

# 新聞網站、公共空間與 民主社會



新聞 (journalism)、公共空間 (public sphere) 與民主 (democracy) 一向被社會科學論者認為是重要的「三角關係」，在網絡時代這種關係會起甚麼變化？社會理論家哈貝馬斯 (Jürgen Habermas) 在他的名著《公共空間的結構性轉型》<sup>①</sup>中提出，近代社會的公共空間遭到嚴重蠶食，民主受到很大威脅，相對於十八世紀的布爾喬亞式的公共空間而言，是一個很大的倒退。那麼，在網絡年代，當公共空間由現實世界伸展至網上虛擬世界時，是倒退還是進步？新興的新聞網站對網絡公共空間的建設又是否擔當正面的角色？本文將從歷史社會學的角度看公共空間的轉型，以美國總統選舉為個案，檢視網上選舉報導對擴張政治公共空間的影響，並以媒介理論 (medium theory) <sup>②</sup>為分析基礎，探討網上新聞與虛擬公共空間的關係，以及網上新聞媒體與民主的關係。

## 一 網絡時代的公共空間

十八世紀的公共空間在咖啡店及公共會堂形成，而大眾傳媒則成為現代公共空間的主要構成部分。踏入新千禧，當互聯網日漸普及的時候，大家開始關心互聯網與公共空間的關係<sup>③</sup>，網上的資訊及意見集散，肯定形成一個嶄新及龐大的公共空間，而當中的新聞網站，更會擔當積極的角色。

理想的公共空間必需具備幾項條件<sup>④</sup>。首先，公共空間必須公開及自由，公眾有公平的機會參與討論，並能暢所欲言。其次，資訊的收集及發放必須完整及客觀，能正確地知會大眾。這個公共空間要獨立於政權及市場之外，它需要擺脫政治及經濟力量的操控。再者，公共空間必須提供辯論場地，而大家進行的溝通及辯論又必須是理性及具批判性的。換言之，在量方面要全民投入，在質方面要理性深刻。

在哈貝馬斯心目中，十八世紀的布爾喬亞公共空間最貼近其理想。具教養和識見的小資產階級自發地在咖啡店自由論政，充分發揮公民社會制衡政府的作用。當公共空間轉移到大眾傳媒的舞台之後，哈貝馬斯認為它日益淪落，傳媒日趨商業化，民意不再是理性討論的結果，而是公關廣告活動的產物<sup>⑤</sup>。事實上，除了政經力量的干預，大眾傳媒本身的媒介特性，也令公共空間產生了結構性的改變。從表1可見，大眾傳媒的公共空間不能容許大眾直接作面對面交流，主要由各社群的代言人如政黨領袖、學者、工會代表等發表意見及參與討論，除了少量的電台「叩應」(call-in)節目外，普通市民難以直接參與，令公共空間的「公開性」受到質疑。傳統的大眾傳媒均是單向式發放資訊，資訊被守門人過濾，可能出現意識形態的偏差，加上受篇幅限制，報導及討論難以深入。而且傳統新聞媒體缺乏互動功能，無法提供完善的互動討論機制。

表1顯示，網絡公共空間優於大眾傳媒公共空間，甚至比布爾喬亞公共空間更勝一籌。先看網絡公共空間的參與性及公開性，雖然參與者必須是擁有電腦知識及設施的網民，但隨着電腦知識的普及及上網的便利，一般普羅大眾都有機會參與，網絡公共空間的公開性高，相對來說參與者較少受階級及社會身份限制。在參與形式方面，網絡公共空間的溝通活動，雖以網絡為中介，但基本上容許個人與個人之間的密切接觸，參與性強。

在資訊的收集及發放方面，由於新聞網站的媒介形式屬於「開放媒介符碼」(open media code)<sup>⑥</sup>，它不受篇幅、地域和時間的限制，加上儲存、互動、連結、搜索及多媒體等新功能的輔助，令它可以提供更詳盡及多元化的資訊和分析(參看表1)。哈貝馬斯曾指出，在布爾喬亞公共空間裏流通的觀點來自不同的個人，所以意見是多元化的，是屬於大眾意見，反映真正的民意。但大眾傳媒公共空間裏流通的觀點主要是來自意見領袖，屬於少數意見，不算是真正的民意。至於在網絡公共空間，一方面網民可各自發表意見，另一方面透過超連結，新聞網站可包容各類的觀點角度，把它們呈現在大眾面前。此外，在布爾喬亞公共空間，意見是自發地表達。但在大眾傳媒公共空間，意見是透過採訪被動地得來。至於在網絡公共空間，它兼備了網民自發性的意見及由新聞網站採訪得來的訊息，內容類別多樣化，觀點也互相平衡，揉合了主動與被動。

