

# 傳播文化與政治

ISSN 2411-4006  
第6期 2017年12月

## 一般論文

- 重探一九七〇年代臺灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境
- 論電視業的生產性與非生產性，及台灣影視業的不發展狀態
- 停滯的媒體運動複合體：2014年職棒轉播權爭議中運動與電視產業的困境

## 研究誌要

- 轉「在地口味」為「市場訴求」：  
「綜藝大電影」是中國電影界的奇觀，以《奔跑吧兄弟》為例

## 歷史與現場

- 納粹年代、聯合國教科文組織、批判理論與工會

## 兩岸交流

- 由搖滾飛地到異質空間：台北、北京的傳奇Live House

## 書目蒐集

- 「民歌與流行音樂」相關學位與期刊論文彙編（1991-2017）

# 傳播文化與政治

2015年6月创刊

半年刊, 6、12月出刊

出版: 2017年12月 第六期

## 主办机构

媒体改造学社

## 编辑顾问

卜卫	中国社会科学院
井迎瑞	台南艺术大学
王春泉	西北大学
王嵩音	中正大学
王毓莉	文化大学
史安斌	清华大学(北京)
吴予敏	深圳大学
吕新雨	华东师范大学
李金铨	香港城市大学
林元辉	政治大学
林东泰	台湾师范大学
林静伶	辅仁大学
邱林川	香港中文大学
胡光夏	世新大学
胡泳	北京大学
倪炎元	铭传大学
展江	北京外国语大学
翁秀琪	世新大学
张志安	中山大学(广州)
张裕亮	南华大学
张锦华	台湾大学
张国良	交通大学(上海)
郭良文	交通大学(新竹)
陈卫星	中国传媒大学
单波	武汉大学
曹晋	复旦大学
刘海龙	人民大学
黄煜	香港浸会大学
赵月枝	Simon Fraser University (Canada)
萧苹	中山大学(高雄)

## 编辑委员会

主编	林丽云	台湾大学
编辑委员	林富美	世新大学
	陈光兴	交通大学
	冯建三	政治大学(执行编辑)
	罗世宏	中正大学
助理编辑	刘忠博	华南理工大学

## 出版

发行人 媒体改造学社

地址 台北市中山北路二段102号  
3楼之3

电话 (02)25221499

传真 (02)25224970

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

本刊网址: <http://ccp.twmedia.org/>

ISSN: 2411-4006

封面提字 黄匀祺

封面设计 冯议彻

## 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

邮政划拨账号 50313103

本刊采用创意公有授权条款, 如下





# 目 次

编辑室报告：整合两种文化 一新经济耳目...../i

## 一般论文

重探一九七〇年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境...杨祖珺/1

论电视业的生产性与非生产性，及台湾影视业的不发展状态....张时健/87

停滞的媒体运动复合体：

2014年职棒转播权争议中运动与电视产业的困境.....刘昌德/127

## 研究志要

转「在地口味」为「市场要求」：

「综艺大电影」是中国电影界的奇观，以《奔跑吧兄弟》为例...庄楚君/163

## 历史与现场

纳粹年代、联合国教科文组织、批判理论与工会

史雷塞与普罗尼克联合访谈贝克(Jörg Becker)教授.....冯建三译/193

## 两岸交流

由摇滚飞地到异质空间：台北、北京的传奇 Live House.....简妙如/225

## 书目搜集

民歌与流行音乐书目搜集.....黄禹樵/237

· 傳播 文化 與政治 · 第六期  
2017 年 12 月

## 稿約

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

## 编辑室报告： 整合两种文化 一新经济耳目

北大西洋两岸的传播学术社群，基于各自社会的不同历史与情境，也就在日后逐渐形成的传播研究领域，各有特征 (Lazarsfeld, 1941; Merton, 1949)。不过，既然两岸学人也有共同的课题必须面对，那么，彼此就相关议题的交流，也就可以说事有必然，特别是英美这两个语言相通的国家。

科斯 (Ronald Coase) 在 1950 年代从英国前往美国发展，很可能是因为对 BBC 的知悉与分析，让他成为美国经济学界中，对于广电制度有较早与较多论述的一位 (冯建三, 2007)。最近，钻研美国传播政策、传媒多样性与阅听人的拿波里 (Napoli, 2017, p.33)，提供证词，为英国传媒学术与传媒改革社团助阵，表明梅铎 (Rupert Murdoch) 这个类型的人，属于「具有意识形态色彩的传媒事业主，他们如今购并的经济诱因，低于政治诱因」。再者，很值得一提的是，两位姓氏一字母之差的学者，联合撰述了长篇倡议文《制订当代传媒与传播政策的必要原则》(Picard & Pickard, 2017)。两人都出身美国，Pickard 是后起之秀，经常以论述结合社会运动，授课宾州大学之外，他也深度参与美国重要的改革社团「自由传媒学社」(Free Press)；Picard 在 1989 年以实证取向出版第一本英文《媒介经济学》之后，周游多国，近年主要落脚英伦，他与 Pickard 合作，或许是其早先著作精神的复苏？对于民主的式微，他曾经提出「民主社会主义者的公共政策响应」(Picard, 1985)。

本刊是「媒体改造学社」主办的刊物，自始重视政策意识的提倡、很关注相应能力的培育，也希望多能结合不同社团与力量，共同为足以服务社会与人群的传播与文化政策，尽心尽力。一年半前，本刊曾经在第三期推出〈2016 年文化与媒体政策倡议书〉。明年初春，刘俊裕 (2018) 即将出版专著《再东方化：文化政策与文化治理的东亚取径》。该书议论恢弘，包括对睽违十多年的「全国文化会议」重新在 2017 年再次办理的经验，提出了铺

陈与检讨；本刊藉此再次表明，若能「整合两种文化」，或许更能「一新经济耳目」。

但是，老问题，什么是「文化」？化繁为简，引入「机械」后，也许可以豁然开朗，将文化分做两种。

一种无须机械中介，不妨径自称为「不待机械中介的文化」，或说「现场文化」。文字与印刷术、照相机、留声机、摄影机发明以前，所有歌舞、戏曲、祭祀、仪式、画作、雕作、遗址...及口语传说等等影音图文（及其作者），必须各人亲身前往现场参与、观赏或聆听。这个时候，文化生产者或其作品与接收者（或称使用者、消费者、观众、听众、读者、受众，或者，粉丝，以下统称「阅听人」）必然同时在相同的现场。

再来就是「机械中介的文化」。工业革命后，先前生产与使用空间及时间已经分离的（阅读）文化，规模更见扩大。然后就是静态摄影、动态摄影（无声电影）、声音广播、有声电影、电视相继出现，接着，（平版）计算机、互联网及其服务（谷歌、脸书...）与手机，无一不在扩张机械中介的文化之范畴，无远弗届，日常生活浸淫其间；在（后）工业化社会，手机占用人们的时间，不知凡几。

当然，虽说二分，个中难免存在灰色地带。如数万人在现场观赏体育赛事、演唱会，或参与群众事件，常有各种音响器材或个人器具（比如望远镜）的配合使用。更有趣的例子是「联合国教科文组织」今年正在评估，是否要将古巴的工厂说书人及其现象，列为「非物质文化遗产」。原来，早在 1865 年，古巴在政治改革过程，引入了说书人，让卷烟人在工作时得到调剂，同时也能吸收知识。目前，尽管古巴烟草业已经大幅萎缩，仍有约 200 人从事这个工作。每日早晨八点半，说书人开始朗诵或解说，一次 30 分钟（，然后休息、再开始，反复整日，）现场有 150 位卷烟人一边工作，一边似有若无地听取；在工厂其他地方，另有 250 位烟品包装及分级人，则得通过工厂内的播音系统，才能收听（“Reading to Cuban cigar workers: Havana lector”, 2017, October 14）。

斯诺（C.P. Snow）在著名的《两种文化》讲演，曾说「文学知识分子」与「科学家」分处两种文化。他对「一分为二」并不满意而「想（改）善，

但...决定不这样做... (因为) 过份精细的分类, 将无助于体现其真实价值。」  
(陈克艰、秦小虎译, 2003, 页 4) 因此, 这里依样画葫芦, 至少是藉此自圆其说, 主张以机械中介与否, 将文化分做两种。这个区分法, 至少会有五个「真实价值」。

首先, 依此划分, 易于了解, 彼此可以穷尽与互斥, 又符合最佳分类的原则; 并且, 它不涉及研究者或政策制订者的偏好, 不会因人而异。

其次, 是否通过机械中介, 就会让两类文化涉及的阅听人数量, 产生变化。机械中介的文化, 阅听人众; 不经机械中介, 阅听人寡。量变通质变, 两种文化的性质, 于是必见差异。若以商品经济角度视之, 就是两类文化能够商品化、市场化、产业化、标准化的程度, 会有差别; 至于商品化又有哪些类型, 以及商品化是否为两种文化的最佳出路, 是另一个议题。有了阅听人质量的差别, 相应的经济逻辑, 以及政治对策就会、或就得不同。事实上, 依据这个机械中介与否的判准, 最知名也较早从事的人, 正就是 1946 年出版《启蒙的辩证》一书之霍克海默 (Max Horkheimer) 与阿多诺 (Theodor Adorno); 该书列有专章论述的〈文化工业: 作为大众欺骗的启蒙〉, 主要就在指涉书报杂志、电影、收音机, 以及业已起步但还不发达的电视。其后, 法国人米耶 (Bernard Miegé) 固然对于法兰克福学派的「文化工业」观有所景从, 却很正确地予以补充, 佐以进一步的区分, 由单一的 culture industry, 爬网了运作逻辑不同的 culture industries, 也是根据机械中介与否对文化作了区分。其后, 将米耶的论说引进英语世界的冈恩 (Nicholas Garnham) 则另以公共政策的角度, 以英国为对象, 主张左派人士对于文化政策的建构, 仍可善用而不是完全排斥市场机制, 虽然不能全然听命市场, 因为这会致使人们疲于奔命。后起之秀, 何孟哈夫 (David Hesmondhalph) 同样沿用了这个分野。

再者, 「文化 (创意) 产业」与《保护和促进文化表达多样性公约》(以下简称《公约》) 这两个术语 / 名词, 历经一、二十年的演化, 业已在许多国家产生普遍的要求。「公约」已由 150 余个国家赞同、加入、验收或批准,

理应当具有法律案会有的规约或示范作用。<sup>1</sup>「产业」固然是许多国家的重要政策或修辞，但青睐之政府，远远不及 150 之数。其中，台湾是特殊例子，值得一提。台湾不是《公约》签署国，因受国际政治所限，却在 2010 年，制订并推行了《文化创意产业发展法》。台湾就此立法，且以文创之名行世，不知是否全球第一？确定的是，《公约》之受孕与成长，「受惠」于「产业」当中有关影视传媒（「机械」中介的）文化的争议在先（传播、文化与政治编委会，2015），艺文...等等非机械中介的文化形式，后续才成为《公约》的入幕之宾。

第四，在经贸扩增、交通与传播技术日新月异、世界走向息息相关的国际体制，依旧存在政经与文化支配的现象；同时，若要区辨文化产品或劳务跨国交换、流通或贸易的难易程度，「机械中介」照样可以作为依据。一是高度可以跨国流通的文化内容，无不是需要机械的中介。依照现有科技水平，在没有人政经或文化因素而予以限制时，这类文化很轻易可以跨国交换、流通或贸易。具体言之，影音图文等内容一旦（数字）电子化，从天南传至地北，由东土奔赴西域，转瞬间即已完成。二是不能经由机械中介的文化，必然属于低度跨国的文化：涉及人员（如观光客、留学生、教师、工商或政治考察...）的流通与接触后所产生的文化经验，无论是前往传统的博物馆、美术馆、艺廊、文化遗产或古迹，或是亲至近数十年兴起的商业主题公园。亲身的接触经验无可替代，实质的走访与观摩体验，不能数字传输。

第五，若从法律角度考察，引发争议或说新闻报导较多的是机械中介的文化形式。比如，好莱坞指控某国、某厂商或某人「盗用」其成品，致有重大损失云云。这类指控可能也会涉及表演艺术...等等现场表演形式，但少了很多。这就是说，机械中介的文化，由于容易复制与流通，特别是在数字化而通过互联网传输之后，复制、传输与使用顷刻同时完成，等于是提供庞大的经济诱因，鼓动他人从仿制或拷贝中牟利。文化经济学宿耆陶斯（Ruth Towse）等人在 2000 年 9 月，亦即数位影音分享先驱 Napster 启动（1999 年 6 月）后一年多，即已组织研讨会，并出版专书《著作权在文化工业》，原因

---

<sup>1</sup>查詢下列網址所得

<http://www.unesco.org/eri/la/convention.asp?KO=31038&language=E&order=alpha>

在此；陶斯说，「数字化的技术变化长足地影响了文化部门的市场...对于文化工业与消费者的意义重大。」(Towse, 2002, p.xiv)

虽有以上的说明，但两种文化经常联合。一是机械中介的文化，倒过来促进「现场文化」。比如，特定影音内容若能备受欢迎，人们经常前往现场，亲身体验该场域的文化。如【悲情城市】之于九份、【海角七号】之于恒春，「影音作品所带动的观光旅游」(film-induced tourism) 这个(不一定不可疑的)说法(Beeton, 2005；黄淑铃, 2016)，缘此而来。好莱坞大厂在东京、香港、上海、洛杉矶、佛罗里达、巴黎...等地，授权设置了相应的主题公园，规模很大。二是现场文化通过传媒，成为机械中介文化的一部份；以前的说书讲故事，或是街谈巷议，今日就是新闻或时事评论，搬上屏幕，不成问题。伯格(John Berger)完成于半世纪前的《看的方法》已是经典小书，也让读者恍然大悟，原来当代广告这个流行文化的重要创作泉源之一，正是西洋古典画作！既有这个性质，传媒机构提供资源，自己内制原先属于现场文化的活动，然后通过机械中介而对外传输，在所多有，直至1990年代初期，台湾最早的三家无线电视台都有专属乐团，BBC的表演艺术团队之年度预算，至今仍在2千多万英镑之谱(Myerscough, 2012)。BBC去(2016)年的电视收入25亿英镑，英国其他电视公司从广告或商业订户的收入，总计将近95亿，几乎是BBC的四倍；但是，BBC提供英国人收看电视新闻的76%时间、网络新闻的56%，英国人看电视约有70%是在客厅而其中35-40%是在看BBC(内制为主)的电视剧、新闻与综艺节目...等等(Ofcom, 2017a, 2017b)。看来，BBC整合现场与机械中介文化的绩效与贡献，颇有可观；有人推估，仅以电视(BBC另有庞大收音机)部门为例，英国政府若改变BBC的财政，由英国人志愿捐赠或容许BBC取广告，因此也就不再强制家家户户提交执照费支持BBC，那么，英国电视的「内容投资」将减少5-25%([首播内容]降25-50%，严重影响创作部门)(Barwise & Picard, 2014)。

BBC这类公共服务媒体在欧洲、日本、南韩、澳洲与加拿大...等国，仍然是整合现场文化，以及机械中介文化的重要机构。刘教授前引书的探索宗旨，则要另辟「文化经济」的蹊径，他似乎赞同，或说希望澳洲学者的看法成真：「创意产业...带动...整体经济的成长...是...『创新体系』的必要元素...

透过新文化观念、技术与经济的协调整合...创造整体经济进化、变革的创新体系」；这是已经「浮现的『文化经济模式』」。未来，「残余的」补助模式还会存在，但是，若要与当前依然占有「主导」地位的「文化经济」模式、也就是仅将文化当作一般商品的模式一决雌雄，那么候选人必然是「创意产业」。停笔移墨，本书戛然而止，尚未进一步表述，也就无法申论 BBC 这个性质、集合影音图文于一身且有相当规模，并能善用技术的公共服务媒体，会与创意产业产生哪些连结与关系。

创意产业的提倡，出自「文化研究者」，不是经济学者，这有意义吗？可以探讨。将霍尔（Stuart Hall）式文化研究引入美国的格拉思堡（Lawrence Grossberg）说：「一旦你了解『经济』无法脱离脉络而抽象存在；如果你体认言说对于经济关系的构成有其重要性；假使你体认各经济体的复杂性质与多重性质，又如果你体认到，经济可以当作是一种脉络化的言说现象而存在，那么，你会怎么阅读与搞、研究（do）经济？」解构「经济」与「文化经济」及其关系，这是重要的事情；与此同时，另求「一新经济耳目」的建构，也很重要。这是一体两面之事，值得文化研究者继续投入心力；刘教授的书与本刊联合邀请读者进入，共同努力（Cho, 2008）。

《传播、文化与政治》编辑委员会  
2017 年 12 月 3 日

## 参考书目

- 陈克艰、秦小虎译（2003）。《两种文化》。上海：上海科学技术出版社。（原书 Snow, C.P. (1993). *Two cultures and the scientific revolution*. New York, NY: Cambridge University Press.
- 冯建三（2007）。〈科斯的传媒论述：与激进的反政府论对话〉，《台湾社会研究季刊》，68: 361-392。
- 黄淑铃（2016）。〈地点置入 地方政府影视观光政策的分析〉，《新闻学研究》，126: 1-46。

- 传播、文化与政治编委会 (2015)。〈Unesco 与 WTO, 文化与经济〉,《传播、文化与政治》, 2: 161-178。
- 刘俊裕 (2018)。《再东方化：文化政策与文化治理的东亚取径》。台北：远流。
- Reading to Cuban cigar workers: Havana lector.(2017, October 14). *Economist*, 34, 36
- Beeton, Sue (2005) *Film-induced tourism*. Toronto, Canada: Channel View Publications.
- Barwise, P., & Picard, R. G. (2014). *What if there were no BBC television? The net impact on UK viewers*. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Cho, Y.(2008). We know where we're going, but we don't know where we are: An Interview with Lawrence Grossberg. *Journal of Communication Inquiry*, 32(2),102-122.
- 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.
- Myerscough,J.(2012). *BBC Performing Groups Report*. Retrieve from [http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbcperforminggroups\\_johnmyerscough.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbcperforminggroups_johnmyerscough.pdf)
- Napoli, P.(2017). Statement to the Competition and Market Authority re: 21st Century Fox-Sky Merger Inquiry. In Media Reform Coalition . *21st Century Fox/Sky merger Inquiry: response to 8th November submission to the Competition and Markets Authority by 21st Century Fox, Inc* (pp.3-35). Retrieve from <http://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2017/11/MRC-submission-30-Nov-consolidated.pdf>
- Ofcom (2017a).*News consumption in the UK: 2016, August*. London, UK: Ofcom.
- Ofcom (2017b).*Communications Market Report (United Kingdom), August*. London, UK: Ofcom.
- Picard, R.G.(2015).*The press and the decline of democracy: The democratic socialist response in public policy*. Westport, CT: Greenwood Press
- Picard, R. G., & Pickard, V. (2017). Essential principles for contemporary media and communications policymaking. Oxford, UK:The Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Towse, R.(Ed.).(2002). *Copyright in the cultural industries*. Northampton, MA: Edward Elgar.

