

目 錄

· 未有民主，不宜成立「超級」傳媒監管局 (陳貝琼)	2 - 3
· 兩岸三地華文公民新聞媒體與博客新發展 (莫乃光)	4 - 5
· 資訊科技發展有助國家強化現代服務業 (黃錦輝)	6 - 7
· 俗世清流：談美國的公共廣播 (李銳華)	8 - 9
· The Other PSP - Public Service Publishing (Peter Olaf Looms)	10 - 11
· 新世紀東亞電影新貌 (焦雄屏)	12 - 13
· 2005-2006：台灣電影產業的困境與發展 (林文淇)	14 - 15
· 十二月傳媒記事簿 (梁麗娟)	16 - 17
· 傳播書刊介紹 (葉智仁)	18
· 傳媒掠影	19
· 傳媒參考資料	20

傳 媒 監 管 局

全

國人民代表大會常務委員會
於上月廿九日正式否決二零

一二年香港實行普選，對香港政

制發展當然是一大轉捩點。這個

決定，其實對傳媒發展也有深遠

影響，關鍵在於政府應否在未來

十年沒有真正民主的環境下，把

電訊管理局和廣播事務管理局二

合為一，成立一個重量級的監管

機構，名為「通訊事務管理

局」。

有關成立此監管局的諮詢早於二零零六年結束，業界亦已向政府提出意見，政府也曾向其他有此經驗的國家取經，看來萬事俱備，只待一錘定音。

總結英國把五個有關傳播監管機構合併為一的經驗，及學術界和國際組織對這類監管機構的研究，我認為一日行政長官和立法會並非由普選產生，「通訊事務管理局」都不宜成立，否則，該局認授性和獨立性會成疑；其超大的權力，缺乏制衡，可能會影響言論自由和創作自由。

超大的權力缺乏制衡

港府建議合併廣管局和電管局，一大理由跟合併九廣鐵路和地下鐵路一樣，都是為了增加協同效應。此外，政府也考慮到媒體發展趨向多功能，好像手機可以用作睇電視、上網、睇電影。業界經營的生意範疇也多元化，

電訊商不單提供網絡，還會製作節目；而電視台將來也可能染指電訊商的生意，提供流動電視網絡兼節目。

媒體的界限愈來愈模糊，但政府目前只按傳統媒體的性質而分門監管，這對業界、消費者和有意投資的財團來說，都顯得過時和不公平：電訊歸電管局，電視和電台歸廣管局，各有發牌規定和程序；電管局管頻譜分配、技術質素和業界競爭是否公平，而廣管局則有權對節目質素提出調查和懲處。

根據政府的構思，新成立的「通訊事務管理局」，將來統一負責電訊商、電台和電視台的發牌和監管，務求監管要求較目前各有各做更公平和一致，並可簡化程序。

我先不談兩局合併後會否增 加效益，最值得關心是這個將來對傳媒通訊操生殺大權的超級管理局，有何制衡？事實上，學術界和國際媒體組織對於這種近年興起的「滙流監管機構」(converged regulator)所作的研究，最關注的是這種機構的中立性，特別是政府會否透過此監管機構，干預言論自由。

聯合國轄下主管信息通訊技術的國際電聯(International Telecommunication Union，簡稱 I T U) 和世界銀行創辦的

Information Development Program

(簡稱 InfoDev) 零七年發表的報告，形容此為「political capture」

的危機：(媒體)監管機構必須獨立，兼顧社會各方面的利益和意見。而滙流監管機構若從屬於政府，只向政府負責，其獨立性很可能成疑問。

該兩個國際組織還提出，滙流監管機構要發揮其效用，不受政府或者業界左右，社會必須有以下三個有利條件：具制衡力的政治制度、法治和專業人才。

香港情況有別英國經驗

英國於二零零三年十二月合併五個媒體監管部門為一，成立 Office of Communications，成為發展滙流監管機構的世界先驅，學術界都就英國經驗，作出研究。在短短的日子裡，這個新監管機構減省了成本和人手，向業界徵收的一些牌費也可降低，消費者的口袋也因而受惠。

更重要的研究發現是，在過去幾年，未有投訴指英國政府影響這監管機構的運作，言論自由也未有受損。取得此佳績，主要歸功於政治和法治制度的健全。Office of Communications是法定機構，董事局成員由(民選)政府委任；其權力來自法例，權限也受制於法例，亦即是說，權力來自民選國會。它的經費雖百分百

未有宣成立「超級」

來自向業界徵收的牌費，但每年要向國會呈交年報，並接受審計署作衡工量值審查。

港府計劃成立的「通訊事務管理局」，同樣是法定機構，形式上和英國的 Office of Communications很相似；甚至二零零六年政府發表諮詢文件前數個月，廣管局還邀請Office of Communications的副主席Richard Cooper來港演說，大談英國的經驗。但港府的構思和英國的Office of Communications 比較，只是形似，由於香港欠缺英國政治制度上的優良土壤，所以我預期這個監管局會很易受政府或商界影響，獨立性會備受質疑。

首先從其權力來源說起。

「通訊管理局」的權力將源於法例，審議和通過法例的立法會只有一半議員（共三十名）由普選產生，另一半來自功能組別小圈子產生。

國務院港澳辦副主任張曉明提出「普選與功能組別並無排斥」的言論後，邁向普選的未來十年，功能組別看來不會輕易廢除。這個以財團利益和親政府為主的立法會，會審議和通過怎麼樣的法例，以賦予「通訊事務管理局」的權力呢？

另一個角度是人事安排。

「通訊事務管理局」的董事局成員全部由行政長官委任，缺乏公

眾認授性的行政長官，何以保證其委任的董事局成員，不偏不倚地執行公平而又兼顧各方利益的政策？

本月八日東區法院裁判官游德康對「民間電台」非法廣播一案所作的判決，正是針對行政長官操電台發牌的最終話事權，卻缺乏制衡。游德康在其判詞指出，「電訊條例」訂明的電台發牌制度，行政長官根據廣管局的建議，決定發牌與否，然而廣管局一半成員乃由行政長官委任（按：另一半成員為官方成員）。

欠缺獨立的發牌機制，違反基本法和人權法對市民有言論自由的保障。於是，游德康裁定要撤銷「民間電台」六名成員非法廣播的控罪。（律政司對此判決即時提出上訴，並向法庭申請禁制令，要求法庭基於公共安全理由，禁止「民間電台」廣播。本文截稿前，法庭並未就此作出判決。）

另一令人憂慮之處，是政府傾向保留電管局和廣管局的原班人馬，過渡至新成立的管理局；換言之即以公務員為主導。這樣的手部份原來監管部門的公務員，近四份之一的人手皆為新聘的。

政府的立場曖昧

法定監管機構，在香港並非電視台的監管，事關重大，不單影響投資意欲，還關乎本港言論自由程度。現在廣管局可就市民投訴，向電台和電視台的節目內容，進行調查，裁定有否違反守則，並有權作出懲處，輕則是口頭警告，重則是罰款，甚至暫時吊銷牌照。至於將來若「通訊事務管理局」成立，這種對節目內容的監管，會否伸延至電訊商提供的服務呢？

港府在有關成立「通訊事務管理局」的諮詢文件中，偏偏沒有就內容監管上，提出政府具體的看法，只是很籠統地說任何有關節目內容的監管，政府會確保言論自由和消費者利益得到保障。

相對之下，港府的構思，比對新監管模式不安。所以我認為未有民主制度前，香港不宜設立「通訊事務管理局」；這個機構即使會產生協同效應，為庫房節省不少，但遠遠不能補償對言論自由可能帶來的損耗。

