

# 他山之石：美國法規與案例看臺灣廣電媒體的廣告 不當內容

何昆原

(政治大學廣播電視電視學系研究生)

## 《摘要》

本篇論文主要探究在廣電媒體當中，美國與台灣兩國對於廣告「不當內容」的管理法規與相關判例間的差異。希望透過兩國的比較和參照，論證廣告「不當內容」處置方法的優劣以及廣告內容立法的可行性與否，並希冀提供相關單位相關建議作為往後的管理參考。

本研究使用文獻分析法與案例分析法，先定義「不當內容」，再比較美國與台灣兩國傳播法規對於「不當內容」的管理方法以及相關判例對於「不當內容」的處置方式。研究結果發現：「不當內容」的定義會依風土民情有所調整，具模糊性，故廣告內容應該由第三團體進行監督，不宜直接由政府之手介入；而在當大家關注「不當內容」在廣電媒體引起的負面效果時，我們也該反思，這些「不當內容」往後也會因為科技匯流，在新媒體平台上流竄，對於兒少的保護，這又衍生出了新的課題。

## 壹.緒論

### 一.研究動機：

瑤瑤在騎馬機上邊晃著胸部邊嘍著嘴對要離開的男友說：「你不要走，你不要走……。」但男友還是離開。瑤瑤這時生氣的變身為女戰士大喊：「殺很大。」

——殺 On-Line 廣告

舒舒穿著露出上半胸的上衣帶著工地帽扮演工人，一邊鑽地一邊鏡頭焦點則在她抖動的胸部上。舒舒這時喊出廣告的 Slogan：「預言加咧。」

——預言 On-Line 廣告

安心亞穿著清涼擺出性感姿勢說：「我比較辣。」紹庭擺出另一個姿勢說：「我比你更辣。」兩人這時互相嗲聲的說：「我是真的。」「我也是真的。」安心雅擺弄姿勢說：「跟我玩比較 High。」紹庭換上女僕裝後說：「跟我玩更 High。」

——黃金城美女麻將廣告

背景是穿著暴露的白骨精、鐵扇公主、蜘蛛精，在牢房中做出各種性感姿勢，這時身材火辣的女版孫悟空走過，帶著嬌喘的氣息聲，雙手還在唐三藏胸口遊移，最後說出「師父，我們去取經吧！」

——齊天大聖 On-Line 廣告

從以上羅列，以歷時性排列下來的幾個廣告，我們不難發現，這些廣告其實就是試圖想要複製「瑤瑤效應」的成功公式，所做出的廣告，希望藉由廣告學中的「性訴求」來為自家產品推銷，請來的廣告明星都是身材姣好，在廣告中必須大露身材，遊走尺度邊緣以言語或是影像來極盡挑逗之能事。

而從「殺 Online」到「齊天大聖 Online」的廣告接連引起軒然大波，當時的國家通訊傳播委員會(National Communication Commission, NCC)在接受到民眾的申訴抗議，以及眾多的輿論壓力之後，也出面對於這些爭議性廣告進行處置，「殺 Online」被認為是「無厘頭」的廣告方式而傾向不罰，「預言 Online」依照行政作業處理流程處理，在 2009 年四月中旬提交「廣播電視節目廣告諮詢會議」討論之；「黃金城美女麻將」廣告則改由深夜時段播出；而最近爆紅的「齊天大聖 Online 廣告」則先被衛星工會要求修改廣告內容，再同酒類廣告之標準得於深夜時段播出新版本之廣告（整理自聯合新聞網）。

在台灣類似因為帶有「情色意味」或碰觸到「性議題」敏感界線，受到觀眾與主管機關關切的廣告，近期主要是以線上遊戲廣告為主，但是其他像藥品廣告，如「大奶寶」、「龍抬頭」、「愛福好」或是衛教廣告，如「三寶六法性福手冊」等，也曾經引起風波。對於在廣電媒體中播出帶有情色意味、或是性的敏感話題

之商業廣告，廣告內容究竟如何判斷是否「適宜」、「合法」，究竟需不需要立法管制這些所謂的廣告「不當內容」，或是應該放任廣告創意。在法規管制和放任兩造之間的程度拿捏，始終爭議不斷，本研究希望以美國的法規與案例來與台灣本地進行比較和辯證，試圖找出適宜之法。

## 二.研究目的

自從 2009 年二月，原名郭書瑤的素人「瑤瑤」代言線上網路遊戲「殺 Online」的系列廣告甫一播出，便迅速受到各界關注與眾多討論，而瑤瑤「童顏巨乳」的形象也為她闖出了名氣，並攻占了大大小小的綜藝節目、主持活動、運動賽事，甚至在 2009 年的九月，瑤瑤出了首張個人寫真 EP 唱片，儼然引起了一陣「瑤瑤現象」。而之後號稱要與瑤瑤爭奪「宅男女神」地位的舒舒，抑或是以「小瑤瑤」之姿出道的「C 字褲女王」安心雅、模仿節目起家的「展場女王」紹庭、「女悟空」陳以庭，都是因為廠商相中拍攝一系列爭議性高的線上遊戲廣告以及相關事件的炒作爆紅。

競相以美女、腥羶、帶有性暗示的手法，來製作廣告，對於一般民眾而言，雖然很多人覺得莫名其妙，但不可置疑的是它們都成功的吸引到了大家的注意力，甚至會對於廣告創意會心一笑(轉引自數位內容觀察站)。但是對於家長團體或是兒福團體而言，這些廣告爆乳晃奶、言語挑逗、充滿性暗示，對於兒少顯然是「不當內容」，甚至是「物化女性」造成「性觀念與價值偏差」的不良教材。主管機關 NCC 在整個事件中也飽受正反意見陣營的壓力，甚至被質疑「無腦」、「判定標準不一」，甚至被嘲諷是以「勃起角度」看廣告的合宜與否。

