

新聞娛樂化 扒糞者 科技革新 名人 數字製造新聞
 第四權 15分鐘名人 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣
 媒介即訊息 新聞ATM 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣
 新聞娛樂化 扒糞者 科技革新 名人 數字製造新聞
 第四權 15分鐘名人 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣
 媒介即訊息 新聞ATM 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣
 新聞娛樂化 扒糞者 科技革新 名人 數字製造新聞
 第四權 15分鐘名人 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣
 媒介即訊息 新聞ATM 新聞自由 打不過就買下 民意測驗 隱私權 皇帝的新衣

瑞夫 (Richard Reeves) 著

聞到底該怎樣

商務印書館

WHAT THE PEOPLE KNOW: Freedom and the Press by Richard Reeves
copyright ©1998 by the President and fellows of Harvard College
Published by arrangement with Harvard University Press through Bardon-
Chinese Media Agency
Complex Chinese translation copyright © 2006 by The Commercial Press
(Hong Kong) Ltd.
ALL RIGHTS RESERVED

新聞到底該怎樣？

作 者：理查德·瑞夫 (Richard Reeves)
翻 譯：余 波 王瑛芳
責任編輯：畢 琦
封面設計：唐壽南
出 版：商務印書館(香港)有限公司
香港筲箕灣耀興道3號東匯廣場8樓
<http://www.commercialpress.com.hk>
發 行：香港聯合書刊物流有限公司
香港新界大埔汀麗路36號中華商務印刷大廈3字樓
印 刷：美雅印刷製本有限公司
九龍官塘榮業街6號海濱工業大廈4樓A
版 次：2006年9月第1版第1次印刷
© 2006 商務印書館(香港)有限公司
ISBN 13 - 978 962 07 1795 6
ISBN 10 - 962 07 1795 3
Printed in Hong Kong
版權所有 不得翻印

新聞到底該怎樣？

What the People Know:

Freedom and the Press

通識就是融會貫通。方法呢？

學習，從來都追求通，所謂君子不器，所謂左右逢源，是通的結果。

要講通識，先要有相當的知識；觸類旁通，卻又不是有了相當知識後必然達到的。

追求識，進一步追求通，要講方法，要重視水平。

在普及教育的社會裏培養通才，要借助閱讀。閱讀沒有課時限制，出了課室，脫離學校，仍然可以終身閱讀；閱讀不會師資不足，中外古今，盡有能識能通之士做老師。因此我們提倡“通識閱讀”。通識應該始於學校，而不止於學校，最終並要超越學校，延續為終身學習的運動。透過以通識為目標的閱讀，培養適應能力、獨立思考能力，實現終身學習的目標。

通識，不等於全識。人的生命有限，資訊還在拼命爆炸。《通識閱讀》叢書，就是要為讀者精挑細選，提供切合需求的優質讀物。通識關心的知識，應該關乎現代人追求的價值觀，並與現代人的未來生活有關。所以我們着眼於三種方向：

值得現代人繼續咀嚼的傳統智慧

現代社會公民應有的觀念

現代人應有的科學眼光

這三種方向也可配合世界性教育改革的需要。在香港可對應中學通識科三個學習範疇（自我與個人成長、社會與文化，以及科學、科技與環境），也正好實現了我們“通識可始於學校，而不止於學校”的理念。

世界不斷變化，知識不斷增加，為了達成終身學習的目標，我們將不斷尋找全世界與這方向相合、篇幅適中的好書，邀請各界名家、學者協助選書、撰稿、審稿，以使《通識閱讀》叢書切合現代人的需求，合於精品的要求，以協助讀者邁往通才之路。

導 言

1960 年代末，當琳賽（John Lindsay）還是紐約市長的時候，我是《紐約時報》的市政新聞主任。一天，我們如常在新聞發佈會上與市長大人抬槓，對於他維護市政政策所說的每一句話、每一個數字，我們都不輕易放過。“你認為他當時怎麼想？”我問另一個《紐約時報》的同事，讀者叫他卡爾，朋友則叫他米奇。米奇說：“他老想着，要是你們這些傢伙真的那麼聰明，怎麼不去當股票經紀？”

是米奇把我弄到紐約來的。他住在新澤西州，讀過我在《內瓦克新聞晚報》上的幾篇報導。那時候他在《紐約先鋒論壇報》工作，而該報的伍爾夫（Tom Wolfe）、布瑞斯林（Jimmy Breslin）等評論人可是我們年輕記者的偶像。一個晚會上，米奇問我：“你願意來《先鋒報》工作嗎？”我回答：“願意，就算要我每天早上游泳越過哈德遜河去上班，就算不給錢，我也願意。”

