

廣電媒體製播涉及性別相關內容指導原則

中華民國 99 年 11 月 11 日通傳播字第 09948053160 號函訂定發布

中華民國 101 年 09 月 20 日通傳內容字第 10148044800 號函修正

中華民國 103 年 10 月 31 日通傳內容字第 10348032210 號函修正

中華民國 105 年 02 月 26 日通傳內容決字第 10548004770 號函修正

傳播媒體因其無遠弗屆的影響力，成為形塑「社會性別」形象重要來源之一。但隨社會開放多元，帶動各國對性別不平等的社會現象作出反思，針對過去民眾普遍接受的性別角色偏見提出質疑與檢討。本會為尊重人權、促進廣播電視節目、廣告內容尊重性別、性傾向差異，消除歧視、偏見、刻板印象，並進而呈現性別多元角色形象、創造友善性別空間，特訂定本指導原則，提供廣電媒體製播性別相關議題內容之參考。廣電媒體於節目或廣告中對於性別相關議題內容之呈現，將納入本會評鑑及換照之參考。

一、 不得違反相關法令

- (一) 不得洩漏性騷擾、性侵害受害者之身分資訊。(性騷擾防治法第12條及性侵害犯罪防治法第13)
- (二) 不得洩漏人口販運被害人之身分之資訊。(人口販運防制法第22條)
- (三) 不得播出妨害兒少身心健康及公序良俗之內容。(廣播電視法第21條、有線廣播電視法第35條及衛星廣播電視法第27條)
- (四) 不得對涉及裸露、性行為、性欲或具性意涵之電視節目內容未依規定為適當之節目分級標示。(廣播電視法第26條之1及衛星廣播電視法第28條)
- (五) 不得於標示為普遍級之電視戲劇節目中出現任何會加深暴力印象與衝擊之情節(例如家暴、霸凌弱小劇情視為自然情節而未予譴責，或刻意呈現掌摑婦女、兒童之暴戾畫面)(電視節目分級處理辦法附表2)
- (六) 不得播出猥褻、有傷害風化之化粧品廣告。(化粧品衛生管理條例第24條)
- (七) 不得播送或刊登跨國(境)婚姻媒合廣告。(入出國及移民法第58條)
- (八) 不得報導或記載遭受迫害(例如受到強迫、引誘、容留或媒介為猥褻行為或性交)之兒童或少年姓名或其他足以識別身分之資訊。(兒童及少年福利與權益保障法第69條)
- (九) 不得播送兒童或少年為性交或猥褻行為之內容，或播送足以引誘、媒介、暗示或其他促使人為性交易之訊息。(兒童及少年性剝削防制條例第38、40、50條)
- (十) 不得恣意猜測或影射性侵害、不雅照之受害人身分，使人名譽或權益受到損害(廣播電視法第22、23條及衛星廣播電視法第44、45條；民法第18條、刑法第309、310、313條)

二、 避免不宜之呈現方式

- (一) 不宜刻意以畫面、語音或文字凸顯任一性別之性特徵。

(二) 不宜以窺探、偷拍、嘲諷或誇大方式處理性別議題。

(三) 以事實為基礎之內容(如新聞、時事報導):

1、涉及性犯罪、性暴力或與性別相關之內容時，應謹慎處理畫面及聲音。

2、不洩漏家暴受害者之姓名或其他足以識別身分之資訊。

三、 避免造成偏見、歧視、物化、刻板印象或偏差性別觀念

(一) 避免因性別、性傾向或性別刻板印象，而有歧視、偏見、貶低、揶揄之言論或行為。

(二) 不宜渲染特定性別特徵之優勢、描述其為人生成功之有利條件、直接物化任一性別，或影射其與金錢利益之關聯。

(三) 探討社會事件應基於事實避免汙名化或對當事人之性別、性傾向、性格等特質，或穿著、容貌等外在身體特徵作不當之連結。

(四) 於兒童及少年慣常收看電視之時段，宜特別注意節目、廣告內容之情節，避免影響或誤導兒童、少年之性別觀念。

(五) 不宜讓兒童、少年從事與其年齡不相當的性感演出或廣告。

四、 以正面、積極、多元的方式呈現性別角色

(一) 積極消除或導正傳統習俗中對性別之偏見、禁忌及刻板印象。

(二) 尊重多元性傾向者及多元性別角色之呈現，並維護其表達自我權益。

(三) 任何性別在多元社會各領域中，均應受到尊重，並肯定其對社會做之貢獻之能力。

(四) 傳達性別平等意識與消除性別角色的刻板印象。

(五) 給予關心性別平等議題之產、官、學界及民間組織充份發聲空間，包容多元的意見。

(六) 培養兒童、少年尊重多元性別、性別特質或性傾向。

五、 強化性別平權觀念並落實自律機制

(一) 廣電業者應提供其員工性別平權及包容多元性別之相關教育訓練，並宜搭配具體案例分析比較，以強化從業人員之性別平權觀念。

(二) 廣電業者應參考本原則，針對不同之節目類型及播出時段，於相關自律倫理規範中訂定具體落實之執行細節。