

目錄 Contents
10 | 2013

- 新聞史教學中的生日報演示 / 錢鋼 p. 2-3
- 當採訪變成襲擊 —— 從成啟聰案說起 / 甄美玲 p. 4-5
- 港版「真人騷」的（小報）文化經濟學 / 梁旭明 p. 6-7
- 維基媒體作為數位「公共媒體」的決心和努力 / 廖漢騰 p. 8-9
- 微電影是時候標準化 / 何緯豐 p. 10-12
- 「兩高」司法解釋關於誹謗罪條款評議 / 白淨 p. 13-15
- 從1928年說起 —— 推動收音機牌照不易為 / 李少媚 p. 16-17
- 九月傳媒記事簿 p. 18-19
- 傳媒參考資料 p. 20

www.rthk.hk/mediadigest

《傳媒透視》網上版提供分類搜索及各期文章閱覽

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



《傳媒透視》由香港電台出版，機構傳訊組編製。查詢及來稿，請聯絡執行編輯張玲玲小姐。

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

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

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

新聞史教學中的生日報演示

偶然發現這件有趣的事。2011年初訪問日本北海道的報館，見入口處有台機器。朋友引導我，投入硬幣，在觸摸屏上輸入出生日期，enter，機器打印出我出生那天的《北海道新聞》。

一道開胃小菜

曾有位教授提醒我，新聞史不好教。今天許多年輕人對歷史隔膜，一大堆報人名，令人目眩。我明白這一挑戰，於是嘗試激活新聞史課程，每次開講前，上一道「開胃小菜」：讓學生演示生日報。

所謂「生日報」，指同學父母或本人出生那日的報紙。最好是籍貫地報紙，也可以是全國性報紙。我請同學們在課前努力檢索資料，從「觸摸」一份舊報開始，仔細閱讀那份和自己關係密切的報章，並把他（她）的所見、所奇、所思、所惑，帶到課堂，與大家分享，並將疑問提交給我，讓我解答。

2011年以來，我在香港大學新聞及傳媒研究中心的碩士研究生課程 Readings in China Media and Society、港大的公開課「通傳媒，識中國」、以及在廣州中山大學傳播與設計學院的中國新聞史課程中，都使用了生日報演示方法，實踐證明，對教學有幫助。

打開了萬花筒

幾乎沒有人見過自己父、母或本人的生日報。尋找的過程引人入勝，演示的場面活潑興奮。

我請同學們從生日報上讀時代背景。從民



國時代，到1949中共建政、1950-1953朝鮮戰爭、1956「雙百方針」、1957反右運動、1958大躍進及由此引發的1958-1962中國大飢荒、1966文革、80年代改革開放，及至八九六四、鄧小平南

巡，同學的生日報演示，把國事風雲串聯一線。

港大一位藏族同學的母親生於1958年，他從母親生日那天的《青海日報》上，看到上一年的反右運動在深入，看到大躍進創糧食高產紀錄的誇張口號。有位女同學，父親出生於1959年。大飢荒已經開始，她卻從《杭州日報》和《人民日報》上看到國慶前夕的多篇「輝煌成就」報道，報紙說，中國生產成就「十年勝過千年」，「今天，中國人民同聲自豪地說：中國已經有了一個成功解決人民吃飯問題的政府，這就是共產黨領導的人民政府。」這位同學在她的PPT上寫了個大大的英文單詞“Seriously?!”

有個上海女生的演示給我留下深刻印象。她父親生於大飢荒時期的1961年。內地報紙上，大飢荒的事實是絕對被封鎖的。更何況在生活水準相對稍好的上海，報紙上會有「大飢荒」的印記嗎？細讀《解放日報》上的每一篇報道，她還是發現蛛絲馬跡。有一則《童子牛懷孕了》的農村報道，說一個生產隊裡有12頭耕牛，11頭是母牛，三年來竟然無一頭懷孕——這正是當年農村凋敝的寫照。報道說，1961年調整了政策，對飼養員實行了「六獎一定」責任制，終於有一頭牛懷孕——這也反映了大躍進失敗後中共一度的政策調整。這位同學沒有就此打住，她特意打電話回家給祖母，請老人家回憶父親出生時的情形，知道了父親出生時，食品短缺，祖母無奶的焦慮窘迫。

當年的港澳報紙上，有大飢荒報道。有位香港同學的母親出生於1960年，她從母親生日那天的《星島日報》上發現《飢餓廣東》，又從《華僑日報》上檢出「今日之中國大陸糧食缺乏自殺盛行……四日之內一百四十六人抵澳」的文字。

從生日報上，香港同學對國情的理解大增。我很驚訝，公開課上的一位生於1975年的香港記者，她能抓住「1975鄧小平整頓」這大背景，和中共向東南亞「輸出革命」的歷史，並能用生日報上的資訊佐證。有位香港同

學，1987年6月出生。是時，中共十三大將召開。她看了這天的內地與香港多份報紙。看到趙紫陽在談政治體制改革，又看到韓國民眾的抗議風潮，想到媽媽曾對她說「你生在香港是幸福的」。她在為生日報演示準備的作業中寫道：「趙紫陽口中的政治體制改革，與媽媽口中的幸福，有甚麼關係嗎？我在做功課的過程中不時在想，看著今天的香港和中國，幸福這話題可以很沉重。假如八七後並沒有六四，當年《解放》、《文匯》、《南方》報導趙紫陽預告十三大的改革，也許後來或曾以另一姿態來臨？但歷史沒如果，八九年在天安門廣場的學生，跟八七年南韓反政府浪潮中，最後迫使南韓政府實行直選的人們，他們當時所追求的幸福，又分別包括了甚麼？」

這位同學說：「錢老師吩咐我們讀生日報，從新聞裡看看我們個人的生命軌跡如何與歷史交疊，有緣在這年做這功課的感覺特別深刻……」

活的新聞史

新聞史自然關注新聞自身變遷。對中國大陸而言，包括：憲法對於言論、出版的規定及其變化；執政者的新聞傳媒管理制度的變化；媒體的變化；傳媒人的命運；傳媒運作模式的變化；科學技術對傳媒的影響；等等。這些在課堂的生日報演示中，都能看到端倪。如中共建政初期鼓勵批評，「做有牙齒的報紙」；在1956年鼓勵「百花齊放」期間報刊內容的輕鬆生動；1957年反右運動後媒體被緊縛手腳，直到文革期間媒體充斥「假，大，空」內容。有生於1989年的同學，展示了六四前媒體的短暫「自由」；有生於1990年的同學，展示了媒體的萬馬齊喑；也有許多同學是「南巡一代」——他們是在1992年春天鄧小平南巡後出生，他們演示自己的生日報，讓我們又看到中國媒體市場化的開端。

新聞史離不開政治與社會變遷，也離不開經濟、文化乃至生活風俗的演變。生日報演示的好處是，有大敘述，又有小敘述，既讓人看到時代大背景，也讓人看到生活的細枝末節。

有不少同學，對報紙上的電影、戲劇廣告饒有興致，並從中發現故事。有同學留意報紙上的物價——米價、肉價，包括報紙的零售價。「為甚麼1953年的人民日報售價一份售價600元？」自己搜索，原來是幣值的關係，那時是一萬元等於後來的一元。

我的公開課學員，有來自香港不同機構的朋友。忘不了那位搜索資料極其認真的中學音樂老師，她對她出生之年1956年中國大陸有關音樂教育、音樂演出的資訊特別注意。來自香港電台的一位編導，從生日報上發現，在她出生的1970年，中國與意大利建立外交關係。由此及彼，檢索出意大利導演安東尼奧尼（Michelangelo Antonioni）應邀當年到中國拍攝紀錄片《中國》，後來竟遭江青批判，說他「醜化中國」的故事。這樣的檢索講述，令她對政治、新聞、文化的錯綜關係有綜合的認識，也對自己從事的影視專業的歷史有更多瞭解。



「回到現場」，是歷史教學的關鍵。生日報演示為同學創造了觸摸歷史的機會，讓他們初嘗尋覓史料、考證史實、大海撈針、慧眼識珠的滋味。這方法幫助他們，將我講述的新聞史轉化為人的故事，更好把握每個歷史節點的語境。

一份生日報會帶給他們許多問號，這恰恰需要我來講解。而千姿百態的生日報，對豐富擴展教師的知識亦大有裨益——一位新聞史教師，原本無可能見到如此多報章。一位位同學的生日報演示，毫無疑問，是他們在給我上課。

「錢鋼

香港大學新聞及傳媒研究中心
中國傳媒研究計劃主任

當採訪變成襲擊——從成啟聰案

去年一月，《蘋果日報》攝影記者成啟聰在採訪期間，與政府總部一名保安員發生碰撞，後者跌倒地上。該名保安員雖無大礙，但堅持報警，指成啟聰打人。律政司其後決定檢控成啟聰「普通襲擊」罪。成啟聰因採訪成為被告，折騰近兩年才脫罪。其實，去年還發生另一宗同類案件，但傳媒未報道，沒引起公眾關注。一名電視台攝影師同樣因為採訪期間碰跌保安員而被控普通襲擊罪。攝影師不想官非纏身，承認碰跌保安員，簽保守行為一年，以換取警方不提證供起訴，盡速了結案件。根據這種安排，被告不會留有案底，但要向法院繳納數百元保證金，承諾一年內遵守法紀、行為良好。兩名記者的遭遇純屬偶然，抑或香港記者今時今日外出採訪拍攝，要冒著被檢控的風險，隨時可能變成刑事案件的被告？

