

目 錄

- | | |
|--|---------|
| · 香港建立統一通訊事務管理局的問題與思考 (胡惠生、梁麗娟) | 2 - 4 |
| · 高鐵運動的新啟示 (梁旭明) | 5 - 7 |
| · 媒體寡頭的「新聞自由」 (畢研韜) | 8 - 9 |
| · 盛世話語之騰湧：以「中國模式」為例 (錢鋼) | 10 - 11 |
| · 東非講學記 (張圭陽) | 12 - 13 |
| · Changing Scenerio in Broadcasting in India (S. Ganesh) | 14 - 15 |
| · 一月傳媒記事簿 (梁麗娟) | 16 - 17 |
| · 傳播書刊介紹 (洪磬) | 18 |
| · 傳媒掠影 | 19 |
| · 傳媒參考資料 | 20 |

通訊事務管理局 思考

特

區政府計劃在今年第二季向立法會提交草案，建議合併廣播事務管理局及電訊管理局，成立一個獨立的通訊事務管理局（Communications Authority）（下稱「通訊局」）。立法會資訊科技及廣播事務委員會在一月上旬討論此事，有議員質疑全新的通訊局僅有七名成員，人數太少，卻獨自處理電台、電視廣播及通訊發牌管理事宜，擔心權力過大；又擔心政府先合併兩局才檢討兩條廣播電訊相關條例，是本末倒置的做法。議員們對即將成立的通訊局的憂慮並非沒有根據，事實上通訊局的成立還牽涉到其他因素，本文參考外地同類監管機制成立的經驗，討論香港有什麼值得借鏡之處。

電訊、廣播專業監管機構合併的現象，始於九十年代後期，推動的力量主要是由於數碼技術的急速發展，打破了電訊、廣播和互聯網三大行業既有的市場界限。香港早期發展的自選錄像（Video-on-demand）及近年香港寬頻未領有收費電視牌照的網上電視等，都是科技匯流下市場融合的產物。以往多個地區所採用的「分業管理」監管模式（即採用不同政策法律監管電訊業、廣播業和互聯網的運營商）在此匯流環境顯得不合時宜。世界各國都積極改革及更新相關政策和法

律，以回應科技融合的挑战；而合併監管機構，提供一站式管理，亦是眾多改革方案之一，被不少國家採用。在匯流趨勢下最早合併監管機構的歐洲國家是意大利，與香港淵源深厚的英國政府亦在二零零零年十二月，建議將電訊管理局及獨立電視委員會等五家機構合併，成立統一的監管機構——傳訊事務管理局（OFCOM）；其後芬蘭等國，亦紛紛合併監管機構。在亞洲，馬來西亞早於九八年成立了馬來西亞通訊與多媒體委員會（MCMC）；台灣亦在零六年二月成立台灣通訊傳播委員會（NCC）作為獨立的統一通訊監管機構。

科技融合的挑战

早於九十年代初期，就科技匯流需要面對的監管制度改革，香港政府已意識到刻不容緩，但當時礙於中英爭拗，很多跨越九七的事宜都沒法處理。主權交接過後，香港政府立即在體制上對融合的市場作出回應，於九八年由文康廣播科改變為資訊及科技廣播科，後來在二零零四年改名為通訊及科技科，將過往分別隸屬財政司（通訊事務）及政務司（廣播事務）合併在同一部門內，至少在政策層面，兩個現有的監管機構可以在同一政策科得到監察和協調。零四年三月，政府就

技術融合下的香港通訊監管議題再度開展研究，並在兩年後發表諮詢文件。提出要將現有的電訊業和廣播業的監管機構，即電訊管理局和廣播事務管理局合併為統一的通訊局，同時建議將現有的電訊條例和廣播條例整合為統一的通訊條例。

對於此項提議，各界就不同事宜表達了各自的觀點，像立法會議員擔心新通訊局成員人數、或政府先合併兩局才檢討兩條廣播電訊相關條例等問題，當時亦有作出討論；各界對細節可能有不同意見，但對建立統一監管機構的必要性卻有一定的共識。香港建立統一的通訊管理局和通訊條例，不過是時間的問題。筆者通過文獻研究和實地訪談等，分別研究了英國、馬來西亞及台灣建立統一通訊監管機構的經驗，希望藉此對香港未來建立統一的通訊管理局和通訊條例提供借鑒參考。

就未來通訊局成員人數問題，有議員擔心人數太少，權力過大。事實上，美國的聯邦通訊局（FCC）的成員只有五人，台灣的NCC有七人，英國的OFCOM董事局內有七至八人。因此香港建議中的七人，已經不算太少，未來通訊局需要了解規管不同通訊業務的專才，若成員人數太多，恐怕很難找到合適人

香港建立統一的 問題與

選；至於另有議員擔心的先成立後立法問題，台灣亦出現同樣情況，NCC早於二零零六年成立，但合併的法例至今仍未完成，所以並非沒有先例的。

吸取其他地區的經驗

其實，就著未來通訊局的成立，要關注的話題仍有很多。綜合英國、馬來西亞及台灣的經驗，至少有以下八個方面是香港在未來籌建統一監管機構時應特別注意的。

第一，統一的通訊局應當是一個獨立及專業的監管機構。從海外的經驗來看，保障機構的獨立性是十分重要的。只有這樣，才能保證監管機構在法律和政治上的獨立性，保證其在法律和功能上有別於其他的政府部門和機構。

第二，通訊局必須杜絕官僚作風以保證效率。馬來西亞的MCMC就因此受到批評，指論為官僚機構，完全沒有起到促進本地電訊市場競爭力的作用。至於英國的OFCOM則在機構成立伊始就明確其促進本地通訊產業發展的職責所在，不受政治干涉亦獨立於既得利益集團之外，是名副其實的獨立運作及配合市場需要的監管機構。

第三，推行統一的監管機構需要強有力的政治支援。無論英

國、馬來西亞，還是台灣，統一通訊監管機構的建立和運作，都離不開該地掌權者的大力支持和扶植。在馬來西亞，政府從九一年開始就承諾將對建立MCMC給與必要的支持和幫助。而台灣NCC的建立亦是獲得了行政院的支持才得以順利組建。同樣，英國OFCOM的建立也是得益於各方政治利益相關者的一致支持。

第四，推行統一的監管機構需要有系統的計畫和安排。馬來西亞的MCMC和台灣NCC的組建交接以及運作都是有詳盡周密的安排在先，並根據時間表按時投入運作。

第五，任命稱職可靠的機構負責人是統一監管機構順利運作的關鍵所在。監管機構負責人將會直接影響本地通訊市場的發展，所以聘用熟悉通訊業的人才也是十分必要的。如英國OFCOM中的許多員工都有在通訊業工作的經歷。此外，英國、馬來西亞和台灣的經驗也都證明，可信可靠的任命程式也是十分重要的。應當儘量避免政治任命，以專業性和能力作為考核指標指派合適的人選。

第六，統一的監管機構應採取如無必要，盡可不管的輕度監管方式(light regulation)，減少對通訊市場的干預。這也是英國

OFCOM運作的成功經驗之一。同樣，在馬來西亞，不論是直接還是間接的方式，監管機構都不會對通訊業做出不必要的干涉和監管。

第七，穩健的財政來源是統一監管機構成功運作的關鍵之一。縱觀各國的經驗，資金保障是統一監管機構順利組建的重要因素之一，建立相關基金則是普遍採納的做法。如馬來西亞建立了「馬來西亞通訊與多媒體基金」，台灣則建立了「通訊傳播監督管理基金」。

第八，立法及相關法例充分是建立統一監管機構的必要條件。在組建統一監管機構之前，必須有適當的立法。在英國，二零零二傳播通訊法的採納為OFCOM的最終成立鋪平的道路。而隨後的二零零三傳播通訊法則整合原有不同監管機構的職能，並設定了新的統一監管架構的詳細職責和監管原則。在馬來西亞，通訊與多媒體法(MCMCA)建立並賦予了MCMC監管權利，規定了其作為統一監管機構的具體職能。在台灣，通訊基本法明確規定，NCC成立後，相關部門及NCC應依該法所揭示之原則，於兩年內修正通訊傳播相關作用法規，同時也對整並後的統一監管機關做出新的職責定位。

