

# 目次

编辑室报告：从「文化与自由贸易」说起，代发刊词……………i-vi

## 论文

探究传媒外部性：论 2001-2009《壹周刊》封面故事……………李郁青 / 1

意义迷阵里的权力与暴力：作为当代艺术的新纪实摄影话语—

以《炼》与《野想》为例……………郭力昕 / 41

民意的中介及其阻绝：九合一选举中电视政论的表现……………

唐士哲、曾毓青、李香洁、洪砚儒、朱家贤 / 75

公共政策与（新）媒介财政……………冯建三 / 101

## 新星火苗

简析《卫报》信托所有权之治理模式……………赖子歆 / 143

「没有保障的马克思主义」：

霍尔对当代中国文化研究的启示……………孟冰纯 / 167

## 书评书介

阅听人商品 辩论 37 年

《数位时代的阅听人商品》短评……………萧肇君 / 179

网路年代 记者的重量

记者怎么了？从「场域」概念检视政治记者的新闻实作

评介黄顺星《记者的重量》……………江淑琳 / 189

主题书评：文化与自由贸易(1)

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

文化冷战、美国公众外交、鸟瞰影音文化跨境流通文献……………  
戴瑜慧、王维菁、魏玓、编委会 / 195

稿约

稿约详情请见 <http://twmedia.org/archives/502>

## 编辑室报告： 从「文化与自由贸易」说起，代发刊词

「自由就是奴役」，这句话让人怵目惊心。《1984》的自由，不是「若为自由故」，生命与爱情皆可抛的那种自由。去（2014）年初春的太阳花学运，最早的动力之一所要质疑的「自由贸易」之自由，应该也不是《逃避自由》所说的自由。

「自由、平等与博爱」的追求，是人的恒久从事。本刊以「自由」起始，针对「文化与自由贸易」，通过「书评书介」的方式，从创刊号开始，分次编纂书目，邀请专人梳理，以享读者，互为攻错。

根据《传播与帝国》这本严谨的著作，虽然「资讯自由流通」这个美利坚所信奉的国际传播纲领，学界一般认定诞生在冷战时期；但实际上，文协克与派克（Dwayne R. Winseck and Robert M. Pike）认为，起源应该更早，是在「一战后的凡尔赛和约谈判及 1920 年代」（Winseck & Pike, 2007, p.13, 263）。

不过，无论是「资讯自由流通」，或是更常见用的「新闻自由」或「传播自由」，其「自由」的指涉，无法因为美国宪法有举世闻名的「第一宪法修正案」而取得更加明确的内涵。

有一说法，指第一修正案要求美国政府不能任意对其国内民众肆行传播，因此「美国之音」在 1942 年升空以来，其对外传送的日常新闻…等等内容，美国人反而无从与闻。但一甲子以来，这个并不合理的规矩，早就以个案的方式，屡遭「违犯」。进入网路年代之后，这个规矩更是阻止不了境内美国人，自行上网听闻与观看。到了晚近数年，美国传媒大量解聘新闻人员，海外特派记者更是遭殃，这就致使屡屡有人建言，希望一年折合 200 多亿台币、美国政府用以对外宣传的影音图文内容，能够回流本土使用；作此主张的人，包括前美国哥伦比亚大学校长、第一宪法修正案专家保林杰（Leo Bollinger）教授。既有这些主客观情势的变化，美国国会遂在 2013 年修法，从此放行，允许美国所有对外广播，可以在美国境内「自由」流通。

现在，理当推敲的是，何以美国政府不能对内「自由」传播，对外却不但早就能够自由传播，并且，公开而自由的传播犹有不足，各国政府而特别是美国在二战之后，还要以「偷偷摸摸」的方式，亦即以今天眼光评断，多少有些「置入行销」的手段，使尽银两打造特定内涵的「自由」观？

戴瑜慧为本期主题书评介绍的《文化冷战与中央情报局》，正是处理这个课题的佼佼之作。戴由此延伸，连带提及的公共外交与软实力概念，在王维菁的《输出美国》，另有稍多的讨论与评价。

除了是本期的「主题书介」，王、戴两篇文字同时示范了本刊书介的特色之一。

新书必须通过书评予以彰显与推广，并无疑问。不过，「新」是否应当握有否决权，致使并非近期出版的著作，无缘在期刊的书介书评版面出现？编委会认为，新闻若是过度迁就消息来源的动静，传媒遭致操弄的机会，随而增加。新闻的断旧论新，固然要以时宜与否，作为参照，惟现象、事件与议题的价值，必须也是传媒进行取舍的重要考量。

新闻不能完全以时间作为选材的标准，学术著作的推介，更是如此。只要有其价值，特别是其价值至今仍然沦落边缘，少见青睐，那么，学术期刊责无旁贷，应该使这些具有历久弥新内涵的著作，得以重见天日。作为价值倡议与辩诘论坛的本刊，因此设有「推陈出新」，作为「书评书介」<sup>1</sup>的类型之一。

由魏玠执笔的〈鸟瞰影音文化跨境流通文献〉，则是另一类「书评书介」的示范（「类书集锦」）。通过不满三千字的勾勒，作者清楚展示了最早在 1969 年出版，最近则是 2014 年问世的新作，总计十四本着作的内在联系及其各自特色。魏文虽仅蜻蜓点水，应有引进门的贡献。

该文提示的图书，呼应了过去四十余年来，环绕联合国教科文组织（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）而折冲的重大国际传播争论，这个涉及「文化与自由贸易」的论述与实践，

---

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

尘埃未曾落定，未来也不会定于一尊，至今业已历经，或说展现为三个阶段或面向。

第一个阶段可以从万隆会议说起。1955年春，涵盖全球半数以上人口，来自亚洲与非洲 30 余国的 304 位代表，首次排除前殖民国参与，在印尼召开会议，试图促成更多的亚非国家交流，共同抵制美苏的新旧殖民作风。会议后六年，「不结盟运动」成形。在其成员酝酿与推动之下，至 1970 年代遂有第三世界国家提出「新世界资讯与传播秩序」(New World Information and Communication Order, NWICO) 的呼吁与建构。然而，以美国为首的西方国家，另有所图、琵琶别抱。

这是第二次世界大战之后，攸关「文化与自由贸易」的第一场大规模征战。不仅言词交锋，双方的政策取向，也是壁垒分明。对此，李金铨教授曾经公允评论。他说，《世界人权宣言》第十九条是很重要，但第二十九条也不能忽视，「自由」必然与「责任」相扣合，「资讯自由流通」的观念「已不足够」(李金铨，1982 / 1983，页 20)。

到了 1980 年代中后期，表面上因保守势力的上升，美国退出 UNESCO 而使 NWICO 逐渐消声，但争论并没并没有匿迹，而是角力成为伏流，伺机在旁、蠢蠢欲动。

1990 年代至今，已有两场「延长赛」。先看「世界资讯社会高峰会议」(World Summit on Information Society, WSIS)。早在 1990 年代中后期，先前借着 NWICO 聚集的大学与 NGO 组织，就在密切注意资讯科技与电信的国际规范与愿景议题。最终，就是 2003 与 2005 年两次大规模的 WSIS。2006 年以后，另由「网际网路治理论坛」(Internet Governance Forum) 维系。《经济学人》的记忆不差，它说 WSIS 的「网际网路网域名称与号码组织」究竟应该是委由私人组织或联合国管理，像极了「三十多年前，在 UNESCO 所进行的新世界资讯与传播秩序的辩论。」(“Controlling the internet”, 2004, November 20) WSIS 与 NWICO 相去二、三十余年，这次的差别是，美国无法赢得西欧国家全无保留的支持。

另一个同样聚焦在 UNESCO 的国际传播议题，类书繁多，其中已有部分在魏均一文出场。

这是起自 1986 年的「关税贸易总协定」谈判，从制造业延伸到了服务业、文化与所谓的智慧财产权。至 1993 年，因法国（要求欧洲联盟）坚持，影视文化产品无法列入自由贸易的总体谈判，一般就以「文化例外」相称。其后，反对假借（资本）自由化之名、蚕食多样影视文化的力量，只增不减。这股力量试图将文化事务拉回 UNESCO，不让「世界贸易组织」（World Trade Organisation）拥有管辖的正当性。这些努力已经取得的初步成绩，就是 2003 年由 UNESCO 大会所通过的《文化多样性宣言》，以及 2005 年由 UNESCO 通过，具有法律效果的国际文件《保护和促进文化表达多样性公约》（*Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*）（2007 年起执行）。现在，美国与欧洲联盟正在洽谈自由贸易协定，同样已在 2013 年，先行排除了文化产品的自由贸易。在有关网际网路的跨国规范，欧盟已不全支持美国，关于文化则在法国坚持下的欧盟，又进了一步，采取了对立于、或至少是不肯集体与美国同步。并且，欧盟取得了大多数国家的支持，特别是加拿大与南韩。

未来，《传播、文化与政治》将继续编纂，邀请专人执笔、也敬请读者来稿，撰述「文化与自由贸易」的系列书评与书介。其重要焦点如前所述，将有三个，就是 UNESCO 的「新世界资讯与传播秩序」、「世界资讯社会高峰论坛」，以及从「文化例外」到《文化多样性公约》。

资讯与文化交流自由的真谛，不能屈从资本支配劳动与大自然而增殖的自由，各国有识之士因此高举 NWICO 与《文化多样性公约》，以作撷抗。

与此相对，台湾的主流学界、学官与社会未见跟进，反而作茧自缚，联合打造了一种氛围，迫使或诱使部分学术工作者，进入不得不默认、不抗拒，甚至自欺、乃至亦见拥抱的局面，以外文（特别是英文）写作为尚，等而下之者，或又居然以外文撰述为骄。

但是，表意要自由的前提，就在「我手写我口」。任何人，包括学术人，如果是因为诱惑或是遭致压迫，致使不得不以并非自己的第一语言写作，那么，其人的自由无疑减损，重则形同遭致剥夺全部或局部。

学人的不自由不仅只是不自由，另有两大负面效应同步浮现。一是知识生产质量的弱化，二是知识民主原则的背离。

以自己更不熟悉的语言写作，相较于英语系社会、其前属殖民地与语系接近英语的地方，必然致使双方或多造，显然进入不平等的竞争情境。所谓提升竞争力的说法与认定，势将适得其反，如果台湾学术人受诱或被迫以外语写作。人若无法我手写我口，效能就低，竞争力只能减弱，无法平添；学人关注、发掘与议论课题的能力与成果积累，注定衰退，不是增进。

不以外语写作，仍有所亏，但不是竞争力的减少，是对世界学术与国际社会，未能善尽回馈与交流的责任。本国学人若有真知灼见未以外语写作，致使他人不得与闻而见损失，讽刺以言，反而可以是台湾社会之得，是台湾自留藏私，他人用不得，我遂有其优势，如此而已。

其次，不肯「我手写我口」而偏重外文示人，则是养我育我的本地人与社会，无法从学院人的知识劳动得到服务。外文著作即便有其成绩，回馈反哺的对象竟在海外与我尚无，或仅只是间接来往之人，这不是民主，是反民主；这不是国际主义，最多是与外亦无所涉，若糟则是屈从资本权势与帝国的心态，再要等而下之，就是以他人的重点与议题作为写作方向，知人不知己，背离本地社会的需要，无以连结国际对我之经验的理解与学习。

至此，反自由、不平等，因此难以博爱的学院认知与实践，如同国王新衣，昭然若揭。「媒体改造学社」以此自惕，创办《传播、文化与政治》期刊，认同 2004 年「反思台湾高教学术评鉴研讨会」的十项主张，特别是「各种语言平等，不宜独尊英文」、「回归华文写作的优先权」，以及「题材在地化，才能学术国际化」。（反思会议工作小组，2005，页 vii-ix）

学界需要语言平等，不受威胁不受利诱，一切语言书写都有可取，对外善尽学术责任固然需要以外语传播，但不能与学术知识的生产与创造，混为一谈。

优秀的刊物永远缺少一本，我们希望候选，假以时日，通过表现而争取认同与支持，使人无论侧身学院及任何工作场所，都以参与本刊为荣，从刊物各期主题的策划、建议人选及亲自撰述与审查文稿，迄至协助发行、流通与各种行政事务，再到阅读文字与反馈作者及本刊，都能稳健成长，庶几学术与社会相互提携，以在地化的题材与问题意识，推进学术的境内与国际交流。

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

《传播、文化与政治》编辑委员会  
2015 年 6 月 1 日

## 参考书目

- 反思会议工作小组（编）（2005）。《全球化与知识生产：反思台湾学术评鉴》。台北：唐山。
- 李金铨（1983）。〈国际资讯秩序处在变的关头—兼论马克布莱德委员会〉，收于李金铨（着），《国际传播的挑战与展望》，页 3-21。台北：时报。（原刊于李金铨[1982]。〈国际资讯秩序处在变的关头—兼论马克布莱德委员会〉，《中国论坛》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.

探究传媒外部性：  
论 2001-2009 《壹周刊》封面故事

李郁青\*

---

投稿日期：2014 年 8 月 3 日；通过日期：2015 年 1 月 28 日。

\* 作者李郁青为朝阳科技大学传播艺术系助理教授，e-mail:yclee@cyut.edu.tw。作者感谢两位匿名评审给予宝贵的修订建议。

## 《摘要》

本文参考传媒外部性文献，特别是 Edwin Baker 具有开创意义的分类，并进而分为「生产的外部性」与「消费的外部性」，据此提出分析台湾《壹周刊》内容外部性的方法。作者随机取样《壹周刊》2001 至 2009 年间，96 期、192 本的 479 则封面新闻为分析样本，有 21.7% 属于公领域硬新闻，私领域软新闻则达 51.8%；在 82 则属于政治议题的封面故事，43 则侧重私领域，聚焦公领域略少（39 则）且包括误导性讯息。《壹周刊》监督公益的正外部性，少于其曝光私德的负外部性；政治正外部性占全数样本的比例偏少，有些甚且存在新闻专业品质上的疑虑。《壹周刊》尚有一些限制级暴力、色情等内容登上封面故事，明显违反《分级办法》，比例虽不高，但可能对儿少与他人之互动产生负外部性。

**关键词：**Edwin Baker、公领域新闻、私领域新闻、软新闻、硬新闻、壹周刊、传媒外部性

## 壹、前言：《壹周刊》与传媒外部性

《壹周刊》在台湾创刊时，曾以社论表示：台湾媒体需要改革，《壹周刊》将与广大读者站在一起，产制其所「需要的」、「最好的」资讯<sup>1</sup>；然而进一步参详《壹周刊》所谓「读者的需要」，与其说是读者真正所需（what they need）的全貌，不如说是读者之所欲（what they want）。《壹周刊》宣称要奉行市场逻辑，然而，即便不谈读者真正所需这个概念，退一步言，《壹周刊》是否真能遵守创刊宣言，产制读者「所欲」的新闻？这就涉及该刊对市场运行规律的理解。

依 McManus (1994) 市场导向新闻学论，一个全然产制「读者所欲」的新闻媒体，必要条件是：（一）双方理性交易皆为追求自利；（二）双方都对产品品质与市场有足够的知识与了解；（三）市场具有竞争性；（四）不存在负外部性（交易并未带来社会成本）（Entman & Wildman, 1992; Rotzoll & Haefner, with Sandage, 1990）。一旦市场条件偏离或违背此四条件愈多，愈易有一方受害，或使整体社会受害（McManus, 1994, p. 62）；在未符合这些条件的市场中，采取自利态度的交易者间必然导致冲突，由一方占另一方便宜。

不存在负外部性，是健全市场的必要条件之一；故《壹周刊》若欲宣称其新闻产制乃是符合「读者所欲」，整套逻辑的前提也正是：负外部性不存在，或负外部性已获合宜控制、或偿付。

本文研究传媒外部性问题的主要目的之一，在于探讨传媒是否能够更合宜地控制负外部性，以及探索传媒正外部性的创生，较为健全的传媒市场之建构问题。因此，更进一步了解传媒究竟可能创生了哪些外部性，这些外部性包含哪些类目，就是必须厘清的课题。李郁青（2009）曾经初步探究传媒

---

<sup>1</sup> 该段文字原文为：「台湾的媒体和台湾的政治及企业一样，值得改革之处甚多，身为媒体经营者，我们不敢故作高论，但是我们保证努力实践『诚信』原则。不故意歪曲事实，更不会恶意攻击人格，我们将努力做到无所畏惧也无所偏私（No fear, No favor）；我们一定会与读者的需要站在一起，永远与读者密切互动，为读者提供最好的资讯服务。」——《壹周刊》创刊号「壹观点」（2001年5月31日）。

外部性问题，发现《壹周刊》创生的负外部性并没有内部化，惟该文并未针对传媒外部性的多种可能类目等，进行归类，也没有较为全面的分析。

本文因此将耙梳与讨论，从传媒外部性现象的相关文献，整理出得以分类《壹周刊》外部性问题的系统性类目，以进一步探究《壹周刊》内容外部性之面貌。

## 贰、文献探讨

### 一、经济学「外部性」概念的传媒应用

「传媒外部性」一词源自两个学科概念：一方面，它是一种传播效果，指涉传媒或其消费者在产制 / 消费媒介商品时所产生的影响；另一方面，此传播效果非仅对阅听人产生影响，在复杂的传媒市场交易结构中，两两交易仍可能对与交易无关的第三人产生效益或成本，这类似经济学的「外部性」概念。

经济学定义「外部性」的方式虽众说纷纭（Baumol & Oates, 1975; Buchanan & Stubblebine, 1962; Meade, 1973），但彼此间仍有某种程度的概念一致性（Cornes & Sandler, 1986, p. 29），亦即：市场机制下的交易行为（包括生产与消费），对未参与交易之第三人 / 群体形成效益 / 成本，但该第三人 / 群体并未充份同意、或无法控制这些外部性的产生；且市场交易之双方亦未、或无法向这受益 / 受损害的第三人取得支付 / 施以补偿。

这个定义具有三个特点：（一）将外部性涉入人员区分为市场交易者，以及，未参与交易之第三人或群体；（二）外部性存在的前提是交易对第三人形成效益或成本，且交易者未向第三人收费或补偿；（三）第三人并未充份同意、或无法控制外部性的产生。缘此，本研究在应用「外部性」概念时，将考量以下问题：（一）所谓传媒「市场」界限何在？（二）传媒外部性如何计算其效益或成本？（三）如何得知第三人未充份同意，或无法控制外部性的产生？

针对传媒市场的范围界限，McManus（1994）提出四方市场概念，本文将沿用之；至于第二个问题，事实上「传媒外部性」的效益或成本，许多并

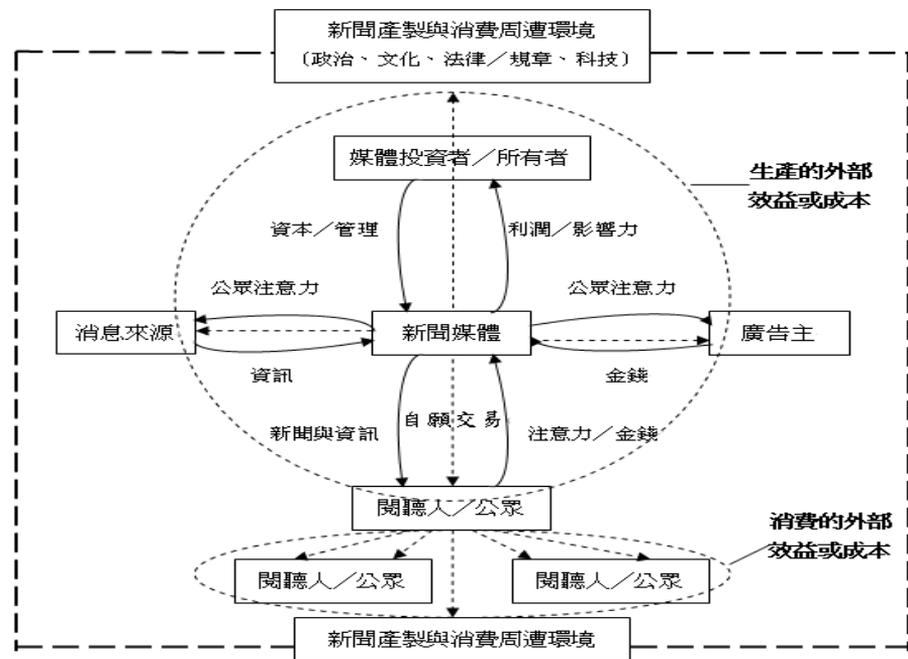
无法以货币明确定价或计算，这是本文使用「外部性」一词时，与经济学主张有别之处；而第三个问题：研究者如何代外部性承受者（即所谓第三人或其他群体）宣称外部性确实存在？且该外部性并未受其充份同意？对此，过去诸多传播效果研究的实证成果，或可做为解答的基石。以下分别详述：

### （一）传媒「市场」范围

传媒市场相较于一般财货市场而言，属于较特殊的市场；特别是新闻媒体市场交易一般拥有多方买家，使传媒外部性亦涉及各方交易市场间的相互影响性。

McManus (1994, p. 60) 指出，传媒商品的产制与消费大致具有四方市场，传媒会分别与（1）阅听人 / 公众、（2）消息来源、（3）广告主、及（4）传媒投资人 / 所有者交易（如〈图一〉）。以新闻媒体为例，传媒与消息来源相互交换的是「资讯」与「公众注意力」、与广告主相互交换「金钱」与「公众注意力」、与阅听人或公众相互交换「注意力 / 金钱」与「新闻 / 资讯」、并与媒体投资人 / 所有者交换「资本 / 管理」与「利润 / 影响力」；正因传媒交易涉及多方市场，故可能使单一市场的交易行为，为与该交易无关之第三人（亦可能是其他三方市场之交易者）产生额外的外部性。

图一：新闻传媒四方市场及其生产与消费的外部性



资料来源：作者参考 McManus (1994, p. 60) 后自行整理

例如，新闻媒体与消息来源进行交易，双方关系为互利共生，本为彼此皆有效率。然而，在部分情况下，例如传媒提供消息来源正面形象，以助其获取选票，却可能因为提供错误或片面的讯息，而欺骗消费者，使其做出错误的投票选择。这便创生了负外部性。

又如，商业传媒在多数情况下经常仰赖广告，致使新闻产制可能受到广告主的影响，特别是在媒体竞争激烈的背景下，俗称广编稿或专案的「置入性行销」将会增加，更有可能涉及不当操弄阅听人，违背新闻真实与客观的基本要求，从而伤害新闻品质，此亦创生额外的负外部性。

在图一中，本文进一步分类出传媒「生产的外部效益或成本」及「消费的外部效益或成本」。前者乃因传媒在生产活动中与四方市场交易而起，后者则因阅听人或公众在消费传媒资讯后所产生。以上两大类外部性及其类型，将在后文继续讨论。

## （二）传媒外部性殊难定价

许多经济学外部性文献都认为，人们对产品的生产或消费决策，之所以无法考量其对「与交易无关之第三者」的影响，因而出现生产、消费不知节制的情况，多与财产权（property right）不明确有关（参考张五常，2000；许义忠，2007；杨明宪，2005；杨小凯、张永生，2000；Coase, 1960；Papandreou, 1994）。换言之，由于「与该交易无关之第三者」无法主张其有不受外部性影响之权利，或法律并未约束市场交易者不可对「与交易无关之第三人」形成特定的外部性，致使外部性现象丛生。倘若法律能明确赋予第三人某些财产权利，便能降低市场交易侵害这些权利的可能性。

若以 Meade（1952, p. 56-7）「生产要素未获偿付」的观点观之，赋予财产权能使所有生产要素皆获适当定价，不再是「未获偿付的要素」（unpaid factors），如此外部性问题便不存在。也有许多经济学者认为，对于「外部性」的定义范围，应限于实质经济福利的变化上，不应将人们交互影响的七情六欲亦包含其中。

但事实上，无论在国内外，皆有不少针对人们无形的情绪或情感上损失，藉由法律界定「权利（产权）」的方式，将之化为量化的金钱赔偿。例如多种以《刑法》、《民法》为基础，对人们的名誉、隐私、信用等损失进行补偿的法律规定，便是藉由「明确产权」来解决外部性问题之事例。中华民国《民法》第 195 条便规定：「不法侵害他人之身体、健康、名誉、自由、信用、隐私、贞操，或不法侵害其他人格法益而情节重大者，被害人虽非财产上之损害，亦得请求赔偿相当之金额。其名誉被侵害者，并得请求回复名誉之适当处分。」

此一现象给予我们启示，权利的存在与否，并非自然给定或天生而成，而是经过社会斗争的结果。并且，人类社会有很多问题并无法以「定价交易」来解决；能透过货币尺度建立的关系，仅属于经济福利的满足与不满足，但人们的生活尚包含认知、情感或欲望等等，并非属于经济福利的范畴（Pigou, 1932, p. 12-4）。更进一步言，许多隐私或名誉侵犯的罚款，只是部分问题的强制货币化，虽聊胜于无，但这仍只解决了一小部分问题。

更重要的是，许多传媒外部性根本难以定价。举例而言，例如传媒小报化使软新闻侵占了硬新闻可能出现的版面，使阅听人（同时也是公民）对民主政治运作所需的知识减少，对民主政治的运作产生影响，但我们该如何为此进行定价？又如传媒接受报导对象的支付，放弃报导对其不利的消息，却可能同时背弃了阅听人「知的权利」，此类外部性亦很难以「为其定价」来因应。

故本文虽采「外部性」之名，但对传媒外部性概念的阐述，实有别于经济学对外部性概念之界定。

## 二、建构传媒外部性分析类目

过去曾为文讨论相关传媒问题的学者，分别来自不同学科领域，包括传播学者 John H. McManus (1994)、Vincent Mosco (1996)，经济学者 Edward S. Herman (1993)、Andrew Graham 与 Gavyn Davis (1997)，社会学者 George Tsourvakas (2003)，政策科学学者 Timothy J. Brennan (1992)，及法学者 Edwin C. Baker (2002)、Ellen P. Goodman (2004) 等人。其中，最为完整与深入论述的是 Baker (2002)，且自 McManus (1994) 以降至 Goodman (2004) 的讨论项目，皆可纳入 Baker (2002) 分类中。

在 Baker (2002) 的分类里，其一方面以外部性接受者为分类依据，将外部性区分为对「民主政治」的外部性、对「广告主」或「消息来源」之外部性等；另一方面又以外部性创生原因，将外部性区分为「因揭露与阻却权力的滥用」、「因媒体可能报导的行为反应」、及「因资讯搜集技术所强制的成本或创生的效益」等类目 (Baker, 2002 / 冯建三译, 2008, 页 52-70)。此一作法既可使读者了解外部性问题的成因、亦可使读者了解外部性问题的后果，使其分类多元而具体，能涉及各层面的外部性问题；然而亦诚如 Baker 所言，他的分类既不互斥，亦不穷尽。

缘此，本文以下所提之传媒外部性分类，一方面参考 Baker (2002)，同时亦纳入外部性创生领域、与发生时序的分类概念，希望使类目间彼此互斥。

其中，依创生领域言，外部性又可分为「生产的外部性」与「消费的外部性」两类；而就发生时序言，尚可分为「媒体报导刊出前即已创生之外部性」、及「媒体报导刊出后所创生的外部性」。随后再考量 Baker (2002) 本即有的外部性接受者分类方式，整并出本文传媒外部性之分析类目（见表一）。

前已提及，本文将探究《壹周刊》内容外部性之面貌，故拟采用内容分析方式，进一步了解《壹周刊》内容中所含有的外部性。缘此，〈表一〉中之「因媒体可能报导所产生的行为反应」，由于是在报导尚未刊出前即让行为未发生，无法由内容分析得出，故不列入本文分析类目；「对广告主、投资人 / 所有者的效益或损失」、「阅听人影响他人的文化产品易得性」及「搭便车现象」等三项亦无法列入内容分析；其余类目之分析方式讨论如下：

表一：本文传媒外部性分类与 Baker 分类之比较

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－媒體曝光私德、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

由于一般民众对政治事务的了解，多半来自媒体；而传媒如水，可载舟亦可覆舟，消费不同的传媒内容，可能使阅听人的消息更为灵通或反之，亦可能使其成为更积极的政治参与者或反之。好的传媒内容可使人增加政治知

识、激发政治参与情怀，坏的内容则可能误导人们的政治观感、浇熄政治参与热忱。无论何者，皆对民主社会政治体制运作、及公民社会之形成产生正或负面效应，Baker 称此为「传媒的政治外部性」(Baker, 2002 / 冯建三译, 2008, 页 52-4)。

此外，传媒的「第四权」、「看门狗」、「监督」功能角色，亦可能使报导对象成为被揭弊的对象，传媒可能阻却其权力的滥用，而使身为公民的媒体消费者、甚而全体社会大众受益；同时，媒体也可望因而获取声望、或实际可售予广告主的阅听人注意力，这也正是历来媒体皆致力追逐「独家」的原因。然而 Baker 亦指出，新闻媒体在报导此类新闻时，往往过度强调性、犯罪或暴力的部分，例如报导政府特定高层人士的性丑闻。媒体对个人式错误的报导较多，是因为此类内容非仅较易取得、开支相对低廉、较易撰写，还可轻易撩拨阅听人情绪；反之，涉及层面较广的社会严重弊案，则因新闻素材采集不易、开支相对较大，加之问题严肃，倘若对阅听人的近身性尚且不足，便难引发阅读兴趣；在成本难以回收的情况下，媒体可能较少报导此类素材，导致新闻调查报导的质量不足(Baker, 2002 / 冯建三译, 2008, 页 57-9)，这将动摇民主社会良性运作的部分基础，使「第四权」角色难以发挥在重要的公共议题上，无助公民论述的形成 (Goodman, 2004, pp. 1415-1416)。

Herman (1993)、McManus (1994)、及许多针对传媒小报化问题的讨论，为我们廓清传媒政治外部性之肇因。Herman 指出，传媒若能加重公共事务与地方内容的报导与讨论，将对民主有贡献；然而商业传媒一般较少如此做的原因，是因为严肃内容较无法吸引阅听人的注意，故而着手将这些严肃内容娱乐化或私人化，以吸引阅听人消费，究其原因正是为了服务广告主 (Herman, 1993, pp. 99-100)；McManus 亦有相同见解，其指出：为贩售消费者注意力予广告主，传媒必须加入大量娱乐性、戏剧性、情感性的风格元素 (McManus, 1994, p. 71)。但传媒内容私人化与娱乐化的目的，除了服务广告主，传媒本身亦能从中获利。故传媒内容私人化与娱乐化所创生的外部性，其来源同时含括传媒与广告主、及投资人 / 所有者间的交易；其共同表现形式为「小报化」。

所谓「小报化」一般指的是，传媒在（1）形式规格上有版面变小的趋势；（2）版面设计上有文字趋简要通俗，并采大标题大图片等趋势；（3）新闻主题上愈发重视性、丑闻、运动、娱乐等软性新闻，减少政治、经济、社会等较严肃的硬新闻等；（4）新闻侧重角度上愈发侧重个人私密领域的描写，减少对公共事务的报导（王石番，1972；李瞻，1976、1986；罗文辉等，1999；苏蘅，2001；陈韵如，2007；McLachlan & Golding, 2000; Sparks, 2000）。其中，软新闻的增加，或私领域角度的侧重，都可能排挤硬新闻及公益观点出现的机会，此类小报化趋势将使媒体作为公共领域的角色难以发挥，并使媒体消费者、甚而全体公民皆受此外部性影响。这正是近年来有关新闻媒体小报化之研究所忧虑的问题（陈韵如，2007，页 12；苏蘅，2001，页 4）。非仅如此，阅听人对软、硬新闻的接触偏好，将会影响其政治知识的高低。偏好报纸与电视硬新闻者之政治知识，一般较软新闻偏好者为高，同时也较可能去投票（彭芸，2007，页 104-7）。传媒是否能供应质量俱佳的公领域、硬新闻内容，显然关乎其对国家民主发展的外部性。

由上可知，传媒政治外部性非仅源于服务广告主、传媒所有人等诱因（这是一种生产的外部性）；事实上，消费传媒内容者的观点仍会透过人际互动或政治参与行为，影响到其他非传媒消费者的福利（这是一种消费的外部性）。其损害或效益的幅度，端视其他人的传媒消费或政治参与幅度及品质而定，但传媒确实在很大范围与层次上影响了此类参与（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 52-3）。

## （二）对报导对象的成本或效益

消息来源（有时即是报导对象）与传媒互动，能使其观点广为周知，一方面可自我培力、博取名声，另一方面则可能因得到发言机会而使敌人蒙受损失。然而另一方面，传媒报导亦可对报导对象形成负面效益，倘若传媒为求服务于广告主，以致有意与无意的查证不确实，或未予报导对象回应的空间，即可能伤害报导对象的名誉或答辩权益（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 66）。

传媒与消息来源之间一般是以传媒的「公众注意力」换取消息来源的「资讯」，双方交易存在几种成本风险：

## 1. 平衡与否对报导对象的影响

消息来源与媒体交易多半为无偿，例如传媒对政商文化专业人士或团体（含消息来源 / 报导对象）的有利报导，对这些个人或团体大大加分，然该受益对象却经常并未直接支付传媒（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 63）。此外，传媒亦可能有意无意的查证不确实，或未予报导对象回应空间，在耸动报导获得阅听众的高关注度外，却也伤害了报导对象的权益。

传媒亦可能因透露消息来源身份，使消息来源受到伤害；然而一方面，若政府立法，容许传媒遇有争议时，保有不透露消息来源的权利，虽然可以使传媒更易取得资讯，却难以确保资讯品质；反之，若政府强制传媒必须在司法仲裁下，吐露消息来源，必然就会限制记者获取某些资讯的机会，若该消息来源怯于见光。由此看来，显然政府不介入强制消息来源的匿名与否，较能提升新闻产制之效能（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 66-69）。

然而，传媒是否合理地揭露消息来源，以示对传媒内容之负责；又或是，传媒如不愿揭露消息来源时，报导者本身是否愿为内容署名以示负责，依然影响着传媒内容的可信程度。且传媒若报导了侵害报导对象名誉或隐私等权益之事，给予其回应机会（平衡报导）应亦是新闻基本专业意理。

## 2. 遭媒体曝光私德之影响

媒体有时常以「监督」为名，行「侵权」之实。例如揭露一些无涉公共利益（即私人的）其他可议行为。这样的传媒注意力非仅可能伤及报导对象（无论资讯真假正确与否、评论公正与否，都具有强大的杀伤力），且排斥其他公共利益新闻的呈现空间。此类外部性若非有任何具强制力的机制，使

传媒必须支付相关外部成本，否则一般传媒在决定编辑政策时，并不会考虑这些潜在的伤害。

究其实，此类曝光私德的外部性往往是因为媒体与广告主、投资人 / 所有者、或消息来源之交易而起，与政治外部性影响的是全体社会之公益（公民参与）不同，此类外部性作用对象为传媒的报导对象。

### 3. 资讯搜集技术之影响

此类外部性涉及记者所采用的采访「技术」问题，得以、却未将相关成本内部化。例如新闻记者可能为「追求速度」取得新闻而违犯法律，或采取不当的采访手段（如不当问话方式）使受访者感到难堪、痛苦；前者如不慎毁损器械财产、车祸、或伤及旁人等，法律一般皆有相关民、刑事责任可因应之；后者则属精神性的外部成本，且法律并未明确赋予受访者相关可主张的权利，故难透过法律加以求偿或吓阻（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 69）。

还有另一种情况是，记者采取非法录音 / 录影等手段取得新闻。假使当事人认为，记者的这类采访手法并不可取（未获当事人同意），记者等于就是强加一种成本迫使报导对象承担，记者未能内部化这类成本（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 69）。就这类外部性来说，一般是由法律（各种民、刑事规定）进行规范，将因为记者采访而受害者的成本，责成传媒予以内部化。不过，此类规范所要阻止的情况仅在于「该新闻采集手段所产生的成本，大于其社会效益时」，故在「该手法可能产生比成本更大的社会效益时」（如涉及公益的报导），法律便可能允许记者侵入某些特定场合。此外，法律通常亦不罚真实的报导，即便它们经常对当事人造成伤害。若有某些法规要求权益遭受侵犯的单位或个人，无论在何种情况下皆须自行承担部分或全部资讯采集成本（即无责任制，媒体无论如何皆无须负责），便等于法规「补助」了此类传媒内容的生产（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 134-5）。

某些特殊的媒体采访技术，其采用原因常与媒体服务于广告主、投资人 / 所有者的利益有关。媒体为极大化其利益，必须提升阅听众对内容的注意

力、满足偷窥欲望，因而不计代价以各种方式取得某些私密、或令人困窘的内容，将其摊在阳光下。这些具有争议的资讯采集技术包括：擅用单位密件、擅用私人文件、假扮他人（乔装采访）获取资料、隐瞒身份卧底采访、或狗仔跟监等（罗文辉、陈韬文、潘忠党，2001）。劉静怡（2004）曾以 Food Lion 控告 Capital Cities / ABC 等案为例，指出媒体为揭露与公益有关之不法行为，而采取争议性的资讯采集手段时，不应受到法律过严的制裁。换言之，即便因资讯搜集技术而可能强制某些成本，但将这些技术应用于报导公领域新闻时，仍可能因而创生社会效益。

### （三）阅听人与其他人的互动

传媒外部性问题中，另一获得诸多学者关注的问题，是暴力色情内容对于个人与社会的影响。传媒具有建构阅听人脑海中「现实世界」的能力，阅听人也会顺此产生相应行为，这就使传媒内容产生外溢效果，影响着我们与周遭人的互动。有品质的传媒内容将对社会人际互动产生正向福利，渲染负面行为的传媒内容则可能为人际互动带来负面影响，形成惶惑不安的社会氛围；而这正是人人都有理由关心他人会消费哪些传媒内容的原因（Baker, 2002 / 冯建三译，2008，页 54-6；Graham & Davies, 1997 / 刘忠博、丘忠融译，2007，页 20；Herman, 1993, p.102-4; Tsourvakas, 2003, p. 236）。

就传媒暴力内容而言，相关传播研究（特别是电视暴力内容的效果研究）可说数以百计，大多数研究结果皆支持刺激论，认为观看电视暴力内容可能刺激人们在现实生活中对人施暴、学习到施暴方法，或对暴力现象见怪不怪；支持宣泄论的研究则屈指可数，此说认为观看电视暴力内容可使人们藉此宣泄情绪，反而不易有实际暴力行为发生（Corner-Rever, 1995; Severin & Tankard, 1997 / 罗世宏译，2000，页 341-2）。这显示，至少在某些既存情境中，阅听人以暴力对待他人的机会，将因传媒对暴力的描述而增加；消费传媒暴力内容，可能影响阅听人与他人的互动关系，这使阅听人的消费行为亦出现外部性。

然而，何谓暴力内容？Gerbner 等人将「暴力」定义为：「明显行使身体力量（不论有无武器）强行违反自己或他人的意愿，使之受到被伤害或死亡的痛苦，甚至实际受伤或致死」（Gerbner, Gross, Eleey, Jachson-Beech, Jeffries-Fax, & Signorielli, 1978, p.179）。Murray 与 Kippax（1978）则指出，所谓「暴力」除强调「对人类造成身体伤害之行为」外，更有「心理伤害」、「言语暴力」等其他类别。黄明明（1994）则将「暴力」定义为：「以任何明显而具体的言语或行为意图使人屈服（无论有无人员伤亡或物品毁损）之情境」。综观而言，「暴力」的展现方式可包括以下四类：（1）口语暴力：指言语上的攻击或冲突行为，例如辱骂、威胁与恐吓等；（2）肢体暴力：指使用身体部位攻击他人，如扭打、互殴等徒手攻击行为；（3）武器暴力：指以任何器具、物品攻击他人，例如枪击或以刀剑棍棒袭击对方之行为；（4）物品毁损：专指人为意图所造成之物品毁坏，例如拔麦克风、砸桌椅、纵火等行为。凡符合上述「暴力」定义情境之新闻报导或描述，均属于「暴力新闻」。缘此，传媒新闻中若含有上述四类暴力内容愈多，便愈可能影响其阅听人与他人的互动关系，特别是在认知与态度层面的影响性。

色情内容亦复如是。多数研究结果皆证实，过当的色情内容可能为阅听人带来负面效果；特别是采用实验方法所进行的研究更有一致发现，经常暴露于暴力色情内容中，会使受试者产生对女性的负面态度。诸如：增加受试者攻击女性的行为、强化「可对女性使用暴力」的观念、不同情强暴案件的受害者、夸大女性的性欲及性开放程度、或显著增加男性对其伴侣的不满意度等；且在保证不会受到任何制裁的承诺下，男性受试者亦自我报告有强暴女性的可能（林芳玫、徐郁乔，1997；Lyons, Anderson, & Larson, 1994）。学界对「暴力色情」的定义一般是：含有性暴力、无故事情节的、亦不强调情感面向，且具有贬抑女性意味的性资讯（林芳玫、徐郁乔，1997）。且前述相关研究成果的受试者都是成人。换言之，即使是一向被视为较具自制力、能动性、受敬重的成人，若经常观看具有性暴力、具贬抑女性意味的色情内容，仍可能对女性具有前述多项潜在的负外部性。

但我国法律（指《刑法》第 235 条「猥亵、妨害风化罪」）所管制的暴力色情内容，一般采取较严苛的认定标准，且不考量色情内容是否具有贬抑

女性意味。依据大法官释字第 617 号解释文，我国《刑法》管制的色情资讯是「含有性暴力、性虐待或人兽交，而无艺术性、医学性或教育性价值之猥亵资讯」（即所谓「硬蕊」猥亵出版品），目前禁止一般人制造、流通及持有；而「客观上足以刺激或满足性欲，使一般人感觉不堪呈现于众、或不能忍受而排拒之猥亵资讯或物品」（即所谓「软蕊」猥亵出版品），只要当事人采取「适当之安全隔离措施」（如加装封套、设警告标示等），不使未成年者接触到的情况下，即可对特定人士（即成年人）进行传布（中华出版伦理自律协会秘书处，2009，页 10）。

「软蕊」出版品属限制级出版品，须限制儿童及青少年接触此类内容。而依据我国《出版品及录影节目带分级办法》（简称《分级办法》）第 5 条之规定，所谓限制级色情内容为：「以语言、文字、对白、声音、图画、摄影等描绘性行为、淫秽情节，或裸露人体性器官，尚不致引起一般成年人羞耻或厌恶感者」。

而现行执法单位为求权宜而设的限制级出版品判断依据则是：（1）是否详细描述性交过程；（2）是否露出第三点；（3）是否详述施暴或自杀过程；（4）是否详述或呈现恐怖、血腥、残暴、变态等情节。本文亦依此作为限制级内容的区分标准。

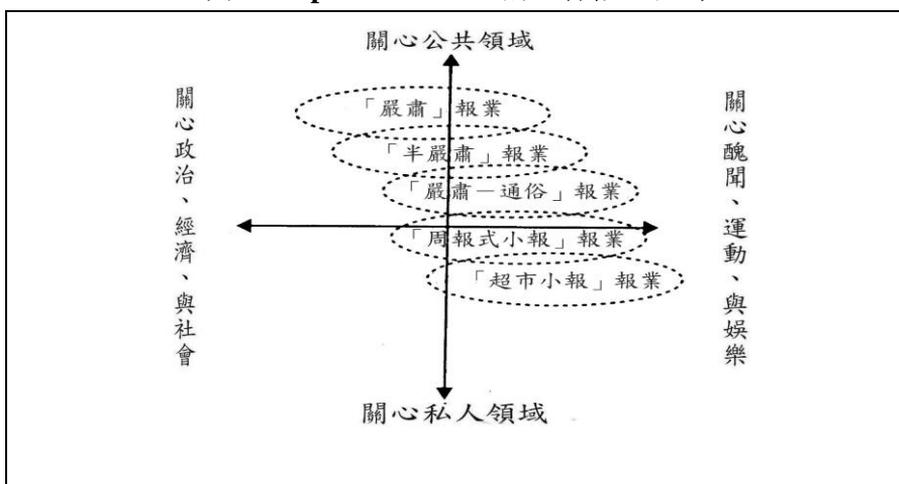
### 三、区辨《壹周刊》报业定位

林思平（2008）将《壹周刊》定位为「通俗新闻媒体」，并指出此类媒体在台湾具有解构文化霸权的意义。但本文认为这样的区分或命名方式，仍可能造成某些混淆；欲更精确掌握《壹周刊》的报业定位，实有必要引入 Sparks（2000）的「新闻学双轴线」（the two axes of journalism）概念。

Sparks（2000, p.14）以报业内容所侧重的「报导主题」及「公私领域」，作为划分不同报业的两条轴线，并依此将报业区分为「严肃报业」（the serious press）、「半严肃报业」（the semiserious press）、「严肃—通俗报业」（the

serious-popular press)、「周报式小报」(the newsstand tabloid press)、及「超市小报」(the supermarket tabloid press)等五类(见图二)。

图二：Sparks (2000) 的五种报业范畴



资料来源： *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，真正的严肃报业是以关心「政治、经济、社会等」硬题材、且侧重于「公领域」议题为职志的报业，其大多以「记录性的新闻」作为新闻商品的主要表现形式，并常扮演民主社会告知者、监督者的角色，因而与关心「丑闻、运动、娱乐等」软性主题、且侧重「私领域」议题的真正小报，有大相径庭的社会功能 (Sparks, 2000, pp.12-14)。

简单区分 Sparks 所提的五种报业，「严肃报业」、「半严肃报业」、「严肃—通俗报业」三者的共同特质是：都只关心「公领域议题」，但在「报导主题」上有不同程度的偏重。「严肃报业」偏重政治、经济、社会等硬题材，「严肃—通俗报业」则偏重丑闻、运动、与娱乐等软题材，「半严肃报业」则软硬主题约略各半。至于「周报式小报」及「超市小报」，相较于前三种报业，乃以呈现较多「私领域议题」为共同特色；二者差别则在于：「超市小报」并不关心公领域问题，但「周报式小报」略有公领域议题(见图二)。

《壹周刊》在 Sparks (2000) 所提的报业光谱上, 究竟占据何种位置? 由于报业对封面故事或头版头条的拣择, 一般代表其报业定位, 本文将针对《壹周刊》封面故事进行抽样内容分析。

## 参、研究方法

### 一、选取分析样本

本文以 2001 年 5 月 31 日《壹周刊》创刊号起算, 至 2009 年 5 月 30 日止的八年间, 《壹周刊》所发行的各期杂志内容 (包括 A、B 两本) 为研究母体, 每月随机抽选一期为分析样本, 分析其封面故事的外部性。共计抽出 96 期、192 本《壹周刊》, 并以其封面所登新闻 (广告不计) 共计 479 则为分析样本。

### 二、外部性类目及其正负向评价之认定

#### (一) 政治外部性

1. 所属新闻认定: 当新闻属于政治或国际类新闻, 且因聚焦于与公共利益有关之公领域事务报导, 而使公民能对国内外政治情势有进一步了解与认识 (形成政治知识) 者, 视为形成政治外部性。而当新闻属于揭露社会各阶层人士之不当行为 (即所谓丑闻) 者, 且报导聚焦于公共利益是否遭受损害的公领域角度时, 因可能阻却权力滥用, 所担负的正是社会第四权之角色, 故亦视为形成此类外部性。

2. 正负向评价的认定: 符合前项之新闻, 若新闻报导未具明显错误者, 视为形成政治正外部性。反之, 若新闻存在明显偏见、或有明显错误者, 因有误导读者之可能, 视为形成政治负外部性。

## （二）对报导对象的成本或效益—媒体曝光私德

1. 所属新闻认定：当新闻属于揭露社会各阶层人士之不当行为（即所谓丑闻）者，且报导聚焦于与公共利益无涉之私领域角度（私人丑闻），视为形成此类外部性。

2. 正负向评价的认定：符合前项之新闻，因其无论真实与否皆可能伤害报导对象，故一律视为负外部性。

## （三）对报导对象的成本或效益—资讯搜集技术

1. 所属新闻认定：当媒体使用支票新闻学、擅用单位密件、擅用私人文件、假扮他人（乔装采访）获取资料、隐瞒身份卧底采访、未经同意偷拍偷录、或狗仔跟监等争议性新闻采集手法时，即视为创生此类外部性。

2. 正负向评价的认定：符合前项之新闻，若其报导乃聚焦于公领域、而非私领域角度者，视为创生此类正外部性；反之，聚焦于私领域、而非公领域者，视为创生其负外部性。

## （四）阅听人与其他人的互动

1. 所属新闻认定：当新闻出现限制级色情、或限制级暴力内容，且未依法自行分级、并采取合宜隔离措施者，视为对儿童及青少年与他人互动形成外部性。至于限制级色情或限制级暴力内容的认定标准：

