

傳播倫理 與法規

Communication Ethics and Regulations



主編◎鈕則勳、賴祥蔚

法條校閱顧問◎何吉森

作者◎鈕則勳、賴祥蔚、何吉森、邱啟明、許北斗
莊伯仲、張佩娟、張美慧、黃振家、蔣安國

新聞



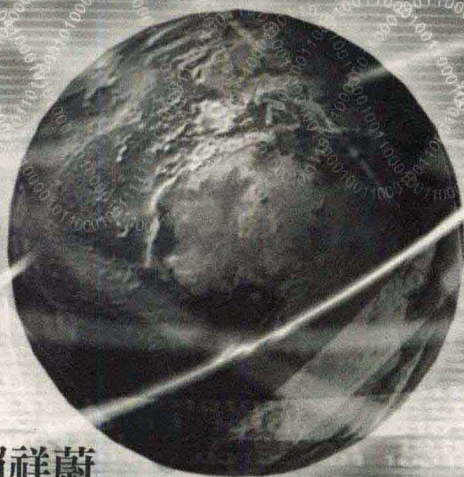
傳播

Communication Ethics and Regulations Communication Ethics and Ethics and

Communication Ethics and Regulations Cor

傳播倫理 與法規

Communication Ethics and Regulations



主編◎鈕則勳、賴祥蔚

法條校閱顧問◎何吉森

作者◎鈕則勳、賴祥蔚、何吉森、邱啟明、許北斗
莊伯仲、張佩娟、張美慧、黃振家、蔣安國

新聞



傳播

Ethics and Regul

ations Communication Ethics and Regulations Communication Ethics and Regul

傳播倫理與法規

主 編 / 鈕則勳、賴祥蔚

法條校閱 / 何吉森

作 者 / 鈕則勳、賴祥蔚、何吉森、邱啟明、許北斗、莊伯仲、張佩娟、張美慧、黃振家、蔣安國

出 版 者 / 威仕曼文化事業股份有限公司

發 行 人 / 葉忠賢

總 編 輯 / 閻富萍

地 址 / 新北市深坑區北深路三段 260 號 8 樓

電 話 / (02)8662-6826

傳 真 / (02)2664-7633

網 址 / <http://www.ycrc.com.tw>

E-mail / service@ycrc.com.tw

印 刷 / 鼎易印刷事業股份有限公司

I S B N / 978-986-85746-8-7

初版一刷 / 2011 年 3 月

定 價 / 新台幣 420 元

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換

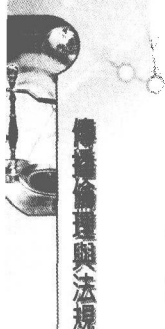
主編序

掌握媒體就要負更多的道義責任

籌劃了一年半多的時間，這本書終於出版了。其實這是一個不小的工程，協調了九位相關領域內的專家學者，囊括了法律、新聞、廣告等各方面的重要議題，提出了遠景期盼及建議，主要就是因為傳播倫理與法規的重要性與日俱增。

傳播倫理與法規為何會在現今社會成為一個重要的議題？因為在新聞報導中，大家常會看到相關廣告資訊的置入，不論是政府機關或是企業產品訊息，幾乎分不清楚哪些才是真正的新聞；在觀看節目的時候，更有節目的主持人及來賓，講得口沫橫飛地要消費者去買一堆他原本根本不必要、也不會產生所宣稱之效果的產品。看廣告時，常會看到一些走灰色地帶，不論是用性暗示或是被質疑可能「教壞囡仔大小」的方式，企圖炒作成爭議話題的廣告商品。此外，消費者亦多有可能買到虛偽不實的產品，除了花冤枉錢傷心之外，更可能會傷身、引起副作用。從以上這些例子來看，不僅是消費者或閱聽人；也包括傳播領域相關的專業人員，不論是新聞採編播人員、廣告代理、公關專業，或許對傳播倫理與法規的認識，都應該愈有其急迫性。畢竟掌握媒體，就要負更多的道義責任。