對建立香港通訊局的一點建議

從以上海外經驗的分析可以看出，統一監管機構在海外的推行經驗基本上是成功的，雖然需要注意的問題也有很多。下面，我們就具體針對香港未來的通訊局及通訊條例的建立，分別提出以下具體建議。

- 一、建立和推行都離不開強有力的政治支持。
- 二、委員的任命程式應該透明化。
- 三、委員的任命應該以專業能力為篩選標準，政治任命不可取。
- 四、任命具備豐富行業經驗和良好溝通技巧、專業能力強、誠信度高、有決斷力的候選人作為通訊局的領導者，有助於通訊局的成功運作。
- 五、可從私營部門中選拔紀錄良好，與通訊業有著良好關係的候選人作為通訊局的成員，這將有助於通訊局的成功運作。
- 六、通訊局必須是獨立的，並且此種獨立性必須是人所共知的，以保持其在業界和公眾的公信力。
- 七、運作必須保證高度透明，以樹立公正，不偏不倚，不受政治干擾和影響的形象。
- 八、以政府和業界的標準，限定

通訊局的組織架構規模和員工數量，以降低成本。

- 九、組織文化必須是有活力、富於創新的，以配合通訊市場的快速發展變化。
 - 十、監管力度應該是輕度的，監管方式應是協商性的。
 - 十一、建立和推行通訊局需要充足的資金保障。
 - 十二、應建立內部和外部監察機構監督通訊局的運作。
- 其次，關於通訊條例 (Communications Ordinance) 的建立：
- 一、未來的通訊條例應據此原則草擬：未來的監管體系應取代現今「分業監管」模式，更集中處理技術融合環境下通訊業運營商和通訊服務之間的關係。
 - 二、在通訊條例中，現有的牌照監管體系最好能由認證監管體系取代，以提高監管效率和確定性。
 - 三、通訊條例的草擬和通訊局的推行最好能同步進行，而不是一前一後。這樣可以為不斷融合的通訊服務設立一個連貫的監管體系，避免監管的不確定性。
 - 四、通訊條例的草擬應尋求靈活性（以跟上本地通訊業快速變化的市場環境）與確定性（以吸引本地和海外運營商的投資）的平衡。

五、條例應明確列出通訊局的職責及運作原則。

- 六、條例應明確未來通訊局和競爭事務委員會之間的關係，以及兩者各自在通訊業競爭事宜上的司法管轄範圍。
 - 七、條例應將消費者保護事宜列為主要考慮事項之一，但前提是保障消費者利益與公民利益之間的平衡。
 - 八、為解決通訊局與運營商之間，以及運營商與運營商之間的爭端，通訊條例明確列出爭端解決辦法和訴求機制。
- 作為一個自由貿易港口，香港需要深度融合到世界經濟體系，並對資訊技術的發展和全球變化做出應對。技術融合所帶來的挑戰對香港來說十分重要。香港需要對其監管制度體系作出修訂以加快其作為一個資訊社會的發展，放寬對本地電訊業市場監管的壓力，提高市場的自由度，以保持在全球經濟中的競爭力。

■ 胡惠生

香港大學法律學院

■ 梁麗娟

香港中文大學新聞與傳播學院

(本文所研究課題由香港特別行政區政府中央政策組及研究資助局全額資助 (項目編號 HKU 7008-PPR-7)，特此致謝。)

高 鐵 運 動 的 中 新 啟 示： 主 流 / 獨 立、新 / 舊 媒 體 的 新 互 動

——零一零年一月十六日立法會內歷時廿五小時的高鐵撥款議案終於「慘勝」，標誌着回歸後議會政治中的歷史時刻，但立法會外更意味着新公民社會政治的開始。然而最為深刻的是，更顯露了一場實在的媒體政治：不單顯露了web 2.0世代下的跨媒體運動，亦暴露了主流與獨立媒體的微妙關係及融合。本文先從文本分析討論主流媒體在框架設定的限制，然後探討這次事件中在新媒體互動下，傳統主流媒體與獨立媒體的合作可能。

主流媒體的盛事「框架」

高鐵撥款方案的討論，早在零七年展開；然而本文只集中在主流新聞媒體在上月十五、十六日的報導。整體上，新聞媒體不論其政治立場，都集中在三個「框架」及三個焦點（主角）。三個框架就是人民及民主力量、高鐵路勢在必行，以及暴力本身。至於三「個」主角，就是支持高鐵、反對高鐵，及「八十後」。

《蘋果》一如其撐民主立場，以「人民力量」為十七日立法會外衝突的標題，將示威者的暴力降低，並且將暴力歸咎於警方，以突顯立法通過撥款的「可恥」；《明報》則在用圖及行文上試圖樹立較「中立」及溫和的字眼，沒有將暴力激化或歸邊。親中報

章如《文匯》及《大公報》一如所料的標示高鐵路勢終於得以通過，以顯示其支持政府的方案馬上與國內接軌。除此以外《大公》更在標題和圖片都渲染示威者作為「暴徒」，並在圖片上加入效果，來突顯示威者的暴力程度，做法近乎一貫渲染暴力以吸引讀者注意的《東方》及《太陽》。在暴力為主的大前提下，可能致令《東方》在標題及圖片的安排上，警方及示威者兩方都被受指摘，反而顯得其取態模稜兩可，更有醜化示威者之嫌（例如近距離攝得示威者臉被扭曲、陳巧文頭破「血」流的情況）。



有示威者戴上眼罩口罩企圖衝向立法會。

在報導示威衝突上，主流媒體都容易跌入將事件「盛事化」，以暴力作為唯一焦點，亦

因此誇大暴力本身。另一方面在報導立會內議案通過的情況，就較直接簡單而盡顯各報的立場。《蘋果》的語調往往表揚示威者怎樣「成功佔據遮打花園，呼籲警方克制」；相反則醜化官員及建制派議員怎樣要喬裝混入人群、慌忙「逃離現場」，又以「享用晚餐」（陳家強），以突顯其無視抗爭的囂張態度；另外頭版相片就以示威者手挽手和平靜臉容的場面以抗衡一般對示威者暴力、橫蠻的想像。在另一個陣營，親中報章都以議會內和平理性的畫面來突顯方案終於通過，香港經濟地位得以保住，並與北京接軌的光明景象。報導更花筆墨去渲染民建聯怎樣讚揚劉慧卿「盡忠職守」。從支持議會政治的角度伸延，親中報章對於官員及議員不能離開立法會歸咎於示威者，以至警方雖然面對暴力都仍然「克制」。

高鐵撥款通過後遺留眾多問題。報章翌日的報導及評論扮演着政治宣傳及緩衝社會氣氛的作用。親中報章大幅刊登鄭汝華「本來欲出立會與示威人士對話，但被警方以安全理由阻止，試圖為政府解圍及緩和反高鐵人士可能的激烈情緒」，但亦從評論的角度延續譴責抗爭人士的暴行。不同報章亦扮演影響公眾輿論的功能，延續政府展開對社會

規劃的檢討，針對一貫諮詢欠缺公眾參與及透明度。除重申報導立場，打開輿論空間外，報章評論及專欄更幫助協調社會二元化深層社會矛盾。

暴力、標籤——「八十後」的窺探
觀乎上述的文本，主流報章面對這場牽涉香港經濟政治發展，又連繫一場龐大的社會運動的事件，逃不掉一貫的過濾——暴力化、盛事化以爭取大眾讀者的口味；但當政治立場的大是大非牽涉在內，就連一般較非圖片、非煽情的親中報章也得將事件暴力化，以收政治宣傳之效。另一方面，一些較以銷量為主的報章，都扮演「中立」形象——譴責雙方面的暴力。不過，各大報章似乎都對「八十後」的論述有不同程度的一致——主力在抗衡