本研究希望透過美國與台灣的相互參照，先對於傳播內容中的「不當內容」加以定義，將猥褻 (Obscenity)、色情 (Pornographic) 以及不雅 (Indecency) 的概念加以爬梳釐清。再比較美國與臺灣對於廣電媒體中的「不當內容」管制的相關法律規範，以及利用美國對於傳播內容中，不當內容的判例、案例來對照與比較台灣主管機關對台灣廣電媒體中，廣告不當內容的處置，希望可以藉由彼此之間的比較和參照，加以反思傳播內容中，不當內容處置方法的優劣以及對於廣告內容立法的可行性與否，並希冀提供相關單位作為往後的參考。

## 貳.文獻探討

### 一.「不當內容」的概念與定義

#### (一).猥褻 (Obscenity) 的概念與定義

從文字本身意涵來看，翻開各家辭典對於「猥」這個字的定義解釋，有謂「猥」：形容詞，卑鄙；有謂卑鄙、下流。至於對於「猥褻」的解釋，大部分的詞典認為「猥褻」是形容詞，乃淫穢之意。有謂「猥褻」乃淫穢下流、泛指對異

性輕薄的行爲。(吳奕林,1994)而教育部重編國語辭典修訂本將「猥褻」定義為「下流的言語或行爲」。

在美國，第一個主要的猥褻法案以及成爲現今美國聯邦政府猥褻法案之基礎者，是在 1873 年，美國仍在英國統治時期時的「Comstock Act」。到了 1957 年，大法官在 Roth v. United State 一案中，認爲猥褻不值得憲法保障，因爲「對於社會毫無重要性可言 (utterly without redeeming social importance)」(Kent,etl,2005)。直到了 1973 年 Miller v. California 案子爲「猥褻」的判斷另立了新的標準：

1.以一般人而言，適用當地的標準，就該作品整體觀之，視其是否訴諸色情的興趣而定。

2.該作品是否以一種顯然令人不快的方式來描寫性行爲，而此性行爲必須依其適用的州法所規定的定義。

3.整體觀之，該作品是否欠缺嚴肅的文學、藝術、政治或科學的價值（方定國, 2007）

## (二).色情 (Pornography) 的概念與定義

根據 Linz 等人所著的「Pornography」一書指出，「色情」此字源自於希臘字 prone，其義指妓女或是娼妓，以及 graphos 其意指描述、撰寫之意，合起來即是對「娼妓的描述」一義。也就是說，色情是對於性接觸或是淫蕩的展現

在英國的公民自由國家會議認爲有以下三個要件才是色情

1.明顯的性表示

2.必須描寫女性享受或應該受到某種身體上的虐待

3.必須要將女性視爲物品，亦即女性必須要和男性的慾望有關。

另外林芳玫和徐郁喬將色情的定義分爲以下幾類：

1.情色：

爲不含暴力，不含貶抑女性意味的性題材。通常具有故事情節，而情節描述中，除了呈現性行爲之外，也強調男女之間情感的面向與聯繫

2.不含暴力、不貶抑女性的色情：

內容類似情色，情節記沒有暴力、沒有貶抑女性，但也沒有強調人物的情感面向，完全以行動、動作為主。

3.不含暴力，但具有貶抑意味的色情：

雖然片中沒有呈現暴力行爲，但呈現女性下跪、獸交、綁架女性、對與女性下迷幻藥等情節，或表現女性是花癡之類的訊息等。

4.含暴力、具貶抑意味的色情：

通常是強暴場景加上受害者不同的反應。(林芳玫&徐郁喬,1997)

色情言論 (Pornography) 如同猥褻言論一般，也是一個不明確的概念，甚至不是一個法律名詞，實務和學說也因爲沒有精確區分，時常造成兩者混用的現象 (方定國,2007) 換言之「色情」的定義其實會因人而異，若由不同人看相同一件作品，有人爲認爲是藝術，有人認爲是色情，甚至有人會認爲是猥褻。

### (三).不雅(Indecency)的概念與定義

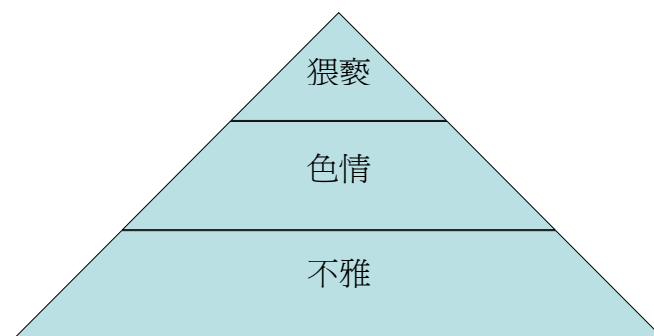
不雅內容和猥褻內容的定義相似，係指以相對上冒犯的方式，對於對於性交或排泄過程，或對於該器官加以描述的內容；但是與猥褻內容不同的地方是，不雅內容不一定要激起性欲，且不雅內容得到部分美國憲法第一修正案的保障，而保障程度會因為播送的媒介而有所不同。(轉引自 Kent etl, 2005)

