

目次

编辑室报告：「文化与媒体政策」的回顾与前瞻.....i

论文

- 台湾儿少电视的回顾、现况与反思.....李秀美/ 1
- 推展台湾关机运动：执行模式与未来发展.....王本壮、周芳怡/ 31
- 「小清新」的忧伤：以陈绮贞乐迷为例熊方瑜/ 59
- 让大船转弯：传统杂志发展新平台—
以《天下杂志》「独立评论@天下」为例.....王思澄/ 95
- 影像内外中国梦.....李政亮/ 131

书评书介

进步的颜色：

- 评介《重访灰色地带：传播研究史的书写与记忆》.....冯建三/ 149
- 书讯：《台湾记协年报》，年年报告了什么？.....刘昌德/ 159

主题介绍与书评：文化与自由贸易(3)

- 美国进出 UNESCO：过程与原因.....张时健/ 163
- 「文化帝国主义」与「文化全球化」：
重点是生产，不是消费.....洪贞玲/ 175

2016年文化与媒体政策倡议书.....媒体改造学社/181

稿约

· 传播 文化 与政治 · 第三期
2016 年 6 月

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

编辑室报告： 「文化与媒体政策」的回顾与前瞻

食品安全人人重视。近几年来，从 2011 年的塑化剂事件开始，大规模的食安问题年年出现，直到近日，新政府入主还没满月，关于美国猪的瘦肉精与日本辐射食品的争论，都是锣鼓喧天。

重视口腹的健康，人理之常，合当如此。文化与精神状态的健康，同等重要，但在「衣食足而后知荣辱，仓廩实而后知礼义」的用语及其意涵下，身与心的需要似乎分了家，二者的满足，俨然有了先后次序。

在特定时空下，这个次序并非全无道理，却也不是完整的道理，表现之一，就是台湾的政治系统对于「文化与媒体政策」的重视，并没有随经济增长而水涨船高。

回顾国府来台以后，第一次积极要以公权力，带动广电体制的正面变革，而不仅仅是迁就商控官营的局面，始自 1970 年代初期的文化局。该局位阶不高，设在教育部之下，但规范与管理的范围，与今日的文化部，几乎完全相同。就在文化局制订广电法，试图引入欧洲的公共服务制度的精神之际，该局突遭裁撤。当年若能引入，是否流于东施效颦之讥；或是，它与南韩模式，会有可以比拟之处？1980 年，南韩有光州事件，却可能意外地在残暴中，强化了日后阿里郎影音文化的工业基础。台韩的这个对比，如今早成明日黄花，无须另作想象与申论。

第二次积极的回应，是在 1979 年基隆首传违法的有线电视后，1983 年行政院「成立工作小组，评估有线电视可行性」。次年 2、3 月，惯以国家带动与管理市场的行政院长孙运璿，以及负责有线政策的政务委员费骅，先后中风与车祸身亡。这两起意外事故，也许，还得加上当时新闻局长与国民党文工会主任所倚重的人认为，「目前不宜发展有线电视」，致使该年 11 月，行政院已转消极。《有线广播电视法》因此在 1993 年方始制订，原征收营业额 3% 作为特种基金，也在 1998 年 5 月大财团投资的基隆市吉隆有线电视取

得「有线电视全字第 001 号」许可证后，1999 年 1 月即遭修订，额度降为 1%。由积极转消极的后果，就是公权力挽救市场失灵的空间减少，公职人员来日必须投注更多努力，才能弥补。

到了第一次民选总统前夕，当时执政党的媒体政策，就是在 1995 年初由行政院核定，要以建立「媒体园区」的方式，取代香港，希望将台湾建设成为华人的电视电影制作中心。同年 11 月，随着选战进入倒数计时，两个主要反对党的选战诉求，相继出版为《新党政策白皮书：勤修内政爱台湾》与民进党的《给台湾一个机会：完全胜选手册》。

新党提出 20 项政策，第 8 项是「传播纲领与新闻政策」，认同『国父 孙中山先生「天下为公」之理念...主张传播媒体应为社会公器』，但没有「公共化」的文字或主张。民进党列出 43 项议题，其中【议题 19】的标题「媒体解严」平淡无奇，但内容千余言的高度，让人惊艳；它说，『在「媒体改造」的运动……追求「平衡报导」和「民营化」……不够……。我们需要将媒体当成重新建构政治经济的社会运动的一部分。』因此，它提出的「四项政策」是「三台公共化」、「成立传播委员会」、「三台提拨定额利润，回馈社会」，加上『新兴电子媒体，尤其是所谓「地下电台」……应尽量朝「专业化」及「公共化」发展。』

其后，在 1998 年竞选台北市长时，《马英九行动白皮书文化篇》的 12 项承诺，出现了陈水扁在市长任内已经着手的「推动成立台北公共电台」。陈水扁则在第一次参选总统选举时，在 2000 年初提出《新世纪·新出路：陈水扁国家蓝图 6 教育-文化-传播媒体政策》，虽然涵盖更为广泛、分析较为多样，但就有关电视的政策主张，相较于民进党 1995 年的宣示，未见超越。

2002 年，民进党执政后提出，国民党跟进在后的文化创意产业「政策」，其失败可从文创不但变成「大楼」，且「已成权贵办喜宴、开派对地方」的新闻标题，窥见一斑。及至 2004 与 2008 年，两次大选的媒体政策似乎都告缺席。蔡英文稍有不同，参选总统后，她在 2011 年提出《广电政策白皮书》；2015 年，她以「文化政策」为题，发表近四千字的讲稿，表示「重振影音产业」是其五项计画之一。这就是说，蔡英文在文化与媒体政策方面，虽然没

有却步，但相较于该党在 1996 与 2000 年两次总统大选提出的内容与规模，似见犹豫迟疑。

相对于政治选举的系统，来自社会的媒体改造与政策的倡议行动，可以有两种理解。一种是行动者自己创办小媒体，或挑战、或与各个阶段盘据支配位置的大媒体，竞争与共生，从 1974 年的《台湾政论》及其后的政论杂志，到了 1986 年的绿色小组、1990 年代的民主有线电视台与地下电台，再到 1990 年代中后期至今的网路媒体，皆可作此理解。

另一种是行动者结社，成立组织并且运作至今。较早的是 1999 年 9 月成立的「台湾媒体观察教育基金会」。其次就是 2000 年「无线电视民主化联盟」的创设，它在 2002 年 10 月 10 日发布〈我们不再容忍！「无盟对陈总统与行政院延宕媒体改造承诺的声明」¹后，另于 2003 年 5 月 4 日扩大与改组，是为本刊的发行机构「媒体改造学社」。

除了在不同场合，通过讲演与文字等形式，独立或联合多方力量，（断续）从事媒体素养（识读）及媒体政策的推广（蔡蕙如，2016），本社干部与本刊编辑亦多努力，或者自创小媒体（管中祥，2013）；或有魏玟等人勉力维持《共志》的出版；或者另创论述，推动新闻事业的更新（罗世宏、胡元辉，2010；胡元辉，2012；林丽云，2013）。各自拓展之外，媒改社、刘昌德（2012）不忘联合撰述，出版《丰盛中的匮乏：传播政策的反思与重构》；并在今年，再以这些研究与出版品作为基础，提炼并精修后，提出「2016 年文化与媒体政策倡议书」四种，在本期刊登。

这些努力无法个人为之，都是众人相互支援才能完成，它们是台湾当前媒体景观的一个部分。来日，这个景观的变化风貌，不是自然生成，是有待人力的塑造。

环顾世局，各国因历史进程不同，媒体政策与改造的内涵与方向并不相同。台湾没有欧洲、加拿大与日韩澳的历史遗产，亦即没有这些地方所拥有的强大公共服务媒体（public service media, PSM）作为媒体市场的领头羊。

因此，在当前资本增殖的逻辑仍然还在主宰，服务民众的文化与媒体的

¹ 该声明以付费广告形式，刊登在《中国时报》第五版下半版。

需要备受压抑的环境，媒体政策的攻防在这些社会，是在捍卫其先祖创设的 PSM 之规模的过程，同时进行媒体改造。在台湾，则是在唤起民众与政治系统的认知，要求政府看齐国际的水平，也正视自己的历史承诺（台湾在 1990 年代创设时，设定 PSM 的规模是 60 亿台币，放在今日，理当更多），要以创设更大规模的 PSM 组织作为核心的媒体政策，藉此迫使私部门在 PSM 的竞争下，不得不增加投资、调整节目规划与改善营运，终可使整个媒体市场的水平得以提升，并在这个过程中，拓展与涵盖其他媒体改造的诉求。

在新科技日新月异的年代，兼取文化研究与政治经济学的威廉斯（Raymond Williams）提醒执迷科技的人：「在我看来，科技在最坏的情况下也只是无关宏旨……在最好的情况下，新科技充其量是改变社会行为……而非……革命性的影响」（罗世宏译，2013，页 246）。

信哉斯言，媒体改造必须面对科技决定论，必须破解将希望单只是寄托在从网路到各种电子载具的迷思。媒体改造的后盾，仍然是教育。《娱乐致死》的作者波兹曼（Neil Postman）在书末引用赫胥黎（Aldous Huxley），再次强调教育的重要，表示我们需要学习「媒体政治和媒体知识论」，才能明白「自己为什么发笑、为什么自己不再思考」（蔡承志译，2016，页 276）。若是让波兹曼与赫胥黎现在拿起麦克风，他们应该也会将「媒体政策」引入教育的内涵（Lentz, 2014），顺此进境，人们可以明白，何以阿多诺（Theodor Adorno）在试图于『法兰克福学派及「接受世界现状的」美国传播社会学家「之间」，刻画自己的位置时』，曾经在 1960 年代对艾科（Umberto Eco）说，若在战后的德国写作《启蒙的辩证》而不是在 1940 年代的美国，并且是「分析电视，那么，他的判断就会比较不是那么悲观，也不会那么激进」（Gripsrud, 1995, p.7）。

最后，媒体改造学社的成员林孝信教授（1944 年—2015 年 12 月 20 日）及支持者徐佳士教授（1921 年 5 月 22 日—2015 年 12 月 22 日）去（2015）年底辞世，我们在此留字追念，并继续向两位前辈学习。（林孝信追思文集编辑委员会，2016；〈徐佳士教授纪念专文（五篇）〉，2016）



「媒体改造学社」脱胎自2000年11月19日成立的「无线电视民主化联盟」，八位名誉发起人包括徐佳士教授（上图）与林孝信教授（左图）（摄影：程宗明，117位发起人名单见〈成立，是为了朝目标迈进...〉）。

《传播、文化与政治》编辑委员会
2016年6月4日

参考书目

- 〈成立，是为了朝目标迈进〉（2000）。《当代》，12(160): 封底。
- 〈徐佳士教授纪念专文（五篇）〉（2016）。《新闻学研究》，127: 153-206。
- 林孝信追思文集编辑委员会（2016）。《为了将来的好日月：林孝信追思文集》。台北：林孝信追思文集编辑委员会。
- 林丽云（主编）（2013）。《资料新闻学开讲：资料好神 叙说故事千百样》。台北：优质新闻发展协会。
- 胡元辉（主编）（2012）。《公众委制新闻的时代来临：weReport 调查报导平台的意义与展望》。台北：优质新闻发展协会。
- 媒体改造学社、刘昌德（主编）（2012）。《丰盛中的匮乏：传播政策的反思与重构》。台北：巨流。
- 管中祥（编）（2013）。《公民不冷血：新世纪台湾公民行动事件簿》。台北：红桌文化 / 左守。
- 蔡承志译（2016）。《娱乐至死》。台北：猫头鹰。（原书 Postman, N.[2005]. *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business; 20 Any edition*. New York, NY: Penguin Books）。
- 蔡蕙如（2016）。〈「媒体识读作为实践「媒体改革」的反思〉，《新闻学研究》，127: 119-152。
- 罗世宏、胡元辉（主编）（2010）。《新闻业的危机与重建：全球经验与台湾省思》。台北：先驱媒体社会企业公司。
- 罗世宏译（2013）。〈典范在夙昔：雷蒙·威廉斯的《文化与社会》〉，夏春祥、唐士哲、罗世宏译，《传播研究的典律文本：典律存在吗？该有吗？这些怎么样？》，页 239-256。台北：五南。（原书 Katz, E. [et al].[Ed].[2003]. *Canonic texts in media research: Are there any? Should there be? How about these?* Cambridge, UK: Polity Press）。
- Gripsrud, J. (1995) *The Dynasty years: Hollywood television and critical media studies*. London, UK: Routledge.
- Lentz, B.(2014). The media policy tower of Babble: A case for “policy literacy pedagogy”. *Critical Studies in Media Communication*, 31(2), 134-140.

编辑室报告

台湾儿少电视的回顾、现况与反思

李秀美*

本文引用格式

李秀美（2016）。〈台湾儿少电视的回顾、现况与反思〉，《传播、文化与政治》，3:1-29。

投稿日期：2014 年 11 月 28 日；通过日期：2015 年 9 月 20 日。

* 作者李秀美为东华大学课程设计与潜能开发学系多元文化教育博士候选人，自由影视编导，e-mail: hsiumei@cm-workshop.com。

《摘要》

电视儿少节目存在于台湾的媒体生态圈已逾半世纪，然而，无论就资源、人力、占有时段或播映时数，儿少节目在电视场域一直处于「边缘」与「弱势」位置，无力抵抗媒体重商主义将儿少当作商品的负面影响。究其原因，主要是媒体政策长期不彰，使得儿少影视在数位化时代，非但无法朝向产业规模开展，反而面临萎缩的危机；再者，传媒具有的市场和教育二元特质的公共性未获重视，以致文化给付孱弱，不足以扶持公共力量保障儿少传播权利。本文从政策视角回顾台湾儿少电视的发展，陈述其现今的面貌，并以传媒公共性论述和国外实例，反思台湾的儿少电视挣脱挤压处境的生存之道。

关键词：儿少电视节目、儿少媒体政策、传媒公共性、儿少公共频道、儿少传播权利

儿童期所阅听的媒体内容是形塑生命价值的要素，如同阳光、水、食物一般重要，需要成人精心选择与诠释。提供优良的影视节目与数位内容，是国家对儿童传播权益的文化给付，责无旁贷。

媒体教育学者 吴翠珍（2009，页99）

壹、发展概述

1962年电视甫引进台湾时，儿少节目即存在于台湾媒体生态圈，10月10日台视开播，同月13日就播出了台湾电视史上第一个儿少节目「儿童电视剧」（李秀美，2002，页6）。¹但是，半世纪以来一直「有」儿少节目，不代表就此满足了台湾儿少族群的传播权利，更不代表台湾的儿少影视发展因此具备年逾50岁的成熟样貌。

陆续参与过东森 YOYO 台、纬来 QTV 儿童台、富邦 MOMO 亲子台创建与经营的陈瑞桢，曾在接受媒体采访时表示：「政策是经营儿少频道最具风险的一环」（哈台影音快递编辑室，2007年5月4日），一语道出政策对儿少电视能载舟也能覆舟的影响性。由于政策所具有的法律权威，更容易将其专断意义强加于公共领域，让人们误认其运作是合法且符合社会利益。

台湾电视儿少节目发展历史脉络²，若依政治与政策氛围作为观察界线，可区分为戒严时期的三家无线台寡头独占期（1962-1984年）、成立广播电视发展基金的兴盛期（1985-1997年）、公共电视台建台后的萎缩期（1998-2005

¹ 該節目二年後改名為「兒童劇場」，演演停停，自1962.10.13至1973.2.28，合計播出400集。

² 更清楚瞭解台灣電視兒童節目發展歷史，可參考《台視二十年》、《台視三十年》、《中視十年》、《華視二十年》、歷年電視年鑑、何貽謀（2002）撰寫的個人回憶錄《台灣電視風雲錄》，唐台齡（2010）《台灣電視兒童節目半世紀之路》，以及林瑞婉（2010）《當兒童變成商品：台灣兒童電視節目發展的政治經濟分析》第二章和第三章。

年)、商业儿童频道兴起的竞争期(2006-2010 年),以及推动数位电视,奖励制作高画质节目的补助期(2011 之后)。

在无线三台寡占期,儿少节目依附于文教节目,节目内容必须遵循教育部指示,配合政府推行的新生活运动。因为不是商业性电视台促销的主体,在每天的电视节目表上,它们是边缘节目,不是播得很早,就是播得很晚。(何贻谋,2002,页 54)尤其是三台之间的业务竞争,广告客户成了衣食父母,可以透过广告公司或节目制作人左右节目的存废,和变更节目的内容(何贻谋,2002,页 268),儿少节目不仅常成为停播和调动时段的牺牲品,儿少观众更被喂养各种近狎邪僻的影音内容。

直到 1980 年代,金钟奖增设儿童节目奖与儿童节目主持人奖,仿佛是儿少节目的「独立宣言」,三台为了得奖来提升电视台形象,才将社教形态摆一边,认真的产制能够寓教于乐的儿童节目。随之,1985 年起官方向商业台抽取最高 10% 的税后盈余作为广播电视发展基金(广电基金),其用途很大的部分,是委由传播公司递案制作儿少节目,提供给三台于所征收的公共电视时段播出。1986 年至 1999 年之间,广电基金至少提供了 81 个委制机会³,遂培养出一批以儿少节目为主力的传播公司。据笔者访谈当时其中一家传播公司的负责人的回忆,在工作的高峰期,该公司聘用了 10 位专职人员,推估彼时专职儿少节目的人员不下百人,相关技术、美工、动画等等配合人力更不计其数(毛豪宁访谈纪录,2015 年 9 月 7 日)。

1998 年公共电视正式开台,首开电视台节目部设立「儿少组」的先例,也开启了「儿童节目是公视责任」的集中效应,广电基金停止委制节目,三台则早在公视开始筹备期间,纷纷停掉台内自制的儿少节目,改由委外传播公司接手,理由是不需养人。行政院新闻局也于 1999 年 10 月 30 日,取消《广播电视法》子法〈电视节目制作规范〉中,对于儿童节目制播时数的规定⁴。此后,无线商业台的儿少节目一度仅剩中视【儿童天地】、华视【大自

³ 参考唐台龄(2010,页 179-182、281-287)表列的儿童节目计算而得。

⁴ 〈电视节目制作规范〉明定「儿童节目制播原则」,要求电视台每周一至周五,应安排半小时之儿童节目,其中周二与周四二档需为自制;应周六、周日安排一小时节目。

然教室】、【我的这一班】，以及民视【台湾孩子王】（林瑞婉，2010，页 115、222），台视率先放弃儿少节目，2005 年之后，四家无线商业台皆不再出资制作儿童节目（林瑞婉，2010，页 249）。

工作机会急速流失，前一兴盛期所培养的电视儿少节目独立制作公司与人力转眼雕零。另一方面，公视扩张为公广集团，不仅节目经费被逐渐攀高的人事成本所稀释，即使是带状节目的专职人员也控制于五人以内，儿少节目萎缩的现象在公视外部与内部同时发生，重重挤压着幸存工作者的生存空间。

就制播数量的层次，台湾电视儿少节目的产出重心，遂转向有线电视的儿少频道。2006 年富邦集团的 MOMO 亲子台与纬来儿童台同年设立，翌年，两台即整并，凸显出儿少频道市场的激烈竞争。其中，东森 YOYO 台与 MOMO 亲子台虽为本土儿童频道，自制节目比例平均仅约三成（费家琪，2008 年 11 月 5 日），且偏向于唱跳形式，其他七成则大量引进境外卡通，品质与多元性均贫乏。

自 1970 年代以来，台湾社会上不断出现重视商业媒体对儿少负面影响的呼吁，鼓吹制作质量兼优的儿少节目，政府也祭出了奖励和规范，召开一次又一次座谈会。在接续不断的「儿童电视年」（电视文化研究委员会，1993；公视，1998 年）、「儿童传播权利年」（儿童福利联盟，2006 年）、「儿少通讯传播权益白皮书」（国家通讯传播委员会，2011）等行动和宣示过后，儿少影视在台湾媒体场域中的位置，无论就资源、人力、占有时段或播映时数，仍是处于「边缘」与「弱势」，令人担忧其抵抗媒体重商主义对儿少负面影响之欲振乏力。

为了履行台湾电视全面数位化的总统竞选政策，2012 年起，国家通讯传播委员会（National Communications Commission, NCC）以换照条件，要求综合台无论无线或有线，除提升首播率之外，皆必须新播儿少节目每年至少 52 小时⁵，然而就笔者访谈集团下拥有幼儿频道的商业综合台主管得知，商

⁵ 首播的定义为在该台第一次播出，新播的定义为在台湾首度播出，该定义皆未明确指定节目必须由电视台自制，因此商业台若外购节目亦符合协议。

业台仅编列一小时三至五万的直接成本制作儿童节目来交差，其节目品质连负责的主管都承认「无法要求」。

祭出棍子的同时，官方也端出「高画质节目制作补助」的胡萝卜，给予最高 49% 所需制作费的补助金额，儿少节目另设有最高 250 万的上限。于是，在向高画质转进的数位时代，有线频道、无线台、传播公司成了竞争政府补助的对手；而公视一方面接受政府补助，另一方面也加入公私机构节目标案的战局；在商业与公共夹缝中生存的独立儿少节目工作者，面临愈来愈严酷的生存考验。

补助期过后，台湾的儿少电视是否能再创兴盛，抑或持续萎缩？观察现今政策所提供的保障、儿少节目质量、儿少节目制作费、公视与独立制作者的生存竞夺等面向的实况，也许答案开始能有个谱。

贰、现况报告

1、政策保障

现今《广播电视法》第 21 条、《有线广电法》第 40 条、《卫星广播电视法》第 17 条均对电视节目的制播订有消极的禁制条款，以维护社会善良风气，保护儿童、少年身心的正常发展。但对儿少节目的属性定位、制播保障，始终模糊不清。

《广播电视法》中，指示教育文化节目「以弘扬中华文化，推广社会教育，辅助学校教学，启发儿童智能为目的。」儿少节目因此成为补足「教育文化节目」比例的一环，以儿少为诉求对象的卡通节目，也被连带地算入电视台提供的教育文化节目比例中。此外，《广电法》中且明定「儿童」指称未满 12 岁的孩子，这也成为日后相关法条或奖励内容习惯的用语。目前的广电三法，完全忽视了 12 至 18 岁的少年传播权利。

由前文历史视角分析可知，若非具有强制力与约束力的政策介入，无线商业电视台倾向不制作儿童节目之一斑。因此，即使高度崇尚资本主义的美国，仍于 1990 年 8 月通过《儿童电视法案》(Children's Television Act, CTA)。历经 1991、1993、1996 年三次增修的 CTA，明确地要求电视综合台应提供符合 16 岁以下儿童少年所需求的教育与资讯节目 (E and I) 以符合换照条件，这类节目的制播每周不得低于三小时，每次播映不得低于 30 分钟，播映时间必须安排在早上七点至晚间十点之间，以符合儿童少年作息 (唐根深，1996 年 8 月 12 日；廖淑君，2005)。CTA 对美国儿童少年观众的权益影响甚巨，2004、2006 年且陆续增补，将法案的规定推及之后发展出来的数位电视、网路电视，以及于节目中露出的网站讯息 (Children's Television Act, modified on 2015, January 4)。

反观台湾的广电政策，迟迟未见任何保障儿少传播权利的明文法案，政府服膺市场自决 / 自律逻辑，赋予享有无线电波公共财的电视企业，不需负担对儿少责任的合法性，仅是在换照时将电视台是否有自制儿少节目列入评估参考。即使 2012 年之后因为换照的压力，加上文化部祭出补助制播高画质儿少节目，各综合台又开始自制儿少节目，却不乏「没有拿到补助，就没有节目」、「反正收视不好，随便做交差」、「播卡通也算数」之心态者。如此一来，若不诉诸具法律效力的媒体政策，实难导正媒体重商主义下，排挤弱势群体收视权利的生态失衡。除要求集团内未设儿少频道的综合台，必须「有」一定比例的儿少节目，且必须安排在符合儿少生活作息的时段内播出，并以同等于戏剧节目与综艺节目补助金额的方案鼓励电视台制作「好」的儿童节目，双管其下，方能启动儿少影视朝产业规模迈进。

二、儿少节目质量

依 NCC 官网公开的统计资料，至 2015 年 7 月核可的卫星广播电视节目供应者计 112 家，经营 293 频道；其中东森 YOYO 台、富邦 MOMO 台、TNT 卡通频道、迪士尼频道等四频道的目标收视对象为 17 岁以下的儿童和青少

年；此外，中华电信 MOD 提供了八个付费儿童频道：baby TV、My kids TV、Disney Junior、宝宝世界（baby First）、龙华动画、尼可国际（nickelodeon）、Nice bingo、靖天卡通；因此，媒体业者常有儿童节目已经足够的持论⁶。诚然，这些频道的节目总和，在时数上提供了多量的节目，但是检视其内容，其实并未带来多样性的选择。

NCC 于 2011 年度委外研究指出，国内五家商业无线电视台以儿少为目标观众的节目，每日平均 1.38 小时，93.5% 为卡通类型，且来源全为日本（徐振兴、欧姿秀、周佩华，2011）。2012 年，儿童福利联盟文教基金会（儿童联盟）分析国内儿少节目，归纳出缺乏多元性、播出时段冷门、收视族群低龄化、国外卡通内容令人担心等，是国内儿少节目面临的四大困境。该研究统计，包含公广集团节目在内，台湾的儿少节目有 55.6% 为卡通、36.1% 为知识类节目。换言之，非卡通、非知识型儿少节目，最乐观的估算下也仅占 8.3%，其中又多为商业儿童频道自制的唱跳节目，有如糖分过高的食物，虽然吸引幼儿，但有营养失衡之虞。2014 年，林惠玲和黄聿清抽样国内 104 个主要电视频道一周的节目表加以分析，提出类似发现，甚至属于公广集团的华视，全部播出日系卡通充作儿少节目（林惠玲、黄聿清，2014，页 49-63）。

自 2006 年起，官方（新闻局或文化部）每年委托的《台湾电视产业调查》，将卡通节目并入儿少节目类别统计，发现无线电视和卫星电视儿少节目类平均播出比例 10.64%，因此结论「儿少节目类播出比例不低」（郑自隆、谢章富、苏建州，2008，页 28）。直到 2011 年后引用 AGB 尼尔森监播的各频道节目类型播出时数来分析，才让我们看到了贴近真实的状况：2011 年全年时段播映节目类型分配，儿少占 0.51%，卡通占 7.66%。若以黄金时段（晚间 6 点至 12 点）来观察，儿少占 0.13%，卡通占 7.13%。2012 年全年时段，儿少占 0.6%，卡通占 7.66%；黄金时段儿少占 0.11%，卡通占 7.09%（龚明鑫、张建一、吕曜志，2014，页 68）。换个描述法就是，台湾所播出的电视节目每 166 个中仅有 1 个是儿少节目。

⁶ 例如 2011 年 5 月 12 日，NCC 举办「儿少通传权益政策公听会—供给 / 鼓励场次」公听会，就有媒体业者在会中表示，儿少节目的统计数据，「台湾的数字并不低」，就此询问检讨的方向（发言稿，页 2）。

依产制单位的业务来分析,2010年儿少节目占节目制作者(传播公司)节目制作量的4.43% 占频道业者(电视台)节目制作量的1.48%(龚明鑫、张建一,2012,页61);2011年占节目制作者制作量的0.73%、频道业者的6.2%(龚明鑫、张建一、吕曜志,2013,页57),也显示潜在的儿少电视从业人员非常少数。

前述台湾目前十二家诉求以儿少为主观众群的有线电视频道,有七家是境外频道,三家全部播放卡通的境内频道,YOYO、MOMO两频道之间则充斥互相模仿同形的现象(朱秋萍,2009)。这意味着,台湾缺乏丰富的在地儿少节目,以涵养儿少对自身文化的理解与认同,一如新闻学者冯建三所说的「接近某种影音文化的殖民化」(冯建三,2012b,页270),而且还是付费被殖民。无论就使用与满足的需求层次,或模仿与涵化的影响层次,我们的孩子需要的并非同类型节目的不同频道,重视儿少通讯传播权益首要之务,是提供这族群的收视人口充足且内容多元的节目。

三、儿少节目制作费

为加速推动电视数位化进程,2006年起,新闻局开始补助业者制播高画质数位电视节目,2012年之后,业务由文化部接手。这项补助案迟至2010年才增列「儿童少年节目」类别。然而,国内儿少节目制作单位长期只能以低价承制节目⁷,造成普遍以为「儿少节目不需要高成本」的恶性循环。2010年文化部补助制作高画质节目1亿8140万的总金额中,高达90%都用于补助连续剧,首次获补助的儿少节目仅分得250万,占当年补助金额的1.4%,是连续剧的65分之1;即使2013年获补助金额提高至1360万元,仍只有戏剧类节目(含连续剧和电视电影)的17分之1(见表一)。

⁷ 儿童节目每集30分钟预算,商业台约5-10万,广电基金时期约20-25万,公视约15-30万。政府补助强调高画质的数位儿童节目,经费水准却维持在20年前的广基时期。

表一：历年高画质电视节目补助金额（单位：万元）

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	合計
连续剧	18200 64.6%	900 9%	2400 19.9%	8430 78.2%	16340 90%	11800 86.3%	25300 82.6%	21200 78.4%	27700 77%	25500 73%	157770 71.3%
专题报导	6408 22.7%	1850 18.6%									8258 3.7%
电视电影	3590 12.7%		4835 40.1%	1600 14.8%			1483 4.9%	2250 8.3%	1930 5.4%	2210.3 6.3%	17898.3 8.1%
类戏剧		1550 15.6%									1550 0.7%
动画		3900 39.1%	2600 21.6%								6500 2.9%
纪录片		1760 17.7%	2220 18.4%	750 7%	1550 8.6%	1880 13.7%	2540 8.3%	2250 8.3%	2970 8.2%	2520 7.2%	18440 8.3%
儿少节目					250 1.4%		1300 4.2%	1360 5%	1160 3.2%	1030 2.9%	5100 2.3%
综艺节目									2230 6.2%	3690 10.6%	5920 2.7%
合计	28198 100%	9960 100%	12055 100%	10780 100%	18140 100%	13680 100%	30623 100%	27060 100%	35990 100%	34950.3 100%	221436.3 100%

资料来源：整理自文化部影视局广播电视产业组提供之 2006-2014 年获补助名单，以及官网「补助业务」下之公告讯息。

整體而言，2006-2015 年，政府補助業者製作高畫質兒少節目的金額共 5100 萬元，只占總金額 22 億 1436 萬 3000 元的 2.3%，對照這 10 年間，19 歲（含）以下兒少人數約佔總人口 21%，立見其補助結構的不合理性⁸。該補助案並特別定有兒少節目每案補助上限為 250 萬的條款，以每案製作 13 集半小時節目計算，每集兒童節目至多僅獲得 19 萬餘元的補助資源。文化部自 2014 年起將綜藝節目列入補助，該年 12 月台視首播的益智現場直播節目【女王的密室】，卻可獲得補助一季製作費 1890 萬元（王英傑，2015 年 3 月 7 日），相較之下，該節目平均單集獲 145 萬餘元補助，即超過歷年一季兒童節目平均獲得的補助款。更有甚者，綜藝節目補助總額由 2014 年的 2230 萬元增加至 2015 年的 3690 萬元，兒少節目卻由 1160 萬元萎縮至 1030 萬元。

⁸ 提供一个对照：澳洲财团法人影片基金会自 1988 年起，每年将其预算的 25% 投资于儿童电视戏剧节目，即是参考人口结构来分配资源。

除该项补助之外，2012年起文化部与公视签订《高画质电视节目制播计画》，每年挹注公视新台币 1.8 亿元，专案制播高画质节目（文化部，2012，页 32；2012 公视基金会年度报告，页 10）。2012 年，儿童节目和青少年节目各分配到 26 万元×13 集，计 780 万元，占 4.33%；2013 年起增至各 30 万元×26 集，共 1560 万元，占 8.67%⁹。而 2009 年新闻局所提出的《电视内容、电影及流行音乐三产业发展旗舰计画 99-103 年》，预估投入 50.24 亿元于电视内容产业（行政院新闻局，2010，页 22），但是所谓的「电视内容」，仅局限于连续剧产质 / 值的提升与行销，以及企图规划大型华人娱乐节目。在官方以计算产值效益为优先思维的实作逻辑下，儿少节目直接被排除在外，其发展完全不被讨论，也未被列入扶植对象。后继的《影视音产业发展中程计画 104-108 年》，将再投入 25.5 亿于广播电视内容产业（文化部，2014，页 95），儿少节目仍然只能在补助业者制作高画质电视节目这一项中，分得一点点饼屑而已。

令人匪夷所思的是，官方委托进行的电视产业调查，对于台湾目前儿少电视制作成本的统计（见表二）。在 2010 年至 2012 年，电视节目制作业者的制作费每集节目每年度平均依序是 38.6 万元、54 万元、68 万元，远高于电视频道业者每年度平均依序是 16.2 万元、45 万元、27 万元。如果这现象属实，那么在文化部补助每集上限 19.2 万元，电视台委制费每集最高 26 万元之下，为何电视节目制作业者还能以平均 68 万元制作儿童节目？资金从何而来？若无其他资金管道而是自筹补足差额，那么儿少节目的制作业者岂不是每集都在惨赔？这样还会有业者愿意制作儿少节目吗？看到这样的数据，影视主管机构的眼睛是否会被蒙蔽了，认为儿少节目制作业者的处境看起来不错，因此不必要积极改善？

⁹ 该制播计划必须受制于政府采购法，公视因而依政府采购法「惯例」，在得标后议价砍预算，而此处所列预算其实是征案时公视公告的底价，可能不是最后的议价，征案之意就是预算公开，在其中择最优的企划案和团队，视征案为标案，事后砍经费的采购法陋习必须改革，才有利于文化相关产业的运作。

表二：台湾儿少电视节目制作成本官方统计（单位：每集 / 万元）

年度	电视节目制作者			电视频道业者		
	平均	最低	最高	平均	最低	最高
2010	38.6	7.8	60	16.2	4.7	27.6
2011	54	48	60	45	16	90
2012	68	4	150	27	24	30

资料来源：作者整理自 2010-2012 年《影视产业趋势研究产业调查及专题研究报告》。

实情上，儿少节目经费水平 20 年不变，却必须挑战数位高画质的制作规格，台湾儿少电视产业之难产，不言可喻。低成本制作的儿少节目，欲同每集 250-350 万制作费的大型偶像剧（龚明鑫、黄兆仁、张建一，2011，页 16）竞逐儿少目光，在资源 / 支援上就已经未战先败。倘若拉高儿少节目的补助额度至戏剧成本的规格，才能让制作单位敢于拉大构想，培育人才进场，一新儿少节目耳目，一方面让国内儿少获益，另一方面上得了国际台面参与交流、良性竞逐，甚至在国际市场占有一席之地。

四、公视与独立制作者的生存竞夺

提供儿少适龄而充足的节目，一向被认为是公共媒体存在的理由和责任之一（古玲玲，2010，页 157-158）。¹⁰此「充足」的意涵不仅是量与质的考量，还包括制作单位的多样性，因此扶植来自不同族群、区域、政治主张、创作思维的独立制作者，同样是公共媒体体制的核心任务。

¹⁰ 以美国纽约州最大的公共电视台 WNET 为例，其宗旨有四：一、以电视连结低教育水准、低收入民众，比如推广 GED（Get Educational Degrees）计划，帮助这些民众取得学位。二、提供商业电视台所不愿意提供的节目，通常是那些对广告收益没有帮助的节目，比如歌剧、芭蕾、博物馆导览等艺文节目，或生态、科学类具有高度教育意义的节目。三、与学校密切合作，提供教育节目和纪录片，网站收录更多内容，便于教育目的使用。四、提供学龄前儿童节目。

1990年，英国《广播电视法》要求英国广播协会（British Broadcasting Corporation, BBC）必须从1993年起，将25%节目外包（冯建三，2012b，页358），BBC于2007年获得十年特许权之后，允诺逐年提升独立制片委制比例，列为发展重点。韩国《广播电视法》规定无线电视台必须播出一定比例的外制节目，以保障独立制作者，因此韩国放送公社（Korean Broadcasting System, KBS）约有60%为自制节目，40%为外制节目。澳洲SBS Independent为澳大利亚民族电视台（Special Broadcasting Service, SBS）内部的重要部门，从1994年起，政府以每四年为期提拨特别预算予SBS支持独立制作部门；以2006-2010年为例，共编列了3760万澳币经费。（公共电视策略研发部，2007；韩国资料见页47-48，澳洲资料见页88，英国资料见页182）。

台湾公视在开播的第一年，即以23%的儿少节目播出比例，获颁第一届也是唯一一届的「最佳儿少节目制播机构」奖，儿少节目的「新制时数比例」却于2006年公广集团成形后开始下滑。2006年这一年，儿少节目的新制时数即减少了50%以上，但藉由重播策略，播出总时数仍占公视节目26%，此后逐年下滑，2014年来到13%的谷底（见表三）；若以节目内容形态区分，「学习类节目」（含儿少节目）2006年犹有25%比例，2012年迄今，已骤降8%至9%之间（见表四）；显见公视的运作方向已然从初创台时的「制播和研发儿童教育性节目」等七项节目方针¹¹，倾向商业台节目类型趋同，区隔仅在于没有广告和品质较精致。

表三：公共电视儿少节目比例

年度	1998-1999.6	1999.7-2000	2001	2002	2003	2004	2005
时数	缺	1167	799	927	缺	2601	2356
比例	23%	26%	26%	24%	缺	29%	27%

¹¹ 七项节目方针参见《1998、1999 公共电视年度报告》，第22页。

(续表三)

年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
時數	2243	1964	1597	1306	1479	1438	1191	1355	1122
比例	26%	23%	18%	15%	17%	17%	14%	16%	13%

资料来源：整理自1998-2014年公视年报。2002年之前，采新制首播时数，2004年之后，采播出总时数。

表四：公视各类型节目比例

年度	教育学习	纪录片	新闻时事 体育	戏剧	综艺、表演、艺术	生活资讯服务	合计
2006	2169.97 24.98%	1134.23 13.06%	1631.82 18.79%	2481.67 28.57%	576.33 6.63%	692.08 7.97%	8686.01 100%
2007	1658.12 19.16%	1179.85 13.63%	1259.47 14.55%	2646.83 30.58%	1354.28 15.65%	556.32 6.43%	8654.9 100%
2008	1318.66 15.19%	857.87 9.89%	2170.52 25.02%	2831.2 32.63%	885.33 10.22%	613.05 7.07%	8676.63 100%
2009	944.05 10.9%	907.5 10.48%	2571.03 29.68%	2702.73 31.2%	549.67 6.35%	986.95 11.39%	8662.27 100%
2010	893.78 10.38%	900.05 10.46%	2420.2 28.12%	2569.07 29.85%	429.5 4.99%	1394.42 16.20%	8607.02 100%
2011	869 10.28%	973 11.51%	2233 26.41%	2273 26.88%	426 5.04%	1681 19.88%	8455 100%
2012	692 8.16%	1256 14.8%	2056 24.24%	2365 27.88%	656 7.73%	1458 17.19%	8483 100%
2013	761 9%	1035 12.24%	1949 23.06%	2506 29.65%	824 9.75%	1378 16.3%	8453 100%
2014	725 8.56%	1055 12.45%	1841 21.73%	2643 31.2%	777 9.17%	1430 16.88%	8471 100%

资料来源：2006-2014年公共电视年报。2006年之前的分类项目不同，无法列入对照。

一般误认儿少节目因为《公视法》有明定制播比例，因此即使公视节目制作经费短缺也不受到影响（曾国峰，2008，页 54）。事实上，公视历年委制节目比例平均虽然超过 20%¹²，唯独儿少节目自开播第三年起，委制节目

¹² 公视因为戏剧节目全部委制，因此每年委制节目在二成至三成之间，而且平均单价高过公视自制节目成本。

仅保留【我的这一班】之外，皆为台内自制¹³，广电基金时期所积累的独立制作群完全失去委制机会，影响所及是整个儿少影视产业的萎缩，是其中受害最深却最沈默的一环。

而公视的自制儿少节目受到公广集团营运产生预算排挤的影响，必须靠对外募款、向公部门标案或改承接代制案，才能获得制作资金（唐台龄，2010，页 303-304、309、313）。以往政府机构招标制作特定议题（例如环保、科学、艺术）的儿少节目，可视为广电主管机关之外，官方对儿少节目的补贴，在公视抢政府单位标案之前，这是民间传播公司的生存来源，自广电基金收摊之后，官方的补贴几乎全流向公视（见表五）。台湾发展公共电视体制逾 17 年，非但无法扶植儿少影视从业人员，反而受迫于求一己的生存，再压缩业者仅有的生存空间。

学者研究指出，公视代制节目对其体质的发展弊大于利（曾国峰，2008，页 52）¹⁴，公视必须面对审片会上「客户」对节目表现的坚持，处境已与独立制作者相同。台湾公视的生存姿态形同一家超大型传播公司，非但无法带动媒体的革新风气，「托住」整体产业向上提升，却必须与全台湾的媒体业者争名逐利，争名是指垄断国内影视奖项¹⁵，逐利是指竞逐公民营单位释出的标案，「拖住」媒体产业的提升意愿。

¹³ 【我的这一班】从广电基金时期在三台轮播，又到公视继续播出迄今，据公视主管向作者表示，多次希望该节目能提升节目内容与形态，也多次提出停制要求，但因某立委阻挡，公视欲停制该节目而未果。这又是政治力干预公视节目的一实例。若非立委力保，公视儿少节目自制率是 100%。

¹⁴ 曾国峰以公视接受中研院委托制作有关科教节目为例，说明公视制作人与中研院学者对节目制作的认知差异，中研院认为他们是专家，节目内容与形式皆应由他们决定，但有些专家是学术界的龙头，说起话来就是不够吸引观众，要不要换人等问题，公视制作人认为专业不受到尊重。连中研院谈科学的节目都有不少的争议，更不用说其他部会制作的文化、社会、教育等议题，从企划、开拍到完成，随时都要不断的沟通。

¹⁵ 以 2013 年金钟奖为例，公视在 35 个奖项中获得 22 座奖项，荣冠各台，也打破开台以来纪录。此外，华视 2 座、客家台与原视各 1 座，公广集团共赢得 26 座奖杯。对公视而言，绝对是耀眼的成绩，但对台湾整体传播生态的健全而言，这是拿着公资源来打击国内业者。

表五：公视历年代制节目金额（单位：千元）

年度	金额
2003	62,924
2004	41,492
2005	102,864
2006	80,601
2007	36,107
2008	74,685
2009	250,459
2010	24,859
2011	35,573
2012	32,028
2013	23,648
2014	11,805

资料来源：2003-2014公共电视年报。2003年之前也有代制，但其收入并入「其他」项目，并未独立列出。

公视做为高品质节目的标杆，应是在经费充足下，以专家为内容顾问，发挥音像形式的专业，才能端出有吸引力的节目。然而，有此实力的民主先进国家，公视体系拥有 30%至 50%的市占率（公共电视策略研发部，2007，页 8），台湾公视的市占率却仅略突破 1%。¹⁶台湾每年每人分配到的公共广电投资金额不到 40 元，不及欧洲主流公共媒体体制国家的 80 分之 1，是韩国的 10 分之 1，香港的 7 分之 1，即便是土耳其、南非，都比国人多享有两倍的公共广电投资（公共电视策略研发部，2007，页 238-239）。

规模与市占率的狭小，导致国内公视的营运画地自限，不仅未能成为产业的扶持者，甚至沦为有政府捐赠资金撑腰的「规模最大传播公司」，大抢

¹⁶ 依 1998-2013 各年的统计年报，公视收视表现最佳为 2009 年，收视率为 0.18，市场占有率 1.38。

独立制作者或商业电视台的生存机会；除竞逐标案外，还成为国外影片发行代理公司。台湾公共体制体质的薄弱由此可见一斑，儿少节目尤其长期以来未能引入外部多样性，在公广集团几乎年年独占金钟奖「最佳儿童节目奖」、「最佳儿童节目主持人奖」的风光背后，是加速了其他媒体业者弃守对儿少的责任。基于传媒的公共性能为儿少节目带来教育与文化利益的最大化，如何强壮公共体制的体质，是反思台湾电视儿少节目未来变革的方向。

参、反思未来

1、传媒公共性与教育投资

美国公法学者 Edwin Baker 指出，传媒产品的生产、取得和行销皆不同于一般商品，因为大多数传媒产品的第一个「原版」需要高额投资，其复制成本随着使用人数愈多而愈低，且与原版成本相较几乎为零。这个特质使得传媒内容的使用，具备「公共财」的重要属性—不敌对的可能，亦即可以多人在同时或不同时使用（冯建三译，2008，页 278-279）。传媒的公共财属性置于自由贸易市场下，容易造成大国对小国的文化倾销；但用于本地教育文化的载体，也能收一本万利之效。传媒公共性的利弊得失，端赖政府层级如何善用。

市场层面上，传媒愈高度竞争愈无法保障消费者选择的权利，愈压缩「边缘节目」的生存空间，Baker 称之为「市场失灵」。何以如此？Baker 引述美国经济学者 Eli M. Noam 的分析角度，提供我们更清晰的认识市场的运作面貌。Noam 将传媒产品所可能考量的内容，分为国内诉求（D）、普世诉求（U）、以及海外诉求（F）三类，依循经济逻辑预测，为了国内阅听人而生产的传媒产品，将带有最大量的 D、部分 U，没有或很少 F；而生产者若想输出其创造物，通常其策略会是增加 U 而牺牲部分的 D（Noam, 1991, p.18）。我们会期待所谓的普世诉求是自由、民主、宽容与同理心等有价值性的内容，事实上，普世的内容有个倾向，它要避免文化的复杂度，其言说与论述结构

会流于简化，符合这些要求且偏好的元素，最可能包括的是暴力、行动、性或浪漫情爱（冯建三译，2008，页 283-285、292）。而这正是儿童在无适当的本国节目观看之下，选择观看成人节目所看到的「世界」。

Baker 进一步剖析，传媒财货的「不敌对使用」属性，使得影视输出大国，尤其是美国的传媒产品得以在不同国家推出不同定价。因此，在国际市场上充斥着华丽却无内涵的影视产品，它们具有高生产预算却比本国产品相对卖价低的优势。影响所及，对具有大量的 D 却市场较小的本国产品，产生明显的排挤效应。在这个情境里，消费者的权利其实是受到了伤害。

英国文化、媒体与体育部（Department of Culture, Media and Sport , DCMS）曾经估计，在全球电视市场兜售的节目中，有 85% 儿童节目、81% 电视影集、近 75% 电视戏剧节目来自美国（DCMS, 1999；转引自 Bielby & Harrington, 2008, p.39）。即便是英国，商营广电业者进口一小时节目的成本，只有采购英国独立制作节目的六分之一（Graham & Associates Limited, 2000；转引自 Grant, 2011, p.340）。其他国家承受传媒产品不受约束的自由交易之害更深。因此，加拿大传播法律学者 Peter S. Grant 主张，小国的观众应增大他们的电视菜单选择性，必须同样有高价制作的进口节目和本土节目，否则将沦陷为影视大国的文化殖民地。

在全球化和新自由经济主义成为追逐潮流的 1990 年代，英国文化研究奠基者之一的 Richard Hoggart 曾指出：「竞争不能增加节目的多元与创新，只有透过计划才能达到这个目标。」（Hoggart, 1992, pp. 47-75；转引自冯建三，2012b，页 156）经 Grant 等各国学者持续的立论呼吁之下，先影响了其各自国家的媒体文化政策，继而群力促成联合国教科文组织（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）于 2005 年制订《保护和促进文化表达多样性公约》（Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions，2007 年起施行），反对（国际）自由贸易体制延伸至电视与电影文化领域，并伸张（影视）文化不能沦为商品的主张。

这份具有约束效力的公约声明：「文化活动、货品和服务具有经济和文化双重本质，因为它们传递着认同、价值和意义，因此不能被视为仅具有商

业价值。」公约中并列保障文化多样性措施，其一即是「加强媒体多样性，包括透过公共广电服务。」（转引自 Grant, 2011, pp.347-348）并且让传媒的公共价值足以和商业价值抗衡。而 Baker 在论述传媒、市场与民主的交互作用时，即提醒世人「唯有国家境内能提供较佳的本国内容，人们才能以自己的文化言说，论述自己的身份认同、意义和价值。」（冯建三译，2008，页 293）若不愿意本国儿童看多了美、日卡通，脑袋变空空¹⁷，或大量接触成人影视内容以致童年消逝（萧昭君译，2007），重视传媒公共性，将其视为教育投资，乃是政策必然性。

UNESCO 曾由爱尔兰外交官 Sean MacBride 担任主席，组成委员会研究各国的传媒结构，发表了《Many Voices One World》调查报告。该报告的〈结论与建议〉认为「应降低传媒商业性」（reducing the commercialization of communication），建言道：「若要扩张传播系统，优先顺位应该给予非商业形式的大众传播」，以及「或可提供多种公共基金，作为前述目标之支用」、「等同于政府之投入资源于教育」（The MacBride Commission, 1980, p.260）。

尚未具有公民身份的儿童及青少年，其传播权利的实践特别必须采取 Baker 和 MacBride 委员会共同倾向的保障主义才能伸张，而非交由自由贸易的市场逻辑来主导，甚至成为主流势力。政府筹措资源投入儿少媒体，其重要性正应视同于投资于教育，藉由扩充公共广播系统，在传媒场域，国家与国民协力遏阻公共利益被商业利益凌驾，保障未来世代建立文化归属、身份认同的权利

二、他山之石

极度重商的美国于 1969 年成立公共电视网（Public Broadcasting Service, PBS），推出全球知名的儿童教育节目【芝麻街】（Sesame Street），是传媒公共性在其本国教育上良性发挥的显著例子。该节目最早制作的 130 集节目共

¹⁷ 关于儿童长期收视美、日卡通的影响分析，参见李秀美（2001，页 81-84），〈卡通看多多，脑袋变空空〉一文。

耗费 280 万美元，以当时美元与台币的汇率 1:40（许嘉栋，2014 年 5 月，页 5），换算成台币，每集一小时节目的制作费高达 86 万台币。在 45 年前这是不可思议的巨额投资，45 年来台湾的物价指数上扬了 463%，此单集制作费相当于今日 485 万台币币值¹⁸。制作单位「儿童电视工作坊」（Children Television Workshop, CTW）和 PBS 回应各界好奇的询问时，回应说：「这是划算的教育投资」，因为「如果把 280 万美金所做的节目获得的教育效果，改用聘老师、盖房子、办幼稚园，欲获得同等效果的话，美国人要花费 30 亿美金。因此，我们只花了 280 万美金，就收到 30 亿美金的效果，真是一本万利。」（唐台龄，2010，页 93）¹⁹

10 年后的 1980 年代，美国公视以 12 岁以下儿童为收视对象的节目，平均制作费增至每小时 17.7 万美元，PBS 每年至少投资 1800 万美元于儿童节目，虽然制作费高昂，但其收视率稳定、收视人数广、教育价值高，依然被视为是一项最好的投资（人艾，1981；李秀美，2005 年 7 月 31 日）。而美国的投资还算是少的，其邻国加拿大投资于儿童节目的年度预算，在 1997 年时已高达 2900 万美元。更遑论以公共广播体制为传统的西欧国家，除了立法保障儿少节目制播权利，所投入的社会公共资源更是美洲大国难望项背。

