

目錄 Contents  
01 | 2011

- 傳媒公信力評分因年齡層而變化 / 蘇鑰機、陳韜文 p. 2-3
- 維基解密還披露了什麼？ / 畢研韜 p. 4-5
- 雲端運算與資訊保安 / 簡錦源 p. 6-7
- Media in 2010 - looking backwards and forwards / Peter Olaf Looms p. 8-9
- 芸芸眾生裡的公民記者報導與社會閱讀 / 呂郁女 p. 10-11
- 2010世界移動信息峰會 / 洪文正 p. 12-13
- 從百度貼吧過濾詞分析中國對網絡言論的規管 / 徐樾 p. 14-16
- 傳播書刊介紹：《李雪廬回憶錄》 / 莊玉惜 p. 17
- 十二月傳媒記事簿 / 梁麗娟 p. 18-19
- 傳媒參考資料 p. 20

[www.rthk.hk/mediadigest](http://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，機構傳訊組編製。查詢及來稿，請聯絡執行編輯張玲玲小姐。

MEDIA DIGEST is published by RTHK and produced by Corporate Communications Unit.

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

電話/Tel: (852) 27941677 傳真/Fax: (852) 23384151 電郵/Email: cheungll@rthk.hk

# 傳媒公信力評分因年齡層而變化

中文大學傳播研究中心最近完成了一項香港市民對傳媒公信力評分的調查，詳細結果可參看我們在2011年1月5日《明報》論壇版發表的文章。和同系列過往的公信力調查結果比較，今次主要的發現是香港傳媒的整體公信力評分下降，但是跟外地媒體比較就不遑多讓。

另一個有趣的現象是年輕人的評分取態頗為不同，本文的目的就是分析不同年齡層香港市民的公信力評分情況，看看是否有一些模式存在。

自十多年前，我們不定期以電話隨機抽樣方式，訪問十八歲及以上的香港市民。這次調查的(未加權)樣本有1,311人，調查範圍擴及15歲少年，成功率是65%。表一和二分別是香

表一：2010年不同年齡市民對香港傳媒公信力的評估 (1-10分)

傳媒機構	15-17歲 (N=119)	18-24歲 (N=165)	25-39歲 (N=289)	40-54歲 (N=418)	55歲或以上 (N=320)	整體樣本 (N=1,311)
<b>(I) 電子傳媒</b>						
香港電台	6.88 (2)	7.17 (1)	7.07 (1)	6.88 (1)	6.86 (1)	6.96 (1)
無線電視	6.99 (1)	6.67 (2)	6.56 (2)	6.86 (2)	6.67 (2)	6.74 (2)
商業電台	6.69 (3)	6.41 (3)	6.51 (3)	6.45 (4)	6.42 (4)	6.48 (3)
有線電視	6.54 (4)	6.27 (4)	6.35 (4)	6.56 (3)	6.51 (3)	6.45 (4)
亞洲電視	6.47 (5)	6.45 (5)	6.32 (5)	6.38 (5)	6.30 (5)	6.36 (5)
now TV	6.36 (6)	6.28 (6)	6.12 (6)	6.21 (6)	5.82 (6)	6.16 (6)
新城電台	6.26 (7)	6.13 (7)	6.01 (7)	6.16 (7)	5.72 (7)	6.06 (7)
香港寬頻	6.12 (8)	5.88 (8)	5.41 (8)	5.61 (8)	5.44 (8)	5.66 (8)
電子傳媒平均	6.54	6.41	6.29	6.39	6.22	6.36
<b>(II) 報紙</b>						
南華早報	7.12 (2)	7.36 (1)	6.76 (3)	6.87 (1)	6.23 (4)	6.90 (1)
明報	7.16 (1)	7.27 (2)	6.89 (1)	6.74 (3)	6.47 (2)	6.87 (2)
經濟日報	6.61 (5)	6.69 (5)	6.77 (2)	6.75 (2)	6.45 (3)	6.68 (3)
星島日報	6.96 (3)	6.94 (3)	6.61 (4)	6.55 (5)	6.18 (5)	6.62 (4)
英文虎報	6.71 (4)	6.77 (4)	6.58 (5)	6.52 (6)	5.68 (8)	6.54 (5)
信報	6.18 (9)	6.26 (6)	6.48 (6)	6.67 (4)	6.53 (1)	6.47 (6)
頭條日報	6.25 (7)	6.18 (8)	5.82 (8)	5.76 (8)	6.04 (6)	5.95 (7)
成報	6.23 (8)	6.21 (7)	5.90 (7)	5.80 (7)	5.58 (9)	5.92 (8)
東方日報	6.11 (11)	5.72 (14)	5.63 (11)	5.76 (8)	5.96 (7)	5.80 (9)
am730	6.06 (12)	6.04 (10)	5.75 (9)	5.69 (10)	5.55 (10)	5.80 (9)
都市日報	6.35 (6)	6.14 (9)	5.69 (10)	5.55 (12)	5.39 (11)	5.77 (11)
香港商報	5.90 (13)	5.96 (11)	5.59 (12)	5.56 (11)	4.99 (16)	5.60 (12)
新報	5.75 (15)	5.82 (13)	5.41 (13)	5.36 (13)	5.15 (14)	5.47 (13)
文匯報	6.18 (9)	5.92 (12)	5.26 (15)	5.10 (15)	5.22 (13)	5.46 (14)
蘋果日報	5.68 (16)	5.29 (16)	5.41 (13)	5.18 (14)	5.35 (12)	5.34 (15)
大公報	5.78 (14)	5.72 (14)	5.06 (16)	5.04 (16)	4.74 (17)	5.22 (16)
太陽報	5.59 (17)	4.99 (17)	4.89 (17)	5.01 (17)	5.01 (15)	5.05 (17)
報紙平均	6.27	6.19	5.91	5.88	5.68	5.96
所有傳媒平均	6.36	6.26	6.03	6.04	5.85	6.09
整體香港新聞界*	6.78	6.44	6.49	6.47	6.20	6.44

註：評分幅度由1-10分，以上所列的是平均值，括號內是排名。  
\*「整體香港新聞界」是以一條問題由市民對所有傳媒作整體評分。

表二：2010年不同年齡香港市民對外地傳媒公信力的評估 (1-10分)

傳媒機構	15-17歲 (N=119)	18-24歲 (N=165)	25-39歲 (N=289)	40-54歲 (N=418)	55歲或以上 (N=320)	整體樣本 (N=1,311)
<b>(I) 電子傳媒</b>						
BBC	7.09 (1)	7.38 (1)	7.01 (1)	6.88 (1)	6.72 (1)	7.01 (1)
CNN	6.76 (2)	6.89 (2)	6.99 (2)	6.74 (2)	6.36 (2)	6.78 (2)
鳳凰衛視	6.20 (4)	6.12 (3)	5.56 (3)	5.97 (3)	6.13 (3)	5.94 (3)
中央電視台	6.27 (3)	5.98 (4)	5.20 (4)	5.49 (4)	5.90 (4)	5.66 (4)
電子傳媒平均	6.58	6.59	6.19	6.27	6.28	6.35
<b>(II) 報紙</b>						
泰晤士報	6.88 (2)	6.96 (2)	6.66 (2)	6.62 (1)	6.32 (1)	6.70 (1)
紐約時報	6.90 (1)	7.11 (1)	6.75 (1)	6.58 (2)	5.92 (2)	6.68 (2)
南方周末	5.70 (4)	5.64 (3)	5.13 (3)	5.22 (3)	4.83 (4)	5.30 (3)
人民日報	5.80 (3)	5.38 (4)	4.80 (4)	5.11 (4)	5.20 (3)	5.17 (4)
報紙平均	6.32	6.27	5.84	5.88	5.57	5.96

註：評分幅度由1-10分，以上所列的是平均值，括號內是排名。

港市民對本港傳媒和外地傳媒的公信力所給的分數及排名。要注意的是，在處理數據時，表一和二是基於「未加權」的樣本，因此具體數字和《明報》文章中的有些出入。

## 年輕人組別評分高

我們把被訪者分為5個年齡組別，分別是(1)15-17歲；(2)18-24歲；(3)25-39歲；(4)40-54歲；(5)55歲及以上。

15-17歲組別對傳媒公信力的評價和其他組別明顯不同。他們對電子傳媒及報紙都給予較高評分。在機構排名方面，值得注意的是，他們把無線電視放在電子傳媒的第一位，而且對《明報》、《都市日報》和《文匯報》的排名都比其他組別為高，但對《經濟日報》和《信報》的排名就較低。這可能和他們的傳媒使用習慣有關。這組別的人可能較多看電視，在學校訂閱某些報紙，但對財經類的新聞報章沒有興趣。

18-24歲組別的公信力評分和整體人口的接近，只是對報紙的評價稍高。他們較為認同《都市日報》，而對《經濟日報》和《東方日報》的評分排名就略低。

## 成熟組別評分緊

無論是電子傳媒還是報紙，25-39歲的評分和整體人口的接近。他們對《南華早報》的排名稍低。40-54歲組別的情況也很相似，但

這一組別對有線電視、《經濟日報》和《信報》較為認同，可能與他們較多參與經濟活動有關。

55歲及以上組別的情況就很不同。他們對電子傳媒及報紙的公信力評價都最低。在他們眼中，有線電視、《信報》、《東方日報》和《蘋果日報》的排名高於其他組別，而對《南華早報》、《英文虎報》和《香港商報》的排名就較低。這一組別的人可能喜歡看一些大眾化和財經類的報紙，但就較少看英文報紙。

