



# 傳媒

## 公信力重要嗎？

乍看文章標題似乎多此一問，常識告訴我們公信力於傳媒理所當然重要。但不妨想想最近一談到傳媒，大家都關心些甚麼？政府用權操控傳媒生死、紅色資本入侵、採編自主受威脅；與此同時，受西方影響我們學會一些新字：假新聞（fake news）、另類事實（alternative fact）、後真相（post-truth），是故特首選舉論壇也有即時fact check；媒體經營困難，接二連三結業，惹來傳統新聞業式微、社交網絡顛覆新聞業的結論，都嚷着如何發展新媒體新聞云云。然而，這些紛亂雜陳的現象，並非一句「影響言論自由」便可總結，理所當然重要的「公信力」又在甚麼位置？我們需要多一點深思、梳理其中關係，方能打破冷漠、無力，改變現狀。

### 傳媒的公信力重要嗎？重要。為甚麼？

首先我們要了解所謂「理所當然」，是否真是理所當然。直覺上傳媒公信力重要因為有公信力才能發揮影響力，但現實中公信力與影響力似乎非直接成正比。按二〇一六年的調查，若以電子傳媒為例，公信力評分依次最高為香港電台（6.76），Now TV（6.56），有線電視（6.51）；而八大電子傳媒中，得分最低是無綫電視（5.88）。<sup>1</sup>然而，電子傳媒的新聞網站流量，卻以無綫電視為最高，隨後才是香港電台和Now TV。<sup>2</sup>類似情況亦見於收費報紙。

「不揚則亡」（If it doesn't spread, it's dead），雖然MIT 媒體實驗室（MIT Media Lab）的Henry Jenkins 這說法是指着網絡時代的媒體，但傳統新聞在現今世代似乎也無法逃離此規。媒體的影響力基於傳播率是不爭事實，若無法散播出去讓讀者聽見，又如何發揮影響力？更現實的是，若沒有市場滲透，媒體連能否繼續生存也成疑，因此必然會關心網絡生態如何影響新聞及媒體的營運模式。然而，若過份專注所謂「後真相」、「另類事實」似乎無助改變如今窘局，因為大眾媒體作為政治操作的一環，從來都不缺假新聞及扭曲事實，只是社交網絡令它們傳播得更快更廣。

吳永峰

沙田堂

本會社會事務關注小組組員

於此，我們更應該注意當下的現實——傳統媒體的影響力被低估。無論任何年齡界別，電視仍是香港人最主要接收公共資訊的渠道，而網上媒體只排行第四。<sup>3</sup>更出乎意料的是，多了使用電視接收公共資訊的增長（14.3%），較多了使用網上媒體的增長比率（7.3%）多出近一倍。<sup>4</sup>解釋這些現象非本文所及，但可因而得知網絡生態對整個社會的新聞傳播（最少至今）或者較我們想像中少，相較之下更重要先應考慮的是營運模式。

香港的媒體營運就如其政制一樣奇怪，在高度資本主義社會中，市場並非唯一主要影響因素。說來看似複雜，但其實市民不難明白：我們知道哪些報章最暢銷，但其廣告收入及發行量卻遞減；一些收費報紙眾所周知甚少人購買，近年卻可在住宅大廈免費派發。當然中間仍涉及複雜的市場環境因素，但不難察覺有中國資本介入本地傳媒，嚴重影響傳媒業市場生態。

那麼，公信力仍重要嗎？重要。衣食足而知榮辱，如何令傳媒機構生存是基本，但更高的價值在於對第四權的追求。一如資本介入媒體為控制言論，傳媒本身就有帶動議題的能力，正面而言可提升公民意識，帶領社會進步。傳媒機構本身應不單為生存、謀利而存在，發揮獨立於司法、立法、行政的第四權相信是每位真誠的新聞工作者必共同擁有的初心。公信力或許無法直接換來傳播率，帶來銷量廣告營利，但生存之上本應就有更高追求。雖然影響力或有所限，市場扭曲且四面楚歌，但傳媒監察三權的角色無可取替，而公信力更是發揮此角色的重要基石。

公民社會有責任回應，應改變消費心態，提升判斷力，身體力行支持那些守護第四權的傳媒機構，一同維護傳媒的「公信力」。不避諱有「賣廣告」之嫌——獨立於商業公司以眾籌成真的「傳真社」，有志給予公民記者生存空間的「眾新聞」，還有默默耕耘連結信徒與社會的教內傳媒「時代論壇」等，皆嘗試另覓生存之途，以維護傳媒公信力，堅守第四權之崗位。但在香港做傳媒可謂荊棘滿途，舉步維艱，我們應該捨棄不勞而獲的心態，醒覺作為讀者有權利亦有責任選擇具公信力的媒體，付錢支持，才有機會改變現今慘況，建立一個更珍惜重視新聞工作的社會。

#### 註

1. 香港中文大學傳播與民意調查中心（2016）追蹤研究：市民對傳媒公信力的評分，[http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/b5/research/Credibility\\_Survey%20Results\\_2016\\_CHI.pdf](http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/b5/research/Credibility_Survey%20Results_2016_CHI.pdf)
2. 蘇鑰機、李月蓮（2016.11.03）：香港新聞網站流量排名知多少，《明報》，頁A26。
3. 政府統計處（2016）《主題性住戶統計調查第61號報告書》「新媒體的使用情況」，[http://www.censtatd.gov.hk/hkstat/sub/sp453\\_tc.jsp?productCode=C0000084](http://www.censtatd.gov.hk/hkstat/sub/sp453_tc.jsp?productCode=C0000084)
4. 同上。