

## 色手止步—談色情假新聞置入行銷管制

卓美玲

---

卓美玲 淡江大學資訊傳播學系副教授  
信箱：meilingj@mail.tku.edu.tw

## 《摘要》

沸沸揚揚的政治假新聞引起世界各國重視，Google、Facebook、Twitter 這類科技巨擘驚覺本身遭到政治意圖者利用而開始省思改善方法之際，本研究以質化觀察法，觀察台灣色情業者同樣利用新媒體科技進行產製、行銷假新聞之手法，企圖以隱藏之置入行銷方式病毒式擴散其經濟影響力，以案例解釋說明相關現象。

網路色情市場以隱藏之假新聞擴散，範圍更大，更不容易辨識，對生長於科技時代的兒童、青少年帶來的可能是「被」提早接觸性、發生性行為，其危害雖無法以科學實證研究加以確立，但值得世人關注此議題，重視兒童健康成長的話語權。

澳洲正在更深入研究並研擬方案，英國也將在 2018 年執行「新數位經濟法案」加強管制色情網站，本研究參考英、德相關規範，對台灣現行管制提出 6 點建議。

關鍵詞：假新聞、新聞置入行銷、新數位經濟法案、色情新聞管制

## 壹、緒論

### 研究動機及研究目的：

#### 從政治假新聞管制談色情假新聞置入行銷之問題

社群媒體時代守門的概念轉變，人人可以發布訊息，為吸引消費者眼球充滿許多隱瞞型標題，隱藏必要的訊息或誤導使用者，或誇張聳動型標題，放大事件的重要性，誘使使用者點擊連結找出答案。假新聞不僅止於包含誇張聳動、讓人忍不住想點閱的標題，可能為惡意「點擊誘餌」、或是可疑的網站地址、或冒充真實的新聞網站，假新聞甚至可能出現於提供來源可靠訊息的社群中置入行銷，未標示其為廣宣或公關稿，也往往考驗消費者的分辨能力，尤其是情色類假新聞，對未具真實性經驗之兒童、青少年具誘惑吸引力，卻缺乏分辨能力。

社群媒體曾是「阿拉伯之春」的重要推手，曾經承諾帶來解放的社群媒體，現在卻「證實」是一個能更有效地引發憤怒的工具，能更有效地操弄假新聞。去年美國總統大選期間，媒體揭露有人以內容農場手法病毒式擴散各種假消息，臉書、推特公司也已分別發現與俄羅斯政府有關聯的內容農場「網路研究社」（Internet Research Agency），在去年選戰期間購買廣告張貼政治分化內容，企圖影響選舉。與俄國有關的實體在 Google 平台上買了數萬美元有政治意圖的廣告。Google 的證據顯示，俄羅斯砸大錢在 Google 旗下影音分享網站 YouTube、電子郵件服務 Gmail 等平台買廣告散播假消息（田思怡，2017）。

假新聞已經發展成一種新的營利模式，並逐漸形成一套完整的產業供應鏈，根據趨勢研究報告顯示，網路犯罪者所提供的服務不止是散播假新聞，通常還包括產製這些新聞故事，並把它們行銷給目標族群，手法類似於內容行銷服務與社群媒體行銷運作（江婷，2017）。中國出現所謂「寫作幫」販賣產製內容，寫作幫同時也提供散布這些內容的服務，收費則依據文章要發布的平台而不同（吳凱中，2017）。不只是政治目的的假新聞，色情業者也早已開始利用這項工具，提供一站式假新聞散布服務。此

市場可以說是一個應有盡有的商店，可以創造、推廣與操弄有利於達成客戶目的的故事、事件、新聞與形象，無論是真實或是虛構。

### 政治假新聞的啟示：並非所有商業廣告應同等對待

當政治假新聞以商業操縱方式對民主制度帶來威脅，美國媒體正義中心主管西里爾指出：「社群媒體應該要有相關對應措施，對自身平台如何被他人濫用負起最大責任。」（許祖菱，2017）

由於擔心美國政府將施加的壓力，路透社報導，行銷人在一場業界會議中發言時，拿俄羅斯特務在臉書購買美國政治廣告的指控，作為廣告業不能不受規範的證據（中央社，2017a）。社群龍頭「臉書」（Facebook）也宣佈將雇用 1000 多人，補強全球性廣告的審查團隊，阻擋意圖讓選舉偏離正軌的不實廣告。除了禁止第三方事實查核機制判定為假消息的連結刊登廣告外，經常連結到假新聞的粉絲專頁，將再也無法在臉書刊登廣告（中央社，2017b）。美國議會也在研擬規定擁有至少 100 萬個用戶的數位平台，必須對花費 1 萬元以上的人刊登的所有與選舉有關廣告，保持能公開索取的檔案（黃秀媛，2017）。

法國總統大選期間，假新聞或錯誤引據隨處可見。中央社報導，法國媒體各自推出釐清謠言的專區替民眾「排毒」，更進一步彼此合作，打造交叉查證平台，防範讀者受假新聞愚弄。防止假新聞與惡意貼文流傳。德國內閣通過一份新法案，若社群媒體未提供消費者舉報仇恨言論與假新聞的選項，或在一定時間內移除違法內容，可能面臨最高 5,000 萬歐元（5,300 萬美元）罰款（黃智勤，2017）。

來自俄國組織「網路研究社」（Internet Research Agency）的廣告似乎擴大了種族和社會對立。至今並無科學實證研究證明其確實影響 2016 年美國總統大選的結果。雖然俄羅斯在臉書上購買數千個廣告來煽動爭議議題，如種族與槍枝權利，雖然去年美國總統大選期間，與俄國有關的實體在 Google 平台上買了數萬美元有政治意圖的廣告，但至今無法得知其廣告效果。但科技公司已主動提出管制審查措施，以防止再次發生惡意政治干擾。

不是只有社群媒體左右選情的問題值得關注，科技公司已藉廣告獲得龐大的權力與影響力，例如亞馬遜（Amazon）決定人們怎麼購物、Google 決定人們如何獲取知識、臉書決定人們溝通的方式，它們正決定誰拿到數位時代的話語權、誰該在網路上「被消音」。長久以來，企業與消費者在媒體話語權上，存在著嚴重的不對等。企業有能力與財力以粗暴的歧視語言傳播、販售商品，可是消費者不滿或憤怒的聲音，卻未能獲得同等聲量的再現，尤其當色情業者應用龐大財力利用新媒體科技以假新聞大量出現於提供來源可靠訊息的社群中進行事件行銷、置入行銷，被網路色情影響的兒童、青少年的話語權該如何看待？色情假新聞該如何管制？

## 貳、文獻探討

### 一、兒童意外接觸，「被」提早接觸性、發生性行為

身為網路原住民的現代兒少，媒體接觸環境已經大為不同。根據英國調查顯示，2016 年上網已經取代看電視，成為英國兒童休閒時花最多時間做的事。根據英國 Ofcom 與 Childwise Monitor 的調查，5 歲到 15 歲的兒童每週花在網路上超過 15 個小時；尤其是 12 到 15 歲的孩子 4/5 有自己的手機；每週花在上網時間超過 20 個小時；12 到 15 歲的孩子超過 3/4 有在社群媒體註冊，超過 2/5 的 11 歲孩子有社群媒體帳號；縱使大多數社群媒體有年齡註冊的限制（曾蘭淑，2017）。

在台灣根據兒盟「2012 年兒少網路行為調查報告」發現有高達 83.4% 的孩子平常會上網，尤其是週休放假期間，71% 孩子週末兩天都會上網，85.3% 未滿 13 歲的孩子使用假年齡或假姓名註冊臉書，登入帳號後，因網站資訊未分級，導致許多色情廣告不時跳出，引誘玩家。玩「超齡遊戲」的問題嚴重，每五個孩子就有一個（21.5%）會玩限制級遊戲，近半數（47.9%）的孩子會玩輔導級遊戲，這兩類遊戲內容通常充斥著暴力、色情的劇情和畫面，並不適合未滿十二歲的孩子，長期接觸恐嚴重影響孩子自我人格、價值觀的發展（兒福聯盟，2012）。

