢舉案例-(一)公序良俗

○○手鍊 改變磁場  
改變命運



## 五、民眾檢舉案例-(一)公序良俗

### 內容爭點

所謂「公共秩序或善良風俗」，公共秩序謂國家社會之一般要求或利益；善良風俗指社會一般道德觀念。公共秩序係自外部之社會秩序方面論之；善良風俗則自內部之道德觀念觀察，二者均以社會國家之健全發展為目的。然法律並未就善良風俗為定義，而臺灣高等法院認為所謂善良風俗，指為維持健全之社會生活，而為一般人所信守之倫理、道德觀念，其具體內涵如何，固難一一列舉，本案廣告經民眾申訴檢舉者眾，涉及算命、風水、解運、或其他超自然事物，易致觀眾迷信，亦有廣告不實之嫌。

### 本會處理

本會經調帶後將該等廣告移請相關機關（公平交易委員會、行政院消費者保護處及內政部警政署）查處。

復經內政部警政署回函表示，本案內容以怪力亂神之廣告手法行騙，疑涉刑法詐欺罪；另內容多有斷章取義公眾人物言論之畫面，亦恐涉有偽造(準)文書罪之嫌，已立案偵處，視個案之具體事證依法辦理。

## 五、民眾檢舉案例-(二)政論性節目

### 內政部來函

節目來賓所提如「做實價登錄的時候，最高的3%不登錄，最低的3%不登錄」、「政府只登錄低的，政府選擇性登錄，為了實現他內心的居住正義，在打房價」等語，與事實不符。節目未經詳實查證即散布不實言論，已混淆社會視聽。

### 法規依據

#### 廣播電視法第23條第1項規定

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。

#### 衛星廣播電視法第44條規定

對於衛星廣播電視之節目或廣告，利害關係人認有錯誤，得於播送之日起，二十日內要求更正；衛星廣播電視事業應於接到要求後二十日內，在同一時間之節目或廣告中加以更正。衛星廣播電視事業認為節目或廣告無誤時，應附具理由書面答覆請求人。

## 五、民眾檢舉案例-(二)政論性節目

來賓發言「實價登錄不實」



## 五、民眾檢舉案例-(二)政論性節目

### 內容爭點

節目來賓就經濟日報108年10月28日報導「實價登錄不實！1600萬誣3200萬買賣都判刑」之新聞，以實價登錄造假頻傳為題進行評論。

節目來賓提及「內政部地政司在做實價登錄的時候，他是這樣講，最高的3%不登錄，最低的3%不登錄」、「都去登記，實際上是只有38%」、「同樣一個社區，以這個中間線來講，下面有三間，上面有三間，只登錄低的」、「政府只登錄低的，政府選擇性登錄，為了實現他內心的居住正義，在打房價」、「可以告我！我叫○○○。你是選擇性的登錄，很多年都這樣，只有低沒有高」。

主持人提出「你有證據嗎？你不能亂講啊！」之質疑，節目來賓則就其發言內容公開表明可藉法院訴訟審理程序判定是否為真。

電視台於接獲更正要求後，二次在該頻道同一時段節目中播出澄清內容。

## 五、民眾檢舉案例-(二)政論性節目

### 本會處理

節目內容有欠妥適，予以發函改進。

### 未來建議處理方式

#### 一、事前企劃：

- 1.邀請來賓應具多元性。
- 2.宜於節目製播前囑咐來賓議論時皆應有所本，做好查證。

#### 二、錄影過程：

- 1.主持人應注意平衡原則及發言分際，避免激化衝突、誤導大眾情形。
- 2.對所評論議題提供客觀中立資訊。
- 3.宜於節目中一併呈現依據之來源。
- 4.若來賓仍有過度無根據之立論，主持人當為即時必要之提醒，以免來賓單方不實言論造成觀眾誤解；藉以提升廣電媒體政論公信力，及減輕媒體平臺製播剪輯之責任。

#### 三、事後剪輯：

- 1.節目內容播出後若有誤，宜盡速更正澄清；若涉及更正回覆，應依法定期限辦理。

# 肆

## 電視營運監理重要 規定及注意事項

- 一、營運計畫變更
- 二、營運不當損害訂戶或視聽眾權益
- 三、評鑑重要規定及注意事項
- 四、換照重要規定及注意事項
- 五、各申辦項目提交方式說明

### 一、營運計畫變更

#### 營運計畫變更應向本會申請許可

##### 法規依據

廣播電視法第10條之1第2項規定：

「廣播、電視事業之營運計畫有變更者，應向主管機關申請核准。」

衛星廣播電視法第15條第1項規定：

「申請書及營運計畫內容於許可後有變更時，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，應向主管機關為變更之申請。但第7條第1項第3款內容有變更者，不在此限。」

