



第八章
香港傳媒現象與政策

第八章

香港傳媒現象與政策

二零零三年三月

傳媒是光明的，也是暗淡的。傳媒是社會的明燈，也是淫賤的尺規。香港傳媒充斥着矛盾，批評與讚頌。應該瞭解的是，香港的傳媒現象是獨特環境的產物，只能通過誘導及適當的政策來催生改善它的動力。社會必須要正視，適應與傳媒互動地協調發展。

奇特環境下的香港傳媒現象

近年來，香港傳媒的發展逐步確立社會第四權的影響力。傳媒的議題很快凝聚為社會焦點，並且影響公共政策的訂定與推行。

在行政、立法、司法三權嚴重缺陷和威信不足的情況之下，第四權於全無制衡的狀態中崛起。在平常時候，它自封為社會道德守護人、調查員、控訴員和審判員為一身；一遇到對其本身道德和操守的指責時，則自辯是商營機制，要討好受眾，要滿足其即使是最低賤的慾求。

二十四小時不眠不休的循環現象，是香港社會的常設型態。凌晨二時，第一批報紙發售。在旺角、灣仔街頭，報章

的頭條已散發威力。上午六時，電台電視新聞紛紛開始引述報章頭條和社論。上午八時，電台烽煙節目正式登場，重點演繹報章頭條，質詢政府。午後，報章記者開始跟進電台烽煙節目的回響，發掘報章的其他題材，或出席記者招待會。傍晚，第二輪的電台烽煙節目再掀爭論，而報社編輯就開始訂定明日報章頭條。子夜，報紙出版了，另一輪循環又再接力。

如果一則新聞只經歷一、二次循環，未能成功地「炒大」，那則新聞便會自動消失。但一則新聞經歷三、四次循環，那就很可能「越鬧越大」，一發不可收拾了。

儘管公眾對傳媒有很多批評，但傳媒堅持言論自由原則，發揮了監察政府及挑戰權威的角色。「程介南事件」、「梁錦松買車」、「元旦『新年快樂』」的處理都是傳媒監察力的成績表。對此，社會對傳媒表現必須予以充份肯定。

但今天的傳媒同樣地存在不少值得非議的文化：

1. 「血」的文化：圖片要見「血」、報導要見「血」、評論要見「血」。
2. 政治八卦盛行：八卦不再是娛樂版的專利。政治八卦已成報章新聞的賣點。
3. 取態鮮明：報章標題含明顯態度，用語尖銳及有煽動性。一些頭條標題的例子：「誠信破產」、「香港萬稅」、「下台」、「一鋪玩完」。
4. 公器私用，不受制衡：傳媒老闆不時利用旗下傳媒攻擊其私敵，例如《星島》與《壹傳媒》的互打、《東方》的取態等。受傳媒打擊者許多時因為沒有陣地，

根本無法還擊。其他還擊的嘗試，往往會被醜化為扼殺言論自由，甚至會被告誹謗。

5. 不尊重私隱：狗仔隊盛行，打着「公眾知情權」高於一切的幌子，不時介入與公眾利益關係不大，只滿足群眾偷窺欲的事件，惹人反感。
6. 質素參差，學養不足：「抄料」、「駁料」甚為普遍，記者憑道聽途說作報道，許多時不作兩方面的求證，對採訪主題研究不足。
7. 造就了一些罵人的「名咀」：「名咀」主觀的，不容分辯及長時間的鞭撻容易製造對抗文化。

縱然公眾對傳媒有很多不滿，但傳媒依然有它的市場。這是因為社會怨氣沖天，市民沒有宣洩渠道。改制開放不足，政黨只扮演反對派角色，公眾參與政府決策的空間有限。在缺乏參與渠道和政府威望下降的情況下，傳媒成為市民申訴及發表意見的平台，甚至是凝聚公眾情緒的園地。

政府與傳媒的互動與公關策略

傳媒既可贊，又可惡；政府既要利用，又要防禦。雖然很多人不滿傳媒的表現，但今天傳媒的型態有其客觀的合理性，公眾與政府都不能拒而遠之，而是要與傳媒共存共榮。

可是，在處理傳媒的對應策略方面，特區政府的思想包袱太大，經常採取「逃跑」政策。結果使政府變得越來越被動，公眾形象大受損害。近年，政府面對傳媒的策略往往出現下列的失誤。

