


傳播文化與政治

ISSN 2411-4006
第1期 2015年6月

- 
- 探究傳媒外部性
 - 意義迷陣裡的權力與暴力
 - 民意的中介及其阻絕
 - 公共政策與(新)媒介財政
 - 簡析《衛報》信託所有權之治理模式
 - 「沒有保障的馬克思主義」：霍爾對當代中國文化研究的啟示

書評書介

《數位時代的閱聽人商品》、《記者的重量》

主題書評

「文化與自由貿易」(1)

傳播文化與政治

2015年6月創刊

半年刊，6、12月出刊

出版：2015年6月 第一期

主辦機構

媒體改造學社

編輯顧問

卜衛	中國社會科學院
井迎瑞	台南藝術大學
王春泉	西北大學
王嵩音	中正大學
王毓莉	文化大學
史安斌	清華大學(北京)
吳予敏	深圳大學
呂新雨	華東師範大學
李金銓	香港城市大學
林元輝	政治大學
林東泰	臺灣師範大學
林靜伶	輔仁大學
邱林川	香港中文大學
胡光夏	世新大學
胡泳	北京大學
倪炎元	銘傳大學
展江	北京外國語大學
翁秀琪	世新大學
張志安	中山大學(廣州)
張裕亮	南華大學
張錦華	台灣大學
張國良	交通大學(上海)
郭良文	交通大學(新竹)
陳衛星	中國傳媒大學
單波	武漢大學
曹晉	復旦大學
劉海龍	人民大學
黃煜	香港浸會大學
趙月枝	Simon Fraser University (Canada)
蕭蘋	中山大學(高雄)

編輯委員會

主編	林麗雲	台灣大學
編輯委員	林富美	世新大學
	陳光興	交通大學
	馮建三	政治大學(執行編輯)
	羅世宏	中正大學
助理編輯	劉忠博	華南理工大學

出版

發行人 媒體改造學社
地址 台北市中山北路二段 102 號
3 樓之 3
電話 (02)25221499
傳真 (02)25224970

E-mail: editor.2015ccp@gmail.com

本刊網址: <http://ccp.twmedia.org/>

ISSN: 2411-4006

封面提字 黃勻祺

封面設計 馮議徹

訂閱

零售：每期新台幣 500 元

個人訂閱：國內一年兩期 1000 元

海外一年兩期 1500 元(或 50 美元)

機構訂閱：國內一年兩期 2000 元

海外一年兩期 3000 元(或 100 美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

本刊採用創意公有授權條款，如下



目次

編輯室報告：從「文化與自由貿易」說起，代發刊詞……………i-vi

論文

探究傳媒外部性：論 2001-2009《壹週刊》封面故事……………李郁青/ 1

意義迷陣裡的權力與暴力：作為當代藝術的新紀實攝影話語——

以《鍊》與《野想》為例……………郭力昕/ 41

民意的中介及其阻絕：九合一選舉中電視政論的表現……………

唐士哲、曾毓青、李香潔、洪硯儒、朱家賢/ 75

公共政策與（新）媒介財政……………馮建三/ 101

新星火苗

簡析《衛報》信託所有權之治理模式……………賴子歆/ 143

「沒有保障的馬克思主義」：

霍爾對當代中國文化研究的啟示……………孟冰純/ 167

書評書介

閱聽人商品 辯論 37 年

《數位時代的閱聽人商品》短評……………蕭肇君/ 179

網路年代 記者的重量

記者怎麼了？從「場域」概念檢視政治記者的新聞實作

評介黃順星《記者的重量》……………江淑琳/ 189

· 傳播 文化 與政治 · 第一期
2015 年 6 月

主題書評：文化與自由貿易(1)

文化冷戰、美國公眾外交、鳥瞰影音文化跨境流通文獻……

戴瑜慧、王維菁、魏玟、編委會 / 195

稿約

稿約詳情請見 <http://twmedia.org/archives/502>

編輯室報告： 從「文化與自由貿易」說起，代發刊詞

「自由就是奴役」，這句話讓人怵目驚心。《1984》的自由，不是「若為自由故」，生命與愛情皆可拋的那種自由。去（2014）年初春的太陽花學運，最早的動力之一所要質疑的「自由貿易」之自由，應該也不是《逃避自由》所說的自由。

「自由、平等與博愛」的追求，是人的恆久從事。本刊以「自由」起始，針對「文化與自由貿易」，通過「書評書介」的方式，從創刊號開始，分次編纂書目，邀請專人梳理，以享讀者，互為攻錯。

根據《傳播與帝國》這本嚴謹的著作，雖然「資訊自由流通」這個美利堅所信奉的國際傳播綱領，學界一般認定誕生在冷戰時期；但實際上，文協克與派克（Dwayne R. Winseck and Robert M. Pike）認為，起源應該更早，是在「一戰後的凡爾賽和約談判及 1920 年代」（Winseck & Pike, 2007, p.13, 263）。

不過，無論是「資訊自由流通」，或是更常見用的「新聞自由」或「傳播自由」，其「自由」的指涉，無法因為美國憲法有舉世聞名的「第一憲法修正案」而取得更加明確的內涵。

有一說法，指第一修正案要求美國政府不能任意對其國內民眾肆行傳播，因此「美國之音」在 1942 年升空以來，其對外傳送的日常新聞……等等內容，美國人反而無從與聞。但一甲子以來，這個並不合理的規矩，早就以個案的方式，屢遭「違犯」。進入網路年代之後，這個規矩更是阻止不了境內美國人，自行上網聽聞與觀看。到了晚近數年，美國傳媒大量解聘新聞人員，海外特派記者更是遭殃，這就致使屢屢有人建言，希望一年折合 200 多億台幣、美國政府用以對外宣傳的影音圖文內容，能夠回流本土使用；作此主張的人，包括前美國哥倫比亞大學校長、第一憲法修正案專家保林傑（Leo Bollinger）教授。既有這些主客觀情勢的變化，美國國會遂在 2013 年修法，從此放行，允許美國所有對外廣播，可以在美國境內「自由」流通。

現在，理當推敲的是，何以美國政府不能對內「自由」傳播，對外卻不但早就能夠自由傳播，並且，公開而自由的傳播猶有不足，各國政府而特別是美國在二戰之後，還要以「偷偷摸摸」的方式，亦即以今天眼光評斷，多少有些「置入行銷」的手段，使盡銀兩打造特定內涵的「自由」觀？

戴瑜慧為本期主題書評介紹的《文化冷戰與中央情報局》，正是處理這個課題的佼佼之作。戴由此延伸，連帶提及的公共外交與軟實力概念，在王維菁的《輸出美國》，另有稍多的討論與評價。

除了是本期的「主題書介」，王、戴兩篇文章同時示範了本刊書介的特色之一。

新書必須通過書評予以彰顯與推廣，並無疑問。不過，「新」是否應當握有否決權，致使並非近期出版的著作，無緣在期刊的書介書評版面出現？編委會認為，新聞若是過度遷就消息來源的動靜，傳媒遭致操弄的機會，隨而增加。新聞的斷舊論新，固然要以時宜與否，作為參照，惟現象、事件與議題的價值，必須也是傳媒進行取捨的重要考量。

新聞不能完全以時間作為選材的標準，學術著作的推介，更是如此。只要有其價值，特別是其價值至今仍然淪落邊緣，少見青睞，那麼，學術期刊責無旁貸，應該使這些具有歷久彌新內涵的著作，得以重見天日。作為價值倡議與辯詰論壇的本刊，因此設有「推陳出新」，作為「書評書介」¹的類型之一。

由魏均執筆的〈鳥瞰影音文化跨境流通文獻〉，則是另一類「書評書介」的示範（「類書集錦」）。通過不滿三千字的勾勒，作者清楚展示了最早在 1969 年出版，最近則是 2014 年問世的新作，總計十四本著作的內在聯繫及其各自特色。魏文雖僅蜻蜓點水，應有引進門的貢獻。

該文提示的圖書，呼應了過去四十餘年來，環繞聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）而折衝的重大國際傳播爭論，這個涉及「文化與自由貿易」的論述與實踐，

¹ 進一步介紹，請見 <http://twmedia.org/archives/502>

塵埃未曾落定，未來也不會定於一尊，至今業已歷經，或說展現為三個階段或面向。

第一個階段可以從萬隆會議說起。1955 年春，涵蓋全球半數以上人口，來自亞洲與非洲 30 餘國的 304 位代表，首次排除前殖民國參與，在印尼召開會議，試圖促成更多的亞非國家交流，共同抵制美蘇的新舊殖民作風。會議後六年，「不結盟運動」成形。在其成員醞釀與推動之下，至 1970 年代遂有第三世界國家提出「新世界資訊與傳播秩序」(New World Information and Communication Order, NWICO) 的呼籲與建構。然而，以美國為首的西方國家，另有所圖、琵琶別抱。

這是第二次世界大戰之後，攸關「文化與自由貿易」的第一場大規模征戰。不僅言詞交鋒，雙方的政策取向，也是壁壘分明。對此，李金銓教授曾經公允評論。他說，《世界人權宣言》第十九條是很重要，但第二十九條也不能忽視，「自由」必然與「責任」相扣合，「資訊自由流通」的觀念「已不足夠」(李金銓，1982/1983，頁 20)。

到了 1980 年代中後期，表面上因保守勢力的上升，美國退出 UNESCO 而使 NWICO 逐漸消聲，但爭論並沒並沒有匿跡，而是角力成為伏流，伺機在旁、蠢蠢欲動。

1990 年代至今，已有兩場「延長賽」。先看「世界資訊社會高峰會議」(World Summit on Information Society, WSIS)。早在 1990 年代中後期，先前藉著 NWICO 聚集的大學與 NGO 組織，就在密切注意資訊科技與電信的國際規範與願景議題。最終，就是 2003 與 2005 年兩次大規模的 WSIS。2006 年以後，另由「網際網路治理論壇」(Internet Governance Forum) 維繫。《經濟學人》的記憶不差，它說 WSIS 的「網際網路網域名稱與號碼組織」究竟應該是委由私人組織或聯合國管理，像極了「三十多年前，在 UNESCO 所進行的新世界資訊與傳播秩序的辯論。」(“Controlling the internet”, 2004, November 20) WSIS 與 NWICO 相去二、三十餘年，這次的差別是，美國無法贏得西歐國家全無保留的支持。

另一個同樣聚焦在 UNESCO 的國際傳播議題，類書繁多，其中已有部分在魏均一文出場。

這是起自 1986 年的「關稅貿易總協定」談判，從製造業延伸到了服務業、文化與所謂的智慧財產權。至 1993 年，因法國（要求歐洲聯盟）堅持，影視文化產品無法列入自由貿易的總體談判，一般就以「文化例外」相稱。其後，反對假借（資本）自由化之名、蠶食多樣影視文化的力量，只增不減。這股力量試圖將文化事務拉回 UNESCO，不讓「世界貿易組織」（World Trade Organisation）擁有管轄的正當性。這些努力已經取得的初步成績，就是 2003 年由 UNESCO 大會所通過的《文化多樣性宣言》，以及 2005 年由 UNESCO 通過，具有法律效果的國際文件《保護和促進文化表達多樣性公約》（*Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*）（2007 年起執行）。現在，美國與歐洲聯盟正在洽談自由貿易協定，同樣已在 2013 年，先行排除了文化產品的自由貿易。在有關國際網路的跨國規範，歐盟已不全支持美國，關於文化則在法國堅持下的歐盟，又進了一步，採取了對立於、或至少是不肯集體與美國同步。並且，歐盟取得了大多數國家的支持，特別是加拿大與南韓。

未來，《傳播、文化與政治》將繼續編纂，邀請專人執筆、也敬請讀者來稿，撰述「文化與自由貿易」的系列書評與書介。其重要焦點如前所述，將有三個，就是 UNESCO 的「新世界資訊與傳播秩序」、「世界資訊社會高峰會議」，以及從「文化例外」到《文化多樣性公約》。

資訊與文化交流自由的真諦，不能屈從資本支配勞動與大自然而增殖的自由，各國有識之士因此高舉 NWICO 與《文化多樣性公約》，以作擷抗。

與此相對，台灣的主流學界、學官與社會未見跟進，反而作繭自縛，聯合打造了一種氛圍，迫使或誘使部分學術工作者，進入不得不默認、不抗拒，甚至自欺、乃至於亦見擁抱的局面，以外文（特別是英文）寫作為尚，等而下之者，或又居然以外文撰述為驕。

但是，表意要自由的前提，就在「我手寫我口」。任何人，包括學術人，如果是因為誘惑或是遭致壓迫，致使不得不以並非自己的第一語言寫作，那麼，其人的自由無疑減損，重則形同遭致剝奪全部或局部。

學人的不自由不僅只是不自由，另有兩大負面效應同步浮現。一是知識生產質量的弱化，二是知識民主原則的背離。

以自己更不熟悉的語言寫作，相較於英語系社會、其前屬殖民地與語系接近英語的地方，必然致使雙方或多造，顯然進入不平等的競爭情境。所謂提升競爭力的說法與認定，勢將適得其反，如果台灣學術人受誘或被迫以外語寫作。人若無法我手寫我口，效能就低，競爭力只能減弱，無法平添；學人關注、發掘與議論課題的能力與成果積累，注定衰退，不是增進。

不以外語寫作，仍有所虧，但不是競爭力的減少，是對世界學術與國際社會，未能善盡回饋與交流的責任。本國學人若有真知灼見未以外語寫作，致使他人不得與聞而見損失，諷刺以言，反而可以是台灣社會之得，是台灣自留藏私，他人用不得，我遂有其優勢，如此而已。

其次，不肯「我手寫我口」而偏重外文示人，則是養我育我的本地人與社會，無法從學院人的知識勞動得到服務。外文著作即便有其成績，回饋反哺的對象竟在海外與我尚無，或僅只是間接來往之人，這不是民主，是反民主；這不是國際主義，最多是與外亦無所涉，若糟則是屈從資本權勢與帝國的心態，再要等而下之，就是以他人的重點與議題作為寫作方向，知人不知己，背離本地社會的需要，無以連結國際對我之經驗的理解與學習。

至此，反自由、不平等，因此難以博愛的學院認知與實踐，如同國王新衣，昭然若揭。「媒體改造學社」以此自惕，創辦《傳播、文化與政治》期刊，認同 2004 年「反思台灣高教學術評鑑研討會」的十項主張，特別是「各種語言平等，不宜獨尊英文」、「回歸華文寫作的優先權」，以及「題材在地化，才能學術國際化」。(反思會議工作小組，2005，頁 vii-ix)

學界需要語言平等，不受威脅不受利誘，一切語言書寫都有可取，對外善盡學術責任固然需要以外語傳播，但不能與學術知識的生產與創造，混為一談。

優秀的刊物永遠缺少一本，我們希望候選，假以時日，通過表現而爭取認同與支持，使人無論側身學院及任何工作場所，都以參與本刊為榮，從刊物各期主題的策劃、建議人選及親自撰述與審查文稿，迄至協助發行、流通與各種行政事務，再到閱讀文字與回饋作者及本刊，都能穩健成長，庶幾學術與社會相互提攜，以在地化的題材與問題意識，推進學術的境內與國際交流。

· 傳播 文化 與政治 · 第一期
2015 年 6 月

《傳播、文化與政治》編輯委員會
2015 年 6 月 1 日

參考書目

- 反思會議工作小組（編）（2005）。《全球化與知識生產：反思台灣學術評鑑》。台北：唐山。
- 李金銓（1983）。〈國際資訊秩序處在變的關頭—兼論馬克布萊德委員會〉，收於李金銓（著），《國際傳播的挑戰與展望》，頁 3-21。台北：時報。（原刊於李金銓[1982]。〈國際資訊秩序處在變的關頭—兼論馬克布萊德委員會〉，《中國論壇》14(12): 34-82）
- Controlling the internet. (2004, November 20). *Economist*, pp.63-64.
- Winseck, D., & Pike, R.M. (2007). *Communication and empire: Media, markets and globalization, 1860-1930*. Durham, NC: Duke University Press.

探究傳媒外部性：
論 2001-2009 《壹週刊》封面故事

李郁青*

投稿日期：2014 年 8 月 3 日；通過日期：2015 年 1 月 28 日。

* 作者李郁青為朝陽科技大學傳播藝術系助理教授，e-mail:yclee@cyut.edu.tw。作者感謝兩位匿名評審給予寶貴的修訂建議。

《摘要》

本文參考傳媒外部性文獻，特別是 Edwin Baker 具有開創意義的分類，並進而分為「生產的外部性」與「消費的外部性」，據此提出分析台灣《壹週刊》內容外部性的方法。作者隨機取樣《壹週刊》2001 至 2009 年間，96 期、192 本的 479 則封面新聞為分析樣本，有 21.7% 屬於公領域硬新聞，私領域軟新聞則達 51.8%；在 82 則屬於政治議題的封面故事，43 則側重私領域，聚焦公領域略少（39 則）且包括誤導性訊息。《壹週刊》監督公益的正外部性，少於其曝光私德的負外部性；政治正外部性佔全數樣本的比例偏少，有些甚且存在新聞專業品質上的疑慮。《壹週刊》尚有一些限制級暴力、色情等內容登上封面故事，明顯違反《分級辦法》，比例雖不高，但可能對兒少與他人之互動產生負外部性。

關鍵詞：Edwin Baker、公領域新聞、私領域新聞、軟新聞、硬新聞、壹週刊、傳媒外部性

壹、前言：《壹週刊》與傳媒外部性

《壹週刊》在台灣創刊時，曾以社論表示：台灣媒體需要改革，《壹週刊》將與廣大讀者站在一起，產製其所「需要的」、「最好的」資訊¹；然而進一步參詳《壹週刊》所謂「讀者的需要」，與其說是讀者真正所需（what they need）的全貌，不如說是讀者之所欲（what they want）。《壹週刊》宣稱要奉行市場邏輯，然而，即便不談讀者真正所需這個概念，退一步言，《壹週刊》是否真能遵守創刊宣言，產製讀者「所欲」的新聞？這就涉及該刊對市場運行規律的理解。

依 McManus (1994) 市場導向新聞學論，一個全然產製「讀者所欲」的新聞媒體，必要條件是：(一) 雙方理性交易皆為追求自利；(二) 雙方都對產品品質與市場有足夠的知識與了解；(三) 市場具有競爭性；(四) 不存在負外部性（交易並未帶來社會成本）(Entman & Wildman, 1992; Rotzoll & Haefner, with Sandage, 1990)。一旦市場條件偏離或違背此四條件愈多，愈易有一方受害，或使整體社會受害 (McManus, 1994, p. 62)；在未符合這些條件的市場中，採取自利態度的交易者間必然導致衝突，由一方佔另一方便宜。

不存在負外部性，是健全市場的必要條件之一；故《壹週刊》若欲宣稱其新聞產製乃是符應「讀者所欲」，整套邏輯的前提也正是：負外部性不存在，或負外部性已獲合宜控制、或償付。

本文研究傳媒外部性問題的主要目的之一，在於探討傳媒是否能夠更合宜地控制負外部性，以及探索傳媒正外部性的創生，較為健全的傳媒市場之建構問題。因此，更進一步了解傳媒究竟可能創生了哪些外部性，這些外部性包含哪些類目，就是必須釐清的課題。李郁青（2009）曾經初步探究傳媒

¹ 該段文字原文為：「台灣的媒體和台灣的政治及企業一樣，值得改革之處甚多，身為媒體經營者，我們不敢故作高論，但是我們保證努力實踐『誠信』原則。不故意歪曲事實，更不會惡意攻擊人格，我們將努力做到無所畏懼也無所偏私 (No fear, No favor)；我們一定會與讀者的需要站在一起，永遠與讀者密切互動，為讀者提供最好的資訊服務。」——《壹週刊》創刊號「壹觀點」（2001年5月31日）。

外部性問題，發現《壹週刊》創生的負外部性並沒有內部化，惟該文並未針對傳媒外部性的多種可能類目等，進行歸類，也沒有較為全面的分析。

本文因此將耙梳與討論，從傳媒外部性現象的相關文獻，整理出得以分類《壹週刊》外部性問題的系統性類目，以進一步探究《壹週刊》內容外部性之面貌。

貳、文獻探討

一、經濟學「外部性」概念的傳媒應用

「傳媒外部性」一詞源自兩個學科概念：一方面，它是一種傳播效果，指涉傳媒或其消費者在產製／消費媒介商品時所產生的影響；另一方面，此傳播效果非僅對閱聽人產生影響，在複雜的傳媒市場交易結構中，兩兩交易仍可能對與交易無關的第三人產生效益或成本，這類似經濟學的「外部性」概念。

經濟學定義「外部性」的方式雖眾說紛紜（Baumol & Oates, 1975; Buchanan & Stubblebine, 1962; Meade, 1973），但彼此間仍有某種程度的概念一致性（Cornes & Sandler, 1986, p. 29），亦即：市場機制下的交易行為（包括生產與消費），對未參與交易之第三人／群體形成效益／成本，但該第三人／群體並未充份同意、或無法控制這些外部性的產生；且市場交易之雙方亦未、或無法向這受益／受損害的第三人取得支付／施以補償。

這個定義具有三個特點：（一）將外部性涉入人員區分為市場交易者，以及，未參與交易之第三人或群體；（二）外部性存在的前提是交易對第三人形成效益或成本，且交易者未向第三人收費或補償；（三）第三人並未充份同意、或無法控制外部性的產生。緣此，本研究在應用「外部性」概念時，將考量以下問題：（一）所謂傳媒「市場」界限何在？（二）傳媒外部性如何計算其效益或成本？（三）如何得知第三人未充份同意，或無法控制外部性的產生？

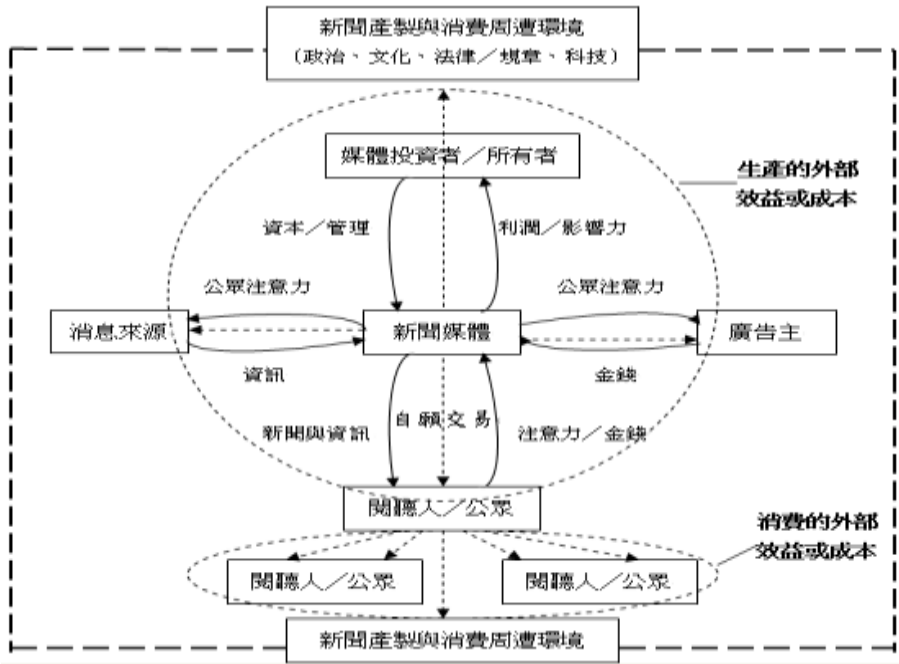
針對傳媒市場的範圍界限，McManus（1994）提出四方市場概念，本文將延用之；至於第二個問題，事實上「傳媒外部性」的效益或成本，許多並無法以貨幣明確定價或計算，這是本文使用「外部性」一詞時，與經濟學主張有別之處；而第三個問題：研究者如何代外部性承受者（即所謂第三人或其他群體）宣稱外部性確實存在？且該外部性並未受其充份同意？對此，過去諸多傳播效果研究的實證成果，或可做為解答的基石。以下分別詳述：

（一）傳媒「市場」範圍

傳媒市場相較於一般財貨市場而言，屬於較特殊的市場；特別是新聞媒體市場交易一般擁有多方買家，使傳媒外部性亦涉及各方交易市場間的相互影響性。

McManus（1994, p. 60）指出，傳媒商品的產製與消費大致具有四方市場，傳媒會分別與（1）閱聽人／公眾、（2）消息來源、（3）廣告主、及（4）傳媒投資人／所有者交易（如〈圖一〉）。以新聞媒體為例，傳媒與消息來源相互交換的是「資訊」與「公眾注意力」、與廣告主相互交換「金錢」與「公眾注意力」、與閱聽人或公眾相互交換「注意力／金錢」與「新聞／資訊」、並與媒體投資人／所有者交換「資本／管理」與「利潤／影響力」；正因傳媒交易涉及多方市場，故可能使單一市場的交易行為，為與該交易無關之第三人（亦可能是其他三方市場之交易者）產生額外的外部性。

圖一：新聞傳媒四方市場及其生產與消費的外部性



資料來源：作者參考 McManus (1994, p. 60) 後自行整理

例如，新聞媒體與消息來源進行交易，雙方關係為互利共生，本為彼此皆有效率。然而，在部分情況下，例如傳媒提供消息來源正面形象，以助其獲取選票，卻可能因為提供錯誤或片面的訊息，而欺騙消費者，使其做出錯誤的投票選擇。這便創生了負外部性。

又如，商業傳媒在多數情況下經常仰賴廣告，致使新聞產製可能受到廣告主的影響，特別是在媒體競爭激烈的背景下，俗稱廣編稿或專案的「置入性行銷」將會增加，更有可能涉及不當操弄閱聽人，違背新聞真實與客觀的基本要求，從而傷害新聞品質，此亦創生額外的負外部性。

在圖一中，本文進一步分類出傳媒「生產的外部效益或成本」及「消費的外部效益或成本」。前者乃因傳媒在生產活動中與四方市場交易而起，後者則因閱聽人或公眾在消費傳媒資訊後所產生。以上兩大類外部性及其次類型，將在後文繼續討論。

(二) 傳媒外部性殊難定價

許多經濟學外部性文獻都認為，人們對產品的生產或消費決策，之所以無法考量其對「與交易無關之第三者」的影響，因而出現生產、消費不知節制的情況，多與財產權 (property right) 不明確有關 (參考張五常, 2000; 許義忠, 2007; 楊明憲, 2005; 楊小凱、張永生, 2000; Coase, 1960; Papandreou, 1994)。換言之，由於「與該交易無關之第三者」無法主張其有不受外部性影響之權利，或法律並未約束市場交易者不可對「與交易無關之第三人」形成特定的外部性，致使外部性現象叢生。倘若法律能明確賦予第三人某些財產權利，便能降低市場交易侵害這些權利的可能性。

若以 Meade (1952, p. 56-7)「生產要素未獲償付」的觀點觀之，賦予財產權能使所有生產要素皆獲適當定價，不再是「未獲償付的要素」(unpaid factors)，如此外部性問題便不存在。也有許多經濟學者認為，對於「外部性」的定義範圍，應限於實質經濟福利的變化上，不應將人們交互影響的七情六慾亦包含其中。

但事實上，無論在國內外，皆有不少針對人們無形的情緒或情感上損失，藉由法律界定「權利 (產權)」的方式，將之化為量化的金錢賠償。例如多種以《刑法》、《民法》為基礎，對人們的名譽、隱私、信用等損失進行補償的法律規定，便是藉由「明確產權」來解決外部性問題之事例。中華民國《民法》第 195 條便規定：「不法侵害他人之身體、健康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，或不法侵害其他人格法益而情節重大者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額。其名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分。」

此一現象給予我們啟示，權利的存在與否，並非自然給定或天生而成，而是經過社會鬥爭的結果。並且，人類社會有很多問題並無法以「定價交易」來解決；能透過貨幣尺度建立的關係，僅屬於經濟福利的滿足與不滿足，但人們的生活尚包含認知、情感或慾望等等，並非屬於經濟福利的範疇 (Pigou, 1932, p. 12-4)。更進一步言，許多隱私或名譽侵犯的罰款，只是部分問題的強制貨幣化，雖聊勝於無，但這仍只解決了一小部分問題。

更重要的是，許多傳媒外部性根本難以定價。舉例而言，例如傳媒小報化使軟新聞侵佔了硬新聞可能出現的版面，使閱聽人（同時也是公民）對民主政治運作所需的知識減少，對民主政治的運作產生影響，但我們該如何為此進行定價？又如傳媒接受報導對象的支付，放棄報導對其不利的消息，卻可能同時背棄了閱聽人「知的權利」，此類外部性亦很難以「為其定價」來因應。

故本文雖採「外部性」之名，但對傳媒外部性概念的闡述，實有別於經濟學對外部性概念之界定。

二、建構傳媒外部性分析類目

過去曾為文討論相關傳媒問題的學者，分別來自不同學科領域，包括傳播學者 John H. McManus (1994)、Vincent Mosco (1996)，經濟學者 Edward S. Herman (1993)、Andrew Graham 與 Gavyn Davis (1997)，社會學者 George Tsourvakas (2003)，政策科學學者 Timothy J. Brennan (1992)，及法學者 Edwin C. Baker (2002)、Ellen P. Goodman (2004) 等人。其中，最為完整與深入論述的是 Baker (2002)，且自 McManus (1994) 以降至 Goodman (2004) 的討論項目，皆可納入 Baker (2002) 分類中。

在 Baker (2002) 的分類裡，其一方面以外部性接受者為分類依據，將外部性區分為對「民主政治」的外部性、對「廣告主」或「消息來源」之外部性等；另一方面又以外部性創生原因，將外部性區分為「因揭露與阻卻權力的濫用」、「因媒體可能報導的行為反應」、及「因資訊搜集技術所強制的成本或創生的效益」等類目 (Baker, 2002 / 馮建三譯, 2008, 頁 52-70)。此一作法既可使讀者了解外部性問題的成因、亦可使讀者了解外部性問題的後果，使其分類多元而具體，能涉及各層面的外部性問題；然而亦誠如 Baker 所言，他的分類既不互斥，亦不窮盡。

緣此，本文以下所提之傳媒外部性分類，一方面參考 Baker (2002)，同時亦納入外部性創生領域、與發生時序的分類概念，希望使類目間彼此互斥。其中，依創生領域言，外部性又可分為「生產的外部性」與「消費的外

部性」兩類；而就發生時序言，尚可分為「媒體報導刊出前即已創生之外部性」、及「媒體報導刊出後所創生的外部性」。隨後再考量 Baker (2002) 本即有的外部性接受者分類方式，整併出本文傳媒外部性之分析類目（見表一）。

前已提及，本文將探究《壹週刊》內容外部性之面貌，故擬採用內容分析方式，進一步了解《壹週刊》內容中所含有的外部性。緣此，〈表一〉中之「因媒體可能報導所產生的行為反應」，由於是在報導尚未刊出前即讓行為未發生，無法由內容分析得出，故不列入本文分析類目；「對廣告主、投資人／所有者的效益或損失」、「閱聽人影響他人的文化產品易得性」及「搭便車現象」等三項亦無法列入內容分析；其餘類目之分析方式討論如下：

表一：本文傳媒外部性分類與 Baker 分類之比較

Baker原始分類系統	本文重新分類系統	本文分析與否
—	生產的外部性：報導刊出前	
因媒體可能報導所產生的行為反應	因媒體可能報導所產生的行為反應	×
—	生產的外部性：報導刊出後	
對民意及政治參與品質之影響／報導／暴露與阻卻權力的濫用	政治外部性	✓
無意受人注意，卻因傳媒曝光而承受負面效果／因資訊搜集技術所創生的成本或效益	對報導對象的成本或效益—媒體曝光私運，資訊搜集技術	✓
對亟欲其消息曝光的相關人或單位之正面效益，特別是置入性行銷	對廣告主、投資人／所有者的效益或損失	×
對傳媒消息來源的效益或損失		
—	消費的外部性	
(個別)閱聽人與其他人的互動	閱聽人與其他人的互動	✓
(個別)閱聽人對他人可使用的文化產品之影響	閱聽人影響他人的文化產品易得性	×
不付費也能使用的現象	搭便車現象	×

(一) 政治外部性

由於一般民眾對政治事務的了解，多半來自媒體；而傳媒如水，可載舟亦可覆舟，消費不同的傳媒內容，可能使閱聽人的消息更為靈通或反之，亦可能使其成為更積極的政治參與者或反之。好的傳媒內容可使人增加政治知

識、激發政治參與情懷，壞的內容則可能誤導人們的政治觀感、澆熄政治參與熱忱。無論何者，皆對民主社會政治體制運作、及公民社會之形成產生正或負面效應，**Baker** 稱此為「傳媒的政治外部性」(**Baker, 2002** / 馮建三譯，2008，頁 52-4)。

此外，傳媒的「第四權」、「看門狗」、「監督」功能角色，亦可能使報導對象成為被揭弊的對象，傳媒可能阻卻其權力的濫用，而使身為公民的媒體消費者、甚而全體社會大眾受益；同時，媒體也可望因而獲取聲望、或實際可售予廣告主的閱聽人注意力，這也正是歷來媒體皆致力追逐「獨家」的原因。然而 **Baker** 亦指出，新聞媒體在報導此類新聞時，往往過度強調性、犯罪或暴力的部分，例如報導政府特定高層人士的性醜聞。媒體對個人式錯誤的報導較多，是因為此類內容非僅較易取得、開支相對低廉、較易撰寫，還可輕易撩撥閱聽人情緒；反之，涉及層面較廣的社會嚴重弊案，則因新聞素材採集不易、開支相對較大，加之問題嚴肅，倘若對閱聽人的近身性尚且不足，便難引發閱讀興趣；在成本難以回收的情況下，媒體可能較少報導此類素材，導致新聞調查報導的質量不足 (**Baker, 2002** / 馮建三譯，2008，頁 57-9)，這將動搖民主社會良性運作的部分基礎，使「第四權」角色難以發揮在重要的公共議題上，無助公民論述的形成 (**Goodman, 2004, pp. 1415-1416**)。

Herman (1993)、**McManus (1994)**、及許多針對傳媒小報化問題的討論，為我們廓清傳媒政治外部性之肇因。**Herman** 指出，傳媒若能加重公共事務與地方內容的報導與討論，將對民主有貢獻；然而商業傳媒一般較少如此做的原因，是因為嚴肅內容較無法吸引閱聽人的注意，故而著手將這些嚴肅內容娛樂化或私人化，以吸引閱聽人消費，究其原因正是為了服務廣告主 (**Herman, 1993, pp. 99-100**)；**McManus** 亦有相同見解，其指出：為販售消費者注意力予廣告主，傳媒必須加入大量娛樂性、戲劇性、情感性的風格元素 (**McManus, 1994, p. 71**)。但傳媒內容私人化與娛樂化的目的，除了服務廣告主，傳媒本身亦能從中獲利。故傳媒內容私人化與娛樂化所創生的外部性，其來源同時含括傳媒與廣告主、及投資人 / 所有者間的交易；其共同表現形式為「小報化」。

所謂「小報化」一般指的是，傳媒在（1）形式規格上有版面變小的趨勢；（2）版面設計上有文字趨簡要通俗，並採大標題大圖片等趨勢；（3）新聞主題上愈發重視性、醜聞、運動、娛樂等軟性新聞，減少政治、經濟、社會等較嚴肅的硬新聞等；（4）新聞側重角度上愈發側重個人私密領域的描寫，減少對公共事務的報導（王石番，1972；李瞻，1976、1986；羅文輝等，1999；蘇蘅，2001；陳韻如，2007；McLachlan & Golding, 2000; Sparks, 2000）。其中，軟新聞的增加，或私領域角度的側重，都可能排擠硬新聞及公益觀點出現的機會，此類小報化趨勢將使媒體作為公共領域的角色難以發揮，並使媒體消費者、甚而全體公民皆受此外部性影響。這正是近年來有關新聞媒體小報化之研究所憂慮的問題（陳韻如，2007，頁 12；蘇蘅，2001，頁 4）。非僅如此，閱聽人對軟、硬新聞的接觸偏好，將會影響其政治知識的高低。偏好報紙與電視硬新聞者之政治知識，一般較軟新聞偏好者為高，同時也較可能去投票（彭芸，2007，頁 104-7）。傳媒是否能供應質量俱佳的公領域、硬新聞內容，顯然關乎其對國家民主發展的外部性。

由上可知，傳媒政治外部性非僅源於服務廣告主、傳媒所有人等誘因（這是一種生產的外部性）；事實上，消費傳媒內容者的觀點仍會透過人際互動或政治參與行為，影響到其他非傳媒消費者的福利（這是一種消費的外部性）。其損害或效益的幅度，端視其他人的傳媒消費或政治參與幅度及品質而定，但傳媒確實在很大範圍與層次上影響了此類參與（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 52-3）。

（二）對報導對象的成本或效益

消息來源（有時即是報導對象）與傳媒互動，能使其觀點廣為周知，一方面可自我培力、博取名聲，另一方面則可能因得到發言機會而使敵人蒙受損失。然而另一方面，傳媒報導亦可對報導對象形成負面效益，倘若傳媒為求服務於廣告主，以致有意與無意的查證不確實，或未予報導對象回應的空間，即可能傷害報導對象的名譽或答辯權益（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 66）。

傳媒與消息來源之間一般是以傳媒的「公眾注意力」換取消息來源的「資訊」，雙方交易存在幾種成本風險：

1. 平衡與否對報導對象的影響

消息來源與媒體交易多半為無償，例如傳媒對政商文化專業人士或團體（含消息來源／報導對象）的有利報導，對這些個人或團體大大加分，然該受益對象卻經常並未直接支付傳媒（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 63）。此外，傳媒亦可能有意無意的查證不確實，或未予報導對象回應空間，在聳動報導獲得閱聽眾的高關注度外，卻也傷害了報導對象的權益。

傳媒亦可能因透露消息來源身份，使消息來源受到傷害；然而一方面，若政府立法，容許傳媒遇有爭議時，保有不透露消息來源的權利，雖然可以使傳媒更易取得資訊，卻難以確保資訊品質；反之，若政府強制傳媒必須在司法仲裁下，吐露消息來源，必然就會限制記者獲取某些資訊的機會，若該消息來源怯於見光。由此看來，顯然政府不介入強制消息來源的匿名與否，較能提升新聞產製之效能（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 66-69）。

然而，傳媒是否合理地揭露消息來源，以示對傳媒內容之負責；又或是，傳媒如不願揭露消息來源時，報導者本身是否願為內容署名以示負責，依然影響著傳媒內容的可信程度。且傳媒若報導了侵害報導對象名譽或隱私等權益之事，給予其回應機會（平衡報導）應亦是新聞基本專業意理。

2. 遭媒體曝光私德之影響

媒體有時常以「監督」為名，行「侵權」之實。例如揭露一些無涉公共利益（即私人的）其他可議行為。這樣的傳媒注意力非僅可能傷及報導對象（無論資訊真假正確與否、評論公正與否，都具有強大的殺傷力），且排斥其他公共利益新聞的呈現空間。此類外部性若非有任何具強制力的機制，使

傳媒必須支付相關外部成本，否則一般傳媒在決定編輯政策時，並不會考慮這些潛在的傷害。

究其實，此類曝光私德的外部性往往是因為媒體與廣告主、投資人／所有者、或消息來源之交易而起，與政治外部性影響的是全體社會之公益（公民參與）不同，此類外部性作用對象為傳媒的報導對象。

3. 資訊搜集技術之影響

此類外部性涉及記者所採用的採訪「技術」問題，得以、卻未將相關成本內部化。例如新聞記者可能為「追求速度」取得新聞而違犯法律，或採取不當的採訪手段（如不當問話方式）使受訪者感到難堪、痛苦；前者如不慎毀損器械財產、車禍、或傷及旁人等，法律一般皆有相關民、刑事責任可因應之；後者則屬精神性的外部成本，且法律並未明確賦予受訪者相關可主張的權利，故難透過法律加以求償或嚇阻（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 69）。

還有另一種情況是，記者採取非法錄音／錄影等手段取得新聞。假使當事人認為，記者的這類採訪手法並不可取（未獲當事人同意），記者等於就是強加一種成本迫使報導對象承擔，記者未能內部化這類成本（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 69）。就這類外部性來說，一般是由法律（各種民、刑事規定）進行規範，將因為記者採訪而受害者的成本，責成傳媒予以內部化。不過，此類規範所要阻止的情況僅在於「該新聞採集手段所產生的成本，大於其社會效益時」，故在「該手法可能產生比成本更大的社會效益時」（如涉及公益的報導），法律便可能允許記者侵入某些特定場合。此外，法律通常亦不罰真實的報導，即便它們經常對當事人造成傷害。若有某些法規要求權益遭受侵犯的單位或個人，無論在何種情況下皆須自行承擔部分或全部資訊採集成本（即無責任制，媒體無論如何皆無須負責），便等於法規「補助」了此類傳媒內容的生產（Baker, 2002／馮建三譯，2008，頁 134-5）。

某些特殊的媒體採訪技術，其採用原因常與媒體服務於廣告主、投資人／所有者的利益有關。媒體為極大化其利益，必須提升閱聽眾對內容的注意

力、滿足偷窺慾望，因而不計代價以各種方式取得某些私密、或令人困窘的內容，將其攤在陽光下。這些具有爭議的資訊採集技術包括：擅用單位密件、擅用私人文件、假扮他人（喬裝採訪）獲取資料、隱瞞身份臥底採訪、或狗仔跟監等（羅文輝、陳韜文、潘忠黨，2001）。劉靜怡（2004）曾以 Food Lion 控告 Capital Cities/ABC 等案為例，指出媒體為揭露與公益有關的不法行為，而採取爭議性的資訊採集手段時，不應受到法律過嚴的制裁。換言之，即便因資訊搜集技術而可能強制某些成本，但將這些技術應用於報導公領域新聞時，仍可能因而創生社會效益。

（三）閱聽人與其他人的互動

傳媒外部性問題中，另一獲得諸多學者關注的問題，是暴力色情內容對於個人與社會的影響。傳媒具有建構閱聽人腦海中「現實世界」的能力，閱聽人也會順此產生相應行為，這就使傳媒內容產生外溢效果，影響著我們與周遭人的互動。有品質的傳媒內容將對社會人際互動產生正向福利，渲染負面行為的傳媒內容則可能為人際互動帶來負面影響，形成惶恐不安的社會氛圍；而這正是人人都有理由關心他人會消費哪些傳媒內容的原因（Baker, 2002 / 馮建三譯，2008，頁 54-6；Graham & Davies, 1997 / 劉忠博、丘忠融譯，2007，頁 20；Herman, 1993, p.102-4; Tsourvakas, 2003, p. 236）。

就傳媒暴力內容而言，相關傳播研究（特別是電視暴力內容的效果研究）可說數以百計，大多數研究結果皆支持刺激論，認為觀看電視暴力內容可能刺激人們在現實生活中對人施暴、學習到施暴方法，或對暴力現象見怪不怪；支持宣洩論的研究則屈指可數，此說認為觀看電視暴力內容可使人們藉此宣洩情緒，反而不易有實際暴力行為發生（Corner-Rever, 1995; Severin & Tankard, 1997 / 羅世宏譯，2000，頁 341-2）。這顯示，至少在某些既存情境中，閱聽人以暴力對待他人的機會，將因傳媒對暴力的描述而增加；消費傳媒暴力內容，可能影響閱聽人與他人的互動關係，這使閱聽人的消費行為亦出現外部性。

然而，何謂暴力內容？Gerbner 等人將「暴力」定義為：「明顯行使身體力量（不論有無武器）強行違反自己或他人的意願，使之受到被傷害或死亡的痛苦，甚至實際受傷或致死」（Gerbner, Gross, Eleeey, Jackson-Beech, Jeffries-Fax, & Signorielli, 1978, p.179）。Murray 與 Kippax（1978）則指出，所謂「暴力」除強調「對人類造成身體傷害之行為」外，更有「心理傷害」、「言語暴力」等其他類別。黃明明（1994）則將「暴力」定義為：「以任何明顯而具體的言語或行為意圖使人屈服（無論有無人員傷亡或物品毀損）之情境」。綜觀而言，「暴力」的展現方式可包括以下四類：（1）口語暴力：指言語上的攻擊或衝突行為，例如辱罵、威脅與恐嚇等；（2）肢體暴力：指使用身體部位攻擊他人，如扭打、互毆等徒手攻擊行為；（3）武器暴力：指以任何器具、物品攻擊他人，例如槍擊或以刀劍棍棒襲擊對方之行為；（4）物品毀損：專指人為意圖所造成之物品毀壞，例如拔麥克風、砸桌椅、縱火等行為。凡符合上述「暴力」定義情境之新聞報導或描述，均屬於「暴力新聞」。緣此，傳媒新聞中若含有上述四類暴力內容愈多，便愈可能影響其閱聽人與他人的互動關係，特別是在認知與態度層面的影響性。

色情內容亦復如是。多數研究結果皆證實，過當的色情內容可能為閱聽人帶來負面效果；特別是採用實驗方法所進行的研究更有一致發現，經常暴露於暴力色情內容中，會使受試者產生對女性的負面態度。諸如：增加受試者攻擊女性的行為、強化「可對女性使用暴力」的觀念、不同情強暴案件的受害者、誇大女性的性慾及性開放程度、或顯著增加男性對其伴侶的不滿意度等；且在保證不會受到任何制裁的承諾下，男性受試者亦自我報告有強暴女性的可能（林芳玫、徐郁喬，1997；Lyons, Anderson, & Larson, 1994）。學界對「暴力色情」的定義一般是：含有性暴力、無故事情節、亦不強調情感面向，且具有貶抑女性意味的性資訊（林芳玫、徐郁喬，1997）。且前述相關研究成果的受試者都是成人。換言之，即使是一向被視為較具自制力、能動性、受敬重的成人，若經常觀看具有性暴力、具貶抑女性意味的色情內容，仍可能對女性具有前述多項潛在的負外部性。

但我國法律（指《刑法》第 235 條「猥褻、妨害風化罪」）所管制的暴力色情內容，一般採取較嚴苛的認定標準，且不考量色情內容是否具有貶抑

女性意味。依據大法官釋字第 617 號解釋文，我國《刑法》管制的色情資訊是「含有性暴力、性虐待或人獸交，而無藝術性、醫學性或教育性價值之猥褻資訊」（即所謂「硬蕊」猥褻出版品），目前禁止一般人製造、流通及持有；而「客觀上足以刺激或滿足性慾，使一般人感覺不堪呈現於眾、或不能忍受而排拒之猥褻資訊或物品」（即所謂「軟蕊」猥褻出版品），只要當事人採取「適當之安全隔離措施」（如加裝封套、設警告標示等），不使未成年者接觸到的情況下，即可對特定人士（即成年人）進行傳佈（中華出版倫理自律協會秘書處，2009，頁 10）。

「軟蕊」出版品屬限制級出版品，須限制兒童及青少年接觸此類內容。而依據我國《出版品及錄影節目帶分級辦法》（簡稱《分級辦法》）第 5 條之規定，所謂限制級色情內容為：「以語言、文字、對白、聲音、圖畫、攝影等描繪性行為、淫穢情節，或裸露人體性器官，尚不致引起一般成年人羞恥或厭惡感者」。

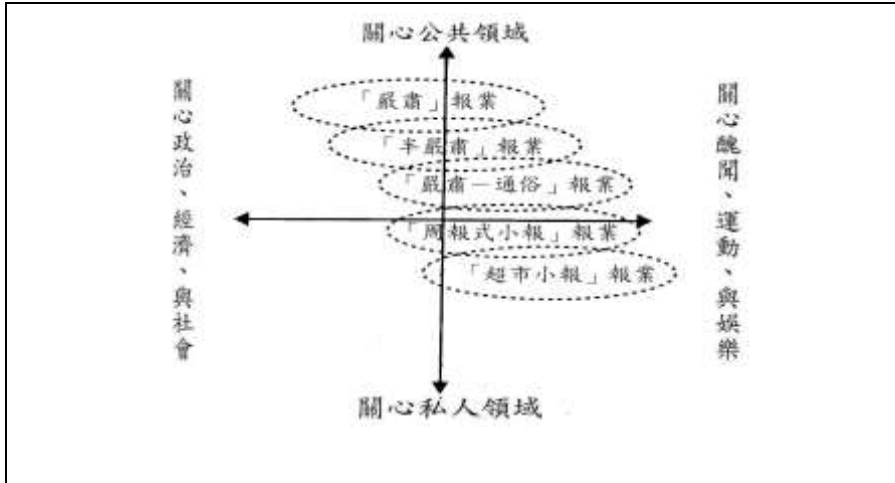
而現行執法單位為求權宜而設的限制級出版品判斷依據則是：（1）是否詳細描繪性交過程；（2）是否露出第三點；（3）是否詳述施暴或自殺過程；（4）是否詳述或呈現恐怖、血腥、殘暴、變態等情節。本文亦依此作為限制級內容的區分標準。

三、區辨《壹週刊》報業定位

林思平（2008）將《壹週刊》定位為「通俗新聞媒體」，並指出此類媒體在台灣具有解構文化霸權的意義。但本文認為這樣的區分或命名方式，仍可能造成某些混淆；欲更精確掌握《壹週刊》的報業定位，實有必要引入 Sparks（2000）的「新聞學雙軸線」（the two axes of journalism）概念。

Sparks（2000, p.14）以報業內容所側重的「報導主題」及「公私領域」，作為劃分不同報業的兩條軸線，並依此將報業區分為「嚴肅報業」（the serious press）、「半嚴肅報業」（the semiserious press）、「嚴肅－通俗報業」（the serious-popular press）、「周報式小報」（the newsstand tabloid press）及「超市小報」（the supermarket tabloid press）等五類（見圖二）。

圖二：Sparks (2000) 的五種報業範疇



資料來源： *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards* (p.14), by C. Sparks, 2000, New York, NY: Rowman and Littlefield.

