

菸品訊息無所不在！潛移默化影響閱聽眾！

您知道，在現代青少年與兒童常收看的媒體節目中，充斥了多少不易被發現的菸品置入廣告嗎？根據國民健康局委託台灣國際醫學聯盟(TIMA)進行的菸品監測調查結果顯示，平均一部普遍級電影當中會出現 9 個吸菸鏡頭；電視劇則以日劇最為嚴重，平均每小時出現 6.1 次吸菸鏡頭，甚至是以兒童為對象的卡通片，亦是平均每小時有 4.2 個吸菸鏡頭。國民健康局呼籲，菸品廣告無所不入，家長應為孩童慎選合適的節目，並強化兒童及青少年菸害媒體識讀概念，做個耳聰目明的閱聽人。

本項調查，係委託台灣國際醫學聯盟(TIMA)於 5 月至 11 月針對最受青少年喜愛的 160 部電影（包括票房較高的院線片、租片排行較高的 DVD、及首映的電影頻道電影）、233 集電視（包括台劇、韓劇、日劇、卡通）、48 種雜誌、關鍵字網路搜尋、菸商贊助公益活動等進行監測，電影、電視部份並採用美國肺協會電影菸品訊息評鑑標準，將影集分為粉紅肺、灰色肺、深灰色肺、及黑色肺四個等級（詳如附件一）。

電視、電影媒體中充斥著菸品訊息

在監測 160 部電影及 233 集電視節目中，計算其所出現吸菸鏡頭，平均一部普遍級電影當中會出現 9 個，保護級電影 18 個、輔導級 27 個、限制級 33 個，其吸菸鏡頭超過 100 個吸菸鏡頭的電影包括：巴黎拜金女、金剛、夢幻女郎、血鑽石、功夫等；另以美國肺協會電影菸品訊息評鑑標準判斷發現，160 部中有 59 部（37%）是黑色肺，只有 46 部（29%）是粉紅肺，再進一步以適合兒童觀賞的普遍級和保護級電影來看，有 31% 是黑色肺。

電視劇中出現吸菸鏡頭以日劇最為嚴重，63 集節目中 34 集為灰色肺(佔 53.96%)，17 集為黑色肺(佔 26.98%)，只有 12 集是粉紅肺(佔 19.04%)。此外，以兒童為收視群的卡通影片，亦出現吸菸鏡頭，在監看 95 個小時卡通片中，共出現 400 個吸菸鏡頭，平均每小時 4.2 個，其中特別容易出現吸菸的鏡頭節目有柯南、航海王、我們這一家、獵人等。國民健康局趙坤郁副局長表示，現今兒童每天接觸電視訊息的比例甚高，但往往沒有足夠的判斷力，極易受到菸商在影片中形塑的形象影響，進而接觸菸品，他希望，全民都能成為把關者，透過各種方式表達拒絕菸品訊息置入，避免不當的菸品訊息戕害兒童及青少年心靈。

雜誌明星吸菸形象，潛移默化效果，遠勝於廣告

在雜誌監測方面，48 種監測雜誌中，雖未發現報導式之廣告，但誤導手法層出不窮。例如以女性為主要閱聽眾的時尚雜誌中，有 Virginia Slim 的新產品 Duo，由韓系女性模特兒代言，並強調限量商品、薄荷味、焦油含量低（3mg）等廣告內容；此外，或請藝人手持紙菸用以代表「活出自己」等，以吸菸形象出現在插頁，影像與文字同時強調特立獨行之姿等。根據菸害防制法新法規定，菸品廣告在雜誌露出，且不得「不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示」，因此未來民眾如在各媒體發現類似論述，可以予以檢舉。

菸品訊息置入，警戒應再加強

菸害防制法修正案已經規定，「不得以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育或公益等活動，或其他類似方式為宣傳」，然菸商仍透過各種贊助活動方式進行菸品訊息置入，如本年度英美菸草公司贊助屏東科技大學進行植樹活動；此外，在網路蒐尋過程中意外發現 2006 年四技二專國文科共同試題以第四屆「JTI 紅樹林生態之旅」對外文宣為閱讀測驗之考題，根據聯招委員會網站統計，該年度共有 181,530 人報考，意謂有十多萬考生暴露在此菸商活動訊息中。

研究證實媒體上的吸菸訊息會促使青少年開始吸菸，當青少年看到自己認同的明星吸菸及在劇情的烘托下，對青少年的吸菸行為有莫大的影響。為此，世界各國除立法限制菸品廣告，並積極推動無菸電視與無菸電影，如印度、泰國已規範「無菸電視」、「無菸電影」。我國除了繼續加強青少年菸品訊息解讀能力外，也呼籲各媒體業者負起企業社會責任，拒絕菸品的訊息置入與贊助，還給大眾一個健康無菸的媒體環境。

本局  
稽查  
檳榔  
攤



改  
善  
前



改  
善  
後