英國保守，當年英國 Office of Communications成立之時，只接

■陳貝琼
新聞及傳播學院導師
香港中文大學

公民新聞媒體



去年十二月底，筆者到了台灣，參加一個名為「2007城市數位論壇」的活動，是由台灣數位文化協會、中國時報電子報、台北和高雄市政府聯合在兩個城市主辦，並得到多個市級和台灣政府單位，包括經濟工業局和外交部等的協辦。

論壇的講員除了筆者來自香港，介紹了香港的互聯網和Web 2.0發展之外，最受注目的是來自中國大陸的著名podcast播客新聞網站《反波》的兩位主持人——平客和飛豬。他們也是大陸著名的博客作者，這次他們能到台灣作交流，其實主辦者已經排除萬難方可成事，機會難得。

內地大膽創新的新媒體

《反波》在網上以另類手法報導及評論主流大陸媒體少有觸及的題目，加上以公民參與、新聞採訪、評論和報導的方式，配合主流大陸媒體絕無僅有的幽默風格，在內地的政治和社會環境下，是非常創新而且大膽的，連他們的口號也叫「All radios go to hell」，也因為《反波》的突破，在二零零五年推出後在網上風行，非常受歡迎。至於《反波》這名字，是因為平客和飛豬兩位在創辦這網站時，以網上電台為本，而收音機的廣播頻道稱為長波、中波、短波，作為網上收音

年十二月底，筆者到了台灣，參加一個名為「2007城市數位論壇」的活動，是由台灣數位文化協會、中國時報電子報、台北和高雄市政府聯合在兩個城市主辦，並得到多個市級和台灣政府單位，包括經濟工業局和外交部等的協辦。

機的反傳統podcast新媒體，所以就選了《反波》這名字。

飛豬在論壇上舉出了兩個報導例子，解釋《反波》的特色。

去年四月美國維珍尼亞州發生大

學校園槍擊殺人事件，事發初時傳出兇手是華人的消息，在華人網絡社群中在那幾個小時間有極大迴響，而《反波》就快速地以電話成功聯絡上一位在事發大學就讀的中國留學生，得到她提供有關事件的當地第一手資料，並將錄音上網作為報導。

另一個例子，是早前《時代周刊》做一期「自我一代」(Me Generation)為題的封面故事，說中國很多年輕人喜歡享樂、不關心政治，在內地網上引起很大的迴響，尤其是其中一個受訪者，是內地一個著名博客Vicky Yang 的發言受到很多內地網民抨擊，但後來他否認他曾經這樣說，而《時代周刊》則堅持沒有誤導，特別的是Vicky Yang不肯接受傳統媒體的採訪，但卻接受podcast的「原音重現、不被斷章取義」方式。《反波》就成功地把三方個人觀點呈現一起，讓網民得到清楚的第一手公開訊息，對結論自作決定。

《反波》還設有一個「超級難說」的環節，專門選擇一些特

色、具爭議性的社會議題來討論，別說在中國內地，一些題目

香港主流媒體也不太敢談，在網上世界中中國內地反而更突顯開放。

這些話題探討報導，與一般電台甚至電視的報導，都具有互

聯網媒體的特色，首先，互聯網不受電視、電台的格式、時限、播出時間等限制，而選題更貼近

互聯網用戶關心和有興趣討論的話題。但《反波》亦指出，雖然他們的網站只是業餘，但仍要很

小心去證實報導內容的準確性，否則網民指正的反應之快和多，可說是驚人的，所以他們的壓力也並不小。

台灣公民媒體的社會力量

台灣輔仁大學新聞傳播系講師陳順孝亦就台灣的網絡公共新聞趨勢報告，台灣的公民新聞發展得更早和成熟，有點是因為台灣的地下報章和地下電台，早已有了傳統，《南方電子報》始於一九九五年，《苦勞網》也十歲了，並得到傳統媒體獎項，證明已得主流認同，其他還有《環境籤》、和集合地區視像的《Peopo 公民新聞平台》，各自精采。《Peopo》甚至主辦公民新聞獎頒發給用戶網民，也有公民記者得到政府發出的記者證。在台灣，

文展新客三岸兩與

公民媒體已細分主題，像保育、環境、社會福利、教育等，突破主流媒體，成為社會改革力量。

香港雖然也有數個網上電台和公民新聞網站，但在資源、人力、讀者和社會影響力都不及台灣；去年保衛皇后碼頭事件為例，香港公民新聞網站《獨立媒體》發揮了很好的動員能力，而去年初台灣亦發生由為興建捷運新線而要把樂生療養院古蹟遷拆，網上媒體動員環保團體反對，籌集了二百萬台幣在報章主流媒體刊登廣告，爭取到原址部份保留，雖然保育人士仍未滿意，但行政院長蘇貞昌已要三度道歉。此外，就是內地的重慶釘子戶和廈門化工廠例子，亦反映出網絡公民活動的影響力，結果都比香港皇后碼頭情況「成功」，可能亦同時顯示香港的強政管治手法。

也許在香港我們太過重視主流媒體，至短視的程度，以致對新媒體投資不足，這不止是在主流媒體的現象，甚至在社會運動者中亦然。像有人至今不惜挑戰電訊法例作「非法廣播」，其公民抗命精神可嘉，但既然如此，除非是為了犯法而犯法，否則何不把時間、資源集中放在網上媒體，作像《反波》或《Peopo》這些方式，必定比又一個收音機頻道能達到更佳的社會效應。

博客文化的多元和成熟

論壇也請來了韓國的講者，他是著名社會網絡網站Cyworld的創辦人之一楊勇俊。除韓文外，Cyworld現在已設有中文、日文和英文等版本。楊與很多網絡創業者一樣，是屬「連環創業」一類，現正創辦新的社會網絡公司，也得到創投公司垂青，經常風塵撲撲地奔走太平洋兩岸。這個新的Storyblender服務尚未推出，現時只供「預先張揚」式網上註冊。

另外，論壇也給我與不少台灣的博客作者和搞數碼內容的朋友認識交流，他們也流行網上自設特式網名，像工頭堅(Ken)、Carol、Vista等，都活躍於台灣數位文化協會。台灣的博客作者們大致上不單開始得比香港早，組織性亦比較強，已發展為一個有社會影響力的創意文化群體，亦得到主流媒體和政府的支持和認同，是次論壇就是一個例子。

與這次論壇同時舉行尚有一項「2007 全球華文部落格大獎」，今年已是第三屆，得到中時電子報和政府贊助，設有生命記錄、生活品味、幽默趣味、教育應用、訊息／觀點、商業應用、公益應用、社群經營和青少年等各種不同類別的大獎，頒獎典禮辦得有聲有色，以金像獎形式進行，主持、頒獎者都是博客作者和傳媒人，頒獎的與得獎的

在台上都表現得幽默自如，整個活動的成功和娛樂性，反映當地博客文化的多元和成熟。

大獎活動的另一指標，是參選的博客數目多達七千多個，是去屆二千幾個的近三倍之多，參加和得獎的，雖然仍然大部份來自台灣，但亦有來自香港和馬來西亞等地。特別值得一提的是，來自香港的「蕭sir」的《英文由F字學起》博客，以別具一格的風趣手法教導對付港式英語，的確是為港爭光，也證實在香港好的博客大有人在。

把科技應用與文化結合，鼓勵多元化表達和言論，是Web 2.0 重要的發展方法，互聯網和資訊科技要超越科技，來入人群，參與文化。而且人與人的交流可打破一切政治隔膜，平客在台灣說，在互聯網上早就「三通」了，香港也必須找出自己的角色貢獻及把握。希望香港能把這方面的發展，納入創意產業範疇，大力地推廣和教育以達到更多業界——包括資訊科技、互聯網、媒體和文化界——的合作發展，政府的認同和支持，和最重要的網民積極參與和表達，這才不會辜負了兩岸三地可能是最先進的基礎建設和最友善的商業經營環境。

