

个案一：二零一一年十一月三日下午六时四十三分至六时五十分在亚视南方卫视频道播出的电视节目「南方气象」

一名公众人士投诉上述于合家欣赏时间(即下午四时至晚上八时三十分)内播出的电视节目中有酒类饮品广告。

通讯局的调查结果

通讯局按照既定程序，详细考虑了投诉个案的细节及亚视的陈述。通讯局知悉个案的资料如下：

- (a) 被投诉的节目是于南方卫视频道播出的天气节目，而该频道是载于亚视的本地免费电视节目服务中的一条直接转播频道；
- (b) 该节目的第二节是广东省的省内天气预报，当中播出了23个固定画面，展示不同商业品牌的产品或服务。固定画面以突出的方式显示这些与节目内容无关的品牌名称及其产品或服务；
- (c) 其中两个固定画面分别显示了两个酒类饮品品牌；以及
- (d) 亚视已采取补救措施修正被投诉的内容。

通讯局考虑了个案的相关资料后认为：

- (a) 亚视明显违反《电视节目守则》第 11 章第 1 段和《电视广告守则》第 8 章第 1 段禁止在节目中加插广告材料的规定，以及《电视广告守则》第 6 章第 2(c)段禁止在合家欣赏时间内在本地免费电视节目服务中播放酒类广告的规定；
- (b) 作为本地免费电视节目服务持牌机构，亚视明显有责任确保在其服务中播出的任何材料，包括在其直接转播频道播出的节目，完全遵守本地的规定。在预期有不少儿童观众的合家欣赏时段内，尤需注意遵守不得播放酒类饮品广告的规定；以及
- (c) 亚视理应加强监察，并采取积极措施，以遵守有关规定。

裁决

鉴于上述情况并考虑到亚视重复违反有关规定，通讯局决定向亚视发出警告，促请其严格遵守《电视节目守则》及《电视广告守则》中的相关条文。

个案二：二零一一年十一月十五日在亚视本港台于晚上六时至六时四十五分播放的电视节目「六点钟新闻」及在亚视本港台于晚上十时至十时四十分播放的「夜间新闻」

一名公众人士投诉上述两个新闻节目的最后一节宣传亚视的一个节目。

通讯局的调查结果

通讯局按照既定程序，考虑了投诉个案的细节及亚视的陈述。通讯局知悉有关个案的资料如下：

- (a) 被投诉的节目内有一则报道亚视举办的「ATV 2011 感动香港年度人物评选」活动(下称「感动香港」活动)投票日的新闻。该则新闻的首部分报道投票当日的活动花絮，包括首席评审委员指有关亚视节目具有意义的演讲片段。该部分曾提及并在字幕显示节目名称「感动香港」；以及
- (b) 该新闻的后半部访问了一名亚视主要投资者暨「感动香港」活动发起人。在访问中，他表示满意亚视在该年度的表现，并希望亚视能与另一家免费电视服务机构平分收视率。记者并引述该名受访者对亚视的制作计划及薪酬检讨展望作结，并提及「感动香港」活动的颁奖典礼会于二零一一年十二月举行。

通讯局考虑了有关个案的相关资料后认为：

- (a) 持牌人决定在新闻节目内报道该项活动的编辑自主权应受尊重。该则新闻的首部分报道该投票活动当日的情况，属于事实资料，不应视为有宣传成分；以及
- (b) 该则新闻的后半部分播放该名受访者赞赏亚视的表现和收视率，以及对该电视台的发展计划及薪酬检讨的展望等谈话。有关言论与新闻节目正在报道的活动无关。于该则新闻报道内加插上述言论，令人感到牵强，并等同于在节目内播放宣传持牌人的电视台及节目服务的材料，亚视因此违反了《电视广告守则》第 8 章第 1 段的规定。

裁决

鉴于上述情况，通讯局决定向亚视发出**强烈劝喻**，促请其严格遵守《电视广告守则》中的相关条文。

个案三：二零一一年十月在新城电台新城财经台播放的「深湾9号」电台广告

一名公众人士不满前影视及娱乐事务管理处处长把上述电台广告的投诉列为理据不足的裁决。投诉内容指广告声称「港

铁南港岛线通车在即」不真确和有误导成分，因为南港岛线的工程最快于2015年才竣工。

通讯局的调查结果

通讯局按照既定程序，详细考虑了投诉个案及新城电台的陈述。通讯局知悉有关个案的资料如下：

- (a) 该地产物业广告中出现「港铁南港岛线通车在即，更显投资价值」的语句；以及
- (b) 根据政府及地铁公司公布的资料，南港岛线工程将于 2015 年竣工。

通讯局考虑了有关个案的相关资料后认为：

- (a) 尽管有关广告并无指明南港岛线竣工或投入服务的确切日期，但以「在即」一词指数年之后(即 2015 年)，有误导成分；以及
- (b) 「港铁南港岛线通车在即」一语错误描述可供被宣传的物业使用的交通设施，违反了《电台业务守则—广告标准》第 9(c)及 25(a)段的规定。考虑到有关南港岛线的预计竣工日期的资料已有广泛宣传，有关广告对听众的影响非

常轻微。

裁决

鉴于上述情况，通讯局决定把有关投诉列为**轻微违规**个案。