以英国 BBC 为例，原本一年有大约 8000 万美元的儿童节目预算，1997 年为了数位转换做准备，则加码投入了 9300 万美元制作儿童节目，2001 年更提高为 1 亿 4000 万美元，为 0-5 岁幼儿、6-13 岁学龄儿童各发展一数位频道（李秀美，2005 年 7 月 31 日），提供之节目占英国儿童节目播送总时数达 65%（吴永干、张永明、黄郁雯，2012，页 44）。CBeebies 和 CBBC 的产制费用看似高昂，若以触达率、每周收视时间来分摊，以 2013 / 2014 会计年度为利，每用户每小时的成本 CBeebies 仅 2.9 便士（台币 1.4 元），CBBC 则花费较高一些，每用户每小时的成本为 15.4 便士（台币 7.6 元），在高物

¹⁸ 以行政院主计总处提供的「消费者物价指数（CPI）涨跌及购买力换算」自动计算而得。该换算网页取自

http://win.dgbas.gov.tw/dgbas03/bs9/price_cpi_curv/cpi_curv.asp

¹⁹ 此为唐台龄亲访 CTW 的访谈记录，为 CTW 和 PBS 主管亲口述说。

价的西欧国家里,这是相对非常便宜的投资(The Secretary of State for Culture, Media and Sport, 2014)。

时入以数位为导向的新媒体时代,频道专业化成为电视业努力开拓的一片新天地。联合国儿童基金会(The United Nations Children's Fund, 旧称「联合国国际儿童紧急救援基金会」; United Nations International Children's Emergency Fund, UNICEF)的会员国,在实践儿少传播权的国际行动下,纷纷将设立不受商业干扰的儿少公共频道,列为建构数位广电体制的首波执行要点之一。迄今全球公共经营的儿少频道已破百,这并非仅有西欧、北欧、北美等区域的富国才群起响。论贫穷,世界最穷国家之一的印度,已于1998年开播儿童公共频道,一半节目使用英语,一半使用地方语;论动乱,迄今烽火连天的以色列,也于1999年推出幼儿公共频道(李秀美,2005年7月31日)。

在卫星传输时代的节目激烈竞争生态中,这种政府透过基金体系挹注的方式,对生产高品质、富文化性的儿少节目愈来愈重要。因此,BBC在近年进行一连串瘦身计划的改革中,仍坚持保障本土儿少节目的制播资源(Martinson, 2015, January 30);而香港商业无线电视台却以收入下滑为由,于2014年9月裁撤了儿童节目组(郑启源、石永乐、何慧斯、沈宝茜,2014年9月17日);恰好是商业体制和公共体制本质差异的对照。

台湾的广电事业发展,自始落后世界民主先进国家20年,但进度慢不是最大的劣势,方向是否正确才是最该敏感的问题。文化部若只是扮演补贴「饮水机」²⁰,并不会对影视商品化、单一化、殖民化现象产生影响力,唯有提供阅听众取得便利的多样节目选择,才能形成优质影视文化的力量。对儿少和家而言,最便利取得优质多样性节目的途径,就是集中资源设立属于全民共享的儿少公共频道。

²⁰ 「饮水机」的形容词出自 Grant (2011, p.344),作者在论述加拿大抵抗 WTO 禁止其设定保护本国杂志和广告业措施时的用语,支持加拿大据理力争。

三、重启儿少公共频道研议

近年台湾少子化的趋势，导致生育率在全球垫底，换个思考角度，随着家庭型态的改变和儿少地位的提升，未成年人已享有掌握遥控器的主权地位，现在正是投资于媒体来发展教育功能的契机，提供他们足够的、合于需求的选择，其重要性更胜于鼓吹父母「关机救孩子」。从有线电视儿少频道的设立与并购史，可看出其相互模仿、追逐最大获利节目形态与经营模式的本质；而公视儿少节目依附于单一综合频道，难以凸显公共价值的特色。在此之际，政府对于儿少公共频道的支持，对内是最易获得民众称许的时机，对外则是跟上实践儿少传播权的国际浪潮。

在公共与商业二元发展的媒体生态下，专设儿少公共频道能涵养新世代的文化品味，以及参与创造社会的公民素养，但并不打压娱乐取向的商业节目，保障家长和儿童的选择主权。以 BBC 的幼儿频道 CBeebies 和儿童频道 CBBC 为例，其节目内容无所不包，举凡杂志型态、纪录片、益智、综艺、户外转播、影片、戏剧、音乐、历史、人类学、新闻、时事、体育、科学等都在制作范围之内。不但英国儿少受益无穷、国家的媒体形象在国际间口碑响亮，更带动其国内的儿少影视产业发展，传播人才济济。

事实上，在 2005 年时，公视曾提出设立数位儿少公共频道 Dikid (Digital Kid Channel) 的企划案，但政府认为经营经费庞大，审案学者则反对传媒政策炒短线，无思长期规划财源经营，因此该企划案最终胎死腹中²¹。2011 年，NCC 曾发表《儿少通讯传播权益政策白皮书》，表示要「整合政府与民间资源推动儿少通传权益」、「结合部会力量从事供给鼓励」及「支持公共电视依法制播儿少节目，并运用资源即自有频道提供儿少专属频道」（国家通讯传播委员会，2011，页 46）。然而，NCC 近年虽一再宣示提升儿少节目质量的「应然性」（国家通讯传播委员会，2006, 2011；翁晓玲、钟起惠、何吉森、罗金贤，2012 年 5 月 4 日），实然面则仅消极的藉由换照条件，要求综合台业者自律性的制作儿童节目，未曾再有积极孕育儿少公共频道的行动。

²¹ 学者的考量角度，出自当时参与审案的政大新闻系教授冯建三告知作者。

时至今日，涉及儿少公共频道研议的内政部儿童局、教育部、新闻局广电处等政府责任机构已物换星移，儿童局被撤消，原业务改由卫生福利部社会及家庭署儿少福利组承办，新闻局广电处也已撤销，原业务改由文化部影视及流行音乐产业局承办。而 2012 年台湾正式进入数位电视时代，数位内容的汇流让儿少的学习与娱乐更依赖各类影视媒介，落实台湾儿童传播权，策略上，此时应重启以公共资源提供儿少专属频道的研议，促成儿少公共频道为有线电视系统业者可载基本频道的选择，甚至成为公益区块的必载频道。

伍、结语

检视半世纪以来国内儿少影视制播环境，缺乏长期规划经营、发展策略、公共领域、人才培养，以及从业人员流失，一直是最大的隐忧。经济挂帅的台湾电视发展史，使得儿少文化沦陷于流行的商业文化中，学龄前阶段虽有专属频道，却以自制唱跳节目以及外购卡通为主，学龄儿童和青少年则连专属频道都缺乏，普遍依附于成人观赏外来戏剧的品味。在多萤屏（频）趋势下，资源贫弱的儿少节目无论在内容产制、行销通路、人才培育层面皆缺乏竞争力。

在儿童与青少年次文化已靠向成人文化的媒体生态中，我们不能再坐视只是将儿少当作商品的影视文化之扩张（林瑞婉，2010），我们必须改变看待儿少节目的方式，稳定地挹注公共投资，并从组织、播出方式、功能、节目数量、节目品质等面向增强儿少节目的娱乐、教育与资讯效益。

因应数位汇流时代来临，政府已陆续提出文创产业、高画质电视推广等多项计划，预定投入的经费加总已达上百亿。此时，我们必须反思「没有钱」和「不愿意花钱」的政策差异，在「有钱」中，如果能够依人口比例，分配五分之一至儿童影视，那就不只是做几档大型戏剧，强调两岸合拍，捧红几

位偶像明星，让商业电视台或制作公司赚大钱，而是能够成立一个儿少公共频道，嘉惠台湾 470 万儿少了。

据产业经济学的研究指出，若要充份平衡商业传媒体系的缺陷，必须将非商业的投入量占有 45%-59% 的市场份额；若以单一机构的份额为准（比如，BBC 在英国），至少得占 25%-30%（转引自冯建三，2012b，页 130）。²²将此比率挪用至发展台湾儿童影视产业，则在有线电视四个、MOD 八个儿童 / 卡通频道的份额之下，新增一个儿少公共频道，是扭转儿童受商业影响的基本措施，其投资额度尚需足以扩大此一公共频道在儿少收视选择中的地位，才能奏其效。

而理想的儿少公共频道的规划，在节目结构应涵盖自制、委制、境外采购，以及国内商业台自制的优质节目，以及儿少参与制作等，分别收到培育专业人才、培植传播公司、促进国际交流、提升商业台制播儿少节目动机，以及儿少媒体赋权等综效，如此才能有助于建构传媒公共服务的体质，提升整体儿少影视产业。儿少影视产业蓬勃发展了，台湾儿少的发声权、资讯选择权、媒体近用权、健康成长权，才能真正得到满足。

参考书目

- 人艾（1981）。〈儿童电视节目永不嫌多〉，《公共电视》，8: 38-39。
公共电视法（2009 年修正）
公共电视策略研发部（2007）。《追求共好：新世纪全球公共广电服务》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。
文化部（2012）。《高画质电视推展计画 101 年—104 年》（核定本）。取自 <http://www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/27/694018/5fceb790-09fc-4ef2-b3ad-d63b32ed2a5a.pdf>
文化部（2014）。《影视音产业发展中程计画 104-108 年》。取自 <http://117.56.91.94/KMPublic/readdocument.aspx?documentId=236616>

²² 總體 45%-59% 份額出處：Graham 與 Davis (1992, pp.218-219)。單一機構 25%-30% 份額出處：Graham 與 Davis (1997, Chap.13)。若換算為經營費用，馮建三估算公廣集團每年收入至少需 81 億，才足以發揮扭轉台灣閱聽的主流動力，見馮建三 (2012a, 頁 285)；另一政大廣電系教授曾國鋒推估至少需 75 億，見曾國鋒 (2008, 頁 39)。

- 王英杰（2015年3月7日）。〈《万万没想到》Copy直播模式《女王》张小燕有望续摊拼金钟〉，《中国时报》，C3娱乐新闻版。
- 古玲玲（2010）。《我国公共电视体制之政策定位与治理研究》。台北：行政院研究发展考核委员会。
- 朱秋萍（2009）。《检视台湾电视产业之模仿同形：以台湾儿童电视频道为例》。交通大学传播研究所硕士论文。
- 行政院新闻局（2009）。《电视内容、电影及流行音乐三产业发展旗舰计画99-103年》（核定本）。台北：行政院新闻局
- 有线广播电视法（2007年修正）。
- 何贻谋（2002）。《台湾电视风云录》。台北：台湾商务。
- 儿少通传权益政策白皮书（草案）公听会—供给/鼓励场次（发言稿）（2011年5月12日）。台北：国家通讯传播委员会。取自 http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/11090/2746_21732_110907_1.pdf
- 儿童福利联盟文教基金会（2012）。《2012年儿少收视行为与儿少节目困境分析》。台北：儿福联盟。取自 http://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/959
- 羊忆蓉、周阳山、苏芊玲、刘克襄（主编）（2003）。《2002公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2002_pts_year_rep.pdf
- 李秀美（2001）。《我们在玩跷跷板—电视儿童节目实务与理论》。台北：三民书局。
- 李秀美（2002）。〈四十有感：台湾儿童电视节目发展概况〉，政治大学传播学院（编），《台湾四十年电视回顾与前瞻研讨会论文集》，页5-15。台北：政治大学传播学院。
- 李秀美（2005年7月31日）。〈我们需要儿童公共频道〉，《自由时报》，自由广场。
- 李伟文、方念萱、陈炳宏（主编）（2005）。《2004公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2004_pts_year_rep.pdf
- 李伟文、陈炳宏、郑同僚（主编）（2006）。《2005公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2005_pts_year_rep.pdf
- 李伟文、陈炳宏、郑同僚（主编）（2007）。《2006公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2006_pts_year_rep.pdf
- 吴永干、张永明、黄郁雯（2012）。《国外儿少通讯传播权益保护法制之研究》（编号：PG10105-0097）。台北：国家通讯传播委员会委托研究报告。取自 http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/13030/2865_130306_1.pdf
- 吴翠珍（2009）。《2009年全国儿童媒体使用行为调查报告》。台北：富邦文教基金会。取自 http://fubonedu.org.tw/download/2009_全国儿童媒体使用行为调查报告-完整内容.pdf
- 林东泰、羊忆蓉、翁秀琪、刘克襄（主编）（2002）。《2001公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2001_pts_year_rep.pdf

- 林惠玲、黄聿清（2014）。《国际优质少儿节目交流工作坊暨高峰论坛手册》。
台北：台湾大学公共政策与法律研究中心。
- 林瑞婉（2010）。《当儿童变成商品：台湾儿童电视节目发展的政治经济分析》。世
新大学新闻研究所在职专班硕士论文。
- 哈台影音快递编辑室（2007年5月4日）。〈「儿少传播停·看·听」儿少频道大
健检〉。取自「影视及流行音乐产业平台」
<http://tavis.tw/files/13-1000-1067-1.php>。
- 唐台龄（2010）。《台湾电视儿童节目半世纪之路：1962-2009》。台北：巨流。
- 唐根深（1996年8月12日）。〈应强制电视播放儿童节目〉，《中国时报》，11
版。
- 徐振兴、欧姿秀、周佩华（2011）。《儿童收看节目及广告对其行为影响》（编号：
PG10006-0233）。台北：国家通讯传播委员会委托研究报告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/12031/2708_23925_120517_1.pdf
- 翁秀琪、林东泰、孙秀蕙、关尚仁（主编）（2000）。《1998、1999 公共电视年度
报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自
<http://info.pts.org.tw/open/data/annual/1998-1999.pdf>
- 翁秀琪、林东泰、孙秀蕙、关尚仁（主编）（2001）。《1999、2000 公共电视年度
报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自
<http://info.pts.org.tw/open/data/annual/1999-2000.pdf>
- 翁晓玲、钟起惠、何吉森、罗金贤（2012年5月4日）。〈闭幕座谈纪录〉【发言
稿】，「2012 儿少通讯传播权益论坛」。台北：国家通讯传播委员会。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/12060/2851_24998_120608_1.pdf
- 陈板、陈炳宏（主编）（2009）。《2008 公视基金会年度报告》。台北：台湾公广
集团。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2008_pts_year_rep.pdf
- 陈邦畛、虞戡平、陈炳宏（主编）（2010）。《2009 公视基金会年度报告》。台北：
台湾公广集团。取自
http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2009_pts_year_rep.pdf
- 国家通讯传播委员会（2006）。〈95 年度处理有线电视频道规划变更之参考指标〉。
取自 http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/07051/61_917_070516_1.pdf
- 国家通讯传播委员会（2011）。《儿少通讯传播权益政策白皮书》。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/11083/8_21221_110831_1.pdf
- 许嘉栋（2014年5月）。〈台湾的汇率政策〉，「于宗先院士公共政策研讨会」，
台北南港区。取自 [http://www.econ.sinica.edu.tw/
UpFiles/2014031216373026792/Messagess_NFlies2014043018103711854/140502
台湾的汇率政策-许嘉栋.pdf](http://www.econ.sinica.edu.tw/UpFiles/2014031216373026792/Messagess_NFlies2014043018103711854/140502台湾的汇率政策-许嘉栋.pdf)
- 彭文正、朱台翔、陈炳宏（主编）（2008）。《2007 公共电视年度报告》。台北：
财团法人公共电视文化事业基金会。取自
http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2007_pts_year_rep.pdf
- 冯建三译（2008）。《传媒、市场与民主》。台北：巨流。（原书 Baker, C. E. [2001].
Media, markets and democracy. Cambridge, UK: Cambridge University Press.）
- 冯建三（2012a）。〈汇流年代的通传会权责：广电节目的传输、生产与使用〉，《丰
盛中的匮乏：传播政策的反思与重构》，媒改社、刘昌德（编），页 253-299。
新北：巨流。

- 冯建三 (2012b)。《传媒公共性与市场》。高雄：巨流。
- 曾国峰 (2008)。〈公视自筹款短缺对节目产制的影响〉，《广播与电视》，29: 29-61。
- 费家琪 (2008年11月5日)。〈MOMO台明年拼损益两平〉，《经济日报》。取自 <http://blog.yam.com/tcia/article/18059993>
- 郑自隆、谢章富、苏建州 (2007)。95年电视事业(含无线、卫星及有线)产业调查(行政院新闻局委托研究案)。台北市：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://www.bamid.gov.tw/files/15-1000-899,c227-1.php>
- 郑自隆、蔡念中、陈清河、黄兆仁 (2008)。《96年电视事业(含无线、卫星及有线)产业调查》(行政院新闻局委托研究案)。台北：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://www.bamid.gov.tw/files/15-1000-901,c227-1.php>
- 郑启源、石永乐、何慧斯、沈宝茜 (2014年9月17日)。〈称广告收入差 TVB炒50人儿童节节目组遭连根拔〉，《苹果日报》，要闻港闻。取自 <http://hk.apple.nextmedia.com/news/art/20140917/18868993>
- 廖淑君 (2005)。〈儿童电视节目法律规范之研究—以美国澳洲为例〉，《广播与电视》，24: 33-61。
- 广播电视法 (2011年修正)。
- 卫星广播电视法 (2003年修正)。
- 萧昭君译 (2007)。《童年的消逝》(修订版)。台北：远流。(原书 Postman, N. [1994]. *The disappearance of childhood*. New York, NY: Random House.)
- 旷湘霞、马绍·阿纪、徐青云、周建辉(主编) (2011)《2010公共电视年度报告》。台北：台湾公广集团。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2010_pts_year_rep.pdf
- 旷湘霞、马绍·阿纪、徐青云(主编) (2012)。《2011公视基金会年度报告》。台北：台湾公广集团。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2011_pts_year_rep.pdf
- 旷湘霞、马绍·阿纪、徐青云、关尚仁(主编) (2013)。《2012公视基金会年度报告》。台北：台湾公广集团。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2012_pts_year_rep.pdf
- 旷湘霞、徐青云、王麟祥(主编) (2014)。《2013公视基金会年度报告》。台北：台湾公广集团。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2013_pts_year_rep.pdf
- 苏芊玲、羊忆蓉、周阳山、刘克襄(主编) (2004)。《2003公共电视年度报告》。台北：财团法人公共电视文化事业基金会。取自 http://info.pts.org.tw/open/data/annual/2003_pts_year_rep.pdf
- 龚明鑫、黄兆仁、张建一 (2011)。《98年影视产业趋势研究产业调查及专题研究报告(含电视、电影及流行音乐产业)》(行政院新闻局委托研究案)。台北：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://www.bamid.gov.tw/files/15-1000-903,c227-1.php>
- 龚明鑫、张建一 (2012)。《99年影视产业趋势研究产业调查及专题研究报告(含电视及电影产业)》(行政院新闻局委托研究案)。台北：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://tcm.tier.org.tw/Files/monographic/2010041910490.pdf>

- 龚明鑫、张建一、吕曜志（2013）。《100年影视产业趋势研究产业调查及专题研究报告（含电视及电影产业）》（行政院新闻局委托研究案）。台北：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://www.bamid.gov.tw/files/15-1000-905,c227-1.php>
- 龚明鑫、张建一、吕曜志（2014）。《101年影视产业趋势研究产业调查及专题研究报告（含电视、电影及广播产业）》（行政院新闻局委托研究案）。台北：财团法人台湾经济研究院。取自 <http://www.bamid.gov.tw/files/15-1000-906,c227-1.php>
- Bielby, D. D., & Harrington, C. L. (2008). *Global TV: Exporting television and culture in the world market*. New York, NY: New York University Press.
- Children's Television Act (modified on 2015, January 4).
- DCMS (1999). *UK television exports inquiry: The report of the creative industries task force inquiry into television exports*. London, UK: Department of Culture, Media and Sport.
- Graham, A., & Davis, G. (1992). The public funding of broadcasting. In T. Condon (et al.) (Eds.), *Paying for broadcasting: The handbook* (pp.167-221). New York, NY: Routledge.
- Graham, A., & Davis, G. (1997). *Broadcasting, society and policy in the multimedia age*. Luton, UK: University of Luton Press.
- Graham, D., & Associates Limited (2000). *Out of the box: The programme supply market in the digital age. Report for the UK Department of Cultural, Media and Sport*. London, UK: DCMS.
- Grant, P. S. (2011). The UNESCO convention on cultural diversity: Cultural policy and international trade in cultural products. In R. Mansell & M. Raboy (Eds), *The handbook of global media and communication policy* (pp.336-351). Wiley, NJ: Wiley- Blackwell.
- Hoggart, R. (1993). *An imagined life: Life and times, Vol.3, 1959-1991*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- International Commission for the Study of Communication Problems [The MacBride Commission]. (1980). *Many voices one world (MacBride report)*. Paris, FR: UNESCO. From <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
- Martinson, J. (2015, January 30). Children's TV and current affairs unlikely to be involved in BBC competition revolution. *Guardian*. From www.theguardian.com/media/2015/jan/30/childrens-tv-and-current-affairs-unlikely-to-be-involved-in-bbc-competition-revolution?
- Noam, E. M. (1991). *Television in Europe*. New York, NY: Oxford University Press.
- The Secretary of State for Culture, Media and Sport. (2014). *BBC annual report and accounts 2013/2014*. From downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/2013-14/bbc_annualreport_201314_bbcexecutive_performance.pdf
- UNESCO (2005). *Convention on the protection and promotion of diversity of cultural expressions*. Paris, FR: UNESCO. From <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf>

Review, Current Situation and Reflection of Children's Television in Taiwan

Hsiu-Mei Li

ABSTRACT

TV children's programs exist in Taiwan media ecosystem for more than half-century. However, no matter is resources, practitioners, broadcasting blocks or hours, Children's TV has been situated on marginal and vulnerable position of the TV field, unable to resist the negative impact of media mercantilism that treat children as commodities. The reason is that the official media policies have long-term inefficiency for children's TV program, not only makes the children's TV industry unable to develop, but makes a crisis of shriveling up. Moreover, the public failed to identify the publicity of media has dual qualities in market and education, the resource from cultural allowance is so poor that can't support enough public power to protect the children's right of communication. This article review the development of children's TV in Taiwan from a policy perspective, presentation its current situation, and discuss publicity of media and foreign examples, to reflect how children's TV can escape from squeeze situation to survive.

Keywords: children's public channel, children's right of communication,
children's television programs, children's television policy,
publicity of media

* Hsiu-Mei Li, Ph.D. candidate of Multicultural Education, Department of Curriculum Design & Human Potential Development, National Dong Hwa University; also is a freelancer of TV program director , e-mail: hsiumei@cm-workshop.com

· 传播 文化 与政治 · 第三期
2016 年 6 月 页 1-29

推展台湾关机运动： 执行模式与未来发展

王本壮、周芳怡*

本文引用格式

王本壮、周芳怡（2016）。〈推展台湾关机运动：执行模式与未来发展〉，
《传播、文化与政治》，3:31-57。

投稿日期：2014年10月9日；通过日期：2016年1月20日。

* 作者王本壮为国立联合大学建筑系副教授，e-mail:bcw@nuu.edu.tw；
通讯作者周芳怡为国立台中科技大学通识教育中心助理教授，
e-mail:fychou@nutc.edu.tw

《摘要》

「关机运动」始于美国，广及他邦，台湾曾在 2004 到 2006 年，由苗栗社区大学推动。本文采取行动研究而予检视，重点是在地经验，从三届关机运动的推动单位、宣传方式与关机周系列活动的纪录与分析，归纳并反省苗栗社大推动关机运动的模式与成果。最后，作者援引相关理论，参酌苗栗经验，指认活动内容与执行团队可以改进之处，希望藉此为台湾推动关机或无（电视、电脑、手机等）萤幕周等相关活动时，提供更多的参考素材。

关键词：行动研究、非政府组织、关机运动

壹、前言：关掉萤幕，一个国际新生活运动

1994年，在 Henry Labalme 与 Matt Pawa 的发起下，启动了美国境内的关机运动。尔后，每年四月的第三个礼拜，被「萤幕时间觉知中心」(Center for Screen-Time Awareness, CSTA) 订为「关闭电视周」(TV-Turnoff Week)，其目的为推展「关机运动」，藉由提供适当的工具，使民众能掌握电子媒体，而不是被电子媒体控制¹。「关掉电视，扭转生活」(Turn off TV, turn on life) 是关机运动的主要精神。在关机的期间内，阅听大众应透过各种机制去了解占据自己许多时间的电视对自己可能产生的影响。换句话说，关机运动并非消极的抵制电视，而是希望阅听大众藉由「关机」来审视「电视在自己生活中扮演的角色为何？」，而非仅是期待电视节目制作相关人员去发展出更好的电视节目。

经过数年的推动，关机运动已被许多团体关注，且理念也在世界许多地方落实。逐渐地，随收视行为的变化与新媒体的出现，关机运动发展为「无萤幕周」(Screen-Free Week)，2010年美国奥巴马等人亦予支持下，由儿童权益维护团体「无商业化童年运动」(Campaign for a Commercial-Free Childhood, CFCC) 接手持续推动无萤幕周。CFCC 定义无萤幕周为「减少我们依赖电视、电动玩具、智慧型手机、笔电、电脑等电子娱乐的有趣方式。对于小孩与大人来说，透过关掉上述电子娱乐工具，将是他们重新与世界连结的机会」。CFCC 更提出不论孩子正接触的电视节目是好的，还是不好的，电子娱乐正宰制着他们的生活，且花过多的时间在各式的萤幕上，也会导致学习成绩低落、孩童肥胖与注意力的问题²。

至 2015 年（无萤幕周定为 5 月 4 日到 5 月 10 日），美国的关机运动已推动超过 20 个年。「关掉萤幕，并与真实世界连结」（避免疏离）为众多团体推动关机运动的主要诉求；对于早期媒体被「党、政、军」主导的台湾来

¹ 「萤幕时间觉知中心」位于美国华盛顿，前身为「关机网络」(TV-Turnoff Network)，是一个国际性非营利组织；此资料于 2009 年 5 月 4 日搜集自「关机运动」官方网站：<http://www.tvturnoff.org/>。

² 资料来源：2015 年 3 月 11 日取自「无萤幕周」官方网站：<http://www.screenfree.org/>。

说（教育部，2002），关机并非仅是重拾纯真的人情味及与土地亲近而已，更重要的是重新检视、批判特定电视媒体中夹带偏颇的意识型态、单一化的价值观念与偏离真实的社会再现。另外，台湾人民的生活形态、家庭文化多少与美国存在差异，因此，在台湾推动关机运动，必须考量台湾的风土民情，是以，本研究透过苗栗县社区大学推动关机运动三年（2004-2006 年）的「行动研究」，探究台湾推展关机运动的执行模式与未来发展；而具体探讨之课题如下：

- （一）以三年的行动研究为基础，建构台湾推展关机运动的执行模式。
- （二）以 Peter Jarvis 的学习环路与学习路径检视关机运动办理活动之内容，并以非政府组织（NGO）的相关理论，探讨执行单位的角色与定位，以作为检讨之基础。
- （三）依据上述分析结果，提出未来台湾关机运动的发展模式。

贰、研究方法与研究设计：行动研究

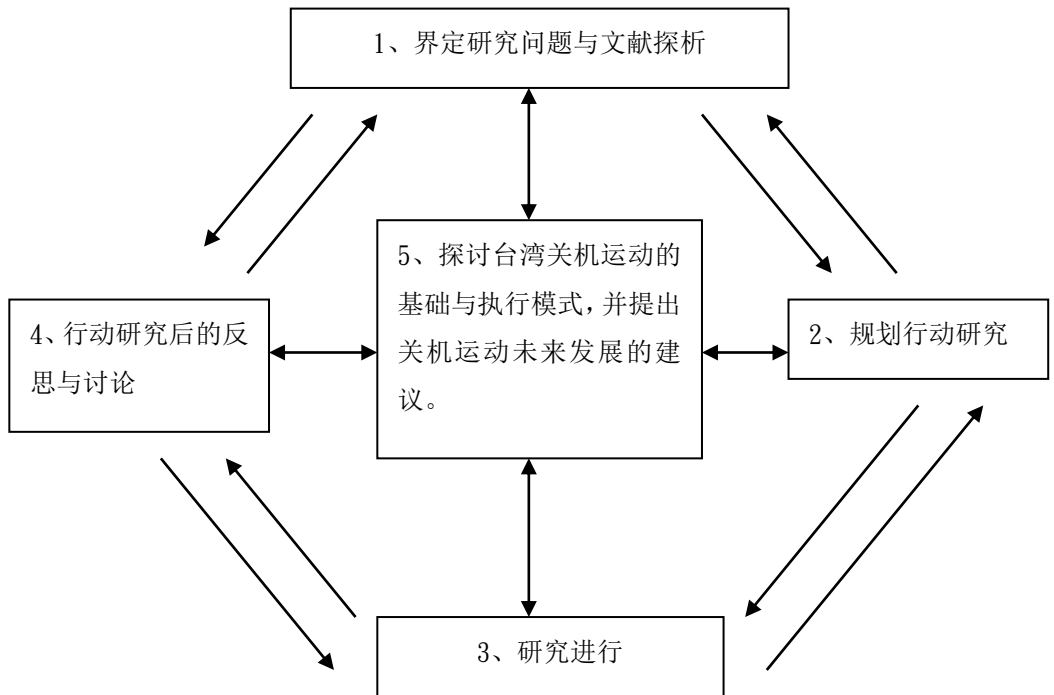
Lewin 于 1930 年代提出「行动研究法」，认为「研究中应有所行动，行动中应有所研究」，亦将行动研究定义为「将科学研究者与实务工作者的智慧与能力，结合在一件合作事业之上的方法」（张世平，1991）。换句话说，行动研究是结合行动与研究的一种研究方法，亦即「情境的参与者」基于实际问题解决的需要，与专家、学者或组织中的成员共同合作，将问题发展成研究主题，进行有系统的研究，以讲求实际问题的解决（陈伯璋，1990）。本文第一作者当时为苗栗县社区大学的主任秘书，也是推动关机运动的发起人，而通讯作者在 2005 年时加入筹画与推动关机运动。

在推动台湾的关机运动前，执行团队曾透过网站资料，了解美国推动关机运动的模式，但也了解由于美国与台湾间民众的生活习惯、风土民情与推动之组织相关资源的差异，在筹画之初，执行团队便发现在台湾推动关机运动，必须在美国模式上建立属于台湾的本土模式。在第一年的筹备之初，苗

栗县社区大学的关机运动执行团队便开始记录与检讨执行过程，启动研究行动，试图研拟出适合台湾推动关机运动的模式。

吴明清（1994）认为「在行动中研究」、「为行动而研究」及「由行动者研究」为行动研究的三项特征。本研究统整 ChecklandHolwell（1998）、陈伯璋（1990）与蔡清田（2000）关于行动研究进行的循环，建构出本研究之研究架构（图一）；藉由在行动研究循环进行台湾关机运动过程的探究及反思，以建构台湾关机运动执行的基础与可行模式。

图一：本行动研究循环图



本行动研究循环由五个部分（界定研究问题与文献探析、规划行动研究、研究进行、行动研究后的反思与讨论、探讨台湾关机运动的基础与执行模式；并提出关机运动未来发展的建议）构成，这五个部分并非各自独立或按照步骤的自然出现，而是研究人员与苗栗县社区大学关机运动执行团队共同反思、回馈所构成的。因此，本行动研究中就有「双向」的箭头关系；举例来说，「研究进行」的过程中，如发现「行动研究规划」的缺失，本研究会回到上一部分重新检讨，以形成更完善之行动研究规划，即便到了「行动研究后的反思与讨论」，也可能会形成新的行动研究主题，藉由再一次的「界定研究问题与文献探析」，以形成新的行动研究循环。本研究经由一次又一次的行动研究循环，以建构属于台湾的关机运动执行模式，并试图提出关机运动未来可能发展之方式。

参、理论基础

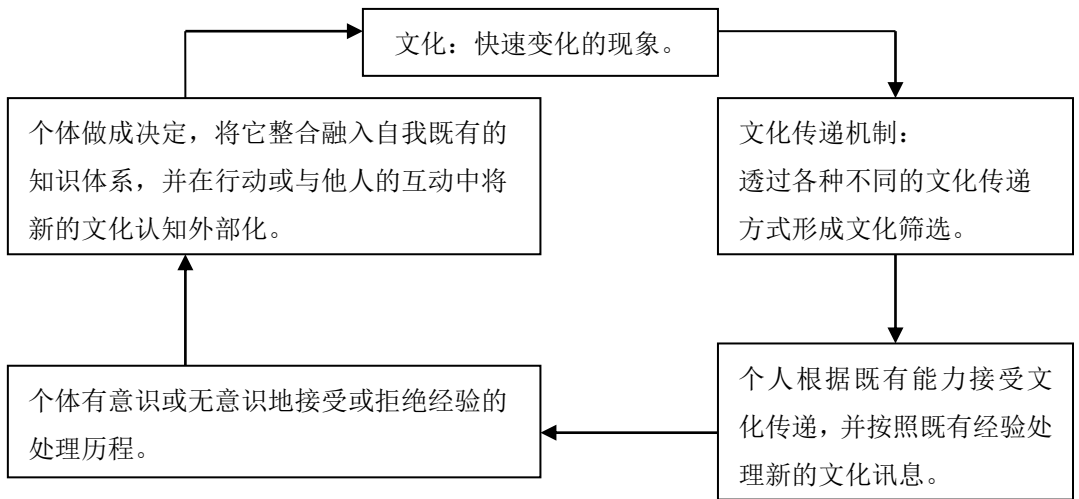
苗栗县社区大学从 2004 年起推动三年的关机运动，为能更具系统地展望台湾推动关机运动的未来发展，本文以 Peter Jarvis 的学习环路来检视活动之内容，更以非政府组织相关理论，来探究执行单位的角色与定位，以作为检讨台湾关机运动过程的基础。

一、Peter Jarvis 的学习环路与学习路径

Jarvis (1983 / 许雅惠译, 2002) 认为一个真实的学习历程，通常始于个人经验与社会文化传播机制之间产生冲突紧张之时；也就是说，当个体过去的经验与现在的情境之间的「理所当然」不存在时，个体的过去经验与现在情境就处于「分裂状态」。Jarvis 虽然认为个体是「社会文化的承受者」，但当个体面临分裂状态时，文化并非能完全的复制到个体的思维中；个体在与社会互动的历程中，接受了社会文化所彰显的某些元素，也进行部分修正及

部分拒绝。总而言之，文化承受者不仅是按文化的内涵处理知识，更能随机行动，以寻求客观文化中的知识、想法、价值、信念等；透过接受与排除的筛选作用来传承文化，这样的学习历程 Jarvis 称之为「学习环路」（图二；许雅惠译，2002）。

图二：Peter Jarvis 学习环路图



上述即 Bourdieu 所谓行动者既「被历史牵动」也「牵动历史」的意涵（引自李璜，2002）。另外，Jarvis（1987）透过探讨个体的学习路径，提出了三种学习类型：

- （一）非学习：是个体面对经验而没有产生学习的反应模式，也就是说，学习并不是每次都从经验而来的，另外，经验也不一定会产生学习，而非学习反应包括：假定、不假思索及拒绝三种模式。「假定」背后有一个深层的预设立场，就是个体可以重复过去成功的模式，只要社会的结构没有改变，个体先前的经验仍能有效的运作。另外，个体在一个具有规律的世界下进行假定的反应，能使个体与社会环境处于一个和谐的状态。「不假思索」是当个体面对潜在学习经验却毫无法反应

的情况。而会造成个体毫无反应的原因可能是个体忙到无法思考、害怕了解思考后的结果，或是个体所处的位置无法让他们了解当时的情境。「拒绝」是个体为了稳固自己既有的地位而产生的反应，此种态度，是个体为了维持自己所谓的原则而产生的。

(二) 非反思型学习：前意识学习、技巧学习及记忆三类学习模式属于非反思型学习，此三类被归为同一类的原因是，三者的本质皆欠缺「反思」的过程，而非反思型学习为社会上普遍存在的学习类型。「前意识学习」发生在视觉外围及意识的边缘，前意识的学习通常不经由互动沟通经验而产生，个体接收后仅将内容放在次要经验而非主要经验上。「技巧学习」通常是经由模仿或向模范角色学习而来的，此种学习被限定在简单的、时间短的、机械式的学习。「记忆」是人们经常使用的学习方式，举凡背九九乘法表、熟记权威学者所发表的文章以便考试可以派上用场皆属之。

(三) 反思型学习：含沈思、反思型的技巧学习及实验型学习三种类型。「沈思」是个体对经验的思考过程，在沈思的过程中，个体可以不参照外在的社会事实，而由自己的经验反复思考而形成结论。「反思型的技巧学习」主要的学习内容是「know-how」的部分，亦即实作背后的原理原则。经过此类学习后，学习者面对特殊情境时，他们不是只会照本宣科，而是会想出新的技巧来因应。「实验型学习」强调实务的应用与实验，实验的最终结果会产生一个与社会事实有关的知识型态。

二、非政府组织

非政府组织是介于公部门及私人营利部门之间的组织集合体；在欧洲大陆，学者偏好称之为「非法定部门」或「志愿性部门」，也有不少人称之为「第三部门」(Seibel & Anheier, 1990) 或「非营利组织」。

（一）非政府组织崛起的因素

统整 Powell (1987)、顾忠华 (2001) 及郑赞源 (2001) 等文献后发现, 非政府组织崛起之因素可归纳为「福利国家危机」、「失灵论」与「公民权的伸张」三类; 以下分别叙述之。

- 1.福利国家危机: 十八世纪的工业革命使得人类社会风险增加(例如: 疾病、贫穷、动乱), 政府开始担起福利规划及提供的重担; 然至 1980 年代左右, 在财政困难、贫富不均、运送制度不恰当三者交互影响下, 由政府办理社会福利的方式, 同时遭到保守派及自由派的批评及挑战。各国政府在上述福利国家危机的压力下, 开始引进各种市场机能的策略, 主张政府与民间应合作提供各项社会福利服务; 此时, 提供社会福利的责任开始由政府、营利部门、非营利部门、社区与家庭四个部门共同负担(郑赞源, 2001), 非政府组织也在这样的脉络中开始崛起。
- 2.失灵论: 「市场失灵」与「政府失灵」亦是造成非政府组织崛起的因素。在经济学中, 市场失灵主要导因于, 市场中供给与需求间的差异或不平衡, 换句话说, 当市场有需求但厂商无法供给时, 市场即会出现失灵的现象; Hansmann (1987) 认为非政府组织可以弥补此市场失灵的现象。另外, 非政府组织在政府失灵亦可伸出援手, 政府失灵现象通常是因为政府需依法行政, 又过度强调科层, 且政府需讲究代表性、公平; 此时, 非政府组织可依循其弹性与具动力的优势介入政府的政策执行以弥补政府的失灵(Douglas, 1987)。
- 3.公民权的伸张: 顾忠华(2001, 页 18) 认为「失灵论」过于消极, 非政府组织是在公民权大幅伸张的环境中崛起的, 且非政府组织拥有「公共性」和「自主性」双重特性, 与政府(第一部门)、企业(第二部门)有明显的不同。

质言之, 非政府组织的特性就是在「补充」市场与政府的不足(郑赞源, 2001); Hall (1987) 亦认为非政府组织是一个成熟公民社会不可缺少的重要成份。

（二）非政府组织在全球「从政府到治理」趋势下的角色与功能

福利国家危机、市场及政府的失灵与公民权的伸张，除了可以视为非政府组织崛起的因素，亦可从中看出在公共行政中由「统治」到「治理」的历程。「统治」（在片面权力及零和权力观当道的国家中常见）强调权威由上而下及命令的服从；然当政府面临福利国家危机、政府失灵及政治自决、公民自觉等社会脉络的转变时，会开始寻求共同「治理」的伙伴。

1995 年，联合国「全球治理委员会」发表的「我们的全球伙伴关系」中，将治理定义为「各种公共的、私人的个人和机构管理其共同事务之诸多方式的总和」，在此定义中可看出各类跨部门的组织间在共同治理的过程中，形成协力、伙伴及合作的关系。全球治理委员会认为，治理的特征包括：治理是一个过程、治理是协调的、治理涉及公共部门与私人部门及治理是持续的互动（Commission on Global Governance, 1995）。

在治理的过程中，公部门与私部门持续的进行互动；然在公、私部门互动中存在着一个「紧张区域」，这个区域可能是公、私部门发生冲突之处，也可视为公、私部门面临冲击时的缓冲地区。Ware（1989；引自郑赞源，2001）认为非政府组织即处于紧张区域内；如将非政府组织放在紧张区域时，其具备下述四种角色与功能。首先，非政府组织能反映其他部门对于公共事务的需求，即「中介者」的角色；再者，非政府组织能「调节」（润滑）各部门间的关系；第三，非政府组织能「移转」公、私部门的资源与权力，以达资源共享、资源平均及权力共享之利；最后，非政府组织除了具有上述三项较消极的功能外，其还能积极的「形塑」各部门的特质与走向。

综合上述，在公部门、私人企业与社会大众间，需要一个能移转资源、沟通协调、教育训练与培力的机制；此机制可由具公共性、自主性的非政府组织提供。换句话说，非政府组织在公部门、私人企业与社会大众间可扮演「中介、润滑、移转、形塑」的角色，上述四个角色不得偏废，应随社会脉络及社会需求不同而因地制宜。

肆、台湾推动关机运动的背景

关机运动的创办人于 1994 年开始推动此运动，当时的美国社会多认为「电视无害，还可能是很好的保母」，创办人于是开始筹画一些替代电视的活动，但实际上，并无法降低人们看电视的时间。之后，创办人开始与美国境内相关组织，甚至跨国与其他组织合作，在世界各国许多团体的努力下，多年后，美国社会开始普遍认同应降低孩子使用萤幕的时间³，自此开始，关机运动才在美国与世界各地开始受到瞩目。在推动关机运动之初，关机运动的创办人筹组了「关机网络」开始「关闭电视周」；透过关机网络的统计，截至 2009 年为止已有超过两千四百万人参与过此活动。「关掉电视，扭转生活」是关机运动的精神，在关机期间内，阅听大众透过各种机制（举凡：阅读、讨论、参与相关活动等）去了解电视对自己可能产生的影响⁴。

一、国际推动关机运动的概况

1994 年，关机运动只有九个组织参加，到了 2000 年，全球已有超过两万个组织加入关机行列（管中祥，2005）；由反应热烈及参与积极的状况可以发现，关机运动已于全球间开始蔓延。然而，因各国及各执行组织有着不同的历史脉络、文化差异及推动理念，是以，关机运动在各执行团队中，发展出各式各样的执行基础与模式。在美国，关机网络进行关机运动是为了鼓励儿童及成人少看电视，以便促进健康生活及社区的形成；亦即，在关掉电视的期间，阅听大众可以把时间作重新的管理，给自己、家庭及朋友一些互动与沟通的机会。在傲瓦哲克（位于土耳其西部的一个村庄），透过公民投票决议，仅留下村长办公室的电视机与收音机，以了解外界事物，而将村庄中其他的电视机与收音机移除。傲瓦哲克村民希望藉由离开两机，改以聚餐、歌舞、体育等活动重新活络彼此的情感（冯建三，2003）。在义大利，社会

³ 资料来源：2015 年 3 月 13 日引自「无萤幕周」官方网站：

<http://www.screenfree.org/wp-content/uploads/2014/04/HistoryOfSFW.pdf>。

⁴ 此资料于 2009 年 5 月 4 日搜集自「关机运动」官方网站：<http://www.tvturnoff.org/>。

运动组织“Esterni”一直在米兰推动「关机」，其认为电视是造成「懒散」和「疏离」的主因，也是浪费时间的事。“Esterni”为了呼吁义大利民众别一到周末假日就赖在家里看「垃圾电视」，发起了「关机运动」；“Esterni”和多家餐厅、戏院和博物馆合作，只要民众带着遥控器，就可享有入场折扣或免费（倪婉君编译，2003）。

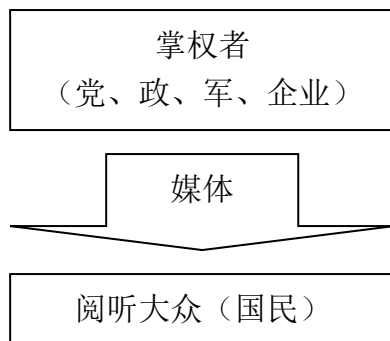
二、苗栗县社区大学推动关机运动所处之社会脉络

教育部于 2002 年提出《媒体素养教育政策白皮书》，白皮书中检视了台湾媒体现况，发现媒体所提供的资讯中有五项重要的本质：举凡，媒体的资讯并不全然真实地反映世界；媒体讯息都经过复杂的筛选、包装、选择与组合；讯息的呈现，可能受到媒体记者与编辑者、媒体部门与组织负责人，甚或政府、政党或财团的影响；媒体的传播科技特质，塑造了媒体独特的表现形式或内涵；及阅听者是媒体工业运作下所产生的市场商品，作为广告商欲触及的目标对象，五项皆属之（教育部，2002）。「进行知识解放，促成公民社会」为苗栗县社区大学的办学理念之一。苗栗社大当时发起关机运动的团队，便是有鉴于当时台湾媒体产生许多乱象，希望透过关机运动来引发民众对于自身生活形态进行反省，进而参与终身学习活动，或产生更多公民参与的行动。虽有这样的理念，但回头看台湾民主与媒体发展过程，大概能预测，苗栗社大推动关机运动将可能遇到许多挑战。

所谓「冰冻三尺，非一日之寒」，要审视台湾媒体现况可从台湾媒体发展历史来看：在政府宣布解严（1988 年）前，媒体事业的发展受到相当大的限制，如：控管报纸的张数与家数、管制无线电波及电视电台设立（教育部，2002）。在长达三十八年的戒严时期（1949～1987 年）中，政府的掌控使得台湾资讯传播媒介造成两报三台的市场垄断与言论单一化；申言之，在解严前，掌权者（党、政、军）、媒体与阅听大众之间存在着上对下的「垂直灌输关系」（图三），此种关系造成媒体建构的真实与现实生活之间产生了诺大

的断层，也使得阅听大众习惯被动的接受资讯，进而把媒体建构的真实「视为理所当然」。

图三：掌权者、媒体与阅听大众之间的垂直灌输关系



解严之后，台湾的媒体环境进入了一个新纪元，以下从「传播关系转变」与「权力结构变化」来说明台湾媒体环境的改变。首先，在传播关系转变部分，随着媒体的快速增加，媒体间产生了极度竞争的状态，媒体内为了维持运作也逐渐以利益为主要考量的中心；亦即，除了党、政、军的介入外，私人企业（媒体拥有者、广告商等）也加入了资讯传播的复杂关系中。许立一（2004）认为，在代议制度及多元媒体的情境下，民众似乎拥有「知的权利」，然「实际行动」的权力却在媒体形塑的「超真实」下被淹没；质言之，国家机关主导了资讯传播的管道，使阅听大众陷入被宰制的危机，而私人企业进占媒体，也将阅听大众的角色从政治的参与者，转变为把政治、媒体景观当作文化消费的旁观者。

再者在权力结构变化的部分，随着民主意识及阅听大众主体性的提升，掌权者、媒体与阅听大众之间的垂直灌输关系逐渐的遭受挑战；阅听大众透过组成「非营利组织」（台湾媒体观察教育基金会、媒体改造学社、阅听人监督媒体联盟等），藉由集体的发声及行动向政府及媒体提出批判及建议。

综合上述，苗栗县社区大学推动关机运动当时，台湾社会有着下列特征：

- 第一， 关键外部力量（政府、企业等）影响媒体；
- 第二， 媒体面临极度竞争的市场环境；
- 第三， 阅听大众主动势力崛起。

正因此，苗栗县社区大学推动关机运动，乍听之下似乎过于理想化，但在民主的浪潮下与民众力量的觉醒，让关机运动在台湾不会是不可能的社会运动。

伍、2004-2006 年苗栗社大推动关机运动之历程

正如上述所说，苗栗县社区大学（以下称苗栗社大）是为推动终身学习、进行知识解放与促成公民社会所成立的非政府组织。在 2004 年，苗栗社大江明修校长带领执行团队共同发想与规划属于台湾的关机运动，苗栗社大推动的关机运动历经三年，各年的推动主题是，2004 年「抛开电视、出去走走」、2005 年「关机！扭转生活奇迹！」、2006 年「关掉电视，启动心生活！」，以下说明这三年的推动历程。

一、2004 年关机运动

推动终身学习与促进公民社会为苗栗社大的主要任务，因此，关机运动执行团队思考民众若能减少与电视为伍的时间，或能因此加入终身学习的行列，或关注社会公共事务。「抛开电视、出去走走」是苗栗社大第一年推动关机运动的主题，除了希望民众能够思考家庭的价值外，另外，也想想除了电视之外，还有没有其他有意义或有趣的事情可以进行，而，本年度的三大诉求如下：

- 第一， 关掉电视，重新思考家庭的价值，
- 第二， 关掉电视，走出户外运动去，

第三，关掉电视，想想我们需要什么样的媒体。

首年推动关机运动，执行团队考量媒体改革的诉求强烈且较难着力，故以「家庭」作为切入点，再配搭走出户外的「健康」议题，由「不看电视还可以做什么？」出发，规划系列活动让民众参加，藉以取代民众平日看电视的休闲习惯。本年度的活动汇整如下表一：

表一：2004年关机运动系列活动列表

阶段	活动主题
关机周前	<ol style="list-style-type: none"> 1. 号召个人或家庭签署加入关机运动，并发放关机手册。 2. 「关掉电视·生活大不同」金点子创意比赛。 3. 「关机运动」记者会。
关机周间	<ol style="list-style-type: none"> 1. 家庭日：10场以家庭为核心的活动。 2. 媒体日：5场探讨媒体现况的座谈会。 3. 健康日：5场运动与户外休闲活动。
关机周后	<ol style="list-style-type: none"> 1. 我的关机日记征稿。 2. 「关机一族」联欢会。

关机运动推动的第一年，在推广之初，约有近千人签署支持关机运动，在 no TV 的金点子创意比赛中，更有来自苗栗县外的学生投稿，深入了解后，投稿的学生是由当时的《破报》中得知活动消息的。然而，在推动过程中，执行团队也面临许多困境。首先是缺乏行动网络，由于社大人力有限，加上尚未完整建立志工系统，且外界的合作团体（含政府、学校、社区等）不足，因此，活动参与人数与回响上，不如预期效益。另外就是除了媒体日的五场座谈会外，其他活动较难促进民众理解关机运动想推动媒体改革的意涵，多数民众是因为对家庭日或健康日的活动有兴趣才来参加，并不一定理解活动的背景和意义，虽然了解活动意涵的民众也多表达支持关机运动，但实际上

参与活动后是否造成民众生活习惯的改变或对媒体改革的关注，便难以掌握了。

二、2005年关机运动

本年度推动关机运动的诉求与美国同步，从「健康生活」、「亲子生活」、「媒体生活」、「艺文生活」、「旅游生活」五大面向，扭转生活奇迹，邀请民众一同开始新的「无机」生活。有鉴于第一年行动网络的不足，第二年苗栗社大扩大了串连范围与台湾媒体观察教育基金会、媒体改造学社合作，更邀请了其他县市的五所社区大学与县内的大专院校、国高中、幼稚园与读书会等团体共同协办，也透过苗栗县社造中心进行对社区的宣传，另外，更有苗栗在地的游乐园与企业加入赞助的行列。本年度的活动说明如下表：

表二：2005年关机运动系列活动列表

阶段	活动主题
关机周前	1. 与个人或团体签订「关机盟约」。 2. 印制海报、DM与关机标签，扩大进行宣传。 3. 「关机点子大募集」创意赛。 4. 「关机!扭转生活奇迹!」关机运动启动记者会。
关机周间	1. 阅读亲子：3场活动。 2. 阅读媒体：2场活动。 3. 阅读健康：3场活动。 4. 阅读旅游：2场活动。 5. 阅读艺文：1场活动。 6. 出卖遥控器活动。
关机周后	形成「关机!扭转生活奇迹!」关怀生活方案，提供更多人能自主进行关机运动。