反高鐵市民以苦行形式由立法會步行至政府總部。

「八十後」非社會上喜歡暴力、易受擺佈的、意志薄弱的「三失」者；《蘋果》更在每一次的示威過後，都支持一些年輕參加者，尤其焦點報導那批苦行者，強調他們能夠採用非暴力、和平及理性的抗爭。一月十七日其中一篇報導以「香港真的屬於我」來表現年輕苦行者，更以反高鐵事件彰顯其文化身份。不過報章在打破「八十後」的標籤的同時，親中報章卻採訪支持高鐵的「八十後」，然而採訪手法亦無意欲地再次強化這標籤。（筆者被數媒體採訪時，對方都圍繞對「八十後」的觀感。）誠然社會對當下青年人的標籤近年都圍繞吸毒、性觀念開放、隱蔽、沉迷上網等負面標籤，致使有一批不顧後果、一腔熱血的青年參與示威時，未免令其他世代（尤其當媒體高層的五十、六十後）產生好奇，欲以採訪探討其世界；但因報章對示威的盛事化考慮，故把衝擊的青年作為焦點，將「八十後」的標籤劇化。

主流媒體的輿論實力減弱？

與獨立媒體的互動

從皇后、天星抗爭到現在，獨立媒體與本土運動人士的連結日益深化，並吸納不少支持者，形成媒體民主化的新勢力。今次高鐵事件，獨立媒體從方案公佈

之初，到菜園村村民的抗爭，獨立媒體既為運動支持者，又是記者的雙重身份，緊貼事件，以筆桿作運動工具，為事件提供豐富的資訊紀錄，亦鼓勵討論，動員支持者參與示威，匯聚公共領域空間。在今次事件中，獨立媒體的鋒芒甚於主流媒體。有報章記者承認，主流媒體在整個菜園村事件上非常被動，因菜園村運動未能引起主流民眾的興趣，真的觸動社會的一刻，是零九年十一月大聯盟在銅鑼灣舉行的示威中，口號集中在六百六十九億的昂貴費用。主流媒體翌日即「亡羊補牢」，大幅報導方案內容及政府諮詢的缺乏及遲緩，致引發了大眾的關注。在此亦反映新聞媒體在近年政府雷厲風行的「吹風會」及「飯局」的影響下，早已養成惰性，變相亦成為政府宣傳機器。有記者坦言，主流媒體要倚賴獨立媒體的資料，而因獨立媒體與運動主辦者的聯繫，不少示威集會人士的資料及聯絡方法，也得通過獨立媒體才能獲取。

採訪權感受到威脅？

一月十六日當晚，主流媒體從多方位捕捉示威場面，鏡頭下的混亂情況，不只是示威者與警方的衝突，還有大大小小鏡頭的推撞；當中獨立人士充當事件記

錄者，不比獨立和主流媒體的少。在場示威者不滿主流媒體的霸道，批評主流媒體不單不能全面客觀的報導事件真相，還阻撓示威人群前進，干擾事件的發展。其實主流媒體與獨立媒體甚至與示威人士的爭論，早在二零零五年香港舉行世貿會議期間呈現。四年後的今天，獨立媒體發展成熟，成為另類新聞／資訊，報導社會公義及或少數群體議題，鼓勵互動式輿論的建立。這的確較主流媒體活躍，甚至有威脅主流媒體在輿論領導的地位之說。主流媒體屢被批評為為符合大眾口味，把報導煽情誇張、訊息單一化，更在一些涉及大財團利益及政府／北京政權負面消息上自我審查。逐漸影響其主導地位及公信力。

去年七月的「事旦男事件」就暴露了民眾對大台的壟斷、馬虎及自我審查的抗議。今次高鐵事件，示威民眾不單針對大台採訪，亦對其他新聞媒體採取不友善及質疑態度。有記者因不滿示威者的行為而在網上發洩，遭網民「圍堵」及作「人肉搜尋」，進一步反映主流記者及媒體權威的下降，亦彰顯互聯網監控的霸權；而今次所監控的，正是理應能監察社會的「守門狗」(Watchdog)——主流媒體本身。我們對互聯網上「人肉搜尋」這種對

私隱的侵犯行為應予以譴責，對網絡形成的情緒性「群起誅之」的霸道行為亦需要關注。網民要針對的，應是操控新聞的媒體，即或集團本身，以彰顯民主制度下的互相制衡(Checks and Balances)而非圍攻個別記者的情緒性紆發。

新媒體環境下主流媒體的自處

今次反高鐵(方案)事件彰顯不同的新媒體(包括手機、互聯網上的Twitter及Facebook)怎樣促成示威者之間的通訊、動員及應變。Facebook不單作為社交網絡，現時已躍身為議事媒體，甚至能動員的重要社會運動的媒體。這次在一月十六日之前，能成功集結運動力量的，歸功於主辦者在立法會門外所設的投射機，讓場外人士能清楚看見議會內泛民議員的拉布情況，並運用手機短訊向議員提供問題；而每旬官員及建制派議員發表意見時，都觸動示威人士的情緒，令集會氣氛高漲。誠然，這次事件標誌的新媒體政治，會隨著相關的「新民主運動」進一步實踐哈巴馬斯(Habermas)所言的「公共領域」。在這環境下，主流媒體的能動力將面臨嚴峻考驗，就如喬姆斯基(Avram Noam Chomsky)在七十年代論及的，現時主流媒體暴露著日益受到不同的、過濾的

制肘，而無法充份擔起其第四權的角色，新聞專業亦對本身備受質疑。今次採訪高鐵事件的，多半是年青記者，本身亦屬「八十年後」。他們眼見同樣年輕的示威者為社會公義站出來，但因崗位不同而需扮演記者中立的角色，亦要順應「主流」興趣，而要放大對「八十年後」的論述，甚或渲染集會暴力行為。可是即使一些親政府的報章，也會淡化一些支持高鐵的示威行動，足見在處理一些大議題上記者可以角力的空間。

其實，獨立媒體得以發揮如斯影響社會輿論的能力，在社運議題上非常明顯；而主流媒體則仍然有議題設定及輿論領導的地位。故此，記者仍然盡量平衡宣傳政府政策和反映民意及或民怨。在新媒體政治底下，主流媒體更應繼續其代議作用，並反映多元聲音，提倡持份者之間的溝通及討論，並提升與獨立媒體的互補作用，使媒體成為提升公共領域的「公共文本」。

■ 梁旭明

香港嶺南大學文化研究系
助理教授

「新聞自由」

美國第三屆總統托馬斯·傑弗遜說，「寧要沒有政府的報紙，不要沒有報紙的政府。」美國大法官波特·斯圖爾特(Potter Stewart)曾把新聞媒體與行政權、立法權與司法權並列，稱之為「第四權力」。在西方，新聞媒體監督政府運行是「天經地義」的。但是今天，新聞媒體監督政府的動機正在受到質疑。

行使「第四權」的動機複雜化

二零零九年十月十一日，白宮新聞主管安妮塔·鄧恩女士在CNN節目中嚴厲指責Fox電視台，稱其為「共和黨羽翼」，不可與CNN相提並論。之前，白宮官方微博曾駁「Fox謊言」。

二零零九年九月二十日，奧巴馬總統接受了五家電視台訪問，但拒絕了Fox的訪談請求。鄧恩女士公開表示，Fox電視台對總統不友好，這就是總統拒絕的原因。對於白宮和Fox之間的水戰，政治觀察家普遍認為，白宮的策略極具冒險性。香港《大公報》發表傳播學者的分析指出，如果白宮激烈反擊，Fox的收視率就上升；如果白宮反擊不激烈，Fox的批評就升級。該文進一步指出，「用新聞來攻擊政府的最主要原因在於，電視台新聞本身的盈利能力不足。」

堅信「新聞自由」的人士或

許會反駁，這是新聞媒體在行使「第四權力」，是民主社會賴以運行的基石之一，並非Fox電視台提高收視率的營銷策略。作為傳播學者，在下必須提醒，如今新聞媒體行使「第四權」的動機已經複雜化。

