

從 D & G 禁拍事件看新舊媒介在

DOLCE & GABBANA (D&G)禁拍事件於2012年1月造成軒然大波。事件先見諸於網上留言，批評D&G禁止市民在門外拍照。本港報章《蘋果日報》於1月5日以頭版報道事件，其後持續報道，並引起社會注意。到了1月9日，事件發展至高潮階段，當天數千人在D&G廣東道分店外聚集抗議。從D&G禁拍事件可以看到新舊媒介在社會議題的角色及功能，同時發現舊媒介所發揮的聚焦力及其影響力，始終不容忽視。

新媒介的理解可以簡化至資訊與網絡兩者共生的關係，同時有關新舊媒介諸關鍵詞定義及分析，已見十分豐富且成熟。不少學者就網絡正在改變傳播者及受眾之間的關係，亦提出了不同的見解。Dan Gillmor在《We the media》一書指出，由於互聯網出現，受眾已成為歷史的草稿者，他們目擊事件發生，或者道聽途說所聞，但總可以第一時間把消息經過網絡傳送出來。記者以往是消息首個或主要發放者，但現在已變化，或正在變化著。Dan Gillmor同時指出，受眾在某種層次而言，其所知著可能比新聞記者還要多，因為他們數量無限大，但記者則是有限的。從獨立網站、blog，到社交討論區，從單向、多向或今天蛛網式連結，或多或少說明新媒介的影響力的確正在增加，但本文認為，舊媒介在社會原始事情到成為一個全民注意的社會議題，舊媒介始終是關鍵的平台，因為其聚焦能力仍然十分強大，特別針對社會議題營造方面，其力量不容忽視。

有關社會議題的分期，台灣學者蘇湘琦將其分成三類，分別事件、話題、議題。事件乃指特定時空下所發生的個別現象；話題意指相關事件的累積報道；議題則是具爭議性的多面向話題。但三者之間其實具有一種歷時及因果的關係，如注意力累增程度，一宗原始事件或事情經過大量累積新聞報道，往往可能推動事件成為爭議性話題。學者Cobb和Elder等指出，若成為社會議題，其必須由兩個或以上的團體或涉及利益或權力的參與者所構成，並形成一個衝突過程。

Baker & Anderson等則認為，社會原始事件本身是客觀存在的，其經過某些懂得活動運

作的相關人物所發掘和判斷並提出來，然後始為人所知者，這亦是一種造勢的過程。如今這個造勢者則由網絡分擔了傳統記者的功能。但社會議題的發酵，乃至提升至集體關注層次，其往往需要由包括傳統新聞媒介等發放，並令議題聚焦，始能達至全面議題階段。D&G禁拍事件則是一宗可資探討的個案，以了解新舊媒介的分工及其在議題發酵至成熟過程中的角色。

D&G事件議題分期

就D&G禁拍事件發展論，若以議題分期，D&G事件從1月5日《蘋果日報》報道前為原始事件期，1月5日至1月7日為話題過渡至議題階段，到了1月8日則完全達至議題階段；1月9日後則是事件後設時期。另外，若以事件聚焦點定性分析，1月8日前聚焦點以針對「惡霸」為要，但1月8日後則以「道歉」為主要訴求。

D&G禁拍事件的分水嶺可以《蘋果日報》於1月5日的報道為要。據《蘋果日報》資料顯示最先見諸於2011年12月其間的網上留言，但傳統媒介一直沒有報道。《蘋果日報》記者遂於1月4日在D&G分店門外嘗試拍攝，結果遭干預。《蘋果日報》便於1月5日以頭條方式報道了事件，同時以〈擅禁途人拍照玷污購物天堂 名店惡霸D&G〉作標題。其「名店惡霸D&G」用語已充份反映出其對事件的立論，結果媒介影響力及其效果立竿見影。D&G禁拍事件在社會引起關注的當兒，亦重新回到網上討論區，成為「熱爆」話題。翌日，逾百市民在D&G店前拍攝，以示不滿。

2012年1月5日首見報後，從1月6日至1月8日千人圍店止，除《蘋果日報》外，其他報章亦見報道。按資料顯示，1月6日共10篇，1月7日共4篇，1月8日共13篇，1月9日共18篇。《蘋果日報》從1月6日至1月8日維持約4篇左右，其間亦見不少社會意見領袖先後加入評論。

按Cobb和Elder等所指出，社會議題需要政界或社會「持份者」參與，從D&G事件可見，相關人物在1月6至1月8日其間先後在透過報道或媒介發言。其中包括立法會議員謝偉俊、旅發局主席田北俊、泛民特首初選候選人

