

目錄 Contents
08 | 2013

- 從《互聯網信息服務管理辦法（修訂草案）》
看中國互聯網管制趨勢 / 白淨 p. 2-4
- 傳播書刊介紹：《視頻上的中國》 / 葉智仁 p. 5
- 從1928年說起——重塑香港早期聲音廣播面貌 / 李少媚 p. 6-7
- OTT (Internet TV) Development / John Yip, Liu Qian p. 8-9
- 斯諾登事件引發資訊保安的關注 / 簡錦源 p. 10-11
- PopVote: A Revolution in Gathering Opinions in Hong Kong
/ Jazz MA, Winnie LEE, Robert CHUNG p. 12-13
- 震後兩年仍在呼救的南相馬市 / 胡凱文 p. 14-15
- 「社區參與廣播服務試驗計劃」評審會主席專訪 / 葉世雄、王淑儀 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

《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

從《互聯網信息服務管理辦法》（修訂

2013年，中國有5.64億網民¹，佔總人口的42.1%，互聯網已成為中國人生活不可或缺的一部分。中國如何管理互聯網？根據北京大學出版社《互聯網法律法規彙編》²，截至2012年5月31日，該書收入的中國各類與互聯網管理有關的法律、行政法規、部門規章和規範性文件、司法解釋、行業自治規範，有196件。以上這些除去行業自治規範，都是中國互聯網管理的依據。

《互聯網信息服務管理辦法》（以下簡稱《辦法》）是上述眾多文件中的一個，屬於網絡監管類行政法規，由國務院於2000年9月25日發佈並實施。

中國是一個行政主導的國家。各類行政法規、部門規章和規範性文件，是政府管理互聯網的主要依據，對互聯網行業發揮著重要作用。

互聯網內容的監管辦法

從《互聯網信息服務管理辦法》名稱可以看出，雖然冠以「信息服務」的名義，其實質是關於互聯網內容的監管辦法。其內容主要有以下幾項：

一、將互聯網信息服務分為經營性和非經營性兩類。經營性服務實行許可制度，非經營性服務實行備案制度。

二、對幾類特殊的互聯網信息服務實行審批制度，包括新聞、出版、教育、醫療保健、藥品、和醫療器械等。

三、對部分信息規定了保留期限，包括新聞、出版以及電子公告（BBS）類，服務提供商需保留60日相關信息，包括信息內容、發佈時間、帳號、IP地址等。

四、禁止服務商發佈《出版管理條例》禁止的內容，涉及以下九個方面：

- ① 反對憲法所確定的基本原則的；
- ② 危害國家安全，洩露國家秘密，顛覆國家政權，破壞國家統一的；
- ③ 損害國家榮譽和利益的；
- ④ 煽動民族仇恨、民族歧視，破壞民族團結的；

- ⑤ 破壞國家宗教政策，宣揚邪教和封建迷信的；
- ⑥ 散佈謠言，煽動非法聚集，擾亂社會秩序，破壞社會穩定的；
- ⑦ 散佈淫穢、色情、賭博、暴力、兇殺、恐怖或者教唆犯罪，或者交易、製造違禁品、管制物品的；
- ⑧ 侮辱或者誹謗他人，侵害他人合法權益的，或者仿冒、假借國家機構、社會團體或其他法人名義的；
- ⑨ 含有法律、行政法規禁止的其他內容的。

五、國務院信息產業主管部門和各級電信管理部門負責互聯網信息服務的監督管理工作。新聞、出版、教育、衛生、藥品監督管理、工商行政管理和公安、國家安全等有關主管部門，在各自職責範圍內依法對互聯網住處內容實施監督管理。

隨著互聯網技術的發展，各類新型媒體出現，特別是社交媒體發展迅猛。新浪微博註冊人數超過5億，騰訊微信註冊用戶超過3億，數以億計的網民擁有了前所未有的表達空間，在中國這樣一個傳統上習慣管理媒體內容的國家，互聯網言論管制成為突出問題。

中國對報刊、廣播電視等實行「黨管媒體」，對媒體的管理分成兩條線，一條線是各級黨委宣傳部門及政府出版部門直接對媒體負責人和媒體內容進行管理和指導；另一條線是媒體的上級部門對媒體的管理，如《出版管理條例》規定新聞出版單位實行主辦單位和主管單位制，《廣播電視管理條例》規定只有廣播電視行政部門可以設置電臺電視臺，中國的新聞、出版、廣播、電視媒體都是直接或間接隸屬於一定黨政機關下的事業或企業單位，上級機關對下屬媒體負有「直接管理責任」，如任命負責人、審核重要內容等。黨的宣傳方針政策、宣傳出版部門的行政命令，對媒體起到有效的約束。黨委宣傳部給媒體的指示，很多情況下是內部下達，並不對外公開。來自兩條線的管理，對傳統媒體行之有效。



1 2013年1月15日，中國互聯網絡信息中心（CNNIC）發佈第31次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》。截至2012年12月底，中國網民規模達到5.64億，其中手機網民數量為4.2億，互聯網普及率為42.1%。

2 張平、郭凱天主編《互聯網法律法規彙編》，北京大學出版社，2012年9月。

草案)》看中國互聯網管制趨勢

但在互聯網時代，商業性質的互聯網服務商沒有了主辦單位和主管單位，宣傳出版部門的行政命令較難約束多如牛毛的互聯網服務商，更難以管住數億網民。這種情況下，宣傳出版部門這條線鞭長莫及，要想管理好互聯網，就要加強另一條線的管理，即強化行政法規和部門規章的影響力，將管理責任逐層下放，加大互聯網服務商的責任。

2000年《辦法》並未規定網絡實施實名制管理。2011年12月，北京市新聞辦公室、北京市公安局、北京市通信管理局、北京市互聯網信息辦公室公佈並實施《北京市微博客發展管理若干規定》，要求在北京開展微博客服務的網站及其微博客用戶必須實名註冊才能發言。北京的《辦法》出台後，註冊地在北京的新浪、網易等網站，陸續對微博用戶推行後臺實名制。緊隨北京其後，上海、天津、廣州、深圳等城市也推行了微博用戶實名制。

除了實名制問題，2000年《辦法》規定的管理部門過多，這些部門均可以插手互聯網信息管理。以新浪網為例，為了開展互聯網業務，辦理了以下各類行政許可或批准文件：北京市文化局「網絡文化經營許可證」、新聞出版總署「互聯網出版許可證」、國家廣播電影電視總局「信息網絡傳播視聽節目許可證」、國務院新聞辦公室「互聯網新聞信息服務許可證」、北京市藥品監督管理局「互聯網藥品信息服務資格證書」、北京市通信管理局《電信與信息服務業務經營許可證》、工業和信息化部「增值電信業務經營許可證」、國家廣播電影電視總局《廣播電視節目製作經營許可證》、國家測繪局《測繪資質證書》、北京市公安局《計算機信息網絡國際聯網單位備案表》等等³。

規範互聯網行為及管理責任下放

《互聯網法律法規彙編》196件文件中，制定部門五花八門，絕大多數是部門規章及以下的法律規範，效力層次較低，涉及內容廣泛，然而它們卻是規範互聯網行為的主要法律依據。

2012年6月，中國國家互聯網信息辦公室、工業和信息化部公佈《互聯網信息服務管理辦法（修訂草案）》（以下簡稱《修訂草案》），公開向社會徵求意見。《修訂草案》共6章40條，與2000年相比較，主要有以下變化：

1、對互聯網的管理，從單純的行業管理，即規範互聯網信息服務活動，促進行業發展，上升到維護國家安全和公共利益，保護公眾合法權益的層面。從一個側面說明了互聯網的重要性以及加強管理的必要性。

2、2000年《辦法》中，互聯網監督管理工作是以國務院信息產業主管部門為主導。2012年《修訂草案》將其更改為國家互聯網信息內容主管部門，即國家互聯網信息辦公室。該機構成立於2011年，主要職責為：落實互聯網信息傳播方針政策和推動互聯網信息傳播法制建設，指導、協調、督促有關部門加強互聯網信息內容管理，負責網絡新聞業務及其他相關業務的審批和日常監管，以及其他各項網絡文化領域規劃、協調等工作。但此機構只是在國務院新聞辦公室加掛一塊牌子，而「國新辦」同時又是中共中央對外宣傳辦公室。也就是「國新辦」、「外宣辦」和「國信辦」三位一體，黨政合一。國家互聯網信息內容主管部門中的「內容」二字值得注意，這個部門管理的不是沒有意義的一般信息，而更加注重「信息的內容」，這其中，隱含著意識形態的管理。監管部門的變化，反映出中國政府對於互聯網管理的思路：即信息內容監管優先，行業管理次之。