· 傳播 文化 與政治 · 第五期  
2017 年 6 月 頁 i-vii

# 重探一九七〇年代 台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境

杨祖珺\*

## 本文引用格式

杨祖珺 (2017) 。〈重探一九七〇年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境〉，《传播、文化与政治》，6: 1-85。

---

投稿日期：2017 年 3 月 20 日；通过日期：2017 年 5 月 26 日。

\* 作者杨祖珺为中国文化大学大众传播学系副教授，e-mail: tc@faculty.pccu.edu.tw。

## 《摘要》

笔者 18 岁时，开始在台北西餐厅自弹自唱英文歌曲，有职业歌手的经验。到 21 岁、大学四年级之后，因社会意识觉醒而在 40 多年前投身台湾「唱自己的歌」文化运动。本文依据这些体验，撷取历史文献、口述历史以及圈内人知识，重探 1970 年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境；分析的起点是 2015 至 2016 年间的「『民歌 40』巨蛋双胞胎」现象。

本文提出三项问题意识，与五位音乐文化工作者 / 评论人对前述现象及 1970 年代歌谣文化运动的论述，展开对话；他们的共同身份是知名于 1990 年代，或许对于 40 多年前的历史样貌，体会并不完整。

作者认为，若要重探「唱自己的歌」文化运动在当时所处的社会情境，至少必须兼顾三大面向：一是「在国际共犯结构中生成的二战后台湾政经文化」。再是「『吃美国奶粉长大』的 1970 年代台湾大专学生」。三是「滋养 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化养分」。顺此，理当更能与三个问题，有更紧密的对话：「激发出 1970 年代台湾大专学生音声呐喊的历史层积的可能样态」、「可能孕育出 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化样貌」，以及「在戒严体制、殖民文化与认同危机中摸索成长的『自己』样貌」。

**关键词：**1970 年代台湾大专学生创作歌谣文化运动、中国现代民歌、  
民歌（谣）、校园歌曲、唱自己的歌

## 壹、缘起：从 2015 年「『民歌 40』巨蛋双胞胎」票房长红现象谈起

1970 年代中期到 1980 年代初期，台湾社会充斥着以美国的英文流行歌曲为主的「西洋歌曲」，以及被当局标志为「靡靡之音」的国语、台语流行歌曲。以台湾大专学生为主的知识青年，在缺乏满足年轻人关怀社会事务的条件下，绝大多数未接受过学院音乐训练的歌手与创作者，穿着衬衫与牛仔长裤，以六弦吉他为主要乐器，使用自己熟悉的语言，唱出当时年轻人自创的歌曲，继而蔚为一个时代的音乐风气。这个现象在台湾当代音乐史上，被称为「中国现代民歌」、「(创作)民歌」、「校园歌曲」及 / 或「唱自己的歌」文化运动。然而，当初激发着以大专学生为主的年轻人，纷纷投入创作歌谣行列的台湾社会文化情境究竟为何？鲜见有系统的整理与分析。

台湾大专学生创作歌谣文化运动经过了 40 多年，不同于在 30 年前曾陆续主办过「民歌二十」「民歌三十」的「中华音乐人交流协会」的作风，由资深歌手施孝荣担任制作人的「民歌 40 高峰会」从 2014 年底展开宣传，2015 年二月份开始售票，到了 2015 年 5 月 14 日、15 日、21 日，分别在「高雄巨蛋」、「台北小巨蛋」及台中「圆满户外剧场」已经举办了三场「民歌 40 高峰会」的演唱会。据说已经筹备近一年的「中华音乐人交流协会」，则是到了 2015 年 5 月才举行记者招待会，宣布将在 2015 年 6 月 5 日、6 日、7 日三天，同样也在「台北小巨蛋」及「高雄巨蛋」举办「民歌四十——再唱一段思想起」演唱会。

同样挂名「民歌 40」的演唱会，同样选择了需要动员大规模现场观众才能够圆满举行的演唱地点，喜爱「民歌」的怀旧观众，居然将一个月内总共推出六场「巨蛋」的演唱会，将票房冲到场场几乎爆满。现场除了来自台湾各地的观众，更不乏专程组团来台观赏的大陆歌迷，甚至在台北、高雄跟着赶场。两个制作单位在其后一年多的时间里，在台湾各地持续举办「民歌 40」的活动，也获得了市场上极佳的回响。不同于过去由「中华音乐人交流协会」每隔十年举办一次的惯例，由施孝荣担任制作人的「民歌 40 高峰会」，到了 2016 及 2017 年，甚至还在全台湾各地举办了「民歌 41 高峰会」、「民歌 42 高峰会」的较小型演唱，市场依然亮丽。而 2016 年 10 月 13 日，由「中华

音乐人交流协会」委托侯季然导演筹划拍摄的民歌【四十年】纪录片开始在院线及网络播放，则是不同以往演唱会表演形式的另一种展演方式。

但是，「民歌」「40」的称呼，是怎么出现的？

1995 年 9 月 13 日，「音乐人交流协会」在「民歌」二十年之际，身为 1970 年代大学生创作歌谣运动重要推手的陶晓清，曾经在台北市「中山堂」举办过 70 年代以后第一次大规模动员往年民歌手的「唱过一个时代」演唱会（马世芳，1995）。1996 年 5 月 4 日，「音乐人交流协会」正式登记为「中华音乐人交流协会」，历经殷正洋、陶晓清、吴楚楚及李建复四位理事长。该协会在民歌三十年、四十年之时，皆广邀 70 年代具代表性歌手共襄盛举。而民歌「40」、「30」、「20」起算的时间点，是以 1975 年 6 月 6 日杨弦（本名杨国祥）在台北「中山堂」举办「现代民谣创作演唱会」做为基准。

到了 2007 年 9 月 29 日，「台湾现代民歌之父 杨弦 2007 北京首唱会」举办之前，杨弦在接受大陆《南都周刊》访问时表示，他在 1974 年与台湾大学的几位同学一道为余光中的〈乡愁四韵〉诗作谱曲，并于同年在歌手胡德夫演唱会中担任演唱「嘉宾」。当天，余光中也在观众席中，「听完后很满意」。这大大鼓励了杨弦作曲的信心，于是「一口气又写了 8 首」，在「研究所快毕业时…决定把自己的歌给做出来」。杨弦表示：

…弄完后我就找些台大爱乐社的朋友一起筹备演唱会。后来的舞蹈家罗曼菲当时还是学生，她还帮我编了「小小天问」的舞。1975 年 6 月 6 日，我们都刚好有空…就在中山堂搞了那场演唱会。我最忙，前后台都要指挥，还要唱。那场是售票的，票价不算便宜。因为我很有信心会有人来看。再说，第一场，总得有人去做吧，最多赔个场地费！那次我也请了一些文艺界和音乐界的人，余光中、陶晓清以及报社记者、专栏作家都有（吴飒，2007 年 9 月 27 日）。

这场由「中美文化经济协会赞助、刘凤学编舞」，诗人余光中则在演出前一个月在《联合报》上专文誉之为〈唱出一个新时代〉的「现代民谣创作演唱会」，上半场由赖声川、杨弦、胡德夫等人演唱英文歌曲，下半场则是由杨弦演唱他谱自余光中出版《白玉苦瓜》中的几首诗作的歌曲。当时，余光中甫从台湾到香港中文大学教书三年（余光中，1977，页 106；腾讯娱乐，2007

年9月12日)。同年九月，由台湾「国际牌」公司与日本「松下公司」合作的「台湾松下」家电公司的媳妇洪简静惠担任执行长的「洪建全教育文化基金会」，集结上述歌曲在台湾出版了【中国现代民歌集】唱片。

一直到了2016年6月2日，笔者在台北「中山堂」为了制作与1970年代台湾年轻人「唱自己的歌」文化运动相关的纪录片而访问杨弦时，也进一步得知：在1975年「现代民谣创作演唱会」的前半场，赖声川与杨弦所演唱的英文歌曲，来自于他们谱自英文诗作的创作。至于谈到为何杨弦在1975年举办「现代民谣创作演唱会」与之后出版【中国现代民歌集】专辑唱片时的称呼不一样时，杨弦也才有机会提到：在出版唱片之前，杨弦与笔名「隐地」的作家商量之后认为，「用现代诗作曲，用现代民歌的曲调去演唱」，「中国现代民歌集」这个名称也不错。只是，在当时杨弦「并没有想到（这个名称）后来会引起争议」（杨弦，2016年6月2日，尚未出版访问）。

「中国现代民歌」的称呼，就这么流传到2015年的第40个年头。当初引发争议的「中国现代」与「民歌」等名称，不知从什么时候开始，只剩下「民歌」二字？甚至，不论这些歌曲当初在台湾社会曾经被冠以「民歌」、「创作民歌」、「创作歌谣」、「校园歌曲」、「唱自己的歌」等称呼，于「民歌40」再现江湖之时，1970年代自诩为「大学知识分子」的动力脉络，也早已在二十一世纪弹性动荡的商业市场中灰飞烟灭。

直到今日，如果仅就不同称呼，也都能够探得1970年代台湾社会属于年轻人生命动力的不同文化脉动。

举例来说，在1975年杨弦出版【中国现代民歌】专辑唱片之后，台湾平面媒体出现了长时间、大篇幅的批评论述。批评的重点，主要在于这些年轻人创作是否合乎「民歌」的定义？批评那些「没有受过专业音乐训练、看不懂五线谱」的大学生、年轻人，是否够资格创作歌曲？批评这些「高级知识分子」的大学生所创作出来的歌词，如果依然仅只着重男女情爱，而文字能力又欠缺文学素养，所谓的「中国现代民歌」或「创作民歌」或「民歌」等等的这些称呼，究竟与扭腰摆臀的「靡靡之音」有何差别？……也就在1970年代台湾年轻人在面对「西方的」、「学院的」、「专业的」文化霸权立场的批判之时，「校园歌曲」名称出现，似乎适时移转了年轻人创作歌谣可能因为在当时台湾的风行而引来的批判与争议。在当时父权意识形态还相当普遍的

1970 年代,「校園」,意味了「不成熟」、「年輕人」、「不讀書愛唱歌」、甚至「需要被規範」的場域。看似不利的年輕人處境,也可能讓霸權文化鬆了一口氣。

然而,「校園歌曲」的名称,在当初出现的背景与动机又是什么?

从 1977 年以降,笔者与一群主张音乐必须与社会结合的歌手,以李双泽创作为主的创作,以及诸多具有社会意识的国语、闽南语、客语、原住民语言的歌曲,带入工厂、乡村、校园,进行面对面的人际沟通。到了 1978 年 8 月,我与朋友们集结个人力量主办的「青草地演唱会」救援雏妓,在当时台湾获得了社会大量同理雏妓的关怀以及当时极其稀少的大众媒体大量报导。其后,又因在《夏潮杂志》认识的乡土文学作家王拓决定要在 1978 年底的基隆参选「台湾地区增额国大代表」,笔者不仅受邀替他举办募款演唱会,更因听闻台湾农工渔民长期在制度上被忽视的处境,而正式参与登记当年适逢 1978 年「中美建交」或称「中美断交」的历史时刻。随后年余,笔者的住所已然遭遇有关部门的不时「查户口」。由于惊觉自己四处唱歌的管道可能被全面封杀,笔者于是答应已经邀请了一年多的「新格唱片」公司出版专辑,期待至少能够将李双泽所创作的歌曲录制传承<sup>1</sup>。而在【杨祖珺】黑胶唱片中,我虽然要求「只领取与一般大学生一样费用」的两万元新台币,但也要求要将当时台湾社会的写实美学贯彻进入唱片的设计之中。

我邀请个人最欣赏摄影家张照堂先生,负责拍摄唱片的封面、封底及内页,刚从国外回台的「新音乐」作曲家陈扬也被邀请进入唱片编曲的行列,此外,我还邀请了当时我在文化及音乐运动中亦师亦友,并与之并肩合作的诗人蒋勋,撰写内页的介绍文字。这位在后来 1979 年底以后,也因政治因素被「淡江」及「文化」两所大专院校解聘其教职的《雄狮美术》杂志总编辑蒋勋,书写了〈从「校园歌手」到「民歌手」〉一文。期待当时已然遭遇到有关单位「注意」的「唱自己的歌」运动的我及其他歌手们,能够得到喘息的生机。文中写着:

---

<sup>1</sup> 經「新格唱片」製作部將李雙澤所有歌曲送往行政院新聞局「出版處」與「廣播電視處」審查,李雙澤所有與朋友們集體創作或個人創作的 13 首歌曲,只有【美麗島】歌曲通過「出版處」審核但不准在廣播、電視中播放。其餘歌曲,全數未獲審通過。

## 重探一九七〇年代臺灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境

几年前被带动起来的「中国现代民歌」运动，不断发展，有更趋热烈普及的现象。我对这个运动的名称略有意见，把它改为「校园歌曲」。

「校园歌曲」的成员绝大部分是非音乐科系的大学生。在他们爱好音乐的成长过程中，西洋热门歌曲成为他们主要的模仿对象。

「校园歌曲」的出现，说明了几方面的意义：

- 第一，对英语热门歌曲在校园泛滥的反省。
- 第二，对学院音乐与社会脱节的抗议。
- 第三，提高目前商业性流行歌的素质。

从这三个意义来看，「校园歌曲」的优秀歌手便需具备几种特质：

1. 强烈的民族情感与积极建立本位文化的自觉。
2. 强烈的社会关怀与正义感。
3. 在专业技术上不断地丰富与提高。

……

图一：1979年4月「新格」唱片公司推出【杨祖珺】专辑，封面(左)及内页(右)



数据来源：张照堂摄

【杨祖珺】推出后，据说销路不错，但在两、三个星期后因被查禁而在市场

中全面回收。然而，蔣勳提出的「校園歌曲」名稱，可能因其「清新可愛」，而在商業營銷中得到使用而流傳。至於「校園歌曲」的內容及意涵，則可能因為商業應用、時代境遇以及李雙澤的歌曲運動無法得以公開延續，在台灣社會中從未獲得正視。

這些幾乎從未被提起的音樂「故事」，即便在「民歌 40」演唱會的高峰期提出，也可能因為過於「政治」，而不會被注意吧！雖然上述背景並非本文重點，但或許也可觀察到 1970 年代「唱自己的歌」文化運動中屬於那一代年輕知識分子尚處自我鍛煉與摸索階段的時代境遇。

上述兩個因素與接下來的故事，也就連接了筆者興起撰寫此文的因緣。

筆者參加「中華音樂人交流協會」在台北、高雄兩「巨蛋」演唱「民歌四十——再唱一段思想起」過後 8 個月的 2016 年 2 月初，方才從友人傳來的網訊得知：從 2015 年 5 月開始，5 位在台灣頗負盛名的音樂評論人 / 工作者，曾針對 70 年代台灣大專學生創作歌謠的相關議題，在公開媒體中發表評論，而爭議的焦點之一，在於歌曲的社會性意義。經筆者去電請教參與評論之一的何東洪教授，方才得知「中華音樂人交流協會」曾經在「民歌四十——再唱一段思想起」演唱會之前，舉辦過十幾天的相關特展及系列演講，在該系列演講中，上述五位評論人之中的張釗維與何東洪兩位，則是最後一天倒數第二場的演講者。音樂社會學家何東洪不吝以電郵傳來他與張釗維聯合演講的計算機投影片，加上筆者也上網查詢了其他評論者的相關論戰，因而得以探知其中關鍵論點。到了 2016 年 7 月，筆者才又在網絡視訊中見到 2015 年底發布的「民歌 40」系列影片中的【被神化的李雙澤】，從被訪問的陶曉清、胡德夫、李建復等人及其場景布置推斷，應該是「中華音樂人交流協會」舉辦「民歌四十——再唱一段思想起」時的訪問集錦（網易雲音樂，2015 年 12 月 21 日）。

筆者從 1973 年大學一年級開始，即背着吉他參與台灣各大學的校園演唱會，並在餐廳等商業場所彈唱西洋歌曲，並以歌手收入負擔自己的學雜費。1976 年 9 月，我選修了「當代美國文學」，透過黑人詩作，初次聽聞「弱勢」（underdogs）的吶喊。當時眼見授課的王津平老師時常掏腰包幫助學生，又經常送給學生們屬於「社會的、鄉土的、文藝的」《夏潮雜誌》，而他與師母陳妙芬幾乎將所有的時間、金錢與心力都奉獻給學生與理想的作風，啟發了

笔者「有为者亦若是」的社会意识。1976年12月3日,「淡江文理学院」(今淡江大学)的数学系校友,同时也是《淡江周刊》及《明日世界》编辑、作家,热爱绘画、小说的27岁李双泽,在当时大专学生演唱会盛事的「淡江」民谣演唱会」举办之前两天,由于歌手胡德夫临时无法上台,而争取到上台代打演出的机会。到了演唱会前一天,李双泽刻意安排了以「时事研习社」为主的社团学生,在他隔天上台演唱【国父纪念歌】时,这些学生在演出现场,分别发出嘘声以及大声质问「为什么不能唱自己的歌」以制止嘘声的话语。当时年仅30岁的西洋歌曲广播节目知名主持人陶晓清,从后台看到「有人闹场」而后急着上台「灭火」,这可能反而助长了日后「李双泽可口可乐行动」在日后长达数月在台湾媒体中的探讨与论述。身为下半场歌手之一的我,无缘得见当时前台的行动,然因当时在校内深受良师益友们的社会意识关怀与启发,自己也在日后选择以「唱自己的歌」展开社会实践道路的里程。

过去几十年来,由于周遭社会条件的限制,除了众人已知的历史,环绕在「唱自己的歌」及其相关社会意识觉醒的「故事」,由于缺乏完整结构的介绍,凡遇「中国现代民歌」、「校园歌曲」、「唱自己的歌」种种话题出现之时,往往在不经意间各说各话,甚至将1970年代大专学生创作歌谣的脉络,脱离了当时台湾的社会条件与环境,这也促使了笔者撰写此文的动机出现。

## 貳、五位台湾青年音乐/文化评论者在「民歌40」期间的评论所激发出本文撰写的三大问题意识

「民歌40」展演期间,五名在台湾年轻人流行音乐文化中深具影响力的评论人/工作者,曾于公开媒体或以公开演讲、或为文论述,检讨四十年前或当时的「民歌」(演唱会)现象。这五位文化评论人不但都是在中华民国政治解严的1987年以后出现在台湾大众传播媒体的公众人物,他们在音乐与文化相关的制作、创作及/或演出上,也都有着相当亮眼的展现。当笔者于2016年2月初,陆续阅读了他们在公开场合发表的相关看法或论辩之后,也逐渐形成撰写本文「貳」的三大问题意识。而在本文的下一章中,笔者也

会根据历史文献研究、口述历史访谈以及圈内人知识(insiders'knowledge)整理对应的理述，以为报告。

## 一、激发出 1970 年代台湾大专学生音声呐喊的历史层积的可能样态

「民歌四十——再唱一段思想起」演唱会开跑前一个月，台北市「松山文创园区」举办了为期十七天的特展（以下简称「特展」），同时也举行了十三场主题演讲。在 5 月 24 日最后一天倒数第二场的演讲中，联合主讲人张钊维与何东洪针对「民歌」议题「开了第一枪」。他们以杨弦发表【中国现代民歌】唱片的 1975 年，作为「断代」，以「75」（年）之前与之后为讲题，提出对于【中国现代民歌】的分析与评论。

首先上场的纪录片导演张钊维，是台湾第一位有系统地审慎研究并发表了 1970 年代台湾大专学生创作歌谣相关论文的文化工作者，也是第一位将 1970 年代台湾大专学生创作歌谣以「『台湾』现代民歌」重新命名的作者。张钊维在 1992 年的硕士论文《谁在那边唱自己的歌？1970 年代台湾现代民歌发展史——建制、正当性论述与表现形式的形构》，曾将「1970 年代台湾现代民歌运动」分为「中国现代民歌」、「淡江—夏潮路线」及「校园歌曲」三条运动路线（张钊维，1992）。在张钊维的计算机投影中，他在讲题〈民歌 40 讲座：台湾以外、[19]75 以前〉之中，依据孙中山先生在《建国大纲》中所提之建设中华民国三个程序的军政、训政、宪政三阶段，将 1927 年～1987 年划为「训政时期」，在意涵上界定了 70 年代的「民歌」，是「训政时期的校园民歌」、是「训政时期的文化产物」（何东洪，个人通讯【电子邮件】，2016 年 2 月 13 日；张钊维，2010 年 8 月 23 日）。张钊维从 2010 年以后，也曾在〈训政时期摇滚乐〉文章中，从民主政治发展的角度，重新省思台湾青年音乐文化在台湾正经条件中可能所处的心态：

