

目錄 Contents
10 | 2011

- 尋找嶄新的香港電視節目策略與管理模式 / 劉端裕 p. 2-3
- 香港免費電視「世紀之戰」一觸即發 / 卓伯棠 p. 4-6
- 創意與批判：媒體通識教學中的難點 / 葉智仁 p. 7-9
- 網上互動年代漫談特首選舉2.0 / 方保僑 p. 10-11
- 傳播書刊介紹：《新聞評論寫作》 / 王友金 p. 12-13
- 從老人癡呆症「正名」看媒體專業性 / 林援森 p. 14-15
- Why has Hong Kong people's "taste" for
business news changed? / Victor Keung FUNG p. 16-17
- 九月傳媒記事簿 p. 18-19
- 傳媒參考資料 p. 20

www.rthk.hk/mediadigest

《傳媒透視》網上版提供分類搜索及各期文章閱覽

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



《傳媒透視》由香港電台出版，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

尋找嶄新的香港電視節目策略與

不管香港是否會多發三個免費電視牌照，香港的電視業與觀眾對資訊娛樂的期望已到了臨界點，必須找出新的出路與思維，包括電視節目策略與管理模式。

香港是個小市場，免費日報也有六份，所以，將來有五個免費電視台，對經營者來說是絕大的挑戰。

互聯網的發展，無論資訊或娛樂，都讓觀眾有太多的選擇。電視台是資本與人才密集的高成本投資，偶一策略錯誤，可以令投資者跌進無底深淵。

以目前兩台競爭的情況，如果其中一台獨收天下武器，包括演員與製作人員，就可以雄霸天下。但是，在五個免費電視台的競爭情況下，尤其是其中的幾個電視台投資集團，都有雄厚的資本，到時就要各出奇謀，使出看家本領。

1999年10月我在本刊寫過一篇文章，探討「電視管理模式」，因為當時吳征入主亞視後大量裁員，甚至要把製作部取消，以購買節目或外判節目的外援手段來爭取收視率。2011年8月底，有報導說，亞視管理層開員工大會，管理層提出推行項目制，即由現職員工承包個別節目製作，但未有確實詳情。這可以是一個新的電視節目策略與管理模式的討論。

最近，王維基因為很可能拿到一個免費電視台牌照，向無綫電視藝員與製作人員高調招手挖角，除了得到免費的宣傳與曝光外，也把將來五個免費電視台的節目策略與管理模式的問題重新引起注意。

回看我當年的文章，今天看來還是有同樣的問題，就是如何尋找嶄新的電視節目策略與管理模式。先讓我把當年的一些意見，再在這裡重新發表，溫故知新。

探索新管理模式

首先，回顧無綫已推行多年，廣為人所認同的「成功模式」，即所有節目皆由自己製作，這是「肥水不流別人田」的垂直模式

(Vertical Integration)，再加上自己訓練演藝人員和幕後製作人員，又有「盡收天下兵器」的效用。無綫就使用了此招數雄霸天下近四十年。

此外，從生意角度著眼，自製節目是電視台最寶貴的資產，在收購一個電視台的評估價值方法就是看自製節目藏量 (Library)，攝影器材等所謂「生財用具」有時因為太舊，反而變成是負累。

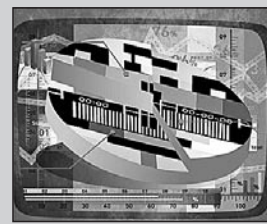
由此來看，梁淑怡兩次分別入主當政的佳視和亞視，還是沿用舊的電視廣播管理模式，而她當年用高薪挖角，一時間電視圈內人人亢奮，日夜等待梁淑怡的「求才電話」。(目前王維基高調招手挖角手法如出一轍)。梁淑怡一役，只是提高了整個電視台的製作成本，卻沒有提供新的電視管理模式。這是員工開心，老闆不高興的模式。

從整盤生意的收支來看，這種電視台管理模式，卻凸顯了以下的問題：(一)錄影棚、拍攝器材、導演、編劇等總支出費用非常龐大，而最令人頭痛的是員工管理是非常麻煩。於是，精明的電視台老闆提出：是否所有節目皆要自己製作，可否多向獨立製片和其他節目來源探索。即以自製和外購節目來增加節目來源，同時控制成本的上限。

事實上，當時探索的新管理模式，在台灣電視台已沿用多年。台灣的各大電視台除了有自製節目 (特別是新聞節目) 外，也外判節目給獨立製作人，例如楊佩佩等已是「金漆招牌」製作人。不過，台灣電視台經已投資在錄映棚，及聘有製作人員，這已是一項龐大的支出。電視台和製作人的合作形式是：製作人規定要租用電視台的設備和人員來製作節目，這方面，電視台可以抵銷部份節目成本，製作人也不用付出昂貴的資本來購買設備。(至於此模式在台灣實行時，要指定用某導播而出現檯底給紅包的情況，在此不必詳談)。

就以此模式來計算，一年之內可以有多少獨立製作人有機會讓自己的節目在電視台播放？假設是一線劇集 (例如晚上七至八時)，

管理模式



每劇一週連播五天，一年有52星期，即一線劇集要260集，兩線劇集時間要520集，三線劇集時間是780小時劇集。假設每一個連續劇平均以40集為一單元，一線劇集時間只需要用6個單元，兩線劇集是12單元，三線是18個單元。又假設每個單元要用九個月完成，而一個獨立製作人只可同時在一年之內兼顧兩個單元，即只有三個製作人可以有節目時間。這樣，獨立製作人也會感受到壓力，如果他們不能維持高水準，以後就失去節目訂單的機會。因此，獨立製作人對每劇集必悉力以赴，務求每年拍出「省招牌」的佳作。另一方面，電視人也符合自己做老闆的華人創業精神。

從電視台管理角度來看，現在電視台減省製作部不少工作人員，而每個時段的節目成本又可以比較準確掌握，因為獨立製作人同意價格後，就算超支亦不能向電視台追討。此外，如果有大量的獨立製作人提供劇本概念和建議書，電視台可作最佳選擇，不理想者可棄之。

實現新管理模式的先決條件

但要實現這種新的電視管理模式，要有幾個先決的重要條件：

(一) 香港要有大量有水準的獨立製作人。美國的成功因有大量的人才資源配合。從前，美國只有三大免費電視網時，有以反壟斷法(anti-trust)精神而設的法例規定，即所謂的節目與財政條例(syn fin rule)，電視台不能100%的節目是自己製作，要保留起碼10%外判給獨立製作人，所以這些電視網的管理模式與香港迥然不同。今天，美國的電視頻道很多，已經不再是三大免費電視網三分天下，這條法規已經取消。

(二) 電視台本身要加強對觀眾口味的了解，即多做觀眾欣賞電視行為的調查研究，主動探索觀眾的口味和趨勢，從而選購合適的節目。在香港電視管理模式來說，是節目主導和製作主導的兩條路線之爭，即節目部釐訂節目政策和選購方針，或是由製作部「泡製」了節目後，才交由節目部安排播出時間。這是節目策略的重要課題。

(三) 電視台設立有效的組織來審核節目建議書，小組成員應當包括了節目部、製作部和廣告部的要員。

(四) 電視台對節目的宣傳方法也要改變，因為舊的自製節目模式，宣傳的方法是不斷製造「煲水」新聞，藉此引起觀眾的興趣，但當採用外判節目後，電視台的宣傳部應配合獨立製作人和演員，特別為攝製中的節目製造高曝光率。據筆者的經驗，電視台的外判劇集，因與獨立製作人之間欠缺全盤有效的宣傳計劃，只在劇集啟播前才召開記者招待會推介，可惜這是沒有「震撼力」的宣傳手法。參照美國的情況來看，也是在劇集開播時才「造勢」，但因美國有很多評論傳媒的專欄作家(media critics)，他們的評論可以把節目推到「叫好又叫座」的盛況。

(五) 電視台與獨立製作人合作的模式，在一些東南亞市場(例如印尼和馬來西亞)和中國大陸，更演變成是合伙分賬(Profit Sharing Partnership)的商業模式，即提供節目的獨立製作人承包某一節目時段，甚至向電視台保障最低的進賬收益，而獨立製作人並設有自己的營業人員來推銷該節目時段內的廣告，這商業模式的利弊和運作方法可另文再談。

2012年免費電視五台爭雄，以上的分析，更值得深入討論。

過去一年我在美國與香港同步的看了差不多所有無綫電視最新劇集，也看了中國的古裝大型電視劇、台灣的民視長壽連續劇《夜市人生》等等，真的為香港電視劇的主題與市場前景擔心。再看美國電視的晚上與日間的電視節目不斷創新，我是希望香港的電視界專業人才，再創新潮流與模式。這個話題，日後有機會拋磚引玉再討論。

明年，香港的免費電視將風雲再起，我熱切期待，看各大電視台的高手如何出招。看官們，欲知後事如何，請聽下回分解。

☞ 劉端裕*

*筆者曾在美國不同大學教授媒體管理學，1994至1998年參與策劃、建立與管理印尼第五家私營電視台。

香港免費電視「世紀之戰」一觸

香港免費電視產業新的三個牌照，如無意外將於2011年10月或稍後由香港特區政府商務及經濟發展局向行政會議提交發牌建議，行會將拍板正式批出牌照。到時候獲得新牌照的三個電視台：電訊盈科、有線電視和城市電訊，加上原來的無綫電視和亞洲電視，一共有五家電視台在本港共存，同時營運。

