

目錄 Contents
11 | 2013

- 從發牌風波看香港文化創意產業前景 / 梁麗娟 p. 2-3
- 這美好的電視一仗 / 李茜 p. 4-5
- 一個「小資」電視新聞部有甚麼大作為？ / 李志堅 p. 6-9
- 百思不得其解：峇里採訪遭沒收記者證 / 葉耀坤 p. 10-11
- 傳媒表現最新調查結果 / 鍾庭耀 p. 12-13
- The Future of Mobile : The U.S. Experience for Hong Kong Media
Professionals and Educators / Tuen-yu LAU p. 14-15
- 從1928年說起 —— 新任港督貝璐就職禮直播告吹 / 李少媚 p. 16-17
- 十月傳媒記事簿 p. 18-19
- 傳媒參考資料 p. 20

www.rthk.hk/mediadigest

《傳媒透視》網上版提供分類搜索及各期文章閱覽

MEDIA DIGEST online version provides category search and archive of all articles



《傳媒透視》由香港電台出版及編製。查詢及來稿，請聯絡執行編輯張玲玲小姐。

MEDIA DIGEST is published and produced by Radio Television Hong Kong.

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

電話/Tel: (852) 28673368 傳真/Fax: (852) 23367148 電郵/Email: cheungll@rthk.hk

從發牌風波看香港文化創意產業

創意產業是香港的核心工業之一，去年創意產業約佔香港整體 GDP 的 4.5%，政府亦愈來愈發現它的重要性。除了電視發牌聯繫到創意產業，最近由行政長官主持的經濟發展委員會亦提出具體建議，有感鄰近地方在這方面發展一日千里，香港要急起直追，必須要規劃未來十年的發展，包括在現有大學及院校加設培訓渠道。

培訓人才增撥資源，這個做法看似理所當然，但是它漠視了一個更重要的問題，就是人才須經過市場的洗禮，並從市場吸收經驗，才有一個良性循環。但政府一方面大量開設培訓課程，另一方面又限制電視發牌數目，令有心實踐創作的人缺乏出路。香港政府對文化創意產業的所謂支持是否口惠而實不至呢？

政府對文化創意產業的取態

創意文化要持續發展，必須要在培訓及實踐兩方面相互結合。當然創意產業不局限於影視行業，但影視業一向是創意產業的火車頭；像一齣電影受歡迎，便會衍生不少相關的產品，如電腦遊戲、文化旅遊等。培訓人才只依賴學術機構有不足。

以影視產業為例，學院資源有限，只能讓學生製作微電影，但短片規模無法與大型製作相題並論。要體驗如何拍動輒數百萬以上的電影，又怎能單依賴學院？像香港電視拍一套劇集，製作費也要上一百萬元，新人若沒有機會

接觸這些規模的創作，其創意又如何得到磨練？面對一個封閉的電視製作環境以及一個夕陽西下的電影界，單靠院校培訓，又如何與其他地方競爭呢？

雖然政府一再強調發牌數目是百分之一百的增長，但香港電視與其他不同是它真是一間大量招聘創作人才及製造就業機會的公司，以戲劇作為主打劇種，亦可以與電影業有良性互動。

持續發展需要制訂長遠文化創意政策

除了培訓人才，還要全面的部署及推動。香港影視行業的困局有結構性，亦有文化性。香港先天市場狹小，本土市場發展空間有限，而產品類型亦欠多元化。電視業長期一台獨大及缺乏外判機制，令行業缺乏開放性及包容不同形式的創意。本地電影業的問題，則是在中國強勢崛起之下將出色的電影人及演員淘空，令中小型電影公司難有作為，工業環境早已不成氣候。另一方面，國內的龐大市場亦令製作成本上升，影響低成本製作的香港電影的競爭力。以往港產片的出路是合拍片，但現在國內連合拍的機會亦愈來愈少，整體從業員不少面對開工不足的問題。如何在市場結構上找到突破，這是政府在較高層面可以為行業做的事情。

另一個問題是觀眾層面的。全球化的香港，接收來自四方八面的潮流文化及資訊，新一代都習慣接收優質的全球文化，例如追捧日韓地區的電視劇、流行音樂等，因它們已超越較香港不少同類製作。香港要急起直追，除了在製作上要增加創意及多元化及本土特色以外，還要有懂得欣賞及支持本地創作的本土觀眾。香港文化界不單要做好作品，亦要培養本地觀眾口味，令香港人支持香港的創意產業，文化創意產業才有有利的發展。固然香港已有既定的電影節，但政府可否增撥資源讓香港觀眾認識更多香港本土的創作？增加觀眾對港產作品的支持？

七、八十年代，香港曾經有光輝燦爛的影視行業，但當時缺乏經濟規模及可以持續發展模式，自九十年代製作量下滑，港產電影已持續不振接近二十年。雖然不少有在香港有知名度的藝人及有能力的製作者仍有機會受國內片商青睞，但香



港影視業過去的成功方程式不能複製，未來需要更多的有創意的經營模式，但不能單靠行內打拼者自生自滅。在全球化的年代，地域之間的比拼不能只依賴人民，政府的文化政策亦有舉足輕重的角色。目前在亞洲流行文化上獨領風騷的韓國，在九十年代以後政府已經開始扶植本土的電影業，例如成立電影學院、加強韓國片在海外的宣傳等。香港在此的力度仍然不夠，需要與業界互相配合，問題是政府是否願意負起推動的角色。

免費電視業與數碼政策不能分割

有關免費電視市場的爭議，主要集中在發牌與否及其理據的問題上，事實上目前即使多發一個牌給香港電視，免費電視市場的競爭亦非在同一個技術層面，因為新拿到牌照的經營者只能以光纖網絡傳送，有別於目前兩間免費台以大氣電波傳輸的模式。雖然現時投得牌照的兩個經營者都已經擁有覆蓋全港的電話網絡，但對觀眾來說，要多節目選擇卻要面對使用多個遙控器的煩惱，特別對年長一輩來說，可能更難操作。而對經營者來說，若以光纖網絡傳送，尚要解決機頂盒成本誰付的問題，以及網絡入屋的問題，解決兩個問題都需要時間，期間亦影響觀眾收看的熱情及收看率。

事實上，無論發多少個牌，現時的所謂市場開放只是局部性的，至少在技術而言，距離真正的公平競爭日子尚遠。真的要做到公平，幾個持牌者必須要在同一個技術平台上，要達到此必須要在傳送技術全面數碼化後，才有可能出現。因此電視產業的全面開放及公平競爭，與數碼化的進程關係非常密切。

特區政府在 2007 年底正式推出數碼地面電視廣播。當時目標是在 2012 年年終前中止模擬地面電視服務。經過數年努力，數碼地面電視網絡的覆蓋範圍已佔全港超過九成人口，滲透率為大約為 72%，至 2011 年中，仍有四成觀眾收看模擬電視。因此在 2011 年中的行政會議上，政府將中止日期由 2012 年年底延遲至 2015 年底。若政府切實執行模擬制式電

視頻道的轉移，則免費電視傳送可望全面數碼化，市場亦可以容許更多不同參與者一起競爭。換言之，香港免費電視業的另一關鍵發展時機是在兩年之後，到時無論在傳送技術及頻道數目，以至市場結構各方面，都可能出現大變。而似乎局長亦反覆強調的「循序漸進」模式，是預示未來在此方面的變化。

香港電台率先推出免費公共廣播電視頻道

因此，未來幾年可以說是香港電視業的變動期，除了商營廣播業外，政府亦已確立香港電台的公共廣播角色，以及增撥資源助其發展，除了興建大樓，亦撥備協助其發展數碼地面電視。過去幾年，港台已建立了發射網絡，如向兩家免費電視台商討租用合適的山頭發射站、訂購儀器及設備，進行技術測試等。港台並增加製作高清電視節目的時數，由每年約 50 小時增至不少於 200 小時。



當兩間獲新發牌的電視台密鑼緊鼓籌備開台事宜，香港電台的電視頻道將悄悄投入服務，成為本地第三間免費台。明年一月中，香港電台的數碼地面電視會進行頻道試播，屆時本地觀眾可通過大廈的公共天線系統接收觀看本港首家公共廣播電視台的免費節目。港台電視頻道除有自家製的港台王牌節目外，亦有外購製作，類型可以更多元，這對投訴節目缺乏選擇的觀眾來說，不啻是一個好消息。

【+】 梁麗娟
傳媒評論員

這美好的電視一仗

「那美好的仗我已經打過了，當跑的路我已經跑盡了，所信的道我已經守住了…」這段節錄自聖經的金句，經常在喪禮上被引用，卻正好用以形容持續了三年的增發免費電視牌照抗爭。