（1）限制级色情：指详细描绘性交过程、或裸露人体性器官（露第三点）的内容。

（2）限制级暴力：指具有恐怖、血腥、残暴、变态等情节，或详述施暴与自杀过程者，可能使未成年者观看后产生恐怖、害怕的心理。

2. 正负向评价的认定：符合前项之新闻者，视为对儿童及青少年形成负外部性。

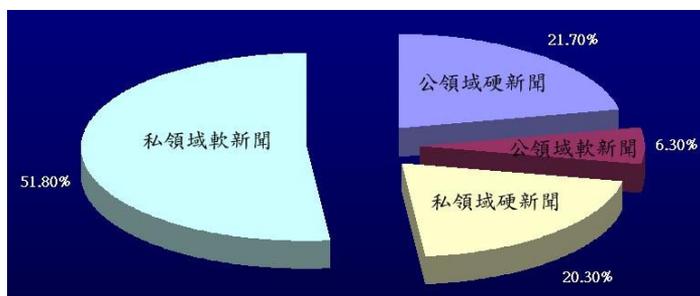
本研究之内容分析登录说明（见附录）、与信度检验，是由笔者与另一位受过研究方法训练之研究生张芟馨共同讨论、修订与执行。在内容登录上，针对每一分析样本皆先区别其文本内容主题（属软、硬新闻）、及侧重面向（属公、私领域）、是否符合新闻专业要求（进行平衡报导、署名负责、与注明消息来源）、是否使用争议性编采手法、是否含有限制级暴力或限制级色情内容之情形，以进一步辨识《壹周刊》的内容取向。

## 肆、研究发现与结果分析

### 一、《壹周刊》定位：偏重私领域软新闻的「周报式小报」

《壹周刊》在 Sparks (2000) 所提的报业光谱上，究竟占据何种位置？本文针对《壹周刊》封面故事进行抽样发现，其创刊八年中所强调、突显的内容，仍以私领域软新闻为多（51.8%, N=248），此类小报式新闻登上《壹周刊》封面的机会，明显高于其他类型新闻。由图三看来，若依据 Sparks (2000) 所提的报业光谱，《壹周刊》乃是一份偏重于私领域软新闻的「周报式小报」，但亦曾于调查报导国安秘帐、国务机要费案等严肃政经议题上，有引人瞩目的表现，对于公领域政经议题仍有一定程度的关心；只是，它绝非仅止于一份通俗报业，因为除了通俗议题的呈现外，它还有将各类议题「私领域化」的特质，公领域严肃议题的报导仅占其所有报导的四分之一弱（21.7%）。

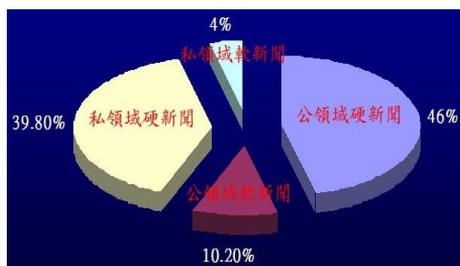
图三：《壹周刊》封面故事新闻主题与公私领域之偏重



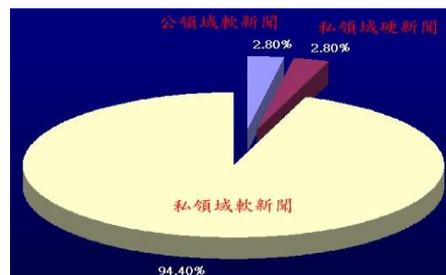
(2001-2009) (N = 479)

即便将《壹周刊》A、B本分别来看，A本虽诉求以公领域硬新闻为重（46.0%），但仍存在私领域软新闻（4.0%），是一种介于 Sparks 所定义的「严肃一通俗报业」与「周报式小报」之间的刊物；B本则完全没有公领域硬新闻，并有高达 94.4% 的私领域软新闻，类似于 Sparks 所界定的「超市小报」（见〈图四〉）。

图四：《壹周刊》A、B本封面故事新闻主题与公私领域之偏重（2001-2009）



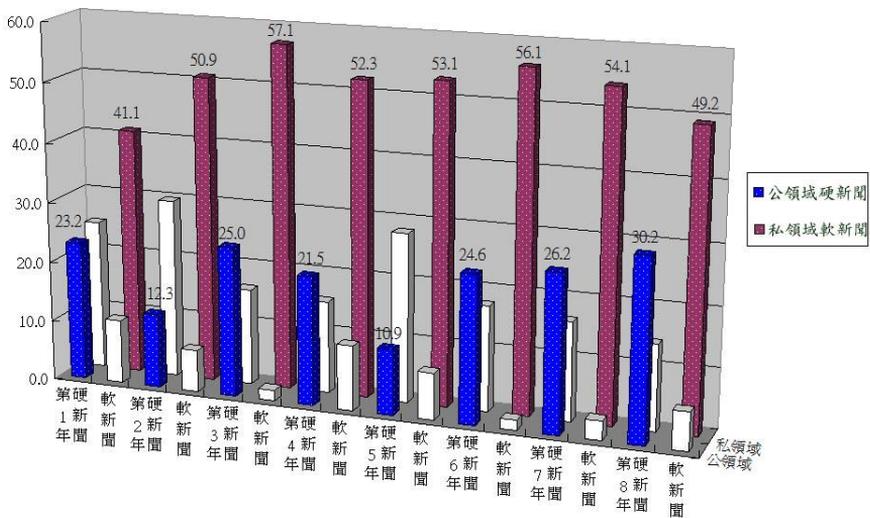
A本(N = 226)



B本(N = 253)

以分年资料来看,《壹周刊》创刊八年来都是以私领域软新闻所占封面故事比例最高,公领域硬新闻与之相较,比例相差甚远(见图五);且依其「每年都是软硬新闻、公私领域新闻皆有,但皆以私领域软新闻所占比例最高」的倾向来看,创刊八年来的《壹周刊》,都应属于 Sparks (2000) 定义下的「周报式小报」。本研究进一步针对其历年来封面故事「新闻主题」与「新闻领域」的偏重情形进行卡方检定 (Chi Square Test), 确定《壹周刊》这八年来在新闻主题与新闻领域上的调性偏好并无显著改变 (前者  $X^2 = 1.987, df = 7, p > .05$ ; 后者  $X^2 = 8.889, df = 7, p > .05$ )。

图五：《壹周刊》封面故事之新闻主题与公私领域比重（2001-2009）（%）



此种侧重于私领域软新闻的小报业定位,是我们理解《壹周刊》外部性问题的基础。本文以下将分别讨论《壹周刊》封面故事中所存在的外部性问题。

## 二、《壹周刊》外部性发现与讨论

本文发现：479则新闻样本中，以涉及「资讯搜集技术」之外部性最多，占45.1%；相关外部性排名见表二。

表二：《壹周刊》封面故事所涉外部性类目排行（2001-2009）

外部性出现 频率排名	外部性类目	回应数	回应数 百分比	样本数 百分比
1	对传媒报导对象的效益或损失—资讯搜集技术	216	31.4%	45.1%
2	民意形成及政治参与品质之影响	141	20.5%	29.4%
3	对传媒报导对象的效益或损失—媒体曝光私德	120	17.5%	25.1%
4	阅听人与其他人的互动	18	2.6%	3.8%

注：因不少案件同时涉及多种外部性类型，故各类外部性回应数之和、及其占总案件数之比例分别超过 479 笔及 100%。

### （一）使用争议性新闻采集手法，创生正外部性远低于负外部性

本文发现，整体而言，《壹周刊》使用乔装采访、使用单位密件、使用私人文件、未经允许偷拍偷录、或狗仔跟监等争议性新闻采集手法时（N=216），其报导大多聚焦于私领域（86.1%，N=186）、较少聚焦于公领域（13.9%，N=30），故而创生使用此类报导手法之正外部性的机会，远低于其可能创生的负外部性（见表三）。

表三：《壹周刊》使用争议新闻采集手法之公私领域比（2001-2009）（%）

	单位机密	私人文件	乔装采访	偷拍偷录	狗仔跟监	总计
公领域	1.4 (N=3)	-- --	3.2 (N=7)	6.5 (N=14)	7.4 (N=16)	13.9 (N=30)
私领域	-- --	1.4 (N=3)	0.5 (N=1)	11.6 (N=25)	82.9 (N=179)	86.1 (N=186)
总计	1.4 (N=3)	1.4 (N=3)	3.7 (N=8)	18.1 (N=39)	90.3 (N=195)	100 (N=216)

注：一篇报导可能采取多种资讯采集手段，故此处为复选题，各细项之则数加总可能超过216则及100%。

较为例外的是，《壹周刊》在采用单位密件或乔装采访等手法进行资料采集时，多数仍聚焦于公领域的报导。其采用「单位密件」报导手法者有三件，包括43期〈国安局绝密文件曝光，李登辉非法挪用35亿〉、371期〈520当天一坪400万卖25万，财政部贱卖SOGO商圈土地〉、及387期〈三大金控成洗钱密道，扁家二次金改贪污现形〉等文；三篇皆属公领域、硬新闻的机关丑闻报导，且不含暴力、色情等内容。但三篇报导皆未予相关人士任何说明机会，亦未注明消息来源。

《壹周刊》采用「私人文件」进行报导者则有三件，包括22期〈打通政商金脉，璩美凤淫乱大公开〉、144期〈连惠心私密信件，惊爆连战打老婆〉、及382期〈陈启礼杀手自白密件曝光，最想干掉许信良张灿璩〉等文，所采用的私人文件分别为璩美凤手札、连惠心私密信件、及陈启礼的杀手自白等。前两篇都旨于揭露私领域的个人丑闻，且皆未注明消息来源，但有给予报导对象回应的机会；且该两篇后来皆有相关诉讼：前者是璩美凤控告《独家报导》、但没告《壹周刊》（《独家报导》败诉）；后者则是连惠心控告《壹周刊》（此案《壹周刊》胜诉）。

《壹周刊》采用「乔装采访」之报导手法者有八件，包括89期〈仿冒SK-II泛滥，爱美小心毁容〉、203期〈变造有效期限，易而善卖黑心奶粉〉、226

期〈2千万生日礼物，蔡依林信义区买豪宅〉、228期〈防疫大漏洞，全台私宰鸡场直击〉、329期〈黑心医师偷跑，果冻隆乳变石头奶〉、418期〈假聊天真卖淫，闹区性爱包厢直击〉、440期〈色情新宠，互动摄影活春宫直击〉、394期〈踢爆戴假发混充生发，史云逊广告诈骗〉等文。这些新闻的报导角度以公领域报导为多，《壹周刊》记者在这些采访行动中经常乔装成商品（保养品、奶粉、房屋...等）买家，以获取新闻。然而，〈假聊天真卖淫〉、〈色情新宠〉二文皆涉及色情内容登上封面的不法行为，可能形成阅听人与他人互动的负外部性；〈2千万生日礼物〉及〈色情新宠〉二文均涉及法律讼案。

《壹周刊》有39则报导采用「偷拍偷录」的报导手法，报导角度以私领域较多（64.1%，N=25）；且这些新闻中，有四分之一以上（25.6%，N=10）涉及限制级的色情内容；创生不少负外部性。且这些新闻有66.7%未署名，亦有少部分（12.8%，N=5）未予当事人任何说明机会。

另有195则报导采用「狗仔跟监」之手法，报导角度高达91.8%（N=179）为私领域，软新闻占了七成余（75.4%，N=147），未予当事人任何说明机会者有23件（11.8%）。

## （二）监督公益的正外部性，略少于曝光私德的负外部性

本文发现：《壹周刊》创刊八年之封面故事涉及因监督功能而生的正外部性者，共115件，占全数样本的24.0%；涉及因曝光私德而生的负外部性者，则共120件，占全数样本的25.1%。显见其因监督功能而生的正外部性，相对上略少于因曝光私德所生的负外部性。

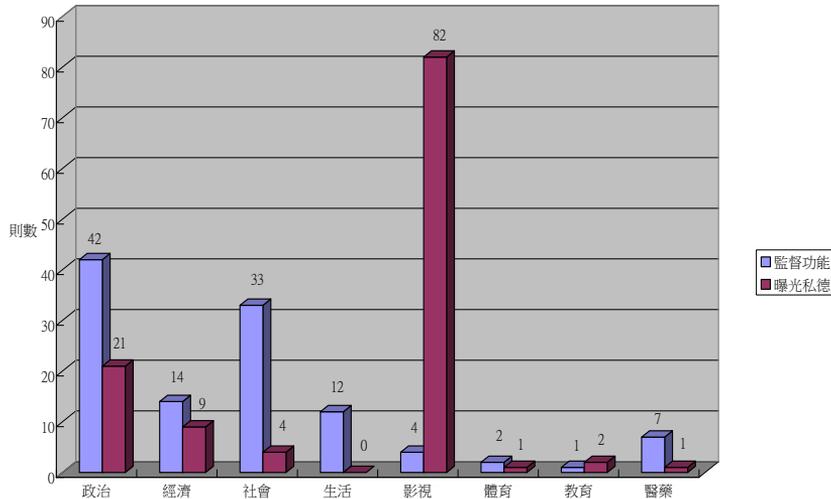
《壹周刊》在报导私领域个人丑闻时，常以道德警察角色自居，并以揭露各式交往劈腿、未婚过夜、未婚怀孕...等「未婚者丑闻」，及婚外情、离婚...等「已婚者丑闻」为多，各占26.8%及26.0%。「未婚者丑闻」如创刊号中的〈准驸马四年女友大爆薄幸内幕〉、55期〈未成年，小猪与Makiyo过夜〉、291期〈负心男友赶订婚，丁国琳DNA挣名份〉等文；「已婚者丑闻」则如第9期〈一天四次进香闺，萧蔷、林金龙不伦恋情大现形〉、39期〈丁柔安、胡瓜地下情曝光〉、226期〈4个月捞1千万，王静莹分居不离婚〉及391期〈8年

花6,600万, 伊能静榨干哈林)等文。且《壹周刊》的私领域个人丑闻中, 亦有不少「性话题」(15.8%)。包括性关系或情感关系复杂者之情事与性事揭秘, 女明星或模特儿拍摄三级片或春光外泄之事, 明星偶像车震等, 都成为报导内容。如22期〈打通政商金脉 璩美凤淫乱大公开〉、46期〈郁方三级片吓怕小开〉、124期的〈一天做爱十次, 宣宣公开性爱秘招〉与〈Energy绯闻上身, 坤达女友车上脱裤〉、413期〈香港斗波 露点熊黛林奶压离覃林志玲〉等文皆属之, 都对报导对象形成曝光其私德、或不愿人知之私密的负外部性。这些私领域个人丑闻中, 有近半(46.0%, N=58)曾引起其他媒体关注、跟进报导, 进一步扩大了其伤害程度。

至于《壹周刊》所报导的公领域机关丑闻, 则如12期〈警察束手, 民代大搞色情业〉、36期〈滥用防腐剂, 金华火腿走味〉、43期〈国安局绝密文件曝光, 李登辉非法挪用35亿〉、124期〈黑道收买职棒球员, 中信鲸爆放水丑闻〉、203期〈变造有效期限, 易而善卖黑心奶粉〉、或377期〈爆扁密汇3亿出境, 利用黄睿靓洗钱〉等案件; 其监督对象包括前总统、民意代表、各式商家与各界专业人士等。这些报导造成其他媒体跟进的比例不少(45.3%, 75则新闻中有34则外溢至其他媒体), 进一步增强其监督功能的影响力。

若以新闻类别来区分, 《壹周刊》在报导「影视文化」类之丑闻上, 因曝光私德而生的负外部性特别明显; 而在报导「政治」、「社会」、「经济」、「生活」与「医药」类丑闻时, 则有相对较多因监督功能而生之正外部性(见〈图六〉)。

图六：《壹周刊》监督功能与曝光私德两项外部性之新闻类别比（2001-2009）



### （三）政治正外部性偏少，负外部性影响力大

本文另发现，《壹周刊》创刊八年中的封面故事（N=479）中，政治议题占17.1%（N=82）。这些政治新闻中，仍以侧重私领域面向（52.4%，N=43）居多，公领域新闻（47.6%，N=39）非仅略少于私领域，且尚有一些误导性讯息存在其中。这使得《壹周刊》所创生的政治正外部性，就其数量及比例而言不如其负外部性。

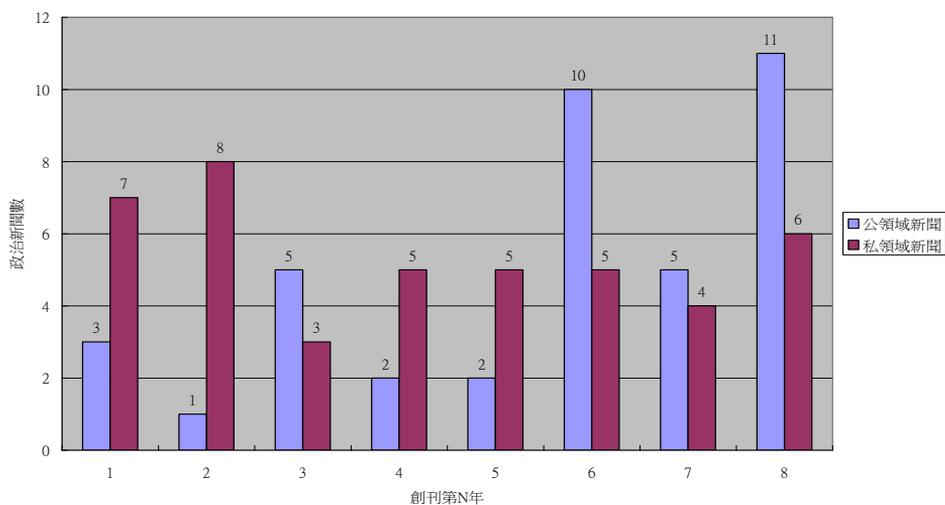
《壹周刊》的政治报导较偏好的内容，是揭露政治人物的私人感情生活或家庭秘辛，43篇私领域政治议题报导中，有23篇属于此类报导（53.5%）；如22期〈打通政商金脉，璩美凤淫乱大公开〉、191期〈一周三次，林重谟幽会美腿女〉、〈帅哥立委郑运鹏，误把黑道密友〉；387期〈婆媳失和，致中挺妻斥母大嘴巴〉、〈第一家庭角力，黄睿靓拚生男，赵建铭结扎争宠〉...等文。此类政治议题报导，对于增进选民政治知识、或促进政治参与并无多大帮助。

此外，《壹周刊》尚偏好某些人物特写（而非议题特写）的素材，43篇

私领域政治议题报导中有8篇属于此类报导（18.6%）；如60期〈厌作人间语，萧美琴〉、188期〈迷途，陈水扁〉、240期〈再下一城，马英九〉...等文。此类偏向于个人角度的政治新闻，以Baum（2002）对政治知识的定义来看，确实能够增加阅听人对政治人物的了解，也的确具有某种程度的公共性，却仍无法达致「提升阅听人对公共事务判断能力」的程度。

前述两类私领域政治相关内容，显然对于增进《壹周刊》政治正外部性的成效有限。则其公领域政治新闻的报导表现又是如何？首先，就其创刊八年的封面故事观之，《壹周刊》所报导的公领域政治新闻不到一成（8.1%，N=39），显见其政治正外部性的贡献机会不高。但此种情况近年来略有改善；如图七所示，《壹周刊》封面的公领域政治新闻，后三年有领先私领域新闻之趋势。

图七：《壹周刊》政治类封面故事之公私领域比（2001-2009）



进一步探究这些公领域政治新闻发现，大多集中在国务机要费案、及扁家洗钱案的相关报导上（39篇公领域政治新闻中，有26篇集中在近三年，且其中有12篇属于扁家相关案件的报导）。如第266期〈收SOGO礼券，检调30

28

日秘讯吴淑珍)、268期〈吴淑珍台大秘讯,第一家庭官司脱罪内幕〉、285期〈列举贪污罪状,陈瑞仁拆穿阿扁谎言〉等文,以及自2008年8月14日出刊的377期〈爆扁密汇3亿出境,利用黄睿靓洗钱〉一文起,一系列对扁家洗钱案的报导等。事实上,自377期〈爆扁密汇〉该文起,整整一年来,《壹周刊》几乎每期封面皆有扁家洗钱案的内幕报导,少数几期例外的是410、413、415-7、420、422、425-8等期(52期中仅11期无相关报导)。故而有媒体讥其为「快和某些电视台的谈话性节目一样,就靠着阿扁家族这一剂营养针撑着」(邓蔚伟,2009.2.17)。

《壹周刊》所呈现的这些公领域政治新闻中,有些还存在着新闻专业品质上的疑虑。例如,有69.2%(N=27)的公领域政治新闻未注明消息来源、4.8%(N=4)未署名负责;如果这是为了保护消息来源、及自我保护,这些未注明消息来源的新闻中,却尚有40.7%(N=11)未予当事人任何说明机会,或以截稿前当事人不回应、联络不上当事人等为由,而未予平衡报导。这将使新闻品质的疑虑大为提高,反而极可能刊登亦真亦假、无法证实的消息,甚而出现误导性的政治资讯,反而创生额外的政治负外部性。

例如,《壹周刊》第297期A本「封面故事」〈弃台独引中资,专访李登辉:我想访问大陆〉、402期A本「封面故事」〈周美青秘密安排访中 15亿红十字会捐款当筹码〉等文,事后都发现有断章取义、扭曲受访者原意,或道听途说等情。以《壹周刊》297期李登辉专访为例,李后来于广播专访中称:《壹周刊》「弃台独引中资」、「想访问大陆」等标题都有错误,「他并没有讲放弃台独,他是在讲台湾已经是主权独立国家,何必还要花时间跟精神回头追求独立」(曾蕙苹,2007年2月5日)。此外,《壹周刊》402期亦曾引述所谓「核心人士」、「国安人士」的话指出,马团队秘密推动周美青于2009年8月以红十字总会名义秘访中国四川灾区;但该文披露未几,总统府随即发表回应,指经与红十字会联络查证后确定「绝无此事」、「府方根本没有这样的规划」(王炯华、苏圣怡、王颀雯,2009年2月5日)。这些错误报导若无后续其他媒体的查证补充,皆可能造成选民对两岸互动情势的误判。

再以《壹周刊》第371期A本「封面故事」〈政商勾结,爆张俊彦受财团供养丑闻〉一文为例,《壹周刊》指张俊彦长期受白文正供养,人格操守有

疑虑，若欲担任负责为国举才的考试院院长，恐无法成为全国公务员表率，故而呼吁检调深入追查不法，以正国人视听。然而《壹周刊》于报导此一新闻时，并未注明消息来源，仅以「消息人士指出」、「本刊调查」、「一位大学教授说」、或「知情人士说」等语带过，读者很难自行辨识消息来源的可靠性。虽说新闻媒体保护消息来源的作法，或许能使有利于民主发展的揭弊式新闻，更有效率地呈现在公众面前；然而，严谨查证、并适度给予当事人回应空间，仍是必要的新闻专业作法。《壹周刊》该篇揭弊报导，容或有其不注明消息来源的正当性，但媒体本身在进行此类报导前，对于消息来源可靠性的评估即需有更多自律。是否过于片面呈现不利于报导对象的说法？是否可能成为消息来源打击异己的工具？是否提供过于夸大不实的资讯？媒体都需有更多的自省。

而在《壹周刊》该篇揭弊式报导刊出未几，白文正即投海自杀，张俊彦亦退出考试院长提名，显见该报导对政坛、社会以致对私人的影响力，皆不容小觑。近一年后（2009年6月），监察院发布对于此案的调查结果，平反了张俊彦受白文正供养的传闻，却已是「迟来的正义」（李光仪、李青霖，2009年6月12日）；国家社会为此篇报导所付出的成本与资源、及该篇报导所创成的政治负外部性、对白文正私人企业和家庭所造成的影响、对张俊彦个人名誉的侵害，皆由此可知。

然而《壹周刊》所登之公领域政治新闻，也有具高度影响力之正外部性者，其政治影响力亦同样惊人，使包括前总统、前总统府副秘书长、法务部调查局前局长、台湾高检署前检察官、总统府前专员、与前行政院政务委员等，都因相关报导而深陷囹圄、丢官、撤职、或自行请辞，离开其不适任的职位。

整体而言，《壹周刊》创刊八年来的政治外部性呈现出以下特色：（1）正外部性有，但较少（32.9%）；（2）正、负外部性影响力皆巨。如何增加正向的政治外部性、并减少其负外部性，是值得关切的问题。

（四）限制级暴力、色情负外部性比例不高，但违反分级办法

如前所述，当新闻中含有愈多限制级暴力内容（具恐怖、血腥、残暴、变态等情节，或详述施暴与自杀过程者）、或限制级色情内容（详细描绘性交过程、或裸露人体性器官）者，媒体却未依法自行分级、并采取合宜隔离措施者，本文视为对儿童及青少年与他人互动形成负外部性。

就此而言，《壹周刊》封面故事中含限制级暴力与限制级色情的比例并不高（3.8%, N=18），但却有未依《分级办法》规定分级、加注警语、未予包装封套之违法情形，因而具有可能伤害儿童及青少年身心健康之负外部性。

《壹周刊》封面故事所含儿童不宜的报导类型包括：（1）喜谈「性事」：刊登性交图照、或以文字详细描绘性交姿势及其过程；（2）模拟性侵：以电脑图示下体或全身裸露的性侵害过程；（3）血腥：过度描绘暴力现场的血迹斑斑、或刊登暴力事件伤者大量流血的照片等。

其中，《壹周刊》曾多次在封面上刊登色情交易的性爱图照，或以文字详细描绘性交过程，以刺激销售率。例如82期〈南台湾廉价色情天堂〉、240期〈踢爆变性人卖淫直击〉、283期〈台湾最大买春集团 荒淫直击〉、361期〈庙前活春宫 海鲜店淫乱口交直击〉、369期〈假聊天真卖淫 闹区性爱包厢直击〉、387期〈色情新宠 互动摄影活春宫直击〉等文，皆有违犯《分级办法》之虞。《壹周刊》却以「传达社会现象」（何定照，2008年10月24日）、「照片打上马赛克，没有妨害风化」（陈志贤、廖啸龙，2008年10月25日）作为说词。

此外，《壹周刊》尚有以电脑绘图方式，详细图示裸露下体（即便并未画出性器官）的性侵手法与过程，例如114期〈民航局政风淫官爆性丑闻〉、338期〈看守所爆丑闻，放任男囚屡遭鸡奸自杀〉等文，皆为超乎常情的新闻处理手法。其尚有以电脑图示或刊登照片的方式，呈现暴力现场血迹斑斑、或伤者大量流血的照片者，如22期〈F4庆功宴本刊记者被围殴内幕〉、183期〈红灯截杀，海线角头火拼台中帮〉、318期〈吴善九血案，杀手遭主谋出卖内幕〉等文；或呈现恐怖自杀攻击之刹那，爆炸现场震撼火光的照片，如17期〈独家直击自杀兵团训练营〉一文；及刊登僵硬或发黑尸体的照片，如158期〈冷血失业父虐杀儿女内幕〉、198期〈儿子曾否认父涉案319 刺扁凶嫌曝光内幕〉等文，这些都可能使未成年者观看后产生恐怖、害怕的心理，却仍

登上封面、并且未加注十八禁警语。

由此观之,《壹周刊》封面故事中即便所含限制级暴力或色情等内容的比例并不算高,却仍有多起未依法自行分级的案例,因而对儿童及青少年与他人之互动形成负外部性。特别是2008年以来限制级图照登上《壹周刊》封面的情况,较以往更为明显而大胆。

## 伍、结语

海内外针对传媒外部性的讨论与研究其实不少,本文则是进一步整并与分类相关类目,并提出「生产的外部性」与「消费的外部性」两类区分方式,据以进一步辨识台湾《壹周刊》所创生的外部性问题。

研究发现:台湾《壹周刊》自2001年5月创刊,至2009年5月的八年间,每年的封面故事都是以私领域软新闻所占比例最高,属于Sparks(2000)定义下的「周报式小报」。这意谓着,即使《壹周刊》对公领域硬新闻仍有一定比例的关注,但其比例远不如对私领域软新闻的操作与渲染。《壹周刊》监督公益的正外部性,少于其曝光私德的负外部性;政治正外部性占全数样本的比例亦偏少,有些还因未注明消息来源、未署名、未予平衡报导,而存在着新闻专业品质上的疑虑。《壹周刊》尚有一些限制级暴力、色情等内容登上封面故事,比例虽不高,但明显违反《分级办法》,可能对儿少产生负外部性。

研究过程中亦发现,每周三出刊的《壹周刊》真可谓为台湾传媒内容之议题设定者。其议题外溢至其他媒体的情况甚多。这将扩大《壹周刊》内容之外部性,值得未来研究进一步深究。

此外,本文最重要的目的,亦非仅止于描绘与批评《壹周刊》,台湾其他传媒亦具其外部性。而事实上,传媒外部性研究之最终方向,仍须导向至探索可能的解决之道。而这需要未来更多研究的加入,以传媒外部性的概念出发,并从中演绎若干通则,乃至具体建言,以作为减缓传媒负外部性、并增加其正外部性的社会思考与实践依据。

## 参考书目

- 王石番（1972）。〈「民族晚报」、「大华晚报」加强竞争前后的内容分析〉，《新闻学研究》，10: 93-144。
- 王炯华、苏圣怡、王姍雯（2009年2月5日）。〈周美青访中，府「绝无此事」〉，《苹果日报》，政治新闻版。
- 中华出版伦理自律协会秘书处（2009）。〈出版品分级与管理法规手册〉。取自 [http://www.cmpa-tw.org/news\\_main.php?Flag=20090709171332](http://www.cmpa-tw.org/news_main.php?Flag=20090709171332)。
- 李 瞻（1986）。〈当前我国三大日报内容之统计分析〉，《新闻学研究》，36: 177-200。
- 李 瞻（1976）。〈我国中央日报、聯合报、与中国时报三大日报内容之统计分析〉，《新闻学研究》，17: 1-26。
- 李光仪、李青霖（2009年6月12日）。〈白文正供养传闻 监院平反〉，《联合报》，A4。
- 李郁青（2009）。〈《壹周刊》外部性问题初探—以司法「法学资料检索系统」中的案例看起〉，《新闻学研究》，98: 193-244。
- 何定照（2008年10月24日）。〈壹周刊：社会议题哪里有妨害风化？〉，《联合报》，A2。
- 林芳玫、徐郁乔（1997）。〈色情媒介及其效果：阅听人研究的再省思〉，《广播与电视》3(1): 95-125。
- 林思平（2008）。《通俗新闻：文化研究的观点》。台北：五南。
- 张五常（2000）。《经济解释——张五常经济论文选》。北京：商务印书馆。
- 许义忠（2007）。《财政学》（第二版）。台北：五南。
- 陈志贤、廖啸龙（2008年10月25日）。〈刊淫照 壹周刊社长讯后饬回〉，《中国时报》，C2。
- 陈韵如（2007）。《近年台湾新闻媒体「小报化」趋势之研究》。（国科会专题研究计划成果报告）（编号 NSC 95-2412-H-126-003）。台中：静宜大学大传系。
- 黄明明（1994）。〈电视新闻暴力内容对儿童之涵化效果初探〉，《新闻学研究》48: 63-98。
- 曾蕙苹（2007年2月5日）。〈空中独白澄清 连播三天〉，《中国时报》，A5。
- 壹周刊壹观点（2001年5月31日）。〈参与创造历史的好机会〉，《壹周刊》，1。
- 冯建三、程宗明译（1998）。《传播政治经济学—再思考与再更新》。台北：五南。  
（原书 Mosco, V. [1996]. *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. London, UK: Sage）
- 冯建三译（2008）。《传媒、市场与民主》，台北：巨流。（原书 Baker, C. E. [2002]. *Media, markets, and democracy*. New York, NY: Cambridge University Press.）
- 彭 芸（2007）。〈我国民众媒体内容偏好与其政治态度之关连性研究〉，《选举研究》14(1): 85-118。

- 杨小凯、张永生(2000)。《新兴古典经济学和超边际分析》。北京：中国人民大学出版社。
- 杨明宪(2005)。《个体经济 101》。台中：沧海。
- 邓蔚伟(2009年2月17日)。〈【台湾媒体何去何从(上)】黎智英 + 金溥聪 = ?〉，《自由时报》，艺术文化。
- 刘忠博、丘忠融译(2007)。《多媒体时代下的广电事业、社会与政策》。取自 <http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc>。(原书 Graham, A. & Davies, G. [1997]. *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: University of Luton Press.)
- 劉靜怡(2004)。〈新闻采访与新闻自由：发现真实抑或侵犯权利？〉，《国家发展研究》，3(2): 117-162。
- 罗文辉、陈韬文、潘忠党(2001)。《大陆、香港、台湾新闻人员对媒介角色的认知》。台北：政治大学传播学院。
- 罗文辉、吴筱玫、Paddon(1999)。〈台湾报纸头版设计的趋势分析：1952-1996〉，《新闻学研究》59: 67-90。
- 罗世宏译(2000)。《传播理论——起源、方法与应用》。台北：五南。(原书 Severin, W. J., & Tankard, J. W. [1997]. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. New York, UK: Longman.)
- 苏 蘅(2001)。〈报纸新闻「小报化」的趋势分析〉。(国科会专题研究计画成果报告, NSC 89-2412-H-004-031)。台北：政治大学新闻系。
- 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., Jachson-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）。〈探究传媒外部性：论 2001-2009《壹周刊》封面故事〉。  
《传播、文化与政治》，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.

## 附录：内容分析登录说明

- 一、 文本内容类别（1）与政治相关。（2）与经济相关。（3）与社会相关。（4）与生活相关。（5）与影视娱乐或文化相关。（6）与体育相关。（7）与教育相关。（8）与旅游相关。（9）与医药相关。（10）与科技相关。（11）与国际相关。（12）其他。（99）难以判断 / 不适用。
  - 依各新闻样本中所含最多内容之主题方向来定类别。
- 二、 文本内容侧重面向（1）公领域。（2）私领域。（9）难以判断 / 不适用。
  - 所谓「公领域」议题乃以「公共事务」或「与公共相关之事务」为条件，也是新闻自由的基础。举凡政府决策范围所做的活动、攸关大众利益之事，如政策、弊案、经济或重要生活大事等决策，皆属「公领域」议题。但所谓「公共利益」，并不限于国家或社会全体有关之利益，与限定一定范围内之小社会有关之利益，亦可包括于特定小范围之「公共利益」范围。例如，《壹周刊》172期「壹号头条」曾报导〈王育诚非法挪用3千万慈善基金〉一文。即便属于长思基金会之该慈善基金遭挪用，不一定损及整体国家或社会全体所有人之利益，却对少数需要该慈善基金之群体有所影响，故仍属「公领域」范围。
  - 着重于个人情感面向之报导者，则属于「私领域」面向。个人隐私或私德不属于攸关大众利益之公共事务，故即便是名人（公众人物、可受公评之人）的个人隐私，亦属其「私领域」范围。例如，公众人物的感情生活、个人风格与特质、人生态度与志向、或与他人之私人纠纷等，均非属攸关大众利益之事，故本研究将久归属于「私领域」范围。
- 三、 文本内容是否涉及丑闻的报导（1）机关的、或价值含量较高的

丑闻。(2)个人的、或价值含量较低的私人丑闻。(9)难以判断 / 不适用。

- 本研究所谓涉及丑闻，指的是涉及「违犯社会主流道德或伦常之事」（参考 Lull & Hinerman, 1997: 11-13）。例如，贪渎事件、性骚扰事件、婚外情、经营不法行业、或从事非法行为...等，诸如此类之例常因被认为违反社会主流道德规范或专业伦理，故而被媒体视为丑闻而须揭露。
- 依据 Lull & Hinerman (1997: 20-22) 的分类，当违犯主流道德的行动，乃由政府或企业所行动者，称之「机关丑闻」。由于机构所具有的公共角色，常使人们默许其诸多行为，在此默许下，机构也常向人们提供某些道德保证（例如，不会污染环境、不贩售违害公众健康的食品、依法履行公众交托的任务与责任，绝不会贪渎枉法...等），而使人们心甘情愿地默许机构的作为。故一旦机构违反了这些期望，并遭媒体报导出来，便容易引来社会反对。本文依此将此类丑闻视为机关的、或价值含量较高的丑闻。而当媒体揭露社会名人违反社会期望、常规或实践的欲望事例，如婚外情等，即可能爆发私人丑闻。由于此类丑闻所影响到的人士属于某一受限之范围（并未影响到大众之利益），本文将之视为个人的、或价值含量较低的私人丑闻。

四、文本含限制级暴力或限制级色情内容之情形：(1)有。(2)无。(3)其他。(9)难以判断 / 不适用。

- 依据《分级办法》的规定，以及现行执法单位为求权宜而设的限制级出版品判断依据，本文将限制级暴力与限制级色情内容，依下列几项标准判定：(1)是否详细描绘性交过程；(2)是否露出第三点；(3)是否详述施暴或自杀过程；(4)是否详述或呈现恐怖、血腥、残暴、变态等情节。这些标准容或在其他出版品（如艺术、医学、或教育类出版品）中经常有适用性上的质疑，但在新闻资讯中采用这些标准，检视

其是否会使一般成年人感觉到「不堪呈现于众」，反倒较无争议。本文亦将依此作为研究个案内容是否属于限制级内容的区分标准。

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

意义迷阵里的权力与暴力：  
作为当代艺术的新纪实摄影话语——  
以《炼》与《野想》为例\*

郭力昕\*\*

---

投稿日期：2015 年 3 月 10 日；通过日期：2015 年 5 月 15 日。

\* 本文系国科会专题研究计画《美学与意义的辩证：二〇〇〇年代台湾纪录摄影的艺术话语研究》（NSC 99-2410-H-004-174）的部分研究成果。作者于此特别感谢研究助理丘育南的资料搜集，台北市立美术馆研究组余思颖小姐与展览组萧淑文小姐提供的摄影展场图片，以及两位匿名审查者的回应意见。写作期间，摄影家周庆辉先生与作者电话联系时，得知此文的撰写及其批评观点后，表示欢迎对艺术创作不同意见的讨论；作者对周庆辉包容「异见」的艺术态度，亦于此表达敬意。

\*\*作者郭力昕为政治大学传播学院副教授，e-mail: [lixinwho@gmail.com](mailto:lixinwho@gmail.com)。

## 《摘要》

本文通过对张干琦的《炼》与周庆辉的《野想》之批判的话语分析，探讨作为当代视觉艺术的新纪实摄影代表性作品，如何建构意义与话语权力，进而产生了「意义的暴力」。本文发现，艺术话语所生产的意义与权力，不仅来自摄影作品与摄影家，也是媒体、评论者的诠释，与美术馆、摄影集制作等的共构结果。本研究也发现，这项共构不见得是有计画的，甚至有时观点矛盾、混乱；然而，它们仍成就了话语权力。

**关键词：**Avedon、周庆辉、张干琦、意义的暴力、新纪实摄影、话语权力

1980年代的台湾，传统方式的纪实摄影实践，是最主要的摄影文化风景。从1990年代起，尤其在这个年代的后期，一方面受到当代艺术里装置风潮的影响，另一方面来自数位科技对影像创作的冲击，台湾传统纪实摄影的场景，迅速且大面积的萎缩。不少对摄影创作有兴趣的实践者，或转换跑道，或者在创作之初，即以新纪实摄影的概念，往当代视觉艺术的方向发展（姚瑞中，2003，页12）。作为当代艺术的新纪实摄影，在其视觉材料或符号上的选取，既然仍程度不同的「纪录」或指涉现实，而非全然以影像的形式美学或前卫实验为创作方向，那么新纪实摄影与现实的关系为何，它究竟连结或再现怎样的现实，仍需要梳理、争辩。

本文希望批判地阅读成为当代视觉艺术的、且具代表性的台湾新纪实摄影实践，通过对影像符号的美学安排与设计，生产出怎样的艺术、文化、社会与政治性意义。萧瑞莆（2006）认为，「理解视觉文化之意义在于，发现并以批判角度检视视觉化对象的动态过程。……所谓批判地介入视觉文化思辨，就是首先决定何种影像之意义生产场域与模式，最能够发挥解释影像的效力」（x-xii）。同时，摄影的艺术话语及其政治意义，从来都是一种权力的展现。长期探讨摄影再现、真实与权力关系的艺术史学者与摄影理论家 John Tagg，在《规训的框架：摄影真实与意义捕捉》（*The Disciplinary Frame: Photographic Truths and the Capture of Meaning*, 2009）里，延续他依据傅柯之真实-知识-权力理论以分析西方纪实摄影的研究方法，提出「意义的暴力」（the violence of meaning）这个批判地分析摄影修辞及话语的思辨路径。他认为，摄影做为证据的建制化功能之所以重要而需要更多的讨论，不仅是它在晚近历史上成为社会治理与规训知识的媒介，而且摄影复杂化了、或者可能掩盖了历史书写的工作，成为一种新的历史书写，甚至历史本身（Tagg, 2009, p.XVI）。

塔格研究的对象，环绕在十九世纪与1930-1940年代，摄影做为证据和社会纪实文本在西方产生的话语权力，他针对的主要是传统纪实摄影的实践。本文则从摄影的话语权力和「意义的暴力」这个概念出发，沿用到台湾当代新纪实摄影的实践经验里，藉以检视在新世纪的头十年里，台湾最具代表性的新纪实作品，在当代艺术的自我定位下，制造了怎样的话语和意义，

以及它们是如何生产出来的。台湾自 2000 年起,有不少成为当代艺术的摄影专题计画<sup>1</sup>在这些为数不少的新纪实 / 当代艺术摄影专题中,就本文所关切的议题,具有特别突出之代表性的两组创作,是张干琦的《炼》(2001)与周庆辉的《野想—黄羊川计画》(2009)。<sup>2</sup>

这两组摄影作品,在几个层面上也具有相似性。首先,两位创作者张干琦和周庆辉,皆由新闻摄影记者或纪实摄影师的职业出发,在专业工作上累积了相当优异的成绩,<sup>3</sup>之后转往当代艺术的领域开拓他们的创作生命,并继续在当代艺术领域取得了很大的关注与成就。其次,两组摄影作品的拍摄对象,皆是自身无法发言的底层 / 弱势人物:《炼》的创作对象是高雄龙发堂的精神病患,《野想》则是中国甘肃一个贫穷县镇里的孩子。再者,这两个现实环境里的被摄对象,及他们各自的处境,是以具有艺术手法和视觉美学趣味的「新纪实」表现方式,将正面摆拍 (pose) 的人物肖像,安排到去

---

<sup>1</sup> 这些专题计画包括:张干琦的《炼》(2001);游本宽的《真假之间:游本宽阅读台湾影像系列之一》(2001)、《台湾新郎:「编导式摄影」中的记录思维》(2002)、《台湾公共艺术—地标篇》(2011)、《游潜兼巡露—「摄影镜像」的内观哲理与并置艺术》(2012)、《镜话·台词》,《我的限制级照片》(2014),以及持续创作但未曾集结出版的「台湾房子」系列作品;陈敬宝的《片刻浓妆:槟榔西施影像集》(2003)、《回返计画》系列(包括邓公、老松、黄金町、湖东、枫泾五个摄影计画,于2004-2012年之间,分别在台湾、日本、韩国、上海执行)、《天上人间》(2009)、《寻常人家》(2013);董振良的《解放战地:女体异念影像集》(2003);王志伟的《私房面具》(2004);姚瑞中的《台湾废墟迷走》(2004);周庆辉的《野想—黄羊川计画》(2009);沈昭良的《Stage》(2011);钟顺龙的《文明风景—里程碑》(2011);吴政璋的《台湾「美景」》(2013);等等。在上述这些专题摄影计画中,本文仅选取《炼》与《野想—黄羊川计画》作为在本文关切之议题下特别具有代表性之分析对象,乃是由于绝大多数其他的新纪实或编导式摄影作品,并不特别针对底层 / 弱势人物为材料,并将他们转为一种视觉美感经验;而陈敬宝的《片刻浓妆:槟榔西施影像集》的拍摄对象,虽为贩卖槟榔的女郎,但笔者认为其摄影的观看,在作品中展现了相对平等的权力关系,是一项展示了本文关切议题之相反的案例。

<sup>2</sup> 这两组摄影作品,分别在台北市立美术馆展出,并同时出版摄影集;《炼:张干琦摄影展》由北美馆出版,《野想—黄羊川计画》则由优秀视觉设计公司出版。笔者曾于这两项摄影个展期间,分别在北美馆观看过展出作品。

<sup>3</sup> 张干琦曾任美国《西雅图时报》与《巴尔的摩太阳报》摄影记者,后获得马格兰摄影通讯社提名,成为唯一的华人正式会员;他得到过各种美国国内与国际上的重要新闻纪实摄影大赛的大奖。周庆辉在《中国时报》系的平面媒体任职过新闻摄影记者,得过台湾年度新闻摄影奖等多项国内重要奖项,个展与出版包括《停格的岁月—麻疯村记事》(1995)、《消失的群像—劳动者记事》(2002)、《行过幽谷》(2004)等。以上资料摘自《炼:张干琦摄影展》与《野想—黄羊川计画》两份摄影集里的作者简介。

背景的空间里，以大底片做巨幅的影像输出，布置在美术馆展场，并出版成大开本的精致影像书。最后，这两组摄影作品，都曾在台湾与国际主流艺术空间 / 机制展出或得奖。<sup>4</sup>

优势族群以新闻 / 纪实摄影的方式，面对缺乏理解或拒绝能力的弱势族群的生活样态、文化景观甚或人物相貌，进行奇观化或异国情调的影像凝视与消费的相关研究，实汗牛充栋难以细数。这些虽然仍是关于摄影再现现实时的核心伦理问题，但并非本文希望探讨的主要问题。况且，两位摄影家并不宣称他们在描述或记录现实，而是通过艺术手法，从题材中淬取视觉符号或效果，创造想象或氛围，从而生产出与拍摄对象之处境相关的其他讯息或意义，让观者得到对某种（对他者或自身的）现实处境更深刻一层的感受或认识。因此，论者并不能以传统纪实摄影的理解框架，来分析或批评这两组影像。

基于此，本文要检视的，是《炼》与《野想》这两组具有当代艺术特色的新纪实影像，究竟生产了怎样的意义，以及与他们取材的现实有怎样的连结；同时，本文将分析这些意义是如何生产出来的，艺术话语在此扮演着怎样的权力角色，从而创造了一种「意义的暴力」。本文于此需要先声明，以这两组具有代表性的摄影作品为分析对象，并不意味着所有作为当代艺术的台湾新纪实摄影作品，都有同样的问题，或者问题的严重程度相同；有些具备当代艺术手法的摄影创作，在一些也许无可避免的类似现象里，仍反映着创作者相当的自省内涵，或者其美学手法与内涵，是在描述或对照着摄影者试图呈现的复杂的社会 / 文化现实。

本文要强调，作为当代艺术的摄影，它的意义生产，并不仅来自影像本身，或者摄影艺术家本人，而是由作品、摄影家、评论者、媒体、美术馆、和摄影画册等共同布置出来的。Gillian Rose 介绍话语分析<sup>5</sup>作为一种主要的

---

<sup>4</sup> 两组作品除了分别在台北市立美术馆做过大型个展，《炼》自 2001 年起，陆续应邀参加威尼斯双年展、圣保罗双年展、马德里国际摄影节、纽约「国际摄影艺术中心」三年展等多个国际重要当代艺术场合；《野想》则于 2010 年起至香港摄影节、义大利佛罗伦斯个展，并先后得到德国红点设计奖与 iF 视觉传达设计奖。

<sup>5</sup> 在 Rose 的 *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* 中译本里，译者王国强将 *discourse analysis* 译为「论述分析」。本文则以「话

视觉研究方法时，指出话语分析大致有两种，其一关注视觉影像和言语文本的阐释，其二则较为关注建制的运作，例如艺廊、美术馆（Rose, 2001 / 王国强译, 2006, 页 183）。而本文将进一步分析，这种意义的共构，未必是目的一致集体预谋行为，甚至不见得是共织这张话语权力之网的所有参与者，都思路清晰意识分明；然而，这张权力之网，无论如何创造了话语权力和意义的暴力，并同时维护了一个安全的、少有挑战的台湾摄影艺术话语的生态和生产系统。

本文的研究关切，从塔格所分析的由国家机器控制、或被它收编利用的社会纪实摄影，并提出「意义的暴力」的这个论点出发。但是本文阅读的两组摄影文本，既非服务国家维稳的政治利益，亦非传统纪实摄影；由是，本文在案例分析上的参照，采用主编《意义的争辩：摄影的批判历史》（*The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*, 1989）的 Richard Bolton，对美国著名时尚兼肖像摄影艺术家 Richard Avedon 之摄影名作 *In the American West* 的专文分析。Bolton 对 Avedon 这组人像摄影的批判阅读，同时可以成为阅读《炼》与《野想》的有价值的参照。