根據 Rivera-Sanchez(1995)指出，美國最早對於「不雅」(Indecency)的定義源於 1927 年的傳播法(The Communication Act)，該法禁止廣播「任何猥褻、低俗或褻瀆的語言」，若播出以上內容，將被判罰緩或監禁，或兩者均有(Title 18 of United States Code 1464)。1973 年 Miller v. California 案後，多半以美國最高法院所提之「Miller 原則」作為檢驗標準的判定：如果該資料不完全符合 Miller 原則時，則被認為不雅之資料(林合清,2004)

### (四)不當內容：猥褻、色情與不雅內容之集合

林合清在其碩士論文「寬頻影音網站不當內容管制之探討」中，將「不當內容」視為「猥褻資料」(Obscene)、「不雅資料」(Indecency)與「兒童色情資料」(Child Pornography)的概念總合。本文將參考其分類的討論與分類方式，依照法律上程度將「不當內容」之定義，依造法律之層級，修改成為涉及法律與犯罪的「猥褻」(Obscene)、尚未正式成為法律用語的「色情」(Pornography)以及雖然不違法但是不適宜的「不雅」(Indecency)三個對於不當內容的分類。而基於本研究所欲探討的焦點，暴力、犯罪、教唆犯罪等內容在本文則不列入不當內容的探討。

換言之，本文所提及的「不當內容」係指「猥褻」(Obscene)、「色情」(Pornography)和「不雅」(Indecency)之內容的概念與意義之集合。



不當內容的層級

## 二.媒介的規範

根據學者 Mc Quail 在其著作「最新大眾傳播理論」對於媒介的規範理論 (normative theory)，由結構管制、內容管制、傳送者與接收者的接近使用等指標



## 對於內容層面的管制力量

本研究欲探討「廣電媒介中廣告的不當內容」，而「廣電媒體」除了結構層面的管制外，在內容管制也最為嚴格。廣播電視模式管制嚴格主要是因為和報業比較，其本身所使用的頻譜具有稀少性和獨佔型，故在結構面進行管制以求稀少資源得以合理分配；而廣播電視的影響性比報業更鉅大，除了背負公共利益之包袱外，其本身有「侵入性」，一旦使用廣電媒體，內容將直接進入個人領域，故在內容面會進行管制以保護弱勢或是少數族群，如青少年、女性或是少數族裔(本研究主要關切青少年與女性)。

此外，在廣電媒體中的內容可分為「節目內容」與「廣告內容」，然而「節目」與「廣告」內容的界線通常非常模糊。在美國，自從 1960 年代就有此現象，到 1990 年代，美國 FCC 才規定廣電節目於周六上午與周日晚上，必須在「節目進入廣告前」以及「廣告進入結目前」提醒觀眾，以協助較年輕的觀眾能夠辨別何為「節目內容」何為「廣告內容」，唯談話性新聞節目（如 60 Minutes）得以豁免。然而，在臺灣，縱使廣播電視法第 33 條第 1 項前段即明文規定「電臺所播送之廣告，應與節目明顯分開」，但實際上兩者界線模糊不清，甚至有節目廣告化、廣告節目化情形之氾濫，對於青少年或是孩童並無能力可分辨，廣告造成影響事實上與節目內容同屬鉅大。本研究中所談到的「廣告內容」，依廣電法不被直接歸類於附屬「節目內容」之下的內容，於層級上不與「節目內容」同等。

## 叁.研究方法

### 一.文獻分析法

本研究關注於廣電媒體中廣告的不當內容，而研究首要就是對於不當內容的概念加以定義，透過找尋相關的文獻來整理與爬梳。然後對於美國和臺灣對於言論自由的保障與傳播內容法規的限制必須藉由參考法律條文和相關文獻，方能進行比較。

### 二.案例分析法

整理完相關文獻之後，本研究接續運用案例分析法，首先針對美國對於「不當內容」的相關法規與臺灣相關法規進行比較。再者將美國的經典判例，來與臺灣廣電媒體中的不當內容，尤其是前述幾個帶有「情色意味」或碰觸到「性議題」爭議性廣告來進行比較，且試圖去分析彼此之間的異同，並在比較之後提出觀察之看法與提供建議。

### 肆.討論與分析

## 一.從美國法規看臺灣

「傳播內容」(Content)是至今在媒介政策活動中最受爭議的一塊區域；然而媒介內容只要是合法正當的，一般民主自由國家的政府都不願意立法去枝微末節的干涉何種內容是允許的，何種是不允許的。傳播內容無論在美國、臺灣，甚至是全世界任何一個國家，其國家的憲法抑或是法律都有明文保障言論自由(Freedman,2008)；然而，相對的，每個國家都會因為保障「好的內容」而以法律去約束或是懲罰「壞的內容」。

### (一) 美國傳播內容管理之相關法規

美國憲法第一修正條款(the First Amendment)就明文規定：「國會不得制定何與下列有關的法律，包括：成立宗教或禁止宗教活動、剝奪言論自由、剝奪出版自由，剝奪人民和平集會及向政府陳述救濟之請願權利。」不論是學者或是法界人士多認為聯邦政府第一修正條款即是保障新聞自由(Freedom of Press)之法源，而從現代眼光去看，新聞自由、思想自由與言論自由以及出版自由皆屬於表達之自由，無論是用口，或用手，或任何傳播形式表達思想、意見與傳達消息。(改寫自劉秀芬，1997)簡言之，美國憲法第一修正條款保障了各種傳播形式的言論表達自由。但是美國憲法上的言論自由也有 18 種言論被排除在外，其中「猥褻書刊」，即有猥褻內容者屬於其中一種被排除在外者。

