

從影視媒體與菸品訊息露出之跨年比較及分析
談國內相關影視政策規範

Setp.6.2011

報告人：余陽洲（世新大學新聞系 講師，[ycyu@cc.shu.edu.tw](mailto:yayu@cc.shu.edu.tw)）

一、背景

本研究以2008年至2010年之影視媒體，包括電視及電影之內容監測，分別從電視的新聞報導、戲劇、卡通、綜藝、休閒/音樂與體育等節目及當年度熱門電影(100部)做為抽樣對象所進行的內容分析及跨年比較。

再從較宏觀的角度，比較三年期間之相關菸品訊息在影視媒體上的露出情形。

二、方法

- 電影部份：涵蓋2008年7月~9月、2009年1月~9月、2010年6月~10月期間上映之國片及外片，包括百視達月租借排行榜前二十名的影片，以及暑假檔期票房紀錄前十大之電影。
- 電視節目部分：包括戲劇、卡通、綜藝、休閒/音樂與體育等五類節目，抽樣期為2008年7月~12月、2009年1月~9月及2010年5月~10月。
- 電視新聞部份：包括台視、中視、年代新聞台、東森新聞台、民視新聞台、中天新聞台、三立新聞台、TVBS-N及非凡新聞台九個頻道每日19:00~21:00之晚間新聞，抽樣期為2008年7月~12月、2009年1月~9月及2010年5月~10月。

三、研究發現及後續

1. 發現

表1 電影菸品訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均菸品訊息露出次數	21.34	26.75	27.81

表2 華語及外語片的菸品訊息露出情形：2008~2010年之比較

項目	2008年				2009年				2010年			
	抽取數(部)	菸品訊息露出數(部)	菸品訊息露出次數	平均每部菸品訊息露出次數	抽取數(部)	菸品訊息露出數(部)	菸品訊息露出次數	平均每部菸品訊息露出次數	抽取數(部)	菸品訊息露出數(部)	菸品訊息露出次數	平均每部菸品訊息露出次數
華語片	17	15	512	34.13	14	13	511	39.31	17	7	239	34.44
外語片	63	32	491	15.34	90	50	1,174	23.48	85	24	623	25.96

表3 電視節目菸品訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均菸品訊息露出次數	0.37	0.23	0.44

表4 電視新聞菸品訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均菸品訊息露出次數	0.61	0.37	0.43

表5 電影反菸訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均反菸訊息露出次數	0.29	0.25	0.00

表6 電視節目反菸訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均反菸訊息露出次數	0.02	0.02	0.42

表7 電視新聞反菸訊息露出情形：2008~2010年之比較

年度	2008年	2009年	2010年
平均反菸訊息露出次數	0.03	0.16	0.28



後續

廣電內容出現吸菸畫面或情節之製播處理原則 (99.4.23)

為防制菸害，並維護國民健康，針對廣電內容出現吸菸畫面或情節，特訂定本製播處理原則，以作為廣電業者自律之參考：

- 一、廣電內容不得特別強調吸菸之形象。
- 二、廣電內容不得出現鼓勵促銷菸品或詳述吸菸之劇情，另廣告內容以贈獎為促銷者，不得以菸品作為贈品。
- 三、廣電內容出現吸菸畫面或情節時應有預警或自律措施，例如：於節目前後加註或提示「吸菸有害健康」等警語，或調整播出時段等。
- 四、廣電內容出現吸菸畫面或情節時應避免或注意以下情形：
 - (一)對象：應避免以兒童或少年為收視(聽)對象。
 - (二)時段：應注意播出時段是否適合兒童或少年收視(聽)。
 - (三)頻率：應避免吸菸畫面或情節過度頻繁。
 - (四)特寫：應避免出現吸菸特寫鏡頭。
 - (五)時間：吸菸畫面或情節出現之時間不宜過久。
 - (六)人物：應避免故事主角(或主要人物)出現吸菸畫面或情節。



