

目 錄

- 八十後的精神面貌：東方VS西方 (李月蓮) 2-3
- 《蝸居》給資訊自由的啟示 (陳貝琮) 4-5
- 我們需要何種新聞自由？ (施勇) 6-7
- 網域使命青年使者計劃 (張智峰) 8-9
- 再談「中國模式」：爭議與價值分化 (錢鋼) 10-11
- 媒體與反高鐵的愛恨交纏 (謝冠東) 12-13
- Digital Radio Development: How to drive it? (John Yip) 14-15
- 二月傳媒記事簿 (梁麗娟) 16-17
- 傳播書刊介紹 18
- 傳媒掠影 19
- 傳媒參考資料 20

面貌：東方 VS 西方

八十後是指在一九八零年後出生的年青人，他們一直在我們周遭生活着，但香港人似乎在近幾個月才突然發現他們的存在，然後天天都在談論他們。

根據慧科新聞搜索 (WiseSearch)，由去年十一月初至今年二月底為止，本港中文媒體報道八十後的文章，共一千九百六十七篇之多。但在十一月之前，極少有關報道，只有呂大樂教授寫的《四代香港人》認真地提到他們。

這篇文章探討香港傳媒建構的八十後形象，並且將之與亞洲及歐美其他地區的年輕人特性作比較。

香港八十後的「激青」形象

在近期約二千篇的世代問題文章中，對於八十後的報道有正面的也有負面的（參看附表），但在數量上負面報道遠遠居多。

一般媒體對八十後並無偏見，它們不會拒絕刊登向八十後致敬的文章。記者亦會訪問一些支持八十後的社會知名人士，引述他們如何欣賞這群青年人勇於說不和敢於為時代發聲。

不過，媒體基於新聞價值、市場導向及組織因素，會在不知不覺間運用更多的篇幅去為八十後加上負面標籤。八十後引起傳媒關注是他們在反高鐵示威及元

旦遊行中與警方發生衝突，傳媒向來重視激烈場面，基於「新聞價值」，自然大篇幅報道他們衝擊中聯辦及立法會的激進表現，並以「激青」及「憤青」來形容他們，令八十後這個稱謂帶有貶意。

有些傳媒由於走市場導向路線，特意用誇張手法報道八十後，甚至侵入一些八十後的私人空間，偷拍他們的照片。陳巧文是其中一個被追蹤報道的八十後代表，她被形容為一名「前途迷惘」的年青人。如果我們在谷歌的圖片搜尋器輸入「陳巧」兩個字，得到的提示依次是「陳巧文終極噴血照」、「陳巧文東方新地」、「陳巧文的內衣照」、「陳巧文流傳網絡的泳裝照」和「陳巧文的私人照」。這個情況反映陳巧文的八十後形象被歪曲及負面化。

而一些支持建制的報章雜誌，又會比較偏重介紹八十後的激進和怨氣，指出八十後是時下憤怒青年的代名詞，認為年青人可透過不同渠道發表意見，毋須上街示威與警方衝突。

總體來說，傳媒賦予八十後的負面標籤蓋過了正面評價。香港市民雖然每天都跟八十後接觸，但他們似乎都接受了傳媒建構八十後的「激青」定型 (stereotype) 和「淺薄」定型。

亞洲地區的頹廢八十後

湊巧的是中國、台灣及日本的八十後，同樣被冠上負面標籤。內地多個媒體最近聯合舉行八十後調查，發現近七成的八十後表示幸福感不強，更不滿意社會加諸他們的負面形象。中國的八十後被形容為垮掉的一代、叛逆、自私、脆弱、另類、頹廢、宅男和富二代。在台灣，年輕世代則被指患上「草莓族症候群」，不能接受壓力，一壓就扁。

日本人老早就關注八十後問題，不過他們並不用八十後這個詞而已。他們對年輕人的評價同樣是負面的。三浦展在《下流社會》一書中討論的新社會階層，其實也包括了年輕的八十後，他們被形容是積極性低、能力低的「下流人」。三浦展指出這些「新人類」的出現，象徵「新貧時代的來臨」。他們凡事嫌麻煩，個性散漫，不介意收入微薄，只想輕輕鬆鬆的過生活。

大前研一的新作《低IQ時代》為日本的年輕人進一步輕嘆。他分析時下的年青人沒有欲望和學力低下，沒有奮發向上的鬥志，抱著無所謂的態度打理著生活。他們不會拚命賺錢，不期望出人頭地，不打算自己買房子、汽車及個人電腦，只要拿著萬用手機就能過活，所以稱之為

「八十後」的精神

「手機世代」。大前研一指出他們的世界觀「非常內向」及狹隘，只著意身邊的朋友是否能提供暖烘烘的幸福。而其他日本著作如《為甚麼年輕人只想在半徑一公尺之內生活》和《任性絕望的年輕人》也反映同樣憂慮。

西方的活力Y世代

西方社會對八十後的研究似乎最為深入及科學化，他們稱呼這批人為「Y世代」或「網絡世代」。其中以塔史葛(Don Tapscott)的研究和分析最為詳盡。他去年的新作《成長了的數碼世代》(Grown Up Digital)對新一代有非常精采的分析。他的新書是根據一個大型研究計劃《網絡世代：一個策略性調查》的結果而寫成，研究計劃的對象主要是歐美國家的年輕人。

這個研究計劃的結果對Y世代有十分正面的評價，與亞洲地區的負面標籤相映成趣。西方Y世代的特性是生活在網上、愛自由、反權威、反財團、反霸權、有正義感、具全球化意識、不喜歡被灌輸資訊，愛自行探索知識、喜歡玩樂、喜歡協作分享、樂於參與、熱愛創新、追求獨特生活品味和媒體使用多面化(media multitasking)。

一些西方學者及家長對新一代也提出很多批評，例如指責他

們淺薄無知、沉迷網絡、自大、道德意識低及有暴力傾向(玩暴力遊戲太多)。塔史葛說其實這些暗淡的景象都不是真相，根據調查結果Y世代是重要的社會改革動力，他們將為人類社會作出重大貢獻。

首先，他們會改革職場，打破科層制約、鼓勵協作。第二，他們會改革市場，Y世代不僅是消費新力量，還是「製作消費者」(prosumers)，喜歡與供應商共同創製產品。第三，改革教室，徹底推翻填鴨式教育，鼓吹協作式學習及探索式學習。第四，改革政治，建設互動民主架構，他們討厭污穢政治，但追求社會公義，是積極的社會運動家。

東方及西方的八十後形象差異

東方社會及西方社會建構的八十後形象差距極大。在新世代問題上，亞洲視角展示了悲觀的圖象，相信有其社會根源。日本重視經濟發展，日本年青一代卻沒有賺錢拚勁，所以被視為「一下流人」。中國新一代是「一個孩子政策」下的產物，故此被看作是寵壞了的「富二代」。香港的情況更加特別，由於八十後近期站出來積極投身社會運動，他們偶爾的一些激進示威行為，經過傳媒的誇大建構，令他們變成

「激青」。反而西方社會，能貫徹科學精神，比較認真和客觀地研究新一代，掀開他們的面紗，欣賞他們的優點。

香港近期雖然有大量文章報道及評論八十後，但究竟有多少篇是建基於實証研究？我們對八十後的瞭解正確嗎？如果我們繼續以主觀視角標籤及抨擊他們，對香港社會的未來發展又有甚麼好處呢？

香港浸會大學新聞系副教授
■李月蓮

	正面	負面
政治及社會取向	關心社會、為社會發聲 積極爭取社會公義	反建制、反政府 以激烈手段表達意見
思想	有理想、為公義奮鬥 有正義感、有激情	叛逆、迷惘、頹廢、憤世嫉俗 激進、不理智
性情	具膽色 有主見、有拼勁	是憤青、激青 多怨氣、愛投訴、不懂感恩、個人主義
能力	有頭腦、聰明 具創意、受良好教育	温室長大、無磨練、不能吃苦 工作態度差、好高騖遠、玻璃族、心靈脆弱
消費	新消費力量 重視儀容及個人品味	找工作難、買不起房子 無儲蓄、無安全感
媒體使用	活用新媒體組織行動	沉迷電腦遊戲及上網

