

目 錄

· 「YouTube現象」帶來的社會顛覆與傳媒教育範式轉移	2 - 4
· 2006電視節目欣賞指數第四階段調查及全年綜合結果概述	5 - 7
· 「雷諾茲特權」與誹謗法發展	8 - 9
· 全球化中的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術	10 - 11
· 「香港記者學人培訓計劃」— 中港美三地司法制度考察後感	12 - 13
· A Preliminary Study of Collaborative News Online : The Case of Chinese Wikinews	14 - 15
· 二月傳媒記事簿	16 - 17
· 傳播書刊介紹	18
· 傳媒掠影	19
· 傳媒參考資料	20

現象」帶來的 教育範式轉移

YouTube被《福布斯》雜誌選為二零零六年度成功改造世界的大「反斗王」之一。究竟它的成功，展示了甚麼傳媒現象？顛覆了甚麼社會遊戲規則？傳媒教育工作者又應該怎樣回應？

YouTube網站的崛起及受歡迎，帶動了一個「YouTube現象」——大批網民熱衷於拍攝及分享短片。這個現象激化了互聯網的進化，掀起了一場人類歷史上重要的資訊革命。龐大網上社群的互動及分享，令互聯網使用全面邁進Web 2.0時代，引來重大的社會變遷。

締造新的「共享場所」

過去一年，類似YouTube的視頻網站在世界各地如雨後春筍般湧現，僅在中國內地就有四百多個同類網站設立。眾多的視頻網站鼓勵更多年青人觀看及製作短片。有中國YouTube之稱的「土豆網」，更與福建東南衛視合作推出《播客風暴》，將網民自行攝製的視頻短片，在電視上播出。而美國哥倫比亞廣播公司（CBS）也開始播放YouTube使用者製作的影片。該公司每兩周選出五齣YouTube短片放在公司網站上，再由評審每季至少選出一齣在電視上播放，目的是希望傳統電視可結合自製網絡影片的



網民自拍的視頻短片出現在內地電視節目上。

的美國網民表示他們喜歡瀏覽網上短片。而那些經常到訪YouTube網站的網民，其中三份之一更表示，由於要瀏覽短片，所以他們減少了看電視的時間。可見YouTube現象的流行，令更多人由傳統媒介如報章、電視和雜誌流向互聯網。

上一個世紀，媒介理論學者米羅域斯（Meyerowitz）曾經提出，電視媒介就成了一個「共享場所」（shared arena），構成了一個獨特的傳媒環境，電視有如天氣，大家都受到它的影響，以它為話題。而在廿一世紀，YouTube和其他互聯網視頻網站，建立了龐大的網上社群，締造了新的「共享場所」，它引發

根據美國最新的調查，42% 的影響力。

根據美國最新的調查，42%

社會變遷。

首先，它顛覆了傳播者及受眾的分野。在傳統社會，傳播權及內容製造權一向是掌握在傳播機構的手中，但YouTube現象顛覆了這個權力結構，開展「全民播客」的新世代。這個轉變的重要性，是促使「使用者主導的內容」（user-driven content）進入社會傳播的主流。在YouTube效應下，「使用者主導的內容」日見普遍。在娛樂節目方面，普通網民也可以當上導演，製作節目，在網上及電視上播放。在新聞領域，公民新聞（citizen journalism）快速起步，由韓國的Ohmynews.com至本地的「香港獨立媒體」，都由市民提供新聞資訊。在廣告方面，最近美國一些廣告公司，

話題、牽動情緒。但米羅域斯提醒我們，不應該只是關注新媒體帶來的新內容，而應該探究新表達形式造成的社會及文化改變。

顛覆社會及傳播遊戲規則

視頻網站的表達形式的確別具特色。它由下而上，受眾是內容提供者。它自由開放，每個人都可以參與，影片不經審查。在這個大同世界裏，使用者以視象為共同的溝通語言，隨意創作和交流。而這種表述形式，顛覆了現存的社會人際關係、權力結構和傳播遊戲規則，引發一連串的社會變遷。

「YouTube 社會顛覆與傳媒」



YouTube視象分享開展全民播客年代。

就全國矚目的超級盃美式足球賽(Super Bowl)廣告，公開徵求創作人，結果由球迷製作的球賽廣告大受歡迎。由於成本低效果好，由消費者炮製廣告的風氣已展開。在文學界，全球最大出版商之一的英國企鵝出版集團與英國德蒙特福特大學合作，推出「百萬企鵠」網頁，邀請全球百萬網民合撰歷史上首部「維基式小說」，任何讀者可隨時參與創作。展望「使用者主導的內容」在未來幾年，將大行其道。

其次，YouTube又顛覆了傳統媒體的社會監察壟斷權。以往在民主社會，公眾把監察政府及社會的任務交給新聞媒體，由它們當「政府守門人」，於是享有「第四權」(the Fourth Estate)地位的新聞媒體就掌握了監察權，一般老百姓也要通過它去進行社會監察。但自從有了YouTube之後，網民把身邊遭到的不公義事

件直接上載到網站，掀起了「全民監察」的風氣。在香港，最近就有網民把警務人員偷懶、粗言穢語及違例泊車等短片上載，供公眾瀏覽，同時促使當局進行調查。

當然，由市民直接提出監察及作出報導，反映YouTube及一些公民新聞網站已顛覆了記者與讀者的關係，開創「人人可以當記者」時代。另一方面，YouTube的媒介特色又顛覆了廣告人與消費者的分野。在YouTube網站上不少人借這個平台「推銷」自己、為政客宣傳及推介產品，行銷再不需要依賴傳統媒體及廣告機構。再者，YouTube打破了地域、文化及種族界限，短片擺脫「本土化」的羈絆，使用者在這個「世界村」緊密接觸，加促了全球化的步伐。

但顛覆背後，同時帶來一大堆社會問題。在開放及自由的表述平台，出現了不少「網絡惡搞」，例如低俗地揶揄美國總統候選人、拿象徵武力的自動步槍扮印度「國父」甘地、播放虛假影片等。網民又胡亂侵犯版權，更將虐打朋輩的影片上載，有些又把自己飈車或友人濫藥的情況公諸同好，鼓吹了社會不良風

對傳媒教育的挑戰

面對YouTube現象帶來的巨大衝擊，教育界也起了波動。傳媒教育的宗旨是指導年青人跟傳媒打交道，每當傳播科技改變或傳媒體制發生變化，傳媒教育的取向及內容都要相應地調整。但今次YouTube現象帶來的改變是革命性的，對傳媒教育來說，無論在理論、課程內容及實踐方面，都產生極大的挑戰，筆者預見傳媒教育將進行一場翻天覆地的範式轉移(paradigm shift)。

YouTube和博客(blog)出現之前三十多年，傳媒教育面對的媒體，包括了印刷媒體、電台、電視、及「前期」互聯網，這些傳播介面基本上都是單向的，就算「前期」互聯網有互動功能，受眾並非太積極地主導網站內容。一直以來，傳媒教育的任務是教育「受眾」，讓他們成為有批判能力的傳媒「消費者」(critical media consumer)，一方面

不受傳媒誤導，另方面懂得享用傳媒帶來的樂趣，以期達到「批判自主」(critical autonomy)的目標。近年傳媒教育多了採用製作模式 (production approach)，但亦旨在訓練學生創意表達的能力，並非要將他們變為傳播人。

隨著YouTube和博客嶄興，以及互聯網邁向Web 2.0世代，整個傳媒景觀改變了。在「全民播客」、「全民記者」、「全民監察員」、「全民行銷員」、「全民作家」和「全民博客」的新環境下，傳媒教育過去幾十年沿用的基本假設已不合時宜，年青人不再被動地接受傳媒資訊，而是積極地主導媒體內容，所以傳媒教育再不能只是指導年青人怎樣精明地去「接收」訊息，還需要培育他們成為有責任感的傳播製作人。