網路增加兒童接觸情色內容的機會，廣告讓兒童意外接觸到色情；英國廣播公

司 BBC 於 2014 年調查一千多 16 至 21 歲的年輕人，將近 40% 的年輕人說，第一次在網上看到色情內容，是意外登錄色情網站。很多人都是在網上搜尋與色情無關的內容時通過誤導鏈接進入色情網站。有些人通過社交網站看到色情內容 (董樂, 2014)。與 BBC 的研究結果一致，英國民間兒福慈善組織 NSPCC 調查，英國逾九成青少年 14 歲前看過色情內容，11—16 歲的孩子中，有 53% 的孩子已經接觸過成人片，11—12 歲有 28% 的人看過，到 14 歲就已經有 94% 的孩子看過成人片。調查還發現，有時兒童接觸到色情內容是偶然的，並不是特意去尋找的，比如一些網上跳出的廣告 (BBC, 2016)。

台灣兒盟的調查也發現資訊不分級的危機，近半數孩子曾在臉書上看過色情廣告；超過一成孩子曾點過臉書上的色情廣告 (兒福聯盟, 2012)。Google 與兒童福利聯盟以分層隨機抽樣方式所做的「2015 年兒童 3C 產品使用與上網行為大調查」，發現 34.1% 的國小五、六年級學童曾在使用 3C 產品時接觸色情裸露、暴力血腥內容，更有 12.2% 曾主動搜尋不適齡內容，男性主動搜尋不當資訊的比例是女性的 1.85 倍 (張為竣, 2015)。

星島日報 (2017) 報導家計會所做的「2016 年青少年與性研究報告」，在學校訪問 3907 名中一至中六的中學生，及上門訪問 1239 名 18 至 27 歲青年，結果發現 33% 中學女生及 59% 中學男生有觀看色情物品，較 2011 年上升約 5%。其中，約五分一有觀看色情物品的男生，在過去一個月內更曾觀看 15 次或以上。

現在十幾歲的青少年正面臨對色情內容習以為常的風險。2015 年 NSPCC 調查 700 多名青少年，在 12 歲及 13 歲青少年中，有五分之一認為觀看色情片是正常現象，而十分之一觀看色情片成癮。一名 17 歲的女生稱，她在 12 歲時曾在男朋友的強行要求下發生性行為。各個年齡階段的兒童很容易接觸色情片，青少年稱觀看色情片刺激他們過早進行性行為 (邢翀, 2015)。

NSPCC 在 2016 年的調查發現，13 到 14 歲的男孩中，很多孩子認為色情內容就是生活中性行為的真實描繪，有 39% 的人認為他們應該模仿成人片裡的“內容和行為”，五分之一 11-12 歲的男孩對待性的態度受到網上色情內容的影響，並說他們希望模仿他們在網上看到的場景。孩子在不知嚴重性的情況下互傳裸照，超過 1/7 的 11

至 16 歲英國兒童曾自拍過全裸或半裸的照片，其中有一半的人曾發給過別人 (BBC，2016)。NSPCC 首席執行官 Peter Wanless 表示“這一代的青年裡，太多人過早就接觸到了色情影片，他們會對裡面涉及到暴力和變態的內容慢慢習慣，並去模仿，這會對今後他們的戀愛關係帶來毀滅性影響。”（曾蘭淑，2017）

成長在科技時代下的兒童，過早接觸到色情影片，以為 A 片內容是真的，把色情片當成性行為的教科書，在該享受兒童天真歲月的年紀，被誘惑而過早模仿成人人性行為。我們看到一些因此被危害的兒少案例：根據《每日星報》報導，英國桑德蘭一名少年，從 11 歲起在網路上看色情片後，因受色情片影響，模仿劇情性侵多名同學，至 13 歲被判 7 項強姦和性侵犯兒童罪（自由時報，2017）。現年 28 歲的美國女子伊麗莎白史瑪特 14 歲時在自家臥房遭綁架性侵，該男子犯案動機是經常觀賞「硬蕊色情片」，史瑪特出面講述當時案情「就是 A 片促使米切爾出來將我綁架。」「我親身體驗這東西多麼的有害。」，呼籲社會抵制 A 片這種「新時代毒品」（自由時報，2016）。9 歲女童為了購買線上遊戲點數卡，上網 PO 文援交的報導（林思慧，2011），更讓研究者驚訝 9 歲能瞭解援交將對她造成的傷害嗎？若未曾接觸過相關資訊，為何懂得用援交換取金錢呢？兒福聯盟調查指出，約兩成的直播主未滿 18 歲，甚至在直播的過程中被觀眾要求裸露等情況，嚴重戕害兒少身心（吳柏緯，2017）。

網路巨擘 Google、Facebook 等的影響力，已超出各國政府可以規範。但大型網路公司似乎沒有好好想想如何妥善保護兒童的網路安全。不論是政治或色情業者的假新聞廣告，如果科技公司與政府持續袖手旁觀，任由廣告持續且大量操作，甚至以假新聞方式置入行銷於傳統認為可信賴之媒體資訊平台，難到這樣的媒體地景是我們所樂於看到的嗎？

論者或許認為，色情也是一種言論，也該享有自由，雖然色情言論可能伴隨種種負面後果，但仍不足以讓它的言說、表現、散播等自由受到剝奪。但當初法學家德沃金（Ronald Dworkin）認為，相較於幾乎不受限制的商業廣告、電影、電視劇中所蘊含的性暗示與暴力內容，色情影像之生產、流通及閱聽某程度上皆「已受限」（如電影分級），似乎不太可能對人們產生更直接的影響（李柏翰，2017）。但現行網路分級是超過 18 歲的限制級內容才有過橋頁面的提醒，兒少點選「已經 18 歲」也沒有查

核機制，更何況以假新聞的形式，偽裝出現以誘騙點選所造成的影響呢？

## 二、網路及社群媒體讓色情市場傳播擴散失控的現實？

假新聞事件的效應，讓政府機關及一般使用者開始意識到大眾輿論遭到操縱的嚴重性。假新聞已發展成一種新的營利模式，不只為政治意圖者所利用，也為情色產業者所利用。網路及社群媒體讓色情市場訊息傳播擴散，更容易及於心智尚未發展成熟階段的兒少。網路社群充斥各種形式的不雅內容，根據兒福聯盟公布的 2012 兒少網站行為調查報告指出，近半數的孩童曾在臉書上看過色情廣告，且超過 1 成孩童點過臉書上的色情廣告。

除了色情廣告，許多兒少也曝露在色情假新聞之中，問題是色情廣告容易辨識，但色情假新聞卻偽裝成新聞，引誘點閱，在不易辨識不設防的情況下，成為陷阱。

本文所指色情假新聞是指不具政治意圖，卻含煽色腥內容的新聞，圖片未必非常暴露，剛好規避兒少法第 45 條的規定，標題與性相關，誇張聳動吸引人好奇點閱，是經過刻意編造包裝成新聞形式的內容，這些業配文在出現於傳統形式的電視報紙新聞報導過後，又不斷置入行銷於真的新聞媒體網路平台外包給廣告商的推薦點閱清單中，隨著每則新聞隨機出現於下方「你可能會喜歡」的推薦清單中，貌似相關新聞實為置入廣告，但並未標示其為廣告或 PR，例如下圖。



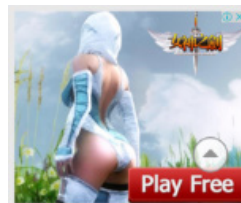
本文將先回顧色情所利用媒體管道與方式變遷，再以質化觀察法的方式收集相關案例，以探討新型態的色情交易行銷之案例、與鋪天蓋地的情色訊息現況。



