

目錄 Contents  
08 | 2012

- 奧運・免費電視牌掀起各台角逐 / 李茜 p. 2-3
- 公眾觀看奧運轉播 — 權利與保障? / 甄美玲 p. 4-6
- 立法會選舉票站調查最新發展 / 鍾庭耀 p. 7-9
- Exit Polling in the 21st Century: A Perspective from the USA /  
Michael W. Traugott, Paul J. Lavrakas, Trevor N. Tompson p. 10-11
- 香港財經新聞記者專業培養與實踐 / 馮強 p. 12-13
- 中央電視臺英語新聞頻道定位解析 / 黃鸞、宋昭勛 p. 14-15
- 2012年亞洲傳媒峰會 — 後記與反省 /  
陳啟昌、李仁傑、馬克菲、李雅欣、阮大可 p. 16-17
- 七月傳媒記事簿 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

# 奧運·免費電視牌掀起各台角逐

政府 2009 年透露接受新一輪免費電視牌照申請後，有三家表示有興趣：有線寬頻的奇妙電視、電訊盈科的香港電視娛樂和城市電訊。三家公司未獲政府發牌之際，一場電視龍爭虎鬥戰已告展開。先是兩間免費電視台無綫和亞視就發牌一事反應強烈。亞視率先向行政長官及行政會議提出反對發牌，反對被駁回後再入稟法院要求司法覆核獲駁回。無綫認為新發牌對免費電視不公，質疑政府在考慮發牌事宜上是否公允，不排除會訴諸法律。

發牌事件未能落實，以 1 億 2 千 4 百萬購得獨家播映權的有線電視，未能如期在奧運開幕前取得免費牌照，令它簽約時承諾會安排至少 200 小時節目在免費電視頻道播放有難度，幾經轉折，才跟兩間免費台達成協議。

今次因奧運轉播事宜而揭示的問題不少，首先電視市場無永遠的敵人，只要有共同利益，便可結為戰略性伙伴，無綫與亞視先前所訂的協議便是一例。有線在奧運臨近開鑼之際積極向亞視提出合作條件，同樣為了億多元的獨家播映權不會因無法兌現在免費台播映而告吹。作為收費電視，有線艱苦經營了十多年，好不容易近年才達至收支平衡。今次有線擲 1 億 2 千多萬元購得奧運播映權，可謂傾盡家財，然而寄望免費牌會批出，可以回本，卻事與願違。



## 電視台經營策略

從三家電視台如何拆解今次奧運轉播前的風波，多少看出各台的經營策略。有線電視的主打節目是新聞和體育，今次投得四年才一次的奧運盛事的獨家播映權，從投資角度看，是押上重注，加上免費牌暫時無望，因而向兩家免費台開出的條件可謂「盡地一煲」，算到盡。在商言商，有線此舉無可厚非，但條款要兩免費台不單購入賽事節目，連帶有線的描述方式也包括在內，變相把有線的觀點與角度強

加於兩台身上。作為媒體，那是失去了主導權。主導權一旦失去，衍生的問題不少。

首先是播前的審查問題。電視台有自己的審片部門，一般由節目部的 Standards and Practices 負責，確保節目內容符合廣播守則才播出。如果兩台發現內容有問題，有權改動有線的片段嗎？要是直播期間出了問題，責任算在誰的頭上？無綫和亞視可否把責任推在有線身上？借出平台給友台做 show 還有一個問題：兩台皆失去自己的身份，那是變相使無綫與亞視成為如假包換的有線台。

兩台認為難以接受的還有一併播出有線所接的廣告。這協議沒提及支付有線版權費，料是以兩台的廣告時間作為交換。雖然有線承諾預留空間給兩台投放廣告，但條件未能吸引兩台之一的無綫。廣告收入是兩台的主要收入來源，無綫 2011 年的營業額是 52 億，其中免費電視頻道（翡翠台、明珠台、高清翡翠台、J2 台及互動新聞台）的廣告收益是 28 億 5 千 8 百萬，接近營業額的一半。無綫的免費電視廣告收益過去每年幾乎都有增長。

以過去 10 多年來香港的免費電視廣告市場維持在 30 億左右的收益計算，無綫免費電視這平台多年來吸納了市場八至九成的收益，每月平均有 2 億進賬。有線作為收費台，廣告收益無法與無綫相比，要 1 億多元的播映權回本，自然要在無綫身上打主意。如今協議有變，改為兩免費台繳付一筆版權費以換取 200 小時的播映權，能否有效抵銷部份有線今次這筆大投入，及會否影響廣告商與有線的協議呢？

## 亞視難以威脅無綫

亞視在今次事件的回應則是多角度多嘗試，不排除任何合作形式。以亞視的客觀情況，有得播總好過無，畢竟這是保證有收視的節目，用國際台為平台原本是權宜之計。香港兩台的英文頻道觀眾有限，國際台佔英語受眾市場只是兩成，轉播奧運有望短期內提高國際台的收視。何況，這大半年來本港台打造了一些節目頗受到觀眾歡迎，如因轉播奧運而暫停

或調動這些節目，會使先前艱苦得來的成果化整為零。可惜亞視如單方面與有線協議，與無綫所簽的協議會有抵觸。如今無綫承諾會與亞視共同製作今次 200 小時在免費台的播映，具體會如何合作？就亞視近日一連串慶祝香港回歸與開台 55 週年的大型節目來看，處理大型活動和賽事並非亞視的強項，相反無綫就駕輕就熟得多。預計無論如何，無綫也會履行承諾，畢竟今次兩台攜手抗衡有線，由三輸變成商務及經濟局局長蘇錦樑所形容「三贏」的局面。

至於無綫，坐擁最大的電視市場與資源，不輕易言敗。二月已部署打造一個名為 Amazing Summer 的主題以迎戰奧運。當中安排一連串重量級劇集、遊戲節目、綜藝節目在七、八月出台，其中重量級劇集包括林峯主演的《回到三國》、大型古裝宮闈劇由黎耀祥主演的《造王者》、時裝動作火爆劇《怒火街頭 2》。綜藝節目有草蜢的《環遊世界明星賽》。此外，又推出遊戲節目《玩轉三週 1/2》，並在節目中破天荒送出共三百萬獎金。早已預計今個夏天是「零奧運」的無綫，也作好轉播準備，包括採訪的工作人員隨時候命整裝待發；與廣告商保持對話，以「一旦無綫拿到局部播映權」的姿態作兩手準備。



這場奧運之爭，可作他日五台大戰之前哨來看待。無綫是電視市場的巨人歌利亞，很難打敗它，與亞視的收視之比近年已愈拉愈遠，是八與二之爭。亞視近年偶有佳作沒有佳章，去年較有看頭的節目《香港有飯開》最高收視有 8-10 點有四十至六十多萬觀眾，已屬佳績。節目引發市民對食物及健康的討論不少，藝員以生命作賭注，大膽親身測試食物，無懼開罪大商家，值得嘉許。

可是單一精彩節目難以興風作浪，電視要講排陣、節目要互相呼應、陸續有來，讓觀眾欲罷不能，才會培養一班忠實觀眾，成功建

立品牌。亞視不會不懂這個道理，祇是局限於資源，自製的節目不多，個別項目只贏口碑，難以威脅無綫。現時黃金時段的戲劇多是外購劇，加上主打的資訊節目也有外判，亞視的形象和品牌更難建立。前陣子亞視慶祝開台五十五週年，獲表揚的，大多是麗的/亞視二十多年前全盛時期的小生花旦和製作人，值得亞視反思。亞視的投資者王征說過要把該台打造成亞洲 CNN，卻不見亞視有任何大動作。要做亞洲的 CNN 是不切實際的想法，地方電視台首要是紮根本土，培養自己的班底。

## 未來的角逐與淘汰

城市電訊的王維基看通了這個道理，牌照未到手已背水一戰，以「大衛」的膽識挑戰無綫這「歌利亞」，積極投入開班訓練台前幕後人員、生產節目、建廠房。他引發的挖角潮，令多年來電視製作和創作人員不合理的待遇得以提高。他改變電視行業的遊戲規則，由製作主導改為創作主導，把生殺大權交給編劇，大大提高創作人員的話語權。又建立工作崗位上的一夫一妻制，讓一個總導演（不設監製）夥同一個編審，下面各有自己的編劇，提高了團隊精神和默契。又實行淘汰制，連續兩個節目反應都欠理想的話便要離開，表現好的話每組獎金以百萬計。他看準電視劇是電視台的命脈，所以首要是開拍電視劇。他的邏輯是，有戲開才吸引藝人簽約，藝人才可以憑電視劇走埠登台賺外快，公司作為經理人也可從中抽佣。其實更重要的是，近年不少海外市場積極尋找有質素有新意的華語電視內容，恐怕未來的海外市場也有一番角逐。

政府對於三家電視台的申請現時仍沒有定案。兩間免費台反對政府發新牌的理由是：免費電視廣告市場多年來沒有增長，難以養活五家免費台，並以當年佳藝電視倒閉為例。事實上，佳視是經營不善，以教育電視台的資源與兩個商營電視台競爭。至於免費電視廣告市場不能養活多幾家電視台這說法，不能成為不發牌的藉口，就讓經營不善的被淘汰好了。

