

目錄

俞瑋序 / i

紀文鳳序 / ii

陳淑薇序 / iv

作者序 / vi

第一部 解困新聞學的本質

第一章 後真相年代新聞已死？

傳媒的存在危機 / 004

後真相年代——受眾罔顧事實的挑戰 / 008

免費新聞當道——內容快即是好的挑戰 / 010

新聞策展——放棄全面分析的挑戰 / 013

人人都是 KOL——無法達成共識的挑戰 / 016

第二章 超越傳統新聞

二十世紀初的首次新聞改革：偵查式新聞 / 023

光影世界冒起的 1950 年代：狗仔隊 / 026

嬉皮士文化過後引發新新聞運動的 1970 年代：沉浸式新聞 / 029

通訊科技範式轉移的 1990 年代：公民新聞學 / 032

社交網絡和 App 顛覆一切的千禧世代：戲仿式新聞 / 035

現代新聞學走上 WHY 路 新世代新聞要找答案 / 039

第三章 以解困新聞學為起點

解困新聞學十問 / 047

解困新聞學基本原則一：「先定義清楚一個問題」 / 054

解困新聞學基本原則二：「盡量列出全部可能性」 / 056

解困新聞學基本原則三：「比較不同答案的優劣」 / 059

第二部 解困新聞學的原理

第四章 解困新聞學發展現況

《紐約時報》Fixes 專欄——解困新聞學之誕生地 / 068

《選擇》月刊——香港解困式傳媒始祖 / 071

投資銀行報告——富人也需要解困 / 075

馬經——可能是最草根的解困傳媒 / 077

言論自由行——推動跨傳媒解困平台 / 079

大銀力量——發展自助解困社區 / 082

第五章 解困新聞學不是甚麼

英雄事跡非解困 / 086 好人好事非解困 / 087

企業義工非解困 / 088 籌募捐款非解困 / 090