公共空間這個概念最重視意見交流，而大眾傳媒公共空間只做到鋪排各類見解，網絡公共空間在這方面就優勝得多，因為網站的最大特點是互動。以新聞網站為例，除了像傳統新聞媒體那樣提供資訊之外，還設有各類論壇、電子報告板及聊天室，讓網民根據個人志趣自發性地與記者、政客、社區領袖及其他網民交流意見。由於網上討論可以匿名進行，這項特點鼓勵更多人參與，也令討論空間不受種族、性別、國籍及年齡的限制<sup>⑦</sup>，開拓了無數跨國界的虛擬討論社區。網上的討論空間十分遼闊，是布爾喬亞公共空間比不上的。

從媒介特點出發，以上的分析顯示，由新聞網站建構的網絡公共空間在很多方面都能達到理想公共空間的要求。網絡公共空間並非沒有缺點，但它的媒

公共空間概念最重視意見交流，而傳統大眾傳媒只能做到鋪排各類見解，網絡公共空間在這方面就優勝得多，因為網站的最大特點是互動。由於網上討論可以匿名進行，這項特點鼓勵更多人參與，也令討論空間不受種族、性別、國籍及年齡的限制，開拓了無數跨國界的虛擬討論社區。網上的討論空間十分遼闊，是布爾喬亞公共空間比不上的。

表1 公共空間的結構性轉型

	布爾喬亞公共空間	大眾傳媒公共空間	網絡公共空間
<b>參與性：</b>			
1. 參與人物	接受良好教育的小資產階級	意見領袖	具備電腦知識及設備的環球網民
2. 公開性	普通	低	高
3. 參與形式	無媒體中介，面對面個人接觸	大眾傳媒中介，缺乏個人接觸	網絡中介，容許個人接觸
4. 參與渠道及範圍	咖啡店(範圍小)	各式大眾傳媒(範圍大)	互聯網(範圍極大)
5. 參與機會	小資產階級自由參與	參與受政治、經濟及社會身份限制	網民自由參與(但仍受電腦科技限制)
<b>資訊的收集及發放：</b>			
1. 資訊數量及種類	少	多(受篇幅限制)	大量(不受篇幅限制)
2. 意見的性質	多元化	單一化	多元化(多角度分析)
3. 內容	自發性的意見	受過濾或操控的觀點	自發性的意見及受過濾操控的觀點兼備
4. 資訊儲存性	無儲存	有記錄，無儲存	長時間儲存
5. 互動性	互動討論	無互動性	具互動功能
6. 連結性	無	無	有(多角度全面了解一個問題)
7. 參與者資訊選擇權	被動	被動	主動(並可剪裁資訊)
8. 地域限制	限制大	限制大	不受限制
9. 時間性	即時	延遲	即時
10. 多媒體運用	無	無	有
<b>辯論及意見交流：</b>			
1. 互動論壇	面對面辯論	無互動論壇	網上互動論壇
2. 身份表露	非匿名	非匿名	可匿名
3. 社群意識	高	低	中等
4. 參與討論的自發性	主動(自發性高)	被動(自發性低)	主動(自發性高)

介新特性賦予的潛質，令它有機會比布爾喬亞公共空間及大眾傳媒公共空間運作得更好。

## 二 網上選舉報導與政治公共空間建構

以2000年美國總統選舉的網上報導為例，討論網絡公共空間的功能。選舉期間，傳媒扮演「政治公共空間」的角色，具有以下幾個任務：(1) 提供詳盡及全

面的選舉資訊及候選人資料；(2) 作多角度的深入分析；(3) 提供選民交流意見及辯論的園地；(4) 鼓勵選民參選；(5) 進行民主教育。若從媒介理論的角度看，互聯網上的新聞網站，是報導選舉最理想的媒體。新聞網站基於它的媒介特性，在以上各方面都應做得比傳統的大眾媒介出色。

