

## 目 錄

· 台灣的「天空」美麗嗎？ (管中祥)	2 - 3
· 傳媒話語的奧秘與解析 (錢鋼)	4 - 5
· 互聯網新世代建構新媒體生態 (林永君)	6 - 7
· Web 2.0的「參與文化」與藝人裸照風波 (李月蓮)	8 - 9
· 「疑似藝人不雅照片」風波對社會的衝擊 (黃錦輝)	10 - 11
· 全球化、市場化與區域合作：東亞銀幕工業的新趨勢 (葉月瑜)	12 - 13
· Mobile TV Development : Techno-economic Issues and Terrain Factor (John Yip)	14 - 15
· 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

# 美 麗 嗎 ？

自 八十年代末到九十年代初、

歷經解嚴與動員戡亂時期終結之後，台灣整體政治環境漸趨開放；在媒體政策方面，實行達四十年之久的報禁也隨之解除。執政當局雖然解除了平面媒體的市場進入限制，但對於廣電媒體，尤其是無線電視台的所有權與經營權，則在鞏固政權考量與既得利益團體壓力下，堅持不肯放手。

不過，民間社會仍然透過成本低廉、移動方便、操作簡單與互動性高的另類的媒體——錄影帶、地下電台、非法線纜電視，作為反對運動的工具。這些傳播科技不同的特質與功能，在內容上跳脫了異議性政論報刊以政治運動為主的言論取向，開始重視地方的民意與文化，以及不同的社會運動訴求。

與此同時，台灣民間的媒體改造運動同時進行，因此，不論是透過非法途徑播音的地下電台，或者是民間團體推動的「黨政軍退出三台運動」，都將媒體改革的訴求仍集中在「釋出頻道」與及電波合理分配等議題上。

## 地下電台的政治與社會意義

九零年三月民進黨秘書長張俊宏為突破媒體壟斷，全力打破廣電禁忌，陸續在中和、高雄、

三重、潮州等地設立「民主之聲」廣播電台，雖然在半年內被抄台，但此舉卻打破國家機器聲稱的「頻道已滿」的神話。一九九二年年底，張俊宏成立「全民電台」，並在其立委辦公室內，利用二十五瓦功率的發射器，於九零點一兆赫，向台北地區進行收音機廣播，全程報導立法院問政實況為主。隔年十一月，引起各政治勢力及社會的全面注意與跟進的「台灣之聲」正式播音。

事實上，在「台灣之聲」引起注目之前，九二年的選舉期間，當時的省議員周慧瑛與立法委員謝長廷便已合作過一家台北縣市都能收到訊號的地下電台，不過，這個電台主要是為了突破選舉時國民黨新聞壟斷而設，選舉過後便停播，然而，這樣的作法也讓地下電台和反對黨與選舉活動有了更密切的互動。這些地下電台的陸續出現，讓許多人意識到廣播的影響力，同時隨手可得的頻率、低廉的成本誘因，以及強大的宣傳效果，也吸引反對運動者及有志於年底參選的政治人物，透過地下廣播宣揚自己的理念。

地下電台與選舉運動結合的魅力，吸引到的不只是具有「黨外」傳統的民進黨支持者，各個政治勢力包括新黨、脫離國民黨參選總統的林洋港等，也有感於

此媒體的強大影響與動員力，亦紛紛設立電台為自己造勢、發聲，甚至連當時執政的國民黨也一度想推出自己的地下電台。地下電台因而自九一年開始，便成為不同的選舉活動的動員工具，並促發黨派與省籍間的嚴重對立，雖然如此，這個非法的電波媒體，卻為台灣封閉已久的廣播天空帶來罕見的多元聲音。

政治選舉雖然是帶動地下電台發展的重要因素，但此種媒介的靈活與機動的特性，以及藉由電話call in所產生的互動功能，使得聽眾與地下電台間建立了特殊的交換網絡，與主流媒體迥然不同，他們之間並非單向的生產者與消費者的關係，讓受眾不再只是受眾，而是一個活生生的言論自由的實踐者。

因此，聽眾不僅能夠參與論述的生產，同時電台與觀眾的關係經由彼此的互動而更為密切，甚至部份聽眾會在地下電台面臨取締的危急時刻挺身護台。

然而值得注意的，除了具有政治反對運動的意義外，地下電台也關注到弱勢的聲音，呈現了邊緣與非主流色彩。不受社會重視的原住民、勞工、婦女、同性戀等團體不但在地下電台中有發聲的機會，同時也擁有自己專門的電台頻道。例如，「寶島新聲TNT」在合法之前便結合過一

# 台灣的「天空」

百多個社團，做過1500個小時的文化節目、2000個小時的教育節目、1500個小時的社會福利節目、2500個小時的婦女兒童弱勢團體節目、1000個小時的環保節目、4500個小時的公共政策及公事務的節目，這份成績單遠遠超過合法電台。這也使得地下電台展現出和過去媒體反對運動的截然不同的風貌，亦即，除了作為政治言論異議者、選舉活動造勢者，以及本土文化的提倡者之外，地下電台更擴大對邊緣弱勢者的關懷層面，進而企圖顛覆與衝撞資本主義與父權體制的堅牢籠。

## 新自由主義下的結果

一九九一年十月，新聞局公佈了地方調頻電台開放的時間表，隔年二月公告開放二十八家調頻中功率電台，十二月十一日，新聞局電台審議委員會公佈第一梯次中功率電台審議結果，共有「全民廣播電台」、「台北之音」、「大眾電台」等十三家電台獲准成立，這也是台灣凍結頻道申請以來，首波開放的廣播電台，接著新聞局陸續完成十梯次一百五十一家電台的籌設。無可否認的，台灣媒體解禁和民間的社會及政治運動衝撞密切相關，然而有趣的是，這種衝

放與言論自由的呼聲，卻巧妙地與新自由主義(neoliberalism)的思想接軌。換句話說，在民間社會的媒體改革呼求，以及國家自身所面臨的合法性危機外，如何配合國家發展擴大產業利潤，促成市場「自由」競爭，以利加入世貿組織，是台灣媒介解禁的另一重要考量。新自由主義的趨力與目的，一方面開放台灣天空，但其主張採取市場作用和利益最大化、非市場制度作用的最小化政策，強調民主的政府不該干涉市場，而應遵守經濟自由化、市場定價和私有化等市場原則，也使得台灣廣電媒體政策因為強調自由競爭而缺乏完整規劃及合理分配，陷入大吃小、強吃弱的叢林法則，甚至連曾經在地下電台曇花一現的多元聲音，也成為短暫美麗的泡影。

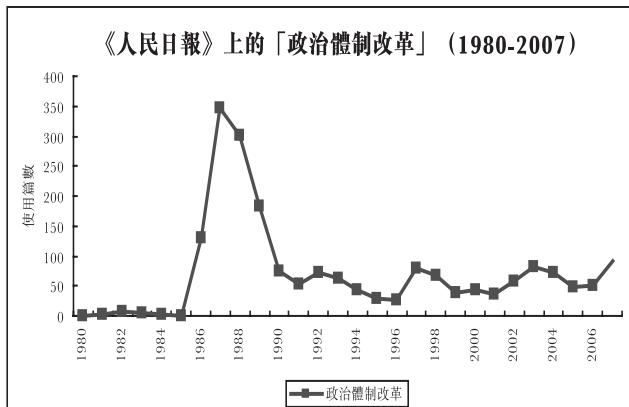
依當時開放的電台功率來看，新電台主要的目的是作為地方媒體及特殊社群(指定用途電台)所用。雖然，這些地方媒體的營運計劃，信誓旦旦地將自己定位在地方媒介或為特殊社群發聲的管道，但在強調資本實力的無情市場環境中，除了少數資金來源較為穩定的經營者外，原本屬於「地方」的廣播電台，大多逐步淪為大型廣播商業電台「全國」聯播網的轉播站，播出同質且流行的全國曲調。廣播電台變

調與集中化現象主要癥結，不僅在於經營者放棄原有的經營理念，而是這幾年國家在強調自由市場機制的政策思考下，忽略了對弱勢發聲及多元文化媒體環境的保障。換句話說，台灣市場小、媒體多，過去廣電政策過度開放、放任競爭的結果使得許多電台因為經營困難，「市場放任」原則，缺乏整體規劃，迫使電台之間弱肉強食，必須依附大型電台參加聯播，或者被地方政府和私人經濟利益所把持，不僅多元與地方的言論遭到擠壓，同時過度競爭的結果，市場上也充斥著大同小異的商業化節目。媒體自由是民主社會的必要基礎，地下媒體也是打破媒體壟斷的必要手段，然而，台灣媒體的開放政策雖然大大開啟了言論自由的空間，但缺乏完整的規劃與分配，致使媒體從國家壟斷轉而成為財團壟斷，這兩種壟斷都是多元意見表達、多元文化展現、弱勢群體發聲，以及公共事務討論的阻礙。