五台鼎立尚未正式開始，「挖角潮」烽煙已升起

五家免費電視台的出現，毫無疑問是香港54年電視史上破天荒的大事。而廣管局這次聆聽民意、開放公眾大氣電波容納三家運營商，值得肯定。仍記得1978年7月，本港發生「佳視七月大攻勢」，揭起電視史上第一次收視「世紀之戰」，當時戰況之激烈，記憶猶歷歷在目。最後，以佳視閉門而告終。從此無綫電視台稱霸，亞視屈居第二，也虧損至今，老板已換了九次，可惜仍看不到有一絲起色之象。

換言之，如今香港即將有五家免費電視台營運，可以預見市場競爭激烈的程度，將會是空前的罷。而去年(2010年)免費電視廣告市場有71.54億元，收費電視廣告市場有39.80億元。若單以免費電視市場而論，若以年增5%來計算，今年、明年會達75-78億元的龐大市場。如果加入三台，大餅應會相應的增加。到時候看誰的節目好、收視高，誰就有能力分到更多的大餅。不可諱言，五台節目亮出展開競爭之日，應該是千禧「世紀之戰」來臨之時。

不是嗎？這邊廂三個牌照尚未正式發出；那邊已點燃了「王維基銀彈撬無綫猛將」和「李澤楷、王維基挖空六孀」等火頭，看來無綫電視已烽煙四起。而烽煙的背後是：電訊盈科的李澤楷早前已挖掉了無綫電視台綜藝科約30名工作人員，早前無綫電視戲劇組編審張華



標亦率多位編劇投奔黎智英旗下的壹電視。而城市電訊的王維基在過去半年內，已秘密部署約

見無綫電視台創作、製作和藝員各部門的員工。據接近消息人士說，有意或已簽約的編審2位，編劇約20位，監製2位，編導約10多位，另加上部份非一線的藝員。

挖角行動消息一曝光，無綫管理層震驚不已，畢竟是安穩日子過慣了，那麼多年很少發生數十人一聲不響過檔的事件，祇有我解僱人，那有員工主動離去之理。於是管理層在接到對方突然其來的行動之後，馬上進行危機處理。一方面撲火，各部門馬上召集員工，其中以創作和製作為甚，藝員科亦不能置身事外，與員工傾談新合約，各人馬上每月加3-4千元暫安穩軍心，增薪以一年為期，一年後再看形勢變如何，重行定奪。這樣加薪法未免太不漂亮了吧！即是說，一年後無綫電視一哥地位依舊穩如泰山，威脅解除，薪水就會回到原來未加時的水平？但願不至如此，否則一間擁有公共大氣電波的上市公司，應如何向員工和社會大眾交待呢？！

另一方面，無綫各受影響部門的管理層，馬上親自披掛上陣，在自家的節目接受訪問，講述目前的狀況以及如何應變等，企圖穩定軍心，不讓危險擴大。間中還有一些當紅藝員放話，表態不受金錢引誘，繼續留在無綫台效力。可以說，這些突然其來有關挖角的消息在九月份最後兩星期，幾無日無之，熱鬧洋洋。

說實話，無綫電視台造成今日被挖角，予人有可乘之機，自己亦需要好好檢討檢討。數十年來沒有了競爭的對手，龔斷了整個免費電視市場。於是，喪失了創新鬥志，因襲成習，變成了一切以維持現狀保守的大本營，早已為人所詬病。

節目缺乏創意，最為人所詬病。流行文化大眾文化如電視，如果沒有原創意念的節目，將會日久成死水一潭。加上管理層以慳為宗旨，一切能省則省，有心人想做一些不同題材內容的節目，或因製作費大而不容易通過。謀股東最大利潤，做靚一盤數最重要。於是乎形成創作人員沒有精進，得過且過，因循是尚。

員工薪酬與工作不相稱，編導與編劇都是

專業性高的工種。但，在電視台待遇却出奇地偏低，助理編導及新晉編劇人工不足一萬元，而編導與編劇也不過在一、二萬元之間，完全說不上是專業工作的待遇。這也難怪，外面有好機會的話，當然跳槽了。

工作量大，人手缺乏，特別是在助理編導職級，由於工作沉重，所以流失率特高，形成人手不足，一個人要做兩個人的工作。如今天A組通告，工作至第二天通宵，第二天馬上要接B組的工作，沒有時間睡眠，辛苦可想而知。除非外面沒有機會，才會繼續捱下去，否則，擇木而棲自是很正常的了。

編與導待遇與專業極不相稱

無論是創作人才，如編劇與編審，都是用腦一族，本來就不多，雖知創意人材難求，如不善待之，到他們一日離去，也祇有空餘恨矣！沒有意念、沒有故事、沒有劇本，何來節目、何來電視劇？今時今日，衡諸電影界，最有點子、能寫劇本的，都快速地當上了導演，如莊文強、彭浩翔，如葉念琛、郭子健等等，不是最好的例子嗎？！

說到編導即導演是也，他們在拍攝一部劇集的時候，身負重任。他是整個拍攝團隊最核心的力量，用自己專業的能力掌控一部劇集的完成。包括事前協調各部門，拍攝時引導演員，指導攝影機。後期的剪接、合成、聲效等繁瑣的工作，地位與能力不容忽視。

也就是說，編劇與編導兩者都應受到善待，包括尊重與合理的薪酬。無奈多年來電視台都沒有予於重視，他們的付出與回報根本不成比例，起碼不是專業地位的待遇。人才是到用時方恨少的，希望各大電視台的管理層，經歷這次五國(五台)爭霸而引起的「挖角潮」與「反挖角潮」後，能冷靜下來，痛定思痛，往後能善待人才和重視人才，則未嘗不是香港電視產業之福也！

從「挖角潮」看王維基的策略

在媒體曝光之後，王維基除了約見各線藝員外，更是一不做，二不休，直接發SMS與台

前幕後各人，邀請有興趣的人士加盟，報章稱之為「電視茉莉花革命」。此舉也是香港電視史上利用手機等科技平台傳送短訊「請人」的首宗。

2011年9月2日王維基的這則SMS，已講出了創作部班底已簽30多人、製作部20人。這跟實際數字或會有些出入。不過，我寧願相信他提供的是確實人數。因為，往後他仍有很多時間可以請人，而且也不一定是無綫電視目前的員工。從這兩星期媒體沸沸騰騰的報導，最低限度有三個效果：(一)向全港市民宣佈：我王維基說得到做得到，來了，是真格的。而且是免費宣傳，佔據幾天報紙頭條版面。(二)出其不意予無綫電視全方位壓力，包括幕後幕前，一時打無綫電視一個措手不及。當它驚醒，來個回馬槍的時候，也祇能自掏腰包，破財擋災，以加薪留人了。除此之外，也別無他法。(三)搶佔了道德的高地，發出的SMS釋出了：我的出手較闊綽，待遇比你合理。再者，我將拍攝的是高質素劇集，弦外之音不講明白。這一招太厲害了，打得對方啞口無言。

王維基這次「挖角」行動，本來是不露風聲，秘密進行，無奈人多了風聲自然易洩，無綫高層接報馬上部署留人反擊，王維基即備勢高調回應。這次行動尚未結束，看來還會繼續蔓延下去，直到五台開播，以自備節目面對全港市民之日，由觀眾打分之時，高下才能分曉。不過，冷眼旁觀這次挖角行動，歸納以下數點，看王維基的限制。

第一，約見無綫幕前幕後人員行動過早曝光，馬上引起無綫高層的警覺，反制開始，王維基後續約見就有障礙。這也是無可避免的事，因為一些當紅監製不為所動，約見會自然掩蓋不了。

第二，消息曝光之後，有實力的幕後人員被挽留，因為他們也考慮到一家新的公司，前景不明朗，還是留下安穩得多。因此，沒有時間諮詢，也簽了一批沒有戰績和實力的幕後人員，其他人就會卻步不前了。

第三，看離開無綫而簽王維基公司的一些

編審和監製，並不是目前當紅的人物，所以能吸引更多的人過去並不容易。其實，或許應該先邀請一位領軍式的高層由他統合各人過檔，員工的凝聚力就會高些，否則，將來的統合起來打仗就事倍功半了。

第四，所簽的合約生效日期，多為兩個月之後，另一方面當然是考慮正式牌照批下來的時間；另一方面，也未始不是考慮，不必白白多花兩個月的薪水，做生意之道，也未嘗不是正常的做法。不過，如今是非常時期，是否該用非常手段？值得三思。這樣也予無綫有迴旋的餘地，進行反制，稍後有可能隨時發生變化。

第五，王維基的新公司將來實行的不是目前無綫電視台的監製制度，而是目前台灣和國內行的製作人制度。所謂製作人制度，即製作的總負責不是由一位監製承擔。因為根本沒有監製的職位，一切由製作人統領。也就是說，製作人必須負起監製的職責。他必須懂製作的全部細節流程，包括拍攝時演員性格與情節發展的統一，以及整部電視劇的風格等。另外每集與每集之間人物，細節連繫等，都是要微觀的。如果只交由編導負責，那麼每一位編導都必須是功力足以獨當一面的才成。否則就累壞這個製作人了。