### 三、情色相關廣告

媒體多元化後廣告主可選擇傳播的通道變多，可以讓商品訊息更準確地傳達給閱聽眾，但也讓色情廣告更能鋪天蓋地地宣傳。表現方式已經跳脫以前 DM、貼紙、檳榔盒的清涼裸女圖；報紙分類廣告的高薪公關小姐、伴唱小姐、電話秘書；八卦雜誌的一對一按摩、油壓或閨房技術教授；有線電視地方頻道或節目刊播的色情電話、男性壯陽藥酒廣告（蕭湘文，廣告創意）。

不是只有色情產業產製情色訊息，八卦媒體以情色新聞吸引人們注意，不同產品也以情色話題引發消費族群興趣，廣告創意有時操作的不只是製作廣告，也會利用媒體製造行銷話題。郭書瑤為台灣網路遊戲《殺 Online》於 2009 年推出的電視廣告暨平面廣告主演的《殺很大》廣告推出後，讓該廣告女主角郭書瑤（瑤瑤）受到矚目，當瑤瑤坐在木馬上大喊「殺很大」讓人有聯想性暗示；而該廣告引發的「童顏巨乳」、「物化女性」、「廣告性暗示」等話題也在台灣社會延燒。其後大量出現於報紙網站的遊戲廣告似乎已經有見怪不怪的現象，社會上很少妥適與否的討論。



此為刊登在聯合報的遊戲廣告，截取於 2016 年 12 月 4 日



此為刊登在 NOWNEWS 的遊戲廣告，截取於 2017 年 10 月 14 日

網路興起後應召站業者在網路論壇散播色情廣告，例如以下暗示性的訊息：「獨特舒壓手法、甜美正妹服務」、70分鐘/2000元，並貼上甜美正妹之清涼照片。到社群媒體時代，業者利用通訊軟體 LINE 發送色情廣告，或依網站指示，加入業者 LINE 群組前往消費，例如以下出現在自由時報網站新聞下方的留言。



**Yazu Zhang**

外約獨家優質兼職妹妹+LINE：3356858（高檔妹妹觸動你ㄉ激情.給你最美ㄉ享受）  
想挑戰性感冷艷美女迷人惹火身材 全裸箱體美胸誘惑抵擋不住

讚 · 回覆 · 3小時



**Su Su**

忙碌工作一天 緊張的生活 工作的壓力  
是否讓您喘不過氣來好好愛自己  
+line：859763（有照）給你一個全新感受的愉悅舒壓之旅



**Hua Liu**

簡介直接放大台灣外送茶+LINE：376152  
我約妹只會到固定配合的茶莊  
便宜又大碗妹妹素質又好  
還是固定的茶莊比較好喝

【台北 台南 新竹 台中 高雄 彰化 南投】

讚 · 回覆 · 2017年3月14日 20:10



**Hua Liu**

大台灣外送茶+LINE：376152

【台北 台南 新竹 台中 高雄 彰化 南投】

讚 · 回覆 · 2017年3月13日 22:30

T 客邦 (2017) 發表了一篇文章「就是拿他們沒辦法？台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影」，描寫一個台灣的網站編輯，每天除了要編寫正規的網站文章，還要處理不為人知的工作 -- 刪除網站上的色情約砲留言，他說：「情色業者善用網路傳播，業者使用垃圾郵件、成立網站、論壇，你檢舉一個他們就再成立好幾個。到了 FB、即時通時代，就更方便了，每一個人都可以有上百個分身，深入各大網站留言。」

作者提到：約砲、約茶這些都是國內色情仲介業者常用的名詞，網站編輯每天要刪除網站上的色情約砲留言。雖然網站上有設智慧機制進行過濾篩選，但是色情業者總會想出一些辦法來突破障礙，孫宏仁 (2012) 也在探討網際網路資訊的是非判斷問題時提到，「網頁入侵者插播最嚴重的，當是色情網站，會瞬間侵入你的滑鼠下，不小心就會誤按滑鼠而進入該網站。除非關機，不然離不開那個網頁。」

T 客邦 (2017) 觀察台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影的情形，提到「現在約茶、約砲交易留言的網路行銷已經到了無孔不入的地步，FB、LINE 的入侵也就算了，不僅只是文字，在 YouTube 上也可以看到他們把文字做成影片，讓文字過濾機制也沒辦法過濾這些交易資訊。現在還進一步侵入到 Google Play 的留言區。Google Play 的電影版新上架的影片，都已經被約砲交易留言攻陷。」他指出 Google Play 電影不需要下載者才可以留言，任何人都可以留言的機制，使得 Google Play 電影與 Google Play 應用程式光景大不同。

根據 T 客邦 (2017) 的經驗：「FB 雖然有檢舉機制，但是就算對方留言留得再露骨，FB 的審核機器人顯然看不懂中文，最後只會告訴你查無此事，要你封鎖對方眼不見為淨。至於 LINE，如果他是在別的地方留言，而不是透過 LINE 線上傳簡訊給你，根本找不到地方檢舉這個帳號。國內雖然有 WEB547 檢舉熱線，但也只能針對色情網站設在國內的去處理，在國外利用免費網站架站的他們也愛莫能助。至於 LINE 的即時通帳號更是沒地方處理。」

有些台灣的網站編輯會為刪除網站上的色情約砲留言苦惱，但有些卻不會。「如何透過部落格來賺錢？」一文作者 DEARJOHN 提到：「我曾經在某入口網站的部落格首頁，看到一個共筆徵文區，點入其中某篇投稿文章，你不會在文章內容處看到任何色情，而是在該文章的迴響留言處有一大堆的色情廣告，因為部落格版主就是該色情業者，所以當然不會去刪除迴響，就這麼巧妙地讓色情廣告偷渡到部落格中，而且無計可施。」(DEARJOHN, 2006)

色情業者經營部落格、FB 粉絲專頁、網站等等內容農場，提供誇張聳動，吸引消費者眼球的情色內容(還不到 18 歲才能觀看的限制級等級)，傳統傳播管道的報紙、電視新聞媒體再加以引用報導，可能因其吸睛聳動具有新聞性，或者可能因其為報紙、電視新聞媒體置入行銷之業配文，但未標示其為廣宣或公關稿之性質，以假新聞的形式重複且大量出現在電子報或電視台網站推薦閱讀之清單中。以下將會在「一劍浣春秋」的案例中，更清楚詳細說明。

雖然許多部落格不歡迎色情廣告，欲去除而無法去除，陷入無處求助的困境，但也有可能在無意中因不小心刊登一個有趣的影片連結，卻未確認此一連結是否適合

讀者群，無意中讓帶有色情廣告的網站加入連結，即便廣告與該影片完全無關。但也有些部落格可能因為 Google AdSense 無甚多獲利，受類似以下廣告（引用自阿飛 2007 的貼文）的誘惑而加入性產業色情廣告之置入。

Aug 05 Sun 2007 本站希望有置入{性}行銷

你是不是加入 Google AdSense 許久但帳戶裏的報酬少到連自己都不敢看？你是否曾經在文章中放入購物網站的連結被人幹譏到想哭？你曾經只是好心想推薦某項商品或某家店家就被人罵「有商業的嫌疑」？你有想過要靠著網誌致富並且十分用心的經營部落格，卻什麼錢也沒賺到還惹得滿身腥？

你知道嗎？根據調查全世界有 12% 的網站是關於性產業，在搜尋引擎上有 25% 的搜尋動作是在找色情網站，有 35% 的網路下載動作是跟色情有關，每秒鐘有 28,258 個網路用戶在看色情內容，每秒鐘就有約台幣 2800 元的交易是花在色情網站上，全球約有 3 億 7200 萬的網頁是色情內容，這些數據很可能還持續增加中呢。