二零零九年十月二十二日，英國BBC邀請英國國家黨(British National Party, 簡稱BNP)黨魁格裏芬參加BBC的政治辯論節目，引發強烈抗議。在英國，BNP被視為極右政黨，甚至被稱為「新納粹」組織。之前沒有任何主流媒體給予其黨魁露臉機會。BBC頂住各方壓力如期播出了節目，結果收視率提高到三十年來的最高水平：八百多萬人收看了這期節目，收視率是平時的三倍。BBC聲稱這證明邀請格裏芬是正確的。而節目調查顯示，有22%的人表示在下次大選中會考慮支持BNP。

有批評者說，如果BNP發展壯大，BBC功不可沒。而BNP是個極端的排外組織，在BBC安排這期節目前，英國公平與人權委員會已經裁決BNP的黨章違法。BBC則高揚「言論自由」大旗，強硬宣稱拒絕BNP黨魁就是「信息審查」。BBC邀請BNP黨魁的真正動機何在？我們從BBC總裁



英國的BBC近年也屢遭批評。

馬克·湯姆森在《衛報》的一篇文章可以找到線索。他說，這個節目會仔細研究各個政黨在選舉中的支持率，然後據此決定邀請名單和邀請頻率。這是否說明收視率是其最終的考量？

英國前內政大臣大衛·布倫基特對此評論說，「從中受益的只有BNP和BBC。它們確實需要拷問自己的良知了。」香港有學者指出，經濟因素已是新聞自由的最大障礙。國內有傳媒學者近日也聲稱，新聞自由化的最終受益者是媒體寡頭。國立新加坡大學李光耀公共行政學院院長Kishore Mahbubani(馬凱碩)早就發現，「西方媒體由於不受任何監督制約，本身已成為濫用其話語權的另類專制。」遺憾的是，在當今中國，仍有不少迂腐文人相

媒體寡頭的

信「新聞自由」的神話。

媒體商業化的後果

與此同時，世人必須警惕媒體商業化的後果。媒體為了擴張自身利益必然要求更大的新聞自由，必然進一步自我標榜為公眾代言人、環境監督者。事實上，媒體屬於「意識形態國家機器」(ideological state apparatuses)，追逐「權力」是實現其價值的必由之路。從傳播力學的角度分析，只有對媒體的制衡達到相當程度，只有當「為人民服務」成為實現其組織目標的最優選項時，媒體才可以被視為公共利益的代言人。

新聞媒體具有本能的「市場導向」，具有追逐利潤最大化的原始動機。我的房東雖是一位普通歐洲公民卻像哲人一樣向我強調：媒體在乎效益；它們不關心真相 (Media wants your money. They don't give a shit about truth)。房東的結論來自本身的生活感受。早在一九七七年，福柯 (Michel Foucault) 就說過，所有對真相的追求都是對權力的追求。他明確指出，「對真相的追求決非是為了把真相的能量從所有制度中解放出來，而不過是將其從當前的各種霸權中分離出來。」通俗地說，媒體所謂的要求報導「真相」，不過是反對現行當權

者對「真相」的解釋權；媒體希望把這種「權力」部份地轉移到自己身上。從社會進化過程看，這仍屬權力鬥爭的範疇。所以，「後馬克思主義者」(Post-Marxist) 從來都不盲目信任新聞工作者。譬如，阿爾都塞 (Louis Althusser) 和馬爾庫塞 (Herbert Marcuse) 都認為，新聞工作者具有服務於資產階級的傾向，有為維護現行制度而充當統治者工具的可能。

中國媒體亟待提升公信力

後現代主義認為，世界上沒有絕對的真相。新聞媒體、意見領袖 (opinion leaders)、各式政客都不會提供絕對的真相；他們不過是在「提供自己版本的真相和現實」。這是政治傳播學的基本常識。從某種意義上講，所有的新聞報導和民意調查都是宣傳 (propaganda)。美國《權力的聲音》一書說，(美國的)局內人士 (insider) 認為，新聞媒體總逃脫不了被玩弄於鼓掌之中的命運。這話聽起來有些狂妄刺耳，但從政治運作過程看卻不無道理，只是某些不諳世事的媒體學者不明就裏。

法國社會學家布迪厄 (Pierre Bourdieu) 聲稱，公共輿論「是一種想像出來的觀念，或者說社會精英、政治人物們構建出來的一系列文本，目的是合法化其決

策，維護其權力，推動器利益」。在信息化時代，新聞媒體是公共輿論的主要建構者。從更廣泛的意義上講，政治運動，譬如新聞自由和「整治網絡低俗化」，都是社會管制手段。

筆者無意否定西方新聞自由，也無意推廣「不可知論」(agnosticism or nescience)。事實上，筆者一直倡導解放中國媒體、推動公民社會發展。但在下深知，任何不受約束的權力都是可怕的。所以在推動新聞自由的過程中，我們應當在媒體監督和監督媒體中取得平衡。當然，筆者堅決反對種種以維護公共利益為名，打壓新聞自由的倒退行為。

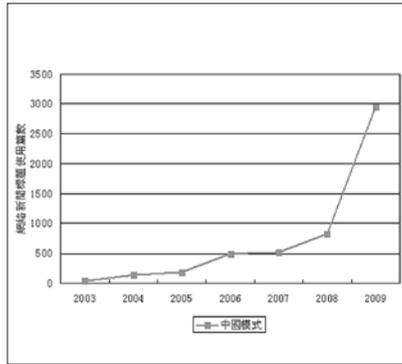
從理論上講，一個國家的媒體政策不僅是該國各種政治、經濟、社會、文化力量長期博弈的結果，同時也是該國對外部環境的反應。對目前的中國而言，更加開放自由的新聞媒體符合國家利益但不為國內既得利益者接受。在國際舞臺上，中國媒體亟待提升公信度和影響力，遺憾的是，短視的決策者拒絕更新理念。

■ 畢研韜

海南大學傳播學研究中心主任

以「中國模式」為例

一套炫耀中國國家實力的話語，在內地媒體上日漸成形。它們可稱之為盛世話語，如「盛世中國」、「中國道路」、「中國經驗」、「中國速度」、「中國奇跡」、「中國崛起」、「中國模式」。使用百度統計歷年「中國模式」這一關鍵詞出現在網絡新聞標題的頻次，其飆升軌跡如圖：



中國模式一詞傳播強度的演變 (二零零三年至二零零九年)

「模式」源流考

中共曾深飽受「模式」之苦。

改革開放之初，經濟學家薛暮橋坦承，中國「大鍋飯」式的計劃經濟，是按蘇聯模式建立的（《人民日報》八零年十月十三日第五版）。八八年，胡績偉、常大林提出，中國的改革「就其制度而言，是對中國共產黨依據馬克思列寧主義和蘇聯模式建立起來的社會主義制度，進行必不可免的改革和完善」（《人民日報》八八年十二月三十日第五版）。

一九八二年，鄧小平在中共十二大提出「中國特色的社會主義」。這個其後沿用近三十年的旗幟性口號，當初卻是改革派抗衡保守派的妥協性用語。它在保守派念念不忘的「社會主義」舊瓶中裝進了新酒。「特色」即改革，八十年代中期逐漸明確，經濟改革的方向是市場經濟，政治改革的方向是民主政治。八九年六四事件後，鄧小平力保改革旗幟不倒，這個口號得以延續，但語意發生變異。

一九九一年，《人民日報》上第一次出現了「中國模式」一詞。它源自羅馬尼亞人對中國的讚譽（《人民日報》九一年十月廿九日第七版）。柏林牆倒塌，蘇聯和東歐的社會主義解體，中國沒有如一些西方人士預言的那樣「崩潰」，而是走上了一黨專權下的資本主義道路。這種政治收緊、經濟開放的路線，成為一些人口中的「中國特色」，亦令《第三世界》艷羨。據《人民日報》的報導，以「中國模式」讚揚中國的，有貝寧會議議長烏恩貝吉（一九九四）、贊比亞前總統卡翁達（一九九七）。九八年，《人民日報》在紀念改革開放二十年的特稿中稱：「環視五洲四海，風景這邊獨好。國際輿論盛讚中國的發展道路和富有成效的『中國模式』」（九八年十一月