「反思參與模式」的新範式

筆者在這裏倡議在新的範式



傳統廣播機構BBC亦在YouTube開設網上頻道。

認識傳媒運作，熟悉媒體製作技巧，懂得從製作及分享訊息中尋求樂趣，並從中獲取知識。

- (一) 反思學習 (reflective learning)
- (二) 創意學習 (creative learning)

傳媒使用者了解媒體的影響力；能反思自己有沒有不良的創作動機，例如有沒有「惡搞」；得思考分享製作成果的後果，例如會否破壞別人形象。

(二) 辨識能力 (discriminative judgment) —

無論表達或接收傳媒訊息的時候，都能辨認傳媒訊息背後的價值觀，能分辨內容真偽，鑑別品味。創作可以搞笑好玩，但如果作虛弄假及品味低俗，就破壞了分享平台的純樸性。

（四）社會監察能力 (social monitoring) —

具備良好地球公民意識，對社會及周遭事物有敏銳觸角及監察力，監察以社會正義、公眾利益和促進民主為依歸，了解傳媒的角色，不被人利用。

- (五) 合宜參與 (decency participation) —

保持共享平台的自由及開放，包容不同意見，關注社群福利。在參與製作及分享的過程中，懂得遵守法律和道德操守。遵重版權，避免侵犯私穩、誹謗及濫發宣傳。不鼓吹暴力及不宣揚不良風氣。

新範式底下的傳媒充滿動感，豐富多采，內容趣怪多變。年青人跟新媒體打交道，最理想是「理性與感情」並重，在享受感性激情的同時，保持理性的思想頭腦；他們既要成為具批判能力的受眾，又當有創意及公德心的傳媒製作人。

2006 電視節目欣賞指數

第四階段調查及全年綜合結果概述

「二零零六電視節目欣賞指數調查」的所有工序已圓滿

結束，全年成績亦於二零零七年三月九日舉行的「第十六屆最佳電視節目頒獎禮」中揭曉。

今年獲大會表揚的十大最佳

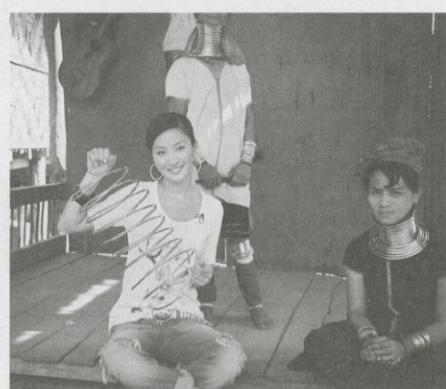
節目之中，無綫的《向世界出發》可謂有口皆碑，其欣賞指數乃全年被評的二百一十四節目中唯一超過八十分的(80.85分)，難怪旋即登上最佳節目的首位，期望第二輯亦能再創佳績。同樣贏得不少喝采聲的《最緊要正字》

位居第二，亦為無綵近期的得意之作，其內容集知識、創意、娛樂、活潑表達於一身，成功絕對實至名歸。第三位的《新聞透視》(無綫)跟去年的位置相同，而緊隨其後的《賭海迷徒》(港台)及《鐵窗邊緣》(港台)在二零零四年亦為十大之選。

至於雜誌式的年終大事回顧系列，今年的整體受歡迎程度較去年稍遜，只有香港電台的《二零零六香港時局大事回顧》位列十大之內。此外，有別於過去的三年(二零零三年至二零零五年)，本年度並沒有任何劇集打入二十大。

調查模式及範圍

現時欣賞指數調查的模式乃根據香港電台(港台)、電視廣播有限公司(無綫)及亞洲電視有限



《向世界出發》成為2006年度最高欣賞指數節目。

第四階段結果

第四階段名單合共調查九十九個節目，當中無綫電視佔三十三個、有線電視佔三十個、亞洲電視佔二十五個及香港電台佔一個。調查於二零零七年一月二至九日期間進行，透過電話成功訪問了2,130名九歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為62.8%，各個百分比的抽樣誤差則少於1.5% (以次樣本總數計)。

二零零六年第四季九十九個被評節目的總平均欣賞指數繼續上

至十二月三十一日期間於無綫電視翡翠台、亞洲電視本港台及有線電視各頻道播放的本地製作節目。由於資源有限，所有重播、配音、體育、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時未能涵蓋。由二零零二年開始，為增加調查節目的品種，四個電視台可在各個階段中，各自提名一個(共四個)未能納入上述範圍的節目進入調查名單，條件是本地製作的節目，不限長度及播放次數。另外，由於調查名單的節目數量有陸續增加的趨勢，由二零零四年第三階段開始，如經常製作節目的總數超出限額，各電視台的刪減名額將按該台節目數量的比例計算——即製作越多，刪減數量越高，以取代過去劃一的刪減方法。

- 升，比上季輕微上升了0.19分，達69.54分，亦是全年指數最高的季度；而平均認知率則為27.2%。當中，首二十個最高欣賞指數的節目順序為：
- (一) 最緊要正字（無綫／資訊）
 - (二) 新聞透視＊（無綫／時事及公共事務）
 - (三) 有線新聞＊（有線／時事及公共事務）
 - (四) 警訊＊（港台／資訊）
 - (五) 有線財經＊（有線／時事及公共事務）
 - (六) 二零零六香港時局大事回顧（港台／時事及公共事務）
 - (七) 香港故事（港台／資訊）
 - (八) 鏗鏘集＊（港台／時事及公共事務）
 - (九) 我們都是父母＊（有線／娛樂）
 - (十) 父母學堂（港台／資訊）
 - (十一) 星期日檔案＊（無綫／時事及公共事務）
 - (十二) 新聞／財經／天氣報告＊（無綫／時事及公共事務）
 - (十三) 財經即時睇（有線／時事及公共事務）
 - (十四) 二零零六大事回顧系列（無綫／時事及公共事務）
 - (十五) 友緣相聚（無綫／娛樂）
 - (十六) 香港早晨＊（無綫／時事及公共事務）
 - (十七) 時事追擊＊（亞視／時事及公共事務）



《最緊要正字》為近期無綫得意之作。

以類型區分，此季的「時事及公共事務」節目明顯繼續保持強勢，佔十三個，「資訊」節目佔五個，而「娛樂」節目則佔二個。個別類型中最受觀眾欣賞的節目依次為無綫的《新聞透視》、

《最緊要正字》、《鏗鏘集》、《星期日檔案》、《我們都是父母》、《父母學堂》及《財經即時睇》，而《警訊》、《新聞／財經／天氣報告》、《友緣相聚》及《時事追擊》則為無綫的《新聞透視》、《最緊要正字》與《我們都是父母》。

全年成績總結

總結「二零零六電視節目欣賞指數調查」，全年四個階段累積的被訪人數達8,418名，回應比率則介乎五成九與六成四之間，涉及本地製作的電視節目合共二百一十四個，跟去年差不多。在全年的節目名單之中，無綫電視佔七十九個(37%)、亞洲電視佔五十二個(24%)、香港電台佔四十三個(20%)及有線電視則佔四十個(19%)。前兩間電視台的製作數量較零五年多，後兩者則相反，特別是港台的節目數量明顯較往年少(由24%下降至20%)。詳細結果請參考附表。

全年綜合結果顯示，二百一十四個本地製作的電視節目所得的總平均欣賞指數為68.98分(去年為69.57分)，而平均認知率則為28.1%。在二十大優質節目之中，香港電台與無綫電視今年可謂平分春色，以數量計，港台共有十一個製作入圍；但以排位計，無綫的製作囊括頭三位，數