在关机运动推动的第二年，苗栗社大强化与美国关机组织串连，了解美国推动关机运动的策略，也有更多的媒体与团体关心关机运动的动态。另外，

在关机周的周末，更与苗栗在地的游乐园合作，进行「出卖遥控器活动」，民众只要带着遥控器来，便可以免费入园。

三、2006 年关机运动

第三年的关机运动串连的网络更为扩大了，包含：6 个政府组织、27 所社区大学、10 个社教团体、10 所各级学校、17 家苗栗地方文化馆、42 个社区团体、35 家赞助单位、61 所全国各乡镇图书馆、8 家文化单位，共计 215 个团体。另外，活动诉求也更为明确，包括：

- (一) 关掉电视，重新思考家庭的价值，省视亲子互动的关系，拒绝让电视成为孩子的电子裸母！
- (二) 关掉电视，离开沙发、走出户外、亲近大自然！
- (三) 关掉电视，远离遥控器，赶走心灵退化的杀手，让思想与心灵更清明，找回丰富的创造力及想象力！
- (四) 关掉电视，聪明选择新生活！拾回人我群际之间的热情与互动！
- (五) 关掉电视，思考我们需要什么样的媒体！

而，苗栗社大推动关机运动的第三年，过程与活动内容，说明如下表：

表三：2006 年关机运动系列活动列表

阶段	活动主题
关机周前	<ol style="list-style-type: none">1. 与个人或团体签订「关机盟约」。2. 印制海报、DM 与关机标签，扩大进行宣传。3. 「关掉电视，启动心生活！」关机运动记者会。4. 关机创意赛：关机经典语录大募集、停机公告大募集、与机诀别书大募集。5. 深化「抛开电视，生活更精彩！」关怀生活学习五大方案。
关机周间	<ol style="list-style-type: none">1. 切「关机蛋糕」活动：苗栗县长与教育局长皆出席。2. 关机爱心音乐会：听音乐捐发票。3. 苗栗北区：5 场活动。

	<p>4. 苗栗中区：5 场活动。</p> <p>5. 苗栗南区：5 场活动。</p> <p>6. 出卖遥控器活动。</p>
--	--

第三年的一大特色为邀请全国各地相关团体共同在关机周办理活动，响应关机运动，本年度响应的团体多表示支持关机运动，也有约五成的单位办理关机后的替代活动。但，与书店、地方文化馆合作成效较弱，此活动为邀请民众携带遥控器进行消费，统计后发现并未有民众带遥控器消费。由此可知，关机运动的意涵多能获得社会的认同（逐年增加的签署参与关机运动团体），但，要引导民众改变生活形态或参与媒体改革，尚有一段努力的路程。

陆、台湾推动关机运动之模式

苗栗社大因对公民社会的关注与为推广终身学习，从 2004 年起推动为期三年的关机运动。在三年间，苗栗社大利用既有的人力与资源，并持续经营行动网络，最后使关机运动在台湾日益受到关注。而，在这三年间，苗栗社大推动关机运动的发展，汇整如下表：

表四：2004-2006 年台湾推动关机运动模式

	2004 年	2005 年	2006 年
时间	4 月 26 日至 4 月 30 日	4 月 25 日至 4 月 31 日	4 月 24 日至 4 月 30 日
单位	苗栗社大发起	开始串连	全台启动
宣传	苗栗县长当代言人	串联社大支持与响应	结合公益、商店折扣
机制	<p>1. 签署加入关机运动</p> <p>2. 办理替代电视活动</p> <p>3. 关机创意征稿</p>	<p>1. 签署加入关机运动</p> <p>2. 替代电视活动多元</p> <p>3. 提出自主关机方案</p> <p>4. 关机创意征稿</p>	<p>1. 签署加入关机运动</p> <p>2. 扩大关机活动范围</p> <p>3. 深化自主关机方案</p> <p>4. 关机创意征稿</p>

2004年，苗栗社大在苗栗县发起关机运动，在关机周的前一个星期，苗栗社大举办了记者会，邀请苗栗县县长与媒体观察基金会代表共同出席，在会后媒体便报导：

中华民国电视学会轮值台民视表示，尊重各界对媒体的监督和批判，电视台将虚心检讨，自我鞭策……民视表示，现在监督、批判媒体的单位很多，他们的立论都有一定的道理，电视台对此现象愿意虚心检讨，因为台湾的媒体环境还有很大的改进空间，大家可以一齐来努力。⁵

苗栗社大透过这场记者会，也希望能达成所谓「边陲发声」的效果。在推动关机运动的第一年，苗栗社大主要是以社大学员及其家属为主要的诉求对象，也就是希望藉此机会让社大学员带亲朋好友来参加关机活动，促进更多人省思目前常使用电视的休闲习惯。对于社大学员来说，习惯有时间便进行终身学习，是常见现象，但他们并非因为有感电视的负面影响才关机进行学习，而是对学习内容有兴趣，也就是说课程内容比较起电视会更能引发他们投入时间的动机。因此，第一年的推动机制，在前述的状况下，产生了一些困境。首先原本苗栗社大希望学员带着亲朋好友来参与关机后的替代活动，但活动后发现，大多数的学员是自己或和社大同学一同来的，且是对活动主题有兴趣才来参加。另外便是「我的关机日记」创意征稿的状况不甚理想，因此，难以掌握自行关机或参与关机活动民众的生活改变状况。

第二年，苗栗社大主动出击联系苗栗县学校及外县市的社区大学，并将苗栗县内活跃的读书会列入宣传目标，苗栗县内各一所的幼稚园、高中与大学，以关机手势宣示支持关机运动，在记者会中北投社大、新庄社大、永和社大、旗美社大、屯区社大的代表也一同参与支持。在关机周活动部分，此年度将原本三大类的活动主题，调整为五大类，另外，也提供自主关机方案供民众参考，并有企业（游乐园）赞助关机活动的进行。

⁵ 资料来源：中央社吴素柔，报导篇名「苗栗发起关机运动 电视学会：将虚心检讨」，2004年4月23日取自 <http://tw.news.yahoo.com/040423/43/ln8e.html>。

从前两年的执行经验中，苗栗社大发现建立网络的重要性，在第三年，苗栗社大除学校、社大与相关团体外，更开始广邀政府单位、苗栗县地方文化馆、全国各乡镇图书馆共同响应关机运动，并鼓励其于关机周间办理关机相关活动。在宣传重点部分，则着重在携带遥控器换商店优惠及关机做公益等重点。苗栗社大推动关机运动三年，让台湾许多民众了解此一新兴的世界性活动，也促进民众省思自己日常生活的作息，从而去思考电视的意义及电视应该如何改变。

在电视媒体回应部分，于 2006 年 4 月 18 日《自由时报》A10 版记者秦裕中报导到：

「对于这项『关机行动』，华视总经理小野昨日表示，愿意站在电视人反省的立场来看待此事，台湾电视媒体从早期的无线三台垄断到现在的『百花齐放』，大家竞争太激烈就容易走偏锋，身为一个电视人虽然不能鼓励大家『关电视』，不过愿意以反省角度，虚心接受大家指教。另外，公广集团将在七月份推出『新电视运动』，全面提升电视节目的内容和品质。台视发言人刘丽惠则强调，观众关机只是消极抵制方式，因为不能一竿子打翻一船人，电视内容还是有很多优质节目，做社会运动的人应该是帮民众挑选出好节目，并将恶质的因子去除，让民众也能欣赏到好的电视节目，并非全部拒看」。

柒、台湾推动关机运动之检讨与未来发展

在分析苗栗社大推动关机运动的历年模式后，以下说明在这三年间所遭遇到的挑战与困境。首先从民众端来看，在相关活动中可以发现，民众多认可重新思考电视在生活中的意义，也就是要邀请民众签署关机书约或表达支持关机运动，民众是能够接受的，但由于历年征稿活动办理都不如预期踊跃，因此，苗栗社大难以了解参与关机活动后，民众生活状况的改变，或后续对于媒体改革的关注是否有提升。在执行团队端部分，首先苗栗社大面临

的是人力与资源的不足，因此，需要赞助单位与行动网络的成员，另外，也希望透过提供自主关机方案来鼓励民众自主进行关机，以扩大活动效益。若与美国关机模式比较（表五），可以发现台湾关机模式有多他人引导、个人为主、参加关机活动等特色。

表五：美国与台湾关机模式比较

	美国关机模式	台湾关机模式
民众动机	多自行引发	多他人引导
民众构成	亲子、家庭	个人为主
进行方式	民众自主进行或参与关机活动	参加关机活动为主

以下本研究以 Peter Jarvis 的学习环路与学习路径来检视关机运动办理活动之内容与民众对关机运动的反应，并以非政府组织的相关理论思考将来台湾推动关机运动等类似活动，执行团队应该扮演的角色。

一、活动设计与民众反应

Peter Jarvis 认为人们能够根据自己既有的能力来处理外在现象所传递的讯息，若外在讯息受人们接受并产生外部化的行为改变，则人们可能反过来改变社会。也正因为这样的概念，我们可以相信即便在媒体垂直灌输的关系中（图三），若外部讯息能改变人们的认知，也就是促进其产生学习的效果，则人们集体的新行动，是会改变媒体与阅听大众之间的关系。正因此，到底怎样的活动或课程设计，或是怎样的机制能够让民众产生学习的效果，并且促进其产生外部化的新行为，则成为关机运动执行团队的重要课题。以下以 Peter Jarvis 所谈到的三种学习类型来进行分析，并提出建议：

- （一） 强调媒体议题的活动，可强化反思型学习：三年来，苗栗社大设计关机周的活动都会涵盖探讨或批判媒体现况的议题，或以

座谈会，或以演讲的方式进行，在记录中，可以发现学员们在现场同仇敌忾的气氛。在这类的活动中，可协助学员们进行反思型学习，策略有二，第一，提供反思型技巧学习的机制，让学员们更了解关机运动的内涵，也就是为何关机？如何关机？并引导其与自己的关机经验或生活形态对话，最后形成适合自己的关机模式。第二，促进关机后进行实验型学习，这个方式适合关机老手，在其不断试验与尝试的过程，建立一套适合现今社会的关机模式，也许透过分享与宣传模式，能够引起一股新的生活风潮。

(二) 透过非反思型学习，促进自主关机行动：由于资源有限，关机周的活动难以遍地开花，但在过程中，苗栗社大还是不断希望透过对外发声的机会让更多人了解关机运动。各类宣传、宣示活动，或是签署关机盟约，虽只是短暂的时间，但也可能造成前意识学习，使民众在未来生活中因有感电视的负面影响，而产生关机行为。而提供关机的行动策略，是苗栗社大促进民众自主关机的方式，未来可提供更多能产生技巧学习的妙招，例如以四格漫画的方式，让民众更快学习如何关机，或设计琅琅上口的标语，使民众容易记忆。

(三) 针对非学习的民众，给予适当动机：在推动关机运动的过程中，民众的非学习（包括：假定、不假思索、拒绝），应是最大的瓶颈，民众可能因为没时间或没能力去思考电视对生活的影响，而即便知道有关机运动，也难以开始产生行动。针对这类型的民众，应是未来推动关机运动最需要着力的族群。或可从美国的经验来看，美国父母有时将电视当成孩童的保母，但当有感于电视传播内容有害于孩童时，美国家长则会开始思考是否关机。因此，未来也许可强化思考各类民众关机的动机，以

外来的动机来引起民众关机的内在动机。

二、执行团队的角色定位

苗栗社大推动关机运动几乎是全体总动员，利用既有的人力与资源，筹办了为期三年的关机运动，在串连的过程中，许多团体参与其中，亦使关机运动的效益更为扩展，也因为资源的有限，苗栗社大更希望能引发更多的自主关机行动。但从这三年的经验来看，台湾民众需要有外部力量来引发民众关机的动机，且民众并非是以家庭形式来参与关机，几乎是依据个人对活动的兴趣选择是否参与关机相关活动，另外，也少发现活动现场有自主关机的经验，仅有透过创意征稿的部分，了解有些家庭或个人也在落实关机的理念。

就执行团队的角色定位部分，苗栗社大不像其他媒体监督的非政府组织，有强力对于媒体状况的论述支持，而是透过提供其他生活方式的选项（亲子、旅游、艺文、健康等），使民众在关机后去进行更有意义的活动或生活形态。这样相对柔性的诉求，也使得苗栗社大在寻求合作伙伴时，有较好的基础。关于执行团队角色上的发展，说明如下：

- （一） 中介的角色：苗栗社大推动关机运动目标之一是促进媒体改革，因此，向政府与企业表达阅听大众的诉求，也是重要工作。这部分苗栗社大利用记者会等宣传方式，希望达到边陲发声的效果，另外，也邀请政府支持关机运动。但，在中介角色部分，苗栗社大又因其非专业的媒体监督组织，所以在提出媒体改造实质建言部分，未来尚需要与专职促进媒改的非政府组织合作。
- （二） 移转的角色：非政府组织移转的角色强调将权力进行重新分

配，这部分苗栗社大透过「培力」的方式，使民众分辨电视对阅听大众的影响，进而了解自己拥有监督媒体的权力。但实际上在关机周办理的活动中，媒体批判相关议题的活动，并不频繁，因为移转的效果有限，这部分是未来应强化之处。

(三) 润滑的角色：在台湾的电视生态系统中，政府与电视媒体间错综复杂的关系时常被讨论，正因此，非政府组织在之间可以扮演润滑的角色。这部分，苗栗社大透过较柔性的诉求来推动关机运动，一方面并不与电视媒体对立，另一方面，政府部门也不会因为支持关机运动而破坏与媒体间的和谐。

(四) 形塑的角色：这是非政府组织最积极的角色，这也是未来台湾推动关机相关运动时执行团队应该强化的角色。非政府组织透过适当的机制可以影响政府与企业，更能透过各类管道让民众有动机，也具备改变的能力，而最后政府、企业、民众能够三赢。这是一段很长的路，需要更多团队参与、更多人关注，甚至是有创意的作法。

捌、结论与建议

本研究的目的是在分析 2004 到 2006 年，苗栗社大推动关机运动的历程，也检讨与展望相关活动未来的办理模式，这部分的结果应可连结到目前社会所谓「低头族」的状况，做延续的发展。在刘运（2013）的报导指出「近年平板电脑与智慧型手机成为幼儿第一个玩具，CFCC 也认为 APP 业者开发的学习软体无助于幼儿学习，甚至美国小儿科学会也不建议幼儿观看电子萤幕」。

目前，媒体与阅听大众间的关系越来越复杂，其间涉及到的领域与议题也越来越多元，此时，要再推动关机运动或无萤幕周等类似活动，便得有更多的串连与投入，而，本研究提出下列建议：

- 第一，进行先期的调查与形成创新策略：本研究发现要使民众改变生活习惯是十分困难的，必须要有外在力量引发动机并给予方便运作的策略，这才能使民众开始采取行动。在这部分，执行团队首先要进行基础的调查，以了解何种议题能引发民众的关注，例如一些小故事或社会事件等，再者是提出具体的民众自主行动方案，以简单的图文或标语，让民众快速了解。
- 第二，非政府组织间应建立有效的行动网络：关注媒体或电子用品对人们影响的非政府组织不少，另外，希望引导人们减少使用「萤幕」，而来关注公共议题的团体也很多，未来在推动相关运动时，必须强化各类相关组织的共同参与，更重要的是形成具行动力的合作网络。
- 第三，透过政府或教育系统进行延续性的活动：由于非政府组织等民间团体的资源十分有限，因此，有效引入政府与教育系统的力量，应是未来可努力之处。举例来说，可以建议教育系统将四或五月的某一周列为无萤幕周，当周的课程皆可连结此主题发展，使学生能够透过有系统的方式，理解这些萤幕对自己的影响，而自己又应如何与这些萤幕相处。

参考书目

- 吴明清（1994）。《教育研究：基本观念与方法之分析》。台北：五南。
- 李瑛（2002）。〈文化变迁与民族发展：台湾原住民的转化学习经验〉，李瑛、赵长宁（编），《成人学习：本土经验的实践》，页 1-48。台北：师大书苑。
- 倪婉君编译（2003 年 12 月 13 日）。〈义大利发起关电视运动〉，《联合晚报》，综合报导版。
- 秦裕中（2006 年 4 月 18 日）。〈电视台反应 消极抵制 不如挑好节目〉，《自由时报》，A10 版。
- 教育部（2002）。《媒体素养教育政策白皮书》。台北：教育部。
- 许立一（2004）。〈地方治理与公民参与的实践：政治后现代性危机的反思与解决〉，

- 《公共行政学报》，10：63-94。
- 许雅惠译（2002）。《成人及继续教育：理论与实务》，台北：五南。（Jarvis, P.[1983]. *Adult and continuing education : Theory and practice*. London, UK: Croom Helm.）
- 陈伯璋（1990）。《教育研究方法的新取向：质的研究方法》。台北：南宏。
- 张世平（1991）。〈行动研究法〉，黄光雄、简茂发（编），《教育研究法》，页 341-372。台北：师大书苑。
- 冯建三（2003 年 8 月 28 日）。〈学习土耳其，关机救电视〉，《中国时报》。取自 <http://twmedia.org/archives/000338.html>。
- 管中祥（2005 年 4 月 14 日）。〈媒体观察：关电视是为重新开电视〉，《立报》。上网日期：2005 年 5 月 30 日，取自 <http://publish.lihpao.com/Columnists/2005/04/14/2005b04142/index.html>。
- 蔡清田（2000）。《教育行动研究》。台北：五南。
- 郑赞源（2001）。〈台湾非政府组织在国际社会所扮演的角色与功能：一个策略定位的观点〉，吴英明、林德昌（编），《非政府组织》，页 95-120。台北：商鼎文化。
- 刘运（2013 年 8 月 8 日）。〈专家：幼儿使用 app 不利学习〉，《台湾醒报》。取自 <https://tw.news.yahoo.com/%E5%B0%88%E5%AE%B6-%E5%B9%BC%E5%85%92%E4%BD%BF%E7%94%A8app-%E4%B8%8D%E5%88%A9%E5%AD%B8%E7%BF%92-072900846.html>
- 顾忠华（2001）。〈二十一世纪非营利与非政府组织的全球化〉，吴英明、林德昌（编），《非政府组织》，页 12-24。台北：商鼎文化。
- Checkland, P., & Holwell, S.(1998). Action research: Its nature and validity. *Systemic Practice and Action Research*, 11(1), 9-21.
- Commission on Global Governance (1995). *Our global neighborhood*. Oxford,UK: Oxford University Press.
- Douglas, J. (1987). Political theories of nonprofit organization. In Powell, W. W.(Ed.), *The nonprofit sector: A research handbook*(pp43-54). New Haven, CT: Yale university press.
- Hall, P. D.(1987). A historical overview of the private nonprofit sector. In Powell W. W.(Ed.), *The nonprofit sector: A research handbook*. New Haven, CT: Yale university press.
- Hansmann, H. (1987). Economic theories of nonprofit organization. In Powell, W. W.(ed.), *The nonprofit sector: A research handbook*(pp27-42). New Haven, CT: Yale university press.
- Jarvis, P.(1987). *Adult learning in the social context*. London,UK: Croom Helm.
- Powell, W. W. (Ed.)(1987). *The nonprofit sector: A research handbook*. New Haven, CT: Yale university press.
- Seibel, W. & Anheier, H.(1990). Sociological and political science approaches to the third sector. In Anheier & H.Seibel, W.(eds.), *The third sector: Comparative studies of nonprofit organization*(pp.7-19). Berlin, DE: Walter de Gruyter.

The implementation strategy and future development of TV-Turnoff movement in Taiwan

Ben-chuang Wang & Fang-yi Chou*

ABSTRACT

In recent years, the screens of TVs, computers, and mobiles have occupied our lives and generated many new social topics, including interpersonal relationships, health, diseases, etc. By means of summarizing the action records and fruits of the TV-turnoff movement promoted by Miao-li Community College from 2004 to 2006, this study analyzes the promotion units of the TV-turnoff movement, propaganda means, and series of activities of TV-turnoff weeks in previous years, and summarizes the pattern employed by Miao-li Community College to promote the TV-turnoff movement. Moreover, this study mentions some dilemmas faced during the organization of the movement, and proposes the points that must be improved in the movement, as well as for the execution teams based on relevant theories, in a bid to provide reference for relevant activities, such as Screen-Free Week in Taiwan in the future.

Keywords: TV-Turnoff movement, non-governmental organization (NGO), action research.

* Ben-chuang Wang is Associate Professor, Department of Architecture, National United University, e-mail:bcw@nuu.edu.tw

Fang-yi Chou is Assistant Professor, Center for General Education, National Taichung University of Science and Technology, e-mail: fychou@nutc.edu.tw

参考附图：

2004-2006 苗栗社区大学推动关机运动（图为 2004 与 2006 年的运动手册封面）



资料来源：苗栗社区大学。

「小清新」的忧伤：以陈绮贞乐迷为例

熊方瑜*

本文引用格式

熊方瑜（2016）。〈「小清新」的忧伤：以陈绮贞乐迷为例〉，《传播、文化与政治》，3:59-94。

投稿日期：2015 年 6 月 28 日；通过日期：2015 年 12 月 16 日。

* 作者熊方瑜为国立中正大学电讯传播研究所研究生， e-mail: fangyuhsiung@gmail.com。

《摘要》

台湾乐坛女歌手陈绮贞出道至今 17 年，即便在新自由主义盛行的时代，「小清新教母」依旧抚慰人心。本研究先梳理「小清新」一词的来源与意涵，接着以陈绮贞乐迷为主轴，探讨当代乐迷的社会感知与现代性情感。

本研究采网路问卷与论述分析。网路问卷先于 Facebook 不公开社团「Cheerego.com 陈绮贞 cheer 粉丝后援会」、Cheerego.com 官方网站以及 PTT【Cheer】板三处发放，共回收有效样本 199 份，在性别组成部分，女性乐迷占 55.28%，男性乐迷占 44.72%；乐迷年龄以 15~22 岁为主，占 50.75%。

其次针对官网 2014 年 9 月至 2015 年 1 月间的乐迷留言进行论述分析，结果发现乐迷所经历的现代性情感大约可被归为以下四类：「看不见未来的人生」、「不喜欢现在的工作」、「无奈感的慰藉—审美的救赎」、「找不到自我 / 归属感」。

关键词：小清新、迷、陈绮贞、现代性情感

壹、陈绮贞与我

2011 年秋天，因为陈绮贞，我买了人生当中第一场演唱会门票。虽然至今已三年之久，但演唱会当天现场的所见所感，仍旧在我心中留下极为深刻的印象。一到会场，映入眼帘的是好几个由陈绮贞所代言的爽健美茶看板广告，而身穿鹅黄色洋装、卷发随风飘扬的她，衬着翠绿色的竹林，仿佛就是从森林中走出的精灵。看着来到现场的人们，有青春洋溢的学生，风尘仆仆的上班族，也有迈入中年的夫妻，会场中独自前来参与演唱会的人似乎也不少。一开始，舞台上的萤幕先是播着一段独白，随后出现一幅巨大、衔着露珠的蜘蛛网，后方隐约可见的一个人影，就是穿着白色洋装，拿着一把木吉他的陈绮贞。当她开口唱歌的那一刻，时间仿佛也静止了，周遭的一切是那样的平和，每个人都细细凝望着她，在这里，任何情绪上的嘶吼都是多余的，如果真有那么一丝情感宣泄，哪怕是泪水在眼眶打转，或是静静流泪，那都是再常见不过的事。

记得我曾跟朋友分享自己喜欢的歌手是陈绮贞，对方听闻后的反应是：「啊，不意外啊！念中文系的，『感觉』得出来，你就是会喜欢『那种类型』的。」我听到的当下也立刻追问：「所以我们这种类型是哪种类型？」「哦，就是歌词看不太懂但好像有点哲理、有些文艺气息的『文青』类型啊，像张悬、苏打绿应该也是你会喜欢的类型吧！」好吧，对方似乎对我的喜好瞭若指掌，让我有些惊讶又错愕：原来自己听音乐的喜好，居然可以被他人归类为「文青」类型啊！另一方面却也不免开始感到好奇，究竟「我们」这种类型给人什么样的感觉呢？

我想起演唱会当天所看到的乐迷模样：女孩们大多留着一头长发，穿着白色棉质上衣，没有过份的打扮，配上一条牛仔裤或是长裙，轻松却不失有型；他们是属于安静的一群，就连感动都是默默流泪，就怕给他人添麻烦。于是我开始观察身边喜欢陈绮贞的朋友们，发现他们大多有着纤细、脆弱和多愁善感的特质，除了音乐，他们似乎都对陈绮贞的文字感到特别着迷，有些人开始尝试各种书写与思考，以一种相对较为诗化的语言来记录生活、叙写所感；也有些人常流连于咖啡厅、音乐节、书店或是艺文展演空间。前一

阵子 PTT Cheer 板也出现一篇〈喜欢绮贞的女生〉的文章，作者很好奇喜欢陈绮贞的女生，究竟是怎样的人？有板友形容自己是个怪人、孤僻、容易想太多，其中有不少人说自己很感性、爱哭且多愁善感，常被说是文青，同时喜欢张悬和苏打绿。关于陈绮贞的乐迷形象，东森新闻报导曾指出，他们普遍拥有理性的特质，即使演唱会抢不到票也不会口出恶言，只会默默希望女神再加场演出（萧采薇，2013 年 6 月 7 日）。陈绮贞的乐迷向来都给人低调、理性又情感丰沛的印象，这也让我感到好奇，难道他们的形象都如此一致吗？这又代表什么意义？

作为乐坛中独树一帜的清新派，陈绮贞几乎有着自己一套生活哲学，她爱阅读、摄影，也喜欢旅行和写作，创作来源多半来自生活体验，文艺和哲学色彩浓厚，这几年的创作，她始终维持一贯风格，不因时代的流行而有所改变。她擅长于独白式写作，作品多描述每段自我成长的感想与记忆，这使得所有听歌的人，仿佛都能感受到她的细语呢喃；比起偶有的华美文字，陈绮贞式的清新风格更让人印象深刻（丁学民，2011 年 10 月 2 日）。

在陈绮贞的创作以及言谈之际，无数个打动人心的话语，正是所有乐迷津津乐道且乐此不疲的，如 Cheergo.com 乐迷广广（2015 年 5 月 16 日）所说：「你的歌是我的 comfort zone，在最最难过的时候对我来说是最好的释怀，也仿佛让我穿过很多很多年，和曾经的每个时刻的自己挽手鼓励。」陈绮贞的歌能够抚平伤痛，也让人有继续前进的动力；陈绮贞不仅是他们的偶像，更是知己，一如乐迷 Sabrina 在部落格发表的〈【音乐】关于陈绮贞。流浪者之歌〉一文中所描述的：

陈绮贞的歌词总是能感动我，在简单朴实的话语中藏有不简单的力量。

那个力量感觉起来像是很平静很放松的湖水，底下却是暗潮汹涌，随时有可能把你卷入你生命中的任何一个情节里，你会深陷其中并且被深深感动。

然后说：原来，陈绮贞懂我。

对许多乐迷而言，陈绮贞的歌曲一方面能让人发掘自己的内在，如 Cheergo.com 乐迷 ChildTL（2015 年 5 月 16 日）所形容的：「在绮贞你的音乐魔镜里，我也看见自己性格深处宝贵的地方，看见自我的闪闪发光。」另一方面又像是夜空中闪闪发亮的星星，为所有迷途的旅人指引方向，如同 PTT 板友 Leonala 的描绘：「是我自己生活无数问题的一种答案，也许称不上是真理，却也已经住进我的生命中，我遭遇的各种情绪，似乎都能从中找到一种体会或安慰（PTT【Cheer】板，2013 年 12 月 9 日）。」就是这种安慰与鼓舞的双重力量，使得陈绮贞的乐迷唤她作「陈老师」，对他们而言，陈绮贞无疑扮演着心灵导师的角色。到底，陈绮贞的歌词藏着什么样的魔力，让乐迷们如此着迷？从他们自身的生命历程中，是否能寻觅一些共同经验或感受？而这些社会感知又能反映出什么样的社会讯息？是以本文一方面藉由网路问卷初步了解乐迷的基本面貌，一方面针对乐迷留言进行论述分析，试着从中梳理这群「小清新」所共有的生命经验。

贰、两岸「小清新」的发展

一、台湾：从「文青」到「小清新」

陈绮贞自 1997 年出道以来，以一头招牌的长卷发、白色洋装配上一把木吉他，在 17 年的创作生涯里，累积一群为数不少的死忠乐迷。2000 年在台湾开了第一场大型个人售票演唱会后，便逐渐巩固她在乐坛中的特殊地位；鲜少在萤光幕前曝光的她，连演唱会资讯也不大宣传，只靠歌迷之间的奔相走告，而每回门票开卖时总创下惊人的「秒杀」纪录（王晓晴，2009，页 111）。时至今日，除了演唱会，她也参与不少音乐节演出及广告代言，此外，在公益活动与艺文活动中也能见到她的身影，近年来更挤身于作家行列之中。本研究整理了陈绮贞 2006 年以来在台湾所参与过的音乐节与广告代言，如下〈表一〉：

表一：2006-2015 年陈绮贞在台参与之音乐节和广告代言列表

音乐节			
时间	活动名称	地点	主办单位
2006/12/02	Simple Life 简单生活节	台北华山 1914 文创园区	中子文化
2007/12/31	高雄县跨年摇滚音乐节	高雄县凤山市凤凌广场	高雄县政府
2008/12/06	Simple Life 简单生活节	台北华山 1914 文创园区	中子文化
2010/12/04	Simple Life 简单生活节	台北华山 1914 文创园区	中子文化
2011/07/08	贡寮海洋音乐祭	福隆海水浴场	新北市政府
2011/10/10	大彩虹音乐节	高雄真爱码头、驳二艺术特区	大大娱乐
2011/12/11	梦想音乐节	台北大佳河滨公园	添翼创越工作室
2012/12/01	Simple Life 简单生活节 (The Verse 演出)	台北华山 1914 文创园区	中子文化
2012/12/02	Simple Life 简单生活节	台北华山 1914 文创园区	中子文化
2013/04/05	春浪音乐节	恒春机场	友善的狗
2014/07/11	贡寮海洋音乐祭	福隆海水浴场	新北市政府
2014/12/07	Simple Life 简单生活节 (The Verse 压轴)	台北华山 1914 文创园区	中子文化
广告代言			
时间	项目名称	厂商	
1998 年	参与制作中广流行网「午餐的约会」片头音乐	中国广播电台	
2000 年	MyWap.TO 手机网站	迈威资讯	
2004 年	秋冬 Lee The Blues 蓝调牛仔裤	Lee Cooper	
2005 年	春夏 Lee The Blues 蓝调牛仔裤 (第二季)	Lee Cooper	
	Dopod 585 音乐手机	多普达国际股份有限公司	

2006 年	Volvo S80 顶级车用音响 Dynaudio	Volvo 富豪集团
2008 年	7-11 LOHAS 新生活运动	统一集团
2009 年	为黑人牙膏献唱，重新诠释主题曲《天天年轻》	好来化工股份有限公司
	Nikon 相机 S620、广告背景音乐用《旅行的意义》	国祥贸易股份有限公司
	味全每日 C	味全食品工业股份有限公司
2010 年	Adidas Originals 春夏广告	adidas
	Adidas Originals 秋冬新品	adidas
	ASTALIFT 胶原护理系列产品	FUJIFILM 富士短片
	Nikon D5000, 广告背景音乐用《1234567》	国祥贸易股份有限公司
	Nikon D3100	国祥贸易股份有限公司
2011 年	爽健美茶广告	可口可乐公司
	Simple Beauty 面膜	新普利股份有限公司
2012 年	Freshel 肤蕊无瑕防晒 BB 霜 Media 媚点自然美肌矿物 BB 霜	佳丽宝化妆品集团 东方美企业股份有限公司
	Media 媚点粉嫩保湿矿物粉底霜	佳丽宝化妆品集团 东方美企业股份有限公司
2013 年	Ukulele 乌克丽丽签名代言	aNueNue 公司
2015 年	郭元益喜饼广告	郭元益食品股份有限公司

资料来源：本研究整理

从陈绮贞历年在台湾所出席的音乐节看来，包括 Simple Life 简单生活节、梦想音乐节、海洋音乐祭到 Lee The Blues 蓝调牛仔裤、Nikon 相机与化妆品广告，与黄郁棋（2012 年 10 月 25 日）喜欢拥抱乐活、绝不会错过海洋

音乐祭、简单生活节等「文青」元素，以及陈祺勋（2011）所整理的，看起来有点专业而又不会过度的相机、有点憨的牛仔裤文青打扮有着异曲同工之妙，因为从她所出席的活动与商品代言类目看来，几乎全是时下年轻人所熟悉的文青符号。针对陈绮贞所掀起的文化现象，张铁志（2014 年 10 月 22 日）在〈陈绮贞的意义〉一文中亦有所指出：

不说她形象和歌声的飘逸与轻柔，或者她最畅销的歌曲「九份的咖啡厅」、「旅行的意义」基本上掌握了这十年台湾年轻人「小日子」的生活方式，这甚至也是大陆人对台湾最重要的文化想象。无怪乎台湾的「简单生活节」连续几年都是邀请她做压轴，因为确实没有人比她更适合：代表某种独立文化、简单生活，又有足够的份量。

陈绮贞所带来的风潮不仅引来各界的尊崇与仿效，最后更成功塑造个人风格，在乐坛占有一席之地，「文青女神」、「文艺女王」便是台湾媒体送她的称号。谈起台湾近代年轻人的面貌，得先从早先的「文青」现象说起。王蒂鹰（2012 年 12 月 23 日）说：「『文青』作为这一群带有艺文气质的文人青年的代名词，在不同年代分别囊括不同群体的年轻人。」而根据罗悦全（2010 年 9 月 7 日）的整理，最早出现「文艺青年」四个字的是左派文人郭沫若于 1928 年以笔名「麦克昂」在《文化批判》中发表的〈留声机器的回音—文艺青年应取态度的考察〉。而 60 年代一群游走在「存在」与「虚无」间的敏感文艺青年，其中有不少在 80 年代成为文艺工作者。到了解严后的 90 年代，解放后的文艺青年，其虚无与苦闷并未烟消云散，反倒有另一种奇怪、与过去不同的苦闷。

根据江昺仑等人（2014）论述，文青的原始族群源自中产阶级和布尔乔亚（小资产阶级），不过当两极化的 M 型社会逐渐形成，文青现象的扩展也朝着庶民文化延伸，文化工业收编的结果使得大多数人们选择了小确幸的生活方式，却也带来「机械复制时代」的灵光（aura）消逝。高层文化向物质文化靠拢的结果，使得文青丧失原有的自主批判，变成资本体系中的一套符号商品。模仿或表现太过刻意时，反而引起了他人的嘲讽和轻视（简玮静，

2012年11月25日)，最后留下的只有「假文青」的批评以及「伪文青」的自嘲，说穿了，现代「文青」的再现不过是种被过度消费的文化标志。因此随着「文青」的失落，取而代之的便是「小清新」的崛起。

不过在陈绮贞身上，似乎可以察觉到这种新旧交融的文化旨趣：部份被遗留的文青特征、自身所具有的个人特质，以及新的视觉形象建构，使其不仅掀起新一波的风格潮流，更成为「小清新」文化的主要领衔者。然而，这样的文化现象绝不仅限于台湾，在中国大陆，她同样也拥有一大票死忠追随者。

二、中国大陆：「小清新」教母与她的小清新们

说到现今大陆最流行的审美符号，无疑是「小清新」这个词。「小清新」最初源于独立流行乐（Indie Pop），指的是一种曲风温和、旋律柔美的音乐流派。在使用过程中，其涵盖范围由原先的音乐，逐渐拓展到文学、电影、摄影、服饰、居家用品等各种内容之中。面对广义的「小清新」，章玉萍（2013，页32）是这么诠释的：「它大致与一种有品质的、个性化、风格化、具有文艺气息的生活方式和情感细腻真诚、内心敏感丰富、追求唯美风格的人生态度画上等号。」

不仅如此，在大陆更有一群人被称为「小清新」，在百度贴吧甚至还有专门的「小清新吧」，里头分享着各式各样小清新风格的照片。关于「小清新」的特征，从江雁南（2011年4月26日）发表的〈从今天起，我宣布我是一个“小清新”〉可一窥究竟：45度天空、脚丫特写、LOMO相机、白色棉裙、帆布鞋、陈绮贞……。在陈锐（2014年7月25日）的一篇〈小清新指数〉文章指出，棉布长裙是基本配备，其他能够加乘的小清新指数还包括厦门鼓浪屿、豆瓣、Instagram滤镜等，最后更提到，这些「小清新」们的最佳模仿典范，正是有着「小清新教母」之称的陈绮贞。在《赢未来》2011年6月号专题中，〈小清新词典〉¹共收录了安静、初恋、单纯、旅行、坚强、青

¹〈小清新词典〉一文取自「赢未来全媒体官方博客」：<http://blog.ifeng.com/article/12067511.html>

春期的小情绪、柔软、时光 / 岁月等 15 个相关词汇用语。此外，在百度小清新吧〈「February の品析」一啥带你全方位认知小清新²〉的题记中是这样说的：

小清新们是有一些特征的：岁月静好，45 度天空，白色棉裙，帆布鞋，LOMO 相机，旅行，文字，电影，陈绮贞，素颜，安静，音乐，温暖，忧伤……请问，以上这些标签，你给自己贴过多少，如果有三个以上的标签适合用来描述自己，并且别人也经常如是评价，那么，你很可能就是小清新一枚。

这篇文章先是说明了「小清新」的渊源，而后再从文艺、人群、行头、发呆、住宿、读书、摄影等几个面向说明「小清新」的习惯与生活型态。最后面与「小清新」有关的名人介绍中，更直接了当地说道：

陈绮贞的形象符合一切清新系的审美标准：永远的长发和长裙，穿着帆布鞋，背着木吉他，清澈的歌喉，站在舞台上静静低唱，无劲歌亦无热舞。陈老师的音乐符合一切小清新的要求：干净灵动的声音，从【花的姿态】唱到【还是会寂寞】，从【旅行的意义】唱到【华丽的冒险】——小清新们喜欢的正是这种自我，不求深刻，只求简单。然后坐在火车上听陈绮贞歌声里灵动的旋律。

乐迷 nypd123 也在百度陈绮贞吧³中分享类似的共鸣：「舞台中央聚光灯下的她没有化很浓的妆，没有怪异的造型，更没有穿着暴露舞者的伴舞，除了她的小伙伴与周围空气飘荡的音符并无其他。」另一名乐迷星魂逍遥子也说：「整场演唱会没有狂热，没有浮躁，更没有复杂的舞台表演，一切只是

² 小甜果嘟嘟(2015 年 2 月 26 日)。〈「February の品析」一啥带你全方位认知小清新〉，取自百度「小清新吧」：<http://tieba.baidu.com/p/3604640808?pn=1>

³ nypd123(2014 年 11 月 24 日)。〈我从安康连觉也没睡连夜赶去听 cheer 的演唱会〉，取自百度「陈绮贞吧」：http://tieba.baidu.com/p/3428141115?see_lz=1

在 cheer 那温柔磁性的声音中慢慢展开一场初夏的小夜曲……白 T 恤，牛仔裤，木吉他，孩子气，清澈，单纯，低吟浅唱，这些已经是我脑海中源源不断蹦出的词眼，而当这些元素汇聚成一场演出。⁴」可见得在大陆，有一票乐迷特别喜欢这种单纯、清新、不躁动的演唱风格，关于陈绮贞带给乐迷的感受，乐迷秀秀才在自己的新浪博客⁵中写道：

她没有那种让人跟随摇摆的能力，但她有那种让人不愿停止感动的能量。听其简单的音乐，也要品其耐人寻味的歌词，那都是生活所赋予的……我想，我们都是喜欢简单坦白的人，而不喜欢在这纷扰的社会中竞争着向上爬。

可见陈绮贞的音乐对他们来说是充满魅力与感动的，而歌词所叙写的一切，更是生活的一部分。看到这，我却也不禁想问：他们究竟是一群什么样的乐迷？他们又是怀抱着什么样的心态在追随的？是怀旧、不想长大？还是一种反璞归真？在这些情感背后，大陆与台湾年轻世代间是否有些相同之处？为何两岸年轻人都不约而同地透过陈绮贞来作为情感的连结窗口？

参、现代性的黑暗面：谈两岸年轻世代

自一九八〇年代起，「新自由主义」成为一种新经济教条。新自由主义经济学主张市场的自由竞争，反对国家与政府干预，以公营事业私有化、减税等方式，促进各种竞争与创新，让全体人民享有更高的生活水准。在过去三十年，新自由主义于大力宣扬私有化、市场化、全球化及自由化的论述掩护下，替资本积累塑造最佳条件，使得大财团的力量压倒了国家与一般民众，企业利益更能透过有利于自身的方式，来立法和决定公共政策。在世界各地，

⁴ 星魂逍遥子(2011年5月15日)。〈遇见你是我的美好——5.14 陈绮贞演唱会小记〉，取自百度「陈绮贞吧」：<http://tieba.baidu.com/p/1080047482>

⁵ 秀秀才(2009年10月26日)。〈绮贞带来的……〉，取自「秀秀才的博客」：http://blog.sina.com.cn/s/blog_53fa644b0100fail.html

财团以资本外移要胁政府，而国际竞争力以及全球化的意识形态，被用来创造新的国际制度安排。因此，「公私合伙」的形式促成国家和重大企业的利益结合，并围绕提升资本积累的目标来进行活动。

台湾在资本主义发展后期，社会上大抵已呈现出民主化、自由化的风貌，在上一辈追求自由经济、民主政治与多元价值的基础下，使得年轻一辈从小的物质生活，比起前几代都还要来得充足许多。不过近年来，产业外移导致了经济上的挫败，金权体系造就了空有民主政治却无法改变任何事情的集体的无力。公民运动近几年来虽有萌芽之势，但其后更大的无奈感，恐怕是来自于政府的百般推托与敷衍塞责（罗毓嘉，2014年1月13日）。我们以为在追求经济成长的同时，富裕是理所当然的事，但是有更多的是低薪、无薪假、超时工作问题，物价攀升但薪水冻涨的结果，使得年轻人工作一辈子却买不起房。丘柏胜（2015年4月19日）指出，尽管台湾去年经济成长率优于星、港、韩，但人民的失业率依然居高不下，显然财团与富人才是政府口中的「经济成长的受益者」，老百姓们普遍无感。

近几年来，台湾年轻人有一派很「小清新」，他们倾向追求「小确幸」和「小日子」，不论在外表、衣着的打扮上，或是内在个人信仰及价值观的展现，都颇具独特性及时代意义。「小确幸」一词是日本作家村上村树的造语，指的是「微小但确实的幸福」，这个词飘洋过海来到台湾后，在这几年间便成为台湾的流行语。尔后经过资本社会的洗礼，以及新闻媒体和商业活动的包装下，更多了炒作与渲染的成分，与时下大众流行文化紧密结合，除了发展成一套商业模式，更创造出无数个「小确幸经济」。此外，其他像是小清新、小革命、小日子等冠以「小」字为首的新名词也如雨后春笋般出现，究竟他人如何看待年轻人这种以「小」字为首的价值观念？为何台湾年轻人会选在此时此刻，不约而同地使用这些词汇来形容自身，乃至于周遭一切？其背后又隐含着什么样的社会意义？在赵刚（2014年12月23日）所述的〈「小确幸」：台湾太阳花一代的政治认同〉一文中提到：

「小确幸」之所以「小」，在于它否定或掩饰时空深度现实，只图一个「当下」，只争一个「我的」……我们当今的「小确幸」恰恰是对

这些「大」与「深」的切割与隔离，唯其「小」、唯其「扁」、唯其「平」，才能保证其「确」。「小确幸」叙事所预设的社会空间，可能就恰好符合撒切尔新自由主义的规定：「没有社会，只有众个人」。而「小确幸」叙事所预设的历史时间，则是断裂的、破碎的、当下的。

此外，他也更进一步批评，小确幸犹如软绵绵、没有热量的「代糖」，是一种掩盖无力感而刻意显现的「有效感」，一种「每一个人的宗教」，一种不断自我强制提醒的「幸福」。卢郁佳（2013年7月31日）则说，小确幸是屈服大环境底下的配套措施，他们多少怀有阿Q自怜的心态，想避开政治，到头来却发现无事不政治，最后只能顾影自怜，含泪告诉自己「我现在很幸福」、「我今天很乖」。

若将这种断裂性的「小确幸」词汇，进一步放入台湾的历史发展脉络中检视，我们便不难窥见罗毓嘉（2014年1月13日）所感慨的现象：

产业外移导致了经济上的挫败，金权体系造就了空有民主政治却无法改变任何事情的集体的无力。公民运动虽有萌芽之势，更大的无奈恐怕是来自于政府对于敷衍塞责，万般推托的更多伎俩。

万物皆涨唯独薪水不涨，让穷忙一整年恐怕也买不起都会区一坪房屋的上班族不知为何而战。而理当对于未来最有想象能力，如海绵般吸纳一切又吐出的学生族群，则必须在企业高分贝抱怨「教育体系无法提供产业所需人才」的秽气中，处理自己所学究竟为何的集体迷失。

是这种失败感，在台湾社会的每一个角落充填了「小确幸」生长的养分。

卢郁佳（2013年7月31日）也贴切地说，小确幸背后隐含的是大不幸，因为人生在每个紧要关头无法自己选择，遇着大事也无法自己决定，最后只得关起门过小日子。罗毓嘉（2014年1月13日）则坦言，小确幸确实是社

会与心理层面的良好调剂，但人们不该放弃自我愤怒的时刻，只把小确幸当成生活的全部。

至于「小日子」这名词，周奕成（2013 年 1 月 26 日）则直言，「小日子」所反映的是一种自怜、自满的生活观：「对于所有小小的，只要是发生在自己或身边的事情，都给予高度的重视，而又急于让人知道或邀请人来窥视，目的是搏得赞叹或同情；让自己容易满足，从许多微小的事情上获得幸福感，而忽略或忘记那些做不到的目标。」另一方面他却也坦承，人的生活观并不完全是自己选择的，往往是与社会经济环境交互下的结果：

「小日子」在台湾所反映的其实是对于大环境现实的无力感——人们对于能够影响整个国家前途的可能性是悲观的，甚至对于个人前途也不敢抱太大野心，于是将注意力放在生活周边的微小事物上。

因此年轻人趋之若鹜地做起咖啡店经营、卖鸡排等过去被认为并非是「大事业」的工作。年轻人事业梦想的微小化，一方面被视为大环境下拒斥传统成功观念的「微抵抗」，但另一方面也被其他人批评是自我麻醉，既不争取真正的成功，也不进行足以改变结构、夺取资源的反抗（江昺仑等人，2014，页 32）。其实，从「文青」的再现、「小确幸」的价值观到「小清新」风格的人们，都和台湾近年来的整体社会结构脱不了干系。

台湾自 1987 年解严后至今完成了「民主转型」以及「自由化」；在生活水准方面也有显著的进步，而这些成就着实不易。不过在 30 几年后的今天，看看现在的政府，看看人民的生活，仍有许多令人生气之处！整个「体制」对人民的压迫仍旧存在，不过是从台面上的党国体制，变成台面下国家与政商同盟的相互勾结，假民主和法律之名，对人民进行各种压迫（陈方隅，2012 年 9 月 21 日）。至于经济面，遵循市场自由竞争的结果，使得社会凝聚共识的可能性越来越低。工时太长，薪水太低？「就说你们是草莓族，没竞争力！」年轻人存不了钱，买不起房？「那是你们不努力」……和前几代相比，台湾年轻人虽处于台湾最富裕、学历最高、最自由开放的时代，但却是收入最低、

最劳苦穷忙的一群人（彭宣雅，2012年7月31日）。30年来的民主化，不仅人民的声音变大了，资本的力量也更大了（张铁志，2010年7月7日）。

另一方面，近几年来，「小清新」已成为大陆年轻人间颇为流行的词汇，其范畴从最初的音乐风格，扩大到家具用品、服饰风格、摄影风格等层面，「小清新」成了某些年轻族群的代称，而其所形塑的一套新生活方式，更是继「小资」风潮后，年轻人争相仿效并以此自居的一种生活风格与样貌。对于「小清新」文化的流行，一方面必须归功于大众媒体，其中的网路媒体，如豆瓣网，更是孕育「小清新」长成的一片沃土；而另一方面，在年轻人宣泄压力与追求情感认同之际，「小清新」的风靡恰巧抚平了他们彷徨、无助且躁动不已的心灵。此外在消费社会中，「小清新」所衍生的商品符号价值更是造就其荣景的重要因素（赵冬晶，2014年2月22日）。

从《南方周末》发表的〈从今天起，我宣布我是一个「小清新」〉一文，便能了解「小清新」的人群特质与社会的关联性。教育程度普遍较高，喜爱个人体验、在衣着上有着有一套美学系统的「小清新」，和其80后多为独生子女的成长背景息息相关。他们成长于中国社会转型加快的时代，个人面对学费飙涨、大学广招的景况，无论外在环境或内心情感，都面临着前所未有的巨大压力。而此刻「小清新」的出现，恰巧抚平他们不安的灵魂，因为与社会的「混乱」相对应的，正是「清新」；因为他们内心脆弱，因此更需要温暖的东西来安抚，而这种审美趣味正向90后延伸（李邑兰、江雁南，2011年4月26日）。

而该报刊的另一篇〈「小清新」敌对「小资」〉，则娓娓道来从「文青」、「小资」到「小清新」的社会文化意义。「文青」出现于1980年代，当时的人们相信文学、艺术可以带来美好的未来，直至21世纪消费主义兴盛的时代，「文青」所怀抱的梦想幻灭了，而「文青」也成了讽刺性的概念，继之而起的是有点钱、有点闲、透过消费来购买想象性身分的「小资」，消费主义下的经济荣景，使他们抱持着乐观的心情，认为经济的提升能够带领他们前往美好的未来。不过近年来的资本扩张及经济发展，并未给「小资」带来真正的实惠，消费主义神话幻灭的结果，使得小资文化不再是主流，「小资」也成了虚假、尊崇消费主义的负面词。而「小清新」的出现是消费主义文化

泛滥后，「想象性」抵抗消费文化的一个族群。相对于文青的振笔疾书，或是小资以消费所获得的感官、美学统乐，小清新更执着于自身感官体验的快乐。「小清新」的构成群体往往是刚离开校园不久，在社会上还未获得支配性地位的人，他们的贫穷感不强烈，也不愿面对贫穷，因此他们常以逃避贫穷感来面对自己的贫穷，而对付这种尴尬处境的办法，便是创造清新的、抵抗消费主义的幻觉文化。不过小清新这种对消费主义的反叛与抵抗，恰巧又落入了消费主义的圈套中（陈军吉，2011 年 4 月 27 日）。

因此，当小清新文化风潮搭上商业策略后，更多的是打着小清新之名，鼓吹行消费之实的风格品牌。诸如北京起家的雕刻时光咖啡店、无印良品、宜家、光合作用、《城市画报》、蜂巢剧场、初刻网、凡客等，都是公认很贴近小清新的品牌。这些品牌面对他们的消费人群，大概是这样描述的：文艺青年、会打扮、时尚、有质感、愿意投入合理金钱来布置自己生活的地方、喜欢简单又质朴的东西、对生活敏感、有好奇心、想分享、有表达欲、有一些小理想、渴望找到同类，甚至也能精准抓到这群消费者的感觉状态：现在有很多人，比如 80 后看起来很忙碌又冷漠，不过每个人内心都有一些柔软的东西或流动的情感，他或许不会告诉别人，但会透过穿着或其他事物来表达自己的内心偏好。不过有趣的是，「小清新」从不认为自己是小清新，他们也最怕自己被框定，这个群体摒弃大众潮流、反对 Logo 和商业化，反倒偏好小众和私人化的品牌和消费，特别是对于文艺和精神产品的消费（杨樱、李蓉慧、赵蓉，2011 年 9 月 22 日）。