在 Sparks 的想法中，真正的嚴肅報業是以關心「政治、經濟、社會等」硬題材、且側重於「公領域」議題為職志的報業，其大多以「記錄性的新聞」作為新聞商品的主要表現形式，並常扮演民主社會告知者、監督者的角色，因而與關心「醜聞、運動、娛樂等」軟性主題、且側重「私領域」議題的真正小報，有大相逕庭的社會功能 (Sparks, 2000, pp.12-14)。

簡單區分 Sparks 所提的五種報業，「嚴肅報業」、「半嚴肅報業」、「嚴肅—通俗報業」三者的共同特質是：都只關心「公領域議題」，但在「報導主題」上有不同程度的偏重。「嚴肅報業」偏重政治、經濟、社會等硬題材，「嚴肅—通俗報業」則偏重醜聞、運動、與娛樂等軟題材，「半嚴肅報業」則軟硬主題約略各半。至於「周報式小報」及「超市小報」，相較於前三種報業，乃以呈現較多「私領域議題」為共同特色；二者差別則在於：「超市小報」並不關心公領域問題，但「周報式小報」略有公領域議題 (見圖二)。

《壹週刊》在 Sparks (2000) 所提的報業光譜上，究竟佔據何種位置？由於報業對封面故事或頭版頭條的揀擇，一般代表其報業定位，本文將針對《壹週刊》封面故事進行抽樣內容分析。

參、研究方法

一、選取分析樣本

本文以 2001 年 5 月 31 日《壹週刊》創刊號起算，至 2009 年 5 月 30 日止的八年間，《壹週刊》所發行的各期雜誌內容（包括 A、B 兩本）為研究母體，每月隨機抽選一期為分析樣本，分析其封面故事的外部性。共計抽出 96 期、192 本《壹週刊》，並以其封面所登新聞（廣告不計）共計 479 則為分析樣本。

二、外部性類目及其正負向評價之認定

（一）政治外部性

1. 所屬新聞認定：當新聞屬於政治或國際類新聞，且因聚焦於與公共利益有關之公領域事務報導，而使公民能對國內外政治情勢有進一步了解與認識（形成政治知識）者，視為形成政治外部性。而當新聞屬於揭露社會各階層人士之不當行為（即所謂醜聞）者，且報導聚焦於公共利益是否遭受損害的公領域角度時，因可能阻卻權力濫用，所擔負的正是社會第四權之角色，故亦視為形成此類外部性。

2. 正負向評價的認定：符合前項之新聞，若新聞報導未具明顯錯誤者，視為形成政治正外部性。反之，若新聞存在明顯偏見、或有明顯錯誤者，因有誤導讀者之可能，視為形成政治負外部性。

(二) 對報導對象的成本或效益－媒體曝光私德

1. 所屬新聞認定：當新聞屬於揭露社會各階層人士之不當行為（即所謂醜聞）者，且報導聚焦於與公共利益無涉之私領域角度（私人醜聞），視為形成此類外部性。

2. 正負向評價的認定：符合前項之新聞，因其無論真實與否皆可能傷害報導對象，故一律視為負外部性。

(三) 對報導對象的成本或效益－資訊搜集技術

1. 所屬新聞認定：當媒體使用支票新聞學、擅用單位密件、擅用私人文件、假扮他人（喬裝採訪）獲取資料、隱瞞身份臥底採訪、未經同意偷拍偷錄、或狗仔跟監等爭議性新聞採集手法時，即視為創生此類外部性。

2. 正負向評價的認定：符合前項之新聞，若其報導乃聚焦於公領域、而非私領域角度者，視為創生此類正外部性；反之，聚焦於私領域、而非公領域者，視為創生其負外部性。

(四) 閱聽人與其他人的互動

1. 所屬新聞認定：當新聞出現限制級色情、或限制級暴力內容，且未依法自行分級、並採取合宜隔離措施者，視為對兒童及青少年與他人互動形成外部性。至於限制級色情或限制級暴力內容的認定標準：

(1) 限制級色情：指詳細描繪性交過程、或裸露人體性器官（露第三點）的內容。

(2) 限制級暴力：指具有恐怖、血腥、殘暴、變態等情節，或詳述施暴與自殺過程者，可能使未成年者觀看後產生恐怖、害怕的心理。

2. 正負向評價的認定：符合前項之新聞者，視為對兒童及青少年形成負外部性。

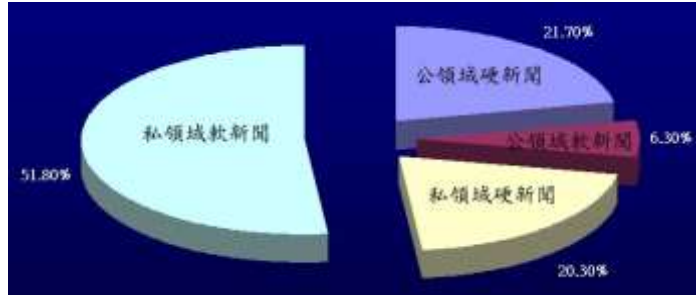
本研究之內容分析登錄說明（見附錄）、與信度檢驗，是由筆者與另一位受過研究方法訓練之研究生張艾馨共同討論、修訂與執行。在內容登錄上，針對每一分析樣本皆先區別其文本內容主題（屬軟、硬新聞）、及側重面向（屬公、私領域）、是否符合新聞專業要求（進行平衡報導、署名負責、與註明消息來源）、是否使用爭議性編採手法、是否含有限制級暴力或限制級色情內容之情形，以進一步辨識《壹週刊》的內容取向。

肆、研究發現與結果分析

一、《壹週刊》定位：偏重私領域軟新聞的「周報式小報」

《壹週刊》在 Sparks (2000) 所提的報業光譜上，究竟佔據何種位置？本文針對《壹週刊》封面故事進行抽樣發現，其創刊八年中所強調、突顯的內容，仍以私領域軟新聞為多（51.8%, N=248），此類小報式新聞登上《壹週刊》封面的機會，明顯高於其他類型新聞。由圖三看來，若依據 Sparks (2000) 所提的報業光譜，《壹週刊》乃是一份偏重於私領域軟新聞的「周報式小報」，但亦曾於調查報導國安秘帳、國務機要費案等嚴肅政經議題上，有引人矚目的表現，對於公領域政經議題仍有一定程度的關心；只是，它絕非僅止於一份通俗報業，因為除了通俗議題的呈現外，它還有將各類議題「私領域化」的特質，公領域嚴肅議題的報導僅佔其所有報導的四分之一弱（21.7%）。

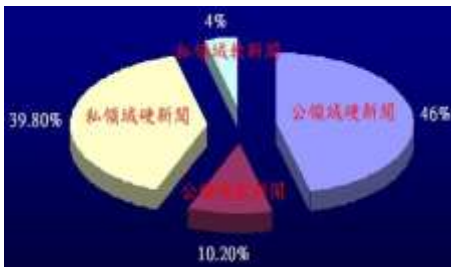
圖三：《壹週刊》封面故事新聞主題與公私領域之偏重



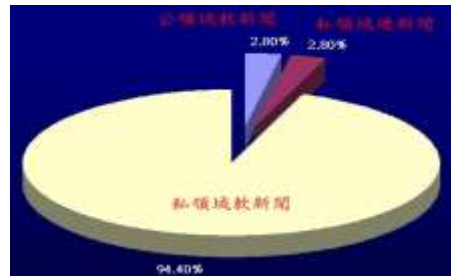
(2001-2009) (N = 479)

即便將《壹週刊》A、B本分別來看，A本雖訴求以公領域硬新聞為重（46.0%），但仍存在私領域軟新聞（4.0%），是一種介於 Sparks 所定義的「嚴肅—通俗報業」與「周報式小報」之間的刊物；B本則完全沒有公領域硬新聞，並有高達 94.4% 的私領域軟新聞，類似於 Sparks 所界定的「超市小報」（見〈圖四〉）。

圖四：《壹週刊》A、B本封面故事新聞主題與公私領域之偏重（2001-2009）



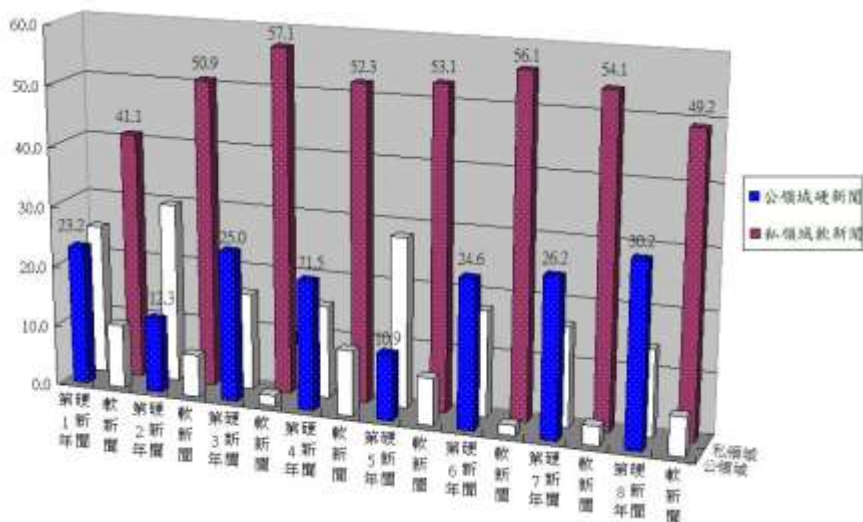
A本(N = 226)



B本(N = 253)

以分年資料來看，《壹週刊》創刊八年來都是以私領域軟新聞所佔封面故事比例最高，公領域硬新聞與之相較，比例相差甚遠（見圖五）；且依其「每年都是軟硬新聞、公私領域新聞皆有，但皆以私領域軟新聞所佔比例最高」的傾向來看，創刊八年來的《壹週刊》，都應屬於 Sparks（2000）定義下的「周報式小報」。本研究進一步針對其歷年來封面故事「新聞主題」與「新聞領域」的偏重情形進行卡方檢定（Chi Square Test），確定《壹週刊》這八年來在新聞主題與新聞領域上的調性偏好並無顯著改變（前者 $X^2 = 1.987, df = 7, p > .05$ ；後者 $X^2 = 8.889, df = 7, p > .05$ ）。

圖五：《壹週刊》封面故事之新聞主題與公私領域比重（2001-2009）（%）



此種側重於私領域軟新聞的小報報業定位，是我們理解《壹週刊》外部性問題的基礎。本文以下將分別討論《壹週刊》封面故事中所存在的外部性問題。

二、《壹週刊》外部性發現與討論

本文發現：479則新聞樣本中，以涉及「資訊搜集技術」之外部性最多，佔45.1%；相關外部性排名見表二。

表二：《壹週刊》封面故事所涉外部性類目排行（2001-2009）

外部性出現 頻率排名	外部性類目	回應數	回應數 百分比	樣本數 百分比
1	對傳媒報導對象的效益或損失－資 訊搜集技術	216	31.4%	45.1%
2	民意形成及政治參與品質之影響	141	20.5%	29.4%
3	對傳媒報導對象的效益或損失－媒 體曝光私德	120	17.5%	25.1%
4	閱聽人與其他人的互動	18	2.6%	3.8%

註：因不少案件同時涉及多種外部性類型，故各類外部性回應數之和、及其佔總案件數之比例分別超過 479 筆及 100%。

（一）使用爭議性新聞採集手法，創生正外部性遠低於負外部性

本文發現，整體而言，《壹週刊》使用喬裝採訪、使用單位密件、使用私人文件、未經允許偷拍偷錄、或狗仔跟監等爭議性新聞採集手法時（N=216），其報導大多聚焦於私領域（86.1%，N=186）、較少聚焦於公領域（13.9%，N=30），故而創生使用此類報導手法之正外部性的機會，遠低於其可能創生的負外部性（見表三）。

表三：《壹週刊》使用爭議新聞採集手法之公私領域比(2001-2009)(%)

	單位機密	私人文件	喬裝採訪	偷拍偷錄	狗仔跟監	總計
公領域	1.4 (N=3)	-- --	3.2 (N=7)	6.5 (N=14)	7.4 (N=16)	13.9 (N=30)
私領域	-- --	1.4 (N=3)	0.5 (N=1)	11.6 (N=25)	82.9 (N=179)	86.1 (N=186)
總計	1.4 (N=3)	1.4 (N=3)	3.7 (N=8)	18.1 (N=39)	90.3 (N=195)	100 (N=216)

註：一篇報導可能採取多種資訊採集手段，故此處為複選題，各細項之則數加總可能超過216則及100%。

較為例外的是，《壹週刊》在採用單位密件或喬裝採訪等手法進行資料採集時，多數仍聚焦於公領域的報導。其採用「單位密件」報導手法者有三件，包括43期〈國安局絕密文件曝光，李登輝非法挪用35億〉、371期〈520當天一坪400萬賣25萬，財政部賤賣SOGO商圈土地〉、及387期〈三大金控成洗錢密道，扁家二次金改貪污現形〉等文；三篇皆屬公領域、硬新聞的機關醜聞報導，且不含暴力、色情等內容。但三篇報導皆未予相關人士任何說明機會，亦未註明消息來源。

《壹週刊》採用「私人文件」進行報導者則有三件，包括22期〈打通政商金脈，璩美鳳淫亂大公開〉、144期〈連惠心私密信件，驚爆連戰打老婆〉、及382期〈陳啟禮殺手自白密件曝光，最想幹掉許信良張燦鎔〉等文，所採用的私人文件分別為璩美鳳手札、連惠心私密信件、及陳啟禮的殺手自白等。前兩篇都旨於揭露私領域的個人醜聞，且皆未註明消息來源，但有給予報導對象回應的機會；且該兩篇後來皆有相關訴訟：前者是璩美鳳控告《獨家報導》、但沒告《壹週刊》(《獨家報導》敗訴)；後者則是連惠心控告《壹週刊》(此案《壹週刊》勝訴)。

《壹週刊》採用「喬裝採訪」之報導手法者有八件，包括89期〈仿冒SK-II 氾濫，愛美小心毀容〉、203期〈變造有效期限，易而善賣黑心奶粉〉、226

期〈2千萬生日禮物，蔡依林信義區買豪宅〉、228期〈防疫大漏洞，全台私宰雞場直擊〉、329期〈黑心醫師偷跑，果凍隆乳變石頭奶〉、418期〈假聊天真賣淫，鬧區性愛包廂直擊〉、440期〈色情新寵，互動攝影活春宮直擊〉、394期〈踢爆戴假髮混充生髮，史雲遜廣告詐騙〉等文。這些新聞的報導角度以公領域報導為多，《壹週刊》記者在這些採訪行動中經常喬裝成商品（保養品、奶粉、房屋...等）買家，以獲取新聞。然而，〈假聊天真賣淫〉、〈色情新寵〉二文皆涉及色情內容登上封面的不法行為，可能形成閱聽人與他人互動的負外部性；〈2千萬生日禮物〉及〈色情新寵〉二文均涉及法律訟案。

《壹週刊》有39則報導採用「偷拍偷錄」的報導手法，報導角度以私領域較多（64.1%, N=25）；且這些新聞中，有四分之一以上（25.6%, N=10）涉及限制級的色情內容；創生不少負外部性。且這些新聞有66.7%未署名，亦有少部分（12.8%, N=5）未予當事人任何說明機會。

另有195則報導採用「狗仔跟監」之手法，報導角度高達91.8%（N=179）為私領域，軟新聞佔了七成餘（75.4%, N=147），未予當事人任何說明機會者有23件（11.8%）。

（二）監督公益的正外部性，略少於曝光私德的負外部性

本文發現：《壹週刊》創刊八年之封面故事涉及因監督功能而生的正外部性者，共115件，佔全數樣本的24.0%；涉及因曝光私德而生的負外部性者，則共120件，佔全數樣本的25.1%。顯見其因監督功能而生的正外部性，相對上略少於因曝光私德所生的負外部性。

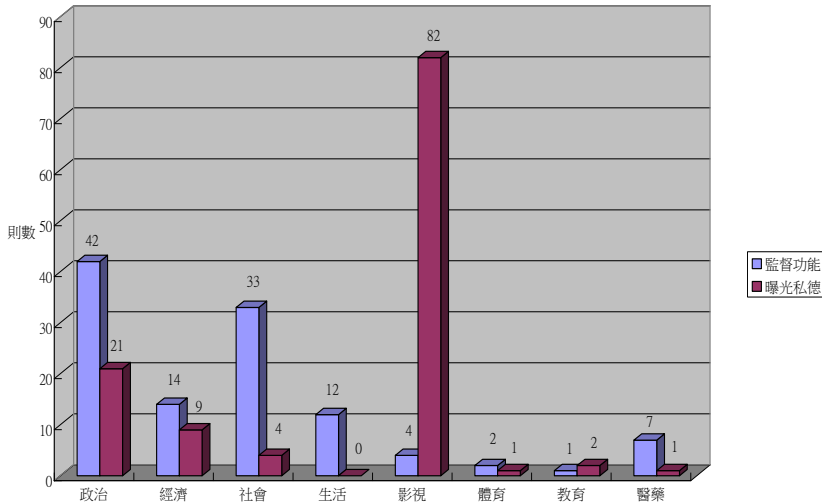
《壹週刊》在報導私領域個人醜聞時，常以道德警察角色自居，並以揭露各式交往劈腿、未婚過夜、未婚懷孕...等「未婚者醜聞」，及婚外情、離婚...等「已婚者醜聞」為多，各佔26.8%及26.0%。「未婚者醜聞」如創刊號中的〈準駙馬四年女友大爆薄倖內幕〉、55期〈未成年，小豬與Makiyo過夜〉、291期〈負心男友趕訂婚，丁國琳DNA掙名份〉等文；「已婚者醜聞」則如第9期〈一天四次進香閨，蕭薔、林金龍不倫戀情大現形〉、39期〈丁柔安、胡瓜地下情曝光〉、226期〈4個月撈1千萬，王靜瑩分居不離婚〉及391期〈8年

花6,600萬，伊能靜榨乾哈林)等文。且《壹週刊》的私領域個人醜聞中，亦有不少「性話題」(15.8%)。包括性關係或情感關係複雜者之情事與性事揭秘，女明星或模特兒拍攝三級片或春光外洩之事，明星偶像車震等，都成為報導內容。如22期〈打通政商金脈 璩美鳳淫亂大公開〉、46期〈郝方三級片嚇怕小開〉、124期的〈一天做愛十次，宣宣公開性愛祕招〉與〈Energy緋聞上身，坤達女友車上脫褲〉、413期〈香港鬥波 露點熊黛林奶壓離罩林志玲〉等文皆屬之，都對報導對象形成曝光其私德、或不欲人知之私密的負外部性。這些私領域個人醜聞中，有近半(46.0%, N=58)曾引起其他媒體關注、跟進報導，進一步擴大了其傷害程度。

至於《壹週刊》所報導的公領域機關醜聞，則如12期〈警察束手，民代大搞色情業〉、36期〈濫用防腐劑，金華火腿走味〉、43期〈國安局絕密文件曝光，李登輝非法挪用35億〉、124期〈黑道收買職棒球員，中信鯨爆放水醜聞〉、203期〈變造有效期限，易而善賣黑心奶粉〉、或377期〈爆扁密匯3億出境，利用黃睿靚洗錢〉等案件；其監督對象包括前總統、民意代表、各式商家與各界專業人士等。這些報導造成其他媒體跟進的比例不少(45.3%, 75則新聞中有34則外溢至其他媒體)，進一步增強其監督功能的影響力。

若以新聞類別來區分，《壹週刊》在報導「影視文化」類之醜聞上，因曝光私德而生的負外部性特別明顯；而在報導「政治」、「社會」、「經濟」、「生活」與「醫藥」類醜聞時，則有相對較多因監督功能而生之正外部性(見〈圖六〉)。

圖六：《壹週刊》監督功能與曝光私德兩項外部性之新聞類別比（2001-2009）



（三）政治正外部性偏少，負外部性影響力大

本文另發現，《壹週刊》創刊八年中的封面故事（N=479）中，政治議題佔17.1%（N=82）。這些政治新聞中，仍以側重私領域面向（52.4%，N=43）居多，公領域新聞（47.6%，N=39）非僅略少於私領域，且尚有一些誤導性訊息存在其中。這使得《壹週刊》所創生的政治正外部性，就其數量及比例而言不如其負外部性。

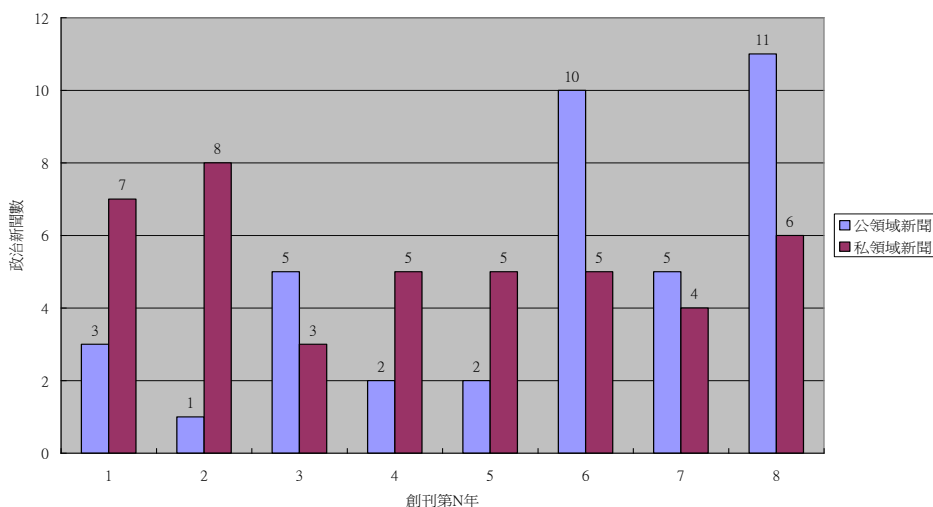
《壹週刊》的政治報導較偏好的內容，是揭露政治人物的私人感情生活或家庭秘辛，43篇私領域政治議題報導中，有23篇屬於此類報導（53.5%）；如22期〈打通政商金脈，據美鳳淫亂大公開〉、191期〈一週三次，林重謨幽會美腿女〉、〈帥哥立委鄭運鵬，誤把黑道密友〉；387期〈婆媳失和，致中挺妻斥母大嘴巴〉、〈第一家庭角力，黃睿靚拚生男，趙建銘結紮爭寵〉...等文。此類政治議題報導，對於增進選民政治知識、或促進政治參與並無多大幫助。

此外，《壹週刊》尚偏好某些人物特寫（而非議題特寫）的素材，43篇

私領域政治議題報導中有8篇屬於此類報導（18.6%）；如60期〈厭作人間語，蕭美琴〉、188期〈迷途，陳水扁〉、240期〈再下一城，馬英九〉...等文。此類偏向於個人角度的政治新聞，以Baum（2002）對政治知識的定義來看，確實能夠增加閱聽人對政治人物的了解，也的確具有某種程度的公共性，卻仍無法達成「提昇閱聽人對公共事務判斷能力」的程度。

前述兩類私領域政治相關內容，顯然對於增進《壹週刊》政治正外部性的成效有限。則其公領域政治新聞的報導表現又是如何？首先，就其創刊八年的封面故事觀之，《壹週刊》所報導的公領域政治新聞不到一成（8.1%，N=39），顯見其政治正外部性的貢獻機會不高。但此種情況近年來略有改善；如圖七所示，《壹週刊》封面的公領域政治新聞，後三年有領先私領域新聞之趨勢。

圖七：《壹週刊》政治類封面故事之公私領域比（2001-2009）



進一步探究這些公領域政治新聞發現，大多集中在國務機要費案、及扁家洗錢案的相關報導上（39篇公領域政治新聞中，有26篇集中在近三年，且其中有12篇屬於扁家相關案件的報導）。如第266期〈收SOGO禮券，檢調30

日祕訊吳淑珍〉、268期〈吳淑珍台大祕訊，第一家庭官司脫罪內幕〉、285期〈列舉貪污罪狀，陳瑞仁拆穿阿扁謊言〉等文，以及自2008年8月14日出刊的377期〈爆扁密匯3億出境，利用黃睿靚洗錢〉一文起，一系列對扁家洗錢案的報導等。事實上，自377期〈爆扁密匯〉該文起，整整一年來，《壹週刊》幾乎每期封面皆有扁家洗錢案的內幕報導，少數幾期例外的是410、413、415-7、420、422、425-8等期（52期中僅11期無相關報導）。故而有媒體譏其為「快和某些電視台的談話性節目一樣，就靠著阿扁家族這一劑營養針撐著」（鄧蔚偉，2009.2.17）。

《壹週刊》所呈現的這些公領域政治新聞中，有些還存在著新聞專業品質上的疑慮。例如，有69.2%（N=27）的公領域政治新聞未註明消息來源、4.8%（N=4）未署名負責；如果這是為了保護消息來源、及自我保護，這些未註明消息來源的新聞中，卻尚有40.7%（N=11）未予當事人任何說明機會，或以截稿前當事人不回應、聯絡不上當事人等為由，而未予平衡報導。這將使新聞品質的疑慮大為提高，反而極可能刊登亦真亦假、無法證實的消息，甚而出現誤導性的政治資訊，反而創生額外的政治負外部性。

例如，《壹週刊》第297期A本「封面故事」〈棄台獨引中資，專訪李登輝：我想訪問大陸〉、402期A本「封面故事」〈周美青祕密安排訪中 15億紅十字會捐款當籌碼〉等文，事後都發現有斷章取義、扭曲受訪者原意，或道聽途說等情。以《壹週刊》297期李登輝專訪為例，李後來於廣播專訪中稱：《壹週刊》「棄台獨引中資」、「想訪問大陸」等標題都有錯誤，「他並沒有講放棄台獨，他是在講台灣已經是主權獨立國家，何必還要花時間跟精神回頭追求獨立」（曾慧蘋，2007年2月5日）。此外，《壹週刊》402期亦曾引述所謂「核心人士」、「國安人士」的話指出，馬團隊祕密推動周美青於2009年8月以紅十字總會名義秘訪中國四川災區；但該文披露未幾，總統府隨即發表回應，指經與紅十字會聯絡查證後確定「絕無此事」、「府方根本沒有這樣的規劃」（王焜華、蘇聖怡、王嫻雯，2009年2月5日）。這些錯誤報導若無後續其他媒體的查證補充，皆可能造成選民對兩岸互動情勢的誤判。

再以《壹週刊》第371期A本「封面故事」〈政商勾結，爆張俊彥受財團供養醜聞〉一文為例，《壹週刊》指張俊彥長期受白文正供養，人格操守有

疑慮，若欲擔任負責為國舉才的考試院院長，恐無法成為全國公務員表率，故而呼籲檢調深入追查不法，以正國人視聽。然而《壹週刊》於報導此一新聞時，並未註明消息來源，僅以「消息人士指出」、「本刊調查」、「一位大學教授說」、或「知情人士說」等語帶過，讀者很難自行辨識消息來源的可靠性。雖說新聞媒體保護消息來源的作法，或許能使有利於民主發展的揭弊式新聞，更有效率地呈現在公眾面前；然而，嚴謹查證、並適度給予當事人回應空間，仍是必要的新聞專業作法。《壹週刊》該篇揭弊報導，容或有其不註明消息來源的正當性，但媒體本身在進行此類報導前，對於消息來源可靠性的評估即需有更多自律。是否過於片面呈現不利於報導對象的說法？是否可能成為消息來源打擊異己的工具？是否提供過於誇大不實的資訊？媒體都需有更多的自省。

而在《壹週刊》該篇揭弊式報導刊出未幾，白文正即投海自殺，張俊彥亦退出考試院長提名，顯見該報導對政壇、社會以致對私人的影響力，皆不容小覷。近一年後（2009年6月），監察院發布對於此案的調查結果，平反了張俊彥受白文正供養的傳聞，卻已是「遲來的正義」（李光儀、李青霖，2009年6月12日）；國家社會為此篇報導所付出的成本與資源、及該篇報導所創成的政治負外部性、對白文正私人企業和家庭所造成的影響、對張俊彥個人名譽的侵害，皆由此可知。

然而《壹週刊》所登之公領域政治新聞，也有具高度影響力之正外部性者，其政治影響力亦同樣驚人，使包括前總統、前總統府副秘書長、法務部調查局前局長、台灣高檢署前檢察官、總統府前專員、與前行政院政務委員等，都因相關報導而深陷囹圄、丟官、撤職、或自行請辭，離開其不適任的職位。

整體而言，《壹週刊》創刊八年來的政治外部性呈現出以下特色：（1）正外部性有，但較少（32.9%）；（2）正、負外部性影響力皆鉅。如何增加正向的政治外部性、並減少其負外部性，是值得關切的問題。

(四) 限制級暴力、色情負外部性比例不高，但違反分級辦法

如前所述，當新聞中含有愈多限制級暴力內容（具恐怖、血腥、殘暴、變態等情節，或詳述施暴與自殺過程者）、或限制級色情內容（詳細描繪性交過程、或裸露人體性器官）者，媒體卻未依法自行分級、並採取合宜隔離措施者，本文視為對兒童及青少年與他人互動形成負外部性。

就此而言，《壹週刊》封面故事中含限制級暴力與限制級色情的比例並不高（3.8%, N=18），但卻有未依《分級辦法》規定分級、加註警語、未予包裝封套之違法情形，因而具有可能傷害兒童及青少年身心健康之負外部性。

《壹週刊》封面故事所含兒童不宜的報導類型包括：（1）喜談「性事」：刊登性交圖照、或以文字詳細描繪性交姿勢及其過程；（2）模擬性侵：以電腦圖示下體或全身裸露的性侵害過程；（3）血腥：過度描繪暴力現場的血跡斑斑、或刊登暴力事件傷者大量流血的照片等。

其中，《壹週刊》曾多次在封面上刊登色情交易的性愛圖照，或以文字詳細描繪性交過程，以刺激銷售率。例如82期〈南台灣廉價色情天堂〉、240期〈踢爆變性人賣淫直擊〉、283期〈台灣最大買春集團 荒淫直擊〉、361期〈廟前活春宮 海鮮店淫亂口交直擊〉、369期〈假聊天真賣淫 鬧區性愛包廂直擊〉、387期〈色情新寵 互動攝影活春宮直擊〉等文，皆有違犯《分級辦法》之虞。《壹週刊》卻以「傳達社會現象」（何定照，2008年10月24日）、「照片打上馬賽克，沒有妨害風化」（陳志賢、廖嘯龍，2008年10月25日）作為說詞。

此外，《壹週刊》尚有以電腦繪圖方式，詳細圖示裸露下體（即便並未畫出性器官）的性侵手法與過程，例如114期〈民航局政風淫官爆性醜聞〉、338期〈看守所爆醜聞，放任男囚屢遭雞姦自殺〉等文，皆為超乎常情的新聞處理手法。其尚有以電腦圖示或刊登照片的方式，呈現暴力現場血跡斑斑、或傷者大量流血的照片者，如22期〈F4慶功宴本刊記者被圍毆內幕〉、183期〈紅燈截殺，海線角頭火拼台中幫〉、318期〈吳善九血案，殺手遭主謀出賣內幕〉等文；或呈現恐怖自殺攻擊之剎那，爆炸現場震撼火光的照片，如17期〈獨家直擊自殺兵團訓練營〉一文；及刊登僵硬或發黑屍體的照片，

如158期〈冷血失業父虐殺兒女內幕〉、198期〈兒子曾否認父涉案319 刺扁凶嫌曝光內幕〉等文，這些都可能使未成年者觀看後產生恐怖、害怕的心理，卻仍登上封面、並且未加註十八禁警語。

由此觀之，《壹週刊》封面故事中即便所含限制級暴力或色情等內容的比例並不算高，卻仍有多起未依法自行分級的案例，因而對兒童及青少年與他人之互動形成負外部性。特別是2008年以來限制級圖照登上《壹週刊》封面的情況，較以往更為明顯而大膽。

伍、結語

海內外針對傳媒外部性的討論與研究其實不少，本文則是進一步整併與分類相關類目，並提出「生產的外部性」與「消費的外部性」兩類區分方式，據以進一步辨識台灣《壹週刊》所創生的外部性問題。

研究發現：台灣《壹週刊》自2001年5月創刊，至2009年5月的八年間，每年的封面故事都是以私領域軟新聞所佔比例最高，屬於Sparks（2000）定義下的「周報式小報」。這意謂著，即使《壹週刊》對公領域硬新聞仍有一定比例的關注，但其比例遠不如對私領域軟新聞的操作與渲染。《壹週刊》監督公益的正外部性，少於其曝光私德的負外部性；政治正外部性佔全數樣本的比例亦偏少，有些還因未註明消息來源、未署名、未予平衡報導，而存在著新聞專業品質上的疑慮。《壹週刊》尚有一些限制級暴力、色情等內容登上封面故事，比例雖不高，但明顯違反《分級辦法》，可能對兒少產生負外部性。

研究過程中亦發現，每週三出刊的《壹週刊》真可謂為台灣傳媒內容之議題設定者。其議題外溢至其他媒體的情況甚多。這將擴大《壹週刊》內容之外部性，值得未來研究進一步深究。

此外，本文最重要的目的，亦非僅止於描繪與批評《壹週刊》，台灣其他傳媒亦具其外部性。而事實上，傳媒外部性研究之最終方向，仍須導向至探索可能的解決之道。而這需要未來更多研究的加入，以傳媒外部性的概念出發，並從中演繹若干通則，乃至具體建言，以作為減緩傳媒負外部性、並

增加其正外部性的社會思考與實踐依據。

參考書目

- 王石番（1972）。〈「民族晚報」、「大華晚報」加強競爭前後的內容分析〉，《新聞學研究》，10: 93-144。
- 王焯華、蘇聖怡、王嫻雯（2009年2月5日）。〈周美青訪中，府「絕無此事」〉，《蘋果日報》，政治新聞版。
- 中華出版倫理自律協會秘書處（2009）。〈出版品分級與管理法規手冊〉。取自 http://www.cpmpla-tw.org/news_main.php?Flag=20090709171332。
- 李 瞻（1986）。〈當前我國三大日報內容之統計分析〉，《新聞學研究》，36: 177-200。
- 李 瞻（1976）。〈我國中央日報、聯合報、與中國時報三大日報內容之統計分析〉，《新聞學研究》，17: 1-26。
- 李光儀、李青霖（2009年6月12日）。〈白文正供養傳聞 監院平反〉，《聯合報》，A4。
- 李郁青（2009）。〈《壹週刊》外部性問題初探—以法院「法學資料檢索系統」中的案例看起〉，《新聞學研究》，98: 193-244。
- 何定照（2008年10月24日）。〈壹週刊：社會議題哪裡有妨害風化？〉，《聯合報》，A2。
- 林芳玫、徐郁喬（1997）。〈色情媒介及其效果：閱聽人研究的再省思〉，《廣播與電視》3(1): 95-125。
- 林思平（2008）。《通俗新聞：文化研究的觀點》。台北：五南。
- 張五常（2000）。《經濟解釋——張五常經濟論文選》。北京：商務印書館。
- 許義忠（2007）。《財政學》（第二版）。台北：五南。
- 陳志賢、廖嘯龍（2008年10月25日）。〈刊淫照 壹週刊社長訊後飭回〉，《中國時報》，C2。
- 陳韻如（2007）。《近年台灣新聞媒體「小報化」趨勢之研究》。（國科會專題研究計劃成果報告）（編號 NSC 95-2412-H-126-003）。台中：靜宜大學大傳系。
- 黃明明（1994）。〈電視新聞暴力內容對兒童之涵化效果初探〉，《新聞學研究》48: 63-98。
- 曾蕙蘋（2007年2月5日）。〈空中獨白澄清 連播三天〉，《中國時報》，A5。
- 壹週刊壹觀點（2001年5月31日）。〈參與創造歷史的好機會〉，《壹週刊》，1。
- 馮建三、程宗明譯（1998）。《傳播政治經濟學—再思考與再更新》。台北：五南。（原書 Mosco, V. [1996]. *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. London, UK: Sage）
- 馮建三譯（2008）。《傳媒、市場與民主》，台北：巨流。（原書 Baker, C. E. [2002]. *Media, markets, and democracy*. New York, NY: Cambridge University Press.）

- 彭芸 (2007)。〈我國民眾媒體內容偏好與其政治態度之關連性研究〉，《選舉研究》14(1): 85-118。
- 楊小凱、張永生 (2000)。《新興古典經濟學和超邊際分析》。北京：中國人民大學出版社。
- 楊明憲 (2005)。《個體經濟 101》。台中：滄海。
- 鄧蔚偉 (2009年2月17日)。〈【台灣媒體何去何從(上)】黎智英 + 金溥聰 = ?〉，《自由時報》，藝術文化。
- 劉忠博、丘忠融譯 (2007)。《多媒體時代下的廣電事業、社會與政策》。取自 <http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc>。(原書 Graham, A. & Davies, G. [1997]. *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: University of Luton Press.)
- 劉靜怡 (2004)。〈新聞採訪與新聞自由：發現真實抑或侵犯權利？〉，《國家發展研究》，3(2): 117-162。
- 羅文輝、陳韜文、潘忠黨 (2001)。《大陸、香港、台灣新聞人員對媒介角色的認知》。台北：政治大學傳播學院。
- 羅文輝、吳筱玫、Paddon (1999)。〈台灣報紙頭版設計的趨勢分析：1952-1996〉，《新聞學研究》59: 67-90。
- 羅世宏譯 (2000)。《傳播理論——起源、方法與應用》。台北：五南。(原書 Severin, W. J., & Tankard, J. W. [1997]. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. New York, UK: Longman.)
- 蘇蘅 (2001)。〈報紙新聞「小報化」的趨勢分析〉。(國科會專題研究計畫成果報告, NSC 89-2412-H-004-031)。台北：政治大學新聞系。
- Baum, M. A. (2002). Soft news and political knowledge: Evidence of absence or absence of evidence? *Political Communication* 20(2): 173-190.
- Baumol, W. J., & Oates, W. E. (1975). *The theory of environmental policy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Brennan, T. J. (1992). Integrating communication theory into media policy: An economic perspective. *Telecommunications Policy*, 16(6), 460-474.
- Buchanan, J. M., & Stubblebine, W. C. (1962). Externality. *Economica*, 29, 371-84.
- Coase, R. H. (1960). The problem of social cost. *The Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.
- Corner-Rever, R. (1995). Television violence and the limit of voluntarism. *Yale Journal on Regulation*, 12, 187-205.
- Cornes, R., & Sandler, T. (1986). *The theory of externalities, public goods, and club goods*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Entman, R. M., & Wildman, S. S. (1992). Reconciling economic and non-economic perspectives on media policy: Transcending the "marketplace of ideas". *Journal of Communication*, 42(1), 5-19.
- Gerbner, G., Gross, L., Eeley, M., Jackson-Beech, M., Jeffries-Fax, S., & Signorielli, N. (1978). Cultural indicators: Violence profile No. 9. *Journal of Communication*, 28(3), 175-205.

- Goodman, E. P. (2004). Media policy out of the box: Content abundance, attention scarcity, and the failures of digital markets. *Berkeley Technology Law Journal*, 19, 1389-1472.
- Herman, E. (1993). The externalities effects of commercial and public broadcasting. In K. Nordenstreng & H.I. Schiller (Eds.), *Beyond national sovereignty: International communication in the 1990s* (pp. 84-115). Norwood, NJ: Ablex.
- Lull, J., & Hinerman S. (1997). *Media scandals: Morality and desire in the popular culture marketplace*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Lyons, J. S., Anderson, R. L., & Larson, D. (1994). A systematic review of the effects of aggressive and nonaggressive pornography. In D. Zillmann, J. Bryant & A. C. Huston (Ed.), *Media, children, and family: Social-scientific, psycho-dynamic and clinical perspectives*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McLachlan, S., & Golding, P. (2000). Tabloidization in the British press: A quantitative investigation into changes in British newspapers, 1952-1997. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp.75-109). New York, NY: Rowman and Littlefield.
- Meade, J. E. (1952). External economies and diseconomies in a competitive situation. *The Economic Journal*, 62(245), 54-67.
- Meade, J. E. (1973). *The theory of economic externalities: The control of environmental pollution and similar social costs*. Sijhoff, Leiden: Sweden.
- Murray, J. P., & Kippax, S. (1978). Children's social behavior in three towns with differing television experience. *Journal of Communication*, 28(1), 19-29.
- Papandreou, A. A. (1994). *Externality and institutions*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Rotzoll, K. B., Haefner, J. E., & Sandage, C. H. (1990). *Advertising in contemporary society* (2nd ed.). Cincinnati, OH: Southwestern.
- Sparks C. (2000). Introduction: The panic over tabloid news. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp. 1-35). New York, NY: Rowman and Littlefield.
- Tsourvakas, G. (2003). Techniques to enhance the transmission of quality programs by private television channels in Europe. *European Journal of Law and Economics*, 16(2), 233-245.

本文引用格式

李郁青 (2015) 。〈探究傳媒外部性：論 2001-2009《壹週刊》封面故事〉。
《傳播、文化與政治》，1:1-39。

Exploring Media Externalities: A Study of Cover Stories from Next Weekly between 2001–2009

Yu-Ching Li *

ABSTRACT

In this article, the author developed a framework for the analysis of Next Weekly's externalities by reviewing articles for media externalities, especially Edwin Baker's category system. In addition, we classified externalities into two types as follows: production and consumption. The author collected the cover stories of Next Weekly from 2001–2009 using random sampling, which included 96 journals, 192 volumes, and 479 pieces of news. The results showed that 21.7% of news pieces were "public sphere-hard news" and 51.8% of news pieces were "private sphere-soft news". There were 43 out of 82 pieces focusing on political news stressed the private sphere. Other news pieces from Next Weekly were subject to content restrictions (i.e., violence and pornography). This may have influenced the reaction of teenagers and other members of the community.

Keywords: Edwin Baker, hard news, media externalities, Next Weekly, private sphere news, public sphere news, soft news

* Yu-Ching Li is an Assistant Professor of Department of Communication Arts in Chaoyang University of Technology, Taichung, Taiwan.

附錄：內容分析登錄說明

一、 文本內容類別 (1) 與政治相關。(2) 與經濟相關。(3) 與社會相關。(4) 與生活相關。(5) 與影視娛樂或文化相關。(6) 與體育相關。(7) 與教育相關。(8) 與旅遊相關。(9) 與醫藥相關。(10) 與科技相關。(11) 與國際相關。(12) 其他。(99) 難以判斷／不適用。

→ 依各新聞樣本中所含最多內容之主題方向來定類別。

二、 文本內容側重面向 (1) 公領域。(2) 私領域。(9) 難以判斷／不適用。

→ 所謂「公領域」議題乃以「公共事務」或「與公共相關之事務」為條件，也是新聞自由的基礎。舉凡政府決策範圍所做的活動、攸關大眾利益之事，如政策、弊案、經濟或重要生活大事等決策，皆屬「公領域」議題。但所謂「公共利益」，並不限於國家或社會全體有關之利益，與限定一定範圍內之小社會有關之利益，亦可包括於特定小範圍之「公共利益」範圍。例如，《壹週刊》172期「壹號頭條」曾報導〈王育誠非法挪用3千萬慈善基金〉一文。即便屬於長思基金會之該慈善基金遭挪用，不一定損及整體國家或社會全體所有人之利益，卻對少數需要該慈善基金之群體有所影響，故仍屬「公領域」範圍。

→ 著重於個人情感面向之報導者，則屬於「私領域」面向。個人隱私或私德不屬於攸關大眾利益之公共事務，故即便是名人（公眾人物、可受公評之人）的個人隱私，亦屬其「私領域」範圍。例如，公眾人物的感情生活、個人風格與特質、人生態度與志向、或與他人之私人糾紛等，均非屬攸關大眾利益之事，故本研究將久歸屬於「私領域」範圍。

三、文本內容是否涉及醜聞的報導 (1) 機關的、或價值含量較高的醜聞。(2) 個人的、或價值含量較低的私人醜聞。(9) 難以判斷/不適用。

- 本研究所謂涉及醜聞，指的是涉及「違犯社會主流道德或倫常之事」（參考 Lull & Hinerman, 1997: 11-13）。例如，貪瀆事件、性騷擾事件、婚外情、經營不法行業、或從事非法行為...等，諸如此類之例常因被認為違反社會主流道德規範或專業倫理，故而被媒體視為醜聞而須揭露。
- 依據 Lull & Hinerman (1997: 20-22) 的分類，當違犯主流道德的行動，乃由政府或企業所行動者，稱之「機關醜聞」。由於機構所具有的公共角色，常使人們默許其諸多行為，在此默許下，機構也常向人們提供某些道德保證（例如，不會污染環境、不販售違害公眾健康的食品、依法履行公眾交託的任務與責任，絕不會貪瀆枉法...等），而使人們心甘情願地默許機構的作為。故一旦機構違反了這些期望，並遭媒體報導出來，便容易引來社會反對。本文依此將此類醜聞視為機關的、或價值含量較高的醜聞。而當媒體揭露社會名人違反社會期望、常規或實踐的慾望事例，如婚外情等，即可能爆發私人醜聞。由於此類醜聞所影響到的人士屬於某一受限之範圍（並未影響到大眾之利益），本文將之視為個人的、或價值含量較低的私人醜聞。

四、文本含限制級暴力或限制級色情內容之情形：(1) 有。(2) 無。(3) 其他。(9) 難以判斷/不適用。

- 依據《分級辦法》的規定，以及現行執法單位為求權宜而設的限制級出版品判斷依據，本文將限制級暴力與限制級色情內容，依下列幾項標準判定：(1) 是否詳細描繪性交過程；(2) 是否露出第三點；(3) 是否詳述施暴或自殺過程；(4) 是否詳述或呈現恐怖、血腥、殘暴、變態等情節。這些標準容或在其他出版品（如藝術、醫學、或教育類出版品）中經

常有適用性上的質疑，但在新聞資訊中採用這些標準，檢視其是否會使一般成年人感覺到「不堪呈現於眾」，反倒較無爭議。本文亦將依此作為研究個案內容是否屬於限制級內容的區分標準。

· 傳播 文化 與政治 · 第一期
2015 年 6 月

意義迷陣裡的權力與暴力：
作為當代藝術的新紀實攝影話語——
以《鍊》與《野想》為例*

郭力昕**

投稿日期：2015 年 3 月 10 日；通過日期：2015 年 5 月 15 日。

* 本文係國科會專題研究計畫《美學與意義的辯證：二〇〇〇年代台灣紀錄攝影的藝術話語研究》(NSC 99-2410-H-004-174)的部分研究成果。作者於此特別感謝研究助理邱育南的資料蒐集，台北市立美術館研究組余思穎小姐與展覽組蕭淑文小姐提供的攝影展場圖片，以及兩位匿名審查者的回應意見。寫作期間，攝影家周慶輝先生與作者電話聯繫時，得知此文的撰寫及其批評觀點後，表示歡迎對藝術創作不同意見的討論；作者對周慶輝包容「異見」的藝術態度，亦於此表達敬意。

** 作者郭力昕為政治大學傳播學院副教授，e-mail: lixinwho@gmail.com。

《摘要》

本文通過對張乾琦的《鍊》與周慶輝的《野想》之批判的話語分析，探討作為當代視覺藝術的新紀實攝影代表性作品，如何建構意義與話語權力，進而產生了「意義的暴力」。本文發現，藝術話語所生產的意義與權力，不僅來自攝影作品與攝影家，也是媒體、評論者的詮釋，與美術館、攝影集製作等的共構結果。本研究也發現，這項共構不見得是有計畫的，甚至有時觀點矛盾、混亂；然而，它們仍成就了話語權力。

關鍵詞：Avedon、周慶輝、張乾琦、意義的暴力、新紀實攝影、話語權力

1980年代的台灣，傳統方式的紀實攝影實踐，是最主要的攝影文化風景。從1990年代起，尤其在這個年代的後期，一方面受到當代藝術裡裝置風潮的影響，另一方面來自數位科技對影像創作的衝擊，台灣傳統紀實攝影的場景，迅速且大面積的萎縮。不少對攝影創作有興趣的實踐者，或轉換跑道，或者在創作之初，即以新紀實攝影的概念，往當代視覺藝術的方向發展（姚瑞中，2003，頁12）。作為當代藝術的新紀實攝影，在其視覺材料或符號上的選取，既然仍程度不同的「紀錄」或指涉現實，而非全然以影像的形式美學或前衛實驗為創作方向，那麼新紀實攝影與現實的關係為何，它究竟連結或再現怎樣的現實，仍需要梳理、爭辯。

本文希望批判地閱讀成為當代視覺藝術的、且具代表性的台灣新紀實攝影實踐，通過對影像符號的美學安排與設計，生產出怎樣的藝術、文化、社會與政治性意義。蕭瑞莆（2006）認為，「理解視覺文化之意義在於，發現並以批判角度檢視視覺化對象的動態過程。……所謂批判地介入視覺文化思辨，就是首先決定何種影像之意義生產場域與模式，最能夠發揮解釋影像的效力」（x-xii）。同時，攝影的藝術話語及其政治意義，從來都是一種權力的展現。長期探討攝影再現、真實與權力關係的藝術史學者與攝影理論家 John Tagg，在《規訓的框架：攝影真實與意義捕捉》（*The Disciplinary Frame: Photographic Truths and the Capture of Meaning*, 2009）裡，延續他依據傅柯之真實-知識-權力理論以分析西方紀實攝影的研究方法，提出「意義的暴力」（the violence of meaning）這個批判地分析攝影修辭及話語的思辨路徑。他認為，攝影做為證據的建制化功能之所以重要而需要更多的討論，不僅是它在晚近歷史上成為社會治理與規訓知識的媒介，而且攝影複雜化了、或者可能掩蓋了歷史書寫的工作，成為一種新的歷史書寫，甚至歷史本身（Tagg, 2009, p.XVI）。

塔格研究的對象，環繞在十九世紀與1930-1940年代，攝影做為證據和社會紀實文本在西方產生的話語權力，他針對的主要是傳統紀實攝影的實踐。本文則從攝影的話語權力和「意義的暴力」這個概念出發，沿用到台灣當代新紀實攝影的實踐經驗裡，藉以檢視在新世紀的頭十年裡，台灣最具代表性的新紀實作品，在當代藝術的自我定位下，製造了怎樣的話語和意義，

以及它們是如何生產出來的。台灣自 2000 年起，有不少成為當代藝術的攝影專題計畫¹在這些為數不少的新紀實／當代藝術攝影專題中，就本文所關切的議題，具有特別突出之代表性的兩組創作，是張乾琦的《鍊》（2001）與周慶輝的《野想—黃羊川計畫》（2009）。²

這兩組攝影作品，在幾個層面上也具有相似性。首先，兩位創作者張乾琦和周慶輝，皆由新聞攝影記者或紀實攝影師的職業出發，在專業工作上累積了相當優異的成績，³之後轉往當代藝術的領域開拓他們的創作生命，並繼續在當代藝術領域取得了很大的關注與成就。其次，兩組攝影作品的拍攝對象，皆是自身無法發言的底層／弱勢人物：《鍊》的創作對象是高雄龍發堂的精神病患，《野想》則是中國甘肅一個貧窮縣鎮裡的孩子。再者，這兩個現實環境裡的被攝對象，及他們各自的處境，是以具有藝術手法和視覺美學趣味的「新紀實」表現方式，將正面擺拍（pose）的人物肖像，安排到去

¹ 這些專題計畫包括：張乾琦的《鍊》（2001）；游本寬的《真假之間：游本寬閱讀台灣影像系列之一》（2001）、《台灣新郎：「編導式攝影」中的記錄思維》（2002）、《台灣公共藝術—地標篇》（2011）、《游潛兼巡露—「攝影鏡像」的內觀哲理與並置藝術》（2012）、《鏡話·臺詞》、《我的限制級照片》（2014），以及持續創作但未曾集結出版的「台灣房子」系列作品；陳敬寶的《片刻濃妝：檳榔西施影像集》（2003）、《迴返計畫》系列（包括鄧公、老松、黃金町、湖東、楓涇五個攝影計畫，於 2004-2012 年之間，分別在台灣、日本、韓國、上海執行）、《天上人間》（2009）、《尋常人家》（2013）；董振良的《解放戰地：女體異念影像集》（2003）；王志偉的《私房面具》（2004）；姚瑞中的《台灣廢墟迷走》（2004）；周慶輝的《野想—黃羊川計畫》（2009）；沈昭良的《Stage》（2011）；鍾順龍的《文明風景—里程碑》（2011）；吳政璋的《台灣「美景」》（2013）；等等。在上述這些專題攝影計畫中，本文僅選取《鍊》與《野想—黃羊川計畫》作為在本文關切之議題下特別具有代表性之分析對象，乃是由於絕大多數其他的新紀實或編導式攝影作品，並不特別針對底層／弱勢人物為材料，並將他們轉為一種視覺美感經驗；而陳敬寶的《片刻濃妝：檳榔西施影像集》的拍攝對象，雖為販賣檳榔的女郎，但筆者認為其攝影的觀看，在作品中展現了相對平等的權力關係，是一項展示了本文關切議題之相反的案例。

² 這兩組攝影作品，分別在台北市立美術館展出，並同時出版攝影集；《鍊：張乾琦攝影展》由北美館出版，《野想—黃羊川計畫》則由優秀視覺設計公司出版。筆者曾於這兩項攝影個展期間，分別在北美館觀看過展出作品。

³ 張乾琦曾任美國《西雅圖時報》與《巴爾的摩太陽報》攝影記者，後獲得馬格蘭攝影通訊社提名，成為唯一的華人正式會員；他得到過各種美國國內與國際上的重要新聞紀實攝影大賽的大獎。周慶輝在《中國時報》系的平面媒體任職過新聞攝影記者，得過台灣年度新聞攝影獎等多項國內重要獎項，個展與出版包括《停格的歲月—麻瘋村記事》（1995）、《消失的群像—勞動者記事》（2002）、《行過幽谷》（2004）等。以上資料摘自《鍊：張乾琦攝影展》與《野想—黃羊川計畫》兩份攝影集裡的作者簡介。

背景的空間裡，以大底片做巨幅的影像輸出，佈置在美術館展場，並出版成大開本的精緻影像書。最後，這兩組攝影作品，都曾在台灣與國際主流藝術空間／機制展出或得獎。⁴

優勢族群以新聞／紀實攝影的方式，面對缺乏理解或拒絕能力的弱勢族群的生活樣態、文化景觀甚或人物相貌，進行奇觀化或異國情調的影像凝視與消費的相關研究，實汗牛充棟難以細數。這些雖然仍是關於攝影再現現實時的核心倫理問題，但並非本文希望探討的主要問題。況且，兩位攝影家並不宣稱他們在描述或記錄現實，而是通過藝術手法，從題材中淬取視覺符號或效果，創造想像或氛圍，從而生產出與拍攝對象之處境相關的其他訊息或意義，讓觀者得到對某種（對他者或自身的）現實處境更深刻一層的感受或認識。因此，論者並不能以傳統紀實攝影的理解框架，來分析或批評這兩組影像。

基於此，本文要檢視的，是《鍊》與《野想》這兩組具有當代藝術特色的新紀實影像，究竟生產了怎樣的意義，以及與他們取材的現實有怎樣的連結；同時，本文將分析這些意義是如何生產出來的，藝術話語在此扮演著怎樣的權力角色，從而創造了一種「意義的暴力」。本文於此需要先聲明，以這兩組具有代表性的攝影作品為分析對象，並不意味著所有作為當代藝術的台灣新紀實攝影作品，都有同樣的問題，或者問題的嚴重程度相同；有些具備當代藝術手法的攝影創作，在一些也許無可避免的類似現象裡，仍反映著創作者相當的自省內涵，或者其美學手法與內涵，是在描述或對照著攝影者試圖呈現的複雜的社會／文化現實。

本文要強調，作為當代藝術的攝影，它的意義生產，並不僅來自影像本身，或者攝影藝術家本人，而是由作品、攝影家、評論者、媒體、美術館、和攝影畫冊等共同佈置出來的。Gillian Rose 介紹話語分析⁵作為一種主要的

⁴ 兩組作品除了分別在台北市立美術館做過大型個展，《鍊》自 2001 年起，陸續應邀參加威尼斯雙年展、聖保羅雙年展、馬德里國際攝影節、紐約「國際攝影藝術中心」三年展等多個國際重要當代藝術場合；《野想》則於 2010 年起至香港攝影節、義大利佛羅倫斯個展，並先後得到德國紅點設計獎與 iF 視覺傳達設計獎。

⁵ 在 Rose 的 *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* 中譯本裡，譯者王國強將 *discourse analysis* 譯為「論述分析」。本文則以「話

視覺研究方法時，指出話語分析大致有兩種，其一關注視覺影像和言語文本的闡釋，其二則較為關注建制的運作，例如藝廊、美術館（Rose, 2001／王國強譯，2006，頁 183）。而本文將進一步分析，這種意義的共構，未必是目的一致集體預謀行為，甚至不見得是共織這張話語權力之網的所有參與者，都思路清晰意識分明；然而，這張權力之網，無論如何創造了話語權力和意義的暴力，並同時維護了一個安全的、少有挑戰的台灣攝影藝術話語的生態和生產系統。

本文的研究關切，從塔格所分析的由國家機器控制、或被它收編利用的社會紀實攝影，並提出「意義的暴力」的這個論點出發。但是本文閱讀的兩組攝影文本，既非服務國家維穩的政治利益，亦非傳統紀實攝影；由是，本文在案例分析上的參照，採用主編《意義的爭辯：攝影的批判歷史》（*The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*, 1989）的 Richard Bolton，對美國著名時尚兼肖像攝影藝術家 Richard Avedon 之攝影名作 *In the American West* 的專文分析。Bolton 對 Avedon 這組人像攝影的批判閱讀，同時可以成為閱讀《鍊》與《野想》的有價值的參照。

壹、新紀實攝影美學裡的意義製造：一個西方參照

藝術家兼藝評人羅斯勒（Rosler, 1989）在一篇關於社會紀實攝影的文章“*In, around, and afterthoughts (on documentary photography)*”裡，討論美國 1930 年代「FSA 攝影小組」⁶代表性攝影家 Dorothea Lange 的經典作品「移工母親」。這張被視為 FSA 龐大攝影遺產裡最知名、也號稱被全球複製得最多的照片，後來引發了道德爭議，因為照片中的那位以聖母形象之西方宗教藝術典故被呈現出來的潦倒母親，多年後對著媒體見證，她並未因為自己的

語」作為 *discourse* 的對應詞。

⁶ 「FSA 攝影小組」是 1930 年代美國羅斯福總統「新政」政策所成立的「農業安全局」（*Farm Security Administration*，簡稱 FSA）之下的紀實攝影團隊，負責在經濟大蕭條下的全美各地，尤其是南方農業與貧困地區，進行影像報導和紀錄。

肖像被掛在全世界各地而得到一分錢好處。⁷Rosler 提到這段歷史插曲，主要是強調一個原本具有特定歷史意義的時刻，被傳統社會紀實攝影捕捉下來之後，當它的藝術性不斷被彰顯時的問題。

Rosler 指出，傳統紀實攝影的「美學—歷史」時刻，經常因為照片提供的大抵只是一種模糊的、如同背景紙作用的社會氛圍（使影像不至於落入某種無法閱讀的「神秘」時空裡），而非一種針對紀錄對象在政治意義與形式意義之間的辯證表達或詮釋。因此，當時代參照不再、特定的指涉褪色時，照片的美感意義，就在這種社會／歷史意義的剝落中獨自升高。此種對特定歷史意義的排斥或抹除，使紀實攝影的「美學—歷史」時刻，其實是去歷史的。

Rosler 本身是一位視覺藝術家。她從創作者的角度，理解蘭恩或類似的傑出紀實攝影家，在拍照時勢必關注的藝術表現形式，並且被普遍認為這個形式本身有其存在的自主意義。但她反省，也提醒攝影創作者：無論 Lange 或其他以勞工為題材的攝影家，影像美學的適切性，必須連結到被攝題材所座落的特定歷史語境裡，而非在題材中追求一種超越性的視覺美學形式；否則，現實世界就只能淪為創作者取得作品之永恆美感的踏腳石，而創作者無論動機如何良善的初衷，也會一步步朝著剝削被攝題材的方向靠攏，最終以「藝術」當作合理化這種剝削的護身符（Rosler, 1989, p. 317）。

傳統紀實照片剝離了現實指涉，「沈澱」出藝術性而登美術館之堂，是羅斯勒討論的主題。而原本就為了進美術館展覽的藝術攝影，在藝術體制裡創造的意義系統，則另有相關的研究。例如，Douglas Crimp 以紐約公共圖書館的攝影收藏為研究對象，發現此圖書館對其所收藏的攝影檔案的分類系統，是以美術館的分類概念為之；這使圖書館裡的照片離開了它們的主題，不參與圖書館其他資料的分類，自成一格的產生了一套獨特的意義系統。攝影的收藏，讓美術館的意義凌駕圖書館；攝影作為一種意義和理解的建制，也從其他的理解方式中分離出來（Crimp, 1981, pp. 32-37）。

⁷ 在 1936 年 Lange 照片中的移工母親 Florence Thompson，在 1978 年的 75 歲時仍住在加州小鎮的拖車屋裡；她對美聯社說，這張照片讓她的臉孔名滿天下，但對改善她的生活卻毫無幫助（Rosler, 1989, p. 315）。

Christopher Phillips 也針對紐約現代美術館 (MOMA) 的攝影策展史，進行過大規模的研究。他以 Walter Benjamin 在 1936 年那篇討論藝術作品之「靈光」的著名論文〈機械複製時代的藝術品〉為基礎，檢視 MOMA 歷年攝影展的策展，發現儘管許多策展方向存在相當的差異性，且都強調攝影展的「展覽價值」(而非「崇拜儀式價值」)⁸，此美術館總是將攝影往去政治和靈光效果的形式主義美學的價值方向傾斜 (Phillips, 1982, pp. 27-63)。