你看到商機了嗎？你感到心動了嗎？你希望自己的 Google AdSense 帳戶金額有如跑馬燈不斷增加嗎？你知道日本部落格 スロたま ブログ 靠著色情內容每月收入近 100 萬日幣嗎？既然放廣告無論有沒有賺錢都會被幹譏，不如放個真正有賺頭的廣告吧。

目前台灣的網路色情產業雖然不能與歐美日相比，但誰知道哪天會忽然快速成長，所謂「市場總是領先者勝利」，在市場尚未成熟前，我們就先卡好最有利的位置，相信靠著部落格致富不是一場白日夢。

如果你也想要早日加入這有如旭日東昇般的商機行列，請在你的部落格貼上「本站希望有置入性行銷」貼紙。

活動貼紙請自行取用：

### 叁、研究資料分析

本研究觀察蒐集網路電子報新聞及相關佐證資料、iWin 色情檢舉數據資料變化，以說明解釋色情假新聞之運作及其影響。

#### 一、情色相關假新聞的運作方式

情色相關資訊在新聞媒體的討論也越來越熱鬧，包括「網路聊天室約炮，實際上是設仙人跳陷阱」、「一夜情後續戰男友 慾女被發現硬掰遭撿屍」、「美國網紅在與男友做愛時不小心誤按 Instagram 的直播功能」的新聞，或直播平台上人氣小模的

照片被 Live.me 用在色情網站的連結上，到最近專門討論檢察官改革事務的「劍青檢改論壇」LINE 群組，出現令人臉紅心跳的裸女照，事後上傳裸女照的檢察官在群組道歉的新聞，隨著新聞出現被檢察官上傳的裸女照(下圖)。以及家長擔心色情動漫公仔攻陷網路(王鼎鈞，2013)，或 LINE TODAY 出現疑似色情廣告(朱正庭，2017)等樣態的社會新聞。



姑且不論新聞價值高低，新聞是指實際發生在社會中的事件，而假新聞則是為了政治或是經濟的利益被製造出來的，為增加讀者或網路分享，常會配合吸引人的標題或是完全假造的新聞故事。此種特殊的新聞樣態是業配文，也正是本文所指色情假新聞，其製作與傳散方式類似本文開頭介紹政治假新聞之操作方式。例如，「AV 達人」一劍浣春秋的專訪，透過各大新聞機構報導更加擴散色情產業內容農場寫作者的影響力。記者盧家豪(2017)的文章指出：「『AV 達人』一劍浣春秋深耕台灣色情產業多年，透過帶入日本 AV 文化創造出無限商機，除了網站、女優經紀、辦活動，攝影會也是收入大宗。」專訪內文中，並不避諱點出其色情產業業者的身份。

盧家豪(2017)在專訪中明白地道出其業配文的寫作：「一劍浣春秋一天得寫出 4 至 5 篇文章，早上送小孩上學後，8 點多抵達辦公室，開始看片寫第一篇文章，1 小時內第一篇上線，等業配文上線之後，再陸續發出第 2、3 篇...。」一劍浣春秋的部落格「AV No.1 Blog」有保險套、情趣用品等贊助廠商，網路蒐尋可看到他以 AV 評論家的身分寫作的文章出現在各大新聞媒體版面，藉由各大新聞媒體(包括聯合報、自由時報、蘋果日報、中時電子報、三立、TVBS、東森新聞雲、NOWnews 等)的傳播讓其網站、部落格的文章可觸達更多消費者，透過新聞大量報導也優化網路資訊搜

尋結果。

以下 Google 搜尋可看到其發表在各種新聞媒體之各式各樣的文章都與情色有關，所提供的服務不止是散播假新聞，還包括產製這些新聞故事，並把它們行銷給目標族群，手法類似於內容行銷服務與社群媒體行銷運作，收費則依據文章發佈的平台而不同。

[【一劍浣春秋】AV片商最大的敵人：女優的男朋友！| 性情男女| 兩性占...](https://oops.udn.com)

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年9月22日 - 常常有人在問，女優有男朋友嗎？答案自然是肯定的，雖然在淫光幕前幹活的工作內容可能會讓一些人能問多這是還，不過能做女優的大多數潔淨漂亮 ...

[【一劍浣春秋】小心！AV女優就在你身邊 - 一劍浣春秋| OOPS! 新鮮事](https://oops.udn.com)

<https://oops.udn.com>，作者列表 ▾

【一劍浣春秋】今非真由美發騷！讓你甘願變隔壁老王，雖然高橋聖子和三上悠亞兩大藝人正在茶番AV界，不過那一行可不是靠兩個藝人就能撐起來的，扣掉這兩位 ...

[【一劍浣春秋】完全解析！AV界拐騙女孩下海的話術| 性情男女| 兩性占...](https://oops.udn.com)

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年10月6日 - 在這個2017年剩下最後三個月的時候，您是不是覺得AV界一下子多了很多新鮮的肉體？這是很正常的現象。因為歲末年初向來是AV界最重要發片 ...

[【一劍浣春秋】守不住的秘密！細數那些身分曝光的女優| 性情男女| 兩性...](https://oops.udn.com)

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年9月8日 - 面對猶豫不決的女孩，AV事務所要如何說服她們下海呢？除了「工作輕鬆收入又高」的保證以及「整型很便宜甚至不用錢」的福利外，其實年輕女孩最 ...

[【專訪】AV達人的日常一劍浣春秋成名之路- 自由娛樂](http://ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/2176933)

[ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/2176933](http://ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/2176933) ▾

2017年8月29日 - 一劍浣春秋本名黃正，受訪暢談他創業心路歷程。（記者胡舜翔攝）（記者盧家豪／專訪）「一劍浣春秋」，台灣色情片AV評論家第一人，「avno1.com」 ...

[「一劍浣春秋」 - 相關新聞- 自由時報電子報](http://news.ltn.com.tw/topic/一劍浣春秋)

[news.ltn.com.tw/topic/一劍浣春秋](http://news.ltn.com.tw/topic/一劍浣春秋) ▾

【記者盧家豪／專訪】「AV達人」一劍浣春秋深耕台灣色情產業多年，透過帶入日本AV文化創造出無限商機，除了網站、女優經紀、辦活動，攝影會也是收入大宗，一劍浣 ...

[一劍浣春秋：我是土豪！我要上AV女優| 即時新聞| 20160517| 蘋果日報](http://www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/new/20160517/858884/)

[www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/new/20160517/858884/](http://www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/new/20160517/858884/) ▾

2016年5月17日 - 劍大，我想要幹到她們站不起來，你能幫我嗎？」提出這個要求的並非是和我很熟的AV咖，而這裡所提到的「她們」指的當然就是AV女優；說實在話， ...

[一劍浣春秋的懶人包@不可不讀- 中時電子報](http://www.chinatimes.com/search/result.htm?q=一劍浣春秋)

[www.chinatimes.com/search/result.htm?q=一劍浣春秋](http://www.chinatimes.com/search/result.htm?q=一劍浣春秋) ▾

【一劍浣春秋】懶人包，幫大家把愛看的、好奇的、不知道的【一劍浣春秋】的新聞動態、圖輯、影音記錄，全都整理在這裡！

不限於傳統管道的宣傳，色情業者更擅於利用新媒體管道的宣傳，例如以下部落格的介紹文章，但至少這位部落格主有在內文中提醒：（有情色鏈結，未成年及重度道德感者勿入）。

[一劍浣春秋@老漢碎碎念:: 痞客邦PIXNET ::](http://tiger5657.pixnet.net/blog/post/24629153)

[tiger5657.pixnet.net/blog/post/24629153](http://tiger5657.pixnet.net/blog/post/24629153)—一劍浣春秋 ▾

在網路上看到一個針對點閱率的調查赫然看到這個早被老漢放進我的最愛中的網站，也名列其中一劍浣春秋(有情色鏈結，未成年及重度道德感者勿入) 那時把這網站放 ...