随着小清新文化的泛滥以及被商业化收编的结果，「反小清新」的声浪也继之而起。如 2007 年豆瓣网「最烦小清新」小组的成立，他们是这样吐槽小清新的：「明明自恋狂，非说低调不张扬。明明煽得腻，非说一个人沉溺。明明像潮水，非说小众非主流。明明不用脑，非说用心去思考。除了音乐，还有很多领域都有小清新」。小清新从独立走向大众，以及本质上自我内心的过度放大，都是惹人非议的原因，更有人直指小清新就是「装」，因为许多人根本不「清新」，却拼命标榜自己是枚「小清新」，这些被刻意挂勾「小清新」的人事物，反倒沦为符号与工具，不仅丧失了原有的生命，也污蔑了那些真正喜欢这些东西的人（顾然，2011 年 11 月 1 日）。小清新的流行，

固然体现了年轻人对个性的追求，不过由于生活经历、文化水平的限制，使得许多人对个性的认识仅止于表层。追求个性的结果却变成盲目模仿，最终不仅失去自我，也让「个性」变得千篇一律（范正伟，2013年12月31日）。

此外，综观近年来的两岸关系，亦发生相当大的变化。从1990年代到2000年代中期，台湾处于繁荣阶段，大陆尚未崛起。随着2008年马政府上台后，「中国崛起」已成为一个不可否认的事实，台湾被迫面对更多的「中国因素」，尽管如此，台湾社会内部的纷扰也未曾少过。因此以2008年爆发的野草莓事件为开端，这是第一个因中国因素与民主危机而起的学生运动（何荣幸，2014），紧接着的苗栗大埔事件、士林王家拆迁、到核四，一个又一个社会正义的议题，激起了年轻人的愤怒，也意识到体制内的不公义。2014年政府强行通过服贸，使得数万名青年占领议会和周围，最后更有几十万人走上街头。这是一整个世代的反抗（张铁志，2014年4月2日）。年轻人所面对的这个世界，早就不是当年那个经济快速起飞，做什么都能赚钱的年代，长辈的经验已不足以让他们对应这个世界，以至于他们愤怒、迷惘甚至充满各种苦闷，对于「大人们」的所作所为，年轻人不再被动等待政府消极回应，而是选择挺身而出，夺取权力，以捍卫「世代正义」。

中国大陆自1980年代改革开放以来，经济发展高速成长，大国崛起更成为不可忽视的力量。三十余年来，国家对于消费控制的减弱，使得以往「集体消费」的形式慢慢转向个人化消费，人们在消费观念上也发生极大变化。相对于以往追求耐久、实用的商品和服务，他们有越来越多的收入支配是花在追求那些在情感上、美学上令人到满意的产品及服务（王建平，2005）。不仅如此，当整体社会急遽变化的结果，更使得大陆年轻人在外在环境与内在心理方面受到巨大的冲击，「小清新」的出现适时提供这群迷途青年一个安顿身心的庇护之地。范承刚、雷磊（2012年3月19日）的采访指出，这群小清新是不受约束的一群人，他们是生长于网路、优渥家庭与全球化浪潮中的90后，他们爱自拍，拥有怪异的想象力与创造力，在卖萌、天然呆的外表下，谈到人生理想时却极为简洁、清晰，不过他们要面对的烦恼与忧愁却不曾少过。

在新自由主义里，以意识形态与文化作为领导权，藉此支配与宰制群众心理的操纵模式中，除了外在社会环境所造成的改变外，我们亦不能忽略个人内在情感面的转化（Harvey, 2005 / 王志弘译，2011）。对此，宁应斌、何春蕤（2008，页 117-118）提到：

现代人在生活的各个方面，不论是消费、生活或人生旅程，都会透过各种选择，为自我认同做出决策，同时藉以形塑自我。一方面因着强大的社会压力，被迫做出巨大的自我改变，以成为「变身者」；另一方面他们希望透过自我筹划，培养努力、敬业的态度，向他人表明自己是什么样的人，这种对自我充分投注的人被称为「自恋者」，大部分的人们都具有这两种特质，被称为「自恋的变身者」。

现代性的某些动力能使个人具有能动性，以及强烈自我认同；但另一方面，现代性动力同样也会促使个人忧郁、沮丧，以及自我认同的纷乱，作者将此矛盾反动的状态称为「现代性的黑暗面」。现代性的黑暗面本身具有「爱恨交织」两种极端对立的特质，当人们在社会中成功形塑自我时，他将会热爱自身所营造出的形象；但当人们对于自我的营造失败时，便会产生忧郁情绪。忧郁情绪的原因包含不看好自己，觉得自己很差，以及面对还未实现的自我愿景所产生的各种无助感。二十世纪中叶「现代性的情感」(emotions of modernity) 出现，包括焦虑、沮丧、作恶 (nausea)、迷茫等情绪，这些在现代都被视为普遍现象，和现今的特定社会结构与发展密切相关（宁应斌、何春蕤，2008，页 43）。

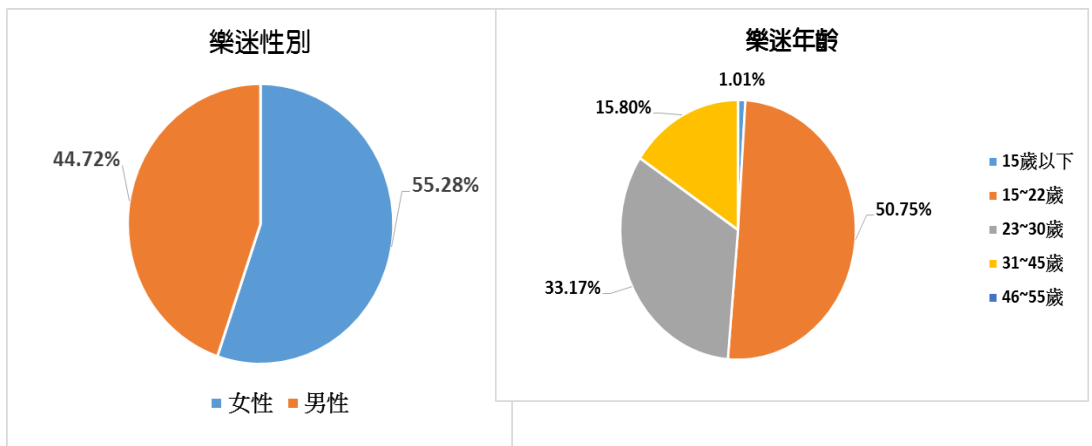
因此在现代社会的全球化趋势中，无所不在的激烈竞争会迫使人们必须抓住这些变身机会，透过分配竞争模式，进行阶级、经济收入和财富的竞争，迫使自我尽可能做各种学习与尝试、体验，以便在出社会工作时能够比他人更优秀，从中脱颖而出。在成长过程中，社会与家庭给予的庞大压力，促使他们积极进行各种自我改变。人们透过各种学习，以长成自己所想要成为的样子，或是变成社会大众所认可的模样。

综上所述，不论是台湾或大陆的「小清新」，可能都是由一群 80、90 后的年轻世代组成，他们不约而同地选择陈绮贞来做为共同的连结窗口，从两岸的世代处境、共同使用的文化符号等特性看来，陈绮贞是他们与社会的缩影：是种自怜、自满的心态与逃避、失败主义抗衡。不过「小清新」在两岸所代表的社会处境，在使用脉络上又截然不同：台湾「小清新」文化的背后是失败主义者，而大陆则运用「小清新」文化来抵抗小资的泛滥。对此，本研究将聚焦于「小清新」的世代经验在两岸是如何呈现？以及世代经验与社会变迁的关系该如何解读？

肆、初探：「小清新」乐迷面貌

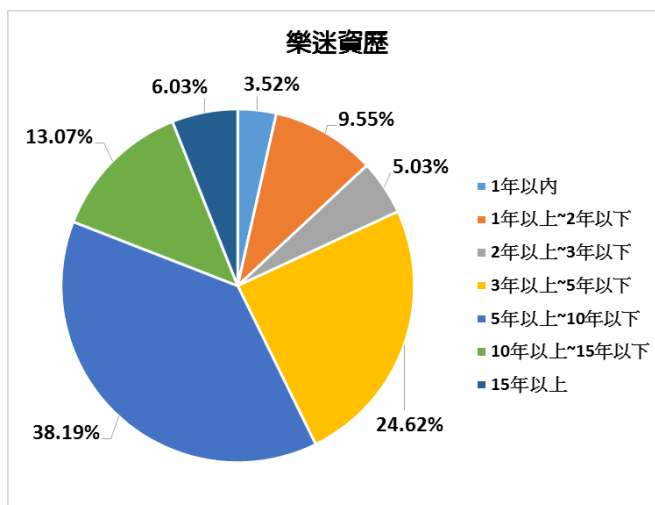
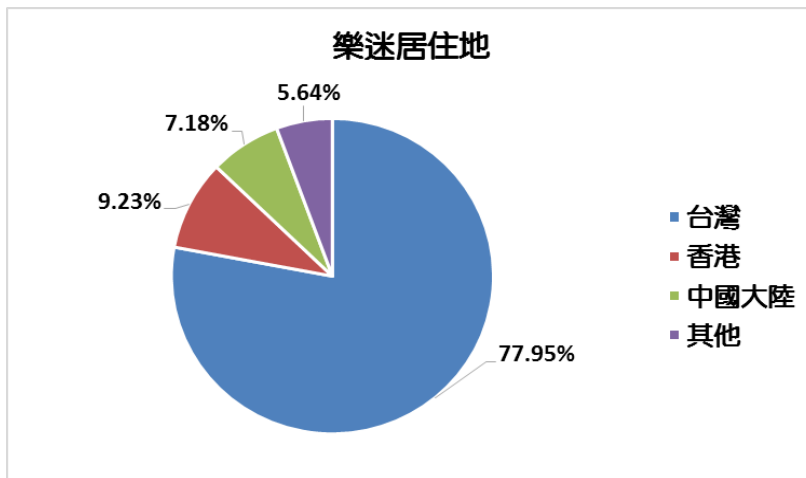
本研究为了更精确掌握迷群的人口结构与生活风格，预计于 Facebook 不公开社团「Cheerego.com 陈绮贞 cheer 粉丝后援会」、Cheerego.com 官方网站以及 PTT【Cheer】板三处发放 200 份网路问卷，网路问卷发放时间为 2014 年 11 月 9 日至 2014 年 11 月 10 日，共回收 200 份样本，其中无效回收样本 1 份，有效回收样本 199 份，回收率达 99.5%。

图一：陈绮贞乐迷性别、年龄分布图

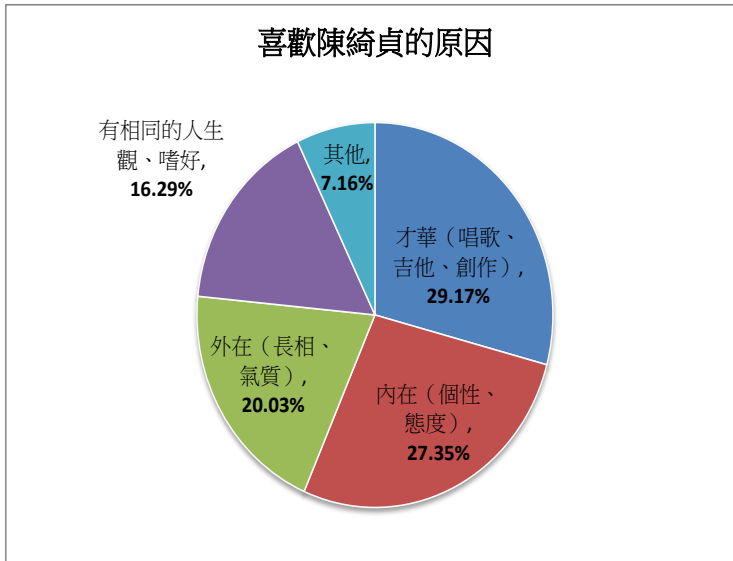


于图一的图表可得知，陈绮贞乐迷虽以女性为大宗，占 55.28%，但男性乐迷的比例亦不少，占 44.72%。在乐迷年龄组成方面，以 15~22 岁为大宗，占 50.75%，其次为 23~30 岁，占 33.17%。

图二：陈绮贞乐迷居住地以及乐迷资历分布图



图三：陈绮贞的个人魅力



伍、再访：「小清新」的情绪其来有自

若今天的年轻人普遍感到失落，那并不是因为他们缺乏目标。和现今的众多莘莘学子聊天后，你都能整理出一长串令他们焦虑的事。事实上，成长中的这代对于他们即将接手的这个世界感到极端的忧虑。伴随这些忧虑的，还有一种普遍的无助与恐慌：「我们」知道有些事情不对劲，而且有很多东西并非我们所希望的。但是有什么是我们能相信的呢？我们应该怎么办？（Judt, 2010 / 区立远译，2014）。

网路田野观察的选取，以 Cheergo.com 官方网站为主，该官网成立于 2003 年，有陈绮贞的作品、活动、日记和摄影集，也设有乐迷留言版。乐迷留言的书写类型包含生活、爱情、工作、学业等涵盖甚广，且文字论述都相当具有风格，适合进行论述分析，以捕捉乐迷的内在情感，其次将 PTT【Cheer】板乐迷心情记事文章列入观察与分析对象。

观察时间为 2014 年 9 月至 2015 年 1 月，本文从 Cheergo.com 官方网站的乐迷留言板以及 PTT【Cheer】板的发文中，约略整理出乐迷普遍拥有的四项情绪来源：

一、看不见未来的人生

在社会学家 Giddens 所提出的现代性理论中，他认为「反思性」是当今社会的主要特征，人们一方面自我监视、自我规训，另一方面则是自我肯定、自我能动（宁应斌、何春蕤，2008），这种反思的重要性与当今社会的种种风险是相关的。就如 Beck（1992）所言，1989 年苏联瓦解后，整个全球社会从工业社会转变为风险社会，人们不得不面对这些风险，开始反省并试着改变。自我不再安居于遵循不变的传统中，反倒必须从知识专家与爆炸的资讯洪流中做出个人选择，选择的后果则由个人承担（宁应斌、何春蕤，2008，页 113）。

不过即便 Giddens 提出社会的现代性构成了现代自我与其自我反思性，宁应斌、何春蕤（2008）仍认为个人的理性化有其限度，因为个人心理是有着复杂结构与内在冲突的。现代性也可能带来意料之外的副作用：现代性的黑暗面，亦即个人的理性化可能失败失望，因而导致忧郁或其他负面情绪。一如 Cheergo.com 网友 cheer 娟儿（2014 年 12 月 28 日）所说：

我们无法选择自己的生活是最痛苦的事情，每天都在问自己梦想到底是什么？我还要不要去坚持……可这一切好像都不是你能决定的，不开心，人生的路怎会走的如此迷茫，青春是什么？是剥去你所有的魔鬼，站在 23 层的大楼，我也只能看见远处灰暗暗的一片，我早已看不清方向，总是在十字路口徘徊，却找不到我内心想要的答案。

选择让人们向他人表明自己是什么样的人，这样的选择依据再也不是遵循传统，而是自我反思，这将得以更新自我认同，或带动重组自我的人生故事，是以现代人在生活各方面，都会为自己的人生或自我认同做出决策。

依据宁应斌、何春蕤（2008）的论点，自恋的变身者在当代社会中为数不少，因为现代社会去传统化、全球化等无所不在的激烈竞争，都迫使我们必须抓住这些变身机会，因而我们也常被告知自己是全能有力的。不过当这些自恋的自我变身者在进行自我营造失败时，极有可能会产生忧郁。如 Cheerego.com 网友绿色的草（2015 年 1 月 6 日）所说：

最累的并不是太多事情无法完成，而是连完成的机会都没有就否定自我。我之前一直以为，我乐观又比别人成熟，当有人心情不好告诉我，我就想办法把自己最正面的那一面传递给他，可是当我面对自己的时候，常常会有很多恐惧，缺乏自信，好像我永远都只是活在自己以为的虚幻世界。……其实我最渴望的不是有个人能够很了解我或是陪我，我最希望的还是自己了解自己，喜欢自己，接受自己。（划线处为作者所加）

她想成为一个乐观的人，是以她将自己理想的样子呈现在别人面前，并感觉到自己确实能够进行自我形塑。在这种自我形塑的活动中，自我对于那个自己用心营造的对象，是有着内在冲突与爱恨交织的，一方面我们感觉有力控制自我，但另一方面却也会焦虑无力控制自我。当自恋者努力建构实现的自我一旦失败或不如预期，就如同丧失爱人一样，丧失了所认同营造的自我（宁应斌、何春蕤，2008）。所以当她面对自己时，才发现恐惧如影随形，自己并没有成功变身成那个理想中「乐观」的人，她为自己的无能控制而沮丧、失落，也丧失了自信。文末不免又进行了个人的反思，期望自己能了解自我并喜爱自我。

我们的许多担忧其实源于理性计算或预期的副作用，去传统化给了我们不受传统局限的开放机会，却也失去了依循传统的安全感；对于未来的殖民，让我们会计划未来，却也会忧虑未来。犹如 Cheerego.com 网友 Qua（2014

年 12 月 30 日) 所说:「眼看着 2014 即将结束, 不知为何浑身都不对劲, 整个人开始烦躁了起来。也许我太害怕, 害怕未来更多不安定不确定的事物让我更加恐慌。(划线处为作者所加)」现代性的基本原则就是理性化, 包括了理性计算、远虑和反思性。反思性使得我们能形塑自我认同, 但是也使我们辗转难眠。无力掌控的现状、无法预测的变动未来以及无处不在的风险, 在在都标记了主体的情感负担。而另一个现代性理论家 Ulrich Beck 用个人主义化的观点, 描述个人在选择自决的生涯时会带来对心理的负担, 因为生涯是自我决定的, 若失败了也无法推托责任, 而是自己个人的失败(宁应斌、何春蕤, 2008, 页 138)。而经济、政治和社会普遍的不稳定化, 以及个人要努力承担风险, 正是新自由主义的运作逻辑。因此原本可能是超越个人所能控制的社会问题, 也会被看作是单一不幸事件的发生, 反倒忽略了社会结构中普遍存在的压迫。

二、不喜欢现在的工作

Ian Craib 将 Giddens 的反思性解释为「我们必须有我们做事情的理由」。因此我们必须不断地重新打造自己, 透过不断监视自我, 来让未来每一项计画都站得住脚。不过 Craib 却认为, 现代世界其实有很多的失望, 我们必须去面对和接纳失望、死亡等黑暗面; 这里的失望是广义的, 包含冲突、困难、工作、复杂、失败、爱恨交织、理性、道德、节制等等, 就是指人生是要工作的、有两难的、要节制的、没那么爽的、很复杂的等等。但现代世界却同时鼓励我们要埋藏失望, 好让世界上的事情可以「看似」十全十美, 以至于现代人对于失望的接纳程度越来越低(宁应斌、何春蕤, 2008, 页 132), 如同 Cheerego.com 网友 cheer 娟儿所说:「想想人活着真的好累, 太多的不好要发生……我们活在一个并不简单的世界里,总有一天我们会变得庸俗不堪。(划线处为作者所加)」或是另一名网友绿色的草也有同样的感慨:「觉得生活好累, 当人好累。」在现代性理论与心理治疗中, 无疑都在让人觉得世界是一个美好的地方, 现代性给了我们一个幻想, 认为自己能适应, 并且

能生活得更好，不过这样的幻想也可能会失败，由此而来的自我哀悼却可能会引发情绪低落和忧郁现象。

在新自由主义潮流中，台湾年轻世代的工作条件不断恶化，高工时、低薪水的穷忙现象越来越普遍，这也迫使年轻人失去梦想的勇气，集体向现实投降。如 Cheerego.com 网友失眠猫（2015 年 1 月 4 日）所说：「现实的生活，不如意的工作，不喜欢的城市，我该怎么办，怎么继续走下去。」赖建宇（2007）指出，年轻人的焦虑其来有自。为了竞争，他们普遍拥有大学学历，却没有因此获得较好的就业机会。面对国际化的竞争压力，工厂外移，工作对于技能的要求也越来越高。新自由主义已经成为一种新的宰制模式，它建基于社会普遍的不稳定化所带来的不安全感。普遍的不稳定化具有一种象征效果，它会使工作者顺服，接受剥削，否则将会陷入失去工作的危机感之中。一如 Cheerego.com 网友 Relationship（2014 年 12 月 31 日）所说：「生活的动力到底是什么，为了生活，为了衣食住行，要去赚钱，喜欢的可以做的久一点。不喜欢的就要想办法离开，更多的时候由于各种原因还在勉强的坚持。（划线处为作者所加）」工作所实践的自我，是一个与家人的生活息息相关的我，不是个人主义的人观所蕴含的「自我」。年轻世代所面临的处境，是工作机会在「量」和「质」的双重衰退。以「量」的衰退来说，年轻人现在几乎无选择工作的余地，有工作算幸运，工作不符合志趣者比比皆是；再者，开放给年轻人的工作机会，其「质」也每况愈下，薪水少、操劳度高、职业形象低、无专业可言，工作条件不断在恶化，年轻成了职场原罪，更变成雇主进行劳动剥削的借口。

三、无奈感的慰藉—审美的救赎

「小清新」之所以为「小」，正如同「小确幸」否定或掩饰时空深度现实的自欺感：只图一个「当下」，只争一个「我的」。这也恰好符合新自由主义所强调的个人主义，因为它是断裂的、破碎的、当下的，同时也是资本主义世界中饱受不确定与无望感的青年人与中年人的挫折与痛苦的一种表达。它是种失去理想、梦想、未来或任何自我超越可能的「主体」的自卫 / 自慰

性精神状态（赵刚，2014 年 12 月 23 日）。

在现代社会中，审美有种从垂死的、惯例的、现代性的文明的常规形式中解放的热切渴望。审美现代性对理性的抵抗，亦即抗拒忽略一切都以效率或利益的分析模式来看待事物，将人的一切行为纳入工具理性「最少投入、最大产出」之刻板公式之中。审美的无功利性与现代性的功利性抗衡，而审美的主动性和自由也削弱了工具理性的被动和压制性，这正是审美现代性的救赎涵义所在（李勇吉，2013）。一如 Cheerego.com 网友一片叶子（2015 年 1 月 1 日）所说：「2015，没有看来太大的愿望。只希望在有点单调的求学日子里，有一些可以令我骄傲的时刻，和值得回味的瞬间。在永不回头的时空中，愿我们都能留下可以回味的事。（划线处为作者所加）」文中所提及的「骄傲的时刻」、「值得回味的瞬间」两者都不属于科学理性范畴，而是一种美感经验，更是透过主体对于生命中感性时刻的强调，来对抗现代社会中以认知理性为基础的审美话语。

当资本主义发展停滞不前，产生一种高度政治性的特定文化想象，原子化的个人企图在精神焦躁不安与物质前景黯淡的内外双重夹击下，试图用碎片化的经验，以安慰碎片化自我的一种小诡计（赵刚，2014 年 12 月 23 日）。如同 Cheerego.com 网友 PingJing's Life（2014 年 12 月 29 日）所说：「也许成长就是伴随着痛苦，但也不亏待的拥有着快乐。」正是因为成长面临不如意、痛苦之事太多，所以转向细数那些再微小不过的快乐片刻，藉以消除那些深具无奈感的情绪。波特莱尔认为现代性其实就是一种对永恒不变的颠覆，就是转向过渡、短暂、偶然。而审美的现代性刚好可以用来对抗平凡刻板的现实，消解一成不变的去。审美现代性对差异或奇异的包容，恰巧与科学思维中追求唯一正解不同，它反而容许多种解释的存在（李勇吉，2013）。审美现代性即是从感性的角度肯定人的主体性，其中更涵纳对于现代科技文明与理性进步观念的怀疑和否定。审美现代性不仅对主体性的进行捍卫，又对理性化进行反抗（巫晓燕，2011）。

四、找不到自我 / 归属感

现代性是人类社会朝向理性化（rationalization）发展的过程，在文化的体现上，它所推行的个人主义式、理性主义式的价值观，可说是影响最显著也最复杂的一个面向。在个人主义高倡的新自由主义时代，个人被构想成具有社会权利、对自我负责的独立个体，但社会原子化的结果，使得社会群体和文化进行内部分离，个人与群体间社会连结的关系薄弱，而形成一种孤独感。如 Cheerego.com 网友 930（2015 年 1 月 2 日）的感慨：

我在杭州第八年了，其中在上海一年，回家一年，又回来两年半了。可是对杭州竟然越来越陌生，我想这是过了最外面的表层后，想要融入的困难吧……这是哪里呢？我像只是到商业区逛了个街，事实上也是如此，怎么说这种陌生感呢？回家也陌生，这个城市也陌生，我每天沿固定的线路上班下班，可是没有归属的感觉。像是水遇到了打着蜡层的表面，突然就想不明白了当初是为何离开家要来这个城市？其实，不论在哪里，都会有这样的困境，故乡也早已面目全非，到底哪里才是家？」（划线处为作者所加）

因为工作来到异乡，不过聚集在城市里的，也都是一群来自四面八方，彼此互不相识的人们，在个人主义至上的社会中，原子化的社会生存令现代人倍感孤独。

这样的情景，网友 sinya（2014 年 12 月 29 日）也有类似的体会：

是不是大家都太忙碌了，忙碌得来不及明白自己在想什么，人多得没办法展现真正的自己，到最后渐渐忘记，忘记自己本来的样子。（划线处为作者所加）或是 PTT 板友 wanyin 所体悟的：「这段日子以来，生活总是绕着『更重要的事情』公转着，于是自己越缩越小，弹性越来越低，理想迷路了，连自我都迷失了。（PTT【Cheer】板，2013 年 11 月 25 日）。（划线处为作者所加）」

那些所谓忙碌的、更重要的事情，可能是工作、可能是学业，或者是社会现

实，因为要赚钱所以不得不去工作，但是工作到后来会发现到底是为了理想，还是为了生活？在原子化的社会里，个人与个人之间关系的普遍疏离，大家都自顾自的，少了社会中群体间联系，形成各种孤独、冷漠、脆弱、沉默，归属感和身份焦虑都成为当代问题。

陆、结语：「小清新」的当代社会意涵

一九八〇年代起，「新自由主义」成为一种新经济教条，「经济」成为国家发展的首要考量，其反对国家与政府干预，以公营事业私有化、减税等方式，促进各种竞争与创新。新自由主义在过去三十年，大力宣扬私有化、市场化、市场化以及全球化论述的掩护下，企业利益更能透过有利于自身的方式，进行立法和公共政策决定。在新自由主义里，以意识形态与文化作为领导权，藉此支配与宰制群众心理的操纵模式中，个人在现代社会中所面临的情绪转变，也是极为重要的文化议题。

本文以 2003 年成立的 Cheerego.com 官方网站之乐迷留言板为主要观察场域，辅以 PTT【Cheer】板的重要文章，挑选数篇乐迷的留言并进行论述分析，试着梳理出乐迷在新自由主义浪潮中，所普遍共有的四种现代性情感：

（一）看不见未来的人生：现代社会的反思性使得人们更新自我认同，或是为自己的人生做出决策。台湾年轻世代长成于 1987 年后解严时代，一方面享受着民主化富庶的成果，另一方面却也担忧着民主化下所养成的资本巨兽。每当年轻人即将毕业，准备踏入人生另一个阶段的时刻，便开始面临升学、就业与薪水的问题与抉择。面对家人们的期许以及自我期望的双重压力下，积极自我营造与变身便成了年轻人必须面对的重要课题。尽管理想的个人理性化能造就成功，但个人理性化仍有其限度，因为在极为少数成功机运的同时，有更多的个人理性化将可能导致失败、失望，若自我营造失败，同时又焦虑于无法控制自身的无力感，在如此的双重打击下，个人便极有可能产生忧郁。而在竞争更为激烈的中国大陆社会之中，年轻人所面临的焦虑

与茫然也不亚于台湾。

(二) 不喜欢现在的工作：在新自由主义浪潮中，人们的工作条件不断恶化，高工时、低薪水与各种劳动剥削的现象越来越普遍。新自由主义已经成为一种新的宰制模式，它建基于普遍的不稳定化所带来的不安全感。普遍的不稳定化具有一种象征效果，它能够使工作者顺服，接受剥削，否则会陷入失去工作的危机感之中；两岸年轻世代所共同面临的处境，是工作机会在「量」和「质」的双重衰退。以「量」的衰退来说，年轻人现在几乎无选择工作的余地，有工作算幸运，工作不符合志趣者比比皆是；再者，开放给年轻人的工作机会，其「质」也每况愈下，薪水少、操劳度高、职业形象低、无专业可言，工作条件不断在恶化，年轻成了职场原罪，更变成雇主进行劳动剥削的借口。越来越多年轻人为了活口，会暂且将就于一份并非如此厌恶，但也不到喜欢的工作之中，年轻人在现有的工作中找不到乐趣，却又碍于生计而无法跳脱其宰制。

(三) 无奈感的慰藉—审美的救赎：在高喊理性的社会里，审美变成一种救赎，因此主体透过对生命中感性时刻的强调，来对抗以认知理性为基础的现代社会；当资本主义发展停滞不前，产生一种高度政治性的特定文化想象，原子化的个人企图在精神焦躁不安与物质前景黯淡的内外双重夹击下，试图用碎片化的经验，以安慰碎片化自我的一种小诡计（赵刚，2014年12月23日）。在陈绮贞的歌曲中所透露出的强烈美感经验，其本身多于与包容的特性，恰巧与现代社会强调理性化的概念互相抗衡。

(四) 找不到自我 / 归属感：在个人主义高倡的新自由主义时代，个人都被构想成对自我负责的独立个体，社会原子化的结果，使得个人与群体间社会连结的关系薄弱，人们形成各种孤独、冷漠，归属感和身分焦虑都成为当代问题。特别是在大都市中，来自各地的年轻人为了求职而聚集于此，在对内自身无法完全变身成为自我理想中的样子，对外又寻求不到家人的认同与支持的双重夹击下，自身便犹如汪洋中的一条小船，不仅迷失方向，也丧失了

自我。

在新自由主义盛行，政府放任市场自由发展的时代，人们所面临的各种不公平待遇，都不免让人感到困顿、挫败与茫然。「小清新」之所以为「清新」，正是对大时代里各种社会问题纷扰不堪的反动，因为生活困顿、工作难寻、前途渺茫等种种社会现象，使得人们不得不寻求内在心灵的解套，透过「小清新」，人们得以在浑沌不明的时代中，保有心中最后一块净土。

参考书目

- 一片叶子（2015 年 1 月 1 日）。上网日期：2015 年 6 月 20 日，取自 Cheerego.com 留言板。
- 丁学民（2011 年 10 月 2 日）。〈小清新教母！陈绮贞独树都会文艺风〉（系列专题）。上网日期：2015 年 5 月 11 日，取自 <http://news.tvbs.com.tw/entry/68365>。
- 小甜果嘟嘟（2015 年 2 月 26 日）。〈「February の品析」一啖带你全方位认知小清新〉，取自百度「小清新吧」：<http://tieba.baidu.com/p/3604640808?pn=1>
- 王志弘译（2008）。《新自由主义化的空间：迈向不均地理发展理论》。台北：群学。（原书 Harvey, D. [2005]. *Space of neoliberalization: Towards a theory of uneven geographical development*. Stuttgart, DE: Franz Steiner.）
- 王建平（2005）。〈消费革命：社会学视野中的当代中国城市消费转型〉。上网日期：2015 年 7 月 10 日，取自「台湾新锐文化工作坊」
<http://intermargins.net/intermargins/TCulturalWorkshop/academia/theory/t12.htm>。
- 王蒂鹰（2012 年 12 月 23 日）。〈当文青不再文青〉，《喀报 castnet》。取自：
<http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/4920?issueID=189>。
- 王晓晴（2009）。〈陈绮贞：坚持走自己的路，并不断突破〉。《Cheers 杂志》，102:108-111。
- 失眠猫（2015 年 1 月 4 日）。〈绮贞，你好吗？〉。上网日期：2015 年 6 月 25 日，取自 http://mail.cheerego.com/dome_web/guest_t.php?pagerang=33&pagenow=748
- 江昺仑、吴骏盛、林邑轩、林彦彤、林彦瑜、林飞帆、…廖伟翔（2014）。《岛国关贱字：属于我们这个世代、这个时代的台湾社会力分析》。台北：左岸文化。
- 何荣幸（2014）。《学运世代：从野百合到太阳花》。台北：时报文化。
- 巫晓燕（2011）。《中国当代都市小说的现代审美阐释》。北京：北京师范大学。
- 李勇吉（2013）。《审美现代性视域中的杨风诗歌研究》。台湾师范大学国文学系在职进修硕士班硕士论文。
- 李邑兰、江雁南（2011 年 4 月 20 日）。〈从今天起，我宣布我是一个「小清新」〉，《南方周末》。取自 <http://www.infzm.com/content/58005>。
- 秀秀才（2009 年 10 月 26 日）。〈绮贞带来的……〉，取自「秀秀才的博客」：
http://blog.sina.com.cn/s/blog_53fa644b0100fail.html

- 周奕成（2013年1月26日）。〈小日子与大时代〉。上网日期：2015年2月23日，取自：<http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/62/article/92>。
- 丘柏胜（2015年4月19日）。〈台湾更幸福？马年年跳票 还沾沾自喜〉，《自由时报》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/873296>。
- 星魂逍遥子（2011年5月15日）。〈遇见你我是我的美好——5.14 陈绮贞演唱会小记〉，取自百度「陈绮贞吧」：<http://tieba.baidu.com/p/1080047482>
- 范正伟（2013年12月31日）。〈人民日报青年观：「小清新」泛滥的隐忧〉，《人民网》。取自：<http://opinion.people.com.cn/BIG5/n/2013/1231/c1003-23983257.html>。
- 范承刚、雷磊（2012年3月19日）。〈「90后」物语：小清新、卖萌、天然呆〉，《南方周末》。取自 <http://www.infzm.com/content/71724>。
- 区立远译（2014）。《厄运之地：给崩世代的建言》。台北：左岸文化。（原书 Judt, T. [2011]. *Ill fares the land*. New York, NY: Penguin）
- 张铁志（2010年7月7日）。〈受伤的土地 受伤的民主〉，《苹果日报》。取自：<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20100707/32641042/>
- 张铁志（2014年4月2日）。〈从小确幸到愤怒的一代〉。上网日期：2015年3月23日，取自 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/7/article/1201>
- 张铁志（2014年10月22日）。〈陈绮贞的意义〉，《Kenzo x Design 360 部落格》。上网日期：2015年05月11日，取自：<http://kenzo1979.blogspot.tw/2014/10/people.html>。
- 章玉萍（2013）。〈刻奇还是坎普？——反思「小清新」现象〉，《文化研究双月报》，138: 32-38。
- 陈锐（2014年7月25日）。〈小清新指数〉，《第一财经周刊》。取自：<http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20140725/154019821202.shtml>。
- 陈方隅（2012年9月21日）。〈青年们，你为什么生气？〉。取自《yahoo 奇摩新闻》：
<https://tw.news.yahoo.com/%E9%9D%92%E5%B9%B4%E5%80%91-%E4%BD%A0%E7%82%BA%E4%BB%80%E9%BA%BC%E4%B8%8D%E7%94%9F%E6%B0%A3-140339402.html>。
- 陈祺勋（2011）。《个人意见之品味教学》。台北：大块文化。
- 陈军吉（2011年4月27日）。〈「小清新」敌对「小资」〉，《南方周末》。取自：<http://www.infzm.com/content/58006>。
- 彭宣雅（2012年7月31日）。〈逾6成青年 被钱压得喘不过气【讨论群组】〉。上网日期：2016年2月22日，取自 <http://city.udn.com/54543/4852694>。
- 宁应斌、何春蕤（2008）。《民困愁城：忧郁症、情绪管理、现代性的黑暗面》。台北：台湾社会研究杂志。
- 黄郁棋（2012年10月25日）。〈黑框星巴克就是「小确幸」？台湾文青的黄金十年〉，《东森新闻云》。取自 <http://travel.ettoday.net/article/118089.html>。
- 杨樱、李蓉慧、赵蓉（2011年9月22日）。〈小清新制造者〉，《第一财经周刊》。取自：<http://tech.sina.com.cn/i/2011-09-22/15496098981.shtml>。
- 赵刚（2014年12月23日）。〈「小确幸」：台湾太阳花一代的政治认同〉，《苦

- 劳网》。取自 <http://www.cooloud.org.tw/node/81194>。
- 广广（2015 年 5 月 16 日）。〈你的歌是我的 comfort zone〉。上网日期：2015 年 6 月 14 日，取自
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JHRMzGasFXAJ:mail.cheerego.com/dome_web/guest.php%3Fpagerang%3D32%26pagenow%3D566+&cd=2&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw。
- 卢郁佳（2013 年 7 月 31 日）。〈小确幸 集体主义分泌的润滑剂〉，《联合新闻网》。取自 <http://udn.com/NEWS/READING/X5/8063566.shtml>。
- 萧采薇（2013 年 6 月 7 日）。〈陈绮贞开唱 2 万张门票秒杀！女神「挑战极限」拟加场〉，《东森新闻云》。取自 <http://www.ettoday.net/news/20130607/219146.htm>。
- 简玮静（2012 年 11 月 25 日）。〈文青 说自己的话〉，《喀报 castnet》。取自 <http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/4920?issueID=189>。
- 罗毓嘉（2014 年 1 月 13 日）。〈小确幸与不生气〉。上网日期：2015 年 3 月 18 日，取自 <http://m.cw.com.tw/article/article.action?id=5055334#sthash.rMi76C0D.0R7d19y4.dpbs>。
- 罗悦全（2010 年 9 月 7 日）。〈关键字：文艺青年〉，《「音谋笔记 Blog」》。上网日期：2015 年 4 月 9 日，取自：
http://jeph.bluecircus.net/archives/keywords/literary_youth.php。
- 顾然（2011 年 11 月 1 日）。〈反对「小清新」〉，《现代快报》。取自：
http://kb.dsqq.cn/html/2011-11/01/content_133780.htm
- 930（2015 年 1 月 2 日）。〈城市的陌生〉。上网日期：2015 年 7 月 14 日，取自
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kvvwKutlyUgJ:mail.cheerego.com/dome_web/guest_t.php%3Fpagerang%3D44%26pagenow%3D768+&cd=2&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw
- Beck, U.(1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London, UK: Sage.
- ChildTL（2015 年 5 月 16 日）。〈看见伍尔夫就就来留言了〉。上网日期：2015 年 6 月 12 日，取自
http://mail.cheerego.com/dome_web/guest.php?pagerang=32&pagenow=566
- cheer 娟儿（2014 年 12 月 28 日）。上网日期：2015 年 6 月 2 日，取自 Cheerego.com 留言板。
- Leonala（2013 年 12 月 9 日）。〈[心得] 终于还是来见老师了,2013/11/30〉。上网日期：2016 年 2 月 12 日，取自 PTT【Cheer】板：
<https://www.ptt.cc/bbs/Cheer/M.1386540661.A.CB0.html>。
- nypd123（2014 年 11 月 24 日）。〈我从安康连觉也没睡连夜赶去听 cheer 的演唱会〉，取自百度「陈绮贞吧」：http://tieba.baidu.com/p/3428141115?see_lz=1
- PingJing's Life（2014 年 12 月 29 日）。上网日期：2015 年 6 月 20 日，取自 Cheerego.com 留言板。
- Qua（2014 年 12 月 30 日）。〈其实只是想说说话〉。上网日期：2015 年 6 月 20 日，取自 www.cheerego.com/dome_web/guest_t.php?pagerang=36&pagenow=712。
- Relationship（2014 年 12 月 31 日）。〈2014.12.31〉。上网日期：2015 年 6 月 20 日，取自 http://mail.cheerego.com/dome_web/guest.php?pagerang=40&pagenow=786

- Sabrina (2013 年 12 月 9 日)。〈【音乐】关于陈绮贞。流浪者之歌〉，取自
<http://a2322322004.pixnet.net/blog/post/169099116-%E3%80%90%E9%9F%B3%E6%A8%82%E3%80%91%E9%97%9C%E6%96%BC%E9%99%B3%E7%B6%BA%E8%B2%9E%E3%80%82%E6%B5%81%E6%B5%AA%E8%80%85%E4%B9%8B%E6%AD%8C%E3%80%82>
- sinya (2014 年 12 月 29 日)。上网日期：2015 年 6 月 20 日，取自 Cheerego.com 留言板。
- wanyin (2013 年 11 月 25 日)。〈[心得] 流浪者之歌感想〉。上网日期：2016 年 2 月 12 日，取自 PTT【Cheer】板：
<https://www.ptt.cc/bbs/Cheer/M.1385394586.A.EBB.html>。

The Sorrow of Twee Pop: Using the Fans of Cheer Chen as examples

Fang Yu Hsiung

ABSTRACT

Taiwan Female Pop singer Cheer Chen had been made her debut in 1997. Even now in the neoliberal era, her song which is called “Twee Pop” style still make people feel comfort. In the first, this research will arrange the meaning of “Twee Pop” between Taiwan and China and then discuss what these fans feel for the social perception and their sentiment of modernity.

This research used Online-survey and discourse analysis. Online-survey questionnaires were issued in three Internet communities: the fan club of Chen in Facebook private association, the official guestbook, and “Cheer board” in “PTT”. Collected 199 valid samples. In gender composition, female accounts for 55.28% of total fans, and male accounts for 44.72%. In age composition, fans are mainly based on 15~22 years old, which accounts for 50.75%.

On the other way, we focus on the fans' messages from September 2014 to January 2015 on official guestbook to do discourse analysis. The result found that the fans who experienced the modern sentiment, can be classified to four categories: invisible future, fans who don't like the present job, using the aesthetic feeling as the comfort of helpless, and fans who can't find a sense of belonging.

Keywords: Cheer Chen, fans, sentiment of modernity, Twee Pop

* Fang Yu Hsiung is graduated student of the Department of Communication, National Chung Cheng University, e-mail: fangyuhsiung@gmail.com

附录：「陈绮贞歌迷生活型态与风格」问卷

01. 您是从哪里得知这份问卷的？

Cheerego.com 陈绮贞 cheer 粉丝后援会 (Facebook) Cheerego.com 官方网站
PTT - Cheer 版

02. 您是陈绮贞的歌迷吗？

是 否

03. 性别

男 女

04. 年龄

15 岁以下 15~22 岁 23~30 岁 31~45 岁 46~55 岁 55 岁以上

05. 居住地

台湾 香港 中国大陆 其他

06. 最高学历

国中 (含以下) 毕业 高中 / 职毕业 大学 / 专科毕业 硕士毕业
博士以上

07. 作为陈绮贞歌迷，您喜欢她多久了？

1 年以内 1 年以上~2 年以下 2 年以上~3 年以下 3 年以上~5 年
以下 5 年以上~10 年以下 10 年以上~15 年以下 15 年以上

08. 您常常透过哪些方式或加入哪些组织来得知偶像消息？(可复选)

Cheerego.com 陈绮贞 cheer 粉丝后援会 (Facebook) Cheerego.com 陈绮贞
官方网站 PTT - Cheer 版 同侪 (同学、同事) 平面媒体 (杂志、
报纸) 广播 广告 去看 Live 演唱会 电视转播的演唱会或是节目
专访

09. 喜欢陈绮贞的原因 (可复选)

欣赏才华 (唱歌、吉他) 外在 (长相、气质) 内在 (个性、态度) 同
侪影响 穿衣风格 自己与偶像有相同的人生观、生活嗜好 跟随流行
 没有理由

10. 请用 2~3 个形容词来形容陈绮贞（可以是歌手的形象或是曲风）

11. 陈绮贞对我的影响（可复选）

- 改变个性 交友圈变广 交友圈变小 改变原有的生活方式（例：去学吉他、摄影）
 在课业、工作方面积极成长 各方面消极退缩 学会打扮自己
 懂得规划人生 改变我的人生观或是对事情的看法

12.

整体而言…	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
我认为我是很有理由并且理性的喜欢她，并非盲目的喜欢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我认为她和其他歌手相比是与众不同的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
和其他歌手的歌迷相比，我觉得我是理性、冷静且不盲目的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
作为她的歌迷，我感到很自豪	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
对于陈绮贞的喜爱，可以让我彰显与他人不同的生活品味	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. 朋友们是如何形容您的？（包括外表、衣着风格、人格特质）

14. 请问您平常的休闲活动是？（可复选）

- 文学类（如：阅读、写作） 绘画 音乐 乐器演奏 舞蹈
 电影、戏剧 电脑游戏 美术欣赏 旅游 摄影 逛街 聚会
 户外运动（如：跑步、骑脚踏车） 园艺

15. 除了陈绮贞外，您还是那些乐团 / 歌手的歌迷？（可复选，选单上无列举出来的，欢迎填写在其他栏）

- 无 魏如萱（娃娃） 929 乐团 苏打绿 卢广仲 张悬 黄玠
 其他（请填写）：

让大船转弯：
传统杂志发展新平台—以《天下杂志》
「独立评论@天下」为例

王思澄*

本文引用格式

王思澄（2016）。〈让大船转弯：传统杂志发展新平台—以《天下杂志》
「独立评论@天下」为例〉，《传播、文化与政治》，3:95-130。

投稿日期：2015年3月1日；通过日期：2015年4月20日。

* 作者王思澄现为天下《天下杂志》数位内容编辑，e-mail: sweetlovpea@gmail.com。

《摘要》

在数位时代，纸本流失、读者习惯改变，传统媒体面临前景不定的挑战。本研究探讨传统杂志发展内容取向不同的新平台。以《天下杂志》「独立评论@天下」为个案，探讨新平台成立的脉络，新平台与母媒体价值取向的不同，以及新平台如何建立产制特色，并发挥平台效益。

透过文本分析，以及与杂志管理阶层、新闻工作者访谈，研究发现，独立评论平台是在符合《天下杂志》的数位化方向下发展差异化，尽管新平台与母媒体有不同的价值取向，组织仍支持其成立。

研究总结，传统媒体在一定的理念共识下，以组织资源支持新平台发展具差异化的内容，且抛开短期获利的思维，长期而言，新平台能替组织扩展新读者，提升品牌价值，甚至带动数位获利的新契机。

关键词：传统媒体、数位转型、数位平台发展

壹、缘起与问题意识

数位时代，被认为是充满挑战、未知的时代。在数位时代下面对生存困境的传统媒体，就如同航行在海中的大船，在充满未知、瞬息万变的大海上载浮载沉。在狂风大浪之下，船长和舵手决定派出探勘小船，小船上的水手把探测风向、海流的装备投下，希望能为母船找出一条新的航道……。

发行与广告收入下滑，纸本流失、读者阅读习惯改变，是传统媒体面临的生存挑战。媒体传播公司 ZenithOptimedia (〈全球广告量市场前景〉，2013年11月4日)调查各媒体广告市场趋势，相较于网路广告市场持续成长，传统媒体的广告市场大为缩减，报纸广告下滑最快，杂志广告也缓步衰退。

面对传统媒体未来是否会被取代，各界有不同预测。Hardt (1996)将网路等数位传播科技的出现形容为「新闻业、大众传媒的末日」，台湾的杂志业者也普遍认为杂志产业前景不乐观(文化部，2012)。Pavlik (2001)则认为聚合(convergence)能带来更好的新闻媒体，将促使数位内容发展。旗下拥有 Vogue、Wired 等杂志品牌的 Condé Nast International 董事长 Jonathan Newhouse 也坚信纸媒不死，认为新媒体的崛起提供了读者更多选择，且杂志品牌不会改变，纸本的阅读经验更没有其他产品能够取代(Amed, 2010, June 24)。

《天下杂志》即是杂志产业中朝数位转型的先行者。2011年，《天下杂志》在财经杂志中率先推出 iPad 互动版电子杂志。2013年则在网站上推出互动图表专栏，以及长篇型态的新闻报导，结合图、文、影音，将内容多元散布与呈现。

2013年1月1日，《天下杂志》成立「独立评论@天下」子网站。网站内容是以文字为主的新闻评论，为原生内容。如此的数位平台发展模式明显不同于天下经营的主网站、iPad 电子杂志等其他数位产品。

对于媒体在数位转型下的发展，过往研究者提供了转型模式的分析角度。从企业转型角度，Ansoff (1957)的产品/市场扩展矩阵(product/market expansion matrix)包含市场开发、产品延伸等模式，其中针对新产品、新市

场的多角化经营 (business diversification), 最能反映传统媒体藉由数位内容扩展新市场的经营模式。

以 Ansoff 的理论架构作为传统媒体发展数位平台的分析基础, 能说明媒体扩大既有产品与市场策略的形成, 不过媒体产制的内容作为文化商品、有其特定的意识形态, 当媒体发展不同取向的产品时, 可能产生价值取向不同的矛盾。本研究正希望能在 Ansoff (1957) 的理论基础下探讨《天下杂志》「独立评论@天下」的发展, 而考量到新闻作为具意识形态的文化商品的特殊性, 本研究亦关注新平台形成的过程脉络, 即新平台与母媒体是否经历内容价值取向不同的协商过程。现行研究大多注重结果的分析, 本研究着重过程导向 (process-orientation) 的探讨, 即关注新平台发展的动态、机制和意义, 又其中的参与者如何经历相关的挑战和改变。

事实上, 从现有的媒体呈现中, 可以看出《天下杂志》与「独立评论@天下」在议题题材、报导观点和内容产制的选择等面向皆有不同之处。定位为「具有人文关怀的财经杂志」, 《天下杂志》支持以追求人民幸福为目标的社会主义式经济发展, 盼国家能富强、社会均富; 相对地, 「独立评论@天下」则以公共议题为主体, 不吝批判现有制度与政策, 关怀在经济发展以外的社会民主、公平正义等价值, 较偏向社会改革的立场, 且能反映少数团体、跨世代的观点。

本研究关注《天下杂志》的「独立评论@天下」发展不同价值取向的创新数位平台的动态过程中, 如何经历价值取向不同的协商, 以及独立评论如何发展出有别于母媒体的内容、产制特色, 以及平台的效益与未来挑战。本研究关注以下三个研究问题:

- (一) 「独立评论@天下」平台成立的脉络为何? 新平台面对与母媒体在价值取向的不同, 两者如何协商?
- (二) 平台的内容与产制特色为何? 其竞争优势与限制为何?
- (三) 平台的效益为何? 平台未来的挑战为何?