當然我還是有些忐忑的，這很正常。兩年前，我還只是英格索爾·蘭德公司（Ingersoll-Rand）的工程師，我和一位朋友在新澤西的菲利浦斯伯格創辦了《菲利浦斯伯格自由言論報》，後來我去了《內瓦克新聞晚報》——當時新澤西州最大的報紙。因為我發現自己厭惡當老闆，我只想當記者。

我無意中發現了一件至關重要的事：你說你是記者，你就成了記者。不需資格，不需執照，也幾乎不需任何培訓。“我成

了新聞記者……我找不到比這更誠實的職業”——這是馬克吐溫的一句名言。1963 年底，我找到的一份工作就是整晚收聽北澤西（North Jersey）幾十個地方台的警方新聞。一週六十美元，如果自己開車，另外補助三十美元。獲採用的照片，每張十美元；如果能上頭版，則十五美元。

《內瓦克新聞晚報》喜歡刊用動物的照片。報上有尋找失蹤動物的啟事，小狗、小山羊和小兔子、寵物浣熊等照片，一般都值十五美元。一天晚上，我聽到一則薩喀薩那小鎮的報導：一個老婦的貓爬上了樹。隨後我一直在和警員薩奇通話，直到電話突然掛斷（也許是因為他們所說的“靜電干擾”吧）。

“嘿，我是《內瓦克新聞晚報》的記者瑞伍，關於那隻貓，你們準備做甚麼？”

“甚麼也不做。”他說。

“甚麼？”我驚呼。

“小子，”他問，“你走路時向上看嗎？”

“是的。”

“那你見過樹上倒掛着貓的骸骨嗎？”

拿去吧，互聯網！朋友，那些日子都過去了。我們曾經以為那樣的日子永遠不會結束。但它們真的結束了。借用凱斯（Jon Katz）的話來說，再談論過去就是“老古董”。他本來是新聞記者，一躍成為“新媒體”的一員後，曾寫道：“那些無法接

受變化或面對將來的人，就選擇美化過去。”

依我看，所謂的將來，始於電視的普及和郊區的發展，以及日益增多的公路和購物中心，隨之而來也就誕生了美國人的新生活方式。這些變化扼殺了許多新聞報紙，尤其是晚報的生存空間。但好在，這過去三十多年裏，電視新聞的日子比較好過，至少對於做新聞的人來說是這樣。因為那些做電視新聞的人大都做過報紙，所謂電視新聞往往只是些有圖像有聲音的報紙罷了。而我們這些負責報導市政新聞的記者不僅漲了薪水，連穿着也變講究了，畢竟我們不時會上電視露露臉嘛。

但這些都已經結束了，對於在我們之後的新一代電視製作人和觀眾而言，圖像遠比文字重要。與我們的前輩相比，這些新人的作品實在很拙劣。他們的作品看上去是新聞，但很快你就會發現那只不過是混雜了名人八卦、血腥、戰爭、體育以及色情等多種娛樂元素的“雜聞”；他們更多的是去抨擊政府，以便讓讀者自我感覺良好。順便說一句，美國的新聞媒體對政府比對商業機構要苛刻一些，其原因是眾所周知的，但在這裏我還是不得不再提一下：其一，報紙和電視台的所有權在公司，而不在政府；其二，公司可能會與報紙和電視台對簿公堂，但政府不會；最後一點，記者通常對政府的了解要比對商業機構的了解多得多。

我們賺得比以前要多，而且有些人還出了名。但二十世紀

末所發生的變化，對於志在傳承傳統新聞精神的人來說，卻不是一件好事。我們的商業模式和職業技能都處於變革和重新定義的關鍵時期。就在二十多年前，大多數的美國人認為“新聞”就是指網絡電視新聞（network television news）和地方報紙。現在則有了新名詞“媒體”和“傳媒”。這兩個詞雜陳於混亂不堪的“新聞”領域。

字典，一貫很能說明問題。韋氏字典裏關於“新聞業”的定義是指一種以報導、撰寫和編輯新聞為主的職業。（1996年完整版的韋氏字典中有一些內容，讀起來像是對新聞從業者的人身攻擊。例如，它的“新聞業”例句是“他說他是一個歷史學家，但他的書不過是新聞報導。”）

韋氏字典對“傳媒”的定義是“資訊傳遞的行為或過程；有資訊傳遞的事實。”

我更喜歡李爾伯林（A.J.Liebling）的定義。這個著名的《紐約客》評論員對“傳媒”的定義是：

“傳媒”，簡單說來就是資訊的發送和接受；它並不等於真相或事實，它是中立的，既可以是小販的工具、政客的武器，也可以為宗教所用。”

“你是做甚麼的？”

“我是做傳媒的。”

“你是傳甚麼的？猩紅熱？拘捕令？”

