

1-2011

提升媒體公信力 路不易走

Yuk Ming LEUNG
leunglym@ln.edu.hk

Follow this and additional works at: <http://commons.ln.edu.hk/mcsln>

 Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#)

Recommended Citation

梁旭明 (2011)。提升媒體公信力 路不易走。文化研究@嶺南， 22。檢自 :<http://commons.ln.edu.hk/mcsln/vol22/iss1/9/>。

This 文化評論 Criticism is brought to you for free and open access by the Department of Cultural Studies at Digital Commons @ Lingnan University. It has been accepted for inclusion in Cultural Studies@Lingnan 文化研究@嶺南 by an authorized editor of Digital Commons @ Lingnan University.

提升媒體公信力 路不易走

梁旭明

2011-01-10

轉載明報

在新聞學訓練中，提高公信力是新聞媒體奉行的最高戒律，但在今日集團式營運的媒體環境下，投向「市場」的商業邏輯已取代之。

「公信力」背後要求的，不單新聞內容本身準確真實，摒除誇張渲染及主觀式報道，還要負起「吹銀雞」作用，貼近民情，確切全面反映社會現實，促使各方面正視問題。中文大學傳播學院上周公布最新「傳媒公信力」調查，顯示香港新聞媒體在公眾心目中的公信度整體下跌。評論指互聯網使資訊渠道增加，致使公眾對香港報章及電子報道產生疏離感。學者杜耀明更直指報道未能充分反映政商霸權，令疏離感加劇。記協主席麥燕庭更擔心，市民對傳媒信任下跌，一旦成為既定觀念，就難以令其逆轉。

市民的疏離感 亦源自對政府不信任

筆者認同以上觀點，但認為這些看法有拆解的必要。首先，市民的疏離感，亦源自對政府的不信任，蔓延至主流媒體。他們認為，報章、電視為富商及政府宣傳大開方便之門，尤其政府今年積極的公關策略，包括政改「起錨」行動，加上無數的吹風會、記招，使主流傳媒也間接成為政府的傳聲筒。但好些事件都顯示政府只講不做（環保政策便是一明證），加上自去年高鐵事件引發的仇富仇商情緒，使公眾將主流媒體與政商連結，令媒體監察社會的功能受損。但「公信力」在乎背後對人與事的「真誠」才能建立「信任」。傳媒轉載不少浮誇的宣傳伎倆，而並不兌現的偽善行為，哪怕媒體報道的是「真確」的新聞，都不能掩蓋宣傳本身的虛偽。上周港大亦公布調查，指年輕人對政治人物信任度低，兩個調查未必有直接關係，但足見其互為效應。

要確保政府履行承諾

當一些對媒體的想法變得根深柢固是危險的，筆者認同，但要提升公眾對媒體的信任，豈是媒體一方能做到？除了媒體要返回基本，堅守媒體作為社會公器、充分反映社會現實、揭示社會不公、對社會事件作深入及追蹤式報道外，更要確保政府履行承諾，並非只講不做，敷衍塞責。但要改變「公信力高並不確保銷量高」的既定想法，就要靠一群對媒體質素、功能及責任有要求的讀者公民。在一個愈來愈講包裝、虛擬與真實日漸模糊、社會不公義日張的年代，提升新聞媒體公信力的路，殊不易走！