



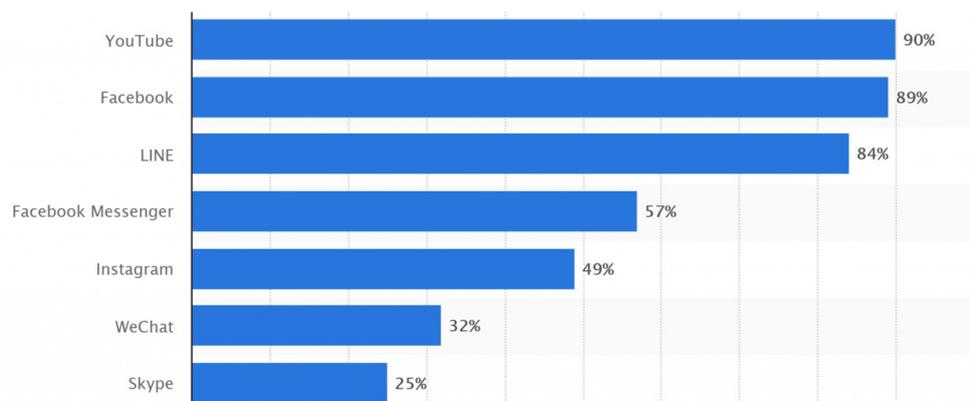
## YouTube創作自由與社會責任 兒童安全誰來守護？

記者 徐曼寧 報導

2019/11/17

隨著網路時代的到來，傳統電視的觀看率逐漸下滑，取而代之的是如YouTube、Netflix、愛奇藝等各式的網路影音串流平台。其中又以YouTube的使用率最為驚人，根據Statista的統計，台灣2018年秋季的社群網站滲透率中，YouTube排行第一，滲透率高達90%（此處的滲透率是指用戶數佔國家人口數的百分比）。

隨著YouTube市場的成長，台灣創作者的數量也日益增加，破百萬訂閱的頻道更是達到33個。然而，當這個人人都上傳內容的平台越發蓬勃，許多問題也逐漸浮上檯面，其中「兒童安全」就是經常被關注的焦點。



YouTube網站滲透率高居第一。（圖片來源 / Statista）

### 為求點閱，聳動、腥羶色樣樣來

從2016年開始成長至今，YouTube市場逐漸飽和。為了脫穎而出、吸引更多點閱，許多創作者開始製作聳動或是腥羶色的內容。除此之外，有心人士也開始利用這個自由度高的平臺為非作歹。因此近幾年來，YouTube相繼傳出各種爭議事件。

去年1月，美國知名YouTuber羅根保羅（Logan Paul），在日本青木原森林近距離拍攝自縊的往生者，引起眾怒。其實早在這個事件前，羅根的视频就極具爭議

性，然而靠著聳動的內容與標題，羅根坐擁極高的點閱率。

## 「兒童安全」亮起紅燈

另外，去年的艾莎門事件（Elsagate），以及今年初的YouTube戀童癖疑慮，也都讓各界震驚不已。艾莎門事件是指上傳者將影片包裝成卡通後，把性愛、暴力等不適合兒童觀看的劇情置入其中。這類影片甚至逃過YouTube審查機制，讓兒童能在YouTube Kids上觀看到。

去年9月台灣YouTuber啾啾鞋，也在影片中的實測結果發現，不論一開始的影片類型為何，若不停點擊YouTube的推薦影片，最終演算法都會導向艾莎門類型的影片。

今年初美國一位YouTuber馬特華生（Matt Watson），發現許多兒童正常互動的影片下，會有很多戀童癖者在底下留下不堪入目的字眼。連兩起重大的爭議事件，讓家長人心惶惶，也終於激起大眾對YouTube兒童安全議題的重視。



許多家長喜歡用3C哄小孩，然而網路暗藏各種危機。（圖片來源 / [Pixabay](#)）

## 黃標事件

上述兩起重重大爭議發生後，許多大品牌廣告主如迪士尼、麥當勞等，都決定暫停在YouTube上投放廣告。面臨這樣的壓力，YouTube著手加強了對影片內容的審查。然而日益嚴格的標準，開始造成許多YouTuber的抗議。

近期著名的黃標事件，就是創作者抗議嚴格審查下的誤殺。台灣時事型

YouTuber志祺七七，就曾在今年暑假拍攝一部影片訴苦，表示自己許多未含有腥羶色的影片，都會被系統誤判為黃標，從而無法擁有正常的廣告收益。影片底下也紛紛有YouTuber表明，自己遇到了相同的情況。



被標為黃標的影片無法得到正常的廣告收入。(圖片來源 / Pixabay)