我想起自己所经历过的民主历程，其中一大部分是来自上而下的理念召唤，不管是教科书上说的、媒体上意见领袖讲的、或是党外演讲场上慷慨激昂的陈词。我所经历的民主洗礼，是先有来自西方的信仰与理念灌输，然后才经过一次又一次的运动冲撞与层层制度设计，

达致今天我所看到的台湾民主政治景象；这是一种透过对于「彼岸」的信仰，来脱离「此岸」的过程…（张钊维，2010年8月23日）

张钊维在「民歌 40」特展中的演讲重点，也能够从他在演讲之后 11 天于脸书公布他将于大陆音乐杂志上发表的文章〈我们都还在路上——我的民歌四十〉（张钊维，2015年6月3日），探得他可能较详审的相关论述。在该文中，张钊维站在「文艺反映现实或文艺诠释现实这个基本命题」上，重新审视「1970年代的台湾民歌运动，以及它跟近现代整体华人文化风景的关系」。该文将 1970年代台湾大专学生创作歌谣的音乐及其文化，上溯至 20世纪初期五四运动以降的「科学」与「民主」对中国文化（这四个字是笔者形容的）的影响，并且整理出「1920年代中国大陆的新文化运动跟 1970年代台湾的新文化运动，同样处于国民党所框定的『训政』阶段」条件，而虽然「在许多明显或不明显的层次上，台湾民歌运动都跟五四新文化运动之间有着千丝万缕的关联」，但由于 1970年代的年轻人 / 大学生「赶上了冷战末期、全球化前期的社会与产业变迁风潮」等等社会条件，「民歌工作者首次在大众的层次上完成了近百年来华人知识分子与青年学生所想望的现代性文化想象…」。

笔者认为，张钊维使用更广阔的视野，体谅分析着 1970年代台湾大专学生创作歌谣普遍呈现的「小清新」歌曲情调，但也稍显遗憾地透露出当时缺乏「大江大海」的文化精神。或许这是为什么他在文章结尾的一小块地方，默默置放了一张特展当天出口处李双泽生前用书法写下的「我们的歌是青春的火焰、是丰收的大合唱」（【老鼓手】部分歌词）的相片。

图二：张钊维在演讲结束以及〈我们都还在路上----我的民歌四十〉一文结尾都使用了李双泽生前书法



数据源：引用自张钊维（2015 年 6 月 3 日）之背景

相较于张钊维强调 1970 年代台湾年轻人创作歌谣在地理与历史台湾所处政经条件中的限制与机会，曾经担任「水晶」唱片公司制作企画，现任辅仁大学心理学系副教授、在 1990 年代参与开拓「台湾新音乐」年轻人歌曲音乐潮流的何东洪，虽然肯定「校园歌曲」对 80 年代台湾唱片工业与文化的影响，也认为「民歌」确实「开创了一个清新国语歌曲风格的长久影响」，但却质疑：为何「民歌」或「校园歌曲」除了成为「台湾国语流行歌曲产业的一环」，却「不见它们在台湾社会变迁发展中参与其中的社会性特色？」

他从批判「现代性」的观点出发，检视 70 年代台湾的创作歌谣：「民歌」指的是「民间歌谣」吗？至于在「名称」上是否有争议，他则认为：不论名称是「中国现代民歌」或「校园歌曲」，真正的问题「不在『中国』，而是『现代』」意识形态及其为台湾通俗音乐所带来的影响。何东洪指出：「现代 / 校园民歌」在战后台湾通俗音乐历史中，比其他音乐类型的发展更具有「重要」的位置；然而，它们即便具有围绕着音乐产制与流通的通俗音乐「永恒」的位置，却与其文化所指的阅 / 视听人之间有着「脱钩」、甚至非关（「空洞化」）的关系。

何东洪也在演讲中说明了他所定义为台湾「现代 / 校园民歌」，「…鲜少

与陈达（这类民众歌谣或其价值）有所关连」；他以《音乐与音响》杂志上刊登了陶晓清响应学生读者提问时，并未对陈达做出正面肯定之事例，来说明「知识分子」在当时对「民众音乐」显现出疏离的样貌（图三）。何东洪甚至援引了历史编撰学霍布斯邦「发明传统」的概念：为了「某些真实的或虚假的共同体」（例如，国家），为了确立建制、身份或权威关系，为了使信仰、价值系统和行为准则得以社会化或教化，而「发明传统」（Hobsbawm & Ranger, 1983；转引自何东洪，个人通讯【电子邮件】，2016年2月13日）。何东洪从而将他所定义的「现代／校园民歌」，归类为一种「一九七〇年代台湾脉络下特定知识分子与传媒、唱片界与非专业歌手共同打造的『发明』」。

图三：何东洪于演讲中举例 1977 年 3 月 24 日陶晓清在《音乐与音响》响应读者意见的投影。



数据源：何东洪

然而，知识分子面对「民众」或「民众音乐」的疏离与陌生（或漠然），在1970年代的台湾并非罕见，当时的笔者就是其中之一。我们也可以透过下列报导，稍微窥探到由「现代化」建制调教出来的知识分子，与在地「民间」或「民众音乐」人士陈达互动时，其间的疏离情境（图四）。

图四：陈达被邀请到台北「稻草人」西餐厅驻唱以及众人为他庆祝 72 岁生日的剪报。<sup>2</sup>



数据源：民国 66 年 4 月 18 日联合报第三版

在何东洪提供的演讲投影内容中，也阅读到他引用美国后现代学者詹明信在批判西方后资本主义时所提到「西方现代主义的出现，产生在（文学艺术）能指与所指分离的时刻」，据以申论 1970 年代台湾的现代民歌 / 校园歌曲，从出现到确立其主导位置的过程中，所涉及的社会文化意涵，「正是中国作为能指（具有现代中国味道、意识的流行歌等等）与所指（中国民族 /

<sup>2</sup>其一：被邀請到台北「稻草人」餐廳「駐唱」的陳達，根據 1977 年 4 月 18 日聯合報第三版報導，當眾人為他慶祝 72 歲生日時，陳達表示「我是來台北玩的，今天說是我生日，其實我沒有做過生日。」他切完蛋糕，便彈著月琴唱「剛才我吃的不知是蛋糕或米糕，教我拿刀劃了四劃，於是蛋糕開了十字花...」。唱完後，「他就坐到另一張空長桌旁，恢復他的沈默，此時這位壽星似乎已被眾人遺忘了」等等的現場互動情境描述。根據報導，此次的「生日慶祝會是由音樂家許常惠、林二、稻草人餐廳及滾石雜誌為他辦的」。

其二：與現今傳頌由許常惠教授保存陳達音樂有所出入的歷史，那一段由史惟亮教授主持並保存陳達等人的台灣民歌、戲曲等民族音樂的重要歷史，以及對於陳達在西餐廳「駐唱」等等商業行為有所批評的一些相關回憶，有興趣的研究者可以參考史惟亮的「徒弟」所撰寫的〈史惟亮·許常惠·民族樂手——陳達和他的歌〉一文（陳義雄，2017 年 3 月 13 日）。

文化性质)」之间分离过后的产物 (Jameson, 1991 ; 转引自何东洪, 个人通讯【电子邮件】, 2016年2月13日)。何东洪综观回顾自彼时发展到2010年代的现代民歌 / 校园歌曲发展境遇:「一九七〇年代, 中国 / 台湾双重特性不太能谈, 一九八〇年代不谈, 最终使得校园歌曲的风格所影响的国语流行音乐产业成为一个与社会 / 文化状态『脱钩』的领域」。甚至,「中国」这一、二十年来, 出现了「『迷』台湾」的现象, 尤其是『校园歌曲』, 居然能够在80、90以后的(中国)年轻人之间流传, 其主要原因来自「…台湾音乐人在中国传媒上的能见度」。分析至此, 但是, 为何出现这种现象? 何东洪分析, 如果「从音乐的角度」来观察, 那是因为「校园歌曲虽是台湾的产物, 却一点也不具『政治台湾』的味道」。由于校园歌曲「不需要添加『谄媚』(某个意义而言)的『中国风』」, 因而更可能较贴近「中国过去一、二十年从兴起到壮大的都市中产阶级意识的文化」的需求。他认为, 这些是「现代民歌 / 校园歌曲得以跨越时空的吸引力所在」。

如果以张钊维将「1970年代台湾现代民歌运动」的「中国现代民歌」、「淡江—夏潮路线」及「校园歌曲」三条路线来观察, 何东洪对于现代民歌 / 校园歌曲的分析, 可能并未包含以李双泽创作歌曲为主的「淡江—夏潮路线」在内。然而, 由于并不清晰何东洪使用的「中国」与「台湾」名词属性及其内涵, 如果以何东洪发表演讲的2015年5月之前的十几年期间台湾社会的文化评论或年轻一辈的学术界, 已逐渐依着「民主进步党」的定调将「中国」与「台湾」拆解成几乎互不兼容的两个名词或概念来理解的话, 何东洪使用的「政治台湾」、「谄媚的中国风」等等可能的意涵, 也很容易就让21世纪的读者轻易地就将「中国」与「台湾」两个概念彻底分离。

不过, 用21世纪对「台湾」、「中国」概念的「流行」定义, 是否能够解释得通大陆年轻人也在80、90年代流传「校园歌曲」, 甚至, 是否能够分析得清楚「台湾」这个「地方文化」如何在「现代化过程」中遭受扭曲, 以及台湾的知识分子如何与「民众音乐」脱节的「陈达」现象, 这还需要何东洪另外的理述才能够清晰探知, 本文就不在此文赘言。

在2015年5月24日「特展」演讲中, 张钊维与何东洪都使用了「小清新」一词, 明示或暗示着不论被称为1970年代的「『台湾』现代民歌」(张

刳维语)或「现代/校园民歌」(何东洪语)<sup>3</sup>。而21世纪的观众,可能也能够从诸多「民歌40」演唱会的歌曲中,窥见1970年代台湾大专学生创作歌谣属于「小清新」的调性较多,属于「社会性」关怀与实践的歌曲较少。但是,使用21世纪的现实政治观点探讨1970年代「中国现代民歌」、「校园歌曲」或「唱自己的歌」的相关现象,不容易梳理出较接近1970年代台湾大专学生创作歌谣的社会脉动。为了期待下一阶段台湾年轻人音声呐喊的多元文化来临,在批判与反省1970年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的特色与内涵之前,有必要再次审视从1950年代以来的台湾教育就刻意逃避的十八、十九世纪以降的近代中国与台湾政经结构在在过程中可能被依恃着到了20世纪中期被称之为军工复合体(industrial-military complex)的威力在台湾雕琢出来的殖民文化的关键故事;也有必要重新审视同样也从1950年代以来的台湾教育中刻意扭曲的1950年代由美国所主导的全球冷战结构以及国共内战期间在台湾的中国文化特有的白色恐怖文化及其政经条件所形塑出来的文化现象。这是笔者在介绍1970年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境之前,企图向读者报告的第一个问题意识。

## 二、可能孕育出1970年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化样貌

2015年,另有三位文化人在网络或媒体中,也提出了相关的批判与观点。从90年代以来,一直受到爱好流行音乐的年轻人欢迎的张铁志、马世芳、朱约信等三位音乐/文化工作者,也在网络中出现了争议。争议的核心立足点,在于1970年代的「民歌」,为何在当时台湾现实政治改革与社会参与运动中「缺席」;也就是说,在当时台湾处于戒严时期,当台湾社会中不分党籍、省籍及左、右派人士逐渐投入号称「民主运动」的党外政治圈时,为何不见1970年代台湾年轻人创作歌谣中的「民歌」路线支持当时的党外运动?由于当时的时代背景,还牵涉到美国政府主导的世界冷战亚洲布局、1930年代以后在中国大陆负有主导政局的「国民党」到「中国国民党」,从蒋介石先生党内斗争布局,到「连俄容共」、「国共内战」,一直到1949年前后中国

---

<sup>3</sup>針對何東洪強調的音樂的社會性議題,還可參照何東洪的〈音樂的社會性媒介——從「民歌40」的爭論談起〉一文(何東洪,2015年12月15日)。

国民党退守台湾、中国共产党建立「中华人民共和国」的复杂条件，以及台湾本岛独特的历史背景，争议中并未理述，本文在此也无法清楚交代，因而，只针对争议中「贫血的民歌」以及隐约可见与台湾当前社会争论不休的国族认同与语言使用等议题相关的部分进行讨论。

2015年6月5日「民歌四十——再唱一段思想起」开演前几天，台北市「宝藏岩国际艺术村」在「艺术讲座」网站中预告着留学美国，并曾任香港《号外》总编辑的张铁志将在6月13日主持「台湾的异议之声－从美丽岛到岛屿天光」讲座。预告讲座的简介写着：

台湾流行音乐的历史变奏是不同阶段社会矛盾的折射。70年代的社会剧变造就了回归现实的青年世代，推动了贫血的民歌运动；八十年代的政治解严解放了社会与文化能量，新音乐与新台语歌与九零年代初的地下音乐冲击了主流流行音乐；两千年之后，新社运与新独立音乐的结合，创造了这个时代的青年文化。这个讲座将检视这段音乐与社会互动的历史，聆听岛屿的噪音（「宝藏岩国际艺术村」网站预告，2015年6月13日）。

张铁志使用的「噪音」概念，源自法国新马克思主义经济社会理论家贾克·阿达利（Jacques Attali）。阿达利从政治经济学角度分析音乐与社会的关系，而究竟是噪音还是乐音，则与文化领导权在争霸（Attali, 1985）过程中每一阶段的结果息息相关。笔者也曾强调过如果将属性定位为「众声喧哗」的「噪音」，事实上则是属于相对于当政者、上位者、有权力者的「庶民」、「草民／贱民」或「小老百姓」的「人民嘉年华」的声音（杨祖珺，2007，页56-70）。张铁志不到200字的演讲简介中，可以看出他对于同样是「噪音」的「七〇年代」青年世代歌谣的「贫血的民歌运动」有着相当负面的评价；但是，对于80年代「新音乐与新台语歌与九〇年代初的地下音乐」和2000年以后的「新社运与新独立音乐结合」，张铁志则以正面肯定的态度对待。

张铁志将「70年代」的「青年世代」所推动的大学生创作歌谣运动，形容为「贫血的民歌运动」，引来了从「民歌20」、「民歌30」以来，就积极参与演唱会及其相关筹划工作的「中国广播公司」【音乐五四三】广播节目主

持人马世芳（同时也是前「中华音乐人交流协会」理事长陶晓清之子）的异议。2015 年 6 月 4 日，「民歌 40」演唱会前一天，一向与人为善而沉稳的马世芳难得发表了一篇难掩怒气的短文〈试回应「贫血的民歌运动」〉（马世芳，2015b）。

马世芳直指张铁志以「贫血」描述「民歌运动」之不当。他认为，70 年代到 80 年代初期的「民歌」，并非张铁志所批评的「去政治化」；反而，较诸先前的台湾流行歌曲，多了许多有关「国族、政治、社会议题的材料」。这些「所谓『大时代』的主题」，非但「比什么都政治」，而且具有「社会性」，而「民歌」映照的正是当时台湾青年人的集体意识。紧接着，他企图以左翼思想支持者的立场为 1970 年代民歌手辩护：

你可以说那是「被允许的」政治、是温驯保守的意识形态、是缺乏「反体制精神」的政治，但以今非古很容易，你要一个 1978 年的台湾大学生怎样写出震聋发聩广为流传的左翼战歌呢（马世芳，2015b）。

马世芳接着称许「民歌」运动对于台湾「歌乐」的诸多贡献：「……让『原创精神』成为传承至今的共识，在戒严时代扩大了歌乐的创作题材，全面提升了制作录音的手艺，促成了唱片产业的世代交替，开启了素人进入音乐工业的大门，扩大了本土原创音乐的市场，落实了歌者与听众群体的世代自觉。」接着，或许与马世芳、张铁志之间曾经存有的异议相关，文章写着：「我不觉得只因为欠缺敢于和国民党对干的民歌手，他们就应当被安上『贫血』的标签。再说，我也不觉得你会形容高凌风、邓丽君、凤飞飞、洪荣宏、刘文正的歌『苍白贫血』。老是把李双泽、杨祖珺、胡德夫扛出来当神主牌，其他歌者则一律贫血苍白，恕我直言，李双泽地下有知，怕也不会服气的。」

文末，马世芳表示，固然应该「对「民歌」做「全面」的检讨，但也必须掌握与理解当时的「文本」及其所在「环境」，否则，「望文生义、想当然耳、以今非古的批判，一不小心就变成烧稻草人」。他也建议不应从二元对立的角度来观察威权体制的「要嘛压迫创作者，造成作品苍白贫血」，「要嘛怀柔收编，让歌乐成为统治者的帮凶，或是麻痹人心的鸦片」。他最后的提醒：「把一切都推给万恶老 K 是很方便没错，但我总觉得，可以再多想一点」

(马世芳 b, 2015)。到了六月底，台湾流行歌曲最具规模的「金曲奖」第 26 届颁奖典礼，将「最佳年度歌曲奖」颁给【岛屿天光】<sup>4</sup>；2015 年 6 月 24 日，张铁志在《苹果》电子报发表〈从美丽岛到岛屿天光〉。他将李双泽在 1976 年改编自诗人陈秀喜原名〈台湾〉的诗作、梁景峯谱曲的【美丽岛】歌曲，与 2014 年所发表的【岛屿天光】歌曲放在同一水平线上：分析它们在不同时代的发展背景，与 1976 年轻人在不同年代思索与追求「岛屿命运」的不同境遇（张铁志，2015a）。这首由「灭火器乐团」在「太阳花」学生集结后所创作的【岛屿天光】歌曲，于 2014 年 3 月至 4 月，在台湾「太阳花」学生们反对两岸签署《海峡两岸服务贸易协议》的抗议活动中被广为传唱。张铁志在该文中，不仅完整理述「艺术讲座」的内容，也见到他驳斥马世芳在〈试响应「贫血的民歌运动」〉一文中响应张铁志的意见。

首先，张铁志在〈从美丽岛到岛屿天光〉一文肯定了【岛屿天光】获奖的意义，认为它「意味着不只太阳花青年们占领了国会，独立音乐也占领了金曲奖舞台」；「不同于一般抗议歌曲书写一个议题，这首歌是诞生于一场运动，歌中部分还是来自占领立法院现场学生的合唱，它则是一首不折不扣的社运歌曲」。而后，张铁志切入「中华音乐人交流协会」在 2015 年「六月初举办了民歌 40 纪念演唱会」的脉络。他表示：「整个七十年代，政治反对运动和各種文化运动正在骚动，战后在台湾出生的青年世代重新思考『中国』与『台湾』的意义，开始追求『回归现实』，并凝视脚下的这块土地。」「相对于当时文学或艺术作品，大多数的民歌除了对遥远中国的乡愁，就是关于年轻人的梦想与忧愁」。张铁志认为当时「冰冷的威权体制，不允许歌曲触碰到社会现实」，于是那些「小清新」的歌曲「较少更深刻地与土地与社会对话」（张铁志，2015a）。