民間社會爭取開放天空，除了必要的衝撞過程，恐怕有時也得同時思考，如何讓開放的結果更符合公平正義，不讓媒體陷入另一種新的壟斷。

■管中祥  
世新大學廣電系助理教授／  
台灣媒體觀察教育基金會董事長／

# 奧秘與解析



這張圖，顯示「政治體制改革」一詞在中共中央機關報《人民日報》上的歷年被使用篇數。圖上的漲跌曲線也和我們的切身經驗相吻合：政改在上世紀八十年代出現高潮，一九八九年後戛然而止。最近十多年，起起伏伏，雖有微瀾，但政改的熱度和二十年前完全不可比擬。

傳媒每日每時提供事實、評論、形形色色的實用信息。如果將這些觸目可得的東西稱之為「顯信息」，那麼，傳媒上還有「潛信息」。例如，要問「三十年來中國政治體制改革進展如何？」下圖會將不易看清的潛隱事實「顯影」示人。

這張圖，顯示「社會政治權勢和意識可以通過話語來維持、認可和再生」（馮·戴伊克：《話語·心理·社會》）。思潮的漲落，集體無意識的爆發或者迷失，在話語中皆有蹤跡可察。一個個潛藏巨大能量的口號，是怎麼降臨的？

在語言的「華爾街」，不同語詞走出了什麼樣的升降曲線？傳媒如何參與製造了話語的波瀾起伏——又被這種起伏所裹挾漂流？

新聞媒介上的話語，保存最為完整、最易於檢索計量。傳媒話語分析從符號學發展而來。西方學者開創了這一理論，但他們開始從事新聞話語研究的時候，還沒有互聯網和搜索引擎，甚至，還沒有個人電腦。

大約在一九九二年，我聽說有人在用電腦分析整本《紅樓夢》的語言特色，頗覺驚異。後來知道，那時中國已經開始研究「機器翻譯」課題，一項名叫「信息檢索」的技術應運而生。在香港，著名學者金觀濤和劉青峰夫婦，建立了清末民初文獻資

## 用信息檢索分析傳媒話語

香港大學新聞及傳媒研究中心的中國傳媒研究計畫（C M P）

近年來一直在探討一種研究方法。我們稱其為「基於互聯網平臺，運用信息檢索技術的傳媒話語分析」。

人類的諸多秘密潛藏在話語之中。「社會政治權勢和意識可以通過話語來維持、認可和再生」（馮·戴伊克：《話語·心理·社會》）。思潮的漲落，集體無意識的爆發或者迷失，在話語中皆有蹤跡可察。一個個潛藏巨大能量的口號，是怎麼降臨的？

在語言的「華爾街」，不同語詞走出了什麼樣的升降曲線？傳媒如何參與製造了話語的波瀾起伏——又被這種起伏所裹挾漂流？

新聞媒介上的話語，保存最為完整、最易於檢索計量。傳媒話語分析從符號學發展而來。西方學者開創了這一理論，但他們開始從事新聞話語研究的時候，還沒有互聯網和搜索引擎，甚至，還沒有個人電腦。

我們現在可以方便地對一份報紙的全部歷史資料進行檢索，也可以方便地對幾百種報紙同時進行檢索。我們的鑰匙就是關鍵詞。每次檢索，電腦會給我們一個結果：某一關鍵詞的被使用篇數。這個結果如同人的體溫、江河水位、股票價格，是寶貴的研

料庫，首創使用電腦檢索系統的「計量歷史學」方法。

這一時期美國出現了搜索引擎。一九九零年出現了搜索引擎的鼻祖A r c h i e，此後，WebCrawler、Lycos、Infoseek、Alt a Vista、Inktomi、Northernlight……，一個又一個互

聯網搜索引擎誕生，直到Google、Baidu風靡世界和中國。沒有電腦，不可能有電子信息檢索。沒有網絡，不可能有海量信息檢索與計量。而互聯網的飛速發展，預示了網絡信息檢索與處理的誘人前景。人們不僅可以在瞬間搜索到所需要的信息，而且可以限定時間、空間（報紙、網站等信息提供者），設定各種邏輯關係，有針對性地搜索和精確計量；不僅可以搜索、計量文字信息，而且可以搜索、計量圖片、聲音和視頻信息；不僅可以搜索、計量傳統意義的「大內容」（Macro-contents），而且可以搜索、計量隨著Web 2.0而興盛的「微內容」（Micro-contents）。

我們現在可以方便地對一份報紙的全部歷史資料進行檢索，也可以方便地對幾百種報紙同時進行檢索。我們的鑰匙就是關鍵詞。每次檢索，電腦會給我們一個結果：某一關鍵詞的被使用篇數。這個結果如同人的體溫、江河水位、股票價格，是寶貴的研

# 傳媒話語的

究依據。當然，電腦不會告訴你哪些詞應該被檢索；這完全要依賴我們對傳媒的持久觀察和經驗性研究。

## 從關鍵詞的破譯看大局態勢

我們要研究傳媒上各個關鍵詞的「語源」、「語境」、「語義」和「語義流變」。這種傳統的語言學方法，和基於互聯網平臺的檢索手段結合，使我們可以勾勒出更宏觀也更準確的圖像：

傳媒在說什麼？什麼人在說？不同人（不同傳媒）所說的有何異同？在不同的時間，所說的又有什麼不一樣？

更具挑戰性的是對檢索結果的「破譯」：從紛繁的語言現象中，看出語言「棋盤」裏各個「棋子」的關係，看出錯綜的關係如何位移，識別偌大棋局的總體態勢。

運用這個方法，二零零一年，我曾檢索研究《解放軍報》，論證文化大革命從醞釀到爆發的過程，也是有關階級鬥爭、個人崇拜、扼制人性等紅色口號的勃興過程；二零零三年，我檢索研究了「輿論導向」、「輿論監督」、「新聞改革」和「新聞自由」四個關鍵詞的表現和相互關聯，指出中國新聞改革依然受到黨的嚴格控制，爭取新聞自由的道路艱難坎坷；二零零

六年是唐山地震三十周年，我對中國大陸有關唐山地震的報導做了內容分析和話語分析，發現中國傳媒正在出現「靜悄悄的裂變」，新聞界奮力突破管制，呼喚人性和公民權利的民間話語在迅速生長。二零零七年，我的研究重點是政治改革。

在中國大陸，有六個詞是「政治體制改革」重要的相關詞。其中「民主政治」、「政治文明」和「黨內民主」屬官方話語，見諸于領導人講話、黨的檔案、黨的媒體。而「憲政」、「公民權利」、「公民社會」則是民間話語，知識份子和追求自由的報紙用得較多。無疑，後者顯示的政改訴求更加切中要害。

目前官方話語的總體傳播強度高於民間話語。使用「慧科搜索引擎」檢索二零零四年到二零零七年的中國報紙，我發現：多數使用「政治文明」或「民主政治」或「黨內民主」的文字，未使用民間話語中的任意一詞。而大多數使用「憲政」或「公民權利」或「公民社會」的文字，未使用官方話語中的任意一詞。同時使用兩者的文字，比重很低。

中共中央總書記胡錦濤在十七大的政治報告，使用了上述官方話語的三個詞，沒有使用民間話語的三個詞。這也可以證明，有關政治體制改革的兩種話語，

確有明顯的分野。可以假設：未來五到十年，如果民間話語的比重漸大，官、民兩種話語的回合日多，那意味著什麼？意味著，中國政改將有較大的進展。你也想像相反的情形。

十七大召開前後，我在CM網站(<http://cmp.hku.hk>)發表了十七篇文章，對中國傳媒上的「政治體制改革」話語作了詳細分析。正是這一分析，使我們對中國政治體制改革的現狀和前景持謹慎冷靜的態度：有期望，沒奢望。我們看到政改的能量在積聚，也看到曾導致胡耀邦和趙紫陽兩任總書記下臺的紅色鐃銬——「四項基本原則」，依然鎖著政治家們的雙腳。

一個面對中國傳媒和中國政治的傳媒話語觀測系統，正在逐步成型。這個系統可以幫助我們研究中國政治的轉型和中國傳媒的演變，也可以幫助我們研究中國社會的新陳代謝。目前各種搜索引擎已經開始建立對博客的檢索，假以時日，對不同關鍵詞在博客的傳播表現，將可以如報刊文本一樣被準確計量。這意味著，傳媒話語觀測系統還可以觀測千姿百態的民間輿論，解析輿情漲落的奧秘。

# 建構新媒體生態

「**疑似藝人裸照事件**」為社會帶來的衝擊，就像核電廠突然響起警號，觸動全城的神經，工作人員也急急研究問題所在。作為一個搞媒體的 I.T. 人，這兩個月實在忙得透不過氣。

事件最初來自互聯網小道消息，但很快便輻射成不同話題，當中，道德、法律、情緒、八卦等不同角度糾纏不清。I.T. 界別的反應也很有趣，最初只是要求警方澄清執法權力，保護網上言論自由，但事情不幸鬧大，網民失去耐性，開始有點失控，反過來呼籲公民抗命。I.T. 界最後破天荒成立大聯盟，筆者亦是代表之一，與警務處、影視處、商務及經濟發展局、政府資訊辦公室，以及個人資料私隱專員公署等政府部門聯合成立多個工作小組。業界這次舉動，令行家認清互聯網已不單單代表科技，而是實實在在影響整個社會的新媒體。