身為內容農場主人，一劍浣春秋的文章置入許多色情相關產品或遊戲，例如他介紹「DMM」網站的文章裡出現以下的描寫：「有在看筆者文章的朋友都知道那(指DMM)是販賣AV作品的天下第一站，你可以在上面購買DVD或藍光的實體作品也能用下載的方式將影片存在雲端、電腦甚至是電視遊樂器PS4的硬碟…」當網友從電子報新聞連結到其部落格或FB粉絲專頁時，就出現上述DEARJOHN所說的情況：「不會在文章內容處看到任何色情，而是在該文章的迴響留言處有一大堆的色情廣告，因為部落格版主就是該色情業者，所以當然不會去刪除迴響，就這麼巧妙地讓色情廣告偷渡到部落格中」。

## 二、電子報新聞的置入行銷案例

這種以內容農場手法病毒式擴散的色情假新聞，是以完整的產業供應鏈形式產製新聞故事，將欲廣告之產品或服務置入故事中，並提供散佈這些內容的服務，其行銷手法曖昧有別於廣告之公開容易辨識。網拍穿著曝露，姿勢挑逗、甚至露三點的動漫公仔廣告，雖在2013年6月到7月15日一個半月內引發家長擔心孩子身心受到不良影響，而有172件色情動漫公仔的申訴案(王鼎鈞，2013)，但其廣告性質明確，如果有問題家長也比較容易察覺。

假新聞以置入的方式行銷，新聞置入的明顯與否，或有標示廣告、PR也都有助辨認，例如《蘋果日報》報導民眾投訴，在集合最新國內外新聞的LINE TODAY欄目上，看到穿插的廣告中有「我丈夫可以勃起四小時了」疑似色情廣告字樣，覺得現在小朋友多有手機，常用通訊軟體並不限成人如被點入甚為不妥，向LINE反映多次，但都沒處理(朱正庭，2017)。其實這些產品的置入廣告比較容易辨認，自由時報有以下的藥品廣告，研究者搜尋Google後發現，Youtube上有販賣「有助陰莖生長」的手環，還標榜「勃起變強可以拉伸陰莖組織」，但無法確認是否為哪一家廠商在LINE TODAY之置入行銷。



圖：2017年10月11日截取自自由時報

另外，有些新聞置入行銷方式是混雜在相關新聞推薦清單中，以「你可能會喜歡」的方式，在閱讀過的新聞下方出現，吸引讀者點閱，但實際上可能是情色相關廣告。研究者觀察自由時報電子報「你可能會喜歡」有兩家代理商輪流播放置入訊息（兩、三則新聞後換一家播放），一家是 MicroAd，其置入廣告會標示 PR 及廣告主名稱（如下圖左側），圖文也很容易看出是廣告，另一家 Outbrain 推薦清單的 6 則訊息則無一且從不標示廣告，且常出現情色相關訊息。



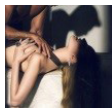
Outbrain 這家代理商，在研究者觀察期間一直以來其置入廣告沒有任何標示（如以下左圖），其情境圖常夾雜有情色、性暗示之圖片，到今年 10 月 22 日之後，唯一出現有標示為 Promoted 及廣告主為 Facebook 的例子（如以下右圖），研究者推論是因為政治假新聞事件後，臉書在業配文的透明度政策提高，所以廣告代理商的作法有所改變，但也只有臉書有標示，其餘仍舊都未標示。





以上面左圖為例說明，研究者觀察 Outbrain 推薦的文章與該頁面上面報導的新聞極不相關，例如以上案例報導許多學生在三民網路書店購書個資被駭，因而遭到詐騙的新聞事件，但代理商 Outbrain 推薦的就有四則情色相關的文章，分別是：

1. 最能讓女人高潮的體位！ AV 女優強力推薦這個
2. 北京優衣庫試衣間活春宮 激情影片網路瘋傳
3. 上班族初下海援交 一夜被白嫖 5 次
4. 被人從背後猛抓奶 消防車上大刺刺嘿咻



以上述第一則推薦文為例，情境圖雖三點不露，但性意涵十足，點進去之後，報導的是「美國 A 片商『Wood Rocket』製作了一支短片，錄製旗下女優的對『哪種體位能高潮』的說法」，還提供相關影片連結，及另外兩張附圖：



代理商 Outbrain 所推薦的文章重複率非常高，例如上述文章標示日期為 2016 年 4 月 30 日，但到 2017 年 10 月 16 日仍一直出現，自由時報電子報的讀者若閱讀 10 篇文章，至少會出現 2~3 次以上。

以上疑為美國 A 片商『Wood Rocket』的業配文，點進去之前有過橋頁面，提醒讀者是否已年滿 18 歲，但以下新加坡八卦媒體網站《All Singapore Stuff》脫光衣服

女子坐在戶外階梯上將大腿張開，拍攝全裸不雅照片，則經過處理，無任何警示，自由時報於 2015 年 4 月報導後，一再重複出現於代理商 Outbrain 所推薦的文章中。



研究者截取自由時報電子報代理商 Outbrain 在每則新聞下方「你可能會喜歡」所推薦的文章中，經常輪播推薦出現的新聞標題，除了上述文章以外，尚有許多情色相關標題，例如：

AV 女優光鮮亮麗 7 成退休後都改做這行！  
又有街頭活春宮！情侶「激情纏綿」照曝光…  
情侶嘿咻才被錄下 PO 網「葛葛饒命啊」又有續集  
高鐵廁所驚見活春宮 列車長當時這樣做 ...  
地鐵內慾火焚身 年輕情侶當場做起火車便當  
不爽老公上色情網站 人妻竟傳「私密照」報復  
強國大老婆爆氣 當眾扯爛小三泳裝  
超商店員嚇傻！天花板掉下 1 名內褲女  
年輕辣媽穿這樣和小孩互動 讓網友們暴動了！  
24 歲正妹櫃姐 E 罩杯「美規身材」爆紅  
「晚上來陰陽調和一下？」女房客陪睡房東簽 15 年租約  
太猛了！離別半年後激情作愛 小妻子渾身是血送醫急救  
女記者採訪天體雜交營 入境隨俗脫光光  
低胸辣妹火車上熟睡 小弟弟這樣做網友都傻了 ...

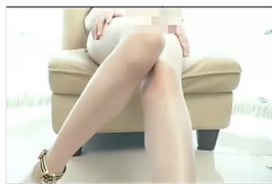
以「AV 女優光鮮亮麗 7 成退休後都改做這行！」為例，也是一樣為以前的舊聞 (2016 年 8 月 14 日的文章)，但到現在還經常出現被推薦清單中 (9 月 14 日到 10 月 15 日期間每天出現，每 10 則新聞約出現 2 次的頻率)，其內容在介紹《數不清的女人》

這本採訪 AV 女優的書，作者在內文提到，「會進入這行的女性，有些是為了高薪待遇，有些則是認為，在大家面前暴露自己的身體是件簡單的工作，『她們覺得很自然』，因此日本每年就有 6000 名新人進入 AV 產業。」

研究者研判這篇文章應是《數不清的女人》這本書的置入新聞，透過業配文在去年的新聞出現過後，再以推薦你可能會喜歡的新聞的形式，一而再，再而三地出現在讀者的目光下，並搭配養眼的圖片（如下圖），吸引讀者的注意與點閱。



雖然根據兒童及少年福利與權益保障法第 46 條規定，在任何公開的網站上，都不宜出現裸露男女性器官以及任何性別間性交或猥褻的畫面。以上所顯示的圖片也都很巧妙地規避了兒少法第 46 條的規定，以下左圖搭配文字說明，清楚地具備情色暗示，以下右圖雖然光就圖片看不清楚情色、性暗示之部份，但文字所呈現之性意涵濃厚。色情媒體置入性行銷技巧是將色情「化宣傳於無形」的行銷手段，結合照片與配合文字，「傳遞煽動著充滿感官刺激的訊息」，讓讀者在未察覺的狀態下已受到它的影響。



不爽老公上色情網站 人妻竟傳「私密照」報復



高鏡上演活春宮！驚見赤裸男女趴在廁所...