Bolton 則先從比較宏觀的視角，看待藝術攝影在當代出現的問題。他檢視西方晚期現代主義藝術在形塑正典 (canon) 與精細分工的實踐中，藝術攝影如何逐漸發展出一種自我限制和排他性格。Bolton 指出：「早期現代主義的政治動力，與晚期現代主義對照出一個重要的反差；對早期現代主義的許多藝術家而言，形式的問題在當時，是關於藝術家之社會角色這個更大問題的一個組成部份。美學問題即政治問題。但是在晚期現代主義取得勝利之後，現代主義之政治基礎的思考，就被推到一邊了。當早期藝術實踐的形式屬性被吸收、成為現狀 (status quo) 之時，一種去政治的藝術實踐也就逐漸佔了上風。」 (Bolton, 1989, p. xiii)

Bolton 在《意義的爭辯》裡收錄的自己的專文“*In the American East: Richard Avedon Incorporated*” (Bolton, 1989a) 中，對美國名攝影家 Avedon 最受推崇的作品之一《在美西》(*In the American West*)，進行了細緻的分析。⁹在這組作品前，Avedon 已是美國一位極富盛名的時尚攝影家，擅長以 8x10 大型相機，拍攝各類名流人物，並常以挑起情緒的方式 (例如以刺探心理的提問讓對方不舒服)，捕捉被攝者不常被呈現的樣子，亦即 Avedon 視之為一個人的個性或心靈的一面。德州一美術館於 1979 年委託 Avedon，以其肖像風格，拍攝這組以美國西部各類勞動階級為題材的作品。他花了五年時間，拍攝了包括礦工、農夫、養蜂人、流浪漢等等 762 個對象，使用了大約 17,000 張 8x10 英吋大底片，最後選出 125 組肖像，以壯觀的大尺寸照片做了展覽，

⁸ Benjamin 在〈機械複製時代的藝術品〉裡，談到藝術品特別凸顯的兩極對立的兩種接收和評價類型，其中一種將重點放在崇拜儀式的價值 (the cult value)，另一種則是作品的展覽價值 (exhibition value; Benjamin, 1969, p. 224)。

⁹ 以下對 Avedon 這組攝影作品的分析，除非另有所引，皆引述自 Bolton 的這篇專文的論點。

並出版成冊。兩次以此主題的展覽製作，光是照片的放大工作，就花了九個月，消耗了 68,000 平方英尺的專業相紙。Avedon 的這項展覽，也取得了空前的讚譽。¹⁰

《在美西》的作品特色，除了 Avedon 選擇了各類勞動階層與底層人物，而非過去習見的四方名流，以及他的製作規模之外，最顯著的一個設計，是將每一位被攝對象，從他們各自的工作或生活現場拉出來，站在一塊白色純淨的攝影棚背景布軸前，讓每幅肖像在淺景深中二度空間化。大底片的放大品質，能將他們的臉龐細節、「造型」、以及不自在或不確定的神情，如解剖圖或 X 光片般地呈現的鉅細靡遺；同時站在白布景前，被攝對象又與他們的現實背景徹底割離。這組被 Bolton 稱之為「後工業主義裡的邊緣階級，被轉化為後工業的符號生產」的攝影作品，依他的分析，是 Avedon 以其藝術風格，收編並且再時尚化了這些美國西部的邊緣人 (Bolton, 1989a, p. 263)。從幾個角度，Bolton 對《在美西》展開了深入的批判閱讀。

首先，是關於「放大的細節提供更多對真實的思考」的迷思。Avedon 用大底片大相機，在展場做巨大的展示，似乎期望他的觀眾純粹以這種攝影的逼真感，與他照片中的人物交流。Bolton 描述，這些巨大的肖像，將美術館的展覽空間轉化為一種「有如被咒語震懾住的絕對的存在」(Bolton, 1989a, p. 264)。Bolton 接著指出，有人認為這是當代藝術的一種新表現主義形式，但更顯而易見的經驗參照，是黃色報刊或商業電視新聞裡的八卦影像¹¹。那些媒體影像總以最刺激、恐怖、聳動的現場影像切片來傳遞不幸事件與災難，而這些煽腥影像則只滿足觀眾的幻想與窺視慾望，極少帶來理解。聳動而無內容的影像，通過單一化與口味不斷增強的表現，將現實變成一系列的幻象。

根據 Bolton 的整理，Avedon 為自己的創作是這麼辯護的：「表相即是所有。你只能從表相取得背後的東西」；「肖像不在呈現相貌。當一種情緒或事實轉為照片的瞬間，它就不再是個事實，而是一個意見……所有的照片都

¹⁰ 參見 en.wikipedia.org/wiki/Richard_Avedon，上網日期 2015 年 3 月 13 日。

¹¹ 在台灣今日的媒體中，這樣的影像更是無日無之，例如幾乎每天可見的《蘋果日報》的頭版照片，或者隨時供應的各商業新聞台的整點新聞影片。

是準確的。沒有一張照片是真實的」；「這是個虛擬的[美國]西部。我不認為這些肖像裡的西部，比 John Wayne 或 Edward Curtis 的西部更確實些。」¹²Avedon 的這些話，聽起來似乎讓人無法再以紀實攝影的概念來評斷他的《在美西》了。但 Bolton 提醒我們一個弔詭：Avedon 於《在美西》攝影集的前言裡，又強調這些照片裡的被攝人物，乃是一種自然的存在，與「發生」（happened）的影像；這意味著這些肖像是對現實的一種透明的、自然主義式的描述，儘管攝製過程的操縱性充斥每張影像。

此外，在記者會發佈的資料和媒體報導文章裡，許多人確實認為《在美西》是美國西部的紀實性作品；例如，攝影集的出版者在出版目錄上這麼描述此作：「這裡是破敗骯髒的美國西部，灰砂撲面、強悍堅韌、勇敢又悲傷—真實的人物在真實的地方。Avedon 有勇氣直面這些人們的困境，並召喚出他們驚人的美麗，標誌著 Avedon 藝術的新境界。」（Bolton, 1989a, p. 282）在這些話語裡，Bolton 指出：「Avedon 安排了紀實攝影客觀與主觀上的衝突，也就是在描述和自我表達之間的相互抵觸，它持續糾纏著紀實攝影。這種衝突經常是我們認為許多紀實攝影所展現的一種糟糕的信念：即，關於[被攝對象]自我表達的宣稱，遮蔽了[紀實攝影]權力關係中，特權階級再現另一階級之現實的作風。」（Bolton, 1989a, p. 264）於此，我們一方面看到作為藝術家的 Avedon 兩面討好的投機話語操作，同時也可以發現，攝影藝術家與主流媒體、出版商共構的話語權力網絡和意義的暴力，是不分國界的共同現象。

Bolton 對《在美西》的第二個論點，是關於「將影像意義普遍化」的問題。Avedon 的作品，被一些評論者認為是表現出人們的原型（archetype），因此，避開被攝者的特定社會因素，可以讓人類經驗的基本真實顯現出來。¹³由於 Avedon 《在美西》的肖像，幾乎沒有特殊性，這些「基本真實」只能與被攝對象的長相產生連結；「我們必須忽略照片中每一個主體之間的社會差異，」Bolton 說，「並將具有『普遍性』意義的類型學，立基於表面的相

¹² John Wayne 是美國早期西部片的標誌性演員，Edward Curtis 是二十世紀初美國重要的民族學攝影家，大量拍攝美國西部與美國原住民題材。以上三段引文，轉引自伯爾頓摘述源自 Avedon 的三處書寫或演講內容（Bolton, 1989a, p. 264）。

¹³ Bolton 以一項針對《在美西》作品的討論會上，一位評論者 Adam Gopnik 的立論，作為這類觀點的例子（Bolton, 1989a, p. 264）。

似性上」(Bolton, 1989a, p. 265)。

Bolton 細究這組肖像，認為類型學的創作邏輯，在此作品中已經到了一種荒謬的地步：每個人看起來都一樣。他分析，Avedon 以各種表現形式上的設計，創造影像的視覺力量，特別是經由對被攝者凝視鏡頭的反覆呈現；被攝者與鏡頭之間的接目，是一種直挺挺的、不舒服的、尷尬笨拙的、甚至冷酷猙獰的凝視。通過攝影，Avedon 以疏離的凝視表情，將所有人統合為一種類型，其中包括漂泊者、女服務員、工廠工人、掘墓者、肉品包裝工人、精神病患、監獄囚犯，等等。疏離狀態也許確實存在於這些人之中，但這疏離沒有歷史；攝影家通過齊頭式的手法和單一的影像詮釋，並串之以某些意義籠統的隱喻（例如在一些照片中出現的被宰動物），建立起某種對美國西部勞動／底層階級的幻想式再現。這些高度風格化的影像再現，把所有被攝者轉為演員，和另類時尚模特兒 (Bolton, 1989a, pp. 265-266)。

影像意義的普遍化，也連結到 Bolton 對此作的第三個論點，即 Avedon 藉他者映照自己心理的問題。Bolton 引述的相關研究認為，人們建構固定類型或刻板印象 (stereotypes)，是為了控制我們對未知—他者的恐懼。¹⁴而儘管形成刻板的由來相同，操作各種刻板類型的方式卻不同：健康的類型是人們拿來暫時抗衡生活經驗裡各種遭遇時的取捨機制，而病態的刻板類型 (pathological stereotypes)，則不容許被改變，只能被控制。人們試圖自然化病態的刻板類型，並且宣稱這種類型具有普遍意義；健康類型的彼此區分和經驗的複雜性會被尊重，但不健康類型的差異性則被否認，只能以普世意義的概念，強加於所有人身上。

Bolton 對《在美西》和 Avedon 其他攝影作品的閱讀，看到攝影家同樣有著我們大多數人都有的恐懼：對疼痛、疾病、腐敗、衰老和死亡的畏懼。他說，Avedon 的攝影是一首如同紀念碑一般的視覺輓歌，而生命就在照相機前腐蝕、敗壞；然而攝影家從不挑戰這種刻板概念，從不提供被攝對象的特殊性。Avedon 作品最明確的一致性，即是他從不願意從「影像風格」以外的任何其他路徑，去表現人類的經驗。然而，Bolton 強調，「勞動、腐壞與死

¹⁴ Bolton 引述的論點，來自 Sander Gilman, *Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race, and Madness* (Ithaca: Cornell University Press, 1985)。

亡，並不以化約的類型或風格存在，而是存在於歷史和特定社會現實裡。」
(Bolton, 1989a, p.266) Bolton 對 Avedon 《在美西》攝影藝術的分析，提供了不少有價值的論點，作為本文分析《鍊》與《野想》兩部作品的參照。

貳、張乾琦：《鍊》

在新聞攝影專業上國際知名的馬格蘭攝影通訊社會員張乾琦，於 1993 到 1999 年間，斷續的前往高雄龍發堂拍攝在該收容機構裡的精神病患；而以《鍊》為名的出版與展覽影像，則是攝影家於 1998 年 10 月的某一個下午，一次取得的系列影像。¹⁵ 這個午後，龍發堂收容的精神病患在吃過午飯準備返回養雞場等工作區時，攝影家請院方幫忙讓排隊離開餐廳的病患們，在通道上依次稍微停留，讓他迅速按下快門。張乾琦在很短的時間裡，拍了將近 9 捲底片，大約 320 張影像，最後選出 48 張。¹⁶ 龍發堂院方將每兩名病患，從腰部以名之為「感情鍊」的鐵鍊拴在一起，張乾琦的拍攝方式，是在定點拍下每一組病患的正面全身肖像。有些病患並不願或不能配合站好，因此部分的照片，在景框中呈現了各種神情、姿勢、動作、位置。

《鍊》的這種拍攝方式，與之後形成的出版和展覽形式，讓張乾琦從新聞攝影記者與紀實攝影家，拓展為以新紀實攝影為表現手法的當代視覺藝術家，雖然紀實攝影家仍是他尚未放棄的身份或工作方式。當整組經過精細挑選與編排的龍發堂精神病患的正面人像，在暗黑的背景下，以重複的視覺節奏現形於攝影集，尤其當病患的肖像以每幅 60x40 英吋與人等高的總共 40 餘幅放大影像，一字排開環繞在國內外各大美術館的牆面時，《鍊》的視覺震撼效果及其所創造的藝術話語和相關討論，需要再梳理、爭辯。

¹⁵ 見〈在一個更大的圖像之中：專訪張乾琦〉，《文化研究》第二期，第 329 頁。《鍊》的出版在國內外有幾個版本，本文參考其中兩份台灣的出版：《鍊—張乾琦攝影專輯》（1999），與《鍊 張乾琦攝影展》（2001）。前者為目前已停刊的一份攝影雜誌，就此創作編輯了相對完整的作品，後者則是北美館的展覽圖錄，選輯攝影家於個展中的四組作品：紐約唐人街、誓言（婚紗照）、鍊、迷走（上了鐵鍊的泰國大象）；而「鍊」這部份只精選展場的部分作品。由於張乾琦以鍊的概念連結四項主題，有其象徵意義，因此一併參考。

¹⁶ 同註 15 之參考資料，第 332 頁。

《鍊》於 2001 年在台北市立美術館「張乾琦攝影展」展出之間與之後，獲得台灣新聞媒體大量的正面報導與評論。報導的新聞稿式內容大致雷同，關注也多放在《鍊》的龍發堂題材本身、視覺呈現效果、與張乾琦作為馬格蘭會員的攝影成就上。關於此作的評論文字，則多聚焦於個展中「鍊」這組作品的人道精神與藝術創舉上。例如，當時北美館的館長黃才郎認為，此組關於龍發堂精神病患的「作品呈現張乾琦一貫的人道關懷與對社會的批判」¹⁷。莊永康則認為，從這組「作品中折射出來的，是個能夠對『弱勢』群體產生體諒的同理心。這包括對《鍊》裡頭的精神病患……這樣的同理心，讓張乾琦多少避免了西方描繪東方社會時常常出現的『獵奇』心態，而在紐約能做到這點相信是不容易的」（莊永康，2008，頁 265）。鄭惠美也認為，「張乾琦，一個亞洲人，尤其是台灣人，要與歐美國際競爭，他不用煽情、感覺的影像，賣弄異國情調，他只是與人性的關懷『鍊』在一起」（鄭惠美，2001，頁 333）。

鄭惠美認為張乾琦的照片是報導攝影。在不同的文章裡，鄭惠美兩次提到，張乾琦透過鏡頭呈現了社會觀察和人權關懷，「鏡頭所呈現的影像張力有限，而所隱藏的文化穿透力與批判力卻是無限」（鄭惠美，2001，頁 332；鄭惠美，2006，頁 387）。蔡佩君也認為《鍊》是具有紀實性與見證功能的報導攝影作品，她描述被紀錄的病患是「被鍊住的兩個人沒有過去、沒有未來，只有被框住的當下」，而這個框取是「正面全身的類肖像，不帶情感的投射：張乾琦的鏡頭採取批判的距離」。蔡佩君對這組影像意義的結論是，「報導攝影的見證藝術，不在捕捉瞬間的驚異，更非遙遠自持的觀望，而是以技術建立起被攝者、攝影者、觀看者，以及其所生存之社會的關聯」（蔡佩君，2002，頁 101）。而陳思穎論及張乾琦攝影的特色時，一方面稱《鍊》以傳統報導攝影方式花很多時間與拍攝對象相處，並以直接拍攝正面肖像的方式為之；另一方面，她又認為這組作品挑戰傳統社會紀實攝影，是以一種冷酷和去脈絡的影像拉出觀看距離，以在照片裡呈現一種「社會幻見」（social fantasy; Chen, 2006, p. 85）。

¹⁷ 見《鍊 張乾琦攝影展》，〈序〉，2001。

也有一些藝評人動容於《鍊》強大的藝術性。在紐約為張乾琦的展覽做照片沖印放大的專業沖印師 Charles Griffin 認為，儘管這批在他工作室製作時觀看到的精神病患的臉孔有如鬼魅，但「奇怪的是，這些照片又實在美麗」（Dowling, 2001, January 12）。南條史生說，「他們（病患們）彷彿邀請觀者將他們閱讀得更仔細一點。這些影像令人心痛卻又美麗極了。『美』絕不只是以吸引人的形式呈現，不吸引人的事物也能發現美感。換一句話說，張乾琦有能力將一般認為不美的對象，呈現出美的一面，或者以美的方式表現」（南條史生，2003，頁 102）。胡永芬看展的經驗則是，「當空間轉換到靜默的美術館殿堂中以 15 度的俯角面對展場時，每組畫面都意外地顯現了同一而強大的戲劇化張力與荒謬性；當觀者迎面遭遇這個視覺時，或許未必會感到同情（有些人物在畫面中的狀態，竟然能讓我聯想到中世紀的吟遊詩人），但必然，是一種無法略過而詭異的震動經驗」（胡永芬，2002，頁 46）。

所以，從上述這些評論意見裡，張乾琦的《鍊》，究竟是對弱勢之人道／人權關懷的紀實攝影、拉開冷靜距離的批判、被攝者／攝影者／觀看者之間的社會關聯、去脈絡的社會幻見，抑或是飽含美感經驗與荒謬感的當代藝術？攝影家張乾琦本人，在兩個訪談裡，似乎也在這幾種意義中擺盪、自相混淆。在《鍊—張乾琦攝影專輯》的一份訪談文字裡，訪問者阮義忠問張乾琦，兩兩拴住精神病患的鐵鍊，對兩人之間的關係產生怎樣的作用。張的回答，反映了他對這條鍊子的作用，有相當的觀察與批判：鍊子有著院方對病患的強控制力量，無法反抗只能臣服；而被鐵鍊綁住的兩造也有複雜的控制關係，先來後到決定了位置高低，但病情輕重又可能翻轉成另一種控制關係。不過，剛剛說完這個具有現實脈絡的描述，張乾琦隨即表示，「人類必然會瘋癲到這種地步，即使不瘋癲，也只是另一種形式的瘋癲」（張乾琦，1999，頁 9）。意即，影像中的病患與鐵鍊，其實意味著一種抽象的意念或象徵，而非龍發堂裡的特定現實。

《文化研究》也曾對攝影家做過一次深度訪談（林志明、劉紀蕙，2006）。專訪中張乾琦談到自己希望拍攝一種「更大的圖像」，也就是將精神病患與鐵鍊，表現為一種具有普遍性意義的、關於人類生存或精神狀態的隱喻。當劉紀蕙問到，是什麼動機吸引攝影家去捕捉某些影像時，張乾琦不止一次的

表示不能接受「捕捉」(capture) 這個詞彙，並修正訪問者，他的攝影實踐是在「具體呈現」(crystallize)，而非捕捉。他說：「攝影當然總是離不開美學跟技術這兩個部分，但是我會讓技術部分盡量簡單。我覺得一直阻擋我去拍好照片的其實是相機」(林志明、劉紀蕙，2006，頁 337)。這個用詞的強調值得探討，筆者稍後將回到此論點。劉紀蕙也問到攝影行為裡的權力關係，張乾琦的回覆則是，長期的報導攝影不可能只是單向的關係，而必然是一種建立互信的過程。

《鍊》的拍攝是「捕捉」還是「具現」，以及攝影的權力位置，一向是紀實攝影者的道德焦慮，和他們必須面對的提問。然而，需要先釐清的問題是，《鍊》究竟是紀實攝影、新紀實攝影、或純視覺藝術？無論紀實或新紀實攝影，都可以跟社會現實做意義上的連結，包括對現實的批判性觀看；然而，以具現或批判社會現實為名的視覺藝術，有時未必真正連結了社會現實，而可能只存在於相關文字的修辭之中。攝影的紀實內涵與藝術性，並非不相容的二分概念，作為當代視覺藝術一環的新紀實攝影，是可以納兩者於一體的寬廣的影像表現形式。但無論如何，新紀實攝影的實踐裡，跟它所依據的現實究竟發生多少關係，或生產出怎樣的意義，還是可以檢驗，而非只能眾說紛紜，或將意義進行任意的詮釋。

在《鍊》的案例裡，判斷這項攝影創作計畫的屬性為何並不困難，只要閱讀作為最重要之符號意義的鐵鍊，是作為讓觀者理解龍發堂精神病患現實處境的描述，還是以去脈絡的概念，來成就其符號之普遍化意義的一個藝術語彙或視覺設計。在不同的報導或訪談裡，張乾琦都提到他花了七八年時間，不斷返回龍發堂觀察病患，與他們建立互信關係，也很清楚許多個案病患的特殊狀態。在前述那篇阮義忠進行的訪談裡，張也將鎖鍊兩方之間的權力拉扯、變換、或無從反抗院方權力的控制邏輯等不同層次，描述得相當清楚。通過其他對龍發堂的報導，我們也知道部分的所謂「精神病患」，其實是因為家人放棄面對的其他社會問題，而被送至龍發堂代為處理的；他們不見得精神異常，卻自此無法離開。

然而，在《鍊》的呈現裡，我們只看到被捕捉於鏡頭前的成對被鍊綁的病患，理解不到上述的那些他們的處境。影像固然不能亦不需要取代文字的

資訊描述功能，筆者也不意味著《鍊》應該為上述那些處境，進行傳統報導式的紀實攝影製作。但鐵鍊作為權力拉扯或禁錮的符號，還是可以有一些其他的影像設計或「具現」方式，讓觀者對病患真實處境裡的複雜面貌，有稍微多一些的理解與閱讀渠道。張乾琦在《鍊》裡一字排開的影像視覺性與韻律性的重複節奏，讓每一組病患的意義均質化、扁平化，成為一片關於禁錮與瘋狂意象的視覺風景。猶如 Bolton 分析 Avedon 那些勞動底層的肖像照片，「每個人看起來都一樣」。它在視覺效果上固然是震撼的，尤其當壯觀的陳列在美術館的展場空間時，但它終究是一片被概念化的「風景」。

黃筑在其《龍發堂攝影研究》論文中指出，張乾琦的影像，「是以大量的瘋狂者來呈現人我間集體性的鍊形關係，他只是利用龍發堂、瘋人、感情鍊這三項元素來創作作品，剝削這些邊緣個體的歷史、脈絡與空間，以投擲到理性秩序中作為一種整體性的諷喻論點」（黃筑，2007，頁 76）。這個被普遍化和整體化的諷喻訊息可以是：我們（觀者）跟影像裡的他們（龍發堂精神病患）其實都一樣，都在某種瘋癲和被禁錮的不自由狀態裡。這個訊息，也在《鍊 張乾琦攝影展》展出與圖錄的其他幾組紀實攝影專題（紐約唐人街的中國福州打工者、在婚紗產業裡走入婚姻體制的人、與被鐵鍊綁住的泰國大象）中，取得了一種普遍意義的呼應與延伸。

於此，我們可以回頭來看「捕捉」和「具現」的問題。張乾琦在訪談中表示不能接受以「捕捉」一詞描述他的攝影概念，而必須說「具現」；他的進一步解釋，似乎意味著「捕捉」帶有太多技術上的操作（例如「決定性瞬間」的技巧，甚至通過這樣的技術所攫取的意義的設計和框限），而「具現」可能才是一種具有藝術或哲學層次的觀看與賦形的實踐。這是一個乍聞之下動聽、但充滿矛盾的修辭：攝影的「具現」在這樣的概念下，意味著客觀現實裡存在著一個「更大的圖像」，它的意義整體、普遍而明確，攝影者只需要有能力看到這個圖像，然後協助將它顯影出來，具體化為一張照片，即功德圓滿。這個概念，其實正是攝影術自發明至今仍然持續有效的宣稱與迷思：照片能夠如實複製客觀的真理。甚至不是再現，只是複製。照相機與攝影，成為上帝的全知眼睛和觀看方式。然而，張乾琦又經常強調，「我拍攝的是我的主觀與偏見」（胡永芬，2002，頁 51）。

這裡至少出現了兩個問題。其一，如果攝影不在捕捉、而是具現，則既然攝影家在龍發堂成對被鍊住的精神病患身上，看到了一個更大的意義圖像，那麼在同樣手法被「具現」的三百多張底片裡，最後為何編選出來的是這 40 張影像？依照具現的意義邏輯，那些底片裡的任何 40 張或其他數量，以任何的順序或尺寸，應該都可以呈現同一種整體的意義圖像。然而，從展覽與出版的影像編排裡，每幅影像各有變化，包括姿勢、表情、構圖等等的差異與多樣性，讓比較世故的攝影藝術觀看者很難不推測，攝影家同時也在挑選拍照時所「捕捉」到的、某些病患局部或全部逸出框格的影像（無論那些「出格」的影像是難以控制拍攝對象的結果，或有意框取的構圖畫面），以能在編排展示時，形成一種視覺的節奏變化或律動。其二，則是黃筑提到的抽離歷史與空間脈絡的整體性的（totalised）或普遍的意義，¹⁸最後成就了怎樣的對話作用和效益。

Lens Culture 攝影網站發行人兼主編 Jim Casper，在介紹《鍊》的第一段話裡這麼描述：「這不是現代舞蹈表演團體的概念，或一齣貝克特《等待果陀》的戲劇。如果它是虛構的作品，它的構思、選角、服裝和編舞都將贏得首獎。然而，這的確是真實的」（Casper, n.d.）。這是一位看遍全球當代攝影作品的專業主編，對《鍊》的讚美方式。龍發堂的精神病患在張乾琦影像裡的造型，讓卡斯柏閱讀到的，是現代舞蹈或荒謬劇場；讓藝評人胡永芬聯想到的，是中世紀的吟遊詩人。胡永芬在其評論文字的結尾，肯定張乾琦的作品成就時，準確的描述了對於《鍊》在意義和效果上何以如此：「報導攝影、新聞攝影、影像創作之類枝枝節節的分類方式，在當代藝術的範域裡都已經不再產生什麼關鍵性的意義，一切都可以簡化為什麼是有意思的、有原創的、有才華的作品……都可以簡而言之是好的藝術」（胡永芬，2002，頁 51）。

¹⁸ 西方具批判精神之後現代主義文化研究，早在二十多年前起，即針對西方陳述真理或意義的整體化和普遍性的問題，展開密集而犀利的反省。他們認為，對現實的知識或理解必須情境化（situated）在特定的脈絡裡，以避免落入一種實證主義式的傲慢。這些學者為數頗眾，包括人類學家 Clifford Geertz (1988)，研究流行文化的社會學家 Dick Hebdige (1988)，後現代社會學家 Stratton 與 Ang (1996)，民族誌傳播學者 David Morley (1997)，以及女性主義學者 Donna Haraway (1991) 等等。但在某種主流的藝術創作圈裡，普遍性意義似乎仍是習於被接受的一種價值或追求方向。

張乾琦的《鍊》確實是有才華的原創性藝術作品。當題材的在地脈絡與現實意義，被觀看與表現的方式化約、抽離之後，它的美學體現與普遍性意義，就在原創與才華中升高，並且容易連結到西方／國際熟悉的藝術語彙和文化典故中。黃筑分析張乾琦作品的最後，就此提出了嚴厲的批評，認為《鍊》的藝術成果，是建立在消費題材的基礎上。「照相機的角度，與其說是尊重與謙遜，倒不如說是一種消費，消費了觀者對瘋狂的想像」（黃筑，2007，頁 68）。他繼續指出：

當《鍊》在馬格蘭的網頁以專業攝影家張乾琦的專屬藝廊出現，這些壓上『© Magnum Photos』版權所有符號的照片，走出台灣、高雄、龍發堂這些地球上的小小空間，進入虛擬無遠弗屆的網路世界時，在不允許按下滑鼠右鍵複製或另存圖片的限制下，瘋癲者成為藝術家、馬格蘭通訊社的私有財產，沒有機會提前或事後表達自己做為被觀視作品的意願，沒有資格複製或保存自己的容貌……。那一道緊縛腰際的鎖鍊與一張張清晰可辨的臉，就像是一個象徵、一張名牌、一個病歷，教導我們對瘋狂的表面認知，並懂得迴避的策略，社會建構的符號被銘刻，因而瘋狂與囚禁的共生關係，以及罪犯的想像，是瘋人必須永恆接受禁錮的懲罰，在現實中，也在影像中（黃筑，2007，頁 47）。

龍發堂精神病患被永恆禁錮於現實和影像中的懲罰，也是 Bolton 分析 Avedon 《在美西》那些底層勞工被化約為「病態的刻板類型」之後，只能被控制、不容許改變的政治話語效果。

黃筑對於《鍊》消費了題材的論點，是一個道德指控。此作涉及道德議題，是因為它涉及權力問題。《文化研究》的專訪提及攝影的權力位置時，張乾琦指出，拿相機的人通常是權力兩造中的「贏家」，但長期投資的報導攝影計畫，必須是個與被攝者建立互信的過程，不可能是一種單向的權力行使關係。暫且不論攝影者與精神病患能否有效建立互信，或病患能否充分理解攝影家的意圖、與最後呈現的樣貌，以及，龍發堂院方是否有資格代替病

患同意或不同意被拍照，重點在於，攝影裡最主要的關於權力的概念，乃來自於影像話語效果所製造的被攝者無從回應又無法否決的意義，而不那麼是關於拍攝與被攝兩造，是否建立了雙向、互信關係，更非關訪談參與者之一蕭嘉慶所說的、作為一種尊重與謙卑觀點的「腰部高度的拍攝角度」（林志明、劉紀蕙，2006，頁 336、340）。

通過對《鍊》的分析，本文要強調的論點是，作為當代藝術的新紀實攝影，它的意義建構，經常是以擺盪、遊走在紀實和藝術的話語縫隙之間來達成。兩相掩護、互為奧援的試圖合理化的修辭與詮釋，卻常可能出現意義的混淆與自相矛盾。這種經由作品、藝術家、媒體、與評論者等所共同形成的一種意義的迷障，最後卻構築出一種奇特的相互肯認、不再細究的話語網絡。是這樣的一種奇特網絡，讓攝影得以持續宰制著在指涉現實時任意的詮釋權力。話語權力的這種生產與控制的實踐，是本文所稱的一種「意義的暴力」。

參、周慶輝：《野想—黃羊川計畫》

黃羊川是位於中國甘肅省武威市古浪縣東南的一個貧窮偏遠村鎮。這個河西走廊的貧困村落裡，居民以農牧業為主，年平均收入只有三千元人民幣，與一台電腦的價錢一樣（楊純芳，2011）。已故的台灣電腦製造商溫世仁，相信科技可以讓人脫貧，因此他的「千鄉萬才」計畫將網際網路引進黃羊川，希望能讓當地窮困兒童，通過網路接觸外面的世界，而農民可以利用網路將生產的農牧產品賣到美國的超市，使網路發揮行銷功能。除了提供一批電腦給當地，溫世仁基金會也在該鎮蓋了一座有獨立發電設備的「黃羊川國際會議中心」；計畫中還包括在此中心建商城、舉辦科技相關研討會等等，後因溫世仁的辭世而終止了計畫（海杰，2010）。

當時台灣公視、溫世仁基金會、和其他影視工作者，都計畫在黃羊川拍攝關於這位「科技遊俠」的科技夢想故事；周慶輝起初也參與在影視導演劉嵩的紀錄片製作團隊裡，負責平面攝影的紀錄工作。然而，周慶輝自 2006 年開始的這個攝影紀錄工作，在兩年的創作過程裡，很快的轉變成一個視覺

藝術計畫。如同《鍊》之於張乾琦，《野想—黃羊川計畫》也是攝影家周慶輝從傳統紀實攝影成功轉型為當代視覺藝術家的作品。

在「色影無忌」攝影網站的一份長篇訪談裡，周慶輝中肯的描述了他對溫世仁打算科技化黃羊川的「脫貧計畫」的觀察：「溫世仁做的這件事情其實是一個夢，一個成功商人的夢。但事實上，這件事施行起來很難，因為即使你給了當地孩子一個電腦，他們也未必能付得起上網費。所以我就想以夢為題來施行拍攝計劃」（海杰，2010）。也就是說，台灣這位「科技遊俠」電腦救貧的人道主義之夢，是個完全不切實際的幻想，無論這些窮困家庭是否付的起上網費、軟硬體維修費，或電腦壞了去何處維修等等問題。

評論家楊照在此攝影集的一篇對談〈「後紀實」的攝影藝術〉裡說，周慶輝的攝影計畫本來是紀實的，但是他原本要記錄的電腦與黃羊川兒童之間的關係，根本還不存在，也就是「無實可記」（周慶輝，2009）。周慶輝於是改變計畫，以藝術手法拍攝「對電腦科技的夢想」這件事。在周慶輝觀察到的現實裡，從企業家溫世仁在黃羊川打造的夢幻或妄想，到黃羊川居民或兒童被此幻想所映照出來的不堪與荒誕處境，其實都是相當值得以影像話語表述的，無論以傳統紀實方式或新紀實的藝術手法為之。但是，周慶輝以藝術手法所呈現的「夢想」主題，究竟如何觀看和處理他的現實題材；通過影像藝術和環繞它的報導與評論，又創造了怎樣的藝術／政治話語和意義，需要進行仔細的話語分析。

周慶輝在《野想》裡視覺化孩童「夢想」的執行方式，是請他們畫出自己對電腦生活的各種「野想」，然後將這些孩子拉到攝影家以當地廢棄車站改成的攝影棚內，拿 4x5 相機的大底片拍攝孩童的面孔，並將他們各自的圖畫倒映在自己的眼睛裡。為了看清楚這個瞳孔中還有文章，每幅孩童的頭像被放大到 129x94 公分的巨幅展覽作品上，一字排開掛在美術館的牆面。周慶輝說，「使用攝影棚的時候，我就想著要拍肖像。在展覽時，就把這些小孩子的夢放進他們眼睛裡，孩子的眼睛裡有他們畫的畫。我為什麼把那些照片放那麼大，就是因為要讓觀者看到他們的夢。而夢在哪裡？就在他們的眼神裡」（海杰，2010）。

同時，攝影家找來蘭州師範大學美術系的學生，將孩童的圖畫投影、重

繪到殘破的土牆上，並挖洞設計，讓孩子們站、蹲或露頭於牆洞之中，與他們被彩繪於牆的圖畫做一些「野想」設計或安排（楊純芳，2011）。在《野想》於北美館的展覽和攝影集裡，除了身份證式的正面大頭照，以及孩童與「壁畫」照片之外，另外兩部份的作品，一是將這些孩子在攝影棚裡安排出一些姿勢，或拿著一些他們家中或生活裡的小物件為道具，做成一系列的去背景擺拍照片；另一部份則是以黑白紀實照片，拍攝無人的幾處室內生活場景。

《野想》展覽與出版前後的報導不少，除了制式新聞稿基本資訊，多半集中於溫世仁先生在甘肅黃羊川希望以科技弭平城鄉差距的善舉和人道胸懷，以及攝影家周慶輝「黃羊川計畫」如何藉新紀實攝影與各種藝術安排的手法，再現或詮釋了溫世仁的理想。¹⁹針對此作的評論不多，但一篇相當關鍵、值得進行詳細之話語分析的文字，是稍早提及的《野想》攝影集那篇三人對談〈「後紀實」的攝影藝術——對談者陳傳興 vs.楊照 vs.周慶輝〉。這篇對談包括了幾個有價值但需要爭辯的議題，包括紀實與藝術操縱、去脈絡的肖像、「怪誕」(grotesque) 藝術效果於《野想》的意義，以及關於此作的「想像」。本文逐一分析，以歸納這些話語在意義生產與權力效果上的問題。

對談中，楊照論及周慶輝在黃羊川，發現了當地兒童與電腦的關係並未發生、「無實可記」的真實之後，從紀實攝影家的角色「轉化成一個曖昧模糊的『當代藝術家』」，而現實則不再是記錄對象，變成了攝影藝術家介入操縱對象的創作素材。楊照稱周慶輝的身份變化仍「曖昧模糊」，楊並似乎要犀利的解構這種曖昧模糊。他認為，周慶輝同時還拍攝了孩童家等現實環境的照片，是一種「護身符和藉口」，以否認自己「藝術家中心」的強悍介入，和操縱孩童以改造素材為藝術的作法。他指出，「周慶輝還在抗拒新角色，還在留戀舊的紀實攝影家身份……；但還有另一層意思是周慶輝想要把攝影的現場叫喚回來，假裝自己還在黃羊川，在場目睹記錄這一切，塑造現場攝影家的身份，試圖否認自己居間 *manipulate* 材料的藝術創造作法」(周慶輝，

¹⁹ 除了「色影無忌」網站的訪談（2010）與楊純芳（2011），這類訊息的報導在展覽與出版的當時包括陳小凌（2009年7月21日）、許惠涵與林筱影（2009年7月22日）、黃雅詩（2009年7月22日）等。

2009) ²⁰。

楊照對周慶輝的這段創作心理分析，或許可以成為一種閱讀《野想》影像既以藝術手法為主、又包含了一組黑白紀實影像的詮釋方式，但未必能成為對創作的充分解釋。周慶輝的這組黑白紀實影像，雖然題材是黃羊川居民簡陋的廚房與臥房，或幾個空無一人的公私空間與電腦室，但這些空間乾淨工整井然有序，室內家具器物在現場光線中，顯出一種安靜、細緻的視覺肌理和美感，從而將現實轉化為一種視覺「場景」，抽離了現實，自成一種藝術效果。²¹也就是，「操縱」不僅是在《野想》那幾組彩色作品的藝術安排裡，也同樣可以在黑白紀實影像的表現上。

然而，當楊照犀利的分析了他認為周慶輝存有的創作心理之後，隨即認為這種當代藝術裡的操縱並不涉及道德問題。他說，「那些照片究竟是拍浴缸、牆壁、燈還是人都不重要，經過相機與相紙 *manipulate* 出來的色彩與影像才重要，因為那是油畫材料或其他任何材料都無法去創造出來的」。楊照將作為藝術材料的物件與人等同起來看待操縱的道德問題，表示他認為在攝影成為藝術創作時，一切關於人的意義或再現方式的道德考量，都應該退後，或根本不成為問題。當媒體報導依然幾乎全面認定周慶輝的《野想》是在彰顯溫世仁的理想、當周慶輝自己宣稱作品是凸顯黃羊川孩童的純真與想像時，即說明了這組新紀實攝影作品，與現實仍有意義上的牽連，那麼，這些道德議題恐怕不能因為對藝術的追求，即不成為問題。

與討論張乾琦的《鍊》一樣，關於《野想》涉及的道德議題，筆者所關切的面向，並非攝影家是否取得拍攝同意、或者是否用了某些手段得到這些同意與配合等問題；而是，面對現實環境裡的一群弱勢對象——一群無從理解，因此無法判斷意義或拒絕入鏡的孩子——這些藝術話語和評論詮釋，生產

²⁰ 此引文與以下來自此書對談的引文，出處皆同，不再另作出處說明。又，《野想—黃羊川計畫》攝影集，全書沒有頁碼。

²¹ 塔格在一篇分析美國 1930 年代起的重要紀實攝影家 Walker Evans，於經濟大蕭條時代的美國南方所拍攝之貧窮農民，與他們房舍器物的工整細緻之視覺藝術性呈現（這些紀實作品以收錄於 Evans 與 James Agee 合作出版的 *Let Us Now Praise Famous Men* 一書為具有代表性的例子），正是 Evans 美感化人事物以抽離現實的體現，是一種「對意義的拒絕」（Tagg, 2009, pp.95-96）。

了怎樣的意義與權力。這項關切，首先必須反映在對黃羊川孩童臉孔肖像的討論上。影像理論學者兼攝影藝術家陳傳興在對談中指出，當攝影家面對數位攝影的巨大變化而產生了對傳統影像生產方式的焦慮時，周慶輝反其道而行的使用傳統大相機與手工方式，拍攝孩童如照相館身份證照般的正面肖像，是「帶有強烈辨識身份的功能」；而當小朋友的畫作被移到土牆上時，在「轉印」的過程中又產生了「一種自我否定的關係，一種身份變造的暗示」。陳傳興認為周慶輝「無意識地創作了這種形式、這種關係」，並在展覽中強化這樣的形式與關係。

訪談最後，陳周二人再就大幅肖像做了些討論。陳傳興閱讀這些打光均勻正面的孩童肖像，使被攝者的臉部細節纖毫畢露無可逃遁，認為是一種非常直接的、顯微鏡解剖式的影像。周慶輝則回應，他以巨大影像表現孩童的身份證式肖像，為的是「特別希望觀看的人與小孩互相凝視而發現新的事物，並打破人們對小孩的定型概念」。至於孩童的面容肌膚被鉅細靡遺的展示，是由於攝影家希望「讓看照片的人有深切的感受，我想殘忍是一種必要的手段」。對談內容於此結束，周慶輝希望觀者深切感受到什麼，是「發現新的事物」、「人們對小孩的定型概念」，或者其他，攝影家沒有提示。同時，陳傳興在藝術評論話語中提到的身份辨識、轉印、自我否定、與身份變造等辭藻或概念，和「解剖式影像」的概念如何架接，也不得而知；但至少可確定的是，這些自說自話的藝術話語，在意義上的自我完成或自相矛盾，與作為被凝視客體的黃羊川孩童是不發生關係的。

影像學者顧錚在《野想》攝影集的序文〈由周慶輝的《黃羊川計畫》所“野想”到的〉，清楚地指出了《野想》的藝術話語裡觸及的道德問題。顧錚提醒，當一群從未通過大相機的暗箱拍過肖像的孩童，被請入攝影棚內拍照，還被要求不許微笑時，因緊張、不確定的心情所產生的一種風格統一的僵硬、愚鈍、落後、麻木的表情，不是那些農村兒童的常態表情，而是「攝影作為一種權力」所起的作用。他進而指出，這些攝影棚內去現實脈絡的孩童肖像及其表情，卻又產生了一種在中國政治語境下的不堪隱喻。顧錚分析，因為證照式的拍攝方式排除身體、集中面部以辨識身份，掌握面孔即是掌握身份與身體：

面孔，可能是權力最希望掌握、禁錮與控制的部位，而身份證件照片只有納入頭部一事，也喻示人在權力面前放棄行動力，或者說通過身份證件照片的方式向權力投降。而孩子們處於落後的中國西北這個不可動彈的困境之中，他們的生存困境，其實正好被身份證件照片這個強勢控制的形勢所象徵（顧錚，2009，無頁碼）。

從周慶輝對自己攝影藝術的解釋來看，顯然顧錚分析的這些孩童大頭照所帶有的政治隱喻，不是周慶輝意欲的批判企圖；相反的，是他在「藝術地」表現孩童們呆滯僵硬的表情（一如 Bolton 分析 Avedon 以巨幅肖像表現底層對象之尷尬笨拙的神情）時，雖然無意識、但無論如何加入了中國統治者對人民身份控制之政治禁錮的象徵意義生產裡。

在孩童的正面臉孔肖像外，周慶輝也讓同一批孩童在攝影棚內，擺出一些奇特的姿勢或表情，或者搭配一些從生活中移至攝影棚裡成為「道具」的小器物；在這批擺拍的作品裡，孩童們成為演員或模特兒，以成就攝影家將黃羊川農鄉孩童轉化成一種怪誕造型的影像藝術能力。這組影像裡，孩童的表情姿態造型是怪異的、充滿劇場感的；孩子們的表情，在鏡頭下顯露出一種奇異的世故或超現實的神色。而這種具有劇場感的怪誕表情與造型，同時讓黃羊川兒童的陳舊衣著或當地特殊服飾，形成一種時尚化的視覺效果，與 Avedon 時尚化邊緣人的造型，具有類似的影像效應。

陳傳興就過去十幾年裡對中國當代攝影藝術的觀察，指出怪誕是一種「最主流的修辭」，但他認為周慶輝表現的不是這種怪誕路線，只是表演或扮演，不以荒誕為主。楊照則認為，周慶輝是以巧妙的環境和視覺設計，使看起來平常或正常並不怪誕的孩童，「讓他們身上浮現不安的怪誕性質」。楊照再次相當銳利的指出，新聞或紀實攝影家總愛追逐異常或特殊的人事物，例如災難性的事件或場景；當沒有異常題材時，一些攝影家就將平常的人事物怪誕化。楊照認為這種對怪誕的追求，是攝影家面對現實或創作的一種「偷懶的方式」。陳傳興聞此，隨即調整了他先前的說法，表示周慶輝在「玩一種似是而非的曖昧。合理的怪誕。表面呈現出兒童天真但其實裡面有暗示 evil

的不安存在。」

筆者暫且將楊照所謂的「偷懶」，理解成攝影家在觀看、再現或介入現實世界時的偷懶。也就是，攝影家不願意在生活場景或「視覺材料」（例如，黃羊川的孩童）上看起來平淡無奇的現實，以比較複雜的思考和藝術話語回應，以藝術語彙從這樣的平淡現實中表述或探究真實的複雜性。他們寧可直接把一些題材怪誕化，讓攝影作品既在視覺效果上搶眼，又似乎包含了某種具有神秘或深遠的文化、社會、政治、心理等曖昧意涵，而它在政治責任上也安全，一舉數得。於是，周慶輝這組帶有「合理的怪誕」的孩童擺拍造型，就可以被陳傳興合理化的解釋為既天真又帶有些邪惡或邪氣之並存氣質的外顯。兒童確實並不只有天真單純的一面，但黃羊川兒童的一種「複雜性格」，是否應該展現為《野想》在攝影棚內被周慶輝調動出來的一種去地域差異與現實脈絡，如同一些比較容易在大都會小孩臉上看到的那種世故與超現實表情，則仍有爭議。

此外，對談中也討論了在《野想》影像中，攝影家所拍的「想像」的方式、意義與價值。周慶輝不僅在此對談、也於其他報導中一再強調，他這項創作計畫是想拍出想像。因此他的設計與安排，包括請小朋友畫出對電腦的想像，再將圖畫複製到土牆上，並且安排一些當地人的生活器具（例如，傳統嫁妝裡的臉盆，或市場裡掛羊肉的鐵勾），移置於複製了孩童圖畫的土牆場景中，與孩子一同成為結合「童趣、虛構與現實」場景中的道具，完成《野想》的想像工程。這種想像的創造方式需要爭辯，因為既然如周慶輝和楊照所說，孩子與電腦的關係並不存在，孩童完全不清楚電腦可以帶給他們什麼好處時，孩子其實缺乏任何據以想像的現實經驗基礎。在無從想像之下的關於「科技想像」的繪畫，遂成為一種按照攝影家劇本設計的蓄意安排，和一種矯情的要求。

陳傳興在這個問題上，對《野想》做了批判性的回應。他指出：

一個沒有說話權力的小孩，從相機裡重新獲得說話的權力，
然後攝影者又透過 manipulation 再次予以剝奪。……雖然周慶輝
一直強調這是他們的日常生活的再現，用想像的方式畫出來，但

其實我們都知道這不是真正日常生活的再現，很多 image 代表的不是小朋友自己的想像，……是攝影者作為一個侵入者不僅是入侵他們的生活、佔據擁有他們的 portrait image，甚至連他們的想像、敘述都要去入侵、剝奪、佔有（周慶輝，2009，無頁碼）。

陳傳興認為，當周慶輝談及孩童畫出兩台電腦談戀愛等等「想像」，其實是攝影者面對被攝者的告解式。楊照為陳傳興這項批判《野想》的緩頰方式，是將周慶輝對「想像」的藝術設計，視為一種當代藝術家的「更高的責任」；這個責任是，他們「要去創造一種值得保留的形式或理由」。楊照認為，「當所有事物都消失，基本上沒有人會覺得可惜的時候，那當代藝術的一個使命是，必須找到藉口、理由，因為我所創造出來的這個形式，不論是視覺、行動、造型，都是應該值得被保留下來的。」這個說法，也讓人理解了何以楊照會認為，為了當代藝術的創作需要，所有的操縱都可一視同仁，沒有道德的問題。然而，楊照必須回答的是，何以針對消失中的文化事物進行創作時，保留自己藝術創作的形式——即使這個形式產生了意義的混亂、剝削、或暴力，仍是當代藝術家的更高的責任；或者，為何當代藝術家創造出的任何藝術形式，及其中所生產的任何意義，都值得保留、無需檢驗、沒有道德負擔。

《野想》攝影集裡的這篇對談，展示了評論者對於藝術話語時而批判、但又自圓其說、自我合理化的混亂怪異邏輯，以及攝影家從中可以取得的解釋縫隙。例如，周慶輝在《野想》攝影集裡，會將對談文章與序文中的一些語句從文脈中擷取出來，斷章取義的放在攝影集四段影像作品的開頭，成為理解或賦予作品意義的定義文句。譬如，在最後一部份拍攝黃羊川屋內空間的黑白紀實影像前，周慶輝摘取顧錚序文裡「現實世界的複雜程度，其實遠遠超出許多理想主義者的想像」這句話，即是一個代表性的文字與意義操弄：顧錚這句話在序文中，是針對類似溫世仁這類盲信科技可以改變貧富差距的人的批評；被去文脈的挪用到另一頁空間裡之後，意思卻可以被閱讀或翻轉成對質疑「黃羊川藝術計畫」剝削現實題材的意見的批評。而這句話放在一組看似紀實攝影、卻以美感化的影像將複雜世界轉化為美感經驗的照片

之前，其佈置意義的暴力、荒誕與「手段殘忍」的程度，也相當少見了。顧錚在其序文最後說，「很抱歉……現實有時無法讓我繞過現實只談攝影」（顧錚，2009，無頁碼）。

肆、結語

本文探討作為當代視覺藝術的新紀實攝影，如何建構意義的權力，並且產生了意義的暴力。本文以 Bolton 分析美國攝影家 Avedon 的《在美西》這組攝影作品，作為一個分析的案例參照，從而針對台灣在這個世紀前十年裡最具代表性的兩份新紀實攝影作品《鍊》與《野想》，進行批判的話語分析，檢視環繞在兩組作品的藝術話語，各自生產了怎樣的意義和權力。本文發現，兩組作品的話語生產和意義建構，有源於各自作品風格或題材的特徵，也有一些共通之處。

而本文特別希望強調的研究發現是，這些藝術話語所生產和建構的意義與權力，不僅來自於攝影作品本身，更是攝影家的詮釋，以及媒體、評論、美術館、攝影集等的共構結果。本研究也發現，這項共構不特別是一種經過協商後的共識或計畫，甚至可能在某些藝術意見上觀點相左、或自相矛盾；然而，本文的論點是，即使詮釋的過程出現意義上的不一致、甚至混亂，它們都詭異的成就了一種話語權力的效果，從而出現了一種意義的暴力。

現實題材不以傳統紀實攝影再現，而訴諸包括新紀實攝影概念在內的各類視覺藝術形式，不僅應該被鼓勵，筆者甚至認為，那是攝影處理現實的複雜性時，比較可行的且得以相對深刻的路徑。紀實攝影礙於見證式的傳統攝影義理，通常取得了現實的表相，但難以進入現實的內核，讓人得到對脈絡性的意義理解。然而，如果藝術手法是新紀實攝影的表現概念，則新紀實攝影在藝術話語上的生產，必須一定程度地連結著特定的現實，成為表述意義的根據或線索。若仍只取現實題材的表相，然後以藝術語彙／技巧，將這些作為現實表相的影像符號，轉化為視覺藝術本身，將極可能出現對現實本身的剝削。

《鍊》與《野想》分別出現了這樣的藝術作用和話語效果。攝影家們未

必想要剝削特定的弱勢／邊緣攝影對象，而可能是希望通過他們來訴說某種「更大的圖像」或更普遍的意義，並從中生產自己的藝術。但是，在缺乏與現實意義連結的基礎，或者在被攝者的主體性與特殊性被抹除的方式之下，那些更大的主題，無論是正常與瘋癲、文明與荒野，亦或是自由、禁錮、理想、怪誕，都可能會流於與特定現實脫勾，成為在自我合理化之封閉空間裡的意義製造或任意詮釋。這樣的意義製造，經常是擁有操弄藝術辭藻能力的人的權力展現，也是暴力的。

最後，作為分析、拆解攝影藝術話語之意義與權力的研究者，自身是否能完全避免話語分析過程裡所生產的意義之權力／暴力性質？研究者的書寫，是否有此顧慮上的豁免權，或者較高一階的觀看與發言位置？然而，假如一切話語必然帶有權力作用，或都有可能導致意義的暴力的話，創作、評論、分析或研究，尤其是批判性的研究書寫，應該如何進行，以不至於動輒得咎，或落入虛無者的行動困境或無法行動之中，是需要面對的問題。

龍發堂攝影研究者黃筑在其論文最後，已經反身地省思並回答了這個問題。他從自己作為論文書寫者，需建構理論和分析之完整性的這個事實與慾望出發，反思這項書寫的權力作用，是否能被化約到與他所批判的攝影權力關係中，變成同一回事。他援引 Gayatri Chakravorty Spivak 在〈底層能發言嗎？〉一文的論點，認為雖然知識份子不能代表無發言位置的人說話，但如果這造成了失語狀態，我們還是不得不說，因為史畢娃克「最終仍然承認在社會化資本下，受壓迫者缺乏正確抗拒的直接機會，縱然這些邊緣的他者會被作為知識份子論述分析的客體，但再現仍未衰微，我們要解析對於受壓迫者最根本處的誤讀」（黃筑，2007，頁 90）。

在《規訓的框架：攝影真實與意義捕捉》之序文〈意義的暴力〉最後，Tagg 也反身自問，如何可以避免將意義的暴力注入到自己的書寫中。他引述羅蘭·巴特在接受法蘭西學院院士的就職演說，作為我們仍可持續發言的合理的解套說法。巴特先對聽眾說，所有的演講都是法西斯；那麼，他自己該如何繼續那場演講呢？巴特只好稱自己的演講為「一場不是言說之言說的困惑示範：這樣的一種言說，乃一步一步地將任何教條主義式的企圖，在自身的言說之中摧毀」（Tagg, 2009, p.XXXVIII）。這項自覺與自我顛覆的話語實踐

能力，如果是一種暫時無法達到的境界，也至少可以成為有價值的提醒。在節制話語權力的實踐上，則我們應該期待對攝影建構意義的更多的論爭與辯證。

參考書目

- 王國強譯（2006）。《視覺研究導論：影像的思考》。台北：群學。（原書 Rose, G. [2001]. *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London, UK: Sage.）
- 南條史生（2003）。〈看得見與看不見的枷鎖〉，《典藏今藝術》，133: 102-103。
- 周慶輝（2002）。《消失的群像：中國勞動者記事》。台北：攝影家。
- 周慶輝（2004）。《行過幽谷》。台北：永中國際。
- 周慶輝（2009）。《野想—黃羊川計畫》。台北：優秀視覺設計。
- 林志明、劉紀蕙（2006）。〈在一個更大的圖像之中：專訪張乾琦〉，《文化研究》，2: 320-345。
- 姚瑞中（2003）。《台灣當代攝影新潮流》。台北：遠流。
- 胡永芬（2002）。〈無以迴避的主觀與偏見〉，《現代美術》，100: 46-51。
- 海杰（2010）。〈周慶輝：《黃羊川計畫》是個天馬行空的夢〉，《「色影無忌」影像》。上網日期：2010年8月30日，取自 <http://vision.xitek.com/interview/201008/30-50289.html>
- 張乾琦（1999）。《鍊：張乾琦攝影專輯》。台北：攝影家雜誌社，第45期。
- 張乾琦（2001）。《鍊：張乾琦攝影展》。台北：台北市立美術館。
- 莊永康（2008）。〈張乾琦攝影作為當代藝術初探〉，《文化研究》，7: 258-267。
- 許惠涵、林筱穎（2009年7月22日）。〈《黃羊川計畫》周慶輝拼貼出科技的「野想」〉，《STIR News·狠攪社@ART 時尚藝文網路媒體》。上網日期：2009年7月22日，取自 <https://stirnews.wordpress.com/2009/07/22/yellowsheepriever2009/>
- 陳小凌（2009年7月21日）。〈「野想」黃羊川 追夢的影像〉，《民生@報》。上網日期：2009年7月21日，取自 <http://msnews.n.yam.com/mkarticle.php?article=20090721008566>
- 黃筑（2007）。《龍發堂攝影研究》。成功大學藝術研究所碩士論文。
- 黃雅詩（2009年7月22日）。〈童顏野想 台攝影師周慶輝攝影義展出〉，《大紀元》。上網日期：2009年7月22日，取自 <http://search2.epochtimes.com/publicsearch/show?pagesize>
- 楊純芳（2011）。〈「設」影時代〉。上網日期：2011年12月24日，取自 http://reswithoutnumbers.blogspot.com/2011/12/blog-post_24.html
- 蔡佩君（2002）。〈見證的藝術—張乾琦的「鍊」〉，《典藏今藝術》，113: 99-101。
- 鄭惠美（2001）。〈照片所隱藏的，超過所呈現的一張乾琦的報導攝影「鍊」〉，《藝術家》，311: 330-333。
- 鄭惠美（2006）。〈凝視災難—陳界仁「魂魄暴亂」、張乾琦「鍊」〉，《藝術家》，373: 386-387。

- 蕭瑞莆 (2006)。〈文化轉向的視覺反省力〉，王國強 (譯)，《視覺研究導論：影像的思考》，頁 VI-XIV。台北：群學。(原書 Rose, G. [2001]. *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London, UK: Sage.)
- 顧錚 (2009)。〈由周慶輝的《黃羊川計畫》所“野想”到的〉，周慶輝，〈野想—黃羊川計畫〉，無頁碼。台北：優秀視覺設計。
- Chen, S.Y. (2006). *Looking for Chien-Chi Chang: Traverse the fantasies in I Do I Do I Do, The Chain and Double Happiness*. Unpublished master's thesis, National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan.
- Benjamin, W. (1969). *Illuminations*. New York, NY: Schocken Books.
- Bolton, R. (1989a). In the American East: Richard Avedon incorporated. In R. Bolton (Ed.), *The contest of meaning: Critical histories of photography* (pp. 261-282). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Bolton, R. (1989b). Introduction. In R. Bolton (Ed.), *The contest of meaning: Critical histories of photography* (pp. iv-xviii). Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Casper, J. (n.d.). The Chain, photographs by Chien-Chi Chang. *Lens Culture*. From <https://www.lensculture.com/articles/chien-chi-chang-the-chain>
- Crimp, D. (1981). The museum's old/the library's new subject. *Parachute*, 22, 32-37.
- Dowling, C. G. (2001, January 12). Laying out the chain. *Taipei Times*, p.7.
- Geertz, C. (1988). *Works and lives: The anthropologist as author*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Gilman, S. (1985). *Difference and pathology: Stereotypes of sexuality, race, and madness*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. London, UK: Free Association Books.
- Hebdige, D. (1988). *Hiding in the light: On images and things*. London, UK: Routledge.
- Morley, D. (1977). Theoretical orthodoxies: Textualism, constructivism and the “new ethnography” in cultural studies. In M. Ferguson & P. Golding (Eds.), *Cultural studies in questions* (pp.121-137). London, UK: Sage.
- Phillips, C. (1982). The judgement seat of photography. *October*, 22, 27-63.
- Rosler, M. (1989). In, around, and afterthoughts (on documentary photography). In R. Bolton (Ed.), *The contest of meaning: Critical histories of photography* (pp. 303-340). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Stratton, J., & Ang, I. (1996). On the impossibility of a global cultural studies: “British” cultural studies in an “international” frame. In D. Morley & K.H. Chen (Eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies* (pp.361-391). London, UK: Routledge.
- Tagg, J. (2009). *The disciplinary frame: Photographic truths and the capture of meaning*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

本文引用格式

郭力昕 (2015)。〈意義迷陣裡的權力與暴力：作為當代藝術的新紀實攝影話語—以《鍊》與《野想》為例〉。《傳播、文化與政治》，1:41-73。

**Power and Violence Manufactured in a Labyrinth of Meaning:
Photographic Discourses in New Documentary as
Contemporary Art— Reading *The Chain* and *Wild Aspirations:
The Yellow Sheep River Project***

Li-hsin Kuo*

ABSTRACT

This essay studies how the construction of meaning and the discursive power could be created through a critical analysis of artistic discourses in, and around, the new photo-documentary works by Chang Chien-chi and Chou Ching-hui. It investigates what and how meaning, power and ‘violence’ are jointly produced by not just the photographic works per se but also artistic rhetoric from photographers, their critics, the media, art museum, and the monographs, despite their sometimes discrepant opinions. The essay argues that the joint effort, although not necessarily an act of intended complicity, nevertheless establishes a territory of discursive power that appears to have an essence of violence in meaning.