## 創作自由v.s社會責任

越趨嚴格的制度，使得創作者哀嚎失去創作的自由。然而在享受創作自由的同時，YouTuber是否也和傳統媒體上的公眾人物一樣，需要負擔相同的社會責任，注意影片或是自身對公眾的影響？

創作者Jessica，同時也是一位孩子的母親。她說：「其實YouTuber就是新型態的公眾人物，只是換了一個媒體方式，所以確實應該背負著社會責任。尤其是當影響力越大時，社會責任就越重。」她認為創作者要理解，影片內容對公眾是有一定的影響，因此自我審視非常重要。

目前有在經營YouTube頻道的交通大學大三生許峰睿就表示，自己平時對於影片內容都會自律，因為考量到受眾年齡偏小，影片絕不會出現髒話或暴力行為。

其實不只是YouTube，自媒體時代下，人人都能成為內容產製者。交通大學傳播科技學系的李美華教授即表示：「每個人都要記得，即使在網路，凡走過必留下痕跡。事實上，每個人身為內容產製者，享受自由之餘，都應該明白其社會責任。」



網路的一言一行都需要自我審視。( 圖片來源 / Pixabay )

## 網路安全誰來守護？政府的角色

當訊息來自各方，網路安全該由誰來守護？是否和傳統媒體一樣該由政府介入管制？NCC網路傳播新興媒體科科長陳慧紋表明，考量到言論自由，政府目前並不會擔任直接介入網路的角色，亦不會主動進行內容審查。

不過針對兒童網路安全，NCC根據《兒少法》第46條成立了網路內容防護機構，並委託民間組織擔任。因此目前在這塊議題上，是由iWIN網路內容防護機構，負責受理民眾對網路內容的檢舉，並且執行七大任務。

1. 兒童及少年使用網際網路行為觀察。
2. 申訴機制之建立及執行。
3. 內容分級制度之推動及檢討。
4. 過濾軟體之建立及推動。
5. 兒童及少年上網安全教育宣導。
6. 推動網際網路平臺提供者建立自律機制。
7. 其他防護機制之建立及推動。

iWIN七大任務。( 圖片來源 / iWin網頁 )

目前管理網路內容的方針，主要還是強調業者自律。一般情況下iWIN接收到民眾檢舉後，會先行查看內容並與業者協商，大部分的情況會由業者根據本身的規範進行處理。除非檢舉內容涉及違法層面，iWIN才會將其移送相關單位。

可以看出政府在管理網路內容的方式與角色上，與傳統媒體大不相同。捨棄由政府統一管理，相反的，網路內容的管制是藉由多方利害關係人，共同討論出處理方式。且大多強調由業者自行審查，在保護兒童及少年時，也不危害到民眾的言論自由。

## 規範是最低限度，仍須三方共同努力

其實不論政府或業者的規範再嚴謹、縝密，面對無止盡的網路內容，終究會有漏網之魚。李美華就表示，其實每個人都需要為網路安全盡一份努力，特別是民眾對媒體和網路素養的認識，而這塊可能就必須靠政府及教育宣導。

回歸到本質，提升家長與孩子的網路素養可能才是根本之道。創作者Jessica就表示：「家長才是站在第一線，可以最直接教育和控管孩子的角色。」兒童福利聯盟研發處呂佳育副組長更是特別強調，網路素養的培養需要家長與孩子共同參與，任何規範都只是初步地幫助民眾篩選適齡內容。家長應該與孩子溝通，並且教育其對網路的正確觀念，而非全面禁止。



家長應該陪伴、教育孩子，而不是一味禁止。(圖片來源 / Pixabay)

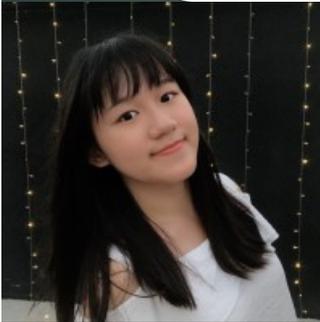
儘管如此，改善網路環境仍是重要的一環，由於政府及iWIN不會主動介入內容審查，因此民眾的檢舉，就是關鍵。陳慧紋也表示現在正努力宣導iWIN的存在，希  
國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

望讓更多家長及民眾知道該如何處理兒童網路安全的議題。

簡而言之，網路安全的守護，需要靠政府、業者及民眾三方的努力。任何的規範都是最低限度，「網路媒體素養」是自媒體時代下，每個人都該學會的課題。讓民眾能在享受網路方便之際，也不忘學會保護自己與他人。

縮圖來源：[YouTube](#)

關鍵字：[YouTube](#)、影片、兒童安全、網路素養、網路安全



記者 徐曼寧



編輯 蕭蕙崎