## 一、營運計畫變更

### 營運計畫變更常見樣態

公司	頻道
(1) 負責人變更 (含董事、監察人、總經理、執行長或與其職務相當之人)	(1) 開播日期變更 (展期不得逾6個月，並以1次為限)
(2) 資本額變更	(2) 頻道名稱變更
(3) 公司名稱變更	(3) 識別標識變更 (含短期變更)
(4) 營業地址變更	(4) 收費基準變更
(5) 衛星轉頻器或傳輸方式變更/新增	(5) 節目規劃變更

## 二、營運不當損害訂戶或視聽眾權益

### 營運不當有損害訂戶或視聽眾權益之情事或有損害之虞

#### 法規依據

衛星廣播電視法第43條第2項規定：

「主管機關認為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營運不當，有損害訂戶或視聽眾權益之情事或有損害之虞者，應命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限期改正或為其他必要之措施。」

## 二、營運不當損害訂戶或視聽眾權益

### 營運不當案例



新聞頻道過度播送特定人物新聞報導，妨害新聞多元，未落實新聞內控及自律機制等，違反衛星廣播電視法第43條規定，有損害觀眾權益，致有營運不當之情事，應命其限期改正或為其他必要之措施。如未改正，可依衛星廣播電視法第61條第6款規定處以罰鍰。

## 三、評鑑重要規定及注意事項

### 法規依據



**衛星廣播電視法第17條第1項規定：**

「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。」

**衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業評鑑審查辦法第2條第1項規定：**

「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，應於該事業取得執照屆滿三年起二個月內向主管機關提出第一年至第三年之營運計畫執行報告，及申設或換照時所附應改善事項、行政處分附款、承諾事項或行政指導之執行情形。」

## 三、評鑑重要規定及注意事項

### 評鑑應提交資料

一、第1年至第3年之營運計畫執行報告，應包括下列項目：  
(參照評鑑審查辦法第3條至第5條)

1. 頻道經營與節目編排之執行情形。
2. 內部控管機制與自律組織運作之執行情形。
3. 財務狀況。
4. 客服部門編制與意見處理之執行情形。
5. 其他主管機關指定事項。

前項營運計畫執行報告應依評鑑審查辦法附表一至附表三所載之指定細項撰寫，並檢附佐證資料及其他主管機關指定之文件。

二、申設或換照時所附應改善事項、行政處分附款、承諾事項或行政指導之執行情形。

## 四、換照重要規定及注意事項

### 法規依據

**衛星廣播電視法第18條第1項規定：**

「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。」

**衛星廣播電視法第18條第2項規定：**

「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。」

**衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業換照審查辦法第2條第2項規定：**

「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未於前項規定期限內申請換照，主管機關應以書面通知限期提出申請；逾期提出申請者，不予受理。」

## 四、換照重要規定及注意事項

### 換照應提交資料（參照換照審查辦法第3條至第6條）

- 一、執照期間第4年至執照屆滿6個月前營運計畫執行報告。
- 二、未來6年營運計畫。
- 三、營運計畫摘要表。
- 四、與申設或前次換照之營運計畫異同對照表。
- 五、其他主管機關指定之文件及佐證資料。

## 四、換照重要規定及注意事項

### 營運計畫執行報告及營運計畫應載明事項

營運計畫執行報告應載明事項	未來6年營運計畫應載明事項
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 頻道經營理念與節目或內容編排之執行情形。</li> <li>2. 內部控管機制與自律組織運作之執行情形。</li> <li>3. 財務狀況。</li> <li>4. 客服部門編制與意見處理之執行情形。</li> <li>5. 其他經主管機關指定之事項。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 經營之頻道數目、頻道名稱及信號傳輸方式（境內）/使用之衛星資料及其信號涵蓋範圍。</li> <li>2. 節目規畫。</li> <li>3. 傳播本國文化及本國自製節目之實施方案。（境外無）</li> <li>4. 內部控管機制及節目編審制度。</li> <li>5. 收費基準及計算方式。</li> <li>6. 其他經主管機關指定之事項。</li> </ol> <p>（★評鑑、申設或前次換照所附應改善事項、行政處分附款、承諾事項或行政指導之執行情形）</p>