Keywords: Chang Chien-chi, Chou Ching-hue, discursive power, new documentary photography, Richard Avedon, violence of meaning

* Li-hsin Kuo is Associate Professor at the College of Communication, National Chengchi University, e-mail:lixinwho@gmail.com

附錄

「野想」黃羊川計畫：周慶輝個展 展覽現場



◎ 台北市立美術館提供

「鍊：張乾琦攝影展」作品



© 台北市立美術館提供

張乾琦個
覽現場



展 展

© 台北市立美術館提供

· 傳播 文化 與政治 · 第一期
2015 年 6 月

民意的中介及其阻絕：
九合一選舉中電視政論的表現*

唐士哲、曾毓青、李香潔、洪硯儒、朱家賢**

投稿日期：2015 年 1 月 18 日；通過日期：2015 年 4 月 2 日。

* 本文為媒體教育觀察基金會贊助之「建立談話性節目觀察與評鑑指標與時事議題討論類節目評鑑」計畫之部分執行結果。

** 作者唐士哲為中正大學電訊傳播所副教授，e-mail: telsct@ccu.edu.tw；曾毓青、李香潔、洪硯儒、朱家賢皆為中正大學電訊傳播所碩士生。

《摘要》

在媒體觀察與教育基金會的贊助下，我們於 2014 年九合一地方公職人選舉期間，針對九個晚間時段的時事議題談話節目進行觀察分析。為期四個月的抽樣觀察與內容分析後發現：選戰相關討論話題高度集中在台北市長選舉，且以柯文哲、連勝文兩位參選人的賽馬式新聞為討論主軸。在參與成員的組成上，政治核心體系成員與專家體系中的媒介系統專業人士佔據絕大多數，公民社會成員相對邊緣化。在選戰議題的主題化上，多數節目討論面向著重政治體系運作的技術與權勢階級的政治潛規則，候選人參選政見的評估則居弱勢。我們繼而以哈伯瑪斯公共領域概念裡，評價「合理的審議過程」的兩項指標：論述型態的自主與民意反饋管道的暢通，分別評估選戰中電視政論的內容表現。

關鍵詞：九合一選舉、公共領域、民意、電視政論

壹、前言

台灣的九合一地方公職人員選舉在選戰的喧囂聲中落幕。作為地方自治史上規模最大、涵蓋範圍最廣的一場選舉，政治傳播在選戰期間的表現有常態有變異。負面文宣、競選廣告，以及名嘴爆料等行之有年的造勢策略依舊，然而網路上或經策動、或網友自發的造勢由偏鋒走向主流。「婉君」之說，由選戰初期的謠傳，終至選後正式成為通用的名詞。而台北市長柯文哲的競選團隊在選戰過程中捨棄花銀兩的電視宣傳廣告、善用網路大數據分析以掌握即時民意，也將過去銅臭味甚重的選戰伎倆導引至強調「素民動員」的新路徑。

即便網路使得此次選戰中的民意「技術」再現新局，然而網路只是台灣社會裡，傳媒所再現的民意空間一連串擴張與進化的最新一章。台灣由 1980 年代中期開放報禁以來，民意版圖的擴展便如脫韁之馬，數量與形式的增生不曾止歇。報社以及電視新聞台隨著法令的鬆綁而蓬勃發展，連帶使得意見論壇的形式日趨多樣化：意見版、讀者投書，乃至政論雜誌裡的專欄皆使得新聞媒體除卻客觀報導的守則外，多了反映或形塑民意輪廓的角色。

多樣並不同多元。特別是有線電視合法化後，新聞頻道的政論節目屢屢以公民社會代言人自居，公開討論過往視為禁忌的政治話題。然而即便節目中砲聲隆隆、話題辛辣不忌，政治論述並未成為清明政治的墊腳石。近年來，電視政論的「代言」角色變調，各個節目棄守多元意見交換的「論壇」，改以立場特出的名嘴固守收視率基本盤。然而電視政論轉趨立場鮮明，出發點並非基於為特定政治理念、觀點或政策倡議，而是基於刻意激化的批判——藉由對於政黨、政治人物乃至政府的嚴詞抨擊，凸顯政論扮演審議民主主要角的鮮明旗幟。言論激化的傾向，尤以每逢選舉期間為甚。

在民意空間日趨廣袤的今日，電視政論仍舊是各方論述爭奪主導權的主競技場。摒除以收視率評量這類型節目兌現的經濟功能，電視政論擅於凸顯立場，是候選人陣營或政黨動員的最佳舞台。然而電視政論應得到更深刻的關切，更是基於政治倫理的理由：形式上，電視政論是中介的審議政治產物，各種意見論述匯聚、交換的制度化場域；而選舉則是民主政治中，公民參政

的起碼保障。媒介輿論影響「民意」的走向，也是選民投票決定的風向球。近年來，所謂「議題投票」(issue voting)或「中間選民」，已成為民主政治文化中政黨政治弱化的跡象。在傳統政黨的動員弱化、媒介塑造的民意走向主導選民投票意願，且影響參選者政見思維的前提下，意見渠道的品質因此至關重要。

基於上述，本文以九合一選戰中電視政論的表現為主體，試圖檢視這個中介的政治論述領域的表現。我們出於一個政治倫理的關懷，以哈伯瑪斯的「公共領域」概念評估各家電視台時事議題談話節目的內容表現。本文向「公共領域」借光，以其作為檢視政論表現的規範性概念，主要出於一個泛社會體系的關切：即電視政論扮演公共領域，串連起生活世界、公民社會，以及政治核心體系，並作為再現民意的溝通橋樑，其角色是否稱職？在審議民主的實踐過程中，電視政論的代表性為何？

以下的討論，我們先簡略討論哈伯瑪斯的「公共領域」概念歷程的轉變。繼而以內容分析，呈現本次選戰中九個時事議題討論節目在四個月選戰期間的一些內容表現趨勢，最後以哈伯瑪斯的兩項規範原則，分別是「論述型態的自主」與「民意反饋管道的暢通」，作為我們對選戰時期電視政論表現的總體評估。

貳、「公共領域」：由悖論說起

哈伯瑪斯的「公共領域」概念，描述介於國家統治階級以及個人私領域之間，社會生活裡的中間地帶。在此地帶裡，個人走出私領域，集結至特定場域，拋下成見，在相互尊重、互為主體的「前提」下，共同討論與大眾利益相關的事務。即便過程有歧見、對立，但在超越個人的溝通氛圍以及相互理解的集體動力中，「理性的參與」能夠發揮增進政治權勢階級與市民社會間溝通，乃至後者對於前者的監督。以理性論辯為基礎的公開審議，使得「民主」意涵跳脫傳統自由主義強調單純的天賦人權、或者多元主義強調的社會利益統合，而能夠落實到常民生活的溝通實踐上 (Dahlgren, 1995; Habermas, 1962/1989)。

在原初的討論中，「公共領域」現身於西方社會（或者更精確的說，「西歐」社會）在十八世紀末、十九世紀初的一些中產階級場域中。咖啡廳、文藝沙龍，乃至少量發行的報紙、期刊、政治小冊等，哈伯瑪斯主張在這些新起的社交或論述場域裡，新興的中產階級不再僅是擁有私產的個體，而是多了論辯的「公民」身份。各自拋開偏私的關懷或成見，以理性且批判的辯論，討論公共事務。這個領域裡生產與流通的論述，基本上對於國家政治是批判的，同時也與中產階級所寄生的市場經濟關係保持距離 (Habermas, 1962/1989)。

然而這些體現「公共領域」的變遷，終究敵不過社會結構性的轉變。市場經濟的發展、社福國家對於私領域的干涉，以及大眾傳媒、廣告等帶動的消費社會，逐漸溶蝕公共領域的論辯基礎。生活世界因為這些因素產生質變，理性與批判的辯論遂逐漸因為政、商權勢階級操縱的策略溝通而變質 (Habermas, 1962/1989)。

哈伯瑪斯視「公共領域」為審議民主實踐的雛形，然而這個概念由歷史現象的陳述發展為具普世意涵的溝通倫理時，卻遭致許多批評。比方說，以中產階級的「溝通理性」作為審議政治的寄託，規避了社會生活裡權力政治的現實遠非溫良恭儉讓。階級、性別、族群發語權與言談方式的局部與偏狹，從開頭便不見容於中產階級的溝通實踐，因此更貼切的實況是「公共競技場」(Fraser, 1990)。此外，受後結構主義與葛蘭西 (Antonio Gramsci) 霸權論影響的激進民主批判，則根本視審議政治如「搓圓仔」工程。設想透過審議的手段，視產生社會共識為必然，無異於制度化的政治收編 (孫善豪譯，2005; 劉紀蕙、林淑芬、陳克倫、薛熙平譯，2011; Laclau & Mouffe, 1985)。

即便有了哈伯瑪斯與其批判者間關於「溝通理性」可及性的論證拉扯，公共領域作為夾雜了描述與規範的概念，對於探究今日媒介表現仍具有其貢獻。最低限度上，「公共領域」提供公共廣電制度合理存在的解釋。設想：若非先劃定一介於國家與公民社會的中間地帶，「民意」的形成如何由公民社會的各種聲音或價值中提煉得來？且廣電媒體經營制度上強調國家壟斷資本的必要，前提正在於保障傳媒的民意空間有其自主價值，超越統治階級或市場利益。同時，溝通理性強調的參與者「互為主體的溝通」，在商業勢

力主導的廣電機構裡，仍可作為防堵經營者介入編輯或製播過程的規範價值。

我們向哈伯瑪斯的「公共領域」概念借光，主要仍在於它作為規範性概念的潛力。即便原初公共領域理想便是一個政治的烏托邦，它仍有助於觀察民主過程在形式與實質，或者價值與現實之間的辯證張力。「審議民主」即便必須面對實際權力政治的試煉，但它凸顯的集體或超越政治社會特定利益的溝通倫理，仍舊享有認識論上某種程度的優勢。特別是在當前大眾傳媒擔負政治生活中吃重的形塑者角色的當下，政治論述的媒介實踐顯然無法不被視為一則溝通倫理的課題。

有鑑於審議政治的價值或形式遭到許多批判，哈伯瑪斯在日後也調整了許多早先的論點。例如在《介於事實與規範之間》(*Between Facts and Norms*, 1996)一書中，哈伯瑪斯試圖與多元主義論、理性選擇論，以及系統論等政治社會理論對話，討論在高度複雜且分工的社會裡，公共領域的意涵是如何體現在生活世界、功能系統與國家之間的流通關係上。

哈伯瑪斯強調公共領域的審議民主理想所欲凸顯的——公民藉由討論參與，進而成為公共決策的一部分，其實是建立在一個可以包括日常生活各種不同層面實踐的「溝通架構」上。因此，「領域」指的不是特定的建制或地點，而是一個可以涵蓋生活世界的整體、且在溝通行動中再生的網絡。(Habermas, 1992/1996, pp. 359-361)。以哈伯瑪斯自己的話說：

公共領域最好被描述為一個溝通資訊與觀點（即正、反態度的意見表達）的網絡；在過程中，溝通之涓流析瀝並合成，乃至使這些資訊與觀點能夠被匯聚成主題明確的「公眾」意見。(Habermas, 1992/1996, p.360)

哈伯瑪斯繼而討論了政治的公共領域裡，公眾的意見或意志的形成，如何藉由具體的溝通行動，將私領域裡的個人、各種社會的功能系統，以及核心的政治系統如行政、立法與司法等部門串連起來。有別於中產階級公共領域在早先給予人單一旦排他的聯想，哈伯瑪斯開始關注生活世界裡，私領域

各種不同情境裡的言談，如何藉由公民社會裡各種功能性的組織、機構乃至社會運動的中介，被轉譯為具集體代表性的民意，並進而對核心的政治決策產生影響。

比方說，哈伯瑪斯強調政治的公共領域不應被設想為單一的場域，溝通的密集度、組織的複雜性，以及公眾性質等，皆使得公共領域有不同層次的分殊性。公眾的性質有鬆散、有經刻意安排，也有孤立的個體如讀者、聽眾或觀眾所構成的抽象公眾。即便彼此差異性甚大，這些由日常言談構成的「局部的公眾」(partial publics)彼此間仍能互相滲透。

隨著大眾傳媒不斷擴大閱聽眾的範圍，公眾意見也日趨抽象難測。公眾對於特定議題產生正或反的立場更容易受到隱匿的權力遊戲所操縱。然而即便如此，哈伯瑪斯強調公眾溝通的過程如果是起於生活世界裡市民社會內部的動力，則公眾溝通就不至於被扭曲。公民社會裡各種集體成員，包含利益團體、倡議組織、工會，乃至社會運動等，扮演居中勢力，將生活世界個人遭遇的問題轉譯為具公眾訴求的「政治議題」，並且藉由選舉投票形成對於政治體系的壓力。在這個過程裡，即便公共領域缺乏實質的決策權力，擁有的卻是一種被政治核心體系認知到的「溝通權力」(Habermas, 1992/1996, p. 373-374)。政治與社會的要角如果欲利用公共領域的影響力，他們便需要在解決公民的問題或者公眾認定的議題上，做出令人信服的貢獻。

大眾媒介在哈伯瑪斯的公共領域重構中，顯然扮演運作、操縱這種溝通權力的功能體系一員。即便當前媒介內部發展出來資訊處理策略，例如事實報導的人情趣味化、資訊與娛樂界線的模糊、以及將複雜議題瑣碎化處理，皆是將公共溝通去政治化的病徵。然而，這仍不損公民社會對於媒介應該扮演何種角色的規範反應，例如媒介應該做為公眾啟蒙的委託者，並且獨立於政治或社會壓力之外，勇於面對當權者做無私的報導或評論。哈伯瑪斯主張這些對於新聞表現的規範反應，使得大眾傳媒的溝通權力得以被中立化，且檯面下的權勢團體操縱得以被阻隔 (Habermas, 1992/1996, p.379)。

正因為媒介作為專業化組織，具有選擇資訊、決定資訊呈現形式、節目風格、傳布效果等的主導權力。媒介組織的專業性在一個民主的政治體制中，是建立在一個「無邪」(innocent)的基礎上——理想上，報導或評論必須

存在於一個自我約制的媒介系統內，且以獨立於政治或經濟系統的控制做為新聞組織運作的前提。因此，媒介系統自成一格，在於它僅受制於自身發展出來的一套規範準則上（Habermas, 2006, pp.418-419）。

新聞媒體應該獨立於任何政經勢力的操控，或許聽來老套，但如果把傳媒組織置放回哈伯瑪斯論及的公共領域存在的社會脈絡，則作為政治系統與私領域，以及各種功能系統之間的中介地帶，媒介如何在各方勢力交雜下折衝協調，以及報導或評論的質素如何再現民意的多元性，使得各種意見在不同的論述競技場間順暢流轉、甚而由私領域通達代議政治的決策過程，便成了評量傳媒的審議民主表現的大哉問了。

基於此，哈伯瑪斯對於大眾傳媒提出了兩個規範性原則，作為評價「合理的審議過程」是否得以強化的先決條件：其一是當公共領域的政治溝通串連起公民社會與政治核心時，一個自我規約（self-regulating）的媒介體系面對其所處的環境，仍能維護其獨立性；其二則是一個具包容性的公民社會，需使得公民得其權力參與並回應公眾論述，且公眾論述不應淪為一種殖民化的溝通形式（Habermas, 2006, p.420）。

我們向哈伯瑪斯的公共領域概念借光，主要是他的兩個規範原則可以作為評估選舉過程中，大眾媒介的政治論述生產是否可以有效增進私領域的個人及核心政治系統之間的互動。選舉是公民有效介入民主政治運作、造成核心政治權勢階級思維改變的利器，投票也是民意展現少有能夠受到制度性保障的機會。然而哈伯瑪斯批判的殖民化溝通，即大眾傳媒的政治傳播屈服於市場經濟需求，使得政治訊息的生產與呈現的內部邏輯被暗地裡置換了（Habermas, 2006, p. 422），在意的也是公民社會與核心政治體系之間的互動，能否藉由公眾意見的論述化而暢行無阻。基於此，我們將這兩個規範性原則作為問題之始，在評估政論節目的內容表現上，我們特別關注這些節目在議題選擇、參與者特性，以及議題討論過程的主題建構等面向上呈現的趨勢。我們將哈伯瑪斯這兩個關於政治傳播的規範原則，轉化為以下兩個觀察指標，分別是：

- (一) 論述型態的自主：電視政論的論述生產是否能夠獨立於主流政治論述或政治實踐的洪流？
- (二) 民意反饋管道的暢通：起源於公民社會的相關意見、態度或者觀點能否經由政論節目的管道獲得呈現？

參、審議價值的脈絡化：九合一選舉電視政論的趨勢觀察

在媒體觀察與教育基金會的贊助下，我們自九合一選舉日的四個月以前，開始觀察與紀錄各個有線與無線電視台晚間時段的時事議題討論性節目。

由於節目數量眾多，加上選舉將至，許多原先不以政治議題討論為主軸的談話性節目，也在這段時間陸續加重選戰相關政治話題的比重。因此在節目選擇上，我們設定了幾個取樣的標準，主要是節目的形式需起碼保留審議政治「互為主體的對話」的精神。具體來說，節目必須滿足以下三個形式要件：

- (一) 言談情境凸顯主持人與參與者，或者參與者之間有實際的對話、討論或辯論的過程。
- (二) 設定的話題以時事議題為主軸，且涉及政黨政治、或政府施政相關的主流政治議題在任何時期皆佔主要的比例。
- (三) 與談者除了主持人與固定來賓之外，有一定比例的成員更替。

在這三個要件的基礎上，我們過濾出以下九個節目作為分析的樣本：

表一：觀察節目名單

頻道	節目名稱
TVBS	麗文正經話
TVBS	少康戰情室
民視	頭家來開講
年代	新聞追追追
年代	新聞面對面
高點	新聞看透透
三立	新台灣加油
壹電視	正晶限時批
公視	有話好說

本研究以選舉日（2014 年 11 月 29 日）前四個月作為觀察的範圍。由於觀察期較長，礙於人力限制，無法涵蓋這四個月期間每一天的節目討論情形，因此我們採取系統抽樣方式，以每個月的第三週為觀察期。在四個月的觀察期中，我們總計獲得四個星期的節目樣本。每一個節目每週製播五集，因此，九個節目總計有 45 集的樣本數。

經過初步過濾，我們由九個節目中總計得 302 則與九合一選舉相關的話題討論。我們依照各級選舉話題數、參與者組成的比率，以及選戰相關議題的討論脈絡，分別做內容分析。分析旨在回答以下三個問題：

- （一）話題由哪裡來？
- （二）誰參與了這場選戰政論？
- （三）談了什麼？

一、話題由哪裡來？

九合一選舉涵蓋的公職人員改選範圍甚廣，且距離 2016 總統與立委選

舉時間頗近，因此在選戰期間，吸引不少媒體的關注。即便選舉涵蓋了台北市、五都，以及其餘各縣市的百里侯、民意代表以及鄉、鎮、村、里長等九個層級，我們在意的問題是：電視政論的話題範圍是否能夠具體反映這次選舉的「規模」？

在四個月的觀察期間，我們統計出總計有 302 則討論的話題是與選舉或選戰有關。經過分析比對，進一步歸納出 56 則與選舉有關的話題，並依照話題內容涉及的選舉層級編碼。各級選舉話題數，如表二所示：

表二：各級選舉話題數

選舉層級	話題數 (%)
台北市長	41 (73)
五都市長	7 (12.5)
各縣、市長	/
縣、市議員	1 (2)
鄉、鎮、區長	/
村、里長	/
其他	7 (12.5)
合計	56 (100)

由話題的分佈情形來看，選戰議題的討論集中在台北市長的選舉，有高達 73% 的話題集中在台北市長候選人的討論。相較之下，只有 12.5% 的話題是與五都市長有關。其餘各縣、市長以及地方的鄉、鎮、區，以及村、里長的話題數都掛零。有 1 則話題 (2%) 與縣、市議員有關。「其他」項目佔了 12.5%，主要是因為這些話題都著重由非選戰相關的政治或社會事件中，推估對於選戰可能造成的政治效應，例如由食安風暴裡衛福部長是否該負責下台，評估對年底選戰國民黨選情的影響。

除了話題個數的比率懸殊外，話題著重的面向也反映台北市長與其他層級選舉的差異。與台北市長選舉相關的 41 則話題，清一色集中在柯文哲與

連勝文之間的賽馬式新聞(horserace journalism)，也就是討論主軸集中在連、柯陣營之間的較勁，以及對特定陣營的候選人操守與競選策略評估、民調支持度分析等與「選戰過程」相關的話題。表三整理出這 41 則話題在各個月份的分布情形：

表三：台北市長選舉話題事件

月份	話題事件
八月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 柯、連陣營互批發動網軍支持。 2. 羅淑蕾踢爆柯文哲不會裝葉克膜。 3. 柯文哲提出公民監票方式。 4. 柯文哲自爆借錢買房，連陣營攻柯文哲逃漏稅。
九月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 羅淑蕾爆柯文哲 MG149 帳目弊端。 2. 柯文哲召開記者會澄清，公布 MG149 帳目明細與個人財產與繳稅記錄，並要求對手連勝文也同樣公布。 3. 連勝文家世背景討論：錢是否為靠自己賺的、靠爸、住帝寶、開名車、槍傷能迅速動員、連家美國房地產討論、連勝文持股爭議(中國金衛股票、投資 Evenstar 炒股)和認購頂新。 4. 吳毅暉發聲明，指控柯扭曲其回應。 5. 連勝文嗆江宜樺下台。 6. 柯文哲拔樁：尊宋拉陳(建志)。 7. 宋楚瑜挺柯或連之討論。 8. 連馬心結討論：去年避馬，今年尊馬？ 9. 柯文哲與連勝文各家民調顯示，連勝文看好度高卻支持度低；兩人民調趨勢比較。 10. 連勝文 WALKING STAY 是否能夠有助於選情之討論。 11. 連勝文競選廣告是否出現反效果之討論。
十月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國生產黨舉辦挺連活動，發走路工挺連勝文，疑似涉賄選。 2. 連戰家族四個世代的權貴政治起底(連橫媚日、連家上百億家產如何得來)。 3. 連陣營祭出危機牌(軍公教)、台商牌(動員台商)和經濟金融牌。

	<ol style="list-style-type: none"> 4. 連勝文撒大錢拍競選廣告之討論。 5. 宋楚瑜挺柯或連之討論。 6. 連勝文地瓜文的反抹黑廣告(網路謠傳連勝文把支持者送的地瓜丟進垃圾桶，事實上他有吃掉)。 7. 檢討連勝文與柯文哲民調趨勢：毒油事件致使連民調下降、MG149 引發連柯黃金交叉、民調差距擴大。
<p>十一月</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 連戰批評柯文哲祖父皇民化；罵柯 P「混蛋說」。 2. 柯文哲被控網軍追殺連勝文，查出 33 個 PTT 的 IP 來自柯競選總部。 3. 馬英九批柯妖魔。 4. 連陣營激發藍綠對決。 5. 連陣營的經國路文宣討論。 6. 馬英九挺連催出軍系票。 7. 選舉奧步討論：蔡依珊遭威脅潑酸毀容，國安局證實消息屬實，情資顯示柯文哲對蔡依珊不利。 8. 連方瑀出席公開造勢時強調柯文哲未親手救過連勝文；陳佩琪臉書貼紅酒照片反駁。 9. 柯文哲赴大陸賣葉克膜，涉嫌與廠商掛勾。 10. 柯文哲捲入強摘器官爭議，恐影響年底選情。 11. 連勝文上政論節目，趙少康問經濟政見，但連勝文回答頻跳針。 12. 郝柏村批柯皇民說。 13. 聯合報爆柯文哲與民進黨蔡英文選後合作的契約說。 14. 連勝文拜會張榮發，被網友質疑照片造假。 15. 馬政府打 FTA 經濟恐嚇牌，助連勝文選情？ 16. 宋楚瑜解析台北市選戰（台灣歷史談起、連戰失言風波、選舉後要解決的問題、連柯誰勝選所代表意義、連陷苦戰原因） 17. 連勝文「大明王朝」說引發馬心結？馬連合體？ 18. 網傳槍殺柯文哲、連勝文，考慮著防彈衣拜票？ 19. 夫人牌周美青是否對這次選舉有效？

相較之下，五都市長相關的話題討論即便少，卻是集中在候選人政見與政績評估，這部分在 7 則話題中便佔了 3 則。這 3 則分別出現在 10 月份時，因為台中市長的選舉辯論而出現的政見討論；以及 11 月時，高雄市長選舉裡，候選人關於高雄市交通建設、就業結構等政見的討論。

在 49 則選舉話題中，唯一與縣、市議員相關話題，則是彰化、雲林縣議員候選人遭揭露賄選的討論。

二、誰參與了這場選戰討論？

一如上述，哈伯瑪斯主張討論民主社會中政治的公共領域，應探究媒介如何扮演政治系統與市民社會之間互動的中介地帶。這個地帶猶如使民意顯形的政治外緣網絡 (Habermas, 1992/1996, p. 358)，將市民社會裡存在於不同私領域脈絡的感受、想法或不滿轉化、放大為具公眾關連性的溝通行動，並且迫使核心的政治系統必須嚴肅以對。

哈伯瑪斯認為政治的公共領域如果運作良好，勢必含括由公民社會與各種功能系統中產生的各種代理成員，例如倡議者、遊說者、專家、道德企業家，與知識份子等人 (Habermas, 2006, p. 416)。

沿用哈伯瑪斯的三元架構，我們為了瞭解參與、構成電視政論意見的社會成員特性，將九個節目的參與者依照其在各節目中被標明的身份區分為三個政治社會區塊，分別是：(一) 政治核心系統、(二) 專家系統，與 (三) 公民社會。政治核心系統包括：參選者與陣營 (各級選舉的參選人或競選總部總幹事、發言人)、政治人物 (各級民意代表、政府官員、政黨黨務工作人員)；專家系統包括：專家體系成員 (學者、智庫研究員、專業政治評論員)、媒介體系成員 (政治記者、編輯、資深媒體人)；公民社會則包括：倡議團體 (特定利益團體、NGO 組織、商會、工會、社運成員)、非政治背景專業人士 (以個別專業身份參與節目討論，如藝術家、律師、醫師等)，與一般民眾。表四呈現九個節目參與者組成比率：

表四：參與者組成

政治社會	成員	人次	(%)	合計(%)
政治核心系統	參選人與陣營	69	(10.3)	329 (49)
	政治人物	260	(38.7)	
專家系統	專家體系成員	90	(13.4)	295 (44)
	媒介體系成員	205	(30.6)	
公民社會	倡議團體	10	(1.5)	47 (7)
	非政治背景專業人士	11	(1.6)	
	一般民眾	26	(3.9)	

上表顯現目前台灣的電視政論參與者組成，仍十足偏好政治核心系統的成員。黨籍民代、黨務工作人員等，有極高的參與節目討論的比率（38.7%）。再加上參選人及陣營，政治核心系統的參與率高達 49%。

整體而言，這個數字顯現在選戰期間，電視政論成為政黨或政治人物動員的產物。我們以這次的研究結果對照 2009 年 4 月期間，筆者之一的另一個關於談話性節目參選者組成的分析（唐士哲，2012）。當時並非選舉期，政治核心系統成員參與談話性節目的比率，約只佔所有參與者的 15.4%。顯見選舉期間，政黨政治動員已將電視作為政治論述的外延競技場。

相較於政治核心系統幾乎佔了一半的成員比重，公民社會的聲音明顯邊緣化許多。包括倡議團體、非政治專業人士與一般民眾，總共只佔了所有參與者的 7%。除了多數節目忽視公民社會成員的聲音，這個趨勢反映了過往談話性節目中開拓觀眾 call in 時段，邀觀眾發表意見的設計，或者將節目現場帶至戶外開講的作法，如今已不受多數節目青睞。

在公民社會成員相對邊緣化的電視政論環境裡，作為公民社會與政治核心系統之間的中介地帶，並且身兼民意代言人的專家系統扮演的角色便至關重要。專家系統成員作為「轉譯者」，理想上應能夠在選戰時期政治論述大量增加的前提下，靈活扮演兩者之間的守門關鍵，特別是在代表公民社會，對於參選的政治人物或政黨作盡責的監督者。因此，檢視候選人的政見可行

性、對仍在位的參選者執政政績作體檢，以及作為公民社會意見的代言人，凸顯候選人政見的偏狹，都是「轉譯者」可以著墨之處。

〈表四〉呈現專家系統的確在參與比率上，與政治核心系統勢均力敵，兩者的參與比重相差並不大（前者佔所有參與者的 44%、後者佔 49%）。

我們由九個節目參與討論的來賓名單中，進一步過濾出〈表五〉高頻率參與者名單。名單中，來自政治核心系統的成員有 3 人，其中 1 人為參選人陣營的代表（姚立明）、媒介體系成員佔了 5 人、專家體系成員 2 人。

表五：選戰話題高頻率參與者名單

姓名	身份	參與節目（參與集數）
陳立宏	資深政治記者	新聞追追追（17）
胡忠信	政治評論員	新聞追追追（16）
王瑞德	資深媒體人	頭家來開講（15）
姚立明	柯文哲競選總幹事	新聞面對面（10）
王定宇	台南市議員	新台灣加油（16）
徐永明	東吳政治系副教授	新台灣加油（14）
王時齊	資深媒體人	新聞看透透（12）
鍾年晃	資深媒體人	新聞看透透（10）、新聞面對面（6）
郭正亮	前立法委員	麗文正經話（7）、少康戰情室（4）
陳東豪	雜誌社副社長	新聞面對面（7）、正晶限時批（2）

註：樣本母數為每個節目 20 集

以專家系統成員的參與來說，媒介體系成員仍是電視政論參與者的大宗。他們除了佔了所有參與者的 30%（如〈表四〉所示），也在各個節目中擔任常態性與談來賓。媒介專業人士如鍾年晃、陳東豪，以及前立委郭正亮都在至少兩個節目裡有高度的參與。而參選人陣營的競選總幹事在選戰期間也頻頻參與各個節目討論。其中尤以柯文哲陣營的姚立明最為特出。姚立明在擔任競選總幹事之前，就已經是以學者的身份作為「新聞面對面」的常態性來賓，在擔任競選總幹事之後，仍然以新職的身份參與該節目討論。

〈表五〉的高頻率參與者裡，媒介體系成員與某些專家體系成員的界線已十分模糊。各個節目中以政治評論員自居的參與者，往往本身也有與新聞相關的專業資歷，例如政治評論員胡忠信除了過去曾擔任報紙主筆以及電視台新聞部總編輯，現在則是談話性節目的常客，也身兼廣播談話節目的主持人。而專家系統參與者成為核心政治系統成員者，亦不乏如姚立明、簡余晏等人，由過往專業身份轉變為選戰團隊的成員。

此外，電視政論世界裡的專家系統成員，由於許多人都是以現職的記者或編輯身份跨足至的電視政論，角色是否因場域的轉換而有衝突，是一個值得檢視的課題。

專業新聞領域裡對於客觀報導價值的推崇，往往使得記者報導的專業性，是奠基在報導語氣上扮演一個政治場域的局外人。從報導轉為評論，最明顯的改變即是談論政治相關議題時，論述方式上的反客觀為主觀。

根據林富美（2006），記者跨行兼談話性節目的評論員，其評論角色往往因配合電視台製播需求而甘於自我物化。即便如此，摒除對於「客觀報導」的專業期待，記者、編輯成為專家系統的成員，對於審議民主而言，仍可能有其起碼的貢獻。消極之處，應在於藉由靈通的消息或資訊處理策略，做為公民社會問題的放大器或傳聲筒，並且監督政治核心系統的作為，提升審議民主過程的透明化。因此，專業新聞工作者化身資深媒體人或政治評論員，某種程度兼具兩種迥異的特質：立場超然的局外人與熟知內情的局內人（見 Jacobs & Townsley, 2011）。

然而確實的表現如何？欲回答這個問題，節目如何將選戰相關話題轉化為節目中討論的主題——也就是談了什麼？便成為探索重點。

三、談了什麼？

如前所示，九個節目在四個觀察期間，總共產出了 302 則關於選舉的話題討論段落，其中涉及了 56 個話題事件，平均單則話題事件所產生的議題討論有 5.4 則。換句話說，選戰話題討論，多數具有時間上的延續性。

以柯文哲遭立委羅淑蕾指控任職台大醫院期間，私設 MG149 帳戶洗錢、逃漏稅事件為例：羅淑蕾於 9 月 10 日召開記者會、揭露該則事件後，事件話題便在許多節目中不斷延燒，由揭露初期對於帳戶合理性的質疑、到後來該則話題討論逐漸移轉至陰謀論揣測，即質疑羅淑蕾爆料是否淪為國民黨選戰抹黑政敵的打手。到了選戰後期，該則揭弊事件則是被放在「是否是國民黨有效的選戰策略」脈絡下討論。顯見話題在談話性節目中的發展，往往可能經歷不同階段的主題化歷程。

我們無法對這 56 個選戰話題逐一作議題發展歷程的剖析，但希望探索選戰話題事件轉化成這 302 則話題討論的節目段落時，如何被主題化。因此，我們逐一檢視這些討論段落，並以話語情境中主持人的開場白、提問問題、螢幕下方標題，以及實際討論的互動情形為線索，歸納出六個主題化類目，分別是：

- (一) 政見：參選人政見內容的描述、分析或評估。
- (二) 人格化：參選人的人格特性，例如人品、家世、過往政績、經歷或瑕疵作為；參選人或競選團隊特定成員的言行表現。
- (三) 選戰謀略：競選組織內部運作、動員過程、特定文宣策略。
- (四) 權力政治：政府或政黨表現、參選人政治行情評估、參選人與特定政治或經濟利益互動。
- (五) 媒介化選戰：媒介專業系統（如競選廣告、公關、候選人民調、報紙報導、名嘴言談、網路討論）呈現內容的轉述、分析或評論。
- (六) 選舉制度或選戰文化：民主政治、選舉制度或者整體選戰現象的反思、檢討或批判。

依照這個類目分類，這 302 則話題討論呈現的主題化脈絡趨勢如表六：

表六：選戰相關話題的主題化

討論 脈絡	政見	人格 化	選戰 謀略	權力 政治	媒介化 選戰	選舉制度 選戰文化	合計
則數	11	79	90	64	43	15	302
(%)	(3.8)	(27.6)	(31.5)	(22.4)	(15)	(5.2)	(100)

〈表六〉呈現的主題化趨勢，驗證了近年來政治傳播研究中，關於選舉文化淪為花絮化的批評（Bennett, 2003; Corner, 2003; Swanson & Mancini, 1996）。在六個主題化脈絡中，「選戰謀略」的比率高達 31.5%；而著重候選人人格特質或身家背景的「人格化」主題也高達 27.6%；其他如彰顯權力政治過程的討論佔了 22.4%。而以民調分析、廣告策略評估為主的「媒介化選戰」佔了 15%。區居末座的，則是對於候選人「政見」內容的檢視與評估（3.8%），以及對選舉制度或選戰文化的反思或檢討（5.2%）。

這個趨勢彰顯了電視政論關切的選戰議題面向，多半與政治體系運作的謀略、技術，與權力政治的潛規則有關。多數節目傾向將選舉過程以「選戰謀略」及「權力政治」這兩種主題化角度呈現，或者藉由對於參選者非政治專業領域的表現，如家世、人際關係、工作或人格瑕疵等「人格化」檢視，作為臧否個別參選者能力的依據。

上述這些主題化模式，顯示電視政論意圖塑造一個熟稔政治場域內情的「圈內人」角色。具體的如對於候選人競選團隊的競選策略或動員過程的討論；概括的則如對於各種權力政治過程，如候選人、政黨、政府當權者間權力衝突、利益溝通、妥協或交換的剖析與揭露。這些對於檯面下政治運作潛規則的刺探，滿足閱聽眾窺探所謂「政治現實」的複雜面，卻難以掩蓋一個「失職」的現實：即本可以替公民社會代言，向核心政治體系監督的「政見」檢視，或者對於選舉制度或選戰文化整體性的反思或監督，在整體政論文化中皆被邊陲化。

選戰話題的主題化著重政治圈內人知識，若再加上〈表四〉所示、參與者集中在專家系統與政治核心系統成員合併考量，則更彰顯了電視政論在現有台灣日益多元且分化的言論空間中，並非自我期許為公民社會的代言人，

扮演對政治核心體系成員的監督者角色，而是在宮闈式的權力政治細節中打轉。不論就議題的選擇或討論的主題化觀之，政治論述的本質並沒有能夠自外於主流的權勢政治實踐。即便節目進行過程中參與者砲聲隆隆，且不時見到與談名嘴疾聲厲色，對於政治現狀或個別候選人嚴詞抨擊，但電視政論批判角色的凸顯，仍舊是以議論核心權力政治的種種細節為主要成分。

肆、延伸討論與結語

我們藉由三個問題面向，呈現了 2014 年九合一選戰裡，時事議題討論節目對於選戰相關主題的討論所呈現的一些趨勢。這些趨勢，大致上可以被歸納為以下數點：

- (一) 即便九合一選舉涵蓋的公職人員層級廣泛，但選戰相關討論話題高度集中在台北市長選舉，且著重的面向是柯文哲與連勝文兩位候選人之間競爭的賽馬式新聞。
- (二) 比起尋常時期，政治體系中的政治人物在選戰過程中參與電視政論有相當大幅度的提升，顯見電視政論在選戰過程中，被政黨或競選陣營視為動員民意支持的重要管道。
- (三) 公民社會的成員在選戰討論中的角色極度邊陲化，且過往談話性節目常有的 call in 設置，在多數節目中已經消失，「民意」在節目中如同被消音。
- (四) 政治核心系統成員與專家系統成員的參與大致旗鼓相當，但專家系統成員絕大部分來自新聞媒體專業場域，尤其以資深媒體人構成各個節目裡來賓的主幹。
- (五) 選戰議題的主題化多半與政治體系運作的技術與權勢階級的政治潛規則有關。選戰謀略、對參選人的人格化討論，以及權力政治過程是多數電視政論的討論主軸，候選人政見的檢視與討論明顯被忽視。

以上這五項觀察結果，我們帶入前述哈伯瑪斯對於大眾媒體在審議民主過程中的兩項規範性指標，作為我們對於這次選戰中電視政論表現的延伸討論。

一如前述，哈伯瑪斯主張，評量「合理的審議過程」是否得以強化的先決條件，建立在兩種政治傳播的表現上：其一是當公共領域裡的政治溝通串連起公民社會以及政治核心時，媒介體系能否維護其獨立性；其二則是公民社會的包容性，能否使得公眾的論述參與受到保障，政治傳播不至淪為一種殖民化的溝通形式。我們將這兩項規範性價值分別以「論述型態的自律」，以及「民意反饋管道的暢通」為指標，來檢視台灣的電視政論在這次選戰中的表現：

首先，關於論述型態的自主，我們關切的是相對於核心政治場域的實踐與論述，電視政論展現什麼樣的自主性。對於哈伯瑪斯而言，自律的傳媒體系展現在其實踐能夠與政治或經濟勢力有所區分（differentiation）。然而哈伯瑪斯也明瞭，這種區分在多數狀況下都無法做到絕對的地步。比方說，在民主化的社會中，政府或財團對於媒體所有權的控制、製播的內容滿足娛樂大眾的需求，或者特定利益團體藉廣告贊助手段行內容審查之實，都有可能威脅傳媒論述的自主性。

就我們的觀察而言，電視政論論述型態的自主性，體現在與核心政治場域的實踐與論述的區分上。就選戰話題的主題化而言，當一場選舉的論述重點，只有不到 4%的比率是放在檢視候選人提出的政見與政治視野（政見討論），卻有超過 30%的比重在乎的是候選人怎麼打選戰（選戰謀略），電視政論在話題選擇上，的確有其自外於核心政治場域實踐的主導性。

事實上，電視政論對於政見的忽視，並非因為候選人不再提政見。就以本次選舉中各節目熱中的連／柯對決來說，本次選戰過程中，雙方陣營在網站上陸續公布了不少政見——連勝文陣營總共有 31 項政見、柯文哲陣營則有 22 項政見，這些政見涵蓋了財政、嬰幼兒照護、觀光、青年創業、交通、災害防治、住宅、族群、食安、社造、教育、治安、動保、文化、醫療、勞動權益、國際化、防疫、都更、與科技政策等洋洋灑灑十數項目。除了網站

文宣，這些政見還藉由電視廣告或社群網站等管道露出，然而電視政論卻對於這些政見充耳不聞、紋風不動。

對比電視政論對於候選人政見的忽視，則是其對於權力政治過程鉅細靡遺的描述與解析。以一個比較通俗的說法，是在「起底」式的權力政治細節追究中，標榜論述的自主性。

然而這種自主並不同於電視政論稱職扮演核心政治體系與公民社會間的橋樑角色。正由於選戰主題化著重在起底式的細節追究，電視政論反而淪為窄義的機構化政治實踐的附庸——彷彿政黨動員、候選人陣營策略，或個別政治人物的權勢等，便構成了政治論述的主體。這次選戰中維持熱度甚久的話題，如 MG149 弊案的揭發、連勝文家族成員在選前對於柯文哲家世的批評，或者柯文哲公布個人財產，並反嗆連勝文應比照辦理所引發的「連氏家族金權政治」窺探，基本上話題的源頭都起自於候選人陣營間彼此的抹黑、叫陣或反嗆，各個節目在依此為引發後續序列討論的觸媒。對於這些主題的偏好，反映的是對於窄義核心政治系統裡對抗政治的著迷。對於匯聚來自廣闊的公民社會意見，並有意識的將這些意見轉化為檢視或質詢政治場域的施政、政策或政見的品質或好壞而言，電視政論無心於此，也毫無建樹。

就民意反饋管道的暢通來說，哈伯瑪斯對於公共領域意涵提出的修正，強調「領域」的價值，體現在普羅民意與菁英論述之間訊息流通、轉譯管道的通順。但以這次選戰相關的政論內容表現觀之，顯然電視政論在參與者特性以及話題的選擇上，仍集中在小圈圈的核心政治。不但公民社會的組織成員被阻絕在與談成員之外，過往一些節目基於形式，刻意保留的觀眾 call in 作法，或者仿照野外政見發表會，將節目現場遷移至戶外舉行，在許多節目中也多半被邊陲化。總體而言，電視政論與民意之間，猶如兩條平行線。

然而，若就此斷言電視政論無從在整體政治論述環境中，扮演一定功能的分工角色，則並不盡然與浮現的新現象相符。即便電視政論作為反映民意的管道上表現堪慮，但網路的興起顯然多少彌補這種頹勢。在網路世界裡的批批踢八卦版、YouTube、影視內容專頁、個人部落格裡，電視政論的片段內容被網友們轉貼、連結、轉引、或評論的情形日趨頻繁。

以 Youtube 為例，本次選戰過程中，關於羅淑蕾因指控柯文哲 MG149 案的弊端，而在節目中與其他名嘴對質、或者周玉蔻、汪潔民等名嘴一系列針對連氏家族政商關係、或連勝文過往的金融業專業背景的起底等，這些節目中討論的段落被網友擷取，並在 Youtube 影音平台上大量轉載。它們在社群網路平台上引發的高點擊數與討論串，並不亞於這些節目的收視率。顯見在日益分化、但互有連通的民意空間裡，電視政論作為挑起民眾討論與參與的誘因，正使其作為大眾傳播渠道的「建制」意涵，快速消融在更多新起的意見平台上，僅扮演其中一個「節點」。在觀眾 call in 的設計走入歷史後，「民意」以另一種更碎裂的形式，在多元分歧的網路空間中集結、再現。

選舉是民主政治實踐中，市民社會介入或參與政治體系受保障的方式，也是最低限度的手段，大眾傳媒的政治報導與評論，則是左右選民投票決定的重要機制。哈伯瑪斯強調媒介即是權力，就在於其提供的內容、形式、散布訊息的路徑與框架事實的方式，對於選民在投票箱圈選候選人前，起了左右其決定的作用（Habermas, 2006）。廣電媒體機構在審議政治過程中的角色，始終徘徊在內部論述自主與被外部機構殖民化的辯證中。一如哈伯瑪斯指出，西歐公共廣電制度雖然保障政經勢力無法透過財政與人士任命介入報導的公正性，然而民主政治的政黨輪替效應，仍舊使得公共傳播的新聞專業性無法完全抵抗政黨的人事徵募效應。政府的家戶長心態，使得傳播機構與核心政治體系的分立不完全，前車之鑑如義大利公視。而美國的商业媒體即便免除政府藉人士任命行介入之慮，卻難保政府刁鑽的言論控制策略對於媒體機構造成的噤聲效應。9/11 事件後，政府成功框架的「反恐戰爭」論述缺乏媒體的監督便是一例（Habermas, 2006, pp.420-421）。媒介無法與核心政治過程的種種操作分立，即便造成民眾的信任降低，助長了他們對政治冷漠或事不關己的態度，然而正如哈伯瑪斯提醒，尋求解釋仍在於特定政治傳播型態或內容的沈淪，不應視為整體公民社會的癱瘓（p.422）。

台灣的電視政論在走過民主狂飆的九〇年代，以及過去這十數年的政黨惡鬥，總是在不同選舉之間呈現行情的高、低檔徘徊。一遇到選舉，關切政治者眾，節目數量就增加、各種炒作話題的手段也層出不窮。然而面對市民社會中，出現自發的公民街頭運動、網路世界裡熱切的網軍動員、組織與言

談參與，電視政論的審議民主「功能」已是窮蹙一隅。即便不盡然完全隱沒在新起的政治參與實踐中，其曾經獨領的風騷，也將快速的在更形擴張的民意空間裡褪色殆盡。

參考書目

- 林富美 (2006)。〈當新聞記者成為名嘴：名聲、專業與勞動商品化的探討〉，《新聞學研究》，88: 43-81。
- 唐士哲 (2012)。〈電視政論與政媒互動實踐初探〉，《傳播研究與實踐》，2(1):109-133。
- 孫善豪譯 (2005)。《回歸政治》。台北：巨流。（原書 Mouffe, C. [1993]. *The return of the political*. London, UK: Verso.）
- 劉紀蕙、林淑芬、陳克倫、薛熙平譯 (2011)。《歧義：政治與哲學》。台北：麥田。（原書 Ranciere, J. [1995]. *La mesentente*. Paris, FR: Galilee.）
- Bennett, W. L. (2003). Lifestyle politics and citizen-consumers: Identity, communication and political action in late modern society. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 137-150). London, UK: Sage.
- Corner, J. (2003). Mediated persona and political culture. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 67-84). London, UK: Sage.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media*. London, UK: Sage.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. (T. Burger & F. Lawrence, Trans.) Cambridge, MA: MIT Press. (Original work published 1962)
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. (W. Rehg, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press. (Original work published 1992)
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16(4), 411-426.
- Jacobs, R. N. & Townsley, E. (2011). *The space of opinion: Media intellectuals and the public sphere*. New York, NY: Oxford University.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London, UK: Verso.
- Swanson, D. L. & Mancini, P. (Eds.). (1996). *Politics, media, and modern democracy*. London, UK: Praeger.

本文引用格式

唐士哲、曾毓青、李香潔、洪硯儒、朱家賢（2015）。〈民意的中介及其阻絕：九合一選舉中電視政論的表現〉，《傳播、文化與政治》，1: 75-100。

The Mediation of Public Opinion and Its Impediment: On Television's Political Discussion in Taiwan's Nine-in-one Local Election

Shih-che Tang, Yu-Ching Tzeng, Shiang-Chieh Lee, Yen Ju Hung, &
Chia-Hsien Chu*

ABSTRACT

Supported by Taiwan Media Watch, we conducted a content analysis of nine television political discussion programs during the prime time to evaluate their performance on issues relating with Taiwan's nine-in-one local election, which took place on November 29, 2014. After four months of observation, the study concludes with the following discoveries: (1) Despite the unprecedented wide categories of elected offices, Taipei City mayoral election grabbed predominant attention in most programs. Particularly, the focus of discussion centered on the horserace between two arch-rival candidates. (2) The participants mainly came from the core political system and the expert system, with a majority of the latter consisted of journalists and editors. In comparison, members from the civil society played a very marginal role as participants. (3) Subjects relating with uncovering the implicit power games among the political elites and the tactics of campaign took a lion's share on most programs' issue lists, while the candidate's political views and platforms only won scant attention. These discoveries are evaluated by reference to Jurgen Habermas's two indicators concerning "rational deliberative procedure": the self-regulating political discourse and the feedback between an informed elite and the responsive civil society.