[-+] 李茜

香港浸會大學電影學院講師

# 公眾觀看奧運轉播 — 權利與保障？

多年來，奧運由無綫和亞視兩家免費電視台轉播，香港觀眾不用付費便可收看。然而，倫敦奧運的播放安排卻出現爭端，直到奧運開幕前十天，無綫和亞視才與擁有今屆奧運獨家播映權的有線寬頻達成協議，兩台可聯合播放二百小時奧運節目，使免費電視觀眾不至無緣欣賞。

## 國際奧委會向錢看

今次紛爭源於國際奧委會 (International Olympic Committee, IOC) 改變策略，不再經亞太廣播聯盟 (Asia-Pacific Broadcasting Union, ABU) 代表亞太區免費電視台集體洽購奧運播映權，改為讓個別電視台直接投標。2007 年，有線以 1.2 億多港元的高價，擊敗無綫、亞視和 now 的聯合競投，成功奪得 2012 年倫敦奧運香港區獨家播映權，包括收費電視、免費電視、新媒體、流動媒體等所有播出平台，以及 2010 年冬季奧運獨家播映權和 2008 年北京奧運的新媒體和流動媒體播映權。有線當年面對 now 的激烈競爭，失落了英超獨家播映權，對倫敦奧運志在必得，希望藉此留住原有觀眾，並作為賣點吸引新客源。

同於 2007 年，ABU 發表德克蘭宣言 (Declaration on the Media Coverage of the Olympic Games)，促請 IOC 優先安排奧運在免費電視播放，之後才批出其他平台的播映權，並將亞太地區免費電視播映權直接售予免費電視台。ABU 認為，這兩項建議可確保一般電視觀眾都有機會收看奧運，並符合奧運憲章。後者要求國際奧委會採取一切所需步驟，確保奧運得到不同媒體的最詳盡報道，以及在全球各地都能接觸最多的受眾 “The IOC takes all necessary steps in order to ensure the fullest coverage by the different media and the widest possible audience in the world for the Olympic Games”。很明顯，德克蘭宣言未發揮任何作用。早於九十年代，ABU 已察覺與 IOC 進行的集體洽購越來越困難。以 1996 年阿特蘭大奧運為例，ABU 不再包攬亞太區所有播映權，只能取得地面電視播映權，而衛星電視的播映權則落入另一組織手中。

歐洲亦出現近似情況，歐洲廣播聯盟 (European Broadcasting Union, EBU) 自 1956 年起代表歐洲多國的公營電視台向 IOC 集體洽購奧運播映權。九十年代中，傳媒大亨梅鐸經營的集團曾高價競投奧運的獨家播映權，但 IOC 不為所動，並表示播映權不是價高者得，地面電視享有優先權，因它能接觸最多的受眾，IOC 因此願收取 EBU 較低的金額。然而，EBU 於 2008 年底競投 2014 年冬季奧運和 2016 年夏季奧運的歐洲播映權失敗，終止與 IOC 數十年的合作。除英國和個別國家外，歐洲播映權一概落入一家私營企業手中。

國際奧委會向錢看，改變出售奧運播映權的方式，歐洲和亞洲的收費電視台願意出高價，是很大的誘因。九十年代初，衛星電視和寬頻有線電視在歐亞兩地崛起。在這些新晉的收費電視台當中，一些財力相當雄厚、做法亦很進取。它們看準受歡迎的體育賽事，以天價投得獨家播映權，希望藉此吸引大量的觀眾客戶，先是足球賽事，近年伸延至奧運。不過，這種做法使地面電視失去播映機會，而民眾也不能免費收看這些賽事。

## 有線低估奧運的政治含意

IOC 高價出售奧運播映權予收費電視，但同時又須遵守奧運憲章。為此，IOC 批出的合約含授權分銷 (sub-licensing) 條款，規定有線向本港的免費電視提供二百小時奧運節目。對有線來說，這種分銷安排並不陌生。有線至今未取得免費電視牌照，只能經營收費電視。過往三屆世界盃，有線取得獨家播映權，但國際足協也規定有線向免費電視台分銷指定的賽事。記憶猶新，有線於 2010 年與無綫、亞視亦僵持了很久，最終在距世界盃開鑼不足兩個月達成協議。無綫和亞視可在數碼頻道播映揭幕賽、兩場準決賽及總決賽，但須原裝足本播放有線主持、廣告、宣傳片及特備節目，訊號由有線一台提供。今次為滿足 IOC 的要求，有線原先寄望特區政府及時批出免費電視牌照，這樣就毋須再與無綫、亞視周旋，退一步則是照搬 2010 世界盃的模式，由有線全權製作和招攬廣告，再經由有線一台向免費電視台傳送



奧運節目。

有線的如意算盤打不響，改為容許無綫和亞視合作播映二百小時奧運，兩台可自行製作節目、選擇賽事及銷售廣告。換言之，有線完全喪失奧運獨家播映權，高價投標變成鉅額損失，而藉奧運吸納新客源的希望亦落空了。有線今次買了一個大教訓，原先以為只需從商業角度考慮奧運的播放安排，最終才驚覺整件事非常政治化。事實上，市民大眾要求倫敦奧運在免費電視台播放，群情不如 2010 世界盃洶湧，因香港人熱愛足球，而當中亦涉及賭波的因素。然而，中國近二三十年對奧運極其重視，除了體現國力提升，還認為奧運轉播可凝聚全國人民和海外僑胞的愛國心和增強作為中國人的自豪感，讓所有香港市民能透過電視見證中國運動員奪取獎牌，尤其是國歌奏起、國旗在奧運場館飄揚的一刻，這是特區政府必須完成的一項政治任務。

## 特區政府的介入

由於特區政府的介入，有線於 2010 世界盃成了贏家，但今屆奧運卻慘變輸家。相比 2010 年，特區政府今次很遲才出手，商務及經濟發展局局長蘇錦樑一直以不干預商業決定為理由置身事外。直至後期，民政事務局局长曾德成出馬游說，蘇錦樑亦改變態度，連同港協暨奧委會會長霍震霆，閉門與三家電視台開會七小時，達成免費電視播放協議。到底無綫和亞視付給有線的合理費用是多少？有線是否因特區政府施壓才同意協議？外界一概不知道。蘇錦樑只官腔地表示，對三間電視台以市民期望為依歸，最終達成共識感到鼓舞。

然而，香港作為國際大都會，應否容許這種急就章、黑箱作業的廣播事務決策和規管模式？有線中人抱怨，特區政府未為電視台提供公平的營商環境，在今次事件中更非中立，包括沒有知會有關有線便去信提醒 IOC 有線未取得免費電視牌照。另一方面，無綫亦有不滿，有線在 2010 世界盃要求兩家免費電視台完整轉播有線製作，無綫認為是鵲巢鳩佔，但在特區政府的介入後，無綫接受了這種安排。這幾年來，



立法會議員們曾多次質詢當局和特首如何確保香港市民能免費收看世界盃和奧運，得到的答覆相當含糊。到底本地電視台在播放世界盃和奧運賽事的安排上，除了要符合《廣播條例》外，當局還有什麼具體要求？如果有，又是建立在什麼基礎上，有沒有法理依據？這都是當局不應迴避的。特區政府事先不制定規則，但關鍵時刻卻一次又一次出手，給電視台的經營增添難以預測的政治因素。再者，《廣播條例》包含公平競爭條文，而《競爭法》又剛在立法會通過，特區政府卻如此介入幾家電視台的紛爭，無助香港電視行業建構公平營商環境。

## 立法保障盛事轉播

數碼技術帶來更多電視頻道和更佳接收效果，但一般觀眾未必得益，因收費電視台高價奪取體育比賽獨家播映權後，這些節目不再在免費電視台播放。為此，ABU 在德克蘭宣言中，倡議立法確保奧運賽事能在免費電視播放。早於五十年代中，英國就立法規管電視台播放 Listed Events（訂明盛事），讓所有民眾都有機會欣賞舉國上下關注的盛事。1998 年，英國更進一步將 Listed Events 分成兩組。第一組包括了夏季奧運、冬季奧運、世界盃決賽、溫布頓網球錦標賽決賽等十項體育盛事。任何電視台如要獨家直播第一組任何一項盛事的全部或部分賽事，都要符合嚴格規定，確保所有電視觀眾有機會欣賞有關賽事，尤其是沒能力負擔收費電視的觀眾。第二組則包括英聯邦運動會、高爾夫球公開賽等九項盛事。任何電視台如要獨家直播任何第二組的盛事，就須作出足夠安排，確保另有電視台將以其他方式向觀眾傳播該項盛事（secondary coverage）。