國家強化現代服務業

根據經濟學理論，一個國家的主流經濟活動會隨著它的經濟發達程度而不斷地轉移。主流經濟活動大概可分為三大類，分別為以農業、製造業及服務業為主導的第一、第二及第三產業。發達國家如日本、英國、美國等，都曾經經歷過從第一至第三產業漫長的轉移過程。中國作為全球發展最快的發展中國家之一，固然也不例外。

自一九八五年，中國便積極朝著第三產業發展目標邁進。基於此目標，更於一九九七年十五大報告最早提及發展「現代服務業」的綱領。服務業是指那些提供非實物產品(intangible goods)為主的行業，例如金融、旅遊、娛樂……等行業。現代服務業大力推動各行各業廣泛利用創新科技來提高服務效率及質素，從而達到減低成本、增加收入的效益。

重視現代服務業發展

從宏觀層面看，現代服務業將成為未來幾年中國產業發展之重點之一，相應技術支援特別是



資訊及通訊科技將得到國家重點支持發展。

困難一：缺乏普及互聯網教育

資訊及通訊科技(Information and Communication Technology, ICT)將得到國家的大力支持。這策略性的目標，已在不同的國家級檔案中明確記載，例如：

- * 「『十一五』期間要大力發展現代服務業，要運用現代經營方式和資訊技術改造提升傳統服務業，提高服務業的比重和水準……」（資料源於《中共中央關於制度國民經濟和社會發展第十一個五年規劃的建議》）；

* 「現代服務業與資訊產業並重，設立了資訊產業與現代服務業領域，並把『現代服務業資訊支撐技術及大型軟體』作為優先主題……」（資料源於《國家中長期科技發展規劃綱要(2006-2020)》）；

- * 「把『加快服務業資訊

化』作為我國資訊化發展的戰略重點，指出『優化政策法規環境，依託資訊網路，改造和提升傳統服務業。加快發展網路增值服務、電子金融、現代物流、連鎖經營、專業資訊服務、諮詢仲介等新型服務業。』大力發展電子商務，降低物流成本和交易成本……」（資料源於《國家資訊化發展戰略(2006-2020年)》）等，都是箇中鮮明的例子。

然而，在擴大互聯網用戶群之間，很難避免會產生一連串「軟性」問題，其中較嚴重的包括「資訊認知」(Information Literacy)以及因「全球一體化」

資訊科技發展有助

(Internationalization) 所導致的社會衝擊。由於現時內地的互聯網熱潮正盛，有關互聯網培訓課程的開辦數目猶如雨後春筍，但這些課程絕大多數都以技術為主，並沒有涵蓋如「資訊科技與道德」(I.T. Ethics)、「科技與社會」(Technology in Society)、「網上治安」(Internet Security)等「軟性」的課題，因此在中國，因互聯網而衍生的罪案正在與日俱增。若這教育上的缺陷不盡快被填補的話，那麼當中國真的擁有十三億或更多的網民時，整個國家甚至全世界的網上秩序也會大亂，更甚者全球經濟發展也因此被拖累。

困難二：在互聯網政策上中國與其他國家往往不一致

全球一體化大力推動資訊共融，讓每個人不論國籍、年齡、宗教、性別等，都享有同等權利，能夠在互聯網上獲取信息。發達國家如美國，都極度支援資訊自由這個理念，但中央政府在這議題上，則持有不同的觀點及原則，因此導致不少負面新聞(例如雅虎的「師濤事件」)，亦連帶中國代表在出席不同的國際互聯網會議(如在Internet Governance Forum，ITG)時，常常在網上言論自由、私隱保護等議題上被其他各國代表質詢。若我們考慮

到國家自身的社會背景，中央政府的立場是可以理解的，但我們又怎可要求其他國家代入其中，接受中國的理由呢？歸根究底，爭拗源於中國在互聯網資訊監管上的政策確實與其他國家不一致，這樣會大大影響外國互聯網公司進軍中國的計劃，繼而拖慢中國實現在現代服務業發展中全方面國際化的目標。

問題三：服務業人力資源不足

中國要促進現代服務業發展，有賴第一產業向第三產業的快速轉變。據已故法國經濟學家Jean Fourastié (1907-1990)估計，發達國家在三大產業的就業相對比重應達到 $10\% : 20\% : 70\%$ 水準。但根據零五年的數據統計，中國仍未達標。第一產業就業比重過高(13.1%)，遠高於日本的



內地的互聯網監管政策有別於其他國家。

結語

國家為未來的現代服務業已定下明確指標，目的是要達到三個 70% 以上，包括：

(一) 服務業的產值佔國民總產值之 70% 以上；
(二) GDP增長的 70% 以上，來自服務業；及
(三) 70% 以上的從業人員從事服務業。

但本文所述的理據，明顯地反映出若要達標，國家還須努力。筆者認為，這正是香港大展拳腳的大好時機。趁中央及國內城市正忙於解決以上問題時，我們應憑著在世界互聯網界的領先地位，大力發展，把握機會，爭取成為國家對外的國際電子服務樞紐。

■黃錦輝
香港中文大學工程學院副院長
(外務)／香港資訊科技聯會會長

2%、英國的2%及美國的3%。相比地第三產業就業比重過低，僅為 31% ，遠低於日本(63%)、英國(73%)及美國(75%)的數字。這反映出國家須要在人力資源培訓，尤其是資訊及通訊科技教育上多加把勁，方能提供足夠人材來支撐未來的現代服務業。但在推動培訓之餘，亦不容忽視上面所述的「科技與道德」教育。

談 美 國 的 公 共 廣 播

香港電台今日風波不斷，政府的司辯士(spin doctors)屢屢拋出煙霧，說是因管理不善、行政紊亂。其實，明眼人都看得出，真正的原因是部份保守派人士不喜歡港台，務求除之而後快。二零零七年三月，政府委任的《公共廣播服務檢討委員會》發表報告，理不直、氣不壯地提出要「另起爐灶」，重新成立一個新的「香港公共廣播公司」。殺台心切，也顧不上報告前後的一致性。委員會先說它不談港台去留問題，卻指明香港電台不應過渡成為新的「香港公共廣播公司」。其前後矛盾之明顯，令公眾側目。

面對連番的針對、打壓，香港電台前途未卜，風雨飄搖。這看似是一時一地的獨立事件。其實，在太平洋的彼岸，美國的公共廣播系統，近年何嘗不是備受保守派人士和布殊政府的連番打壓？

美國公共廣播系統聯邦制

在很多國家，公共廣播服務主要由一個單一版塊的機構提供，如在英國有「英國廣播公司」（BBC）、在日本有「日本放送協會」（NHK）等。在美國的情況有點不同，美國的公共廣播系統的架構，很有聯邦制的味道。在全國不同城市或地區，有

面對連番的針對、打壓，香港電台前途未卜，風雨飄搖。這看似是一時一地的獨立事件。其實，在太平洋的彼岸，美國的公共廣播系統，近年何嘗不是備受保守派人士和布殊政府的連番打壓？

總台心切，也顧不上報告前後的一致性。委員會先說它不談港台去留問題，卻指明香港電台不應過渡成為新的「香港公共廣播公司」。其前後矛盾之明顯，令公眾側目。

快。二零零七年三月，政府委任的《公共廣播服務檢討委員會》發表報告，理不直、氣不壯地提出要「另起爐灶」，重新成立一個新的「香港公共廣播公司」。

香港電台今日風波不斷，政府的司辯士(spin doctors)屢屢拋出煙霧，說是因管理不善、行政紊亂。其實，明眼人都看得出，真正的原因是部份保守派人



美國公共廣播在民主社會基礎下頂住連番打壓。

俗世清流公信力第二

國民不會受到官方宣傳，一九四八年的 Smith-Mundt Act (Section 501) 明文禁止「美國之音」對美國國民進行廣播。

二零零五年的一項調查顯示，百份之四十一的美國人認為 PBS是最可信賴的新聞及公共事務節目提供者，超過其他廣播網絡。二零零三年的另一項調查則發現，百份之九十的受訪者認為PBS提供了高質素的節目；百份之六十一的受訪者則認為NPR提供了高質素的節目。另外，百份之八十的受訪者認為PBS的節目公正而且均衡；百份之五十五的受訪者則認為NPR的節目公正且均衡。

