

傳播文化與政治

ISSN 2411-4006

第4期 2016年12月

專題論文：

科學科技研究 (STS) 與傳播研究 (Communication Studies) 之美麗邂逅

- 社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結
- 探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑
- 媒介化、行動化：媒介化理論與行動者網絡理論的對話

- 張金策與1990年代的台灣左翼媒體：
《群眾》雜誌及《群眾之聲》電台
- 「大謊言」：川普如何活用經典的威權主義宣傳技巧？
- 在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？
- 我國公視節目規劃策略之探討

書評書介

- 關於「看見」的持續思考與對話
- 評《文化資本-創意英國的興起與衰退》

兩岸交流

- 《眾志》以兩岸民眾為主體 推動文藝跨境交流

傳播文化與政治

2015年6月創刊

半年刊，6、12月出刊

出版：2016年12月 第四期

主辦機構

媒體改造學社

編輯顧問

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

編輯委員會

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

出版

發行人 媒體改造學社

地址 台北市中山北路二段 102 號
3 樓之 3

電話 (02)25221499

傳真 (02)25224970

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

本刊網址: <http://ccp.twmedia.org/>

ISSN: 2411-4006

封面提字 黃勻祺

封面設計 馮議徽

訂閱

零售：每期新台幣 500 元

個人訂閱：國內一年兩期 1000 元

海外一年兩期 1500 元(或 50 美元)

機構訂閱：國內一年兩期 2000 元

海外一年兩期 3000 元(或 100 美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

本刊採用創意公有授權條款，如下



目次

代編輯室報告：「科學科技研究（STS）與傳播研究之美麗邂逅」
.....江淑琳/i

專題論文

社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結.....鄭宇君/1
探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑.....江淑琳/27
媒介化、行動化：媒介化理論與行動者網絡理論的對話.....方念萱/55

張金策與 1990 年代的台灣左翼媒體：

《群眾》雜誌及《群眾之聲》電台.....林恕暉/85

「大謊言」：川普如何活用經典的威權主義宣傳技巧？

.....道格拉斯·凱爾納(Douglas Kellner)著·謝侑恩譯/125

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？.....鄭國威/133

研究誌要

我國公視節目規劃策略之探討.....徐福德、胡元輝/143

書評書介

關於「看見」的持續思考與對話.....郭力昕/199

· 傳播 文化 與政治 · 第四期
2016 年 12 月

評《文化資本-創意英國的興起與衰退》..... 蔡蕙如/209

兩岸交流

《眾志》以兩岸民眾為主體 推動文藝跨境交流..... 李哲宇/217

稿約

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

代編輯室報告：
科學科技研究（STS）與傳播研究
（Communication Studies）之美麗邂逅

江淑琳*

本文引用格式

江淑琳（2016）。〈科學科技研究（STS）與傳播研究（Communication Studies）之美麗邂逅〉。《傳播、文化與政治》，4:i-v。

* 作者江淑琳為本期專題主編，中國文化大學新聞系副教授，e-mail: cshulin@googlemail.com。

壹、整合 STS 與傳播研究之可能

此專題之誕生，源自於三位寫作者的傳播研究（Communication Studies）及科學科技研究（Science and Technology Studies, STS。或有做 Science, Technology, and Society, STS）之學術背景與學術歷程，以及本刊主編慧眼催生此主題。傳播技術一日千里，科技決定論、社會決定論此兩極端早已無法回應當前傳播現象，於是，我們試著想從 STS 領域借來可以與傳播研究對話、或者激發傳播研究想像的取徑與理論。同時也補充 STS 研究在傳播相關技術發展上的文獻欠缺。從兩個領域的共同基礎與互利角度上尋求整合。

一方面，傳播研究長久以來忽略研究「科技物」本身，或者將科技物當成文本進行媒介社會學式研究，並未將科技物置於關鍵位置。即便傳播研究論及傳播科技物，也容易陷入科技決定論與否的爭議泥沼。近年來德國媒介思想家 Friedrich Kittler 對媒介技術的研究或可填補傳播研究對科技物隱約的略而不談，不過，Kittler 重視科技物、不談人的論述方式，時而引致科技決定論之批判上身，類似的批判也發生媒介生態學重要學者 Marshall McLuhan 對科技的看法上。STS 或可補此不足，同時談及科技物，也注意人類社會與科技物的關係、過程。

另一方面，STS 領域中對傳播科技或傳播媒介的研究雖不能說付之闕如，但相較於其他科技物的研究，STS 發展成為一門成熟的社會科學三十多年來，媒介或傳播科技並不如生物技術或其他科技物成為該研究領域的重心之一。資訊傳播科技的研究或可補此不足，發展出以傳播科技或傳播技術為研究重點。

STS 學者與傳播研究學者近幾年已經注意到上述現象，開始思考兩個研究領域的互動與整合（例如，Boczkowski & Lievrouw, 2009; Wajcman & Jones, 2012）。STS 研究科技與社會的關係，傳播研究重視媒介與社會的關係。STS 不僅只研究科技物本身，也研究科技物的發展過程，摒棄科技決定論，也反省社會決定論，同時思考科技與社會之相互形塑（mutual shaping，愛丁堡大學 STS 學者 Robin Williams 所用之詞彙）、相互生產（coproduction，哈佛大

學 STS 學者 Sheila Jasanoff 所用之詞彙)。傳播學者則是借用 STS 領域的概念來分析傳播科技與傳播技術與社會的關係。

在論及兩個領域整合時，目前兩個領域學者們最常談及的是物質性概念 (Materialisation)、媒介化取徑 (Mediatisation)、行動者網絡理論 (Actor Network Theory, ANT)，此三者均試圖將媒介技術、人、結構等各種相關要素或行動者納入傳播研究中。從組織理論發展而來的物質性概念，不僅討論具體與無形的物質，也將結構或環境因素納入討論。媒介化理論討論的兩大重點在於媒介與其他建置 (institution) 的關係、媒介與各種建置互動的過程，強調共時或歷時的互動，強調過程。行動者網絡理論則被用來分析媒介的新聞室裡的新聞生產 (例如：Emma Hemmingway, 2008)。本專題即是在這樣的關懷下孕育產生，試著從兩個研究領域切入，找出彼此可以整合的概念與途徑。並提供可能的實證觀察。但我們要特別強調，此整合角度並非唯一，只是拋磚引玉，提出可能整合的想像。

貳、本專題三篇文章的閱讀脈絡

鄭宇君以社交媒體的兩元性質探討傳播研究與 STS 同時關懷的物質基礎與社會連結，探討如何將兩種研究領域的關懷帶入社交媒體的研究中。江淑琳的論文則以親身經歷並觀察即時新聞產製現象而孕生問題意識，以物質性概念為核心，試圖爬梳 STS 與傳播研究兩個領域的對話可能。在此兩篇實證觀察與文獻探討及理論整合之論文後，方念萱的文章則試圖讓兩個領域的理論對話，她聚焦在近來歐洲傳播研究關注的「媒介化」概念，以及 STS 領域的行動者網絡理論中之「全景」概念，同樣試圖整合 STS 與傳播研究，但更進一步從理論角度，提供未來實證研究的概念化理路。以下分別突出三篇文章對於 STS 與傳播研究整合之觀點與可能的貢獻。

鄭宇君的論文〈社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結〉以物質性的概念為主，從社交媒體的技術與人之雙重連結，提醒讀者與研究者，社交媒體的內容交換與消費建築在其物質性的基礎上，社交媒體的物質性基礎在

本文中談的是社交媒體的計算功能，計算方式影響到內容提供者與使用者所能連結的對象，因而社交媒體同時具有科技物與人的雙重面向。鄭宇君在本文中已經勾勒出 STS 與傳播研究整合之可能取徑。

江淑琳的論文〈探索位數即時新聞生產之物質性的可能研究取徑〉觀察即時新聞產製現象，試圖結合 STS 與傳播研究中可使用的取徑或理論角度，希望有助於實證分析。延續本專題第一篇文章所點出的物質性概念，本文也從物質性的理論關懷出發，整理 STS 與傳播研究兩個領域對於媒介技術或媒體現象的研究文獻，並討論兩個理論領域在傳播相關議題上的研究進展與可整合之處，像是科技物的「詮釋彈性」(interpretive flexibility)；行動者網絡則是目前兩個領域學者進行初步整合的理論之一，江淑琳在文中亦提及行動者理論的可能應用，以及會遇到的問題。不過，行動者網絡理論仍不失為 STS 與傳播研究可以整合的方式之一，這有待更多實證資料分析。

方念萱的論文〈媒介化、行動化：媒介化理論與行動者網絡理論的對話〉一文，可以看出作者從理論上整合 STS 與傳播研究兩個領域的企圖心，也可進一步視為本專題前兩篇論文的理論視角。方念萱從近來歐陸媒介研究提出的「媒介化」取徑著手，整理並論辯此取徑作為理論的各種討論焦點，包括媒介化理論是否為中程理論？媒介化研究中的媒介位置？媒介化研究中，媒介與其他社會結構的關係等等。方念萱接著比較 Bruno Latour 的行動者網絡理論「全景」(panorama) 概念與「媒介化」概念。關於媒介化理論的問題，除了科技物與社會的關係之外，傳播學者對於此理論如何應用於實證分析也有所批判。行動者網絡理論雖然也有分析上的困難，但在 STS 領域已累積不少相關研究之後，應用於實證上的可行性或許略勝於媒介化理論一籌，傳播領域學者或可借用行動者網絡理論進行實證分析。

參、邂逅之後？

我們不斷思考，STS 與傳播研究可以如何整合、借用，以更周全地描述並分析當前傳播科技與社會的關係。我們建議：一方面從概念著手，傳播研

究可以借用 STS 領域的相關概念進行現象的分析；一方面從分析的對象著手，STS 可以將傳播科技視為分析對象。

在對象上，無需限於傳播科技。例如，傳播領域在進行科學傳播分析時，也可以借用 STS 對「專家」(expert)、「專家知識」(expertise)、「常民」(layperson)、「不確定性」(uncertainty)等概念分析傳播科技以外的科學傳播現象；STS 領域在分析公眾參與 (public engagement) 時，也可以借用「媒介化」等相關傳播概念來進行諸於醫藥新聞媒介化的現象。

又例如，STS 學者在早期著作中受到馬克思傳統對於勞動過程爭議的影響，對軍事科技以及產品設計的社會形塑深感興趣（例如 Mackenzie & Wajcman, 1985）：

又或者 STS 對於後印刷時期的媒介中介訊息之接收與消費深感興趣。這些同時都是傳播研究關懷的現象，如果能夠整合兩個領域，或可以點出同一現象的不同研究角度。

然而，我們並非樂觀以為整合之後，兩個領域各自的理論、方法問題就會迎刃而解。整合之後或許無法完全解決實證研究上會遇到的問題，但我們希望從不同的視角看問題、分析現象，讓現象的分析更為多元，也希望透過跨域分析，打破既有的領域界線 (boundary)，能夠進一步補充不同領域內既有概念與理論的不足之處。這也正是跨領域研究被希冀之處。

參考書目

- Boczkowski, P., & Lievrouw, L. (2009). Bridging STS and communication studies: Scholarship on media and information technologies. In E.J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Luch & J. Wajcman (Eds.), *The handbook of science and technology studies* (3rd ed.) (pp. 949-977). Cambridge, MA: MIP Press.
- Hemmingway, E. (2008). *Into the newsroom: Exploring the digital production of television news*. New York, NY: Routledge.
- Wajcman, J., & Jones, P. K. (2012). Border communication: Media sociology and STS. *Media, Culture, & Society*, 34(6), 673-690.
- MacKenzie, D., & Wajcman, J. (Eds.). (1985). *The social shaping of technology*. Milton Keynes, UK: Open University Press.

· 傳播 文化 與政治 · 第四期
2016 年 12 月 頁 i-v

社交媒體之雙重性： 人的連結與技術的連結*

鄭宇君**

本文引用格式

鄭宇君 (2016)。〈社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結〉。《傳播、文化與政治》，4:1-25。

投稿日期：2015 年 11 月 30 日；通過日期：2016 年 6 月 8 日。

* 本文為科技部專題研究計畫《探索社交媒體之民意形成過程》(計畫編號：MOST103-2410-H-364-004-MY2) 之部分研究成果，作者特別感謝國立政治大學水火計畫研究團隊成員共同參與文獻閱讀與討論之貢獻。

** 作者鄭宇君為玄奘大學大眾傳播學系副教授，e-mail: colisa@gmail.com。

《摘要》

本文從社交媒體之雙重性出發，主要探討社交媒體帶來了人的連結與技術的連結，二者背後的物質基礎。社交媒體平台創造了一個連結的生態系，一方面鼓勵使用者互為好友，形成巨型的社會網絡，另一方面則是透過技術的連結，將各種不同的平台構成一個連結的生態系，促成訊息的快速流動與群眾的集體協作。

本文認為，當前社交媒體之浮現樣貌乃是人的能動性與資訊的內在結構二者共同演化的結果，因而探討社交媒體的雙重性亦可分為兩類研究取徑：第一類是批判的技術哲學，從理論觀點或批判立場指出演算法背後的意識型態與社群平台隱含的結構限制，及鉅量資料（big data）研究取徑可能帶來的隱私問題或研究侷限；第二類則是人文社會學者結合資訊技術，收集與分析社交媒體平台的大量數據，透過實證資料的分析與詮釋來探討用戶數位足跡所代表的意義。

關鍵詞：分享、平台、社交媒體、連結性、鉅量資料、演算法

壹、前言

自古以來，凡是有人群存在，就一定會有人際互動與交往，今日社交媒體的普及即奠基於此一古老的社交行為，不同的是當前的人際交往與關係維繫，並非完全透過傳統的面對面溝通互動，很大部分是以社交媒體做為中介平台來維持人際網絡的互動，但社交媒體的人際互動，不只仰賴人與人的互動，更包括平台演算法的推薦好友、主動 tag 等機制，因此本文目的主要是探討社交媒體背後的物質性，像是演算法如何決定訊息的可見性、將朋友化約為可計量的節點，這些設計影響了社交媒體中的人際互動與訊息流動。

何謂 social media？一般意指 Web 2.0 後的網路服務發展，包含 Facebook、YouTube、Blog、Wiki 等促進雙向互動，強調使用者創作內容、集體協作與分享的網路服務。Social media 並未有統一的中文譯名，有人譯為社會媒體、社交媒體或社群媒體，譯為社會媒體著重平台上互動社群所有的社會性（翟本瑞，2011），譯為社交媒體則在強調它透過人際網絡的連結構成龐大的訊息流動系統（鄭宇君、陳百齡，2012），商業及行銷場域則稱為社群媒體，強調它能聚集成千上萬群眾的能力。由於本文旨在強調 social media 透過連結形成的強大影響性，因而以下統一稱為社交媒體。

與 Web1.0 網路服務相較，Web 2.0 的社交媒體之最大特點在於平台業者本身絕大多數不產製內容，完全依靠使用者自製內容（UGCs）來吸引用戶互動，包括一般用戶與機構用戶（新聞媒體、電視台、電影公司等），因此平台業者經營重點在於如何依據不同社群需求來設計平台，吸引用戶在平台上互動並產生內容。Gitelman（2006, p.7）給媒體的定義最能體現社交媒體的特性。她指出：「媒體做為溝通之社會化體現的結構，這個結構一方面包含了技術型式與其相關協定（protocols），另一方面這個結構是一種文化實踐，不同的人具有同樣的心智地圖、他們分享並投身於再現的通俗本體論，形成一種儀式化搭配」。因而，媒體是一種獨特且複雜的歷史主體，且這個歷史必然是社會與文化，而不只是技術如何導出另一個技術的故事而已。

van Dijck（2013）指出，社交媒體體現了雙重連結，一是連結性（connectedness），它是驅使許多用戶登入網站的動力，亦即人與他人產生連

結，因而這些網路平台更加強調社交性，另一方面平台的可連結性（connectivity）快速成為有價值的資源，社交媒體平台所屬的大型公司，如：Google、Facebook，他們更感興趣的是用戶資料，這些資料是促成連結的副產品，所以這些公司想辦法讓用戶持續上線，工程師找出方法將用戶互動資訊編碼到演算法，得以幫助品牌獲得線上社交性更佳的市場。它促成的結果是平台之間的相互連結，如：Facebook、Twitter、Linkedin、YouTube 彼此之間經常相互連結，因而一個新的內在結構浮現：一個連結性媒體的生態體系（ecosystem），由少量卻規模大、大量卻規模少的社交媒體業者互相連結而成。這個轉變發生在千禧年以來的短短十年間，從網絡化傳播到「平台式」社交性，也是從參與式文化到連結性文化過程，社交平台的組成和人們的社交實踐是相互影響的，用戶會使用不同策略發出適當的訊息，這是用戶衡量所屬組織或機構而自行協調的結果。

Cloudry 與 van Dijck（2015）進一步探討在「媒體」與「社交」之間的辯證性，當我們宣稱媒體被社會化的同時，它迫使我們必須去瞭解這個媒體與資訊內部結構相互延展、覆蓋，並成為更深刻地鑲嵌在日常生活的肌理。Cloudry 與 van Dijck 探詢的正是社交媒體的 social 有何重要，他們指出 social 的再現是所有權力交織後的結果，權力的所有形式交織在社交的某種再現中，因而社交媒體就是這個戰役的核心，在此所指的權力意謂了個人資料與經濟價值。例如：在社交軟體的內在結構中，「社交」變成一種新的主宰性技術—經濟物質性之效果，資料流激發成為一個經濟系統，包含點擊數量、朋友數量等，但這種操作化及商品化並非是資料化的結構，這三者都是交織在使用及平台預先設定的經濟體裡。

社交媒體當中的「社交」性，更接近布西亞所言是社會（the social）的終結，在媒介社會裡，符號交換成為社會互動的核心，布西亞更聲稱在後現代當中，符號、認同、機構與所有堅硬的意義界線都產生內爆，將導致社會的終結（Baudrillard,1983）。社交媒體世界裡的社會互動不僅使用符號、更有技術介入的特質，對於成長在智慧型手機與社交媒體普遍的數位原住民，他們所體會到的社交性早已不同於傳統社會的面對面互動。

van Dijck(2013)將社交媒體可分為四種類型:(一)社交網絡平台(social network sites, 簡稱 SNSs):以社交網絡為基礎的社群網站,這也是最大宗,包括 Facebook、Twitter、Linkedin 皆屬於此類;(二)使用者產製內容平台(user-generated content, 簡稱 UGCs):這類為使用者創作內容的分享平台,如:YouTube、Flickr、Wiki 等;(三)交易與行銷平台(trading and marketing sites, 簡稱 TMSs):以交易或行銷為主要目的之社交平台,如:eBay、Amazon 等;(四)遊戲平台(play and game sites, 簡稱 PGS):以線上遊戲為基礎的社交互動平台。其中,第一大類的社交網絡平台是使用人數最多的平台,其次為第二類的使用者創作內容分享平台,這二類皆有超大型且具影響力的平台;第三、第四類社交媒體平台則較為封閉,僅限於特定公司的消費者,他們的規模較小、數量眾多,用戶基於特定興趣參與這類遊戲或交易平台,用戶資料也多半屬於公司內部資料。因而,多數的社交媒體研究皆針對前二類平台所進行,這類平台通常有開放的應用程式界面(API)供研究者或第三方擷取部分用戶資料,本文後續討論亦以 SNS 平台為主要對象。

本文將從社交媒體之雙重性出發,主要探討社交媒體帶來了人的連結與技術的連結,二者背後的物質基礎。在社交媒體上每一次的點擊互動都代表著社交媒體的雙重連結,從使用者的角度來看,正面是人與人之間的連結,而用戶沒有看見的背面是平台技術的連結。有了連結就會促進了分享與交換,在社交媒體中,人們分享的是:文字、照片、影音內容、資訊、商品、對話、情感、意義、協力工作、社群感、認同;在此同時,平台之間則交換了資料與後設資料(metadata),像文本、圖像、影音、超連結、用戶記錄等。正是藉由社交媒體的雙重連結,人們得以在平台上進行永不停歇的交換、擴張、延伸、再交換,得以形成今日龐大、涵括全球用戶的巨型社交網絡服務。

從社交媒體生態系的角度來看當前網路社群的流動變化:社交媒體平台因應商業需求不斷修改演算法與使用者界面的配置,它改變了用戶體驗與社群行銷方式,同時促成社群在不同的社交媒體中跳進跳出,每個人使用多種社交媒體已是常態,如:對年輕世代而言,Facebook 成為人際互動的公開入口,Facebook 好友包括父母長輩及學校同學,藉此進行公開社交或報告討論,但較親暱的朋友則以 Instagram 互動,以保有隱私。因而,一方面社群

必須在社交媒體的內在結構限制下互動，另一方面人們為了追求更好的社交或資訊接受方式，會彈性調整個人使用方式。因而從雙重連結的角度來探討社交媒體，必須同時從人的能動性與資訊內在結構的限制來看，我們才能理解二者的共同演化造就了今日社交媒體之浮現樣貌。

探討社交媒體的雙重性所帶來的影響，研究取徑也分成二大取徑：第一類取徑主要是批判的技術哲學，研究者主要從理論觀點或批判立場指出演算法背後的意識型態與社群平台隱含的結構限制，以及鉅量資料（big data）研究取徑可能帶來的隱私問題或研究侷限，以軟體研究、平台研究為代表；第二類取徑則是人文社會研究者結合資訊技術，收集與分析社交媒體平台的大量數據，透過實證資料的分析與詮釋探討用戶社群之數位足跡所代表的意義。以下分別從這二種取徑來介紹他們如何看待社交媒體的雙重連結。

貳、社交媒體之批判的技術哲學觀點

一、技術的連結：人際互動之媒介化與數位化

van Dijck (2013) 將社交媒體的特性定義為在「連結性文化裡的工程化社交性」(Engineering Sociality in a Culture of Connectivity)，意指社交媒體裡的社交性是由各種工程技術組建而成，有別於人類社會自然存在的社交性。以 Facebook 例，當社會活動被轉換為系統化／演算法的概念，人類的連結和自動化的連接，就會以相似的合併產生，但這種作法並無法全然複製人類的社交互動。舉例而言，在線下世界和我們高度連結的人，連結程度是以他們的地位和品質來衡量，而非接觸次數，但在社交媒體上的「朋友」，則是由系統將自己以外的其他用戶區分為朋友和陌生人這二類，因而「社交」事實上是經過電腦化輸出和人類投入而形成的結果。因而，要形成一個社會學的綜合研究，是不能把兩者分開來的。

從社會技術 (socio-technical) 或科技文化 (techno-cultural) 結構來看社交平台的結構，主要的技術在於如何將用戶的社交行為予以編碼(coding)，

當中包含五個組成元素：(一) 資料／後設資料 (Data/Metadata)：後設資料是關於資料的資料，是資料的結構信息，如：資料生成的地理、時間資訊或暫存檔 (cookies)，它有助保護智慧產權，但自動生成的後設資料有時會侵犯個人隱私，再次成為用戶與平台所有者的抗爭戰場；(二) 演算法 (Algorithm)：意指平台利用某種公式與參數來計算社交互動，演算法決定了社交平台的競爭力，因此通常是商業機密；(三) 協定 (Protocol)：用以統一不同系統之間的資料格式，以隱蔽方式引導用戶行為朝向管理者偏好方向進行，有人視協議為「管理者霸權」；(四) 介面 (Interface)：分為用戶可視介面與用戶不可視介面，可視介面意指客戶終端介面，通常是圖像化、易操作的，而不可視介面則是用來聯結軟體與硬體，API (Application Program Interface) 則是介於二者之間，對於應用程式開發者而言，API 是部份可視的介面。(五) 預設值 (Default)：軟體中的預設值，具有引導用戶的功能 (van Dijck, 2013)。

然而，一般用戶很難體察社交媒體平台技術之組成結構對於用戶行為產生的影響，舉例而言，當 Facebook 將用戶貼文預設為公開，多數用戶在開設帳號時並不會逐一檢視或修改個人隱私設定，用戶以為自己是跟親友分享照片，結果是將個人隱私暴露在不知名人士的目光下，就可能造成很大影響。¹

Bier (2009) 認為一般用戶在社交媒體從事日常活動是一種「技術無意識」(technology unconsciousness) 的狀態，一方面人們意識不到自己的受眾是誰、這些行為會對誰起作用，另一方面未能意識到我們傳播行為的機制，因此他強調不該將使用者視為獨立於技術以外的行動者，而是需要被提醒、無法分清人與技術界線的分析對象。

Lash (2007, September) 指出資訊在人們當前生活與環境中扮演重要的形構角色，社交媒體當中的軟體演算法 (software algorithms) 的決策力量挑

¹ Facebook 自 2014 年 5 月改進隱私設定，將新用戶貼文預設不公開，新用戶預設分享對象會由之前的「公開」調整為「朋友」，對既有用戶，Facebook 也推出新的隱私檢查工具，讓用戶可以循序檢視他們的貼文分享給了誰、用了哪些 app，以及重要個人資料的隱私設定。參見 <http://www.ithome.com.tw/news/87984>

戰了人類能动性，Lash 認為曾是媒介（medium）的東西，今日已經變成了一種物，一種產品（a thing, a product），資訊成為我們如何生活、存有、行事、接觸事物，與生活方式的一部分。我們不只靠資訊理解世界，資訊更在其中扮演積極的建構角色。這些資訊秩序造成本體論與認識論上的崩解與改變，我們對於世界的「認識論的」或認識（knowing）模式越來越與我們的存有方式（modes of being）相關。

Hayles（2006）強調軟體在社交互動中扮演重要角色，卻經常潛伏在其背景內，它對建構與分類人、地、物之影響往往難以看見，在高度發展與網絡化的社會中，人類意識包含了巨大資料流量金字塔所給出的資訊提示（tip），而這些提示大多發生在機器之間，透過關連性資料庫與在地硬體之傳播互動產製了資訊，也用作決策。Hayles 形容這是一個「認知領域」（cognisphere），意即它是一個人與機器多重地共同演變與高度連結之複雜系統。這種具有認知潛能的主動和互動技術，不需人類參與也能運作，它是一種自動的傳播（automated communications）；它成為了生活一部分，卻不一定被意識到，大部分的傳播將在智慧裝置之間自動地發生，人類只能介入這傳播過程的一小部分，這過程的絕大部分是人類所沒有察覺或真正知道的。

Lash（2007）以後霸權來形容今日的資訊社會，在過往時代，霸權作為權力，透過意識形態進行控制，它以社會結構中的物質改變來說明與重構權力；但在後霸權時代中，霸權已經走進了日常生活，而權力也更是從「裡面」（而不是從上而下）運作。他指出：「若霸權秩序（hegemonic order）是透過再生產的文化邏輯（cultural logic of reproduction）進行，那後霸權權力則是以創造發明的文化邏輯（cultural logic of invention）施展。」對 Lash 來說，電影、唱片、印刷品屬於再生產的領域，網路上的評論、部落格、標籤、交友（friending）等內容創建則屬於創造發明，它們一方面是用戶主動地生產，另一方面被動產出了一些生產軌跡。Lash 所言的創造發明可連結到 Web 2.0 時代最重要的使用者產製內容之特色，它不僅指向 YouTube 中眾多素人上傳的影片，也指向更多人日常的拍照、打卡、留言等行為，每一個看似微不足道的個人行動，累積成一股龐大的影響力量，例如：YouTube 每日最多人瀏覽之影片即是一人上傳、數百人留言、千萬人點閱所共同創造而來。因此，

在後霸權時代，權力取代論述與認知判斷，滲透到我們每個人之中，權力成為我們存有之一部分，與我們同時生活，回應我們，這是一種從內運作的權力方式，它會自我組織（self-organization），舉例而言，透過使用者產製、分類線上內容的標籤，已讓資料「找到我們」。

就社交平台的公司而言，Facebook 創辦人馬克佐伯格強調人們連結的關係是社交的基礎，科技僅方便社交活動的進行，然而這種作法是讓人與人的連結成為資源，社交成為一種可販賣的商品，用戶的朋友關係成為臉書最珍貴的資產，它透過用戶與朋友的互動痕跡來計算、推薦其他內容。批評者認為，閱聽人在其中更加成為商品化，使用者用個人隱私交換更多樣化的線上社交活動（van Dijck, 2013）。

當代社交媒體的全面滲透，使人們更難以脫離社交媒體生活，像 Facebook、Twitter、YouTube 成為建構當前媒體事件發生與人際關係連結的重要力量，各種社交媒體平台就像一個微生態體系，這些平台彼此連結並組合成一個連結性媒體的生態，它涵蓋了我們生活的社會和文化規範，並會自我組織與蓬勃發展。

二、人的連結：分享做為一種意識型態

社交媒體上多數人的分享對於社交媒體的訊息傳遞很重要，然而社交媒體內容的分享並非是自然形成的，而是經由技術的介入形塑出一種「分享」（sharing）的意識型態。van Dijk（2013）指出，Facebook 在技術層面創造了易於線上社群互動活動的平台，它鼓勵使用者「加為好友」（friending）及「按讚」（liking），這些都是具有「分享」意識形態的行為，讓「分享」形成為社會文化的一種主流價值；但並不是每一個人所分享的內容，使用者都可以看到，Facebook 平台透過編輯過的內容排序、管理政策、商業模式，介入了使用者容易觀看到什麼內容，當然也包括使用者不容易看到那些內容。

van Dijk（2013）認為，「分享」的意識形態構成了社交媒體的標準生態模式，當中所發生的實踐影響了社會及文化常規，例如：隱私的意涵及數據

控制的常規被模糊化。然而，也有學者認為社交媒體的分享帶來了一種參與的文化，讓更多人可用簡單方式參與，並關注公共事務。Jenkins、Ford 與 Green（2012）就對社交媒體的分享文化抱持正面態度，當人們從他人處接收了分享內容，也產生新的意義，對於分享內容，人們不再是思考生產者要傳達甚麼訊息，而是思考分享的人到底想要傳達甚麼意義，社交媒體的分享文化支撐了人和他人持續對話的意願。

Gerlitz 與 Helmond（2013）則提出按「讚」經濟學的概念，指出 Facebook 透過社交媒體按鈕與資料分析平台，將影響力延伸至整個網路的野心。社交按鈕是一種計算用戶參與的計數器，這些計數器可以用來衡量用戶連結到不同網路的行為，「讚」這一個按鈕讓用戶產生的不同數據彼此流動，促進了網路的重組與聚合，計數器同時可跟蹤用戶行為，並將行為轉換為用戶參與的數據，網路上的按鈕與插件（plugin）將不同網站彼此連結，成為一種新形式的網路結構，因而透過推出社交插件，Facebook 用戶的互動，如：喜歡、評論和分享不再局限於 Facebook，而是分佈在整個網路，用戶能夠更廣泛的將網路行為連接到他們的個人資料。例如：用戶的臉書帳號保持登入狀態時，當用戶在新聞網站上按讚時，臉書也追蹤了用戶行為。在這種情況下，外部網站不能被認為是離散的，而是一種基於相互作用的平台。這些社交插件讓網站可為用戶提供個性化的內容，並增加了用戶的朋友在網站中的參與行動。

除了社交按鈕之外，使用者在社交媒體上所建立的朋友關係，亦包含了技術介入的空間。Twitter 用追隨者（follower）這個詞彙來描述用戶及其他人的關係，用戶與追隨者可以是雙向訂閱，也可以是單向追蹤，後者往往比前者來得重要，一名用戶的追蹤者人數意謂有絕對數量的人會看到所追蹤的訊息流，因而連結成為可數量化的價值，像是名氣定律，你有愈多追隨者意謂者你愈有價值，且別人會認為你很熱門，而與你產生連結（van Dijck, 2013）。

許多學者探討 Twitter 用戶及追隨者之間的關係，認為 Twitter 用戶是面對一群想像的觀眾說話，這群觀眾不僅是他的追隨者而已，更包括許多因用戶資料公開而可以瀏覽內容的用戶，用戶與追隨者經常是不對等的關係，特

別是名人擁有諸多追隨者，但名人卻鮮少反向訂閱他的追隨者。然而，用戶與追隨者之間仍會維持一定的互動，以滿足情感及同屬於一個社群的需求，在這個過程中，用戶會對其追隨者產生一定的影響力(Marwick & boyd, 2010; Gruzd, Wellman & Takhteyev, 2011)。

由於 Twitter 預設的追蹤功能開放讓任何人訂閱任一用戶訊息，而不需經過他本人同意，除非用戶將預設為開放的訊息內容全都改為隱私。Murthy (2012) 指出這使得 Twitter 上的人際互動與實體的人際關係不同，Twitter 用戶會尋找有興趣的用戶進行聯結，包括名人等陌生人，他們在現實生活中不必認識，因而，Twitter 是一種多對多媒體，推文透過不同用戶之間的轉推 (retweet, 簡稱 RT) 方式，連結到另一群使用者，Twitter 這種形式的網絡媒體將人際互動帶到公共領域，也因此經常成為公眾意見流動的場域。

相較於 Twitter 的追蹤功能，Facebook 一開始以實名制為主要訴求，希望將線下人際關係帶到線上平台互動，因此最初的用戶互動必須在雙方互為好友的情況下，才能接受到彼此的訊息。後來 Facebook 亦開放單向追蹤功能，方便用戶追蹤名人的訊息，更進一步出現粉絲專頁 (page)，鼓勵企業或組織設立專頁與消費者互動，將 Facebook 從個人互動的社交平台擴大為個人與機構並存的巨型社會網絡。

社交媒體平台的技術鼓勵人們產生連結，無論是 Facebook 或 Twitter 用戶，他們在線上社交媒體擁有的朋友數或追隨者數量，往往遠大於他們在線下世界所能維持的人際關係，因此社交媒體平台上的用戶構成了巨型的社交網絡，訊息可以透過網絡中任一節點開始，最終達到快速傳散目的。

在此同時，「分享」做為社交媒體興起的重要意識形態，一方面鼓勵人們在社交媒體積極分享有價值的訊息與意見，另一方面透過電腦運算技術的介入，它根據社群運算結果決定將某則訊息推薦給使用者，以獲得最多的點閱或分享，或是藉由方便易用的使用者界面設計，讓用戶只要按一個鍵就可把內容分享給其他朋友，這些大量分享訊息的傳佈對於民意形成或群眾動員的過程亦會產生一定影響，因此很多研究者透過鉅量資料研究取徑收集社交媒體上的大量數據，藉由實證資料的分析來探討社交媒體在社會不同層面的影響。

參、社交媒體鉅量資料研究取徑

一、傳播研究與資料科學的跨領域合作

社交媒體的雙重性同時為研究者帶來了契機與挑戰，加上鉅量資料（big data）分析技術與工具的普及，社會科學研究者亦可利用資訊技術來收集與分析眾多用戶線上行為與使用者創造內容，產生了新的方法學領域（鄭宇君，2014）。社交媒體鉅量資料分析取正是透過研究用戶的數位足跡，包括 data 與 metadata，並結合 non-human data（設備、地點等相關資料），瞭解社交媒體上的群眾分享行為。隨著大規模群眾隨時在社交媒體產製大量內容、進行頻繁互動，留下大量的數位足跡資料，傳統的傳播研究取徑無論是質化研究或量化調查，都不足以應付如此大規模資料的收集與分析，便有了資料領域介入的合作空間，透過跨領域合作收集大量的社交媒體實證資料進行分析。

社交媒體鉅量資料分析的方法應用主要集中於下列三個面向，第一，分析用戶生成的大量內容（UGC），像是社交媒體的輿情偵測與口碑分析；第二，追蹤用戶的數位足跡（digital trace data），分析用戶的線上活動證據，如：超連結引用和 retweet 的情況，或是臉書用戶的瀏覽與分享行為（鄭宇君、施旭峰，2016；Bakshy, Messing & Adamic, 2015）；第三，分析社交媒體上的社會網絡關係，包括找出具影響力的用戶，解釋人們為何要追蹤他人並分享訊息的情況（Freelon, 2014; boyd, Golder & Lotan, 2010）。

針對社交媒體用戶產生的大量貼文內容，目前研究者可以透過 Twitter、Facebook API 大量收集貼文資料後，除了傳統的內容分析方法之外，亦可結合資訊科技的自動化分析技術，透過大量貼文分析找出公眾情緒（public sentiment）或動態框架變化。例如：Thelwall、Buckley 與 Paltoglou（2011）分析 Twitter 上的熱門事件，透過測量 tweets 使用詞彙增加程度，找出熱門事件與正負面情緒詞彙增加的關聯性；Lewis、Zamith 與 Hermida（2013）則以 Twitter 上的新聞來源，混合電腦計算與手工方法在鉅量資料時代進行內

容分析，達到系統性的嚴謹，既兼顧情境的敏感性，又可使電腦運算達到演算上的正確性。

此外，透過資訊技術的協助，研究者可瞭解社交媒體用戶的超連結引用行為，由於 Twitter 使用者透過「轉推」(retweet) 資訊方式進行公共參與，它是一種「分享」的形式，可快速將訊息擴散出去。這與 Twitter 平台的資訊流通方式密切相關，訊息內容很短，因此很高比例 tweets 有延伸資訊(網址連結)。例如：鄭宇君、施旭峰(2016)比較 2012 年台灣總統大選期間，台灣、日本、簡體中文社群最常引用的新聞來源。

另一方面，強調實名制的 Facebook 則希望連結線上與線下的人際網絡，這使它在人際互動與線上動員群眾更具有影響力。Bond 等人(2012)研究團隊與 Facebook 合作，以 Facebook 六千萬的使用者進行政治訊息傳播與動員之實驗，研究發現線上政治動員是有效的，包括使用者的政治自我表露、資訊搜尋、是否參與投票等，因為線上網絡的動員可以讓使用者看到熟悉朋友的面孔，可以戲劇性地加強其效果。Bode(2012)則是針對大學生的 Facebook 日常使用與政治參與行為進行問卷調查，發現 Facebook 的使用與政治參與行為有正相關，但不能確定其因果關係。

二、社交媒體公共傳播之研究主題

關於社交媒體究竟屬於公共領域或私人空間的論辯，許多學者採取折衷式說法：社交媒體做為公私混雜的線上空間，由於它具有社交性—人為了社交，必須擁有公共的一面，造成的結果是政治的，因此這個社交場域可做為公共與私人領域兩極化的調和方式，公民覺得在此私人領域可以更安全地保有個體自主性與他們公共身份的融合，並能控制他們的公共命運，因此人們退回這樣的私人領域，談論公共事務，進行公民參與(Papacharissi, 2010)。

由於社交媒體具有非私密性與半公共性的特點，人們可直接在社交媒體上進行多對多的溝通，不需透過新聞媒體做為意見表達的中介，因此分析社交媒體上公共事件的傳播過程，研究者不需要新聞媒體的報導視為多數公眾

意見的「代理人」，可以直接從公眾意見出發，探討在社交媒體上的公共意見如何形成。

就公共事件的傳播主題而言，針對社交媒體的大量內容進行分析主要可分為三類主題：第一類是與選舉或政治相關的公共議題，分析特定社交媒體空間中的意見類型及內容框架的變化，如：Facebook pages（粉絲專頁）、#hashtags、貼文與回應之間的關係；第二類是與重大災難事件相關，探討人們如何透過社交媒體分享資訊、召喚行動、表達討論；第三類則是隨著社交媒體普及，在各地喚醒的社交媒體革命或運動，包括發生在中東的阿拉伯之春、美國的佔領華爾街運動，關注的是社交媒體如何串連人們、動員群眾、形成對話的潛能。

（一）政治選舉事件

關於政治選舉事件的社交媒體研究發現，社交媒體是人們用來討論政治事務與評論主流媒體報導的主要場域。Ampofo、Anstead 與 O'Loughlin（2011）針對 2010 年英國普選的電視辯論賽進行研究，透過同步播放的辯論，現場媒體、一般公眾或線上收看的人都可提問，Twitter 使用者的討論反映出對民調結果不信任，包括質疑民調方法紕漏、有精英陰謀論，認為政客與主流媒體企圖操作選民的意識。Ampofo、Anstead 與 O'Loughlin 認為，社交媒體上的閱聽人不再是被動接受資訊，而是主動討論、尋找更多資訊，這改變了新聞消費方式，網路上有一群因政治事件竄出的 *viewertariats*，²他們作為傳統媒體與其他社會要素的中介者，在社交媒體上負責提供資訊與解讀民調的業餘專家角色，某種程度可以取代傳統媒體的專家角色。

Burgess 與 Bruns（2012）觀察 2010 年澳洲總理選舉時 Twitter 社群的動態變化，探討主流媒體與社交媒體內容之間的關係，他們收集內含 #ausvotes 的 tweets 共 41.5 萬則，其中有 23% 的發文集中在大選當天的 24 小時內，透

² *Viewertariats* 意指由於社交媒體提供即時互動的功能，個人可將他們的意見立即公開在網路平台上與別人互動，相對於以往，公共意見是被精英主導的，現在有愈來愈多網路上的意見領袖參與公共議題的討論，或是提供資訊解釋（Anstead & O'Loughlin, 2010）。

過分析發文討論主題與延伸連結，結果發現雖然 Twitter 討論大致上反映兩大黨與主流媒體的競選活動內容，像是前 10 個最常出現的連結都是主流媒體報導，但是社交媒體與主流媒體對於不同議題的重要性認知和討論熱度大相逕庭。Burgess 與 Bruns 認為，造成 Twitter 討論與主流媒體內容相互依賴的原因有二：（一）浮現型媒體中的對話會關注媒體本身；（二）討論主流媒體報導容易引起社群共鳴；總結來看，Twitter 並不是獨立於主流媒體之外的討論平台空間，它可以用來過濾、評論主流報導的內容，甚至催化討論。

許多 Twitter 研究都指出，用戶用來傳遞或告知資訊的比例，遠比真正的評論或對話來得高，也就是說發送帶有超連結的貼文或直接轉推（retweet）其他帳號的貼文，遠比用 @user 來相互對話的比例來得高（boyd, Golder & Lotan, 2010; Small, 2011）。boyd、Golder 與 Lotan（2010）認為人們在 Twitter 上透過 RT 轉發訊息即是一種政治參與的對話，但 Small（2011）認為政治性的 hashtags 中只有部分是對話，其中絕大部分都是告知的 RT，這些 RT 只能算是資訊分享，不能算是對話、對於促成數位民主沒有太多幫助，但可視為政治資訊的集散地，透過 hashtag 用來蒐集跟自己興趣相關的資訊十分有用，它主要目的就是告知，不論是提供或接收資訊。

在的選舉民意與情緒分析方面，Groshek 與 Al-Rawi（2013）分析 2012 年美國總統大選期間社交媒體內容之公眾情緒（public sentiment）與批判框架（critical framing），研究者選擇二位主要候選人（民主黨歐巴馬 vs. 共和黨羅姆尼）的 Facebook 專頁，收集 2012 年 1 月 1 日到選舉後一天 11 月 17 日的動態貼文與回應，及 Twitter 上標示 #election2012 在投票當天 24 小時的 tweets，利用 Facebook 與 Twitter API 共計收集了 142 萬則社交媒體內容進行分析，透過資料探勘與斷詞分析方法找出不同候選人 Facebook 專頁的浮現框架（emergent frames），利用概念地圖將粉絲頁出現頻率前 200 名的字詞進行相關性分析，結果發現歐巴馬與羅姆尼的粉絲專頁概念地圖相近，在自己的粉絲頁上，對手和批評性字眼的相關性較高，相較之下，在選舉當天的 Twitter 上少有批判性字詞，多是報導性質（如：獲勝、RT 轉發新聞報導結果）。

進一步比較不同社交媒體的內容特性，Groshek 與 Al-Rawi (2013) 發現，相較部落格與 YouTube 的內容較為原創、具黨派色彩和批判性，出現在 Facebook 多是非原創或二手資料，這可能與 Facebook 的非匿名性、易於辨認身份特性有關，但討論內容的相互關連性較高；相較之下，Twitter 的討論範圍及熱門關鍵字則是較多元廣泛，特別是選舉當天的 24 小時，Twitter 彷彿電視新聞的即時轉播一樣在做選情報導。

(二) 災難事件

在重大災難事件當中，由於災難的不確定性與災情瞬息萬變，災難事件當中社交媒體的公眾意見更具時間敏感性，且在社會機構失能之際，社交媒體往往扮演備援頻道 (backchannel) 的角色，第一時間將目擊影像或即時訊息發佈在社交媒體。公眾利用線上論壇、部落格、維基百科、臉書、網路相簿以及微網誌等資訊平台從事訊息交換、討論溝通和表達支持，進而形成社會聚合與群體協作的活動 (Sutton et al., 2008; Hughes et al., 2008)。

特別在災難發生第一時間，確認親友安危與相互聯繫往往成為公眾透過社交媒體想要掌握的情況。新聞網站瞭解最新情況或聯繫親人朋友。例如：2005 年 Katrina 颱風期間，公眾使用手機或即時通訊軟體聯繫親朋好友以確認平安 (Shklovski et al., 2008; Palen et al., 2007)；2007 年維州校園槍擊案中，學生在官方正式公布傷亡名單前的第一時間內，透過 Facebook 串聯，快速確認死者身分和人數 (Vieweg et al., 2008)。因而，Google 在重大天災時會設立 people finder 功能，提供多對多尋人服務，以減輕救災機構的負擔，Facebook 則在 2015 年巴黎恐怖攻擊事件發生時，啟動用戶確認平安功能，當地用戶可快速按下確認鍵，即會透過 Facebook 發佈平安訊息，得以迅速安撫親友焦慮的心情。

學者研究發現人們在災難中使用社交媒體的主要目的可分為四種：實況更新、意見表達、情感支持和行動號召 (Qu, Huang, Zhang, & Zhang, 2011)。陳百齡、鄭宇君 (2014) 分析 2009 年台灣莫拉克風災的災情網站內容時，將社群討論內容分為資訊、行動、討論三大類，資訊類：請求協尋人員、提供情境資訊、轉貼媒體公告；行動類：請求救援、志工物質；表達類：討論

反應、要求自律；這三類訊息的數量會隨著時間變化而有所不同，其中最多仍是資訊的請求或轉發擴散，透過多對多方式滿足人們對災情即時資訊的需求與供給；其次是號召集體行動，動員志工或捐助災民，最後才是對災難行動的討論與意見表達。

(三) 社會運動

社交媒體在近年的社會運動中更是扮演訊息傳遞與動員的不可或缺角色。Manuel Castells 率先提出網絡化運動 (networked movement) 的概念，他看到網際網路崛起之後，產生的大眾自我傳播 (mass self-communication) 現象，透過點對點傳播及網際網路的連結，每個人播送的訊息都有潛能觸及更廣大的群眾，它同時也是多樣性的，可能是任何內容、以任何形式，增加它在網際網路的擴散，因而它會自我生產內容、自我決定擴散方向，並以多對多方式接收 (Castells, 2007)。

許多研究者都指出，網絡化運動中參與的群眾不再是被組織所動員而來，透過社交媒體的連結，群眾的自我組織和生產，形成新型態的集體行動，群眾利用科技力量超越地理和社會疆界，他們重新形塑了傳播邏輯，改變了動員的方式 (Bennett & Segerberg, 2012; Stohl, 2014)。Bennett 與 Segerberg (2012) 提出網絡化運動中的連結性行動邏輯 (logic of connective action)，強調數位傳播促成抗爭政治的個人化 (personalization of contentious politics)，數位促成的行動網絡 (digitally enabled action networks)，利用互動性高的數位媒體將主題個人化，透過個人化網絡的方式將公民訊息傳播出去，號召更廣泛的公眾參與；技術平台及應用取代了政治組織的角色，政治訴求與不滿以非常個人化方式在網際網路上被快速分享，今日社運訴求的個人化主題和獨立能動性超越傳統社運強調的組織化效能。

在分析社交媒體大量龐雜內容時，許多研究者以動態框架分析的方式，分析公眾意見的流動與轉向，特別是發生在 2012 年春天的阿拉伯之春、佔領華爾街運動，由於事件持續好幾個月，參與者內部產生不同派的意見，透過社交媒體大量資料的收集與分析，研究者可掌握事件發展過程中的討論議

題轉向，不同立場的參與者如何透過社交媒體進行意見協商，並與公眾互動過程。

Meraz 與 Papacharissi (2013) 以埃及革命期間 Twitter 上的資訊傳佈為案例，探討網路上的框架與守門行動如何產生？她們針對埃及革命期間一個月內#egypt 的 Twitter 文章進行隨機抽樣，並以質化、量化並行的方法，進行網絡分析、內容分析、論述分析，結果發現，Twitter 上的框架與守門是透過群眾協力而形成，當中顯著 (prominent) 框架是經由菁英與非菁英反覆地協商、修正而出現，Twitter 做為一種資訊擴散與群眾溝通的網路平台提供了菁英與非菁英進行溝通的可能，進而讓框架與守門的過程結合。

然而，在社會抗爭事件中，雖然 Twitter 可像新聞媒體一樣 24 小時即時報導抗爭現場狀況，但報導方式與傳統媒體迥異，情緒性濃厚，難以分辨事實陳述與情緒呼告，研究者認為在這類社會抗爭事件的社交媒體報導浮現出一種新文類：情感新聞 (affective news)，它常是主客觀並陳、夾敘夾議，在故事或事件中找到自己的定位，雖然常常重複或模仿主流媒體訊息，不過最重要或最受歡迎的 tweets 通常都是情緒性的，造就了事件可能沒有多少進展，情感積累卻很濃厚，研究者認為情感新聞不是傳統新聞的替代品，而是另闢蹊徑，對於社交媒體上的公眾兼具感知層面與情感渲染力 (Papacharissi & de Fatima Oliveira, 2012)。

上述發現與 Hermida (2010) 的觀點相符，面對具有時效性的重大事件 (如：選舉、災難、突發事件)，Twitter 變成氛圍新聞 (ambient journalism) 的模式，它廣泛、輕量，總是在傳播系統中不斷互動、增生新聞，這種新聞模式不僅滲入主流的大眾媒體，也會回頭影響傳統媒體之議題設定主題，產生溢散和共鳴的效果。Nisbet (2010) 認為，在社交媒體這種互動式的數位媒體上，一般公眾會成為更主動提供內容的貢獻者、創用者、回應者，少了傳統新聞人守門的把關，新聞框架的形成轉變為互動、社會建構、由下而上的框架模式，有別於傳統新聞框架的傳輸模式，許多議題的發酵都是先在社交媒體進行宣傳，之後才被傳統新聞媒體報導。

整體而言，社交媒體上的眾多公眾意見，訴求的未必是意見溝通，更多比例是為了資訊分享與擴散 (過去這點只能仰賴大眾媒體來做)、動員公眾

自發性地參與行動（過去這點必須仰賴政黨或社團組織的動員）、只有部分內容是意見表達與溝通，儘管意見表達所佔比例較低，但重要性卻不亞於前二者，因為這些意見表達與溝通之目的正是在於提醒公眾在進行資訊擴散、群眾動員時必須要有的反身性思考。

肆、結語

前文簡述了社交媒體的雙重連結使帶來的特性，它使得所有互動都夾雜了人與人的互動以及平台與平台的互動，這些互動成為平台演算法的參數，根據演算法背後的分享意識形態，引導出下一次的互動。在這個特性之下，社交媒體研究也可分為兩大取徑，一方面從批判的技術哲學切入，探討平台結構及演算法所造成的問題；另一方面則是鉅量資料研究取徑，人文社會學者與資料科學家的跨領域合作，取得鉅量的實證數據進行分析，研究的公共傳播議題包括選舉、災難、社會運動，藉此瞭解鉅觀的社交媒體之社群行為。

面對資訊技術對於傳播活動與研究所帶來衝擊，傳播社會科學研究方法已不足以因應，從目前檢閱文獻看來，它確實已經造成研究典範與研究方法之轉移。本文前述的兩種研究取徑正是呼應了社會科學之批判、實證與詮釋典範所關注的核心議題，投射在社交媒體研究上，它一方面反思社交媒體平台結構所隱含的限制，但也利用資訊技術的進展，強大傳播研究的尺度與範圍，透過鉅量資料的研究取徑，研究者有機會取得全球性的資料進行鉅觀輪廓的勾勒，並對這些結構予以詮釋，像是找出網絡化社會運動之連結性邏輯（Bennett & Segerberg, 2012），或是詮釋全球跨語言社群對於單一選舉事件的傳播模式差異（鄭宇君、陳百齡，2014）。

隨著資訊技術的快速進步，以及社交媒體生態系的蓬勃發展，目前正是典範移轉的階段，鉅量資料的研究取徑仍在快速發展持續變化當中。綜觀目前國外的發展趨勢，社交媒體鉅量資料分析的未來展望在於以下幾個面向（Ampofo, Collister, O' Loughlin & Chadwick, 2013; Bruns, & Highfield, 2014）：

- (一) 追蹤大範圍公開使用者的活動：舉例來說，澳洲研究者 **Bruns** 團隊掌握全澳洲 **Twitter** 用戶帳號，可追蹤全國用戶對於特定議題或事件的發言態度 (**Bruns, 2014**)。
- (二) 結合質化、量化取徑的資料分析：針對大量線上資料的分析結果，研究者必須結合線上參與觀察及質化的文本分析，甚至是訪談，才能對資料結果進行深入的詮釋。
- (三) 研究者不只分析線上資料，兼顧線下資料的收集與分析：例如，政治傳播學者將線上民調結果與選舉的出口民調結合，分析比較線上線下民意之差異與可能原因。
- (四) 探討議題趨勢、用戶情緒、網絡影響力：分析 **Twitter** 或 **Facebook** 的熱門事件，測量情緒詞彙的增加或減少程度，找出熱門事件與正負面情緒詞彙的關聯性。
- (五) 出現更多新工具用來處理鉅量資料與視覺化分析，可協助研究者針對大量資料進行探索性分析。
- (六) 藉由 **Facebook**、**Twitter** 等大型社交媒體平台的 **API**，或由研究者自行開發的資料擷取工具，研究者可進行大規模、即時資料的分析。

社交媒體鉅量資料分析領域目前仍在起步階段，還有很多研究議題待開發，等待更多研究者投入研究，產生更有價值的應用。當然，這個研究取徑仍存在很多研究限制，包括抽樣與收集資料的問題、道德與隱私的界線模糊、如何進行有效的測量與資料詮釋、自動化分析與人工分析如何協力等問題 (**boyd & Crawford, 2012**；**Mahrt & Scharkow, 2013**)。

上述這些研究議題與方法之所以令人感興趣，正是因為社交媒體的雙重連結，將傳統的人類互動與先進的技術發展密不可分地綁在一起，它們交織纏繞形成龐大的全球社交網絡。我們每個人都是這個巨大網絡中的一個節點，既受到整個網絡事件波動的影響，但因為在地脈絡而產生不同的感應，如同 2015 年發生的巴黎恐怖攻擊事件，因為有著技術的連結讓我們第一時間感受到攻擊傷亡的震撼，但又因所處在地脈絡的差異，讓我們有著不同於

西方或穆斯林社會的感受。對於事件既近又遠的觀看，既相似又差異的感受，正是今日我們生活的樣貌。

參考書目

- 陳百齡、鄭宇君（2014）。〈從流通到聚合：重大災難期間浮現的資訊頻道〉。《新聞學研究》，121:89-125。
- 翟本瑞（2011）。〈從社區、虛擬社區到社會網絡網站：社會理論的變遷〉。《資訊社會研究》21:1-31。
- 鄭宇君（2014）。〈向運算轉：新媒體研究與資訊技術結合的契機與挑戰〉，《傳播研究與實踐》，4(1):67-83。
- 鄭宇君、施旭峰（2016）。〈探索 2012 台灣總統大選社交媒體之新聞來源引用〉，《中華傳播學刊》，29: 107-133。
- 鄭宇君、陳百齡（2012）。〈溝通不確定性：探索社交媒體在災難事件中的角色〉，《中華傳播學刊》，21:119-153。
- 鄭宇君、陳百齡（2014）。〈探索 2012 台灣總統大選之社交媒體浮現社群：鉅量資料分析取徑〉。《新聞學研究》，120:121-165。
- Amfofo, L., Collister, S., O'Loughlin, B., & Chadwick, A. (2013). Text mining and social media: When quantitative meets qualitative, and software meets Humans, *New Political Communication Unit Working Paper*, October 2013
- Amfofo, L., O'Loughlin, B., & Anstead, N. (2011). Trust, confidence, credibility: Citizen responses on Twitter to opinion polls during the 2010 UK general election. *Information, communication and society*, 14 (6), 850-871.
- Anstead, N., & O'Loughlin, B. (2010). The emerging viewertariat: Twitter responses to Nick Griffin's appearance on BBC Question Time, School of Political, Social and International Studies, University of East Anglia, Norwich.
- Baudrillard, J. (1983). *In the shadow of the silent majorities... or the end of the social and other essays*. New York, NY: Semiotext(e).
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L.(2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook, *Science*, 348, 1130-1132.
- Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New media society*, 11 (6), 985-1002
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Bode, L.(2012). Facebooking It to the Polls: A study in online social networking and political behavior. *Journal of Information Technology & Politics*, 9, 352-369.
- Bond, R.M, Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D.I., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler,

- J. M. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295-298.
- boyd, d., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679
- boyd, d., Golder, S. & Lotan, G. (2010.01). Tweet, tweet, retweet : Conversational aspects of retweeting on Twitter. *HICSS '10 Proceedings of the 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2014). 'Big social data' in context: Connecting social media data and other sources. Paper presented at the ACSPRI conference, Sydney, 7-10 Dec. 2014. 上網日期 2014年8月14日, 取自
<http://www.slideshare.net/Snurb/big-social-data-in-context-connecting-social-media-data-and-other-sources>
- Bruns, A. (2014/8/3). First Survey Finds 2.8 Million Twitter Accounts in Australia. 上網日期 2014/08/14, 資料取自
<http://theconversation.com/first-survey-finds-2-8-million-twitter-accounts-in-australia-29829>
- Burgess, J., & Bruns, A. (2012). (Not) the Twitter election: The dynamics of the #ausvotes conversation in relation to the Australian media ecology. *Journalism Practice*, 6(3), 384-402.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- Cloudry, N., & van Dijck, J. (2015). Researching social media as if the social mattered. *Social Media + Society*, 1, 1-7.
- Freelon, D. (2014). On the interpretation of digital trace data in communication and social computing research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), 59-75.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The 'like' economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348-1365.
- Gitelman, L. (2006). *Always already new: Media, history, and the data culture*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Groshek, J., & Al-Rawi, A. (2013). Public sentiment and critical framing in social media content during the 2012 U.S. presidential campaign. *Social Science Computer Review*, 31(5), 563-576.
- Gruzd, A., Wellman, B., & Takhteyev Y. (2011). Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*, 55(10), 1294-1318.
- Hayles, N.K. (2006). Unfinished work: From cyborg to the cognisphere. *Theory, Culture & Society*, 23(7-8), 159-66.
- Hermida, A. (2010). From TV to Twitter: How ambient news became ambient journalism. *M/C Journal*, 13(2). Retrieved December 18, 2013, from
<http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/220>
- Hughes, A. L., Palen, L., Sutton, J., Liu, S. B., & Vieweg, S. (2008). "Site-Seeing" in disaster: An examination of on-line social convergence. *Proceedings of ISCRAM 2008 - 5th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*, 324-333.

- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. B. (2012). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Lash, S. (2007, September). *New new media ontology*. Presentation at Toward a Social Science of Web 2.0, National Science Learning Centre, York, UK.
- Lash, S. (2007) Power after hegemony: Cultural studies in mutation. *Theory, Culture & Society*, 24(3), 55-78.
- Lewis, S. C., Zamith, R. & Hermida, A. (2013). Content analysis in an era of Big Data: A hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 34-52.
- Mahrt, M., & Scharrow, M. (2013). The value of big data in digital media research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 20-33.
- Marwick, A. E., & boyd, D. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media and Society*, 13, 96-113.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), p138-166.
- Murthy, D. (2012). Towards a sociological understanding of social media: Theorizing Twitter. *Sociology*, 46(6), 1059-1073.
- Nisbet, M. (2010). Knowledge into action: Framing the debates over climate change and poverty'. In P. D'Angelo & J. Kuypers (Eds.), *Doing framing analysis: Empirical and theoretical perspectives* (pp.43-83). New York, NY: Routledge.
- Palen, L., Vieweg, S., Sutton, J., Liu, S. B., & Hughes, A. (2007). Crisis informatics: Studying crisis in a networked world. *Proceedings of the Third International Conference on E-Social Science*. 上網日期 2010 年 8 月 1 日, 取自 <https://works.bepress.com/vieweg/12/>
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge, UK: Polity.
- Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2012). Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, 62(2), 266-282.
- Qu, Y., Huang, C., Zhang, P., & Zhang, J. (2011). Microblogging after a major disaster in China: a case study of the 2010 Yushu earthquake. *Proceedings of the ACM 2011 conference on computer supported cooperative work*, 25-34.
- Shklovski, I., Burke, M., Kiesler, S., & Kraut, R. (2008). *Use of communication technologies in Hurricane Katrina aftermath*. Paper presented the HCI for Emergencies Workshop Conference on Human Factors in Computing (CHI 2008), Florence, Italy.
- Small, T. A. (2011). What the hashtag? *Information, Communication & Society*, 14(6), 872-895.
- Stohl, C. (2014). Crowds, clouds, and community. *Journal of Communication*, 64(1), 1-19.
- Sutton, J., Palen, L., & Shklovski, I. (2008). Backchannels on the front lines: Emergent use of social media in the 2007 Southern California Fires. *Proceedings of ISCRAM 2008 - 5th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*, 624-632.,.

- Thelwall, M., Buckley, K., & Paltoglou, G. (2011). Sentiment in Twitter events. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(2), 406-418.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York, NY: Oxford University Press.
- Vieweg, S., Palen, L., Liu, S. B., Hughes, A., & Sutton, J. (2008). Collective intelligence in disaster: Examination of the phenomenon in the aftermath of the 2007 Virginia Tech shooting. *Proceedings of ISCRAM 2008 - 5th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*, 44-54.

**Dual connectedness of social media:
Connecting networks of users and connecting ecosystems of
techniques**

Yu-Chung Cheng*

ABSTRACT

This article argued for the dual connectedness of social media. On one side, social media connect a lot of people to make a huge social network; on the other side, numerous social media platforms are connected through technologies to become a connecting ecosystem. The emergence of social media today is the result of co-evolution of human agency and information infrastructure.

Thus, there are two approaches to investigate the dual connectedness of social media. One is theoretical, which provides critiques to the ideologies of algorithms and structures of social media platforms, and another one is empirical, which acquires big data on the social media platform to analyze human digital footprints by combining computer science and social science.

Keywords: algorithm, big data, connectedness, sharing, platforms,
social media

* Yu-Chung Cheng is associate professor at Department of Mass Communication, Hsuan Chuang University, Hsinchu City, Taiwan, e-mail:colisa@gmail.com

探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑

江淑琳*

本文引用格式

江淑琳 (2016)。〈探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑〉。《傳播、文化與政治》，4:27-54。

投稿日期：2015 年 11 月 30 日；通過日期：2016 年 6 月 8 日。

*作者江淑琳為中國文化大學新聞系副教授，e-mail: cshulin@googlemail.com。

《摘要》

本文試著整合傳播研究及科學與科技研究（Science and Technology Studies, STS）兩個領域，以物質性概念為切入角度，透過爬梳「科技」或說「新傳播科技」在傳播研究與 STS 中被置放的角色，強調在新聞研究中，科技的角色應該更被看見，而非只是作為新聞研究個案的背景。本文並援用 STS 中的行動者網絡理論（Actor Network Theory, ANT）以及「相互形塑」（social shaping）與「相互合作生產」（co-production）的概念，提供初步訪談資料，試著思考當今不斷流動與片斷化的數位新聞生產之可能研究取徑。

關鍵詞：共同生產製作、行動者網絡理論、相互形塑、科學與科技研究、傳播研究

壹、前言

傳播研究如何看待科技？傳播研究在談到科技時，一個重要的傳統脈絡之一，是將科技視為人的延伸（*extensions of man*; McLuhan, 1964），在不同的時間與空間，科技持續被視為用來支持或擴展人類感官認知與傳播行動（Boczkowski & Lievrouw, 2009）的技術，例如，從 Ong（1982）討論口語與書寫傳播提到人類使用符號、語言與書寫以表達並形成想法與經驗，到英國傳播學者 Raymond Williams 討論電視的科技形式，乃至德國傳播媒介思想家 Fredrich Kittler（2010）討論留聲機、攝影與打字機的發展。又如加拿大學者 Innis（1972）將媒介分為時間偏向與空間偏向，認為帝國的盛衰會受到時間或空間偏向的媒介影響。

另一個在傳播研究中談論科技的傳統，則是從行為導向的取徑出發，根據媒介與人類感知的相關性，區分出媒介形式（例如文本或圖像）與人類使用媒介的方式（例如單向或雙向）。上述這些研究取徑可以說多半從科技形式（*technical feature*）出發，偏重於媒介帶來的效果（Boczkowski & Lievrouw, 2009）。

不同於部分傳播研究的傳統將重點置放在科技形式，科學與科技研究（*Science and Technology Studies, STS*）則重視某一個科技系統的意義與實踐，以及這個科技系統與更大環境的關係（Boczkowski & Lievrouw, 2009）。STS 的一個重要面向在於從科技的物質層面出發，探索科技的物質層面如何與各種社會、政治、經濟與文化等脈絡互動，當然科技的研究也得置放在這樣的脈絡下進行。

然而，傳播學者與 STS 學者的研究取徑並非兩條平行線，已經漸漸有融合的趨勢。Boczkowski 與 Lievrouw（2009）兩位學者認為，英國與歐洲傳統的傳播研究，將媒介科技視為「文本」，而非僅是一種「形式」，媒介演化的路徑受到各個參與者及相關利益或興趣所決定，因而科技發展的最終結果難以預期。這種重視媒介發展的歷史、媒介發展的意義與實踐，與 STS 對科技的關懷若合符節。

除此之外，傳播研究對於早期源自於美國傳統的行政研究與效果研究，自1980及1990年代之後，也借用了STS對於科技研究的看法，揚棄科技決定論，並借用了諸如「詮釋的彈性」(interpretative flexibility)、「社會建構」(social construction)、「社會形塑」(social shaping)等概念，進行科技與社會的分析(Boczkowski & Lievrouw, 2009)。

STS領域的學者對於傳播媒介的發展也有不少相關研究。網際網路在1990年代漸漸成為流行的資訊傳播科技，傳播研究與STS兩個領域的學者同時注意到網際網路與社會的關係(Boczkowski & Lievrouw, 2009)。

這篇文章簡單描述了筆者過去的媒體工作經驗，包括從紙本新聞(日報、晚報)轉換到網路新聞的過程，結合筆者所受過的新聞傳播以及科技與科學研究兩個領域的訓練，以物質性概念為梗，以數位新聞生產為個案，透過初步訪談不同媒體特性的線上記者與編輯，概略呈現在什麼樣的脈絡下，速度成為新聞實踐的優先要求，新聞的正確性與深度甚至存而不論。藉此試著在整合傳播研究與STS兩個領域與物質性的概念，思考並建議對於數位即時新聞生產的可能研究取徑。

筆者以為，加入科技物的物質性思考，可以進一步反思，雖然科技與社會互動之後，最終某一種結果將被特別突顯出來，但科技物的物質基礎其實可以帶出各種結果，也就是說，各種行動者所產生出來的結果是彈性、非決定性的。將這樣的關懷運用在新聞研究上，本文也希望從數位即時新聞的再現，一方面思考科技物的多元可能，一方面從過程的發展去思考某一種結果被突出的可能原因以及反轉的方式。同時本文也想知道，目前對於科技與新聞的研究角度有哪些，有什麼樣的偏重，加入其他角度對新聞產製的研究可以有什麼樣的幫助，以數位即時新聞生產為例，可以看出什麼樣的關係。例如，當數位媒體讓即時新聞的發展達到極致的現在，開始有人呼籲「慢新聞」(slow journalism)，深度的新聞內容又重新被重視，這或許也是Harold Innis所認為的，某一種傳播偏向達到極致之後，就會往另一個偏向轉？

資料收集與研究方法上，本文嘗試結合筆者個人在平面媒體與電子媒體的新聞經驗，並同時訪談目前仍在線上處理新聞的記者、編輯與國際新聞編譯，勾勒出數位即時新聞產製的過程與癥結。因此，本文將同時結合對理論

的思考，以及筆者與受訪者的新聞實務經驗，以即時新聞生產切入，思考新聞的本質，以及物質基礎在數位即時新聞生產中的角色。

貳、傳播研究與 STS 研究科技的角度

近年來陸續有學者希望整合傳播研究與 STS 研究兩個取徑。傳播學者 Mosco (2009) 指出，STS 與傳播研究中的政治經濟學都是從實在論的認識論 (realist epistemology) 出發，兩者有相似之處，例如 STS 研究知識與社會實踐的相互形塑。兩者對民主也同樣感興趣，例如 STS 關心行動者 (actant)；傳播政治經濟學可以補 STS 可能忽略的權力問題 (Mosco, 2009, pp. 234-235)。

傳播政治經濟學之外，媒介生態學的取徑也可能用以整合傳播研究與 STS 研究。例如加拿大學派傳播學者 McLuhan (1964) 認為科技是人的延伸，科技是人的義肢之論點；或者如德國媒介思想家 Kittler (2009) 從科技的角度研究媒介發展，其研究特別關注科技本身，認為科技是一種操控時間軸的媒介。這兩位學者的研究關懷，也具有整合傳播研究與 STS 研究的潛力。

因而，不論從政治經濟學、媒介生態學等傳播取徑，均初步點出或呈現出傳播研究與 STS 研究可以整合、互補，不過這些取徑尚缺乏較為完整的論述。

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 也試圖整合傳播研究與 STS 兩個取徑，這兩位學者以資訊傳播科技為分析對象，從因果關係 (causality)、過程 (process)、結果 (consequence) 等三個角度，討論兩個取徑的差異以及整合的可能性。兩位學者的文章是目前整合傳播研究與 STS 兩個領域最完整的代表作，因此本文將以兩位學者的架構為主，並補充相關文獻。要特別說明的是，這並不表示傳播研究與 STS 僅能以此種方式整合。

一、因果：科技影響社會 vs. 科技是社會形塑的產物

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為，研究資訊傳播科技的學者提出了重要問題：科技與社會的因果關係 (causality)。在行為與文化學理論化的研究背景驅使下，傳播研究傾向於將科技視為造成、或有助於造成社會變遷的因素，而非將科技本身視為研究對象 (object)。不同於傳播研究，STS 研究則將科技視為研究對象，他們關心的不是科技物對社會的影響，而是科技的發展過程，想要知道是哪些原因使得科技發展成我們所看到的樣子，但又要盡量避免從科技決定論落入社會決定論的極端。

為了避免落入科技或社會決定的極端，STS 學者以科技物為研究對象，試圖探索科技的發展過程，並關心科技發展的社會脈絡。STS 學者 Trevor Pinch 回顧過去文獻並整理出曾經使用「物質的技術物」(material artifacts) 這個詞彙的文章之後，他發現「物質的技術物」會受到社會學的實踐所影響而產生根本上的變化，並反過來也改變了社學會的實踐面向。雖然 Pinch 所回顧的這些文章中所提到的技術物，多半是有具體形體的技術物，例如 Bijker (1995) 的腳踏車研究，或是 Kline 與 Pinch (1996) 的汽車研究；不過，Pinch 所回顧的文章中，也提到了數位軟體或是電腦軟硬體的分析，所以 STS 學者所研究的科技物，已經不局限於具有具體形體之物。

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 則進一步以印刷科技為例，說明傳播研究與 STS 兩個領域的研究視角在看待印刷科技與社會的因果關係時有所分歧。兩位學者以愛因斯坦所著的《印刷報紙是社會變遷的代理人》(Printing Press as an Agent of Change; Eisenstein, 1979) 與約翰斯所著的《書的本質：印刷與生產中的知識》(Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making; Johns, 1998) 為例，作為對照。

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為《印刷報紙是社會變遷的代理人》對研究傳播科技的學者影響深遠，傳播學者認為印刷報業的出現帶來了印刷文化，相較於之前經由抄寫員手抄生產的文本而言，印刷報紙成爲一種獨特的科技系統，宣示西方文明的到來，並帶來一連串革命性的改變。就愛因斯坦而言，印刷的重要特質在於固定了排字印刷術，印刷的文本內容與形式被保存在印刷物中，生產與使用的關係被獨立起來。除此之外，整個現代知識工業也因此而發展。《書的本質：印刷與生產中的知識》則持不同視角，約

翰斯反駁愛因斯坦將印刷自外於歷史的看法，他想要知道的是印刷史如何與社會互動之後相互形塑而成，他想要知道的是印刷科技發展的過程，而非印刷術對社會的影響。

不過，Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 也認為，雖然傳播學者與 STS 學者看似分道揚鑣，但其實兩者也在找尋合作之道，他們所找到的整合之道是，將科技視為一種「社會物質形構」(socio-material configuration)，在這個形構中，各個要素在不同的時期，於開展彼此之間的關係時，各自展現不同程度的決定性 (determination) 與偶發性 (contingency)。

二、過程：生產 vs. 消費

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為傳播學者與 STS 學者都注重生產與消費的過程，不過兩個領域還是有所差異。STS 學者早期為了反對並有別於科技決定論，特別將科技的研究聚焦在新科技物的生產面向，而較少放在消費面向。傳播學者則是強調生產或消費兩個面向各有之，生產面向通常從政治經濟學的角度切入，不過 Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為，以他們所分析的現象來看，少有研究能夠同時結合生產與消費兩個面向。

然而，傳播領域與 STS 領域的學者一直嘗試在各自的領域中開始嘗試整合科技生產與消費面向的研究。舉例來說，「創新傳布」(diffusion of innovation) 研究試著從科技物發展伊始就開始進行分析，不像早期的研究把焦點放在消費者身上，待早期消費者出現後才開始進行研究 (Rogers, 1995)。

STS 學者在 1990 年代早期致力於揭開科技產製的「黑盒子」(black box) 的同時，也關心科技的消費面。例如 Woolgar (1991) 對電腦軟體生產過程的研究發現，研究人員在研發電腦軟體時，會想像消費者的可能期待，而將其融入於軟體發展中；Akrich (1992, 1995) 提出「銘刻」(inscription) 的概念，認為在科技發展過程中，技術選擇、科技物如何被象徵性地框架，以及科技物所處的規範環境，都會影響消費行為。所以，消費市場的影響也或多或少進入到科技生產過程中。

與此同時，傳播學者也採取了與 STS 學者試圖打開「黑盒子」頗為類似的研究視角。研究資訊傳播科技的學者試圖揭開使用者如何消費實踐資訊傳播科技，Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為傳播學者在這方面的努力可以概分為三方面：(一) 新科技物的「馴化」(domestication)，例如 Silverstone 與 Hirsch (1992) 發現新科技的馴化是受到家庭使用者控制，使用者擁有並挪用新科技到家庭之中，進入其每日的生活規律之中，於此同時，新科技持續發展、變化。(二) 使用者做為科技變遷的行為者 (agent)，例如 Douglas (1987) 研究發現，早期收音機廣播從點對點傳播系統轉為大眾傳播媒介，即是受到觀眾使用者的影響。(三) 對新科技的抵抗 (resistance)，例如 Kline (2000) 研究 20 世紀初期電話引進鄉村生活時，受到居民抵抗，生產者為了讓居民願意使用，改變了這項新科技的生產方式以適合當地居民每日生活的社交模式，因此，是生產者而非消費者調整了新科技的發展方向。

三、結果：斷裂 vs. 延續

傳播研究與 STS 兩個領域對於資訊傳播科技與媒介的發展，大抵上存在兩種基本看法，一種是採取斷裂、非延續的看法，認為科技是「完全創新的」(revolutionary) 發展，挑戰既有的傳播科技，與過去的發展無關，帶來新的實踐與體制的重組；另一種看法則拒絕上述認為科技的發展是斷裂、完全創新的說法，反過來指出科技發展與社會變遷的結果是漸進、累進的，因為不管是科技的發展或社會的變化，都是在已經建立的科技、實踐以及體制等脈絡中發展，在巨人的肩膀上前進。STS 學者多半採取第二種看法，反對科技決定論，傳播研究中持這種延續性看法的觀點，則可以從 1970 到 1980 年代受到政治經濟學與批判理論影響的學者論述中看到 (Boczkowski & Lievrouw, 2009)。

斷裂、非延續的看法其實並未完全消失，當網絡化的電腦科技在 1990 年代初期出現時，依舊贏得不少認為這種發展是前所未有的傳播進步者的掌聲，以擁抱科技決定論的態度，將這些新的數位傳播科技視為新科技發展的里程碑，但隨即便有持相反觀點的學者指出，這些被人們感知到具有新奇特

質的新數位科技，也是從既存的資訊傳播科技、以及既有的社會脈絡中發展出來。Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 提醒我們，資訊傳播科技越來越世俗化、越來越融入日常生活與工作之中，傳播研究與 STS 兩個領域的學者，只能從社會變遷的角度，同時採用斷裂與延續的角度，繼續審視傳播科技的發展 (Boczkowski & Lievrouw, 2009)。

四、小結

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 兩位學者最後在考量科技與社會的關係、科技發展過程，以及社會經濟變遷的結果等三個關懷點，提出未來研究可以如何整合傳播研究與 STS。兩位學者特別強調，未來研究者應該將資訊傳播科技與其他形式的「社會科技形構」(sociotechnical configuration) 區分開來，將研究重點放在科技的物質性與象徵性之間的關係，意即某一項科技物與科技系統之物理物質性、持久性、以及設計，如何形塑傳播內容與傳播意義。

(一) 關於因果：可採取歷史或比較的觀點

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 認為，有鑑於越來越多的研究採用「相互形塑」(mutual shaping) 及「相互合作生產」(co-production) 取徑，未來的研究可以朝向指出可能影響「社會科技形構」的條件有哪些，包括哪些要素可能使科技與社會的研究偏向以決定論或是以偶發事件的角度觀看，而失去平衡的觀點。未來的研究也可以指出什麼樣的條件強化了「社會科技形構」，抑或是在哪些條件下，「社會科技形構」更具彈性。此時，採取歷史或比較的觀點或許有效，例如將目前研究視為仍在浮現的研究領域之起點，採用環境觀，同時分析科技體系、社會結構與關係，以及行為者的行動。

(二) 關於過程：選取對比的例子來檢視生產與消費的關係

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 指出，未來研究可以試著尋找科技生產與消費之間界線模糊或消失的案例，以及科技生產與消費之間涇渭分明到兩者之間的影响微乎其微的案例，將這兩類相互對立的案例類型進行比較。例如如果比較公民新聞，可以將韓國「OhMyNews」成功讓數以千計由公民轉而為記者的公民記者如何成功地進入點閱率高、政治影響力大的線上新聞網站之案例，與《洛杉磯時報》(Los Angeles Times) 企圖利用 WIKI TOOLS 讓其社論成為使用者導向，但沒設立幾天都因為編輯認為有些發文過於激進而作罷的例子，將這兩個案例進行比較。韓國的例子證明人們參與資訊傳播科技不能被簡單化約為使用者或消費者，美國的案例則顯示生產—消費之間的分界，在許多媒介與資訊脈絡下還是相當重要。

(三) 關於結果：調和科技發展的斷裂性與連續性觀點

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 提醒我們，有鑑於越來越多的研究注意到資訊傳播科技的原創性 (ordinariness) 或庸俗性 (banality) (這兩個特性對應於科技的斷裂性與連續性)，未來研究可以同時試著從微觀的日常生活實踐以及巨觀的社會關係與社會變遷著手，試著調和這兩種相對的觀點，不管連續性或不連續性其實都可以從不同分析層級觀察得見，這是未來發展的方向。

參、從物質性角度研究科技與新聞的關係

Boczkowski 與 Lievrouw (2009) 從物質性的角度著手，試圖整合傳播研究與 STS 對科技與社會的研究取徑。目前文獻對物質性的概念尚未有統一的概念，不過大致上可以簡單區分為幾種：第一種是指稱有形、具體的物體 (material / matter / object)，例如桌椅這種具體之物；第二種雖然指的也是物的本身，但這種物體並不像桌椅擁有具體的形體，例如電腦軟體；第三種不特別指稱有形或無形的物體，而是強調物與人之間的關係，物質性是物體透過與人的互動而產生其特性，光是物體本身，若沒有經過使用者去使用

它，就沒有物質性可言。Boczkowski (2009) 等學者也提供實證分析來進行整合兩者的研究，以下簡述之。

一、實證上：研究科技與新聞組織及新聞工作者的關係

(一) 科技與新聞組織的關係

Boczkowski (2009) 從新聞領域的物質性 (materiality) 與模仿 (mimicry) 分析科技發展與新聞競爭的關係，意即科技的物質性對於新聞實踐上的模仿以及新聞判斷造成什麼樣的變化。所謂「模仿」，指的是當別家新聞媒體出現某則新聞時，自家的新聞媒體也要有相同的新聞，不能漏新聞，所以，內勤的主管或編輯會透過監看其他各家新聞媒體，確保自家新聞不會漏失任何一條已經在別家媒體出現的新聞，這已經成為新聞實踐時，編輯習以為常的慣例。這樣的慣例，在科技越加發展之後，對新聞實踐會帶來什麼樣的不同。

Boczkowski (2009) 指出，這種「模仿」的行為，也是一種「厭惡風險」(risk aversion) 的做法，尤其在數位即時新聞出現之後，更加強化記者或編輯的新聞模仿傾向，也連帶增加了「手到擒來的新聞」(sedentary journalism, p. 59) 數量，編輯或記者越來越依賴科技中介以取得訊息，過去經由面對面與記者同業互動的機會也因此降低。更甚者，由於網路新聞網站提供的新聞量大幅提高，更新內容的頻率也高，於是就更強化透過科技中介來監看 (mediated monitoring) 各家新聞，並加速新聞更新的速度。結果就變成惡性循環，各家媒體一邊監看新聞，一邊不落人後地更新新聞，而記者則在即時新聞生產的過程中疲於奔命。

Boczkowski (2009) 在 2004 年年底訪談新聞工作者時，受訪者告訴他，因為新傳播科技提供加速監看與更新線上即時新聞的速度，媒體主管明白表示，他們需要的不再只是在網路上接收新聞內容的人，還要能夠有能力在網路上找尋新聞，要成為網路上的「新聞獵人」(news hunter, p. 60)。

Boczkowski (2009) 提醒我們，從他分析的個案可以看出來，科技不是改變新聞實踐的唯一、決定因素，科技通常與一組複雜的科技物、規章、標準等相互作用之後而產生作用，這一組「中介的基礎建設」(infrastructure of

mediation) 讓由記者與同業之間面對面監看新聞，轉為透過科技中介的監看，這樣的基礎建設，與科技的物質性、使用者的技巧以及新聞產製中的各個行動者之獨特的挪用密切相關。

(二) 科技對記者的 agency 與工作內容的影響

第二種看待科技與新聞的角度，將科技視為加速並強化新聞實作的改變，審視個別記者的如何將科技挪用於新聞產製的過程中，意即記者如何在既有的新聞實作中運用新科技。在這個意義下的科技，並不是改變新聞實作過程的唯一必要條件，而是加速已有的發展趨勢 (Deuze, 2009)。

Mitchelstein 與 Boczkowski (2009) 整理出科技的變遷與記者實踐變化的四個現象。首先，網路新聞增加了記者的工作壓力。記者的工作量增加，記者被要求多工、多技能，這包括記者要有能力結合新聞收集與說故事的技巧，並可以撰寫各種新聞型式，記者在被要求更快的發稿速度與多工、多技能之下，很難充分發揮傳統所要求的新聞專業，而且，記者在薪資未變的情況下，被期待要擁有更多的能力。

其次，記者上網搜尋新聞材料的能力也影響到消息來源的選取與近用。在兩位學者所引述的研究發現裡，1999 年已經有九成以上的美國記者透過網路找新聞靈感，但每個國家的狀況不太一樣。例如受訪的英國記者在 2000 年時都還嘲笑在網路上找新聞的記者，不相信網路消息的記者還占多數，記者最常用網路來搜尋新聞的背景資料或新聞靈感，但還不會直接將網路內容做成新聞。這與現在的新聞實踐情況已經大相逕庭。

第三，網路新聞越來越強調即時性。兩位學者引述文獻指出，過去一天兩次更新新聞的習慣經被網路新聞打破，追求速度已經是當前新聞媒體最強調的特質，為了搶即時，便出現許多二手新聞，因為記者沒有足夠時間找資料、多重查證，也沒有時間跑出原創的新聞。

最後，新科技促使不同型態的媒體開始聚合、匯流。平面、廣播、網路新聞在新科技推波助瀾下，漸漸朝向聚合、匯流之路前進，透過電腦與網路發布多媒體適用的新聞內容。新聞匯流雖然有助於增加新聞組織的外部競爭，但各種媒體之間是否能夠協調，且新聞匯流加上記者多工的要求，很可

能造成無法勝任的記者自願或被動離開新聞場域，這些都會影響到記者對自我的認知與工作權的保障。

因而，上述學者的研究雖然提及物質性，但多半強調媒介科技的物質性特質，同時提及其他像是規章、標準等物質性基礎，但尚未有系統或是明確地從理論上討論物質性的其他可能面向，然而，影響即時新聞產製的現實因素不僅是科技，亦即，有必要從前述第三種物質性定義著手，討論人與物的關係，擴及組織與社會脈絡，例如組織的定位與型態、組織對資本與經濟財務上的考量、市場競爭、勞動條件等，均有必要納入即時數位新聞生產的物質性討論。

二、理論概念上：從物質性的角度分析新聞產製

過去的新聞研究較多地放在記者、新聞室或媒介組織，傳播科技被當成新聞產製的背景或媒介，甚至將新聞（journalism）定義成是記者（journalist）在做的事，記者做的事就是新聞，忽略到科技在新聞產製過程中的物質性角色，因此，目前已經有不少學者從 ANT 的角度將傳播科技或技術視為與記者等其他要素同等重要的行動者（actor, actant）。

目前整合 STS 與新聞傳播研究的角度，拒絕科技決定論，強調科技的主動性是透過人類行動者的合作而完成（e.g. Boczowski, 2004, 2015; Plesner, 2009; Hemmingway, 2008）。關於新聞室文化的研究文獻迄今依舊偏重於以平面媒體為對象，即便研究數位時代的新聞文化也脫離不了平面媒體的視角，不過，已經陸續有學者從 STS 及 ANT 的角度去研究「新聞—科技」之間的關係（Rodgers, 2015）。

行動者網絡理論（Actor Network Theory, ANT）通常被用來討論新科技的創新如何達成。學者在使用 ANT 來進行新聞產製的研究時，強調的是新傳播科技創新的動態（dynamics of innovation），強調非人（non-human）的科技物與人（human）同樣都是科技創新的行動者，人與非人這兩種行動者是關係性的，人與非人這兩類行動者在科技創新的過程中，擁有同樣的權

力。因而可以這樣說，行動者網絡理論在認識論與方法論上，透過社會行動者與科技之間的互動，所產生的創新動態（Callon, 1987; Latour, 2005）。

雖然有越來越多研究使用行動者網絡理論進行媒介研究，但僅有少數研究描述行動者網絡理論如何被應用於分析新聞室裡的創新過程，解釋數位時代新聞工作的動態之研究也不多。即便研究的質與量還有豐富的空間，不過像是 Bechmann（2011）的研究就頗值得參考。Bechmann 的研究結果顯示，相近的科技特質並沒有讓丹麥的跨媒體新聞室內的編輯之間權力更加均衡，形塑這些互動以及製造某些利益的既存社會網絡是影響權力失衡的原因之一，這在使用行動者網絡理論分析時必須一併考量。

從 STS 的角度去思考透過組織結構、工作實踐與再現，各種挪用（appropriate）科技的方式，並拒絕科技決定論，以理解新聞傳播領域不能只關注科技的效果，相當重要。不過，從上述 Bechmann（2011）的研究發現來看，我們也無法否認，以行動者網絡研究新聞時，還是有些侷限。

首先，還是沒有解決行動者網絡理論本身時常受到的質疑，行動者網絡理論提出「關係的社會學」（sociology of association），不先預設哪些行動者參與，而是從實際的個案中去找有關係的行動者，但在分析時就會因為網絡不斷擴張延伸，而發生「邊界」（boundary）如何設定的問題。

除此之外，科技物的能動性或主體性最終得透過人的使用才能呈現，如何證明科技物的能動性，換句話說，將科技當成 actor 或 actant，具體上要如何研究？目前的使用行動者網絡研究的文獻只是提出這兩種取徑的結合，實證上該如何進行？又或者，行動者網絡理論也被批評為過於強調個別行動者與科技所擁有的權力，而忽略了更為廣大的社會脈絡與既有的權力及利益結構（Williams & Edge, 1996），這個質疑目前可以透過「社會形塑」（social shaping）、「共同生產製作」（co-production）以及「能供性」（affordance，或譯為「機緣」）來解釋，除了同時考量人與非人的行動者之外，社會脈絡也視為行動者之一，並且，有在人與非人的行動者同時作用時，社會與科技變遷才得以進行。

肆、即時新聞經驗可以如何結合傳播研究與 STS 兩者分析取徑

科技的發展與新聞對速度的追求，並不是新傳播科技出現才有的現象，本文強調每一個時期促成即時新聞發展的傳播科技是延續性的，並非斷裂或完全是新的發展，循此方向思考，即時新聞也不會是新傳播科技發展之後的獨特產物，因此，我們有必要理解並先簡要地呈現台灣數位即時新聞發展的科技與社會因素，並從傳播研究與 STS 的相關理論中，試著找出可能的分析取徑。

一、即時新聞生產的日常實踐

本文認為，科技與人的互動會帶出的「科技能供性」(technology affordance)，「能供性」(或有學者譯為「機緣」)的本體論基礎是關係性的 (relational ontology)，物質層面與社會層面等重，「科技能供性」會在物與人的互動關係之間產生，這個概念也通常被用來分析科技物被社會挪用 (appropriation) 過程 (Faraj & Azad, 2012)。這一節的重點放在數位新聞生產的物質性，意即即時、不停更新的即時新聞之生產。

在這一節中，也希望根據初步的訪談資料，思考前幾節所提到的分析取徑可以如何運用於實際的分析中。由於這只是初探性質的嘗試，並未提供詳細的分析文字，但期望可以做為未來整合傳播研究與 STS 研究的初步研究架構。

(一) 2000 年左右的即時新聞實作情況

筆者嘗試使用個人的工作經驗，呈現科技與新聞生產的關係，這包含筆者於 1998 年在平面媒體《自由時報》、1999 年在《聯合晚報》，以在 2000 至 2001 年在當時新成立的網路新聞媒體《東森新聞報》(Ettoday) 擔任財經記者的經驗，這段時間也是台灣的新聞媒體漸趨網路化之重要轉折點。

筆者在上述時間於主流媒體主跑財經新聞，相較於其他新聞路線或類型，財經新聞對於速度的要求更高，因為即時的財經數據對金融市場影響甚深，尤其上午發布的財經政策、經濟數據、金融數據等，均會影響金融市場股匯市變化。因此，從筆者任職不同性質媒體、筆者報導的路線，可以清楚看出當時網路新聞尚在發展時，某些路線的新聞已經朝向發稿快速又即時新聞型態邁進，但並非所有路線都如此，大概還只著重在財經新聞或突發的重大新聞。

財經媒體之中，又以像是《鉅亨網》、《中央社》、《彭博》這種提供即時財經新聞的網路新聞媒體最重視速度。這些媒體的記者，被要求要比其他媒體在更快的時間內，將資訊傳給公司，最快的定義，就是要比其他家來的快，在所有媒體之中搶得頭籌。所以，記者通常在知道幾點可以拿到新聞稿之前，就已經撥好手機，跟公司連線，只要時間一到、新聞稿一發，便可以將最新財經數據（例如物價、失業率、經濟成長率等）告訴公司，由公司同事或主管代為錄稿（由記者在新聞現場以電話方式將新聞內容口述給報社內勤同事），即時出現在自家網路新聞頁面上。此時，手機是記者發送即時新聞時所使用的傳播科技。

2000 年左右，筆者在網路新聞媒體《東森新聞報》擔任財經記者時，主流媒體對即時新聞已經有更多的要求，且漸漸從財經新聞與突發新聞延伸到各路線的新聞。筆者當然雖然尚未被要求隨身攜帶數位相機拍照傳回報社（當時手機尚沒有高畫素的攝影功能，也還沒有 3G、4G 上網功能），但已經因為新聞匯流、大編輯台的整合，被要求要協助與電視台記者分工傳送新聞——畫面由東森電視台記者負責，文字部分則逐漸交由網路記者。與此當時，其他媒體同業文字記者已經開始陸續被公司要求除了文字之外，也要試著無償提供現場照片，節省報社另外派攝影記者到記者會或新聞現場的成本，非財經新聞路線的記者也被要求發即時新聞。此時，記者多工、多技能，以及晚報等平面記者被要求發即時新聞已經漸為趨勢。不過，當時記者還多是以有線網路撥接上網將新聞傳回編輯室。

2000 年以前、筆者的經驗已經明顯看出傳播科技有助於產製即時新聞，然而除了科技之外，不同的組織定位（例如財經專業媒體需要最快速的資訊

提供給投資人)、媒體市場競爭(例如以即時快速新聞來贏得財金市場投資人信任並點閱)、要求記者多工多技能的勞動條件(例如文字記者也要拍照或錄音傳回公司)等,據此可以看出影響即時新聞生產的成因不僅僅是科技物與新聞工作者。

(二) 目前的即時新聞實作實況

近年來,社交媒體與網路新聞蓬勃發展,記者與編輯取得新聞的管道更為多元(或說其實更為狹隘?),網路新聞佔據主流媒體新聞的比重大為增加,為了解並更新當前新聞實踐現況,筆者同時訪談目前分別任職於電視台、網路新聞平台,以及網路新聞編譯中心之線上新聞工作者,這三位受訪者的經驗分別涵蓋了平面報紙的網路部門、原生網路媒體及電視工作環境,並分別提供我們編輯、編譯與電視台駐地方記者這三種不同數位即時新聞的產製過程。以下節錄訪談內容作為本文認識並理解記者、編輯、編譯的工作內容與科技使用的現況。

以電視新聞來說,電視媒體的即時新聞最容易體現在車禍與空難等突發新聞上,記者在處理這些新聞時,新聞室對於速度與收視率的控制是發新聞稿主要考量,而收視率則是最終考量。一位年約 28 歲、年資兩年半、在電視台擔任駐地記者的 A 受訪者之訪談內容指出:

突發新聞的處理通常都是最緊急的,這時候電視台的方式就是主播會先念乾稿(只有文字,沒有畫面,通常是文字記者先寫好 150-200 字的稿子,交代意外事件的狀況),代表我們家已經搶到這條新聞了,然後念完乾稿之後,電視右邊的快閃條會開始跑,代表我們搶到後,還會有後續的新聞畫面,告訴觀眾,你想知道這件事,就可以看我們家,不必轉台。

公司主管的監看各台新聞,也是迫使記者必須趕發即時新聞的主要原因,這也是新聞室控制對外勤記者的影響。電視台駐地記者 A 說:

這時候，長官就會站在大電視牆前面，開始監看我們一線記者傳來的新聞消息，是不是比別人慢，譬如一則車禍，或是空難，X 台已經報導死了 10 個人，我們才死 6 個，這時候長官就會開始跳。

監看新聞是所有內勤主管的例行工作，且是最重要的工作，主管通常用這種方式來確定自家記者沒有漏新聞，並確保新聞速度不至於落後其他競爭對手太多。即便來自外電的新聞編譯稿，主管依舊以監控其他家國內媒體的新聞為判準。因而，國際即時新聞發稿的重要一環，除了傳統英美外電如 BBC、CNN、Daily Mail 之外，手機結合 app 軟體所開發出的新聞推播，也成為國際新聞編譯的重要新聞來源。一位年約 25 歲、年資兩年又五個月、在平面媒體擔任國際編譯的 B 受訪指出：

即時新聞會很依賴傳統外電及手機的新聞推播（國內外新聞媒體）。一般來說，通常 20-40 分鐘就要生出一條稿，一定要有照片，有影片也一定要附上去；比較簡單的社會、八卦新聞大概 15 分鐘左右就可解決。……剛發生時一定是死守外點及 CNN 或 BBC，當下就要用最快速度發稿，就算只有一句話、沒有配照也沒關係，因為公司要搶第一推播。……事件發生後，開始要蒐集各家外媒網站的內容或獨家，這時候會有其他同事加入幫忙，會有人盯網站，有人會參考自己的推特、臉書、微博上的消息來源。

既然新聞發稿的速度對電視台、平面與即時新聞的國際編譯都如此重要，對網路即時新聞編輯就更形重要了，不過這也會視媒體組織自身的要求而定，例如，編輯會被要求先查證之後才搶速度。一位年約 25 歲、年資累計兩年又一個月、分別在 yahoo、新生報及中央社任職的網路編輯 C 說：

我上班上到一半就會逛一下臉書，因為大部分的社群媒體粉絲團我都有按讚，有什麼即時新聞的話也不怕漏掉。我自己也會裝蘋果的 app。……我的主管都跟我們還有其他做 app 的同事說，不要搶快，要

先查證，不要推出的東西自己都沒有查證，最後發現是假消息。可是當天一堆媒體都已經查證這則新聞了，如果你還不推出，那也真的很奇怪，為什麼其他媒體都有了，而你沒有呢？

那麼，除了一般主流媒體之外，內勤主管還有哪些可以監看的新聞來源，並要求記者發布即時稿？以電視台來說，電視台即時新聞發布的方式除了維持傳統發稿方式外，社交媒體或網路社群上的消息，也成為記者與電視台主管監看新聞並製作新聞的重要參考指標，甚可說是相當重要的參考指標。受訪的電視台駐地記者 A 說：

其實早期不會有「追網路新聞」這種事情發生，是一直到這半年，臉書出現後（尤其是爆料公社，或是什麼粉絲專業），尤其是 XX、XX、與 XX 台這三間，有的就直接假連線，從網路上把影片甚至是照片抓下來，就開始做新聞，這種就是各台比快的，最後就變成看各台文字記者網路搜尋的功力，因為這種東西查證的時間根本不夠（根本也不用深入報導，因為其實根本不值得，這些通常都是網路上行車紀錄器、飲料裡面有蟲、誰沒穿褲子去便利商店買東西等等），也不用找出所謂的當事人，除非 po 上去的新聞夠大條，素材足以吸引特派開一台 SOT。

除了在網路上與社交媒體上找新聞，即時通訊軟體、手機與臉書等具備的即時性之科技物質條件也成為新聞產製的要角。電視台駐地記者 A 以即時通訊軟體 Line 為例：

當搶快成了各台新聞一線記者的使命之後，搶快的工具就不可或缺，Line 就是電子媒體最好的使用工具。當新聞事件發生時（以突發事件為例），因為記者不可能預知事發現場，所以一定會有車程上的時間差，這時就可以依靠民間友人（可能是路人甲、第一時間到達的消防隊員、警察等），請他們先拍大概 30 秒或一分鐘的畫面，傳給自己，再回傳給公司，這樣主播在念乾稿時，就可以先跑畫面。

當公司的 SNG 車無法即時到達新聞現場時，記者也必須判斷先用機器拍或直接用手機拍，電視台駐地記者 A 表示：

要是公司決定這條要開重大框（就是主播後面的背板），記者就必須用手機先拍，訪問加畫面約 3 分鐘，有時公司會要求，自己用手機做 stand（不過這種情況很少，因為收音效果不佳，連攝影機都不用），傳到公司台北編輯台的群組裡面，這樣的新聞產製流程是最快的。

除了 Line、手機，電視台駐地記者 A 指出，臉書也成為數位時代新聞產製的重要角色，不過，臉書除了前述提供新聞來源之外，記者有時候為了對抗新聞室控制，例如辛苦跑的新聞無法播出，便將新聞上傳到臉書或爆料公社，讓其他台先播報，如此一來，隨時監看各台新聞的主管也不敢不播報這條新聞了。

除了 Line，臉書也是，尤其是爆料公社，各家的長官（除了民視，蘋果日報還在官網首頁替爆料公社成立一個專區）現在把爆料公社當作聖旨，只要社團裡面 po 什麼，他們一定要有，所以有記者就曾經把自己收集到的新聞畫面，po 上爆料公社，因為他們知道長官一定會看，這條新聞就一定會上版面。

因而，電視台駐地記者 A 目前的採訪經驗讓她覺得，新聞搶快的結果，用來製作新聞的科技也跟著升級，SNG 漸漸被更方便的硬體與軟體設備所取代，甚至內勤主管監控外勤記者的技術也更新了：

X 視現在引進了超越各家電視台的科技，直接用攝影機傳訊號回台北中心，這意味著一台要價上千萬的 SNG 車，可能逐漸式微，甚至淘汰。早期駐外記者使用 3G 包，現在升級到 4G 包，然後變成直接用攝影機傳帶子。簡單來說，因為現在 4G 基地台的發展，攝影機可以直接接上手機訊號，變成小型行動 SNG 車，攝影機上面也有 GPS 定位。

電視台駐地記者 A 認為，這樣的最新機器，主管可以監看自己的記者是不是認真跑線，也可以讓記者用最快速度將訊息傳回台北，因為電視台的所有新聞都必須傳回台北，才有辦法編播，不用再等 SNG 車把衛星定位好，碟盤升好，雖然這在目前尚未普及，但已可見是未來的電視即時新聞的趨勢。A 的看法呼應了文獻中指出科技與新聞組織對於數位即時新聞展製的影響。

上述初步訪談結果呈現了台灣目前平面媒體網路部門、原生網路媒體、電視台這三種不同性質的媒體如何生產即時數位新聞。下一節我們繼續從物質性的角度、結合傳播研究與 STS，試著思考可能的理論分析角度。

二、從物質性的角度結合傳播研究與 STS 以分析數位即時新聞產製

Mico、Masip 與 Domingo (2013) 研究曾經採用創新傳布理論與行動者網絡研究兩個取徑，花了四年時間，分析新聞室的數位匯流 (convergence)，這三位學者的研究，或許可以借來作為我們將來分析社交媒體與新聞產製的分析框架，誠然，這個分析框架會因為分析個案的特殊性與科技物的獨特性，而有不同的分析結果，分析框架也會隨著分析個案而隨之調整，但目前不失為可以借鏡的對象。

創新傳布理論關心新聞室裡對新科技採用的態度，並預期新科技的發展過程，Garrison (2001) 研究美國報業的數位匯流發現，1990 年代末期，美國記者已經很習慣將網際網路運用於新聞搜尋，Lawson-Borders (2003) 的研究發現，2000 年代中期，大多數美國新聞室都已經習慣於數位匯流，不過，如果從歷史發展的脈絡來看，這個看法或許過於樂觀。而這正是創新傳布理論受到批評的原因之一，只探討創新傳播成功的案例，忽略了其他最後未成功的案例。另外一個實證上發現的不足是，過去以創新傳播研究角度分析新科技在新聞室的應用多半放在組織層級 (Singer, 2004)，但較少關注在個別文字記者、攝影記者與編輯的個人與人際之間的層次。

行動者網絡研究關心的則是科技發展與新聞室實踐之間的不穩定關係，對科技發展與科技使用並未預設或預期任何發展結果，這是與創新傳佈

較大的不同之處。創新的定義由行動者網絡中的各個行動者共同完成，雖然人類行動者可以定義科技的內涵，但是物質行動者也可以以它們自身所擁有的物質上的限制，去限制定義的範疇（Mico, Masip & Domingo, 2013），創新傳佈其實也是一種行動者網絡。

雖然創新傳佈理論與行動者網絡理論源自不同的認識論傳統，不過，兩者同是對新科技的採用與發展感興趣，不同於過往新聞產製研究偏重於以人為主的行動者，因而，結合創新傳佈理論與行動者網絡研究兩個取徑，盡量不偏向以科技為中心（*techno-centric*）或是以社會為中心（*socio-centric*）的研究偏向，兩者結合之後，將科技的行動者角色找回來，有助於打破人／非人（*human/nonhuman*）各行動者之間的界線，也可以避免研究者先入為主地先定義好科技發展的各個階段，從科技與社會「相互形塑」（*mutual shaping*）及「相互合作生產」（*co-production*）的角度進行數位即時新聞的產製研究。

以上一節對電視台地方記者、網路新聞編輯、平面與網路國際新聞編譯的初步訪談為例，目前可以看到的行動者大致包括：科技（各種數位媒介，如臉書、line、爆料公社、其他新聞競爭組織等）、傳統定義下的新聞產製者（記者、編輯、主管等）、消費者（主管會考量新聞有沒有人要看，顯示消費者就扮演了重要角色，而主管判斷新聞有沒有人看的依據則是點閱率、收視率等）、傳統新聞產製的規則（監看其他家媒體以免漏新聞、要求新聞速度）。

在訪談中也發現，消費者除了主管考量新聞點閱率的依據之外，消費者也同時是新聞產製者，例如訪談中就有受訪者提及主管會從「爆料公社」這種民眾提供訊息的網站上找新聞，並要求專業記者跟新聞，新聞消費者不單只是消費新聞或使用新聞，而是新聞的「生產消費合一者」（*prosumer*; Ritzer & Jurgenson, 2010）或「生產使用合一者」（*produser*; Jenkins, Ford, & Green, 2013, pp. 182-183; Chadwick, 2013, p. 55）。

未來進行更深入的研究時，建議可以選擇某個新聞產製的場域，進行縱時的觀察與訪談等資料收集，一方面發掘傳播科技的物質基礎如何支持或提供數位即時新聞生產，一方面分析哪些人為的要素促使或加速數位即時新聞的生產。再者，從上述訪談中，我們看到受訪者談及記者進行現場報導時的

因應作為，以及記者如何因應新聞室控制，這提醒了我們，即時新聞生產過程中的人為因素也包括記者此一行動者如何定義科技內涵，因此，除了將科技這個行動者角色找回來之外，也不能忽略新聞工作者如何定義科技內涵。

最後，人與非人的行動者都必須被置放於更大的脈絡中來檢視。非人的行動者除了科技之外，影響媒體產製的組織定位與型態、資本、市場競爭、勞動條件等，都應在未來更詳盡的個案分析中被考量。

伍、結語與討論

本文呈現的是還在發展中的思考過程，奠基於現有的相關研究，並希望結合傳播研究與 STS 兩個領域，從 STS 的行動者網絡理論的研究角度切入，思考可以如何研究目前快速發展中的數位即時新聞產製。除此之外，本文也持續思考下列問題：首先，從理論取徑上來看，行動者網絡理論若要應用在數位即時生產的研究上，可以如何修正並應用？人與非人的行動者要如何畫出疆界，以及各行動者在數位即時新聞中扮演的角色。除此之外，數位生產為什麼會是片斷化，不斷更新？就科技物本身而言，過去文獻中的分析單位是什麼？是軟體？還是什麼？是什麼樣的科技物之物質性促成不斷更新又片斷化的數位即時新聞？

其次，透過人與科技物（新傳播科技或社交媒體）的互動，新聞可以快也可以慢，慢新聞近來也不斷被呼籲並強調。因此，未來的研究也可以試著追問：同樣一個新媒體，卻可以有不同的作為，顯示出媒體的物質性要放在整體脈絡下來觀察，才能彰顯其意義，這也是行動者網絡理論所強調的重點所在。所以，我們可以問：為什麼要即時新聞？即時新聞如何地改變了新聞定義與標準？又為什麼出現回歸慢新聞的呼聲，原因何在（網路出現不一定只能即時，也可以是有深度的慢新聞）等。

第三，本研究所訪談的新聞工作者雖然並未明確提及即時數位新聞時代的閱聽人之參與特質--他們常常也是新聞的生產者或消費者，意即「生產消費合一者」或「生產使用合一者」，但從不斷增加的文獻以及我們在本文第

貳部分小結所提到的現象已指出，科技生產與消費之間正出現界線模糊的情形。社交媒體興起也促成了一群「網絡化的公眾」(networked publics; boyd, 2011, p. 40)，這些「網絡化的公眾」經由網絡化的科技被重新建構，他們同時指的是透過網絡化的科技所建構出來的空間，也是人、科技與實踐等所有面向共同形成「想像的集體」(the imagined collective) (boyd, 2011, p. 40)。這些「生產消費合一者」、「生產使用合一者」或是「網絡化的公眾」，在即時新聞生產的過程中所扮演的行動者角色，是我們企圖使用行動網絡以整合 STS 與傳播研究時，不可忽略的重要行動者之一。

第四，本文所提供的初步訪談僅顯示出即時數位新聞的產製概況，未來進行更深入研究時，應回到行動者網絡理論的初衷，重視新聞實際產製的脈絡，並細緻地區分電視新聞、網路新聞等新聞通道，或是傳統媒體網站、網路原生媒體等在產製數位即時新聞時的行動者網絡，進行實際個案分析，並區分不同型態媒體的行動者網絡。

本文強調從物質性的角度討論數位生產的即時性，也希望提醒未來進行新聞研究時，可以從歷史的觀點、傳播研究與 STS 整合的觀點，進行動態的、關係性的新聞產製研究，透過理論與實證的文獻整理，以及新聞實踐的初步訪談，我們可以看到，數位科技雖然提供即時新聞物質性，但還有其他相關因素共同促成即時新聞、不斷更新的特性，不只網際網路或 SNG 車等設備，新聞本身的特性、新聞室的常規、讀者或觀眾對該項訊息的期待、以及讀者同時也是訊息生產者與消費者，凡此都一起促成即時新聞與新聞不斷更新與片斷化的特性，只有將產製新聞的新聞室視為科學實驗室，分析各個行動者，以及更大的社會脈絡，才能更加如實地呈現並研究數位即時新聞產製的樣貌。

參考書目

- Akrich, M. (1992). The de-scription of technical objects. In Bijker, W., & Law, J. (eds), *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change* (pp. 205-224). Cambridge, MA: MIT Press.

- Akrich, M. (1995). User presentations: Practices, methods and sociology. In A. Rip, T. Misa & J. Schot (Eds.), *Managing technology in society* (pp. 167-184). London, UK: Pinter.
- Bechmann, A. (2011). Closer apart? The networks of cross-media news production. In D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making online news-volumn 2. Newsroom ethnography in the second decade of internet journalism* (pp. 15-29). New York, NY: Peter Lang.
- Bijker, W. (1995). *Of bicycles, bakelites, and bulbs: Toward a theory of sociotechnical change*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Boczkowski, P. (2004). The mutual shaping of technology and society in videotex newspapers: Beyond the diffusion and social shaping perspectives. *The Information Society*, 20: 255-267.
- Boczkowski, P. (2009). Materiality and mimicry in the journalism field. In B. Zelizer (Ed.). *The changing faces of journalism: Tabloidization, technology and truthiness* (pp. 56-67). London, UK: Routledge.
- Boczkowski, P. (2015). The material turn in the study of journalism: Some hopeful and cautionary remarks from an early explorer. *Journalism*, 16(1), 65-68.
- Boczkowski, P., & Lievrouw, L. (2009). Bridging STS and communication studies: Scholarship on media and information technologies. In E.J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lurch & J. Wajcman (Eds.), *The handbook of science and technology studies* (pp. 949-977), *the 3rd edition*. Cambridge, MA: MIP Press.
- boyd, d. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordance, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi, (Ed.). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39-58). New York, NY: Routledge.
- Callon, M. (1987). Society in the making: The study of technology as a tool for sociological analysis. In W.E. Bijker, T.P. Huges & T. Pinvh (Eds.), *The social construction of technological system* (pp. 83-103). Cambridge, MA: MIT Press.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. New York, NY: Oxford University Press.
- Deuze, M. (2009). Technology and the individual journalist: Agency beyond imitation and change. In B. Zelizer (Ed.). *The Changing faces of journalism: Tabloidization, technology and truthiness* (pp. 82-97). London, UK: Routledge.
- Douglas, S. (1987). *Inventing American broadcasting, 1899-1922*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Eisenstein, E. (1979). *The printing press as an agent of change: Communications and*

- cultural transformations in early modern Europe*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Faraj, S., & Azad, B. (2012). The materiality of technology: An affordance perspective. In P. M. Leonardi, B. A. Nardi & J. Kallinikos (Eds.), *Materiality and organizing: Social interaction in a technological world* (pp. 237-258). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Friedrich, K. (2010). *Optical media: Berlin lectures 1999*. Polity Press.
- Garrison, B. (2001). Diffusion of online information technologies in newspaper newsrooms. *Journalism*, 2(2): 221-239.
- Hemmingway, E. (2008). *Into the newsroom: Exploring the digital production of regional television news*. London, UK: Routledge.
- Innis, H. A. (1972). *Empire and communication*. Toronto, CA: University of Toronto Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Johns, A. (1998). *The nature of the book; print and knowledge in the making*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kline, H. K. (2000). *Consumers in the country: Technology and social change in rural America*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Kline, H. K., & Pinch, T. (1996). Users as agents of technological change: The social construction of the automobile in the rural United States. *Technology and Culture*, 763-95.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network theory*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Lawson-Borders, G. (2003). Integration new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations. *International Journal on Media Management*, 5(2), 91-99.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extension of man*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Micó, J. L., Masip, P., & Domingo, D. (2013). To wish impossible things: Convergence as a process of diffusion of innovation in an actor-network. *The International Communication Gazette*, 75(1), 118-137.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 10(5), 562-586.

- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London, UK: Sage.
- Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London, UK: Methuen.
- Plesner, U. (2009). An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork. *Journalism*, 10(5), 604-626.
- Ritzer, G., & Jurgenson, G. (2010). Production, consumption, and presumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of Innovations*, 4th ed. New York, NY: Free Press.
- Rodgers, S. (2015). Foreign objects? Web content management systems, journalistic cultures and the ontology of software. *Journalism*, 16(1), 10-26.
- Silverstone, R., & Hirsch, E. (1992). *Consuming technology: Media and information in domestic spaces*. London, UK: Routledge.
- Singer, J. B. (2004). Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism Studies*, 5(1), 3-18.
- Williams, R., & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy*, 25(6), 865-899.
- Woolgar, S. (1991). “Configuring the user: The case of usability trials. In Law, J. (Ed.), *A sociology of monsters: Essays on power, technology and domination*. London, UK: Routledge.

Never-ending fluidity and fragment: Exploring a Potential Research Approach to Materiality of Instant News Production

Shu-Lin Chiang,

ABSTRACT

This article tries to integrate two research fields of Communication Studies, Science and Technology Studies (STS), drawing upon the idea of materiality. With investigating the roles of “technology” and “new communication technologies” embedded in the Communication Studies and Actor Network Theory (ANT), it reminds us of technology being visible, instead of being taken as background of news case-study. This research adopts the ideas from ANT, social shaping as well as co-production in STS to analyze the preliminary empirical data collected from personal in-depth interviews. It provides a further thinking of a possible approach to materiality of instant news production.