對媒體人來說，當中最大的啟示莫過於真正感受到互聯網新世代的威力，也同時感到傳統媒體在事件中的無力。風波中，所有傳統媒體都處於被動位置，消息的發佈權全由互聯網支配（或幕後的「奇拿」），一眾記者只能呆守在電腦前，等待相關的消息發佈，然後急急轉發到紙媒體和電子媒體作二次發佈，毫無主動

權。再加上網絡上不少技術高手，以惡搞、造假、訛傳等玩弄媒體和警方。

這一切成為可能，全因一個被稱為 Web 2.0 的概念。簡單而言，網民由 Web 2.0 前的內容接收者，一躍而成內容發佈者。互聯網發展至此，徹底打破舊媒體的框架。

## 新舊媒體的交戰

從這次事件中，不難歸納新舊媒體的差別。舊媒體（傳統的大眾傳媒）的資訊發放源頭是報社、電台或電視台，單一而多限制，發放權幾乎掌握在某幾份大報和大台手上，選擇不多，例如觀眾只能固定時間收看電視台的固定節目，而且只是單向和被動地接收資訊。既然那是「一對多」的關係，資訊操控變得容易，只要控制源頭即可，最終便流於觀點和價值取向單元化，大眾認知的價值都是幾個大媒體反映的主流。但從另一個角度看，這也難以避免，因為傳統媒體營運成本

高昂，個人意見表達的空間很窄，只有財雄勢大者才可能經營媒體，但礙於篇幅和廣播時間的成本，報紙和電視台也不願讓公眾參與其中。

互聯網發展到 Web 2.0，這種新媒體徹底改變我們了解和思考世界的方式和生態。當中，網民既能夠接收資訊，同時又能發放資訊，換言之，每個人都是個發佈源頭。而互聯網不受媒介載體的限制，也就沒有時空限制，所以你可以看盡同一條新聞的所有報導和各界回應，最玄妙的是，在無限增加。由於互聯網強調即時分享和互動，所以人人都可以主動在網絡作出貢獻，便形成無數源頭，資訊發佈就難以操控，而所產生的觀點和價值取向也變得多元化，無數觀點實時互相激盪。

這一切成為可能，全因為兩個字：成本。在互聯網世界，發佈資訊的成本極低，任何人只要願意付出時間，便可以表達所見、所聞、所思，表達空間變得史無前例地廣闊。要注意的是，新媒體使用者雖然有發佈權，但並不是真正媒體人，很少會深思熟慮，也不像傳統媒體人般對道德、求真、公義、社會整體利益等有成熟的思考。

## 新世代的誕生

就是這種突破，令「你」（You）成為二零零六年《時代雜誌》的風雲人物。可是，這個「你」其實要分為兩個——閱報和看電視長大的「前互聯網世代」，和網絡陪伴成長的「後互聯網世代」，而這兩個「你」，因為互

# 互聯網新世代



互聯網新世代強調自由分享和即時互動。

聯網的缺席和出現，形成思想衝突。互聯網是新世代成長時賴以了解世界的主要媒介，對其價值觀具有深遠影響，一個脫離舊媒體的新規範也漸漸形成。這個世代強調自由分享和即時互動，對所謂「朋友」的涵意也逐漸變化；他們對「個人私隱」有另一番體會，以為個人的任何事皆可分享；對「個人威望」也有新理解，認為只要能在網上創造最多人點擊和回應的東西便可。

同時，因數碼相機的普及，令著重感覺的 generation z、衍生新的文化和生活方式。他們愛以相片記錄生活的每一段時刻，強化自己的存在感和自己擁有的生活經驗，更會將相片及短片放上 blog，甚至以手機與別人分享。

互聯網的新規範也漸漸形成。這個世代強調自由分享和即時互動，對所謂「朋友」的涵意也逐漸變化；他們對「個人私隱」有另一番體會，以為個人的任何事皆可分享；對「個人威望」也有新理解，認為只要能在網上創造最多人點擊和回應的東西便可。

這代八十年代出生、九十年代踏入青春期的年青人中，陳冠希就是一個代表人物。

**共建健康的互聯網生態**

筆者認為，關鍵在於一個「互」字：一方面讓網民認知控制權和責任感乃互為表裡，一銀兩面；另一方面，強調自由和平等的個體（網民）之間的互相尊重，做到「己所不欲，勿施於人」的原則（如這次裸照事件）。

每個人都需要清新的空氣、潔淨的水，所以我們應要保持自覺，避免製造污染，以免招致損害。互聯網也是一樣，我們享用這個自由表達的空間，平等分享的平台，也應該互相尊重網民，不要使互聯網生態受到污染，以免個人被處罰、外來管制的強力介入，或者網民被互聯網的烏煙瘴氣所毒害。

通常新文化的出現，都會對舊文化造成衝擊。互聯網不單是

這代八十年代出生、九十年代踏入青春期的年青人中，陳冠希就是一個代表人物。

**共建健康的互聯網生態**

網絡世界裡每個人都是個源頭，意味著每個人都有控制權。必須注意，任何控制權都應該由有責任感的人負責任地運用。水能載舟，也能覆舟，如何保持互聯網的優點（如開放發言權、資訊自由、言論自由），同時減少濫用的情況（如誹謗、中傷、發放不良資訊等），應是檢討這次事件的方向。

筆者認為，關鍵在於一個「互」字：一方面讓網民認知控制權和責任感乃互為表裡，一銀兩面；另一方面，強調自由和平等的個體（網民）之間的互相尊重，做到「己所不欲，勿施於人」的原則（如這次裸照事件）。

每個人都需要清新的空氣、潔淨的水，所以我們應要保持自覺，避免製造污染，以免招致損害。互聯網也是一樣，我們享用這個自由表達的空間，平等分享的平台，也應該互相尊重網民，不要使互聯網生態受到污染，以免個人被處罰、外來管制的強力介入，或者網民被互聯網的烏煙瘴氣所毒害。

這代八十年代出生、九十年代踏入青春期的年青人中，陳冠希就是一個代表人物。

**共建健康的互聯網生態**

筆者認為，關鍵在於一個「互」字：一方面讓網民認知控制權和責任感乃互為表裡，一銀兩面；另一方面，強調自由和平等的個體（網民）之間的互相尊重，做到「己所不欲，勿施於人」的原則（如這次裸照事件）。

每個人都需要清新的空氣、潔淨的水，所以我們應要保持自覺，避免製造污染，以免招致損害。互聯網也是一樣，我們享用這個自由表達的空間，平等分享的平台，也應該互相尊重網民，不要使互聯網生態受到污染，以免個人被處罰、外來管制的強力介入，或者網民被互聯網的烏煙瘴氣所毒害。

這代八十年代出生、九十年代踏入青春期的年青人中，陳冠希就是一個代表人物。

**共建健康的互聯網生態**

筆者認為，關鍵在於一個「互」字：一方面讓網民認知控制權和責任感乃互為表裡，一銀兩面；另一方面，強調自由和平等的個體（網民）之間的互相尊重，做到「己所不欲，勿施於人」的原則（如這次裸照事件）。

每個人都需要清新的空氣、潔淨的水，所以我們應要保持自覺，避免製造污染，以免招致損害。互聯網也是一樣，我們享用這個自由表達的空間，平等分享的平台，也應該互相尊重網民，不要使互聯網生態受到污染，以免個人被處罰、外來管制的強力介入，或者網民被互聯網的烏煙瘴氣所毒害。

互聯網專業協會創會會長  
香港中文大學新聞與傳播學院  
兼職講師  
■林永君

# 的風波

## 「參與文化」

**裸照風波**，是一件經典的 Web 2.0 媒體大事 (media spectacle)。它發展成一場社會風暴，跟它所處的 Web 2.0 傳播環境有很大的關係。

Web 2.0 的特色是受眾不僅可

以製作內容，還可以上載內容及

發佈內容，Web 2.0 締造了「參與文化」(participatory culture)。這篇文章探討在這種新文化氣氛之下，傳統媒體怎樣「參與」裸照風波？而大家關心的年青人，又如何「參與」這次事件？

參與文化是指一個社會的文化環境鼓勵創作和分享，促進公民參與和藝術表達。麻省理工學院媒體比較研究計劃的創辦人和主任詹金斯 (Henry Jenkins) 近年多次提出，社會中每個人及每一個機構，都主動或被動地捲入了「參與文化」之中，大家必須認清自己的角色，以免在參與文化中迷失方向。

### 傳統媒體的角色

如果沒有萬千網民的熱烈參與，裸照絕對不會這樣廣泛流傳。不過我們不能夠只注意互聯網的威力而忽略傳統媒體。裸照事件中，傳統媒體不僅報導網民及市民的參與，而且促進了他們的參與，而它們自己甚至也投身其中。那麼，它們發揮了正面抑或負面的社會功能？

面對 Web 2.0 時代新媒體的威脅，傳統媒體如報章和雜誌，早已發展了一些競爭策略。當有網上大事發生的時候，他們有一套既定的手法去處理，這裏讓我們看看它們怎樣運用這些既定手法去報導裸照風波。

