

個案：二零一七年五月三日下午一時至三時在香港電台（港台）第二台播放的電台節目《**Made In Hong Kong** 李志剛》

一名公眾人士投訴該節目多次提及兩名受訪嘉賓演出的棟篤笑表演的名稱、演出日期和地點等，等同廣告宣傳。

通訊事務管理局（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港台的陳述。通訊局考慮了個案的相關資料，其中包括以下各點：

個案的細節

- (a) 被投訴的節目屬輕鬆的雜誌式節目；
- (b) 兩名嘉賓正籌備有關的棟篤笑表演。二人於下午二時零八分至二時三十分受訪，分享籌備該表演的花絮，透露部分表演內容，並談及他們的宣傳活動；
- (c) 訪問中各人四度提及該表演的名稱，並重複有關的標識短句（亦是該表演名稱的一部分）共九次。另外，訪問特別提到該表演的演出地點和日期，並指出有關戲院是非常本土的演出場地，而該表演的第二晚正值母親節；以及

- (d) 在訪問期間，當嘉賓稱讚節目女主持漂亮後，女主持開玩笑地詢問票價，其中一名嘉賓回答說票價便宜，只售四百元。兩名嘉賓亦概略地提及門票已經開始發售，並邀請聽眾前往觀看該表演。

**《電台業務守則—節目標準》（《電台節目守則》）中的
相關條文**

- (a) 第41段 - 任何節目都不得過分突出屬於商業性質的產品、服務、商標、牌子、標識，或與上述商業利益有關連的人士，以致造成等同廣告的效果。凡提及上述物品或人士，必須基於節目的編輯需要，又或只是以附帶形式出現。

通訊局的審議

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 該雜誌式節目經常邀請本地藝人受訪，講述近況。雖然嘉賓在節目內分享該表演的花絮尚配合該雜誌式節目的編輯需要，但整個訪問多次提及該表演的全名和構成該表演名稱的主要部分的片語，這些重複的提述並非以附帶形式出現，亦不符合節目的編輯需要；
- (b) 節目中明顯地提及該表演的演出地點和日期，並指有關門票正在發售，而嘉賓亦呼籲聽眾購票，這些內容均超出了節目的編輯需要；以及

(c) 節目過分突出該表演，造成等同廣告的效果。

裁決

鑑於上述情況，通訊局認為投訴成立。經考慮個案的具體事實及情況，以及同一節目重複違反有關過分突出商品的條文，通訊局決定向港台發出**強烈勸諭**，促請它嚴格遵守《電台節目守則》第41段的條文。