本書從四大面向來聚焦與傳播倫理法規之相關議題。首先，在總論部分，先將我國傳播法規體系作一鳥瞰，同時介紹有線電視系統經營之法規與現況；第二部分是著墨新聞倫理與法規，內容包括傳播倫理與媒介第四權、電視新聞報導之法規倫理、傳播誹謗與隱私保護、情色資訊兒少保護與表意自由。廣告倫理與法規是本書置焦的第三部分，內容除了先陳述廣告代理與公關業之倫理外，進而說明廣告自律與虛偽不實廣



告之相關內容，接下來則分別敘述食品、化粧品、藥品與競選廣告之倫理與法規。在結論部分，本書亦將兩岸傳播交流法規作了歸納分析，現今社會中之傳播現象與媒體素養的重要性也是值得關心的議題。在討論完這些主題後，良知與實踐：傳播倫理與法規的重構，除了作為本書的總結外，亦期待能夠激起社會對相關議題之正面反思。

本書的完成，首先要感謝臺灣藝術大學廣播電視學系系主任暨應用媒體研究所所長賴祥蔚教授及國家通訊傳播委員會傳播內容處何吉森處長。賴教授協助我邀請領域內專業先進撰寫篇章內容及格式規劃，同時將頗受社會關注的情色資訊兒少保護與表意自由做了深入的分析，而在本書的結論篇中，賴教授亦針對現今的傳播現象作了說明，並期待閱聽大眾之媒體素養能夠更進一步地強化。何處長協助本書進行相關法規之細部校閱，並於第一章中清楚地介紹了我國傳播法規的體系建構，在後續的章節中亦點出了傳播誹謗與隱私保護值得注意之處。有兩位先進犧牲自己寶貴的時間進行規劃校閱，才能使本書在最短的時間內付梓。

深諳傳播政策與教授傳播法規多年的臺灣藝術大學邱啓明教授與許北斗老師，協助我們更進一步地釐清了傳播倫理和媒介第四權的互動關係，透過篇章也讓有線電視系統經營的法規與現況變得更加淺顯易懂。曾任中國時報記者，目前擔中央通訊社監事的文化新聞系莊伯仲主任依其專業，將電視新聞報導之專業意理及原則作了更細膩的剖析，對於導正現今媒體報導新聞太過於淺碟的問題，必定有其正面效果。

具有十餘年以上新聞媒體、廣告代理與公共關係跨領域深厚經驗，熟悉大眾傳播、社會議題、公共政策現況的實踐大學張美慧副教授以本身廣告、公關實務，結合了相關理論策略，不僅為廣告代理與公關業之倫理作了最好的詮釋，也透過實際的案例讓讀者能更快速地掌握其中的意義與精髓。於淡江大傳系任教、同時也是國際廣告協會台北分會理事、中華民國廣告年鑑總編輯的黃振家助理教授，除了說明廣告自律的規範原則外，亦將美國和日本等重要國家的廣告自律體系做了深刻的描繪。

輔大廣告傳播學系張佩娟老師以其法學與廣告之專業素養，帶領

我們更進一步地瞭解公平交易法中虛偽不實廣告的類型及樣態，亦說明了不實廣告的判定原則及其應該負的責任；除了深刻地期許了專業廣告從業人員應該注意的原則外，也提供了消費者非常實用的相關資訊。佛光大學蔣安國主任則為我們開闢了另一個視野，就是兩岸傳播交流的法規，畢竟在兩岸交流日益頻繁的今天，相關傳播法規自然成為了值得特別關注的顯學；而蔣主任為本書所作的結論——良知與實踐：傳播倫理與法規的重構，除了作為本書的總結外，亦期待能夠激起社會對相關議題之正面思考，讓掌握媒體之專業人士，能夠更重視自己在社會上應負的責任。

