

李嘉誠分家也是新聞？談新聞價

近年城中爭產新聞此起彼落，引起注意，更成為新聞頭條。中國人傳統對財產分配往往諱莫如深，但城中首富李嘉誠則反行其道，率先公開地「宣布」其財產安排。新聞媒介自然大肆報道這宗「分家」新聞，但其跟以往爭產案不同者，乃媒介和事件主角似乎也樂見其成。可是，家產安排不是人家的私隱嗎？媒介以往報道人家的私隱，不是引來口誅筆伐嗎？再者，媒介何時成了平安紙的立據平台，這是新聞功能跟著時代改變得太快，我們未能適應，還是媒介呈現某種的功能失調？

新聞價值的定義和內涵

據報道所指出，香港首富李嘉誠於2012年5月25日在長和系記者會上，公布財產分配安排，大兒子李澤鉅將接掌長和系，次子李澤楷獲得李嘉誠全面支持發展其事業王國，以助其收購大型公司。行文至此，這宗事件備受中外媒介關注，到底具有何種新聞價值？這宗新聞是否因為符合新聞價值中的顯要性，始引起各大媒體注意，還是如評論中所指長和系在本港舉足輕重，作為主席的李嘉誠，其一舉一



動均是投資者所關注者，從影響性判斷其新聞價值。若以名人新聞論，我們不是經常存在爭議，特別是私隱問題。一名城中富豪的財產分配安排，這不是他們的私人事務嗎？媒體不是經常被批評侵犯名人的私隱，財產分配是否眾多私隱事項中的重中之重？

但從報道所呈現的實況觀察，這一次媒體並沒有「侵犯」名人的私隱，因為消息乃主人翁主動公布。如是說，私隱的內涵原來不是由質的意義來說明，而是從操作層面來作定義，說來有趣。

首先，我們在學術層面討論新聞及其價值時，往往以社會大眾為要，或者說成是公眾利益。所謂新聞價值者，早見諸於 Tobias Peucer 和 K.Stieler 學者的論述，Tobias Peucer 提出的重點在異常性和影響性，後者則以新鮮

性、接近性、顯要性等元素，以豐富新聞價值論述。Walter Lippmann 於1922年在《輿論學》(Public Opinion)一書中正式提出新聞價值這一概念，他綜合前人的論述，以突發性、接近性、影響性與衝突性等元素，以定義新聞價值的內涵。其後，不同的學者持續優化新聞價值的內涵，至今我們新聞學教科書中，一般以時宜性(Timeliness)、影響性(Impact)、衝突性(Conflict)、顯要性(Prominence)、接近性(Proximity)、人情味(Interesting)為主要的新聞價值元素。

記者的工作就是按社會上發生的不同事件的新聞價值，以為判斷是否報道的準則。正如學者 Vincent Campbell 所言，記者和編輯的工作就是收集和選擇的過程，他們在每日無數的事件中，編定成符合報道的新聞故事，以報道給大眾知道。

學者 Tiffen 於1999年時曾提出新聞價值本身存在極大的限制(Limitation of theories of News Value)，首先不同的地方均有不同程度的價值判斷，同時新聞價值不是常態呈現，事件與事件之間存在很大的差異，甚至變得十分感性或煽情；另外，針對同一價值內涵，不同的記者住存在很大的個人偏差。Jim Willis 在《The Human Journalism》一書提到，新聞學或新聞本身已呈現著更多的不同內涵，其中包括我們常質疑者，包括煽情(Journalism as Sensationalism)和娛樂化(Journalism as Entertainment)。

因此，不少學者持之以恆且努力地說明，記者必須具備新聞判斷力，即懂得以何種新聞專業處理新聞，如著名學者兼《芝加哥論壇報》總編輯 Jack Fuller 所指出，新聞必須具備多種的原則，包括精確、客觀、中立，同時兼具黃金定律的要求，其中包括公平、公正、關懷。這才是新聞專業。

我們按著一代又一代學者們，其努力積累而來的學術成果，以確立新聞價值的定義和內涵，以作為我們判斷新聞的基準，也是記者安身立命的基本所在。其在眾多新聞價值要素中以影響性(Impact)最為重要，其往往涉及大