這場戰役令電視界激起千呎浪，一夜之間，某大電視台的創作組被掏空了一半，見習編劇被逼充當正規；剛踏出校門的電影系畢業生忽然不愁沒有工作；凍薪多年的電視從業員罕有地獲得加薪；有電視台未獲發牌，節目已率先獲百萬觀眾在網上追捧；免費電視市場由一潭死水霎時變得風高浪急；隨著十二萬人上街撐觀眾看電視應有更多選擇，近萬人參與了在政府總部持續了六天的集會，兩星期後再有五萬人在同一地點聚集，要求立法會引用權力及特權法索取免費電視發牌文件。連月來支持這場抗爭的，有不獲發牌的電視台員工、影視界從業員、普遍不滿政府施政的市民，還有更多的是衝着兩間免費電視台而來的觀眾。究竟香港的電視出了甚麼問題？

看電視像光顧茶餐廳

行政會議召集人林煥光說過，審批免費電視牌照不是發茶餐廳牌照，意味要小心要謹慎。實在看電視倒像光顧茶餐廳，消費低，幾十年來吃的是常餐，餵飽了不知幾多人，當中也不乏港人光顧了多年的經典餐飲，飲港式奶茶如同開機看電視劇，是習慣，是生活的一部分。電視劇有復仇是始自無綫第一套長篇電視劇《狂潮》，後來有《大報復》、《誓不低頭》，當年沒有人投訴那來這麼多仇要報；練功破繭後易了容，主角由徐少強變顧冠忠的有《天蠶變》，不見得有觀眾抗議「咁都得」；警匪題材是七十年代中冒起的，為求拍攝逼真不惜挺而走險的要數麥當雄，資料搜集之認真一度被家人誤以為他入了黑社會（是他弟弟麥當傑年前接受某媒體訪問時透露的）；故事未完便告落幕的有《輪流轉》，有說這劇的問題出於劇情只見樹葉不見森林，但為看樹葉而來的觀眾也不少，不見得當年的觀眾有選擇，很多是後來買到該劇的DVD再回味；也難忘《上海灘》中的周潤發，老是拿着白手帕拭着鼻，卻從來沒有人說過他跟《教父》中的馬龍白蘭度有點相

似。今天再看兩間免費台當年的經典劇集，不是每一套都經得起時間的考驗，只是當年觀眾沒有吃膩了兩台炮製的常餐。



競爭帶來進步

但競爭確實帶來進步。七十年代中三台頂立，無綫、麗的、佳視各自精彩，為了把戲拍好，三台不惜挖空心思。佳視買下武俠小說版權拍成電視劇，創武俠電視的先河，掀起三台拍攝武俠劇之風。面對再沒有武俠小說版權可買的情況下（都被其他兩台買光了），麗的乾脆拍攝自創武俠劇，同樣精彩。至今仍廣為人津津樂道的，有《天蠶變》、《天龍訣》等。

當日佳視擁有的是教育電視牌照，製作的理應是教育電視節目，未幾發現教育電視難以吸納廣告，也加開戲劇節目，好像《名流情史》、《金刀情俠》等，其中武俠劇在三台中一度獨領風騷。可是佳視受制於作為教育電視台的有限條件，要跟其餘兩台比拼有難度，幾度注入資金，卻因資金來源出了問題，抵觸了香港的電視廣播條例，才要結業，跟廣告市場養活不了三間電視台無關（可參考「電視諮詢委員會調查佳藝電視有限公司報告書」），卻成了日後政府拒絕增發免費電視牌照的借口。

平心而論，兩台節目如以市場份額定勝負，無綫無疑佔了上風，但如以節目創新分高下，亞視在八、九十年代到千禧年都屢創下佳績，從《今日睇真D》、《我和殭屍有個約會》、《百萬富翁》，到《香港亂噏》和《香港有飯開》，都令人耳目一新兼且刮目相看，一度打亂了對手的陣腳。所以說香港的電視節目過去幾十年毫無新意，是籠統的說法。八十年代在邱德根主政下，炮製了一系列大型歷史宮幃劇，其中《秦始皇》一劇在西安及珠海等地實地取景，當地軍隊協助拍攝，是較早踏足內地拍攝電視劇的電視台。

香港電視業的萎縮

可惜的倒是七十年代尾隨著佳視倒閉、麗的股東易手，一批麗的精英轉投電影市場。1984年無綫成為上市公司，在資金充裕和盡

佔市場優勢下，已穩定大半壁江山。亞視往後廿多年，除了邱德根年代短暫轉虧為盈，以及封小平引入大受歡迎的《百萬富翁》有可觀廣告進賬外，基本上是連年虧蝕。在資金緊絀下，亞視的戲劇組解散，資訊節目那怕再受歡迎，也會因製作費問題而無疾而終，《香港有飯開》便是其中一例。餘下來能夠製作的就只有清談和時事資訊等成本不高的節目，大型的綜藝節目一年也只製作一至兩個。當自製節目不多，已經大大失去作為一個免費地方電視台的代表性。近年亞視更不時播出一些國內單位的聯歡晚會活動，這些由亞視製作的綜藝性節目，其實是為某企業或單位宣傳的成份居多，把香港的電視台淪為內地企業的 production house。

香港曾經是內地和亞洲地區電視台仿效的對象，香港的電視精英更曾協助東南亞地區成立電視台。八十年代，珠江口岸的電視觀眾，都不大愛看當地的節目，反而喜歡看香港兩個免費電視台，令廣東省的電視領導人不得不面對現實，來到香港取經。後來廣東省兩台之所以成為國內率先改革的電視台，全因為受到香港的電視節目啟發。今天內地的電視節目由戲劇到綜藝都遍地開花，香港觀眾在網上追捧這些節目的也不少。反觀香港，有能力的台前幕後電視人欠缺可發揮的平台，他們少說也在這個行業累積了十多二十年經驗，假使再增發第三個免費電視牌照無望，餘下的兩個新領牌電視台又只選擇性並限量製作某類型節目的話，一度令香港引以為傲的電視業勢必逐步萎縮。

電視台命運的定斷

再說內地的電視台除了受到香港電視節目的衝激而改革，亦因為中央在九十年代中決定實行市場經濟改革，所有昔日由中央供養的大小電視台要逐步「斷奶」，想生存的話便要由市場供養，跟香港的電視台要靠好節目吸納觀眾和廣告客戶無異。這還不只，政府又增建新的頻道和電視台，讓他們與舊有電視台競爭，讓表現不濟的受到自然淘汰。現時內地電視台也以收視定生死，節目排在榜尾的會被淘汰。內地過去實行計劃經濟，事事要規管，今天由市場去定斷電視台的命運（當然政治上仍由黨把關），是大勢所趨。反觀香港是個自由經



濟市場，政府偏作不必要的干預，為市場企劃一番，以防止惡性競爭、避免有電視台倒閉云云。是香港的電視有病了，抑或香港政府有病了？

弄到今天這個民憤沸騰的田地，除了政府獨斷獨行、有法不依、與民為敵外，兩大免費電視台也難辭其咎。節目被批評質和量都下降，員工工作環境苛刻，歸究背後原因，冰封三尺非一日之寒。有電視台員工形容過去十年是一場浩劫，沙士是天災，只短暫影響廣告收入，新班子上場是人禍，影響才是最深遠，新政策下製作條件和創作空間進一步收窄，不為甚麼，只是為了向股東和投資者有個好交代。如今電視台即使急謀對策，改善員工福利、開拍另類模式的節目、加強力度宣傳，恐怕還要重建在觀眾心目中的形象。兩台現已成為市民公開揶揄的對象，值得深切反思。還記得1987年時亞視發生火警，邵逸夫作為無綫主席，當夜便前往慰問邱德根，並主動提出亞視可暫用無綫的錄影廠進行節目拍攝，邵更在邱陪同下一起巡視火警後的現場。1989年6月3日晚至4日凌晨，亞視一隊新聞攝製隊在天安門廣場留守到最後一刻才離開。凌晨當他們平安返抵香港時，在機場迎接他們的除了市民，還有無綫新聞部主管黃應士，黃逐一與抵埗的亞視員工握手，看見亞視新聞部主管包雲龍時，黃上前擁抱他。當年兩台何嘗不是鬥個你死我活？企業的良心和形象不是硬推宣傳便可以，此情此景此風度，今天恐怕難在兩台找得到。

發牌事件至今已一個月，雖然還沒有定案，卻喚醒了港人關注社會與自身權益之心。對香港而言，這場電視風暴何嘗不是一場浩劫？這美好的一仗冒必要打下去。

李茜
資深電視人

一個「小資」電視新聞部有甚

2013年10月21日晚上的黃金時段，《香港新聞台》創造了歷史，我們製作的緬甸政治領袖昂山素姬訪問及當地官方媒體新發展的專題作品，在同一時間、同一個空間播放給數以萬計的現場觀眾，並獲得全場掌聲的支持和鼓勵，負責採訪和攝製的記者和導演上台致謝。這種機會對兩位在一家「小資」電視新聞機構的年輕從業員來說，實在是難得、難忘，但同時也泛起「難過」的複雜心情。事關這天是他們最後一天任職新聞部，原因是公司「香港電視網絡」不獲政府批發免費電視牌照，管理層決定大幅裁員，名單當然包括新聞部。奇怪的是，這群新聞部的同事竟然站台為老闆王維基講好說話？

