

(一〇二) 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。

(一〇三) 本院王委員育敏，有鑑於電腦網路與通訊科技的普及，使霸凌行為透過電子郵件、網路貼文、手機簡訊等媒介方式，在校園環境中蔓延。網路媒體具有引導學童生活方式、價值觀形成之影響力，應及早培養學生具備主體意志與獨立思考。爰此，本席主張應全面檢討 100 學年度「媒體素養教育」正式實施於國民中小學課程綱要之情形，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、根據 2009 年富邦文教基金會全國兒童媒體使用行為研究調查，扣除上課和補習的時間，國小兒童投注在媒體使用的時間平均每天約 3 至 4 小時，約佔整體閒暇時間的 75%。兒童福利聯盟公佈之 2011 年台灣校園霸凌現況調查報告亦顯示，有上網習慣的孩子中，有一成七曾經在網路上霸凌別人，也有一成表示曾經有「在網路上被別人嘲笑、辱罵、攻擊」等不愉快經驗，可見網路霸凌的影響層面不容小覷。
- 二、現今的電視新聞與網路空間，已變相成為另種霸凌平台，表面上新聞追蹤報導提高了霸凌