Keywords: Co-production, Actor Network Theory, Mutual Shaping, Science and Technology Studies, Communication Studies

* Chiang, Shu-Lin is Associate Professor at the Department of Journalism, Chinese Culture University, e-mail: CShulin @googlemail.com

探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑

媒介化、行動化：

媒介化理論與行動者網絡理論的對話

方念萱*

本文引用格式

方念萱(2016)。〈媒介化、行動化：媒介化理論與行動者網絡理論的對話〉。
《傳播、文化與政治》，4:55-83。

投稿日期：2016 年 10 月 1 日；通過日期：2016 年 12 月 1 日。

* 作者方念萱為政治大學新聞系副教授，e-mail: telnhf@gmail.com

《摘要》

本文從 Hepp 論述媒介化理論與行動者網絡理論的相關性切入，檢視行動者網絡理論中「全景」這概念，藉以廓清宣稱不再區分不同建制、而要研究整體（totality）的媒介化理論所謂的整體可能為何。之後藉由耙梳有關理論層次、實證分析可能性等的相關辯論，審視媒介化理論層次，從而找出媒介化理論所說的過程為何以及可以採行的研究路數。最後，從行動者網絡理論檢視、分析媒介化此一方興未艾的理論、研究取徑，思考未來媒介化研究「行動化」（actor-ing）、「行動者網絡化」（actor-networking）的可能性與挑戰。

關鍵詞：中程理論、全景、行動者網絡理論、媒介化

壹、前言

媒介如何影響文化與社會？這一個重要性歷久彌新的提問在媒介化（mediatization）這概念出現之後，掀起另一波討論分析的熱潮（Asp, 1990; Block, 2013; Couldry, 2008; Couldry & Hepp, 2013; Deacon & Stanyer, 2014, 2015; Ekstrom, et al., 2016; Hjarvard, 2008, 2013; Hepp, 2013; Hepp et al. 2015; Jensen, 2013; Krotz, 2007, 2009; Lundby, 2009）。雖然探討媒介對大眾文化影響的書籍文章歷來所在多有，但是就像Hepp在2013年著作開宗明義所說，在媒介化論述興起之前，文獻大多分為二路，一邊是媒介對大眾文化影響的著述，另一邊持續增加的則是有關媒介文化的論述，但是，「對我們的文化持續轉換成為媒介文化的允當分析，依然不足」（Hepp, 2013, p.1）。Hepp認為過往研究看待媒介與文化涇渭分明，用過往的觀點難以審視整體文化、社會、各種建制都逐漸媒介化的趨勢與現況。過往傳播研究尚未概念化Hepp所說的這種文化盡皆成為媒介文化的「轉換」（transition）、未概念化這種日常生活中媒介印記無所不在的過程與結果。Hjarvard在他同為2013年出版的《文化與社會的媒介化》（*The Mediatization of Culture and Society*）一書開頭，也直接指出媒介化這概念有效地呈現媒介如何擴散到社會上其他如政治、戰爭、宗教等建制上、如何與之糾結、產生影響；在媒介化的研究中，媒介與其他建制不再是各自獨立的機構，媒介化研究關注的正是彼此交融。Hjarvard指陳過往的效果典範（effect paradigm）看重媒介如何對人產生影響，而另一典範看重閱聽眾如何使用媒介以滿足己需，或從文化研究的角度、或從使用與滿足的角度審視，都看重主動閱聽人，媒介則成了第二因。Hjarvard強調當前媒介滲透（permeate）社會、文化，媒介再不能被看做與社會、文化有別、三者各自獨立。媒介化研究不同於前，研究看重的是媒介在社會、文化中，所形成的長期結構性變遷（the long-term structural change; Hjarvard, 2013, p. 2）。

此一由歐陸傳播與社會學者開始提倡的媒介化概念，近年亦見諸台灣傳播學界的研究作品。唐士哲（2014a）引述歐陸學者有關媒介與其他社會場

域之間交錯過程的文獻，論述「中介」(mediation)、「媒介化」(mediatization)這兩個概念，藉以分析近年企圖重新勾勒傳媒與社會關係的理論企圖。唐士哲(2014b)另一篇論文探討政論節目、政黨、立法機構、行政機構之間互動，以瞭解政治媒介化的過程，唐士哲亦採用「媒介化」此一概念，以其「關切電子媒介(特別是電視)因其深化影響力，而導致與媒介有互動的其他社會機構或組織的專業實踐種種的質變」(唐士哲，2014b，頁4)。曹琬凌(2015)亦指陳歐陸傳播研究領域近10年來倡言「媒介化」(mediatization)，以之描繪媒介內容與平台在日常生活、媒介組織、以及各種實踐類型均在其中的變化與廣泛效應。在兩篇實證傳播研究中，研究者對於媒介化此一過程的研究，唐士哲(2014b)探究政論節目出現後，台灣政治上相應而生的政治實踐，實際的研究問題是「作為一政治傳播實踐，電視政論導引出哪些相應的制度化政治實踐或作為」(頁10)，而在研究方法上，唐士哲在此初探質性研究裡，採用深度訪談與報章雜誌等文獻資料分析，以探究政論節目此一常態化的政治傳播實踐如何致使政府行政、政黨行事發展出應對作法。傳播組織單位與政治場域的媒體策略之間的「交易」過程就是媒介化過程的一例。政黨黨務運作、行政部門行動呼應，在在與名嘴化的政論節目與其製作邏輯有深厚的關係，初探性研究細密勾勒了互動關係脈絡。曹琬凌(2015)與唐士哲一樣，也在論文中提出Schulz(2004)所言媒介化的四個關鍵角色，包括了延伸、取代、交融、遷就，將媒介化概念構連再媒介化(remediation)概念，研究市場媒介邏輯如何深入社會整體脈絡、動員、改變。這兩個台灣的有關媒介化的研究在資料蒐集與分析上，都深入互動脈絡，但是就媒介化之為一個「過程」(process)的分析上，對於理論指稱的過程、歷史性轉變等概念的定義與操作化方式，則未多著墨。

其實，有關媒介化概念理論有關「過程」的主張、在實際研究上對於該當如何研究，近年來有諸多辯論、分析(Deacon & Stanyer, 2014, 2015;Hepp et al. 2015;Deacon & Stanyer, 2015; Ekstrom, et al., 2016)。從2014年一路延續到2015年發表在《媒介、文化與社會》期刊的幾篇論文，以Deacon與Stanyer論述起頭，他們對媒介化理論是否過於籠統、所指稱的影響過程究竟有無因果方向、以及進行實證檢驗的可行性等議題提出己見。此一對媒介化理論提

出的挑戰引來Hepp等人於2015年在同一期刊上的回應，辯論聚焦在究竟媒介化是無視其他脈絡因素的媒介中心論抑或是縝密關注文化媒介化的不同進路。在此之後，Deacon與Stanyer直問理論的區辨力（discriminatory forces）何在，進而主張理論該當用以進行實證分析。辯論至此，媒介化理論在眾人的辯論中，理論之為中程（middle-range, meso-level）或是鉅型（grand）的道理、原因似仍未能愈辯愈明。最近一篇相關討論是2016年Ekstrom等人合著的期刊論文，他們以「媒介化研究的三大任務」（The three tasks of mediatization research: Contributions to an open agenda）為題，接續Deacon、Stanyer與Hepp等人就媒介化過程的因果屬性所開展的辯論，深究社會轉變的長期過程究竟應該如何研究、要如何得見互動關係。

當Hepp等人在回應Deacon與Stanyer的詰問而以媒介化理論本來就不是零合主張、並不認為理論一定是持媒介主導政治或是政治主導媒介這種贏者全拿的立場，Deacon與Stanyer就以「媒介化『與』其他建制」（mediatization and）指稱Hepp等人筆下的媒介化理論——Hepp等人強調媒介化理論指的是媒介化「與」社會其他建制的共變；Hepp等人否認這理論是決定論、只看重「其他建制『的』媒介化」（Mediatization of）這種過程。這種強調「與」、強調「連結」、「同時發生」的立場，和行動者網絡理論的立論核心相近。也看重過程的行動者網絡理論（Actor Network Theory，簡稱ANT）也一路面臨與媒介化理論相似的檢視、提問——理論之為中程（middle range）或實為鉅型理論（grand theory）？理論對於實證研究的指引？事實上，媒介化理論的研究學者過往就曾指出媒介化理論與行動者網絡理論的淵源。Nick Couldry與Andreas Hepp主編2013年*Communication Theory*期刊有關媒介化的專號，在該期專刊導論中，兩人指出2000年前後幾股影響引發媒介化概念成型、成為勢之所趨的關鍵因素與研究走向。Couldry與Hepp就認為受到傅科影響、由Bruno Latour與相關學者逐漸發展的行動者網絡理論就是其一。行動者網絡理論對於權力運作的探看、思考，不再只侷限在特定機構建制中，而在每日生活中人與人、人與物、人與制度的連帶、機制、習慣中尋找。Hepp自己在他2013年的專書《媒介化文化》（*Cultures of Mediatization*）中，也直接指出

媒介化概念中的後設過程 (metaprocess)¹其實與Bruno Latour在他的著作 *Reassembling the Social* (2007) 中發展的概念「全景」(panorama) 大有關係。

本文從Hepp論述媒介化理論與行動者網絡理論的相關性切入，檢視行動者網絡理論中「全景」這概念，藉以廓清宣稱不再區分不同建制、而要研究整體 (totality) 的媒介化理論所謂的整體可能為何。然後，藉由耙梳有關理論層次、實證分析可能性等的相關辯論，審視媒介化理論層次，從而找出媒介化理論所說的過程為何、可以採行的研究路數。最後，藉由行動者網絡理論所經驗的檢視、分析，回頭探看媒介化此一方興未艾的理論、研究取徑，思考未來媒介化研究「行動化」(actor-ing)、「行動者網絡化」(actor-networking) 的可能性與挑戰。

貳、什麼樣的整體？媒介化與全景

要如何理解媒介化？媒介化是個指稱「整體變化」的概念，Hepp 就引用 Latour 的全景概念來強調媒介化這概念的某些重點。Hepp (2013a) 在著作中再三強調要視媒介化為一概念建構 (conceptual construct)、將其當成「一種有關變遷的持續後設過程的全景」(a panorama of a sustained metaprocess of change; Hepp, 2013, p.69)。首先，論及「變遷」，Hepp 強調媒介化並不是一種封閉的媒體轉化，而是開放的、媒體／傳播與社會文化兩者變化之間的往復關係。至於「持續的、後設過程的」，則是 Hepp 在介紹何為媒介化時，所引用的 Krotz 的概念。Krotz (2007) 以「後設過程」(metaprocess) 指稱變化，然而，他雖然講的是「過程」，但是 Krotz 強調他所講的「過程」，並不是一般認為的那種從時序上某一點開始、行進至另一點結束的意思；他強調後設過程的開展是多面向的 (multidimensional)，包括了社會變化與文化變化 (引自 Hepp, 2013a, p. 47)。Krotz 認為這影響、變化既難以自特定時點數算、然而又是在日常每日、時時刻刻發生，一般人以及要研究這種傳播變化的研究者都可以體察意會到這種變化的形式、因果。Hepp 解釋 Krotz 的「後

¹唐士哲翻譯為元過程，曹琬凌翻譯為後設過程。

設過程」概念時，引述各理論家關注的社會變化，包括個人從階級、地位掙脫出來的個人化過程、全球益發緊密連結的全球化過程、各式消費文化開展的商業化過程 (Hepp, 2013a, p. 47)。Hepp 強調瞭解後設過程，就能瞭解媒介化。Hepp 在書中就直接引述 Latour 理論中「全景」(panorama) 來與後設過程這個強調包括一切的概念對話，他書中的標題即為「媒介化為後設過程，亦為全景」(Mediatization as a Metaprocess and as Panorama; Hepp, 2013a, p. 46)。他認為媒介化的長期變化是在多處發生，也因為如此，他認為媒介化概念所強調的與 Latour 所說的全景可以對話。

Hepp 提到 Latour 的行動者網絡理論強調的「社會」不是生就如此；社會，是由不同的構連 (in its different associations) 方成，Hepp 認為 Latour 想探究的是這樣藉由接合、連結而成的社會過程是什麼樣 (how it articulates itself; Hepp, 2013a, p.49)。說明至此，Hepp 轉而提到，Latour 也以「全景」(panorama) 來指稱「整體」(totality)。Latour 拒絕採取一種將社會當成「自成一體」(given unity) 的鉅觀觀點；Latour 認為，採取一種對「整體」的強力宣稱 (staging the totality) 是個嚴重問題，但是，這確實是由來已久的論調，Hepp 引述 Latour 的話認為雖然對整體的強力宣稱大有問題，但是，在描述日常生活或是科學的時候，藉由行動者網絡理論的一些概念工具——像是螺絲筯 (clamps)、敘事 (narratives) ——就可以解決整體宣稱所產生的問題 (Hepp, 2013a, p. 49)。Hepp 認為 Latour 提出的全景概念就是解決整體論述之弊的一種敘事。Hepp 在書中引用 Latour 2007 年 *Reassembling the Social* 一書中的話說所謂「全景」這概念，是「設計出了一種天衣無縫的景象，給予身在其中的觀看者一種強而有力的、浸淫在真實世界的印象」(Latour, 2007, p.188)。Latour 確實花了一番筆墨來論述有關整體的強力宣稱之病，也提及全景與之對話，但是，Latour 的論述邏輯並不是直接以全景取代簡單的整體論。Hepp 的引述、Latour 原典的解析，有助於我們探究媒介化概念理論時，反思、建構有關社會整體變化的邏輯、論述，但是，全景究竟為何？必須回到 Latour 原本的闡釋。

Latour 確實提到全景的這種「整體」特別之處，在於「解決了呈現整體的難處、解決了要能使微觀、中層、與鉅觀的景貌彼此交織的挑戰」(of nesting

‘micro’, ‘meso’, and ‘macro’ into one another; Latour, 2007, p. 188)。然而，Latour 的論述路徑是自傅科的全景敞視（panoptica）入手，先論窄景敞視（oligoptica），繼而指出全景（panorama）與窄景敞視（oligoptica）宣稱的整體有別；藉著分析全景的虛與實，指出當代探討整體的挑戰。窄景敞視是 Latour 在同書第 181 頁開始論述的概念工具。他說到窄景敞視有別於傅科所講的全景敞視（panoptica）、不是提供一個一覽無遺的視角。窄景敞視指的是在一個位置上，看的範圍固然小但是看得仔細（they see it well; Latour, 2007, p. 181）。Latour 以戰爭中的戰情室（war room）為例說明，他指出科學科技發展日盛，因此我們具體地追蹤社會連結（physically trace social connections）益發容易，所以像是戰情室，可以藉由科技來回傳訊，決戰千里，但是科技提供的連結稍有狀況，連結中斷，這也顯示了連結的脆弱（Latour, 2007, pp.181-182）。Latour 與 Hermant（2006）就以窄景敞視指稱那些提供有限區域的全部資訊的中心、機構，就好像是一個城市的行控中心、自來水供應中樞等，他們就單一目的備齊完整資訊，協力讓大城市運作無礙；窄景敞視指的就是隱藏的連結。因此，窄景敞視和傅柯強調的全景敞視正好相左。Latour 在他 *Reassembling the Social* 一書中就曾這麼說，「窄景敞視常顯現他們連結上的脆弱，而對於彼此連結無法全權控制」（p. 188）。

那麼全景與此有何不同？Latour 表示，全景就是「得見萬事萬物」（see everything），然而，在此同時，Latour 認為說是得見萬事萬物，事實上卻是「什麼也看不到」（see nothing），因為這全景只是投射在牆上，與外界卻是隔絕的（Latour, 2007, p.187）。Latour 援用這全景概念，強調全景投射在房裡三百六十度牆上的景象就是全部、起碼讓觀看的人自以為看到了全貌，而這樣環場的、綿密的影像確實也將微觀、中層、與鉅觀的景貌盡皆呈現、彼此交織。這些環場的、不間斷的、自有邏輯的影片景象，為在內裡的觀看者認為就是全部。全景觀視（panoramas）給人一種印象是他們對於他們瀏覽審視的，全然知曉，即使其實他們是半盲的，而在一個封閉的觀景場域中，除了有興趣的和弄不清楚情況的觀景者闖入，環場的景觀就維持原樣。Latour 為了說明窄景敞視與全景觀視之別，他以位居美國佛羅里達的美國戰情室對於千里之外的戰情指揮和美國有線電視新聞裡上節目的退休將領對前線戰情

的評論為對比，他說前者在隨時接收前線資訊的情況下，瞭解掌握實情，只是，傳訊的光纖衛星一斷，戰情室的人也莫可奈何。電視節目裡對前方戰事夸夸其詞的來賓其實未能充分掌握即時發展，但是卻沒有斷訊的危險(Latour, 2007, p. 188)。Latour 看重針對特定的、有限場域中系統的連結資訊的看待，而全景觀視的自以為是，在他看來，問題大矣。全景設計了一幅景象，在其中，沒有任何隙縫，給了觀眾一種好似完全沈浸在真實世界的有力印象（見 Latour, 2007, p. 188; Hepp, 2013a, p. 50）

Hepp 表示全景以一種整體（totality）的方式，再現了真實世界的部分。但是，問題就出在「整體」。Hepp 繼續引述 Latour 的話表示，許多社會學理論所提供的論述（narratives）若被視為具體而微地表述了日常生活的全部、被當成整體，這種全景觀點就誤導了我們對世界對社會的認識了。Hepp 究竟如何將 Krotz 的後設過程與 Latour 的全景概念連結在一起，而有助於我們對於媒介化的理解呢？Hepp 認為要是將後設過程當成一段完整的過程，自成一體，就好像因為其與文化、社會互為表裡、融合為一，所以就認定這是一種「純粹的鉅觀的現象」（purely macro phenomena; Hepp, 2013a, p. 50），Hepp 認為從 Latour 的觀點觀之，這大有問題。尋找媒介化的非歷史的、正式的定義，這是徒勞無功、也大有問題；Hepp 認為媒介化這概念所開啟的，是一種特別的世界全景，不是想要盡皆含納、站一處而小天下的那種歷史觀。然而，如果媒介化真的就該是不能定義、不能定於一尊，永遠是一時一地的概念，是不是根本不能給媒介化一個定義？定義要永遠開放？Hepp 認為也並非如此不是這樣的，如果真是如此，也就不需要「以一種特殊的全景」（a specific panorama; Hepp, 2013a, p. 51）來指稱媒介化了；Hepp 認為，「媒介化」這概念企圖掌握的是社會、文化、媒介傳播之間變化的流轉關係。

Hepp 在書中並未直接言明 Latour 對於全景更幽微的觀察，但是這正與媒介化概念的開展有關，這也必須回到 Latour 對理論概念的闡釋中。Latour 在 *Reassembling the Social* 一書中直接指出那些看似最一致、最完整的說法（全景觀點）可能是最盲目、最侷限、最片段的觀點，但是，全景說法深具研究價值。全景，並非一無是處；全景一如其他任一觀點，是說法的一種，可以連結、構連其他，而形成多元。Latour 甚至從全景所具備的特質，賦予

全景不同於其他說法的重要性，正因為全景提供了絕無僅有的、整體的觀點來看待社會的機會，這種觀點、論述該當被好好研究。Latour 強調，這種整體化的觀點不該被鄙視、只當成專業偏執的表現，「他們該當與其他觀點一樣，被加總在一起，為我們所部署」(they should be added, like everything else, to the multiplicity of sites we want to deploy; Latour, 2007, p. 189)。Latour 認為，即使只被當成組合中的一部份，但是，全景常常躍居中心、成為人們理解世事的全部。何以如此？這其實只是真實的一部份的全景因為讓觀眾、讀者得以對完整 (wholeness) 求解、對中心 (centrality) 產生渴望，還是有可能漸次又被觀眾、讀者放到中心的位置 (Latour, 2007, p. 189)。

Latour 說得仔細，他說「我們是在這些有力的故事中得著那些『將我們結合在一起』的比喻、我們本當分享的熱情、有關社會架構的大致輪廓、我們被規訓的大論述」(that we get our metaphors for what 'binds us together', the passions we are supposed to share, the general outline of society's architecture, the master narratives with which we are disciplined; Latour, 2007, p.189)。他的這些話，正點出了何以全景有這麼大的吸引力。由此觀之，Latour 所強調的也就是對於敘述、表現整體與中心的慾望是可貴的趨力 (只是如何敘述表現是重點)。援引 Latour 全景說法的 Hepp(2013a, 2013b)在著作中處理的，就是社會、文化之為一個整體，逐漸媒介化的過程與現象。媒介文化這整體，其實就是文化媒介化的縮寫，而這當中，媒介溝通就是我們描述整體經驗的核心。Hepp(2013a)引述 John Thompson 的作品表示在論現代化的論述中，媒介溝通 (media communication) 的重要性被輕看了——過往探究現代性帶來的轉變時總是追究「價值」的轉變，但是 Hepp 認為如果我們將注意力從價值轉向符號形式，檢視文化變化時答案會更明顯。他引述 Thompson (1995) 的話時特別強調有一個清楚具體的機構組織基礎，也就是媒介組織的發展，從 15 世界後半開始，一路延展擴張。Thompson 曾經談「傳統的媒介化」(mediatization of tradition; Thompson, 1995, p.180)，指的就是將活生生的傳統轉化成媒介內容²，傳統可以如是轉移傳遞到原生地區以外的地區。所以，

²電視節目「舌尖上的中國」就是一例。

就此觀之，媒介化並不起自數位媒體。然而，媒介化理論與傳統的媒介效果理論分析並不一樣，發生的轉變並不是媒介的物質結構的直接效果使然。Hepp 表示，所謂的媒介的形塑力量（moulding forces）只有在考量各種挪用的形式時，在媒介傳播的過程中日益具體（Hepp, 2013a, p.55）。Deacon 與 Stanyer（2015）回應 Hepp 等人對於媒介化理論指涉的現象範疇的論述時，雖然引用的是 Althusser 的概念、不是 Latour 的說法，Deacon 與 Stanyer 批評他們論述中的媒介化「再無此外」（has no outside; Deacon & Stanyer, 2015, p. 657）。這些交鋒也都顯示 Latour 筆下的全景雖然正是一個虛實之間的概念，但是「全景」與「窄景敞視」的對話確實是當前分析探究媒介化時，各方理論的精準比方；Latour 的概念是研究媒介化的理想切入點。

Latour 在提出全景概念時詳盡描繪了這概念如何具體而微地傳達了一般人看待景觀的偏執，然而在此同時，Latour 又從這概念、概念所傳達的人類的渴望中指出「得見萬事萬物的渴望」誠然可貴。延續 Latour 的分析、提問，從窄景敞視對連結的看重是否得以回應有關全景「如何得見」的提問？媒介化之為全景，可以與其他部分如何合作以呈現整體？媒介化的理論講述的正是如何得見媒介與社會文化交融的歷史過程，攸關媒介化理論的討論、分析應可從行動者網絡理論取譬、進一步思考理論可能有的缺漏、進行觀察的方式。

參、媒介化概念化到媒介化的實證分析

媒介化與行動者網絡理論都被看做是過程導向的理論，然而有關媒介化理論的論辯中，不同的研究者對於「媒介化是一過程」有不同的看法——有人主張理論強調媒介主導行動的因果、有人主張理論看重過程的互動（Deacon & Stanyer, 2014; Hepp et al. 2015; Hjarvard, 2014; Krotz, 2007）。研究者如何主張媒介化過程的研究法？不同的主張就引導著對於何謂適當研究方法截然不同的看法。從理論的角度思考，媒介化理論層次不同，對於進行相關實證研究的主張、指引就不一樣。媒介化與行動者網絡理論同樣是看重

過程的理論，也都曾被研究者以中程理論（middle-range theory）視之，在相關討論中論及媒介化與行動者網絡理論的實證研究該如何進行（Hjarvard, 2013）。在文獻中，研究者都曾探究這兩個看重過程（或謂行動者的過程）的理論層次，好瞭解理論最終宣稱是對文明、文化、社會的主張或者是深究一時一地、特定脈絡下的現象。我將先從理論、概念的類型、應用上的挑戰切入，審視與媒介化理論、研究相關的辯論中，有關媒介化理論區辨力、與因果論的關係、以及對互動、共變過程的主張等疑問，探究研究者如何主張媒介化的研究法，再轉而探究行動者網絡理論對「行動的過程」的觀點、研究角度、以及近年從中型理論立場出發，對於科學科技與社會（Science, Technology, and Society, STS）、行動者網絡理論的實證研究的檢視檢討，藉由相關分析再轉回思考媒介化理論應用、分析過程的可能挑戰。

DiMaggio（1995）在回應 Sutton 與 Staw 的〈理論不是什麼？〉（What Theory Is Not?）一文時，指出好理論並非只有一種；有關好理論該是什麼樣，他指出社會科學所論，至少有三種理論——法則統攝型的理論（theory as covering laws）、啟蒙型的理論（theory as enlightenment）、以及敘事型的理論（theory as narrative）。法則統攝型的理論強調理論的推論性、解釋力，理論解釋、說明世間現象變異關係。啟蒙型理論強調的則是複雜、去熟悉化、一言難以盡述的現象關係，這樣的理論反而不是藉由明晰的概念建立，DiMaggio（1995）在文中引述 Gouldner（1970）的話語說這樣的理論常是一部「出其不意的組構」（a surprise machine）——由一組像是重要零件一樣的類別與假定組成，旨在掃除通俗的觀念，好讓發人深思的洞見現身（DiMaggio, 1995, p. 391）。第三種敘事型的理論強調的是敘事（narrativity），理論為的是說明社會過程，強調敘事以及相關說法適用範疇的可信度。這樣的理論不是只是檢驗變項間關係，更重要的是人的真實行動是如何產生敘事中所言明的關係的。Geels（2007）就在他有關 STS 發展為中程理論（middle-range theory）可能性的論文中，引述 DiMaggio 這篇論文，強調理論不只是概念與命題，「也關乎風格」（but also style; Geels, 2007, p. 631）。他引述 DiMaggio 的三種好理論路數時指出 STS 理論幾乎與法則統攝型理論背道而馳，而行動者網絡理論（ANT）則是第二種理論路徑的典型範例——以掃除一般想法與假定為職

志、去熟悉化、解構大眾接受的假設為宗旨的啟蒙式理論。他引述 Law(1999) 對行動者網絡理論的讚語，說這理論具有「令人震驚的價值」(shock value)、「將神聖的分野 (divisions)、差異 (distinctions) 擲入永火」(p. 3; 引自 DiMaggio, 1995, p. 632)。至於第三種理論路徑、重過程的敘事型理論，Geels 認為因為這路徑的理論看重行動者（包括行動的個人與結構）在過程中變化，因此即使仍然看重變異的由來、解釋量，但是同樣看重這些行動者的行動產生聯結 (associations) 的原因、說法，因此，不少 STS 作品也屬於這風格。

理論、概念遇上快速變遷的世界、要用以揣摩、再現世事變化，又有新的挑戰。Sartori 在 1970 年曾經發表〈比較政治的概念誤資訊〉一文，該篇探究因著當時世局變化，政治學研究領域發展新的概念理論以分析現象而遭遇挑戰，這篇論文至今仍深具影響力。當時他有鑑於政治學領域因著世界益發政治化——愈來愈多的動員、愈多參與——指出研究者面對的是「政治的擴張」(the expansion of politics)、無事不政治，因此，政治學研究的理論、概念、方法受到挑戰，研究者難以只使用承襲自前人的概念、方法研究現下世界(Sartori, 1970, p. 1033)。Sartori 表示，「我們要調查探看的世界愈遼闊，我們愈是需要足以縱橫四方的概念工具」(the wider the world under investigation, the more we need conceptual tools that are able to travel; Sartori, 1970, p.1034)。研究者遭遇的挑戰是我們不得不從行之有年的概念出發，同時發展可以因應最新變化的字彙、概念。此時，研究者在概念化時，多擴張其意義、擴張應用的範疇 (broaden the meaning--and thereby the range of application--of the conceptualizations at hand; Sartori, 1970, p.1034)。Sartori 稱此為「概念撐張」(conceptual stretching)——概念化的時候，愈撐大、愈抽象、也愈空洞；理論、概念得以涵蓋解釋的範疇大了，但相對地，理論概念也因此喪失了指涉的精準程度。以 DiMaggio (1995) 與 Sartori (1970) 對於理論類型、概念撐張的分析來論媒介化理論，近兩年來傳播學界有關媒介化此一新理論的辯論就環繞在媒介化理論的理論類型、理論解釋力、以及在概念化的同時，如何看待媒介與其他建制的互動關係、適當的研究方法。在探究有關媒介與其他建制、因素共生共變的過程時，相關討論正就是在辯論媒

介化的研究應該如何跟隨行動者(follow the actor)、誰一起行動。雖然如 Hepp (2009) 等部分研究者強調媒介化看重的過程是歷史變遷、是後設過程(meta-process)，根本不是實證意義上可以像是看待行人過街的過程一般的具體過程，但是，媒介化理論的辯論涉及如何跟隨行動者、啟動行動或者共同變化，行動者網絡理論正可以與之對話。

近年有關媒介化的辯論可以以 2014 到 2015 年發表在《媒介、文化與社會》(*Media, Culture & Society*) 期刊上的系列論文為代表。Deacon 與 Stanyer 於 2014 年撰文提到媒介化這概念重要性日增，然而卻少人評斷。他們以關鍵字搜尋 2002 到 2012 年這十年間 14 種主流媒體與傳播期刊的所有論文，找到 93 篇論及「媒介化」這概念的論文。但是這其中八成以上的論文，論及這概念時僅僅帶過，並未定義、解釋操作、沒有說明所指陳的媒介化究竟是哪種。Deacon 與 Stanyer 開宗明義地提問「這概念，夠嚴謹嗎？」(Deacon & Stanyer, 2014, p.1033) 他們認為媒介化既然指稱的是變遷的歷史過程，那麼這過程始於何時？如何指稱、得見過程變化？又該如何分析？Deacon 與 Stanyer 從三方面評析——概念指稱的過程有著什麼樣的因果性、指涉的變遷的歷史性如何呈現、以及概念究竟是如何設計。他們的提問開啟他們與 Hepp、Hjarvard 與 Lundby (2015) 三位學者的辯論，前後三篇論文就相關議題來回討論。一開始，Deacon 與 Stanyer 就說明當前援用此概念的研究可分二端，一為 Hepp (2013) 指稱的制度化取徑 (institutionalist) 以及社會建構主義式取徑 (social constructivist)，前者視媒介化為一過程，在其中，「非媒介的社會行動者 (social actors) 必須適應、遵循媒介的規則、目的、產製邏輯以及限制」(Mazzoleni & Schulz, 1999, p.249；引自 Deacon & Stanyer, 2014, p.1033)。社會建構主義式取徑同樣視媒介化為一過程，只是看重的是「這過程中變化的資訊傳播科技驅動 (drive) 了不斷變化的文化與社會的傳播建構」(Hepp, 2013, p.616；引自 Deacon & Stanyer, 2014, p.1033)。兩種取徑，著眼兩種過程，前者看重的媒介是「大」(big) 的媒介組織及其向心 (centripetal) 的力量，而後者看重的是「小」(small) 的媒介及其離心 (centrifugal) 的力量 (Deacon & Stanyer, 2014, p.1033)。

Deacon 與 Stanyer(2014)提到 Hepp 將傳播媒介看成具有驅動力的前因。Hepp 在與另外兩位學者在同一期刊上、回應 Deacon 與 Stanyer 的質詰之前，Couldry 與他(2013)合寫的《傳播理論》期刊「媒介化」專號序言、以及他與 Hasebrink 在 2014 年發表於 Lundby 編輯的專書篇章已經就此深入說明。他們一如 Deacon 與 Stanyer 所言，指出媒介化研究可分成制度論(institutional)與社會建構主義式(socio-constructivist)兩種取徑，前者關心傳統媒體、企圖瞭解媒體邏輯(media logic)，後者關心每日傳播溝通實作，像是數位媒體的溝通、人際溝通的運作等等如何在媒介化過程中，影響文化、社會的變化。雖然這兩種取徑在怎麼界定媒體的「特殊性」(specificity)有別——制度取徑關心建制化的媒體邏輯、社會建構主義式取徑則關心因脈絡而生的某些傳播時刻(moments)，但是，Hepp 與 Hasebrink(2014)認為兩個傳統共通的核心概念就是社會互動。所謂社會互動，不是隨意為之，是有著特定形式的互動；說是有邏輯，就意味著有規則、方式、規約。Hepp 與 Hasebrink 認為媒介化研究針對的正就是當媒體科技成為社會不可少的一部份，社會互動會如何發生、如何轉變。因此，社會互動本來就是媒介化研究的核心。這篇文章中，Hepp 與 Hasebrink 並沒有視媒介的變化為因。Hepp 與 Hasebrink 從符號互動論講起，認為傳播是一種社會互動、眾多社會互動的其中一類，而傳播就與其他種類的社會互動相連結。他們強調的是互動，而非因果，文中倒是提及因為媒介化研究者不斷強調社會互動，Hjarvard(2013)就提醒如果只是一個勁地強調社會互動過程，可能忽略如何掌握媒介特殊性這概念化、研究分析上的重要課題、忽略了去探討互動過程的內裡發生了什麼。

媒介以其特殊性而影響其他建制、影響日常生活，這與效果論有何不同？Hepp 與 Hasebrink 兩位作者特別強調，這可不是媒介效果研究、講究的不是媒介造就了什麼效果；媒介化研究強調的是在互動中，其他社會建制借力使力而媒介被挪用、終而發生型塑(moulding)作用的過程。然而，Deacon 與 Stanyer 正就是質疑媒介化研究者動輒以像是「型塑力」(moulding force)這種講法指稱媒介化而他們認為，究其實，這還是因果論；以因果看待，研究方法上就該有對應策略。Deacon 與 Stanyer 就主張跨時比較(temporal

comparison) 的研究,認為即使 Hepp 認為媒介化的歷程不是一可付諸實證分析的具體過程,跨時比較的研究結果才有助於建構對方所認定的大理論 (grand theory) (見 Deacon & Stanyer, 2014, pp. 1034-1036 討論)。假使像是 Hepp 等主張媒介化的學者一方面說媒介化是歷史變遷歷程、一方面又堅拒實證分析、只從當下的個案回推過往, Deacon 與 Stanyer 認為這樣的理論宣稱其實靠的是假設、推測 (Deacon & Stanyer, 2014, p.1037)。Deacon 等認為,歷史變遷過程固然不可能經由單一個案分析捕捉盡現,但是不致力設計發展可行的研究框架,究竟要如何與目前媒介化研究結果對話?目前實際檢視媒介化結果,並沒有線性的因果, Deacon 與 Stanyer 說曾經紅極一時的 Second Life、My Space 風靡、影響,似乎也就是「一時」。「媒介化學者對於新媒介網路與科技的採納感到興趣,他們也應該對這些傳播媒介的棄用付以同等關注。」(Deacon & Stanyer, 2014, p.1038) 顯然這樣的對話聚焦的是所謂過程,究竟是大的歷史歷時變遷過程?還是當代一段時間之內,因為領頭媒介科技的興起而引法的各種建制互動、共變?如果可以付諸實證研究,應該如何研究、分析這變動的過程?如果不該只希冀實證分析來證成有關文化媒介化的大命題,有沒有可行的觀察、分析、得以建立推論的研究方法?畢竟,媒介化的重點正在於「化」、變化持續發生、社會逐漸媒介化 (there is something or someone that is becoming ever more 'ized ; Deacon & Stanyer, 2014, p.1036)。Deacon 與 Stanyer 強調的是研究要得見此「化」。

Hepp 等強調看重社會互動,反駁 Deacon 與 Stanyer 所說,強調媒介化理論論的不是因果影響。Deacon 與 Stanyer 在論辯論文系列的首發論文中提出的另一批評指出媒介化的立論對於過程中參與變化的角色的選擇道理不清,媒介化理論與研究並沒能具體看待相伴相生、共同變化的角色;所謂的社會互動其實排出了脈絡中重要因素。Deacon 與 Stanyer 舉政黨如何適應、內化媒介邏輯為例,要說媒介增長、自主,但是同時也還有如政黨政治專業化程度這種中層因素 (meso-level factor; Deacon & Stanyer, 2014, p.1035)。如果媒介化學者並沒有如 Deacon 與 Stanyer 觀察媒介化研究者立論而宣稱「大眾傳媒或資訊傳播科技總是對傳播實踐發揮強力純效」(Deacon & Stanyer,

2014, p.1035), 那麼, 從鉅觀、中層、到微觀層次上的互動、變化、這共同變化的內裡關係是? 媒介化是否真的關注了同時的其他行動者呢?

Deacon 與 Stanyer 在辯論系列首篇論文最後質詰的是媒介化是否是個沒有區辨力的概念, 這正是 Sartori (1970) 經典之作中, 他對於當時政治學研究為因應日熾的政治化所從事的觀念化提出的批評——「概念撐張」(conceptual stretching)。難道媒介化不能就扮演觸發思考的觀念的角色 (sensitizing concept)? Hebert Blumer (1954) 將概念分為定義型 (definitive) 與觸發思考型 (sensitizing) 兩種, 而在 2013 年《傳播理論》期刊「媒介化」專號中, Klaus Jensen 就曾以定義型與觸發思考型的分類分析媒介化概念化的狀況。在 Blumer 的定義與 Jensen 的援用中, 觸發思考型定義多指引研究者如何觀察分析實證個案。Deacon 與 Stanyer 在 2014 年的論辯中, 則認為如果如是定位, 與其說媒介化引導研究者觀察, 不如說媒介化這樣的觀念、理論其實反而矇蔽了認知 (Deacon & Stanyer, 2014, p.1039)。以 DiMaggio (1995) 的三種理論分類看來, Deacon 與 Stanyer 在挑戰媒介化的因果論時, 他們二人認為支持媒介化理論的學者是以法則統攝型理論看待媒介化; 若是像 Jensen 以觸發思考的觀念視之, Deacon 與 Stanyer 援引 DiMaggio (1995) 的啟蒙型理論模式檢視媒介化理論的屬性——媒介化的觀點, 觸發了什麼? 媒介化理論要引導識者關注什麼過往忽略的「化」的過程與結果而能一新研究者耳目? Deacon 與 Stanyer 問的是媒介化究竟是哪一種理論? 哪一種概念? 功用何在? 他們引 Sartori (1970) 的講法指出概念可以是「資料儲存器」(data container), 但是, 即使是一個放諸四海而皆準 (universal) 的概念也必須「具有足夠的區辨力以避免讓不一樣的, 看似一樣」(have enough discriminatory power to avoid making the unlike alike; Deacon & Stanyer, 2014, p. 1040)。論文最後, Deacon 與 Stanyer 建議 (pp. 1039-1041), 即使媒介化是個放諸四海而通用的概念, 依然可以在其下發展一系列抽象層次較低的概念, 就像是 Schulz (2004) 指認的延伸、取代、交融、遷就等四個媒介化次概念 (sub-concepts), 這些新生的概念可以發揮中層概念 (medium-level concept) 的功能, 指點變化轉折的形貌。「放諸四海而皆準」不是問題, 有問題的是「放諸四海而皆一致」(of no difference); 他們引述 Sartori 的話表示, 概念的所謂通行、放諸

四海皆準，必須是「實證上放諸四海皆準」(empirical universals)、有其限度(bounded)、而總是指向某對象(something)，然而非實證的通行概念基本上指向所有對象、「萬事萬物」(everything; Deacon & Stanyer, 2014, p.1042)。Satori 強調，建立概念、理論的時候，「不是什麼」(is not)比「是什麼」來得更重要(Deacon & Stanyer, 2014, p.1043)。Deacon 與 Stanyer 認為目前媒介化理論「宣稱的放諸四海而皆準是虛假的，需要成為實證上放諸四海而皆準」(currently a pseudo-universal that needs to become an empirical universal; Deacon & Stanyer, 2014, p.1043, p.1041)。

Hepp、Hjarvard、與 Lundby 這三位媒介化研究的重量級學者在回覆 Deacon 與 Stanyer 對媒介化理論中心化媒介及其作用力的批評上，他們表示媒介化理論確實強調媒介角色，但是，理論並非決定論，理論要檢視的是「媒介如何形塑(mould、shape)社會互動以及傳播形定(communicative figurations)」(Hepp, Hjarvard, & Lundby, p.316)。Hepp 與 Hasebrink (2014) 曾深究媒介化這種跨媒介(transmedial)概念進行研究的可能性，他們倡言需要一個中介概念(intermediate concept)以探究符號互動的變化，「傳播形定」就是這樣的概念。「傳播形定」衍生自 Norbert Elias 的「形定」(figuration)的概念，本是 Elias (1978) 用以瞭解社會文化交織的過程樣態的概念工具，指的是經由不斷地往復互動所形成的人的網絡，可以是遊戲、舞蹈。Hepp 與 Hasebrink 在說明傳播形定時，舉家庭為例，說家庭之為一種傳播形定就在於家這社群的維持持續，靠的就是人際對話、電話聯絡、一起看電視、明信片、電子信、數位相簿的分享傳送、以及經由手機、社群媒體的聯絡等等；傳播形定指的就是藉由符號互動的傳播而逐漸形成、穩定的樣態、形貌。當 Hepp、Hjarvard、與 Lundy 反駁 Deacon 與 Stanyer 而舉陳傳播形定這中介概念時，強調的就是社會互動，而且不是一般的互動，是傳播形定這種各式發生中的媒介、傳播歷時、合力形成的樣態。媒介化這大理論導引關注方向，而中介概念弭平抽象理論與實證個案之間的鴻溝，有待深究。

Hepp 等強調媒介化講的「不是媒介『殖民化』其他社會文化領域」(the idea is not that the media 'coloize' other social or cultural domains; Hepp, Hjarvard, & Lundby, 2015, p.317)。Hepp 等人在回應有關媒介與因果論的質疑

時，區分「以媒介為中心」(media-centric)與「以媒介為關鍵」(media-centered)的兩種視角(Hepp, Hjarvard, & Lundby, 2015, p. 316)，闡述媒介化實為後者、不是前者、不是唯媒介是尚的決定論，以此反駁 Deacon 與 Stanyer 認為他們「自動奉媒介為舞台中心的行動者」(Deacon & Stanyer, 2014, p.1033)。「媒介中心論」指的是以一種偏頗的方式去理解媒介傳播文化社會之間的互動，而「媒介關鍵論」則是一方面對於同時間經緯交織的各種社會力的運作，採取一種全觀的意會、瞭解，另一方面，「媒介關鍵論」容許研究者特別關注過程中媒介的角色。同時，Hepp 等人一再強調從理論上以及實作上，媒介化都相當成熟，傳播以外的領域都採用媒介化理論概念進行實證研究了。這個在 Deacon、Stanyer 與 Hepp 等人來回交鋒的議題與 Latour 理論中的全景概念恰可對應。Latour 在說明全景呈現時強調全景不是全部、僅是投射出來、以其綿密連貫而看似自成一體(自成整體)的映象，然而因為人的需求、慾望，在審視全景與其他部分連綴一起時，往往將全景中心化。這番解釋放在「以媒介為中心」「以媒介為關鍵」的視角辯論中，顯得格外重要——在討論全景似的理論概念時，Latour 的窄景敞視、有關追索脆弱但發生效益的互動，其實提供了另一種探求取徑。

在 2014 到 2015 的往返辯論中，Hepp、Hjarvard、與 Lundby 同意 Deacon 與 Stanyer 所言——媒介化研究應該考慮在鉅觀(macro-)、中層(meso-)、與微觀(micro-)層次脈絡裡涉及的不同因素的互動；他們承認不同畛域，互動或有不同結果，媒介發展也未必只肇因於媒介內部的發展，經濟、法律、政治、科技等都可能與媒介發展揉合之後影響媒介結構與動能。Deacon 與 Stanyer 則在辯論終篇以「『媒介化與』或是『(其他建制)的媒介化』？」為題，以「媒介化『與』其他建制」(mediatization and)表示他們從 Hepp 等人的回應中看到了 Hepp 等人聲明的媒介化理論主張——媒介化理論指的是媒介化「與」社會其他建制的共變、Hepp 等人否認這理論是決定論、只看重「其他建制『的』媒介化」(Mediatization of)這種過程。Deacon 與 Stanyer 仍然強調他們分析已經出版、問世的媒介化研究，看到的仍多是針對各種建制、社會文化「的」媒介化的研究，因此，他們呼籲，媒介化要避免成為無邊無際、放諸四海而無區辨力的概念，應該發展中層概念、研究互動，聚焦

研究「媒介化與」的形貌、過程。Hepp 等人在 2014、2015 的辯論中雖然不像之前作品詳述中層概念，在論辯系列的回應論文中，為回應辯論，只略略述及傳播形定（communicative figurations）。如果以「媒介化與」的角度探看媒介化理論大宣稱（grand narrative）其下的傳播形定這中層概念、中介概念所指涉的過程、媒介化研究者所關心的超過程中的案例、次過程，是否有助理論從下而上地論述建立？

肆、媒介化向行動者網絡轉

雖然 Couldry 與 Hepp 在 2013 的作品中在分析過往重要的媒介化論述之後表示，媒介化不是一個理論、而是一種取徑，同時，他們綜整過往論述，說明人類的歷史就是一部媒介化逐漸加強的歷史，但是，即使如此，在這篇推出媒介化專號的期刊專刊前言中、他們強調概念化媒介化過程的時候，諸多重要議題有待深入討論，其中之一即是我們究竟可以在什麼層次上安置媒介化理論？這究竟是一個中程理論（middle range theory）還是是個提出有關社會、文化轉換的大問題的理論？

Hjarvard（2013）也曾以中程理論的角度探究媒介化。他強調媒介化的制度取徑從沒放棄建立概論、通則時的實證基礎，這取徑基本上對於媒介對文化、社會具普世影響這類宣稱抱持懷疑，強調經驗資料、實證、在一時一地的脈絡下探討實屬必要。因此，中程理論就成了這取徑用以說明自己理論位置的理想概念，Hjarvard 強調最好是在一個時間點、一種特定的脈絡之下，發展有關媒介對社會、文化的影響。所以，Hjarvard 在文中比較起 McLuhan 有關媒介對於人類文明的影響這類議題，指出媒介化理論與其路數不同。Hjarvard 倒是認為像 Meyrowitz（1986）聚焦在一個特定的歷史時期的廣電媒體對政治人物與選民的影響所發展出的理論、研究，就與媒介化理論有相近性（Hjarvard, 2013, p. 205）。只是，要說中程理論就是媒介化理論發展的理想模式，Hjarvard 也引述 Boudon（1991）的話，認為其實 Merton 的中程理論也沒有標明依照中程理論而行，可以如何引導實證的探問，言下之意是

即使將媒介化理論定位為中程理論，這也並不表示依此而行的實證研究、理論建構就自動有了靠山。研究媒介化著稱的 Hjarvard 雖然表示媒介化就是現代性的一段特殊過程，這種說法將媒介化與現代性、全球化等構連在一起，又接近鉅觀的理論框架，但是，明確指稱媒介化理論應為中程理論，依此而行的研究重要的不是上達人類文明的討論，而是在發展一般通則的同時，時時探問現實的、實證上的變化。

Hepp 與 Hasbrink(2013)的傳播形定(communicative figurations)、Couldry (2012)的媒介多層像(media manifold)等概念都用以來說明媒介研究者觀看當代媒介群像、點出特殊性，同時呼籲傳播學者研究時不能只關注單一媒介，必須整體觀之，分析掌握不同的媒介組合之後，是如何涉入文化與社會的持續改變、建構。Hepp 與 Hasebrink 於 2013 年的論述中明白指出媒介化研究需要中程概念(middle-range concept)以為應當進行實證分析卻短缺概念工具的媒介化理論打基礎、使理論關注的現象是「可研究的」(make it researchable; Hepp & Hasebrink, 2013, p.18)。兩位研究者提出傳播形定此一具體指涉過程中行動者、脈絡的中程概念，同時，論述行動者網絡理論提供的路數正是由媒介化中程概念引導的實證研究的方向。

Hepp 與 Hasebrink 指出，從後設過程(meta process)或是媒介化的全景(panorama)轉到符號互動、再移轉到傳播形定，這正代表有關「媒介化研究為何」答案的重新定位。他們表示，如果媒介化研究在乎的正是媒介傳播與社會文化的變化，在概念化「變化」的時候，一個「避免不假思索地將媒介安置在中心位置的分析性敘事(analytical narrative)」實屬必要(Hepp & Hasebrink, 2013, p.18)。Hepp 與 Hasebrink 此言，似乎將媒介化理論定位在 DiMaggio (1995) 理論分類的第三類、認為媒介化理論是敘事型理論(theory as narrative)——敘述人事物的真實行動如何產生敘事言明的關係。Geels (2007) 認為不少 STS 理論屬於此類，而 Hepp 與 Hasebrink 就在分析中明白指出行動者網絡理論對媒介化研究分析有所提醒、指點了分析之道。他們二人在論述如何利用傳播形定這中程概念工具進行實證研究時，先說明傳播形定概念的重要元素包括了傳播形式(forms of communication)、媒介總體(media ensemble)、行動者雲集(constellation of actors)、以及主題式框架

(thematic framing)。「傳播形式」就是傳播形定的特質，像是家庭的傳播形定就和政治上公共領域的傳播形定不同——各有各的樣子。「媒介總體」指的是每一種傳播形定都座落在特定的媒介環境，用這環境與傳播形定的關係來說，環境就是形定的媒介總體、是一群發生作用的媒介的總和、以其整體觀之 (in their entirety; Hepp & Hasebrink, 2013, p.13) 至於「行動者雲集」，Hepp 與 Hasebrink 認為傳播形定就是由一群典型行動者交互糾結所形成的群體，這些行動者可以是個人、也可以是集體。Hepp 與 Hasebrink 認為每一種傳播形定都有一個特殊的行動者雲集，他們的互動未必和諧，衝突也是形貌之一。Hepp 與 Hasebrink 特別指出，「主題式框架」與傳播研究中的框架研究無關，此處所為框架有其互動的與認知的意涵——框架就像文類 (genre)，提供了互動者情境腳本，知道如何依腳本互動、情境由是再生；框架也指引新加入情境的行動者方向——行動者只要認出是哪種框架，就知道該怎麼互動。從 Hepp 與 Hasebrink 對於傳播形定重要元素的定義看來，他們也援用行動者的概念，但是，並沒有特別指出人之外的物也是過程中要角、也是行動者 (actant)。倒是所謂的媒介總體正就是物的總和、物集結互動之後、發生作用的總和。這說法與行動者網絡理論有相近之處，但是講到這些元素時，還沒有特別強調網絡理論追隨行動者 (follow the actor) 的意味。

Hepp 與 Hasebrink 直接提到行動者網絡理論是在他們論述媒介化過程如何進行共時分析之處。二人將研究區分為跨時性媒介化研究 (diachronous mediatization research) 與同時性媒介化研究 (synchronous mediatization research)，前者就是在不同時點進行研究、之後比較結果，二人舉家庭傳播形定為例，像是研究 1950、1980、與 2010 年家庭的傳播形定，之後比較，就是一例。但是 Hepp 與 Hasebrink 強調，這樣的跨時研究並非認為媒介化就是線性的，事實上，二人指出所謂的「媒介化波動」(mediatization waves)，就是指當特定的媒介發展可能導致媒介環境質變、徹底改寫原來的傳播形定 (Hepp & Hasebrink, 2013, p.17)。講到同時性媒介化研究，Hepp 與 Hasebrink 特別指出這更需要方法、取徑上的思考、設計，他們認為行動者網絡理論正可以提供探看多角色同步、同時作用的媒介化，而這樣的取徑與既往方向有別。他們引用 Latour (2007) 論及觀看「社會的」(social)、觀看變化發生時

所一再強調的「保持社會的無層級、扁平」(keep the social flat; Latour, 2007, p.159)——意即對於互動的人與物一視同仁，所以，他們強調，媒介之為一種物，正就是研究者該緊密追隨、研究分析的對象。他們舉柯達相機興起為例，要研究相機問世以及新手攝影的大眾市場之興，這兩者同時出現，就可以採取 Latour 的取徑，一步一步探看兩者互動、發展。Hepp 與 Hasebrink 提出採行 Latour 的行動者網絡理論視角、方法的「同時性媒介化研究」(synchronous mediatization research)，聚焦傳播形定的過程，強調這是媒介化研究應該發展的方向。(見 Hepp & Hasebrink, 2013, pp.12-18 相關討論)

行動者網絡理論也曾經面臨是否為中程理論、是否為研究提供清楚堅實的切入角度與步驟的質疑。Latour (1996) 在回應外界對於行動者網絡理論的批評時曾經說許多對於這理論的誤解來自行動者網絡理論在追隨行動者的紀錄、發展不同既往的框架上，提出了堅實的理論論述，但是，對於怎麼描述行動者互動歷程上，卻沒有一般中程理論的內容以指引步驟，以致被批評成只不過是描述 (Latour, 1996, p.9)。Lindemann (2011) 論及 Latour 早年與 Woolgar 有關微生物實驗室的研究 (1979) 時，確實以中程理論來形容 Latour 早期這類紮根式的、植基於幾個個案之上、理論運用有其限度的研究、取徑，然而 Latour 的行動者網絡理論漸次開展，Lindemann 認為這理論就不再是中程理論了。研究物質文化的考古學者 John Robb (2015) 則在論述物質文化研究 (material culture studies) 時認為影響物質研究甚鉅的理論——包括 Latour 的行動者網絡理論——都從哲學層次的問題出發，像是處理人的主體性與外在物質世界的關係等等；物質文化研究缺乏中型理論、缺乏真正貼身解釋說明物質與其脈絡的理論。從這些論述看來，Latour 的行動者網絡理論雖然看重深刻描述，但是從理論的對話層次看來，並非被當成中程理論。Geels (2007) 的論文雖然也探究當前的 STS 理論是否為中程理論，但是，更重要的是他力主該是行動者網絡理論、STS 理論以中程理論為定位目標的時候了——他從與政策相關性、概念用語、在複雜性 (complexity) 上的過度聚焦、以及理論風格四方面申論以中程理論為目標、重新定位的必要。Geels 指出事實上這些理論與其施做已經蘊含了中程理論的可能性。Geels 引述 Molina (1995) 對 STS 的批評說到像是 John Law 提出的異質工程

(heterogeneous engineering)、徵召(enrollment)等概念「至今尚未建立一組不只是比方，而是在分析上可以操作自如的概念工具」(Molina, 1995, p. 387; 引自 Geels, 2007, p. 630)。被媒介化研究者視為可資援引、以為中程概念操作化的指引、進一步發展實證研究的行動者網絡理論其實也面對中程化與否的挑戰。行動者網絡理論提供的是比方？是用以操作的工具？或其他？

在有關理論層次、實證研究方法等相關議題爭執不下的此時，行動者網絡理論被媒介化研究重要學者 Hepp 等人視為指引媒介化研究進行的重要依據，從而發展出同時性媒介化研究。然而回過頭來，愈來愈多的分析、論述採取中程理論的角度，檢視行動者網絡理論、STS 理論研究的概念、步驟、描述過程複雜度，認為亟需再修正。傳播形定、行動者網絡，都是研究者在與大理論對話之後發展而出的中程概念；環繞在中程(middle range)的必要性的討論顯示實證分析的企圖愈熾、從上層理論、實際現象之間中介工具愈是重要。媒介化研究的討論已經看出中介概念的重要，而行動者網絡理論在重要性為傳播學界看重、採用之際，有關概念、應用的對話重啟，行動者網絡化的研究路徑方興未艾。

伍、代結語：比喻？步驟？媒介化與行動化的對話

媒介化的概念、理論的深究探討已經在傳播學界掀起熱潮。Lunt 與 Livingstone 在 2016 年新近發表的期刊論文中直接以「媒介化是我們領域的新典範嗎？」(Is 'mediatization' the new paradigm for our field?) 為題，回應之前發表在《媒介、文化與社會》期刊上一系列與媒介化理論相關的辯論。即令已成典範，因著媒介化理論概念相關辯論而益發鮮明的課題猶待回應，尤其是「向媒介化轉」指的其實正是向著許多與／因著媒介而內裡運作邏輯生變的領域——文化、娛樂、社會、教育、政治等等——轉。如何看出媒介化所指陳的各領域的共變？各家論辯的焦點之一正是看的方法。Hepp、Hjarvard、與 Lundby 強調的「與」、「媒介關鍵論」是一種看待媒介化的角度、

一種不同於媒介中心論的角度。然而，看待「與其共變」、認識這種「與之共變」的認識論立場是什麼呢？

Hepp 引用 Latour 的全景與窄景敞視等概念與媒介化對話，援引「全景」以說明媒介化可以被當成有關變遷的全景，然而 Hepp 一方面點出如果就將媒介化這後設過程當成自成一體、純粹鉅觀的現象，這就反 Latour 了；另一方面，Hepp 以「特殊的全景」指稱媒介化時，又說不必像 Latour 所言「我們從未現代過」那般極端 (go as far as Bruno Latour's exaggerated thesis; Hepp, 2013, p. 52)；他建議研究者其實可以循著生理演化與社會文化變化之別的理路，深入探究跨時、越界、探索媒介化的社會面向。但是，誠如檢視 Latour 這本 *Reassembling the Social* 一書的學者 Rowland 等人所言，Latour 的行動者網絡理論提供的，「從來不是一套現成的、滿是為當代社會學理論提供解答的工具箱」(never be a readymade toolkit full of solutions for contemporary sociological theory; Rowland, Passoth, & Kinney, 2011, p.97)。Rowland 等人強調，應該要將行動者網絡理論看成一座可以在其上打造新工具的工作檯 (workbench; Rowland, Passoth, & Kinney, 2011, p.97)。根據這比方，將行動者網絡理論中的概念全數當成可以直接操作化的工具，似乎仍有必須進一步討論的餘地。研究者若是直接立足在行動者網絡理論上、倚恃這「工作檯」而發展可以追溯連結 (trace connections) 的工具時，Latour 提醒，必須遵循三個重要的原則——將全球地方化 (localizing the global)、重新分配地方 (redistributing the local)、以及連結不同現場 (connecting the sites) (Rowland, Passoth, & Kinney, 2011, p. 97)。Latour (2005) 所說的「將全球地方化」正就是他的「窄景敞視」概念，世界千里 (global) 不在地方的上方、高於地方，也不是地方的脈絡，地方不是深藏其中。觀察者不能驟然躍上世界 (jump to the global)；世界千里其實是在一地一處經由與前線、不同現場的來回連結而生成的。將 Latour 的這概念放在為媒介化發展研究工具上，雖然 Hepp 等人以全景為喻，說明媒介化，但是，沿著行動者網絡理論走，更需要的應該是如 Latour 等人有關窄景敞視的說法。

所謂「重新分配地方」這原則提醒的是依照行動者網絡理論，地方從來不從全球、世界這種所謂的「脈絡」裡生成的；沒有「脈絡」這回事，Latour

甚至也說，沒有「互動」這回事，觀察者要注意的是連結（connectors）、不因脈絡、不因互動而駐足的連結（Latour, 2005, p. 193）。重新配置的其實是觀察者的注意力——從原本關心的脈絡、互動，轉而看到成為主題的連結，這才是所謂的「地方」。這原則應用在媒介化的觀察上，提醒的則是觀察、對於連結的追索，必須經由各式各樣的行動者。媒介化研究以傳播形定為中程概念，研究需要更進一步的可能是探看物的連結。Latour 的第三個提醒、第三個原則是連結不同現場，Latour 從可追溯性（traceability）的角度，帶入眾多行動者網絡理論概念，用以強調連結運作形貌。但是，一如 Rowland 等人批評，這對進一步研究最具潛力的論述，眾多例子、概念卻也有待廓清。

目前直接述及行動者網絡理論可以成為媒介化研究發展中程概念、進行實證研究的文獻有限，而在有限的文獻中，Hepp（2013）援引 Latour 的全景來比喻媒介化既虛又實的樣貌，用以反駁對媒介化之為整體（totality）的想像。Hepp 與 Hasebrink（2013）則先確立媒介化向中程理論發展的必要，而在提出傳播形定此一中程概念之後，借重 Latour 的「維持社會平面化」（keep the social flat）概念，呼籲同時性媒介化研究的重要。但是，強調互動、強調物（媒介）的帶入、媒介關鍵化的媒介化研究如要採取行動者網絡的取徑、研究要「行動化」，更重要的還需要面對行動者網絡理論的三個原則。如果對於所謂整體、全部（totality, global）——就像是媒介化所論的社會文化媒介化，此其一——的論述，放棄加總的敘事，而採取從媒介與不同建制連結的角度，追溯連結，以網絡代替結構、整體，媒介化理論與研究所意味的新典範勢必更基進。這確實是媒介化研究往行動者網絡理論取徑轉之後，下一步需要探討的課題。

參考書目

- 唐士哲（2014a）。〈重構媒介？「中介」與「媒介化」概念耙梳〉，《新聞學研究》，121: 1-39。
- 唐士哲（2014b）。〈從政治化媒介到媒介化政治：電視政論節目作為制度化的政治實踐〉，《中華傳播學刊》，25: 3-41。
- 曹琬凌（2015）。〈院線紀錄片再媒介化之媒介化分析〉，《傳播研究與實踐》，

- 5(2):121-153。
- Asp, K. (1990). Mediatization, media logic and mediarchy. *Nordicom Review*, 11(2),47-50.
- Block, E. (2013). A culturalist approach to the concept of the mediatization of politics: The age of "media hegemony." *Communication Theory*, 23, 259-278.
- Blumer, H. (1954). What is wrong with social theory? *American Sociological Review*,19,3-10.
- Boudon, R. (1991). Review: What middle-range theories are. *Contemporary Sociology*, 20(4):519-522.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10, 377-391.
- Couldry, N. (2012) *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23, 191-202.
- Deacon, D. & Stanyer, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, 36(7),1032-1044.
- Deacon, D. & Stanyer, J. (2015). 'Mediatization and' or 'Mediatization of' ? A response to Hepp et al. *Media, Culture & Society*, 37(4),655-657.
- DiMaggio, P. (1995). Comments on what theory is not. *Administrative Science Quarterly* 40(3),391-397.
- Ekstrom, M., Fornas, J., Jansson, A., & Jerslev, A. (2016). Three tasks for mediatization research: contributions to an open agenda. *Media, Culture, & Society*, 38(7),1090-1108
- Elias, N. (1978). *What is sociology?* London: Hutchinson.
- Gouldner, A. (1970). *The coming crisis of western sociology*. New York, NY: Basic Books.
- Geels, F. (2007). Feelings of discontent and the promise of middle range theory for STS. *Science, Technology, & Human Values*, 32(6), 627-651.
- Hepp, A. (2013a). *Cultures of mediatization*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Hepp A. (2013b): The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication*, 28(6), pp. 615-629.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2),314-324..
- Hepp, A. & Hasbrink, U. (2013). Human interaction and communicative figurations. The transformation of mediatized cultures and societies. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication*(pp.249-272). Boston, MA: De Gruyter.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29, 105-134.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. New York, NY: Routledge.
- Hjarvard, S.(2014). Mediatization and cultural and social change: An institutional perspective. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication*(pp.199-226). Boston, MA: Walter de Gruyter.
- Jensen, B. (2013). Definitive and sensitizing conceptualizations of mediatization.