## 壹、新纪实摄影美学里的意义制造：一个西方参照

艺术家兼艺评人罗斯勒（Rosler, 1989）在一篇关于社会纪实摄影的文章“*In, around, and afterthoughts (on documentary photography)*”里，讨论美国 1930 年代「FSA 摄影小组」<sup>6</sup>代表性摄影家 Dorothea Lange 的经典作品「移工母亲」。这张被视为 FSA 庞大摄影遗产里最知名、也号称被全球复制得最多的照片，后来引发了道德争议，因为照片中的那位以圣母形象之西方宗教艺术典故被呈现出来的潦倒母亲，多年后对着媒体见证，她并未因为自己的

---

语」作为 discourse 的对应词。

<sup>6</sup> 「FSA 摄影小组」是 1930 年代美国罗斯福总统「新政」政策所成立的「农业安全局」（Farm Security Administration，简称 FSA）之下的纪实摄影团队，负责在经济大萧条下的全美各地，尤其是南方农业与贫困地区，进行影像报导和纪录。

肖像被挂在全世界各地而得到一分钱好处。<sup>7</sup>Rosler 提到这段历史插曲，主要是强调一个原本具有特定历史意义的时刻，被传统社会纪实摄影捕捉下来之后，当它的艺术性不断被彰显时的问题。

Rosler 指出，传统纪实摄影的「美学-历史」时刻，经常因为照片提供的大抵只是一种模糊的、如同背景纸作用的社会氛围（使影像不至于落入某种无法阅读的「神秘」时空里），而非一种针对纪录对象在政治意义与形式意义之间的辩证表达或诠释。因此，当时代参照不再、特定的指涉褪色时，照片的美感意义，就在这种社会 / 历史意义的剥落中独自升高。此种对特定历史意义的排斥或抹除，使纪实摄影的「美学-历史」时刻，其实是去历史的。

Rosler 本身是一位视觉艺术家。她从创作者的角度，理解兰恩或类似的杰出纪实摄影家，在拍照时势必关注的艺术表现形式，并且被普遍认为这个形式本身有其存在的自主意义。但她反省，也提醒摄影创作者：无论 Lange 或其他以劳工为题材的摄影家，影像美学的适切性，必须连结到被摄题材所座落的特定历史语境里，而非在题材中追求一种超越性的视觉美学形式；否则，现实世界就只能沦为创作者取得作品之永恒美感的踏脚石，而创作者无论动机如何良善的初衷，也会一步步朝着剥削被摄题材的方向靠拢，最终以「艺术」当作合理化这种剥削的护身符（Rosler, 1989, p. 317）。

传统纪实照片剥离了现实指涉，「沉淀」出艺术性而登美术馆之堂，是罗斯勒讨论的主题。而原本就为了进美术馆展览的艺术摄影，在艺术体制里创造的意义系统，则另有相关的研究。例如，Douglas Crimp 以纽约公共图书馆的摄影收藏为研究对象，发现此图书馆对其所收藏的摄影档案的分类系统，是以美术馆的分类概念为之；这使图书馆里的照片离开了它们的主题，不参与图书馆其他资料的分类，自成一格的产生了一套独特的意义系统。摄影的收藏，让美术馆的意义凌驾图书馆；摄影作为一种意义和理解的建制，也从其他的理解方式中分离出来(Crimp, 1981, pp. 32-37)。

---

<sup>7</sup> 在 1936 年 Lange 照片中的移工母亲 Florence Thompson，在 1978 年的 75 岁时仍住在加州小镇的拖车屋里；她对美联社说，这张照片让她的脸孔名满天下，但对改善她的生活却毫无帮助（Rosler, 1989, p. 315）。

Christopher Phillips 也针对纽约现代美术馆 (MOMA) 的摄影策展史, 进行过大规模的研究。他以 Walter Benjamin 在 1936 年那篇讨论艺术作品之「灵光」的著名论文〈机械复制时代的艺术品〉为基础, 检视 MOMA 历年摄影展的策展, 发现尽管许多策展方向存在相当的差异性, 且都强调摄影展的「展览价值」(而非「崇拜仪式价值」)<sup>8</sup>, 此美术馆总是将摄影往去政治和灵光效果的形式主义美学的价值方向倾斜 (Phillips, 1982, pp. 27-63)。

Bolton 则先从比较宏观的视角, 看待艺术摄影在当代出现的问题。他检视西方晚期现代主义艺术在形塑正典 (canon) 与精细分工的实践中, 艺术摄影如何逐渐发展出一种自我限制和排他性格。Bolton 指出:「早期现代主义的政治动力, 与晚期现代主义对照出一个重要的反差: 对早期现代主义的许多艺术家而言, 形式的问题在当时, 是关于艺术家之社会角色这个更大问题的一个组成部份。美学问题即政治问题。但是在晚期现代主义取得胜利之后, 现代主义之政治基础的思考, 就被推到一边了。当早期艺术实践的形式属性被吸收、成为现状 (status quo) 之时, 一种去政治的艺术实践也就逐渐占了上风。」(Bolton, 1989, p. xiii)

Bolton 在《意义的争辩》里收录的自己的专文“*In the American East: Richard Avedon Incorporated*” (Bolton, 1989a) 中, 对美国名摄影家 Avedon 最受推崇的作品之一《在美西》(*In the American West*), 进行了细致的分析。<sup>9</sup>在这组作品前, Avedon 已是美国一位极富盛名的时尚摄影家, 擅长以 8x10 大型相机, 拍摄各类名流人物, 并常以挑起情绪的方式 (例如以刺探心理的提问让对方不舒服), 捕捉被摄者不常被呈现的样子, 亦即 Avedon 视之为一个人的个性或心灵的一面。德州一美术馆于 1979 年委托 Avedon, 以其肖像风格, 拍摄这组以美国西部各类劳动阶级为题材的作品。他花了五年时间, 拍摄了包括矿工、农夫、养蜂人、流浪汉等等 762 个对象, 使用了大约 17,000 张 8x10 英吋大底片, 最后选出 125 组肖像, 以壮观的大尺寸照片做了展览,

---

<sup>8</sup> Benjamin 在〈机械复制时代的艺术品〉里, 谈到艺术品特别凸显的两极对立的两种接收和评价类型, 其中一种将重点放在崇拜仪式的价值 (the cult value), 另一种则是作品的展览价值 (exhibition value; Benjamin, 1969, p. 224)。

<sup>9</sup> 以下对 Avedon 这组摄影作品的分析, 除非另有所引, 皆引述自 Bolton 的这篇专文的论点。

并出版成册。两次以此主题的展览制作，光是照片的放大工作，就花了九个月，消耗了 68,000 平方英尺的专业相纸。Avedon 的这项展览，也取得了空前的赞誉。<sup>10</sup>

《在美西》的作品特色，除了 Avedon 选择了各类劳动阶层与底层人物，而非过去习见的四方名流，以及他的制作规模之外，最显著的一个设计，是将每一位被摄对象，从他们各自的工作或生活现场拉出来，站在一块白色纯净的摄影棚背景布轴前，让每幅肖像在浅景深中二度空间化。大底片的放大品质，能将他们的脸庞细节、「造型」、以及不自在或不确定的神情，如解剖图或 X 光片般地呈现的巨细靡遗；同时站在白布景前，被摄对象又与他们的现实背景彻底割离。这组被 Bolton 称之为「后工业主义里的边缘阶级，被转化为后工业的符号生产」的摄影作品，依他的分析，是 Avedon 以其艺术风格，收编并且再时尚化了这些美国西部的边缘人 (Bolton, 1989a, p. 263)。从几个角度，Bolton 对《在美西》展开了深入的批判阅读。

首先，是关于「放大的细节提供更多对真实的思考」的迷思。Avedon 用大底片大相机，在展场做巨大的展示，似乎期望他的观众纯粹以这种摄影的逼真感，与他照片中的人物交流。Bolton 描述，这些巨大的肖像，将美术馆的展览空间转化为一种「有如被咒语震慑住的绝对的存在」(Bolton, 1989a, p. 264)。Bolton 接着指出，有人认为这是当代艺术的一种新表现主义形式，但更显而易见的经验参照，是黄色报刊或商业电视新闻里的八卦影像<sup>11</sup>。那些媒体影像总以最刺激、恐怖、耸动的现场影像切片来传递不幸事件与灾难，而这些煽腥影像则只满足观众的幻想与窥视欲望，极少带来理解。耸动而无内容的影像，通过单一化与口味不断增强的表现，将现实变成一系列的幻象。

根据 Bolton 的整理，Avedon 为自己的创作是这么辩护的：「表相即是所有。你只能从表相取得背后的东西」；「肖像不在呈现相貌。当一种情绪或事实转为照片的瞬间，它就不再是个事实，而是一个意见……所有的照片都是准确的。没有一张照片是真实的」；「这是个虚拟的[美国]西部。我不认为

---

<sup>10</sup> 参见 [en.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Avedon](http://en.wikipedia.org/wiki/Richard_Avedon)，上网日期 2015 年 3 月 13 日。

<sup>11</sup> 在台湾今日的媒体中，这样的影像更是无日无之，例如几乎每天可见的《苹果日报》的头版照片，或者随时供应的各商业新闻台的整点新闻影片。

这些肖像里的西部，比 John Wayne 或 Edward Curtis 的西部更确实些。」<sup>12</sup>Avedon 的这些话，听起来似乎让人无法再以纪实摄影的概念来评断他的《在美西》了。但 Bolton 提醒我们一个吊诡：Avedon 于《在美西》摄影集的前言里，又强调这些照片里的被摄人物，乃是一种自然的存在，与「发生」（happened）的影像；这意味着这些肖像是现实的一种透明的、自然主义式的描述，尽管摄制过程的操纵性充斥每张影像。

此外，在记者会发布的资料和媒体报导文章里，许多人确实认为《在美西》是美国西部的纪实性作品；例如，摄影集的出版者在出版目录上这么描述此作：「这里是破败肮脏的美国西部，灰砂扑面、强悍坚韧、勇敢又悲伤——真实的人物在真实的地方。Avedon 有勇气直面这些人们的困境，并召唤出他们惊人的美丽，标志着 Avedon 艺术的新境界。」（Bolton, 1989a, p. 282）在这些话语里，Bolton 指出：「Avedon 安排了纪实摄影客观与主观上的冲突，也就是在描述和自我表达之间的相互抵触，它持续纠缠着纪实摄影。这种冲突经常是我们认为许多纪实摄影所展现的一种糟糕的信念：即，关于[被摄对象]自我表达的宣称，遮蔽了[纪实摄影]权力关系中，特权阶级再现另一阶级之现实的作风。」（Bolton, 1989a, p. 264）于此，我们一方面看到作为艺术家的 Avedon 两面讨好的投机话语操作，同时也可以发现，摄影艺术家与主流媒体、出版商共构的话语权力网络和意义的暴力，是不分国界的共同现象。

Bolton 对《在美西》的第二个论点，是关于「将影像意义普遍化」的问题。Avedon 的作品，被一些评论者认为是表现出人们的原型（archetype），因此，避开被摄者的特定社会因素，可以让人类经验的基本真实显现出来。<sup>13</sup>由于 Avedon《在美西》的肖像，几乎没有特殊性，这些「基本真实」只能与被摄对象的长相产生连结；「我们必须忽略照片中每一个主体之间的社会差异，」Bolton 说，「并将具有『普遍性』意义的类型学，立基于表面的相似性上」（Bolton, 1989a, p. 265）。

---

<sup>12</sup> John Wayne 是美国早期西部片的标志性演员，Edward Curtis 是二十世纪初美国重要的民族学摄影家，大量拍摄美国西部与美国原住民题材。以上三段引文，转引自伯尔顿摘述源自 Avedon 的三处书写或演讲内容（Bolton, 1989a, p. 264）。

<sup>13</sup> Bolton 以一项针对《在美西》作品的讨论会上，一位评论者 Adam Gopnik 的立论，作为这类观点的例子（Bolton, 1989a, p. 264）。

Bolton 细究这组肖像，认为类型学的创作逻辑，在此作品中已经到了一种荒谬的地步：每个人看起来都一样。他分析，Avedon 以各种表现形式上的设计，创造影像的视觉力量，特别是经由对被摄者凝视镜头的反复呈现；被摄者与镜头之间的接目，是一种直挺挺的、不舒服的、尴尬笨拙的、甚至冷酷狰狞的凝视。通过摄影，Avedon 以疏离的凝视表情，将所有人统合为一种类型，其中包括漂泊者、女服务员、工厂工人、掘墓者、肉品包装工人、精神病患、监狱囚犯，等等。疏离状态也许确实存在于这些人之中，但这疏离没有历史；摄影家通过齐头式的手法和单一的影像诠释，并串之以某些意义笼统的隐喻（例如在一些照片中出现的被宰动物），建立起某种对美国西部劳动 / 底层阶级的幻想式再现。这些高度风格化的影像再现，把所有被摄者转为演员，和另类时尚模特儿（Bolton, 1989a, pp. 265-266）。

影像意义的普遍化，也连结到 Bolton 对此作的第三个论点，即 Avedon 藉他者映照自己心理的问题。Bolton 引述的相关研究认为，人们建构固定类型或刻板印象（stereotypes），是为了控制我们对未知—他者的恐惧。<sup>14</sup>而尽管形成刻板的由来相同，操作各种刻板类型的方式却不同：健康的类型是人们拿来暂时抗衡生活经验里各种遭遇时的取舍机制，而病态的刻板类型（pathological stereotypes），则不容许被改变，只能被控制。人们试图自然化病态的刻板类型，并且宣称这种类型具有普遍意义；健康类型的彼此区分和经验的复杂性会被尊重，但不健康类型的差异性则被否认，只能以普世意义的概念，强加于所有人身上。

Bolton 对《在美西》和 Avedon 其他摄影作品的阅读，看到摄影家同样有着我们大多数人都有恐惧：对疼痛、疾病、腐败、衰老和死亡的畏惧。他说，Avedon 的摄影是一首如同纪念碑一般的视觉挽歌，而生命就在照相机前腐蚀、败坏；然而摄影家从不挑战这种刻板概念，从不提供被摄对象的特殊性。Avedon 作品最明确的一致性，即是他从不愿意从「影像风格」以外的任何其他路径，去表现人类的经验。然而，Bolton 强调，「劳动、腐坏与死亡，并不以化约的类型或风格存在，而是存在于历史和特定社会现实里。」

---

<sup>14</sup> Bolton 引述的论点，来自 Sander Gilman, *Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race, and Madness* (Ithaca: Cornell University Press, 1985)。

(Bolton, 1989a, p.266) Bolton 对 Avedon 《在美西》摄影艺术的分析, 提供了不少有价值的论点, 作为本文分析《炼》与《野想》两部作品的参照。

## 贰、张干琦：《炼》

在新闻摄影专业上国际知名的马格兰摄影通讯社会员张干琦, 于 1993 到 1999 年间, 断续的前往高雄龙发堂拍摄在该收容机构里的精神病患; 而以《炼》为名的出版与展览影像, 则是摄影家于 1998 年 10 月的某一个下午, 一次取得的系列影像。<sup>15</sup>这个午后, 龙发堂收容的精神病患在吃过午饭准备返回养鸡场等工作区时, 摄影家请院方帮忙让排队离开餐厅的病患们, 在通道上依次稍微停留, 让他迅速按下快门。张干琦在很短的时间里, 拍了将近 9 卷底片, 大约 320 张影像, 最后选出 48 张。<sup>16</sup>龙发堂院方将每两名病患, 从腰部以名之为「感情炼」的铁链拴在一起, 张干琦的拍摄方式, 是在定点拍下每一组病患的正面全身肖像。有些病患并不愿或不能配合站好, 因此部分的照片, 在景框中呈现了各种神情、姿势、动作、位置。

《炼》的这种拍摄方式, 与之后形成的出版和展览形式, 让张干琦从新闻摄影记者与纪实摄影家, 拓展为以新纪实摄影为表现手法的当代视觉艺术家, 虽然纪实摄影家仍是他尚未放弃的身份或工作方式。当整组经过精细挑选与编排的龙发堂精神病患的正面人像, 在暗黑的背景下, 以重复的视觉节奏现形于摄影集, 尤其当病患的肖像以每幅 60x40 英寸与人等高的总共 40 余幅放大影像, 一字排开环绕在国内外各大美术馆的墙面时, 《炼》的视觉震撼效果及其所创造的艺术话语和相关讨论, 需要再梳理、争辩。

《炼》于 2001 年在台北市立美术馆「张干琦摄影展」展出之间与之后,

---

<sup>15</sup> 见〈在一个更大的图像之中：专访张干琦〉,《文化研究》第二期, 第 329 页。《炼》的出版在国内外有几个版本, 本文参考其中两份台湾的出版:《炼—张干琦摄影专辑》(1999), 与《炼 张干琦摄影展》(2001)。前者为目前已停刊的一份摄影杂志, 就此创作编辑了相对完整的作品, 后者则是北美馆的展览图录, 选辑摄影家于个展中的四组作品: 纽约唐人街、誓言(婚纱照)、炼、迷走(上了铁炼的泰国大象); 而「炼」这部份只精选展场的部分作品。由于张干琦以炼的概念连结四项主题, 有其象征意义, 因此一并参考。

<sup>16</sup> 同注 15 之参考资料, 第 332 页。

获得台湾新闻媒体大量的正面报导与评论。报导的新闻稿式内容大致雷同，关注也多放在《炼》的龙发堂题材本身、视觉呈现效果、与张干琦作为马格兰会员的摄影成就上。关于此作的评论文字，则多聚焦于个展中「炼」这组作品的人道精神与艺术创举上。例如，当时北美馆的馆长黄才郎认为，此组关于龙发堂精神病患的「作品呈现张干琦一贯的人道关怀与对社会的批判」<sup>17</sup>。庄永康则认为，从这组「作品中折射出来的，是个能够对『弱势』群体产生体谅的同理心。这包括对《炼》里头的精神病患……这样的同理心，让张干琦多少避免了西方描绘东方社会时常常出现的『猎奇』心态，而在纽约能做到这点相信是不容易的」（庄永康，2008，页 265）。郑惠美也认为，「张干琦，一个亚洲人，尤其是台湾人，要与欧美国际竞争，他不用煽情、感觉的影像，卖弄异国情调，他只是与人性的关怀『炼』在一起」（郑惠美，2001，页 333）。

郑惠美认为张干琦的照片是报导摄影。在不同的文章里，郑惠美两次提到，张干琦透过镜头呈现了社会观察和人权关怀，「镜头所呈现的影像张力有限，而所隐藏的文化穿透力与批判力却是无限」（郑惠美，2001，页 332；郑惠美，2006，页 387）。蔡佩君也认为《炼》是具有纪实性与见证功能的报导摄影作品，她描述被纪录的病患是「被炼住的两个人没有过去、没有未来，只有被框住的当下」，而这个框取是「正面全身的类肖像，不带情感的投射：张干琦的镜头采取批判的距离」。蔡佩君对这组影像意义的结论是，「报导摄影的见证艺术，不在捕捉瞬间的惊异，更非遥远自持的观望，而是以技术建立起被摄者、摄影者、观看者，以及其所生存之社会的关联」（蔡佩君，2002，页 101）。而陈思颖论及张干琦摄影的特色时，一方面称《炼》以传统报导摄影方式花很多时间与拍摄对象相处，并以直接拍摄正面肖像的方式为之；另一方面，她又认为这组作品挑战传统社会纪实摄影，是以一种冷酷和去脉络的影像拉出观看距离，以在照片里呈现一种「社会幻见」（social fantasy; Chen, 2006, p. 85）。

也有一些艺评人动容于《炼》强大的艺术性。在纽约为张干琦的展览做

---

<sup>17</sup> 见《炼 张干琦摄影展》，〈序〉，2001。

照片冲印放大的专业冲印师 Charles Griffin 认为，尽管这批在他工作室制作时观看到的精神病患的脸孔有如鬼魅，但「奇怪的是，这些照片又实在美丽」(Dowling, 2001, January 12)。南条史生说，「他们(病患们)仿佛邀请观者将他们阅读得更仔细一点。这些影像令人心痛却又美丽极了。『美』绝不只是以吸引人的形式呈现，不吸引人的事物也能发现美感。换一句话说，张干琦有能力将一般认为不美的对象，呈现出美的一面，或者以美的方式表现」(南条史生, 2003, 页 102)。胡永芬看展的经验则是，「当空间转换到静默的美术馆殿堂中以 15 度的俯角面对展场时，每组画面都意外地显现了同一而强大的戏剧化张力与荒谬性；当观者迎面遭遇这个视觉时，或许未必会感到同情(有些人物在画面中的状态，竟然能让我联想到中世纪的吟游诗人)，但必然，是一种无法略过而诡异的震动经验」(胡永芬, 2002, 页 46)。

所以，从上述这些评论意见里，张干琦的《炼》，究竟是对弱势之人道 / 人权关怀的纪实摄影、拉开冷静距离的批判、被摄者 / 摄影者 / 观看者之间的社会关联、去脉络的社会幻见，抑或是饱含美感经验与荒谬感的当代艺术？摄影家张干琦本人，在两个访谈里，似乎也在这几种意义中摆荡、自相混淆。在《炼—张干琦摄影专辑》的一份访谈文字里，访问者阮义忠问张干琦，两两拴住精神病患的铁链，对两人之间的关系产生怎样的作用。张的回答，反映了他对这条链子的作用，有相当的观察与批判：链子有着院方对病患的强控制力量，无法反抗只能臣服；而被铁链绑住的两造也有复杂的控制关系，先来后到决定了位置高低，但病情轻重又可能翻转成另一种控制关系。不过，刚刚说完这个具有现实脉络的描述，张干琦随即表示，「人类必然会疯癫到这种地步，即使不疯癫，也只是另一种形式的疯癫」(张干琦, 1999, 页 9)。意即，影像中的病患与铁链，其实意味着一种抽象的意念或象征，而非龙发堂里的特定现实。

《文化研究》也曾对摄影家做过一次深度访谈(林志明、刘纪蕙, 2006)。专访中张干琦谈到自己希望拍摄一种「更大的图像」，也就是将精神病患与铁链，表现为一种具有普遍性意义的、关于人类生存或精神状态的隐喻。当刘纪蕙问到，是什么动机吸引摄影家去捕捉某些影像时，张干琦不止一次的表示不能接受「捕捉」(capture) 这个词汇，并修正访问者，他的摄影实践

是在「具体呈现」(crystallize)，而非捕捉。他说：「摄影当然总是离不开美学跟技术这两个部分，但是我会让技术部分尽量简单。我觉得一直阻挡我去拍好照片的其实是相机」(林志明、刘纪蕙，2006，页 337)。这个用词的强调值得探讨，笔者稍后将回到此论点。刘纪蕙也问到摄影行为里的权力关系，张干琦的回复则是，长期的报导摄影不可能只是单向的关系，而必然是一种建立互信的过程。

《炼》的拍摄是「捕捉」还是「具现」，以及摄影的权力位置，一向是纪实摄影者的道德焦虑，和他们必须面对的提问。然而，需要先厘清的问题是，《炼》究竟是纪实摄影、新纪实摄影、或纯视觉艺术？无论纪实或新纪实摄影，都可以跟社会现实做意义上的连结，包括对现实的批判性观看；然而，以具现或批判社会现实为名的视觉艺术，有时未必真正连结了社会现实，而可能只存在于相关文字的修辞之中。摄影的纪实内涵与艺术性，并非不相容的二分概念，作为当代视觉艺术一环的新纪实摄影，是可以纳两者于一体的宽广的影像表现形式。但无论如何，新纪实摄影的实践里，跟它所依据的现实究竟发生多少关系，或生产出怎样的意义，还是可以检验，而非只能众说纷纭，或将意义进行任意的诠释。

在《炼》的案例里，判断这项摄影创作计画的属性为何并不困难，只要阅读作为最重要之符号意义的铁链，是作为让观者理解龙发堂精神病患现实处境的描述，还是以去脉络的概念，来成就其符号之普遍化意义的一个艺术语汇或视觉设计。在不同的报导或访谈里，张干琦都提到他花了七八年时间，不断返回龙发堂观察病患，与他们建立互信关系，也很清楚许多个案病患的特殊状态。在前述那篇阮义忠进行的访谈里，张也将锁炼两方之间的权力拉扯、变换、或无从反抗院方权力的控制逻辑等不同层次，描述得相当清楚。通过其他对龙发堂的报导，我们也知道部分的所谓「精神病患」，其实是因为家人放弃面对的其他社会问题，而被送至龙发堂代为处理的；他们不见得精神异常，却自此无法离开。

然而，在《炼》的呈现里，我们只看到被捕捉于镜头前的成对被炼绑的病患，理解不到上述的那些他们的处境。影像固然不能亦不需要取代文字的资讯描述功能，笔者也不意味着《炼》应该为上述那些处境，进行传统报导

式的纪实摄影制作。但铁链作为权力拉扯或禁锢的符号，还是可以有一些其他的影像设计或「具现」方式，让观者对病患真实处境里的复杂面貌，有稍微多一些的理解与阅读渠道。张干琦在《炼》里一字排开的影像视觉性与韵律性的重复节奏，让每一组病患的意义均质化、扁平化，成为一片关于禁锢与疯狂意象的视觉风景。犹如 Bolton 分析 Avedon 那些劳动底层的肖像照片，「每个人看起来都一样」。它在视觉效果上固然是震撼的，尤其当壮观的陈列在美术馆的展场空间时，但它终究是一片被概念化的「风景」。

黄筑在其《龙发堂摄影研究》论文中指出，张干琦的影像，「是以大量的疯狂者来呈现人我间集体性的炼形关系，他只是利用龙发堂、疯人、感情炼这三项元素来创作作品，剥削这些边缘个体的历史、脉络与空间，以投掷到理性秩序中作为一种整体性的讽喻论点」（黄筑，2007，页 76）。这个被普遍化和整体化的讽喻讯息可以是：我们（观者）跟影像里的他们（龙发堂精神病患）其实都一样，都在某种疯癫和被禁锢的不自由状态里。这个讯息，也在《炼 张干琦摄影展》展出与图录的其他几组纪实摄影专题（纽约唐人街的中国福州打工者、在婚纱产业里走入婚姻体制的人、与被铁链绑住的泰国大象）中，取得了一种普遍意义的呼应与延伸。

于此，我们可以回头来看「捕捉」和「具现」的问题。张干琦在访谈中表示不能接受以「捕捉」一词描述他的摄影概念，而必须说「具现」；他的进一步解释，似乎意味着「捕捉」带有太多技术上的操作（例如「决定性瞬间」的技巧，甚至通过这样的技术所攫取的意义的的设计和框限），而「具现」可能才是一种具有艺术或哲学层次的观看与赋形的实践。这是一个乍闻之下动听、但充满矛盾的修辞：摄影的「具现」在这样的概念下，意味着客观现实里存在着一个「更大的图像」，它的意义整体、普遍而明确，摄影者只需要有能力看到这个图像，然后协助将它显影出来，具体化为一张照片，即功德圆满。这个概念，其实正是摄影术自发明至今仍然持续有效的宣称与迷思：照片能够如实复制客观的真理。甚至不是再现，只是复制。照相机与摄影，成为上帝的全知眼睛和观看方式。然而，张干琦又经常强调，「我拍摄的是我的主观与偏见」（胡永芬，2002，页 51）。

这里至少出现了两个问题。其一，如果摄影不在捕捉、而是具现，则既

然摄影家在龙发堂成对被炼住的精神病患身上，看到了一个更大的意义图像，那么在同样手法被「具现」的三百多张底片里，最后为何编选出来的是这 40 张影像？依照具现的意义逻辑，那些底片里的任何 40 张或其他数量，以任何的顺序或尺寸，应该都可以呈现同一种整体的意义图像。然而，从展览与出版的影像编排里，每幅影像各有变化，包括姿势、表情、构图等等的差异与多样性，让比较世故的摄影艺术观看者很难不推测，摄影家同时也在挑选拍照时所「捕捉」到的、某些病患局部或全部逸出框格的影像（无论那些「出格」的影像是难以控制拍摄对象的结果，或有意框取的构图画面），以能在编排展示时，形成一种视觉的节奏变化或律动。其二，则是黄筑提到的抽离历史与空间脉络的整体性的（totalised）或普遍的意义，<sup>18</sup>最后成就了怎样的话语作用和效益。

Lens Culture 摄影网站发行人兼主编 Jim Casper，在介绍《炼》的第一段话里这么描述：「这不是现代舞蹈表演团体的概念，或一出贝克特《等待果陀》的戏剧。如果它是虚构的作品，它的构思、选角、服装和编舞都将赢得首奖。然而，这的确是真实的」（Casper, n.d.）。这是一位看遍全球当代摄影作品的专业主编，对《炼》的赞美方式。龙发堂的精神病患在张干琦影像里的造型，让卡斯柏阅读到的，是现代舞蹈或荒谬剧场；让艺评人胡永芬联想到的，是中世纪的吟游诗人。胡永芬在其评论文字的结尾，肯定张干琦的作品成就时，准确的描述了对于《炼》在意义和效果上何以如此：「报导摄影、新闻摄影、影像创作之类枝枝节节的分类方式，在当代艺术的范域里都已经不再产生什么关键性的意义，一切都可以简化为什么是有意思的、有原创的、有才华的作品……都可以简而言之是好的艺术」（胡永芬，2002，页 51）。

张干琦的《炼》确实是有才华的原创性艺术作品。当题材的在地脉络与

---

<sup>18</sup> 西方具批判精神之后现代主义文化研究，早在二十多年前起，即针对西方陈述真理或意义的整体化和普遍性的问题，展开密集而犀利的反省。他们认为，对现实的知识或理解必须情境化（situated）在特定的脉络里，以避免落入一种实证主义式的傲慢。这些学者为数颇众，包括人类学家 Clifford Geertz (1988)，研究流行文化的社会学家 Dick Hebdige (1988)，后现代社会学家 Stratton 与 Ang (1996)，民族志传播学者 David Morley (1997)，以及女性主义学者 Donna Haraway (1991) 等等。但在某种主流的艺术创作圈里，普遍性意义似乎仍是习于被接受的一种价值或追求方向。

现实意义，被观看与表现的方式化约、抽离之后，它的美学体现与普遍性意义，就在原创与才华中升高，并且容易连结到西方 / 国际熟悉的艺术语汇和文化典故中。黄筑分析张干琦作品的最后，就此提出了严厉的批评，认为《炼》的艺术成果，是建立在消费题材的基础上。「照相机的角度，与其说是尊重与谦逊，倒不如说是一种消费，消费了观者对疯狂的想象」（黄筑，2007，页 68）。他继续指出：

当《炼》在马格兰的网页以专业摄影家张干琦的专属艺廊出现，这些压上『©Magnum Photos』版权所有符号的照片，走出台湾、高雄、龙发堂这些地球上的小小空间，进入虚拟无远弗届的网路世界时，在不允许按下滑鼠右键复制或另存图片的限制下，疯癫者成为艺术家、马格兰通讯社的私有财产，没有机会提前或事后表达自己做为被观视作品的意愿，没有资格复制或保存自己的容貌……。那一道紧缚腰际的锁炼与一张张清晰可辨的脸，就像是一个象征、一张名牌、一个病历，教导我们对疯狂的表面认知，并懂得回避的策略，社会建构的符号被铭刻，因而疯狂与囚禁的共生关系，以及罪犯的想象，是疯人必须永恒接受禁锢的惩罚，在现实中，也在影像中（黄筑，2007，页 47）。

龙发堂精神病患被永恒禁锢于现实和影像中的惩罚，也是 Bolton 分析 Avedon 《在美西》那些底层劳工被化约为「病态的刻板类型」之后，只能被控制、不容许改变的政治话语效果。

黄筑对于《炼》消费了题材的论点，是一个道德指控。此作涉及道德议题，是因为它涉及权力问题。《文化研究》的专访提及摄影的权力位置时，张干琦指出，拿相机的人通常是权力两造中的「赢家」，但长期投资的报导摄影计画，必须是个与被摄者建立互信的过程，不可能是一种单向的权力行使关系。暂且不论摄影者与精神病患能否有效建立互信，或病患能否充分理解摄影家的意图、与最后呈现的样貌，以及，龙发堂院方是否有资格代替病患同意或不同意被拍照，重点在于，摄影里最主要的关于权力的概念，乃来

自于影像话语效果所制造的被摄者无从回应又无法否决的意义，而不那么是关于拍摄与被摄两造，是否建立了双向、互信关系，更非关访谈参与者之一萧嘉庆所说的、作为一种尊重与谦卑观点的「腰部高度的拍摄角度」（林志明、刘纪蕙，2006，页 336、340）。

通过对《炼》的分析，本文要强调的论点是，作为当代艺术的新纪实摄影，它的意义建构，经常是以摆荡、游走在纪实和艺术的话语缝隙之间来达成。两相掩护、互为奥援的试图合理化的修辞与诠释，却常可能出现意义的混淆与自相矛盾。这种经由作品、艺术家、媒体、与评论者等所共同形成的一种意义的迷障，最后却构筑出一种奇特的相互肯认、不再细究的话语网络。是这样的一种奇特网络，让摄影得以持续宰制着在指涉现实时任意的诠释权力。话语权力的这种生产与控制的实践，是本文所称的一种「意义的暴力」。

### 参、周庆辉：《野想—黄羊川计画》

黄羊川是位于中国甘肃省武威市古浪县东南的一个贫穷偏远村镇。这个河西走廊的贫困村落里，居民以农牧业为主，年平均收入只有三千元人民币，与一台电脑的价钱一样（杨纯芳，2011）。已故的台湾电脑制造商温世仁，相信科技可以让人脱贫，因此他的「千乡万才」计画将网际网路引进黄羊川，希望能让当地穷困儿童，通过网路接触外面的世界，而农民可以利用网路将生产的农牧产品卖到美国的超市，使网路发挥行销功能。除了提供一批电脑给当地，温世仁基金会也在该镇盖了一座有独立发电设备的「黄羊川国际会议中心」；计画中还包括在此中心建商城、举办科技相关研讨会等等，后因温世仁的辞世而终止了计画（海杰，2010）。

当时台湾公视、温世仁基金会、和其他影视工作者，都计画在黄羊川拍摄关于这位「科技游侠」的科技梦想故事；周庆辉起初也参与在影视导演刘嵩的纪录片制作团队里，负责平面摄影的纪录工作。然而，周庆辉自2006年开始的这个摄影纪录工作，在两年的创作过程里，很快的转变成一个视觉艺术计画。如同《炼》之于张干琦，《野想—黄羊川计画》也是摄影家周庆辉从传统纪实摄影成功转型为当代视觉艺术家的作品。

在「色影无忌」摄影网站的一份长篇访谈里，周庆辉中肯的描述了他对温世仁打算科技化黄羊川的「脱贫计画」的观察：「温世仁做的这件事情其实是一个梦，一个成功商人的梦。但事实上，这件事施行起来很难，因为即使你给了当地孩子一个电脑，他们也未必能付得起上网费。所以我就想以梦为题来施行拍摄计划」（海杰，2010）。也就是说，台湾这位「科技游侠」电脑救贫的人道主义之梦，是个完全不切实际的幻想，无论这些穷困家庭是否付的起上网费、软硬件维修费，或电脑坏了去何处维修等等问题。

评论家杨照在此摄影集的一篇对谈〈「后纪实」的摄影艺术〉里说，周庆辉的摄影计画本来是纪实的，但是他原本要记录的电脑与黄羊川儿童之间的关系，根本还不存在，也就是「无实可记」（周庆辉，2009）。周庆辉于是改变计画，以艺术手法拍摄「对电脑科技的梦想」这件事。在周庆辉观察到的现实里，从企业家温世仁在黄羊川打造的梦幻或妄想，到黄羊川居民或儿童彼此幻想所映照出来的不堪与荒诞处境，其实都是相当值得以影像话语表述的，无论以传统纪实方式或新纪实的艺术手法为之。但是，周庆辉以艺术手法所呈现的「梦想」主题，究竟如何观看和处理他的现实题材；通过影像艺术和环绕它的报导与评论，又创造了怎样的艺术 / 政治话语和意义，需要进行仔细的话语分析。

周庆辉在《野想》里视觉化孩童「梦想」的执行方式，是请他们画出自己对电脑生活的各种「野想」，然后将这些孩子拉到摄影家以当地废弃车站改成的摄影棚内，拿 4x5 相机的大底片拍摄孩童的面孔，并将他们各自的图画倒映在自己的眼睛里。为了看清楚这个瞳孔中还有文章，每幅孩童的头像被放大到 129x94 公分的巨幅展览作品上，一字排开挂在美术馆的墙面。周庆辉说，「使用摄影棚的时候，我就想着要拍肖像。在展览时，就把这些小孩子的梦放进他们眼睛里，孩子的眼睛里有他们画的画。我为什么把那些照片放那么大，就是因为要让观者看到他们的梦。而梦在哪里？就在他们的眼神里」（海杰，2010）。

同时，摄影家找来兰州师范大学美术系的学生，将孩童的图画投影、重绘到残破的土墙上，并挖洞设计，让孩子们站、蹲或露头于墙洞之中，与他们被彩绘于墙的图画做一些「野想」设计或安排（杨纯芳，2011）。在《野

想》于北美馆的展览和摄影集里，除了身份证式的正面大头照，以及孩童与「壁画」照片之外，另外两部份的作品，一是将这些孩子在摄影棚里安排出一些姿势，或拿着一些他们家中或生活里的小物件为道具，做成一系列的去背景摆拍照片；另一部份则是以黑白纪实照片，拍摄无人的几处室内生活场景。

《野想》展览与出版前后的报导不少，除了制式新闻稿基本资讯，多半集中于温世仁先生在甘肃黄羊川希望以科技弭平城乡差距的善举和人道胸怀，以及摄影家周庆辉「黄羊川计画」如何藉新纪实摄影与各种艺术安排的手法，再现或诠释了温世仁的理想。<sup>19</sup>针对此作的评论不多，但一篇相当关键、值得进行详细之话语分析的文字，是稍早提及的《野想》摄影集那篇三人对谈〈「后纪实」的摄影艺术——对谈者陈传兴 vs.杨照 vs.周庆辉〉。这篇对谈包括了几个有价值但需要争辩的议题，包括纪实与艺术操纵、去脉络的肖像、「怪诞」(grotesque)艺术效果于《野想》的意义，以及关于此作的「想象」。本文逐一分析，以归纳这些话语在意义生产与权力效果上的问题。

对谈中，杨照论及周庆辉在黄羊川，发现了当地儿童与电脑的关系并未发生、「无实可记」的真实之后，从纪实摄影家的角色「转化成一个暧昧模糊的『当代艺术家』」，而现实则不再是记录对象，变成了摄影艺术家介入操纵对象的创作素材。杨照称周庆辉的身份变化仍「暧昧模糊」，杨并似乎要犀利的解构这种暧昧模糊。他认为，周庆辉同时还拍摄了孩童家等现实环境的照片，是一种「护身符和借口」，以否认自己「艺术家中心」的强悍介入，和操纵孩童以改造素材为艺术的作法。他指出，「周庆辉还在抗拒新角色，还在留恋旧的纪实摄影家身份……；但还有另一层意思是周庆辉想要把摄影的现场叫唤回来，假装自己还在黄羊川，在场目睹记录这一切，塑造现场摄影家的身份，试图否认自己居间 manipulate 材料的艺术创造作法」(周庆辉，2009)<sup>20</sup>。

<sup>19</sup> 除了「色影无忌」网站的访谈(2010)与杨纯芳(2011)，这类讯息的报导在展览与出版的当时包括陈小凌(2009年7月21日)、许惠涵与林筱影(2009年7月22日)、黄雅诗(2009年7月22日)等。

<sup>20</sup> 此引文与以下来自此书对谈的引文，出处皆同，不再另作出处说明。又，《野想—黄羊川计画》摄影集，全书没有页码。

杨照对周庆辉的这段创作心理分析，或许可以成为一种阅读《野想》影像既以艺术手法为主、又包含了一组黑白纪实影像的诠释方式，但未必能成为对创作的充分解释。周庆辉的这组黑白纪实影像，虽然题材是黄羊川居民简陋的厨房与卧房，或几个空无一人的公私空间与电脑室，但这些空间干净工整井然有序，室内家具器物在现场光线中，显出一种安静、细致的视觉肌理和美感，从而将现实转化为一种视觉「场景」，抽离了现实，自成一种艺术效果。<sup>21</sup>也就是，「操纵」不仅是在《野想》那几组彩色作品的艺术安排里，也同样可以在黑白纪实影像的表现上。

然而，当杨照犀利的分析了他认为周庆辉存有的创作心理之后，随即认为这种当代艺术里的操纵并不涉及道德问题。他说，「那些照片究竟是拍浴缸、墙壁、灯还是人都不重要，经过相机与相纸 *manipulate* 出来的色彩与影像才重要，因为那是油画材料或其他任何材料都无法去创造出来的」。杨照将作为艺术材料的物件与人等同起来看待操纵的道德问题，表示他认为在摄影成为艺术创作时，一切关于人的意义或再现方式的道德考量，都应该退后，或根本不成为问题。当媒体报导依然几乎全面认定周庆辉的《野想》是在彰显温世仁的理想、当周庆辉自己宣称作品是凸显黄羊川孩童的纯真与想象时，即说明了这组新纪实摄影作品，与现实仍有意义上的牵连，那么，这些道德议题恐怕不能因为对艺术的追求，即不成为问题。

与讨论张干琦的《炼》一样，关于《野想》涉及的道德议题，笔者所关切的面向，并非摄影家是否取得拍摄同意、或者是否用了某些手段得到这些同意与配合等问题；而是，面对现实环境里的一群弱势对象——一群无从理解，因此无法判断意义或拒绝入镜的孩子——这些艺术话语和评论诠释，生产了怎样的意义与权力。这项关切，首先必须反映在对黄羊川孩童脸孔肖像的讨论上。影像理论学者兼摄影艺术家陈传兴在对谈中指出，当摄影家面对数位摄影的巨大变化而产生了传统影像生产方式的焦虑时，周庆辉反其道而行的

---

<sup>21</sup> 塔格在一篇分析美国 1930 年代起的重要纪实摄影家 Walker Evans，于经济大萧条时代的美国南方所拍摄之贫穷农民，与他们房舍器物的工整细致之视觉艺术性呈现（这些纪实作品以收录于 Evans 与 James Agee 合作出版的 *Let Us Now Praise Famous Men* 一书为具有代表性的例子），正是 Evans 美感化人事物以抽离现实的体现，是一种「对意义的拒绝」(Tagg, 2009, pp.95-96)。

使用传统大相机与手工方式，拍摄孩童如照相馆身份证照般的正面肖像，是「带有强烈辨识身份的功能」；而当小朋友的画作被移到土墙上时，在「转印」的过程中又产生了「一种自我否定的关系，一种身份变造的暗示」。陈传兴认为周庆辉「无意识地创作了这种形式、这种关系」，并在展览中强化这样的形式与关系。

访谈最后，陈周二人再就大幅肖像做了些讨论。陈传兴阅读这些打光均匀正面的孩童肖像，使被摄者的脸部细节纤毫毕露无可逃遁，认为是一种非常直接的、显微镜解剖式的影像。周庆辉则回应，他以巨大影像表现孩童的身份证式肖像，为的是「特别希望观看的人与小孩互相凝视而发现新的事物，并打破人们对小孩的定型概念」。至于孩童的面容肌肤被巨细靡遗的展示，是由于摄影家希望「让看照片的人有深切的感受，我想残忍是一种必要的手段」。对谈内容于此结束，周庆辉希望观者深切感受到什么，是「发现新的事物」、「人们对小孩的定型概念」，或者其他，摄影家没有提示。同时，陈传兴在艺术评论话语中提到的身份辨识、转印、自我否定、与身份变造等辞藻或概念，和「解剖式影像」的概念如何架接，也不得而知；但至少可确定的是，这些自说自话的艺术话语，在意义上的自我完成或自相矛盾，与作为被凝视客体的黄羊川孩童是不发生关系的。

影像学者顾铮在《野想》摄影集的序文〈由周庆辉的《黄羊川计画》所“野想”到的〉，清楚地指出了《野想》的艺术话语里触及的道德问题。顾铮提醒，当一群从未通过大相机的暗箱拍过肖像的孩童，被请入摄影棚内拍照，还被要求不许微笑时，因紧张、不确定的心情所产生的一种风格统一的僵硬、愚钝、落后、麻木的表情，不是那些农村儿童的常态表情，而是「摄影作为一种权力」所起的作用。他进而指出，这些摄影棚内去现实脉络的孩童肖像及其表情，却又产生了一种在中国政治语境下的不堪隐喻。顾铮分析，因为证照式的拍摄方式排除身体、集中面部以辨识身份，掌握面孔即是掌握身份与身体：

面孔，可能是权力最希望掌握、禁锢与控制的部分，而身份证件照片只有纳入头部一事，也喻示人在权力面前放弃行动力，或者说通过身份证件照片的方式向权力投降。而孩子们处于落后

的中国西北这个不可动弹的困境之中，他们的生存困境，其实正好被身份证件照片这个强势控制的形势所象征（顾铮，2009，无页码）。

从周庆辉对自己摄影艺术的解释来看，显然顾铮分析的这些孩童大头照所带有的政治隐喻，不是周庆辉意欲的批判企图；相反的，是他在「艺术地」表现孩童们呆滞僵硬的表情（一如 Bolton 分析 Avedon 以巨幅肖像表现底层对象之尴尬笨拙的神情）时，虽然无意识、但无论如何加入了中国统治者对人民身份控制之政治禁锢的象征意义生产里。

在孩童的正面脸孔肖像外，周庆辉也让同一批孩童在摄影棚内，摆出一些奇特的姿势或表情，或者搭配一些从生活中移至摄影棚里成为「道具」的小器物；在这批摆拍的作品里，孩童们成为演员或模特儿，以成就摄影家将黄羊川农乡孩童转化成一种怪诞造型的影像艺术能力。这组影像里，孩童的表情姿态造型是怪异的、充满剧场感的；孩子们的表情，在镜头下显露出一种奇异的世故或超现实的神色。而这种具有剧场感的怪诞表情与造型，同时让黄羊川儿童的陈旧衣着或当地特殊服饰，形成一种时尚化的视觉效果，与 Avedon 时尚化边缘人的造型，具有类似的影像效应。

陈传兴就过去十几年里对中国当代摄影艺术的观察，指出怪诞是一种「最主流的修辞」，但他认为周庆辉表现的不是这种怪诞路线，只是表演或扮演，不以荒诞为主。杨照则认为，周庆辉是以巧妙的环境和视觉设计，使看起来平常或正常并不怪诞的孩童，「让他们身上浮现不安的怪诞性质」。杨照再次相当锐利的指出，新闻或纪实摄影家总爱追逐异常或特殊的人事物，例如灾难性的事件或场景；当没有异常题材时，一些摄影家就将平常的人事物怪诞化。杨照认为这种对怪诞的追求，是摄影家面对现实或创作的一种「偷懒的方式」。陈传兴闻此，随即调整了他先前的说法，表示周庆辉在「玩一种似是而非的暧昧。合理的怪诞。表面呈现出儿童天真但其实里面有暗示 evil 的不安存在。」

笔者暂且将杨照所谓的「偷懒」，理解成摄影家在观看、再现或介入现实世界时的偷懒。也就是，摄影家不愿意在生活场景或「视觉材料」（例如，

黄羊川的孩童）上看起来平淡无奇的现实，以比较复杂的思考和艺术话语回应，以艺术语汇从这样的平淡现实中表述或探究真实的复杂性。他们宁可直接把一些题材怪诞化，让摄影作品既在视觉效果上抢眼，又似乎包含了某种具有神秘或深邃的文化、社会、政治、心理等暧昧意涵，而它在政治责任上也安全，一举数得。于是，周庆辉这组带有「合理的怪诞」的孩童摆拍造型，就可以被陈传兴合理化的解释为既天真又带有些邪恶或邪气之并存气质的外显。儿童确实并不只有天真单纯的一面，但黄羊川儿童的一种「复杂性格」，是否应该展现为《野想》在摄影棚内被周庆辉调动出来的一种去地域差异与现实脉络，如同一些比较容易在大都会小孩脸上看到的那种世故与超现实表情，则仍有争议。

此外，对谈中也讨论了在《野想》影像中，摄影家所拍的「想象」的方式、意义与价值。周庆辉不仅在此对谈、也于其他报导中一再强调，他这项创作计画是想拍出想象。因此他的设计与安排，包括请小朋友画出对电脑的印象，再将图画复制到土墙上，并且安排一些当地人的生活器具（例如，传统嫁妆里的脸盆，或市场里挂羊肉的铁勾），移置于复制了孩童图画的土墙场景中，与孩子一同成为结合「童趣、虚构与现实」场景中的道具，完成《野想》的想象工程。这种想象的创造方式需要争辩，因为既然如周庆辉和杨照所说，孩子与电脑的关系并不存在，孩童完全不清楚电脑可以带给他们什么好处时，孩子其实缺乏任何据以想象的现实经验基础。在无从想象之下的关于「科技想象」的绘画，遂成为一种按照摄影家剧本设计的蓄意安排，和一种矫情的要求。