- (十八) 時事寬頻（有線／時事及公共事務）
- (十九) 回首二零零六系列（亞視／時事及公共事務）
- (二十) 文化風情（亞視／資訊）
(*同樣為二零零六年第三季度二十大節目之一)

第四季結果的特色，是年終回顧節目繼續受到觀眾歡迎，不過程度上就略遜於去年同期，當中表現最佳的是港台節目《二零零六香港時局大事回顧》，名列第六位。此外，無綫新製作的《最緊要正字》一上榜便榮登榜首，足證節目的創意、教育意義，及娛樂性皆得到觀眾肯定，可謂一鳴驚人，亦再次顯示了電視節目欣賞指數的參考價值。

以類型區分，此季的「時事及公共事務」節目明顯繼續保持強勢，佔十三個，「資訊」節目佔五個，而「娛樂」節目則佔二個。個別類型中最受觀眾欣賞的節目依次為無綫的《新聞透視》、《最緊要正字》、《鏗鏘集》、《星期日檔案》、《我們都是父母》、《父母學堂》及《財經即時睇》，而《警訊》、《新聞／財經／天氣報告》、《友緣相聚》及《時事追擊》則為無綫的《新聞透視》、《最緊要正字》與《我們都是父母》。

2006電視節目結果概述

2006年度全年首二十個最高欣賞指數的節目順序為：	
(一)	向世界出發(無綫／娛樂)
(二)	最緊要正字(無綫／資訊)
(三)	新聞透視*(無綫／時事及公共事務)
(四)	賭海迷徒(港台／資訊)
(五)	鐵窗邊緣(港台／資訊)
(六)	最緊要健康(無綫／資訊)
(七)	2006香港時局大事回顧*#(港台／時事及公共事務)
(八)	香港故事(港台／資訊)
(九)	鏗鏘集*(港台／時事及公共事務)
(十)	有線新聞*(有線／時事及公共事務)
(十一)	回首2005—全球風雲*(亞視／時事及公共事務)
(十二)	星期二／日檔案*(無綫／時事及公共事務)
(十三)	警訊*(港台／資訊)
(十四)	禁毒檔案(港台／資訊)
(十五)	父母學堂(港台／資訊)
(十六)	天下父母心*(港台／資訊)
(十七)	華人青年演藝家系列(港台／資訊)
(十八)	獅子山下(港台／娛樂)
(十九)	新聞／財經／天氣報告*(無綫／時事及公共事務)
(二十)	2006大事回顧系列*(無綫／時事及公共事務)

*同樣為2005年度全年20大節目之一

#去年的節目名稱略有不同，為《2006香港政治大事回顧》



年終的大事回顧系列以香港電台製作的《2006香港時局大事回顧》成績最佳。

量亦有七個之多；而有線電視及亞洲電視則各佔一個。二零零六年各台的總平均欣賞指數依次為：（一）港台：72.10分，（二）有線：68.67分，（三）無綫：68.36分；（四）亞視：67.56分。就相對位置而言，跟去年一樣，港台及

因值得再作探討。

至於節目類型方面，無綫的《新聞透視》取代其去年的《大事回顧系列》，成為今年最受觀眾欣賞的「時事及公共事務」節目，最佳「資訊」及「娛樂」節目則由同為無綫製作的《最緊要正字》及《向世界出發》奪得。值得注意的是，在過去九年的調查中（一九九八年至二零零六年

年則進佔第三位，亞視則由二零零三年的第二位拾級而下，跌至本年度的第四位；其分數亦呈明顯的下跌，三年的累積跌幅為3.64（由零二年的71.20分下跌至零六年的67.56分），箇中原

有線分別為第一、二位，無綫今年則進佔第三位，亞視則由二零零三年的第二位拾級而下，跌至本年度的第四位；其分數亦呈明顯的下跌，三年的累積跌幅為3.64（由零二年的71.20分下跌至零六年的67.56分），箇中原

整體而言，零六年度被評的三十六個「時事及公共事務」節目的平均欣賞指數依然最高，達71.83分；其次，六十五個「資訊」節目所得的平均欣賞指數亦有70.39分；至於全年產量過百（共一百一十三個）但質素較為參差的「娛樂」節目，所得的平均欣賞指數只有67.25分。相比零五年的結果，三個類別均較遜色。事實上，三項欣賞指數自二零零三年達至歷史高位後，已連續三年下跌，跌幅當然各有不同。

「電視節目欣賞指數調查」自一九九八年由港大民意計劃負責以來，至今已完成九年的調查工作。踏入第十個年頭，民意計劃希望業界、學術界及廣告界可以進一步推動「電視節目欣賞指數」，並確認其應用價值，以至整個「優質指標」的概念。面對如箭在弦的數碼廣播、高清電視等新科技，民意計劃相信「欣賞指數」定必與時並進，以積極配合業界的發展。

與 誹 謗 法 發 展

二零零二年初曾刊登一篇報導，指沙地阿拉伯的中央銀行應美國要求，監控當地一些大企業的銀行戶口，以防恐怖份子受到資助。報導提到幾家大企業的名字，其中一家的老闆賈米勒認為報導誹謗，並決定到倫敦打官司，但《華爾街日報》在全英國的銷量不到兩萬份，遠低於美本土的近二百萬份，而歐洲版辦事處則設在布魯塞爾。

英國誹謗法不利傳媒

賈米勒選擇在英國打官司，絕非偶然，倫敦向有「世界誹謗之都」的惡名，很多外國人都專程到該地興訟，皆因英國的誹謗法，對被告極其不利。在英國，誹謗是指發表不實言詞，令原告的名聲受損。原告提出誹謗訴訟，門檻並不高，只需證明有關言詞針對原告，確有誹謗含意，且在不享有特權的情況下向第三者發佈。除此之外，原告毋需證明言詞失實，或被告有惡意。接下來，舉證責任就落在被告身上。

「雷諾茲特權」未發揮作用

為此，《華爾街日報》只好用「雷諾茲特權」(Reynolds privilege)作抗辯。一九九九年，上議院於「愛爾蘭前總理雷諾茲訴《星期日泰晤士報》案」終審判決中，裁定任何報導符合以下兩項條件：(一) 內容關乎公眾利益；及(二) 手法是負責任的(journalism)，傳媒就可享有特權，就算內容誹謗，亦毋須負上法律責任。英國法律界稱這項新的法律原則為「雷諾茲

——零零六年十月中，英國上議院就一宗誹謗官司，作出終審判決，裁定《華爾街日報》歐洲版勝訴。英國傳媒大表歡迎，認為判決打碎誹謗法的桎梏，不再窒礙「調查報導」(investigative journalism)。《華爾街日報》於

不過，三個傳統用來抗辯的理由(defence)：(一) 內容屬實(trust)或稱「有理可據」(justification)、(二)「公允評論」(fair comment)或稱「誠實評論」(honest comment)、(三) 特權(privileges)，都有著很多規範和限制，被告要成功抗辯，絕不容易。以《華爾街日報》這篇報導為例，由於英國法律假設誹謗言詞都是失實的，該報須提出足夠證據，說服法庭內容屬實，即賈米勒的企業確實被當局調查，才可成功抗辯。然而，《華爾街日報》偏偏未能在法庭上證明這一點。該報導根據五個消息來源寫成，他們的身份都保密，文章並未指名道姓。為了保護消息來源，《華爾街日報》並未傳召該五名人士出庭作供。

「雷諾茲特權」，它是從普通法的「受約制特權」(qualified privilege)衍生出來，專門保障新聞報導；但到底「雷諾茲特權」是一項新的「受約制特權」，還是一種全新的抗辯理由，英國法律界仍在爭論。

