

傳媒的價值與運作

張圭陽 著



Liberal

傳媒風

傳媒的價值與運作

張圭陽 著

香港教育圖書公司

本書承蒙以下機構提供圖片，謹此致謝。

文匯報

中國新聞圖片網

台灣積體電路製造股份有限公司（張忠謀博士相片）

Liberal 系列

傳媒風 —— 傳媒的價值與運作

作 者：張圭陽

系列策劃：李家駒、黃燕如

責任編輯：李世光、羅海玲

製作統籌：林雅儀

裝幀設計：梁子健、容乃豪

製 作：梁耀輝

出 版 者：香港教育圖書公司

〔商務印書館（香港）有限公司全資附屬機構〕

香港筲箕灣耀興道3號東匯廣場8樓

電話：2565 1371

網址：<http://www.hkep.com>

印 刷 者：美雅印刷製本有限公司

九龍觀塘榮業街6號海濱工業大廈4樓B1

發 行 者：香港聯合書刊物流有限公司

新界大埔汀麗路36號中華商務印刷大廈3字樓

電話：2150 2100

2006年初版

© 2006 香港教育圖書公司

ISBN-13: 978-988-200-113-8

ISBN-10: 988-200-113-0

版權所有，如未經本公司書面批准，不得以任何方式，在世界任何地區，以中文或任何文字翻印、仿製或轉載本書圖版和文字之一部分或全部。

自序

本書取名《傳媒風》，《傳媒風》的「風」，取自《詩經》「風、雅、頌」的「風」，有習俗、事件之意。《詩經》中採四方之「風」的人，也具備現代記者的功能，記者採四方之風，供受眾、決策者參考；故此要重視事實，全面報道，不可偏好；「風」亦有進諫之意，傳媒人亦應就時局負起公正評論之責，不得「塞進私貨」，把傳媒公器化作個人私器。



《傳媒風》以具體的實例，就下列範疇展開了多角度、多層次的討論：

- 傳媒與社會的關係
- 傳媒傳遞甚麼價值觀
- 傳媒運作受甚麼影響
- 怎樣提升傳媒質素

《傳媒風》的「風」，也可以通俗的理解為一種風氣。在廿一世紀，沒有人會否定傳媒的影響力，書海中討論傳媒的書，無論在內地及海外皆蔚然成風，香港近年經過多位傳媒人的努力，也為「傳媒風」增添一點薪火。然而傳媒時有歪風、邪風、淫風……希望本書的擁有者，不會為傳媒種種形形色色的風吹得暈頭轉向，而是進一步懂得如何駕御、改變傳媒之風，為己所用，這是筆者的一點心願。



張圭陽

2006年7月7日

香港

序₁

這是一本非常精彩的好書，我鄭重地向教師和學生介紹，也向廣大的讀者推薦。

張圭陽以他資深傳媒人的敏銳的觀察力，以及歷史學者認真的推敲和研究的態度，以刺透性的筆觸，在短短的幾十篇文章裏面，深刻地闡釋和討論了有關新聞媒體一些最核心、最敏感及最常見的話題和概念。

通過一篇篇長度合適的文章，讀者可以根據作者提供的豐富素材和理性分析，構建自己對於新聞媒體的知識。在傳媒舉足輕重的當代社會，這應該是認識社會的一個重要途徑。

‘Communication’是知識社會一個關鍵的元素。假如把它翻譯為「傳意」，那麼張圭陽不愧是傳意的高手，他把許多原本相當複雜的概念，深入淺出地介紹給讀者。現代學習理論有所謂‘scaffolding’，形容教育的使命，就是為下一代搭建棚架，好讓他們踏着前人的肩膀，更上一層樓。張圭陽就是承擔着這樣的使命。

這本書，不只是一本通識讀物，它也是一本難得的新聞學入門專書。



香港大學校長資深顧問

程介明

2006年7月

序₂

Foreword

In the decade or so before and after the return of Hong Kong's sovereignty to China, the news media have gone through a lot more than a sea change. They have been upended on their collective head, to the point that every poll on the subject has resulted in growing disappointment with local journalism and so-called journalists.