美國法是屬於英美法，採行判例制，而對於猥褻內容的定義，係依長時間歷史脈絡下累積的判例而定，對於猥褻的標準也會因時間演進而改變。從最早的英國時期的希克林定義、Miller 案例再到 Ferber 案例，對於「猥褻」的定義不斷的修正以符合當實社會實際情況。較為重要的判例是 Miller 案對於猥褻的定義，Miller 案將猥褻判定標準定義為：

1. 保留對一般人(average person)進行測試
2. 討論該作品整體觀之是否賣弄色情(prurient interest)
3. 以現代社區的標準為主(contemporary community standards)
4. LAPS 標準(是否有文學性、藝術性、政治性或是科學性價值)

另外，關於傳播通訊的法令係由美國聯邦傳播通訊委員會職掌，而在細部的傳播法中也有對於猥褻內容在不同傳播平台上的相關規定。根據「聯邦傳播通訊委員會」對於關不當內容之規定：

- 1.淫穢(Obscenity)節目全天候禁止播送

淫穢節目並不受憲法第一修正案之保護，且全天候禁止播送。符合下述三項定義者為淫穢節目：

- a. 一般人依當時的社會風俗標準須發現該節目之全部係訴求淫亂之目的
  - b.該節目須是以公然違反法律上所定義的方式描述或描寫性行為。
  - c.該節目之全部內容必須缺乏嚴肅文學性、藝術性、政治性或科學性的價值。
- 2.不雅(Indecency)節目限制於晚上 10 點至清晨 6 點之間播送



對不雅節目定義為：節目中所呈現的言語或內容，涉及性或排泄器官或行為，公然違反當時的廣播媒體社會風俗標準。在適用「廣播媒體社會風俗標準」上定義為：「特定節目是否公然違反社會標準，非以一地及特定區域為限，而是以一般視聽大眾且非以個別的抱怨為準。」不雅節目的內容所包含有關性或排泄器官的描述係以不會引起淫穢為限，法院已認定不雅節目受到憲法第一修正案的保障，不得完全禁止。但為避免兒童觀看此類節目，其播送時段可加以限制。依聯邦法院對不雅內容的釋令，制定法令規定，凡於清晨 6 點至晚間 10 點播送符合不雅內容定義的電視與廣播節目，係違反不雅節目播送法令。

3. 褻瀆 (profane) 節目 (屬於本研究探討之不雅內容範疇) 限制於晚上 10 點至清晨 6 點之間播送

對褻瀆節目之定義為「包括意指特定挑起暴力情緒，帶有侮怒的言語或令人聞之友受到冒犯之言語。」依此定義，認為在現場播出節目中單獨使用「髒話」(f-word) 即為褻瀆，將以個案方式處理可能的褻瀆字句或片語。

## (二) 臺灣傳播內容管理之相關法規

中華民國憲法第 11 條即明文列出「人民有言論、講學、著作及出版之自由」。學者張嘉尹教授對於此條「言論自由」之定義，包含了狹義的出版自由、新聞自由、廣播電視自由、藝術自由。上述自由的保障，包含積極從事言論 (出版、新聞、廣播電視、藝術) 的自由與消極不從事言論 (出版、新聞、廣播電視、藝術) 的自由。(方定國，2007) 然而憲法保障的自由中不包括猥褻內容。

台灣法屬於大陸法，有成文法典，對於不當內容中的「猥褻內容」主要係依刑法 235 條規定之，另有大法官釋字第 617 號及 407 分別對於刑法 235 條本身以及對於猥褻出版品加以解釋。

根據刑法第 235 條之規定，散布、播送或販賣猥褻的文字、圖畫、聲音、影像或其他物品，或公然陳列，或以他法供人觀覽、聽聞，處 2 年以下有期徒刑、拘役或科或併科 3 萬元以下罰金。意圖散布、播送、販賣而製造、持有前項文字、圖畫、聲音、影像及其附著物或其他物品者，亦同。前二項文字、圖畫、聲音或影像的附著物及物品，不問屬於犯人與否，一律沒收。

再者，根據大法官 617 號解釋文之解釋使刑法 235 條合憲，刑法第二百三十五條規定所稱猥褻之資訊、物品，其中「猥褻」雖屬評價性之不確定法律概念，然所謂猥褻，指客觀上足以刺激或滿足性慾，其內容可與性器官、性行為及性文化之描繪與論述聯結，且須以引起普通一般人羞恥或厭惡感而侵害性的道德感情，有礙於社會風化者為限 (本院釋字第四〇七號解釋參照)，其意義並非一般人難以理解，且為受規範者所得預見，並可經由司法審查加以確認，與法律明確性原則尚無違背

以及，根據大法官釋字 407 號解釋文解釋：..... (407 號解釋文) 為刑法第二百三十五條猥褻罪而違反出版法第三十二條第三款之禁止規定，所為例示性解釋，並附有足以引起性慾等特定條件，而非單純刊登文字、圖畫即屬相當，符合

上開出版法規定之意旨，與憲法尚無牴觸。惟猥褻出版品，乃指一切在客觀上，足以刺激或滿足性慾，並引起普通一般人羞恥或厭惡感而侵害性的道德感情，有礙於社會風化之出版品而言。猥褻出版品與藝術性、醫學性、教育性等出版品之區別，應就出版品整體之特性及其目的而為觀察，並依當時之社會一般觀念定之。

此外，其他特別法尚計有：【兒童及少年性交易防制條例第 2、27 條】猥褻行為之圖畫、錄影帶、影片、光碟、電子訊號，【兒童福利法第 26、37、46 條】猥褻之影片、圖片，【有線電視法第 40、41 條】內容管理與分級，【廣播電視法第 21 條】內容不得危害兒童身心健康，以及【衛星廣播電視法第 17 條】內容不得傷害兒少身心健康。