公共廣播的一個重要價值，是它能豐富了媒體的生態，使其更加多元化。而且公共廣播台傳統上比較不受商業利益和政治壓力所左右，往往是俗世中的一股清流。其中一個很好的例子，發生在二零零三年布殊政府向國民

俗世清流：

「推銷」伊拉克戰爭的前後。話說二零零一年「九一一」恐怖份子施襲之後，美國國內廉價愛國主義氾濫，各個商業媒體害怕被人視為不夠愛國，因而自我審查，不敢質疑政府的政策，結果間接地當了布殊政府的幫兇，促成了一場不必要而無辜害死近九萬平民的人禍。

美國人的民意是怎樣形成的呢？據馬利蘭州大學的一項調查顯示（二零零三年一月至九月間），很多美國人把一些基本事實搞錯了。48%的人錯誤以為已經找到證據證實伊拉克與恐怖組織阿蓋達有關連；25%的人錯誤以為在伊拉克已經找到大殺傷力武器；22%的人以為世界輿論支持美軍出兵伊拉克。

基本事實，是人們作出判斷的基礎。統計顯示，將這三項事實搞錯愈多的受訪者，便愈傾向支持美軍出兵。三項都搞錯的，有86%支持出兵；兩

	FOX	CBS	ABC	NBC	CNN	印刷媒體	PBS/NPR
三項全對	20%	30%	39%	45%	45%	53%	77%
錯一項或以上	80%	81%	61%	55%	55%	47%	23%

項目搞錯的73%；一項搞錯的53%；而全部事實掌握正確的，則只有23%支持出兵。

美國人是怎樣把這些基本事實搞錯的呢？原來與他們所收看的新聞來源有極大關係。收看和收聽公共廣播（P B S / N P R）的，大多能掌握正確事實；而收看其他商業媒體的，包括「霍士」（F O X）與「哥倫比亞」（C B S）等則較少能掌握正確事實。（見表）

很多人也許會覺得，新聞自由、媒體報導的客觀與公正等，這些看來是抽象而不切身的概念。但是從以上的例子可見，這些概念，縱然抽象，卻又絕對重要。傳媒能影響民意，民意影響政府政策，而政府政策影響巨大，偶一不慎就會闖出大禍來。在香港如S A R S的處理，在美國如戰爭的發動，小能令社會不寧、大能奪人性命，千萬人頭落地。新聞自由，是絕對嚴肅的課題，不容玩火！

受到保守派及政府的連番打壓

清流與當權者往往是不相容的。現代民主社會的核心價值卻是有 limited power、互相制衡，而當權者和保守派卻貪求行政主導，不喜歡受監察。在美國，公共廣播系統堅持作客觀及有深度的新聞報導，而保守派及布殊政府就對

項目搞錯的73%；一項搞錯的53%；而全部事實掌握正確的，則只有23%支持出兵。

美國人是怎樣把這些基本事實搞錯的呢？原來與他們所收看的新聞來源有極大關係。收看和收聽公共廣播（P B S / N P R）的，大多能掌握正確事實；而收看其他商業媒體的，包括「霍士」（F O X）與「哥倫比亞」（C B S）等則較少能掌握正確事實。（見表）

很多人也許會覺得，新聞自由、媒體報導的客觀與公正等，這些看來是抽象而不切身的概念。但是從以上的例子可見，這些概念，縱然抽象，卻又絕對重要。傳媒能影響民意，民意影響政府政策，而政府政策影響巨大，偶一不慎就會闖出大禍來。在香港如S A R S的處理，在美國如戰爭的發動，小能令社會不寧、大能奪人性命，千萬人頭落地。新聞自由，是絕對嚴肅的課題，不容玩火！

看到美國和香港的公共廣播與保守派的磨擦，處境不同，卻把撥款額度恢復到原來的水平。是，美國民眾每次都作出了強烈反對，結果是連續三年都成功將這些打壓行動擊退，國會最終都對公共廣播的聯邦撥款。可是，美國民眾每次都作出了強烈反對，結果是連續三年都成功將這些打壓行動擊退，國會最終都把撥款額度恢復到原來的水平。

似曾相識、但又何其不同

看到美國和香港的公共廣播與保守派的磨擦，處境不同，卻又彷彿相似。似曾相識、但又何其不同。美國是民主社會，而香港不是。在美國，保守派人士和布殊政府近年多番打壓公共廣播，但公共廣播在民意的強力支撑下都由國會把這些打壓行動頂住了。

在沒有民主的香港，雖有民意的支持，正在公共廣播的香港電台能頂住保守派的打壓嗎？

Public Service Publishing

Quality, Expertise and Social Media

One of the most heated media debates involves the collision of old and new media and focuses on quality and the role of expertise.

Andrew Keen's book "The Cult of the Amateur" argues that the so-called Web 2.0 revolution is based on the promise of bringing more truth to more people. Yet there are frequent revelations that all is not well with the reliability, accuracy and veracity of the information we get on the Internet. Many valued cultural institutions – the professional media - are being challenged by a wealth of amateur, user-generated, free content unfettered by the existing checks and balances of professional standards and editorial control. Keen regards this as a serious problem from both a cultural and economic perspective.

James Surowiecki in "The Wisdom of Crowds" argues the case for collective decision-making – why the many are smarter than the few. His well-chosen cases – often counter-intuitive – provide evidence that in certain circumstances, collective estimates and choices outperform those of experts. Harnessing such collective expertise is a potential that has not yet been fully exploited in his view.

One of the most vitriolic debates concerns the need for experts and editorial control. It lead in September 2006 to Larry Sanger (one of the founders of Wikipedia) abandoning his own joint creation and setting up a collectively produced reference work called Citizendium with explicit and transparent editorial control. The nature of the debate can be followed in blogs such as Shirky (2006) in which the issues of quality, expertise and experts were aired.

A more measured and insightful contribution to the debate is Henry Jenkins' "Convergence Culture – where old and new media collide". Jenkins offers a detailed analysis of several recent media phenomena: "spoilers" working collectively on reality shows to identify the finalists and winner of the series before the final episode, the importance of Harry Potter as a stimulus for media literacy among teenagers and the new relationship between politics and popular culture. Jenkins sees convergence as a cultural rather than a technological phenomenon, something that changes the roles and balance of power of the various stakeholders in popular culture and media in ways that most of us have not yet fully understood.

Social Media, Organisational Framework and Business Models

One of the issues that became painfully clear in 2001 in connection with the "Dot Death" meltdown of commercial Internet initiatives is that new media also require funding – there is no such thing as a free lunch.

Prior to 2001, a number of initiatives were set in motion with little or no regard to the organisational framework and the need for a sustainable business model. Since then, a lot more thought has been devoted to sustainability, both in terms of the development and maintenance of the product itself and in terms of the economic aspects of media production and distribution.

The Dot Death phenomenon also had an impact on the balance between old and new media. From having been given the image of huge, unresponsive media dinosaurs

"old media" began to use their assets in new ways and come to terms with the challenges of the Internet (and to a lesser degree games and mobile devices). While the traditional media companies may not fully have got up to speed in a world of cultural convergence, they are making concerted efforts to do so. All of them need to realign their strategies to take into account that people are not just consumers of media but have acquired a broader range of media habits. Increasingly they want a say in the matter, they want to take part and even create media themselves.