參考英國的經驗，歐盟於1997年在《電視無疆界法令》中，加入了社會重要盛事（events of major importance for society）條款，並於近年制定的《視聽媒體法令》中沿用。條文要求歐盟成員國採取措施，確保廣電業者獨家播映該國視為社會重要盛事時，不會令相當多的公眾無法透過免費電視觀看該等盛事。為此，各成員國需及時以清晰和透明的方式，開列社會重要盛事的名單，並決定有關盛事是否全部或部分直播，提交歐盟委員會審視。條文還要求各成員國透過立法等方式，防止廣電業者行使獨家播映權時，令到另一成員國相當多的公眾無法透過免費電視觀看該國訂明的盛事。目前，歐盟各成員國的社會重要盛事清單，一般都包括奧運和世界盃。條款的實施旨在促進多元媒體，確保各成員國的公民享有接收資訊的自由，以及全面和恰當地保護電視觀眾的利益。誠然，政府這般介入廣電市場的運作，有其正當目的，但亦受到不少質疑。收費電視台和盛事主辦機構要求當局尊重市場運作、私有產權和版權持有人的利益。英國幾年前曾檢討 Listed Events，並建議取消第二組，但至今仍未有定論。今年初，澳洲亦在一遍爭議聲中修訂 Listed Events 的安排。

## 香港觀眾是大輸家

上述立法容許獨家播映權的同時，又致力保障普羅大眾可透過免費電視收看盛事，凸顯了執政者兼顧電視台經營者和民眾兩方利益的意圖。對電視台而言，有法規可依循，總比購入獨家播映權後才出現不確定情況為佳。反觀香港，不但未在這方面立法，甚至研究和討論也極少。當出現盛事播映紛爭，特區政府往往在最後關頭介入，只求擺平眼前的紛爭，並不理會問題可能再現。這種不透明、不問責、缺乏長遠打算的應對，無助香港電視行業的發展，也未能保障民眾接收資訊的權利。

2014 世界盃和 2016 奧運都在巴西舉行，這兩項盛事的香港區播映權仍未競投。由於時差的原因，直播在巴西舉行的賽事，未必能吸引大量香港觀眾。再者，有線經歷今次的教訓，就算投標，開價肯定不會太高，甚至不參

與投標。假若無綫、亞視和 now 再次聯手競投，成功奪得播映權，紛爭未必再發生。當然，這不代表觀眾透過免費電視觀看盛事的權益從此得到保障。

更值得關注是，今次事件反映香港電視行業的困局。首先，收費電視至今未找到盈利模式。香港市場細小，觀眾又極其習慣收看免費電視，收費電視始終不太普及，而高價競投體育盛事獨家播映權看來不可行，今次紛爭亦凸顯政治因素很影響營商環境。有線雖挺過九十年代初艱苦開拓的階段，近年仍接連虧損，觀眾人數更被 now 趕上，但後者是免費送給所屬集團的寬頻客戶，這可見經營收費電視確實不易。2000 年，特區政府發出多個新的收費電視牌照，但很快就只剩下無綫收費電視台一家。後者雖未夭折，卻一直未見起色。收費電視如此格局，也說明有線和 now 為何申請免費電視牌照。然而，特區政府遲遲不願增發免費電視牌照，讓其他營辦者加入競爭，免費電視始終維持無綫獨大、亞視掙扎求存的兩台局面。數碼地面電視在香港推行數年，但兩家免費電視台提供的嶄新本地節目寥寥可數，亞視甚至將幾條數碼頻道用於轉播內地電視台，浪費寶貴的大氣電波。相比其他大城市，香港的本地電視發展滯後、觀眾的選擇實在少得可憐。

回看歷史，香港免費電視的發展，與奧運播映，關係密切。無綫於 1967 年底啟播，標誌著香港進入免費電視年代，但當時絕大多數家庭未擁有電視機。1968 年，無綫轉播奧運，不少家庭為此添置電視機，普及了免費電視，亦使無綫成功吸納大量觀眾。2008 年，北京舉辦奧運，很多觀眾為收看賽事都樂意更換電視機或購置機頂盒，加速了香港過渡數碼地面電視的步伐。然而，今屆奧運播映卻出現如此紛爭，觀眾險些不能透過免費電視收看奧運，這明顯是一種倒退，也反映在目前的政治氣候和電視政策下，香港觀眾只能當大輸家。當然，觀眾們也應自我檢討，為何如此慣性收看無綫，並長期容忍兩個免費電視台的不長進？

甄美玲

汕頭大學法學院副教授

# 立法會選舉票站調查最新發展

立法會換屆選舉經已展開，選舉管理委員會亦已修改《立法會選舉活動指引》，在今年六月二十二日頒佈。由於選管會低調頒佈最新指引，而政府的新聞公報又只以「立法會選舉七月十八日起接受提名」為題，因此指引內關於票站調查的部份未受關注。

筆者一向關注票站調查在香港的發展，尤其是票站調查的操守問題，因此希望藉著本文向讀者簡述票站調查爭議的由來和最新發展。

## 票站調查的爭議

2004年立法會選舉過後，筆者撰文指出，當年在立法會選舉時進行票站調查的機構，除了香港大學民意研究計劃外，還包括幾個有明顯背景的機構，合共派出接近二千人在超過三百個票站進行調查。而在選舉過後，亦有參選政黨公開承認曾經進行票站調查，並在投票結束前透過有關調查得悉選舉形勢。

筆者當時寫道：「筆者從不反對政黨或其他機構進行票站調查。相反，能夠把政策平台和選舉工程建立在科學數據之上，是社會的進步。筆者反對的，是調查機構以不誠實的手法套取選民的意見，秘秘密密地用作選舉工程……選舉委員會與傳媒機構多年來的共識，是投票結束前不會預測結果……如果個別參選人仕能夠透過某些渠道，取得這些寶貴的資訊……選管會定下來禁止發放票站預測的指引，是不是變得毫無意義？」

筆者當時承諾：「為了絕對保持中立，筆者從來不會在投票結束前，把結果通傳給參選



人士」，這個承諾至今沒有改變。

2004年之後，筆者出席過立法會會議、發表過《香港家書》、以及向歷任選舉管理委員會多次陳述意見。可惜，票站調查的爭議只是愈演愈烈，四年前更加出現參選人士杯葛甚至破壞票站調查的行為，是民主配套制度的倒退。追究原因，都是因為既得利益凌駕於專業發展之上。獲益者當然不願改變，但監察者亦保駕護航，以至受害者投訴無門，實行以暴易暴，爭議於是愈演愈烈。

多年來，筆者不斷強調，票站調查以至一般民意調查的規管，應該根據三項原則制訂：（1）政府愈少監管愈好；（2）資訊流通愈暢順愈好；（3）專業守則愈早制訂愈好。按照這些原則，筆者曾經多次向歷任選舉管理委員會提出建議，修改選舉指引，但都不得要領。

在去年《區議會選舉活動指引》和今年《立法會選舉活動指引》的諮詢期間，筆者都以書面向選管會提出以下疑問：若果個別機構基於社會公義和資訊自由的考慮，在投票期間向所有候選人私底下免費提供票站調查資料，是否違規？筆者其實並非鼓勵有關活動，而是希望透過以上虛構例子要求選管會明確指出，倘若票站調查機構沒有在投票結束前透過傳媒公布票站調查結果，但就容許候選人私底下使用票站調查資料制定當日的選舉工程，是否屬於違規？

選管會去年沒有回答，今年則在七月十七日正式以書函回覆筆者，相關內容如下：

「你於五月八日致本會的來函中提出若『他朝有日，如果某某機構基於社會公義和資訊自由的考慮，明確聲明會進行票站調查，並且會在投票期間全程向所有候選人私底下免費提供票站調查資料，選管會是否視作違規處理？』

本會十分重視並致力確保所有公共選舉在公開、公平和誠實的情況下進行。本會會密切監察投票當日的選舉情況。指引第15.4段說明『在投票時間內公布的任何票站調查結果或意



向預測，尤其是關於個別候選人／候選人名單，均可能影響選民的投票意向及選舉結果。因此，選管會提醒傳媒及有關機構，在投票結束前，不可公布票站調查結果或就個別候選人／候選人名單的表現發表具體評論或預測。」指引亦訂明進行票站調查人士或機構需要簽署承諾書，同意遵守承諾書上的守則，包括投票保密及不會在選舉結束前以任何形式公布票站調查結果。

本會認為由於上文第二段所述的情況涉及眾多的候選人，在投票結束前向他們提供票站調查結果會極有機會引致上述資料公開，其效果等同公布票站調查結果，有可能直接或間接地影響選民的投票意向及選舉結果。嚴格來說，如果候選人利用有關資料作選舉之用，進行票站調查的開支亦可能成為選舉開支，須符合所有相關的選舉法例。

根據指引第15.7段，如有機構／人士沒有遵守承諾書的條款或選舉活動指引的規定，選管會可撤銷其進行票站調查的批准，亦可發表公開聲明，作出嚴厲譴責或譴責，並公布其名稱。本會呼籲所有獲准進行票站調查的機構的人士必須嚴格遵守指引的規定。」

筆者感謝選管會的答覆，強調（一）免費向所有候選人提供票站調查資料，有可能引致資料公開而構成公布結果；（二）如果候選人使用票站調查資料作選舉之用，即使免費（筆者理解），亦會把票站調查經費列作選舉經費。