### （三）美台傳播內容管理之相關法規比較

美國與台灣在法系上有根本性的不同。美國屬海洋法，係將習慣與判例統一，形成「普通法」(Common Law)，且係以此種不成文法的「普通法」為主（即以「判例法」為中心），而另外所制定的成文法，僅是用來作為判例法所定原則的修正或例外。此外，美國主要係以各地區設立的巡迴法院（Circuit Court）、並以陪審制度（Jury System）的方法進行法律訴訟與判決；而台灣於大陸法，屬擁有法典型式的成文法體系，有總則篇等適用一般性的統一規定，在制定法律與法律適用上皆較嚴謹，對人民權利義務的保障較為明確，且國家本身擁有一部完整的成文法典，有法條明文規定者，法官判案時要先適用法條，無法條可適用時，才得引用習慣，且習慣、判例是不能與成文法有同時效力的，僅是做為補充成文法之不足，而無拘束的力量。

縱使法系上兩者有所差異，但是對於人民「言論自由」的保障都在其各自國家之根本大法—憲法之中以明文保障之；而且，同時也對於不當或明顯且會造成立即危險之言論自由不予以保障。

在美國方面，美國憲法第一修正案不保障「猥褻言論」之自由，而判例上，對於猥褻性言論之定義，從最早期英國時期的希克林測試一直演變到 1957 年 *Roth v. United States* 案與 1973 年的 *Miller v. California* 案之原則，做為最終之準則；對於猥褻性言論的處置亦由早期將其不視為言論而可以任意限制或杜絕，到後其歸類於低價值言論而有法律限制之情形（方定國，2007），可見「猥褻內容」之定義須與時俱進不斷修改，且立法精神是保障所有言論之自由，唯具明顯而立即危險之言論例外。

以上法規若置於廣電媒體之規範中，關於傳播通訊的法令係由美國聯邦傳播通訊委員會職掌，而隨著美國現行各種法律成文法日異增多的趨勢之下，在美國傳播法中也有對於猥褻內容在不同傳播平台上的相關規定。根據「聯邦傳播通訊委員會」對於關不當內容之規定，除不當內容屬猥褻層級不得於廣電媒體外，不雅與褻瀆內容有 safe harbor 時段得以播出。對於廣電不當「節目內容」主要是由美國聯邦通訊傳播委員會進行懲罰之事宜；而「廣告內容」則極少以政府之力

介入。

在台灣方面，主要係以刑法 235 條作為「猥褻內容」規範之主要法。對於此法條在刑法法典的安排位置，是在刑法分則中的十六章之一：妨害風化罪章。散布猥褻物品罪的保護法益，向來認為是社會善良風俗（褚劍鴻，1999），而 235 條中原先構成要件只限於文字、圖畫、聲音、影像等「出版品」，卻於之後廣義地含括了「猥褻性言論」。而在刑法之外，猶有其他特別法做為主要法之補充，與對特定族群保護和媒介管理，即【兒童及少年性交易防制條例】、【兒童福利法】強調對於兒少之身心健康進行保護，以及【有線電視法】、【廣播電視法】和【衛星廣播電視法】主要是針對於傳播媒介之內容分級與不當內容做規範。特別法之法益除了保障人性尊嚴、也保障免於不當言論之干擾以及青少年身心健康之保護。

無論是在刑法抑或是特別法之上，均是為了保障良善言論抑止不當之言論，然而上述法規若運用在廣電媒體上，主要是規範的是節目內容，至於廣告內容則主要還是交付國家通訊委員會 NCC，由「廣播電視節目廣告諮詢會議」中的各界公民代表討論處置方法。

## 二.從美國案例看臺灣：

### （一）Victoria's Secret 內衣廣告案

#### A.事件始末：

Victoria's Secret（維多利亞的秘密）是女性內衣的知名廠商，在其內衣廣告中，時常運用了年輕的模特兒、裸露的胴體、挑逗意味濃厚的影像和標語來為自家產品推銷，也因為時常去碰觸 FCC 或是相關媒體監督團體對於廣告內容的底線，引起許多的撻伐或導致廣告禁播。最有名的就是奧地利籍女星 Kylie Minogue 擔綱演出的廣告：Kylie 進入房間之後，對著一位老婦人扒去自己身上的外衣，只穿著黑色的內衣褲坐上了電動的野牛，開始前後左右的搖晃，鏡頭則專注在她的身材體態之上，這則廣告最後也是受到爭議只能在網路上看到。

對於 Victoria's Secret 長期運用這種裸露與挑逗的方式行銷自身產品，美國的 ADA(American Decency Association)自 2002 年起便對 Victoria's Secret 的時尚秀和廣告感到相當反感。2008 年冬季，ADA 與其他 NPO 團體進串連，認為 Victoria's Secret 是以「不恰當且不道德」的方式販賣內衣，會導致女性被以「性玩物」(sexual objectification) 的方式呈現，不當的內容還會讓道德感鈍化。ADA 在密西根就有對販賣 Victoria's Secret 店舖的各大購物中心發動了杯葛行動，透過大規模寫信和打電話的方式威脅購物中心，以及呼籲拒買他們的產品。

該次的杯葛被認為是效果顯著的，但是也有美媒諷刺 ADA 這次的行為是「為了在俗世中宣揚聖經的道德」，對於 ADA 這次的行動只關注在市場行銷策略中的不雅內容和悖德，而不是更深入的去關注女權感到不甚認同。

