

目錄 Contents
06 | 2013

- 慎思、眾言、佔中：商討民意的發展歷程 / 鍾庭耀 p. 2-3
- 「傳媒資訊素養」提升香港競爭力 / 李月蓮 p. 4-5
- 微博「公共領域」：瓶頸與進路 —— 《微博改變中國》系列之二 / 王君超 p. 6-8
- 傳播書刊介紹：《國民身分與採訪衝擊》 / 馬偉傑 p. 9
- 英國新修誹謗法述評 / 白淨 p. 10-11
- 媒體在社會公共政策調查中的作用 / 莊太量、趙順 p. 12-13
- 2013電視節目欣賞指數第一階段調查結果概述 / 李偉健 p. 14-15
- Work-life Balance: Attitude and Behavior in the Work Place
/ Edward Tai, Karie Pang, Robert Chung p. 16-17
- 五月傳媒記事簿 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

慎思、眾言、佔中：商討民意

2009年2月，香港大學民意研究計劃首次與史丹福大學慎思民主中心（Center for Deliberative Democracy at Stanford），聯合舉辦慎思民調研習班，參加者28人，來自本地學術界、非政府組織和議員辦事處等。

同年6月，筆者響應立法會監察西九文化區計劃推行情況聯合小組委員會的呼籲，向委員會提交書面建議及作出口頭申述，建議有關當局在公眾參與活動時使用慎思民調。

一年後，在2010年2月，民研計劃首次與香港電台聯合主辦一個名為「政改慎思」的公眾辯論會，由民研計劃透過電話隨機邀請92名市民，於2月6日在港台出席辯論會，包括專家辯論環節、出席市民發問環節，和辯論前後問卷調查環節。有關活動全程錄影，並於在2月13日早上於香港電台第一台以節目形式播放。「政改慎思」的內容活動構思，是參考美國史丹福大學創立的「慎思民調」，分析出席市民在聽取正反論點前後的意向變化。

一個月後，在2010年3月中下旬，民研計劃與史丹福大學慎思民主中心再次合作，分兩週舉行「慎思民主與公眾諮詢培訓班」，並邀得慎思民調鼻祖史丹福大學慎思民主中心總監費斯堅（James Fishkin）教授擔任主講。培訓班的對象以學術界為主，參加者接近40人，當中包括澳門學者，及後在澳門開展了正式的慎思民調（澳門稱之為「商議式民調」）。

慎思民調的解說

在培訓班的教材中，慎思民主中心對慎思民調有以下解說：

問題：公民對於重要的公共議題通常缺乏全面瞭解。傳統的民意調查只能獲得公眾對於議題表層的、未經過深思熟慮的意見。社會科學家稱這樣的公眾是理性地忽略與議題相關的資訊，因對他們來說，花費大量時間和精力獲取資訊以形成經過深思熟慮的意見，成本太高。

解決方案：慎思民調是對傳統民意調查的一種有建設意義的新嘗試。它引入民主協商這環節，參與者在獲得均衡全面的資訊的基礎上討

論議題，從而形成經過深思熟慮的民意。

執行方法：

1. 第一次民意問卷：慎思民調的過程是從公眾中隨機抽取一個有代表性的樣本，並對抽中的民意代表進行問卷調查。
2. 徵集參與者：從公眾中隨機抽取一個有代表性的樣本來參與協商民意問卷。
3. 均衡的資訊：在參加討論之前，參與者會收到與討論議題相關的均衡的說明材料。
4. 小組討論：在協商當日，參與者被隨機分配到由受訓過的主持人主持的小組中進行討論；大組問答：參與者所在小組在討論結束後確定想要提出的問題，然後在大組交流中向專家和決策者提問。
5. 第二次民意問卷：協商之後，將進行第二次問卷調查，以獲得經過深思熟慮後的民意；媒體報導：協商民意測驗之後，調查結果將很快由媒體向公眾公佈。

大約一年後，在2011年1月，民研計劃再次與香港電台合辦一場公眾辯論會，名為「申亞慎思」，討論「市民應否支持政府申辦2023年亞運會」。民研計劃這次提高要求，增加小組討論和匯報環節，並把活動時間由半天加長至一天，兼且移師至香港大學的場地舉行。可能由於難度增加，出席活動的市民減少至66人，但所有既定環節沒有改變，包括專家辯論、市民發問，和辯論前後的問卷調查。香港電台亦把整個活動錄音錄影，並於1月10日黃昏於香港電台第一台以節目形式播放。

總結「申亞慎思」的經驗，民研計劃與香港電台在同年9月再次舉行類似活動，名為「香港慎思」，專題討論「市民應否支持改變填補立法會議席空缺安排」。是次活動還原在香港電台舉行，保留小組討論及匯報環節，但就濃縮流程，其他環節保持不變。結果，民研計劃邀得85名市民出席活動，香港電台在9月13日黃昏時段於第一台以節目形式播放。

在2011年9月的「香港慎思」前後，民研計劃其實與史丹福大學慎思民主中心，以及

的發展歷程



澳門方面的專家學者，聯合進行了系列的活動，包括在7月份在香港舉行「慎思民主，民意調查與傳播媒介」工作坊以理念為主之第一部份，以及12月份在澳門舉行以實踐為主的第二部份。在實踐部份，工作坊的成員實地觀察和討論澳門在12月4日門舉行的首個「商議日」，由澳門政府委託由張榮顯博士主理的易研方案（澳門）有限公司執行，根據慎思民調的方法邀請277名澳門市民出席討論。活動包括由受訓主持人主持的40場小組討論，和兩場大組專家答問大會，在澳門新口岸教業中學舉行，就澳門的《出版法》和《視聽廣播法》進行討論。筆者和不少學者專家都以觀察員身份全程觀察和記錄，是一次相當成功的慎思民調，亦是港澳地區首個正規慎思民調。

香港的慎思文化

2012年，筆者除了繼續參加由史丹福大學慎思民主中心主辦或協辦，在中國內地舉行的各項慎思民主（內地稱作「協商民主」）工作坊外，亦在6月份在香港大學舉行的第65屆世界民意研究學會（World Association for Public Opinion Research, WAPOR）的年會中，加入多場「慎思民主」研討會，以及同期舉行另外一次慎思民調工作坊。年底12月16日，香港電台與民研計劃總結了多次「慎思辯論」的經驗後，推出第一個《眾言堂》節目，由民研計劃透過電話隨機邀請95名市民，到香港電台錄音室向特首梁振英直接詢問關於施政報告的問題，全程直播，並由學者葉兆輝就出席市民預先筆錄提出的問題進行綜合主題分析，即場公佈，結果發現每人平均提出1.71條民生問題、1.27條經濟問題、和1.07條政治問題，反映市民比較關注民生問題。在香港來說，2012年可算是慎思文化的整固期。

踏入2013年，香港的慎思文化似乎正在茁壯成長。首先，香港電台與民研計劃總結了多項「慎思文化活動」的經驗，決定以「眾言堂」的品牌，延續慎思明辨的文化。5月5日，香港電台推出第二個《眾言堂》節目，題為「慎思2017年行政長官選舉辦法」，邀請羅范椒芬、譚耀宗、何俊仁及戴耀廷，現場直播討論上述議題，然後由107名市民代表現場提

問和討論，全程直播。市民代表由民研計劃以電話隨機抽樣邀請參加，參加前獲發平衡參考資料一份，並須在討論前後填寫問卷表達意見，由民研計劃現場分析和總結。

《眾言堂》雖然沒有小組討論，但在邀請、討論和分析的環節，已經參照了「慎思民調」的理念。在節目製作和資源運用的考慮下，《眾言堂》可算是開展了一種以媒體帶動的慎思商討文化。

那邊廂，在2013年1月16日，學者戴耀廷發表「公民抗命的最大殺傷力武器」文章，開展了「佔領中環」運動。及後，戴耀廷把運動逐步具體化，活動包括多個商討日、多輪民間投票、議員辭職，和多種不合作運動等，最後一着當然就是佔領中環。由戴耀廷提出的多個商討日，原來就是仿效艾卡曼（Bruce Ackerman）和費斯堅提出的慎思日（Deliberation Day）和慎思民調。筆者當然感到興趣。

經過多個月的討論，以戴耀廷為首的運動發起人，終於委託民研計劃以獨立自主方式負責舉辦有關運動的「商討系列」部份，目的是讓普羅市民和支持人士透過理性討論，去參與制定2017年特首選舉的方案。在本文面世之時，第一個商討日已經完成，95名隨機抽樣的香港市民，和另外大約600名支持「佔中」人士，分場分組就有關運動將會遇到的問題進行討論。

撇開翻譯的問題，稱之為慎思活動也好、商討文化也好，香港社會在這方面的發展，似乎不夠五年。與鄰埠澳門相比，可謂起步早、收穫遲。不過，從香港電台製作的「慎思系列」，包括新晉品牌節目《眾言堂》，以及最近「佔領中環運動」的「商討系列」，似乎顯示香港本土可能孕育出另一種由下而上，以公民社會為骨幹的慎思制度和商討文化。果真的話，這個可能是香港人引以自豪的發展。

在制度民主和街頭抗爭之外，慎思制度和商討文化或可成為一個解決社會矛盾的方法。

【+】鍾庭耀

香港大學民意研究計劃總監

「傳媒資訊素養」提升香港競爭力

最近發表的世界競爭力年度報告指出，香港的競爭力正在倒退，香港究竟在哪些方面的發展需要急起直追？現時全球各國正邁進知識社會，香港準備好了嗎？

聯合國教科文組織（UNESCO）在過去十年，發展「傳媒資訊素養」（media and information literacy，簡稱MIL），倡議各國培養國民處理資訊的能力，認為「傳媒資訊素養」高的國家才能在知識型經濟中具備競爭力，順利過渡至知識社會。那麼，香港在這方面有甚麼進展？我們的新一代如何在未來的國際舞台上保持優勢？