在這樣一個價值增值的社會，記者仍在不合適宜地推銷個人的“價值”。他們的生活要是如社會學家甘茲 (Herbert Gans) 所描述的那樣簡單就好了：“在編輯部裏，最重要的是做好兩件事：一是編輯新聞，二是比他們的主要競爭者更快更好地編輯新聞。這裏所謂的競爭者既包括其同事，也包括其在新聞媒體的同行。其實個人的政治見解已不重要了。”

這些聽起來很像是在描述某部分人的而非整個行業的特點，的確如此。當我用“新聞”和“記者”這兩個詞的時候，我是在描述自己的部落：那部分追求真理或至少是追求真相的記者，聚枝集葉以燃起一線火光。

誰需要這個？幾年前，來自阿拉巴馬州《安尼頓星報》的編輯穆瑞 (J. Randolph Murray) 在一次記者會議上問了這樣一個問題，來提醒彼此至少他們還活着，如果說沒有太多成長：

出版商利用手中的工具製造產品（譯註：如報紙、雜誌等）來傳播資訊，他們賦予編輯合理加工資訊的權利。而當人們坐在電腦前就能自己獲取這些資訊時，他們會給編輯這樣的權利嗎？有甚麼證據表明公眾將給予或接受編輯現有的權利？他們為甚麼要如此？僅僅因為過去我們一直這樣做，所以我們還將繼續這樣做，這是否只是編輯人的自負？

對這個問題，哥倫比亞大學的經濟學教授諾姆 (Eli Noam)

提供了一個睿智的答案。他在書中談到未來出版業和男女對書的浪漫依戀時打了一個比方，這個比方似乎也適用於傳統新聞業：比如“麵包”，過去雖然對人們的生活意義重大，但隨着麵包的消費量下降，其作為主要食物的重要性已經不能與過去相提並論了。

是啊，我們這些新聞記者的確有些頑固，就像我們在市政廳向市長發難的時候。

我們之間的文化差異在過聖誕節時已經體現出來了。

這個有着貴族氣質和耶魯背景的市長，按傳統給了每位記者一瓶酒。但不是平常的蘇格蘭威士忌，而是紅酒——對許多新聞招待會的常客而言，紅酒是在教堂才喝的。如今的各家報紙都有品酒家，記者的定位已經模糊了。

目 錄

通識就是融會貫通。方法呢？	i
導言	iii
第一章 喊出皇帝沒穿衣服的人	1
第二章 科技帶來的改變	23
第三章 打不過他們，就買下他們	42
第四章 記者是個古老的部落	64
第五章 他們要甚麼，我們就給甚麼	86
第六章 新聞娛樂化	100
第七章 新聞到底該怎樣？	111

喊出皇帝 沒穿衣服的人

做那個喊出皇帝沒穿衣服的人
真是有趣。那也是真正有力量的一聲
叫喊，麥卡利勳爵（Lord Macaulay）
1828 年在倫敦提到的“第四等級”的角色：
“那些記者席上坐着王國的第四等級。”

赤裸的皇帝不過是我們確信公眾有權
知道的又一個事實。

我們視自己為傳奇，是每日真相的追尋者，
我們監視着皇帝和所有其他披着
權利外衣的人……

新聞業太重要了，不能只留給記者去處理。我們走得太遠，科技又來得太迅猛，所以我們陷入了麻煩，而這大多是我們自找的。“我們”——新聞從業員，是一幫可愛的傢伙，曾經為報紙雜誌和廣播電視工作，而現在又為“新媒體”忙活，但我們討厭後面這個詞。我們身處這個時代主要矛盾的中心，“媒體”正隨着科技的飛速發展而成長壯大，新聞對於生活、自由和追求幸福也變得更重要。但同時，新聞業正淪為某種越來越龐大的事業的越來越小的部分，這個龐大的事業就是向付費用戶提供各種資訊和娛樂。

• 2

雖然記者、編輯和特派記者個人有更多機會和影響力，但對於鼓吹傳播資訊科技的人來說，一張可隨意編輯的數碼照片抵得上一千個新聞業的男男女女。

而且從商業的角度來看，一千個記者可能是令人頭疼的資產。對於我們的贊助人——一個個利潤中心的老闆以及混雜事實、據實虛構和半“非虛構”的散佈者來說，我們可能處在“青春期”、“過期”和“無關”構成的三角天地，而且它的空間越來越小。我們這些新聞工作者也許越來越像打鐵匠：將熱乎乎的東西打造成有用但過時的式樣。或者我們的命運頗似那些被自動櫃員機（ATM）擠到一邊的銀行出納，取代我們的是供人投幣存取新聞的“新聞ATM”。