附表：香港傳媒對八十後的評價

自由的啓示



國內電視連續劇《蝸居》宣傳海報

沒有比樓價不斷攀升、小市民死拼死省也買不到頭上半片瓦這題目更引起人共鳴，國內電視連續劇《蝸居》以此為故事骨幹，受觀眾熱捧，不無道理；原來《蝸居》道出的不單是小市民心聲，還隱含關乎一個健全的地產市場、可靠的投資環境和新聞自由的不可或缺部份。

幕：

海萍（女主角）挺著大肚子和丈夫看樓，皺著眉頭說單位破破爛爛，「這裡沒十年廿年嗎？」

他們又和六七人擠在一角，開始跟經紀競價，一個說加二萬，一個接著說馬上付現金，海萍看得目瞪口呆，沒開腔就拉著老公走。她邊走邊說，「哪些人是否經紀安排的托兒？」她一口咬定經紀找人托價。

開放及易用的公共紀錄

熟悉在香港買樓的人，可能會覺得這些情節不可思議，你會問：為何劇中主角不如香港人般，去田土廳查詢物業的落成日

期，樓齡不就一清二楚嗎？至於經紀有否托價，成交價是否真是現場的競價結果，其實也可從田土廳查到交易紀錄；交易價、買賣雙方是否已簽了買賣合約、買賣雙方是誰、及何時簽約等。

我不曾在內地買樓，但根據過去做記者採訪的經驗，我明白要在內地有系統地調查這些房地產交易資料，非常困難，很多時要賣人情（甚至出錢）找一些所謂熟悉內情的人士打聽，到最後拿到手的資料，很多時也不太肯定其真確性，記者大抵只採取有好過冇的心態，當這些資料為線索，要實地採訪及其他方法印證過後，才敢使用。

當我看到劇中主角給四方八面而來的樓市內幕消息搞到頭昏腦脹時，我不禁慶幸自己身在公共紀錄（public information）較開放的香港。我最近讀了一篇英文版《中國日報》（China Daily）的讀者來信，作者也有類似看法；而我因記者工作關係，過去十多年從未間斷在香港的公共紀錄堆中，找線索找證據做調查報道，所以趁此把我一些經驗分享。

有關房地產的買賣、法定用途或改變用途的申請記錄，是香港少數較完善的公共紀錄。從事房地產業務的專業人士及投資者，固然受惠於這些資料，好讓他們對市況作出詳細的分析，和

為動輒數百萬元的投資作出英明決定；此外，記者也是這些資訊的重要使用者，好像這陣子不時傳出豪宅呎價屢創新高，甚麼頂樓又以呎價幾萬元成交，是傳言或是事實呢？

記者通常在這些超賣單位交易後不久，都可以報道買家是誰，成交價多少、何時成交。

土地登記冊中尋寶

其實大家要自己查這些資料，也可以的，且十分容易，只要走到土地註冊處（俗稱田土廳），或者在家上田土廳網站，提供房地產的詳細地址，然後用八達通一刷，或付現金、或輸入信用卡資料，花費不過數十元，便馬上可以查到有關單位的一土地登記冊（Land Register），當中包括現有及之前業主名字，簽訂買賣合約日期和交易價等等和樓房有關的重要資料。資料統統來源於具法律效力的文件，例如買賣合約，所以都算是準確的。

曾經置業的你，可能都有地產經紀或律師代勞，從田土廳查資料；其實你和我，不論甚麼身份的人都可以查；何況，田土廳職員根本不會查問你是誰、或者查個單位的資料有何目的。

香港媒體對有關房地產交易的報道，非常即時、準確和廣泛，為我們製造公平的營商環

《蝸居》給資訊

境，其實有賴如此開放及易用的公共紀錄。而媒體利用這些物業交易公共紀錄，定期調查高官或公職人員擁有何物業，更可監察他們會否涉及貪污及其他以權謀私的行為，以致財富（見諸於其擁有物業價格）和收入不相稱，這可有效監察政府。

除了房地產的交易紀錄，「土地登記冊」還包括這房地產有關的契約和重要文件的紀錄號碼。這些文件是甚麼？種類很多，最多見的是房地產按揭銀行或財務公司的文件，會紀錄按了給哪間銀行或財務公司、按揭借款額、是一按或有二按，供滿樓按的「贖樓」文件也有。另外較常見的是政府向業主發出的樓房修葺令，及清拆僭建物令。

這些全是足以影響房地產價值、擁有權的重要資料，公眾跟記者都是有權查閱的。方法也很簡單：先取得有關房地產的「土地登記冊」，在登記冊上找出你要的文件，把其紀錄號碼交予田土廳（同樣是 online 和 offline 都可以），付了費用，文件便立即送上。

對記者而言，這些契約還是不少揭秘性報道的大寶藏。好像某名人再婚後，把一層半山物業送給新太太，記者就是從土地登記冊中的「送贈契約」中發現的。又有名女人死後遺下多少珠

寶首飾、現金和股票，從她大宅的「土地登記冊」紀錄的一份有關遺產執行人文件，露出端倪。

公共紀錄與公眾知情權

除了田土廳的土地登記冊，還有很多公共紀錄，都和你擁有的、計劃購置的、及居住的房地產、息息相關，關係到的是樓價、租金及居住環境。原來所有房地產都有其指定的用途，好像住宅、酒店、餐廳、寫字樓等等，可建樓層高度也有規定，假如對面大廈的業主要改建起多幾層樓，或你樓下鄰居要（合法地）把某單位由住宅改為骨灰龕，或有人要把新界買少見少的魚塘填平，改作貨櫃車場，其實公眾都可以預先知道，並有權就此提出意見。

以上情況，業主都必要向城市規劃委員會申請。城規會內部除了有討論外，還需諮詢公眾，收集意見。諮詢期間，業主向城規會提出申請的主要文件，包括圖則，公眾都可查閱，而公眾所提出的意見概要，也是公開的。查詢這些資料，公眾可以前往城規會的辦事處，而瀏覽城規會的網頁（www.tpb.gov.hk），就更方便，過去廿年的申請紀錄，也可找到。

香港的公共紀錄開放情況，確有很多地方令人氣餒，例如政



城規會的公開會議歡迎市民觀看。

府經常以數以億元聘請顧問公司進行的研究報告，很多都沒公開，高鐵事件激發的民怨，部份是源於政府不知何故把多份關乎高鐵造價的顧問報告保密。一月底申訴專員公署公布有關政府部門執行《公開資料守則》的調查報告，也對政府作了很嚴厲批評，指很多部門諸多推搪，拒絕公眾查閱他們有權得到的資料。但是，香港還有一些公共紀錄，如本文所提到有關房地產的，對公眾民生、投資及監察政府，非常實用且易於查閱，只是政府很少正面向公眾宣傳，而坊間又少有系統地介紹這些公共紀錄的書本及手冊。

■陳貝琮

香港大學新聞及傳媒研究中心
香港中文大學新聞及傳播學院
兼任講師

新聞自由？

新聞自由雖被推崇為普世價值，但關於其具體定義，卻是雜家百言，在國際社會或學界均未能取得一致觀點。但不論新聞自由的具體定義為何，我們可以肯定的是，各種學說對新聞自由的定義或者闡釋的重點，基本都放在一種自由的權利觀念之上。在近代自由主義新聞自由思潮中，權利乃是新聞自由的代名詞；在新聞自由的命題裏，也充滿了權利的意味。

權利觀念與自由主義

關於權利的觀念，從霍布斯開始便一直成為自由主義者重點陳述論證的對象。及至當代，隨著現代性觀念的展開，關於權利的論說進入了一個新的階段。西方社會在經過宗教革命、文藝復興和科學革命的洗禮之後，再次面臨了「諸神衝突」的局面。在個體價值突顯，工具理性經過充份發展之後，關於我們人生價值、世界觀念的各種道德學說、宗教學說、哲學學說，卻前所未有地進入一種劇烈衝突且無法調和的境況。

自從亞裏斯多德的目的論學說在尼采這裏遭到毀滅性地打擊之後，我們關於道德和善的看法，再也無法取得統一的共識。我們的價值世界並非如理性形而上學主義者所聲稱的那樣，能夠

像各種自然科學學說一樣，只要能確定為真並符合理性，便能相互和諧共處，互不衝突。在各種道德學說、宗教學說、哲學學說無法公約，或者被羅爾斯描述為「理性多元論的事實」在當代社會將無可避免地存在的情況下，權利的確立，被要求超越且中立於各種相互衝突的價值學說，以防止權利中的道德取向，對個人產生潛在的壓制。

