

目 錄

- 在政治困局中爭取落實公共廣播 (陳韜文、馬傑偉、陳智傑) 2 - 5
- 政治妥協下的公共廣播 (張楚勇) 6 - 7
- 傳播心理學的「升呢」新課題 (葉智仁) 8 - 9
- 評中宣部新聞局局長的一篇文章 (錢鋼) 10 - 11
- 內地與香港的3G發展分析 (劉倩、葉振聲) 12 - 13
- What types of business news do Hong Kong people consume? (Victor Keung Fung) 14 - 15
- 九月傳媒記事簿 (梁麗娟) 16 - 17
- 傳播書刊介紹 (呂書練) 18
- 傳媒掠影 19
- 傳媒參考資料 20

爭取落實公共廣播

自政府於零六年一月委任公共廣播服務檢討委員會起，到最近公佈維持香港電台作為政府部門的地位不變的決定，剛好是「三年零八個月」。「三年零八個月」的檢討最後「得個桔」，再次證明香港的公共廣播發展，真的是一個「焗不熟的栗子蛋糕」。

「栗子蛋糕」胎死腹中

其實，這「栗子蛋糕」不只焗了「三年零八個月」……早在一九八四年二月，當時的港督尤德會同行政局委任了一個「廣播事業檢討委員會」，該委員會於八五年已明確建議把港台改為一個獨立的公共廣播機構。其後於一九八九年，行政局批准香港電台改組為一個由董事局管理的公營廣播機構；時任行政司曹廣榮更表示希望在一九九零年四月一日前成立香港電台董事局，讓港台成為正式脫離政府。不過由於當時的中方陣營強烈反對，港台轉營為公營機構的步伐因而漸漸膠著。

回歸前焗不熟，回歸後也焗不熟；回歸前中方陣營強烈反對港台公司化，回歸後亦有不少人士動輒對港台製作諷刺施政的節目大表不滿；以嬉笑怒罵見稱的《頭條新聞》，不只一次被已故資深左派元老徐四民「炮轟」；



港府於2009年9月22日公佈香港電台將維持其政府部門的身份。

前特首董建華亦曾以「低級趣味」來形容港台節目。時至今天，權貴對港台仍不時有所微言。

不諳公共廣播價值的人士，尤其信奉政府需要喉舌的親中國體，一直對香港電台扮演批評監督政府的角色很不以為然。他們最主要的根據，是認為港台既然拿取公帑資助，而且是一個政府部門，就不應該批評政府，更無權要求「獨立」運作。這種想法首先反映出他們有一些人對公共廣播根本就沒有興趣，念念不忘的是盡量把傳媒收歸政府旗下，使其變成政府的喉舌，屬於政府部門的港台更不可以讓它「逍遙

法外」。而他們其中較為善良的，可能是把「公共廣播」等同於「國營媒體」或者「國家媒體」（例如中國中央電視台）的概念，更把「公共」（public）一詞狹隘地定義為「政府話事」的思維。

公共廣播的出發點

什麼叫公共廣播？公共廣播與政府廣播有什麼不同？香港是否需要公共廣播？經過二十多年的討論，答案應該非常清楚，實在無需在這個時候再重覆一遍。不過政府兜兜轉轉，經過「萬里千山」卻又回到「港台作為政府部門」這起點；甚至有評議港台的親中組織到今天仍批評港台是「獨立王國」，必須管治。由此可見，不少人士仍不諳國際社會對公共廣播的共識，因此我們覺得有重申關於香港公共廣播一些基本考慮的必要：

（一）公共廣播是獨立於政府權力及商業利益的廣播，目的為全民提供公平開放的議論平台，為社會提供優質、多元、具有創意的節目。「國營媒體」是明正言順的政府喉舌，為執政陣營和行政機關服務，用以宣傳政府政策、以至是灌輸意識及政治動員的國家機器；「公共廣播」則是公眾利益為依歸、為整個社會服務，尋求共識，對政府進行監

在政治困局中



政府就港台應如何在未來履行公共廣播的使命開始作兩個月的公眾諮詢。

督乃其應有之義。由於公共廣播可以有公帑支援，能免於商業的顧慮，大大減少媚俗的傾向，為社會提供多樣另類的選擇。

(二) 倡議香港設立公共廣播不只是為了處理一個歷史遺留下來的問題，更重要的是它符合香港社會發展的需要。香港回歸已超過十年，早已不是什麼「借來的時空」，毫無疑問是我們的家。香港是一個現代多元的大都市，有一國兩制獨特的地位，設立全面的公共廣播是發展香港長遠社會文化和滿足市民的資訊及娛樂需要是有效途徑。公共廣播服務在不少先進國家由來已久，它們在拓寬民眾視野、促進公共事務的討論、凝聚社群、提高文化品味與推動文化發展的貢獻均有目共睹。明乎此，不管左派右派，凡是關心香港長期社會文化發展的人士都不應該阻撓在香港落實真正的公共廣播。

(三) 香港有自由而缺乏的全面

民主，市民很大程度的依賴傳媒為他們發聲；因為香港有新聞自由和言論自由，是以傳媒可以起一種「民主代議功能」，對促進社會的發展和消除社會怨氣起了很大的作用。現在中國大陸貪污腐敗橫行，社會問題叢生，內地不少有識之士也看到傳媒監督的必要；如今香港有人要把港台還原為只聽政府指揮的一個部門，其封閉落後的思維，實在不值一晒。回歸後，香港傳媒自我審查的狀況日趨明顯，而不少商業傳媒也為了謀利而沈迷低俗和淺薄的內容。處此情勢，香港所需要的正是獨立於政治權力中心和商業利益的公共廣播。

怕事走舊路 政府欠承擔

讓人扼腕的是，特區政府並無推動發展香港公共廣播的道德勇氣，把香港電台維持作為政府部門，並且以「集體回憶」的概念，為其欠缺政治承擔的決定文過飾非：港人認同港台的「集體回憶」，是港台相對獨立於政府、反映市民生活不同面貌和多元聲音的機構文化，而不是因為認同香港電台是政府部門。港台近數十年的歷史，很明顯地是逐漸朝著公共廣播的方向轉變，才能有今天的機構文化和媒體內容，從而獲得香港人的認同；而公共論述的方向亦很明確，是希

望港台繼續因應時代發展而轉變。

總括而言，政府的決定可說是苟且偷生的駝鳥政策：

(一) 公共廣播機構的基本原則，是獨立的組織架構、獨立的資源、與獨立的人事編制；而政府部門的運作，讓香港電台的人事權受制於公務員架構。政府雖然明言港台有編輯自主，並把權責放在廣播處長，不過處長乃由政府任命，他能否續約、以至是任命的條件和權力來源，很明確地都是來自政府。港台的人事權最終控制在政府手上，是對港台獨立性威懾的主要所在，對港台機構文化的影響力自是不容忽視；

(二) 多年來的公共論述、民意調查、以至是由政府所委任、由廣播業界資深人才組成的公共廣播服務檢討委員會，都認為香港需要有一個獨立的公共廣播機構；政府如今把多年累積的民意、反反覆覆的諮詢，與委員會的專業意見，全都置之不理。然後拋出一個烏籠方案，要求再一輪諮詢，予人鑽空子、權宜弄虛之感；

(三) 港台工會多年來都爭取把港台轉型為獨立的公共廣播機構。雖然他們要求有明確的出路，但這出路並不一定是公務員的身份；他們只是要求有充足

的製作資源；但在公共廣播的議題上，港台工會意見，是希望港台成為獨立的公共廣播機構，但現在連這個也違反了。

過去十多年來，港台的地位和運作一直惹來爭議；回歸後，有「愛國人士」動輒便對港台的表現指手劃腳，不滿港台作為政府部門去監察政府、批評政府，成何體統？這些問題如今只會周而復始地再次發生。