- Communication Theory*, 23, 203-222.
- Krotz, F. (2009). Mediatization. A concept with which to grasp media and societal change. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp.19-38). New York, NY: Peter Lang.
- Krotz, F.(2007). The meta-process of "mediatization" as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3, 256-260.
- Krotz, F. (2007).Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS.
- Lundby, K. (2009). Media logic: Looking for social interaction. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp. 101-119). New York, NY: Peter Lang.
- Latour, B. (1996). On actor-network theory. A few clarifications plus more than a few complications. *Soziale Welt*, 47,369-381.
- Latour, B. (2007). *Reassembling the social: An introduction to Actor-Network-Theory*. London, UK: Oxford University Press.
- Latour, B. & Woolgar, S. (1979). *Laboratory life: The social construction of scientific facts*. London, UK: Sage.
- Latour, B. & Hermant, E. (2006). *Paris: Invisible city*. Virtual Books.
- Law, J. (1999). On recalling ANT. In Actor network theory and after, edited by J. Law and J. Hassard, 15-25. Oxford, UK: Blackwell.
- Lindemann, G.(2011). On Latour's social theory and theory of society, and His contribution to saving the world. *Human Studies*, 34(1), 93-110.
- Lundby, K. (Ed.). (2014). *Mediatization of communication*. Boston, MA: De Gruyter.
- Lundby, K. (2014). Mediatized stories in mediatized worlds. In A. Hepp & F. Krotz, (Eds.), *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (pp.19-37).London, UK: Palgrave MacMillan.
- Mazzoleni G. & Schulz, W. (1999). Mediatization of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3): 247-261.
- Robb, J. (2015). What do things want? Object design as a middle range theory of material culture. *Archeological Papers of the American Anthropological Association*, 26(1),166-180.
- Rowland, N. J., Passoth, J., & Kinney, A. B. (2011). Review: Bruto Latour. Reassembling the Social: An introduction to Actor-Network-Theory. *Spontaneous Generations* 5(1),95-99.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as analytical concept. *European Journal of Communication*, 19, 87-101.
- Sartori, G. (1970). Concept misformation in comparative politics. *American Political Science Review*, 64(4),1033-1053.
- Sutton, R. & Staw, B. (1995). What theory is not. *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 371-384.
- Thompson, J. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Actor-Network-Theory as a middle range methodology for
mediatization research:**

The dialogue between mediatization theory and ANT

Nien-Hsuan Fang*

ABSTRACT

This article begins with Andreas Hepp's defining mediatization as a metaprocess and as panorama. Panorama is introduced by adopting Latour's Actor-Network-Theory and as the alternative to the traditional totality, panorama is compared and contrasted with oligoptica and together they help to paint a different picture of wholeness. Mediatization theory is questioned in how its wholeness can be empirically analyzed. Besides this, the questionable discriminatory power and the dubious non-causal implication of the concept mediatization are also debated. Actor-Network-Theory is then again proposed as to enlighten the possible synchronous mediatization research. Middle-ranged or not, ANT does function as the workbench on which mediatization researchers can build the conceptual tools needed to conduct research that nesting macro-, meso-, and micro-level into one another.

Keywords: actor-network-theory, mediatization, middle-range theory,
panorama

* Nien-Hsuan Fang is Associate Professor at the College of Communication, National Chengchi University, e-mail: telnhf@gmail.com

· 傳播文化與政治 · 第四期
2016年12月 頁55-83

張金策與 1990 年代的台灣左翼媒體： 《群眾》雜誌及《群眾之聲》電台

林恕暉*

本文引用格式

林恕暉（2016）。〈張金策與 1990 年代的台灣左翼媒體：《群眾》雜誌及《群眾之聲》電台〉。《傳播、文化與政治》，4:85-124。

投稿日期：2016 年 8 月 5 日；通過日期：2016 年 11 月 1 日。

* 作者林恕暉為臺北市政府勞動局局長室機要科員，曾任《群眾》雜誌編輯、自立早晚報記者、自立晚報工會幹部、自由時報北市組記者、自由時報政治中心國會組副召集人。e-mail:ahui0928@gmail.com

《摘要》

《群眾》雜誌（1993年3月-1994年4月）與《群眾之聲》電台（1994年6月~1998年12月）是二十世紀最後一波的台灣異議與左翼媒體。本研究深度訪談該媒體的創辦人張金策等成員，將該波傳播與政治活動的緣起，向前推至1970年代的黨外運動及其後續發展。張金策任職宜蘭礁溪鄉長任內遭到司法迫害，1977年從台灣潛逃至美國後，與海外台灣留學生、僑胞社群的左翼思潮發生互動，漸次走向階級意識更為濃厚的社會與政治運動，透過反核、環保與勞工等訴求的抗爭，確立其台灣「工農小市民」運動的路線，《群眾》與《群眾之聲》也就先後扮演準階級政黨媒體的角色。相對於1994年台灣省長、北高市長選舉時，台灣出現的中國與台灣民族意識之激烈對抗，《群眾之聲》的階級色彩另具強烈特徵，為此集結的人群也達高峰。惟在台灣首次總統民選在1996年登場，象徵地理與國家機器的認同強度與凸顯程度，如同很多「正常國家」的發展軌跡，已經使得階級認同大舉褪色，資產階級的民主及國家意識取得了文化領導權，張金策等人所希望凸顯的左翼路線陷入低潮，儘管《群眾》與《群眾之聲》銷聲匿跡，但已影響台灣左翼運動的發展。

關鍵詞：黨外雜誌、地下電台、左翼、階級意識、文化領導權

壹、前言

張金策在 1990 年代先後創辦的《群眾》雜誌與《群眾之聲》是當時台灣對普羅大眾發聲的左翼媒體，作者蒐集史料、進行訪談，試圖為其軌跡與成績，留存紀錄，彌補當今台灣新聞傳播發展史與左翼相關研究之空缺。

作者曾於 1994 年《群眾》雜誌任職編輯、撰稿，並曾於《群眾之聲》電台工作、擔任張金策隨身秘書，長期直接參與《群眾》運作。出於前述經歷，本研究遂能透過長期直接參與觀察與深度訪談，納入二手資料的研讀，蒐集、彙整與判別資料。

在深度訪談部分，本研究訪談包括：《群眾》雜誌、《群眾之聲》創辦人張金策等二十餘人（詳見附錄：訪談人員名單），以及《群眾》成員曾助選的陳婉真，張金策因病旅居美國加州，研究者特於 2016 年 2 月由台灣前往美國訪談張金策。

研究者並以《群眾》雜誌上、下兩集全套 13 期合訂本，及國立政治大學圖書館的「臺灣政治與社會發展海外史料資料庫」所保存的《海外政論》、《台灣天地》檔案為研究之文本，進行論述分析。並蒐集《群眾》雜誌相關人員之官方記錄、私人記錄，並蒐集《聯合知識庫》、《中央通訊社》自 1992 至 1998 年有關《群眾》雜誌及張金策之報導資料比對。研究者於《群眾》雜誌任職後，曾撰寫部分回憶文章，相關文本也作為研究之用。《群眾之聲》資料因年代已久，電台庫存資料已遭毀損，無法取得文本下，以深度訪談取代。

本研究也試圖透過對《群眾》研究，追尋張金策等人於近代台灣左翼運動的歷史脈絡，並藉由整理《群眾》的歷史經驗，並以 Gramsci 的文化領導權、陣地戰理論，釐清台灣左翼運動面臨的問題。

貳、1990 年代之前的張金策¹：從台灣到美國

¹ 《群眾》雜誌、《群眾之聲》的開辦經費主要來自張金策籌募，張金策於流亡美國

張金策在 1943 年出身於宜蘭縣礁溪鄉的黨外政治家族，1972 年擊敗國民黨對手當選礁溪鄉長，但任職一年半即遭國府以貪污為由起訴、停職，並判刑 10 年，直到 1997 年才獲判無罪定讞（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日），張金策並受康寧祥、張俊宏邀請出任《臺灣政論》副總編輯，直到 1975 年 12 月 27 日發行五期的《臺灣政論》被國府查禁停刊。受李萬居《公論報》的從政、辦報、組黨模式影響，形成張金策黨外運動的參政、辦刊物、發展組織的政治架構。張金策參與台籍政治人物集結的《臺灣政論》，即為張金策的黨外運動政治實踐路徑出發點。

在國府以司法判決使張金策面臨入獄危機下，張金策決定於 1977 年 5 月偷渡赴美，張金策受訪時指出：

1977 年初，國際特赦組織人員告知我，美國國會將舉辦台灣人人權聽證會，我認為機不可失，因此決定冒險偷渡、到美國華盛頓參加聽證會，我當時與前嘉義縣議員吳銘輝自宜蘭大溪漁港一起搭漁船出海，到日本沖繩縣嶼那國島外海跳船，並游泳至與那國島上岸，在國際特赦組織成員林邁爾（梅心怡）的協助下，取得美國國會人權聽證會的邀請信函、難民護照等證件後，獲得日本境管單位的諒解，自東京搭機赴美，並在美國的人權組織成員王能祥的安排下，於 1977 年 6 月 14 日出席美國國會的台灣人人權聽證會。（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）

台灣獨立建國聯盟（簡稱台獨聯盟）請張金策擔任宣傳部長，張金策於 1977 年 7 月至 1979 年在北美為台獨聯盟巡迴演講，卻經常遭《台灣時代》的左翼人士質疑挑戰，開啟張金策向左轉的歷程。張金策指出：

時期與留學生發展的左翼刊物、組織，並促成留美學生返台後與學運、社運幹部集結形成《群眾》，本研究因此自張金策黨外運動歷程出發、探究，研究者試圖透過挖掘張金策「左轉」的過程，耙梳部分台灣左翼組織發展的歷史脈絡，呈現 1990 年代前後、部分的左翼媒體發展歷史，其中因研究者於 1994 年曾任張金策的隨身秘書，雖有利取得訪談資料，也難免因私交而受限，請讀者斟酌。

我在加拿大多倫多演講時，認識《台灣時代》的左雄，左雄也介紹左翼人士蘇英明、蘇建明（鄭節）、林宏欽、陳正宗、陳高明、王俊明等人，並因此認識鍾維達、高成炎等人。我也開始參與蘇英明、蘇建明（鄭節）、陳正宗等人在林宏欽家舉辦的讀書會，1979 年 7 月我認為左派才能改造台灣，因此決定宣布退出右派的台獨聯盟。（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）

史明回憶錄（2016）提及 1970 年代「保釣」前後情況時指出：

中共加入聯合國（1971 年）及「保釣」前後，台獨聯盟雖然盟員遍及美洲各地，但其運動因台灣獨立思想武裝不夠，卻遭「中共派」（林孝信）及「台灣時代派」（左雄）攻擊而無法抵抗。（史明，2016，頁 545）

受社會主義思潮影響後，1981 年 2 月張金策結合《台灣時代》等部分左翼人士成立《海外政論》刊物，由張金策主導發行，《海外政論》每期印刷約兩、三千份，都是透過台灣同鄉組織名冊免費寄送，由台灣同鄉捐錢贊助相關花費（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日），《海外政論》透過社會主義觀點看待台灣內外問題，成為張金策第一個左翼路線的組織、宣傳實踐工作，雜誌的取名也呈現《台灣政論》的延續性，凸顯其與台灣黨外運動的連結。

《海外政論》於 1984 年 1 至 7 月曾停刊 7 個月，直到 1984 年 8 月第 14 期復刊，主因是美國聯邦調查局一度跟蹤調查張金策與其妻子，張因此轉赴德州，投靠鍾維達、高成炎等人，鍾維達是台大機械系畢業，1977 年到美國德州留學，3 年後取得機械碩士學位，卻因參與海外台灣民主運動、被列為黑名單無法回台，直到解嚴後、1987 年國府才同意鍾維達返回台灣，1989 年受邀進入勞工運動支援會（勞工陣線前身）擔任組織部主任，也是日後《群眾》雜誌社的社長。（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日）

《海外政論》發行至 1984 年 12 月停刊，共發行 16 期，張金策指出：

停刊原因是因為，部分左派人士認為《海外政論》應該是為右派刊物，展現「革命的自由主義」立場，才能與右派台獨聯盟鬥爭，凸顯獨盟的落後性，因此《海外政論》不應該左傾。但另一些左派人士認為，《海外政論》也應左傾，才能與右傾的台獨聯盟進行思想鬥爭，兩派爭論不下，我認為左傾的《海外政論》已完成過渡性任務，因此決定《海外政論》停刊（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）。

1981 年至 1984 年時，《海外政論》仍深受左雄等《台灣時代》左翼人士的影響，但 1985 年張金策將《海外政論》停刊，也呈現張金策決定擺脫《台灣時代》的影響，另起爐灶，對於《海外政論》停刊後情況，張金策說：

我當時決定自休士頓開車到舊金山沿途拜訪台灣同鄉，討論台灣左派的發展策略，在沿途拜訪友人，回到美國東岸後，我找許文龍、陳高明、陳榮慶等人組織讀書會，討論左派理論，1985 年 10 月再辦《台灣天地》刊物，主要是這個讀書會成員、鍾維達及部分台灣左翼人士的捐助支持。其中許文龍、陳高明出力甚多（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）。

許文龍日後返台，也成為《群眾》雜誌、《群眾之聲》主要成員之一。許文龍為台北工專畢業，是來自桃園中壢的客家人，1977 年赴美留學，為 Wayne State University 電機暨資訊工程博士，曾任紐約曼哈頓學院電機系助理教授，返台後因曾列黑名單，無法返回母校任教，轉任中華大學資工系暨生物資訊系教授，《群眾》、《群眾之聲》營運時，許文龍常利用課餘時間參與其中。

面對與《台灣時代》之間的糾葛關係，《台灣天地》第 2 期刊出〈台灣時代社何處去〉（李清峰，1985），一方面肯定《台灣時代》對台灣社會主義革命與理論的貢獻，但對於左派組織的機關誌《台灣時代》中止三年多，文內直指台灣時代社在「刊物宣傳此一基本工作的欠缺實踐表現」。此一說法

也隱含籌設《台灣天地》的目的—建立左派組織與其機關刊物—的企圖心，不同於《台灣時代》成員停頓了左翼宣傳與組織發展，呈現張金策等人亟欲透過《台灣天地》發展左翼運動的具體實踐。

張金策等人在《台灣天地》仍貫徹在黨外運動、海外台獨運動發展左翼運動的策略，並且此向台灣同鄉募款營運，對於左雄與張金策等人的路線差異，《群眾》主要幹部黃泰山認為：

左雄的《台灣時代》當時認為，台灣民族民主革命應該是二階段，類似蘇聯的二月革命、十月革命模式，依照列寧主張，先進行資產階級革命，由台獨運動推翻封建的國民黨，再進行社會主義革命，當時風起雲湧的國會全面改選、台獨運動都被他們設定為資產階級革命，高成炎、施信民都屬於這一派，比較傾向台獨。但張金策、鍾維達等人認為，台灣應該直接進行民族民主革命，在推翻國民黨的同時，無產階級應與資產階級聯合，由無產階級取得主導權，「一次革命」成功，也就是所謂的一階段論，比較像中國共產黨當年主張與國民黨聯合、共同推翻中國封建制度的情況，類似毛澤東對新民主革命的看法（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

黃泰山的說法呈現張金策領導的《台灣天地》「一次革命論」路線，與《台灣時代》左雄等人的「二階段革命論」路線的巨大差異，也顯示張金策認為應由台灣工農聯合取得台灣民族民主革命的文化領導權，推翻國民黨統治，左翼不應等待國民黨被推翻後，再推社會主義革命運動。

不過黃泰山指出，1980 至 1990 年代時，海外左翼對支持左雄「二階段論」者較多，也就是認為先推翻國民黨再說，對於張金策等認為應由無產階級主導者台灣民族民主革命的「一階段論」，人數較少，僅《台灣天地》的張金策等人（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。左翼人士當時對一階段論與二階段論之間的糾葛，也呈現 1980 年代左翼運動者面臨一切以「反抗國民黨」為黨外運動主要目標時，左翼運動企圖掌握黨外運動論述主導權、卻難以衝出重圍的處境。

《台灣天地》雙月刊共持續發行一年多，1986 年底出版第 7 期後停刊，張金策說：

原本 1987 年仍計畫要出版，但經費欠缺，無力支撐，只好停刊，停刊後仍定期舉辦讀書會，與海外留學生持續接觸（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 28 日）。

1986 年 9 月 28 日民進黨成立，推測因海外台僑強烈關注、財務支援台灣島內民進黨，間接導致海外刊物《台灣天地》缺乏財務支撐、停刊。

國府於 1987 年 7 月宣布解除戒嚴，被列入黑名單、取消回台加簽的鍾維達於解嚴後立即嘗試申請返台探親，是《台灣天地》成員首先返台者（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日），鍾維達自美國西部的洛杉磯返台定居之前，也曾特別到當時住在美國東部的紐澤西洲與張金策、許文龍等人見面、商議（許文龍訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日）。

1989 年中，鍾維達接受台灣勞工運動支援會（台灣勞工陣線前身）賴勁麟的邀請，擔任勞支會組織部主任，參與工運、社運活動，並加入主張台獨、支持黨外運動的「新青年社」，參與黨外運動、反國民黨運動、工人運動組織。

海外留學返台的左翼人士返台時，民進黨已占黨外運動主導位置，也握有眾多社會運動資源、工具，左翼組織者多憑藉在海外留學資歷、人際網路進入，熟悉台灣黨外運動政治、社會脈絡，進而發展左翼組織。同時期的工運人士鄭村棋等人也進入民進黨台北縣長尤清主政台北縣政府勞工局勞工教育中心，從事勞工運動工作（吳永毅，2014），這顯示進入民進黨相關人士的外部組織，進而爭取運動主導權，是當時左翼運動者資源考量下的決定。

賴勁麟與勞支會總幹事簡錫堉當時隸屬民進黨新潮流系統，鍾維達也曾受邀加入新潮流，鍾未同意（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日），1989 年王志郎結束留美學業返台時，鍾維達介紹王志郎進入環保聯盟組織部任職。

1990 年 9 月鍾維達參與台灣長老教會的基督教城鄉宣教運動（URM）活動時，結識剛自台大哲學系畢業的黃泰山，黃泰山也是新青年社成員，就讀台大哲學系期間讀《資本論》而有左翼思想，也常參與環保聯盟活動，兩人於 1990 年 8 月一起到日本、美國、加拿大的參加 URM 高級班三個多月課程訓練，在鍾維達引介下，黃泰山前往紐澤西州與張金策見面，與張金策建立合作關係。（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）

1990 年 3 月中正廟學運，也帶動多所大學的學生運動發展、接觸左翼思潮，部分學運學生也投入左翼運動。黃泰山 9 月自美返台後，接辦「新青年社」的機關刊物《台灣青年》編輯工作，除自行撰稿外，也邀請張金策以「王火獅」等筆名以社會主義、左翼觀點撰寫多篇政經分析文章，引發各校學運社團爭相傳閱，黃泰山也因此成為學運圈知名人物（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日），黃泰山、鍾維達等人透過 1990 年 3 月學運後活躍的學生運動，除了以刊物散布社會主義理念，也吸納各校大學生參與左翼讀書會等相關聚會活動。鍾維達說：

當時在黃泰山家的讀書會，讀的是中國共產黨的馬克思主義哲學教材《辯證唯物主義、歷史唯物主義》，我在美國參與讀書會時，這本《辯證唯物主義、歷史唯物主義》就是重點書籍，回台前我特別買了好幾本帶回台灣，再影印給參與讀書會者，文化大學等多個學生社團讀書會，也是讀這本書（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日）。

除了學生之外，鍾維達、黃泰山也在環保聯盟等社團，邀請多名社會運動、黨外運動者參加左翼討論會，包括環保聯盟活動部專職人員、擅長演講主持的康惟壤，擅長機電的北區政治受難者基金會總幹事黃國良，以及經常接觸社運人士的洪奇昌國會辦公室助理簡淑慧等人，其中康惟壤、簡淑慧都曾為民進黨新潮流系公職擔任專職工作，但對於新潮流成員擔任公職後逐漸疏離社會運動、台獨運動感到失望，康惟壤指出：

1990 年我擔任李逸洋服務處主任時，為了聲援台獨聯盟成員回台，製作布條、籌辦接機等聲援活動時，被李逸洋服務處成員認為是「浪費資源」，開會時感受壓力，我因此辭職，轉到環保聯盟活動部擔任專職。新潮流成員常常說「公職是運動的工具」，但他們不少人公職當久了，需要公職推動的社會運動，卻很少出面，財產也越來越多（康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日）。

上述過程除了顯示新潮流系與台獨聯盟在島內黨外運動資源已處於競爭關係，這樣的競爭反而引起部分基層黨工的不滿，質疑公職成為自身謀利的工具，部分基層黨工轉而被重視「群眾」的左翼運動者吸引，1990 年代初期的學生運動、社會運動、政治運動風潮，也帶動了左翼運動的在台灣推展，《群眾》雜誌幹部群也在此時成形。

參、《群眾》形成前的操練

在黨外運動多年的「國會全面改選」聲浪下，李登輝主政下的國府於 1992 年底進行首次國會全面改選——第 2 屆立法委員選舉，以台獨為訴求的陳婉真 1991 年原本在台中地區活動，因街頭抗爭而聲名大噪，由於鍾維達曾與陳婉真在美國洛杉磯台灣同鄉會擔任正副會長，1992 年初鍾維達評估，民進黨在台北縣仍有立委當選空間，鍾維達力勸陳婉真到北縣參選，透過參選介入政治運動（陳婉真訪談紀錄，2016 年 2 月 19 日；鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日），陳婉真也同意參選，在鍾維達引薦下，黃泰山、張素真與左翼讀書會成員邱襄陵、周幸宜、康惟壤、黃國良、林志侯、包玉文、林恕暉等人都為陳婉真 1992 年底參選立委助選，陳婉真以「終結中華民國」作為參選訴求，對於為陳婉真助選的動機與過程，黃泰山指出：

我們動機很簡單，是去練兵。選舉是台灣最密集的動員形式，強調有別於社會運動，選擇陳婉真，一來因為和她是舊識，二來，陳婉真很晚才宣佈參選，又沒班底，可參與和發揮的層面和空間，相對的

比較大。我主要參與組織工作。陳婉真在北縣沒人，找得到人就不錯了。同時陳在選舉過程沒有什麼保留，她強調文宣、造勢、對組織則沒有特別看法和要求。陳婉真這次選舉是靠她的知名度來動員，她的票是空氣票，而非組織票，她的選戰模式就是靠一次一次的造勢活動，拜訪樁腳的行程不多（野百合通訊，1993 年 2 月）。

此論述顯示，《群眾》成員參與陳婉真立委助選，是在黨外運動資源、人際關係、助選位置、成員歷練等考量下的結果，助選也有利於爭取在反國民黨、台獨運動內的左翼論述位置，也可讓《群眾》成員熟悉黨外運動、民進黨基層助選運作方式，特別選舉多年來一向是台灣最密集的政治動員、宣傳活動，1992 年國會首次全面改選，區域立委是採複數選區投票制度，而立委席次大增，台北縣為一個選區，應選席次高達 17 席，陳婉真在衝撞國民黨政權引發的高知名度，及台灣建國運動組織（簡稱台建）成員、《群眾》成員助選下，1992 年當選立委。

對陳婉真立委助選工作，是《群眾》成員的重要操練，使黃泰山等學生成員與康惟壤、黃國良等基層社運工作者合作，累積政治經驗，尤其陳婉真的總部設新北市三重區，也為日後《群眾》在新北市的民進黨地方人脈的動員形式，倚靠「造勢活動」、催出「衝組」投票的助選方法，成為《群眾》日後助選主要策略。同時也吸納新成員並透過助選，參與政治運動、工運、環保運動等抗爭，累積政運、社運經驗。

肆、建立組織基地、延伸社運發展

除了助選之外，《群眾》成員也發展新的社運組織，1992 年 9 月，曾參與讀書會、且為台灣環境保護聯盟成員的簡淑慧、林正修、林志侯、蔡萬古、康惟壤、鍾維達、邱襄陵、黃國良等多人，因不滿環保聯盟總會的學術菁英領導作風，決定落實草根經營、發展在地環境議題為目的，成立環保聯盟「台

北分會」²，以類似新潮流參與社運方式，推選淡江大學教授張正修擔任會長，《群眾》成員簡淑慧擔任副會長，祕書處則成為培養幹部的基地，由林正修擔任首任總幹事，中興法商學運社團出身的劉思龍任副總幹事，其後歷屆接任環盟臺北分會祕書處總幹事的包玉文、林志侯、李貞瑩、呂建蒼、陳建志、賴偉傑等人都曾參與《群眾》相關活動，林正修指出：

「環保聯盟台北分會」正是《群眾》成員建立、不同於環保聯盟的運動組織。等於我們弄細胞進去，人家也知道，以施信民為主的人都知道，這一掛與他們不同掛，他們一直怕我去搶環保聯盟總會祕書長，其實位置對我們不重要，但有三個問題對我們很重要，一、有優秀的組織幹部、年輕人。二、是運動的籌碼。三是募款的來源。我們在台北分會是自己募款，張正修會長提供他自己的房子給我們用。這些都是組織工作，有點像是細胞在打進去，這我們在學誰？就學新潮流嘛！新潮流在民進黨內是少數派，但是他在各個社運團體都佔最重要的祕書長位置，我們群眾也是這樣，只是我們更清楚的，旗幟是左翼！而且某個程度是更衝的（林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日）。

在《群眾》讀書會成員忙於成立臺北分會、為陳婉真助選期間，1992 年 9 月 26 日張金策闖關返台，與張金策有私誼的黃信介、陳菊、鍾維達等都前往接機，張金策抵達桃園機場就被警方逮捕，移送台北地檢署，經審訊後當晚獲交保（程川康、鍾沛東，1992），張金策在宜蘭礁溪老家休息幾日後，隨即北上與鍾維達、黃泰山等讀書會成員見面。

林正修形容第一次見到張金策時指出：

² 環保聯盟台北分會 1992 至 2000 年在反核、淡水河議題深耕，逐漸脫離環保聯盟總會，2000 年環保聯盟台北分會脫離環保聯盟，成立「綠色公民行動聯盟」，持續推動反核運動，為 21 世紀至今台灣活躍的反核、廢核團體，在其串連反核團體之下，2014 年成功推動核四封存，2016 年促使立法院刪除和四封存預算，為台灣重要的反核、能源議題的環保團體。

我看到張金策第一個感覺，這才像列寧，張金策沒有那種學究氣，他不會囉囉唆唆，不會講一些排場的話，說自己多偉大。見面第二天我問他，我叫什麼名字你記得嗎？他說「很歹勢」，我都還記得這些，這個人的土氣。我覺得要搞事情就是跟這種人搞，我不是菜鳥，我在學運搞過，也看過頭面的人物，看到那些人我都沒感覺，對，就是他！只有看到張金策有這個感覺。為什麼？他有那種草根的開放性，又有一些最關鍵的理論認識，不是說要讀辯證法那些，我記得他用閩南語說，什麼叫做辯證法？就是一個事情「要活跳跳來看」（林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日）。

面對有深厚黨外運動資歷與左翼運動經驗的張金策返台，林正修的說法，也呈現了當時左翼學運、社運幹部的雀躍心情，在鍾維達、黃泰山、林正修等人帶動下，當時 50 歲的張金策也迅速成為《群眾》成員的領導人。

伍、發行《群眾》雜誌

張金策返台是《群眾》雜誌創刊的關鍵，也因為張金策能籌募營運資金，才能使《群眾》雜誌社於 1993 年初在臺北市嘉興街的一處公寓開辦（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日；黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

在《群眾》財務部分，張金策的外甥藍偉新是《群眾》雜誌最主要的財務支持者，《群眾》雜誌社先後在台北市嘉興街、新北市三重區重陽路的房租，都因張金策而使藍偉新願意贊助（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。張金策妻子陳金釵找親友借款 60 萬元作為雜誌開辦費外，其餘經費大多由藍偉新支付（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）。藍偉新當時每月贊助《群眾》15 萬元（張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日）。

在《群眾》人員部分，由鍾維達以左翼運動為號召邀請台大學生黃泰山、張素真、邱襄陵擔任編輯，康惟壤擔任發行經理（康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日），原為立委洪奇昌國會助理的簡淑慧也決定轉任《群眾》雜誌行政經理，專職人員無論職務高低、包括社長鍾維達在內，月薪一律 2 萬元，

彰顯左翼組織內平等原則，發行人張金策則不支薪。在發行部分，初期訂戶以內部成員在社運界人脈為主，並透過全島巡迴演講會宣傳等累積訂戶。（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；黃國良訪談紀錄，2016 年 4 月 6 日）

對於《群眾》在當時左翼團體的比較，當時東吳大學蘇菲亞社幹部江仁傑指出：

當時學生在臺灣左派的選擇，就是工委會（工人立法行動委員會）、勞工陣線、《群眾》、環保聯盟等幾個地方能去，學生最喜歡就是東看西看。《群眾》對我們比較友善，也比較草根，也不會只在學生圈子裡，不會說「你們就是要向工農學習啊，你們這些混蛋！」這種工委會的態度。會去勞陣是因為鍾維達的關係，後來勞陣太像新潮流了（江仁傑訪談紀錄，2016 年 7 月 15 日）。

對於主張與中國統一的《夏潮》、勞動黨，曾為夏潮系統學運幹部的徐文路指出：

勞動黨是「統」優先於「左」，80 年代工運的高潮退去後，勞動黨在工運搶不到戰場，都在講「統」，「左」只能提提國際歌、共產主義運動，對台灣情況、切不進去社會現實，我因此慢慢的跟勞動黨體系走遠（徐文路訪談紀錄，2016 年 5 月 29 日）。

《群眾》創刊時，鍾維達、黃泰山出面邀請左翼的學界、社運人士擔任社務顧問，工運包括：曾茂興、吳永毅、毛振飛、王文祥、方來進、林明賢、黃清賢、簡錫堦、郭吉仁。環運有：施信民、張國龍、曹愛蘭、高成炎、蔡萬吉。左翼學者有：許文龍、王振寰、趙剛、夏鑄九，與主張台灣獨立的楊碧川、原住民運動者夷將、客家文化運動者鍾肇政等人（群眾雜誌社，1993），範圍包括社運人士、台獨運動者、左翼人士，但其中並無《夏潮》或勞動黨人士，也呈現《群眾》當時其他團體、左翼社群的關係，以及與左翼統派較無合作的情況。

此外，《群眾》與鄭村棋領導的「工作室」，當時曾有多次的團體接觸對談、互訪（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日），對於《群眾》與鄭村棋「工委會」的差異，黃泰山指出：

張金策的理論是認為，當時臺灣的局勢是要介入政治鬥爭，張金策以列寧「怎麼辦？」批判鄭村棋是「侷限在手工業的經濟抗爭，放棄大量生產的意識形態鬥爭」，當時鄭村棋只有針對關廠勞工，依照「怎麼辦？」，這都是以手工業的經濟鬥爭，只著墨經濟利益，經不起大風浪，一個大浪來就沒了。張金策認為左翼應該進入意識形態鬥爭、應該介入選舉，但在介入選舉之前，必須有宣傳工具，雜誌社就是宣傳工具（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

黃泰山的說法也呈現了當時《群眾》以雜誌作為政治宣傳工具，與右翼進行意識形態鬥爭的企圖。對於如何對台灣當時的右翼政黨進行意識形態都鬥爭？《群眾》（1993）雜誌於創刊號發刊辭〈開創群眾作主的時代〉指出：

台灣在國民黨政權的統治下，國民黨與大資本家階級貪得無厭、橫行霸道、無所顧慮地掠奪台灣的資源，榨取人民的血汗，不只造成貧富的差距越來越大，社會的問題越來越嚴重（群眾雜誌社，1993，頁 4）

顯示《群眾》雜誌透過社會主義的階級觀點，在 1990 年代就點出的財團治國問題，至於民進黨等「民主運動」政治人物，《群眾》雜誌也在發刊辭認為：

台灣人民群眾，尤其是工農小市民也一再地打拼，做好「抬轎」的工作，將不少政治人物抬上政治舞台。但是，四十多年來，多數反對政治人物由於其中智階層的出身或認同，受其既有的階層利益和意識型態所制約，站在中智以上階層看待台灣政治社會事務，從來不曾

碰觸到台灣社會問題根本的階級矛盾，對作為國民黨統治後盾的大資本家的所作所為，總是很自然地加以忽視，聽任那些財團的魔掌伸展到台灣的每一角落、每一行業，隨心所欲地搜刮、榨取，而無從阻止社會貧富差距等問題的日趨惡化（群眾雜誌社，1993，頁 4-5）。

上述論述呈現《群眾》雜誌雖未明確主張社會主義，但關注「階級矛盾」，也批判民進黨政治人物無法面對財團治國、貧富差距擴大問題。

《群眾》第一期發行三千本，除了約近一千本為訂戶，兩千本透過書報攤零售點的販售不理想，僅約兩、三成，退回雜誌社數量達一千多本，《群眾》檢討後，不再透過書報攤零售系統販售，改於每週六、日由工作人員到台北市龍山寺前廣場、三重大同公園等黨外人士聚集之處街頭演講，宣傳階級意識、階級矛盾等社會主義左翼理念、販售雜誌，形成「宣傳車喊街—演講會販售雜誌—推展左翼論述」的巡迴宣傳的活動模式，在台灣各地廟口、公園舉辦演講會，並在演講會旁擺攤販售雜誌、接受捐款贊助，閱聽眾大多為中下階層，並以民進黨支持者居多。《群眾》成員也都須經街頭喊街、即席演講等集訓，讓人人都能獨當一面上街演講、推廣理念，士林夜市被成衣商聘請喊街賣衣的康惟壤，更是《群眾》「喊街」高手，也成為成員學習的對象（黃國良訪談紀錄，2016 年 4 月 6 日；林治平、丁穩勝訪談紀錄，2016 年 6 月 20 日；林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日）。

此外，1993 至 1996 年間在台北市各社運團體、政治團體發動的反核、環保、勞工、反國民黨遊行，《群眾》幾乎無役不與，更在大台北地區與社區民眾、環保團體多項抗爭，包括反捷運廢土、反對林口棄土場、反對台北港工程侵犯漁場、反輻射傷害、反水泥東移、反興建高球場、反大漢溪污染等抗爭，同時也參與勞工團體的秋鬥等遊行，在公職人員未能積極參與、聲援情況下，《群眾》主動聲援、協助抗爭的作法，頗受好評，也捲動許多學運幹部參與其中，《群眾》各期也報導、呈現這些抗爭運動的動態。顯示《群眾》藉由透過反黨國威權、反財團資本家壟斷的公共政策參與市民社區組織活動，逐漸發展出「工農小市民」運動路線。

《群眾》發刊初期也邀請社運、學運人士與左翼學者撰稿，並維繫與左翼社群、社運團體、學運社團之關係，《群眾》雜誌前兩期有王振寰探討社會運動面對資本主義國家機器問題（王振寰，1993）等學者的外部稿件，第四期也有趙剛探討台灣族群衝突（趙剛，1993）及郭紀舟討論日本統治台灣本質的文章（郭紀舟，1993），並邀請吳永毅、陳素香、毛振飛、簡錫堦、劉芳萍、白正憲與張金策、鍾維達等人座談討論工運走向、階級政治路線問題的內容（群眾雜誌社，1993）。

不過，左翼學者撰寫文章因字數多、艱深，閱讀不易，與《群眾》其他文章文字淺白的風格不同，考量工農小市民讀者的接受程度，自第 6 期之後並未出現，取而代之的是由學運社團學生與環保聯盟總會、台北分會成員撰寫的關於社運、環保運動稿件。但國內政治經濟生態分析、選舉評論仍是每期雜誌的主軸，但多半以化名、非本名方式寫作，張金策、黃泰山、林正修、鍾維達等人為主要寫作者。

面對李登輝當時以「本土化」為號召的台灣國族主義，《群眾》第 2 期以〈再會吧！李登輝—錯誤的愛，何必再留戀？〉（孫麗娟，1993），批判李登輝「民主化、自由化、本土化」的虛幻性，批判其「民主化」的宣傳總統直選、卻擁抱五權憲法，是建立了總統有權無責的獨裁體制，所謂經濟自由化，更是使財團、資本家富上加富，貧富差距更大。所謂「本土化」則是讓地方派系從外省保守集團奪權，壟斷社會財富，使台灣由政客、財團、地方派系組成的政商聯盟主控，呼籲民眾走出「李登輝情結」。

第 11 期首篇文章〈民進黨怎麼辦？〉（張金策，1994）嚴厲批判民進黨公職以人頭黨員鞏固權力問題，並以「民進黨不等於台灣民主運動」為標題，指「不必再動不動以民主運動的角色加在民進黨的頭上」，並表明「改變台灣體制，讓受壓迫的台灣下階層群眾翻身作主，大家只有另作長遠打算」等字眼，也暗示了《群眾》不一定要繼續留在民進黨內，可能朝向政治團體轉型的企圖。同期也刊出〈民進黨也有妖魔鬼怪〉（孫麗娟，1994），批判民進黨接納國民黨、黑道人士帶槍投靠、買票賄選等問題，甚至拉攏炒地皮、搞特權、魚肉鄉民者，文章結尾並指出：

事實上功利思想在黨內一日不消除，民進黨必然愈選舉愈墮落，愈多選舉就愈多鬼怪纏身。如果民進黨陣容裡依舊是有錢有勢的人說話大聲，沒錢沒勢的人說話沒人聽，即使讓民進黨選贏了，執政了，又有何意義？（孫麗娟，1994，頁 8）

此段評論呈現了當時的左翼社會主義者在民進黨內助選的觀察，在二十多年後來看，甚至是對民進黨執政問題的一段預言。呈現當時《群眾》透過傳佈左翼思潮，轉化黨外運動進入左翼運動的企圖。

陸、發展工農小市民運動

儘管《群眾》雜誌努力尋找出路，但 1990 年代初期，在報禁開放下，商業報刊、雜誌強調專業形象，受市場機能控制的只剩《新新聞》等政治新聞雜誌，黨外雜誌都已走進黃昏，只剩辜寬敏出資的《黑白新聞週刊》以「贊助人-侍從」（Patron-client）關係，不是靠市場機能經營（馮建三，1995）。而不靠商業、市場機制為主要經營《群眾》雜誌，每月出刊僅一、兩千本，收支出現嚴重問題（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

由於刊物銷售量有限，1993 年下半年《群眾》出現財務問題，為降低壓力，《群眾》成員黃泰山、張素真、簡淑慧、邱襄陵、康惟壤等人 1993 年 7 月起分別至淡水、新莊、永和、板橋等地，為民進黨提名、無派系支持的台北縣議員候選人助選，並向候選人支領薪資，以減少《群眾》支出、維持編務，也拓展地方人脈關係，並吸引學運幹部參與、歷練。

尤其自 1970 年代以來，台灣選舉活動已是黨外運動者主要的政治宣傳期間，《群眾》成員也將選舉視為政治運動的宣傳管道，《群眾》成員嘗試將工農觀點的政見放入選舉宣傳，例如在永和為民進黨縣議員候選人林雪琴助選時，《群眾》成員提出反特權、反金權、反黑道暴力、抗議金牛買票、廣設公立托兒所等訴求（林恕暉，1994），在永和助選的邱襄陵也邀請學運出身的林恕暉參與選務，林恕暉也介紹林淑芬等人參與助選。鄉鎮市民代表選舉時，也於三重、蘆洲、五股等地尋此模式助選，林淑芬也由《群眾》成員

介紹至三重為民進黨助選，林淑芬也因助選而進入國代張倉顯服務處任職，開啟日後議員、立委之路（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

《群眾》第 12 期以〈小市民對抗大財閥—現階段台灣階級矛盾的特質〉一文（黃泰山，1994），指當時下層勞動群眾尚未形成對抗國民黨與大財閥的「階級意識」，使工運抗爭被視為單一的社會事件，打破貧富不均也不是靠資本主義式的議會民主、兩黨制衡，而是強大的工運力量，但台灣工運缺乏政治發言力量，政治的詮釋權也不在工運團體手中，下層勞動群眾必須有大規模的政治宣傳，才能形成政治發言力量。

該文認為，「勞資對立」不足以解釋階級矛盾，當時台灣許多服務業受僱者甚至自認是中產階級，而台灣下層社會有許多人以自雇方式謀生，如攤販、小包工、小商家等，雖是弱勢者，但不認為自己是工人，指勞工階級訴求有局限性，而當時國民黨與財團、地方派系掛勾下的都市計畫與土地政策，及教育費用、稅制等公共政策，都不利於下層大眾，本質是「劫貧濟富」，因此提出以「小市民」對抗大財閥、地方派系，是當時台灣階級矛盾的主要特徵，不能侷限於勞工運動，提倡「小市民運動」就是「階級運動」（黃泰山，1994）。

在不直接主張社會主義之下，提出「小市民運動」主張，也代表《群眾》自 1994 年初開始的政治路線，除了結合民進黨支持者等傳統反國民黨勢力之外，其策略是透過基層選舉、助選等密集的政治宣傳活動，並介入都市計畫、教育、稅制各類型的公共政策抗爭，特別是土地、房產利益越高，階級衝突矛盾也越激烈，集結受害者進行「小市民運

動」，形成對抗大財閥的階級意識，全面推展階級運動。

針對台灣與中國之間問題，《群眾》於第 8 期以〈掃蕩中華沙文主義的幽靈—中共白皮書的霸權心態〉（林玉紅，1993）表達看法，《群眾》認為中國一貫主張的一個中國、和平統一、一國兩制等是「霸權主義」，對台灣人民自行決定前途、獨立主權已形成壓迫、障礙，必須加以反抗，也批判國府的一個中國、各自表述說法，是不切實際。

《群眾》也在第 3 期以〈國民黨有幾個老爸？〉（羅年英，1993）一文，描述國府背後的美國、日本、中國，其中批判美國「以台灣國際監護人自居」，

指美國以兩手策略對付國府，若國府聽話則給予美援、貿易優惠，若不聽話，則拿出人權、民主法寶對付，又讓反對人士常懷感激。該文批判日本是台灣資本主義的奶爸，台灣從二戰前的被殖民，轉換為政經從屬關係，長期貿易逆差、不平等貿易，關鍵技術往往掌握在日本商社等跨國公司手中，使台商成為日資全球戰略的馬前卒，不平等關係反映在政治上，則是台灣親日派的掌權，使日本成為支配台灣發展的經濟強權。該文也批判中國強要台灣認同祖國，指中國將在 21 世紀成為世界最大經濟體，也極可能在台扶植代理人，但代理人「未必是外省人」，抵抗北京的打壓，依賴的不應是美國製的飛機、機巧的政治人物，甚至不全是經濟發展，而是進步的人民群眾，強調「台灣應該放手發動群眾、改造社會，只有一個成熟且具動原力的台灣社會，才能制止兩岸任何冒進的力量」。

此文顯示《群眾》認為國府控制下的台灣，受制於美國、中國、日本強權，唯有台灣人民群眾翻身作主，成為透過成熟而有動員力的台灣社會，才能擺脫美中日三股強權、帝國主義者的糾纏。其論述結論雖嫌粗略，但已於當時分析台灣在美、中、日強權局勢下的處境，特別是當時台灣處於脫離日本殖民統治卻仍受宰割，又逢國民黨統治、美國帝國主義宰制，於 1990 年代所面臨的困境，該文已可具體凸顯其關鍵問題，至今仍極具意義。

柒、轉型《群眾之聲》電台

但議員助選結束後，雜誌社仍面臨嚴重財務問題，黃泰山等成員認為應透過參選募款維持團體運作，黃泰山等人也再於蘆洲、三重、五股等為民進黨提名的鄉鎮市民代表、村里長助選、提供文宣，並向候選人支領費用，減輕雜誌社財務負擔，同時也可透過選舉宣傳「小市民運動」理念，並擴大組織人脈。

除了財務危機使內部摩擦激烈，對於《群眾》成員是否參加 1994 年底省議員選舉，鍾維達與張金策、黃泰山等人持不同看法。鍾維達認為，張金策有意將《群眾》帶往選舉道路，與其想法不符，加上財務危機引發內部摩擦衝突，張金策多次與鍾協調無效，鍾維達於 1993 年 11 月表明不再擔任社

長，此後逐漸淡出《群眾》核心，其後轉任立委陳婉真國會辦公室主任（鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日；黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；張金策紀錄，2016 年 2 月 27 日），張金策、黃泰山成為《群眾》主要領導者。

《群眾》在財務壓力下，決定推派張金策於 1994 年底參選台北縣選區的台灣省議員，藉選舉募款、拓展資源，期望建立左翼的政治灘頭堡，並透過公職資源回饋社運，並累積左翼政治能量，期能在民進黨內形成黨中之黨，進而與新潮流等派系競爭，奪取黨內主導權，以大規模推動具階級意識的左翼政治路線。張金策原希望《群眾》再發展一段時間，於 1995 年再參選立委，但黃泰山、林正修等人擔心張金策若 1994 年不參選，則《群眾》財務難以維繫營運，最後在《群眾》召開成員會議、歷經長時間討論後，張金策勉強同意參選省議員，並由黃泰山擔任競選總部執行總幹事。（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日；林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日）

1994 年 4 月《群眾》在台大城鄉所畢業的林正修建議下，與台大城鄉所師生共同參與國民黨中央黨部古蹟保護運動，藉以凸顯黨國威權體制、佔用日產為黨產問題，並主導 4 月 11 日凌晨國民黨中央黨部古蹟拆除抗爭事件，當天凌晨紅磚樓等舊建物遭國民黨拆除時，民眾輪番 Call in 地下電台《台灣之聲》，號召三百多輛計程車司機到場，在《群眾》成員林正修等人帶領下，象徵黨國威權的中正紀念堂、國民黨中央黨部、臺北市黨部遭破壞（林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日；林治平、丁穩勝訪談紀錄，2016 年 6 月 20 日），參與其中的《群眾》以 4 月號「411 中央黨部拆除事件專刊」報導（群眾雜誌社，1994），張金策、林正修也被依違反集會遊行法起訴（民生報，1994 年 10 月 30 日），此事件後，張金策認為：

電台傳播效率佳，雜誌經營不易且效果有限，因此決定讓《群眾》停刊，轉型成立《群眾之聲》電台（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日）。

國民黨中央黨部舊建築拆除抗爭事件後，國府新聞局與檢調單位於 4 月 21 日清晨「取締」《台灣之聲》並沒收機具。檢警認為許榮棋涉嫌利用《台灣之聲》涉案，警方也依違反集會遊行法把張金策、許榮棋、林正修等人函移地檢署偵辦（劉開元，1994），顯示《群眾》主導抗爭、透過《台灣之聲》動員，國府則透過新聞局、檢警發動 421 抄台行動，這也是 1993 年起地下電台風起雲湧後，國府第一次取締地下電台，但當時《群眾》的情況並未受到檢警、媒體注意，相關媒體報導均無《群眾》字眼。

林正修於訪談時表明，由於 411 抗爭當晚張金策並不在現場，他是實際站在指揮車上的指揮者（林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日），但《群眾》因頻頻參與抗爭，在國家機器透過司法鎮壓下，也使多位《群眾》成員因集會遊行法等遭起訴，透過輪番避風頭等方式因應，也影響《群眾》後續的抗爭行動參與能量。

不過，「中央黨部抗爭事件」展現強大的動員力，加上《群眾》成員自 1993 年也陸續參加《全民電台》、《綠色和平》等地下電台節目，親身體驗當時電台風潮，張金策、黃泰山、林正修等人因此決定將雜誌轉型為電台，當時因張俊宏有意參加首次台灣省長選舉民進黨提名初選作業（彭威品，1994 年 5 月 26 日），在國府掌握主流媒體下，張金策積極遊說張俊宏籌設電台，擴增宣傳管道，張俊宏也同意募款成立電台作為競選之用，由張金策擔任台長，並協助自國外進口廣播電台機具（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日），以 FM92.7 頻道成立《群眾之聲》電台，由於張金策、黃泰山、張素真、康惟壤、林正修等人均已熟悉街頭演講主持，也有眾多參與地下電台節目經驗、台語流利，鍾維達也回電台主持助陣，《群眾之聲》迅速竄紅，call in 經常滿線。張俊宏於民進黨內省長初選落敗後，未要求張金策返還機具（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；張素真訪談，2016 年 4 月 15 日；康惟壤訪談，2016 年 2 月 17 日）。

分析《群眾之聲》電台成立的原因，必須回顧 1990 年代的媒體環境，當時雖已開放報禁，但廣電媒體仍由國府主導掌握，1980 年代雖有綠色小組等錄影帶販售、地下有線播映系統（第四台）等異議媒體，但 1989 年至 1993 年國府積極查緝、鎮壓下，營運被壓制（馮建三，1995），除了報刊、雜誌

平面媒體外，在電子媒體部分仍遭壓制，《全民電台》、《台灣之聲》地下電台 1993 年發展出 Call in 節目討論議題，使得人民只要透過低成本的電話聯繫，無需透過書寫、被編輯台篩選，即可匿名表達意見，在國府長期壟斷媒體資源下，地下電台 Call in 節目迅速成為匯集人民不滿的出口。

其次，廣電媒體的營運門檻較高，除國家掌控電波管理外，電台需一定資金成立營運，而中小功率電台成本相對較低，僅數十萬至數百萬元。《群眾》因張金策的資源、人脈而募得電台設備後，初期靠選舉募款維持，雜誌每期印刷、發行都需要經費，但電台營運所需資金遠比雜誌社少，只有房租、人員維持費用，原本巡迴演講會的閱聽眾，也能透過電台收聽《群眾》演講者的言論，使電台營運比雜誌社順利（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日），張金策的黨外運動經歷、累積的人脈資源，是《群眾之聲》跨越電台初期營運門檻的主因。

再者，《群眾》雜誌營運時，透過以台語街頭「喊街」、演講會訓練內部成員，使多數成員都具備一定程度的福佬話即席演說能力，《群眾之聲》成立後，相關成員立即轉型為電台節目主持人而竄紅，黃泰山、鍾維達等主持人於地下電台風行時，他們搭計程車，「上車一開口，司機就認出我是誰」（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；鍾維達訪談，2015 年 9 月 20 日），豐富的台語演說、論述能力，在黨外運動、批判國民黨政府的路徑下，《群眾之聲》以台語為主要語言，針對閩南語族群、中下階層者為主要聽眾的策略，加入批判國民黨、財團的論述，成為當時主要民間異議媒體之一。

尤其，《台灣之聲》在 1994 年 4 月、7 月兩次遭取締而難以播音，《群眾之聲》的強力批判國民黨、財團論述，迅速取代《台灣之聲》位置，成為激進派代表，在台北地區同屬民進黨陣營的《綠色和平》、《寶島新聲》則相對較為溫和，都固定支持群，《台灣國》以台灣獨立為主張，也有一定支持者。地下電台聽眾也都會透過在各電台之間轉換，尋覓適合想聽的電台節目（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日）。

學者馮建三於 1994 年主持地下電台調查也顯示，《群眾之聲》主持人、聽眾是當時地下電台中使用福佬話比例最高者（馮建三，1995），顯示《群眾之聲》主持人也經常使用福佬話為播音語言，主要是由於 1980 年代至 1990

年代三家無線電視台限制福佬話、客語等節目播出比例，使大眾傳播媒體使用福佬話比例偏低，地下電台的政論、Call in 節目卻開放民眾使用福佬話等語言討論議題，特別是《群眾之聲》主持群的演講會、街頭演講歷練豐富，黃泰山、康惟壤等主持人更能使用福佬話的俗語討論議題，也影響聽眾使用福佬話進行討論。

《群眾之聲》節目多半使用福佬話，影響所及，部分學生社團幹部以生澀的福佬話討論議題時，聽眾還會 Call in 表明，聽不懂該學生的話語（江仁傑訪談紀錄，2016 年 7 月 15 日）。《群眾之聲》也因此特別開闢特定時段給使用國語、客語的主持人。不過，當時的民進黨支持者、台獨運動人士也多半使用福佬話作為溝通語言，加上主持人對時政批判力強，使用福佬話比例高的《群眾之聲》外觀呈現較激進色彩，吸引部分民進黨、台獨支持者的聽眾，黃泰山、張金策等受歡迎主持人節目由於 Call in 滿線，也籌辦聽友會，邀請聽眾到電台聚會（應靜海訪談紀錄，2016 年 10 月 6 日）。但《群眾之聲》並不主張台獨，仍延續《群眾》反國民黨與財團壟斷的「工農小市民」階級意識宣傳的政治路線。

《群眾》雜誌轉為《群眾之聲》電台，雖與當時傳播環境變革有關，但成員對媒體轉型有高度共識，也更能透過聽友會經營屬於自己的、非民進黨的組織，加上張金策競選活動，密集舉辦演講會、街頭演講宣傳，搭配參與多項社區、社運抗爭，使組織財務規模、人員迅速擴充數倍，參與的學運幹部達上百人，加上張金策的宜蘭礁溪同鄉、聽友會成員、友好的基層黨工，合計經常性參與成員約兩百人（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；鍾維達訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日），也顯示《群眾》從傳統黨外雜誌轉型為地下電台，是依循政黨「機關報」方式轉換，《群眾》與《群眾之聲》是朝向準政黨發展的政治團體。

捌、張金策參選省議員與 801 抗爭事件

1994 年 4 月 11 日數百輛計程車包圍國民黨中央黨部抗爭後，4 月 21 日國府首度發動新聞局與警力取締《台灣之聲》、並沒收機具，但 4 月 22 日數

百輛全民計程車則到立法院請願，要求開放牌照、聲援《台灣之聲》，此時《群眾之聲》、《綠色和平》、《寶島新聲》等反國民黨的電台陸續開播，地下電台紛紛設立，國府為壓制反對聲浪，先於 7 月 22 日拘捕許榮棋，7 月 30 日凌晨由新聞局與警方發動全台取締地下電台行動，包括《群眾之聲》在內的全國共 14 家地下電台遭「抄台」（林維娟，1994 年 7 月 31 日）。

1994 年 7 月 30 日，《群眾之聲》電台當時設在三重區重新路四段 97 號的國際星鑽大樓內，負責《群眾之聲》電台機電維護的黃國良指出：

警察離開後，我到電台查看受損情況時，發現警察只搬走一些音響、控制盤設備，損失不大，電台內重要的 1200 瓦發射器，仍舊完整鎖在電台十樓的小房間內，這台機器發射的電波，宜蘭、桃園、新竹都聽得到，我清點後，發現抄台損失不多，我立刻去找替代品，當天下午就恢復播音，經過這次經驗，後來發射器都放在隱密的地方，後來幾次的抄台，這台最重要的發射器都沒被搬走，電台因此都能很快恢復發聲（黃國良訪談，2016 年 4 月 6 日）。

《群眾之聲》1994 年 7 月 30 日週六清晨被警方包圍抄台時，徐文路、吳靜如等電台人員在電台一度關門抵抗，但大門遭警方突破後，在擔心機具被破壞、避免人員被入罪考量下，並未激烈阻擋員警進入。《群眾之聲》負責人張金策與工作人員簡淑慧、張素真在電台外被警方打傷，《群眾之聲》等多家地下電台召開記者會，聯合聲明譴責警方使用暴力，張金策當時頭部被打傷、包著繃帶，衣服血跡斑斑（陳珮琦、謝素娟，1994 年 7 月 30 日）。

由於只被沒收麥克風等零星設備，《群眾之聲》7 月 30 日下午就恢復播音（黃國良訪談紀錄，2016 年 4 月 6 日），並開放聽眾 Call in 表達對政府的不滿，《群眾之聲》也決定 8 月 1 日週一上午到行政院抗議，並透過電台宣傳。許多聽眾、主持人也都呼籲民眾參與，其中一名主持人還喊出「大家把家私帶好，一起去行政院抗議」等言詞，講的很衝、很強硬，使部分成員擔心會發生衝突、壓力很大（康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日；張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日）。

8 月 1 日一早抗議隊伍自立法院出發後，隨即在行政院前方的忠孝東路聚集抗議，警方則在行政院大門內列陣，由於張金策因被打傷、無法持麥克風指揮，張素真、林重謨擔心現場混亂，只講幾句話就下場，林恕暉成為持麥克風發言指揮者（張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日），抗議隊伍繞行行政院時，由於忠孝東路正進行捷運板南線工程，板模、石塊等雜物堆放道路中，部分抗議者與警方叫罵衝突，行政院、新聞局、警政署部分窗戶被砸破，軍方主導的華視新聞採訪車與人員被抗議者批為「抓耙仔」、「告密者」，記者、駕駛遭趕出車後，車輛被翻倒，隨即起火燃燒（民視新聞，1994；林治平、丁穩勝訪談紀錄，2016 年 6 月 20 日）。

當抗議隊伍前導車繞行行政院外圍回到忠孝東路時，警方隊伍衝出行政院大門展開驅離、逮捕行動，導致指揮車玻璃被砸毀、麥克風線被拉斷，引發警民衝突，數十人受傷送醫，並有十多人路過者被捕（民視新聞，1994），但當時被捕者都不是《群眾之聲》成員，事後多不起訴或無罪等，另有十餘人被依違反集會遊行法、公共危險罪起訴、判刑，則是事後警方依據蒐證影片移送檢方，檢方起訴書也呈現相關情況（臺北地方法院，1994；許文龍訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日）。