最後，本書的完成還是要感謝非常辛苦的揚智專業出版團隊，沒有他們日以繼夜的趕工，或許傳播領域的同學們還沒有一本篇章結構頗為完整、且由傳播科系教授學者所撰寫的傳播倫理法規領域的專書。本書仍有不足之處，要努力的地方也還有很多，但相信本書可作為傳播倫理法規專業領域進一步研究的一個關鍵點。



2011年2月

■ 作者簡歷

鈕則勳 博士

現職：中國文化大學廣告學系專任副教授

學歷：國立政治大學政治學博士

相關經歷：

國家文官學院、公務人力發展中心課程講座

外交領事人員（外交官特考及格）

中華傳播管理學會常務理事

公關公司經理、顧問

媒體座談、政府機構、社團、公司行號、學校專題講座超過一千七百餘場

著有《人際溝通的理論與應用》（共同主編；2009）、《就是比你受歡迎》（2009）、《個人公關搞什麼》（2007）、《競選廣告策略與效果》

（2007）、《政治廣告》（2005）、《競選傳播策略》（2002）、九十餘篇

學術研究報告、專文刊載於學術期刊、重要媒體

專長領域包括溝通說服、形象塑造、公關廣告策略、政治傳播、政治廣告、

國際宣傳。

賴祥蔚 博士

現職：國立臺灣藝術大學廣播電視學系系主任暨應用媒體研究所所長

學歷：國立政治大學社會科學院政治學博士

相關經歷：現任國立臺灣藝術大學廣播電視學系系主任暨應用媒體藝術研究

所所長、中華傳播管理學會理事長、國家通訊傳播委員會無線廣播及電視執

照換照審議委員、《視聽傳播》學刊主編，曾經擔任廣播及電視節目主持

人、雜誌專欄作家、廣電媒體主管、行政院公務人力中心講座、考試院國

家文官培訓所講座，著有《媒體發展與國家政策》、《公關計畫》、《廣播

節目企劃與電台經營》等學術專書八本，學術編著三本，另著有《樂觀，就會成功》、《誰叫你讀博碩士！》等通俗讀物三本，著作曾獲選優良課外讀物、國家圖書館「台灣出版Top1: 2004年代表性圖書」；發表論文數十篇，其中十餘篇登載於TSSCI學術期刊。

何吉森 博士

現職：文化大學新聞系兼任助理教授、國家通訊傳播委員會傳播內容處處長

學歷：世新大學傳播研究所博士

相關經歷：於國立政治大學取得法律學士學位後，曾在法院、律師事務所工作一段時間，熟悉司法及法制業務工作。後於行政院新聞局法規會、廣電處任職期間，轉而研習傳播學，並取得世新大學傳播研究所博士學位，研究重心在傳播政策、傳播規範、新媒體之應用與趨勢發展。現為國家通訊傳播委員會傳播內容處處長、有線電視審議委員會委員、台灣網站分級推廣基金會董事、文化大學新聞學系兼任助理教授。著有《有線廣播電視法釋義》、《電訊傳播資訊基本法制之整合與建構》、《數位時代有線電視內容規範政策》等書。

邱啓明 博士

現職：國立臺灣藝術大學廣播電視學系專任副教授

學歷：英國卡地夫大學（Cardiff University）新聞、媒介與文化研究博士

相關經歷：著有*A Study of Taiwanese Cinema: Cultural Policy, Marketing and the Issues of Postmodernity*專書，與丁祈方等人合著《大眾傳播概論》（電子書），《電影概論》（譯書），教學與研究領域為視覺傳播、電影藝術、傳播政策、媒介與文化研究、影視理論與實務等。

許北斗 老師

現職：國立臺灣藝術大學廣播電視學系專任講師。

學歷：紐約理工學院傳播藝術碩士

相關經歷：主要講授課程包括「傳播法規」、「媒介管理」、「廣告學」、「導播學」等，關於電視媒體營運管理與節目製作之系列課程。

在教學二十年的過程中，適逢電視媒體由限量管制到完全開放，無線電視擴張為有線電視，類比視訊轉變為數位媒體；尤其為因應未來數位匯流後的視訊媒體產業，更是需要不斷探求其發展之可能性。有幸將過往教學心得，略作整理，為文出版，感激！其餘主要學經歷，請參考臺藝大廣電系網頁內容。