作為總監，在這個新聞部作戰了5年8個月，我嘗試透過這篇文章解答這個疑問。而答案之一就是管理層的「用心」和「認真」，感動了資深和資淺的新聞人及製作人。這種感動，是一個花了44天共五個有關研發電視新聞任務的過程。

44天五個任務感動新聞人

故事的起點回到2013年9月2日。這天，新聞部還剩下23人，六成是編輯和記者，四成是導演和剪接師，眾人帶著患得患失的心情上班。有資歷較淺的同事擔心前景，停止日常新聞及專題的採訪、編寫和製作，改為每天從事研發和試驗工作，還要跟公司的主席直接對話，這是新聞工作嗎？相信別的新聞機構寧願花資源做多些報道，也不會花時間搞甚麼 Research & Development，我們還是做電視新聞嗎？



至於年資較深的同事則明白及相信，公司明年會投放更多資源及人手去開拓新聞業務，所以理解這是一個適當的部署，讓新聞部的人才告別收費電視的新聞工作，重新探討及構建一套值得香港觀眾選擇的免費電視新聞服務。而在這日之前，也包括我當總監的5年多以來，王維基不曾參與新聞部的編採會議。他的原則是，新聞部在既定的營運成本下，享有編輯自主的環境去製作我們認為是有價值的作品，服務19萬戶收費電視觀眾。可是，如要面對200多萬戶家庭觀眾的免費電視世界，老闆認為我們需要重新部署，所以他要我們停下來，思考及實踐新的想法。

連我在內，24位新聞部人員懷著這種心情下，走進會議室，迎接第一天的研發工作。

甚麼人是我們的服務對象，也即是目標觀眾？他們為甚麼看電視新聞？他們透過甚麼渠道接收電視新聞？我們要怎樣做，才能吸引、滿足及帶領目標觀眾？即日內解答這連串問題並向管理層演說理據，就是王維基給新聞部的第一個研發任務。任務的目標，是希望同事從「Audience-in」即觀眾為本的角度，思考電視新聞的價值及報播方式，可以有哪方面的「競爭優勢」。

分組思考目標觀眾及報道價值

我們按年齡層把同事分成五個小組，大致為「70後」、「80後」和「85後」，用意是想聽聽不同年紀同事的意見，而不是由中層同事領導及發言。一時間，新聞部像一所學校，同事變成學生，各組找地方討論，有的在錄影廠，有的在剪片室，有的在會議室。我則擔當「觀察員」，不時進出他們的陣地，視察他們是否認真地討論，以及提醒他們要按deadline時間準備好向管理層包括公司主席、副主席、行政總裁和市務部的團隊演說。

心底話，思考及解答那連串問題，是我這個新聞總監的日常工作之一，雖然平日也會跟中層及基層同事交換意見，但這回他們要即日完成任務，還有由資淺同事來向上司和管理層解說，我有一刻擔心，但也相信他們做得到，

麼大作為？

因為我相信能夠留到這天的同事，都是敢於接受挑戰的人。

結果，每組都有條理地演說他們的想法。概括來說，他們認為我們的目標觀眾，是一群18歲至35歲、願意接受新事物、需要吸收知識的一群人。因此，除了一般新聞報道，知道當天有甚麼議題之外，還要知道爭議的焦點、趨勢分析和問題的解困方案。這群觀眾也是「C-generation」網絡世代，慣於使用智能手機或平板電腦，會同時使用家居電視和流動通訊裝置。因此，有同事提出早晨新聞節目的主播也可以「落區」，把中型貨車改裝成流動的小型新聞報播中心，每次節目時間可以走出錄影廠，到訪不同的社區，接觸觀眾。

同事演說的過程，一方面我看到他們把我們平日討論的想法，總結及演化出好些想法和提議，另一方面我看到王維基每聽到有趣的點子，都用筆記下來，並且發問，質疑同事的觀點和理據。事後，我跟年資淺的記者交談，他說這回演說，壓力較平日寫新聞稿為大，也感受到老闆的認真。這種感覺在隨後的第二及第三個任務，逐步加強。

探索創新電視新聞節目的可能

我們的第二個任務，繼續分五組，這回就由資深同事帶領，每組選擇一個地區的知名電視新聞機構，分析她們的節目及內容設計、節目編排、報播手法等。雖說自選地區，但我有責任引導他們分別選擇美國、英國、俄羅斯和台灣的個案。因為本地的電視新聞內容設計和表達方式，多參考影響力較大的美英媒體，但我發現俄羅斯媒體透過影片分享網站，得到英語地區特別是美國網民的點擊觀看，我希望不論資淺或資深的同事，也該了解香港以外地區的電視傳媒在做甚麼。

此外，被批評在激烈競爭下形成「新聞娛樂化」的台灣傳媒，她們在做甚麼，又為甚麼她們要這樣做。我希望同事看多一點，思考多一點；這也是管理層希望新聞部的人才可以從中互相學習。建立這種學習文化，有助團隊日後的「創新」。

所謂「創新」是相對一般新聞的角度選擇和處理手法。舉例，報道政府有關扶貧政策的記者會，電視新聞的一般做法是有一則報道，講述記者會的重點，然後有一則報道講一個貧窮個案是否受惠，再來一則報道找個學者或專家來分析政府的方案或比較其他地區的類似政策。如果各家本地電視新聞機構也這樣處理這個議題，即使有五個免費電視台，觀眾也只會收看一家的新聞節目，因為大家的報道手法大同小異的話，觀眾為甚麼要選擇多看一個台？

相反，在競爭下，各家電視新聞機構按著所定而有所不同的編輯方針，從內容策劃、採訪角度及人物、攝影手法、剪接表達方式、後期製作及報播等環節，因應要服務的對象，環環「創不同」。我相信，觀眾會花時間多看一個台的新聞報道，因為我們認真地為觀眾提供有價值的選擇。3年多前，我們已定出的編採目標，是連繫新世代受眾，透過時事通識，啟發創新思維。

說的易，做起來則是一種 difficult pleasure「難趣」，過程充滿難題要解決，要面對別人的輕視和挑戰，但當我們每達到一個小目標時，大伙兒也有一種難以言喻的滿足感，也是為甚麼有些同事由畢業就在這裡工作8至10年的原因。這裡的資源真的如外界所說，少得「眾所周知」，一家免費電視新聞部一個月的營運成本，足夠我們運作一年。這種「小資」營運是有理據的，上文有說，我們服務的19萬收費電視客戶，跟2百多萬戶免費電視客群比較，是蚊與牛比，也因為服務對象不同，所以營運成本才有這麼大的差別。

可是，我們講夢想也講生活，公司在加薪幅度及年終花紅獎賞方面的政策，採取與同事績效掛勾的原則，部門主管有充分的彈性，推薦表現優秀的人才，可獲加薪15至20%以上，年終花紅相等於2至3個月月薪，並且優先考慮津貼進修或派往海外出席國際性會議。今年，我們就派了一位助理編輯和一位首席導演，參加在薩爾瓦多舉行的INPUT「世界公視大展」，觀看不同地區的紀錄片及偵查報道作品，認識更多製作人，擴闊我們中層領袖的視

野之餘，也希望他們有所學之餘，亦可跟大伙兒分享，甚至嘗試實踐所學於我們的作品上。

「小資」營運的難趣滿足感

正因為這種管理文化，儘管資源及人手限制，我們多數的同事較別的電視新聞機構擁有更強的心理質素，不怕給行家看小，願意走多一步，學習多元技能，適應不同崗位的工作，既能諒解別組同事的情況，也能互相補位，達到團隊合作的效果。就是這種價值觀，推動我們在「小資」環境下，嘗試和摸索「創新」電視新聞節目的可能性。

於 2007 年，也是香港回歸十周年，我們決定這一年的港聞大事回顧要「破格」製作，放棄一般「流水帳」式節目手法，改為以主題式「回憶·重生·機遇」，編排 07 年的香港焦點社政議題。這個作品播出那天，我看完有感動，於是以中國香港的小型電視新聞機構身份，把這個大事回顧拿去參加被譽為電視界「奧斯卡」的「紐約電視節」，跟世界各地的機構，競賽最佳公共事務節目類別。

記不起有多少個月之後，有同事給我一封由美國郵寄來的信件，開封後發現了一封證書，是紐約電視節發給我們的「最佳公共事務節目入圍獎」。有份參與的同事很開心作品得到國際認同，我則有一點開心，因為這個入圍獎是新的「鞭策」，推動我往後的港聞大事回顧節目，鞭策同事要不斷進步，製作出更好的作品。又是一次「難趣」，創新港聞大事回顧節目製作的第二次突破，3年後才發生。



那一年，在策劃「2011 年港聞大事回顧」前三個月，我安排了大部分組長包括編輯、導演及剪片組等，離開新聞部辦公室上班，到旺角一家健體中心，找了 3 名教練，給我們一行 9 人，進行兩小時的體能課程。有同事在操練中途捱不住，要躺下來休息。也難怪，有些同事許多年沒有運動過，忽然一個上午「狂操」，躺下是意料中事。我這樣安排，是想他們跳出 comfort zone「安全區」，嘗試挑戰自己，經歷這課特別操練，吃過午飯聊天之後，便要觀看得獎紀錄片「Inside Job」。最後，他們知道我想他們參考這部紀錄片的手法，以特區政府和公民社會捍衛各自堅持的價值觀為主題，製作 2011 年港聞大事回顧。