## 選管會的指引與灰色地帶

選管會的答案，無疑澄清了一些盲點，但就仍然留有灰色地帶。例如，倘若調查機構只向部份候選人免費提供票站調查資料，又或秘密地提供資料，而不構成公開發放，情況又會如何？根據筆者的解讀，有關候選人應該申報有關行為，兼且把票站調查機構的有關開支列作選舉經費。選管會若果能夠清楚說明這點，或許可以澄清更多疑問。

筆者注意到，相對於去年《區議會選舉活動指引》和去屆《立法會選舉活動指引》，今年

的《立法會選舉活動指引》有以下改動：

以前關於「進行票站調查」部份：「任何人士或機構均可進行票站調查。基於保安理由，專用投票站不可進行票站調查…」

今屆相同部份的諮詢條文：「任何人士或機構均可就任何地方選區／功能界別進行票站調查。然而，為免公眾誤會有不公平，已公開表明支持任何候選人的人士或機構，或者已有成員在有關地方選區／功能界別參選的機構的票站調查申請通常不會獲批准。基於保安理由，專用投票站不可進行票站調查…」

今屆相同部份的最後條文：「任何人士或機構均可就任何地方選區／功能界別進行票站調查。然而，為免公眾誤會有不公平，已公開表明支持任何在有關地方選區／功能界別參選的候選人的人士或機構，或者已有成員在有關地方選區／功能界別參選的機構的票站調查申請通常不會獲批准。基於保安理由，專用投票站不可進行票站調查…」

選管會加入上述條文，似乎是要防止候選人或其關係戶在自己參選的地區或組別進行票站調查，至於候選人能否在自己參選的地區或組別以外進行票站調查，最後版本似乎又有灰色地帶。

無論如何，對於選管會的努力，筆者表示欣賞。對於選管會應否禁止關係機構進行票站調查，筆者沒有意見。筆者只是不斷強調，所有進行票站調查的機構都應該遵從國際指引，在調查時明確說明調查的目的和用途。由於票站調查和選舉工程之間的關係已經成為討論焦點，筆者於是在去年和今年的諮詢期間，建議選管會在選舉活動指引之中，引入下列文字：「票站調查人員須要告知接受調查的選民，調查所得資料會否用作選舉工程」。筆者認為，這是在愈少政府監管愈好的情況下，最能尊重調查業界專業發展的方法。

以今年為例，筆者曾經建議選管會修改《立法會選舉活動建議指引》第15.3段，及「票站調查承諾書」中的相關條文：



現時條文：投票是保密的……進行票站調查的人員必須尊重選民不願受到打擾的權利和意欲，又應在進行票站調查前，告知接受調查的選民參與票站調查，純屬自願。

建議修改：投票是保密的……進行票站調查的人員必須尊重選民不願受到打擾的權利和意欲，又應在進行票站調查前，**明確告知接受調查的選民，票站調查所得資料會否用作選舉工程，及告知接受調查的選民參與票站調查，純屬自願。**〔間線文字為筆者建議新增部份〕

雖然選管會沒有接受有關建議，亦在新版的指引中留有頗多灰色地帶，但觀乎選管會發出的書函和選舉指引的修訂版本，似乎顯示選管會正在注視有關問題。

## 提升票站調查公信力

香港大學民意研究計劃的團隊，經過詳細考慮之後，決定在今年的立法會選舉中繼續進行票站調查，但就會調整方法，提升票站調查的公信力。初步構思如下：

（一）強調與選舉工程無關：雖然選管會沒有接受筆者的建議，但所有民研計劃派出的訪員，都會在所有訪問開始之前，明確告知所有接受調查的選民，所得資料會不會用作選舉工程。

（二）加強獨立操作：民研計劃派出的訪員，除了穿著鮮明的制服之外，亦會與其他調查機構的訪員保持距離，防止資料洩漏。這個做法，無疑增加了操作難度，以至樣本減少，但為了爭取市民信任，代價似乎無可避免。

（三）對贊助機構提高要求：四年前開始，民研計劃已經要求票站調查的贊助機構，正式簽署承諾書，確保不會在投票結束前洩露票站調查資料。今年也不例外，民研計劃會進一步要求贊助機構說明甚麼時間需要取得統計資料作甚麼用途，以決定交收資料的時間和模式。

（四）容許市民更多選擇：為了釋除所有市民的疑慮，民研計劃會向受訪市民提供更多選擇，例如在票站範圍以外進行訪問，或在選



舉過後才處理數據等等措施，建立市民的信心。

（五）保守處理統計資料：鑒於上述多項措施都會增加調查的操作成本，無可避免地降低調查的樣本數目，而杯葛調查以至提供虛假資料的被訪者可能繼續存在。因此，民研計劃在投票剛剛結束時的選舉預測，可能須要更加謹慎和保守，希望市民見諒。民研計劃會思考如何在投票結束後，陸續增加有關預測的準確程度。

長遠而言，票站調查能否在香港健康發展，仍要視乎各界人士，包括學者專家、政界人士、政府官員、以至曾經進行票站調查的團體和機構，能否以廣闊的國際視野和胸襟，審視票站調查在本地的發展，成為華人地社會的未來典範。

兩個月前，世界民意研究學會破天荒在香港舉行年會，是學會六十五年來第一次在歐美以外舉行年會。期間，來自美國民意研究學會的學者專家主持了一個專題討論，包括票站調查的目的意義和歷史發展，亦論及票站調查面對的挑戰和機遇。有關討論已經節錄於本刊，值得讀者細閱。

筆者希望，今年選舉過後，各界人士能夠總結香港的經驗，同心協力解決以往面對的問題，為未來的發展提供國際級數的出路。

☞ 鍾庭耀

香港大學民意研究計劃總監

# Exit Polling in the 21st Century:

*On 15 June 2012, during the 65th Annual Conference of WAPOR (World Association of Public Opinion Research) held in Hong Kong, a special panel was hosted by WAPOR's sister organization AAPOR (American Association of Public Opinion Research) on "Exit Polling in the 21st Century: A Perspective from the USA". Four presentations were made, three of them are summarized in this article, the fourth will be published next time.*

## **"Why Accurate Exit Polls are Important to Democracies"**

■ Michael W. Traugott, University of Michigan, USA

This presentation discusses exit polls from a normative perspective. Election is a way to legitimate the transfer of power and control to the government. By casting their votes on one candidate or party, voters also transmit their views to the leaders. Therefore, exit polls not only describe or explain the patterns of voting, but also people's expectation for the newly elected government, thereby affecting its policies.

In the United States, all exit polls are conducted by the media, who consider elections attractive because 1) they involve conflict and visible figures, 2) they occur on a schedule, and 3) they have a clear resolution on election day. Because of these, news organizations can allocate their resources efficiently to cover elections.

The American system is characterized by the competition between televisions and newspapers, but the nature of competition has changed over time. They compete primarily for segmented audiences, for revenues generated by advertisement, and also for peer recognition for outstanding election coverage. Over the last decade, economic pressures are growing in the news business.

In USA, there are series of simultaneous local elections, but not national ones. Each election is governed by a local jurisdiction, be it a state, a county or a city, and there are local rules and regulations governing voter eligibility and voting procedures. A debate is currently taking place in USA on how voting can be simplified. The Democratic Party wants to simplify the rules but the Republican Party opposes. The Americans do not elect their president by summation of all the votes cast across the nation, they use a system of Electoral College whereby electors appointed by each state formally elect the President and Vice President. The closing time of polls differs across time zones, and one concern about exit

polls is their relatively early declaration of a winner before all votes are casted.

The timeline of American exit polling is as follows:

- 1967: Start of exit polling in selected states, each run by a network
- 1990: Establishment of the Voter Research Service (VRS)
- 1994: Establishment of the Voter News Service (VNS)
- 2003: Establishment of the National Election Pool (NEP)
- 2008: Demise of the Los Angeles Times exit poll

The primary function of exit polls in America is to project the outcomes in individual states, and then to explain the patterns of voter support demographically and attitudinally. They are not used to validate the vote as in some other places. The news organization will archive the data and make it publicly available after some time, thereby becoming an important source of continual analysis.

Research shows that the Americans are generally interested in polls both as a form of communication and entertainment, but are poorly informed about their methods. They care about exit polls and projections from the perspective of freedom and privacy. Because the US Constitution guarantees the freedom of the press, exit polls cannot be regulated. Instead, the news organizations adopt a gentleman agreement, and do not release any exit poll result until election closes at a particular state.

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

## **"Exit Polling 101: An Overview to Current Methodological Approaches"**

■ Paul J. Lavrakas, AAPOR, USA (presented in absentia by Trevor Tompson)

This presentation summarizes how exit polls are planned and conducted in recent elections in USA. Pre-election telephone polling starts about 10 days before the elections. Both landline and mobile RDD (random digit dialing) frames are used, and some researchers are exploring the use of registration-based frames. The data would be used in some computer modeling.

Prior to the election information is gathered from all sources, including pre-election polling results, past election outcomes within relevant geo-political areas, and expert knowledge. These information is used to set the "priors", that means priming the election day computer models.

# A Perspective from the USA

Probability sampling is used to select precincts and voters. This involves multistage sampling of voting precincts within each geo-political area being surveyed, and a random systematic sample of voters within each sampled precinct, say, selecting every fifth voters coming out of an exit. There are two types of data collection, one from initially designated sample that cooperates (the successful interviews), and one about initially designated sample that refuses to cooperate (the interviewer records on the refusal sheet the approximate age and gender of the target).