從2000年美國總統選舉可見，新聞網站由於不受篇幅限制，而且又有儲存及搜索功能，故能詳盡地報導及分析大選的選情及候選人的政綱。戈爾 (Al Gore) 及布殊 (George W. Bush) 三次辯論的全文、在黨代表大會的演辭、他們對各個議題的意見，都巨細無遺、不經刪改地在網上呈現讀者眼前，並配以專家及記者的獨家評論，讀者可以隨時閱讀切合他們個人興趣及需要的選舉資料。一些新聞網站更提供360度的攝錄影像，讓讀者立體地體會選舉現場氣氛。

有別於傳統大眾傳媒，新聞網站的互動及即時功能，建構了一個廣闊及多元化的討論空間。選民除了在留言板的討論區交流意見外，又可參與網上電視直播，與一些學者和時事評論員就候選人的政綱展開討論。值得一提的是，美國十七個頂尖網站，攜手建立了一個「滾動虛擬辯論」(Web White & Blue Rolling Cyber Debate) 空間，這是歷史上首次的網上總統辯論。以往的電視總統辯論只限於兩個最大政黨的候選人，但網上辯論則不會把其他總統候選人摒諸門外。網民每天自由提交問題，經編輯選擇後交給各個候選人，而各候選人可以用文字、錄音或錄像回應及互相辯論，篇幅不限。主辦機構表示，此舉的目的是希望發揮互聯網的潛能，促進公民的民主參與。

以往大眾傳媒的單向式選舉報導，令選民在整個總統選舉的過程中只能當旁觀者，直到投票那一刻才能參與這個民主活動。但新聞網站上的互動項目，如選舉論壇、「滾動虛擬辯論」、網上民調、選舉遊戲等，不僅令候選人與選民有更多互動，而且擴闊了選民的參與空間。《紐約時報》網站的「學習網絡」(Learning Network)，更就歷屆及今屆總統選舉，設計了很多教材，方便教師及家長進行民主教育。

新聞網站的媒介特點，無疑可以大大提昇民主選舉的公共空間，但一些社會、經濟及科技因素，仍限制了某些民眾不能參與這個政治公共空間的活動。例如新聞網站至今仍是一個以閱讀為主的媒體，教育程度低的選民，由於閱讀及電腦運用的水平有限，不會到新聞網站瀏覽。而低收入階層由於經濟能力關係未能上網，這個所謂「數碼鴻溝」(digital divide)，阻礙了不少選民從新聞網站了解選情。此外，互聯網是一個「使用」媒體，並非純粹被動式的資訊傳遞，它的讀者需要更大的求知動力，主動地搜尋資訊。可惜現時的網民以年輕人為主，而根據美國近期的調查，年青人大多缺乏政治熱情，投票意欲不高，所以令網上選情的瀏覽率比起其他網上資訊的為低。而新聞網站未能威脅電視，尤其是在總統辯論及投票日的報導，主要是多媒體的科技未發展成熟。不過，隨着社會的科技進步、電腦知識普及和上網費用下調，網上公共空間的參與條件可望改善。

由於網上報導講求時效，網上選舉報導有時未能仔細評估取得的資訊，就將它們匆匆放到網上，影響選舉資訊的素質。記者全天候不停接收來自各地的

從2000年美國總統選舉可見，新聞網站無疑可以大大提昇民主選舉的公共空間。但一些社會、經濟及科技因素仍限制了某些民眾不能參與這個政治公共空間的活動。例如教育程度低的選民，由於閱讀及電腦運用的水平有限，不會到新聞網站瀏覽。這個「數碼鴻溝」，阻礙了不少選民從新聞網站了解選情。

新聞網站令選舉資訊及意見的流通加速，大大縮短了意見交換的周期。這種情況無疑增加了訊息量，但也同時也增加了控制訊息素質的難度。政治分析員法恩曼指出：「所有事情都在加速進行，因而在過程中變得不夠深刻。」<sup>⑩</sup>有記者就曾指出：「我的消息來源不大可靠，但他們提供的資訊很精彩。」<sup>⑪</sup>新聞網站強調即時性的特點，令選舉資訊及意見的流通加速，大大縮短了意見交換的周期。這種情況無疑增加了訊息量，但也提高控制訊息素質的難度。公共空間可貴之處是不受政權及市場力量干預，如果「品質管理」不嚴，政客及財閥就有機可乘。