王維基自己擔任製作人，好的地方是可以控制每一分錢、每一分鐘的流向。但，拍攝期間的細節掌握，就要花很多的心力與時間了。

當然，以王維基的決心與聰明才智，要掌握這些並不困難。困難的地方是時間而已。當全台上下都在緊繃着神經應付五個台收視硬仗的時候，每一個部門、每一個環節如果發生狀況，他都要去救援，縱使他是鐵人、是三頭六臂，都不容易啊！依筆者看，他的身邊沒有幾位富製作電視劇經驗的左右手，肯定問題多多，困難重重。

再說，各人與王維基所簽的合約，並非城市電訊這間申請免費電視廣播牌照的公司，而是另一間獨立的製作公司。這無疑予人不少疑慮，畢竟它不是一間直接領牌的公司，期間如

果一旦發生甚麼問題？這份合約最終有保障嗎？它的liability又在那裡呢？

將引發五台無日無之的競爭

在目前有線電視產業三位運營商：城市電訊、電盈now和有線電視，以城市電訊較弱。從頻道內容特別是自製節目部份、以家庭覆蓋率部份，城市電訊都比後兩都為低。但王維基本人一向有志於創意產業特別是電視廣播方面。因此，他年前申請競投免費電視廣播牌照。在這之前他更一度投身亞視，希望施展自己的抱負，無奈事與願違，不得不引退。

申請免費電視牌照的三家運營商：

公司	城市電訊	有線電視 (奇妙電視)	電盈(NOW) (香港娛樂 電視)
投資金額	10.52億元 (首6年)	10.07億元 (首6年)	6億元(首3 年)
頻道數目	2條自辦 (共12條)	2條	1條
全港覆蓋率	78%	95%	90%
主打內容	電視劇	娛樂、體育	財經、體育
盈利狀況	盈利	虧損 (2.67億元)	虧損

如今王維基已成為一位免費電視牌照準持有人的身份披掛上陣，有志從實踐中完成自己多年的宿願。祝願他馬到功成，改變免費電視產業多年一台獨撐的局面，引發真正意義的五台競爭。

令人振奮的是他長遠的計劃，一方面向政府租地建廣播製作大樓，將投入6億元，內有多媒體製作中心；另一方面，隨即展開招聘人才的大行動，先招集150人大行動，5年後計劃增至400人。且準備首年製作260小時節目，3至4年後增加到520小時，這無疑是三家運營商中最大規模的行動。王維基也知道電視產業是高投資低回報的行業，也知道創意娛樂產業需要大量人才和設備。他啟動了，並且正在刮起一股「王維基旋風」。

✎ 卓伯棠

香港浸會大學電影學院總監

創意與批判： 媒體通識教學中的難點

原來媒體通識科的老師也要變種成「外星人」啊！這句話，是抱怨？不是。是妄想症？非也。是崇拜？可能有一丁點，就像小孩子仰慕超人一樣。雖然知道可望而不可即，但總算有個可倣效的偶像。

話說，自從08至09年間，香港電台在電視頻道首次播出《我阿媽係外星人》這動畫短片的第一和第二集之後，開始有執教大專院校的通識科老師，從那位不知怎樣，但卻神奇地，最後總是能夠完成各項「不可能家務」的偉大媽媽身上，獲得鼓勵和啟發。這個變種成「外星人」的心願，及其背後的想法，是出自對通識教育發展的批判。反省的過程是針對教學的難點，解難的核心為通識課程目標要求「創意訓練」所帶來的困惑與苦惱。要適切回應「我們該怎樣培養下一代的創意？」之質詢，似乎成了一項「不可能的任務」。

「填鴨一代」何時了？

為應付考試壓力，升學主義風氣下的香港學生，普遍是啃背標準答案的。老師教學上的阻礙，特別是當學生對創造力感到陌生，誤信各種浪漫縹緲的「原創迷思」（myths of originality），而產生虛幻的學習偏見時，應試心態的拉扯便更容易誘導學生退縮為只求高分，不求創新。他們會「現實地」訓練自己對通識題目有好的閱讀理解力，並滿足於答卷時能「巧妙地重覆」專家學者發表的意見。

不少老師自省，雖然短期內，考試技能（包括在試卷上「表現」批判力）的熟練，有助學生漂亮地回答通識考卷常見的發問方式——「你認為怎樣？你的看法呢？」。然而，長遠來說，在真實人生，當學生要真誠面對通識教育的第二問時——「你怎樣得出這想法？你會有不同或新的看法嗎？」，常是啞口無言，垂頭喪氣。

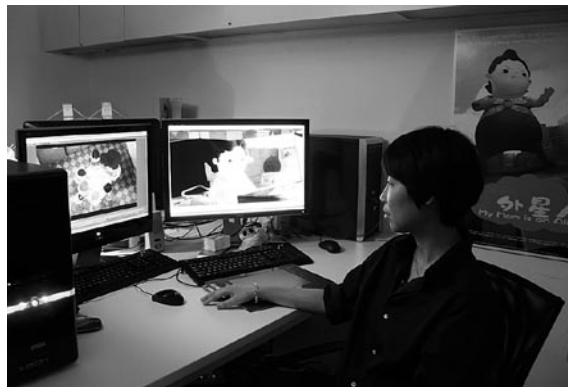
或許，從用心寫好一篇小學作文題目「媽媽生病了」開始，會是不錯的嘗試。要強化通識教育的創意思維部份，加入廣義媒體素養（media literacy）中對創意的探討與批判課程，也是很好的起始點。然而，令人納悶，因

教學時間的不足，一些在校的媒體通識課，卻被窄化成只針對熱門通識考試題目的學習。例如，評價瘦身廣告的意識型態、探討上網成癮、媒體暴力和色情對青少年的影響，與及與社交網站相關的社會效應和身份認同問題。

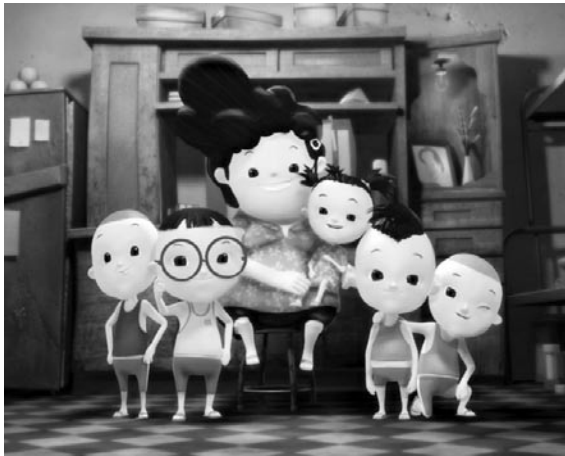
教學上的「偏食現象」是我們往往忘記了通識的4C訓練（溝通Communication、批判Critical Thinking、創意Creativity、加上承擔Commitment）是相輔相成的，部份的總和是大於全部的協同效果（synergistic effect）。批判與創意，是從思想藩籬中釋放出來的一體兩面。缺乏創意訓練基礎的批判學習往往是蒼白無力的「巧妙重覆」。

創意探討，從《我阿媽係外星人》說起

由楊倩玲構思，劉斯傑導演的《我阿媽係外星人》第一集，是港台外判電視節目計劃《8花齊放》的其中一部短片。他們用九個月的時間給「阿媽生病了」的題目，想出了一個既誇張又平凡的五分鐘動畫答案。隨後獲得不少獎項外，兩位創作人及三聯書店的編輯腦筋一轉，2010年還出版了逆向創作同名書《我阿媽係外星人：最強阿媽生活實錄》，把平實的母親故事藍本及「犀飛利阿媽」的動畫靈感放回字裡行間。



這個故事的主角是兒子阿毛和媽媽莫太。從莫太的生病及離世，帶出孩子對母親的看法和多年來的生活記憶。當孩子長大，親身要做「阿媽的日常工作」時，才恍然明白及覺悟，阿媽角色不易做的道理。這並非新橋段，但被欣賞的創意是第一集以幽默畫出了「本土阿



媽」綿乾絮濕的「不可思議」。第二集，對屋村肥師奶阿媽的現象學式素描更細緻，以陪伴香港兒童成長的日本超人卡通文化為脈絡，再一次笑中有淚地譜寫母愛之歌。

劇中的金句，「阿媽唔會病、唔會喊、唔會老」、「佢又會捉甲由」，「淨食隔夜菜都咁肥」，除了透露她可能是外星人的秘密，兼說明偉大的「阿媽是超人，又點會得閒」的道理之餘；「阿媽到底是外星人化身嗎？」的推論過程，本身呈現的，就是孩子天生充滿想像力和好奇的特質。正如愛因斯坦（Albert Einstein）所強調：「想像力比知識更重要」；我們「人嘛，總會忽略身邊最重要的一切」一尤如阿毛感嘆忽略了媽媽的百般好，我們也把自身本有的想像力遺留在童年時代。背誦知識的戳記，比起培養想像力的足印，在小學、中學及大學考試的土壤上，顯得更沉重、更重要。日漸長大，也許我們會漸漸明白和珍惜母親的「不可思議」，但「忽略了的想像力」卻只能夠在電影及動漫那些天馬行空的商品中，以消費者的身份去尋索、欣賞和旁觀。真的是這樣嗎？媒體素養的創造力析義，正要回答這個問題：如何走出被動的消費文化？