倡導議題非解困 / 092 高舉理念非解困 / 093

窩心感動非解困 / 095

第三部 解困新聞學的應用

第六章 應用解困新聞學第一原則： 如何分析新聞及定義問題

誅心論與陰謀論對新聞的危害 / 105

先定義清楚一個問題就好：由「5W1H」到「1H5W」/ 110
以 HOW 為本的政治評論 / 118

第七章 應用解困新聞學第二原則： 盡量列出所有答案的方法

由貴至平排列 / 130 由好至壞排列 / 136
對錯二分法 / 144 思考地圖法 / 147
定義、擴散、再聚斂 / 152

第八章 應用解困新聞學第三原則： 比較及分析答案的方法

成本效益分析 / 156 底線分析 / 165
合法性分析 / 174 換位分析 / 183

第四部 解困新聞學的未來

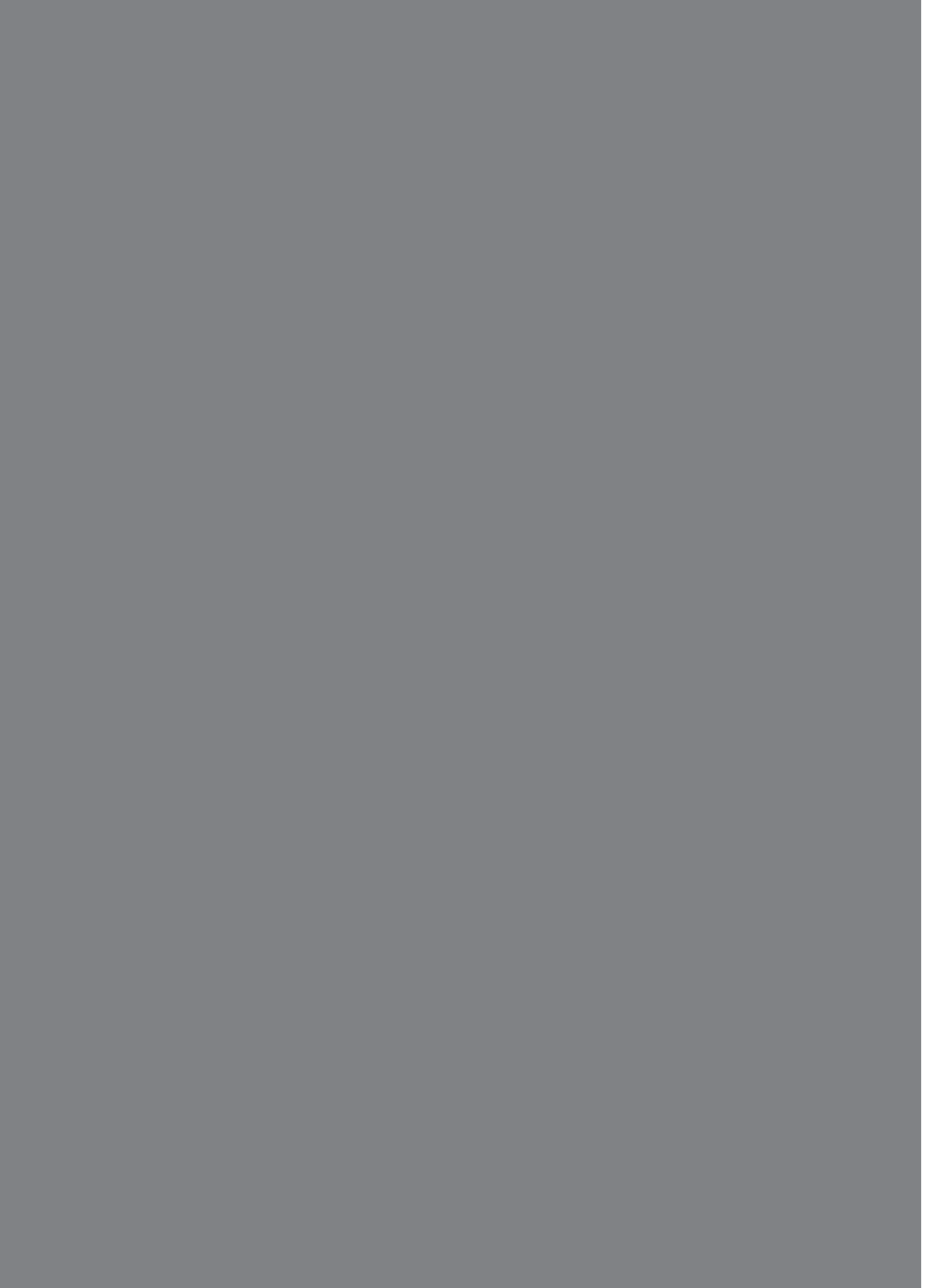
第九章 解困新聞學的下一步

解困新聞學的局限 / 198
解困新聞學的融合發展 / 201
解困新聞學的專業發展 / 205

第十章 超越解困新聞學

全面推廣「解困精神」/ 212
結語：解困新聞學的社會責任 / 219

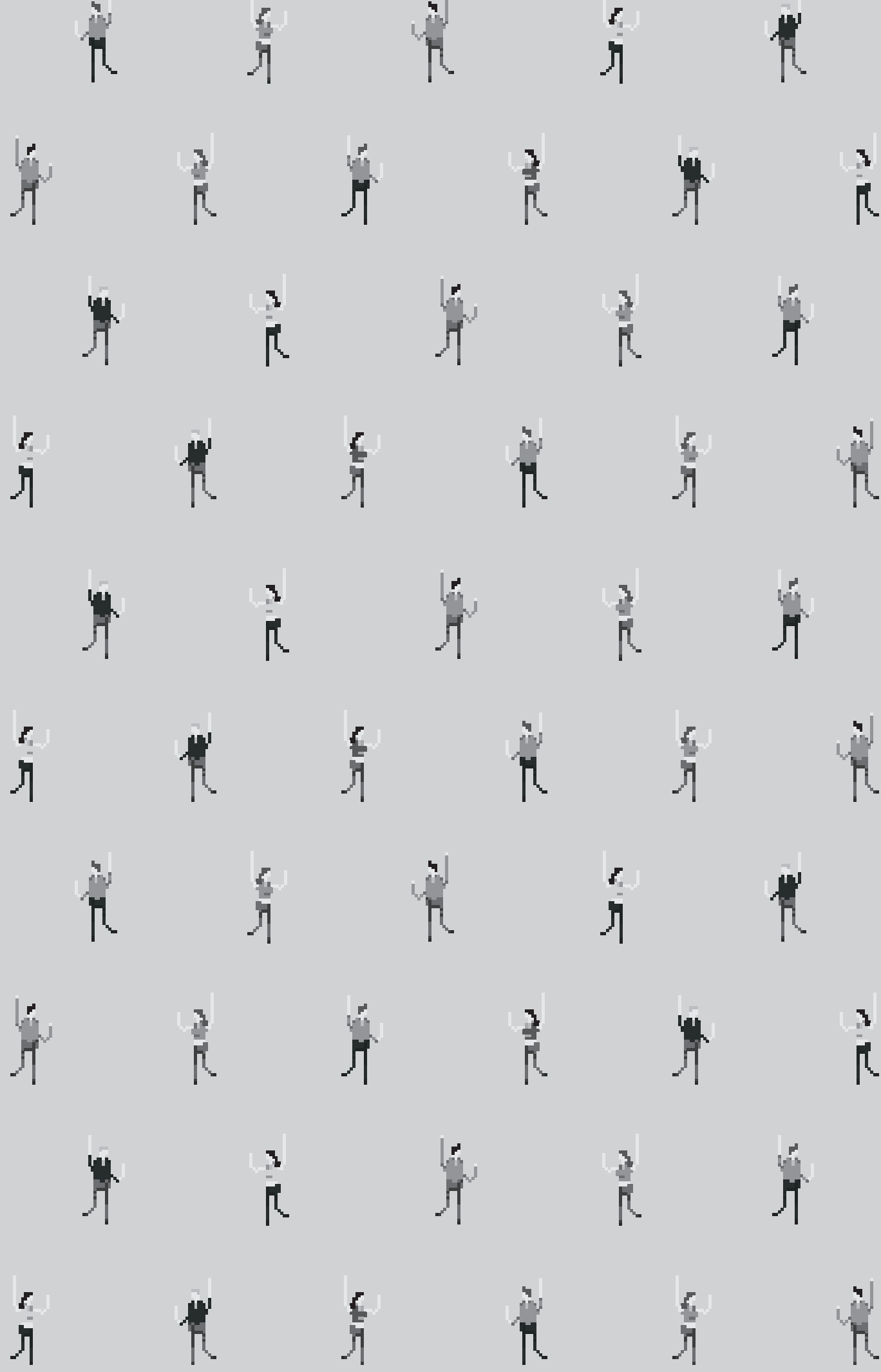
跋 / 230



第一部

解困新聞學 的本質





在今日的「後真相」世界，輿論不再建基於客觀事實，報導只求觸動情緒，連政策也是按喜好而非數據來制訂。



傳媒的存在危機

號稱全球傳媒大國的美國，其記者們竟然慨歎新聞這個行業恐怕快將消失——CNN 首席國際新聞記者克莉絲汀·艾曼普 (Christiane Amanpour) 在接受一個長期推動新聞自由的獎項時，發表了一篇題為〈新聞界在特朗普時代正面臨存在危機〉(Journalism faces an Existential Crisis in Trump Era) 的演說。當中三個影響全球傳媒行業的信息，值得所有關心新聞界的人參考：