普通襲擊罪

成啟聰和該名攝影師都被控普通襲擊罪，違反香港法例第212章《侵害人身罪條例》第40條。該項條文只有簡單的規定：「任何人因普通襲擊而被定罪，即屬犯可循簡易或公訴程序審訊的罪行，可處監禁1年。」。普通襲擊（common assault）的定義至今仍未寫入香港的成文法。根據普通法，襲擊（assault）是指被告的動作致使受害人意識到即時和不合法的人身暴力，而被告是有意或罔顧後果地作出這種行為的。（any act that intentionally or recklessly causes another to apprehend immediate and unlawful personal violence）

換言之，普通襲擊罪與很多刑事罪名一樣，既要證明被告作出非法行為，又要證明被告有犯罪意圖，才能入罪。但另一方面，被控普通襲擊罪的人可能只是輕輕碰撞對方，甚至並未觸及對方，例如舉起手作勢打人，而對方亦未因此受傷。事實上，假若對方受傷，警方可根據《侵害人身罪條例》第39條的「襲擊致造成身體傷害」罪（Assault occasioning actual bodily harm）起訴被告，一旦罪名成立，最高刑罰是入獄三年。

成啟聰案一審

成啟聰被控普通襲擊罪，案情指他與其他記者在政府總部西閘外等候病癒上班的教育局局長孫明揚。當孫的座駕抵達時，一眾記者趁閘口的欄柵升起，一湧而入追著座駕，希望拍得孫的照片。其間，守閘的保安員為阻止記者，曾一度扯著成啟聰的背囊，但被成啟聰掙脫。孫的座駕駛入停車場後，該名保安員趕到，要求記者們離開。

該名保安員供稱，成啟聰當時向他說：「阻住晒」，並隨即大力撞擊他，令他失去平衡跌倒。成啟聰則作供說，當保安員驅趕記者時，他只問了一句：「你係邊位？」，並意外碰撞保安員，令他跌倒。

成啟聰和保安員曾發生碰撞，控辯雙方對此未有爭議。審理這宗案件的裁判官要裁定：到底碰撞是意外還是刻意？裁判官認為，成啟聰和保安員兩人都未說出真相，更指保安員的證供有誇大之嫌。裁判官又認為，閉路電視的錄影片段較可信。片段顯示體重約一百七十磅的保安員急步走向成啟聰，不排除成啟聰為閃避保安員而轉身，但結果發生碰撞。裁判官認為，控方未能在毫無合理疑點下證明普通襲擊罪的所有元素，尤其是成啟聰襲擊保安員的主觀意圖，或他對保安員曾作出有敵意的行為，因此判成啟聰罪名不成立。裁判官並下令控方支付成啟聰的訟費。

成啟聰案二審

律政司不服判決，提出上訴，指裁判官不但錯誤地認為案中至為重要的，是保安員證供的可靠性和可信性，而且忽略了保安員的部份證供，包括成啟聰並未道歉和扶起保安員，因而錯誤理解案中事實。控方並且認為，判裁官作出對成啟聰有利的推論，這等同臆測。控方更批評裁判官剛愎，作出有悖常理的裁定。

今年九月中，高等法院原訟庭駁回控方的上訴。法官在判詞中指出，控方對裁判官的批評，不單否定裁判官判斷和裁決案件事實的權力，並且屬沒完沒了地爭拗有關裁斷。再者，一審聆訊的記錄顯示，裁判官曾整體評估保安員的證供才作出取捨。因此，原訟庭法官不認

第212章 第40條 普通襲擊 (《侵害人身罪條例》)			
條文內容		加入打印列表 加入書籤	
章：	212	標題：	《侵害人身罪條例》
條：	40	條文標題：	普通襲擊
		憲報編號：	
		版本日期：	30/06/1997
任何人因普通襲擊而被定罪，即屬犯可循簡易或公訴程序審訊的罪行，可處監禁1年。			
(由1950年第24號附表代替。由1950年第22號第3條修訂；由1991年第50號第4條修訂)			
[比照 1861 c. 100 s. 47 U.K.]			

說起

為，裁判官裁斷保安員證供有誇大之嫌，有悖常理。

原訟庭法官並強烈批評控方指裁判官臆測，屬矯枉過正、吹毛求疵。原訟庭法官也看過錄像，不認為裁判官提出的可能性不屬另一合理推論，即成啟聰出於自衛免受衝撞才意外碰到保安員，而這並非憑空為成啟聰開脫。因此，原訟庭法官維持原審判決，即成啟聰罪名不成立，控方需承擔成啟聰的訟費。

由於控方不再上訴，案件總算了結。成啟聰接受傳媒訪問，以噩夢形容今次的經歷，每次上法庭的前一晚，都要服安眠藥才能入睡。他慨歎，法律面前不是人人平等，因控方用的是納稅人的金錢，有著無限的人力和財力。被告非纏擾近兩年，成啟聰曾想過認罪，好讓事件快些平息。

至於上文提到的電視台攝影師只承認當時一個轉身，保安員便跌倒地上，但他選擇簽保守行為了事，認為自己只是一個個體。言下之意，他考慮到控方有的是時間和資源，案件不知會拖多久，而且勝算難料。然而，簽保守行為未必是最保險的做法，這名攝影師日常仍要採訪拍攝，如一年內再發生任何類似碰撞，會被指違反守行為的規定。

控方窮追不捨？

話說回來，裁判官和原訟庭法官看過錄影後，都不排除另一個可能性，即成啟聰是出於自衛，才意外碰跌保安員。為何控方堅持檢控成啟聰？有律師認為，既然保安員報案，警方便要介入調查，而起訴成啟聰，也不算過份。舉例說，有人在便利店偷了價值僅幾元的飲品，一旦被捕，也會被警方送上法庭。然而，兩者很難相提並論。到便利店偷東西，有犯罪意圖的機會較大，但採訪期間出現混亂場面，發生碰撞不足為奇，極可能純屬無心之失。因此，警方和律政司放過記者一馬，在法律和人情上也說得過去。

成啟聰想休息一下，早前已辭去《蘋果日報》攝影記者一職。有人猜測他被檢控，是衝著《蘋果日報》和壹傳媒集團而來。這種說法

未見充份證據支持，而且被檢控的還有電視台攝影師。反之，值得注意的是，這兩宗案件都源於現場未有便利記者的採訪安排，再加上保安員阻攔，才發生不必要的碰撞。如果記者因此被檢控越來越常見，受影響的不只是一兩家傳媒機構，而是整個香港新聞界，採訪自由不但得不到任何保障，記者也變成高危行業。

成啟聰不認罪的意義

成啟聰認為，不妥協的最壞結果是被定罪和留有案底。但他考慮到，一旦認罪就會為行業帶來負面影響。誠然，認罪與否，是個人極困難的決定，旁人不宜指指點點。事實上，很多律師都會建議被控干犯輕微罪行的被告簽保守行為，以免夜長夢多。然而，成啟聰今次不認罪，確是影響很大。首先，如果他認罪，律政司便接連在兩宗案件中都輕易勝出，完全不用證明記者有沒有犯罪意圖，這可能導致保安員動輒報案、記者經常被檢控。

反過來，成啟聰不認罪，律政司才會被裁判官和原訟庭法官質疑，當時的情況並不一定如控方所描述。再者，上訴判決維持原審決定，控方要支付成啟聰的訟費，更是有力證明檢控沒有必要。經過這一役，律政司遇到保安員與記者發生衝突，會較小心處理，不會完全依賴保安員的證供，而是在事態相當嚴重又證據充份的情況下，才檢控記者普通襲擊罪。

攝影記者的準備工夫

稱職的攝影記者要具備一定的攝影技巧和新聞觸角，但最好也能掌握基本的法律知識，應對在採訪現場可能出現的各種情況，例如什麼是私人地方，被保安員阻攔時要注意什麼，以至懂得評估惹麻煩的可能性等等。遇上要據理力爭的情況，應盡量心平氣和，避免被指初則口角、繼而動武。一旦出事，可先聯絡工會或行業組織尋求幫助。至於記者工會和行業組織則要定期與政府部門、警方及大企業等溝通、協調，爭取改善採訪安排，也可以詳盡公布哪些政府部門和企業的做法屬於漠視採訪自由。

☞ 甄美玲

汕頭大學法學院副教授

港版「真人騷」的（小報）文化

無綫今年「真人騷」製作《求愛大作戰》固然是繼《盛女愛作戰》及《盛男愛作戰》後的第三部曲，所引起的爭議亦不遑多讓。隨着節目曲終人散，當時熱烈評論的新聞媒體及網民亦逐漸噤聲，但其所遺留的問題，或許值得我們在下次同類「真人騷」播出前稍作拆解。《求愛大作戰》被批評造假、大搞男女關係酒鹽花敗壞道德，貶低兩性定型等…。筆者在這裏想將這些討論放於較宏觀的真人騷類型（genre）作分析。

真人騷只為「扮演真實」

《求愛大作戰》引發的批評，不少圍繞參加這遊戲節目並非「剩男」或「剩女」，更是節目編導友情邀請上陣。這些所謂「造假」的批評，背後的假設，是參加者身份不單為「平凡」（ordinary），更為「匿名」（anonymous）；他們是經過節目公開招募，從眾多參加者挑選出來，而「突圍」的入選者，是經過嚴謹及客觀準則挑選出來。但編導岑應也直認不諱，參加者是其人在社交圈子及婚姻介紹所招攬。

固然，這種挑選方法（sampling）最方便，參加者也是有這迫切需要才會不惜「願者上釣」。但觀眾倘因這些參加者的「平凡」故此匿名，又或者因節目作為「真人騷」，而認為其內容必為「真」，那必會大失所望。「真人騷」的「真實性」一直被質疑，因此亦被視為比一般「虛構」電視劇、節目更值得批判。「真人騷」塑造的「真實性」有以下數個層面。

