



紙媒不是問題核心 -

談互聯網年代傳媒業的真正挑戰

有 56 年歷史的《新報》宣佈停刊；比《新報》歷史長 20 年的《成報》就因母公司清盤帶來的資金問題，一度暫停出版；壹傳媒集團亦因為重組業務，停辦旗下有 20 年歷史的《忽然 1 周》雜誌，不少人都將問題焦點放於新媒體出現，令傳統「紙媒」無法生存的問題，認為停辦「紙媒」將成為大勢所趨，新媒體是傳媒惟一出路。不過筆者認為，這種想法未有切入問題的核心。

看看《新報》的例子，除了印製報紙外，她亦開設網站及智能手機 app《新報新聞》，Android 及蘋果智能裝置 iOS 的兩個平台均可以下載，換句話說，《新報》並非因為只做「紙媒」而遭淘汰，而是她的「新媒體」平台，同樣未能吸引足夠的受眾注意，找不到可持續的營運模式才要結束。

互聯網帶來的革命，其實不單在傳媒業發生，我們宜從更宏觀的角度思考這個議題。常常聽到有人說：互聯網會取代「X」。有報紙停辦，就說「互聯網會取代報紙」；有互聯網公司向客戶提供貸款，以及網上出現眾籌(crowd funding)平台，就說「互聯網會取代銀行」；在教育方面，大量的免費線上課程(如 MOOC)出現，就會擔心「互聯網取代學校」。

互聯網不能替代專業

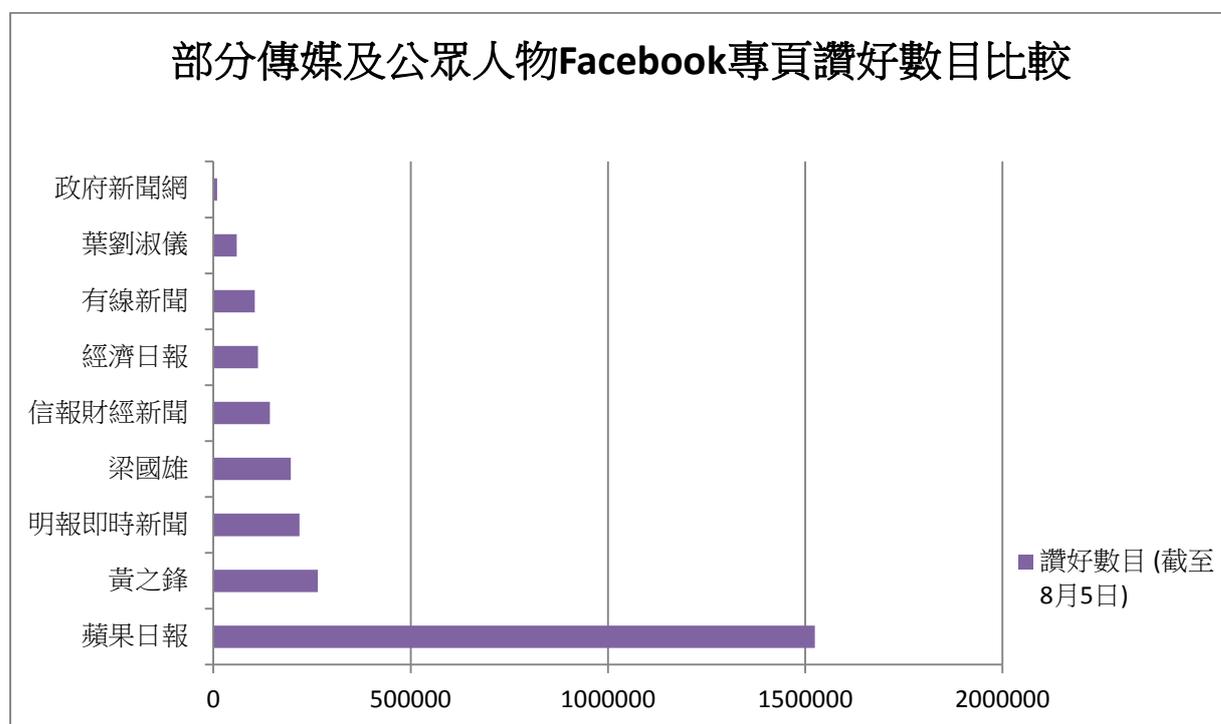
內地互聯網界龍頭之一的騰訊，主席馬化騰有另一種見解。他在《互聯網+》一書中提到，互聯網的出現，不是帶來一個減號，令傳統行業消失；相反互聯網是一個加號，將一種新力量加入已有的傳統行業中。他認為：「各行各業都有很深的產業基礎和專業性，互聯網在很多方面不能替代。」筆者覺得不妨反過來理解馬化騰這句話：一個行業如果產業基礎不穩固，又不夠專業的話，就會比較容易被互聯網取代。由此看出，傳媒業感到互聯網的威脅，反映傳媒的專業性似乎未能獲得廣泛認同。

