

兒少通傳權益政策公聽會－「供給／鼓勵」場次

壹、時間：100年5月12日下午2時

貳、地點：本會濟南路7樓大禮堂

參、主席：翁委員曉玲

記錄：資管處、技管處

肆、出（列）席者：詳如簽到表。

伍、主席致詞：略。

陸、報告事項：詳如簡報檔。

柒、會議紀錄：

衛星電視公會秘書長鍾瑞昌：

建議從兒少政策開始，政府與頻道、媒體業者間是相互信任、協商的關係。兒童及少年屬性不同，未來相關規範，建議對頻道業者能有區分，俾利頻道區分受眾經營。廣電可區分為公廣集團、無線電視、衛星電視，基於各類頻道使用公共資源情況不同，管制強度應有所不同。

聯意製作公司法務經理范立達：

欣見主管機關推動兒少政策。過去兒少收視權益不受重視，主管機關的立意值得肯定。但以 TVBSG 的經驗視之，過去製作兒少英語節目，卻是叫好不叫座，特別需要主管機關大力支持。關於 1.1.2 的有廣預算經費（400 萬）實不足夠，且誠意不足，希望後面可以多加幾個零。如果主管機關無法挹注，財源即可能來自於廣告。過去如女性內衣廣告在兒少頻道出現，雖然是鎖定陪同兒童收視的家長，但仍被主管機關禁止，像是垃圾食物廣告也受禁止，可能造成頻道經營困難。「又要馬兒好，又要馬兒不吃草」，可能會有困難，所以對兒少頻道或節目之廣告的限制應斟酌鬆綁。另外，到底是要鼓勵發展兒少專屬頻道，還是每頻道普設兒少節目？應更清楚明確。另外，我也覺得這份白皮書中看不出具體的方向來，比如 1.2.1 與 1.2.2 的內容幾乎完全相同，僅末句不同。希望主管機關思考政策。

翁曉玲委員：

有廣基金四百萬的經費確實不足，但這只是下年度預算的部分，明年度本會共計編列兩千兩百萬的經費與計畫。本會的困難在於目前無獎勵輔導權，因定位為監理機關，目前僅能在有限的資源中編列。兒少通傳權益應是跨部會的合作事項，像是教育部、內政部、文建會，應該都要加入。

有關兒少節目的廣告時間及內容可否做彈性調整，本會將通盤考量。雖然目前衛廣法有相當的規範方向，但考量到商業的實際需求，或許將採取較彈性的規管措施。

增設兒少頻道還是兒少節目，白皮書中將採取同時鼓勵的方式進行，除了兒童專業頻道外，比如綜合性頻道，目前兒少節目比例偏低，無線廣電也是，本會希望他們能多製作一些兒少節目，至於其他類型的頻道比如新聞頻道，則固然無法普遍要求提供兒少節目，但仍希望相關節目製播能重視兒少及親師團體的意見。

1.2.1 與 1.2.2 的錯誤應是版本問題，本會業已修正。

傳播內容處簡任視察林慧玲：

會針對無線廣電部分，要求提高製作時數與比例。

星空傳媒經理俞玥涵：

鼓勵製播兒少頻道、製播本國節目，鼓勵新設兒少頻道上架，我們樂見。但縱然有新設頻道，恐怕也無法順利上架。比如我們旗下的 CHANNEL V 係針對青少年製作，但其頻位僅能在 7X、9X 部分，今年甚至調到 1XX 之後，每年都發生任意換頻的情況。貴會重視兒少權益，是不是也應當考量此一情形。

營運管理處簡任技正吳銘仁：

建議會納入考量。

翁曉玲委員：

未來應研修頻道區塊化管理原則，給予兒少頻道較適合的位置。有關新設頻道無上架空間，因受限於目前類比有線電視的性質，未來有線電視數位化之後，應有助於頻道的上架，另這個議題也涉及基本頻道與加值頻道的重新規劃，本會將重新檢視。

聯意製作公司法務經理范立達：

主管機關如在兒少通傳政策上採取鼓勵兒少專屬頻道與兒少節目兩方面齊頭並進，似應針對現行電視產業有所區分，對公廣集團似應有更多責任及義務，對無線商業頻道則應鼓勵開闢兒少節目，對衛星電視則鼓勵增設兒少專屬頻道，以為區隔，方為妥適。