「雷諾茲特權」當年被視為英國誹謗法的重大突破，新聞界都十分雀躍。在此之前，普通法的「受約制特權」大多不適用於新聞報導，而英國國會為了保障新聞界，專門制定了多項成文法的「受約制特權」，規定凡報導關乎公眾利益的特定事宜，除非惡意誹謗，否則毋需為言詞負上法律責任，但適用範圍較窄。「雷諾茲特權」則不同，它涵蓋了任何關乎公眾利益的事宜，而給傳媒開拓了很大的空間。至於報導內容是否關乎公眾利益，則以傳媒的判斷為準，以確保傳媒能夠發揮監察的作用。

然而，自一九九九年以來，英國傳媒並未因「雷諾茲特權」而得益，使用這個理由抗辯的官司，大多是敗訴收場，因為法院認為傳媒的手法未達要求。在「雷諾茲案」，上議院列舉了十項要素，供主審法官查找傳媒是否負責任：(一) 報導中的指控有多嚴重？(二) 是否涉及公眾應該關注的事項？(三) 內容的來源；

「雷諾茲特權」

(四) 核實的步驟；(四) 內容是否具特殊性質？例如當局亦調查有關指控；(六) 報導有否迫切性？(七) 有否要求原告回應？但不是每項報導都有此必要；(八) 報導局調查，抑或將指控當作事實報導；(十) 報導在甚麼情況下發表？除了這十項，主審法官還可以因應情況考慮其他因素。結果，這些要素變成了重重難關，令傳媒無法享有「雷諾茲特權」。二零零六年初，《每日電訊報》就被裁定有多項不足而敗訴，包括未向原告詳細求證、未讓原告足夠機會回應指控、將指控當作事實報導、報導沒有迫切性等，最終要賠償一名國會議員十五萬英鎊。

卻出人意表。五位大法官一致認為，該篇報導符合兩個基本要求，即內容關乎公眾利益，手法是負責任的，因而裁定《華爾街日報》可享有「雷諾茲特權」。更重要的是，上議院重申「雷諾茲特權」的重要性，指其目的在於糾正誹謗法長久以來偏袒原告、不利傳媒的弊端。上議院並指示下級法院，當查找傳媒手法是否負責任時，態度要務實和彈性些，不要讓十項要素變成十道難關，這才能令到「雷諾茲特權」發揮功用。

簡而言之，今次上議院的判決，使「雷諾茲特權」重見天日，傳媒今後用負責任的手法，報導公眾利益的事宜，尤其涉及調查內幕和揭露真相，不必再擔心日後遇上官司時，會因不願透露消息來源、無法證明誹謗屬實，而被判敗訴。至於由法官決定傳媒是否負責任，這能否保障新聞自由，仍有待觀察。

《太陽報》提出享有「受約制特權」、「有理可據」、「公允評論」這三個抗辯理由都成立，因此判「匠心髮型」敗訴。主審法官認為，依「雷諾茲案」確立的法律原則，已成為香港普通法的一部份，至於裁定《太陽報》可享有「雷諾茲特權」，是因為該篇報導旨在提醒消費者，這關乎公眾利益；而《太陽報》曾向該名女士詳細查詢事件的始末，複印了光顧「匠心髮型」的單據，替她拍了照片，顯示如何不滿意髮型效果，又要求「匠心髮型」回應投訴，才刊登該篇報導，這種做法是負責任的。

「匠心髮型」不服判決，但上訴於二零零六年中被駁回。上訴法庭認為，《太陽報》的報導並無惡意，「只不過是履行傳媒的職責，以理性新聞從業員應有的標準，將一些不平或不公義的事件向社會披露」。綜觀英國和香港兩地的發展，由於「匠心髮型」案已接納「雷諾茲特權」，本文作者預計本港新聞界應可受惠於上議院今次的判決，這有助減輕誹謗法的寒蟬效應，今後不論是「投訴版」抑或「要聞版」記者，都可享有更大的報導空間。

真正落實「雷諾茲特權」

《華爾街日報》使用「雷諾茲特權」抗辯時，亦遇上同類問題，包括公開美國和沙地阿拉伯的秘密協議，是否符合公眾利益？保密的消息來源是否可信？《華爾街日報》不肯多等一天讓賈米勒回應，這種做法是否負責任？結果《華爾街日報》在一審時敗訴，要賠償賈米勒及其企業共四萬英鎊，上訴庭亦維持原判。

不過，上議院的終審判決，

香港新聞界將受惠

其實，香港法院已於二零零五年引入「雷諾茲特權」。《太陽報》刊登一名女士的投訴，指「匠心髮型」沒有兌現服務承諾，其後遭「匠心髮型」控告誹謗。當官司開審時，《太陽報》與該名女士失去聯絡，無法傳召她出庭作供。不過，法官裁定

「更真實」狂熱：

目的心理技術

早

前，英國第四頻道的真人實境節目《名人老大哥》

(Celebrity Big Brother) 因節目中的種族歧視爭議，不僅創造該節目作為真實事件的收視高潮，甚至

由電視世界擴及真實世界，演變為英國及印度的外交風波。然

而，這事件值得關注之處，絕不只是一般媒體內容所可能引發的種族歧視及文化差異等爭議。反而，作為一種「真人實境」的節目形式，將沒有劇本、真人參與的節目進行本身，操作為電視內、外所有人都能捲入的媒體事件，恐怕才是此一節目類型更值得關注之處。

當前不分中外，一股全球化的真實電視風潮，正悄悄地宣告當代社會主體與電視依存關係的轉變。各式真人實境節目的設計，不僅反映當前閱聽人愈來愈想在電視上追求「更為真實」的觀看慾望，也在其中展現由媒體、科技來界定真實的多重文化政治。

「真人秀」的新電視寫實主義

以「真實」為名，強調真人真事、沒有劇本，以及由攝影監控見證真實發生的 reality TV — 真人實境節目，或稱「真人秀」節目，在近幾年席捲了各國電視。某些在歐美較受歡迎的實境節目，也能以外銷節目的形式，

輸出到其他國家。比如《酷男的異想世界》(Queer Eye For The Straight Guy) (美國)、《超級名模生死鬥》(America's Next Top Model) (美國)、《戀愛巴士》(日本)等，近年在台灣都有一定的收視群。而相對於「外來真人秀」，台灣電視節目在二零零三年以來，也出現一波波以真人真事為訴求的「本土真人秀」製播熱潮。比如早先的《TV 搜查線》、《最後的晚餐》，近期的《分手擂台》、《八號偵查庭》……等被稱為「吵架節目」的本土真人秀。

監控的新媒體科技，比如隱藏式攝影機、麥克風，小型數位攝影機的紀錄、跟拍等作用，作為

「真人秀」得以見證真實的科技論述 (technological discourse) 形式。這些媒體科技的運用，讓數位時代下的真實見證，形式愈為多樣，也愈來愈不困難。

關於數位時代的電視媒體文化，師承麥克魯漢的加拿大學者 *de Kerckhove*，曾提出一種「心理技術」(psychotechnology) 論點。心理技術指的是當代媒體科技 (比如電視、攝影機、衛星、網際網絡、行動通訊等)，如何將人們的心智予以模擬、延伸與放大的種形式與作用。此一論點認為，我們應由科技與主體間的相互形塑關係，而非單由科技本身或人性心理，來檢視當代媒體科技的相關效應。尤其是，在種種媒體文化現象中所展現的集體心理感知狀態的轉變。

到底這類真人實境節目的全

球化熱潮，對觀眾的吸引力何在？在一個必須「提供具可信度

的真實影像」前提下，我們或可將「真人秀」節目所鼓吹觀看的特定真實，視為是一新電視寫實主義 (new realism of TV) 的崛起。

包括強調平凡真人的參與，使平凡人比名人更真實；以及強調沒

有劇本的現場立即紀錄，使真人真事也比一般的電視表演來得更真實……等形式。可以說，真人秀節目所呈現的新電視寫實主義，首先都是一種要在電視上追求「更真實」的新興觀看慾望。