3、細化許可範圍，明確從事互聯網新聞信息服務，提供由互聯網用戶向公眾發佈信息的服務，及提供互聯網信息搜索服務，須經互聯網信息內容主管部門許可，新增互聯網視聽節目許可。在以上各項許可中，其中「提供由互聯網用戶向公眾發佈信息的服務」，將所有允許網民自由發言的互聯網服務全部納入其中，即無論是網上論壇（BBS）、文章跟貼，還是博客、微博、甚至像淘寶這樣的購物平臺，只要開設互動服務，允許用戶向公眾發佈信

³ 各項許可見新浪網首頁：<http://www.sina.com.cn/>，最後查詢時間：2013年4月19日。

息，均須獲得相應主管部門的許可。

4、推行實名制，規定互聯網信息服務提供者應要求用戶用真實身份信息註冊，而互聯網接入服務提供者也須記錄用戶的真實信息。與此相呼應的是，《修訂草案》同時要求二者加強對用戶信息的保護。

通過推行實名制，政府將網絡內容管理的責任轉移給服務商，使網絡服務商的職能從「服務」轉向「管理」，強制服務商承擔管理用戶的責任，如果疏於管理則須對用戶違法行為負責，服務商為了免除責任，通過各種技術手段和人工審查，加強內容管理，甚至不排除矯枉過正。

5、加大互聯網信息服務提供者和互聯網接入服務提供者的監管責任，明確違反規定的處罰細則，處罰條款由2000年《辦法》的7條，增至2012年的《修訂草案》的12條。

其中最顯著的特點是加大互聯網接入服務提供者（下稱接入商）的責任。2000年《辦法》規定接入商應當記錄用戶上網信息並保存60日。但在2012年《修訂草案》中，接入商的監管責任被大大加強，共有4條懲罰條款涉及接入商，其中一條規定，如果違反「要求用戶用真實身份信息註冊」，「由電信主管部門給予警告，責令限期改正，並處10萬元以上100萬元以下罰款；情節嚴重的，吊銷其電信業務經營許可證件。」

接入商即通常所說的ISP，根據工信部公佈的接入商名單，其中既有中國電信、中國移動、中國聯通這樣專門提供互聯網上網服務的公司，也包括通訊技術和數據存儲之類的公司。截止2013年4月19日，工信部網站公佈的接入商共有1120家。根據《修訂草案》，這些接入商也要承擔管理責任。這樣就將專門提供技術服務的企業，也賦予了管理用戶的責任。

限制網絡信息

2012年12月28日，全國人大常委會

通過了《關於加強網絡信息保護的決定》，內容共12條。該決定從名稱上看是保護網絡信息，但第五條規定卻是限制網絡信息：「網絡服務提供者應當加強對其用戶發佈的信息的管理，發現法律、法規禁止發佈或者傳輸的信息的，應當立即停止傳輸該信息，採取刪除等處置措施，保存有關記錄，並向有關主管部門報告。」第六條則要求網絡服務提供者實行實名制，「網絡服務提供者為用戶辦理網站接入服務，辦理固定電話、移動電話等入網手續，或者為用戶提供信息發佈服務，應當在與用戶簽訂協議或者確認提供服務時，要求用戶提供真實身份信息。」人大的這個「決定」一方面要求保護個人信息，另一方面，又要求服務商把用戶的真實身份和發佈的信息告訴政府部門。

人大常委會的決定具有相當於法律的效力，《關於加強網絡信息保護的決定》12條內容，為行政立法提供了上位法依據，《修訂草案》目前雖然仍在徵求意見當中，但基本可以預測，《修訂草案》中的各項條款與「決定」基本符合。

網絡警察

綜上所述，《修訂草案》管理網絡的思路和辦法大致如下：

通過行政立法，將信息內容的管理責任下放給互聯網信息服務提供者和互聯網接入商。通過許可制的辦法，鼓勵技術成熟、有能力對信息內容進行過濾、限制和管理的服務商從事信息服務，通過加大處罰的辦法，將網絡商的責任與用戶責任捆綁在一起，用戶「違法」而網絡商不及時採取措施，追究網絡商責任，迫使網絡商加強審查用戶內容，網絡商由服務者變成管理者，變成「網絡警察」，從而對互聯網達到有效管理。

政府通過此種途徑，可將網民一言一行盡置眼底。網民越多，政府掌握個人信息越多，監視個人言行亦越發便利。互聯網原先是信息傳播管道，在此制度下變成管治工具。

白淨

汕頭大學長江新聞與傳播學院副教授

傳播書刊介紹

視頻上的中國

書名：《China on Video: Smaller-screen realities》

作者：Paola Voci

出版社：Routledge, Taylor & Francis Group

出版日期：2012（paperback edition）



講述「小螢幕現實」的「新」書《視頻上的中國》，其硬皮版在 2010 年發行，售價每本約近 140 美元。在金融風暴的壓力下，一本十分適合那些關注中國最新「媒體文化流動樣貌及數碼景觀」（mediascape）的學者、研究生和記者所閱讀的著作，其應有的閱讀率一直備受經濟制約的考驗。踏入 2012 年，平裝版面世，事實告訴我們，這本書的學術份量並不「輕微」，值得普及。它的「新」並不是因為有新版本推出。站在出版的角度來說，針對「中國社交網絡視頻」這前沿課題，這平裝版能夠保持高的「新鮮度」，是因為我們目前在這方面積累的寫作成果，仍算屈指可數。因此，也缺乏對作者觀點新穎性的直接挑戰。

當一般人對微電影廣告（micro-movie commercial）的認識還停留於表面階段，對「輕電影」（light movies）的說法，更是摸不著頭腦。「輕」與「微」之間，千絲萬縷，既同且異。搞社會科學或行銷傳播的學者，關注的焦點也許是大企業「微博」塑造的微時代（micro-era）特徵，但人文科學的研究者，感興趣的，卻是與重量級主流文化對著幹的政治性輕紀錄片（light political documentaries）或手機電影（cellflix）或惡搞片（egao video）中的“lightness”。正如作者在書中所提及，小螢幕上的文本和其現實意義，細心閱讀，最容易出

現的文學聯想，就是昆德拉在《生命中不能承受之輕》裡演繹的「重」（unbearable lightness）。Lightness 這學術分析概念不好翻，也非單一意義。讀者需靠書中的不同個案，從製作、傳播、本文意義、文化及社會政治影響，自行一重疊一重地體會。此書一大貢獻，也正是彙集了很多不同類型的例子讓我們理解。

總括地說，藉電影研究及文學理論的啟迪，Paola Voci 博士以「輕」作為主軸，告訴我們在一位人文學者眼中，流動平台小螢幕上的「中國視頻世界」是如何被忽略，又為什麼重要；是如何既是「輕版本」的前衛，又為何是精英和大眾文化分隔線的重創；是如何的輕成本微製作，但又隨時可能會引發成轟動社會的大現象。

現任教於紐西蘭的奧塔古大學（University of Otago）語言學院中文部的 Paola Voci，年青時曾在北京電影學院唸過書，是研究中國電影起家的。因此，當她走進新媒體和視覺文化的研究領域，看似自然的提問就是：新媒體科技讓中國人自己拍了什麼樣的電影？不尋常的，是研究過程讓她重新再界定什麼是中國電影。小螢幕讓她看見新媒體引發的傳播思考大轉移。你呢？

[-+] 葉智仁

香港浸會大學傳理學院
傳播學系副研究員

從1928年說起——重塑香港早期

1928年6月20日殖民地政府宣佈「香港殖民地的廣播節目將由政府電台傳送」，把香港的廣播服務正式規範起來，在政府作出這項宣佈前，民間對廣播服務有何期許？政府廣播啟動初期，規模又是怎樣？

香港無線電學會於1923年成立後，積極推動無線電廣播，他們雖自稱「業餘」，卻是有板有眼的提供廣播試驗，接收海外廣播，並同時推廣無線電技術。學會成立後不久，隨即開班講解與無線電相關的知識¹，廣播前會透過報章公佈內容，又呼籲接收廣播訊號的會員，事後提交報告，說明接收情況。那時候，支持無線電廣播的還有無線電器材公司和唱片公司，借出廣播器材和唱片，傳媒也扮演著推波助瀾的角色，廣播試驗先後得到英文《南華早報》及《士蔑西報》(Hong Kong Telegraph)支持，借出地方予學會發射訊號。

傳媒推波助瀾

在上世紀二十年代初，《士蔑西報》是本地英文報章中較突出地支持無線電廣播的傳媒機構。報章在學會成立後不久便開闢專版，報道有關無線電的最新技術發展，介紹各地無線電台的消息及相關資訊，該專版更不時配以漫畫，諷刺無線電廣播音質不佳，又或者嘲弄新興的無線電廣播令人廢寢忘餐。