另 3/31 的兒少記者會新聞稿，其附件一、附件二的數據計算，台灣的數字並不低，是否值得檢視參考？

傳播內容處簡任視察林慧玲：

數量雖不低，但無線電視都是進口卡通。

翁曉玲委員：

外國的要求是要求兒少節目應具有教育性、知識性、啟發性，與國內大多播放卡通不同，未來如要求業者承擔製播比例，應將節目性質納入考量並做更細節的規

範。

台灣少年權益與福利促進聯盟秘書長葉大華：

會議資料 p.18 須釐清定義“弱勢兒少”係指哪一些對象?否則會造成政策矛盾。

p.19 針對偏鄉兒少寬頻上網服務，較大的問題在於後端的硬體維護，建議可納入教育部相關數位落差之政策計畫及資源。

建議納入相關部會成爲業務主責單位，整合跨部會資源來推動本政策。

p.20 針對業者自律措施，建議可整合現行公協會組織進行推動，此外，應加強協力 cable 台業者建立相關自律機制。

營運管理處簡任技正吳銘仁：

偏鄉寬頻上網服務，本會目前是運用普及服務基金進行。至於與教育部跨部會合作乙事，現行偏鄉寬頻係教育部與本會合作。另有關硬體維修等的建議，其實本會目前僅針對兒少建立相關過濾機制，過去從消費者端推動過濾措施，成效較不佳，未來本會將針對系統端要求建立過濾機制，避免兒少上網接觸到不當內容。

群英社國際股份有限公司葛知信經理：

本公司經營的 My Kids TV 頻道以 HD 高畫質播出，也響應政府電視數位化政策方向，目前僅在中華電信 MOD 上架，收視的兒童觀眾有限，希望政策的推行，有助於頻道推廣。

目前有線系統兒少區塊空間有限，希望輔助或鼓勵優良兒少頻道進入有線電視區塊，輔助或鼓勵其他平台（如中華電信 MOD）之兒少頻道發展。

衛星電視公會秘書長鍾瑞昌：

以加分方式於申設評鑑換照辦法中，鼓勵兒童頻道與節目。內容產製特種基金應與行政院開發基金合作，以十億或百億爲單位，挹注數位內容的產製，多鼓勵兒少團體及媒體製作優質節目，大家一起把餅做大。上架比例當然值得鼓勵，但應注意衡平與排擠效益。對於製播規範部分，應當重質不重量，好的節目重播不應當是問題。有關自律部分，衛廣公會已有相關機制，未來也願意協助推動兒少節目及廣告之自律措施。另外有關 1.6.6 部分，目前大部分都是娛樂面向，至於生活、學習部分，值得鼓勵。不管是電視或平台，其實都是平台，貴會應該可與其他部會合作，共同鼓勵相關服務的提供。

翁曉玲委員：

資源整合與規劃確實應當跨部會進行。但本會遭遇的問題是，此次政策乃由 NCC 主動提出，並非由行政院交辦，未來希望相關政策能受到行政院層級肯定，並進行跨部會的合作，特別是在獎勵、輔導方面資源的投入。不然光靠本會力量，實在太過單薄。

台灣少年權益與福利促進聯盟秘書長葉大華：

目前各部會都有相關委員會，貴會可以將相關方案提出列管。像是特種基金部分，確實是個問題，貴會是否能盤點具體預算，以前瞻的眼光建議政府建立類似機制、使大家願意提供服務，不然別的部會不會關心。另有關網路標章、網域及電話號碼事，其實目前並不乏建網站的能力，主要應當是如何向家長訴求。就好像保護專線，為何不能整合在單一窗口裡？不然就跟教育部的反霸凌專線，似乎沒有人會去使用。我的看法是，既有介面的整合應當比較重要。最後，推動優質兒少網站標章，建議可整合公協會組織與 NPO 團體共同推動。

資源管理處科長廖麗湘：

過去內政部曾召開過專線電話整併的會議，但因各專線電話設立目的、性質、功能等均不相同，亦牽涉到資源整合及權責分工等問題，因此整併並不成功。相關建議將納入下一階段研議。

公共電視兒少組組長林曉蓓：

公視確實應當承擔較多義務，其實台灣的製作能力很強，在國際影展的表現都很好，甚至勝過日本，不管是多媒體或是優質兒少節目，但沒有看到政府的相關鼓勵。建議對於優質兒童節目的獎勵應該更多（例如國際性兒童影展的獎勵），另政府各單位應整合資源，出資製作優質兒童節目。

翁曉玲委員：

台灣的製播當然備受肯定，但平台上的能見度卻都較低，似乎還有努力空間。其實不管是兒少專業頻道、綜合頻道或公共電視，都有一些指標性的節目，但相對而言，對外播送的時數仍偏低，並集中在卡通節目。我們希望未來在事前的補助、事後的獎勵，都能有國家的整體資源投入。