## B.與台灣案例分析、討論與比較

自從「瑤瑤」「舒舒」在廣告的爭議上引起軒然大波後，屬於「本意良善」的「內衣廣告」（如陳喬恩蕾黛絲胸罩廣告）或是「衛教廣告」（如三寶六法）也遭受到是否對於兒少適宜的質疑。相同的，無論是美國的 Victoria's Secret 內衣廣告、台灣的內衣廣告與衛教廣告，在於本質上就是必須碰觸到「裸露女體」以及「性的議題」，換言之，內衣廣告不可能不呈現出內衣與女體的畫面，衛教廣告不可能不談論到性生活與性能力的議題。呈現的內容並無問題，吾人應該探究的是廣告中女體的呈現方式、鏡頭中女人與男人的互動，以及播放時間的適宜與否。

在內衣廣告中，Victoria's Secret 對於女體的呈現，在廣告業者眼中是女性自信美的充分表現，但在 ADA 的觀點，廣告中的女體呈現卻成爲了男性窺視的性玩物；相對的，陳喬恩的蕾黛絲胸罩廣告中，廣告業者表示並無刻意裸露而是欲呈現內衣的穩定性，但在家長團體眼中，廣告中的男模頻頻擡女生的腰，（在另一個廣告篇則是因爲男模從女主角後面頂了一下），可能對於兒少造成不當影響。而在衛教廣告部分，三寶六法的廣告之中，中年夫妻的恩愛畫面主要是要用來強調，只要保養得當，中年後仍依舊可以享受美滿的性生活，廣告本身不應該存有爭議，但是因爲碰觸到性的議題而被建議於深夜時段播放。

由此可見，無論是給予 Miller 案例或是大法官釋字 407 號解釋文中所謂的「一般人」，以「LAPS 標準」審視之，並根據當代該「社區標準」判斷，相同的廣告在不同人的觀點下，究竟是不是「不當內容」（無論是猥褻、色情抑或是不雅三種層級），結果絕對會莫衷一是，這確實暴露出「不當內容」的定義本身就具有高度模糊性與不確定性，猥褻、色情、不雅的層級劃分更是模糊不清。另外，ADA 對 Victoria's Secret 的反制行動主要是在相對保守的密西根，都市地區則無相關行動，倘若「當代社區標準」究竟該採用民風較純樸保守的地區做爲標準，還是較開放自由的都市做爲準則，也啓人疑竇。在法律中，理論與實務上的落差，可見一斑

### （二）Paris Hilton 漢堡廣告案

#### A.事件始末

在 2005 年六月，這支宣傳美國連鎖餐廳 Carl Jr.最新推出的 Spicy BBQ Six Dollar Burger 廣告，開始在電視上播送，女主角係由當時極具爭議性的話題人物 Paris Hilton 所擔綱。廣告中她穿著暴露的泳裝，不斷用充滿泡沫的水不停的把自己身體弄濕，並趴在汽車上面做出各種磨蹭的姿勢，之後拿出一份 Spicy BBQ Six Dollar Burger 咬了一口，並以充滿挑逗的表情吸吮著手指，最後字幕則出現了「That is Hot」的標語。

美國兒福團體 PTC（The Parents Television Council）與相關的媒體觀察團體出面指責在該則節目的中間播放廣告，以當時播映的時間來看，非常有可能被孩童看到。根據當時 PTC 研究部的主任 Melissa Caldwell 所言：「本則廣告基本上屬於『軟性色情（soft-core porn）』，她（指 Paris Hilton）在廣告中的動作表現方式，

她將手指放進嘴裡的方式 — 都是極度引人遐想且挑逗性強烈 (titillating) 的。」

之後 PTC 動員超過一百萬人次的群眾去跟該家連鎖餐廳 (Carl's Jr.) 投訴並表達他們的疑慮，還聲稱如果此則電視廣告內容不願意更改刪修，他們將會希望相關單位為電視廣告內容設立新的「標準」。之後，PTC 的的董事長 Bozell 和執行董事 Winter 便在各個知名的新聞節目，例如 Good Morning 、America Today 、The Early Show 、 American Morning 以及 The O'Reilly Factor 等節目，對於這則事件議題進行討論。

## B. 與台灣案例分析、討論與比較

在台灣，就以近期數個線上電玩遊造成的社會爭議與 Paris Hilton 廣告事件最為相似。自 2000 年起，石器時代、魔力寶貝、天堂等線上遊戲開始攻占台灣市場，之後不斷有新的遊戲前仆後繼的加入，而為了在成堆的遊戲當中脫穎而出讓玩家耳熟能詳願意嘗試，遊戲廠商便由廣告代理商運用廣告中的「性訴求」手法，運用煽色腥的語言和影像來造成聲刺與影刺。自從童顏巨乳的瑤瑤以「殺 online」寫下成功公式後，舒舒的「預言 online」、安心亞與邵婷的「黃金城 online」一直到陳以庭在「齊天大聖 online」把煽色腥炒作手法導向最極致，反對聲浪也達到了最高峰，無論是家長團體或是兒福團體皆表達不滿之意。

運用「性訴求」、「低涉入感理論」以及「聲刺」與「影刺」手法，在廣告學中乃屬宣傳策略，也就是將看似無關連的兩者（此案例是女體與遊戲），用具故事性的聯想方法產生關連的一種手段。縱使在創意的表達上不得隨意以法相繩之，但是其呈現手法、鏡頭若一味的強調女體裸露、以相對冒犯、將女性玩物化或客體化的形式呈現，則可屬「不雅內容」，更甚者，得以「猥褻內容」視之。