面對知識社會的挑戰，香港反應並不見得快速，比起韓國及新加坡，我們相對落後，不過近年我們也意識到有需要改變，除了推行教育改革，上月（五月十一日），教統局家校合作委員會，聯同香港浸會大學傳理學院新聞與社會研究所，舉辦了「傳媒資訊素養」研究會，向家長、老師及年青人介紹「傳媒資訊素養」的重要性，可以說是「起動的呼喚！」



（wake-up call）。香港的教育工作者，亦正式開展香港的「傳媒資訊素養」運動。

「傳媒資訊素養」是指一組處理資訊的能力，它包括了傳媒素養（media literacy）、資訊素養（information literacy）及資訊科技技巧（ICT skills），是傳媒教育的進階課程。一位具備「傳媒資訊素養」年青人，他應該有能力處理來自不同資訊源的訊息，這些資訊源包括大眾傳媒、互聯網、圖書館、資料庫、博物館等。所以當日研討會的講者，也來自不同的界別，包括學者、老師、傳播界的專業人士、圖書館館長及博物館館長等。除此之外，聯合國教科文組織北京辦事處的傳播及資訊顧問安卓，也來港介紹「傳媒資訊素養」在知識社會中的角色。

資訊力

踏入廿一世紀，人類社會正在各方面發深

刻變化，而其中一項最重要的，是從工業社會轉型至知識社會，無論是政治、經濟及文化領域均醞釀翻天覆地的範式轉移。我們的下一代將是知識工作者，他們靠腦力勞動及知識創造來謀生，所以「傳媒資訊素養」是他們的基本生存技能。

日本作家大前研一在他的新作《大前研一的趨勢思考》中指出，面對資訊社會，只能靠人才來決勝負。他說日本文科省熱心教導知識，這些知識可以全部存放在用一百日圓就可以買到的晶片裏。他認為真正重要的是，在工作及生活中遇上有需要的時候，能夠快速找到必要的知識，再根據批判思維，對這些知識進行分析解讀，並多角度思考，引發具創意的構想或解決問題的方案。他堅信培育這類人才，才能令日本在國際企業發揮領導角色。

公平參與知識社會

大前研一所描述的這種能力，跟「傳媒資訊素養」不謀而合。但值得注意的是，不應該用太功利主義的眼光來看待「傳媒資訊素養」教育（MIL education），它不是純粹人力資源培訓。聯合國教科文組織顧問安卓特別提出，「傳媒資訊素養」教育除了訓練有資訊力的公民，還旨在促進自由、獨立、多元及開放的資訊體制，建立一個平等、包容及共同參與的知識社會。

其實《第三波》的作者托夫勒曾經指出，在「第三波」的知識社會，人際溝通需要的資訊，比「第一波」的農業社會與「第二波」的工業社會更多。在農業社會，社會結構簡單，人與人之間的思想差距及行為模式分別不大。到了工業社會，大眾傳媒製造「大眾意識」，形成大眾文化，於是社會的人和事的同質性很強。但「第三波」的新社會十分多元化，個人主義極為盛行，不斷的創新令社會各個領域加速變化，故此需要更多的流通資訊去連繫社會。托夫勒說，當社會上人與人之間的差距大，我們就需要更多的情報、資訊、線索去預測行為，如果我們無法對其他人的言行作任何預告，那麼大家就很難生活在一起，社會也難以運作。故此，每個人及每個機構都必須掌握

製造和處理資訊的能力，才能好好工作及生活，社會也能更和諧地發展。

此外，跨越新數碼鴻溝也是「傳媒資訊素養」教育的目標。流動電話的普及令非洲國家的村民也可以上網。但媒體接觸（physical access）的數碼鴻溝問題雖然得到紓緩，但數碼使用鴻溝（digital use divide）的情況愈來愈嚴峻。開展「傳媒資訊素養」教育，是希望讓每一位年青學生都有機會學習處理媒體訊息及資訊，能平等地參與知識社會，公平地進行競爭。安卓說，聯合國教科文組織的專家正努力制訂「傳媒資訊素養指標」（MIL Indicators），打算用以評核全球各國民的「傳媒資訊素養」水平，以提醒在這方面落後的國家要投放更多教育資源去培訓國民的資訊力。

講者在研討會上提出，「傳媒資訊素養」的培訓可分三個部分：（一）尋索資訊（access）；（二）認識媒體及解讀媒體（understanding and evaluation）；（三）使用媒體及創造知識（communication, use and creation）。

搜尋有道、分析有理

主動搜索是網絡世代年青人的專長，他們經常使用網路搜尋引擎如 Google、Yahoo 及百度等找尋資料，不過他們並非對這些搜尋引擎有很深的認識。JDB 公司行政總裁蔡寶德指出，搜尋引擎並非完全是免費的，這是一門競爭激烈的大生意。谷歌及雅虎每個關鍵字搜尋結果的前幾個項目，是由相關公司付費，有「廣告」意味，網民別以為放在搜尋結果前端的項目是最相關及最重要的。他說，網民要學習怎樣精明地選擇搜集引擎，可比較它們提供資訊的相關性、綜合性、新鮮度及表達形式。

在互聯網搜尋資料雖然很方便，但香港太空館館長陳己雄提醒大家，網上的資訊不一定真確，而且雜亂無章，如果不能輸入最恰當的關鍵詞，更會在網上迷失，浪費時間，建議年青人應了解不同資訊平台的優缺點。他介紹博物館是一個充滿「人文氣息」的實物教育平台，富於強烈的人際互動，是眼到、手到、意到的資訊源，令參觀者更深刻及立體地吸收知識。

外國調查發現，大部分的學生進行資料搜集時傾向運用互聯網，他們愈來愈少用使用圖書館尋找資料。事實上，如果進行認真的研究調查，圖書館展應當是重要的資訊平台。現時香港各大學圖書館都提供數碼化服務，學生透過上網搜尋資料很方便。香港中央圖書館高級館長趙疊紅也指出，全港77間圖書館均提供網上資源服務，並設有很多資料庫提供專題研習指引，學生應學習怎樣善用公共圖書館，進行終生學習。

當然，除了學會搜尋，還應學懂分析資訊，分辨資訊的對錯及好壞。在 Web2.0 時代，天主教石鐘山紀念小學就設計了「我是未來領袖」創意資訊科技教育計劃，提供網上傳媒教育課程，提昇小學生的批判思考能力、溝通能力、創造力及協作能力。

家庭議會委員李秀恆說，家長也應該進入 e 世代，學習使用新媒體，透過 Facebook、微博、Whatsapps 等進行親子溝通，並輔導子女如何善用新科技。

善意創作、貢獻社會

社交媒體如 Facebook 及微博，不僅是年青人社交的平台，還是他們獲取新聞、媒體訊息及各方意見的渠道，很多家長對子女花過多時間在社交媒體表示憂慮。但中文大學新聞與傳播學院助理教授朱順慈表示，家長不應以負面應對心態面對，社交網站是年青人自我表達的平台，可發揮創意，但應輔導年青人了解在上面發表的言論，會到達無法預知的受眾群。

現時的年青人不僅是傳媒及資訊的消費者，還是傳媒製作人，樹仁大學新聞與傳播學系兼任講師梁蕙儀認為在培養年青人製作錄像時，應引導他們做建設的創作，她就跟樹仁同學一起製作尋親錄像，結果為一位女士找到親人。

培養「傳媒資訊素養」有很多途徑，無論為提升香港競爭力抑或培養有質素的香港下一代，學校及家長都應該在這方面起動了！

☞ 李月蓮

香港浸會大學新聞系副教授

微博「公共領域」：瓶頸與進路

美國創意策略公司 (Creative Strategies Inc.) 顧問本·巴加林 (Ben Bajarin) 在《時代》雜誌網路版撰文認為：「Twitter 已經成為當今最具顛覆性的新媒介之一」。「在我經常使用的服務中，沒有一個具備像 Twitter 這樣的即時信息服務。」在中國，微博的被追捧程度絲毫不亞於 Twitter 在美國受歡迎的程度，甚至有海外研究者認為，新浪微博在許多方面優勝於 Twitter。¹

「撬動中國」的支點和「公共領域」瓶頸

微博對於當今中國社會發展的最大功用，莫過於對公共領域的建構作用。微博將「內容為王」與「關係為輔」兩個方面共時性地統一於一個平臺，並因其可以嵌入大量的協力廠商軟件而成為「富媒介」(rich media)。借助於循環對話不斷產生的「推特流」形成意見的「漲落」，進而達成某種相對性的共識。

拜特殊的傳播模式所賜，公眾輿論得以在微博「野蠻生長」。在筆者負責的德爾菲 (Delphi) 專家問卷中，多數專家認可微博為一種「具有公共領域潛質的新新媒介」。借用古希臘哲學家阿基米德 (Archimedes) 「給我一個支點，我可以撬動地球」的論斷，筆者將公共領域的建構稱為微博撬動中國的「支點」。

筆者在專業調查網站「問卷星」隨機抽取微博樣本戶 400 個，回收有效問卷 333 份。結果表明：內地網民對於「微博可以改變中國」這一觀點非常認同的佔 9.91%；基本認同的達到 39.34%；說不準的佔 38.44%；不認同的佔 11.41%；極不認同的佔 0.9%。