警方對張金策、林恕暉等人發佈 801 專刊通緝，《聯合報》等媒體也大量以「八·一街頭暴力事件」、「四波攻勢打帶跑 街頭首見硫酸彈」等形容 801 反抄台抗爭遊行（雷顯威，1994），以合理化警方的驅離、逮捕行動，並將抗爭標籤為「暴力」、「滋事」，聯合報等媒體更引述自警方說法指「群眾之聲電台附近的一處工地，搜獲一箱二十四瓶汽油彈」等，暗示《群眾之聲》計畫暴力攻擊政府，並以「警方決嚴懲暴徒 追究唆使者」（陳一雄，1994 年 8 月 2 日）為標題批評 801 抗爭。國民黨政府也刻意擴大對《群眾之聲》的負面宣傳，8 月 3 日新聞局科員張台安遭人殺傷，國民黨文工會刻意發表聲明指責「暴徒的兇殘惡行已嚴重破壞社會的安定秩序，其罪大惡極已到了國人共憤的地步」，但事後警方發現張台安被殺傷是因私事賭債糾紛導致（雷鳴、陳嘉寧、陳東旭，1994 年 9 月 9 日），也呈現國民黨政府對地下電台的壓迫情況。

在此情況下，張金策、林恕暉等人在友人家躲避警方追緝，《群眾之聲》則由許文龍、王志郎、簡淑慧等處理電台事務、繼續播音，但由於發動抗爭事件，在警方通緝、媒體大量報導「總指揮張金策 緝捕首要目標」(范立達，1994)等內容下，也讓《群眾之聲》、張金策聲名大噪，吸引許多主張台獨、激進人士的支持，張金策在警方追緝期間時曾現身《群眾之聲》播音一次，但直到一個月後檢方起訴，張金策、林恕暉等人才恢復省議員競選、電台工作。(許文龍訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日；張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日)。

從地下電台發展過程來看，1993 年興起的地下電台與 Call in 風潮，使當時在國府壟斷、控制電視、廣播等電子媒體下的不滿國府者，透過收聽地下電台及聽眾 Call in 的互動，進行集結，而《群眾之聲》以黨外運動為路徑切入，散布反對財團與國府「勾結」、反對金牛政治的看法，使傳統反國民黨的黨外運動，也帶入了批判美帝、黨國資本主義、階級意識等左翼的政治觀點，但這項企圖卻因國府對地下電台展開壓制行動，剛誕生而標舉左翼、台獨、激進的《群眾之聲》電台，不得不透過遊行抗爭的方式，表達立場，也因為發生警民衝突，被主流媒體形塑為「暴力份子」，成為地下電台的激進派代表，也吸引激進反國民黨者收聽，也使《群眾》被視為「衝組」代表。而電台以福佬話為主要語言，使閱聽眾受限於以福佬族群為主。

在此同時，1994 年台北市長選舉，代表福佬人的陳水扁與外省人的趙少康互鬥激烈，使台灣民族意識與中國民族意識的對抗形勢達到最高峰，強力主張反國民黨《群眾之聲》也因此吸引大量支持者，《群眾》發動的中央黨部古蹟抗爭事件目的雖是對抗黨國威權體制，但在民進黨省長候選人陳定南提出的「四百年來第一戰，要將台灣變青天」等右派台灣民族意識形態宣傳下，中央黨部古蹟抗爭等事件，也在選舉操作下被轉化為對抗國府的中國民族意識的產物。

《群眾之聲》發動的 801 反抄台抗爭事件，雖可凸顯《群眾之聲》的小市民運動的左翼政治路線，但在國府批判暴力的媒體操作下，民進黨也表明反暴力、企圖撇清關係，黨內同選區其他候選人、派系樁腳基於爭奪選票的利益考量，也暗中以「張金策落跑」等耳語中傷，以《群眾之聲》台長為頭

銜的張金策因 801 事件衝出的高知名度，反而形成其他民進黨省議員候選人危機感，形成「多人打一人」的局面，不利於《群眾之聲》的選戰宣傳。

801 事件對於剛誕生不久《群眾之聲》電台的影響劇烈，張金策等人因警方通緝的缺席，聽眾對《群眾之聲》發動抗爭的反應兩極，有人支持抗爭，也有人反對暴力，《群眾之聲》內部，由於當時以選舉為核心事務，黃泰山雖作為競選執行總幹事，但簡淑慧、王志郎等人不滿其領導方式，雙方歧見日深。張金策雖於一個月後返回電台，卻難以化解雙方歧見，也導致選後簡淑慧等部分成員離開。

當時黃泰山、張金策等人都評估當選機會濃，但省議員選舉前一週，民進黨另一省議員候選人張清芳率全民計程車司機與國民黨民代服務處發生衝突，引發媒體關注，黃泰山評估民進黨激進票源可能流失，建議張金策也如法炮製到另一國民黨民代服務處踢館，但張金策認為聲勢已高而拒絕（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；徐文路訪談紀錄，2016 年 5 月 19 日；康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日）。

1994 年 11 月選舉結果，張金策以 5 萬餘票落選，距離當選門檻 7 萬餘票，差距約兩萬餘票，對於選舉結果，張金策認為是大意失荊州（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日），黃泰山等人認為張金策不聽內部建議、勸告才落選。康惟壤認為，張金策流亡美國多年，對台灣當時局勢判斷失準，若能在 801 事件後立即出面被捕，反而會因此當選。（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日）

綜觀張金策返台辦左翼雜誌、電台，到參選省議員等過程，1994 年的張金策省議員選舉，由於資源較多、集中，也被《群眾之聲》成員認為最好的建立左翼灘頭堡機會（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日；康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日）。

由於張金策等海外人士返台時間較晚，在台灣解嚴 5 年後的 1992 年才回台，在其他有意從政的黨外運動者、民進黨人的激烈競逐下，張金策的起跑時間已經遠遠落後於其他民進黨人，在 1994 年的台灣省長、臺北市長選舉，民進黨以逐漸轉化為福佬人為主的台灣民族主義意識形態，陳定南省長選舉的競選標語「四百年來第一戰，要將台灣變青天」，正代表了福佬人為

主的漢人台灣民族意識觀點，張金策代表的左翼階級意識、「工農小市民」運動路線宣傳，已難以與之匹敵，張金策省議員競選失利、離開民進黨，《群眾之聲》也失去繼續爭奪民進黨內論述主導權的機會。

玖、脫離民進黨的《群眾之聲》

1994 年底省議員選舉後，《群眾之聲》募款情況不如選前，簡淑慧、王志郎等多名成員離職，電台專職人員僅存黃國良、康惟壤、黃泰山、張素真等人，每月只領 5000 元零用金度日，另電台供應伙食，相關成員輪流煮飯度日，但電台仍維持高人氣，同時也培養王婕等年輕人主持節目（王婕訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日），經常有聽眾到電台捐款，使電台維持營運，電台節目 Call in 仍經常滿檔，當時新聞局開放電台申請合法時，《群眾之聲》成員認為無公職力挺、資金門檻高，合法可能性低，索性退出合法電台申請，801 事件也在 1995 年在法院開始進行審判程序，張金策、林恕暉被依違反集會遊行法起訴、判刑，都已易科罰金方式結案，罰金則是涉案者各自設法籌措繳納（許文龍訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日；張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日；黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；黃國良訪談紀錄，2016 年 4 月 6 日）。

由於《群眾之聲》於 1995 年仍維持熱度，張金策決定繼續參選立委，但因前一年參選省議員時得票未達最低當選者的七成，不符民進黨內規，張金策決定退黨，以無黨籍身分參選，雖有聽眾力挺，但缺乏民進黨支持者之下，僅獲得 7930 票落選（張金策訪談紀錄，2016 年 2 月 27 日；黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日），尋求連任的民進黨陳婉真，在《群眾》成員替張金策助選、分散實力下，也以 37715 票落敗，差距當選門檻只有 5928 票。

1996 年 3 月總統與國代選舉合併舉行，《群眾之聲》成員、中華大學教授許文龍於桃園市中壢區由綠黨徵召參加國代選舉，前成員簡淑慧則於新北市新莊區以民進黨提名方式參加國代選舉，兩人決定參選前都未與《群眾之聲》成員討論，但希望透過參選宣揚理念，同時在選後能以公職資源供應左翼社群發展，《群眾之聲》部分成員也分別助選，結果許文龍以 1 萬 2000 餘

票高票落選，簡淑慧則以 2 萬 7552 票當選國代，簡淑慧並與王志郎、徐文路、江仁傑、丁穩勝等人發展左翼讀書會，並未繼續參與《群眾之聲》。

《群眾之聲》電台營運則於 1996 年 3 月總統選舉後走下坡，《群眾之聲》主持人黃泰山指出：

1997 年時電台幾乎沒什麼人聽了，電台一直撐到 1998 年才關閉。1995 年金策選立委時，電台還很多人聽，1996 年 3 月李登輝當選總統後沒多久，電台失的很快，沒什麼人在聽（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

儘管營運走下坡，《群眾之聲》仍力圖透過參選帶動，1997 年底至 1998 年初，《群眾之聲》推派張素真於新北市三重區以無黨籍參選台北縣議員（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；黃國良訪談紀錄，2016 年 4 月 6 日；張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日），但落選，康惟壤、黃國良等人都認為若能以民進黨提名參選，張素真的勝算仍高。

《群眾之聲》成員參加 1994 年省議員選舉、1995 年立委選舉、1996 年國代選舉、1998 年縣議員選舉，儘管選戰失利，仍接連投入各項選舉，顯示：一、透過選舉募款維持電台營運，二、透過選舉推展左翼運動等過程。但支持者、聽眾卻在 1996 年起流失，對於《群眾之聲》聽眾流失原因，黃泰山認為：

1996 年之後電台打電話進來的人很少，我感受很深，這是國民黨的統治基礎已經合理化，台灣整個新體制已經產生，這是一個很大的轉折，但當時卻不清楚，電台一直撐到在 1998 年冬天才收掉（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日）。

黃泰山、張素真、林正修、康惟壤等成員都認為，《群眾之聲》最好的當選機會是 1994 年的省議員選舉（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 19 日；林正修訪談紀錄，2016 年 6 月 22 日；康惟壤訪談紀錄，2016 年 2 月 17 日），但這場選舉的落敗後不僅內部成員分裂出走，大幅削弱《群眾之聲》的組織

人力，張金策無法繼續在民進黨內參加立委初選，也讓《群眾之聲》核心成員未能繼續在民進黨內參政，轉而以無黨籍或綠黨等方式參選，但都無法當選。唯一當選者，則是以民進黨身分參選國代的簡淑慧，顯示若以左翼運動的政治灘頭堡考量，當時黨外運動路徑的左翼運動者，在民進黨內參選仍有一定程度的當選機會，也證明《群眾》於 1990 年代透過選舉進行政治宣傳的運動模式，並非不可行。

簡淑慧當選國代與其他《群眾之聲》成員落選的差異，也呈現 1990 年代的左翼政治路線，若能繼續在民進黨內發展，雖然可能十分艱難，仍有一定程度的空間可取得政治位置，並發展左翼媒體、左翼運動。

從台灣的左翼意識形態發展來看，在 1950 年代後國府長期的形塑反共、恐左意識形態下，1990 年代以黨外運動為路徑的左翼運動，並未取得文化領導權，1994 年張金策的省議員參選失敗，民進黨已發展出選舉總路線、以公職分配資源（郭正亮，1997），無公職的《群眾之聲》因此淡出民進黨，左翼運動者也未能在黨外運動、台灣民主運動發展過程取得文化領導權。

特別是在 1996 年 3 月總統選舉後，《群眾之聲》聽眾大量流失，以反國民黨、福佬人為主的《群眾之聲》聽眾流失。關鍵在於李登輝代表的國民黨本土派 1990 年代開始尋求民進黨部分派系結盟，形成福佬人為主的台灣國族主義聯盟，「本土化」、「民主化」等詞彙盛行，取得台灣國族主義意識形態的文化領導權。也有研究顯示 1996 年後地下電台進入衰退期（陳清河，2004），顯示國民黨李登輝為首的本土派勢力與民進黨合作，主導了台灣國族意識形態的形塑與發展。

1996 年李登輝當選首任台灣民選總統，更象徵「台灣人出頭天」，代表資產階級主導的「台灣民主化」已經完成，李登輝的「台灣人」身分，也消解了以「省籍路徑」的台獨運動支持者反抗國民黨政府的力量，使從黨外運動路徑，標舉左翼、提倡階級意識的《群眾之聲》，不敵國府長期的「恐共」、「恐左」宣傳，在張金策於省議員落選後，《群眾之聲》淡出民進黨，也使《群眾之聲》未能繼續在黨外運動內，與民進黨主流右翼觀點爭奪文化領導權，在缺乏聽眾、贊助者捐款支持下，走向衰微、關閉。

林正修等成員認為，《群眾之聲》若當時不急著推張金策參選省議員，或就算張金策省議員落敗、不參選立委，保留實力、透過電台低成本的長期經營，也可在幾年後推派其他幹部在民進黨參選縣市議員，也都有很好機會當選（林正修訪談紀錄，2016年6月22日；黃泰山訪談紀錄，2015年9月19日），顯示《群眾之聲》若以 Gramsci 提出「陣地戰」方式，而非以「運動戰」方式急於爭取文化領導權，亟欲爭取台灣民族民主運動的一階段革命成功的優勢，若能長期經營電台、發展草根組織、持續參與社會運動，發展「工農小市民」政治運動，累積一定支持者、群眾實力後，在民進黨內從中小型、地方公職選舉出發、逐步擴大，或可有更好機會發展。

綜觀《群眾》發展歷程，在 1990 年代國民黨統治時期，李登輝領導的國府新威權逐步形成之際，《群眾》初期延續黨外運動雜誌的發展模式，結合台灣島內社運、學運幹部推進台灣左翼反國府威權、反中國霸權、反美帝等論述，延續了《海外政論》、《台灣天地》的左翼台灣民族解放運動的立場與觀點，並串聯除夏潮、勞動黨以外的台灣左翼人士發展刊物，對當時左翼運動的推進產生一定程度的推展作用，也推展階級意識等左翼觀點於部分學運、社運、民進黨支持者社群之中。

《群眾》於 1994 年轉型為《群眾之聲》，跟隨著當時反抗威權而興起的新興媒體「地下電台」風潮，也發展出具有人民自主性的電子媒體，同時也因此讓群眾路線的階級益是宣傳往攤販、工人、家庭代工、小商店等中下階層拓展，開展了左翼階級意識散布的廣度，不過受限於電台功率與傳播的區域性，《群眾之聲》的傳播範圍僅於台灣桃園及宜蘭以北區域，未能廣泛拓展於台灣全島。

同時，《群眾》為延續培養、擴大日益增加的組織人力，推出張金策以民進黨名義參選省議員，並以爭取當選為目標，把絕大多數的人力、資源投入選戰，國府抄台與 801 反抄台抗爭使《群眾之聲》開播不久就聲名大噪，卻面臨國家機器發動媒體、司法打壓，與黨內競爭者暗中圍剿的嚴苛挑戰，競選中的張金策選擇以避風頭方式處理，但不穩定的內部組織在高度壓力下的摩擦更為激烈，也造成內部組織難以因應選前快速變化的亂局，導致落選，透過選舉養活組織的賭注至此落空，《群眾之聲》因此大幅縮減人力規

模，並且在民進黨派系鬥爭形成的內規下，張金策被派系排擠出局，無法繼續以民進黨名義參選 1995 年立委，其他成員也未延續在民進黨內的左翼運動路線，在民進黨即將於 2000 年取得執政權之前三至五年，《群眾》成員陸續離開民進黨，均未當選公職，部分離開《群眾》成員則在民進黨提名下當選公職，延續其左翼運動。

從意識形態競逐文化領導權的觀點分析，《群眾》與《群眾之聲》於 1993 年至 1998 年的左翼運動，是自 1970 年代反抗國民黨政府殖民統治與美國帝國主義的左翼路線下，演變而成的台灣民族解放運動，目的是解放國民黨政府統治壓迫、美國帝國主義宰制的束縛。但 1980 年代崛起的新自由主義意識形態，強調個人自由、尊嚴等政治價值，並宣傳政府對這些價值的威脅，在 1980 年代後期國府威權瓦解之際，透過美國新古典經濟學家對抗經濟危機的理論與跨國資本家「開放市場自由競爭」宣傳，配合蔣氏舊威權瓦解，「自由化」與反抗舊威權、中國霸權的「爭台灣人尊嚴」，李登輝主導的台灣國族主義崛起，新威權新自由主義成為強勢的意識形態（夏傳位，2015），並李登輝主導的國府也搭配國會改選、總統直選等政治策略形塑「台灣民主化」宣傳，民進黨內右派、台灣民族主義者於 1993 年起也陸續與李合作、聯盟，使新自由主義、台灣國族主義取得文化領導權，《群眾》、《群眾之聲》的左翼運動雖極力宣傳階級意識、批判資產階級意識形態、李登輝路線與民進黨右派，但在文化領導權的競逐中，卻難以與之匹敵，在捐款減少、難以維繫財務下，因此走入歷史。

拾、未竟之志

王志郎、簡淑慧等人於 1994 年底離開《群眾之聲》（張素真訪談紀錄，2016 年 4 月 15 日），其後與徐文路、丁穩勝等學運成員發展左翼讀書會，除參與環保聯盟台北分會外，也成立「《資本論》研究會」，並曾邀請《台灣思潮》成員的許登源帶領讀書會討論，持續傳佈左翼思潮，徐文路、丁穩勝等人因故離開《資本論》研究會後，徐文路目前為台灣高等教育產業工會理事，持續參與大學兼任教師、兼任助理權益抗爭。曾參與《群眾之聲》的吳靜如

長期投身工運，現擔任台灣國際勞工協會（TIWA）研究員，積極協助移工爭取權益，並參與全國關廠工人連線、國道收費員自救會、工人鬥總統等工運抗爭。丁穩勝則成為社運律師，經常義務協助社運人士、工會、工人訴訟。

黃泰山、張素真、許文龍、王婕等人於 1998 年《群眾之聲》結束後經營板橋、永和、三重社區大學，發展成人教育，投入動物保護運動，目前成立台灣貓狗人協會，除宣導尊重生命理念，也傳佈左翼思想（黃泰山訪談紀錄，2015 年 9 月 20 日；許文龍訪談紀錄，2015 年 10 月 4 日），康惟壤也成立勞動者協會、生活黨等組織，持續傳佈勞動階級意識。林恕暉則轉任自立早晚報記者，並擔任自立晚報工會代表，參與自立早報關廠抗爭，在工運人士賴香伶擔任台北市勞動局長後，2015 年擔任局長機要秘書，推動工人參與勞檢的陪同鑑定制度，並促使部分媒體工會成立。張金策一度嘗試回鄉再競選礁溪鄉長但失利，2015 年中風、行動不便，在美國洛杉磯由妻子照顧晚年生活。

《群眾之聲》1998 年結束時，民進黨陳水扁競選連任台北市長失敗，並與李登輝的國府決裂，轉投入總統選戰，在國民黨分裂兩組人馬參選下，台灣國族主義意識形態仍佔高位之下，民進黨於 2000 年以少數黨之姿取得執政權。但國民黨仍握有國會多數黨，國府統治雖一度暫時終止，但民進黨以少數黨執政，在新自由主義意識形態驅使下，企圖透過全面自由化策略摧毀舊結構、建立統治基礎，除了國有銀行等官營企業不斷私有化，扶持了財團金融資本擴張，也使台灣資訊產業在中國 2000 年前後的經濟崛起時紛紛出走，前往中國東南沿海設廠，也導致國內薪資停滯、經濟不振（夏傳位，2015），陳水扁政府執政爆發貪污疑雲風波，民進黨於 2008 年執政終止，馬英九帶領的國民黨以「新台灣人」之姿，迎合台灣國族主義意識形態，延續過去殖民統治基礎重新執政。

馬英九領導的國府透過積極與中國政府交流，試圖取得經濟利益延續執政，但經濟利益僅為少數資本家、財團掌握，貧富差距擴大，使階級矛盾日益激烈，加上國府迎合中國官方的「一個中國」政策，引發反中的台灣國族主義者強烈不滿，雙重矛盾激化下，2014 年爆發反服貿運動、佔領立法院抗爭多日，國府仰賴的新自由主義意識形態文化領導權也面臨強烈挑戰，該抗

爭密集宣傳，也瓦解國府統治仰賴的媒體輿論、學校教育等市民社會的文化領導權，導致 2015 年、2016 年選舉相繼失敗，國府統治再次瓦解。

最大在野黨民進黨在國府統治失敗下二度執政，也取得台灣國族主義詮釋的文化領導權，但仍面臨貧富差距的階級矛盾，民進黨新自由主義的意識形態，背後仍有強烈的美國帝國主義支持色彩，民進黨的新自由主義意識形態使其執政後，在年金改革、勞基法工時修法等階級矛盾激烈的議題中陷入困境。在國府統治結束後，台灣社會也必須面對日本、國府的二重解殖問題，特別 70 年前日本殖民統治瓦解後的解殖問題仍未完成，加上國府統治結束的遺留許多政治、社會、文化、階級問題，台灣社會都必須嚴肅看待。

台灣左翼運動於 1990 年代至今，受制於新自由主義意識形態的文化領導權高位，至今仍不斷以各種「陣地戰」形式延續，左翼運動者在工會、社團、學校等位置苦撐，也出現部分政治集結，實力仍微弱。但新自由主義意識形態文化領導權出現鬆動，台灣社會內的階級意識開始上揚，包括空服員罷工、高鐵員工抗爭成功，顯示左翼運動形勢好轉，其中臺北市勞動局長賴香伶等人透過勞工參與勞動檢查、爭取勞動政策主導權等方式進行「陣地戰」，不僅促成自由時報工會等多個工會成立，北市勞動局透過公務體系，提出勞基法工時修法建議「以價制量、加重罰則」原則，也成為 2016 年立法院勞基法修法基調，顯示賴香伶等人透過參政的經驗累積，已爭取了勞工的修法論述與運動空間。

到底左翼運動應如何進行陣地戰爭取文化領導權呢？左翼學者 Mouffe 認為，Gramsci 經歷義大利共產黨的失敗經驗後，才提出文化領導權、陣地戰，Mouffe (1979) 指出：

不將自己隔離在無產階級潔癖的小圈圈內，對勞動階級來說，就成了性命攸關的一件事。反其道而行地，它必須試著變成「全國家一民族的階級」，代言多數社會團體的利益。要這樣做，就必須要拆解資產階級霸權（領導權）的歷史基礎，要拆解它，就必須解合那個展現資產階級智識導向的意識形態集團。事實上，只有在這種情況下，勞動階級才能重新接合出新的意識形態系統，而這個新系統，將作為勞動階級所領導的那個霸權

(領導權) 集團的接合劑。這個解合—再接合的過程，事實上就是著名的陣地戰。(Mouffe, L. ,1979 / 張榮哲譯：83)

從這段話來看，台灣左翼運動不僅需透過各種形式社運抗爭，連結環境運動、性別運動...等受壓迫者，推展具階級意識的反資本主義運動，更應透過辯論、討論、串連，發展出共同論述，期能重新接合出符合當代歷史條件的意識形態系統，為左翼爭取文化領導權，也須串連鄰近區域、國家的工農等無產階級，形成區域聯合的階級力量，發展類似中南美洲的區域左翼聯合陣線，透過左翼階級運動互相支援，反制帝國主義、霸權威脅。

本文寫作目的部分也在於促使左翼運動者汲取過往經驗，反省、檢討台灣過往的左翼運動歷史，從中記取教訓，以串連受壓迫者、進行政治集結、發展出共同論述，推進左翼政治的意識形態傳佈，進而爭取左翼運動在台灣的文化領導權，這也將是台灣左翼運動者必須面對的嚴苛挑戰。

參考書目

- 王振寰(1993)。〈從舊政權到資本主義國家機器——社會運動將面臨新的歷史情境〉，《群眾》，1: 54-58；2: 66-67。
- 史明(2016)。《史明回憶錄》。台北：前衛。
- 民視新聞(1994)。《抗議取締地下電台—警民衝突流血事件實況報導》。台北：民視新聞。
- 李清峯(1985)。〈台灣時代何處去？〉，《台灣天地》，2:19-20。
- 吳永毅(2014)。《左工二流誌：組織生活的出櫃書寫》。台北：台灣社會研究雜誌社。
- 林玉紅(1993)。〈掃蕩中華沙文主義的幽靈—中共白皮書的霸權心態〉，《群眾》，8: 29-32。
- 林恕暉(1994)。〈突破鐵票區的林雪琴〉，《群眾》，12: 28-31。
- 林維娟(1994年7月31日)。〈新聞局會同警方陸空包抄——業者聲稱短時間內復播〉，《經濟日報》，3版。
- 范立達(1994)。〈總指揮張金策——緝捕首要目標〉，《聯合晚報》，1版。
- 夏傳位(2015)。《台灣的新自由主義轉向：發展型國家的變異與挑戰》。清華大學社會學研究所博士論文。
- 孫麗娟(1993)。〈再會吧！李登輝——錯誤的愛，何必再留戀？〉，《群眾》，2: 15-18。
- 孫麗娟(1994)。〈民進黨也有妖魔鬼怪〉，《群眾》，11: 7-8。

- 張金策（1994）。〈民進黨怎麼辦？〉，《群眾》，11：4-6。
- 黃泰山（1994）。〈小市民對抗大財閥—現階段台灣階級矛盾的特質〉，《群眾》，12：43-47。
- 陳一雄（1994年8月2日）。〈警方嚴懲暴徒 追究唆使者〉，《聯合報》，3版。
- 陳清河（2004）。《台灣地下電台角色的變遷（1991-2004）》。世新大學傳播研究所博士論文。
- 陳珮琦、謝素娟（1994年7月30日）。〈地下電台譴責警方暴力〉，《聯合晚報》，3版。
- 郭紀舟（1993）。〈日帝統治台灣的本質〉，《群眾》，4：68-70。
- 郭正亮（1997）。《選舉總路線下的民進黨—民主鞏固或崩潰》。台北：月旦出版社。
- 雷顯威（1994年8月2日）。〈四波攻勢打帶跑 街頭首見硫酸彈〉，《聯合報》，2版。
- 野百合通訊（1993年2月）。〈學生運動與選舉運動—二屆立委選舉後座談會〉，《野百合訊》，2。取自《影之傳說》
<http://mypaper.m.pchome.com.tw/chaing/post/1358950861>
- 馮建三（1995）。〈異議媒體的停滯與流變之初探：從政論雜誌到地下媒體〉，《台灣社會研究季刊》，20：117-217。
- 程川康、鍾沛東（1992年9月27日）。〈台獨聯盟前宣傳部長 張金策飛返桃園被捕歸案 擔任礁溪鄉長涉嫌貪汙遭通緝 高院訊問後下令十萬元交保〉，《聯合報》，3版。
- 彭威晶（1994年5月26日）。〈參選省長張俊宏今正式起跑〉，《聯合報》，4版。
- 群眾雜誌社（1993）。〈開創群眾作主的時代〉，《群眾》，1：4-5。
- 群眾雜誌社（1994）。〈夜戰台北城：411 中央黨部拆除事件專刊〉，《群眾》，13：1-56。
- 張榮哲譯（1991）。〈葛蘭西的霸權和意識形態論〉，《島嶼邊緣》，1(1):59-86。
（原書 Mouffe, C. [1979]. *Hegemony and ideology in Gramsci, Gramsci and Marxist Theory* (pp.168-204). London, UK: Routledge.）
- 雷鳴、陳嘉寧、陳東旭（1994年9月9日）。〈殺傷張台安 嫌犯供稱砍錯人 討不到賭債出手教訓？周建宏涉嫌主導 警方疑另有人幕後唆使〉，《聯合報》，7版。
- 趙剛（1993）。〈台灣族群衝突的基礎及其未來走向的探索〉，《群眾》，4：62-67。
- 羅年英（1993）。〈國民黨有幾個老爸？〉，《群眾》，3：20-24。
- 羅曉荷、雷顯威（1994年8月4日）。〈國民黨促嚴懲暴徒 民進黨盼審慎調查 「群眾之聲」聲明 國民黨運用公權力侵犯司法〉，《聯合報》，2版。
- 劉開元（1994年4月11日）。〈國民黨拆舊址 爆發街頭巷戰 上百計程車聲援抗議 群眾大肆破壞 兩警掛彩 凌晨五時衝突告歇 四人依違反集遊法送法辦〉，《聯合晚報》1版。

附錄

附表：訪談人員名單

編號	受訪者	參與《群眾》雜誌	參與《群眾之聲》電台
1	張金策	是	是
2	鍾維達	是	是
3	黃泰山	是	是
4	張素真	是	是
5	B (匿名者)	是	是
6	C (匿名者)	是	是
7	康惟壤	是	是
8	黃國良	是	是
9	林正修	是	是
10	林志侯	是	是
11	許文龍	是	是
12	王婕	否	是
13	賴偉傑	是	是
14	徐文路	是	是
15	丁穩勝	否	是

張金策與 1990 年代的台灣左翼媒體

編號	受訪者	參與《群眾》雜誌	參與《群眾之聲》電台
16	林治平	否	否
17	江仁傑	是	是
18	李保蒼	否	是
19	包玉文	否	否
20	陳金釵	否	是
21	伏嘉捷	是	否
22	A (匿名者)	否	否
23	應靜海	否	否
24	陳婉真	否	否

Chang Ching-Tse & Taiwan's Left-Wing Media in 1990s – “The Masses” magazine and the radio station of “Voices of the Masses”.

Shu-Hui Lin*

ABSTRACT

The Masses magazine (March 1993–April 1994) and the radio station “Voice of the Masses” (June 1994–December 1998) were the last wave of dissident left-wing media in Taiwan in the twentieth century. This study conducted an in-depth interview with the founding members, including Chang Ching-Tse, to discuss the origin of the political non-nationalist political movement in the 1970s and its subsequent development. Chang experienced judicial persecution when he served as the mayor of Jiaoxi Township, Yilan County. After fleeing to the United States in 1977, Chang was exposed to the left-wing ideology of oversea students and compatriots, leading to sociopolitical movements with a strong class consciousness. Through protests held by antinuclear, environmental, and labour movements, the left-wing group established a path for the peasants and working class in Taiwan. Consequently, The Masses and Voice of the Masses served as a media platform for the quasi-political party against the Kuomintang. A fierce political divide conflict between the pro-unification and pro-independence people identified with China and those with Taiwan occurred during the Taiwanese municipal and provincial elections of 1994, and the strong class consciousness exhibited by Voice of the Masses peaked the assembly of protesters. However, Taiwan’s first-ever direct presidential election in 1996 symbolised and highlighted the identification of geography and the state apparatus similar to the political development in countries with established democracies. Consequently, the class consciousness of the working class in Taiwan was remarkably faded as the democratic and national consciousness of the bourgeoisie emerged as the new cultural hegemony. Given the fact that the left-wing movement led by Chang and his comrades began to decline and resulted in the demise of The Masses and Voice of the Masses. Nonetheless, the even had brought a significant impact been on the development of the left-wing movement in Taiwan ever since.

Keywords: Non-nationalist political magazine, underground radio, left wing, class consciousness , cultural hegemony.

* Lin Shu-Hui is The secretary of Department of Labor, Taipei City Government.
e-mail: ahui0928@gmail.com

「大謊言」：
川普如何活用經典的威權主義宣傳技巧？*

道格拉斯·凱爾納(Douglas Kellner)**

篇 名："The Big Lie": How Trump Uses Classic Authoritarian
Propaganda Techniques
譯 者：謝侑恩
校 訂：井迎瑞

本文引用格式

謝侑恩譯(2016)。「大謊言」：川普如何活用經典的威權主義宣傳技巧？。
《傳播、文化與政治》，4:125-131。

投稿日期：2016 年 9 月 15 日；通過日期：2016 年 11 月 1 日。

*原文發表於發表於《真相》電子報，2016 年 9 月 3 日，網址
<http://www.truth-out.org/opinion/item/37455-the-big-lie-how-trump-uses-classic-authoritarian-propaganda-techniques>

**作者道格拉斯·凱爾納為加州大學洛杉磯分校（UCLA）教育哲學講座教授。
本文由作者商請井迎瑞教授協助委由博士候選人謝侑恩逐譯，並由井迎瑞校對。
謝侑恩的 email：hsiehuyen@gmail.com

儘管川普並未擁有像納粹般的政黨及意識型態，然而我卻認為去年夏天 2015 年 8 月 21 日，川普在阿拉巴馬州莫比爾（Mobile, Alabama）舉辦的超大型集會，可以和納粹集會相比擬的。那天，我看了一整個下午的新聞頻道，全都是關於川普。新聞報導的重點是，那場集會將有 3 至 4 萬人在舉辦的體育館聚集，這是那年夏天裡最盛大的集會。儘管後來只有 2 萬多人前往，但這次集會卻是共和黨黨內初選前最大型的集會。新聞畫面多次聚焦在川普搭乘他的私人飛機前往阿拉巴馬州，川普的崇拜者歡天喜地迎接他的到來。媒體稱之為「川普的夏天」（the summer of Trump）。

在觀看的過程中，我關注新聞媒體如何展示川普，如何在幾分鐘內不斷地重複剪輯川普搭乘飛機滑過群眾聚集的場所、飛機降落的畫面，以及川普私人飛機的特寫鏡頭。這種媒體奇觀（media spectacle）讓我想起世界上最具爭議性的電影：1934 年德國納粹政權的政治宣傳影片－蘭妮·瑞芬斯坦的《意志的勝利》（Leni Riefenstahl's *Triumph of the Will*）。這部影片一開始描述了希特勒搭乘飛機穿越雲霄，望向窗外注視底下的群眾，接著飛機降落，並乘座車進入紐倫堡（Nuremberg）參加大會，群眾們歡聲雷動地迎接他的到來。導演瑞芬斯坦呈現的影像畫面是，沿途群眾與會場裡的民眾如何歡天喜地迎接希特勒，她的影片紀錄了這場紐倫堡的納粹大型集會是個經過高度設計與策劃的奇觀。

我並不知道川普是否有計畫性地操控這些相似性，或許只是巧合。但是很明顯地，川普和希特勒一樣，在保守政黨運作的機制之外，組織了這次狂熱的群眾集會。如同 30 年代的歐洲法西斯主義，川普的支持者們長期忍受經濟貧困、政治疏離的難堪，及各種各樣的困境，他們正在尋找政治上的救星來解決他們的困境，傳達他們的委屈。

當然，川普不是希特勒，他的支持者也不是法西斯分子，但我認為用威權民粹主義或新法西斯主義這些詞彙來解釋川普及其支持者的行為是準確的。我會用埃里希·弗洛姆（Erich Fromm）的著述與法蘭克福學派（Frankfurt School）理論進行分析，解釋威權民粹主義，透過這個過程幫助我們了解川普性格及川普對其支持者們的訴求。早期的威權主義運動包括德國與義大利的法西斯政權、西班牙的佛朗哥、拉丁美洲與世界上其他的專制地區，這時

期強調的是威權民粹主義領導人與追隨者之間的領導與順從關係。在這篇文章裡我會進一步檢視並提出川普與這些威權主義的領導者的相似性，因為他也是透過動員他的支持者們，進而達到威權民粹運動的人。

川普曾提出一個神奇的解決方案，就是要在墨西哥邊境建築一座長城，他認為這樣做可以降低美國的犯罪率同時也成功阻斷大量的墨西哥移民，而他說這些話的背後原因是因為他認為這些墨西哥移民搶走了美國人的工作。川普也承諾他當選總統之後會創造數以百萬計的工作機會，然而他卻沒有提出具體方案。同時，他自己有著不良的生意經營紀錄，包括許多的破產、雇用外國廉價勞工及未能付錢給廠商等種種問題戳破了他的謊言。

儘管如此，川普仍以超級英雄的形象出現，這位超級英雄將會神奇地帶領美國重拾它的輝煌地位，提供工作創造財富，讓美國這個偉大國家重返世界第一。在這個神話裡，億萬富翁會為他的人民戰鬥，摧毀國內外敵人。當然，最後結局一定是這位超級英雄獲得了勝利，為美國人民帶來了幸福。

川普所扮演的角色是納粹所創造的超人（**Urbemensch**），是納粹所賦予的領導原則（**Fuhrerprinzip**），然而，川普是美國模式的超級英雄，缺乏納粹用來奪取與保持權力的政黨機制、紀律嚴明的軍隊與幹部。如同其他右翼的美國民粹支持者，川普痛斥美國聯邦的銀行儲蓄系統、金融體系、華爾街大亨及新自由主義的全球化策略，他的方法就像希特勒攻擊德國壟斷資本主義一樣。當希特勒對著壟斷資本主義家們咆哮時，他也接受德國工業資本家的捐助。約翰·哈特菲爾（**John Heartfield**）所作的宣傳畫：「希特勒式敬禮的意義」傳神地描繪希特勒舉手敬禮其實是伸手向德國資本家接受鈔票。就像希特勒譴責威瑪共和國（**the Weimar Republic**）涉嫌貪污腐敗羸弱的政客們，川普也譴責所有的政客就像白痴傻瓜般地虛弱不濟，他盡其可能地使用過去鐵腕強人曾經使用過的詞彙來形容。此外，川普還攻擊政策遊說者，他強力宣稱他並不會被金錢所誘惑而貪污腐敗，因為他是用自己賺來的錢來參加競選活動（實際上這種說法並不正確，而是為了要說服他的支持者）

川普的崇拜者就像當時歐洲法西斯主義追隨者般，覺得沒有被政府關心覺得憤怒。幾十年來，資本主義、全球化及科技不斷變遷，原本屬於他們的工作轉移到國外或是被技術創新所取代，貧富差距隨著這種不平衡的經濟發

展而加劇。2007-2008 全球經濟危機，雖然從 2008 年主政的歐巴馬政府緩緩地讓經濟復甦，但是在這期間，許多美國人失去工作、住所與存款。而且，歐巴馬是美國第一個非裔總統的事實，也深化了許多美國白人的不滿。右翼媒體及共和黨八年來不斷地攻擊歐巴馬政府更加深了這群人的種族歧視及偏見。

的確，很多人以出生論來質疑歐巴馬擔任美國總統的合法性，只因為他不是出生在美國本土的美國公民。川普就是最積極的其中之一，他曾說過歐巴馬在非洲出生，沒有資格擔任美國總統。2008 年的總統大選，川普曾經在電視中大肆宣傳，堅持要歐巴馬拿出他的出生證明。儘管當時歐巴馬的競選團隊拿出了在夏威夷出生的證明，也提供了當時檀香山報紙的新聞報導，川普仍然持續堅持說這些證據是偽造的。直到今天，川普的支持者仍相信歐巴馬不是出生在美國的說法。

不像傳統的獨裁者有著高度的紀律性、專一的意識型態及政黨的運作機制，川普的選舉策略是混亂的、行為是沒有紀律的。在川普的推特 (Twitter) 貼文或是演講中，他會蠻橫地攻擊墨西哥人、穆斯林、外來移民，或是共和黨與民主黨內批評他的人，而美國的新聞媒體也總喜歡報導他攻擊別人的言論。川普有效地利用傳播媒體或社群網絡扮演一位強大的政治煽動者，加劇他的支持者們的憤怒、非理性及恐懼。的確，在 2015 年三月媒體公司認為川普所佔據的媒體版面遠超過共和黨內的其他競爭對手；六月，根據金融資料網站《市場觀察》(MarketWatch)，川普免費地拿到 30 億媒體的宣傳報導。不過偶爾的心血來潮，川普會在集會演講時批評這些新聞媒體，如《華盛頓郵報》(The Washington Post)，只因為他不喜歡這些媒體刊登批評他的言論。

川普的支持者也像歐洲法西斯主義跟隨者一樣被憤怒所驅使。他們對由少數菁英所把持的政治體制、媒體與經濟感到非常憤怒。他們希望支持一個外來者，這位外來者既不屬於少數菁英集團，也反對體制。(對川普來說，有某些部份是真的。川普跟他父親一樣是房地產大亨，資本家、企業家，儘管他有很多生意失敗的例子)。他用威權主義宣傳手法編造謊言，技巧性地挑動支持群眾們的憤怒，他不停地重複說著大量移民會跨過邊界在美國境內

犯罪，不停地指責他的對手、媒體及希拉蕊是「大騙子」，不停地塑造「會說真話的人只有川普」的形象，很顯然地，這才是最大的謊言。

川普的反移民政策及種族歧視性言論讓墨西哥及拉丁裔移民、穆斯林及使美國國力衰弱的陰謀勢力成了替罪羔羊。他的伊斯蘭恐懼症、排外的民族主義再現了傳統美國種族主義的黑暗面，不僅激化族群間的恐懼也加深了他們對特權的怒火。如歐洲法西斯主義一般，川普運用人們對過去的信念，承諾要讓美國「重返榮耀」。因此，為了動員他的支持者，川普巧妙地運用種族主義與民族主義，玩弄美國人心理的黑暗面，也玩弄了美國人心中的世界第一主義及排外主義，企圖置少數族群及有色人種於美國之外，企圖讓這些人回到屬於他們的地方。

法西斯主義與威權主義的民粹支持者總喜歡將自己塑造成超級英雄，川普也採取一樣的策略。他塑造自己以素人角色進入政壇，未來將解決國會與政客所製造的問題，這種形象一如弗洛姆論述的威權主義偶像崇拜。川普的支持者相信川普可以獨自拯救美國的衰退並且使之再度偉大。一而再，你會聽到川普的支持者說川普是唯一一個談論移民政策的人，唯一一個談論國會與政客造成的問題，也是唯一一個談論政治獻金的人。在 2016 年 8 月底，川普不停地使用「沈默的多數」這個詞彙來描述他的支持者。這個詞彙曾經是尼克森用來描述他的支持者，他們大多是白人，持保守態度，在 60 年代激烈的種族、政治、文化抗爭上，自覺被邊緣化。其實，這個詞彙是用來號召心中覺得委屈的白人選民。

川普企圖將自己塑造成一位硬漢，而這位硬漢能抵擋住俄國、中國及其他「美國敵人」。在共和黨初選階段，川普展現自己是「最重視軍事」的參選人，他承諾在勝選之後將派遣美國軍隊摧毀 ISIS 及其他美國敵人，帶領美國重返超級強國的地位（據稱在歐巴馬主政期間，美國喪失了這個地位）。帶著自傲、挺胸陽剛的姿態，川普承諾他能帶領美國回到白人男性統治的榮耀，重建美國偉大的地位。

陽剛超人川普會讓美國重返世界第一並摧毀它的敵人。「世界第一」的口號是在 1940 年代孤立主義運動時提出來的，主要是為了讓美國不涉入第二次世界大戰，不讓美國與查爾斯·林德柏格 (Charles Lindbergh)、法西斯、

反猶太勢力扯上關係。儘管川普並沒有強調這個關聯，但它卻如同口號般地影響著支持川普極端右翼的群眾們。

共和黨在全國大會中不斷地強化「美國第一」，川普也說過這是他未來執政團隊的核心任務。對於川普而言，這意味著要割斷與其他國家的連結，製造更多的貿易壁壘，與北約組織更強硬的談判與更嚴格的移民政策。川普「美國第一」的論述是他「讓美國重返榮耀」論述的一部份，連結他所主張的「反北約，親普丁」的孤立主義。川普不斷抱怨美國支援北約組織的經費過多，如果他當選美國總統，他將會摧毀這兩個恐怖的世界大戰後，締造美國與歐洲長達 60 年繁榮的組織。同樣令人不安的是，川普不停地說另一位強人政治領袖的好話—普丁。他更說過：「海珊非常善於消滅恐怖份子」。很顯然，川普很著迷於這些獨裁領袖，他正準備成為美國的救世主。

在共和黨全國性集會的閉幕演說中，川普至少重複四遍他是維持法律與秩序的參選人，其實這也是 1968 年尼克森競選時的主旋律。當川普喊出美國第一的口號時，他的衝鋒部隊就會大聲喊出「美國！美國！美國！」在美國積弱不振及破碎制度之下，川普用元首般的口吻喊出：「我一個人就可以搞定。」川普支持者們相信他，相信川普這個自我宣稱是億萬富翁但卻面臨企業破產，拖欠銀行貸款也無法償還合約的人。在川普身上呈現的是資本家貪婪的縮影，但他卻是那唯一的救世主，唯一能讓「美國重返榮耀」——這個詞彙印在他競選棒球帽上，他總是隨手就把這些帽子遞給或賣給他的支持者們。

棒球帽不僅巧妙地說明川普只是個普通人，也讓川普與他的群眾站在一起，這是個很聰明的方式，自我再現了美國威權民粹主義。在競選期間發送帽子是很諷刺的，因為這個點子似乎是從邁克·摩爾（Michael Moore）的紀錄片挪移過來的，邁克·摩爾這位多次奪得影展獎項的前衛紀錄片製作人或許也是反川普的一員。在共和黨全國性的集會裡，這個紅著臉、大聲說話，有著橘色頭髮的煽動者—川普，認為他自己代表了「被遺忘一群的聲音」——正如羅斯福時代的經濟大恐慌，白人選民認為他們是被遺忘的，因為政府只照顧有錢人、少數族群及紳仕名流。在共和黨全國集會演講和競選活動上，川普總是用危機論來描述美國現況，他認為現今美國需要一位救世主來

解決所有問題。危機論也曾在早期法西斯主義及威權政權出現過。相較於納粹，川普卻告訴他的支持者：「這是作為億萬富翁的我用來進行交易的技巧」。他認為這種說法可以保證他當上美國總統，誘導群眾們相信他會把交易做好，使「美國重返榮耀」。

顯然川普是信服威權民粹主義的人，在某些方面，他的競選策略也模仿早期獨裁政權的領袖。作為名人搞政治的代表，川普也將政治與娛樂高度結合，這種結合已逐漸成為美國的政治潮流。而且川普是公關高手，善於提升他的形象，他甚至會主動打電話給新聞記者讓他們報導他自身的八卦。不堪的是，他還時常模仿《紐約時報》一位殘疾記者。這些種種足以解釋川普的陰暗面與小丑滑稽性格。

最後，我想解釋川普性格的問題。在 1973 年弗洛姆出版的《人類的破壞性剖析》（*The Anatomy of Human Destructiveness*）一書中，他詳細分析獨裁者的特質：有虐待傾向、過度自戀、惡意攻擊他人、具有破壞性的與戀屍癖。這些特質也可以在川普身上找到。我們既然知道川普有可能成為美國總統的威脅，這意味著未來我們可能會有一位具侵略性毀滅性獨裁性格的人作為美國總統。在川普的統治下，美國國內國外的局勢會變成怎麼樣？這個是值得深思的問題，在他蠱惑人心地演說下創造了一群追隨者，在他宣稱的威權民粹主義其實會給美國民主帶來危機。我們如何處理這些威脅將會決定美國的未來及整個世界歷史的發展。

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？ 從「泛科知識」談起

鄭國威*

本文引用格式

鄭國威（2016）。〈在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？從「泛科知識」談起〉。《傳播、文化與政治》，4:133-141。

投稿日期：2016 年 9 月 15 日；通過日期：2016 年 11 月 20 日。

* 作者鄭國威為中正大學電訊傳播所碩士，曾經營知名部落格「龜趣來嘻」並發起《全球之聲》中文版，現為「泛科知識」總編輯。e-mail: rworkingman@gmail.com。

夕陽無限好，只是近黃昏，更何況這是末日的黃昏。在超人的漫畫宇宙中，氦星爆炸了，克拉克肯特來到地球，當起每日星球報的記者，一方面接近露薏絲，另一方面則利用記者身份處理超人無法直接用超能力解決的事情。然而上述已是懷舊的設定，隨著時代演變，近期的超人漫畫跟電影中，特別是【蝙蝠俠大戰超人】裡，超人與《每日星球報》最大的危機已經不是外星侵略生物來訪，而是沒人在看報。電視雖然還在，看似角色吃重，但也已經淪為瑣碎訊息的生產線。

末日前的黃昏長什麼樣？超人離開氦星時還小，不記得氦星的末日景觀，但克拉克肯特現在則面對傳媒產業的末日，一個他的超能力無法解決的麻煩。在台灣的我們也進入了這個最終階段，我因為則在這最終階段投入了傳媒創業，才得以在最刺激的距離欣賞末日前夕的風光，並描述給大家聽。

在描述之前，得先回顧一下我是怎麼移動到此刻這個座標上。我是在 2005 年開始寫「部落格」，當時部落格這三個字其實也還沒有被早期的「部落客」完全接納，因此有時我們稱之為「線上日記」，有時跟著中國喊「博客」，但更常用的則是「網誌」，這個大家都覺得中性且華文世界都可以接受的詞。至於要叫自己「版主」、「格主」，還是「作者」，就隨意了。

我也是在同一年進入中正大學電訊傳播研究所，透過系統化的學習，漸漸了解台灣的傳播產業狀況、問題、與背後的結構，不久後，我認識了全球之聲 *Global Voices* 這個網站，並且主動加入成為志工，將全球的部落格圈動態，以當時主流媒體規格外的樣貌—片段、完全來自一般人、直接連結至原文—翻譯成中文，介紹給台灣跟中國的讀者。

按下快轉，來到 2010 年底，我剛離開上一份在蒙藏基金會的專案工作，開始在台灣數位文化協會任職——這個我 2007 年與多位部落格圈好友共同創立的非營利單位。我們想要「用知識改變社會」、「縮減數位落差」、「讓青年發聲」，並且天真地希望，可以的話，不要賠錢。

台灣數位文化協會從成立到現在 10 年，一開始先是透過活動把國際上的數位新動態帶進台灣，像是 2007 年在台北舉辦的維基百科人全球年會。

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？

爾後持續不輟的重要計畫是「胖卡 Puncar Action」。目標是把城市與偏鄉透過胖卡連起來，把宅青跟 NPO 連起來。

到了 2010 初，協會的創辦人與前執行長駱呈義決定成立潮網科技公司，這是一家專注於數位廣告的新創公司，初期的策略是將多年在來協會從事的數位運營知識變成具有商業價值的企業。儘管創業路途上總是顛簸，潮網科技在企業腳步上比「泛科知識」來得快許多，也是泛科知識倚重的姐妹公司。

而從 2011 到 2016 上半年，我們陸續成立了 PanSci 泛科學、PunApp（目前已整併至 PanX 泛科技）、PunNode（目前已整併至 PanX 泛科技）、NPOst 公益交流站、SciMu 科學募資網（暫停營運）、Punchline 娛樂重擊、MakerDIWO 創客窩（目前已整併至 PanX 泛科技）、PanX 泛科技、不可考的廟宇網站、不可考的潮流網站、不可考的旅遊網站、不可考的遊戲網站等等.....許多未能正式推出就結束的計畫，中間的波折起伏不足為外人道也，但從 2006 到 2016 年，大致可以分成四個階段，也是傳媒末日前的四大風口。

壹、風起，風停

首先是 2006 至 2010 年，這是部落格寫作從興趣創作到完全商業化的階段，隨著 Web 2.0 的浪潮洗去上一波網路泡沫的斑斑血跡，部落格從草根媒體的解放跟另類角色，迅速被資本體制吸納為主流商業模式的一種，部落格平台（BSP）如無名小站跟痞客邦也在這個時期再現了矽谷的創業奇蹟，每日聚集數百萬眼球，靠著廣告版位販售，成為一門好生意。部落客一詞也從百花齊放的獨立線上自由創作者，變成專指針對熱門消費領域如旅遊、美妝、3C 等做「類素人推廣」的跑單幫行銷個體戶。由於 Google 的搜尋結果偏好部落格式的逆時序發表、更新快、連結多的內容，因此隨著 Google 以更強的技術力逐漸取代 Yahoo 型入口網站在台灣的網路廣告寶座，部落格在這一階段快速成長。邀請各路部落客試用代言這件事，成為越來越多行銷公

司的首選高投資報酬方案。這時候的風口來自於 Google 的加速成長，以及 Web 2.0 平台的商業化。

接著是 2010 至 2013 年，社群媒體時代來臨，從始終在台灣不得志的 Twitter 推特到曾經紅極一時的 Plurk 噗浪，再到後來眾所皆知的霸主 Facebook 臉書（以下簡稱 FB），台灣使用者跟隨著小遊戲、人脈網絡跟意見領袖的帶動，再也離不開社群。個人帳號及粉絲頁取代了部落格，也就在這個時期，除了認真自我經營的個人部落客，以共筆型態經營的部落格漸漸以「新媒體」的姿態出現，而當格式底定，「新媒體」也成為新常態。這時候的風口當然就是臉書為聚集地的社群媒體大爆發。

2013 年到 2015 年，隨著行動網路加速、智慧型手機熱銷，App 產業如煙火出現又沈寂，以 LINE 為主、更高速、更直接的對話式媒介竄紅，政府、企業、與名人迅速轉移。FB 也在這階段果斷地將策略改為「移動優先」，並串起 Instagram，Whatsapp，FB Messenger 等產品矩陣，延續了上個階段的成長，穩固了地位。這時候的風口就是移動化帶來的個人化，創造更長的連網時間與無數內容消費場景。

不過到了 2016 年上半年，轉折迅速來到，講直接一點，就是前面三個風口都停了，而且是全球規模的停滯。智慧型手機銷量停滯，未飽和市場如印度、中國四線城市、東南亞跟非洲撒哈拉以南的成長有限，加上已開發國家投資熄火，就算有些紅利，也不是台灣做內容的人能夠輕易沾染的。飽和市場中，新的風口，不管是穿戴式裝置、物聯網、VR、還是直播，都撐不起過高的期望，疾速快跑好一陣子的中國互聯網創業熱潮也同步降溫，百度／微博／微信公眾號／阿里／今日頭條等流量源頭盈利速度劇增，市值飆高，也代表曾經靠著三波風口紅利期的低成本流量而火爆的中國創業公司跟風險投資已經無法繼續燒錢。

同樣的情形發生在台灣，跟以 Facebook、Google、Amazon 等網路巨頭控制的世界，當我們看見這三家公司同樣以驚人的速度賺錢，股價往上衝，這就意味媒體跟傳統廣告業啃了幾十年的那塊餅，已經都掛在了 Facebook、Google、與 Amazon 的脖子上，隨著這些巨人越長越高，我們只會越來越構不著餅，頂多只能撿拾有如恩賜般落下的餅屑。

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？

對於面向大眾、生產成本偏高的主流媒體來說，除非獲得補貼（例如老闆從事房地產、食品業錢多多，不怕賠），或能夠找出其他商業模式（如電子商務跟會展活動）填補缺口，否則在廣告營收與訂閱收入都呈現斷崖式下滑的時刻，無法支撐只是時間的問題，例如台灣《蘋果日報》跟《壹週刊》。而還撐著的也不可能有餘裕燒錢把內容做好，「再製再製再再製」成了眾多媒體的救命繩，但這繩子一端雖然套著岸上的木樁，另一端卻勒著自己脖子。令人窒息的低能內容只是用「比較貴的方式」產生內容農場等級的文字或影片，大家愛不愛看呢？從這些網站與內容農場型網站在台灣網站排名佔據多個前排名次來說，是很愛看，但在電視時代這麼做可以用「收視點成本」（Cost Per Rating Point, CPRP）換到錢，進入網路時代錢卻都被 Facebook 跟 Google 沒收。科技巨頭們如今掌握閱聽人種種詳細數據，擁有無數內容，但不用負擔內容生產的成本，也不負擔媒體的責任。

而風口停了以後，本就縹緲的粉絲數、觸及率等數字就更虛無了。平台的演算法時時介入，進行「宏觀調控」，讓這些數字瞬間貶值。不管是台灣、全球、或是中國的數據，都顯示從社群媒體導流的流量下滑。不管是努力提升數位表現的傳統媒體如《紐約時報》、《衛報》，或是 *Huffington Post*、*Buzzfeed*、*Vox*、*Vice*、*Business Insider* 等備受矚目的網路原生媒體，都避不開海嘯，輕則估值下調，調整戰略，如 *Mashable* 跟 *Buzzfeed* 企圖加強影音來繼續滿足平台的胃口。重則如 *GigaOm* 或更多名字都已經被人遺忘的網站一樣，很快地消失。

貳、為何還是要創業

前面說了很多此刻傳媒商業模式遇到的問題，但傳媒當然不是只有商業的做法。媒體公共化也是許多倡議者長年追求的目標，例如透過政府或民間捐贈獨立基金來運營，若這種作法能確保財源持續，商業模式造成的困擾或許就省下了，但若將其視為最佳或唯一解法，亦將無法跟上高速迭代的產業環境。

說得直白一點，從共筆部落格到「新媒體」的差異很小，絕大多數的作法只是用比個人部落客更組織化、但比傳統媒體更扁平、更開放一點的架構去建立一個又一個內容網站。目的是乘著搜尋引擎導流、社群媒體、與行動載具的風口，飛越怠惰跟慢吞吞的老媒體。當我們在飛，大家也都在飛，傳統媒體隨便做個網站也可以飛（儘管營收不明確），成長不足為奇。當風口休止了，現在起才是真正的淘汰賽。

之所以成立泛科知識，而不是去賣雞排，是因為我們這群人共享一個未被嚴格檢驗，但聽起來很合理的想像，那就是社會要進步，需要：

- (一) 優質知識
- (二) 活躍且有能力分享的知識份子
- (三) 適合知識分享的空間

而在上述前提下，我們相信社會中更多人會做出基於優質知識的好決策。一個一個的好決策，累積起來就是進步的社會。

接著，我們自問：

Q1：社會缺乏優質知識嗎？

A1：其實不缺，但是各種資訊太瑣碎太嘈雜，好的知識不一定為人所知，也不一定以社會接受的方式呈現。所以會有「科普」，但不只是科學，而是對各種學術、產業、專業知識的普及傳播工作。

Q2：社會缺乏活躍且有能力分享的知識份子嗎？

A2：就台灣而言應該不缺，但是狀況越來越險峻。學術、教育、出版、媒體等傳統知識份子棲身的場域一一崩壞，人力貶值，人才出逃，這些都是我們正目擊的情形。知識產業空洞化將對社會造成持久的傷害，必須趕緊想出替代方案，亦即新的知識產業。

Q3：社會缺乏適合知識分享的空間嗎？

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？

A3：無遠弗屆的新傳播科技（從衛星電視到 FB）照理來說該成為更好的知識分享與公共論述空間，實現哈伯瑪斯（Jürgen Habermas）的想像，但商業模式反而讓每一種媒介到後來都變成八卦樂園；小貓小狗、正妹天菜、雞湯淫語總是勝出，公共討論的層次大多停留在自以為是公共知識份子的一群人，互相消遣，酸來酸去。事前亂說，不審查，事後證實真的亂說，也無後果。