陈传兴在这个问题上，对《野想》做了批判性的回应。他指出：

一个没有说话权力的小孩，从相机里重新获得说话的权力，然后摄影者又透过 *manipulation* 再次予以剥夺。……虽然周庆辉一直强调这是他们的日常生活的再现，用想象的方式画出来，但其实我们都知道这不是真正日常生活的再现，很多 *image* 代表的不是小朋友自己的想象，……是摄影者作为一个侵入者不仅是入侵他们的生活、占据拥有他们的 *portrait image*，甚至连他们的想

象、叙述都要去入侵、剥夺、占有（周庆辉，2009，无页码）。

陈传兴认为，当周庆辉谈及孩童画出两台电脑谈恋爱等等「想象」，其实是摄影者面对被摄者的告解式。杨照为陈传兴这项批判《野想》的缓颊方式，是将周庆辉对「想象」的艺术设计，视为一种当代艺术家的「更高的责任」；这个责任是，他们「要去创造一种值得保留的形式或理由」。杨照认为，「当所有事物都消失，基本上没有人会觉得可惜的时候，那当代艺术的一个使命是，必须找到借口、理由，因为我所创造出来的这个形式，不论是视觉、行动、造型，都是应该值得被保留下来的。」这个说法，也让人理解了何以杨照会认为，为了当代艺术的创作需要，所有的操纵都可一视同仁，没有道德的问题。然而，杨照必须回答的是，何以针对消失中的文化事物进行创作时，保留自己艺术创作的形式——即使这个形式产生了意义的混乱、剥削、或暴力，仍是当代艺术家的更高的责任；或者，为何当代艺术家创造出的任何艺术形式，及其中所生产的任何意义，都值得保留、无需检验、没有道德负担。

《野想》摄影集里的这篇对话，展示了评论者对于艺术话语时而批判、但又自圆其说、自我合理化的混乱怪异逻辑，以及摄影家从中可以取得的解释缝隙。例如，周庆辉在《野想》摄影集里，会将对话文章与序文中的一些语句从文脉中撷取出来，断章取义的放在摄影集四段影像作品的开头，成为理解或赋予作品意义的定义文句。譬如，在最后一部份拍摄黄羊川屋内空间的黑白纪实影像前，周庆辉摘取顾铮序文里「现实世界的复杂程度，其实远远超出许多理想主义者的想象」这句话，即是一个代表性的文字与意义操弄：顾铮这句话在序文中，是针对类似温世仁这类盲信科技可以改变贫富差距的人的批评；被去文脉的挪用到另一页空间里之后，意思却可以被阅读或翻转成对质疑「黄羊川艺术计画」剥削现实题材的意见的批评。而这句话放在一组看似纪实摄影、却以美感化的影像将复杂世界转化为美感经验的照片之前，其布置意义的暴力、荒诞与「手段残忍」的程度，也相当少见。顾铮在其序文最后说，「很抱歉……现实有时无法让我绕过现实只谈摄影」（顾铮，2009，无页码）。

## 肆、结语

本文探讨作为当代视觉艺术的新纪实摄影，如何建构意义的权力，并且产生了意义的暴力。本文以 Bolton 分析美国摄影家 Avedon 的《在美西》这组摄影作品，作为一个分析的案例参照，从而针对台湾在这个世纪前十年里最具代表性的两份新纪实摄影作品《炼》与《野想》，进行批判的话语分析，检视环绕在两组作品的艺术话语，各自生产了怎样的意义和权力。本文发现，两组作品的话语生产和意义建构，有源于各自作品风格或题材的特征，也有一些共通之处。

而本文特别希望强调的研究发现是，这些艺术话语所生产和建构的意义与权力，不仅来自于摄影作品本身，更是摄影家的诠释，以及媒体、评论、美术馆、摄影集等的共构结果。本研究也发现，这项共构不特别是一种经过协商后的共识或计画，甚至可能在某些艺术意见上观点相左、或自相矛盾；然而，本文的论点是，即使诠释的过程出现意义上的不一致、甚至混乱，它们都诡异的成就了一种话语权力的效果，从而出现了一种意义的暴力。

现实题材不以传统纪实摄影再现，而诉诸包括新纪实摄影概念在内的各类视觉艺术形式，不仅应该被鼓励，笔者甚至认为，那是摄影处理现实的复杂性时，比较可行的且得以相对深刻的路径。纪实摄影碍于见证式的传统摄影义理，通常取得了现实的表相，但难以进入现实的内核，让人得到对脉络性的意义理解。然而，如果艺术手法是新纪实摄影的表现概念，则新纪实摄影在艺术话语上的生产，必须一定程度地连结着特定的现实，成为表述意义的根据或线索。若仍只取现实题材的表相，然后以艺术语汇 / 技巧，将这些作为现实表相的影像符号，转化为视觉艺术本身，将极可能出现对现实本身的剥削。

《炼》与《野想》分别出现了这样的艺术作用和话语效果。摄影家们未必想要剥削特定的弱势 / 边缘摄影对象，而可能是希望通过他们来诉说某种「更大的图像」或更普遍的意义，并从中生产自己的艺术。但是，在缺乏与现实意义连结的基础，或者在被摄者的主体性与特殊性被抹除的方式之下，

那些更大的主题，无论是正常与疯癫、文明与荒野，亦或是自由、禁锢、理想、怪诞，都可能会流于与特定现实脱勾，成为在自我合理化之封闭空间里的意义制造或任意诠释。这样的意义制造，经常是拥有操弄艺术辞藻能力的人的权力展现，也是暴力的。

最后，作为分析、拆解摄影艺术话语之意义与权力的研究者，自身是否能完全避免话语分析过程里所生产的意义之权力 / 暴力性质？研究者的书写，是否有此顾虑上的豁免权，或者较高一阶的观看与发言位置？然而，假如一切话语必然带有权力作用，或都有可能导导致意义的暴力的话，创作、评论、分析或研究，尤其是批判性的研究书写，应该如何进行，以不至于动辄得咎，或落入虚无者的行动困境或无法行动之中，是需要面对的问题。

龙发堂摄影研究者黄筑在其论文最后，已经反身地省思并回答了这个问题。他从自己作为论文书写者，需建构理论和分析之完整性的这个事实与欲望出发，反思这项书写的权力作用，是否能被化约到与他所批判的摄影权力关系中，变成同一回事。他援引 Gayatri Chakravorty Spivak 在〈底层能发言吗？〉一文的论点，认为虽然知识份子不能代表无发言位置的人说话，但如果这造成了失语状态，我们还是不得不说，因为史毕娃克「最终仍然承认在社会化资本下，受压迫者缺乏正确抗拒的直接机会，纵然这些边缘的他者会被作为知识份子论述分析的客体，但再现仍未衰微，我们要解析对于受压迫者最根本处的误读」（黄筑，2007，页 90）。

在《规训的框架：摄影真实与意义捕捉》之序文〈意义的暴力〉最后，Tagg 也反身自问，如何可以避免将意义的暴力注入到自己的书写中。他引述罗兰·巴特在接受法兰西学院院士的就职演说，作为我们仍可持续发言的合理的解套说法。巴特先对听众说，所有的演讲都是法西斯；那么，他自己该如何继续那场演讲呢？巴特只好称自己的演讲为「一场不是言说之言说的困惑示范：这样的一种言说，乃一步一步地将任何教条主义式的企图，在自身的言说之中摧毁」（Tagg, 2009, p.XXXVIII）。这项自觉与自我颠覆的话语实践能力，如果是一种暂时无法达到的境界，也至少可以成为有价值的提醒。在节制话语权力的实践上，则我们应该期待对摄影建构意义的更多的论争与辩证。

## 参考书目

- 王国强译(2006)。《视觉研究导论：影像的思考》。台北：群学。(原书 Rose, G. [2001]. *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London, UK: Sage.)
- 南条史生(2003)。〈看得见与看不见的枷锁〉，《典藏今艺术》，133: 102-103。
- 周庆辉(2002)。《消失的群像：中国劳动者记事》。台北：摄影家。
- 周庆辉(2004)。《行过幽谷》。台北：永中国际。
- 周庆辉(2009)。《野想—黄羊川计画》。台北：优秀视觉设计。
- 林志明、刘纪蕙(2006)。〈在一个更大的图像之中：专访张干琦〉，《文化研究》，2: 320-345。
- 姚瑞中(2003)。《台湾当代摄影新潮流》。台北：远流。
- 胡永芬(2002)。〈无以回避的主观与偏见〉，《现代美术》，100: 46-51。
- 海杰(2010)。〈周庆辉：《黄羊川计画》是个天马行空的梦〉，《「色影无忌」影像》。上网日期：2010年8月30日，取自 <http://vision.xitek.com/interview/201008/30-50289.html>
- 张干琦(1999)。《炼：张干琦摄影专辑》。台北：摄影家杂志社，第45期。
- 张干琦(2001)。《炼：张干琦摄影展》。台北：台北市立美术馆。
- 庄永康(2008)。〈张干琦摄影作为当代艺术初探〉，《文化研究》，7: 258-267。
- 许惠涵、林筱颖(2009年7月22日)。〈《黄羊川计画》周庆辉拼贴出科技的「野想」〉，《STIR News• 狼搅社@ART 时尚艺文网路媒体》。上网日期：2009年7月22日，取自 <https://stirnews.wordpress.com/2009/07/22/yellowsheepriever2009/>
- 陈小凌(2009年7月21日)。〈「野想」黄羊川 追梦的影像〉，《民生@报》。上网日期：2009年7月21日，取自 <http://msnews.n.yam.com/mkarticle.php?article=20090721008566>
- 黄筑(2007)。《龙发堂摄影研究》。成功大学艺术研究所硕士论文。
- 黄雅诗(2009年7月22日)。〈童颜野想 台摄影师周庆辉摄影影展〉，《大纪元》。上网日期：2009年7月22日，取自 <http://search2.epochtimes.com/publicsearch/show?pagesize>
- 杨纯芳(2011)。〈「设」影时代〉。上网日期：2011年12月24日，取自 [http://reswithoutnumbers.blogspot.com/2011/12/blog-post\\_24.html](http://reswithoutnumbers.blogspot.com/2011/12/blog-post_24.html)
- 蔡佩君(2002)。〈见证的艺术—张干琦的「炼」〉，《典藏今艺术》，113: 99-101。
- 郑惠美(2001)。〈照片所隐藏的，超过所呈现的一张干琦的报导摄影「炼」〉，《艺术家》，311: 330-333。
- 郑惠美(2006)。〈凝视灾难—陈界仁「魂魄暴乱」、张干琦「炼」〉，《艺术家》，373: 386-387。
- 萧瑞莆(2006)。〈文化转向的视觉反省力〉，王国强(译)，《视觉研究导论：影像的思考》，页 VI-XIV。台北：群学。(原书 Rose, G. [2001]. *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London, UK: Sage.)
- 顾铮(2009)。〈由周庆辉的《黄羊川计画》所“野想”到的〉，周庆辉，《野想—黄羊川计画》，无页码。台北：优秀视觉设计。
- 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）。〈意义迷阵里的权力与暴力：作为当代艺术的新纪实摄影话语——以《炼》与《野想》为例〉。《传播、文化与政治》，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

## 附录

「野想」黄羊川计画：周庆辉个展 展览现场



© 台北市立美术馆提供

「炼：张干琦摄影展」作品



© 台北市立美术馆提供

张干琦个展 展览现场



© 台北市立美术馆提供

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

民意的中介及其阻绝：  
九合一选举中电视政论的表现\*  
唐士哲、曾毓青、李香洁、洪砚儒、朱家贤\*\*

---

投稿日期：2015 年 1 月 18 日；通过日期：2015 年 4 月 2 日。

\*本文为媒体教育观察基金会赞助之「建立谈话性节目观察与评鉴指标与时事议题讨论类节目评鉴」计画之部分执行结果。

\*\* 作者唐士哲为中正大学电讯传播所副教授，e-mail: telsct@ccu.edu.tw；曾毓青、李香洁、洪砚儒、朱家贤皆为中正大学电讯传播所硕士生。

## 《摘要》

在媒体观察与教育基金会的赞助下，我们于 2014 年九合一地方公职人选举期间，针对九个晚间时段的时事议题谈话节目进行观察分析。为期四个月的抽样观察与内容分析后发现：选战相关讨论话题高度集中在台北市市长选举，且以柯文哲、连胜文两位参选人的赛马式新闻为讨论主轴。在参与成员的组成上，政治核心体系成员与专家体系中的媒介系统专业人士占据绝大多数，公民社会成员相对边缘化。在选战议题的主题化上，多数节目讨论面向着重政治体系运作的技术与权势阶级的政治潜规则，候选人参选政见的评估则居弱势。我们继而以哈伯玛斯公共领域概念里，评价「合理的审议过程」的两项指标：论述型态的自主与民意反馈管道的畅通，分别评估选战中电视政论的内容表现。

**关键词：**九合一选举、公共领域、民意、电视政论

## 壹、前言

台湾的九合一地方公职人员选举在选战的喧嚣声中落幕。作为地方自治史上规模最大、涵盖范围最广的一场选举，政治传播在选战期间的表现有常态有变异。负面文宣、竞选广告，以及名嘴爆料等行之有年的造势策略依旧，然而网路上或经策动、或网友自发的造势由偏锋走向主流。「婉君」之说，由选战初期的谣传，终至选后正式成为通用的名词。而台北市长柯文哲的竞选团队在选战过程中舍弃花银两的电视宣传广告、善用网路大数据分析以掌握即时民意，也将过去铜臭味甚重的选战伎俩导引至强调「素民动员」的新路径。

即便网路使得此次选战中的民意「技术」再现新局，然而网路只是台湾社会里，传媒所再现的民意空间一连串扩张与进化的最新章节。台湾由 1980 年代中期开放报禁以来，民意版图的扩展便如脱缰之马，数量与形式的增生不曾止歇。报社以及电视新闻台随着法令的松绑而蓬勃发展，连带使得意见论坛的形式日趋多样化：意见版、读者投书，乃至政论杂志里的专栏皆使得新闻媒体除却客观报导的守则外、多了反映或形塑民意轮廓的角色。

多样并不等同多元。特别是有线电视合法化后，新闻频道的政论节目屡屡以公民社会代言人自居，公开讨论过往视为禁忌的政治话题。然而即便节目中炮声隆隆、话题辛辣无忌，政治论述并未成为清明政治的垫脚石。近年来，电视政论的「代言」角色变调，各个节目弃守多元意见交换的「论坛」，改以立场特出的名嘴固守收视率基本盘。然而电视政论转趋立场鲜明，出发点并非基于为特定政治理念、观点或政策倡议，而是基于刻意激化的批判——藉由对于政党、政治人物乃至政府的严词抨击，凸显政论扮演审议民主要角的鲜明旗帜。言论激化的倾向，尤以每逢选举期间为甚。

在民意空间日趋广袤的今日，电视政论仍旧是各方论述争夺主导权的主竞技场。摒除以收视率评量这类型节目兑现的经济功能，电视政论擅于凸显立场，是候选人阵营或政党动员的最佳舞台。然而电视政论应得到更深刻的关切，更是基于政治伦理的理由：形式上，电视政论是中介的审议政治产物，各种意见论述汇聚、交换的制度化场域；而选举则是民主政治中，公民参政的起码保障。媒介舆论影响「民意」的走向，也是选民投票决定的风向球。

近年来，所谓「议题投票」(issue voting)或「中间选民」，已成为民主政治文化中政党政治弱化的迹象。在传统政党的动员弱化、媒介塑造的民意走向主导选民投票意愿，且影响参选者政见思维的前提下，意见渠道的品质因此至关重要。

基于上述，本文以九合一选战中电视政论的表现为主体，试图检视这个中介的政治论述领域的表现。我们出于一个政治伦理的关怀，以哈伯玛斯的「公共领域」概念评估各家电视台时事议题谈话节目的内容表现。本文向「公共领域」借光，以其作为检视政论表现的规范性概念，主要出于一个泛社会体系的关切：即电视政论扮演公共领域，串连起生活世界、公民社会，以及政治核心体系，并作为再现民意的沟通桥梁，其角色是否称职？在审议民主的实践过程中，电视政论的代表性为何？

以下的讨论，我们先简略讨论哈伯玛斯的「公共领域」概念历程的转变。继而以内容分析，呈现本次选战中九个时事议题讨论节目在四个月选战期间的一些内容表现趋势，最后以哈伯玛斯的两项规范原则，分别是「论述型态的自主」与「民意反馈管道的畅通」，作为我们对选战时期电视政论表现的总体评估。

## 贰、「公共领域」：由悖论说起

哈伯玛斯的「公共领域」概念，描述介于国家统治阶级以及个人私领域之间，社会生活里的中间地带。在此地带里，个人走出私领域，集结至特定场域，抛下成见，在相互尊重、互为主体的「前提」下，共同讨论与大众利益相关的事务。即便过程有歧见、对立，但在超越个人的沟通氛围以及相互理解的集体动力中，「理性的参与」能够发挥增进政治权势阶级与市民社会间沟通，乃至后者对于前者的监督。以理性论辩为基础的公开审议，使得「民主」意涵跳脱传统自由主义强调单纯的天赋人权、或者多元主义强调的社会利益统合，而能够落实到常民生活的沟通实践上(Dahlgren, 1995; Habermas, 1962/1989)。

在原初的讨论中,「公共领域」现身于西方社会(或者更精确的说,「西欧」社会)在十八世纪末、十九世纪初的一些中产阶级场域中。咖啡厅、文艺沙龙,乃至少量发行的报纸、期刊、政治小册等,哈伯玛斯主张在这些新起的社交或论述场域里,新兴的中产阶级不再仅是拥有私产的个体,而是多了论辩的「公民」身份。各自抛开偏私的关怀或成见,以理性且批判的辩论,讨论公共事务。这个领域里生产与流通的论述,基本上对于国家政治是批判的,同时也与中产阶级所寄生的市场经济关系保持距离(Habermas, 1962/1989)。

然而这些体现「公共领域」的变迁,终究敌不过社会结构性的转变。市场经济的发展、社福国家对于私领域的干涉,以及大众传媒、广告等带动的消费社会,逐渐溶蚀公共领域的论辩基础。生活世界因为这些因素产生质变,理性与批判的辩论遂逐渐因为政、商权势阶级操纵的策略沟通而变质(Habermas, 1962/1989)。

哈伯玛斯视「公共领域」为审议民主实践的雏形,然而这个概念由历史现象的陈述发展为具普世意涵的沟通伦理时,却遭致许多批评。比方说,以中产阶级的「沟通理性」作为审议政治的寄托,规避了社会生活里权力政治的现实远非温良恭俭让。阶级、性别、族群发语权与言谈方式的局部与偏狭,从开头便不见容于中产阶级的沟通实践,因此更贴切的实况是「公共竞技场」(Fraser, 1990)。此外,受后结构主义与葛兰西(Antonio Gramsci)霸权论影响的激进民主批判,则根本视审议政治如「搓圆仔」工程。设想透过审议的手段,视产生社会共识为必然,无异于制度化的政治收编(孙善豪译, 2005; 刘纪蕙、林淑芬、陈克伦、薛熙平译, 2011; Laclau & Mouffe, 1985)。

即便有了哈伯玛斯与其批判者间关于「沟通理性」可及性的论证拉扯,公共领域作为夹杂了描述与规范的概念,对于探究今日媒介表现仍具有其贡献。最低限度上,「公共领域」提供公共广电制度合理存在的解释。设想:若非先划定一介于国家与公民社会的中间地带,「民意」的形成如何由公民社会的各种声音或价值中提炼得来?且广电媒体经营制度上强调国家垄断资本的必要,前提正在于保障传媒的民意空间有其自主价值,超越统治阶级或市场利益。同时,沟通理性强调的参与者「互为主体的沟通」,在商业势

力主导的广电机构里，仍可作为防堵经营者介入编辑或制播过程的规范价值。

我们向哈伯玛斯的「公共领域」概念借光，主要仍在于它作为规范性概念的潜力。即便原初公共领域理想便是一个政治的乌托邦，它仍有助于观察民主过程在形式与实质，或者价值与现实之间的辩证张力。「审议民主」即便必须面对实际权力政治的试炼，但它凸显的集体或超越政治社会特定利益的沟通伦理，仍旧享有认识论上某种程度的优势。特别是在当前大众传媒担负政治生活中吃重的形塑者角色的当下，政治论述的媒介实践显然无法不被视为一则沟通伦理的课题。

有鉴于审议政治的价值或形式遭到许多批判，哈伯玛斯在日后也调整了许多早先的论点。例如在《介于事实与规范之间》(*Between Facts and Norms*, 1996)一书中，哈伯玛斯试图与多元主义论、理性选择论，以及系统论等政治社会理论对话，讨论在高度复杂且分工的社会里，公共领域的意涵是如何体现在生活世界、功能系统与国家之间的流通关系上。

哈伯玛斯强调公共领域的审议民主理想所欲凸显的——公民藉由讨论参与，进而成为公共决策的一部分，其实是建立在一个可以含括日常生活各种不同层面实践的「沟通架构」上。因此，「领域」指的不是特定的建制或地点，而是一个可以涵盖生活世界的整体、且在沟通行动中再生的网络。(Habermas, 1992/1996, pp. 359-361)。以哈伯玛斯自己的话说：

公共领域最好被描述为一个沟通资讯与观点（即正、反态度的意见表达）的网络；在过程中，沟通之涓流析沥并合成，乃至使这些资讯与观点能够被汇聚成主题明确的「公众」意见。(Habermas, 1992/1996, p.360)

哈伯玛斯继而讨论了政治的公共领域里，公众的意见或意志的形成，如何藉由具体的沟通行动，将私领域里的个人、各种社会的功能系统，以及核心的政治系统如行政、立法与司法等部门串连起来。有别于中产阶级公共领域在早先给予人单一且排他的联想，哈伯玛斯开始关注生活世界里，私领域

各种不同情境里的言谈，如何藉由公民社会里各种功能性的组织、机构乃至社会运动的中介，被转译为具集体代表性的民意，并进而对核心的政治决策产生影响。

比方说，哈伯玛斯强调政治的公共领域不应被设想为单一的场域，沟通的密集度、组织的复杂性，以及公众性质等，皆使得公共领域有不同层次的分殊性。公众的性质有松散、有经刻意安排，也有孤立的个体如读者、听众或观众所构成的抽象公众。即便彼此差异性甚大，这些由日常言谈构成的「局部的公众」(partial publics)彼此间仍能互相渗透。

随着大众传媒不断扩大阅听众的范围，公众意见也日趋抽象难测。公众对于特定议题产生正或反的立场更容易受到隐匿的权力游戏所操纵。然而即便如此，哈伯玛斯强调公众沟通的过程如果是起于生活世界里市民社会内部的动力，则公众沟通就不至于被扭曲。公民社会里各种集体成员，包含利益团体、倡议组织、工会，乃至社会运动等，扮演居中势力，将生活世界个人遭遇的问题转译为具公众诉求的「政治议题」，并且藉由选举投票形成对于政治体系的压力。在这个过程中，即便公共领域缺乏实质的决策权力，拥有的却是一种被政治核心体系认知到的「沟通权力」(Habermas, 1992/1996, p. 373-374)。政治与社会的要角如果欲利用公共领域的影响力，他们便需要在解决公民的问题或者公众认定的议题上，做出令人信服贡献。

大众媒介在哈伯玛斯的公共领域重构中，显然扮演运作、操纵这种沟通权力的功能体系一员。即便当前媒介内部发展出来资讯处理策略，例如事实报导的人情趣味化、资讯与娱乐界线的模糊、以及将复杂议题琐碎化处理，皆是将公共沟通去政治化的病征。然而，这仍不损公民社会对于媒介应该扮演何种角色的规范反应，例如媒介应该做为公众启蒙的委托者，并且独立于政治或社会压力之外，勇于面对当权者做无私的报导或评论。哈伯玛斯主张这些对于新闻表现的规范反应，使得大众传媒的沟通权力得以被中立化，且台面下的权势团体操纵得以被阻隔 (Habermas, 1992/1996, p.379)。

正因为媒介作为专业化组织，具有选择资讯、决定资讯呈现形式、节目风格、传布效果等的主导权力。媒介组织的专业性在一个民主的政治体制中，是建立在一个「无邪」(innocent)的基础上——理想上，报导或评论必须存

在于一个自我约制的媒介系统内，且以独立于政治或经济系统的控制做为新闻组织运作的前提。因此，媒介系统自成一格，在于它仅受制于自身发展出来的一套规范准则上（Habermas, 2006, pp.418-419）。

新闻媒体应该独立于任何政经势力的操控，或许听来老套，但如果把传媒组织置放回哈伯玛斯论及的公共领域存在的社会脉络，则作为政治系统与私领域，以及各种功能系统之间的中介地带，媒介如何在各方势力交杂下折冲协调，以及报导或评论的质素如何再现民意的多元性，使得各种意见在不同的论述竞技场间顺畅流转、甚而由私领域通达代议政治的决策过程，便成了评量传媒的审议民主表现的大哉问了。

基于此，哈伯玛斯对于大众传媒提出了两个规范性原则，作为评价「合理的审议过程」是否得以强化的先决条件：其一是当公共领域的政治沟通串连起公民社会与政治核心时，一个自我规约（self-regulating）的媒介体系面对其所处的环境，仍能维护其独立性；其二则是一个具包容性的公民社会，需使得公民得其权力参与并回应公众论述，且公众论述不应沦为一种殖民化的沟通形式（Habermas, 2006, p.420）。

我们向哈伯玛斯的公共领域概念借光，主要是他的两个规范原则可以作为评估选举过程中，大众媒介的政治论述生产是否可以有效增进私领域的个人及核心政治系统之间的互动。选举是公民有效介入民主政治运作、造成核心政治权势阶级思维改变的利器，投票也是民意展现少有能够受到制度性保障的机会。然而哈伯玛斯批判的殖民化沟通，即大众传媒的政治传播屈服于市场经济需求，使得政治讯息的生产与呈现的内部逻辑被暗地里置换了（Habermas, 2006, p. 422），在意的也是公民社会与核心政治体系之间的互动，能否藉由公众意见的论述化而畅行无阻。基于此，我们将这两个规范性原则作为问题之始，在评估政论节目的内容表现上，我们特别关注这些节目在议题选择、参与者特性，以及议题讨论过程的主题建构等面向上呈现的趋势。我们将哈伯玛斯这两个关于政治传播的规范原则，转化为以下两个观察指标，分别是：

- (一) 论述型态的自主：电视政论的论述生产是否能够独立于主流政治论述或政治实践的洪流？
- (二) 民意反馈管道的畅通：起源于公民社会的相关意见、态度或者观点能否经由政论节目的管道获得呈现？

### 参、审议价值的脉络化：九合一选举电视政论的趋势观察

在媒体观察与教育基金会的赞助下，我们自九合一选举日的四个月以前，开始观察与纪录各个有线与无线电视台晚间时段的时事议题讨论性节目。

由于节目数量众多，加上选举将至，许多原先不以政治议题讨论为主轴的谈话性节目，也在这段时间陆续加重选战相关政治话题的比重。因此在节目选择上，我们设定了几个取样的标准，主要是节目的形式需起码保留审议政治「互为主体的对话」的精神。具体来说，节目必须满足以下三个形式要件：

- (一) 言谈情境凸显主持人与参与者，或者参与者之间有实际的对话、讨论或辩论的过程。
- (二) 设定的话题以时事议题为主轴，且涉及政党政治、或政府施政相关的主流政治议题在任何时期皆占主要的比例。
- (三) 与谈者除了主持人与固定来宾之外，有一定比例的成员更替。

在这三个要件的基础上，我们过滤出以下九个节目作为分析的样本：

表一：观察节目名单

频道	节目名称
TVBS	丽文正经话
TVBS	少康战情室
民视	头家来开讲
年代	新闻追追追
年代	新闻面对面
高点	新闻看透透
三立	新台湾加油
壹电视	正晶限时批
公视	有话好说

本研究以选举日（2014 年 11 月 29 日）前四个月作为观察的范围。由于观察期较长，碍于人力限制，无法涵盖这四个月期间每一天的节目讨论情形，因此我们采取系统抽样方式，以每个月的第三周为观察期。在四个月的观察期中，我们总计获得四个星期的节目样本。每一个节目每周制播五集，因此，九个节目总计有 45 集的样本数。

经过初步过滤，我们由九个节目中总计得 302 则与九合一选举相关的话题讨论。我们依照各级选举话题数、参与者组成的比率，以及选战相关议题的讨论脉络，分别做内容分析。分析旨在回答以下三个问题：

- （一）话题由哪里来？
- （二）谁参与了这场选战政论？
- （三）谈了什么？

## 一、话题由哪里来？

九合一选举涵盖的公职人员改选范围甚广，且距离 2016 总统与立委选举时间颇近，因此在选战期间，吸引不少媒体的关注。即便选举涵盖了台北市、五都，以及其余各县市的百里侯、民意代表以及乡、镇、村、里长等九个层级，我们在意的问题是：电视政论的话题范围是否能够具体反映这次选举的「规模」？

在四个月的观察期间，我们统计出总计有 302 则讨论的话题是与选举或选战有关。经过分析比对，进一步归纳出 56 则与选举有关的话题，并依照话题内容涉及的选举层级编码。各级选举话题数，如表二所示：

表二：各级选举话题数

选举层级	话题数 (%)
台北市长	41 (73)
五都市长	7 (12.5)
各县、市长	/
县、市议员	1 (2)
乡、镇、区长	/
村、里长	/
其他	7 (12.5)
合计	56 (100)

由话题的分布情形来看，选战议题的讨论集中在台北市长的选举，有高达 73% 的话题集中在台北市市长候选人的讨论。相较之下，只有 12.5% 的话题是与五都市长有关。其余各县、市长以及地方的乡、镇、区，以及村、里长的话题数都挂零。有 1 则话题 (2%) 与县、市议员有关。「其他」项目占了 12.5%，主要是因为这些话题都着重由非选战相关的政治或社会事件中，推估对于选战可能造成的政治效应，例如由食安风暴里卫福部长是否该负责下台，评估对年底选战国民党选情的影响。

除了话题个数的比率悬殊外，话题着重的面向也反映台北市长与其他层级选举的差异。与台北市长选举相关的 41 则话题，清一色集中在柯文哲与连胜文之间的赛马式新闻 (horserace journalism)，也就是讨论主轴集中在连、柯阵营之间的较劲，以及对特定阵营的候选人操守与竞选策略评估、民调支持度分析等与「选战过程」相关的话题。表三整理出这 41 则话题在各个月份的分布情形：

表三：台北市长选举话题事件

月份	话题事件
八月	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 柯、连阵营互批发动网军支持。</li> <li>2. 罗淑蕾踢爆柯文哲不会装叶克膜。</li> <li>3. 柯文哲提出公民监票方式。</li> <li>4. 柯文哲自爆借钱买房，连阵营攻柯文哲逃漏税。</li> </ol>
九月	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 罗淑蕾爆柯文哲 MG149 账目弊端。</li> <li>2. 柯文哲召开记者会澄清，公布 MG149 账目明细与个人财产与缴税记录，并要求对手连胜文也同样公布。</li> <li>3. 连胜文家世背景讨论：钱是否为靠自己赚的、靠爸、住帝宝、开名车、枪伤能迅速动员、连家美国房地产讨论、连胜文持股争议(中国金卫股票、投资 Evenstar 炒股)和认购顶新。</li> <li>4. 吴毅晖发声明，指控柯扭曲其回应。</li> <li>5. 连胜文呛江宜桦下台。</li> <li>6. 柯文哲拔桩：尊宋拉陈(建志)。</li> <li>7. 宋楚瑜挺柯或连之讨论。</li> <li>8. 连马心结讨论：去年避马，今年尊马？</li> <li>9. 柯文哲与连胜文各家民调显示，连胜文看好度高却支持度低；两人民调趋势比较。</li> <li>10. 连胜文 WALKING STAY 是否能够有助于选情之讨论。</li> <li>11. 连胜文竞选广告是否出现反效果之讨论。</li> </ol>
十月	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中国生产党举办挺连活动，发走路工挺连胜文，疑似涉贿选。</li> <li>2. 连战家族四个世代的权贵政治起底 (连横媚日、连家上百亿家产如何得来)。</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 连阵营祭出危机牌(军公教)、台商牌(动员台商)和经济金融牌。</li> <li>4. 连胜文撒大钱拍竞选广告之讨论。</li> <li>5. 宋楚瑜挺柯或连之讨论。</li> <li>6. 连胜文地瓜文的反抹黑广告(网路谣传连胜文把支持者送的地瓜丢进垃圾桶,事实上他有吃掉)。</li> <li>7. 检讨连胜文与柯文哲民调趋势: 毒油事件致使连民调下降、MG149 引发连柯黄金交叉、民调差距扩大。</li> </ol>
<p>十一 月</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 连战批评柯文哲祖父皇民化; 骂柯 P「混蛋说」。</li> <li>2. 柯文哲被控网军追杀连胜文, 查出 33 个 PTT 的 IP 来自柯竞选总部。</li> <li>3. 马英九批柯妖魔。</li> <li>4. 连阵营激发蓝绿对决。</li> <li>5. 连阵营的经国路文宣讨论。</li> <li>6. 马英九挺连催出军系票。</li> <li>7. 选举奥步讨论: 蔡依珊遭威胁泼酸毁容, 国安局证实消息属实, 情资显示柯文哲对蔡依珊不利。</li> <li>8. 连方瑀出席公开造势时强调柯文哲未亲手救过连胜文; 陈佩琪脸书贴红酒照片反驳。</li> <li>9. 柯文哲赴大陆卖叶克膜, 涉嫌与厂商挂勾。</li> <li>10. 柯文哲卷入强摘器官争议, 恐影响年底选情。</li> <li>11. 连胜文上政论节目, 赵少康问经济政见, 但连胜文回答频频跳针。</li> <li>12. 郝柏村批柯皇民说。</li> <li>13. 联合报爆柯文哲与民进党蔡英文选后合作的契约说。</li> <li>14. 连胜文拜会张荣发, 被网友质疑照片造假。</li> <li>15. 马政府打 FTA 经济恐吓牌, 助连胜文选情?</li> <li>16. 宋楚瑜解析台北市选战(台湾历史谈起、连战失言风波、选举后要解决的问题、连柯谁胜选所代表意义、连陷苦战原因)</li> <li>17. 连胜文「大明王朝」说引发马心结? 马连合体?</li> <li>18. 网传枪杀柯文哲、连胜文, 考虑着防弹衣拜票?</li> <li>19. 夫人牌周美青是否对这次选举有效?</li> </ol>

相较之下，五都市长相关的话题讨论即便少，却是集中在候选人政见与政绩评估，这部分在7则话题中便占了3则。这3则分别出现在10月份时，因为台中市长的选举辩论而出现的政见讨论；以及11月时，高雄市长选举里，候选人关于高雄市交通建设、就业结构等政见的讨论。

在49则选举话题中，唯一与县、市议员相关话题，则是彰化、云林县议员候选人遭揭露贿选的讨论。

## 二、谁参与了这场选战讨论？

一如上述，哈伯玛斯主张讨论民主社会中政治的公共领域，应探究媒介如何扮演政治系统与市民社会之间互动的中介地带。这个地带犹如使民意显形的政治外缘网络（Habermas, 1992/1996, p. 358），将市民社会里存在于不同私领域脉络的感受、想法或不满转化、放大为具公众关连性的沟通行动，并且迫使核心的政治系统必须严肃以对。

哈伯玛斯认为政治的公共领域如果运作良好，势必含括由公民社会与各种功能系统中产生的各种代理成员，例如倡议者、游说者、专家、道德企业家，与知识份子等人（Habermas, 2006, p. 416）。

沿用哈伯玛斯的三元架构，我们为了了解参与、构成电视政论意见的社会成员特性，将九个节目的参与者依照其在各节目中被标明的身份区分为三个政治社会区块，分别是：（一）政治核心系统、（二）专家系统，与（三）公民社会。政治核心系统包括：参选者与阵营（各级选举的参选人或竞选总部总干事、发言人）、政治人物（各级民意代表、政府官员、政党党务工作人员）；专家系统包括：专家体系成员（学者、智库研究员、专业政治评论员）、媒介体系成员（政治记者、编辑、资深媒体人）；公民社会则包括：倡议团体（特定利益团体、NGO组织、商会、工会、社运成员）、非政治背景专业人士（以个别专业身份参与节目讨论，如艺术家、律师、医师等），与一般民众。表四呈现九个节目参与者组成比率：

表四：参与者组成

政治社会	成员	人次	(%)	合计(%)
政治核心系统	参选人与阵营	69	(10.3)	329 (49)
	政治人物	260	(38.7)	
专家系统	专家体系成员	90	(13.4)	295 (44)
	媒介体系成员	205	(30.6)	
公民社会	倡议团体	10	(1.5)	47 (7)
	非政治背景专业人士	11	(1.6)	
	一般民众	26	(3.9)	

上表显现目前台湾的电视政论参与者组成，仍十足偏好政治核心系统的成员。党籍民代、党务工作人员等，有极高的参与节目讨论的比率（38.7%）。再加上参选人及阵营，政治核心系统的参与率高达49%。

整体而言，这个数字显现在选战期间，电视政论成为政党或政治人物动员的产物。我们以这次的研究结果对照2009年4月期间，笔者之一的另一个关于谈话性节目参选者组成的分析（唐士哲，2012）。当时并非选举期，政治核心系统成员参与谈话性节目的比率，约只占有所有参与者的15.4%。显见选举期间，政党政治动员已将电视作为政治论述的外延竞技场。

相较于政治核心系统几乎占了一半的成员比重，公民社会的声音明显边缘化许多。包括倡议团体、非政治专业人士与一般民众，总共只占了所有参与者的7%。除了多数节目忽视公民社会成员的声音，这个趋势反映了过往谈话性节目中开拓观众call in时段，邀观众发表意见的设计，或者将节目现场带至户外开讲的作法，如今已不受多数节目青睐。

在公民社会成员相对边缘化的电视政论环境里，作为公民社会与政治核心系统之间的中介地带，并且身兼民意代言人的专家系统扮演的角色便至关重要。专家系统成员作为「转译者」，理想上应能够在选战时期政治论述大量增加的前提下，灵活扮演两者之间的守门关键，特别是在代表公民社会，对于参选的政治人物或政党作尽责的监督者。因此，检视候选人的政见可行

性、对仍在位的参选者执政政绩作体检，以及作为公民社会意见的代言人，凸显候选人政见的偏狭，都是「转译者」可以着墨之处。

〈表四〉呈现专家系统的确在参与比率上，与政治核心系统势均力敌，两者的参与比重相差并不大（前者占有所有参与者的 44%、后者占 49%）。

我们由九个节目参与讨论的来宾名单中，进一步过滤出〈表五〉高频率参与者名单。名单中，来自政治核心系统的成员有 3 人，其中 1 人为参选人阵营的代表（姚立明）、媒介体系成员占了 5 人、专家体系成员 2 人。

**表五：选战话题高频率参与者名单**

姓名	身份	参与节目（参与集数）
陈立宏	资深政治记者	新闻追追追（17）
胡忠信	政治评论员	新闻追追追（16）
王瑞德	资深媒体人	头家来开讲（15）
姚立明	柯文哲竞选总干事	新闻面对面（10）
王定宇	台南市议员	新台湾加油（16）
徐永明	东吴政治系副教授	新台湾加油（14）
王时齐	资深媒体人	新闻看透透（12）
钟年晃	资深媒体人	新闻看透透（10）、新闻面对面（6）
郭正亮	前立法委员	丽文正经话（7）、少康战情室（4）
陈东豪	杂志社副社长	新闻面对面（7）、正晶限时批（2）

注：样本母数为每个节目 20 集

以专家系统成员的参与来说，媒介体系成员仍是电视政论参与者的大宗。他们除了占了所有参与者的 30%（如〈表四〉所示），也在各个节目中担任常态性与谈来宾。媒介专业人士如钟年晃、陈东豪，以及前立委郭正亮都在至少两个节目里有高度的参与。而参选人阵营的竞选总干事在选战期间也频频参与各个节目讨论。其中尤以柯文哲阵营的姚立明最为特出。姚立明在担任竞选总干事之前，就已经是以学者的身份作为「新闻面对面」的常态性来宾，在担任竞选总干事之后，仍然以新职的身份参与该节目讨论。

〈表五〉的高频率参与者里，媒介体系成员与某些专家体系成员的界线已十分模糊。各个节目中以政治评论员自居的参与者，往往本身也有与新闻相关的专业资历，例如政治评论员胡忠信除了过去曾担任报纸主笔以及电视台新闻部总编辑，现在则是谈话性节目的常客，也身兼广播谈话节目的主持人。而专家系统参与者成为核心政治系统成员者，亦不乏如姚立明、简余晏等人，由过往专业身份转变为选战团队的成员。

此外，电视政论世界里的专家系统成员，由于许多人都是以现职的记者或编辑身份跨足至的电视政论，角色是否因场域的转换而有冲突，是一个值得检视的课题。

专业新闻领域里对于客观报导价值的推崇，往往使得记者报导的专业性，是奠基在报导语气上扮演一个政治场域的局外人。从报导转为评论，最明显的改变即是谈论政治相关议题时，论述方式上的反客观为主观。

根据林富美（2006），记者跨行兼谈话性节目的评论员，其评论角色往往因配合电视台制播需求而甘于自我物化。即便如此，摒除对于「客观报导」的专业期待，记者、编辑成为专家系统的成员，对于审议民主而言，仍可能有其起码的贡献。消极之处，应在于藉由灵通的消息或资讯处理策略，做为公民社会问题的放大器或传声筒，并且监督政治核心系统的作为，提升审议民主过程的透明化。因此，专业新闻工作者化身资深媒体人或政治评论员，某种程度兼具两种回异的特质：立场超然的局外人与熟知内情的局内人（见 Jacobs & Townsley, 2011）。

然而确实的表现如何？欲回答这个问题，节目如何将选战相关话题转化为节目中讨论的主题——也就是谈了什么？便成为探索重点。

### 三、谈了什么？

如前所示，九个节目在四个观察期间，总共产出了 302 则关于选举的话题讨论段落，其中涉及了 56 个话题事件，平均单则话题事件所产生的议题讨论有 5.4 则。换句话说，选战话题讨论，多数具有时间上的延续性。

以柯文哲遭立委罗淑蕾指控任职台大医院期间，私设 MG149 帐户洗钱、逃漏税事件为例：罗淑蕾于 9 月 10 日召开记者会、揭露该则事件后，事件话题便在许多节目中不断延烧，由揭露初期对于帐户合理性的质疑、到后来该则话题讨论逐渐移转至阴谋论揣测，即质疑罗淑蕾爆料是否沦为国民党选战抹黑政敌的打手。到了选战后期，该则揭弊事件则是被放在「是否是国民党有效的选战策略」脉络下讨论。显见话题在谈话性节目中的发展，往往可能经历不同阶段的主题化历程。

我们无法对这 56 个选战话题逐一作议题发展历程的剖析，但希望探索选战话题事件转化成这 302 则话题讨论的节目段落时，如何被主题化。因此，我们逐一检视这些讨论段落，并以话语情境中主持人的开场白、提问问题、萤幕下方标题，以及实际讨论的互动情形为线索，归纳出六个主题化类目，分别是：

- (一) 政见：参选人政见内容的描述、分析或评估。
- (二) 人格化：参选人的性格特性，例如人品、家世、过往政绩、经历或瑕疵作为；参选人或竞选团队特定成员的言行表现。
- (三) 选战谋略：竞选组织内部运作、动员过程、特定文宣策略。
- (四) 权力政治：政府或政党表现、参选人政治行情评估、参选人与特定政治或经济利益互动。
- (五) 媒介化选战：媒介专业系统（如竞选广告、公关、候选人民调、报纸报导、名嘴言谈、网路讨论）呈现内容的转述、分析或评论。
- (六) 选举制度或选战文化：民主政治、选举制度或者整体选战现象的反思、检讨或批判。

依照这个类目分类，这 302 则话题讨论呈现的主题化脉络趋势如表六：

表六：选战相关话题的主题化

讨论 脉络	政见	人格 化	选战 谋略	权力 政治	媒介化 选战	选举制度 选战文化	合计
则数	11	79	90	64	43	15	302
(%)	(3.8)	(27.6)	(31.5)	(22.4)	(15)	(5.2)	(100)

〈表六〉呈现的主题化趋势，验证了近年来政治传播研究中，关于选举文化沦为花絮化的批评（Bennett, 2003; Corner, 2003; Swanson & Mancini, 1996）。在六个主题化脉络中，「选战谋略」的比率高达 31.5%；而着重候选人人格特质或身家背景的「人格化」主题也高达 27.6%；其他如彰显权力政治过程的讨论占了 22.4%。而以民调分析、广告策略评估为主的「媒介化选战」占了 15%。区居末座的，则是对于候选人「政见」内容的检视与评估（3.8%），以及对选举制度或选战文化的反思或检讨（5.2%）。

这个趋势彰显了电视政论关切的选战议题面向，多半与政治体系运作的谋略、技术，与权力政治的潜规则有关。多数节目倾向将选举过程以「选战谋略」及「权力政治」这两种主题化角度呈现，或者藉由对于参选者非政治专业领域的表现，如家世、人际关系、工作或人格瑕疵等「人格化」检视，作为臧否个别参选者能力的依据。

上述这些主题化模式，显示电视政论意图塑造一个熟稔政治场域内情的「圈内人」角色。具体的如对于候选人竞选团队的竞选策略或动员过程的讨论；概括的则如对于各种权力政治过程，如候选人、政党、政府当权者间权力冲突、利益沟通、妥协或交换的剖析与揭露。这些对于台面下政治运作潜规则的刺探，满足阅听众窥探所谓「政治现实」的复杂面，却难以掩盖一个「失职」的现实：即本可以替公民社会代言，向核心政治体系监督的「政见」检视，或者对于选举制度或选战文化整体性的反思或监督，在整体政论文化中皆被边缘化。

选战话题的主题化着重政治圈内人知识，若再加上〈表四〉所示、参与者集中在专家系统与政治核心系统成员合并考量，则更彰显了电视政论在现有台湾日益多元且分化的言论空间中，并非自我期许为公民社会的代言人，

扮演对政治核心体系成员的监督者角色，而是在宫闱式的权力政治细节中打转。不论就议题的选择或讨论的主题化观之，政治论述的本质并没有能够自外于主流的权势政治实践。即便节目进行过程中参与者炮声隆隆，且不时见到与谈名嘴疾声厉色，对于政治现状或个别候选人严词抨击，但电视政论批判角色的凸显，仍旧是以议论核心权力政治的种种细节为主要成分。

## 肆、延伸讨论与结语

我们藉由三个问题面向，呈现了 2014 年九合一选战里，时事议题讨论节目对于选战相关主题的讨论所呈现的一些趋势。这些趋势，大致上可以被归纳为以下数点：

- (一) 即便九合一选举涵盖的公职人员层级广泛，但选战相关讨论话题高度集中在台北市市长选举，且着重的面向是柯文哲与连胜文两位候选人之间竞争的赛马式新闻。
- (二) 比起寻常时期，政治体系中的政治人物在选战过程中参与电视政论有相当大幅度的提升，显见电视政论在选战过程中，被政党或竞选阵营视为动员民意支持的重要管道。
- (三) 公民社会的成员在选战讨论中的角色极度边缘化，且过往谈话性节目常有的 call in 设置，在多数节目中已经消失，「民意」在节目中如同被消音。
- (四) 政治核心系统成员与专家系统成员的参与大致旗鼓相当，但专家系统成员绝大部分来自新闻媒体专业场域，尤其以资深媒体人构成各个节目里来宾的主干。
- (五) 选战议题的主题化多半与政治体系运作的技术与权势阶级的政治潜规则有关。选战谋略、对参选人的个性化讨论，以及权力政治过程是多数电视政论的讨论主轴，候选人政见的检视与讨论明显被忽视。

以上这五项观察结果，我们带入前述哈伯玛斯对于大众媒体在审议民主过程中的两项规范性指标，作为我们对于这次选战中电视政论表现的延伸讨论。

一如前述，哈伯玛斯主张，评量「合理的审议过程」是否得以强化的先决条件，建立在两种政治传播的表现上：其一是当公共领域里的政治沟通串连起公民社会以及政治核心时，媒介体系能否维护其独立性；其二则是公民社会的包容性，能否使得公众的论述参与受到保障，政治传播不至沦为一种殖民化的沟通形式。我们将这两项规范性价值分别以「论述型态的自律」，以及「民意反馈管道的畅通」为指标，来检视台湾的电视政论在这次选战中的表现：