參加者都在「扮演真實」（performing the real）。「真人騷」異於一般「虛構」電視劇的主要原因，在於參加者的平凡性，但一旦其被放於鏡頭的窺視下，參加者不期然因意識到一舉一動都將被攝錄而影響他們的「自然反應」，更甚的會按照他們希望呈現的形象而在鏡頭前



「表現/表演」出來。而編導為求提高參加者表現的「真實性」，用隱蔽攝影機拍攝參加者，故此更涉及侵

犯私隱的操守問題。《求愛大作戰》雖然為遊戲節目，但其佈局並非如國內同類「真人騷」「非誠勿擾」般，在錄影廠舉行，而是在「平常」地方進行，如餐廳、酒吧或沙灘，以塑造節目的自然及真實性。自電影‘Truman Show’將「真人騷」這電視劇類型怎樣把主角一整天的行為盡收眼簾而大行其道後，「真人騷」那種窺探監聽風格在‘Big Brother’中表露無遺。這個於1990始創於荷蘭的節目，就是把參加者關於玻璃屋內廿四小時，用閉路電視監視他們的起居作息而成名，而奠基了「真人騷」的類型文本。‘Big Brother’其後被英國半公營機構第四台（Channel 4）購入拍攝英版，但因其中一季牽涉種族歧視指控而引起非議，反映英國公營機構好些營運問題，更暴露「真人騷」中「求真」的含意。



揭示人性幽暗的「真」。「Big Brother」式的「真人騷」，令參加者被縛在遊戲博弈的語境中，藉豐厚獎金利誘參加者，使其做出表面逢迎，暗地裏勾心鬥角、爾虞我詐的行為；個別參加者在「四周無人」的氛圍下，面向鏡頭向觀眾盡訴衷情，或將「敵人」數個不是。觀眾就在這直接親密的話語，感受並確立「真人騷」的「真實」：參加者的真情傾訴，另一邊廂卻尖酸刻薄的勾心鬥角，將其人性幽暗面表露無遺。其他較為港人所知的‘America’s Next Top Model’也屬此類型。《求愛大作戰》雖沒有玻璃屋，但把參加者帶到龍目島作困獸鬥式窺視，既為八位男女製造機會擦出火花，亦為心儀同一目標的男及女營造勾心鬥角的場面。《求愛大作戰》就是混雜《生還者》‘Survivor’或《慾望島》（‘Temptation Island’）（參加者在孤島上競賽），和‘America’s Next Top Model’（參加者需在才能、樣貌，策略上自暴其短，或在觀眾前將他人數過不是的「尷尬行為」‘embarrassing act’）而成。

以「自我增值」為口號的勞動為「真」。《求愛大作戰》所挑選的參加者，並非「普通」人，而是各具「特質」的「典型」：男的有花弗帥哥、失婚人士、事業有成但戀愛上一無是處、欠缺社交技巧，當然還少不了其貌不揚的。對女的容貌有較大要求，但性格上固然有外向活躍，但當然符合傳統女性形象、溫婉害羞的。他們卻都象徵着「都市男女」的性別定型，但共通點就是衝着城市人、或性格上的「缺陷」，而可能造成「單身」的「缺陷」而構思，故此節目聘請不同的「人生導師」，從美容、社交技巧及禮儀、以至形象塑造方面，為參加者來個大翻身。美國不少「真人騷」都屬於此類型，由「Extreme Makeover」《終極大翻身》、到「Project Runway」或「Top Chef」，觀眾見證着參加者怎樣不畏每集甘被評判評頭品足，甚至謾罵，期望藉過程達成自我進步（self improvement），並壓倒他人，贏取名譽及獎金。

以「自我增值」作主調的節目在中外已大行其道，參加者經過專家啓蒙，而得以脫胎換骨，節目的宗教意味濃烈，而節目主持、專家就儼然當上教主。香港的《超級好聲》及國內的《中國好聲音》都屬這類型。但《求愛大作戰》與「盛男」、「盛女」所追求的是儀容及求偶技巧，並非技藝，而人生導師們所傳授的秘訣，似為強化觀眾的常識多於專業知識，令人懷疑人生導師們所突顯的，是參加者的「缺陷」，甚至是依附節目的美容產品。只見參賽者為遵照導師訓示而營役，觀眾就從這些勞動看見他們的「真」。

低成本製作

誠然，「真人騷」所以流行，並非觀眾對其有較「真」的期望，甚至並非觀眾意願主導。從生產角度出發，此類型製作成本低，卻為電視台帶來不少廣告贊助及其他利潤。據分析，在美國，「真人騷」的製作費差不多為電視劇的十分一，但更能抓住觀眾，故此「真人騷」的廣告收益也不遑多讓。

但成本並未包括參加者作為「真人」所應

承受的「社會」及「情緒」成本，包括在節目中被其他參加者數落、被專家評頭品足、及被電視台挪用宣傳的代價；而今天嗜好煽情渲染的主流媒體更將之熱炒，供網民瘋傳及起底。參加者的舉動被色情化報導渲染；被傳曾犯風化案、作為第三者云云。在媒體商品化的年代，主流媒體嘩眾取寵，以「提供娛樂」為名，揭人陰私來供給觀眾窺視及議論；傳統媒體又與互聯網及社交媒體產生互動，通過網民瘋傳，變相為節目宣傳。

此現象充份說明中外評論中的「小報文化」（tabloid culture），而「真人騷」就是彰顯「小報電視」的表表者。固然，參加者「食得鹹魚抵得渴」，甚至能因節目而聲名大噪，名利雙收，但他們在過程中所承受的輿論壓力不會被媒體披露，而包括被網民瘋傳輿論要到節目播出後多久才會消散，這一切是否在參加者預算風險（calculated risk）內，所獲得的名氣及「人生資本」又是否可抵償承受的成本？

性別標籤繼續熱炒：誰害怕港女、宅男

《求愛大作戰》據知收視較預期差，更被指因此需要用上「荒島男女」作救亡橋段。標榜性別定型的節目有一定市場，而《求愛大作戰》等擇偶節目在西方、國內亦十分盛行，可能為針對都市男女單身比率上升的「社會現實」所致；但這些節目，為催谷收視而專門選取極端的兩性形象，又以「美容」作為「自我進步」的意識形態，通過不斷的炒作渲染，反而強化「港女」、「宅男」等標籤，為廣告商服務而非為社會提供更多元的性別形象及思考，是我們值得深究的。

節目編導岑應批評，香港觀眾欠缺開放玩味的心態，導致「真人騷」難在香港紮根。筆者誠意期待無綫能看高一線，打破壟斷的惰性及收視最大化的思維，以高質素及多元化的「真人騷」內容和橋段（如廚藝、設計、甚至演藝），開拓觀眾視野。

【+】梁旭明

嶺南大學文化研究系副教授

維基媒體作為數位「公共媒體」

於香港舉辦的2013年度「維基媒體國際會議」(Wikimania)展示了全球維基媒體運動的最新發展和議題。其中，關於計量、組織及倡議聯盟的相關發展，顯示了維基媒體作為數位「公共媒體」(public media)的決心及創新治理方向。

簡言之，透過成果計量、組織再造，及形成地區的倡議聯盟的形成，維基媒體的「公共媒體」發展更具多重的「自我意識」。

維基媒體基金會仰賴年度的募款及全世界各地的志願編者維持基本運作，除了自我募款廣告之外，維基媒體上的內容沒有商業廣告，以確保其「公共媒體」價值。(這與中文世界中另外兩個網路百科全書形成基本對比，百度百科有商業廣告，互動百科不僅有廣告，並標榜維基的商業化潛力。)

成果計量

計量方面，維基媒體基金會展現其務實、按數字表現治理並分配組織資源。特別因為錢來自向公眾募款，基金會在錢的運用上更仰賴數字、成果計量及社群審查等手段，來確保資源的有效運用。

基金會年度重點工作，視覺化編輯器(Visual Editors)就不僅僅是工具開發，還包括大量地搜集用戶使用意見、回饋及資料，來確保其成果。雖然部份成熟老編輯對視覺化編輯器的成熟度及必要性有所批評，對於新用戶來說，視覺化編輯器大大減低編輯門檻。基金會投資了內部及外部的研究資源，來確保視覺化編輯器能讓編者(特別是首次編輯用戶)快速上手。

另一項持續進行的工作是多語的支持，基金會持續投資各種語言的發展，包括線上輸入法、網路字型及社群發展。在語言支持上，維基媒體展現了「公共媒體」多元文化及文化資源再分配的價值。不同於商業媒體追逐市場價值的最大化，維基媒體基金會在語言的發展政策上強調的是支持社群及全球南北資源的分配，避免知識貧富不均的惡化來支援各種語言的發展。

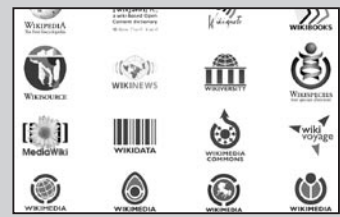
儘管如此，語言的發展政策的前提仍是要有「活躍的編者」(Active Editors)。根據筆者非正式的訪談基金會相關工作人員的結果，基金會熱於支持有一群(最好不小於10人)活躍的編者，因為按先前的案例來看，若新語言空間成立時的活躍的編者過少，該維基計劃空間的永續性及活躍程度常成為問題，甚或面臨關閉的命運。基金會所採取的語言發展政策也因此同時顧及了公共媒體的文化價值，並確保有限公共資源的有效運用。