目前，台灣廣告從產製到上映過程中，經過業者自律、廣告編審篩選最後才得以放映，所以目前台灣廣告內容最多僅到達不雅內容之層級，而根據 NCC 表示，除非達「限制級內容」否則將無法可管；同樣的，Paris Hilton 的爭議廣告於播送後，係由 NGO 的公民團體出面表達不滿，並公開的在新聞節目中談論該議題，甚至與該漢堡連鎖店的高層經理和平辯論，最後的結果是讓該廣告轉換播放平台，由管制較嚴的廣電媒體，轉換至管制相對寬鬆的網路上。換言之，廣告內容不宜由政府之手介入干預，而應該是由閱聽人自動投訴，並透過第三團體監督並表達意見，最後和業者溝通協調善後，以免造成國家政治力滲透進入言論自由的場域，迫害思想與創意，產生人人自危的「寒蟬效應」(chilling effect)。

## 伍. 研究結果與結論

### 一. 「猥褻」定義的模糊性：實務與理論的落差

「我不該試圖去進一步定義就我所了解的『硬蕊色情 (hard-core pornography)』，或許我也永遠無法成功去定義它。但是當我看到我就知道 (but I

know it when I see it) ……。」

— Justice Potter Stewart

以上是大法官 Potter Stewart 在 *Jacobellis v. Ohio* 378 U.S. 184 (1964) 一案中的評論，認為 *The Lovers* (*Les Amants*) 這部法國電影未觸犯猥褻罪，得依美國憲法第一修正案保護之，然而這句「當我看到我就知道」的名言除了因為過於「自由心證」被批評缺乏具體性 (lack of concreteness.)，同時也暴露了「猥褻」本身定義就有模糊性。

在 1957 *Roth v. United States* 判例中，大法官 Earl Warren 重申猥褻不該受憲法所保障，法院捨棄了 *Hicklin test* 試圖更嚴格且具體的描述何為憲法第一修正案不保護的「猥褻內容」：

1. 用現代社區的標準為主 (contemporary community standard)
2. 對一般人 (average people) 來進行測試
3. 整體觀之，作品主題是否賣弄色情 (prurient interest)

之後到 1973 的 *Miller v. California* 案則又加入了所謂 LAPS 測試：即判斷是否具有嚴肅的文學性、藝術性、政治性或科學性價值，若無，且與前三點同時成立則視為「猥褻內容」。

「猥褻」定義在美國司法案例的不斷修改，足見其模糊本質，然而在「猥褻內容」的實務判定上，縱使有前述幾個標準可供判別，但是在不同的個人、時間、地點，以及不同的個案中判別結果都將會有所不同。在 2009 年爭議廣告輩出的情況下，曾有一度有要求 NCC 對媒體內容，甚至廣告內容係由 NCC 直接立法管的爭議（後不了了之）。假若當時確實如此執行，由以上論述可見法條運作不但窒礙難行，也會導致政治力滲透入言論自由，政府成為歐森威爾筆下的老大哥。

## 二.第三監督團體的必要性

「今天除非媒體內容嚴重造成社會傷害，NPO 組織出面都沒有結果，政府才應該親自出手，先有（業者）自律、再有監督，政府應該是第三道防線。」

— 國家傳播委員會傳播內容處何吉森處長

何吉森處長在 99 年六月於「數位創世紀國際研討會」中，對於媒體中不當內容的管制，做了以上的論述。他認為對於節目內容抑或是廣告內容，應該係由業者自律，尺度過當的內容應由編審先刪修，或置於深夜時段同酒類廣告標準播出，若依舊失當，則應該透過閱聽眾或是公民團體對於業者表達抗議，非不得已，否則政府不宜介入干預。

從前述美國的「Victoria's Secret 內衣廣告案」以及「Paris Hilton 漢堡廣告案」觀之，我們看見反對聲浪都是透過閱聽眾的自覺，透過公民團體諸如 ADA、PTC 等去進行串連、杯葛以表達反對意見，甚至透過媒體來進行探討與辯論，FCC 始

終不會出面對廣告業者以法規命令相繩之。另外，台灣媒體內容的爭議，主要可透過閱聽眾逕自對於不當內容向 NCC 申訴，依照行政作業處理流程提交「廣播電視節目廣告諮詢會議」由委員開會討論；諮詢委員有任期性，本身就是由各界公民代表組成，諸如同志團體、女性團體、兒福團體等希望達到意見的多元性與代表性。

然而在台灣目前的社會現況，一般大眾對於媒體亂象通常都認為應該是政府機關直接去介入管裡。像在 2009 年初，「廣告立法」的提議一度為 NCC 所討論。但是，對於媒體的內容，管理的層級應該是業者先透過自律方式（如透過公會、編審機制），再來是相關的 NPO 組織（如媒觀、媒觀）針對閱聽眾的批評向業者提出抗議，若依舊無法良善處理，政府機關才得介入媒體「內容」層面的管制。倘若政府訂定明文以法律管制內容，則言論自由危殆矣，遑論創意與創新。

### 三. 媒介內容的流動性

前美國總統柯林頓受邀演講時，大談自己對於網路的發展貢獻良多。

聽眾問：「但是總統先生，對於網路你什麼都沒有做阿。」

柯林頓答：「正因為我什麼都沒做讓網路自行發展，今日網路才如此蓬勃」

前述案例無論是美國還是台灣的爭議廣告，縱使因為內容不當問題而被迫從廣電媒體撤下後，依舊都還是可以在網路上收看得到。對於網路平台的管理，多數國家都不願意以法律制肘，以免抑制了創新和科技的發展，限制了網際網路往後的發展性，但是，以「資訊提供者（information service）」方式低度管理，導致網路可能成為不當內容的匯集之地。