台湾目前还未有研究针对杂志媒体以创新内容平台开创建新的商业模式的案例，研究也建议对于媒体在内容与经营模式上的创新案例进行主题式调查（文化部，2012）。

本研究探讨主流杂志的数位平台经营对台湾杂志新闻产业的发展应具参考与启示。就理论观点而言，本研究试图检视企业转型的理论架构是否适用于分析传统媒体发展数位平台。由于媒体产制的内容有其特定的意识形态，从企业转型的理论架构分析媒体发展数位平台时，即可能忽略价值取向不同的矛盾。本研究正希望在媒体数位转型的架构下，厘清媒体如何协商价值取向不同的矛盾。

就实务观点而言，本研究盼透过个案研究，厘清新闻媒体在发展数位平台时可能的优势与限制，以作为新闻产业发展数位转型的参考。台湾的杂志产业仍处于由传统到数位的过渡期，媒体大多仍以纸本为主要收入来源，数位媒体的发展尚不足以跟上纸本的脚步。然而，数位广告和内容市场不断扩张之际，纸本萎缩、读者转往线上阅读，更加凸显转型的急迫性。本研究旨在探究传统杂志如何在既有的品牌、资源与人力基础上，发挥组织优势，并借着不同内容取向的数位平台扩展新读者、提升品牌价值，而能持续往数位化的方向前进。

贰、文献探讨

对于数位化的到来以及传统媒体的挑战，一方认为，网路等数位科技的出现将取代传统媒体，也将根本地新闻本身（Hardt, 1996）；另一方则认为，新闻工作者面对新闻聚合必须适应来自不同市场的竞争者，持续力求创新与改变（Boczkowski, 2004；Deuze, 2004）。本研究乐观看待媒体转型数位，以本研究个案而言，虽然《天下杂志》并未全面朝数位化转型，但却也推出原生、创新的数位内容。为回应研究问题，本节分别讨论媒体数位化的转型模式，以及在数位化转型下数位平台的经营。

一、传统媒体数位化的转型模式

面对数位时代，新闻周期缩短、新闻撰写与发布形式越趋多元等新闻景象的转变，导致新闻产制面临根本性的破坏（Kaye & Quinn, 2010; Schlesinger & Doyle, 2014）。

在「传统」和「改变」的过渡之间，部分传统媒体受到组织文化影响，或受限于新传播科技技能的不足，在数位转型上较为保守（Mitchelstein & Boczkowski, 2009; Spyridou, Masiola, Veglis, Kalliris & Dimoula, 2013）。然而，也有不少媒体开始朝数位化迈进。英国的 *Financial Times* 和 *Telegraph* 皆相当重视数位新闻，前者透过改变截稿时间让网站保持活跃，后者则有高达 85% 的新闻工作是平面和数位整合产制，但仍保有平面部门以确保纸本内容不会受网路干扰（Schlesinger & Doyle, 2014）。

新闻工作模式朝向新闻聚合改变，然而无可避免的是数位市场的压力与考验。Schlesinger 与 Doyle（2014）研究发现媒体面临新闻专业和数据、市场导向之间的矛盾与折冲。例如，*Financial Times* 以网页分析理解使用者的需求并作为新闻走向的参考，但如此在内部引发争论，认为如此是在抛弃新闻专业，限缩新闻故事的选择。*Telegraph* 也同样面临市场考验的矛盾和压力，不过 *Telegraph* 相当懂得善用市场数据的分析，透过成立题材为主的新闻网站（如时尚、旅行等），触及更多有消费力的读者。

传统媒体如何展现内容差异化，如何主导数位转型策略，成为媒体转型的一大挑战。从企业经营的角度，策略管理之父 Igor Ansoff 提出产品 / 市场扩展矩阵以帮助企业决定产品及市场的发展（Ansoff, 1957）。产品 / 市场扩展矩阵中包含四种模式（如表一），市场渗透模式是维持和深化现有市场上的现有产品的推展；市场开发模式是为现有产品开发新的市场；产品延伸模式是在现有市场发展新的产品；企业多角化经营模式则是针对企业自身在产品、技术、市场等方面的优势，将新的产品销售至新的市场（Ansoff, 1957; Team FME, 2013）。

表一：Ansoff's product/ market expansion matrix (产品 / 市场扩展矩阵)

产品 \ 市场	现有产品	新产品
现有市场	市场渗透 (market penetration)	产品延伸 (product development)
新市场	市场开发 (market development)	企业多角化经营 (business diversification)

黄振家(2012)在〈台湾杂志出版产业总评与前瞻〉一文即以 Ansoff 的产品 / 市场扩展矩阵为架构, 解析台湾杂志出版业在新、旧市场下产品与通路发展方向, 此文将新市场定义为中国大陆市场, 而新产品则包含多元数位平台、活动公关等。尽管此研究仅以大方向解析台湾杂志出版产业的发展趋向, 但已显现以产品 / 市场扩展矩阵讨论杂志出版产业发展转型策略的可能性。

从产品与市场经营的角度, Ansoff 的架构能够作为一企业组织发展不同内容的分析基础, 不过对于讨论新闻媒体发展产品差异化仍有其限制。对一般企业而言, 生产不同属性的产品并无冲突之处, 但新闻不只是产品, 在市场经济的力量下, 新闻媒体对于新闻内容的产出有其特定的价值与框架选择, 因而发展差异化的新闻内容时可能产生不同内容取向的矛盾。如《天下杂志》的「独立评论@天下」针对当前社会争议提供批判观点, 此一立场与价值选择即可能和天下既有定位有所不同, 因而组织可能经历相关的调适与协商过程。

王彩云(2006)探讨平面媒体转型数位媒体的模式, 以美国 *Advertising age* 和 *Adweek* 两家行销专业杂志为分析对象进行个案分析, 透过媒体观察和深度访谈指出, 「产品延伸」模式是最多媒体采取的作法, 即在经营平面媒体的同时, 附加经营规模较小、营收也少的数位媒体。但也有越来越多平面媒体感知到采取保守作法成功机率小, 因而采取「市场开发」或「多角整合」

模式，前者是针对数位平台发展全新内容以吸引新读者，后者则是开发新闻以外的产品与服务。

在台湾，各家媒体对于转型的迫切性有不同看法，有的仍以纸本为主经营内容产业，有的则试图转型为跨平台媒体。吴筱玫（2012）以观察分析台湾四大报系发展新闻网站，发现《自由时报》最为保守，相对地《联合报》则力图转型，不但自制影音新闻，成立 Udn 电视台，也开发行动平台。研究建议，新闻媒体作为内容供应者，应采「分众策略」，强化内容的窄制化与互动性，如纸本可以强化资讯图表，网站则发展多样的数位叙事与多媒体内容，针对菁英取向的 iPad 行动载具，则可以发展编排精致的深度报导（陈顺孝，2011 年 11 月 28 日；吴筱玫，2012）。

由此看出，媒体的数位转型仍以巩固既有市场为主要策略，而非较大胆地透过新的、差异化内容，吸引新的读者或开发新市场。从企业经营的角度来看，虽能够用以说明媒体组织发展创新模式的策略思维，却未能解释新闻产品做为具有意识形态的产物，组织发展差异化内容时可能带来的价值矛盾与影响。

二、数位化转型下的数位平台经营

理想的数位新闻平台，包含超文本性 / 连结性、互动性、以及多媒体特性等元素（Deuze, 2003, 2004; McMillan, 2005; Steensen, 2011）。在参与式传播下，Pavlik（2001）定义新的阅听人为活跃积极的（active）媒体消费者，即读者可以对内容有更多的回馈，达双向、多向的传播意义。然而，Mitchelstein 与 Boczkowski（2009）认为读者事实上仍是消极的使用者，网站设置的留言等互动功能，实际上没有真的互动。

因此，数位平台双向互动背后的意义应是在于提供一系列新服务的机会，包含吸引读者和促进与读者的良好关系（Ala-Fossi, et al, 2008; Van der Wurff, 2008）。《纽约时报》的创新报告即强调读者开发的重要性，包含探索、宣传与连结等策略，如从数位新闻发布的思维出发，设计每小时的发布计画，

或透过相关内容的套装故事与个人化工具，提高读者粘度或吸引新读者。另外，主流和业余媒体的合作也被认为是扩展读者的策略之一，透过业余者贡献的免费内容（如读者投书），主流媒体将读者或公民记者纳入以新闻为中心的社会网络（Kaye & Quinn, 2010）。

随着网路环境越趋成熟，以及大众对于中立、不偏颇的资讯的需求越来越高涨，数位平台除了能纳入读者参与和互动，其作为另类新闻平台、促进公众议题讨论的可能性也开始被各界关注。此类数位媒体被认为能够与大型的主流媒体抗衡，扮演平衡公众获得资讯的关键角色，甚至能够影响主流媒体的报导取向，议题产生由另类媒体转向主流媒体传布的「外溢效果」（Mathed & Pfetsch, 1991； Song, 2009； Harcup, 2011）。

皮尤研究中心（Pew Research Center）2014年透过访谈与多重资料搜集，发现尽管数位媒体规模虽小，但由于没有传统媒体的既有体制与束缚，数位媒体可以针对特定新闻议题经营全新的利基消费市场。调查发现，数位媒体积极发展地方性或调查性等具独特性的利基报导，试图填补传统新闻所没有报导的缺口（Mitchell, 2014, March 26）。

对主流媒体而言，经营数位内容成为其扩展新内容、新观点的机会。陈玟铮（2006）探讨《中国时报》的「中时编辑部部落格」发现，当部落格作为媒体的内容传播平台时，其新闻写作不须局限于一般纯净新闻叙事，且能让读者看到原来被媒体舍弃的资讯，对于媒体内容经营而言有补强的作用。Mitchelstein 与 Boczkowski（2009）研究也指出，部落格虽然仍附属于传统媒体，却提供了一个新的机会、让新闻记者可以产制有别于主流意见的文本内容。

不过在发展创新的数位内容与服务的同时，媒体也面临获利未定的挑战。万荣水、郭燕凤（2009）透过 37 位专家学者的问卷调查，探讨台湾数位出版服务平台营运的内外部环境因素，发现使用者付费习惯问题是影响数位平台营运的因素之一。Bain & Company（2011）以多国近三千位消费者探讨数位阅读行为的研究也显示，九成的填答者只阅读免费的新闻内容。

在采取收费制的新闻网站非常有限的情况下，使用者已形成「网路资讯应该免费」的思维，网路经营多是采取广告而非内容的获利模式（林照真，

2013 年 7 月; Ala-Fossi, et al, 2008)。然而, 大幅倚靠广告营收, 可能导致与读者的连结弱化, 新闻的价值不再是被读者衡量 (Kaye & Quinn, 2010)。

尽管数位内容市场前景未明, 仍有媒体采行内容收费。根据美国 Alliance for Audited Media 调查 210 家纸媒的结果报告显示, 已有近四成的媒体采取《纽约时报》式 (即少部分免费, 大部分付费) 的付费模式 (Heights, 2012, December 17)。Kaye 与 Quinn (2010) 指出, 要使收费为可能, 必须有特殊性、针对利基消费者的内容。Bain & Company (2011) 调查指出, 读者会为「高端内容」(premium content) 付费, 如地方新闻、调查报导、财经资讯等, 因此具备特殊性的深度内容仍有其利基市场优势。

对于是否该针对数位内容付费, 在实务界目前还没有肯定的答案。相较于《纽约时报》2011 年推出的付费墙 (metered-model paywall) 付费制度, 英国《卫报》则以「数位为先」(digital first) 为概念、采内容开放免费模式, 依靠广告获利 (Huang & Liou, 2012 年 5 月 4 日; 林丽云, 2013; 林照真, 2013 年 7 月)。林照真 (2013 年 7 月) 分析两报数位转型成效, 透过与三十五位新闻主管、新闻工作者的深度访谈, 并实际参与两报编辑会议, 以及为期三个月的媒体观察, 研究发现两报均未建立适用新闻聚合的商业模式。

以《纽约时报》的数位订阅模式而言, 尽管数位订阅收入在 2013 年已经比数位广告的收入还多, 但纽时 2014 年第二季财报显示其整体利润下滑, 虽然订户收入增加, 仍不足以填补广告收入的流失 (Zara, 2014, July 29)。另一方面, 《卫报》以广告为主的商业模式虽然在 2012 年首度将数位营收与印刷的衰退打平, 但因其广告量大, 重要新闻资讯可能因此被读者忽略, 且以广告为主的营收也可能受到市场环境影响 (林丽云, 2013; 林照真, 2013 年 7 月; Lee, 2012, December 20)。

事实上, 市场仍由纸本主导。根据皮尤一项针对新闻产业营收的调查, 2012 和 2013 年的资料显示, 全美新闻媒体约 632 亿的营收中, 营利的数位原生新闻媒体仅占 1.3%, 远远不及日报的 61%; 报告指出, 数位原生内容产品也许吸引人, 但数位广告的成长还不够 (Holcomb & Mitchell, 2014, March 26)。

因此，在数位前景不定下，获利不应是媒体评断成功的唯一指标，而应检视数位平台在发展过程中伴随而生的新读者、新报导模式等其他经济价值以外的效益。例如，发展具差异化的内容，可能替媒体吸引新的读者，而新读者的加入即意味从数位内容或广告获利的可能。《纽约时报》的创新报告即建议，媒体应发展实体活动以促进读者参与与新的营收可能。

三、小结

本研究探讨媒体如何发展价值取向不同的新平台。为回应研究问题，本章分别讨论媒体数位化的转型模式，以及在数位化转型下数位平台的经营。

第一部份的文献指出，数位科技扭转了传统媒体新闻产制的模式，而在数位聚合之下，媒体力图内容创新，但也与组织文化、商业力量等产生冲突。而在转型过程中，以具差异化的内容、大胆开创新市场，被认为是较冒险，但也较能成功的做法。本文站在乐观角度分析传统媒体之转型，即认为传统媒体若能善用数位科技的优势，进行内容创新，则有机会藉新的内容平台转型数位。

第二部分的文献指出，数位媒体平台的经营有别于主流媒体，由于数位平台不像纸本媒体有版面、叙事规范的限制，能展现作者的主体性与多元观点，且在即时互动的特性下，数位平台能率先发布重要议题、纳入读者参与，被认为能促进社会对话。不过尽管数位平台经营有其优势，各界都还在摸索数位平台获利的商业模式。以永续经营角度而言，研究认为，尽管投入数位内容短期还未能发展获利，但若持续经营特色内容，则读者很有可能愿意为内容付费，且对媒体而言，内容的创新也意味着拓展新读者、新市场的新机会，如此附带的效益显然非金钱所能衡量。

参、研究架构与方法

综合上述文献探讨结果，本研究架构分为两部分，在传统媒体发展数位平台的脉络下，第一部分先探讨新平台发展、新旧媒体不同的价值取向与协商过程；第二部份则探讨数位平台如何发展经营模式，包含内容、产制特色与平台效益。本研究采用资料分析、文本分析与深入访谈法以完整回应研究问题。

一、资料分析法

资料分析法是一种准观察工具，指客观的界定并综括证明的方法，以确定过去事件的确定性及结论（Neuman, 2006 / 朱柔若译，2000）。

由于本研究以「独立评论@天下」为个案，因此独立评论平台上的资讯皆为重要资料来源。例如，独立评论每篇文章皆有显示浏览次数，本研究透过观察评论浏览量的差距，或透过统计加总等方式进一步了解平台流量成绩与波动。另外，本研究亦针对新闻产业环境的发展动态、数位平台经营等进行资料搜集，资料来源包含美国皮尤研究中心、媒体自产的调查报告，以及国内《动脑杂志》、《数位时代》等对数位化趋势有深入观察的媒体。

二、文本分析法

文本分析法是一套藉由诠释文本以发掘意义的方法，文本中的意义是不断地制造与再制造，且不限于单一意义或意识型态（Fiske, 1990 / 张锦华译，1995）。

为厘清「独立评论@天下」与《天下杂志》内容论述与观点的不同之处，本研究选择两岸服务贸易协定议题中的「318 反服贸抗争」事件为文本分析对象。反服贸事件源于 2014 年 3 月 18 日，学生及公民团体因不满《海峡两岸服务贸易协议》经 30 秒即完成委员会审查，齐聚立法院外抗议，随后突破警力、占领立法院议场，引发警方与占领者数度僵持对峙。占领立法院为期 24 天，不但是台湾公民运动史上的创举，更受到国内、外媒体高度关注。

本研究以「318 反服贸抗争」事件为文本分析对象，主要考量到此一事件的重大和争议性，不但事件本身具独特性，亦富含正、反观点的论述，在文本分析时可以明显看出不同媒介的报导差异，因此以之作为关键案例。

三、深度访谈法

深度访谈法是质化研究中经常采用的资料搜集方法之一，透过与受访者的口语交谈，就看法、态度等进行意见交换与建构（毕恒达，1996）。

为厘清《天下杂志》「独立评论@天下」的发展脉络与经营模式，本研究透过半结构式访谈，分别与独立评论经营团队，以及曾参与决策或经营的《天下杂志》高阶主管进行深度访谈。访谈内容主要分为《天下杂志》的数位转型经验与「独立评论@天下」的经营。访谈大纲与访谈人物资料见附录。

肆、结果分析

为回答研究问题，本章分为以下三部份归纳结果发现：（一）「独立评论@天下」新平台的发展脉络，新平台与母媒体的协商；（二）平台的内容与产制特色，以及（三）平台效益。

一、「独立评论@天下」的发展脉络与组织协商

随着数位发展快速，纸本市场萎缩、读者转往线上，数位转型前景未定的情况下，大多媒体采产品延伸模式，即仍以纸本既有内容延伸发展数位平台。但《天下杂志》有不同作法。在数位平台推出原生评论的「独立评论@天下」子网站，评论内容具独特性，甚至能展现不同于天下既有内容的价值观。对于报导价值取向的差异，《天下杂志》与独立评论双方经历矛盾与协商。

（一）新平台成立脉络

2011 年始，《天下杂志》陆续推出 iPad 互动版电子杂志、互动图表，整合图、文、影音的长篇型报导，以及在 2013 年成立的「独立评论@天下」子网站，属传统媒体转型数位的先行者。若从理论角度，以 Ansoff（1957）的产品 / 市场扩展矩阵（product/market expansion matrix）分析「独立评论@天下」的发展，符合多角化经营的模式，即经营全新产品（原生的评论内容）与市场（新的网路平台）。

从各式数位产品的发展看出，天下积极发展数位转型，但于此同时，天下也面临到作为杂志媒体，发展数位即时内容，与日报等时效性高的媒体难以区隔的挑战（郑淑仪访谈纪录，2014 年 8 月 14 日）。

在「抢快」与「深度报导」的角色平衡之间，「独立评论@天下」平台的内容兼具即时性，以及深度、批判观点，相当符合《天下杂志》的数位化方向，因而在天下的支持下成立。

2012 年 9 月，何荣幸因为旺中案风波离开《中国时报》，认为媒体受到媒体老板的意识形态影响甚大，尤其评论市场的崩坏。在辞职后的短暂休息期间，他开始思考成立一个能「只问是非、不问立场，不为老板的立场服务」的独立评论平台的可能。当时天下总主笔萧富元第一时间邀请何荣幸到天下，何荣幸提出成立一评论平台的构想，由于天下数位脚步快，网站建置也很完善，因此成立新平台的构想获得当时的总编辑吴迎春、发行人殷允芃的善意回应（萧富元访谈纪录，2014 年 8 月 26 日）。

独立评论平台的成立，对于《天下杂志》来说，是天下数位化的延伸，也是品牌的延伸。在此，研究发现媒体作为文化事业，与商业事业体在产品开发上的根本思维的差异。意即，独立评论的推出并不像一般企业采取的作法，有具体的事业发展计画，在不同产品背后有不同的策略思考，《天下杂志》反而是由品牌出发，新的平台推出目的是为了延伸其「天下为公」的品牌精神（郑淑仪访谈纪录，2014 年 8 月 14 日）。而从平台的命名亦看出，《天下杂志》的经营者意识到独立评论的定位应该和天下有所区隔，即应独立、不受影响，但同时也仍具延伸品牌的思维，平台名称即清楚表明独立评论仍是天下底下的平台。

对《天下杂志》而言，独立评论是品牌延伸的产品之一，且有其独特性与重要性，是值得投资的新产品。在组织运作上，虽然独立评论平台的成立，连带影响了组织既有的工作模式，但网站的建置、企划以及实际执行，都是在既有人力编制下运作。何荣幸到《天下杂志》担任总主笔（自此之后《天下杂志》一共有两位总主笔，另一位是萧富元），独立评论平台的创办与执行主编是额外的工作。同样地，天下网路部的数位内容编辑陈莉雅也身兼两职，在经营天下主网站之余，也兼职独立评论网站编辑，投入于平台执行面的工作。

（二）不同的价值取向

为理解「独立评论@天下」和《天下杂志》两媒介的价值取向差异，本研究针对两媒介部分文本内容，《天下杂志》四月的 544、545、546 三期内容，以及「独立评论@天下」反服贸运动后三至四月的评论，比较两媒介的论述内容与观点。

首先，本研究归纳两媒介有关服贸论述的两大主轴：第一类型为强调经济竞争力的主流式论述，即认为自由竞争可以促进经济发展，主要反映政府官员与中产菁英阶层的看法。第二类型强调社会民主式的对立式论述，着重经济发展以外的民主、公平正义等价值，认为在自由竞争之余，也必须关注整体社会的健全发展，主要反映公民、年轻世代的心声。

再来，本研究进一步分析整理正反不同的论述观点。统计结果发现，《天下杂志》的论述观点较平均分布，正、反立场各 10、11 则，无立场 6 则；「独立评论@天下」则偏向反面论述，120 则评论中有 90 则是反面观点，仅 4 则采正面立场，无立场有 26 则。本研究将两媒介的正、反观点分布整理如表二。

《天下杂志》的正面立场包含「全球自由贸易」观点，如：「自由化是一个艰辛的过程，有些产业会受损，但是整体的效果是增强竞争力（天下杂志，2014.4.16）」；反面立场如「社会民主」观点：「『占领立法院』运动是对于目前两岸谈判、缔约模式有着严重的不信任感（天下杂志，2014.4.1）」。「独立评论@天下」则偏向反面论述，包含「中国因素」观点：「我感受到中国以

商逼政的威胁,让我产生迫切感必须去维护我的生活环境(独立评论@天下, 2014.4.14, 文化生活/杨索)],以及「反全球化、自由化」观点:「全球化是一只大怪兽,吞噬掉各地不同文化的生产工具、过程与伦理。解决之道在于重建在地经济的复兴...让不同文化的生产方式保留差异化(独立评论@天下, 2014.4.12, 社会观察/洪辉祥)。

表二：服贸议题在「独立评论@天下」和《天下杂志》的正反观点分布

	论述观点	独立评论	天下杂志
正面立场	全球自由贸易	1	5
	国际关系	1	3
	法治、反对违法占领立院	2	2
小计		4	10
反面立场	社会民主	37	4
	反全球化、自由化	19	4
	中国因素	19	2
	对当权者不信任	15	1
小计		90	11

在呈现正、反论述时,《天下杂志》试图以和解、宽容串起双方对话的可能,并认为「信任」才是解药、才是台湾继续走下去该维护的价值。「独立评论@天下」则因没有特定的叙事结构与规范,比起新闻报导的全观性叙述有更多立场表态的空间,时常可以看到作者以问句等方式强化对服贸议题的批判:「我们都要拒绝这种立法院...台湾人民真能接受这种假民主?(独立评论@天下, 2014.3.19, 公共政策/黄丞仪)。」

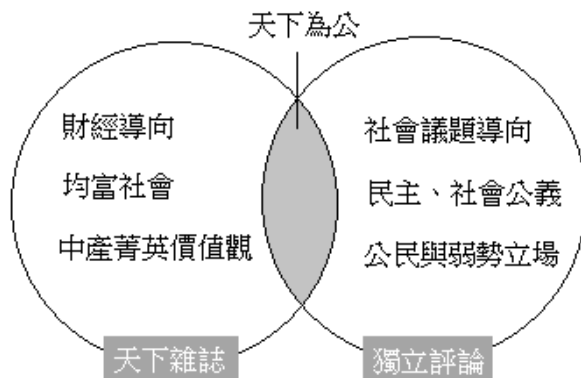
在主流财经杂志的品牌下,「独立评论@天下」展现对主流论述的批判,如反全球化、自由化的论述,指出服贸在经济以外被忽略的其他价值,挑战了以经济发展、自由市场为首的意识观点。透过揭露不正义,或提供主流媒

体未能说明的观点，独立评论扮演着挑战现有体制或权力关系、以及促进公众参与社会议题的角色。此一特质与 Harcup (2011) 以及皮尤研究中心针对数位媒体的调查发现不谋而合，即「独立评论@天下」虽然是《天下杂志》下的子网站，却扮演如另类媒体一般的角色，能报导主流媒体未报导的议题，如对现行制度、政策提出批判，关注民主、公平正义等价值。独立评论创造了以公共议题、社会改革导向的利基市场，无形实践了参与式民主、社会正义等公民权有关的价值主张。

（三）价值理念的协商

媒体组织对内容取向的选择，在在彰显决策者的价值选择，甚至反映特定的意识形态。从「公平」、「美好社会」等品牌精神来看，「独立评论@天下」和《天下杂志》皆主张台湾社会更好、更正向的发展。《天下杂志》发行人殷允芃曾谈及「理想与温暖的必要」，即认为当经济成长逐渐改善社会整体生活水平时，也必须兼顾社会公平和人文关怀（殷允芃，1996）。因此天下关注着重财经与产业议题，但也关注台湾社会的多元发展，包含教育、环境等议题（金玉梅，2008）。独立评论也认同整体社会须公平发展的理念，且认为民主、社会公义等价值是社会进步的基础。独立评论关注具争议性的公共议题，尤其居住、分配、世代正义等，这些议题在《天下杂志》少见，且观点批判，能反映少数、公民团体的声音（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。天下和独立评论在价值取向的异同整理如下图。

图一：《天下杂志》与「独立评论@天下」的价值取向



对于不同的价值取向，组织抱持不同意见。首先，从数位平台发展的角度而言，虽然部分主管不认同独立评论平台在服贸议题的报导取向，但《天下杂志》网路部总监则指出，尽管部分高层抱持不同意见，不同内容取向的冲击仍能带来新的、好的刺激（郑淑仪访谈纪录，2014年8月14日）。另外，从品牌经营角度而言，《天下杂志》总主笔则认为，独立评论的加入一方面带动整体品牌价值的提升，另一方面却也让组织面临品牌整合的挑战。《天下杂志》总主笔指出，虽然独立评论和天下调性有根本性的不同，较具批判意识，但独立评论毕竟仍是天下大品牌架构下的一环，因此仍会被视为一体来检视：

天下有些专栏或文章观点，和独立评论文章观点并不一样，甚至相反，如果对天下品牌不了解，会认为它精神错乱。（萧富元访谈纪录，2014年8月26日）

最后，从「独立评论@天下」平台经营者角度来看，虽然经营者深刻感受到独立评论与《天下杂志》价值取向不同带来的压力，但也认为组织或读者应将独立评论视为与母媒体有所区隔的不同个体。在反服贸期间，《天下杂志》即有高层认为独立评论的内容太偏向支持抗议的学生，甚至认为是偏向绿营。何荣幸指出，尽管在《天下杂志》下发展可能产生品牌整合的矛盾，但组织、读者都须经过一定程度的调适，且最终能有如此认知：「天下和独立评论的读者就是两群不一样的人，不必要以同一个标准看待上面的文章。」（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。

《天下杂志》与「独立评论@天下」分别作为母媒体与子网站，从不同位置与角度看平台的发展有不同看法，对此双方并未实际沟通讨论，不过在内容自主性上，组织有一致共识，让独立评论在内容经营上有自主发挥的空间。

事实上，《天下杂志》从未开会讨论内容走向，仅天下网路部会开会针对旗下网站（包含独立评论平台）评估网站表现（萧富元访谈纪录，2014年8月26日；郑淑仪访谈纪录，2014年8月14日）。因此，在编务独立的情况下，独立评论的文章未曾因与母媒体立场不合而下架，更有评论批判《天下杂志》的报导，也照常发布（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日；陈莉雅访谈纪录，2014年7月26日）。例如，一篇名为〈「占领立法院」伤害了代议民主吗？—与朱云汉教授的对话〉的读者投书，直接针对《天下杂志》「台湾离民主崩坏还有多远？」的专栏评论提出质疑。

二、「独立评论@天下」平台的内容与产制特色

「独立评论@天下」借着批判观点的价值定位，以及社会协力的产制模式，在重要议题上扮演主导性的角色，透过内容发挥社会影响力，更扩展关心公共议题的年轻读者群。独立评论平台目前已有逾五成的读者投书，且许多是来自海外的学生读者，显示读者积极参与内容产制，与平台、社会互动对话。

（一）从名家到读者—社会协力的评论平台

以「最混乱的时代 最清明的声音」为价值主张，「独立评论@天下」广纳各领域写手参与写作，开放读者投书，平台成立逾一年半已累积超过一千篇评论、以及超过一百位专栏作者。

写手的邀集，是平台成立的第一要务。何荣幸过去在《中国时报》担任记者、主笔、调查采访室主任，从作为一名政治记者到深耕调查报导，何荣幸一直试图贴近公民社会，盼报导能对公共政策有所影响。而在旺中并购案后，中时部落爆发出走潮，独立评论在其后成立，吸纳了许多名家写手，如中时的工作伙伴黄哲斌，作家张大春、媒体人王健壮等人，都成为独立评论平台的专栏作家。

「独立评论@天下」成立一开始即推出许多专题式的评论，关注台湾重要公共议题。例如，独立评论平台成立的第二周即推出「台湾最不公义 / 最骄傲事件簿」专题，邀请张大春、彭明辉、刘克襄、罗毓嘉等人担任专栏写手；第三周推出「给马总统 / 台湾社会 / 各部会的信」专题，时任国策顾问的郝明义、社运工作者顾玉玲等皆有文章产出；再隔一周，独立评论推出「粮食与土地」专题，则有民谣歌手林生祥、过去在政界服务的钟永丰、以及关注环境议题的媒体人胡慕情等人加入写作。

这些早期作者包含来自各领域，文化界、学界、媒体人以及社运工作者等，亦有作者来自政界、企业家或医生等专业领域，有些作者甚至有跨领域背景，如拥有社运背景、关注青年议题的叶家兴，或来自学界但也参与社会运动的丘花妹等人。他们共同特质是大多身兼社会观察者与行动者，有长期关心的特定议题，包含少数民族群、外籍配偶、人权、海洋环境、高房价、废除死刑等。

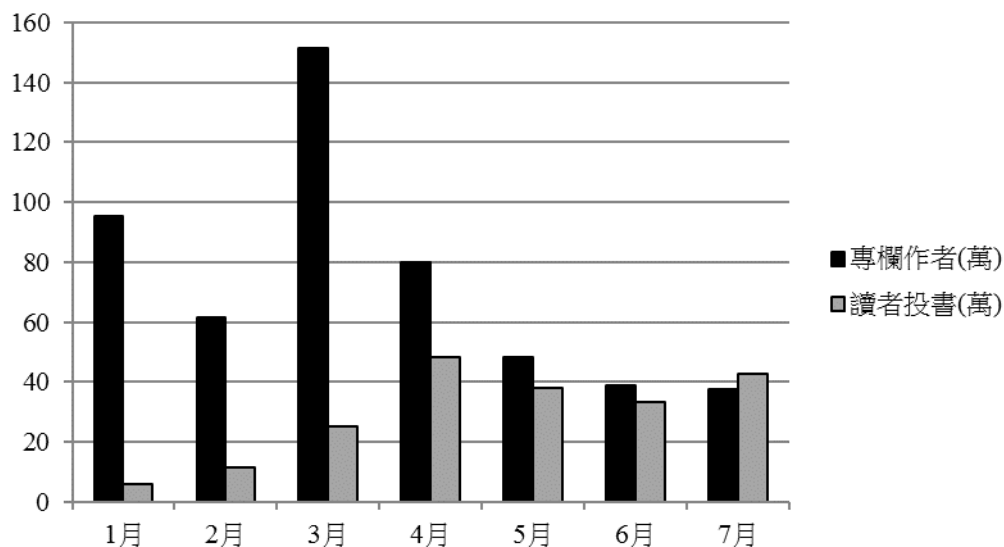
从四十位到如今逾百位的作者群，独立评论一方面延续过往评论平台所有的「名家」评论，吸纳重要的意见领袖，另一方面，也透过新的、较不具有知名度的写手，创造一个去中心化、有多元写手的评论环境。

在内容写手邀请后，独立评论团队的主要工作就是每日看稿、上稿。何荣幸和陈莉雅在《天下杂志》的身分分别是总主笔、数位内容编辑，平日都有既有的工作职务，因此独立评论的运作通常是在一天工作结束后的深夜，

才决定隔天要发布的评论。独立评论团队深夜的作业模式，不但让议题跟着时事热度走，也充分抓住新世代网路读者。独立评论的读者较年轻，平均年龄约比《天下杂志》少十岁，主要包含两大族群，除了关心公共事务的年轻读者之外，还有社会知识分子，这群读者不限年龄、但同样关注公共议题（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。

广纳社会协力，且反映台湾社会动态的产制特色，读者的参与是重要的一环。研究统计流量发现，许多读者投书的流量表现并不逊于专栏作家，例如，一篇名为「我的欧洲家庭给我的震撼教育」的读者投书，单篇就有近20万的点阅数。另外，独立评论上读者投书所贡献的流量在2014年年7月首度超过专栏作者评论的流量。流量分布结果如下图。

图二：「独立评论@天下」专栏作者与读者投书的流量分布



读者投书的另一特色是来自海外留学生的投书，这是过去台湾评论市场少见的现象。海外留学生提供的当地观点补足了现有内容市场的空缺，其

中不少是现场第一手观察的纪录，如在苏格兰现场观察独立公投等，有些投书则以当地观点回应台湾现况，无形提升了台湾公共议题讨论的深、广度（何荣幸访谈纪录，2014年9月19日；萧富元访谈纪录，2014年8月26日）。

读者投书大量地出现在独立评论，扭转了过往评论以名家写手为主的市场结构，也意味着以文字为主的长篇评论对一般大众而言不再是高门槛、难以进入的领域。如此「评论工具的典范移转」，彰显从以电视 call-in 的方式发表评论，转移到更有系统、更有观点的书写评论；《天下杂志》总主笔甚至说如此评论的新现象是独立评论对天下、对新闻最大的贡献：「独立评论让有见解有看法的素人，能够透过网路平台，让意见更多元、更广、更深。」（萧富元访谈纪录，2014年8月26日）。

（二）独立评论的优势与限制

本研究除了从组织内部探讨平台的内容、产制特色，亦从组织外部，检视独立评论的定位，在天下品牌下发展的优势与限制。

网路资讯爆炸、免费内容充斥，「独立评论@天下」作为数位平台，同样面对其他数位原生媒体的竞争，如《风传媒》、《The News Lens 关键评论网》等评论媒体平台，皆具有一定规模的专栏评论和外稿作者。

「独立评论@天下」最大的优势在于，独立评论是《天下杂志》旗下的子网站；在天下品牌下发展，独立评论与天下共享人力、硬体以及品牌等资源。

首先在资源上，「独立评论@天下」平台的建置仰赖天下网路部提供的技术与人力支援，且平台的主要支出——稿费，也由天下支付。独立评论每篇文章皆支付作者合理稿费，同样拥有许多评论的《关键评论网》则一律不支付作者稿费（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）

其次，在内容经营上，独立评论的内容皆为原生内容，坚持原创、不转载。独立评论平台平均一天发三则评论稿，内容规模虽不如一般数位原生网站大，影响力却借着重要意见领袖扩展，扮演连结者（connector）角色；相对地，《关键评论网》平台以整合式内容为主，即文章有经过编辑等人的介

入修改和再诠释，或转贴已发布在其他平台的内容，平台规模较大，扮演汇集者（aggregator）角色（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日；郑淑仪访谈纪录，2014年8月14日）。

最后，在品牌方面，「独立评论@天下」平台充分享有天下的品牌影响力，相较于其他新兴数位原生平台，独立评论的内容更能触及产官学等关键人物，进而达到影响公共政策的目的。作为主流财经杂志，《天下杂志》长久以来累积了一群来自产官学等领域的忠实读者，这群菁英读者因为《天下杂志》而认识独立评论，不但阅读独立评论的文章，也针对相关内容回应、甚至主动投书。例如，今年九月曾有读者投书，谈文化部在文化外交政策的弊病，文化部对此立即回应，独立评论隔一天也将回应发布在「来函照登」一栏。独立评论团队认为社会重要人物主动回应的现象，彰显独立评论已逐渐建立品牌声量：「做评论产出最重要是能影响政策，如果关键人物没有看到，何来影响？」（陈莉雅访谈纪录，2014年7月26日）。

在天下品牌下发展，对独立评论平台而言，的确享有组织资源与品牌的优势，不过也有所限制。首先，由于品牌共享，天下与独立评论时常让读者有立场不一的感受，例如读者会透过寄信、留言给独立评论，表达认为独立评论立场一面倒、没有平衡，或甚至认为天下的立场比较正确等看法。独立评论团队认为，这是平台发展初期必经的阶段性过程，且对内容独立性有共识，即内容不能受读者的反应所影响，必须有赖读者自我调适（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。

独立评论平台的另一限制是在母品牌底下发展的局限。在《天下杂志》下发展，尽管在内容产制上可以独立运作，但若要扮演更积极的角色，如参与重要活动的连署，则不见得能独立行动，仍必须考量到天下整体品牌的角色与定位（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。

最后是独立评论作为批判的评论平台，评论观点是否趋于一致？《天下杂志》总主笔认为，的确有人认为独立评论的观点类似、像「穿制服」，有时候不需看全文，就能知道其观点，但对此独立评论也做了调整，后来看到许多不同议题的不同论述（萧富元访谈纪录，2014年8月26日）。

以批判当权者及时政的价值定位，事实上正能彰显独立评论平台的批判特色，且在具争议性的重要议题上发挥影响力。例如，反服贸运动发生隔天，「独立评论@天下」刊出「黄丞仪：反对『指鹿为马』的假民主」的评论，其内容以强烈语气书写服贸缺乏适当的法律基础，因而公民不服从的相关论述，引发超过 22 万的浏览量，以及超过 60 篇读者的留言讨论。单篇评论引发的高流量与关注显现独立评论已实质促成社会的互动与对话：「这是现阶段我喜欢的介入社会的方式，小而美、跟社会对话，呼应台湾社会脉动。」（何荣幸访谈纪录，2014 年 7 月 25 日）。

在母品牌的支持之下，「独立评论@天下」充分善用数位平台及时发布的特性，广纳社会协力，发挥具原创性、贴近公民社会的内容精神，成功在年轻读者居多的网路上引发关注。不过在内容上拥有自主权的独立评论，却又似乎不那么「独立」，在全力维护平台独有的价值主张的同时，也有作为独立主体的矛盾。无论对于媒体组织本身或读者而言，都必须经过一段调适期，在过程中，组织、参与者将不断定义属于「独立」的价值和意义。

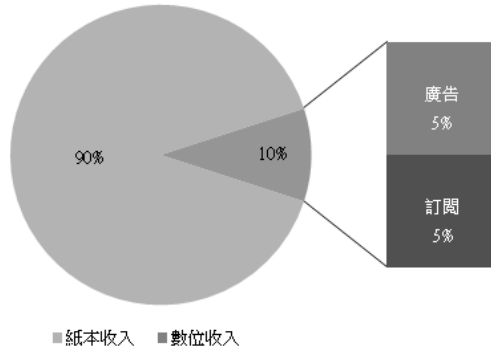
三、「独立评论@天下」平台的效益

独立评论的内容皆为免费、开放，且仅零星广告，较接近《卫报》（*The Guardian*）、《赫芬顿邮报》（*Huffington Post*）的内容开放模式。对《天下杂志》而言，独立评论虽然未有直接获利，但其所贡献的流量与内容影响力，可能因此提升天下的品牌价值、为媒体开拓新读者。

（一）新平台成效

《天下杂志》作为商业网站，营收来源同时仰赖广告与订阅收入，以媒介性质来看，《天下杂志》目前主要的收入来源仍是纸本，纸本收入占整体收入约九成，数位收入仅一成，而在数位收入中，广告与订阅收入各占一半（郑淑仪访谈纪录，2014 年 8 月 14 日）。天下的收入来源分布如下图所示。

图三：《天下杂志》的收入来源分布图

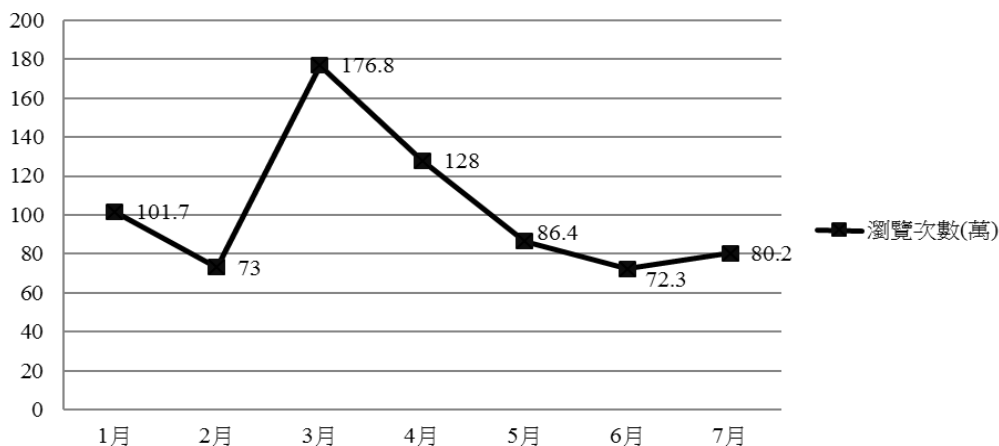


在以纸本为主要收入来源的情况下，《天下杂志》现阶段的数位策略并非以数位为先（digital first）。作为《天下杂志》旗下的子网站，「独立评论@天下」一开始没有广告，内容也免费，不像是有意商业运作的网站。尽管今年初独立评论平台主页上开始出现零星的广告，母媒体仍认为独立评论平台是「不会赚钱的网站」。

如此的经营显然还未建立获利模式，现阶段独立评论平台是与天下整体品牌共享、共生。从平台经营者的角度看，独立评论主编不介入平台获利面的经营，且认为独立评论未来若必须损益两平，而无法继续经营也不会有遗憾（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。何荣幸坦言，现阶段在「数位获利」与「影响力」之间有些难以兼顾，并非不在意数字或获利模式，而是现阶段主要仍是专注于内容，希望全力冲刺内容影响力。天下网路部则认为，独立评论团队不需感到有压力，因为独立评论不像其他原生数位网站，不需要单独扛损益两平的重任，广告收入也是回到母媒体一起计算。《天下杂志》之所以能够全然放手让独立评论平台自主运作，且不须承担获利的压力，也和平台营运所需成本不高有关。访谈得知，独立评论2013年全年的支出约150万元，网路硬体、人事成本皆为天下既有资源编制，无需增加预算，因此相对于其他网路媒体，独立评论的实际支出并不多，主要支出为稿费支出（何荣幸访谈纪录，2014年7月25日）。

尽管独立评论平台目前并未以获利为主要目的，天下母品牌在资源与成本支出上也支撑着平台的营运，但独立评论平台并非全然无贡献，而是透过流量回馈母媒体。访谈得知，目前独立评论平台的流量表现约占整体天下网站流量的 10%-20%（郑淑仪访谈纪录，2014 年 8 月 14 日）。另外，本研究统计独立评论 2014 年 1 月至 7 月的流量，发现每月平均浏览量为一百万，其中流量高峰出现在 3 月（176 万）和 4 月（128 万）。流量分布如图三。

图四：「独立评论@天下」2014 年 1 月至 7 月流量分布



从此结果看出，独立评论借着 3、4 月的反服贸议题成功吸引读者关注。其中黄丞仪〈反对『指鹿为马』的假民主〉的单篇评论有 22 万的浏览量；郝明义发表的五篇评论加总更有将近 40 万的浏览量，显现当时反服贸相关的评论有极高的热度，引发读者大量点阅、分享。除了在重大议题上展现声量，独立评论在其他重要议题也有高流量表现。例如，诗人罗毓嘉谈经济不景气、两性平权的评论—「小确幸与不生气」、「然后，他们都结婚了」两篇一共累积了超过 10 万的点阅；前国防部副部长林中斌「习近平——六十年来政治资本最雄厚的中共领导人」的评论，有超过 35 万的高浏览量。

目前独立评论的经营不会脱离天下，同时独立评论经营团队保有内容自主权，因此透过以公共议题为导向的平台定位，独立评论试图在数位平台推动硬性内容，而其流量成绩也显示艰涩的硬性内容也能有高流量，意味着独立评论平台的成效并不仅止于经济效益，更开创了以硬性内容为主打的数位平台的新可能。

（二）新平台挑战

「独立评论@天下」成立已超过一年半，从内容产出，到社群推广，进一步引发读者回响的过程中，因为天下的支持，以及何荣幸作为新闻人、对内容理想的坚持，让主流财经媒体的品牌底下的独立评论得以走一条人文批判、不那么主流的路。不需过度担心广告回收，点阅的数字也不影响内容的价值走向。独立评论不希望做大量转贴热门文章、与其他平台内容高度重迭的「内容农场」，而是希望其原创性与批判观点的评论能推动社会进步，包含对青年的启蒙，以及对公共政策的实质影响（何荣幸访谈纪录，2014年9月19日）。

正因为开拓了以公共议题导向的新市场，独立评论能促使天下品牌价值提升，甚至为母媒体扩展新读者。前一节分析谈及，独立评论平台在内容经营上享有天下品牌的影响力，比起其他数位原生平台更易接触到产、官、学等领域的菁英读者，相对地，天下品牌其实也因为独立评论的加入而获益。例如，前述谈及，因应独立评论的加入，《天下杂志》的纸本媒体或官方网站都多了独立评论的文章，如此不但为天下的内容增添多元性，也可能吸引新的读者加入。

以长远经营的角度而言，本研究认为，独立评论平台未来若自主经营，则必须更强力推动内容触达。以公共议题的硬性内容为主打的考验是，冷门的议题若无法贡献流量，可能影响广告的销售，意即，若广告商认为独立评论没有办法吸引到潜在客户，则可能影响其在独立评论下广告的意愿。以关注公共议题的读者而言，台湾的中高阶以上主管、专职人员和大学生，一共约有 310 万人，都是独立评论的潜在读者（郑淑仪访谈纪录，2014年8月

14 日)。若以独立评论的 Facebook 粉丝数来看，独立评论粉丝数约三万人，与潜在读者相比还有一百倍的差距。

另外，平台也必须创造更多「会付钱的消费者」，而不仅是「会大量点阅的使用者」。独立评论现有的读者相较于天下母品牌较年轻，也许部分读者还不具消费力，长远经营而言，独立评论须持续累积一定的忠实读者与新读者，如透过是开发符合公共性、也具重要性的软性议题（陈莉雅访谈纪录，2014 年 7 月 26 日；郑淑仪访谈纪录，2014 年 8 月 14 日），软、硬议题的搭配，也许更能在社群推动内容影响或拓展新读者。

不过本研究认为，现阶段独立评论平台与《天下杂志》共生是最适的做法。正因为共生，因此独立评论平台的获利不需独立衡量，在内容发展上平台也保有自主决策权，不需受商业机制影响。若独立评论平台必须自负盈亏，如同文献探讨提及新闻专业与市场导向之间的折冲，独立评论平台若需面对市场考验，则其对内容理想的坚持、以及提供大量读者投书的产制模式，可能都会因为点阅率等商业机制的考量而受到冲击。

从组织内至组织外，本研究认为独立评论与天下经营团队各发挥所长，独立评论专注在内容产制与社群的经营，《天下杂志》则提供平台经营所需的人力与资源。作为天下的子品牌，独立评论比起市场上其他数位原生平台拥有更足够的资源条件面对市场的挑战；不过独立评论也必须不断创造平台以社会协力、具批判观点的价值特色，包含集结多元意见领袖，海外读者投书等，以扩散内容影响，触达更多潜在读者。

伍、结论

大海航行需要舵手，但更需要的是一个有共识、有默契的价值体系，这个价值体系可以将航行中的大、小船带往同一个方向，他们有共享的理念和目标，且能将这些价值融入到他们的工作之中。

以财经议题为导向的大船—《天下杂志》，派出一艘以公共议题为主打的小船—「独立评论@天下」出航，将经营拓展至以年轻世代为主要读者的数位平台。

本研究盼「独立评论@天下」的个案探讨能作为传统媒体发展新平台的关键案例，深化有关的讨论。从理论角度，本研究发现，Ansoff（1957）企业转型的理论架构有助于分析传统媒体数位化时可能触达的新市场、新读者，但也需纳入过程面的探讨，以理解新、旧媒体如何经历价值取向不同的协商。

从实务角度，本研究分析传统媒体发展数位平台时如何建立创新的内容与产制模式，以及可能的回馈机制。在回顾文献与案例探讨结果后，本研究认为，传统杂志下发展新平台是基于特定条件而成功。

传统杂志发展新平台的第一个成功要素是，《天下杂志》与「独立评论@天下」有共享的理念与价值主张，且组织在可接受的范围容忍新平台的内容差异，也容许媒体品牌有再诠释的空间。本研究检视两媒介的核心价值发现，两媒介对于台湾整体发展、社会进步有共同的理想和愿景，且认为在实现理想的过程中，必须兼顾社会整体公平发展，即「天下为公」的理念。

在《天下杂志》「天下为公」的品牌概念发展，独立评论除了延伸天下既有的「理想」、「真诚」、「温暖」等价值特色之外，亦赋予「贴近公民社会」、「世代正义」等新价值，为天下品牌注入新的精神与意义。独立评论平台透过批判、贴近公民社会的价值精神，提升了天下品牌的价值，更吸引了一群网路世代的新读者。这群新读者比《天下杂志》的读者年轻，不但为天下注入新的活力，也与天下既有的菁英读者产生连结。因此天下的读者不再限缩于纸本或财经为主的领域，读者样貌的改变，也可能进一步促使天下旗下品牌在内容经营上的改变与创新。

本研究认为新平台经营的第二个成功要素，是以明确的定位，发展具独特性的内容。在财经议题导向的《天下杂志》之下，「独立评论@天下」发展出以公共议题为导向，观点批判的价值定位。在没有时、空限制的数位平台，独立评论开创结合名家与读者参与的社会协力产制模式，尤其平台呈现逾半数的读者投书，显现评论从名家到读者的翻转。独立评论重视读者投书

不亚于名家的作法，不但颠覆其他数位媒体平台内容经营的思维，读者投书的流量表现也证实独立评论的读者并非只关注名家写手的评论，好的读者投书同样能发挥内容影响力。

独立评论平台开启了新的评论时代，它广纳名家、素人赋予议题广而深的观点，藉由网路社群点阅、分享，将内容影响力扩展至关心公共议题的年轻读者群。独立评论的名家评论或读者投书，都曾获得关键人物—政府部门或知名企业等第一时间的回应，显现独立评论正实质促成公共议题的讨论和互动，内容影响力的建立也意味着天下有机会在财经市场以外开拓新的内容战场、建立新品牌。

因此，对传统媒体而言，新平台的发展不应只着眼于经济效益，数位平台发展可能建立的新读者、新品牌、新的报导模式等附加效益亦同等重要。如在本个案，独立评论平台的内容对母媒体而言兼具差异化与独特性，且虽然平台短期没有直接获利，但研究显示，独立评论以硬性内容为主打的评论即使议题严肃、艰涩，仍有高流量的表现，显示独立评论平台已逐渐站稳公共议题导向的内容定位，且指出传统媒体在数位平台经营公共议题的新可能。

综合本个案发现，本研究认为，尽管数位化前景不定，传统媒体若能发挥资源与品牌优势，支持数位平台发展新的内容与产制模式，且在理念共享的精神下容忍平台有所差异化、以及媒体品牌的再诠释，则较能化解数位平台经营的不确定性，开启数位转型的契机。长远而言，新平台的发展能替组织扩展新读者、提升品牌价值，甚至带动数位获利，促使组织转往数位化的新方向前进。

参考书目

- 〈天下杂志品牌简介〉（无日期）。取自
http://topic.cw.com.tw/2014saleskit/index_files/saleskits/2014CW01.pdf
- 天下杂志（2009）。〈2009年《天下杂志群》传播服务项目简介〉。取自
http://media.cw.com.tw/cw/cwdata/pdf/cw_mediakit_200906_01.pdf
- 天下杂志（2014年4月1日）。〈服贸争议之后 和解的必要〉，《天下杂志》。
取自于 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5057026>
- 文化部（2012）。《100年台湾杂志出版产业调查研究报告》（编号：9789860357714）。
台北：文化部。
- 王彩云（2006）。《数位时代下平面媒体转型之策略模式研究》。政治大学经营管理
硕士学程 EMBA 学位论文。
- 朱柔若译（2000）。《社会研究方法：质化与量化取向》，台北：扬智文化。（原书
Neuman, W. L. [2006]. *Social research methods: Qualitative and quantitative
approaches*. Toronto, CA: Pearson.）
- 吴筱玫（2012）。〈数位化浪潮下纸本报业的发展策略〉，《2012 出版年鉴》，页
153-161。台北：文化部。
- 林照真（2013年7月）。〈当代聚合对传统报纸转型的影响与冲击：有关《纽约时
报》与《卫报》的比较研究〉，「2013年中华传播学会年会论文」，新北市新庄。
- 林丽云（2013）。〈开放新闻学，开放资料：《卫报》开放资料之路〉，林丽云（编），
《资料好神，叙说故事千百样：资料新闻学开讲》，页 95-120。台北：优质
新闻发展协会。
- 金玉梅（2008）。《以顾客为基础的品牌权益分析--以天下杂志为例》。政治大学企
业管理研究所硕士论文。
- 洪辉祥（2014年4月12日）。〈反服贸的社会工程学〉，《独立评论@天下》。取
自 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/257/article/1257>
- 殷允芃（1996）。《敬天爱人》。台北：天下杂志。
- 张锦华译（1995）。《传播符号学理论》。台北：远流。（原书 Fiske, J. [1990].
Introduction to communication studies. NY: Routledge.）
- 毕恒达（1996）。《诠释学与质性研究》。台北：远流。
- 陈玟铮（2006）。〈部落格新闻叙事功能之初探〉，「2006年中华传播学会年会论
文」，台北市。
- 陈顺孝（2011年11月28日）。〈报纸应该转型为「可携式网站」〉，《阿孝札记》。
取自 <http://www.ashaw.org/2011/11/blog-post.html>
- 黄振家（2012）。〈台湾杂志出版产业总评与前瞻〉，《100年台湾杂志出版产业调
查研究报告》，页 1-1-1-8。台北：行政院文化部。
- 黄丞仪（2014年3月19日）。〈公民运动创造的宪法时刻〉，《独立评论@天下》。
取自 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5057051>（作者已在独评撤文，
故连结已撤）
- 杨索（2014年4月14日）。〈回不去小确幸〉，《独立评论@天下》。取自
<http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/219/article/1264>（作者已在独评撤文，故连结

已撤)

- 万荣水、郭燕凤(2009)。〈台湾数位出版服务平台的营运模式与前景分析〉，《文化事业与管理研究》，3: 83-99。
- Ala-Fossi, M., Bakker, P., Ellonen, H. K., Küng, L., Lax, S., Sadaba C., & van der Wurff, R. (2008).. The impact of the internet on business models in the media industries- A sector-by-sector analysis. In L. Kung, R.G. Picard & R. Towse (Eds.), *The Internet and the mass media* (pp.149-169). Los Angeles, CA: Sage.
- Ala-Fossi, M., Bakker, P., Ellonen, H. K., Küng, L., Lax, S., Sadaba C., & van der Wurff, R. (2008).
- Ansoff, I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.
- Amed, I. (2010, June 24). Jonathan Newhouse on the future of fashion media. *Business of Fashion*. Retrieved from <http://www.businessoffashion.com/2010/06/bof-exclusive-jonathan-newhouse-on-the-future-of-fashion-media.html>
- Bain & Company(2011). *Publishing in the digital era. A Bain & Company study for the Forum d'Avignon*. Retrieved from http://www.bain.com/Images/BB_Publishing_in_the_digital_era_4_11.pdf
- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139-152.
- Hardt, H. (1996). The end of journalism: Media and newwork in the United States. *Javnost/The Public*, 3(3), 21-41.
- Harcup, T. (2011). Alternative journalism as active citizenship. *Journalism*, 12(1), 15-31.
- Heights, A. (2012, December 17). Survey: With 90% of publishers producing mobile content, digital publishing is now status quo. *Alliance for Audited Media*. Retrieved from <http://www.auditedmedia.com/news/news-releases/2012/survey-90-of-publishers-producing-mobile-content.aspx>
- Holcomb, J., & Mitchell, A. (2014, March 26). Industry breakdown: Newspapers still largest revenue segment. *The Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.journalism.org/2014/03/26/industry-breakdown-newspapers-still-largest-revenue-segment/>
- Kaye, J. & Quinn, S. (2010). *Funding journalism in the digital age: Business models, strategies, issues and trends*. New York, NY: Peter Lang.
- Lee, E. (2012, December 20). The New York Times paywall is working better than anyone had guessed. *Bloomberg*. Retrieved from <http://go.bloomberg.com/tech-blog/2012-12-20-the-new-york-times-paywall-is-working-better-than-anyone-had-guessed/>
- Mathes, R., & Pfetsch, B. (1991). The role of the alternative press in the agenda-

- building process: Spill-over effects and media opinion leadership. *European Journal of Communication*, 6, 33-62.
- Matsa K. E., & Mitchell, A. (2014, March 26). 8 Key Takeaways about Social Media and News. *The Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.journalism.org/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news>
- McMillan, S. J. (2005). The researchers and the concept: moving beyond a blind examination of interactivity. *Journal of Interactive Advertising*, 5(2), 1-4.
- Mitchell, A. (2014, March 26). State of the News Media 2014 Overview. *The Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.journalism.org/2014/03/26/state-of-the-news-media-2014-overview/>
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- New York Times Innovation Report. (2014, March 24). Retrieved from <http://zh.scribd.com/doc/224332847/NYT-Innovation-Report-2014>
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. New York, NY: Columbia University Press.
- Schlesinger, P., & Doyle G. (2014). From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and the recomposition of news media. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. Retrieved from <http://jou.sagepub.com/content/early/2014/05/07/1464884914530223.abstract>
- Song, Y. (2009). Internet news media and issue development: A case study on the roles of independent online news services as agenda-builders for anti-US protests in South Korea. *New Media & Society*, 9(1), 71-92.
- Spyridou, L. P., Masiola, M., Veglis, A., Kalliris, G., & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication*, 75(1), 76-98.
- Steensen, S.(2001). Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead. *Journalism Studies*, 12(3), 311-327.
- Team FME. (2013). Ansoff matrix strategy skills [DX Reader version]. Retrieved from <http://www.free-management-ebooks.com/dldebk-pdf/fme-ansoff-matrix.pdf>
- Van der Wurff, R. (2008). The impact of the internet on media content. In L. Kung, R.G. Picard & R. Towse(Eds.), *The internet and the mass media*. (pp.65-85). Los Angeles: Sage.
- van Dijk, T. A. (1985). *Discourse and communication: New approaches to the analysis of mass communication*. New York, NY: W. de Gruyter.
- Zara, C. (2014, July 29). New York Times Co. Q2 2014 earnings: Print declines loom as digital gains touted International Business Times. Retrieved from <http://www.ibtimes.com/new-york-times-co-nyt-q2-2014-earnings-print-declines-loom-digital-gains-touted-1642644>

The Development of Digital Platform in News Magazine : A Case Study of “Independent Opinion@CommonWealth Magazine”

S-Chen Wang*

ABSTRACT

In the digital age, traditional media suffers from rapid decline of readership and profitability. This study seeks to explore how Commonwealth Magazine developed the new website-“Independent Opinion@CommonWealth Magazine”. The website differentiates its content by presenting critical reviews that speak up for citizen rights such as democracy and social justice.