編者互動(Editor Engagement)不意外地成為基金會CEO Sue Gardner的主題演講的首項要點，同時包括了次兩點以資金協助編者提案(Grantmaking)及視覺化編輯器(Visual Editors)的主要工作。這也突顯了維基媒體的公共特性，資源取之於公眾用戶，並再投資回公眾用戶所需及不足之處，這和商業媒體賣用戶(活動)資料給潛在商業或廣告客戶不同。

根據計量評估成果也展現在基金會對手機及移動裝置平台的努力，根據基金會對相關計量資料的研究評估，認為在使用者使用流動裝置讀取維基百科方面，經2011-2012年度的努力，已取得高於一般知名商業網站的成果，而2012-2013年度的照片上傳功能的使用量比預期的好，2013-2014年將處理編寫的問題。

此外，基金會持續投資研究(包括計量研究)並和使用者互動(User Engagement)結合，並持續關心全球「開放科學」(Open Science)及瞭解網路用戶行為和科學社群影響力的「另類計量」(Altmetrics)發展，來找尋維基媒體的參與及中介定位。然而在人力資源方面，根據筆者非正式訪問相關幹部，不少基金會培養出的專業資料分析及研究人員，因為地緣因素受到矽谷等商業公司的高薪挖角。在有效運用人事成本及資源上，維基基金會作為公共媒體組織或許需要有另類的策略和商業公司形成整合關係，而非單純人才外流(brain drain)，值得慶幸的是，維基基金會在美國為跨國員工取得工作簽證方面已有相當經驗及支持，因此也鼓勵各地有志從事相關工作並認同維基媒體運動價值的人才為基金會效力。

的決心和努力



組織與資源

組織方面，錢的分配仍是主要問題。由於各地維基組織社群的動員能量及組織經驗不一，所以各地維基媒體協會所分配並執行的資源也不同，目前除了位於舊金山的基金會總部之外，經費執行最多的是德國、再來是法國及英國的維基媒體協會，多為數位資源多的全球社經北半球社會。值得一提的是，這些地方社群執行的預算經費，未必是投資當地的維基媒體運動，而不少是基礎建設、流程及系統的全球工作，如德國團隊主導的 Wikidata 計劃。

為了提高資源分配的透明性及合理性，基金會大膽成立「資金分配提播委員會」（FDC Funds Dissemination Committee，中文詞為筆者自譯），以後所有的相關提案，需要申請「維基媒體運動資源」的，將會由此委員會成員審批提案並作出決定。此委員會成員共 9 名，其中 5 名由社群投票選出，4 名由基金會董事指派。因此，FDC 的運作程序及成果，將是評估維基媒體是否成功達成其公共媒體及全球維基媒體運動價值的重要指標。

為了降低提案的知識及技術門檻，並鼓勵維基人自發組織交換專業技能（「換工」）來提案，基金會僱用全職人員組織（<http://meta.wikimedia.org/wiki/Grants:IdeaLab/Idealab>）。此平台也鼓勵維基人來提供建議及批評做為審案的考量，換句話說，Idealab 也是同儕討論審查提案的平台。

由於中華人民共和國（中國大陸）對於成立民間自發性組織的限制，其公民要成立類似的維基媒體協會有相當難度。目前香港及台灣都有維基媒體協會，並為亞洲國家中（除了中東的以色列之外）舉辦過「維基媒體國際會議」（Wikimania）的地方。目前有資深中國編者欲成立較軟性的用戶組織（User Group），以便申請「維基媒體運動資源」來參與維基媒體運動。

倡議及政治游說

中立性的內容要求是維基的方針和特色，然而在數位政治發展的立場上，維基媒體運動

的參與者，包括位於舊金山的基金會總部和位於歐洲的各地維基媒體協會，都意識到維基媒體運動是一項知識及社會運動，同時也是相當重要的開放內容運動的最知名案列。

維基基金會總部幹部公開說明，在開放內容的社會議題上，得助於如 Creative Commons 等數位法律及社會運動的發展，然而這些組織受限於專業性，公眾的相關理解及捐款支持有限，因此基金會認為在資源分配及活動的合作上，會和相關組織持續進行相關的倡議工作。

在 2013 年維基媒體國際會議中，由於近歐洲的選舉（如德國今年的大選及英國次年的大選），各地方維基媒體協會除展開個別的政治選舉倡議，並組織會議將集體向歐盟政府及議會游說對於維基媒體運動發展的有利公共利益法案。其中德國維基媒體協會向各政黨及關鍵候選人提問關於開放內容的基本政策，英國維基媒體協會亦思考如何結合英國選舉時機和 2014 年維基媒體國際會議將於倫敦舉辦的倡議議題。歐盟主要成員國的地方維基媒體協會並討論出幾點清楚的政治游說項目，包括 http://en.wikipedia.org/wiki/Freedom_of_panorama Freedom_of_panorama（公共空間全景照自由）、<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/open-data-0>（公部門開放資訊）等等，並在布魯塞爾設有代表進行相關政治游說工作。

小結

2013 年度「維基媒體國際會議」（Wikimania）標誌全球維基媒體運動在使用者互動、組織管理及數位政治倡議聯盟的地域及全球性整合及交流發展，展現了少見的由非政府主導的「公共媒體」（public media）的全球發展。從成果計量、組織再造、倡議聯盟形成的角度來看，「維基媒體」的「自我意識」較以往更明確放在公共價值上，值得觀察的是這些計量、組織及游說努力是否真正地實現新「公共媒體」的公共性。

[->] 廖漢騰

牛津大學網際網絡研究所
博士候選人

微電影是時候標準化

這兩年「微電影」這詞逐漸進入了大家的眼簾，也常被大家掛在嘴邊。其實引發這新視頻模式的出現歸類起來共有四大原因，包括快文化趨勢、碎片化人生、大數據時代以及互聯網成為推廣的主要渠道。具體如下：

1、快文化趨勢——現代人的生活節奏、大眾興趣已出奇地快來快去，隨之帶動的文化熱潮也都與「快」字聯繫緊密：西方快銷式服裝品牌、快時尚、快餐式食文化……。隨著人們的生活越來越忙碌，對一分一秒的分配與把握都變得相當重要。

2、碎片化人生——大眾習慣了每天在生活中扮演不同角色，接收的信息也越來越多且繁雜，生活的時空與腦袋所應付的信息更多時候是不一致的，看看在地鐵車廂中拿著手機讓靈魂走到辦公室、玩手機遊戲、看影視產品的現象以及與友人聊天的情況等，便可見現代人的心靈和生活特徵都越來越碎片化。

3、大數據時代——科技的發達令數據傳播變得前所未有的快捷，雲數據的發展讓大眾依賴龐大的信息數據作交流，儲存量已經到氾濫程度。

4、互聯網成推廣主要的渠道——方便快捷的互聯網和手機上網模式已成為大眾生活的必需品，甚至已上升到任何傳統媒體都無法取代的地位。在一人一機的時代，這平臺便成為廣告主關注如何利用互聯網的渠道、去向以及目標客群去推廣的方法。

在這樣的前提下，一種在網絡平臺上悄然興起的新媒體表達形式「微電影」，正在急速擴張著其影響力。

微電影的定義及由來

「微電影」的「微」，並不代表微小、簡短，而有著微波、電波之意。作為互聯網發展中的衍生物，「微」字還具有數碼化、可隨手機移動推送等特殊意義。

而這個充滿創意的詞彙是中國人的原創發明，與 2009 年開始流行的「微」博、2011 年

大熱的「微信」同樣成為「微」派，讓移動的「微」平臺上得到不同年齡、不同階層使用者的大力追捧。

手機短片與微電影的分別

微電影與手機短片有相似之處，但卻有很大不同。「微」不代表「短」，而「電影」也不等同於「片」。微電影並不限於某種特定的拍攝工具，它與傳統電影必須把格式以膠卷作最終的拍攝形式不同，微電影製作者選擇用「電影」一詞來提升其作品中的嚴謹及質量，較一般「短片」顯得更為豐富和專業。

觀看微電影可用各種類型視頻播放器播放，但在快文化時代背景下，決定了觀眾對任何東西的耐性，在分散娛樂方式的選擇下，微電影是不適宜於過長的。

電影從出現至今已有百年歷史，而學習電影製作的每個導演和製片人，在初期都是以短片拍攝作為創作的搖籃。今時今日的微電影，打破了以往短片的種種傳播限制，而製作也是採用更精良而合理價格的拍攝工具，並具備可被無限推廣的特殊能力，因此可以更好地讓年輕人入行擔任專業級創作搖籃的角色。

以香港為例，早在 80 年代已經有了具備「微電影」元素的影視作品，如 1988 年由梅豔芳、周潤發代言的鐵達時手錶廣告「天長地久系列」，1993 年黎明與和記電訊合作拍攝的「天地線」系列廣告片，都充滿了故事和音樂的電影元素和質素，但當年由於沒有普及的互聯網配合，總體的格局不算「微電影」。

手機及網絡推動是微電影的重要一環

除此之外，我們不得不提微電影誕生的幕後推手「移動運營商」了。2003 年，手機科技正式進入 3G 網絡時代，用移動終端上網、看視頻的風潮開始興起。隨之一年後，第一部手機電影在美國出現。2004 年亞洲的第一部手機電影《求愛 123》，便是藉助手機內網渠道的推廣，影片分段安排播出並加入廣告植入及



是微電影的雛型。

2010年開創中國網絡電影成功範例的《老男孩》獲得上億點擊量及遠超同期票房電影的知名度，而2012年由吳彥祖主演的《一觸即發》更定下了微電影的形式和行銷方面的格局。

