

「新媒體之發展趨勢與影響」 政策建言

新媒體發展至今，許多傳統媒體產業已大幅萎縮，僅能透過數位轉型成為新媒體，或轉型升級既有之內容為體驗更佳的實體服務等策略繼續運作；而原生之網路媒體雖產製與散布較為容易，但須思索如何將瀏覽或體驗次數轉變為金流，近期更需面對 Google、Facebook 等國際巨型科技公司之競爭或掌控，如何找到穩定創新的商業變現模式、利用最新之數位科技突圍，或於前所未見的紅海市場中找到清楚的定位，為新媒體產業持續摸索的重點。另一方面，隨著大量自媒體產生，媒體內容雖然更為豐富多元，但亦顯雜亂、品質不一且難以控制，衍生出許多數位時代新興之現象及社會問題，如網路公審、隱私資料外流、同溫層、不實訊息流竄等。與此同時，許多新聞媒體業者為爭取更多眼球關注，採取內容走向偏激低俗、大量產製而品質低落，或依附特定政治傾向等目標受眾之策略，導致民眾對總體新聞產業之信任度逐步下滑，進而讓不實訊息更容易散布及擴大社會歧異。

一、網路治理的基本原則：資通訊基礎建設與社群媒體所衍生之網路中立或資訊自由流通，基於言論自由的理念，已經形成整體社會資訊交流的新議題。在此建議：

- (一) 面對社群平台如何處理個人隱私和資料保護，建議效法歐盟法規超越隱私權概念，除保護消費者和公民免於遭受各種企業的監控，亦需保護業主和資本免受公共問責而得到合法保障的經濟隱私資料。
- (二) 為讓網路與社群平台的自律作為能落實執行，建議要求社群媒體平台承擔責任，依循自律共管精神，並推動多方利益關係人共同參與的網路與社群平台自律成果的評鑑機制。
- (三) 境外系統性假訊息的攻防涉及跨境調查、資安維護的科技能力，亦涉及情資收集與跨國合作的情報作業，建議列為國安與資安單位的重點業務。

二、媒體生態塑造與數位社會資源投入之策略：國內媒體、政治與商業三股力量的健全運作與動態衡平，有賴政府在傳播政策上的為所應為。此外，各國正積極強化數位社會資源投入，惟現實潛存著資訊落差與

數位偏移，數位落差的狀態難以齊平。在此建議：

- (一) 理想的傳播生態應以建立多元與健全的媒體結構為目標，讓商業媒體、公共媒體與第三類媒體維持良性競爭與產業衡平的發展。
- (二) 新聞業未來的發展將有賴媒體政策制定者是否能確認並實施妥適有效的政策，建議應以建立公共服務的新聞生態為目標，導引其在追求利潤的同時，亦能履行媒體作為社會公器的公共責任。
- (三) 針對媒體或資訊普及政策的推動，不宜迷失於投入硬體建設的量化數據，實體結構與無形結構兩造皆不宜偏廢。
- (四) 建議責成大學教師開設媒體素養教育課程，以及設置公民媒體素養輔導團等組織，協助各級教師落實媒體素養教育。

三、新媒體產業策略新思維：受到傳播科技匯流與消費趨勢的影響，所衍生的媒體產業結構衝擊及市場生態維繫的重大改變，傳播政策宜針對新媒體之發展趨勢與產業策略治理新思維，並且授權主管機關訂定相關法令規範，處理新影音平台登記納管以及新媒體產業發展等重要議題。在此建議：

- (一) 在立法政策上針對 OTT TV 納管的思維脈絡，由於我國國際地位特殊，針對境外業者在臺灣如何落地及其他涉及的議題，宜明確「該如何管」與具體「可以管」的選項或作法，並考量登記業者之權利與義務能相符，避免形成相關業者額外負擔。
- (二) 建議「網際網路視聽服務管理法」，宜以「低度管制」為原則，並建立全方位人才產業培育體系，以產業發展之適度競爭與合作，促進我國產業健全發展，提升國內外市場競爭能力。
- (三) 建請主管機關宜就電信管理法從寬開放 IPTV 頻道自主營運空間；廢除有線廣播電視法第 24 條市占率 1/3 上限管制，並落實跨區新制，裨益規模優勢之形成，藉由 5G 串連 XR/AIoT 等泛用技術之整合運用，做為數位轉型之重要手段，實現數位國家、創新經濟的發展目標。
- (四) 推動各項電競條款，以獎勵培育人才為主，在產業快速發展之下，對於電競選手在虛擬世界中相關行為限制仍需制定規範，例如虛擬世界中侵犯他人之行為、代練行為等，都需要制定相關罰則。

四、總結而言，主管機關在傳播產業市場經濟管制與社會管制方面，面對新舊媒體並存之社會，同時要兼顧資源贊助、計畫投資、科技倡導、法規設計、產業仲裁、秩序維護及公平保證者角色，既要顧及網路產業經濟參與者之公平競爭，亦需維護傳播核心價值不受影響。