政府維持港台作為政府部門，反映政府很怕事，寧可維持舊路、力求避免爭議、不惜留下一個將來可以侵害香港電台獨立性的機制，也不願按香港社會發展的需要而敢於踏前一步、推出公共廣播的政策。港台仍舊是政府部門，沒有獨立的人事權、也沒有獨立的財政權、更設立了由特首委任的顧問委員會，隱藏了一個可能讓政治勢力加以影響港台的渠道。

顧問委員會或成政治角力戰場

政府建議為香港電台增設一個顧問委員會，其組成及權責，很難避免對港台的日常操作造成影響。首先，委員會成員由特首任命，政府的影響力已經十分明顯；其二，假如政府為求平衡社會不同聲音，把委員會成員的組成平均分配給不同的政治勢力，其後果則往往會把港台內部帶有

尖銳、稜角的創意「中立化」：不同政見人士的論爭在顧問委員會內互相抵銷，結果最終給港台的意見很可能都會是一些「中立」、無關尖銳政見或爭議性的主題、以至是乏味的路線，把公共廣播機構對社會發展的批判性、及港台現存的創新性「中立化」。這絕不是社會所希望的。

公共廣播是應該免受政治勢力的施壓，而如果顧問委員會成為各路政治勢力向港台施壓的平台，對港台節目目的創意和批判性，將有深遠影響。這點公眾有必要正視。

同樣令人擔憂的，是商務及經濟發展局局長劉吳惠蘭公開表示，從沒要求港台不可以批評政府，但又指批評一定要基於事實，而不是一些觀點，更不是一些捏造或偏頗的意見。不過，事實是如何構成的？事實可以依層次和角度而有不同的描述和不同的詮釋；那根據什麼樣的事實才算是有事實根據的批評？

不能憑空捏造，是新聞和廣播從業員的基本常識，任何傳媒中人犯這錯誤都會被千夫所指。劉吳惠蘭認為不能以「觀點」對政府作出批評，是對「事實」這概念理解不清：大多數人的觀點，多多少少都有若干的事實、假設和前提。如果要仔細地區分「事實」和「觀點」，確切

執行劉吳惠蘭的言論，幾乎是不可能實踐的，更會涉及言論自由的問題：她把「報道自由」的要求應用於「言論自由」的領域，把兩者混為一談。如果要嚴格區分觀點是否有事實根據，並要求港台予以執行，那便十分危險。例如吳志森一般都會就一些事實來發表觀點和言論，但問題是他覺得充足的事實，在政府官員眼中是否也屬於事實，是否構成足夠的事實？觀點的說服力有高低之分，但區分的權利應由傳媒及市民大眾擁有，沒有理由讓政府搶佔。

公共廣播如何走下去？

既然政府看來心意已決，又或者建立真正的公共廣播，可能



香港的公共廣播如何走下去值得關注。



香港電台現時已有多種渠道收集公眾意見。

根本不是特區政府能力所及的選項；那社會要討論的，就是在這現實的局限下，盡量做到理想的公共廣播。有兩個方向的討論，值得大家留意：

(一) 政府願意和港台訂立約章，明確確保其編輯自主，這是好事；公眾要討論的，是如何使這約章為港台帶來更多制度性的保障。約章首先要標明的是港台的公共廣播的功能，而這功能的界定也應該是以對公共廣播普世的理解為準則。

(二) 設置顧問委員會根本是架床疊屋、多此一舉：現在各社會團體已經有不同渠道向港台反映意見；況且，政府對顧問委員會的構思也令人費解：與港台既

沒有從屬關係，但廣播處長又不能忽視其意見。因此，設立顧問委員會的建議應該擱置。

現在政府決定把港台維持為它的一個部門，這對於要實行公共廣播功能的港台來說，無疑是一個重大的缺陷。如何補救？擱置上述顧問委員會是一個方法。另一個更積極的方法是成立有廣泛代表性的「保護公共廣播委員會」，這個委員會的重要使命應該是：

(一) 保障港台的新聞自由和言論自由；

(二) 確保港台享有真正的編輯自主；

(三) 加強港台對本身人事安排的決定權；

(四) 維護港台於財政上的獨立性。

而其他可能啟人疑心的使命，包括對港台的管治和管理事務「提意見」，都應該完全省掉。這個委員會的存在目的，應該是作為保護香港電台免受政治和商業財政壓力的「防火牆」，讓香港電台這政府部門，能夠有一個「類公共廣播」的制度保障，而不是插手港台管治、讓不同政治力量可以影響港台。如是，則這個委員會的成員，應該是在社會上有公信力、並對公共廣播有貼近民意的理解、貼近國際主流對公營廣播的理念，負責

監察、防止香港電台變為政府部門的功能，以繼續維持其公共廣播的社會角色。

除了確保港台免受政治勢力干擾外，政府亦要為公共廣播服務將來邁向擁有自己的獨立頻道，做好發展配套政策。眾所周知，香港的廣播業界存在著嚴重的慣性收視現象，市場力量也呈現難以進行有效競爭的現實。政府有意讓公共廣播服務擁有獨立電視頻道，方向正確；但為免公共廣播服務被現存的廣播業巨企所邊緣化，政府有必要於將來維持讓公共廣播的節目，可以於其他免費電視頻道作出宣傳的安排，以抗衡慣性收視的市場現實，讓公共廣播服務更有效地服務公眾和小眾利益。

■ 陳韜文

香港中文大學新聞與傳播學院
講座教授

■ 馬傑偉

香港中文大學新聞與傳播學院
教授

■ 陳智傑

香港中文大學新聞與傳播學院
博士研究生

的公共廣播

公共廣播服務的存在理據，在於一個多元開放的社會認為，為了堅持言論和表達的自由，讓社會上不同階層、團體、族群等的聲音（特別是在政治和經濟上弱勢的聲音）均能在包括大氣電波在內的公共空間得以交流交鋒，讓社會上的主流、主流以外、甚至還未知道是否入流的創作得到培育和發表的機會，社會便應投放一部份公共资源，成立一個獨立於政治（包括政府）和商業利益的公共廣播組織，以持平、公正、客觀準確等專業廣播方針，為所有社會人士服務。

公共廣播服務提供的平台必須是開放的，既可以讓受眾接收到多元、具視野、有質素但又雅俗共賞的新聞、娛樂、教育資訊，亦可以讓社會上不同的人能參與或製作有關的節目，讓公眾同時擁有社會中的公共廣播服務。

這樣的一個機構，理所當然地要有高度的專業水平，同時得向公眾負責。換言之，出任公共廣播機構的人士，必須是具有公共廣播服務抱負的專才；而監督他們運作的方式，應同時包括上而下和而下而上的兩種機制。上而方面，應設立一個獨立於政商利益、德高望重、有代表性的董事局，督促該機構秉承公共廣播的方針辦事。下而上方面，則應

有定期渠道讓各類受眾反映他們對公共廣播機構的節目和表現的意見，以保證有關服務獲社會人士接納和認可。

舉步為艱 顧慮重重

如果用以上的理解去審視港府日前提出關於「公共廣播服務和香港電台的未來路向」的政策建議，那顯然是不能完全符合正規而全面的公共廣播服務的要求。有關建議的最根本問題，便是作為提供公共廣播服務的香港電台，仍得保留其政府部門的地位。這一地位使香港電台在結構上最終不能獨立於來自於政府的政治制約。

當然，香港電台從來都是一個港府部門。而且，這一事實經過過去三十年並沒有阻礙港台逐步發展出公共廣播的服務和使命。可是，這一事實也使港台要在公



港台作為政府部門去履行公共廣播險阻重重。

共廣播服務上更上層樓時，如果不是變得不可能的話，最少也是舉步為艱。

作為政府的一份子，廣播處長雖然根據與商務及經濟發展局長簽定的架構協議而享有編輯獨立，但一方面這個協議需要每兩年檢討一次，而港台的高層人士任命以及每年的資源調配最終都是由政府決定，使廣播處長在作出編輯上的決定時，不能不多考慮政府的利益和立場。其次，在面對親政府人士對港台用政府錢卻不為政府說話的責難時，港台在公眾面前特別容易顯得左右為難。如果港台高調反駁這些責難，管理層很可能會擔心開罪了接近政府的有力人士，因而影響政府對港台的支持或對港台高層的互信。但如果港台面對這些責難保持緘默或低調回應，市民大眾便會有印象認為港台維護公共