The author of this book, Dr. Cheung Kwai-yeung, has cited only a handful of examples of how the media, both print and electronic, have for all practical purposes sold their very soul to the marketplace. How very apt — though sad — this is happening in a place that was founded originally as nothing more than an entrepot in the 19th century.

It's a no-brainer to realize Hong Kong's news media are hitting the skids. All one has to do is to read a vernacular newspaper or watch a newscast.

In the newspaper — any newspaper with the exception of no more than two out of the score of dailies published in Hong Kong — one finds nothing but sensationalism, titillation, prurient exploitation, political propaganda disguised as coverage.

On television, young women, and a few young men, barely out of college — if they had gone to university at all — have been endowed with the grossly undeserved and grandiose title of principal news anchors when in fact they do nothing more than read whatever has been written by others and appears on the TelePrompter or AutoCue in front of them. Most, if not all, have never worked a day as either a reporter or an editor. They are not anchors. They are actors and actresses; and not very good ones at that.

One of the most blatant examples of this new fangled counter-news culture happened a few years back when a certain reporter with only minimal experience was dispatched to cover an important meeting. The reporter asked an inane question and was immediately lectured for the inanity. One would think that were this to have happened in a "normal" news environment, the reporter would have been upbraided by the editor or might even have been fired. Instead, the reporter became an instant celebrity and the notoriety resulted in guest lectureship at a local university, a regular talk show slot and a magazine column.

One might ask how did Hong Kong's news media get dumbed down in such a short time and who are principally responsible?

"Just look into a mirror" was the answer this reporter gave a few years ago at a University of Hong Kong forum on media responsibility.

For a society deserves the news media it gets. It's too easy but wrong to blame this mess on just the owners, editors and reporters. How about the advertisers who continue to support those sleazy publications? And how about those hundreds of thousands of readers and millions of watchers who continue to buy these rags and watch these news "shows"? Aren't we all responsible for the way the news media have turned out?

However, despite this dire condemnation of the current media situation in Hong Kong, this reporter remains a firm believer of that Chinese saying which says that when things have gone way over to one extreme, they're bound to swing back the other way sooner or later.

So, what to do while we wait for the pendulum to swing back toward more decent news products?

A close reading of Dr. Cheung's book would go a long way toward preparing both the casual and serious consumers of news in determining what makes for socially responsible news media.

This reporter has known and worked with the author for more than two decades. There's a saying in the craft of journalism that is more truth than truism: "Those who can, do; those who can't, teach."

Dr. Cheung is one the rare exceptions to this. For he can certainly both do and teach.

Enjoy his pearls of wisdom!



Raymond R. Wong (黃應士)

Distinguished Fellow

School of Communication

Hong Kong Baptist University

(香港浸會大學傳理學院卓越院士)

July 24, 2006

目錄

自序	ii
序 1	程介明 iv
序 2	黃應士 v
傳媒基本知識十問十答	2

第一章 香港傳媒面面觀



1. 香港傳媒的公信力	18
2. 新聞自由 vs 新聞專業操守	22
3. 從 WTO 看香港傳媒的差距	32
4. 合格的「非典」報道	36
5. 香港傳媒「成魔之道」	44
6. 裁決寬鬆與量刑不足的結果	48
7. 「大」「小」傳媒難處一室	52
問題透視	56
焦點追蹤	57

第二章 經營傳媒



1. 傳媒自由的根源	60
2. 公營廣播的八項原則	64
3. 小報之父的成功之道	68
4. 總編輯的難題	72
5. 傳媒的「甜點」在哪裏？	76
6. 從頭條新聞看傳媒的核心價值	80
7. 憐憫與記憶 —— 傳媒慣用的手法	84
問題透視	90
焦點追蹤	91

第三章 個人・大眾・文化

1. 香港中文報紙的有限度文化承擔 . . .	94
2. 不可忽視的影響力	100
3. 傳媒的監察者	104
4. 為誰廣播	108
問題透視	112
焦點追蹤	113



