

個案一：二零一二年七月八日晚上七時三十分至九時三十分在亞視本港台播放的電視節目「亞洲電視 55 周年頒獎禮」

兩名公眾人士投訴上述電視節目中某藝人以喉嚨斷箭的表演，指該動作危險、令人不安、不宜於所編定的時間播出，亦沒有警告兒童切勿模仿。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴個案的細節及亞視的陳述。通訊局知悉個案的資料如下：

- (a) 該節目為周年特備節目，於晚上七時三十分至九時三十分播出，跨越合家欣賞時間；
- (b) 在晚上約八時十分播出的環節中，一名男藝人運用氣功把其頸前喉嚨部位的箭枝折斷。他先嘗試折斷兩枝箭，再分別嘗試折斷三枝箭和六枝箭；以及
- (c) 主持人介紹該環節時，提醒觀眾表演射箭的藝人接受過專業訓練，勸喻兒童切勿模仿。表演開始前，熒幕上亦顯示了長約六秒的類似警告字句，提醒觀眾切勿模仿。

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 以喉嚨斷箭屬危險動作。形狀類似的物件，例如筷子、鉛筆等，容易在家中取得，兒童若以該等物件模仿類似動作，會嚴重受傷；以及
- (b) 儘管有口頭和字幕警告，該動作於合家欣賞時間內播出是不可接受的，因為任何兒童不宜觀看材料都不應在該時段內播出。因此，該節目違反了《電視節目守則》第 2 章第 2 段與第 7 章第 1 和第 6 段的規定。

裁決

鑒於上述情況，通訊局決定向亞視發出**嚴重警告**，促請它嚴格遵守《電視節目守則》中的相關條文。

個案二：二零一二年五月十四至十八日晚上十時三十二分在無綫電視翡翠台和高清翡翠台播放的電視節目「SINOMAX 特約：親子護脊新體驗」

一名公眾人士投訴指，五月十七日播放的脊骨健康節目的一集（即第四集）沒有建立脊骨健康與節目內介紹的贊助商產品的關係，內容純為推廣產品而設。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴個案的細節及無綫電視的陳述。通訊局知悉個案的資料如下：

- (a) 有關節目屬一連五集的一分鐘節目；
- (b) 節目情節簡單，開始時講述一對夫婦在家具店挑選專為保護脊骨而設的桌椅；節目第一、第三和第五集加插脊醫講述保護脊骨的建議；以及
- (c) 雖然節目播放時並無任何產品贊助的識別，但贊助商的桌椅顯著地出現在該節目系列的最後兩集中。當該對夫婦詳細說明贊助商家具的功能和設計時，節目亦顯示了產品不同部分的特寫鏡頭。

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 該最後兩集詳細描述贊助商護脊家具的功能、操作方法和好處，並配以該等家具的特寫鏡頭，表達方式已超出脊骨健康資訊節目的編輯需要，並且已過分突出贊助商的產品，等同於節目中包含廣告材料，因此，該兩集節目違反《電視節目守則》第 11 章第 1 和第 3 段有關規管間接宣傳的條文；以及

- (b) 其餘三集並無過分集中介紹贊助商的家具，根據業務守則的相關條文，可以接受。

裁決

鑒於上述情況，以及考慮到與早前的個案相比，此個案的違規情況略為輕微，因此通訊局決定向無綫電視發出警告，促請它嚴格遵守《電視節目守則》中的相關條文。

個案三：二零一二年七月二和三日晚上八時至八時三十分在無綫電視翡翠台和高清翡翠台播放的電視節目「愛·回家」

18名公眾人士投訴上述節目顯著展示某餅店，令人覺得牽強，干擾觀賞趣味，明顯為該餅店宣傳。其中一名投訴人指七月三日播放的一集，持續顯著展示該餅店的購物袋，等同為該餅店宣傳。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴個案的細節及無綫電視的陳述。通訊局知悉個案的資料如下：

- (a) 該節目是講述某大家庭的處境劇。有關餅店是被投訴兩集的產品贊助商；
- (b) 在七月二日的一集，當該家庭到訪有關餅店時，該餅店名稱清楚可見於店鋪場景的背景中。隨後劇集播出杏仁餅的製作過程，並講述祖父探望一名在該餅店工場工作的朋友。該餅店名稱在工人的制服和背景的大型橫幅上清晰可見；
- (c) 接着在餅店店鋪內，一名經理吩咐員工重新製造一批糖果，因質素欠佳的產品不能賣給顧客。該家人的姐姐在這時以神秘顧客身分出現，並秘密地就餅店的各方面給予高分數。該餅店的名稱顯示於店鋪的背景、員工的制服和經理佩戴的名