政治妥協下

廣播方針不力，並非真正編輯獨立。在這種情況下，港台如何能夠成為真正有份量的、獨立而有權威的公共廣播機構呢？

其實政府今次關於港台未來的建議，在公共廣播服務方面是有些進步的。首先，行政長官正式指令港台負起公共廣播服務的職能和使命。其次，目前關於港台編輯自主的架構協議將會升級成為一份正式的約章，更全面和明確的去界定港台在公共廣播服務方面的權責，並由政務司司長代表政府與港台簽訂和發出。不過，這些進步相對於上述結構上的先天不足而言，始終是次要的。港台作為政府部門而要履行公共廣播服務的職能和使命，始終是顧忌重重。

政府不接納二零零六年成立的公共廣播服務政策檢討委員會的建議，決定不成立一個獨立於港府的公共廣播機構，可以被視為是一項政治妥協的決定。自八十年代以來，不少意見認為，香港應該有一個真正獨立的公共廣播機構。但是來自北京和親政府的力量始終擔心，獨立的公共廣播會對政府施政在輿論上會造成相當大的壓力。在權衡輕重之下，政府一方面肯定港台在公共廣播服務和編輯獨立上的角色，另一方面同時保留港台作為政府部門的身份，使香港未來在發展公

共廣播服務的路途上，只能在妥協中行進。

顧問委員會的職權與遴選

在這妥協中，公共廣播服務能否在港台取得進展的一個關鍵，是政府建議成立向廣播處長提供意見的顧問委員會的組成和運作，是否真的能以公共廣播服務的使命為依歸。觀乎顧問委員會的職權，包括對編輯方針、節目質素、公眾期望等方面監察港台或向港台提供意見，可見委員會是很有影響力的。因此，有關的委員的獨立性和他們對公共廣播服務使命的承擔，是決定委員會成敗的一個要素。我同意政府的建議，應由非政府人士擔任委員會的主席，並且不應讓有主要政治職位的人士出任委員會成員，以確保港台的運作免受政治干預。

有些意見擔心，顧問委員會成員由行政長官任命，在特首用人唯親的傾向下，這個委員會很容易變成未來港台的「太上皇」。不過，對政府公平一點說來，政府的諮詢文件清楚列明，港台的政治中立和不受政治干預原則是要確保的，因此，特首在任命顧問委員會的成員時，所用的標準必須有異於任命政治問責官員的標準，必須做到大公無私。

事實上，公共廣播服務政策檢討委員會在二零零七年向政府提交的報告中，就如何選出他們建議中的獨立公共廣播機構的董事局成員時，提出了一個很好的建議。他們認為，在特首委任來自具備行業／專業經驗的成員（即傳播媒介、新聞、教育、藝術及文化、科技、法律、會計及／或財政、管理，以及為小眾利益及／或弱勢社群服務等每個範疇至少一人）前，應刊登廣告邀請有興趣人士申請，並由一個主要由董事局現任或離任成員組立的提名委員會進行遴選，在每個有空缺的界別中選出兩名人士，然後交由特首二選一任命。在未能組成正式的提名委員會時（例如首屆的任命），則由行政長官委任不少於三名的人士組成臨時委員會進行提名的工作。

我相信在成立建議中的香港電台顧問委員會時，檢討委員會的建議是非常有參考價值，以確保這個向廣播處長提供意見的高層次諮詢組織，成為香港公共廣播服務使命的捍衛者，協助港台在發展和提供符合社會多元和開放的公共價值和廣播上，努力前進。

張楚勇

香港城市大學公共及社會行政學系高級特任講師

「升呢」新課題： 潮語為例

嘍

模(少女模特兒)「升呢」的討論在報章娛樂版話音剛落，港聞版又傳來香港電台是否已被政府「升呢」的揶揄。深懂新聞心理學的社民連主席黃毓民，在今年十月初的立法會特別會議上，狠批政府的廣播政策「超低能」。這趟子，他吸引傳媒注意及讓受眾聽得「過癮」的精巧話語片段(sound bite)，直接質詢了政府放棄前獨立檢討委員會報告的舉動，也間接替香港青年潮語在精英階層的「二級傳播」和在成人世界進一步普及化多出了一分力。

究竟在媒體精句文化(sound-bite culture)也以「潮」制勝的當下，我們可有發現青年流行文化在傳媒生態中的滲透性，及其滋長的社會條件和相應的文化意義呢？

新詞語的傳播學啟示

先給不熟悉香港青年「潮」語的讀者，說明一下「升呢」何解。「潮」語，不是指廣東方言的潮州語，而是潮流文化用語，特別指稱年青人自創的俚語和網絡常用語。當然，「潮語」這詞彙本身，亦是近年才出現的文化產物，近義詞是內地及台灣人說的「酷語」，而香港「潮」語是港式粵語裡最時髦、最「溝」(cool)而不一定要通的表達。話說

回來，「升呢」者，升級之謂也，即進到更高更強的階段或層次。

既然有升級、升格之說法，何來又要「潮它一潮」說「升呢」？部份答案在傳播心理學的研究中，可能會找到一些頭緒。傳播心理學是對傳播或溝通(尤其與媒體相關的)活動，其心理的部份所作的專門探討。傳播心理學家嘗試幫助我們更了解人性與媒體互動的情況，又或者人與人在媒體化的溝通(mediated communication)過程中的人際及心理議題。

在學術圈的閒談中，有些學者開始提出要給這學科的研究方法及課題「升呢」，因為網絡時代的到來，新一代已生活於數碼媒體世界。從網絡使用的虛擬性、匿名性等抽象概念，到手機自拍放在網誌與友分享「親密」照的具體娛(愚?)樂行為，我們陸續碰見的，是似曾相識卻感覺新鮮的現象。傳播分析的基礎是符號，我們就先從新詞語開始。

中學會考中文科「O嘴」的驚嚇

零七年八月，中國教育部發佈了《中國語言生活狀況報告(2006)》，列出諸如「谷歌」、「秒殺」、「剩女」、「半糖夫妻」等新詞語。香港傳媒作了花邊式的報導。

零八年夏，香港考评局的公開試題「見鬼勿O嘴，潛水怕屈機」登上報章A1版，旋即燃點

起社會大眾對青年「潮」語的熱烈關注，也觸動了部份家長及教育工作者者的神經。正如當時一些網上討論區的留言所講，不單只應考生，一些中文科及通識科老師「見卷也O嘴」(意即，驚訝得無話可說、目瞪口呆、啞口無言、無奈、尷尬)。一邊廂，有些捍衛純正規範書面漢語的國文老師，驚訝地說這試卷「太不像話」。

另一邊廂，一些通識科老師，對於那個答案才是「屈機」的正確解釋感到尷尬。究竟「屈機」應該解釋為「屈曲機制，在較量中獲勝或利用漏洞而使事情得以達成」，抑或「被強者壓迫，全無還手的可能，大比數慘敗，只好潛水失蹤」?……「問」之際(音炯，網民常用的兩眉緊皺作O嘴狀的中文鍵字版本，取其圖像化表達。問本解明亮，「問樣」，現反諷很「瘀」，很「O」，挫敗、失意)，心身俱疲的老師們還是趕快找些潮語卡「惡補」，並「谷歌一番」(google-ing)，搜羅更多備課材料。「屈機」源出「打機」用語，要了解它的意義與使用脈絡，他們也只好在年青人沈醉或沈溺的數碼世界中繼續冲浪(surfing)。

第三波社會的「潮」語

語言如水，流動不居。每一地及每一代，都有每一地(方言)

傳播心理學的 年香港青年

及每一代(潮語)的說話方式及詞彙。上世紀八十年代的未來學家托夫勒(Alvin Toffler)指出，人類社會有質變的發展，鳥瞰歷史的長河，我們已擺脫了第一波的農耕文化，並由第二波的工業文明過渡至第三波的資訊社會。

