

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

## 傳播媒體內容管制規範類型化之研究

### A Standardized Classification Scheme For Media Content Regulations

計畫編號：NSC 87--2412--H--004--014

執行期限：86年8月1日至87年7月31日

主持人：鄭瑞城 協同主持人：石世豪

國立政治大學新聞學系

#### 一、中文摘要

本研究建構傳播媒體內容管制規範之標準化類型表，經初步試測，其周延性、適用性高。

**關鍵詞：**內容規範、媒體規範類型、傳播法規、傳播政策

#### Abstract

A standardized classification scheme for media content regulations was developed and constructed, and its generality and applicability were preliminarily tested and found acceptable.

**Keywords:** content regulations, media regulations classification, communication law, communication policy

#### 二、緣由與目的

我國傳播媒體相關立法所具體規範之事項，大致可區分為傳播市場結構與傳播內容兩大範疇（林子儀，1993；石世豪，1997）。其中涉及傳播內容管制規範之論著，大抵不出單法局部主題（如林子儀、林靜怡，1993），或局部主題跨法（如須文蔚，1994；鄭瑞城，1997），或依法典之章節條序作法條註釋（如尤英夫，1996；王保民，1986），缺乏整體性、綜觀性之研究分析。尤其重要者，過去之學術論著均由個別研究者各依其主觀論斷，將傳播內容管制規範之部分予以類型

化，而各類型含涉之概念亦均欠缺嚴謹之界定，導致研究結果之相容、對照及累積效果大打折扣。

本研究之主要目的即在以較科學方法、步驟，建構一個較普遍性及標準性之傳播內容管制規範類型表。藉由傳播內容管制規範類型之建構，可就傳播內容管制作整體性或局部性之研析；亦可作跨法（如廣電法與公視法等），跨時（不同時點）、跨空間（不同地區、國家之法規範）之比較分析；同時並可經由法規範現狀之分析進而探討形成法規範之因素，以及如何建構較適合之法規範。故傳播內容管制規範類型之建構屬根本性、基磐性之研究。

#### 三、結果與討論

本研究經由相關研究文獻之蒐集、分析及法律文本之解析，並透過多次專家深度訪談及焦點團體討論方法，逐次建構傳播內容管制類型，並經不斷實測、修正、建構之循環歷程，終建立一類型表，並界定類型所含涉概念之意義。（見頁2附表）本研究三名成員（兩名研究員，一名博士生助理）曾各別就出版法、廣電法、電影法、有線電視法及公共電視法等逐一試填所建構之類型表，發現其周延性、適用性及同意性（成員間同意度）均高，而即有問題，亦在逐次討論中，逐獲解決。

