

專案質詢

8-1-10-0812

立法院議案關係文書 中華民國 101 年 5 月 2 日印發

案由：本院王委員育敏，有鑑於網際網路廣告規模日益擴大，且網路廣告類型多元，以致多起含有性暗示、物化女性等不當廣告內容於網路上隨時可見，恐影響兒少身心發展。爰此，本席主張國家傳播通訊委員會應參酌英國網際網路監管基金會之模式，強化對網路不當廣告內容之監督與移除機制，以保護兒少的上網安全，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、根據台北市網際網路廣告暨媒體經營協會（IAMA）研究數據顯示，2011 年台灣整體網路廣告營收市場規模已達到 102.15 億新台幣左右，較 2010 年成長 19.46%；該協會並預測 2012 年台灣整體網路廣告市場規模將可維持兩位數的成長，可能達到新台幣 117.11 億元。
- 二、網際網路廣告可透過橫幅廣告、贊助式廣告、分類式廣告、按鈕式廣告、插播式廣告、電子郵件廣告、推播式廣告、以網站本身作為廣告等多元類型展現，然而網際網路廣告內容完全沒有分級，網路不當廣告可隨時出現，不設防的網際網路廣告，對上網兒少之身心影響甚鉅。
- 三、按英國網際網路監管基金會採取分級、檢舉與責任等 3R 安全規則強化對網路不當內容之監督與移除機制，以保護兒少的上網安全，爰此，本席主張國家傳播通訊委員會應參酌國外成功經驗，強化兒少上網安全之維護。