Through textual analysis and in-depth interviews with managerial staffs and journalists, the results show that Independent Opinion website was developed in accordance with the digitalization of Commonwealth Magazine. Despite there was conflict of opinion about the content of the website, the media still have shared mission, thus supports the development of the website.

With the resources provided, Independent Opinion website utilizes the advantages of digital platform and provides independent voices which enrich the discussion of public policies in Taiwan. Although online business model is unclear, in the long term, Commonwealth could benefit from the website, including readership growth, brand value enhancement, and digital revenue opportunities.

Keywords: digital development, digital website, traditional media

* S-Chen Wang is a digital content editor at Commonwealth Magazine, e-mail: sweetlovpea@gmail.com

附录一：深度访谈大纲

访谈对象	主焦点	次概念	访谈问题
天下杂志	数位转型		《天下杂志》整体转型理念与方向为何？您如何看待纸本杂志与数位出版之间的关系？
	转型模式		「独立评论@天下」平台出现的背景脉络为何？此一全新的数位原生平台是在什么样的策略模式或背景下形成？
	协商过程		「独立评论@天下」平台在建立新内容与价值时，是否在组织内部产生不同意见？在此动态变化的过程中，如何协商？
「独立评论@天下」	内容模式	价值主张	「独立评论@天下」在议题选择、报导立场上如何呈现出以社会议题为主导、不吝呈现批判观点的内容特色？
		内容区隔	「独立评论@天下」所发展出的内容，是否提供《天下杂志》过去可能较少报导的议题与观点，甚至容纳《天下杂志》纸本所没有的观点与主题？
	产制模式	产制特色	「独立评论@天下」如何纳入各领域专家写手？由于每位写手皆有其立场意识，如何选择、守门以呈现多元独到的内容观点？
		角色定位	在社会协作为内容产制特色下，「独立评论@天下」扮演什么样的角色？
		平台优劣势	在组织外部，「独立评论@天下」的优势和限制为何？是否视其他数位原生平台如《关键评论网》为竞争者？
	平台效益	获利来源	在内容免费、几乎没有广告的情形下，如何获利？
		资源成本	在组织内部资源配置下，「独立评论@天下」如何掌握关键资源，目前的成本结构为何？
成效评估		「独立评论@天下」希望能达到什么样的影响，开辟新市场、新读者？如何评估影响力？	
未来发展		对于「独立评论@天下」未来可能的发展您的期待和想象为何？如是否会采取内容付费（如微型付费），或是更大量的广告，甚至其他作法，以建立属于数位平台经营的、稳定的营利模式？	

附录二：受访资料列表

杂志	访谈对象	工作职务	访谈时间
独立评论 @天下	何荣幸	执行主编	2014 年 7 月 25 日
		(天下杂志总主笔)	2014 年 9 月 19 日
天下杂志	郑淑仪	编辑	2014 年 7 月 26 日
		(天下杂志数位内容编辑)	
天下杂志	萧富元	天下杂志副总编辑	2014 年 8 月 14 日
		天下网路部数位内容总监	
		天下杂志总主笔	2014 年 8 月 26 日

影像内外中国梦*

李政亮**

本文引用格式

李政亮（2016）。〈影像内外中国梦〉，《传播、文化与政治》，3:131-147。

投稿日期：2016年1月22日；通过日期：2016年4月12日。

*本文出自《中国大片时代》（暂定书名）中的一章。

**作者李政亮为文化评论者自由工作者，e-mail: aliang1229@yahoo.com.tw。°

《摘要》

本文以中国大片时代的四部票房之作—【英雄】、【孔子】、【狄仁杰之通天帝国】与【中国合伙人】为讨论对象，就影像与现实政治社会脉络解析其政治隐喻。【英雄】与【孔子】架构了现时的中国式政治哲学—以「天下」作为国家理论，以儒学作为社会伦理。在此架构下，个人的角色是什么？【狄仁杰之通天帝国】提出了体制内变革的有效性，【中国合伙人】更进一步提出典范式的角色—民营企业家的角色。

关键词：【英雄】、【孔子】、【狄仁杰之通天帝国】、【中国合伙人】、天下、民营企业家、儒学

「今天我们来到这里，其实只想告诉你们一件事：中国在改变。但很遗憾，你们一直没有变」，

「孟先生，我提醒您，姚明正在 NBA 打球」，

「那是因为 NBA 需要中国市场」。

— 【中国合伙人】

中国大片时代的来临，也正是中国崛起的时刻。

关于电影中的政治表述，主旋律电影是最为典型的电影类型，主旋律电影可说是官方意识形态的再现，而其上映的时间也经常是按照国家纪庆诸如建党、建国乃至重大历史事件特定周年而行。值得注意的是，在主旋律电影之外，大片时代里也出现表述政治的商业大片，不同于主旋律电影依特定的爱国主义内容为主题，这些电影以更鲜活的方式引领中国崛起的想象。

本文以【英雄】（2002）、【孔子】（2010）、【狄仁杰之通天帝国】（2010）与【中国合伙人】（2013）为对象，指出影像所带出的政治寓意。

壹、谁是英雄？

2002 年年底的冬日，张艺谋的【英雄】揭开了中国大片时代的序幕。人民大会堂规模庞大的午夜试映会以及会场严格的安检，都说明这部电影大有来头。【英雄】的投资方之一，正是国家队队长的中国电影集团，这个集团是中国电影巨大的一双手，一手掌控着中国最丰富的电影资源，另一手则掌控着那些好莱坞电影得以进口。在媒体的敲锣打鼓声中，【英雄】的帷幕升起后，同档期的好莱坞电影消失，【英雄】其所创下的高票房乃至张艺谋拯救中国电影之说，与对这部的批判之声恰成对比。

是什么样的电影有这么大的争议？

【英雄】根据荆轲刺秦王的故事改编。电影里，甄子丹、梁朝伟与张曼玉分别所饰的剑客长空、侠侣残剑与飞雪各有刺秦之决心，秦王也下令捉拿三人，凡能缉拿长空者，可近秦王二十步，击杀残剑、飞雪者，可近十步。

李连杰主演的剑客无名一心刺秦，分别寻求长空、残剑与飞雪的支持。长空在与无名的比划中佯装落败，无名凭着长空的剑作为证明，在刺秦之路上过了第一关。剑客残剑，曾深入宫廷行刺秦王，但就在垂手可得之际，「天下」的念头让他放弃刺秦。残剑赠剑无名成全他的刺秦行动，但也以「七国连年战乱，只有秦王能一统天下」相劝。飞雪则是义无反顾地支持无名的刺秦之举。

剑客无名领着长空、残剑与飞雪的剑，终于坐在距离秦王咫尺的位置。然而，无名听了秦王滔滔不绝的天下大计之后，脑中浮现残剑所说的「天下」两字，放弃刺秦。无名步出宫廷之际，千万枝火箭射向无名。正是无名的殉身，成就秦王伟业，电影的最终的最后一幕，是象征秦王伟业的万里长城，字幕上更写着「公元前 221 年，秦王统一中国后，结束战争，修建长城，护国护民，成为中国第一位皇帝，史称秦始皇」。

电影里，我们看到秦始皇与侠客意义的大逆转。秦始皇专制无道，荆轲刺秦因而成为人们所讴歌的故事。在中国电影里，90 年代曾有两部以秦始皇为题材的优秀作品。在周晓文的【秦颂】（1996）里，秦王虽能一统天下，但他所钟爱的女儿却与秦王请来创作【秦颂】的好友高渐离擦撞出爱情的火花，秦王从中作梗，女儿自毁面容抵抗，早已被秦王整得不成人形的高渐离则向秦王掷琴后离去。秦王统帅千万兵马，一统天下，但他却无能左右女儿与好友的恋情。

陈凯歌的【荆轲刺秦王】（1997）里，秦王非先王之子的真相被揭穿，他所爱的妃子赵姬出身赵国，秦王许下不攻赵国的许诺。然而，秦王最终仍为了霸业攻打赵国，赵姬于是结合燕国太子策动荆轲刺秦王。在此过程中，赵姬与荆轲发生恋情，荆轲刺秦失败后赵姬心痛地在秦王面前收尸并痛斥秦王之专制。【荆轲刺秦王】堪称大片时代前的大制作，电影质精尤其饰演秦始皇的演员李天健，将权力与爱情之间的扭曲表现得淋漓尽致。可以说，这两部电影导演着眼的，是秦王耀眼的霸业背后，其实是专制权力对人性的扭曲。

荆轲，侠客的象征，侠客出身江湖，江湖原意是官方与民间的三不管灰色地带。侠客击剑为任侠，他们好打不平，也不惜与官方作对。荆轲刺秦王尤其是侠客精神的代表。

贰、天下命题

张艺谋的【英雄】崇尚秦始皇的霸业，也翻转了侠客为仁义挺身而出的传统定义。电影的片名英雄二字，也带出一个问题：到底谁是英雄？以集权统治一统天下的秦始皇还是牺牲小我成就伟业的剑客无名？或者秦始皇的雄才大略加上剑客无名的自我牺牲共成国家神话的英雄？在笔者看来，共成英雄才是答案，【英雄】也是一则政治隐喻，秦始皇的威权加上无名的献身，使得天下大业得以完成，在这里，侠义不再是独立一身行走江湖行侠仗义甚至与官方对抗，而是成为国家的一部分即便为此牺牲。

现实中的天下想象，在【英雄】之后接续进行。2005年，中国社会科学院哲学所研究员赵汀阳出版《天下体系：世界制度哲学导论》一书，原来专志研究西洋哲学的赵汀阳，转而从事中国与西方政治哲学的比较。《天下体系》里，他指出，中国的政治哲学思考的顺序是天下→国→家，西方则是个体→共同体→国家。在西方理论里，国家已是最高单位，至于国与国之间的关系，在理论上，西方创设了国际关系理论，在现实上，也设立了联合国。

但国际现实是冲突不断，联合国也无能力处理，在赵汀阳看来，这是西方政治哲学视角的根本缺失，毕竟，视野只到国家没有上升到世界。在他看来，中国政治哲学的天下，恰好能够弥补不足。在中国的天下实践中，便是拥有天下者的地方性统治，从商周开始的朝贡体系，便是保证稳定秩序的体现，值得注意的是，朝贡体系本身也有变化，例如从原初法定的朝贡原则（如天子与诸侯土地与军力的分配比例）渐次加入边缘国家的自愿性朝贡。

《天下体系》并非只是书生之言。2012年，中国社会科学院承接中国组织部交办的研究案，研究课题正是中国梦，赵汀阳也成为研究课题中发言最为积极者（张薇，2013）。在大国崛起的年代里，像赵汀阳这样的学者不在

少数，甚至也有人带着激情重新评估朝贡体系。天下，从电影里将秦始皇专制合理化的剧情延伸为从中国本位出发的世界政治秩序想象。

参、各取所需的「孔子」

八年之后的【孔子】，一如【英雄】里的秦始皇带上时代的新面貌登场。孔子在共产党正史中始终尴尬，1919年的五四运动，是共产党必然强调的一段中国现代史，因为五四新文化运动当中社会主义思潮涌向中国，当时的进步青年们也喊出「打倒孔家店」的口号。毛泽东所发动的文化大革命期间，1971年便曾出现「批林批孔」运动，林是指林彪，孔则是孔子。之所以批判孔子，在于他被认定为封建守旧的象征，孔子甚至被贬称为「孔老二」，孔子曲阜故居也被红卫兵摧毁。

改革开放之后，1980年《人民日报》的专文〈评三年来的孔子评价〉当中，为孔子平反，孔子回复教育家形象（冯翔，2014年9月29日）。不过，中国政府也并未特别推崇孔子。然而，二十多年后，在政治力量与大众消费的作用下，孔子却意外地再成万众瞩目的焦点。千禧年前后，中国共产党将己身定位由革命党转为执政党，这意味着阶级斗争步入历史舞台。2004年，中国共产党提出「建构社会主义和谐社会」的社会发展战略，这个战略简称为「和谐社会」，和谐社会的蓝图里，儒家思想所强调的人本主义、友爱诚信等成为核心支柱。2004年中国在海外纷纷设立「孔子学院」，孔子更进一步成为官方认证的中国象征。

2006年，中央电视台【百家讲坛】里于丹讲论语在中国卷起千堆雪。【百家讲坛】是中央电视台于2001年推出的节目，起初是人文、社会学科乃至自然科学的对话性节目，不过，收视率不佳。在央视实施「末位淘汰制」之后，为求收视率，改头换面由学者以演讲形式播出。未料，易中天讲三国与于丹讲论语让百家讲坛起死回生。值得注意的是，于丹旨在透过《论语》教导现代人如何幸福生活，然而，《论语》中有关政府与人民之间的关系却为于丹有意淡化，可以说，于丹谈的是去政治的《论语》。

民族文化象征与个人幸福生活追寻，像是两条平行无交集的孔子形象。接下来，孔子这个符号承载更多中国现实的投射。2010年，【孔子：决战春秋】（以下简称【孔子】）上映，导演是胡玫。上映之初，中影出品的【孔子】逼使好莱坞电影【阿凡达】下档成为新闻，孔子的中华文化象征意义与好莱坞对抗成为焦点。

胡玫，中国电视剧的重要导演，电视剧【雍正王朝】（1997）与【汉武帝大帝】（2004）、【乔家大院】（2006）正是她执导的作品。三部都是历史剧，前两部作品都强调贤明君主透过改革强化中央力量，进而创建伟业的过程。在胡玫眼中，历史剧无论是雍正或是汉武帝大帝，都应从「新历史主义」的观点出发，在她看来，所谓的新历史主义就是用现代人的眼光看历史（孟静，2010）。现代人的眼光到底是什么？在胡玫的历史剧里，不约而同着重历史主角个人的性格、处境、判断与决策，而她所选取的历史主角都是造就大业的皇帝或是追求国家变革之道的商贾。就像【雍正王朝】与【汉武帝大帝】里的雍正与汉武帝透过宫廷斗争，稳固权力进而大刀阔斧进行改革终创伟业，这与【英雄】有异曲同工之妙。【乔家大院】虽然转以商人为主角，谈的却是商人谋思以商富国之道。

肆、【孔子】VS.【孔夫子】

【孔子】里的孔子，在鲁国除收徒传道之外，也获鲁王的赏识，渐次提拔至代国相，主政之后的孔子，在夹谷之会的齐鲁君主会谈中，展现军事谋略与外交谈判长才，向齐国要回了鲁国的利益。从政后的孔子声誉卓著，不过，他废三桓的主张，却因此得罪大臣季康子因而被迫离开鲁国周游列国。周游列国期间，曾获其他君主之邀畅谈何为理想的天下，但在各国对峙、上下交相贼的年代里，他的理想只能是耳边风。更多时候，他和追随的弟子们历经饥寒甚至为军队所追杀，但他仍在困顿之际著书立说。孔子周游列国从知天命的五十五岁到白发斑斑的六十八岁。最终，也已睡垂老矣的季康子召回，孔子才踏上鲁国的土地。

该如何解读【孔子】？胡玫版的【孔子】上映的前一年，1940年费穆的【孔夫子】影片重新被发现，相差七十年的作品两相对照，恰可带出【孔子】的着重之处。费穆，以【城市之夜】（1933）、【小城之春】（1948）等作品奠定声誉的重要导演。香港电影资料馆更整理编着了【孔夫子】相关的资料评论为专书《费穆电影孔夫子》。如果根据1940年的《孔夫子影片说明书》（香港电影资料馆，2010），【孔夫子】与【孔子】同样聚焦在孔子在鲁国的政治生涯、周游列国以及最终回到鲁国的过程。

两者所诠释的差异，则在孔子的离开与归来。【孔夫子】里，夹谷之会后，唯恐孔子主政的鲁国国力大增，齐国以美人计送美女八十给鲁王，鲁王因此荒废朝政。面对沉迷女色的国君，孔子选择周游列国传授圣贤之道。多年之后，孔子回到鲁国，他的目的是为了撰写揭露两百年来臣弑君、弟杀兄、子弑父纲常沦丧警惕后人的《春秋》。特别的是，年迈的孔子最终倒在讲授圣贤之道的讲坛上。他死后，季康子的庭院里跳起八佾舞，这是属于天子之舞，孔子生前曾批评季康子「八佾舞于庭，是可忍，孰不可忍也」。然而，跳八佾舞的八八六十四人，排出天下太平四字时，平字却怎么也排不出来。这是双重所指，一是季康子不思君臣之道与分际，只能是个天下不平的乱世，二是费穆拍摄这部电影的1940年，他所在的上海正为日军所占据，平字无法排出，也是间接讽刺天下无法太平的现实时局。

两个版本相较，胡玫的【孔子】更强调宫廷政治，一如【雍正王朝】与【汉武帝】。何以善于宫廷政治强调君王戏码的导演拍摄孔子？导演胡玫的说法是，「改革开放三十年，国学重新回到我们身边。……孔子这个我们为之骄傲的思想家、伟人又重新回到我们的祖国」（胡玫，2010）。胡玫没有解释的是为什么这个思想家在电影里却成为政治理想不断奔跑的老人？胡玫的丈夫、国家主义色彩鲜明的政治评论家何新在他所写的《圣者·孔子传》（2014）当中的孔子形象，其实正是胡玫电影中的孔子。

何新笔下的孔子，是一个高度政治化的孔子，孔子与其弟子就是一个儒家政团，他们为自己的主张周游列国，找寻实践政治理想的君主。将孔子政治化的目的何在？尾随何新重新诠释孔子，网络上署名冲击力的作者在〈一代新王之宏图〉更在何新的基础上指出重提孔子的现实意义，孔子从人

本主义出发构筑的思想体系可以仁概括，这是孔子后世大一统的价值基础，也应是现实中国的价值体系。事实上，这个价值体系与官方力倡的和谐社会的内涵相互呼应。

伍、儒家与马克斯如何搓揉？

孔子不仅为和谐社会所用，也成为文化对抗的象征。2010年，山东曲阜孔庙附近拟建高四十公尺的基督教教堂，引发儒家支持者〈尊重中华文化圣地，停建曲阜耶教教堂〉的连署，教堂最终停建。2011年，中国政治象征的天安门附近，更出现让人惊讶的一景，高九公尺多的孔子雕像耸立。虽然仅仅一百天之后孔子雕像撤离原地，不过，从孔子学院到孔子雕像，孔子成为国家象征的举动却是不言而喻。

2011年，中国共产党第十七届六中全会作出决议：「中国共产党自成立之日起，就既是中华优秀传统文化的忠实传承者与弘扬者，又是中国先进文化的积极倡导者和发展者」（新华网，2011年10月18日）。从第一代共产党员陈独秀的批判孔家店到文革的批孔，再到这个决议的做出，共产党的转身尺度让人讶异。不过，在此的重点是从和谐社会中的儒家元素到共产党以中华文化传承者自居的转变来看，无疑是开始深耕中国特色的政治论述。前述的决议在习近平的讲话中几度出现，而习近平的讲话当中，马克思主义更多像是装饰品，取而代之的是包括儒家在内的古典思想，2014年，《人民日报》海外版开设「习得一习近平引用的古典名句」专栏，2015年，专栏内容更集结成书《平天下：中国古典治理智慧》。

也随这样的脉络，「援马入儒」或是「援儒入马」两种力量的拉扯也成为今日中国思想界争论的一隅。有趣的是，1997年、1998年中国思想界因汪晖的〈当代中国的思想状况与现代性问题〉分化为新左派与自由主义两大阵营，并爆发激烈的论争。简单来说，新左派强调全球政治经济力量之下的中国价值，也关注市场化之下的弱势群体。自由主义强调法治为根基的自由

市场秩序以及个人权利。新左派强调中国独特性，自由主义侧重普世价值的追寻。

微妙的是，中国崛起的时代里，双方在两方面有共识，一是中国对世界文化的影响力日增，二是重回中国传统文化特别是儒家。甘阳与秋风（姚中秋）的对照颇有趣。甘阳，曾在美国芝加哥大学求学十年的中国新左派代表人物，80年代所编辑的《中国·世界与西方》丛书风靡一代青年学子。秋风则是长年在南方报业集团撰稿的北京航空航天大学教授，他长年译介西方自由主义学者的论述。两人立场不同，但同样熟稔西方思想，却也在中国崛起的年代里高举儒家思想资源。甘阳认为：中国简单学习西方的时代结束了（甘阳，2015）。新左派强调中国特色，这个宣称并不特别。有趣的倒是他于2005年在北京清华大学演讲时所提出的「通三统」，也就是中国的根基有三，一是毛泽东建立的对平等的强调，二是邓小平改革开放所带来的市场概念，第三则是中国数千年传承下来的儒家文化。

秋风更是推广儒学多年，甚至身着儒服公开演讲。在中国崛起的时刻，一反自由主义者长期主张的普遍性，他甚至认为过去百年，中国文化破坏殆尽，经史之学基本中断，西学反客为主，这一代学者必须重建中国主体，进行学术上的「驱逐鞑虏，恢复中华」（秋风，2014）。此外，自由主义主张多年的宪政主义等主张，在他看来，也必须以儒家为基底，这其实只是他儒家主张的一部分，更全面的主张是建立儒家式的政府治理、人民教化的「儒家式现代秩序」¹。

新左与自由主义的立场水火不容，但在甘阳与秋风身上，却取得难得的儒家共识。

陆、政治的底线

从【英雄】到【孔子】，谈的都是正史、乱世，谈的都与宫廷有关。

¹ 这里以秋风2013年出版的同名著作为比喻。

【英雄】里的剑客无名，却也带出政权协力者这样的角色与命题，【狄仁杰之通天帝国】正从民间通俗故事里的传奇人物演绎这样的命题。【狄仁杰之通天帝国】是香港导演徐克的作品。徐克，香港电影新浪潮的指标人物之一，1983年代的作品【新蜀山剑侠】当中，特意引进特技效果，在徐克的电影当中，无论是特技或是视觉都是其电影特色。不过，当年的特技与场景规模，在今日资本丰沛的中国电影市场下，徐克得到了将特技与道具规模提升层次扩大规模的机会。

此外，徐克也是位善于将政治隐喻带入电影的导演。1990年代，是徐克【黄飞鸿】系列崛起的年代。与战后黄飞鸿系列侧重乡里间的侠义不同。徐克的黄飞鸿系列更侧重国家大义。他将黄飞鸿放置在中国近代史的脉络当中，例如【黄飞鸿】谈广州出身的黄飞鸿如何对应英国人，【黄飞鸿二】则是黄飞鸿北进京城北京，抵御白莲教、保护孙文。徐克的【黄飞鸿】系列如同政治寓言，尤其是这段期间正值香港的「北进论述」出现之际，北进论述，亦即香港人凭借香港经济与文化的优势积极北上往中国发展，发挥香港影响力。

在【狄仁杰之通天帝国】里，类似的政治隐喻再度演绎。即将登基的武则天，为登基大典兴建了高六十六丈的通天浮屠。电影里的通天浮屠确实带来华语电影中少见的视觉冲击。此外，武则天出现的壮观场面，则将权力美学带上高峰，旗帜满场的场景，不难让人想起纳粹化妆师女性导演莱妮·里芬斯塔尔（Leni Riefenstahl）以纳粹集会为背景的纪录片【意志的胜利】（1933）。

电影的开端，是考察通天浮屠工程进度的官员接二连三莫名而死。此时，武则天只有启用身陷囹圄的能臣狄仁杰调查此案。狄仁杰之所以下狱，在于他反对武则天登基。尽管身陷大牢，狄仁杰不忘天下事，狄仁杰逐渐知悉武则天其实勤于政事。也因此，他出马协助武则天。电影中最有趣的一景莫过于昔日反武则天大将重邀狄仁杰参与反武行列，狄仁杰一口回绝，「现在我只依法办事，争权夺位不是我关心的事」。有趣的是，武则天登基大典遭遇叛军，狄仁杰在关键时刻护卫武则天并提出诤言，武则天承诺未来还政李氏。整部电影的逻辑，在于反叛政权之路不可行，体制内改革才能收效。

在历史与现实之间，在市场与社会之间，北上的香港电影人敏锐的抓住时代氛围，但却是非常保守的立场。陈可辛的【投名状】是另外一个例子。【投名状】的故事结构是 1860 年的中国，太平天国兴起，天下大乱。李连杰所饰演的清廷将领庞青云，兵败如山，狼狈的他在兵荒马乱之际，幸运得到同样逃生徐静蕾所饰的歌女莲生的收留保命。为了生存，败将庞青云加入劫匪的行列，他与刘德华所饰的劫匪首领赵二虎、金城武所饰的姜午阳立下投名状，结为兄弟。莲生为了生存，则成为赵二虎之妻。

三兄弟善于以少胜多，但三人终因性格差异埋下嫌隙。庞青云重实际，「兵不厌诈，这是战争」是电影名句，赵二虎虽是劫匪出身，但重仁义，姜午阳看似天真浪漫，但嫉恶如仇。苏州一役，庞青云军队围攻不下，赵二虎潜入承诺太平军投降但可保命，事后，庞青云却认为粮食不足必须牺牲太平军，两人矛盾台面化。眼见庞青云立下战功，宫廷政治的盘算是一方面让他高升，但条件是处理掉劫匪出身外加难以驾驭的赵二虎，另一方面，最终又准备收拾战功彪炳的庞青云。官场得意的庞青云，和莲生有染，姜午阳意外发现，立誓报酬。庞青云高升的就职典礼上，伏兵埋伏机下手，激愤的姜午阳先一步杀出，前有姜午阳，后则是伏兵射出的弓箭。庞青云当场毙命，姜午阳则被捕捉而后斩首，曾经结义的二兄弟同命归西。

【投名状】的原型来自清末四大悬案的「刺马案」，两江总督马新贻为刺客张文祥所刺杀身亡，张文祥被捕之后直指马新贻不仁不义，由于审案进度过于缓慢甚至有主审官抱病推辞，也因而民间引来众多民间版本，日后也几度翻拍为电影，1973 年的香港电影【刺马】是其中的经典。【刺马】着重的是兄弟情谊与背叛，以及主角马新贻获致权位前后的转变，手握大权之后，凡事不择手段，背叛兄弟勾引义嫂，最终落得被刺的下场。【投名状】超越刺马之处就在于精心算计牵一发动全身的宫廷政治。功夫武侠电影是华语电影的重要类型，【投名状】诠释了武的局限，武的对立是文，即便是战功彪炳功夫了得的大将，最后仍难脱离宫廷政治的漩涡，政治无所不在，总有一只巨大的黑手在无形中操纵，不要以为能够轻易挣脱。

柒、现实的典范：【中国合伙人】

现实里，什么是一般人的中国梦？陈可辛的【中国合伙人】堪称经典。这部电影上映不到一个月票房便冲过五亿。很多人认为这是青春励志电影，但这部电影其实是以个人传奇的创业过程穿插中国。

【中国合伙人】以补习托福、GRE 起家的「新东方」为原型，勾勒一代中国年轻人的美国梦以及新东方在美国上市的艰辛过程。黄晓明所饰的成东青，农村出身的土鳖，熟背英文辞典，但签证被拒无缘美国梦。在大学教英语的他，因私下办学，在尚未全面市场化的年代里，被逐出校园，这也使得他只能继续前行。新东方把废弃的工厂当教室开班授课为起点，随着学生的大量增加，新东方也进驻现代化的大楼。邓超所饰演的孟晓骏，书香门第，如愿去美国，但留学生涯却不如意，而后回到中国加入新梦想的行列。佟大为所饰的王阳，虽通过签证但却因为驻中的美国女记者放弃美国梦，跟着成冬青创业。

三人境遇不同的美国梦，三种不同的人生历程，但北京的新梦想却让他们的青春岁月交织在一起。电影里穿插了许多代表 80、90 年代的流行音乐标示时代，也穿插了诸如 1993 年北京申奥失败、新浪网美国那斯达克上市乃至 1999 年美军轰炸南斯拉夫中国使馆等新闻纪录片片断。整部电影可说是以忆苦思甜的视角回顾中国的变化。

苦在哪里？甜在那里？美国是关键词。孟晓骏在美国的留学生活不顺遂，实验室的工作被开除，也只能在餐厅端盘子打工，学钢琴的妻子也只能在工厂打工。这种挫折，就像 1994 年中国经典电视剧【北京人在纽约】里姜文所主演的王启明，他雄心万丈地和妻子到纽约闯荡，但却在生活方式与文化价值的冲击当中跌入人生谷底。

当新梦想稍具雏型，自从从鲁蛇翻身的孟晓骏，从北京到美国拜会美国教育集团时却吃了闭门羹。孟晓骏的命运终究与王启明不同，只因中国市场的崛起。在美国吃到的苦，最终在新梦想三个合伙人与美方的商业谈判里尝到双方姿态平起平坐的甜味。唇枪舌战当中，就像中美交锋的缩影，「今天我们来到这里，其实只想告诉你们一件事：中国在改变。但很遗憾，你们

一直没有变」,「孟先生,我提醒您,姚明正在 NBA 打球」,「那是因为 NBA 需要中国市场」。土鳖的成东青,以孟晓骏之名捐钱给实验室,实验室门口也特别镶上孟晓骏的名字,美国不是遥不可及的天堂,当你有足够的实力,你可以平起平坐,研究室可以以你的名字命名。

超越也是这部电影的主轴。对中国人来说,这个命题熟悉不过。国家层面的超越,从「落后就要挨打」鸦片战争以来中国衰落的历史教训到 90 年代中期开始的「中国可以说不」,都强调强国之必要。值得注意的是,1992 年全面市场化后,在全球市场占有一席之地,也成另一种超越的目标。90 年代中期,中国政府大力扶植部份的国有企业,使之打入全球五百大企业的行列。彼时崛起的家电企业海尔,曾是严重亏损的国有企业,但经过锐意革新,成为蒸蒸日上的企业。

主旋律电影【首席执行官】(2002)便以海尔为题材。电影中的叙事逻辑,典型的超越样板。海尔因为技术需求,代表团前去德国寻求支持,德国人眼中的中国,是个历史悠久但技术落后的国度。但海尔的企业革新,让德国人尊重中国人所制作的产品。海尔也在美国开设分厂,中国国歌与国旗在美国分厂中升起。电影中的重点是海尔总裁最后的谈话,这一段谈话几乎就是中国的入世宣言:「你只有成为狼,才能与狼共舞。如果你愿作羊,那只有被吃掉的分。中国必须要有自己的世界名牌,而且不能只靠一两个企业,一两个品牌。我们必须建立起一个强大的民族工业联合舰队,打造出一大批的世界名牌,到时候,看谁还敢对中国说不?」。

【首席执行官】上映的这一年,共产党在党章上做出修订,民营企业家被视为先进生产力的代表,得以加入共产党。在此之前,从 80 年代开始,民营企业家便有「万元户」、「个体户」之类的称呼,90 年代全面市场化之后甚至被视为「成功人士」,尽管民营企业家成为致富的典范,但独缺政治身分。1991 年,当时二十九岁的冯仑从政府单位毅然决然下海经商创办万通集团,2013 年他出版《野蛮生长》一书,回顾中国民营企业家的梦想与困顿之路,「野蛮生长」精确地表述了彼时民营企业家的状态,他们披荆斩棘想要以创业开创局面,他们所依循的不是企管理论而是效法《水浒传》里论辈份、排座次处理合伙人之间的关系,市场对他们来说就是江湖,江湖意味着政府

法令没有规范到的灰色地带，包括官员索贿的潜规则（当然，书中所举的例子是绳之以法的案例）。

江湖中人也是没有明确地位的，然而，当民营企业家的身分得到共产党的承认之后，形同取得社会正当性。2006年，央视推出【赢在中国】节目，「创业改变命运」是其口号，企业家组成的评审团，参加者提出创业构想接受PK，获胜者可获得创业基金。这个变化，其实都在强化一个身份的正当性：企业家或创业者。【赢在中国】节目推出前的访谈特辑里，受访者不约而同提出创业如何改变自己的人生，从穷困的状态改变自己的命运。此外，企业家个人传记与访谈成为出版的一道风景线，从联想集团的柳传志、万通集团的冯仑、新东方的余敏洪、曾任谷歌与微软全球副总裁的李开复、阿里巴巴集团的马云等相关成功经历的畅销书总是摆放在书店最显眼的位置。此外，诸如以《地产江湖》、《民企江湖》之类的商战书籍也同时大量问世，可以说，江湖就是市场的隐喻，企业家们也正在如江湖一般的市场拚搏出个人基业成为楷模。

相当程度来说，【中国合伙人】就是民营企业版的【首席执行官】，不同的是，加入了热血青春元素，叙事方式也不教条。【中国合伙人】里的政治一收一放，一方面以创业神话之姿避开《野蛮生长》里谈到的政商潜规则，另一方面，则有创业英雄与美国代表唇枪舌剑，话术里的「你们不懂中国」，「是你们需要中国」言简意赅，其实正是天下中国的诠释。

参考书目

甘阳（2015）。〈甘阳：中国人简单学习西方的时代已经结束了〉，《新浪悦读》。

上网日期 2016年2月17日，取自

<http://yd.sina.cn/article/detail-iawzune0305567.d.html>。

孟静（2010）。〈胡玫：用「新历史主义」的眼光拍历史剧〉，孟静（编），《秀场后台》，页327-334。北京，三联书店。

秋风（2014）。〈姚中秋：必须在学术上「驱逐鞑虏，恢复中华」〉，《共识网》。

上网日期 2016年2月17日，取自

<http://www.21ccom.net/articles/thought/biyanan/20141030115450.html>。

胡玫（2010）。〈胡玫：知不可为而拍孔子，有好剧本定拍老子〉，《中国新闻网》。
上网日期 2016 年 2 月 17 日，取自

<http://www.chinanews.com/cul/news/2010/01-28/2096966.shtml>。

香港电影资料馆（2010）。〈孔夫子影片说明书〉，香港电影资料馆（编），《费穆
电影孔夫子》，页 82—86。香港，香港电影资料馆。

张薇（2013）。〈中国梦研究课题始末〉，《大公网》。上网日期 2016 年 2 月 17
日，取自 <http://news.takungpao.com/opinion/highlights/2013-08/1814659.html>。

冯翔（2014 年 9 月 29 日）。〈文革后曾遭广泛批判的孔子如何平反〉，《新浪历史》。
上网日期 2016 年 4 月 29 日，取自

<http://history.sina.com.cn/bk/lszh/2014-09-29/1456102332.shtml>。

新华网（2011 年 10 月 18 日），〈中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议
公报〉。取自 http://news.xinhuanet.com/politics/2011-10/18/c_111105580.htm。

赵汀阳（2005），《天下体系：世界制度哲学导论》。江苏：江苏教育出版社。

The China Dream and Chinese Films

Cheng-Liang Lee*

ABSTRACT

This paper discusses the “China Dream” as a metaphor in political and social contexts through four blockbusters, namely, *Hero*, *Confucius*, *Detective Dee and the Mystery of the Phantom Flame* and *American Dreams in China*. *Hero* and *Confucius* outline the current Chinese political philosophy—with Tian Xia as theory of the state, and Confucianism as social ethics. Then what role do the individuals play under such a framework? *Detective Dee and the Mystery of the Phantom Flame* elaborates on the effectiveness of reform within the institution, while *American Dreams in China* further expounds the canonical role of private entrepreneurs.

Keywords: *American Dreams in China*, *Confucius*, Confucianism, *Detective Dee and the Mystery of the Phantom Flame*, *Hero*, private entrepreneurs, Tian Xia

* Cheng-Liang Lee is freelancer, e-mail:aliang1229@yahoo.com.tw

进步的颜色：
评介《重访灰色地带：传播研究史的书写与记忆》

冯建三*

書 名：重訪灰色地帶：傳播研究史的書寫與記憶
作 者：刘海龙
出版日期：2015 年 7 月
出 版 社：北京大学出版社

本文引用格式

冯建三（2016）。〈进步的颜色：评介《重访灰色地带：传播研究史的书写与记忆》〉，《传播、文化与政治》，3:149-158。

投稿日期：2016 年 4 月 15 日；通过日期：2016 年 5 月 14 日。

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

《重访灰色地带：传播研究史的书写与记忆》引述了一篇书评，让人眼神一亮（页14）。¹

1940、50年代，「结构功能学派」的声势如日中天。它有健将墨顿（Robert K. Merton），却在此时为书商撰写深度评论，推荐《资本主义发展论》（Sweezy, 1942 / 陈观烈、秦亚男译，1997）在美国出版，该书作者是史威济，是美国最早的马克思主义经济学者之一。²

不过，墨顿其后出版论文集《社会理论与社会结构》，从「研究主题与问题界定……」等四个面向，讨论欧洲的「知识社会学」及美国的「大众传播研究」之差异时，完全未曾着墨马克思主义（Merton, 1949）。³我们因此也许应该推论，七十多年前的大西洋两岸，其左右政治在反法西斯的脉络中，可能对于欧美的相关知识及研究的进行，并无影响；或说，若有影响，也还不怎么明显。

当年似乎因为冷战还没开始，两岸传播研究的差异，并没有人想从左右之别给予诠释，惟最慢在1950至1970年代，成形于英国的媒体研究，已经不可同日而语。其后，一直到冷战结束后的现在，欧洲与美国的主流传播研究，政治的差别已很明显。在欧洲，若以英国为例，不太有人想要用「传播学」这个概念，作为区辨人我群己的界线或判准，原因之一，或许是深受马克思主义影响的英伦研究者，倾向于采取全观的、整体的论事角度，「宁愿把与传播和媒体相关的问题及现象看做一个值得研究的领域，让来自不同学科、不同知识背景的学者带着各自的问题设置、理论视角和方法路径进入这个领域。」（曹书乐 2013，页3）

相较于欧洲，台湾领受美国的影响，在1960年代开始显现，代表作是《大众传播理论》（徐佳士，1966），但至1970年代中后期，随着留美学人

¹ 本文未另注明所引来源、仅存页码者，均指本文所评述书籍的页码。

² Paul Sweezy (1910-2004)，他与友朋创办的《每月评论》（*Monthly Review*）从1949年发行至今。

³ 这篇导读刊登在《社会理论与社会结构》，该文集的1968年扩大版有正文702页，出现59与21次马克思主义（者）与社会主义（者），其中一次在导读最后一段：「社会主义所要面对的社会诱因与动机问题，是不是比资本主义社会，来得少些？」（Merton, 1949, p.509）

返台，泛称为效果研究的美国主流，才算稳定站立脚跟。值得注意的是，将书名冠以「传播学」的人，是未曾留洋的作者（李茂政，1981）。李金铨（1982）以美国为主，但已旁及欧洲（英国）文献的介绍与评论，最初的书名虽是「大众传播学」，两年后则改成「大众传播理论」。晚近，台湾另有集体作品，纳进更广的传播研究成果，使之分门别类而冠以「传播学」之名，并且突出了在地的关怀（翁秀琪，2004）。

对于「传播学」的用法，本书作者似乎存有戒心，因此出现在副标题的是「传播研究」；对于「本土化」的修辞与实践，作者好像也是评价不高。

一来本土的界定可能变成套套逻辑，于是本土化之说，就成了「研究中国传播问题」、「服务于中国传播实践」。但是，关键之处在于，「谁」来界定问题是些什么、为「谁」而实践？

由于「谁」的缺位，作者遂有一个看法：在官商的引领及界定之下，中国的传播研究早就已经本土化，并且具有「轻理论、重应用，轻批判、重管理的工具理性」之色彩；如果进而注意，察觉这个本土化的呼声，重新在本世纪前十年快要结束、中国的政经与国际力量增长之际，「又被重新提出」，那么个中所「掺杂的政治动机」是不是「反映了中国传播学界……的迷茫状态」？若然，这样的本土化，对于学术是否反而成为戕害，未必是贡献？

其次，中国如同任何国家，都有各自的特殊历史与社会性质，表现在传播研究的中国特征，变成了对西方商业传媒的「超越前进」。因此，公共关系本来是西方资产文明的商业产物，即便在西方也经常因为背离新闻的（专业）要求，致令结合二者的作为，流于遮掩而不好公然拥抱。名义上，中国的宪法上是要奉行社会主义，却无须批判就热情接纳、新闻媒体成为公关的「积极提倡者」，新华社开办了中国第一个公关公司！很多号称传播的研究，变成是「媒介经营管理的研究」；到了《政府信息公开条例》施行、新闻发言人培训蔚为风尚而想要「设计民意」以「引导民意」时，不少传播研究的诉求对象，又变成是以「政府……为最重要的听众。」

总结，作者的重要见解是，1980年代以来的中国传播研究，动力与西方同行无关，「而是本土的政治与经济实践」，美国等等「西方的传播理论非但没有主导中国的传播研究，反而被整合进了中国的传播研究」。因此，作者

希望强调与凸显一个认知：重点不是本土或西方的争论，毕竟中国与西方都「不是一个整体」，其「内部（各有）差异」；与此同时，学人也不宜只是拥抱「文化多元论与相对主义」，多元及相对之说，未必带来解放与自由，反而可能沦于保守反动，乃至于种族主义的压迫陷阱。（页 170-4, 180-3, 186, 189, 201）

刘海龙能够注意「谁」这个问题，据此而与「本土化」及「西化」开展对话，来自于他考察传播研究历史的心得。

本书的第五章探讨〈中国传播研究的史前史〉，第六章问津〈孙本文与 20 世纪初的中国传播研究〉。前者提及杜威（John Dewey）60 岁时，抵华讲演 2 百多场，并由当时北京《晨报》编印演讲集，一年内印行 13 次、各次印量都超过 1 万本。那么，以杜威对美国传播研究的重要性，这个遗产何以在华人社会消失了？同理，孙本文在 1925 年完成纽约大学的博士论文，《美国媒体上的中国：美国媒体对华公众意见的基础及趋势研究》，堪称今日中国有关国家形象研究的「滥觞」，怎么也不存在于后来中国传播研究者的「集体记忆」？孙返国后积极引入社会学，著作《社会学原理》在 1949 年前重印 11 次，1953 年社会系消失于中国，但孙仍在南京大学任教，何以其早年的传播研究，迟至 2004/05 年才见学人提及，但未申论？孙的博论通过内容分析，以两家日报、三份周刊与四份月刊为对象，解剖 1897 至 1922 年间，它们对排华条约、义和团运动、辛亥革命与华盛顿会议等四项问题的言论。刘海龙在阅读后表示，若以今日眼光视之，孙的研究固然「方法和理论都显得很原始，结论也平淡无奇」，惟若考量该书完成于 90 年前，则不但值得「刮目相看」，并且反衬当前大陆的这个类型研究，「思路还停留在这个层次」、「绝大部分仍停留在该文的框架」，则当前「理论的粗糙和学术创新能力的不足」，显露无遗。（页 90, 95, 98, 106-10）

若说杜威与孙本文的水过无痕，是因年岁久远、「自然消逝」；那么，1979-1989 年间，中国学人在引入海外传播研究的成果时，按理还是当前的「往事」，却怎么也禁不起考验，直至近年才告有人重新发掘？

作者认为，文革后的第一个十年，新闻与传播学术在内的中国学人，「有一种多极而非单极化的想象……出于政治敏感，有意地与美国保持距离」，

表现在《国际新闻界》引入了不少欧洲乃至美国的批判研究。但是，何以1990年代以来，很少人提出那段历程，中国学者在论及传播研究的时候，反而是集中在展现宣韦伯（Wilbur Schramm）等美国主流范畴在中土的散播？特别是，何以学者又将宣氏的《人、讯息与传媒》（*Men, Messages and Media*）以及英文的「传播理论」通通翻译为「传播学」？对于这些问题，作者似乎有两或三个观点，解释何以在那段时间进入的「批判」研究，长时间不见踪迹。一是「知识份子的骄傲」，引进的人，是在「从事否定的批判而不是做学科推销员」。二则这类批判研究所使用的理论资源、概念与术语，在中共建政后，早就为官方扬左、形左压右的「言说」所挪用，至于实践则在左右夹杂的同时，显现为对左的早熟催生，致使果实生涩，成为众矢之的，于是「摆脱左倾思想」之名，成为主线，对于资本体制的批判也就「显得不合时宜」。另外，引进批判理论的人多属年长而身有同感的「左翼民族主义者」（如，林珊），则其声音随世代的转换，转趋低迷沉寂，似可理解。与此有关，「传播学」这个名称的出现，可能是引进的人，要以媒介是「中性」的说法与概念，取代「新闻学」，当时这个词在中国具有强烈、狭隘的政治属性，一说到新闻，历来强调的是媒介的「阶级性」。（页 124-5, 127-8, 132-3, 137, 170）