What the events of the last two to three years show us is that social media have come to stay. We may not find the term Web 2.0 particularly helpful, and the semantic web may be an unreachable Holy Grail, but even so, "professional media" will have to coexist with user-generated content. So rather than begrudge the existence of social media, it seems to be more realistic to examine their nature and to discuss the organisational framework in which social media can be created and shared in a sustainable fashion.

On next issue, I'll continue to talk about the possible scenarios for assuring the sustainability of social media in the future, and use some examples to show how Public Service Publishing (PSP) as a natural extension of the public service broadcasting remit.

■ Peter Olaf Looms

Senior Consultant
DR Media (Strategy and Projects)
DR (Danish Broadcasting Corporation)

The Other PSP –

The term Public Service Broadcasting has been with us for decades. Its origins can be traced back to the establishment of the BBC and the availability of radio and television broadcasts as a public good. With the emergence of information services like teletext and the World Wide Web, new distribution networks such as the Internet and the GSM mobile telephone network and media such as electronic and video games, it became necessary to shift the focus from public service broadcasting (PSB) to public service media (PSM).

This paper takes a close look at social media and the issues of quality, individual and collective expertise. It highlights four possible scenarios for assuring the sustainability of social media in the future. Using examples showing how public service broadcasters are already engaging in social media, it argues the case for Public Service Publishing (PSP) as a natural extension of the public service broadcasting remit.

PSP – what's in a name?

As Christian S. Nissen (2006) mentioned in a recent report, ‘a

special and contentious issue at present is the role of public media in the field of “new digital services”. Commercial media players argue that PSM should stick to traditional radio and TV broadcasting and stay out of emerging areas such as the Internet and the nascent market for mobile services. If allowed to work with Internet services, the argument goes that PSM should limit their activities to services directly linked to broadcasts and should not offer content independent of radio and television programming.’

‘An example of this line of reasoning is to be found in several complaints about [European] public broadcasters raised by private companies. In recent years, the Commission has conducted special investigations in public media activities outside the traditional (read: broadcast) programming activities of public media. It seems here that some “online information services” can be accepted by the Commission. It still remains to be seen how the term “information service” ultimately will be defined. Whether it will lead to restrictions limiting broadcasters to information services linked to their broadcast

programming or will apply a broader definition allowing for broadcast-independent services in parallel to full-scale radio and television broadcasting remains to be seen.’

‘If they were not to do so, public media would lose contact with a growing number of citizens. The changes in the media consumption patterns of audiences under the age of 25 – already on the move from broadcast to new media – is a warning illustration of this threat.’

On a different policy front, in the course of 2004, a new acronym emerged. Most of us associate PSP with a handheld games device from Sony, but it also stands for Public Service Publishing. It is the latter connotation that I wish to explore, which some media professionals chose to call “the other PSP”.

In the last five years, radio and television have moved from being the dominant electronic media to a world also influenced by the Internet and mobiles. We are seeing the transition from media consumption to consuming, participating in and creating media. The creation process is not necessarily an individual endeavour; collective or social media are also play an increasingly important role. As a result the nature of media creation and use needs careful re-examination.

The growth in these social media brings with it a number of challenges.

- What constitutes quality?
- What is the role of expertise?
- To what extent can quality be managed collectively?
- What kind of organisational framework and business models should underpin such collective endeavours?

Social media	Examples
Wikis	Wikipedia, Citizendium, Knol
Social networking	Facebook and MySpace
Blogs and blog search engines	Engadget; technorati
Podcasting and podcatching	i-Tunes
Video sharing	YouTube, Joost
Photo sharing	Flickr, Photobucket and Snapfish
Virtual reality	Second Life
Social bookmarking	del.icio.us and StumbleUpon
Massively Multiplayer Online Games	Xiah (Korea), World of Warcraft (USA)

電影新貌

——十一世紀後短短不到十年的光景中，世界電影的格局發生了驚人的變化，歐美以外的電影勢力迅速崛起，尤其東亞電影的影響力更是不容小覷。探究造成如此新格局背後的主因，從經濟體、製作模式到政治力介入、文化等各個層面的轉變，都是值得我們深入思量的。

東亞電影的復興

中國、俄羅斯、印度、巴西——「四大金磚」的出現，使世界經濟體產生了顯著的移動；與此同時，四國的電影業也經歷了巨大的變革。巴西電影掀起了新浪潮；印度有可與美國Hollywood媲美的本土電影Bollywood；俄羅斯的電影產值也在六年間增加了六倍之多；中國更有電影史上回報率最高的一批電影，從投資約一千三百萬美元但卻在全球市場回收二億多的《臥虎藏龍》開始，《英雄》僅在中國內地便回收三千萬美元，還有《十面埋伏》、《功夫》、《神話》等等。足見中國電影市場潛在的無限商機。

自此，中國成為當今世界影壇兵家必爭之地——日本、韓國、美國等資本勢力紛紛介入中國影業，如合建戲院、電影公司，以提供基金的形式參與中國電影的拍攝。《無極》、《墨攻》、《集

結號》、《梅蘭芳》、《赤壁》……接種而來，中國電影迎來了「大片」時代。

由於二零零四年一月一日起C E P A（內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排）的實施，歷史性地再次促動了香港內地合拍片的發展。早在二十世紀八十年代，香港電影業者便看好內地市場與豐富的資源，北上尋求合作。如今在C E P A關於「視聽部份」的條款連年分階段地推進下，香港與內地日漸結成一個密不可分的經濟體。然而在大中華電影圈中，台灣在此趨勢下就愈發顯得邊緣化了。香港內地合拍片不但重新掀起了兩地合拍的熱潮，還進而影響到泛亞地區華語電影的復興，譬如近期就有新加坡大熱且大賣的歌舞片《881》面世等。

近年來，高清數碼攝影機的流行，帶動了電影製作模式的變革。電影攝製愈見民主化——人人都有進入影業的可能性。內容也因現代人欣賞口味逐漸趨向短、小、輕、薄而發生相應的轉變。儘管審查制度依舊嚴苛，較之從前仍放開了不少寬鬆空間，電影人的創作正逐步走向自由化，不斷試探審查的底線的同時，尋求進一步自由創作的邊際。但電影產業又隨即冒出創作資源不能平等分配的問題，有創意十足的

政治力介入電影

談及東亞諸國電影產業的發展，政治力的介入亦是不可無視的重要因素。以韓國——當今世界上政府對電影業介入最深的國家為例，其前總統金泳三當政時，發現Disney的年度總產值竟然與I B M 年度總產值相近，一部《侏羅紀公園》的總產值竟可以約等於韓國汽車產業一年的總產值，於是便下達政策大力發展韓國的電影產業，將其視作大有發展潛力的內容產業、創意產業。當年韓國政府實施的政策如抓盜錄、逃稅、銀幕配額制度、鼓勵大財團大企業投資電影為其減稅等，都有效的影響了該國電影產業的發展與文化規劃。

一九九九年，美國首次以W

新世紀東亞



中國內地政策規劃電影發展。

T.O.為砝碼要求韓國取消銀幕配額制度；在韓國，電影人以「光頭運動」向政府施加壓力，最終恢復了配額制度，但韓國政府同時承諾，當本國電影佔有率達到10%之後便取消該制度。然而到了二零零六年，美國再次借WT.O.要求韓國政府實現取消銀幕配額制度的承諾。韓國本土電影院由每年必須放映國產電影一百四十六天縮減到七十三天，加上日本市場的萎縮，立即引發了韓流危機。電影政策的保護傘被摘除後，韓國本土電影市場的佔有率直線大幅度下降。由此看來，政府的介入，雖確實存在控制性的負面影響，但其暫時的保護，對推動本國電影業的進程，仍是一股不可或缺的積極力量。