牌上；以及

- (d) 在七月三日的一集中，觀眾可在某酒店房內的咖啡枱上看到該餅店的數個購物袋。該集的另一個場景講述姐姐與正在該餅店工作的經理通電話。該餅店名稱在整個店鋪場景的背景中明顯可見。

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 在該兩集的不同場景中過度展示贊助商餅店的名稱，顯得牽強和干擾觀賞趣味，因此該兩集違反《電視廣告守則》第 10(a)段有關規管在節目內展示贊助商產品和服務的條文；
- (b) 有關該餅店工場、該店鋪經理吩咐員工把不符標準的糖果重新再做，以及姐姐對該餅店給予正面評價的描繪，並不明顯配合節目的編輯需要，並且已過分突出贊助商，違反了《電視節目守則》第 11 章第 1 段有關禁止間接宣傳的條文；以及
- (c) 在酒店房間內展示該餅店的購物袋，並不令人覺得牽強，合乎編輯需要。

裁決

鑒於上述情況，以及考慮到早前某些類似個案，通訊局決定向無綫電視發出**警告**，促請它嚴格遵守《電視節目守則》和《電視廣告守則》中的相關條文。

個案四：二零一二年二月一日、六日和十五日早上九時五十五分，以及二零一二年二月一日和三月十九日下午一時二十分在無綫電視高清翡翠台播放的電視節目「法國巴黎銀行特約：創富坊·法證攻防」

一名公眾人士投訴上述節目只介紹由贊助商獨家發行的金融產品，與廣告材料無異。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴個案的細節及無綫電視的陳述。通訊局知悉個案的資料如下：

- (a) 「法證攻防」是一個為時九分鐘的環節，由一間銀行贊助，並編定於股市交易日，在財經節目「創富坊」內定時播放兩次；
- (b) 抽查於二零一二年三月十九日播出的兩個環節，發現其片頭和片尾的贊助聲明均有表明該環節的贊助商，節目開始時亦有切換畫面顯示環節的贊助商名稱。該環節開始時，節目主持人提及上述贊助環節名稱一次，然後介紹嘉賓是贊助商代表。該嘉賓的姓名及其於贊助商銀行的職銜於熒幕出現了數次；
- (c) 在兩個環節內，同一名贊助商代表介紹數隻由贊助商發行的窩輪。在介紹有關窩輪的過程中，熒幕顯示有關窩輪號碼和全名，當中包含該環節贊助商兼窩輪發行商的簡稱，使該等窩輪可清楚辨識為贊助商的產品；以及
- (d) 在兩個九分鐘的環節內，合共介紹超過十隻屬於該贊助商兼發行商的窩輪。該財經節目只有該環節是由一個窩輪發行商贊助，並於其中介紹其窩輪。

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 有關環節內贊助識別的表達方式並無超越相關條文的規定，而有關該贊助商代表的資料亦符合一個財經節目的內容需要。此外，畫面顯示包含於贊助商發行的窩輪全名中的贊助商簡稱，可視為介紹有關窩輪時附帶提及的資料。然而，把各項因素一併考慮的話，則無可否認該兩個環節均使觀眾得知贊助商代表所介紹的窩輪是由贊助商發行的；
- (b) 儘管有關該贊助商的窩輪的資訊基本上是事實陳述，有關環節並無為該等窩輪作出明顯及過度的推廣，但在該

財經節目內兩個九分鐘的贊助環節中只介紹該贊助商的窩輪，並不能視為基於節目的編輯需要，又或只是以附帶形式出現；

- (c) 在電視或電台的財經節目內由發行商嘉賓介紹窩輪的情況並非不常見，但在同一節目內一般有多間金融機構的嘉賓表達不同意見；以及
- (d) 該節目內的受贊助環節已過分突出有關贊助商，構成在節目內出現廣告材料，因此，該環節已違反《電視節目守則》第 11 章第 1 及 3 段有關禁止間接宣傳的條文。

裁決

鑒於上述情況，並考慮到這是首個有關接受贊助的財經環節有如此違規情況，通訊局決定向無綫電視發出**勸喻**，促請它嚴格遵守《電視節目守則》中的相關條文。