這樣一來，現代的權利觀念便被要求進行一種去道德化，而將權利中的道德基礎抽空，對各種道德價值學說保持中立，從而權利對善和道德具有絕對的優先性，而各種道德學說在這種權利體系之下，則具有一種價值上的等價性。

如果新聞自由立基於這樣一種權利觀念之上，那麼，追逐商業利益最大化和提供優質公共服務，促進社會共同利益，協助公民個人發展這兩個目標，在權利優先論的體系之中，便沒有價值優先性的差別。雖然權利優先論在保持個人權利，使個人免遭國家

壓制方面具有相當的合理性和有效性，但立基於這種權利觀之上的新聞自由，將會潛藏著濫用自由的萌動，使新聞媒體在自由和責任之間，陷入一種進退維谷的兩難局面。

新聞媒體的社會角色

從權利優先論的視角出發，新聞自由乃用以防止國家動用超人的理性或者特定的道德訴求去對媒體活動進行規導，並且意味著積極追求政府對媒體的放任自由，強調媒體與政府的對抗，將政府視之為「必要的惡」，政府在媒體管理過程中的中立作用，也被極端的放大。

然而，新聞媒體的社會角色無比重要，如果只以自由主義作為新聞自由的哲學基礎，將新聞自由立基於一種放棄對善進行道德判斷的權利優先論之上，則意



新聞媒體具重要的社會角色

我們需要何種

味政府應該努力超脫於社會上各種價值觀和整全性理論，而對新聞媒體保持中立，以防止政府的積極作為所可能造成的壓制和強迫，從而使媒體擺脫國家的壓制和干涉，成為政治和經濟上獨立的實體。但信奉這樣一種新聞自由觀實質上等於讓政府放任商業市場的運作機制，放棄對媒介政策進行引導並對多樣性媒介發展的

政治經濟基礎進行保護。

民主與自由的媒體固然寶貴，但也絕非自動、先驗地存在，更不是免費。放任媒體的自由競爭，並不必然地會使媒體服務於社會，促成公民的個人發展。當新聞自由的證成完全遵循權利優先論所宣導的程序中立，而放棄對於善的道德價值進行實質判斷，那麼在這樣一種新聞自由觀看來，共同體和社群的善不過是眾善之一種，滄海一粟而已。

正如 Picard 所言，新聞媒體在追逐自身經濟利益最大化的同時，不可能不損及公共服務的提供。在不道德判斷的情況下，媒體是否會先驗地放棄優先追逐經濟利益而追求促進社會公共利益，去追求對「社會不同階層、團體之景象和現狀」進行客觀、中肯地呈現，去積極扮演社會中間力量，努力縫合因「社會互信的缺乏」而導致的社會裂痕和公

民之間的隔膜？

在除卻政府積極作為、媒體政策引導和第三方力量制衡的情況下，媒體是否會自動地自我節制其追求經濟利益的原始衝動，而提供符合公共利益，以及民主社會需求的公共服務？

在權利優先論的視角下，追求商業利潤、商業成功和促進共同體和社群的善之間都是可欲而且可求的，兩者之間並沒有價值的優先性之分，而只是兩個在價值上等價的選擇。在權利優先論的邏輯體系內，我們無法證明，媒體會首先放棄對商業利潤最大化的追求，而轉為選擇服務社會、提高公民個人發展的潛能。

自由與責任的兩難

從密爾頓·洛克到密爾，言論與新聞自由被當作個人對抗國家，防止國家訴諸集體意志對個人進行壓迫的武器。及至當代，新自由主義者比之傳統的自由主義者走得更遠，而採取一種去道德化的權利論證邏輯對權利加以確認。但新聞媒體所遭遇的自由與責任的兩難，恰恰在於新聞自由的權利觀念已被去道德化和工具化。國家和公民被嚴格限制在「自由主義公共理性」之中，以防止其在公共領域對媒體政策制定時融入對媒體作用和功能的道德性看法。

但是，自由且負責的媒體並非免費，「媒體市場在商業運作下永遠處於失靈狀態，只不過是嚴重程度有別而已」，國家、公民對新聞媒體都有規導和監督的責任，而並不應沉浸在「自由主義公共理性」的限制之中。我們需要注意的是，「媒體市場的失靈，很少能夠透過市場機制自動矯正」，國家有責任、也必須有結構地改造媒體政策，包括壯大公共媒體，介入規範商業媒體，以財政手段積極維持非營利大眾媒體的生存機會，創造視野多樣性的媒體得以發展的結構。

新聞自由並非只是一件失去道德向度的工具。立基於現代權利優先論之上的新聞自由，將會使新聞媒體放棄對善的實質道德判斷，陷入一種工具理性的癡狂之中，而不能從實質上增進處於碎片化社會中的個人對幸福和自身命運的理解；而個人也愈發成為這個光怪陸離的社會中的微塵，茫然飄浮於世而不自知。

■施勇

廣州中山大學傳播與設計學院
碩士研究生

使命的隔膜使者計劃



隨著時代的急速發展，科技的新月異，互聯網已成為現今社會的主流通訊平台。然而，能夠應用互聯網與未能應用互聯網兩者之間存在著一定鴻溝；存在於人們與數碼之間的隔膜將會是現代社會必須重視的問題，同時將是拉近貧富距離的新契機。

「網域使命青年使者計劃」旨在集合年青義工的力量，合力縮窄數碼鴻溝，共同推動和宣揚互聯網的應用和監管，從而建設一個健康、安全和諧的數碼世界。經面試遴選後，二十五位獲選的青年使者須接受訓練，包括參與講座、工作坊、實地考察、訓練營和交流團；除此，更有機會到訪中國及其他亞洲城市，出席地區性或國際性活動。

我有幸作為其中一名獲選使者，將會介紹數碼鴻溝的概念以及互聯網發展的前瞻；此外，我也會簡述在這幾個月來所做過的事，以及在日後的計劃及前瞻。

數碼鴻溝帶來的影響

在二十一世紀，隨著科技進步，互聯網的覆蓋就更為廣泛，我們的生活，同樣也比之前方便更多了，比如我們足不出戶便可以接觸到世界各地的資訊，而且互聯網也是一個十分好的學習平台；此外，我們在網上申請公共服務時也比親身排隊來的方便。

更不用說它在通訊及娛樂上的便利了。香港社會富裕，互聯網的普及度也很高，互聯網已成為香港生活中一個重要部份。

可是，在互聯網普及化的表象下，在香港仍然有相當一部份人仍對互聯網陌生，甚至連電腦也完全沒有接觸過；他們主要是社會上弱勢的一群，如老年人、低收入家庭、新移民等等，情況更令人關注；隨著互聯網普及，社會各界開始關注這個問題。

到底數碼鴻溝為社會帶來甚麼問題？最簡單來說，自從公共服務開始數碼化之後，不少機構開始縮減面對面的服務的規模，對沒有電腦的人來說生活就更為不便了，對一些行動不便的老年人更是一場災難。

除了不便外，數碼鴻溝對下一代的影響就更大。眾所周知，網上提供了不少學習素材，使學生們能從中學習，這對沒有接觸到互聯網的學生來說是十分嚴重的問題；首先，他們接觸的資訊會比較少，學習效率會相對地低，在升學上也自然劣勢。雖然一切都是因人而異，但普遍來說，數碼鴻溝會使這些貧困學生處於劣勢，甚至構成跨代貧窮，這都是我們必須盡快去解決的問題。

網路的普及，但很多家庭即使擁有電腦，也只是家中的下一代（子女）用，而父母對電腦，

互聯網等知識也相當有限。父母對子女上網的內容往往因為不了解而存在一定的偏見，磨擦可能因此而生，親子的關係也就變得緊張，代溝就更為嚴重了；而這也可能間接構成青年問題，但如果家人也懂資訊科技，其磨擦就能減少了。

除了以上本地數碼鴻溝的問題外，當我們放眼世界，貧與富的差異就更為明顯，其局面也就更為嚴峻。在欠發達地區的網路覆蓋率大多不足百分之十，在競爭上自然比先進國家更低了，這只會拉闊貧富之間的數碼鴻溝，這更不利於改善現有全球化所帶來的不公平，不得不令人關注。

上述有關於數碼隔膜所形成的問題並不是大家樂見的事；而我作為網域使者，就更應肩負破除數碼隔膜的使命。我們在這兩個月分組就上述不同的關注事項執行社區服務計劃，旨在改善現有的局面及引起社會關注，並作出相應的推廣方案，達致數碼共融的目標。