在中國，政治力介入電影產業與韓國相似，亦非常之強，如對電影節的控制以及計劃性指標的設定——使中國電影年產值持續

五年達到五億人民幣的增長。在中國政府電影主管的指導下，電影產業幾年前便開始朝著大片路線邁進，另一方面，新近的政策已開始注意輔助和提攜投資額在三百到一千萬人民幣的中小型電影製作，此舉足見中國政府為電影產業的遠景規劃所作出的努力。對於中小型投資的電影製作，目前應該大力推動新導演連同有背景的大公司監製的合作模式，借助有實力的監製的關係脈絡，新導演可以在初入行時便能夠在後期製作時享有很優厚與便利，而更為重要的是，新導演的加入為中國電影業注入一股新鮮的活力。

如今，在一個競爭的年代裏，政府為本國電影產業的發展各出奇招，而真正比試的，恰是政府對產業長期規劃的反應能力。

藝術文化深度與傳承

除卻政治、經濟、技術設備等外在因素，實質上，關乎電影發展的根本所在，還是文化深度的問題。較之政治、經濟、技術的快速發展，文化則是需要百年根植的大業。聚焦當今大中華地區——中國內地、香港、台灣，對於中華文化存留最好的非台灣莫屬。香港擁有最強的技術水準，其產業發展也相對成熟，並且政

治環境較為乾淨，但可惜它的文化相對比較缺乏厚重感。而經歷了文化大革命的中國內地，其傳統文化未能被很好的傳承。只有台灣，縱使在上世紀五六十年代現代化的洪流中受到西方文化的洗禮，其儒家文化的根基並未被磨蝕，反而同西方文化交互抗結，成為眾多台灣新電影一代創作者的思想來源。侯孝賢、楊德昌、李安作品的偏向藝術人文深度，是大家公認的。

不似歐洲、北美、南美都各自具有清晰的個性，亞洲因其政治、經濟的多面性，從來就非一個統一的整體，因此東亞各國的電影作品，必然具有各自特殊氣質。儘管全球化使洲際、國際間的界限越來越模糊，但同時也促成了亞洲與外界的互動。如今，東亞電影正在步入它最美好的時代，然而在打開門戶放手合作的同時，警惕文化會不會被經濟模式潛在入侵，讓產業又淪於某些經濟列強之手，亦是首先要務。

焦雄屏

電影創作研究所教授兼主任／
台北金馬國際影展主席／
台灣電影中心主任

(*本文整理自香港浸會大學電影電視系、媒介與傳播研究中心共同主辦的「東亞電影現狀與未來」專題講座。整理：吳晶)

的 困 境 與 發 展

經

歷了九十年代至新世紀初的持續走低，二零零二年的台灣本土電影產業開始具備了一些反彈的契機。陳國富執導的《雙瞳》一「嚇」成名，創下了台北36,929,110元（新台幣，下同）的票房佳績；同年，易智言的小品電影《藍色大門》也是桂綸鎂的大銀幕處女作，台北票房4,645,410元，讓人驚喜。不過，迫於加入WTO的壓力，當地政府修正《電影法》，廢除具有反好萊塢壟斷的條文，台灣電影失去最後防線。

二零零四年，策劃與行銷得宜的輕鬆喜劇《十七歲的天空》頗受青睞，台北票房5,380,190元。而紀錄片《生命》更是異軍突起，收穫破紀錄的10,411,950元台北票房。該片是吳乙峰導演關於一九九九年「九二一」大地震的災難記憶，觸動人心的故事本身，與政府合作進行的（強制性）宣傳，媒體報導——尤其是智邦生活館「網路寫手」在部落格上相互「串連」帶來的免費推廣，成為影片的制勝關鍵。更重要的是，紀錄片的商業價值開始受到肯定。

二零零五年，描寫台南老農民的紀錄片《無米樂》和關於參加體操比賽的小學生的紀錄片《翻滾吧，男孩》繼續了這一勢頭。《無米樂》是公共電視台委

制的作品，耗時三年，投資近一百萬，播出三次後，就照慣例被收入倉庫，束之高閣。後來經過製片馮賢賢的牽線，我認識莊益增與顏蘭權兩位導演，並請中映電影公司向公共電視台取得發行權。儘管放映條件簡陋，使用投影儀，卻並沒有影響觀眾的情。據公視有關該片的DVD就獲利八百多萬，同時也開啟其他紀錄片獲得DVD發行的機會，讓原本只在影展或是特定地點放映的紀錄片，得以進入商業管道販售。

二零零六年，中環娛樂集團大舉進軍電影市場。作為實力雄厚的電子產業公司，中環娛樂或許是投資抵減營業稅的誘因吸引，於二零零五年大舉跨入影視行業，後成立電影公司，總投資近二十億，取代中央電影公司成為新龍頭。二零零六年推出的《詭絲》台北票房22,181,987元，不過同近三億的製作成本相比，還是不甚理想。但其企圖心不改，之後還有兩部重頭戲，一部是吳宇森的《赤壁之戰》，一部是侯孝賢的《聶隱娘》。

擬定有效的行銷策略

一個是蔡明亮，從二零零二縱觀這幾年的發展，有幾點轉變值得關注。

提供良好的環境

第二就是電影政策檢討暨推

「全省走透透」的校園行銷方式，鎖定五十所大專院校進行放映或做活動。此一做法，讓原本由中央電影公司發行時毫無票房的情況大幅改觀，《你那邊幾點》票房甚佳，也讓「跑校園」成為台灣導演影片發行時必進行的工作。只是，蔡明亮訴諸學生同情心的苦行僧方式，第一次雖有一定效果（在巡迴中蔡明亮會跑到火車站或百貨公司，自己推銷），但隨著次數增加效果銳減，其後作品《不見不散》與《黑眼圈》等，從票房來看並無太大的實質幫助。電影發行公司對於如何透過校園行銷，仍須針對不同的影片，擬定有效的行銷策略。



蔡明亮零二年開始透過校園行銷其作品。

2002-2006： 台灣電影產業



輔導金制度可補助新生代導演。

動委員會的設立，儘管存在時間不長（二零零四至二零零五），但位階高於電影處，也制定了十大電影政策，引導電影行業朝務實良性的方向發展。當時新聞局長林佳龍的想法是電影處作為事務機構，負責業務包括電檢等庶務，不宜作為電影政策制定單位，因此改由學者、教授和行業精英組成委員會來制定，致力提供一個良好的環境，幫助創作者爭取資金（投資與融資）以及輔導的產業環境，例如引入行政院開發基金投資電影，主動與銀行交涉，讓銀行瞭解電影及產業提高融資意願。

最後，就是二零零五年輔導金制度的改革，從計點制改為面談制，即並非根據該公司以前拍過什麼，就計多少點，而須遞交

精英組成委員會來制定，致力提供一個良好的環境，幫助創作者爭取資金（投資與融資）以及輔導的產業環境，例如引入行政院開發基金投資電影，主動與銀行交涉，讓銀行瞭解電影及產業提高融資意願。

總結起來，在輔導金制度的補助下，低成本的電影製作仍是台灣電影產業的主流模式，絕大多數影片國內票房為一百萬以下，投資報酬不成比例，若影片無法售出海外版權，除少數影片外，幾乎都沒有回收的可能。

除此之外，下列困境亟待解決：一是政府對電影產業仍未重視，無專責單位（新聞局為政府發言人的單位，不宜主管電影產業）；二是電影文化素養缺乏，無良好教育；三是民間投資意願仍舊低落，無足夠資金；四是電影製片與編劇能力不足，無優質人才；五是電影發行缺乏整合行銷，無有效發行。其中最關鍵的，就是電影文化未得到足夠重