张铁志在文中表示，从 70 年代「被岛屿的黑夜吞噬了」的【美丽岛】歌曲，歌手与歌曲「被体制打压」；到了 80 年代，「严密的审查制度」依然使得流行音乐和这些「燃烧的火焰」保持距离。1987 年解严后，「新的音乐语言加上自己的母语，唱出了转变中的社会图像与对土地的情感」。90 年代，

---

<sup>4</sup> 台湾规模最大的流行音乐大奖「金曲奖」於 1990 年成立，由於其商業化的「主流」價值取向，長年來始終被堅持「獨立音樂」的台灣青年社群音樂者批評。2015 年【島嶼天光】獲選為「金曲獎」「最佳年度歌曲」時，咸令不少推崇「另類價值」「獨立樂團」的人士訝異。

「带着学运噪音气味」的地下乐队兴起，「新的独立音乐世代的崛起」，加上 2008 年「青年乐生」运动后更多的社运议题以及「对于所谓中国因素的抵抗」，造就了「新的声音地景与青年文化成形」，而【岛屿天光】就是在青年创作歌曲与台湾社会、政治运动的汇流中诞生的歌曲。张铁志甚至表示，「【岛屿天光】青年们和四十年前歌唱【美丽岛】的民歌手们一样，是要展现一个新世代对台湾的过去与未来的情怀」；只是，那一代还是摸索如何思考岛屿的命运，这一代已然是为了『岛国』未来的鲜明反抗。」

张铁志在〈从美丽岛到岛屿天光〉中，强调音乐和歌手的社会性。7 月 9 日，张铁志更进一步阐述他为何认为「民歌」是「贫血」、为何批判民歌运动的论述必须要涵盖「抗议」和「反体制」等条件在内。他在另外一篇〈本可以走向人民和土地的民歌为何转成了校园民歌〉文中，更完整地论述他如何认为「民歌」是「贫血」、为何评判民歌运动必须要将「抗议」、「反体制」条件思考在内。他表示：

…1970 年代中期是台湾战后历史上一个黎明将至的关键时刻，但民歌却在这一时代精神的转向中缺席了。尤其从民歌的本质来看，这更是一场诡异的缺席。本可以走向人民与土地的民歌甚至比台湾当时其他的文艺门类更去政治化、更远离现实，很快就转成了「校园民歌」（张铁志，2015b）。

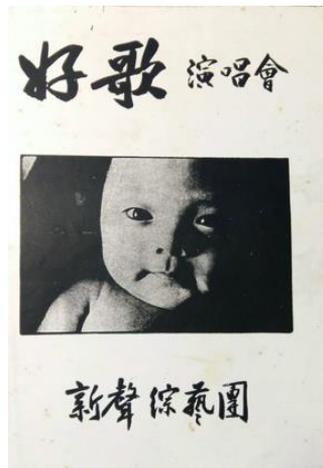
张铁志在这篇文章中，清楚回应了马世芳的〈试回应「贫血的民歌运动」〉，他认为，「民歌」本该属于人民与土地，却很遗憾地被局限在「校园」象牙塔之内。

张铁志与马世芳出现上述对立的争议，尤其引爆点又似乎与 1970 年代大学生创作歌谣是否具有社会关怀特色以及与〈美丽岛〉这首歌曲相关，更令笔者始料未及。

李双泽歌曲在 1987 年台湾政治解严前的「地下」社会能够出现，首先归功于李双泽从初中以来的志友淡江英文系老师王津平，他于 1977 年在北投家中，使用手提录音机，录制了李双泽共 15 首自弹自唱（徐力中小提琴伴奏）的传统民谣及创作歌谣。詎料，1977 年 9 月 10 日李双泽骤逝。告别

式的前一天，李双泽的好友淡江建筑系李玮珉因为「当时没有人把歌当一回事」（李玮珉，2016年9月4日），因而请王津平联络了李双泽的歌手朋友杨祖珺与胡德夫，到当时台湾大学附近李双泽经常前往的「木棉花」餐厅，录制了李双泽的纸上遗作【美丽岛】与【少年中国】。李双泽 17 首歌曲的录音带，就这么在他告别式当天问世。其后，属于台湾左派的保钓运动友人、乡土文学作家以及骚人墨客、媒体友人等，透过私下管道将李双泽的歌曲拷贝至美国、香港、新加坡等地有左派友人的场合播放。杨祖珺与歌手们紧接着在学校、工厂传唱，直至被政府当局连人查禁。其后的 1980 年代，杨祖珺义务在党外人士不同选举中，录制过三次地下录音带，捐给党外选举场所募集资金使用，一直到了解严前不再有机会在公开场所演唱为止。

图五：「好歌演唱会」歌本<sup>5</sup>



数据来源：杨祖珺编制，封面摄影张照堂。

到了 1990 年代以后，李双泽的创作能够有机会被当代社会看到与听到，除了因为李双泽改写、创作及留在录音带中自弹自唱的曲目所具有的跨时代

---

5 1977 至 80 年期間，楊祖珺與歌手們四處推廣國、臺、客、原住民傳統歌謠以及 1970 年代年輕人創作歌謠的歌本。

意义之外，还要感谢几位传播媒体几位文化人的推广：首先，张钊维在 1992 年，将当时依然被台湾学术界轻视的流行歌曲类属，有系统地将 1970 年代年轻人创作歌谣从西方的音乐社会学角度论述出现，1994 年「时报出版社」又将其论文出版了《谁在那边唱自己的歌》一书。到了 1997 年「中华音乐人交流协会」举办了「民歌 20」演唱会，帮忙筹办演唱会的马世芳将「新格唱片」出版的【杨祖珺】专辑中李双泽作曲、梁景峯改写自陈秀喜诗作的【美丽岛】歌曲在杨祖珺缺席的情况下，放入演唱会中播放，让喜爱民歌的观众再一次听到了李双泽的这首歌曲。马世芳并且在他广受不同年龄层听众欢迎台湾「News 98 电台」广播节目【音乐五四三】以及他的网络文章中，持续推广李双泽的歌曲及其时代意义。同时段，广受欢迎的青年作家张铁志，也在他撰写的地下音乐、摇滚音乐以及反抗意识相关脉络的论述中，经常介绍与肯定 1970 年代早逝的李双泽及其歌曲意涵。到了 2007 年，曾于 2005 年出版 1970 年代广受欢迎的民歌手胡德夫第一张专辑【匆匆】的胡德夫经纪人熊儒贤，也于「中华音乐人交流协会」举办「民歌 30」演唱会前后，邀请「中华音乐人交流协会」的创会理事长陶晓清及他的公子马世芳在淡江大学主持「唱自己的歌：30 年后再见李双泽演唱会」。2008 年，熊儒贤负责的「野火乐集」制作、「叁拾柒度制作有限公司」发行【敬！李双泽 唱自己的歌】CD，由严长寿、林怀民、蒋勋、徐璐、胡德夫负责推荐，邀请旗下歌手将李双泽自弹自唱的歌曲以及上述李双泽录音带中自弹自唱的歌曲，在市场推出。

以上这些社会过程，一一造成了李双泽的歌曲，流传到了 21 世纪依然受到人们的记忆与喜爱。

介绍完李双泽歌曲得以在台湾社会流传的历史，再回到张铁志与马世芳的争议。他们分别都从 1970 年代的年轻人在唱些什么歌的论述主题出发的争议脉络中观察，不论讨论的是「社会性」或「去政治化」与否，原则上与「唱了什么」(what) 的争论有关。事实上，当所有人聆听 1970 年代大学生创作歌谣之时，都能够根据自我的族群、记忆、经验的脉络，甚至从各个脉络出发，展开各自的音乐与社会相关的体会，这也因而开启了各异的文化政治层次：一方面，歌曲好像被允许出现了至今可以听得到的「众声喧哗」意义阐述；另一方面，在推广的过程中，当然也有权力关系因素的介入致使同样

的一首歌曲获得不同待遇的对待（被现实政治及 / 或商业利益筛选过的「中国现代民歌」、「校园歌曲」与「唱自己的歌」V.S. 被上述条件压迫或压制的歌曲或歌手）。甚至，笔者在本文第一章中曾质疑：「中国现代民歌」的名称为何至今只剩「民歌」二字？李双泽许多歌曲中，与【美丽岛】一般动人且具有「社会性」的【少年中国】、【老鼓手】、【我们都是歌手】、【我知道】、【红毛城】等等深具阶级意识、反对殖民主义以及帝国主义意识的歌曲，为何仅只有【美丽岛】才能够领受到台湾政经最高权力机构以及大众传媒的青睐？这种「流行」背后的政经分析及文化研究现象，是「自然」的吗？！

针对张铁志与马世芳（包含前述的何东洪副教授）争议中所关心的「社会性」观点，笔者也补充以下几点看法：首先，在笔者的传播学训练与圈内人知识中，「社会性」所指涉的，并不仅限于指称着歌曲中是否出现反映社会问题的歌词，或者创作歌手是否出现在现实政治斗争的场合等等。在台湾这类现代化发展的第三世界地区或后进工业国家的社会中，作为陪伴与鼓舞人们的歌曲与音乐，其「社会性」的表现，主要会呈现在创作者 / 歌手不因现实政治及 / 或商业利益的压迫或压力，而画地自限地之时出现。同时，尤其到了全球化资本主义的今天，歌手及其处于资本主义商业利润导向第一线的经纪人，也不应，例如，局限于仅只出现在去政治化的拉拉队歌唱行列而已。

此外，针对这两位论述者的争议，笔者还有两大点的意见。

张铁志〈从美丽岛到岛屿天光〉，在文中比较了两首歌曲。若仅就这两首歌曲因为被使用在具有社会性要求的场合，而动员出在场人士的热情而言，并无二致。但是，若就歌曲的写作背景：【岛屿天光】，是为了台湾政治解严已然 27 年的 2014 年 3 月 18 日以「太阳花」及以「学生」为要求的政治动员而作；【美丽岛】歌曲，则是企图与既「去中国化」又「去台湾化」的 1970 年代中国国民党政府戒严体制下的国家资本主义、亲美恐共的冷战结构与白色恐怖时代的台湾社会情境进行对话。

1970 年代的大专学生与年轻知识分子，从莫名的生命力中涌现出自己的歌曲与音声，不正也刻画出那一代青年存在（在场）的意涵——在死寂中搏命发声，在前景混沌但生命力却遭受到扭曲阉割之际，1970 年代大专学生的歌曲创作，犹如从胸口中迸发出来的生命呐喊！

而对于马世芳针对张铁志「贫血的民歌」所做的反驳，笔者则另有看法：「历史」往往不是经由设计而产生，也不是靠着英雄主义而成就，流行音乐的历史亦然。若将唱片工业蓬勃发展的成果，或者商业音乐类型转变的趋势，归功于1970年代「(中国现代)民歌」、「校园歌曲」或「唱自己的歌」所致，相信曾经参与过当年那场文化运动的人，都会觉得受之有愧。甚至，那些我们目前看来似乎始于1970年代中期台湾大专学生弹着吉他所「引领」出来的创作歌谣的风气，在当时的时代潮流中，不仅包括了70年代初期的音乐潮流与电视广播文化，甚至，还可以回溯到台湾1960年代「现代文学」「新写实主义」的文艺内容以及蒋经国先生执掌的「中国青年反共救国团」歌曲、各大学「山地服务队」等等风潮的内容影响、更有从香港输入台湾的国语电影流行歌曲的影响<sup>6</sup>。更何况，70年代战后婴儿潮成长期间，所接收到的流行音乐及其他流行文化的趋势，在当时台湾年轻人被教育得「唯美是从」的价值系统中，反而更直接地接收到美国娱乐工业，间接受益于法国、美国及中国的文化与政治革命的多元变革的影响因素（详见本文第「伍」部分）。

张铁志与马世芳从不见得能够以对错论是非的立场，去看待台湾年轻人创作歌谣的社会性以及商业市场与台湾流行音乐多样类型发展；这也激发了笔者尝试重行辨识当初滋养1970年代的台湾大专学生创作歌谣多元文化养分的样貌，藉以提供未来的歌曲创作与社会实践者能够跨越笔者那个时代的局限。

### 三、在戒严体制、殖民文化与认同危机中摸索成长的「自己」面貌

「『民歌40』演唱会前后的文化批判与响应」现象的「最后一发子弹」，来自朱约信。朱约信，艺名「猪头皮」，现任「台湾基督长老教会义光教会」执事<sup>7</sup>。90年代，他曾制作兼创作了许多广受欢迎的台语歌曲，被誉为「新

---

<sup>6</sup> 至於這些中國（台灣）大專學生的創作歌曲的曲式與源頭，再往上溯是否也受到西洋音樂對於中國清末民初的太平天國宗教音樂，軍隊中西洋軍樂，以及五四運動時期趙元任、李叔同等人「學堂樂歌」的影響，則非本文研究重點。

<sup>7</sup> 幾十年來，在台灣的學院中附設的語言中心，許多教授「台語」的老師所使用的羅馬拼音「台語」教本，據傳就是當時西方的「長老教會」系統，為了教導赴廈門傳教的西方人士與當地居民溝通，所使用的「廈門話」讀本，也是早期在台灣與閩南人士

台语歌运动」的歌手之一。2015年八月中旬，朱约信在《新社会政策》所刊登的〈(民歌 40) (水晶 30) (猪头 20)〉，以诙谐的笔法整理了「特展」最后两场（「张钊维与何东洪」与杨弦两场）的演讲内容，并列举出五个他认为「引起争论且必须讨论的题目」（猪头皮，2015）。

朱约信首先提出，1975年「杨弦发表【中国现代民歌】唱片」之时，是否有人质疑过：「为啥在台湾唱的歌不叫【台湾现代民歌】，而叫做【中国现代民歌】咧？」文中并刊登了陶晓清在1977年为「洪健全基金会」策划出版三张【中国创作民歌系列—我们的歌】的唱片封面。朱约信的第二个问题，引用何东洪在「特展」演讲中所提，「民歌 40」的主办单位「不要仅只展出已经成名（歌曲）的史料」，更应该分析「当初参加「金韵奖 / 民谣风」所有…没有入选的报名歌曲」的落选原因，甚或当时评审的品味及意识形态的问题。

当朱约信谈到如前述马世芳和张铁志相互批判与探讨「有关『民歌』的定位内涵」论辩内容之时，他明显不赞同马世芳对于「民歌」的定位。朱约信比较 70 年代的台湾与 30 年代日据时期的台湾，他认为，虽然在高压时代较少有关「政治人权」的歌曲，但是，「一样的高压时代，民歌连关怀土地，关怀市井小民的作品都几乎缺席，比较多的是（关怀莫名的大中华乡愁情感）」。他引用张铁志的文章表示，在民歌所处的「台湾七零年代，是一个强调现实与乡土的新文艺风潮的时代，各种艺术表达都从台湾本土出发，讲述这块土地的历史中都已经出现了」，例如，许常惠对于陈达等民间音乐的采集、《雄狮美术》刊登的台湾早期画作、乡土文学、云门舞集等等。他认为，在「这波『现实的 / 乡土的』风潮中，唯独民歌缺席。」朱约信并且据此同意张铁志「对马世芳所言『民歌彻底解放了流行音乐的题材』表示跟事实相去甚远。」

文末，朱约信仅以随笔方式带出其他三个问题：什么样的角色能够「代表」民歌（例如，「民歌之父」、「民歌之母」的来源），「『民歌 40』固然重要，『新台语歌 25』不比民歌重要吗？」以及「『水晶 30』也更重要阿，没有『水晶唱片』哪有后来的『新台语歌运动』？」等。

朱约信与张钊维、何东洪、张铁志等人相仿，在探讨大学生创作歌谣的

议题上，都较强调以「台湾」作为 70 年代台湾大专学生创作歌谣的所有格或地域属性；他也认为，应该将「社会性」带入 70 年代「现实与乡土的新文艺风潮」之中。但是，朱约信在他的问题意识脉络中，明显置入了国族认同的统独意识争议以及文化政治中的语言使用等争议主张。朱约信显然忽略了 70 年代台湾所处的现实政治的戒严文化条件，以及解严至今却一向缺乏对两岸问题进行知性论辩的社会空间与氛围<sup>8</sup>。

朱约信在文中除了提出「现代民歌」和「创作歌谣」之前为何冠上「中国」而非「台湾」的质疑之外，也引证了：

...知名民歌【月琴】说是缅怀台湾恒春老歌手陈达所创作，一开始出来的乐器却是普遍认知上的中国乐器琵琶，不是陈达常用的被称为台湾乞食琴的月琴，名为月琴实则琵琶，台湾皮中国心吗？歌词讲的大概是要把【唐山谣】&【思想起】拉在一起，两岸同为一中嘛，一中同表？（猪头皮，2015）

朱约信忽略的是，在他所引述张铁志的撰文中，张是肯定「现实的 / 乡土的」「云门舞集」所创作的【薪传】舞作中那段扣人心弦的【渡海】。况且，台湾的先民从「唐山」顶着狂风巨浪横渡黑水沟的那段主题，谈的不正是两岸人民的传承？此外，熟悉台湾流行音乐制作条件发展的音乐人应该会同意：虽然以「琵琶」代替「月琴」弹奏【月琴】的前奏，在音乐制作上确有疏漏之嫌；但是，用「台湾皮中国心」或「一中同表」去描述这首歌曲的内涵，不也显得逾越又离题。再说，70 年代台湾流行歌曲从前制、录制到营销，皆受到重重条件的限制：比如说，缺乏相当的经济能力与商业规模做后盾；又，缺乏有实力又有意愿进入录音室录制「流行歌曲」的专业乐手；更何况，70 年代台湾不论中乐或西乐的音乐系学生，如果被学校知道参与到「通俗」「流行」歌曲相关的工作中，很可能会遭到学校惩罚等等的后果……。

朱约信过度从「台湾」与「一中」的现实政治角度进行诠释，反而模糊了他所提出可供关心青年创作歌谣者反思的议题。

---

<sup>8</sup> 那時候，無論政治主張為何，使用「中國」、「中華」、或「中國人」稱呼自己或所屬團體是屢見不鮮的。

本文使用历史文献、口述历史以及圈内人知识为研究基础，从本章所提出的「1970年代激发台湾大专学生音声呐喊的历史层积，究竟是些什么样态」、「孕育出1970年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化样貌为何」以及「在戒严体制、殖民文化与认同危机中摸索成长的「自己」，究竟可能有什么面貌」等三个问题意识出发，分别在以下章节中，从「在国际共犯结构中生成的二战后台湾政治文化」、「『吃美国奶粉长大』的1970年代台湾大专学生」与「滋养1970年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化养分」等三大面向，重探1970年代台湾大专学生创作歌谣文化运动出现在台湾社会时的社会情境。希望能够提供更贴近那个时代所处的政治、经济与文化氛围，让日后有兴趣关心与探讨此一文化运动的人，作为研究参考之用。

文中的「大学生」，泛指1970年代曾经在台湾大专院校就读过的青年学子。「创作歌谣」泛指前述大学生使用原生家庭父母所使用的语言，在台湾曾以现场演出或经由广电媒体公开发表其所创作之词曲。

## 参、在国际共犯结构中生成的二战后台湾政经文化

要探讨1970年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的生成背景，不仅要将其放置在当时的权力关系中思考，也必须重新审视当时统合着经济领域的生产关系以及政治领域的社会关系所生产与再制出来的文化样貌（杨祖珺译，1997，页90-93）。

