

特首選舉新聞商品化

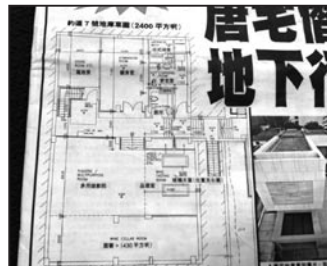
特首選舉終於在沸沸揚揚中結束。今屆選舉較上屆特首選戰，以致近年選舉更刺激，新聞傳媒扮演至為重要的角色，不單發揮在選舉中提供選情資訊、影響輿論等既有功能之外，更突顯怎樣挪用香港特有的政治脈絡與新聞商業／商品化邏輯以刺激銷量，亦暴露相關的操守問題。本文希望將其中的問題闡釋，以供討論。

由「吹風式」到「嘉年華式」醜聞報道

早在特首提名期開始前，有關「疑似候選人」唐英年及梁振英的新聞已經主導主流報章報道，而不少「吹風式」報道都指唐經已獲中央垂青，及至牽涉唐的第一宗醜聞——其婚外情——又或者是香港浸會大學民調被指幫唐造勢，經媒體披露後，雖引起對唐誠信的批評，但都未對既定（關於唐被欽點成下屆特首）的「共識」（consensus）造成太大損害。及至梁振英被揭發西九漏報利益，各報章紛紛大肆報道（《蘋果》更在一星期內30篇相關報道的篇幅），正式進入過度（爆）醜聞式選舉報道的時期。筆者以各醜聞被揭發的一星期內的相關報道計算間，得出以下的篇幅分佈：

	日期	《明報》	《蘋果》	《東方》	《文匯》
唐英年住宅僭建	13-17/2	33	28	37	16
梁振英西九漏報	08-16/2	21	28	20	22
梁振英社團飯局	07-15/3	20	24	24	16
曾特首富利益輸送	22-26/2	19	16	40	8

單從數量，報章的選舉報道都集中在醜聞上。如果以頁數及篇幅計，例如唐英年在九龍塘物業涉違規僭建，《東方日報》在15日共花了13篇來報道唐的地下行宮（16日有12篇）。這些數字未有包括一些周邊的「半」報道，例如花絮式（如《蘋果》的



「李八方」、《東方》的「功夫茶」）。在內容方面，事件雖由《明報》以掌握住宅圖則為由，「獨家」披露，但《蘋果》期後（16日）在《爽報》亦稱「獨家」獲得約道住宅的地庫草圖。《東方》在同日亦指擁有獨家圖片及圖則，一時間醜聞的獨家性成各報爭相競逐其公信力的場地。而報章動用到起重機來爭取拍得「地下行宮」的絕密照片，亦成了香港報章偵查報道的明證，此舉更被外地傳媒報道。



本來，不論中外，醜聞在選舉或政治報道上都扮演重要角色。當然，重要如「水門事件」（Watergate Affair）中，「深喉」（‘Deep Throat’）作為別號的新聞媒體披露怎樣使尼克遜總統下台，足以彰顯傳媒作為監察制衡政府的第四權角色的成效。但傳媒是否可以用「吹雞」的名，以掩蓋其嘩眾取寵的手法來吸引最多讀者興趣的實？但觀主流傳媒對各醜聞巨細無遺的「資料提供」，例如在報道「唐宮」的奢華裝修，提到地庫酒窖怎樣「直通位於泳池底天窗的品酒室，讓唐可一邊品嚐美酒，十分寫意。」同篇報道亦附設屬德國名牌廁桶的特寫照片。《蘋果日報》亦在同日以「僭建酒池肉林」的標題來判定唐「誠信破產」（《蘋果》、A01頭條）。另外，有關曾蔭權被「富豪關照」住大屋，《東方日報》在2月23日的頭條，報道單位內浴室可俯瞰深圳市景，並刊登「超豪浴缸」的大特寫照以突顯曾蔭權日後的奢華生活（《東方》、A01頭條）。曾所涉及的「富豪關照」「罪行」更包括前一日被揭發以乘坐富豪郵輪到澳門一事。這種巨細無遺的手法，不單越過「吹雞」角色，更在升斗讀者間激起仇富情緒，扭曲其對事件的核心視線：涉事者有觸犯僭建或防止賄賂條例。報道