那時，有導演同事說擔心做不來，因為製作時間只有三個月，我們不僅要專訪行政長官曾蔭權、時事評論員和多位被訪者，還要拍攝新的、貼題的、高清畫質及有特別構圖的片段；更要跟作曲人溝通，創作開場及結尾音樂。這群組長口裡說「難」，但我相信他們可以，所以我很少參與他們的攝製及後製工作。時間過去，到節目出街前一刻，我才開始有點擔心，他們會否弄出一個「有鑊氣」的作品。當我從家中的電視觀看完整個節目後，我跟自己說之前的擔憂是多餘的，事關在我眼中，他們製作出一個高水準的「港產紀錄片」。這個作品其後上載到 Youtube，有網民留言說這種港聞大事回顧的處理手法有心思，很期待王維基的「免費電視台」作品。

敢於迎戰一個又一個難題

換言之，能夠在今年 9 月還留在新聞部的同事，多數是經得考驗和挫折的。於是，他們帶領著一批資淺同事，接受老闆的第三個挑戰，就是主播要嘗試有「親和力」和「可信性力量」的報播，有別於傳統的去表情「中立式」報道。這樣做，是在探索建立記者及主播形像和性格的可能性，當他們的試驗成熟，便會安排「觀眾小組」評價，再決定是否採取這種報播方式。由於我們的主播同事沒有太大的傳統電視新聞報播包袱，他們都願意嘗試，用一個星期時間，分組練習及錄影報播效果給管

理層觀看。雖然他們的表現未必達到滿分，但盡力去做，已贏得老闆的認同。

結束第三個任務之後，我們在一個月內，挑戰第四及第五個任務，分了三組人，分別製作早晨新聞節目《SHINE》、主打時段的新聞報道節目《TOP！》及夜間新聞報道節目《NEWS 23》，同一個節目做了兩次。老闆批評第一次的節目有部分突破，但程度不大，仍然有很強的傳統電視新聞報道方式影子。那麼，再做一次，要怎樣做才可以更突破？

敢想敢做拼命做的新聞團隊

相信您也會猜到，我會用「非常」方法，激發同事的創新「小宇宙」。沒錯，這趟我指令三組同事用 3 天時間，可選擇在組長家中或其他地方，做資料搜集、分析及挑選出世界級的新聞報道節目樣本，嘗試學習及變通對方的做法，然後向我推介，說服成功便可以重做他們的節目。另外，為了較科學化地比較前後兩次試驗，我設計了一個評分表，讓所有同事互相評分。

於第一回試驗，《SHINE》獲得同事最高評分，也在 8 項打分欄目，取得 6 項高分。《TOP！》排第二，《NEWS 23》分數包尾。經過一輪檢討、學習、再創作、再執行，於第二回試驗，《TOP！》這次的成績爬上來，分數成為「TOP」，並取得 4 項欄目的高分。上回最高分的《SHINE》製作水平亦沒有下降，仍保持水準，以及有增長分數，反映同事真的在不斷進步。那一天是 2013 年 10 月 14 日，政府公布免費電視發牌前一天。王維基在新聞部的錄影廠把同事的試驗作品，看了一遍又一遍，除了給評語，也有讚賞部分環節令他感到驚喜，是香港現時還沒看到的報道處理及報播手法。

呈現電視新聞的創想

2013 年 10 月 16 日上午 11 時許，在老闆開員工大會宣布裁員的消息後，我給新聞部的同事發了一封電郵，大致內容是說：假如，這是大家今個月的最後一次合作，我真的相信我



們是一支優秀的電視新聞團隊！也相信，你們無論在那處作戰，你們都會為那處帶來「活力」、「啟發」和「正能量」，感激大家過去的努力。

今年，是《香港新聞台》誕生 10 周年。原本，我們一直接受「小資」營運到明年，便有機會獲得管理層撥款多數倍的營運成本，招兵買馬，在免費電視市場，把我們的創想呈現給數以百萬計的家庭觀眾。想不到我們的夢想，竟然在政府總部外的公民廣場實現，我們的專題報道在大屏幕播放給數以萬計的市民觀看，片段成了當晚互聯網的熱門視頻之一，事件更成為翌日報章的重點內容之一。

最後要說的，是曾經和一位高級記者對話，她對於我們的「小資」運作感到無奈，我告訴她我們的做法及模式，對行業是有參考價值的，有一天我們的故事會在香港電視新聞發展史上，留下一段描述。今天，我告訴她，我們做到了！

[-+] 李志堅

香港電視網絡新聞部總監

百思不得其解：峇里採訪遭沒收

在亞太經合組織的國際峰會，主辦國賦予傳媒新聞自由是理所當然，實際上過往亦鮮有主辦國被指對待記者不周的批評。這一切背景都令我出發到峇里前，少一份擔憂，但想不到抵達當地第三天，就發生令人意想不到被沒收記者證的事情。

事件發生過程

事發當日我按指示，到菲律賓總統阿基諾出席峰會講座的酒店，等待他進入會場，查詢會不會與香港特首會面、為甚麼不回應特區政府的電郵等問題。與兩家本港傳媒行家會場入口站立十分鐘，發覺現場保安不太嚴密。雖有數名「西裝骨骨」的保鑣在場，但他們完全沒有理會在場的香港記者，連架起「紅繩」分隔傳媒與嘉賓都欠奉，這種做法在有國家領導人出席的場合實屬少見。最少到達後第二天採訪財金官員會面時，另一所酒店有相似安排，用「紅繩」劃出採訪區。

目標人物終於出現，與其他國家領導人一樣，阿基諾走在紅地毯上，身旁有一大批保鑣及隨行人員。他一邊走著，一邊與另一名嘉賓交談，加上現場人流眾多，雜聲多，要確保他可以聽到我的問題，只能用較大的聲線作提問。我先發問，沒有得到回應，阿基諾甚至望

一眼也沒有，其他行家一樣提出問題，都完全得不到他的注視。短短一分鐘多，我們問不過十條問題，阿基諾就走進會場。



正當以為任務完成之際，一連串意外隨即發生。一班身上有代表團證件的人士，先走到我們身旁指指點點，對話語氣像是在批評。不久一名大會工作人員走過來，先以疑問的語氣問我們在做什麼，我出於禮貌，簡單地回應，他想了想，就說我們身處的地方，不是記者區，要帶我們到場內的傳媒中心。我們都以為沒有什麼大不了，覺得只是要回到會場其他地方繼續工作，於是照樣跟著他走。怎知他帶我們到出口，就說我們違反了他們的規矩。我立

刻與他理論，並沒有得到理會，更被快速拿起在胸前的證件，他望一望就搶走了，然後說：

「你已被取消採訪資格，立刻離開。」

一個國際峰會主辦單位，未有詳細交代理由，就取消傳媒採訪資格，更不是要記者交出證件，而是搶走，處事手法只能用低劣來形容。但作為記者，這一刻我只能做的，是據理力爭要求發還證件。這名大會工作人員，當然不會花時間與我理論，立刻要求保安帶我離開。此時，另一名大會工作人員又走過來，責備我，「你們違反大會規則，在會場內叫囂。」我即時反駁，說我們都在問問題，怎麼會是叫囂。換來的回應只是重申她的判斷，然後一句「立刻離開」。



我見保安人數有所增加，已不能再作甚麼爭論，只好離開會場暫避風頭。遇到這種事情，自己可以做的事情不多，唯有急急向政府新聞處派到當地的新聞主任求助，並向公司交代情況，然後就只有等待。不久後，在場內的兩家本港傳媒的行家，都相繼被「請離場」。不幸的已不單是我一個，是所有參與這次採訪的傳媒。

在等候新聞處的回覆期間，我心中只想，這件事要麼就是一宗小誤會，新聞處與主辦機構作溝通後就可以解決；要麼就是被主辦機構「嚴正看待」，任由香港一個個小小成員如何交涉，都不會改變這個決定。沒多久，收到的信息是「事情不會在短時間內解決」，我已心中有數，記者證今趟都不可能發回，但意想不到的事卻未有停止發生。

被監視及禁止採訪

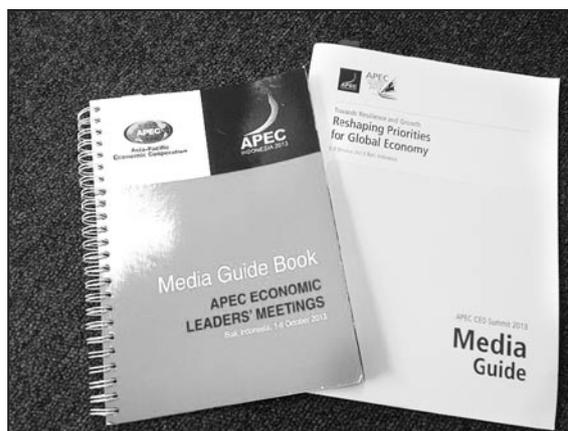
我們一直在會場外等候，希望新聞處一有好消息，就能盡快取回記者證。不過現場的保安卻步步進迫，過了約半小時連會場外的行人路都禁止我們踏足，離開時又要求我們交代所住酒店。此刻，我對他們的行動只能小心應對，為免他們可能會跟蹤或者搜查我們的房間，我未有如實交代，只說會回到傳媒中心等候。我們輾轉到達國家主席習近平入住的酒店，在大堂休息。但不到十五分鐘，酒店的保安主管又要求我們離開，乘坐的士駛到安檢閘口，更被要求說出住處，否則不准離開。他們要做到這樣，我只能無奈合作。