值與名人私隱

部分受眾和公眾利益。

公眾利益 (Public Interest) 的定義，按古希臘哲人，如柏拉圖等觀點，其意為共善 (common good)；柏拉圖也補充，其同時涉及正義。學者 Sally Adams 則指出，公眾利益者涉及不當且失檢的行為、保護公共衛生與安全，以及避免大眾被個人或機構的某些行為或言論所欺騙者。

權威新聞傳播學者 McQuail 則指出，公共利益代表著我們應該擁有一套根據相同的、有效管理社會的基本原則，且能以之運行的媒介體系，其也涉正義、公平、民主，以及當前值得我們嚮往的社會和文化價值觀念的原則。如是看，按上述的定義來理解，李氏財產分配的安排，是否涉及公眾利益，實在值得商榷。但若以長和系對本港市場的影響性而言，其人事安排自然為投資者所重視者，如今公司主席開誠布公，是否視為順理成章的一碼子事。

新聞顯要性受娛樂化影響

至於針對另一新聞價值一顯要性 (Prominence)，顯要性因為受到新聞娛樂化的影響，今天變得具極具爭議性。所謂顯要性者，就是按著人物或地點等元素的顯著程度，以引起注目，並構成顯要性本身。從過去四十年來，媒體呈現新聞娛樂化的現象，相信是大家的共識。據 The Project for Excellence in Journalism and the Medill News Service Washington Bureau 的調查，在過去二十年，調查了十六家不同的新聞機構，共計審查了 6020 則新聞；其結果發現政治、政策及外交等新聞量大幅下跌，但生活、名人及娛樂的新聞量則大幅上升，其升幅達到三倍，由每五十宗新聞有一則相關娛樂化報道，至每十四宗中有一宗，情況窺見一斑。

著名學者 McQuail 曾指出，西方新聞媒體對名人興趣特別濃厚，媒體同時喜歡將抽象的主題予以個人化，令故事更具體且鮮明，更能吸引讀者或閱聽人。因此 McQuail 提出個人即事件 (person as event)，有力的例子是美國總統，其私人的生活或是政治問題，總統先生

總是新聞的焦點。

可見，涉及名人的新聞，往往涉及私隱權問題。私隱權是二十世紀始出現的法律概念，其起源自於美國。私隱權概念乃波士頓的兩名律師華倫 (Charles Warren) 與布恩迪斯 (Louis Brandeis) 首先提出，他們於 1890 年在《Harvard Law Review》發表一篇名為《The Right of Privacy》的論文，私隱權概念自此受到注意。美國大法官布藍迪斯 (Louis D. Brandeis) 於 1901 年指出，私隱權是「不受外界干擾的權利」，其主要的理念在於保護個人的思想、合理的行為、精神等，不會受到非法的侵犯。到了 1960 年，法律學者 Dean William Prosser 提出，私隱權之侵犯有四種形式，分別是入侵 (intrusion)、私人事務之公眾揭露 (public disclosure of private facts)、誤導 (false light)、盜用 (misappropriate)；其中私人事務之公眾揭露，Prosser 進一步說明，侵犯私隱行為可理解為「公開與大眾無關的私人事務」者。

若以公開與大眾無關的私人事務者為要，李嘉誠分家到底是否涉及私隱權？記者沒有侵犯他的私隱？因為由始至終是他個人主動公開的，但他為何要公開與大眾無關的私人事務？或者如部分評論所指出，「李嘉誠公開交代，讓全港市民都聽，『兒子日後想爭，也沒有那麼容易。』」（信報，2012-05-26/27）如是理解，是否不能算作一件涉及公眾利益的事務。

從李嘉誠分家新聞中可以看到兩個有趣的現象或疑問，一是法律對分家保障是否不及媒體的可靠；二是私隱權在名人和媒體之間是否呈現著不對稱的互動現象，權益呈單向度。媒體不應侵犯名人私隱權，但名人可以按個人需要公開「私隱」。正如城中不少歌手紅星，他們的下一代不許傳媒主動報道，但他們可以讓他們寶貝子女拍廣告、做封套人物，因為權在我手。孩子私隱絕對應該獲得保障，但我們更應該保護他們純真的童年，不要童年消失。

林援森

香港樹仁大學新聞與傳播學系助理教授