首先，关于论述型态的自主，我们关切的是相对于核心政治场域的实践与论述，电视政论展现什么样的自主性。对于哈伯玛斯而言，自律的传媒体系展现在其实践能够与政治或经济势力有所区分（differentiation）。然而哈伯玛斯也明了，这种区分在多数状况下都无法做到绝对的地步。比方说，在民主化的社会中，政府或财团对于媒体所有权的控制、制播的内容满足娱乐大众的需求，或者特定利益团体藉广告赞助手段行内容审查之实，都有可能威胁传媒论述的自主性。

就我们的观察而言，电视政论论述型态的自主性，体现在与核心政治场域的实践与论述的区分上。就选战话题的主题化而言，当一场选举的论述重点，只有不到 4% 的比率是放在检视候选人提出的政见与政治视野（政见讨论），却有超过 30% 的比重在乎的是候选人怎么打选战（选战谋略），电视政论在话题选择上，的确有其自外于核心政治场域实践的主导性。

事实上，电视政论对于政见的忽视，并非因为候选人不再提政见。就以本次选举中各节目热中的连 / 柯对决来说，本次选战过程中，双方阵营在网站上陆续公布了不少政见——连胜文阵营总共有 31 项政见、柯文哲阵营则有 22 项政见，这些政见涵盖了财政、婴幼儿照护、观光、青年创业、交通、灾害防治、住宅、族群、食安、社造、教育、治安、动保、文化、医疗、劳动权益、国际化、防疫、都更、与科技政策等洋洋洒洒十数项目。除了网站

文宣，这些政见还藉由电视广告或社群网站等管道露出，然而电视政论却对于这些政见充耳不闻、纹风不动。

对比电视政论对于候选人政见的忽视，则是其对于权力政治过程巨细靡遗的描述与解析。以一个比较通俗的说法，是在「起底」式的权力政治细节追究中，标榜论述的自主性。

然而这种自主并不等同于电视政论称职扮演核心政治体系与公民社会间的桥梁角色。正由于选战主题化着重在起底式的细节追究，电视政论反而沦为窄义的机构化政治实践的附庸——仿佛政党动员、候选人阵营策略，或个别政治人物的权势等，便构成了政治论述的主体。这次选战中维持热度甚久的话题，如 MG149 弊案的揭发、连胜文家族成员在选前对于柯文哲家世的批评，或者柯文哲公布个人财产，并反呛连胜文应比照办理所引发的「连氏家族金权政治」窥探，基本上话题的源头都起自于候选人阵营间彼此的抹黑、叫阵或反呛，各个节目在依此为引发后续序列讨论的触媒。对于这些主题的偏好，反映的是对于窄义核心政治系统里对抗政治的着迷。对于汇聚来自广阔的公民社会意见，并有意识的将这些意见转化为检视或质询政治场域的施政、政策或政见的品质或好坏而言，电视政论无心于此，也毫无建树。

就民意反馈管道的畅通来说，哈伯玛斯对于公共领域意涵提出的修正，强调「领域」的价值，体现在普罗民意与菁英论述之间讯息流通、转译管道的通顺。但以这次选战相关的政论内容表现观之，显然电视政论在参与者特性以及话题的选择上，仍集中在小圈圈的核心政治。不但公民社会的组织成员被阻绝在与谈成员之外，过往一些节目基于形式，刻意保留的观众 call in 作法，或者仿照野外政见发表会，将节目现场迁移至户外举行，在许多节目中也多半被边缘化。总体而言，电视政论与民意之间，犹如两条平行线。

然而，若就此断言电视政论无从在整体政治论述环境中，扮演一定功能的分工角色，则并不尽然与浮现的新现象相符。即便电视政论作为反映民意的管道上表现堪虑，但网络的兴起显然多少弥补这种颓势。在网路世界里的批批踢八卦版、YouTube、影视内容专区、个人部落格，电视政论的片段内容被网友们转贴、连结、转引、或评论的情形日趋频繁。

以 Youtube 为例，本次选战过程中，关于罗淑蕾因指控柯文哲 MG149 案的弊端，而在节目中与其他名嘴对质、或者周玉蔻、汪洁民等名嘴一系列针对连氏家族政商关系、或连胜文过往的金融业专业背景的起底等，这些节目中讨论的段落被网友撷取，并在 Youtube 影音平台上大量转载。它们在社群网路平台上引发的高点击数与讨论串，并不亚于这些节目的收视率。显见在日益分化、但互有连通的民意空间里，电视政论作为挑起民众讨论与参与的诱因，正使其作为大众传播渠道的「建制」意涵，快速消融在更多新起的意见平台上，仅扮演其中一个「节点」。在观众 call in 的设计走入历史后，「民意」以另一种更碎裂的形式，在多元分歧的网路空间中集结、再现。

选举是民主政治实践中，市民社会介入或参与政治体系受保障的方式，也是最低限度的手段，大众传媒的政治报导与评论，则是左右选民投票决定的重要机制。哈伯玛斯强调媒介即是权力，就在于其提供的内容、形式、散布讯息的路径与框架事实的方式，对于选民在投票箱圈选候选人前，起了左右其决定的作用 (Habermas, 2006)。广电媒体机构在审议政治过程中的角色，始终徘徊在内部论述自主与被外部机构殖民化的辩证中。一如哈伯玛斯指出，西欧公共广电制度虽然保障政经势力无法透过财政与人士任命介入报导的公正性，然而民主政治的政党轮替效应，仍旧使得公共传播的新闻专业性无法完全抵抗政党的人事征募效应。政府的家户长心态，使得传播机构与核心政治体系的分立不完全，前车之鉴如义大利公视。而美国的商业媒体即便免除政府藉人士任命介入之虑，却难保政府刁钻的言论控制策略对于媒体机构造成的噤声效应。9 / 11 事件后，政府成功框架的「反恐战争」论述缺乏媒体的监督便是一例 (Habermas, 2006, pp.420-421)。媒介无法与核心政治过程的种种操作分立，即便造成民众的信任降低，助长了他们对政治冷漠或事不关己的态度，然而正如哈伯玛斯提醒，寻求解释仍在于特定政治传播型态或内容的沈沦，不应视为整体公民社会的瘫痪 (p.422)。

台湾的电视政论在走过民主狂飙的九 0 年代，以及过去这十数年的政党恶斗，总是在不同选举之间呈现行情的高、低档徘徊。一遇到选举，关切政治者众，节目数量就增加、各种炒作话题的手段也层出不穷。然而面对市民社会中，出现自发的公民街头运动、网路世界里热切的网军动员、组织与言

谈参与，电视政论的审议民主「功能」已是穷蹙一隅。即便不尽然完全隐没在新起的政治参与实践中，其曾经独领的风骚，也将快速的在更形扩张的民意空间里褪色殆尽。

## 参考书目

- 林富美 (2006)。〈当新闻记者成为名嘴：名声、专业与劳动商品化的探讨〉，《新闻学研究》，88: 43-81。
- 唐士哲 (2012)。〈电视政论与政媒互动实践初探〉，《传播研究与实践》，2(1):109-133。
- 孙善豪译 (2005)。《回归政治》。台北：巨流。（原书 Mouffe, C. [1993]. *The return of the political*. London, UK: Verso.）
- 刘纪蕙、林淑芬、陈克伦、薛熙平译 (2011)。《歧义：政治与哲学》。台北：麦田。（原书 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、李香洁、洪砚儒、朱家贤（2015）。〈民意的中介及其阻绝：九合一选举中电视政论的表现〉，《传播、文化与政治》，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

## 公共政策与（新）媒介财政

冯建三\*

---

投稿日期：2014 年 10 月 19 日；通过日期：2015 年 1 月 6 日。

\* 作者冯建三为政治大学新闻系教授，e-mail: jsfeng@nccu.edu.tw

## 《摘要》

本文尝试通过「出资人身份」与「公共政策」两个层面，区辨八种影音图文等内容的财政来源，探讨公共政策与这些(新)媒介财政的实然与应然关系。作者进而介绍与讨论「付费墙」模式的引入，最早是财经与菁英报纸，近年已有一般报纸采纳这个作法，但其得失尚难定论。最后则是思考在数位技术的汇流背景下，媒介财政与媒介硬件及传播平台的可能税捐关系，以及传统公共服务「广播电视」在公共政策的导引下，可能出现的变化样貌，重点是它应否及能否蜕变，成为公共服务「媒介」，从而就得决断其相应的财政来源，是否需要师法欧陆国家如法国、西班牙、德国与芬兰已经采纳的模式，或是另作创新。

**关键词：**公共政策、公共服务媒介、付费墙、(新)媒介财政、网际网路相关税捐、广告

「『经济科学』（economic science）这个用语流于傲慢，自认经济学比起其他社会学科，拥有更高的科学地位。『政治经济学』（political economy）尽管显得老派，但我认为这个词才能确认经济学有别于其他社会科学之处：经济学的政治、规范与道德目标...政治经济学试图通过科学态度与认知...研究理想的国家（state）理当在一个国家（country）的经济与社会组织中，扮演什么角色。它问，哪些公共政策、制度与机构可以让我们更为接近理想的社会？.....社会科学家...不能满足于乞灵宏大却抽象的正义、民主与世界和平等原则。究竟是要选定哪些特定机构、制度与政策...他们必须采取立场。」（Piketty, 2013/2014, pp. 573-574）

## 壹、前言

《21 世纪资本论》无法、也无意望 19 世纪《资本论》的项背。但是，如果马克思尚能环顾当前环境而表示意见，他对该书作者、法国经济学者皮凯堤（Thomas Piketty）的前引陈述，不会反对。

本文响应皮凯堤的认知，探讨新传播科技日新月异的进展中，公共政策与（新）媒介财政的实然与应然关系。经验材料与理论文献主要来自欧洲，其次是美利坚，再次才是相关国家。作者首先将扼要辨明，市场与广告没有本质，其善恶随历史脉络及公共政策有无及其良窳而呈现不同面貌。接着，本文尝试通过「出资人身份」与「公共政策」两个层面，区辨八种影音图文等内容的财政来源。

在八种财政之中，广告的规模最大。但广告作为媒介内容的制作财源，必生负面作用，遂有公共政策介入，是为第二至第四种财政形式：限制传媒广告的竞争并重新分配其收入，最早表现于播放广告的公共服务广播电视（public service broadcasting, PSB）；其次是表现在报纸，也有，虽然较少；再就是禁止广告，但政府强制所有阅听人付费如英国广电协会（BBC）与日本放送协会（NHK），或是政府以一般税收支付，如澳洲广电协会（ABC）。第五种是阅听人自愿付费使用传媒内容，如传统报纸及报纸进入网路时代后

的付费墙；第六种则是对于传媒（特别指传统报纸）的发行收入课征营业税（加值税），英国不取，美法等国虽取但税率低于其他商品。

第七种财政的前景与意义，最值得注意。这里是指，既然技术条件已经致使影音图文「汇流」于数位形式，那么传统的 PSB 无论是否播放广告，都必须面对新时代与新技术的挑战，它们未来是不是应该与时俱进，羽化蜕变成公共服务「媒介」（public service media, PSM）？这是重要的公共政策课题。如果要从 PSB 扩大成为 PSM，财政需求就得水涨船高，那么，是要增加投入 PSB 的公务预算或执照费水平；或者，既然 PSB/M 制作的各种影音图文，无不可以在各种传输平台流动，也在各种接收设备都能使用，那么，其财政来源就得到了扩张的依据：传统的电视执照费之外，现在，收费对象可以延伸至各种电信、有线、无线与卫星平台，以及（平板）电脑及手机，通过公共政策，PSB/M 可以从这些厂商取得部分收入。

最后，第八种财政指的是传播硬体、发行与通路厂商出资生产内容并据为己用，致使形成媒介的垂直整合，本文未多讨论，仅能浮光掠影提及。

## 贰、市场与广告

哈伯玛斯说，「各种市场律令进入之后，公共领域也就进入了殖民状态，似乎孕育与助长了大众传播消费者陷于瘫痪的状态。」这个见解众所周知，时人耳熟能详。但是，哈伯玛斯虽有前引这个概括论点，他在引入历史脉络后，紧接着指出，「文化产品进入市场流通之后，不必然一定造成内容商品化，不必然使得接收这些产品变成商品现象……十八世纪的独立报业...足以显示，文化产品的生产与分配之重新定位，使接筭于市场交换的各种条件，能够产生完全不同的、解放的效果。」（Habermas 2008/2009, p.177, p.179）相对于封建君主的专断及士绅阶层的拘谨，市场机制确实曾经在历史过程，扮演松动政治束缚及文化桎梏的进步功能。不但如此，过去一百多年来，随着社会情境的变化，主张市场不是资本主义所能专擅，而是另可结合于社会主义的论述，至今已然历经了五个阶段（Roemer, 1994 / 冯建三译，2005）。与此相关，另一个重要的区辨，或说是同义反复的修辞是，进入市场从事商业

活动，并不等同于从事于商品的生产（Mosco, 1996 / 冯建三、程宗明译 1998, 页 212-3）。这类例子在传播事业显得格外明显。国营事业如台湾中油公司与私人石油公司（如台塑）生产相同的商品（如汽车使用的石油），彼此竞争。相对之下，进入商业传播市场竞争的媒介机构，如果类如 BBC、NHK 或台湾的公视、客家电视与原住民电视及各行政机关的广播电台，固然无法不在广电市场，与私人为牟利而开办的广电企业，争取阅听人的听看时间，但其财政收入（几乎）完全来自执照费或公务预算，并不制播商业广告；亦即，BBC 等机构在与商业广电台竞争时，并没有生产「阅听人商品」（audience commodity）。

哈伯玛斯从历史脉络看待市场，不将市场本质化，同样表现在他对「广告」的叙述。他说：

广告出版品进入公共领域即便已经是经济所需，但并不必然造成其转型。比如，大约在上个（按：十九）世纪第二个三分之一年代之时，日报言论与分类广告的区分开始出现…并没有在本质上使公共领域转型。（只有）到了大约上个世纪中叶…大规模广告几乎不再只是商业广告这么简单…而是它代表了报章杂志，或甚至比较新兴的媒介最为重要的财政考量时，转型才告出现…。（Habermas, 1962 / 曹卫东、王晓珏、刘北成、宋伟杰译，1989，页 192-193）

更重要的是，哈伯玛斯认为，到了这个阶段，「媒介自由不再只是消极说法，不再只是特定地指涉个人或集体不受政府干预…唯有通过国家积极介入这个目标，才能确保所有其他私人都能平等进入公共领域；如果国家只是自己避免自己干扰、入侵，那么就平等进入公共领域这个目标来说，就再也不足够。」媒介自由有待国家积极介入才能创造的认知，证据之一，就是欧洲与美国的对比，哈伯玛斯说，「广播与电视以私人产业形式的『自然垄断』之发展（仍在）美国出现…（但）这些新兴 媒介在大布列颠、法国与英国是以公共或半公共法人的方式，组织成形而运作，（避免了）资本主义形式之侵犯。」（ibid: 227-8,187-8）

哈伯玛斯未曾不加区辨,对于市场与广告,他并没有从事本质化的批判。指认这个事实相当重要。毕竟,假使市场与广告具有特定本质,等于就是无法改变,从而通过公共政策介入,试图调节其表现空间的成功可能性或意义,就会减少或消失。笔者在内的论者,可能出于不同原因,是曾经有,或者至今都还较少正视这个区辨,因此在参考哈伯玛斯的理念时,往往还是落入二分或本质化的引述,致使哈伯玛斯的公共领域,变成仅只是存在「和国家相对立」这个面向(林宇玲,2014,页61-3,70);或是,论者再次宣告电视是「假共同体」、是公共领域的「重新封建化」,是制造了「假公共领域。」(黄圣哲,2010)藏匿在这类认知或批评文字的背后,是个惯性思维,它对必然得由国家提炼的公共政策之研拟,可能构成阻碍;稍有不慎,一百年前马克思主义的改良(修正)主义与革命路线的差异,竟然不对称地重新在此搬演。现在,修正路线是「公共政策」,革命路线则是「本质化或二分的论述」。虽然二分化或本质化的认知,不一定隐含革命,也可能是束手无策而承认现状不须或无可改变。

然而,革命不再,修正与改良却有众多的路线与模式。以欧洲的广播电视为例,无论是最早引进私有产权的英国,或是一开始就存在广告的德国,由于公共政策的介入,欧洲及其他国家(如近邻南韩)直到现在,都还存有「播放广告的」(commercial)「公共服务广播电视」(媒介)之概念及其实践;至于1990年代以来,资本积累动能的渗透与蔓延愈来愈见深广,这个模式是否终将萎缩、消失或必然转型,是另一个严肃问题。比如,根据「欧洲广电联盟」(European Broadcasting Union,简称EBU)的资料,2007至2012年间,40个市场(国家)的53家PSM的收入增加了1.3%,并且执照费、政府预算等非商业基金占有这些收入的比例,也在增加,2007年是72%,到了2012年已有77.9%。反之,PSM的商业收入所占的比例则在下降(25%至18.9%);并且,商业收入当中的广告,其减少的额度还更多些,广告总额在2007年占有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一方面可以说是更少商业色彩,也更少受到广告影响。然而,另一方面,欧盟28国在2007-2012年间的年均通货膨胀率是2.467%(HICP - inflation rate.[n.d.]),这意味着PSM

的实质收入可能略见减少。那么，EBU 的调查数字，是要解释为广告在 PSM 的地位日渐褪色，是正面的进展；或是应该解释为 PSM 因为广告收入减少，致使其财政窘促，因此是负面的发展？答案可能不是非黑即白，需有较多层次的定位与理解。

PSM 逐渐减少对广告的依赖，部分原因出于 PSM 的被动反应，是市场竞争过程所派生的现象。但是，如后文所要指陈，个中同样涉及公共政策的主动矫正。相对于 PSM，私人媒介的财政变化则悉数是市场竞争结果的反映，因为，广告是游牧民族、忠诚反而是商业专职的违反，广告必须追逐科技水草而暂厝。

网际网路在 1995 年进入商业使用后，至 2006 年，英国网路广告已占广告总量的 11.6%，超过发行全国的报纸（11.0%）；2007 年是 15.6%，地方报纸以 15.2% 称臣。（转引自 Freedman, 2010, p.38）2010 年，网路广告 40.96 亿英镑压过电视广告（40.81 亿），2011 年，全国及地方报纸联手，仍跌至 39.45 亿，瞠乎网际网路之后（47.84 亿；Advertising Association & Warc, 2012, April 12）。在台湾，2002 年网路广告 10 亿台币，仅得 1.87% 占有率；2005 年的 31 亿与广播旗鼓相当；2007 年超过无线电视；2008 年还稍落后杂志，却在 2009 年以 69.9 亿大胜杂志的 50.9 亿；2011 年（102.2 亿）接近报纸（106.7 亿），2012 年有 117.1 亿，首度超越报纸（96.8 亿）（中华民国广告年鉴编纂委员会，2013）。2003 年，美国报纸发行收入 112.2 亿美元，是纸版 449 亿广告与线上 12.2 亿广告收入之合（461.2 亿）的 24.33%；事隔十年，2013 年的报纸发行（含数位订户）所得仍有 108.7 亿，报纸广告收入则已跌至 207.2 亿（纸版 173 与线上 34.2 亿），美国报纸的发行与广告收入的比例，已是 52.46%。全球 5000 亿美元广告在 2013/14 年间，估计已有四分之一是网路广告（Suich, 2014, September 11）。

## 参、八种媒介财政

书报杂志的科技展现形式，从纸质扩充到网际网路，在此过程，媒介业者与政府，都对媒介的财政来源，有所因应与规划，但万变不离其宗，媒介收入总是来自后列三大种类八个项目的一项或多项，如〈表一〉所示。

表一：公共政策与八种媒介财政

		公共政策	
		无	有
出资人身份	内容生产人（广告厂商）	A: 多数国家的商业媒介都全部或部分以广告作为财源	B: 法国、南韩、奥地利、瑞典、匈牙利等国对传媒广告收入课税
	内容使用人（阅听人）	C: 纸版报纸的发行收入，是否课征及课征多少营业税（加值税）	
		D: 线上报纸付费墙	E: 广电执照费 F: 广电（及其他媒介如报纸之）公务预算
与内容生产没有直接关系的传播厂商	G: 相关厂商自行垂直整合	H: 很多欧陆国家立法责成相关厂商提拨经费作为影音图文等内容基金	

针对〈表一〉，下文进一步提出三点说明。

一、媒介收入与科技形式无关，财源来自内容生产者（广告厂商），又分两种情况。

第一种是广告厂商自行提拨。由于「广告」作为一种内容，相比于不是广告的内容，大致不是一般人（阅听人）所想要接触。因此，广告厂商愿意补助其他内容，并寄望在此同时，也让广告所要传达的内涵，得到被「爱屋及乌」的机会。稍前已经叙述，在新媒介发达的地方，广告附身的科技形式

已在移动；虽然没有放弃传统媒介，但愈来愈多的广告，已在通过各种电子通路（电信网络、有线与卫星平台到网际网路）传送身影至个人（平板）电脑及手机等等终端设备。这是本文所说的 A 型财政。

第二种是 B 型内容财政，公共政策要求广告厂商提拨部分收入，并由政府转作其他用途，又有两种作法。一是瑞典对报纸广告、南韩从广电广告取财，而法国取电视广告分别用以补助报纸、广电节目与电影（2009 年以后，延伸至电视）；二是奥地利及匈牙利虽然取广告税，却使其作为政府一般财政的构成，后面这个作法与媒介内容的补助关系较弱，或说比较间接。

二、媒介收入与科技形式无关，财源来自内容使用者，又可以分做三种方式。

第一种是，内容使用者个别直接且自愿支出：传统的戏院电影、CD、书籍、杂志或报纸（含数位报纸杂志与书籍、线上影音单次、按月或以其他计价方式付费）等等。其中，由于传统纸型报纸所受影响较大，因此其网路内容的使用，究竟是维持「免费」而由广告支付，或是向「付费墙」(pay-wall)<sup>1</sup>移动，是当前较受业者瞩目的报业财政动向之一。由于很多国家对报纸发行收入不课税捐，或课征少于其他商品的营业税，这个时候，我们仍然可以说，在状似没有补助的背后，政府其实是以公共政策给予报纸财政（间接的）补助。如果考量这项事实，人们是否能够指称报纸的财政，完全取自读者的志愿购买行为，应该可得另作判断，并且，这个差异对于后续政策的考量，就会有所影响。因此，如果报纸发行所得获有税赋减免，我们在这里称之为 C 型财政，而假使发行所得（包括付费墙收入，如果是并入报业整体收入而）未得减免，称之为 D 型媒介财政。

第二种是，内容使用者通过政府法规而集体（不一定自愿）支出：如英国 BBC 与日本 NHK 对拥有电视机的所有家庭收取执照费。优点是财源稳定不受政府财政能力影响。缺点是对低收入者不公平；其次，如果不是一次定

---

<sup>1</sup> Myllylahti (2013) 区分了四种付费墙：硬式（非订户完全不能使用）、软式（有些内容仍自由使用）、计次（定期内若干篇文章自由使用）与特定（有些免费特定内容收费）。

额课征而是定期收取，稽征成本颇高；未缴费的人，特别是无能力缴纳者若得坐监，常有道德难题；<sup>2</sup>这是 E 型财政。

第三种是，政府通过对内容使用者收其取一般税捐而以公务预算形式支出：如台湾、澳洲等国的公共电视，法国、挪威...等等国家的报业补助。这类财政形式与前一种的差别，在于前者是消费税，所有用户都需提交，至于这类财政，失业者、低收入者...等等无税可缴的人，并不需要提交；这是 F 型。

### 三、媒介收入与科技形式有关的财政来源，又分两种。

第一种是科技硬体、传输平台或系统...等等厂商自行投资，产生了传播产业的垂直整合。科技硬体单独存在并无用处，必定要有「软体」（内容）配合，才能让使用者出钱购买其硬体。传统电话的厂商，状似没有从事内容的生产，但其实发话双方是自己在生产内容，啞哑人因此不是其使用者。当前的手机，结合网路之后，除了讲话，更有各种「使用者创生的内容」（*user-generated content*）可供听看，更能彰显这个性质，但这些业余内容仍有不足，从手机厂商到其他相关业者，仍旧在资本竞争的驱使下，会有部分业者主动或被迫进入专职内容生产的领域，彼此侵袭，出资制作或控制软体（从电子游戏到影音内容）。同理，出身网路平台的各类厂商，如谷歌、脸书、以图书买卖起家的亚马逊购物平台、乃至于电脑厂商苹果与微软，原本河水不犯井水，如今都在交互浸漫与兵戎相见，从前哨战、游击战到正规战，规模各自有异。（*Lessin, Bensinter, Rrsli, & Efrati, 2012, December 25; Simon, 2013; “Technology giants at war”, 2012, December 1*）这就是早在 1970 年，影响主流法律与经济学界甚深的产权专家德姆塞茨所说，「节目一旦广播...至少有两组私人团体，愿意支付广播的成本...一是广告厂商，他们的利益在于

---

<sup>2</sup> 日人不交执照费不触法，英国则否。2012/13 年有 20 万人因此遭起诉、占所有英国诉讼案件的十分之一，并且 2/3 遭起诉的人是妇女，BBC 在 2013 年执照费收入是 37.26 亿英镑，未缴及为追缉与稽征的成本在 1.96 至 2.35 亿之间。（*Revoir & Doyle 2012; Gentleman, 2014, September 24*）

让将自己的讯息，传送至家家户户...二是收音机与电视机接收器的生产商，即便没有广告厂商支付，他们也能知道，广播受人欢迎的流行节目，于他们有利，因为这样他们就可以贩售机座。」（Demsetz, 1970, p. 126）

在美国，不但影视大厂如好莱坞的时代·华纳、福斯、迪士尼、环球派拉蒙、新力·哥伦比亚，近年的新兴发行或网路平台，也都相继投资影音制作，资本积累此一个体难以长期不顺服的力量，驱使文化人捉对竞争。投资较少的是 YouTube，但一年也有 1 亿美元而准备扩充至 2 亿自制内容，不停留于提供平台并与其他影音提供者分食广告收入；Hulu 是 5 亿美元（2012）；亚马逊在 2013 年投资 23 部电影与 26 部电视剧的制作；规模更大的是从邮寄发展到电子影音平台的 Netflix，一年达 20 亿美元（Lange, 2014, June 16）。

在中国大陆，电信集团〈中移动砸 500 亿 成立新媒介〉（2014 年 10 月 14 日），「定位为数位内容」的产制业务等。在台湾，传媒的垂直整合与其产业规模相称，进展不快。但最近几年，宏达电王雪红入主香港（与台湾）的 TVB（S），也投资其他影音发行（如「威望国际」）与内容产业（邹秀明，2011 年 1 月 27 日），是为这个性质的显现。再者，取得亚太电信作为进入 4G 门户的鸿海郭台铭，先已历经影视投资、有线系统（中嘉）收购失利但可能卷土重来的传闻（洪绫襄，2014 年 11 月），他日若再投资影音内容，也不意外，所谓〈投资内容 数位时代显学〉（2014 年 9 月 21 日），其实只是再次确认 G 型内容财政的存在。公共政策与这类财政的关系是，无法强制其存在或扩张。反之，政府在这个方面经常扮演的角色，在于评估是否要限制其垂直整合的规模；或者，政府面对另一种对策，亦即立法准取其扩大经营范围或占有更高市场份额，但同时在此过程，增加对其财税或市场行为的管制与要求，比如，依据累进原则，提拨特定比例的营业收入作为特定传播之用，或作为一般使用。

第二种是政府拟定公共政策，提出相应法规，强制从电子发行通路、平台业者或网路服务供应商、消费电子器材硬体制造商...等等，各自课征高低不等的税捐，作为影音图文的基金后，另作使用。这是 H 型内容财政。本类与 B 型财政都有可能转变为间接（营业）税的性质，亦即业者可能并不从自

己的利润或收入提拨，而是一开始或最终会将这个税捐转嫁给消费者；这是问题，但本文不另讨论与评价。

## 肆、引进付费墙

在纸版时期，付费取报天经地义。到了网路年代，付费已经变成「墙堵」，不当地拒人于千里之外，隐含不公不义的意象。这是因为网路传输与阅读同步完成，边际成本近乎零，比起纸张有价而派报成本高昂，不可同日而语。报业主无法压制、消灭或反驳这个意向，但可以通过智慧财产权观念的推广与强制、新闻质量需要成本才能维护等等说法与修辞，「反制」前述心理，若能成功，报纸的付费墙机制，就能比较顺利地推动。率先使用付费墙的报纸是财经日报，其次是综合性质的菁英报刊，晚近则有更多报纸也开始采用。

### 一、财经报纸 2002 年起跑、菁英报纸跟进

1995 至 1996 年间，各地报纸陆续制作网路版，内容与编排历经变化。到了 2002 年 5 月，《金融时报》(*the Financial Times*, FT) 宣部将开始提供纸版所没有的内容，以 75 与 200 英镑两种年费，向当时每个月 5500 万页次翻阅的 270 万独特使用者收费；虽然 FT 的「大多数晚近新闻与资料，仍可听任所有人免费使用」。(“FT.com to launch improved website with new content and services for users, subscribers and advertisers”, 2002, April 30)。《华尔街日报》(*the Wall Street Journal*, WSJ) 在 2003 年底公布网路版订户，指 2003 年 3 月该报付费纸版(年费 189 美元)读者 180 万，是该报一百多年历史的新高，付费的网路读者(必须支付纸版 25-50% 费用)达 29 万(加上不付费而只能读某些内容的其他网路订户，则达 68.6 万)，同一时候，《纽约时报》(*the New York Times*, NYT) 的网路订户则仅有 2889 人(“The Wall Street Journal announces new integrated print and online sales and marketing initiatives”, 2003, November 3)。一般认为，WSJ 在 2007 年的网路付费人数 98 万，已达最高

峰,WSJ则自称网路版订户在2011年9月是54万,2014年3月是92万(“WSJ remains #1 newspaper measured by paid circulation”,2014, May1)。FT至2009与2010年有100及300万人注册,但付费人数是10.9与20.7万;2012年底开放其部落格内容,不付费亦可阅读。FT在2011与2013年的平均数位订户是26.7万与41.5万(其中62%以手机阅读,2013年纸本订户23.4万,仅略多于数位户数之半);2014年6月,纸本减少至22万,数位增加至45.5万,至年底两种用户合计72万,数位50.4万,2015年2月底试行新付费模式,不再3篇免费,而是大多数内容都得付费,仅存部分内容可以无偿读取,有人认为是向WSJ模式靠拢(“The news business: tossed by a gale”,2009, May 16; Myllylahti, 2014; Jackson & Plunkett, 2015, February 27)。

踵继财经报纸,北大西洋两岸的报纸在金融核爆之后,同样开始整军。梅铎(Rupert Murdoch)旗下的《泰晤士报》(*the Times*)及《周日泰晤士报》(*the Sunday Times*)拔得付费墙的头筹(2010年6月),相同集团的《太阳报》(*the Sun*)在2013年8月跟进。这是彻底的付费模式,该集团不提供部分内容让人无偿读取。反之,美、加及英国其他报纸,如FT以及2013年3月开始线上收费的《每日电讯报》(*the Daily Telegraph*),都在特定期限内,提供若干篇让人无偿阅读(O'Carroll & Greenslade, 2013, March 26)。两《泰》2011年2月订户合计7.9万、2011年数位收入占两报总收入的8.9%;2012年订户是11.9万(其间调整策略,容许谷歌使用标题与数行内容,两报并在2012年伦敦奥运期间全部开放),其中11.4万集中在周日报;2013年8月两报是15万纯数位订户,2015年2月是17.2万,但若加上纸本订户,以及纸本与数位都订,则是40.1万(两报2015年2月纸本订户与零售销量合计有38.9与78.3万,比2014年同期少2-5%;何巨华,2013年10月3日;Press Gazette, 2011, March 29; Plunkett, 2012, February 23; Ponsford, 2015, March 24)。反观《太阳报》在2013年底,竖立付费墙4个月后数位订户有11.7万,一方面是其纸版211万份的反映(Boyle, 2013, December 7),他方面可能是在数位订阅启动之前,该报先在当年元月以3千万英镑抢得英国足球赛事网上独家播映权,竞争策略奏效。但《太阳报》网站收费后,浏览量从3700万减至1400万人次、浏览时间由7月的3:59分钟减至8月的1:18分钟(何

巨华, 2013 年 10 月 4 日)。《纽约时报》付费墙则在 2011 年 3 月底开张 (Sulzberger, 2011, March 18), 起初一个月 20 篇免费, 3 个月已有 22.4 万订户, 2012 年免费篇数减为 10 (FT 最早是 30 篇, 现在 8 篇;《每日电讯报》是 20 篇)。至 2013 年底达 76 万订户 (60% 的人从手机读取, 由于很多从社交媒介转至, 看纽时网页人数因此比 2011 年高峰期减半, 影响其数位广告收入)、数位订户收入 1.491 亿美元比 2012 年增加 35%; 该年纽时总体营业利润是 1.56 亿美元 (2012 年是 1.037 亿), 主因是出脱「新英格兰家族媒介」(New England Media Group, 包括 the Boston Globe 等刊物) 的所得。但该年纸版广告收入减少 7%, 数位广告少 4.3% (Rushe, 2014, February 6; “Read it and leap: the newspaper business”, 2014, May 24)。2014 年, 纽时从 4 月初起, 将付费从三组套餐 (四周 15-35 美元) 增加为五种 (加入一周 2 美元、一个月 45 美元); 总计 3 至 6 月, 纽时净收入 920 万美元比去年同季少 54%, 营业利润从 7070 万减至 5570 万, 数位订户增加至 83.1 万, 但上网人数停滞不前 (Greenslade 2014, July 30; Sweney, 2014, March 26)。

相较于就地独占的美国地方报纸, 发行全美国的财经与菁英报纸读者收入高、必须相互竞争, 可能为此而率先引进付费墙。不过, 早在 2001 年, 地方报纸 *the Arkansas Democrat-Gazette* 为了防止读者流失, 听任纸本订户免费使用所有线上内容之外, 已对非订户收取网路阅读费, 惟至 2010 年, 这种订户仅及 4400 人 (纸版的 2%; Pickard & Williams 2014)。

## 二、2011 年起渐多 前景未明

至 2010 年 4 月, 美国 1 千多家地方报, 仅有 26 家采取付费墙。隔了一年, 美国报纸在 2011 年之后, 已经大量竖立付费墙, 原因可能三端。

一是法律。曾有业者拟提议案, 要让所有报业一起执行付费墙, 后顾虑或将触犯反垄断法... 等等因素, 未续推动。2011 年, 司法判决指网路业者汇集新闻的服务, 并不违法, 报纸主张本报内容上网后一日内, 其他公司不能转载的要求败诉, 各报为防止读者流失的困难加大; 同年, 司法部再次表示, 反垄断法就是不容许原竞争者联合定价与行动。二是推行付费墙的硬体成

熟。虽然记者企业家 Stephen Brills 先在 2009 年创制付费平台 Online Journalism，试图招揽报章杂志与其签约，但在 2011 年他出售该平台时，仅有 20 多家中小型报纸与其签约（惟他声称有 500 多家）。稍晚于 Brills，新闻业老兵 Gordon Kcrovitz 与 Steven Brill 在研究 FT 系统后，另作改良，也在 2009/2010 年创办付费墙 Press+ 模式。当时，网路版内容几乎都是自由浏览与任意转贴，在此情况下，若有报纸要走付费模式，必须另行斥资开发系统。第三是纽时的角色。该报早在 2005 至 2007 年间，即曾实验部分网路内容仅能付费读取，但斩获有限，也就重回开放模式；甚至，在 Press+ 前往推销时，纽时犹指此举是「发疯」而拒绝。但如前所述，到了 2011 年春，美国报业的传统财政日渐困难，业者必须因应，纽时是以更弦易辙，扮演了领头羊的角色。其后，美国报纸进入付费墙的历程，如后。2011 年底美国 1380 家报纸已有四分之一采用该系统（另一统计则说，RR Donnelley 集团在 2011 年以 2000-3500 万美元购买 Press+ 系统时，使用的报纸不到 24 家）。2012 年底是 566 家报纸（大多在美国）签约，表示要采用该系统，包括已经实施的 400 家（另一来源说是 300 家）；同一年，美国广告公会调查已经采取付费墙的 156 家报社，得知其中 89% 发行量低于 15 万份，不过，这些报纸付费墙的收入等等资料，不易到手。2013 年 3 月，据报已有 1/3 报纸采取付费墙；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+ 与 Piano Media (PM, 开发费用约 120 万美元) 合并，<sup>3</sup>此时，使用二者的报纸家数达 700 家。PM 的主要推手是 Tomas Bella。早在 2006 年，他以斯洛伐克 (Slovakia) 最大新闻入口网路 (SME.sk) 主编的身份，尝试推动付费机制，响应者少。2011 年 5 月，他卷土重来，因有前车之鉴，Bella 放弃单篇付费，<sup>4</sup>内容五花八门才能适应人的不同品味，原子

---

<sup>3</sup> 由控制 PM 的 3TS Capital Partners 购买，价格不知。

<sup>4</sup> 荷兰两记者 2014 年 4 月创 Blendle 平台，仍以单篇 20 美分计价，平台与参与的刊物以 3:7 分帐。据报，纽时与德商 Springer 以 300 万美元投资 Blendle。（Gani, 2014, October 29）有一报导只 2015 年 1 月初，已有 18.5 万人登记使用该平台，但未说明多久付费使用多少次，见 Boogert(2005, January 9)。

计价与人性的多样并不符合，他最后采用「有线电视的付费模式」；并且，美国业者曾经想过，但未实践的作法在此落实。定期（常以月计）支付费用后，读者可以任意使用所有加入该系统的所有报纸之网站。起初是一个月支付 3.75 美元，无限量读取 9 加盟媒介集团的 34 网站，开张 4 周有 1.5 万左右订户，该国当时网路用户是 4 百万（人口 5 百多万）。月费的分配方式是 PM 得 1/3，加盟出版公司取 1/3，最后 1/3 依据订户在各网址的停留时间，再作分配。最后这个 1/3 的设计，在于确保订费不会流向订户不喜欢或反对的报纸，除非他亦前往耗时浏览。2012 年元月，8 家斯洛维尼亚（Slovenia）公司的 12 家媒介加入 PM（Baker, 2012, February 14）。至 2013 年，有项研究说波兰亦有 7 家媒介加入，此时总数是 25 家媒介 65 个网站，斯洛伐克、斯洛维尼亚与波兰的月费依序是 4.9、6.2 与 5.9 美元（Myllylahti, 2014）。最慢在 2014 年 3 月，月费的分配略有调整，PM 得 30%、加盟报纸取 40%，另 30% 根据用户在加盟网站（已有 52 家）的停留时间而定。PM 此时也宣布，将与重新出版纸版的 Newsweek 合作。除了以上所述，PM 拒绝提供其他营收资料（“Paywalls open doors: Startups in Slovakia”，2014, March 27），在盈亏数字与计算方式难以取得的情况下，研究者认为，「若是成功，何以报业老板不愿意公开数字？」既不透明，「短期内付费墙模式」难以成功的看法得到了强化，毕竟，根据针对八国报纸付费墙的调查，数位占总收入最低的是《澳洲人报纸》（*the Australian*），仅 0.67%，八国平均约是 10%（Myllylahti, 2014）。美国第一家采用付费墙的大都会报纸 *the Dallas Morning News*，也在 2013 年 9 月放弃该模式。付费墙若能成功，确实可能产生资讯落差，连带可能致使民主论坛的功能，为之减色。不过，即便报业主的「自力救济」与「创新商业模式」成功，研拟「公共政策」，诉求改良报业经政性格的正当与必要，并不减弱（Pickard & Williams, 2014）。

英国最大民调公司 YouGov 曾在 2014 年 2 月接受牛津大学「路透新闻研究所」委托，调查美、巴（西）、日、德、英、法、义、利、西、丹等 10 国 1.9 万人。它发现 2013 与 2012 年相同，网民仅有 1 成愿意付费看网路版新闻（较高的是美国的 11%、芬兰是 14%，而巴西更达 22%）。撰写调查报告的研究者说，该次结果与其他多数调查接近，订户多属高收入与高教育程度、

集中在订阅少数菁英报纸（比如，纽时占美国报纸付费墙订户 3 成，另有 16% 是 WSJ；英国是两《泰》报；德国是《画报》；法国与西班牙都是同名的《世界日报》）。其次，至 2013 年中期，订阅付费墙的人数似乎已经停滞，即便已订阅者的续订比例增加（Newman & Levy, 2014, p.12, 56）。YouGov 同年 3 月再受「伦敦新闻俱乐部」委托，调查 739 位新闻界、政商界与 NGO「意见形成者」（opinion formers）。其中，58% 的人认为应该采取付费墙模式，但仅有 1/3 受访者看好其商业前途（“YouGov: 56% of journalists think paywalls are the best strategy for online content”, 2014, March 19）。香港两家财经日报在 2008 年（刘焕彦，2008），南韩也有 3 家报纸（含 2 家财经报）与 1 家专事媒介议题的周刊在 2013 年入秋后，相继采纳付费墙（杨虔豪，2013 年 10 月 17 日）。

在英国，《卫报》断然否定付费墙，即便该报的「开放新闻」模式的亏损规模，已从 2003 年（至该年三月底的前一年，下同）的 750 万英镑一路窜升至 2012 年的 4020 万，2014 年虽然略降，仍达 3060 万（Sweeney, 2014, July 8；另参考林丽云，2013，页 99）。《卫报》主编拉斯布里杰（Alan Rusbridger）接受 BBC 收音机第四频道专访，坚持认定付费墙是「十九世纪的生意模式」。他说，「我还真不知道有任何记者会想选择封闭模式...假使你是记者，推文给认识的人，却知道不会有人要另外付费来看，这样，你的作品就只是一小群人读，无法与人分享或流通，海外也没人读，无从流窜整个世界。」（Turvill, 2014, June 5）《卫报》特殊的产权与经营权设计来自特定的历史时空（赖子歆，出版中），来日，这家报纸是不是能够否极泰来难以逆料，但其裁员减支（Hülse, 2011, September 30）及设法开源（包括设计三层读者身份，并对其中两种取费；Sweeney, 2014, September 10）等因应措施，同样亦得续行。力挺开放模式的人认为，《卫报》不取付费墙是最为可取的作为，他们认定付费墙势将扩大资讯的落差、萎缩论坛的开放，因此背离了民主的需要。（McChesney & Nichols 2011, p. 109; Pickard & Williams, 2014）但是，如果不取付费墙，私有商业传媒的财源就势必会有更高比例得向广告靠拢，对于民主，同样构成难题，两难之外，还有哪些抉择，仍须思索。

### 三、网路原生报

与传统报纸或广电机构无涉，因此一般俗称原生的网路媒介，其财源同样可以分做两类：广告与订费。

财政来源取自广告的原生网路媒介，其内容走向亦可仿效传统分类，别为软硬。政经等硬新闻为主者，最早可能是南韩的 *OhmyNews* 在 2000 年创办，红极一时。曾经有 55 位专职记者撰述网站 20% 内容，其余由俗称公民记者提供。2006 年「软体银行」投资 1100 万美元，创办日本版，但 2008 年 8 月关闭，*OhmyNews* 本土版并传出年亏损 7 亿韩圆，2010 年 9 月宣部转为部落格，不再是新闻网站（朱立熙，2006；Curran et al. 2012, pp.22-23）。<sup>5</sup>《赫芬顿邮报》（*the Huffington Post*）在 2005 年创办、2011 年 AOL 以 3.15 亿美元搜购，引发无偿供稿者抗议，他们在 1500 万美元后不另诉讼（Kirchner, 2011, February 10）；至 2014 年 9 月，它在美国境内已有 9 个地方版、员工 850 人（含记者 200 多位），12 个国际版、营业收入与支出，均与各国加盟者分摊或分享，通常在一地投资上限 2 百万美元、编采人数 12，但至 2013 年尚未获利，（Steel & Garrahan, 2013, April 28），其 2014 年 8 月流量依据 Alexa 排名全球 71。<sup>6</sup>

软调新闻或许可以举 2008 年创办的 *538.com* 为例，称赞者说，该网站得以成功，显示传统日报与周刊的棒球报导质量不足，球迷正在书写自己的历史（Welch, 2011）。但是，如同《赫芬顿邮报》，欢呼者兴奋不到两年，*538.com* 也在 2013 年遭致大厂 ESPN 并购。*BuzzFeed* 在 2006 年创办，以娱乐新闻为主。不过，2014 年 8 月，由于美国风险资金投入 5 千万美元，外界惊呼之余，赫然发现它已在英美法澳聘请 5 百人，其中部分用于强化政治等新闻类别；此时，根据 Alexa 的测量，*BuzzFeed* 的流量是世界第 111 名（BBC 是 63，CNN 与纽时是 64 与 114），<sup>7</sup>它宣称要在印度、日本、德国与墨西哥增设分支机构，至 2015 年元月在美英各聘 11 与 3 位调查记者，其股价已达 8.5 亿

---

<sup>5</sup>另参考 <http://zh.wikipedia.org/wiki/OhmyNews>

<sup>6</sup>另参考 [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Huffington\\_Post](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Huffington_Post)

<sup>7</sup>查询 <http://www.alexa.com/>

美元（纽时之半，2013年卖给 Jeff Bezos 的《华盛顿邮报》售价是 2.5 亿美元；Preston, 2014, August 17; Sweney, 2015, January 13）。1994 年创办于加拿大的生活风格杂志 *Vice*，其 *vice.com* 是另一个股价超乎寻常的新闻网站。2013 年梅铎以 5 千万美元购买其 5% 股份，但次年迪斯奈子公司却以 2.5 亿美元购买一成股份，等于是 *Vice* 因网站而贵，市价一年间增加 1.5 倍。虽然有人说这是网路「新闻事业的黄金年代」，但另一个可能是，高价显示了非理性繁荣、无法持久，「新闻网站终将发现，无法从广告得到太多收入，其读者也高度嫌恶付费订阅。」（“Digital Strategy Consulting”，2012, October 3；另见 Bell[2014, April 13]; Cardew[2014, April 13]）何况，BuzzFeed 有很多内容是置入行销，虽然书写很像一般文章，但「如假包换，那些文章就是广告厂商付钱精心策划。」（“Buzzfeed and online news: which media company are you?”，2014, August 16）

采取付费墙机制的最知名原生网站是《日报》（*the Daily*）。梅铎在 2011 年 2 月专为 iPad 而创办该报。梅铎口袋虽深，但很快就认为其前途渺茫，并在 2012 年 12 月予以关闭，停刊时自称亏损 3 千万美元，拥有 10 万订户、年订费 40 美元（张佑生译，2012 年 12 月 5 日）。《日报》消失后 2 个月，2013 年初，知名新闻人、部落客苏立文（Andrew Sullivan）聘用 7 位员工搭配 2 位实习生，开张声称是「有偏见、有平衡的」《反射器》（*the Dish*），约 3 个月有 68 万美元收入（订费一年 20 美元，至 2014 年秋仍维持没有广告），分析家认为该站一年若得 90 万美元，就能维持新闻与评论运作（Bell, 2013, January 6; Ponsford, 2013, May 30）。创办人刻意排斥广告，选择付费墙而最有规模、较早进入市场的原生新闻网站，应该是法国的 *Mediapart*，它在 2007 年创办，<sup>8</sup>提供调查新闻报导，至 2012 年有 6 万付费订户，年盈余达 50 万欧元（‘News adventures’，2012, December 8）。2014 年 9 月，论者针对法国报业提出批评（Gumbel, 2014, September 11），特别指认该网站的成绩足以让法国

---

<sup>8</sup>更早些，性质接近的网站 <http://thiscantbehappening.net> 在 2004 年在美国出现，至今共有 5 位记者加入，接受广告、规模较小、捐助模式，创办人是中文系毕业、哥大新闻所硕士、资深调查记者林道夫（Dave Lindorff），曾在 2004 年到访台湾，参考 [http://en.wikipedia.org/wiki/Dave\\_Lindorff](http://en.wikipedia.org/wiki/Dave_Lindorff)，上网日期：2014 年 9 月 29 日。

左中右报纸、目前已经尽数落入财团手中的《解放报》、《世界报》与《费加罗报》相形失色，因为「*Mediapart* 这个调查新闻网站吸引了数以千计的订户，无不欣赏其具有战斗力的报导，是以就有相当健康水平的利润。」（Greenslade, 2014, September 24）