Keywords: nine-in-one local elections, public sphere, public opinion, television political discussion

* Shih-che Tang is associate professor of the Department of Communication, National Chung Cheng University; Yu-Ching Tzeng, Shiang-Chieh Lee, Yen Ju Hung, Chia-Hsien Chu are Master's students in the same institute

公共政策與（新）媒介財政

馮建三*

投稿日期：2014 年 10 月 19 日；通過日期：2015 年 1 月 6 日。

* 作者馮建三為政治大學新聞系教授，e-mail: jsfeng@nccu.edu.tw

《摘要》

本文嘗試通過「出資人身份」與「公共政策」兩個層面，區辨八種影音圖文等內容的財政來源，探討公共政策與這些(新)媒介財政的實然與應然關係。作者進而介紹與討論「付費牆」模式的引入，最早是財經與菁英報紙，近年已有一般報紙採納這個作法，但其得失尚難定論。最後則是思考在數位技術的匯流背景下，媒介財政與媒介硬體及傳播平台的可能稅捐關係，以及傳統公共服務「廣播電視」在公共政策的導引下，可能出現的變化樣貌，重點是它應否及能否蛻變，成為公共服務「媒介」，從而就得決斷其相應的財政來源，是否需要師法歐陸國家如法國、西班牙、德國與芬蘭已經採納的模式，或是另作創新。

關鍵詞：公共政策、公共服務媒介、付費牆、(新)媒介財政、網際網路相關稅捐、廣告

「『經濟科學』（economic science）這個用語流於傲慢，自認經濟學比起其他社會學科，擁有更高的科學地位。『政治經濟學』（political economy）儘管顯得老派，但我認為這個詞才能確認經濟學有別於其他社會科學之處：經濟學的政治、規範與道德目標...政治經濟學試圖通過科學態度與認知...研究理想的國家（state）理當在一個國家（country）的經濟與社會組織中，扮演什麼角色。它問，哪些公共政策、制度與機構可以讓我們更為接近理想的社會？.....社會科學家...不能自滿於乞靈宏大卻抽象的正義、民主與世界和平等原則。究竟是要選定哪些特定機構、制度與政策...他們必須採取立場。」（Piketty, 2013/2014, pp. 573-574）

壹、前言

《21世紀資本論》無法、也無意望19世紀《資本論》的項背。但是，如果馬克思尚能環顧當前環境而表示意見，他對該書作者、法國經濟學者皮凱堤（Thomas Piketty）的前引陳述，不會反對。

本文響應皮凱堤的認知，探討新傳播科技日新月異的進展中，公共政策與（新）媒介財政的實然與應然關係。經驗材料與理論文獻主要來自歐洲，其次是美利堅，再次才是相關國家。作者首先將扼要辨明，市場與廣告沒有本質，其善惡隨歷史脈絡及公共政策有無及其良窳而呈現不同面貌。接著，本文嘗試通過「出資人身份」與「公共政策」兩個層面，區辨八種影音圖文等內容的財政來源。

在八種財政之中，廣告的規模最大。但廣告作為媒介內容的製作財源，必生負面作用，遂有公共政策介入，是為第二至第四種財政形式：限制傳媒廣告的競爭並重新分配其收入，最早表現於播放廣告的公共服務廣播電視（public service broadcasting, PSB）；其次是表現在報紙，也有，雖然較少；再就是禁止廣告，但政府強制所有閱聽人付費如英國廣電協會（BBC）與日本放送協會（NHK），或是政府以一般稅收支付，如澳洲廣電協會（ABC）。第五種是閱聽人志願付費使用傳媒內容，如傳統報紙及報紙進入網路時代後

的付費牆；第六種則是對於傳媒（特別指傳統報紙）的發行收入課徵營業稅（增值稅），英國不取，美法等國雖取但稅率低於其他商品。

第七種財政的前景與意義，最值得注意。這裡是指，既然技術條件已經致使影音圖文「匯流」於數位形式，那麼傳統的 PSB 無論是否播放廣告，都必須面對新時代與新技術的挑戰，它們未來是不是應該與時俱進，羽化蛻變成為公共服務「媒介」（public service media, PSM）？這是重要的公共政策課題。如果要從 PSB 擴大成為 PSM，財政需求就得水漲船高，那麼，是要增加投入 PSB 的公務預算或執照費水平；或者，既然 PSB/M 製作的各種影音圖文，無不可以在各種傳輸平台流動，也在各種接收設備都能使用，那麼，其財政來源就得到了擴張的依據：傳統的電視執照費之外，現在，收費對象可以延伸至各種電信、有線、無線與衛星平台，以及（平板）電腦及手機，通過公共政策，PSB/M 可以從這些廠商取得部分收入。

最後，第八種財政指的是傳播硬體、發行與通路廠商出資生產內容並據為己用，致使形成媒介的垂直整合，本文未多討論，僅能浮光掠影提及。

貳、市場與廣告

哈伯瑪斯說，「各種市場律令進入之後，公共領域也就進入了殖民狀態，似乎孕育與助長了大眾傳播消費者陷於癱瘓的狀態。」這個見解眾所周知，時人耳熟能詳。但是，哈伯瑪斯雖有前引這個概括論點，他在引入歷史脈絡後，緊接著指出，「文化產品進入市場流通之後，不必然一定造成內容商品化，不必然使得接收這些產品變成商品現象……十八世紀的獨立報業...足以顯示，文化產品的生產與分配之重新定位，使接筭於市場交換的各種條件，能夠產生完全不同的、解放的效果。」（Habermas 2008/2009, p.177, p.179）相對於封建君主的專斷及士紳階層的拘謹，市場機制確實曾經在歷史過程，扮演鬆動政治束縛及文化桎梏的進步功能。不但如此，過去一百多年來，隨著社會情境的變化，主張市場不是資本主義所能專擅，而是另可結合於社會主義的論述，至今已然歷經了五個階段（Roemer, 1994／馮建三譯，2005）。與此相關，另一個重要的區辨，或說是同義反覆的修辭是，進入市場從事商

業活動，並不同於從事於商品的生產（Mosco, 1996／馮建三、程宗明譯 1998，頁 212-3）。這類例子在傳播事業顯得格外明顯。國營事業如台灣中油公司與私人石油公司（如台塑）生產相同的商品（如汽車使用的石油），彼此競爭。相對之下，進入商業傳播市場競爭的媒介機構，如果類如 BBC、NHK 或台灣的公視、客家電視與原住民電視及各行政機關的廣播電台，固然無法不在廣電市場，與私人為牟利而開辦的廣電企業，爭取閱聽人的聽看時間，但其財政收入（幾乎）完全來自執照費或公務預算，並不製播商業廣告；亦即，BBC 等機構在與商業廣電台競爭時，並沒有生產「閱聽人商品」（audience commodity）。

哈伯瑪斯從歷史脈絡看待市場，不將市場本質化，同樣表現在他對「廣告」的敘述。他說：

廣告出版品進入公共領域即便已經是經濟所需，但並不必然造成其轉型。比如，大約在上個（按：十九）世紀第二個三分之一年代之時，日報言論與分類廣告的區分開始出現…並沒有在本質上使公共領域轉型。（只有）到了大約上個世紀中葉…大規模廣告幾乎不再只是商業廣告這麼簡單…而是它代表了報章雜誌，或甚至比較新興的媒介最為重要的財政考量時，轉型才告出現…。（Habermas, 1962／曹衛東、王曉珏、劉北成、宋偉傑譯，1989，頁 192-193）

更重要的是，哈伯瑪斯認為，到了這個階段，「媒介自由不再只是消極說法，不再只是特定地指涉個人或集體不受政府干預…唯有通過國家積極介入這個目標，才能確保所有其他私人都能平等進入公共領域；如果國家只是自己避免自己干擾、入侵，那麼就平等進入公共領域這個目標來說，就再也不足夠。」媒介自由有待國家積極介入才能創造的認知，證據之一，就是歐洲與美國的對比，哈伯瑪斯說，「廣播與電視以私人產業形式的『自然壟斷』之發展（仍在）美國出現…（但）這些新興 媒介在大布列顛、法國與英國是以公共或半公共法人的方式，組織成形而運作，（避免了）資本主義形式之侵犯。」（ibid: 227-8,187-8）

哈伯瑪斯未曾不加區辨，對於市場與廣告，他並沒有從事本質化的批判。指認這個事實相當重要。畢竟，假使市場與廣告具有特定本質，等於就是無法改變，從而通過公共政策介入，試圖調節其表現空間的成功可能性或意義，就會減少或消失。筆者在內的論者，可能出於不同原因，是曾經有，或者至今都還較少正視這個區辨，因此在參考哈伯瑪斯的理念時，往往還是落入二分或本質化的引述，致使哈伯瑪斯的公共領域，變成僅只是存在「和國家相對立」這個面向（林宇玲，2014，頁 61-3,70）；或是，論者再次宣告電視是「假共同體」、是公共領域的「重新封建化」，是製造了「假公共領域。」（黃聖哲，2010）藏匿在這類認知或批評文字的背後，是個慣性思維，它對必然得由國家提煉的公共政策之研擬，可能構成阻礙；稍有不慎，一百年前馬克思主義的改良（修正）主義與革命路線的差異，竟然不對稱地重新在此搬演。現在，修正路線是「公共政策」，革命路線則是「本質化或二分的論述」。雖然二分化或本質化的認知，不一定隱含革命，也可能是束手無策而承認現狀不須或無可改變。

然而，革命不再，修正與改良卻有眾多的路線與模式。以歐洲的廣播電視為例，無論是最早引進私有產權的英國，或是一開始就存在廣告的德國，由於公共政策的介入，歐洲及其他國家（如近鄰南韓）直到現在，都還存有「播放廣告的」(commercial)「公共服務廣播電視」(媒介)之概念及其實踐；至於 1990 年代以來，資本積累動能的滲透與蔓延愈來愈見深廣，這個模式是否終將萎縮、消失或必然轉型，是另一個嚴肅問題。比如，根據「歐洲廣播電聯盟」(European Broadcasting Union, 簡稱 EBU) 的資料，2007 至 2012 年間，40 個市場（國家）的 53 家 PSM 的收入增加了 1.3%，並且執照費、政府預算等非商業基金佔有這些收入的比例，也在增加，2007 年是 72%，到了 2012 年已有 77.9%。反之，PSM 的商業收入所佔的比例則在下降（25% 至 18.9%）；並且，商業收入當中的廣告，其減少的額度還更多些，廣告總額在 2007 年佔有 53 家 PSM 收入的 16.6%，到了 2012 年，跌至 10.5%。（European Broadcasting Union, 2013, pp.7-8）因此，PSM 一方面可以說是更少商業色彩，也更少受到廣告影響。然而，另一方面，歐盟 28 國在 2007-2012 年間的年均通貨膨脹率是 2.467% (HICP - inflation rate.[n.d.]），這意味著 PSM

的實質收入可能略見減少。那麼，EBU 的調查數字，是要解釋為廣告在 PSM 的地位日漸褪色，是正面的進展；或是應該解釋為 PSM 因為廣告收入減少，致使其財政窘迫，因此是負面的發展？答案可能不是非黑即白，需有較多層次的定位與理解。

PSM 逐漸減少對廣告的依賴，部分原因出於 PSM 的被動反應，是市場競爭過程所派生的現象。但是，如後文所要指陳，箇中同樣涉及公共政策的主動矯正。相對於 PSM，私人媒介的財政變化則悉數是市場競爭結果的反映，因為，廣告是游牧民族、忠誠反而是商業專職的違反，廣告必須追逐科技水草而暫厝。

網際網路在 1995 年進入商業使用後，至 2006 年，英國網路廣告已佔廣告總量的 11.6%，超過發行全國的報紙（11.0%）；2007 年是 15.6%，地方報紙以 15.2% 稱臣。（轉引自 Freedman, 2010, p.38）2010 年，網路廣告 40.96 億英鎊壓過電視廣告（40.81 億），2011 年，全國及地方報紙聯手，仍跌至 39.45 億，瞠乎網際網路之後（47.84 億；Advertising Association & Warc, 2012, April 12）。在台灣，2002 年網路廣告 10 億台幣，僅得 1.87% 佔有率；2005 年的 31 億與廣播旗鼓相當；2007 年超過無線電視；2008 年還稍落後雜誌，卻在 2009 年以 69.9 億大勝雜誌的 50.9 億；2011 年（102.2 億）接近報紙（106.7 億），2012 年有 117.1 億，首度超越報紙（96.8 億）（中華民國廣告年鑑編纂委員會，2013）。2003 年，美國報紙發行收入 112.2 億美元，是紙版 449 億廣告與線上 12.2 億廣告收入之合（461.2 億）的 24.33%；事隔十年，2013 年的報紙發行（含數位訂戶）所得仍有 108.7 億，報紙廣告收入則已跌至 207.2 億（紙版 173 與線上 34.2 億），美國報紙的發行與廣告收入的比例，已是 52.46%。全球 5000 億美元廣告在 2013/14 年間，估計已有四分之一是網路廣告（Suich, 2014, September 11）。

參、八種媒介財政

書報雜誌的科技展現形式，從紙質擴充到網際網路，在此過程，媒介業者與政府，都對媒介的財政來源，有所因應與規劃，但萬變不離其宗，媒

介收入總是來自後列三大種類八個項目的一項或多項，如〈表一〉所示。

表一：公共政策與八種媒介財政

		公共政策	
		無	有
出 資 人 身 份	內容生產人（廣告廠商）	A：多數國家的商業媒介都全部或部分以廣告作為財源	B：法國、南韓、奧地利、瑞典、匈牙利等國對傳媒廣告收入課稅
	內容使用人（閱聽人）	C：紙版報紙的發行收入，是否課徵及課徵多少營業稅（增值稅）	
		D：線上報紙付費牆	E：廣電執照費 F：廣電（及其他 媒介如報紙之）公務預算
與內容生產沒有直接關係的傳播廠商	G：相關廠商自行垂直整合	H：很多歐陸國家立法責成相關廠商提撥經費作為影音圖文等內容基金	

針對〈表一〉，下文進一步提出三點說明。

一、媒介收入與科技形式無關，財源來自內容生產者（廣告廠商），又分兩種情況。

第一種是廣告廠商自行提撥。由於「廣告」作為一種內容，相比於不是廣告的內容，大致不是一般人（閱聽人）所想要接觸。因此，廣告廠商願意補助其他內容，並寄望在此同時，也讓廣告所要傳達的內涵，得到被「愛屋及烏」的機會。稍前已經敘述，在新媒介發達的地方，廣告附身的科技形式已在移動；雖然沒有放棄傳統媒介，但愈來愈多的廣告，已在通過各種電子通路（電信網絡、有線與衛星平台到網際網路）傳送身影至個人（平板）電腦及手機等等終端設備。這是本文所說的 A 型財政。

第二種是 B 型內容財政，公共政策要求廣告廠商提撥部分收入，並由政府轉作其他用途，又有兩種作法。一是瑞典對報紙廣告、南韓從廣電廣告取財，而法國取電視廣告分別用以補助報紙、廣電節目與電影（2009 年以後，延伸至電視）；二是奧地利及匈牙利雖然取廣告稅，卻使其作為政府一般財政的構成，後面這個作法與媒介內容的補助關係較弱，或說比較間接。

二、媒介收入與科技形式無關，財源來自內容使用者，又可以分做三種方式。

第一種是，內容使用者個別直接且自願支出：傳統的戲院電影、CD、書籍、雜誌或報紙（含數位報紙雜誌與書籍、線上影音單次、按月或以其他計價方式付費）等等。其中，由於傳統紙型報紙所受影響較大，因此其網路內容的使用，究竟是維持「免費」而由廣告支付，或是向「付費牆」(pay-wall)¹移動，是當前較受業者矚目的報業財政動向之一。由於很多國家對報紙發行收入不課稅捐，或課徵少於其他商品的營業稅，這個時候，我們仍然可以說，在狀似沒有補助的背後，政府其實是以公共政策給予報紙財政（間接的）補助。如果考量這項事實，人們是否能夠指稱報紙的財政，完全取自讀者的志願購買行為，應該可得另作判斷，並且，這個差異對於後續政策的考量，就會有所影響。因此，如果報紙發行所得獲有稅賦減免，我們在這裡稱之為 C 型財政，而假使發行所得（包括付費牆收入，如果是併入報業整體收入而）未得減免，稱之為 D 型媒介財政。

第二種是，內容使用者通過政府法規而集體（不一定自願）支出：如英國 BBC 與日本 NHK 對擁有電視機的所有家庭收取執照費。優點是財源穩定不受政府財政能力影響。缺點是對低收入者不公平；其次，如果不是一次定額課徵而是定期收取，稽徵成本頗高；未繳費的人，特別是無能力繳納者若得坐監，常有道德難題；²這是 E 型財政。

¹ Myllylahti (2013) 區分了四種付費牆：硬式（非訂戶完全不能使用）、軟式（有些內容仍自由使用）、計次（定期內若干篇文章自由使用）與特定（有些免費特定內容收費）。

² 日人不交執照費不觸法，英國則否。2012/13 年有 20 萬人為此遭起訴、佔所有英國

第三種是，政府通過對內容使用者收其取一般稅捐而以公務預算形式支出：如台灣、澳洲等國的公共電視，法國、挪威...等等國家的報業補助。這類財政形式與前一種的差別，在於前者是消費稅，所有用戶都需提交，至於這類財政，失業者、低收入者...等等無稅可繳的人，並不需要提交；這是 F 型。

三、媒介收入與科技形式有關的財政來源，又分兩種。

第一種是科技硬體、傳輸平台或系統...等等廠商自行投資，產生了傳播產業的垂直整合。科技硬體單獨存在並無用處，必定要有「軟體」（內容）配合，才能讓使用者出錢購買其硬體。傳統電話的廠商，狀似沒有從事內容的生產，但其實發話雙方是自己在生產內容，啞啞人因此不是其使用者。當前的手機，結合網路之後，除了講話，更有各種「使用者創生的內容」（user-generated content）可供聽看，更能彰顯這個性質，但這些業餘內容仍有不足，從手機廠商到其他相關業者，仍舊在資本競爭的驅使下，會有部分業者主動或被迫進入專職內容生產的領域，彼此侵襲，出資製作或控制軟體（從電子遊戲到影音內容）。同理，出身網路平台的各類廠商，如谷歌、臉書、以圖書買賣起家的亞馬遜購物平台、乃至於電腦廠商蘋果與微軟，原本河水不犯井水，如今都在交互浸漫與兵戎相見，從前哨戰、游擊戰到正規戰，規模各自有異。（Lessin, Bensinter, Rrsli, & Efrati, 2012, December 25; Simon, 2013; “Technology giants at war”, 2012, December 1)）這就是早在 1970 年，影響主流法律與經濟學界甚深的產權專家德姆塞茨所說，「節目一旦廣播...至少有兩組私人團體，願意支付廣播的成本...一是廣告廠商，他們的利益在於讓將自己的訊息，傳送至家家戶戶...二是收音機與電視機接收器的生產商，即便沒有廣告廠商支付，他們也能知道，廣播受人歡迎的流行節目，於他們有利，因為這樣他們就可以販售機座。」（Demsetz, 1970, p. 126）

訴訟案件的十分之一，並且 2/3 遭起訴的人是婦女，BBC 在 2013 年執照費收入是 37.26 億英鎊，未繳及為追緝與稽徵的成本在 1.96 至 2.35 億之間。（Revoir & Doyle 2012; Gentleman, 2014, September 24）

在美國，不但影視大廠如好萊塢的時代·華納、福斯、迪士尼、環球派拉蒙、新力·哥倫比亞，近年的新興發行或網路平台，也都相繼投資影音製作，資本積累此一個體難以長期不順服的力量，驅使文化人捉對競爭。投資較少的是 YouTube，但一年也有 1 億美元而準備擴充至 2 億自製內容，不停留於提供平台並與其他影音提供者分食廣告收入；Hulu 是 5 億美元（2012）；亞馬遜在 2013 年投資 23 部電影與 26 部電視劇的製作；規模更大的是從郵寄發展到電子影音平台的 Netflix，一年達 20 億美元（Lange, 2014, June 16）。

在中國大陸，電信集團〈中移動砸 500 億 成立新媒介〉（2014 年 10 月 14 日），「定位為數位內容」的產製業務等。在台灣，傳媒的垂直整合與其產業規模相稱，進展不快。但最近幾年，宏達電王雪紅入主香港（與台灣）的 TVB（S），也投資其他影音發行（如「威望國際」）與內容產業（鄒秀明，2011 年 1 月 27 日），是為這個性質的顯現。再者，取得亞太電信作為進入 4G 門戶的鴻海郭台銘，先已歷經影視投資、有線系統（中嘉）收購失利但可能捲土重來的傳聞（洪綾襄，2014 年 11 月），他日若再投資影音內容，也不意外，所謂〈投資內容 數位時代顯學〉（2014 年 9 月 21 日），其實只是再次確認 G 型內容財政的存在。公共政策與這類財政的關係是，無法強制其存在或擴張。反之，政府在這個方面經常扮演的角色，在於評估是否要限制其垂直整合的規模；或者，政府面對另一種對策，亦即立法准取其擴大經營範圍或佔有更高市場份額，但同時在此過程，增加對其財稅或市場行為的管制與要求，比如，依據累進原則，提撥特定比例的營業收入作為特定傳播之用，或作為一般使用。

第二種是政府擬定公共政策，提出相應法規，強制從電子發行通路、平台業者或網路服務供應商、消費電子器材硬體製造商...等等，各自課徵高低不等的稅捐，作為影音圖文的基金後，另作使用。這是 H 型內容財政。本類與 B 型財政都有可能轉變為間接（營業）稅的性質，亦即業者可能並不從自己的利潤或收入提撥，而是一開始或最終會將這個稅捐轉嫁給消費者；這是問題，但本文不另討論與評價。

肆、引進付費牆

在紙版時期，付費取報天經地義。到了網路年代，付費已經變成「牆堵」，不當地拒人於千里之外，隱含不公不義的意象。這是因為網路傳輸與閱讀同步完成，邊際成本近乎零，比起紙張有價而派報成本高昂，不可同日而語。報業主無法壓制、消滅或反駁這個意向，但可以通過智慧財產權觀念的推廣與強制、新聞質量需要成本才能維護等等說法與修辭，「反制」前述心理，若能成功，報紙的付費牆機制，就能比較順利地推動。率先使用付費牆的報紙是財經日報，其次是綜合性質的菁英報刊，晚近則有更多報紙也開始採用。

一、財經報紙 2002 年起跑、菁英報紙跟進

1995 至 1996 年間，各地報紙陸續製作網路版，內容與編排歷經變化。到了 2002 年 5 月，《金融時報》(*the Financial Times*, FT) 宣部將開始提供紙版所沒有的內容，以 75 與 200 英鎊兩種年費，向當時每個月 5500 萬頁次翻閱的 270 萬獨特使用者收費；雖然 FT 的「大多數晚近新聞與資料，仍可聽任所有人免費使用」。(“FT.com to launch improved website with new content and services for users, subscribers and advertisers”, 2002, April 30)。《華爾街日報》(*the Wall Street Journal*, WSJ) 在 2003 年底公布網路版訂戶，指 2003 年 3 月該報付費紙版(年費 189 美元)讀者 180 萬，是該報一百多年歷史的新高，付費的網路讀者(必須支付紙版 25-50% 費用)達 29 萬(加上不付費而只能讀某些內容的其他網路訂戶，則達 68.6 萬)，同一時候，《紐約時報》(*the New York Times*, NYT) 的網路訂戶則僅有 2889 人(“The Wall Street Journal announces new integrated print and online sales and marketing initiatives”, 2003, November 3)。一般認為，WSJ 在 2007 年的網路付費人數 98 萬，已達最高峰，WSJ 則自稱網路版訂戶在 2011 年 9 月是 54 萬，2014 年 3 月是 92 萬(“WSJ remains #1 newspaper measured by paid circulation”, 2014, May 1)。FT 至 2009

與 2010 年有 100 及 300 萬人註冊，但付費人數是 10.9 與 20.7 萬；2012 年底開放其部落格內容，不付費亦可閱讀。FT 在 2011 與 2013 年的平均數位訂戶是 26.7 萬與 41.5 萬（其中 62% 以手機閱讀，2013 年紙本訂戶 23.4 萬，僅略多於數位戶數之半）；2014 年 6 月，紙本減少至 22 萬，數位增加至 45.5 萬，至年底兩種用戶合計 72 萬，數位 50.4 萬，2015 年 2 月底試行新付費模式，不再 3 篇免費，而是大多數內容都得付費，僅存部分內容可以無償讀取，有人認為是向 WSJ 模式靠攏（“The news business: tossed by a gale”, 2009, May 16; Myllylahti, 2014; Jackson & Plunkett, 2015, February 27）。

踵繼財經報紙，北大西洋兩岸的報紙在金融核爆之後，同樣開始整軍。梅鐸（Rupert Murdoch）旗下的《泰晤士報》（*the Times*）及《週日泰晤士報》（*the Sunday Times*）拔得付費牆的頭籌（2010 年 6 月），相同集團的《太陽報》（*the Sun*）在 2013 年 8 月跟進。這是徹底的付費模式，該集團不提供部分內容讓人無償讀取。反之，美、加及英國其他報紙，如 FT 以及 2013 年 3 月開始線上收費的《每日電訊報》（*the Daily Telegraph*），都在特定期間內，提供若干篇讓人無償閱讀（O'Carroll & Greenslade, 2013, March 26）。兩《泰》2011 年 2 月訂戶合計 7.9 萬、2011 年數位收入佔兩報總收入的 8.9%；2012 年訂戶是 11.9 萬（其間調整策略，容許谷歌使用標題與數行內容，兩報並在 2012 年倫敦奧運期間全部開放），其中 11.4 萬集中在週日報；2013 年 8 月兩報是 15 萬純數位訂戶，2015 年 2 月是 17.2 萬，但若加上紙本訂戶，以及紙本與數位都訂，則是 40.1 萬（兩報 2015 年 2 月紙本訂戶與零售銷量合計有 38.9 與 78.3 萬，比 2014 年同期少 2-5%；何鉅華，2013 年 10 月 3 日；Press Gazette, 2011, March 29; Plunkett, 2012, February 23; Ponsford, 2015, March 24）。反觀《太陽報》在 2013 年底，豎立付費牆 4 個月後數位訂戶有 11.7 萬，一方面是其紙版 211 萬份的反映（Boyle, 2013, December 7），他方面可能是在數位訂閱啟動之前，該報先在當年元月以 3 千萬英鎊搶得英國足球賽事網上獨家播映權，競爭策略奏效。但《太陽報》網站收費後，瀏覽量從 3700 萬減至 1400 萬人次、瀏覽時間由 7 月的 3:59 分鐘減至 8 月的 1:18 分鐘（何鉅華，2013 年 10 月 4 日）。《紐約時報》付費牆則在 2011 年 3 月底開張（Sulzberger, 2011, March 18），起初一個月 20 篇免費，3 個月已有 22.4 萬訂

戶，2012 年免費篇數減為 10（FT 最早是 30 篇，現在 8 篇；《每日電訊報》是 20 篇）。至 2013 年底達 76 萬訂戶（60% 的人從手機讀取，由於很多從社交媒介轉至，看紐時網頁人數因此比 2011 年高峰期減半，影響其數位廣告收入）、數位訂戶收入 1.491 億美元比 2012 年增加 35%；該年紐時總體營業利潤是 1.56 億美元（2012 年是 1.037 億），主因是出脫「新英格蘭家族媒介」（New England Media Group，包括 the Boston Globe 等刊物）的所得。但該年紙版廣告收入減少 7%，數位廣告少 4.3%（Rushe, 2014, February 6; “Read it and leap: the newspaper business”, 2014, May 24）。2014 年，紐時從 4 月初起，將付費從三組套餐（四周 15-35 美元）增加為五種（加入一週 2 美元、一個月 45 美元）；總計 3 至 6 月，紐時淨收入 920 萬美元比去年同季少 54%，營業利潤從 7070 萬減至 5570 萬，數位訂戶增加至 83.1 萬，但上網人數停滯不前（Greenslade 2014, July 30; Sweney, 2014, March 26）。

相較於就地獨佔的美國地方報紙，發行全美國的財經與菁英報紙讀者收入高、必須相互競爭，可能為此而率先引進付費牆。不過，早在 2001 年，地方報紙 *the Arkansas Democrat-Gazette* 為了防止讀者流失，聽任紙本訂戶免費使用所有線上內容之外，已對非訂戶收取網路閱讀費，惟至 2010 年，這種訂戶僅及 4400 人（紙版的 2%；Pickard & Williams 2014）。

二、2011 年起漸多 前景未明

至 2010 年 4 月，美國 1 千多家地方報，僅有 26 家採取付費牆。隔了一年，美國報紙在 2011 年之後，已經大量豎立付費牆，原因可能三端。

一是法律。曾有業者擬提議案，要讓所有報業一起執行付費牆，後顧慮或將觸犯反壟斷法...等等因素，未續推動。2011 年，司法判決指網路業者匯集新聞的服務，並不違法，報紙主張本報內容上網後一日內，其他公司不能轉載的要求敗訴，各報為防止讀者流失的困難加大；同年，司法部再次表示，反壟斷法就是不容許原競爭者聯合定價與行動。二是推行付費牆的硬體成熟。雖然記者企業家 Stephen Brills 先在 2009 年創制付費平台 Online Journalism，試圖招攬報章雜誌與其簽約，但在 2011 年他出售該平台時，僅

有 20 多家中小型報紙與其簽約（惟他聲稱有 500 多家）。稍晚於 Brills，新聞業老兵 Gordon Kcrovitz 與 Steven Brill 在研究 FT 系統後，另作改良，也在 2009/2010 年創辦付費牆 Press+ 模式。當時，網路版內容幾乎都是自由瀏覽與任意轉貼，在此情況下，若有報紙要走付費模式，必須另行斥資開發系統。第三是紐時的角色。該報早在 2005 至 2007 年間，即曾實驗部分網路內容僅能付費讀取，但斬獲有限，也就重回開放模式；甚至，在 Press+ 前往推銷時，紐時猶指此舉是「發瘋」而拒絕。但如前所述，到了 2011 年春，美國報業的傳統財政日漸困難，業者必須因應，紐時是以更弦易轍，扮演了領頭羊的角色。其後，美國報紙進入付費牆的歷程，如後。2011 年底美國 1380 家報紙已有四分之一採用該系統（另一統計則說，RR Donnelley 集團在 2011 年以 2000-3500 萬美元購買 Press+ 系統時，使用的報紙不到 24 家）。2012 年底是 566 家報紙（大多在美國）簽約，表示要採用該系統，包括已經實施的 400 家（另一來源說是 300 家）；同一年，美國廣告公會調查已經採取付費牆的 156 家報社，得知其中 89% 發行人低於 15 萬份，不過，這些報紙付費牆的收入等等資料，不易到手。2013 年 3 月，據報已有 1/3 報紙採取付費牆；2014 年夏秋之交是 560 家。（Chittum 2014, September 8; Pickard & Williams 2014, 'News adventures', 2012, December 8; 'The media: no news isn't good news', 2013, March 30）

2014 年 9 月，Press+ 與 Piano Media（PM，開發費用約 120 萬美元）合併，³此時，使用二者的報紙家數達 700 家。PM 的主要推手是 Tomas Bella。早在 2006 年，他以斯洛伐克（Slovakia）最大新聞入口網路（SME.sk）主編的身份，嘗試推動付費機制，響應者少。2011 年 5 月，他捲土重來，因有前車之鑒，Bella 放棄單篇付費，⁴內容五花八門才能適應人的不同品味，原子計價與人性的多樣並不符合，他最後採用「有線電視的付費模式」；並且，美國業者曾經想過，但未實踐的作法在此落實。定期（常以月計）支付費用

³ 由控制 PM 的 3TS Capital Partners 購買，價格不知。

⁴ 荷蘭兩記者 2014 年 4 月創 Blendle 平台，仍以單篇 20 美分計價，平台與參與的刊物以 3:7 分帳。據報，紐時與德商 Springer 以 300 萬美元投資 Blendle。（Gani, 2014, October 29）有一報導只 2015 年 1 月初，已有 18.5 萬人登記使用該平台，但未說明多久付費使用多少次，見 Boogert(2005, January 9)。

後，讀者可以任意使用所有加入該系統的所有報紙之網站。起初是一個月支付 3.75 美元，無限量讀取 9 加盟媒介集團的 34 網站，開張 4 周有 1.5 萬左右訂戶，該國當時網路用戶是 4 百萬（人口 5 百多萬）。月費的分配方式是 PM 得 1/3，加盟出版公司取 1/3，最後 1/3 依據訂戶在各網址的停留時間，再作分配。最後這個 1/3 的設計，在於確保訂費不會流向訂戶不喜歡或反對的報紙，除非他亦前往耗時瀏覽。2012 年元月，8 家斯洛維尼亞（Slovenia）公司的 12 家媒介加入 PM（Baker, 2012, February 14）。至 2013 年，有項研究說波蘭亦有 7 家媒介加入，此時總數是 25 家媒介 65 個網站，斯洛伐克、斯絡維尼亞與波蘭的月費依序是 4.9、6.2 與 5.9 美元（Myllylahti, 2014）。最慢在 2014 年 3 月，月費的分配略有調整，PM 得 30%、加盟報紙取 40%，另 30% 根據用戶在加盟網站（已有 52 家）的停留時間而定。PM 此時也宣布，將與重新出版紙版的 *Newsweek* 合作。除了以上所述，PM 拒絕提供其他營收資料（“Paywalls open doors: Startups in Slovakia”, 2014, March 27），在盈虧數字與計算方式難以取得的情況下，研究者認為，「若是成功，何以報業老板不願意公開數字？」既不透明，「短期內付費牆模式」難以成功的看法得到了強化，畢竟，根據針對八國報紙付費牆的調查，數位佔總收入最低的是《澳洲人報紙》（*the Australian*），僅 0.67%，八國平均約是 10%（Myllylahti, 2014）。美國第一家採用付費牆的大都會報紙 *the Dallas Morning News*，也在 2013 年 9 月放棄該模式。付費牆若能成功，確實可能產生資訊落差，連帶可能致使民主論壇的功能，為之減色。不過，即便報業主的「自力救濟」與「創新商業模式」成功，研擬「公共政策」，訴求改良報業經政性格的正當與必要，並不減弱（Pickard & Williams, 2014）。

英國最大民調公司 YouGov 曾在 2014 年 2 月接受牛津大學「路透新聞研究所」委託，調查美、巴（西）、日、德、英、法、義、利、西、丹等 10 國 1.9 萬人。它發現 2013 與 2012 年相同，網民僅有 1 成願意付費看網路版新聞（較高的是美國的 11%、芬蘭是 14%，而巴西更達 22%）。撰寫調查報告的研究者說，該次結果與其他多數調查接近，訂戶多屬高收入與高教育程度、集中在訂閱少數菁英報紙（比如，紐時佔美國報紙付費牆訂戶 3 成，另有 16% 是 *WSJ*；英國是兩《泰》報；德國是《畫報》；法國與西班牙都是同

名的《世界日報》)。其次，至 2013 年中期，訂閱付費牆的人數似乎已經停滯，即便已訂閱者的續訂比例增加 (Newman & Levy, 2014, p.12, 56)。YouGove 同年 3 月再受「倫敦新聞俱樂部」委託，調查 739 位新聞界、政商界與 NGO「意見形成者」(opinion formers)。其中，58%的人認為應該採取付費牆模式，但僅有 1/3 受訪者看好其商業前途(“YouGov: 56% of journalists think paywalls are the best strategy for online content”, 2014, March 19)。香港兩家財經日報在 2008 年(劉煥彥, 2008)，南韓也有 3 家報紙(含 2 家財經報)與 1 家專事媒介議題的週刊在 2013 年入秋後，相繼採納付費牆(楊虔豪, 2013 年 10 月 17 日)。

在英國，《衛報》斷然否定付費牆，即便該報的「開放新聞」模式的虧損規模，已從 2003 年(至該年三月底的前一年，下同)的 750 萬英鎊一路竄升至 2012 年的 4020 萬，2014 年雖然略降，仍達 3060 萬(Sweney, 2014, July 8; 另參考林麗雲, 2013, 頁 99)。*《衛報》* 主編拉斯布里杰 (Alan Rusbridger) 接受 BBC 收音機第四頻道專訪，堅持認定付費牆是「十九世紀的生意模式」。他說，「我還真不知道有任何記者會想選擇封閉模式...假使你是記者，推文給認識的人，卻知道不會有人要另外付費來看，這樣，你的作品就只是一小群人讀，無法與人分享或流通，海外也沒人讀，無從流竄整個世界。」(Turvill, 2014, June 5) *《衛報》* 特殊的產權與經營權設計來自特定的歷史時空(賴子欽, 出版中)，來日，這家報紙是不是能夠否極泰來難以逆料，但其裁員減支(Hülse, 2011, September 30)及設法開源(包括設計三層讀者身份，並對其中兩種取費; Sweney, 2014, September 10)等因應措施，同樣亦得續行。力挺開放模式的人認為，《衛報》不取付費牆是最為可取的作為，他們認定付費牆勢將擴大資訊的落差、萎縮論壇的開放，因此背離了民主的需要。(McChesney & Nichols 2011, p. 109; Pickard & Williams, 2014)但是，如果不取付費牆，私有商業傳媒的財源就勢必有更高比例得向廣告靠攏，對於民主，同樣構成難題，兩難之外，還有哪些抉擇，仍須思索。

三、網路原生報

與傳統報紙或廣電機構無涉，因此一般俗稱原生的網路媒介，其財源同樣可以分做兩類：廣告與訂費。

財政來源取自廣告的原生網路媒介，其內容走向亦可仿效傳統分類，別為軟硬。政經等硬新聞為主者，最早可能是南韓的 *OhmyNews* 在 2000 年創辦，紅極一時。曾經有 55 位專職記者撰述網站 20% 內容，其餘由俗稱公民記者提供。2006 年「軟體銀行」投資 1100 萬美元，創辦日本版，但 2008 年 8 月關閉，*OhmyNews* 本土版並傳出年虧損 7 億韓圓，2010 年 9 月宣部轉為部落格，不再是新聞網站（朱立熙，2006；Curran et al. 2012, pp.22-23）。⁵《赫芬頓郵報》（*the Huffington Post*）在 2005 年創辦、2011 年 AOL 以 3.15 億美元蒐購，引發無償供稿者抗議，他們在 1500 萬美元後不另訴訟（Kirchner, 2011, February 10）；至 2014 年 9 月，它在美國境內已有 9 個地方版、員工 850 人（含記者 200 多位），12 個國際版、營業收入與支出，均與各國加盟者分攤或分享，通常在一地投資上限 2 百萬美元、編採人數 12，但至 2013 年尚未獲利，（Steel & Garrahan, 2013, April 28），其 2014 年 8 月流量依據 Alexa 排名全球 71。⁶

軟調新聞或許可以舉 2008 年創辦的 *538.com* 為例，稱讚者說，該網站得以成功，顯示傳統日報與週刊的棒球報導質量不足，球迷正在書寫自己的歷史（Welch, 2011）。但是，如同《赫芬頓郵報》，歡呼者興奮不到兩年，*538.com* 也在 2013 年遭致大廠 ESPN 併購。BuzzFeed 在 2006 年創辦，以娛樂新聞為主。不過，2014 年 8 月，由於美國風險資金投入 5 千萬美元，外界驚呼之餘，赫然發現它已在英美法澳聘請 5 百人，其中部分用於強化政治等新聞類別；此時，根據 Alexa 的測量，BuzzFeed 的流量是世界第 111 名（BBC 是 63，CNN 與紐時是 64 與 114），⁷它宣稱要在印度、日本、德國與墨西哥增設分

⁵另參考 <http://zh.wikipedia.org/wiki/OhmyNews>

⁶另參考 http://en.wikipedia.org/wiki/The_Huffington_Post

⁷查詢 <http://www.alexa.com/>

支機構，至 2015 年元月在美英各聘 11 與 3 位調查記者，其股價已達 8.5 億美元（紐時之半，2013 年賣給 Jeff Bezos 的《華盛頓郵報》售價是 2.5 億美元；Preston, 2014, August 17；Sweeney, 2015, January 13）。1994 年創辦於加拿大的生活風格雜誌 *Vice*，其 *vice.com* 是另一個股價超乎尋常的新聞網站。2013 年梅鐸以 5 千萬美元購買其 5% 股份，但次年迪斯奈子公司卻以 2.5 億美元購買一成股份，等於是 *Vice* 因網站而貴，市價一年間增加 1.5 倍。雖然有人說這是網路「新聞事業的黃金年代」，但另一個可能是，高價顯示了非理性繁榮、無法持久，「新聞網站終將發現，無法從廣告得到太多收入，其讀者也高度嫌惡付費訂閱。」（“Digital Strategy Consulting”，2012, October 3；另見 Bell[2014, April 13]; Cardew[2014, April 13]）何況，BuzzFeed 有很多內容是置入行銷，雖然書寫很像一般文章，但「如假包換，那些文章就是廣告廠商付錢精心策劃。」（“Buzzfeed and online news: which media company are you?”，2014, August 16）

採取付費牆機制的最知名原生網站是《日報》（*the Daily*）。梅鐸在 2011 年 2 月專為 iPad 而創辦該報。梅鐸口袋雖深，但很快就認為其前途渺茫，並在 2012 年 12 月予以關閉，停刊時自稱虧損 3 千萬美元，擁有 10 萬訂戶、年訂費 40 美元（張佑生譯，2012 年 12 月 5 日）。《日報》消失後 2 個月，2013 年初，知名新聞人、部落客蘇立文（Andrew Sullivan）聘用 7 位員工搭配 2 位實習生，開張聲稱是「有偏見、有平衡的」《反射器》（*the Dish*），約 3 個月有 68 萬美元收入（訂費一年 20 美元，至 2014 年秋仍維持沒有廣告），分析家認為該站一年若得 90 萬美元，就能維持新聞與評論運作（Bell, 2013, January 6; Ponsford, 2013, May 30）。創辦人刻意排斥廣告，選擇付費牆而最有規模、較早進入市場的原生新聞網站，應該是法國的 *Mediapart*，它在 2007 年創辦，⁸提供調查新聞報導，至 2012 年有 6 萬付費訂戶，年盈餘達 50 萬歐元（‘News adventures’，2012, December 8）。2014 年 9 月，論者針對法國報業

⁸更早些，性質接近的網站 <http://thiscantbehappening.net> 在 2004 年在美國出現，至今共有 5 位記者加入，接受廣告、規模較小、捐助模式，創辦人是中文系畢業、哥大新聞所碩士、資深調查記者林道夫（Dave Lindorff），曾在 2004 年到訪台灣，參考 http://en.wikipedia.org/wiki/Dave_Lindorff，上網日期：2014 年 9 月 29 日。

提出批評 (Gumbel, 2014, September 11)，特別指認該網站的成績足以讓法國左中右報紙、目前已經盡數落入財團手中的《解放報》、《世界報》與《費加羅報》相形失色，因為「*Mediapart* 這個調查新聞網站吸引了數以千計的訂戶，無不欣賞其具有戰鬥力的報導，是以就有相當健康水平的利潤。」 (Greenslade, 2014, September 24)

伍、交叉補助、(新)媒介財政與公共服務

特定財政方式，對應定的傳媒表現。在數位年代，既有的經驗顯示，志願付費模式（如報紙的付費牆），以及傳統的廣告財政，除了難以是穩定的媒介財源，更有造成資訊與論壇的落差，並使廣告資助的內容生產之偏失持續，更有難以善用網路科技特性的缺憾。如果這是客觀情勢，如果傳媒的民主、社會與文化價值有待捍衛與伸張，那麼，公共政策出面應對，就會顯得正當，也更為必要。

尤有進者，儘管新聞的重要功能之一，就在維護與改善民主；但並非所有新聞事業都在扮演民主功能，反而，更常見的情況是，調查報導、揭發錯誤而遂行輿論監督，「雖然是『負責任的新聞事業之表現』，卻總是由媒介通過其他活動所得到的收入，給予補貼。」 (Standage, 2011, July 7) 負責的新聞事業會虧錢、叫好不叫座，雖然嚴峻，卻很有可能是殘酷的事實；並且不止是新聞，娛樂在內的各種內容，同樣存在廣泛交叉補貼的現象與要求。因此，如果新聞的重要任務之一在於服務民主（亦即媒介必然混合多種功能），那麼誰來補貼，就是問題所在。

補貼媒介執行這類功能的資金，一種是由媒介事業主自行補貼。比如，《每日郵報》(*Daily Mail*) 總編輯戴克 (Paul Dacre) 說，名人醜聞與瑣事帶來巨大的市場效益，缺此收入，他們供應的公共事務新聞與分析，勢必大量減少，從而「民主過程勢必受損。」 (Dacre, 2008, November 10) 英國報業當中，報紙長期虧損但仍然符合這個表現者，除了前文已經提及《衛報》與《觀察家週報》，另有《泰晤士報》與《週日泰晤士報》。這些報紙「不惜」犧牲

利潤而自行貼補民主政治的表現，在《衛報》是價值理性的表現，因為力求獨立營運、專業、正直與觀點犀利，原本就是該報存在的宗旨。梅鐸願意接受兩報虧損，則是「工具理性」的考量，多少企圖以其政治影響力，羽翼其他產業，乃至於變化了英國的傳統政治生態，使對自家有利（Oborne, 2007）。梅鐸若是無此考量，就是判斷兩報假以時日仍有獲利機會；假使兩者皆空，兩報下場只能是出售或關門。既然如此，秉持工具理性而交叉補助的報紙，就遭譏諷，指其補助純屬「虛偽」（“Life in the global gutter: the popular press”，2011, July 16）。2011 年爆發的倫敦竊聽就是這種虛偽的極致表現（李筱雯，2012）。

惟若還原實情，應該說媒介自行交叉補助，挪移部分的盈餘作為虧損的從事，其實是什麼財貨及服務生產過程的常態，自然也就包括影音圖文等內容的生產。因此，虛偽成份固然存在，但私媒介這種有點像是自力救濟的交叉補貼，另有兩個缺點，更值得認知、討論與補正。一是如前所述，該類補助大多出於工具理性，價值理性如《衛報》類型的媒介可遇不可求，並且是否恆久並無保證。二是規模有限，雖非僅屬點綴，卻是常居邊緣，對於民主的促進，必然是有捉襟見肘之憾。

一、谷歌與報紙

媒介財政的公共政策，宗旨就在改善這兩項缺失。本文最後所要介紹與討論的媒介 H 型財政、亦即向傳播活動賴以進行的硬體（含網路平台）汲取收入，或將相關傳播活動的相關收入整合另作重新分配，集中展現於歐洲國家。

這個類型的財政，一種是國家相對被動，起於傳統媒介（特別是報紙）集體要求行政權或司法權介入，聲稱搜索引擎如谷歌藉其所生產的內容，有了「不勞而獲」的寄生吸食現象。因此，他們要求政府主持公道，必須強制谷歌返還部分收益給業者，這是「求償」類型。較早提出這個主張的團體，可能是比利時著作權人協會（Copypress），它要求谷歌支付 4900 萬歐元，作為轉載 2001-2008 年該國報章內容的費用（Stabe, 2008, May 28）。2010 年，英國法院首度裁定、2011 年再次確認，指新聞標題、摘要與連結得到著作權

保障 (Ponsford, 2012, February 15; Ponsford, 2012, May 17)。2012 年, 代表 9 成巴西報紙的公會認為谷歌從其 154 家報紙標題瀏覽或部分新聞獲利, 但傷害其流量, 不再與谷歌合作 (Turvill, 2012, October 31)。不久, 谷歌提出 6 千萬歐元, 協助法國報紙開發線上內容, 也協助其開發收取網路廣告收入的技術。法國政府的作法舉引起歐洲出版人公會 (the European Publishers Council, EPC) 抗議, 英國報業為主的 EPC 在英國已有判例支持的背景下, 批評法國報紙未處理著作權, 對報業保障仍然不夠; EPC 說, 問題不僅只是谷歌, 還有其他相近型態的業者 (Turvill, 2013, February 28)。隔週, 德國下院以 293 對 243 票, 通過課徵谷歌稅, 若重製完整文本且為商業用途就需付費, 但若僅使用「個別字句」或「最小量摘要」, 則仍免費, EPC 讚揚 (Turvill 2013, March 6)。2014 年 7 月, 西班牙跟進立法, 要求谷歌等線上平台付費, 若由參議院通過, 谷歌估計一年將支付 1 億歐元給西班牙業者。該案在 10 月底通過, 但谷歌反擊, 在 12 月中旬關閉西語新聞網頁 (李京倫, 2014 年 11 月 1 日; 陳韻涵譯, 2014 年 12 月 13 日; 黃慧雯, 2014 年 7 月 30 日; Ruth, 2014, August 1)。

政府除了應業者之召喚而進場, 也會在主動招商之外, 時而混雜主動積極的用心, 如德國副首相兼經濟部長「認真考慮是否應將谷歌當作是電力與天然氣網, 予以拆分...」。(‘Germany’s Googlephobia: closing the circle’, 2012, September 6) 歐洲議會也在 2014 年底通過決議案, 要求谷歌的搜索引擎業務, 必須與其他業務分家。⁹

本文關切的重點則是, 政府對媒介財政的介入與規劃。這個施政方向涉及資源重新分配, 大致都是政府主動推進。最早是政府移轉相關業者的資源, 用以支持電影, 其次是用以支持廣播電視。晚近, 因應科技形式的變化, 歐盟對於公共廣播電視財政的辯論, 重點之一是 PSB 的規模。PSB 可以將多少資源投入於網路服務, 到了匯流時代, 政府是否應該代表公眾提供更多經

⁹日期是 12 月 27 日, 議會只能決議, 但只有歐盟競爭署署長才有此行政權。德法政府同日已要求歐盟執委會檢視競爭規則, 確保網路的競爭要能公平。法德政府背後, 應該是有兩國出版集團的遊說。美國政治人與業界則嚴詞譴責該決議, 指將危及美歐自由貿易協定。(‘EU parliament to commission: Break up Google!’, 2014)

費讓 PSB 也盡情將網路、行動影音的服務，納入其職掌的範圍（remit），進入 PSM 這個階段。

二、（新）媒介稅捐：從補助電影到轉型至公共服務媒介

在電影方面，2002 年的資料顯示，31 個歐洲國家給予電影製作、映演、發行與教育的支持經費，平均有 45.3% 來自與戲院相關的產業，其中法國更達 92%（European Audiovisual Observatory, 2004）。到了 2012 年，法國的該項經費，規模達 6.645 億歐元，並有 5.745 億取自「電視生產者與分配者稅」（TV producer & distributor tax）這個項目；到了 2013 年，這兩個數字分別是 6.562 億與 5.324 億，而其課徵項目的名稱，已經調整為「網路電視稅」（IPTV tax）。該稅的收入來源不限於電視（廣告），但以其作為大宗（Centre national du cinéma et de l'image animée, 2013, p.172; Centre national du cinéma et de l'image animée, 2014, p.174）。西班牙卡特蘭（Catalan）自治區文化秘書長也在 2013 年底表示，要對高速寬頻網路課稅，用於補助當地電影製片，如同法國。他說政府將研擬機制，不讓業者轉嫁稅捐至消費者。若是通過，將從 2015 年起施行。電信公司反對，電影人歡迎，表示此舉「可以矯正影視市場的怪現象：二十一世紀影視產品的最大宗消費者，竟都沒有通過工業稅的方式，投資於這個部門！」（Rolfe, 2013, November 5）

在歐洲，電視是補助電影製作的重要經費來源，但晚近數年，電視本身的收入已在轉變。率先發難者是法國與西班牙，匈牙利繼之，更晚則有德國與芬蘭，雖然德意志電視改革執照費的倡議，早在 2000 年就已展開。

擔任財政部長時，已對法國報業補助提出十項改革方案的薩科齊（Lardeau & Floch, 2013, p. 204-8）在就任總統七個月之後，2008 年元月召開記者會，表示經他授權成立的研究團隊業已完成報告，認為法國 PSB 播放廣告，導致節目品質比較不理想，他因此要立法禁止公有廣電播放廣告，為此而短缺的經費，另對電視廣告及電信業課捐以作挹注，並擬從 2009 年元月起逐步執行。外界對其動機頗見質疑，認為是要偏厚支持他的私有電視業主，甚至工會擔心收入減少導致裁員而群起反對，雖然藝文人士大致支持

(Chrisafis 2008, Jan 10; ‘French broadcasting: a fuzzy picture’, 2008, February 23)。表面上，西班牙異曲同工，同樣從 2009 年驅逐公營廣電 RTVE 的廣告，補充財源如同法國，但西班牙是在 2006 年就啟動修法，也對 PSB 擴充為 PSM 較為用心，西班牙的公營廣電機構 RTVE 的新媒介部門從 12 人增加至 70 人，其網路用戶在其內容不受廣告牽制後，也大幅成長，從 2007 年 6 月僅有 4.9% 西班牙網民使用 RTVE 網路資源，至 2010 年 4 月已有 700 萬人次，超過主要商業對手 1 百萬；法國 PSM 在財政改制後，線上活動並未明顯變化，網路仍然只是傳統廣電服務的複製，人手不增而新的服務短缺，到了 2009 年 8 月的流量，還是僅在第 26 名 (Brevini, 2013, pp.82-87, pp.96-101)。法國與西班牙電信廠商對於這個新政策大表抗議，它們先在本國挑戰該項政策，失利之後，轉向歐盟執委會打行政官司，2010 年 7 月再次落敗 (‘State aid: Commission approves new tax-based funding system for Spanish public broadcaster RTVE’, 2010, July 20)。

匈牙利跟進，聲稱也要對電信、零售與能源取稅 (White & Campbell, 2011 March 15)。到了 2011 年 3 月，法、西案例已經進入歐洲法庭的審視與議決。2013 年 6 與 7 月，歐洲法庭相繼裁定，兩國政策沒有違犯 EU 的電信管理規則、對廣告課徵的新稅捐也沒有違反歐盟「國家補助」的規定，即便業者及其法界支持者仍然不服法庭的裁決 (Valle, 2013, July 19; Gobbato, 2013)。在此期間，法國文化部長說，因為已有 1100 萬法國人使用電腦、平板電腦與手機收看電視內容 (比 2011 年多 41%)，因此她將在 2013 年責成團隊，研究是否可以推動新方案，同樣亦對電腦使用者課徵稅捐，作為執照費之補充。(‘France may extend TV licence fee to computer screens’, 2012, July 1)

不過，就在法國政府還在坐而言，表示考慮研擬新制之際，已有兩個歐盟國家起而行，雖然兩國的新制作法，尚非法國文化部長考慮的方向。

早在 2000 年，德國各邦已經先行聯合設置工作小組，開始研究「電視執照費的未來」，次年提出 8 種方案。未雨綢繆的原因，既有先前提及，不少人交執照費而有搭便車現象 (柏林等大城市的執照費繳交比例，僅在 76.9-78.5%)，但更重要的新考量是，科技發展既然帶來數位匯流，人們收看電視及其他內容的習慣改變，若採傳統執照費徵收，德國 ARD 與 ZDF 兩大

PSM 至 2020 年，可能減少 10 億歐元收入。雖然研究的起步很早，但改變執照費徵收的法案在 2010 年底德國各邦召開第 15 次邦際廣電與電信傳播條約修正時，方始進入政治議程。2011 年底 16 個邦均已通過。該案能夠快速過關，知情人認為是「奇蹟」，原因之一是外界公民聲音歷來不受重視，如這次有 13.6 萬人線上反對改制，並未產生作用。不再以擁有電視的家庭作為課徵對象之後，德國除家家戶戶，所有工商行號經營場所依據員工與車輛人數（飯店則是床位數量），亦需繳費。經此調整與改制，德國 PSM 在 2013 至 2016 年間，可望比原收費方式，多得 11.459 億歐元，相關機構眼見 PSM 的錢增加了，曾經建議調降月費。

芬蘭則在 2011 年由社民黨籍傳播部長提出法案，次年過關。決定 2013 年元旦開始執行新制，此後，芬蘭人無論是否家有電視，都須提交電視稅，而芬蘭的公營電視 YLE 此時也不再只是 PSB，是 PSM，該案得到較大支持，因為較諸過往，這是比較公平的收費方式。芬蘭年收入超過 2.1875 萬歐元的人，一年支付 140 歐元，低於 7813 歐元不必交，收入在二者之間交 50 元，企業年營業額超過一百萬歐元者支付 634 元，超過四十萬者 317 元，芬蘭八大政黨有七黨支持該案。執行新制之後，芬蘭 PSM 收入將從 2011 年的 4.324 億歐元，增加至 5 億。

綜觀兩國，轉制的決策過程都很傳統，差異的是芬蘭工商業界與報紙佔了一定的遊說能量，相同的是兩國「市民社會均無角色可言...兩國的改革廣泛被認為是對 ARD、ZDF、YLE 有利，鞏固了 PSM 的財政地位」，即便兩國 PSM 的財政規模與其任務範圍（特別是線上服務）的大小，仍有高度爭議（Herzog & Karppinen, 2014, pp. 425-8; Lowe & Berg 2013, p.87）德國聯邦憲政法庭在 2012 年 10 月駁回申訴，裁定家中僅有電腦也必須繳交 PSM 費用，理由是電腦是一種「廣電接收裝置」，也有收聽廣播、以及收看電視的功能，課徵不影響個人權益。德國汽車出租公司在 2013 年收到第一季 PSM 帳單後，表示將控告此舉違憲（“Digital Strategy Consulting”, 2012, October 3; Hanfeld, 2012, October; “Sixt to battle new German TV licence fee”, 2013, August 23）。除 PSM 財源的變化，另有一不完整的統計指出，歐盟至少有 12 個國家對映演業者、公共與私人廣電業者、影音圖文發行商或平台（有線

系統/ISP/IPTV 等等)、實體影碟發行商、VoD 等六種與影像有關的行業，以法律方式，強制要求其中一種以上提供電影基金（法國 6 種、德國 5 種，各國平均向 3.25 種來源課稅捐；Lange, 2014, June 16）

網路蓬勃發展、數位匯流、行動通訊與影音消費、3G/4G/5G...速度日快、目不暇給，致使各國無法不注意本文所稱的 H 型媒介財政，並且不限於補助電影或電視。比如，法國在 2008 年 1 月研擬電視財政改革時，另曾考慮每個用戶月徵 1 歐元（約合網路月費 1/30；Crumley, 2008, January）。次年，英國記者工會與影視工會的研究報告跟進，認為應該針對有線與衛星兩大商業電視平台，以及電信平台課徵 1% 營收（Institute for Public Policy Research, 2009）。2010 年，法國文化部長以傳統載體的文化生產者因網路而損失收入，政府應該補助，因此表示要對網路廣告取稅 1-2%（“Helicopters at the ready; France and the internet”, 2010, January 16），兩個月後，「英國與愛爾蘭未來公民社會探索委員會」在 2010 年 3 月發表報告，除響應法國與 IPPP，另建議也對谷歌等業者課徵原本應該在英國繳交的稅賦（Ponsford, 2010, March 15）。到了 2011 年 5 月，法國宣布原訂 7 月啟動對谷歌課稅的新制，暫緩實施（“France may further delay introducing Google tax”, 2011, May 25）。2012 年《衛報》調查中心主任雷氏（David Leigh）認為可對英國寬頻業者，以每戶每月 2 英鎊的額度課徵捐賦後，依照不等新聞流量與某種加權方式，分配給新聞與媒介業者；當時，英國寬頻用戶每月平均已支付 15 英鎊訂費（Pugh, 2012, September 24）。反對這個建議的人說，英國各種媒介內容聽任谷歌使用，若能逕自對其取費，所得猶可高於向寬頻業者徵稅，不必捨近求遠，畢竟英國的司法判決已經提供這個空間（Ponsford, 2012, September 24）。