廿二日第二版）。

二零零二年胡錦濤接棒後，「中國崛起」一語風靡中國。如果說「中國崛起」是對中國成就的描述，那麼「中國模式」就是對中國經驗的總結。二零零四年，美國人雷默（Joshua Cooper Ramo）提出與主張新自由主義的「華盛頓共識」對立的「北京共識」（The Beijing Consensus），肯定中共以穩定為核心的路線，他的論文亦將此稱為「中國模式」（China Model）。

「一次性授權」

「中國模式」在二零零八年和二零零九年忽成井噴之勢。如下列新聞標題：《是時候確立中國模式了》、《獨領風騷的中國模式》、《人權保障的中國模式》、《從東歐困境看中國模式》、《俄學者認為中國模式是全人類的財富》、《美國學者：中國模式的成敗讓西方汗顏》……新華社的國慶評論《邁向現代化的偉大創舉——論「中國模式」的創造性》寫道：「此時，世界經濟正因國際金融危機的肆虐而陷入幾十年來少有的低潮。而在世界東方，社會主義中國依舊保持經濟較快發展的態勢。……」

「中國模式」一詞在二零零八、二零零九年勃興的主要背景，一是中國成功舉辦奧運會；

盛世話語之騰湧：

二是紀念改革開放三十周年；三是紀念中華人民共和國成立六十周年；四是世界金融危機的爆發。

二零零九年底，中央編譯出版社出版《中國模式——解讀人民共和國的六十年》一書。該書主編潘維對《瞭望東方周刊》解釋，「中國模式」中的經濟模式有四大支柱：國家對土地和生產資料的控制；國有金融和大型企業；自由的勞動力市場；自由的商品和資本市場。政治模式有四大支柱：現代民主主義的民主理念；強調功過考評的官員遴選機制；先進、無私、團結的執政集團；有效的政府分工制衡糾錯機制。他認為「破除選舉迷信是我國知識界和政界的緊迫任務」，中國沒有崩潰，就是因為頂住了「多黨競爭型選舉」這個西方主導的「世界潮流」。中國社科院政治學所所長房寧撰文，認為「實行這樣一種發展模式，需要一種比較集中的體制」，中國崛起的制度奧秘是「一次性授權使決策成本降低」，他所指的是，六十年來中共掌握的權力，是人民在四九年一次性授權的。

「麻醉藥」與「鴉片煙」

對「中國模式」這一提法，中共最高層取態微妙。雖然主管意識形態的政治局常委李長春和

中宣部長劉雲山都曾使用（事實上，盛世話語正是在他們「爭奪話語權」、「擴大影響力」的國家形象宣傳策略的產物），但胡錦濤、溫家寶在正式場合卻尚未說過。

一批中國知識分子對「中國模式」一類的盛世話語持批評態度，主張正視中國問題、中國危機，正視中國經濟高速發展的多重原因和一些不可忽略的「奧秘」。清華大學教授秦暉對《南風窗》雜誌說：「除了低工資、低福利的傳統優勢外，中國更以『低人權』的『優勢』，人為壓低人力、土地、資金和再生資源的價格，以不許討價還價、限制乃至取消許多交易權利的辦法『降低交易成本』。以壓抑參與、漠視思想、信仰和公正、刺激物欲來促使人的能量集中於海市蜃樓式的單純求富衝動，從而顯示出無論自由市場國家還是福利國家都罕見的驚人競爭力，也使得無論採用『漸進』的還是『休克療法』的民主轉軌國家都瞠乎其後。」（《南風窗》二零零八年第十四期）

二零零八年九月，香港科技大學教授丁學良在《金融時報》中文網撰文《「中國模式」為何不好推廣？》，尖銳指出中國取得高速經濟發展支付了巨大社會成本，包括社會公正的缺失和生

態環境的惡化。丁學良指北京奧運展示了「中國模式」的驚人效果和驚人代價，「全世界有財力這麼辦奧運的國家很多，但不願意，因為他們認為還有更值得花錢的領域。」二零零一年初，廣州中山大學教授袁偉時在接受採訪時更質疑「中國模式是否成立？」他指出，現在面臨的問題是社會矛盾尖銳化。當生存的問題解決後，人就會進一步要求捍衛自己的權利。這種社會矛盾用什麼辦法解決？只有按照民主、法治的方式解決，這是現代文明的規矩。總不能以中國特點為名動用暴力去解決吧？（《香港商報》二零零一年二月一日）

學者吳稼祥在其博客文中認為中國目前的模式是市場經濟加威權政治，如果把「中國模式」當作自由民主的替代模式，那是給自己「灌迷魂湯、打麻醉藥、點鴉片煙。」耐人尋味的是，二零零九年十二月七日，中共中央黨校主辦的《學習時報》同時發表四篇文章，主張慎言「中國模式」；作者中有前國務院新聞辦主任趙啟正和中央黨校副校長李君如。盛世話語在未來的傳播強度變化，可視為中國政治氣候變化的觀測指標。

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

講學記

在二零零九年十二月應「亞太廣播發展機構」的邀請，去了東非坦桑尼亞首都達累斯薩拉姆 (Dar es Salaam)，為「坦桑尼亞廣播機構」(Tanzania Broadcasting Corporation)(TBC)管理層開辦了一個五天的「媒體管理」工作坊。

坦桑尼亞的公營廣播機構

坦桑尼亞是走向資本主義運作的社會主義國家，一九九零年以後，許多官辦的傳媒也日漸私有化，私營的電視台有四家、電台九家，目前還保留兩個政府辦的電視台及電台，市面上還有十多份以商業手法運作的報章雜誌。TBC就是其中一家帶有公營廣播機構色彩的政府電台及電視台，情況與香港電台的身份相似。

「媒體管理」工作坊前一天，拜訪了坦桑尼亞廣播機構的行政總裁蒂多 Tido Mhando、主管新聞及技術部門的兩位總經理蘇珊 Susan Mungu 及哈羅 Harold Lyimo。坦桑尼亞廣播機構的電視中心及新聞中心位於首都市內，甫入大門觸目便是十多座衛星訊號接收天線場，來自中國的技術人員正忙於安裝調校衛星天線，迎接今年將要實行的電視標清廣播。

東非廣播機構的規模與發展

行政總裁把電視標清廣播這



坦桑尼亞廣播機構隸屬政府管理。

件事放在坦桑尼亞廣播機構工作日程的第一位，聲言將會是東非第一家標清電視台。怎樣解決龐大的資金問題？坦桑尼亞廣播機構找到了北京一家民營公司合組聯營公司，北京佔聯營公司股份百分之五十一，一切器材設備由中國進口。行政總裁把標清說得眉飛色舞，可是市面上出售的電視機型號，統統是香港上一個世紀七、八十年代使用的模擬式舊機，更不要說高清、標清電視機了。問部門主管為什麼不一步到位，發展高清電視，不是更易與國際接軌？答案：那是聯營公司的決定。

坦桑尼亞廣播機構的新聞中心負責電視及電台的新聞，有一個非常簡陋、專門廣播電台新聞用的直播室，也有一個簡單的、

供電視新聞用的電視錄影室。新聞中心編採人員連攝影師及司機不超過五十人，分三班工作，負責電台每小時一分鐘的新聞簡報及三節十至三十分鐘的新聞，另外還要負責五節兩分鐘至半小時的電視新聞節目。坦桑尼亞廣播機構的總部位於市郊，短短的幾公里公路由於交通擠塞，要花一個多小時才到達。總部大樓是上一個世紀五十年代的建築物，到處破破爛爛，電台錄音室基本上是六十年代的設計，偌大的空間，五十至一百平方米的錄音間，裝置了橡木隔音板，錄音間的大門用上了沉甸甸的木材，一切都是那麼熟悉，彷彿又到了香港電台的廣播大樓。

工作坊所見所聞

「媒體管理」工作坊是在市中心的國際會議中心舉行，其地位與香港的會議展覽中心相似，規模上當然不能相提並論。達累斯薩拉姆國際會議中心實質上是把市中心一座五層停車場的頂樓改建而成，內有四間可容納五十人至一百五十人的會議室，還有一間可容二百人同時進膳的餐廳。會議室之間形成的一條狹長曲折的走廊，放置了兩張三人沙發，還有一張窄長餐桌，放有茶杯、咖啡及曲奇餅，充當鬆弛神經的咖啡角落。聯合國屬下的農