第二天，從酒店房間走出大堂，情景與早前的日子大不同，多了近十名當地人坐在沙發上，全都是彪形大漢。我最初以樂觀心態面對，以為他們可能都是酒店貴賓，不可能是當局派人監視自己。但到中午出外用餐候車期間，那批「貴賓」其中一員走到我身旁，拿起手機對著我，我當時也不以為然，直至他手機的閃光燈「吡吡」一閃，然後他一臉尷尬地走開。我即時相信自己的疑慮已經有足夠證據支持。隨後事件中的行家告知我被列入大會的「受監視名單」，我已經不感到有什麼大不了，只當是自己疑慮的另一個憑證。

被監視的日子維持了兩天，就在峰會完結一刻回復自由。行政長官梁振英最後一天為峇里行程作總結時，他一句「不能為記者取回記者證感到不好意思」，為事情暫畫上一個句號。

不文明的管理模式

事件已過了數過星期，但我至今仍然對中間一些支節百思不得其解，甚至感到莫名其妙。首先，我還未明白峰會主辦單位憑什麼說我們犯規，取消我們的採訪資格。在與大會人員爭辯過程中，他們大概認為我們有兩項違規動作，分別是在非指定地區採訪及叫囂，但我翻閱兩本大會派發給傳媒的指引及守則中，完全看不到大會訂下相關規則，亦看不到一旦違規，可能要面對的罰則。在事發的會場外，我亦看不到有任何告示，指明記者不能在該處



採訪。

假若他們早已訂下有關規矩，但不使用有效方式告知傳媒，反映大會運作極欠透明度，又或是不懂得接待傳媒的基本要求。相反，如果根本沒有此規則，只是主辦國見有代表團不悅即以此等方式處理，顯示大會以獨裁思維處理爭議。在一個國際級峰會出現如此不文明的管理模式，實在令人難以想像。

再者，大會為何又需要禁止我們採訪整個峰會，甚至派人員跟蹤我們呢？四名香港新聞工作者，身上沒有任何違禁品、武器，沒有任何衝撞，只是舉高攝影機、訪問咪，說出了幾條關乎外交、人質事件跟進情況的問題，換來的卻是沒收記者證，及被一班便衣人員當作恐怖份子、罪犯來監視、跟蹤，有必要嗎？

在「有相有真相」年代，我慶幸整件事發生的過程都由片段記錄下來，是非黑白、誰對誰錯，未來都能靠這段影片弄得一清二楚。明年亞太經合組織峰會將會轉到中國及香港舉行，總算令我少了一份擔憂，我採訪這個峰會的機會不會就此完結。但往後的日子，曾經被監視、被拒於會場門外的我，在其他主辦國有沒有正常採訪的機會，這一刻仍然是一個未知數。

☞ 葉耀坤
香港電台新聞部記者

傳媒表現最新調查結果

新聞傳媒的表現和公信力，一直是香港大學民意研究計劃長期調查項目之一。民研計劃在本年十月底進行的調查顯示，對比五個月前，雖然市民對新聞傳媒整體公信力的評分變化不大，但對新聞自由程度的滿意淨值就下跌至1997年以來的新低，對電視作為新聞傳媒的表現評價就更加跌至1993年以來的新低，可能因為近期發生的免費電視牌照事件，觸發市民對現有電視製作不滿有關。本文略述有關調查的具體發現。

首先，調查是在2013年10月28至31日，以真實訪員透過隨機抽樣電話訪問進行。成功樣本數目為1,022名18歲或以上，操粵語的香港居民。有效回應比率為69%，屬於正常略佳。在95%置信水平下，調查各個百分比的最高抽樣誤差應不多於正負4個百分比，評分及滿意率淨值誤差另計。按照慣例，調查數據已經按照政府統計處提供之2013年中全港人口年齡及性別分佈初步統計數字，以「加

權」方法作出調整。

最新調查發現，以0-10分為標準，市民對香港新聞傳媒整體公信力的評分，最新數字為6.14分，53%被訪市民表示滿意香港的新聞自由程度，28%表示不滿，平均量值為3.2，介乎「一半半」與「幾滿意」之間；32%認為香港新聞傳媒的報道盡責，32%認為不負責任，平均量值為3.0，即「一半半」；60%認為香港新聞傳媒有充分發揮言論自由，但亦有53%指其有誤用或濫用新聞自由。此外，51%認為香港新聞傳媒有自我審查，33%認為沒有；而為數38%被訪者認為香港新聞傳媒批評特區政府時有顧忌，認為批評中央政府時有顧忌的，則有57%。

至於市民的主要新聞來源、對各媒體表現的滿意程度方面，調查發現，分別為數77%及60%被訪市民表示主要透過電視及報章得悉新聞，當中36%認為前者報道的內容最為可信。至於各新聞渠道表現的評價方面，60%

表一：市民對新聞傳媒整體表現的評價

調查日期	10-18/4/2012	8-18/10/2012	28-31/5/2013	28-31/10/2013	最新變化
樣本基數 ^[1]	1,012	1,012	1,012	1,022	--
整體回應比率	65.8%	67.8%	66.8%	68.9%	--
最新結果	結果	結果	結果	結果及誤差 ^[2]	--
市民對香港新聞傳媒整體公信力評分	6.22	6.16	6.01 ^[4]	6.14+/-0.15	+0.13
市民對香港新聞自由的滿意率 ^[3]	69% ^[4]	54% ^[4]	53%	53+/-4%	--
市民對香港新聞自由的不滿率 ^[3]	14% ^[4]	24% ^[4]	24%	28+/-4%	+4%
滿意率淨值	55%	30% ^[4]	29%	25+/-7%	-4%
平均量值 ^[3]	3.6+/-0.1 ^[4] (基數=644)	3.4+/-0.1 ^[4] (基數=512)	3.3+/-0.1 (基數=670)	3.2+/-0.1 (基數=582)	-0.1
認為香港新聞傳媒報道負責任的比率 ^[3]	38% ^[4]	31% ^[4]	31%	32+/-4%	+1%
認為香港新聞傳媒報道不負責任的比率 ^[3]	27% ^[4]	31%	29%	32+/-4%	+3%
平均量值 ^[3]	3.1+/-0.1 ^[4] (基數=635)	2.9+/-0.1 ^[4] (基數=498)	3.0+/-0.1 (基數=607)	3.0+/-0.1 (基數=575)	--
認為香港新聞傳媒有充分發揮言論自由的比率	70%	73%	71%	60+/-4%	-11% ^[4]
認為香港新聞傳媒沒有充分發揮言論自由的比率	23%	21%	22%	33+/-4%	+11% ^[4]
認為香港新聞傳媒有誤用/濫用新聞自由的比率	63% ^[4]	59%	56%	53+/-4%	-3%
認為香港新聞傳媒沒有誤用/濫用新聞自由的比率	28%	31%	32%	37+/-4%	+5% ^[4]
認為香港新聞傳媒有自我審查的比率	50%	49%	48%	51+/-4%	+3%
認為香港新聞傳媒沒有自我審查的比率	35%	37%	35%	33+/-4%	-2%
認為香港新聞傳媒批評特區政府時有顧忌的比率	36% ^[4]	31% ^[4]	34%	38+/-4%	+4%
認為香港新聞傳媒批評特區政府時沒有顧忌的比率	59% ^[4]	64% ^[4]	57% ^[4]	55+/-4%	-2%
認為香港新聞傳媒批評中央政府時有顧忌的比率	55%	48% ^[4]	52%	57+/-4%	+5% ^[4]
認為香港新聞傳媒批評中央政府時沒有顧忌的比率	37%	43% ^[4]	38% ^[4]	34+/-4%	-4%

[1] 自2011年開始，本系列題目每次只涉及有關定期調查的次樣本，每題樣本數目不等。

[2] 表中所有誤差數字以95%置信水平計算。95%置信水平，即是倘若以不同隨機樣本重複進行有關調查100次，則95次的結果會在正負誤差之內。傳媒引用上述數字時，可以註明「在95%置信水平下，評分誤差不超過+/-0.15分，百分比誤差不超過+/-4%，滿意率淨值誤差不超過+/-7個百分比」；以前調查的誤差數值請參閱香港大學民意網站(<http://hkupop.hku.hk>)。