2013 年入秋，歐盟高峰會議在巴黎舉行，新媒介的稅收問題成為重要焦點。因為，2011 年，谷歌、蘋果、亞瑪遜、臉書、微軟在法國的公司稅總額是 3750 萬歐元，但若依據法國規定，稅額應該是 8.29 億歐元；2012 年，谷歌在英國僅付稅 1800 萬英鎊，臉書則幾乎沒繳，儘管二者分別營收 50 億與 2.23 億英鎊。高峰會之前，法國官方在 2013 年已四度授權研究並提建議，包括要對線上用戶直接課稅、對所有智慧手機及其他能夠展示影音內容的終端設備課徵 1% 銷售額，也要對與臉書及 YouTube 課稅。英國財政部長在 2014

年底宣佈，即將對谷歌、臉書、蘋果等線上服務和網路零售的獲利，課徵 25% 新稅（楊芙宜譯，2014 年 12 月 5 日）。但是，這些新稅若是任何國家單獨為之，可能產生資本外逃，致使課徵額度減少或產業受損。因此，歐盟面對內、對外都得作戰。對外，歐盟必須應對美國不願意他國對其最成功的公司取稅；對內，歐盟各國必須協調稅賦，避免任何國家對新媒介提供較低稅賦，如愛爾蘭公司稅在歐盟最低（12.5%），致使谷歌得以通過愛爾蘭（及荷蘭與百慕達），一年少繳 20 億歐元的稅額。〈抓避稅！歐盟監管機構對亞馬遜開啟正式調查〉（2014 年 10 月 7 日）之類的新聞，不絕於耳。歐盟高峰會議決定成立工作小組，訂於 2015 年完成建議案（Mirani, 2013, October 11; “Internet firms and taxes: patch-up job”, 2014, January 25）。¹⁰

不過，除了各國能否從新科技廠商取得公平稅收之外，本文更關注的是這些稅收，會有多少投入於 PSM 或相關影音圖文的製作與流通。1997 年，兩位經濟學者從公共財與外部性角度，解釋與主張在數位多頻道時代，何以 PSM 將更為需要充足的財政支持而不是減少（Graham & Davies 1997／劉忠博、丘忠融譯 2007），迄今及未來，這個分析的有效性不變，是社會與時代所需，即便我們還得同時提防，不能坐視支持 PSM 的主張，淪為僅只是 PSM 的自保與自利（Goodwin, 2012）。在美國，雖然尚未見到相同政策，但已有精湛演算，清晰指出這類財政若予擴大，不但可望對於文化生產者有較佳的保障，也能讓人們以較少的支出、較少受著作權法箝制，從而更加自由地使用影音圖文（Fisher, 2004／李旭譯，2008，頁 181-236）。在 2008 金融核爆之後，無論溫和，（Downie & Schudson, 2009／胡元輝、羅世宏譯，2010）或較激進的美國學院人及社會運動者（Pickard, Stearns, & Aaron, 2009），亦均不約而同，指出振興民主媒介的重要財政基礎之一，就在歐盟已有很多國家採行的 H 型媒介財政。

¹⁰ 歐盟執委會專家報告書字 2014 年 5 月完成，認為不應專對數位經濟設不同稅制，（European Commission, 2014, p.5,41）亦即拒絕了谷歌稅。該報告是否為執委會接受，得追蹤，惟稅制更改必須所有會員國同意，因此，若法國與西班牙堅持谷歌稅，仍可執行。

除了「面對面」溝通或展示，影音圖文等「內容」無法獨立存在，若要超越時空而傳播或儲存，都得假借「媒介」，所有內容的異地移時之存在，都要借用硬體及其他傳輸機制。反之，電子消費器材等硬體與流通平台若無內容，就會變成如同「裝置藝術」一般的擺設，如同水管與水桶卻無水在內流通及積存，因此，它們同樣有賴「內容」的配套才能實現雙方的價值，即便此時的內容，已有相當部分是使用者的私人通訊或「使用者創生的內容」。如果這個道理與訴求得到接受，就須考量與評估，通過公共政策，針對後者課取合理稅捐，並使之移轉作為前者的部分所需，是否可能是最有效的財政手段，是否很有可能一舉至少四得：穩定 PSM 的收入並可提昇民主運作的效能；改善新聞與其他內容生產者的工作條件；可以取利潤，但不使其歸私而是重新投入服務，這可以是經營 PSM 的經營動能，可望開放更多內容讓人近用，進而克服著作權淪為利潤歸私的工具之缺陷；從而，影音圖文真正能夠解放新傳播科技的潛能，使自己穿梭其間而自由流通與展現，無虞動輒得咎於侵犯著作權的陰影。

陸、結語

「生也有涯，知也無涯」的領悟已有兩千多年，但在資訊乃至於知識大舉爆炸的年代中，這個領悟已遭淹沒。人之有限，無法事必躬親，必須他人代言與代勞的事實，在強調「平等」但其實無法平等參與的口號中，撤退到了後台。因此，隨著科技變化，許多人慶賀代言代勞的「大眾」媒介不再能夠有效主導，他們轉而認定，起自 1833 年美國的商業化「大眾」媒介，其實只是人類傳播長河的「短暫插曲」。現在，社交媒介已在本世紀興起，人們即將重返前工業年代的媒介形式，「十七世紀五花八門的小冊」、「十八世紀的各種咖啡館」已在旌旗招展 (Standage, 2013, pp. 240-241)。這類認知尚未出口的是，這是「自由的科技」不假人力擬就公共政策，科技自己就能帶來自由，人們可以各擁空間暢所欲言。

這是當代版本的科技決定論，不合事實。研究者必須指認這類思維的缺失，辨認其所附身的修辭與情境之欺瞞，並以公共政策，提出規範視野，釐清與探索前進的方向。

哈伯瑪斯在近作〈媒介社會的政治傳播〉說（Habermas, 2008/2009），在亞里斯多德年代，其書《政治》論及的規範理論與經驗研究，攜手前進；到了 1940 年代納粹興起、歐陸知識份子遠避美利堅，拉扎斯菲爾德的收音機調查仍在尋求大眾民主，即便「行政研究」當時已經成為「支配傳播研究的典範」，它與「批判研究」仍然存在交流的空間（Lazarsfeld, 1941）。但是，哈伯瑪斯注意到，當代學人提及「規範」時，經常有「應該」日顯抽象，而「事實卻很嚴峻」，二者的匯通餘地漸次狹隘的悲觀判斷。哈伯瑪斯並不同意，他說，大眾傳播的結構權力並不對等、媒介資源的分配很不均衡、影音意見爆量增長與流通、媒介論述品質經常無從保證，這些都是事實，但他仍然堅持，「審議的民主政治」仍然必須、並且也有可能在大眾傳播之中，得到落實，特別是如果不「本質化」審議民主，不是以絕對標準衡量。（Habermas, 2008/2009）

本文第一小節引述哈伯瑪斯半世紀以前的論斷，指認歐洲廣電體制因其政府的積極介入，表現遠比美國體制可取。這個對比至今仍然有效，哈伯瑪斯之後的大量經驗研究，再三重新印證了這個結論（Aalberg & Curran 2012）。哈伯瑪斯在發表〈媒介社會的政治傳播〉後不久，《南德早報》（*Süddeutsche Zeitung*）傳出產權即將易手的新聞，對於這起股權轉換，他的建言是：

既然取得公共法律地位，對於電子媒介相當之好，那麼，是否能夠以此為例，也讓嚴肅的報紙與雜誌如《南德早報》、《法蘭克福匯報》（*Frankfurter Allgemeine Zeitung*）、《世界報》（*Die Zeit*）或《明鏡週刊》（*Der Spiegel*），或者甚至也讓具有品質的月刊，也經由這個方式組織起來呢？...傳播學者的研究成果值得正視。至少在政治傳播這個部分...質報扮演了『主要媒介』的角色。廣播電視與其他報紙的政治報

導與評論，向來倚重這些『論理的』報紙提出的題材與新聞（Habermas, 2007, May 16/2007, May 21）。

在數位匯流的年代，不宜聽任資本增殖的動能索求公權力羽翼其擴張。或說，公權力設定條件核可其擴張的前提，理當是同時延續與擴大或創造規模合適的 PSM，使兩種產權形式與經營邏輯有別的全媒介，在市場中競爭，以定優劣或相互補充。

純粹從理論考察，PSM 受惠於其創辦宗旨與產權形式，有望可以適應並能善用匯流的數位科技。由於不求牟利歸私，PSM 遂能強調公共服務，並將內容的合理使用放寬至最大，限縮著作權，內容為此得到解放，任人使用。若從經驗說事，那麼本世紀以來，PSM 成績卓著的 BBC，翻轉 1980 至 1990 年代屢遭批評為欠缺經濟效率，現在已因「太有效率」，遂使私有媒介無分電子與平面，都是倍覺遭受威脅，它們反而希望英國政府壓制 BBC，使其不能擴張數位服務（馮建三，2012，頁 122-3）。由於具有這個潛力，2008 年美歐金融核爆後，美國的傳播議題顯現為報業是否應予補助，但在歐洲，表現為私有媒介群起要求瓜分 PSM 的部分收入，或要限縮其數位服務範圍。（Curran, 2010）

PSM 必須在市場中競爭，但以其不求商品生產以牟利的性質，除了能夠減少市場脫序的危險，若其規模能夠充分與合適，更有可能成為市場行為的主導者，形成駕馭及凸顯市場之長處的重要動能，而不是致使市場自暴其短，變成「失控的商品」橫行霸道的場所。當權者對於 PSM 的財政設計與內容表現會有影響，但在民主社會中必受節制而不至流於當權者所專用，特別是在已有程序與形式權力制衡的地方。PSM 的財政來源是要取自廣告、廣告稅捐、執照費或公務預算，雖然不同的財政各有所長，但若就數位匯流的角度予以審視，本文已經介紹的歐陸多國之作法，就財政穩定與傳媒的獨立自主及問責，應該更為可取，即便其後續改良是永不止息的志業。

本文僅止於介紹與討論，如果公共政策介入，媒介財政的來源可能來自哪些地方，會以哪些形式表現。但是，對於這個財政規模應該要有多大才稱合適；其大小的核算與決斷依據何在；以及有了這些財政收入之後，究竟是

否僅能用於 PSM、還是應當另外創設機構與組織取用部分、或是如同歐洲一些私有媒介者主張他們也有權分潤；或者，要有多大部分給予兼職的、俗稱公民記者或創作人使用，以及是不是要從已經完成徵收的財源中，提撥部分作為某種傳媒消費券，任由得此消費券的人，自由投入於任何媒介之消費，都是未來必須探索的課題。

參考書目

- 〈中移動砸 500 億 成立新媒介〉（2014 年 10 月 14 日）。《經濟日報》，A12。
- 〈抓避稅！ 歐盟監管機構對亞馬遜開啟正式調查〉（2014 年 10 月 7 日）。《自由時報》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/business/breakingnews/1125255>
- 〈投資內容 數位時代顯學〉（2014 年 9 月 21 日）。《經濟日報》，A3。
- 中華民國廣告年鑑編纂委員會（2013）。《中華民國廣告年鑑，2012-2013》。台北：台北市廣告代理商業同業公會。
- 朱立熙譯（2006 年 11 月 10 日）。〈Ohmynews 的成功歷程〉。取自 http://www.rickchu.net/detail.php?rc_id=1330&rc_stid=14
- 何鉅華（2013 年 10 月 3 日）。〈地方報業網站生財乏術〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1321>
- 何鉅華（2013 年 10 月 24 日）。〈《泰晤士報》頁網站設立收費牆後，印刷版銷量仍續增加〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1338>
- 李旭譯（2008）。《說話算數：技術、法律以及娛樂的未來》。上海：上海三聯。（原書 Fisher, W.W.[2004]. *Promises to keep: Technology, law, and the future of entertainment*. Stanford, CA: Stanford University Press）
- 李京倫（2014 年 11 月 1 日）。〈搜尋引擎用新聞 西班牙課「Google 稅」〉，《聯合報》，A15。
- 李筱雯（2012）。〈電話竊聽案與梅鐸帝國：梅鐸如何「統治」英國？〉，《新聞學研究》，111: 199-231。
- 林宇玲（2014）。〈網路與公共領域：從審議模式轉向多元公眾模式〉，《新聞學研究》，118: 55-85。
- 林麗雲（2013）。〈開放新聞學 開放資料〉，林麗雲（編），《資料好神，敘說故事千百樣：資料新聞學開講》，頁 95-120。台北：優質新聞發展協會。
- 洪綾襄（2014 年 11 月）。〈「鴻海王子」郭守正的關鍵考題〉，《財訊雙週刊》，426: 78-99。
- 胡元輝、羅世宏譯（2010）。〈重建美國新聞業〉，羅世宏、胡元輝（編），《新聞業的危機與重建：全球經驗與台灣省思》，頁 118-176。台北：先驅媒介。（原書 Downie, L. Jr., & Schudson, M.[2009]. *The reconstruction of American*

journalism: A report. 取自

http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all

張佑生譯 (2012 年 12 月 5 日)。〈梅鐸實驗年燒 8.7 億 iPad 電子報 The Daily 陣亡〉，《聯合報》，A12。

曹衛東、王曉珏、劉北成、宋偉傑譯 (2004)。《公共領域的結構轉型》。上海：學林。(原書 Habermas, J.[1962]. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*)

陳韻涵譯 (2014 年 12 月 13 日)。〈Google 反擊 關西班牙新聞網頁〉，《聯合報》，A14。

馮建三 (2012)。《媒介公共性與市場》。台北：巨流。

馮建三譯 (2005)。《論市場社會主義》。台北：聯經。(原書 Roemer, J.[1994]. *A future for socialism*. Cambridge, MA: Harvard University Press)

馮建三、程宗明譯 (1998)。《傳播政治經濟學》。台北：五南。(原書 Mosco, V. [1996]. *The political economy of communication*. London, UK: Sage)

黃聖哲 (2010)。〈電視與公共領域〉，黃瑞祺 (編)，《溝通、批判和實踐—哈伯瑪斯八十論集》，頁 257-276。台北：允晨。

黃慧雯 (2014 年 7 月 30 日)。〈引用新聞得付錢 西班牙立法開徵谷歌稅〉，《中國時報》。取自

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140730004340-260412>。

楊芙宜譯 (2014 年 12 月 5 日)。〈課 Google 稅 跨國企業剝削等〉，《自由時報》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/business/paper/836531>

楊虔豪 (2013 年 10 月 17 日)。〈箝制獨佔 韓國會提「入口網站規制法」〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1330>

鄒秀明 (2011 年 1 月 27 日)。〈入股香港 TVB 王雪紅 布局數位內容、電影〉，《聯合報》，A3。

劉煥彥 (2008 年 11 月 1 日)。〈信報 經濟日報 架設收費網站〉，《經濟日報》，B2。

劉忠博、丘忠融譯 (2007)。《多媒介時代下的廣電事業、社會與政策》。取自 www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc (原書 Graham, A., & Davies, G. [1997]. *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: University of Luton Press.)

賴子歆 (出版中)。〈簡析《衛報》信託所有權之治理模式〉，《傳播、文化與政治》。

Aalberg, T., & Curran, J.(Eds.).(2012).*How media inform democracy: A comparative approach*. New York, NY: Routledge

Advertising Association & Warc (2012, April 12). *Advertising growth outstrips UK Economy*. London, UK: Advertising Association & Warc. Retrieved from <http://expenditurereport.warc.com/FreeContent/PR-Q4-2011.pdf>

Baker, W. F.(2012, February 14). A national paywall that works: Lessons from Slovakia. *Columbia Journalism Review*. Retrieved from http://www.cjr.org/the_news_frontier/a_national_paywall_that_works.php?page=all

- Bell, E.(2013, January 6). The daily dish may feed minds but will Andrew Sullivan taste a profit? *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2013/jan/06/daily-dish-andrew-sullivan>
- Bell, E.(2014, April 13). Digital journalism: We're still waiting for the third model of news publishing. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/media-blog/2014/apr/13/digital-journalism-news-publishing-vox-fivethirtyeight?>
- Boogert, E.(2005, January 9). Blendle: 185,000 users. *Emerce*. Retrieved from <http://www.emerce.nl/nieuws/blendle-185000-gebruikers>
- Boyle, D.(2013, December 7).Sun+ passes 100,000 digital subscribers. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/sun-passes-100000-digital-subscribers>
- Brevini, B.(2013). *Public service broadcasting online: A comparative European policy study of PSB 2.0*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Buzzfeed and online news: which media company are you?(2014, August 16). *Economist*, 55.
- Cardew, B.(2014, April 13). Vox.com' s Melissa Bell: This is a chance to do journalism differently. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/apr/13/voxcom-melissa-bell-news-journalism?>
- Chittum, R.(2014, September 8). Paywall pioneer Press+ merges with Piano Media. *Columbia Journalism Review*. Retrieved from http://www.cjr.org/the_audit/paywall_pioneer_press_merges_w.php
- Chrisafis, A.(2008, Jan 10). Sarkozy to ban advertising from state television. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/world/2008/jan/10/france.advertising>
- Centre national du cinéma et de l'image animée(2013). *Results 2012: Films, television programs, production, distribution, exhibition, exports, video, new media*. Retrieved from <http://www.cnc.fr/web/en/publications/-/ressources/3610918>
- Centre national du cinéma et de l'image animée (2014). *Results 2013*. Retrieved from <http://www.cnc.fr/web/en/publications/-/ressources/5105504>
- Crumley, B.(2008, January). Will Sarkozy tax the Internet? *Time*. Retrieved from <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1702223,00.html>.
- Curran, J.(2010).The future of journalism. *Journalism Studies*, 11(4),464-476.
- Curran, J., Fenton, N., & Freedman, Des.(2012). *Misunderstanding the Internet*. New York, NY: Routledge.
- Dacre, P. (2008, November 10). Paul Dacre's speech in full. *Dailymail*. Retrieved from <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1084453/Paul-Dacres-speech-full.html#ixz21OUe5A426>
- Digital Strategy Consulting (2012, October 3). *Digital media regulation - internet users*

- to pay TV licence in Germany*. Retrieved from Digital Strategy Consulting web site
http://www.digitalstrategyconsulting.com/intelligence/2012/10/digital_media_regulation_inter.php
- Demsetz, H.(1970). The private Production of public goods. *Journal of Law and Economics*, 13, 293-306
- European Audiovisual Observatory (2004). *Public funding for film and audiovisual works in Europe: A comparative approach*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- European Broadcasting Union (2013). *Funding of public service media*. Retrieved from <http://www3.ebu.ch/contents/publications/restricted/media-intelligence-service/ebu-report---funding-of-public-1.html>
- European Commission(2014). *Report of the commission expert group on taxation of the digital economy*. European Commission.
- EU Parliament to Commission: Break Up Google!(2014). *European Media Policy*, 3. Retrieved from http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/Dokument/Mediefakta/nyhetsbrev/european_media_policy3-14.pdf
- France may extend TV licence fee to computer screens. (2012, July 1). *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/world/2012/jul/01/france-tv-licence-computer-screens>
- France may further delay introducing Google tax. (2011, May 25). *Highbeam*. Retrieved from <http://www.highbeam.com/doc/1P1-193035777.html>
- Freedman, Des.(2010). The political economy of the “New” News Environment. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*(pp.35-50). London, UK: Sage.
- French broadcasting: a fuzzy picture. (2008, February 23). *Economist*, 68.
- FT.com to launch improved website with new content and services for users, subscribers and advertisers. (2002, April 30). Retrieved from <http://www.pearson.com/news/2002/april/ftcom-to-launch-improved-website-with-new-content-and-services.html?article=true>
- Gani, A.(2014, October 29). Blendle: Will the “iTunes of journalism” strike a chord worldwide? *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/oct/29/blendle-itunes-journalism-dutch-new-york-times-axel-springer?>
- Gentleman, A.(2014, September 24). A day in court for non-payment of the TV licence: What do they want us to do, kill ourselves? *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/society/2014/sep/24/in-court-non-payment-tv-licence-television-desperate-cases>
- Gobbato, S.(2013, October 28). State aid to EU public service broadcasters and the efficiency conundrum. *Media Law*. Retrieved from

- <http://www.medialaws.eu/state-aid-to-eu-public-service-broadcasters-and-the-efficiency-conundrum/>
- Goodwin, P.(2012).The price of everything and the value of nothing? Economic arguments and the politics of public service media. *RIPE 2012*. Retrieved from <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/3116/Goodwin%20paper%202012.pdf> .
- Greenslade, R.(2014, July 30).New York Times net income drops 54%. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/greenslade/2014/jul/30/new-york-times-mediabusiness?>
- Greenslade, R.(2014, September 24). Media ownership at the heart of problems facing the French press. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/greenslade/2014/sep/24/france-mediabusiness>
- Gumbel, P.(2014, September 11). Plus ça change.... *NiemanReports*. Retrieved from <http://niemanreports.org/articles/plus-c%CC%A7a-change/>
- Germany’ s Googlephobia: Closing the circle.(2014, September 6). *Economist*, 63-64.
- Habermas, J.(2007, May 21). How to save the quality press? (J. Lambert, Trans.).*signandsight.com* Retrieved from <http://www.signandsight.com/features/1349.html>(Original work published 2007, May 16)
- Habermas, J.(2009).Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research (C. Cronin, Trans.). In J. Habermas. *Europe: The faltering project* (pp.138-183). Malden, MA: Polity. (Original work published 2008)
- Hanfeld, M.(2012, October 2). Der computer ist ein rundfunkgerät. *Frankfurter Allgemeine*. Retrieved from <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/gez-gebuehr-der-computer-ist-ein-rundfunkgeraet-11911642.html>
- Helicopters at the ready; France and the internet.(2010, January 16). *Economist*, 63-64.
- Herzog, C., & Karppinen, K.(2014). Policy streams and public service media funding reforms in Germany and Finland. *European Journal of Communication*, 29(4), 416-432.
- HICP - inflation rate(n.d.). Retrieved from <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00118>
- Hülßen, I. (2011, September 30). Journalistic success, economic failure: Can free web content save The Guardian? *Der Spiegel*. Retrieved from <http://www.spiegel.de/international/business/0,1518,789108,00.html>
- Institute for Public Policy Research (2009).*Mind the funding gap: The potential of industry levies for continued funding of public service broadcasting*. London, UK: Institute for Public Policy Research. Retrieved from

- <http://www.ippr.org/publications/mind-the-funding-gapthe-potential-of-industry-le-views-for-continued-funding-of-public-service-broadcasting>
- Internet firms and taxes: patch-up job.(2014, January 25). *Economist*, 55-56.
- Jackson, J., & Plunkett, J.(2015, February 27).Financial Times to change way it charges for online content. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2015/feb/27/financial-times-to-change-way-it-charges-for-online-content?>
- Kirchner, L.(2011, February 10). AOL settled with unpaid “volunteers” for \$15 Million. *Columbia Journalism Review*. Retrieved from http://www.cjr.org/the_news_frontier/aol_settled_with_unpaid_volunt.php?page=all
- Lange, A.(2014, June 16). Mandatory contributions and mandatory investments by the various stakeholders in Europe – the new challenges of the digital era and globalization. *European Audiovisual Observatory*. Retrieved from http://www.obs.coe.int/documents/205595/1540191/ALange+-+Investments_Conf_Rome_12-06-2014/dd122246-5657-45c1-a296-093995cfd5ac
- Lardeau, M., & Le Floch, P. (2013). France: Press Subsidies -Inefficient but enduring. In P. Murschetz (Ed.), *State aid for newspapers: Theories, cases, actions* (pp.195-214) .New York, NY:Springer.
- Lazarsfeld, P. F. (1941).Remarks on administrative and critical communications research. *Studies in Philosophy and Social Science*, 9, 2-16;
- Lessin, J., Bensinter, G., Rrsli, M.E., & Efrati, A. (2012, December 25). Apple vs. Google vs. Facebook vs. Amazon: the lines between software and hardware continue to blur. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887324677204578188073738910956>
- Life in the global gutter: the popular press.(2011, July 16). *Economist*, 59.
- Lowe, G. F., & Berg, C.E.(2013). The funding of public service media: A matter of value and values. *International Journal on Media Management*, 15(2),77-97.
- McChesney, R.W., & Nichols, J. (2011). Down the news hole. In R. W. McChesney & V. Pickard (Eds.), *Will the last reporter please turn out the lights: The collapse of journalism and what can be done to fix it* (pp.103-112). New York, NY: The New Press.
- Mirani, L. (2013, October 11). France is pushing for a Europe-wide Google tax. *Quartz*. Retrieved from <http://qz.com/134449/in-its-latest-stab-at-the-digital-economy-france-is-pushing-for-a-europe-wide-google-tax/>
- Mylylahti, M. (2014). Newspaper paywalls – The hype and the reality: A study of how paid news content impacts on media corporation revenues. *Digital Journalism*,2 (2), 179-194.
- Newman, N., & Levy, D. A. L.(Eds.).(2014). *Reuters institute digital news report 2014: Tracking the future of news*. Oxford, UK: University of Oxford, Reuters Institute for

- the Study of Journalism.
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/report2014/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014%20-%20Full%20Report%20\(1080x%20resolution\).pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/report2014/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014%20-%20Full%20Report%20(1080x%20resolution).pdf)
- News adventures.(2012, December 8). *Economist*, 58-59.
- Oborne, P.(2008). The triumph of the political class. London, UK: Pocket
- O'Carroll, L., & Greenslade, R.(2013, March 26). The Sun joins Telegraph in charging website users. *The Guardian*. Retrieved from
<http://www.theguardian.com/media/2013/mar/26/the-sun-the-telegraph-online-paywall>
- Paywalls open doors: Startups in Slovakia. (2014, March 27). *Economist*. Retrieved from
<http://www.economist.com/blogs/babbage/2014/03/startups-slovakia>
- Pickard, V., Stearns, J., & Aaron, C.(2009). *Saving the news: Toward a national Journalism strategy*. Freepress.net. Retrieved from
http://www.freepress.net/sites/default/files/fp-legacy/saving_the_news.pdf
- Pickard, V., & William, A.T.(2014). Salvation or folly? The promises and perils of digital paywalls. *Digital Journalism*, 2(2),195-213.
- Piketty, T.(2014). *Capital in the twenty-first century*(A. Goldhammer Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.(Original work published 2013)
- Plunkett, J.(2012, February 23).Times and Sunday Times digital subscriptions to double in price. *The Guardian*. Retrieved from
<http://www.theguardian.com/media/2012/feb/23/times-digital-subscriptions-double-price>
- Ponsford, D.(2010, March 15).Google tax could support original journalism. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/node/45174>
- Ponsford, D.(2012, February 15). Ruling allows press to charge online news aggregators. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/node/48761>
- Ponsford, D.(2012, May 17). Aggregator agrees deal to pay for UK online news links. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/node/49340>
- Ponsford, D.(2012, September 24). A broadband tax to fund journalism is bonkers. Publishers should save themselves by squaring up to Google. *PressGazette*. Retrieved from
<http://www.pressgazette.co.uk/http%3A//www.pressgazette.co.uk/content/david-leighs-broadband-surcharge-fund-journalism-wont-work-publishers-need-take-google-save>
- Ponsford, D.(2013, May 30). Early signs from the Telegraph suggest that metered paywalls are becoming a no-brainer. *PressGazette*. Retrieved from
<http://www.pressgazette.co.uk/content/early-signs-telegraph-suggest-metered-paywalls-are-becoming-no-brainer>
- Ponsford, D. (2015, March 24). Times and Sunday Times now claim more than 400,000

- “members” .*PressGazette*. Retrieved from
<http://www.pressgazette.co.uk/times-and-sunday-times-now-claim-more-400000-members>
- Press Gazette. (2011, March 29).Times and Sunday Times claim 79,000 digital subscribers. Retrieved from www.pressgazette.co.uk/node/46890
- Preston, P.(2014, August17). BuzzFeed: We report news differently now – but is it better ? The observer.
The Guardian .Retrieved from
<http://www.theguardian.com/media/2014/aug/17/buzzfeed-internet-expansion-way-report-news-coverage-changing>
- Pugh, A.(2012, September 24). David Leigh: Impose £2 broadband levy to save quality newspapers. *PressGazette*. Retrieved from
<http://www.pressgazette.co.uk/david-leigh-impose-%C2%A32-broadband-levy-save-quality-newspapers>
- Read it and leap: the newspaper business.(2014, May 24).*Economist*, 54.
- Rolfe, P. (2013, November 5). Spain’ s Catalonia region explores taxing high-speed Internet to subsidize films. *Hollywood Reporter*. Retrieved from
<http://www.hollywoodreporter.com/news/spains-catalonia-region-explores-taxing-653297>
- Rushe, R.(2014, February 6). New York Times slows ad revenue decline as more paying readers log on. *The Guardian*. Retrieved from
<http://www.theguardian.com/media/2014/feb/06/new-york-times-slows-decline-ad-revenues?>
- Ruth, L.M. (2014, August 1). Google news in danger? Spain passes “Google Tax” on Internet news aggregators. *Communities Digital News*. Retrieved from
<http://www.commdiginews.com/business-2/spain-passes-google-tax-on-internet-news-aggregators-22948/>
- Simon, P.(2013) (rev. ed.).*The age of the platform: How Amazon, Apple, Facebook, and Google have redefined business*. Henderson, NV:Motion Publishing.
- Sixt to battle new German TV licence fee.(2013, August 23). Retrieved from
<http://www.wbs-law.de/eng/media-law/sixt-to-battle-new-german-tv-licence-fee-44868/>
- Stabe, M.(2008, May 28).Belgian newspapers seek copyright damages from Google. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/wire/3236>
- Standage, T.(2011, July 7). The news industry: Bulletins from the future. *Economist*. Retrieved from <http://www.economist.com/node/18904136>
- Standage, T.(2013). *Writing on the wall: Social media - The first 2000 years*. New York, NY: Bloomsbury.
- State aid: Commission approves new tax-based funding system for Spanish public broadcaster RTVE.(2010, July 20). Retrieved from

- http://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-978_en.htm
- Steel, E., & Garrahan, M.(2013, April 28). Huffington post rolls out in Germany. *Financial Times*. Retrieved from <http://www.ft.com/cms/s/0/fc9884ec-affb-11e2-8d07-00144feabdc0.html#axzz3E1PUM8B3>
- Suich, A.(2014, September 11). Advertising and technology: Little brother. *Economist*. Retrieved from <http://www.economist.com/blogs/newsbook/2014/09/special-report-advertising-and-technology>
- Sulzberger, A.O. Jr.(2011, March 18). A letter to our readers about digital subscriptions. *The New York Times*, p. A28.
- Sweeney, M.(2014, March 26). New York Times to launch new budget and top-end digital packages. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/mar/26/new-york-times-budget-top-end-digital-packages-nyt?>
- Sweeney, M.(2014, July 8). Guardian and Observer narrow losses. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/jul/08/guardian-observer-narrow-losses>
- Sweeney, M.(2014, September 10).Guardian launches new three-tier membership scheme. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/sep/10/guardian-membership-scheme-patrons-kings-cross?>
- Sweeney, M.(2015, January 13).BuzzFeed hires Heidi Blake to head UK investigative journalism team. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2015/jan/13/buzzfeed-hires-heidi-blake-to-head-uk-investigative-journalism-team?>
- Technology giants at war.(2012, December 1). *Economist*, 13, 24-26.
- The media: No news isn't good news.(2013, March 30). *Economist*, 35.
- The news business: tossed by a gale.(2009, May 16). *Economist*, 74-6.
- The Wall Street Journal announces new integrated print and online sales and marketing initiatives.(2003, November 3). *Businesswire*. Retrieved from http://www.businesswire.com/news/home/20031103005695/en/Wall-Street-Journal-Announces-Integrated-Print-Online#.VB-ao_mSxIY
- Turvill ,W. (2012, October 31). Can the Brazilian press survive without Google? *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/can-brazilian-press-survive-without-google>
- Turvill ,W. (2013, February 28). Publishers criticise French media for €60m Google deal. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/publishers-criticise-french-media-%E2%82%AC60m-google-deal>

- Turvill ,W. (2013, March 6). German lower house passes “Google tax” law. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/content/german-lower-house-passes-google-tax-law>
- Turvill ,W. (2014, June 5). Guardian editor Alan Rusbridger describes paywall approach of rivals as a ‘19th century business model. *PressGazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/guardian-editor--rusbridger-describes-paywall-approach-rivals-19th-century-business-model>
- Valle, D.D. (2013, July 19). Spanish telcos lose EC tax battle. *Advanced Television*. Retrieved from <http://advanced-television.com/2013/07/19/spanish-telcos-lose-tax-ec-battle/>
- Welch, M.(2011).When losers write history. In R. W. McChesney & V. Pickard (Eds.), *Will the last reporter please turn out the lights: The collapse of journalism and what can be done to fix it* (pp.214-222). New York, NY: The New Press.
- White, A., & Campbell, M. (2011, March 15). France, Spain, Hungary face EU legal action on telecom taxes. *Bloomberg*. Retrieved from <http://www.bloomberg.com/news/2011-03-14/hungary-france-spain-face-eu-legal-action-on-telecom-tax.html>
- WSJ remains #1 newspaper measured by paid circulation. (2014, May1). Retrieved from <http://new.dowjones.com/press-room/wsj-remains-1-newspaper-measured-paid-circulation/>
- YouGov: 56% of journalists think paywalls are the best strategy for online content.(2014, March 19). *Press Gazette*. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/yougov-56-journalists-think-paywalls-are-best-strategy-online-content>

本文引用格式

馮建三（2015）。〈公共政策與（新）媒介財政〉，《傳播、文化與政治》，1: 101-141。

Public Policy and (new) Media Finance

Chiensan Feng

ABSTRACT

With a view to exploring existing and normative relationships between public policy and media finance, this article takes ‘financer's status’ and ‘public policy’ as two differentiating dimensions, and proceeds accordingly to identify eight types of financial resources for producing media contents. To begin with, advertising as the most relied resources of media funding is discussed, its pitfalls exposed, and as its consequence, ideas and practices arising to amend weakness of advertisement-supported media are evaluated (taking Swedish newspapers as one key example). This is followed by contrasting the advertisement-financed press to the pay-wall model that has in recent years spread from the financial and the elite press to general newspapers. Drawing on various fresh financial experiences many a continental European countries have introduced for reforming their media in this digital convergence era, the final section of this paper assess the desirability and feasibility of copying or revising their policies, and accordingly whether traditional public service ‘broadcasters’ should be transformed into a more full-fledged public service ‘media’

Keywords: advertising, (new) media finance, pay-wall, internet-related tax, public policy, public service media

* Chiensan Feng is professor at the Department of Journalism, National Chengchi University, e-mail: jsfeng@nccu.edu.tw

· 傳播 文化 與政治 · 第一期
2015 年 6 月

簡析《衛報》信託所有權之治理模式*

賴子歆**

投稿日期：2014 年 6 月 12 日；通過日期：2014 年 9 月 21 日。

*為求扼要與便利閱讀，本文改寫自學位論文後，刪除大量引述與註解，完整內容及書目請參閱賴子歆(2013)。

** 作者賴子歆，台大新聞所畢，現為科技產業記者，e-mail: eleanor0118@gmail.com。

《摘要》

本文簡介紹史考特信託的來龍去脈，接著追問：《衛報》信託所有權的治理模式為何？又，在時代變遷下如何調整其治理？「信託」是英國常見的企業治理模式，為了「永久保有《衛報》財務及編輯的獨立」，該報產權人在 1936 年採取「私益」而非公益信託，藉此讓信託能夠得到更大裁量空間，調動財產與資金，改進新聞表現、因應市場變動；獲利不由私人佔有而是回流新聞編採，虧損則取集團其他事業的收益以作挹注。《衛報》20 世紀初業主暨總編輯 C.P. Scott 的名言「總編輯與經理人並肩而行，但總編輯先經理人一小步」，為此得到較佳保障，日後新聞學者稱之為「公司治理」和「新聞治理」的雙元模式，已經先在《衛報》治理迄今的三個時期，得到落實。《衛報》以信託方式運作在天生不穩定的市場，已近八十年，未來，若無公共政策介入，是否仍可存續與茁壯，可再關注。

關鍵詞：治理、信託所有權、新聞媒體信託、衛報、雙元治理

新聞致力於將世界上最不尋常也最重要的事物呈現在我們眼前：例如熱帶地區的降雪，總統的私生子，或者連體嬰。然而，新聞隨然堅決追逐異常現象，卻總是巧妙的回筆將目光投注在自己身上，對其本身在人生中達到的重要地位也總是避而不談（De Botton, 2014／陳信宏譯，2014，頁9）。

抱怨新聞沒內容、記者沒腦袋，是近年很能引發許多國人共鳴的話題。造成主流新聞媒體現存樣貌的背景結構深遠，這裡簡單一句話帶過：新聞媒體老闆「人在江湖」，既想賺錢復思影響力，勝過對新聞當有的尊重。

在新聞媒體宮門內，受老闆皇帝寵愛的是「財務報表」和「經營績效」，什麼「讀者的長期信任與尊敬」、「關懷公共事務以維繫民主社會運轉」、「實踐新聞專業與編輯自主」，通通打入冷宮冰封。

媒體老闆總嚷嚷，經營媒體又不是在做慈善事業，漂亮的財報和績效可是維繫一家公司延續的命脈。但我們不禁想問：任何一家公司，若失去了核心價值，財報和績效再漂亮，對其存在又有什麼意義呢？而價值和賺錢，在媒體業真的無法兼顧嗎？

北大西洋的東岸，有家媒體做到了。難能可貴的是，這家媒體既以「營利」方式運作，雖然從2005年以來新聞媒體區塊虧損連連（林麗雲，2013，頁99），但母集團始終予以全力支持，捍衛核心價值，在其專業領域擁有亮眼表現：它是英國老牌的報紙——《衛報》（*The Guardian*）。

首先來看看它的表現。《衛報》擅長不畏政商勢力的深度或調查報導，屢屢在各國政壇投下震撼彈。例如2008年與維基解密（WikiLeaks）合作，報導美軍在阿富汗和伊拉克的不義之行；2009年追查《世界新聞報》手機竊聽案，逐步掀開英國政、警、梅鐸之間的地下親密關係，觸動國會全面檢討新聞業文化、行規和道德的利維森調查（Leveson Inquiry）；去（2013）年率先報導美國「稜鏡」（Prism）監控計畫，逼得美國總統歐巴馬親上火線解釋澄清。

在數位時代，《衛報》也不惶多讓，不但走在多媒體報導、資訊視覺化前端，更強調網路「開放」本質而堅持不設立「付費牆」，所有報導與相關資料任誰都可在其網站上一覽無遺，甚至自行下載，進一步整理使用。

重點是：儘管媒體業處境艱難、眾人不看好甚至唱衰，《衛報》不但過得去，還持續擴展報業版圖，陸續在美國和澳洲設分部，2013 年的數位營收更首度足以弭補印刷營收減少的部分。

這一切不禁令人好奇，《衛報》究竟身懷何種密技，讓它無畏走過歷史顛簸，熬過多次新聞業版圖挪移、生態演變、科技革新，持續自我創新，闖出近兩百年的名堂，在新聞界發光發熱。

很多人說，這是因為《衛報》有一位特別的老闆：「史考特信託」(The Scott Trust)。

但這位老闆是從哪冒頭來的呢？一家媒體單憑老闆一己之力就可以爬過這麼多個山頭嗎？其中玄機何在？

壹、史考特信託由來——故事發生在很久、很久以前…

最初，《衛報》就像其他報紙或中小企，也是家族企業。英國棉花商人 J.E. Taylor 在 1821 年，創立《衛報》的前身《曼徹斯特衛報》(*The Manchester Guardian*)，意在推廣自由主義利益，為社會改革者發聲。創辦人去世後，《衛報》的所有權便在泰勒家族中移轉，直到表親 C.P. Scott 於 1907 年買下報紙，才轉換到史考特家族手中。

《衛報》在 C.P. Scott 擔任總編輯長達 57 年間，打下揚名海外的基礎。他引領報紙反對英國參與南非波耳戰爭，並持續關注愛爾蘭的自由、婦女投票權等。

C.P. Scott 並在紀念《衛報》百歲的〈百年〉(A Hundred Years) 文中，指出報紙作為事業，兼具商業和公共雙重特性：

報紙具有雙面性，一方面為必須努力存活的事業體，另一方面則是反映和影響公眾生活的機構，扮演人們心志和良知的角色，是道德也是物質的存在…(C.P. Scott, 1921)

他也點出，在商業特性和公共特性雙重力量的拉鋸下，報紙的性格和對社會的影響也就此決定。C.P. Scott 並用「快樂婚姻」來解釋編輯部門（公共特性）和經營部門（商業特性）的關係，認為總編輯和經理人應當攜手共進，不過「總編輯應該稍走在經理人前頭」，於是「總編為大」的精神就此留傳至今。而〈百年〉文中「意見自由，事實神聖」(Comment is free, but facts are sacred.)，則成為曠世名句（至今，衛報編輯準則依然全文收錄〈百年〉）。

貳、遺產稅危機 搖身一變為轉機：信託成立

C.P. Scott 退休後，他的兩個兒子分別任職總經理與總編輯。看似萬無一失的家族傳承，卻隨著 C.P. Scott 與一名子嗣先後辭世，面臨遺產稅危機。

1932 年 C.P. Scott 過世，英國關稅總局找上門來，然而 C.P. Scott 以及他的兒子們除了任職薪水外，並未領取股利或從事業體本身獲利，個人財力無法負擔高額遺產稅，但若藉由事業體來付稅，則會對報紙造成傷害。後來，以該報所有權分屬 C.P. Scott 和他兩個兒子 Ted Scott 及 J.R. Scott，且 C.P. Scott 退休後只是次要股東，成功說服稅務局不予課稅。

沒料到一波尚平一波又起。C.P. Scott 過世後不久，其子 Ted Scott 遊湖時意外身亡，J.R. Scott 於是成為公司唯一所有人。J.R. Scott 自付，若是自己也發生不測，遺產稅陰影將再度籠罩《衛報》。

可以想見，若是 J.R. Scott 不採取行動，則報紙必將踏上拍賣一途，誰也無法預料往後的老闆會如何經營這份報紙；若是他採取一般商場行動，自行轉售給他人，也無法確保報紙的報格與未來。兩種決定都意味著這份獨立自由的報紙將邁向終結，而創辦人和他父親留下的文化遺產也會跟著消失。

經過諮詢與思量，J.R. Scott 終於決定解決眼前難題的辦法：成立信託。

1936 年，他成立私益信託「史考特信託」，聲明放棄當時市值英鎊一百萬的公司股份，並將所有股份移轉至七位信託受託人。信託設立目的是「確保《衛報》財務和編輯永久獨立」¹，公司必須「極盡所能貼近從前的原則來營運」。²

參、信託重組、轉型 核心原則永維繫

1948 年史考特信託重組，除了延長信託存續年限（英美法中，私益信託有存續年限，公益信託則無），並重述公司傳統及須遵守創立者所建立的原則等，最重要的莫過於原信託受益人從此消失。

重組當時，五位 1936 年信託契約下的受益人——C.P. Scott 的四名孫子以及公司秘書，分別簽字放棄可以成為百萬富翁的股份支票，於是這些鉅款又回到信託手上。

此後，信託再也毋須付給受益人財產管理所衍伸出的利益，營利所得全歸公司進行再投資。此外，邀請或開除信託受託人變成現任信託成員集體的決定，排除單一個人的運作，信託的集體權威性於焉建立。

2008 年，基於史考特信託為非公益信託，有法律存續問題，信託決定轉型成有限公司。史考特信託雖從「信託」改為「有限公司」，但仍是股份唯一所有人，事業盈餘仍歸公司，報紙編輯室自主、追求公益與創新等原則也全部延續。

肆、接著問下去：玄機何在？

¹ 參見 GMG.(2014a).The formation of the trust. Retrieved from <http://www.gmgplc.co.uk/the-scott-trust/history/formation-of-the-trust/>

² 參見 GMG.(2014b).The Scott Trust. Retrieved from <http://www.gmgplc.co.uk/the-scott-trust/>

整體而言，在「確保《衛報》財務和編輯永久獨立」招牌下，史考特信託老闆一方面特尊在乎報格與路線的總編輯，另一方面也支持算計盈餘數字的總經理，於是產出關注公共議題而享譽國際的產品，以及還能支撐產品盡情揮灑的銀兩。

回顧華文世界關於《衛報》的討論，產、學界的時論短評一致將其亮眼表現歸因於該報採用特殊的「信託所有權模式」。引述的學者並認為，《衛報》的公共報紙性格、問責的新聞報導及成功的經營源於三點特色：（一）利潤歸公司，（二）落實編輯室自主，（三）追求創新與公益。

然而，由於國內尚無新聞媒體信託案例，而且學術界蜻蜓點水式的引述多止於推崇《衛報》亮眼表現及所有權特色，少有對該報信託所有權模式的進一步討論：如《衛報》信託所有權模式的結構內涵，以及《衛報》在此結構下如何施行治理，以捍其衛核心價值「確保《衛報》永遠財務與編輯獨立」，並在時間進程中曾遭遇到那些挑戰而有所調整等等。

簡而言之，在回顧史考特信託的來龍去脈後，本文欲接著追問：《衛報》信託所有權的治理模式為何？又，在時代變遷下如何調整其治理？

伍、史考特信託性質為何？非公益信託

為回答前述問題，本文首先檢析信託本質與新聞媒體信託模式，試圖釐清《衛報》所有者史考特信託之性質。

史考特信託在法律上屬私益信託，並擁有「營利」事業體的所有股份，但特別處在於，其私益信託的目的卻帶來有助益於民主社會的公益價值。原因如下：

第一、史考特信託成立時，其受益人為特定人士，而非公益或慈善信託之不特定之大眾。

第二、史考特信託之目的為「永久保有《衛報》財務及編輯的獨立」，為確保特定且非全民共同持有之報紙，與公益或慈善信託之公益或慈善目的有別。

第三、公益或慈善信託沒有存續年限，可永久存在，而史考特信託卻因為存續年限緣故，曾多次改組。

第四、在英國法律中，公益或慈善信託稱為“charitable trust”，史考特信託則自稱為“discretionary trust”，此為「任意信託」，是一種准許受託人可以處理信託財產收入甚至資金本身的信託。

第五、在英國法律中，公益或慈善信託須向慈善委員會（Charity Commission）註冊，而真正註冊的是其旗下史考特信託基金會（The Scott Trust Foundation），史考特信託一方面並未註冊，兩者有別。

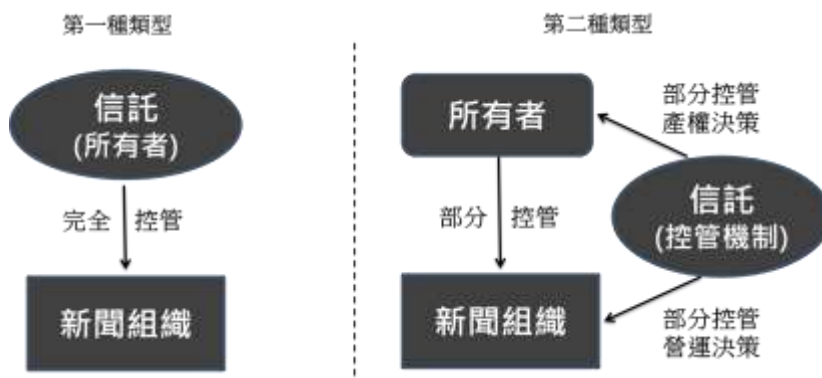
因此，可知史考特信託並非公益信託。而此發現令人欲進一步玩味處在於：身為非公益信託的史考特信託，如何做到在控管「營利」或所謂為特定目的賺錢的新聞媒體時，並未與優質新聞站在對立面，反倒展現出濃厚非私人性質的特色呢？其採用的信託模式有何奧妙之處？

陸、史考特信託模式類型：信託即為所有者

根據學者 Picard（2011）的分類，依所有權結構上的差異，新聞媒體信託模式可分為兩種類型：

第一種類型是信託本身完全擁有新聞機構並完全掌控新聞機構業務，扮演媒體所有者角色；第二種類型是信託僅作為新聞組織的控管機制，依據結構安排掌握組織部份的所有權或者營運決策（見圖一）。

圖一：新聞媒體所有權信託模式類型圖



資料來源: *Is There a Better Structure for the News Providers? The Potential in Charitable and Trust Ownership* (p.24), edited by D.A.L Levy and R. G. Picard, 2011, Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism.