更對涉事者極不公平地進行媒體審判。

媒體成為競選陣營挪用宣傳機器

醜聞報道的內容分析亦反映報章對不同涉事者報道的差異。從上述數字顯示，《東方日報》對曾蔭權醜聞篇幅明顯的多，而對梁振英的相對較少；親中報章《文匯報》對較早前受中央垂青的唐英年所牽涉的醜聞，又或者仍然在位的曾特首，著墨明顯較梁的少。《明報》則因最早揭發唐的僭建醜聞，被傳因旗下要員與梁有親戚關係。但觀該報對梁的負面報道亦着實較唐的少。此現象引發兩種問題：一、印刷報章涉嫌偏袒一方參選人；二、傳媒成參選人的宣傳機器。

香港新聞傳媒的特色就是富鮮明政治立場的報道手法，但這次特首選舉的爭論點之一，就是印刷媒體在報道上加強對「敵方」醜聞的報道，以（曲線）幫助其「心儀」的參選人。此爭論本身亦成為是次選舉醜聞中的副醜聞，乃牽涉媒體成為競選陣營博奕及挪用的宣傳機器：競選陣營與新聞媒體的互為關係，使後者從陣營公關餵送的「黑材料」中得益，而影響其報道的獨立性。

從「打手」白熱化到公然審查：媒體高調靠邊站的時代？

Noam Chomsky 所提出的「宣傳機器模式」(Propaganda Model)提及新聞媒體在商業/企業/金權化時代怎樣淪為政府、大集團及廣告商等既得利益者的宣傳機器而損失其監察社會的自主性。在傳媒淪為「競選打手」之餘，另一邊廂，在是次選舉報道中，罕有出現新聞集團主席、亦身兼政協委員提名某參選人，更在記者招待會上高調表示對其支持，公然引起社會質疑其經營的報章在相關報道的客觀中立以至公信力。在香港傳媒集團高層愈來愈有中資背景，或者挾中央政治層/政協成員身分，早已造成「香港傳媒變紅」的批判。這次新聞集團公然宣示撐唐的立場，除了為正走下鋒的唐作最後拉票，會否間接重申其效忠中央的決定？又是否意味傳媒集團高調支持政要/政黨的新趨勢？

更令人擔心的，是到投票之前的關鍵時刻，有印刷傳媒《成報》竟涉嫌將政治評論員劉銳紹的文章修改，語調變成偏幫梁。另外，自由黨劉健儀的批評文章亦被抽起。傳媒在選舉中本應維持不偏不倚的中立監察角色，但是次新聞集團肆意的選舉造勢及對來稿的審查，大大損害其公正持平形象，更嚴重地影響公眾知情權。

民主價值及操守的重審

在一個民主的政治脈絡裏，新聞媒體在選舉中扮演至關重要的角色：為投票選民提供適切及準確的資料，以中肯及公平的報道方式處理，使民眾能對各參選人的施政理念、方針及政綱，甚至其個人品格、性情有深入了解，使其可投下神聖一票選出符合社會篇福祉的領導人。遇有參選人被揭發牽涉醜聞，醜聞報道的功能，就是動員社會輿論，使民眾對參選人誠信產生疑問而作出投票上的調整。但在小報化新聞報道(Tabloid Journalism)的勢頭下，醜聞便成報章銷量最大化的商業邏輯中用來吸引讀者興趣的商品。在香港仍然處於半民主的政治脈絡下，報章鋪天蓋地、嘩眾取寵的醜聞報道，就成了民眾在小圈子選舉中唯一的參與方式。醜聞報道不單扭曲民眾對醜聞背後應有的思考，報章對參選人政綱的輕視，更加強化民眾對沒有民主基礎、較中央欽點的特首所立的政綱的不信任。而巨細無遺的偷窺式醜聞報道，只會令民眾對參選人失信，但在欠缺投票權以影響選果的情況下，只會對未來政府管治、甚至政治本身的失望、犬儒以至死心，形成民眾全面的去權化。

在互聯網上的民粹式惡搞及謾罵固然成為這政治生態下有效的宣洩、參與，甚至社會動員。但主流報章在是次選舉報道的處理手法，就正如選舉本身，暴露了小圈子選舉、純新聞商品化報道手法的弊端，亦刺激我們重申對普選、政治廉潔、及新聞中立、持平及為民充權等港人核心民生及道德價值的反思。

梁旭明

嶺南大學文化研究系助理教授