## 伍、交叉补助、(新)媒介财政与公共服务

特定财政方式，对应定的传媒表现。在数位年代，既有的经验显示，志愿付费模式（如报纸的付费墙），以及传统的广告财政，除了难以是稳定的媒介财源，更有造成资讯与论坛的落差，并使广告资助的内容生产之偏失持续，更有难以善用网路科技特性的缺憾。如果这是客观情势，如果传媒的民主、社会与文化价值有待捍卫与伸张，那么，公共政策出面应对，就会显得正当，也更为必要。

尤有进者，尽管新闻的重要功能之一，就在维护与改善民主；但并非所有新闻事业都在扮演民主功能，反而，更常见的情况是，调查报导、揭发错误而遂行舆论监督，「虽然是『负责任的新闻事业之表现』，却总是由媒介通过其他活动所得到的收入，给予补贴。」（Standage, 2011, July 7）负责的新闻事业会亏钱、叫好不叫座，虽然严峻，却很有可能是残酷的事实；并且不止是新闻，娱乐在内的各种内容，同样存在广泛交叉补贴的现象与要求。因此，如果新闻的重要任务之一在于服务民主（亦即媒介必然混合多种功能），那么谁来补贴，就是问题所在。

补贴媒介执行这类功能的资金，一种是由媒介事业主自行补贴。比如，《每日邮报》（*Daily Mail*）总编辑戴克（Paul Dacre）说，名人丑闻与琐事带来巨大的市场效益，缺此收入，他们供应的公共事务新闻与分析，势必大量减少，从而「民主过程势必受损。」（Dacre, 2008, November 10）英国报业当中，报纸长期亏损但仍然符合这个表现者，除了前文已经提及《卫报》与《观察家周报》，另有《泰晤士报》与《周日泰晤士报》。这些报纸「不惜」牺牲利润而自行贴补民主政治的表现，在《卫报》是价值理性的表现，因为力求独

立营运、专业、正直与观点犀利，原本就是该报存在的宗旨。梅铎愿意接受两报亏损，则是「工具理性」的考量，多少企图以其政治影响力，羽翼其他产业，乃至于变化了英国的传统政治生态，使对自家有利（Oborne, 2007）。梅铎若是无此考量，就是判断两报假以时日仍有获利机会；假使两者皆空，两报下场只能是出售或关门。既然如此，秉持工具理性而交叉补助的报纸，就遭讥讽，指其补助纯属「虚伪」（“Life in the global gutter: the popular press”，2011, July 16）。2011 年爆发的伦敦窃听就是这种虚伪的极致表现（李筱雯，2012）。

惟若还原实情，应该说媒介自行交叉补助，挪移部分的盈余作为亏损的从事，其实是任何财货及服务生产过程的常态，自然也就包括影音图文等内容的内容的生产。因此，虚伪成份固然存在，但私媒介这种有点像是自力救济的交叉补贴，另有两个缺点，更值得认知、讨论与补正。一是如前所述，该类补助大多出于工具理性，价值理性如《卫报》类型的媒介可遇不可求，并且是否恒久并无保证。二是规模有限，虽非仅属点缀，却是常居边缘，对于民主的促进，必然是有捉襟见肘之憾。

## 一、谷歌与报纸

媒介财政的公共政策，宗旨就在改善这两项缺失。本文最后所要介绍与讨论的媒介 H 型财政、亦即向传播活动赖以进行的硬体（含网路平台）汲取收入，或将相关传播活动的相关收入整合另作重新分配，集中展现在欧洲国家。

这个类型的财政，一种是国家相对被动，起于传统媒介（特别是报纸）集体要求行政权或司法权介入，声称搜索引擎如谷歌藉其所生产的内容，有了「不劳而获」的寄生吸食现象。因此，他们要求政府主持公道，必须强制谷歌返还部分收益给业者，这是「求偿」类型。较早提出这个主张的团体，可能是比利时著作权人协会（Copiepress），它要求谷歌支付 4900 万欧元，作为转载 2001-2008 年该国报章内容的费用（Stabe, 2008, May 28）。2010 年，英国法院首度裁定、2011 年再次确认，指新闻标题、摘要与连结得到著作权保障（Ponsford, 2012, February 15; Ponsford, 2012, May 17）。2012 年，代表 9

成巴西报纸的公会认为谷歌从其 154 家报纸标题浏览或部分新闻获利，但伤害其流量，不再与谷歌合作 (Turvill, 2012, October 31)。不久，谷歌提出 6 千万欧元，协助法国报纸开发线上内容，也协助其开发收取网路广告收入的技术。法国政府的作法引起欧洲出版人公会 (the European Publishers Council, EPC) 抗议，英国报业为主的 EPC 在英国已有判例支持的背景下，批评法国报纸未处理著作权，对报业保障仍然不够；EPC 说，问题不仅仅是谷歌，还有其他相近型态的业者 (Turvill, 2013, February 28)。隔周，德国下院以 293 对 243 票，通过课征谷歌税，若重制完整文本且为商业用途就需付费，但若仅使用「个别字句」或「最小量摘要」，则仍免费，EPC 赞扬 (Turvill 2013, March 6)。2014 年 7 月，西班牙跟进立法，要求谷歌等线上平台付费，若由参议院通过，谷歌估计一年将支付 1 亿欧元给西班牙业者。该案在 10 月底通过，但谷歌反击，在 12 月中旬关闭西语新闻网页 (李京伦, 2014 年 11 月 1 日; 陈韵涵译, 2014 年 12 月 13 日; 黄慧雯, 2014 年 7 月 30 日; Ruth, 2014, August 1)。

政府除了应业者之召唤而进场，也会在主动招商之外，时而混杂主动积极的用心，如德国副首相兼经济部长「认真考虑是否应将谷歌当作是电力与天然气网，予以拆分...」。(‘Germany’s Googlephobia: closing the circle’, 2012, September 6) 欧洲议会也在 2014 年底通过决议案，要求谷歌的搜索引擎业务，必须与其他业务分家。<sup>9</sup>

本文关切的重点则是，政府对媒介财政的介入与规划。这个施政方向涉及资源重新分配，大致都是政府主动推进。最早是政府移转相关业者的资源，用以支持电影，其次是用以支持广播电视。晚近，因应科技形式的变化，欧盟对于公共广播电视财政的辩论，重点之一是 PSB 的规模。PSB 可以将多少资源投入于网路服务，到了汇流时代，政府是否应该代表公众提供更多经

---

<sup>9</sup>日期是 12 月 27 日，议会只能决议，但只有欧盟竞争署署长才有此行政权。德法政府同日已要求欧盟执委会检视竞争规则，确保网路的竞争要能公平。法德政府背后，应该是有两国出版集团的游说。美国政治人与业界则严词谴责该决议，指将危及美欧自由贸易协定。(“EU parliament to commission: Break up Google!”, 2014)

费让 PSB 也尽情将网路、行动影音的服务，纳入其职掌的范围（remit），进入 PSM 这个阶段。

## 二、（新）媒介税捐：从补助电影到转型至公共服务媒介

在电影方面，2002 年的资料显示，31 个欧洲国家给予电影制作、映演、发行与教育的支持经费，平均有 45.3% 来自与戏院相关的产业，其中法国更达 92%（European Audiovisual Observatory, 2004）。到了 2012 年，法国的该项经费，规模达 6.645 亿欧元，并有 5.745 亿取自「电视生产者与分配者税」（TV producer & distributor tax）这个项目；到了 2013 年，这两个数字分别是 6.562 亿与 5.324 亿，而其课征项目的名称，已经调整为「网路电视税」（IPTV tax）。该税的收入来源不限于电视（广告），但以其作为大宗（Centre national du cinéma et de l'image animée, 2013, p.172; Centre national du cinéma et de l'image animée, 2014, p.174）。西班牙卡特兰（Catalan）自治区文化秘书长也在 2013 年底表示，要对高速宽频网路课税，用于补助当地电影制片，如同法国。他说政府将研拟机制，不让业者转嫁税捐至消费者。若是通过，将从 2015 年起施行。电信公司反对，电影人欢迎，表示此举「可以矫正影视市场的怪现象：二十一世纪影视产品的最大宗消费者，竟都没有通过工业税的方式，投资于这个部门！」（Rolfe, 2013, November 5）

在欧洲，电视是补助电影制作的重要经费来源，但晚近数年，电视本身的收入已在转变。率先发难者是法国与西班牙，匈牙利继之，更晚则有德国与芬兰，虽然德意志电视改革执照费的倡议，早在 2000 年就已展开。

担任财政部长时，已对法国报业补助提出十项改革方案的萨科齐（Lardeau & Floch, 2013, p. 204-8）在就任总统七个月之后，2008 年元月召开记者会，表示经他授权成立的研究团队业已完成报告，认为法国 PSB 播放广告，导致节目品质比较不理想，他因此要立法禁止公有广电播放广告，为此而短缺的经费，另对电视广告及电信业课捐以作挹注，并拟从 2009 年元月起逐步执行。外界对其动机颇见质疑，认为是要偏厚支持他的私有电视业主，甚至工会担心收入减少导致裁员而群起反对，虽然艺文人士大致支持

(Chrisafis 2008, Jan 10; ‘French broadcasting: a fuzzy picture’, 2008, February 23)。表面上, 西班牙异曲同工, 同样从 2009 年驱逐公营广电 RTVE 的广告, 补充财源如同法国, 但西班牙是在 2006 年就启动修法, 也对 PSB 扩充为 PSM 较为用心, 西班牙的公营广电机构 RTVE 的新媒介部门从 12 人增加至 70 人, 其网路用户在其内容不受广告牵制后, 也大幅成长, 从 2007 年 6 月仅有 4.9% 西班牙网民使用 RTVE 网路资源, 至 2010 年 4 月已有 700 万人次, 超过主要商业对手 1 百万; 法国 PSM 在财政改制后, 线上活动并未明显变化, 网路仍然只是传统广电服务的复制, 人手不增而新的服务短缺, 到了 2009 年 8 月的流量, 还是仅在第 26 名 (Brevini, 2013, pp.82-87, pp.96-101)。法国与西班牙电信厂商对于这个新政策大表抗议, 它们先在本国挑战该项政策, 失利之后, 转向欧盟执委会打行政官司, 2010 年 7 月再次落败 ( “State aid: Commission approves new tax-based funding system for Spanish public broadcaster RTVE”, 2010, July 20)。

匈牙利跟进, 声称也要对电信、零售与能源取税 (White & Campbell, 2011 March 15)。到了 2011 年 3 月, 法、西案例已经进入欧洲法庭的审视与议决。2013 年 6 与 7 月, 欧洲法庭相继裁定, 两国政策没有违犯 EU 的电信管理规则、对广告课征的新税捐也没有违反欧盟「国家补助」的规定, 即便业者及其法界支持者仍然不服法庭的裁决 (Valle, 2013, July 19; Gobbato, 2013)。在此期间, 法国文化部长说, 因为已有 1100 万法国人使用电脑、平板电脑与手机收看电视内容 (比 2011 年多 41%), 因此她将在 2013 年责成团队, 研究是否可以推动新方案, 同样亦对电脑使用者课征税捐, 作为执照费之补充。 (“France may extend TV licence fee to computer screens”, 2012, July 1)

不过, 就在法国政府还在坐而言, 表示考虑研拟新制之际, 已有两个欧盟国家起而行, 虽然两国的新制作法, 尚非法国文化部长考虑的方向。

早在 2000 年, 德国各邦已经先行联合设置工作小组, 开始研究「电视执照费的未来」, 次年提出 8 种方案。未雨绸缪的原因, 既有先前提及, 不少人交执照费而有搭便车现象 (柏林等大城市的执照费缴交比例, 仅在 76.9-78.5%), 但更重要的新考量是, 科技发展既然带来数位汇流, 人们收看电视及其他内容的习惯改变, 若采传统执照费征收, 德国 ARD 与 ZDF 两大

PSM 至 2020 年，可能减少 10 亿欧元收入。虽然研究的起步很早，但改变执照费征收的法案在 2010 年底德国各邦召开第 15 次邦际广电与电信传播条约修正时，方始进入政治议程。2011 年底 16 个邦均已通过。该案能够快速过关，知情人认为是「奇迹」，原因之一是外界公民声音历来不受重视，如这次有 13.6 万人线上反对改制，并未产生作用。不再以拥有电视的家庭作为课征对象之后，德国除家家户户，所有工商行号经营场所依据员工与车辆人数（饭店则是床位数量），亦需缴费。经此调整与改制，德国 PSM 在 2013 至 2016 年间，可望比原收费方式，多得 11.459 亿欧元，相关机构眼见 PSM 的钱增加了，曾经建议调降月费。

芬兰则在 2011 年由社民党籍传播部长提出法案，次年过关。决定 2013 年元旦开始执行新制，此后，芬兰人无论是否家有电视，都须提交电视税，而芬兰的公营电视 YTE 此时也不再只是 PSB，是 PSM，该案得到较大支持，因为较诸过往，这是比较公平的收费方式。芬兰年收入超过 2.1875 万欧元的人，一年支付 140 欧元，低于 7813 欧元不必交，收入在二者之间交 50 元，企业年营业额超过一百万欧元者支付 634 元，超过四十万者 317 元，芬兰八大政党有七党支持该案。执行新制之后，芬兰 PSM 收入将从 2011 年的 4.324 亿欧元，增加至 5 亿。

综观两国，转制的决策过程都很传统，差异的是芬兰工商业界与报纸占了一定的游说能量，相同的是两国「市民社会均无角色可言...两国的改革广泛被认为是对 ARD、ZDF、YLE 有利，巩固了 PSM 的财政地位」，即便两国 PSM 的财政规模与其任务范围（特别是线上服务）的大小，仍有高度争议（Herzog & Karppinen, 2014, pp. 425-8; Lowe & Berg 2013, p.87）德国联邦宪法法庭在 2012 年 10 月驳回申诉，裁定家中仅有电脑也必须缴交 PSM 费用，理由是电脑是一种「广电接收装置」，也有收听广播、以及收看电视的功能，课征不影响个人权益。德国汽车出租公司在 2013 年收到第一季 PSM 帐单后，表示将控告此举违宪（“Digital Strategy Consulting”, 2012, October 3; Hanfeld, 2012, October; “Sixt to battle new German TV licence fee”, 2013, August 23）。除 PSM 财源的变化，另有一不完整的统计指出，欧盟至少有 12 个国家对映演业者、公共与私人广电业者、影音图文发行商或平台（有线

系统/ISP/IPTV 等等)、实体影碟发行商、VoD 等六种与影像有关的行业,以法律方式,强制要求其中一种以上提供电影基金(法国 6 种、德国 5 种,各国平均向 3.25 种来源课税捐; Lange, 2014, June 16)

网路蓬勃发展、数位汇流、行动通讯与影音消费、3G/4G/5G...速度日快、目不暇给,致使各国无法不注意本文所称的 H 型媒介财政,并且不限于补助电影或电视。比如,法国在 2008 年 1 月研拟电视财政改革时,另曾考虑每个用户月征 1 欧元(约合网路月费 1/30; Crumley, 2008, January)。次年,英国记者工会与影视工会的研究报告跟进,认为应该针对有线与卫星两大商业电视平台,以及电信平台课征 1% 营收(Institute for Public Policy Research, 2009)。2010 年,法国文化部长以传统载体的文化生产者因网路而损失收入,政府应该补助,因此表示要对网路广告取税 1-2% (“Helicopters at the ready; France and the internet”, 2010, January 16), 两个月后,「英国与爱尔兰未来公民社会探索委员会」在 2010 年 3 月发表报告,除响应法国与 IPPP,另建议也对谷歌等业者课征原本应该在英国缴交的税赋(Ponsford, 2010, March 15)。到了 2011 年 5 月,法国宣布原订 7 月启动对谷歌课税的新制,暂缓实施 (“France may further delay introducing Google tax”, 2011, May 25)。2012 年《卫报》调查中心主任雷氏(David Leigh)认为可对英国宽频业者,以每户每月 2 英镑的额度课征捐赋后,依照不等新闻流量与某种加权方式,分配给新闻与媒介业者;当时,英国宽频用户每月平均已支付 15 英镑订费(Pugh, 2012, September 24)。反对这个建议的人说,英国各种媒介内容听任谷歌使用,若能径自对其取费,所得犹可高于向宽频业者征税,不必舍近求远,毕竟英国的司法判决已经提供这个空间(Ponsford, 2012, September 24)。

2013 年入秋,欧盟高峰会议在巴黎举行,新媒介的税收问题成为重要焦点。因为,2011 年,谷歌、苹果、亚玛逊、脸书、微软在法国的公司税总额是 3750 万欧元,但若依据法国规定,税额应该是 8.29 亿欧元;2012 年,谷歌在英国仅付税 1800 万英镑,脸书则几乎没缴,尽管二者分别营收 50 亿与 2.23 亿英镑。高峰会之前,法国官方在 2013 年已四度授权研究并提建议,包括要对线上用户直接课税、对所有智慧手机及其他能够展示影音内容的终端设备课征 1% 销售额,也要对与脸书及 YouTube 课税。英国财政部长在 2014

年底宣布，即将对谷歌、脸书、苹果等线上服务和网路零售的获利，课征 25% 新税（杨芙宜译，2014 年 12 月 5 日）。但是，这些新税若是任何国家单独为之，可能产生资本外逃，致使课征额度减少或产业受损。因此，欧盟面对内、对外都得作战。对外，欧盟必须应对美国不愿意他国对其最成功的公司取税；对内，欧盟各国必须协调税赋，避免任何国家对新媒体提供较低税赋，如爱尔兰公司税在欧盟最低（12.5%），致使谷歌得以通过爱尔兰（及荷兰与百慕达），一年少缴 20 亿欧元的税额。〈抓避税！欧盟监管机构对亚马逊开启正式调查〉（2014 年 10 月 7 日）之类的新闻，不绝于耳。欧盟高峰会议决定成立工作小组，订于 2015 年完成建议案（Mirani, 2013, October 11; “Internet firms and taxes: patch-up job”, 2014, January 25）。<sup>10</sup>

不过，除了各国能否从新科技厂商取得公平税收之外，本文更关注的是这些税收，会有多少投入于 PSM 或相关影音图文的制作与流通。1997 年，两位经济学者从公共财与外部性角度，解释与主张在数位多频道时代，何以 PSM 将更为需要充足的财政支持而不是减少（Graham & Davies 1997 / 刘忠博、丘忠融译 2007），迄今及未来，这个分析的有效性不变，是社会与时代所需，即便我们还得同时提防，不能坐视支持 PSM 的主张，沦为仅只是 PSM 的自保与自利（Goodwin, 2012）。在美国，虽然尚未见到相同政策，但已有精湛演算，清晰指出这类财政若予扩大，不但可望对于文化生产者有较佳的保障，也能让人们以较少的支出、较少受著作权法箝制，从而更加自由地使用影音图文（Fisher, 2004 / 李旭译，2008，页 181-236）。在 2008 金融核爆之后，无论温和，（Downie & Schudson, 2009 / 胡元辉、罗世宏译，2010）或较激进的美国学院人及社会运动者（Pickard, Stearns, & Aaron, 2009），亦均不约而同，指出振兴民主媒介的重要财政基础之一，就在欧盟已有很多国家采行的 H 型媒介财政。

---

<sup>10</sup> 欧盟执委会专家报告书于 2014 年 5 月完成，认为不应专对数位经济设不同税制，（European Commission, 2014, p.5.41）亦即拒绝了谷歌税。该报告是否为执委会接受，得追踪，惟税制更改必须所有会员国同意，因此，若法国与西班牙坚持谷歌税，仍可执行。

除了「面对面」沟通或展示，影音图文等「内容」无法独立存在，若要超越时空而传播或储存，都得假借「媒介」，所有内容的异地移时之存在，都要借用硬件及其他传输机制。反之，电子消费器材等硬件与流通平台若无内容，就会变成如同「装置艺术」一般的摆设，如同水管与水桶却无水在内流通及积存，因此，它们同样有赖「内容」的配套才能实现双方的价值，即便此时的内容，已有相当部分是使用者的私人通讯或「使用者创生的内容」。如果这个道理与诉求得到接受，就须考量与评估，通过公共政策，针对后者课取合理税捐，并使之移转作为前者的部分所需，是否可能是最有效的财政手段，是否很有可能一举至少四得：稳定 PSM 的收入并可提升民主运作的效能；改善新闻与其他内容生产者的工作条件；可以取利润，但不使其归私而是重新投入服务，这可以是经营 PSM 的经营动能，可望开放更多内容让人近用，进而克服著作权沦为利润归私的工具之缺陷；从而，影音图文真正能够解放新传播科技的潜能，使自己穿梭其间而自由流通与展现，无虞动辄得咎于侵犯著作权的阴影。

## 陆、结语

「生也有涯，知也无涯」的领悟已有两千多年，但在资讯乃至知识大举爆炸的年代中，这个领悟已遭淹没。人之有限，无法事必躬亲，必须他人代言与代劳的事实，在强调「平等」但其实无法平等参与的口号中，撤退到了后台。因此，随着科技变化，许多人庆贺代言代劳的「大众」媒介不再能够有效主导，他们转而认定，起自 1833 年美国的商业化「大众」媒介，其实只是人类传播长河的「短暂插曲」。现在，社交媒介已在本世纪兴起，人们即将重返前工业年代的媒介形式，「十七世纪五花八门的小册」、「十八世纪的各种咖啡馆」已在旌旗招展（Standage, 2013, pp. 240-241）。这类认知尚未出口的是，这是「自由的科技」不假人力拟就公共政策，科技自己就能带来自由，人们可以各拥空间畅所欲言。

这是当代版本的科技决定论，不合事实。研究者必须指认这类思维的缺失，辨认其所附身的修辞与情境之欺瞒，并以公共政策，提出规范视野，厘清与探索前进的方向。

哈伯玛斯在近作〈媒介社会的政治传播〉说（Habermas, 2008/2009），在亚里斯多德年代，其书《政治》论及的规范理论与经验研究，携手前进；到了 1940 年代纳粹兴起、欧陆知识份子远避美利坚，拉扎斯菲尔德的收音机调查仍在寻求大众民主，即便「行政研究」当时已经成为「支配传播研究的典范」，它与「批判研究」仍然存在交流的空间（Lazarsfeld, 1941）。但是，哈伯玛斯注意到，当代学人提及「规范」时，经常有「应该」日显抽象，而「事实却很严峻」，二者的汇通余地渐次狭隘的悲观判断。哈伯玛斯并不同意，他说，大众传播的结构权力并不对等、媒介资源的分配很不均衡、影音意见爆量增长与流通、媒介论述品质经常无从保证，这些都是事实，但他仍然坚持，「审议的民主政治」仍然必须、并且也有可能在大众传播之中，得到落实，特别是如果不「本质化」审议民主，不是以绝对标准衡量。（Habermas, 2008/2009）

本文第一小节引述哈伯玛斯半世纪以前的论断，指认欧洲广电体制因其政府的积极介入，表现远比美国体制可取。这个对比至今仍然有效，哈伯玛斯之后的大量经验研究，再三重新印证了这个结论（Aalberg & Curran 2012）。哈伯玛斯在发表〈媒介社会的政治传播〉后不久，《南德早报》（*Suddeutsche Zeitung*）传出产权即将易手的新闻，对于这起股权转换，他的建言是：

既然取得公共法律地位，对于电子媒介相当之好，那么，是否能够以此为例，也让严肃的报纸与杂志如《南德早报》、《法兰克福汇报》（*Frankfurter Allgemeine Zeitung*）、《世界报》（*Die Zeit*）或《明镜周刊》（*Der Spiegel*），或者甚至也让具有品质的月刊，也经由这个方式组织起来呢？...传播学者的研究成果值得正视。至少在政治传播这个部分...质报扮演了『主要媒介』的角色。广播电视与其他报纸的政治报导与评论，向来倚重这些『论理的』报纸提出的题材与新闻（Habermas, 2007, May 16/2007, May 21）。

在数位汇流的年代，不宜听任资本增殖的动能索求公权力羽翼其扩张。或说，公权力设定条件核可其扩张的前提，理当是同时延续与扩大或创造规模合适的 PSM，使两种产权形式与经营逻辑有别的全媒介，在市场中竞争，以定优劣或相互补充。

纯粹从理论考察，PSM 受惠于其创办宗旨与产权形式，有望可以适应并能善用汇流的数位科技。由于不求牟利归私，PSM 遂能强调公共服务，并将内容的合理使用放宽至最大，限缩著作权，内容为此得到解放，任人使用。若从经验说事，那么本世纪以来，PSM 成绩卓著的 BBC，翻转 1980 至 1990 年代屡遭批评为欠缺经济效率，现在已因「太有效率」，遂使私有媒介无分电子与平面，都是倍觉遭受威胁，它们反而希望英国政府压制 BBC，使其不能扩张数位服务（冯建三，2012，页 122-3）。由于具有这个潜力，2008 年美欧金融核爆后，美国的传播议题显现为报业是否应予补助，但在欧洲，表现为私有媒介群起要求瓜分 PSM 的部分收入，或要限缩其数位服务范围。（Curran, 2010）

PSM 必须在市场中竞争，但以其不求商品生产以牟利的性质，除了能够减少市场脱序的危险，若其规模能够充分与合适，更有可能成为市场行为的主导者，形成驾驭及凸显市场之长处的重要动能，而不是致使市场自暴其短，变成「失控的商品」横行霸道的场所。当权者对于 PSM 的财政设计与内容表现会有影响，但在民主社会中必受节制而不至流于当权者所专用，特别是在已有程序与形式权力制衡的地方。PSM 的财政来源是要取自广告、广告税捐、执照费或公务预算，虽然不同的财政各有所长，但若就数位汇流的角度予以审视，本文已经介绍的欧陆多国之作法，就财政稳定与传媒的独立自主及问责，应该更为可取，即便其后续改良是永无止息的志业。

本文仅止于介绍与讨论，如果公共政策介入，媒介财政的来源可能来自哪些地方，会以哪些形式表现。但是，对于这个财政规模应该要有多大才称合适；其大小的核算与决断依据何在；以及有了这些财政收入之后，究竟是否仅能用于 PSM、还是应当另外创设机构与组织取用部分、或是如同欧洲一些私有媒介者主张他们也有权分润；或者，要有多大一部分给予兼职的、俗称

公民记者或创作人使用，以及是不是要从已经完成征收的财源中，提拨部分作为某种传媒消费券，任由得此消费券的人，自由投入于任何媒介之消费，都是未来必须探索的课题。

## 参考书目

- 〈中移动砸 500 亿 成立新媒介〉（2014 年 10 月 14 日）。《经济日报》，A12。
- 〈抓避税！ 欧盟监管机构对亚马逊开启正式调查〉（2014 年 10 月 7 日）。《自由时报》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/business/breakingnews/1125255>
- 〈投资内容 数位时代显学〉（2014 年 9 月 21 日）。《经济日报》，A3。
- 中华民国广告年鉴编纂委员会（2013）。《中华民国广告年鉴，2012-2013》。台北：台北市广告代理商业同业公会。
- 朱立熙译（2006 年 11 月 10 日）。〈Ohmynews 的成功历程〉。取自 [http://www.rickchu.net/detail.php?rc\\_id=1330&rc\\_std=14](http://www.rickchu.net/detail.php?rc_id=1330&rc_std=14)
- 何巨华（2013 年 10 月 3 日）。〈地方报业网站生财乏术〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1321>
- 何巨华（2013 年 10 月 24 日）。〈《泰晤士报》页网站设立收费墙后，印刷版销量仍续增加〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1338>
- 李旭译（2008）。《说话算数：技术、法律以及娱乐的未来》。上海：上海三联。（原书 Fisher, W.W.[2004]. *Promises to keep: Technology, law, and the future of entertainment*. Stanford, CA: Stanford University Press）
- 李京伦（2014 年 11 月 1 日）。〈搜寻引擎用新闻 西班牙课「Google 税」〉，《联合报》，A15。
- 李筱雯（2012）。〈电话窃听案与梅铎帝国：梅铎如何「统治」英国？〉，《新闻学研究》，111: 199-231。
- 林宇玲（2014）。〈网路与公共领域：从审议模式转向多元公众模式〉，《新闻学研究》，118: 55-85。
- 林丽云（2013）。〈开放新闻学 开放资料〉，林丽云（编），《资料好神，叙说故事千百样：资料新闻学开讲》，页 95-120。台北：优质新闻发展协会。
- 洪绫襄（2014 年 11 月）。〈「鸿海王子」郭守正的关键考题〉，《财讯双周刊》，426: 78-99。
- 胡元辉、罗世宏译（2010）。〈重建美国新闻业〉，罗世宏、胡元辉（编），《新闻业的危机与重建：全球经验与台湾省思》，页 118-176。台北：先驱媒介。（原书 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](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all)）
- 张佑生译（2012 年 12 月 5 日）。〈梅铎实验年烧 8.7 亿 iPad 电子报 The Daily 阵

- 亡》，《联合报》，A12。
- 曹卫东、王晓珏、刘北成、宋伟杰译（2004）。《公共领域的结构转型》。上海：学林。（原书 Habermas, J.[1962]. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*）
- 陈韵涵译（2014 年 12 月 13 日）。〈Google 反击 关西班牙新闻网页〉，《联合报》，A14。
- 冯建三（2012）。《媒介公共性与市场》。台北：远流。
- 冯建三译（2005）。《论市场社会主义》。台北：联经。（原书 Roemer, J.[1994]. *A future for socialism*. Cambridge, MA: Harvard University Press）
- 冯建三、程宗明译（1998）。《传播政治经济学》。台北：五南。（原书 Mosco, V. [1996]. *The political economy of communication*. London, UK: Sage）
- 黄圣哲（2010）。〈电视与公共领域〉，黄瑞祺（编），《沟通、批判和实践—哈伯玛斯八十论集》，页 257-276。台北：允晨。
- 黄慧雯（2014 年 7 月 30 日）。〈引用新闻得付钱 西班牙立法开征谷歌税〉，《中国时报》。取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140730004340-260412>。
- 杨芙宜译（2014 年 12 月 5 日）。〈课 Google 税 跨国企业鏖角等〉，《自由时报》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/business/paper/836531>
- 杨虔豪（2013 年 10 月 17 日）。〈箝制独占 韩国会提「入口网站规制法」〉。取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=1330>
- 邹秀明（2011 年 1 月 27 日）。〈入股香港 TVB 王雪红 布局数位内容、电影〉，《联合报》，A3。
- 刘焕彦（2008 年 11 月 1 日）。〈信报 经济日报 架设收费网站〉，《经济日报》，B2。
- 刘忠博、丘忠融译（2007）。《多媒介时代下的广电事业、社会与政策》。取自 [www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc](http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc)（原书 Graham, A., & Davies, G. [1997]. *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: University of Luton Press.）
- 赖子歆（出版中）。〈简析《卫报》信托所有权之治理模式〉，《传播、文化与政治》。
- 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](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. *Emerge*. Retrieved from <http://www.emerge.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](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#ixzz1OUe5A426>
- 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](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](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-levies-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](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](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/>
- Myllylahti, 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\(1](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/report2014/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014%20-%20Full%20Report%20(1)

- ow%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](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](http://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](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](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

冯建三（2015）。〈公共政策与（新）媒介财政〉，《传播、文化与政治》，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

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

## 简析《卫报》信托所有权之治理模式\*

赖子歆\*\*

---

投稿日期：2014 年 6 月 12 日；通过日期：2014 年 9 月 21 日。

\*为求扼要与便利阅读，本文改写自学位论文后，删除大量引述与注解，完整内容及书目请参阅赖子歆(2013)。

\*\* 作者赖子歆，台大新闻所毕，现为科技产业记者，e-mail: eleanor0118@gmail.com。

## 《摘要》

本文简介绍史考特信托的来龙去脉，接着追问：《卫报》信托所有权的治理模式为何？又，在时代变迁下如何调整其治理？「信托」是英国常见的企业治理模式，为了「永久保有《卫报》财务及编辑的独立」，该报产权人在 1936 年采取「私益」而非公益信托，藉此让信托能够得到更大裁量空间，调动财产与资金，改进新闻表现、因应市场变动；获利不由私人占有而是回流新闻编采，亏损则取集团其他事业的收益以作挹注。《卫报》20 世纪初业主暨总编辑 C.P. Scott 的名言「总编辑与经理人并肩而行，但总编辑先经理人一小步」，为此得到较佳保障，日后新闻学者称之为「公司治理」和「新闻治理」的双元模式，已经先在《卫报》治理迄今的三个时期，得到落实。《卫报》以信托方式运作在天生不稳定的市场，已近八十年，未来，若无公共政策介入，是否仍可存续与茁壮，可再关注。

**关键词：**治理、信托所有权、新闻媒体信托、卫报、双元治理

新闻致力于将世界上最不寻常也最重要的事物呈现在我们眼前：例如热带地区的降雪，总统的私生子，或者连体婴。然而，新闻随然坚决追逐异常现象，却总是巧妙的回笔将目光投注在自己身上，对其本身在人生中达到的重要地位也总是避而不谈（De Botton, 2014 / 陈信宏译，2014，页 9）。

抱怨新闻没内容、记者没脑袋，是近年很能引发许多国人共鸣的话题。造成主流新闻媒体现存样貌的背景结构深远，这里简单一句话带过：新闻媒体老板「人在江湖」，既想赚钱复思影响力，胜过对新闻当有的尊重。

在新闻媒体宫门内，受老板皇帝宠爱的是「财务报表」和「经营绩效」，什么「读者的长期信任与尊敬」、「关怀公共事务以维系民主社会运转」、「实践新闻专业与编辑自主」，通通打入冷宫冰封。

媒体老板总嚷嚷，经营媒体又不是在做慈善事业，漂亮的财报和绩效可是维系一家公司延续的命脉。但我们不禁想问：任何一家公司，若失去了核心价值，财报和绩效再漂亮，对其存在又有什么意义呢？而价值和赚钱，在媒体业真的无法兼顾吗？

北大西洋的东岸，有家媒体做到了。难能可贵的是，这家媒体既以「营利」方式运作，虽然从 2005 年以来新闻媒体区块亏损连连（林丽云，2013，页 99），但母集团始终予以全力支持，捍卫核心价值，在其专业领域拥有亮眼表现：它是英国老牌的报纸——《卫报》（*The Guardian*）。

首先来看看它的表现。《卫报》擅长不畏政商势力的深度或调查报导，屡屡在各国政坛投下震撼弹。例如 2008 年与维基解密（WikiLeaks）合作，报导美军在阿富汗和伊拉克的不义之行；2009 年追查《世界新闻报》手机窃听案，逐步掀开英国政、警、梅铎之间的地下亲密关系，触动国会全面检讨新闻业文化、行规和道德的利维森调查（Leveson Inquiry）；去（2013）年率先报导美国「棱镜」（Prism）监控计画，逼得美国总统奥巴马亲上火线解释澄清。

在数位时代,《卫报》也不惶多让,不但走在多媒体报导、资讯视觉化前端,更强调网路「开放」本质而坚持不设立「付费墙」,所有报导与相关资料任谁都可在其网站上一览无遗,甚至自行下载,进一步整理使用。

重点是:尽管媒体业处境艰难、众人不看好甚至唱衰,《卫报》不但过得去,还持续扩展报业版图,陆续在美国和澳洲设分部,2013 年的数位营收更首度足以弥补印刷营收减少的部分。

这一切不禁令人好奇,《卫报》究竟身怀何种密技,让它无畏走过历史颠簸,熬过多次新闻业版图挪移、生态演变、科技革新,持续自我创新,闯出近两百年的名堂,在新闻界发光发热。

很多人说,这是因为《卫报》有一位特别的老板:「史考特信托」(The Scott Trust)。

但这位老板是从哪冒出头来的呢?一家媒体单凭老板一己之力就可以爬过这么多个山头吗?其中玄机何在?

## 壹、史考特信托由来——故事发生在很久、很久以前…

最初,《卫报》就像其他报纸或中小企,也是家族企业。英国棉花商人 J.E. Taylor 在 1821 年,创立《卫报》的前身《曼彻斯特卫报》(*The Manchester Guardian*),意在推广自由主义利益,为社会改革者发声。创办人去世后,《卫报》的所有权便在泰勒家族中移转,直到表亲 C.P. Scott 于 1907 年买下报纸,才转换到史考特家族手中。

《卫报》在 C.P. Scott 担任总编辑长达 57 年间,打下扬名海外的基础。他引领报纸反对英国参与南非波耳战争,并持续关注爱尔兰的自由、妇女投票权等。

C.P. Scott 并在纪念《卫报》百岁的〈百年〉(A Hundred Years)文中,指出报纸作为事业,兼具商业和公共双重特性:

报纸具有双面性，一方面为必须努力存活的事业体，另一方面则是反映和影响公众生活的机构，扮演人们心志和良知的角色，是道德也是物质的存在……(C.P. Scott, 1921)

他也点出，在商业特性和公共特性双重力量的拉锯下，报纸的性格和对社会的影响也就此决定。C.P. Scott 并用「快乐婚姻」来解释编辑部门（公共特性）和经营部门（商业特性）的关系，认为总编辑和经理人应当携手共进，不过「总编辑应该稍走在经理人前头」，于是「总编为大」的精神就此留传至今。而〈百年〉文中「意见自由，事实神圣」(Comment is free, but facts are sacred.)，则成为旷世名句（至今，卫报编辑准则依然全文收录〈百年〉）。

## 贰、遗产税危机 摇身一变为转机：信托成立

C.P. Scott 退休后，他的两个儿子分别任职总经理与总编辑。看似万无一失的家族传承，却随着 C.P. Scott 与一名子嗣先后辞世，面临遗产税危机。

1932 年 C.P. Scott 过世，英国关税总局找上门来，然而 C.P. Scott 以及他的儿子们除了任职薪水外，并未领取股利或从事业体本身获利，个人财力无法负担高额遗产税，但若藉由事业体来付税，则会对报纸造成伤害。后来，以该报所有权分属 C.P. Scott 和他两个儿子 Ted Scott 及 J.R. Scott，且 C.P. Scott 退休后只是次要股东，成功说服税务局不予课税。

没料到一波尚平一波又起。C.P. Scott 过世后不久，其子 Ted Scott 游湖时意外身亡，J.R. Scott 于是成为公司唯一所有人。J.R. Scott 自忖，若是自己也发生不测，遗产税阴影将再度笼罩《卫报》。

可以想见，若是 J.R. Scott 不采取行动，则报纸必将踏上拍卖一途，谁也无法预料往后的老板会如何经营这份报纸；若是他采取一般商场行动，自行转售给他人，也无法确保报纸的报格与未来。两种决定都意味着这份独立自主的报纸将迈向终结，而创办人和他父亲留下的文化遗产也会跟着消失。

经过咨询与思量，J.R. Scott 终于决定解决眼前难题的办法：成立信托。

1936 年，他成立私益信托「史考特信托」，声明放弃当时市值英镑一百万的公司股份，并将所有股份移转至七位信托受托人。信托设立目的是「确保《卫报》财务和编辑永久独立」<sup>1</sup>，公司必须「极尽所能贴近从前的原则来营运」。<sup>2</sup>

## 参、信托重组、转型 核心原则永维系

1948 年史考特信托重组，除了延长信托存续年限（英美法中，私益信托有存续年限，公益信托则无），并重述公司传统及须遵守创立者所建立的原则等，最重要的莫过于原信托受益人从此消失。

重组当时，五位 1936 年信托契约下的受益人——C.P. Scott 的四名孙子以及公司秘书，分别签字放弃可以成为百万富翁的股份支票，于是这些巨款又回到信托手上。

此后，信托再也毋须付给受益人财产管理所衍伸出的利益，营利所得全归公司进行再投资。此外，邀请或开除信托受托人变成现任信托成员集体的决定，排除单一个人的运作，信托的集体权威性于焉建立。

2008 年，基于史考特信托为非公益信托，有法律存续问题，信托决定转型成有限公司。史考特信托虽从「信托」改为「有限公司」，但仍是股份唯一所有人，事业盈余仍归公司，报纸编辑室自主、追求公益与创新等原则也全部延续。

## 肆、接着问下去：玄机何在？

整体而言，在「确保《卫报》财务和编辑永久独立」招牌下，史考特信托老板一方面特尊在乎报格与路线的总编辑，另一方面也支持算计盈余数字的

---

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

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

总经理，于是产出关注公共议题而享誉国际的产品，以及还能支撑产品尽情挥洒的银两。

回顾华文世界关于《卫报》的讨论，产、学界的时论短评一致将其亮眼表现归因于该报采用特殊的「信托所有权模式」。引述的学者并认为，《卫报》的公共报纸性格、问责的新闻报导及成功的经营源于三点特色：（一）利润归公司，（二）落实编辑室自主，（三）追求创新与公益。

然而，由于国内尚无新闻媒体信托案例，而且学术界蜻蜓点水式的引述多止于推崇《卫报》亮眼表现及所有权特色，少有对该报信托所有权模式的进一步讨论：如《卫报》信托所有权模式的结构内涵，以及《卫报》在此结构下如何施行治理，以捍其卫核心价值「确保《卫报》永远财务与编辑独立」，并在时间进程中曾遭遇到那些挑战而有所调整等等。

简而言之，在回顾史考特信托的来龙去脉后，本文欲接着追问：《卫报》信托所有权的治理模式为何？又，在时代变迁下如何调整其治理？

## 伍、史考特信托性质为何？非公益信托

为回答前述问题，本文首先检析信托本质与新闻媒体信托模式，试图厘清《卫报》所有者史考特信托之性质。

史考特信托在法律上属私益信托，并拥有「营利」事业体的所有股份，但特别处在于，其私益信托的目的却带来有助益于民主社会的公益价值。原因如下：

第一、史考特信托成立时，其受益人为特定人士，而非公益或慈善信托之不特定之大众。

第二、史考特信托之目的为「永久保有《卫报》财务及编辑的独立」，为确保特定且非全民共同持有之报纸，与公益或慈善信托之公益或慈善目的有别。

第三、公益或慈善信托没有存续年限，可永久存在，而史考特信托却因为存续年限缘故，曾多次改组。

第四、在英国法律中，公益或慈善信托称为“charitable trust”，史考特信托则自称为“discretionary trust”，此为「任意信托」，是一种准许受托人可以处理信托财产收入甚至资金本身的信托。

第五、在英国法律中，公益或慈善信托须向慈善委员会（Charity Commission）注册，而真正注册的是其旗下史考特信托基金会（The Scott Trust Foundation），史考特信托一方面并未注册，两者有别。

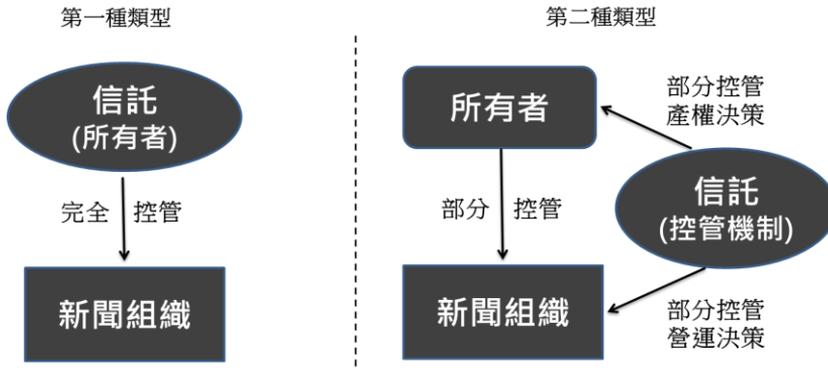
因此，可知史考特信托并非公益信托。而此发现令人欲进一步玩味处在于：身为非公益信托的史考特信托，如何做到在控管「营利」或所谓为特定目的赚钱的新闻媒体时，并未与优质新闻站在对立面，反倒展现出浓厚非私人性质的特色呢？其采用的信托模式有何奥妙之处？

## 陆、史考特信托模式类型：信托即为所有者

根据学者 Picard（2011）的分类，依所有权结构上的差异，新闻媒体信托模式可分为两种类型：

第一种类型是信托本身完全拥有新闻机构并完全掌控新闻机构业务，扮演媒体所有者角色；第二种类型是信托仅作为新闻组织的控管机制，依据结构安排掌握组织部份的所有权或者营运决策（见图一）。

图一：新闻媒体所有权信托模式类型图



资料来源: *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.