1945年第二次世界大战结束，台湾也终止了从1895年就被满清政府割让给日本半个世纪的被殖民时光，二战后获得最多战争红利的资本主义国家美国，更成为主持接手台湾的国际主力。1950年，美国为扩展亚洲地盘，不仅入侵韩国引发「韩战」，更将第七舰队进驻台湾海峡，在台湾又建立了另一亚洲军事基地，编织出更绵密的世界冷战结构的网络。在几乎独占了国际在台湾的政经利益之外，更刻意设计出台湾与大陆之间完全隔绝的政治安排，从而影响了台湾社会从此长年自外于海洋文化的洗礼，坐实台湾（中华民国）的「岛国」命运。

这些过往脉络与1970年代台湾大专学生创作歌谣的社会情境有着密切的关连，因而必须从「遥远的东方」（借用侯德建歌曲【龙的传人】第一句歌词）开始谈起。

## 一、二战结束前的台湾故事

19 世纪中叶，美国插足中英鸦片战争和谈，逼迫中国签订《中美望厦条约》，取得厦门港口的优惠待遇（1844 年）。1853 年，美国海军舰队由 Mathew Perry 将军率领了四艘军舰与 63 门大炮，代表美国总统向江户幕府「致意」，结束了日本的幕府时代（卜今，1991a，页 3）。Perry 将军更与老友之弟 Gideon Nye Jr. 等人合组公司，在 1854 年驶入台湾高雄港，非但取得樟脑专卖权，又以「为了保护高雄免遭海盗袭击」为由，建立了武装基地。美国政府支持 Perry 将军将台湾定位为「良好煤的补给站」的战略位置，以「确保太平洋上越洋商船运输线的安全」，更主张「美国占领台湾有助于这一个区域内国际势力的平衡。英国在亚洲有锡兰、星加坡、香港，它应该没有理由可以反对美国占有台湾」……（卜今，1991a，页 3-7）。30 年后，美国「教导」日本「看见台湾」，日本借口台湾恒春的排湾族人处死了 54 名遭暴风袭击上岸日人，发动了「牡丹社事件」（1874 年 5 月 22 日），结局以清廷赔款日本军费白银 40 万两暂时结束（卜今，1991a，页 11-13）。1868 年，日本「明治维新」，取法工业大国<sup>9</sup>。1871 年，中日签下了《天津条约》，日本在中国取得治外法权与通商港口使用权。其中影响到今日台湾国际格局最烈者，莫过于该条约注明「当一方受第三方威胁时，另一方有支援的义务」。这项条约令「西方强权」十分紧张，阻止最力者莫过于美国驻东京公使 Charles C. Delong 和美国驻厦门领事 Charles W. Legendre。他们除了全力促使中日两国取消相互驰援的条约，Delong 同时致函国务院：「日本与中国有所不同。我们应该欢迎日本成为一个盟友，当与中国有冲突时，文明诸国应视日本为一伙伴。」美国国务卿 Hamilton Fish 则回复 Delong：「你当把握所有可能的机会，设法诱导日本尽可能地远离中国，而与其他强权势力们在商业与社会上结合」（卜今，1991a，页 14-16）。

在过程中，美国并将台湾排湾族人处死日人的事情，知会了原本并不知

---

礎。

<sup>9</sup> 日本國成為資本主義的工業國家，要到了 1895 年佔領台灣後以「農業台灣、工業日本」政策攫取了台灣糖業等資本後輸送進入日本國家才發展出工業國家的進程（詳見矢內原忠雄著作（1929／1999））。

情的日本国政府，开启了日本侵台的「牡丹社事件」，以及 20 年后 1894 年的「中日甲午战争」。台湾则于 1895 年被满清政府割让给日本，朝鲜也从中国独立。而日本国也透过殖民台湾发展的「糖业帝国」，在资本累积过程中，奠定了雄厚的资本主义以及现代工业的基础（周宪文译，1999）。

美国政府从十九世纪以来，始终积极确保中日对立，藉以维持美国得以掌控并制衡中日两国的两手策略。台湾也从那时起，一直依着美国政府政策需要而被编排与被使用。二战之后，类似的状况又发生了。

1951 年 9 月，韩战爆发（1950 年 6 月）年余，美国领导「盟军」各国（除了中国与俄国），在美国旧金山「战争纪念歌剧院」，与日本签订《对日和平条约》，或称《旧金山和约》（The Treaty of Peace with Japan, or, The Treaty of San Francisco）。表面上，是为了处理日本国在二战战败后的国际地位问题，要厘清日本发动战争所衍生的国际法律问题；实则将台湾与亚洲地区，正式纳入了美俄两强争霸的冷战地盘结构之中。在美国主导下，日本政府声明放弃台湾、澎湖、千岛群岛、库页岛南部、南沙群岛、西沙群岛等岛屿的主权。在和平条约第三条中，日本国也同意美国要求，将琉球群岛诸岛交由联合国（美国）托管。

根据中国北京大学新闻与传播学院刘国基教授分析，原本日本希望和中华人民共和国签订「中」「日」的和约，但由于日本必须等候美国接受《旧金山和约》之后，才能够脱离美军的军事统治。因而美国一方面安排日本国与中华民国签署《中华民国与日本国间和平条约》（简称《中日和约》，又称《台北和约》），并且要求日方只能「放弃台湾、澎湖及附属岛屿」，但不在文书中载明将之「归还给中国」。这个安排，台湾的中华民国蒋介石总统，起初不同意。后来经由「蒋介石的日本友人」岸信介<sup>10</sup>说服，蒋介石接受了这种在未来能够让他（在对抗中共时）有较有弹性发展的方法。而所谓的「台湾地位未定论」，也就是台湾法律地位未定的论调，就在美国主导、日本配

）。

<sup>10</sup> 1970 年代的大學生也許還能記得，在 1975 年蔣介石逝世後，「蔣總統的日本友人」岸信介還被台灣媒體大篇幅報導他來台參加喪禮的新聞。岸信介在日本「太平洋戰爭」開戰時，擔任工商大臣。二戰結束後，是「遠東國際軍事法庭」認定的「二戰甲級戰犯」嫌犯，但後來未予起訴。1954 年，他與「中國國民黨」蔣介石秘密成立「反共聯盟」。岸信介在日後擔任首相時，也曾細數蔣介石對於日本「以德報怨」的德政，對於日本國戰後復興有巨大的貢獻。

合、老蔣默许的情况下完成了未来台湾社会被下棋的游戏规则。刘教授表示，这也就是法律学者陈隆志曾经形容过的日本放弃台湾澎湖但没有归还中国，根据国际法，台湾就是「无主地」(terra nullius)，应该由居民自决等等地主张「台湾」是「法律地位未定论」和「台湾自决论」理论的由来（刘国基，个人通讯【电子邮件】，2016年3月10日）。资深的文化评论家南方朔也曾在〈帝国的手在细致的操作〉中细数出「近代中国以台湾受东西方帝国主义荼毒最深、遗害最重」的证据，用以说明帝国主义的变形，是「透过多国公公司的经济渗透力继续进行资源和人力的鲸吞蚕食；透过对历史事实的歪曲和政治的卵翼，继续延长其政治势力和目的；透过其文祿的渗透和垄断，继续其文化侵略的延长」（南方朔，1991，页215）。这也是为什么每当主张「台湾不属于中国」的论调在台湾社会出现时，上述由美国设计却早已不为国际法承认的「台湾地位未定论」，总还是会在台湾被提出引以为「台湾不是中国」的政治根据之主因。

70年代的大学生，绝大多数出生在二战后的台湾。学校教育、媒体教育非但不可能碰触上述历史，甚至有意地全面扭曲。当时的大学知识分子生长期在国际共犯结构的安排之中，却毫无知觉：念书，是为了留学美国；听歌，就听美国歌曲；在生活中，即便父母及学校严禁，当时多数大学生也坚持要蓄长发、买牛仔裤。其主要模仿来源，则来自在台湾的电视、电影中出现的好莱坞消费/娱乐文化的「美国」青年形象……。

## 二、1970年代大学生日常生活文化情境略述

70年代的台湾在美国扶植下，透过1950~1964年的「美援」，成就了台湾与世界经济体系接轨的「亚洲四小龙」经济「奇迹」。虽然台湾的口袋里多了自己能够分配的经济筹码，但是，第三世界国家被工业强国依他们的国家发展模式所从事现代化国家中的三农以及环境生态等问题，也渐趋严重。1972年，中（共）日建交，美国擅权干涉他国领土而引发的「保卫钓鱼台」等国际政治事件，而当时的中国国民党领导人亦面临父子世代交替之争；于是，在台执政当局策略性地扩大了青年知识分子与台湾本地人参政的机会。50年代以来，知识分子在平面媒体上，以中间偏右为主的基调发表关心国家、

社会与文化发展的言论。但是，下笔皆会考虑「分寸」，免得被「调去问话」，甚或落得「坐牢杀头」的下场。从中央到地方各阶层官员和士农工商各级人士，从小，不需要长辈太多言语的指导，「政治恐惧」犹如存在于基因中的染色体；而「恐共」、「反共」的情绪，也正如吃饭穿衣般地自然。日常生活中，更是处处充满禁忌。比如，吃得到葵花子，但是买不到「向日葵」（太阳花），为什么？据说因为【东方红】一曲中，有一句「毛泽东像太阳，照到哪里哪里亮」；甚至，大学美术系学生画向日葵，毕展使用太大面积的红色，都会招来教官约谈。即使到了70年代后期，台湾的彩色电视已然盛行，电视公司的节目编辑都知道，「必须」播放中国大陆的人事物时，用词必为「万恶」与「匪帮」之类，画面必须以黑白播放，即便以彩色播出，人物的穿著不能是彩色，担心阅听人看到认为大陆生活挺好的，与宣传中「吃草根、树皮」不一致。

「中国国民党」在台40余年的戒严期间，诸如上述的思想审查工作，主要交由「警备总司令部」主管，从中央到地方政府，乃至宗教团体、媒体、学校、民间社团等，凡稍具规模的机关或单位，都设有「人室处第二办公室」（「人二」）。「人二」的职责就是近身监控所有人员的言行思想，「随时」向上级「打报告」。在1970、80年代，学校「人二」除了负责监控董事会、校长、教职员等人之外，高中或大学学生凡参与学校学报、校刊、联谊组织等等各员，都必须参加警总「青邨」的思想集训班。这层层思想「训练」与检查关卡是当时想要「出人头地」的台湾青年，从念书到毕业出国或留在台湾找寻出路之必经筛选过程。许多在当年积极参与学生活动事务的人，尤其是男性，大多听说过这种「出人头地」的途径。但是，一旦被冠上「思想有问题」，便难望取得警备总部辖下之入出境管理局发给的出境许可证。

不过，这种「不能出国留学的政治恐惧」，主要是针对美国政府要求申请者要提出自己在中华民国的「良民证」。一直到了21世纪，笔者在从事社会运动，当「学运」学生知道自己可能因为被起诉判刑，而可能申请不到「良民证」时，这些学生，尤其是就读「台湾大学」这类「好学校」的学生，愈可能因为「心生恐惧」而迟疑或退缩。或许，这也是「太阳花学运」居然在长期占领中华民国立法院与行政院之后，会获得当初支持「318学运」的「民主进步党」蔡英文政府，在2016年5月20日就职典礼不久以后，就紧急宣

布绝不起诉那些自行站出或被辨认出来曾占领政府机构的学生们。

此外，类似上述 21 世纪的台湾人，很难想象：绝大多数 70 年代的大学生或青年，在成长过程中是没听说过「二二八」或「白色恐怖」这个名词的；白色恐怖的恐惧，转换成当时台湾社会的「省籍意识」矛盾：台湾人 VS. 外省人，闽南人 VS. 客家人，台湾人、外省人、客家人大多见不到身边还有的「原住民」（当时称为「山人」；台语则承袭了日本人的习惯，叫山地人「蕃仔」）。成长中的孩子们，也很熟悉不论省籍的父母，遇到某些议题，就经常用不同省籍的语言警告孩子「唛睬政治」（闽南语：不要管政治），或以「嘘」声制止发言，那个时代的晚辈几乎都听说过不要和「政治」发生关系（多么狭窄的「政治」观啊！）。在那个时代，还有一句话，是所有在商业机构的人都听说过的「常识」——吃喝嫖赌，什么都可以，就是不要管政治！

1950、60 年代，统治当局在台湾社会中强力镇压「思想有问题」的人物和团体，不分省籍、党籍与阶级。70 年代大学生在成长岁月中，一切社会议题，从「效忠」「蒋中正总统」为唯一代表「中国」与「民族救星」的思想为起点；在学校教育与媒体呈现中，「中国」与「台湾」的真实面貌，必须先经过「反共」与「爱国」的筛选。60 到 70 年代「中华民国」年轻人成长的主流价值来源：是父权管理与军事制度的学校教育，是封锁世界与扭曲真相的新闻报章，是联考上榜再谈做人处世的家庭教育，是反共八股优先于人文、艺术与学术的人生价值。那个时代接受的近代史教育中，「中国」，从蒋中正总统继承了孙中山革命及三民主义的教条谈起，而三民主义，不是孙中山说的三民主义；「台湾」呢？除了是「宝岛」以外，尤其是 1930 年代以后与世界左派思想结合，爱祖国（中国）、反法西斯的台湾人历史，全面消失。

## 肆、「吃美国奶粉长大」的 1970 年代台湾大专学生

1950 年韩战爆发，原本打算放弃在台蒋介石政权的美国政府改弦易辙给予在中华民国「美援」，一直持续到 1964 年。这也使得台湾眷村领取「眷粮」、美国的基督教教会进行传教之时，台湾人民就有机会品尝到「美国的」奶粉，这是当时许多台湾人民的生活经验。1991 年，《台湾命运机密档案》

收录了小说家陈映真（本名陈永善）<sup>11</sup>在 1984 年为了描述「美国统治下的台湾」的状态而写的文章，改以〈吃美国奶粉长大的孩子〉篇名出现。

## 一、「香蕉」文化——我们都是这样长大的

香蕉（banana）外黄内白，原意指涉那些只懂西方语言，不懂中文的华人；延伸意涵，则是指称他们藐视自己原生文化的心态。在美国，为一贬抑用语，后来则泛指黄种人崇洋媚外心态的一种符号。

1981 年，台湾仍处于戒严时期。笔者在全面被禁止公开从事民歌手工作之后，于第一次赴美国留学之前，受邀为台北市议员选举活动录制募款用的选举录音带，在当时党外文化，那是头一遭。面对着中国国民党主导「万年国会」的中央民意代表结构，地方的台北市议员选举，以当时被称为「党外长子」的林正杰所设计的绿色基调「民主、制衡、进步」为要求，为了「延续党外香火」，也为了能够从地方民意机构开始，逐渐改变戒严台湾的政治生态。

为了台北市议员党外三剑客及原有五位党外老将选举，笔者制作了一卷【党外的故事·新生的歌谣】歌曲专辑，并且邀请小说家陈映真先生编写口白，无偿给选举活动筹募资金之用。笔者仿中国大陆抗战时期【黄河大合唱】的编曲结构，在录音带 A 面选择了闽南语（台语）民谣，而使用国语口白咏诵；在 B 面，则使用已过世的李双泽遗作为主，使用闽南语（台语）的口白咏诵。陈映真应允在每首歌曲前，撰写或台语或国语的口白。由于陈映真在前一年曾被军法局约谈 36 小时，险些再度坐牢的处境，笔者担心他再度遭到有关当局找借口迫害，因此并未邀请嗓音迷人、国台语流利的陈映真亲自咏诵自己撰写的口白。在录音带制成出版之后，外包装上也不敢印上陈映真及其他参与编、唱、录制等音乐工作者的姓名，惟恐他们被找麻烦。

---

獻。

<sup>11</sup> 陳映真，台灣鶯歌人，1937 年出生於台灣苗栗的基督教家庭，祖籍福建省安溪縣。陳映真的原文出現在《夏潮論壇》雜誌一九八四年六月號，原篇名為〈美國統治下的台灣——天下沒有白喝的美國奶〉。後來分別收錄在（1）《美國統治下的台灣》（1984，頁 7-22）。台北：人間出版社。以及（2）陳映真。〈吃美國奶粉長大的孩子〉，《台灣命運機密檔案》（1991，頁 247-26）。台北：海峽評論雜誌社編輯部。

陈映真先生出生于台湾日据时代，英日语造诣俱佳，却始终怀抱着社会主义统一中国的理念。1968 年，台湾处于戒严时期，陈映真时年 31 岁，因「组织聚读马列共党主义、鲁迅等左翼书册及为共产党宣传等罪名」的「民主台湾联盟」案被「惩治叛乱」了十年。1975 年，因纪念蒋中正总统百日举行大赦，获得提前出狱。1984 年，他曾在党外杂志《夏潮论坛》以〈美国统治下的台湾——天下没有白喝的美国奶〉一文，提醒读者注意有关美国政府如何刻意影响台湾的政治、经济、军事、文化，并指出那些看似是台湾内部「统独」争议迷思的缘由。本文撷取其中与本研究相关的文字，来检视 70 年代台湾大专学生在意识形态上，可能受到来自美国政府刻意安排的文化影响可能为何？

陈映真在文中表示，「超级帝国的美利坚」在台湾及全世界，将「精巧的新式殖民主义」透过「国务院、五角大厦、跨国企业、新闻处、中央情报局、军事顾问团和学术基金会」来执行环球策略，虽与「旧式殖民主义的政策性格相同，但范围极大，内容极精巧」。同时，美国在全球各地普设「新闻社、电影、电视、全球性企业公告」及美国新闻处，进行美国化思想和文化的改造工作。当中国国民党政府尚未于 1949 年退守台湾之际，美国政府却早已在 1945 年二战之后监管日本战败国之时，开始在台湾进行建设；将台湾当作美军的「中继站」，「…修复了台北、新竹、台南等地的军用机场，并在林口、松山建立航管雷达站」。1950 年，韩战爆发伊始，更将美国第十三航空队进驻其中。

陈映真指出，1951 年韩战爆发后驻守台湾的「美军顾问团」（即「美国军事援助技术团」，Military Assistance and Advisory Group），到了 1978 年，因中国国民党当局拒绝而结束。美国陆军却另组「驻台办公室」，以领事馆内驻台武官名义继续活动，并且「对台湾地理、水文、人文、政治和经济方面进行调查」。在「国府求全与委曲」的美国经验中，「文化上、经济上，在台湾『反美』是一个禁忌」。美国在台湾「高等教育领域中」所进行的「美国化改造」，则是透过「教科书、派遣研究人员」、以及到美国公费留学等方式训练台湾的青年知识分子。藉由「美国新闻处、好莱坞电影、美国电视节目、美国新闻社的消息」，「基本上左右着台湾文化，并且持续、强力地塑造着崇拜美国的意识。」（陈映真，1991，页 247-252）