不論東西中外，不論是國家語委發佈的普通話新生活用語還是香港考評局的「〇嘴卷」，此刻語言潮流頂上浪花的閃光，是反照著第三波數碼網絡世界的社會風貌和人文精神。譬如，friend這個字，在網絡新世界，據香港浸會大學英語文學系的黃喜良博士所講，其新增義可解作網絡上即時通訊(instant messaging communication)名單上的一員而已，因此，英文新潮字defriend出現了，即把某人在「網(絡)溝(通)」名單中剔除(delete)。

當然，整個第三波之波幅形狀如何，我們還未知道。較清楚的，倒是上一波潮退後的痕跡。例如，丘學強先生在《妙語方言》一書中講及一些關於談戀愛的方言用語，便突顯出上一代的青年俚語跟工業文明的關係。廿一世紀年青人玩意的焦點是數碼天地，但在機械年代，年青人潮流的熱話是火車、輪船和大炮。話說，上一輩潮汕人約會的行為較含蓄，男女一起上戲院，是兩人一前一後，若即若離入內，直到了

座位才匯合。描述這「前後腳」，如同貨車後面多拖帶一節車廂的情況，潮汕方言叫「帶卡」。當地人在戲院門前問一男子：「帶卡無？」意思是問他：「女朋友是否跟在你後面(來看電影)」。

又例如，「拍拖」一詞本屬珠江三角洲船家的技術用語，意謂在狹窄河道中，一艘機動船拖著另一非機動船並排緩緩而行。為了形象地描述戀愛中的男女行路的樣子，上一代的廣州、港澳人開始挪用了它，後來又衍生出「拖友」(情侶)的粵方言。

這一代，我們有「電車男」。車不著地不噴煙，告別機械，迎向數碼，遊走於網絡、電玩和動漫的虛擬世界。駛進第三波「九又四分之三號」車站的電車，「拖」、「帶」的是網絡化潮語，從情緒符號(emoji)或圖像符號(pictoranto)到「火星文」或注音文等，如水珠般潛流於他們每天打按的鍵盤上，並藉商業媒體和娛樂圈，像漣漪般層層蜿蜒擴展，偶而一觸，街知巷聞。

升呢！收編與延展

爭秋奪暑的零九年八月，港鐵紅磡站的停車場大廈外圍，掛著五層樓高的巨幅月餅海報，營銷噱頭是「升呢」，廣而告之大眾慶賀傳統中秋佳節，無必要吃「老餅」。與時並進，「升呢」

的月餅是很「潮」！(e是英語level)的前半發音，源出電玩文化專用語。網絡遊戲世界裏，虛擬生活的意義是不斷為遊戲角色「升level」，電玩迷的溝通符碼是縮略成雙音節的「升呢」。

這個月餅廣告文案，是青年潮語的商業收編(commercial cooptation)例子。我手寫我口，我口說我的生活、感覺、慾望。標奇立異的廣告文案是精心計算的商業嘗試，然而香港青年潮語本身之獨特性，指向的是一些值得關注的傳播學議題。

按照傳播學奇才馬素·麥克魯漢(Marshall McLuhan)的理解，任何媒體(例如衣著、鐘錶、汽車、留聲機、漫畫、新聞…)都為「人之延伸」，每種媒體特性都帶來某種心理及肉體能力的延伸(或消滅、退化)。網絡及手機彷彿是第三波社會人類身體的一部份，已是不用多說的例子。它影響著人類關係、行動形式、溝通模式和步調，如果以偏向技術決定論的口吻說，很多時甚至比盛載的具體個別內容更深遠。因此，從觀察一定數量的個別潮語的具體意義和「創新」形式，我們可以理解青年人如何活在及活出新媒體的溝通型態及心理。

葉智仁

香港浸會大學社會工作系
青年輔導學碩士班論文導師

局長的一篇文章

自 中共中央總書記胡錦濤二零零八年六月二十日視察《人民日報》、並第一次系統提出他的新聞政策以來，筆者一直關注宣傳管理層的具體闡述。官方新華社主辦的《中國記者》雜誌，在二零零九年九月號刊登八千字長文《佔領制高點——對新形勢下提高輿論引導能力的思考》，作者是中宣部新聞局長胡孝漢。這是一年多來中共官方對「輿論引導」政策所作的最詳盡論述。

散發火藥味的政策論述

這是篇奇特的文章，軍事術語俯拾即是。胡孝漢局長開宗明義宣稱：「制高點，原義是指軍事作戰時在某一範圍內可居高觀察敵情和壓制敵人火力的地形、地貌。佔領制高點，就能居高臨下，總攬全局，使自己處在能攻易守的有利局面，就能充分發揮各種武器的作用，加強對周圍較低處敵人的殺傷和控制，往往是戰役勝負的關鍵。」

他將此概念引申到新聞報導：「佔領制高點，就是在各種輿論交鋒或對抗中，把握輿論形成的總體情況和發展態勢，抓住輿論引導的主攻目標和關鍵環節，在內容、時機、位置、角度等方面搶先佔據優勢，爭取主動，掌控局勢，壓制負面輿論傳播空間，影響和帶動輿論要素朝

著有利於我的方向發展，直到完成任務、取得成功。」

「制高點」的佔領者是誰？是黨。佔領「制高點」的重要性與緊迫性為何？胡孝漢從國內形勢、國際形勢和互聯網發展三個角度展開了論述。他認為國內的改革發展處於關鍵時期，社會思想意識多元、多樣、多變，「世界範圍內各種思想文化交流、交融、交鋒日趨頻繁，圍繞發展模式和價值觀的爭論時起時伏，意識形態領域滲透與反滲透的鬥爭尖銳複雜，敵對勢力掀起一輪又一輪反華遏華輿論浪潮，國際輿論競爭更趨激烈」。胡孝漢稱此為「西強我弱」的國際輿論格局，提出要從每一場輿論戰入手，講究謀略和方法，以戰術的主動爭取戰役的勝利，以戰役的勝利推動戰局的轉換，從而實現整體戰略利益。而傳播技術正迅速發展，互聯網已經成為他所指的「輿論較量的重要戰場」。

傳媒研究者注意到胡錦濤重視公眾知情權和傳播親和力，他的新聞政策在一定程度上具有改革意味，似從過往的強硬走向柔和。然而胡孝漢的政策闡述卻給人不同的觀感。他對形勢的判斷如此嚴峻，強調中共當前的新聞政策是國內外鬥爭的需要。在他的筆下，新聞報導如同戰爭，媒體如同黨的兵卒，語帶火藥味。

黨媒如何佔領「六大制高點」？

根據胡孝漢的描述，中國大陸的新聞傳播有「政治」、「道義」、「法理」、「民意」、「議題」、「信息」等六大制高點。如何佔領制高點？作者提出「建立高效的應急機制」、「提供優質的信息內容」、「運用先進技術手段扼守通往制高點的咽喉」、「借助新的話語體系」等策略。

當局最重視政治制高點。胡孝漢解釋：「佔領政治制高點，就是要強化社會主義核心價值體系的主導地位，堅持用社會主義核心價值體系引領社會思潮」，達致「高舉一面旗幟」、「堅持一條道路和一個理論體系」（注：即「中國特色社會主義的旗幟、道路、理論體系」）。二零零九年六月，在「六·四」事



中國大陸的新聞傳播有六大制高點。

評中宣部新聞局

件二十周年將臨之際，黨媒體連續刊載中宣部組織撰寫的系列文章「六個為什麼」——論述在中國為什麼不能搞指導思想多元化、為什麼不能搞資本主義、為什麼不能搞私有化、為什麼不能搞「三權分立」和多黨制等問題，回應社會對於政治改革的議論。胡孝漢認為這是成功的輿論引導，「廓清了各種錯誤觀點，發揮了統一思想、凝聚共識的作用。」但其實這是中共宣傳工作的一貫做法。在國慶六十周年的輿論控制上，人們再次看到「搶佔政治制高點」的種種舉措。