從以上資料可見，年齡和公信力評分有明顯的關係，可以分為4個分數級別。15-17歲組別所給的評分最高，18-24歲次之，25-54歲在第3等級，而55歲及以上者所給的分數最低。

## 傳媒機構和年齡層的關係

在電子傳媒方面，商業電台較受15-39歲的人信任，40歲及以上者的排名稍低。相反的是有線電視，它在40歲及以上的人當中較受信任，15-17歲組別者則較低。

報紙方面，《星島日報》、《英文虎報》和《大公報》的模式相近。15-24歲組別對它們的排名較高，但25歲及以上者則較低。相反的是《經濟日報》和《蘋果日報》，它們較受25歲及以上的人認同。

《信報》的情況比較特別，它在55歲及以上組別排名第一，在40-54歲組別也排得高，但在15-17歲組別就較低。《東方日報》較受40歲及以上者的認同，39歲及以下者的排名就略低。

各新聞機構在不同年齡層有不一樣的可信程度，這可能反映不同傳媒有自己的目標受眾，或是在不同人生階段的受眾對新聞機構各有喜好。對傳媒機構來說，最理想的當然是可以同時得到所有人的信任，但實際上可能要作某程度的取捨。究竟是爭取年輕人還是較成熟的受眾，就不容易有定論，傳媒也不能夠自行控制決定。

## 外地傳媒評價走勢相若

跟評價香港傳媒的情況一樣，不同年齡層的市民對外地傳媒評價也出現相近的模式。無論是電子傳媒還是報紙，15-17和18-24歲組別的評分較高，25-39和40-54歲這兩個組別位處中間，而55歲及以上組別就最低。15-17歲組別對4個內地新聞機構的評分較其他組別為高，特別是中央電視台和《人民日報》。18-24歲組別明顯覺得4個外國傳媒機構可信，對《南方周末》的評價也稍高。

25-39歲組別則對4個內地新聞機構的公信力評分較低，而40-54歲組別雖然評BBC為第一，但分數也較其他組別低。55歲及以上組別就最嚴格，他們和18-24歲組別相反，對4個外國新聞機構及《南方周末》的評分都是最低。

## 小結

為何年齡和公信力評分有這種反向的關係？我們認為可以用「批判辨識能力」和「傳媒使用習慣」來解釋。年輕人閱歷尚淺，對傳媒情況不大了解，未有足夠的批判和分辨能力，因此在公信力評分時傾向於較寬鬆。隨著年齡增長，他們人生經驗增加，對新聞媒體有較多使用和認識，辨識力和要求也提高，因此評分便較緊。

以前新傳播科技未算普及，年輕人不斷成長，不同年齡層逐漸更替，公信力評分由高到低的模式應較為清晰及固定。但現時科技發達，傳媒的數量和使用模式出現大變，現時（及將來）的年輕人所要經歷的，相信和以前的幾代人很不同。他們可能較少接觸傳統的新聞傳媒，因而產生疏離感，對媒體的觀感也可能受其他因素影響，令公信力評分下降，這是值得新聞界關注和研究的。

✎ 蘇鑰機 陳韜文  
香港中文大學新聞與傳播學院

# 維基解密還披露了什麼？

維基解密(Wikileaks)自稱是一家非營利性媒介組織，專門披露從匿名來源處獲得的保密文件。該網站2006年就已上線，但直到2010年連續三次大規模曝光美國秘密軍事外交資料才名聲鵲起。特別是從2010年11月28日起，維基解密開始披露美國國防部251,287份外交電報，維基解密才聞名全球。

維基解密將美國國務院的電報洩露稱為「密電門」(cablegate)，意大利外交部長弗拉蒂尼稱之為「世界外交的9.11事件」。但在筆者看來，外界過高估計了「密電門」的殺傷力。「9.11」恐怖襲擊後，「9.11」調查委員會建議加強情報分享。於是，美國將原先的軍用網絡Milnet (Military Network) 切分成三塊：傳輸「絕密」(Top Secret) 文件的JWICS、傳輸「機密」(Secret) 和「秘密」(Confidential) 文件的SIPRNet，以及傳輸非保密(Unclassified) 文件的NIPRNet。維基解密披露的外交電報來自SIPRNet。

在251,287份電報中，「機密」級別的有15,652份，「秘密」級別的有101,748份，非保密電報有133,887份。從目前披露的電報分析，「密電門」對美國的傷害集中在「軟實力」方面。但是，維基解密主編阿桑奇(Julian Assange)已經備受爭議。但在筆者看來，很多人反應過激了。據說，美國國防部正在研究阿桑奇是否曾慫恿美國士兵曼寧(Bradley Manning)。媒體報道說，美方希望以間諜活動同謀罪起訴阿桑奇，但此舉必然會引起爭議。新聞媒體都會鼓勵爆猛料、挖猛料。「密

電門」的主因是美國的保密制度存在缺陷，責任不在維基解密，也不在美國的情報分享戰略。

## 披露的情報作業

美國的反恐決策需要大量情報支撐。維基解密2010年11月28日公佈的文件顯示，美國外交官曾被要求監視聯合國領導層及安全理事會常任理事國的代表。這份電報是美國國務卿希拉里於2009年7月31日發給美國33個駐外機構的。電報開頭就說，「這份電報提供了新版《國家人工情報收集指令》中關於聯合國的完整文本以及國務院繼續要求提供關於聯合國高官的傳記信息」。這些傳記信息可用於數據挖掘和監控作業。海內外都有媒體報道說，是希拉里下令搜集情報，事實並非如此。

2003年，時任美國總統喬治·布殊曾簽署一份國家安全指令。據此，美國中央情報局2004年決定加大力度搜集關於聯合國官員和各國要人的原始數據。2009年，中情局更新了這份指令，並發給情報系統各單位，同時發給了商務部、農業部等非情報部門的駐外機構。美國國務院將中情局的指令轉發給駐外機構，這就是維基解密披露的希拉里下令搜集聯合國高官情報。早在2008年，希拉里的前任賴斯也下達過多份類似秘密指令，要求在情報搜集方面更具「進攻性」。

## 披露的歷史符碼

維基解密的成功昭示著非國家主體有能力影響政治進程。過去，各國權貴們決定著本國公民的知情範圍，政治精英們習慣了操控公眾認知。12月6日，原中情局官員Michael Scheuer撰文說，近幾年，美國領導人反覆告訴美國公眾「黑就是白」。白宮政治顧問們曾自負地叫囂，新聞媒體總逃脫不了被玩弄於鼓掌之中的命運。維基解密卻證明了：公民有權利也有能力知道真相。從此，權貴們再也不能隨心所欲地愚弄大眾了。從全球範圍看，阿桑奇和他的同事們只是覺醒了的民眾代表。我們不難發現，目前攻訐阿桑奇者大多是各國的政治-經濟精英、軍情機構和其他既得利益者。



維基解密開創了一種新媒體形態。2010年5月,《紐約每日新聞報》將維基解密列為「徹底改變新聞界的網站」中的第一名。維基解密的基本原則有三:捍衛言論與出版自由、改善人類歷史記錄、支持人民創造歷史的權利。維基解密的最大特色是出版原始資料,以便讓大眾「看到真相的證據」。為確保網站的安全運行,維基解密招攬了大批信息與通訊專家、數學與保密專家、法律與金融專家。維基解密傳輸的信息都經過複雜的加密處理,而且團隊成員間還會傳遞虛假信息以迷惑敵手。顯然,維基解密是基於高端技術的新聞媒體。

維基解密不在國家之內,擺脫了國家利益和國家法律的束縛。維基解密不以營利為目的,不必取悅傳統「財神」。打破了世俗羈絆的維基解密無欲則剛,天馬行空,無所畏懼地挑戰國家權力和宗教權威。為實現網站宗旨,維基解密超越自身「利益」,主動與傳統媒體合作。維基解密將黑客理想、公民記者和新聞專業主義完美結合,創立了一種難以複製的新媒體形態。阿桑奇相信,「強大的媒體」是建立透明政府的必要條件。但是,阿桑奇試圖超越傳統上新聞自由和司法限制的平衡,這不可避免地引起了權貴階層的強力反彈。信息自由就意味著密室交易被曝光,意味著精英與平民之間的權力再分配。

維基解密將人類對國際政治的認知推進了N年。在人類歷史上,新聞媒體、專業教材和學術著述對國際政治的描述離實際狀況相隔十萬八千里。維基解密卻一把撕下了國際政治的虛偽面紗,把權貴們極端自私和殘酷惡毒的本性展現在世人面前。過去,某些西方大國自我吹噓其人道主義援助是基於普世價值,可是今天,人道主義援助早已淪為國際博弈的工具。在國際交往中,每個國家都是「殘酷的現實主義者」。有人說,阿桑奇就像安徒生童話《皇帝的新裝》中那個小孩,不經意間說出了實情:皇帝什麼也沒穿啊。當然,童話中的小孩是天真無邪的,阿桑奇卻有著只有自己才清楚的目的。