插曲：消費電子動態版《清明上河圖》

上海世博會中國館的「鎮館之寶」，會動的百米電子巨幅《清明上河圖》，2011年11月在香港展出期間，吸引了九十多萬人次入場觀看。較之07年，把北京故宮博物院十大「鎮宮

之寶」，張擇端的《清明上河圖》手繪真跡移師香港藝術館展覽，而創下的藝術館歷來最多入場人數紀錄，以「消費人數」相比，明顯有海溪之別。

動態版《清明上河圖》的視覺奇觀消費（consumption of visual spectacles）作為城中熱話，部份通識老師和學生「很自然地／習慣地」二度消費，即上網及剪報收集一些文化評論員及報章專欄作者怎樣回應，「你認為怎樣？你的看法是甚麼呢？」的討論，再以筆記形式組織起該現象是怎樣的中華古典藝術之「活化」、中國國力的展示、科技式的「再創作」、強化安康盛世的媒介再現（representation）和大眾集體觀賞的儀式消費……等批判性的點子。半被動式的文字消費，剛好流水作業般，給不斷湧現的社會現象，快速省力地儲備專題研習和模擬考卷的建議答案。但是，可知道那些所謂「文化達人」怎樣得出這類想法呢？又如何超越他們想法的界限與局限呢？而我們對於動態版《清明上河圖》及其觀賞現象「會有不同或新的看法」嗎？

當我們在「4C脈絡」裡適宜地運用知識及發揮想像力，而不是盲目「收集與背誦」時，通識路上「知、明、悟、通、達」五個層階，才能一步一腳印地拾級而上。在文化保育的承擔主題上，商業電台881的集體懷舊回憶節目《每當變幻時》，曾經提及一個發揮聯想力，去創造親身經驗立體、動態「香港版上河圖」的小建議。上河圖作為清明民俗活動記錄，旁及修禊、廟會、商賈、飲宴和娛樂的百態眾生相，將日常生活景物及繁雜的社會風情，以長卷形式逐一展現眼前。在香港島，假若我們坐在電車上層，由西環、上環、中環、灣仔、鵝頸橋、……靠窗沿途外望，倒也不是一幅徐徐呈現，綿延數里的「庶民生活動態畫」嗎？上環騎單車疾馳送海味的阿伯、的士站旁携名牌手袋玩i-pod的中區白領儷人、灣仔囍帖街的重建工程、唸唸有詞拍打小紙人驅災的婆婆、北角茶餐廳門外邊吸煙邊呷咖啡閒聊的三行技工、殯儀館外送葬的行列……。

「上河圖」把北宋藝術本以帝皇將相作服

務對象，變為以描繪民眾為主的破格精神，作為視藝通識專題來研究的時候，乘電車看香港流動街景的本土「聯想學習」方式，雖是小建議，但放在批判與創意教育實踐的縫合點，仔細想想，很妙。人在電車上，既是「動的」公共生活的參與者，也能「靜心」察看民間華洋雜處的繁榮和熱鬧，也可細想地區之間展示的風俗及行業興衰。人在「動畫」中享悠閒，也被別人觀看，也時而跳出畫外，是抽離思索香港民間生命力的觀眾。相對於急於小步走，用鏡頭濫拍，多於用眼欣賞電子動態版《清明上河圖》的展覽館入場者，會動的「電車畫中人」似乎較易學會批判媒體消費和產生創意。

日常生活的創意：「麥太」和「莫太」、「阿媽」與「阿嬤」

近年冒起，飲譽全球設計圈的泰國，以其慢活文化（slow living）作為創意的根源。因此，有人批評我們缺乏創意基因，是中國人口腔文化惹的禍。借台灣政治大學科管所李仁芳教授的說法，「吃」一口、「品」三口，品味生活的設計素養，在我們喜歡大吃的傳統廣東社會，兼習染了美式速食文化的現代，是病根儲不了肥。

當然，乘電車看城市風光，可品味生活。但是，培養我們創意文化的土壤，不在於「叮叮的」慢，而在於它是本土文化特色。創意思維首要的訓練，就是撇掉以盲目抄襲別人成功方案來批判自己的心態。通識訓練的溝通力，不侷限於語文運用，更要學會與自己的身心、自己的家庭和自己的社會文化溝通及對話。不少第一流的亞洲設計師的成長經驗都告訴我們，假如創意被理解為以實際「行動體現一個新的自己」，那麼共同方向是從「正視自己、反觀自己」的特點，再到「走出自己」，製造異點。（官振萱（2007），《創意亞洲現場：探索十大設計師創意力》）

「吃」的文化，既是我們的根，香港動漫創意人便乾脆抱著麥兜「大難不死，必有鍋粥」的精神「整多兩籠大包」，伙拍媽媽麥太以烹飪節目《紙包雞包紙包雞》爭取台灣金馬

獎、漢城國際動畫節、法國安錫國際動畫電影節等海外獎項。從生活的根本開始，通識學習的起步點和著眼點，也不是達文西（Leonardo da Vinci）的培育或畢卡索（Pablo R. Picasso）的壁畫《格爾尼卡》（Guernica）這類窄義藝術品創作，而是心理學家所謂的日常生活的創意（everyday creativity）（Richards R. (2007) (ed.), *Everyday Creativity and New Views of Human Nature*），生命中一種讓我們生活得更精彩、更快樂的能力。

常歡笑的「外星人」莫太，沒錢買菜，在街市「靠人際溝通，取棵蔥」的片段，如同麥太帶麥兜坐山頂纜車遊馬爾代夫一樣，除了是令人動容的香港草根過活策略，也是充滿女性特質的生活創意寫照。這種「阿媽特質」，對動畫主角兒子阿毛，或作者楊倩玲及整個缺乏資金的創作團隊而言，是一種「再艱苦也要笑給孩子、笑給天看」的態度和母愛。

正如編劇家吳念真所說，同一天空下，日本《佐賀的超級阿嬤》，在台灣由小說熱爆，到搬上大銀幕，輕描淡寫「阿嬤」在腰間綁一根繩子，拖一塊磁鐵，又在河邊撈起從上游市場流下來的菜葉，開心地取得物資養孫兒，印證的不是刻苦的精神，而是「再艱苦，也要讓老天笑出聲音來」的心靈創意。

通識科老師，下次再遇到「不可能的任務」，抱怨自己「唔係超人，又唔得閒」時，不妨變身成「麥太」、「莫太／阿媽」或「阿嬤」，創意地「體現一個新的自己」，讓在考試壓力下的孩子，嘗試從媒體素養的創新領悟中，大聲笑出來。

[-] 葉智仁

香港浸會大學傳理學院傳播系
高級研究助理

網上互動年代漫談特首選舉2.0

二 零零七年的香港特別行政區行政長官選舉，曾蔭權對梁家傑，黑白分明，拳拳到肉，雖然結果毫無驚喜，但有競爭的特首選舉，總比沒有競爭來得好一點。還記得我們到現在還掛在嘴邊的：「我會做好呢份工」與及「有得揀，你至係老闆」這些選舉標語？用詞雖然通俗一點，但配上特首辯論比賽加上傳媒大肆報導，到現在舌劍脣槍的場面還是歷歷在目。

二零一二年行政長官選舉，原本各

人都以為是唐先生的囊中之物，卻殺出一位本來民望不太高的梁先生。比賽還未開始，兩邊陣營已經磨拳擦掌，原來熱身賽早已展開。梁先生苦心經營的部署，也令到他的民望由原本遠遠的落後，在此消彼長的情況下，一度反超前唐先生。除了兩位疑似候選人之外，還有民主黨也會派出的泛民候選人何俊仁，再加上葉劉淑儀女士也說有意競逐。葉太由在二零零三年沙士時候民望掉進谷底，到早前一個香港電台委託香港中文大學做的民調中，在一眾立法會議員的民望僅次於余若薇，這頭黑馬無論她是全心參選特首，或是純粹爭取更多政治本錢，也不能小窺。還要記著有一個時常在大後排攻擊的大後備：范太。

曾特首曾經說過：「民望如浮雲。」既然如此，參選特首何須顧慮太多別人的指指點點，與及傳媒的說三道四？在此說唐梁兩營是否勢均力敵，還是言之尚早，但如果多加兩個疑似候選人，再加上今年小圈子選委會增至一千二百人，要穩操勝券，絕不容易，勝負的落差也可能在百票之內。所以兩陣除了鐵票之外，也需要極力爭取游離的「建制派中間」票，甚至是「不可能」的泛民選委選票。筆者不是政治評論員，不太看得通今年特首選舉的戰情，但既然要爭取游離票，所有功夫也要做足，包括傳統式的集體拜訪、個人面談、接受傳統傳媒的訪問、與及非傳統的網上攻勢等等。