根據 iWin 網站描述的申訴假設案例：涉及裸露、猥褻及性交的畫面：

阿軒的爸爸在瀏覽網路新聞的時候，看見未經處理的裸露畫面，他擔心同樣經常瀏覽網路新聞的未成年孩子看到相關新聞而產生對身心的不良影響，因此趕緊通報 iWIN 處理。

阿軒的爸爸做了正確的處理。根據兒童及少年福利與權益保障法第 46 條規定，在任何公開的網站上，都不宜出現裸露男女性器官以及任何性別間性交或猥褻的畫面，但是很可惜的，一般民眾還是會不經意地在各種網頁上面看到這些不雅畫面，畫面的來源包括線上遊戲、成人動漫、未經過濾新聞照片內容、或是在社群網站如 facebook 或 Youtube 的留言以及廣告等等。

相關法條閱讀：兒童及少年福利與權益保障法第 44、45 條

### 三、假新聞讓民眾檢舉降低嗎？

色情經由許多媒介散佈，包括雜誌、書籍、電視、電影、音樂和網際網路，直播的盛行、社群媒體的發達與便利，使色情風潮更盛行。以往電視節目分級較為嚴格的約束下，須鎖碼播出的內容，在只概分為限制級與非限制級的網路內容下，網路直播節目為吸引觀眾眼球，標榜像彩虹頻道，話題尺度無上限的內容，例如 ETtoday(2017) 直播節目《明星鍵盤手》就以「性感人妻賴琳恩『解放惹火巨乳』求歡超直接！老公轉頭一驚：『妳怎麼全裸？』」來吸引觀眾。

以前民眾對於暗佈色情陷阱的廣告會督促報社撤除，以減少對兒童的污染危害，iWin 前執行長黃葳威指出，被投訴的色情猥褻中，媒介性交易比例達 37.46% 最多(陳炳宏, 2016)。目前對網路色情申訴可以看到色情猥褻類型還是佔最大宗，案件類型另有賭博、毒品及藥物濫用、暴力血腥及自殺、不當揭露兒少個人資訊、及其他等類別，但這些加起來比例均較少，色情猥褻類比例每年均高達 90% 以上。

但觀察 iWIN 網路內容防護機構 2016 到 2017 年色情猥褻類申訴案件顯著下降(雖然 2017 年只統計到前三季，且比例並未下降，仍有 95%)，以每季平均值比較，境內 IP 較 2016 年每一季少 582 例，境外 IP 每一季少了 320 例(如下表)。類似上述出現未裸露男女性器官的淫穢性及不雅內容之業配文及廣告的數量不斷上升，再巧妙導引至色情業者之網站、部落格、粉專、或 Youtube 影片，是否因此影響民眾對 iWIN 網路

內容防護機構涉及兒少身心健康之色情猥褻案件之申訴？

iWIN 網路內容防護機構涉及兒少身心健康之色情猥褻案件類型對 IP 位置 \*

年度	案件類型	境內 IP	境外 IP	無法判別	總計	比例 (%)
2014	色情猥褻	1622	9541	13	11176	97.03% <sup>1</sup>
2015	色情猥褻	1322	3861	5	5188	92.97% <sup>2</sup>
2016	色情猥褻	3,824	10,798	17	14,639	95.43% <sup>3</sup>
2017 前 3 季	色情猥褻	1121	7140	13	8274	95.13% <sup>4</sup>

1.2014 年度 1-12 月申訴案件總數共 15051 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 11518 件

2.2015 年度 1-12 月申訴案件總數共 6785 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 5580 件

3.2016 年度 1-12 月申訴案件總數共 16,427 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 15,339 件

4.2017 年度 1-9 月申訴案件總數共 9106 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 8698 件

\* 本研究整理自 iWIN 網站之統計資料。

2014 到 2015 年色情猥褻類申訴案件減少（尤其是境外 IP），可能是來自 Google 政策的改變。基督教反色情團體「媒體道德」（Morality In Media）曾與 Google 公司協商，針對移除色情廣告內容，進行意見交換，據 Daily Tech 網站報導，Google 在 2014 年 7 月告知廣告商，任何成人色情廣告將不會出現在搜索引擎及其他網站上。Google 的廣告規範中也載明，廣告主不得提倡引起色情行為的內容與圖片，或兒童性虐待等內容或服務。

但此路不通，色情業者就轉而利用其他的管道，2016 年境外 IP 似乎更大規模地運用各種管道入侵，因此民眾申訴案件大幅成長，2017 年的降低原因不明，但研究者猜測是以假新聞形式，不易辨識，而不容易被申訴。

## 小結

成人電影新聞媒體網絡組織從 2002 年開始在 AdWords 刊登廣告，到 2014 年中 Google 改變政策而遇挫，但「有網路以來，『色情』更一直是點閱最高的網站，也是谷歌搜尋最多的字眼。」（蘇蘅，2016）色情資訊能讓成年人得到生理需求之滿足，並且成年人也較有足夠知識與能力免於自己受害，因此本研究只討論色情資訊對兒童的影響，有論者認為兒童心智尚未成熟，沒有抗拒色情資訊與支配時間的能力，特別容易沉迷於網路色情而無法自拔。

色情媒體以刺激「性慾」為主要目的，色情資訊常跳過循序漸進的交往過程，直接進入親密行為（性關係）的發展，「暴露」無絕對關係，「色情」無關乎「露幾點」，色情與否的主要的區別是在於所傳達的兩性親密關係是否是「正常」且「健康」。與傳遞的型態有關（煽動著充滿感官刺激的訊息），色情資訊中的呻吟聲或情慾挑逗畫面，夾雜強暴、亂倫、暴露等型式設計，才是社會對身心發展未成熟之兒少擔心的重點。

基於學術的倫理性，事實上不可能作出一個合乎科學要求的實驗證明色情書刊等猥褻物品對青少年的心理是有害的。澳洲在 2016 年 11 月的報告 "Harm being done to Australian children through access to pornography on the Internet" 中，仍無法獲得一致的結論，證明其危害及危害的程度與因果關係。

但是至少在心理學的領域，猥褻物品對於青少年是否會造成不良影響，大致有肯定的共識。青少年接觸猥褻物品後出現性方面的模仿行為甚至要比實際上被性侵害後會出現的反應行為還要多 (Elliott, 1999)。另外，從臨床的觀察、發展心理學的理論及其他非實驗的研究來看，的確可以推論色情物品對青少年有負面的影響，觀看猥褻物品也可能會干擾或不正常地加速一般的性發展 (Yates, 1996)。

據《JAMA 精神病學》期刊刊登一份報告指出，常看色情影片會大幅影響腦部，因為從觀察得知，男性愈常看色情影片，其腦部受刺激的反應就愈不明顯，經常看色情影片的男性，腦部主司報償的部位也較小 (莊瑞萌, 2014)。

伊麗莎白史瑪特以其自身遭綁架性侵的經驗，呼籲社會抵制 A 片這種「新時代毒品」，但單一事件即使很突出也難以解釋全盤、普遍現象，相關研究至今仍面臨缺乏統計、機率的科學解釋之困境。但美國社會研究確實發現，在色情雜誌受歡迎的地方，性犯罪的比率反而增加，且也間接導致許多社會犯罪問題的增加，如性侵害、援交、未婚懷孕、墮胎、網路一夜情、瀏覽色情網站與性沉癮…等問題。因此，猶他州州議會在 2016 年通過決議，宣布色情就跟毒品一樣，是一項公衛風險，法案沒有禁止色情片，但呼籲作出更多努力阻止民眾接觸及沉迷色情片 (BBC, 2016b)。阿肯色、田納西、南達科他等州州議會都通過了類似決議。佛羅里達州議會也引進討論。