那時，民間有不少壓力要求殖民地政府帶動開展香港的廣播服務，其時，業餘的無線電

發燒友已經可以成功接收遠至紐西蘭的廣播訊號；或許最令政府尷尬的是澳門在無線電廣播的發展。1924年《士蔑西報》報道，一家在香港註冊的英資公司—Radio Communication Company，得到澳門政府的支持，於7月中旬在澳門成立廣播電台；此公司也是早期支持無線電學會在香港推動廣播的機構。1925年年初，一名澳門居民(Mr. Joaquim da Rocha Saraiva)多次投函到《士蔑西報》，分享他成功接收海外短波電台的樂趣，遍及紐西蘭、澳洲及美國，有趣的是，一封讀者來函得到《士蔑西報》的重視，不止一次在頭版報道這位澳門朋友的接收經驗。

《士蔑西報》在無線電學會成立一周年的時候，藉機以社評批評政府不支持學會的廣播試驗，連發出臨時牌照予學會會員，也一直拖拉，影響參與者的興趣，也沒有公司願意在港引入廣播器材。社評毫不客氣的指出，政府的廣播政策蒼白無力，一再以等待英倫指示為藉口拖延，只是磋跎歲月，不單扼殺民眾對廣播的興趣，更是窒礙此行業的發展²。

民間的呼聲與努力

殖民地政府也不是完全無視民間的呼聲，1924年5月向定例局(即今立法會)提交《無線電條例修訂草案》，修改1913年的無線電法例，容許個別人士設置無線電接收器；1926年再次修例，為「無線電」(wireless telegraphy)、「無線電台」(wireless telegraph station)重新定義，規管發送和接收無線電的器材，以及無線電台的營運³。

在修例後，無線電學會開始較具規模也較定期地展開廣播試驗，他們的要員及會員均屬英語社群，不過，廣播測試沒有遺忘華人社群的興趣，為推廣無線電廣播，學會在1926年舉行了首次中國音樂的現場轉播⁴。他們的努力得到華文媒體的關注，《華字日報》於1927年9月8日曾有一段關於學會的報道：

「燈塔巡查員梯刺，乃本港無線電會社社員，前晚十二點前後，梯刺在青洲，以接音機

1 無線電學會於1923年6月下旬舉辦無線電技術基礎班，請來無線電器材供應商馬可尼公司的人員開班教授。《士蔑西報》1923年6月22日，頁1。

2 《士蔑西報》1924年7月9日，頁9。

3 《政府憲報》，No.11，1926。

4 《士蔑西報》1926年8月4日，頁5。參與該次演出的華人樂手包括Wai Po-cheung, Leung Kam-tong, Ho Chak-man, Sun Cho-ye等。

接聽澳洲墨爾邦無線電台傳播之音樂，至一點四十分鐘，又接聽荷蘭無線電台傳播之音樂，兩地雖相隔數千里，但聲音甚為清晰云。」

1927年，無線電學會成立四周年，其在年報中指出，廣播測試不是要為會員提供娛樂，是希望通過測試，積累經驗及引發民間興趣，向殖民地政府說明，香港有發展廣播的空間，希望有組織能擔起廣播服務的重任⁵。一年後，殖民地政府終於把廣播服務納入政府系統內，設立專責委員會領導廣播發展。

廣播服務納入政府系統

1929年3月，殖民地政府向定例局申請撥款五千元，為無線電廣播電台的播音室添置檯椅、鋼琴、地氈等，輔政司爭取議員支持撥款時指出，無線電台的愛好者向他表示，廣播工作做得不錯，公眾正期待一所有效運作的廣播電台，希望議員支持撥款。不過，議員關注的焦點，卻是香港的廣播訊號能否達到廣州，並要求增強廣播功率，令覆蓋範圍擴展至廣州⁶。

為建設播音室的五千大元撥款申請在毫無爭議下順利通過，位處郵政總局二樓的第一代播音室是何模樣？有甚麼節目？《工商日報》在1929年7月31日的報道指，該播音室「長三十尺，闊廿五尺，設備乃取法於英京」。8月15日報道：「…全室佈置，均用綠色布，如影幕一般，暗淡非常，全室不透音，外便喧雜聲亦不能透入，地舖軟毡，價值幾及二千元，係用棉花製成，向英國購來，發聲不致反應，室內佈置極簡單，安設新式發聲咀一個，將來中西音樂及演說詞等，均由此處發出，…」

早期音樂節目

電台開播初期，中西音樂兼備，由下午5時30開始廣播，至晚上10時30分結束。中樂以戲曲為主，1929年《華字日報》刊登的一個節目表可見，播放的戲曲包括靚少鳳的《毒牡丹之憶妻幻夢》、白駒榮的《泣荊花》、蔡子銳的《黃腳雞》以及梁少初和鍾卓芳合唱的《珍珠扇之太子遇救》；晚間八時起，播出西洋音樂⁷。電台的節目還包括轉播外間的音樂

會或戲曲演出，1929年9月26日的節目就是轉播在先施公司舉行的音樂表演，上演的曲目有《祝英台祭梁山伯》、《玉哭瀟湘》、《小桃紅》等；同年11月，電台在高陞戲院設置的轉播設施竣工，可轉播高陞戲院上演的戲碼。

那時候，電台並未建立唱片庫，也沒有資源購買唱片，西洋音樂的唱片主要由唱片公司借出，如Victor Records或Columbia Records，而中國戲曲則由私人機構借出。從當年華文報章刊登的節目表可見，為電台提供唱片的公司包括新月公司、世界音樂公司，還有天壽堂藥行等。

這裏不得不順帶一提關於天壽堂藥行，當年，此藥行以銷售姑嫂丸及海狗鞭健腎丸而馳名，藥行於德輔道中的總行設有音樂部，兼營唱機及唱片銷售。藥行也曾經在唱機大減價酬賓的廣告中，提供買唱片及唱機零件，送贈頭痛丹和普濟丸的優惠。1929年6月，藥行獲殖民地政府批准，在德輔道中設立無線電台，每晚7時至9時轉播鄰近地區電台廣播之中西音樂，接收範圍遍及廣州、上海，日本、菲律賓等地，《工商日報》曾經有報道指，香港的無線電機以天壽堂的音質最清澈，聲音響亮，途人經過會駐足傾聽⁸。



1928年政府宣佈以GOW呼號廣播後，短時間內可提供服務，實有賴早年無線電學會累積的經驗，但殖民地政府在委任領導廣播服務的委員會時，沒有羅致學會核心成員，而學會也在政府接手香港的聲音廣播後，悄然退出。

李少媚

資深傳媒人

5 《士蔑西報》1927年6月29日，頁9。

6 定例局會議紀錄1927年3月21日。

7 《華字日報》1929年8月9日。

8 《工商日報》1929年6月11日。

OTT (Internet TV) Development

Smartphones and tablets have gained tremendous popularity, as evidenced by their rapid growth (100M's per annum) and mobile viewing behavior. Mobility is driving OTT (Over-The-Top delivery, bypassing telcos' control as in the "wall-garden" of IPTV). There are various definitions of OTT, ranging from broad to narrow (in USA).

In this paper OTT refers to Internet TV delivered to smart-TV, smart-phones, tablets or PC on unmanaged broadband networks (not telco-managed IPTV networks). Apart from pure-play-OTT operators (eg Netflix, Hulu), OTA (Over-The-Air) terrestrial TV broadcasters and IPTV operators can deploy OTT for additional business, offering mobile viewing as well as a multi-screen/ "TV Anywhere" consumer-experience. ("TV Everywhere" has a specific meaning in USA.) This paper examines the driving forces behind OTT development and compares pure-play-OTT with OTA/ IPTV.

The Driving Forces

Please refer to Ref. ^[1] for an outline of the RPMO model for analyzing driving-force factors.

Regulatory (R)

Content delivered on OTT is less regulated than that on OTA TV channels and the regulatory aspects are still evolving ^[2]. Barrier-to-entry could be lower, in terms of regulatory control. However, there could be cross-border content-rights limitations curtailing the expansion of pure-play-OTT. In mainland China, seven OTT licenses were issued for content business, CNTV (China Network TV) being the major operator, but the OTT value chain has not been streamlined by further regulation. OTA, IPTV and OTT markets are oligopolies, due to the high content costs. OTT is subject to considerable exposure to piracy, for cross-border program streaming. The regulatory framework for content rights protection is crucial for OTT business success and piracy concerns often deter foreign and local OTT investments.