過往要經營傳媒的門檻高，令傳媒自身的不足很容易被「掩蓋」。例如要經營報紙，需要大量人力機器的投資。要經營滲透力更廣泛的廣播傳媒，包括電視、電台，除了資金外，更加受限於頻譜及牌照數量，「行外人」要加入市場難上加難。受眾在缺乏可替代的資訊來源下，即使覺得傳媒提供的資料並不完全符合他的要求，也只能「被迫」接受。例如一份報章，讀者覺得需要閱讀的可能只是一小部分，但他亦只能全份購買。另一方面，政府、社會團體以至商界如想向公眾有效散播訊息，亦往往需要透過這些「供應」有限的大眾傳媒機構對外發放。

不過，互聯網的出現令傳統大眾媒體的中介人角色重要性大減。需要發放資訊的人或機構(sender)很容易就能自行設立互聯網的溝通平台，直接對公眾發放訊息，例如在社交平台 Facebook 建立專頁，就是越來越普遍的做法。同一時間，受眾(receiver)亦在互聯網上有大量資訊來源，不需要再依靠傳統大眾媒體，例如透過 facebook，他

們可以跟據自己的喜好來選擇自己想關注的專頁(page)讚好或追蹤，就可以持續接收該來源發放的訊息。

筆者隨意選擇了多個持續發放資訊的 facebook 專頁，包括了一些傳統的主流媒體及公眾人物，統計了他們專頁的讚好數量，或許可以讓大更明白所謂傳統媒體中介人角色大減的意義。(請參附圖)



從圖表可見，不少廣受關注的政治人物專頁，追蹤他們的用戶數已經數以十萬計，比一些傳統媒體的專頁還要多。換言之，這些人物有訊息想發放，過往他們可能需要召開記者會或進行其他媒體活動，吸引傳統媒體追訪及報道，但今天他們透過自己 facebook 專頁，已經可以將訊息傳送給數以十萬計群眾。同樣，他們的支持者亦寧可透過他的專頁，「原汁原味」閱讀到有關訊息，而不用透過其他傳統媒體「間接」地了解他們的動向。

傳媒中介人角色弱化

就以學民思潮召集人黃之鋒為例，他與另一名學民成員錢詩文於今年 6 月 29 日凌晨在大角咀街頭遇襲受傷，他很快就可以透過自己的 facebook 專頁，向超過 20 萬用戶發放受傷的相片及交待事件經過，很多傳統主流傳媒亦是透過他的 facebook 獲知事件，才作出報道。試想想未有互聯網之前，黃之鋒遇到相同事件，他可能要動用很大的人力物力，才能通知傳媒並講解事件，而且他無從掌握傳媒如何報道，甚至報不報道他的遇襲經過。

除了政治人物之外，不少商業機構亦有設立 facebook 專頁，而且讚好的用戶數以萬計，這意味企業要發佈廣告及公告，也未必需要依賴傳統傳媒。

不過，從受眾的角度看，按道理他們不會單單依靠這些政治人物及企業作為資訊來源，因為這些渠道的資訊的全面性及可靠性成疑。政治人物很可能只會發放與他們政治理念相符的資訊，而商業機構亦只會發放一些他們單方面想客戶知道的消息，

鮮有企業會在自己的平台主動披露自己的問題。這也是大眾過往信賴傳統媒體的原因：期望傳媒發揮資訊收門人(gatekeeper)及監察者(watchdog)的作用，為大眾核實資訊，並報道與大眾相關的真實訊息。

可惜的是，香港傳媒業的公信力過去十多年不斷下跌，受眾似乎看不出傳統媒體的資訊較其他渠道的獨特性。如果傳統傳媒業不能發揮他們獨有的專業角色，如全面、獨立、多元化的報道及相對獨立的資訊，傳統傳媒自然很容易被其他渠道淘汰。近日陸續都有一些標榜「獨立」、「專業」的傳媒平台出現，一些前新聞工作者亦透過眾籌的方式籌辦「專業」新聞平台，可見不少傳媒從業員正希望透過專業贏回受眾的信任。

不過，受眾的口味變化也是值得大家留意的。受眾獲取資訊有更著重於「娛樂歡笑」，多於「認清事實」的趨勢。最明顯的例子是《蘋果日報》，她的專頁讚好數目超過一百萬，大幅度拋離很多傳媒機構，但同時根據香港中文大學新聞與傳媒學院的公信力調查，《蘋果日報》的公信力在過往十多年顯著下跌，由 1997 年調查的 6.24 分（第九位），跌至 2013 年的 4.98 分（第十七位）。可見讀者一方面對該報消息存疑，但同時又經常閱讀，甚至成為不少人惟一閱讀的媒體。大家收看資訊似乎越來越不計較真偽，但求有趣「過癮」。傳媒提供娛樂無可厚非，亦是她的功能之一，但如果過份強調傳媒的娛樂功能而忽略收門人及監察者的角色，將會是社會一大損失。



這種發展趨勢，或許是傳媒業的更大挑戰，也值得每一個關心社會的人士反思。

蘇銘恒

恒生管理學院新聞及傳播學系高級講師

8.2015