詳細的企劃書，並進行面談。這

樣一方面是讓申請人必須明確說明製作與發行規劃，另一方面藉由審查委員的專業，在過程中提供實用的建議幫助新生代導演。

視。

做電影需要taste（品味），體

現在影片創作的各個環節，這不是在一個三十小時的訓練班裏就能養成的。目前藝術大學或專科學校的電影科系，著重在技術層面的訓練，但是學生在文學、文化與產業等方面素養不足，影片的標準主要有二，一是看影片是否對整個台灣的電影藝術水準有所提升，比如創新、有啟發性的觀念和手法；二是能否對電影產業有所幫助，即票房預期，主要指一些商業片。

總結起來，在輔導金制度的補助下，低成本的電影製作仍是台灣電影產業的主流模式，絕大多數影片國內票房為一百萬以下，投資報酬不成比例，若影片無法售出海外版權，除少數影片外，幾乎都沒有回收的可能。當然，要培養一個多才多藝的通才，在當前的教育體制下並不容易，單一的教育模式讓學生的眼光和思想都過於「直」，缺乏靈活和彈性，這是問題的根本所

在，卻也不是朝夕之間能夠解決，有待長期努力。

亟待解決的困境

（*原文來自香港浸會大學傳理學院及媒介與傳播研究中心二零零七年十一月二十六日專題講座。整理：王楨）

台灣國立中央大學英文系教授
林文淇

（*原文來自香港浸會大學傳理學院及媒介與傳播研究中心二零零七年十一月二十六日專題講座。整理：王楨）

• 數碼廣播除夕夜正式啟動 • 新城電台結構轉型大地震

數碼廣播除夕夜正式啟動
全港暫時一半人口可接收

期待經年及投資過億的數碼廣播終於在除夕晚七時起正式啟動，並由行政長官曾蔭權在文化中心主持啟播儀式，兩家電視攜手作現場直播。無綫有五條數碼頻道，暫時只有三個台啟播，前兩者只是把現有的翡翠台及明珠台數碼化，由模擬廣播變標清廣播，唯一新增的高清翡翠台，黃金時段絕大部份節目也跟翡翠台一樣。而亞洲電視雖然有八條數碼頻道，但在黃金時段，其中四條須騰空給亞視高清頻道。亞視亦在其數碼頻道中，首次加入中央電視台第四頻道（中文國際台），令喜歡收看內地節目的港人，毋須收費電視台亦可看到央視節目。



香港正式踏入數碼廣播年代。

雖然香港正式踏入數碼廣播年代，但就並非所有市民都能收看到高清的數碼廣播。首階段只有慈雲山發射站可發送數碼頻道訊號，覆蓋範圍內的九龍半島、港島北、大嶼山東部以及沙田區居民，若所居住的大廈已完成天線升級工程，而家中亦配備了機頂盒或高清電視，便可收看到有關頻道。電訊管理局估計，在明年初，全港有一半的私人屋苑會完成天線升級工程，加上所有公屋居民，按人口比例推算，估計逾四百萬市民只要家中有安裝機頂盒或高清電視，便可看到數碼高清廣播版的北京奧運，而兩個電視台亦希望北京奧運能刺激更多香港觀眾採用數碼廣播。但有環保團體擔心，因數碼廣播帶動的換機熱潮令被棄置的電視可能多達四十六萬部，要求政府關注處理電子廢物的問題。

* * * *

網絡公司商業戰變官司
新城電台結構轉型裁員

提供寬頻互聯網服務的競爭激烈，不少公司更在報章電視展開廣告戰，但電訊盈科在月底就向對手香港寬頻興訟，指香港寬頻的廣告有誹謗之意，要求賠償。

新城電台在年底傳出「大地震」，該台宣佈由二零零八年一月二日起，將原先HM97頻道的「新城娛樂台」轉型為「新城資訊台」，提供娛樂、音樂、生活、增值、健康及經濟等多元化節目。由於轉型關係，人事上亦作出變動，如朱明銳將與趙國安任新城資訊台的台長，分工方面則是朱明銳主力於音樂及娛樂，而趙國安則主理財經及資訊。而全台職藝員在十二月底返電台接收大信封，當中有人被遣散，亦有人被調職或更改合作條件等。新城電台此刻作出的結構性改變，反映社會需求改變，電台作為娛樂工具的功能逐漸被其資訊功能所取代。

• 香港電台辦公者眾採訪諮詢會襲遇 •

立會港島區補選後傳媒餘波
港台諮詢會議公眾發表意見

十二月初的媒介盛事，肯定

是由兩位前高官爭取的立法會補選議席，由泛民支持的陳太雖最後勝出，但仍引發一些與媒介有關的話題，其中之一是有電台時事節目很明顯表明支持某一個候選人，但在節目安排上卻做足防範，難以投訴主持人或該電子傳媒違反公平報導的條例。另一話

題是《蘋果日報》在選舉當日下午為前政務司司長陳方安生出「號外」告急，影響最後投票結果。

有輿論指該報的出版費用應列入選舉經費內，但亦有意見指出，「號外」的報導重點，是說

陳太告急，左派鐵票湧出，但沒有說陳太落後，所以內容是實情，如果細數版面，亦有報導葉太和其他七個參選人的消息，所以不能當成是選舉刊物。

香港電台在冬至當日舉行公眾諮詢會，由多位港台高層主持，出席的市民約有二百人。署理副廣播處長戴健文表示，去年香港電台節目製作量達五萬一千多個小時，創歷史新高，網上點擊率達二千九百萬次。助理廣播處長（電視）張文新亦透露，數碼廣播開始後，港台已初步與亞視達成合作協議，安排更多港台節目在亞視標清頻道內播放，至於無線則仍在探討中。在公眾諮詢

會上，有市民批評吳志森主持節目欠持平，但亦有不少市民表示，港台是最具公信力的傳媒之一，節目種類多元化，能顧及少數社群的需要，支持港台轉型為公營機構。而署理廣播處長傅小慧除多謝市民對港台的支持，又表示會考慮舉行一次港台內部調查，了解香港電台前途問題對員工去留意向的影響。

* * *

有線記者採訪時受襲
港續有傳媒在台發展

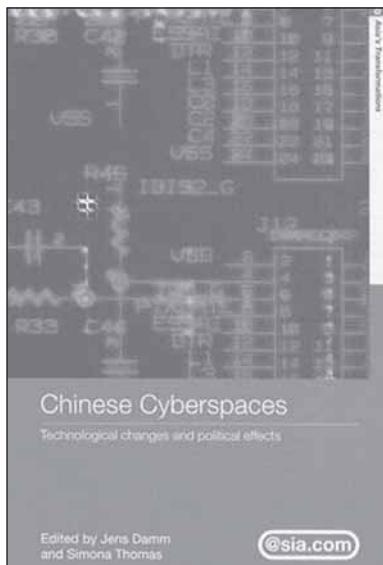
十二月初凌晨遇襲輕傷，送院時有記者在場採訪，其一名友人不滿，在警方面前搶奪救護員一個重約十多磅的氧氣樽，飛擲有線電視一名攝影師，攝影師頭部受傷昏倒地下，涉嫌男子被捕。有線新聞發言人強調，記者在正常採訪工作時受到襲擊，絕對不能接受，要求警方作出適當行動。而多個新聞團體亦紛紛發表聲明譴責事件。事後，兩名自稱一家上市公司高層人員趕到醫院，要求傷者的同事和解，條件任開，兩人被拒絕後離去。對於有人試

圖私下和解，香港記者協會認為有人已涉嫌妨礙司法公正，促請警方徹查。

電視廣播有限公司在十二月

下旬宣佈，旗下的台灣公司聯意，與八大電視訂立合約，將收購後者在台北的物業，作為永久業務基地，作價約六億二千三百多萬港元。聯意在台灣經營電視節目製作、電視頻道廣播及營運業務，現經營三條二十四小時廣播的有線電視頻道，及一條衛生電視頻道。該公司在台灣也有自有置物業，收購行動有助其業務擴展。