Pricing (P)

Pure-play-OTT operators rely normally on subscriptions eg for Netflix and Hulu, but OTA broadcasters could rely on on-line advertisements for additional ROI (Return on Investment). For IPTV operators, OTT offering for mobile services could be bundled in the broadband/ IPTV subscription plans; advertisements can also be deployed. For delivery,

pure-play-OTT operators with large geographical coverage often rely on CDN (Content Delivery Networks, with caching of content at local nodes eg Netflix Open Connect), for quality of service (fast page-loads, smooth streaming, etc.), but CDN deployment increases operating costs.

Content-related costs remains to be a critical market competition issue, as exclusive and attractive content is the trump card in any media business. Whether a pure-play-OTT player can secure such content depends on its relationship with the content providers, bargaining power and deep pocket. New video compression and content-streaming technologies can, over time, reduce operating costs for all OTT players. Unlike IPTV where a telco-provided STB (Set-Top Box) is required, OTT often deploy apps (for desktop and mobile), this being a business advantage.

Consumers want maximum value for money and generally prefer flat-fee basic services. Pure-play-OTT players, as content aggregators offering a wide range of content and competing in oligopoly where competition is fierce and price-sensitive, normally keep their subscription fees low and competitive, for continued growth.

Marketing (M)

Whilst economics is the backbone of technological development, pricing and marketing are two crucial driving forces. Even with affordable pricing, intensive marketing is required, since viewers may be unfamiliar with OTT offerings. For OTA and IPTV operators, OTT offerings are readily promoted via their existing delivery platforms or marketing campaigns. Pure-play-OTT operators can partner with content providers and telcos in marketing their services. Marketing is more critical for pure-play-OTT operators as they must build a very large subscription base to sustain business, since the basic fee is normally low. On the other hand, incumbent OTA and IPTV operators are much less reliant on their OTT businesses for survival.

Content (O1)

The adage "Content is King" holds for OTT/ OTA/ IPTV. Pure-play-OTT and IPTV operators are content aggregators, offering numerous channels (100's), but OTA, even with efficient video compression, is disadvantaged as it can provide only a few program channels within an allocated RF channel (8MHz, in Hong Kong). Market competition depends on both the range and quality of content. Local

1. Yip, J., Emerging Media Technologies, Planning and Techno-economics, ABU Tech. Review, Jan.-March, 2013, pp. 3-7

2. Valcke, P., etc., Convergence between Television and the Internet: Challenges for Content Regulation, http://rthk.hk/mediadigest/20120514_76_122870.html

3. http://www.mpfinance.com/htm/finance/20130621/News/ec_ece1.htm



content, eg local news, variety shows, being a strong product differentiator, could present a major challenge to a pure-play-OTT operator since good local content is expensive to produce. In mainland China, strategic cooperation is being forged between content providers and interested parties for OTT development, eg Hunan TV and Huawei. Another issue is content protection, via CA (Conditional Access), DRM (Digital Rights Management) and water-marking technologies, as piracy can easily ruin an OTT business. Furthermore, OTT/OTA and IPTV operators offering mobile services need to customize their content for the various mobile platforms and to integrate social media into mobile content, for cross-promotion and for reinforcing viewer loyalty.

Consumer Habits (O2)

OTA is still the most efficient TV transmission method, as there is zero marginal cost in serving additional viewers (within the coverage area), in contrast to IPTV and OTT where capacity sharing (in Mbps, or Megabits/s) is required. However, there has been a rapid escalation in internet TV viewing (fixed and mobile). In Hong Kong, more time has been spent on the internet than on the TV set^[3]. Mobile viewing behavior differs from that of traditional TV viewing; consumer behavior has been a primary focus for maximizing ROI. Consumers in the multi-screen era want a wider range of content and personalized services hence operators customize their products for their viewers, eg links to social media (Facebook, Twitter, etc.) and custom apps/ players (eg BBC's iPlayer). Viewing time has been found to be increased by social media, eg recommendations. Many such consumer-behavior studies have been conducted by market researchers eg Cross Platform Reports by Nielsen.

Service Features (O3)

OTT, on the world-wide internet, is more powerful than OTA or IPTV in terms of its ability to offer an immense cross-border reach. OTT, relying on apps, can offer SD/ HD video, VOD, social media, VoIP, etc. on multiple platforms and provides a wide range of content as in IPTV. The service flexibility of OTT is thus high.

OTT can be evaluated as a technology (or, technology + services), if interfacing electronic devices (eg Apple TV box, Roku streaming-TV box, Chromecast dongle) are to be treated as a key issue. In mainland China, non-standardization of

OTT STBs has led to some market confusion, retarding OTT growth.

Quality (O4)

Outdoor viewing is subject to mobile reception problems such as signal interruption. New radio access technologies eg HSPA+, LTE-Advanced (4G), etc. together with H.264/ H.265 (HEVC) compression and HLS/ MPEG-DASH adaptive-streaming can improve video performance and quality. However there remains the reception reliability problem caused by terrain and building blockage of radio-frequency signals; this is quite serious in Hong Kong. WiFi systems eg 802.11 (a/b/g/n/ac) can help alleviating some mobile reception problems, both indoors and outdoors. OTT also introduces a time delay in transmitting high-quality real-time video, a technical issue to be addressed^[4], whereas the transmission quality of service (QoS) can be more readily controlled in OTA or in IPTV (deploying a multicast-enabled network).

Comparison

Pure-play-OTT/ OTA/ IPTV may be quantitatively compared, by means of the cross-platform comparison methodology outlined in^[1]. A value (0 to 5, for no-go to excellent) could be assigned to the comparative weakness/ strength under each of the driving force factors. A geometric mean is then derived to yield an overall comparative assessment score, for the economy under consideration.

Summary

OTT is advancing rapidly, fostered by advances in radio access networking and by the explosive growth of mobile devices, as viewers enjoy mobile viewing, personalized services and social media. Pure-play OTT players are expanding and OTT is gaining ground in mobile TV viewing as in USA^[5] although OTT is currently not a substitute for traditional TV^[6]. Meanwhile, OTA TV broadcasters can leverage OTT to improve viewer-reach as well as viewer-loyalty. This paper has outlined the OTT growth factors and the issues. Local and premium content remains to be a key service differentiator; Content is still King.

✉ John Yip

Project Consultant, former Part-time Lecturer,
The Chinese University of Hong Kong

✉ Liu Qian

Lecturer, Jinan University

4. Schwarz, B., OTT delivery, May 2012, <http://fr.slideshare.net/zaggyfr/ott-white-paper>

5. MaMahon, F., Netflix and Hulu Take Over Mobile TV, Broadcast Engineering, June 4, 2013

6. <http://advanced-television.com/2013/07/29/tivo-research-netflix-not-cannibalising-traditional-tv-viewing/>

斯諾登事件引發資訊保安的關注

英國《衛報》和美國《華盛頓郵報》於 2013 年 6 月 9 日，披露了在香港訪問美國中央情報局前僱員和國防承包商博思艾倫諮詢公司的斯諾登 (Edward Snowden) 的詳情。斯諾登揭露美國國家安全局從 2007 年起，以國家安全和反恐為理由，部署「稜鏡計劃 (PRISM)」監控電子郵件、視頻語音交談、視頻、照片、VoIP 通話、文件傳輸和社交網上的詳細資訊。這段報道震驚全世界，各國領袖都為之嘩然，影響深遠。其影響包括計劃的合法性、美國與各國的政治關係、資訊保安、侵犯個人隱私等。斯諾登於 6 月 23 日離開香港後，至今仍滯留在莫斯科，引發了中、港、美、俄和拉丁美洲的外交風波和角力，局勢未明，斯諾登的最終去向，留待讀者自己關注。

從斯諾登事件和他所提供的資料可見，電腦數據可透過互聯網竊取。儘管各國政府包括香港特區政府及有關機構，堅持香港的電腦系統是安全的，沒有被入侵的紀錄。但從資訊科技角度去分析，電腦系統被入侵是極有可能的。

香港人是善忘的，過往發生的電腦事故，仍然歷歷在目。例如：千年蟲、電腦病毒、黑屏事件、情書電郵等。又例如，股災每十年八年發生一次，樓市泡沫也又重臨，但無論怎樣勸籲，都會有人忠言逆耳。



再說到電腦的連接，在未有互聯網之前是利用專用網絡或撥號連線。個人電腦自上世紀 70 年代興起以來，是透過通訊端口 (Comm Port) 與其他電腦和週邊裝置連接，例如：打印機、滑鼠等，交換訊息，這些都是硬件端口，要直接插入電腦才能存取訊息，只要電腦存放在安全的環境裡，數據便是安全的。