促進更佳交流環境

除了解決數碼隔膜這一個問題外，我們作為網域使者，也十分關注到現在網路及新媒體的發展趨勢，比如說 Web 2.0 及開放源碼運動 (Open Source Movement) 的發展等。而 Web 2.0 與開放源碼運

網域使命青年 ——破除數碼

動則是現在新媒體發展的兩個最重要元素，我們作為網域使者也會大大支持。

開源文化，象徵的就是網絡內容不再是小撮人所把持，而是真正正屬於大家；我們作為網域使者，對於這些分享的趨勢是頗為樂觀的，而且也鼓勵更多人能認識到自由文化的好處；我們會身體力行，使用開放軟件及開放標準分享作品，以支持自由文化及合理版權的理念。

在現在網路普及的大勢所趨下，更多人能在網路上暢所欲言。可是，這局面也暗潮洶湧，因為網路使用者良莠不齊，有些人會在網上發表中傷某人的謠言，而網路上強大的搜索功能更十分容易去搜索他人的私隱；這也是嚴重侵犯他人私隱的行為，使受害者受到不必要的滋擾，絕對不是一個好的現象。而且網上會有非常多的陷阱，網路安全也是十分需要關注的事。

這兩類的行為通稱為網路欺凌，大大損害到大眾使用網路的和諧。所以這也是我們作為網域使者必須關注的問題；我們致力促進建立一個更好的交流環境，網域使者（青少年服務組）與香港青年協會合作，致力推廣安全上網及網路和諧的概念，並進行了分區家訪；而這也是青協「做個智 Net」的「互聯網教育活動

(http://www.hkfyg.org.hk/chi/press_releases/2009/iec_jobexpo/index.html)的試點活動，意義重大。

提倡合理的互聯網管治

互聯網的普及促成了不同團體更多元的互動，可是這也意味著不同的利益團體中會有更多微妙的關聯及衝突；而大家在觀點上也有不同的地方，故需要有一個更穩當的機制去平衡各方的利益及訴求；互聯網管治 (Internet Governance) 的概念便由此而生。

提倡更合理的互聯網管治是我們其中一個使命，而這些東西更是與大家生活息息相關的事。所以有數名網域使者早前便參加了關於互聯網管治的工作坊，而所有使者也與聯合國關於網路管治的官員 Markus Kummer 見面，這是一件非常難得的事。此外，我們有不少的使者已經參與了不同的國際會議，以擴充自己對這類事務的認知，比如在零九年七月下旬的 ICANN 諮詢環節，八月北京的 APNIC 會議，以及十月在南韓舉行的 ICANN 會議等等。

此外，在去年第四季，網域使命青年使者除了參加不同的國際會議外，也協助了二零零九年十一月二十三日的 IPv6 world.asia 活動，以及在十一月二十七日社聯 TRC Forum 中簡介了網域使命計劃在去年開始的情況，以及將

來的活動，令更多非政府組織能知道我們的使命。

在今年一月中，網域使命也在「Make a Difference Forum - 創不同」活動中，向與會者介紹網域使命的情況，並鼓勵與會者也同樣的去創新。「Make a Difference 創不同」，簡稱 MaD Forum (www.mad-asia) 是一個關於創新的交流活動，與會者可以和來自世界各地的創新者會面交流，吸收新思維。此外，網域使命也已經於一月二十二日至二十四日在香港舉辦首屆 Youth Internet Governance Forum (YIGF)，作為 IGF 的延伸，把計劃的理念推得更廣。

總括來說，我以及其餘廿二名大學生，作為網域使者，將會在這一年內，致力解決數碼隔膜的問題，令更多人知道如何合理使用互聯網，以及互聯網改變帶來的影響。我們是第一屆的網域使者，也許經驗未足夠，但我們有的是熱誠，希望可以令更多的人能知道這類的資訊，更希望大眾能多多鼓勵及指導我們，一同打破數碼隔膜以及利用互聯網的新環境，締造更美好的數碼世界。

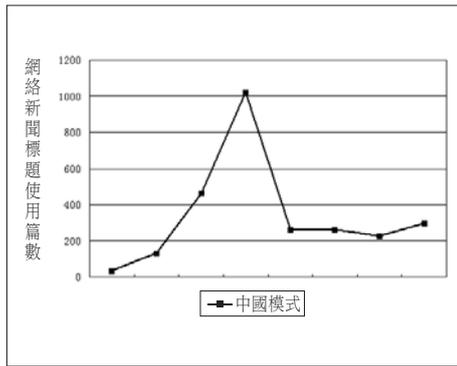
■張智峰

網域使命青年使者

爭議與價值分化

筆

者在上期本刊撰文指出，以「中國模式」為代表的盛世話語之傳播強度變化，可視為中國政治氣候變化的觀測指標。通過百度檢索二零零九年下半年以來中國傳媒上「中國模式」的逐月傳播強度變化，可見該詞在建國六十年慶典前後達到高峰，其後熱度回落，但仍較高（見圖）。圍繞「中國模式」，出現了一批觀點相反的文章。其立場大致可分為「宣揚派」、「質疑派」和「慎言派」。



“中國模式”近期傳播強度的逐月變化
(2009年7月至2010年2月)

「中國模式」的要穴是「國」

「中國模式」最有力的宣揚者，是一些標榜「中國學派」、持國家主義立場的學者。他們認為本次全球金融危機宣告了西方體制的破產和中國道路的成功。他們認同所謂能夠「集中力量辦大事」的舉國體制，認同中共的

一黨體制，認同政府將穩定置于首位，其中有人高度肯定國有企業的作用，認為國企是中共執政的重要經濟基礎，國企崛起顯示了「中國模式」的獨特優勢。
(人民網：<http://cnews.people.com.cn/GB/10971543.html>)

二零一零年第四期《財經》雜誌刊登美國麻省理工學院教授黃亞生的文章《「中國模式」有多獨特》。作者在文中請讀者「先來觀察這麼一個國家」——「它具有下列特徵：政府儲蓄率在六年之內增加了一倍；基尼系數（即在全部居民收入中，用於進行不平均分配的那部分收入佔總收入的百分比）是0.45；工資增長落後於GDP增長；一百家最大企業75%的資產是國資；政治上沒有競爭；對外資非常開放；工業化速度非常快，十年內農業就業減少了三分之一。」

這是在講中國，你沒有全錯。「對「中國模式」持異議的黃先生引述資料說，中國政府儲蓄在一九九二年佔GDP的百分之四點四，二零零七年該比例提升至百分之八點一，增長近一倍；中國的收入分配不均世人皆知，基尼系數很高。但他緊接著告訴讀者，他說的那個國家，其實是上世紀六十年代的巴西。當年的巴西和如今的中國頗為相似，用強

大的行政手段，徵收土地，投資基建，發展國企，創造了「奇跡年代」，一些評論家認為巴西可以成為挑戰美國的西半球巨人。但巴西模式給經濟和社會留下無窮後患，上世紀八、九十年代高度通脹，不斷爆發金融危機，GDP的高速增長變為零增長，政治動蕩，犯罪率居高。

國家與國民關係，是爭議焦點。質疑派認為「中國模式」是一種以犧牲國民利益為代價的國家資本主義模式、權貴資本主義模式。中國二零一零年的財政收入比上年增長百分之十一點七，高於GDP增長三個百分點。二零一零年第四期《財經》雜誌的社評《審慎看待「中國模式」》問：「在大幅度巨額經濟刺激計劃的情況下，財政收入何以不減反增呢？」社評說：「這意味著，儘管做大了蛋糕，但政府拿走了更多，民間獲得的份額相應減少。有關新一輪『國進民退』的議論也表明了各級政府在與個人和市場競爭利益。與此同時，政府財政投資不僅邊際收益遞減，同時也在一定程度上擠出了民間資本，使得無處可去的民間資本大量進入股市和樓市，推高了資產泡沫的風險。」

「中國模式」恐成改革對象

建國六十年慶典前後，中國

再談「中國模式」：

官方熱衷宣揚「中國模式」。但到年末，慎言派的言論漸多。慎言派堅守鄧小平「韜光養晦，決不當頭」的訓誡，反對為日益滋長的浮躁情緒推波助瀾。還有人認為，鼓吹「中國模式」是美國「捧殺中國」的陰謀，是要讓中國承擔更大的「責任」（例如在減少溫室氣體排放的問題上）。