此外，電盈 now 寬頻電視亦一直尋求落地台灣，在月初一個電訊業會議後，台灣中華電信董事長賀陳旦表示，仍與電盈就寬頻電視業務合作商討，儘管雙方磋商已長達一年，但仍未達成協議，主要是受監管法規問題所限，最終可能只是做到節目互通，now 寬頻電視只能在內容而非平台技術在台落地。



中國網絡世界三重奏： 從科技跨躍、電子商貿，到e-政府

書名：《*Chinese Cyberspaces: Technological Changes and Political Effects*》

作者：Jens Damm & Simona Thomas

出版社：Routledge, Francis and Taylor Group

出版日期：2006年

科

技創新只是維持二十一世紀國家競爭力的前提，如何能「善用」科技以致國家經濟繁榮和民生安定，卻是真正幸福所在。近十年來，中國政府不斷思考及調整其資訊科技及傳播方面的規管政策，就是基於對何謂「善用」二字的詮釋。

誠如德國柏林自由大學(Free University, Berlin)中國及東亞政治研究中心的丹姆博士(Dr. Jens Damm)在此書序言講及的，西方世界談論中國互聯網，關切點往往是查考數碼科技對中國的「解放效果」(liberating effects)有多大、多深遠，與及探討中國政府的數碼防守措施為何；又或者找出中國社會有什麼技術跨躍策略可追趕世界經濟強國……等問題。

然而，對於中國人來說，我們關心的視點，可能是中國互聯網的發展，能否及如何有效推動中國走向後工業化的網絡社會等社會傳播問題，及對民生的具體影響。此書收錄的一些電子商貿和電子政務(e-government)發展的文章，正具有這方面的參考價值。謝康教授所言，「資訊化」是中國要加入全球信息社會的行列，不是單靠科技跨躍就會成功，更要緊的是政府官員和市民百姓相適應的觀念轉變。正如書中一位作者，中山大學管理學院

題。因此，互聯網科技能否帶來經濟和民生利益，有點像一個交響樂團的運作一樣，齊備和精良的樂器只是其一；而當權者的e-政策(e-Policy)是另一關鍵，因為各樂器的配合及產生出來的風格，指揮的角色可謂舉足輕重。「企業上網」和「政府上

網」二者各自的助力和阻力(例如資金來源和運作模式)都不相同，而對發展速度和牽涉的人口比例的要求也有很大差異。電子商貿針對的往往是特殊交易社群，而業務發展速度也是決勝關鍵；但電子政務面對的是廣大市民，成功與否的標準是民生服務的改善程度。假若電子商貿的祝福語是「數碼機遇」，那麼電子政務的緊身衣便是「數碼鴻溝」。

數碼科技帶來的利益，可以是經濟的善，但也會造成民生的惡。基於政治原因、或文化道德理由，加諸網絡世界的監控，那些舉動是善，那些是惡，委實值得深思。目前，領導層企圖走的一條，要求互聯網協助商貿經濟迅速增長，並有利政務平穩改革，但又不能在政治上失去控制力的「中國特色」道路。當然，結果如何，言之尚早，因為整體「計劃仍在建設中」！

■葉智仁
加拿大西門菲沙大學
傳播學院博士候選人
謝康教授所言，「資訊化」是
「人與電腦互動」的系統管理問

京嚴控網絡視聽內容

內地頒佈新的互聯網管理規

國家統一、主權和領土完整的、對道德、社會和政治構成危害內容」的資訊在社會廣為流傳。

另外，國家新聞出版總署發

表公告，宣佈在全國範圍內對音像等製品的「低俗之風」，進行為期三個月的整治，由去年十二月下旬至今年三月中旬，查繳包括以「性教育」、「人體藝術」等為幌子的色情音像製品，全力取締有關產品以「教育」及「藝術」為名，散佈淫穢等不良信息。



信息產業部和國家廣播電影電視總局，在二零零七年十二月底聯合頒佈《互聯網視聽節目服務管理規定》，由一月三十一日生效。在《管理規定》生效後，內地互聯網網站要提供視頻內容，必須具法人資格，先向廣電部門申請「信息網絡傳播視聽節目許可證」，有效期為三年。新規將直接操控「含有暴力、色情、賭博、披露國家機密、危害

* * *

去年全球逾百記者殉職

致力保護戰亂地區新聞工作者人身安全的新聞標誌運動組織「發表報告，顯示全球在二零零七年最少有一百一十名新聞工作者在二十七個國家進行採訪時殉職，成為有紀錄以來死亡人數最多的一年，較二零零六年數字增加14%。

過去一年，約有三分之二的新聞工作者是在主要戰亂地區被殺害，其中包括伊拉克、索馬里、斯里蘭卡、阿富汗和剛果民主共和國。在各個戰亂地區中，

伊拉克已經連續第五年成為新聞工作者最易喪命的危險地區。自從美國於二零零三年三月入侵伊拉克以來，已經約有二百五十名新聞工作者在伊拉克殉職。二零零七年殉職的有五十名。

繼伊拉克之後，索馬里亦是新聞工作者的高危地區。統計數字顯示，二零零七年有八名新聞工作者於當地喪命。緊接下來，七名新聞工作者成為斯里蘭卡內戰的遇害者，而巴基斯坦亦有五名新聞工作者殉職。阿富汗和菲律賓的動盪局勢，亦分別奪去四名新聞工作者的性命。



1. YEAR OF PRECISION AND SOPHISTICATION

Asia's digital industry will have more than just growth to celebrate next year. Along with more dollars finding their way to digital platforms, 2008 could well mark the industry's belated coming of age in Asia.

DIGITAL MEDIA

January 2008

2. PULLING THE STRINGS OF CHINA'S INTERNET

The use of "volunteers" to control China's Internet can be traced back to 2005, with now playing an active, hands-on role in censoring information through a strong team of Internet monitors.

FAR EAST ECONOMIC REVIEW

December 2007

3. HOW WEB 2.0 IS CHANGING THE FACE OF BUSINESS

Mashup technologies will empower users to build and customize services enabling a more nimble and dynamic business but could also leave I.T. marginalized. The focal point is : leveraging Web 2.0 for development.

ENTERPRISE INNOVATION

December 2007

4. MOBILE TV WILL BE A SUCCESS — BUT IT'S GOING TO TAKE SOME TIME

Implementing mobile TV in a profitable way is one of the big challenges for the broadcast and telecommunications industry alike. The technology to do is here, but there are other barriers, which make it a tough hill to climb.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

December 2007

5. MOBILE TV TAKES — NEW BROADCAST DIGITAL TV STANDARD COULD OPEN UP MARKETS

Broadcasters beaming signals to cellphones is a large and potentially lucrative new market for advertising and subscription revenues at a time local TV faces an onslaught of competition.

BROADCASTING & CABLE November 26, 2007

6. WHO'S REALLY WATCHING HDTV?

In the nine years since the first high-definition TV sets hit store shelves in US, production and transmission equipment have gotten cheaper and better, and most major programmers have launched high-def versions of their channels. But one thing hasn't gotten much easier : figuring out exactly how many people are actually watching HDTV programming.

BROADCASTING & CABLE

November 26, 2007

7. 內地有線數字電視發展的形勢與任務

中國近年數字電視的發展快速，但發展中仍存在諸多問題。

<世界寬帶網絡>

二零零七年十二月

* 《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 Radio Television Hong Kong and produced by New Media Unit.

Enquiries and contribution, please contact Managing Editor Miss Mayella Cheung.

電話 / Tel : (852) 27941677 傳真 / Fax : (852) 27941137 電郵 / E-mail : cheungll@rthk.org.hk