基隆市政府科員楊慧娟：

應多播優良兒童電影，不論本國或外國優良兒童電影都可發揮正面影響力。另可仿效媒體舉辦「每月好書」評選，每月、2 個月或每季選出好的兒少節目，鼓勵業者。

翁曉玲委員：

這與我們的優質兒少節目標章有關，我們會納入參考。

漢聲廣播電台主持人吳沂家：

研究業已指出，小於兩歲兒童不適合看電視，是不是比照「吸煙警語」，也提醒家長，不宜讓幼童收視電視。節目播出（廣播、電視）稍縱即逝，很可惜，建議

建置專屬網站，由政府購買優質兒少節目，提供 2-3 個月內點選收聽、收看。是不是可能在各大報或兒少收看的報紙第一頁，刊載相關優質兒少節目的訊息，鼓勵家長多加利用。

翁曉玲委員：

我們確實認為應當成立專屬網站或平台，如果經費許可，也許也可購買節目授權，使家長與兒少可以使用。

聯意製作公司法務經理范立達：

購買電視節目放在網站上，這樣的立意雖然良善，但是節目放在網路上，因為在授權上，有其區域上的限制，網路是無國界的，這樣的授權費用可能非常高。在供給與鼓勵方面，業者最在乎是節目內容為何。93%的節目是日本卡通，因為日本卡通最容易取得，而且其成本價格相對較容易讓業者所接受。如果我們作一些體育節目，它算不算是一個兒童或少年節目，事實上，兒童、少年也都在看，這樣體育節目，也可歸類為兒童節目嗎？還是說連成人也在看，它就不算兒少節目，兒少節目的屬性，沒有那麼的明顯，所以如何去界定兒少節目，這部分請主管機關可以作一些說明，除了卡通之外，什麼樣的節目類型是屬於兒少節目。兒童的節目可能比較容易區分，青少年節目是什麼，什麼是專屬青少年節目，如果主管機關能告訴我們，或是主管機關可以作一個委託研究計畫，由一些專家學者去研究，引入或推薦國外一些比較優質的青少年節目，讓業者知道，或者是國外一些失敗或成功的案例，去討論他們所製播兒童或青少年節目，它們的收視率及製播成本為何，營收概況為何，政府是否有補助？

翁曉玲委員：

對於所謂的兒童節目也許概念是比較清楚，大概 12 或 14 歲以下是屬於兒童節目，但是對於少年節目的分類，未來我們在討論兒少節目規範的時候，會再邀請大家來討論，並集思廣益，如何去訂定比較清楚的兒少節目的定義，對於剛剛提到兒少節目在國外的製播的情況、收視率等，本會也考慮就所建議事項進行委託研究，來充實這部分的內容。

翁曉玲委員：

是否請電信相關業者代表提供白皮書意見？

亞太電信經理何伯陽：

3.1.1.1 有關簡訊管理部分，建議除簡訊關鍵字過濾機制外，是否考慮增加原則性之判斷原則，以供業者依循。另簡訊關鍵字字庫持續更新補充。

營運管理處簡任技正吳銘仁：

過去 1 年來，本會就行動業者提供企業簡訊的播送，都曾召集各家業者來討論，是否在公益的責任上面建置過濾機制。基本上，簡訊分二方面，一是企業的簡訊透過電信業者來協助轉發，另外是一般民眾個別簡訊的傳遞，我們初步已與電信業者就企業簡訊代為轉發這方面，希望能夠透過關鍵字去做檢視，這是漸**近進**式的。就是當個案發生時，透過關鍵字的設定，去作簡訊過濾，當過濾的時間點，可能還沒納入的關鍵字，事發時，被認為不當，就會要求業者，將這樣的關鍵字納進去，這種原則是依照時空的移轉。社會大眾對於詐騙行為，NCC 能協助處理，以便這樣的不當簡訊內容，不會影響到行動用戶使用上額外費用的支出，或者是收到不當的簡訊內容。主管機關 NCC 在這方面一直持續督導電信業者做這樣的處理。至於業者希望能就關鍵字的原則性規範能更明確化，這部分過去也一直有跟業者溝通，只是無法說今天把所有關鍵字都定下來，明天、後天或 1 個月後這個關鍵字資料庫就不會再增加，這個原則性就是有妨礙公序良俗的行徑，而遇到個案的情況，關鍵字就會循序漸**近進**的加進資料庫。