東 非

業、醫療等機構同時都有工作坊在會議中心舉行。

工作坊早上九時開課，九時三十分，十五名學員中，才有三、四人到達，再過十五分鐘，又來了三、四人，還施施然享用會議中心提供的免費茶點。早上十時，到了十一人，坦桑尼亞廣播機構的行政經理向學員介紹講者，當講者剛說 Good Morning 時，會議中心停電，課室一片漆黑，學員們倒是非常平靜，行政經理也安慰講者，說電力會馬上恢復，首都達累斯薩拉姆的供電緊張，經常會有停電的情況發生，連國際會議中心亦不能倖免。果然不過十分鐘，會議中心又大放光明，這種停電情況，一天大概



筆者在工作坊上與學員合照。

會有四、五次。

工作坊的焦點是「媒體管理」，比較集中在廣播及電視的媒體管理。十一位出席的學員中，既有新聞部經理，又有電視台的名主播、電台台長、工作了二十多年的資深記者及電視編導、市務人員等。香港傳媒人思想活躍的特點，同樣也在坦桑尼亞廣播機構的員工身上反映出來。當筆者論及媒體管理中的一项重要工程——「時間管理」，學員們提出了「坦桑尼亞時間」概念——即凡事不必過於緊張；當筆者舉出 CNN 成功的經驗，他們會提問如何把這種經驗移植到東非的土壤上；當筆者舉出中國江蘇省電視台如何在短短數年間扭虧為盈，壯大發展成為多媒體集團，並列入為中國電視台經濟效益前三名，他們專注的眼神告訴我，這個工作坊成功了一半。

與學員們的溝通不只是在課堂上，在午飯或小休時也在進行。一位說得一口漂亮英語的主管問：中國人這麼聰明，什麼東西都能製造出來，又那麼便宜，為什麼產品不可以造得耐用一點？一位資深的記者一直渴望成立一個專為農民服務的衛星電視台，他知道筆者有這方面的經驗，不斷詢問意見；一位名主播很擔心標清廣播會暴露了她面上的瑕疵，詢問對策……

東非公營廣播的挑戰

「媒體管理」的最終目的，是要懂得提出關鍵的問題，並且找出解決問題的方法。當講者要求學員們提出坦桑尼亞廣播機構面對的迫切問題，霎時間就象引發了一座火山，一下子拋出了許多問題：

- 薪金低微、士氣不振、人員流失率高；
- 政府部門經常干預，編輯不能獨立自主；
- 內部結構不合理，部門各自為政，重覆浪費；
- 管理層用人唯親、升遷渠道堵塞；
- 資源不足、設備經常失效、攝錄器材急需升級；
- 大樓殘破、公司對外形象有待改善；
- …

大抵公營廣播機構所面對的問題大都相似，一時間筆者以為正在處理的是香港電台員工內部諮詢大會的投訴。問題提了出來，再結合工作坊的十大理論內容及東西方傳媒業界的實踐，五天時間在很愉快、輕鬆的一坦桑尼亞節奏「下」Hakuna Matata（當地語指 No Problem）度過了。

■張圭陽

香港電台訓練及發展組總監

Broadcasting in India

Kshitij Sharma and DJ Pratham have all been associated with AIR's Yuva vani.

There is also the news on the phone service which is operated by AIR since 1998. At New Delhi is in operation in Chennai, Mumbai, Hyderabad, Indore Patna and Bangalore. The English and Hindi hourly news bulletins can be heard live on <http://www.newsonair.com>. There is also news on the MP3 format which can be directly played from the site. Text of the English and Hindi bulletins can be read from <http://www.Newsonair.com/BulletinsInd.html>. The AIR news bulletins are available in 9 regional languages.

Truly, AIR is the India's public service broadcaster serving all sections of the society and the commercial broadcasters serve the business interests of the persons or owners concerned. There is a need for both commercial broadcasters as well as public service broadcasters doing their duty to serve the vast country like India which has more than 1 billion population at the present time.

Commercial broadcasters

Although commercial interests may dominate the private broadcasters, it is still an alternative available in news and information in the sense that private broadcasters can fill in with different perspectives when the public broadcaster is compelled to give one-sided view. Also, there is no harm in perspectives provided by private broadcasters as

these will go along with the perspective provided by the government run or funded public service broadcaster.

In sum, broadcasting has been a fruitful activity enriching the citizens of India and perform the basic functions of providing education, information and entertainment to all across the country. The news services of these broadcasters keep the nation and those who live in far off and far flung areas informed. Thus, a good service has been provided by the broadcasters to the citizens. On important days and festivals, these broadcasters provide round the clock service keeping the nation tuned to these. Thus, there is an all round service performed by these broadcasters.

What is to be done for the future

We would need to examine both the private broadcasters and the government funded publicly owned All India Radio to reform further. Mainly it is found out that the public service broadcasters' programs are found to be wanting more entertainment and should make listeners more interested in listening to these programme. There is a need to reform the private broadcasting to such an extent that it can provide more news and takes more interest in the public welfare.

More quality educational programs should be broadcast in the commercial sector and more entertainment to be provided by the

government funded AIR. This will help in solving who has to do what. This will to an extent set right the situation as far as listeners are concerned. The government of India has to constitute a committee to examine the broadcasting scenario and suggest suitable remedies to the growing broadcasting needs of the country.

There is a need to look at the broadcasting systems of the advanced countries in Europe and more particularly in Scandinavian countries and compare our broadcasting with them. In these countries, there is a more co-operative form of ownership exists which would provide more non-commercial programs and such a thing has to be emulated as well. This will improve our public service broadcasting as well as providing room for improvement in the private radio sector.

Finally, the government need to regulate the public service as well as private broadcasters so that these are free from doing any kind of harm to the public interest. It is hoped that the broadcasting scenario will improve further in India in fulfilling the needs of the citizens of the country.

■ **S. Ganesh**

Visiting Lecturer – Advertising,
PR and Communication,
Department of Humanities and
Social Sciences, BNU-HKBU
United International College,
Zhuhai, China

Changing Scenario in

The broadcasting scenario has changed in India with the arrival of private FMs and the promise to revolutionize the entire broadcasting market in the Asian content.

Revolution in radio broadcasts

Since broadcasting has been opened up to private broadcasters about 6-7 years ago, the private FMs have thrived. Suriyan FM and many other FMs like 93.1 and others have ushered in an entertainment revolution. The monopoly of All India Radio has been broken and AIR has also come up with some FM stations. The situation has changed some years ago and it has ushered in an private FM stations. Also some community radio stations and college FM stations like Anna FM, MOP FM and Loyola FMs have come up in big numbers. All these promise to bring out a broadcasting revolution in the country.

India experimented with FM broadcasts in the mid nineties in five places including the four metros of Chennai, Mumbai, Kolkatta and Delhi, plus the tourist destination of Goa. These were followed by stations in Bangalore, Hyderabad, Jaipur and Lucknow. The channels in these cities pay license fee and initially news was not permitted in FMs but it must have been added later as these channels inform locally the news and the weather broadcast as well as the traffic situation. The earlier players include the Times of India, Hindustan Times, Mid -Day and BBC, but new players have emerged in the FM

scenario.

FM Radio stations in Bangalore include Big FM, Radio Indigo, Radio Mirchi and Fever FM. Chennai stations include Hello FM (106.4) Suryan FM Big FM, Radio City FM, Radio Mirchi FM and Radio-1 FM. These have been started receiving advertisements and have changed the advertising scenario. Traditionally radio accounts for 7-8% of advertiser expenditures around the world. In India it is less than 2% at present.

The privatization of broadcasting is a good thing which has to be welcomed by all and it provides alternative to the already available government operated AIR. The privatization has given room for multiple voices in broadcasting and this provides solution to the monopoly and monotony of the public service broadcaster. It provides scope for filling up a number of things like reaching to the needs of the listeners and catering to their needs as effectively as possible.