當大家關注在廣電媒體廣告不當內容可能引起的負面效果時，我們也該反思，面對了科技匯流的趨勢，廣電媒體一旦透過網路或是其他新科技「變形」之後，可能成為行動電視、網路電視等「類電視」(TV-like)或「類網路」(internet-like)的型態，從傳統定義的廣電媒體因為不當而被逐出的內容，也可能改在這些以網路為基礎的新媒體平台上流竄，對於兒少的保護，這又衍生出了新的課題。

### 陸. 研究貢獻

關於不當傳播內容的研究，過去通常不是全以傳播學觀點作有關不當內容對閱聽人影響的討論，就是全以法律學觀點研究相關法條的適用性，極少跨界來深入探討；同時，甚少有針對廣告中的不當內容，擇不同國家的法規與案例來進行比較。本研究嘗試為傳播學與法律學建構起橋樑，結合兩者觀點並輔以美台兩地法條與案例之比較，藉由「他山之石」，可為錯，可攻玉，殷盼為目前台灣廣電媒體中的不當內容，提出相關建議，希望傳播媒體中對於「不當內容」的管理，不會過於鬆綁而讓不當內容氾濫於媒體；也不會過於苛刻而壓抑了創意思考與創

新發展。

## 柒.研究限制與建議

### 一.研究方法的闕漏性

本研究主要是用文獻分析法和案例討論法兩種研究方法，容易淪為自說自話的不客觀性，建議往後的相關研究，可以置入「三角測量法」的概念，結合多方面的探究方法，以提昇研究的信度、效度，運用多重證據來源提供對於同樣現象的不同測量。例如可以再加入媒介政策法規之學者或專家的訪談與意見，讓整體研究更臻完善，更有說服力。

### 二.國家選擇的前瞻性

台灣的政策法規早期主要係跟隨美國腳步，然而近年來，政策法規的鐘擺卻逐漸擺向歐洲國家（歐盟）。本研究是選擇資本主義與商業主義最為濃厚的美國，美國對於商業媒體的管制與其他國家比較，是最為寬鬆的，選擇美國做為比較國家，可能整體研究結果提出的建議不夠前瞻性。建議往後研究可以選擇以公共廣播制度發展已經源遠流長的歐洲國家做為比較對象，甚至同時比較美國、歐洲，與台灣三方的政策與案例。

### 三.案例選擇的代表性

由於美國地大物博，加上美國是商業利益取向的國家，政府大多放手任其發展，國情也相較台灣開放，本研究選擇的美國比較案例，並沒有像台灣的案例造成全國性的爭議，多半只是小地區的杯葛或是抗議，FCC 等政府機構也沒有進行罰鍰或是以法相繩，故這些案例的代表性可能不夠強烈。

## 捌.參考文獻：

專書部分

Benjamin, et al. (2006). Telecommunications Law and Policy. Durham, North Carolina: Carolina Academic Press.

Des Freedman (2008), The Politics of Media Policy, Polity Press.

Jeremy Harris Lipschultz (2008). Broadcast and Internet Indecency : Defining Free Speech. Sheridan Books : New York



Kent R. Middleton, William E. Lee & Bill F. (2005). The Law of Public Communication. Pearson Education, Inc : USA

Linz, Daniel and Malamuth, Neil(1993). Pornography. Sage Publications : London

林子儀（1994）。言論自由之理論基礎。言論自由與新聞自由。台北：月旦。

褚劍鴻（2004）。《刑法分則釋論》。台北：臺灣商務

#### 論文部分

尹文新（2000）。《網路色情管制與國際合作》。中正大學政治學研究所碩士論文。

方定國（2007）。《「猥褻性言論」概念的重新詮釋—以我國刑法第 235 條之爭議為中心》。世新大學法律學研究所(含碩專班)碩士論文。

王勝毅（2001）。《網際網路上犯罪行為之研究》。中國文化大學法律學研究所碩士論文。

李彥光（2008）。《論刑法上性交、猥褻與性騷擾之界限》。東吳大學法律學研究所碩士論文。

吳奕林（1994）。《猥褻之概念及其規範評價》。台北大學法學研究所碩士論文。

林合清（2004）。《寬頻影音網站不當內容管制之探討》。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

林春琪（2008）。《論刑法第二百三十五條猥褻性言論規制的相關問題—以網路女性裸露自拍為例》。中正大學法律研究所碩士論文。

劉秀芬（1997）。《論美國憲法第一修正條款與新聞自由--以美國最高法院有關平面媒體猥褻》。中國文化大學美國研究所碩士論文

#### 網站部分

ADA 官方網站。上網時間：2010 年 5 月 30 日。網址：  
<http://www.americandecency.org/>

Ad Savvy 網站。上網時間：2010 年 5 月 30 日。網址：

<http://www.adsavvy.org/the-25-sexiest-banned-commercials-of-all-time-nsfw/>

FCC 官方網站。上網時間：2010 年 5 月 30 日。網址：

<http://www.fcc.gov/>

中華民國司法院網站。上網時間：2010 年 5 月 30 日。網址：

<http://www.judicial.gov.tw/>

國家傳播通訊委員會官方網站。上網時間：2010 年 5 月 30 日。網址：

<http://www.ncc.gov.tw/default.htm>

數位內容觀察站。上網時間：2010 年 4 月 19 日。網址：

[http://digicontent.blogspot.com/2009/02/blog-post\\_19.html](http://digicontent.blogspot.com/2009/02/blog-post_19.html)