新媒體宣傳的禁忌

在報章上拜讀過一份疑似特首競選政綱的報導，有提及過一些傳統的宣傳攻勢，也有在新媒體上要採用甚麼的方針。筆者在新媒體打滾了幾年，感覺有這樣的鋪排也是不過不失，卻心想這與推銷一般產品或明星有什麼分別？選特首，和選其他領袖一樣，首是要給人君臨天下的感覺（當然只是感覺，因為畢竟還有中央政府在背後，但今次建制派有分歧，所以不容有失），可惜幾位疑似候選人卻在傳媒一而再、再而三的追訪下，儘是左顧而右盼的說著在考慮中、在檢討中、在辭職中，感覺上有點婆婆媽媽，日後如何處理大事？連傳媒朋友也說報導得太多但沒結果，感覺有點膩了。也許正如傳聞所說，這幾位疑似候選人都是「實幹型」，不太會吹噓自己的「長處」，但你看幾年前奧巴馬選美國總統時，眼神如何堅定，說話何等斬釘截鐵，連種族障礙也給衝破，可見一斑。我們的特首選舉不是民選，只是比例代表制，但有些選舉理論，卻應該是大同小異。

另外一點相似的，是政綱。由九七回歸至今，由董特首到曾特首，縱使有政策上的轉變，可惜也有太多舊政策變成了老調，我想全港市民也受不了，也就很自然希望新一屆政府會有新轉變，正如奧巴馬於選舉時說著要“CHANGE”，才能給市民一點希望。市民，也包括了新一屆選出來的選委。現在的特首選委會是小圈子選舉的附屬品，但在無可奈何之下，這也是唯一能給與新一屆特首要許下選舉承諾的小數渠道。

說回網上攻勢，要在網上宣傳自己，除了要製造一種君臨天下的感覺外，也要如網下一樣，異常勤力。網下要事事親力親為，走訪十八區看盡民情，網上亦然。在社交媒體內，會有更大量的網民，希望跟下一任特首作「近距離」接觸，在甚麼也是互動的年代，要做到親力親為，比在網下難上百倍。有市民會在你的社交媒體塗鴉場上，寫上讚美、奉承、諷刺甚至辱罵的字句，怎麼辦？要麼親手回答？不想看的就刪掉？筆者在許多社交媒體的研討會



中，三番四次跟許多企業市務人員說過，要辦好自己企業的社交網頁，首要條件，是勤力，即是不要假手於第三者回覆查詢；第二就是千萬別要刪文，刪文的後果，就是可能會有更多投訴、辱罵的句子會以不同人物、不同形式在不同地方出現，這就如要對抗病毒，卻只懂胡亂使用抗生素，害得病毒變了種，更加難以控制。

在網上宣傳的另一種忌諱，就是無中生有。所以真正的社交活動一定要如實記下，相片、視頻當然不能或缺，但在加以對這些「事實」描述的時候也不容誇大。無中生有的後果就是每每會成為對手甚至傳媒挑剔、攻擊的對象，更甚變成了黑材料的時候，後果是不堪設想的。說著黑材料，有政界的老前輩曾說過，在選舉的時候，高手是永遠不需用黑材料去攻擊低手，避免出現反效果，但另一邊就可能從多方渠道發放消息；所以我們不太驚奇地已經見到這次特首選舉有黑材料漏出來的時候，也是朝著我們的「高手」那邊走。但在網絡年代，誰是劉德華，誰是李嘉欣，我們很多時是無從稽考，所以黑材料是誰放在網路上，有幾多是事實，正如唐先生所說，是極具「娛樂性」的。當然黑材料漏出來後，如何去快速而造成最小傷害的「拆彈」，也是公關界一門高深的學問。但誰是「高手」，誰是「低手」，現在極難定案，政治跟股市一樣，情況時常會逆轉，一天也可能太長。

《窮富翁大作戰——特首編》

上次的特首選舉，梁家傑代表泛民出戰的意義，是要令曾特首無論在口號上、辯論中，也要交出一些承諾，就算最終有否兌現也好，至小也是一場「有競爭的特首選舉」。今次選舉不同的地方是建制派可能最終會有兩個，甚至三個的候選人，泛民代表相對能發聲的機會也小了。但建制派加上建制派還是建制派，要在建制派沒興趣的議題上多加討論，例如言論自由、環境保育、種族歧視等，泛民主派的參與仍然是有一定的作用。只可惜今年泛民主派的內訌，消耗了太多的正能量，在此只能祝願一眾民主戰士，及早要懸崖勒馬，認清目標，

以大眾市民福祉為依歸，努力幫大部份支持民主的市民，爭取多一點權益。

其實要贏出這次的特首選舉，有些基本功還是必先要做好的。勤政愛民，瞻前顧後，有膽識和魅力的領袖，不難會受到市民和下屬的愛戴。當然如今香港貧富懸殊嚴重，仇富情緒日益高漲，所以要平衡各方利益的同時，也要做到賞罰分明，談何容易。但正所謂「食得咸魚抵得渴」，不能將這大眾願意變成選舉政綱時，還是應該三思應否參戰，免得浪費精力；而勝利的一方因為有競爭而開出大量空頭支票，日後卻不能全數兌現時，亦只會令民怨再度升溫。

筆者有一個建議，就是在明年初當特首選舉白熱化時，香港電台應該加演一場《窮富翁大作戰》，讓幾位特首候選人嘗試過着七天低收入家庭生活，體驗民間疾苦。有心人可能會說成是給他們機會「做show」，如上次田二少只捱了兩天兩夜，但亦有個別參賽的中產之後或富二代，因為參加過這節目後，對自身價值觀起了變化，甚至擔起了撲滅貧富懸殊及跨代貧窮等重任！我們熱切期待着《窮富翁大作戰——特首編》播出的一天！



無論如何，作為一個升斗市民，我們還是希望見到今次的特首選舉會在更有競爭的情況下舉行，選出一位會為民請命的特首，雖然這個祈望，似乎越來越遙遠。

【+】方保僑

香港互動市務商會會長 /
香港資訊科技商會會長

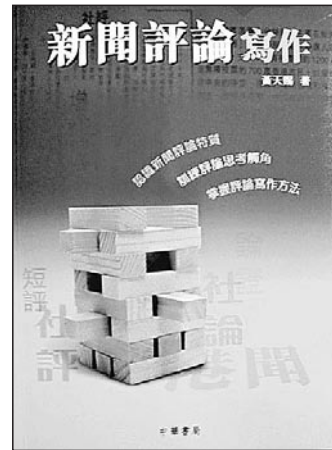
新聞評論靈魂：擺事實・講真話

書名：《新聞評論寫作》

作者：黃天賜

出版社：中華書局

出版日期：2011年



年輕學者黃天賜著《新聞評論著作》，請筆者寫序。閱讀之後，發現本書寫作有特點，特為序加以介紹。

黃天賜寫本書的特點，在於利用工作坊的方式，將新聞事件整理成個案，然後分成主體新聞，加以分析之後進入思考活動，認識新聞的結構，舉出新聞著作的特點，而帶進新聞評論階段。這種分析和構建方法，恰似拆模型遊戲幫助讀者從形體上認識新聞寫作的特點，這比一般抽象、理論上的寫作方式迥異。

作者再以新聞寫作與評論寫作的不同，同樣以拆模型方式列舉個案加以分析思考，從而帶入新聞評論的主體。作者寫作的目的是主要分析新聞評論的項目，其中包括新聞評論的類別，評論觸角及思維訓練、新聞評論的結構及要求、新聞評論的題材與角度、新聞評論的陷阱等方面，結合個案。用同樣立體模型式的分析與構建，細緻分析，簡單明瞭，易解易記。

筆者將以本書第三章評論觸角及思維訓練為例，詳加分析。作者列舉天水圍的社區問題、大埔區校園驗毒試行計劃成效、興建高鐵問題、新高中通識科問題、垃圾堆填區問題、安樂死非刑事化問題等個案，解釋新聞評論中的橫向思維、縱向思維、批判思維等提出評估建議、推論，直到歸納結論，最終解決問題。

筆者更加欣賞的是第四章新聞評論的結構及要求。作者的第三章提及「言之成理、言之有物」的新聞寫作金句，只有留到第四章才加以議述。作者在這四章多處提到「在一篇評論中，論點是全篇的核心，作者以論點為基點，陳述論據，透過論證的發掘，目的就是說服讀者接受他提出的論點。」「要就一件新聞事件發表評論，首先是要做好資料搜集，了解事件的發展及相關資料，再利用第三章解釋的各種思維方式，思考探討問題；從而定出總論點和分論點。」「就事件作出評論，先要對新聞事件的背景進行探究。」「要論點持之有據，言之成理，需要的是支持客觀證據，也就是論據。論據可分為事實性論據和理論性論據兩種。」「事實性論據包括客觀存在的各種具體事物，可以是事實，事例資料和論據；理論性論據則包括規律和常理，包括定律、公理、名言、諺語等。」

上引的幾段作者的論述，可以歸結為兩句話：新聞評論必須擺事實、講道理，只要事實確鑿，道理正確，就是一篇好文章，要作到這一點，決不是易事，這裡需要新聞工作者多年的修練、積累豐富知識、廣受各方各面資料，再加上個人持平公正觀點，還得敢言敢說，心中不平則鳴，代抱不平，要具備這些功力，決不是偶然的。

