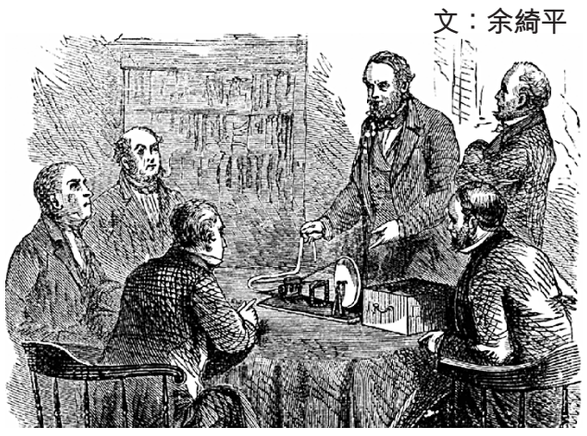
媒體 整裝待發迎挑戰

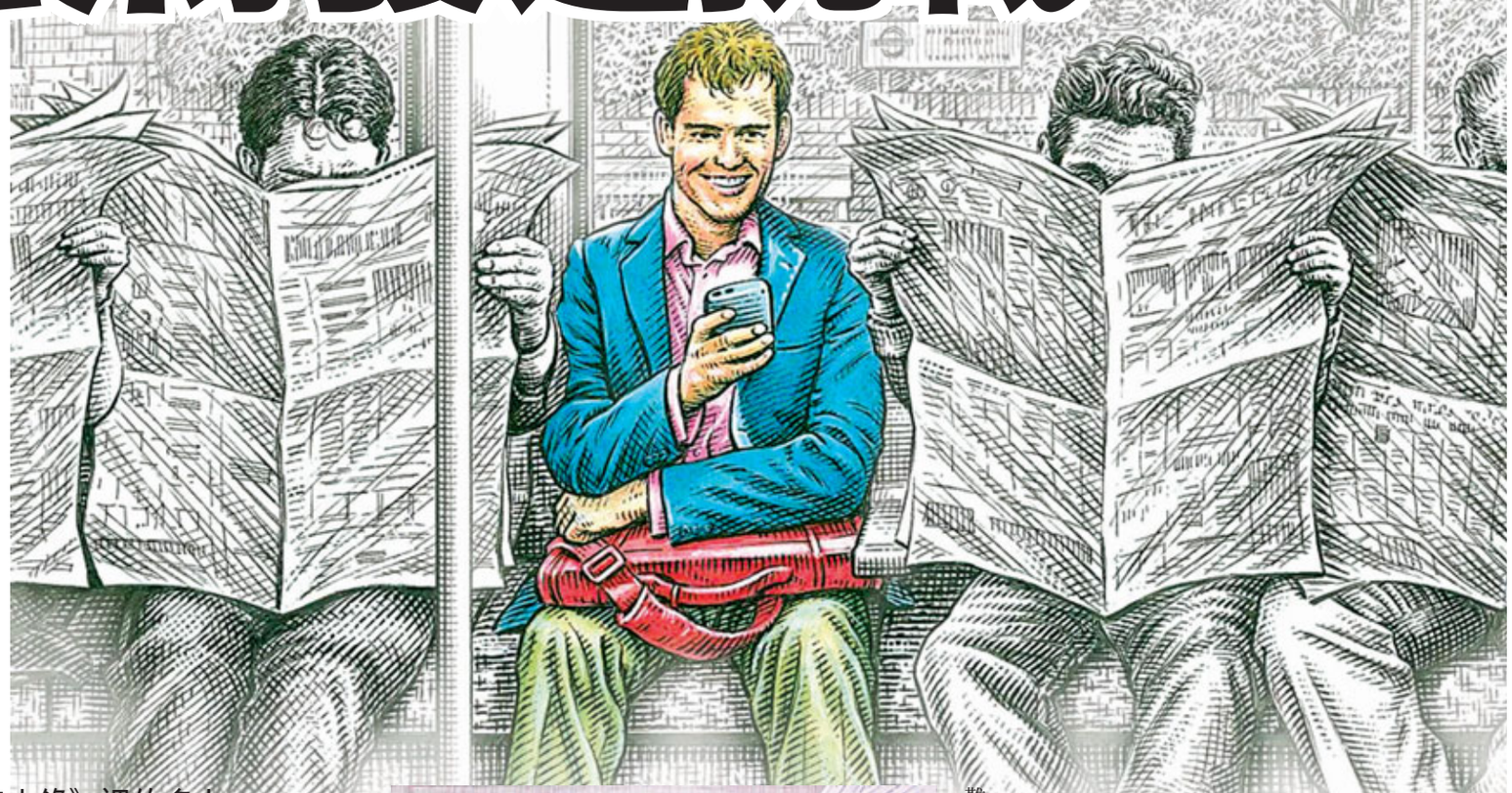
早在19世紀中葉電報出現時，報業已憂心忡忡，恐怕電報會威脅報紙的生存空間。如今看來，當然是匪夷所思，因為報紙至今安然無恙，發展迅速。