其次，「真人秀」的新電視寫實主義，還有另一個不可忽視的媒體科技心理與文化面向。這便是由電視媒體，以及強調現場

「更真實」的心理技術

本研究進行了四十四位外來或本土真人秀的台灣觀眾深度訪談。關於「真人秀」的「更真實」風潮背後，尤其是媒體科技與閱聽人關係的心理技術意涵，我們可由以下三個面向予以討論。

(一) 視覺化、奇觀化的更真實：「真人秀」的吸引力，在於

全球化的中境實人節



鼓勵觀眾一再在電視上尋找關於自己的日常生活經驗及其夢想，如何能在媒體中「被看到」的機會。節目中所宣稱的「真實」，其實不只是真實，而是將慾望與真實場景，化為「可見的」、「奇觀化」的更真實。透過監控攝影的形式，種種真實生活中不可見的存在狀態，比如個人内心情感、人際互動關係等等，便能在發生的當下被紀錄、被保存，甚至變成電視內容公開播出。

「真人秀」的媒體科技形式，正是放大、延伸了人們對於這類不可見、但又真實存在得以「被觀看、被見證」的渴求，使觀眾覺得更真實。然而這些真實，其實總是更特定的。比如不是突顯華麗、夢幻的真實（比如名模、酷男等節目），便是創造目睹創傷、難堪或告白等奇觀化的真實（比如評審的評論、《戀愛巴士》中的告白及結果）。這使得「將真實視覺化、奇觀化」，成為真人實境節目關於真實的首要心理技術。

(1) 技術閱聽人：

其次，「真人秀」也突顯出一種媒體科技與主體相互形塑的新主體性——「技術閱聽人」(the skilled audience) 的崛起。技術閱聽人，指的就是當代愈來愈具有媒體產製相關知識等技術性

能力 (technical skills)、甚至有小規模產製能力的閱聽人特質的崛起來；同時，也是愈以其技術能力來回應媒體內容的閱聽人。因而，「真人秀」觀眾總展現一項很特定的觀看策略，就是啟動所有他們對媒體產製形式的技術性知識，既判斷節目中真人的真假表現，也用來判斷節目本身的真實程度。更重要的是，也因而獲取一定的觀看真實，由真假判斷中尋找更真實的樂趣。

如此突顯其技術能力的「真人秀」觀眾，某種程度也反映了

可以說，正是由於沒有距離的、處於真實的本土社會情境脈絡中，而不是如外來真人秀節目，就多存在於虛擬世界（不論是透過電視頻道，或網路所接觸的資訊）。

與我們真實生活比較近的「本土真人秀」，反而因為能被「真真正正的，抓到作假」的真實證據，而使其作為真人秀的真實位階，在全球化的真實文化政治中，更輕易地被貶抑。

當代電視文化及數位科技引領延伸為自我認同及身體的一部份。在內容上，人們希望在媒體上看到更多關於自身的真實 (reflexive reality)；在製作形式上，這類節目也不斷在與觀眾的媒體產製知識進行交涉。於是，有人會因看到真實而感動，但也有人會邊看邊罵，覺得作假破綻連連。這兩種反應表面上看似相互矛盾，但更能在「真人秀」節目的心理技術中和平共處。可以說，這種技術閱聽人特質的出現，明顯展現出媒體科技文化所塑出的當代新主體性。

(2) 全球／本土的真實位階：

最後，在台灣觀眾的比較下，外來及本土「真人秀」的差

異，展現了全球／本土關係中的「真實」文化政治。觀眾普遍認為國外真人秀比本土真人秀「更真實」，而這種真實位階，正好突顯出真人秀心理技術的全球化連結下，所具有的在地斷裂景象。台灣「本土真人秀」，總是被認為「很假」，這是透過新電視寫實主義的全球化流通，而對比下的假。即使中外「真人秀」節目都有虛擬真實的成份，都有高度的人為建構，但「本土真人秀」的「假」卻比「全球化真人秀」的「虛擬」來得更假。

■ 簡妙如
台灣中正大學傳播學系暨電訊傳播研究所助理教授

培訓制度——計考」——察後感

——月廿六日，涉及警員徐步高三宗案件的死因研訊正式開展，一大早扭開電視機，便見到電臺在東區裁判法院外「派駐重兵」，研訊未開始，新聞記者已經直播報導，介紹案件的背景資料，晚上各台的新聞節目更加用上特輯形式，鉅細無遺地報導第一天各證人的作供內容。相信此後的三十六天研訊期，除非有相當重大的事件，又或是作供內容沉悶無比，否則「徐步高案」應該會一直佔據電視新聞和報章的顯著位置。

「徐步高案」無疑是迎合了人們好奇心的狀態，曲折離奇，耐人尋味，但除了故事的內容細節以外，對於死因研訊的程序、功能和目的，大家又會否感興趣呢？又或者可以這樣問：負責採訪的記者，事前對這些問題有多大認識？當大家追問那位警員是否覺得自己「好好彩」的時候，又有否考慮過在庭外尾隨不捨的追訪證人是否恰當呢？

提高記者報導法律問題的能力

筆者在去年年底參加了由香港新聞工作者聯會主辦的「香港記者學人培訓計劃」中港美三地司法制度比較」課程，拜訪重慶和美國的法院、法官，其中一位隨團學人對於香港新聞系學生法庭新聞報導訓練不足，感到憂慮。

和無奈。的確，回想筆者讀書時，法庭新聞報導只是其中一科內的一個小環節，出來工作後，曾試過早一晚十時才被上司通知明早九時要去終審庭採訪，雖然挑燈夜讀硬啃了背景資料，卻仍然對於法庭程序和控辯雙方提出的法律理據似懂非懂，好不容易弄得一頭大汗才寫成一篇數百字的報導。

美國在這方面的新聞訓練比香港優勝嗎？也不見得。在美國時，團員拜訪了《華盛頓郵報》，並和郵報的幾位法庭記者報》，並和郵報的幾位法庭記者交流，席間問及他們有沒有曾受過法律訓練，結果除了一位以外，其他都沒有，那一位還是當記者以後才去讀有關的課程。那

有經過在職訓練才去採訪法庭新聞嗎？都沒有，也是邊做邊學，只是由資深法庭記者講解一下，就要上陣了。不過，他們還是會與其事後惡補，位於重慶的西南政法大學新聞系則一開始就



法庭報導的其中一個功能是讓公眾認識法律。

有見及此，美國有一些院校特別開辦一些供新聞記者就讀的法律課程，例如位於華盛頓的Georgetown in University Law Centre 就會零七／零八學年開辦一個碩士課程，入讀學生必須要有最少兩年新聞工作經驗。學院

你成為律師，而是提高記者準確和細緻報導法律問題的能力。

這個課程有分全日制和兼讀制。當然，有多少的記者能夠在繁忙的工作中抽空去讀書，又是一個疑問。本港有不少同業會擠出時間進修，修讀法律課程的大不乏人，也有的畢業後會轉行去也，但這些法律課程都是全科訓練，不是針對新聞行業需要。為甚麼就不能為記者度身訂做呢？是因為市場不夠大，不能吸引院校去辦？還是預計辦了以後沒有人會有空去讀呢？

「中港美三地司法學者記者」

向來重視教化功能，西南政法大學的學生也曾向筆者強調，他們跑法制新聞的，最重要是令讀者認識法律，了解法例內容、刑法的規限、犯罪後的懲處，反而案件中間的曲折離奇故事，不是他們的焦點。