「一三五」標準法則

我在這裏嘗試以微電影「一三五標準法則」去解釋一下微電影的標準化基礎的建立，根據微電影的影響力和發展趨勢，把微電影標準化可令業界以更清晰的標準去進行製作，也令受眾包括廣告主以更清晰的標準去欣賞和以微電影作幫助行銷的參考指標。

「一」是指「一個目的」，「三」是三個元素，「五」是「五分鐘長度」。

微電影的重要目的，就是要「快準狠」地抓住微電影拍攝的要點：拍攝整合速度快，對市場掌握要精準，宣傳推廣力度要狠，如此才能順應現代人的快文化的大趨勢。

而「三個元素」，即指：一、故事，二、音樂，三、新媒體平臺上的推廣效應。這三大元素，幾乎是微電影內容成功的必備元素。在微電影的製作中若依重要性排序，故事吸引力應為第一大要素，其次為音樂的動聽度和新媒體的推廣力度，當然如果適量地加入一些名人明星效應就事半功倍。

五分鐘的內容標準是較受爭議的環節，讓我解釋一下為何不是十分鐘或二十分鐘之類的設定。在惜時如金的今天，舉個例子：上班族

音樂等新鮮元素而產生的。因為市場推廣的策略，運營商至今也不打算公開放送。十年後的今天，用手機看短視頻已經成為人們生活模式的一部份，而當時出現在手機上的這些短片，正

群每天前往公司所用的半小時是如何利用的呢？如何能靜下心來看完一條視頻，都成為製作人頭痛的問題，加上來電和短訊的干擾、移動設備的電量問題、上落車和進入電梯而不得不打斷手機的情況，將這些影響觀看集中力的因素分析，剩下的能連續性集中看足五分鐘其實並不多，而且今天大眾要求主題到位，開始一分鐘也吸引不了眼球，更遑論再好再長的內容在後面也會讓觀眾離棄的。所以五分鐘是較適合的微電影長度。

有太多廣告主和記者朋友都問微電影跟短片短視頻、廣告及MV的分別，在這裏我用一個參考對照讓大家更清晰瞭解（見圖表一）。

較完整的微電影比賽參考

由香港無線科技商會（WTIA）開始舉辦香港流動影片節已經第七年了，是一個較具權威性的手機電影活動，同時主辦單位自2011年起每年四月份在香港舉辦「香港國際流動影片大獎」，今年已步入第四屆了。該獎由超過十



個國家及地區共同參與，在獎項評選標準上，香港國際流動影片大獎對於「優秀手機電影」的標準定義也清晰闡明：對流動裝置屏幕的有效運用、創意及原創性、作品視訊及音效效果以及故事表達能力。在首屆創立獎項時明確規定參賽作品長度不得超過五分鐘。在其後兩年為令參加標準更具彈性從而鼓勵更多作品參與，標準拓寬為不超過十分鐘。

藉助互聯網世界，微電影有著被無限複製傳播的特點。而近年持續增強的影響力更可見這種新類型營銷產物透過社交媒體發揮，將有機會成為當代媒介的新興產業。

圖表一：微電影與其他影視產物的比較表

	微電影	短片/短視頻	廣告	MV/音樂錄像	大電影
長度	現在一般少於20分鐘，建議5分鐘內	少於60分鐘	大約由15秒至2分鐘左右	一般依照與歌曲差不多的長度訂製，4分鐘左右	80分鐘到90分鐘或以上
結構	結構有單一一條片段或分段播放形式，以作配合市場策略，例如競猜遊戲、網絡互動，故事結構一般非常完整，主題鮮明	故事結構有實驗形式，學生作品類型，主題不一定鮮明，故事手法多樣化，少有與活動掛鉤	結構形式多樣化，展現品牌產品及服務的口號、形式，又或以情節故事來包裝，由於廣告成本較高，爭分奪秒的計算是大前提	結構可以是僅拍攝歌手或樂隊對著鏡頭演唱或表演的方式，加入小故事戲劇效果作配襯	類型繁多，比如愛情片、驚悚片、武打片、歷史片、歌舞片等，是影像、音樂及故事等創意的綜合體
音樂與對白比例	音樂是輔助故事發展的元素，故事情節最重要，對白和旁白要一定的比例，讓觀眾明白故事的來龍去脈	音樂的安排純由創作人的概念與意圖去決定	視乎廣告主的產品、故有的廣告主題音樂及市場伸延策略決定該有的音樂元素	以音樂歌曲佔整個MV 80%的音效，片頭、結尾或中間偶爾有旁白或對白加入，以加強影像的可觀性，讓歌曲背景或有故事性去支撐	除了歌舞片的音樂比例較高以外，其他的一般都以故事為主，適當地配以音樂來輔助情感的表達
廣告植入	為了讓觀眾不自覺地認同片中的精神意識、價值觀及產品形象，需要精心考量如何把廣告元素用軟性手法放入故事情節中	如果為了支持拍攝經費或某種商業原因，也許有這方面的元素，一切視乎創作人的意願	由於廣告本身就是廣而告之的有為戰略，無需利用借故植入的方式	由於版權複雜，除非MV本身有強勢的廣告主大力支持，否則MV主要推廣的是歌曲及歌手本身的形象片或音樂產品	過往的大電影中植入的廣告較少，現在也不太多，因為廣告的植入會引起觀眾的反感，導致觀眾覺得影片比較膚淺，不值得觀看，影響影片口碑
新媒體傳播及推廣	這是微電影必須採用的主要渠道，當然還要同時利用其他傳統媒體，並行互動	視乎創作人的宣傳意向，一般沒太大預算的項目都會用新媒體平臺作短片/短視頻的播放地點	過去廣告都以傳統媒體包括平臺或電子媒介作主要推廣渠道，由於新媒體的普及，廣告主開始啟用更多新媒體平臺作傳播渠道	MV除了過去在傳統電子媒體渠道播放外，要針對大眾年輕人的領域，新媒體平臺自然也成為一個很重要的推廣範疇	只用預告片進行宣傳，且由於版權及售賣的價格不一，影片較少在不同國家或者地區同步上映，這一點有待突破。此外，會利用新媒體進行專題宣傳推廣，例如微博等，來作為推廣引擎
收費模式	前向收費模式，指向廣告主或贊助夥伴收錢	欠缺收費模式，指由於參與人的專業程度不同，而使人們對其工作模式產生不放心，最終導致投入的欠缺	前向收費模式，指向廣告主或贊助夥伴收錢	宣傳模式為主，指唱片公司和電視傳媒一起投入，為音樂產品作推廣的手法，沒有主要贊助商，是一種宣傳自己的模式	後向收費模式，指影片的票房收入

何緯豐

微電影監製/創作人
新媒體發展基金會

「兩高」司法解釋關於誹謗罪 條款評議

最高人民法院、最高人民檢察院 2013 年 9 月 9 日公佈《「兩高」關於辦理利用信息網絡實施誹謗等刑事案件適用法律若干問題的解釋》（以下簡稱《解釋》），9 月 10 日正式實施。國內外對此議論紛紛，有肯定，有批評，也有誤讀。本文將對此略作評析。

《解釋》共十條，分別就公民的網絡行為在何種情況下構成誹謗罪、尋釁滋事罪、敲詐勒索罪、非法經營罪以及損害商業信譽罪、煽動暴力抗法罪、編造及故意傳播虛假信息罪等做了具體規定。本文針對其中引起爭議較多的誹謗罪的相關條款進行評議。

關於誹謗罪

誹謗 (Defamation)，即損毀名譽。歷史上，誹謗始於刑事誹謗，但誹謗罪屬於言論犯罪，隨著民主制度的普遍建立和言論自由的擴張，誹謗逐漸告別刑事罪，轉向民事誹謗為主。有關誹謗的立法，其目的是要在言論自由和保護名譽之間取得平衡。

中國大陸關於誹謗的立法，始於 1979 年《中華人民共和國刑法》（以下簡稱《刑法》），其中第 145 條規定：「以暴力或者其他方法，包括用“大字報”、“小字報”，公然侮辱他人或者捏造事實誹謗他人，情節嚴重的，處三年以下有期徒刑、拘役或者剝奪政治權利。前款罪，告訴的才處理。但是嚴重危害社會秩序和國家利益的除外。」¹。1986 年《民法通則》通過，誹謗逐漸轉向民事，但近年仍有零星的刑事誹謗案。例如，2006 年的「四川彭水詩案」、2007 年的「海南儋州山歌誹謗案」、2008 年的「遼寧西豐縣警方以誹謗罪拘傳記者案」、2009 年的「河南靈寶青年發貼誹謗案」、2010 年的「寧夏吳忠警方以誹謗罪刑事拘留王鵬案」等。

根據《刑法》的規定，誹謗罪屬於自訴案件，即被誹謗之人，為追究發佈誹謗信息人的刑事責任，親自或委託代理人，直接向法院提起訴訟，並由法院直接受理的刑事案件。如果涉及「危害社會秩序和國家利益」，則警方可以直接逮捕發佈誹謗信息的人，由檢察院起

訴，法院受理。對於自訴案件，如果受害人選擇不起訴，則法院不予追究。上述這些案件中，被告人只是發佈了一些批評官員的信息，即使涉及誹謗，也只是一般侵權行為，然而在當地官方的不當幹預之下，這些案件被上升到「刑事誹謗」處理，由公權力直接介入，警方以「誹謗罪」拘留發佈「誹謗內容」之人。