Interviewers are carefully selected and trained prior to the election day. The draft questionnaire is usually long, but will be shortened after pilot testing. Data confidentiality is ensured, and the whole process is to capture enough data to predict the election outcomes, and to understand the “mandate” of the election.

Another information that goes into the formula of prediction along with the exit poll data is the returning of “real” votes at the precinct level. Researchers actually hire many thousand people to get the vote results across the entire geo-political area being measured.

Reliable and secure systems are used to process the data. Analyses are conducted throughout the day, and stringent measures are used to guard against unauthorized early dissemination of the incoming data.

Early forecasting are based on data from priors, early voter surveys, and data from exit polls. Extremely conservative decision rules are used for calling an election outcome before any real vote is in. Estimates of within-precinct bias compared to real votes are constantly made. For races too close to call when voting ends, real vote counts are continually updated, so is the outcome prediction.

[ + + + + + + + + + ]

## **“The Future of Exit Polling”**

- Trevor N. Tompson, NORC at the University of Chicago, USA

Increasing emphasis is placed on making voting more convenient. New technologies will permit different modes of voting, including early voting, voting by mail, convenient voting centers (where people can go anywhere outside their home town to cast their votes), and the question is “Will Internet voting be far away?”

As society gets more diverse and complex, exit polls become more complicated in terms of translation and language. Race and ethnicity of interviewers is another concern in the area of cultural sensitivities.

Regulatory challenge is always an issue, especially after 2000 when a wrong call of winner was made. Governments are becoming more active in regulating surveys of all kinds, including exit polls. People are more concerned about privacy, so there will be more restrictions on access to the polling places, more privacy regulations and publication bans. Public distrust is getting worse year after year. Response rates for opinion surveys are declining.

New technologies for exit polling include hand-held devices and internet surveys. The same applies to actual voting, and paper ballots is giving way to voting machines, touch screens, and so on. Researchers are already adopting internet panels at a lower cost, rather than using telephone survey. Registration-based sampling will be the next thing that USA will spend a lot of money in exploring. The registration list at precinct and state levels are available to the public, so research institutes can use such sampling frame to develop the techniques. Address-based sampling is another innovation that one can use to improve the accuracy of the survey. Mobile devices and social media are also used for election day surveys now.

There used to be only the news media doing the polls on election day, now more exit polls are being run by academic institutes at state level, and interest and political groups are doing their own election day data collection. Rumor has it some are doing it for commercial ventures. It is problematic if we have only one source of election day data, but too many sources for too many different purposes and quality levels also creates confusing results.

Financial crisis is facing traditional media sponsors of exit polls. With new methodologies and technologies at a lower cost, the gulf between traditional and new methodologies has increased, and trusted techniques may have to be abandoned.

Exit polls will not go away in the United States, but they will change and new models of sponsorship will evolve. There will be more competition from other models, especially “exit polls” built on internet panels, and new methods that emerge will be a hybrid of old and new approaches.



# 香港財經新聞記者專業培養與

**讓**我們先看一看本港財經新聞的歷史。

本港首個財經新聞碩士課程發軔於2008年9月，開辦於香港浸會大學國際新聞碩士課程成立（2007年9月）一年後；財經新聞班每年收生20人（2012年有約200個申請人，80%來自內地）。筆者擔任課程主任。此乃香港首個財經新聞課程。財經新聞課程的內容包括：財經新聞寫作1；商業與金融（理論課）；國際商業與金融報導；全球化，經濟與金融（理論課）；經濟學原理（理論課）；高級財經新聞寫作；和深度財經新聞寫作等。

再讓我們看一看本港財經新聞的最新發展。在2011年9月恆生管理學院（專上學院）開辦四年制新聞傳播學士學位課程。學生可以主修商業新聞或主修企業傳訊。恆生管理學院學生要修畢這些課程才能畢業—7科（必修）和11科（選修）財經新聞科目。

以下是恆管新聞及傳播學士課程必修及選修學科圖解：

課程範疇	必修 (學分)	範疇內 選修 (學分)	自由 選修 (學分)	總修讀 學科 (學分)	百分比 (%)
商業	4 (12)	2 (6)	-	6 (18)	14%
新聞及傳播 共同必修	6 (18)	-	-	6 (18)	14%
商業新聞/ 企業傳訊	4 (12)	3 (9)	-	7 (21)	16%
通識教育	12 (36)	-	-	12 (36)	28%
自由選修	-	-	12 (36)	12 (36)	28%
總數	26 (78)	5 (15)	12 (36)	43 (129)	100%

在財經新聞的最新發展方面，浸會大學傳播學之社會科學學士課程經已獲教資會（University Grants Committee）批准，財經新聞專業學士課程將於2012年9月開始收生。這個課程由筆者負責。學士課程每年收生20人。此課程在財經新聞的發展方面意義重大。在政府資助的七間香港大學中，浸會大學為首間開辦此專業的學校（課程是四年制）。浸會大學財經新聞專業社會科學學士新聞課程的內容包

括：寫作課程方面有基礎財經新聞寫作（3學分）；財經新聞報導（3學分）；高級財經新聞寫作（3學分）；專業財經新聞寫作（3學分）。實踐課程有以下這些：《財經新報人》實踐報導（4學分）；《財經新報人》實踐編輯（4學分）；而概念（理論）課程方面包含：財務會計入門（3學分）；基礎經濟學原理入門（3學分）。此外，學生還要修畢三門新聞選修課（9學分）和完成財新榮譽項目（畢業論文）（4學分）才能畢業。學士課程的總學分是39（約為總學分128分的1/3）。

## 財經記者的前景和出路

財經新聞和財經記者的發展機會是唸財經新聞的學生所關心的。筆者認為香港與內地的經濟發展趨勢將需要更多高水準的財經記者加入。財經記者要提供信息、啓發讀者，更要幫助讀者理解複雜的財經問題。同時，我覺得內地應該辦更多英文財經報紙、網站和通訊社，讓世界瞭解中國的經濟發展。中國已成為世界第二大經濟國，它的經濟政策將影響全球包括香港。內地與香港應加強財經新聞界的交流，鞏固香港與上海的世界金融中心地位。從以往經驗獲知，財經新聞專業畢業生有更多到本地傳媒與外媒工作的機會，例如路透社、彭博社、《中國日報》、新華社、道瓊斯、《英文虎報》、法新社、《華爾街日報》、《金融時報》、《南華早報》、《國際先驅論壇報》、《經濟學人》、《福布斯雜誌》、《彭博商業週刊》等。

筆者由1979年到1988年在《華爾街日報亞洲版》擔任記者。讓我簡單的談一談財經記者的前景和出路。個案是研究1988年在《華爾街日報亞洲版》工作的記者目前的景況。這些《華爾街日報亞洲版》的前記者現在是：（一）Julia Leung（梁鳳儀）目前擔任香港財經事務及庫務局副局長（月收入是223,000港元）。（二）Cheah Ching Hye（謝清海）是惠理基金的大股東（惠理基金2010年公司盈利達6.53億港元）。（三）Adi Ignatius成為美國哈佛商業評論主編。（四）Tony Spaeth是韓國（首爾）《中心日報》的主編。（五）筆者於2008年加入香港浸會大學，擔任國際新聞與財經新

聞碩士課程主任。五人中只有兩人留在新聞界。

為甚麼這麼多財經記者離開新聞行業呢？財經新聞系學生和財經記者碰到的挑戰和困難又是甚麼呢？

筆者認為院校缺少符合標準和資格和高水準的講師。好的老師要瞭解中港兩地狀況，具有豐富財經新聞寫作和報導經驗，更要懂中英雙語，可以用普通話或英語授課等。另一方面，香港缺乏介紹本地財經新聞實例的教材（唯一的一本是周乃濶教授的《國際財經新聞知識與報導》。筆者正在寫一本教科書《大中華地區財經新聞與財經新聞報導》）。沒有人肯寫教科書是因為出版教科書多是虧本生意。

有多少財經記者願意遵守職業道德呢？有多少財經記者願意拒絕誘惑，拒絕因工作之便得到內幕消息而去獲取私利呢？（行內機構大都沒有嚴格禁止記者買賣股票）。難以說服優秀的財經新聞記者如Julia Leung 和 Cheah Ching Hye等繼續從事財經新聞工作的原因是收入比起很多行業也都低。我看到的另一個挑戰，是培養用英文為世界報導中國財經發展與趨勢的雙語記者需要花費較長時間。

在財經新聞的實踐方面，多位業界的高層（包括《經濟日報》、有線新聞台和now財經台等）於今年五月的一個研討會上有以下這些反映。他們覺得普遍來說財經新聞記者不懂得發問問題，財經記者洞察力和分析能力不夠，新聞系學生實習的錯配問題嚴重（例如委派對財經新聞沒有興趣的學生到經濟版實習）。這點院校的老師們要注意了。