第四章 放眼世界

1. 全球傳媒信任度的調查	116
2. 熱情與冷漠——傳媒的取向及關注 . . .	120
3. 言論自由與社會責任的平衡	124
4. 地方傳媒的 3Ls 與全球視野	128
5. 當記者面對狡猾的律師和政客	132
問題透視	136
焦點追蹤	137



第五章 歷史的蹤跡

1. 說一個偉大的故事	140
2. 「無冕皇帝」的由來	144
3. 有聞必錄——新聞界的雙刃劍	148
4. 意見是自由的 事實是神聖的	152
5. 香港電台啟播日期之謎	156
問題透視	164
焦點追蹤	165



附錄

思考指南	166
資訊連結	172



Liberal 一字有開放、寬容、自由的意思。

我們對於知識和學習，應保持着 *Liberal* 的態度：對新知識的開放和接納、對別人的觀點寬容和尊重、保持思想的自由與自主。

我們相信，通識教育 (*Liberal Studies*) 的精粹就是 *Liberal*。



傳媒基本知識

十問十答

本篇的十問，是筆者多年來向社區推廣傳媒教育工作時，經常碰到的問題。如果能夠回答這十道問題，對傳媒的性質和運作，就會有一個基本的認識。在這個基礎上再進而閱讀其他有關傳媒的文章，必能事半功倍。



問題一 ● 甚麼是事件？甚麼是新聞？兩者有何分別？

每天我們都見證着一些事件的發生。某些事件若被傳媒廣泛報道，成為了新聞，則可能對社會產生巨大的影響力；同一件事件，如果傳媒沒有報道，它仍然只會是一件事件，只能成為我們與身旁朋友、家人之間的話題，對社會談不上甚麼影響。事件能否轉化為新聞，最大的關鍵是：有沒有一位專業的人士，在事件發生的現場搜集、整理資料，並交給傳媒發放。這位專業的人士，就是我們今天所說的記者。一件事件，經過了記者的採訪和整理，經過傳媒發放，事件就成了新聞，產生了影響力。

問題二 ● 人們口中的傳媒，到底有哪些種類？

「傳媒」(Media) 一詞，作為一個概念，泛指各種傳播工具，包括書刊、報紙、雜誌、電台、電視、電影、廣告等。「傳媒」或稱為「傳播媒體」、「媒體」，具體指的是一個載體，把傳播者要傳遞的信息，交到接受者手上；同樣，這個載體在許可的情況下，也可以把接受者的回饋，傳回傳播者手中。按照這個定義，電腦及互聯網自然可以稱為廣義的媒體，而私人信件亦具備傳遞信息的功能，也是一種媒體。不單如此，當個人憑藉聲音、表情或肢體的活動，向他人傳遞特定的信息時，個人也成了一種媒體。

傳媒(Media) 與大眾傳媒(Mass Media)，兩者的意義並不相同。當中最大的差異，在「大眾」(Mass) 一詞上。一個信息的載體，如果能接觸大量受眾，我們就說這個載體是「大眾傳媒」。按照這個定



義，報紙、雜誌、電台、電視、電影、廣告等都是「大眾傳媒」；至於私人的信件、日記，個人與個人之間的對話，自然不屬於「大眾傳媒」的範疇了。

根據傳媒發放信息的多寡、受眾接收信息及參與的程度，傳媒又可以區分為「熱傳媒」和「冷傳媒」。這兩個說法是加拿大社會傳播學教授Marshall McLuhan提出的。如果受眾接收一個信息後，要不斷地思考，以彌補信息的不足部分，那麼發送這個信息的載體，就是屬於「冷傳媒」；相反，如果載體已經發送了大量的信息，受眾在接收信息之餘，已經無暇作出思考，也不需要補充信息的內容，這個傳媒就是「熱傳媒」。按照這個定義，報刊屬於冷傳媒，電影、電視屬於熱傳媒。有了這個認知，當我們接收信息時，就知道自己是處於何