附表：傳播媒體內容管制規範之類型與定義

規 範 類 型	定 義
<b>壹、審查規範</b>	
一、事前審查	要求媒體將內容於刊播前送主管機關實質審查或僅形式核備的規範。
(一) 事前檢查	要求媒體將內容於刊播前送主管機關(實質)審查的規範。
1.一般	未特定類型,要求一般內容均應事前送審的規範。
2.特定	針對特定內容或廣告類型要求事前送審的規範。
(二) 核備	要求媒體將內容標示或說明於刊播前送主管機關(形式)審查的規範。
二、事後審查	要求媒體將內容刊播後,主管機關得進行審查之規範。
(一) 備查	要求媒體自行保留記錄,或於內容上標示責任歸屬,以便事後查考、追究的規範。
(二) 抽檢	要求媒體配合主管機關派員前往設施,或提出內容資料以供檢查的規範。
三、豁免審查規範	就特定類型內容免除審查管制的規範。
四、準審查	不經主管機關而另設機制管制媒體內容的審查程序規範。
<b>貳、形式規範</b>	未直接針對特定內容,依特定範疇概念及量化標準所設規範
一、內容類型比例	就內容訴求及題材依特定範疇概念加以區分,並予以不同處理的規範。
(一) 一般內容類型比例	將廣告以外其他內容進一步區分不同類型,並設定比例或上下限的規範。
1.一般媒體	適用於一般媒體的比例或上下限規範。
2.特殊媒體	針對特定媒體種類所設定的比例或上下限規範。
(二) 廣告數量限制	依比例、時間或媒體特性等標準限制廣告數量的規範。
1.一般廣告上限	針對廣告依比例、時間等設定上限的規範。
2.特殊廣告限制	針對特殊傳播型態如計次付費頻道,以及特殊媒體。如專業電台、公共電視等所設的廣告刊播限制。
二、語言、製作者或產製處所比例	就內容所使用語言、製作者或內容產製處所加以區別,並予以不同處理的規範。
(一) 產製處所比例	要求特定比例內容應自國內產製,或對於特定處所產製內容設比例限制的規範。
(二) 語言比例	依特定比例要求使用特定語言,或限制使用特定語言的規範。
三、刊播技術	就內容刊播時的聲音、畫面或印工等要求具有一定技術形式的規範。
<b>參、實質規範</b>	直接針對特定內容,例如題材、觀點、表現方式等所設限制、禁止等規範
一、禁止/限制	直接針對特定內容加以禁止,或依對象、時間、地點、方式等限制特定內容所接觸閱聽人的範圍。
(一) 一般性禁止	不限於題材或閱聽人,一般性禁止特定內容的規範。
(二) 限制/禁止特定商品與服務廣告	針對特定商品服務廣告或宣傳加以禁止或限制刊播的規範。
(三) 限制特定題材接觸特定閱聽人	針對兒童或少年等特定閱聽人,限制特定內容散布的時間、地點或方式的規範。
(四) 禁止/限制刊播訴訟事件	對於訴訟事件及相關人員的報導或評論加以禁止或限制的規範。
二、強制/要求媒體協力	直接強制或間接以其他方式促使媒體刊播特定內容的規範。
(一) 政府指定刊播特定內容	政府強制媒體刊播政府宣傳內容的規範。如政令宣導、聯播。
(二) 救災	要求媒體於天然災害或緊急事故時,將傳播容量轉播特定節目之用。
(三) 公益用途	含公益頻道的設置等,要求媒體提供部分傳播容量予政府以外其他公共或公益用途的規範。
(四) 語言使用	要求內容必須使用特定語言的規範。
(五) 更正	要求媒體對於具備特定條件者的質疑加以回覆的規範。
(六) 答辯	要求媒體提供傳播容量予具備條件者答辯之用的規範。
(七) 時段專用	要求媒體將特定時段用於傳播特定內容類型的規範。
(八) 專業要求	要求一般內容應符合特定專業標準或原則的規範。
三、媒體任務揭示	針對特定內容積極要求刊播,或者,要求尊重特定原則與利益,卻未具體化為特定強制或禁止規範,媒體仍得依個別情形酌判斷所應採取行為者,或者,主管機關亦僅能朝此一方針執法、無直接法律效果或相應管制措施者
(一) 照顧特定族群	要求內容符合特定族群利益的訓示規範。
(二) 強化特定內容	要求加強傳播特定觀念與藝術的訓示規範。
(三) 尊重其他利益	要求內容儘可能在尊重其他原則或避免侵害其他利益的條件下刊播的訓示規範。
(四) 接近使用媒體機會	要求提供一般性使用媒體機會的規範。
四、獎勵/補助規範	就特定內容提供貸款、獎金等經濟優惠,或參與特定活動的便利,或給予各項優惠與榮譽等的規範。

#### 四、成果自評

如前所述本研究屬根本性、基磐性之研究，由此研究可引發、牽動傳播法制與政策更深廣及系統性之研究。本研究本擬以傳播內容管制規範之價值體系為主要研究題旨，惟經研究過程中之不斷思考、辯證，改以建構普遍性、標準性之類型表為主，而將價值體系概念作為次階段之延伸性研究。本研究建構之類型表，雖屢經測試，在周延性、適用性及同意性均屬理想，但其中至少尚有兩點值得進一步思考、斟酌：

- 一、 本研究建構之類型表主要是以傳播相關之行政法（如出版、廣電、電影、有線電視、公視等法）為本，未及其他法規範，故其周延性、適用性尚有待後續研究之驗證。
- 二、 建構類型之方法、過程雖可稱繁複，但嚴謹性及其效果，則仍有存疑之空間。故本研究所建構之類型表可視為初步之

成果，仍具再修正、建構之彈性空間。

#### 五、參考文獻

1. 王保民（1986）：《出版法、廣播電視法、電影法釋論》。台北：自刊。
2. 尤英夫（1996）：《新聞法論》（上）（下）。台北市：世紀法商。
3. 石世豪（1997）： 廣電事業的外部生態與內部結構----多元化政策的結構導引規範，〈「廣電媒體的非常管理」研討會論文集編〉。台北：國立政治大學傳播學院研究暨發展中心與理律法律事務所。頁 75-98。
4. 林子儀（1993）：《言論自由與新聞自由》。台北市：月旦。
5. 林子儀、劉靜怡（1993）： 廣播電視內容之規範與表現。鄭瑞城等《解構廣電媒體》。台北市：澄社，頁 129-216。
6. 須文蔚（1994）： 新聞採訪與隱私權。《報學》。8卷8期，頁 242-253。
7. 鄭瑞城（1997）： 臺灣媒介禁止與強制刊播之內容管制型態分析。陳韜文、朱立、潘忠黨主編《大眾傳播與市場經濟》，香港：鑪峰學會。頁 67-84。