當今之世，持平、中肯、客觀、獨立的新聞評論家，寥寥可數，見一個少一個，說是道德敗壞，世風日下，也未嘗不可。說是商業化社會、物質利益決定一切，金錢能使鬼推磨，也確是事實。要找幾個堅持新聞操守、事實報導，公正評論的新聞工作者，已是鳳毛麟角了。回想當年筆者擔任編輯主任招聘新聞工作人員時，初見面筆者就問他：你想發達或是成名？他如果回答人生還不是謀三餐，養妻育兒。我馬上就不錄用。當年要求一個新聞工作者要有抱負和奉獻，甘願為新聞事業而犧牲，還可以招來三幾個好手，充實崗位。今日以這種態度對待新進員工，不當你愚蠢那才怪呢！

筆者看到一些所謂新聞評論員很是可憐。他們文筆華麗，風彩絢爛，煌煌巨論，但不是一邊倒的歌功頌德，捧得天上有地下無；否則就是攻其一點不論其餘，把你全身打倒了還要推倒在地，狠狠踏上一腳。你說事實，他誹謗捏造、吹捧拍馬屁，有時甚至拍到馬荔枝；你說講理，他蠻不講理；你說憑良心，他同你比狗肺。在他的筆下憑他一己之念，可以違背良知，多邪惡就多邪惡，也可以多華麗就多華麗。人啊，怎麼墮落到如此地步！

黃天賜這部新著，是供新聞學生和初入門的新聞評論作者學習的，書中採用的實證個案不少，主要以個案闡述新聞寫作的問題，無法在理論上盡述有關新聞評論寫作的諸多問題，這是可以理解的。筆者乘機在介紹這本書時，試從新聞評論寫作的理論上多說幾句。

所謂評論，即是議論閱理的文章，即一般所說的論文或論說文，它與其他紀述事實的文章，如新聞寫作，或通過形象反映現實的文藝作品不同，它比較概括抽象，主要通過對客觀事實的分析、發議論、講道理、直接表達作者的意見和主張，必須從道理上去說服讀者。而新聞評論是專門就每日發生的新鮮事實或事件立論，新聞性很強，時間性很強，如報刊的社論或社評，評論是文章、短評、編者按語、專欄評論、新聞分析等的總稱。

因此，新聞評論除上述應具備的兩大核心

內容，即提事實、講真話之外，還必須在開始立篇時，打下幾個調查研究的基礎，始能為全文構建堅實、牢固、鮮明、生動的文彩：

首先，作者平時涉獵要廣泛，無論文史政治、經濟科學，都能樣樣通識、還須博聞廣記。平時積累筆記、稿錄、分析、論斷，在議論過程中隨手撿來，融入論文，水到渠成，倚馬可待，成就佳篇。

其次，作者要心胸廣大、虛懷若谷，博採眾議，拓以評比，集思廣益，多謀善斷，才能表達真知灼見，不致人云亦云，落入俗套，不鳴即已，一鳴驚人。

其三，作者要有大視野，有新思維，掌握世界局勢，不拘於地方或局部利益，站得高看得遠、遠瞻高矚，絕不是小器小識，這樣寫出來的文章，見識遠調，主見高崇，立論持平，容易為廣大讀者信服。

其四，有了上述的心懷，才能辨識何者是事實、何者為虛假、黑白真假分明，就不會把造謠生非爛言入文，也不會把誹謗構陷當作事實，被誤導走向歪論假議，實事求是，是評論第一要義。

其五，有了上述的心懷，才能說出真話，不致昧著良心指鹿為馬，朝三暮四，黑白不明。不要以為，一個人說真話是本能，或天生而成，要說就說，這是錯誤的。說真話的人是有道行的精英，他不知苦練多少晝夜，深讀多少歲月的書，才能修練正果，成為出口成章，倚馬可待，成為一個公平正直、獨立客觀，持平守則的傑出新聞評論員。

當然，一樣米養百樣人。人各有志，他願意做鬼做獸，那是他的自由。像黃天賜這樣年輕新聞系老師，願意在他的課堂和著作上教青年新聞工作者擺事實、講道理，在空谷沙漠上還在吶喊聲音，已是難能可貴。

【+】王友金
中國法律專家

從老年癡呆症「正名」爭議看媒體

香港人口老化日趨嚴重。據報道，本港三十年後，老年癡呆症（腦退化症）患者估計會由現時的七萬人激增至二十萬人。有關老年癡呆症問題不僅僅二十萬患者本身，同時涉及到其家人和醫療系統，問題不容忽視。

高錕教授患上老人癡呆症，引起社會關注老年癡呆症。據香港中文大學發表一項調查指出，一半受訪者認為癡呆症的名字帶有歧視。引述報道指出，賽馬會耆智園為了希望消除公眾對癡呆症的誤解和成見，便發起「正名」比賽。評審結果於2010年10月29日公布，選出「腦退化症」這名稱，同時指出「腦退化症」可以更正面反映病徵。據報道指出：「賽馬會耆智園表示，18個團體會於11月中開會討論，初步相信會跟隨「正名」。」18個機構，包括衛生署、醫管局和平機會等，其將採用「腦退化症」為新名詞。

媒介專業Vs群眾意志

但筆者查閱政府新聞公報，當天並沒有「正名」的資料或公報。但有一篇題為〈天氣寒冷市民應注意健康〉的政府新聞公報，其於2011年1月27日發出。該公報有關衛生署提醒長者和長期病患者注意天氣寒冷。但公報提到：「高血壓、糖尿病及其他慢性疾病如腦退化症（前稱『老年癡呆症』）、骨折、柏金遜病和中風亦可影響保暖能力。」可見政府當時似乎認同腦退化症的名稱。

至於報章媒體方面，於2010年10月30日（即公布「正名」見報日）至2011年6月13日，同期有關使用癡呆症、老人癡呆症或老年癡呆症合計289篇，其佔總編目比率26.29%；腦退化症使用報道合計865篇，其佔總編目比率78.70%；兩者同時使用合計55篇，其佔總編目比率5%。但對比上一年度同期，即2009年10月30日至2010年6月13日，有關使用癡呆症、老人癡呆症或老年癡呆症合計911篇，其佔總編目比率98.59%；腦退化症使用報道合計10篇，其佔總編目比率1.08%；兩者同時使用合計3篇，其佔總編目比率0.32%。可見，媒體於「正名」以後，十分認同新名詞。

但是到了2010年11月25日，有關「正名」的議題出現爭議。香港老年精神科學會發表聲明指出，約三分之一癡呆症患者是因中風引起，而非腦部退化，故要求暫緩改名行動。聲明又表示，醫學界的《精神疾病診斷與手冊第五版》將於兩年內推出，要求各界待手冊出版後再諮詢。但負責「正名」比賽的耆智園，其總監郭志銳教授指出：「中風其實是由血管阻塞引起退化，某程度上算是血管退化致腦部退化，亦可作退化病。」

其後，立法會議員梁國雄於2011年2月23日就「正名」提出質詢。食物及衛生局局長周一嶽回應，腦部退化不能完全反映老年癡呆症的症狀，因此未有計劃採用「腦退化症」一詞。

翌日，部分報章媒體報道了有關周局長的回應，同時報道了政府不採納「腦退化症」為醫學上的正式名稱的立場。如《成報》以〈醫局無意採「腦退化症」名稱〉為題作出報道，《東方日報》亦見報道，題為〈癡呆症命名仲未傾掂數〉，《太陽報》則見〈政府轉軚棄用腦退化症〉一文，還有《香港經濟日報》的〈癡呆症改名「腦退化症」減誤解〉，另見《明報》的相關報道。自當天以後，媒體對政府重新「正名」的立場似乎未見「重視」。

報章於2011年2月24日（即公布重新「正名」後見報日）至2011年6月13日，同期的有關使用癡呆症、老人癡呆症或老年癡呆症合計134篇，其佔總編目比率31.5%；腦退化症使用報道合計291篇，其佔總編目比率68.47%；兩者同時使用合計21篇，其佔總編目比率4.9%。對比2010年10月30日至2011年2月23日，有關使用癡呆症、老人癡呆症或老年癡呆症合計155篇，其佔總編目比率24.8%；腦退化症使用報道合計510篇，其佔總編目比率81.6%；兩者同時使用合計40篇，其佔總編目比率6.4%。可見，媒體自病症重新「正名」以後，使用腦退化症的比率尚見下降，但總比率仍達近七成，看來報章不改對新名詞的接受取態。

專業性？

使用腦退化症的非記者署名文章統計(2011年2月24日-2011年6月13日)

類別	篇數
醫生	7
教授	4
專家	5
專欄作家	49
政府(醫管局文章)	1

有關2011年2月24日至2011年6月13日使用腦退化症的報道，反映著甚麼現象？本文擬從報道人身份說明。首先是同期使用腦退化症的記者報道共291篇，其255篇為新聞報道，本文認為可算作反映報章、編輯和記者對「正名」的取態。至於其餘66篇，則為非記者署名文章。這些文章可以分成五大類，分別是醫生、大學教授、相關醫療專家(如營養師和語言師等)、專欄作家和政府。醫生為7篇、大學教授為4篇、相關醫療專家5篇、專欄作家49篇。有趣者是醫管局也有一篇。醫管局文章刊載於《成報》，該文於2011年3月8日刊出，題為〈虛擬現實治療腦損傷〉，文章署名為醫管局，其文提到：「腦損傷患者，如腦中風、腦退化症、腦創傷等，除了需要生理康復外，認知、感知和心理的康復亦十分重要。」