根據德爾菲專家問卷的三輪回饋，此將「阻礙微博成為當下中國公共領域的瓶頸」歸結為七個方面：

1. 微博的碎片化文本特徵和爆炸式傳播效果，不利於讓使用者在掌握全面資訊和事實全貌的基礎上轉發和評論。
2. 多數用戶使用微博的主要動機在於獲取資訊、滿足娛樂和社交，參與持久、重要的公

共議題討論的動力不足。

3. 政府管控過嚴，網站對敏感話題予以刪貼、屏蔽、禁號，限制了資訊的自由流動。
4. 利益團體對微博用戶的「勸告」、恐嚇，或組織、動員甚至雇傭水軍，造成輿論假像。
5. 公共領域有賴於一個成熟的公民社會和中產階層的成熟度。現階段的微博用戶素質參差不齊，一些用戶對謠言識別能力較差，非理性的表達方式常見於不同意見的爭論。謠言、謾罵、攻擊、恐嚇和約架現象在微博屢見不鮮，造成公眾討論的扭曲和中斷。
6. 由於區域經濟、網路條件的發展不均衡，「數字鴻溝」使一部分民眾仍然不能進入微博平臺討論公眾話題。
7. 推行名人加『V』認證、收費會員制以及微博運營商對名人的「提及推薦」等設計，造成微博用戶話語權的實際不平等。

「改變中國」與「改變微博」

多數德爾菲專家表示，實現微博「理想的傳播情景」，有必要在以下方面做出努力：改善公權機關對微博的管理、加強網絡法制建設、擺脫商業操控、提升用戶的社會倫理道德、提高公民素質，增加媒介素養。也就是說，微博是否能夠改變中國、能夠在多大程度上改變中國，取決於它如何改變自身。

(一) 網路善治：理想的微博管理模式

英國學者安德魯·查德威克 (Andrew Chadwick) 認為，「互聯網比較自由，不過，正如我們將要看到的，它也有自己的弱點，從而可以被施加管制，並且就像所有的活動領域一樣，它容易受到強勢利益集團和參與者的影響。」²就網絡的無國界性特徵來說，避免強勢集團介入的最佳管理模式，莫過於「無為而治」，即由使用者生產自主管理。但是，從全球的範圍來看，即使信奉網絡自由主義的 Google 和 Facebook，亦不得被動地採取管理手段。前者上月因疏於管理，而在一起「誹

¹ Alvaris Falcon, *Twitter vs. Weibo: 8 Things Twitter Can Learn From The Latter*, <http://www.hongkiat.com/blog/things-twitter-can-learn-from-sina-weibo/>

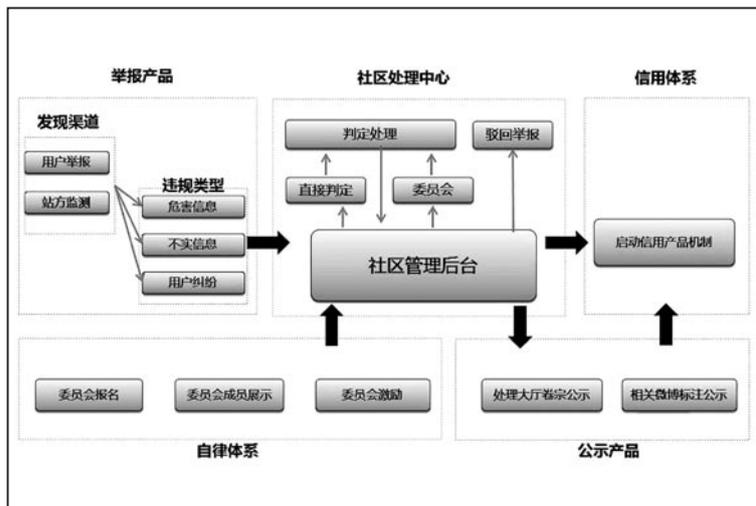
——《微博改變中國》系列之二

謗性搜索提示」訴訟中敗訴；後者則因允許用戶上傳血性視頻片段而受到輿論譴責。

在全球化和的語境下探討中國微博的治理之道，使其更符合公共領域的要求，這裡需要引入「善治」(good governance) 的概念。

俞可平認為，「善治是使公共利益最大化的社會管理過程」；「善治的本質特徵就在於它是政府與公民對公共生活的合作管理」。³從系統科學的角度來看，微博系統存在著大量的自組織行為。微博用戶通過信息交換和觀點的「漲落」，使網絡資訊從混亂走向有序、從混沌走向清晰。系統科學還借鑒生物學上的「自創生」(Autopoietic) 概念，闡明系統在沒有外力干預下，具有自我創造、自我產生和自我形成的能力。新浪微博社區委員會的產生和《新浪微博社區公約》的試行，都可看作是一種「自創生」，標誌著新浪微博從「治理」到「善治」的轉變。

新浪微博社區委員會處理用戶投訴體系，可用下圖表示：



(二) 微博關謔：「自淨」與「他淨」的博弈

在微博傳播系統中，網民通過正常的資訊分享和溝通對話消除謠言，屬於典型的「自組織」行為，由微博使用者自發組織形成的關謔組織，則屬於「自創生」。從關謔效果的角度來說，微博用戶自發的關謔屬於「自淨」；由「他組織」發佈的關謔資訊，則屬於「他淨」。

自淨功能發揮作用的機制是：網民在轉發和評論的過程中，通過對共享信息的甄別、比對和個性化的評論而逐步消除其不確定性。

鑒於當前的微博還是一個真偽並存、泥沙俱下，充斥著大量的「水軍」言論的輿論場；加上微博用戶的媒介素養參差不齊，所以在現階段，謠言治理機制實際上取決於「自淨」和「他淨」的博弈。

上月，臺灣董姓女子因發佈便當店拒售盒飯給菲籍勞工的網絡謠言，而涉嫌違反社會秩序，後被移送臺北地方法院審理；內地傳播京溫商城安徽女青年「離奇死亡」謠言的彭某等13人，則被北京檢察機關批准逮捕。在以上案例中，兩岸警方不約而同地兩採取了「他淨」的處理謠言方式。從網路善治的角度來看，「他淨」容易產生「寒蟬效應」，並非最好的處理方式；但「自淨」的效果，又有賴於網民辨謔素質的進一步提升。

(三) 圈子文化：社會共識的悖論

新浪微博的加『V』認證，原本是用作識別使用者身份的標誌，後來異化為一種名人與「草根」身份分裂的符號，並逐漸異化為一個掌控社會資本和話語權的特殊「圈子」——「名人堂」。

桑斯坦 (Cass R. Sunstein) 認為，人們會根據自己的偏好有選擇地接受資訊。⁴這一理論闡釋了人們在微博上有選擇的關注 (Following) 行為。通過有選擇地「加關注」，並根據自己感興趣的資訊而對所「關注」的用戶名單不斷調整，逐步形成自己較為固定的圈子，進而浸潤於帶有一定封閉性、且不斷強化個人原有認知的「圈子文化」。

「兩條微博，一個分裂的中國」。5月29日，新浪微博用戶「@假裝在紐約」發佈的這條只有13個字元的微博引起廣泛關注。該微博附有《華商報》王歪和《環球時報》英文版記者張治龍的兩條微博截屏。前者寫道：「一個老家在延安的記者打電話求助，說家人在延安受欺負了，希望報導。我問你是哪個報社的……對方吞吞吐吐說：環球時報……我說：不

2 安德魯·查德威克：《互聯網政治學：國家、公民與新傳播技術》，任孟山譯，P311，北京，華夏出版社，2010

3 俞可平主編：《治理與善治》，P8，北京，社會科學文獻出版社，2000



管。」後者的訴求是：「希望王記者摒棄意識形態鬥爭，謹慎消費他人痛苦。」

以上兩條微博被認為是微博「圈子文化」的一個案例。《南方人物週刊》2012年9月6日曾載文認為，「今天的《環球時報》被貼上了越來越多的標籤——「憤青大本營」、「愛國賊老窩」、「商業民族主義」……」。都市報在內地則被視為市民文化和的代表。微博上的左、右意識形態之爭，不僅遮蔽了某些改革共識；而且助長了「非黑即白」、「非此即彼」的簡單化思維，使得本來膚淺的網路文化更顯出「網絡的巴爾幹化」（cyber-balkanization）分崩離析的文化特徵。在全球化意識形態下，多元化和文化衝突是網絡民主、自由的反映，但意見衝突異化為人身攻擊甚至訴諸武力，以致「約架」流行，就與民主、自由的真意漸行漸遠了。

哈貝馬斯認為，「溝通過程所追求的是共識，它滿足了合理同意表達內容的前提，一種通過交往而達致的共識具有合理的基礎。」⁵ 微博上的不同圈子彼此對立，黨同伐異，有悖於哈貝馬斯的溝通理論和理性辯論的理念，亦無益於微博公共領域的構建。

（四）扭曲溝通：錯位的言語情景

在言語主體的溝通過程中，由於主體性與客觀領域、規範領域以及主體間性領域之間發生混亂，欺騙、操縱、隱瞞等因素進入傳播過程，由此產生「系統扭曲交往」（「扭曲的溝通」）。哈貝馬斯認為，這種「交往病理」可以說是「目的行為」與「溝通行為」發生錯位的結果。