第一、迅速報導和轉載。香港的報章和雜誌大篇幅報導網上裸照的出現，讓不熟悉互聯網的人士也能了解事情的發展。這種手法的原意是協助讀者跨越數碼鴻溝，讓不上網的人士也不會錯過虛擬世界的大事。但在這次事件中，有些報章雜誌不僅報導事件，連裸照也一併轉載，雖然打了格仔，但也引起爭議。

第二，提供網上搜尋及篩選服務。傳統媒體一個重要功能是在紛亂複雜的網絡世界中，挑選一些有價值的網聞，向讀者推介。雖然很多讀者有上網的技巧，但他們沒有這麼多精神時間去搜尋資訊，報章雜誌就代勞。

所以在風波期間，不少記者被指派去搜羅最新推出的裸照及綜合報導網上流傳的消息。至於這些裸照和消息是否很有「價值」，真是見仁見智。

第三，反映及轉載網民的意見。但網上民意的質素，一直受質疑。

第四，將虛擬世界的事件帶回現實世界。當裸照在網上曝光

之後，傳統媒體立刻追訪當事人、當事人的朋友及親屬、演藝界名人、議員、政客、學者，將事件「紮根」於現實生活環境，並促使它繼續發展。在上一次 YouTube 的「巴士阿叔」短片事件，傳媒追訪巴士阿叔及四眼仔，又建議他們握手言和。今次《明報》將裸照送檢，被捕網民鍾亦天因而獲得釋放，介入了事件的發展。

第五，為讀者詮釋事件及評論。在裸照風波中，傳媒不僅在社論發表意見，在新聞報導中也主觀地推銷多種解讀方法，例如警方選擇性執法、虛偽論、網民言論自由受打壓等，有評論說讀者容易被誤導。

第六，社會補救。當這宗網上事件被視為對社會有負面影響的時候，傳媒就動員網下資源去尋求「補救辦法」。傳媒的教育版及家長版就大篇幅討論對策，令整個社會充滿危機感。

傳統媒體採用這些策略來參與這件媒體大事，本來沒有問題，可惜的是若干報章和雜誌（尤其是大眾化報紙）在運用這些策略的時候，將經濟邏輯凌駕於傳媒道德。銷量大的報章不少報道十分煽情，又重複刊登大量裸照，刺激更多讀者參與「偷窺」，市場導向的情況很明顯。在 Web 2.0 時代，傳統傳媒既要應

# W e b 2 . 0 與 藝 人 裸 照

付互聯網的競爭，又要面對同行的競爭，壓力很大，傳媒道德考量似乎很容易被邊緣化。

## 兒童及青少年盲目參與

在裸照事件中，大家特別關心裸照流傳對兒童及青少年的影響。筆者所屬的香港傳媒教育協會與《星島日報》教育組合作，向全港中小學生進行裸照風波的調查，收回的問卷有二千多份。調查結果顯示56%的中小學生看過裸照，21%更會追看，顯示參與觀看的學生人數絕對不少。

香港的青少年對互聯網科技的應用技術已經掌握得不錯，所以當裸照一掛到網上，他們就知道去哪些網站及討論區搜尋照片。他們日常已不斷透過MSN、電郵、網誌和手機分享訊息，所以裸照曝光後，他們很自然地在互聯網社區參與裸照的觀賞及流傳。不過，除了在新媒體平台交換裸照，超過一半的青少年，尤其是小學生，還透過傳統媒體看到裸照，引發討論。

雖然青少年對裸照充滿好奇心，但調查發現他們的參與其實是很被動。55%的同學表示事件其實跟他們毫無關係，坦言只是湊熱鬧，人看他們又看；而且他們只看裸照，根本無興趣了解事件。另外34%的同學說自己只是普通讀者，被動地從傳媒得悉事

態發展。這些調查結果顯示，大部份兒童及青少年是盲目地參與裸照事件，隨波逐流，喪失「批判自主」(critical autonomy)能力。

他們並沒有想過下載和傳閱這些裸照對受害女藝人有甚麼影響。

投身這次風波中的青少年，認為自己亦有受到影響。有些說事件警醒他們要妥善儲存個人隱私資料及電腦檔案，讓他們反思性行為的道德價值和令他們對偶像的幻想破滅。不過有少部份的同學(7%)表示，會考慮拍攝同類親密照片。

## 傳媒教育2.0

裸照風波令教育工作者及家長進一步意識到在Web 2.0的世界，既要教導年青人怎樣和新媒體打交道，又要警惕他們在消費傳統傳媒時要有批判能力，學校及家庭傳媒教育顯得更加重要。而香港的傳媒教育工作者更了解到，舊有那套面向傳統媒體的傳媒教育方式(傳媒教育1.0)已經過時，他們要加快步伐迎接「參與文化」的挑戰，積極發展傳媒教育2.0的課程。

傳媒教育2.0是「反思參與模式」的傳媒教育，倡議訓練具有反思能力的傳媒使用者，讓年青人既成為精明的傳媒消費者，又是具備責任心及反思能力的傳媒製作人。作為一位Web 2.0時代的傳媒

公民，年青人更應學懂監察及批判新媒體和傳統媒體在參與文化中扮演的角色。

傳媒教育2.0特別強調「傳媒道德素養」的培育。麻省理工學院詹金斯教授也認為廿一世紀的傳媒教育要處理「參與文化」帶來的道德挑戰，因為在新時代參與媒體製作及發佈的人士很多並無接受過專業操守訓練。事實上，到了Web 2.0時代，當傳播製作權下放到普羅大眾的時候，傳媒道德已由一個「專業概念」演化為一個「公德概念」。因為當人人可以當記者，又人人可以上載及轉載照片及視頻的時候，就必須人人都履行傳媒道德守則，否則我們的傳媒環境就污俗不堪。

不過，香港有些傳媒機構在Web 2.0時代似乎未能正視自己的社會責任。香港報評會主席陳韜文教授在「裸照風波」中觀察到一個趨勢，就是近年新聞界將新聞道德的觀念簡約化，將合法等同合乎道德操守，即報導只要不違法，相片通過淫審處的檢查，就可以看作平合了新聞專業操守的要求。這種簡約觀念顯然有問題，看來香港的新聞界成員，也应该重視傳媒道德素養，學習在參與式傳媒環境中，保持「反思自主」(reflexive autonomy)。

# 照的衝擊」風波片

——月初年近歲晚時，正當普羅市民在現實社會中高興地忙於預備迎接新年、送豬迎鼠之際，香港互聯網世界卻鬧得翻雲覆雨。事緣「疑似藝人不雅照片」在網上有如滾雪球般廣泛流傳，網民無不議論紛紛。這風波一發不可收拾，而且牽連甚廣，受害者不單是照片中的男女主角、發佈者及執法人員，事件更污染了香港整個社會，受影響的人包括律資訊科技從業員、網民、家長、老師、青少年以至學生……等。

雖然科技發展一日千里，可是社會與科技兩者從來未能同步發展，前者經常疲於奔命地追趕後者，已是鐵一般的事實。踏進二十一世紀，互聯網應用得以急劇發展，有賴背後日新月異的科技支持。然而急促的科技進程卻導致它與社會之間的距離與日俱增，不同大小的社會問題亦因此而應運而生，「疑似藝人不雅照片風波」便是一個典型案例，反映互聯網製造了一連串的社會問題。因此，如何有效地控制和平衡社會與科技之間的差距，成為全球先進經濟體系的重要發展目標之一。

## 港府對事件反應緩慢

香港政府與其他世界各地現

權分立的政治制度，在這基礎下港府設有獨立的行政、司法及立法機制，理論上三者地位均等，從而互相制衡，防止某一方越軌。按照基本法，行政會議是協助行政長官決策的機構。簡單而言，它負責香港政府的整體行政。去年港府重組，科技在新的三司十二局被除名，反映出港府在科技政策上不甚進取，十分被動。政府後知後覺，於「風波」發生後才採取行動，但事件已覆水難收，政府至今似乎仍是束手無策。其實同類型事件（例如美國豪門豔女帕里斯希爾頓Paris Hilton的淫褻影片）曾經哄動全城，但港府卻沒有即時作出反應及從事件中汲取經驗。港府應該強化關注全球互聯網動態的主動性和積極性，加強危機感及危機處理的機制。

去年七月商業軟件聯盟（Business Software Alliance, BSA）發表了一份以資訊科技競爭能力指數（I.T. Competitiveness Index）為題材的白皮書。在全球六十四個經濟體系中香港在「法律環境」指標排名廿一，這明顯地反映出港府在打擊科技罪行仍較為落後。例如「風波」中多條法例不清晰，部份更導致首位疑犯鍾亦天在不准保釋的情況下含冤受獄長達十四天。今天律政署應該多著眼於互聯網罪行，及時

政務司司長唐英年在最近警校畢業典禮中致詞時說：「科技進步尤其互聯網無遠弗屆等因素，令警方執法工作面對好多新困難挑戰，亦令執法人員面對前所未有的壓力。」由於現階段互聯網法律模糊，警方在「風波」中執法時遇到一定程度上的困難在所難免。他們更屢次被網民公開批評及投訴，使其聲譽大損。這現象反映出警方與網民疏於溝通，導致雙方欠缺互相諒解和尊重。據報告指警方投放在現實及網絡社會上的警力有天淵之別，未能有效地應付容納了將近五萬用戶的香港互聯網，這對維持網絡社會治安絕對不利。