史考特信托为采用第一种完全所有并掌控新闻媒体类型的信托。相较于存在的象征性质大于实质意涵的第二种信托类型，史考特信托不但具捍卫媒体机构价值的功能，更实际掌控了媒体的所有权与经营权，兼具精神与实体功能，更容易贯彻当初设立信托所欲延续的经营方针。

换句话说，史考特信托直接控管《卫报》的基本价值和策略选择，但是，同时也必须依据信托目的及其创设之指示经营报纸。由此可知，信托之目的及其内部治理架构在报纸经营上占据重要地位，而后者也是本研究接下来欲进一步探究之处。

### 柒、治理三大理论：代理、管家、资源依赖

谈及治理议题，主轴不脱所有者（股东）、董事会、经理人三者之间的权责关系，而所有者对公司管理架构、经理人自身的角色判断以及董事会组

成和背景也都扮演决定性角色，并由此三角关系延伸出代理理论、管家理论和资源依赖三大治理理论。

代理理论从个人经济理性观点出发，指出经理人和所有者易出现利益冲突，为保护所有者利益等，发展出绩效奖金诱因，以及董事会之监评经理人机制，且认为非管理职的外部董事的独立性较内部董事强，监评效果也较佳。

经济理性之外，有从社会学及心理学出发的管家理论。该理论指出人具有追求自我实现与共利的特质，将经理人与所有者比拟为利益趋同的管家与主人，认为维系公司内部关系的要点在于信任，而经理人兼任董事长则能提高绩效，熟悉公司事务的内部董事比例高较为有利。

资源依赖理论则从外部资源为公司生存关键切入，认为替换经理人和寻求多元背景的董事，都将利于公司，可为公司引进人脉、营运知识等种种资源。研究者并发现可挪移治理理论基本概念，用以讨论史考特信托（所有者）、董事会、经理人 / 总编三方关系。

## 捌、双元治理：新闻治理+公司治理=确保新闻品质

那么，将治理理论用在新闻媒体研究上，会出现什么火花呢？

其中，有数篇研究指出董事会结构对公司的发展、方向、决策以及营收等层面有关，也有研究指出上市股票公司所有权架构下，易使公司管理阶层可能会受握有大量股权的机构投资人的压力影响，专注于短期利益回收，而忽视新闻品质。

另外，研究指出新闻媒体公司治理会反映在媒体内容上；而学者 Arrese（2005）认为，为了确保或重振在媒体公司中新闻品质的地位，内部管理机制可采用新闻治理（news governance）和公司治理并行。

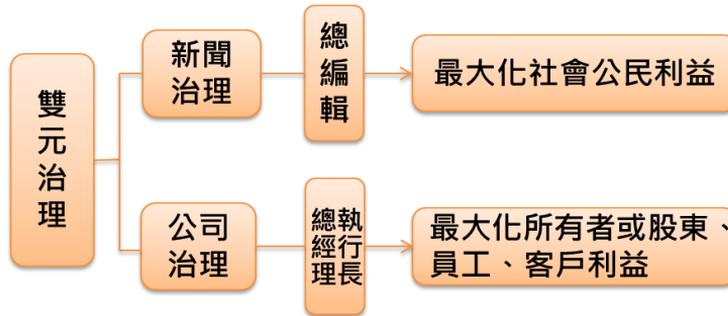
Arrese 在其研究〈财金经济媒体的公司治理和新闻治理〉指出，一般认为，良好公司治理制度应该让公司管理者可透过内部机制（如所有权结构、董事会）以及外部机制（如公司交易市场、法律系统）做出最好的决定，以使公司利润极大化，造福投资人。

不过 Arrese 提出，在检视一般商业媒体公司治理时，其实可以从该公司是否满足三方着手——除了最常见的所有者或股东的利益，也应将员工、客户以及所有相关利害关系人纳入考量，还有社会公民。

然而普遍的问题是，即使公司声称要对社会负责，却未曾将相关原则纳入管理控制公司系统的运作中，造成当不同利害关系人之间的利益发生冲突时，股东永远是赢家。有鉴于新闻媒体公司特殊的公共利益性质，能够落实并保证新闻品质的治理显得特别重要且必要。

Arrese 认为，为确保新闻品质地位，在新闻媒体公司中，媒体总编辑需为最大化社会公民利益负责，而公司总经理 / 执行长的负责对象则是所有者或股东以及员工、客户等相关利害关系人；如此一来，便浮现新闻治理与公司治理双轨并行于媒体机构中的模式（见图二）。

图二：新闻媒体双元治理图



资料来源：研究者自行绘制

心细的读者至此不免会惊呼：21 世纪学者所提出的双元治理概念，竟遥相呼应 20 世纪初《卫报》前所有者暨总编辑 C.P. Scott 所言之「总编辑与经理人并肩而行，但总编辑先经理人一小步」（GNM, 2011），与此种编辑室独立自主精神完全吻合！

## 玖、史考特信托治理模式第一期：信托所有权模式与双元治理的初现（1936 年～1959 年）

回顾完相关概念与研究后，回到本文的核心问题：《卫报》信托所有权的治理模式为何？又，在时代变迁下如何调整其治理？

由史考特信托治理模式展现出的不同样貌及治理特色，可分为三期：第一期为信托所有权模式与双元治理的初现（1936 年～1959 年），第二期为双元治理危机与信托改造（1960 年～1989 年），第三期为信托转型与原则架构的演变（1990 年迄今）。

在 1936 年史考特信托成立以前，《卫报》是典型家族企业，甫成立信托因此家族遗风犹存，信托委托人 J.R. Scott 身兼信托主席，独揽任命和解任信托受托人大权，而信托成员也以史考特家族人士为主。

1948 年信托重组，公司盈余自此专属于信托而非特定个人，并取消主席独揽大权的机制，自此史考特信托的任何决定非系于一人，信托的集体权威性于焉建立。

另外，信托成员深具管家色彩，重视内在因素驱动力、组织认同度、价值承诺。在管理部分则呈现相互管家关系，将报纸的路线和业务全权交由总编、总经理人处理。

《卫报》历经创立及重组史考特信托，逐渐走出原生家族事业模式而改采集体主义取向，尊崇集体决定，信任总编辑总经理人的决定，整体权力级距偏低。此外，新闻治理和公司治理并行的双元治理概念，也随着《卫报》传奇角色 C.P. Scott 以〈百年〉文章指出报纸作为事业的商业和公共双重特性，强调总编辑与经理人的平行关系，立下《卫报》内部双元治理原则的基础。

## 拾、史考特信托治理模式第二期：双元治理危机与信托改造（1960 年～1989 年）

二战后，英国报业与大企业之间的连结深化，经营成本提高、广告收入重分配以及政府松绑跨公司所有权，使得报纸所有权愈趋集中，以追求最大销售量为目标。

1965 年底，《卫报》到伦敦发行届临五年，财务状况依然不见起色，加上 1966 年首相 Wilson 宣布薪资和红利冻涨 12 个月以及增加赋税等政策，经济停滞不前，严重影响当时 70% 营收来自广告的《卫报》。总经理 L.P. Scott 对《卫报》逐渐失去信心，并瞒着信托，积极洽谈与《泰晤士报》合并一事。

《泰晤士报》是英国报龄最高的综合性报纸，创刊于 1785 年，报纸政治立场原本属于较为注意主流意见的平衡，但几经转手后，趋于支持政府，有「给统治英国的人」看的报纸之称，与自由改革派的《卫报》路线相左。

在前期洽谈过程中，《卫报》内部只有总经理、信托主席、总编辑和副总编辑知悉此事。在 1966 年洽谈后期，总经理终于向信托汇报。不过在开会时，总编辑由于不具信托受托人资格而没有受邀列席。而信托听完总经理人汇报后，认为以《卫报》目前的营运状况来看，与《泰晤士报》合并成为合资公司似乎颇为合理。

然总编辑 Hetherington 对于总经理最后谈出的提案甚为不满，并不甘信托只听一面之词，写信给信托力陈反对原因——最大反对主因在于，合并之后，《卫报》的编辑群将被排除在外，报纸将失去原有的立场，也不再能维持报纸的特色，监督与抨击各种权力运作的力道也将大为减弱。Hetherington 还指出，公司财务状况并没有如表面看起来那么糟糕，也提出「勒紧裤带」度过寒冬的解决之道。

总编辑与总经理之间的理念冲突白热化，主因在于总经理谈成的提案将干涉总编辑的编辑自由，破坏管理编辑分离的双元治理原则，而一旦平衡遭到破坏，报格自然无法维系下去。

此时期的史考特信托，险因听信由管家角色转变为代理理论中的代理人总经理之言，而拱手让出《卫报》报格与路线，双元治理至此出现危机。在总编辑力挽狂澜下，此危机再度转化为契机，并迫使信托开始积极面对自己身为《卫报》所有者的角色。

信托藉由调整内部治理，修正二元治理架构中歪斜的管理线路。首先，任命新总经理人来化解 L.P. Scott 对相互管家关系的破坏，并强化信托和董事会之间的资讯管道，以确实掌握公司营运状况。

再来，引进外部董事进入董事会，以加强董事会监督评估效力并获取外部资源，并让旗下报纸各自成立子公司，分出治理层次——日常营运与财务规子公司管，并购、投资等大方向高层决策则由母公司决定。

信托自身也更频繁召开公司会议，自身功能定位有更完整的陈述，而其组成不再以史考特家族为尊，而是逐渐开放高阶与中阶员工参与，而信托最重要的指派总编辑过程也聆听并尊重员工意见，具体回应对员工参与治理的呼声与要求。

信托在修正管家治理架构过程中，一方面补强原有架构，另一方面则拓宽加高架构范围，纳入更多员工与外部人士共同治理，确保巢穴不会再落入狐狸手中，而且将不断茁壮。

成功处理危机后，卫报媒体集团从 1960 年代末期不断扩张，除藉由并购而成为英国最大地方报纸并进军全国，1968 年购买电视台（如 Anglia Television）、1973 年取得广播电台（如 Greater Manchester Independent Radio Limited）股份，并在 80 年代向二手车杂志市场推进，为集团带来丰厚利润，成为支持《卫报》财务独立的基础，也预示未来将需要更多人才。

### 拾壹、史考特信托治理模式第三期：信托转型与原则架构的演变（1990 年迄今）

媒体世界自 1990 年代以降，风云变色。网路媒体迅速崛起的同时，纸媒则一路走下坡。身处更为多元、竞争更加激烈的世界，资源掌握成为组织生存关键。

于此阶段，在外部环境变迁的压力下，信托治理在原有的管家及代理人外，更揉合了资源依赖概念，从信托受托人到集团董事，皆大幅增加外部独

立受托人或独立董事的比例，意图借重来自各领域之专才，引进相关社会资本、文化资本，助公司一臂之力，以面对复杂而多元的生存环境。

史考特信托于 1992 年进行管理咨询后，首次以书面订定信托受托人的具体核心目标，讲明信托未来的运行规则，也开始审视非执行职和执行职信托人的贡献，并为非执行职受托人叙薪，开展信托建制专业化。

始终存在的员工参与议题，则在此阶段取得了进一步的成果：每名员工可提名一位信托候选人，之后再经由信托面试决定最终名单（信托受托人组成变化见图三）。

从 2008 年开始，史考特信托转型为有限公司 STL (Scott Trust Limited)，然核心目标不变，持续以营利但不分红的方式经营，公司也未上市，STL 为唯一股权所有人，一如从前的史考特信托。

转型后的 STL 与 GMG (Guardian Media Group, 集团旗下有报纸、广播频道、新媒体以及印刷媒体等子集团或公司，集团所有权归 STL 所有) 董事会都更加重视外部董事的独立与专业，强调一人不得身兼董事长与执行长二角，注重董事人事背景资讯的透明。同时，也藉由设立 GNM (Guardian News Media) 总编来保持旗下报纸整体道德水准，并开创 GNM 总编与 STL 董事会之间直接沟通的管道，维护二元治理的新闻治理方。《卫报》也看好数位化时代网路英文使用者市场，于美、澳两地开设数位分部，顶着「数位第一」策略昂首向前（《卫报》从创立以来至今的治理变化请见表一）。

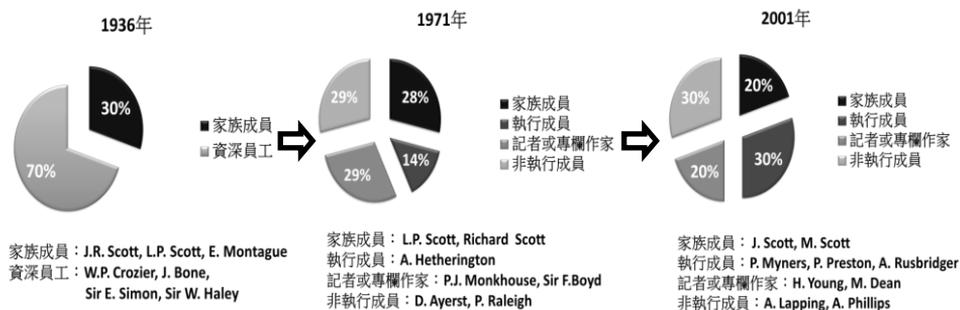
我们可以说，《卫报》的亮眼表现可归功于信托模式成功地捍卫其设立目标「确保《卫报》财务和编辑永远独立」，而此目标又延续《卫报》尊重总编辑的传统，此由总编辑任期之长久可窥知（见表二）；换句话说，《卫报》是信托模式与二元治理的珍贵结晶。

史考特信托的出现始于找到因避遗产税愿意放弃财产所有权的信托委托人，虽为营利事业，然其盈余全成为再投资使用的基金，因而有足够财源支持与与时俱进、晋用各方面人才，而具有高度价值承诺的受托人也在一次次挑战中，最终选择维护信托的目标。

在二元治理概念下，《卫报》编辑室向来自主，管理、编辑各自独立，公司治理与新闻治理之间因而可以和谐稳定。学者曾指出，公司治理与新闻

治理并存的关键在于精神制度化，史考特信托的信托目的正符合此要求；另一方面，信托向来有具新闻背景的成员，晚近又强调独立透明，加强了治理的制度面向。整体来看，可说是兼具 Picard 所述信托模式之优点并克服来自内部与外部的挑战。

图三：信托受托人组成变化图



资料来源：

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

表一：《卫报》治理变化一览表

所有权大事	所有者	治理大事		年代	
创立	泰勒家族	N	家族主导	所有者兼总编辑或总经理	1821
转手	史考特家族		家族主导	所有者兼总编辑或总经理	1907
成立信托		二元治理概念浮现	信托主导	1. 组成以家族成员和资深员工为主	1936
信托重组	史考特信托 (ST)			1. 建立集体决定权威性 2. 无受益人、盈余用于再投资	
合并提案				总经理与总编辑对合并一案出现冲突	1966
信托与董事会首度展开联合会议	史考特信托 (ST)	二元治理危机与信托改造	信托主导	1. 信托态度从消极便积极 2. 补强扩大治理架构——换总经理、信托主席出席董事会会议、引进外部董事	1967
N				员工要求参与： 1. 信托抗拒「工会代表」进入，但保留中阶与高阶员工席次 2. 信托通过指派总编咨询系统	
N				扩大员工参与信托受托人遴选过程	1990
管理咨询	史考特信托 (ST)	信托转型与原则架构演变	信托主导	订定正式信托目标全文 受托人角色专业化	1992
N				订定治理规则 增设 GNM 总编职位，下辖报纸整体道德标准，直接回报信托（后为 STL 董事会）	2007
转型	史考特信托有限公司 (STL)		公司主导	保留信托名称但转型为董事会 核心目标不变；盈余再投资公司 家族成员只剩一名	2008

资料来源：本研究整理。

表二：《卫报》总编辑任职一览表（分隔线以前多为家族人士任职）

任职年期	任职年数	任职者
1821-1844	23	J. E. Taylor
1844-1861	17	J. Garnett (1847-1848 年间与 R.S. Taylor 共同任职)
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

资料来源： *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.

## 拾贰、《卫报》经营模式的启示

（信托的）理念是在长期目标指导下，根据正派原则，来经营一个成功的事业，而这是其他媒体事业在面临难以抗拒的短期目标压力下，难以坚持做到的（GMG, 2002, p.8）。

俗话说，真金不怕火炼。在分析《卫报》信托模式的案例中，我们看到的是，真正有价值的原则，不怕岁月的淘洗与时代的淬炼。此处的原则，指的是坚信高品质的新闻报导是民主社会的梁柱，坚持新闻编辑和管理业务两者平行，交由总编辑执行新闻治理，对公民利益最大化负责，而总经理则负责公司治理，以最大化所有者或股东、员工、客户利益为目标，不干预总编辑的编辑方针。

在多数案例中，若新闻组织本身已经怀抱前述原则并且追求永续经营，信托所有权模式会是商业世界里一个具发展潜力的可能选项，可用来守护永续发展目标以及双元治理架构，《卫报》如是，加拿大《多伦多星报》(*Toronto Star*) 等亦如是。

然而，若采用信托所有权模式的新闻机构并未认同该前提，而以营私作为前提原则，把该模式作为获致私人利益的手段，可以想见其成果与《卫报》的成果相比，必定大相径庭，充斥比基尼女郎图片的《每日邮报》(*Daily Mail*) 即为一例。所以，新闻媒体采用信托所有权模式就会成为民主社会的基石、产制优良新闻，纯粹是个迷思。没有原则作为前提，也无法采收以该原则为前提而结出的果实。

而接下来的问题则是，一个有原则的媒体，在面临财务危机的时间点上，遇到一位愿意放弃家财采取信托模式的老板，并设定好信托目标「维系《卫报》财务和编辑永久独立」后，如何随着时代前进并维持下去？

《卫报》的史考特信托发展出几点特殊的条件。首先，信托延续公司采营利但不分红的方式运行，并且自从 1948 年改组后，信托就没有受益人，如此可确保没有任何个人或团体会因为公司分配的股利多寡而受益或受损，也免除受到个别股东或受益人的利益要求影响，更可利用盈余支持创新与公益活动。

其次，1948 年改组后，信托或事业体重大政策皆交由信托集体决定，而非听从主席或他人的个人意见，避免任一个人出于任何理由主宰信托及公司命运而走回一般公司的老路。第三，明定信托运作规则，权责分明，并与董事会、总编辑建立良好沟通管道，使得内部机制和运作尽量透明化。

前述三点都有助于卫报媒体集团发展多元事业体，采取内部交叉补贴策略，在全球纸媒面临生死关头、《卫报》也连年亏损之际持续予以支持，且不仅支持其作为一纸媒存活，更支持其快速整合印刷与数位部门以适应网路时代。

当然，也正如学者 Schlesinger 所指出，《卫报》若没有 GMG 集团财务支持，早在多年前就会消失，但退一步看，GMG 集团若非在有其原则的信托架构下，可能也会走上恶名昭彰的梅铎新闻媒体集团一途。在目前市场力

量操作下，独特的声音通常遭到噤声，或被转卖并改造，然而，由于信托有意识绕过利润最大化一途，《卫报》才得以留存茁壮至今。

信托一再表明自己「寻求利润」的位置，但其独特性在于信托并没有要寻求利润最大化，而是坚持追求经济目标外，社会和公共价值也同等重要。这份坚持，并非只是出现在网站上、办公室墙上或是员工手册上、唱唱高调而已，而是真切地反映在《卫报》的新闻报导，以及每年向大众报告的年度财报上头；这些证据一再告诉我们，在新闻媒体世界里，营利和公益并非水火不容，而有你依我依的可能——存有永续经营且财务编辑各自独立的目标，以信托模式营运再加上双元治理架构以维护之，是有可能容得下营利和公益，意即不排除营利，但遇有利润时，不流向股东或特定私人而是回流至新闻等内容的产制，而营运得当更有可能共荣。

最重要也最值得注意的是，我们可以从不同时期的模式与治理演变中看到，自始至终，无论卫报集团如何变化，公司治理与新闻治理并行的双元治理概念始终存在于该组织。所谓「始」，可由其从创报早期相信「总编为大」与 C.P. Scott 强调「总编辑与经理人应并肩而行」的古典报纸理念可知；而史考特信托成立的核心目标——永保《卫报》财务与编辑独立，则以具法律效力的文字具体捕捉了双元治理概念。

在治理架构上，除了有如一般公司的董事会关切公司的日常营运外，更有唯一股权人——信托——负责盘点卫报集团整体是否确实走在永续发展目标道路上，促使集团得以在由经理人负责财务业务、追求营利的同时，另一方面由《卫报》总编辑继续恪守报格、着眼于公共利益，因此拉出了两条治理路线，并适时修补，确保其走在平行道路上。

而信托在第一阶段重组后所立下的公司盈余全数回归公司、不分红之规定，则正当化集团内部交叉补贴作法，让《卫报》拥有充沛资金源头，对外得以抵挡恶劣风雨，对内则得以投资于创新与坚持报纸路线，而每次创新与每份坚持又化为实质表现与优良声誉，成为正向回馈循环，继续朝向永续发展（见图四）。

图四：卫报模式正向循环图



资料来源：研究者自行绘制

#### 拾肆、另一种经营媒体的可能

对一向哀号因为「生存至上」所以不得不向下沉沦的台湾新闻媒体主管和老板而言，本案例研究指出前述另一种观点与可能。由本研究的结果，我们可以大胆假设，若有一家台湾新闻媒体本身是抱持着永续发展的理念，决定采取如《卫报》般特殊的信托所有权架构，内部并采用双元治理，总编辑和总经理各自负责公益和利润部分，有机会迈向创新卓越，并往永续发展的目标前进。不过，采取此模式的前提是该新闻媒体本身即具有此种愿景，而非独尊利润，也不让利润由私人占有，而是回归新闻等内容的产制。

或有论者以为，史考特信托已经转型成有限公司，不正代表卫报媒体集团认为有限公司比信托更能保障《卫报》的未来吗？笔者在撰述此文时也产生同样疑问，但后来发现，此种问题乃陷入结果论断，忽略历史过程。

简单来说，当初若没有成立史考特信托，《卫报》即会面临转售命运，罔论其名声表现，能否生存至今都充满变数；此外，若无信托将《卫报》之财务和编辑独立作为其信托目的与组织核心目标、坚持公司盈余不分红在先，2008 年转型为有限公司后也不会承继此独特运作规则，可能沦为短期财务表现至上的媒体。是以，史考特信托之存在与曾经存在，都是为之后的转型奠定基础，让史考特信托有限公司有所本，以此为据来延续《卫报》的生命。

另一种疑问是为何史考特信托不干脆转型为公益信托，这样就没有法律上的存续问题？虽然根据史考特信托的说法，他们认为转型为有限公司是确保继续捍卫信托目标的最佳方式，并未详细说明其根据为何，但可从几个面向来推论其不选择公益信托的可能原因。

首先，史考特信托的设立目的是「确保卫报财务和编辑永久独立」，如前一节所述，为确保特定且非全民共同持有之报纸，不同于公益或慈善信托之公益或慈善目的；若出于为符合公益信托之设置要求而变更其目的，则是本末倒置的做法。

其次，史考特信托下辖 GMG 集团，该集团旗下不只有《卫报》所属的 GNM 新闻媒体事业，还有其他的商业投资事业，若史考特信托变成公益信托，那么其所有资金的用途都需用在公益事业上，并不允许转投资于非公益的营利事业，如此一来，各子集团的资金调度上可能会出现重大问题。

最后，公益信托的受托人制度还有整体治理架构皆与史考特信托既存的制度和架构有所出入，例如公益信托制度下并没有董事会，若为转型成公益信托而大幅调整公司治理架构，似乎并非明智之举。

至于《卫报》及其所属之集团未来到底会成长或衰退到何种程度，以及该如何使用资金使其不致于枯竭，也会是史考特信托面临的议题。此外，市场天生不稳定，对市场中的商业媒体玩家而言，是极高的不确定因素，而国家在媒体市场究竟该扮演什么角色，作壁上观任其厮杀亦或是积极介入予以补助，也值得进一步追问。

《卫报》虽然熬过纸媒衰退期，苦撑至今，未来将如何面对充斥复杂科技以及高度竞争的世界，如何能在人事变动之下保有公司文化和确保中心价值不致流失，也都值得继续观察。

## 参考书目

- 林丽云（2013）。〈开放新闻学 开放资料〉，林丽云（编），《资料好神，叙说故事千百样：资料新闻学开讲》，页 95-120。台北：优质新闻发展协会。
- 陈信宏译（2014）。《新闻的骚动：狄波顿的深入报导与慰藉》。台北：先觉。（原书 De Botton, A. [2014]. *The news: A user's manual*. London, UK: Hamish Hamilton.）
- 赖子歆（2013）。《英国《卫报》信托所有权之治理模式分析》。台湾大学新闻研究所硕士论文。
- 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](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

- 赖子歆（2015）。〈简析《卫报》信托所有权之治理模式〉，《传播、文化与政治》，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.

# 「没有保障的马克思主义」： 霍尔对当代中国文化研究的启示

孟冰纯\*

---

投稿日期：2015 年 2 月 8 日；通过日期：2015 年 4 月 16 日。

\* 作者孟冰纯博士为伦敦政治经济学院媒体与传播系副教授，e-mail: B.Meng@lse.ac.uk。

2014 年 2 月 10 日,英国左翼文化研究的一代巨擘斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)病逝,享年 82 岁。《纽约时报》的讣闻标题称霍尔为「研究多元文化影响的先驱」<sup>1</sup>中文媒体反响甚微,只有凤凰网发了比较详细的报导,称其为「当代文化研究之父」<sup>2</sup>,英国《卫报》的悼文由两位学者大卫·莫利(David Morley)和比尔·施瓦茨(Bill Schwarz)撰写,他们用了「文化理论家、活动家及《新左翼评论》创办人」这三个头衔来概括霍尔的成就(Morley & Schwarz, 2014)。新闻标题的差别,从一个侧面反映出霍尔在不同的政治语境中是如何被解读的。美国媒体突出身份政治而绝口不提意识形态的左右之争。中文标题以男权色彩的话语凸显霍尔的学术地位(虽然正文中采访的几位学者都提及霍尔研究的政治性)。只有霍尔曾经的同事们点明了他与英国左翼政治的密切关系,而这也正是本文的切入点。在此我无意全面梳理霍尔的思想遗产,更不提倡以仰视大师的姿态,机械照搬霍尔的理论,而是希望把他「放在具体的历史脉络中去理解和汲取」(吕新雨语,见注脚二凤凰网悼文)。实际上,霍尔本人对于学界经常赋予他文化研究代言人的身份这一点,充满警惕和自省意识。他曾不止一次强调,自己不希望以父权姿态监管文化研究的核心与边界(Hall, 1992, p. 277)。同时,作为局势分析(conjunctural analysis)的宣导者,霍尔深知他的观点与论据都植根于英国的政治、社会和文化语境,任何翻译与移植,都需要经过「不断重新接合,纳入新语境的过程」(Chen, 1996, p. 393)。

我将首先辨析霍尔的文化研究与马克思主义充满张力的关系,以及这种关系在中国语境下的意义。其次,对马克思主义议题的梳理,引导出文化研究中的两个理论关键字:意识形态与接合。霍尔对于这两个概念的阐释借鉴葛兰西(Antonio Gramsci)、阿图塞(Louis Althusser)和拉克劳(Ernesto Laclau),从而超越了传统马克思主义对文化及上层建筑的经济还原论视角。虽然出于不同原因,意识形态与接合在当代中国文化研究的讨论中并不醒目,但我认为它们有很大的理论潜力并可以与局势分析相结合带来的洞见。最后,透过

---

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

<sup>2</sup>参见 [http://culture.ifeng.com/redian/detail\\_2014\\_02/11/33685544\\_0.shtml](http://culture.ifeng.com/redian/detail_2014_02/11/33685544_0.shtml)

霍尔一以贯之的政治介入立场，我试图反思更基本的问题——文化研究真的重要吗？为什么？在霍尔看来，文化研究绝不是学术圈里卖弄聪明的智力游戏，而应致力于社会主义民主的政治理想。

## 壹、「后」马克思主义了吗？

2014年12月，伦敦大学金史密斯学院<sup>1</sup>组织了为期一周的各类学术活动纪念霍尔，并将学院的新教学楼重新命名为斯图尔特·霍尔大楼。在最后一天汇集了各国知名学者的研讨会上，英国媒介政治经济学家詹姆斯·卡伦（James Curran）率先发言。卡伦教授先是半开玩笑地说，现在斯图尔特也去了海格特公墓，而且跟马克思相距不远，他们终于可以继续那些未竟的争论了。然后他话锋一转，指出约翰·亚康法（John Akomfrah）广受好评的纪录片《斯图尔特·霍尔项目》（The Stuart Hall Project）最大的问题就在于，「没有点明斯图尔特是一个马克思主义者」。以这样的论断为当天的讨论开场实在颇有意味，因为霍尔的学术生涯从一开始就与马克思主义有着密切联系，而英国文化研究的学术定位又是在对经典马克思主义的不断批评和超越中才得以发展。这种充满张力的关系既确定了霍尔的政治座标，又成为他不断丰富马克思主义文化观及意识形态理论的思想动力。

事实上，劳伦斯·格罗斯伯格（Lawrence Grossberg）在1986年那篇颇具影响力的〈历史、政治和后现代主义〉一文中，向其时不甚了解霍尔的美国学界介绍他时，正是用马克思主义来界定「英国文化研究」的。这可以从几个方面来理解。首先是霍尔的成长经历和思想发展轨迹。身为有色人种，来自殖民地的霍尔，1950年代在牛津求学期间，与周围的白人精英圈子格格不入，对少数族裔及其他弱势群体的认同则日益强烈。离开牛津后，霍尔加入《新左派评论》，和当时英国左翼知识界的领军人物雷蒙·威廉斯（Raymond Williams），E.P.汤普森（E.P. Thompson）等共同奠定了这份至今在英语国家知识份子中仍极富影响力的进步刊物。对于这段学思历程，罗世宏（2014）

---

<sup>1</sup> Goldsmiths College 是伦敦大学艺术学院，它的传播系以文化研究见长。

有专文论述，这里不再赘言。其次，霍尔的理论探讨和经验研究大都围绕着马克思主义的相关议题，比如经济基础与上层建筑的关系，比如意识形态问题，比如社会结构及生产方式与文化的关联，比如不同历史语境下的世界观的发展。虽然他深刻意识到传统马克思主义在解释文化及思想意识诸多问题上的局限性，但他毫不含糊地说「我仍然是在马克思主义设定的话语范围内进行思考」（Grossberg, 1986, p. 58）。霍尔将马克思主义辩证的认知方式贯彻到自己的理论思考中：「只有那些你需要去与之角力的理论才是值得存在的，而那些你能够流利宣讲的理论并无价值」（Hall, 1992, p. 280）。他所宣导的文化研究，正是通过与传统马克思主义的角力才得以发展，「因为任何事物要想变得受欢迎，都需要经过一番斗争」（Grossberg, 1986, p. 52）。最后，比个人背景和学术议程更重要的，是霍尔对马克思主义所代表的政治关怀和社会发展目标的认同。参加金史密斯学院研讨会的，不仅有世界各地的学者，更有艺术家和社会活动家，他们中好些人曾受惠于霍尔生前的文化实践——比如他参与创办的国际视觉艺术中心以及资助黑人艺术家的 *Autograph* 项目。霍尔认为，文化研究不应止步于批判资本主义的文化表征及意识形态，它更重要的现实意义在于提供新的语汇，新的思维空间，让大众得以想象一个更加平等，公义，包容的社会并为之奋斗。文化研究学者应该做葛兰西所说的有机知识份子，从资本主义霸权体系的内部，向大众揭示另一种生活的可能性。

也正因为如此，霍尔对于文化研究在美国发展成为象牙塔内的自娱自乐，持强烈的批评态度。他认可后现代思潮及解构主义分析的思想贡献，但认为「解构主义腹语术」（*deconstructive ventriloquism*）带来的文本化（*textualization*）。

完全背离文化研究的初衷。也就是说，尽管某些学者能用复杂精巧的语言对包括种族、性别、阶级、他者、主导、边缘等一切问题进行理论分析，但这种停留在文本和话语层面的文化研究，非不会对现实的权力或政治形成任何有效干预，而且高度学院化的探讨本身就是一种排他性的权力机制，把学术与社会，文本与行动，知识份子与他们试图影响的大众割裂开来（Hall, 1992, pp. 284-285）。这种政治介入的指向，正与马克思一脉相承：「哲学家们只是用不同的方式解释世界，而问题在于改变世界」。

遗憾的是，中国学界对于霍尔，乃至对文化研究的了解，恰恰局限在文本和话语分析层面，并与马克思主义的批判传统渐行渐远。这里有几层原因。从引入中国的学术路径来看，文化研究从一开始就主要是中文系学者的领地，并未与社会学、人类学、媒介研究等社会科学形成足够的交叉整合，从而拘泥于从文本解读「倒推」社会变迁，但往往忽略社会政治经济结构对文本和话语的生产机制的影响。其次，文化研究自二十世纪六十年代肇始于伯明罕学派，随后在英美学界的发展就已经出现分化。雷蒙·威廉斯和理查·霍加特（Richard Hoggart）等英国左翼学者对于大众文化的关注，包含很强的阶级意识。他们认为文化不应该由受过高等教育的白人精英垄断，贴近劳工阶级的通俗文化同样值得重视。所以威廉斯才提出他著名的「文化即生活方式」的定义，大大扩展了文化的内涵。随后霍尔领导下的伯明罕文化研究中心进一步对阶级分析的视角做出补充，发展了立足于少数族裔和女权主义立场的批判性研究。然而在阶级政治式微，商业大众文化极为兴盛的美国语境下，学者们大多摒弃了法兰克福学派从马克思主义视角对文化工业的批判，以承认商业化的正当性与合法性为讨论的起点。比如以约翰·费斯克所代表的媒介文化研究，强调文本的开放多义以及阅听人的主观能动性，在商业流行文化中寻找解放的潜能。参照这两股源流，我们不难发现，当霍尔进入中国学者的视野时，他的思想已经经过了美国学界的选择性过滤，而过滤的结果又恰恰契合中国社会在八十年代末九十年代初的政治及文化语境。在「发展是硬道理」代替「阶级斗争为纲」，在媒介产业的运作全面进入商业化和市场化的节点上，中国的文化研究学者对霍尔关于政治经济结构与意识形态关系的论述兴趣阙如，而把焦点集中在他侧重文本分析的表征（representation）理论，及注重阅听人阐释能力的「编码—解码」说（encoding-decoding），也似乎顺理成章。

所幸，对霍尔的片面接受并不意味着马克思主义文化与媒介研究在中国的彻底缺席。以赵月枝、吕新雨、戴锦华等为代表的一批左翼学者，尽管未必援引霍尔，但坚持阶级视角及政治经济分析对于解读文化现象的重要性。吕新雨对「新纪录运动」的考察，从一开始就既包含对纪录片内容的解读，也关注纪录片的生产机制，这两方面的问题共同指向对媒介市场化带来底层

民众缺位元和失语的批判 (Lü & Zhao, 2010)。这呼应了霍尔所宣导的, 文化研究应当立足于辨识普通民众的主体性: 「沉默的大多数确实在思考, 如果他们不发言, 那可能是因为我们禁锢了他们的声音, 剥夺了他们言说的手段, 而不是因为他们无话可说」(p.140)。吕新雨将王兵的【铁西区】置于当代政治经济大背景下的阐释, 更是借助马克思主义哲学家卢卡奇关于历史与阶级意识的论述, 从这部不动声色的纪录片里, 读出中国工人阶级命运起伏的惊涛骇浪 (Lü, 2005)。类似的, 戴锦华多年来对中国电影的跟踪评论, 在细读镜头、机位、构图、剪接等电影语言的同时, 也始终着眼于勾连电影文本与产业结构乃至更加宏观的社会、政治、经济语境。比如她分析电影【钢的琴】, 并没有停留在叙事手法和美学风格, 而是将影片中下岗工人在废弃的厂房里合力打造钢的琴, 看作对资本主义逻辑的拒绝和对摆脱异化的社会主义生产方式的颂扬。电影结尾钢琴的制造者们成为演奏者, 向我们展示着一种「『另类价值』和『另类可能性』…如果不能认同昔日革命的形态、昔日的社会主义是社会主义, 那么我们需要想象, 需要去建构, 哪怕从乌托邦开始, 从愿景中去」<sup>2</sup>。乌托邦的叙事源于对现实的不满, 引导对未来的想象。文本和话语不仅仅来自实践, 更有可能影响和改变行动, 从而变成「实体性力量」(material force)。然而, 正如赵月枝所言, 关于中国的媒介与传播研究 (包括中国和非中国学者) 始终有很强的「阶级偏见和都市—沿海倾向」(Zhao, 2010, pp. 546-548)。市场化的媒体服务于有购买能力的都市中产阶级, 工人、农民变成了被遗忘的人群, 成了大众媒体中被表现的「他者」, 而不再是主体性的存在 (Lü & Zhao, 2010, p. 11)。阶级话语让位于「弱势群体」、「草根」之类的去政治化标签, 而后者有限的批判力量往往被商业逻辑轻而易举地消解, 成为中产阶级消费与怜悯的对象 (参见王洪哲, 吴靖, 2013)。在这种时候, 一面重新审视霍尔及他所代表的马克思主义文化研究, 一面扬弃中国语境下陷入庸俗, 僵化, 或沦为政府宣传工具的马列主义教条, 就格外重要。

## 贰、意识形态、接合与中国梦

---

<sup>2</sup>戴锦华在北京大学关于【钢的琴】的演讲, 全文见: <http://www.douban.com/note/183477224/>

要想在当代中国的语境下启动霍尔学术思想的政治维度，就需要阐明两个相互关联的核心概念——意识形态（ideology）与接合（articulation）。霍尔与马克思主义最初的交锋聚焦于意识形态问题。众所周知，马克思本人的毕生精力主要用于批判分析资本主义的政治经济制度，对文化和意识形态问题着墨不多。马克思在其著作中对意识形态的有限探讨，也主要集中在资产阶级思想体系如何维系资本主义运作，并被工人阶级内化为所谓的「虚假意识」（false consciousness），因此多带有贬义。经典马克思主义认为社会构成最终由经济基础决定，故而提出统治阶级的思想就是统治思想。霍尔汲取葛兰西、阿图塞、以及拉克劳的思想遗产，大大扩充和深化了马克思主义文化批判。他将意识形态的定义拓展为「不同阶级和社会群体用来理解、定义和说明社会运作方式的思维框架，包括语言，概念，类别，图景以及表征系统」（Hall, 1986, p. 29）。这一定义可以从几个方面阐发。首先，既然各阶级都需要依靠语言和思想理念来发展认同，把握世界，那么任何社会都存在意识形态体系的冲突和斗争，即便是统治阶级意识形态的主导地位也并非一成不变地附着于经济基础，而是始终处于动态的演化之中，故而是「没有保障的马克思主义」（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。日常生活中司空见惯的符码、叙事、论述乃至认知框架都是意识形态的重要组成部分，而这些也正是文化研究的分析对象。再次，由符号和话语组成的意义系统和经济结构之间有着密不可分的辩证关系，但又不是机械对应的。在这个问题上，霍尔一方面整合了话语理论、心理分析以及后结构主义的洞见，另一方面，他在 2012 年接受美国学者瑟·加利（Sut Jhally）的访谈时明确表示，对于文化研究的事业来说，比沉迷理论脱离实践更具破坏性的是「在批判经济还原论的道路上走得太远，以至于完全忘记了经济结构这回事」<sup>3</sup>！早年跟格罗斯伯格的对话中，霍尔也曾一针见血地指出「相对于向下还原的经济决定论来说，完全专注于话语的分析方式是一种上行的还原论」（Grossberg, 1986, p. 57）。

---

<sup>3</sup> 该访谈视频可见：<http://vimeo.com/53879491>。

那么在这样的分析框架下，经济基础与上层建筑之间的关联究竟如何建立又如何演化呢？回答这个问题就需要将注意力投向霍尔的另一个理论关键字：接合。霍尔对这一概念的阐述和运用借鉴了阿根廷裔政治理论家恩斯特·拉克劳。拉克劳在《马克思主义理论中的政治与意识形态》一书中提出，意识形态的话语构成并不是既定的，不仅意识形态体系各部分之间并不具有天然联系，而且这些组成部分与社会关系尤其是阶级结构也并非一一对应（Slack, 1996, p. 119）。「一个阶级领导权的确立，并不在于把统一的世界观强加于全社会，而是通过把不同的愿景以某种方式结合起来，从而消解它们之间的矛盾与对立」（Laclau, 1977, p. 161）。

对霍尔来说，文化研究的一个重要任务，就是考察这些并没有必然联系的意识形态元素，在什么样的情况下，以什么方式被接合成连贯的话语体系，又会在什么样的情况下被打散，从而无法言说。较之中国政治课本里「社会存在决定社会意识」，「经济基础决定上层建筑」之类的教条，接合理论追问的并不是主体怎样以必然属于他们的方式思想，而是一种意识形态如何发现它的主体，或者用阿图塞的说法，就是通过「询唤」使特定的主体意识得以确立。相对于马克思著名的意识形态即「虚假意识」的论断，霍尔并不认为这个概念天然带有贬义，反倒有赋权（empowering）的一面，因为意识形态可以帮助人们解读自身的历史境遇，而这种解读并不能简单归结于他们的社会经济地位（Grossberg, 1986, p. 53）。因而在实际政治斗争中，意识形态不是需要被打碎的幻象，而是如葛兰西所言，争夺领导权的重要阵地。

霍尔利用意识形态与接合理论做的最经典的分析，自然非「柴契尔主义」莫属。他在与瑟·加利的对谈中回顾自己的学术生涯时，不无自豪的说，那些执迷于量化分析统计模型的社会学家们，没有一个能在柴契尔当选之前，就预言她一手打造的「威权民粹主义」（authoritarian populism）将从此对英国政治产生决定性影响。从与同事合着的《监管危机》（Hall, Critcher, Jefferson, Clarke, & Roberts, 1978）中对七十年代初期英国政治和社会局势（conjuncture）的分析，到 1979 年初<sup>4</sup>发表的《伟大的右行表演》（Hall, 1979）

---

<sup>4</sup> 柴契尔是年五月就任英国首相。

中明确使用「柴契尔主义」，霍尔辨识出今天被称为「新自由主义」意识形态的主要成分：政治上的威权主义，经济上推崇完全放任的自由市场，社会政策方面削减福利和公共开支。柴契尔一方面说「根本就没有社会这回事」（there is no such thing as society），另一方面用「国家」，「人民」之类的民粹色彩语汇代替「阶级」和「工会」从而成功地感召各阶层选民。这似乎完全印证了拉克劳的观点，确立阶级领导权，就是要把不同世界观之间的矛盾消解之后再接合起来。

反观当代中国，矛盾和反讽俯拾即是：共产党领导下的资本主义经济，从无产阶级先锋队摇身一变成为官僚资本家的党内精英，社会保障体系全面溃散，贫富分化日益加剧的社会主义国家，名义上是国家主人实际却沦为「底层」成为「弱势群体」的工农阶级。对政权而言，如何在这样的语境下维系意识形态的领导权，是一个巨大的挑战。从「白猫黑猫」说，到「三个代表」，从「和谐社会」到「中国梦」，中共几代领导人试图用去政治化的言说方式，杂糅民族主义（比如中华民族的伟大复兴）和发展主义（比如科学发展观），既规避政治经济结构的诸多矛盾，又为自身的合法性找到依据。然而正如霍尔、葛兰西等西方马克思主义学者所言，意识形态的领导权并不天然地属于统治阶级。作为当代社会最重要的文化生产机构，市场化后的中国媒体早已不是政权的传声筒，而是在相当程度上臣服于资本的逻辑。商业化媒体既得益于市场经济体系，又对政府管控多有不满，因而接合出一套国家=专制=践踏人权，市场=自由=解放个体的二元话语体系，却「顺便」忽略了市场与国家在中国语境下的相互依附（汪晖，2006；Zhao, 2000, 2003）。在这套带有市场原教旨主义色彩的话语体系中，效率优先于公平，竞争优先于合作，私有产权优先于公共性，财富等于成功，消费即是参与，正与美国所代表的全球资本主义价值体系全面接轨。可以说，从真人秀的「梦想叙事」，到「双十一」的全民狂欢；从庞麦郎的滑板鞋，到屌丝杀马特之类的网路新词汇<sup>5</sup>，当代中国很多文化现象都需要放在中国梦和美国梦既对立又重迭的动态关系中去解读。

---

<sup>5</sup> 这里要感谢我的两位博士生王子艳和黄炎宁，他们对中国当代文化现象的批判审视对我多有启发。

## 参、结语：从文化政治到想象另一种可能的生活

如果霍尔宣导的文化研究仅仅停留在文本层面的批判，那他还不会被冠以「活动家」的头衔，也不会成为三十年来英国左翼政治的关键代言人（罗世宏，2014）。在1960年发表的一篇〈查泰莱夫人的情人〉评论开头，霍尔这样写道：我们的生活是被我们的同情心流动和收缩的方式决定的。很大程度上，这句话也可以概括了霍尔自己的思想和立场（Ali, 2014）。从早年抗议核武器扩散到主编《新左翼评论》，从创立伯明罕文化研究中心到通过开放大学（Open University）课程教育民众，从解剖柴契尔的威权民粹主义到尖锐批评新工党的向右转，从支持2003年反伊拉克战争游行到2012年分析伦敦东区骚乱的政治根源，霍尔的政治介入立场始终清晰如一。他的批判锋芒直指政治、经济、社会、文化各领域的压迫与不公，他的同情心流向边缘和弱势，流向被迫失语的大多数。

在这样的政治导向下，文化不是锦上添花的装饰品，而是斗争和冲突的重要场域，亦是催生进步力量的希望所在。正如Chen（1991）所言，当代社会的权力运作早已不仅是自上而下的强压，而往往通过自下而上的建构方式渗透于无形。故而文化政治既不单纯是民众的自发实践，也不是资本主义的简单操控，而是介于二者之间，无时无刻不在的活跃斗争。霍尔继承葛兰西和阿图塞的观点，认为政治经济结构虽然为意识形态设定重要的界限和参数，但并不能预先决定文化政治的斗争轨迹和结果，所以新的话语空间，进步的社会想象仍有可能出现。这就是葛兰西的名言，「思想上的悲观主义，意志上的乐观主义」的涵义所在。2012年霍尔接受《卫报》采访时再次重申这个观点，尽管此时年逾八旬的他承认自己对政治局势的评估比从前更加悲观：「别欺骗自己。先对当下的时局做出分析，然后再做意志上的乐观主义者，坚信事情可以是另一番面貌。但别以乐观的意志作为出发点，那就成了乌托邦的幻想」（Williams, 2012）。

中国社会的种种，似乎也有足够的理由让人陷入悲观主义的论调。在政

权的压制和资本逻辑的禁锢下苟且偷生的中国媒体，乃至更广义的文化生产机构，究竟是否可能提供进步的话语空间，容纳批判的反思？如果答案是肯定的，那么文化研究者应该如何参与激发并扩展这样的可能？如果答案是否定的，那我们又应该如何在今存体系之外开拓新的话语空间，接合新的世界图景，创造对另一种可能生活的想象？毕竟，「文化政治是产生理念的过程，并通过践行新的理念或更新旧的理念，修改旧的政治路径，创造新的社会力量」（汪晖，2014）。一个更好的社会，始于进步的文化政治。

## 参考书目

- 王洪哲、吴靖（2013）。〈「春天里」的故事—从草根呐喊到媒体狂欢〉，《新闻春秋》，3: 33-41。
- 汪晖（2006）。〈「去政治化的政治」与大众传媒的公共性〉，《甘肃社会科学》，4: 235-248。
- 汪晖（2015）。〈当代中国历史剧变中的台湾问题〉，《文化纵横》，1。取自 [http://www.21ccom.net/articles/tgzc/20150130119762\\_all.html](http://www.21ccom.net/articles/tgzc/20150130119762_all.html)
- 罗世宏（2014）。〈新左派公共知识份子与批判思想遗产〉，《传播研究与实践》，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

孟冰纯 (2015)。〈「没有保障的马克思主义」：霍尔对当代中国文化研究的启示〉，《传播、文化与政治》，1: 167-178。

## 《数位时代的阅听人商品》短评

萧肇君\*

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

资通传科技发展日新月异，媒体地景的变化亦令人目不暇给。自美国政府全面解除网际网络的商用限制起算，在短短不到廿年间，网际网络在全世界的覆盖率已达 40.4%，使用网际网络的人口亦逾 30 亿人之数（International Telecommunication Union, 2014）。影响所及，不仅电信业的话务营收备受威胁，广电业向所倚赖的广告收益也日见窘迫，乃至于电子商务兴起、巨量资料的应用前景可期，特别是个人化的行动载具当道、社群媒体风行，以资通传科技为中介、整合生产、流通及消费的无阻力资本主义（frictionless capitalism）仿佛就差临门一脚。正是人类文明大步朝速度更快、涵盖更广、更安全、更创新、更节能、更平等...的资讯社会前进之际，重新思索「阅听人商品」这个诞生自类比时代的概念，不会略显过时吗？对此，《数位时代的阅听人商品》论集中的众多作者们，显然不能同意，还要对人类生活空间益受商品化（commodification）威胁的处境，放大抗议声量、寻求改变契机。

---

投稿日期：2015 年 1 月 8 日；通过日期：2015 年 3 月 10 日。

\* 作者目前为政大传院博士班候选人、里兹大学博士班候选人、国家通讯传播委员会科员，e-mail:ray84421@ms17.hinet.net。

时间回到二十世纪七〇年代末期，正值欧美经济饱受石油危机冲击，而新自由主义(neo-liberalism)即将由柴契尔(Margaret Thatcher)及雷根(Ronald Reagan)联手在大西洋两岸催生前夕，有感于西方马克思主义者(Western Marxism)自陷于观念论的丛林(jungle of idealism)而少对传播进行有意义的经济分析，加拿大学人史麦塞(Dallas Smythe)以垄断资本主义(monopoly capitalism)的历史阶段为前提，提出了「阅听人商品」的构念以补充此一分析的空白(Smythe, 2014)。<sup>1</sup>他先是参照了马克思(Karl Marx)对「工作日」(working day)的分析，主张工时缩短未便可视为是劳动者自由时间的增加，反而是，在当代由广电业、广告主及阅听人构成的「隐形三角」(invisible triangle)中，资本日益仰赖刊载广告的广电媒介进行需求及意识形态控制以克服自身的危机，而广告主向广电业购买由渠所「生产」之阅听人以完成大众消费财货及劳务的大众行销以满足垄断资本体制所需之际，人们进行非商业化活动(non-commercial activities)以生产暨再生产其劳动力的空间也益受限缩，并从而产生了异化。

史麦塞以美国社会发展轨迹所发展的「阅听人商品」论述一出，吹皱一池春水，从由引发的「盲点论战」(blind-spot debate)，甚至可说持续至今。回顾文献，讨论的方向大致有几：(一)对于资通传科技与社会的发展，如何从物质基础的角度理解；(二)承上，资本主义是否历经了典范转移(paradigm shift)；(三)复承上，如何促成行动，改变此一由资本打造而未必令人满意的现况。

## 壹、补足传播的下层结构分析—对于商品的求索

亟欲对传播的下层结构补足分析的论战中，最让人印象深刻的，莫非是在当代媒介体制(media complex)中对于商品的求索。举凡传播科技、讯息、

---

<sup>1</sup> 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.