生长于 60、70、甚至 1980 年代的台湾知识分子，在成长的经验中，都可能听说过某些台湾「优秀」文人、知识分子有过令人称羡的经验：例如，某人「假日到美新处（美国新闻处 United States Information Agency，缩写为 USIA）看杂志」、或某人「接受美国国务院邀请访美一个月」、或某人「得到美国政府国际教育交流的学生奖学金（例如，Fulbright Scholarship）」、又或某人「由美国相关文化经费支持」…。几十年后，我们终于偶而有机会透过一些文章或论文，察知美国政府驻外文化单位，是如何绵密地对台湾（或中国大陆、香港）的知识分子收编或灌输美国文化的价值。例如周邦贞（1999 年 4 月 7 日）在〈理察·麦卡锡谈三个朋友——张爱玲、聂华玲和陈若曦〉文中，提及「…美国政府在当时正与共产国家冷战，香港「美（国）新（闻）处」的任务之一就是介绍中国文学，尤其是具有反共倾向的当代作品；把它们翻译成英文出版之后，好分送到世界各国作为反共宣传读物…」。清华大学台文所的陈建忠副教授也在〈「美新处」（USIS）与台湾文学史重写：以美援文艺体制下的台、港杂志出版为考察中心〉论文中，将这种「自域外移入」的「美援文艺体制」，是「制约作家在意识形态与文化想象上趋向」的「软性体制」，它会「促使台湾文学的发展导向了有利于美国（或西方）的世界观与美学观，或是发展为将文学创作与社会变革区分开来的纯粹美学思考」，「其深入几世代所形成的『集体无意识』，影响之深远不可等闲视之。」（陈建忠，2012，页 211）

如果美国政府对于台湾的「文学」能有如斯影响，对于台湾流行歌曲或创作歌谣的大学生，难道不也如此？事实上，笔者依然记得，在 1979 年中旬，到「艾迪亚餐厅」听笔者唱歌的娶了台湾女子的美国大使馆一等秘书毛奇，在不久后，就以他们夫妻的名义，邀请笔者到他们在阳明山上的豪华宿舍。笔者与当时「造反派」的《美丽岛》杂志社的领导阶层认识，也就从那天以后开始的。美国政府及其在各地区的当地代言人使用的这种「统战」模式，到了二十一世纪依然延续着。

## 二、为美国作育英才的台湾大学校园

笔者根据政府统计、学者研究等等来源，捡择出 1950 年到 2007 年与台湾大专院校学生相关的统计数字，用以略览当时为数不多的台湾大专学生在

社会中可能占有的优势地位，及其可能在社会教育与学校教育中所养成的亲美心态。

这些统计数字包括：(一) 台湾总人口数；(二) 民国 59~95 学年度台湾的日间、夜间部一年级学生人数（含性别人数及男女比例）；(三) 1950 至 1989 年台湾留学生人数，含赴美留学人数与赴外国留学总人数、及其比例；又由于台币兑换美元逐年改变的比例，从 1950 年到 2007 年具有显著的政经意涵，因而笔者将或台币、或美元估算的 (四) 国民人均所得（台币）；(五) 国民人均所得（美元）及 (六) 逐年台币兑换美元的数额，分别放置在附录的「表一：1950 年至 2007 年台湾大专学生出国留学及部分相关条件变迁之综合参考表」之中。

首先，就以年轻人所占台湾总人口的比例来观察。台湾从二战后到 1984 年为止，共计有两波婴儿潮。第一波从 1950 年代到 1968 年，而 1970 年代中期的婴儿潮，则来自第一波婴儿潮人口已达生育年龄所致。本文主题所涉及的对象，属于第一波婴儿潮的人口。薛承泰曾经根据行政院主计处的资料推估，台湾在 1948 年有 25 万名婴儿出生，到了 1950 年代中期，台湾每年新生儿人数皆达 40 万人以上（2003）。若以 20 岁作为大学生的平均年龄，50 年代以来，每年多达 40 万人口的婴儿潮，应该是 70 年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的「本土主力」来源。为了观其大豹，也从这些婴儿潮人口占总人数的比例来观察。

台湾大专学生拿起吉他在电视上唱着自己创作歌谣的现象，大约发生在 1970 年代到 1983 年（所谓「民歌消失」）的十多年期间。日本殖民台湾最后一次人口普查人数停留在 1943 年，所知数字是 658 万多人（6,585,841）（台湾省政府主计处，1994）。1945 年台湾光复后，据说一共遣返日本人 47 万多名（乘风传人，2013 年 11 月 23 日）；到了 1949 年，根据中国国民党政府的说法，从中国大陆约有「60 万大军」及其眷属来台。

笔者根据「表一」，计算出 1950 年代出生的婴儿潮，成长到 20 岁左右（即 1970 年~1983 年间）成为大学生，作为创作歌谣的主力。也就是说，在当时的每一年，处于大学生创作歌谣年龄的年轻人，大约都占了各该年份

总人口数的百分之 2 左右<sup>12</sup>。

其次，究竟有多少年轻人，能有机会进入大专院校就读？

台湾大专院校在 50 年代约有所，那时候的大学生约有一万人。到了 1960 年代增加至二十四所，大学及专科学校联合招生录取率大约 37%。到了第一波婴儿潮成长的 1970 年代，平均录取率下降至 29%。到了 1985 年，考上大专院校的率取率也只达 30%。

笔者从「表一」的数字中，也计算出：每年，能够有机会考上大专院校、并且有能力进入大学就读大一的人口，在每年平均人口中，大约都在 0.2% 的比例，也就是说，每一千位台湾人当中，仅只找得到大约 2 人能够有机会进入大学就读。多么稀少的比例啊<sup>13</sup>！顺便一提的是，从本研究的资料也观察到，进入大学就读的人口，在 1970 年代大学生创作歌谣的时代里，男学生与女学生的比例从 1.85 倍、1.55 倍、到了 1980~1983 年也只不过下降到 1.41 倍。

也就是说，透过统计资料，以就读大一的资料来观察，在当时台湾，只有比例极小的人口数才能够念大学。这还不谈绝大多数的大学生们，几乎无意识地享用着全体纳税人所补助的高等教育经费。

第三，从家庭收入及一些相关的社会实况，来观察这些大学生的日常生活。1965 年以后陆续在台湾南部、中部出现加工出口区，以及 1972 年以后，政府政策系鼓励全台湾家庭加入代工行列，扩大外销，争取外汇的「家庭即工厂」。因此，脱离农村到都市找工作，是当时绝大多数不分省籍、党籍（与无党籍）的台湾人民生活写照。1970 年代的台湾，一般家庭年收入，大约新台幣七、八万元左右。虽说大多的家庭生活在于开销上稍显左支右绌，但若与初离战乱（从日据时期台湾被盟军猛烈轰炸、或从烽火连年的中国大陆到台

---

<sup>12</sup> 筆者先將上述每年多達 40 萬人口的嬰兒潮人口除以一九七〇年代十年平均人口數（1596 萬人），並且也再以 40 萬人除以 1980 年~1983 年四年逐年總人口數（1770 萬、1803 萬、1865 萬及 1893 萬）來觀察，得到了本文泛稱一九七〇年代台灣大專學生創作歌謠的年輕人口佔全台灣總人口數的 2.50%（一九七〇年代）以及 2.25%（1980）、2.22%（1981）、2.14%（1982）及 2.11%（1983）的數字。

<sup>13</sup> 如果從 1970 年~1979 年錄取並就讀大學一年級的總人數約 31 萬 8 千人（318,394 人）來看，佔了一九七〇年代歷年總人口數（約）1 億 5 千 9 百 62 萬（159,620,000）人的 0.199%，亦即，一千人中大約不到 2 人能夠考上大學。如果再加上 1980 年至 1983 年錄取並就讀的約 14 萬 8 千（148,703）的大一新生來觀察，則從 1970~1983 年總共 13 年考上大學並就讀的大一學生，佔總人口約 232,930,000 人的 0.200%。

湾)，手中只有年平均收入 141 余美元（1950 年代）、208 余美元（1960 年代）（详见「表一」）的父母那辈养育子女的贫困生活相比，70 年代的年轻大学生，如同活在全体台湾人民用血汗累积出来的幸福之中，尤其那些能够进入大学念书的知识分子。而社会中的联合招生升学考试，也是所有一般人民，在形式上获得唯一公平的社会（流动）制度。

从上述简略的筛选中，大约可以看到年轻大学生在台湾人口流动中的现象：当普遍家庭收入并不宽裕的情况下，每年只有 2% 的人口，能够考上大学并且有机会进入大一。而这些就读大学、在台湾社会眼中几乎高人一等的「知识分子」，大约千人中，只能出现 2 位。

接下来要看的是，这些从家里、学校到社会上，大多被捧在手心上的大学生，如果毕业了，究竟会选择何处做为他们留学的目标国？

根据〈表一〉，台湾大学毕业生申请留学的总人数中，选择美国作为留学国家者，向来都占总人数的极高比例：50 年代约 89%，60 年代的前期约 79%。到了 70 年代的前期，选择留学美国的比例为 86%，后期则达到 90.7%。到了 1981 年至 1985 年，更高达 93.6%。也就是说，到了 80 年代中期，几乎只有美国才是台湾大学毕业生的留学目标（93.6%）。随着台湾逐渐步入「亚洲四小龙」的阶段，全台湾的社会纳税培养、层层筛选出来「最高级」的知识分子，绝大多数不仅选择留学、而且是留学美国。根据美国民间组织的统计，在 1970 年代以后，台湾的留美学生人数，更高达全球各地留学美国总人数的第一、二名<sup>14</sup>。

### 表一：1950 年至解严后的 1989 年台湾大专学生出国留学及部分相关条件变

---

<sup>14</sup> 一直到了中國大陸改革開放以後十幾年，這個「鰲頭」才又讓中國大陸赴美留學生佔了過去。例如，根據美國非營利組織「國際教育協會」（Institute of International Education）統計，2009 至 2010 年，美國的外國留學生共計六十九萬九百二十三名，來源國家及地區分別是：中國、印度、南韓、加拿大和台灣（中央通訊社，2010 年 11 月 16）。而「留學生」，一向是美國外匯收入的主要項目之

迁之综合参考表

年份	总人口(万) (约)	民国 59~95 学年度 日、夜间部 大学一年级 学生人数 (总数; 男: 女) (男女比例, 约)	1950~1989 台湾赴美留学人数 / 台湾留学生总数 (美、日、澳大利亚、 英、法、德、加、纽、 其它)	国民 所得 (台币)	国民 所得 (美元)	美元 1 元兑换 台币 (约)
1950			213/216			
1951			332/340	1412	137	
1952 龙年	804		360/377	1919	186	10.3
1953	833		123/129	2481	160	15.6
1954	865		355/399	2620	168	15.5
1955	897		656/790	3005	193	15.5
1956	929		410/519	3318	134	24.8
1957	960		400/517	3732	151	24.8
1958	992		570/674	4038	163	24.8
1959	1029		521/625	4492	123	36.4
1960	1067		531/643	5250	144	36.4
1961	1103		733/978	5707	143	40.0
1962	1140		1387/1833	6094	152	40.0
1963	1176		1685/2125	6699	167	40.0
1964 龙年	1214		2026/2514	7605	190	40.0
1965	1251		1843/2339	8165	204	40.0

1966	1287			1696/2189	8910	223	40.0
1967	1321			2047/2472	10028	251	40.0
1968	1355			2272/2711	11405	285	40.0
1969	1406			3015/3444	12920	323	40.0
1970	1458	26116(16866:9250) 1.82 : 1		1825/2056	14550	364	40.0
1971	1491	27491(17413:10078)	1.73 : 1	2289/2558	16559	414	40.0
1972	1522	30096(19580:10516)	1.86 : 1	1867/2149	19456	486	40.0
1973	1551	32100(21226:10874)	1.95 : 1	1650/1966	24799	648	38.2
1974	1578	32586(21246: 11340)	1.87 : 1	1992/2285	32739	862	38.0
		<b>('70~'74 男女比均數 :1.85:1)</b>					
1975	1608	33885(21841:12044)	1.81 : 1	1824/2301	34181	900	38.0
1976 龍年	1640	34022(21057:12965)	1.62 : 1	3173/3641	40023	1053	38.0
1977	1673	32813(19850::12963)	1.53 :1	3369/3852	45878	1207	38.0
1978	1704	33488(20281:13207)	1.54 : 1	4350/4756	53975	1461	37.0
1979	1737	35797(20023:15774)	1.27 : 1	5463/5801	64224	1784	36.0
		<b>('75~'79 男女比均數 :1.55:1)</b>					
1980	1770	35893(21416:14477)	1.48 : 1	5572/5973	78821	2189	36.0
1981	1803	37178(21668:15510)	1.40 : 1	4976/5365	91470	2486	36.8
1982	1865	37348(22058:15290)	1.44 : 1	5572/5925	96230	2460	40.0
1983	1893	38284(21844:16440)	1.32 : 1	5371/5690	104672	2613	40.1
1984	1919	39064(21934:17130)	1.28 : 1	5066/5410	116355	2937	39.6
		<b>'80~'84 男女比均數 : 1.38:1</b>					
1985 1941		40169(22804:17365)	1.31 : 1	6052/6499	121225	3041	39.9

1986	1961	42147(23630:18517) 1.28 : 1	6382/6899	139962	3698	37.9
1987	1984	43230(23595:20228) 1.17 : 1	6052/6599	156311	4905	31.9
1988 龙年	2006	52704(27534:25170) 1.09:1	6382/8125	169284	5917	28.6
1989	2028	54628(28977:25651) 1.2 : 1 '85~'89 男女比均数 : 1.21:1	3515/3896 (1989年7月起, 自费留学生不须教育部核准)	187421	7097	26.4

数据源：1.本表整理自薛承泰（2003）；台湾 GDP，2013 年 10 月 11 日《百度百科》；教育部统计处（2007）。行政院教育部（2006）。教育部「民国 39 至 78 年出国留学学生人数统计表」；行政院主计处（2011）。注：表格空白处为本文截稿前政府数据未登记者。2.国民年均收入引用「按当年价格计算」之数字。

## 伍、滋养 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化养分

在分析多元的文化养分类属之前，首先邀请 21 世纪的阅听众，进入半个世纪前统辖着台湾社会艺文发展的社会情境。

1970 年代中期以后，台湾的中华民国政府从进口替代到加工出口的后进工业国家经济发展模式，使得老百姓的平均收入逐年遽增（请参考「表一」）。我们仅就戒严时期的 1980 年 11 月，在政府首肯下，台湾也成立了「中华民国消费者文教基金会」组织的这个现象，就得以窥见当时的中产阶级，早已具有了阶级的社会性力量。再加上大众传播事业的渗透与扩散，除了原有的平面媒体报章杂志与电影、广播外，台湾电视公司（1962）、中国电视公司（1968）及中华电视公司（1971）也陆续成立。对一般人民而言，透过娱乐事业而来的相关利益及生活机会大增，而政府较有系统的管理与审查制度，也在这个阶段愈发成形。

然而，在大学生创作歌谣兴起的这个时代，既没有电子科技，又缺乏娱乐工业，「官方」与「民间」的权力与权利，究竟有何区别？其实并非绝大多数台湾人民所能分辨的。在 1970 年代，与歌曲相关的审查机构在行政院新闻局的「出版事业处」与「广播电视事业处」（另一职司管理的单位为「电

影事业处))。这些机构在 1973 年 8 月 1 日, 从原本属于内政部、教育部及其他与大众传播事业相关的政府辅导与管理业务的职务之中统整规划, 而后再全部交由行政院新闻局负责管理。

在民间, 负责「呼应」中华民国官方文艺政策的单位, 则有由中国国民党中央以及中华民国政府结合了活跃华人以及在台湾的作家与艺术家所组成的「中国文艺协会」。该会于 1950 年 5 月 4 日成立, 「主旨与任务」是「以团结全国文艺界人士, 研究文艺理论, 从文艺创作, 展开文艺活动, 发展文艺事业, 实践三民主义文化建设, 完成统一中国任务, 促进世界和平」。其下, 设立了诗歌创作研究、散文创作研究、小说创作研究、音乐、美术、话剧、电影、广播电视、戏曲、摄影、舞蹈、文艺评论、民俗文艺、新闻文艺、国外文艺工作、大陆文艺工作、文艺翻译工作等 17 个委员会(行政院文化建设委员会, 1996 年 6 月 1 日)。

1951 年, 为了响应国防部总政治作战部主任蒋经国提出的「文艺到军中去」运动, 「军中革命文艺」就此踏出第一步。此时, 中国国民党政府尚未明文制订「文艺政策」。1953 年, 蒋中正总统撰写了〈民生主义育乐二篇补述〉, 言明「『黄色的害』和『赤色的毒』会『践害我国民的心理健康』」; 到了 1954 年, 「中国文艺协会」还加上了「黑色的新闻」毒害, 策划执行了「文化清洁运动」(黄怡菁 2009 年 9 月 24 日)。「中国文艺协会」配合他们在 3 年前由「中国国民党」中央党部出资、「中国广播公司」董事长张道藩发行出版的《文艺创作》杂志, 并且加上「中华文艺奖金委员会」使用公家资金给予经常性的座谈, 并鼓励民间杂志刊登反共抗俄的诗歌、散文、小说、剧本等等的作品。这些附带了名与利的实质「鼓励」, 着实在台湾文坛及文学场域, 制造出反共文学的基底。「中国文艺协会」甚至曾经在各报刊出「『举办民意调查并接受被害人指控启事』, 鼓励各地民众踊跃检举属于赤黄黑三害的刊物。根据《中国文艺年鉴》, 1954 年 8 月 20 日至 28 日之间共收到 2614 封民众投书以为检举。」(应凤凰, 无日期; 张文菁, 2014, 页 92-95)。

与 1979 年代大学生创作歌谣审查机制直接相关的机制, 大约可从 1968 年的发展开始观察。当年, 中央政府部门推出了「中国音乐年」, 一连串从海外聘请学习西洋音乐的音乐家, 针对学校老师、学生举办音乐讲座、美声合唱团爱国歌曲演出以及鼓励创作「中国」的歌曲。这些以西方音乐与声乐

为主流的「中国」音乐发展政策，同时也由「中国文艺协会」主持扫荡「靡靡之音」的工作。

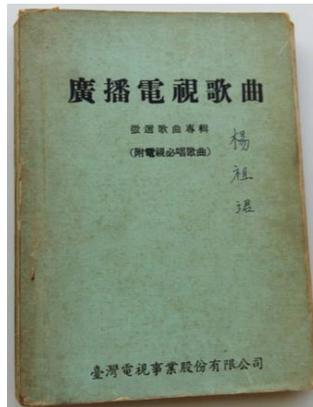
到了1974年11月，中国国民党第十届五中全会举办之前，由「国际狮子会」中华民国总会、「中国广播事业协会」与三家电视台主办，在行政院新闻局赞助下，由「广播电视歌曲推广委员会」负责「歌词征求，即日开始（至）12月31日截止，应征歌谱，规定使用本次入选的歌词作曲。凡经入选，每首作曲视内容与长短，分别给予新台币1500元至2500元酬劳…」(联合报，1974年11月10日；「中国文艺协会」《台湾文学网》；黄玉兰，2009年10月28日；何貽谟，2002，页169)。值此同时，新闻局「流行歌曲整理审查小组」在11月22日针对1700多首国、台语歌曲进行审查，除了22日公布禁唱的91首，连同前两次审查结果共计禁唱了188首歌曲(图8)，从1974年至1978年中旬，这个委员会共征选了四期净化爱国歌曲，并印刷成《广播电视歌曲 征选歌曲专辑(附电视必唱歌曲)》歌本，规定三家电视台中的每个歌曲节目，必须有1/3比例的歌曲从这本歌本中选唱(图9)。到了1975年12月26日「广播电视法」在立法院三读通过，明令「电视台对国内播音语音，以国语为主，方言应逐年减少；其所占比率应由新闻局是实际需要定之」，「方言」节目从1972年的20%以下，在此法通过后持续下降。