## 網民要自律及自保

這次照片外洩的事件，反映數星期後事件略為受到控制可說是不幸中之大幸，但解鈴還須繫鈴人，要有效杜絕同類的網上問題，就非要當事人自律自保不可。

香港政府與其他世界各地現

立法維護普羅網民的權益。可是港府的反應似乎頗為緩慢，據了解上一次修改《淫褻及不雅物品管制條例》已是十三年前，部份《條例》至今已不合時宜。雖然近期《條例》終被解封以進行檢討，但這樣又如何談得上與時並進呢？

# 「疑似對藝香港人雅會」



網上佈滿私隱被外洩的陷阱。

隱，特別是保護私人照片方面的認識嚴重不足。現時不少流行的Web 2.0平台均設有分享照片的功能，例如網誌、Facebook、Flickr等。為防止照片在這些平台上外洩，首先是把戶口設定為只供朋友觀看。可惜知易行難，例如不少年青網民並不會刻意保護自己放在Facebook上的照片，以致任何Facebook的登記用戶均可隨意瀏覽。更甚者陌生人在下載了照片後以它登記另一個戶口，冒充相中人的身份去亂交朋友。反過來以接收者的角度來看，單靠戶口上照片便接納對方身份是絕對不智的。若要減低個人戶口資料外洩的風險，網民應不厭其煩地以問題方式再三確認對方身份。即使你未曾上載過一幀照片也不等如全無風險。只要你的朋

友在Facebook上載並標籤(tag)了你們的合照，那麼任何看到該照片的網民均可憑標籤追蹤到你。標籤功能廣受好評，它幫助用戶聯繫久未見面的親朋戚友，但應用時網民不容掉以輕心，要仔細確認前來找你的是否真是其本人，有必要時更可刪除照片中有關的標籤(untag)防止「白撞」。

## 網上身份盜竊(Identity theft)

手法層出不窮。一名香港傳媒工作者曾在報章上發表了一些令網民不滿的言論，及後網民除了在網上撰文表示不滿外，更查出該名傳媒工作者的私人網誌，並在其網誌內留言聲討。這例子顯示了青少年往往在自己的私人網誌內張貼太多個人資料，使非法之徒可乘虛而入，在網主全不知情之下查出他的身份。實際上只要憑著一個電郵地址，便可查出不少人在網上的活動。現時不少Web 2.0平台如Facebook，均以電子郵件地址作用戶名稱，因此利用電郵地址便能輕易找到任何人的Facebook戶口。若網民不想別人掌握自己在網上的行蹤，便不應隨意在討論區中公開自己的電郵地址。

此外，現時利用手提電腦或手機並透過Wi-Fi上網的人數與日俱增，但無奈Wi-Fi所採用的加密技術尚未完善，駭客可輕易入侵該網絡，窺看網民在網路上的一

## 結語

所謂「好事不出門，醜事傳千里」，港府切忌低估互聯網的殺傷力，不但急須要盡快徹底平息「風波」，還要提高警覺防止同類醜聞再發生，不然的話，香港互聯網便會淪為高危地帶，直接影響社會文化及經濟發展。再者，網民亦應把事件引以為鑑，除加強網上保安外，更要認真地反省「己所不欲，勿施於人」之道理。

舉一動及其傳送的資料。一般公共的Wi-Fi連接點只提供不加密的通訊方式，若網民沒有採取適當的安全措施（如安裝防火牆），以預設的方式於公眾地方使用Wi-Fi，駭客便有機可乘，輕易竊取他們的個人資料。因此筆者並不建議網民在公眾地方使用Wi-Fi進行重要交易，例如使用信用卡在網上購物。

「針沒有兩頭利」，Web 2.0提供了一個以民為主的自由言論平台，促使互聯網上的知識日益豐富。但同時間它亦佈滿了私隱外洩的陷阱，網民只要一不小心便可能嚴重傷害個人與社會利益，後果不堪設想。

# 與新區趨勢：合作域



東亞的銀幕工業，特別是電影工業，在二十一世紀初開始，展現了清晰的區域市場潛力和影響力。這是因為產自香港、台灣、韓國、日本和中國大陸的電影，一再獲得影展和市場的青睞，同時也讓美國與歐洲的影業對東亞電影另眼相看。回想一九六零年代西方導演如塞爾吉奧·萊奧(Sergio Leone)、山姆·畢京柏(Sam Peckinpah)、普萊斯頓·史特吉斯(Preston Sturges)等，紛紛向日本導演黑澤明取經學藝，自那之後，一直要到本世紀初再重見東亞熱潮。

一九九零年代初，東亞的銀幕身陷囹圄，被荷里活電影重重包圍。此番東亞電影(冉)崛起的引人入勝之處，在於它冒著可能銷聲匿跡的慘景，逆勢而行。如此看來，近期的亞洲電影可與義大利新寫實主義電影相提並論。雖然新寫實主義運動身處劣勢，但憑藉豐富的創意，啟迪了世界各地的電影創作與製片菁英。同樣地，東亞電影業正是在幾近藝術與商業的灰燼中冉冉升起。逆境再起的東亞電影，成為各影展和商業電影市場的主要競爭者，逐漸在區域與全球市場取得一席之地。基於此，我們有必要從全球化、市場化與區域發展的面向出發，討論並評估當今東亞銀幕工業的狀態。我們必且應該針對

區內在振興這一瀕臨崩盤的文化工業的過程中所作出的選擇、付出的成本和進行的協商等，進行分析。

## 催生新結構的關鍵因素

電影學者慣以國族電影(national cinema)的模式，研究各個電影工業。這些模式將電影工業看成自給自足的產業，受制於國家管理及特定的局部與歷史條件。譬如，老牌入門書籍《亞洲電影工業》(Asian Film Industry, 1990)的作者約翰·連特(John Lent)便以國家為單位劃分亞洲。

但隨著全球政局的起伏和跨國資本主義的擴散，以國家為單位的論述已難解釋跨國跨境的媒體貿易、合作與競爭。特別自一九九零年代以後，東亞各電影業經歷

了重要的結構重組和變動，它們不但熬過了好萊塢的「木馬屠城」，而且得以重塑國際貿易的流向。這其中涉及的問題包括：東亞各電影工業有哪些新的結構和政策，新的管理有何特色？針

對嚴峻的挑戰，東亞電影業如何調適並施展策略？如何解釋電影製作者(創作人員和製片)和發行商在風雲叵測的環境中展現出的韌性？新的融資與聯盟方式、新的技術與革新、新的營銷方式，以及跨國人才的共用方興未艾。這些變化可當成是在一個接觸益

加頻繁，競爭日趨激烈的市場存機制嗎？而關於個別國家或地區電影工業的分析，能否辯證地作為對全球娛樂經濟的解釋？

東亞這塊區域蘊含巨大的市場、具教育水平的富庶人口、風雲詭譎的政局和眾聲喧嘩的媒體生態。東亞地區過去廿年的諸多變遷，譬如九零年代末亞洲金融危機、席卷各國的自由化風潮、香港回歸中國、日本經濟持續的衰退和集團的重組、南韓的民主化成果和政府刻意培植的創意產業、中國入世等等，都是催生東亞銀幕工業新結構的關鍵因素。

東亞銀幕工業的結構性特徵，以及日本、韓國、台灣、香港和中國大陸各自或共同採取的策略，都是豐富且適時的案例研究。例如最近台北電影資料館出版的《電影欣賞》最新一期，便分析東亞電影工業如何以特有的方式成功地從片廠制的模式過渡，以市場化、融資、合拍、區域或跨界聯盟，重新崛起成為具有彈性的文化工業勢力，靈活應對全球資本主義的挑戰。各篇論文在勾勒總體趨勢時，都運用具體的例子說明。香港浸會大學吳月華的《赤壁》；從合拍片看中國電影業市場化的進程》的中國分析，清楚地爬梳中國對市場化的控制與管理，也充份顯現出具中國特色的市場經濟運作與其具

# 化的市場、電影亞東全

體成效。台灣實踐大學李天鐸與黃建翰合寫的《光影幻象與漢江奇蹟：台灣與韓國電影產業發展的比較》從各個面向討論韓國產業的興起，並與台灣的情況做了犀利的比較。韓國電影不論從區域或全球的場域來看，都是少有的，它代表以國家為單位，利用全球化的生產和金融邏輯，成功地從國內市場的培養茁壯，而達到底線。這個底線使得中國大陸影業還在舊的指令性經濟和宣傳目標與全球化市場邏輯之間的張力下運作，而因此出現市場化罕見的情形。總的來說，中國電影的製作與發行必須以國家政策為先行。雖然這是早前國營電影製片廠面臨崩潰的主因，但國家的慾望又冀望在市場與政策之間取得絕對的控制，在經濟發展和意識形態之間求取平衡，以防在全球化的洪流中失卻中國的身份與表述。這些矛盾使得中國市場化成為未來區域與全球媒體工業研究的主要問題。浸會大學傳理學院媒介與傳播研究中心將於三月十四日於九龍塘校區針對市場化對中國的傳媒（工業）、文化、公共性和市民空間等議題，舉辦名為《市場化在中國：傳播學視角下的多元辯論》的國際研討會，歡迎有興趣的學界與業界同僚參加。研討會網址 <http://www.comm.hkbu.edu.hk/cmcr/mcc/>。