AIR – the public broadcaster

AIR officially known as Akashvani has pioneered broadcasting right from the British days. The person responsible for the name of All India Radio is none other than Lionel Fieldon who was responsible for starting broadcasting in India. AIR today is the division of Prasar Bharathi an autonomous corporation of Ministry of Information and Broadcasting Government of India. The AIR used to be part of the government until recently when it

was decided to give autonomy to free it from government control. The Doordarshan is the TV wing of Prasar Bharathi which was also owned by the Ministry but again to free it from government control, it was made autonomous.

Being one of the largest networks in the world, AIR's headquarters is located at Akash Vani Bhawan New Delhi. It has many different services each catering to different region and languages of India. The well known Vividh Bharathi program broadcasts commercial oriented film songs and dramas and this Vividh Bharathi had celebrated its golden jubilee on 3rd October 2007. This offers film, music, comedy shows and dramas etc to all the listeners. The Vividh Bharathi service operates on different MW band frequencies for every one of the city. All these stations broadcast live programmes in languages of the region like Bangla, English and Hindi.

There is an External Services Division of AIR which broadcasts in 27 languages to countries outside of India by both high powered short wave and medium wave. In addition to this, there is the General Overseas Service which broadcasts in English for 8 and quarter hours every day.

There is a Yuva Vani service meant to cater to youth of the country with encouraging participation in the programs. It is broadcast at 1017 kHz which corresponds to 294.9 meter. Many popular broadcasters like Roshan Abbas, VJ Gaurav Kapoor Emcee

● 廣告戰反傳媒社運新景象

● 變相公投運動口號惹爭議

反高鐵八十後全城熱話
廣告戰反傳媒社運新景象

由八十後年輕人帶動的反高鐵行動帶動了一月份的社會議題，連帶傳媒亦廣泛討論八十後年輕人的心態；這一班主要靠Facebook動員的群組，人數已接近五萬人。月中有部分人士以「苦行」方式到全港多區宣揚反高鐵信息，引起媒介注目。以往示威人士要借助媒介宣傳，與傳媒有互相利用的關係；但這班抗爭者對記者的態度卻極不友善，認為媒體普遍支持建制，不但有對記者惡言相向，甚至出現了零星暴力行為。難怪有電台記者在採訪過後，在其私人網誌抒發對示威者的不滿及採訪後的感受，在網上廣泛流傳，引來支持者及反對者的一場罵戰；而在Facebook追蹤新聞發展，亦成為記者擺料的新模式。

建高鐵的爭論在社會上沸沸揚揚，既有八十後的年輕人高調反高鐵，各界亦有不少人士紛紛透過聯名刊登的報章廣告表態：有五十後、工程界、測量界、財務或法律等專業人士、商會聯合會、幾個總商會、專業聯盟支持者等，無論支持、反對或再相權，廣告均表達了不同的意見；可見政府過往的諮詢工作，不能代表廣泛的民意，而傳媒亦不能代他們反映意見，市民只能通過



政治廣告百家爭鳴。

大眾傳媒的平台，表達自己的訴求，討論的氣氛十分熱鬧。若這個風氣一開，政治或政策廣告會繼續影響大眾傳媒的生態；而政治廣告增加，報刊或會增加收入來源。

* * * * *

議員「五區公投運動」惹爭議
報刊操守問題一束

一月下旬，立法會內有來自五區的泛民議員策動藉集體辭職造成的補選，希望製造「變相公投」的效果，讓香港的選民藉投票表達對政改進度的不滿。但他們採用的「公投」、「一起義」字眼，目的本來是比較特殊的口號引起公眾注意，但由於「公投」一詞的台獨背景，以及「一起義」

的革命色彩，這些敏感字詞卻觸動了中央政府的神經，導致國務院港澳辦在月中發表聲明，指「五區公投運動」公然挑戰香港《基本法》；而此聲明更罕有地在中央電視台新聞聯播時段讀出。中央的強烈反應令擁護建制的政黨都不敢派出代表爭奪出缺的議席，而如何定義「公投」、「一起義」等字詞這個「話語權」，便成為主流媒介在一月下旬的爭論焦點。

報業評議會接獲十名公眾人士投訴和經調查後，公開譴責《蘋果日報》於二零零九年十一月九日的頭版，報道將軍澳巴士翻側交通意外時，刊登一幀十七歲女死者吐血的照片，完全無顧及死者家人及親友感受；違反《新聞從業員專業操守守則》要求記者在拍攝意外時應顧及受害人及其家屬的感受和應謹慎處理血腥、暴力、惡心和色情圖片。此外，一月下旬的《東方新地》，竟在封面刊登積極參與反

高鐵運動的港大學生陳巧文被偷拍的內衣生活照，影視及娛樂事務管理處收到合共一百一十九個投訴，已將雜誌送交淫褻及不雅物品審裁處評級。有批評指周刊嚴重侵犯其私隱，意圖打壓女性社運人士。

* * * * *

● 亞視股權爭拗餘波未了 ● 內憂外患無綫急謀對策



查懋聲首次回應有關亞視股權問題。

免費電視湧現新入場者
亞視股權爭拗餘波未了

涉及免費電視的新聞不斷出爐，多家財團高調表示有意沾手免費電視業務，爭取申請牌照。最先表示興趣的是城市電訊，其後有線寬頻亦向政府提交申請。一月下旬，擁有 NOW 寬頻電視的電訊盈科亦不甘後人，決定加入戰圈，申請免費電視牌照。免費電視市場突破性出現三個競爭者，令分析員擔心僧多粥少，市場廣告難以支撐營運，會否令更多傳媒出現經營困難？商務及經濟發展局發言人表示，政府歡迎有意營辦免費電視服務的人士按現行法定框架提交牌照申請，發牌數目不預設上限，所有申請將會根據其優劣作出審議。

另一邊廂，亞視的股權爭拗仍有餘波，作風向來低調的亞視大股東查懋聲在一月下旬召開記者會，開腔講述與蔡衍明有關亞洲電視股權的爭議，透露了不少與蔡衍明轉轍的內幕，又表示現時不止一家財團有興趣入股亞視，他正與至少三家商談。一時間，亞視會否在短期內易手的問題又再引起關注。亞視另一主要股東蔡衍明其後亦發表聲明，反駁查氏並指其陳述有「多處差異」，對查氏的多項指控及譴責，會保留一切法律權利。與此同時，廣管局在月底開始就免費電視節目服務牌照展開中期檢討，有議員指政府應關注目前免費電視市場競爭失衡的問題。

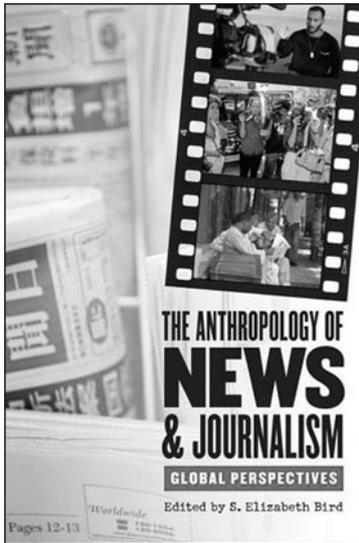
* * * * *

內憂外患無綫急謀對策
爭加薪無綫員工險勝

因慣性收視而一台獨大的無綫近年面對不少衝擊，除了被公眾批評在新聞節目中自我審查外，年底與四大唱片公司因版權的爭拗又呈白熱化；四大公司尋求與其他電視台合作，令對手有機會趁勢發展音樂節目。無綫為

了力挽狂瀾，積極催谷旗下的藝人作歌手，安排他們出唱碟；另外又與邵氏電影部合作，增加從電影產業帶來的收入等。此外，廣管局指近期得到一份無綫電視涉嫌與歌星或藝人簽訂的不平等合約，發覺當中可能涉及違反壟斷條款，並已立案調查。同時，有觀眾投訴無綫電視劇集《富貴門》中劇情安排角色到某銀行參觀，介紹某銀行服務和對該行的稱讚均「過於突出、詳盡和牽強」，「干擾觀賞趣味」，廣管局在月底裁定投訴成立，向無綫電視發出勸喻。