图六：行政院新闻局「流行歌曲整理审查小组」公布共188首禁歌的91首歌曲名单



数据源：《联合报》，1974年11月22日，第9版。

图七：1978 年电视公司交给音乐节目主持人使用的《广播电视歌曲 征选歌曲专辑（附电视必唱歌曲）》<sup>15</sup>



数据源：杨祖璿

前述简介，为的是让读者进入 1970 年代台湾大（专）学生在创作歌谣时，从创作之初，在平面媒体、广播媒体得以被看到与最终的发表以及呈现在娱乐事业消费者面前的过程中，可能遭遇到有形、无形的歌曲审查相关的层层关卡。

以下，笔者试着从青年学子身处台湾社会中，所可能接触到的重要养分来源出发，列举出七类滋养着 70 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化养分来源。分别是：（一）1950 年代以降台湾艺文思想的耕耘与实践；（二）来自台湾街坊与民间的文化与政治存粮；（三）「中国青年反共救国团」自强活动歌曲、「保钓运动」后大学生「山地服务队」歌曲与台湾电影流行歌曲的弦韵交会；（四）阅听与演唱美国流行歌曲排行榜的「西洋」流行歌曲；（五）吉他弹唱的教本、课程与音乐杂志，以及大学校园、西餐厅的吉他表演；（六）

<sup>15</sup> 1978 年筆者主持台視【跳躍的音符】時，歌唱節目中 1/3 的歌曲要出自《廣播電視歌曲 徵選歌曲專輯（附電視必唱歌曲）》之中。當時呼籲要「掃蕩靡靡之音」並發起「音樂清潔運動」的旅港音樂家黃友隸，在 1~4 期徵選歌曲共計 206 首「愛國淨化歌曲」中，在第 1 期第一部份的 7 首「愛國」歌曲，除了【國歌】、【領袖頌】、【時代】3 首歌外，【海嶽中興頌】、【大忠大勇】、【白雲詞】及【思我故鄉】等 4 首，均由黃友隸作曲。此本歌曲為筆者於 1977 年至 78 年在「台灣電視公司」主持【跳躍的音符】歌唱節目時「台視」發給製作公司的政府規定「廣播電視歌曲」曲目。

创作歌谣征选、比赛活动及其相关音乐产品出版的鼓励与刺激；(七) 收视率强档的国语广播音乐节目与电视歌唱节目。由于篇幅限制，文中仅针对必要细节分析与整理。

## 一、1950年代以降台湾艺文思想的耕耘与实践

第一类滋养 1970 年代大学生创作歌谣的文化养分，包含了小说、散文、诗作、舞蹈、剧场、「乡土文学论战」相关论述以及「反共义士」姜成涛在大众传播媒体广泛介绍的「中国民歌」风气。这其中也包含了在那过往 20 年间属于「美国式的」、甚至就是「美国的」流行文化影响。

1950 年代以后，「现代诗社」（《现代诗》）、「五月画会」、「东方画会」、「《剧场》杂志等等这些「新的」、「现代的」、「西方的」的台湾艺文作品。60 年代以后则有《文星杂志》、「水牛出版社」、「志文出版社」、「新潮文库」，以及为数并不多的人才搞得懂的「存在主义」与被教育当局大肆在媒体中斥责为「灰色思想」的《野鸽子的黄昏》等风潮。虽说较文人品味，但影响的受众却是在当时社会不见得有权势，却足以担当台湾艺文发展指标的重要意见领袖们。在这个「文艺丰收的时代，不仅大陆来台的青年作家开始大量创作，新生代的台湾青年也很快地掌握了白话中文。文学创作者如雨后春笋纷纷冒芽，甚至长成大树，创作出大量文艺作品……」（郑鸿森，2008 年 4 月 24 日）。

在不允许「娱乐」也缺乏「消费」概念的时代，当时出现的一些流行文化，对于生活清苦、信息封锁、政治高压的战后出生一代的成长，铭刻着极其强烈的意识形态上的影响。例如，1954 年，由「空军广播电台」西洋流行音乐名广播人费礼（平鑫涛）创办《皇冠杂志》。原本以刊登翻译自美国低俗小说（pulp fiction）为主的杂志，到了女作家琼瑶的小说出现在版面，其后更为改编成电影大受欢迎之后，对于一般有阅读习惯的家庭或喜欢看电影的年轻人，不仅能够提供他（她）们些许发泄与认同的管道，对于战后出生一代的人生价值以及父权观念的培养，也影响至巨。又如，《读者文摘》中文版的出现。在 1964 年刚结束了 10 年对台「美援」政策的美国，从 1955 年在东南亚国家所开启的战端中，却遭到越共有效对抗的「抗美援朝」

(Resistance War Against America) (或称「越战」)的拖延。在美国更需要确保台湾作为美军转运站与临时根据地,而台湾人民也更需要在思想上落实「美国价值」之际,《读者文摘》中文版,落实了亚洲华人及台湾人想象中的「『美』国」、「美国的生活」、「美国人的思考模式」,在大众传播媒体以及学校教育的强力推荐以及肯定之下,《读者文摘》提供了台湾人学习美国「生活方式」(way of life)及「民主」、「自由」的想象原型。

在提供流行文化的影像来源中,电影院并非50、60年代一般人家能够随时前往之地。而自家或隔壁人家的黑白电视播放的美国影集,也是灌输台湾人「美国梦」的来源,而且在台湾播出的时间往往长达数年,甚至从黑白电视播到了彩色电视的时代。例如,1962年以后英勇的美军力抗万恶德国兵的【勇士们】(Combat);1964年美国英俊又正义的侦探故事【影城疑云】(Seventy-Seven Sunset Strip);1967年美国神仙眷属的【神仙家庭】(Bewitched);朴素、英勇、快乐又正义的美国传统【牧野风云】(Bonanza);甚至,只要是台湾生长的人,原则上都看不懂的【苏利文剧场】(The Ed Sullivan Show),这个在美国极受尊重与欢迎的综艺性节目,除了现场的爵士乐,其余内容均属美国日常生活的漫谈及美式笑话,除了在台美国人(及有限数量的当局高官)听得懂外,笔者怀疑究竟有谁能够那么「美国」?不过,凡此种种「好看」的美国价值及意识形态传播,多得不胜枚举。这个时代,1970年代台湾大专学生创作歌谣的年轻人,大约处于小学或初中时代。

而1970年代的保卫钓鱼台运动以及随着中华民国政府在国际、国内政治中的转型,台湾大众传媒中的报纸副刊及杂志,出现了一些「新」的、「乡土」的诗词小说、论说散文,这也带给战后一代在初中、高中时期除了接收「现代的」、或「反共抗俄」、「爱国」等文艺品味的惯例。彼时的在台侨生以及逐渐增多的留美或留欧回台知识青年,也将1970年代因美国对华政策转变而准许中华人民共和国在美国及欧洲社会广为宣传的「新中国」杂志或录音带,夹带在行李箱中带回台湾。

1970年代还有几股在艺术上「分进合击」的「进步」力量,来自台湾民间力量的集结。1971年,在当时前卫的、现代的、存在主义的时代潮流中,吴美云、黄永松、姚孟嘉等人,以「大汉天声」之理念,创办了英文版ECHO的《汉声杂志》,到了1978年中文版问世,当年的大学生及知识分子才有缘

在书报摊上阅读得到传闻中精致美好又博大精深的这本民间艺术刊物。除了杂志之外，「1981年以原创图文，用当代语言诠释传统故事的《汉声中国童话》12月的故事，以及1984年的「为儿童编创的科普与生活常识的《汉声小百科》」（林怀民，2016年8月19日）。1984年在姚孟嘉主导下，《汉声》精心研制出版的《手打中国结》，不仅教育的日后六、七年级世代的孩子，也教育了台湾战后四、五年级出生的父母们。

而另一股当时大学生及知识分子的文化粮食，则来自1975年以后的《雄狮美术》。当时，《雄狮美术》创办人李贤文以及《汉声杂志》特约记者奚淞从法国接触到当代思潮与社会思想革命的洗礼后回台，共同「主持月刊编务」；到了1976年秋季，李贤文在月刊中介绍的「洪通画屋」，《雄狮》举办的第一届「青年绘画比赛」、五周年时「于耕莘文教院举行『民间艺术的保存和发展』座谈会」，将当时强调「西洋」与「高级」的「美术」观念，加入了「台湾」与「民间」艺术的成分。到了1977年奚淞担任月刊主编之时，怀抱着满腔重新改造中国（台湾）社会理想、曾经在法国编辑过《欧洲通讯》但由于政治意识形态倾轧而退出编辑的文人蒋勋，受邀回到中国文化大学戏剧系京剧组讲授「艺术概论」（蒋勋，2016年9月27日）。《雄狮美术》在蒋勋于1978年出任月刊总编辑之后多年，除了美术，还增辟文学、音乐、摄影、舞蹈、戏剧等内容，他不仅将艺术从高不可攀的殿堂广泛引介进入民间，对于艺术与生活本当结合的理念，也丰富落地地呈现在刊物之中，为台湾社会进行了丰富的民间艺术教育。

当时，深深影响了大学生及知识分子的心灵粮食，还包括了因美国华人舞蹈家王仁璐于1967年在中山堂举办台湾第一次现代舞蹈发表会，启发了20岁的林怀民对于马莎葛兰姆现代舞编舞理念。林怀民从美国留学回台北，在1973年创办台湾第一个现代舞剧团「云门舞集」马莎葛兰姆对于林怀民其人、其文与其对于舞蹈的坚持与创作的影响可谓深远至极。尤其是林怀民从1974年以后，使用中国民间故事素材，陆续发表的精彩舞作，如：寒食（1974）、白蛇传（1975）、薪传（1978）及廖添丁（1979）等等，其中使用了在台湾受教育或留美西洋音乐家所创作的「现代音乐」（modern music）作为配乐并将其音乐出版，不仅开启了台湾现代舞的风潮，也造成这些以往与流行音乐缺乏链接的现代音乐家，逐渐走向广告音乐、甚至「校园歌曲」创

作及編曲的行列（例如，李泰祥、許博允、樊曼侖及馬水龍等）。

然而，對於 1970 年代大學生創作歌謠一代，最具震撼及開了「耳」界的音樂來源，莫過於 1969 年中旬以後，在大陸北京音樂學院畢業後到香港、其後從法國「投奔自由」到台灣的「反共義士」青年聲樂家姜成濤。他將 1950 年代中華人民共和國成立之後，在中國大陸各地採集民謠所搜集來的一些歌曲，在台北「中山堂」舉辦過演唱會。「四海唱片」將演唱會中演唱的 10 首西洋民謠以及 10 首中國民謠出版了【姜成濤中國藝術 / 民謠獨唱集】唱片，不僅使用了當時極其稀罕的大眾傳播電視及廣播媒體資源中播出，觀眾反應也出奇地好。1979 年，「海山唱片」再次出版了由宜蘭音樂家陳澄雄參考大陸編曲曲譜之後指揮演奏配乐的【姜成濤 中國名歌專輯（一）】共 11 首中國民謠的黑膠唱片。由當時負責審核歌曲的音樂家黃瑩簽名推薦所出版的【姜成濤 中國名歌專輯（一）】黑膠唱片。黃瑩畢業於國防部政工干校音樂系，軍中的【九條好漢在一班】、【夜襲】與【我有一枝槍】等等都是他作詞的歌曲。

在姜成濤唱片的中國民謠中，有幾首其實是中國大陸採集後將局部歌詞改寫用以描述「人民公社」新社會條件的新詞，包括【賣貨郎】（在這張唱片中的歌名成了【送貨郎】或之後被稱為【新貨郎】）、【好久沒到這方來】以及傳統歌謠【（看秧歌後的）會情郎】、【燕子】、【可愛的一朵玫瑰花】、【馬車夫之戀】等等，讓當時的音樂愛好者親耳聽聞到，中國民謠也可以如此地豐富與壯麗（圖八）。

圖八：1979 年台灣唱片市場出現包括中國大陸 50 年代以後搜集的民歌黑膠

## 唱片<sup>16</sup>



## 二、来自台湾街坊与民间的文化与政治存粮

---

<sup>16</sup> 1979年「海山唱片」出版陳澄雄編曲指揮、歌曲審查權威黃瑩在內頁中親手書寫「我聽姜成濤的民歌」所推薦的【姜成濤 中國名歌專輯(一)】黑膠唱片(此「試聽片」封面的「名歌」與日後正式販售的「民歌」不同，是否為誤植，尚須查證)。其中的歌曲有多首為「中華人民共和國」成立後，由願意犧牲奉獻的年輕音樂教育家，到大陸各地採集而來的中國民謠，在當時大陸出版的錄音帶中，有幾首民歌的歌詞，也填寫了描述當時人民公社進步、快樂情景的歌詞。當年唱片錄音請參考：<https://onedrive.live.com/?id=F582FC25C718D551654&cid=0F582FC25C718D55>

1970 年代台湾的时代反省，并非凭空就出现在这个场域。虽然当时正处于台湾左翼势力几乎被彻底消灭殆尽之际，来自台湾街坊民间的文化存粮，还是让台湾的知识分子与青年能够有机会与近代中国与世界革命的人文与历史传承衔接。

这类养分粗分为三大项。其一，台湾旧书摊中在台日人二战撤退后，无法带走的书籍、画册等；然而，由于当时教育体系中强调的「抗日」情结，会将日文当成第二外国语言学习的大学生比例不大；其二，是二战后大陆来台人士携来的中文书刊，以及来台侨生寒暑假返回侨居地所携来的报刊、书籍、杂志及音乐成品等；其三，是 70 年代开放出国观光后「偷渡」来台的报刊、书籍、杂志、录音成品等中文材料。值得一提，70 年代台湾知识分子圈中有机会得以透过上述管道传阅 1930 年代冰心、老舍、沈从文、钱钟书、曹禺等人之作品，或者不论哪类人士「偷渡」回台的大陆「革命」歌曲或音乐等等材料，当遭到质疑而询问来源时，大多会以「在旧书摊」找到的作为借口，搪塞交代。那时，阅读或聆听这些书籍、文章、或歌曲，是要冒着「被传去问话」甚或坐牢的风险。

其四，是台湾民间知识分子创办的杂志，例如，1949 年 11 月到 1960 年 9 月被查禁，由大陆来台知识分子与台湾地方仕绅联手，以推广自由主义民主论述，由雷震、傅正等人编辑的《自由中国》杂志；1976 年 2 月 28 日到 1979 年 2 月被查禁，标榜「乡土的、社会的、文艺的」目标，以推广社会主义、中国民族主义为主要要求的《夏潮杂志》；1960 年代由李敖、萧孟能为主要推动力，主张全面西化主张的《文星杂志》；1970 年代保钓运动之后，由蒋经国政团担任幕后推手，结合不同省籍的知识分子在「催台(湾)青(年)」政策下所创办的《大学杂志》；以及，其后由于左右派政治思想的理念矛盾、在台湾社会进行文化革命或实际投入民意代表选举团队的策略龃龉、以美国政府及其文化势力在台选择培养其代言人的政治场域竞逐以及台湾统治当局会实施政治镇压的历史威胁等等，其后除了《大学论坛》与《台湾政论》出现了走学术以及选举路线的党外杂志之外，大多数的人士则逐渐退出知识分子关怀社会的第一线文化工作，逐渐步入了中小企业商场或大学校园之中。

其五，是当时还遗留在台湾民间，却被学术殿堂及学院音乐所轻视的活文化。当 70 年代「中国现代民歌」、「唱自己的歌」等音乐在年轻人之间激起了一代反思，当时存活于街坊民间的文化资产，也成了当时爱好音乐、文学、诗歌、散文的年轻人，努力「寻根」的对象。诸如，沿街叫卖的「走唱人」、公园中的客家山歌「相褒」、市井中的卖唱文化、野台演唱的歌仔戏、大陆南方的弹词（乱弹）以及北方的大鼓音乐等等（杨祖珺，1979a；1979b；1979c；1979d；1979e；1979 年 2 月 5 日；1979f；1980；1981）。

### 三、「中国青年反共救国团」自强活动歌曲、「保钓运动」后大学生「山地服务队」歌曲与台湾电影流行歌曲的弦韵交会

「青年自强活动」以及「山地服务队」活动中传唱的歌谣，有着不同的来源，到了 1970 年代中旬，用自己的语言传唱年轻人的心声，更成了当时青年团体活动中的要角。

从 1952 年 3 月 29 日青年节成立的「中国青年反共救国团」（以下简称「救国团」），隶属于中华民国「国防部」（总）政治（作战）部，其中的「政工干校」、「政治作战」以及在全台湾中等学校以上的「教官」系统，举凡在中华民国政治制度解严前念过台湾中学以上的年轻人，无不成长于其有形、无形的文化形塑影响之中。在「救国团」中，不论被称为「青年战斗活动」、「青年训练活动」、「青年育乐活动」、或是 1972 年以后改称的「青年自强活动」，在戒严体制、联考升学压力以及中产阶级尚未普遍的社会条件中，「救国团」每逢假日就推出的花费不多却欢乐无限的登山、露营、滑翔、健行等等课外活动，最为绝大多数年轻学子称道与叫好。在这些营队的团康活动中，经常被传唱的「噜啦啦」团康歌曲有着不同来源：被填上国语歌词的原住民曲调、青年自创却不同于商业出版的国台语「靡靡之音」或日本演歌情调的清新歌曲……。「爱国歌曲」在团康的情境中应该颇煞风景，具有社会关怀与主张性质的歌曲也不容易出现；版权，则更是一个还没有被政商机构广为推广的名词。

在 1950、60 年代的营队中，一把口琴，应该是最常见到的乐器。到了

1960 年代末期及 1970 年代，弹吉他的项目，最火红的要算是「卡尔卡西」式的古典吉他弹奏法；或者在晚会的星空下，弹奏一曲相对简单的【荒城之月】或【禁忌的游戏】吉他乐曲，弹唱一首 DoLaReSo 四个简单和弦的抒情歌曲，在那个年轻的生命力颇受压抑又缺乏社交娱乐的时代，管他谁是作者，比政令倡导还有效地征服人心的创作歌谣，就这么形成了一个时代的集体记忆。

而「山地服务队」则源自 1972 年底台湾大学学生因应「保卫钓鱼台」的关怀，发起「百万小时奉献服务」；到了 1973 年暑期为了要扩大实践，经由台湾电视公司宣传后，也影响到台湾几所大学在校方允许下成立了「山地服务队」、「慈幼社」等学生团体（台视全球信息网，1973 年 3 月 28 日）。

「山地服务队」是那个时代极少数能够允许学生走出校园与「社会」「正大光明」接触的学生社团（因为，学生与社会的接触，若不在政府派驻学校的「人二处」、职业老师与学生以及各大学校园「孔知 X」办公室的控管下，点燃了的社会意识的火苗，很容易就造成年轻学生的政治觉醒；例如，1971 年成功大学及少数其他大学学生的「成大共产党案」以及 1977 年底旅美华人戴华光、文化大学助教赖明烈、辅仁大学研究生刘国基及其他师大、工技学院、淡江等大学学生的「台湾人民解放阵线案」。其组织在各大学中容或名称不同，但在那个不容许言论、思想坦荡交流的时代，大学生透过寒暑假前往一星期或十天的「山地服务」，年轻人自我的学习与彼此的团康，可能才是大学生最大的收获。此外，当「山服队」成员将「山下」吟唱的歌曲带到山地部落中教唱的同时，能够有机会接触到较汉人音乐更为丰富的旋律与生命力的原住民音乐，应该也是参与服务的收获之一（图十一）。