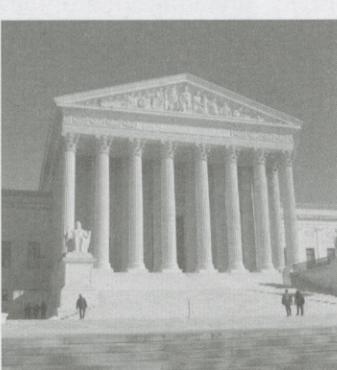
故事味濃的報導人人愛看，艱澀枯燥的法律名詞只會「趕客」，那位西南政法大學學生所強調的當然不會合香港讀者的胃口，過於強調教化功能也和香港的新聞觀大大不同，但我們又能否兩者兼顧，既有故事，又能道出當中涉及的法理呢？就如「徐步高案」，三十七日的研訊期後，讀者和觀眾除了知道事發經過外，還會否知道死因庭的功能和裁決的意義？

新聞媒介與法庭的關係

今次「中港美三地司法制度比較」課程所觸及的，還有新聞媒介與法庭的關係。香港由於跟隨英國制度，對於法庭新聞的採訪報導規限甚嚴，例如只能報導公開聆訊內各方的發言內容（但也有部份內容是不能報導的），相對而言，美國的同行則自由得多，除了可以對案件加以評論，更可以翻閱法庭文件，如果法官下令把某些文件封印（seal），記者更可以通過法庭程序，推翻法官的決定。但過猶不及，今次的課程顧

問不止一次說過，媒介在報導法庭新聞並非時時準確，往往只集中在最刺激最煽情的部份，甚至有所誇大，美國和香港皆有此現象，前美式足球員辛普森（O.J. Simpson）被控殺妻及其男友一案就是一個好例子，這件案亦令美國新聞界與法庭關係緊張，而美國同業也不排除過了火位的評論可能影響到判決的結果。

如果說法庭報導的其中一個功能是讓人認識法律，令人看見公義得以伸張，那傳媒的準確報導就事關重要。美國紐約州上訴法院首席法官茱迪·凱伊（Chief Judge Judith S. Kaye）曾經高呼要有一「更全面，更了解，更平衡的法庭報導」（more complete, more informed, more balanced coverage of courts），就是在這個背景下，



美國的「全美法院與媒體研究中心」為法官和記者提供訓練和對話機會。

全美法院與媒體研究中心（National Center for Courts and Media）成立，為法官和記者提供訓練和對話機會，使法官和法庭

介解一些法庭程序問題。

雖然筆者不是專跑法庭線的，但也希望多汲取這方面的知識，而且，若能透過法庭報導增加市民對法律制度的認識，終究是好事。因此，不禁想，要加強法庭新聞報導的訓練，除了院校可以在課程設計上加大力度，或開辦讓在職記者修讀的課程外，我們的法院又能否借鑑美國經驗，加強與媒介的聯繫，或舉辦座談會與媒介交流，甚至借出法院，進行模擬聆訊，了解對方的困難和關注呢？

畢竟準確的報導對各方皆有利。

Collaborative News Online: Wikinews

category ranks the second. The third one is society category. Ranging from around 5 per cent to 10 per cent, categories include finance, culture, law and order, weather, sports and education.

3. Most of the news items on the Wikinews site were timely and they appear on the site within only 1 day –

The timeliness of the news item can be measured by the time span between the date of the Wikinews article publication and the date of the first cited reference at the end of the news article. Analysis of the time span of the 306 Wikinews articles found that it takes an average of less than 1 day for a news article to appear on the Chinese Wikinews site, which indicates that most of the news items on the Wikinews site were timely uploaded. The remaining 12.7 percent appeared two days or after, most probably because Wikinews has developed a peer review process to help insure accuracy but at the cost of timeliness: stories remain “under peer review” or “in development” for days after the news actually happens.

4. 98.7 per cent Wikinews articles were synthesis articles and the few claimed original reports had more or less to do with the wikinews site –

There are two types of news articles on the Wikinews site: the synthesis article and original news report. Out of the 305 articles, only 4 articles were original reports while the remaining 98.7 per cent were synthesis articles, based on the sources listed at the end of each article. But the distinctions between the claimed original reports and the

synthesis articles are unclear because some of the claimed original reports also cite additional resources.

5. Most of the synthesis articles couldn't provide a more rounded and detailed report as the Wikinews proclaimed because of limited references to contain all the available facts. Most news articles are also comparatively short in length, which is another indicator of the lack of in-depth of the news reports on the site –

It is a little surprising for us to find out that more than one-third articles has only 1 online reference; and nearly a quarter of the articles have 2 online references. That is, more than 60 percent of the synthesis articles only have 2 references. The remaining articles (less than 40 percent) have 3 or more references. We also measured the Wikinews article length by every half screen page. A little more than half of the articles have about one page in length. More than a quarter of the articles have only half a page with just a few sentences. Only one-fifth remaining articles have one full page or more. This shows that most news articles in the Chinese Wikinews are comparatively short in length.

6. On average, there are 7.1 times of editing updates per article. The minimum number of updates is 1 while the maximum number of updates is 48 –

Wikinews emphasizes the incremental nature of news enrichment. The number of edits, on the one hand, reflects popularity and attractiveness of the news item and, on the other hand, it may be possible that the news article is incomplete,

inaccurate and requires further revision. Analysis of the 306 news articles found that nearly one-third of the articles have one to three edits, another one-third have four to seven edits, while the remaining one-third have eight or more edits.

7. Only one third of the news reports were accompanied by photographs –

Over two third of the news articles do not have any photographs while around thirty per cent of the articles have one photograph. Photographs come from a variety of sources, including photographs taken by Wikinews reporters, photographs shared by Creative Commons, photographs from non-profit organizations open to the public (e.g., NASA), etc.

This study is believed to be the first systematic study on the Chinese Wikinews through a content analysis of 306 articles published by a designated date. It documented some basic data of the early-staged collaborative news website and provided a preliminary interpretation of the data. The findings of this study will surely benefit the future research of Chinese Wikinews or the whole Wikinews project.

■ Dr. Howard Zhaoxun
Song, Will Wai-kit Ma,
Olivine Wai-yu Lo

Department of Journalism and
Communication,
Hong Kong Shue Yan
University

A Preliminary Study of The Case of Chinese

Technology today is transforming citizens from passive consumers of news produced by professionals into active participants who can assemble their own journalism from disparate elements. Many collaborative news websites which largely rely on their users as information gatherers, editors, or commenters are available now for such citizen journalism practice.

Collaborative news model not only means that a lot of people collaboratively write and help edit the site but also means that the story itself is not the final product but just the beginning of the story to be followed by people's comments and discussions of the story. And eventually, a complete view of an issue is presented to the audience because many people are talking about it from different perspectives.

Wikinews

Wikipedia, the collaborative online encyclopedia, enables anyone to write and edit entries and records all changes, creating accountability and a remarkably accurate result. Wikinews, a new effort to encourage members of the open-source community to test their skills as



Chinese Wikinews is a typical example of collaborative news.

citizen journalists, is operated and supported by the Wikimedia Foundation. The news site follows a similar set of rules as the encyclopedia and anyone can contribute, and articles are written collaboratively for a global audience.

According to its mission statement, Wikinews seeks to create a free source of news and allows citizen journalists to contribute reports about events large and small, either from direct experience, or summarized from elsewhere, promoting the idea of citizen journalism on the belief that citizens know what is news like no others.

Chinese Wikinews (<http://zh.wikinews.org>), set up on March 13, 2006, is a fine example of collaborative news online. Up till October 31, 2006, there were 597 articles in Chinese on the site, with a total of 12,470 edits (3.85 edits per article). Contributors, who add content to the site, may create a user account and login the system for change making and then their account names will appear at the history page of the article, or their IP addresses will be listed instead. To facilitate communication between the contributors, IRC chat is provided.