至於同時使用癡呆症和腦退化症的報道，當中可分類三類，一是以腦退化症為主，但附註老人癡呆症；二是癡呆症為主，附註腦退化症；最後一類則是以討論及報道爭議者。當中則以癡呆症為主者最多，約9篇。

有關討論及報道爭議者，其中不計2月24日報道立會提問報道外，其中有兩篇直接探討及報道有關癡呆症和腦退化症的爭議。第一篇是《新報》報道，其於2011年5月5日題為〈「腦退化症」代替「老年癡呆症」？〉。該報道訪問了精神科醫生曾繁光，該報道表示：「精神科醫生曾繁光表示，雖然最近有醫學組織將老年癡呆症稱為腦退化症，但醫學界認為老年癡呆症這個名稱才符合臨床要求，所以醫學界只有老年癡呆症，而沒有腦退化症。」

另外一篇則見諸於《明報》。《明報》總編輯張健波其於5月20日在手記中說明該報對使用腦退化症和老人癡呆症的立場。文章指出，有關癡呆長者申代管財產增的新聞中，記者以「癡呆症(部分醫學界稱「腦退化症」)」的表述方式處理該病症的名稱。同時以醫學角度說明因由，故文尾說明：「基於此，當我們的報道談到醫學專用名詞時，我們沿用「老年癡呆症」；在其他情況，則用「腦退化症」。」從筆者參考資料可見，《明報》是唯一一份報章說

明相關立場的報章，亦可見其對名稱處理，態度十分專業認真。

事件的最新發展，則見諸名為「關注癡呆症聯席」的團體，該團體由十個醫學及長者團體組成，其則於6月26日建議把癡呆症「正名」為「認知障礙症」。如果「認知障礙症」是最好的選擇，那麼過去一年，報章是否選擇了一個爭議大、但又不是最理想的名稱？如果政府去年10月時「正名」草率，報章媒介的選擇又是否草率？客觀專業從何說起？

「正名」爭議判斷的理據

英國牛津大學學者Henrik ornebring指出，專業(professionalization)包括三個重要內涵，分別是知識(Knowledge)、組織(Organizational)和自主(Autonomy)。知識當然意指專業領域的學識；組織則是擁有共同專業知識的人士的共同組織，以分享、交流和爭取界別利益；至於自主，亦是最重要的一環，其包括可以自由判斷和行使專業的權力，但同時受制專業道德和以公眾利益為依歸的專業態度。因此，作為專業領域中的精英，其判斷應該受到重視，因為他們的判斷不是簡單的自由意志的結果。記者和醫生，作為專業之一，他們享有自主權，但前提是我們同時肩負起以專業知識、專業道德、客觀求真和公眾利益為根本的社會責任。

在這次「正名」爭議，無論是腦退化症或老年癡呆症，本文認為其判斷的理據應該從專業醫學角度立論。但專業醫學界別本身對「正名」仍未有共識，我們是否應該馬上以善惡方式為「正名」立論？但從報道數字理解，媒介似乎站在大眾意志一方，傾向選擇腦退化症作為專用名稱。到底專業與群眾意志，我們應該如何抉擇？公眾利益是否就是簡單的群眾意志？或者，至少我們需要以認真、客觀的態度思考，為各自取態提供一個嚴謹的註腳。

林援森

香港樹仁大學新聞與傳播學系高級講師

Why has Hong Kong people's "taste" for

What kinds of business, economic and financial news do Hong Kong people consume? Why has Hong Kong people's "taste" for business news changed over the past two years?

A research done in September 2011 shows that China business and financial news (not corporate news) ranks top on the list, followed by corporate news, international news and property and construction news. The survey was conducted between Sept 16 and 18, 2011, counting the number of items of business news in 10 newspapers over a 3-day period.

As compared to a similar research done in early September 2009, the following salient points are revealed. Major findings:

1. News about China business and finance (not local corporate news) becomes the most popular.
2. Corporate news falls to second place.
3. International business news jumps from the fifth place to third.
4. Property market and construction news falls to the 4th place from second.
5. Retail and advertising news surges from 10th place to 6th.

A brief analysis

Business news is about companies, stock performances and business people and it seems that corporate news should remain the most popular among Hong Kong people. Why has it fallen to second place in 2011 then? Well, the answer is on the walls. As the mainland's economy grows, Beijing's ties with Hong Kong have tightened. Also, China's role in the world economic scene has strengthened this year, so has the coverage of mainland news. Hence, it should surprise few people that China business news tops the chart.

Like the rapid rise of China news, international

business news also surges to the 3rd position from 5th two years ago. Every day we are flooded with news about a possible recession in the US and more debt crises in the Euro zone. In late September, the world stock markets fell like a stone, raising fear of another financial tsunami.

As Hong Kong's property market has cooled down somewhat due to Beijing's toughened rules on housing speculation (which means the flow of hot money from the mainland to Hong Kong has slowed), property news has dropped to 4th place from second in 2009.

The rise in China and international business news has pushed stock market stories down to the 5th place this year from 3rd in 2009. In the same vein, banking news and local economic news have dropped to 9th and 10th places, respectively, from 7th and 9th two years ago.

A big surprise in this survey is the rise in retail and advertising stories' coverage. It surprises many people that retail and advertising stories climb from the 10th place in 2009 to the 6th in September 2011. Perhaps one explanation is an increase in the coverage of foodstuff prices, which continue to rise incessantly.

In September 2011, Hong Kong newspapers were splashed with "dim sum" (renminbi) bond issues, China's rising inflation, President Obama's job-creation plan and numerous initial public offering stories.

Business news' latest 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 1st (193 pieces

Types of business news	Corporate news	Property & construction	Stock market	China business & finance	International news	Bonds, Option Derivatives	Banking
2011 Ranking	2	4	5	1	3	7	9
2009 Ranking	1	2	3	4	5	6	7

Types of business news	Commodities (gold etc)	Economic policy & statistics	Retail and advertising	Trade and industry	High tech	Transportation	others
2011 Ranking	11	10	6	8	12	13	
2009 Ranking	8	9	10	11	12	13	

Types of business news consumed and rankings: (2011 vs 2009)

Note 1: The British Press reported on October 18, 2010 that Neil Collins, a financial journalist at Reuters Breakingviews, has resigned after it was discovered that he had written about companies in which he held shares and made trades shortly afterwards.

business news changed?

compared to China business news' 180 items and corporate news' 163). Nevertheless, the finding shouldn't shock anyone as we know Hong Kong people love to gamble in the stock market and they'd love to read about recommendations of stocks by analysts or pseudo-analysts. There is a trend. 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 the companies they recommend. We need to be seen to be impartial. (see Note 1)

If we had included commentaries in the ranking, they would have occupied the second place in 2009. The development that we have observed is the continuing growth of "gossip columns" in local newspapers. Business news, as we all know, performs the functions of informing, educating and enlightening the public. But now business news also starts to "entertain" readers, very much like newspapers' "bagua" entertainment sections. We see nothing wrong with this development. In fact, business news shouldn't always be technical and hard to read. Business news not only covers companies and markets. It should also tell stories about people and how they invest their money; and the writing styles can be lively and creative. Of course, gossips are fine as long as they are supported by facts. Reporters and columnists are well advised not to spread rumors.

Business journalists should be ethical

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. (see Note 2) It is very hard to be objective when one's life savings are at stake. To avoid this predicament and consequent embarrassment, newspaper companies should set strict rules to ban business journalists from buying stocks of companies in their beat.

Development since 2009

Since 2009, we have seen business publications launch and fold. Five business magazines have folded. They are "Hong Kong Business", "CFO (Chief Financial Officer) Asia and CFO China", "The Far Eastern Economic Review" and

"Power". A new business magazine called "Investor" was launched in 2010. A free newspaper, "Headline Daily", has launched a section in August 2011 called Headline Business Daily, the editor of which is a veteran journalist Alice Kwok.

Richard Li's new "baby", a financial newswire called "Cai", was born in 2009. Unfortunately, "Cai" faded out of the market in mid-2011.

In its stead, Richard Li founded "EJinsight.com" in 2011, which focuses on China economic and financial news. Investment bankers, brokers and fund managers in New York or London before the markets open read news and analysis about Asian countries (including China) and companies mainly from Bloomberg, Reuters, Dow Jones, AP and AFP. "EJinsight.com" can provide authoritative coverage and analysis of Chinese companies and economies in the Greater China region.

This is great news for aspiring business journalists who can write in Chinese and English. Headed by Chan King-cheung and Chris Yeung, sky is the limit for "EJinsight.com". The prospects of "EJinsight.com" can be summed up in the lyrics of Elton John's "Skyline Pigeon":

*For just a Skyline Pigeon
Dreaming of the open
Waiting for the day
He can spread his wings
And fly away again*

In business news education, its development has seen leaps and bounds in the past two years. Hong Kong Baptist University was the first in Hong Kong to launch a master's program in business journalism, in autumn, 2009. And it will also be the first government-funded university to start a new undergraduate major in financial journalism, in September 2012. Hang Seng College launched a journalism program focusing on business news in September 2011.