## 五、各申辦項目提交方式說明

無線電視、衛星廣播電視 評鑑及換照案件	無線電視、衛星廣播電視 營運計畫變更案件
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自108年9月2日起，評鑑及換照申請流程均改為全程線上申辦，請各事業單位持工商憑證或組織團體憑證辦理相關業務。</li> <li>2. 換照案件審查費已於申辦系統由申請人自行列印繳納，無須再洽本會業務窗口製發繳款憑條。</li> <li>3. 線上申辦網址：<a href="https://tsba.ncc.gov.tw/tsba">https://tsba.ncc.gov.tw/tsba</a></li> <li>4. 系統諮詢電話：0917580600，呂專案經理。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 現行申辦流程係以紙本公文方式受理。</li> <li>2. 因本會配合行政院智慧政府政策，各項申辦業務均須改採線上申辦，故營運計畫變更案件將於110年底前，轉換為全程線上申辦方式受理。</li> </ol>

# 伍

## 防疫相關注意事項

- 一、指定播送防疫資訊
- 二、發布解釋令
- 三、修正解釋令
- 四、因應解釋令相關監理作為

## 一、指定播送防疫資訊

### 感謝各頻道協助指定播送防疫資訊

因應武漢肺炎防疫之需，本會根據中央流行疫情指揮中心(以下簡稱指揮中心)指示，依據傳染病防治法第52條、廣播電視法第7條及衛星廣播電視法第26條第1項等規定，發函廣電媒體播送指定宣導訊息。疫情隨時間推進蔓延，各項防疫作為持續變化，指定播出條件亦持續改變，自108年1月22日起至今，指揮中心已提出申請書14次。經統計自指揮中心2月1日至9月30日指定播送期間，衛星電視及無線電視指定播出影片時間總數如下：

媒體類型	指定播出期間	說明	各頻道指定播出累計分鐘數
無線電視、衛星電視 新聞各頻道	2月1日 至 9月30日	2月 1日至2月03日/ 每日 4分鐘/計 3日 2月 4日 / 每日17分鐘/計 1日 2月 5日至5月22日/週間每日24分鐘/計78日 週末每日10分鐘/計30日 5月23日至7月31日/ 每日 5分鐘/計70日 8月 1日至8月31日/ 每日 3分鐘/計31日 9月 1日至9月30日/ 每日 3分鐘/計30日	2,734分鐘 (折合為 1日21時34分)
衛星電視 非新聞頻道	2月6日 至 9月30日	2月 6日 / 每日12分鐘/計 1日 2月 7日至5月22日/週間每日24分鐘/計76日 週末每日10分鐘/計30日 5月23日至7月31日/ 每日 5分鐘/計70日 8月 1日至8月31日/ 每日 3分鐘/計31日 9月 1日至9月30日/ 每日 3分鐘/計30日	2,669分鐘 (折合為 1日20時29分)

## 二、發布解釋令

### 「嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別條例」第10條解釋令

考量民營廣電事業受指定播送相關防疫訊息，可能影響其原有節目廣告的排播規劃，爰本會兼顧舒緩業者營運上之影響及保障視聽眾既有權益，於109年3月16日發布解釋令，以「同時段」及「等額」原則放寬原有廣告時間限制，適用期間自指揮中心終止指定播送相關防疫資訊、節目次日起，至110年6月30日止。



## 三、修正解釋令

### 修正適用期間，提早開始適用

考量疫情未來發展狀況不明，為降低指定播送對產業造成不利影響，經109年7月29日本會委員會議決議放寬適用期間，修正後之解釋令經行政院公報中心發布：

- 1.自8月7日起開始適用
- 2.適用終止日則由本會另行公告之。

## 四、因應解釋令相關監理作為

### 一、線上填報：

請各頻道定期上線填報防疫資訊播出情形總則數、總秒數及放寬廣告之日期與該日放寬總秒數。

註：依據刑法第214條規定「明知為不實之事項，而使公務員登載於職務上所掌之公文書，足以生損害於公眾或他人者，處三年以下有期徒刑、拘役或一萬五千元以下罰金」請各頻道如實填報相關資料。

### 二、放寬終止後函報廣告監播明細表：

適用放寬廣告之頻道，請於放寬廣告播出終止後一個月內，函報廣告放寬期間之廣告監播明細表。

未適用放寬廣告之頻道，請於放寬廣告播出終止後一個月內，函報本會未適用放寬廣告。

敬請指教