在中國媒體中，《學習時報》值得關注。有學者認為，在當前中國，原本應是思想解放前沿的中國社會科學院，成了保守力量的堡壘，而中央黨校卻成了黨內改革的大本營；其標誌，就是中央黨校主辦的《學習時報》。這份報紙，旗幟鮮明主張政治體制改革，多次轉引《南方都市報》、《新京報》等敢言媒體的言論。二零零九年十二月七日，該報發表了一組對「中國模式」存疑的文章，作者中有黨內高官。

全國政協外事部主任、原國新辦主任趙啟正在《中國無意輸出「模式」》中寫道：「『模式』一詞含有示範、樣本的含義，但是中國並無此示範之意。這個模式或案例處於現在進行時，它還在發展中。」在《中國改革》雜誌二零一零年第一、二號合刊中，趙啟正再次撰文，明確提出，他更傾向於以「中國案例」的說法代替「中國模式」。

全國政協常委、中央黨校前副校長李君如的《慎提「中國模式」》一文稱，「鄧小平曾經希望我們到二零二零年，中國各方面體制能夠定型。但中國改革開放到今天，我們的體制還沒有完全定型，還在繼續探索。講『模式』，有定型之嫌。這既不符合事實，也很危險。」在舊體制還沒有完全變革、新體制還沒有完全定型的情況下，說我們已經形成了「中國模式」，以後就有可能把這個「模式」視為改革的對象。

核心問題是要不要政治改革

曾寫過《民主是個好東西》一文的學者俞可平，亦接受媒體訪問，談論「中國模式」。（人民網：<http://theory.people.com.cn/GB/10679036.html>）因為他聲稱「我對中國模式充滿期待」，被網友認為「向左轉」。然而細讀訪談錄，發現他和那些將「中國模式」看作建國六十年的來成功經驗、貼上馬列主義、社會主義標籤的宣揚派不同，他的論述帶著黨內改革派的色彩。俞可平坦言「中國模式還在形成之中，遠未定型；中國模式既有成功的經驗，也有需要吸取的教訓。」他在解釋「中國模式」的要素時說，中國在經濟上「既不推行純而又純的公有制，也不實

行全面私有化」，政治上「不是簡單的一黨政治」，在意識形態上，馬克思主義的主導地位和多元思潮並存。他特別將「公民社會已經產生，並且正在對社會生活產生日益重大的影響」也作為「中國模式」的要素之一。他認為「中國模式」推行增量的經濟與政治改革，以漸進改革為主要的發展策略，同時進行必要的突破性改革。

所謂的突破性改革，當然是政治體制改革。圍繞「中國模式」的這場爭議，核心是要不要政改。廣州中山大學教授袁偉時先生一針見血指出，中國的政治體制明顯滯後，這是國內外公認的。在這樣的情況下，不是去推動政治體制改革，反過來盲目歌頌所謂「中國模式」，這是很危險的。一個願意改革的黨，偏偏有人跟它說，你已經成功了，世界都在向你學習了。今後的路會很困難，有很多反復。「這是改革和反改革、現代和現代博奕過程的組成部分，勝負未分，危機仍在，人們應該認真關注。」（中國選舉與治理網：<http://www.chinaelections.org/newsinfo.asp?newsid=168569>）

■ 錢鋼

香港大學新聞及傳媒研究中心
中國傳媒研究計劃主任

的 愛 恨 交 纏

反 高鐵和八十後，成了近月媒體的最大關鍵詞之一；媒體近日高度重視此事，與反高鐵大規模集會前的零星報導，形成極強烈的對比。某程度來說，反高鐵是成功的，因為終於能曝光，終於爭取到媒體和社會注意；可是同時也是未竟全功，因媒體的報導焦點存有嚴重偏差。

高鐵一事之不受媒體注意，實在令人震驚。它造價近七百億港元，乃回歸以後耗資最巨大的工程，但其具體成本效益卻竟然無人討論，對於它會否仿效西部通道、落馬洲支線、機鐵、迪士尼等大白象師兄，成為下一個甚至最大的財政黑洞，媒體似乎並不關心；至於其對社區和環境的影響，也是由民間團體來費心披露，而不是由媒體去主動採訪。媒體的角色不知到哪裡去了，在去年的炎炎夏天，當一眾保育人士東奔西走之時，媒體卻彷彿在冬眠。

處於冬眠狀態的媒體

我印象最深刻的是，我去年八月在元朗劇院出席的兩場政府公聽會。當時政府的方案已被批評得體無完膚，官員全無還擊之力，就連每年的維護成本和總造價等基本資料，官員也缺乏數字（事實上到今天仍沒有折舊數字）；至於為何全港就只有菜園

村一個地方最適合建車廠，官員也無任何科學或人文論證。但不要緊，在這個世上犯錯不是問題，最重要是不要讓人知道就可以了。恰巧媒體對這類影響全港的議題的興趣，都低於其他港聞、娛聞、馬聞或副刊的飲食訊息，因而沒有派記者來旁聽一下。主事官員心裡不得不感謝媒體，在隱瞞高鐵弊病一事上鼎力襄助。

這是反高鐵陣營的最大困境之一，明知政府高鐵方案兒戲，卻無法告知普羅大眾，喚起他們關心。陣營對媒體的漠視，自是相當不滿。事實上這情況甚至持續到十一月底，當時的反高鐵大遊行仍只有二三千人參加，以高鐵問題之廣之闊，那出席人數實在不能算是滿意；而又由於遊行人數不算很多，媒體對反高鐵的潛在炸彈仍然不太醒覺，仍覺得這只是少數市民關注的事，對高鐵的報導和分析，依然數量不多。但媒體不明白的是，關注的市民不多，正是源於媒體自身的問題，那只是一



六名「八十後」青年展開四天三夜反高鐵苦行。

個由媒體來自我實現的預言。媒體疏於關心與分析，並不是在於量，那還在於質。部分媒體或也一談高鐵，但只流於吹水式的侃侃而談，以隨口一說的謬論當作舉世真理，遺害社會。一些媒體只管說沒高鐵就會邊緣化，所以一定要通過方案；對他們來說，即使高鐵每年要虧損一萬億元公帑，也是要興建的，那是連最基本的權衡利弊這種中學生論說文常識也付諸闕如，枉為「資深」傳媒人。更何況為何高鐵總站不設於西九龍，香港就會被邊緣化？這種模糊的思辯邏輯，也只限於讓社論執筆人沾沾自喜，連部分較精銳的九十後也要嗤之以鼻。這某程度也暴露了本港部分報章社論過於隨手的長久積弊，行文深度有如中學水平，愧作小市民的喉舌。

媒體與反高鐵

五區苦行終吸引媒體注目

在媒體不就的情況之下，反高鐵陣營只有依靠自身力量，去宣傳此事。如同電訊商和其他商業機構在街上掛易拉架、派傳單，也是方法之一，雖然時間成本高、宣傳成效低已能預見，但也是沒媒體襄助之下沒辦法中的辦法。「苦行」是其中一個轉捩點，你不能不說那是一幅壯麗的圖畫，終究比娛聞和馬聞更具備新聞價值。某些媒體開始把苦行的照片貼於報上，與此同時，我在「五區苦行」上水站派傳單時也有此番觀察：由於苦行訴求形式獨特，吸引了很多街坊注意，從而也令他們較樂意接傳單，看看那是怎樣一回事，我們少了吃閉門羹。苦行為高鐵路論「增值」了。公道點說，苦行的人甚麼年紀都有，不純粹是八十後的功勞。同時，當關心社會人士要訴諸一跪一叩的模式，才能引起媒體的醒覺和關心，那實在不得不令本應以時事觸覺為本能的媒體行業無地自容。

一月八日的立法會會議，反高鐵陣營終聲稱動員了上萬人包圍立法會。不管實際是否有一萬人，那份對立法會會議的關注和反響，也的確是史無前例地大。媒體如夢初醒，終明白支持高鐵不再是一「主流」意見——撐高鐵的運動永遠只有小貓三幾隻——

相反反高鐵才更像是社會「主流」，或至少是一股近數年來，自廿三條以後最大的反對聲音。原來這才是最值得重視的新聞，社會反對溫度僅次於廿三條。媒體終加強討論事件，以我所見《明報》匆匆設立了「高鐵爭議」網站，並先後訪問鄭汝權以及黎廣德，對照他們的觀點。雖然一場像樣的高鐵公眾辯論仍因局方的怯懦或自知理虧之下而未發生，而反高鐵核心人士如朱凱迪和葉寶琳等也未獲邀請在《明報》暢論反高鐵的觀點，更遑論八十後的聲音。