社會議題中的角色



馮檢基及另一「獨立」競選人唐英年等。事件於1月8日達至高潮階段，新聞見報於1月9日，共達14篇。當天特首參選人唐英年亦作出相關評論，令事件提升至某一種高層次。

2012年1月9日後則是事件後設時期，當中亦發生過兩次圍堵，但人數大幅減少，每次約數百人。事件於1月9日後，若按報量分析見多次起伏，焦點亦有所變化，首先是自稱D&G女店員工在 facebook 留言狠批「挑機」市民「腦殘」，其後則平等機會委員會一度致函D&G，以跟進事件，另見1月13日及15日分別出現逾百人聚集D&G門外。從參與人量持續減少來理解，事件的關注度正在減少。媒介的報道亦從1月8日（見報1月9日）後持續減少。D&G於1月18日發表道歉聲明。聲明表示：「深切明白到近日在廣東道專門店外發生的一連串事件，冒犯了香港市民，公司深感歉意，並向大眾衷心致歉（2012-01-18 HKT 02:55 香港電台）。」政府同日亦首見回應。到了1月19日，曾蔭權作為本港最高權力層，並在立法會中作出官方回應，事件似乎可以告一段落。

透過傳統媒介發酵

從這宗事件的發展理解，2011年12月網絡出現相關D&G禁拍的留言，本港報章沒有相關針對性的報道。一個月後，氣氛出現180度轉變，其中1月5日《蘋果日報》有關禁拍報道可算是關鍵的分水嶺，亦看到傳統媒介在議題設定的聚焦力之強大。事件由原始事情至議題，必須或始終透過傳統媒介始能發酵。事件的關注點或聚焦點，如上述2012年1月8日前以「惡霸」為要，1月8日後以「道歉」為要，可從示威人士的訴求可資說明。但這「惡霸」和「道歉」，甚至公共空間爭議等曾出現過的主要用詞，均由報章，特別是《蘋果日報》所主導者，其中「惡霸」和「道歉」均為該報分別於1月5日和1月9日的頭條標題用詞。

我們今天經常討論新媒介的影響力如何無遠弗屆，但社會議題的聚焦力始終以舊媒介為要。但傳統媒體作為社會監察者，若以頭條方式針對一家店舖，又是否最理想的新聞處理？

D&G事件真實和媒介呈現情況

日期	真實(社會)呈現	報章報道	
		新聞文章(篇)	媒介呈現(報章標題)
2011年12月	禁拍事件在網上討論區留言	0	報章未見報道
2012年1月4日	蘋果記者到DOLCE & GABBANA嘗試拍攝	0	報章未見報道
2012年1月5日	網民facebook發起萬人影相活動謝偉俊回應	9	擅禁途人拍照玷污購物天堂名店惡霸D&G(蘋果)
2012年1月6日	逾百市民在DOLCE & GABBANA店前拍攝	18	萬人周日尖嘴聲討DOLCE & GABBANA禁攝風波國際關注(蘋果)
2012年1月7日	facebook專頁逾萬人響應店前拍攝田北俊回應馮檢基到D & G店外抗議	11	禁攝風波DOLCE & GABBANA百人「挑機」起哄(蘋果)
2012年1月8日	數千人店前拍攝唐英年發表對D&G事件的看法	19	店方拒絕道歉維權行動升溫萬人今圍影聲討DOLCE & GABBANA(蘋果)
2012年1月9日	自稱D&G女店員工facebook批「挑機」市民「腦殘」	36	數千人挑機DOLCE & GABBANA道歉吧!(蘋果)
2012年1月10日		23	「D&G女職員」fb鬧港人腦殘(蘋果)
2012年1月11日	平等機會委員會致函DOLCE & GABBANA	16	鬧港人腦殘DG女fb認衰(蘋果)
2012年1月12日		22	平機會插手D&G禁攝風波(蘋果)
2012年1月13日	百人聚集D&G門外	8	影爆D&G續集今演優先場(太陽)
2012年1月14日		14	怒氣難消第二波圍拍D&G(蘋果)
2012年1月15日	百人聚集D&G門外紫荊俠出現	8	聲討D&G霸權萬人今再挑機(蘋果)
2012年1月16日		10	紫荊俠出動維護正義(蘋果)
2012年1月17日		10	D&G禁攝涉刑事重案組徹查(蘋果)
2012年1月18日	D&G道歉	7	D&G今晨發聲明向港人道歉(東方)
2012年1月19日		18	D&G遲道歉市民拒收貨(蘋果)
2012年1月20日		7	論D&G事件不希望分化兩地人民(大公報)
2012年1月21日		4	市民續影衰「癲 & 豬」(東方)
2012年1月22日		4	續圍D&G(東方)

林援森

香港樹仁大學新聞與傳播學系助理教授