## 披露的信息操縱

維基解密披露的外交密電真實性如何?美國國務院發言人菲利普·克勞利12月7日稱,目前美國無法證實每一份遭洩漏的資料的真實性。2010年12月12日,新加坡外交部長楊榮文呼籲人們在閱讀維基解密披露的新加坡官員發表的看法時,首先須瞭解他們作出相關談話的背景,並從全局去理解他們所要表達的意思,避免斷章取義。這等於公開承認了所洩露的密電的真實性。此前,為避免讓公眾獲得線索,美國等主權國家一直拒絕就所洩密電的真實性發表評論。

俄羅斯(2010年11月30日)和伊朗(2010年12月5日)曾表示,「密電門」或是美國的陰謀。美國著名安全專家布熱津斯基(Zbigniew Brzezinski)在接受美國公共廣播電台採訪時稱,我不懷疑維基解密從一些並不重要的來源獲得了一些東西。但維基解密也有可能從一些感興趣的情報機構獲得過信息。這些機構試圖操縱這個過程,實現某些很具體的目標。但國際社會一般認為,維基解密披露的大部分信息是真實的。

【→】 畢研韜

海南大學傳播學研究中心主任

# 雲端運算與資訊保安

**洩**密、侵犯私隱及資訊保安事故頻生，轟動國際的維基洩密，25萬份美國政府絕密文件被揭露，令美國和各國蒙羞；最大社交網站Facebook被指不安全，有可能洩漏客戶資料；香港八達通被揭發出售約200萬名「日日賞」客戶的資料，獲利4,400萬元，香港市民咆哮，私隱專員和立法會也介入調查；這些事故令市民忐忑不安，筆者藉此分享一些觀點，讓大家多些思考。

發生這些事件，有多種原因：系統漏洞、程序問題、人為疏忽、惡意行為、利益引誘等，影響商譽、私隱條例、管治威信等，各方都誓言檢討及改善，堵塞漏洞，事件接踵而至，始終仍未能杜絕，更突顯了資訊系統在保安上的結構性問題。筆者不是保安專家，可用常理及淺易的角度探討資訊保安問題。

洩密和侵犯私隱不單在現今才發生，遠在互聯網時代之前都常有發生，相信自有人類以來就有。互聯網時代由上世紀九十年代開始，短短二十年，發展迅速，資料的傳送以接近光速來實施，95%的市民對新科技一知半解，就算天天在用，只知其言，而不知其所矣焉，將問題全部歸究現今的資訊科技，好像有點不公道。

## 水能載舟也能覆舟

每種科技都為人們帶來方便和價值，可能也有副作用，長江後浪推前浪，一去不復反。上世紀八十年代的傳真機，除了傳送文字，更可傳送圖像，但互聯網和電子郵件在上世紀九十年代興起，更快更便宜，重覆轉發都保持真跡，漸漸取代傳真機。擁有五億用戶的Facebook，其行政總裁Mark Zuckerberg揚言Facebook將取代電子郵件，因為電郵太慢。今年初，他曾說「隱私權的時代已經結束」。他的言行，會令有些人覺得震驚和失望。

儘管人人在大聲疾呼保障私隱，要求政府立法和加強執法，保護自己的秘密，但對他人的私隱及瘡疤，卻有濃厚興趣，千方百計去窺探和揭露。這正是針不拈到自己，怎知

痛！在現實生活中，2008年藝人艷照風波，報刊、雜誌、光碟和在網上流傳多時，很多人搜尋、下載和保存，直至警察拉人才收斂。近日流行的蘋果iPhone手提電話，機內有保護密碼，限制一些功能，但十居其九都被破解(Jail break)，這也侵犯了版權，政府有無執法？所以，不要「喊賊捉賊，五十步笑百步」。

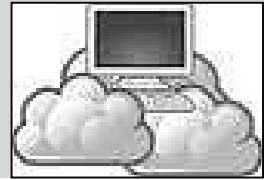
香港特首曾蔭權於2010年10月13日在立法會發表2010-11年的施政報告，勾劃出明年的施政方針。報告罕有地提到尖端資訊科技，例如：雲端運算和下一代互聯網等。自始，雲端運算成為熱門話題，這不是什麼嶄新科技，只是一個新名詞，將所有互聯網的應用，給予一個統稱，讓用戶更清晰，實際上，很多人天天都在使用雲端運算應用，例如：Hotmail，Gmail，MSN，Google doc，Facebook，Youtube等等。

## 雲端運算的五點特性

能稱得上雲端運算(Cloud Computing)的應用，美國National Institute of Standard and Technology定出以下五點雲端運算的基本特性：

1. 按需求自助服務 —— 用戶透過簡單介面，可自行設定自己的需要，例如：建立帳戶、重置密碼、修改設定等。
2. 互聯網上操作 —— 以任何標準器材（桌面電腦、手提電腦、上網本、手機、平板電腦），任何操作平台和瀏覽器，無需安裝軟件，在任何時間、地點、無拘無束使用。
3. 資源池 —— 將電腦資源（記憶體、硬碟儲存、運算功能等）集中後，再因應各客戶需要而分配。
4. 極度彈性 —— 功能的分配極度彈性，甚至自動，客戶可隨意增減。
5. 受控的服務 —— 雲端系統自動管理和優化各項資源，這些資源受到服務供應商及客戶的監管、控制和匯報。

依這些定義，Google的Gmail、Google



doc、Google App、Facebook、Youtube、eBay、微軟的Hotmail等都能符合。微軟提供的雲端平台Azure需安裝一系列的軟件才能開始，而將雲端應用局限於某台電腦，只可在微軟桌面操作系統運作，不符合美國的標準，難怪美國聯邦政府總務局及懷俄明州政府近日紛紛宣報棄用微軟，採用Google的雲端服務。

有些人擔心，雲端運算將所有資料存在第三方手上，對資訊保安有疑問。有人也質疑，將資料存在自己公司內是否一定安全？在1950年代，很多人將辛辛苦苦賺來的錢，放在枕頭底，誰知石硤尾一場大火，將災民的血汗化為灰燼，後來大家將錢存入銀行，可從任何分行提存，方便可靠。相信有人曾遺失手提電話，失去金錢財物事小，最慘是失去朋友及客戶的聯絡電話、行事曆等，即使有備份，若你不是買同一款手機，備份也未必可以載入新手機，於事無補。現在很多款智能手機，有網上同步功能，將電話簿、行事曆等在網上備份，若然不幸失竊，只要出一台類似手機，按同步鍵，轉眼間將備份下載，這是雲端運算帶來的方便與優點遠比其顧慮多。

資訊保安可從多方面加強，使用者對電腦的認知太膚淺，往往貪圖方便而忽略安全，首先是電腦系統本身。桌面電腦的漏洞是結構性問題，為方便用戶，透過簡單程序便可隨意更改系統的設定，即使有密碼保護，都很容易破解，可防君子，卻阻不了駭客。我們上互聯網，是以TCP/IP的協定，透過65,536個連接埠(Port)將資料傳送，比喻為家裡的門窗，作業系統有65,536套門窗，全部打開，自由出入，方便傳送資料，方便自己之餘同時方便了駭客，成為資訊保安的隱患。若關掉所有門窗，正常的網上服務都不能運行。

## 防火牆有何用？

防火牆有兩大功能，除了有指定功能的連接埠，例如：80(瀏覽網頁)，110(電郵)等打開外，將其餘的連接埠關閉。另一功能是封包過濾，監察及限制透過連接埠的數據封包。加裝防火牆，好像萬無一失，聰明的駭客利用開

通了的連接埠，透過必須的正常服務，並找出Outlook及IE的漏洞，利用Outlook的地址簿，向親朋好友發放有毒郵件，又向瀏覽器作出攻擊或盜取資料，防火牆形同虛設，所以資料洩漏，電腦病毒不斷擴散。

Linux擁有大型電腦系統的保安架構，比微軟安全，內置防火牆將不必要的連接埠關閉，若要開某些服務時，例如：採用SSL加密服務時，連接埠995會因應打開，關閉服務時，連接埠也相應關閉，方便又安全。Linux只容許Root才能安裝軟件及更改設定的權限，即使Linux系統被攻破或感染電腦病毒，只要將病毒刪除，重新開機，就不會將病毒擴散。

Android是採用Linux內核，近年被手機廠垂青，設計出近百款手機，功能多，款式多，價錢比iPhone便宜，並大行其道，銷量超越蘋果和微軟。各廠家再接再勵，今年將推出幾十款全新Android平板電腦，港幣兩三千元，媲美iPad，易用、方便、安全，是精明用家之福。

## 方便與保安的平衡

所有系統都沒有絕對的安全！在決定電腦系統時應要作出適當的取捨，究竟取其方便或安全呢？兩者要取得適當的平衡，若貪圖方便，可能面對嚴峻的資訊保安風險及嚴重損失。

很多國家的政府都擔心微軟封閉式系統及在保安上的結構未有全部公開，逐漸放棄使用，而轉用開放源碼軟件，既安全又方便，詳情可瀏覽[http://www.linux.org/info/linux\\_govt.html](http://www.linux.org/info/linux_govt.html)。

【+】 簡錦源

香港Linux商會主席

# Media in 2010 – looking backwards

The month of January is named after the Roman god Janus, who was the god of gates, doors, doorways, beginnings, endings and time. In Roman sculptures that have survived, Janus is shown as having two heads; one head looks back at the last year while the other looks forward to the new, simultaneously into the future and the past.