[3] 數字採自五等量尺，平均量值是把所有答案按照正面程度，以1分最低5分最高量化成為1、2、3、4、5分，再求取樣本平均數值。

[4] 該等變化超過在95%置信水平的抽樣誤差，表示有關變化在統計學上表面成立。不過，數字變化在統計學上成立與否，並不同有關變化的實際用途和意義。

滿意電視的表現，表示滿意電台的，則為數56%，兩項的平均量值分別為3.5及3.6，即介乎「一半半」與「幾滿意」之間。相對地，市民對互聯網及文字傳媒的滿意率則較低，互聯網、報章及雜誌的滿意率分別只有42%、39%及12%，而前兩者的平均量值分別為3.3及3.1，即接近「一半半」，後者的平均量值則為2.5，即介乎「幾不滿意」與「一半半」之間。整體而言，市民對上述新聞傳媒表現的滿意率，最新數字為46%，平均量值為3.3，介乎「一半半」與「幾滿意」之間。

整體評價下跌

整體而言，市民對新聞傳媒整體公信力的評價半年來可謂變化不大，但由於近期關於電

視牌照的爭議，直接觸及現時電視節目的質素，包括免費和收費電視，更加觸及整個電視業界以及傳媒生態未來的發展，因此在是關於傳媒表現的調查中，出現頗多不滿聲音，包括新聞自由滿意程度下跌至1997年以來的新低、對電視的評價跌至1993年以來的新低、以及對新聞傳媒整體表現的滿意淨值跌至1993年的新低。

市民不滿傳媒表現，政府本來可以透過電視發牌的討論引入新思維和新討論。可惜政府民望低沉，低估民間對電視廣播的訴求，以致好事便壞事，白白浪費了一個好機會。這是特區政府的不幸，是傳媒業界的不幸，更加是香港市民的不幸。

鍾庭耀

香港大學民意研究計劃總監

表二：市民對各類別新聞傳媒表現的評價

調查日期	8-18/10/2012	28-31/5/2013	28-31/10/2013	最新變化
樣本基數 ^[5]	1,012	1,012	1,022	--
整體回應比率	67.8%	66.8%	68.9%	--
最新結果	結果	結果	結果及誤差 ^[6]	--
市民的主要新聞來源：電視	73%	71%	77+/-4%	+6% ^[9]
市民的主要新聞來源：報章	62%	55% ^[9]	60+/-4%	+5% ^[9]
市民的主要新聞來源：互聯網	41%	45%	49+/-4%	+4%
市民的主要新聞來源：電台	23%	21%	35+/-4%	+14% ^[9]
市民的主要新聞來源：朋友	8%	9%	14+/-3%	+5% ^[9]
認為電視是最值得信任的新聞渠道之比率	48% ^[9]	50%	36+/-4%	-14% ^[9]
認為報章是最值得信任的新聞渠道之比率	18%	14% ^[9]	21+/-3%	+7% ^[9]
認為電台是最值得信任的新聞渠道之比率	15%	14%	20+/-3%	+6% ^[9]
認為互聯網是最值得信任的新聞渠道之比率	8% ^[9]	6%	10+/-3%	+4% ^[9]
認為家人是最值得信任的新聞渠道之比率	2%	4% ^[9]	3+/-2%	-1%
市民對電視表現的滿意率 ^[7]	66% ^[9]	61% ^[9]	60+/-4%	-1%
市民對電視表現的不滿意率 ^[7]	6%	10% ^[9]	15+/-3%	+5% ^[9]
滿意率淨值	60% ^[9]	51% ^[9]	46+/-6%	-5%
平均量值 ^[7]	3.7+/-0.1(基數=517)	3.6+/-0.1(基數=627)	3.5+/-0.1(基數=531)	-0.1
市民對電台表現的滿意率 ^[7]	54% ^[9]	51%	56+/-4%	+5% ^[9]
市民對電台表現的不滿意率 ^[7]	9%	6%	10+/-3%	+4% ^[9]
滿意率淨值	45% ^[9]	45%	46+/-6%	+1%
平均量值 ^[7]	3.6+/-0.1(基數=452)	3.6+/-0.1(基數=517)	3.6+/-0.1(基數=466)	--
市民對互聯網表現的滿意率 ^{[7] [8]}	33%	31%	42+/-4%	+11% ^[9]
市民對互聯網表現的不滿意率 ^{[7] [8]}	13%	15%	16+/-3%	+1%
滿意率淨值	20%	16%	26+/-6%	+10% ^[9]
平均量值 ^[7]	3.3+/-0.1(基數=375)	3.2+/-0.1(基數=519)	3.3+/-0.1(基數=446)	+0.1
市民對報章表現的滿意率 ^[7]	38%	34%	39+/-4%	+5% ^[9]
市民對報章表現的不滿意率 ^[7]	24%	19% ^[9]	24+/-4%	+5% ^[9]
滿意率淨值	14%	15%	16+/-6%	+1%
平均量值 ^[7]	3.1+/-0.1(基數=484)	3.1+/-0.1(基數=607)	3.1+/-0.1(基數=543)	--
市民對雜誌表現的滿意率 ^[7]	10%	10%	12+/-3%	+2%
市民對雜誌表現的不滿意率 ^[7]	47% ^[9]	43%	43+/-4%	--
滿意率淨值	-37% ^[9]	-33%	-32+/-6%	+1%
平均量值 ^[7]	2.4+/-0.1(基數=400)	2.5+/-0.1(基數=528)	2.5+/-0.1(基數=446)	--
市民對新聞傳媒整體表現的滿意率 ^[7]	51% ^[9]	53%	46+/-4%	-7% ^[9]
市民對新聞傳媒整體表現的不滿意率 ^[7]	14% ^[9]	12%	16+/-3%	+4% ^[9]
滿意率淨值	37% ^[9]	41%	31+/-6%	-10% ^[9]
平均量值 ^[7]	3.4+/-0.1(基數=488)	3.4+/-0.1(基數=655)	3.3+/-0.1(基數=541)	-0.1

[5] 自2011年開始，本系列題目每次只涉及有關定期調查的次樣本，每題樣本數目不等。

[6] 表中所有誤差數字以95%置信水平計算。95%置信水平，即是倘若以不同隨機樣本重複進行有關調查100次，則95次的結果會在正負誤差之內。傳媒引用上述數字時，可以註明「在95%置信水平下，百分比誤差不超過+/-4%，滿意率淨值誤差不超過+/-6個百分比」；以前調查的誤差數值請參閱香港大學民意網站(<http://hkupop.hku.hk>)。

[7] 數字採自五等量尺，平均量值是把所有答案按照正面程度，以1分最低5分最高量化成為1、2、3、4、5分，再求取樣本平均數值。

[8] 為2010年4月新增題目。

[9] 該等變化超過在95%置信水平的抽樣誤差，表示有關變化在統計學上表面成立。不過，數字變化在統計學上成立與否，並不同有關變化的實際用途和意義。

The Future of Mobile :

The U.S. Experience for Hong Kong Media

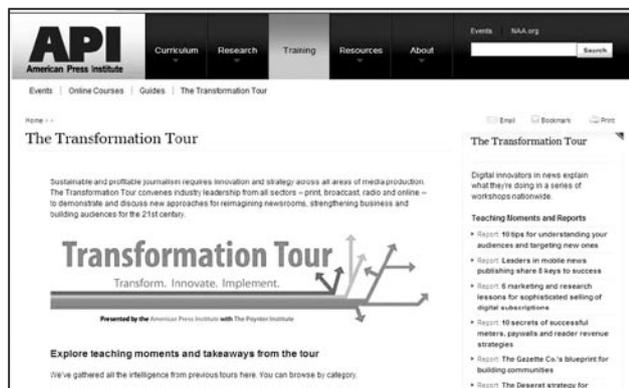
More and more evidence are pointing out that the mobile platform is fast becoming Hong Kong's people's favourite form of communication. For example, an August 2013 survey by Google and Ipsos MediaCt found 96% of Hongkongers use their smartphones to browse the internet daily, the highest rate in Asia.

The research also found that 85% users use their smartphones for multitasking while viewing other media, including watching television (48%) and reading newspapers or magazines (42%) .

However, the majority of local media are still a long way from fully exploring the opportunities offered by this medium. While some mobile versions of newspapers are more or less copied from the hardcopy, many newspapers in the U.S. have moved well ahead. A look at what some of them are doing is both interesting and useful.

Mobile Strategies

To address mobile and new media issues facing the media in the future, The American Press Institute (API) has recently teamed up with the Poynter Institute For Media Studies to organize a series of special workshop entitled "The Transformation Tour" for U.S. media executives and professionals. The intention is to examine transformative content strategies, which include meters, members, digital publishing revenue, the future of mobile, and how to grow audiences. Details and videos of the workshop are available at this website: <http://www.americanpressinstitute.org/en/Training/Transformation-Tour.aspx>.



This summer, as a recipient of the American Press Institute (API) journalism educator fellowship, I attended one of the workshops titled "Future of Mobile". The event

was held in the headquarters of Boston Globe, where some of the most forward looking professionals were willing to share their mobile strategies, some of which may be applicable in Hong Kong.