手笔至此，作者又提醒读者，「批判」的内涵，在中国大陆已有变化。早年，中国传播领域的学人引入批判资源时，「没有（深刻理解）其批判精神内核」，没有用以「返照中国当下问题」，致使批判的论说，因为表面上与官方修辞相同，早年是遭到见弃。时至今日，中国政经文化等各方面的变化，无复往昔，「新一代批判学者也不再与国家主流意识形态同步，相反对国家与资本的勾结常常持否定态度」。如今，洞若观火的事实是，中国传媒的主要性质是「向城市中心化……广告目标……中产阶级化」靠拢（页 135-7, 173），批判者固然对此早有所见，任何诚实的人又能视而不见吗？

果真如此，那么，本世纪初很多人的主张，指中国传媒「市场化程度并不高」，是以必须「防止把批判理论直接用于」分析「我国传播现状」的说法（页 138），当时已很可疑，遑论当前？事实上，该认知重复了作者反对的二分法，是将「国家」与「市场」对立，而不是评估，「自由经济」是否其实出自「强势国家」的打造，亦即二者可以并不互斥，甚至另有可能是相互

构成（参考 Gamble, 1994）？再者，即便是主流的经济学理，仍然承认，若要通过市场机制，调配传媒内容的生产与使用，势必造成失灵（最佳的英语分析，参见 Baker, 2002）；政治哲学家更曾主张，市场机制若要运作良好，重要的前提就在，不但传媒内容、并且是所有形式的文化，其提供（生产）与使用（消费），都必须先行协调与节制市场机制的运作（Keat, 2000）。这些学理的讨论，对于「市场化程度不高」之后的歇后语（因此要有更多的市场化），一定没有启发吗？非得坚持国情特殊，中国与西方泾渭分明，学理不能相通吗？

同理，作者认为，1990年代的中国，「还没真正建立起阿多诺所说的文化工业」，却出现了「对文化工业的批判十分热闹」的景象。与此对照，本世纪以来，中国日趋以行政力量推动传媒的商业走向、同时各地首长尽量想要割地自雄（虽然多少受到卫星电视与网路的突破），并且不肯对表意、而特别是政治表意尺度有所放松，仅存民生、情色、体育运动……等等题材的空间之有限增长。此时，法兰克福学派所要批判的对象业已长成，但「批判者却已经成为文化工业（或文化产业、创意产业等）的学术顾问或者推动者。」（页 162）那么，我们似乎应该说，与其指霍克海默与阿多诺的论述流于特殊，不能用在中國，不如说，这是因为有些学者「揠苗助长」在先，「变节求荣」在后。

前述的观察与阿多诺的反思，可以相通。阿多诺试图在「法兰克福学派及『接受世界现状的』美国传播社会学家『之间』，刻画自己的位置时」，曾经在1960年代对艾科（Umberto Eco）说，当年若是在战后的德国写作《启蒙的辩证》而不是在1940年代的美国，并且是「分析电视，那么，他的判断就会比较不是那么悲观，也不会那么激进」。（Gripsrud, 1995, p.7）事实上，关于《启蒙的辩证》而特别是其中的〈文化工业：作为大众欺骗的启蒙〉，依据彼德斯（John Durham Peters）信心饱满的精细解读，不能仅是读成、定调为是菁英的悲鸣与悲观，是无视于大众通过娱乐得到的解放乃至反抗；不是的，彼德斯认为，该篇宏论与「哥伦比亚传统、使用与满足，甚至是英国文化研究并无二致……。」（唐士哲译，2013，页 69）

刘海龙的反省精神，类似彼德斯，他检视中国大陆的传播研究，同时也

「对中国传播研究影响更大」的美国（页 17），重新予以解读，而其要旨，应该是要对中国的现实，致意发声。他所聚焦的对象，是四位（或说四组）美利坚学人，依序是拉斯威尔（Harold D. Lasswell）⁴、拉扎斯菲尔德（Paul F. Lazarsfeld）⁵作为代表人物的哥伦比亚学派、派克（Robert E. Park）作为重心的芝加哥学派，以及「公关之父」，但在传播研究中，很少得到重视的伯内斯（Edward Bernays）。

拉斯威尔曾经忧虑「党政宣传国家」（party propaganda state）演变成「国防国家」（garrison state）。若是这样，暴力专家将会掌握军政及经济与文化大权。因此，拉斯威尔在二战之后，努力从事社会改造运动，希望「提高公民素养」以「促进民主」，刘海龙鼓励读者，不要将这个目标「简单」地「批判」为是「灌输资本主义意识形态」（页 29-31）。

由于研究旨趣的转变，以及早年未曾培育博士生，拉斯威尔在美国的传播研究阵营，知名度及影响力，落在哥伦比亚大学之后，但这不是重点，作者在这里重视的是，哥大研究群的成员，存在不同的立场与取向，而拉扎斯菲尔德与法兰克福学派诸子的关系，并非总是「行政⁶与批判」的二元对立关系。（页 14-15, 36-40）

这里可以补充的是，拉氏在 1941 年发表的〈论行政与批判传播研究〉，不但没有诋毁批判研究，他还以允称认同的方式表明，「从事批判的学子，在分析了现代的传播媒体……之后，还得追问下列问题：这些传媒是怎么被纳入组织与控制的？在它们成为机构，纳入制度之后，其走向中央化与标准化的趋势，以及其所承受的促销功能与压力，又是怎么表现在传媒的？无论是怎么掩饰，这些传媒威胁各种人文价值的形式，又是些什么？」接着，拉氏还举了一个例子，表示理解批判的价值。他说，第一次欧战期间，（假使）有幅广告，显示啤酒厂商的促销手法，就是让某位仁兄，厌恶地丢掉整

⁴ 拉斯威尔的第一位华人博士生，应该是着有《人权与世界公共秩序》的陈隆志，他出身台湾，曾与拉氏在 1967 年合着《福尔摩沙、中国与联合国：福尔摩沙在世界社群》。

⁵ 台湾的译名是「拉查斯斐」，应该是来自徐佳士（1966）。

⁶ 「行政」的英文是 administrative，该字用于传播研究时，在本书与大陆的通译是「管理」。

版报导欧战的报纸，然后在该幅图片下方，写着在这种战乱时刻，「唯一让你还有平和、力量与勇气的感觉，就是坐在炉火旁边，喝些啤酒。这会造成什么后果呢？假使人们渴望和平的基本欲求，在符号上，错误地成为私人慰藉与舒适的表达……？假使人们喝口新品牌的啤酒，就能完成相同的目标，他们何必还要通过行动与牺牲，解决他们面对的各种社会问题？……这就变成促销文化所可能搞成的状态，相当危险……」（Lazarsfeld, 1941, pp. 161-2）

当然，理解与欣赏批判的意义，这是一事。置资源有无于事外，稳定从事或长年投身批判，又是另一回事。在美国，传播批判虽有传统（Hardt, 1992），但可能因为不是主流，对外传散也就比较慢些，因此，（比如，）它进入台湾已在 1980 年代末、1990 年代初，进入中土虽然早在文革之后，但隐而不显直至本世纪才告重来，前已述及。

可能是有见于此，即便美国文化与传播研究大家凯里（James Carey）认为，哥大传播研究与芝加哥大学不同⁷，刘海龙并不同意，他没有跟进这个建构出来的说法。反之，他看到的是两个传统相近、甚至传承之处。因此，作者提请读者注意，撰写《移民报刊及其控制》的派克，其研究目的正是标准、典型的行政研究，是一种基于演化论、进化论、功能主义及「美国中心的民族主义」所写就的观点，想要消除移民文化带来的社会不安定因素。总之，派克崇拜一元秩序，使其在移民问题，「丧失了对个人自由或社会正义的基本敏感」。从以上视角所做的比较，不会凸显哥大与芝大的差异，反而会是指认，派克其实开启了拉氏在哥大「发扬光大的管理研究的大门」（页 64-65）。文革后的中国，历经举世最大规模的城乡人口移动，虽然与派克所研究的不同国度之间的移民，并不相同，惟离乡背井所牵动的适应、排斥、格格不入与（不）融合、辛酸、苦楚、希望的上升与挫折的浮现……等等过程，仍有相通的地方。

为管理者谋，派克与拉扎斯菲尔德都已用心，伯内斯则有之而无不及。

⁷ 华人当中，李金铨应该是最早提出这个看法的学者。他说，1950年代的「芝加哥学派……与哥伦比亚……分庭抗礼，两派所提出的问题也迥然不同。但是，不知道什么原因，芝加哥学派的影响在传播研究竟然『失传』……直到七十年代才有人回头去重温它的研究。」（李金铨，1982，页 144）

作者先行还原他应有的地位，指出伯内斯出版于 1928 年《宣传》，具有「思想观念的原创性、影响力」，但后人却以该书「不够学术」为由，未曾将他列入传播研究之林。然而，刘海龙并没有说「原创」本身，就能让人肯定其主张。这是因为，伯内斯流于认定，凡是存在，就是正道理；在他看来，公众是无能的，因此，问题必须交由专家处理，而宣传就是一种教育，并且不仅只是促销商品，举凡政治教育及妇女运动……等等，都可以是宣传能够奏效之处。作者认为这是一种不问「权力的主体」的立场，流于将人当成是「大机器的一个组成」，对于这种无端拥护现状的姿态，刘海龙欠难同意（页 74-77, 83）。

在新闻传播领域、在人文社会领域，「行政」（「管理」）与「批判」研究；「在地化」与「国际化」（或「全球化」）；「东方」与「西方」；「普遍性」与「特殊性」；「质化」与「量化」；甚至「（文化）（传播）政治经济学」与「文化研究」的划分与二元对立的思维惯性及语汇，经常可见。《重访灰色地带》的作者不肯迁就，努力走出黑与白的二元窠臼，遂让「灰色」不是黯淡无光，而是进步的表征，丰富了读者对中国及美国传播研究的了解。

参考书目

- 何道宽译（2008）。《传播学批判研究：美国的传播、历史和理论》。北京：北京大学出版社。（原书 Hardt, H.[1992]. *Critical communication studies: Communication, History and theory in America*. New York, NY: Routledge）
- 李金铨（1982）。《大众传播学》。台北：政治大学新闻学研究所。
- 李茂政（1981）。《传播学》。台北：时报。
- 唐士哲译（2013）。〈霍克海默与阿多诺的微言大义：读「文化工业」〉，夏春祥、唐士哲、罗世宏译，《传播研究的典律文本：典律存在吗？该有吗？这些怎么样？》，页 57-75。台北：五南。（原书 Katz, E. et al.[Ed.][2003]. *Canonic texts in media research: Are there any? Should there be? How about these?* Cambridge, UK: Polity Press）。
- 徐佳士（1966）。《大众传播理论》。台北：台北市新闻记者公会。
- 翁秀琪（主编）（2004）。《台湾传播学的想象》。台北：巨流。
- 曹书乐（2013）。《批判与重构：英国媒体与传播研究的马克思主义传统》。北京：

- 清华大学出版社。
- 陈观烈、秦亚男译(1997)。《资本主义发展论》。北京：商务。(原书 Sweezy, P.[1942].
The theory of capitalist development. New York, NY: Oxford University Press)
- 冯建三译(2008)。《传媒、市场与民主》。台北：远流。(原书 Baker, C. E. [2002].
Media, markets, and democracy. New York, NY: Cambridge University Press.)
- Gamble, A.(1994).*The free economy and the strong state : the politics of Thatcherism*.
Hampshire, UK: Macmillan.
- Gripsrud, J. (1995) *The Dynasty years: Hollywood television and critical media studies*.
London, UK: Routledge.
- Keat, R.(2000). *Cultural goods and the limits of the market*. New York, NY: Macmillan
Press.
- Lazarsfeld, P.(1941). Remarks on administrative and critical communications research.
Studies in Philosophy and Social Science, 9, 2-16.
- Merton, R. K. (1949). Introduction to Part III: the sociology of knowledge and mass
communication. In R. K. Merton, *Social theory and social structure*(1968 enlarged
edition) (pp.493-509). New York, NY: Free Press.

书讯：《台湾记协年报》，年年报告了什么？

刘昌德*

書 名：2015 台灣新聞自由年報

作 者：台灣新聞記者協會

出版日期：2016 年 5 月

出 版 社：台灣新聞記者協會

本文引用格式

刘昌德（2016）。〈书讯：《台湾记协年报》，年年报告了什么？〉，《传播、文化与政治》，3:159-161。

投稿日期：2016年5月25日；通过日期：2016年6月5日。

* 刘昌德为政治大学新闻系教授，e-mail: chadliu@nccu.edu.tw。

台湾新闻记者协会（简称台湾记协）于2016年5月底出版《2015台湾新闻自由年报》（全文见：<https://issuu.com/oliviahsu1/docs/2015>_____），回顾去年新闻业的重要发展与关键事件，内容分成「媒体劳动检查」、「即时新闻冲击」、及「新媒体发展」等三大部分，作者群则包括媒体工会、新闻工作者、学者专家等。

自1995年创立以来，台湾记协历经本地媒体环境剧烈变迁，参与了各项重大媒体议题的兴革运动。在媒体环境的纪录与针贬论述上，该组织于1997年开始发行目击者双月刊，到2009年停刊为止，共发行69期纸本；随后改以网路双周报的电子报形式发行，于2009年9月至2012年10月间共出刊了57期。

较为系统性的年度报告则于2003年开始，在2004年改为对前一年度的回顾（2005年出版），再于2007年报将名称改为台湾新闻自由年报。具有「发刊词」性质的台湾记协2003年度报告序言指出，「台湾应该出现一份观察媒体发展、守望传播环境变化、反省媒体与新闻工作者角色的年度报告，为台湾新闻脉动留下纪录，并且定期提供新闻工作者自我观照、与社会各界对话的基础」。

除了纪录本地媒体环境变化之外，台湾记协年报同时也反映与再现了记者集体组织与诸多新闻工作者的关切所在。依据初期年报（2003年到2006年）的编者分类为基础，可以发展出「新闻自由」、「新闻自律」、「传播法制」、「新闻专业」、「劳动环境」、「产业生态」与「其他」共7类的内容分析项目，观察台湾记协年报关注焦点的变化。

从各分类的历年则数总和来看（见表1），年报最关切的重点在于「传播法制」（28则），次为「新闻专业」与「产业生态」（各17则）。粗略分析几年来的变化情形可以发现，新闻专业在记协这样的「专业团体」中，是较长期且固定的关注议题；2009年到2013年的五年间，则受到反媒体垄断运动、反政府置入新闻、及公视董事会争议等事件影响，而密集出现22则传播法制的评论记录。

更可以注意的是在近年媒体新科技的影响下，2010年后对于「产业生态」的讨论愈来愈多，在六年间密集地出现11则。受此趋势冲击、且真正与记

《台灣記協年報》，年年報告了什麼？

者日常工作息息相关的「劳动环境」讨论，也在 2012 年后的四年间频繁出现 8 则。此一趋势或许提醒台湾记协与新闻工作者：媒体产业变迁下的劳动环境改变，已经（也将继续）是记者个人与集体组织都必须面对的最迫切议题。

表一：台湾记协年报历年内容分类之则数一览表

年度	新闻自由	新闻自律	新闻专业	传播法制	劳动环境	产业生态	其他	小计
2003	1	1	2	1				5
2004		1	1			1	2	5
2005	1	1	1	2	2	2	2	11
2006		2	1	2	2	3	1	11
2007	1		1					2
2008	1		2	1	1			5
2009	1	1	1	4	1		1	9
2010		1		3	1	1		6
2011		1	1	6		2		10
2012	2			6	2		1	11
2013	1	1	2	3		4	3	14
2014	6		2		2		2	12
2015			3		3	4	1	11
总数	14	9	17	28	14	17	13	112

资料来源：作者统计制表。以各篇主题为分类依据。不含编辑制作之大事记

美国进出 UNESCO: 过程与原因

张时健*

本文引用格式

张时健（2016）。〈美国进出 UNESCO：过程与原因〉，《传播、文化与政治》，3:163-173。

投稿日期：2015 年 8 月 30 日；通过日期：2015 年 9 月 30 日。

* 作者张时健为香港珠海学院新闻及传播学系助理教授， e-mail: scchang@chuhai.edu.hk。

壹、争端：世界资讯与传播新秩序（NWICO）

经历了第二次世界大战，人类在断垣残壁的现实中学到教训，尝试建立常态的跨国协商与合作机制，以代替壁垒分明终至剑拔弩张的零和竞争，因而有联合国的成立。联合国设立的主要目的在保障普世人权的实现，其中关于传播的部份，揭载于1948年大会通过的《世界人权宣言》第19条：「任何人都有自由表达意见的权利，此权利包括不受干预而能主张意见的自由，以及通过任何媒体搜寻、接收、告知资讯与概念，不受国界限制的自由。」而推动传播权的主要权责机关，为下设的教育科学与文化组织（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO），欲藉促成教育普及、文化交流、科学合作等项目，增进各国的相互认识，从而实现互信与团结。

然而经过战争催残后，西方多数国家国力雕蔽，相较之下国土未受波及的美国独强，与苏联为首的共产主义国家开启了长期对垒之势。而不愿卷入冷战对抗的亚非小国，多数是在战后脱离殖民状态独立，另有串联作第三世界集团的松散结盟。UNESCO希冀通过各国平等参与，共同议决以促进团结的目的，在这样的格局下吊诡地不断出现对立与分裂。分裂的态势到七〇年代达到高峰，1974年UNESCO大会在亚非国家的合意下通过对以色列的谴责案，美国即退席并拒缴会费表达抗议，但这只是接下来更大风暴的序曲。1984，美国全面退出UNESCO并得到英国跟进，直至2003年才又重新入籍。美国近二十年的缺席，使UNESCO在决议合法性与执行上都面临了很大的困难。争议肇因，在于美国拒不承认由第三世界国家发动，欲藉UNESCO矫正国际资讯流通不平衡的「世界资讯与传播新秩序」（New world information and communication order, NWICO；Frau-Meigs, 2005）。

NWICO的提出，其来有自。战后通过民族自决独立的后进国，欲在经济与文化上全面摆脱对先进国的依附关系，从早年的殖民地处境挣脱出来，持续地通过联合国争取平衡发展的机会，大成者为1974年在大会通过的「国际经济新秩序」（New International Economic Order, NIEO），其中包括有保护民族工业、维持国内的经济主控权、反先进国经济渗透等主张。在传播事务

方面，则持续地讨论先进国压倒后进国的问题。后进国政府认为国内的民情与文化受到西方媒体的渗透，而国际议题的舆论更是一面倒地由西方媒体掌控。于是在 UNESCO 多次提案讨论资讯流通失衡问题，敦促 UNESCO 于 1974 年完成调查报告《电视的交流：单向道？》（*Television traffic: A one-way street*）（Nordenstreng & Varis, 1974）。如标题所示，该报告确认了以电视为主要媒介的国际资讯流通，是由西方先进国向后进国单向输出的过程。1977 年 UNESCO 进一步成立了「国际传播问题研究委员会」（International Commission for the Study of Communication Problems），由 S. MacBride 为出任主席，而后在 1980 年提交《多样声音，一个世界》（*Many voices, one world*），即知名的 *MacBride Report*。该报告除了详实描述西方传媒集团主导国际传播秩序的现象，也重申了 NWICO 的精神。

贰、以自由之名，退出 UNESCO

美国在七〇年代反对 NWICO，一说是美国自建国以来对政府权能疑惧并崇尚个人自由的精神，在国际传播事务上的发酵。七〇年代初，《华盛顿邮报》（*Washington Post*）的两名记者揭露了总统尼克森（R. Nixon）及其幕僚滥用选举经费监控与收买政敌的丑闻，震惊政界与社会，最后促使尼克森辞职下台。这为人熟知的「水门案」（Watergate）挑起了美国社会对政府的不信任感，争议过程中尼克森压制舆论终而不成过程，也使大众普遍相信政府不应介入新闻自由，必须维护第四权超然的地位。这样的信念遂成为美国反对 NWICO 势力的沃土，在疑惧政府的社会气氛中，NWICO 被描述为发展中国家的独裁政权操控舆论、干预新闻自主与资讯自由的话术，遭到美国舆论界猛烈的批评（McPhail, 2002, p. 182）。争议最热之时，《时代杂志》（*Time*；1980 年 10 月 6 日）直指 NWICO 是「美国宪法第一修正案在全球范围的斗争……，由少数第三世界狂热份子定义的 NWICO，直接威胁了美国与欧洲社会坚信的自由。」（Nordenstreng, 1999, p. 249）

在这样的社会气氛下，美国参议院的外国关系委员会针对 NWICO 召开了连串听证会。由 Krolloff 与 Cohen 提交的调查报告指「不论我们喜欢与否，

『世界资讯新秩序』必然到来。这样的秩序可好可坏，但按当前情势观之对美国恐有不利。然而只要我们能采取适当行动因应，则就未必。」（转引自 Nordenstreng, 1999, p. 244）当时美国政界大抵承认国际间资讯流通不平等的现象，但对于缘由与解方的认识则不同于发展中国家，而是主张后进国应在先进国的支持协助上，全力建设基础通讯传播设施。因此所谓的「适当行动」，对美国而言是把握参进后进国通信传播建设的庞大商机。

因此美国在策略上，必须把资讯流通不平等牵涉到的文化主权完整性问题，扭转为后进国的建设落后与传播能力欠缺所致。1978 年 UNESCO 在巴黎召开大会，会中讨论几经折冲的《大众媒体宣言》（*Declaration on Mass Media*）。《宣言》是后进国力主保护文化与传播主权，兼顾资讯自由流通原则的原则性条文，对大众传媒的社会责任多有阐释（UNESCO, 1982）。但在会中美国代表 J. E. Reinhardt 称《大众媒体宣言》是消极的、禁制性的，呼吁国际间采纳更积极的「正面性合作」化解对立。所谓的「正面性合作」，指的是开放各国的电信与传播基础设施部门，接受美国为主的工业先进国的建设援助（包括国家或民间企业），比如建立广电与新闻的专业育成中心等。「正面性合作」的规模之大，被与战后美国的马歇尔计画相提并论，因此又有媒体称之为「电信马歇尔计画」（Paoli & Spagnolo, 2014, pp. 193-194）。

对于先进国的「援助」，后进国集团并不领情，认为那是致使资讯门户洞开的糖衣，不仅无益于校正资讯流通不平衡，更是掘空了追赶发展的契机。一旦根本的传播技术系统交由他国操控，则教育体系、经济策略、文化多样性、国家安全，都会是很大的问题。在美国提出《电信马歇尔计画》后不过三周，《大众媒体宣言》仍然在 UNESCO 大会通过，确认国际社会必须遵守所谓的「禁制性」资讯流通原则。但先进国的开发企图也不是全然失败，两年之后（1980）UNESCO 通过了《国际传播发展计画》（*International Program for the Development of Communication, IPDC*），作为协助后进国发展传播建设的跨国平台，鼓励「资讯富国」（the information rich）移转技术与设备给「资讯穷国」（Nordenstreng, 1999, pp. 245-247）。

反对 NWICO 未果，乃至参进后进国传播建设的不顺利，让美国的外交政策进一步落入右翼保守势力之手。保守的共和党议员 D. B. Fascell 指

NWICO 是共产主义理论家与第三世界国家领导人结合的产物。1981 年雷根上台，吹响了新自由主义发动攻击的号角，随即开始清算 UNESCO 与美国利害间的关系。在雷根的要求下，当年国会通过了 Beard 修正案（Beard Amendment），授权国务院可以在 UNESCO 提出影响「自由流通原则」的决定时，让美国退出 UNESCO。而第 97-231 号法案（Sec. 108 与 Sec. 109）则主张，美国政府有权利每年确认 UNESCO 有否配合企业利益（Gonzalez-Manet, 1988, p. 132）。根据这些法案，美国要求 UNESCO 将财务管理权交由主要捐款国执掌，改革议案表决程序、取消特定所谓「过于泛政治考量」的专案，并且严格限制预算成长。

UNESCO 秘书处确实地回应了美国单方诉求，除了召开特别委员会处理、设立财务稽查单位、将若干专案列入观察名单，也着手撙节预算。然而相关事项需要由会员国大会决议后通过，不能一意孤行。1983 年 10 月在巴黎登场的 UNESCO 第 22 届大会，共有 161 国的代表出席。会中对美国推动由秘书处规画的「改革」进行讨论，然而许多提案最后被否决，美国的盘算落空。为期五周的大会期间，美国代表数度杯葛，甚至发言声称美国将全面退出 UNESCO。其中争议的焦点在美国认为联合国必须节制不断成长的支出，要求预算编列零成长。而 UNESCO 秘书处当年编列的 3.744 亿美元预算超出美国预期，于是在大会首轮投票时，美国成为 161 国中唯一投下反对票的国家（McPhail, 2002, p. 187）。

最后预算小砍了 1200 万美元，总额仅较上届预算增加 2.5%，并不太多，可知美国是藉题发挥。当时负责国际组织事务的助理国务卿 G. J. Newel 表示，许多联合国下设的国际组织本有管理不良及预算浮编的问题，而且办事处运作受政治力干预甚深（politicization），但经美国推动「改革」后颇有进步，独独 UNESCO 自行其事，消极面对改革目标。Newwell 于是推动对 UNESCO 进行全面评估研究，而该研究的报告最终成为美国退出 UNESCO 的根据，理由有三：（一）UNESCO 的运作已然泛政治化；（二）UNESCO 内部为国家至上论（而非自由市场论）的意识型态所主导；（三）管理失当与财政无纪律。虽然当时特别设立的 UNESCO 事务委员会（U.S. Commission for UNESCO）认为美国的退出或有不利，徒然是让反美势力接管 UNESCO 运

作，因而表决后建议美国续留 UNESCO。但 Newell 力主退出 UNESCO 能震慑已经「失去控制」的整个联合国体系，因此最后国务院最后仍建请总统让美国退出 UNESCO。1983 年底，在国会支持下美国宣布将对 UNESCO 进行为期一年的观察，最后果真于 1984 年底全面退出 UNESCO (Gonzalez-Manet, 1988, pp. 133-134)。

事实上，美国在退出后，随即在 UNESCO 总部所在的巴黎设立了一个特别观察团，当有攸关美国利益的讨论时便积极介入，通过与非政府组织合作（比如「教育基金会」[Foundation for Education]、「国际科学基金会」[International Foundation or Science]的方式绕弯地参与 UNESCO 运作。同时美国也选择性地参加 UNESCO 筹办的国际会议，比如「世界著作权会议」(Universal Copyright Convention)、「人类与生物圈计画」(Man and Biosphere Programme)。另外，美国也协同许多非政府组织，比如「教育基金会」、「国际科学基金会」，对 UNESCO 的决策进行监督与游说 (Frau-Meigs, 2005, p. 103)。

参、市场机制再巩固：退出而后重返

八〇年代也是智慧财产权在贸易争端中成为焦点的转型时期。在美国订下对 UNESCO 的一年观察期中，美国国会通过了 1984 年版的《贸易关税法》(Trade and Tariff Act, 1984)，强化了 1974 年《贸易法》(Trade Act of 1974) 中对智慧财产权不足的部份，授权总统可以针对保护智慧财产不力的国家片面课以惩罚性关税或取消原有的关税优惠。美国作为全球最大的产品最终消费市场，藉此法案关键性地改变了国际贸易的均势，进一步推动世界规模的市场经济体制，打击他国不利美国产品出口的贸易障碍，要求开放竞争，实现全球贸易自由化 (Capling, 1999, p. 81)。

进一步言，美国退出 UNESCO 的理由，实际反映了国内资本扩张的需要。自二次大战结束后开始，美国企业积极地在全球开疆辟土，特别是 1960 年代后，这样的扩张大大受惠于全球电信传播体系的建立，特别是依赖电脑化的卫星传送、资料处理等新传播科技，从而使跨境的交易、管理与监督的

成本大大降低。若缺少了所谓「自由流通信条」(free flow and access)以全球规模无差别的运作,美国企业的全球体系将难以维持。该「信条」体现的是自由市场的哲学,对垄断资本主义的输出,或说商业社群的全球运筹而言,具有关键的必要性(Gonzalez-Manet, 1988, p. 129; Hamelink, 1997, p. 71)。这也是为什么在第 22 届 UNESCO 大会上,「世界新闻自由委员会」(World Press Freedom Committee, WPFC)的会长致辞时即表示:「北美的企业不会允许有人影响资讯自由流通,即便是以国家主权之名也不行。」(转引自 Moragas, Diez, Becerra, & Alonso, 2005, p. 10)由此也就可以解释,为什么美国的外交政策不留任何余地地坚持资讯自由流通,同时也说明了美国政府论及资讯与传播时,在联合国与 UNESCO 这样的国际组织中会立场如此强硬、不留妥协空间。美国以及英国的退出,则标志了国际多边主义(international multilateralism)向单极主义的转向。

由后进国集团力推的 NWICO 犯了自由市场大忌而遭到美国强烈抵制,功败垂成。另一方面,北方的多数国家,特别是与美国文化或语言相近的欧洲各国,也同样苦于美国大量出口影视产品的「单向流通」格局,因此多有设立文化保护政策,刻意抬高文化产品的进口门槛。随着美国向世界市场输出文化产品的压力愈大,富饶的欧洲国家订立的文化保护规约愈益成为美国传媒资本集团的眼中钉。

因此美国藉退出 UNESCO 重挫 NWICO 后,另边厢戮力促进各国传播部门的全面自由化,也就是促使各国放弃文化保护政策。通过《关税及贸易总协定》(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT)的多边会谈,美国在八〇年代升高要求各国开放服务业的力道,并一度以退出 GATT 为筹码要胁。含括传播事务的服务业,成为 GATT 最后谈判阶段的主要争议焦点。当时大部份欧洲国家主张,传播与文化事务与一般货品不同,将之纳入自由贸易范畴即与 GATT 促进各国货品流通自由的原始设计不相当。因此在若干次 GATT 乌拉圭回合的谈判桌上,欧洲国家主张应搁置或排除文化传播事务(Breman, 1990)。

然而随着服务业纳入自由贸易议程中的进度推展, GATT 局限于货品贸易的架构也预备由更全面且深度的「世界贸易组织」(World Trade

Organization, WTO) 接管, 文化传播事务的例外性愈来愈难主张。1990年, GATT 平台特别设立了「影音部门工作小组」(Audio-Visual Sector Working Group, AUS), 专门处理影音服务自由化议题。虽然欧洲国家多数主张该部门应自贸易谈判中排除, 特别是法国提案将「文化免议」(cultural exception) 写入即将生效的《服务业贸易总协定》(General Agreements on Trade in Service, GATS) 条文中, 但各国在 GATT 平台仍以多数决确认了所有的服务项目都应包含自由贸易的协定中, 否决了法国的提案, 但允许例外 (exception) 以渐进的方式处理争议。这样的办法是在美欧两造互有坚持下的妥协结果, 但大体而言, 美国成功地确认可通过服务业贸易谈判处理影音部门的进出口议题, 同时确认了最惠国待遇原则, 以及攸关传播文化商品化程度的智慧财产权规约 (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS), 可说是最后的赢家, 例外项目的解决只是时间问题而已 (Kakabadse, 1995, p. 75)。就 GATS 条文整体观察, 「文化政策」在 GATS 架构下并无正式立足之地, 各国仅能在视听服务贸易逐步自由化的过程中, 以经济实力为其文化政策寻觅生存空间 (彭心仪, 2005, p. 26)。

2002年9月, 美国总统小布希 (G. W. Bush) 在联合国大会上宣布美国将重新加入 UNESCO, 理由是 UNESCO 的改革有成, 符合美国期待, 而美国必须继续肩负维护人类尊严的责任。然而小布希作此重大宣告, 不若二十年前年雷根讲话退出时大张旗鼓, 而是两三句带过, 整个谈话的重心在呼吁国际社会集中力气对抗中东的伊斯兰恐怖份子。¹美国在千禧年初遭到伊斯兰原教旨主义者的攻击, 为了报复旋即在阿富汗境内发动剿灭盖达组织的军事行动, 在国际社会间需要拉拢盟友协同作战, 因此重返 UNESCO 可视为美国总体外交政策调整的其中一环 (Frau-Meigs, 2005)。

另一方面, 美国绕过 UNESCO 而通过 WTO 推动市场化的「传播新秩序」, 可谓卓然有成。没有英美参与的 UNESCO, 在这二十年间转以「文化多样性」(Cultural diversity) 为工作重心。九〇年代初, UNESCO 与联合国合组了「世界文化与发展委员会」(World Commission on Culture and Development,

¹ Statement by President Bush in United Nations General Assembly. Retrieved September 20, 2015 from <http://www.un.org/webcast/ga/57/statements/020912usaE.htm>

WCCD), 该委员会在 1995 年表《我们创意无限的多样性》(*Our Creative Diversity*) 报告, 除了确认文化多样性是民主社会基石, 也强调了私营传媒体制在全球化年代造成文化趋同的威胁, 因此建议各国应加强多样文化的发展与合作。根据该报告建议, UNESCO 于 1998 年在斯德哥尔摩召开了「促进发展之文化政策跨政府会议」(*Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development*), 会中通过「促进发展之文化政策行动计画」(*Action Plan for Cultural Policies for Development*), 得到 149 个国家、135 个非政府组织及国际跨政府机构背书。「行动计画」的中心精神, 在于加强各国政府、企业与市民社会组织在文化领域中的合作, 建立全球性的规范架构, 透过传播相关资源创设全球公有地 (*the global commons*), 增进人民参与、近用、发达文化生活的基本权利。2001 年底, UNESCO 大会进一步通过了《文化多样性宣言》(*General Declaration of Cultural Diversity*), 确立了追求并保护文化多样性为普世价值(Raboy, 2003)。

与美国如火如荼推动的传媒贸易自由化相较, UNESCO 鼓吹的文化多样性可说冒其不讳。比如《我们创意无限的多样性》报告具体建议:「在国际上, 从日益成长的商营媒体活动中产生的收益, 加以重分配, 似可补贴商营媒体之不足。首先, 在市场环境里, 委员会提议区域与国际的商营卫星广电收益, 可投资在全球公有地上, 使其能免费为人使用, 以帮助更多元的媒体系统的发展。新的收益可以投入另类节目上, 使之在国际间流通。」(WCCD, 1995, p. 278) 这种要求所得重分配以及贴补文化弱势的主张, 意在补充当前国际法架构中的公共福祉缺陷, 与美国在 WTO 平台主全面资讯自由、削除贸易障碍的主张有违 (Graber, 2006)。

因此或可说, 美国重新加入 UNESCO, 亦有「拨乱反正」的现实需要。美国再加入 UNESCO 并不是肯定了文化多样性的方向, 相反的, 按国务院的说法,²美国重申了 UNESCO 改革了财政纪律、管理效率与尊重言论自由与民主价值的方向与美国利益相合, 才是其重返 UNESCO

² The United States Rejoins UNESCO. Retrieve September 20, 2015 from <http://2001-2009.state.gov/p/io/rls/fs/2003/24189.htm>

后，美国对文化多样性的推动上与许多国家相左，2005 年 10 月 UNESCO 大会通过的《保护和促进文化表现多样性公约》（*Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*），即有严重分歧。而这样的分歧展现了美国主导的贸易秩序与 UNESCO 展现的平等互惠精神的深刻矛盾（Frau-Meigs, 2005; Graber, 2006）。³

肆、小结

八〇年代后，国际传播秩序出现了重大转向，一面是 UNESCO 推动开放平等共议的 NWICO 受挫而后沉寂，另一面则是文化流通的商品化藉多边贸易协议推而广之，而美国正是这一消一涨的主要推手（Hamelink, 2002）。NWICO 企图藉 UNESCO 建立一统新秩序的雄心，而今或许不复再提，但其精神及揭示另一种更开放平等且尊重差异性的国际传播模式，为其后 UNESCO 仍持续推动的文化多样性继承，仍有力地提醒我们，商品化与市场机制，并不是国际传播文化事务的当然选项。

参考书目

- 彭心仪（2005）。《WTO 服务贸易与通讯科技法律》。台北：元照。
- Breman, S. (1990). Trade and information policy. *Media, Culture & Society*, 12, 361-385.
- Capling, A. (1999). Intellectual property. In B. Hocking & S. McGuire (Eds.), *Trade politics* (pp. 77-92). London, UK: Routledge.
- Frau-Meigs, D. (2005). The US's return to Unesco: Relaxation or hardening before the ghost of MacBride? *Quaderns del CAC*, 21, 101-110.
- Gonzalez-Manet, E. (1988). *The hidden war of information*. Norwood, NJ: Ablex Pub.
- Graber, C. B. (2006). The new UNESCO convention on cultural diversity: A counterbalance to the WTO. *Journal of International Economic Law*, 9(3), 553-574.
- Hamelink, C. (1997). MacBride with hindsight. In P. Golding & P. Harris (Eds.), *Beyond*

³ 2011 年 11 月，美國因為反對 UNESCO 接納巴勒斯坦的入籍案，與以色列協同拒繳會費。兩年之後，按 UNESCO 章程，美國遭到停權，2013 年 10 月起，無法針對各種議案投票參與表決。

- cultural imperialism: Globalization, communication and the new international order* (pp. 69-94). London, UK: Sage.
- Hamelink, C. (2002). The politics of global communication. In Y. R. Kamalipour (Ed.), *Global communication* (pp. 161-187). Belmont, CA: Wadsworth Thomson Learning.
- Kakabadse, M. A. (1995). The WTO and the commodification of cultural products: implications for Asia. *Media Asia*, 22(2), 71-77.
- McPhail, T. L. (2002). *Global communication: Theories, stakeholders, and trends*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Moragas, M. d., Diez, M., Becerra, M. n., & Alonso, I. F. n. (2005). The MacBride report, 25 years later. Context and content of an unfinished debate. *Quaderns del CAC*, 21, 5-13.
- Nordenstreng, K. (1999). The context: Great media debate. In R. C. Vincent, K. Nordenstreng & M. Traber (Eds.), *Towards equity in global communication: MacBride update* (pp. 235-268). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Nordenstreng, K., & Varis, T. (1974). *Television traffic: A one-way street? Reports and papers on mass communication*. Paris, FR: UNESCO.
- Paoli, S., & Spagnolo, M. E. (2014). An uncertain coalition in an uncertain alliance: The EC, the US, and the New World Information and Communication Order. In L. Mechi, G. Migani & F. Petrini (Eds.), *Networks of global governance: International organisations and European integration in a historical perspective* (pp. 177-204). New Castle, UK.: Cambridge Scholars Publishing.
- Raboy, M. (2003). Media and democratization in the information society. In S. O'Siochru & B. Girard (Eds.), *Communicating in the information society* (pp. 101-119). Geneva, CH: UNRISD.
- UNESCO. (1982). *New communication order 9: Historical background of mass media background*. Paris, FR: UNESCO.
- WCCD. (1995). *Our creative diversity: Report of the World Commission on culture and Development*. Paris,FR: United Nations.

「文化帝国主义」与「文化全球化」：

重点是生产，不是消费

洪贞玲*

本文引用格式

洪贞玲（2016）。〈「文化帝国主义」与「文化全球化」：重点是生产，不是消费〉，《传播、文化与政治》，3:175-180。

投稿日期：2015 年 5 月 11 日；通过日期：2016 年 5 月 10 日。

* 作者洪贞玲为台湾大学新闻研究所教授，e-mail:clhung@ntu.edu.tw。作者谢谢编委会对本文的贡献。

本刊第一期针对「文化与贸易」这个主题，简介了十余本类书，本文继续引述。惟需表明，文化帝国主义的观点主要是一种生产，不是消费的分析；因此，它的批判焦点与「诠释同质化」与否无关，甚至也与「文化消费无关」，它关注的是「国际的文化生产与发行结构的不平等」(Schiller, 1996, p.89)。

Mirrlees (2013) 分析影视娱乐产品（主要为电视剧及电影）的全球流通，检视所有权、财务金融、生产、发行、文本制码、阅听人解码、文化使用的跨国力量等面向。作者以批判的观点，解剖全球娱乐媒体的政治经济及文化作用，指出以美国为基地的大型跨国公司，仍然是娱乐产品的主要制造者，例如时代华纳、迪士尼、新闻集团等等，这些媒介集团的娱乐产品纵横全球，并透过新自由主义的贸易政策，有利于美国影视产品出口。在信奉市场主流之下，各国也敞开大门欢迎。以美国为核心的文化帝国主义，至今仍有全球影响力。

Stein (2011) 在其迪士尼集团的个案研究，更深入解析美国媒介集团的全球化策略。迪士尼兄弟于 1923 年联手打造的影视王朝，横跨电影、电视、主题公园等。

以动画起家的迪士尼，其广受欢迎的主要原因之一是各式卡通人物，米老鼠、唐老鸭、维尼熊，以及美丽的公主们等等，虏获人心。这些人物的授权金为迪士尼赚进大把钞票。就如迪士尼执行长 Bob Iger 引以为傲地宣称，迪士尼魔法王国的核心哲学是「大家齐力、目标一致，整合艺术及科技革新来说一个好的故事」，创造及想象，从迪士尼公司的每个角落源源不绝出现。即使批评者指出，迪士尼操弄人心、提供不符合真实的想象、复制性别及种族刻板印象等等，对于儿童及家长产生不当影响，但迪士尼人物深入人心。

然而，除了内容讨好之外，让迪士尼王朝开拓疆土、屹立不坠的更重要因素是其革新的市场及行销策略，擅长发挥集团内的综效优势，相互宣传行销，让阅听人无所遁逃，加入迪士尼的大家庭。

例如，1950 年代的迪士尼就透过电视促销主题乐园、迪士尼米老鼠俱乐部、迪士尼园地电视节目 (Disneyland)。1983 年建立迪士尼频道，1990 年代晚期购并 Capital cities / ABC。90 年代起，迪士尼也进军百老汇音乐剧，美女与野兽、狮子王、欢乐满人间 (Mary poppins) 等广受欢迎。迪士尼甚

至跨足观光旅游业，开发迪士尼航线、迪士尼冒险套装行程、迪士尼假期俱乐部等。透过集团综效及多重宣传，迪士尼的文化商品深为全球观众所知，进一步扩大全球市场，最为晚近的例子，是上海迪士尼度假区，在 2016 年 6 月开幕。

西方（主要是美国）媒体集团将希望放在新的地理市场，海外市场的收益也渐渐高过本国市场。例如 2005 年美国电影票房收入，有 60% 来自海外市场。对于亚洲市场的依赖度甚高。但海外市场并不容易打入，举凡中国、印度等国家阅听人，有八成接收本国市场的媒介产品，因此欧美集团根本无足轻重。例如 Viacom's MTV、News Corporation's STAR 进入亚洲市场都失败了，必须加重在地内容。

Rohn (2011) 透过实证研究，试图检视影响媒介产品能否成功出口的因素，亦即影视文化的跨境流通，存在哪些障碍。该书分析五家西方媒体集团进入中国、印度与日本等市场的模式，作者进行两方面的检视，一是进口国的文化因素，是否有利于海外媒介内容的进入，一是各国是否另外设定结构关卡，阻却境外媒体产品入内。

Rohn 研究指出，构成媒介产品进入外国市场的进入障碍，有法律、政治、经济、文化等结构力量的障碍。媒介内容方面的障碍，包括进口配额、内容限制、盗版猖獗、市场竞争、生产成本、文化距离等。媒介所有权方面，则有所有权限制、股权限制、外资的限制、政治效能、资讯不透明、基础设施建设不健全、缺乏竞争、文化补贴、工作文化差异等等。

文化障碍与政治经济障碍等等因素，交互影响。本书的实证研究则说，不同程度的文化障碍是高是低，往往取决于文化进口国的经济发展，及其开放程度。在已开发国家，文化障碍较高，开发中国家的文化障碍较低。开发中国家的文化障碍有赖于本地媒介产业以及是否能满足对于媒介日增的需求以及市场对于进口的依赖程度。至于外国贸易的开放程度，新兴开放市场被视为是对于外国媒介的文化障碍较低，开放市场则有较高的文化障碍。

此外，科技因素也影响全球资讯流通及娱乐集团的版图。Subramanian 与 Katz (2011) 所编纂的文集指出，网路科技促进全球资讯流通，但我们应关切的问题是：资讯跨国流通是否能受到控制？如何控制？资讯流通促成谁获

利、谁受损？全球资讯流通的文化影响为何？好莱坞电影娱乐产品受网路科技影响，数位复制、盗版、著作权规范等拉锯，对于娱乐资讯输出国与接收国所造成的影响也复杂多面。著作权保护，意在确保资讯生产者的利益，却可能阻碍流通。反过来说，资讯接收国与阅听人，透过复制、盗版取得娱乐资讯，却也形同复制文化帝国主义，即便其另一个可能性是，未获授权而取得之影音图文内容，等于是低价或价格等于零，是以更能流通，对于文化产品的创新，可能不无助益。

总之，对于影音娱乐内容的（跨国 / 跨境）生产与流通过程，历来存在两个理解方式。一个重视发达国家（特别是美国）的国家机器与其资本的权力，在此过程所扮演的角色，这是「文化帝国主义」的框架。另一个倾向使用「全球化」这个概念，强调各国相互依赖与连结，舍弃随政治与经济权力而产生的「支配」、「强制」……等等语汇。

对于两大视野的介绍与评论，Tomlinson（1991）对帝国说有所整理，他大致是从全球化的认知角度，回应帝国说。陈光兴（1994）并不同意，因此他在中译本对 Tomlinson 的说法，另作补充与「解毒」。

英国学人 Tunstall（1977, 2008）前后相去三十余年，出版了两本主题相同，前后延续的著作。第一本是《传媒是美国人的天下》，第二本赫然是《传媒曾经是美国人的天下：美国大众媒体的衰退》。Tunstall 先前并没有采取帝国主义的观点，但「帝国主义」（imperialism）这个字汇的出现次数，在 1970 年代那本书，仍有 69 次，晚近这本则仅存 8 次。

有些论者可能认为，Tunstall 两本书的差异，显示了历史的走向，已从帝国主义理论，进入了全球化观点的轨迹。何况，日本的流行文化长期自成格局、1990 年代至今的巴西与墨西哥，乃至委内瑞拉电视剧在拉美地区的流行，加上本世纪以来的中国崛起、印度的持续自保、韩流涌现，以及更多 7 / 24 英语新闻频道的出世，都是证明，显示美国帝国的文化与媒体力量已是明日黄花，全球化的相对愿景已经旌旗在望。

对立于此判断，Debray 反而认为，美国为首的西方（北大西洋公约组织）凭借武力及文化（含传媒）的软实力等五张王牌，是有史以来最强大的世局主导力量，即便它同时有五大要害，但明确的是，对于这个帝国来说，

「资讯科技革命是新教资本主义的售后服务」(Debray, 2013,p.37), 并且, 中国的主流力量未能遵守自己的宪法路线, 致使表面对抗美国, 实质却想复制美国但尚未如愿以偿, 那么就此理解, 中国东施效颦的崛起反而凸显西方(美国)的文化力量并未衰退, 而是壮大。¹

对于 Debray 所采取视野, 专门研究这个议题的 Fattor (2014, p.159), 有个相近的看法与补充。在研究 1815 年英国的崛起, 其后美国继任至今的过程, 他在新作《美国帝国与娱乐军火库: 软实力与文化的武装化》, 有这个结论:「今日, 在美国羽翼下……帝国一般的纪律得以强制, 每日存在……正是因为存在大众传播科技的精进, 这个新的全球能量才有可能肆行, 相比于先前的各个帝国先行者, 美利坚帝国的独特性质在此, 在可预见的未来, 她都会有能力挺受经济滑落、人民怨怼与社会动荡的风暴……」。

参考书目

- 陈光兴 (1994)。〈解毒《文化帝国主义》〉, 冯建三译, 《文化帝国主义》, 页 7-14。台北: 时报。(原书: Tomlinson, J.[1991]. *Cultural imperialism : A critical introduction*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press)
- 冯建三译 (1994)。《文化帝国主义》。台北: 时报。(原书: Tomlinson, J.[1991]. *Cultural imperialism : A critical introduction*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press)
- Chomsky, N. (2016). *Who rules the world*. New York, NY: Metropolitan Books.
- Debray, R. (2013). Decline of the West? *New Left Review*, 80(March/April), 29-44.
- Fattor, E. M. (2014). *American empire and the arsenal of entertainment: Soft power and cultural weaponization*. London, UK: Palgrave MacMillan.
- Mirrlees, T. (2013). *Global entertainment media: Between cultural imperialism and cultural globalization*. New York, NY: Routledge.
- Rohn, U. (2011). *Cultural barriers to the success of foreign media content: Western Media in China, India, and Japan*. Frankfurt, DE: Peter Lang.

¹从「上海合作组织」到「一带一路」, 中国大陆展现的地缘政治企图; 对于美国为首的「北大西洋公约组织」进逼, 苏俄以武力回应; 以及, 美国统治菁英所界定并发动的「反恐战争」, 伊斯兰文明没有雌伏。这些都对《谁在统治世界?》的思考, 会有重要的意义。但是, 诚如杭士基在前引的这本近作所说, 我们可能也必须同时提出, 「哪些原则与价值在统治世界?」(Chomsky, 2016), 虽然, 他主要是对富裕与武力强大的国家之公民, 作此提问与呼吁。毕竟, 王道的统治不同于霸道的统治; 自由平等博爱的统治, 有别于奴役尊卑自私的统治。

- Stein, A. (2011). *Why we love Disney: The power of the Disney brand*. New York, NY: Peter Lang.
- Schiller, D.(1996). *Theorizing communication: A history*. New York, NY: Oxford University Press.
- Subramanian, R., & Katz, E. (Ed.). (2011). *The global flow of information*. New York, NY: New York University Press.
- Tunstall, J.(1977). *The media are American: Anglo-American media in the world*. New York, NY: Columbia University Press.
- Tunstall, J.(2008). *The media were American: U.S. mass media in decline*. New York, NY : Oxford University Press.