In the field of business journalism, there is always exciting news.

Victor Keung FUNG

Director of the MA in international (and business and financial) journalism program,
Hong Kong Baptist University

Note 2: The Jakarta Post reported on Feb 12, 2010 that the Indonesian Press Council has found three out of four journalists accused of violating the Journalists' Code of Ethics guilty of using their position to obtain shares of state-owned steel firm PT Krakatau Steel during its initial public offering (IPO). The newspaper quoted the Press Council chairman, saying: "Their actions could create conflicts of interest because, as journalists covering the Indonesian Stock Exchange, they attempted to engage in stock trading for their own personal benefit, which is against Article 6 of the Journalists' Code of Ethics."

9月傳媒記事簿

政府空降政務官任廣播處長 記協會面警務處長圖改善關係

經過八個月公開招聘，政府結果卻宣佈由勞工及福利局副秘書長鄧忍光出任廣播處長。雖然港府消息指，此任命只是過渡性質，主要為署理副廣播處長戴健文鋪路，安排他將來升任處長一職，但此舉令員工十分不滿，除了穿黑衣表示不滿外，由公民黨發起，民間電台、社民連、民主黨、撐港台運動及香港人權監察亦有派代表出席一個「保衛港台手拉手行動」，大部份出席人士身穿黑衣，表示港台在政務官鄧忍光掌管下，正式進入黑暗年代。立法會資訊科技及廣播事務委員會討論此事時，商務及經濟發展局常任秘書長謝曼怡強調，不會將政務主任出任廣播處長常規化。



香港記者協會與香港攝記協會代表，九月初與警務處長曾偉雄會面，討論副總理李克強訪港期間的採訪及保安安排。記協即場播放了now新聞台記者被警員阻撓採訪片段，又向警方提出了十九個在李克強訪港期間，警方阻撓採訪的個案。記協主席麥燕庭會後指感受到曾偉雄有誠意聽取意見，他願意加強與傳媒溝通，又強調不容許警員阻礙記者採訪。

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

陳志雲案律政司提上訴 新免費電視台掀挖角大戰

全城矚目的電視廣播總經理陳志雲涉嫌貪污案在九月初宣判，三名被告全部脫罪。原審法官指陳志雲以「名人」及「藝人」身份出席節目及收取報酬，與他職務是「風馬牛不相

及」，沒有損害無綫的商業利益，於是判三人當庭釋放，並由律政署承擔其中二人的訴訟費；但律政司隨後決定就陳叢二人涉



及的三項貪污罪名提出上訴，將案件發還「重新審訊」，律政司並認為原審法官誤解《防止賄賂條例》第9條中「與主事人業務有關」的法律涵義，而有關錯誤足以推翻無罪的裁決。

三間新的免費電視台牌照雖未正式公佈，但有關機構已積極籌備，其中城市電訊主席王維基在月底一個公開活動時承認，已撬走無綫一些製作王牌劇集如《宮心計》、《巾幗梟雄》等逾50名幕後製作人才，又透露計劃以每集100萬元的成本拍劇，高出無綫的製作費一倍。王又表示最快下月可宣佈開台，但仍未為電視台改名。新台將重點製作電視劇，首年以製作260小時劇集為目標，其後將增至一年製作520小時劇集，可以預期將勢展開新一輪電視大戰。

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

亞視新聞高層離職事件引關注 傳媒擔心新聞部內地化

亞視誤報江澤民死訊後，輿論開始關注新聞部高級副總裁梁家榮離職一事，九月初傳出梁家榮及副總裁譚衛兒先後請辭，令亞視新聞部愁雲慘霧，後來澄清譚只是放假，但梁對辭職的交代卻引起一些漣漪。梁家榮起初向亞視新聞部同事交代離職原因時，指是因為「阻不到這（江澤民）新聞出」為由請辭，但兩星期後在立法會解畫時，卻將事件攬上身，改口稱誤信「消息人士」才會報道江的死訊，卻否認新聞部受壓，強調在「拍板出街那刻，相信消息是真的」。但亦有報道指梁離職另一導火線

與管理層構思把殷莉主持的贊助節目以節錄形式混入新聞節目中播出，遭新聞部極力反對，指為「有償新聞」，質疑公司以新聞部作生財工具有關。



梁離職後，亞視立即委任內地中國人民大學新聞系畢業的劉瀾昌接替主管位置，成為首位有內地背景人士出掌香港主要電視台；報章盛傳，新主管背後還有一名內地報壇奇人，以顧問形式協助劉瀾昌。亞視管理層實現港人台前掛名、內地人幕後話事，本地傳媒擔心亞視新聞部門亦開始內地化。亞視新聞部疑被干預事件也引起國際關注，連英國廣播公司（BBC）也有報道梁辭職事件。至於亞視執行董事盛品儒則回應，指幾位高層人士都並非梁口中的消息人士。輿論希望廣管局的調查探知究竟，令公眾明白亞視風波的真相。

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

免費報章《爽報》面世惹批評 新聞自由度創七年新低

壹傳媒旗下免費報章《爽報》九月下旬面世，首日發行達80萬份。壹傳媒發行目標是100萬份，《爽報》特色是配合手機提供畫面，與其他免費報章分庭抗禮。《爽報》來勢



洶洶，其他免費報章嚴陣以待，有大賣廣告的，有加強內容的，傳統收費報章像《東方日報》及《太陽報》

則宣佈減價1元及2元。但《爽報》甫面世即遇到數十個團體反對，主要來自教育、家長團體對其內容口誅筆伐，有學校甚至禁止同學將報紙帶回校。目前免費報章發行量已升至近三百萬，有港人閱報習慣的調查發現，約六成半受訪者有領取免費報的習慣，半成人會領取一至兩份，約兩成人會領取三份或以上；不過，收費報的閱讀人數暫未受影響，有六成受訪者仍有看收費報的習慣，三分二的免費報讀者會同時閱讀收費報。

香港大學民意研究計劃在9月5至10日以隨機抽樣方式，成功訪問1,038名香港市民。結果發現，市民對新聞自由的滿意度明顯下跌，平均評分只有3.4分，比五個月前下跌0.4分，是04年11月以來最低。而對新聞自由感到滿意的比率，由4月份同類調查的67.5%下降至58.2%。

香港中文大學傳播研究中心亦訪問了663名市民，結果發現九成市民認為新聞自由對香港重要，不足一成受訪者認為是「一般」或「不重要」，可見新聞自由依舊是港人的核心價值。但調查同時發現市民認為香港的新聞自由正在收窄。雖然有五成市民指香港新聞自由足夠，但與去年同期相比，認為足夠的比率大跌一成；調查又發現高達四成四受訪者認為政府「空降」政務官出任廣播處長會影響香港電台的編輯自主；至於李克強訪港期間，政府以「鱔片」取代傳媒採訪的做法，近六成市民認為不恰當；亞視前新聞部高級副總裁梁家榮早前指未能阻止「江澤民死訊」報道出街，更有逾七成市民指事件反映亞視新聞部的編輯自主受到干擾，而亞視涉嫌在財經節目中播放有廣告成份的內容，亦有近半受訪者不贊成有關做法。總結上述事件，近七成市民覺得香港新聞自由正受到威脅，認為沒有威脅的只有一成多。

【+】 梁麗娟
傳媒評論員

HARNESSING THE SOCIAL MEDIA

As the simultaneous TV and Internet device usage continues to be increasingly ubiquitous, opportunities abound for broadcasters and content producers to create companion content and services as they look to enhance engagement with today's fragmented audiences. With social media becomes ever more intricately intertwined with broadcast media, it is a powerful ally that broadcasters will find virtually impossible to ignore.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2011

WORKING WITH H.264 MADE EASY

With the HD format firmly entrenched in today's production workflow, one of the challenges is finding the right tools that would work with the format. H.264 is a standard for video compression, which is reputedly one of the most frequently used formats for the recording, compression and distribution of HD video.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2011

UNCOMMON ALLIES

TV content providers are moving with the times to engage an increasingly fragmented audience, through adopting multi-platform technologies. Today's content business has made TV and other various media dependent rather than independent. Some industry observers foresee that this trend of allegiance will be increasingly pronounced in the near future.

TELEVISION ASIA PLUS

October 2011

CREATIVE JOURNEY – DIGITAL'S SECOND COMING

Integration is no longer enough. It is time to put digital at the centre of marketing communications. The basics haven't changed, just the ways in which we communicate. This article features some Asian creative thinking at a time when the region is making its mark felt firmly across the globe.

CAMPAIGN ASIA

September 2011

TURNING MOBILE DREAMS INTO REALITY

Broadcasters have been calling mobile DTV transmissions based on the ATSC A/153 standard the future of both mobile video and over-the-air broadcasting for some time now. But recent developments will play a key role in turning that vision into reality.

BROADCASTING & CABLE

July 18, 2011

WHAT THE FUTURE WILL BRING

One of the most significant developments in distribution is the rise of non-standard video platforms such as Netflix, Google, Apple, LoveFilm and the many on-demand services launched off the back of established broadcaster brands. The developments in distribution are providing both opportunities and challenges for everyone in the industry.

BROADCAST

September 16, 2011