莊伯仲 博士

現職：中國文化大學新聞系副教授兼主任

學歷：美國韋恩州立大學傳播博士

相關經歷：高考新聞行政及格，並領有美國Computing Technology Industry Association A+電腦技師證照。曾任中國時報記者，目前擔中央通訊社監事，也是行政院公務人力發展中心與考試院國家文官學院的大眾傳播相關課程講座。研究領域主要為新聞學、網路行銷、傳播科技與政治傳播。著有《網路選戰——台灣研究案例》等書。

張佩娟 老師

現職：輔仁大學廣告傳播學系專任講師

學歷：輔仁大學大眾傳播學系廣告組、美國密西根州立大學廣告管理碩士、中原大學法學院財經法律學系法學碩士

相關經歷：主要專長為廣告策略、廣告學、廣告法規、消費者行為
獲獎紀錄：教育部（九十一年度）「教育部十年資深優良教師」、「輔仁大學九十二學年度教師教學績優獎勵」、中華民國行政院（九十四年度）「行政院三等服務獎章」、「輔仁大學九十八學年度教師教學績優獎勵」。

張美慧 博士

現職：實踐大學博雅學部副教授

學歷：中國文化大學中山學術研究所法學博士

相關經歷：歷任中華日報採訪組主任、紅樹林有線電視總經理、亞太無線電視台籌備處主任、中山大學學術研究中心研究員、戰國策國際顧問股份有限公司副總經理，具有十餘年以上新聞媒體、廣告代理與公共關係跨領域深厚經驗，熟悉大眾傳播、社會議題、公共政策現況，將理論與實務緊密結合，經常受邀至政府機關、企業、學校演講，曾規劃並擔任多項廣告、公關、危機管理及決策模式課程，包括：國民健康局公關暨發言訓練，全國319位鄉鎮市長訓練課程，台大醫院員工訓練課程，鴻海集團員工訓練課程，聯合利華、國泰人壽及多家全球知名藥廠企業之公關暨危機管理訓練課程等等。專長領域為政治傳播、健康傳播、媒體溝通、形象塑造、危機管理、決策分析、選舉行銷及議題管理。

黃振家 博士

現職：淡江大學大眾傳播學系助理教授

學歷：政治大學傳播學院傳播博士

相關經歷：研究專長為廣告研究、品牌研究、整合行銷傳播研究，曾任日本吉田秀雄紀念事業財團客員研究員、中華民國企業人經理協會秘書長、國際廣告協會台北分會青年協會理事長，現任國際廣告協會台北分會理事、中華民國廣告年鑑總編輯。

蔣安國 博士

現職：佛光大學傳播學系副教授兼系主任

學歷：中國文化大學新聞系學士、中國文化大學政治研究所碩士、政治大學新聞研究所博士、美國喬治城大學訪問研究員

相關經歷：

行政院新聞局國際新聞秘書、專員

中國文化大學新聞學系兼任講師

世新大學視傳系、新聞系兼任副教授

淡江大學大傳系兼任副教授

銘傳大學大傳系專任副教授

銘傳大學廣電系主任兼副教授

銘傳大學新聞系主任兼副教授

銘傳大學傳管所專任副教授

台北市立教育大學社會暨公共事務學系兼任副教授

專長為傳播管理、傳播媒介生態、廣電市場分析、全球化傳播與創新思維

國家圖書館出版品預行編目資料

傳播倫理與法規 / 鈕則勳等作. --初版. --新
北市：威仕曼文化, 2011.03
面； 公分.--（新聞傳播叢書；6）

ISBN 978-986-85746-8-7 (平裝)