1. 經常以「消息人士」放料：由於害怕新政策曝光面對傳媒的壓力，政府經常以「消息人士」放料。這種安排的好處是可預先量度社會民情的反應，以便更好調節新政策出台的安排。不過，現時太多「消息人士」訊息流通，傳媒又會經常誇大或突出「消息人士」的資訊，孰真孰假難以分辨。結果，事先張揚的真真假假消息可能為新政策出台帶來更多麻煩。
2. 放料協調不足：由於官員相信傳媒不會胡亂報導「放料」資訊，習慣以「消息人士」放料。而放料太多，有時候又欠缺協調意識，對政府形象肯定構成一定影響。近期，梁錦松事件的行政會議開會情況，估計也是「放料」的結果，也可能是行政班子沒有緊密的團隊精神。無論如何，這種現象充份反映政府資訊發佈的協調不足。
3. 不當地突出矛盾，容易製造分化：為政策護航，政府宣傳有時突出了一些社會矛盾，再加上傳媒的處理，社會矛盾對立的氣氛頗為緊張。例如：新來港人士與香港居民的對立、公務員與非公務員的對立、綜援戶與非綜援戶的對立。
4. 宣傳過於平面化：政府向外發佈資訊的宣傳過於平面化，沒有「立體意識」。具體例子是「二十三條立法」的宣傳工作。政府宣傳的方式主要是發佈新聞稿、澄清回應及局長參加論壇和接受傳媒採訪等公開和例行活動。但是，反對「二十三條立法」的團體基本是以社會運動形式進行，舉行不同類型的活動反對立法。政府應以「立體方式」，舉行多種不同層次的公開和幕後

活動，甚至與政府外部群眾團體發起運動與遊說，來推動宣傳立法的訊息。

5. 官員不擅面對傳媒：官員為怕說錯話，一字不改的只按預訂提示作答，不管記者如何提問，都不斷重複同一答案，有時甚至答非所問，使市民覺得官員不熟業務、無能、或故意隱瞞事實。另一方面，在隨意回應的場合，官員經常說漏了咀，成為傳媒報導的焦點，扭曲了對政府決策的討論。近期的例子有：「折墮論」、「樹生論」。

當然，有些人相信「政府喉舌論」，總認為只要政府擁有宣傳喉舌，香港傳媒氣氛及社會形勢就會大大改觀，政府政策就會順利推行。其實，這些人低估了群眾的選擇，也小看了傳媒公信力的重要性。假如政府擁有多個「宣傳喉舌」，天天講政策，日日都唱好；但缺乏群眾支持的公信力，這些「宣傳喉舌」也只是花瓶，絕不能發揮積極作用。

為了改善政府與傳媒的互動關係，政府應減少上述的錯誤，推行積極的傳媒關係策略。

1. 建立發言人制度，統一協調發佈資訊：現時，政府發佈資訊的協調不足。除了加強政府團隊的協作外，還要統一發佈機制。政府有必要儘快建立發言人制度，以便積極回應傳媒，及發展與傳媒的互動關係。形式可參考中國外交部發言人或美國國務院發言人制度。
2. 宣傳「立體化」：政府發佈資訊及推廣宣傳時，應考

慮採取多渠道、多形式的策略，甚至是大規模的遊說運動。

3. 政策要有看得見的合理因素：縱然政府政策非常合理，但公眾看不到它的合理性，就不會支援政府。政府應明白公眾關心的「看得見」因素。例如：近期的肺炎事件，政府關注的是肺炎的醫療跟進及尋找根源，但公眾關心的是「口罩」、「子女上學」、「肺炎在社區已散播」等問題。如果政府未能針對公眾關心的主題，作出適當的回應，政府的工作只會事倍功半。

宏觀的傳媒政策

從宏觀的角度看，我們應研究積極的牽引政策，推動傳媒的營運與質素的提升。具體而言，可考慮多項政策，同時並舉。

1. 開放競爭：近年，香港傳媒營運效益是一個突出議題；市場太小，競爭者都傾向嘩眾取寵，引致惡性循環。為了提高效率，香港傳媒紛紛北望，謀求另外的發展空間。要打破惡性循環，惟有擴大市場，在更廣闊的天地誘發良性競爭。內地可考慮適當引入香港傳媒，透過經營和市場力量，牽引傳媒側重點的變化，和視野的擴闊。另外，內地傳媒可積極進入香港市場。從市場角度考慮，內地傳媒的吸引力不弱，可以通過競爭，促進香港傳媒市場的變化，以及供應者素質的提升。

2. 加強人員交流：現時，香港傳媒與內地政府及傳媒的交流不算活躍。兩地應積極推動人員合作、交流、互相學習，一方面可提升素質，另一方面可促進香港傳媒工作者對內地的認識。

總括而言，傳媒不是洪水猛獸，我們需要發揚它積極及監察社會的角色，局限其不良因素。特區政府要主動調整面對傳媒的策略。兩地傳媒要多交流，開放競爭，提升質素，擴闊視野。另一方面，第四權有待前三權提升其權威和公信，方能出現互相監督制衡的良性循環。特區政治改革，很快便會進入議事日程，我們應採積極促進的態度。