竊取方法剖析

在現時的互聯網環境下，有兩大方法去竊取電腦資料：(一) 植入惡意程式如特洛伊木

馬 (Trojan Horse)，(二) 利用互聯網和透過 TCP 端口 / 服務。

惡意程式與電腦病毒 (Virus) 最大的分別，是特洛伊木馬通常不會自我複製，而特洛伊木馬程式是一種遠端管理工具，但可用來窺探和竊取電腦中的機密。

入侵方式：為了能夠順利入侵電腦，首先必須把一小程式植入電腦，再透過這個程式進行資料竊取。這個小程式是透過電郵或下載檔案時，同時被植入。後果：植了木馬並不會因此而馬上當機，木馬在電腦中潛伏，蒐集任何有價值的資料，例如：信用卡號碼、身分證號碼、銀行帳號等。

第二種方法是透過 TCP 端口 / 服務，直接連到你的電腦上，查看檔案目錄，然後將有用的檔案拷貝出來，這兩種入侵都不動聲色，很難追查。

個人電腦的隱患

首先要了解現今個人電腦的漏洞何在，才能徹底堵塞這些隱患。

互聯網 (Internet) 和萬維網 (Worldwide Web) 自 1990 年興起和盛行，電腦從單一運作而成為網絡式連接。採用了傳輸控制協定 Transmission Control Protocol (TCP) 和透過 65,536 個 TCP 端口，上了互聯網，便可與其他電腦連接，遙控遠方電腦，不動聲色「隔空取物」，存取資料，完全不留痕跡。當其中一台終端機有漏洞而受襲，有可能影響整個網絡上所有的終端機。當然，若駭客惡意破壞，事主發現電腦受損，追尋原因，才知到曾被入侵。

微軟的視窗操作系統是上世紀 80 年代的產品，單一的個人電腦的設計是以方便為主，是將機內的 TCP 端口全部開通，這樣非常方便，令訊息暢通無阻，這些方便也給日後帶來隱患。就好像將家裡的門窗全部打開，自由出入，與此同時，盜賊也有機可乘。這種格局一直相安無事，直至 1990 年互聯網普及時，用

戶除了方便自己，對駭客也大開方便之門，讓駭客透過 TCP 端口，進入電腦，為所欲為。若關掉所有端口或門窗，正常的網上服務都不能運行。

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

裝了防火牆是否萬無一失？

有些用戶誤以為裝了防火牆，就可安寢無憂。防火牆有兩大功能，除了有指定功能的連接埠，例如：80 (瀏覽網頁)、110 (電郵) 等打開外，將其餘的連接埠關閉。另一功能是封包過濾，監察及限制透過連接埠的數據封包。聰明的駭客可利用開通了的連接埠，透過必須的正常服務，並利用 Outlook 及 IE 的漏洞，導入程式，依 Outlook 的地址簿，向親朋好友發放有毒郵件，又向瀏覽器作出攻擊或盜取資料，防火牆形同虛設，竊取資料和將電腦病毒擴散。

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

方便與保安的平衡

所有系統都沒有絕對的安全！在決定電腦系統時應要作出適當的取捨，究竟取其方便或



安全呢？兩者要取得適當的平衡，若貪圖方便，可能面對嚴峻的資訊保安風險及重大損失。很多國家的政府和企業都擔心微軟的封閉式系統及在保安上的結構未有全部公開，斯諾登也透露，微軟將漏洞的詳情先通知美國國家安全局，讓該局有時間在未修補漏洞前入侵他人電腦系統。

電腦用戶如何自保？求人不如求己！1991 年開放源碼軟件誕生以來，有超過百萬位電腦專家參與修改，每兩星期更新一次，質量和安全性遠優勝於任何一間軟件公司，二十多年來，開發了 Linux 和成千上萬的優質應用軟件，是集體智慧的成果，讓大家免費下載和使用，讀者可瀏覽 www.sourceforge.net 和下載。在 Linux 和開放源碼的環境，網絡和資訊更安全，中小企和家庭用戶可自學和裝備自己。

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

簡錦源
香港Linux商會主席

PopVote: A Revolution in Gathering

This is a summary of the paper presentation made by the authors at the World Association for Public Opinion Research (WAPOR) 66th Annual Conference held in Boston in mid-May. The paper examines the infrastructure of the online voting system used for the “PopVote 3.23 Civil Referendum”, focusing in particular the identity authentication, privacy and security issues involved. The findings are of interest not only to those developing online voting/survey technologies, but more broadly to the public opinion research field in terms of our understanding of how to engage respondents in a technology-driven world.

Background and Objectives

To echo with the 2012 Chief Executive (CE) election held on March 25, 2012, supposedly the last time a CE is elected by a 1,200-member Election Committee before universal suffrage is implemented in 2017, POP organized a mock civil referendum entitled “PopVote 3.23 Civil Referendum” on March 23 for the general public to express their support towards different candidates, with three objectives, namely, 1) to provide a multi-dimensional reference for the public and the election committee, 2) to construct a civil society by promoting civil participation, and 3) to demonstrate the electronic voting system.

The “PopVote 3.23 Civil Referendum” project was funded entirely by public donations. By design, all local citizens of age 18 or above were eligible to cast a vote on an electronic voting platform hosted by POP, via website or smartphone app, during 00:00 to 20:00, or in the designated territory-wide physical polling stations from 09:00 to 21:00 on March 23. The voting time was subsequently extended to 18:00 of the next day because of overwhelming response from

the public as well as a system interruption in the middle of the event caused by vicious attack. Nevertheless, a total of 222,990 votes were collected at the end, with 38% from polling stations, 30% website, and 32% smartphone app. The result of the vote was 18% Leung Chun-ying, 11% Henry Tang, 16% Albert Ho, 55% Abstention, while the official CE Election result was

57% Leung Chun-ying, 24% Henry Tang, 6% Albert Ho. The event was widely covered by local and international media and received much more public attention than anticipated.

Design Principles

Six principles were adopted in designing this voting system, namely, availability, uniqueness, fairness, eligibility, privacy, and integrity. “Availability” refers to a functional system that would be available during the event period. Factors that could affect the availability of the system include power and network interruption, human faults and hacker attacks. As for “uniqueness”,

the system should identify and prevent duplicate vote from any individual voter. Regarding “fairness”, the system should be able to prevent anyone from altering the database and thus the results. When it comes to “eligibility”, the system should be able to verify the identity of the voter. Concerning “privacy”, the system should ensure the ballot information and personal data submitted by the voters are well protected. Last but not least, “integrity” refers to the safeguarding of all data collected by the system.

System Design

In real terms, on “availability”, a cloud security service limited overseas network access and greatly mitigated DDoS attacks, while a remote backup server set up in the research team’s premises provided resilience to the system against system failure. As regards “uniqueness” or “identity authentication”, taking into consideration the pros and cons of a number of authentication methods, a combination of HKID number and mobile phone number was adopted for online authentication. To ensure “fairness”, the PopVote system automatically logged all data insertions and altering actions by authenticated users. As far as “eligibility” is concerned, while a flawless online identity identification system is yet to be developed, casting votes at physical polling stations using the HKID Card with photo could provide sufficient information for the polling station staff to verify the eligibility of each voter. Regarding “privacy”, personal identification numbers of the voters were only used to authenticate the individuals’ identities and check against multiple voting attempts to the system, and were converted



into series of hashed codes. SSL certificate was installed to ensure the data transmissions were encrypted, and all hashed format of personal data was destroyed and removed from the system within one month after the voting event. As for “integrity”, the PopVote server was protected by firewall, intrusion prevention system, and cloud-based web protection services.

Cyber Attacks

When it came to actual operation, suspected DDoS attacks were detected prior to the event day, which severely halted the network. Besides, attackers also tried other means such as sending emails with suspicious attachments to members of the research team and even hijacking their email accounts, where possible intentions might be to implant malware onto the research team’s machines or to steal important information including the system infrastructure design and other related data.

Seven hours after the voting commenced at midnight of the event day, the electronic voting system came to a complete halt due to some abnormal network traffic subsequently diagnosed by the IT experts in the research team.

After hours of investigating by IT security experts, four IP addresses were suspected to have directed Distributed Denial of Service (DDoS) attack to the voting system. The research team reported the case to the Hong Kong Police Force, two males were arrested and one of them subsequently pleaded guilty to the charge of attempted criminal damage.

Future Development

Having reviewed the infrastructure of the electronic voting system, the authors would like to make some recommendations regarding the software, privacy, performance and uniqueness aspects of the system.

On software, it is recommended to use lightweight and efficient programming language to handle web requests, for example, Node.js. As for privacy, a random salt can be added to data before hashing to make it difficult to work out the original data by the hashed pattern, while iterating the hashing process a few more times will increase the difficulty of hacking. To ensure the performance, a fault-tolerant system can be deployed to continue serving a web page even when

system failure, and to display the status of the server to the web visitors. Concerning uniqueness, the Government should promote the usage of e-certificate in order to prepare the public and service providers for the future when most voting, trading, and other official communication will be conducted via the Internet.