史考特信託為採用第一種完全所有並掌控新聞媒體類型的信託。相較於存在的象徵性質大於實質意涵的第二種信託類型，史考特信託不但具捍衛媒體機構價值的功能，更實際掌控了媒體的所有權與經營權，兼具精神與實體功能，更容易貫徹當初設立信託所欲延續的經營方針。

換句話說，史考特信託直接控管《衛報》的基本價值和策略選擇，但是，同時也必須依據信託目的及其創設之指示經營報紙。由此可知，信託之目的及其內部治理架構在報紙經營上占據重要地位，而後者也是本研究接下來欲進一步探究之處。

柒、治理三大理論：代理、管家、資源依賴

談及治理議題，主軸不脫所有者（股東）、董事會、經理人三者之間的權責關係，而所有者對公司管理架構、經理人自身的角色判斷以及董事會組

成和背景也都扮演決定性角色，並由此三角關係延伸出代理理論、管家理論和資源依賴三大治理理論。

代理理論從個人經濟理性觀點出發，指出經理人和所有者易出現利益衝突，為保護所有者利益等，發展出績效獎金誘因，以及董事會之監評經理人機制，且認為非管理職的外部董事的獨立性較內部董事強，監評效果也較佳。

經濟理性之外，有從社會學及心理學出發的管家理論。該理論指出人具有追求自我實現與共利的特質，將經理人與所有者比擬為利益趨同的管家與主人，認為維繫公司內部關係的要點在於信任，而經理人兼任董事長則能提高績效，熟悉公司事務的內部董事比例高較為有利。

資源依賴理論則從外部資源為公司生存關鍵切入，認為替換經理人和尋求多元背景的董事，都將利於公司，可為公司引進人脈、營運知識等種種資源。研究者並發現可挪移治理理論基本概念，用以討論史考特信託（所有者）、董事會、經理人／總編三方關係。

捌、雙元治理：新聞治理+公司治理=確保新聞品質

那麼，將治理理論用在新聞媒體研究上，會出現什麼火花呢？

其中，有數篇研究指出董事會結構對公司的發展、方向、決策以及營收等層面有關，也有研究指出上市股票公司所有權架構下，易使公司管理階層可能會受握有大量股權的機構投資人的壓力影響，專注於短期利益回收，而忽視新聞品質。

另外，研究指出新聞媒體公司治理會反映在媒體內容上；而學者 Arrese（2005）認為，為了確保或重振在媒體公司中新聞品質的地位，內部管理機制可採用新聞治理（news governance）和公司治理並行。

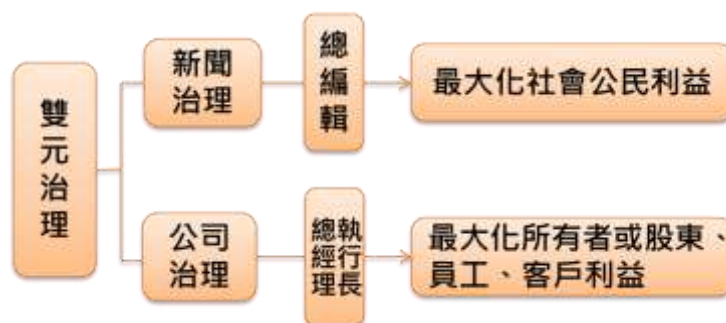
Arrese 在其研究〈財金經濟媒體的公司治理和新聞治理〉指出，一般認為，良好公司治理制度應該讓公司管理者可透過內部機制（如所有權結構、董事會）以及外部機制（如公司交易市場、法律系統）做出最好的決定，以使公司利潤極大化，造福投資人。

不過 Arrese 提出，在檢視一般商業媒體公司治理時，其實可以從該公司是否滿足三方著手——除了最常見的所有者或股東的利益，也應將員工、客戶以及所有相關利害關係人納入考量，還有社會公民。

然而普遍的問題是，即使公司聲稱要對社會負責，卻未曾將相關原則納入管理控制公司系統的運作中，造成當不同利害關係人之間的利益發生衝突時，股東永遠是贏家。有鑑於新聞媒體公司特殊的公共利益性質，能夠落實並保證新聞品質的治理顯得特別重要且必要。

Arrese 認為，為確保新聞品質地位，在新聞媒體公司中，媒體總編輯需為最大化社會公民利益負責，而公司總經理／執行長的負責對象則是所有者或股東以及員工、客戶等相關利害關係人；如此一來，便浮現新聞治理與公司治理雙軌並行於媒體機構中的模式（見圖二）。

圖二：新聞媒體雙元治理圖



資料來源：研究者自行繪製

心細的讀者至此不免會驚呼：21 世紀學者所提出的雙元治理概念，竟遙相呼應 20 世紀初《衛報》前所有者暨總編輯 C.P. Scott 所言之「總編輯與經理人並肩而行，但總編輯先經理人一小步」（GNM, 2011），與此種編輯室獨立自主精神完全吻合！

玖、史考特信託治理模式第一期：信託所有權模式與雙元治理的初現（1936 年～1959 年）

回顧完相關概念與研究後，回到本文的核心問題：《衛報》信託所有權的治理模式為何？又，在時代變遷下如何調整其治理？

由史考特信託治理模式展現出的不同樣貌及治理特色，可分為三期：第一期為信託所有權模式與雙元治理的初現（1936 年～1959 年），第二期為雙元治理危機與信託改造（1960 年～1989 年），第三期為信託轉型與原則架構的演變（1990 年迄今）。

在 1936 年史考特信託成立以前，《衛報》是典型家族企業，甫成立信託因此家族遺風猶存，信託委託人 J.R. Scott 身兼信託主席，獨攬任命和解任信託受託人大權，而信託成員也以史考特家族人士為主。

1948 年信託重組，公司盈餘自此專屬於信託而非特定個人，並取消主席獨攬大權的機制，自此史考特信託的任何決定非繫於一人，信託的集體權威性於焉建立。

另外，信託成員深具管家色彩，重視內在因素驅動力、組織認同度、價值承諾。在管理部分則呈現相互管家關係，將報紙的路線和業務全權交由總編、總經理人處理。

《衛報》歷經創立及重組史考特信託，逐漸走出原生家族事業模式而改採集體主義取向，尊崇集體決定，信任總編輯總經理人的決定，整體權力級距偏低。此外，新聞治理和公司治理並行的雙元治理概念，也隨著《衛報》傳奇角色 C.P. Scott 以〈百年〉文章指出報紙作為事業的商業和公共雙重特性，強調總編輯與經理人的平行關係，立下《衛報》內部雙元治理原則的基礎。

拾、史考特信託治理模式第二期：雙元治理危機與信託改造（1960 年～1989 年）

二戰後，英國報業與大企業之間的連結深化，經營成本提高、廣告收入重分配以及政府鬆綁跨公司所有權，使得報紙所有權愈趨集中，以追求最大銷售量為目標。

1965 年底，《衛報》到倫敦發行屆臨五年，財務狀況依然不見起色，加上 1966 年首相 Wilson 宣布薪資和紅利凍漲 12 個月以及增加賦稅等政策，經濟停滯不前，嚴重影響當時 70% 營收來自廣告的《衛報》。總經理 L.P. Scott 對《衛報》逐漸失去信心，並瞞著信託，積極洽談與《泰晤士報》合併一事。

《泰晤士報》是英國報齡最高的綜合性報紙，創刊於 1785 年，報紙政治立場原本屬於較為注意主流意見的平衡，但幾經轉手後，趨於支持政府，有「給統治英國的人」看的報紙之稱，與自由改革派的《衛報》路線相左。

在前期洽談過程中，《衛報》內部只有總經理、信託主席、總編輯和副總編輯知悉此事。在 1966 年洽談後期，總經理終於向信託匯報。不過在開會時，總編輯由於不具信託受託人資格而沒有受邀列席。而信託聽完總經理人匯報後，認為以《衛報》目前的營運狀況來看，與《泰晤士報》合併成為合資公司似乎頗為合理。

然總編輯 Hetherington 對於總經理最後談出的提案甚為不滿，並不甘信託只聽一面之詞，寫信給信託力陳反對原因——最大反對主因在於，合併之後，《衛報》的編輯群將被排除在外，報紙將失去原有的立場，也不再能維持報紙的特色，監督與抨擊各種權力運作的力道也將大為減弱。Hetherington 還指出，公司財務狀況並沒有如表面看起來那麼糟糕，也提出「勒緊褲帶」度過寒冬的解決之道。

總編輯與總經理之間的理念衝突白熱化，主因在於總經理談成的提案將干涉總編輯的編輯自由，破壞管理編輯分離的雙元治理原則，而一旦平衡遭到破壞，報格自然無法維繫下去。

此時期的史考特信託，險因聽信由管家角色轉變為代理理論中的代理人總經理之言，而拱手讓出《衛報》報格與路線，雙元治理至此出現危機。在總編輯力挽狂瀾下，此危機再度轉化為契機，並迫使信託開始積極面對自己身為《衛報》所有者的角色。

信託藉由調整內部治理，修正雙元治理架構中歪斜的管理線路。首先，任命新總經理人來化解 L.P. Scott 對相互管家關係的破壞，並強化信託和董事會之間的資訊管道，以確實掌握公司營運狀況。

再來，引進外部董事進入董事會，以加強董事會監督評估效力並獲取外部資源，並讓旗下報紙各自成立子公司，分出治理層次——日常營運與財務規子公司管，併購、投資等大方向高層決策則由母公司決定。

信託自身也更頻繁召開公司會議，自身功能定位有更完整的陳述，而其組成不再以史考特家族為尊，而是逐漸開放高階與中階員工參與，而信託最重要的指派總編輯過程也聆聽並尊重員工意見，具體回應對員工參與治理的呼聲與要求。

信託在修正管家治理架構過程中，一方面補強原有架構，另一方面則拓寬加高架構範圍，納入更多員工與外部人士共同治理，確保巢穴不會再落入狐狸手中，而且將不斷茁壯。

成功處理危機後，衛報媒體集團從 1960 年代末期不斷擴張，除藉由併購而成為英國最大地方報紙並進軍全國，1968 年購買電視台（如 Anglia Television）、1973 年取得廣播電台（如 Greater Manchester Independent Radio Limited）股份，並在 80 年代向二手車雜誌市場推進，為集團帶來豐厚利潤，成為支持《衛報》財務獨立的基礎，也預示未來將需要更多人才。

拾壹、史考特信託治理模式第三期：信託轉型與原則 架構的演變（1990 年迄今）

媒體世界自 1990 年代以降，風雲變色。網路媒體迅速崛起的同時，紙媒則一路走下坡。身處更為多元、競爭更加激烈的世界，資源掌握成為組織生存關鍵。

於此階段，在外部環境變遷的壓力下，信託治理在原有的管家及代理人外，更揉合了資源依賴概念，從信託受託人到集團董事，皆大幅增加外部獨

立受託人或獨立董事的比例，意圖借重來自各領域之專才，引進相關社會資本、文化資本，助公司一臂之力，以面對複雜而多元的生存環境。

史考特信託於 1992 年進行管理諮詢後，首次以書面訂定信託受託人的具體核心目標，講明信託未來的運行規則，也開始審視非執行職和執行職信託人的貢獻，並為非執行職受託人敘薪，開展信託建制專業化。

始終存在的員工參與議題，則在此階段取得了進一步的成果：每名員工可提名一位信託候選人，之後再經由信託面試決定最終名單（信託受託人組成變化見圖三）。

從 2008 年開始，史考特信託轉型為有限公司 STL (Scott Trust Limited)，然核心目標不變，持續以營利但不分紅的方式經營，公司也未上市，STL 為唯一股權所有人，一如從前的史考特信託。

轉型後的 STL 與 GMG (Guardian Media Group，集團旗下有報紙、廣播頻道、新媒體以及印刷媒體等子集團或公司，集團所有權歸 STL 所有) 董事會都更加重視外部董事的獨立與專業，強調一人不得身兼董事長與執行長二角，注重董事人事背景資訊的透明。同時，也藉由設立 GNM (Guardian News Media) 總編來保持旗下報紙整體道德水準，並開創 GNM 總編與 STL 董事會之間直接溝通的管道，維護雙元治理的新聞治理方。《衛報》也看好數位化時代網路英文使用者市場，於美、澳兩地開設數位分部，頂著「數位第一」策略昂首向前（《衛報》從創立以來至今的治理變化請見表一）。

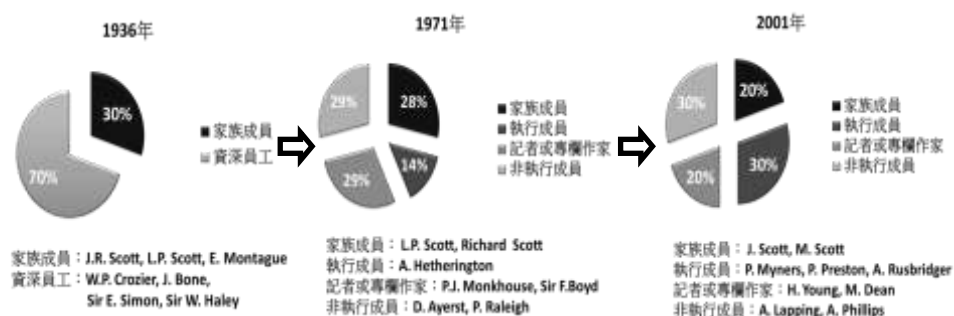
我們可以說，《衛報》的亮眼表現可歸功於信託模式成功地捍衛其設立目標「確保《衛報》財務和編輯永遠獨立」，而此目標又延續《衛報》尊重總編輯的傳統，此由總編輯任期之長久可窺知（見表二）；換句話說，《衛報》是信託模式與雙元治理的珍貴結晶。

史考特信託的出現始於找到因避遺產稅願意放棄財產所有權的信託委託人，雖為營利事業，然其盈餘全成為再投資使用的基金，因而有足夠財源支持與時俱進、晉用各方面人才，而具有高度價值承諾的受託人也在一次次挑戰中，最終選擇維護信託的目標。

在雙元治理概念下，《衛報》編輯室向來自主，管理、編輯各自獨立，公司治理與新聞治理之間因而可以和諧穩定。學者曾指出，公司治理與新聞

治理並存的關鍵在於精神制度化，史考特信託的信託目的正符合此要求；另一方面，信託向來有具新聞背景的成員，晚近又強調獨立透明，加強了治理的制度面向。整體來看，可說是兼具 Picard 所述信託模式之優點並克服來自內部與外部的挑戰。

圖三：信託受託人組成變化圖



資料來源：

The Scott Trust(p. 27), by Schlesinger, P., 1994, [Unpublished raw data].; *2011 Annual report and accounts*(p.3), by GMG, 2011

表一：《衛報》治理變化一覽表

所有權大事	所有者	治理大事	年代
創立	泰勒家族	N 家族主導	所有者兼總編輯或總經理 1821
轉手	史考特家族	家族主導	所有者兼總編輯或總經理 1907
成立信託	史考特信託 (ST)	雙元治理概念浮現 信託主導	1. 組成以家族成員和資深員工為主 2. 信託主席獨攬大權 1936
信託重組			1. 建立集體決定權威性 2. 無受益人、盈餘用於再投資 1948
合併提案	史考特信託 (ST)	雙元治理危機與信託改造 信託主導	總經理與總編輯對合併一案出現衝突 1966
信託與董事會首度展開聯合會議			1. 信託態度從消極便積極 2. 補強擴大治理架構——換總經理、信託主席出席董事會會議、引進外部董事 1967
N			員工要求參與： 1. 信託抗拒「工會代表」進入，但保留中階與高階員工席次 2. 信託通過指派總編諮詢系統 1970起
N	史考特信託 (ST)	信託轉型與原則架構演變 信託主導	擴大員工參與信託受託人遴選過程 1990
管理諮詢			訂定正式信託目標全文 受託人角色專業化 1992
N	史考特信託有限公司 (STL)	公司主導	訂定治理規則 增設 GNM 總編職位，下轄報紙整體道德標準，直接回報信託（後為 STL 董事會） 2007
轉型			保留信託名稱但轉型為董事會 核心目標不變；盈餘再投資公司 家族成員只剩一名 2008

資料來源：本研究整理。

表二：《衛報》總編輯任職一覽表（分隔線以前多為家族人士任職）

任職年期	任職年數	任職者
1821–1844	23	J. E. Taylor
1844–1861	17	J. Garnett (1847–1848 年間與 R.S. Taylor 共同任職)
1861–1872	11	Edward Taylor
1872–1929	57	C. P. Scott
1929–1932	3	Ted Scott
1932–1944	12	W. P. Crozier
1944–1956	12	A. P. Wadsworth
1956–1975	19	Alastair Hetherington
1975–1995	20	Peter Preston
1995–至今	N	Alan Rusbridger

資料來源： *Contents, Guardian: Biography of a Newspaper* (pp. 7-8), by D. Ayerst, 1971, London, UK: Collins. *A Guardian Chronology, Changing Faces: A History of the Guardian* (pp. 331-332), by G. Taylor, 1993, London, UK: Fourth Estate.

拾貳、《衛報》經營模式的啟示

（信託的）理念是在長期目標指導下，根據正派原則，來經營一個成功的事業，而這是其他媒體事業在面臨難以抗拒的短期目標壓力下，難以堅持做到的（GMG, 2002, p.8）。

俗話說，真金不怕火煉。在分析《衛報》信託模式的案例中，我們看到的是，真正有價值的原則，不怕歲月的淘洗與時代的淬煉。此處的原則，指的是堅信高品質的新聞報導是民主社會的樑柱，堅持新聞編輯和管理業務兩者平行，交由總編輯執行新聞治理，對公民利益最大化負責，而總經理則負責公司治理，以最大化所有者或股東、員工、客戶利益為目標，不干預總編輯的編輯方針。

在多數案例中，若新聞組織本身已經懷抱前述原則並且追求永續經營，信託所有權模式會是商業世界裡一個具發展潛力的可能選項，可用來守護永續發展目標以及雙元治理架構，《衛報》如是，加拿大《多倫多星報》(*Toronto Star*) 等亦如是。

然而，若採用信託所有權模式的新聞機構並未認同該前提，而以營私作為前提原則，把該模式作為獲致私人利益的手段，可以想見其成果與《衛報》的成果相比，必定大相逕庭，充斥比基尼女郎圖片的《每日郵報》(*Daily Mail*) 即為一例。所以，新聞媒體採用信託所有權模式就會成為民主社會的基石、產製優良新聞，純粹是個迷思。沒有原則作為前提，也無法採收以該原則為前提而結出的果實。

而接下來的問題則是，一個有原則的媒體，在面臨財務危機的時間點上，遇到一位願意放棄家財採取信託模式的老闆，並設定好信託目標「維繫《衛報》財務和編輯永久獨立」後，如何隨著時代前進並維持下去？

《衛報》的史考特信託發展出幾點特殊的條件。首先，信託延續公司採營利但不分紅的方式運行，並且自從 1948 年改組後，信託就沒有受益人，如此可確保沒有任何個人或團體會因為公司分配的股利多寡而受益或受損，也免除受到個別股東或受益人的利益要求影響，更可利用盈餘支持創新與公益活動。

其次，1948 年改組後，信託或事業體重大政策皆交由信託集體決定，而非聽從主席或他人的個人意見，避免任一個人出於任何理由主宰信託及公司命運而走回一般公司的老路。第三，明定信託運作規則，權責分明，並與董事會、總編輯建立良好溝通管道，使得內部機制和運作盡量透明化。

前述三點都有助於衛報媒體集團發展多元事業體，採取內部交叉補貼策略，在全球紙媒面臨生死關頭、《衛報》也連年虧損之際持續予以支持，且不僅支持其作為一紙媒存活，更支持其快速整合印刷與數位部門以適應網路時代。

當然，也正如學者 Schlesinger 所指出，《衛報》若沒有 GMG 集團財務支持，早在多年前就會消失，但退一步看，GMG 集團若非在有其原則的信託架構下，可能也會走上惡名昭彰的梅鐸新聞媒體集團一途。在目前市場力

量操作下，獨特的聲音通常遭到噤聲，或被轉賣並改造，然而，由於信託有意識繞過利潤最大化一途，《衛報》才得以留存茁壯至今。

信託一再表明自己「尋求利潤」的位置，但其獨特性在於信託並沒有要尋求利潤最大化，而是堅持追求經濟目標外，社會和公共價值也同等重要。這份堅持，並非只是出現在網站上、辦公室牆上或是員工手冊上、唱唱高調而已，而是真切地反映在《衛報》的新聞報導，以及每年向大眾報告的年度財報上頭；這些證據一再告訴我們，在新聞媒體世界裡，營利和公益並非水火不容，而有你儂我儂的可能——存有永續經營且財務編輯各自獨立的目標，以信託模式營運再加上雙元治理架構以維護之，是有可能容得下營利和公益，意即不排除營利，但遇有利潤時，不流向股東或特定私人而是回流至新聞等內容的產製，而營運得當更有可能共榮。

最重要也最值得注意的是，我們可以從不同時期的模式與治理演變中看到，自始至今，無論衛報集團如何變化，公司治理與新聞治理並行的雙元治理概念始終存在於該組織。所謂「始」，可由其從創報早期相信「總編為大」與 C.P. Scott 強調「總編輯與經理人應並肩而行」的古典報紙理念可知；而史考特信託成立的核心目標——永保《衛報》財務與編輯獨立，則以具法律效力的文字具體捕捉了雙元治理概念。

在治理架構上，除了有如一般公司的董事會關切公司的日常營運外，更有唯一股權人——信託——負責盤點衛報集團整體是否確實走在永續發展目標的道路上，促使集團得以在由經理人負責財務業務、追求營利的同時，另一方面由《衛報》總編輯繼續恪守報格、著眼於公共利益，因此拉出了兩條治理路線，並適時修補，確保其走在平行道路上。

而信託在第一階段重組後所立下的公司盈餘全數回歸公司、不分紅之規定，則正當化集團內部交叉補貼作法，讓《衛報》擁有充沛資金源頭，對外得以抵擋惡劣風雨，對內則得以投資於創新與堅持報紙路線，而每次創新與每份堅持又化為實質表現與優良聲譽，成為正向回饋循環，繼續朝向永續發展（見圖四）。

圖四：衛報模式正向循環圖



資料來源：研究者自行繪製

拾肆、另一種經營媒體的可能

對一向哀號因為「生存至上」所以不得不向下沉淪的台灣新聞媒體主管和老闆而言，本案例研究指出前述另一種觀點與可能。由本研究的結果，我們可以大膽假設，若有一家台灣新聞媒體本身是抱持著永續發展的理念，決定採取如《衛報》般特殊的信託所有權架構，內部並採用雙元治理，總編輯和總經理各自負責公益和利潤部分，有機會邁向創新卓越，並往永續發展的目標前進。不過，採取此模式的前提是該新聞媒體本身即具有此種願景，而非獨尊利潤，也不讓利潤由私人佔有，而是回歸新聞等內容的產製。

或有論者以為，史考特信託已經轉型成有限公司，不正代表衛報媒體集團認為有限公司比信託更能保障《衛報》的未來嗎？筆者在撰述此文時也產生同樣疑問，但後來發現，此種問題乃陷入結果論斷，忽略歷史過程。

簡單來說，當初若沒有成立史考特信託，《衛報》即會面臨轉售命運，罔論其名聲表現，能否生存至今都充滿變數；此外，若無信託將《衛報》之財務和編輯獨立作為其信託目的與組織核心目標、堅持公司盈餘不分紅在先，2008 年轉型為有限公司後也不會承繼此獨特運作規則，可能淪為短期財務表現至上的媒體。是以，史考特信託之存在與曾經存在，都是為之後的轉型奠定基礎，讓史考特信託有限公司有所本，以此為據來延續《衛報》的生命。

另一種疑問是為何史考特信託不乾脆轉型為公益信託，這樣就沒有法律上的存續問題？雖然根據史考特信託的說法，他們認為轉型為有限公司是確保繼續捍衛信託目標的最佳方式，並未詳細說明其根據為何，但可從幾個面向來推論其不選擇公益信託的可能原因。

首先，史考特信託的設立目的是「確保衛報財務和編輯永久獨立」，如前一節所述，為確保特定且非全民共同持有之報紙，不同於公益或慈善信託之公益或慈善目的；若出於為符合公益信託之設置要求而變更其目的，則是本末倒置的做法。

其次，史考特信託下轄 GMG 集團，該集團旗下不只有《衛報》所屬的 GNM 新聞媒體事業，還有其他的商業投資事業，若史考特信託變成公益信託，那麼其所有資金的用途都需用在公益事業上，並不允許轉投資於非公益的營利事業，如此一來，各子集團的資金調度上可能會出現重大問題。

最後，公益信託的受託人制度還有整體治理架構皆與史考特信託既存的制度和架構有所出入，例如公益信託制度下並沒有董事會，若為轉型成公益信託而大幅調整公司治理架構，似乎並非明智之舉。

至於《衛報》及其所屬之集團未來到底會成長或衰退到何種程度，以及該如何使用資金使其不致於枯竭，也會是史考特信託面臨的議題。此外，市場天生不穩定，對市場中的商業媒體玩家而言，是極高的不確定因素，而國家在媒體市場究竟該扮演什麼角色，作壁上觀任其廝殺亦或是積極介入予以補助，也值得進一步追問。

《衛報》雖然熬過紙媒衰退期，苦撐至今，未來將如何面對充斥複雜科技以及高度競爭的世界，如何能在人事變動之下保有公司文化和確保中心價值不致流失，也都值得繼續觀察。

參考書目

- 林麗雲（2013）。〈開放新聞學 開放資料〉，林麗雲（編），《資料好神，敘說故事千百樣：資料新聞學開講》，頁 95-120。台北：優質新聞發展協會。
- 陳信宏譯（2014）。《新聞的騷動：狄波頓的深入報導與慰藉》。台北：先覺。（原書 De Botton, A. [2014]. *The news: A user's manual*. London, UK: Hamish Hamilton.）
- 賴子歆（2013）。《英國《衛報》信託所有權之治理模式分析》。台灣大學新聞研究所碩士論文。
- Arrese, A. (2005). Corporate governance and news governance in economic and financial media. In R. G. Picard (Ed.), *Corporate governance: Issues and challenges* (pp. 77-126). Jönköping, Sweden: Jönköping International Business School.
- Ayerst, D. (1971) *Guardian: Biography of a newspaper*. London, UK: Collins.
- GMG. (2014a). The formation of the trust. Retrieved from <http://www.gmgplc.co.uk/the-scott-trust/history/formation-of-the-trust/>
- GMG. (2014b). The Scott Trust. Retrieved from <http://www.gmgplc.co.uk/the-scott-trust/>
- GMG. (2011). *Annual report and accounts*. Retrieved from http://www.gmgplc.co.uk/wp-content/uploads/2011/08/GMG_Annual_Report_2011.pdf
- GMG. (2002). *Annual report and accounts 2002*. Retrieved from <http://www.gmgplc.co.uk/wp-content/uploads/2010/11/GMGAR02.pdf>
- GNM. (2011) Appendix 3.2: CP Scott's essay published in the Manchester Guardian on the centenary of the paper's first issue. *Editorial guidelines*. Retrieved from <http://image.guardian.co.uk/sys-files/Guardian/documents/2011/08/08/EditorialGuidelinesAug2011.pdf>
- Picard, R. G. (2011). Charitable ownership and trusts in news organizations. In D.A. Levy & R. G. Picard (Eds.), *Is there a better structure for the news providers? The potential in charitable and trust ownership* (pp. 17-29). Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Schlesinger, P. (1994). *The Scott Trust*. [Unpublished raw data].
- Taylor, G. (1993). *Changing faces: A history of the Guardian 1956-88*. London, UK: Fourth Estate.

本文引用格式

- 賴子歆（2015）。〈簡析《衛報》信託所有權之治理模式〉，《傳播、文化與政治》，1: 143-166。

Analyzing the Governance Model of the Guardian's trust Ownership

Tzu-Hsin Lai*

ABSTRACT

Regarding the distinct governance features demonstrated by the Guardian in different time spans, this article takes on historical approach to analyze the nature of the Guardian's trust ownership as well as endeavors to provide a longitudinal framework of the newspaper's governance under the trust structure, which enables the Guardian to withstand the violent change of the media world while remaining independent in news reporting.

The article begins with a general introduction of the Scott Trust and then examines both the definition of trust and trust ownership models of news media enterprises to allocate the nature of the Scott Trust. To build a framework of the governance of the Guardian, this article looks back on the major governance theory and related literature on median governance. The reviews show that the integration of corporate governance and news governance is one of the key factors to foster a news media be responsible for shareholders and stakeholders of all aspects.

The second part of this article provides a longitudinal framework and discussion of the Guardian's governance composed by three periods, 1936-59, 1960-89 and 1990 till now. It concludes that both the trust ownership that guards the newspaper's editorial and financial independence, and the corporate & news governance that draws on the Guardian's tradition that respects editor, contribute greatly to the survival and success of the Guardian, which shows profit-seeking and public good-seeking are not the total opposite. This article thus points out another possible option of business model for Taiwanese news media owners.

Keywords: corporate governance & news governance, governance, the Guardian, trust ownership, trust ownership of news media

* Tzu-Hsin Lai graduated from the Graduate Institute of Journalism, National Taiwan University.

「沒有保障的馬克思主義」：
霍爾對當代中國文化研究的啟示

孟冰純*

投稿日期：2015 年 2 月 8 日；通過日期：2015 年 4 月 16 日。

* 作者孟冰純博士為倫敦政治經濟學院媒體與傳播系副教授，e-mail: B.Meng@lse.ac.uk。

2014 年 2 月 10 日，英國左翼文化研究的一代巨擘斯圖爾特·霍爾(Stuart Hall) 病逝，享年 82 歲。《紐約時報》的訃聞標題稱霍爾為「研究多元文化影響的先驅」¹中文媒體反響甚微，只有鳳凰網發了比較詳細的報導，稱其為「當代文化研究之父」²，英國《衛報》的悼文由兩位學者大衛·莫利(David Morley) 和比爾·施瓦茨(Bill Schwarz) 撰寫，他們用了「文化理論家、活動家及《新左翼評論》創辦人」這三個頭銜來概括霍爾的成就(Morley & Schwarz, 2014)。新聞標題的差別，從一個側面反映出霍爾在不同的政治語境中是如何被解讀的。美國媒體突出身份政治而絕口不提意識形態的左右之爭。中文標題以男權色彩的話語凸顯霍爾的學術地位(雖然正文中採訪的幾位學者都提及霍爾研究的政治性)。只有霍爾曾經的同事們點明了他與英國左翼政治的密切關係，而這也正是本文的切入點。在此我無意全面梳理霍爾的思想遺產，更不提倡以仰視大師的姿態，機械照搬霍爾的理論，而是希望把他「放在具體的歷史脈絡中去理解和汲取」(呂新雨語，見註腳二鳳凰網悼文)。實際上，霍爾本人對於學界經常賦予他文化研究代言人的身份這一點，充滿警惕和自省意識。他曾不止一次強調，自己不希望以父權姿態監管文化研究的核心與邊界(Hall, 1992, p. 277)。同時，作為局勢分析(conjunctural analysis) 的宣導者，霍爾深知他的觀點與論據都植根於英國的政治、社會和文化語境，任何翻譯與移植，都需要經過「不斷重新接合，納入新語境的過程」(Chen, 1996, p. 393)。

我將首先辨析霍爾的文化研究與馬克思主義充滿張力的關係，以及這種關係在中國語境下的意義。其次，對馬克思主義議題的梳理，引導出文化研究中的兩個理論關鍵字：意識形態與接合。霍爾對於這兩個概念的闡釋借鑒葛蘭西(Antonio Gramsci)、阿圖塞(Louis Althusser)和拉克勞(Ernesto Laclau)，從而超越了傳統馬克思主義對文化及上層建築的經濟還原論視角。雖然出於不同原因，意識形態與接合在當代中國文化研究的討論中並不醒目，但我認為它們有很大的理論潛力並可以與局勢分析相結合帶來的洞見。

¹參見 <http://www.nytimes.com/2014/02/18/world/europe/stuart-hall-trailblazing-british-scholar-of-multicultural-influences-is-dead-at-82.html>

²參見 http://culture.ifeng.com/redian/detail_2014_02/11/33685544_0.shtml

最後，透過霍爾一以貫之的政治介入立場，我試圖反思更基本的問題——文化研究真的重要嗎？為什麼？在霍爾看來，文化研究絕不是學術圈裡賣弄聰明的智力遊戲，而應致力於社會主義民主的政治理想。

壹、「後」馬克思主義了嗎？

2014年12月，倫敦大學金史密斯學院¹組織了為期一周的各類學術活動紀念霍爾，並將學院的新教學樓重新命名為斯圖爾特·霍爾大樓。在最後一天彙集了各國知名學者的研討會上，英國媒介政治經濟學家詹姆斯·卡倫（James Curran）率先發言。卡倫教授先是半開玩笑地說，現在斯圖爾特也去了海格特公墓，而且跟馬克思相距不遠，他們終於可以繼續那些未竟的爭論了。然後他話鋒一轉，指出約翰·亞康法（John Akomfrah）廣受好評的紀錄片《斯圖爾特·霍爾項目》（The Stuart Hall Project）最大的問題就在於，「沒有點明斯圖爾特是一個馬克思主義者」。以這樣的論斷為當天的討論開場實在頗有意味，因為霍爾的學術生涯從一開始就與馬克思主義有著密切聯繫，而英國文化研究的學術定位又是在對經典馬克思主義的不斷批評和超越中才得以發展。這種充滿張力的關係既確定了霍爾的政治座標，又成為他不斷豐富馬克思主義文化觀及意識形態理論的思想動力。

事實上，勞倫斯·格羅斯伯格（Lawrence Grossberg）在1986年那篇頗具影響力的〈歷史、政治和後現代主義〉一文中，向其時不甚瞭解霍爾的美國學界介紹他時，正是用馬克思主義來界定「英國文化研究」的。這可以從幾個方面來理解。首先是霍爾的成長經歷和思想發展軌跡。身為有色人種，來自殖民地的霍爾，1950年代在牛津求學期間，與周圍的白人精英圈子格格不入，對少數族裔及其他弱勢群體的認同則日益強烈。離開牛津後，霍爾加入《新左派評論》，和當時英國左翼知識界的領軍人物雷蒙·威廉斯（Raymond Williams）、E.P.湯普森（E.P. Thompson）等共同奠定了這份至今在英語國家知識份子中仍極富影響力的進步刊物。對於這段學思歷程，羅世宏（2014）

¹ Goldsmiths College 是倫敦大學的藝術學院，它的傳播系以文化研究見長。

有專文論述，這裡不再贅言。其次，霍爾的理論探討和經驗研究大都圍繞著馬克思主義的相關議題，比如經濟基礎與上層建築的關係，比如意識形態問題，比如社會結構及生產方式與文化的關聯，比如不同歷史語境下的世界觀的發展。雖然他深刻意識到傳統馬克思主義在解釋文化及思想意識諸多問題上的局限性，但他毫不含糊地說「我仍然是在馬克思主義設定的話語範圍內進行思考」(Grossberg, 1986, p. 58)。霍爾將馬克思主義辯證的認知方式貫徹到自己的理論思考中：「只有那些你需要去與之角力的理論才是值得存在的，而那些你能夠流利宣講的理論並無價值」(Hall, 1992, p. 280)。他所宣導的文化研究，正是通過與傳統馬克思主義的角力才得以發展，「因為任何事物要想變得受歡迎，都需要經過一番鬥爭」(Grossberg, 1986, p. 52)。最後，比個人背景和學術議程更重要的，是霍爾對馬克思主義所代表的政治關懷和社會發展目標的認同。參加金史密斯學院研討會的，不僅有世界各地的學者，更有藝術家和社會活動家，他們中好些人曾受惠於霍爾生前的文化實踐—比如他參與創辦的國際視覺藝術中心以及資助黑人藝術家的 Autograph 項目。霍爾認為，文化研究不應止步於批判資本主義的文化表徵及意識形態，它更重要的現實意義在於提供新的語彙，新的思維空間，讓大眾得以想像一個更加平等，公義，包容的社會並為之奮鬥。文化研究學者應該做葛蘭西所說的有機知識份子，從資本主義霸權體系的內部，向大眾揭示另一種生活的可能性。

也正因為如此，霍爾對於文化研究在美國發展成為象牙塔內的自娛自樂，持強烈的批評態度。他認可後現代思潮及解構主義分析的思想貢獻，但認為「解構主義腹語術」(deconstructive ventriloquism) 帶來的文本化 (textualization)。

完全背離文化研究的初衷。也就是說，儘管某些學者能用複雜精巧的語言對包括種族、性別、階級、他者、主導、邊緣等一切問題進行理論分析，但這種停留在文本和話語層面的文化研究，非但不會對現實的權力或政治形成任何有效干預，而且高度學院化的探討本身就是一種排他性的權力機制，把學術與社會，文本與行動，知識份子與他們試圖影響的大眾割裂開來 (Hall, 1992, pp. 284-285)。這種政治介入的指向，正與馬克思一脈相承：「哲學家們

只是用不同的方式解釋世界，而問題在於改變世界」。

遺憾的是，中國學界對於霍爾，乃至對文化研究的瞭解，恰恰局限在文本和話語分析層面，並與馬克思主義的批判傳統漸行漸遠。這裡有幾層原因。從引入中國的學術路徑來看，文化研究從一開始就主要是中文系學者的領地，並未與社會學、人類學、媒介研究等社會科學形成足夠的交叉整合，從而拘泥於從文本解讀「倒推」社會變遷，但往往忽略社會政治經濟結構對文本和話語的生產機制的影響。其次，文化研究自二十世紀六十年代肇始於伯明罕學派，隨後在英美學界的發展就已經出現分化。雷蒙·威廉斯和理查·霍加特（Richard Hoggart）等英國左翼學者對於大眾文化的關注，包含很強的階級意識。他們認為文化不應該由受過高等教育的白人精英壟斷，貼近勞工階級的通俗文化同樣值得重視。所以威廉斯才提出他著名的「文化即生活方式」的定義，大大擴展了文化的內涵。隨後霍爾領導下的伯明罕文化研究中心進一步對階級分析的視角做出補充，發展了立足於少數族裔和女權主義立場的批判性研究。然而在階級政治式微，商業大眾文化極為興盛的美國語境下，學者們大多摒棄了法蘭克福學派從馬克思主義視角對文化工業的批判，以承認商業化的正當性與合法性為討論的起點。比如以約翰·費斯克所代表的媒介文化研究，強調文本的開放多義以及閱聽人的主觀能動性，在商業流行文化中尋找解放的潛能。參照這兩股源流，我們不難發現，當霍爾進入中國學者的視野時，他的思想已經經過了美國學界的選擇性過濾，而過濾的結果又恰恰契合中國社會在八十年代末九十年代初的政治及文化語境。在「發展是硬道理」代替「階級鬥爭為綱」，在媒介產業的運作全面進入商業化和市場化的節點上，中國的文化研究學者對霍爾關於政治經濟結構與意識形態關係的論述興趣闕如，而把焦點集中在他側重文本分析的表徵（representation）理論，及注重閱聽人闡釋能力的「編碼－解碼」說（encoding-decoding），也似乎順理成章。

所幸，對霍爾的片面接受並不意味著馬克思主義文化與媒介研究在中國的徹底缺席。以趙月枝、呂新雨、戴錦華等為代表的一批左翼學者，儘管未必援引霍爾，但堅持階級視角及政治經濟分析對於解讀文化現象的重要性。呂新雨對「新紀錄運動」的考察，從一開始就既包含對紀錄片內容的解讀，

也關注紀錄片的生產機制，這兩方面的問題共同指向對媒介市場化帶來底層民眾缺位元和失語的批判（Lü & Zhao, 2010）。這呼應了霍爾所宣導的，文化研究應當立足於辨識普通民眾的主體性：「沉默的大多數確實在思考，如果他們不發言，那可能是因為我們禁錮了他們的聲音，剝奪了他們言說的手段，而不是因為他們無話可說」（p.140）。呂新雨將王兵的【鐵西區】置於當代政治經濟大背景下的闡釋，更是借助馬克思主義哲學家盧卡奇關於歷史與階級意識的論述，從這部不動聲色的紀錄片裡，讀出中國工人階級命運起伏的驚濤駭浪（Lü, 2005）。類似的，戴錦華多年來對中國電影的跟蹤評論，在細讀鏡頭、機位、構圖、剪接等電影語言的同時，也始終著眼於勾連電影文本與產業結構乃至更加宏觀的社會、政治、經濟語境。比如她分析電影【鋼的琴】，並沒有停留在敘事手法和美學風格，而是將影片中下崗工人在廢棄的廠房裡合力打造鋼的琴，看作對資本主義邏輯的拒絕和對擺脫異化的社會主義生產方式的頌揚。電影結尾鋼琴的製造者們成為演奏者，向我們展示著一種『另類價值』和『另類可能性』…如果不能認同昔日革命的形態、昔日的社會主義是社會主義，那麼我們需要想像，需要去建構，哪怕從烏托邦開始，從願景中去」²。烏托邦的敘事源於對現實的不滿，引導對未來的想像。文本和話語不僅僅來自實踐，更有可能影響和改變行動，從而變成「實體性力量」（material force）。然而，正如趙月枝所言，關於中國的媒介與傳播研究（包括中國和非中國學者）始終有很強的「階級偏見和都市－沿海傾向」（Zhao, 2010, pp. 546-548）。市場化的媒體服務於有購買能力的都市中產階級，工人、農民變成了被遺忘的人群，成了大眾媒體中被表現的「他者」，而不再是主體性的存在（Lü & Zhao, 2010, p. 11）。階級話語讓位於「弱勢群體」、「草根」之類的去政治化標籤，而後者有限的批判力量往往被商業邏輯輕而易舉地消解，成為中產階級消費與憐憫的對象（參見王洪喆，吳靖，2013）。在這種時候，一面重新審視霍爾及他所代表的馬克思主義文化研究，一面揚棄中國語境下陷入庸俗，僵化，或淪為政府宣傳工具的馬列主義教條，就格外重要。

²戴錦華在北京大學關於【鋼的琴】的演講，全文見：<http://www.douban.com/note/183477224/>

貳、意識形態、接合與中國夢

要想在當代中國的語境下啟動霍爾學術思想的政治維度，就需要闡明兩個相互關聯的核心概念——意識形態（ideology）與接合（articulation）。霍爾與馬克思主義最初的交鋒聚焦於意識形態問題。眾所周知，馬克思本人的畢生精力主要用於批判分析資本主義的政治經濟制度，對文化和意識形態問題著墨不多。馬克思在其著作中對意識形態的有限探討，也主要集中在資產階級思想體系如何維繫資本主義運作，並被工人階級內化為所謂的「虛假意識」（false consciousness），因此多帶有貶義。經典馬克思主義認為社會構成最終由經濟基礎決定，故而提出統治階級的思想就是統治思想。霍爾汲取葛蘭西、阿圖塞、以及拉克勞的思想遺產，大大擴充和深化了馬克思主義文化批判。他將意識形態的定義拓展為「不同階級和社會群體用來理解、定義和說明社會運作方式的思維框架，包括語言，概念，類別，圖景以及表徵系統」（Hall, 1986, p. 29）。這一定義可以從幾個方面闡發。首先，既然各階級都需要依靠語言和思想理念來發展認同，把握世界，那麼任何社會都存在意識形態體系的衝突和鬥爭，即便是統治階級意識形態的主導地位也並非一成不變地附著於經濟基礎，而是始終處於動態的演化之中，故而是「沒有保障的馬克思主義」（Hall, 1986）。其次，意识形态是一个多维度的意义系统，并不局限于对生产关系和政治制度的理解。日常生活中司空見慣的符碼、敘事、論述乃至認知框架都是意識形態的重要組成部分，而這些也正是文化研究的分析對象。再次，由符號和話語組成的意義系統和經濟結構之間有著密不可分的辯證關係，但又不是機械對應的。在這個問題上，霍爾一方面整合了話語理論，心理分析以及後結構主義的洞見，另一方面，他在 2012 年接受美國學者瑟·加利（Sut Jhally）的訪談時明確表示，對於文化研究的事業來說，比沉迷理論脫離實踐更具破壞性的是「在批判經濟還原論的道路上走得太遠，以至於完全忘記了經濟結構這回事」³！早年跟格羅斯伯格的對談中，霍爾也曾一針見血地指出「相對於向下還原的經濟決定論來說，完全專注於話語

³ 該訪談視頻可見：<http://vimeo.com/53879491>。

的分析方式是一種上行的還原論」(Grossberg, 1986, p. 57)。

那麼在這樣的分析框架下，經濟基礎與上層建築之間的關聯究竟如何建立又如何演化呢？回答這個問題就需要將注意力投向霍爾的另一個理論關鍵字：接合。霍爾對這一概念的闡述和運用借鑒了阿根廷裔政治理論家恩斯特·拉克勞。拉克勞在《馬克思主義理論中的政治與意識形態》一書中提出，意識形態的話語構成並不是既定的，不僅意識形態體系各部分之間並不具有天然聯繫，而且這些組成部分與社會關係尤其是階級結構也並非一一對應 (Slack, 1996, p. 119)。「一個階級領導權的確立，並不在於把統一的世界觀強加於全社會，而是通過把不同的願景以某種方式結合起來，從而消解它們之間的矛盾與對立」(Laclau, 1977, p. 161)。

對霍爾來說，文化研究的一個重要任務，就是考察這些並沒有必然聯繫的意識形態元素，在什麼樣的情況下，以什麼方式被接合成連貫的話語體系，又會在什麼樣的情況下被打散，從而無法言說。較之中國政治課本裡「社會存在決定社會意識」，「經濟基礎決定上層建築」之類的教條，接合理論追問的並不是主體怎樣以必然屬於他們的方式思想，而是一種意識形態如何發現它的主體，或者用阿圖塞的說法，就是通過「詢喚」使特定的主體意識得以確立。相對於馬克思著名的意識形態即「虛假意識」的論斷，霍爾並不認為這個概念天然帶有貶義，反倒有賦權 (empowering) 的一面，因為意識形態可以幫助人們解讀自身的歷史境遇，而這種解讀並不能簡單歸結於他們的社會經濟地位 (Grossberg, 1986, p. 53)。因而在實際政治鬥爭中，意識形態不是需要被打碎的幻象，而是如葛蘭西所言，爭奪領導權的重要陣地。

霍爾利用意識形態與接合理論做的最經典的分析，自然非「柴契爾主義」莫屬。他在與瑟·加利的對談中回顧自己的學術生涯時，不無自豪的說，那些執迷於量化分析統計模型的社會學家們，沒有一個能在柴契爾當選之前，就預言她一手打造的「威權民粹主義」(authoritarian populism) 將從此對英國政治產生決定性影響。從與同事合著的《監管危機》(Hall, Critcher, Jefferson, Clarke, & Roberts, 1978) 中對七十年代初期英國政治和社會局勢

(conjunction)的分析，到1979年初⁴發表的《偉大的右行表演》(Hall, 1979)中明確使用「柴契爾主義」，霍爾辨識出今天被稱為「新自由主義」意識形態的主要成分：政治上的威權主義，經濟上推崇完全放任的自由市場，社會政策方面削減福利和公共開支。柴契爾一方面說「根本就沒有社會這回事」(there is no such thing as society)，另一方面用「國家」，「人民」之類的民粹色彩語彙代替「階級」和「工會」從而成功地感召各階層選民。這似乎完全印證了拉克勞的觀點，確立階級領導權，就是要把不同世界觀之間的矛盾消解之後再接合起來。

反觀當代中國，矛盾和反諷俯拾即是：共產黨領導下的資本主義經濟，從無產階級先鋒隊搖身一變為官僚資本家的黨內精英，社會保障體系全面潰散，貧富分化日益加劇的社會主義國家，名義上是國家主人實際卻淪入「底層」成為「弱勢群體」的工農階級。對政權而言，如何在這樣的語境下維繫意識形態的領導權，是一個巨大的挑戰。從「白貓黑貓」說，到「三個代表」，從「和諧社會」到「中國夢」，中共幾代領導人試圖用去政治化的言說方式，雜糅民族主義（比如中華民族的偉大復興）和發展主義（比如科學發展觀），既規避政治經濟結構的諸多矛盾，又為自身的合法性找到依據。然而正如霍爾、葛蘭西等西方馬克思主義學者所言，意識形態的領導權並不天然地屬於統治階級。作為當代社會最重要的文化生產機構，市場化後的中國媒體早已不是政權的傳聲筒，而是在相當程度上臣服於資本的邏輯。商業化媒體既得益於市場經濟體系，又對政府管控多有不滿，因而接合出一套國家＝專制＝踐踏人權，市場＝自由＝解放個體的二元話語體系，卻「順便」忽略了市場與國家在中國語境下的相互依附（汪暉，2006；Zhao, 2000, 2003）。在這套帶有市場原教旨主義色彩的話語體系中，效率優先於公平，競爭優先於合作，私有產權優先於公共性，財富等於成功，消費即是參與，正與美國所代表的全球資本主義價值體系全面接軌。可以說，從真人秀的「夢想敘事」，到「雙十一」的全民狂歡；從龐麥郎的滑板鞋，到屌絲殺馬特之類的網路新詞彙⁵，當代中國很多文化現象都需要放在中國夢和美國夢既對立又重疊的動

⁴ 柴契爾是年五月就任英國首相。

⁵ 這裡要感謝我的兩位博士生王子豔和黃炎寧，他們對中國當代文化現象的批判審視

態關係中去解讀。

參、結語：從文化政治到想像另一種可能的生活

如果霍爾宣導的文化研究僅僅停留在文本層面的批判，那他還不會被冠以「活動家」的頭銜，也不會成為三十年來英國左翼政治的關鍵代言人（羅世宏，2014）。在 1960 年發表的一篇〈查泰萊夫人的情人〉評論開頭，霍爾這樣寫道：我們的生活是被我們的同情心流動和收縮的方式決定的。很大程度上，這句話可以也概括了霍爾自己的思想和立場（Ali, 2014）。從早年抗議核武器擴散到主編《新左翼評論》，從創立伯明罕文化研究中心到通過開放大學（Open University）課程教育民眾，從解剖柴契爾的威權民粹主義到尖銳批評新工黨的向右轉，從支持 2003 年反伊拉克戰爭遊行到 2012 年分析倫敦東區騷亂的政治根源，霍爾的政治介入立場始終清晰如一。他的批判鋒芒直指政治、經濟、社會、文化各領域的壓迫與不公，他的同情心流向邊緣和弱勢，流向被迫失語的大多數。

在這樣的政治導向下，文化不是錦上添花的裝飾品，而是鬥爭和衝突的重要場域，亦是催生進步力量的希望所在。正如 Chen（1991）所言，當代社會的權力運作早已不僅是自上而下的強壓，而往往通過自下而上的建構方式滲透於無形。故而文化政治既不單純是民眾的自發實踐，也不是資本主義的簡單操控，而是介於二者之間，無時無處不在的活躍鬥爭。霍爾繼承葛蘭西和阿圖塞的觀點，認為政治經濟結構雖然為意識形態設定重要的界限和參數，但並不能預先決定文化政治的鬥爭軌跡和結果，所以新的話語空間，進步的社會想像仍有可能出現。這就是葛蘭西的名言，「思想上的悲觀主義，意志上的樂觀主義」的涵義所在。2012 年霍爾接受《衛報》採訪時再次重申這個觀點，儘管此時年逾八旬的他承認自己對政治局勢的評估比從前更加悲觀：「別欺騙自己。先對當下的時局做出分析，然後再做意志上的樂觀主義者，堅信事情可以是另一番面貌。但別以樂觀的意志作為出發點，那就成了

對我多有啟發。

烏托邦的幻想」(Williams, 2012)。

中國社會的種種，似乎也有足夠的理由讓人陷入悲觀主義的論調。在政權的壓制和資本邏輯的禁錮下苟且偷生的中國媒體，乃至更廣義的文化生產機構，究竟是否可能提供進步的話語空間，容納批判的反思？如果答案是肯定的，那麼文化研究學者應該如何參與激發並擴展這樣的可能？如果答案是否定的，那我們又應該如何在現存體系之外開拓新的話語空間，接合新的世界圖景，創造對另一種可能生活的想像？畢竟，「文化政治是產生理念的過程，並通過踐行新的理念或更新舊的理念，修改舊的政治路徑，創造新的社會力量」(汪暉，2014)。一個更好的社會，始於進步的文化政治。

參考書目

- 王洪喆、吳靖(2013)。〈「春天裡」的故事—從草根吶喊到媒體狂歡〉，《新聞春秋》，3: 33-41。
- 汪暉(2006)。〈「去政治化的政治」與大眾傳媒的公共性〉，《甘肅社會科學》，4: 235-248。
- 汪暉(2015)。〈當代中國歷史劇變中的台灣問題〉，《文化縱橫》，1。取自 http://www.21ccom.net/articles/tgzc/20150130119762_all.html
- 羅世宏(2014)。〈新左派公共知識份子與批判思想遺產〉，《傳播研究與實踐》，4(2): 243-251。
- Ali, T. (2014). Stuart Hall's message to those who want change: Think, debate – and get off your backside. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/feb/10/stuart-hall-radical-thinker-thatcherism>.
- Chen, K.-H. (1991). Post-Marxism: Between/beyond critical postmodernism and cultural studies. *Media, Culture & Society*, 13(1), 35-51.
- Chen, K.-H. (1996). Cultural studies and the politics of internationalization: An interview with Stuart Hall. In D. Morley & K.-H. Chen (Eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies* (pp. 392-408). New York, NY: Routledge.
- Grossberg, L. (1986). On postmodernism and articulation: An interview with Stuart Hall. *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 45-60.
- Hall, S. (1979). The great moving right show. *Marxism Today*(Jan.), 14-20.
- Hall, S. (1986). The problem of ideology: Marxism without guarantees. *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 28-44.
- Hall, S. (1992). Cultural studies and its theoretical legacies. In L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (Eds.), *Cultural studies* (pp. 277-286). London, UK: Routledge.

- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state and law & order*. London, UK: Macmillian.
- Laclau, E. (1977). *Politics and ideology in Marxist theory*. London, UK: New Left Books.
- Lü, X. (2005). Ruins of the future: Class and history in Wang bing's Tiexi District. *New Left Review*, 31(1), 125-136.
- Lü, X., & Zhao, Y. (2010). Chinese modernity, media, and democracy: An interview with lu xinyu. *Global Media and Communication*, 6(1), 5-32.
- Morley, D., & Schwarz, B. (2014). Stuart Hall obituary. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/politics/2014/feb/10/stuart-hall>.
- Slack, J. D. (1996). The theory and method of articulation in cultural studies. In D. Morley & K.-H. Chen (Eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies* (pp. 112-130). New York, NY: Routledge.
- Williams, Z. (2012). The Saturday interview: Stuart Hall. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/theguardian/2012/feb/11/saturday-interview-stuart-hall>
- Zhao, Y. (2000). From commercialization to conglomeration: The transformation of the chinese press within the orbit of the party state. *Journal of Communication*, 50(2), 3-26.
- Zhao, Y. (2003). Transnational capital, the chinese state, and china's communication industries in a fractured society. *Javnost: The Public*, 10(4), 53-74.
- Zhao, Y. (2010). For a critical study of communication and China: Challenges and opportunities. *International Journal of Communication*, 4, 544-551.

本文引用格式

孟冰純 (2015)。〈「沒有保障的馬克思主義」：霍爾對當代中國文化研究的啟示〉，《傳播、文化與政治》，1: 167-178。

《數位時代的閱聽人商品》短評

蕭肇君*

書 名： *The Audience Commodity in a Digital Age*
作 者： Lee McGuigan 與 Vincent Manzerolle 主編
出版日期： 2014 年 2 月
出 版 社： Peter Lang Publishing

資通傳科技發展日新月異，媒體地景的變化亦令人目不暇給。自美國政府全面解除網際網路的商用限制起算，在短短不到廿年間，網際網路在全世界的覆蓋率已達 40.4%，使用網際網路的人口亦逾 30 億人之數 (International Telecommunication Union, 2014)。影響所及，不僅電信業的話務營收備受威脅，廣電業向所倚賴的廣告收益也日見窘迫，乃至於電子商務興起、巨量資料的應用前景可期，特別是個人化的行動載具當道、社群媒體風行，以資通傳科技為中介、整合生產、流通及消費的無阻力資本主義 (frictionless capitalism) 彷彿就差臨門一腳。正是人類文明大步朝速度更快、涵蓋更廣、更安全、更創新、更節能、更平等... 的資訊社會前進之際，重新思索「閱聽人商品」這個誕生自類比時代的概念，不會略顯過時嗎？對此，《數位時代的閱聽人商品》論集中的眾多作者們，顯然不能同意，還要對人類生活空間益受商品化 (commodification) 威脅的處境，放大抗議聲量、尋求改變契機。

時間回到二十世紀七〇年代末期，正值歐美經濟飽受石油危機衝擊，而新自由主義 (neo-liberalism) 即將由柴契爾 (Margaret Thatcher) 及雷根 (Ronald

投稿日期：2015 年 1 月 8 日；通過日期：2015 年 3 月 10 日。

* 作者目前為政大傳院博士班候選人、里茲大學博士班候選人、國家通訊傳播委員會科員，e-mail: ray84421@ms17.hinet.net。

Reagan) 聯手在大西洋兩岸催生前夕，有感於西方馬克思主義者 (Western Marxism) 自陷於觀念論的叢林 (jungle of idealism) 而少對傳播進行有意義的經濟分析，加拿大學人史麥塞 (Dallas Smythe) 以壟斷資本主義 (monopoly capitalism) 的歷史階段為前提，提出了「閱聽人商品」的構念以補充此一分析的空白 (Smythe, 2014)。¹ 他先是參照了馬克思 (Karl Marx) 對「工作日」 (working day) 的分析，主張工時縮短未便可視為是勞動者自由時間的增加，反而是，在當代由廣電業、廣告主及閱聽人構成的「隱形三角」 (invisible triangle) 中，資本日益仰賴刊載廣告的廣電媒介進行需求及意識形態控制以克服自身的危機，而廣告主向廣電業購買由渠所「生產」之閱聽人以完成大眾消費財貨及勞務的大眾行銷以滿足壟斷資本體制所需之際，人們進行非商業化活動 (non-commercial activities) 以生產暨再生產其勞動力的空間也益受限縮，並從而產生了異化。

史麥塞以美國社會發展軌跡所發展的「閱聽人商品」論述一出，吹皺一池春水，從由引發的「盲點論戰」 (blind-spot debate)，甚至可說持續至今。回顧文獻，討論的方向大致有幾：(一) 對於資通傳科技與社會的發展，如何從物質基礎的角度理解；(二) 承上，資本主義是否歷經了典範轉移 (paradigm shift)；(三) 復承上，如何促成行動，改變此一由資本打造而未必令人滿意的現況。

壹、補足傳播的下層結構分析－對於商品的求索

亟欲對傳播的下層結構補足分析的論戰中，最讓人印象深刻的，莫非是在當代媒介體制 (media complex) 中對於商品的求索。舉凡傳播科技、訊息、閱聽人、收視時間 (Jhally, 2014)、收視調查 (Meehan, 2014)，乃至於數位化環境下的「產製消費者」 (Prosumer; Fuchs, 2010)、個人資料 (Pridmore &

¹ Smythe, D. W. (2014). Blindspot of western Marxism. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 29-54). New York, NY: Peter Lang Publishing.