在筆者執行的網絡調查問卷中，微博用戶遭遇的「扭曲的傳播」類別的比例（多選）分別

為：謠言 65.17%；漫罵、侮辱 54.95%；恐嚇 26.13%；欺騙 56.46%；約架 6.01%。

由各種利益集團操縱的「水軍」言論，是最常見的「欺騙」行為，其手段一為「漂白」，一為「抹黑」。不管何種「扭曲的溝通」手段，都會為「清晰的傳播情景」設置「輿論陷阱」，誤導大眾。

哈貝馬斯的溝通理論提出四種有效性主張：對真實性的主張、對正當性的主張、對真誠或誠實性的主張和對意義的主張。水軍言論本著「把水搞混」的目的，發布不真實、不正當、不真誠的欺騙性信息。混淆了「溝通」與「假溝通」的界限，製造了輿論的假像。而政務微博「對網民訴求敷衍，對於負面言論採取封堵、拉黑甚至威脅恐嚇的手段，嚴重影響了公信力。」⁶

結語

根據約瑟夫·奈和約翰·D·唐納胡的「全球化世界治理」理論，應該從三個方面評估「全球傳播革命」——網路的範圍、內容的深度和經濟影響力。當前，微博在用戶的普及範圍和數量、內容的深度兩方面都遠遠超越其他媒體，但在經濟影響力方面，尚未擁有一個像Twitter那樣成熟的商業模式。

媒介從來就不是萬能的。「技術決定論」的觀點並不符合唯物史觀。微博能否改變中國，在多大程度上改變中國，不僅取決於微博公共領域的建構水準和網民能否將理性的網絡表達化為實際行動，而且也取決於微博對中國社會發展影響的廣度、深度和強度。而這一切還依賴於一個更為開放的媒介環境、一個公民素質更高的微博用戶群體，以及全社會「數字鴻溝」的不斷彌合。

[-] 王君超

北京清華-日經傳媒研究所研究員，專欄作家（本文受教育部人文社科基金項目《基於微博的表達權與「理想的傳播情景」》和牛津大學OII同名訪問項目支持）

4 卡斯·R·桑斯坦：《謠言》，P78，張楠迪揚譯，北京，中信出版社，2010

5 尤爾根·哈貝馬斯：《交往行為理論（第一卷）》，曹衛東譯，P274，上海出版社，2004

6 佟力強：《2012首都互聯網發展報告》，P29，北京，人民出版社，2013

傳播書刊介紹

書名：《國民身分與採訪衝擊：兩岸四地記者親述》

作者：李家文

出版社：明報出版社

出版日期：2013年2月



收到李家文博士親手送贈新書，我已急不及待，於過去一星期內把它一口氣讀完。

越看越替她擔心。怎麼她會寫得那麼坦白？在課堂內與學生分享錯綜複雜的政治地雷還可，怎麼她會白紙黑字寫下來，與廣大讀者分享呢？是否為了在結語中所說，「謹將本書獻給仍在新聞界打拚的所有有心人」呢？

再者，怎麼書中受訪者會那麼直接去表達自己的感受？每一位受訪者都有名有姓、有相片、有完整履歷，由卅歲到五六十歲共十多位兩岸四地記者，都毫無忌諱地與廣大讀者分享多年征戰經驗，評論兩岸四地記者的得失優劣。受訪者談政黨政治、談傳媒專業、談歷任媒體機構，談同行、談自己，還談國民身分。我特別喜歡北風所說：「當然，我是中國人，……，我向來把國家、土地、政府，政黨分得很明白。」

我雖然不是任教新聞本科，但在新聞系任教多年，其實亦替很多畢業同學擔心。怕他們不懂事、不懂人情世故、做事較衝動，卻欠缺內涵。與其他院校交流心得，最擔心的是就讀新聞系的同學大都沒有閱報及閱讀的習慣。

根據去年調查的百多名新聞從業員中得知，他們竟然只以方便，快捷作為獲得新聞資

訊的主要因素，卻把「質素、可靠、準確」等新聞基石棄之不顧（見《傳媒透視》，2012年4月號）。但看畢這本書後，發現行業中還有那麼多堅守新聞專業守則的同行，希望新一代畢業同學能從在工作中鍛鍊吧。另一方面，相比起台灣記者和內地記者，香港記者少了政治或經濟上的包袱，一貫勇往直前的態度，還得到一定的肯定。

說實在，我替家文高興，她竟然有那麼多知心友，對她那麼信任，願意挺身，出現在她的書中與讀者分享。我在此亦要向各書中傳媒精英致敬，為他們的勇敢坦白，無私分享致意。這是一本用心寫的書，我願每一位傳媒學生手執一本，詳加細讀，作為討論自身專業的開始。這本書不是去取代新聞學教科書，也不是一二三四教大家應怎麼做的工具書，卻蘊藏大量錯綜複雜、包含多年專業歷練，又不能只說對錯的個人故事分享。

【+】 馬偉傑

樹仁大學新聞與傳播學系助理教授/
網絡傳播研究中心執行長

英國新修誹謗法述評

英國2011年3月公佈誹謗法修改草案(Draft Defamation Bill)，經過長達兩年的諮詢和審議，今年4月25日，終經國會三讀通過，新修誹謗法稱作Defamation Act 2013。這是英國繼1996年修改誹謗法以來，對此法又一次重大修改。關於前年英國誹謗法修改草案的詳細內容，《傳媒透視》2011年五月號有詳細介紹，本文不再重複。

英國新修的《誹謗法》(2013)，主要變化有以下幾方面：

一、原告起訴誹謗須證明受到嚴重損害 (Serious harm)

過去，原告起訴誹謗只需證明三點：一是公開發表，二是有損名譽，三是指向原告。原告不需證明損害，起訴門檻較低，誹謗法容易成為威脅言論自由的工具。新《誹謗法》要求原告起訴誹謗，必須證明受到嚴重損害，只有造成或足以造成對名譽的嚴重損害，方可起訴誹謗。如果原告是商業機構，則必須證明其遭受財產損失或足以導致財產損失方可起訴。

二、抗辯 (Defence)

1、真實抗辯 (Truth) — 被告須證明內容絕大部分真實 (Substantially true)，如果內容基本真實，即使與實際情況略有出入，但沒有達到嚴重損害名譽的程度，則不構成誹謗。取消普通法中有理可據抗辯 (Justification)，同時廢除1952年《誹謗法》中的有理可據條款。

2、誠實意見 (Honest opinion) — 基於已公開的事實，或者受特權保護的陳述，誠實地發表意見，但前提是：所發表的必須是觀點，或者可以識別為觀點，而非事實陳述。如果對受特權保護的陳述發表意見而被訴誹謗，當採用此項抗辯時，可視情況同時選擇其他抗辯，例如基於公眾利益的發表、科學或學術刊物、特權保護等多項抗辯。取消普通法中公正評論抗辯 (Fair comment)，同時廢除1952年《誹謗法》中的公正評論抗辯條款。

3、基於公眾利益的發表 (publication on matter of public interest) — 所發表內容關乎

公眾利益，或者發表人有理由相信其所發表的內容關乎公眾利益，內容準確且不偏不倚，可作為抗辯事由。取消普通法中的雷諾茲特權抗辯。

4、網站運營商責任 (operators of websites) — 對於互聯網上的誹謗內容，如果原告能證明：第一、原告無法找到誹謗內容的作者；第二、原告事先已就誹謗內容的情況通知網站運營商；第三、網站運營商沒有給予任何回應，在此種情況下，網站運營商負有責任。有關條款只適用於網絡上的用戶生成內容，如果是網站運營商的主動行為，則不適用此條款。

5、科學或學術刊物 (statement in scientific or academic journal etc) — 發表在科學或學術刊物上的內容，如果內容純屬科學或學術問題，在發表前經過編輯審閱或經過一個或多個同行評議，有關內容受法律保護，除非能夠證明被告發表時含有「惡意」。

6、特權保護 (Reports etc. protected by privilege) — 修改1996年《誹謗法》關於特權抗辯 (privilege) 的範圍及個別提法，對在世界各地的新聞發佈會上的關乎公眾利益的公正準確的報道，納入法律保護；將上市公司與國營企業一視同仁，對這些企業相關事項公正準確的報道受特權保護；將部分只在英國範圍保護的特權，放大到全世界。增加對科學或學術爭論的保護，對於世界各地的科學或學術會議的公正準確的報道予以法律保護。

三、單一出版原則 (Single publication)

原告針對同一內容，只能起訴一次，不能多次起訴。但如果內容的刊登方式不同，則根據刊載位置的顯著程度和影響程度具體情況作具體考慮。

四、司法管轄

對於那些所指控的被告不在英國或者歐盟成員國的情形，除非能充分說明有在英國法庭審理的必要性，英國法庭將不再受理此類誹謗案件。



如果指控的對象並非作者、編輯或出版人，法庭一般不受理誹謗起訴。

五、陪審團

誹謗訴訟一般不採用陪審團，除非法庭認為有此必要。

六、刊登判決

法庭有權要求被告刊登誹謗案件的判決書，刊登的具體時間、措詞、形式、位置須經訴訟雙方同意，如無法達成一致，由法庭裁決。

七、移除誹謗內容

如誹謗成立，法庭有權要求網絡運營商移除誹謗內容，或者要求被告停止傳播、販賣或展覽相關內容。

在言論自由和保護名譽間取平衡

總結這次英國誹謗法修改，主要有以下幾個特點：

第一、加大原告起訴誹謗的難度，原告必須證明嚴重損害，法人機構要提供誹謗言論導致商業利益受損的證明，否則，法庭不予受理。此項安排，可有效阻止那些動輒以誹謗訴訟來威脅批評聲音的組織或個人，加大起訴難度。至於何謂「嚴重損害」，有待今後判例來界定。