另外，業界高層也提出有興趣當財經記者的新聞系學生要有實戰經驗（例如多做功課；多辦財經學生報或網站等）。學生還要每天都寫財經文章和閱讀財經報和財經書至少兩小時。他們建議經驗尚淺的財經記者回學校上商業課。這些科目包括經濟（economics），國際貿易（international trade），金融資本市場（capital markets, foreign exchange, stock, commodities）和銀行業（banking）等。記者還

要修讀經濟思想史和財經新聞史。

業界高層也強調院校和報館要多培養懂深層次問問題的記者（即是說記者是有觀點的評論員和分析員）。財經記者面對被人利用時要懂得拒卻（say NO），代價是寧捨不要獨家新聞。財經記者有空更要自我強化中英語能力。業界高層再強調我們要加强業界與學界的合作，邀請多些資深的業界人士到學校演講。提議學生要多選修人文科學的科目（humanities / liberal studies），他們的見識要廣，還要培養國際化（globalization）的視野，不光是大陸化（mainlandization），因為不用說「大陸化」當然重要。



## 提高教學和行業質素

我認為香港與內地市場對高質素財經記者的需求不會減退，香港與內地兩地大學應該開設更多教授財經新聞的課程，培養人才，提高財新記者水準。他們要有「心懷家國，放眼世界」的情懷。

筆者希望見到新聞機構為財經記者和行業人員提供更好的僱傭條款和升職機會。再者，新聞機構要完善獎勵和升職機制，吸引優秀財經記者不轉行。同時，香港和內地的企業家與企業家族基金會等，可以加強資助以教育為目的的學術會議與工作坊，以提高教學和行業質素。

最後，我希望見到大學管理層在聘用實踐派（專業人士 / professionals）與學術派（學者 / academics）方面要取得平衡。目前，不少大學的新聞系只聘請有博士學位的老師，漠視有財經新聞採訪和編輯經驗的「非博士學位」教員。

[-] 馮強

香港浸會大學  
國際新聞與財經新聞碩士課程主任

# 中央電視臺英語新聞頻道定位

中央電視臺英語新聞頻道（CCTV-NEWS）是一個 24 小時全英文播出的新聞頻道，全球 100 多個國家和地區 8500 萬觀眾可收看該頻道節目，被視為「讓中國走向世界，讓世界瞭解中國」的重要途徑。

為了進一步增強在國際輿論領域的聲音，CCTV-NEWS 今年以來推出兩個新舉措：1 月 12 日，非洲分台（CCTV Africa）在肯尼亞開播，聚焦非洲新聞；2 月 7 日，美洲分台（CCTV America）在美國華盛頓的新聞中心正式運營，播出在當地製作的節目。

CCTV-NEWS 的目標是希望能夠成為與 BBC 和 CNN 比肩的國際一流英語新聞頻道。以前，CCTV-NEWS 總是將 CNN 和 BBC 作為自己的競爭對手，在一些重大國際事件報道上與它們比影響力，但如果像 BBC 和 CNN 那樣時刻關注國際重大事件，又顯得力不從心。何況，作為中國對外傳播的官方傳媒，它又註定了在報道內容、方式、立場等方面不可能與 BBC 和 CNN 相同或相似。它需要辦出自己的特色，才能在國際輿論舞臺上佔領一席之地。

為了達到這個目標，CCTV-NEWS 在多年對外傳播實踐基礎上總結經驗和教訓，逐步將自己定位修正為：中國立場、亞洲視野、國際化表達。

## 中國立場

中國立場首先表現為在中國發生的事件和與中國有關的新聞，要能在第一時間報道，發出中國的聲音，體現中國的立場，維護國家的形象。例如，中國神舟九號飛船首次進行的載人交會對接、中國各種經濟指數的發佈、中國的通貨膨脹及其政府的應對措施、中國與越南、菲律賓、日本等國家的島礁之爭等等，理所當然地成為 CCTV-NEWS 及時報道的對象。

CCTV-NEWS 在成就宣傳中很容易做到第一時間報道，但對負面的突發事件的報道卻總是受到宣傳口徑的影響，往往不報或延時播報，很大程度上失去了話語權，其公信力在國際上倍受質疑。一年多來，CCTV-NEWS 經過

不斷努力，在報道負面新聞方面取得了一些突破。例如，深度報道欄目《China 24》對渤海灣漏油事故、中國足球反賭案的過程和影響、廣西柳州鎬污染等負面新聞進行了較為深入的調查和大膽的披露。

中國立場也表現為一種「中國觀點」，即在重大的國際事件中從中國的國家利益出發，表達中國的態度和觀點。今年 2 月 6 日，中國和俄羅斯在聯合國安理會上否決了敘利亞問題的提案，引起了國際社會很多質疑和批評，受眾很希望瞭解中國否決議案的理由。CCTV-NEWS 在當天 12:00 檔《新聞一小時》節目，邀請到了中國國際問題研究所中東問題研究中心的李國複教授作為評論嘉賓，分析了中國在安理會上投反對票的原因。23 點的滾動新聞節目又採訪了中國社科院非洲研究中心主任賀文萍，她以利比亞為例，說明了中國否決議案的考量。儘管說服力還有待加強，但畢竟及時回應和解答了一些全球受眾的疑問。

## 亞洲視角

CCTV-NEWS 認識到自己在可預見的將來還沒有能力與 CNN 和 BBC 這樣的國際一流的英語頻道爭奪受眾，實事求是地確定了三步走的發展策略：以亞洲為基點、在發展中國家鋪開、最後影響歐美主流人群。中國作為亞洲強國，CCTV-NEWS 有責任、也有能力更多關注亞洲發生的事件，更多地代表亞洲的聲音，於是提出了“Your link to Asia”（為你鏈結亞洲）的口號。

為此，CCTV-NEWS 於 2010 年 4 月進行了一次大的改版，加大了亞洲新聞的報道力度。除了保留原有的《今日亞洲》之外，增加了《財經亞洲》和專題類欄目《東方》。亞洲欄目的周播時長從改版前的 420 分鐘增加到了將近 1600 分鐘（不包括以報道中國為定位的欄目），增幅近 3 倍。另外，也策劃了一系列與亞洲相關的議題，比如《中國記者眼中的巴基斯坦》、《阿富汗的未來》、《黎巴嫩衝突》、《利比亞重建》、《東盟系列》等，力求向世人展現真實的亞洲面貌。





然而，僅僅加大對亞洲的報道量並不能完全體現亞洲視角，要成為在亞洲具有影響力的國際頻道，還應該從亞洲的視角去看問題，體現亞洲的立場或者觀點，才能真正的體現「亞洲視角」。而且，從一年多的節目來看，CCTV-NEWS 所主動設置的亞洲議題還比較少，節目形態也較單一，亞洲事務的報道內容尚不能夠滿足亞洲不同地域的受眾需求。

在這一方面，新加坡 CNA (Channel News Asia) 的「亞洲視角」定位 (Reports on Global Developments with Asian Perspectives) 值得借鑒。CNA 注重在亞洲區域的受眾細化工作，有關亞洲的欄目就有 20 多個，例如《新加坡新聞》、《新加坡今夜報道》、《東南亞晚間報道》、《東亞晚間報道》、《亞洲報道》、《中國報道》、《日本一小時》、《歡迎來臺灣》專題等，能充分滿足各個地域觀眾的不同需求，在區內頗具影響力。

## 國際化表達

聚焦亞洲事件、傳播中國立場和觀點，卻離不開國際化的表達方式。國際化表達是使節目充分被外國受眾所接受的重要途徑。

首先，國際化表達是指新聞播出形式要國際化。以前英語頻道以編譯新聞居多，注重以簡單的新聞片來陳述事實，表現形式單一，缺乏國際化水準。改版後的 CCTV-NEWS 正在努力加大首播和自採的力度，增加連線和嘉賓的數量，強化評論，增加新聞的深度。為了充分與國際接軌，CCTV-NEWS 北美分台在播出形式上將傳統的「主持人口播 + 新聞背景片 + 記者自採 + 連線」的播出方式調整為「主持人口播 + 記者自採 + 記者引出自己所製作的新聞片 + 出鏡總結」的方式，以增強記者報道的主觀能動性。

第二，國際化表達還指內容編排上要遵循國際傳播規律。舊版的央視英語頻道按照對內宣傳的方式，慣於將時政新聞置於頭條，很多新聞是領導人的活動報道，這並不符合國際新聞報道規律。CCTV-NEWS 正在試圖打破這樣的編排格局，按照新聞事件本身的重要程度來

進行版面編排。

第三、國際化表達也體現在員工隊伍和嘉賓的國際化。國際化的面孔更能夠吸引國際受眾，讓他們覺得節目有親切感，從而增強傳播效果。改版之前，CCTV-NEWS 就有一定數量的外籍主持人，改版後，為進一步提升國際化形象，CCTV-NEWS 招聘了更多外籍傳媒工作者，在演播、編輯、採訪、後期製作等各個崗位上工作。近年來，CCTV-NEWS 也在積極組建世界範圍內的嘉賓隊伍。例如，《世界觀察》(World Insight) 是一檔觀點交鋒激烈的評論節目，所選擇的嘉賓來自世界各地，有的嘉賓不能到達現場，就採用視頻連線的方式交流互動。這種嘉賓資源的國際化和多元化可以增加節目的可看性，也能使報道和評論顯得多元、平衡。

