

## AI 時代網路政治廣告之揭露義務： 以美國誠信廣告法草案為中心\*

陳柏良\*\*

<摘要>

在 AI 具溝通行動能力後，政治資訊交換的公共論壇，由物理空間轉移到虛擬空間。在 AI 時代下，境外勢力或境內利益團體於蒐集個資後，就選民既存或潛在的特殊政治偏好／偏見進行分類，鎖定特定群體，進行精準投放。由於虛擬空間之訊息散播成本極低，在網路機器人推波助瀾下，撕裂社群，削弱選民對候選人與政治議題判斷能力，進行政治動員。然選民對海量訊息背後的資訊流足跡、金流渠道及篩選資訊的演算法機制，無從知悉，使觀念市場自由競爭理論之基礎預設受到挑戰。本文主張：付費網路政治訊息並非新聞，乃是在新介面呈現的政治廣告，旨在說服、（反）動員選民。美國於 2019 年，聯邦國會針對線上付費政治廣告，提出「誠信廣告法草案」（Honest Ads Act），強制揭露線上付費訊息之刊播者、出資者姓名、課予網路平台業者留存與公開網路政治付費訊息義務，以公開資金與資訊流足跡

---

\* 作者感謝兩位匿名審查人給予筆者寶貴修正意見與豐富建議，在此敬表謝意。另編輯委員會提供之修正建議，使本文文字更形縝密，並提升閱讀流暢性，作者在此併申謝忱。作者特別感謝中央研究院法律學研究所前所長林子儀教授，於寫作期間提供的美國憲法相關文獻指引與建議，使本文得以付梓，謹此致謝，惟文責當由筆者自負。

\*\* 美國華盛頓大學法學博士，現為國立政治大學創新國際學院助理教授，政治大學法學院合聘助理教授。

E-mail: pc91@nccu.edu.tw

- 投稿日：08/03/2020；接受刊登日：03/26/2021。
- 責任校對：吳珮珊、簡凱葳、陳姿妤。
- DOI:10.6199/NTULJ.202109\_50(3).0001

之方式，提升選民識讀能力，落實現行選舉法制，防止境內／外政府或利益團體，干預公共輿論之形塑，影響選舉過程及結果。比較法層面，美國現行政治資金與廣告管理基礎架構，與網路政治廣告管理立法修正審議，足供我國選罷法及公投法修正草案參照，以重新鞏固 AI 時代人民對民主制度之信任基石！

關鍵詞：AI 時代、假新聞、不實訊息、錯誤資訊、政治資金管理法制、政治資金揭露、政治廣告來源揭露、演算法機制透明化、表意自由權、觀念市場自由競爭理論

### ◆目次◆

- 壹、前言：假新聞、不實訊息與民主危機
- 貳、民主制度百年基業：美國管制競選言論之基石——政治資金管理法與揭露義務
  - 一、美國聯邦當代政治資金管理與強制揭露制度基石之一：FECA
  - 二、美國最高法院肯認揭露義務合憲性：Buckley 案
  - 三、文宣資訊來源揭露義務 v. 匿名表意自由權：McIntyre 案
  - 四、美國聯邦當代政治資金管理與強制揭露制度基石之二：BCRA
  - 五、鞏固：Citizens United 案與揭露義務合憲性
  - 六、後 Citizens United 案時代：強制公開之規範漏洞
  - 七、強制揭露義務之資訊利益及其反思
- 參、僵局與管制失靈：美國網路政治廣告之無管制狀態（2010-2017）
  - 一、美國聯邦對於網路競選言論之管制模式：自由放任主義（2010-2016）
  - 二、科技公司抵制網路政治廣告揭露義務
  - 三、美國州政府對於網路政治言論之管制模式

肆、震撼：自由放任主義與 2016 美國總統選舉

- 一、2016 年美國總統大選與穆勒調查報告
- 二、美國網路平台之自主管理之策略性調整

伍、重設表意自由權之拱心石？觀念市場自由競爭理論之再思

- 一、傳統資訊守門員消逝，資訊供給過剩？閱聽人偏好真理？
- 二、精確鎖定群眾技術的提升：閱聽人能同步接觸真實與虛假資訊？
- 三、虛假資訊傳遞速率提升：閱聽人有能力即時作出正確判斷？
- 四、閱聽人個體區辨真實與虛假資訊能力的墜落？
- 五、借鏡：原生商業廣告之管理模式

陸、回應：美國聯邦誠信廣告法草案（Honest Ads Act）及困境

- 一、誠信廣告法草案簡介
- 二、誠信廣告法之立法必要性及不足之處
- 三、誠信廣告法之侷限性及侵害憲法表意自由權之疑慮？

柒、AI 時代，表意自由權的變與不變

- 一、AI 時代的新資訊管理模型
- 二、政治廣告資訊來源揭露義務：我國現行法及修正草案評析

捌、結論