第二、擴大抗辯範圍，在以往形成的普通法抗辯事由的基礎上，與時俱進，對事實抗辯不求全責備，放寬對意見和觀點的保護，將公正抗辯改為誠實抗辯，新增公共利益抗辯，擴大特權保護範圍，這些變化總體上看有利於言論自由。

第三，關於互聯網上用戶的誹謗言論，在前年的草案中並沒有明確的條款，而是列入諮詢意見部分付諸討論。現在新法中終於有了正式條款，其基本精神對用戶創設的內容若涉誹謗，要求服務商實行「通知-移除」原則，已見本世紀初的英國判例，現在正式列入成文法，賦予服務商一定的責任。

第四、在經濟賠償之外，增加誹謗救濟手段。誹謗訴訟的目的是恢復名譽，而不是求取錢

財。英國 1996 年誹謗法把被告人主動更正道歉和提議賠償作為一種抗辯理由 (offer of amends defense)，現在新法進而規定法庭有權要求被告刊登法庭判決，雖非要求被告道歉，但可以達到對原告恢復名譽的作用。而過去普通法禁止誹謗內容傳播的方式主要是通過原告申請禁制令的方式，這次修改，賦予法庭禁止誹謗內容傳播的權力，也體現對名譽的保護。

以上前兩點體現了對言論自由的保護，後兩點體現了對名譽的保護，可以看出，英國誹謗法的修改，努力在言論自由和保護名譽之間取得平衡。

對本港司法造成尷尬

香港成文法《誹謗條例》制定於十九世紀，基本是英國成文法的照搬。歷年雖有補充修訂，但是英國 1996 年修改《誹謗法》，其主要精神並未引入香港，例如香港《誹謗條例》沒有關於「無辜傳播」的內容，1996 年以後香港仍有案例顯示，印刷商等還是有可能成為誹謗案的被告並須對有關誹謗言辭負責。

依照基本法的規定，香港雖然不能引用英國的成文法，但普通法適用地區的司法判例仍可用作參考。2005 年 7 月，香港高等法院在匠心髮型告《太陽報》案中裁定，英國「雷諾茲」案的原則成為香港採用的普通法的一部分。這是本港誹謗法引用英國判例的一項重要改變。

英國修改成文誹謗法，同時廢除普通法的部分抗辯原則，包括上文提到的「雷諾茲特權」，以後英國按照新的規則審理誹謗案件，而本港卻還只能沿用陳舊的普通法控辯規則，這對本港司法顯然會形成一種很大的尷尬。

英美法系地區發展成文法已成為普遍的趨勢，香港的誹謗法也應與時俱進，適應新的形勢，英國的修法精神可以作為參考，也應考慮本港的實際情況。本港修法同樣有著複雜的程序，需要時間，這項工作應及早付諸行動。

白淨

汕頭大學長江新聞與傳播學院副教授

媒體在社會公共政策調查中的

——以CNN和CBS對美國新槍支

美國是一個槍支暴力頻發的國家。僅僅在2011年，就有6,220人死於手槍襲擊，323人死於來福槍下。不久前，發生在桑迪鉤小學的槍擊事件更是震驚了整個美國。為解決槍支暴力問題，2013年1月16日，美國總統奧巴馬擬定了一系列解決措施，其中包括23條總統命令和一些立法建議。作為媒體行業的巨頭，哥倫比亞廣播公司（CBS）和美國有線新聞（CNN）都對這一新措施進行了報導，並紛紛組織並參與了與其相關的社會調查。

媒體參與社會調查

致力於調查性新聞的報導，CBS在1978年就開始主導或參與社會調查，它的主要合作夥伴是《紐約時報》。CBS的社會調查內容往往與當時的熱點話題有關，他們會將數據進行整理和分析，並公佈調查結果。從2007年到現在，CBS先後主導或參與了9個有關於美國槍支問題的社會調查。

在2013年1月11日至15日之間，哥倫比亞廣播公司（CBS）和《紐約時報》一起組織了一場關於美國控槍措施的社會調查。他們電話採訪了1148位美國成年人，並在1月17日公佈了調查結果。此次調查的調查問卷共包括78道選擇題，分別涉及槍支暴力、立法、公信力以及新措施的實行問題。其中有關槍支暴力以及立法問題的題目所佔比重較大。在數據分析的過程中，除了對樣本整體趨勢的統計之外，CBS還將被調查者按其政治立場、職業、性別以及是否擁有槍等條件劃分為不同的群體進行比較。

CBS News/New York Times Poll. May 31 - June 4, 2013. N=1,022 adults nationwide. Margin of error ±3.

"In general, do you think gun control laws should be made more strict, less strict, or kept as they are now?"

	More strict	Less strict	Kept as they are	Unsure/No answer
	%	%	%	%
5/31 - 6/4/13	51	11	36	2
Republicans	30	22	47	2
Democrats	78	2	18	1
Independents	46	12	41	2
4/24 - 28/13	54	10	33	3
Republicans	35	13	51	2
Democrats	81	5	14	0
Independents	46	12	37	4
3/20 - 24/13	47	11	39	3
Republicans	29	16	52	3
Democrats	66	2	30	2
Independents	43	15	39	3
2/5 - 10/13	53	10	34	3
Republicans	25	13	60	2
Democrats	78	3	15	3
Independents	48	15	33	4
1/11 - 15/13	54	9	34	3
12/14 - 16/12	57	9	30	4
4/12	39	13	41	6

"Regardless of how you feel about the issue, how likely do you think it is that the President and Congress will pass any laws that will bring about significant changes to gun policy by the end of this year: very likely, somewhat likely, not very likely, or not at all likely?"

總體來說，54%的被調查者支持更加嚴格的槍支管理政策，9%的人希望相關政策會更加寬鬆一些，39%的人希望維持現狀不變。然而不同群體對於各個觀點的支持比率各不相同。75%的民主黨人支持更加嚴格的政策法規，而在共和黨的調查者中，支持率僅有31%。在不持有槍支的被調查者中，74%的人支持更加嚴格的控槍政策，而對於已經有槍的被調查者來說，支持率僅為24%。90%的被調查者希望政府對於槍支購買者的背景的检查能夠更加普遍和嚴格，其中，78%的支持者認為美國應該建立一個槍支出售資料庫，76%的支持者認為應該禁止出售高性能彈夾和半自動化武器。總體來說，47%的被調查者相信民主黨的代表奧巴馬在國會上所做的關於槍支管理的決定是正確的，相比之下，支持共和黨的人數僅僅佔到39%。

美國有線新聞（CNN）與《時代》雜誌以及專業資訊諮詢公司ORC International聯手，在同一時間，也做了一個關於槍支管理政策的社會調查。ORC International是這場社會調查的領導者。他們一共用電話採訪了814位美國成年人，並在CNN的網站上發佈了調查報告。與CBS相比，CNN的樣本容量稍小一些，但是他們選擇了和專業機構合作，共同完成調查，尤其是在問卷的設計階段。

根據其調查數據顯示，56%的美國人支持對於出售半自動化槍支的限制，58%的人認為應該限制出售高性能彈匣，69%的人認為應該建立一個資訊資料庫，中央政府與地方政府相互配合，將每位槍支持有者的資訊記錄在案。

CNN也將被調查者按其政治立場、性別、年齡等劃分為不同的群體。各個群體對於是否支持奧巴馬的這一措施的看法是不盡相同的。除了民主黨人和共和黨人的分歧之外，年齡的不同、性別的不同也是造成觀點分歧的原因。在女性被調查者中，67%的人支持對於半自動化武器出售的限制，而男性被調查者則大多是持反對意見的。年齡在50歲以上的人群明顯比50歲以下的人群更加支持嚴格的槍支管理政策。

作用 管理政策調查為例

保持中立客觀

儘管 CBS 和 CNN 幾乎是在同一時間用同一種調查方法對同一主題進行調查，但是他們在新聞報導中所體現出來的內容和觀點是不盡相同的。CBS 的報導題目是「大多數美國人支持更加嚴格的槍支管理法案」，而 CNN 的報導題目則是「上個月關於槍支管理法案的支持率有輕微下滑」。CNN 把這一現象歸結於時間的流逝。紐鎮慘劇的影響隨著時間的流逝越來越淡，新的消息將公眾的眼球吸引到了其他問題上，因此導致了公眾對於槍支暴力問題關注度的下降，進而導致新控槍政策支持率的下滑。而 CBS 的報導則稱，新控槍法案受到了廣泛的支持，且其支持率相比於去年 4 月，有很大的突破。二者的數據都是真實的，只不過比較的對象不同，之所以會出現如此問題，皆是不同的政治立場所導致的。CNN 是共和黨的支持者，共和黨對於控槍新政策基本是持反對意見的；CBS 則是支持控槍政策的民主黨的擁護者。

雖然如此，但是他們的調查數據還是準確和值得相信的。單純地比較二者的調查結果，可以發現，兩份調查所得結論基本一致。CBS 和 CNN 所參與的調查均採用了標準和科學的研究方法，並選取了適當的樣本容量。在問卷設計環節，CNN 更是採取了與專業機構合作的方式，使得問題更具代表性和全面性。CBS 在其調查報告中寫明，他們採用了座機電話和移動電話同時抽樣的方法以確保數據的真實性，並對外公佈了數據誤差，誤差值為 3%。CNN 也在其網站上公佈了調查的方法和 3.5% 的數據誤差。除了調查方法之外，經費來源也是決定一份調查是否準確和客觀的原因之一。兩份調查的經費均是自給，因此調查單位可以保持中立和客觀的立場，不存在為獲取利益而導致的非中立性問題。可以說，他們的調查數據和分析是中立而可靠的，而他們的政治觀點的不同僅僅體現在他們的新聞報導中。