《綜藝》雜誌（Variety）的駐韓記者帕奎特做了非常詳盡與中肯的報導和評析。台灣學者劉現成的〈亞太華人地區電影產業跨界互動趨勢〉則以跨國媒體集團的概念，檢討合拍和區域聯盟的關係，對中國大陸與香港在這方面的合作做出鉅細靡遺的討論，並勾勒出華人媒體板塊的潛力和帶動未來增長得趨勢。澳洲新南斯威爾斯大學教授戴樂為的《小銀幕的威力：日本電影的產業動能》跳過以往以電影為尊的觀點，從電視工業的架構、類型的再包裝與策略性的生產，檢視日本電影業在近幾年復甦的狀況。各篇文章的基本圖景顯示了鮮明的去中心化、自由化和區域性合作。

即使各個工業藉由跨國明星、類型、拍攝景點的推廣來擴展疆土，現今東亞電影的一大關鍵特徵，便是各電影業在亞洲區域內的相互依賴性，以及一個獲

利豐厚的泛亞合作前景。話雖如此，某些內部條件還是必備的。這些基本因素包括：（一）電影機器的技術與知識的掌握，它不僅包括技藝、敘事和明星效力，還需具備啟動電影平台和全套產品構成的金融工具；（二）一套條理清楚的政策與策略，或具備官方支持電影作為一項持續發展產業所作的投入；（三）一個充份的市場，即有一群經常看電影的人，其規模足可構成核心觀眾群，日本和韓國的情形便是如此。

任何一個具備全球競爭力的銀幕工業必須擁有這些因素，而興致高昂的國內觀眾是影視產品歷久不衰的要義所在。作為通俗電影娛樂的龍頭重鎮，日本和香港是電影基本技術知識（基本因素二）的長處；至於人口方面（基本因素三），中國傲視東亞。然而，除非有更多的消費者肯花錢去戲院去消費電影，否則這個市場仍抱持一定的封閉，政策的某些環節自由化，操作上還充斥若干隔離與限制。

## 市場化在中國的矛盾

儘管在管制和保護主義的程度上各有差異，東亞銀幕工業已被納入全球化的框架體系。鑑於此，我們仍可以彈性生產這一概

念來理解貫穿東亞電影業目前的共有特徵。在此模式下，中國大陸的銀幕工業是一個例外。在中國的市場經濟目標下，保持其特有的國家與政治性是中國政府的底線。這個底線使得中國大陸影業還在舊的指令性經濟和宣傳目標與全球化市場邏輯之間的張力下運作，而因此出現市場化罕見的情形。總的來說，中國電影的製作與發行必須以國家政策為先行。雖然這是早前國營電影製片廠面臨崩潰的主因，但國家的慾望又冀望在市場與政策之間取得絕對的控制，在經濟發展和意識形態之間求取平衡，以防在全球化的洪流中失卻中國的身份與表述。這些矛盾使得中國市場化成為未來區域與全球媒體工業研究的主要問題。浸會大學傳理學院媒介與傳播研究中心將於三月十四日於九龍塘校區針對市場化對中國的傳媒（工業）、文化、公共性和市民空間等議題，舉辦名為《市場化在中國：傳播學視角下的多元辯論》的國際研討會，歡迎有興趣的學界與業界同僚參加。研討會網址 <http://www.comm.hkbu.edu.hk/cmcr/mcc/>。

■葉月瑜  
香港浸會大學傳理學院  
媒介與傳播研究中心主任／  
林思齊東西學術交流研究所  
副所長

# and Terrain Factor

could still foster development by minimizing regulatory barriers and licence fees; one may recall the Coase Theorem. The government may consider giving it a push, subjected to social cost-benefits.

## Terrain Factor

This factor (T) for a city is hard to evaluate. Signal path loss models exist but they are complex eg. Okumura-Hata, empirical COST-Walfisch-Ikegami. A heuristic approach based on buildings is proposed, for deriving a simple index. Terrain due to hills is ignored as they are often gainfully used as transmitting sites. T is assumed to be a function of building density and building heights. Hence,  $T(\text{city}) = \text{function}(D, H) = \text{function}(\sqrt{D \cdot H})$ , using their geometric mean. D is building density (buildings/A) where A = available area (sq. km) for construction, and H = non-linear grading points for buildings/A, (Skyline ranking, [www.emporis.com/en/bu/sk/st/sr](http://www.emporis.com/en/bu/sk/st/sr)). The nth root of  $\sqrt{D \cdot H}$  is taken, to reflect the weighting of T in the generic equation. Sample results are shown in Table 1 where n = 10. Changing n does not alter the ranking. Hong Kong ranks highest ( $T = 0.53$ ) and Beijing ( $T = 1$ ) is the reference; T is a relative index. For comparison, the same band eg UHF applies.

## Mobile Reception Tests (Hong Kong)

Hong Kong is a densely built-up city, with a population density ranking third in the world, at 6,350/ sq. km (average) and > 50,000/ sq. km in some areas. Its building density (D), based on available construction area, is one of the highest in the world.

Mobile reception tests were conducted ([www.ofta.gov.hk/en/report-paper-guide/report/technical.html](http://www.ofta.gov.hk/en/report-paper-guide/report/technical.html)), by parties including RTHK. The following outlines 3 sets of results: (1) Satisfactory outdoors (VHF 11B, SFN, DAB video); (2) Satisfactory outdoors (UHF Ch. 47, DVB-H, QPSK, code rate 1/2), for 90% locations. Indoor reception: extra 16 dB mean loss at 14 locations; reception failed at about 50% locations, at distances > 5 m from the first wall of building, near ground levels; (3) Satisfactory outdoors (using similar parameters), but indoor reception needing extra 16 dB signal was not assured in vicinity of the test routes. Hence reception in open areas seems satisfactory but indoor reception is a major issue to be resolved.

## Indoor Reception

For a heavily built-up city, the law of diminishing returns applies to capex in improving indoor coverage.

The skyline is changing as high buildings continue to emerge. Viewer habits should be studied to assess the business case. Poor indoor Mobile TV broadcast mode reception may fallback to the cellular mode eg. 3G/ 3.5G/ WiFi video-streaming. Stop-gap measures include indoor repeaters based on WiFi. In future, emerging WiMax, LTE and UMB, using OFDM and MIMO on wireless, could enhance indoor TV viewing using femtocells on 3G or Mobile WiMax.

## Mainland China and Hong Kong

Mainland China has over 520M mobile subscribers and 80M high-end mobile phones, hence a huge potential for Mobile TV. Standardization is still evolving as systems are being assessed. In Hong Kong, DTT with HDTV was rolled out from end 2007, using the Chinese National Standard GB 20600-2006, hence realizing the synergy described (J.Yip, Media Digest, 3/2006). An extension of the synergy to Mobile TV helps improve the economies of scale in implementation and also roaming.

## Summary

The generic growth equation is elaborated, focussing on Mobile TV. Assessing soft factors by means of metrics, sustainable growth, the tripartite relationship among government/ broadcaster/ telecom operator and the Terrain factor (T) are explained. Mobile reception test results in Hong Kong are discussed, addressing indoor reception. Additionally, the synergy between mainland China and Hong Kong is highlighted.

Cities	Pop. (M)	Area (km <sup>2</sup> )	Buildings	Points	Available area (km <sup>2</sup> )	B/area	B/available area (a)	Points/available area (b)	$\sqrt{(a \cdot b)}$	Power (1/10)	T (buildings)
<b>Hong Kong</b>	6.9	1,053	7,678	122,632	211	7.3	36.5	582.3	145.7	1.65	0.53
<b>New York City</b>	8.3	800	5,587	36,648	400	7.0	14.0	91.6	35.8	1.43	0.61
<b>Seoul</b>	1.0	616	2,871	16,558	308	4.7	9.3	53.8	22.4	1.36	0.64
<b>Singapore</b>	4.4	685	3,798	14,653	343	5.5	11.1	42.8	21.8	1.36	0.65
<b>Paris</b>	2.1	105	443	2,146	53	4.2	8.4	40.9	18.6	1.34	0.66
<b>Tokyo</b>	8.1	621	2,769	11,654	311	4.5	8.9	37.5	18.3	1.34	0.66
<b>São Paulo</b>	11.0	1,523	5,093	13,709	762	3.3	6.7	18.0	11.0	1.27	0.69
<b>Mumbai</b>	11.9	621	864	3,428	311	1.4	2.8	11.0	5.5	1.19	0.74
<b>Bangkok</b>	7.6	1,569	747	11,787	785	0.5	1.0	15.0	3.8	1.14	0.77
<b>Jakarta</b>	9.3	661	342	3,980	331	0.5	1.0	12.0	3.5	1.13	0.77
<b>London</b>	7.2	1,579	1,369	2,777	790	0.9	1.7	3.5	2.5	1.09	0.80
<b>Shanghai</b>	9.1	6,639	946	13,605	3,320	0.1	0.3	4.1	1.1	1.01	0.87
<b>Guangzhou</b>	6.6	7,434	479	9,904	3,717	0.1	0.1	2.7	0.6	0.95	0.93
<b>Sydney</b>	4.2	12,144	851	4,271	6,072	0.1	0.1	0.7	0.3	0.89	0.99
<b>Beijing</b>	7.7	16,808	868	6,065	8,404	0.1	0.1	0.7	0.3	0.88	1.00

N.B. Available area for HK = 0.2\*area, and for other cities = 0.5\*area  
 T (buildings): a retarding factor, not including satellite mode and hills. Normalized, ref. Beijing.  
 Data (Columns 1 to 5, Cities --> Points) : © Emporis 1/2008

Table 1: Terrain factor (T), for buildings

# Mobile TV Development : Techno-economic Issues

**M**obile TV, a natural extension of services on the ubiquitous mobile phone, offers mobility and interactivity hence improved personal freedom (anywhere, anytime). Custom content and services could be provided to subscribers.