第四，國際化表達還要求在語言表達上更為國際化。儘管可能編輯和記者能夠寫出沒有毛病的英文，但在外國人眼中，這些文字總是有些異樣。比如報道中外領導人會談的稿件中經常有「舉行了熱烈隆重的歡迎儀式」、「回顧了兩國關係的友好發展里程」、「表達了良好祝願」、「將雙邊關係推向新高」的套話，外國觀眾不習慣，聽起來費解。現在，CCTV-NEWS 有了眾多的外籍主持人和在世界各地聘請的眾多特約報道員，他們所製作的新聞片在語言表達上應該可以更接近國際化水準。

當然，中國立場、亞洲視角和國際化表達之間還應該維持一種平衡。一方面，報道要體現中國特色和亞洲視角，表達中國的觀點和聲音；另一方面，又需要具有全球化的視野和國際化表達的能力。雖然目前看來，CCTV-NEWS 離自己的定位目標還有相當的距離，但它畢竟有了對外傳播的明確方向，同時也正在不懈努力以爭取成為國際輿論領域中的重要力量。

[-] 黃鵬

中央電視臺外語頻道綜合部

[-] 宋昭勛

香港恒生管理學院新聞及傳播學系副教授

# 2012年亞洲傳媒峰會 — 後

2012年亞洲傳媒峰會5月29日至30日在曼谷舉行，來自50多個國家和地區的700名代表，參加了會議。傳媒力量和影響力是今年大會的主題。會議重點探討了在多媒體的環境下，新媒體和社交媒體如何影響社會和傳統媒體。



東南亞國家聯盟秘書長 Dr. Surin Pitsuwan 在開幕禮致辭時，希望傳媒發揮影響力，帶領整個地區步向更美好的將來。他又認為，傳媒作為國家政策和社會公義的發布者，可以創造社會財富、激勵民眾發揮潛能、為公平公正作貢獻。

## 社交媒體對傳統媒體影響

峰會其中一個重點，是探討社交媒體對傳統媒體的影響。與會講者指出，現今社交網絡媒體無遠弗屆。不少人透過 Facebook、YouTube、討論區或博客等發布消息及交流意見。網絡媒體受眾人數眾多，人們接收訊息後，通過社交網絡評論消息然後再轉發。受眾已不單是資訊接收者，也是報導者和評論者。傳統媒體正面臨一場革命，因為她們已不再擁有資訊的獨家發布權。觀眾不再任由媒體擺佈，他們會自己決定看什麼媒體、看什麼內容、什麼時候看。而很多時候，記者已不是第一個到達新聞現場的傳播者！研究發現，不少受眾都喜歡到如 Facebook、Twitter、論壇、討論區或博客等社交網絡平台上張貼意見和發布訊息。

面對新媒體和社交媒體競爭，傳統媒體要生存就要投入，與會者講者呼籲傳統媒體的高級管理人員不應抗拒新科技，他們必須全心參

與，學習使用新技術，並且訂下指導方針，使員工有所遵從；所有員工亦應接受培訓，將網絡媒體元素或其精神注入現有工作。隨著越來越多民眾透過網絡媒體分享自己拍攝的影片、故事和圖片，傳統媒體應該主動聯繫這些創作者，看看他們是否願意將他們的經驗與大家分享。

## 傳統媒體要勇於改變

要改變傳統媒體工作者工作模式去應對新媒體和社交媒體的挑戰，必須要改變傳統媒體工作者的心態。丹麥廣播公司電視新聞部前主管 Mr. Henrik Keith Hansen 表示，傳統媒體管理層在策動變革時遇到很多挫折。他說，根據管理學研究，六至七成的變革均以失敗告終，主因是管理層低估變革的複雜性，故此要提高成功的機會，就要改變推動變革的技巧。

Mr. Hansen 引用了 John P. Kotter 的理論，介紹了「變革八步曲」策略。所謂「八步曲」，首先要提高同工的危機感；第二成立改革小組引入協助推動改革的核心人物；第三制定變革的願景與策略；第四與同工溝通尋求支持；第五賦權同工推行變革；第六快速製造小階段勝利；第七是鞏固進展和第八將變革植根於公司文化。

推動變革的核心是員工參與，不但是被動參與，而且要他們是從心底認同變革方向，表裏一致地推動變革。管理層亦應有心理準備，在變革初期，製作質素可能下降，這是因為員工對變革後的工作流程需一段時間適應。

## 傳媒教育及善用社區廣播

峰會亦關注當人人可以通過上載發布消息、評論、圖片和視像，衍生了不少道德問題，例如：版權、色情、網絡欺凌，和虛假資訊等。泰國公共廣播公司特別成立公眾議會，負責監察並定期就節目運作及服務提出意見。部分媒體代表認為，要對付這些問題，首先要做好媒體工作者的專業媒體教育。通過正統的傳媒教育及培訓，讓新一代傳媒工作者認清傳媒工作本質，建立正確價值觀以及學習持平、客觀地報導。

另外，對公眾的傳媒教育亦不可忽視。與會者關注傳媒發放的信息，時有誤導、誤報，無法公正地報導事實，節目亦缺乏品味和價值觀。來自菲律賓的 Mr. Ricardo Saludo 提出要教導受眾分辨訊息真偽，方法是告訴受眾不要被動地接受資訊，而是要了解傳媒的指控和聲稱是否基於事實、找出新聞信息來源和多比較不同媒體的報導。他又鼓勵受眾閱讀不同角度的報導、當遇到衝突和爭議事件，要接觸意見相左的信息。當然傳媒誤報和錯報時，亦應勇於澄清和更正。

社區廣播是另一個展現傳媒影響力的媒體。亞洲不少國家和地區已經發展得相當成熟，並在其目標社群傳播社群關注的資訊、提供表達意見的平台。雖然社區廣播未必有完善的設備和充足的資金，但他們的存在是代表了社群的心聲。以泰國為例，當地有超過 6000 間社區廣播電台，其中更有專門為女性而設的頻道，都是由社區婦女經過訓練後獨立運作。近年這些小型社區廣播多了使用網絡社交媒體作為傳播渠道，可以說是低成本、效益大的一種傳播方式。

## 婦女和兒童節目

婦女和兒童在亞洲不少地方仍受歧視和虐待。峰會特闢一個環節，討論傳媒在這個問題上可以發揮的作用。

會議主席 Mark Whitehouse 表示，婦女及兒童受虐待及歧視的問題非常嚴重。他引述聯合國最新的調查數字，全世界仍有過半數婦女受到肉體及性侵犯，虐待兒童及童工問題也有上升趨勢。傳媒在此問題所作的監察及報導明顯不足。

阿拉伯聯合酋長國資深傳媒人 Alaa Nemea 無奈地表示，中東地區婦女及兒童受虐情況嚴重，除非政治和傳統有突破性改變，否則傳媒可以做的非常有限。日本放送協會 (NHK) 佐伯萬里子巧妙地引用了兩個數字：NHK 女性員工由 1981 年的 6.3% 上升到 2011 年的 14.2%，以偏低的百分比數據，反映女性在日本的地位和機會仍需改善。



在美國和澳洲，無論是 Independent Television Service (ITV)，抑或澳洲廣播公司 (ABC)，都投放了大量資源製作婦女及兒童頻道，希望透過節目教育觀眾及改善政府政策；至於來自南非的 Firdoze Bulbulia，則指出有電視節目“i am”，由兒童自己全權策劃和製作，說出他們的心中的想法，並且希望全球傳媒人負責任和可靠地製作更多兒童節目。

## 一些反省

今次亞洲傳媒高峰會，主題是傳媒可以改變世界；一些中東國家傳媒人訴說他們的國情——當國家沒有公義、自由、安全、平等…的時候，傳媒有著重要的力量，人民靠著媒體取得正確資訊，也是人民最重要的溝通平台，傳媒真的改變了他們的國家。

中國中央電視台也分享了他們眼中的傳媒力量，例如央視早前報導一名鄉村醫生多年來以索道橫跨怒江為兩岸居民治病，引起民眾極大關注，最後政府決定出資興建橋樑。央視的講者認為，傳媒通過這些報導對民生政策有很大影響。

香港政治環境改變，傳媒的責任更為重要，但現在不少媒體已找不到不偏不倚的報導，反智的電視節目出現在主流電視媒體，作為公共廣播機構，我們更要站穩核心價值：提供準確而持平的資訊、鼓勵共融與多元、開放平台讓不同的觀點交流。

✎ 陳啟昌、李仁傑、馬克菲、李雅欣、阮大可

\*筆者分別來自香港電台電視、電台及中文新聞部



# 7月傳媒記事簿

## 記者提問「六四」被警員帶走惹爭議 《明報》入稟指控《信報》誹謗

國家主席胡錦濤在七月初訪港期間，參觀興建中的啟德郵輪碼頭時，《蘋果日報》記者高聲問他是否知悉港人希望平反六四，該記者馬上被警員帶走，警方並扣留記者約十分鐘之後才放人。警方行動處處長洪克偉其後與四個新聞團體會面，交代《蘋果日報》記者向國家主席胡錦濤提問六四事件後被警員帶走查問的事件，稱是督察級警員「判斷問題」，無高層指令。香港記者協會對此表示失望，不希望警方用程序拖延調查。《蘋果日報》其後向警方投訴，並會向法院入稟，透過民事程序控告警方非法禁錮。這宗新聞連英國《衛報》(The Guardian)也有報道，它在社論中形容，這是港人自由日漸脆弱的警示。