This personal and inevitably eclectic review of 2010 attempts to emulate Janus by looking at the past year and highlighting issues that we should take forward into the future.

## Social Media

2010 was the year in which social media definitely came of age. In many Western countries, traffic on Facebook overtook that of Google and brand owners realized that they had to have an effective presence to assure brand retention. Facebook's revenues grew fast than anticipated, enhancing its value as a potential investment.

Coca-Cola now has a fans presence on Facebook with more than 21 million members, and grows at a monthly rate of approximately 1.3 million fans. Even media companies have discovered that they need to think about a presence on social media portals, and not just focus on their own sites.



## Old and new media

Until last year it was received wisdom that old media such as newspapers, radio and television were media dinosaurs facing extinction. From that perspective, 2010 was a surprise as advertising revenue recovered across the board, and in some countries, television lead the way with year-on-year increases of 15%. There is still a lot of life left in these old dinosaurs!

What is clear is that the transition from old to new is an issue of viable business models. The younger, well-educated demographics look to the Internet for news, but where are the revenue streams to provide insightful news coverage? Let us hope that old media will be able to come up with sustainable

business models so that quality journalism does not disappear in the meantime.

## Network neutrality – all animals are equal, but some are more equal than others.

2010 was also a year in which the controversies about the nature of the Internet became ever-more acrimonious.

When the Internet was first created, there was a shared ethos of a common resource, and best-effort delivery of content. When the Web appeared in 1990, the content was text and statistics. Over time, it evolved into a huge collection of sites and portals offering rich media such as video, music and photos, which dramatically raised the demands made of the network infrastructure.

When it comes to infrastructure “there is no such thing as a free lunch” – someone has to pay for all those new routers and cables. Although the number of Internet users has also increased dramatically over the last 10 years, the revenues received by the telecommunications companies that keep the backbone running have not kept up.

Their response has been to suggest a business model that does away with the equality model by upgrade the Internet to version 6. Not only does this allow for a huge increase in the number of IP addresses (the basic identifiers used to name sites and users), it also allows for traffic shaping, depending on the agreement each user has with the Internet service provider.

Those wishing to move from a “best-effort” model to one with guaranteed “quality of service” can pay more and as a result be given priority when sending or receiving data on the Internet. Those who do not pay for this service will continue to rely on the “best effort” model and will experience delays at time when there are many simultaneous users all trying to access their favourite videos or files.

Most Internet users are like the pigs in George Orwell’s “Animal Farm”. They are not aware that these changes may be under way and that the Internet could change from being a place where all animals are equal to one where some animals “Are more equal than others”. Traffic shaping already takes place, but the basis for doing so is often far from transparent, and it is difficult to challenge decisions taken by Internet service providers and telecommunications companies.

Telecommunications regulators around the globe have been active for some time to address the underlying issues of “network neutrality”, as it is called. 2010 was yet another year in which small steps were made. Will 2011 be the year where agreement is reached, and we will know on what



principles the future Internet will be based?

## ***From smart phones to tablets***

Mobile phones became the most ubiquitous IT devices on the planet in 2009. Along with radio and television, they are the most widely used devices on the planet, overshadowing computers and the Internet.

In 2010 there was continued growth in the market for smart phones, lead by Apple's iPhone and a surge in Android handsets. Microsoft put in a late bid to maintain a presence in this market with the launch of Windows 7 smart phones. On paper the new Microsoft initiative has several good features, but only time will tell if these handsets will be a success.

Apple launched its iPad in 2010, contributing to Apple's strong growth and allowing it to overtake Microsoft as the most valuable technology company in early May, 2010.

While many have tried to launch tablets before, Apple seems to have come up with a formula for the iPad that creates a new niche that is different from e-book readers such as Kindle, netbooks, smartphones and laptops. Newspapers and magazines are not the only ones who have identified the iPad as an interesting distribution platform. General practitioners receiving patients in their surgeries in the United States, primary school children and those who have to do presentations for small groups are beginning to use tablets as an easy-to-use interactive device for multimedia. We have also seen new interactive products that are designed for use by a grandparent or parent sitting with a small child on his lap that follow up television programmes.

In 2011 we can expect that the iPad will open up the market for a wide range of tablets that differentiate themselves from other kinds of handheld devices.

## ***To be or not to be – 3D?***

Many of those reading this article will have come across 3D media in the past, and will have memories of plastic glasses with two colours or polarizing filters and, perhaps, mixed feelings about the experience.

2010 marked the coming of age of 3D films for cinema distribution, and consumer electronics manufacturers gearing up to sell flat panel displays for 3D television and 3D games that give a 3D experience without the use of glasses.

The question is whether this is just a new iteration of "toys for the boys", or whether this time we are on the verge of a new mainstream distribution platform to make television and interactive media more immersive experiences. There are some indications that this time, indeed, 3D has come to stay.

There are, however, some awkward issues to be resolved first, the most important of which seems to be the side-effects of viewing 3D television. The proportion of 3DTV viewers who report minor or serious problems after having watched for an hour or so is too big to be ignored. Media industry players such as Disney have much at stake and are funding research projects to get to the bottom of the problems and come up with viable solutions. For my part, 2011 will be a year in which I follow the results of this research very carefully before passing final judgment on 3D television.

## ***Wikileaks and web censorship***

Towards the end of 2010, the availability of official documents made public by Wikileaks became a significant force to be reckoned with in international journalism. In December, 2010, when concerns about the legality of the sources of Wikileaks documents became widespread, various organizations tried to disassociate themselves from Wikileaks, including service providers, ISPs and credit card companies handling donations to Wikileaks. They refused to give Wikileaks access to a DNS server, run its servers or handle electronic money transfers. This in turn led to counteractions from angry consumers who orchestrated surges in use on credit card company sites to disrupt their Internet-based services.

Prior to this episode, many had thought it was an easy matter to close down a controversial website. What we can now see is that an organization that wants to retain a presence online can do so by orchestrating a support campaign using Twitter and setting up hundreds of mirror sites that come and go, ensuring that the general public has access to content.

Although I personally have mixed feelings about Wikileaks, it is heartening from a democratic perspective that those who would like to bring pressure to bear on an autonomous organization find it difficult to do in practice.

All in all, 2010 was an interesting year from a media perspective, perhaps a turning point for the years to come.

**✉ Peter Olaf Looms**

Senior Consultant,  
Danish Broadcasting Corporation (DR)

# 芸芸眾生裡的公民記者報導

近年來興起的公民新聞學，強調公民的參與，每位公民皆是記者，可以參與公共事務製作新聞，它顛覆了傳統新聞只由新聞從業人員製播新聞的作為。

Shayne Bowman和Chris Willis在其合著的《We Media》書中強調，公民新聞是指一群公民「在新聞及資訊的蒐集、報導、分析、及傳送過程中扮演主動角色」的行為，這種參與目的在提供民主社會所需的獨立、可信、正確、廣泛且相關的資訊。

公民新聞(Citizen Journalism)體現了參與式民主(participatory democracy)，甚至是新興的審議式民主(deliberative democracy)，它是一種由下而上的社會真實之呈現，可以小自平民百姓生活細節的報導，也可以大至影響國家社會政策的新聞事件。

我們可以從下列幾個層面來看公民記者：

一、從傳播媒體層面，公民記者是主流傳媒的從業人員之外，以獨立身份發聲的人，其最大的價值是具備多元文化和源自草根的聲音。

二、由對事件的參與度來看，相較於對事件的貼近性和融入的程度，專業記者不如公民記者。

三、由資訊傳達的過程觀之，公民記者激發民眾主動報導公共領域事務的動機與意願，在傳遞之外，有時候還要求實踐、溝通或透過部落格串連、發聲，在與廣大的網友互動中，集合民意或凝聚共識，這是傳統單向傳播的媒體無法達致的效果。

## 媒體革命實踐公民新聞學

公共新聞學是1990年代在美國出現的新聞改革運動，美國有線電視公司(CNN)「I-Reports」單元，在網站上播出觀眾所提供的畫面。例如南亞大海嘯、倫敦地鐵爆炸案等，顛覆了過去只有新聞從業人員才有可能採訪或製播新聞的傳統。