Conclusion

In spite of its mechanical failure, the PopVote 3.23 Civil Referendum has no doubt engaged the community heavily into discussing the 2012 CE election. Besides the near 230,000 people who had casted their votes in the civil referendum, hundreds of volunteers were also involved in different stages of the campaign including on-site works. The event inspired many social activists to use civil referendum as a means to press their demands. At the time of writing this paper, one such campaign is brewing, whereby the organizers would like to use civil referendum to mobilize the public into endorsing some popular proposals for the next CE election in 2017.

To conclude, the unique political environment of Hong Kong under the “one country, two systems” formulation has induced the development of political participation and public opinion expression beyond random sample surveys and direct elections. While the general public is considered to be mature enough for universal suffrage, they are not offered the right to elect the head of their own government. Under such circumstances, the “PopVote 3.23 Civil Referendum” provided a platform for the public to articulate their needs. When technology becomes more advanced, especially in the areas of identity authentication, privacy protection and availability, electronic voting in the form of civil referendums will become more and more important in Hong Kong. When this “Hong Kong experience” becomes mature, it may have significant impact on other not so democratic societies without universal suffrage and without official referendum. In a way, the electronic-based “PopVote 3.23 Civil Referendum” project has pioneered a revolutionary method in the collection and expression of public opinion in the Asian region, if not the whole world.

✎ Jazz MA, Winnie LEE and Robert CHUNG

Public Opinion Programme,
The University of Hong Kong

震後兩年仍在呼救的南相馬市

It would be great to come one day and the residents tell us “why are you coming”, “we don’t need your help anymore”, “we’re fine”. Then we can stop our work.’

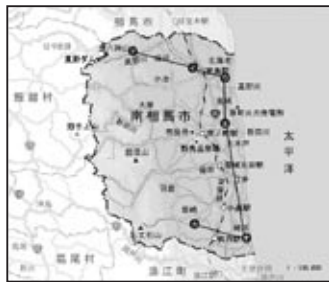
這句說話，是我採訪的福島南相馬市一個義工團體「Save Minamisoma Project」，他們發起人August對我說的總結。我很眼淺，然後他擁抱了我一下。做義工最想的可能是聽到災民說「你們不用再來，我們不再需要幫助」，我做記者的有時都感矛盾，我的咪、我的鏡頭，又該來嗎？

所以在此，我希望先呼籲大家繼續關心日本311東北大地震的復興工作。在日圓匯率大跌，身邊的同事朋友一個接一個到日本旅行遊玩，從日本買回來的食品吃完又吃的時候，我仍然跟在福島認識的義工在 Facebook 保持聯絡，留意著他們組織的活動。我於今年三月中到了日本福島縣南相馬市一趟，那是一個福島第一核電站以北約二十公里的沿海城市，在當地採訪的一日一夜裡，我看到海嘯沖擊過的痕跡、尚未清理好的瓦礫，還有看不到、但從災民口中知道他們很憂慮的輻射污染，又訪問了當年在 YouTube 發出求救片段的南相馬市市長櫻井勝延，了解他們的情況。元氣大傷的日本，仍需大家的支持。

南相馬市市長：沒有雪了 只有放射能

今年年初上司下了決定，派我在震後兩年重返災區採訪，應該去哪裡？我花了點時間找資料，了解不同災區的情況。受影響的範圍都不少，宮城縣？岩手縣？去多過一個地方、還是集中在福島縣？福島的話也有南相馬市、雙葉郡等災區。一位編輯閒時走來問問我進度，我總是習慣反問她意見，不但是因為她有豐富

經驗，而且想看看作為觀眾的話，她關心甚麼。她第一反應是：「找找那個在 YouTube 求救的市長。」



沒錯，櫻井勝延的確是大地震之中的英雄人物，但要聯絡市長並不容易，尤其是日本文化十分著重禮儀及規矩。今趟日本之行部分採訪，我事前以日語電郵，還注意尊敬語謙讓語文法，向駐港領事、當地官員、負責部門、商會理事等逐一解釋，加上香港有人協助才成功。可是聯絡櫻井勝延的過程，竟然快捷得多。理論上我也要發正式電郵到南相馬市市政府，但為免石沉大海，我反而先找當地義工幫忙，結果他們真的有方法助我聯絡到櫻井勝延！那時我多麼感動，他是個超親切的人，沒有要求我跟足程序重新發電郵，只是聽到有香港記者想採訪就一口答應了，而且這是第一次接受香港媒體的訪問。

櫻井勝延很忙，經常東奔西走。那天我只有半小時，在出發到南相馬之前，趁他於東京出席會議，跟他吃午餐順道做訪問。我們約好在新宿的地標大電視下等，我一眼把他認出來，他跟我握手，手心很熱，要注意當時的日本北部仍然積雪，我問他南相馬還有雪嗎，他微笑說沒有，只有放射能，即是輻射。

親切的市長 堅強的信念

我聽說 50 多歲的櫻井勝延參加過知名的東京馬拉松，他說習慣每天早上跑步，即使來到東京也堅持，今早也跑了，更馬上再握著我的手叫我感受他手心的熱力，的確比 20 多歲的我還熱。

要說熾熱的還有他心中信念。講到災情，他收起笑容，一臉嚴肅，冷靜地跟我說出問題所在。有災民批評重建進度不理想，他則認為不能操之過急，災民的基本需要暫時解決，接下來的是周詳的規劃。他眼中想要的並不是一個原來的南相馬市，而是一個重生蛻變的「未來都市」。



這兩年並不易捱，櫻井勝延說之前他有特權，可以直接跟當時的首相菅直人對話，但現在改朝換代了，特權沒有了，重建的事他也得沉著應戰。而安倍晉三的政府有意重啟國內的核電站，他指一指西裝襖上的印有「NO NUKE FUKUSHIMA」的襟章，表明大力反對的立場。他的原因很明確亦很簡單，他說：「你去看看災民就一清二楚。」對的，我相信「針不刺到肉不知痛」，所以他將規劃重點放在發展再生能源。有這麼一個以市民感受施政的市長，南相馬真幸福。

兩年來不間斷地送上溫暖的義工

之後我和攝影師跟著義工，由東京坐了四小時車程到南相馬。義工中有不少是旅居日本的外國人，兩年來從不間斷送食水送食物到當地，愛心是無分國籍。我尤其要感謝一位在日本土生土長的美國人義工 Philip 一切的安排。

我們走訪了幾個臨時房屋區，還跟一個年輕家庭做了個家訪，他們的細女只有一歲，在核事故後出世，所以清除核污染，讓孩子健康成長是他們最大希望。沒想過「健康成長」在



日本一個先進的地方也來得那麼困難，在一問一答之間，他們經常都會嘆氣，欲言又止，或許是對未來有太多不確定，一位義工

教了我一個日語「たてまえ」，指這是日本人的內斂，他們不會把悲傷表現出來。

義工又介紹我認識一對 80 多歲的公公婆婆，他們的房屋被海嘯沖擊完全摧毀，媳婦在海嘯中遇難。義工駕車帶我們到老人家的舊居遺址，沿途盡是堆積如山的瓦礫，工程車仍然在進行清理工作，在舊居遺址的路口轉了個圈，老人家苦笑說已經不認得回家的路了。暫住在親戚家的老人家告訴我，心願是重建家園，但年邁的老人家，還可以等多久。

在災區，人會更感受到珍惜現在的重要，



我也特別想到家人，他們因為我去福島而擔心，所以我盡力把採訪在一日一夜裡完成，而公司亦安排了一個輻射紀錄器讓我掛在身上，以及借了一個輻射探測器給我，結果當地的輻射水平屬安全，我也檢驗過沒有問題。

震後兩年 無人關注？

在計劃這次採訪行程時，我曾經致電一個組織，查問他們會否在震後兩周年時，到核電站視察核污染情況，結果他們回答說外界關注度低了，大概不會計劃前往福島。做了記者幾年，雖然我理解在有限資源下，不可能每件事都一一跟進報道，每個機構都會把議題分優先次序，但聽到這麼一個回應，心裡總是有點失望。而義工告訴我，較大規模的非牟利團體都不願意到南相馬，不願意因輻射而冒險，所以南相馬所得的支援比其他災區少，正因為如此，他們更認為要堅持，不能離災民而去。

踏在南相馬的土地上，我的心變得沉重。白雲依舊飄浮在藍天，海浪仍然在拍岸，但農田不再耕作，漁民停止捕魚，這個原本美好的城市就好似定格在兩年前，一直被輻射陰霾籠罩著。福島是一個遭受 9 級大地震、10 米高海嘯、以及被評為第 7 級最高級別的特大核事故三重打擊的災區，相比核電站洩漏的放射性物質銻 137 的三十年半衰期，事過只是兩年，我認為有需要繼續關注。