阅听人、收视时间 (Jhally, 2014)、收视调查 (Meehan, 2014), 乃至于数字化环境下的「产制消费者」(Prosumer; Fuchs, 2010)、个人资料 (Pridmore & Trotter, 2014)、资讯呈现的型态 (Andrejevic, 2014) …等, 均曾陆续被指认为是可兹交易的「商品」。部分论者甚至更援引马克思的劳动理论 (theory of labor), 对非专业的媒介使用者进行「价值增殖」(valorization) 的考察, 从而分析资本对剩余价值 (surplus value) 占有的型态。适逢柏林围墙将垮、苏联倒台前夕, 印籍美国学人加力 (Sut Jhally) 在《广告的符码: 拜物教与意义的政治经济学》(冯建三, 1992b) 一书中, 还将电视收视类比为薪资劳动 (wage labor)。藉由将节目收视定义为薪资、广告收视定义为劳动, 他认为, 制作节目成本及广告营收之差额即为被占取的剩余。乃至于此后廿年间, 世局变化, 随着新自由主义乘着全球化 (globalization) 的浪潮攻城掠地, 各民族国家争相向下沈沦 (race to the bottom) 的结果, 使得不安定劳动 (precarious work) 日益普遍, 适逢全球金融风暴酝酿震荡, 学人如奥籍学人福克斯 (Christian Fuchs) 等亦从阅听人商品得到启发, 将「剥削」(exploitation) 的研究视角延伸至已日益发展的网际网路, 并将之视为资本获取剩余价值的新场域。则不论是网友无偿劳动 (free labor) 产制的内容 (user generated content), 或是他们在网路上留下、关于自己而得让售广告主的吉光片羽, 在他看来, 也成为当代资本得以进行积累 (accumulation of capital) 的泉源。这样的观点, 也就在「知识经济」(knowledge economy)、「注意力经济」(attention economy)、「资讯型资本主义」(informational capitalism) 的推波助澜下, 带动起近年来所谓的「数位劳动论战」(digital labor debate)。

将前揭理论套用于现实, 大概仍有相当的吸引力—广告形式管制日渐松懈下, 打开电视, 纵为分众观赏, 举目所见, 仍然是扑天盖地的置入性行销 (product placement), 节目及广告界线的混淆, 莫非是广电业者降低给付、强化阅听众劳动强度的暗渡陈仓之举 (Jhally & Livant, 2014)? 即便登入网路, 社交电视 (social TV) 是否可能取代传统电视, 成为广告主的最爱 (Napoli,

2014)？乃至新的「免费午餐」(free lunch)取代「节目」出现，作为新闻资讯中介者(intermediaries)的谷歌(Google)或百度(Baidu)、脸书(Facebook)或微博(Weibo)是否诚实无欺？在其看似中立的讯息呈现中，是否包藏广告主精心设计的资讯？而在讳莫如深的演算法(algorithm)背后，究竟又将使用者个人行为及隐私以何种尺度进行何种搜集(Pridmore & Trotter, 2014)，又提供广告主或国家进行何种运用(Lee, 2014)？纷至沓来的问题，如何不值得关切？

## 贰、以传播定义资本主义的典范一洞见或是误解？

不可否认，前揭分析，对我们理解当代传播科技与社会的辩证性发展，有其贡献。然而，当学门中分析者益着迷于资通传科技的最新进展（比如对行动科技的分析，见 Manzerolle[2014]），并亟欲以此来为资本主义定性，甚或提出「传播资本主义」(communicative capitalism)来主张「消费者线上社群」(consumer online community)对专业行销(Marketing)「价值创造」的遮蔽效果(Zwick & Bradshaw, 2014)，就正统马克思经济分析的角度视之，诸般对于阅听人劳动的论述若非错误，至少并不精确(Comor, 2014)。从此角度视之，由于欠缺对马克思劳动价值理论的全盘理解(holistic understanding)，对于资本主义中「价值创造」的遮蔽效果，实无异于其他拜物教。一如史麦塞自己也同意，马克思倾向否定产销过程中间人(middle man)的生产性(productivity)，正统马克思经济分析亦不认为广告及行销具有理论意义上的生产性，而仰赖广告挹注的传播部门，在一社会内，亦仅就社会全体产生的剩余价值就其职能进行占有(appropriation)，乃至分析者将阅听众、消费者视为是「剥削」而汲取剩余价值的来源，更是混淆了生产与再生产(reproduction)的分际。具体而言，不论是「盲点论战」对商品的求索，甚或是「数位劳动论战」对非专业媒介使用者「劳动」的分析，纵然分析的具体对象有异，但对正统马克思经济分析而言，相似的是一论述都是从现实中实存的「交易」回推「商品」的存在，再攀附《资本论》(*The Capital*)第 182

一卷对商品的分析，从厂商的收益（revenue）先验假定「剥削」的存在，再方便地将新旧不同媒介的使用者视为劳动的主体。倘使此类推论成立，则广电业的「阅听人商品」，竟置专业内容产制者于何地？而「阅听人数位劳动」又复将资通传软硬體公司中工程师及技工的劳动成果视作何物？此且不及，遑论从资本循环的总体角度，为个别的具体劳动定性，或就部门性质，进行適切分析，乃至超越货币现象对人类生存处境的欺骗作用而获得启蒙？

从此观之，以当代传播科技的进展论断资本主义的典范转移，可能无意间反蹈了科技决定论（technological determinism）的陷阱。然而，这并不代表研究者不能从正统马克思经济分析的角度，重新理解资本主义下传播部门与社会的发展。具体而言，当货币资本家就其贷予产业资本家之货币并就未来可能产出的剩余以「利息」（interest）之名义进行占有、当土地所有者就其提供产业资本家运用土地并就未来可能产出的剩余以「地租」（rent）之名义进行占有、当商业资本就其促进商品流通的职能对未来可能实现的剩余进行占有，广告业以及仅仅仰赖广告之媒介，亦就其协助资本循环的职能对未来可能实现的剩余进行占有；各种占有固有以货币型态为表现的收益、就其所运用的人力及物力有类似于产业资本的耗用，但其关系未必须以生产性劳动的「剥削」名之。而传播科技发展对资本主义中社会关系的影响，自然值得持续研究——这当然也可以是本论文集的启发。

### 参、如何促成行动，改变此一由资本打造而未必令人满意的现况？

从正统马克思经济分析角度为传播部门下层结构定性的尝试，目前已有一些，虽然也有从「虚拟资本」（fictional capital）切入的尝试（Chen, 2003），但更值得注意的，毋宁是将广告收益确认为是资本主义体系中的某种「租」的论证（萧肇君，2006；Caraway, 2011）。面对这样的说法，甚至连加力本人也同意，自己对马克思专有名词的挪用，实不具原初经济分析的严谨（Jhally, 2014）。就此意义而言，担忧广告对儿少的不当影响（Melody, 2014），未必需扣连至对于童工的分析。然而，纵然从「阅听人商品」及「数位阅听人劳

动」的论战中澄清了媒介广告收益为租的性质，此类「租」的形成及运作形态，仍然值得研究者进行分析与考掘，比如—美国商业收音机广播及电视台的广告收益，或系依电台所在地阅听众收入水准向广告主收租（Arriaga, 1984），至台湾报纸的广告收益，或系依广告所在版面、印出大小等空间逻辑向广告主收租（萧肇君，2006）。尽管如此，一如马克思对资本主义体系的洞见，并不止于经济分析，同时也包含对意识形态的批判认识，如何避免分析因某种决定论（determinism）而落入教条，研究者自应引以为鉴，而这正是梅铎在「盲点论战」中强调（Murdock, 2014b）、而亦为「数位阅听人劳动」倡导者福克斯所同意的（Fuchs, 2014）。

对此，在参与论战的多年后，梅铎也从英美两地媒介发展的不同历程，重新思考当年对话的基础，并对二十世纪八〇年代以降、英国公共广电体制益向美国商业广电体制靠拢的趋势，提出批判（Murdock, 2014c）。如梅铎所言，史麦塞于 FCC 首席经济学家任内，纵然苦心协助出版了名为《广电持照者公共服务社会责任》（*Public service responsibility of the broadcast licensees*）的政策文件，这份昵称为「蓝皮书」（blue book）的大政方针，却不敌商业力量的游说，乃至战后麦卡锡主义（McCarthyism）高张，史麦塞公职生涯断难再续，惟他力挽狂澜，以学者之姿鼓吹设立教育电台、抨击节目广告不分、针砭商业电台抛弃公共责任，但英国公共广电「扩展视野、挑战思考」的原则，却遗憾地仍未可成为美国商业化广电体系的指南，反而，在英国保守党引导下，以执照费为物质基础的英国广播协会（British Broadcasting Corporation, BBC）及公共广电体制日受削弱。

而当通传科技不断进展，整体环境却益受商业逻辑牵动，为民主之存续、民权之发扬，如何守护并创造公共财（Commons）、如何抑制商业力量对人类生活空间的宰制，梅铎的倡议（Murdock, 2014a），既呼应了威廉士在《电视：科技与文化形式》中对科技应用意图（intention）的提醒（*Television: Technology and cultural form*）（冯建三，1992a），更应当是当前全世界所有批判心灵的关切。史麦塞其人典型在夙昔（Mosco, 2014），但见编者之一对本论集的引介，洋洋洒洒，亦无非是对数位传播环境的批判研究之集结（McGuigan, 2014），则面对一个日益被贸易及投资协定夷平的世界（leveled

world), 面对批判学术益受政商势力所威胁 (Fuchs, 2014), 我们能做什么? 面对贫富阶层之间日益拉大的鸿沟与差距, 后进国的台湾能做些什么? 且让我们从阅读并辩论本书开始。

## 参考书目

- 冯建三译 (1992a)。《电视：科技与文化形式》，台北：远流。（原书 Williams, R. [1974]. *Television: Technology and cultural form*. London, UK: Fontana）
- 冯建三译 (1992b)。《广告的符码》，台北：远流。（原书 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）
- 萧肇君 (2006)。《论媒体劳动：阅听人、记者与记者后备军》。政治大学新闻所硕士论文。
- 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](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

萧肇君 (2015)。《《数位时代的阅听人商品》短评》，《传播、文化与政治》，1: 179-187。

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

## 记者怎么了？ 从「场域」概念检视政治记者的新闻实作 评介黄顺星《记者的重量》

江淑琳\*

書 名：记者的重量—台湾政治新闻记者的想象与实作  
作 者：黄顺星  
出版日期：2013 年 11 月  
出 版 社：巨流

「好记者的标准是甚么？」、「记者该扮演甚么角色？」已经成为学界、实务界以及一般社会大众心中止不住的疑问。2012 年美国 HBO 播出影集《[The News Room]》(中译片名「新闻急先锋」)，描述新闻台徘徊于商业考量与媒体第四权角色之间的挣扎，写实的新闻产制过程，受到不少观众青睐，究其因，在于最后新闻伦理与记者操守胜出，符合观众心目中期待的好记者角色。

但影集终归是虚构，要求真实世界中的机构记者(个人)具有足够力量与媒体机构或政治、经济等大环境(结构)抗衡，在兼顾记者作为一项志业的道德驱使、以及记者作为一项职业的专业与生存需求下，符合公众对于记

---

投稿日期：2014 年 7 月 25 日；通过日期：2014 年 9 月 2 日。

\* 作者江淑琳为文化大学新闻学系助理教授，e-mail: cshulin@googlemail.com。

者的期待，恐怕很难如愿，于是，记者的身影日渐羸弱，新闻路上的脚步却难以轻盈。

黄顺星博士改写自博士论文、获得 2011 年「曾虚白先生新闻学术著作奖」的著作《记者的重量：台湾政治新闻记者的想象与实作 1980-2005》，正是透过历史资料与深度访谈政治记者，勾勒出大的政治社会环境与报社报导方向之互动，同时爬梳政治记者作为个体在社会环境与报社组织变迁中的选择。虽然作者并未明言，但从论述过程可以窥见作者期待从研究中找回过去记者所扮演的公共知识份子角色，并希望对现今的新闻媒体与记者有所启发。

在上述隐而未彰的期待下，作者于第一章〈绪论〉先讨论记者的极端角色：被视为社会乱源或英雄。继而讨论媒介组织在不同社会政治经济结构中的典范或模式。作者从新闻产业在不同时期被赋予的期待及角色谈起，意在指出结构（宏观的社会结构、中层的报社结构）与个人（记者）之间的关系，然作者认为从结构的决定论或是个人的能动性出发，均无法完整回答本论文的问题意识--「知识份子的时代意义」（本书，页 45），因此以 Bourdieu 的「场域」（field）概念，从结合「场域」与「惯习」（habitus）的记者实作（practice）入手，融入「世代」（generation）分析，以「化解结构与行动的二元论，强调实作的二元性」（本书，页 29-30），论述本书所界定的 20 余年间新闻场域之变化，并检视该变化对政治记者此一新闻生产过程中的主要行动者所产生的影响（本书，页 11）。

由于本书改写自博士论文，延续博士论文的架构，第二章〈记者的回归〉提供作者分析实证资料的理论角度，以及资料收集与分析方法。理论上，作者借用 Bourdieu 的场域概念，提出本书的问题意识：新闻作为次场域如何萌生？新闻次场域与主要权力场域的关系及影响为何？新闻次场域中，不同世代的记者之惯习为何？资料收集与分析上，透过对政治记者的访谈，收集不同世代政治记者的实作经验，从新闻实作的角度去反省并思考，「何以在威权政体下，面对直接的身体暴力阴影下，仍有记者愿意以屈笔或匿名方式投书发生，如今人身自由的威胁不再，为何记者的身影反倒日益模糊？」（本书，页 40）事实上，作者心心念念想问的是：「同样处在庞大的经济利益诱

惑中，为何 1980 年代初期的报业仍能试图争取有限的自主空间，如今报业却深陷市场的紧箍咒而无法自拔？」（同上）。作者在本书第六、七章所援引的不同世代记者之访谈资料中，试图提供解答。

作者企图从结构与个人的互动，或是权力场域、新闻次场域、新闻记者三者的互动，来分析政治记者的角色与重要性，隐约透露出作者殷殷期待记者扮演知识份子的角色，这样的期待在第三章〈知识份子的图像〉中带出。作者期待记者同时也是（公共）知识份子，那么，（公共）知识份子的定义又为何？如何随时代转变？作者从理论出发，完整地整理了知识份子意涵变迁的相关文献，分析社会学对「知识份子」于不同时代所指称的对象与定义，带出早期中国报业记者自诩为知识份子所扮演的角色，及至知识份子转向为文化仲介，成为知识的劳动者，专业主义出线，传统知识份子的角色转为提供解释的专家，知识份子与专家两相对照，藉此论述社会条件与生存条件对知识份子图像的转移之影响。

当知识份子入世为日常生活提供解答时，专业角色便受到关注，作者于是继续从专业性的各种角度出发，以跨时及跨领域的方式讨论专业的意涵，并试图结合专业主义与文人记者的理想性。第四章〈专业化的文人〉即展现出作者结合的企图，作者指出，随着社会变迁，知识份子从「不关切世俗性的实际问题」，转变为扮演「日常生活问题的解答」的专家（页 95）。当记者成为提供日常生活解答的专家时，新闻报业的专业主义为何？作者并未直接回答问题，而是透过不同学者对新闻专业的讨论，提供读者「专业」以及「新闻专业」的定义。

前几章提供本书的研究视野与分析概念之后，第五章〈台湾新闻场域的变迁〉进入以台湾作为个案研究的脉络分析，本章也可单独作为认识自 1895 年日本统治台湾起，至 2000 年之后香港《苹果日报》进入台湾，一个世纪多以来的台湾报业发展史。作者使用第二章对场域的理论概念分析，以台湾的新闻场域为对象，带领读者进入本书核心的实证分析。作者提出了产生自日常观察中而得的疑问：为什么《自由时报》的形象，在读者眼中无法成为像《联合报》或旺旺集团接手前的《中国时报》的质报？进而缜密分析新闻场域的权力与再生产过程来回答该问题：新闻场域内的权力关系与场域再生

产（包括新闻次场域中的经济资本、政治资本到文化资本与象征资本之间的关系，以及这些不同资本如何造成新闻次场域的再生产）造成后起的报社即便拥有相同或类似的经济资本，却不一定转化为文化资本，成为被认可的大报或质报。

讨论完台湾新闻场域的变迁与自主性之后，作者进一步再问：这是谁的自主性？显然记者集体获得自主地位，不代表个别记者就能自由表述意见，因此，本书的第六章与第七章回到记者身上，透过深度访谈，让受访的政治记者自我陈述对记者角色的认知，包括当时社会氛围对记者的评价，以及受访者如何一面栖身于媒体组织中，一面怀抱着自己对记者的角色想象。为回答本书的主要问题：知识份子的时代意义（本书，页 45），作者将受访对象分为新旧两个世代，讨论不同世代记者如何看待记者角色。在第六章〈新闻作为志业〉里，作者从受访者论述实作经验中，整理不同世代记者的习惯，借用孔恩典范的转移概念（页 196-197），讨论「文化流氓」、「书生报国」以及从「扒粪到介入」的记者角色。或许作者心中认为记者形象不应仅为上述三类，故而作者在访谈中也整理受访者提及的记者典范，整理在「记者的样板」小节中（本书，表 6-2，页 193-195）。

相对于上一章分析将新闻作为志业，作者在第七章〈新闻作为职业〉中，勾勒在记者心中，新闻从「志业」转为「职业」的过程。两者最大的差别在于：当新闻被记者视为一种志业，不管薪水是否足够，记者只为自己的理想奋斗；当新闻记者被视为一种职业，在乎的是薪水多寡、采访的技术或技巧。事实上，作者在书中还是不断透露出对于一位好记者的期待（即具有传统知识份子的理想），也希望记者将新闻作为志业而非仅是职业。无奈报禁解除之后，影响媒体内容的因素除政治意识形态之外，资本主义的获利极大化要求，加上传播科技快速发展，报社逐渐不将记者视为资产，而是生财工具，记者也难以将新闻工作视为志业。因而产生作者在本章结语时的感叹：「知识份子的身影逐渐渺小，记者的重量日益削瘦，但对于劳动条件的体悟高于过去的老记者，但不知道这样的转变对台湾新闻界来说是幸还是不幸。」（本书，页 235）。

第八章〈结论〉为本书总结，作者用更清晰的论述在书末直接指出现今

记者的问题所在。作者质疑「报业本身不再是文人报业，以知识分子为参照的角色扮演也日渐稀少。这样的转变有些甚么意义？或者又反映甚么？」（本书，页 241），「当记者正要学习作一个专业记者之际，又必须承受产业环境恶化，劳动条件与社会评价逐渐衰退的过程。」（本书，页 244）对许多受访的记者而言，新闻工作「早已不是充满热情的志业，仅只是一份工作」（本书，页 244）作者担忧记者角色从知识分子转变为讯息的解释者，不再具有公共知识份子的理想精神时，记者的影响力与批判能力正在式微。

整体而言，作者具备的政治、社会学以及大众传播之跨领域背景，加上对新闻史的研究累积，丰富了本书在概念论述上与分析视角上的完整与缜密，作者不断地与概念对话并试图找出最适合于本研究的分析概念意涵与受访对象，全书弥漫作者在学者身分之外对于台湾媒体的隐忧与期待，使得本书不仅是一本学术著作，也可作为当前新闻实务者的殷鉴。

本书的完整性毋需多议，然作者目前仅以 1980 年到 2005 年的政治记者实作作为分析对象，阅毕之余仍意犹未尽，期待作者延续时间与不同路线记者等面向，延伸相关研究，尤其对于经历网际网路快速发展的世代，记者不再具有垄断资讯的身分，新闻不再因版面限制而难以见报，处于讯息与版面无限的年代，当时间与版面不再主导新闻露出之后，这个世代的记者，如何看待新闻工作？该去哪里找典范、样板？社会期待又该如何期待他们？或许以下几点建议可以做为未来有机会进一步分析的方向。

首先，就分析的期间而言，本书所采访的记者之工作时期为 1980 年到 2005 年，主要是美丽岛事件发生之后到作者写作论文前的 26 年间。2000 年前后新闻网路化，线上记者不论年资都要提供网路即时新闻给报社，报社记者的采访作息起了很大的变化，多工现象越来越严重，这已在本书中述及；之后的媒体变化更为剧烈，社交媒体如 Facebook 在 2004 年诞生、2008 年有了中文版之后，新闻内容的传递更为即时，加上平板手机成为风潮，公众取得资讯相对容易且多元，媒体组织的记者角色不再具有传统相较于一般公众更容易取得消息的身分。新闻技术也连带改变了传统媒体组织记者的报导方式，资料容易取得之后，如何呈现资料又对传统记者的身分带来冲击，记者成为近似展场中的策展人(curator)。此时，记者的知识分子身分要如何定义？

记者要如何看待自己的角色？

其次，就分析的世代而言，新世代记者有甚么样的惯习，交迭在其对新闻的处理与对记者角色的认知上？如前所述，新世代的记者在处理新闻上已经不再受限于时间与空间的限制时，理应更有余裕进行调查采访或开发公共议题，但从本书作者的访谈发现，相较于旧世代记者，新世代记者似乎较不具有批判分析能力，处理新闻、但已不臧否时政，记者甚至被视为社会乱源之一，这也是值得深入研究的现象：这样的媒体乱象究竟是记者或是媒体组织所造成。也就是说，是媒体组织自乐于资本主义市场经济的经营原则而造成媒体乱象，抑或是记者本身也失去将新闻作为一种志业来经营，恐怕两者之间有必要更深入探讨。过去传播理论在谈新闻室控制时，同时也提到记者如何巧妙地规避新闻室控制，近年关于记者如何回应媒体组织的业配要求或置入性行销，巧妙地避免与新闻伦理冲突之相关研究，也指出记者并非完全顺从于媒体组织或失去新闻伦理，而是自有一套对抗的策略。

最后，就分析的记者路线而言，本书以政治记者为受访对象，作者认为是「因为在政治新闻的领域中，所讨论与关注的议题，其公共性质高过其他新闻类型，较能彰显论文所欲探索的变迁现象。」（本书，页 45）这样的假设放在本书中的旧世代记者身上并无疑义，因为当时的社会政治环境较重视政治新闻与社会新闻，分析政治记者对于知识分子角色认知，足可作为思考记者角色的起点。不过，对新世代的记者而言，科技与科学不断发展，风险社会中的公众对相关议题的关心程度提高，科学与科技议题已渐成为报导中时常出现的公共议题；反之，政治新闻缺乏政策讨论空间，记者采访或流于报导政客口水，政治记者是否仍旧足以回答本研究提问，有待更新的研究填补。

## 本文引用格式

江淑琳（2015）。〈记者怎么了？从「场域」概念检视政治记者的新闻实作评介黄顺星《记者的重量》〉，《传播、文化与政治》，1: 189-194。

# 新瓶旧酒的宣传家族： 文化冷战、中央情报局与软实力

戴瑜慧\*

---

投稿日期：2015 年 1 月 27 日；通过日期：2015 年 3 月 17 日。

\* 作者戴瑜慧为交通大学传播与科技学系助理教授，e-mail: taiyuhui@nctu.edu.tw。

最有效的宣传的定义: 宣传对象按照你所指定的方向走, 而他却以为这个方向是他自己选定的 (Saunders, 2000 / 曹大鹏译, 2002, 页 5)。

软实力是一种能够影响他人喜好的能力 (Nye, 2004, p.25)。

上述两段引言对于何为「最有效的宣传」有着相似的见解, 认为最有效的宣传是在对方没有意识到的情形下影响对方做出你偏好的选择。只是这两段引言相差了半个世纪。前者出自 1940 年代末, 美国冷战时期主导宣传战的中央情报局; 后者则是积极涉入政治的学者 Joseph Nye 在 1990 年代提出的「软实力」。然而, 两相对照, 竟清楚映现出看似随着苏联一同陪葬, 蒙入历史尘埃的「冷战宣传」研究 (Cold War Propaganda), 其实以金蝉脱壳、借尸还魂的手法, 换上 21 世纪的时髦外衣如「软实力」(Soft Power)、「国家品牌」研究 (Nation Branding) 或是老调新谈的「公共外交」研究 (Public Diplomacy), 继续以旧酒新瓶之姿游走在东西方的权力菁英圈中 (Power Elite)。

由此, 要做上述当代的时髦研究, 得戴上历史的镜片, 重新回到那灰蒙蒙的冷战年代, 细细爬梳那昔日的间谍形象缘何与今日闪亮行销各国的偶像团体, 有着那么千丝万缕的关系。而自 1990 年代中就对「软实力」研究爱不释手的中国, 在 21 世纪继续发烧, 产制了大量官方语言与学术语言分不清的「软实力」研究文献, 并继续投入衍生商品的生产, 例如 2014 年 8 月中国商务印书馆就在上海书展发布其「文化冷战研究系列丛书」的首发仪式 (应妮, 2014 年 8 月 14 日)。

也因着与现实政治有强烈的延续性与对照性, 过去关于冷战的研究依旧历久弥新。传播政治经济学者 Herbert Schiller 在 1969 年出版的《大众传播与美利坚帝国》(Mass Communications and American Empire), 历史性的分析战后美国军事工业复合体如何形成, 如何介入掌控美国的传播体系, 并延伸到世界领域。若缺少对这段历史的认识, 我们无法理解当代全球传媒体系的构成, 也无法理解为何推动更平等、关注地区差异的国际传播新秩序困难

重重。Schiller 出身于一次大战后的 1919 年，经历二次大战以及战后美国在德国的军政府，在东西对峙的第一线见证了冷战的形成、美国杜鲁门总统的干涉主义与马歇尔计画对欧洲的介入。帝国的形成从来不是只有对外，与干涉主义并行的是在美国本土高张的反共主义与疯狂猎巫的麦卡锡主义。在风声鹤唳的年代，Schiller 的著作需要的不仅是严谨的研究能力，更需要坚毅的道德勇气。也因为承受保守势力的压力，此书第一版找不到出版公司，而是以类似复印本的方式印刷，直至 1992 年再版。

新一代的研究者则因为冷战历史资料的陆续解密，得以继往开来，进一步丰富对冷战时期的研究，向世人揭开历史的面纱。1966 年出身的英国电视节目制片人与作家桑德斯（Frances Stonor Saunders），在密密的历史资料中翻索，在众多的人物与社交事件中拼凑线索，揭露美国中央情报局在 1947 年到 1967 年之间，如何透过成立名为「文化自由大会」（the Congress for Cultural Freedom）的组织，在世界各国网罗知识份子，为其进行意识型态宣传，以达到反对共产主义以及为美国营造正面形象的目的。这本在 1999 年出版的《文化冷战与中央情报局》，出版之后引起高度注目，特别是当中牵涉到许多举世闻名的知识份子，如乔治欧威尔（George Orwell）、汉娜鄂兰（Hannah Arendt）、以撒柏林（Isaiah Berlin）、海明威（Ernest Hemingway）等哲学家、作家、音乐家，如何参与中情局在背后支持筹画的出版活动、演讲、音乐会、艺术展演，以及接受异国豪华别墅的招待旅游。

作者尖锐的指出，不少举世闻名的文人，背后藏有中情局看不见的手在运作与行销，将著作翻译成各国语言（甚至以气球空飘到苏占区），安排获奖（或是阻挠对手得奖，例如阻挠智利诗人聂鲁达获得诺贝尔奖），或是将作品改拍成电影、动画。例如中情局就将乔治欧威尔的小说《1984》和《动物农庄》改编成电影，并将原著对资本主义和社会主义的批判，删改扭曲为只批评实存社会主义阵营。乔治欧威尔的著作向来痛斥政权对公民滥用权力，警醒世人「老大哥」的监听监看，然本书曝光欧威尔与情报局的往来，发现在现实生活中，欧威尔却是一名自以为正义的告密者，随时记录身边的人，并将他称之为「小小的名单」递交给英国情报研究局，而这些档案材料极可能毁掉这些人的名声和职业生涯（Saunders, 2000 / 曹大鹏译，2002，页

339)。

状似辉煌的知识圣殿，却由双手染血的中情局搭建而成，看着看着也觉得圣殿上的巨人散发出血味，让人产生不敢相信的晕眩感。爱德华·萨依德 (Edward W. Said) 为本书撰写文评，提到阅读过程中见到这些知名人士被卷入其中，让他不禁产生一股悚然之感。将光线射进历史尘埃，不是扒粪，而是让人们看见荣光之外的黑灰色阶，丰富人们对幽微隐暗的理解。对老大哥严词批判但自身却是告密者、自由主义大师实则是中情局仰赖的军师、极权主义的批判者看不见身边的极权，看见矛盾，让圣殿上的人走下光梯。除魅的过程让我们进一步反思，同时也是一则给当代知识份子的警惕。

Schiller 和 Saunders 的这两本书反映了冷战研究的持续可发展性，也因为相互参照互补建议可一并阅读，对美国如何施行意识形态宣传战有更全面的认识。Schiller 的书主要针对媒体的部分，特别是军工复合体对电子媒体的掌控，而 Saunders 主要是针对艺术文化活动的部分，研究中情局如何自许为文化部，大肆兴办刊物、举办各种文艺活动以及与社交名流杯晃交错。此外，两书的研究都清楚暴露出宣称民主的美国社会，实则掌控在权力菁英之手。在桑德斯的著作中提到，早在二战期间，为了对付法西斯纳粹，美国政府就成立了中央情报局的前身「战略情报局」(Office of Strategic Service, OOS)，OSS 聚集了美国最有权势的家族的子弟：富豪梅隆家族 (Mellon) 的一对兄妹，摩根 (J.P. Morgan) 的两个儿子，还有范德比尔特 (Vanderbilt)、杜邦 (DuPont)、阿奇博尔德 (美孚石油公司)、赖恩 (公平人寿保险)、韦尔 (梅西百货公司)、惠特尼等家族的子弟 (Saunders, 2000 / 曹大鹏译, 2002, 页 34、36)。也因为汇集社交名流，使得 OSS 也被戏称 “Oh, So Social (噢，多么社交性啊)”。1947 年成立的中情局也就包括这些来自大家族和长春藤联盟的社会菁英，因此拥有巨大的影响力。例如透过洛克菲勒家族拥有的纽约现代艺术博物馆 (MoMA)，推动中情局支持的抽象艺术。并透过富豪旗下的基金会为中情局洗钱，知名者如洛克菲勒基金会、福特基金会、卡内基等，「仅 1963—1966 年三年时间，共有 164 个基金会为多达 700 个项目提供了 10000 美元以上的资助，其中至少有 108 个基金会的资金部分或全部来自中央情报局的资金」(Saunders, 2000 / 曹大鹏译, 2002, 页 148)。

Schiller 则提出「军工复合体」的概念，指出二战以来，美国传播机构出现了三项明显的变革。其一是军事力量对美国政府通信机构的影响不断增强。其二是「民用」军事—工业传播集团的不断扩大。其三是美国军事传播在维护国际社会现状中发挥特殊的作用（Schiller, 1992 / 刘晓红译，2006，页 29）。甘乃迪总统任命国防部长担任国家通信系统的行政主管，而美国 3000 万英里的通信线路中有 2400 万英里被国防部拥有或租聘（Schiller, 1992 / 刘晓红译，2006，页 40），清楚说明军方的主导力量。而军方也透过发包建立利益均沾的「军工复合体」，「1967 年，在前 50 个军工承包商中有 18 家电子通信公司」（Schiller, 1992 / 刘晓红译，2006，页 46）。军方发包，民间承包的利益共同体以及美帝全球扩张的庇荫下，美国电子公司也因此壮大。例如美国无线电公司，实则是整合 20 年代早期西屋电气、通用电气和美国电话电报公司的产物，并逐渐成长为拥有 20 亿美元盈余的电子产品制造商，拥有全国广播公司（NBC）的所有权（Schiller, 1992 / 刘晓红译，2006，页 47）。Schiller 严词指出军工复合体出现一人身兼数职的荒谬现象和对美国公众利益的戕害，「斯坦顿先生作为美国最大的广播公司的总裁、政府宣传机构评估小组的主席、国防部资助的研究机构的主席以及厚颜无耻的反共产主义广播情报机构的主席，他的种种行径意味着什么？没有人说得明白，而且错误的解释经常可能出现。但是一旦一个人同时承担这些利益冲突的职责，并在国内的传播机构中具有如此重要的影响力，那么又有谁会确信美国信息传播的性质和方向呢？」（Schiller, 1992 / 刘晓红译，2006，页 50）。

美国社会学家 C. Wright Mills 在 1956 年发表《权力菁英》（*The Power Elite*）一书，指出美国实则受一批权力菁英统治，而 Schiller 的军工复合体和 Saunders 的中情局研究则进一步让这些菁英之间的关系、交换、对话现形。映照经过新自由主义肆虐之后的 21 世纪当今，社会发展越亦极化，社会对特权集团的关注甚至跃上主流媒体。同时，今日的世界局势在实存社会主义垮台之后又呈现一番新的蠢蠢欲动。昔日的反共，与今日的反恐，语言之间颇有相近；杜鲁门总统圣经启示录般的话语：「我认为，我们必须帮助自由的民族用他们自己的方式选择自己的前途」（Saunders, 1999 / 曹大鹏译，2002，页 24），却也奇妙的与今日各大国解放他族的声称相互回荡。阅读历

· 传播 文化 与政治 · 第一期  
2015 年 6 月

史，却又好似惊心动魄的看见当代，Schiller 与 Saunders 照妖镜映出的冷战魂，是否附身仍在世间回绕，值得读者们一阅观之。

## 参考书目

- 曹大鹏译（2002）。《文化冷战与中央情报局》。北京：国际文化。（原书 Saunders, S.F.[2000]. *Who paid the piper? The CIA and the cultural Cold War*. New York, NY : New Press）
- 应妮（2014 年 8 月 14 日）。〈商务印书馆推「文化冷战研究系列」〉，《中国新闻网》。取自 <http://www.chinanews.com/cul/2014/08-14/6494682.shtml>
- 刘晓红译（2006）。《大众传播与美利坚帝国》。上海：译文。（原书 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）。〈新瓶旧酒的宣传家族：文化冷战、软实力与国家品牌〉，《传播、文化与政治》，1: 195-200。

# 输出美国： 美国新闻署与美国公众外交

王维菁\*

---

投稿日期：2014 年 1 月 29 日；通过日期：2015 年 3 月 1 日。

\* 作者王维菁为台湾师范大学大众传播研究所，email: weiching@ntnu.edu.tw

公众外交 (public diplomacy) 包含较为人熟知的文化外交, 是一国政府为了实现本国国家利益, 对其他国家之民众展开传播资讯与文化交流活动, 以影响他国公众舆论态度, 希望进而对外国政府外交政策产生作用, 藉此来形塑对本国有利之国际外交环境 (张毓芹, 2006; 韩召颖, 2000)。更提高层次看, 公众外交与文化外交也隐含含有使他国接受本国政策、政治经济制度、与文化价值观之动机目的, 因此始终摆脱不了文化帝国主义甚至帝国主义行径之阴影, 尤其是当公众外交被使用在对他国政府进行颠覆与煽动宣传活动时。

对公众外交开始较有研究了解是在二次战后, 首先进行制度化运用公众外交的国家是美国, 如 1953 年开始, 美国新闻总署 (United States Information Agency, USIA) 成为美国政府推动公众外交之部门 (丁伟、由冀、李恩民、李励图、倪世雄、徐斯勤, 2007; 彭慧銮, 2000), 因其在冷战期间积极广泛地运用公众外交手法, 企图藉此提升与苏联对抗之国际外交及意识型态力量。但冷战结束公众外交虽一度受到冷落, 但 911 后再度获得美国学、政界重视 (张毓芹, 2006; Snow, 2008), 现今世界大部分国家政府均已某程度地积极透过各种途径, 提供资料或藉由文化活动来向他国公众介绍本国, 以建构对其友善之国外舆论及国际外交环境。

韩召颖《输出美国: 美国新闻署与美国公众外交》一书, 目的即在探讨主要负责执行美国公众外交之「美国新闻署」(另见新作 Cull, 2012) 与其公众外交之历史发展、主要活动和使命, 揭示美国公众外交与美国对外政策间的关系, 及其在美国整体外交中的地位。

根据「输出」一书, 「美国新闻署」与其所执行之公众外交之定位和使命其实并不固定, 而是随着不同阶段美国政府之国际外交或国际政治经济需求而改变。例如, 美国的公众外交从二战时期的「美国新闻署」之前身「公共讯息委员会」(a Committee on Public Information) 作为战争宣传与心理战的重要工具。到冷战时期成为对外输出美国式自由民主价值观与自由市场经济制度、培植亲美政府, 以与苏联在全球竞争势力范围之重要工具手段。在波斯湾战争老布希时期, 「美国新闻署」的报告、调研民调、官员的分析, 成为美国政府制订对波斯湾地区政策的重要决策讯息。到了柯林顿总统时

期，「美国新闻署」的公众外交强调双向交流，以建立对其他国家建立民主政府和开放市场经济之支持。上述不同阶段美国公众外交不同的偏重与不同的目标功能，显露公众外交作为美国军事、外交与国际政治策略的工具性手段，并非基于平等文化交流或国际认识与合作之理念，而是为美国国家利益服务之外交策略与工具手段。

而美国公众外交除了随着不同时期不同国家需求而产生不同策略性定位与目标外，其执行之形式与范围亦广泛且富变化。其含括范围主要可区分为两面向：一类主要是讯息活动，侧重美国政策之宣传活动，运用包括新闻（通讯社）、图书杂志出版、无线广播、电视、电影、影片、新兴电子通讯、以及网际网路等，来宣传美国政策与美国政府欲传达之资讯。另一类则侧重文化交流，如在其他国家重要城市设立图书馆、学术交流、国际学人访问者项目、双边文化中心资助、讲座、研讨、英语教学、人员交流、艺术展演及海外大学美国研究项目之支持等等。

其中讯息类活动如冷战时期之自由欧洲电台、自由电台，是由美国中央情报局提供经费与控制，以民间旗号掩饰官方身份，进行政治颠覆宣传，其他如针对古巴的马蒂电台与电视台，亦是基于对古巴政府进行颠覆与煽动之目的而运作。至于文化交流类中庞大的傅尔布莱特计画（the Fulbright Program），由美国政府出资资助美国学生至外国，并资助外国学生与学者赴美学习、交流，其中由于资助项目针对外国高级知识份子，透过这些人对其所在国家政策与国家未来之一定影响力，让这些人亲身体验美国社会文化、了解美国政治制度，以争取他们对美国对外政策的亲近与支持，并成为向本国传输美国文化的重要媒介，传播宣传美国制度、文化、价值、意识型态（赵绮娜，2011）。另外，如雷根时期设立的「全国民主基金会」，作为「美国新闻署」之部分，更是试图输出民主、市场经济体制、资助国外民主人士、介入他国选举，以实现美国所欲之，对美国政治经济、政党与领导阶层有利之目标。

因此，对美国所推动之公众外交与文化外交，常见的批判即在于其基于美国之国家利益，包裹为推销民主自由之社会政治制度与市场经济体制，却无视于民主之基础在于逐步完善成熟的社会文化与政治、司法建置，可能无

法自外国进口或强加于既有社会结构之上。此外,对于自由市场经济之迷恋,却无视于美国自身政治受到资本主义金权体制对民主之扭曲,正逐步使其离真正的民主实践越来越遥远。

所以,也无怪乎在美国文化,特别是其大众文化与享乐主义对世界许多国家人民强大的吸引力下,这样运用其文化软实力,来建构以美国的民主与市场是非标准为衡量,且意图改变其他国家行为及文化传统的外交行径会受到他国本位主义、文化帝国主义甚至帝国主义之批判。因为,文化交流最值得追求的实践与精神是平等主义,如书中作者所言,文化交流应是对等、平等与互动的,应该成为一种有益的对话,而非一种宣传、意图、强制与单方输出。

而随着世界各国不论强弱地积极运用公众外交,公众外交已非美国所可独善。如中国试图在全世界设立孔子学院,斥资 100 亿美金举办北京奥运、支持新华社与中央电视台设立海外新闻中心等,均是透过公众外交来扩大国家软实力与形象建构(陈正良, 2008; 戴绍安, 2014; 严怡君, 2012)。而台湾也由于国家主权未获国际承认,诸多正式外交途径被限制,故积极运用公众外交手段,包括国际广告、广播节目、卫星电视(宏观电视台)、纪录片、宣传短片、提供外国学生留学之台湾奖学金、设立文化中心、推广华语、艺术展演、学术文化交流、国际援助、协助农业与经济推广等等。而在近年在运用公众外交来推动台湾参与联合国之工作中,企图塑造台湾为一「民主、和平、繁荣」之主权国家形象,并在形象塑造中逐渐纳入「台湾主体」意识,希望建立国际对台湾的认同;但却因仍未有一完整的主体形象,所以在运作时经常显得矛盾、复杂且缺乏一致性(张毓芹, 2006)。不过,不论实践公众外交的国家主体实力强弱,公众外交终究难以摆脱其背后的国际政治经济权力现实,以及相较于民间对话交流更强的政治与宣传目的性。

而近年对公众外交带来的一大挑战,是资讯科技造成之转变,如外交民主化一词所指陈者。由于网际网路之普及化,使得跨国交流,特别是跨国民间交流变得更为普遍,且提供了国家和非国家行为者更宽广的资讯管道,若干程度取代公众外交功能,使公民、非政府组织、民间企业均能参与外交实践,而国家行为也面临更多元化的国内外舆论监督压力,对传统外交权力形

成竞争、监督批判甚或解构，直接冲击以国家或政府组织为主体的外交运作模式（彭慧銓，2000）。因此，在资讯时代的公众外交，各国政府可能得加速抛弃传统模式试图控制影响国外与国际舆论之霸权与宣传心态，更彻底地落实一种平等主义的国际交流及对话精神，降低对话及论述之政治目的性，并接受网路带来的资讯公开透明与开放要求，并以一种民主兼容的胸怀姿态，随时准备接受国际网路社群之监督与检验。

## 参考书目

- 丁伟、由冀、李恩民、李励图、倪世雄、徐斯勤着（2007）。《从国际关系理论看中国崛起》。台北：五南。
- 张毓芹（2006）。《台湾公共外交之发展与研究-以推动参与联合国之工作为例》。政治大学外交系硕士论文。
- 陈正良（2008）。《中国软实力发展战略研究》。台北：扬智文化。
- 彭慧銓（2000）。〈资讯时代国际关系理论与实务之研究〉，《问题与研究》，39(5): 1-15。
- 赵绮娜（2011）。〈观察美国—台湾菁英笔下的美国形象与教育交换计画, 1950-1970〉，《台大历史学报》，48: 97-163。
- 戴绍安（2014）。《中国文化软实力政策研究-以国家汉办下的孔子学院为例》。淡江大学国际事务与战略研究所硕士班学位论文。
- 韩召颖（2000）。《输出美国：美国新闻署与美国公众外交》。天津人民出版社。
- 严怡君（2012）。《中共孔子学院政策》。淡江大学国际事务与战略研究所硕士班学位论文。
- 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

王维菁（2015）。〈输出美国：美国新闻署与美国公众外交〉，《传播、文化与政治》，1: 201-205。



## 鸟瞰影音文化跨境流通文献，1969-2014

魏玟、编委会\*

---

投稿日期：2015 年 2 月 1 日；通过日期：2015 年 3 月 29 日。

\* 作者魏玟为交通大学传播与科技学系副教授，e-mail: tiwei@mail.nctu.edu.tw。

从批判立场探讨国际间的影视产品流通，两次世界大战期间，欧洲与美国这两大电影外销势力的消长关系，是一个重要且必要的起点。而在这个课题上的重要先锋，无疑的就是美国政治经济学派的电影研究者 Thomas Guback，而改写自其博士论文的 Guback (1969) 即是开山之作。自此之后，Guback 持续从事国际影视产品流通的研究，以及不遗余力对美国影视霸权的批判，1980 年代他与另外一位此领域的代表学者，出身芬兰的 Tapio Varis 一同为联合国教科文组织完成的国际影视流通调查报告 Guback 与 Varis (1983)，除了提供丰富珍贵的市场资料，也选择了各一个拉丁美洲（阿根廷）和亚洲（泰国）案例进行较深入的讨论。

Kerry Segrave 的专书 (Segrave, 1998)，应该可以说是研究美国影视扩张史领域里的万众期待作品。虽然在 1990 年代的大并购潮之后，美国电视产业与电影产业可以说已经无法区分，研究者也心知肚明好莱坞三个字代表的已经不是电影而已。但是比起电影领域，针对美国电视产品全球扩张历程的研究一直非常稀少，更不用说一部完整的、带有批判观点的历史资料整理。Segrave 非学院工作者，其著作并不依靠学术理论框架，却有绝对扎实的资料。不过本书只谈到 1990 年代为止，新世纪的状况尚有待来者。

2000 年之后，随着资本主义全球化趋势，以及新自由主义经济与贸易政策意识形态席卷各国的，相关议题探讨的专著也愈来愈多，在理论、议题、研究者学术背景，和研究案例方面，也都有许多实质的突破和扩展。

Toby Miller 等四位作者在 2001 年的著作 *Global Hollywood* (Miller, Govil, McMurria, Wang, & Maxwell, 2001 / 冯建三译, 2003) 应该是其中相当具有代表性的一本。不仅是因为这本书提供了相当丰富且扎实的产业和市场资料，以政治经济学观点来剖析好莱坞在全球化时代取得主导地位的原因，更因为他们由此淬炼出一个极具启发性的理论概念「文化劳动的新国际分工」(New International Division of Cultural Labour, NICL)。这个理论可以相当有力地解释好莱坞如何将全球各地的电影产业和市场纳入一个庞大但紧密的体系之中。四位作者在 2008 年推出「续集」*Global Hollywood No2*，仍维持此一理论架构，但增添了许多后续的国际政经情势与影视环境变化，同时加强了中国和印度两个重要个案的探讨，使得本书的份量和参考价值更加提

高。

Bielby 和 Harrington (2008) 与 Grainge (2007) 一本是谈电视，一本是谈电影，但这两本以好莱坞产品的全球扩张为主题的专书，有一个共同点，就是虽然从表面上来看，很像是企管 / 商业 / 行销领域的著作，但实际上却是在观点与理论上不拘一格，将传播理论和文化研究的许多概念融合到文化与贸易的实例探讨之中，颇有意思。而提供丰富的业界资料，是另一个值得肯定的共同点。

Bielby 与 Harrington 来自社会学领域，也因此运用了许多文化社会学的相关理论概念，而来自政治学领域的 Andrew Flibbert 在他的著作 (Flibbert, 2007) 中则特别从政策的角度，来探讨二次战后国际影视流通动态中，国家与市场之间的互动关系，特别是后殖民国家对国际文化贸易趋势的回应。这本书特别以埃及与墨西哥这两个在各自区域中仍具有一定的影视生产与输出实力的国家作为个案，提供相当丰富的资料和深度的分析。

除了专书之外，这个领域也出现不少编书，其中 Kapur 与 Wagner (2011) 与 Harvey (2006) 两本文献值得注意。前者编辑于 2008 金融核子爆炸之后，重拾马克思主义观点对新自由主义的批判检讨，作为编书的主要理念。书中案例横跨了拉丁美洲、亚洲以及欧、非，但亚洲（尤其是中国）的状况是重点。从新自由主义切入进行批判，不可避免地会探讨国家在全球电影市场中的角色，这也是本书的特色。

而另外一本由英国专研影视政策的学者 Sylvia Harvey 所编的书，与前一本书类似，皆是立足于左派批判观点对当前的全球影视市场所进行的各个面向探讨，也收集了许多国家个案。不过二者的差别有二：在案例方面，相对于前书着东亚个案，本书的特别焦点则是英、美两国间的影视产业交流议题。其次，本书不用新自由主义这个概念，而是回到文化商品化（及其贸易）的问题（呼应了二十世纪初的新马克思主义问题意识），同时联系上（某种）国际主义的行动实践（特别是联合国教科文组织历年来的行动主张）。这让本书大部分文章在理论和实践层次上能够更有深度。

而新世纪的国际文化贸易课题探讨，显然必须面对网路这项科技因素对影视产品全球流通的影响和后果。虽然一些相关文献也多少论及，但一本深

入探讨的专书似乎是相关领域研究者的期待，Cunningham 与 Silver（2013）以相当不错的成果迎向了这份期待。两位作者的基本出发点是放弃过去经常出现，对于影视产品网路流通的两极看法：乐观（认为网路流通将可以让独立和弱势影像生产者翻身，打破既有的主控结构）与悲观（认为网路流通仍将由大型的全球影视集团控制），就实际的重要网路影音平台案例，提供丰富资料并进行分析。不过，毕竟相关现象方兴未艾，网路影音流通的战场还在厮杀，烟硝弥漫情势不明，要从现象面凝结出具有理论意涵的论点，还有待更多研究累积。

在「文化与贸易」这个主题的中文翻译书籍中，Peter Steven（孙忆南译，2006）与 Mattelart（缪咏华、廖润佩译，2011）是少数采取批判立场的著作。两书都是以全球化与文化的相关议题为导向进行讨论，前者文字和内容较为平易近人，但提供的资讯和观点也比较简略些。后者是从 1960 年代就以马克思主义观点研究国际传播课题的大师级人物，对于晚近的文化多样性与著作权等问题，仍坚持不懈地进行知识介入，提供的辩论思考也较为深入。此外，书中着重的欧盟案例，特别值得参考。国内学者唐士哲与魏玟（2014）的著作，同样基于批判立场，不过采取了教科书式的结构，企图包含当前国际传播的几个重要面向。同时，该书尝试将晚近国际传播与全球化相关理论，连结上台湾本土案例，并提出反思讨论，末章是相关书籍比较少见的政策面向回应。

## 参考书目

- 唐士哲、魏玟（2014）。《国际传播：全球视野与地方策略》。台北：三民。
- 孙忆南译（2006）。《全球媒体时代：霸权与抵抗》。台北：书林。（原书 Steven, P.[2003]. *The no-nonsense guide to global media*. London, UK: New Internationalist）
- 冯建三译（2003）。《全球好莱坞》。台北：远流。（原书 Miller, T., Govil, N., McMurria, J., Wang, T., & Maxwell, R.[2001]. *Global Hollywood*. London, UK: British Film Institute.）
- 缪咏华、廖润佩译（2011）。《文化多元性与全球化》。台北：麦田。（原书 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

魏玢、编委会（2015）。〈鸟瞰影音文化跨境流通文献，1969-2014〉，《传播、文化与政治》，1: 207-211。

## 订 阅

零售：每期新台币 500 元

个人订阅：国内一年两期 1000 元

海外一年两期 1500 元(或 50 美元)

机构订阅：国内一年两期 2000 元

海外一年两期 3000 元(或 100 美元)

以上均含挂号邮资

邮政划拨户名 社团法人媒体改造学社

邮政划拨帐号 50313103