今日的通訊科技（數碼媒體）同樣威脅着報紙，甚至威脅電視、電台、書籍和雜誌等主流媒體。美國專家認為，媒體若經過設計重新包裝，定會殺出一條生路。

文：余綺平　圖：資料圖片



■電報揭開全新通訊時代。



160年前，報紙的新聞來源主要是通過郵寄、客戶提供和抄襲同行。而報紙所刊登的國際新聞，可能發生在幾個星期前。到1844年美國人莫爾斯（Samuel Morse）發明了電報，揭開全新的通訊時代。電報迅速地報道新聞，影響了世界商業市場。當時的知名報人、《紐約先驅論壇報》創辦人貝納特（James Gordon Bennett）曾預言，報紙面臨壽終正寢。「電報會將報紙逐出市場。」他說。這預言流傳百多年，報紙至今屹立不倒。

電報是催化劑

面對今日的網絡新科技，報紙（媒體）正接受一場更嚴峻的數碼媒體挑戰。上述「電報威脅論」，最近出現在一本新書《設計媒體》（Designing Media）裡，再度引起行內人士議論紛紛。

《設》書作者莫格里奇（Bill Moggridge）採訪了《紐約時報》出版人蘇茲貝格（Arthur Sulzberger），後者重提「電報威脅論」的談話。不過，蘇茲貝格對報業前景充滿樂觀。他認為當年貝納特過於審慎，他看不到電報其實是一種催化劑，促使遠在他方的人更加渴望了解新聞的全貌，加速報紙發展。

《名人錄》裡的名人

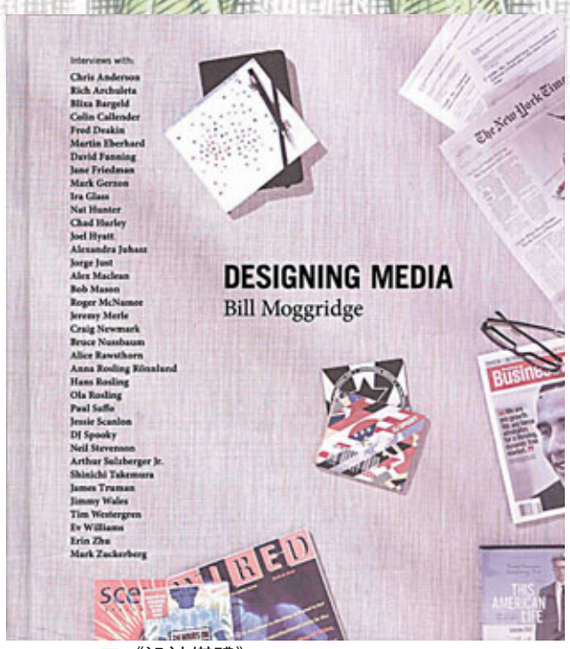
莫格里奇共訪問了37人，內容全收錄書裡。被訪者包括了《維基百科》、Facebook 、YouTube和 Twitter等網站創辦人，以及一些電視節目製作人和編輯等。他們都是名副其實的《名人錄》（Who's Who）裡的名人，為過去10年間的媒體革命作出貢獻。他們坦誠地論及傳統主流媒體目前所面對的新挑戰。