1.大眾傳播 2.專業倫理 3.傳播法規

541.83

100002784

目 錄

主編序——掌握媒體就要負更多的道義責任 i

第一篇 總 論 1

第一章 我國傳播法規範體系 / 何吉森 3

- 第一節 法規制度概念 4
- 第二節 傳播法規範體系 11
- 第三節 法律與道德——傳播自律 20
- 第四節 言論自由與傳播權 29

第二章 我國有線電視經營之法規與現況分析 / 許北斗 41

- 第一節 前言 42
- 第二節 營運基本法規與定義 43
- 第三節 經營法規與其重要規範 48
- 第四節 節目與廣告管理規則 52
- 第五節 有線電視費率與權利義務關係 56
- 第六節 結語 60



第二篇 新聞倫理與法規 65

第三章 傳播倫理與媒介第四權 / 邱啓明 67

- 第一節 前言 68
- 第二節 倫理的論述、主張和內涵 70
- 第三節 傳播倫理的論述、主張和內涵 75
- 第四節 媒介第四權與獨立、自由及責任的傳播倫理 80
- 第五節 結語 85

第四章 電視新聞報導法規與倫理 / 莊伯仲 89

- 第一節 電視新聞報導主要法規 90
- 第二節 電視新聞報導相關倫理 98
- 第三節 結語 100

第五章 傳播誹謗與隱私保護 / 何吉森 105

- 第一節 誹謗言論 106
- 第二節 隱私權保護 121

第六章 情色資訊、兒少保護與表意自由 / 賴祥蔚 139

- 第一節 前言 140
- 第二節 情色資訊與兒少保護的相關學理 142
- 第三節 我國對於情色資訊的管制 146
- 第四節 我國對兒少保護的法律規定 155
- 第五節 結語 160



第三篇 廣告倫理與法規 165

第七章 廣告代理與公關業之倫理 / 張美慧 167

- 第一節 前言 168
- 第二節 廣告代理與公關業：定義與共通特性 170
- 第三節 三大倫理爭議 174
- 第四節 職業道德與專業規範 180
- 第五節 結語 185

第八章 廣告自律 / 黃振家 189

- 第一節 廣告自律的定義、功能與限制 190
- 第二節 廣告自律體系 194
- 第三節 美國與日本廣告自律體系 195
- 第四節 結語 201

第九章 虛偽不實廣告與吹牛廣告 / 張佩娟 205

- 第一節 不實廣告的定義 207
- 第二節 不實廣告的類型 212
- 第三節 不實廣告的判斷原則 220
- 第四節 不實廣告的責任 223
- 第五節 網路不實廣告與其責任 225

第十章 食品廣告與化粧品廣告之倫理與法規 / 鈕則勳 235

- 第一節 食品定義與食品廣告之表現類型 236
- 第二節 食品廣告之倫理法規與案例 238

第三節 化粧品定義與化粧品廣告之表現類型 246

第四節 化粧品廣告之倫理法規與案例 249

第五節 結語 256

第十一章 競選廣告與藥物廣告之倫理與法規 / 鈕則勳 259

第一節 競選廣告之定義與表現類型 260

第二節 競選廣告之倫理法規與案例 264

第三節 藥物定義與藥物廣告之表現類型 271

第四節 藥物廣告之倫理法規與案例 274

第五節 結語 280



第四篇 結論部分 285

第十二章 兩岸傳播交流法規 / 蔣安國 287

第一節 交流現況與法規架構 288

第二節 兩岸新聞出版交流法規 290

第三節 兩岸廣電影視交流法規 295

第四節 兩岸廣告傳播法規 301

第五節 結語：後ECFA時代兩岸媒體交流與傳播法規 304

第十三章 傳播現象與媒體素養 / 賴祥蔚 307

第一節 前言 308

第二節 媒體素養的意涵與發展 309

第三節 媒體素養與言論自由 312

第四節 誹謗：從言論自由到新聞公害？ 316

第五節 結語 318

第十四章 良知與實踐：傳播倫理與法規的重構 / 蔣安國 325

第一節 良知與實踐問題 326

第二節 良知的召喚：臺灣傳播倫理的檢視 329

第三節 承擔責任，就是現在！ 341