可是，時間不等人。一月十五日和十六日立法會要表決了，一切塵埃落定。部分報刊仍以自欺欺人方式來試圖力挽狂瀾，指出高鐵路論已經歷十年之類，不可再次拖延；然而我們眼見的是正反雙方的互相接觸才正式開始——當然在此之前，反對陣營一直想和局方溝通，只是局方總出動立法會這把尚方寶劍，說不用擔心方案不善，因若方案欠妥，立法會是有權不通過撥款的。這等同寄語我們向那些功能界別的既得利益者以及保皇的民建聯等望天打卦，如果你說這樣的政府有良心，我很難贊同——無論如何，這些報刊乃在指鹿為馬，把剛開始的討論說成討論十年，問心一句，該報過去十年怎

樣報導過高鐵？而指鹿為馬應否為媒體大忌？

通過撥款後，在立法會發生了一些小衝突。不幸地，那幾乎成為了高鐵路論的最大焦點。絕小部分、行動稍為激烈的示威人士容或有錯，但相對於政府粗暴通過法案，諮詢嚴重缺乏，對村民欠缺妥善安置，對成本效益缺乏詳細論證，對反對聲音缺乏起碼尊重和溝通意欲，究竟孰重孰輕？如果媒體仍是要把那小數的肢體衝突置為頭等大事，而把整個基建推動過程置為新聞的微枝末節，那它到底是反映了社會現實的最大問題，還是部分媒體的私人癖好？

寄語媒體

高鐵路一事或許已漸成過去，然而同類問題很可能會重蹈覆轍。我從不低估媒體威力，作為第四權，它絕對有能力推動香港走上正軌，造福七百萬人民。衷心期望媒體能在高鐵路一事上吸取寶貴經驗，一改故轍，拒絕發夢和夢囈頻頻，挺身而出成為廣大市民愛之戴之叫好叫座的公器。那才是媒體的天職和存在價值所在。

■謝冠東

反高鐵大聯盟成員

How to drive it?

radio. A rollout of digital radio needs substantial efforts/ investments, as it has to compete for the hotly-pursued consumer attention. (Table 1)

3. Digital Radio Developments in Selected Economies

We shall explore the growth factors by referring to the developments in UK (well developed in DAB), Australia (having a good start in DAB+) and Hong Kong (with digital radio emerging). The following is a summary table of the various factors: RPMO, Terrain, Growth, and estimated RPMO values using the aggregate curve (Media Digest, 2009-04, J. Yip, Figure 1) developed for HDTV and IPTV. The curve has been used as a surrogate, due to limited digital radio penetration, apart from that in UK.

Table 2:- RPMO (Digital Radio Development in Selected Economies)

	UK/ London	Australia/ Sydney	Hong Kong
General	Started DAB since mid 1990's but main push in end 2001.	Started DAB+ in May 2009.	VHF Band III available for DR.
R	Automatic license extension of 12 years for analog radio licensees running also DAB.	No new entrant for 6 years.	Under development.
P	DAB receivers typically cost £35 (US\$55). GDP/cap. (PPP), UK = \$35,400 Rx cost = 0.16% of GDP/ cap.	A\$79+ (about US\$70) GDP/cap. (PPP), Aust. = \$38,500 Rx cost = 0.18% of GDP/ cap.	Est. US\$50+ GDP/cap. (PPP) = \$42,700 Rx cost = 0.12% of GDP/ cap.
M	Heavy promotions.	CRA promoting intensively.	Yet to occur.
O: (Content)	Many channels (50+ in London)	Many channels (27+ in Sydney) DAB+ facilitates PAD.	13 AM/ FM channels (RTHK: 7, Commercial: 6). Small market. Need to explore long-tail/ niche/ thematic services.
O: (Consumer Habits)	Est. 22 h/ week (dropped from 24.5 to 21.5)	Est. 21 h/ week	Est. 12 h/ week
O: (Device Attributes)	Hundreds of DAB Rx types	30+ DAB+ Rx types	Est.: 50+ DAB+ Rx types
O: (Quality)	Limited audio quality	DAB+: improved audio quality	Under development. Digital Radio helps relieving AM reception problems in HK.
Terrain Factor	Favourable eg London	Favourable eg Sydney, Melbourne, Adelaide	Highly unfavourable; numerous high-rise buildings. Narrow streets and double-decker buses.
Est. Growth pa (av.)	Est. 4.3% pa (34% by end 2009.)	Est. 3.5% pa	N/A
Est. RPMO Value	3.8	3.5	N/A

Table 1:- Technological Competitiveness

	Video	Video, weighted	Audio	Content range	Mobility	Total Score	Rank
DTT-HD	3	9	3	2	0	14	1
IPTV-HD	2	6	2	3	0	11	2
IPTV-SD	1	3	0.8	3	0	6.8	3
Internet TV	0.5	1.5	0.8	3	1	6.3	4
DTT-SD	1	3	0.8	2	0	5.8	5
Analog TV	0.9	2.7	1	1	1	5.7	6
Mobile TV	0.2	0.6	0.3	1.5	3	5.4	7
DAB+	0	0	0.8	2.5	2	5.3	8
FM Radio	0	0	1	1	3	5	9
Internet Radio	0	0	0.8	3	1	4.8	10
DAB	0	0	0.7	1	2	3.7	11
AM Radio	0	0	0.3	1	2	3.3	12

4. Fostering Digital Radio growth

The following energizing measures are based on the RPMO analytical model and on Table 2.

- Proactive regulatory framework, providing incentives for the industry to invest in digital radio.
- Lowering digital radio receiver prices.
- Prolonged and effective promotional campaigns.
- New/ extended range of contents, with local programming.
- Exploiting consumers' habits eg listening to radio whilst on the internet, reading, walking or working.
- Exploiting older people's passion for radio.
- Wide range of receiver types with attractive designs/ features, including AM/FM.
- High audio quality by using suitable bitrates.
- Strong signal reception even for indoors; using repeaters eg echo-canceling repeaters.

There is no single measure for ensuring a successful rollout and each economy needs to set its own strategies.

5. Summary:

Rolling out digital radio successfully is a challenging task, partly due to the limited competitiveness of digital radio in the intensifying multimedia environment (Table 1). The generic growth equation and the benchmarking curve (albeit ballpark) could be useful for planning digital radio rollout. In Hong Kong, HDTV and IPTV have attained high penetration figures, reaching some 40% and 50% respectively (averaging 20% pa and 10% pa respectively). For digital radio development in Hong Kong, Table 2 has outlined some obstacles. Major efforts are required to parallel the growth in UK or Australia.

■ John Yip
Chief Engineer
RTHK

Digital Radio Development:

1. Introduction

Digital radio has been making inroads after over 15 years of development. The early system, DAB (Digital Audio Broadcasting), of the Eureka 147 family was introduced in the mid 1990's. In recent years, newer technologies have emerged. The major digital radio technologies include the Eureka 147 DAB family, DRM family and HD-Radio (used mainly in USA). **DAB** (using MP2/ MUSICAM) has been around for over 15 years with major growth in UK with 10M receivers. **DAB+** (using HEAAC v.2, 3 times more efficient than MP2) has been introduced in Australia in May 2009, showing promising growth. DAB+ is also growing in various other countries eg Switzerland, Italy. **DRM** (DRM30, DRM+) is more spectrum-efficient but receivers are more expensive; it is promising for providing distant services and replacing AM. This paper discusses the growth (receiver penetration) factors, an externality (technological competitiveness), developments in UK, Australia and HK, focusing on DAB+, to facilitate planning in an expanding and competitive multimedia environment.

2. Growth Factors

2.1 Key factors affecting growth (ref. Media Digest 2007-06, J.Yip): **Driving Force (Digital Radio):** $DF_{dr} = M_{dr} [R, P, M, O]^* T$. For the Terrain factor (T), a basic description was given in Media Digest 2008-03 (J.Yip).