翁曉玲委員：

目前白皮書對於廣播部分著墨較少，是不是也給予我們建議。

先聲廣播電台台長馮俊華：

有關補助 400 萬元部分，兒少節目或頻道分配的比例規劃如何分配？有關部會的資源整合，是不是也可以有單一窗口？兒少節目由公營電台扮演角色，因為經費本係來自政府，是不是獎勵必須排除，以免重複？建議新開放的頻道能給予“公益頻道”多加鼓勵，設置公益兒少頻道。舉凡有頻道（平台）整合者（電視、廣播、網路通訊共同結合者）優先給予補助或設新電台。評鑑、換照給予加分，鼓勵各電台參與播出。

傳播內容處簡任視察林慧玲：

各媒介的比例會再考慮。廣播的教育參訪本會將補助，但節目製播部分暫時沒有，會再檢討。

翁曉玲委員：

特種基金部分，有廣必須挹注於有廣基金，但無廣基金目前停徵，也許未來會重新考量，目前僅能就可動支的部分進行規劃。

翁曉玲委員：

目前白皮書主要針對電視進行兒少節目的製播規範。廣播呢？

先聲廣播電台台長馮俊華：

公營廣播電台已提供兒少節目，特別是教育廣播電台。但在商業廣播電台部分，以鼓勵方式較為妥當。一方面為數眾多、一方面競爭激烈，且廣播已走向分眾及類型化，不建議賦予業者相關義務。公益電台，不管是既有或新設立的電台，應當承擔較大義務。

翁曉玲委員：

是不是全國性廣播電台應當也要承擔此類義務？

先聲廣播電台台長馮俊華：

是不是請警廣、漢聲、教育、復興這些全國性有 AM、FM 的電台來談？目前的印象是，廣電法修法針對節目類型所做的規定將會取消，如要加重此類節目比例，貴會宜予深思。如前述各電台，包含縣市政府的台北、高雄電台等也有相關任務有待履行，貴會如欲推動相關措施，仍宜與各電台加強溝通。

高點傳媒公司法務經理林淑娟：

國外如 FCC 有兒童專屬網站或平台，是不是匯流後，貴會網站可以考慮比照設置？兒少頻道的比例方面：應審酌綜合頻道的比例適當性，另頻道被安排在較後面，例如 80-100 的頻道，兒童較不常點選，惟查因形式上要播放，兒童卻不常看，對兒少身心教育效果不彰，未來在鼓勵或安排頻道播放上，是否應考量兒童接收頻道的習慣，以及「播放與效果」間的最大效益。“兒少”的定義應參酌國內法制，明確定義之。推動兒少通傳權益政策應與其他政府部會一起合作，以利政策之執行。

衛星電視公會秘書長鍾瑞昌：

綜合台目前有四、五十張，在 CABLE 上也有二、三十張。但兒少節目部分，至少應在普級時段播送，此外，又有節目類型的問題。公會在此似乎無法給予承諾，未來似宜針對綜合頻道召開協調會。如果一律均賦予相關義務，可能也會有受眾分散的問題。我們還是較建議用鼓勵方式來推動，貴會、教育部、兒童局似乎都可以結合相關資源鼓勵、並搭配時段進行，如果規範的太死板，可能也不會是預想的兒少節目。NCC 若規劃綜合台須製作兒童節目，建議應與各頻道協商，例如有關時段、節目類型、外購內製、廣告市場能量等均應深入考量，以免造成“為做兒童節目而做兒童節目”之現象，應從政策鼓勵與資金補助著手。

翁曉玲委員：

未來比例設置，將審慎考量、擴大參與。

星空傳媒經理俞玥涵：

回應鍾理事長意見。以廣告市場而言，因為兒童無購買能力，因此廣告主並沒有

針對 5-14 歲有設計產品，所以市面上商業電台無兒童節目，泰半與此有關。因此有關兒少節目、時段等規定，建議貴會審慎考量，否則會導致頻道的營運問題。

翁曉玲委員：

有關節目製作／收視率之間就好像雞生蛋蛋生雞的問題，我們未來會通盤來討論。是否還有其他先進有建議？另有關 1.6.1 部分，我也想就教各位？

台灣少年權益與福利促進聯盟秘書長葉大華：

該點貴會似乎可以對使用者定期進行評估。另，個人建議，應當對於使用端部分有更明確的調查與瞭解，比如電視與廣播之間的比重值得瞭解。另兒童與時段安排有重要性，但以青少年作息去設想，對他們而言，時段的意義可能不大。另目前跨級收視的情況亦不少，未來是不是應將重點放在學齡兒童這邊？建議貴會可以進行相關研究。

翁委員曉玲：

我們會就這部分做研究，並做為未來政策的重要依據。

下午 2 點尚有一場針對「教育／參與」面的，早上場次意見若沒發表完，也可以在下午場次繼續給予我們指教。感謝各位的參與與意見，謝謝。

捌、散會（上午 11 時 30 分）