莫格里奇出身設計界，1980年設計了全世界第一台筆記本電腦。1991年與一群史丹福大學畢業生創辦了全球最大的設計公司IDEO，目前是紐約Cooper-Hewitt國家設計博物館董事。

替顧客解決疑難

莫格里奇在書中強調，媒體本身就是一種設計，通過設計，媒體可以發揚光大。

傳統的「設計」局限於工業產品如椅子、電話和汽車等。事實上，新一代的設計思維，已擴展至照顧客人的「體驗和服務」。例如，設計網上銀行系統或醫院病人人流控制等。設計師創作更有效率的方法，替顧客解決疑難。



■《設計媒體》

莫格里奇本身就是「互動設計」（Interaction Design）之父。他起初設計電子分界面，現在是為顧客設計如何操縱黑莓手機在超市付款。

許多新一代的媒體大人物都出身於軟件設計，所以莫格里奇強調「媒體本身就是一種設計」。例如視頻分享網站YouTube的創辦人赫爾里（Chad Hurley）原是平面造型設計師。他也憑着「互動設計」，由設計師一躍而成為億萬富翁。

作出互動影響

《設》書指出，報紙面對新科技的挑戰，必須在網站通過互聯網與電視廣播等作出「互動設計」。正如書籍，如今設計了電子書與印刷書兩種版本，作出互動影響。

據統計，去年聖誕節最流行的禮物是電子書閱讀器，如Kindle、Nook、iPad等。去年電子閱讀器單在美國的銷售額達10億美元，比前年增加了200倍。在英國方面，僅蘭登書屋集團公司（Random House）的增幅已達800%。

大眾口味正在改變

英國《觀察家報》本月2日一篇分析文章指出，無須擔憂數碼科技會打擊主流媒體，以電子閱讀器為例，它反而刺激了印刷書籍的銷路。

文章以英國名廚、《大城小廚》（Naked Chef）主角奧利弗（James Oliver）的新書《三十分鐘美食》（30-Minute Meals）為例，每天竟售出1萬本。這批潛在的讀者群可能達數百萬計，傳統的出版商和作者須拭目以待。

文章認為，主流媒體不得不承認，大眾口味正在改變。媒體要整裝待發，加以配合。

無論是出版書籍抑或是出版報紙，都需要有利可圖始能支撐下去。英國18世紀小說家菲爾丁（Henry Fielding）曾說過：「作家應該考慮到自己，別做一個紳士大排宴席請客，倒不如經營一間酒吧，歡迎所有人進來賺錢。」

■奧利弗新書每天售出一萬本。

■赫爾里（左）原是設計師。

勇往直前的傳媒大亨

順帶一提，英國今年選出的「傳媒大亨」就是今年60歲的《快報》（Daily Express）猶太裔老板德斯蒙德（Richard Desmond）。他擊敗其他3位候選人，包括另一位「傳媒大亨」梅鐸之子詹姆士。

評議委員稱讚德斯蒙德在報業艱難年代永不言退。他曾經斥資10億英鎊向梅鐸購置《太陽報》。他不怕數碼媒體的威脅，除了報紙，他的傳媒王國已擴展至電視和雜誌。他曾經說過「天天吃生蠔，就會忘記了鱈魚。」

媒體革命的智慧設計論

科技發展迫令媒體由「舊」走向「新」。面對頭腦聰明、心水清的讀者，經營情況愈見困難，「舊媒體」似乎追趕得十分吃力。

所謂「舊媒體」，就是報紙和雜誌等平面印刷品，透過油墨和紙張處理及發布資訊。而「新媒體」則指使用電腦處理資訊，再經網絡科技進行傳播和交換。當「新媒體」出現後，電視和電台等影音資訊處理和廣播，亦被納入「舊媒體」。

「新媒體」的特點，就是無需有明確建制和品牌。簡單一部電腦，已可進行編、採、寫和發布等工序，營運成本相當低，操作者有極大的編輯自由。營運媒體也不再是有錢人的專利，因為媒體的創辦、營運技術和知識已普及化及平民化。很多流量極高的個人網站或討論區，也以媒體自居。近10年，世界各地的「舊媒體」亦紛紛進行「新媒體運動」，另闢網站，把由「舊媒體」搜集、處理的資訊，經網上發布。