政府輿論監測器

儘管 CBS 和 CNN 從事社會調查的初衷是豐富自己的調查性新聞內容，進而獲得更多的

受眾關注，提升自身的影響力，他們的社會調查還是對社會以及政治產生了一定的影響。因為媒體的高度關注，控槍提案得到了參議院的優先審議，加快了政策制定和實施的速度。兩家媒體在進行相關社會調查的同時，也無形中宣傳了新的槍支管理政策，讓更多的人去關注政府的這一行為，並開始形成公共監督，給政府的具體施行過程施加了壓力。此外，媒體的調查也可以部分反映出公眾對於即將頒佈的新政策的態度，起到政府輿論監測器的作用。

除了參與社會調查，CBS 和 CNN 在美國槍支管理政策的社會調查中還發揮著其他作用。首先，他們提供了一個調查數據發佈的平臺，除了自身的調查結果外，兩家媒體均會發佈一些來自於可信的調查機構的調查數據。CNN 相比於 CBS 發佈了更多的機構的調查數據，但這並不是毫無限制的，在 CNN 調查中心的網站上清楚註明其數據均來源於 CNN 認可的調查方式的社會調查。其次，媒體的新聞報導間接地影響了調查的結果。比如 CNN 和 CBS 對於之前的槍擊事件的大量報導可能是導致新政策支持率較高的原因之一。也正是因為媒體的這種力量，越來越多的政治家開始借助媒體宣傳自己的政治觀點。

隨著科技的發展，媒體滲透到生活的各個角落，並逐漸在公共政策的社會調查中發揮著重要的作用。首先，媒體可以作為參加者直接參與到調查的過程中；第二，媒體的報導是宣傳新政策以及吸引公眾關注度的最佳方式；第三，媒體為調查數據的發佈提供了平臺；第四，媒體也可以作為一種社會調查的媒介，尤其在互聯網極其發達的當下，很多專業性的調查網站應運而生，人們通過網站發佈問卷，被調查者可以在網站上填寫資訊。最後，媒體的報導立場可能會影響到調查的結果，尤其是在總統大選期間，媒體是最好的擊敗對手，爭取選票的武器。

[->] 莊太量

香港中文大學全球經濟及金融研究所常務所長

[->] 趙順

香港中文大學公共政策碩士課程學生

2013 電視節目欣賞指數第一階

《2013 電視節目欣賞指數調查》第一季度調查的結果顯示，整體電視節目的平均欣賞指數較去年第四季下跌了 0.8 分至 66.48 分。是次欣賞指數排名最高二十位的非新聞財經報道節目之中，香港電台的製作佔十一個，包括首三位的《毒海浮生》、《癌變解碼》及《鏗鏘集》，表現優秀。至於新聞財經報道節目方面，有線電視新聞以 69.59 分重奪首位，其後依次為無綫（69.47 分）、now 寬頻電視（68.37 分）、香港寬頻電視（66.67 分）及亞洲電視（63.10 分）。亞視新聞繼續位於榜末，其評分再次錄得調查開展以來的歷史低位，情況值得深思。

欣賞指數調查的方法

《2013 電視節目欣賞指數調查》繼續沿用自 2009 年起開始採用的調查設計及執行方法，下文再詳述。現時調查的模式其實大致上仍然根據香港電台、電視廣播有限公司及亞洲電視有限公司在 1998 年達成的共識進行，而有線電視有限公司則於 1999 年加入。根據這個共識，香港電台成立一個由電視台、學術界及廣告界代表組成的「電視節目欣賞指數調查顧問團」，現有十位成員，負責釐定欣賞指數調查的發展方向、問卷內容、調查方法和節目範圍等，以確保調查在公平及具公信力的調查準則下進行。而欣賞指數的具體調查工作則由香港大學民意研究計劃獨立進行，緊密的合作關係至今已踏入第十六個年頭（1998-2013）。自 1999 年開始，每年度的調查共分四個階段進行，即每隔三個月調查一次。調查以電話隨機抽樣訪問形式進行，而訪問對象為九歲或以上操粵語的香港居民，即一般香港電視觀眾。是次調查季度所涉及的節目範圍包括在 2013 年 1 月 1 日至 3 月 31 日期間於無綫電視翡翠台及 J2、亞洲電視本港台及有線電視各頻道播放的本地製作節目。

就調查節目名單方面，由於資源有限，電視節目欣賞指數調查皆以本地製作為主軸，而所有重播、配音、體育直播、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時未能涵蓋。由 2009 年開始，於每個季度的調查中，預留 80

個節目名額予經常性的本地製作節目，但不包括新聞財經報道節目，各電視台的名額平均分配，即各佔 20 個，並由電視台各自提名，而無綫電視的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。與此同時，調查亦探討各電視台（兩間免費電視台：無綫電視及亞洲電視；三間收費電視台：有線電視、now 寬頻電視及香港寬頻電視）新聞財經報道節目的整體評分，以探討本地觀眾對收費電視在此方面的欣賞程度。至於何謂《新聞財經報道節目》？研究組暫將之定義為以主播形式報道之新聞財經新聞的節目，清談形式、專題探討、專家分析等類型則不計，而新聞財經報道節目與其他類型節目所得的欣賞指數亦會於報告中分開列出和描述。

按上述方法，是次調查名單所包括的非新聞財經報道節目總數為 80 個：香港電台、無綫電視、亞洲電視及有線電視各佔 20 個。

第一階段結果

2013 年第一階段的《電視節目欣賞指數調查》於 2013 年 4 月 8 至 26 日期間進行，透過電話成功訪問了 2,096 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 69%，即願意接受訪問的合資格市民比例頗高（十個當中有接近七個）。為避免問卷過於冗長，調查同時採用了兩組分拆問卷同步進行，而每組問卷的目標樣本總數為 1,000 個以上。故此，以次樣本計，各個百分比的抽樣誤差少於一點六個百分比，而 80 個被評節目的欣賞指數的標準誤差則平均為 1.6 分。

最新一季的調查結果顯示，被評分的 80 個非新聞財經報道節目所獲得的總平均欣賞指數為 66.48 分，從上一季度錄得的 67.28 分下跌 0.8 分；而節目的平均認知率則為 24.6%，較上一季下跌 1.2%。以認知率 5% 或以上的非新聞財經報道節目計，本階段欣賞指數排名最高的 20 個節目順序為：

- 一. 毒海浮生（港台）*
- 二. 癌變解碼（港台）
- 三. 鏗鏘集（港台）*
- 四. 星期日 / 二檔案（無綫）*

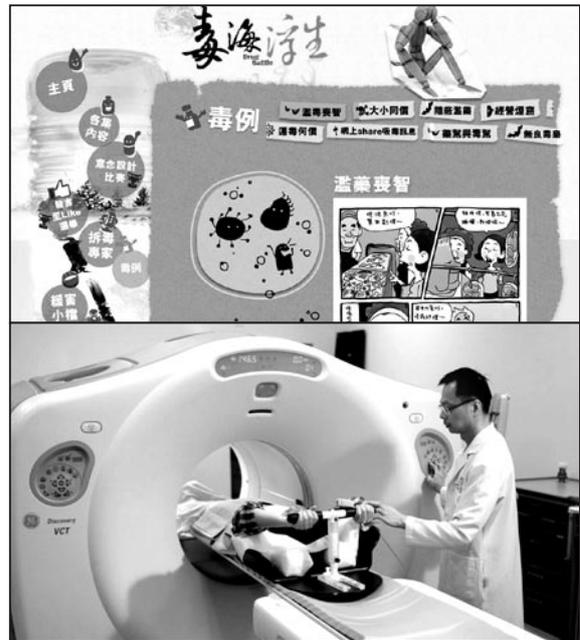
段調查結果概述

- 五. 沙士十年（無綫）
- 六. 新聞透視（無綫）*
- 七. 頭條新聞（港台）*
- 八. 非常平等任務（港台）
- 九. 警訊（港台）*
- 十. 張國榮這些年來（有線）
- 十一. 黃金歲月（港台）
- 十二. 讀上癮（無綫 J2）*
- 十三. 香港故事（港台）*
- 十四. 半世紀創新女性（港台）
- 十五. 財經透視（無綫）
- 十六. 議事論事（港台）*
- 十七. Hot Topic / 時事追擊（亞視）*
- 十八. 至FIT男女（有線）*
- 十九. ATV2012 感動香港年度人物（亞視）
- 二十. 社企有道（港台）

* 同為2012年第四階段二十大節目之一，共11個

首 20 位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為 73.47 分，較上一階段微跌 0.47 分，而平均認知率則為 40.0%，較第三季上升 1.0%。廿十大當中，香港電台製作的節目佔 11 個，較上季的 8 個多 3 個；而由無綫電視、有線電視及亞洲電視製作的分別只佔廿十大之中的 5 個、2 個及 2 個。今季由港台節目《毒海浮生》榮登榜首，其欣賞指數為 77.45 分，緊隨其後的同樣是港台出品，分別為《癌變解碼》及《鏗鏘集》。排名第四的是無綫的皇牌節目《星期日 / 二檔案》，幾乎每次調查都名列前茅，其後是無綫的《沙士十年》及《新聞透視》。而第七至第九位屬港台的《頭條新聞》、《非常平等任務》及《警訊》。另一方面，今季廿十大中還包括一些新面孔，如《張國榮這些年來》（有線）、《黃金歲月》（港台）、《半世紀創新女性》（港台）以及《社企有道》（港台），一新觀眾的耳目。