德國世界足球賽期間，觀眾紛紛自各地拍攝的慶祝狂歡場面，並傳到CNN，CNN也首度挑選精彩片段，與相關新聞一併發送。

從下列例子可以看到公民新聞在新傳播科技的發展下，平民百姓隨時都可以當公民記者，而且也具有一定的社會效果：

一、2010年3月25日香港導遊李巧珍(阿珍)罵大陸遊客購物不夠多，口不擇言辱罵旅客不購物很丟臉，足足叫罵七分鐘，被遊客以手機拍下謾罵的現況。7月14日廣東衛視率先披露此一事件，之後在香港電視台連續播放，大陸最少也有十多個電視台跟進報導，包括遠至黑龍江、安徽、貴州及遼寧等地的電視台。7月27日李巧珍終於向香港市民及內地同胞致歉。

二、2010年8月8日凌晨3時23分，一個名叫「Kayne」大陸甘肅19歲少年王凱的網友，在新浪微博(微型部落格)上發出了一條訊息，這個開端持續數百則的微博，向外界傳遞救災情形及自己受災的心情。

在無遠弗屆的網路時代，媒體自網路擷取網路討論區、社群分享、部落格(博客)等資訊便成為新聞的做法，已經是沛然無可抵擋的趨勢。

## 公民新聞學引發的爭議：媒體的新生命？還是飲鴆止渴？

公民新聞學造成許多國家媒體大革命，也引發了各方的爭議與激辯，最主要的是唯恐維持新聞價值的專業和使命遭受折損與挑戰。緣此我們不禁要思考下列的議題：

一、公民記者是否受過訓練、是否遵守新聞報導原則？公民記者沒有傳統新聞常規的客觀專業，其滲入主觀所提供的資訊，是否有所偏頗？能否反應社會的真實？又有誰在乎專業意理？

二、誰來把關新聞的「真實」？公民新聞學所提供的是「新聞」？還是「民意論述」？是媒體的新生命？還是毒藥？對於恐怖組織或特



殊團體所提供的新聞該不該使用？是否會為其宣傳？

三、如何處理匿名消息來源與匿名新聞提供者？公民記者賦予媒體新的內涵與影響力，還是可能掉入提供假新聞的陷阱？新聞造假，誰該負責？媒體又有什麼機制過濾、鑑定新聞的真偽？

四、媒體的立場：是資訊平台？是報導者？是詮釋者？還是鼓吹者？媒體接獲傳來的公民新聞到底是真正的新聞？還是主觀意見的論述？是否象徵著人民的心聲能上達天聽？還是媒體見獵心喜，甚至為了獨家，飲鴆止渴，反而被利用？

五、星星之火可以燎原？公民新聞反應社會現象和問題，也許是很小的一件事，也許是見微知著的大事。在台灣，苗栗縣竹南鎮大埔里24戶農地徵收事件，卻引發了政治旋風，甚至影響整個台灣的土地開發政策與規劃。

至於南韓Oh! MyNews的案例更可以看出，Oh! MyNews刊載南韓百萬人民燭光晚會，抗議政府在盧武鉉秘密彈劾案的黑箱作業，有效讓公民在南韓政治中發揮其影響力，甚至有足夠的力量造成「政治革命」(political revolution)，正所謂的「星星之火可以燎原」。

## 走過歷史的軌跡：發揮草根媒體的社會力量

台灣在1970年代中期開始，社區報刊和政論雜誌的興起，強調「人人都是記者」的公民新聞，或可作為台灣公民新聞的濫觴，近年來在人民意識日益抬頭的推波助瀾下，公民新聞也趁勢崛起。

2007年4月，公共電視為了要鼓勵「公民近用」(public access)媒體，將此一理念落實於「PeoPo公民新聞平台」(www.peopo.org)。Peopo公民新聞網包括公民記者提供的文字和影音報導，結合了台灣公共廣播電視集團旗下的公視、華視、客家電視台、原住民電視台、宏觀衛視等媒體，都可以自PeoPo公民新聞網取材。

PeoPo是台灣第一個聚焦在公民新聞的新媒體應用，也成為國際媒體組織詢問度最高的台灣媒體經驗。如大英國協電視年會(CBA)、世界公視年會(PBI)、聯合國教科文組織(UNESCO)、日本放送協會(NHK)、國際通訊傳媒學會(IIC)等，都主動邀請公共電視前往交流研討台灣公民新聞的經驗。2008 PBI年會，法國媒體普羅旺斯年報(La Provence)撰文報導公視在公民新聞的發展，也為PeoPo打開了國際知名度。

PeoPo在2008年入圍「NHK日本賞(JAPAN PRIZE)」，更榮獲台灣「網際營活獎」首獎、金手指網路獎的殊榮。公視PEOPO公民新聞報2010年2月正式登上iTunes Podcasting，向全球千萬觀眾播送。這都是所有公民記者努力的成果

PeoPo深化了台灣民主社會的發展，「2008年總統大選電視辯論會公民提問」活動，就以PeoPo為平台，由公視、中央社、《蘋果日報》、《自由時報》、《中國時報》、《聯合報》合作舉辦，邀請公民提問上傳到PeoPo平台，甚至安排公民進入候選人電視辯論會直接詢答，這是台灣民主的一大進步，讓台灣不僅走在國際先端，更開創網路和民意結合的無限可能與影響力。

「2010台北國際旅展」於11月5日至8日在台北世貿展覽館1館展出，有來自全球60個國家地區，超過1200個攤位參與，旅展請PC home、新浪、Xuite等聯合徵選公民記者，加上歷屆5位資深達人，共約12至16名，根據UPaper報導，入選者可在旅展期間自由進出展場採訪報導並使用記者室，任期至2011年10月底，這期間，各旅遊單位有參訪邀請，公民記者都有優先採訪機會。

這一切都說明公民記者已受到社會的矚目，全民記者時代的來臨，每一位公民都能發揮無冕王的力量。

呂郁女

銘傳大學傳播管理學系專任教授

# 2010世界移動信息峰會

早前出席於阿布扎比舉行的2010世界移動信息峰會，與世界各地對移動內容及應用的發展作出交流。位於中東地區的阿布扎比是阿聯酋七個酋長國當中最大的酋長國，人口約一百三十萬，當中約八成為外籍人士。阿布扎比坐擁全球百分之十的石油儲存量及百分之四天然氣儲存量，而石油儲存量更佔整個阿聯酋的百分之九十，估計可用上一百年。為使經濟發展更多元化，近年阿布扎比積極開拓不同的商務，希望帶動酋長國的旅遊業發展。



阿布扎比政府全力贊助今次世界移動信息峰會，共184個國家參與，橫跨六大洲，獲提名作品更多達407個。歐洲成為賽事的大贏家，而亞洲地區亦奪得40個獎項中的8個。由筆者提名的香港代表「一線通隨身寶」更成功於「移動共融與授權」一項中獲獎，此外另一中國代表「掌上世博會」亦奪得傑出區域成就獎，該項目的代表成員，包括香港的鄭經翰及中國的王部長，都有應邀出席活動。

「掌上世博會」是一套應用了嶄新的科技的移動應用程式，將世博展覽與移動通信技術互相結合，建立一個向手機使用者隔空展示上海世博會的服務平台，而這種技術的應用更是世博會歷史上的首次。除了提供世博會的一般資訊外，它更將上海世博會園區、場館的實際場景利用專用相機拍攝下來，配合無縫處理技術，將拍攝得來的照片拼接成360°視角的連續圖像。用戶只需在手機上使用該應用程式，即使不能親身前往參觀，亦可看到最真實的世博場景。透過控制觀看視角、虛擬行走等互動操作，即可獲得身臨其境的遊園體驗。此外，它更提供影片及遊戲下載等功能，借助龐大的手機終端使用者群組，達到更好的宣傳和推廣上海世博會的效果，使更多人能夠參與這項盛事。



## 創新的移動意念

而行程中更見識到很多來自世界各地之參賽作品，當中不乏有趣而實用的作品，在此跟大家分享在8個不同範疇中有趣及精彩的得獎作品。

首先，在「移動商務與貿易」一項中，來自英國的「Marks & Spencer Mobile Commerce」將貨品放到移動裝置上，顧客可透過手提電話購買該公司的貨品。這種服務成功將傳統的購物方式轉移到移動裝置上，為我們創造一個新的生活模式。

而在「移動政府與參與」一項中，來自美國的「Boston CitizenConnect」可透過iPhone的相機功能拍下城市中需要作出改善的地方，例如需要維修或清潔的項目，並上傳到伺服器中。此舉可督促有關部門作出相應的行動，改善周邊的環境，提升市民生活質素。

由加拿大作者設計的「Tickle Tap Apps」是「移動學習與教育」範疇中的其中一個得獎作品，此教育遊戲程式讓幼兒從既生動又簡約的遊戲中學習，拋開滑鼠及鍵盤，使幼兒能透過簡單操作的觸控螢幕學習，增加學習樂趣。

至於在「移動娛樂與生活」方面，不得不提大受歡迎的遊戲「Angry Birds」，此遊戲是芬蘭代表的作品，自推以來一直大受歡迎，光在iTunes上就已經被下載超過650萬次，大量的Angry Birds產品亦隨之而推出，這是一個十分成功的市場推廣例子。另外，一款由日本公司開發的娛樂與生活應用程式「Sekai Camera」，讓用家體驗將真實及虛擬世界連結起來的一面。只需利用移動裝置的相機一路影著街道上的景色，程式將會為你不斷下載景色的相關資訊，並利用顯示在螢幕上的可按式浮標，使你隨時隨地都能透過電話查看周邊事物的詳細資料，對各樣事物作更深入了解。