此外，電視廣播有限公司員工連月來爭取加薪，月中在電視城發起員工「紅衣行動」作抗爭，無綫終讓步，一月下旬向全台二千七百名員工預先送上新年「利是」，宣布二月初會向員工派發半個月花紅及加薪，平均加幅百分之五。工會認為是「一半勝利」，顯示無綫願正視員工聲音。另外三名員工向無綫申索約六萬元的假期「補水」差額案件，亦在勞審處展開。這三人是首批向勞審處追討的員工，預計將有四百多人落案控告無綫。



媒體新視野：人類學

書名：《The Anthropology of News and Journalism: Global Perspectives》

編者：S. Elizabeth Bird

出版社：Indiana University Press

出版日期：2009年12月

近年香港的報章多了一「記者手記」一類欄目，與讀者分享新聞背後的故事，如前線記者的感想與處境、編輯時的取捨、相關的小道消息等，總之是有趣但不符合正宗的「新聞」定義的情報。這類欄目的出現，可視作新聞「八卦化」的佐證，與娛樂雜誌以諧音化名流傳的小道消息同類，但同時也是新聞界有意無意填補現有的作業模式，及與社會需求日益拉近距離。

今天傳媒傳播社會現況的地位已不再超然，政治與資金的影响愈來愈明顯，公信力與專業操守不時受到挑戰，加上新媒體紛起，處理新聞的模式急遽變化，「新聞是甚麼」之類的基本理念益發受到爭議，而基於現狀去重新思考這些基本原理，已成為傳媒立足社會的當務之急。傳統的傳媒研究採用社會學及比較文學的方法；前者主要研究傳媒作為工具理性的機構及在社會的角色；後者則研究文本，從產品去捕捉文化脈搏。至於人類學則着眼於伸手可及的現實，與不同文化系統的比較研究，正好作為新聞行業與社會現象間的橋樑。

本書是人類學在新聞研究範圍初試啼聲之作，第一部份研究新聞生產的過程，探討不同情境下「事件」如何轉化成「新聞」，繼而進入文化循環系統；

第二部份將文化研究放置在不同社會的真實情況之中審視，既着重閱讀文本的豐富意涵，同時始終植根於社會實在運作的情況，不流於抽空或概念化；第三部份則大膽探索近年先進國家新聞界最為關注的課題：新媒體興起下傳統的新聞行業的前境。研究顯示一方面傳統媒體的受眾群正受到侵蝕，另一方面新的可能性不斷出現，例如網絡環境在某些例子中已產生嚴肅的新聞操作，並有固定觀眾，雖然規模較傳統的為小。

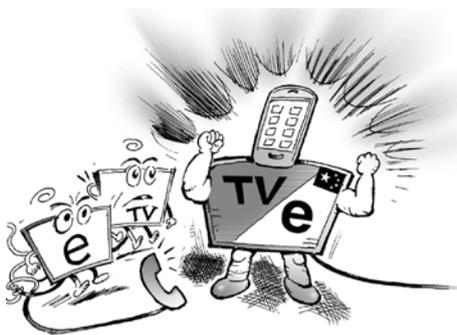
人類學不是前瞻性的學科，但既然無人能夠預測未來，對現狀的全面了解成為我們唯一可恃之處；如果要比喻其在社會科學中的「位置」，應該是自由人。當其他學科各司其職，在球賽形勢突變之下便會出現空位，需要技術全面而不拘一格的球員貫通全場。資訊爆炸下，市面所見的跨學科資訊往往在概念層面「吹水」，繼而避重就輕地套進現實；人類學則基於現實而廣泛深刻，本書就算在學術研究以外，亦甚具參考價值。

倫敦大學社會人類學碩士生
■洪馨

中國推進三網融合

國務院於一月召開常務會議，決定加快推進電信網、廣播電視網及互聯網「三網融合」，並提出推進三網融合的階段性目標。建議在二零一零年至二零一二年重點開展廣播電視和電訊業務雙向進入試點；二零一三年至二零一五年，則會全面實現三網融合發展。「三網融合」的核心理念是為用戶帶來更多更好的服務，也是使每個網的運營商都成為多業務運營商，使各自業務範圍得以拓寬。

「三網融合」不僅可以使用戶降低使費、推動信息的普及，而且用一根線代替三根線可以帶來信息傳播基礎設施的大量節約，這個數值可能達到數千億元。而事實上，「三網融合」將對廣電和電信起到合作、互補作用。廣電系統的優勢在於節目內



容的製作、播出以及信號傳輸等；電信的優勢則在於覆蓋面廣，有長期積累的大型網絡設計運營和管理經驗；互聯網的特點，在於互動性強，可點對點溝通。

實際上，在美國等發達國家，三網融合早已實現，電訊運營商和有線電視運營商的界限已經消失，除了「出身」不同，他們都提供了「三合一」的服務，囊括電話、上網和電視。

* * *

免費在線閱報即將終結？

據華爾街日報透露，紐約時報公司 (New York Times Co.) 將於二零一一年向非訂戶瀏覽該公司網站文章收費，此舉將限制讀者每個月可以在線免費閱讀的報導數量；而訂閱該報印刷版的用戶則仍然可以免費閱讀NYTimes.com上的全部文章。

根據這項metered model新模式，非訂戶將被允許每月免費閱讀固定數量的文章。當月閱讀任何規定數量以外的文章都將產生費用，但紐約時報公司未就此作出詳細闡述。

隨著越來越多人在網上流覽新聞，傳統報紙行業日漸萎靡，再加上金融危機衝擊，很多歷史悠久的報紙都已經關門大吉。很



多報紙發行商都將此歸咎於Google和其他新聞聚合網站，威脅要遮罩它們對其內容的索引(新聞集團就已經封殺了Google)，並開始對線上讀者收費。

芝加哥論壇報集團旗下的《新聞日報》(Newsday)去年二月起宣佈開始對線上內容收費，《三藩市紀事報》也在嘗試利用一些獨享內容吸引讀者重新購買印刷版，不過在美國的大型報紙中，只有《華爾街日報》一直堅持線上內容收費。有趣的是，《紐約時報》曾在零七年九月放棄了為期兩年的收費試驗計畫，如今捲土重來不知能否取得預期效果。

不過，讀者不打算買賬。根據調查，七成多的讀者說不會在網上付費流覽任何新聞內容，而在願意掏錢的人中，百分之十九的只願意每個月拿出一至十美元。

1. 電台新聞播出系統設計

廣東電台自全面推廣使用自動化音頻工作站播出系統之後，實現了播出系統的數字化、網絡化和自動化。廣播節目的製作、編輯、播出模式均起了變化。在這形勢下，傳統的新聞播出如何和自動化播出系統相結合呢？

《世界廣播電視》

二零一零年一月號

2. INTERNET TV GAINING GROUND IN ASIA

Internet TV—not to be confused with the IPTV walled-garden variety—is said to be acquiring a growing number of followers and several companies are expected to be big players in Internet TV, which is expected to generate US\$6 billion in equipments sales in 2010.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

January 2010

3. MONITORING THE BROADCAST MONITORS

Technology is enabling broadcasters to use various kinds of broadcast monitors to meet specific functions like checking the quality of videos being broadcast in a multi-format environment.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

January 2010

4. TV FORMAT RIGHTS PROTECTION

This article makes an analysis in UK, France and the US to discuss the difficulty of protecting TV formats under available law.

INTER-MEDIA

December 2009

5. KOREAN CONTENT GETS GREEN-LIGHT IN EUROPE

According to the Korea Creative Content Agency newly merged with the KBI, the three major Korean networks, the producers of Korean drama series, attracted the interest of foreign buyers, confirming the potential for Korean content in European markets.

TELEVISION ASIA PLUS

December 2009

6. GOING OUT OF TUNE?

This paper examines how the youth in Japan uses mobile TV (on-seg TV service) in comparison to other functions and mobile data services.

MEDIA ASIA

Volume 36, Number 4, 2009

7. WILL 2010 PROVE TO BE THE YEAR OF THE MOBILE

The mobile marketing industry made strides in 2009. But will a rise in mobile internet users translate to an increase in confidence among marketers?

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