因此，我們的價值就在於能否提出更好的方案，讓獲得好知識的成本降低，讓願意提供好知識的人獲得獎勵，創造好決策得以出現的環境。並且讓我們這份價值轉成價格，獲得消費市場跟資本市場認可。

從 2006 到 2016 年，或許因為我們起步得早，有機會登高，望得也比較遠。我們學到的事情是：

- （一）我們的目標「帶給所有人知識，用知識帶來改變」並沒有問題，但做法需要一直變。
- （二）Google、Facebook、智慧型手機等快速成長的風口停了，但既然巨頭已經壟斷渠道，便開始加速對內容貢獻者殺雞取卵，我們做垂直內容雖然受創較輕微，但若不在尚可努力時積極從事，獨善其身也沒辦法太久。
- （三）經過十年教育，不想死的老媒體人也學會了怎麼做所謂的「新媒體」，憑藉過往人脈，帶著錢來砸。但因為實在太慢，已沒有重塑環境的能耐。
- （四）因為科技變革加上知識份子欠缺變現手段，一般內容的價格超賤，傳播的專業也被輕賤。然而這已經不是倡議勞動權就能改變的了，此刻更像是電話接線生這份曾經吸引無數男女的職業徹底消失的前夕，不是接線生技術不好、專業不夠，而是職業本身不再有存在價值了。
- （五）未來十年會如何變化，我沒有能力預測，但我判斷五年內，「社群」會繼續是新內容時代的關鍵。然而，社群如果是建立在彷彿流沙般的

社群媒體網站上，將無法真正積累，也無法避免來自科技公司如科幻小說《三體》中外星人一樣，從更高維度透過演算法「宏觀調控」。

所以進入 2016 年下半年之後，我認為才真正進入百分之百的新媒體時代，先前的狀態都只是漸進醞釀，此刻起，所有媒體從內容到模式都要跟過往有斷裂般的差異，才有機會在傳媒末日後重生。

參、傳媒末日前的求生包

與其抵抗 Facebook 與 Google 等渠道巨頭賜死「內容專業」的作法，不如往前想，如何更紮實地將社群基礎建在能夠深度掌握的平台。而要達成這樣的戰略，組織也必須調整因應，作為一個野蠻成長起來的中小型團隊，我們的做法分成三塊，第一塊是將編輯部按照功能分組，讓負責不同主題內容，但同樣職責的同仁互相學習，互相補位，去除本位思考。

第二塊是讓資深編輯轉為數據總監，與工程研發部門密切對接，專注負責找出「數據、反饋、及行動」之間的關聯，讓我們更明白原先做得不錯的部分是為何做得不錯，做得不好的部分是為何做得不好，並提出量化的調整方案，應用在我們目前幾個可高度控管的渠道，如電子報、App、會員系統等。

第三塊則是挪出資源做新產品的研發。危機四伏，但危機也是轉機，我們清楚認知自己是一家還在半路上的創業公司，當知識份子跟年輕用戶有逃離 FB 的衝動時，我們能否把握機會，提出具特色吸引力的選項？我們認為既然想要驅動社群，當然也要能讓社群驅動，傳媒因為過去日子太安逸而不重視研發，我們當然要記取教訓，持續投入固定比例研發新產品。

從內容公司走到內容渠道公司，是我們接下來的重點。因為我們看見問題在於既有渠道阻塞，既然如此，若只是在阻塞的渠道裡頭跟其他內容做困獸之鬥，最終只會像是煉蠱一般，煉出最惡最毒的傳媒。我們現在不就已經見證？

最後，回顧過去十年，因為幸運跟一點努力，我得以承接許多先進對年輕人的鼓勵跟支持，才走到現在，儘管末日景觀讓人憂慮，但也逼著我繼續

在傳媒的末日前創業是一種什麼樣的體驗？

往目標前進。如今的我已撕下年輕人的標籤，雖然還沒有太多能耐為新一輩的傳媒創業者做出貢獻，但仍時時提醒自己一定要相信年輕人，因為他們就是未來。包括我在內的傳媒創業者，絕大多數會失敗，被環境吞噬，但此時此刻我們一定要繼續，創造傳媒生態的豐沛多樣性，越多越好。

我國公視節目規劃策略之探討

徐福德、胡元輝*

本文引用格式

徐福德、胡元輝（2016）。〈我國公視節目規劃策略之探討〉。《傳播、文化與政治》，4:143-197。

投稿日期：2016 年 1 月 17 日；通過日期：2016 年 5 月 10 日。

* 作者徐福德為中正大學電訊傳播研究所碩士生，e-mail：shift0309@hotmail.com
胡元輝為中正大學傳播學系教授，e-mail：telyhhu@ccu.edu.tw。

《摘要》

全球公共廣電自 1980 年代起遭逢來自商業廣電愈來愈強大的挑戰，為因應新型態的競爭環境，公共廣電多在節目規畫上採取匯流策略，惟此舉亦招來違背成立宗旨之批評。本研究發現，我國公共電視雖然成立脈絡與其他國家有異，但亦難逃與商業電視節目匯流趨勢，成立十七年來雖仍製播相當數量的文化藝術、紀錄片與教育學習類節目以彰顯公共服務特色，並致力於節目品質的獨特性，不過，綜藝與戲劇節目排播比例有逐年增加趨勢，並在整體節目播出上佔有相當比例。此外，歷年公視年報的內容分析顯示，電視台治理高層對收視率在節目策略上的地位雖無明確表態，但重視度似有逐年提升態勢。面對與外國公視異中有同的節目匯流現象，本研究認為，應提供我國公視充分營運經費以實現其營運宗旨，並因應公共服務媒體時代的來臨。

關鍵詞：公共服務媒體、公共服務廣電、台灣公視、節目規劃策略、節目匯流

壹、前言

1980 年代之後，以公共廣電體制為主軸的歐洲國家逐步開放商業電視營運，不僅存在已久的單元化廣電生態為之不變，形成公共與商業併行的二元廣電系統，而且使公共廣電面臨強大的收視壓力，進而出現存在價值的嚴重挑戰。

據統計，歐洲國家商業廣電蓬勃發展所形成的商業洪流，不僅使公共廣電的市場占有率失去獨佔或宰制地位，且多降至 40% 以下，若干國家的公共廣電市場佔有率甚至下滑到 20% 以下。以營運績效相對受到肯定的英國 BBC 為例，1985 年時，BBC One 與 BBC Two 兩個主要頻道的市場佔有率總和為 47%，到了 30 年後的 2014 年時則僅占 27.8%，加上 BBC 其他所屬頻道亦只占 33.2%（EU Monitoring and Advocacy Program, 2005; Iosifidis, 2007; Ofcom, 2015）。¹為了因應此一生態劇變，歐洲國家的公共廣電多在節目策略上進行或大或小的調整，以期爭取閱聽眾的持續支持。

歐洲國家如此，商業廣電掛帥的美國亦復如是。1980 年代之後，不僅電視頻道的劇增讓閱聽眾擁有更多可供選擇的節目內容，包括 Discovery、History、Learning、National Geographic 等紀錄片類型頻道，以及 Disney、Nickelodeon 等兒童節目服務的興起，亦讓閱聽眾感覺到即使是商業頻道，亦有能力提供高品質的教育與兒童節目，致使原本就資源有限，主要以利基節目服務閱聽人的美國公共電視面臨更大壓力（Stavitsky & Avery, 2003; Mater, 2006; Seneviratne, 2006）。

我國公視直至 1998 年 7 月 1 日方才開播自有頻道，其成立時的社會脈絡既不同於歐洲獨大的公共廣電體制，亦無法與美國公視成立時的廣電生態相比擬，但其所面臨的競爭挑戰則與歐洲及美國今日公視所面臨的發展情境

¹ 若將英國其他商營公共服務廣電機構的市占率加入計算，尚無純商業電視加入競爭時的 1985 年，ITV 的市占率為 46%、Channel 4 為 7%。到了 2014 年，ITV 所有頻道只占 22%，Channel 4 所有頻道則為 10.9%，將它們與 BBC、新增的 Channel 5 的所有頻道加總，則市占率達 71.9%。此項數據顯示，英國商業公共服務廣電迄今雖然占有一定的市場佔有率，但整體而言仍屬下滑。

仍有相通之處，彼此都面對商業電視的競爭壓力，也都需要證明自身存在的正當性，以維持政府或人民在經費上的持續支持。

究竟歐美國家的公共廣電在節目策略上做了哪些改變以因應商業廣電的強烈競爭？我國公視雖然成立較晚，但節目規劃策略是否出現與歐美國家相同的發展與變化？而且這些變化對公共服務廣電乃至公共服務媒體的存在宗旨是否有所悖離？委實值得瞭解與關注。本文爰針對上述問題進行探討，以期有助於釐清公共媒體的發展軌跡及未來路向。

貳、公共廣電的節目策略與挑戰

自 BBC 於 1927 年以公共媒體形式運作迄今，公共廣電制度的發展歷程已近 90 年，雖然全球公共廣電的運作型態並不一致，不過，在所謂雷斯傳統（Reithian tradition）的影響下，民主國家的公共廣電多被視為公共財。不同於商業電視以牟利為主要目標，公共廣電有其社會性角色，以告知、教育及娛樂為主要使命，融大眾娛樂與公共資訊的節目服務於一爐（Tsourvakas, 2004）。但最早推動公共廣電制度並蔚為主流的歐洲國家，已在 1980 年代從公共廣電的獨佔階段走入與商業廣電開放競爭的階段，形成公共與商業並存的二元廣電體制（Seneviratne, 2006）。此一轉變不僅大大衝擊公共廣電的營運策略，甚至高度影響其存在價值，節目策略可以說是此一情境的最佳註腳。

一、公共廣電之節目規劃策略與特質

基於公共服務的營運宗旨，公共廣電的節目內容致力追求品質、多元與創新等原則。所謂品質是指節目能夠提供閱聽者吸睛之外的更多價值；多元則是指節目能夠滿足多元社會不同閱聽眾的需求；至於創新則是指節目具有實驗與探索特質，能夠使閱聽者產生驚奇與新鮮感（Blumler, 1993）。換言之，公共廣電的節目不僅要滿足大眾口味，也要服務小眾需求；不只要提供閱聽人習慣的節目型態，也要製播具原創性、挑戰性的新穎內容。若以節目類型

來說，至少包括高品質的娛樂節目、可信賴的新聞節目乃至各種文化藝術、兒童少年與弱勢服務的節目（Iosifidis, 2007）。

1980 年代之前的歐洲公共廣電獨佔時期，毫無疑問，由於公共廣電在促進公民身分、形塑文化認同的使命上受到高度重視，加上市場寡占的特質，資訊、文化藝術與兒少教育類型的節目與服務特別受到重視。1980 年代，公共廣電面臨商業廣電的競爭之後，它的任務在普及服務、文化價值、問責、公共財源等原則之外，尚被賦予競爭能力、效率等要求，表現在內容服務上的期待即是獨特性的達成（Iosifidis, 2007）。世界廣播電視協會（World Radio and Television Council, WRTVC）因此強調，在公共廣電與商業廣電並存的時代，前者的基本運作原則必須在普及、多樣與獨立之外，特別強調獨特性（CMRTV, 2001）。

根據 WRTVC 的定義，公共廣電在節目服務方面所需達到的獨特性，不只意謂能夠產製商業或政府電視所不感興趣的節目，更包括服務被它們所忽視的觀眾，以及關注被它們所漠視的題材。因此，公共廣電不會排除任何類型的節目，而是致力讓自己製播的節目與眾不同，不論是節目型態或時段安排都必須展現創新精神，成為其他廣電業者的標竿，引領影視製作的風潮（CMRTV, 2001）。

顯而易見者，娛樂型節目自公共廣電制度建立之初即在內容服務之列。姑不論公共廣電成立的三大任務早已確立為「告知、教育與娛樂」，即使是非娛樂型節目，亦被要求不能變成所謂「夜間課程」，如何以閱聽眾更易吸收、更能融入的方式來展現，也一向是公共廣電實務工作者經之營之的所在（CMRTV, 2001）。就一個理想的公視節目定位而言，它所製播的節目雖然不會落入純粹的收視率爭奪戰，但也絕不意謂著枯燥乏味或菁英取向，即使是戲劇或綜藝節目，同樣可以將文化與社會意涵蘊藏其中，讓對公共事務原無興趣的「粗放型閱聽眾」（*inadvertent audiences*），或是僅僅願意對資訊進行掃描而無興趣閱讀的「警戒型公民」（*monitorial citizen*），能夠更為融入民主的運作，執行其公民角色（Blumler, 1993; Esser et. al., 2012）。

因此，就公共廣電節目編排的實務運作而言，多數公共電視除了全頻道的節目排播有別於商業電視以外，更會在收視高峰的黃金時段採取不同的節

目策略，以達成其培育公民社會、服務多元觀眾的宗旨。具體而言，商業電視會在收視高峰時段安排電影、運動、競賽、戲劇或輕喜劇類型節目，相對的，公共服務頻道則傾向給予紀錄片、時事、新聞與文化藝術等類型節目更高的優先性。即使排播同類型節目，亦存在不同的表現形式，最明顯的例子之一就是公視的新聞節目服膺新聞專業主義，而商業電視的新聞則包裝以娛樂手法，形成所謂資訊娛樂化的節目取向（Holtz-Bachal & Norris, 2001）。

當然，公共與商業電視的節目差異並非絕對，即使公共電視頻道之間亦非全然一致，不過，歐洲多數國家在 1980 年代之前的公共電視獨佔時期，不以收視率為考量的節目策略仍相當清楚，與美國等商業電視壟斷國家的節目生態形成明顯差異。此外，商業電視既以牟利為主要目標，則其績效很容易從利潤多寡加以評定，相對的，公共廣電所強調的節目品質不似商業媒體般容易界定，其判準乃透過政治與社會程序所決定，甚至往往不夠明確，形成治理上的挑戰（Tsourvakas, 2004）。

二、公共廣電之節目匯流策略與挑戰

據統計，1980 年，歐洲有 36 個公共頻道，但只有 5 個私營頻道。到了 1997 年之前，廣電生態已經逆轉，歐洲只有奧地利、愛爾蘭與瑞士三個國家的全國性頻道為純粹公共頻道，而且全歐公共電視台總數為 45，低於總數已達 55 的商業電視台（Holtz-Bachal & Norris, 2001）。

面對商業廣電媒體的競爭、閱聽眾視聽型態的改變，以及政府傳播政策的遞移等營運生態的衝擊，諸多實證研究皆顯示，1980 年代之後，許多公共電視的節目策略確實在多頻道時代變得更為主流化、大眾化，採取競爭性排播政策，以致出現與商業電視節目匯流的現象。不僅全頻道或黃金時段節目型態的差異性縮小，甚至表現手法亦有同質化的現象。不過，相對而言，多數公共電視仍然比商業電視提供較多的新聞、資訊與文化性內容（Steeimers, 2003; Iosifidis, 2007）。

以 1980 與 90 年代的變化而言，Euromedia Research Group 曾針對歐洲 53 個公共與商業電視頻道在 1991 年 1 月其中兩週全頻道與黃金時段的節目

進行分析，並將之與 1980 年代中期一項類似研究的結果做對比，發現大多數西歐國家的節目播出情形與商業電視仍存在差異，但鄰近 1991 年時差異已經愈見縮小 (Blumler, 1993)。

以德國為例，Meier (2003) 從組織科學的角度，檢視 1970 至 1993 年公共電視 ZDF 的 13 個節目排播決策，並透過深訪等方式對 1993 年後的情形進行瞭解。研究發現 ZDF 在德國開放商業電視經營之後，雖然資訊型節目仍佔重要比例，以維持頻道的獨特性，但加大了娛樂性節目的經費投入，包括戲劇與運動類型節目，並將之置於黃金時段。相對的，文化性、實驗性與少數族群的節目被減少。此外，ZDF 與德國另一家公視 ARD 原本在節目上的協調合作也變成高度競爭關係。

再以希臘為例，Tsourvakas (2004) 的研究具體而微地呈現了該國 1990 年開放商業電視自由競爭前後的變化。²他的研究比較開放前 (1987-1989) 與開放後 (1990-1992) 的電視節目發現，希臘的公共電視並未如自由化前的預測，以提升節目品質及多樣化來滿足閱聽眾的不同偏好，相對的，反而發展出與商業電視類似的節目策略，在追求市場佔有率的目標下，既妥協了品質，亦增加了節目的同質性。「留在賽局之內」(stay in the game) 的思維不但使希臘公視遠離組織的原始宗旨，亦讓它無法發展出另類的、動態的公共使命。

根據 Tsourvakas (2004) 的研究，希臘商業電視開放經營前的 1987-1989 年間，2 個公視頻道的節目呈現高度多樣性，外國電影 (18.51%)、運動 (14.54%) 與新聞 (12.09%) 類型節目比例最高，都在 10% 以上，但兒童 (9.19%)、文化 (6.23%) 與紀錄片 (6.11%) 類型節目比例亦不在少數。整體而言，呈現出資訊取向的節目規劃策略。但開放競爭後的 1990-1992 年間，2 個公共與 2 個主要商業電視頻道所播出的節目中，希臘國產電影

² 希臘於 1990 年首先開放 Mega 與 Antenna 兩個商業電視頻道之前，只有兩個公共電視頻道 E.T.1 與 E.T.2，後來更形成 5 個主要的全國性商業頻道與 3 個公共電視頻道競爭的局面。由於希臘公視經費來源仰靠國家預算與廣告，其與商業電視在廣告上的競爭因此變得激烈。開放競爭一年之後，希臘公視的廣告收入即降低一半以上；開放競爭三年之後，2 個商業電視頻道的廣告收入已占整體廣告市場的 85.6%，而 2 個公視頻道的廣告營收只占 10.3% (Tsourvakas, 2004)。

(10.49%)、競賽節目(5.59%)，以及購自國外的系列刑案影集(7.45%)、戲劇影集(3.89%)及情境喜劇(3.26%)大幅增加，公共電視的節目策略明顯商業化，增加了許多娛樂型節目，而且隨著競爭時間加長，兩者的相似性愈高。

許多人認為，兒童節目的製播乃公共廣電的宗旨所在，亦為市場失靈的重要例證。事實上，兒童節目雖為公共電視的特色，但其真正與商業電視不同之處不純在於節目數量，尚且包括本國自製與非動畫型兒童節目的類型差異(D'Arma & Steemers, 2010)。Blumler(1993)針對1981年及1991年英國兒童節目的研究即發現，電視台兒童節目的播出總時間雖有增加，但節目類型則出現若干收縮現象，包括兒童紀實、學齡前與說故事等類型的節目型態已減少相當比例。1991年，英國兩大主流無線電視台BBC1與ITV的兒童節目已有超過半數以上時間播出動畫或其他顯著娛樂形式的節目，然而此類節目在1981年時只占四分之一到三分之一。

公共與商業電視之間所出現的節目排播匯流趨勢，到了二十一世紀亦然。一項針對2003、2004年歐盟除盧森堡以外14個會員國所進行的大型研究顯示，商業電視黃金時段的節目有相當強的娛樂化取向，而公共電視則傾向在資訊與娛樂性節目之間維持比較平衡的比例。即使如此，就節目類型的多樣化而言，公共電視只比商業電視稍高，而且差別有限。此份研究的結論是當時的歐洲公共電視與商業電視之間尚保有若干差異，足以成為其存在合法性的堅實基礎。但內容多樣化方面則出現差異性縮小的事實，可視為公共與商業電視趨向匯流的訊號(León, 2007)。

最近一項針對歐洲13個國家廣電系統近三十年(1977-2007年)新聞節目所進行的大型研究亦發現，美國電視聯播網基於經濟因素考量，採取正面對壘(pure blunting)的節目編排策略，各聯播頻道晚間黃金時段只有一節全國性新聞報導節目，而且排在同一時段，致使「警戒型公民」無法在不經意之間巧遇新聞。歐洲國家則基於培育公民身分的公共政策，對新聞報導節目採取多時段的排播策略。在13個國家5種排播型態的綜合性頻道中(如表一)，傳統型態的新聞報導節目(不含新聞快報、新聞雜誌及時事論談型節目)多數佔了2個以上的時段，其中公共電視除了義大利與西班牙只安排一

個時段以外，幾乎都是 2 至 3 個時段，德國的 ARD 與 ZDF 更安排了四個時段（多在晚間 7:00、8:00、9:45 與 10:30；Esser et. al., 2012）。³

此一研究顯示，就新聞報導性節目而言，公共與商業電視在若干國家如德國雖有較大差異，但在比利時、英國、以色列、荷蘭、挪威與丹麥等歐洲國家則在播出時段數上並無太大區別，都在晚間排播了 2 至 3 個時段，只不過播出時間有所區隔而已。至於義大利、西班牙等國，則可以說是典型的美國模式，包括公共與商業在內的主要電視頻道晚間幾乎都只安排一個新聞報導時段，而且都在相同的時段，義大利是 8-9 點，西班牙是 9-10 點，公共電視雖曾嘗試開闢另一新聞時段，但最後都放棄了。

整體而言，比利時等國電視的新聞節目排播模式讓閱聽眾擁有吸收政治資訊的最多元的機會結構，而西班牙等國則反之，至於公共與商業電視之間在新聞報導型節目的策略上則顯然既有匯流，也有分殊之處，而此份研究特別點出，歐洲的商業電視由於受到「資訊角色」的壓力，它們的新聞性節目策略事實上乃是向公共電視靠攏（Esser et. al., 2012）。

表一：歐洲國家新聞報導型節目比較表

國家 比較項目	比利時、英國、 以色列、荷蘭、 挪威、丹麥	德國	希臘、 葡萄牙	奧地利、 瑞士	義大利、 西班牙
公共電視新聞 時段數	2-3	4	2	2	1
商業電視新聞 時段數	2-3	1	1	1	1-2
商業電視時段 排播策略	高度多樣化	輕度多樣化	輕度多樣化	模仿	模仿

資料來源：” Political Information Opportunities in Europe : A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems,” by F. Esser, et al., 2012, *The International Journal of Press/Politics*,17(3), p. 264.

³ 美國電視聯播網的全國新聞播出時間在東區時間為 6:30 p.m.，中區時間為 5:30 p.m.，一天僅此時段播出全國新聞，藉以讓黃金時段得以播出娛樂性節目。

從上述以歐洲國家為主的研究可以發現，儘管公共廣電仍維持一定的節目特色以符應成立宗旨，但面對商業廣電激烈競爭下的新傳播環境，公共廣電多在不同程度上出現向商業靠攏的現象，節目排播匯流的趨勢相當明顯。此種匯流現象既出現在不同節目類型的製播數量與時段安排，亦出現在相同類型節目的呈現型態或製作手法之上。

三、節目匯流策略理論依據與爭議

公共電視為何會在節目策略上向商業電視靠攏，主要原因在於希望保持一定的市場佔有率，以免失去存在的合法性基礎。公共廣電的經營者普遍擔心當閱聽眾愈來愈不觀看公共電視時，不僅意味著閱聽眾對公共廣電的需求降低，更可能代表公共廣電的公眾支持將日益弱化，此將嚴重危及公共廣電的存在與發展 (Meijer, 2005)。

上述看法的基礎顯然立基於從經濟觀點出發的匯流理論，假定閱聽眾乃同質而且在節目偏好上屬於常態性分配的結構，因此公共廣電一旦與商業廣電形成二元廣電體制，市場競爭的結果必然導致公共廣電走向更為大眾化的節目策略，公共與商業電視都會重視能夠吸引最大多數人可能觀賞的節目類型，藉以透過節目排播上的最大公約數爭取穩定數量的觀眾，並在收視率或佔有率上佔有一席之地 (Meier, 2003; Tsourvakas, 2004)。上述推論呼應媒介經濟理論中常見的理論命題：公共與商業電視的高度節目競爭會造成產品相似性，學者因此強調，為避免公共與商業電視之間形成破壞性競爭，公共電視應有其獨立的、積極的節目策略 (Tsourvakas, 2004)。

但也有研究強調，此種以市場選擇為基礎的公共與商業電視匯流理論，並未考慮到公共廣電的組織與制度因素。何況，閱聽眾事實上並不是同質的一群，公共電視的特質與核心能力亦有助於爭取非商業電視青睞的閱聽眾群體。以相當倚賴廣告收入 (40%) 為其經費來源的德國公共電視 ZDF 的節目策略為例，Meier (2003) 的研究發現，在公共電視獨占時期原本以娛樂型節目著稱的 ZDF，雖然在商業電視進入市場後出現向商業靠攏的現象，但仍

能發展出資訊型取向的節目策略 (information-oriented programming strategy) 以維持其獨特性，此乃市場與廣電組織、制度環境等多重因素互動下的結果。

Meier (2003) 指出，面對多頻道競爭的時代，ZDF 雖然因為立法架構的模糊定位使它擁有高度經營自由，但德國社會有關公共服務廣電的規範性論述都強調電視的民主功能，加上政治上的利害關係人對公視的資訊型節目存在共識性期待，致使 ZDF 在資訊型節目上展現出與商業電視有別的獨特性。此外，ZDF 分權化的組織運作以及多邊協商的節目規劃流程，亦讓該電視台新聞部門負責人得以爭取維持 40% 以上的資訊型節目，有效打消 ZDF 訂出任何激進的節目策略。

儘管公共電視何以向商業電視靠攏存在不同的解釋觀點，但匯流現象普遍存在乃不爭的事實，亦使雙元廣電體制下的歐洲公共電視面臨存在正當性的挑戰，特別是閱聽眾已逐漸發展出一種定型化的觀念，認為商業電視是娛樂性節目的主要供應者，而公共電視則是資訊性節目的首選來源。問題是閱聽眾的行為已經發生改變，年輕世代愈來愈少收視新聞時事類的節目，甚至商業電視亦能發展出有品質的知識型節目，如 Discovery、History、Bravo 等頻道，致使公視的節目融合策略有可能陷公視於經營窘境 (Bardoel & d'Haenens, 2008a)

此種經營窘境同時反映在正反兩面的評價，一方面會有公共廣電的研究者高呼：「公共服務廣電除非能夠吸引大眾 (popular)，便不可能成功」，「公共服務廣電若要有效運作，就必須是能吸引大眾」(Collins, Finn, McFadyen, & Hoskins, 2001)。另一方面也有人強調：「(公共服務廣電) 若不能在眾多的產出 (output) 中證明自己的獨特性，公共資助的共識最終就可能消散。」(Steemers, 2002)

「收視率 vs. 品質」(ratings versus quality)、「完整 or 補充」(comprehensive or complementary)、「修道院模式 or 全組合模式」(monastery model or full portfolio model)，不僅是公視營運者長期面對的兩難，亦為公共廣電相關各方爭論不休的課題。為了解決公共電視向商業靠攏的困擾，有的學者以遷就 (adaptation) 與純化 (purification) 之間的中庸之道來看待此種變化，並名

之為公共廣電組織的「修正策略」(compensation strategy; Bardoel & d'Haenens, 2008a, 2008b)

有的學者甚至對公共電視何以必須製播戲劇、娛樂等商業電視廣為處理的節目類型提出新的思考方向，例如 Meijer (2005) 即倡議以「愉悅者」(enjoyer) 概念來打破傳統「公民 vs. 消費者」的二元架構，她強調從閱聽者觀看節目的衝擊面 (impact) 來分析，所謂的優質節目不僅是要讓閱聽者足以成為承擔社會責任的公民，還包括能讓閱聽者變成享有真正歡愉的「愉悅者」，而這就不是單靠商業電視所能達成的目標。

四、小結

進入多頻道時代之後的各國公共廣電業者，特別是歐洲國家，顯然都面臨來自商業廣電業者的激烈競爭，亦頗多出現節目匯流的現象。就公共廣電業者而言，向商業靠攏意味著市場競爭的遷就，更代表著公共價值的調適。即使如此，公共廣電業者在節目商業化、主流化的若干走勢下，依然以節目的品質、多元或創新，維持住內容服務的獨特性，也因而在相當程度上度過來自外界對其存在合法性的批評。

雖然本文研究重點在於公共廣電機構的節目策略，惟既然是「節目匯流」，此處仍須強調商業廣電業者「向公共靠攏」的另一側面。事實上，諸多研究確實顯示，公共廣電扮演節制商業廣電，提升閱聽環境的重要角色。Graham 與 Davies 即強調，法律規管對廣電產業實現公共利益的效果有時而窮，必須透過公共廣電服務來對商業廣電提供正面壓力。公共廣電服務對商業領域來說並非替代物，而是一種彌補，可以承擔「品質設定」(quality setting) 的角色 (Graham & Davies, 1997 / 劉忠博、丘忠融譯, 2007)。曾任 BBC 信託主席的 Michael Grade (2004, June 29) 同樣公開表示：「當我在第四頻道服務時喜歡說：『是 BBC 讓我們走在正路』，如今我仍然確信。」誠然，商業廣電面對公共廣電的「標竿效應」，以及來自閱聽大眾、公民社會與規管機構的問責壓力，它們或以提供類似公共服務的節目，或以接近公共廣電的節目排檔策略，與公共廣電業者進行競爭並承擔問責。

如今，公共服務廣電（PSB）已邁入公共服務媒體（PSM）的時代，面對網絡化溝通的新時代，有關節目服務的爭論不只停留在頻道節目的規劃策略，更延伸至多平台、多媒體的服務策略。商業媒體業者抨擊公共服務媒體應侷限於傳統的廣電服務，若將取自人民的執照費或國家補助運用於新媒體服務，乃是不公平競爭，不僅扭曲市場機制，亦影響消費者權益。即使頗多歐洲國家的公共服務媒體經過多年爭取並取得政府與社會支持，得以在不同程度上提供新媒體服務，並取得跨媒體服務的合法性，惟究竟應該對趨於零碎化的多元公眾提供何種內容服務，亦面臨資源配置的困擾或內容合法性的爭議（Donders, 2012, pp.19-24）。

無論如何，對公共服務廣電或公共服務媒體而言，它的艱難挑戰無疑存在於面對市場壓力時如何確保核心公共服務使命的達成，並證成自己的存在價值。

參、研究方法

為期瞭解我國公視的節目規劃策略是否出現與歐美國家相同的發展與變化？本研究將透過節目表的內容分析進行公共電視節目規劃策略的縱向比較，以及公視與商業無線電視節目規劃策略的橫向比較，接著再針對公視年刊中所刊載的董事長與總經理的話進行內容分析，以期爬梳公視節目策略的規劃原則與變遷緣由。

有關節目表的節目分類，本研究參考國外公共廣電節目策略既有研究與我國公視節目分類區分為綜藝、戲劇、新聞時事、教育學習、生活資訊、文化藝術、紀錄片與體育等類，⁴以期反映公共廣電節目服務宗旨，並符合我國公視自我定位之社會脈絡。在節目分類的編碼作業上，則由研究者兩人共同討論並確認各電視節目所宜歸屬的類別之後，再由一人進行勾稽與統計。⁵由

⁴ 我國公視(2015)近年來於對外報告中將其製播的節目依型態區分為教育學習、新聞時事、體育、紀錄片、戲劇與「綜合、表演、藝術」(合為一類)、「生活、資訊、服務」(合為一類)等。本研究將綜藝節目類型獨立計算，以利與商業電視進行比較。

⁵ 節目編碼作業會遇到若干不易歸類的困擾，例如一個為身心障礙者提供生活資訊的

於公視一些早期節目已不再製播，為降低節目類別認定上的誤差，研究者對資料不詳的節目係透過公視企劃部人員的訪談與資料蒐集進行最後判定。

本研究在節目月份的選擇上，以立意抽樣方式選定五月為研究對象，換言之，公視歷年節目之比較均以五月的節目為對象，公視與其他商業無線電視台的比較係以2015年5月的節目為標的。此一月份的選擇除為避開特殊月份可能出現的節目異常安排之外（如1、2月的春節，7、8月的暑假，10月的國慶），亦著眼於商業電視橫向比較資料取得的便利性與完整性。至於納入比較之商業無線電視則包括台視、中視與民視，以商業電視台的群體表徵視之，華視則因2006年公共化，其節目排播或與一般商業電視有所不同，且以單一月份論斷，並不足以顯示公共化商業電視台的完整實況，故不納入比較之列。

肆、研究發現

以下區分為三小節進行探討，第一小節為我國公共電視節目排播策略之演變，分析公共電視開播以來（1999年～2015年），17年間5月份之節目類型比例的變化；第二小節針對2015年5月份台視、中視、民視與公視節目的類型比例進行比較，以瞭解商業與公共電視節目規劃策略的差異是否存在？此一比較並細分為全時段、黃金時段（晚間7至11時）、週間與週末的比較；最後一小節則以公共電視年報中董事長與總經理撰文的內容分析結果，探討影響公共電視節目排播策略的可能因素。

一、我國公視節目類型比例之演變

此小節將統計公共電視自開台以來，所有5月份（1999年～2015年）的節目類型比例，探究不同節目類型排播比例的演變。節目類型計分為綜

節目應歸類為教育學習或生活資訊類節目？或是具綜藝色彩的生活資訊節目須歸類為綜藝或生活資訊節目？本研究認為分類標準或有主觀之失，惟若能以一致標準進行節目分類，仍有助於歷時性與比較性研究的有效進行。

藝、戲劇、新聞時事、教育學習、生活資訊、文化藝術、紀錄片與體育等類，分析時段則分為歷年全時段（6:00~24:00）各節目類型比例之演變、歷年黃金時段（19:00~23:00）各節目類型比例之演變，並以軟體 windows office excel 2010 年版本分析其演變斜率。

（一）公視歷年全時段各節目類型排播比例之演變

統計分析後發現，全時段裡各節目類型的排播比例呈現上揚趨勢的節目，依其增加程度的強弱依序為，綜藝節目（斜率=1.2936）、戲劇節目（斜率=0.9382）、新聞時事節目（斜率=0.5814）；至於比例分配呈現降低趨勢的節目，依其減少程度的強弱依序為，教育學習（含兒少）節目（斜率=-1.6696）、生活資訊節目（斜率=-0.5973）、文化藝術節目（斜率=-0.4593）、紀錄片（斜率=-0.0581）、體育節目（斜率=-0.0324）。不過，5月份全時段所播出的節目中，公共電視僅於2005年（5.4%）與2001年（0.4%）播出體育節目，⁶其餘皆沒有播出紀錄（請見表二、圖一至八）。

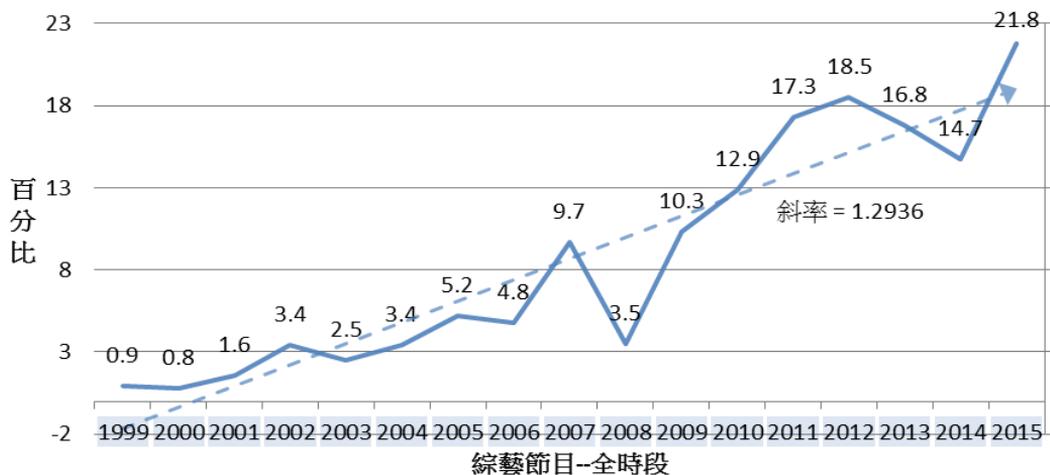
表二：全時段節目類型排播比例之演變走向

	程度強	>>>>>>>>	>>>>>>>>	>>>>>>>>	程度弱
正	綜藝節目	戲劇節目	新聞時事節目	/	
斜率	1.2936	0.9382	0.5814		
負	教育學習節目	生活資訊節目	文化藝術節目	紀錄片	體育節目
斜率	1.6696	0.5973	0.4593	0.0581	0.0324

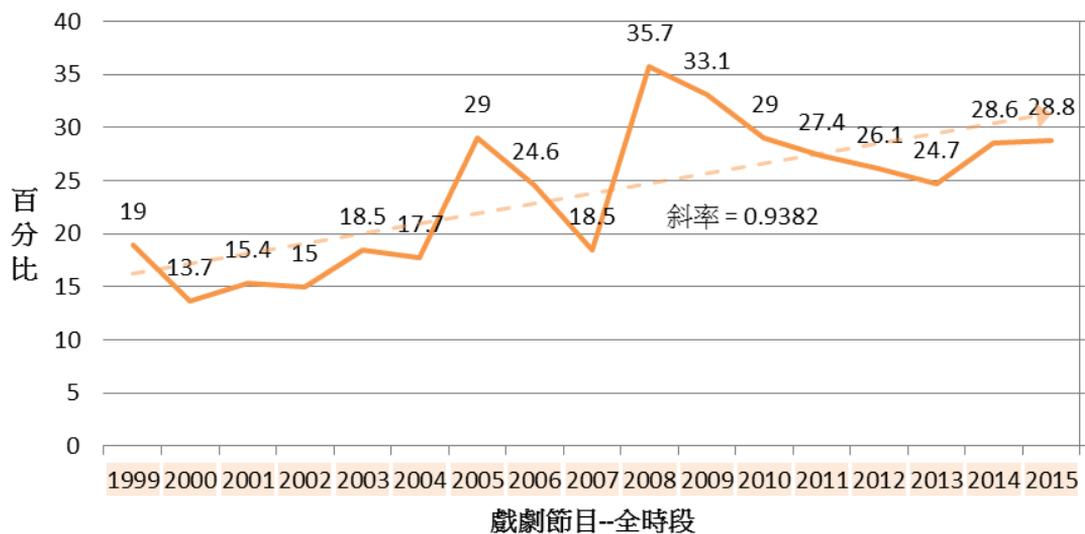
資料來源:本研究製表整理

⁶ 依據公視歷年年報資料顯示，公視成立以來播出的體育節目確實稀少，除早期年報因體育節目播出時數甚少而無該類型節目統計數字外，自2006年起的節目統計顯示，全頻道播出的體育類節目都在2%以下，甚至趨近於0。歷年公視主頻道播出體育類節目的高峰僅在2005與2006兩年，主要為轉播「美國職棒大聯盟熱賽」，而本研究之所以出現2006年5月份體育類節目比例為零，原因在於公視節目表並未顯示職棒比賽轉播時段。至於公視節目表何以無轉播時段？原因係公視無法於事前掌握欲轉播之台灣旅美選手王建民出賽賽程，遂以機動調整節目表方式因應。

圖一：歷年公視綜藝節目佔全時段比例之演變



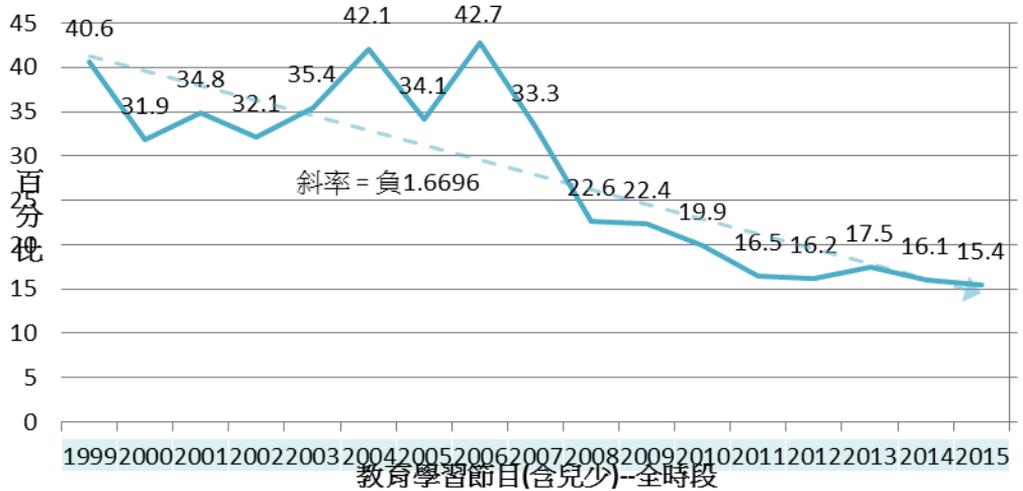
圖二：歷年公視戲劇節目佔全時段比例之演變



圖三：歷年公視新聞時事節目佔全時段比例之演變



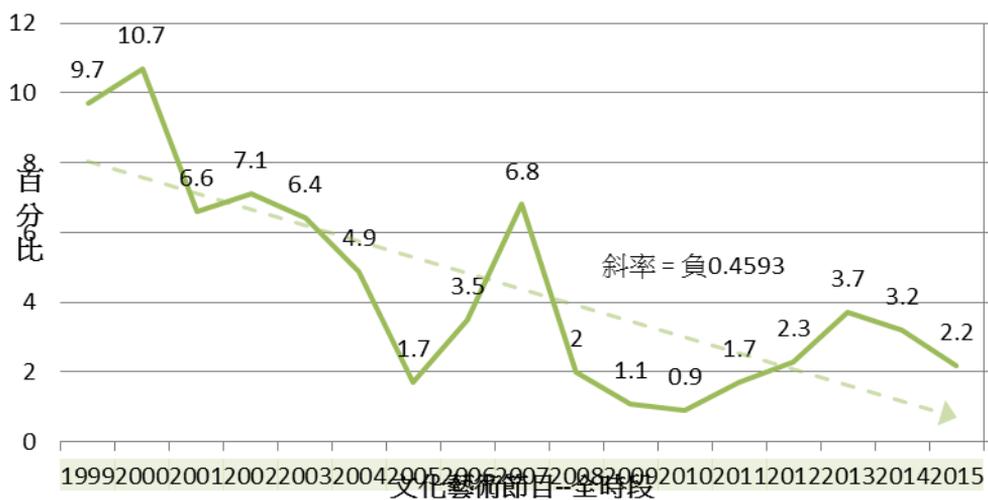
圖四：歷年公視教育學習節目（含兒少）佔全時段比例之演變



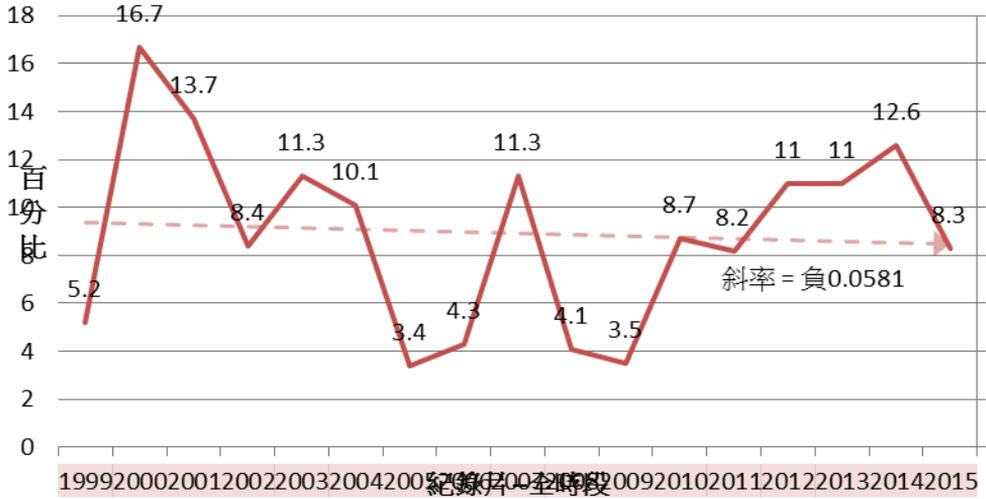
圖五：歷年公視生活資訊節目佔全時段比例之演變



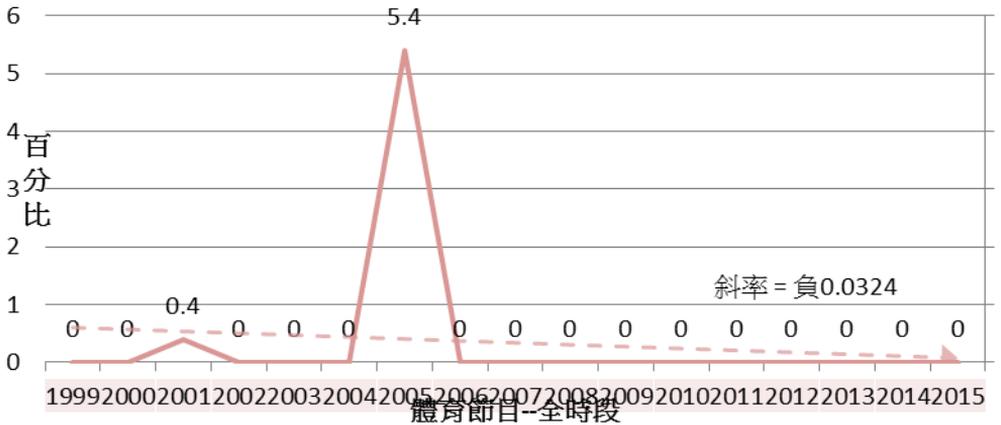
圖六：歷年公視文化藝術節目佔全時段比例之演變



圖七：歷年公視紀錄片佔全時段比例之演變



圖八：歷年公視體育節目佔全時段比例之演變



(二) 公視歷年黃金時段各節目類型排播比例之演變

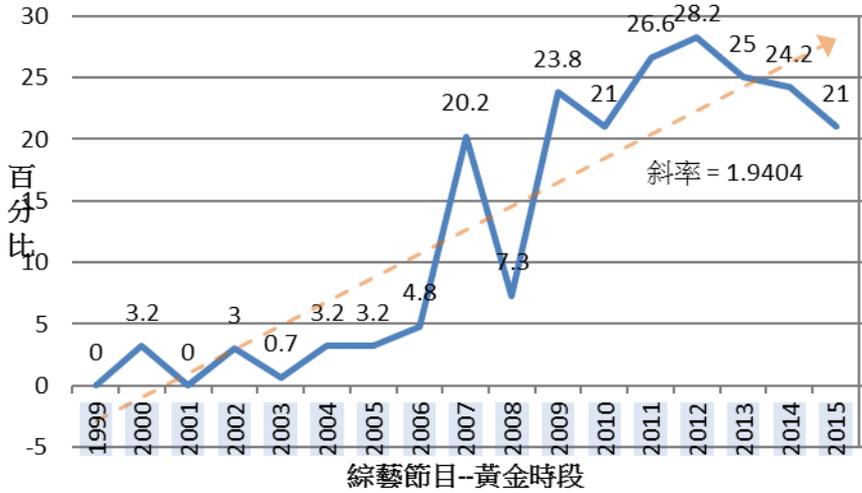
統計分析後發現，黃金時段裡各節目類型的排播比例中，比例分配呈現上揚趨勢的節目，依增加程度的強弱依序為，綜藝節目（斜率=1.9404）、新聞時事節目（斜率=0.5414）。至於比例分配呈現降低趨勢的節目，依減少程度的強弱依序為，戲劇節目（斜率= -0.8669）、教育學習（含兒少）節目（斜率= -0.6848）、生活資訊節目（斜率= -0.4544）、文化藝術節目（斜率= -0.301）、紀錄片（斜率= -0.1581）、體育節目（斜率= -0.0118）。不過，5 月份黃金時段中公共電視的體育節目僅於 2005 年（2.4%）時播出，其餘皆沒有播出紀錄（請見表三與圖九至十六）。

表三：黃金時段節目類型排播比例之演變走向

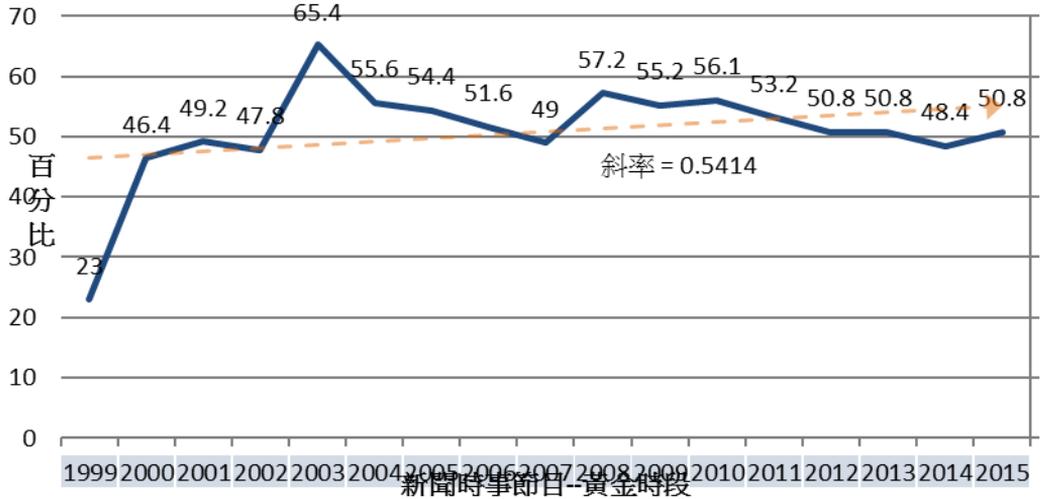
	程度強	>>>>>>>	>>>>>>>	>>>>>>>	>>>>>>>	程度弱
正	綜藝	新聞時事	/			
斜率	1.9404	0.5414				
負	戲劇	教育學習	生活資訊	文化藝術	紀錄片	體育
斜率	0.8669	0.6848	0.4544	0.301	0.1581	0.0118

資料來源：本研究製表整理

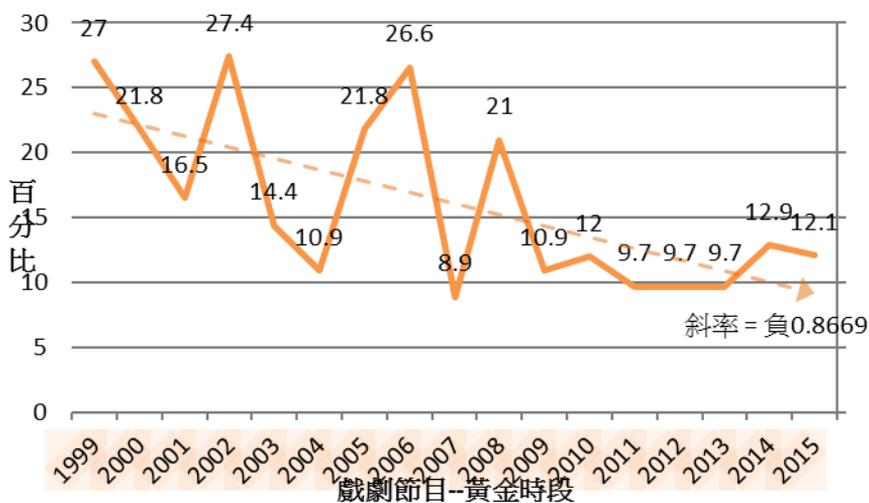
圖九：歷年公視綜藝節目佔黃金時段比例之演變



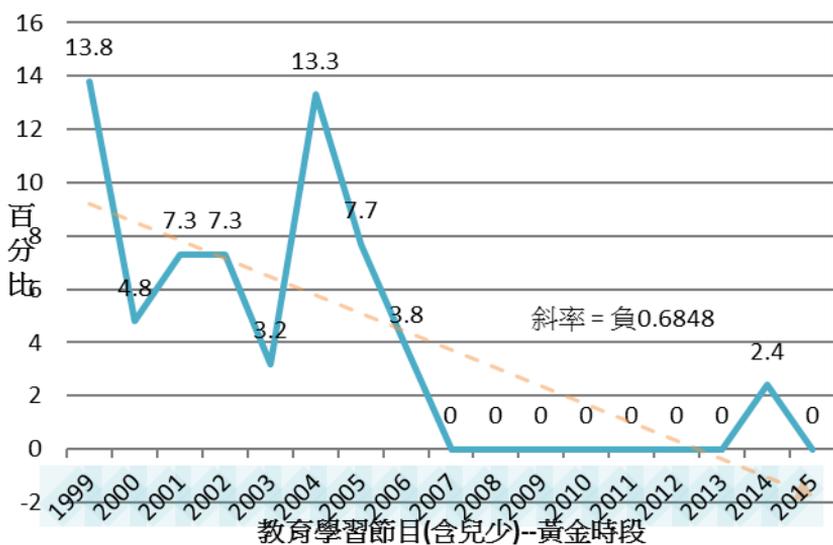
圖十：歷年公視新聞時事節目佔黃金時段比例之演變



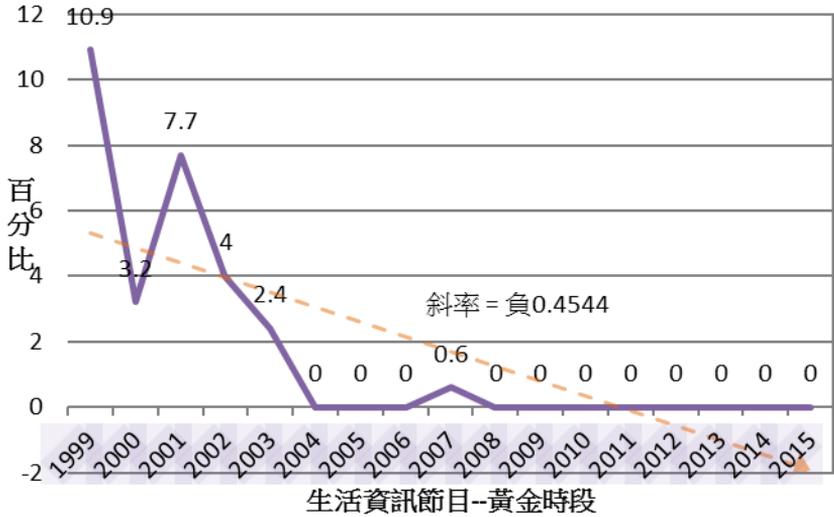
圖十一：歷年公視戲劇節目佔黃金時段比例之演變



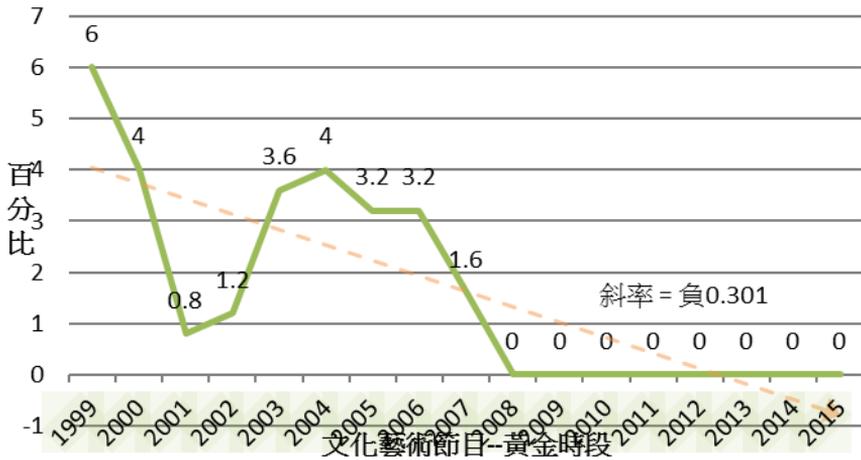
圖十二：歷年公視教育學習節目（含兒少）佔黃金時段比例之演變



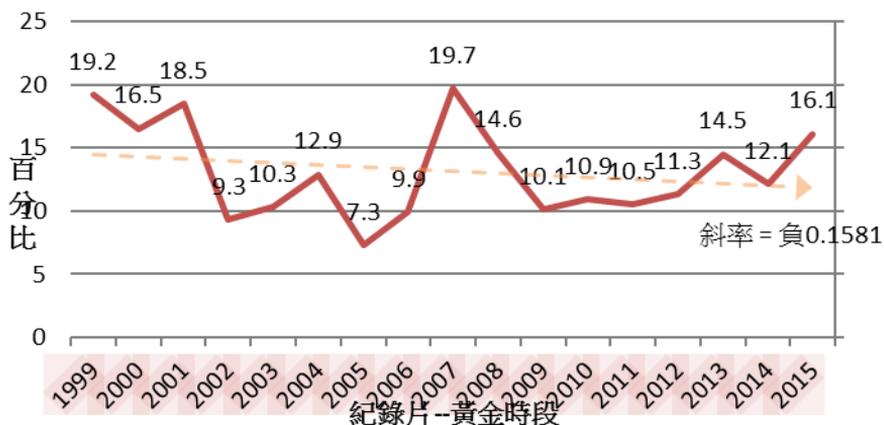
圖十三：歷年公視生活資訊節目佔黃金時段比例之演變



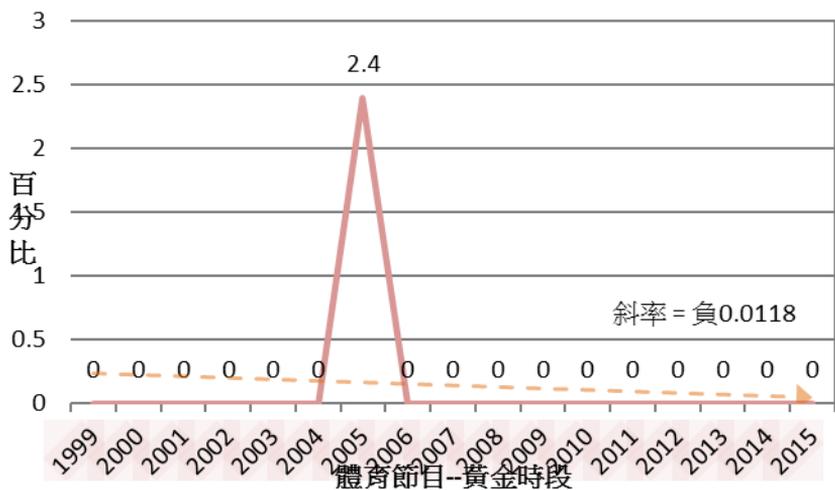
圖十四：歷年公視文化藝術節目佔黃金時段比例之演變



圖十五：歷年公視紀錄片佔黃金時段比例之演變



圖十六：歷年公視體育節目佔黃金時段比例之演變



綜觀以上，就公共電視歷年全時段節目排播比例走向來看，綜藝類型與戲劇類型等較具收視吸引力性質的節目比例越來越高，節目策略有向商業電視傾斜的趨勢。至於歷年黃金時段節目比例分配的走向，雖然戲劇類型節目比例走低，不如全時段趨向商業電視台的節目策略明顯，但綜藝類型節目走高，教育學習、生活資訊與文化藝術等類型的節目比例在 2008 年之後更幾乎不見蹤影，顯示公共電視在黃金時段的節目排播雖仍保有新聞時事節目的一定堅持，但向商業電視靠攏的趨勢仍然存在，特別是 2008 年之後。