2016年文化与媒体政策倡议书

媒体改造学社*

本文引用格式

媒体改造学社（2016）。〈2016年文化与媒体政策倡议书〉，《传播、文化与政治》，3:181-213。

* 媒体改造学社，e-mail: editor.2015ccp@gmail.com。

目 录

1.公共广电政策.....	/ 183
2.媒体多元发展基金.....	/ 194
3.广电监理政策.....	/ 203
4.媒体劳动政策	/ 209

1.公共广电政策

问题

- 1.1 世界许多民主国家把广电视为重要的文化机构，投入资源。建立公共广电制度。在这些国家中，公共广电担负建立公共领域、社会参与以及文化认同的重要使命。各国公共广电的宗旨和任务大致包括：建立公共领域和促进政治民主,提供普及资讯服务，生产与流通高品质影音内容，呈现社会和文化多样性；提升或保障（国族）文化等。
- 1.2 晚近社会与科技的变迁下各国公共广电系统愈形重要。当代数位化、全球化对各国均带来机会与挑战；然而私人媒体往往考量短期利润，无法做长期投资；而公共广电不受私利影响，被赋予奠基者和领头羊的使命。
 - 1.2.1 在数位化时代，许多国公共广电系统（如英国、日本等）负责担任建立数位化平台以及并将影音内容数位化以供公共使用等。
 - 1.2.2 全球化下影音产品快速跨国流通，而公共广电以在地社会需求为优先考量，并以适当的方式与全球连结；如欧盟各国的公广以及合作建立的 ARTE 电视台。
 - 1.2.3 许多国家的公共广电在负起振兴本国文化产业之责。它们在既有的基础上，运用资源，培育本国创意人才，提升本国影音产品品质，也为社会创造更多的实质利益。如邻邦南韩即是一例。
- 1.3 我国在民主化过程中建立公共电视台，属世界最年轻的公共电视之一。我国在 1990 年代自由化过程中，未改革官控商营的无线电视，即在 1993 年先将有线电视系统合法化，放任私人有线电视系统成为强势电视平台，内含多达一百个上下的频道数量。当时有识之士认知到，私人产权上在有盘根错结的金权结构，并以廉价的方式制播，新闻资讯节目受人诟病，因此奔走倡议建立公共电视，以建立公共领域并深化民主。我国公视在 1997 年成立，也强调「服务公共利益」的宗旨，「以制播多元优质节目、

促进公民社会发展、深植本国文化内涵、拓展国际文化交流为使命」。如公视的年度报告以及网站上〈公视历年成绩〉网页所示，多年来公视在节目制播，提供纪录片工作者播放平台，培育我国影视人才以及与世界公共广电合作，有一定贡献。

1.4 我国公共电视制度发展，遭遇以下问题：

- 1.4.1 我国公视之定位受限。世界许多国家的公共广电系统在本国的媒体地景中居关键地位，且享有公共资源的支持。如上所述，我国在私人商业媒体的结构已定型后才建立公视。且在 1997 年《公共电视法》第一条明定公视仅「弥补商业电视之不足」。公视在私人商业媒体充斥的环境下仅位居边缘。
- 1.4.2 我国公视的规模有限。与世界各国相比，台湾对公共电视的投入有限。我国公视自成立第三年起政府捐赠仅维持一年九亿新台币。从“Analysis of Government Support for Public Broadcasting and Other Culture in Canada”2013 年的报告可知，英国 BBC 与日本的 NHK 在 2011 年则分别享有 1649 亿与 2535 亿台币的公共投入，为台湾公共电视之 183 倍到 281 倍。然而这两个国家人民的平均国民所总得仅是台湾人的两倍。由此可知，以台湾国民的经济实力来看，台湾政府对公共广电的投入十分有限。

再就国民每人在公共媒体服务获得公共经费来看，台湾人民平均在公共电视上所得到的资源也相当有限。从上述报告中，我们也统计出，在 2011 年间，英国人平均在公共电视上所得到 2675 元的资源；但英国不是特例。瑞士与挪威国民平均在公共电视上所得到超过 5000 台币的资源，其他北欧人也超过 3000 元台币的资源。然而台湾人民平均在公共电视上却只有到 44 元的资源。换言之，台湾人在公共方面所享受的文化资源相当有限，也无异是国际间文化上的次等公民。

图一：各国国民平均每人就公共媒体服务获得公共经费比较（单位：元）



1.4.3 公共广播集团未成

形，亟待修法重建。自 2000 年起，台湾媒体改革团体即主张应扩大吾国公共广电规模，并结合既有国家媒体以及新成立之族群电视台，将公共电视扩大规模为公共广电集团。2000 年到 2008 年之间民进党政府曾接受此政策理念。如在 2000 年的民进党的〈传播媒体政策〉白皮书即曾强调「国家占有重要股权的电子媒体（如台、华视）...应使其符合民主要求」（传播媒体政策小组，2000：123）。在 2004 年七月民进党政府新闻局长林佳龙，曾宣布要建立「具有民营活力的公共广播电视集团」，2004 年 5 月民进党政府通过《无线电视事业公股处理条例草案》，让华视公股于立法后完成释股，股权捐给公视基金会后，由公视基金会成立公共化集团，主要的目的包括：「建构无线数位营运体系，回应人民对优质、多元节目的

期待，更是落实保障人民基本视听权利、具体回应社会对「党政军势力退出媒体」的诉求，以及非商业性公共利益的需求」。2006 年立法院通过〈无线电视公股处理条例〉。但相关配套的公共电视广播电视法修法至今未能完成，以致于公广集团各台的关系不明，定位不明。

- 1.4.4 由于未能落实集团化，政府预算未到位，华视经营困难。根据 2006 年通过的「无线电视事业公股处理条例」华视成为公广集团的一员，并负担公共服务。政府也应编经费捐赠给华视（即「附负担捐赠」），并应买回华视民股。但政府至今未依法编列附负担捐赠款，且未完成民股买回，华视在产权上仍为不公不民，且在经营上仍左支右绌，需承担公共责任，并以完全自负盈亏的方式与商业台竞争收视率和抢有限的广告，到 2015 年止，已亏损将近二十五亿元。公视董事会不得在争议中通过「华视资产方案」，即将华视空间改建乃至出租给饭店业者。
- 1.4.5 公视董事选任办法有争议，董事会组成不易。国民党二度执政，为控制公视董事会，不仅未能针对公广集团需进行必要的修法，却将公视董事的人数，由原先的 11 到 15 名增加到 17 到 21 名。修法后政府可另提董事；国民党执政时期增补的 14 名新董事占董事会的三分之二。由此可知，执政党修法增加多名董事人数，主要目的在于主导董事会，不具合理性。

同时，审查办法规定董事当选需通过四分之三的高门槛，导致董事会组成不易。根据「公视法」第 13 条第 2 项，行政院应提名董、监事候选人，并提交审查委员会以四分之三以上之多数同意才可过；而审查委员会是由各立法院按政党比例推举。审查委员既然由政党任命，思维与决策不免受政党影响。如果主要政党节制权力，较可能顺利产生董事会。但是只要有四分之一的审查委员杯葛，则难组成董事会。这种情况即出现在公视第五届董事会的产生。第四届董事会应在 2010 年 12 月任期届满，却延任了二年半（934 天），几

乎达一届（三年）。主要原因即是，董事审查会议无法同意行政院提名人选难，历经五次提名以及五次审议会议，第五届董事会 2013 年 6 月才组成。吴丰山委员接见媒改团体时，用「国家的耻辱」形容公视董事会改选的延宕争议。此高门槛的同意权已造成公视治理的危机。

1.4.6 在政权转移之际数位无线广电的政策未能延续下来。如前所述，以公共广电为主的国家多投入无线广电数位平台以及频道，并由公广负责推动。民进党政府在 2005 年及 2006 年间曾有整体规画并以特别预算投入资源。首先，2004 年民进党政府曾规划建立制播分离的传输平台，且在 2006 年的〈公共广电集团发展报告〉说明将扩大公共建设特别预算中数位无线基础建设投资，经费计 44 亿。其次，2005 年行政院会议决议通过《公共广电与文化创意、数位电视发展两年计画书》，说明将扩大公共建设特别预算 92 亿元。以公共电视提供多频道（包括「海外国际频道」、「境内外语频道」、「儿童少年频道」及「公民美育频道」等），发展高画质数位电视（HDTV）、可传送数位互动电视节目的流动电视（DVB-H/IPDC）以及建构无线数位电视第二单频网以提供 30 个无线数位电视频道，并建构 DAB 广播服务，让公广集团内容可同时在 FM 频道播出，也有部份成果。但是在政党轮替前后，政府限缩以上计画，在政策上转向，放弃前述民进党政府的整体规划，而仅承接部份。在数位共同传输平台转手由 NCC 评估是否续办，在数位内容部份，只存高画质频道的「优质」内容。因此，无线广电数位化结构性的改造，未能延续，未能完全达到预期目标。

1.4.7 2015 年 12 月广电三法修正，其中《有线广播电视法》第 45 条第 3 项修正为：「前项第三款（按：有线广电基金 30% 捐赠公视基金会）之停止实施日期，由行政院定之；自停止实施之日起，原捐赠财团法人公共电视文化事业基金会之金额部分，移由中央主管机关依前项第一款（按：中央主管机关统筹用于有线广播电视之普及发展）规定运

用。」原先「以有余，补不足」的交叉补贴设计，社会上本已有提拨过少的批评，且在我国有线电视数位化发展已臻普及之际，对我国公共广电运作恐已形成不必要的干扰，未来仍宜透过法定捐赠型态创造公广集团稳定运作的制度性条件。

建议

针对上述我国公共广电媒体的问题，本社提出以下建议。

2.1 重新定位公共广电在我国社会以及传播地景的角色，使其成为公共服务媒体，实现文化航空母舰的愿景。如前所述，自1997年，我国公视之定位受限在「补商业电视之不足」。如上所述，在日益快速的全球化以及区域化的新挑战中，公共广电系统作为本国的媒体平台与沟通空间的，比起私人跨国媒体更能以在地社会需求为优先考量，包括建立公共领域，文化认同以及产业发展。

新政府应将公共服务媒体列为重要的文化建设并具体落实。如前所述，民进党政府在第一次执政期间曾接受扩大公共广电的理念，惜在政党轮替之间未完全贯彻。二次执政的民进党政府执政者也重视公共广电在振兴我国文化产业的重要性。蔡英文在第一次竞选总统时提出的《广电政策白皮书》即指出，「台湾公民长久丧失的电视文化自信，应由公共广电系统带头重建。」她在第二次竞选总统时的「文化政策」，也表示要「...重振影视音产业的政策」、「透过公广集团的专业机制，扩大本土戏剧、纪录片、动画的制作...」。而且新任文化部长郑丽君在上任时发表〈厚植文化力，带动文化参与〉一文阐述施政文化理念，宣示将运用各种政策手段来厚植吾国的文化产业以及培育文化工作者，其中一项重要的政策工具即是「强化公广集团角色。在此理念下，新政府即应将公共广电系统的发展，列为主要的文化建设，使其成为公共服务媒体，实现文化航空母舰的愿景。」

2.2 明订并扩大公广集团之财源。

如前所述，与各国比较起来，我国对于公共广电的投资有限，大大限制公共电视台的发展及在台湾媒体地景的角色及影响力。因此，本社主张：我国应立法保障公共广电有充份与稳定的财源。主要的议题包括预算之编列主管机关、补助额度与调整等议题。修法建议如下：

- 2.2.1 在主管机关上，宜由政府广电辅导机关统一编列预算捐赠公共电视基金会。目前各公共化电台（如公视、客家、宏观各台）之经费由政府各机关（如新闻局、客委会与侨委会）分别编列。但各台的资源无法统一运用与规划。因此，建议未来公共电视基金会之所需经费应由政府广电辅导机关（目前为文化部）统一编列捐赠。但各电台仍应发挥特殊的任务，并应咨询相关业务机关之意见，并使公共广电营运及问责透明化。
 - 2.2.2 在捐赠额度上，为协助公共基金会永续发展，宜根据公视基金会各台营运之需求提拨（包括，一、经营公视基金会电台新台币二十五亿元。二、公共化之无线电视事业六亿元。三、教育及特定族群频道九亿元。四、海外服务频道三亿元。），至未来法定捐赠额度，每年亦不得少于四十三亿（以我国 2350 万国民，每国民每日 0.5 元计）。
 - 2.2.3.在调整上，为因应经济之变化与公广营运之需求，应依公视基金会营运规模、年度工作计画、物价指数变动，每年检讨调整，但不应低于四十三亿。
- ## 2.3 执政者应在适当政策的指引下，尽速进行公广法修法并促进各公共媒体服务资源共享。修法重点如下：
- 2.3.1 整合现有公共广电媒体（公视、华视、客台、宏观等）资源，建立统合治理与财务架构，发挥综效，实现公共广电服务任务。
 - 2.3.2 明订公视基金会以内部章程调整各台定位、组织架构及关系。
 - 2.3.3 设计未来涵纳广播服务的架构。并进一步扩大公共服务范围（如新

住民等少数民族群、身心障、儿少、艺文...)、海外服务等；另可设置国会频道与新闻频道，并敦请政府提出政策，创造合适的条件，导引与协调各个商业新闻频道，整合资源，俾便提供优质、多样、自主与专业的国内外新闻报导、评论与分析。

2.3.4 与已独立运作之原住民电视台合作及共享资源。

2.4 华视问题上，如前所述，华视已被纳入公广集团，也履行公共责任，但政府依法应给予公共服务上的补助（即附负担捐赠），且华视仍有民股。因此政府至少应有以下两个作为：

2.4.1 政府应给予华视附负担捐赠。

2.4.2 华视应编列预算买回民股。或督促民股依南韩 MBC 民股模式，转型为公益基金会。

2.5. 解决公视董事选任办法上的争议，强化内部治理。

2.5.1 恢复合理的董事会人数，由 17 到 21 人降至原来的 11 到 15 人。

2.5.2 董事之选任程序宜比照 NCC 委员。如前所述，目前公视董事之选任程序，有两个问题。一是由立法院推举各党派推选的审查委员会进行审查。但多年来的运作显示，审查委员由各党派推选，仍有政党思维。第二，四分之三同意的高门槛。多年来的运作也显示，只要有四分之一的委员杯葛，公视董事会便可能难产。因此，我们建议，公视董事之选择建议比照 NCC 委员之选任，即由行政院提名，立法院同意后任命。

2.5.3 强化内部治理：厘清监督管制（董事会）与经营管理（总经理或执行长）之权责分工。确立董事会职责，如是否需主动搜集公众意见，并公开向社会及立法院提出年度自我工作与评估报告。

2.6 如前所述，在政权转移之际数位无线广电的政策未能延续下来。当时民进党政府虽接受此政策建议，但只以特别预算执行，未能成为延续性的政策。我国无线广电数位化结构性的改造，功亏一篑。近年来网路汇流

服务与宽频发展神速，数位视讯的使用成为潮流。但是国际组织（联合国、教科文组织、国际电讯联盟、欧亚广电联盟等）仍重视数位无线电视 (Digital Terrestrial Television)。因此，本社建议政府持续支持公共电视数位化，以提升我国影视专业的水平，厚植本国的影音平台、并且落实公共近用，让不分阶级背景的公民均能享用文化资源。

- 2.6.1 我国可考虑另以专案预算经费委托公共广电进行超高画质数位无线电视硬体及软体建设。

超高画质数位无线电视是国际潮流之一。2015 年底国际电讯联盟之世界无线电之行政大会 (World Radio Administration Conference) 决议，保留欧非区域 MHz 470-694 频率给广电业者使用，至少到 2020 年不变。欧洲国家（采取 DVB-T）将有足够频率研发超高画质 (Ultra High HDTV) 等高阶的无线影视。东协各国（采行 DVB-T2）韩国（采用美国标准 ATSC 3.0）也着手研发无线电视 4K 超高画质播出。从 2016 年我国起文化部捐助公共电视发展「超高画质电视示范与制作中心」。政府持续此项捐助提升传输规格之际，更宜投入相当之经费于内容产制。

- 2.6.2 应积极支持公共广电集团发展为公共服务媒体集团，彰显台湾在网络影音上的公共性。

政府宜积极延伸公共服务于各种新兴数位传播平台。面对此趋势，我国宜就现有资源，创造特色。首先，政府应协助公共广电系统节目档案进行数位转换。有鉴于公视财源受限，因此宜结合本国资本提供国人近用本地内容的公共服务，包括但不限于与中华电信及其他有意投入 OTT 之既有业者协力，共同建构具竞争力与公共性的本土平台，以协助本国影视音内容的产制与传布。

- 2.6.3 落实公共近用，在风险传播中提供全民所需的资讯

随着气候变迁与极端灾变的侵袭，全世界公共电视都藉由联合国的整体减灾 (Disaster Risk Reduction) 计画目标，开始积极装备自己与保护人民，同时政府也全力在政策规划上给予指导与引领。2015 年以来，在亚太区十年的预警防灾紧急电视广播系统的基础上 (Emergency Early Warning Broadcasting System)，开始验收各国因地制宜的作法。如日本与韩国在数位广电蓬勃发展上，持续锁定行动载具作警报广播，同时相继投入手语动画自动播出系统，以及快速字幕 (closed caption) 更新之建立；越南与泰国共同建构区域单频网的紧急播出电视频道，广大用户只要具备最基本数位电视配备，就能保障收到紧急的通告；印尼则利用本身大量生产电视盒市场的优势，一步到为广建家户的数位资讯防灾广播服务；印度为因应照顾广大城乡差距的民众，则优先转换中短波广播成为数位广播系统，并大量生产多媒体显示的广播接收机。以上各国系统无一不透过各国公共广电业者，执行实验与建置，相偕于二年内完成联防网络。

台湾公共电视有全国播出之单频网基础，同时与各亚洲同业密切关注相关发展，也建构与车载产业 (Telematics Industry) 与防灾产业的交流网络。政府当利用一个新起的执政契机，重新审视目前公共化的数位无线电视网路之定位与价值，在影音之外厚植资讯服务的不可取代基础，以防灾保安角度让先进图资与照顾基层的政策考量，整合在数位无线电视的预警防灾设计中。以此编列经费投入公共电视研发与技术部门，于有限度的时间内构筑台湾值得信赖、又稳定快速保障传输的数位广电网路。

届时，台湾的作法可以达成世界标准，就是在大型毁坏与断讯的环境中，可以在一定时限内收到预防警告通讯内容，透过图资快速掌握灾难的影响度，透过多媒体资讯确实了解疏散避难路线与地点，而且可以在灾难后复原期间，源源不断保持与物资供应资讯的连线，这样的

网路功效，只要政府选择投资公共数位无线电视网路，就能开创保障且服务人民的传播新局。

- 2.7 为提供国人普及视听公共服务，应确保公共媒体服务得便利为国人近用，各服务应予无偿必载，亦不宜以授权金为其财务来源。
- 2.8 各机关单位以采购或补助方式提供国人之其他公共视听内容，应交由公共电视基金会典藏。
- 2.9 确保公共媒体服务传输流量不受网路中立立法约束而得优先提供。

2. 媒体多元发展基金

问题：媒体「内容」投资严重不足且分散

- 1.1 台湾的媒体文化、特别是影视文化的积弱与疲乏，由来已久。戏院电影的国片票房，1990 至 2007 年平均仅略高于 2%，2008 年以后虽称复苏，至 2015 年国片平均仍低于 12%。反观南韩，其国片比例最低是在 1993 年，但仍接近 16%，且仅一年。人口不及台湾之半与四分之一的北欧四国，各国国片的本世纪票房平均超过 20%，香港在 2004 以前超过 50%，其后在 20-30%。
- 1.2 1998 年的《中国时报》呐喊〈痛心疾首：关掉电视才能救孩子〉、1999 年的中国电视公司董事长说「所有的电视人变成...笨蛋...白痴...神经质」；到了 2016 年，有线电视系统业者控诉「台湾的电视节目很难看，几乎已成为全民共识」。
- 1.3 本地播放的电视剧总量逐年下降，2008 年由本地自制的比例仅占 41.91%（中港日韩欧澳在六至八成以上，美国几乎百分之百），2014 年前半年再掉至 36.3%。
- 1.4 2013 年，对岸的电视音乐节目「我是歌手」在台同步播出，凸显台湾曾经拥有的华人音乐创作龙头地位，流失已经一段时间。
- 1.5 去（2015）年〈金钟 50 名单 狠狠刮了综艺圈一巴掌！〉的报导，再次提醒国人，台湾的综艺节目也出了问题；其后，制播 12 年、高收视率的《康熙来了》宣告停播。
- 1.6 本地影视业者投资本地影视工作人员的总量不足，2013 年，各个电视公

司用来购买节目的经费，平均仅有 28.64%用在台湾。

- 1.7 电视新闻是唯一例外，七家 24 小时综合新闻频道占有的收视份额，从 2003 年的 10.25%，倍增至 2015 年的 20.5%。但电视新闻一枝独秀，暴露困境多于告慰国人，仅举三个原因：重复而不是多样投资、损害多于巩固民主，窄化多于拓展国民视野。
- 1.8 阅读报纸的人口比例，从 2004 年的 55%，减少至 2014 年的 37%；网路原生媒体或传统平面媒体进入网路后，固然增聘记者，但报业因广告与读者流失，致使裁员的人数却数倍于此。
- 1.9 新闻多元乃成熟民主政治与公民社会之重要基础，然而台湾媒体经营益趋财团化，传统商业模式面临崩解，加上新兴媒体缺乏稳定商业模式，以致媒体数量虽然繁盛，但电子媒体新闻呈现同质化趋势，网路媒体则新闻品质参差不齐，新闻多样性备受忧虑。
- 1.10 综合上述，本本地自行制播的影音图文内容，质量走向低落而不是改善，国人通过大众文化得到资讯、娱乐与教育的需要，无法得到合理的满足；解严以来，国人的身份认同需要虽然高涨，却无法从日常接触的各种平面、电子或网路原生媒体，得到适当的养分予以灌溉、滋润与培育。
- 1.11 私人资本投资媒体内容不足的问题，无法因为新科技如宽频、4G 乃至 5G 与数位汇流，或是 OTT 而得到舒缓或解决，反之，问题会更为严重。这是因为，媒体内容的新表现形式或者通路，如同是水管愈来愈多，但本国的水源与水的品质，无法因为水管增加，就能改善，反而可能致使厂商引入更多的海外内容，填补数量愈来愈多的水管。因此，台湾经济研究院的调查说：「4G 政策推展必须更关注本土内容的发展」。
- 1.12 公部门对媒体内容的投资，可以分作两个部分。第一种是垂直整合，亦

即投资后，这些媒体内容会有播出的特定管道，主要是行政院对「公共广播电视集团」（包括公视、客家与宏观电视频道、华视，以及 2016 年即将重新由公视协助播出的原住民电视频道）（另见本次倡议书「公视」部分），以及中央社、中央广播电台与五家广播电台，北高两市对广播亦有投资。但以上投资起步晚规模小，并且分散使用，无从发挥规模经济的效果。

1.13 公部门对媒体内容的第二种投资，主要集中在影视，1985 年开始运作、2008 年废置的「广播电视事业发展基金」规模最多两亿，走出舞台前仅存数千万一年。电影辅导金 1990 年开始运作，至 2008 年，平均一年不会多于一亿台币，其后年平均在三至四亿之间。各种电视节目补助，一年约在二亿。「有线广播电视事业发展基金」从 2002 年开始执行以来，一年最多是略超过三亿，且最多有三分之一用在电视内容制播的补助。这类补助与前项（1.12）的差异是，得到补助的对象大多并不确定，因此完成该媒体内容之后，必须另寻播出管道，徒增影视制作人的负荷；是以，除了没有前项垂直整合之利，这项补助更是分散使用，更难发挥规模经济的效果。

建议 1：创建「媒体多元发展基金」

2.1 对于台湾媒体内容的投资，私部门与公部门既然都有投资不足，并且都有分散的缺失，责公共政策除了跟进欧洲、日本与南韩及澳洲的通例，扩大并改进我国的「公共广播电视集团」（另见本次倡议书「公视」部分），同时也要设法，责成私部门与公部门协力，创建「媒体多元发展基金」，并设计其成果的流通机制，扩大这些成果的能见度。「时代力量立法院党团」在今（2016）4 月 6 日提出《媒体垄断防止暨多元维护法草案》，以及执政党研拟的相关法案，都有设置「媒体多元发展基金」的条文，本建议书希望朝野政党贯彻始终，完成法案并使其完善。

- 2.2 「媒体多元发展基金」的规模。本世纪以来，南韩的影音（含电影）产业日趋发达，台湾刚好相反。2014 年，南韩的「广播电视发展基金」是 5367.47 亿韩圜，大约是台币 159.57 亿台币，由于该国人口是台湾的两倍多、名目所得（及物价）比台湾高，假使折合台湾的人口规模及名目所得的水平，约是 57.94 亿。应该注意的是，这个基金从 1981 年就已经开始运作，主要收入来自所有广播与电视广告收入的 6%，日后电视购物频道发达后，其交易利润的 15%也一并纳入。其次，这除了个广电基金，南韩尚有其他影音图文基金（「电影」、「动画」、「文化」，以及「报业」...等等发展基金），该国主要公共服务媒体（KBS）在 2014 年的执照费收入（不受广告影响，也很稳定），另有 6080 亿韩圜，也还没有列入计算。
- 2.3 这就是说，如果我们自我限缩，仅以韩国的广电基金作为现阶段的标准，重新建立「媒体多元发展基金」，那么，其规模一年若有 60 亿台币，并不算多。临渊羡鱼不是办法，结网更为重要。
- 2.4 基金的财源不一定要用「税」，可以要「捐」。税多捐就少，捐多税就少。「税」是政府收入，但流入「大水库」，各个部会的业务都可能用到；「捐」是专款专用，如同台湾一年有 60 多亿烟捐，用于健保相关项目。
- 2.5 无论是税，或是捐，参考世界各国媒体内容的制作经费来源，再考量平面传媒并不使用公共资源（电波），也不需取得特许执照，因此它对「媒体多元基金」的贡献，应该要低于电子传媒。
- 2.6 其次，在 OTT 年代，所有影音图文的传输，仍然不是地虎（有线或电信系统/平台），就是天龙（各种波段的无线电波），但单是天龙地虎（如同水管），并无价值，一定要有影音图文（水）在内流动，才有人们会滑动手机、点击网址，进行收听、收看或阅读。所以，这些天龙地虎若可以

对「媒体多元基金」,有所贡献,等于是以相关制度,配合数位汇流的技术性质。

- 2.7 最后,考量数位「汇流」所致,接触影像、音乐、图片或文字的终端设备,可以从智慧手机到笔记、平板或桌上型电脑与居家电视,政府可以对这些消费电子器材课征税捐,充实基金,毕竟,如同天龙或地虎,本身没有价值,仅在影音图文显现萤幕时,才有开机的必要。
- 2.8 若如前述的说明,将「媒体多元发展基金」的规模,设定为 60 亿,政府可以从现有、已经对传播业者课征的经费,全额提拨。若是采取这个作法,新法仅需将该笔税收,转化为对该基金的捐赠,这个政治决定可能相对容易落实。或者,政府亦可从现有对传播业者的课征,提拨部分给予「媒体多元发展基金」,不足部分才课征新的捐,予以补充。
- 2.9 目前,依法各种电信业者业已按年提交、名目是第一类电信事业「特许费」,另有「电波拍卖费」可以运用。扣除「国家通讯传播委员会」用于监理的所需,前述已经进入国库的经费,一年可能至少还有 173.71 亿。行政院因此会有三种选择。甲案是如前所说,本于汇流一体,直接从取自电信事业已经提交的经费,在其进入政府大水库之后,另拨足额,满足前述基金规模的全部需要;乙案从中提供部分水源,另有部分则用新的捐补足;或者,丙案就是全部重起炉灶,完全用新的捐来满足 60 亿一年的需要。
- 2.10 以下将前述费用的总额及其来源,列如〈表一〉。

表一：台湾「媒体多元发展基金」一年总额及来源试算与说明表

项次	基金来源	亿	说明	
1	广电媒体广告	0~9	2014 年无线与卫星电视广告是 246 亿、广播广告 31 亿，取南韩之半，也就是 3%，可得 7.39 亿。另取购物频道利润 7%（南韩是 15%）并假设其额度是 1.61 亿。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。	
2	平面媒体广告	0~0.127	2014 年报纸广告 79 亿、杂志 48 亿，取 0.1%。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。	
3	数位广告	0~5	2014 年数位广告 161.77 亿，取 3%。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。若脸书、谷歌、雅虎等公司在台广告收尚未列入，应在核实后同样以 3% 提交。	
4	传输平台			
有线传输平台	有线广播电视系统特许费	3.5 ~ 10.5	有线系统缴纳「有线电视基金」现行额度是营业收入 1%，但 1993 立法时是 3%，是在 2002 开始执行时被降为 1%，目前一年约 3.5 亿，恢复 3% 则有 10.5 亿。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。	
	(固网)电信特许费	15.98 (7.99)	<p>四家固网平台电信业服务总体营收在 2014 年是 1598 亿，依法已经提交 1% 作为特许费。</p> <p>(调高固网特许费，由总体营收 1% 增为 1.5%，亦即增加 0.5%。)</p>	
无线传输平台	无线广播电视系统	0	收音机与电视机等内容传输，除规费(或特许费)，所用电波不另竞标，是由「国家通讯传播委员会」以公益信托方式无偿提供。	
	行动	特许费	43.58	四家(无线)行动电信厂商电信业服务总体营收在 2014 年是 2179 亿，依法已提交 2% 作为特许费。
			(10.9)	(调高固网特许费，由总体营收 2% 增为 2.5%，亦即增加 0.5%。)

	电 信	电波 拍卖费	118.65	2013.10.30 的 4G 电波拍卖得 1186.5 亿可用 10 年，未来期满更新至 5G 或延续，电波拍卖所得一年仍以 118.65 亿计算。
6	无线与有线 影音频道		0~3	中华电信 MOD、台湾大哥大、远雄、威秀、爱奇艺、Netflix 及未来可能进入台湾的影音频道订户收入，可以比照有线广播电视系统的 1-3%，可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。
7	科技消费性产品		0~10	2015 年销售额以 1800 亿计算，其中智慧手机到笔记、平板或桌上型电脑与居家电视以 1000 亿计，取 1%。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入。
8	戏院票房		0~3	全台首轮戏院票房 2015 年估作 100 亿，取 3%。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入；亦可另成电影基金。
9	戏院以外的电影		0~1	所有电影频道及在无线或有线系统播放的电影，取 3% 收日。可在本基金运作一段时间后，方纳入本项收入；亦可另成电影基金。
合计			173.07 ~ 219.84 (238.73)	左列最低与最高值均已扣除「国家通讯传播委员会」年度所需监理费 4.39 亿。最低值是指不开征新的税捐，也就是现在已归入政府税收一部份的现有费用；最高值有二，指现在已归入政府税收一部份的现有费用，加上依据本表所假设会开征的新税捐，(括弧内的 238.73 亿指「固网及行动」电信特许费亦加征 0.5% 总体营收。)

建议 2：台湾「媒体多元发展基金」的成果流通机制

3.1「媒体多元发展基金」的经费来源及规模确认之后，除了必须立法，确保该基金的独立、专业与自主运作，必须同时注意基金的使用效率。这里是指，基金所补助完成的影音节目，如果只是「天女散花」的使用，就有可能少留痕迹，未能从积累的过程，培植影音机构，使其发挥「组织」的效能，厚实基金的成果。影音投资少且补助分散，如前所述，正是台湾媒体文化产制的重大缺失之一；「基金」的补助，必须不再重蹈覆辙。

- 3.2 因此，文化部与通传会就宜注意，在制订基金的管理法律与行政办法时，除了其最高权力单位（董事会或管理委员会）要有前述基金来源（包括政府）及媒体工作者与消费者的代表，最重要的一项工作，应该就是要确立作为，使基金所补助之影音节目，能够因为与现有的媒体「组织」产生互利的合作或结合，遂可以「为健全媒体环境多元文化均衡发展、提升新闻与节目制播质量、促进媒体科学技术研究与人才培育、协助推动媒体产业发展」，取得国人皆能认可并称道的成绩。
- 3.3 基金所要合作的这个「组织」，会是哪一家媒体机构？要以基金的多少比重，与其合作？首先，这对台湾是全新的经验，是试行性质，因此应该采取动态的作法，可以在管理办法明订检讨时刻，在施行一段时间后，评估成效并作改进。
- 3.4 其次，优先合作的对象，可能仍以相对专业与公共服务取向的「公共广播电视集团」（Taiwan Broadcasting System, TBS）为佳，TBS 历年得到金钟奖肯定的次数，超过其他所有商业台总和。再者，如果基金能够顺利如〈表 1〉所列，取得 60 亿以上，那么半数或全部基金与 TBS 合作，并无不可，毕竟政府在 1990 年代创建公视时，设定的规模就是 60 亿一年。
- 3.5 基金会应该依据成立宗旨，制订补助办法，并委托 TBS 执行申请案的审核工作；TBS 若需申请基金，应该另循办法为之，同样接受审核以作通过与否的决断。
- 3.6 补助对象应该考量「时间」与「地理」面向。「时间」是指基金除补助现在已经侧身媒体产业工作的人，应该提拨特定比例作为各级（但以高校为主）学校传播科系学生，以及社会传播人才的培训；「地理」面向是指接受补助的人或团体，除了兼顾与反映地理平衡，实可考虑给予经济弱

势地区较多权重。

3.7 接受补助的影音节目或图文内容，财产权仍然归由基金会拥有，并可参酌下列方式，流通作品：

- 。TBS 每年可以优先从基金会补助完成的节目，选择特定比例，在其频道流通若干次，第一次流通后，基金会应该无偿提供该节目供 TBS 以外的媒体使用，优先服务对象是对基金有贡献的〈表 1〉各经费来源者；
- 。基金会在影音节目或图文内容制作完成，并在国内首播后，可自行或委托业者对海外（分区或不分区）销售；
- 。所有影音节目或图文内容制作完成一段期间后，依据基金会所定办法，可以申请以「创意公有」(Creative Commons) 的原则，提供国人及海外人的非商业用途。自由使用。

3. 广电监理政策

问题

- 1.1. 数位汇流改变现有对频道的定义，但没有改变本地内容产制困难的现况：
 - 1.1.1. 随着宽频化及数位化的技术发展，原本壁垒分明的电信、传播及网际网路服务，已逐渐走向「数位汇流」的整合趋势，亦创造出新型态的商业模式，如近年来受到热烈讨论之 OTT (Over-The-Top) 服务。但迄今本地资本尚未推出经济上可支持的线上视听服务。
 - 1.1.2. 至 2016 年 4 月底，我国领有经营许可执照之卫星广播电视事业节目供应者（以下简称频道事业）共有 116 家公司（境内 93 家、境外 31 家，境内、外兼营者 8 家）。但数位压缩技术促使载送的频道数量大增，推估未来频道数量将持续增加，在本地广告资源有限、订户市场饱和的情况下，频道争相竞逐走低，既有监理作业将遭遇挑战。
 - 1.1.3. 网路媒体兴起，OTT 业者与频道事业之竞合白热化，亦对监理机制掀起松严之论战。惟此拉齐管制之说，很可能仅是虚假议题，而实际上转移了本地资本并未挹注资源投注于优质内容的现实。
- 1.2. 有线电视作为重要的视听平台，对本地内容的贡献仍然不足
 - 1.2.1. 现行费率结构下，有线电视毛利率居高。近年来虽配合通传会推动数位化，惟依公开资讯显示，有线电视系统近年来平均税后纯利率仍在 10%—20% 之间。值此同时，系统挹注内容产制资源仍属有限。依坊间资料，系统支付予频道商之金额已自 2002 年时每月每户 240 元下降至 2016 年的每月每户 150 元，此外，依监察院报告 2015 年调查报告显示，隶属于 MSO 的系统商，可以牌价 6 成支付频道授权金，倘使如此，形同于每月每户 90 元，在电视广告收入未成长下，对于本地内容制播而言，形成不利条件。
 - 1.2.2 国人对我国付费电视部门之不满，政治部门并未思及投入本地内容

制播资源有限之现实，而系以「分组付费」包装有线电视费率调降的倡议。至国家通讯传播委员会（下称 NCC）在此意义下进行研拟，并于 2016 年 6 月 8 日将「有线电视分组付费办法」行政计画报请立法院审议。依该行政计画，我国有线电视费率审议变革如次—（一）未来将改以「以机计费」，惟费用如超过现行「以户计费」者，应由消费者与系统议价，原则上并朝边际递减方式订价；（二）取消基本频道价格上限限制，并建议地方政府（A）如经营区内有两家以上系统（不含 MOD、OTT），原则上应尊重业者定价；（B）如业者自行提供分组，原则上尊重业者定价，如未提供分组，应逐年向下定价。此外，业者如可满足「集中排频」或「商城化」条件，将取消购物频道数量限制。

1.2.3 诚如 NCC 资料所示，当前新进业者及 MOD 均已提供套餐收视或单频单卖，惟多年来本地阅听众偏好基本频道组收视，而在加购收视方面，更呈现频道套餐高于按次计费，至单频单买者极少的分布样态。乃至各竞争平台困于频道取得困难，已然将可观资源挹注于境外内容之购买。从此可知，导入分组付费，对于促进本地内容发展可能帮助有限。值此同时，NCC 虽于行政计画中明示，「对于维持与既有成批收视费用相同之业者，建请地方政府以前一年度核准之费率为基准，着实向下核准收视费用」，但不仅实务上恐将出现管制规避情形，同时必须提醒的是，NCC 并未同时思考一新进业者所提供的促销策略是否在经济上不足以支持本地内容的稳定制播、分组付费下阅听众所接受服务之品质（Quality of Services），爰未就必载、有线电视促进本地内容之义务等议题一并进行讨论，而仅系循「以费率审议促进数位化进程」的模式将有线电视分组付费管理权责再次推向地方。影响所及，无法改善当前管辖分立而使业者跨区经营服从成本提高（compliance cost）的现况，也可能重蹈美国地方政府向有线电视寻租的前例，且由于未更广泛地就国人收视权益的角度思考费率及服务品质的意涵，因而仍不免予人「为分组而分组」的观感，殊为遗憾。

1.3. 本国节目自制比过低

- 1.3.1. 自 2015 年 12 月广电三法修正以来，我国广电部门本国节目自制比率要求虽明订于广播电视法第 19 条、有线广播电视法第 11 条、卫星广播电视法第 8 条，惟主管机关似未细致化执行，亦未与我国补贴措施相互连动。
- 1.3.2. 当前境外内容占比极高，形同我国反向补贴他国影音制作。
- 1.3.3. 欧盟于草案中拟针对随选影片库设置本地内容比率，并基于不对称管制原则，预计向境外随选视听服务征税以挹注本地内容产制，值得效法。
- 1.3.4. 目前国内对于节目重播并无特殊规定。然而，根据统计，我国无线四台每日重播时数高达 7-8 小时，综合与戏剧频道重播时数每日高达 12 小时。为促进节目品质、维护观众收视权益，建议政府对重播时数是否需进行管制，进行相关公众意见咨询。

1.4 现行法规及分类制度无法有效与频道事业之运作及管制相对应

- 1.4.1. 我国广电三法对频道之规范：
- 1.4.2. 有线广播电视法（下称有广法）：
 - 1.4.2.1. 第 2 条第 4 款，「频道供应事业：指以节目及广告为内容，将之以一定频道名称授权系统经营者播送之供应事业。」
 - 1.4.2.2. 第 2 条第 6 款，「基本频道：指订户定期缴交基本费用，始可收视、听之频道。」
 - 1.4.2.3. 其余则规范有线电视业者对于播送频道内容之基本原则，并对经营有线广播电视服务者与系统经营者为不同程度之规范，但基本上有广法对于频道采高度管制。
- 1.4.3. 卫星广播电视法（下称卫广法）对频道虽有所规范，但并无对频道或频道业者一词有明确定义。
 - 1.4.3.1. 实务运作上，NCC 系依照卫广法第 6 条之授权，订定「卫星广播电视事业及境外卫星广播电视事业营运计画申设作业要点」（下称「卫广业者申设要点」）、「卫星广播电视事业及境外卫

星广播电视事业营运计画换照作业要点」(下称「卫广业者换照要点」)及「卫星广播电视事业及境外卫星广播电视事业营运计画评鉴作业要点」(下称「卫广业者评鉴要点」),并依据上揭作业要点受理频道事业之申设、换照及评鉴作业。

1.4.3.2. NCC 另依照卫广法第 13 条规定订有「国家通讯传播委员会处理卫星广播电视节目供应者申请变更营运计画作业要点」(下称「卫广业者变更营运计画要点」)及「国家通讯传播委员会处理卫星广播电视事业申请变更公司名称、频道名称或识别标识作业要点」,受理频道事业执照登记事项变更、频道事业营运计画变更、办理频道展期开播、暂停或终止经营等一般营运事项。

1.4.3.3. 此外, NCC 尚将频道节目属性区分为十类:新闻、儿少、戏剧、电影、教育文化、财经股市、体育、宗教、综合及限制级锁码。

1.4.3.4. 依 NCC 前揭行政计画所示,因应有线电视数位化及分组付费,未来「有线电视频道规划与管理原则」内相关频道之规划与管理,恐不适用,爰宜配合检讨调整。

1.4.4. 然:

1.4.4.1. OTT 部分: OTT 如提供频道服务,未来终究要纳入法规视情况进行适切的管理,则将类似服务纳入管理的时机与条件为何?

1.4.4.2. MOD 部分:如 NCC 所示言,MOD 与有线电视系统虽非完全替代服务,但当前 MOD 订户既且可观,比照有线电视系统业者提拨有广基金的时机与条件为何?

1.4.4.3. 有线电视部分:

1.4.4.3.1 现行有线电视频道代理与系统业者之间之垂直整合,应该予以打破。有线电视平台维持中立,禁止滥用市场地位及不公平竞争行为。频道业者应有公平上下架之机会。

1.4.4.3.2 考量文化财特殊性,恐使价格机制无法正常运作,针对系统业者与频道事业供应事业之上下游关系等影响内外部多元的情形,除诉诸竞争法,是否应透过其他何种结构管制手段因应?

1.4.4.4. 营运监理部分：

1.4.4.4.1 频道规划及节目规划

有广法第 11 条、卫广法第 7 条将频道规划纳入营运监理、广电法第 10 条、卫广法第 8 条将节目规划纳入营运监理，并采取事前审查制度，尚系基于广电部门之于社会之影响力。

1.4.4.4.1.1

为尊重编辑权，对于广电系统，是否宜改以国家就广电系统之必载服务及传输比率等事项订定服务品质要求（*requirement of quality of services*），使渠仍保有相当之自主空间？对于必载及传输比率等事项，应如何订定？

1.4.4.4.1.2

为尊重编辑权，对于广电频道服务，除合理要求其本国节目制播义务，其余是否改以「资讯行政」方式进行营运监理？

1.4.4.4.2. 如何健全申设、评鉴、换照机制？其审查要件为何？又如何使专业工作者及社会外部力量之意见得以充分反映？

建议

2.1. 针对本国节目自制比例偏低

2.1.1 法律应明确规范频道业者之本国自制节目占总播出时段之比例下限以外，应可进一步规范主要收视时段之本国自制节目比例、本国自制节目之类型、以及对于节目重播之限制。对于业者积极规划并产制本国自制节目者，作为执照核发及换发之鼓励事项。

2.1.2 发展有利于本地内容之条件，包括但不限于设计提高本国自制节目之诱因，由文化部、影视基金等为政策性之捐助或补贴。

2.2. 有线电视频道分组付费应属可行政策，但付费费率机制应由主管机关核准，其审查机制应公开审议。

2.3. 无线电视平台公共化，既有五家业者拥有共二十个频道，但制作资源及能量不足，应可释出频道，或与其他频道业者合作产制本土优良影视内

容，提供具公共性质的节目。公共电视或是无线电视业者应负责制作及播送国会频道，增强无线电视平台及节目之公共性，并可在有线电视平台免费上架，作为有线电视应提供之基本频道。

- 2.4. 将公共广播电视及族群广电之频道列为有线电视必载频道。
- 2.5. 有线电视频道分区定频，同性质频道宜分区安排，避免部分频道被边缘化，失去竞争及公平触达机会。
- 2.6. 有线电视频道代理与系统业者之间之垂直整合，应该予以打破。有线电视平台维持中立，禁止滥用市场地位及不公平竞争行为。频道业者应有公平上下架之机会。
- 2.7. 频道换照之要件明确化。
- 2.8. 面对网路与各类汇流媒体的冲击，电视产业与政府机构更应了解民意、尊重民众对收视品质之需求。建议政府针对我国境内与境外频道表现进行频道健检，了解民众对国内节目表现之看法与建议。具体而言，可透过社群媒体或政府部门网页，让民众发表对我国电视节目之建议。
- 2.9 建立广电媒体产业资料库及特殊会计格式，使其营运透明。

4. 媒体劳动政策

问题：媒体劳动条件恶化与集体组织乏力

1.1. 劳动条件恶化

1.1.1 薪资下降与工作机会减少：根据劳动部的薪资调查资料显示，从 2003 年到 2013 年的十二年之间，新闻记者月薪大约下降幅度超过一成（-12.9%）；与「专业人员平均薪资」相较，2003 年新闻记者月薪只比专业人员低约 2%（1.9%），但从 2004 到 2013 年的十年之间，大约都比专业人员低了 1/4 左右（最大落差是 2005 年的 26.6%）。而受到许多媒体裁员或缩编的影响，记者工作机会也大幅减少，从 2003 年到 2013 年之间，受雇人数减少约两成（-19.4%）。从这些整体调查数据显示，媒体工作者的收入与工作机会都在持续下降中，工作条件恶化的趋势非常明显。

1.1.2 工作压力上升：最近一次记者集体组织的调查显示(媒体工作者劳动权益小组，2014 年 10 月)，则显示记者超时工作、工作项目繁杂、薪资停滞，在不良的劳动条件下工作，造成身心疾病不佳，以至于不利于其维持新闻产出质。根据该调查结果，记者每周平均工时达到 53.73 小时，比各行业的平均值 45.2 小时高出近 9 小时、也就是每星期工作六天、比一般劳工多了一整天的工作时间。因此，超过五成的受访记者感觉身心疲惫，而前三大压力源分别是：下班后接到主管电话、长官频繁对报导下指导棋、被要求发即时新闻等。

1.1.3 产业结构失衡导致业者降低必要人事成本：社团法人媒体改造学社 2015 年针对台北市 11 家设有工会的媒体进行调查，访问 25 位工会干部、15 位新闻从业者的焦点访谈。归纳发现，资方多以媒体市场竞争激烈、广告收入下降导致经营困难为由，压低新闻工作条件。因此媒体工作者普遍面临工作超时超量、薪资结构不佳、加班费遭苛扣，

或休假权益遭到剥夺等情况；资方甚或采取资遣、调动职位等方式逼退工会干部，导致新闻职场亦发艰困。对于资浅人员而言，则面临普遍低薪、及即时新闻工作压力等问题，形成新世代感受相对剥夺感，对未来感到灰心。

- 1.1.4 劳动条件低落，导致媒体品质下降：在恶化的工作条件与升高的工作压力下，媒体组织内的记者除了面对职业伤害、甚至职灾的风险增加之外，更严重的冲击就是媒体内容产出的低落。根据最近多项针对网路即时新闻所造成的新闻工作变化相关研究都显示，记者在工作繁重、时间压力愈来愈大的环境中，愈来愈难进行必要的新闻查证工作，更遑论能有余力进行重要的调查报导。另一方面，组织外的独立记者或自由撰稿者（个人新闻工作者），虽然普遍拥有较高的专业自主性，但必须面对弹性化劳动环境的风险，包括收入不稳定甚或普遍低薪、工作机会分配不均、以及缺乏福利与保险等问题。

1.2. 集体组织乏力

- 1.2.1.新闻工作者欠缺集体意识：根据媒改社 2015 年的媒体工会调查访谈，媒体工会运动是能有效改善劳动条件的管道，但新闻工作者集体运动却面临种种限制，当中特别是记者、新闻编辑、低阶主管等白领工作者，参与集体组织运动的意愿普遍低落。
- 1.2.2.资方打压工会运动：媒体工会组织过程中，干部遭受不当之工作调度、办公室主管压力、离间同事等打压手法；亦有工会依法聘雇行政人员，却被挡在公司门外，或者不承认工会干部于工会办公之工时等情事，在在凸显资方无所不用其极阻挠工会运动。
- 1.2.3.缺乏有效的劳资谈判管道：劳资协商是保障劳工权益的合理手段，然而综观目前成立的媒体工会，除了少数媒体工会外，多缺乏有效的谈判或沟通管道。
- 1.2.4. 工会缺乏抗争能力：面对资方不愿进行友善的沟通协商，工会往往必须透过策略性的抗争迫使资方妥协，诸如罢工等情事常在其他职业

领域的工会中运用，过去有中时工会、近几年也壹电视工会，都尝试透过罢工排逼迫资方，然而却都未果，凸显媒体工会抗争能力缺乏。

- 1.2.5. 工会运动缺乏持续性的串联和知识传承：新闻媒体工会缺乏资料 and 知识上的传承，再加上过去大传联的解散，以至于不同媒体工会能以互通有无、互相奥援，这也减弱了媒体工会的发展动能。

建议：工作权与专业自主入法，协助集体组织与专业成长

媒体是民主制度的重要一环，新闻工作者作为第四权，扮演监督政府施政与企业组织表现的角色，因此维系其优质的劳动环境与工作条件，不仅具有保障劳工权益之普遍意义，更是促进社会发展之重要关键。因为，我们认为，新闻工作者之劳动权保障，才是专业自主之根本。在政策上面的具体主张，有如下几项原则：

- 2.1. 落实劳动法规以改善媒体劳动条件：要改善最基本的媒体劳动环境，其实不复杂：第一步就是落实已经有的具文法规，在执行层面上要求业者遵守。例如 2015 年中央与地方政府进行对新闻媒体劳动检查，结果大多数业者违反工作时间相关规定而受罚。这波劳检一方面凸显了新闻工作环境的困境，另一方面也开启新闻界对于工时等劳动条件的讨论与重视。
- 2.2. 加强对劳工集体组织的保障与协助：工会等集体组织在劳方争取基本工作权益上，扮演了关键角色。当前媒体工会的困境，并不单纯是「媒体」的问题，而是台湾工会运动的普遍困境。国家需要摆脱「资本家代办人」的新自由主义作法，以劳资双方共同利益调和者与全民利益守护者，执行相关工会法规中对于工会干部与组织运作的保护规定，积极协助媒体工会进行必要的劳资协商。对于组织外的个人新闻工作者，则可透过职业工会或产业工会的主管机关进行必要辅导，协助成立集体组织，让个

人新闻工作者可透过集体组织进行教育训练、工作媒合、以及定型化契约制订等必要的劳动条件改善作法。

- 2.3. 媒体换照评鉴增列劳动条件相关项目：在媒体相关法规上，我们认为，应该在媒体换照与评鉴时，将媒体内部劳动条件列为重要项目，例如要求频道事业在换照时必须检具劳动安全检查纪录、劳资争议记录、新闻部自主公约、教育训练计画等相关文件；未来主管机关依法订定评鉴标准时，也应该纳入保障劳动权与专业自主等相关原则；媒体所有权转移时，将员工意见纳入相关程序规范中，并建立与可能之新资方与员工之正式沟通管道。
- 2.4. 媒体法规增列新闻自主公约等专业保障：除了一般劳动条件之外，内部新闻自由一向是最受新闻界重视的劳动自主专业项目。因此，我们建议按照 1990 年代自立晚报事件与 2012 年苹果日报并购案时，所建立的「编辑室公约」传统，在媒体法规中强制一定规模以上之业者，必须与新闻部员工订立新闻自主公约，效力视同劳资团体协约，并在董事会中设立一定比例之员工董事，以产业民主制度落实新闻自主。
- 2.5. 设置媒体多元发展基金协助新闻专业发展：国家补助设立不受政府直接控制、且引入公共问责制度之基金，协助新闻业透过教育、训练、研究等，实现新闻工作者的专业成长，并以补助或奖励投资方式，直接挹注具有非营利性质之公共与专业的独立媒体或个人新闻工作者，或以鼓励公众筹资或流通平台等多元作法，间接促成媒体专业的成长。
- 2.6. 保护媒体内部吹哨者：「吹哨者」指基于公益而揭发组织弊端的内部人员，由于吹哨者面临组织内有形无形之各种压力，故欧美多国近年来制定吹哨者保护相关法规，以提供组织内部人员举发不法或不当事件的管道、并给予必要之保护与补偿措施。在台湾，法务部廉政署亦于 2015 年拟定适用于公部门的《揭弊者保护法》草案。有鉴于媒体内部新闻自由是

否获得足够保障、或内容是否因置入性行销等商业压力而致偏颇或扭曲等问题，外界往往不易得知；因此，本社支持保护吹哨者之相关立法措施、并适用于媒体，将之结合政府媒体监理与劳动权益维护等机制，进一步强化媒体治理。

订 阅

零售：每期新台币 500 元

个人订阅：国内一年两期 1000 元

海外一年两期 1500 元(或 50 美元)

机构订阅：国内一年两期 2000 元

海外一年两期 3000 元(或 100 美元)

以上均含挂号邮资

邮政划拨户名 社团法人媒体改造学社

邮政划拨帐号 50313103