早年江湖傳聞，「新媒體」的出現是「舊媒體」的「死期」。但至今，新、舊媒體依然並行。很多報紙傳媒一度勇敢地在網上版增設網民討論區，每天引來大批「無名氏」就新聞訊息激烈討論。最後，討論區都因為言論太激、牽涉法律問題而告終。這便證明，「Web 2.0」的互動、自由特質，是「舊媒體」升級至「新媒體」的重大障礙。「舊媒體」的特質，就是資訊經出版後，便不能更改和被更改，文責、言責明確。這特質促使媒體保守縝密。「新媒體」吸引之處，就是開放資訊處理的大門。世界各地流量最高的網站，討論區都是大膽開放，發布完可以隨意修改，近乎「無王管」。

自古以來，人們對待媒體所發佈資訊，心態也是十分矛盾：當媒體太過客觀、權威性，便會遭指責「保守」、「一言堂」；媒體太過開放，訊息經由不同人士（如網民）隨意處理和發佈，又會被指「不可信」、「亂來」。近年，人們對「新媒體」有極大的期望，賜予「民意寶劍」，指嚇、監察「舊媒體」。很多人以為，新、舊媒體不能並存。主要原因是他們高估了「新媒體」的力量，低估了「舊媒體」的價值。

「新媒體」雖然自由度大，透過個人隨身智能通迅裝備，能隨時、隨意發表和發布，但卻缺乏說服能力和公信力。比方說，若市民經網站得悉將懸掛颱風訊號，大家都會開電視、收音機，從這些被指罵「保守」、「一言堂」的「舊媒體」尋找「引證」，又或瀏覽由報紙等營運的網站，才敢相信消息、才敢提早下班。面對任何經網站、網上討論區、手機收集的訊息，人們其實對其真確性也持有保留。說到這裡，剛賜下「民意寶劍」，市民又隨即收回。

由古至今，讀者不斷企圖從媒體找尋真相。隨着「新媒體」誕生，讀者企圖讓新、舊媒體踏上天平、互相監察。讀者來一個隔山觀虎鬥，維持兩者「check and balance」（制衡作用），把透過媒體獲取真相的機會率，大大提高。說到底，讀者還是不相信媒體，相信的只是自己。「有事鍾無艷，無事夏迎春」，讀者真的很聰明嗎？但說到聰明者，其實是背後努力把新、舊媒體兩線發展的商人。

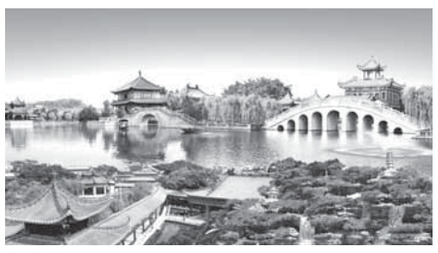
文：所羅門

番旅鄉情　新八景系列報道之三十三 —南粵苑之四

南粵苑之四 嶺南山水園林之瑰寶

鑒古知今（趙泰來藏品館）

鑒古知今（趙泰來藏品館）位於南粵苑的東南面，是一座精美的嶺南建築。白花崗岩石腳，絲縫青磚牆，「玉包金」琉璃瓦蓋頂，脊嶺是釉彩陶塑「十八羅漢像」，蓮花斗栱、潮州木雕裝飾，門前六條青石龍柱挺立，氣勢磅礴。大門口有副楹聯：盛世應知，鑒古知今三作鑒；興邦是舉，尊才舉士九成尊。意謂盛世的當權者應學古人那樣，常以三鑒自省，醒世警人，格外古雅。