雖然我們只能說色情對身心尚未健全發展的兒少可能是個危險因子，一般認為

色情媒體的影響，青少年看太過刺激感官的影片最常有的反應是產生性興奮、性幻想，進而實際進行性活動，造成性犯罪，因青少年接觸色情媒體沒有宣洩性衝動的出口。但無法知道對大多數兒少是否具有同質的影響效果。但正如政治假新聞並未被驗證其是否真的影響選舉結果，社群平台及廣告業者即開始因應修改規範的道理一樣，在現實社會中，色情媒體的氾濫及商業行銷手法之高明，常讓未成年的消費者於無形中陷入色情漩渦的誘惑，商業言論自由是否應先以保障兒少身心健康為前提？兒少的話語權是否該更為提升呢？

#### 肆、管理規範之再思考

根據兒童及少年福利與權益保障法第 44 條「任何人不得以違反第三項所定辦法之陳列方式，使兒童及少年觀看或取得應列為限制級之物品。」根據現行規定，色情網站內只要不含有變態與暴力的色情資訊，並且採取有效管制措施以防止兒童取得，或可主張表現自由，不應該僅因網站內有色情資訊而被處罰。沒有防止兒童取得之管制措施是指，兒少在瀏覽線上遊戲網站或新聞時，不小心點入成人色情網站的廣告，網站業者卻沒有提供過橋頁面，載明使用者必須年滿十八歲方能進入，提供一般色情圖片與影片或是販賣情趣商品等。兒少若選擇欺騙，點選已年滿十八歲，業者就不會被處罰。

以上述討論之案例，自由時報電子報連結至美國 A 片商「Wood Rocket」新聞訊息及相關影片連結，中途有提供過橋頁面，載明使用者必須年滿十八歲方能進入，已經達到不違法的情況，但是否有效足以防止兒少接觸不當訊息呢？當再思考。想完全保護青少年不受色情媒體污染，是困難與不切實際的。本研究想從其他國家的作法，尋思解決之道。英國於明年要求嚴格的年齡認證方式，德國則不僅須真實身份認證，還把部落格納入管理，以下分別說明。

在英國，負責網路治理的官方機構是內政部，成立了兒童網路保護特別工作組和線上兒童保護中心，專門負責保護上網兒童，清查有關兒童色情、暴力的內容。英國工業貿易部、國內事務部和英國城市警察署成立的“互聯網監督基金會”，負責將

網路訊息根據色情、辱罵性語言、暴力、種族主義言論、網絡詐騙、潛在危害言論以及個人隱私、成人主題等內容進行分類，並在網頁上植入相關標記，當用戶瀏覽到這些信息時，系統將自動詢問是否繼續，用戶再自行選擇（薛應軍，2017）。

2016年英國兒童虐待防治學會（NSPCC）做的調查顯示，網路色情可能不利於小孩心智及行為發展，在英國年齡介於11歲至16歲的兒童、青少年中，有48%的人接觸過網路色情內容，年齡介於15歲至16歲的群體比率更上升至65%。英國政府今年7月宣布「新數位經濟法案」加強管制色情網站，2018年4月起，色情網站必須採用類似簽賭網站的方式，設置年齡認證軟體，民眾上色情網站必須提供信用卡資料，證明年齡已經超過18歲，否則色情網站將面臨重罰或被封鎖，新法令適用於付費色情網站以及不要求付費、註冊的免費網站。

德國是個為保護兒少免於有害之媒體內容，言論自由得被限制的國家。德國法律允許設立色情網頁，但管理嚴格：首先，這些網站必須在有關管理機構登記，政府會對色情網站作為“經營網站”收取附加費；其次，當有人訪問色情網站時，馬上會出現一個過濾框，顯示這是成年色情網站，只有18歲以上的成人才能進入，訪問者在登錄時必須提供能夠證明其真實身份的個人資料。即便是擁有色情內容的部落格，德國也要求設置這樣的過濾機制（武詩韻，2014）。

根據林慧玲、王子貴（2013）赴韓國出席2013年國際圓桌論壇（2013 International Roundtable）報告書，德國代表的報告提及：相對違法內容如色情內容限定於封閉用戶群組（如下表，取自林慧玲、王子貴，2013）

1. 封閉用戶群組確保只有成人可接取電訊媒體的相對違法內容
2. KJM 開發關鍵原則，以在早期階段實行此系統。
3. 以 KJM 之嚴格規則為基礎的封閉用戶群組，在德國建置完備。
4. 結果：在特定方面對兒少保護顯著改善，設於德國之自由接取的色情網頁數量顯著下降。



表四十四 兒少媒體保護之規定

絕對違法內容	*§ 4 Abs. 1 JMStV * 不得於廣播電視服務或電訊媒體中播送。
相對違法內容	*§ 4 Abs. 2 JMStV * 在特定情況下，得播送於電訊媒體的封閉用戶群組。
對兒少發展有害之內容	*§ 5 JMStV * 在廣播電視中受特定時段限制；在電訊媒體中，須以技術工具管制。

英國即將採取強制證實真實身份之過濾機制，應該可以像德國達到境內 IP 色情網站數量下降的效果，但境外 IP 則可能難以達到成效。

德國政府的防護網還包括“網上巡警”。這是由德國聯邦內政部和聯邦刑事警察局成立的打擊色情犯罪的機構。機構成員由打擊色情犯罪的專家和技術力量對網路資訊進行 24 小時跟蹤分析，封鎖兒童色情網頁（武詩韻，2014）。

另外，德國兒少媒體保護，或許仍有我國可以仿效之處。其規定如下：

「德國刑法將猥褻文書區分為輕重兩種尺度，輕型的猥褻文書只有在提供給青少年或強制入目時處罰，重型的包括含有暴力、對兒童性虐待、獸交等內容，則傳布流通等行為皆在禁止之內。散布猥褻物品給青少年或是散布猥褻物品的方法無法防止青少年接觸（例如網路），兒童及少年性交易防治條例第 29 條對於有性暗示的廣告物品不問是否有可能促成實際性交易一律處罰」（林慧玲、王子貴，2013）。

總結以上各國之作法，本研究提出以下幾點建議：

1. 應該能建立更有效防止兒少接觸色情網站（包括色情內容的部落格）內容之身份辨識機制；
2. 新聞之置入行銷訊息應能更加透明化，像 Facebook 標示該則訊息為贊助或廣告，及廣告主是誰；
3. 對隱藏性暗示的廣告物品，不問是否有可能促成實際性交易，應加以處罰；
4. 科技公司應像處理政治假新聞一樣調整演算法或審查機制，為建立兒少健康

的環境努力；

5. 應提醒家長注意色情假新聞之操作手法，並教育兒少相關之媒體識讀能力；
6. 色情業者、媒體業者及廣告代理商應設定自律機制。

舊金山廣告代理商 CEO Adam Kleinberg(2016) 於美國知名廣告線上雜誌 Ad Age 撰文，把廣告技術形容為槍枝。「槍枝是很棒的東西，打獵或保護家庭都能發揮作用。但是如果幾乎缺乏管制，槍枝就會到處流竄，無所不在。責任感重大的人能夠持槍，但也無法避免落入危險而輕率的人手中，導致嚴重的犯罪事件。」

色情片導致年輕人、甚至小孩被急速性化。猶他州法案指色情片已成為傳染病，需要改變「教育、預防、研究及政策」去應對問題，但卻沒有說明實際的執行方法。色情片行業團體「自由言論聯盟」發言人邁克·斯塔比爾(Mike Stabile)說：「我們該合作阻止兒童去接觸成人娛樂。」(BBC, 2016b)