對那些把自己的工作看作聖職的新聞工作者來說，這無疑是個悲慘的結局。別人在我們身上看到的憤世嫉俗，在我們自己看來是純真（或青春）和理想主義的延續。做那個喊出皇帝沒穿衣服的人真是有趣，那是真正有力量的一聲叫喊。1828年，麥卡利勳爵（Lord Macaulay）在倫敦提到“第四等級”的角色：“那些記者席上坐着王國的第四等級。”（譯註：the fourth estate，封建時代貴族、僧侶、平民階級以外的第四等級；也常被譯為“第四權”，指獨立於行政、立法、司法之外，在民主社會監督國家機器的力量。）麥卡利勳爵把那些手拿鵝毛筆的毛頭小子，與國王、牧師和議員相提並論，新聞工作者的價值被提到了前所未有的歷史高度；在此三十多年前的法國大革命期間，第四等級只是站在王宮外大街小巷嘶聲叫喊的暴民。

從政治的角度看，我們的確成了制度化的暴民。追求轟動效應就始於那傢伙的一聲叫喊：“快看！看那個皇帝！”我們相信，公眾領袖的赤裸，不過又是一件公眾有權知道的事實罷了。我們視自己為傳奇，是每日真相的追尋者。我們監視皇帝和所有其他披着權力外衣的人，卻把自己排除在苛責和監督之外。我們行使權力是以公眾之名和公眾的利益為前提，是為了公共事務而奔波的，至少我們願意這麼想。在我的家人斷斷續續住了二十多年的長島小鎮，有一份《快報》週刊，我十分喜歡它的自我陳述：在過去的139年裏，每週報導薩格港內的出生、死亡、政治和醜聞。

但新聞形式和新聞標題可能無法與數碼資訊抗衡。美國一位重要的報業人士《亞特蘭大憲法報》的編輯馬丁（Ron Martin）說，那些靠記者出去採寫新聞的日子一去不返了。也許他是對

的。我們現在賣的是甚麼？附加值又是甚麼？援引《紐約時報》總編輯凱勒（William Keller）的話，官方回答是：“我們對資訊提供價值判斷。”很好，但這也許是我們在這兒自說自話。新聞業也許只是如我這樣的浪漫主義者所擁戴的一項使命、一個召喚、一種生活方式；也許只是另一個瀕臨滅絕的職業：這個部落創造了自己的傳統和價值觀，並在這個過程中度過了一段很棒的日子，他們彼此分享經驗，那也許只是口口相傳的一些習慣和訣竅。

我們這些對自己的工作有信仰的人，面對讓人感到痛苦的問題。我們所學的所做的，將在世紀末這場追求轟動和利潤的科技大洗牌中消失殆盡——這似乎真有可能。

• 4

新聞學變成傳媒學

正如十九世紀末機動車和大規模生產終結了打鐵業，我們這個時代的新科技大爆炸也將被證明是全人類的福音。但這最初的科技開發創造了一些新詞和新義，它們往往隱身於一些沒有個性的數字和定義裏。首先就是被美化、表現形式多樣的“傳媒”，然後有“產品”、“資料”、“內容”、“平台”、“定位”、“品牌”、“伺服器”、“市場研究”、“利潤中心”等。

我們更喜歡舊一點的詞和傳奇。儘管年月已久，但《紐約先驅論壇報》的經濟新聞編輯沃克

(Stanley Walker) 在 1932 年關於新聞記者的一番描述，我讀來還是十分喜歡：

怎樣成為一個好的新聞記者？答案很簡單。他要無所不知，洞悉一切。他不僅要了解當下世界上所發生的一切，還要集前人的經驗智慧於一身……。他不僅要相貌英俊，還要能夠在適當的時候展示他的力量和體魄。他可以通宵熬夜，不眠不休。他穿着體面，談吐不俗。男人欽佩他，女人愛慕他，企業界大亨和政府要員都願意把秘密告訴他而不是別人……。他內心雖厭惡一切謊言、卑鄙和虛情假意，但能不動聲色；他忠於自己的報紙，把新聞看成他的職業；不管它到底是一種職業，亦或僅僅只是一門手藝，他都憎惡一切詆毀它的言行。當他去世的時候，許多人會唏噓不已，其中有些人會記得他一段日子。

這就如同軍隊給自己下了個定義，但科技主管和遠端操控的將軍對此又有不同的見解。1980~90 年代，社會的風向已經變了，經濟在美國社會生活中的影響力已超過了政治，新聞領域遭到侵佔；也許有人會說這是理所當然、合乎情理的。與此同時，新聞學教授和其他學者以我們的名義拿走我們的遺產，把“新聞學”變成“傳媒學”——這是一個可以隨意定義以服務於他們任何目的的“原生詞”。新聞編輯室是我們的堡壘，在這裏我們低估了各種攻擊而高估了自己。在華盛頓的聽證室和餐廳裏，我們的自我優越感達到了極點，“古老部落”的原始魅力開始蛻變為一種佈道式的絮叨。我們走過了頭，對自己的使命和能力做出了