上述案件大部分得到糾正，為避免同類事情發生，公安部在 2009 年發佈《關於嚴格依法辦理侮辱誹謗案件的通知》，規定：一、……人民群眾的法制意識和政治參與意識不斷增強，一些群眾從不同角度提出批評、建議，是行使民主權利的表現。部分群眾對一些社會消極現象發牢騷、吐怨氣，甚至發表一些偏激言論，在所難免。如果將群眾的批評、牢騷以及一些偏激言論視作侮辱、誹謗，使用刑罰或治安處罰的方式解決，不僅於法無據，而且可能激化矛盾，甚至被別有用心的人利用，借機攻擊我國的社會制度和司法制度，影響黨和政府的形象。二、準確把握侮辱、誹謗公訴案件的管轄範圍及基本要件。根據《刑法》第 246 條的規定，侮辱、誹謗案件一般屬於自訴案件，應當由公民個人自行向人民法院提起訴訟，只有在侮辱、誹謗行為「嚴重危害社會秩序和國家利益」時，公安機關才能按照公訴程序立案偵查。

公安部的通知不是法律，其目的主要用來約束各級公安辦案人員，不得以侮辱、誹謗罪名隨意抓捕那些批評官員或政府施政的民眾。公安部通知下發之後，媒體關於誹謗罪的報道逐漸減少。但這次「兩高」的司法解釋，又將誹謗罪引入公眾視野。司法解釋涉及誹謗罪的共計 4 條內容。

第一條，將《刑法》誹謗罪中的「捏造事實誹謗他人」具體化，認定兩種情況屬於誹謗罪：

（一）捏造損害他人名譽的事實，在信息網絡上散佈，或者組織、指使人員在信息網絡上散佈的；

（二）將信息網絡上涉及他人的原始信息內容篡改為損害他人名譽的事實，在信息網絡

1 1997 年人大修改《刑法》，誹謗罪的條款變更為 246 條，文字略為精簡，去除了包括用「大字報」、「小字報」幾個字，處罰增加「管制」一項。



上散佈，或者組織、指使人員在信息網絡上散佈的。

明知是捏造的損害他人名譽的事實，在信息網絡上散佈，情節惡劣的，以「捏造事實誹謗他人」論。

按照字面意思理解，（一）和（二）都包含了「有目的」、「主觀故意」，也就是說，如果當事人在不瞭解也不掌握真相的情況下，因不謹慎或者出於八卦好奇等原因傳播了誹謗信息，沒有誹謗他人的直接目的，也不是誹謗信息的始作俑者，應不構成誹謗罪。

第二條，對《刑法》中構成誹謗罪的重要條件「情節嚴重」作了具體規定，有四項裁量標準，符合任何一項，都可以被認定為「情節嚴重」：

（一）同一誹謗信息實際被點擊、瀏覽次數達到五千次以上，或者被轉發次數達到五百次以上的；

（二）造成被害人或者其近親屬精神失常、自殘、自殺等嚴重後果的；

（三）兩年內曾因誹謗受過行政處罰，又誹謗他人的；

（四）其他情節嚴重的情形。

其中爭議最大的是第一款，「點擊五千，轉發五百」，構成「情節嚴重」。這個衡量標準是如何得出的，「兩高」沒有給予解釋。對此，專家學者網民有不同看法，中國政法大學傳播法研究中心研究員朱巍認為，司法解釋為網絡公共空間裡何種誹謗算是「情節嚴重」，劃了一條「紅線」，讓《刑法》具有可操作性。但也有人認為，這條紅線定得太過隨意，沒有任何依據。由於這兩個數字容易記憶，因此在互聯網上有許多誤讀，最常見的誤讀是，「謠言被點擊五千次或被轉發五百次，即構成犯罪」。事實上，「兩高」司法解釋上的「誹謗信息被點擊五千次或被轉發五百次」的數量標準，是專門針對誹謗罪的，並不涉及《解釋》中所提到的其他犯罪行為。也就是說，如果謠言並非涉及誹謗他人，例如吃鹽可以防幅射之

類的謠言，是否涉及犯罪，並無具體點擊數量或被轉發數量的規定。

第三條關於刑事誹謗中何謂「嚴重危害社會秩序和國家利益」，2009年公安部的通知將「嚴重危害社會秩序和國家利益」劃分為三種情況，分別是：

（一）因侮辱、誹謗行為導致群體性事件，嚴重影響社會秩序的；

（二）因侮辱、誹謗外交使節、來訪的外國國家元首、政府首腦等人員，造成惡劣國際影響的；

（三）因侮辱、誹謗行為給國家利益造成嚴重危害的其他情形。

2013年「兩高」司法解釋將「嚴重危害社會秩序和國家利益」細分為七種情況，分別是：

一、引發群體性事件的；

二、引發公共秩序混亂的；

三、引發民族、宗教衝突的；

四、誹謗多人，造成惡劣社會影響的；

五、損害國家形象，嚴重危害國家利益的；

六、造成惡劣國際影響的；

七、其他嚴重危害社會秩序和國家利益的情形。

將2013年「兩高」司法解釋與2009年公安部通知相比較，發現誹謗罪帶有明顯的「維穩」思維，增加的三項莫不如此，例如「誹謗引起民族宗教衝突的」和「誹謗多人造成惡劣社會影響的」，另外一項是最後的兜底條款，「其他嚴重危害社會秩序和國家利益的情形」，包括了更多沒有提到的情況，為官方任意解讀法律留下缺口。

第四條規定，一年內多次實施利用信息網絡誹謗他人行為未經處理，誹謗信息實際被點擊、瀏覽、轉發次數累計計算構成犯罪的，應當依法定罪處罰。根據字面意思理解，這條規定針對那些利用多個信息網絡平臺多次發佈誹

謔內容的行為，例如，如果當事人分別在新浪微博、騰訊微博、搜狐微博、天涯論壇裡發佈誹謔信息，那麼按實際被點擊、瀏覽、轉發次數累計計算，有關誹謔內容被點擊被轉發的次數越多，意味著誹謔後果越嚴重，將成為法院定刑的依據。

對「兩高」司法解釋誹謔罪的評議

關於誹謔罪，國際上有兩種趨勢。一種是「誹謔除罪化」，即在法律中廢除誹謔罪，或者即使仍然保留誹謔罪，但不再使用。另一種是保留「誹謔罪」，以追究造成嚴重傷害或後果的誹謔責任。

根據 2009 年的一項調查，在 179 個被調查國家中，有 15 個國家廢除誹謔罪，21 個國家或地區全部或者部分實現了誹謔除罪化²。

誹謔除罪化通常有以下幾個理由：（一）誹謔罪是言論自由的威脅，言論自由是民主社會的基石，除非必要，任何人都不應「因言獲罪」；（二）誹謔行為可循民事途徑化解紛爭，不必訴諸刑罰；（三）誹謔罪容易被人利用，以達到其他目的。

民主國家如英國，法律中雖然保留誹謔罪，但近 30 年來沒有一宗刑事誹謔案件。英國法律規定，刑事誹謔案件必須經過高等法院法官許可方可立案，法官必須確信：有明顯充分的理由顯示誹謔後果極其嚴重，可導致對社會安全與秩序的破壞，被告沒有任何辯解理由，而且基於公眾利益的需要有必要起訴刑事誹謔。歐洲人權法庭的判例（Lingerns v. Austria（1986））顯示，刑事誹謔罪違反《歐洲人權公約》第 10 條關於表達自由的規定。也就是說，如果英國有刑事誹謔案件，一旦上訴到歐洲人權法庭，將會被推翻。因此，英國法律中雖然仍保留刑事誹謔罪，但實際上已經不起作用。

香港法律也有誹謔罪的規定，《誹謔條例》第 5 條規定，任何人惡意發佈他明知屬虛假的誹謔名譽的永久形式誹謔，可處監禁 2 年

以及被判繳付法院判處的罰款。但近 20 年來，香港一宗刑事誹謔案件也沒有。公眾從不擔心誹謔罪在法律條文裡的存在會造成對言論自由的威脅。

中國的政治制度與法治環境，令人們有理由擔心，誹謔罪會否成為「因言獲罪」的另一個藉口。「兩高」司法解釋對誹謔罪的細化，是自 1979 年《刑法》制定以來的首次解釋，司法解釋不僅為公眾的言論自由定出較為具體的法律邊界，也為公安、檢察院和法院提供了立案、檢控和判刑的標準。按照法治原則，法律既約束老百姓，又約束公權力。但是中國自古以來就有「刑不上大夫」的觀念，法只管老百姓，時至今日，這種觀念仍佔主導地位。「兩高」出臺司法解釋，主要目的是約束網民言論，輿論關注的也是同樣的問題。其實，應該看到法治的另外一面，既然誹謔罪有了較為具體的法律邊界，那麼就應該要求權力機關不得隨意逾越邊界，依法行事，權力應被關進籠子裡。

另外，這次司法解釋雖然就誹謔罪定出較為具體的法律邊界，但仍存有模糊地帶，特別是第七款的兜底條款，給公權力過大授權，幾乎可以任意解讀。

「兩高」司法解釋是法律，其條款適用於各級法院，包括縣一級的法院。人們普遍擔心的是，如果利用信息網絡舉報官員貪腐，是否會被控以誹謔罪？針對民眾的擔心，最高人民法院新聞發言人孫軍工指出，即使檢舉、揭發的部分內容失實，只要不是故意捏造事實誹謔他人的，或者不屬明知是捏造的損害他人名譽的事實而在信息網絡上散佈的，就不應以誹謔罪追究刑事責任。然而，基層的公安、檢察院、法院工作人員，是否能夠嚴格按照法律的本意去適用法律，而不是按照長官意志去歪曲法律，這是人們普遍擔心的一個問題。