或許與色情業者多溝通，能找出治本的方法。

## 參考文獻

中文

DEARJOHN(2006)。如何透過部落格來賺錢？。 <http://www.dearjohn.idv.tw/795>

ETtoday 新聞雲 (2017)。性感人妻賴琳恩「解放惹火巨乳」求歡超直接！老公轉頭一驚：「妳怎麼全裸？」(影片)。 <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TyOCyibjFjwJ:wp.news365.my/%3Fpaged%3D4283%26p18334+&cd=27&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw>

T 客邦 (2017)。就是拿他們沒辦法？台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影。 <https://technews.tw/2017/02/26/a-shame-taiwan-fell-to-the-gun-trade-message-google-play-movies/#more-229768>

中央社 (2017a)。廣告界主管：臉書必得約束政治廣告。 <http://www.cna.com.tw/news/ait/201709260113-1.aspx>

中央社 (2017b)。臉書補強團隊 力阻不實廣告操控選戰。 <https://www.nownews.com/news/20171003/2618746>

王鼎鈞 (2013)。色情動漫公仔攻陷網路 今年暑假申訴案激增。 <https://www.nownews.com/news/20130806/189323>

田思怡 (2017)。與俄羅斯有關實體也在 Google 購買政治意圖的廣告。聯合報。 <https://udn.com/news/story/6809/2748207>

朱正庭 (2017)。LINE 遭色情廣告攻陷。蘋果日報。 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170719/1163804/>

江婷 (2017)。「2017 新聞回顧，網路假新聞氾濫 小心被帶風向！」 <http://www.trendmicro.tw/tw/about-us/newsroom/releases/articles/20170622050819.html>

自由時報 (2016)。14 歲時遭綁架性侵 9 個月 ... 她痛批「A 片是毒」。 <http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1801910>

自由時報 (2017)。模仿 A 片劇情 11 歲男童性侵同學。 <http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1966551>

吳柏緯 (2017)。網路直播內容不當 NCC：可上 iWIN 申訴。 <http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2142041>

吳凱中 (2017)。製造假新聞 有完整供應鏈」，經濟日報。 <https://udn.com/news/story/7240/2594530>

李柏翰 (2017)。看 A 片是重大公衛危機？談美國州議會反色情條例。 <https://opinion.udn.com/opinion/story/10043/2764384>

邢翀 (2015)。調查：英國青少年觀看色情片成癮。 [http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk\\_education/2015/03/150331\\_life\\_teenage\\_pornography\\_addiction](http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk_education/2015/03/150331_life_teenage_pornography_addiction)

林思慧 (2011)。女童 PO 文援交 NCC 盼通過兒少法，建立網路觀察基金會，「華視新聞網」，2011/08/15。〈 <http://news.cts.com.tw/nownews/politics/201108/201108150801034.html>〉。

- 林慧玲、王子貴 (2013)。赴韓國出席 2013 年國際圓桌論壇 (2013 International Roundtable) 報告書。
- 武詩韻 (2014)。德國設置網路過濾 嚴厲打擊兒童色情犯罪。 <http://big5.cri.cn/gate/big5/gb.cri.cn/42071/2014/04/16/6871s4505491.htm>
- 阿飛 (2007)。本站希望有置入 ( 性 ) 行銷。 <http://felixchung.pixnet.net/blog/post/7134035-%E6%9C%AC%E7%AB%99%E5%B8%8C%E6%9C%9B%E6%9C%89%E7%BD%AE%E5%85%A5%EF%B9%9B%E6%80%A7%EF%B9%9C%E8%A1%8C%E9%8A%B7>
- 孫宏仁 (2012)。探討網際網路資訊的是非判斷問題，興國學報 p135。〈 <http://libwri.nhu.edu.tw:8081/Ejournal/AT01001309.pdf> 〉。
- 許祖菱 (2017)。俄用臉書亂美大選？美國會要查，聯合晚報 2017-09-26。 <https://udn.com/news/plus/9401/2723432>
- 曾蘭淑 (2017)。Digital five a day：英國的數位覺醒運動。 <http://news.pchome.com.tw/internation/upmedia/20170826/video-50373998086358236011.html>
- 黃秀媛 (2017)。俄 3000 廣告資料 臉書被迫交出，世界日報 2017-09-22。 <https://udn.com/news/story/6813/2717111>
- 黃智勤 (2017)。臉書霸氣買下全版報紙廣告 打擊假新聞，經濟日報 2017-04-13。 <https://udn.com/news/story/6809/2402253>
- 董樂 (2014)。英國四分之一學童上網看過色情內容。 [http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk\\_education/2014/04/140410\\_uk\\_pupils\\_online\\_porn](http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk_education/2014/04/140410_uk_pupils_online_porn)
- 劉品希 (2017)。復仇式色情漸嚴重 教育、法治應雙管齊下，中央廣播電臺。 <http://news.rti.org.tw/news/newsSubject/?recordId=1423>
- 蔡書瑜 (?)。從法益觀點看刑法散布猥褻物品罪。 <http://ja.lawbank.com.tw/pdf2/072%E8%94%A1%E6%9B%B8%E7%91%9C.pdf>
- 薛應軍 (2017)。多國重視網絡有害信息防治，民主與法制時報。 <http://weiwenku.net/d/100691077>
- 蘇蘅 (2016)。網路世界中的報復式色情，聯合報。 <http://paper.udn.com/udnpaper/>

PID0030/303398/web/

英文

Adam Kleinberg(2016) Why Ad Tech Is the Worst Thing That Ever Happened to Advertising , <http://adage.com/article/digitalnext/ad-tech-worst-thing-happened-advertising/301992/>

BBC (2016a) 英國逾九成青少年 14 歲前看過色情內容 , [http://www.bbc.com/zhongwen/trad/uk/2016/06/160615\\_young\\_people\\_pornography](http://www.bbc.com/zhongwen/trad/uk/2016/06/160615_young_people_pornography)

BBC (2016b) 美國猶他州宣佈色情片是健康公害 , [http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2016/04/160420\\_us\\_utah\\_porn\\_bill](http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2016/04/160420_us_utah_porn_bill)

D.M. Elliott(1999), unpublished manuscript, 轉引自 Benedek, E. P. & Brown C. F., No Excuses: Televised Pornography Harms Children, Harvard Review Psychiatry, 1999, 7:4, p.237

Yates A., Childhood Sexuality. In: Lewis M, ed. Child and Adolescent Psychiatry: a comprehensive textbook. 2nd ed. Baltimore: William & Wilkins, 1996: 221-35, 轉引自 Benedek, E. P. & Brown C. F., No Excuses: Televised Pornography Harms Children, Harvard Review Psychiatry, 1999, 7:4

## Porn Stop! Observation of Porn Fake News Placement and Discussion on Regulation

### Abstract

The proliferation of fake news on Facebook, Twitter and Google has been a hot-button topic after the 2016 US presidential election. Fake news is fueled in part by advances in technology, which is also utilized by the porn industries. Fake news phenomenon is not limited in the political sphere. The porn industries have been using affiliate marketers to send porn fake news to reach more consumers, among them even young children. Average age of first internet exposure to pornography is 11 years old.

The easy availability of pornography is creating a dangerous situation where kids get caught up in sexually addictive behavior at an early age. Mental health professionals are fearful of the impact on future generations, comparing Internet pornography to “crack cocaine” because of its highly addictive nature.

Australia is studying the policy to stop children from the danger of online pornography exposure. United Kingdom is going to activate the Age Verification for Online Pornography (clauses 15-25) on the Digital Economy Bill from 2018. The research proposed 6 suggestions about the policy to regulate porn fake news after reviewing policy procedures from other countries.

*Keywords:* fake news, news placement, Digital Economy Bill, regulation of porn fake news