另一使用擴增實境功能的應用程式「Wikitude World Browser」是「移動旅遊與文

化」範疇中的其中一個作品。透過攝錄鏡頭與導航系統的結合，直接在鏡頭下的影像上加入路線的資訊為用者導航，即使在陌生的環境下駕駛亦能透過真實的影像及資訊認清行車方向，亦能避免在觀看螢幕時一不留神發生意外，因螢幕中的影像亦是目前的路面情況。

此外，在「移動媒體與新聞」一項中的「Newelo Need4Feed」是一套能透過自設網絡為媒體及出版界找尋合適的投稿人與工作配對的程式，使工作流程得以運行得更順利。所有數據都會集合一起，各媒體及出版社能找到合適的投稿人，自由作家亦可從中找到合適的工作，雙方都能從中各取所需。而透過在「移動環境與健康」一類中的「E.M.M.A.」，所有醫療人員不再需要坐在電腦前才能查看、新增或更改病人最新的數據，所有的數據都可透過程式傳送到手提裝置上。此外，在發生突發事件時此移動應用程式更能即時通知醫生，作出即時的反應，將醫療服務澈底走向電腦化，為病人提供更優質服務。

而在最後一個範疇「移動共融與授權」中，不得不提本港的得獎作品「一線通隨身寶」。此服務為一項嶄新的戶外支援及關懷服務，為長者提供24小時之緊急支援服務，用者只須在有需要時按下唯一的按鍵，便可聯絡長者安居服務協會的24小時呼援中心，即使在進行戶外活動時，都可享隨身、自在與安心的保障。

除了在8個範疇共40個獎項外，大會亦向部分出色的作品頒發傑出區域成就獎，當中包括有加納的「Ghana Decides」（在投票前作預選，並通知投票者最新消息）、埃塞俄比亞的「m-Idol」（透過手提電話參加歌唱比賽）、肯雅的「AgriManagr」（管理農產品的收成）及埃及的「CultmapCultmob」（搜尋考古景點並提供資訊）等。



移動內容及應用已經漸漸成為各個國家的新興市場，智能電話成為大眾的新寵兒，即使如中國及印度等發展中國家對智能電話的需求亦與日俱增。以香港為例，香港是其中一個對移動通訊需求較高的地方，無線通訊服務智能卡的使用量已突破一千三百萬張，而每月總流動數據通訊量亦接近14億MB，平均每位客戶每月使用約240MB數據傳輸，而且數字不斷上升。由此可見，雖然智能手機跟一般手機各佔不同的市場，但用戶對數據傳輸的需求不斷上升，智能手機的使用方法及用戶層面都有新的定義。

## 尋找未來商業模式

而今時今日，創新的意念及移動內容的豐富程度對於移動用戶來說，比當中的技術高低更為重要。香港擁有很多這方面的人才，加上香港人對移動內容的大量需求下，香港絕對值得朝著這方面加強發展，製作更多精彩的移動內容。

在參與峰會期間，我主持了其中一節活動，與其他國家的專家們一同討論移動內容的商業模式。討論過程中，大家都提出了很多意見，認為要達至成功要從多方面著手，包括具有良好的軟件開發技術、回歸人們最自然的操作方式、具全球性、從Web 2.0發展至Web 3.0、具娛樂性、帶給使用者方便等，而大家都認為最重要的是必須找出一個正確的商業模式。

香港地小人多，擁有多間提供流動網路的電訊商，在電訊商、移動內容提供者加上參與移動內容及應用程式制作的中介公司的帶動下，勢必成為香港其中一個重要的新商業模式。

洪文正

香港互聯網專業協會副會長

# 從百度貼吧過濾詞分析中國對

百度貼吧依託百度的中文搜索功能，以其便捷易用、開放度高聚集了大量用戶，經過近7年的發展已經成為最大的中文交流社區。與中國的其他網站一樣，百度貼吧對用戶的發文操作進行過濾審核，以此監控用戶的言論。貼吧設置有過濾機制，採用過濾詞把關發貼過程。本文對過濾詞進行歸類，發現貼吧過濾的內容範圍較大，涵蓋了政治類、突發事件類、不良信息類以及邪教、軍事等方面。對於網絡言論規管，本文認為中國應該借鑒國外經驗，增加過濾透明度，加強從業者自我約束，制定具備可操作性的規範，明確法律規管條文。

## 百度貼吧及其發展

百度貼吧於2003年11月推出，「是一種基於關鍵詞的主題交流社區」。2003年11月25日，一個題為「百度將升級搜索引擎，具備開放共享的功能」的貼子在貼吧的搜索引擎吧發表，百度貼吧開始試運行。同年12月，百度貼吧正式投入使用。2004年第一個「超級女聲吧」創建，此後多個超女吧相繼創建；次年8月份隨著賽事白熱化，貼吧流量也相應激增，超女前三甲的貼吧發貼量超過1000萬。經過7年的發展，百度貼吧現有20多萬個貼吧，每天的活躍用戶數在2000萬左右，日均流量達2.5億人次。

百度貼吧裏，每個主題貼吧以一個關鍵詞作為討論主題，各個貼吧類似於是每個關鍵詞的小型論壇。用戶可以通過搜索關鍵詞找到或創建相關主題的貼吧，發佈、尋找信息和資料，認識共同的興趣愛好者。

貼吧的使用方法並不複雜。對於普通用戶來說，在貼吧首頁的搜索框中輸入關鍵詞，貼吧的默認選擇是「進入貼吧」，點擊「百度一下」，就立即可以進入到與搜索關鍵詞一致的主題貼吧中。如果該關鍵詞的主題貼吧存在，可以立即參與討論；如果不存在，可以申請創建貼吧。如果用戶想管理某個貼吧，則可發出申請，經系統審核通過就可成為吧主，可以對貼子進行置頂、編輯、刪除等操作，甚至封禁用戶和IP。

除了一些有設置權限的貼吧和俱樂部外，一般的貼吧均可供任何用戶以遊客身份瀏覽、發表、回覆貼子，無需註冊、登錄；有的貼吧會根據吧主的意願決定是否允許用戶匿名發貼。但2010年11月18日，貼吧開發團隊發出公告，在全部貼吧實行登錄發貼，用匿名發貼代替遊客身份發貼留言。

百度貼吧最大的特點在於，結合百度搜索技術，完全由用戶驅動，用戶自由創立、自主管理貼吧，達到分享交流的目的。

貼吧作為百度中文搜索技術的衍生產品，其準確度和便利性得益於成熟的搜索技術而大大增強，貼吧的主題可以準確快速被搜索到。

百度貼吧官方首頁顯示，貼吧主題按內容共分為明星人物、動漫、影視等17大類常駐目錄，根據時事熱點會臨時推出相關貼吧，比如2010年4月14日玉樹地震發生後，貼吧新增玉樹地震條目；下有170小類，共90783個貼吧。這意味著用戶將有9多萬個主題可以參與討論，而普通論壇是無法形成如此大的規模的。



# 網絡言論的規管

## 百度貼吧過濾詞的應用情況

為了管理和限制用戶發貼，使貼吧貼子內容更符合中國互聯網法律法規的規定，發貼需要經過百度的過濾系統的審核和人工審核。

百度貼吧協議從貼吧用戶的權利義務、權利歸屬、處罰規則三個方面對貼吧用戶進行規範。協議第二章「貼吧用戶」中聲明用戶享有言論自由的權利；緊接著規定了12個類別，聲明不准含有任一類別信息的貼子出現。如有用戶涉及發佈含有禁止信息的貼子，貼吧將按協議第四章「處罰規則」處理，用戶有可能會被刪貼、關閉部分權限，甚至帳號被停用或被刪除。但協議中並沒有明確表示會用什麼方式對禁止的內容進行審查，也沒有詳細說明哪些字詞會違規。據百度貼吧總經理稱，百度貼吧每天刪貼達100萬，主要是刪除廣告貼。

實際操作時，貼吧通過設置過濾詞和人工審核作為審核貼子的手段，其中過濾詞審核對於貼子的事先審核非常有效。貼吧過濾詞以兩種方式出現，一種是發貼時對貼子內容進行的過濾動作，另外一種是過濾詞無法成為貼吧的討論主題。前一種方式中，用戶發表的貼子內容一旦與事先設置的過濾詞匹配得上，貼子的發表操作將被迫中斷，出現貼子無法發表的情況，網頁提示：「請不要發表含有不適當內容的留言」或者「請不要發表廣告貼。」後一種方式則會出現「抱歉，根據相關法律法規和政策，本吧暫不開放」或者「貼吧不存在」或者只能瀏覽不能發貼的情況。

## 百度貼吧過濾詞分類

百度貼吧過濾詞數量眾多，每過一段時間貼吧系統管理者就會更新過濾詞，而且貼吧沒有公佈這些過濾詞。因此本文無法把所有的過濾詞羅列出來加以統計。本文將借助「百度貼吧和諧測試器」進行過濾詞測試，歸納過濾詞的類別，總結貼吧對貼子哪些方面的內容有所限制。