## Delivery Systems

Technologies are transient and delivery systems operate in VHF, UHF, L and S bands. VHF provides better penetration but antennas are large. At higher frequencies eg. L-band, higher signal loss through buildings results in higher transmitting power, more local translators and difficulty in maintaining SFN stability. Broadcast systems include ISDB-T, DVB-T/H/T2, ATSC-M/H, CMMB, S/T-DMB, MediaFLO; cellular-based systems may use MBMS, HSDPA, WiMax. In-band systems offer economic benefits as network resources could be shared; the success of ISDB-T/ One-Seg in Japan is notable.

## Generic Growth Equation

A generic growth equation was described (J.Yip, Media Digest, 6/2007). Driving Force:  $DF = Function\ (soft\ and\ hard\ factors) = M(r, p, m, o) * H(G, g)$ , where r, p, m, o, G, g = regulatory, pricing, marketing, other, macroeconomic and geo-physical factors respectively. "o" include content, consumer habits, device attributes and quality. Technology is reflected in terms of pricing, device attributes and quality.

For Mobile TV in a city the equation is: Driving Force ( $DF_m$ ) =  $M_m(r, p, m, o) * GDP\text{-per\capita} * T$ , where  $T$ , the Terrain Factor ( $0 < T < 1$ ,) is a retarding factor.

On the **regulatory** side, a government or market driven arrangement may dominate. Issues include RF spectrum usage, licensing for broadcast and cellular

modes, technical standards, cross-platform content flow, etc. On **pricing**, a free-to-air model helps create the critical mass, before deploying a pay model. Market competition is likely to be oligopoly. Operators could share a common mobile TV network to lower costs. On **marketing**, promotion could exploit the young generation's attraction to handset designs/ styles and to cultivate consumer habits such as social networking. **Other** issues include content (eg. major live events, news, drama, mobi-soaps, sports, music, VoD, catch-up and condensed TV, premium content, UGC), consumer habits, handset availability and functionality/ features (eg. battery life, weight, screen size, frequency bands) and picture quality/ stability.

## Metrics

On using a 5-point scale: 5 (excellent), 4 (good), 3 (fair), 2 (poor) and 1 (bad), an economy/ city could be benchmarked against another. Applying metrics is exemplified below for IPTV (J.Yip, Media Digest, 12/2006) in a hypothetical city:  $r = 5$ , ie a highly liberal regulatory environment.  $p = 4$ , ie. low entry pricing, bundling with broadband internet plus la-a-carte pricing on premium content.  $m = 5$ , ie. intensive promotional efforts. "Other" factor = 3.9 ie. the geometric mean of these 4 sub-factors: Content = 5, ie. offering over 100 channels, Consumer habits = 3, ie. viewers having a moderate TV viewing habit (based on average hours per week) among world-wide viewers (eg. GfK NOP, Media Habits, 2005), Device attributes = 4, and Quality = 4. The geometric mean of the 4 soft factors (r, p, m, o) is 4.4 which is high and favourable.

## Beyond the Equation

### • Sustainable Growth

Rapid penetration does not

necessarily mean fast revenue generation. An aggressive launch could be at the expense of the government or industry. If the business model is not robust, growth withers soon since breakeven is not reached before the technology becomes obsolete. The churn rate for Mobile TV can be high. One thought is to attain the critical mass using penetration pricing plus heavy promotion, followed by affordable schemes eg. smart bundling of attractive and exclusive premium content. Value-added services are also needed.

### • Government/ Broadcaster/ Telecom Operator

A government often plays an important part. The following successful roll-outs suggest that strong government support has been an influencing factor: DAB and DTT in UK, T-DMB in S. Korea, ATSC in USA and ISDB-T in Japan. A government may get involved following economic cost-benefit analyses. The previous HDTV paper (J.Yip, Media Digest, 3/2006) shows that China has a high affordability index (AI) at country level, despite a modest GDP/capita. CCTV introduced in Jan. 2008 a free national HDTV channel, prior to Olympics 2008, this facilitating consumers' entry to HDTV.

A "triangle" may be found among the government, the broadcaster and the telco. This tripartite relation could further be translated into: regulatory framework, content services and network/ terminal services. The telco is a key player in IPTV and Mobile TV where cooperation between the two parties is beneficial, eg. using the telco network as a return path for interactivity and revenue. The new digital era with quad play places new demands on cooperation. In a market-driven environment, a government

# 炒港返釋假獲天鋪波風照裸照程翔前節春獲天鋪波風照裸照程翔

**藝人不雅照鬧得滿城風雨  
私隱淫審尺度問題惹關注**

藝人不雅裸照事件，自一月底開始見報，由於具備一切可以熱賣元素：俊男美女、色情、裸露、挑戰法律等戲劇元素，加上新春期間缺乏重要的新聞議題，因此事件迅即鬧得滿城風雨，擾攘了近三星期，多份報章已連續超過二十天以頭版跟進，可謂破了以往重要新聞的紀錄。在傳媒推波助瀾下，炒作得愈見熾熱。鋪天蓋地的報導還包括娛樂雜誌，二月份的八卦周刊的封面故事幾乎全是關於裸照風波，它們不僅大篇幅刊載有關裸照，有雜誌還乘勢製作特刊，亦迅速被搶購一空。有輿論批評報刊的手法，影視處亦接獲超過百宗的投訴。而報業評議會亦接到大量針對報紙雜誌的投訴，指有媒體連續以煽情手法報導事件，並將相片製成專輯，違反專業操守。

這哄動全城的事件引發不少值得爭議的話題，如個人私隱的保障、網上色情資訊的問題等，其中有關淫審尺度的標準最為傳媒關注，《明報》將數張「淫照」送檢，後來發現警方告錯了發放照片的鍾亦天，因為涉及的照片只被裁定為不雅而非淫褻，最後鍾亦獲撤銷控罪；而《壹週刊》和《東方新地》兩本周刊因刊登多張藝人不雅照片而被送

檢，不過最後被淫褻物品審裁處評為一級，引起外界爭議，認為有關照片屬淫褻，事件反映公眾、影視署和審裁署都有不同的淫褻標準。就引發的種種問題，商務及經濟發展局局長馬時亨表示，會檢討淫褻及不雅物品條例，又計劃將對印刷及影視媒體的淫褻及不雅物品管制，延伸至互聯網上。

## 程翔獲假釋可回港度歲 藝人肥肥離世城中熱話

可見政治新聞事件的重要性已被公眾的娛樂興趣完全支配。

著名藝人沈殿霞（肥肥）在二月下旬因膽管癌病逝，享年六十二歲。電視廣播有限公司總經理陳志雲形容，肥肥的離世是演藝界的重大損失。肥肥離世的消息沖淡沸沸騰騰的裸照風波，令媒體暫時轉移視線。事實上，肥肥的「開心果」形象深入人心，她在娛樂事業的演出，亦已成為觀眾的集體回憶。除了香港人對她的離去感到惋惜外，大中華各地及海外華人對此新聞亦十分關注，而各電子及文字傳媒亦趁此機會紛紛推出懷念她的特輯及特刊等。

在內地因間諜罪成被判刑的香港資深新聞工作者程翔，終於在二月四日獲得假釋。這段新聞在二月五日早上由特首辦發出，指程翔已服刑超過一半刑期，符合假釋條件。內地司法及行政部門及法院依法決定，給予程翔假釋，在春節前返港。香港各界對這期待已久的消息表示興奮，但程的新聞效應卻不及當時正鋪天蓋地的裸照風波，有報章批評這是錯置了的新聞價值。而程翔在休息後與記者茶敘，分享他出獄後的内心感受，當天下午同樣碰上陳冠希記者會，第二天各大報章與電子即時新聞再次以陳冠希為頭條，程翔的報導仍然墮後，

\* \* \* \*

## • 廣管局就雄濤廣播申請諮詢公眾 • 廣播處長招聘調整學歷引起忖測

廣管局就雄濤廣播申請諮詢公眾行會批准無線收費電視降低資本廣播事務管理局於二月底起，就雄濤廣播申請聲音廣播牌照向公眾諮詢二十一天。公眾人士可以書面方式，就申請人提交的公司、財務、節目及技術等的資料提供意見。據廣管局的資料顯示，雄濤廣播共有九位股東，計劃在獲發聲音廣播牌照後，注入最高一億四千萬元的資金，估計初期需投資三千九百萬元，經營初期的虧損約港幣六千九百萬元。該廣播公司申請以調幅AM810千赫頻道經營一條覆蓋全港的電台，會提供每天二十四小時的本地製作中文節目，以滿足聽眾對香港、國家及世界的知識和資訊的需求，並計劃在獲發聲音廣播牌照後十二個月內啟播。這項申請，估計最早於五月才有結果。