(一) 內容：新聞要真實而非中立 — Be Truthful, Not Neutral

《牛津字典》在 2016 年宣佈該年年度字為 post-truth (後真相)，在今日的「後真相」世界，輿論不再建基於客觀事實，報導只求觸動情緒，連政策也是按喜好而非數據來制訂。

特朗普一次又一次說謊及錯引數據，傳媒縱然核實 (fact check) 一百次、澄清一千次，卻始終無法為社會設定任何議題 (set agenda) —— 不論傳媒或受眾，其實只是一直被特朗普牽着鼻子走。

當社交媒體出現一萬個觀點的時候，要保持所謂的「中立」，傳媒難道就要提供一萬個相反論點？若這些觀點是毫無理據

的胡謔，又有沒有必要花時間處理？當民選總統指控各大傳媒差不多統統報導假新聞時，新聞界又可如何自辯？傳媒應當不斷回應獲得多人分享及讚好的謊言傻話，還是寧可說出真實但令人不安或「魍魎豬」的實情？Facebook 要不要審查上載內容是否屬實？廣告客戶又有沒有責任抵制撒謊的新聞平台？

(二) 手法：傳媒要分歧而非成為武器

今天，傳媒已經被廣泛「武器化」(weaponized)了。曾幾何時，甚麼才算新聞及社會當關心哪些議題，基本上由大眾傳媒 (mass media) 主導，而這些傳媒也受某程度監管（如使用大氣電波需要申請牌照）。不過，社交網絡令每個人也可以成為意見領袖 (Key Opinion Leaders，簡稱 KOLs)，結果不少人從此把傳媒視為武器，效果就如同每個人也可擁有槍械一樣——正所謂「識睇梗係睇留言」，因為那裏才有最血腥的撕殺，管他甚麼真理不真理，大家只求狠批對手至死無葬身之地。