### 1. 政治類

政治類內容是中國網絡言論中相當敏感的

內容之一，中國特殊的體制和國情是造成這種現象的主要因素。中國的網絡監管嚴格監控此類內容，因此網站管理者也會對此類詞語把關，在百度貼吧的過濾詞中，政治類過濾詞佔的比例很大。

本文將貼吧的政治類過濾詞分為五個小類（表4-1），包括分裂類、煽動仇恨類、反動類、歷史事件類、人物類，其中除了分裂類和煽動仇恨類能找到相關的法律依據外，另外三類都沒有說明會遭到過濾的緣由。

表4-1 政治類過濾詞舉例

政治類	過濾詞舉例
分裂類	台獨，藏獨，疆獨；聖戰組織，盤古樂隊
煽動仇恨類	印尼，屠華，抵制日貨，98反華，高麗棒子
反動類	民主，網絡封鎖，共產黨，中國復興黨，中共，中國人權，反共，自由亞洲，一黨執政，一黨專政，獨立中文筆會，零八憲章，阿波羅新聞網，劣等民族
歷史事件類	天安門事件，八九學潮，八九六四
人物類	胡錦濤，溫家寶，毛澤東，鄧小平；陳良宇；柴玲，吾爾開希，趙紫陽；馬英九；達賴，熱比婭，劉曉波

反動類過濾詞主要是指質疑當前中國體制，批評、反對現今政治情況的一類詞語，有危及到政權的嫌疑。貼吧對明顯提及民主和共產黨的相關詞語進行過濾。由於2010年諾貝爾和平獎頒給因煽動顛覆國家政權罪而服刑的「異見人士」劉曉波，有關其一切言論和消息的發佈監控較為嚴格。

### 2. 突發事件類

突發事件類過濾詞指新近發生的消息或新聞中出現的重大的事件，這些事件容易引起網絡用戶的關注，經過用戶的「包裝」後，其相應的詞語紛紛出現。這些事件經常涉及民生問題並牽涉到政府部門，用戶會以此批評社會不公現象和政府的處理不當，在網絡上有一呼百應的力量，容易引起不安的情緒，可能影響社會安定，因此這類詞語屬於貼吧過濾對象。而另一方面，因為突發事件具有時效性，在事件發生的時期內是重點過濾對象，一旦事件告一段落，貼吧將解除部分事件相關詞語的過濾。

本文將突發事件類過濾詞分為社會、動亂、罪案、自殺、災難等五類(表4-2)。

表4-2 突發事件類過濾詞舉例

突發事件類	過濾詞舉例
社會類	上訪, 信訪, 靜坐, 軍轉, 官逼民反, 維權, 示威, 遊行, 罷工, 罷課; 跨省追捕, 武侯祠
動亂類	甕安事件, 打砸搶, 韶關事件, 廣安事件, 拉薩, 西藏
罪案類	襲警, 殺警, 楊佳, 滅門慘案
自殺類	集體自殺, 自焚
災難類	踩踏事故, 這不是天災, 劫後天府淚縱橫

### 3. 不良信息類

網絡上的不良信息是網絡規管的難點之一, 不僅數量多, 且呈多元化, 除了包含有暴力、色情類等「低俗內容」外, 還存在賭博、毒品、非法交易等信息, 既違反法律又違反道德。《互聯網信息服務管理辦法》中明確禁止互聯網傳播涉及暴力、色情、賭博、毒品等不良信息。根據這一規定, 貼吧對不良信息類的詞語進行審核過濾。

本文把不良信息類過濾詞分為五類, 分別是暴力類、色情類、賭博類、毒品類、非法交易類(表4-3)。

表4-3 不良信息類過濾詞舉例

不良信息類	過濾詞舉例
暴力類	暴行, 大屠殺, 滅絕人性, 殘暴行徑; 賤人, 傻逼, 媽了個逼
色情類	黃色電影, 妓女, 激情, 三級片, 肉蒲團, 肉欲
賭博類	中特, 一肖, 報碼, 合彩, 香港彩, 彩寶, 3D輪盤, 一碼, 土的寧
毒品類	海洛因, 氯胺酮
非法交易類	代寫, 代考; 考中答案; 有償捐, 售腎, 嬰兒湯; 滅火槍, 氣槍, 炸彈; 代孕; 代開發票, 竊聽器出售, 身份證qq, 三唑命

### 4. 其他類別

除了前文提到的政治類、突發事件類、不良信息類, 還有一些過濾詞同樣值得注意。本文將這些過濾詞歸類為邪教類、新聞媒體類、軍事洩密類、轉換類(表4-4)。其中, 替換類過濾詞是指用戶為了規避過濾系統審查, 通過諧音、拼音、英文等方法用來替換掉原本漢字描述的詞語。不過, 貼吧過濾系統更新頻繁,

將此類用來替換的詞語也加入過濾詞隊列中。

表4-4 其他類別過濾詞舉例

其他類別	過濾詞舉例
邪教類	法輪, 法輪功, 東方閃電, 實際神, 統一教, 觀音法門, 清海無上師, 青海無上師, 明慧網
新聞媒體類	紐約時報, 泰晤士報
軍事洩密類	7大軍區, 七大軍區
替換類	草泥馬, gong chan dang, jiu ping xuechao, fangong, tuidang, tibet

## 過濾機制的地位和副作用

截至2009年底, 中國用戶規模達到3.84億人, 互聯網普及率為28.9%。中國網絡相當於一個擁有3.82億人的虛擬社會。

過濾機制以技術手段省去大量人工規管工作, 並且在不良信息和言論開始傳播之前就將其攔截過濾, 效率高而且具有事先防範功能, 是中國網絡言論規管的有效手段。

過濾機制是國家管理互聯網的有力工具, 然而過濾機制的使用過程中各種對其爭議的聲音不絕於耳, 尤其公眾十分警惕過濾機制侵犯了言論自由。相對其他國家而言, 中國的過濾機制更為嚴格, 在方便規管網絡言論的同時也帶來不少的負面影響, 例如: 繁多的過濾詞設置使得網絡使用效率降低, 容易發生「誤殺」情況、過濾詞信息不透明不公開、過濾詞繁多, 用戶有興趣討論的話題受到限制、封鎖過多的網頁, 限制了用戶獲取信息的權利等。



徐樾

汕頭大學長江新聞與傳播學院畢業生  
報章網站編輯



# 傳播書刊介紹

書名：《李雪廬回憶錄》

作者：李雪廬

出版社：三聯書店(香港)有限公司

出版日期：2010年12月



1968年2月，無綫啟播的首個春節，老字號同珍醬園斥資2萬大元廣告費推出新春宣傳攻勢。廣告一出，訂單如雪片飛至，同珍要在一周內連加9部小型貨車送貨。

當中的廣告策略十分原始，僅重複播放廣告。當年這類宣傳模式大派用場，以公仔麵為例，68年連續半年贊助在《歡樂今宵》加插「公仔麵掘金比賽」環節，周一至五每晚播約5分鐘，重複出現公仔麵logo，帶旺即食麵市場，亦造就公仔麵發掘第一桶金。無綫開台前，本港未有無線電視，麗的為有線廣播，客戶全是訂戶，與免費電視的觀眾來自普羅階層有極大差異。正如作者所說，炎炎夏日，低下階層最愛集體看電視，有利《歡樂今宵》的發展，更有利廣告宣傳，最大得益莫過於廉價的快速消費品。

這時候，較香港早進入無線廣播的英國，剛於66年進行了一項研究，探討單一電視宣傳對產品銷量的效用。是項研究由英國一家市場調查公司負責，牽頭的Colin McDonald發現，購買與觀賞電視的關係呈S走勢。按字解畫，電視廣告初播時，銷量如S彎彎向上；惟廣告一停，銷量像S頂端般迴轉逆向，後勁不繼。91年，美國教授John Philip Jones在該國進行

同類調查，McDonald的論證再次獲得確認。廣告重複出現，當有其價值，就如60年代初，李雪廬初看《南華早報》一則分類小廣告，說欲賺取五位數字收入，打個電話即可時，仍半信半疑，後竟因看多了，心動打了個電話，亦改變了一生。

McDonald進行研究的時間與無綫開台相若，同珍又或公仔麵的成功證明重複的廣告，確能動員人們的購買欲。時也命也！「撈」電視汁送飯的年代早過，購買意欲受多方因素影響，廣告要能起到效用，需講求策略。Jones的另一項發現頗值得深思，廣告頻率有其飽和度，不是一味靠多，就能令銷量激增，關鍵是如何拿捏得準，這確考工夫。

溯本追源，透過了解早年「食腦」廣告人無綫首任業務經理李雪廬，如何窮則變，變則通，巧妙地將廣告宣傳與節目製作結合，打造一系列「Made in Hong Kong」的土產，確立電視的廣告威力，又促進了廣告人才本地化，或許能為新一代的廣告人提供點點啟發。