就個別電視台的整體表現而言，一如以往，香港電台繼續獲得最高的平均欣賞指數，其整體得分為 71.02 分。其後三台的整體平均欣賞指數分別為有線的 67.07 分、無綫的 66.99 分及亞視的 60.85 分。跟上一季度比較，除港台外，其他三個電視台的平均分全線



下跌，當中亞視更跌至歷來新低的 60.85 分。四台各自比較下，得分最高的節目乃港台的《毒海浮生》、無綫的《星期日 / 二檔案》、有線的《張國榮這些年來》、及亞洲電視的《Hot Topic / 時事追擊》。

至於觀眾對各電視台的新聞財經報道節目的整體評價如何？以有收看者計算，有線新聞新聞重上第一位，其新聞財經報道節目的最新整體評分為 69.59 分，較三個月前大幅下跌 1.68 分，並首次跌穿 70 分的平均分；無綫電視以 0.09 分之差排第二位，其平均分為 69.47 分。與此同時，now 寬頻電視以 68.37 分繼續排列第三。而香港寬頻則再次排列第四，其平均分為 66.67 分。最後的是亞洲電視，相比三個月前，其新聞節目的平均分再跌 0.50 分至 63.10 分，為此調查系列於 2009 年開展以來的新低，情況繼續值得關注。

有關電視節目欣賞指數調查詳細資料，可瀏覽網上專頁 <http://rthk.hk/special/tvai/2013/>。

李偉健

香港大學民意研究計劃研究經理

Work-life Balance: Attitude and Behavior

Matching Expectations and Closing Generation

This is a summary of the paper presented by the authors at the World Association for Public Opinion Research (WAPOR) 66th Annual Conference held in Boston in mid-May. The paper applies public opinion research techniques to study and address the issue of work-life balance (WLB) in Hong Kong, using the framework of generation analysis, like those using concepts of “post-80s” and “post-90s”. The authors aggregated primary data collected through 19 surveys, all conducted by the Public Opinion Programme (POP) at the University of Hong Kong from 2006 – 2012. A total of 14,486 valid cases were included.

In late 1970s, the expression “work-life balance” first appeared in U.K. A movement followed and innovators started to think about new ways of working. It was not until 1986 that this phrase was first used in the United States. Meanwhile, the term Generation Y (born in 1977-94) first appeared in 1993, in contrast to Generation X (1966-76) and Boomers (1946-65). Generation Y is considered to be independent, confident, diverse and to them, WLB is a necessity, not a luxury. Besides, the presence of technology has fundamentally changed Generation Y's attitude and behavior in the workplace. WLB is hence recognised as the leading retention strategy for Generation Y.

Current WLB and Job Satisfaction

According to our surveys, each employee worked around 50 hours per week on average but only spent 11 hours on personal activities. Employees in Hong Kong were known to work the longest hours in Asia Pacific.

The top 5 work-life initiatives offered by the local employers were career breaks / unpaid personal leave (35%), flexible working time (27%), extra paid leave (26%), option to work remotely (21%), and job-sharing (15%). However, around one-fifth (22%) of employers did not offer any of the above work-life initiatives.

When it came to overall job satisfaction before the economic tsunami, Boomers were the most contented group with a net satisfaction (i.e. satisfaction % minus dissatisfaction %) of 45%, whereas the respective figures for Generations X and Y were 40% and 43%. The gap among generations after the tsunami was significantly widened, as the figures changed to 53%, 47% and 38%. Generation Y also scored the lowest mark at 5.7 out of 10 in terms of the degree

to which they had achieved their ideal WLB, while those for Boomers and Generation X were 5.9 and 6.0.

Importance of Various Job Attributes

Of the 16 job-related attributes measured in our job satisfaction survey model, findings showed that there were similarities and differences among different generations for what they valued most. Salary was no doubt one of the most important factors for everybody, but what mattered too differed across generations. Boomers also concerned about the environment safety and job security. Generation X cared about their job security and relationship with boss/supervisor, whereas for Generation Y, relationship with co-workers ranked high followed by safety at the workplace. As compared to the other 15 attributes put to test, work flexibility attained the lowest net importance value across all generations. However, since the values were all positive, work flexibility was still perceived as an important factor in an absolute sense.

In order to create and maintain a highly-engaged workforce, the most ideal scenario would be to achieve high satisfaction for all important attributes that mattered to the employees, but it was easier said than done. One possible strategy was to locate some important attributes which still had ample room for improvement in terms of employee satisfaction, and which might have been overlooked by the employers. By contrasting employees' perceived importance and satisfaction towards each of the 16 attributes by each generation, 7 attributes stood out, namely 1) career advancement, 2) job variety, 3) management recognition, 4) meaningfulness, 5) professional development, 6) salary and 7) work flexibility. They all exhibited one common characteristic: their net importance of Generation Y is the highest, whereas Generation Y's net satisfaction with them is the lowest. In other words, these were the most generation-sensitive aspects with very diversified views from different generations. Of these 7 “problematic” attributes identified, regardless of the economic situation and job nature, work flexibility appeared to be the most uncomplicated and affordable way for employers to increase satisfaction because its implementation would cost very little.

Matching Expectations and Closing Generation Gaps

in the Work Place

Gaps

Nearly 60% of employees admitted that flexible work arrangements was an important factor when they considered joining or staying with an organization, especially for Generation Y, with a net importance value of 50%, as contrast to 22% and 27% only for Boomers and Generation X.

Furthermore, prolonged fatigue, insomnia, stressed out, reduced productivity and absenteeism were all commonly reported problems resulting from poor WLB. Even worse, some employees would actually consider leaving their current job for better WLB. Generation differences after the tsunami was great, as the figures for Boomers, Generation X and Generation Y were 22%, 36% and 53% respectively. This finding further substantiated the significance of work-life initiatives in recruiting, attracting and keeping the young talents in their workplace.

Given there might be plentiful choices for flexible work arrangements, employers should carefully prioritize what measures should be implemented first, and to which target groups. Survey statistics showed that flexible working time topped the list as the most wanted work arrangement across all generations. The second most wanted item was career breaks for both Boomers and Generation Y. As for Generation X, the second and third place went to option to work remotely, then career breaks. For third place for Boomers and Generation Y, they are job-sharing and compressed work week respectively.

As regards employees' assessment of how much effort their boss had paid to promote WLB, for Boomers, they seemed to appreciate more of their boss' effort after surviving the financial crisis as the average had increased from 4.8 to 4.9. For Generation X, the scores stayed at 4.6, whereas for Generation Y, the score dropped from 4.8 to 4.7, meaning their expectations on their bosses were mounting after the economic crisis. All scores failed to reach the passing mark of 5.

One possible explanation for such poor assessments was that what the employers currently provided was a total mis-match of what the employees wanted. Findings showed a landslide majority of employees failed to get what they most desired. Taking flexible working time as an example, the proportion of employees who had this desire fulfilled accounted for 34%, 26% and 20% only for Boomers, Generation X and Generation Y. With respect to career

breaks, the yet-to-be-matched percentages were as high as 60%, 79%, and 67%. It remained a big challenge for the employers to fulfill their employees' expectations for various flexible work arrangements, and to close the different gaps across different generations.

Conclusion and Discussion

The Hong Kong workforce is no doubt "hard-working", as each member worked for an average of 50 hours per week, but it is doubtful whether they are also "playing hard". The self-accessed WLB achieved is only 5 to 6. Long working hours coupled with work-life imbalance hamper employees' health and morale. It is therefore natural that our Generation Y pays more attention to the issue of WLB nowadays.

Because of generation differences in terms of WLB expectations, employers using simple administrative approach to handle all WLB arrangements in one go will lose their edge, especially if they lose the support of Generation Y. Moreover, this study has found a general mismatch between the WLB arrangements provided by the boss and what their employees really want. Significant efforts are therefore wasted, resulting in an unhappy workforce. The best employer should be the one who pays special effort to understand their subordinates, and also recognises the value of WLB in increasing productivity.

In a way, this paper is the first of its kind in applying public opinion research techniques to study and address the issue of WLB in Hong Kong, using the framework of generation analysis. The division of Hong Kong's labor force into Boomers, Generation X and Generation Y appears to have high practical value for academics and business leaders. The authors hope that this study would trigger more researches along this line.

However, in light of the ever changing socio-political environment, it may be too early to decide whether "Boomers", "Generation X", "Generation Y", "pre-80s", "post-80s", "post-90s", or "screenagers" can best describe the process of social change at large.