Wikinews contributors are categorized into a kind of hierarchical organizational structure for administrative convenience though basically every contributor enjoys most of the equal rights in creating and editing articles. Administrators (or sysop) are active and regular contributors who have access to technical features that help with the

maintenance. They can protect or delete pages, block other editors, and undo these actions. Any contributor would like to apply for the administratorship is required to contribute for at least one month and gain trust from the whole community. The application will be open for the whole community for voting. Editors (Wikipedians) are the people who write and edit articles for Wikinews. They may also take up administrative roles as discussed above. As on October 31, 2006 in Wikinews site, there are 806 registered users where 9 of them are administrators.

Content Analysis

We randomly chose the date of May 29, 2006 and then all the 306 news articles were printed out for detailed content analysis and reached the following conclusions:

1. The Chinese Wikinews site focuses mostly on Asian countries, with special emphases on the Chinese speaking areas –

We categorized all the news articles according to their country origin. If there involves more than one country, we took the main setting as the country of origin. Mainland China, excluding Hong Kong and Macao, is the most covered country by Wikinews and Taiwan ranks the second, followed by USA and Japan.

2. Political news ranks the number one among Wikinews suggested 10 news categories –

We categorized all the news articles according to Wikinews suggested 10 categories. More than one third of the 306 news articles are in the politics category. Technology

獎退倒自由新聞指調查協記・

**奧斯卡改編港產片成大贏家
無綫與北京台合作春節晚會**

改編自港產電影《無間道》



港產片《無間道》被荷李活改編。

的《無間道風雲》在第七十九届奧斯卡頒獎禮成為大贏家，囊括最佳電影、最佳改編劇本及最佳剪接等四大獎。獲最佳導演的馬田史高西斯更於台上多謝《無間道》導演劉偉強。美中不足是大會旁白介紹影片背景資料時，錯誤把《無間道》說成日本電影。負責直播的無綫明珠台則於廣告時段，更正有關錯誤。美國部份報章的專欄評論員亦隨後更正。香港電影界對此片獲獎均感到與有榮焉，它的成功估計會吸引更多海外片商，購買港產片版權翻拍，對低迷的港產片無疑是一支強心針；而政府亦加強對影業界的支待，月底公佈的財政預算案，成立三億元的電影基金，幫助解決電影製作的融資和人才缺乏問題。

香港電影影響荷李活，而香港藝人則影響國內演藝界，在國

內眾多的春節晚會中，均看到不少香港藝人的踪跡。中央台的「春晚」收視率最高，但來自香港的表演者卻逐年減少，二零零五年有四個藝人，去年有Twins，今年只有容祖兒獲邀，有論者因此擔心香港藝人在國內的影響力會逐步減退。雖然中央台減少選用香港藝人，但不少地方台主辦的「春晚」仍青睞兩岸三地的紅星。像北京電視台今年便與香港

T V B聯合製作《二零零七北京新春大聯歡》節目，由曾志偉與北京的演員擔任司儀。而上海的東方衛視舉辦的春節晚會，亦不乏香港歌手助陣，可見香港演藝人員在國內地方台仍有一定市場。

* * * *

《成報》涉及錢債官司的事件仍未完全解決，上月《成報》就十一項涉及八萬多元薪金的控罪，被輕判罰款四千二百元，當時輿論認為判罰太輕，裁判官主動覆核刑期，但最後仍維持原判。而強積金管理局本月中亦入稟區院，向《成報》追討去年八至十一月的強積金供款，總數為92.7萬元。事實上，強積金管理局早於去年五月已入稟高院，《成報》追討二零零五年十月至二零零六年三月員工強積金供款。高院其後頒令，《成報》須支付拖欠三百七十六名員工、逾一百三十萬元的強積金供款。

調查指新聞自由較回歸前倒退
積金局追《成報》強積金供款

香港記者協會委託香港嶺南大學於二月份以自填問卷方式訪問了五百零六名新聞從業員，以及用隨機抽樣方式於二月二十二日至二十六日，用電話訪問七百多名市民。調查發現，近六成受訪新聞從業員認為，本港新聞自由

• 廣管局主席開腔撐裁決 合理費客 • 有線推「十元頻道」搶免費

**廣管局主席力撐裁決合理
促檢討廣播內容規管政策**



廣管局主席提出有需要改變現行處理市民投訴的方法。

廣管局早前就香港電台以同志為題材的《鏗鏘集》及無綫電視重播經典電影《秋天的童話》的裁決，引起公眾議論紛紛，輿論中不少反對聲音，要求廣管局收回有關裁決。廣管局主席馮華健在月中首度開腔回應，指有關節目涉及香港的公共政策及富爭議性內容，應遵守持平規定。他堅持裁決合理，廣管局並收到約二千名市民表示支持裁決。但電影業關注裁決對創意製作的影響，該會在三月初舉辦研討會，廣邀各界對此作討論。

馮華健出席港台節目《清談

一點鐘》中再次重申裁決並非針對節目內容，又提出有需要改變現行由廣管局處理市民投訴的做法，建議效法外國改為由持牌人及其所組成的獨立委員會處理市民投訴。如英國及許多海外先進國家已採取有關機制，由持牌人出錢籌組有關獨立非政府組織。

有線推「十元頻道」搶客 進軍影業為有線帶來盈利

* * *

香港最後一本電影雜誌《電影雙周刊》在二月份正式停刊，該刊於一九七九年創刊，由一群電影發燒友合辦，全盛時期每期賣十三、四萬冊。只是《雙周》讀者過去數年大量流失，加上廣告銳減，只得停刊。而香港各大書店現時熱賣的內地雜誌《看電影》，憑大眾化路線及相宜價格，成功佔據香港市場。

不過，有持牌電視台對建議持保留態度，因為業界難免會維護持牌人立場，而多層裁決恐會出現「架床疊屋」問題。

香港最後一本電影雜誌《電影雙周刊》在二月份正式停刊，該刊於一九七九年創刊，由一群電影發燒友合辦，全盛時期每期賣十三、四萬冊。只是《雙周》讀者過去數年大量流失，加上廣告銳減，只得停刊。而香港各大書店現時熱賣的內地雜誌《看電影》，憑大眾化路線及相宜價格，成功佔據香港市場。

廣管局主席提出有需要改變現行處理市民投訴的方法。

面對 now 凌厲攻勢，有線電視亦有連串動作，像推出不同套餐組合、投放額外資源在新聞製作，在四月份開始啟播二十四小時「財經新聞台」等。該台亦在二月初宣佈，將於年中推出每次過支付十元，及購買機頂盒和支付一百五十至三百元的安裝費，便可收看一條綜合頻道；現時有線電視在港覆蓋逾二百萬家

庭，有線希望首年可以上客一百萬。雖然此計劃會分薄每戶月費收入，但廣告收入增加，期望可彌補有關的影響。此計劃傳出後，立即惹來兩家免費電視台關注。亞視發言人指計劃與提供免費電視台無異，無綫電視亦回應指，關注有線推出新台有否違反牌照條款；不過有線表示，已研究過法律條款，有信心計劃不會抵觸發牌條款。

除了在頻道及資源上應變，有線兩年前亦成立了驕陽電影，並投資了幾部電影，像《犀照》在日本奪得福岡電影大獎、《墨攻》則大賺逾千萬元等，令該公司名利雙收，今年計劃最少推出四部千萬製作。有線投資電影可以省回一筆版權費，有穩定片源供應，又可充實影片庫外，而拍攝期間的新聞亦可以在娛樂新聞台播出，可謂一舉三得，加上DVD、VCD 等光碟產品，及未來網上電影及手機電視等新媒體，亦可為電影公司帶來額外收入。雖然有線的電影公司表現理想，但證券商普遍仍看淡有線前景，認為失去英超聯球賽的影響，將在下半年逐步浮現。