One of the most interesting speakers was Allen Klosowski, who had worked at the Media News Group (the second largest U.S. newspaper company by circulation) as Senior Director of Mobile and Social Media for Digital First Media. His focus was driving audience and revenue growth in building mobile news apps. He presented the iPad 2.0 design goals for the dailies of the Media News Group, which include: (1) news experience—to improve articles layout, enhanced multimedia, and customize user experience; (2) to get more daily users—traffic, weather, events; and (3) increase revenue opportunities—more advertisement positions per page, more valuable ad positions, geotargeting and map overlay.

In 2012, Digital First Media rolled out 254 apps for all major dailies of Media News Group. As a result, 1,226,412 new apps were downloaded in 2012, according to Klosowski.



Also at the workshop was Damon Kiesow, Boston Globe's senior product manager. He emphasised the necessary goals for building a responsive mobile app, which includes these five ascending levels: (1) make it available, (2) make it work, (3) make it useable, (4) make it useful, and (5) make it mobile native, which means to create innovative solutions for mobile-centric consumer needs. Kiesow also suggests a 4WIH steps for building mobile apps, which are: (1) who—audience, (2) what—product, (3) where—platform, (4) when—timing, and (5) how—process.

Actually, I had earlier witnessed firsthand what U.S. mainstream media were doing when I served as an adviser of the Hong Kong Journalism Education Foundation in

Professionals and Educators

2012. During its study tour of the U.S. media industry, I led a delegation of senior Hong Kong media executives to 20 major traditional and new media companies, including The New York Times, The Washington Post, Gannett/USA Today, The Atlantic, The Politico, NBC News, Fox News, National Public Radio, CBS 24-hours radio news 1010 WINS, Omnicom Group, Digital First Media, Huffington Post, Newsweek and the Daily Beast, Adobe Publishing, Storify and Google.

We noticed that some media companies, such as USA Today and Gannett (the largest media company in the U.S.) have positions such as social media director. And, the online only Huffington Post's success is based on a huge pool of bloggers to provide content.



Conceptual Framework

The U.S. media are providing glimpses of the mobile future, but what can Hong Kong's media actually do? I believe a conceptual framework, which includes three major elements, is important: (1) content creation, how do we create appropriate content, (2) content delivery, what would be appropriate tools or channels to deliver the content, and (3) content consumption, all content and delivery tools must meet the users' media usage behaviour and preference.

The API workshop is in sync with this conceptual framework. That is, mobile, as the major content delivery device, has changed users' usage behaviour and thus content must be created to meet the new delivery method and usage behaviours.

Future Journalism Education

While these points are urgent for media professionals to consider, they are equally important for media educators

when we train the next generation of journalists and media professionals. In many U.S. journalism schools, an upgrade of the journalism/media pedagogical goals and curriculum is already an active agenda.



In August, at the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication at Washington, D.C., Carol Royal, a professor at Texas State University, talked about directions needed for future journalism education during the digital age. They include new courses such as a good introduction to digital media, multimedia/mobile writing and reporting, history of digital media and the culture of digital media.

For Hong Kong's future journalism curriculum, it is not enough to just introduce several digital media courses. Hong Kong needs a major overhaul, with the guiding principle being tied in with the conceptual framework of content creation, delivery and consumption, plus an emphasis on law, policy and media ethics.

It is time for Hong Kong's media professionals and educators to further their alliance in coming up with innovative and practical solutions to best leverage the opportunities offered by the mobile age.

Tuen-yu LAU
tylau@stanfordalumni.org

(*Dr. Tuen-yu Lau is the founding director of the Master of Communication in Digital Media Program at the University of Washington, 2001-2007 and he was fellowship recipients of The American Press Institute and The Poynter Institute for Media Studies)

從 1928 年說起——新任港督貝璐

政府廣播在 1928 年啟動前，民間以各種不同的形式把玩這項嶄新的技術；短短幾年間，廣播測試由兩個短距離的定點發送與訊號接收，逐漸轉化成有板有眼，有節目表、有演出者，並有事先公告的測試。豈料，在民間已累積不少經驗的情況下，殖民地政府接辦無線電廣播服務的初期，卻並不是一帆風順。

殖民地政府 1929 年成立廣播節目委員會，協助籌劃電台節目及統管政府給予廣播服務的撥款。委員會初成立時，欠缺播音人才，就連技術人員也是急就章地邊培訓邊實習，那時候的節目，除播放唱片音樂外，現場轉播幾乎成為當年節目的重要組成部份，這些轉播包括音樂會、劇院上演的戲曲、教堂崇拜，以至重要的官式活動等。

現場直播節目

現場直播節目早在政府電台成立前，香港無線電學會已不斷試驗，在 1926 年安排一場音樂會現場直播，過程順利，音質良好。當年《士蔑西報》的記者報道這場音樂會直播時，也難掩其興奮之情，報道說：「……接收良好，足以說明本殖民地可廣播令人欣賞的音樂會。」¹在這次音樂會後，無線電學會隨即在同年 8 月，籌劃另一場中樂表演直播。兩場演出成為香港廣播歷程上首次音樂會表演直播。香港無線電學會的努力在於說明，無線電廣播不單只限於播送唱片音樂，也可提供娛樂節目。

廣播節目委員會成立後，最重要的一場直播，當然要數 1929 年 10 月 8 日，為慶賀播音室啟用的音樂會。這場音樂會是廣播節目委員會成立後，首次作現場轉播的節目，主席 N.L. Smith 請來護督修頓擔任主禮嘉賓，節目編排自然不容有失，委員會成員之一，曾在青年會參與籌劃廣播測試的 R. Sutherland，當晚還親自登場擔任主持。殖民地的廣播電台面向的當然不單是英籍人士，還有華裔居民，委員會在籌劃節目時，除護督外，特別邀請了定例局（即初期立法會）的華人代表羅旭龢簡短發言。

1929 年 10 月 8 日音樂會節目程序²

9:00PM	護督修頓致辭
9:05PM	定例局議員羅旭龢 (Hon Dr Kotewall) 以中文致辭
9:10PM	音樂選播
9:18PM	女高音獨唱：Daffodil Days；An April Birthday
9:25PM	鋼琴獨奏：Study in A Flat, Chopin；Naila Waltz, Delebés Dohnanyi
9:36PM	男高音獨唱：At Dawning；I Hear a Thrush at Eve
9:44PM	鋼琴演奏
9:52PM	小提琴獨奏：Chanson Hindou, Rimsky Korsakow；The Lark, Glinka Auer
10:02PM	中場休息
10:07PM	音樂選播
10:15PM	女高音獨唱：Rose in the Bud；Who'll Buy My Lavender
10:23PM	男中音獨唱：Out Where the Big Ships Go
10:30PM	二重奏：Love is Meant to Make Us Glad；Until
10:40PM	鋼琴演奏
10:51PM	男中音獨唱：Still as the Night；The Beaming Eyes
10:59PM	音樂選播
11:00PM	節目完

根據 10 月 9 日《南華早報》的報道，當晚（10 月 8 日）護督修頓到達廣播電台時，由廣播節目委員會主席，即郵務司 N.L. Smith、專責宣傳推廣的小組召集人 J.P. Braga，以及小組成員 W.E.L. Shenton 迎迓，修頓首先參觀了廣播電台，分別與廣播節目委員會成員及新聘任的節目總監 Mrs Younghusband 見面。

修頓在晚上九時正發表演說，他致詞時開宗明義闡釋政府的廣播政策；他說，經過本地熱愛廣播人士無數的試驗後，政府最後決定承擔廣播服務，一方面由於沒有商人願意承擔一項短期內不會有盈利的服務，另一方面政府也感到對廣播應有所掌控。他在發言中也不忘提醒聽眾，聽無線電廣播，必須記得領取牌照。對於發射訊號的覆蓋範圍，修頓指出，在維多利亞山設置的發射器，已足以應付本地需求，反映當時政府無意加大功率，擴大廣播覆蓋範圍至鄰近地區。他又提到新近委任的廣播節目委員會，指十二名成員全是義務性質默默耕耘，為廣播節目出力。

1 《士蔑西報》1926年7月31日。

2 《南華早報》1929年10月8日。



就職禮直播告吹

修頓這次發言，是殖民地政府在 1928 年宣佈承擔香港的無線電廣播後，首次由政府高層領導，公開說明政府的廣播政策。

緊接護督之後，作為定例局內的華人代表，羅旭龢以中文發言，談無線電廣播發展外，還指出電台廣播的未來計劃，將在音樂以外，提供娛樂、新聞以及政府消息等。羅旭龢透露，已領取收音機接收牌照的市民中，約五分之二為華籍人士，他表示，有信心華籍居民領取牌照者會陸續增加。

當晚的節目大獲好評，一名聽眾去信《南華早報》表示，他以一個價值 180 元在先施公司購置的收音機，接收當晚的節目，傳輸方面音質雖未如理想，但他卻大讚節目內容精彩；另一名讀者特別稱讚華籍男高音 Li Chor-chi 的獨唱，音飾優美，以完美的英語演繹他選唱的歌曲。