Edward TAI, Karie PANG and Robert CHUNG

Public Opinion Programme,
The University of Hong Kong

5月傳媒記事簿

港府傾向選擇性發新電視牌 司法覆核許可遭拒無綫上訴

免費電視發牌一波三折，政府經多番討論，五月底才決定發牌傾向，就是少過三張牌。本來行會打算先決定發牌數目，再作「選美」，但負責發牌政策的商務及經濟發展局卻擔心此舉惹來挑戰，決定先向三家申請公司發信，要求他們回應政府最新的決定，表達意見。不過，有關消息一傳出，不論是三家申請公司，或兩間免費電視台，都意見紛紜。究竟政府最終幾時可以落實發牌，實在沒有人能說得準。申請者之一王維基就此已炮轟政府中途改變遊戲規則，質疑「選美」發牌缺乏理據；無綫則建議政府不如待2015年兩個免費電視牌照屆滿時，一併處理增發新牌事宜。有線寬頻主席兼行政總裁吳天海亦開腔，要求政府釐清發牌數目及準則。在意見紛陳的情況，當然最後又要考驗行會的智慧。

與此同時，無綫申請司機覆核一事仍有下文，無綫質疑當局在零諮詢、程序不公平下行會不應作出發免費牌照的決定。高等法院原訟法庭於五月中裁定無綫提出司法覆核許可申請敗訴，法官認為局方只作出建議，行會仍未作最後決定，對無綫沒有做出不可彌補的影響或不公平，法庭亦不宜於這個階段介入。無綫不甘申請司法覆核許可敗訴，五月下旬再入稟提出上訴，並發表聲明表示，指上訴要處理的是通訊局在沒有作出一個合法建議前，行政會議決定增發免費電視牌照是否不合法。

另一方面，亞視主要投資者王征早前被通訊事務管理局裁定違規操控亞視運作，其後亞視指通訊局調查過程不公，向高院提司法覆核勝訴。通訊局不服向高院上訴庭上訴，五月中獲判得直。判辭指出，通訊局調查報告建議向亞視罰款100萬元，並根據《廣播條例》所賦的權力，下令亞視革除執行董事盛品儒的管理職位，通訊局又下令亞視於三個月內提交一份計劃書，解釋如何提升企業管治，並須每年提交進度報告；亞視亦須採取補救措施，防止王征等不合資格的人再次干預亞視運作。亞視其

後發表聲明，指對上訴庭的裁決感到遺憾，正研究會否上訴。

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

《陽光時務》休刊炒14人 港新聞自由續惡化排名降

五月底出版最後一期後，《陽光時務》周刊突然傳出大裁員，十四名前線編採及設計員工因雜誌轉為網上平台而被辭退。最後一期以學民思潮在六四遊行擔大旗為封面，老闆陳平撰文直言這是「又一次告別」。本來，雜誌代執行主編唐朝雯早前宣佈休刊時，聲稱員工會全體過渡，但月底卻突然透露必須裁員，唐本人也會離職。有關部門只剩五人。據報可以留低的員工也萌生去意，認為《時務》工作環境欠穩定，對停刊及裁員感到可惜。據了解，設計部僅留兩名員工，編輯部留三人，海外特派記者則一個不留，周刊一下子裁走大量年輕和前線的員工，更難維持雜誌質素，留下的員工必須更加努力。



美國人權機構「自由之家」發表最新全球新聞自由排名，亞洲區以分佔40及47的日本和台灣排行較高，香港較去年下跌一位至71位，比以色列、非洲國家加納和納米比亞更低，繼續被列為「局部自由」的地區，亦是報告點名批評為新聞自由惡化的地區。報告指出，政府對新聞工作者獲取資訊的限制增加、記者及新聞機構受暴力襲擊，及有網站受到入侵都是香港的排名倒退的原因。此外，報告指北京不再只就國內政治敏感議題施壓，改為加強對香港傳媒干預，藉此影響香港的政治。中國就排全球倒數17位，報告認為中共新班子的組成，顯示當局無意放寬新聞審查。

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

無綫收費台播42場世界盃22場免費 節目質素調查無綫及亞視被指偏頗

電視廣播集團總經理李寶安在五月下旬的股東大會上，公布無綫奪得明年六月十二日至七月十三日舉行的世界盃轉播權。這個失落了十六年的世界盃轉播權，推算無綫以四億元獨攬2014年巴西世界盃在港的電視、手機及網絡播映權。但64場賽事中，無綫只按國際足協最低建議免費播22場，其餘42場在收費台播，即佔三分之二，且無綫表明月費將會加價，而透過now訂購無綫收費台的用戶未知能否收看，且暫無承諾可與亞視分享播放，做法被質疑壟斷。接連失落英超及世界盃轉播權的

有線電視指出，無法與同時擁有免費及收費電視牌照的市場主導者競爭，對政府的監管表示質疑。同時，有立法會議員質疑無綫此舉「涉及壟斷成分」，計劃於在月底的資訊科技及廣播事務委員會跟進。



通訊事務管理局早前收集公眾對兩間免費電視台節目質素的意見，諮詢活動分公眾意見書收集及專題小組討論會兩階段，第一階段已於四月初完成，第二階段在五月內完成。通訊局將收到的7600份意見書初步整理及分析後，歸納出五點主要建議，其中三點針對兩台的意見，分別要求兩台播放更多種類的節目、增加節目的新意，避免公式化及批評兩台的新聞及個人意見節目偏頗、不公平客觀、有誤導成分及自我審查。意見亦分別針對個別電視台，包括指其中一電視台應減少重播節目及外購節目，並增加本地或自製節目；另一電視台則要減少播放劇集，以及要為劇集增加新意，避免題材重複。無綫電視發言人回應時指出，諮詢活動只完成首階段，該台會等候諮詢完成後才回應，並對建議持開放態度。亞視回應指其本港台黃金時段首播自製節目播放比率比四年前增加一倍，其新節目更深受關注與好評，節目亦邀請不同立場的嘉賓，力求反映不同意見。

《蘋果》點擊掛鈎獎勵計劃行內爭議 預傳南方報業掌舵人出任中聯辦高層

《蘋果日報》總編輯張劍虹五月初撰文，指該報網站一直為報章提供廣告收益，其帳目將與報章分開，未來網站的盈利，報館員工可以「分享」，並計劃推出「與點擊率(hit rate)掛鈎的獎勵計劃」，引來報館內部分人強烈反應。本身為壹工會副理事長、該報助理總編輯蔡元貴撰文反駁此獎勵計劃，認為計劃令前線記者感冒犯，擔心該報將會出現大量低品味新聞，做法等同「引入地產經紀與保險經紀跑數維生的模式」。有傳媒學者指出，有關做法或會令報章新聞趨向「嘩眾取寵」路線，離棄有質素及深入的報道。記協亦擔心此計劃容易令記者只追逐讀者眼球，而不是推崇有質素及深入的報道，做法危險及本末倒置。因為新聞「受歡迎」不等於其「重要」，始終新聞「重要性及影響性」才是最根本。

五月中，香港傳媒引述廣東南方報業的內部傳聞，指南方報業掌舵人楊健，將會南下香港，擔任中聯辦副主任，主管宣傳工作。分析者認為此安排予人三點啟示：一是中央重用熟悉香港事務的官員。因楊健在廣東工作時間長達十三年，經歷共四任省委書記。楊健所主管的宣傳部門，需要處理不少涉及粵港澳合作、兩地交流、新聞界互訪等新聞。因此，楊健對香港事務並不陌生，對香港媒體也相當熟悉。其次是中央對宣傳主管的專業水平有更高要求。以往任命中聯辦主管宣傳的副主任，對「專業對口」無特別要求。如卸任香港中聯辦副主任的李剛，讀的是英語專業，來港前未在媒體工作過。第三是「南周」事件已平安著陸，令相關官員的仕途未受影響。今年元旦「南周」「新年獻辭」被刪事件之後，曾將楊健推到風口浪尖，在廣東省「兩會」期間，楊健也成為港媒追訪的焦點人物。隨着三月楊健升任南方報業傳媒集團董事長，再加上他將接棒香港中聯辦副主任，證明廣東省對「南周」事件的處理，獲得中央高層的認同。

【+】 梁麗娟
傳媒評論員

☞ THE NON-MONOLITHIC INTERNET

In recent years, policy debates have exhibited a tendency to talk about the Internet as if it was a single, unified phenomenon to which everyone must have non-discriminatory process. This research article will try to examine such proposition critically and explore the policy implications that might follow.

INTER-MEDIA

May 2013 Volume 41 Issue 2

☞ OPENING AND LINKING DATA

There are ambiguities in the term “open government data”, with open government suggesting releasing information previously held back, while open data is merely a technology that greatly eases access and enables third party innovations.

INTER-MEDIA

May 2013 Volume 41 Issue 2

☞ THE HUB OF THE MATTER

Some clusters aggregate media companies in the hope that they will work by serendipity. The other way is to think about creating a whole ecosystem that recognises how media works. Planned or organically grown media clusters are the new engine rooms of global economies. But do they work?

BROADCAST

May 31, 2013

☞ LOCAL TV FIGHTS OFF “VIRAL” INFECTIONS

While every savvy station is using social media to spread its message, YouTube and other video platforms can be an enemy as much as an ally. The practice of “video-bombing” is an unwelcome trend.

BROADCASTING & CABLE

May 13, 2013

☞ SMALL SCREENS, BIG BATTLE

Savvy delivery of signature content to smart-phones and tablets is more than a thriving new TV station revenue stream – it’s critical to the medium’s survival. Station executives continue to search for the best way to remain relevant to the next generation of consumers.

BROADCASTING & CABLE

May 13, 2013

☞ 3DTV CONTINUES TO FORGE AHEAD IN ASIA-PACIFIC

3DTV may have had a slow re-start two years ago, but it still continues to gain traction in the Asia-Pacific region, thanks to solutions that enable 2D to be converted to 3D.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

May 2013

☞ 新總局成立，媒體融合提速？

長期以來，中國廣播電視和新聞出版分屬不同的政府部門管理，造成條塊分割、部門封鎖，在一定程度上制約了媒體產業的發展。隨着國家新聞出版廣電總局的組建，廣電與報業、出版以往「老死不相往來」的局面能否得到根本改變？

《南方電視學刊》

二零一三年第二期