「阿拉伯之春」運動被喻為社交網絡改變政治的一個分水嶺，但其推動者之一威爾·戈寧 (Wael Ghonim) 亦慨歎社交網絡對媒體所帶來的負面影響：

社交網絡既能迅速帶來社會轉變，但也同時阻礙社會轉

任何從事傳媒的人，不該追求口誅筆伐所帶來的快感，而應為了真相與事實而奮鬥。



變。每個人變得更希望跟自己相同的人溝通，同時複雜的社會問題亦因此而濃縮為簡單口號。人們只願意接受意見相同的迴聲，既不想說服對方，也不願透過對話來達成協議。結果仇恨言論和謊言，伴隨良好意願和事實，同時出現。

艾曼普問：我們能不能保持分歧而不用殺死對方？任何從事傳媒的人，不該追求口誅筆伐所帶來的快感，而應為了真相與事實而奮鬥。不少新世代傳媒人忘卻了眼前尚有更重要的工作未完成：調查制度內的失誤、要求當權者問責、監察政府運作、捍衛基本權益，讓世人更了解地球上發生甚麼事，例如：俄羅斯、敘利亞、北韓、南極……駭客問題、人道問題、核問題、氣候變化問題……可惜，很多人只顧在社交網絡內爭辯這些議題的是非對錯，卻沒有時間探討現實世界的解決方案。

(三) 目標：傳媒要改善而非癱瘓制度

西方傳媒日漸感受到自身的存在危機，並不是單純因為社交網絡衝擊，而是整個行業的專業性 (professionalism)、相關性 (relevance) 和功用性 (functionality) 正全面受到威脅。

傳媒作為行政、司法、立法以外的「第四權」，自然有監察政府的責任。但日趨分裂的社會，令政治互動已經變成黨派鬥

爭以求迫對方進死角的零和遊戲，意味着我為了贏，你便必須被毀滅——政治上出現意見分歧，輕則被視為陰謀論，重則甚至被定性為犯罪——結果，只會令制度癱瘓，甚至崩潰。

在這個惡性循環下，傳媒又應否透過監察來深化這種政治上的功能障礙，令制度進一步窒息？還是來一次「大重置」(big reset) 以推動範式轉移，重新在政治世界尋求妥協空間，然後一同創新？說到底，傳媒之所以存在並不斷監察社會，其根本目的應是令制度持續變好，而非要使制度變差，甚至最終消失。

發掘問題與過錯的目的若果只為消滅對手，不可能會為人類帶來更好的未來。要令傳媒保持專業性，報導要超越黨派之爭；要令傳媒繼續具相關性，評論員除了要解釋事件怎樣跟大眾有關，還要說明一般人為何不能置身事外；要令傳媒繼續擁有功用性，分析所得的結論必然要包括解決方法——此乃今日所有傳媒在道義上的任務和使命。

這是一本基於以上想法，思考如何發展出一套以解困為本之新聞學著作，並以應對下列四大挑戰為目標。



挑戰一：後真相年代 (Post-Truth Era) —— 受眾罔顧事實的挑戰

後真相年代有多可怕？Post-truth 可謂從根本上推翻傳媒存在的意義：傳媒透過提供資訊，讓人在知情下作出更好的決定，即英語所謂 informed choice。獨裁統治其中一個最駭人的地方，正是當權者全面操控資訊的流通，甚至故意虛報情況和發放假消息，有時讓作為受眾的人民誤以為歌舞昇平，有時則策略性地令每個人惶惶而不可終日，務求達到各種政治目的。

可是踏入後真相年代，許多人不是被蒙騙，而是集體有意識地不顧現實、不理數據。例如，我們有理由相信，《牛津字典》選出 post-truth 為 2016 年年度字，跟同年英國脫歐有關。Brexit 運動的口號：BeLeave，是典型「食字格」，跟 believe 同音，其背後信息正是：只要你信、信者得救——其他人提出的任何英國脫歐後果，甚至所有數據和論據，既不需要理會，更遑論要理解——皆因全部都是危言聳聽。

在今日的後真相世界，是非不分跟教育水平並不相關。只要在感性層面觸動到人的神經，就連專業人士與知識分子，也可以選擇不理實情。同樣是 2016 年，香港政府應法院要求，推行醫務委員會（醫委會）改革。這次改革的背景，是法院