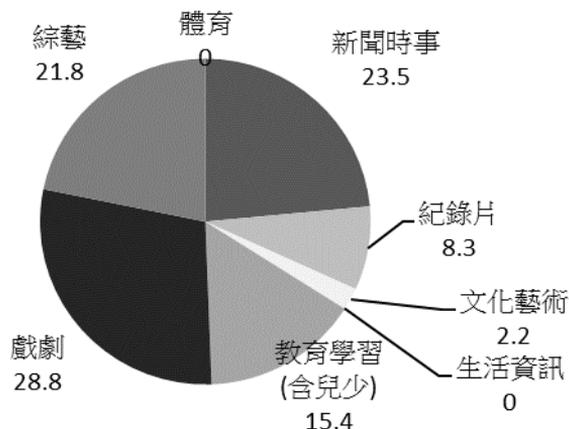
二、我國公共電視與商業無線電視節目類型之比較

以下就台視、中視、民視，與公共電視於 2015 年 5 月份播出節目類型進行分析，並區分為全時段（6:00~24:00）、黃金時段（19:00~23:00）、週間（星期一~星期五）與週末（星期六、星期日）等時段的比較。

（一）全時段節目比例分配與比較

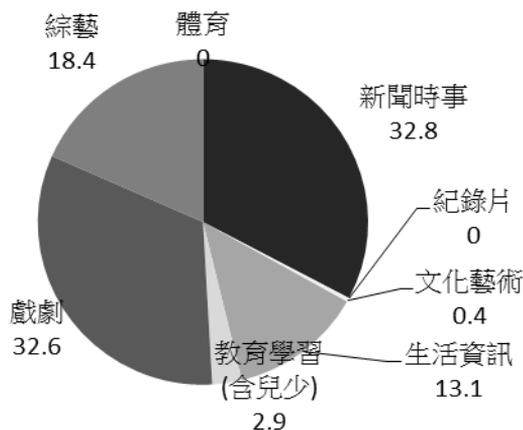
公共電視於 2015 年 5 月份全時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 28.8%(159.1 時)、新聞時事節目 23.5%(130.0 時)、綜藝節目 21.8%(120.3 時)、教育學習（含兒少） 15.4%（85.3 時）、紀錄片 8.3%（45.9 時）、文化藝術節目 2.2%（12 時）。可以發現其戲劇節目、新聞時事節目與綜藝節目佔了當月近四分之三（74.1%）的節目播出時間，惟若扣除新聞時事節目，則戲劇與綜藝節目約佔半數（50.6%）播出時間（請見圖十七）。

圖十七：公視 2015 年 5 月全時段節目比例分配圓餅圖



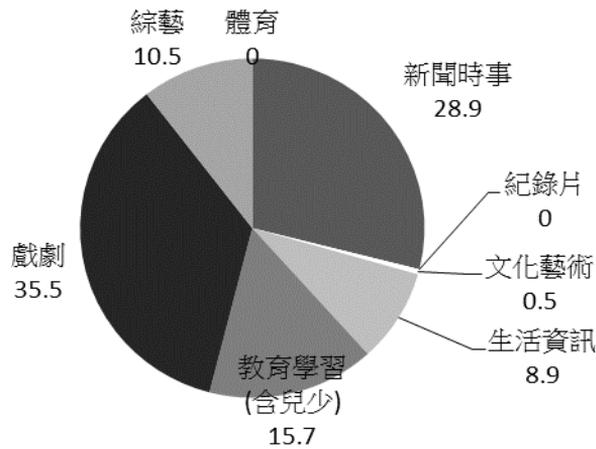
中國電視公司於 2015 年 5 月全時段中，節目類型比例分配依序為新聞時事節目 32.8% (182.7 時)、戲劇節目 32.6% (181.8 時)、綜藝節目 18.4% (102.5 時)、生活資訊節目 13.1% (72.8 時)、教育學習 (含兒少) 2.9% (16 時)、文化藝術 0.4% (2 時)。可以發現其新聞時事節目與戲劇節目已佔了當月近三分之二 (65.4%) 的節目播出時間 (請見圖十八)。

圖十八：中視 2015 年 5 月全時段節目比例分配圓餅圖



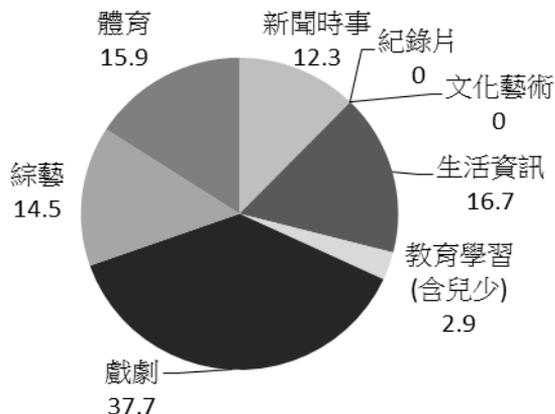
臺灣電視公司於於 2015 年 5 月全時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 35.5% (198.1 時)、新聞時事節目 28.9% (161.0 時)、教育學習節目 15.7% (87.4 時)、綜藝節目 10.5% (58.8 時)、生活資訊節目 8.7% (49.4 時)、文化藝術 0.5% (3.0 時)。可以發現其戲劇節目與新聞時事節目同樣佔了當月近三分之二 (64.4%) 的節目播出時間 (請見圖十九)

圖十九：台視 2015 年 5 月全時段節目比例分配圓餅圖



民間全民電視公司於於 2015 年 5 月全時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 37.7% (211.5 時)、生活資訊節目 16.7% (93.0 時)、體育節目 15.9% (88.7 時)、綜藝節目 14.5% (80.6 時)、新聞時事節目 12.3% (68.5 時)、教育學習 (含兒少) 0.5% (16.4 時)。可以發現其戲劇節目與生活資訊節目已佔了當月一半 (54.4%) 以上的節目播出時間 (請見圖二十)。

圖二十：民視 2015 年 5 月全時段節目比例分配圓餅圖



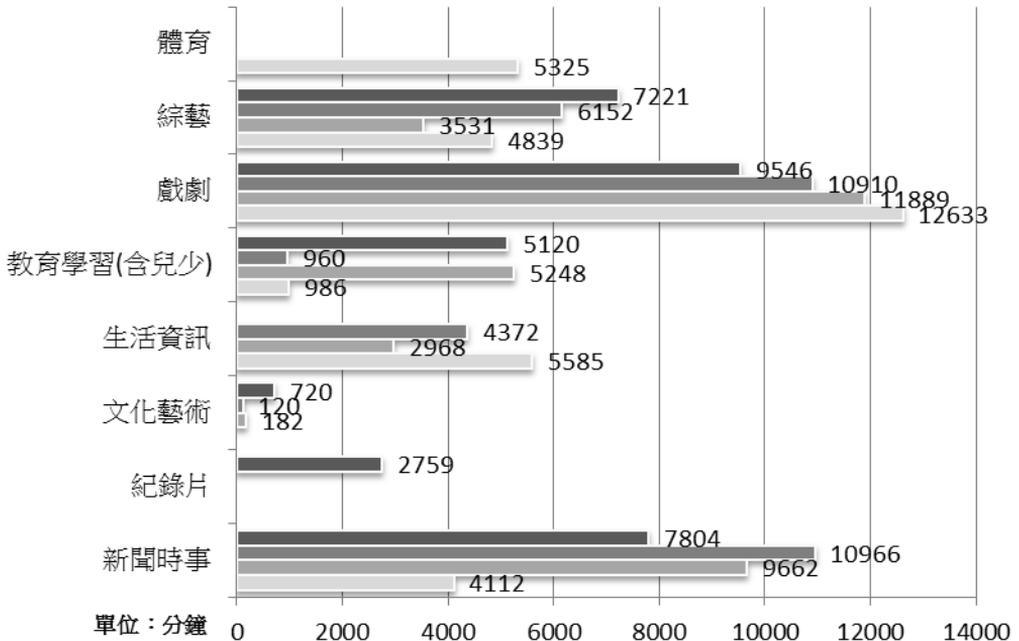
綜觀 2015 年 5 月各電視台所播出之新聞時事節目，中視播出最多時數（182.7 小時，10966 分鐘）；戲劇節目以民視播出最多時數（211.5 小時，12633 分鐘）；綜藝節目係公視播出最多時數（120.3 小時，7221 分鐘）；生活資訊節目是民視播出最多時數（93.0 小時，5585 分鐘），而公視該月沒有此類型的節目；教育學習（含兒少）節目則以台視播出最多時數（87.4 小時，5248 分鐘），公視次之（85.3 小時，5120 分鐘）；但紀錄片僅有公視播出 45.9 小時（2759 分鐘）；體育節目僅有民視播出 88.7 小時（5325 分鐘）；至於文化藝術節目，仍係公視播出最多時數（12 小時，720 分鐘）。以全時段來看，公共電視與其他商業電視台比較起來，其節目類型分配較為平均（請見表四與圖 21）。

表四：各電視台 2015 年 5 月排播節目類型統計表

	新聞 時事	戲劇	綜藝	生活 資訊	教育 學習	紀錄 片	體 育	文化 藝術
公視	130.0 時	159.1 時	120.3 時	0 時	85.3 時	45.9 時	0 時	12 時
中視	182.7 時	181.8 時	102.5 時	72.8 時	16 時	0 時	0 時	2 時
台視	161.0 時	198.1 時	58.8 時	49.4 時	87.4 時	0 時	0 時	3.0 時
民視	68.5 時	211.5 時	80.6 時	93.0 時	16.4 時	0 時	88.7 時	0 時

資料來源：本研究製表整理 註：灰色網底表示製播時數在該節目類別中最高。

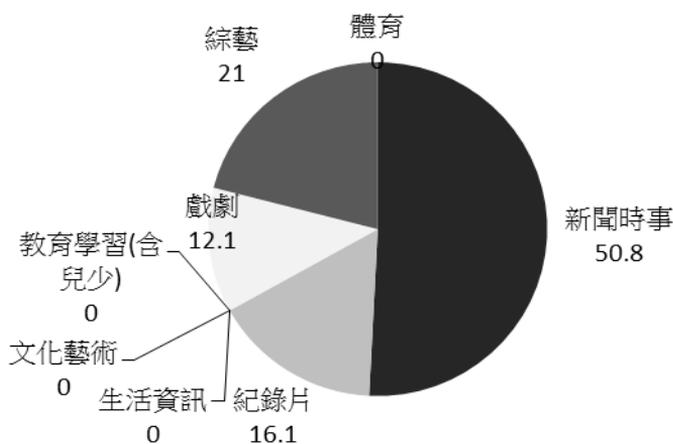
圖二十一：各電視台 2015 年 5 月全時段排播節目時數分配統計圖



(二) 黃金時段節目比例分配與比較

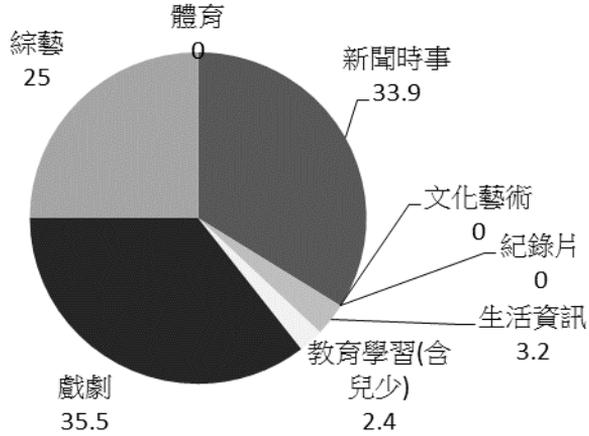
公共電視於 2015 年 5 月份黃金時段所播出的節目類型比例，依序為新聞時事節目 50.8% (63 時)、綜藝節目 21% (26 時)、紀錄片 16.1% (20 時)、戲劇節目 12.1% (15 時)。可以發現新聞時事節目佔了當月黃金時段一半 (50.8%) 以上的播出時間，綜藝與戲劇節目合計則約占三分之一 (33.1%) 時間 (請見圖二十二)。

圖二十二：公視 2015 年 5 月黃金時段節目比例分配圓餅圖



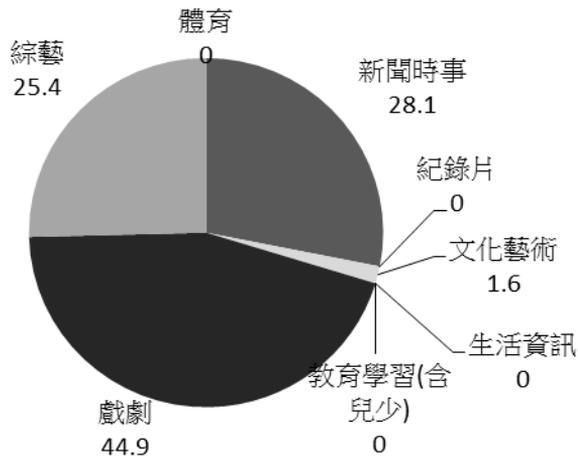
中國電視公司於 2015 年 5 月份黃金時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 35.5% (44 時)、新聞時視節目 33.9% (42 時)、綜藝節目 25% (31 時)、生活資訊節目 3.2% (4 時)、教育學習 (含兒少) 2.4% (3 時)。可以發現其戲劇節目與新聞時事節目佔了當月黃金時段三分之二 (69.4%) 以上的節目播出時間 (請見圖二十三)。

圖二十三：中視 2015 年 5 月黃金時段節目比例分配圓餅圖



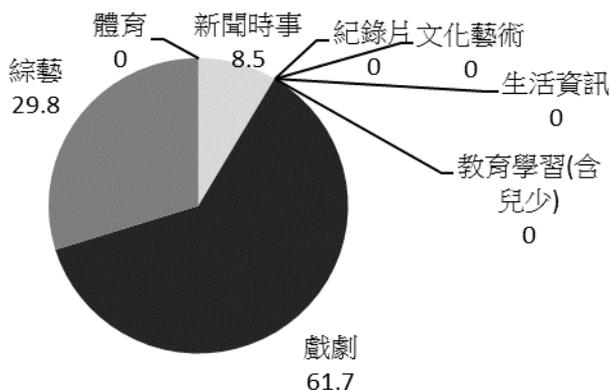
台灣電視公司於 2015 年 5 月份黃金時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 44.9% (55.6 時)、新聞時視節目 28.1% (34.8 時)、綜藝節目 25.4% (31.5 時)、文化藝術節目 1.6% (2 時)。可以發現其戲劇節目與新聞時事節目佔了當月黃金時段近四分之三 (73%) 的節目播出時間 (請見圖二十四)。

圖二十四：台視 2015 年 5 月黃金時段節目比例分配圓餅圖



民間全民電視公司於 2015 年 5 月份黃金時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 61.7%(76.5 時)、綜藝節目 29.8%(37 時)、新聞時事節目 8.5%(10.5 時)。可以發現其戲劇節目佔了當月黃金時段六成(61.7%)以上的節目播出時間(請見圖二十五)。

圖二十五：民視 2015 年 5 月黃金時段節目比例分配圓餅圖



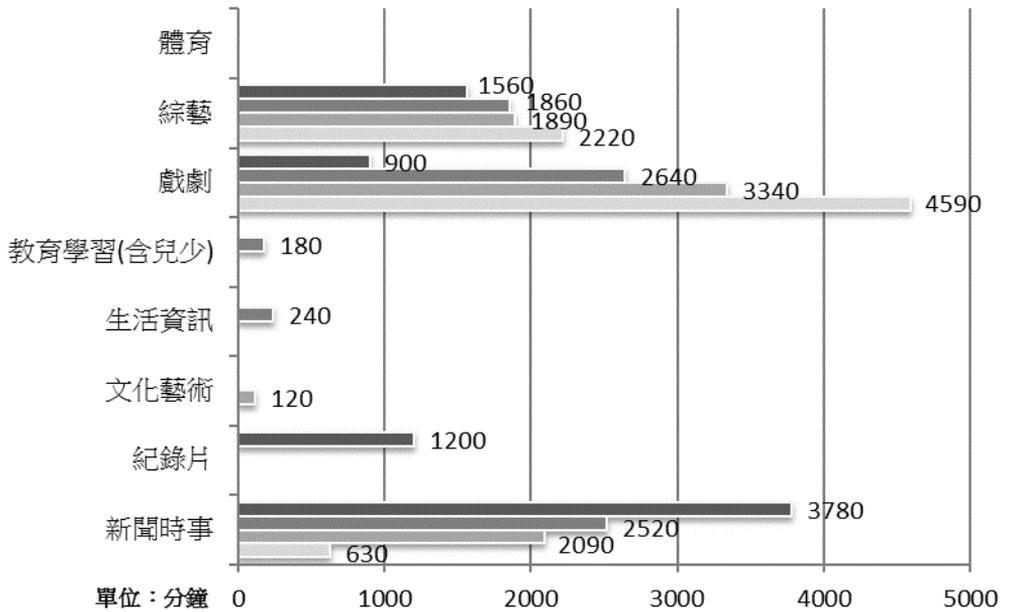
綜觀 2015 年 5 月份當月黃金時段，新聞時事節目上公視播出最多時數(63 小時，3780 分鐘)；戲劇節目上民視播出最多時數(76.5 小時，4590 分鐘)；綜藝節目上民視播出最多時數(37 小時，2220 分鐘)；生活資訊節目上僅有中視播出 4 小時(240 分鐘)；教育學習(含兒少)上亦僅有中視播出 3 小時(5248 分鐘)；紀錄片上僅有公視播出 20 小時的時數(1200 分鐘)；體育節目上各台播出時數皆為 0 小時；而文化藝術節目僅有台視播 2 小時(120 分鐘)。以黃金時段來看，其他商業電視台為了追求廣告收視率，皆分配較多比例於新聞時事節目、戲劇節目與綜藝節目，而公共電視則相對側重於新聞時事，並給予紀錄片較戲劇節目還要高的比例，顯示其節目規劃希望採取更為平衡與差異化的策略(請見表五與圖二十六)。

表五：各電視台 2015 年 5 月黃金時段排播節目類型統計表

	新聞 時事	戲劇	綜藝	生活 資訊	教育 學習	紀錄片	體育	文化 藝術
公視	63 時	15 時	26 時	0 時	0 時	20 時	0 時	0 時
中視	42 時	44 時	31 時	4 時	3 時	0 時	0 時	0 時
台視	34.8 時	55.6 時	31.5 時	0 時	0 時	0 時	0 時	2 時
民視	10.5 時	76.5 時	37 時	0 時	0 時	0 時	0 時	0 時

資料來源：本研究製表整理 註：灰色網底表示製播時數在該節目類別中最高。

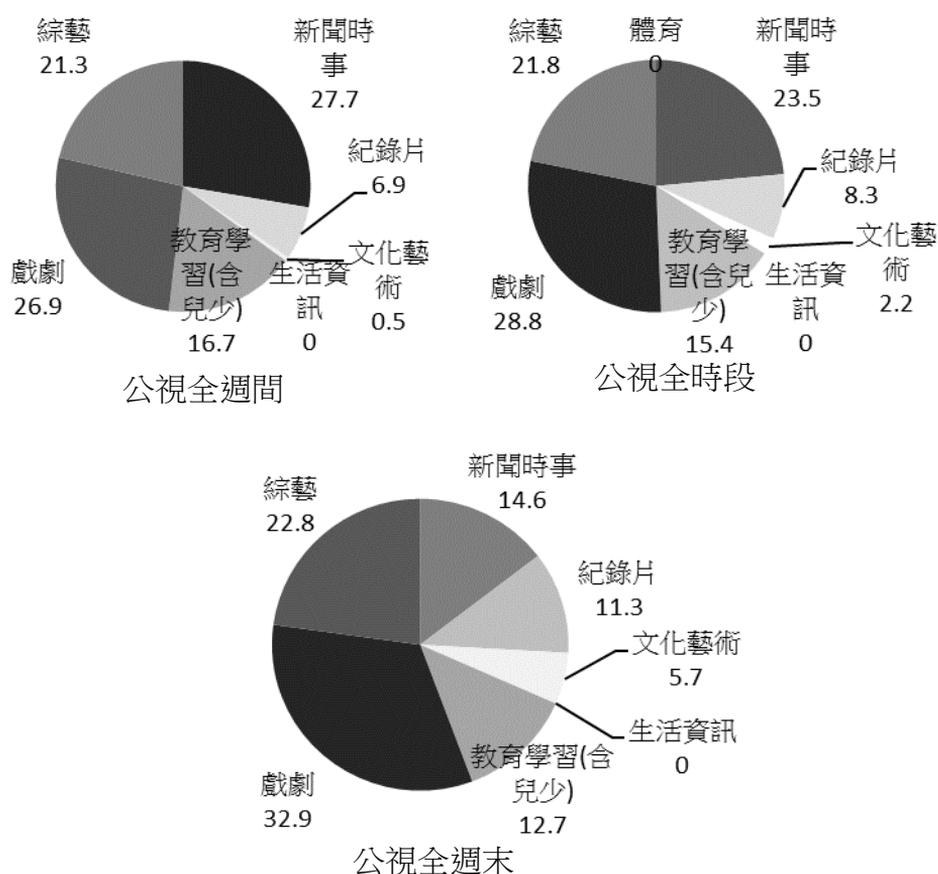
圖二十六：各電視台 2015 年 5 月黃金時段排播節目時數分配統計圖



(三) 週間與週末節目比例分配與比較

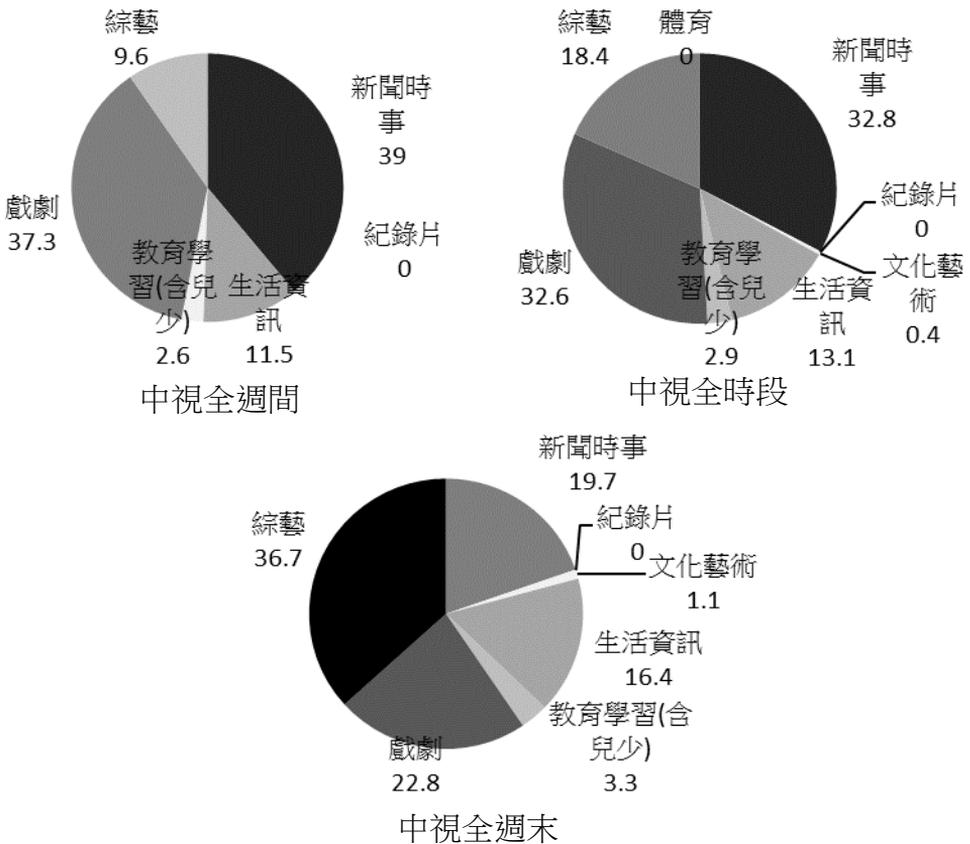
公共電視於 2015 年 5 月份全週間時段中，節目類型比例分配依序為新聞時事節目 27.7%、戲劇節目 26.9%、綜藝節目 21.3%、教育學習(含兒少) 16.7%、紀錄片 6.9%、文化藝術 0.5%。可以發現與公視自己全時段比例差不多。而全週末時段中，戲劇節目 32.9%、綜藝節目 22.8%、新聞時事節目 14.6%、教育學習(含兒少) 12.7%、紀錄片 11.3%、文化藝術 5.7%。可以發現公共電視於全週末時段中，戲劇與綜藝節目為其主要播出節目類型(請見圖二十七)。

圖二十七：公視 2015 年 5 月週間、週末與全時段節目比例分配圓餅圖



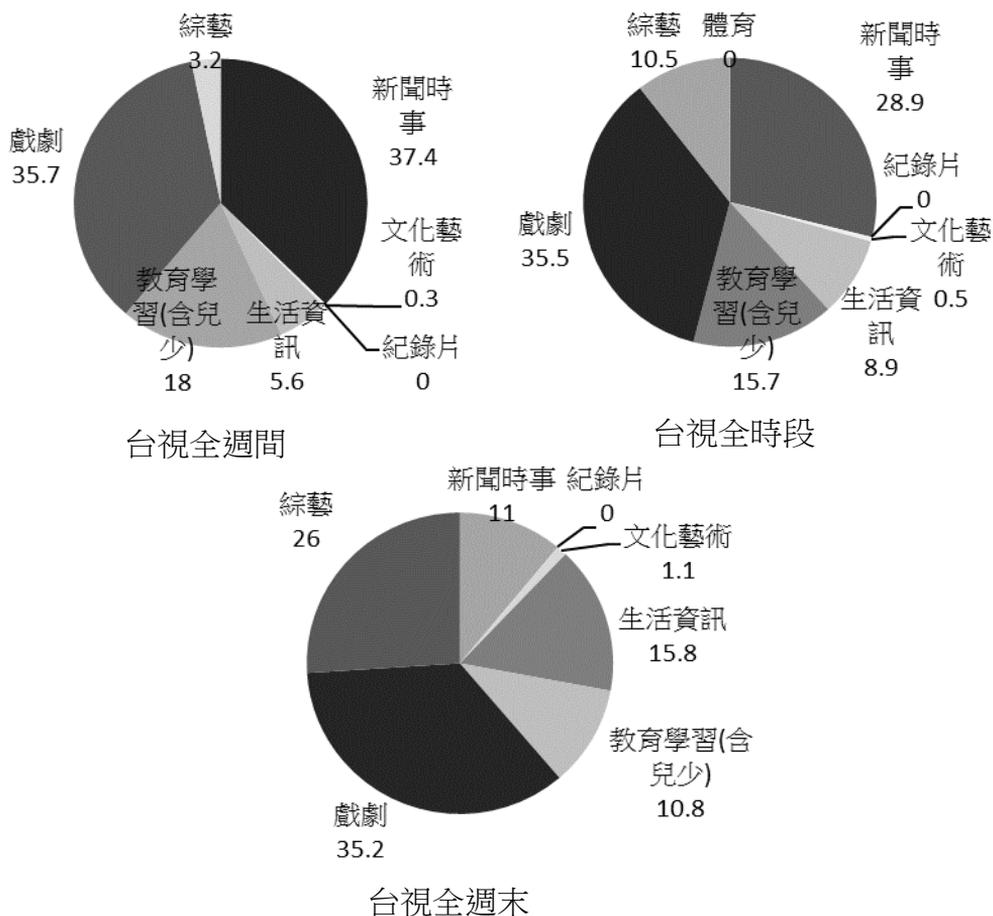
中國電視公司於 2015 年 5 月份全週間時段中，節目類型比例分配依序為新聞時事節目 39%、戲劇節目 37.3%、生活資訊節目 11.5%、綜藝節目 9.6%、教育學習（含兒少） 2.6%。可以發現與中視自己全時段比例差不多，但是綜藝節目縮減許多（相差 8.8%）。而全週末時段中，綜藝節目 36.7%、戲劇節目 22.8%、新聞時事節目 19.7%、生活資訊節目 16.4%、教育學習（含兒少） 3.3%、文化藝術 1.1%。可以發現中視於全週末時段中，綜藝與戲劇節目為其主要播出節目類型（請見圖二十八）。

圖二十八：中視 2015 年 5 月週間、週末與全時段節目比例分配圓餅圖



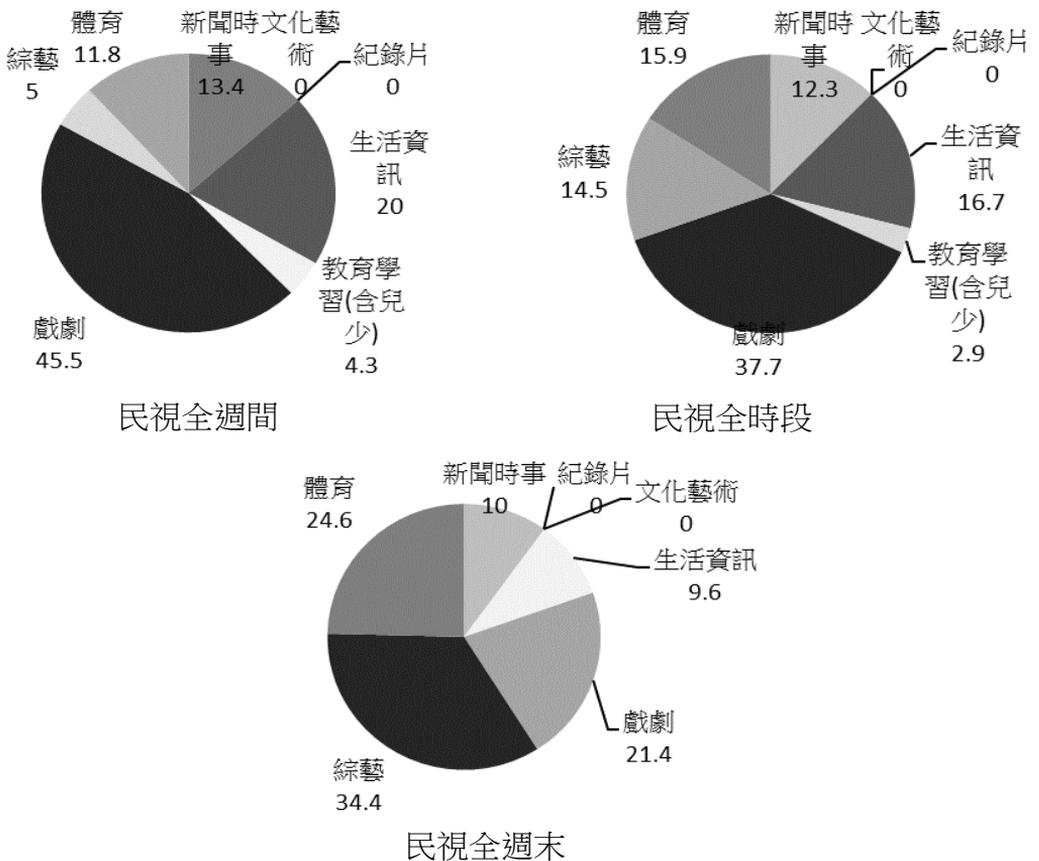
台灣電視公司於 2015 年 5 月份全週間時段中，節目類型比例分配依序為新聞時事節目 37.4%、戲劇節目 35.7%、教育學習（含兒少） 18%、生活資訊節目 5.6%、綜藝節目 3.2%、文化藝術節目 0.3%。可以發現與台視自己全時段比例差不多，但是綜藝節目上縮減許多（相差 7.3%）。而全週末時段中，戲劇節目 35.2%、綜藝節目 26%、生活資訊節目 15.8%、新聞時事節目 11%、教育學習（含兒少） 10.8%、文化藝術 1.1%。可以發現台視於全週末時段中，戲劇與綜藝節目為其主要播出節目類型（請見圖二十九）。

圖二十九：台視 2015 年 5 月週間、週末與全時段節目比例分配圓餅圖



民間全民電視公司於 2015 年 5 月份全週間時段中，節目類型比例分配依序為戲劇節目 45.5%、生活資訊節目 20%、新聞時事節目 13.4%、體育節目 11.8%、綜藝節目 5%、教育學習（含兒少）節目 4.3%。可以發現與民視自己全時段比較，戲劇節目的比例增加許多（7.8%），而綜藝節目則縮減不少（相差 9.5%），從民視全週間節目時段來看，戲劇是主要播出的節目類型。而全週末時段中，綜藝節目 34.4%、體育節目 24.6%、戲劇節目 21.4%、新聞時事節目 10%、生活資訊節目 9.6%。可以發現民視於全週末時段中，綜藝與體育節目為其主要播出節目類型（請見圖三十）。

圖三十：民視 2015 年 5 月週間、週末與全時段節目比例分配圓餅圖



綜觀週末節目，可以發現各電視台的播出節目比例時段中，除了民視播出約四分之一的體育節目外，綜藝與戲劇皆是主要播出的節目，連公共電視也不例外。公視的節目製作方式雖然有別於其他商業電視台，如：寓教於樂的綜藝節目、創新型態的戲劇節目、以社會少數族群作為題材等等，但是為了爭取更多民眾收視，其戲劇與綜藝節目的播出時數比例亦在半數以上，幾乎與商業無線電視不分軒輊，與商業電視節目策略存在明顯匯流現象。但是，公視在教育學習（含兒少）、紀錄片、文化藝術節目的比例分配上，還是較其它商業電視台高，尤其是紀錄片類型的節目，與商業台的零播出相較，差異更是明顯。不過，公共電視在本研究所分析月份的周末節目亦未播出任何生活資訊類型節目，反倒是中視、台視、民視提供了娛樂化的生活資訊型節目。

三、歷年公視年報之內容分析

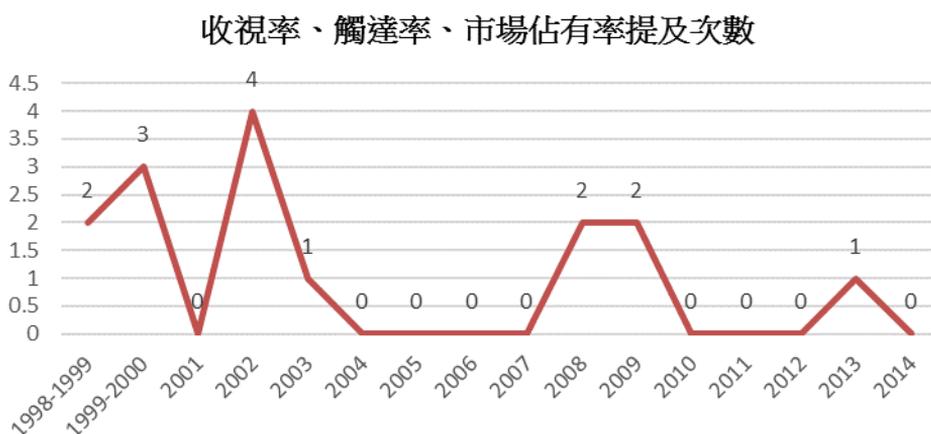
歷年（1998 年~2014 年）公共電視年報皆由董事長與總經理撰寫專文（「董事長的話」與「總經理的話」），向社會大眾說明該台的年度工作成果。本研究針對歷年 33 篇專文進行內容分析，試圖藉此掌握公視最高層治理者在節目策略上所秉持的原則與演變。相關分析並區分為兩部分，其一為分析 33 篇專文中涉及收視率概念的語詞，如「收視率」、「觸達率」與「市場佔有率」等，以探尋其與公視節目規劃策略之間的關係；其二為分析專文中提及節目類型的情形，以觀察其與節目排播比例之間的關係。

（一）提及收視率相關詞語之內容分析

在歷年 33 篇的公視年報中，「董事長的話」與「總經理的話」提及「收視率」、「觸達率」或「市場佔有率」等語詞共 15 次，但其中的 13 次皆僅陳述當年公共電視之「收視率」、「觸達率」或「市場佔有率」等「高」或「低」的事實，屬客觀描述性的使用。僅在 2002 年年報中，吳豐山董事長於專文中以帶有價值性的觀點 2 次提及「收視率」一詞，該文指出：「**世界各國的公共電視都不以收視率作為檢驗成果的單一指標，可是大家仍然很重視收視**

率，我國公共電視亦然。」具體顯示出公共電視在收視率上必須重視，卻又不能過度重視的兩難情境。惟此一對收視率僅有的評價式觀點並未出現在其他年報的專文，因此無法藉此窺探歷屆公共電視治理階層對收視率的態度及其變化（請見圖三十一）。

圖三十一：歷年公視年報中收視率相關詞語之提及次數之演變



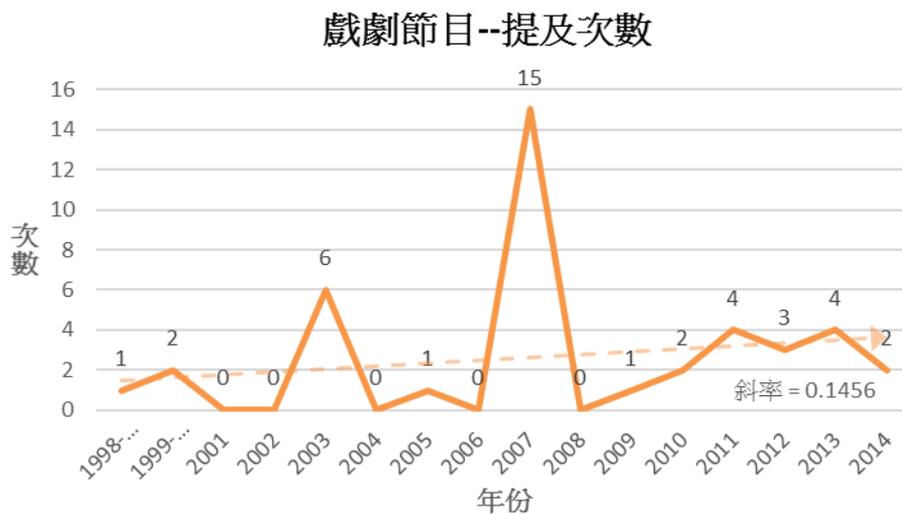
(二) 提及節目類型次數之內容分析

董事長與總經理在公視年報專文中所提及的節目類型，依次數多寡依序為戲劇節目 41 次、教育學習（含兒少）31 次、新聞時事節目 28 次、紀錄片 27 次、生活資訊節目 26 次、文化藝術節目 13 次、綜藝節目 9 次、體育節目 6 次。其中大多數節目被提及次數皆呈現上揚趨勢，程度強弱依序為紀錄片（斜率=0.2426）、戲劇節目（斜率=0.1456）、新聞時事節目（斜率=0.0882）、綜藝節目（斜率=0.075）、生活資訊節目（斜率=0.0735）、體育節目（斜率=0.0471）、文化藝術節目（斜率=0.0309）；惟教育學習（含兒少）節目（斜率=-0.1221），被提及次數則有越來越少的傾向（請見圖三十二至三十九）。

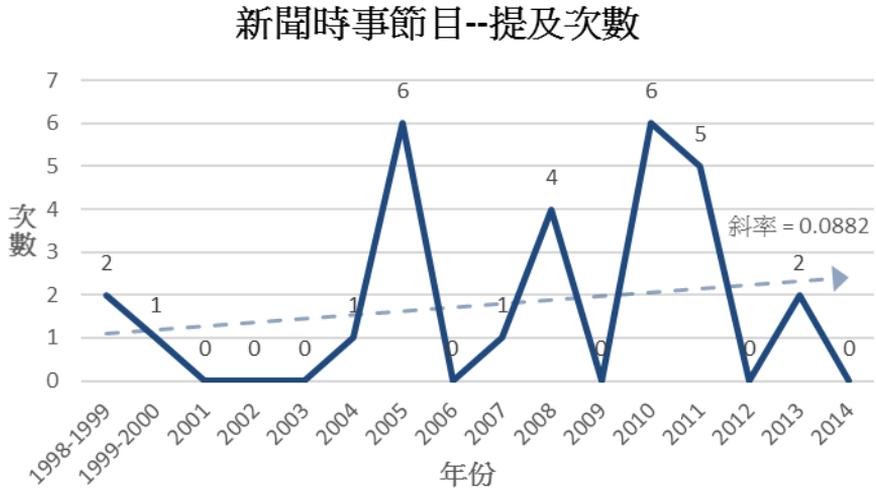
圖三十二：歷年公視年報中紀錄片受提及次數之演變



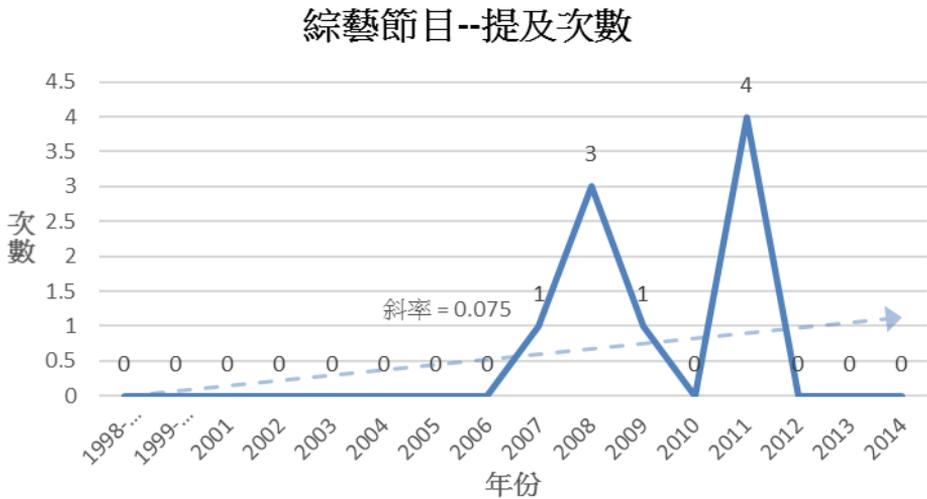
圖三十三：歷年公視年報中戲劇節目受提及次數之演變



圖三十四：歷年公視年報中新聞時事節目受提及次數之演變



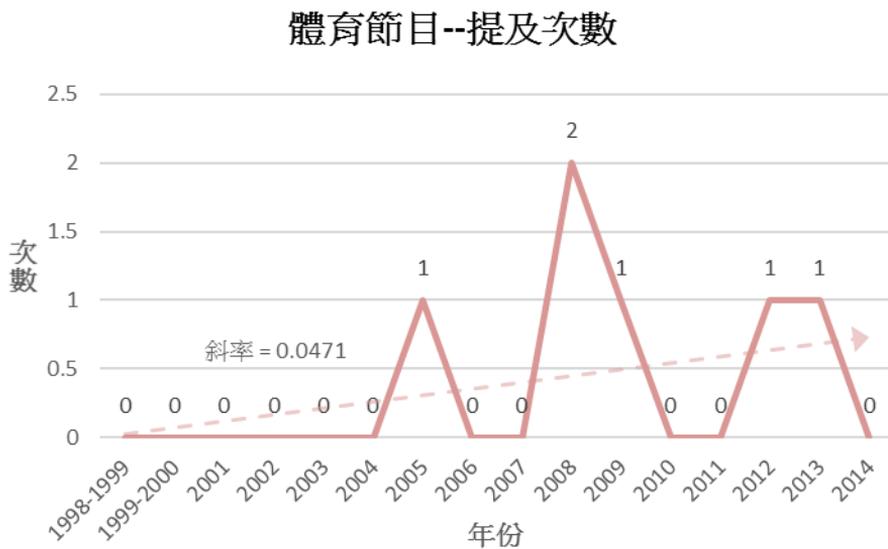
圖三十五：歷年公視年報中綜藝節目受提及次數之演變



圖三十六：歷年公視年報中生活資訊節目受提及次數之演變



圖三十七：歷年公視年報中體育節目受提及次數之演變



圖三十八：歷年公視年報中文化藝術節目受提及次數之演變



圖三十九：歷年公視年報中教育學習節目（含兒少）受提及次數之演變



值得注意的是，綜藝與戲劇節目被提及次數皆越來越多，其斜率亦較高，而教育學習節目逐年提及次數越來越少，其斜率為負。此結果與前述公視歷年全時段與黃金時段之節目排播比例所呈現的結果相似，亦即綜藝節目、戲劇節目排播比例越來越高，其斜率亦較高，而教育學習節目則排播比例越來越低，其斜率亦為較強烈的負值（請見表六至八）。

表六：歷年公視年報中節目類型被提及次數之演變走向

	程度強	>>>>	>>>>>>>	>>>>>	>>>>>>>	>>>>>	程度弱
正	紀錄片	戲劇	新聞時事	綜藝	生活資訊	體育	文化藝術
斜率	0.2426	0.1456	0.0882	0.075	0.0735	0.0471	0.0309
負	教育學習						
斜率	0.1221						

資料來源：本研究製表整理

表七：全時段節目類型排播比例之演變走向

	程度強	>>>>>>>	>>>>>>>	>>>>>>>	程度弱
正	綜藝	戲劇	新聞時事		
斜率	1.2936	0.9382	0.5814		
負	教育學習	生活資訊	文化藝術	紀錄片	體育節目
斜率	1.6696	0.5973	0.4593	0.0581	0.0324

資料來源：本研究製表整理

表八：黃金時段節目類型排播比例之演變走向

	程度強	>>>>>>>	>>>>>>>	>>>>>>>	>>>>>>>	程度弱
正	綜藝	新聞時事				
斜率	1.9404	0.5414				
負	戲劇	教育學習	生活資訊	文化藝術	紀錄片	體育
斜率	0.8669	0.6848	0.4544	0.301	0.1581	0.0118

資料來源：本研究製表整理

四、小結

綜合以上發現，首先，公共電視之綜藝與戲劇節目排播比例有逐年增加的趨勢；其次，綜藝與戲劇節目皆為商業電視台獲取收視率、增加廣告收入的重點經營節目類別，公共電視雖然在節目排播比例上相對平均，但在綜藝節目與戲劇節目上也有相當大的佔比；最後，歷年公視年報顯示，該台治理高層提及綜藝與戲劇節目的次數呈增加趨勢，與公共電視在綜藝節目與戲劇節目的排播比例逐年上升，相互吻合。雖然從年報中關於收視率的內容分析中，管理階層對收視率的態度並沒有明確表態，但相關分析仍然顯露，公共電視在節目排播上對收視率的態度似乎愈來愈見重視。

伍、結論

本研究清楚顯示，台灣的公共電視儘管出現在商業電視已然成為市場主導者之後，而與歐洲國家並不相似，但同樣避免不了向商業靠攏的節目策略。相對於同屬商業掛帥環境中的美國公視，我國公視雖然不必因為募款壓力而過度重視節目的收視情況，但尋求公眾認同的壓力不遑多讓。當然，即使相同類型的節目，其節目製作方式與內涵亦可有所差異，前文探討其他國家公共廣電業者在新聞與兒童節目製作上與商業廣電業者的差異即為例證。我國公視節目製播強調創新、品質與公共服務題材等，其形式與內涵自與商業電視有別，惟因缺乏質性研究的佐證，此種節目製作上的差異性是否因時間演變而有所變化，尚無法論斷。

不過，我國公視的節目規畫仍以一定比例的文化藝術、紀錄片與教育學習類節目彰顯公共服務特色，並致力以節目品質的領先證明自身的存在價值與合法性。包括金鐘獎與卓越新聞獎等得獎數在內的歷年國內外得獎紀錄不僅是公視的宣傳重點，亦是該台品質優先策略的最佳註腳。我國公視經費受到相當侷限，為維持節目品質不得不犧牲新製節目的數量，以 2014 年為例，

公視頻道全年播映時數共計 8,471 小時，新製首播的節目為 3,290 小時（公視，2015），僅佔 38.8%，形成「以重播率換取品質」的獨特策略。

由於所處脈絡的差異，我國公視節目策略尚有其它獨特於他國公視之處，例如同樣都維持或提升資訊型節目的比例，但其他國家的商業電視並不重視資訊型節目（如德國），相對的，我國公視則身處於商業新聞頻道密度高居全球之首的環境，其全頻道資訊型節目的增加（主要係製播台語新聞），除了公共服務使命的實踐之外，恐怕也是對觀眾需求的回應。

一、避免節目策略過度主流化

1980 年代之後，全球公共廣電多遭逢來自商業廣電愈來愈強大的競爭壓力，節目策略因而成為公共廣電組織的兩難。公共廣電組織若過於在意收視佔有率，將節目變得更為「主流化」，則可能喪失公共電視的獨特性，遠離公共電視的存在宗旨。但如果公共電視無法證明自己的節目與服務能夠盡可能滿足公眾的需求，吸引一定數量的觀眾收視，公視存在的正當性亦將很難辯護（Syvertsen, 2003; Tsourvakas, 2004; Meijer, 2005; Iosifidis, 2007）。

實證研究顯示，為了因應新傳播環境的挑戰，全球公共廣電多在不同程度上出現節目策略主流化、商業化的現象，此一現象雖被公共廣電營運者視為現實環境下的「不得已」舉措，但誠如 Open Society Institute 針對 20 個歐洲國家電視產業所做的調查報告指出，電視在支持民主運作上的關鍵角色正面臨威脅，其中原因之一就是「公共服務廣電為與商業頻道競爭而在品質上做出妥協」（EU Monitoring and Advocacy Program, 2005）。

許多研究均在不同程度上驗證了上述看法，他們發現媒體環境確實會影響閱聽者的內容偏好以及作為公民的責任感（Esser et. al., 2012）。常態性或花費比較多時間收視公共廣電的閱聽眾，其政治資訊與知識相對通達，對政治事務的興趣甚至政治能力也較高（Holtz-Bachal & Norris, 2001）。足見公共電視的節目內容與排播策略不僅關乎公眾視聽權利，更影響民主政治與公民社會的品質。學者因而呼籲公共廣電業者必須採行「品格維護政策」

(Integrity-safeguarding policy)，以各種方式宣示與檢視自我的作為(Blumler, 1993)。

我國公視節目製作是否過度重視收視率？節目排播是否過度傾向商業化的議題，雖曾引發若干討論或爭議，但整體而言，並未受到社會普遍關注。此或與公視收視占有率偏低有關，亦可能與公視其他問題的受注目程度高過此項爭議有關。但公視節目服務走向不只有其社會意義，亦有其實質的社會影響，不能等閒視之。相對其他國家，我國公視的收視市場占有率偏低，採取主流化、商業化的節目策略固然能夠提升若干占有率，但較之商業電視，其相對比例仍屬懸殊。就此而言，我國公視在現階段節目策略的制訂上是否應比其他國家更著重於獨特性的保持與發揮，恐怕是公視與商業電視「匯流」時必須特別留意的課題。

二、經費來源影響節目策略

那些因素會影響公共電視的節目策略向商業電視靠攏？若干研究顯示，公共電視組織的經費來源是影響此一走向的關鍵因素之一。León (2007, 2010) 的研究指出，擁有高廣告收入的公共電視頻道，其節目會變得更為娛樂取向。他以西班牙為個案的研究亦發現，儘管 2006 至 2007 年間該國的公共電視正式整合為 RTVE，並以邁向真正的公共服務廣電為目標，但在仰賴廣告收入為主要營收來源的壓力下，收視率仍然是節目規劃的重要考量，以致比較改革前後（2004 與 2008 年）的節目服務後發現，其與商業電視的競爭對手相當近似，黃金時段節目的多樣性甚至還減少了。⁷

⁷ 西班牙國會於 2009 年 8 月修法，取消公共廣電組織 RTVE 的廣告收入，規定其營運經費來自國家預算撥給與傳播產業(電信公司、開放式商業電視與付費頻道)特別稅，此舉嚴重削弱 RTVE 的總體經費。資料顯示，2011 年，RTVE 前兩項收入為 12 億歐元，2012 年，來自國家預算的費用較前一年少 38%，從私部門徵收來的稅亦較前一年少了 26.8%，兩項收入合計不到 10 億(Santín & Rubira, 2014)。儘管 2016 年，RTVE 的總經費提升為 10 億歐元，但截至 2014 年，累積負債已達 9 億(Gonzalez, 2015, August 6)。經費問題自然影響節目品質，RTVE 在電視頻道的節目排播上，不僅新聞時段變化不大(官網節目表顯示，綜合頻道 La 1 晚間新聞時段仍為 9 點，綜合頻道 La 2 夜間新聞時段在 12 點之後)，新聞公正性亦受內外訾議。2015 年 4

加拿大的情形亦復如是。一項針對該國公視 CBC 所進行的研究亦顯示，由於約半數的節目預算來自廣告，CBC 於 2006 年開始採取大眾取向的「加拿大製娛樂策略」(Canadian entertainment strategy)，於黃金時段(晚間 7 至 11 時)增加排播加拿大製連續劇與紀實娛樂性節目，其比例從策略啟動前(2005-6 年)的 7.5% 成長至 2008-9 年的 9.2%。不過，此一策略同樣遭到批評，指其犧牲了資訊性與地區性節目的製作經費(Savage, 2010)。

除了上述研究之外，Esser 等人(2012)的跨國性研究亦發現，高度仰賴廣告經費營運的公共電視提供較少的資訊型節目。McKinsey & Company (1999) 早幾年所做的研究亦指出，以執照費為其主要經費來源的公共廣播組織，較依賴廣告等商業收入的公共廣播，能夠提供更多的資訊與文化性節目。換言之，後者的節目獨特性將在營收多寡的考慮下受到影響。

公共電視經費增加及其來源穩定足以提升營運效能的最佳範例之一就是愛爾蘭公視 RTÉ。以執照費及廣告收入為營運經費主要來源的 RTÉ，受到來自商業媒體競爭等因素的影響，2001 年時猶短絀 7,100 萬歐元，但 2003 年即轉虧為盈，2004 年更淨盈餘達 680 萬歐元，主要原因就在於 2003 年起得到執照費大幅提升的挹注，以及據此所成功展開的節目變革。RTÉ 於 2002 年 11 月向政府提案，要求增加偏低的執照費以製作符合公共利益的優質節目，政府同意自 2003 年 1 月起一舉將執照費提高 40% (每年每戶增加 43 歐元，使每戶執照費總數達 150 歐元)。RTÉ 因此有能力推動以創新、品質及培育人才為目標，特別是提升自製內容的節目變革，其結果不僅節目表現深受肯定，連帶的廣告收入亦大幅提升，例如 2004 的廣告收入即增加 1,530 萬歐元(Iosifidis, 2007, pp.141-145)。

經費與節目品質的密切關係不只存在於公共廣播時代，對於業已逐漸展開具體實踐的公共媒體而言，同樣是唇齒相依。因為公共媒體除了要提供傳統的廣播服務，尚需投資不斷變遷中的新科技，以更細緻的多媒體能力滿足益趨零碎、主動與多元的閱聽眾需求，而這在在需要經費。但，本世紀以來，以執照費為主要經費來源的歐洲公共廣播組織一方面遭遇執照費運用於新

月，該台記者甚至派代表團直接到歐洲議會申訴其新聞自主遭到嚴重政治干預(Buck, 2015, April 27)。

媒體發展的合理性挑戰，另一方面亦面臨執照費因電視收視人口下降所形成的收入壓力，以致亟需重建執照費收入的新架構。公共廣電組織傳統的收視費來源主要係以擁有電視的家庭為其徵收標準，如今不同裝置都可接收公共媒體的內容服務，包括奧地利、德國、愛爾蘭、瑞典與瑞士等國都在研究以「裝置獨立」(device-independent)為原則的新架構來徵收執照費，亦即讓執照費與特定的電視裝置脫鉤，延伸至所有家戶以及一些企業。⁸其中，德國與芬蘭的轉制經驗顯示，當公共廣電組織得以向非電視家戶收取執照費之後，公共媒體的收入為之增加，其在新媒體服務的推動上也得到相對有利的基礎 (European Broadcasting Union, 2012; Burnley, 2016; 馮建三, 2015)。

若然，思考我國公共電視的發展方向時，就必須對我國公視現行的經費來源模式進行考量，如果我們希望擁有一個高品質且具有獨特性的公共廣電或公共媒體，現行的政府預算捐贈模式雖有不必受商業營收影響的好處，但終究有獨立性易受影響與長期規劃難以進行之虞，⁹特別是政府捐贈經費過少，不僅深深影響公視節目內容的走向，亦嚴重壓抑公視製作多元、創新與高品質節目的能力。此外，我國政府官員曾建議開放公視播放廣告，但考量公視頻道現有的收視率及國外公視的發展經驗，此舉不僅收入有限，更有迫使公視節目趨於商業化、主流化的高度風險。欲期公視達成營運宗旨，提升服務效能，充足而穩定的經費來源仍是最為關鍵的基本條件。

三、邁入公共媒體時代的節目策略

公共廣電面臨多頻道競爭之後，毫無疑問，如何讓公共頻道更貼近閱聽眾並保持節目內容的獨特性，已經是許多公共廣電組織戮力以赴與公共廣電支持者積極倡議的方向。對歐洲國家公共廣電機構如何面對數位化挑戰進行廣泛研究的 Iosifidis (2007, p.180) 即結論指出：「公共頻道必須更讓民眾有

⁸ 德國與芬蘭已於 2013 年採行執照費新制，瑞士於 2015 年 6 月通過修法，預估將於 2018 末或 2019 年初執行新制。

⁹ EBU(2016)提出公共服務媒體公共經費來源的四個原則，包括：穩定與充足，免於政治干預的獨立性，公正與合理，透明與問責。

感，更植基於民眾的生活，並且藉由節目創新、多元而獨立的新聞，多元內容的主題頻道，以及可觸達及可負擔的方式，成為所有廣電業者的範例。」

相對於南歐希臘與西班牙等國公共廣電曾經採取鮮明的商業化節目策略，以致被閱聽眾邊緣化的處境，一些西歐與北歐國家公共廣電機構在節目匯流問題上的因應策略顯然得到較佳的結果。Meier (2003) 與 Meijer (2005) 針對德國公共廣電所進行的研究即發現，相當倚賴廣告收入為其經費來源的德國公視 ZDF，雖然在許多方面模仿了商業電視的節目策略，包括其節目排檔的決策愈來愈依賴精細的閱聽眾研究。不過，強調「以品質獲取收視率」(ratings through quality) 的 ZDF，並沒有完全陷入喪失獨特性的眼球戰爭。整體而言，德國公視反而是在「組織自利」的思考下，採取與商業電視不同取向的節目差異化策略，並因而保有其獨特性。

如今，公共廣電已邁入公共服務媒體的數位化時代，處於多平台、多載具的傳播環境下，閱聽人的閱聽行為已然大幅改變，傳統電視頻道的節目排播策略對公共生活的影響已逐漸降低，特別是對年輕世代的閱聽眾。但即使是在各種新興媒體蓬勃發展的今天，無論從何種平台、何種裝置接收視聽服務，電視組織所製播的內容仍然為多數人的重要訊息與娛樂來源，也仍然是建構現代公民身分 (citizenship) 的重要基礎，而由傳統公共廣電業者發展成的公共服務媒體，則在諸般電視組織中繼續發揮提供有價值公共服務內容的不可替代的功能。許多學者從理論與實證研究的結果論證新傳播時代同樣存在市場失靈現象，¹⁰因為新媒體或新平台與所有傳統媒體領域殊無二致，同樣存在向寡占傾斜的經濟動態，亦更容易造成本國自製內容的短缺 (Berg, Lowe & Lund, 2013; Donders, 2012, pp.25-48)。

¹⁰ 長久以來，公共廣電的擁護者以廣電服務若依附於商業競爭將出現市場失靈，作為有力的支持論述。數位新媒體時代到來之後，許多公共廣電的反對者振振有詞的說，市場失靈論已經「失靈」了，因為如今不僅包括博物館、圖書館、大學等機構可以提供公共媒體的若干服務，商業媒體同樣產製許多具公共價值的內容。但公共服務媒體的支持者則提出諸多論證，強調市場失靈現象持續存在，並非已然消失的歷史課題。如果說新科技讓公共媒體擁有高度發展潛能的主張乃是一種科技樂觀主義，反公共服務媒體的論調則是不折不扣的科技決定論 (Donders, 2012; Donders & Bulck, 2013)。

D'Arma, Enli & Steemers (2009) 針對英國、挪威與義大利等三個國家公共服務媒體兒童節目的研究即指出，即使是在數位時代的今天，本國自製內容仍然是公共媒體組織能夠與商業媒體做出區隔的要素之一，而財務來源也同樣是決定公共服務媒體能否維持自製內容原創性的關鍵因素之一。就此而言，獨特性在公共服務媒體時代的重要性顯然不會消退，甚至是不減反增。

除此之外，Jakubowicz (2006) 的研究強調，公共服務媒體的節目策略除了將節目服務延伸至各個平台與載具，尚須有更進一步的思維。公共服務媒體必須將閱聽眾視為一個包含多種需求與興趣的「完整的人」(complete human beings)，重新思考其節目策略。換言之，所謂內容普及性的概念不應該停留在以一體適用 (one-size-fits-all) 的節目規劃提供於所有頻道、平台或載具，而必須為不同的頻道、平台或載具量身製作專屬的內容，以服務不同或特定的閱聽眾，而且這些服務必須能夠出現在各種重要的頻道、平台或載具之上，包括個人化的公共服務 (personalized public service)，以實現觸達的普及性。顯然，普及性原則在公共服務媒體時代也需要做進一步的深化。

儘管公共服務媒體仍處於實驗階段，甚至其他公共機構或商業媒體亦在新的媒體生態中提供公共服務，但頗多國家的公共服務媒體已走出自己的路，並展現亮眼成績。一份由英國 Open Society Foundations 所進行的全球性廣泛調查即顯示，對許多公民而言，公共服務媒體仍具重要性，即使閱聽眾益趨零碎化，其所產製的內容依然受到重視與信賴 (Horowitz & Clark, 2013; Tambini, 2014)。探討如何以永續政策支持公共廣電發展為公共服務媒體的 Donders (2012, pp.41-42) 因此強調，公共廣電業者仍將是公共服務媒體的核心，因為它擁有在新媒體市場實現公共利益的可觀技能，是實現媒體政策的最佳工具，協助民眾克服內容爆炸問題的最好幫手，也是資訊零碎化時代促進社會凝聚的有力憑藉。

面對公共服務媒體時代的來臨，我國公共電視已經在多平台、多載具的服務上展開新的嘗試與實驗，不過，限於經費等因素，跨出去的步伐相當有限。未來如何從自我社會脈絡出發，對源自公共廣電時代的治理原則進行轉化，並展開嶄新的內容服務，已經是無可迴避的課題。就此而言，全球公共廣電業者在頻道節目策略上所經歷的「匯流經驗」，或許將不只是歷史的陳

跡而已，更是對自身如何邁向未來的珍貴啟示。本研究分析顯示，公共廣電成立以來所標舉的普及性、多樣性、獨立性與獨特性等四項要素，不僅沒有隨著媒體環境的變遷而降低其重要性，反而需要透過創造性的轉化以實現公共服務媒體的新時代角色，對此，本研究的探討顯然只是起步而已。

此外，本研究未直接訪談公視經營者的節目策略思維，以與實際節目變遷相互印證；側重節目類型的數量變化，而未及於節目內容之質的分析，均為本研究之限制所在，亦為未來可進一步深入探討之處。

參考書目

- 公視 (2015)。《2014 公視基金會年度報告》。台北：作者。
- 馮建三 (2015)。〈公共政策與(新)媒介財政〉，《傳播、文化與政治》，1: 101-141。
- 劉忠博、丘忠融譯 (2007)。《多媒體時代下的廣電事業、社會與政策》。取自：
<http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc> (原書 Graham, A. & Davies, G. [1997]. *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: Luton University Press.)
- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2008a). Public service broadcasting in converging media modalities : Practices and reflections from the Netherlands. *Convergence*, 14(3), 351-360.
- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2008b). Reinventing public service broadcasting in Europe: Prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*, 30(3), 337-355.
- Berg, C. E., Lowe, G. F., & Lund, A. B. (2013). A market failure perspective on value creation in PSM. In G. F. Lowe & F. Martin (Eds.), *The value of public service media* (pp. 105-126). Göteborg, SE: NORDICOM.
- Blumler, J. (1993). Meshing money with mission: Purity versus pragmatism in public broadcasting. *European Journal of Communication*, 8, 403-424.
- Buck, T. (2015, April 27). Spanish state broadcaster TVE accused of political bias. *Financial Times*. Retrieved from
<https://next.ft.com/content/4625b188-e818-11e4-9960-00144feab7de>
- Burnley, R. (2016). *Public funding principles for public service media*. Le Grand-Saconnex, CH: European Broadcasting Union. Retrieved from
[file:///C:/Users/asus/Downloads/EBU-Legal-Focus-Pub-Fund_EN%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/EBU-Legal-Focus-Pub-Fund_EN%20(2).pdf)
- CMRTV. (2001). *Public broadcasting : Why ? how?* Paris, FR : UNESCO. Retrieved from
<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf>
- Collins, R., Finn, A., McFadyen, S., & Hoskins, C. (2001). Public service broadcasting beyond 2000: Is there a future for public service broadcasting? *Canadian Journal of Communication*, 26(1), 3-15.