中國大陸在未來會否因為出臺了誹謔罪的法律解釋，就會令誹謔罪的案件增多，恐怕還有待長期觀察，現在下各種結論尚為時過早。

【+】白淨

汕頭大學長江新聞與傳播學院副教授

² 鄭文明：《誹謔的法律規制——兼論媒體誹謔》，法律出版社 2011 年版。

從1928年說起——推動收音機牌

殖民地政府在1929年中委任一個由十二人組成的廣播節目委員會（下稱「節目委員會」），協助籌劃政府電台的節目，這個委員會雖是義務性質，但工作一點都不輕鬆簡單，他們要編排節目、訂定節目內容、招聘人手、調度政府給予的有限撥款，還有推廣無線電廣播服務，吸引聽眾，希望更多人申領收音機牌照，支持這項服務。

在節目委員會早期的會議上，主席差不多每次都報告收音機接收牌照的發牌情況，畢竟，牌照申領數字反映這項服務是否受落，而牌照費收入曾關係到廣播電台的存亡。

上世紀二十年代中期，郵政署在無線電的電報業務有大幅進帳，可以支持發展新服務，加上殖民地政府財政經過1925年的動盪及幾年赤字後，在開源節流下，1928年的預算一扭頹勢，承接對上一年的盈餘，可以在給予工務局的撥款中，預留款項以支持廣播服務的各項資本性投資¹。這些開支包括興建發射站、添置器材、租用郵政署辦公室作播音室，還有播音室的設備及裝修費等等。當年，政府在籌劃無線電廣播時，參考馬尼拉、印度等地的電台運作，它們是靠電訊業務及銷售無線電零件的收益支持廣播服務，但香港乃參照英國模式，主要以牌照費收入支撐。當年政府的政策很明確，若不能透過牌照費支持無線電廣播，便會結束此項服務²。為此，節目委員會一眾成員自不自然密切關注收音機牌照的申領情況。

當年的運作制度是這樣的：涉及無線電的發送及接收牌照種類有：船隻電台牌照、廣播接收牌照、無線電器材經銷商牌照及業餘發送電台牌照³。銷售收音機或無線電器材的經銷商，要向郵政署申請牌照，同樣，市民收聽電台廣播也要申請牌照，政府要求經銷商出售收音機時，必須查看購買者的接收牌照。但委員會早注意到，坊間有不少市民，沒有申領牌照而自行設機收聽廣播；為鼓勵市民領牌享用廣播服務，節目委員會可謂出盡百寶，軟硬兼施。委員會曾建議市民申領牌照時，須提供家中孩童的名字及出生日期，仿做海外電台的做法，組成一個電台兒童之友（Radio Fairy

Circle）的組織，類似的構想後來出現在兒童節目Kiddies' Hour中。

郵務司（也即是節目委員會主席）在1929年10月發出公告，提醒經銷商要依法領牌，希望從銷售源頭杜絕非法收聽廣播的問題⁴。隨後，在11月修訂《領取無線電牌照則例》，容許領牌者可按領牌季度，遞減牌費，如領牌時為4月（屬第二季度），可獲減收牌費四分之一，如此類推，不過，申領牌照後不設退款制度，已發出之牌照不可中途要求交回⁵。當年，收音機牌照費為每年五元；1930年倍增至10元⁶。此安排一直維持至1936年政府再次修訂無線電條例，把收音機牌照收費由10元調升至12元，而牌照的有效期限由每年年底屆滿，改為按領牌日起計，一年有效⁷。

事實上，節目委員會成立初期的收音機牌照申請，增長率還是不錯的。在1929年1月，當局發出的牌照僅172個，至10月底，收音機接收牌照已達517個，增長達三倍；1929年上半年每月平均新增申請為32個左右，到10月，單月的新增申請個案已倍增至66個⁸。在節目委員會運作的十年間（即1929至1938年）的收音機牌照數目基本上是穩步上升，但是否足以應付廣播電台各項發展則是另話了！

年份	簽發牌照數目	年份	簽發牌照數目
1929	724	1934	4,201
1930	1,596	1935	5,104
1931	1,788	1936	6,868
1932	2,466	1937	8,539
1933	3,278	1938	10,567

資料來源：Hong Kong Administrative Reports for the Year 1929—1938

為提高市民對無線電廣播的興趣，從而增加牌照的申領數目，委員H. Lowcock在委員會會議上提出一個嶄新的構想——舉辦「無線電展覽會」。H. Lowcock這個構想就一如今時今日的貿易展，收音機、唱機及唱片經銷商可以藉此機會，展示各款新產品，而公眾人士參觀、試聽之餘，最終目標當然是希望增加公眾對無線電廣播的興趣，繼而買機享用服務。H.

1 定例局會議紀錄1928年9月20日。

2 《士蔑西報》1928年6月21日。

3 政府憲報1929年7月26日No. 375。

4 政府憲報1929年10月18日No. 537。

5 政府憲報1929年11月29日No. 625。

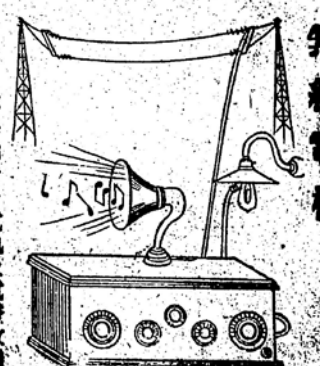
6 政府憲報1930年10月9日No. 619。

本行新到大批無線電機、收音機、電燈、電扇、電風扇、電氣用品、零件批發、電池及電燈收音機。一切代辦設備無不備。每架由拾元起至百元。價廉相宜如蒙光顧歡迎參觀。


大南洋行謹啟

電話號碼：六〇六七

大南洋行謹啟



CROSLLEY RADIOS



THE NEW A C ELECTRIC 7 TUBE
GEMBOX
OPERATES 200 VOLT 50/60 CYCLE
COMPLETE WITH DYNACONE "P"
H.K.\$286.00
Come and have a demonstration at
THE SUNLIGHT CO.
127, Des Voeux St., C.
Distributors for Hong Kong & South China:
THE ASIATIC AMERICAN COMPANY
45, Stanley Street. Tel. C. 244.

Ideal for New Year's Gifts.
PILOT A.C. Midget Superheterodyne
(Lowest Price Ever Offered)



1932 Model
Engineering Features
7-Tube Superhet. Circuit
(Including Multi-Mesh Screen Grid and Power Pentode Tubes)
Half Wave Selectivity
Volume and Tone Controls
Local-Distance Switch
Pick-up Connection
Moving Coil Speaker

Skilled Radio Experts
Superior
Free Service to Patrons

THE WING ON CO., LTD.
Sole Distributors, H.K. 4072.

Lowcock 還建議增設一項別開生面的「無線電收音機組裝比賽」，鼓勵本地研究無線電而非經營有關業務之業餘人士參加；參賽之無線電機，必須是參賽者自行組裝，機件材料等費用不得超過 150 元，每名參賽者最多可以組裝五部無線電機參賽，報名費以每機計算收費一元。無線電收音機須於比賽當日駁上電池後即場播音，再由評審判定音質最佳者勝出⁹。

他的建議得到委員大力支持，議決在 1929 年 12 月舉行，還提出在展覽會現場安排即時領牌服務，而牌照費則以下一年起計，也即是展覽會期間領牌可以獲一個月免牌費優惠。經銷商對 H. Lowcock 這個構思反應熱烈，他提出這個構想後，隨即得到 16 個經銷商爭相預訂場地，以每個經銷商支付一百元租金計，未計門券收入，這個展覽會已穩袋 1,600 大元。

這個由節目委員會首次主辦的「無線電展覽會」，於 1929 年 12 月 5 日一連三日在大會堂舉行，入場費每位五毫；展覽會最後一天晚

上，舉行化妝舞會，參加舞會者門票二元，由現場展示的無線電機播放樂曲讓參加者跳舞盡興。

這個展覽會也可算成功，收音機牌照由 10 月底 517 個，大幅增加至年底的 724 個；扣除相關開支後，展覽會為委員會帶來 700 元額外收入。

節目委員會除了關注接收牌照的增長外，還要杜絕非法收聽的問題。技術上，工務局當然可以每家逐戶的調查，但也實在費時失事，而工務局也沒有人手做這方面的調查。委員會曾在多次會議上商討對付非法收聽的對策，包括加大宣傳力度、增設領取牌照的辦事處、懲處非法接收廣播，又檢控不依公告查看接收牌照而出售收音機的經銷商等。在公告生效的第一個月，已經有兩名經銷商因為出售收音機予非持牌人士而被控，其後也陸續有店舖因犯例而被重罰款，罰款數額可達千元¹⁰！

節目委員會也考慮過以鼓勵舉報的方式，杜絕非法接收的問題，但凡提供資料而令當局成功檢控者，可獲得十元報酬，而違法者的名字會在警察的通令中定期公佈¹¹。三十年代中期，為方便市民接聽收音機，政府曾批准電話公司試辦電話播收音機服務，裝置電話的用戶，可以向電話公司租用播音筒，收費每月四元，利用電話線接收電台廣播，用戶只須申領收音機牌照，而無需自購收音機，電話公司與政府均認為，此舉可大大方便欲收聽廣播音而無力購買收音機者¹²。此服務創新有餘，惜先天不足。服務的覆蓋範圍主要是九龍彌敦道及柯士甸道一帶，受制於技術只能選擇本港其中一個電台（ZBW 或 ZEK），鄰近地區電台欠奉，接收又被指不夠清晰，結果此服務試辦一年半左右便結束了。