消息，而且反應時間緊逼，致使沒有太多思考空間。有網上記者指出，在「羊群心態」及「人有我有」的情況下，他們會向同一新聞來源取資料，又會把報導連結到相同的網站去，此舉會令選舉報導單一化<sup>⑩</sup>。此外，不少候選人助選團，24小時運用電郵向記者作「資訊轟炸」，據說這十分有效，很多競選助手鼓吹的議題都上了網，間接操控了網絡公共空間的意見表達。《紐約時報》形容這些來自候選人及政黨的電郵是「數碼匕首」，指向的目標是新聞記者。政治分析員法恩曼 (Howard Fineman) 指出：「所有事情都在加速進行，因而在過程中變得不夠深刻。」<sup>⑩</sup>有記者就曾指出：「我的消息來源不大可靠，但他們提供的資訊很精彩。」<sup>⑪</sup>新聞網站強調即時性的特點，令選舉資訊及意見的流通加速，大大縮短了意見交換的周期。這種情況無疑增加了訊息量，但也提高控制訊息素質的難度。公共空間可貴之處是不受政權及市場力量干預，如果「品質管理」不嚴，政客及財閥就有機可乘。

新聞網站的選舉論壇，的確增強了選民的意見交流。但有學者指出，討論人數增多及平民化，容易令討論素質下降，因為參與討論的人並非每個都符合哈貝馬斯心目中「有識之士」的標準，他們表達的意見不一定兼具理性及批判性，而且網上民意調查及網友意見表達，也容易弄虛作假。上述網上選舉報導及選舉論壇的流弊，都是發展網絡公共空間的隱憂。

### 三 建設網絡公共空間面臨的問題

網絡新聞在性質上是一種混合體：它的訊息以文字為基礎，故它有印刷媒體的特性，但同時它用網絡傳送，因而又有點像有線電視；其訊息有私人性質，政府及大型機構負責網絡建設工程，因此它像郵局和電話系統；網絡新聞有畫面和聲音，有時更不請自來地傳送到家中的電腦，頗似廣播電視的模式<sup>⑫</sup>。正因為網絡新聞有不同媒體的特點，它作為公共空間的形式和功能也有別於傳統新聞媒介。這種嶄新媒體形式的面貌隨科技發展而急劇變化，大家都不太清楚它的運作和影響，但就目前所見，網絡新聞面對的問題包括誹謗、知識產權、私隱和監管。

哈貝馬斯在他的後期著作中提出「理想言詞」(ideal speech) 的概念，認為公共空間的言論必須真實、易於理解和有誠意，不能存心歪曲事實<sup>⑬</sup>。網絡公共空間應容許大家自由進入及發表意見，充分體現言論自由，而且市民大眾都了解言論自由和新聞界扮演監察政府和權貴角色的重要性，因此對新聞界面對誹謗訴訟都很關注，法庭也特別小心處理，除非真的能證明新聞機構有惡意地行為不當，否則均會容忍及同情新聞工作者的無心之失，以保障民主社會的運作。

網絡公共空間強調資訊自由流通，但不表示忽略知識產權的重要性。有些新聞機構設網站從其他網上新聞來源中拿取消息，略加改寫後變成自己的稿件，這種做法屬於盜用。當然，知識產權法的原意旨在保障創作者的權益和提

倡創作，而非限制引用，在合理的情況下，未獲作者同意仍可引用其作品，即所謂「合理使用」。網上新聞工作者引用著作或言論時，也可參考這些基本原則。但最明智的做法，仍是假設網上的言論受到知識產權法的保護。此外，受知識產權法保護的內容，可輕易由電腦網絡在公共空間中傳送，因此利用網絡來搜集資料，也受到相關法例的規限。網上資訊的版權保護，看來要透過國際進行跨境立法，才能根本解決問題。

哈貝馬斯提出，在公共空間中收集及發布資訊，為的是讓大眾有充分的背景資料以作理性辯論，而非藉此揭露私隱。他認為二十世紀的大眾傳媒，往往有侵犯私隱的毛病。近期網絡私隱問題愈來愈受重視，皆因個人資訊在網絡的公共空間更易獲得和被濫用。有些商業機構為了牟利，不惜在未獲授權下出賣顧客的個人資料；個別政府為了打擊異己，不擇手段監控市民的私隱舉動。網絡新聞記者需要全力保護消息來源，特別在處理敏感新聞時要確保提供消息者的身份不會外泄。