一年多來，新聞政策的較大變化，表現在突發事件報導和國際傳播。對突發事件，當局要求黨媒體第一時間發出報導，第一時間作出解釋。胡孝漢稱之為「佔領信息制高點」和「佔領議題制高點」。他提出「先入為主，先聲奪人」，以我為主製造「風源」，把握「風力」，掌控「風向」，「最大限度擠壓負面言論傳播空間」。對引起國際關注的重大事件，當局的確加大了透明度，例如烏魯木齊「七·五」事件。但對八月中旬烏魯木齊「紮針」事件，最初卻進行了封鎖，直到發生群眾抗議。而對抗議事件中香港記者被拘被打事件，則對內地民眾封鎖。換言之，所謂增加透明度，也是有選

擇的。在目前的「輿論引導」政策之下，一些社會衝突事件的新聞透明度仍然不高。如六月十七日湖北石首的警民衝突事件、七月二十四日吉林通化通鋼公司的勞資衝突事件，官方的報導是滯後的。

胡孝漢的文章，提出要佔領「法理制高點」、「道義制高點」、「民意制高點」，語有新意。法理、道義、民意，是內地一些有自由傾向的媒體（如《南方週末》、《南方都市報》）多年來贏得讀者支持的核心要素。一年多來，以人民網、新華網為代表的黨媒體，也開始搶佔這三個制高點。人性人情故事，如今已非禁忌。批評地方，為百姓利益呼籲的報導也時有所見。在非主流媒體的輿論監督空間不斷壓縮時，他們卻擁有特權。最新的例子是，國慶剛過，對負面新聞的控制剛剛鬆動，新華社《半月談》雜誌就刊登批評安徽警方刑訊逼供被拘者，用九十支香煙將一位六旬老人活活熏死的報導。這篇報導，被眾多網站和報刊轉載。

以精密手段強化管制

中宣部新聞局長胡孝漢的《佔領制高點——對新形勢下提高輿論引導能力的思考》一文，是對胡錦濤新聞政策的權威解讀。

胡溫執政以來，黨內一直有人在研究世界各國政黨對傳媒的運用操控方法。他們的研究，為胡錦濤的新聞政策提供了重要的參考依據，形成了今天被稱為Control 2.0的傳媒控制新思路。從表面看，胡錦濤提出「保證人民的知情權、參與權、表達權、監督權」，尊重憲法賦予公民的權利。但據胡孝漢的解讀，這項政策的根本出發點還是維護黨和政府的利益。胡孝漢的文章顯示：新聞傳播在當今中共的執政大局中，仍然是黨的宣傳工作的一部分。他把新聞傳播看作國際國內政治鬥爭、意識形態鬥爭的需要。如此，傳媒的公共性必被黨性代替，傳媒的獨立性必遭排斥，非主流媒體將繼續受壓。胡孝漢筆下的新政策充滿實用主義色彩。他描述的新政策對宣傳工作所做的調整，是傳播方法的改進；而新聞管制制度非但沒有變革，還正以更精密的手段強化。他的表述比高層更直截了當，帶著冷戰思維的慣性和階級鬥爭年代的話語痕跡，這種表述，或許更清楚顯示了當前新聞政策的實質。

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3G發展分析

自 國家工信部的發牌在千呼萬喚中出來後，轉眼內地3G業務紛紛展開。本文執筆時，中國電信終端部門表示，已經賣出一百多萬套以CDMA2000技術的3G上網卡，3G手機十多萬部；中國移動表示五月底發牌之後，已有14.6萬付費用戶；聯通六月底稱其3G手機出貨近十五萬部。從技術上分析，WCDMA的聯通網路是最大贏家，中國電信則折中，而中國移動拿到了國家標準TD-SCDMA。

再走走內地在內地3G市場前幾年的香港，比較其不同的制度以及行業政策，及面對的不同市場和運營管理模式，特別是相關內容提供及市場推廣。雙方各有利弊，合而不同，除了可以互相取長補短，更可以期待日後更多合作契機。

香港共有五家移動通信運營商，包括：和記電訊（香港）、CSL、電訊盈科（PCCW）、數碼通（SmartTone-Vodafone）和中國移動香港，除中國移動萬眾電話外，其餘四家均擁有3G牌照，並採用WCDMA制式開通3G業務。零七年香港總人口約七百零五萬，移動電話總用戶數一千一百五十萬，移動營業額一百七十八億港元，其中3G營業額五十三億港元，佔29.8%。合作開展各類3G業務上的各家運營商也業績非

凡，例如和記與英國的OmniPhone、日本DoCoMo、美國Apple等都有合作。

兩地廣播電訊未有長期協定及重大突破，但技術及業務上的合作也一直不斷。

合而不同的大局面

以下是運用發展動力方程，分析兩地3G業務發展：

$\text{Driving Force (DFm)} = Mm (r, p, n, o) * \text{GDP-per-capita} * T (\text{Mobile TV Development: Techno-economic Issues and Terrain Factor})$ · J.Yip, 零八年三月《傳媒透視》

T因城市而異，下面著重分析：R（制度），P（價格），M（市場推廣），O（其他）內容，如用戶體驗及運營體系。

R（制度）上的不同，帶來發展的不同取向——

總體來說，香港的政策更加具有市場空間，市場導向引導技術深入用戶，而中國內地更多管理約束。

內地電信系統得益於制度規則，一方面在專署區域內可以做的精而專，沒有權利去做的產業鏈其他環節留給其他小型企業去解決，例如：自二零零零年，中國移動開通短信業務之後，SP (Service Provider) 數量就呈幾何級數增長。

香港的電信行業則制度上比較靈活，帶來的發展也顯示多樣化。最突出的政策上的不同包括：可攜號轉網，三天內必須轉網成功；各3G運營商至少開放網路容量的30%供虛擬運營商使用；允許電信與廣電運營商相互進入。香港的企業在將新技術帶來的創意產業結合適應的商業模式，實現了企業商業運作模式的重組，從而創造新型創意產業與資訊產業結合上有相當的主動性與更加靈活多變的形勢。這是香港的優勢，也是內地與香港合作的新契機。

P（價格）區別——

內地以聯通網路為例，3G上網收費將手機流量和寬頻流量分開計費。手機上網的套餐最低為每月二元包10MB流量，最高為每月二百元包5GB流量。超出部份按照0.01元/KB計算。香港以和記為例，在價格上擁有四個免費頻道，每個收費頻道八港元起任看，另外所有廿三個頻道包月88元，免流量費。而一般終端機價格在一千二百至三千元之間。因而，第一年的3G費用加上終端機器費用，香港用戶至少需要88*12+1200=2256元，而對於內地用戶，根據流量的多少這個值可以在2*12+1200=1224元至200*12+1200=3600元之間浮動。



內地與香港

比較兩地的GDP/capita則相差較高。香港人均GDP與發達國家持平，而中國人均GDP只有六千美元。而貧富差異較大在中國也存在，故價位上，內地用戶的入門消費較低，但如希望得到一定品質和時間的服務，則需花費更多。

M(市場推廣)

在市場推廣上，電信針對移動增量市場的網綁套餐，對家庭客戶群同時使用固定/寬頻和手機具有極大吸引力。聯通網路借助WCDMA網路和終端的優勢，迅速成為3G用戶規模效應。中國移動憑藉多年經營移動業務的經驗，並且獲得一個國家最支持的3G牌照，在幾年期間依然會處於絕對的壟斷地位。

而香港的運營商更加主動，以和記為例，新增3G用戶在零七年分為新用戶、2G轉3G用戶和其他運營商轉網各1/3。

總結比較下，一方面，在整個新媒體的生態環境中，內地的電信系統佔據的是底層的平臺供應階段，而廣電系統則控制高層端具相當盈利性質的內容源部份。另一方面，香港的運營商則顯得更加具有選擇性與靈活性。例如：PCCW在零六年推出全港首創「quad-play」(四網合一)業務，所謂「四網合一」業務指的是：固