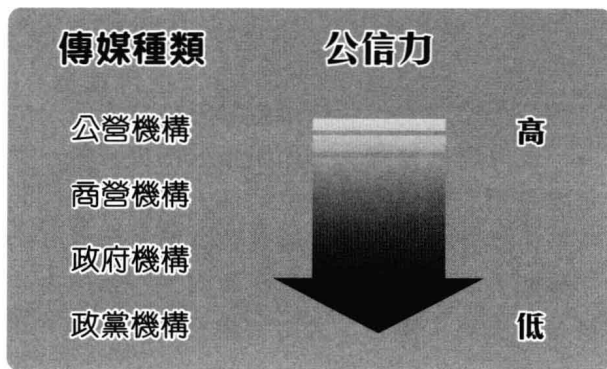
種學習的狀態。如果一個人經常處於一種被動的、無需作出思考活動的熱傳媒環境中，顯然對個人的思考和成長不利。

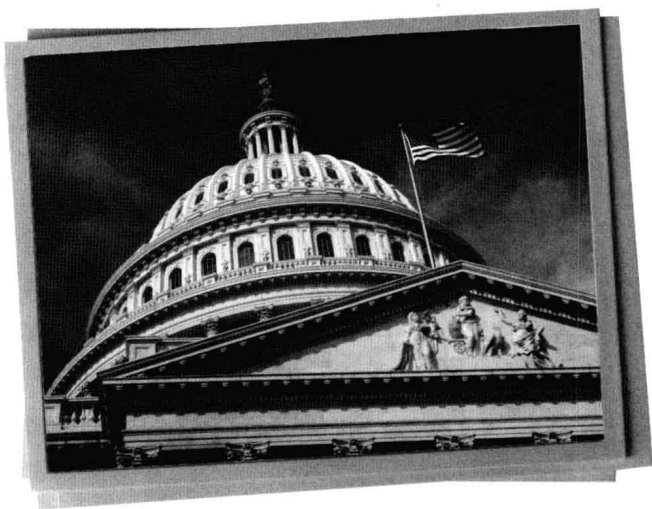
問題三 ● 哪些傳媒最具公信力？

我們每天都與傳媒打交道，接收傳媒的信息。若說傳媒是我們身邊的朋友，也非常貼切。傳媒報道甚麼、不報道甚麼、用甚麼立場說話，都會對我們的思想產生潛移默化的作用，所以我們更要謹慎選擇這一位「朋友」。選擇傳媒「朋友」，最重要的一個指標，就是傳媒的公信力。

甚麼是傳媒的公信力？那就是通過民意調查，反映受眾對某一傳媒的信任度的指標。受眾對某一傳媒的信任度越高，說明該傳媒越專業，能夠客觀、全面、有深度地報道有爭議性的事件。

傳媒公信力的高低，按照傳媒經營的性質，有以下的排列：





傳媒要贏得公信力，一般是依靠傳媒本身長期的經營，長期專業的表現。傳媒面對外界極大的政治或經濟壓力而不妥協，堅持報道事實，揭露真相；在一些存在極大爭議的事件上保持客觀中立，也往往能贏得受眾的支持，

傳媒因而久負盛名。美國《華盛頓郵報》在上一個世紀的70年代在極大的政治壓力下，仍堅持報道「水門案」的發展，最終把尼克遜總統也拉下馬，結果令《華盛頓郵報》在過去30年來都深受業界及讀者的稱許。

除了根據傳媒的公信力外，傳媒經營者的個人政治立場、活動的圈子，也是另一個有用的指標。一如證券分析員分析一間公司的業績前景，也會考慮公司主席、行政總裁的個人行為，如此人是否積極進取，待人處事是否嚴謹等。同樣，傳媒的經營者對傳媒的內容有絕對的左右能力，他個人的喜好，也必然在傳媒上反映出來。如果你不同意某傳媒經營者的政見、操守，大可把這個傳媒拒諸門外。

「水門案」事件詳情 <http://en.wikipedia.org/wiki/watergate>