互聯網上私人郵件有可能被盜看，提供服務的網絡公司也有存檔，究竟應否和如何監管以保障個人私隱？從新聞界的角度看，這些私人電郵會否受到消息來源條例的保護？警方和編輯是否有權閱讀市民或記者的電郵？政府官員之間互通電郵，可否當作網絡上的電子會議，因而記者可否引用「陽光法案」(sunshine laws) 要求查閱電郵內容？這是否侵犯了官員的私隱？如果官員跟個別市民的私人通訊又如何處理？這些都是在虛擬公共空間中尚待探討的問題。

網絡空間也有媒體的監管問題。印刷報紙須向政府註冊才能出版，廣播媒體要擁有牌照，並須遵守內容和技術守則及接受政府的監管。但網上新聞媒體是否要向政府登記呢？它們會否像其他傳統媒體一樣必須受到監管？如果要的話，它屬於印刷還是廣播媒體？網上媒體是跨國界的運作，它要向那一個地方的政府登記註冊？其他地方的政府有否管轄權？如有訴訟應在甚麼地方進行？如果網上新聞傳媒是報紙或廣播機構的延伸，事情還好辦一點，可要求實體傳媒在所屬當地負責。如果網上媒體只屬虛擬的運作，甚至可能是境外的遙控模式，則法律程序更複雜，法庭的效力成疑。上述各種疑問，一方面反映公共空間的嶄新特性，另一方面涉及法律責任的問題。值得注意的是，公共空間的一項特色是它要獨立於政府的干預。如果引入太多法例來監管網絡公共空間，等於招引政府的操控，影響了公共空間的獨立性。所以在監管新聞網站方面，需要審慎行事。

網絡空間也有媒體的監管問題。但值得注意的是，公共空間的一項特色是它要獨立於政府的干預。如果引入太多法例來監管網絡公共空間，等於招引政府的操控，影響了公共空間的獨立性。所以在監管新聞網站方面，需要審慎行事。

#### 四 建設健康的公共空間以促進民主社會

在民主的社會，言論自由和新聞自由是不可缺少的基本元素，美國先賢傑佛遜(Thomas Jefferson)曾說：資訊是民主的流通貨幣。在網絡年代，網絡新聞

媒體打破了時空界限，加強了互動性，發揮了多媒體的優點，照顧了個人與群體的要求，在資訊社會體現了網絡式的連結，大大擴充了原有的媒體公共空間。市民透過新聞網站更輕易地獲得更多資訊，又能加入討論，這令他們更能行使政治社會權利，進而促進民主過程，確立民主社會範式。新聞網站是民主社會的重要盟友，甚至有可能協助我們進一步走近麥魯恆 (Marshall McLuhan) 所言的「世界村」這個大同理想。

然而，有論者指出，儘管網絡媒體能提供更多資訊，推動分散於不同時空的社群及提供討論園地，但我們不應在此時便期待群眾性的「電子民主」(tele-democracy) 出現<sup>①</sup>。網絡媒體的種種好處，充其量只能幫助一些傳統的政治組織或社會監察團體，讓它們更有效地運作。資訊的量變不一定能引發市民參與的質變，他們可能因應付不了太多的資訊而採取漠不關心甚至逃避態度。

健康的公共空間是民主的必需條件，但卻非充分條件。網絡媒體可以擴闊公民社會的公共空間，讓市民可對時事議題多作探討，但這並不等於能達到理想境界。要實踐民主的真諦，還要很多條件配合，其中包括消滅知識／數碼鴻溝，打破商業主義的壟斷，及建立社區意識和身份認同。

知識／數碼鴻溝源於貧富之別，部分人有能力擁有電腦及上網，但有些人卻被排擠於互聯網世界之外。有些人因性別、種族、教育、職業的不同，也成為社會分層的對象。傳統媒體的商業性質，及大集團的壟斷經營能力，再一次在互聯網中的媒體顯現，這種運作模式，與強調公共空間和公民社會的角色格格不入。