網、寬頻、電視、移動網共用同樣的精彩內容和服務，將相同內容和服務通過四個網路傳送給客戶，進行市場的靈活整合。

O(其他1)：內容運營管理的管道分離，體現不同模式的優劣對比——

內地的運營商大多局限在一定的行業角色中，彷彿在帶著鏢鏢跳舞。成熟的電信市場顯示，電信運營商依賴提供網路賺錢通常是走向下坡的端倪。而對內容的選擇，甚至製作才是創造品牌、成就價值的最優途徑。這點內地可以向香港取經。香港3G業務中受歡迎的內容以和記為例來自於傳統電視，網站電影中搜集最精彩節目內容，製成新聞、財經、足球、NBA、音樂、電影、Baby等二十三個手機電視頻道，可支援高清視頻流覽，也支援流媒體視頻流覽。

O(其他2)：用戶體驗的不同體現優勢——

手機電視擁有優質的用戶體驗，用戶介面簡單及人性化，可即時申請及收看，電子節目表、節目程式一目了然，並且對手機終端要求不高，大部份手機都能支持。這樣的用戶體驗才能最大化的讓用戶擁有信心。

值得一提的是，內地3G業

務發展初期，兩家提供流量計費，唯獨電信提供時長計費，如果網路服務品質跟不上，會導致品質下降，必然影響用戶體驗。

O(其他3)：運營公司的屬性不一，結果服務的性質相異——

內地的運營商在屬性上歸於國家，而在運營商屬於公司型運作。因而有歷史遺留下來的郵電總局發展而來的龐大的內部組織、競爭較小的服務區域、巨大的潛在市場，以及老齡化的員工結構。而香港的運營商屬於私人企業，性質上的私有化賦予了公司相當的靈活性與競爭性。

從二零零六年到二零一六年比較內地和香港的電信發展，它們有著不同的根源，因而在不一的制度以及行業政策下，有著各自的屬性、不同的市場及運營管理的管道，各有利弊，合而不同。零九年創意產業加資訊產業的結合服務提供，將會帶來電信行業的新挑戰，期盼在技術以及創業產業上，互相學習中有更加寬廣的前景。

■劉倩

暨南大學國際學院教師

■葉振聲

香港中文大學兼職講師

do Hong Kong people consume?

development. In fact, business news shouldn't always be boring. Business news not only covers companies and markets. It should also tell stories about people; and the writing styles can be creative. Of course, gossips are fine as long as facts are there.

Code of ethics

The Hong Kong Journalists Association has a code of ethics for all reporters and editors. But we hold the view that business journalists should also observe the following: they shouldn't purchase stocks of companies that they are covering to avoid conflict of interest. It is very hard to be objective when one's life savings are at stake. To avoid this predicament, newspaper companies should set rules to ban business journalists from buying stocks of companies in their beat.

The Wall Street Journal (the writer of this article worked there for 10 years in the 1980s) has (even today) very straight rules about employees' investment. Reporters and editors simply can't buy stocks, period. The only exception is stocks of Dow Jones & Co., which owns The Wall Street Journal.

Hong Kong newspaper companies don't have to be as straight as The Wall Street Journal. But adopting some kind of ethical practice is good for the industry's long-term development, raising the standard of business journalism and earning the trust of readers.



Business news shouldn't always be boring.

Latest development

There is a famous song by the Byrds entitled "Turn Turn Turn". Here are some of its lyrics:

*"To everything (turn, turn, turn)
There is a season (turn, turn, turn)
And a time for every purpose,
under heaven*

A time to be born, a time to die

A time to plant, a time to reap

A time to kill, a time to heal

A time to laugh, a time to weep"

The recent development of business journalism in Hong Kong reflects exactly the spirit of this song. In recent months, three business magazines have folded. They are "Hong Kong Business", "CFO (Chief Financial Officer)" and "Power". "Power" is more lifestyle-oriented than the first two business magazines but its coverage of business people was great.

As the Byrds' song says: there is a time to die (the three magazines) and there is a time to be born (Richard Li's new "baby"). We are not interested to know much about the personal life of Mr Li (PCCW's major shareholder) or his new-born child. But his other "baby" (a huge business news project) has caught our attention because its scheduled birth in mid-October, 2009 is exciting news to people who care about business journalism in Hong Kong and the Greater China region.

Investment bankers, brokers and fund managers in New York or London everyday before the markets open read news and analysis about Asian countries (including China, Hong Kong and Taiwan) and companies mainly from Bloomberg, Reuters, Dow Jones, AP and AFP. Imagine there is a newswire that is more authoritative in its coverage and analysis of companies and economies in the Greater China region than all of the above news agencies. Wouldn't readers be interested? That's what we talk about here: Mr Richard Li's new newswire is yet to be named.

Before this new newswire is launched, perhaps in a year or two, several platforms are being constructed. This is great news for aspiring business journalists who can write in English. We can count so far there are three platforms being built. One is called "Cai (Wealth)", an English business news website headed by Stuart Jackson, formerly business editor of the South China Morning Post. Mr Jackson will hire at least 20 journalists to work for this new website. Another platform, headed by Chan King-cheung (chief editor of Hong Kong Economic Journal) and Chris Yeung (editorial director of HKEJ and formerly editor-at-large of the SCMP), will also be an English business news website. This new English website is different from HKEJ's Chinese website (headed by Chan Pak-tim). The English business website will employ at least 20 journalists and some translators. Some contents will be translated from HKEJ. This website is independent of Mr Jackson's.

The third platform (there could be more) is the contents of a very authoritative business magazine on the mainland called "Caijing". Mr Li has struck a deal with Caijing to translate its contents (many are exclusive interviews with key officials and business people in China) into English. When time is ripe, Caijing (English contents), Mr Jackson's website and HKEJ's English website will merge into one and form a powerful news agency with a focus on the Greater China region.

In the field of business journalism, there is always hope.

■ Victor Keung FUNG

Associate Director of the MA in international journalism studies program (and coordinator of its business and financial journalism concentration),
Hong Kong Baptist University

What types of business news

What kinds of business, economics and financial news do Hong Kong people consume?

A research done recently shows that corporate news ranks top on the list, followed by property and construction, stock market, China business and finance, and international news.

Types of news consumed and rankings: (2009 vs 2008)

Types of business news	2009 Ranking	2008 Ranking
Corporate news	1	1
Property & construction	2	3
Stock market	3	5
China business & finance	4	4
International news	5	2
Bonds, Option Derivatives	6	7
Banking	7	8
Commodities (gold etc)	8	10
Economic policy & statistics	9	13
Retail and advertising	10	6
Trade and industry	11	11
High tech	12	9
Transportation	13	12
others		

The survey was conducted between Sept 8 and 10, 2009, counting the number of items of news in 13 newspapers over a 3-day period.

As compared to a similar research done in early September 2008, the following salient points are noteworthy.

(a) Major findings:

1. News about companies remains the most popular.
2. Property market and construction news jumps to the second place from third.
3. Stock market-related news soars to third place from the fifth.
4. Retail and advertising news plunged from 6th place to 10th.

5. International business news fell from second to the fifth place.

(b) Analysis:

Business news is about companies, markets and people and there is little surprise that corporate news remains the most popular among Hong Kong people. As Hong Kong's property market has experienced a so-called "mini boom" in the second and third quarters of 2009, there is no wonder that property market stories have risen to rank number 2 from number 3 a year earlier.

In the same vein, the positive outlook of the local economy has pushed the Hang Seng index to its highest level in a year in early September. Hence, it is logical that stock-market related news jumps to rank 3rd from the 5th place in 2008. As retail and advertising businesses slow, mirroring the poor business environment, so does related news. Therefore, it should surprise nobody that retail and advertising stories drop to the 10th place from the 6th in September 2008.

In early September 2009, Hong Kong newspapers were splashed with renminbi bond issues, gold and property prices shooting through the roof and numerous initial public offering stories. In the same month a year earlier, nevertheless, the picture was very different. Local newspapers invariably were filled with stories about Fannie Mae and Freddie Mac (housing mortgage corporations) being rescued by the US government, and investment banks including Lehman Brothers and Bear Sterns having trouble as the financial tsunami was about to strike hard at the world economy. Consequently, international business news was ranked 2nd in September 2008. It fell to the 5th place in September 2009.