莊玉惜

曾任記者 / 英國華威大學社會學碩士

## 香港直播諾貝爾和平獎頒獎典禮 港台駐京記者王慧蓓北京被掌摑

諾貝爾和平獎頒獎典禮在十二月初在挪威舉行，全球的目光聚焦於會場上一張無人坐的櫈，原因是今屆和平獎得主劉曉波因被囚11年，妻子劉霞又被軟禁，無緣出席頒獎禮，這是自1935年德國記者奧西茨基之後，第二個無人領取和平獎的頒獎禮。劉曉波得獎觸發中國、挪威一場外交風波。和平獎頒獎禮香港媒體有進行現場直播，主要是三個收費電視的新聞台全程直擊。

因尋釁滋事罪判刑兩年半的趙連海，十二月初獲廣州《時代周報》評選為本年度「影響中國時代進程一百人」。四名香港記者因此趕到北京大興區趙居住的屋苑採訪，卻給大批居委會人員阻撓，香港電台女記者王慧蓓還遭一名婦人掌摑，無綫電視的攝影師黎德忠亦被人踢

中腹部。廣播處長黃華麒認為事件不可接受，記者協會及新聞行政人員協會亦譴責暴力及關注採訪權益，政府官員則表示駐京辦已聯絡被摑記者了解情況，並向國務院港澳辦表達關注，相信中央會跟進。行家都在Facebook表示憤慨，希望同類事件「不容再發生」。但連串事件顯示，記者到內地採訪遇上粗暴對待已愈趨平常。



香港中文大學亞太研究所在十二月上旬公佈關於中央及特區政府民望的民調，結果顯示港人對中央政府和港府的信任度大跌，分別下跌六點六個百分點和十點九個百分點，跌幅甚大。負責民調的學者估計，是與內地處理趙連海及劉曉波事件有關。

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

## 政府公佈港台新發展安排 再度公開招聘廣播處長

政府十二月初公佈各項安排，以配合香港電台數碼化之後的全方位發展。政府明年起為香港電台提供一系列數碼資源，發展數碼聲音廣播及數碼地面電視服務。又支持港台建立電子節目資料庫，以保存超過八十年的聲音記錄及超過三十年的電視製作項目。並預留款項設立為期三年的「社區廣播參與基金」，讓社區人士參與製作廣播。政府又將增加港台經常性開支，讓港台可額外增加節目主任職系的職位，包括一個限期三年的副處長職位，一個是常設的首長級一級廣播事務總監；還將重啟已凍結八年之久的公務員招聘，明年首季招聘八十個公務員職位，並同步恢復內部晉升。但港台節目製作人員工會斥當局誤導公眾，指有關安排未有額外增加員工數目，現有大量非公務員合約工根本未能受惠。

廣播處長黃華麒將於今年二月約滿離任。政府在十二月中終於交代公開招聘詳情，入職要求與兩年前首次公開招聘一樣，申請人須為香港永久居民，並具有15年廣播或傳媒範疇經驗，大學學位並非必要要求，合約為期3年。一直要求處長應由內部晉升的港台工會批評，政府做法有如「政治任命」。有學者估計，符合資格的申請者只屬少數。

香港電台顧問委員會早前以保障委員發言自由為由，拒絕讓公眾以至港台工會旁聽會議，僅承諾將會議文件上網，讓公眾間接監察。首次會議記錄終於在十二月底上載港台網站，但有關記錄卻以撮要形式撰寫，外界無從得知個別委員曾經發表的意見。



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

## 「維園阿哥」涉非禮案傳媒鬧哄哄 數碼聲音廣播望明年全面啟動

十二月下旬，有「維園阿哥」之稱的社民連成員任亮憲傳出涉非禮案，傳媒立即沸沸騰騰，一時間有關受害者的身份傳聞滿天飛，甚至已到了失控的地步，當事人決定向一名男子、一名女子及一間傳媒機構採取行動，循法律途徑追究。雖然如此，但網上討論仍是一片鬧哄哄，有傳媒中人以過去的例子，指出「性與政治」，從來是從政者的禁忌，因為香港社會思想保守，若當事人樹敵太多，所涉行為若涉刑事或濫權，其政治生涯很可能「未判先死」。而有法律學者警告本地媒體不應披露舉報任亮憲非禮或強姦的女事主身份，因為此舉是錯誤和違法的。

計劃在2011年開台的雄濤廣播早前試播，在兩個發射站鋪設數碼網絡，另外二個新獲發牌的電台為免租用發射站安排上與雄濤發生摩擦，希望政府能參建及回購所有設備，新城及鳳凰優悅早前建議由香港電台回購發射台，以免日後向雄濤租用設備時，因商業考慮而出現摩擦。港台發言人承認，兩家電台確在工作會議上談及有關的可能性，但港台對此仍未有定案。此外，港台原定於2012年中推出五條數碼聲音頻道，分別為兩條普通話、兩條英語及一條廣東話頻道，但亦考慮配合其餘3家私營電台，包括雄濤廣播，以及新城電台和鳳凰優悅，同步在2011年啟播，令市民可一口氣收聽18條數碼頻道。

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

## 亞視頻辦推介會尋內地資金 廣管局部署查無綫是否壟斷

亞洲電視股東問題，隨今年九月廣管局批准昌興國際主席黃炳均成為大股東才逐步淡化。而亞視急要處理的，是趕及在年底前提交未來五年發展計劃，要令廣管局信賴其有能

力開展2010至2015年投資計劃。亞視在中期檢討報告時，已向當局表示未來五年會再投資二十三億元，不過，以亞視現時入不敷支的經營情況是否能做到，甚受市場關注。報載亞視近期頻頻在內地辦投資推介會，似乎希望吸引新資金度難關。但亞洲電視執行董事盛品儒指，亞洲電視目前並無財政問題，而未來五年投資二十三億元的計劃亦不會改變。他又表示，亞視未來會增加更多綜藝節目，如製作真人騷節目、加強財經訪談及新聞節目等，增加本地製作節目，以一洗頹風。

廣管局於十月中正式展開調查電視廣播有限公司(TVB)是否有濫用支配者優勢，作出違反競爭的行為。雖然



有關調查仍處於準備階段，報載廣管局特別重視這次調查，對調查程序更是一絲不苟，以免因程序錯誤而被挑戰，又將於農曆新年後約見各方有關人物，全面蒐證以找出真相，此外，廣管局亦會邀請熟悉反競爭的學者及經濟專家、律師與大律師等參與。

台灣國家通訊管理局(NCC)2010年9月否決黎智英壹電視旗下新聞台、資訊綜合台與娛樂台等三張電視頻道執照申請。壹電視已針對NCC要求的部份完成補件，也依法向行政院提出行政訴願，而壹電視在月底正式啟播，改以數碼頻道形式推出，並向台灣民眾免費派發二千個機頂盒，計劃送出十萬部。台灣壹電視籌備經年，目前約有800員工。

【→】梁麗娟  
傳媒評論員

## **[+] JAPAN SET TO BE FIRST TO GO FULL DIGITAL IN ASIA**

Japan will be the 15th country in the world, and the first in Asia, to switch to full digital broadcasting when it completes the transition in July 2011. For Japan, the switch to full digital broadcasting will be the culmination of a journey that began in 2003. Japan's main public broadcaster NHK had announced that at the end of March 2011, analogue-TV services via broadcasting satellite would cease, four months ahead of schedule. Whereas analogue broadcasting, both in terrestrial and satellite services, will be terminated and shifted completely to digital nationwide in July.

*ASIA-PACIFIC BROADCASTING*

*November 2010*

## **[+] VIEWERS GOING FOR NON-TRADITIONAL DEVICES TO TAP TV CONTENT**

In this era of Internet-delivered content, new devices are being deployed to enable consumers to access even TV programmes via IP. While most of the attention to date has been focused on people watching TV on handphones and laptops, the big switch may be to watching via Internet-connected game consoles. The trend to alternative devices and delivery methods is really just beginning. There is no time to waste in starting to experiment with and learn about the rapidly evolving environment.

*ASIA-PACIFIC BROADCASTING*

*November 2010*

## **[+] FUZZY PICTURE FOR HD ADVERTISEMENT SPOTS**

Years after HD (High-definition) programming became widely available, many U.S. stations and channels still haven't completely upgraded their infrastructure to handle HD ads and are simply up-converting standard definition ads to HD. The death of HD ads runs across all sectors of the television industry. Still, progress is being made and media distributors are working to smooth the path for HD ads.

*BROADCASTING & CABLE*

*December 13, 2010*

## **[+] HOW TV IS HANDLING THE NEW MEDIA REVOLUTION**

Social media is the buzzword of the moment. It has even overtaken porn as the most popular activity on the web. Social media is now an essential tool for attracting and retaining an audience. Is it merely a marketing tool? Or an entertainment in its own right? What have broadcasters learned from experience about leveraging social media?

*BROADCAST*

*November 12, 2010*

## **[+] BANGING THE DRUM FOR A BOLDER BBC**

The director of BBC Vision wants to demonstrate the BBC's value by making it surprising and different, saying that BBC is at the moment that needs to forcibly make the argument for Public Service Broadcasting in U.K. Although no one has a rule book when it comes to plotting the digital future, it is important to get it right as it will fundamentally affect the quality of what converged media offers the world.

*BROADCAST*

*October 1, 2010*