資訊及渠道愈多，個人因應自己的興趣和需要而作選擇，在虛擬的網絡世界大家的連繫只限於一些特殊的興趣和事件，社會漸漸失去共同的話題和關心的對象，認同歸屬感的失落，反過來削弱了民主社會要求共同參與和溝通的基礎。這就會產生像網絡工程師斯托爾 (Clifford Stoll) 所言的現象：在互聯網上我們有很多人際接觸，卻找不到人性 (humanity)。互聯網開啟了許多扇門，但卻只通往空的房間；資訊高速公路提供的不是資訊，而只是數據<sup>②</sup>。在資訊社會中，我們擁有愈來愈多的資訊，可悲的是，可能其中沒有蘊藏太多的意義。因此，我們在利用網絡媒體擴展公共空間之餘，還要着力尋求其他條件的配合，方能發揚民主，改善人民福祉。

美國先賢傑佛遜曾說：資訊是民主的流通貨幣。在網絡年代，新聞網站是民主社會的重要盟友，但我們不應在此時便期待出現群眾性的「電子民主」。網絡媒體充其量只能幫助一些傳統的政治組織或社會監察團體更有效地運作。資訊的量變不一定能引發市民參與的質變，他們可能因應付不了太多的資訊而採取漠不關心甚至逃避態度。

### 註釋

① Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1989).

② 有關傳媒介理論的介紹，可參見李月蓮、蘇鑰機：〈電子報在資訊時代的社會功能和影響〉，《二十一世紀》(香港中文大學·中國文化研究所)，2000年2月號。

③ Jon Mided, "The Internet and the Public Sphere: What Kind of Space Is Cyberspace?", in *Culture and Technology in the New Europe: Civic Discourse in Transformation in Post-communist Nations*, ed. Laura Lengel (Stamford, Conn.: Ablex, 2000), 63-77; Mark Poster, "Cyberdemocracy: The Internet and the Public Sphere", in *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*, ed. David Holmes (Thousand Oaks, Calif.: Sage, 1997), 212-28.

④ Peter Dahlgren, *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media* (London: Sage, 1995); Nicholas Garnham, *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information* (London: Sage, 1990) ; 另參註⑩Habermas。

⑤ Peter Dahlgren, introduction to *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, ed. Peter Dahlgren and Colin Sparks (London: Routledge, 1991), 1-24 ; 另參註⑩Habermas。

⑥ Alice Y. L. Lee and Clement Y. K. So, "Dissolving Boundaries: Electronic Newspaper as an Agent of Redefining Social Practices", in *In Search of Boundaries: Communication, Nation-States and Cultural Identities*, ed. Joseph Man Chan and Bryce McIntyre (Stamford, Conn.: Ablex, forthcoming).

⑦ James Aucoin, "Does Newspaper Call-in Line Expand Public Conversation?" *Newspaper Research Journal* 18, no. 3-4 (1997): 122-40; Wing Kau Mak, "Public Sphere in the Virtual Community: Electronic Newspaper Forums as Efficient Place for Public Debate?" (unpublished undergraduate thesis, Department of Journalism, Hong Kong Baptist University, 2000).

⑧ Richard Davis and Diana Owen, *New Media and American Politics* (New York: Oxford University Press, 1998).

⑨ Peter Marks, "In Bush-Gore Race, 3 Words for Media: 'You' ve Got Mail' ", *New York Times on the Web*. <http://www.nytimes.com/library/tech/00/06/biztech/articles/01email.html>, June 1, 2000.

⑩ Matthew M. Reavy and David D. Perlmutter, "Presidential Web Sites as Sources of Information", *EJC/REC*, vol. 7, no. 3, 1997. [http://www.cios.org/getfile/Reavy\\_V7N397](http://www.cios.org/getfile/Reavy_V7N397).

⑪ Randy Reddick and Elliot King, *The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*, 2d ed. (Fort Worth, Tex.: Harcourt Brace College Publishers, 1997).

⑫ Monroe E. Price, *Television, the Public Sphere, and National Identity* (Oxford: Clarendon Press, 1995).

⑬ Karol Jakubowicz, "Media and Democracy", in *Media and Democracy* (Strasbourg: Council of Europe Publishing, 1998), 9-33.

⑭ Clifford Stoll, *Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Superhighway* (New York: Doubleday, 1995).

蘇鑰機 香港中文大學新聞與傳播學院副教授

李月蓮 香港浸會大學新聞系助理教授