(c) Weaknesses of the survey:

1. The research only counts news

items over a 3-day period. It could have been longer, say, 7 days.

2. The research only counts the number of news items and not measures column-inch, which could have been more accurate.
3. The categorization of business news is arbitrary. There could have been a more authoritative classification. (It is acknowledged that this survey is not scientific enough. We hope researchers in future can improve upon these weaknesses.)

Business news new trends

Our survey, in fact, also counted the number of columns written by reporters, columnists and stock analysts. Because these are analytical items and not news, we didn't include them in the rankings. Had we done so, the number of business columns would have been ranked 2nd, trailing only the most popular corporate news. Nevertheless, the finding shouldn't shock anyone as we know Hong Kong people love to invest (or gamble) in the stock market and they'd love to read about "tips" and recommendations of investment targets. There is nothing wrong with this. We'd like to see, however, that whenever analysts recommend certain companies' stocks, they should declare whether they have holdings in these companies and whether the firms they work for have business dealings (such as capital-raising agreements) with these companies, in the name of transparency.

Another development that we have observed is the flourishing of "gossipy columns" or "ba gua news" in Cantonese. Business news traditionally performed the functions of informing, educating and enlightening the public. But now business news also starts to "entertain" readers, very much like newspapers' entertainment sections. We see nothing wrong with this

● 記協發起遊行千人聯署聲討疆警

● 政府終於公佈香港電台未來路向

香港記者在新疆採訪被毆打
記協發起遊行聯署聲討疆警

香港記者在國內採訪又遇到阻撓，九月初，無線電視記者林子豪、攝影記者劉永全及now新聞台攝影記者林振威，在烏魯木齊採訪時被毆，事後當局一度解釋是為了保護記者；兩天後，五名香港電台、now新聞台及商業電台的記者，在烏魯木齊採訪一宗懷疑針筒傷人事件時，突被公安以採訪「令民眾聚集」為由，遭推撞及強行帶走，並勒令記者閉嘴，事後揚言是誤會。新疆新聞辦後來召開記者會，指三名在採訪烏魯木齊騷亂被毆打的香港記者涉嫌煽動群眾，也無有效證件，屬違規採訪，所以被扣留。但外交部卻強調，保護記者在內地採訪政策不變。這次記者先後被打及被誣陷的事件引起香港社會公憤，紛紛要求當局澄清事件。

香港記者協會及香港外國記者會為此發起遊行，抗議新疆武警毆打香港記者，更譴責記者「指手劃腳，煽動鬧事」。共有七百多人參與，多個民主黨派亦有到場聲援。其後又在新聞業界和大專院校新聞系發起聯署行動，獲得新聞業界各階層人士共1300人聯署，要求內地政府還香港記者清白，聯署九月底在四份報章刊登。對於記者的遭遇，香



記協發起遊行聲討疆警毆打記者。

港一些人大代表、政協委員等，都罕有地批評新疆當局處理不當，部份人大代表並提出港區全國人大代表採取聯合行動向中央表達意見，為記者討回公道。可惜這些港區人大代表的承諾只是口惠而實不至，最後仍是決定不會採取聯署行動向中央表達意見。

* * * * *

公營機構止步港台原地踏步

「香港電台·共享創意」啟動

擾攘了三年的公共廣播問題終於在九月下旬拍板，行政會議否決了讓香港電台獨立，卻決定增撥資源，讓港台以政府部門的身份，肩負公共廣播機構的使命。港台可以恢復招聘公務員、將可以遷往將軍澳，以及獲得分

配頻譜以開拓數碼電台、電台頻道。而政府亦將發出一份由政務司司長唐英年和廣播處長黃華麒簽訂的新約章，確保港台享有編輯自主，但特首卻會親自委任一個「顧問委員會」，加強對港台的管治，為港台提供意見。對於港台爭取獨立多年最後仍是原地踏步，工會、「撐港台運動」及支持港台公營化的立法會議員都表示失望；特首曾蔭權卻表示這是三贏方案，而廣播處長黃華麒回應「顧問委員會」會否變成「太上皇」時，他認為顧問委員會不會有實權，不過是反映社會人士的看法。

因應香港教育課程改革，香港電台首度使用「共享創意」(Creative Commons)版權條款，九月底推出「香港電台·共享創意」(RTHK Creative Archive)網站 (www.rthk.org.hk/creativearchive)。此項計劃乃以資源共用的方法向學界及社會人士提供視聽材料，首階段推出的內容以影像、音檔及圖片為主，內容涵蓋有關香港的發展及風貌。公眾可根據「共享創意」的版權條款分享這些資源，免費下載。此舉無疑能推動及鼓勵創意學習，方便老師、同學及公眾簡便及合法地使用港台的視聽資料庫，香港電台亦可藉此充份發揮它在新媒體環境中的公共作用。

● 傳媒自我審查評分創新高

● 《遠東經濟評論》年底結業

傳媒自我審查評分創回歸新高
國慶二百人觀禮團傳媒人上榜

香港大學「民意研究計劃」公佈最新民意調查結果，顯示市民對新聞自由的滿意程度。認為傳媒有充份發揮言論自由的比率維持高企，分別達七成五；但有五成一市民認為傳媒有自我審查，較半年前的同類調查上升四個百分點，亦創了調查自一九九七年開展以來的歷史新高，認為傳媒沒有自我審查的比率則佔三成四。有八成九人認為傳媒批評中央政府時有顧忌，但有六成九人覺得傳媒在批評特區政府時沒有顧忌。另外，市民對電視的滿意程度亦創七年來的新低，只有六成六。

至於本港新聞傳媒整體公信力的最新評分為六點二五分，較上次同類調查上升零點一六分；但有八成九人認為傳媒有濫用新聞自由，只有三成二人認為沒有。而認為傳媒報導負責任的比率有三成四；認為報導不負責任的佔兩成四。

今年是祖國成立六十周年國慶，北京舉行盛大的閱兵儀式及國家級慶典。港府在九月底公佈了二百一十二人的觀禮團名單，傳媒關心泛民中有多少人獲邀出席，除了少數泛民人士，如民協馮檢基及衛生服務界代表李國麟獲邀出席，還有民主黨盧子健及

民主發展網絡成員葉健民。此外，除了政府官員、行政會議成員、法官、學者及專業人士外，觀禮團名單亦包括了部份傳媒機構的高層，如有線寬頻的吳天海、《經濟日報》的馮紹波、廣播處長黃華麒等，甚至香港電台的資深節目主持麥潤壽及周融，同樣亦榜上有名。

* * * * *

《遠東經濟評論》年底結業

電盈推出HBO高清頻道

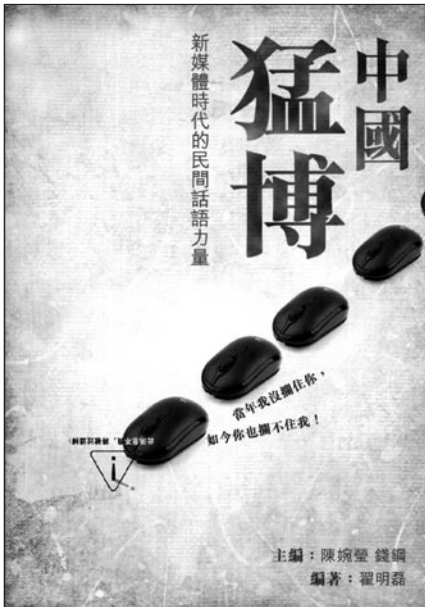
美國道瓊斯公司在九月下旬宣佈旗下的《遠東經濟評論》月刊，將在今年十二月停止出版。《遠東經濟評論》是亞洲最具權威的經濟新聞雜誌，已有六十三年歷史。由奧地利人哈本在香港創辦，雜誌的讀者主要在東南亞以及日本、印度和澳洲。雜誌開始時是以周刊形式發行，後在二零零四年改成月刊。該雜誌是報道東亞經濟、政治、文化的重要英文刊物，曾造就出許多政經專業人才及名人，包括哈佛教授費正清、作家韓素音、作家布魯瑪、菲律賓前總統阿基諾的丈夫