當局雖然出盡法寶，但非法接收問題一直到 1967 年取消收音機牌照費為止，也無法妥善解決。

李少媚
資深傳媒人

7 政府憲報 1936 年 5 月 22 日 No. 461。

8 《士蔑西報》1929 年 11 月 9 日。

9 廣播節目委員會會議紀錄 1929 年 11 月 7 日、《士蔑西報》1929 年 11 月 9 日、工商日報 1929 年 11 月 20 日。

10 《華字日報》1930 年 3 月 14 日。

11 廣播節目委員會會議紀錄 1932 年 6 月 21 日。

12 《華字日報》1936 年 5 月 7 日。

9月傳媒記事簿

無綫違反競爭規定罰款九十萬 無綫及《信報》涉嫌自我審查

二零零九年底，亞視向廣管局投訴，指無綫與藝人所簽合約部分條款，在相當程度上限制競爭，當局遂展開全面調查，最終在本年九月中公布調查結果。通訊局裁定投訴部分指控成立，無綫濫用其支配優勢，從事反競爭行為，違反《廣播條例》的第13和14條，罰款90萬元。成立的指控分別是：一）部分藝人和歌手的獨家合約有苛刻及不合理條款；二）部分藝人在其他電視台的演出不能使用原聲，只能配音；三）部分



藝人被禁止在其他電視台宣傳有份參演的作品；四）合約藝人不得在其他電視台說廣東話。通訊事務管理局調

查又發現，無綫在零七至一零年間透過「獨家條款」合約捆綁大批藝人及歌手。通訊局及前廣管局共處理了九宗廣播業反競爭行為調查，今次是首宗成功指控反競爭個案。商務及經濟發展局表示，持牌機構若不滿裁決結果，可提出上訴，但仍未收到無綫上訴。

九月初以「普選」方法選出香港小姐，冠軍陳凱琳接受無綫新聞部訪問，被問及對普選特首的看法。這標題為「陳凱琳握17萬選票撐普選促特首聽民意」的訪問，原定於晚上六點半新聞播出。後來傳出高層不滿訪問太政治化而抽起，輿論批評無綫新聞部過份敏感。但無綫發言人只以編輯自主回應。亦在晚上十一時的新聞報道足本播出。另一邊廂，《信報》亦被揭發自我審查問題，九月中該報有一專欄的半篇文章批評無綫新聞在特首梁振英落區時，只播放撐梁言論、誤導觀眾，卻被總編輯指內容偏頗而抽起。該報副總編輯不值事件，因而在電台公開經過，將胎死腹中稿件讀出。有學者指文章合情合理，《信報》高層應公開交代事件。而《信報》高層稱抽稿是因為「稿擠」。

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

高院駁回兩宗傳媒相關案件 泛珠三角論壇封殺香港傳媒採訪

廉署八月入稟高等法院，要求曾在今年一月先後訪問前全國政協劉夢熊的《陽光時務週刊》及商業電台，交出訪問的筆記和錄音檔案。商台在九月初向法庭發出誓章，證明在公開的訪問錄音並無修改並已全部公開，獲法官區慶祥接納，並撤銷廉署向商台的申請。至於《陽光時務週刊》，法官指法庭有責任平衡公眾利益及豁免權，為公平起見，律政司應先向陽光時務交出部分誓章，讓陽光時務考慮如何回應律政司申請。而陽光時務要承諾誓章不得向第三者披露及用於其他案件。



此外，《蘋果日報》前攝影記者成啟聰被指去年年初在政府總部採訪時襲擊保安員一案被判無罪後，律政司不服裁決向高院提出上訴，法庭月中判決拒絕律政司的申請，並狠批律政司對案件矯枉過正、吹毛求疵。香港記者協會和攝影記者協會歡迎高院駁回上訴，還新聞工作者一個公道，並批評政府打壓傳媒。此案擾攘年多，但新政府總部的不合理採訪安排至今仍未解決。

特首梁振英九月上旬出席貴陽舉行的泛珠三角區域合作論壇，而貴州主辦當局限制香港傳媒採訪，只容許五間獲邀傳媒入會場做採訪。後來經香港記協及新聞處反映，才容許香港傳媒在論壇開始時拍攝數分鐘。而新聞處最終只能爭取兩個名額入新聞中心，以複製大會提供的新聞片段。記協表示，類似的事情過往亦時有發生，惟未獲正視，希望記者在中國內地的採訪自由得到改善。

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

報章廣告成政治角力工具 社運人士地產界各取所需

有社運人士早前發起「一人一百(元)換特首」行動向市民集資登報，活動最終籌得五萬多元，廣告月初在《明報》和《都市日報》刊



出，題目是「換特首是出路，逼香港人一個家」，同日在《自由時報》刊

登的版本是「香港面對嚴重赤化，請台灣引以為鑑」。在台灣登報是為了引起國際關注。內地《環球時報》其後狠批在港、台報章刊登「倒梁」廣告的做法「非常幼稚」、「不知天高地厚」。認為此舉挑動香港和內地民眾的對立情緒，對香港前途高度不負責任，要求他們設想，若內地人不再到港旅遊和購物，「那麼香港經濟將會怎樣？」此外，反對「佔領中環」的「幫港出聲」九月中亦在香港各大報章刊登第四波廣告，呼籲民主黨、公民黨、工黨及反對派議員的選民勿盲目支持政黨與議員的任何決定。

除了政治團體，地產代理亦透過廣告的力量，向政府表達不滿。為進一步抗議政府實施辣招令樓市買賣急跌，打擊地產代理生意，香港主要地產代理月初暫停在各報章刊登廣告一天，並強調，若政府無視撤招或作修訂，不排除將行動升級，罷登廣告擴展至一個星期、甚至一個月。但發言人卻強調非藉此向傳媒或政府施壓。像中原地產亞太區住宅部總裁陳永傑表示，集團在過去三個月已削減近六至七成的網上、電視及其他媒體廣告開支，奉行「可慳則慳」的原則。看來地產界的不景氣會波及傳媒，因為二者亦是唇齒相依的關係。

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

香港數碼廣播有新動作 香港電視否認洽購亞視

香港數碼廣播(DBC)已完成股權轉讓申請並在九月初獲得通訊局批准。DBC創辦人大班鄭經翰、何國輝及夏佳理今年初將持有的DBC的四成股份，全數轉讓予黃楚標。黃楚標會持有DBC的99.6%股份，餘下的股份會由李國章、李國寶和黃子欣平均持有，通訊局接納有關股權轉讓後，DBC可繼續符合監管規定。DBC上月委任前保安局長李少光、《信報》前行政總裁羅燦為董事成員。羅燦透露公司正進行四大項目，包括招聘逾百員工及節目主持、更新廣播系統與錄播設備、為全港小巴及的士安裝近二萬部數碼收音機；並計劃在九月底前將第一至七台全部作二十四小時播放，以符合通訊局當初發牌條件。



亞視執行董事盛品儒按通訊局調查報告裁決，辭去執董一職。而一直擁戴盛品儒的亞洲會，事後炮製一段近三分鐘廣告片段，在新聞報道前後時段播出，「懷念」盛品儒及向他致謝，通訊局事後收到四宗投訴，批評亞視不停播放此短片及強逼市民接收訊息及公器私用。同時，亞視播放其中一輯《ATV焦點》，批評到政總踩場的公民黨議員毛孟靜為「新聞界之恥」，通訊局亦收到六宗投訴，不滿節目言論尺度已超逾個人意見節目、內容偏頗失實、主觀、損害他人聲譽等。九月中，本地有媒體報道，香港電視主席王維基正在洽購亞洲電視。香港電視其後發表聲明，澄清公司及王維基並沒有接觸亞視及其股東。

[-+] 梁麗娟
傳媒評論員

【+】 SECURING CONTENT BECOMING AN IMPERATIVE

Perhaps the relevance of the old adage, content is king, is more pronounced today than at any point in time – along with the need to manage content. As multi-platform delivery becomes an increasing reality, operators are finding that delivering unsecured content is becoming a non sequitur. With Asia-Pacific still registering one of the highest content piracy rates in the world, the issue of content security is a common conundrum for operators, whether they are offering free-to-air, pay-TV, OTT, or a combination of these services.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2013

【+】 NEW STANDARD TO ENHANCE MOBILE VIEWING EXPERIENCE

As mobile devices continue to proliferate, the reciprocal effect is that more content is being consumed on these devices. Still, while increasingly more viewers are moving towards the consumption of content on mobile devices, the quality of video, particularly for live events, streamed over these devices has not always been of the highest quality. The introduction of a new video codec may pave the way for more content to be consumed on these devices.

ASIA-PACIFIC BROADCASTING

September 2013

【+】 BUYING INTO THE BUZZ

Recent finding that Twitter activity has a statistically significant impact on the ratings of many US primetime episodes confirmed what many observers had long believed – social media activity needs to be a crucial component of any successful TV programming or advertising strategy. As social media assumes a more central place in the promotion of new shows, the process of tracking and understanding the activity remains a complex, often labour-intensive endeavor.

BROADCASTING & CABLE

August 19, 2013

【+】 CHANGE IS IN THE AIR

There is always a lot of talk about new technology but much less attention is paid to how we handle change; it's important to look at how new technology affects people. The next big change in TV production work and mentalities could be the shift to the cloud from local storage. TV's move to the cloud will be driven by choice rather than forced from above. To get there, we need to demonstrate the benefits for producers in terms of flexibility.

BROADCAST TECH

August/September 2013

【+】 SOFT POWER? CHINA'S MEDIA INVESTMENTS MAY NOT GROW ITS INFLUENCE

With its strong emphasis on culture and communication, it is no wonder that the term "soft power" spreads quickly from its origin in the field of international relations to communication studies. China is catching up with the economic might of the United States, but American soft power may be a harder act to follow.

MEDIA ASIA

Volume 40, No. 2, 2013