特首梁振英的僭建新聞導致兩張大報對簿公堂。事緣《信報》「獨眼香江」欄目於六月22及23日分別刊登兩則標題分別為「《明報》總編提早向候特辦『溫馨提示』」及「絕非『無中生有』還看『兩大時差』」之報道，《明報》在23日刊出聲明，指「《信報》報道無中生有」，認為報道失實，要求撤回及道歉，《信報》卻拒絕撤回及道歉。《明報》在六月初入稟控告《信報》誹謗，同時刊載《明報》總編輯劉進圖在律師見證下簽署的誓章之中文譯本。《信報》其後回應，指處理有關新聞的團隊是以事件涉及公眾利益為出發點，因《明報》在報道中出現明顯的自相矛盾，在獲得消息人士確認下，才作出有關報道。

《南華早報》自我審查尚有餘波，兩名經常向總編輯王向偉提出反建議的資深編輯，雖在該報工作超過十年，但被指已逾60歲，不符報社年輕化計劃，不獲續約；但報社較早前又聘用一名68歲來自新加坡的編採人員當執行總編輯，被本地傳媒批評自打嘴巴。

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

## 有線與兩台達成播倫奧共識 輪播賽事國際台觀眾創新高

有線電視、無綫及亞視較早前就倫敦奧運播映權爆發爭議，其後港府介入，三間電視台終於在七月中達成協議，兩間免費電視台無綫及亞視表示以合理價錢向有線電視購買200小時的奧運節目，兩台會合作製作奧運節目，並輪流播映，讓香港市民可透過免費平台收看倫敦奧運。無綫、亞視選擇的奧運賽事種類並無任何規限。至於有線電視則會安排10條頻道播映約1,600小時賽事，當中逾1,000小時為直播賽事，賽事期間不會插播廣告，讓觀眾一氣呵成欣賞，亦首度以3D(立體)技術直播約200小時賽事。有線並會在2012.i-cable.com網站上全程直播，網民可用電腦和手機免費觀看。外界關注有線此舉可能違反廣告條款而需賠償客戶。據報有線與客戶商討以增加播放次數作為補償，避免直接賠償現金。

無綫和亞視就直播賽事安排達成共識，開幕禮後，每天下午4時半至7時半、晚上11時至翌日凌晨2時由明珠台直播；每晚8時至11時、翌日凌晨2時至清晨5時則由國際台接力。兩台直接由國際奧委會接收賽事信號，由電視台自行決定播放哪些項目，兩台會選擇香港觀眾較留意的賽事，例如游泳、跳水、田徑、乒乓等。自七月底兩台合作直播倫敦奧運後，令亞視國際台收視創新高，比本港台黃金時段的收視成績更好。月底兩台公布倫敦奧運的收視成績，廿九日晚8時至11時由國際台直播賽事，平均收視點達5.1(觀眾人數約32.8萬)；這收視成績高於過去一周本港台黃金時間的所有節目收視。由於奧運節目搶走了觀眾，同時期黃金時段翡翠台與本港台的節目收視也受影響。



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

## 吳克儉秘訪京記協批削知情權 六成新聞工作者憂新聞自由

教育局局長吳克儉於七月中秘密訪京，與內地教育部部長袁貴仁會面，事件因內地教育部公布才被揭發。事件連《人民日報》也有報道；但香港特區政府的駐京辦和新聞處對外聲稱不知情，顯示特區政府透明度不足。後來教育局發言人解釋指吳只屬禮節性訪問，離港不足二十四小時，認為毋須出稿通知，過去官員外訪也不是每次都會出稿。記者協會發聲明，局長外訪事前會發新聞稿，並透過駐京辦通知本港駐京傳媒採訪。而近日國民教育引起社會極大爭議，吳克儉在這敏感時刻作官式訪問，有必要向公眾清晰交代訪京之行，擔心立下壞先例，削弱公眾知情權。

香港記者協會七初公布的調查顯示，近六成新聞工作者憂慮新特首梁振英上任後，香港的新聞自由會減少。擔心新聞自由會減少的受訪者中，過半數認為政府會加強箝制傳媒，四成認為中聯辦會加強對傳媒施壓。記協指出，梁振英未上台的兩個月內已四度去信傳媒投訴，競選期間又曾抨擊有關他財政狀況的報道，引起新聞工作者的憂慮。學者寄語新特首積極聽取新聞界的訴求，用實際行動如制訂資訊自由法以增加傳媒的信心。

行政長官梁振英上任將近一個月，仍然未正式委任新聞統籌專員。月底有媒體報道，曾任無線新聞及公共事務總監、馬會公共事務部主管的退休傳媒人鄧惠鈞，會出任新聞統籌專員一職。不過，特首辦發言人表示，新聞統籌專員人選，會在適當時候才公布。



## 香港數碼廣播電台面對股東分歧 政治打壓 Vs 經濟壓力成羅生門

開台不足一年的香港數碼廣播電台（DBC），正面對開台以來最大的考驗，股東就注資問題出現分歧。據報道，七月底一個討論注資的董事會上，有股東不滿約兩個月內，股東兩次被要求分別注資 5 千萬元，認為是「無底深潭」。有股東力數鄭大班「搞政治多過做生意」，指有人把他視為「人肉提款機」，直言不排除把 DBC 清盤。但台長鄭經翰卻認為，股東之間無互信基礎，未能達成共識，他強調公司並非在資金上出現問題，主要是股東



之間沒有互信基礎，在注資及營運方面意見有分歧，希望在短期內，盡快召開特別股東會議。

數碼廣播電台至今已投資 1.5 億元，至於要「加碼」5000 萬元，主要是應付電台未來一年的營運需要，台長鄭經翰同時強調，電台並非在資金出現問題，而他更預計未來數月後，電台經營應該可以達到收支平衡。鄭又在報章撰文抱怨其中一個持有二成股權的股東不願注資、不願配新股、及不肯出讓手上股份，目的是想 DBC 清盤。他在文中更點名指行政會議成員羅范椒芬曾揚言不能讓 DBC 坐大，有政治勢力欲「扼殺 DBC 之萌芽」。而 DBC 七月底發出聲明，表示正諮詢法律意見，以保障股東、員工、商業夥伴和公眾利益。未有進一步消息之前，數碼電台如常運作，直至另行通知為止。（\*後按：截稿前，DBC 宣佈將於九月十一日停播。）

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

梁麗娟  
傳媒評論員

## 【+】 BROADCASTING THE OLYMPICS

To deliver the full coverage for the London 2012 Olympics, the host nation broadcaster BBC had planned and adopted various ways, formats and technology to deliver a truly digital Olympics. This article finds out how broadcasters and pay operators are preparing for the broadcast of the world's largest sports event and how the Games are changing in the face of sports reporting.

*TELEVISION ASIA PLUS*

*June / July 2012*

## 【+】 MEDIA ASSET MANAGEMENT – FROM THE CLOUD TO CONTEXTUAL LABELS: HOW TO UNLOCK VALUE FROM METADATA

Digitally annotated descriptions of programming, baked into the audio or video at different points in its lifecycle, have for some time been key to streamlining efficiencies, from production to playout. But metadata is now being used to power TV search, with further potential to unlock all sorts of revenue opportunities downstream. While use of cloud for news production is still at an embryonic stage, its potential is huge.

*BROADCAST*

*July 7, 2012*

## 【+】 SOCIAL NETWORKS AND THE SECOND SCREEN

TV is being revolutionized by alternate, if distracted, communications from the sofa. In the welter of changes affecting the global television industry, the impact wrought by social networks may be the most disruptive of all. Social TV lies on a continuum of generally interactive TV experiences, platforms and applications, as well as the availability of globally-deployed social networking platforms and the second screens in the form of mobile devices.

*INTER-MEDIA*

*July 2012*

## 【+】 CHANNELLING THE NEW SCREENS

With TV becoming increasingly interactive, the challenge is how broadcasters can integrate different elements onto their screens, yet still maintain their TV branding. That is why technology providers continue to come up with channel-branding solutions that would meet these new needs. New channel-branding solutions help broadcasters overcome a great deal of new challenges.

*ASIA-PACIFIC BROADCASTING*

*July 2012*

## 【+】 互動電視2.0時代

內地電信營運商借着三網融合的東風，名正言順，大張旗鼓地發展IPTV，並在多地推出了手機+固話+寬帶上網+IPTV的捆綁套餐；視頻網站一方面購買版權，投資拍戲，一方面整合併購，在視頻產業中越來越舉足輕重。在IPTV和網絡視頻的誘惑下，很多年輕人毫不猶豫地拋棄了有綫電視，投入了「免費+自主」的「新視界」。

《世界寬帶網絡》

二零一二年七月號