■ 梁麗娟



「Click／激」入電玩世界的理由、反應與後果

書名：《Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences》

作者：Peter Vorderer & Jennings Bryant

出版社：Lawrence Erlbaum Associates

出版日期：2006年3月

當眾多國際媒體娛樂工業均面對經濟收益下滑的困擾，現時每年全球營利超過三百億的電動玩具遊樂業，則繼續以年增長達兩位數的預測（未來四年，遊戲軟件營收可望保持在13%的水平），令不少企業家垂涎三尺。

怪不得，一邊廂，關注香港流行文化的幾位大學教授為本土影業的衰敗黯然神傷，咬緊牙關為香港電影政策何去何從覓個究竟；另一邊廂，在「沒有文化政策，只有經濟層面積極不干預」的理念下，前特首早在零四年的施政報告，已振臂高呼，誓要成立電視遊戲創作的培訓中心云云。

一時一地的娛樂事業和流行文化的盛衰固然千絲萬縷，但變化的共性仍有跡可尋。美國阿拉巴馬州大學電訊及電影學系教授Jennings Bryant編寫的新書《Playing Video Games》，以娛樂理論(entertainment theory)——個心理學和傳播學交匯的新研究領域，為我們提供了部份資料。委實，真寧司起初發起出版這本書的念頭，只是源於一個教學上的需要。過往幾年，他一直苦於沒有一本適合研究生使用的娛樂理論課本而煩惱，因此就找來了美國南加州大學安能柏格傳播學院的Peter Vorderer教授共同肩負編輯的任務。他們從電玩產品發

展史、種類、設計事宜、人們玩電玩的動機、選擇的社會心理變項、投身電玩世界的反應、傳播接收的討論、到生活影響，逐一邀請各方面的學者專家，共五十人齊來撰寫。

書中具體而有趣的问题，譬如：談及生理上的病如「任天堂肘」(Nintendo elbow)；心理方面，則討論了電玩與攻擊性暴力行為的關係、喜愛電玩者有甚麼性格特徵、甚麼是電玩癮(video games addiction)、為甚麼電玩這類新媒體在四歲至四十歲年齡層中佔優呢？答案當然不能純粹以新媒體的特性，即數碼互動性，就足以解釋其流行之奧秘，但正如書中某多倫多遊戲開發公司的總裁所言，「電玩的玩家自己就是導演，而劇情推進是實時(real time)的」，單是這點，足夠供娛樂工業家和傳播人玩味半天。

這部厚達四百二十餘頁的書，缺點是收錄的文章多屬美國傳播學上的主流中間派及偏右的研究，沒有左翼學者對電玩文化及其工業的批判，實欠了點有容乃大之學風，也是作為一本教科書的瑕疪也。

澳洲公立學校封殺YouTube

互聯網短片分享網站

YouTube成為不少年輕人新的「共享場所」。但最近在澳洲，這個熱門分享平臺卻演變為校園欺凌的工具。維多利亞省(Victoria)政府甚至決定在公立學校封殺YouTube，不准學生在校內的電腦瀏覽這個網站，以遏止校園暴力。

澳洲教育部長最近宣佈禁制



学校的電腦，將YouTube列入過濾名單上。引起今次禁制的導火線緣於去年底，一名十七歲輕度弱智的少女，在網上結識兩個男孩後相約見面，豈料兩人聯同其餘十名童黨，在墨爾本一條河邊集體凌辱她。淫辱少女的影象片段在去年底曝光，引起社會一片譁然。片段除了上載到YouTube

被廣泛流傳外，童黨更燒製成DVD向同學兜售。目前當地警方

仍在調查這宗案件。

此外，墨爾本大學教育學系最近發表的一份調查報告顯示，在六百五十名受訪者中，百分之三十二年齡介乎十二至十七歲的學生指自己是網上欺凌的受害人，情況引起當地社會關注。

內地網絡「拼客」及「換客」

* * * *

內地的網絡世界中，近年興起「拼客」和「換客」一族。拼客的「拼」指的是幾個人甚至上百上千人集中在一起完成一件事或活動，而「換」則是用以物易物的一種網上交換之風。在剛過去的春節假期中，這批拼客在網上討論區中大行其道，「拼吃年夜飯」、「年貨換年貨」等貼文比比皆是，「拼」和「換」可謂中國網絡新人類一種獨特文化。

根據內地的調查顯示，「拼客族」主要集中於上海、北京、廣州和深圳等一線大城市，以白領和學生等年輕人為主。拼客緣於AA制消費，目的是攤分成本、共享優惠並可從中交朋結

友。常見的拼客形式有拼房、拼飯、拼玩、拼卡等。只要你願意，甚麼都可以上網找人互拼。內地網民就有一句口號：「只有想不到，沒有『拼』不到」，「拼消費」成為都市青年人的另類生活時尚。

至於「換客族」多是廿五至三十五歲的網民，大部份來自北京和上海。他們認同需求決定價值，即使有時換回來的物件與實際價值不等，但只要能體驗換物的樂趣已足夠。有網站看準機會，以這批喜歡以物換物的年輕人為服務對象，有「換物網」聲稱已有接近二萬多宗成功的換物記錄，其中以數碼產品最為熱門。



1. EMBARKING ON THE DIGITAL JOURNEY

Digital switchover is becoming global, with large cities rapidly making the change to digital transmissions in keeping with government-set timelines. For much of Asia that has yet to board the digital bus, there are lessons to be learnt from countries in and outside the region that are well on their way.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

February, 2007

2. IS CONTENT STILL KING ?

Content is fundamental to the IPTV revolution, but the technology's disruptive influence means it is no longer sufficient. To focus exclusively on content misses the point. It's no longer about sending it out and being done. It's about engagement.

BROADCAST

February 9, 2007

3. TERRESTRIALS : ON TARGET ?

Terrestrial broadcasters in the United Kingdom are rolling out VoD strategies across their own sites and multiple IPTV platforms. But each has a different approach. This article examines the thinking behind their offering.

BROADCAST

February 9, 2007

4. ALL TYPED OUT?

What's next for blogs or Web 2.0 in general? Some say that the blog phenomenon is in the midst of the hype phase. But even if many casual bloggers do drop out, blogs have achieved widespread penetration into the mainstream media and corporate world in a remarkably short span of time.

PC MAGAZINE

March 6, 2007

5. ADVERTISING GOES MOBILE

Welcome to the medium that could become the biggest thing in advertising since TV - the cellular phone. With more than two billion users around the world, the potential reach alone has advertisers drooling. But what really gets them going is that the cellphone could become the ultimate, targeted, personal marketing machine.

FORTUNE

March 5, 2007

6. IPTV OR ELSE : WHY TELCOS ARE DOING IPTV WHETHER THEY WANT IT OR NOT

Telcos and broadband companies around the globe are jumping like crazy onto the IPTV bandwagon. But despite optimistic forecasts of worldwide IPTV uptake, given the high investment costs, most telcos would rather avoid the IPTV trail. It's just that in most markets, they have no choice.

TELECOM ASIA

November 2006

7. 網路上的新聞道德學

當主流媒體受到輿論、法律或新聞道德制約與管轄時，網路上使用者自製內容卻未受到管制，更多的人性尊重與思考，將會是網友最終的學習。

《數位時代》

2007年 第146期

*《傳媒透視》由香港電台出版，新媒體拓展組編製。查詢及來稿，請聯絡執行編輯張玲玲小姐。

<Media Digest> is published by RTHK and produced by New Media Unit. Enquiries and contribution, please contact Managing Editor Miss Mayella Cheung.

電話 / Tel : (852) 23397670 傳真 / Fax : (852) 27941137 電郵 / E-mail : cheungll@rthk.org.hk