胡凱文
香港電視新聞記者

「社區參與廣播服務試驗計

「社區參與廣播服務試驗計劃」是一項以電台為首個試點的公眾參與廣播的三年計劃，第一季節目由本年七月十五日起，每日晚上八時至十時，在香港電台數碼 31 台播出。對於這個嶄新的計劃，香港電台數碼台台長葉世雄（葉）特別訪問了評審委員會主席、香港大學新聞及傳播研究中心總監陳婉瑩教授（陳）。

評審程序與考量重點

葉：你曾出任不同活動的評委，今次參與「社區參與廣播服務試驗計劃」的評審工作，有什麼特別的感受？評委是如何評審申請書？

陳：這次是我首次參與篩選電台節目，預審程序非常嚴謹，工作量亦相當大。這是評委都始料不及的。我的做法是先把申請書在網上逐份細閱、打分，再存檔。最後，將所有申請書重頭細看一遍，在比較之下微調或修正分數，以達到評比的效果。由於申請書文字內容聲音檔案兼備，所以必須在電腦前處理，整個打分的程序必須高度專注。

葉：可否提供一些「貼士」給申請人參考？

陳：在內容方面，評委首先看的是題材是否新鮮、其中的公共意義及能否為社會增值；節目是否多元化、所觸及的是否社會所關心及與民眾有切身關係，又或是比較新鮮的話題，都是考慮的重點。然而，「天下無新事」，有很多話題都是大家已經知道的，倘若你能夠提出以一個新的方法，以及善用電台這媒介，來表達老生常談的話題，也可得分。第一季的節目《與另一半約會》，就是用新的方法和形式去表達一個老話題，令人驚喜。

我們考量的另一個重點是節目製作的可行性，即是申請人能否利用電台這個媒體去呈現想要表述的意念。例如上一期其中一個申請是以功夫為主題，在面試時我便問他將怎樣製作節目及如何表達主題。我們不是說絕不可行，但申請人必須有充分

理據說服評委。如果無法合理解說，那當然不能過關！所以，申請人應善用十分鐘的面試時間。所謂“elevator pitch”的說法，意指即使你有一個很好的項目，你要能用搭一程升降機的時間跟人介紹，給人深刻印象。所以你必須把握時間，清楚表述當中的精華。長篇大論而缺乏重點，是不可能吸引別人。我認為十分鐘的見面，對評委和申請者而言也是合適的。

葉：評委也很關心團隊究竟能否執行有關的計劃。

陳：對！這正正就是第三個重點。當我們了解內容和製作手法後，也要知道申請人的團隊有沒有能力去執行。這並不表示團隊必須有豐富的經驗，當然經驗有助得分。但更重要的是，申請人要有膽色、有想法以及有願意嘗試創新的精神。在上回面試，其中一個音樂節目的製作團隊帶了樂器在見面時表演，展示出充份的信心。雖然他們並沒有很多節目製作經驗，但評委也會認為這樣的團隊精神可嘉，應予機會。

葉：有部份申請在第一輪評審得分很高，但經第二輪面試後，卻名落孫山，或只能列入後補名單，為何會有這樣的反差出現呢？

陳：有些是申請書的內容理念不錯，但面試時卻顯得缺乏執行力；也有些申請人無法清楚地表達節目的內容、文不對題；也有些是面試時問東答西，或只強調已經找到甚麼名人做嘉賓，缺乏比較完整的構思。要注意的是，不要以為網羅名人可以得分。這個計劃是一個寶貴的資源，而名人已經有許多機會發表意見，我們需要發掘更多一些新的聲音。

發掘創新題材節目

葉：面試時，評委經常問申請人為何用電台現時已有的節目內容作申請題材，你們是否希望透過此計劃帶來一些創新的節目呢？

陳：沒錯！評委的共識是希望能發掘一些新的

劃」評審會主席專訪

題材、和創意地表達題材的方法。複製電台現有的節目，不會有太多吸引力。我們也明白申請人是以業餘性質參與，我們要求的只是對製作電台節目的基本意識，比如一些申請者對節目結構的設計完全沒有概念。一個六十分鐘的節目，總不能只是一個人由頭說到尾，業餘操作也要有專業取向。

葉：第一期的申請有什麼特色呢？水準如何呢？

陳：讓人驚喜的是申請人的界別頗多元化，包括個人組成的團隊、不知名的社區團體，政黨、和大型的社會服務機構。申請者也很用心填寫申請書，提供很多資料。另外，值得一提的是香港電台對項目的設計很周到，申請書上不只是要求申請人填寫財政預算，當中還加了若干規範指引，鼓勵申請人宏觀地思考整個計劃的內容、人手和製作的關係。

葉：我們基本概念是希望從策劃節目、製作節目到財政管理，都是由申請人自己一手包辦。

陳：這個想法很好，現在是「自媒體」（“Me Media”）的時代，每個人都可以做生產者，而不再只是媒體的消費者。所謂“prosumer”，即是producer加consumer同為一體的概念。在現今世代，倘有意做獨立的傳媒人，必須懂得計數、調動資源、組織團隊等等，而不是只懂節目製作。因此，你們要求申請人懂得計數是很重要的，因為他們就是生產者，必須學習擔當管理人的角色。

葉：你如何評價「社區參與廣播服務試驗計劃」呢？

陳：當你們找我擔任評委時，我也不太清楚這計劃。到展開評委工作時，才覺得這個計劃很有意義。從第一期的申請反應可見，社會對此是有所需求的。It touches a nerve in society。同時，申請者的多元化

反映了社會是充滿著潛在的創意力，但需要搭建一個平台讓這些創意的生命力茁壯成長。所以，這個計劃是很值得推廣和提倡的。

葉：有人批評這個計劃是「社區參與廣播」，跟外國的「公共廣播」還有一段距離。你對於這樣的說法有什麼意見呢？

陳：「公共廣播」有許多模式的，英國的BBC有一套，美國的NPR又是另一套模式。港台有它的歷史包袱，是個政府部門，僱員是公務員。因此，就這個計劃是否真正的「公共廣播」這定義上辯論，只會沒完沒了。故此，我寧願從計劃的功能去分析它有沒有公共意義。我們要衡量一個項目的「公共性」要看有沒有公共的元素，比如有沒有面向大眾、是否有民眾參與，以及是否針對社會大眾關心的問題。從功能取向來看，我們不能否定這個計劃的確包含了公共廣播的元素。

葉：你認為「社區參與廣播服務試驗計劃」有什麼地方要改善呢？

陳：面試時間可以減至八分鐘，因為評委已經做了大量的功課，大概知道申請項目的內容，期待的主要是跟申請人見面溝通一下。再者，計劃的參與層面可以更廣泛、更加深入社會。不妨考慮吸納多些青少年參加，如探討是否可以將計劃納入校本評核等等。而在做推廣時也可以加多一點創意，從而吸納更多不同界別參與和更多不同類型的主題申請。

* 「社區參與廣播服務試驗計劃」第一季節目表

	星期一 Monday	星期二 Tuesday	星期三 Wednesday	星期四 Thursday	星期五 Friday	星期六 Saturday	星期日 Sunday
20:00 - 21:00	與另一半約會 A Date with My Other Half	知你知權 Know Your Rights	觸擊效應 Bunkily Effect	親親孩子說故事 Nurturing Kids Through Storytelling	20:00-20:30 DSE 巴黎 DSE Dairy 20:30-21:00 廣東話？沒問題！ Cantonese? No Problem!	Nepali Voice 尼泊爾之聲	E-Voice E 世代之聲
21:00 - 22:00	聲音樂！ 3:00 音樂情緣 Music is All Around	玩劇電音 EC Music Lecture	港式音樂傾城 Music in Hong Kong Style	原創音樂基地 Original Music Base	I'm Nepalese! 我哋尼泊爾人！	Today's Nepali Voice 今日尼泊爾之聲	Thai Easy 「樂」想話你知

撰稿：王淑儀（香港電台數碼台社區參與廣播組助理編導）

TVB夥拍文化傳訊拓手機遊戲 港台推社區參與廣播服務試驗計劃

「殼王」陳國強七月下旬成功撮合自己持股的兩家公司——文化傳信與 TVB.COM 合作發展移動遊戲業務。雙方預計首款遊戲將於本季末或下季初推出。移動遊戲將以 TVB 的劇集及節目為藍本設計，首輪將推隻六隻遊戲，包括「超級無敵獎門人終極篇」、「On call 36 小時」，以及正熱播的「衝上雲霄II」等。TVB.COM 發言人希望下載人次過百萬，營運模式以銷售遊戲中的道具、裝備、服飾，以及植入式廣告為主，希望 ARPU 達到雙位數，亦藉此延長電視劇人物的生命，同時開拓移動遊戲市場。此外，TVB 早前為阻止政府增發免費電視牌照，提出司法覆核但遭高院拒絕受理。通訊事務管理局代表提出，無綫基於商業原因興訟，申請由無綫支付訟費。高院認為無綫申請理據不足，並於過早階段提出司法覆核，頒令無綫支付訟費。