2.2 RPMO factors and components are given as follows.

Regulatory, R :

Spectrum availability
Liberal spectrum licensing/ allocation
Government incentives for the industry to invest in digital radio
Definitive timeframe for analog off
Government leading in technology selection, consulting broadcast and manufacturing industries

Pricing, P:

Pricing of Digital Radio receivers

Marketing, M:

Strong audience education campaigns
Strong and effective promotions by the industry
Exploitation of synergy with the Internet
Exploitation of older audience' passion for radio

Other, O :

Content:

Large number of new channels/ contents
Wide range of new program contents
Strong local programming
Value-added services eg traffic, other data, slides

Consumer Habits:

Strong Radio listening habits (based on hr/ week)
Identifiable major listening preferences/ habits

Device Attributes:

Availability of numerous receiver types
Easy of use of receiving equipment, compact radios
Built-in LCD, for showing slide shows, EPG and other PAD
Attractive designs/ functions eg recording/ playback, including AM/FM for convenience

Quality:

Comprehensive and strong signal coverage, including indoors eg 76dB u/m
Audio Quality (based on kbps and on compression standards eg HEAAC v.2)

There are numerous articles written on digital radio, pointing out that the main drivers for DR growth are: new digital radio stations and contents, consumers being attracted to new devices, designs/ features, and improved sound quality (under good reception), etc. These correspond to the "O" factors in the RPMO analytical model. The receiver pricing issue is often discussed. On economic affordability of the consumer, it is not an issue in a developed economy. It is related instead to opportunity cost, not to affordability. This matter will be discussed later. A related equation, on receiver pricing, is as follows: $Price A = Price B * (\text{ratio of GDP/capita}) * (\text{ratio of consumption in hours/week})$

Further to the RPMO equation, there is an important externality, arising from the limited technological competitiveness of digital radio in the multimedia (audio-visual) environment. This externality (Tc) is described as follows.

2.3 Technological Competitiveness (Tc):

If "Seeing is Believing", then Radio was born handicapped, as it could not provide moving video information or entertainment. The following table on Tc is postulated, to show the limited competitiveness of digital

● 世界盃轉播權掀起爭議

● 《歲月神偷》柏林奪殊榮

世界盃有線寬頻或獨家轉播
劉吳惠蘭促有線以民為先

四年一度的世界盃在本港的轉播權爭議在二月底升溫。電視廣播有限公司及亞洲電視月底發表聯合聲明，表示因與擁有播放權的有線寬頻未能達成共識，故不會轉播世界盃。原因是有線的標書條件是只可轉播有線第一台的訊號畫面，除節目旁述外，還包括時段內的廣告及宣傳片，限制了兩台不能自行製作及賣廣告。兩家免費電視台高層人員記者會上表明，無法接受有線的條件，又批評有線此舉只會剝奪觀眾的選擇權。國際足協雖然在標書上表明須向當地免費電視台提供數場直播賽事，但據悉有線與國際足協簽約時，已作出適當修改，只要有一個覆蓋面廣的電視媒體直播賽事便可，毋須一定要免費電視台。有線希望透過旗下收費十元的有線一台轉播四場賽事。藉此催谷現時已有一百一十萬戶觀眾的有線一台，令它變相成為另一免費台。

此外，商務及經濟發展局局長劉吳惠蘭亦就此事發言，有線電視可與無綫及亞洲電視協商，以市民公眾利益為依歸，盡量安排播放世界盃賽事給香港觀眾。另一方面，廣管局亦已去信有線電視跟進，認為廣播條例已列明，世界盃等主要賽事需讓免費

電視播放，但不會規定哪個頻道播放，也不規定免費電視是否播放有線的廣告，最關注的是免費電視能否轉播，廣管局敦促有線遵守牌照規定。

* * * * *

《歲月神偷》柏林影展奪水晶
熊獎 運房局用 Facebook 收集意見
讓公眾參與

由港人張婉婷監製、羅啟銳執導的香港電影《歲月神偷》，在被喻為世界三大影展之一的德國柏林影展揚威，奪得最佳電影水晶熊獎，成為首齣奪此殊榮的港產片。這部電影講述上世紀六十年代香港人奮鬥的故事，為導演的兒時故事。電影籌拍前後十年，集資過程困難重重，最終獲港府透過電影發展基金投入三



羅啟銳表示《歲》片回顧六十年代港人如何解決問題。

分一資金。在如此緊絀成本下仍能揚威海外，再度彰顯香港電影工作者的實力。

經過高鐵事件的教訓，運輸及房屋局於二月初的一個周六早上十時至十一時，舉行一個以《運輸基建·公眾參與前瞻》為題的論壇，由局長鄭汝樺及副局長邱誠武，與學者及青年工作者一起探討日後策劃運輸基建項目時，如何讓公眾更多參與；論壇除了在網上直播，網民亦首次可利用 Facebook 網站平台即時發表意見。當日論壇開始前已有三百多條留言，其後留言不斷增加，三個多小時共收到二千零六十五個留言，但網民一直未見有回覆留言，激起網民不滿，紛紛在塗鴉牆上批評。有網民批評此舉是「假諮詢」、「大龍鳳騷」，更有網民聲稱被刪除留言。直到論壇中段，鄭汝樺才「回應」幾則留言，但仍未能滿足網民要求。

港台公共廣播檢討公眾諮詢在一月已完成，收到約一百五十份意見書；當局會盡快整理，將諮詢廣播報告向立法會提交，並將由政務司司長、廣播事務管理局主席及廣播處長三方簽署一份約章，會釐訂公共廣播方針及使命，交代諮詢委員會的職能及組成。

* * * * *

● 記者採訪連受阻 ● 數碼電台開放申辦



曾蔭權稱已向內地反映本港記者在內地採訪時的關注。

香港記者再遭公安粗暴阻採訪
報評會去年接投訴增加

香港記者二月上旬到成都法院採訪譚作人案時，再次受到當地公安粗暴對待。由於公安並無交代哪裏才是「採訪區」，香港記者擔心採訪受阻，堅持留在法院外，結果雙方發生肢體碰撞。近二十名公安在法院外驅趕記者，有線電視攝影師被箍頸、手部受傷。香港電台女記者一度被搶走手提電話，最後被迫刪除電話內相片。對於香港記者在內地採訪受到接二連三阻撓，特首曾蔭權表示已立即與當地的有關當局跟進，亦第一時間向內地有關當局反映記者的關注。記協及多個傳媒機構齊聲譴責，促請中央政府正視事件，保障香港傳媒正常採訪活動的權利。

香港報業評議會二月中舉行周年大會。主席陳韜文作報告指，二零零九年共收到四十二宗

有關傳媒的投訴，較二零零八年的廿三宗增加了82%。四十二宗投訴主要涉及相片處理的問題，全是投訴非會員機構的報章。投訴侵犯私隱佔10%；投訴不雅及煽情報道佔22%；失實報道的投訴則佔27%。其他類別的投訴則佔41%，當中包括投訴社評言論、歧視、記者行為失當及標題用字問題等。投訴媒體比例方面，投訴非會員報章佔50%，會員報章佔47%。對雜誌及其他的投訴佔3%。目前香港報業評議會共有十間傳媒機構作會員，陳韜文教授將續任主席一職。

* * * * *

政府推十三條數碼電台頻道
亦推手機電視牌照

二月中，政府公佈開展數碼電台聲音廣播，將會開放最多十三條頻道予私營機構申辦，有興趣營辦數碼廣播電台的企業須於四月三十日前申請，計劃最快在二零一零年底推行。數碼聲音廣播節目將有別於現時做法，當局不會限制數碼廣播特定節目時數，只需維持每一小時播放一分鐘的政府宣傳聲帶，及廣管局的宣傳資料。當局表示可容納多於一個營辦者，但機構需要共同承擔加建新傳輸設備所需若四千萬

元費用。除了正進行數碼廣播測試的雄濤廣播外，現行持牌電台亦表達興趣。另外，政府表明不會收回現時的AM及FM頻道。雖然推動數碼電台廣播近在眉睫，但目前仍未有合適的接收器發售。

電訊管理局在月底刊發資訊備忘錄，為了方便在本港提供廣播類流動電視服務，即所謂「手機電視」，將於今年五月舉行有關5.8兆赫至6.8兆赫頻帶內的無線電頻譜拍賣，現正邀請業界申請參與。此無線電頻譜的使用費，底價為二千四百萬元，有效期為十五年。成功競投者，須使用最少七成半的傳輸容量傳送流動電視內容，並由獲發牌照起計的十八個月內提供服務，覆蓋本港最少五成人口。業內人士指，政府此舉將給電視行業及手機行業帶來龐大商機，不排除「兩網合一」，而擁有流動電訊、廣播電視等服務的跨媒體營運商將較為受惠，令未來電視業生態將出現大變。