Trottier, 2014)、資訊呈現的型態 (Andrejevic, 2014) …等，均曾陸續被指認為是可茲交易的「商品」。部分論者甚至更援引馬克思的勞動理論 (theory of labor)，對非專業的媒介使用者進行「價值增殖」(valorization) 的考察，從而分析資本對剩餘價值 (surplus value) 佔有的型態。適逢柏林圍牆將垮、蘇聯倒台前夕，印籍美國學人加力 (Sut Jhally) 在《廣告的符碼：拜物教與意義的政治經濟學》(馮建三，1992b) 一書中，還將電視收視類比為薪資勞動 (wage labor)。藉由將節目收視定義為薪資、廣告收視定義為勞動，他認為，製作節目成本及廣告營收之差額即為被佔取的剩餘。乃至於此後廿年間，世局變化，隨著新自由主義乘著全球化 (globalization) 的浪潮攻城掠地，各民族國家爭相向下沈淪 (race to the bottom) 的結果，使得不安定勞動 (precarious work) 日益普遍，適逢全球金融風暴醞釀震盪，學人如奧籍學人福克斯 (Christian Fuchs) 等亦從閱聽人商品得到啟發，將「剝削」(exploitation) 的研究視角延伸至已日益發展的網際網路，並將之視為資本獲取剩餘價值的新場域。則不論是網友無償勞動 (free labor) 產製的內容 (user generated content)，或是他們在網路上留下、關於自己而得讓售廣告主的吉光片羽，在他看來，也成為當代資本得以進行積累 (accumulation of capital) 的泉源。這樣的觀點，也就在「知識經濟」(knowledge economy)、「注意力經濟」(attention economy)、「資訊型資本主義」(informational capitalism) 的推波助瀾下，帶動起近年來所謂的「數位勞動論戰」(digital labor debate)。

將前揭理論套用於現實，大概仍有相當的吸引力－廣告形式管制日漸鬆綁下，打開電視，縱為分眾觀賞，舉目所見，仍然是撲天蓋地的置入性行銷 (product placement)，節目及廣告界線的混淆，莫非是廣電業者降低給付、強化閱聽眾勞動強度的暗渡陳倉之舉 (Jhally & Livant, 2014)？即便登入網路，社交電視 (social TV) 是否可能取代傳統電視，成為廣告主的最愛 (Napoli, 2014)？乃至於新的「免費午餐」(free lunch) 取代「節目」出現，作為新資訊中介者 (intermediaries) 的谷歌 (Google) 或百度 (Baidu)、臉書 (Facebook)

或微博 (Weibo) 是否誠實無欺？在其看似中立的訊息呈現中，是否包藏廣告主精心設計的資訊？而在諱莫如深的演算法 (algorithm) 背後，究竟又將使用者個人行為及隱私以何種尺度進行何種蒐集 (Pridmore & Trotter, 2014)，又提供廣告主或國家進行何種運用 (Lee, 2014)？紛至沓來的問題，如何不值得關切？

貳、以傳播定義資本主義的典範－洞見或是誤解？

不可否認，前揭分析，對我們理解當代傳播科技與社會的辯證性發展，有其貢獻。然而，當學門中分析者益著迷於資通傳科技的最新進展（比如對行動科技的分析，見 Manzerolle[2014]），並亟欲以此來為資本主義定性，甚或提出「傳播資本主義」（communicative capitalism）來主張「消費者線上社群」（consumer online community）對專業行銷（Marketing）「價值創造」的遮蔽效果（Zwick & Bradshaw, 2014），就正統馬克思經濟分析的角度視之，諸般對於閱聽人勞動的論述若非錯誤，至少並不精確（Comor, 2014）。從此角度視之，由於欠缺對馬克思勞動價值理論的全盤理解（holistic understanding），對於資本主義中「價值創造」的遮蔽效果，實無異於其他拜物教。一如史麥塞自己也同意，馬克思傾向否定產銷過程中間人（middle man）的生產性（productivity），正統馬克思經濟分析亦不認為廣告及行銷具有理論意義上的生產性，而仰賴廣告挹注的傳播部門，在一社會內，亦僅就社會全體產生的剩餘價值就其職能進行佔有（appropriation），乃至於分析者將閱聽眾、消費者視為是「剝削」而汲取剩餘價值的來源，更是混淆了生產與再生產（reproduction）的分際。具體而言，不論是「盲點論戰」對商品的求索，甚或是「數位勞動論戰」對非專業媒介使用者「勞動」的分析，縱然分析的具體對象有異，但對正統馬克思經濟分析而言，相似的是一論述都是從現實中實存的「交易」回推「商品」的存在，再攀附《資本論》（*The Capital*）第一卷對商品的分析，從廠商的收益（revenue）先驗假定「剝削」的存在，再方便地將新舊不同媒介的使用者視為勞動的主體。倘使此類推論成立，則廣

電業的「閱聽人商品」，竟置專業內容產製者於何地？而「閱聽人數位勞動」又復將資通傳軟硬體公司中工程師及技工的勞動成果視作何物？此且不及，遑論從資本循環的總體角度，為個別的具體勞動定性，或就部門性質，進行適切分析，乃至於超越貨幣現象對人類生存處境的欺騙作用而獲得啟蒙？

從此觀之，以當代傳播科技的進展論斷資本主義的典範轉移，可能無意間反蹈了科技決定論（*technological determinism*）的陷阱。然而，這並不代表研究者不能從正統馬克思經濟分析的角度，重新理解資本主義下傳播部門與社會的發展。具體而言，當貨幣資本家就其貸予產業資本家之貨幣並就未來可能產出的剩餘以「利息」（*interest*）之名義進行佔有、當土地所有者就其提供產業資本家運用土地並就未來可能產出的剩餘以「地租」（*rent*）之名義進行佔有、當商業資本就其促進商品流通的職能對未來可能實現的剩餘進行佔有，廣告業以及僅僅仰賴廣告之媒介，亦就其協助資本循環的職能對未來可能實現的剩餘進行佔有；各種佔有固有以貨幣型態為表現的收益、就其所運用的人力及物力有類似於產業資本的耗用，但其關係未必須以生產性勞動的「剝削」名之。而傳播科技發展對資本主義中社會關係的影響，自然值得持續研究－這當然也可以是本論文集的啟發。

參、如何促成行動，改變此一由資本打造而未必令人滿意的現況？

從正統馬克思經濟分析角度為傳播部門下層結構定性的嘗試，目前已有了一些，雖然也有從「虛擬資本」（*fictional capital*）切入的嘗試（Chen, 2003），但更值得注意的，毋寧是將廣告收益確認為是資本主義體系中的某種「租」的論證（蕭肇君，2006；Caraway, 2011）。面對這樣的說法，甚至連加力本人也同意，自己對馬克思專有名詞的挪用，實不具原初經濟分析的嚴謹（Jhally, 2014）。就此意義而言，擔憂廣告對兒少的不當影響（Melody, 2014），未必需扣連至對於童工的分析。然而，縱然從「閱聽人商品」及「數位閱聽人勞

動」的論戰中澄清了媒介廣告收益為租的性質，此類「租」的形成及運作型態，仍然值得研究者進行分析與考掘，比如—美國商業收音機廣播及電視電台的廣告收益，或係依電台所在地閱聽眾收入水準向廣告主收租（Arriaga, 1984），至台灣報紙的廣告收益，或係依廣告所在版面、印出大小等空間邏輯向廣告主收租（蕭肇君，2006）。儘管如此，一如馬克思對資本主義體系的洞見，並不止於經濟分析，同時也包含對意識形態的批判認識，如何避免分析因某種決定論（determinism）而落入教條，研究者自應引以為鑑，而這正是梅鐸在「盲點論戰」中強調（Murdock, 2014b）、而亦為「數位閱聽人勞動」倡導者福克斯所同意的（Fuchs, 2014）。

對此，在參與論戰的多年後，梅鐸也從英美兩地媒介發展的不同歷程，重新思考當年對話的基礎，並對二十世紀八〇年代以降、英國公共廣電體制益向美國商業廣電體制靠攏的趨勢，提出批判（Murdock, 2014c）。如梅鐸所言，史麥塞於 FCC 首席經濟學家任內，縱然苦心協助出版了名為《廣電持照者公共服務社會責任》（*Public service responsibility of the broadcast licensees*）的政策文件，這份暱稱為「藍皮書」（blue book）的大政方針，卻不敵商業力量的遊說，乃至於戰後麥卡錫主義（McCarthyism）高張，史麥塞公職生涯斷難再續，惟他力挽狂瀾，以學者之姿鼓吹設立教育電台、抨擊節目廣告不分、針砭商業電台拋棄公共責任，但英國公共廣電「擴展視野、挑戰思考」的原則，卻遺憾地仍未可成為美國商業化廣電體系的指南，反而，在英國保守黨引導下，以執照費為物質基礎的英國廣播協會（British Broadcasting Corporation, BBC）及公共廣電體制日受削弱。

而當通傳科技不斷進展，整體環境卻益受商業邏輯牽動，為民主之存續、民權之發揚，如何守護並創造公共財（Commons）、如何抑制商業力量對人類生活空間的宰制，梅鐸的倡議（Murdock, 2014a），既呼應了威廉士在《電視：科技與文化形式》中對科技應用意圖（intention）的提醒（*Television: Technology and cultural form*）（馮建三，1992a），更應當是當前全世界所有批判心靈的關切。史麥塞其人典型在夙昔（Mosco, 2014），但見編者之一對本論集的引介，洋洋灑灑，亦無非是對數位傳播環境的批判研究之集結（McGuigan, 2014），則面對一個日益被貿易及投資協定夷平的世界（leveled

world)，面對批判學術益受政商勢力所威脅（Fuchs, 2014），我們能做什麼？面對貧富階層之間日益拉大的鴻溝與差距，後進國的台灣能做些什麼？且讓我們從閱讀並辯論本書開始。

參考書目

- 馮建三譯（1992a）。《電視：科技與文化形式》，台北：遠流。（原書 Williams, R. [1974]. *Television: Technology and cultural form*. London, UK: Fontana）
- 馮建三譯（1992b）。《廣告的符碼》，台北：遠流。（原書 Jhally, S. [1987]. *The code of advertising: Fetishism and the political economy of meaning in the consumer society*. New York, NY: St. Martin's Press）
- 蕭肇君（2006）。《論媒體勞動：閱聽人、記者與記者後備軍》。政治大學新聞所碩士論文。
- Andrejevic, M. (2014). "Free lunch" in the digital era: Organization is the new content. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 193-206). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Arriaga, P.(1984). On advertising: A Marxist critique. *Media Culture and Society*, 6, 53-64.
- Caraway, B. (2011). Audience labour in the new media environment: A Marxism revisiting of the audience commodity. *Media, Culture, and society*, 33(5), 693-708
- Chen, C. H. (2003, May). *Is the audience really commodity? – An overdetermined Marxist perspective of television economy*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Diego, CA.
- Comer, E. (2014). Value, the audience commodity, and digital presumption: A plea for precision. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 245-266). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Fuchs, C. (2010). Labour in informational capitalism and on the internet. *The information society*, 26, 179-96.
- Fuchs, C. (2014). Dallas Smythe reloaded: Critical media and communication studies today. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 23-28). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- International Telecommunication Union. (2014). *Measuring the information society report 2014*. Retrieved from http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/Publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf

- Jhally, S., & Livant, B. (2014). Watching as working: The valorization of audience consciousness. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 91-114). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Jhally, S. (2014). Introduction to "Watching as working". In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 85-90). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Lee, M. (2014). From google to guge: The political economy of a search engine. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 175-192). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Manzerolle, V. (2014). Technologies of immediacy/ economics of attention: Notes on the commercial development of mobile media and wireless connectivity. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 207-228). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- McGuigan, L. (2014). After broadcast, what? An introduction to the legacy of Dallas Smythe. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 1-22). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Meeham, E. R. (2014). Ratings and the institutional approach: a third answer to the commodity question. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 75-84). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Melody, W. H. (2014). Audience, commodities and market relations: An introduction to the audience commodity thesis. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 23-28). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Mosco, V. (2014). Forward. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. xi-xv). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Murdock, G. (2014a). Introduction to the blindspot revisited. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 229-244). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Murdock, G. (2014b). Blindspots about western Marxism: A reply to Dallas Smythe. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 59-70). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Murdock, G. (2014c). Commodities and commons. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 229-244). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Napoli, P. M. (2014). The institutionally effective audience in flux: Social media and the reassessment of the audience commodity. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 115-134). New York, NY: Peter Lang Publishing.

- Pridmore, J., & Trottier, D. (2014). Extending the audience: Social media marketing, technologies and the construction of markets. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 135-156). New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Smythe, D. W. (2014). Blindspot of western Marxism. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 29-54). New York, NY: Peter Lang Publishing..
- Zwick, D., & Bradshaw, A. (2014). Capital's new commons: consumer communities, marketing and the work of the audience in communicative capitalism. In L. McGuigan & V. Manzerolle (Eds.), *The audience commodity in a digital age* (pp. 157-174). New York, NY: Peter Lang Publishing.

本文引用格式

蕭肇君 (2015)。〈《數位時代的閱聽人商品》短評〉，《傳播、文化與政治》，1: 179-187。

· 傳播文化與政治 · 第一期
2015年6月

記者怎麼了？ 從「場域」概念檢視政治記者的新聞實作 評介黃順星《記者的重量》

江淑琳*

書 名：記者的重量－台灣政治新聞記者的想像與實作
作 者：黃順星
出版日期：2013 年 11 月
出 版 社：巨流

「好記者的標準是甚麼？」、「記者該扮演甚麼角色？」已經成為學界、實務界以及一般社會大眾心中止不住的疑問。2012 年美國 HBO 播出影集《The News Room》（中譯片名「新聞急先鋒」），描述新聞台徘徊於商業考量與媒體第四權角色之間的掙扎，寫實的新聞產製過程，受到不少觀眾青睞，究其因，在於最後新聞倫理與記者操守勝出，符合觀眾心目中期待的好記者角色。

但影集終歸是虛構，要求真實世界中的機構記者（個人）具有足夠力量與媒體機構或政治、經濟等大環境（結構）抗衡，在兼顧記者作為一項志業的道德驅使、以及記者作為一項職業的專業與生存需求下，符合公眾對於記者的期待，恐怕很難如願，於是，記者的身影日漸羸弱，新聞路上的腳步卻

投稿日期：2014 年 7 月 25 日；通過日期：2014 年 9 月 2 日。

* 作者江淑琳為文化大學新聞學系助理教授，e-mail: cshulin@googlemail.com。

難以輕盈。

黃順星博士改寫自博士論文、獲得 2011 年「曾虛白先生新聞學術著作獎」的著作《記者的重量：台灣政治新聞記者的想像與實作 1980-2005》，正是透過歷史資料與深度訪談政治記者，勾勒出大的政治社會環境與報社報導方向之互動，同時爬梳政治記者作為個體在社會環境與報社組織變遷中的選擇。雖然作者並未明言，但從論述過程可以窺見作者期待從研究中找回過去記者所扮演的公共知識份子角色，並希望對現今的新聞媒體與記者有所啟發。

在上述隱而未彰的期待下，作者於第一章〈緒論〉先討論記者的極端角色：被視為社會亂源或英雄。繼而討論媒介組織在不同社會政治經濟結構中的典範或模式。作者從新聞產業在不同時期被賦予的期待及角色談起，意在指出結構（巨觀的社會結構、中層的報社結構）與個人（記者）之間的關係，然作者認為從結構的決定論或是個人的能動性出發，均無法完整回答本論文的問題意識--「知識份子的時代意義」（本書，頁 45），因此以 Bourdieu 的「場域」（field）概念，從結合「場域」與「慣習」（habitus）的記者實作（practice）入手，融入「世代」（generation）分析，以「化解結構與行動的二元論，強調實作的二元性」（本書，頁 29-30），論述本書所界定的 20 餘年間新聞場域之變化，並檢視該變化對政治記者此一新聞生產過程中的主要行動者所產生之影響（本書，頁 11）。

由於本書改寫自博士論文，延續博士論文的架構，第二章〈記者的回歸〉提供作者分析實證資料的理論角度，以及資料收集與分析方法。理論上，作者借用 Bourdieu 的場域概念，提出本書的問題意識：新聞作為次場域如何萌生？新聞次場域與主要權力場域的關係及影響為何？新聞次場域中，不同世代的記者之慣習為何？資料收集與分析上，透過對政治記者的訪談，收集不同世代政治記者的實作經驗，從新聞實作的角度去反省並思考，「何以在威權政體下，面對直接的身體暴力陰影下，仍有記者願意以屈筆或匿名方式投書發生，如今人身自由的威脅不再，為何記者的身影反倒日益模糊？」（本書，頁 40）事實上，作者心心念念想問的是：「同樣處在龐大的經濟利益誘惑中，為何 1980 年代初期的報業仍能試圖爭取有限的自主空間，如今報業

卻深陷市場的緊箍咒而無法自拔？」(同上)。作者在本書第六、七章所援引的不同世代記者之訪談資料中，試圖提供解答。

作者企圖從結構與個人的互動，或是權力場域、新聞次場域、新聞記者三者的互動，來分析政治記者的角色與重要性，隱約透露出作者殷殷期待記者扮演知識份子的角色，這樣的期待在第三章〈知識份子的圖像〉中帶出。作者期待記者同時也是(公共)知識份子，那麼，(公共)知識份子的定義又為何？如何隨時代轉變？作者從理論出發，完整地整理了知識份子意涵變遷的相關文獻，分析社會學對「知識份子」於不同時代所指稱的對象與定義，帶出早期中國報業記者自詡為知識份子所扮演的角色，及至知識份子轉向為文化仲介，成為知識的勞動者，專業主義出線，傳統知識份子的角色轉為提供解釋的專家，知識份子與專家兩相對照，藉此論述社會條件與生存條件對知識份子圖像的轉移之影響。

當知識份子入世為日常生活提供解答時，專業角色便受到關注，作者於是繼續從專業性的各種角度出發，以跨時及跨領域的方式討論專業的意涵，並試圖結合專業主義與文人記者的理想性。第四章〈專業化的文人〉即展現出作者結合的企圖，作者指出，隨著社會變遷，知識份子從「不關切世俗性的實際問題」，轉變為扮演「日常生活問題的解答」的專家(頁95)。當記者成為提供日常生活解答的專家時，新聞報業的專業主義為何？作者並未直接回答問題，而是透過不同學者對新聞專業的討論，提供讀者「專業」以及「新聞專業」的定義。

前幾章提供本書的研究視野與分析概念之後，第五章〈台灣新聞場域的變遷〉進入以台灣作為個案研究的脈絡分析，本章也可單獨作為認識自1895年日本統治台灣起，至2000年之後香港《蘋果日報》進入台灣，一個世紀多以來的台灣報業發展史。作者使用第二章對場域的理論概念分析，以台灣的新聞場域為對象，帶領讀者進入本書核心的實證分析。作者提出了產生自日常觀察中而得的疑問：為什麼《自由時報》的形象，在讀者眼中無法成為像《聯合報》或旺旺集團接手前的《中國時報》的質報？進而縝密分析新聞場域的權力與再生產過程來回答該問題：新聞場域內的權力關係與場域再生產(包括新聞次場域中的經濟資本、政治資本到文化資本與象徵資本之間的

關係，以及這些不同資本如何造成新聞次場域的再生產）造成後起的報社即便擁有相同或類似的經濟資本，卻不一定會轉化為文化資本，成為被認可的大報或質報。

討論完台灣新聞場域的變遷與自主性之後，作者進一步再問：這是誰的自主性？顯然記者集體獲得自主地位，不代表個別記者就能自由表述意見，因此，本書的第六章與第七章回到記者身上，透過深度訪談，讓受訪的政治記者自我陳述對記者角色的認知，包括當時社會氛圍對記者的評價，以及受訪者如何一面棲身於媒體組織中，一面懷抱著自己對記者的角色想像。為回答本書的主要問題：知識份子的時代意義（本書，頁 45），作者將受訪對象分為新舊兩個世代，討論不同世代記者如何看待記者角色。在第六章〈新聞作為志業〉裡，作者從受訪者論述實作經驗中，整理不同世代記者的慣習，借用孔恩典範的轉移概念（頁 196-197），討論「文化流氓」、「書生報國」以及從「扒糞到介入」的記者角色。或許作者心中認為記者形象不應僅為上述三類，故而作者在訪談中也整理受訪者提及的記者典範，整理在「記者的樣板」小節中（本書，表 6-2，頁 193-195）。

相對於上一章分析將新聞作為志業，作者在第七章〈新聞作為職業〉中，勾勒在記者心中，新聞從「志業」轉為「職業」的過程。兩者最大的差別在於：當新聞被記者視為一種志業，不管薪水是否足夠，記者只為自己的理想奮鬥；當新聞記者被視為一種職業，在乎的是薪水多寡、採訪的技術或技巧。事實上，作者在書中還是不斷透露出對於一位好記者的期待（即具有傳統知識份子的理想），也希望記者將新聞作為志業而非僅是職業。無奈報禁解除之後，影響媒體內容的因素除政治意識形態之外，資本主義的獲利極大化要求，加上傳播科技快速發展，報社逐漸不將記者視為資產，而是生財工具，記者也難以將新聞工作視為志業。因而產生作者在本章結語時的感嘆：「知識份子的身影逐漸渺小，記者的重量日益削瘦，但對於勞動條件的體悟高於過去的老記者，但不知道這樣的轉變對台灣新聞界來說是幸還是不幸。」（本書，頁 235）。

第八章〈結論〉為本書總結，作者用更清晰的論述在書末直接指出現今記者的問題所在。作者質疑「報業本身不再是文人報業，以知識分子為參照

的角色扮演也日漸稀少。這樣的轉變有些甚麼意義？或者又反映甚麼？」(本書, 頁 241), 「當記者正要學習作一個專業記者之際, 又必須承受產業環境惡化, 勞動條件與社會評價逐漸衰退的過程。」(本書, 頁 244) 對許多受訪的記者而言, 新聞工作「早已不是充滿熱情的志業, 僅只是一份工作」(本書, 頁 244) 作者擔憂記者角色從知識分子轉變為訊息的解釋者, 不再具有公共知識份子的理想精神時, 記者的影響力與批判能力正在式微。

整體而言, 作者具備的政治、社會學以及大眾傳播之跨領域背景, 加上對新聞史的研究累積, 豐富了本書在概念論述上與分析視角上的完整與縝密, 作者不斷地與概念對話並試圖找出最適合於本研究的分析概念意涵與受訪對象, 全書瀟灑作者在學者身分之外對於台灣媒體的隱憂與期待, 使得本書不僅是一本學術著作, 也可作為當前新聞實務者的殷鑑。

本書的完整性毋需多議, 然作者目前僅以 1980 年到 2005 年的政治記者實作作為分析對象, 閱畢之餘仍意猶未盡, 期待作者延續時間與不同路線記者等面向, 延伸相關研究, 尤其對於經歷網際網路快速發展的世代, 記者不再具有壟斷資訊的身分, 新聞不再因版面限制而難以見報, 處於訊息與版面無限的年代, 當時間與版面不再主導新聞露出之後, 這個世代的記者, 如何看待新聞工作? 該去哪裡找典範、樣板? 社會期待又該如何期待他們? 或許以下幾點建議可以做為未來有機會進一步分析的方向。

首先, 就分析的期間而言, 本書所採訪的記者之工作時期為 1980 年到 2005 年, 主要是美麗島事件發生之後到作者寫作論文前的 26 年間。2000 年前後新聞網路化, 線上記者不論年資都要提供網路即時新聞給報社, 報社記者的採訪作息起了很大的變化, 多工現象越來越嚴重, 這已在本書中述及; 之後的媒體變化更為劇烈, 社交媒體如 Facebook 在 2004 年誕生、2008 年有了中文版之後, 新聞內容的傳遞更為即時, 加上平板手機成為風潮, 公眾取得資訊相對容易且多元, 媒體組織的記者角色不再具有傳統相較於一般公眾更容易取得消息的身分。新聞技術也連帶改變了傳統媒體組織記者的報導方式, 資料容易取得之後, 如何呈現資料又對傳統記者的身分帶來衝擊, 記者成為近似展場中的策展人 (curator)。此時, 記者的知識分子身分要如何定義? 記者要如何看待自己的角色?

其次，就分析的世代而言，新世代記者有甚麼樣的慣習，交疊在其對新聞的處理與對記者角色的認知上？如前所述，新世代的記者在處理新聞上已經不再受限於時間與空間的限制時，理應更有餘裕進行調查採訪或開發公共議題，但從本書作者的訪談發現，相較於舊世代記者，新世代記者似乎較不具有批判分析能力，處理新聞、但已不臧否時政，記者甚至被視為社會亂源之一，這也是值得深入研究的現象：這樣的媒體亂象究竟是記者或是媒體組織所造成。也就是說，是媒體組織自樂於資本主義市場經濟的經營原則而造成媒體亂象，抑或是記者本身也失去將新聞作為一種志業來經營，恐怕兩者之間有必要更深入探討。過去傳播理論在談新聞室控制時，同時也提到記者如何巧妙地規避新聞室控制，近年關於記者如何回應媒體組織的業配要求或置入性行銷，巧妙地避免與新聞倫理衝突之相關研究，也指出記者並非完全順從於媒體組織或失去新聞倫理，而是自有一套對抗的策略。

最後，就分析的記者路線而言，本書以政治記者為受訪對象，作者認為是「因為在政治新聞的領域中，所討論與關注的議題，其公共性質高過其他新聞類型，較能彰顯論文所欲探索的變遷現象。」（本書，頁 45）這樣的假設放在本書中的舊世代記者身上並無疑義，因為當時的社會政治環境較重視政治新聞與社會新聞，分析政治記者對於知識分子角色認知，足可作為思考記者角色的起點。不過，對新世代的記者而言，科技與科學不斷發展，風險社會中的公眾對相關議題的關心程度提高，科學與科技議題已漸成為報導中時常出現的公共議題；反之，政治新聞缺乏政策討論空間，記者採訪或流於報導政客口水，政治記者是否仍舊足以回答本研究提問，有待更新的研究填補。

本文引用格式

江淑琳（2015）。〈記者怎麼了？從「場域」概念檢視政治記者的新聞實作評介黃順星《記者的重量》〉，《傳播、文化與政治》，1: 189-194。

新瓶舊酒的宣傳家族：
文化冷戰、中央情報局與軟實力

戴瑜慧*

投稿日期：2015 年 1 月 27 日；通過日期：2015 年 3 月 17 日。

* 作者戴瑜慧為交通大學傳播與科技學系助理教授，e-mail: taiyuhui@nctu.edu.tw。

最有效的宣傳的定義：宣傳對象按照你所指定的方向走，而他卻以為這個方向是他自己選定的（Saunders, 2000／曹大鵬譯，2002，頁 5）。

軟實力是一種能夠影響他人喜好的能力（Nye, 2004, p.25）。

上述兩段引言對於何為「最有效的宣傳」有著相似的見解，認為最有效的宣傳是在對方沒有意識到的情形下影響對方做出你偏好的選擇。只是這兩段引言相差了半個世紀。前者出自 1940 年代末，美國冷戰時期主導宣傳戰的中央情報局；後者則是積極涉入政治的學者 Joseph Nye 在 1990 年代提出的「軟實力」。然而，兩相對照，竟清楚映現出看似隨著蘇聯一同陪葬，蒙入歷史塵埃的「冷戰宣傳」研究（Cold War Propaganda），其實以金蟬脫殼、借屍還魂的手法，換上 21 世紀的時髦外衣如「軟實力」（Soft Power）、「國家品牌」研究（Nation Branding）或是老調新談的「公共外交」研究（Public Diplomacy），繼續以舊酒新瓶之姿游走在東西方的權力菁英圈中（Power Elite）。

由此，要做上述當代的時髦研究，得戴上歷史的鏡片，重新回到那灰濛濛的冷戰年代，細細爬梳那昔日的間諜形象緣何與今日閃亮行銷各國的偶像團體，有著那麼千絲萬縷的關係。而自 1990 年代中就對「軟實力」研究愛不釋手的中國，在 21 世紀繼續發燒，產製了大量官方語言與學術語言分不清的「軟實力」研究文獻，並繼續投入衍生商品的生產，例如 2014 年 8 月中國商務印書館就在上海書展發布其「文化冷戰研究系列叢書」的首發儀式（應妮，2014 年 8 月 14 日）。

也因著與現實政治有強烈的延續性與對照性，過去關於冷戰的研究依舊歷久彌新。傳播政治經濟學者 Herbert Schiller 在 1969 年出版的《大眾傳播與美利堅帝國》（*Mass Communications and American Empire*），歷史性的分析戰後美國軍事工業複合體如何形成，如何介入掌控美國的傳播體系，並延伸到世界領域。若缺少對這段歷史的認識，我們無法理解當代全球傳媒體系的構成，也無法理解為何推動更平等、關注地區差異的國際傳播新秩序困難

重重。Schiller 出身於一次大戰後的 1919 年，經歷二次大戰以及戰後美國在德國的軍政府，在東西對峙的第一線見證了冷戰的形成、美國杜魯門總統的干涉主義與馬歇爾計畫對歐洲的介入。帝國的形成從來不是只有對外，與干涉主義並行的是在美國本土高張的反共主義與瘋狂獵巫的麥卡錫主義。在風聲鶴唳的年代，Schiller 的著作需要的不僅是嚴謹的研究能力，更需要堅毅的道德勇氣。也因為承受保守勢力的壓力，此書第一版找不到出版公司，而是以類似複印本的方式印刷，直至 1992 年再版。

新一代的研究者則因為冷戰歷史資料的陸續解密，得以繼往開來，進一步豐富對冷戰時期的研究，向世人揭開歷史的面紗。1966 年出身的英國電視節目製片人與作家桑德斯 (Frances Stonor Saunders)，在密密的歷史資料中翻索，在眾多的人物與社交事件中拼湊線索，揭露美國中央情報局在 1947 年到 1967 年之間，如何透過成立名為「文化自由大會」(the Congress for Cultural Freedom) 的組織，在世界各國網羅知識份子，為其進行意識型態宣傳，以達到反對共產主義以及為美國營造正面形象的目的。這本在 1999 年出版的《文化冷戰與中央情報局》，出版之後引起高度注目，特別是當中牽涉到許多舉世聞名的知識份子，如喬治歐威爾 (George Orwell)、漢娜鄂蘭 (Hannah Arendt)、以撒柏林 (Isaiah Berlin)、海明威 (Ernest Hemingway) 等哲學家、作家、音樂家，如何參與中情局在背後支持籌畫的出版活動、演講、音樂會、藝術展演，以及接受異國豪華別墅的招待旅遊。

作者尖銳的指出，不少舉世聞名的文人，背後藏有中情局看不見的手在運作與行銷，將著作翻譯成各國語言 (甚至以氣球空飄到蘇佔區)，安排獲獎 (或是阻撓對手得獎，例如阻撓智利詩人聶魯達獲得諾貝爾獎)，或是將作品改拍成電影、動畫。例如中情局就將喬治歐威爾的小說《1984》和《動物農莊》改編成電影，並將原著對資本主義和社會主義的批判，刪改扭曲為只批評實存社會主義陣營。喬治歐威爾的著作向來痛斥政權對公民濫用權力，警醒世人「老大哥」的監聽監看，然本書曝光歐威爾與情報局的往來，發現在現實生活中，歐威爾卻是一名自以為正義的告密者，隨時記錄身邊的人，並將他稱之為「小小的名單」遞交給英國情報研究局，而這些檔案材料極可能毀掉這些人的名聲和職業生涯 (Saunders, 2000 / 曹大鵬譯, 2002, 頁

339)。

狀似輝煌的知識聖殿，卻由雙手染血的中情局搭建而成，看著看著也覺得聖殿上的巨人散發出血味，讓人產生不敢置信的暈眩感。愛德華·薩依德（Edward W. Said）為本書撰寫文評，提到閱讀過程中見到這些知名人士被捲入其中，讓我不禁產生一股悚然之感。將光線射進歷史塵埃，不是扒糞，而是讓人們看見榮光之外的黑灰色階，豐富人們對幽微隱暗的理解。對老大哥嚴詞批判但自身卻是告密者、自由主義大師實則是中情局仰賴的軍師、極權主義的批判者看不見身邊的極權，看見矛盾，讓聖殿上的人走下光梯。除魅的過程讓我們進一步反思，同時也是一則給當代知識份子的警惕。

Schiller 和 Saunders 的這兩本書反映了冷戰研究的持續可發展性，也因為相互參照互補建議可一併閱讀，對美國如何施行意識形態宣傳戰有更全面的認識。Schiller 的書主要針對媒體的部分，特別是軍工複合體對電子媒體的掌控，而 Saunders 主要是針對藝術文化活動的部分，研究中情局如何自許為文化部，大肆興辦刊物、舉辦各種文藝活動以及與社交名流杯盞交錯。此外，兩書的研究都清楚暴露出宣稱民主的美國社會，實則掌控在權力菁英之手。在桑德斯的著作中提到，早在二戰期間，為了對付法西斯納粹，美國政府就成立了中央情報局的前身「戰略情報局」（Office of Strategic Service, OOS），OSS 聚集了美國最有權勢的家族的子弟：富豪梅隆家族（Mellon）的一對兄妹，摩根（J.P. Morgan）的兩個兒子，還有范德比爾特（Vanderbilt）、杜邦（DuPont）、阿奇博爾德（美孚石油公司）、賴恩（公平人壽保險）、韋爾（梅西百貨公司）、惠特尼等家族的子弟（Saunders, 2000／曹大鵬譯，2002，頁 34、36）。也因為匯集社交名流，使得 OSS 也被戲稱“*Oh, So Social*（噢，多麼社交性啊）”。1947 年成立的中情局也就包括這些來自大家族和長春藤聯盟的社會菁英，因此擁有巨大的影響力。例如透過洛克菲勒家族擁有的紐約現代藝術博物館（MoMA），推動中情局支持的抽象藝術。並透過富豪旗下的基金會為中情局洗錢，知名者如洛克菲勒基金會、福特基金會、卡內基等，「僅 1963—1966 年三年時間，共有 164 個基金會為多達 700 個項目提供了 10000 美元以上的資助，其中至少有 108 個基金會的資金部分或全部來自中央情報局的資金」（Saunders, 2000／曹大鵬譯，2002，頁 148）。

Schiller 則提出「軍工複合體」的概念，指出二戰以來，美國傳播機構出現了三項明顯的變革。其一是軍事力量對美國政府通信機構的影響不斷增強。其二是「民用」軍事—工業傳播集團的不斷擴大。其三是美國軍事傳播在維護國際社會現狀中發揮特殊的作用（Schiller, 1992／劉曉紅譯，2006，頁 29）。甘迺迪總統任命國防部長擔任國家通信系統的行政主管，而美國 3000 萬英里的通信線路中有 2400 萬英里被國防部擁有或租聘（Schiller, 1992／劉曉紅譯，2006，頁 40），清楚說明軍方的主導力量。而軍方也透過發包建立利益均霑的「軍工複合體」，「1967 年，在前 50 個軍工承包商中有 18 家電子通信公司」（Schiller, 1992／劉曉紅譯，2006，頁 46）。軍方發包，民間承包的利益共同體以及美帝全球擴張的庇蔭下，美國電子公司也因此壯大。例如美國無線電公司，實則是整合 20 年代早期西屋電氣、通用電氣和美國電話電報公司的產物，並逐漸成長為擁有 20 億美元盈餘的電子產品製造商，擁有全國廣播公司（NBC）的所有權（Schiller, 1992／劉曉紅譯，2006，頁 47）。Schiller 嚴詞指出軍工複合體出現一人身兼數職的荒謬現象和對美國公眾利益的戕害，「斯坦頓先生作為美國最大的廣播公司的總裁、政府宣傳機構評估小組的主席、國防部資助的研究機構的主席以及厚顏無恥的反共產主義廣播情報機構的主席，他的種種行徑意味著什麼？沒有人說得明白，而且錯誤的解釋經常可能出現。但是一旦一個人同時承擔這些利益衝突的職責，並在國內的傳播機構中具有如此重要的影響力，那麼又有誰會確信美國信息傳播的性質和方向呢？」（Schiller, 1992／劉曉紅譯，2006，頁 50）。

美國社會學家 C. Wright Mills 在 1956 年發表《權力菁英》（*The Power Elite*）一書，指出美國實則受一批權力菁英統治，而 Schiller 的軍工複合體和 Saunders 的中情局研究則進一步讓這些菁英之間的關係、交換、對話現形。映照經過新自由主義肆虐之後的 21 世紀當今，社會發展越亦極化，社會對特權集團的關注甚至躍上主流媒體。同時，今日的世界局勢在實存社會主義垮台之後又呈現一番新的蠢蠢欲動。昔日的反共，與今日的反恐，語言之間頗有相近；杜魯門總統聖經啟示錄般的話語：「我認為，我們必須幫助自由的民族用他們自己的方式選擇自己的前途」（Saunders, 1999／曹大鵬譯，2002，頁 24），卻也奇妙的與今日各大國解放他族的聲稱相互迴盪。閱

讀歷史，卻又好似驚心動魄的看見當代，Schiller 與 Saunders 照妖鏡映出的冷戰魂，是否附身仍在世間迴繞，值得讀者們一閱觀之。

參考書目

- 曹大鵬譯（2002）。《文化冷戰與中央情報局》。北京：國際文化。（原書 Saunders, S.F.[2000]. *Who paid the piper? The CIA and the cultural Cold War*. New York, NY: New Press）
- 應妮（2014 年 8 月 14 日）。〈商務印書館推「文化冷戰研究系列」〉，《中國新聞網》。取自 <http://www.chinanews.com/cul/2014/08-14/6494682.shtml>
- 劉曉紅譯（2006）。《大眾傳播與美利堅帝國》。上海：譯文。（原書 Schiller, H.[1992]. *Mass communications and American empire*. Boulder, CO: Westview）
- Mills, C. W. (1956). *The power elite*. New York, NY: Oxford University Press.
- Nye, J.S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York, NY: Public Affairs.

本文引用格式

戴瑜慧（2015）。〈新瓶舊酒的宣傳家族：文化冷戰、軟實力與國家品牌〉，《傳播、文化與政治》，1: 195-200。

輸出美國：
美國新聞署與美國公眾外交

王維菁*

投稿日期：2014 年 1 月 29 日；通過日期：2015 年 3 月 1 日。

* 作者王維菁為台灣師範大學大眾傳播研究所，email: weiching@ntnu.edu.tw

公眾外交 (public diplomacy) 包含較為人熟知的文化外交，是一國政府為了實現本國國家利益，對其他國家之民眾展開傳播資訊與文化交流活動，以影響他國公眾輿論態度，希望進而對外國政府外交政策產生作用，藉此來形塑對本國有利之國際外交環境 (張毓芹，2006；韓召穎，2000)。更提高層次看，公眾外交與文化外交也隱含有使他國接受本國政策、政治經濟制度、與文化價值觀之動機目的，因此始終擺脫不了文化帝國主義甚至帝國主義行徑之陰影，尤其是當公眾外交被使用在對他國政府進行顛覆與煽動宣傳活動時。

對公眾外交開始較有研究瞭解是在二次戰後，首先進行制度化運用公眾外交的國家是美國，如 1953 年開始，美國新聞總署 (United States Information Agency, USIA) 成為美國政府推動公眾外交之部門 (丁偉、由冀、李恩民、李勵圖、倪世雄、徐斯勤，2007；彭慧鑾，2000)，因其在冷戰期間積極廣泛地運用公眾外交手法，企圖藉此提升與蘇聯對抗之國際外交及意識型態力量。但冷戰結束公眾外交雖一度受到冷落，但 911 後再度獲得美國學、政界重視 (張毓芹，2006；Snow, 2008)，現今世界大部分國家政府均已某種程度地積極透過各種途徑，提供資料或藉由文化活動來向他國公眾介紹本國，以建構對其友善之國外輿論及國際外交環境。

韓召穎《輸出美國：美國新聞署與美國公眾外交》一書，目的即在探討主要負責執行美國公眾外交之「美國新聞署」(另見新作 Cull, 2012) 與其公眾外交之歷史發展、主要活動和使命，揭示美國公眾外交與美國對外政策間的關係，及其在美國整體外交中的地位。

根據「輸出」一書，「美國新聞署」與其所執行之公眾外交之定位和使命其實並不固定，而是隨著不同階段美國政府之國際外交或國際政治經濟需求而改變。例如，美國的公眾外交從二戰時期的「美國新聞署」之前身「公共訊息委員會」(a Committee on Public Information) 作為戰爭宣傳與心理戰的重要工具。到冷戰時期成為對外輸出美國式自由民主價值觀與自由市場經濟制度、培植親美政府，以與蘇聯在全球競爭勢力範圍之重要工具手段。在波斯灣戰爭老布希時期，「美國新聞署」的報告、調研民調、官員的分析，成為美國政府制訂對波斯灣地區政策的重要決策訊息。到了柯林頓總統時

期，「美國新聞署」的公眾外交強調雙向交流，以建立對其他國家建立民主政府和開放市場經濟之支持。上述不同階段美國公眾外交不同的偏重與不同的目標功能，顯露公眾外交作為美國軍事、外交與國際政治策略的工具性手段，並非基於平等文化交流或國際認識與合作之理念，而是為美國國家利益服務之外交策略與工具手段。

而美國公眾外交除了隨著不同時期不同國家需求而產生不同策略性定位與目標外，其執行之形式與範圍亦廣泛且富變化。其含括範圍主要可區分為兩面向：一類主要是訊息活動，側重美國政策之宣傳活動，運用包括新聞（通訊社）、圖書雜誌出版、無線廣播、電視、電影、影片、新興電子通訊、以及網際網路等，來宣傳美國政策與美國政府欲傳達之資訊。另一類則側重文化交流，如在其他國家重要城市設立圖書館、學術交流、國際學人訪問者項目、雙邊文化中心資助、講座、研討、英語教學、人員交流、藝術展演及海外大學美國研究項目之支持等等。

其中訊息類活動如冷戰時期之自由歐洲電台、自由電台，是由美國中央情報局提供經費與控制，以民間旗號掩飾官方身份，進行政治顛覆宣傳，其他如針對古巴的馬蒂電台與電視台，亦是基於對古巴政府進行顛覆與煽動之目的而運作。至於文化交流類中龐大的傅爾布萊特計畫（the Fulbright Program），由美國政府出資資助美國學生至外國，並資助外國學生與學者赴美學習、交流，其中由於資助項目針對外國高級知識份子，透過這些人對其所在國家政策與國家未來之一定影響力，讓這些人親身體驗美國社會文化、瞭解美國政治制度，以爭取他們對美國對外政策的親近與支持，並成為向本國傳輸美國文化的重要媒介，傳播宣傳美國制度、文化、價值、意識型態（趙綺娜，2011）。另外，如雷根時期設立的「全國民主基金會」，作為「美國新聞署」之部分，更是試圖輸出民主、市場經濟體制、資助國外民主人士、介入他國選舉，以實現美國所欲之，對美國政治經濟、政黨與領導階層有利之目標。

因此，對美國所推動之公眾外交與文化外交，常見的批判即在於其基於美國之國家利益，包裹為推銷民主自由之社會政治制度與市場經濟體制，卻無視於民主之基礎在於逐步完善成熟的社會文化與政治、司法建置，可能無

法自外國進口或強加於既有社會結構之上。此外，對於自由市場經濟之迷戀，卻無視於美國自身政治受到資本主義金權體制對民主之扭曲，正逐步使其離真正的民主實踐越來越遙遠。

所以，也無怪乎在美國文化，特別是其大眾文化與享樂主義對世界許多國家人民強大的吸引力下，這樣運用其文化軟實力，來建構以美國的民主與市場是非標準為衡量，且意圖改變其他國家行為及文化傳統的外交行徑會受到他國本位主義、文化帝國主義甚至帝國主義之批判。因為，文化交流最值得追求的實踐與精神是平等主義，如書中作者所言，文化交流應是對等、平等與互動的，應該成為一種有益的對話，而非一種宣傳、意圖、強制與單方輸出。

而隨著世界各國不論強弱地積極運用公眾外交，公眾外交已非美國所可獨善。如中國試圖在全世界設立孔子學院，斥資 100 億美金舉辦北京奧運、支持新華社與中央電視台設立海外新聞中心等，均是透過公眾外交來擴大國家軟實力與形象建構（陳正良，2008；戴紹安，2014；嚴怡君，2012）。而台灣也由於國家主權未獲國際承認，諸多正式外交途徑被限制，故積極運用公眾外交手段，包括國際廣告、廣播節目、衛星電視（宏觀電視台）、紀錄片、宣傳短片、提供外國學生留學之台灣獎學金、設立文化中心、推廣華語、藝術展演、學術文化交流、國際援助、協助農業與經濟推廣等等。而在近年在運用公眾外交來推動台灣參與聯合國之工作中，企圖塑造台灣為一「民主、和平、繁榮」之主權國家形象，並在形象塑造中逐漸納入「台灣主體」意識，希望建立國際對台灣的認同；但卻因仍未有一完整的主體形象，所以在運作時經常顯得矛盾、複雜且缺乏一致性（張毓芹，2006）。不過，不論實踐公眾外交的國家主體實力強弱，公眾外交終究難以擺脫其背後的國際政治經濟權力現實，以及相較於民間對話交流更強的政治與宣傳目的性。

而近年對公眾外交帶來的一大挑戰，是資訊科技造成之轉變，如外交民主化一詞所指陳者。由於網際網路之普及化，使得跨國交流，特別是跨國民間交流變得更為普遍，且提供了國家和非國家行為者更寬廣的資訊管道，若干程度取代公眾外交功能，使公民、非政府組織、民間企業均能參與外交實踐，而國家行為也面臨更多元化的國內外輿論監督壓力，對傳統外交權力形

成競爭、監督批判甚或解構，直接衝擊以國家或政府組織為主體的外交運作模式（彭慧鑾，2000）。因此，在資訊時代的公眾外交，各國政府可能得加速拋棄傳統模式試圖控制影響國外與國際輿論之霸權與宣傳心態，更徹底地落實一種平等主義的國際交流及對話精神，降低對話及論述之政治目的性，並接受網路帶來的資訊公開透明與開放要求，並以一種民主兼容的胸懷姿態，隨時準備接受國際網路社群之監督與檢驗。

參考書目

- 丁偉、由冀、李恩民、李勵圖、倪世雄、徐斯勤著（2007）。《從國際關係理論看中國崛起》。台北：五南。
- 張毓芹（2006）。《台灣公共外交之發展與研究-以推動參與聯合國之工作為例》。政治大學外交系碩士論文。
- 陳正良（2008）。《中國軟實力發展戰略研究》。台北：揚智文化。
- 彭慧鑾（2000）。〈資訊時代國際關係理論與實務之研究〉，《問題與研究》，39(5)：1-15。
- 趙綺娜（2011）。〈觀察美國—台灣菁英筆下的美國形象與教育交換計畫，1950-1970〉，《台大歷史學報》，48：97-163。
- 戴紹安（2014）。《中國文化軟實力政策研究-以國家漢辦下的孔子學院為例》。淡江大學國際事務與戰略研究所碩士班學位論文。
- 韓召穎（2000）。《輸出美國：美國新聞署與美國公眾外交》。天津人民出版社。
- 嚴怡君（2012）。《中共孔子學院政策》。淡江大學國際事務與戰略研究所碩士班學位論文。
- Cull, N. J. (2012). *The decline and fall of the United States information agency: American public diplomacy, 1989-2001*. New York, NY: Palgrave MacMillan.
- Snow, N. (2008). International exchanges and the U.S. image. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 198-222.

本文引用格式

王維菁（2015）。〈輸出美國：美國新聞署與美國公眾外交〉，《傳播、文化與政治》，1：201-205。

鳥瞰影音文化跨境流通文獻，1969-2014

魏玟、編委會*

投稿日期：2015 年 2 月 1 日；通過日期：2015 年 3 月 29 日。

* 作者魏玟為交通大學傳播與科技學系副教授，e-mail: tiwei@mail.nctu.edu.tw。

從批判立場探討國際間的影視產品流通，兩次世界大戰期間，歐洲與美國這兩大電影外銷勢力的消長關係，是一個重要且必要的起點。而在這個課題上的重要先鋒，無疑的就是美國政治經濟學派的電影研究者 Thomas Guback，而改寫自其博士論文的 Guback (1969) 即是開山之作。自此之後，Guback 持續從事國際影視產品流通的研究，以及不遺餘力對美國影視霸權的批判，1980 年代他與另外一位此領域的代表學者，出身芬蘭的 Tapio Varis 一同為聯合國教科文組織完成的國際影視流通調查報告 Guback 與 Varis (1983)，除了提供豐富珍貴的市場資料，也選擇了各一個拉丁美洲（阿根廷）和亞洲（泰國）案例進行較深入的討論。

Kerry Segrave 的專書 (Segrave, 1998)，應該可以說是研究美國影視擴張史領域裡的萬眾期待作品。雖然在 1990 年代的大併購潮之後，美國電視產業與電影產業可以說已經無法區分，研究者也心知肚明好萊塢三個字代表的已經不是電影而已。但是比起電影領域，針對美國電視產品全球擴張歷程的研究一直非常稀少，更不用說一部完整的、帶有批判觀點的歷史資料整理。Segrave 非學院工作者，其著作並不依靠學術理論框架，卻有絕對紮實的資料。不過本書只談到 1990 年代為止，新世紀的狀況尚有待來者。

2000 年之後，隨著資本主義全球化趨勢，以及新自由主義經濟與貿易政策意識形態席捲各國的，相關議題探討的專著也愈來愈多，在理論、議題、研究者學術背景，和研究案例方面，也都有許多實質的突破和擴展。

Toby Miller 等四位作者在 2001 年的著作 *Global Hollywood* (Miller, Govil, McMurria, Wang, & Maxwell, 2001 / 馮建三譯, 2003) 應該是其中相當具有代表性的一本。不僅是因為這本書提供了相當豐富且紮實的產業和市場資料，以政治經濟學觀點來剖析好萊塢在全球化時代取得主導地位的原因，更因為他們由此淬鍊出一個極具啟發性的理論概念「文化勞動的新國際分工」(New International Division of Cultural Labour, NICL)。這個理論可以相當有力地解釋好萊塢如何將全球各地的電影產業和市場納入一個龐大但緊密的體系之中。四位作者在 2008 年推出「續集」*Global Hollywood No2*，仍維持此一理論架構，但增添了許多後續的國際政經情勢與影視環境變化，同時加強了中國和印度兩個重要個案的探討，使得本書的份量和參考價值更加提

高。

Bielby 和 Harrington (2008) 與 Grainge (2007) 一本是談電視，一本是談電影，但這兩本以好萊塢產品的全球擴張為主題的專書，有一個共同點，就是雖然從表面上來看，很像是企管／商業／行銷領域的著作，但實際上卻是在觀點與理論上不拘一格，將傳播理論和文化研究的許多概念融合到文化與貿易的實例探討之中，頗有意思。而提供豐富的業界資料，是另一個值得肯定的共同點。

Bielby 與 Harrington 來自社會學領域，也因此運用了許多文化社會學的相關理論概念，而來自政治學領域的 Andrew Flibbert 在他的著作 (Flibbert, 2007) 中則特別從政策的角度，來探討二次戰後國際影視流通動態中，國家與市場之的互動關係，特別是後殖民國家對國際文化貿易趨勢的回應。這本書特別以埃及與墨西哥這兩個在各自區域中仍具有一定的影視生產與輸出實力的國家作為個案，提供相當豐富的資料和深度的分析。

除了專書之外，這個領域也出現不少編書，其中 Kapur 與 Wagner (2011) 與 Harvey (2006) 兩本文獻值得注意。前者編輯於 2008 金融核子爆炸之後，重拾馬克思主義觀點對新自由主義的批判檢討，作為編書的主要理念。書中案例橫跨了拉丁美洲、亞洲以及歐、非，但亞洲（尤其是中國）的狀況是重點。從新自由主義切入進行批判，不可避免地會探討國家在全球電影市場中的角色，這也是本書的特色。

而另外一本由英國專研影視政策的學者 Sylvia Harvey 所編的書，與前一本書類似，皆是立基於左派批判觀點對當前的全球影視市場所進行的各個面向探討，也收集了許多國家個案。不過二者的差別有二：在案例方面，相對於前書著東亞個案，本書的特別焦點則是英、美兩國間的影視產業交流議題。其次，本書不用新自由主義這個概念，而是回到文化商品化（及其貿易）的問題（呼應了二十世紀初的新馬克思主義問題意識），同時聯繫上（某種）國際主義的行動實踐（特別是聯合國教科文組織歷年來的行動主張）。這讓本書大部分文章在理論和實踐層次上能夠更有深度。

而新世紀的國際文化貿易課題探討，顯然必須面對網路這項科技因素對影視產品全球流通的影響和後果。雖然一些相關文獻也多少論及，但一本深

人探討的專書似乎是相關領域研究者的期待，Cunningham 與 Silver（2013）以相當不錯的成果迎向了這份期待。兩位作者的基本出發點是放棄過去經常出現的，對於影視產品網路流通的兩極看法：樂觀（認為網路流通將可以讓獨立和弱勢影像生產者翻身，打破既有的主控結構）與悲觀（認為網路流通仍將由大型的全球影視集團控制），就實際的重要網路影音平台案例，提供豐富資料並進行分析。不過，畢竟相關現象方興未艾，網路影音流通的戰場還在廝殺，煙硝瀰漫情勢不明，要從現象面凝結出具有理論意涵的論點，還有待更多研究累積。

在「文化與貿易」這個主題的中文翻譯書籍中，Peter Steven（孫憶南譯，2006）與 Mattelart（繆詠華、廖潤珮譯，2011）是少數採取批判立場的著作。兩書都是以全球化與文化的相關議題為導向進行討論，前者文字和內容較為平易近人，但提供的資訊和觀點也比較簡略些。後者是從 1960 年代就以馬克思主義觀點研究國際傳播課題的大師級人物，對於晚近的文化多樣性與著作權等問題，仍堅持不懈地進行知識介入，提供的辯論思考也較為深入。此外，書中著重的歐盟案例，特別值得參考。國內學者唐士哲與魏均（2014）的著作，同樣基於批判立場，不過採取了教科書式的結構，企圖包含當前國際傳播的幾個重要面向。同時，該書嘗試將晚近國際傳播與全球化相關理論，連結上台灣本土案例，並提出反思討論，末章是相關書籍比較少見的政策面向回應。

參考書目

- 唐士哲、魏均（2014）。《國際傳播：全球視野與地方策略》。台北：三民。
- 孫憶南譯（2006）。《全球媒體時代：霸權與抵抗》。台北：書林。（原書 Steven, P.[2003]. *The no-nonsense guide to global media*. London, UK: New Internationalist）
- 馮建三譯（2003）。《全球好萊塢》。台北：巨流。（原書 Miller, T., Govil, N., McMurria, J., Wang, T., & Maxwell, R.[2001]. *Global Hollywood*. London, UK: British Film Institute.）
- 繆詠華、廖潤珮譯（2011）。《文化多元性與全球化》。台北：麥田。（原書 Mattelart, A.[2005]. *Diversité culturelle et mondialisation* . Paris, FR: La Découverte）

- Bielby, D., & Harrington, C. L. (2008). *Global TV: Exporting television and culture in the world market*. New York, NY: New York University Press.
- Cunningham, S., & Silver, J.(2013).*Screen distribution and the new King Kongs of the online world*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Flibbert, A.J. (2007).*Commerce in culture: States and markets in the world film trade*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Grainge, P. (2007). *Brand Hollywood: Selling entertainment in a global media age*. Abingdon, UK: Routledge.
- Guback, T. (1969).*The International film industry: Western Europe and America since 1945*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Guback, T., & Varis, T. (1983).*Transnational communication and cultural industries*(Reports and papers on mass communication). Paris, FR: UNESCO.
- Harvey, S.(Ed.). (2006). *Trading culture: Global traffic and local cultures in film and television*. Eastleigh, UK: John Libbey.
- Kapur, J., & Wagner, K.B. (Eds.). (2011). *Neoliberalism and global cinema: Capital, culture, and Marxist critique*. New York, NY: Routledge.
- Segrave, K. (1998). *American television abroad: Hollywood's attempt to dominate world television (Twenty-First Century Works)*. Jefferson, NC: McFarland.
- Miller, T., Govil, N., McMurria, J., Wang, T., & Maxwell, R.(2008).*Global Hollywood 2*. London, UK: British Film Institute.

本文引用格式

魏玟、編委會（2015）。〈鳥瞰影音文化跨境流通文獻，1969-2014〉，《傳播、文化與政治》，1: 207-211。

訂 閱

零售：每期新台幣 500 元

個人訂閱：國內一年兩期 1000 元

海外一年兩期 1500 元(或 50 美元)

機構訂閱：國內一年兩期 2000 元

海外一年兩期 3000 元(或 100 美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

Communication, Culture, & Politics

Journal published by CMR, Taipei, Taiwan

June 2015 Issue 1

2 issues a year, in June and December

Sponsor

Campaign for Media Reform, CMR

Editorial Advisory Committee

Jin Cao	Fudan University
Chin-hwa Chang	National Taiwan University
Yu-liang Chang	Nanhua University
Wei-Xing Chen	China Media University
Yong Hu	Peking University
Guang-shiash Hu	Shih Hsin University
Yu Huang	Hong Kong Baptist University, Hong Kong
Yng-ruey Jiing	Tainan National University of the Arts
Liangwen Kuo	National Chiao Tung University
Chin-Chuan Lee	City University of Hong Kong, Hong Kong
Jing-Ling Lin	Fu Jen Catholic University
Tung-Tai Lin	National Taiwan Normal University
Yuan-huei Lin	National Chengchi University
Hailong Liu	Renmin University of China
Xinyu Lu	Fudan University
Yen-Yuan Ni	Ming Chuan University
Linchuan Qiu	The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong
Bo Shan	Wuhan University, China
Ping Shaw	National Sun Yat-Sen University
Anbin Shi	Tsinghua University, China
Chunquan Wang	Northwest University, China
Song-In Wang	National Chung Cheng University
Yu-Li Wang	Chinese Culture University
Bu Wei	Chinese Academy of Social Sciences, China
Shieu-Chi Weng	Shih Hsin University
Yu-min Wu	Shenzhen University
Yuezhi Zhao	Simon Fraser University, Canada
Jiang Zhan	Beijing Foreign Studies University
Guo-Liang Zhang	Shanghai Jiao Tong University
Zhian Zhang	Sun Yat-Sen University, China

Editorial Committee

Editor-in-Chief

Lihyun Lin National Taiwan University

Editorial Board

Kuan-hsing Chen	National Chiao Tung University
Chien-san Feng	National Chengchi University
Fu-Mei Lin	Shih Hsin University
Shih-Hung Lo	National Chung Cheng University

Editorial Assistants

Chung-Po Liu South China University of Technology

Publisher

Publisher

Campaign for Media Reform, CMR

Address 3F-3., No. 102, Sec. 2,
Zhongshan N. Rd., Zhongshan
Dist., Taipei, Taiwan (R.O.C.)

Phone +8862-2522-1499

Fax +8862-2522-4970

E-mail: editor.2015ccp@gmail.com

Website: <http://ccp.twmedia.org/>

ISSN: 2411-4006

Calligraphy: Yun-Chi Huang

Cover Design: Yiche Feng

Subscription

Personal:

NT1000/per year

(national, including shipping charges)

NT1500/per year(or US\$ 50/per year)

(international, including shipping
charges)

Institutional:

NT2000/per year

(national, including shipping charges)

NT\$3000/per year(or US\$100/per

year)

(international, including shipping
charges)

Postal Giro Account

50313103, Campaign for Media Reform

Some rights reserved, authorized under Creative
Commons license clauses.



傳播文化與政治

no. 01 / June 2015

EXPLORING MEDIA EXTERNALITIES

***POWER AND VIOLENCE MANUFACTURED
IN A LABYRINTH OF MEANING***

***THE MEDIATION OF PUBLIC OPINION AND
ITS IMPEDIMENT***

PUBLIC POLICY AND (NEW) MEDIA FINANCE

Analyzing The Governance Model of The Guardian's Trust Ownership

- Marxism without Guarantee: What Culture Studies in China Can Learn from Stuart Hall

BOOK REVIEWS:

***The Audience Commodity in A Digital Age /
What's Wrong with Journalists?***

TOPIC BOOK REVIEWS:

Culture and Free Trade (1)