當年的直播節目，基本上以音樂會為主，轉播地點廣泛，包括先施公司天台的遊藝節目、中華百貨的音樂表演，還有香港大酒店、連卡佛餐廳的現場演奏等。先施公司是香港開埠之後首間開業的華資百貨公司，首創在天台舉行音樂會招徠顧客；先施公司的職員還會粉墨登場，擔綱演出³。另外，電台也會直播一些城中盛事，如南華體育會場館開幕禮等。電台成立兩年左右，已在港九合共 24 處地點鋪設線路，作戶外直播⁴。

技術故障中斷服務

電台每星期總有好幾次做戶外直播，應累積不少經驗，但卻在一次重要的官方儀式上，重重的摔了一交。在 1930 年 5 月 9 日直播新任港督貝璐的就職禮上失手。當天因訊號故障，無法直播典禮，這次失誤成為政府電台自 1928 年啟動以來，首次因訊號故障而導致服務中斷。

事緣電台的技術人員在當天早上，接收不到維多利亞山發射站的訊號，經調查後發現是發射站的電力供應中斷，令致發電機組失靈，無法傳送訊號，港督就職禮的轉播也因此被迫

告吹。這個消息沒有在其他報章出現，卻在《士蔑西報》上了頭版，排在總督到港的就職禮報道旁邊，記者還揶揄電台這次事故屬非常不幸 (particularly unfortunate)。何以在如此重要時刻發射站會出現電力中斷？技術人員有沒有在前一晚檢查機件，準備第二天早上的直播？我們不得而知，節目委員會也沒有在例會中報告或提出檢討這宗事故，不過，半個月後，電台宣佈停播 36 小時維修機件。

轉播高陞戲院戲曲

在早期的節目編排方面，除了播放樂曲外，轉播外間音樂會或者戲曲表演成為主要的節目內容，廣播節目委員會舉行首次會議時，已提出要審視可供轉播節目的場地，會上也討論轉播在劇院上演的中國戲曲，委員 H. Lowcock 認為，轉播中國戲曲會是非常受歡迎的節目。

委員會首先考慮到的就是轉播高陞戲院上演的折子戲。位於皇后大道西的高陞戲院，是香港開埠初期的舞台戲院，上演名班戲目，曾盛極一時。戲院經多次重修，最後在 1973 年拆卸。1929 年 11 月，轉播高陞戲院戲曲的無線電機安裝工程完工。1930 年，節目委員會議決，每週二晚上八時，轉播高陞戲院上演的戲曲，同年年底，延長轉播時間半小時。當年，高陞戲院的劇目，包括「覺先聲劇團」的新編戲曲，如《鐵索情絲》、《花心犬》、《姑緣嫂劫》；還有「梅蘭芳劇團」上演的《頭本西施》、《鳳還巢》、《霸王別虞姬》。若不是高陞戲院上演的戲曲常常賣個滿堂紅，電台每星期一次的現場直播，無疑影響票房銷情。不過，到了 1934 年，高陞戲院決定中止與電台的合作，為維持戲曲轉播，委員陳香伯被委以重任，嘗試聯絡其他戲院商討有關事宜。

隨著經驗累積，政府廣播電台節目的內容，漸漸多樣，在樂曲外，逐步加入演說、話劇、音樂評述、體育比賽的賽後評述等，其中，兒童節目甫推出便成為極受歡迎的節目。

李少媚
資深傳媒人

3 《南華早報》1929年9月12日、《華字日報》1929年9月26日。先施公司無線電用品部職員演出「三個研究食品的富翁」（諧談）。

4 《士蔑西報》1930年7月11日。

發牌事件令曾志偉辭任演藝人會長 免費報紙《爽報》創刊兩年停刊

發牌風波不單影響電視台，亦影響不少藝人生計。香港演藝人協會會長曾志偉，在香港電視不獲發牌一事表態上被批評反應遲緩，所發聲明又被指過分溫和；而應與電影界聯合發出的抗議聲明，他作為代表與導演會溝通不善，致最終演藝人協會未能參加聯署。後來網台主持蕭若元聲稱曾志偉曾致電香港電影工作者總會會長吳思遠，指「大遊行前開記者會會助長示威遊行，搞亂香港」，故不參加。事後曾召開記者會解畫，指此說法與事實不符，而他表示個人看法代表協會，令他承受太大壓力，因此宣佈辭任會長一職。曾志偉其後以個人身分點評「一台獨大，藝人無選擇」，稱「在藝人立場，不止發三個牌，多發牌、給多些人就業必然係好」。

壹傳媒宣佈創刊兩年的《爽報》在十月下旬起停刊。據了解，壹傳媒當日急召《爽報》高層開會，集團主席黎智英決定即時停刊，主因是該報長期虧蝕，廣告市場被手機廣告搶走所致。《爽報》員工在集團發出停刊通告後才知悉，對停刊感震驚。壹傳媒工會估計，十多人因未能調職至《蘋果日報》或面臨失業。學者認為《爽報》與《蘋果》讀者群及廣告目標重疊是「致命」原因，但不擔心引發免費報倒閉潮。《爽報》初期發行量達每日八十萬份，揚言以發行一百萬份為目標。



不過因連載色情不雅資訊，發行初期已惹爭議。後來《爽報》嘗試發行中午版和夜版搶攻不同市場，但最終均要取消。

香港記者 APEC 會議採訪被逐 廉署撤銷向《陽光時務》搜證申請

八名香港記者十月上旬在印尼峇里採訪亞太經合組織會議（APEC）時，追訪菲律賓總統阿基諾三世有關人質事件，遭大會沒收採訪證並逐離現場。其中 now 新聞台記者和兩名攝影師更被帶返警署問話，前後歷時兩個小時，更不許返回下榻酒店，期間由新聞處人員一直陪



同記者。印尼當局指記者當時的發問如同示威抗議，基於安全理由才沒收記者的採訪證；阿基諾三世的發言人更批評記者的行為超越道德底線，對他構成人身威脅。新聞行政人員協會、香港記者協會等多個組織譴責有關當局，質疑 APEC 限制採訪，妨礙記者的人身自由。記協批評印尼當局，指記者威脅會場安全的指控匪夷所思及不可接受，要求特首梁振英親自跟進事件，其後他們到印尼駐港領事館及菲律賓駐港領事館抗議，反映不滿。

廉政公署八月透過律政司代表入稟高等法院申請命令，向兩間傳媒機構就前全國政協委員劉夢熊的訪問搜證。繼九月廉署撤回向商台搜證的申請後，十月初再撤回對《陽光時務週刊》的搜證申請，廉署被判付堂費。法官認為廉署的調查只屬初步階段，若最終需要刑事審訊，要引用相關文章，廉署可傳召記者出庭作供，要求廉署考慮是否繼續申請。廉署徵詢律政司意見後，最終決定撤回申請。香港記者協會歡迎裁決，並認為廉署有濫用法例之嫌，強行索取新聞材料的理據不足，促各執法機構承諾不會隨意索取新聞材料，令記者淪為檢控工具。

[-+] 梁麗娟
傳媒評論員

[+ + + + + + + + + + + + + + + + +]

- [+] THE FIFTH ESTATE: THE INTERNET'S GIFT TO DEMOCRATIC GOVERNANCE**
Digital democracy researchers often view the Internet as a tool for supporting traditional democratic institutions, such as voting and consultation. However, the social and political impact of the Internet is more profound than mere democratic engagement and deserving to be called the Fifth Estate. It is by virtue of emerging patterns of Internet use that this technology has made pluralistic democracies more pluralistic by adding a new independent base of accountability - networked individuals of the Fifth Estate. The Fifth Estate exists because no single actor can control the Internet and its political use and implications.
INTER-MEDIA *Autumn 2013, Volume 41, Issue 4*
- [+] TOWARDS THE FEDERATED INTERNET**
A one-size-fits-all Internet was good but is no longer fit for purpose in a world with wide diversity. We need to relax global governance and let multiple Internets drive choice and innovation. The Internet was not born as a public and open system but as a private system of nonprofit and research-oriented networks. We should also think about a system of federated Internets working together in some form of technological coexistence of interoperability.
INTER-MEDIA *Autumn 2013, Volume 41, Issue 4*
- [+] GROWING WITH THE OTT FLOW**
As more viewers watch content on mobile devices such as smartphone and tablets, broadcasters and service providers are finding it increasingly hard to ignore the delivery of over-the-top (OTT) content. Video streaming services have consolidated the increasing demand and appetite for OTT-based content.
ASIA-PACIFIC BROADCASTING *October 2013*
- [+] WHEN IT MEETS POST**
Information technology (IT) is fast becoming the industry's technical backbone, as the storing, processing and sharing of data using computers and computer networks pervades set-to-screen workflows. As digital workflows become more prevalent, IT disciplines are beginning to merge with production process. There is little distinction between pure IT and production IT disciplines, particularly in the world of post-production.
BROADCAST *October 25, 2013*
- [+] CHINA LIMITS FOREIGN FORMATS**
The government-controlled State Administration of Radio, Television and Film recently introduced the rules to reduce the number of talent formats that Chinese broadcasters acquire. Foreign indies and distributors are developing strategies to keep doing business in China despite new regulations that will limit the number of international formats that can be remade there.
BROADCAST *October 25, 2013*