■ 梁麗娟
傳媒評論員



政治與電影之間的藕斷絲連

書名：《冷戰與香港電影》

作者：黃愛玲、李培德

出版社：香港電影資料館

出版日期：2009年6月

「冷戰」，可以「隱藏戰事」來作理解，意謂不同意識形態陣營的角力，卻不以荷槍實彈作戰。時至今日，我們已少談「冷戰」多提「軟實力」的較量，究竟往昔的戰略是否也適用於今天？文化媒體又繼續扮演怎樣的角力？當二零一零年的電影院上演了一幕孔子遇到阿凡達時，軟實力的對壘又是誰勝誰負？

有趣的是，在香港的電影中，冷戰這場曾影響深遠的爭鬥卻幾乎完全不着痕跡。這是因為政府為了維持對派系之間的脆弱和平，嚴格審查電影；另一方面，創作者面對審查的限制，亦經常能巧妙地以迂迴方法，在電影中傳達意識形態信息。

香港電影資料館與香港大學亞洲研究中心於二零零六年合辦了「1960至1970年代香港電影的冷戰因素學術研討會暨影人座談會」，探索冷戰與本地電影的關係。三天的討論孕育了不少具啟發性的文章，這些資料已結集成《冷戰與香港電影》一書，於二零零九年出版並在電影資料館發售。全書結集了由科大衛、周承人、張濟順、吳國坤、黃仁、李培德、吳詠恩、羅卡、黃愛玲、朱順慈、麥浪、韓燕麗、張建德、何思穎、容世誠等歷史學者、文化社會學者、電影研究者

和電影界前輩，從多元角度撰寫冷戰時期的香港電影的十九篇文章。書中另一特點是引用了不少第一手原材料，包括政府和私人機構的檔案、口述訪問紀錄等。

書中的文章分門別類，連同附錄的三篇文章在內，全書分作背景、工業與政治、傳媒與文化傳統、大歷史中的小故事、文本分析和附錄等六個部分。有論述主題的背景，六十年代的時代特色，長城、鳳凰、新聯等電影公司成立的經過；香港電影檢查制度及影人如何作出調整，左派和右派的電影公司，雖存有競爭，亦有合作；不同派別的電影公司如何爭取傳媒陣地，擴大文化和意識形態上的影響；兩位南來的導演朱石麟和岳楓在特定環境下，如何尋找創作路，還有王天林和胡小峰冷戰時期的電影人生。整體來看，既有時代背景、政治文化的探索，也有電影工作者的比較或具體作品的分析，大體上勾勒出了冷戰背景下的香港電影發展狀況，無論是對於當時的電影人，還是有形無形中投射到作品裏的冷戰意識，對後來的研究者起到了一種拋磚引玉的作用。



社交媒體
大行其道

美國最近一項調查顯示，有超過五成六的記者和編輯，從社交媒體取材作為資料搜集及新聞寫作材料。不過話雖如此，八成六的用戶卻又意識到從社交媒體取得的資料可信程度較傳統媒體為低。這是由媒體監察及統計機構Gision跟美國喬治華盛頓大學聯合調查所得，研究指出所有記者均以谷歌作為網上搜尋器，而六成一會使用維基百科尋找資料。

在各種社交媒體中，89%的記者會在網誌尋找資料，96%則會在公司企業的網頁內做資料搜尋。其他如Facebook及Twitter等則只佔三份之一及半數。負責這次調查的Gision研究副主席Heidi Sullivan指：「主流媒體依賴社交媒體作為資料搜集已到達臨界點 (tipping point)，尤幸，編輯和記者仍只以網上資料作為輔助性質，並未取代以傳統資料作為報導核心。」這項調查在去年秋季進行，成功訪問了三百七十一位傳媒工作者，而四成七的受訪者均是有超過二十年工作經驗的新聞從業員。

與此同時，五位來自不同國家的記者也開始深思社交媒體所發放之信息的真實性和威力。來自加拿大、法國、比利時和瑞士的五位記者在二月一日至五日，於法國南部佩里戈爾 (Perigord) 的一處農舍渡過了閉關的五天。這段期間他們只獲發五台空白硬碟的電腦，而他們則只通過facebook和twitter與外界溝通，不可上別的網站瀏覽。該五天內他們更透過各自任職的電台，匯報每日在facebook和twitter所見的一重要新聞」。如有興趣知道他們的一些想法和觀點，可上twitter追蹤他們：Twitter/@HuisClosNet/LesJournalistes。(如果您會法文的話。)

* * * * *

3D電視節目席捲全球？

據國際電信聯盟 (International Telecommunication Union) 在一月十四日公佈的技術進展規劃藍圖，電視觀眾可以很快享受他們喜愛的3D電視及電影節目。報告概述了未來的路線圖、3D電視的執行情況及預計在四月討論全球性的3D電視標準。

隨著3D電影《阿凡達》(Avatar) 的熱賣以及多家科技大廠競相發表3D電視機，大大強化了電視台業者推出3D節目的信心。

經過多次3D播放實驗後，英國天空廣播公司 (BSkyB) 在一月底便首次通過日常衛星解碼器，向英國和愛爾蘭的九家備有3D電視的指定酒吧直播英超聯賽阿仙奴對曼聯的大戰，這是全球首次採用3D技術向公眾直播體育賽事。天空電視還將趁勢於四月推出專門的3D電視頻道。事實上，3D球賽播放將陸續有來。美國的部分足球愛好者，今年中亦有機會欣賞到美國體育頻道ESPN採用3D直播的南非世界盃賽事；新力公司亦宣布，會與Discovery頻道和IMAX公司合作，在美國推出每日24小時播放的3D電視網絡，提供自然歷史、宇宙太空、尋幽探秘動畫等立體電視和電影節目。

亞洲區除了日本已透過衛星有限地播放3D電視節目外，據韓國《時報》報導，他們為了成為全球第一個播送上波3D完整高解析度電視節目訊號的國家，韓國通訊委員會也最快將自十月起開始協調電視台業者進行3D節目試播。



1. 供應鏈重構：黨報改革轉型路徑

媒體產業的競爭在中國已全面升級，具體到報業，就連黨報在這環境下也需改革轉型、推進市場流程的再造。在整個報業集團供應鏈中，新聞採編處於前端，而關鍵就在於要求新聞的及時性。
傳媒 二零零九年十二月號

2. YOUTUBE'S SOCIAL NETWORK

YouTube has become a major web phenomenon but in the sociological context in which it operates, content creation is probably far less significant than the uses of that content within various social network setting.
INTER-MEDIA December 2009

3. EMBARGOING THE PRESS RELEASE, PERIOD

With increased digital awareness by clients worldwide, public relations agencies are rushing to adapt their communication strategies to appease the rising demand for integration. But, in doing this, traditional tactics are sometimes left behind, including the heart of all PR: the press release.
MEDIA January 2010

4. EXPLOITING NICHE TO ATTRACT REVENUE

The TV industry has so far held strong in the face of the economic downturn but the appearance of more and more channels into the digital sphere is a looming spectre of increasingly smaller and splintered audiences. Sponsors seeking to target a mass audience are viewing smaller channels and their smaller audiences with a hefty amount of scepticism.
ASIA-PACIFIC BROADCASTING January 2010

5. 3D REALITY SETS IN

After a flurry of announcements from programmers, operators and TV set-makers at the 2010 Consumer Electronics Show about their plans to launch new 3D high-definition channels, network engineers and technology vendors are now grappling with the reality of how to produce and deliver 3D content cost-effectively using as much of their existing 2D infrastructure as possible.
BROADCASTING & CABLE January 2010

6. RESEARCH SHOWS MALAYSIAN CHINESE ARE A TOP TARGET

Marketers in Malaysia should consider Chinese-language newspapers to attract those with higher household incomes.
MEDIA 14 January 2010

* 《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（今期暫代編輯：韋佩文小姐）。

Media Digest is published by RTHK and produced by New Media Unit. Enquiries and contribution, please contact Managing Editor Ms Mayella Cheung (Acting Editor: Ms Echo Wai).
電話 / Tel : (852) 27941677 傳真 / Fax : (852) 27941137 電郵 / Email : cheungll@rthk.org.hk