- D'Arma, A., Enli, G. S., & Steemers, J. (2009). Serving children in public service media. In G. F. Lowe (Ed.), *The public in public service media* (pp. 227-242). Göteborg, SE: NORDICOM.
- D'Arma, A., & Steemers, J. (2010). Public service media and children : Serving the digital citizens of the future. In P. Iosifidis (Ed.), *Reinventing public service communication : European broadcasters and beyond* (pp. 114-127). Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Donders, K. (2012). *Public service media and policy in Europe*. New York, NY : Palgrave Macmillan.
- Donders, K., & van den Bulck, H. (2013). The 'digital argument' in public service media debates : An analysis of conflicting values in Flemish management contract negotiations for VRT. In G. F. Lowe & F. Martin (Eds.), *The value of public service media* (pp. 145-163). Göteborg, SE: NORDICOM.
- Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Stanyer, J., ...Reinemann, C. (2012). Political information opportunities in Europe : A longitudinal and comparative study of thirteen television systems. *The International Journal of Press/Politics*, 17(3), 247-274.
- EU Monitoring and Advocacy Program. (2005). *Television across Europe: Regulation, policy and independence*. Budapest, HU : Open Society Institute.
- European Broadcasting Union (2012). *PSM Funding*. Le Grand-Saconnex, CH: Author.
Retrieved from
https://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-PSM-Funding_EN.pdf
- Gonzalez, J. F. (2015, August 6). *RTVE's budget increases by €100 million*. *Rapid TV News*. Retrieved from
<http://www.rapidtvnews.com/20090104188/about-us.html#axzz44BzIS6zF>
- Grade, M. (2004, June 29). Building public value. *BBC*. Retrieved from
http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/bpv_grade.shtml
- Holtz-Bacha1, C.& Norris,P. (2001).To entertain, inform, and educate: Still the role of public television. *Political Communication*, 18(2), 123-140.
- Horowitz, M. A., & Clark, J. (2013). Multi-stakeholderism : Value for public service media. In G. F. Lowe & F. Martin (Eds.), *The value of public service media* (pp. 165-181). Göteborg, SE: NORDICOM.
- Iosifidis, P. (2007). *Public television in the digital era*. New York, NY : Palgrave Macmillan.
- Jakubowicz, K. (2006). Keep the essence, change (almost) everything else : Redefining PSB for the 21st century. In I. Banerjee & K. Seneviratne (Eds.), *Public service broadcasting in the age of globalization* (pp. 94-116). Jurong Point, SG: AMIC.
- León, B. (2007). Commercialisation and programming strategies of European public television : A comparative study of purpose, genres and diversity. *Observatorio (OBS*) Journal*, 2, 81-102.
- León, B. (2010). Spanish public service media on the verge of a new era. In P. Iosifidis

- (Ed.), *Reinventing public service communication : European broadcasters and beyond* (pp. 197-208). Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Mater, M. A. (2006). USA : The state of public broadcasting—promoting democratic access. In I. Banerjee & K. Seneviratne (Eds.), *Public service broadcasting in the age of globalization* (pp. 312-326). Jurong Point, SG: AMIC.
- McKinsey & Company. (1999). *Public service broadcasting around the world : A McKinsey report for the BBC*. London, UK: BBC.
- Meier, H. E. (2003). Beyond convergence: Understanding programming strategies of public broadcasters in competitive environments. *European Journal of Communication, 18*(3), 337-365.
- Meijer, I. C. (2005). Impact or content ? Ratings vs quality in public broadcasting. *European Journal of Communication, 20*(1), 27-53.
- Ofcom. (2015). *PSB annual report 2015*. London, UK: Author. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/reviews-investigations/psb-review/psb2015/PSB_Annual_Report_summary.pdf
- Santín, M., & Rubira, R. (2014). Promotional practices in news programs: The case of Spanish public television. *International Journal of Communication, 8*, 810-829.
- Savage, P. (2010). Identity housekeeping in Canadian public service media. In P. Iosifidis (Ed.), *Reinventing public service communication : European broadcasters and beyond* (pp. 273-286). Hampshire, UK: Palgrave Macmillan
- Seneviratne, K. (2006). Definition and history of public service broadcasting. In I. Banerjee & K. Seneviratne (Eds.), *Public service broadcasting in the age of globalization* (pp. 9-58). Jurong Point, SG: AMIC.
- Stavitsky, A. G., & Avery, R. A. (2003). U.S. public broadcasting and the business of public service. In G. F. Lowe & T. Hujanen (Eds.), *Broadcasting & convergence: New articulations of the Public Service Remit* (pp. 137-146). Göteborg, SE: NORDICOM.
- Stemmers, J. (2003). Public service broadcasting is not dead yet : Strategies in the 21st century. In G. F. Lowe & T. Hujanen (Eds.), *Broadcasting & convergence: New articulations of the Public Service Remit* (pp. 123-136). Göteborg, SE: NORDICOM.
- Syvrtsen, T. (2003). Challenges to public television in the era of convergence and commercialization. *Television & New Media, 4*(2), 155-175.
- Tambini, D. (2014). Public media and digitization: Seven theses. In F. Bermejo et al. (Eds.), *Mapping digital media : Global findings* (pp. 75-105). London, UK : Open Society Foundations.
- Tsourvakas, G. (2004). Public television programming strategy before and after competition: The Greek case. *Journal of Media Economics, 17*(3), 193-205.

Examining the programming strategies of Taiwan's Public Television Service

Fu-De Hsu & Yuan-Hui Hu

ABSTRACT

Since the 1980s public service broadcasters globally have been experiencing ever stronger challenges from the commercial broadcasting sector. In order to adapt to the fast-changing competitive environment public service broadcasters mostly adopt convergence strategies in their programming, even though this action has been criticized as moving away from their founding mission statements, the principle of public service. The results of this research show that although Taiwan's Public Television Service (PTS) was established in a different context compared to other countries it cannot avoid following the trending strategy of programming convergence with that of its commercial counterparts. During the seventeen years since its establishment the scheduling ratio of variety and drama programs is increasing yearly and those programs constitute a considerable proportion of its overall broadcast. In addition, content analysis of PTS's annual reports over the years indicates that though the senior management may not openly voice the role of the ratings in the consideration of its programming strategies, its importance seems to be a rising trend. The conclusion of this study suggests that faced with the similar programming convergence phenomenon as in other countries the PTS should be provided with sufficient operational funding in order to fulfill its mission statement and be ready for the advent of the new public service media era.

Keywords: public service media, public service broadcasting, programming strategy, programming convergence, Public Television Service(Taiwan)

* Fu-De Hsu is graduate student of the Department of Communication, National Chung Cheng University, Chia-Yi, Taiwan, e-mail: shift0309@hotmail.com
Yuan-Hui Hu is Professor, Department of Communication, National Chung Cheng University, Chia-Yi, Taiwan, e-mail: telyhhu@ccu.edu.tw

· 傳播文化與政治 · 第四期
2016年12月 頁143-197

關於「看見」的持續思考與對話—
試評介邱貴芬《「看見台灣」：台灣新紀錄片研究》

郭力昕*

書 名：「看見台灣」：台灣新紀錄片研究
作 者：邱貴芬
出版日期：2016 年 1 月
出 版 社：國立臺灣大學出版中心

本文引用格式

郭力昕（2016）。〈關於「看見」的持續思考與對話—試評介邱貴芬《「看見台灣」：台灣新紀錄片研究》〉。《傳播、文化與政治》，4:199-207。

投稿日期：2016 年 7 月 31 日；通過日期：2016 年 8 月 25 日。

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

台灣紀錄片的論述文字相當不足，相關之學術研究寫作的出版更是缺乏。在邱貴芬教授的《「看見台灣」：台灣新紀錄片研究》問世之前，國內關於紀錄片的中文出版，大約集中在西方紀錄片歷史與製作的譯介¹，台灣紀錄片研究史料的整理與彙編²，以及對紀錄片創作者的訪談³這幾方面。過去兩三年出現了五份涉及台灣紀錄片評介或研究的專書出版。長期耕耘紀錄片創作與研究的李道明教授，將他對西方紀錄片歷史、製作、與概念所累積多年的知識分類耙梳，匯集為《紀錄片：歷史、美學、製作、倫理》（李道明，2013），並加入了一些台灣紀錄片的例證，與對台灣紀錄片產製分析的詳細資料，是很有價值的教學與研究參考書。筆者的《真實的叩問：紀錄片的政治與去政治》（郭力昕，2014）則是針對過去十餘年台灣紀錄片現象的一些觀察，與某些具有代表性之紀錄片作品的評論文字集結。游惠貞策劃編撰的《記錄亞洲》（游惠貞，2014）介紹了包括台灣的十幾個亞洲國家的紀錄片發展歷史與現況，擴展了讀者的視野，同時也對比了台灣與其他亞洲國家在紀錄片發展上的差異歷史經驗。

然而，第一本針對台灣紀錄片的學術專書研究，則是中國年輕學者李晨改寫其博士論文，並在北京出版的《光影時代：當代台灣紀錄片史論》（李晨，2014），這讓包括筆者在內的台灣紀錄片研究者應該感到有些尷尬⁴。李晨的著作在資料蒐集的研究工夫上尚稱認真，但由於其博士論文完成於 2007 年，而其主要的紀錄影片資料則止於 2005 年，而此專書並無太多資料更新上的改寫；少了台灣過去十餘年紀錄片文化最豐盛多元的景觀，多少減低了一些這份史論的參考價值。此外，由於對岸在研究與出版時無法避免的政治

¹ 如王亞維翻譯（1996, 1998）的兩本早期國外著作，分別在 2012 與 2010 年再版。另外，游惠貞譯（2000）是至今唯一一本關於西方記錄影像研究的學術性譯作。

² 如張昌彥、李道明（2000），李道明、王慰慈主編（2000），以及王慰慈主編（2006）。後者初步開展了對台灣紀錄片的研究和論述的可能方向。另外，「台灣國際紀錄片雙年展」移至國立台灣美術館舉辦時，國美館曾策劃兩套叢書《2008 台灣紀錄片美學系列（一）》（2008）、《2009 台灣紀錄片美學系列（二）》（2010），對台灣紀錄片研究具有一定的參考價值。

³ 例如，王慰慈（2001），蔡崇隆主編（2009），以及林木材（2012）。

⁴ 國內過去以來有不少研究台灣紀錄片的碩士論文，但針對台灣紀錄片歷史的整理研究尚不多見。前年自英國學成返台任教的陳斌全老師的博士論文（Chen, 2014），若有機會改寫為中文出版專書，將會相當令人期待。

考量，使這本史論在影片文本的議題選擇，或者其史觀與解釋方式，都有一定的考量或盲點，或不得不表態的既定立場。未必書中所有觀點都有問題，但一種必須被限制的觀點，總是讓一份學術研究寫作的參考價值大打折扣，不免可惜。

直到邱貴芬的這本專著面世，我們才真正看到了第一份由國內學者研究撰寫，具有高度學術參考價值與閱讀樂趣的紀錄片研究著作。如果第一本關於台灣紀錄片的研究性專書由中國學者在大陸出版，而令人有些尷尬的話，那麼國內第一本具有重量的紀錄片學術研究專書，是由一位長期在台灣文學研究領域成果豐碩的學者另闢空間的耕耘成果，則一樣得要讓如我這樣的影像文化研究者感到汗顏。台灣電影在劇情片方面的學術研究，相對地有著一些精彩的成績，而紀錄片則幾乎還沒起步。邱貴芬的這本著作，為台灣影像文化研究貢獻出一份傑出的成果之餘，同時也成為台灣影像研究者需要更加努力的標竿與鞭策。

本書的內容紮實豐富，概分五章。第一章是導論，從亞洲幾個國家紀錄片發展的宏觀視角，回顧台灣「新紀錄片」的發展進程，並定義 1980 年代中期以降的紀錄片，從視角（或發聲位置）、展現形式，以及生產、放映、流通模式等不同面向，何以為「新」。此章梳理台灣新舊紀錄片的發展軌跡與階段性變化，並針對紀錄片研究的理論與方法，以及紀錄片的定義、特質與主要議題，進行了基礎但相當全面的鋪陳。第二章與第三章，分別討論歷史紀錄片與環境紀錄片；通過與主題相關的諸多作品的提點，與幾部具代表性作品的細讀，歷史與環境這兩個邱貴芬認為關照著時間與空間的創作主題，成為本書在紀錄片主題類型上特別關注的研究方向。第四章與第五章的內容規劃，則由紀錄片創作題材或類型的討論，轉為紀錄片研究的其他議題：第四章以幾部具體作品討論台灣紀錄片的倫理問題，第五章則從國際影展的表現，分析台灣紀錄片在國際發聲的因素與困難。

每一章的內容都精闢、紮實，理論的耙梳和參照充分，書寫流暢，呈現了一位治學嚴謹的研究者，如何能在大量的資料和理論中進行提問與論辯，讓一本學術寫作保有高度的可讀性與思辯性，並不斷引發著讀者與之對話的慾望。這樣的例子全書比比皆是。例如，在第一章論及紀錄片特質的一節裡，

作者引述李道明與王斑教授的洞見，提醒我們「記錄片與真實世界無法切斷的連結……輕易取消紀錄片與劇情片的界線，並無助於我們探討紀錄片這種特殊電影形式所帶來的深刻課題。」（頁 46）在紀錄片創作方法與美學日趨多元的今日，我認為這樣的提醒並非回歸傳統的「反祖意識」，而是對影像與真實的深刻反思和提醒。又如，在第二章論及「影像化的歷史書寫」這個議題，也在本書第三章討論影像如何論述環境題材時被提及，這是一個關鍵議題，值得深入對話。我將在稍後回到這個討論點上。

以歷史和環境為主題的紀錄片，確實是台灣當代紀錄片的兩大類內容。固然，近三十年來的台灣紀錄片生產，還有其他主題類型，例如各類社會議題、勞工議題、國族認同、性別議題，以及個人化的題目，與勵志性的故事等等；作為一本研究台灣新紀錄片的書寫計畫，在這些主題類型上的討論，似乎未見研究者給予與如歷史和環境兩類主題同樣的篇幅。然而，一本專書不見得要包辦所有重要的紀錄片研究主題，這有待作者或其他研究者未來的持續書寫。本書的章節結構安排，一方面是結合了邱貴芬過去以來在紀錄片研究方面的論文，經過大幅度改寫或重寫之後的研究架構。另一方面，如邱貴芬所言，「歷史敘述」一直是她在文學研究上的關切課題；至於環境議題，則如作者在序文所提，是她跟著環境紀錄片導演或研究環境相關問題的同事朋友，親自到污染現場之後引發的研究驅力。這樣的研究動機所展示的主題選擇傾向與成果，經常可能會比面面俱到的學術書寫更具動人的能量。

作者以時間和空間的概念，看待歷史紀錄片與環境紀錄片這兩個本書主要課題。這樣的概念固然不錯，不過若以近年在當代視覺藝術領域討論熱烈的「人類世」(Anthropocene) 這個概念來看的話，則人類文明和工業發展對環境破壞的歷史與當下，使環境議題更可以是「時間」的課題：人類在無盡的經濟開發和資源掠奪的貪婪下，造成對環境的加速度毀壞，使今日的文明，要多快成為歷史與灰燼？歷史並沒有如福山的得意宣告，終結在社會主義陣營垮台的 1990 年，卻有可能比我們想像來的更快的將終結在資本主義對環境的無盡揮霍與破壞裡。環境議題，在這個意義下，就不僅是空間或時間的課題，而恐怕是最大、最急迫的政治議題了。

基於這樣的論點，使我針對本書就環境紀錄片的一些看法，希望與邱貴

芬進行一些持續的對話與商榷；一方面也是由於本書許多地方的論點，是我某些曾發表過的意見為一個主要的對話或論爭對象，使我意識到持續對話的責任與樂趣，是我閱讀本書在汲取知識之外的一大收穫。本書仔細梳理關於環境記錄片研究的國內外文獻、論點，並以幾部國內作品進行深入的分析討論；當本書回應包括筆者在內的諸多評論意見時，邱貴芬秉持研究者面對學術研究的嚴謹態度，在回應、對話時的同意或不認可的意見上層次分明，客觀持平。對於本書同意或謬賞筆者某些其實也未盡嚴謹的論點，限於篇幅我就暫且略過，於此我只針對部分看法不同的地方進行對話。

作者以引為書名的齊柏林導演的【看見台灣】為例，分析這部締造了超過兩億台幣票房的環境紀錄片對環境議題的價值，以提出對包括我的一些對此片批評的不同意見。本書多次在不同的地方，對於過去十餘年來台灣許多進入院線的、受政府或商業機構支助的、能大肆宣傳的、或曾為政治人物背書的票房影片，被動輒冠以「被主流勢力收編」這個說法不能苟同，【看見台灣】則是其中一個爭論的案例，而我則是這個作者認為有問題的、或過於簡化的說法的主張者之一。也許我在過去曾發表過的幾篇相關評論文字裡，對於何謂「被主流勢力收編」這個概念，說的不夠清楚，而本書所引述的相關評論也不全是我的意見。但因為我多年來討論紀錄片的政治性，若因此需要某種程度的概括承受這個論點的話，我願意以曾經數次在他處提過的看法，於此再強調一次。

其一，有票房效果的紀錄片上商業院線，並不自動是「被主流勢力收編」，甚至應被期待它們可以發揮的話語效果；是在台灣特殊的戲院機制和觀影語境下，使上院線的「主流紀錄片」，常必須遵循投此語境之所好的某種選材與製作上的方向⁵，才是我擔心的問題。其二，所謂紀錄片「被主流勢力收編」，並不一定表示政治或商業勢力主動介入了「收編」計畫，以服務其政治宣傳或商業利益；甚至，並非紀錄片的製作團隊必然處心積慮的以其影片訊息，投懷送抱於主流勢力的政治或商業效益。他們可能只是想在票房

⁵ 不過，有些非以票房為目的的紀錄作品，也能有排上戲院放映的機會，如在國內最早得以上戲院放映的影像人類學者胡台麗教授的影片，或近年一些創作型的記錄作品，則不包括在這樣的討論裡。

上成功、亮眼，以確保有製作下一部影片的機會；甚至，創作者可能在營利之餘，也真的說服了自己，他們迎合或不自覺鼓吹的主流意識型態的影片，對社會進步是有幫助的。這其實更是在自我催眠之下，自己收編自己，自我合理化的加入主流勢力，以促進社會進步的姿態或宣稱，繼續鞏固、擴大主流意識型態，使其沛然莫之能禦。

回到【看見台灣】之政治效應的爭論。本書對比了黃信堯的【帶水雲】和齊柏林的【看見台灣】。作者以提問的方式，明確指出前者美感化雲林縣口湖鄉因地層下陷以致海水倒灌所形成的淹水「美景」⁶，但肯定後者見證了台灣的環境創傷，召喚了觀眾的環境意識，也產生了不少立即可見的正面政治效應。邱貴芬認為，這樣具有通俗話語效果的紀錄片，其教育和政治意義，並不比社運性質的環境紀錄片「低下」或無用（頁 150）。我很同意這個概念本身，也想強調，討論環境紀錄片的政治性時，通俗形式的影片或運動型影片何者具有更多政治上的「道德純粹性」，並不應該在討論的意念中。我也不認為社運影片自動就有較多的道德動機。

作者強調，本書的第三章「著眼於紀錄片政治（documentary politics），重點將放在影片的呈現方式如何回應、探索環境課題」（頁 112）。本書對環境紀錄片的關切，既然是它們的政治性，而非擴大解釋的 *ecocinema*，則也許爭論的核心問題，還是得回到「看見」這件事。見證人為的環境破壞，當然是具政治性之環境紀錄片必要的基本訊息。然而，許多對紀實影像的國內外研究與論述都早已指出，紀實影像若只停留在見證這個層面的訊息，則它大抵只能成為一種人道主義式的社會關懷，它的政治作用也只會是一種改良主義（liberal reformist）式的效應，對現狀（status quo）不但沒有威脅，反而幫忙鞏固了既有的政治生態或結構。⁷

作者問：「所謂『好』的、『值得讚許』的紀錄片到底是什麼樣的紀錄片？

⁶ 但作者於討論【帶水雲】的最後，仍以學術的謹慎態度，提醒此作仍未必是呼應主流勢力，其可能原因，引張子見教授的說法，乃是淹水的生活方式，可以營造出一種地方產業特色，也許「以後口湖會變成台灣的威尼斯，大家過著一種水上的生活。」（頁 137）

⁷ 關於紀實影像之見證作用的相關論述，尤其是紀實攝影方面的批評，文獻太多，也已成爲紀實影像研究方面的某種共識，遂不於此作特定的援引。

紀錄片的『政治性』顯然是個複雜的課題。」(頁 142) 作者也認為，一部不到 100 分鐘的影片，不可能將關於各種國土破壞的結構性原因都交代清楚。我同意一部篇幅有限的紀錄片無法觸及過多問題，結構性問題的詳細分析，也未必一定是所有紀錄片創作者的責任或應有的能力。但是，一部希望帶給觀眾認識環境議題的紀錄片，應該要讓觀眾同時看見的是問題，不能只是現象。問題可以在記錄現象時提問，起碼提問一兩個何以台灣環境會全面崩毀的核心問題，比完全不碰要對觀眾有幫助的多。【看見台灣】不斷俯瞰這個島嶼地表的環境創傷，但更多的創傷影像，並不會累積成具有政治認識意義的提問；沒有準確的問題意識，觀影之後的一時熱血行動，恐怕很難阻止這些環境問題的繼續存在與惡化。

事實上，觀看「環境創傷影像」這件事，可以是很弔詭的。影像創作的人都知道，框取之後的照片，或者通過特別鏡位（尤其空拍、俯視這種充滿神聖感的角度）、光線、色彩與鏡頭運動下的動態影像，可以「化醜惡為美麗」，將任何原本應該是髒亂、惡質、創傷的視覺材料，轉化為美感經驗。這是攝影機所具有的「創造性」與魔術效果，有時未必是攝影者刻意為之。果若如此，則更多的環境創傷見證，對觀眾的環境意識，有何根本上的助益？環境污染與破壞，根本的問題在國家／跨國資本主義和地方經濟利益的高度勾結，我認為它因此是大於國族矛盾、文化衝突或恐怖主義的更為迫切的全球政治問題（只是強國領袖一直刻意淡化它的急迫性）。也因此，本書第四章論及的各種紀錄片倫理，儘管都非常重要而具有前提意義，我仍認為涉入現實的紀錄片，最後、最大的「倫理」，是紀錄片究竟讓觀眾「看見」了什麼，有沒有政治性的提問或問題意識。

這樣的討論，不斷觸碰到一個關鍵討論：紀錄片這樣的敘事形式，對複雜的議題或政治性提問，究竟能夠做多少？作者在論及歷史紀錄片和書寫歷史的差異時，引述一位國外學者的論點，認為影像面對的是一般觀眾而非歷史專家，「其目的在於激發對於一個議題的興趣和後續探討，便可能捨棄在短短一兩個鐘頭的影片裡進行複雜深入的辯證，避免讓觀眾難以消化而失去興趣的風險」(頁 70)。這樣的看法，大約也適用於環境或政治等議題複雜的紀錄片。文字與影像確實是兩種不相同的語言，但它們是否一定如此南轅北

轍，以及，因剪接而能組織意義和結構性話語的動態影片，在面對複雜議題時，是否只能激發觀者的眼球、情緒或初步的興趣，這些仍可商榷。我在英國看他們的電視紀錄片時，發現他們對影視作品的敘事與提問企圖，和問題化議題的能力上，並不自我設限，或假設觀眾一定看不懂、不耐煩；相反的，他們的策略是「高估觀眾」的議題接受能力。長此以往，終究培養出能夠閱讀影片複雜議題的觀眾，與能製作複雜深入之影像敘事的人才。這個經驗，或許值得我們以文字書寫的人，反思對影像敘事潛力的既定想像。

本書最後一章，分析台灣紀錄片在國際發聲時，能入選國際影展或者競賽得獎的影片，原因在哪裡；台灣紀錄片雖然質量豐富，卻又普遍難以受到國際注目的因素有哪些。作者對國際文化政治的通透分析，非常值得紀錄片創作者思考與參照。而書末作者留給讀者的兩個問題：台灣紀錄片在國際上「不被看見又如何」，以及，「如果被看見了，但是台灣觀點的論述卻缺席、消音，我們認為如何」，俱是有價值的提問。若以讀者的位置回應這兩個問題，我會認為：紀錄片若在乎其政治意義，首要或優先的目的，是在地的意義；是否能讓國際看見、認可，於我並不重要。如果為了擠上國際舞台，被要求刪減在地的政治意義或脈絡，或為了投「國際（其實就是西方）市場」之所好，而在題材與表現上配合這個市場的消費需要而做取捨，則是本末倒置。

紀錄片的「看見」或「被看見」，是一個需要不斷討論、爭辯的題目。因為邱貴芬《「看見台灣」：台灣新紀錄片研究》的出版，我們藉由其質量充沛的研究成果，在吸收了知識和觀點之餘，也因此有機會進行持續的對話。所有創作或研究紀錄片的人，與希望深入瞭解台灣紀錄片文化的讀者，都應該為本書多方面的價值而感謝它的出版，並享受本書貢獻的豐碩內容、思考與提問。

參考書目

王亞維譯（1996）。《記錄與真實：世界非劇情片批評史》。台北：遠流。（原書

- Barsam, R. M.[1992] . *Non-fiction film: A critical history*. Bloomington, IN: Indiana University Press.)
- 王亞維譯 (1998)。《製作紀錄片》。台北：遠流。(原書 Rabiger, M.[1992]. *Directing the documentary*. Boston, MA: Focal Press)。
- 王慰慈 (2001)。《記錄與探索：1990-2000 大陸紀錄片的發展與口述記錄》。台北：財團法人國家電影資料館。
- 王慰慈 (主編) (2006)。《台灣當代影像：從紀實到實驗 1930-2003》。台北：同喜文化。
- 李晨 (2014)。《光影時代：當代台灣紀錄片史論》。北京：社會科學文獻出版社。
- 李道明 (2013)。《紀錄片：歷史、美學、製作、倫理》。台北：三民。
- 張昌彥、李道明 (主編) (2000)。《台灣紀錄片研究書目與文獻選集》(上、下)。台北：行政院文化建設委員會。
- 李道明、王慰慈 (主編) (2000)。《台灣紀錄片與新聞片影人口述》(上、下)。台北：行政院文化建設委員會。
- 林木材 (2012)。《景框之外：台灣紀錄片群像》。台北：遠流。
- 陳樹升 (主編) (2008)。《2008 台灣紀錄片美學系列(一)》。台中：國立台灣美術館。
- 陳樹升 (主編) (2010)。《2009 台灣紀錄片美學系列(二)》。台中：國立台灣美術館。
- 郭力昕 (2014)。《真實的叩問：紀錄片的政治與去政治》。台北：麥田。
- 游惠貞 (2014)。《記錄亞洲》。台北：遠流。
- 游惠貞譯 (2000)。《誰在詮釋誰：紀錄片的政治學》。台北：遠流。(原書 Rabinowitz, P.[1994]. *They must be represented : The politics of documentary*. New York, NY: Verso.)
- 蔡崇隆 (主編) (2009)。《愛恨情愁紀錄片：台灣中生代紀錄片導演訪談錄》。台北：同喜文化。
- Chen, P.C.(2014). *A critical history of Taiwanese independent documentary*. Unpublished doctoral dissertation, University of London.

評《文化資本-創意英國的興起與衰退》

蔡蕙如

書 名：Cultural Capital: The Rise And Fall Of Creative Britain
作 者：Robert Hewison
出版日期：2014 年
出 版 社：Verso Books

本文引用格式

蔡蕙如（2016）。〈評《文化資本-創意英國的興起與衰退》〉。《傳播、文化與政治》，4:209-215。

投稿日期：2016 年 9 月 15 日；通過日期：2016 年 11 月 20 日。

* 作者蔡蕙如為英國羅浮堡大學社會學系博士生，e-mail: H.Tsai@lboro.ac.uk。

1997 年，布萊爾（Blair, Tony）領軍，英國工黨在野 18 年後，重回唐寧街十號。這個世人稱為「新工黨」的政府，執政後次年，推出「創意經濟」的說法，並迅速在數年之間，吸引全球許多國家的目光。台灣在本世紀初也逐次援引，更在華語世界率先使用「文化創意產業」一詞。

就英國來說，創意產業政策推出，在當時似乎是想成為藥方，解救英國的製造業衰敗與外移。但許多研究卻已指出，新工黨於 90 年代末所提出的創意產業政策，遵循的是經濟新自由主義的作法，未能振衰起弊；新工黨宣稱，這些「外包計畫，是公部門和民間企業的有效合作」，究其時，卻是柴契爾主義私有化策略的間接繼承者。在「酷大不列顛」(Cool Britannia)與「創意英國」(Creative Britain)的大旗下，佐以「知識經濟」、「資訊社會」、「創意經濟」等新的修辭（包括「新」工黨）下所推動的各種創意產業政策。雖然前文化媒體與體育部部長克里斯·史密斯（Smith, Chris）在《創意英國》（1998）一書曾宣稱接下來新工黨政府不僅會努力扮演滋養創意的角色，更會將民主精神帶入文化領域。而透過創意產業政策的推動，藝術與文化不再只是少數人的享受，而是全民共享的公共資源。然而在 2005 年的一個大規模的文化與體育活動參與度普查報告結果指出，只有不到 20%的民眾表示他們經常性地參與各類文創活動，57%的民眾反映他們幾乎非常少投入此類活動（Hewison, 2011, p.241），似乎間接證明了「創意英國」的計畫並未真正創造所謂的民主的文化參與。

《文化資本-創意英國的興起與衰退》作者休伊森（Hewison, Robert）作者本身即是親工黨智庫（Demos）的研究人員¹、文化歷史學者，主要研究興趣是戰後英國文化與藝術政策的發展與約翰羅斯金（John Ruskin）²，並長期為週日泰晤士報（*The Sunday Times*）撰寫藝術與文化評論。

¹ DEMOS 智庫於 1993 年成立，在其網站介紹上說明該組織為跨黨派的智庫，主旨為「讓政策貼近人民的需求」。並不定期出版政策研究與社會觀察報告。然而，根據《衛報》報導的介紹指出 DEMOS 其實是形成新工黨政治意識形態與政策的重要智庫。其創始人包括前英國首相辦公室政策主管 Geoff Mulgan 和 1980 年代《今日馬克思主義》雜誌的前編輯、《衛報》專欄作家 Martin Jacques。

² 約翰·羅斯金（John Ruskin, 1819-1900），英國維多利亞時期藝術家、藝評家、政治評論家，提出藝術社會主義，並和威廉·莫里斯（William Morris）等人主導英國美術工藝運動。

本書通過深度報導，追蹤新工黨創意政策的發展。作者淡化理論框架與文獻回顧，直搗黃龍。作者進入報章雜誌、演講文稿與政府文件，從中揭露決策過程，並對細微的改變有所交待，讀者從中可以清楚看看到，這些政客如何再三拋出新的詞彙，又如何通過節慶活動，消磨文化與藝術部門的核心價值與基礎。章節編排也以編年史的方式，描繪新工黨創意產業政策的起源與執行面的問題。主要聚焦在並從千禧穹頂計畫到 2012 年奧運開幕式（1997-2012）的過程，回顧新工黨失敗的創意產業政策與後來聯合政府（保守黨與自民黨）的樽節政策，各種公共工程外包、失敗的都市更新計畫，在在指出文化政策如何掛羊頭賣狗肉變成經濟政策。從「酷大不列顛」的宣言、千禧穹頂建設計畫、倫敦奧運更明確展現文化變成商品的問題。遑論目標至上、效率優先的政策管理，到頭來還是扼殺創意與文化的不歸路。

壹、創意產業政策扼殺創意

休伊森認為，新工黨上任以來先營造一種享樂、虛無、個人主義式的流行文化，接著以文化工業、資訊高速公路、知識經濟等口號與政策即將帶來的財富與就業機會做為號召。但研究顯示，創業產業政策的推行並不如預期效果，包括參與藝術活動的人口並無顯著上升、擴大創業產業人口就業機會的實際情況是：大多數工作仍是低薪、不穩定、臨時性的工作，並且大部分的工作並非所謂的「創意的」工作，而是被納入創意產業鏈裡的一般工作。

作者開宗明義表示「別再相信政治與藝術兩者八竿子打不著這種流行的偏見」，暗示著創業產業政策與文化政策發展歷史中，政治扮演的重要角色。而政治與藝術同樣扮演撩撥情緒、形塑社會文化的角色。休伊森因此說：文化不只是一種生活方式，更是一種組織生活的方式，這裡，休伊森在雷蒙威廉斯的名言上，更進一步強調政治活動的作用。對休伊森而言，文化資本應該是公共財的一部分，具有使用價值而非交換價值，並且它的價值來自於它的豐饒而非其稀缺性，每個人都可以共享。但在新自由主義的發展下，文化公共財卻被私有化為一件件商品販售，被作為工具性的使用。除了文化政策被工具化，變成經濟政策的一部分。新工黨的「創意」產業政策修辭，打造

了創意英國、創意經濟與創意階級，這些「很酷」的新詞彙，鼓勵了生活風格的個人主義與新的企業家精神，「創意階級」變成時尚，但其實刻意忽略創意產業勞動的自我剝削程度，一時間，新自由主義的意識形態成為最大贏家。

同時，新工黨政府上任以來推崇講究效率的現代化公共管理制度，對文化部門而言，布萊爾沿襲保守黨的政策：文化部門不該過度依賴公共補助，因此文化部門的觀光化的問題也因此浮現：公共補助轉而用來支持具有商業利益價值的休閒產業的活動與節慶。休伊森認為，例如由國家文化遺產部改名整併為新的文化媒體與體育部（The Department for Culture, Media & Sport, DCMS），表面上看起來似乎符合威廉斯對文化民主化的想像，實際上該部門的成立，特別是文化與媒體這兩個字並不是針對威廉斯的理想的公共廣播服務 BBC 而是指數位科技的匯流下，文化與媒體可以驅動整體文化工業，帶來更多利益。同時，雖然新工黨將文化與藝術設定為該部門的核心精神，但實際上只是將藝術和文化遺產重新包裝成一種新的經濟活動：文化與創意產業（本書，p. 28）。

特別是各地的都市更新計畫也被包裝在創意產業與觀光旅遊業的計畫中，各地城市以文化作為包裝，對於廢棄不再生產的工廠進行改造，從 1980 年代英國經歷一連串去工業化的過程，英國製造業在全球化與政府政策放任的浪潮下，也出走到中國印度等地設廠以降低成本（廉價勞動力）。這個製造業衰敗的空缺則由新工黨提出的「文化創造財富」（本書，p.34）變身為一個新政治手段，奠基於知識經濟的概念並且進一步分離原有傳統製造業工人階級的根基。

貳、千禧年體驗與奧運之後的副作用

即便新工黨高舉「效率至上」，標榜「新的公共管理學」，欲擺脫保守黨長年來迂腐守舊的形象，變得更「酷」。然而，創意產業政策的成效事與願違，連原本宣稱的經濟「效果」，也未能達成，箇中最著名，或說惡名昭彰的案例是千禧穹頂（McGuigan & Gilmore 2000, 2002; McGuigan 2003,

2004)。根據統計，新工黨至少浪費約莫 6 億鎊的樂透補助經費在千禧穹頂的計畫（Hewison, 2011, p.240）。

新工黨在 1997 年執政，大力推廣「創意英國」的政策口號，吹噓多少經濟與文化利益將在創意政策推動後大幅提升，但未有顯著成效。而千禧穹頂建造計畫，原是保守黨政府過去曾提出的計畫。新工黨讓它死灰復燃，試圖賦予新的意象：一個展示大英帝國的偉大即將邁向千禧年、象徵全英國人民的新的精神地標。不僅如此，政府宣稱此計畫，將會帶來巨大的觀光效益。最後這個由民間企業建造與出租、買斷公共空間，預算嚴重超支的千禧穹頂計畫，並未帶來預期的觀光財，號稱參觀人數。英國政府多少黔驢技窮，落得鼓勵中小學校前來千禧穹頂，辦理校外教學活動，目的無非是讓參觀人數得以增加。

建造千禧穹頂看似是為了慶祝千禧年的一系列計畫之一，但實為格林威治半島的都市更新計畫的一部分（Nicolson, 1999; Hewison, 2014, p.49）。作者發現，千禧穹頂其實曾被考慮坐落在德比或伯明翰，相較於倫敦格林威治半島原本是一處前工廠廢棄與汙染遺跡。雖然就技術上來說，千禧穹頂的唯一股東應該是英國政府。但千禧穹頂於千禧年（2000 年）之後的運作模式，在各種勢力妥協後，居然達成由私人企業負責營運的協議。由此可知，公共主導都市更新計畫固然不全是罪惡，但新工黨以文化為名的都市更新計畫，不僅由外包公共建設建案，經營權也被私有化，延續的是保守黨新自由主義化的政策思維與精神（本書，pp.50-52; McGuigan 2004）。

事過十年之後，2012 年的倫敦奧運會開幕典禮，同樣不脫名實不符的案例，再次暴露了創意經濟的問題。休伊森說，千禧穹頂的失敗在前，伊拉克戰爭致使英國聲望低落在後，這就使得標奧運會成為重要契機，新工黨試圖藉由壯盛國際慶典，重振英國雄風（本書，p.174）。國際奧林匹克委員會（International Olympic Committee, IOC）其實就是一家被各國政府慣壞了的國際性的私人公司組成，資金來源由可口可樂、麥當勞等國際企業贊助。這些企業在承辦奧運相關業務同時，還故意誇示運動會可望創造 7000 個職缺，欲藉此來控制贊助的合約細節與奧運票務銷售權（本書，p. 177）。休伊森同時也分析了倫敦奧運開幕如何再現大英帝國的偉大、「創意英國」的成功，

但實際上也僅此於那一夜在世界舞台上的表演而已，但這些「再現酷大不列顛」的表演是由超支的公帑、政治角力、近萬名的志工所共同燃燒的結果（本書，p.196）。

然而，奧運會畢竟也只是一種包裝，這次瞄準的就是東倫敦最為凋敝破敗的區域：下利亞河谷區（Low Lea Valley）。在奧運主館場等相關設施建造過程中，預算不斷增加，從原本兩億英鎊的建造費用，到 2003 年奧林匹克公園與其他設施的費用為「都市更新」的項目，又增加一億英鎊；額外的七百萬英鎊來自私部門。到了 2007 年，增加到 9.3 億英鎊（追加的經費來自英國政府、倫敦發展局、樂透彩，以及部分私部門支出）。奧運過後，就連伊莉莎白皇后奧運公園（Queen Elizabeth Olympic Park）也並非由皇室經營，而由民間企業管理。然而，奧林匹克公園附近街區的房地產、各種公共建設的興建才是主要目的。連當時的倫敦市長 Ken Livingstone 對體育賽事毫無興趣之人，都嗅到該區域在都更後的龐大商機，支持促使倫敦發展局支持此計畫，並提撥倫敦市政府額外的超過 6 億英鎊的稅金支持此區域都更計畫。這都難讓人相信，官方保證奧運會之後，該區域的整個社群的每一個居民都會因此受益。然而實際上受益的並非原本住在東倫敦的弱勢族群，在奧運之後，部分居民因為無法負擔上漲的房租而搬遷。所謂都市更新計畫，實未落實。

參、邁向公共的文化政策

對於新工黨所推動的創意產業論述與文化政策，休伊森認為，二十世紀的文化批判主要反對的是官樣文化與商業文化的價值與目的。而今（二十一世紀），官方文化與商業文化已經相互依存，這是因為英國新工黨所發明的創意產業政策所改變的關係。然而政府有職責推動「公共的文化政策」，發展公共補助的問責機制，為專家學者、藝術家、大眾之間建立一個良好的互信關係，對文化政策的推動而言，好的文化參與機制，並非「買票入場」而已，而更需要一種長期互動與在地文化組織的合作與培養計畫。然而目前在英國卻有很多地方的獨立文化組織，仰賴慈善基金運作，而非國家的公共補

助。文化資本不是為了創造更多文化商品、文化消費，而是一種文化的公共利益，它不是商品，而奠基在歷史累積的各種文化藝術遺產上並發展出永恆可持續性的知識體系，而所謂的「創造力」是因此而孕育，絕非「創意產業」(McGuigan 2016)。

參考書目

- Hewison, R. (2011). "Creative Britain": Myth or monument? *Cultural Trends*, 20(3-4), 235-242.
- McGuigan, J., & Gilmore, A. (2000). Figuring out the dome. *Cultural Trends*, 10(39), 39-83.
- McGuigan, J., & Gilmore, A. (2002). The millennium dome: Sponsoring, meaning and visiting. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), 1-20.
- McGuigan, J. (2003). The social construction of a cultural disaster: New Labour's millennium experience. *Cultural Studies*, 17(5), 669-690.
- McGuigan, J. (2004). *Rethinking cultural policy* (Issues in Cultural and Media Studies). Berkshire: McGraw-Hill Education.
- McGuigan, J. (2016). *Neoliberal culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Nicolson, A. (1999). *Regeneration: The story of the Dome*. London, UK: HarperCollins.
- Smith, C. (1998). *Creative Britain*. London, UK: Faber.

《眾志》以兩岸民眾為主體 推動文藝跨境交流

李哲宇*

《眾志》計劃¹的思想資源起於 1990 年代，來自亞洲民眾戲劇的交匯。我們希望透過韓國、台灣、香港與菲律賓等亞洲民眾戲劇工作者的跨境交流與學習參照，共同揭示草根政治的民眾連帶與戲劇形式，支撐無需閉鎖在民族國家之內的民眾視野，清除後冷戰時代下仍然存在的帝國殖民遺緒，同時超越順其衍生的經濟新自由主義框架。

90 年代民眾戲劇在亞洲的發展理路，聯繫於第三世界民眾的解放思維，試圖摸索社會主義運動的進程。它與共產政權相繼瓦解有關，反映彼時左翼政治想像計劃的失效。因此，具有革命意義的組織與解放構想，必須另作轉進，民眾戲劇的實踐應運出現，就是要通過民眾的參與和培力，以戲劇作為操演，提出新的烏托邦實驗，挑戰既有秩序。

台灣的小劇場運動是社會運動的一個部分，興起於 1980 年代。到了 1990 年代，進步能量大多聚集在地理認同，致使社會運動與小劇場運動處於頹勢。此時，幸有民眾戲劇適時引入甘泉，緩緩開通以社區作為行動場域的戲劇，承襲改造社會的烏托邦實驗。無須諱言的是，民眾戲劇行動得以依託於社區而開展，仍與起源於地理認同的「社區總體營造」政策有關。台灣的民眾戲劇或社區劇場，至今無法自外於政府的治理機制，根源在此。身處這個格局，戲劇越來越像是出氣筒，發洩了受壓迫者所面對的社會矛盾，對於治

*作者李哲宇為「眾志勞作群」成員，台灣清華大學社會所博士候選人，e-mail: lijeyu@gmail.com

¹由「眾志勞作群」籌畫，本文作者之外，成員包括關晨引、段惠民、許孟祥、黃顯淨、郭佳與宋慧昱。計劃訊息可參見：<https://zhongzhi2016.wordpress.com/>

安秩序的維穩，竟有功能；民眾備受壓迫，但卻無力明確指認作俑者，島內國族政治爭鬥與打造公民社會的煙霧，已然致使壓迫者的身影日益模糊。

相當明顯，民眾戲劇工作者的思索與行動難題是：國家政策會消解真實烏托邦的能量。戲劇參與者認同公民社會的公民身份，可能多於認同第三世界的民眾身份。身陷其間，民眾戲劇工作者自身如何自處？我們會是工匠，安然於修補治安秩序，抑或，我們必須不斷重擬民眾戲劇的問題意識？

因應前述歷史脈絡與現實困局，遂有「眾志勞作群」在 2016 年策劃《眾志》。延續亞洲民眾戲劇的經驗，對於民族國家場域的行動局限，我們有所警覺，其間，東南亞新移民女性在 2009 年成立於台灣的「南洋姊妹劇團」對於身份的認知與追求，更是沖擊我們對於公民的想像與界定。

壹、「姊妹淘戲劇交流」的跨境行動

通過肢體語言，「南洋姊妹劇團」表達新移民姊妹來台之後，必須面對的教育、價值觀與傳宗接代…等等議題。她們在 2016 年 10 月前往北京演出《看見我們》，陳述新移民在台申請各項證件的不易，以及取得國籍的困境。

「木蘭花開文化發展中心」則在 2010 年成立於北京，是關注和服務來到北京工作的女性的非營利組織，近年成立「木蘭文藝隊」演出民眾戲劇。除了服務打工女性的文化需求，使其融入城市生活，該隊也通過戲劇，試圖讓打工女性的社會處境能夠讓更多人看見，她們四處漂泊工作、擺盪於城鄉，心繫「流動兒童」與「留守兒童」…等等課題。

有感於「南洋」與「木蘭」團隊的共同處境與從事，「眾志勞作群」因此發起「姊妹淘戲劇交流」的行動，以戲劇為介面，促成雙方的交流，同時展現與傳播人們在跨國與城鄉流動之中，所遭遇的各種認同課題。

歷經半年多的戲劇工作坊，木蘭文藝推出《我是女人》一劇，南洋姊妹劇團則是以《看見我們》，在 2016 年 10 月 28、29 日於北京的木蘭社區所在地東沙各庄及蓬蒿劇場，進行兩場演出。

圖一：「木蘭文藝隊」與「南洋姊妹劇團」在北京蓬蒿劇場演出後合照



資料來源：黃顯淨攝（2016年10月29日）。

貳、「眾低音演唱」計劃——新工人藝術團首度來台演出

同樣是 1990 年代，全世界的生產線匯聚於中國，大量農村勞動力湧向城市。資本主義史上，這是最大規模的城鄉人口流動，數以億計的打工仔與打工妹離鄉背井，築構世界工廠與市場。

身處這個情境，「新工人藝術團」在 2002 年於北京成軍，其後勤走於中國各地，用音樂一點一滴拼裝農民工的生活樣貌，就像是在資本高分貝喧囂中，俯身採集這些不見容於時局的眾低音——成群成眾發出於建築業、製造業、服務業等勞動現場的時代噪音。

「新工人藝術團」的主要創辦人是陝西的中學音樂教師孫恆，從內蒙古到北京邊打零工邊學相聲的王德志，以及從浙江到北京四處賣唱的許多等

人。相較於京城絢爛的流行樂，他們的音樂總帶了點土味，瀰漫建築工地與工廠流水線的勞動塵埃。2004 年，在熱愛音樂與關注農民工處境等趨力下，發行第一張頗受好評與熱賣的專輯【天下打工是一家】。他們進而藉著版稅收入來到北京外圍的皮村，開始了以文藝倡議農民工文化的社群發展。這十年多來，在資源有限的條件中，他們相繼以最為土炮的方式，成立了「同心實驗學校」解決流動兒童的受教難題，搞了中國第一座「打工文化藝術博物館」，呈現農民工自改革開放後的相關檔案文件，並陸續號招各地農民工弄了數屆「新工人文化藝術節」²，以及專屬於農民工的「打工春晚」。

圖二：新工人藝術團在中正大學演出後與觀眾合照



資料來源：黃顯淨攝（2016 年 11 月 15 日）。

² 《傳播、文化與政治》編委會按，「新工人文化藝術節」第一屆在 2009 年 1 月 1 至 3 日，假北京舉行，其記錄與分析請見卜衛（2010）：〈民族誌教學：以「第一屆打工文化藝術節」的參與式傳播為例〉，《新聞學研究》，102: 229-251。

參、眾志眾籌

資本高分貝喧嘩的時局中，面向農民工的音樂創作本就不易見於主流，加上兩岸政治格局的長年喧擾，使得「新工人藝術團」在成軍 14 年以來，遲遲未能來到台灣演出。為了促成他們能夠來台分享以音樂開展的社會實踐經驗，「眾志勞作群」與「新工人藝術團」在 2016 年終有能力協作，由後者集資自費來台，前者在台以募款與販售胸章等方式，眾籌他們在台食宿、交通、演唱設備等全數支出。在師長友人支持與相關商品的義賣下，2016 年 11 月 13 日「新工人藝術團」等一行人總算順利來到台灣。15 日，在中正大學藝文中心的規劃下，首度在台進行演講與演唱；17 日受政治大學勞工研究所劉梅君老師的邀請，與世新大學社會發展研究所黃德北所長的安排，「新工人藝術團」團長孫恆分別進行了兩場彈唱新工人處境的演說。18 日至 20 日則是一連三場的《眾低音》，其中 20 日的演唱還特別邀請「南洋台灣姊妹會」，與「新工人藝術團」的許多和「九野樂團」的段玉一同為登台演唱進行音樂工作坊。

圖三：南洋姊妹會、新工人藝術團與九野進行音樂工作坊



資料來源：許孟祥攝（2016 年 11 月 20 日）。

民眾的樣貌自有其社會與歷史性差異，我們期待《眾志》以兩岸民眾為主體，而透過文藝為介面進行的跨境連帶，在「姊妹淘戲劇交流」與「眾低音」的操演下，能讓我們在藝術之社會性的思辨、民眾之界定與其能動性等課題與實踐上，有著積極的相互參照之用。³

³ 《傳播、文化與政治》編委會按，隨同「新工人藝術團」來台的呂途著有《中國新工人：迷失與崛起》（2013，法律出版社）一書。她的研究經驗顯示，即便身處極大不平等、儘管打工（新工人）階層受到極大的資本剝削，但「大家對“階級性”的詞語也感覺很難接受...“剝削”這個詞讓很多人覺得刺耳」。呂途在 2011 年 6 月 14 日與 20 位工友談社會公平，只有 5 人認為社會不公平，同時認為這個不公平很不合理（10 位認為不公平，但認這很正常；5 位說沒有不公平，又說若存在不公平，亦屬合理）。這個結果使得呂途從「主持人變成了主辯方，和在場大多數工友進行辯論」。（頁 264, 280）這段體驗，也是汪暉在為這本書撰寫序言時，再次呼籲要在中國等轉型社會的研究，「重返階級」的緊迫與必要，但得對階級概念再作分析的意思。（頁 4-5）黃德北與林深靖通過電郵邀約，一日內有四十多位響應，參加 2016/11/20 日在台北市汀州路與呂途的會晤。

訂 閱

零售：每期新台幣 500 元

個人訂閱：國內一年兩期 1000 元

海外一年兩期 1500 元(或 50 美元)

機構訂閱：國內一年兩期 2000 元

海外一年兩期 3000 元(或 100 美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

Communication, Culture, & Politics

Journal published by CMR, Taipei, Taiwan

December 2016 Issue 4

2 issues a year, in June and December

Sponsor

Campaign for Media Reform, CMR

Editorial Advisory Committee

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

Editorial Committee

Editor-in-Chief

Lihyun Lin National Taiwan University

Editorial Board

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

Editorial Assistants

Chung-Po Liu South China University of Technology

Publisher

Publisher

Campaign for Media Reform, CMR

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

Phone +8862-2522-1499

Fax +8862-2522-4970

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

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

ISSN: 2411-4006

Calligraphy: Yun-Chi Huang

Cover Design: Yiche Feng

Subscription

Personal:

NT1000/per year

(national, including shipping charges)

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

(international, including shipping
charges)

Institutional:

NT2000/per year

(national, including shipping charges)

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

year)

(international, including shipping
charges)

Postal Giro Account

50313103, Campaign for Media Reform

Some rights reserved, authorized under Creative
Commons license clauses.



Feature Research Articles: STS & Communication Studies

- *Dual Connectedness of Social Media: Connecting Networks of Users and Connecting Ecosystems of Techniques*
- *Never-ending Fluidity and Fragment: Exploring a Potential Research Approach to Materiality of Instant News Production*
- *Actor-Network-Theory as a Middle Range methodology for Mediatization Research: The dialogue between Mediatization Theory and ANT*

- *"The Big Lie": How Trump Uses Classic Authoritarian*
- *Chang Ching-Tse & Taiwan's Left-Wing Media in 1990s - "The Masses" magazine and the radio station of "Voices of the Masses".*
- *What is it like to Build a Media Startup at the Apocalypse of Media Industry? The Story of PanMedia.*
- *Getting Commercialized? Examining the programming strategies of Taiwan's Public Television Service*

Book Review

- *The Review of Regarding Taiwan : The new Taiwan documentary*
- *The Review of Cultural Capital: The Rise And Fall Of Creative Britain*

Cross-Strait Information

- *Zhong Zhi : the Cross-Strait People-centered, Cross-border Culture Interactions*