等，都曾是《遠東經濟評論》的記者。雜誌幾年前就已經顯露可能停刊的跡象，在幾經轉手之後賣給道瓊斯集團，雜誌社也開始遣散大量優秀的記者，雜誌的光芒日漸黯淡。道瓊斯公司的公告指出，儘管《遠東經濟評論》的品牌塑造在最近稍有起色，但還是抵不過日益減少的廣告收益和銷售量。雜誌停刊後，資源將會轉移到道瓊斯在亞洲的其他刊物，包括《亞洲華爾街日報》。

電訊盈科旗下now寬頻電視九月底宣佈，將於下月六日起播放HBO高清頻道，電盈表示金融海嘯令客戶增長減慢，付費用戶增長率由零八年上半年增長38%，跌至今年上半年僅增長3%，每戶月均消費額也輕微下跌，但沒有減價打算。電盈表示希望未來十二個月可推出數條高清頻道，提升節目質素以增加競爭力，如HBO電影頻道收費相同，但會轉為高清播出。電盈又表示，英格蘭超級聯賽的轉播權應會於下月發出標書，電盈會積極爭取未來三年的轉播權。

■ 梁麗娟

傳媒評論員



虛擬世界裡的真實話語

書名：《中國猛博——
新媒體時代的民間話語力量》

主編：陳婉瑩、錢鋼

編著：翟明磊

出版社：天地圖書有限公司

出版日期：2009年9月

網際網路對人類的影響無弗遠屆，對中國的影響更別具意義，因為在一個無論從思想到行為都處於變革中、但新聞自由仍然受到限制的大國，互聯網不但發揮了信息傳遞的功能，更對開發民智起了思想啟蒙的作用。

伴隨互聯網而誕生的博客們在這樣一個半隱私半公開的平台，或抒發情感，或點評時事，嬉笑怒罵，小鳴大放，在虛擬的世界中表現了最真實的性情，也表達了最真摯的感情，其中的勇敢者更藉此批評陋習、揭發時弊，展示了公共知識份子的良知。

本書是香港大學新聞及傳媒研究中心中國傳媒研究計劃的研究項目之一，由該中心總監陳婉瑩教授和項目主任、內地知名報告文學作家兼記者錢鋼主編，委託也開博的上海獨立記者翟明磊採訪和編寫博客群像，並輔以博文精選和各博客提供的錦囊妙計。可以說，是網絡時代業餘思想者的人生縮影。

本書在選題上頗見心思，在海量博文中精選並訪問了十七位博客，他們各有領域，其年齡、背景不同，性格和受教育程度也各異，但都具有一定的代表性——有曾旅居美國十二年的北京藝術家艾未未，也有最具草根味的民間記者老虎廟，有年逾七旬的著

名劇作家沙新葉、中年獨立評論人吳稼祥，也有十幾歲憑青春小說《大重門》成名的八零後暢銷作家兼賽車手韓寒，當然少不了維權律師許志永、平民畫家李小乖（圖黨）等。

書中唯一的女博客是維權者胡佳的妻子曾金燕，這位小女子本只想有一個安定的家，卻因丈夫被補，不得不以博客——她心中唯一的武器持續發聲，也將博客的功能推向另一極至；另一位勇敢的連岳則以博客發動網民阻止政府興建對環境污染的「二甲笨」工廠，成為公民新聞的典範。

根據中國互聯網信息中心(CNNIC)統計，截至零九年六月底，中國網民人數超過總人口的四分之一(3.38億)，當中有一半網民當了博客(逾1.8億)，換言之，僅中國博客人口就比各西方發達國家的人口多。假以時日，這股民間話語潮不僅對中國產生巨大影響力，甚至對整個世界而言，也是不可忽視的力量。因此，本書的出版具有前瞻性的意義。

本書另一實用價值是於書後附錄了一系列包括了新聞工作者、維權律師和維權者、學者和藝術家，以及草根和老外等猛博網址，供有興趣者上網博一博。

■呂書練

資深媒體人



內地組反盜版聯盟打擊侵權網站
內地盜版網絡視頻日益猖獗，嚴重窒礙互聯網發展。有見及此，最近多間國內新媒體機構宣佈成立「中國網絡視頻反盜版聯盟」，致力聯手打擊侵權網站，打算向侵權網站提出訴訟。

組成「中國網絡視頻反盜版聯盟」的新媒體機構包括：搜狐、優朋娛樂、激動網及華夏視等超過一百間互聯網視頻版權持有人。聯盟計劃將會對土豆網、優酷網、迅雷等網站和其廣告商提出訴訟。其中優酷網可能將成為首個被起訴的對象，因該網站涉嫌侵害超過五百部國內電影及電視劇的播放版權，可涉及五千萬至一億元人民幣的索償及刑事責任。而根據聯盟的起訴書，一

些在侵權網站投放廣告的產品廣告商，亦有可能會被起訴。

被指侵權的優酷網回應指仍未收到該聯盟的相關法律文件，而土豆網則指該網站與多個內容供應商達成合作協議，已遵守國內《信息網絡傳播保護條例》，為用戶提供搜尋、鏈接和上傳空間，只要版權持有人通知，網站有權去刪除涉嫌侵權的視頻而毋須作出賠償。

* * * *

巴拿馬全國無線上網免費

巴拿馬政府承諾，將在全國範圍內，為國民提供免費無線上網服務，這將是全球第一個實施全國性免費上網的國家。

位於北美和南美交界的巴拿馬，以連接加勒比海和太平洋的巴拿馬運河而聞名於世，目前總人口約有三百三十萬。這項免費計劃是在今年八月份獲得批准，巴拿馬政府將會投入兩千五百五十萬美元資金。服務將於十月十



日起實施，最先會從十個城市開始提供免費無線上網服務，隨後逐漸擴展至全國範圍。

此外，澳洲政府上月亦公佈，打算在未來八年內投資四百三十億澳元，鋪設國營的「廿一世紀寬頻」網絡，令更多國民可使用高速互聯網服務。

* * * *

1. BROUGHT TO YOU BY TWITTER - A COMPENSATED MOUTHPIECE?

Twitter has been so popular in micro-blogging that more companies are paying tweeters to plug their products. With companies desperate to reach consumers in the social media crowd, twitters can even set their price for tweeting an ad and wait for offers to come in. But such kind of "Sponsored Tweets" is also controversial.

TIME

October 5, 2009

2. DON'T CALL IT POST

In the past, it's called "post-production". But now the term cannot truly reflect the complex creative works which often might not happen after the events. Visual effects has now become an integral part of the film-making process. And we can expect more to see in the near future.

CREATIVE REVIEW

July 2009

3. ASIA'S SATELLITE MARKET ON THE UP AND UP

What are the factors that are boosting growth of satellite TV services in Asia? With the arrival of digital TV services, the growth of direct-to-home (DTH) satellite TV market in the Asia-Pacific region has shrugged off the impact of the struggling global economy and enjoyed significant growth.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2009

4. MEETING COMPRESSION CHALLENGES OF NEXT GENERATION OF MOBILE CONTENT

Telephone companies and manufacturers are predicting a rapid growth to both IPTV and mobile TV due to the development of new services, and especially new types of networks. MPEG-2 and MPEG-4 AVC remain the standard encoding and compression technology for IPTV and mobile TV, and that's not likely to change for the foreseeable future.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2009

6. BBC STEPS UP PROJECT CANVAS WORK

The BBC is moving full steam ahead with Project Canvas, hiring staff to work on the IPTV service and empowering the Digital TV Group to hammer out the technical details.

BROADCAST

September 4, 2009

7. 電視媒體研發環節的功能定位與發展策略探究

中國電視經歷了半個世紀的成長，正面臨著一些協調性障礙，值得探索深究。

《南方電視學刊》

二零零九年第四輯

* 《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 / Email : cheungll@rthk.org.hk