行政會議在二月下旬批准無線收費電視降低其資本及營運開支投放金額，由五十億元下降四成，至二十九點八億元，有關保證金則維持在五千萬元不變。商務及經濟發展局發言人指，考慮到該公司提出硬件價格下調，與高估原先的用戶數目等，為了讓其繼續進行投資，提升其服務質素，故批准有關申請。此外，民間電台月底獲高等法院受理，就法庭暫緩執行《電訊條例》，違

### 廣播處長招聘調整學歷惹風波 周融開記招高調宣佈申請此職

二月下旬，政府再次在報章刊登招聘香港電台廣播處長的廣告，並將申請人的學歷降低至毋須大學學位，此舉引起輿論的忖測，有立法會議員批評政府更改聘用條件是為某些人「度身訂造」。商務及經濟發展局局長馬時亨回應有關批評時，表示在第一輪招聘時收到二十份申請，但都無法找到適合人選，而遴選委員會與公務員常用委員會經商量後，了解到廣播業界的特殊情況，就是很多資深從業員都沒有學位，故決定更改入職條件。又表示政府招聘高級公務員，一向是按照程序去做、有規有矩，絕對不會為某人度身訂造入職條件。

被傳媒認為熱門人選之一的

憲的裁決提出司法覆核。法官夏正民指，日後可能仍有裁判官在審理案件遇到相同情況，有必要釐清裁判官司法權限能否暫緩其判令，故批准司法覆核許可，案件會排期聆訊。

資深傳媒人周融在政府調整學歷要求後召開記者會，高調宣佈申請廣播處長一職位，並指立法會議員的意見是學歷歧視。他認為自己雖然沒有大學學位，但有三十多年的傳媒管理經驗，是廣播處長合適的人選。事後周融如常翌日到香港電台《千禧年代》節目開咪，但卻遲了二十多分鐘才出現，他解釋是誤以為該時段討論有關廣播處長事宜，所以才避席。後來又有意見認為周融擔任電台節目主持，曝光率比其他候選人高，對其他競爭者不公平，會有利益衝突之嫌，應即時封咪；但亦有名嘴認為沒有封咪的必要。



周融高調宣佈申請廣播處長職位。

# 劇化視變的中國背景當創作



書名：《新語境中的中國電視劇創作》

作者：白小易

出版社：中國電影出版社

出版日期：2007年1月

**語境**(context)一詞，近年已成為國內傳播研究的寵兒。說白一點，這概念企圖講述的，是我們日常用語中指的故事脈絡，或人、事、物出現的背景，怎樣影響我們理解要研究的對象，及引發的意義。

白小易博士的新作，其研究對象是當代中國電視劇，探討的焦點是創作的轉型問題。這本書值得傳播工作者翻閱的理由，很簡單，就是它對大陸當下電視創作的「新語境」，嘗試有條理地勾劃和闡釋。

新語境，在政治經濟層面是指大陸電視劇的市場化語境。現今，市場作為一種推動文化變遷的力量，每天都改變著大陸普及文化創作的總體走向。從節目及劇集類型、創作理念、社會意識、結構和敘事模式、宣傳策略等方面，逐一檢視，可以看到新一代的中國電視劇，是如何在商業利潤、政治制度性調控、精英及知識份子的話語影響力和觀眾建構的市場力量共同拉扯下產生。

當我們跟隨作者，站在更高的位置看這個語境，我們眼目所及的，必然是全球化的大背景。門戶重開，在與世界接軌的道路，進入中國大陸的海外電視劇，對昔日大陸本土電視劇的創作，上演的可謂是文化碰撞和文化融合的「調情戲」。怎樣選取

接納、如何批判反省外來文化，最終能否形成具中國特色的現代電視劇文化，委實是影視製作者極其關注的實務。

海外電視的文化語境，不純然是指全球化的美國《豪門恩怨》，也包括了區域性的日本《阿信》、《教室女皇》和南韓的《大長今》。這些都是成功的作品。然而，在效法別人成功的創作策略和借鑒新類型模式之際，當代大陸的電視創作人，對「成功」的定義又如何理解呢？在新語境中，如果成功再不是指傳統創作和政治規範下的「可視性」，會是「欣賞指數」嗎？還是廣告收益的指標？文化人和學者，在新語境裡可發揮的功能，就是要肩負研究有別於傳統文藝理論的批評方向，發展一種在新語境中能平衡商業和藝術的標準。

翻一本書之前，知道了作者的成長背景，或許有助我們解讀其著作。假若一個青年人，他有一位曾經擔任江蘇電視台台長的父親，他自小喜歡看電視，更心於電視藝術的研究，日後更把文學評論和影視教學作為職業，一點也不會你讓感到意外，對嗎？南京師範大學的白小易博士，便是一個例子。

■葉智仁  
加拿大西門菲沙大學  
傳播學院博士候選人

## 營造健康互聯網環境

為免兒童接觸互聯網上的色情資訊，澳洲政府曾於去年豪擲八千五百萬澳元（約港幣六億一千二百萬元）開發色情網站過濾系統，讓公眾免費使用，但最近卻個月以來，網上點擊下載及光碟形式發放的數字都強差人意，只有二萬九千人曾實際使用該系統，遠遠低於預期首年約二百五十萬家庭使用的目標。雖然澳洲政府已花了一千五百萬澳元（約港幣一億八百萬元）宣傳此系統，但去年有一名中學生只花費了三十分鐘便突破過濾網，有關當局迫於宣佈中止該計劃。



而在中國，八家內地網絡媒體零八年二月發起「中國互聯網

視聽節目服務的自律行動」，共同簽署《中國互聯網視聽節目服務自律公約》。他們承諾會播放健康有益、體現時代發展和社會進步、弘揚民族優秀文化傳統的網路視聽節目，不會播放渲染暴力、色情、賭博、恐怖等危害未成年人身心健康的內容，以達到淨化網上空間的目的。這八家網絡媒體分別為：人民網、新華網、中國網、國際在線、央視國際、中青網、中國經濟網及中國廣播。他們同意在適當的時機設定《公約》的執行機構並服從該機構的監督管理，並呼籲所有在中國境內從事互聯網視聽節目服務的媒體加入。

最新頒佈的規例，規定運動員在奧運舉行期間，只能在網誌上分享自己個人的奧運相關經歷，不能扮演傳媒角色；同時強調運動員不能透露「可能洩漏奧運會安全」、進行和安排的資訊，以及不能發佈任何關於奧運比賽的錄影或錄音媒體。運動員只可以發佈在認可範圍內，拍攝自己的照片，但當中不能包含任何體育運動的內容。

**國際奧委會首准奧運選手寫網誌**  
國際奧委會正式頒下解禁令，准許奧運選手在今年八月北京奧運舉行期間寫網誌（blog），但必須遵從指引，不能違反一些特定條件，並要求這些網誌應尊貴而有品味，以體現奧運精神。  
寫網誌風氣已盛行多年，在二零零四年雅典奧運會及二零零六年都靈冬季奧運會，均有運動員在自己的網誌上發表分享文



**1. WHY TV IS PLAYING AWAY**

Every aspect of broadcast production is getting a digital makeover and playout is no exception. Technological pressures mean big broadcasters are outsourcing the last link before transmission to external companies.

BROADCAST

Feb 1, 2008

**2. CONNECTED BUT WIRELESS**

Portable wireless systems have provided more choices to news-gatherers and widened physical limits of coverage.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

February 2008

**3. VITAL STATISTICS**

Asia-Pacific's search engine market is one of the most open in the world. The global search giants are racing flat out in Asia. With marketers beginning to take an interest in paid-for search, there are huge opportunities for the engines to attract traffic.

DIGITAL MEDIA

February 2008

**4. LEGAL ASPECTS OF THE NUDE-PHOTOS INCIDENT**

Hong Kong's recent nude-photos incident is ongoing. While no one seems sure when it will end, its development can nonetheless provide us some insights on legal liabilities related to Internet use.

COMPUTER WORLD HONG KONG

March 2008

**5. WHEN NEWS TAKES TO THE INTERNET**

This paper discusses the factors underpinning the emergence of citizen journalism, including the rise of Web 2.0, rethinking journalism as a professional ideology, the decline of 'high modernist' journalism, divergence between elite and popular opinion, changing revenue bases for news production, and the decline of deference in democratic societies.

INTER-MEDIA

Decemebr 2007

**6. WHY THE SKY IS NO LONGER THE LIMIT**

As economic pressures begin to bite, airlines are opening their cabins to advertisers, offering a growing list of in-flight media options and a greater willingness to work with brands.

MEDIA

February 21, 2008

**7. 舊市場中找出創新基因**

探討台灣網絡業者在先天限制下，如何面對全球的競爭並兼顧在地經驗。

<數位時代>

二零零八年二月

\*《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