發現負責審理投訴的醫生，未有就跟被投訴醫生的關係作出申報，而且多年來把投訴個案一拖再拖，可說是典型「醫醫相衛」的寫照。於是法官便明確要求：醫委會須改革以提升其透明度，並想辦法加快處理投訴。

醫委會內負責考量「投訴」是否可成為「個案」之專責單位，名為初級偵訊委員會。由於全部個案也由此「初級偵訊委員會」主席一人負責，只要這位主席處理速度不夠快，大概十年左右便會積壓數百個個案，造成樽頸效應。於是，政府打算新增一個「初級偵訊委員會」，讓兩個委員會攤分已積壓的數百個案件，加快處理投訴個案。而要新增一個委員會，最直接當然是增加人手，亦即增加醫委會委員人數。

豈料，擔當「醫生工會」角色的香港醫學會，其代表在議會表決前突然提出，改革醫委會有機會令大量內地醫生來港執業，影響年輕醫生前途——結果，許多醫生的社交網絡短時間內充斥這個信息，引發極大反彈，全面支持代表醫學界的議員以一人之力透過拉布 (filibuster)，推倒這個牽涉廣大市民福祉的改革議案。

然而，實情是非本地醫生要在香港全面執業，必須通過本地兩間大學的醫學院舉辦之執業試，考核水平既由學術自主的大學醫學院訂定，跟醫委會會員人數增加也根本不存在任

何關係！無奈，許多醫生就是選擇不理真相，寧可選擇恐懼——能考進醫學院的都是天子門生中的精英分子，醫學更是一門講求查證考究的科學，但是一眾醫生面對這種相當溫和的改革（稍為增加委員人數），竟有意識地不分青紅皂白——可想而知，其他觸及更多既得利益者的議案，只會叫人更易墮進後真相年代的心理陷阱。

挑戰二：免費新聞當道 ——內容快即是好的挑戰

社交網絡與網上平台的「免費新聞」（雖然某些所謂「新聞」，只是個別羣組的消息）多至氾濫，願意付費看新聞的人肯定越來越少。然而，不收費並不等於無人付出製作新聞的成本，更不代表新聞內容沒有經過篩選——只是科技令資金來源以至篩選方式更隱蔽、更難以偵測罷了。Facebook、YouTube、Google 等平台究竟採用甚麼運算方式來顯示新聞故事（news feed）的排序？受眾不可能知曉、亦不會明白；就連何時變動了運算元素，又或是變動有甚麼目的，也根本不可能知情。購買 Facebook 的廣告商以及提供內容的 YouTubers，許多時候也摸不清這套運算方式到底想達到甚



在追求更多點擊、讚好、廣傳的網絡經濟下，可以想像，新聞故事顯示的先後次序，總會以吸引眼球（簡稱「吸睛」）為主要目標。

麼具體目標，於是只能緊跟變化。

儘管如此，在追求更多點擊、讚好、廣傳的網絡經濟下，可以想像，新聞故事顯示的先後次序，總會以吸引眼球（簡稱「吸睛」）為主要目標。2013年，亞瑪遜（Amazon）創辦人傑夫·貝索斯（Jeff Bezos）收購《華盛頓郵報》後，基本上完全沒有就編輯內容提供任何意見，而只專注商務及科技發展方面，目標是令《華盛頓郵報》的網上新聞「貨如輪轉」：每個新聞故事不單上載及發送要快，也要令受眾瀏覽得更快——因為盡快看完，系統便可立即推介下篇，而推介方式猶如在Amazon.com網上購物一樣，會把跟受眾有興趣的題目，全都放在一起。

這種「快就是好」的傳媒新風，令新聞內容出現了前所未有的變化：新聞周期（news cycle）有時短得只有半天，議題難以深入探討；文章要看得快，便須寫得短，而且要刻意設計爆炸性題目（俗稱「標題黨」）；內容不經全面核實便刊登，免得被對手搶先；若資料出錯，也務求要成為最快登出修正消息的平台；報導不用持平，只須引起特定羣組興趣，甚至激發爭議；消費和趣味性強的故事、相片、改圖（特別是有關飲食、旅遊和寵物），則成為許多新聞平台的主打內容。

在二十世紀中葉或之前，基本上不會有人質疑「新聞資訊是