政府早前撥款四千五百萬元成立的「社區參與廣播服務試驗計劃」，讓公眾及社區參與廣播及製作電台節目，盼提供平台容納多元觀點及文化，首批十五個獲選的節目，於七月中起每晚八至十時於香港電台數碼 31 台啟播。



首批節目中，六個富教育意義、四個與文化藝術有關、五個為少數族裔而

設，合共播放 182 小時。參加者有首次參與廣播的市民或青年，包括名為《DSE 日誌》以廣播劇形式描述四個應屆文憑試考生放榜的心情，從而介紹有用的升學資訊。另《港式音樂頻道》將提供平台予本港的街頭樂隊、獨立音樂人分享自己作品、介紹各地的民族樂器等。

「網絡23條」再諮詢豁免惡搞刑責 傳政府擬將3G 頻譜重拍促進競爭

上屆被迫擱置的《2011 年版權（修訂）條例草案》自七月中起再次諮詢公眾。這項被網民稱為「網絡廿三條」的《版權條例》修訂，政府特別針對惡搞、二次創作的戲仿侵權，展開三個月公眾諮詢。政府參考四個國家做法後，提出三個修例方案建議，並提出引入公平處理概念，豁免戲仿侵權民事及刑事責任，以釋疑慮，但強調出售戲仿作品牟利及籌款等同侵權。有網民團體及音樂人批評，政府在諮詢文件無清晰界定戲仿及超乎輕微經濟損失等定



義，或出現「先執法、後放人」，造成白色恐怖。而立法會資訊科技界議員莫乃光則批評，若政府主動

去搜尋戲仿作品及聯絡版權人，似乎別有用心去打壓言論自由，有利益衝突涉政治審查。

二零零一年政府拍賣四條 3G 頻譜，使用期限為十五年，直至二零一六年十月，政府有權收回頻譜重新拍賣。政府曾公開諮詢業界有關收回的安排，包括全部收回再拍賣、讓現有營辦商有優先續牌，以及折衷方案——收回每家營辦商三分之一頻譜重新拍賣。根據原定時間表，政府今年十月將有決定。近期有報道指政府擬採取收回部分再拍賣的方案，理由是要開放市場競爭，不能讓通訊網絡頻譜變成「世襲」。但此建議立即引來電訊商批評，擔心會影響服務質素，更有可能 3G 要被迫加價。有評論指出，只有一間中資電訊公司要求開放 3G 頻譜來拍賣，沒有其他外資公司有要求對擠迫的 3G 頻譜開放，質疑政府這樣做是否多此一舉？



《蘋果》及《爽報》涉藐視法庭 傳媒人士及記者遇襲續有增加

《蘋果日報》及《爽報》今年三月派記者到小欖精神病治療中心，訪問大角嘴弑父母碎屍案的被告周凱亮，訪問稿其後在兩份報紙刊登，由於報道涉及有待刑事審訊的謀殺案，律政司七月底入稟高等法院申請許可，要求法庭批准控告兩份報章的總編輯及出版商藐視法庭，並判處入獄或罰款。就入稟控告兩間傳媒機構，律政司發言人表示，政府絕對尊重新聞自由，但律政司司長同時有責任維護公眾利益，確保任何面對刑事起訴的人士均享有公平審訊，律政司司長認為這次有必要啟動藐視法庭的司法程序，從而維護刑事司法制度的莊嚴性。

傳媒機構或記者涉及暴力的案件續有增加，單是七月底已有兩宗：有採訪商人李嘉誠的now電視新聞台攝影師與保安人員衝突受傷；免費報紙《AM730》的創辦人施永青又遭人攔途以鐵錘截擊。而《蘋果日報》兩次在發行過程中被人縱火案，警方雖已拘捕一名有黑社會背景的男子，但仍難令新聞界釋疑，連國際記者聯會亦發出聲明，譴責連串針對壹傳媒的暴力事件。事實上，根據香港記者協會七月初出版的《新聞言論自由年報》顯示，過去一年香港記者經常在暴力陰影下採訪。以往記者遇襲事件寥寥可數，惟去年六月至今年中，已

發生十八宗香港傳媒在本港及內地遭受暴力對待事件，其中內地個案全部不了了之。記協今年三月曾就事件約見中聯辦，但至今卻未有收到任何回覆。

此外，記協今年的《新聞言論自由年報》又批評特

首梁振英在競選期間曾簽署《新聞自由約章》，承諾捍衛新聞自由，落實資訊自由法，上任後不但全無兌現，更打壓採訪自由；而梁振英上任後經常避見記者，或選擇性接受傳媒訪問；政府又以網上平台發布新聞取代記者會等，都是令新聞自由倒退的做法。而七一遊行期間，

警方封路的安排令遊行隊伍非常擠迫，其間更引起市民不滿並與警方對峙，時事評論員兼電台主持李慧玲更在交涉期間遭警方押走等，都令輿論十分不滿。

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

免費報紙賣盤真真假假 傳媒高層執位有變動

二零零二年創刊的香港免費報章《都市日報》終於落實賣盤。據報道，藝員徐淑敏的丈夫黃浩以二億元七月中收購了該報。《明報》記者致電黃浩求證，他亦確認已經與賣方簽約，但



因交易程序尚未完成，不便透露金額及其他相關條款。黃表示完成收購後，將強化該報休閒版，另為配合業務發展需要，將來可能引入其他策略性股東。此外，市場亦在七月底傳出《經濟日報》集團旗下的免費報紙《晴報》亦正洽商買家接手，並且連同《晴報》相關的印刷設施洽售。《經濟日報》社長麥華章否認放盤消息。剛成立兩周年的《晴報》，目前每日派發量約50萬份，未計廣告收益前平均月開支近1200萬元。

七月初《信報》剛慶祝四十周年紀念，未幾即傳出其行政總裁羅燦會在十月辭職，但會繼續保留公司董事一職。羅自二零一零年到任，其繼任人據報是目前《頭條日報》財經網總監郭艷明。至於羅燦去向未明，但報紙報道有網上傳聞說他會做數碼廣播（DBC）的行政總裁，未知傳聞是否屬實？

此外，記協今年的《新聞言論自由年報》又批評特首梁振英在競選期間曾簽署《新聞自由約章》，承諾捍衛新聞自由，落實資訊自由法，上任後不但全無兌現，更打壓採訪自由；而梁振英上任後經常避見記者，或選擇性接受傳媒訪問；政府又以網上平台發布新聞取代記者會等，都是令新聞自由倒退的做法。而七一遊行期間，

梁麗娟
傳媒評論員

【+】 TO PROTECT AND CONSERVE

With current tape and disc formats likely to become obsolete in a few years, long-term content storage is a growing problem for the industry. Will future technology be able to read current generations of image archives?

BROADCAST

July 19, 2013

【+】 INFORMATION OVERLOAD?

The hype surrounding ‘big data’ – the collection and analysis of very large data sets – is similar to that which heralded the cloud, not least in the vagueness of its application and the suspicions of its merits. The concept has been around for years, not just in economics and IT circles, but in broadcasting too.

BROADCAST

July 19, 2013

【+】 PRODUCTION TOOLS GET CREATIVE

Thanks to a number of new tools and solutions being made available to help broadcasters and other content creators offer more visually enhanced programming, production of compelling content continues to evolve.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

July 2013

【+】 TV RATINGS MAY JUST BE A TWEET AWAY

Social media TV is about integrating a viewer’s social network into the traditional TV show experience. The more sophisticated interactivity is having a secondary mobile screen to complement TV offering which allows a user to interact socially with what is being shown on TV via the second screen. This gives rise to “social ratings” which are considered a new indicator for TV programmes.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

July 2013

【+】 THE NEW NEWS BUSINESS

Owners of the big legacy businesses have fought fiercely against the disrupters. Can purveyors of serious journalism find a way to join them? The transition from what’s left of the old legacy news business to whatever comes next is likely to be the swiftest undertow of the digital riptide.

FORTUNE

July 22, 2013

【+】 大數據 大轉型

從2012年開始，大數據時代雲計算成為業界熱門的詞彙。電視媒體該如何擁抱這個時代而有所作為呢？大數據與電視媒體之間的關係和對廣電行業的影響，可從四個層面來看：第一是承認大數據的威脅、第二是解構大數據的力量來源、第三是透析大數據對於電視媒體的影響、第四是明確電視媒體在大數據時代的發展方向。

《南方電視學刊》

二零一三年第三期