後續

作者：蔡沛琪 文字大小：【大】【中】【小】
新聞圖片來源：台灣醒報 實際入稿日期：2010-11-16

周杰倫：聽阿嬤的話，不吸菸！

【台灣醒報記者蔡沛琪台北報導】「不吸菸，做自己，周杰倫挺你，阿嬤也挺你。」周杰倫與87歲的阿嬤應衛生署、董氏基金會與富邦文教基金會之邀，聯手合拍菸菸短片。

周董的戒菸文宣，很快將在全國4千多所校園放送，提醒學生：「不吸菸，做自己，我挺你！」他今天在記者會的現場也爆料，方文山作了健康檢查後，就不敢再抽菸了。

PLURK 台灣時報





四、結論與討論/建議

從影視媒體內容的菸品訊息監測可知，電影是菸品訊息露出機會遠大於電視的影音媒體，特別是電影做為全球媒體娛樂之一，其菸品訊息露出與世衛組織菸草控制框架公約(FCTC)的目的有抵銷效果。

針對一部份，值得國健局持續觀察，或應適時向世衛組織反映電影內容菸品訊息露出之疑慮，以提醒各國電影產製者注意此一趨勢。

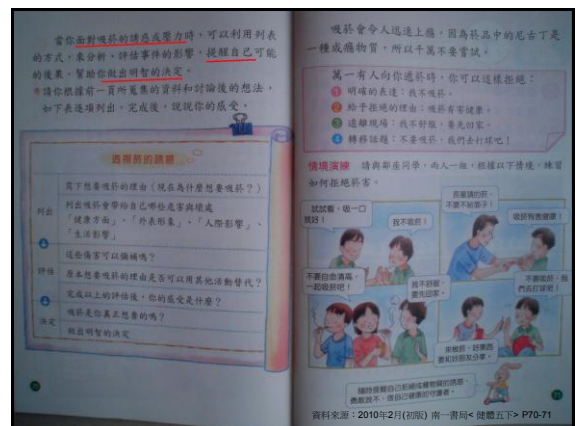
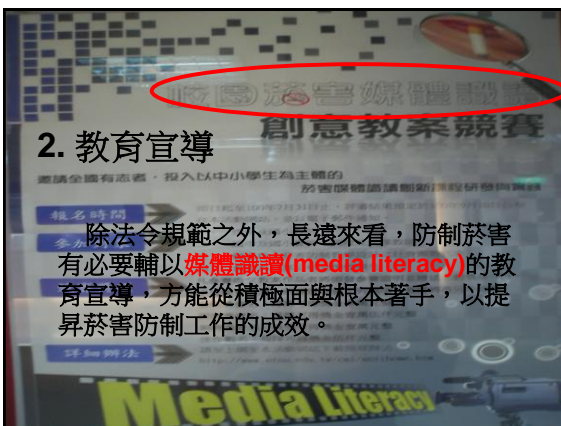
另外，通傳會已經制定「廣電內容出現吸菸畫面或情形之製播處理原則」，這是將吸菸畫面或情節納入影音媒介產製自律及問責的品管流程，亦為國內推動菸害防制與相關廣電政策邁向成熟的積極作為。

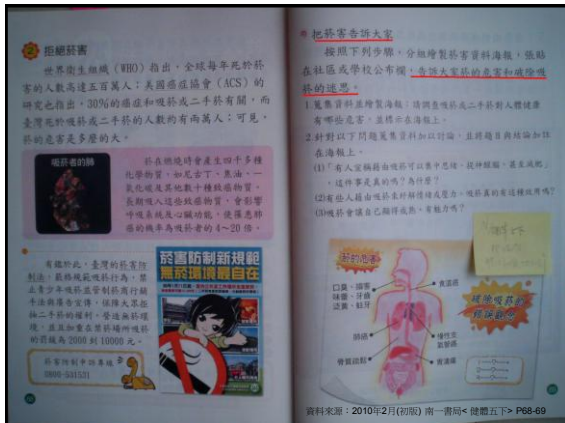
針對此一部份之規範，宜擴大致電影製作者，並需國健局或通傳會持續籲請影音生產者自我教育，方能長期建構無菸環境的政策目標。

1. 法令規範

1)菸害防制法第9條，有關「促銷菸品或為菸品廣告」的規範，宜增加對菸品置入行銷的禁止。

2) 菸害防制法第22條，有關「電視節目、戲劇表演、視聽歌唱及職業運動表演等不得特別強調吸菸之形象」的規範，宜增加罰則，以積極責成菸商及電視業者的規範。





報告完畢，謝謝！