南粵苑

館內裝修講究，「萬字」彩繪天花，仿古「雙龍戲珠」壁畫，配以宮燈，紅木雕、玻璃展櫃，古色古香，高貴典雅。

趙泰來藏品館展出的有銅器、玉器和瓷器，均為趙泰來先生送展。

銅器主要是明、清年代的大型人物銅像，有觀音像、釋迦牟尼像、關公像、包拯像，還有宋朝幾代皇帝：宋太祖、宋真宗、宋仁宗、宋英宗、宗哲宗等皇帝坐像。這些銅像根據人物各自不同特點塑造，有的慈眉善目，有的莊嚴威武，有的鐵面無私，有的英雄蓋世，有的威鎮天下，生動形象。這一批銅像外形巨大，重量普遍在300公斤以上，陣容龐大，可觀性強。展出的銅器中，還有明萬曆年間的獅子、清代的鎏金六角盤龍柱佛燈和鎏金佛教故事飾柱，鑄造藝術高超，紋飾精美，人物形象生動，栩栩如生，堪稱珍品。

本館又展出大批的玉器，有白玉雕「群仙聚會」、「福祿壽三星」、「八仙圖」、「運財圖」、「奏樂圖」等幾十座。這些白玉雕玉質柔和，玲瓏奇巧，其中「老幼敬佛」、「群仙聚會」等重達180公斤。

這裡還有大批的羊脂白玉。「八仙像」、「十八羅漢像」、「三聖像」、「觀音像」、「關公像」等羊脂白玉人像36尊，每尊重35—50公斤，瑩潤剔透，如小兒肌膚。

趙泰來藏品館（玉器）

此外，還有一批瓷器：青花龍鳳大葫蘆瓶、桔州綠梅瓶、萬花粉彩大梅瓶、均窯開窗龍鳳圖缸等，色彩斑斕，爭奇鬥艷。

館內展出的銅器、玉器、瓷器等古代藝術品，具有很高的歷史價值和文化藝術價值。

寶兆泰來（玉器館）

「寶兆泰來」景點主體為「玉器館」。

玉器館是陳列翡翠玉器的專館，館內幾百件玉器均為趙泰來先生送展。

趙泰來先生是英籍華人、文物收藏家、廣州市榮譽市民、寶墨園永遠名譽園長，他曾先後多次給寶墨園捐贈了大批古代藝術品。這次他又給南粵苑送來大批古代藝術品。南粵苑為此特建造了幾個陳列館，分門別類地展出他送來的藏品。「玉器館」是其中一個陳列館。

玉器曾是古代祭禮的用品，通常人們認為它有避邪護身之用。玉器又被視為珍貴、高雅、豪華、富麗的特殊製品。景點取名「寶兆泰來」，既說出了玉器的作用，也嵌入趙泰來先生的名字，頗有意思。

「玉器館」的建築藝術，如同其他各個展覽館一樣，融合了嶺南民間建築藝術的精華。採用歇山頂，瓦面鋪設「玉包金」琉璃瓦，瓦脊砌上著名的石灣陶雕「八仙過海」圖案；建築外牆為水磨青磚，白麻石牆腳，四條浮雕盤龍石柱承托的橫樑上，採用粉彩四重蓮花斗栱，橫樑、簷板均飾以著名的貼金潮州人物花鳥木雕，造工精細，栩栩如生。館內裝飾精美，「雙龍戲珠」彩繪天花，「百美圖」壁畫，華麗宮燈、紅木雕玻璃展櫃，富麗堂皇。

匯源遠眺

玉器館內陳列的玉器主要是翡翠玉雕。有雕刻着「竹林七賢」、「深山訪友」、「羅漢聽經」、「八仙」、「南極仙翁」、「商山四皓」、「運財童子」、「西遊記故事」等人物故事的翡翠玉雕幾十座，其中雕刻着「西遊記故事」玉雕重400多公斤，型體巨大，碾琢技藝精湛，宏偉壯觀。還有200多件以龍、鳳為圖案的翡翠飾物和100多件春秋戰國時期白玉璧、玉璜、玉珮。體現古人視玉為靈通之物，以玉器各種造型來表達人們對美化生活、祈求平安心理需求。

乳花岩

這裡的玉器琳琅滿目，光彩照人，有的莊重嚴謹，有的靈巧活潑，展現出多種風格和特點，也體現出玉器燦爛的光芒貫穿中華文化的全過程。

（特刊）

下期預告：沙灣古鎮之一　更多內容，請登陸番禺商旅網：http://www.6088.com/