1970 年代的台湾大专学生，除了能够从上述两种主要由学校安排的社会生活中，得到歌曲创作的灵感与养分，日后被称为「台湾新写实电影」早期创作的诸多电影插曲，不但在「老三台」的电视歌唱节目中宣唱，在市面贩卖国语流行歌曲的唱片行以及上述两种活动中也经常广为传唱，并且交互影响。由于篇幅问题，仅只列举一些大学生团康活动中弹着吉他欢唱的歌曲——琼瑶小说改编的电影【船】（1967）中的【郎尼路加】以及电影【寒烟翠】（1968）里的【苦情花】。有趣的是，电影情节中不仅有山地部落、有农庄生活、有原住民与汉人交流、有当时电视台里当红歌星的歌曲配唱、还有俊

男美女主角拿着吉他在电影中对嘴弹唱的画面。团康活动中，也经常唱着电影【真假千金】（1971）中翁倩玉父亲翁炳荣使用日本歌曲填词的【温情满人间】；刘家昌电影【晚秋】（1972）中，使用简单和弦分解弹奏的【我家在那里】；也是刘家昌电影【爱的天地】（1973）中，拿把吉他照顾孤儿的翁倩玉唱着的【海鸥】；还有，台视电视剧【爱的旋风】（1974）中，翁倩玉唱的【祈祷】等等。

日后的人们会认为，属于「大学生」创作的「清新」歌曲，始于「新格唱片」在大学校园中举办「金韵奖」歌曲比赛之后，方才大量诞生。事实上，到了1980年代中期左右才被音乐大众认识的罗大佑，则早在刘文正电影【闪亮的日子】（1977）中，就撰写过5首脍炙人口的国语流行歌曲<sup>17</sup>。至于与电影同名的歌曲【闪亮的日子】，也始终在救国团、山地服务队（以下简称「山服队」）的团康活动中经常被传唱。此外，像「海山唱片」的「民谣风」系列中，替潘丽莉出版的歌曲【花戒指】（1978），替银霞出版的歌曲【兰花草】、【偶然】（1979），以及在救国团、山服队广为传唱的【萍聚】、【盼】（周兴立创作）、【爱情】（刘文正演唱）等等歌曲，一直到了今天，究竟是商业唱片公司的版权，还是另有词曲作者，都还存在不少争议。

---

17 不知來自媒體宣傳活動，或者來自流行音樂分析者的順口評論，羅大佑在他1982年推出專輯唱片【之乎者也】、【未來主人翁】等一張張地受到當時年輕市場熱烈歡迎後，曾經被不正確地傳說成「民歌」歷史的終結者。

图九：能够反映当时大学生所唱有别于「靡靡之音」的「淡江文理学院」山地服务队教唱歌本<sup>18</sup>



数据源：淡江「山地服务队（山服）」队长吕崇伟提供；郭耀中制图。

不过，「救国团」活动对于当时年轻人用自己的语言唱自己的歌的贡献，可能还不仅止于上述。杨弦在 1975 年底出版【中国现代民歌】唱片之前一年多，就曾报名参加「救国团」举办的作曲研习班课程，跟随留德的刘德义学习作曲（马世芳，2002）；当时，杨弦是大三的学生。「救国团」相关的活动所可能影响到大学生歌谣创作的景况，除了杨弦，已知的还有 1977 年大学毕业之前到「洪建全基金会服务」，由执行长洪简静惠邀请陶晓清制作《我们的歌》第一、二集的执行制作的创作歌手吴统雄。当时，他也提供了在「每年寒暑假…参加救国团的山野义务服务，写了一系列山野的所见所闻」而来的创作。此外，几乎弹吉他唱歌的人们都熟悉的【偶然】这首歌，也是由 1973 年当时的大学生「吴统雄和山野服务的朋友们」担任救国团的辅导员时，由吴「执笔的集体创作」。其后两年，他又因「中横公路洛韶站」担任山野营队的辅导员时教唱，「一位原住民的小妹妹…觉得歌词太短…我们又一起加

<sup>18</sup> 受到「保衛釣魚台運動」（以下簡稱「保釣運動」）的「百萬小時奉獻服務」的社會服務呼籲及其影響，淡江文理學院成立多年的樸毅社「山服隊」，於 1978 年印製由學生多人親手抄寫共 241 頁歌曲的吉他教本。

了一段副歌」(吴统雄, 无年代)。这些在「山地」传唱出来的歌谣, 从「民谣」、「人民的歌」角度观察, 也带有「集体创作」的特色在内。

虽说大学生创作歌谣的方向, 不可能脱离当时国家机器建构的各种安全情治、教育控制与媒体宣传等等影响, 然而, 「救国团」及学校服务性社团活动所流传与创作出来的歌谣, 为 1970 年代创作歌谣文化运动增加了一份不可忽视的群众力量。

#### 四、阅听与演唱美国流行歌曲排行榜的「西洋」流行歌曲

论述此类养分之前, 首先必须介绍美国流行文化在台湾市场广被接受的几项因素, 同时也要说明, 美国流行歌曲对于台湾大专学生创作歌谣的内涵, 并没有传说中具有如斯影响。

美国学者 Thomas B. Gold 娴熟两岸华人文化, 曾经分析美国流行文化之所以能够在台湾市场广被接受的几个因素。首先, 是中国国民党的反共政策, 在文化上进行控制与紧缩。其次, 台湾虽然经过日据 50 年的巨大影响, 但 1972 年北京与日本建交, 促使中国国民党对日本文化采取更加严厉的控制; 相较之下, 美国流行文化成了对台湾文化最主要的影响来源。第三, 由于 1950 年代韩战爆发, 持续到 1964 年才结束的「美援」与美军顾问团在台湾的驻点。到了越战期间, 为了迎合众多来台休假的美军娱乐所需, 诸如「大量的酒吧与红灯区的娱乐需求」, 都造成了台湾盗版美国唱片、录音带以及书籍的需求, 这些都形成美国流行文化深入台湾社会的重要因素。最后, 他还提到美军电台 (American Armed Forces Radio) 所播放的流行音乐种种, 也造成了台湾文化人开始模仿美国的流行文化 (Gold, 1993, pp. 908-909)。Gold 的分析, 让我们清楚观察到, 为什么当时的年轻人可以轻易地在台北「中华商场」与台中等地, 购买得到由美军电台 DJ 们偷渡盗版刻印而在商场中贩卖的红、绿色的便宜塑料唱片。甚至, 在戒严时期, 在台湾的广播电台、电视节目中, 台湾歌手们甚至争相以「谁唱得像美国人」而引以为傲的风气。

笔者认为, 美国流行歌曲对于台湾年轻一代, 最大的影响在于助长台湾年轻人为了弹唱英文歌曲而增强了西洋乐器的使用, 而在唱歌的表达方式以及音乐创作、欣赏的风格 (styles) 上, 也因而受到他们的熏陶而有所改变。

1960 年代的台灣，即便買得到美軍電台釋出的二手原版唱片與盜版的美國排行榜歌曲集錦唱片，但由於缺乏印刷的樂譜及歌詞，所有「彈得像、唱得像」英文歌曲的實力，完全靠著樂手及歌手將耳朵緊貼著便宜的手提電唱機，一個節拍一個音符、一個字一句話地聽出來後，才得以模仿與彈唱。第二個影響，則是在收聽模仿美國流行歌曲的同時，沉醉在「美國」生活方式的想象之中。但是，若說台灣大專學生創作歌謠的風潮，或是因此從中習得當時美國青年因為抗拒征兵而強調反戰、主張和平、甚至普遍接受到 60 年代以降西方社會左派思潮的影響，則恐怕言過其實。這樣的說法，至少忽略了其中三項事實。

其一，到了 1970 年代中期以後，大學生創作歌謠方才蔚為普遍的文化運動。當美國排行榜中充滿了社會意識的抗議歌曲時，70 年代大學生大約還在小學或初中進入高中的年齡。即便那些歌曲都在台灣被集錦式地盜版販賣，當時的青少年學生大部分沒有能力買（得起）盜版唱片，即或稍有零用錢可以買得起盜版片者，其英文程度及了解美國社會議題的能力，也大有問題。更何況，早期盜版的台灣西洋熱門歌曲集錦唱片，並未隨附英文歌詞，也缺少歌曲背景介紹。其二，英文歌曲大多來自廣播與電視節目，受到戒嚴時期《出版法》與《廣電法》的限制，廣播人了解英語世界政經問題的能力，以及音像節目去政治化的通則，節目中能夠如實傳播多少美國或西方社會的真實景況？當然是天方夜譚。其三，負責把關美國流行歌曲生殺大權的單位，與本文第三章中第二節（「參」之「二」）所述類似，從中央、地方到各媒體單位，皆屬「人二」的職權，而戒嚴時期的相關承辦人員，除了擅長閉門造車之外，英文識讀能力普遍不佳。

如果在思想的反省上，1970 年代台灣創作歌謠的運動，並不見得能夠與當時美國流行歌曲中的左派反省思潮同步的話，從 1960 年代以來，美國流行歌曲還是以下列三種方式，直接與台灣年輕人（大學生）產生連結，甚而激發出聆聽者「有為者亦若是」的慾望。

這三種方式分別是：在演唱會、西餐廳或俱樂部中，近身觀賞到搖滾樂隊(rock band)及歌手的現場表演；聆聽廣播電台播放的西洋流行音樂或熱門音樂節目；以及台灣三家無線電視台播放的美國流行歌曲音樂節目。

(一) 在演唱会、西餐厅或俱乐部中，近身观赏到摇滚乐队 (rock band) 及歌手的现场表演

1950、60 年代，一般人要买把乐器都奢言奢望，更何况是组织摇滚乐团，想要拥有如同「披头四」(Beatles) 乐队的全套乐器设备，难如登天。当时曾出现由中华民国空军赞助所组成的「巨人乐队」，平鑫涛(费礼)即为成员之一。1958 年之后，「巨人乐队」成员之一的金祖龄，由蒋夫人宋美龄推荐其所组的「洛克合唱团」赴台湾的「美军俱乐部」驻唱。其后亦前往驻唱之乐团，包括金祖龄与陶大伟、黄弗才、Jimmy、老鹰组成「雷蒙合唱团」(Raymond)，与吴盛智、李哲民、章永华、薛岳的「阳光合唱团」，Robert 蔡与张建蓉的「海韵大乐队」，李胜洋、翁孝良、陈体强、戴熙植的「电星乐队」以及由黄晓宁带领静修女中毕业班学生所组成的女子热门合唱团「幸运的六月 Lucky June」(1962)。

直到 1970 年代中期，能够进入当时号称「高级饭店」驻唱的乐队、乐团或合唱团，都是一时之选。例如，60 年代美国学校的「鹅妈妈」(Mother Goose) 乐队主唱廖小维，他后来加入苏必用、陈志远、程天一、陈德昌、薛永康的「时光合唱团」，「雷鸟合唱团」，小梅(梅汝甲)、高宗保的「石器时代的人类」，杨择友、谭健常的「艾克逊合唱团 Action」，吉他高手 Masa 游正彦的「2001 合唱团」，高凌风的「卡士摩合唱团」，杨继武、张张、赵伯干等人的「南方血统合唱团」，崔可铨、钟汉强、Arteala(阿信)的「外交合唱团」，易念祖、崔可诠、颜治平的「摇滚城市」(Rock City Band) 等等。

顺便一提的是，「时光合唱团」就是 1976 年 12 月 3 日在淡江文理学院「民谣演唱会」上，北部的年轻学生争相购票前往聆听的当红热门音乐合唱团。「时光合唱团」之所以愿意到「不够 class」的大学校园演唱，主要因为薛永康是当时淡江文理学院的学生而牵成的线。至于李双泽手提可口可乐上台演唱，想要对话与质疑的对象，正是那些台上、台下仅愿沈溺在美国歌曲(包括笔者在内)之中的年轻大学生！

当时，台湾人在 1960 年代以后能够听得到现场的演唱会，不外乎「国际学社」(当年为外国学生居住之处，原址现为台北市「大安森林公园」局部)、空军新生社「介寿堂」、台北总统府附近的「中国之友社」等俱乐部。这些俱乐部大多以美军为主要客源：例如，台中「蓝天使」、「蒙地卡罗」西

餐厅；而台中水湳机场的「万象俱乐部」与台北大直的「China Seas」等俱乐部，更是只限驻台美军与来台度假美军才能够进入。

而「摇滚」两个字，并非那个时代组织乐团的流行用语。那个要求必须节俭、救国、反共抗俄的年代，「摇滚」意味着不够正经的「摇头摆臀」，当时的长辈也会形容 Elvis Presley（猫王）唱歌像「打摆子」（疟疾的症状）似地「抖脚抖手」。或许是因为模仿来自美国 Old Standard 流行歌曲以及 1960 年代中期在台湾流行音乐界人人称羨的「鼓霸大乐队」之类音乐风格的影响，使用「乐团」、「乐队」、「合唱团」的称呼，感觉上似乎既有「class」又较「正经」。「有 class」、「没 class」，是那个时代年轻人在判断人事物时的习惯用语。

此外，许多人也都忽略了，在大学生创作歌谣大量兴起的 1970 年代中期以前，这些热门合唱团也都早已尝试创作自己的歌（王淳眉、何东洪、钟仁娴，2015 年 6 月 26 日），不仅出版唱片，也在电视中演唱。不过，是否因为在 1960 到 70 年代，「唱歌」并没有在大众传播媒体、学校与一般家庭教育中，被视为「正当」或「正经」的职业？许多唱歌及演奏能力红极一时的热门合唱团团员，并未将他们的音乐才能，当作职业或事业来经营？此外，当时传统的唱片公司，依然以出资老板做为制作与发行决策的核心，他们忽略了台湾社会的价值转型，正发生在当时人数众多的婴儿潮长大成人后的「市场」之中，或许这也是为什么今日提及大学生创作歌谣文化运动过程中，会遗漏了诸多热门合唱团歌手们自行创作歌曲的遗珠之憾的来由。

## （二）聆听广播电台播放的西洋流行音乐或热门音乐节目

二战后台湾年轻人收听广播电台播放的西洋流行歌曲，最重要的来源，首推在台北阳明山占地 13 公顷广袤的美军宿舍区中发射电波的「美军广播网台湾分台」（Armed Forces Network in Taiwan）（台湾人俗称「美军电台」）。这个完全以英文播放的新闻及美国流行歌曲种种节目的电台，是一个由美国国防部在其势力可及地区，广为设置的新闻与娱乐的传播网络，其明文目的，是为了在外国的美国军人、国防部人员、美国侨民及其家属服务。由于绝大多数台湾年轻人的英文听力不强，能够听懂「美军电台」内容的人数并不多。然而，这也间接推动了在台湾用台湾人听得懂得的语言介绍西洋流行歌曲的需求。

1960年代，在台湾「西洋流行歌曲（或音乐）」与「热门音乐（或歌曲）」这两个名词所指称的「西洋」，就成了美国流行排行榜歌曲在台湾的代名词。这样的称呼来源主要受到台湾广播节目的影响。那个年代的家庭收入仍然相当拮据，高中生不是上课、就是补习的「念书、念书、再念书」，收听广播节目是陪伴年轻人生命成长最重要的消遣。即便许多父母严禁孩童各种课外活动，但由于收音机的普遍，中学生收听广播节目，毕竟不是老师家长能够全面禁绝的消遣。

播放英文歌曲的广播节目，除了当时刚开始经营《皇冠》杂志的平鑫涛（当时以「费礼」之名）在「空军广播电台」主持晚上六点时段的西洋热门音乐节目之外，刘恕前后曾在「幼狮」、「警广」、「中广」主持过八年的【阿瑟时间】，专门介绍美国流行歌曲。此外，1965年陶晓清也在「中国广播公司」主持【中广热门音乐】节目，1969年转成【热门热门】，由「滚石传播」赞助广告。而当时西洋流行音乐界最有影响力的余光，则在「警察广播电台」主持【青春之歌】（1967）。即便当时由李焕先生主持「青年救国团」所属的「幼狮广播电台」，也时常邀请在学学生（例如，本名骆元元的韩韩），即便学生们完全义务参与节目主持工作，由于他们的思想敏捷与可爱作风，也都受到当时喜爱西洋歌曲年轻听众的欢迎。那些在学学生的广播人，在尚未到美国留学之前，也都曾引领过一时风潮。

「热门音乐」是由费礼命名的，指的是美军广播电台（American Forces Network Taiwan，简称 AFNT，1979年后转型为 ICRT）播放、并且深受都市年轻人喜爱的美国通俗音乐。由于受到1950年代韩战以后美国在亚洲地区部署战力的影响，台湾的广播节目或频道规范，都与美军利用台湾位置布署它在亚洲的政治、军事霸权息息相关。甚至，1955年，中华民国国防部为了服务在台美军而设立的「中美军人之声」，后来在1966年台湾出现第一家调频（FM）电台的节目，居然都是交由美军单位独立制作播放。「热门音乐」的选择，则大多来自总部设在华盛顿的美国海军总部在洛杉矶节目制作中心直接提供给台湾听众的「American Top 40」的歌曲。

随着美军广播电台的到来，1960年代中期，台湾本地的广播节目，无论是中广、警广、世新、复兴、幼狮、正声、军中广播电台等等，都争相播放英文流行歌曲的节目。而这些广播节目的阅听众，主要都是知识分子或是在

学的中学生、大学生。

### (三) 台湾三家无线电视台播放的美国流行歌曲音乐节目

最早在台湾的电视台制播西洋流行歌曲的音乐节目,是 1969 年 10 月「中国电视公司」推出的【每日一星】;其中除了演唱国语、闽南语的歌曲,最经常在现场演唱英语流行歌曲的年轻人,就是黄晓宁、Billy & Nico、罗晓义、陶至诚及张艾嘉等等歌手。只见他们在摄影棚现场或自弹自唱或由电视公司的大乐队、或由五人摇滚乐队在现场伴奏。这其中,尤其是台湾第一位以自己的音乐实力以及「蕾丝边」的 T 面貌,在娱乐界享有盛名的「台湾女猫王」黄晓宁,她是第一位带着磁性嗓音在电视中自弹自唱的歌手,她在当年的电视台中红了很长的一段时间。

1971 年,余光除了在广播电台主持西洋流行歌曲节目,也在「台湾电视公司」主持了近八年的【青春旋律】;节目专门介绍美国的排行榜歌曲,是当时西洋流行歌曲界的扛霸人物。他后来还在「中视」主持【快乐星期天】、【快乐星期六】以及「华视」的【闪亮的节奏】,许多年轻人聆听西洋流行歌曲的思考方式与习惯,深受其影响。此外,黄晓宁也在「中华电视公司」主持过台湾「邵氏传播公司」所制作的【昨日今日明日】,曾经邀请当时也在广播节目中非常受年轻人欢迎的陶晓清一块儿介绍西洋流行歌曲的歌星。种种这类美国流行歌曲的音乐节目,应该都曾孕育过 1970 年代台湾大专学生弹奏吉他创作歌谣的欲望种子。

## 五、吉他弹唱的教本、课程与音乐杂志,以及大学校园、西餐厅的吉他弹唱表演

音乐杂志的报导、跟随吉他教本弹唱以及跟着老师面对面的吉他教学,是 1970 年代年轻人学习自弹自唱、增广流行音乐常识与知识的主要来源。

1960 年代是美国唱片工业兴起、婴儿潮青年积极反对越战以及西方世界新左派思潮逐渐主导了大学校园文化的时代。到了 1970 年代的台湾,当婴儿潮青年的父兄辈仍陶醉于美国 Old Standard 歌曲的同时,主要从美国新闻处及美军电台 DJ 流传到台湾唱片市场中的盗版美国排行榜便宜塑料唱片,

则在短短几年之间，从 8 元、9 元、10 元一路涨到了一张 12 元新台币的价格。至于 21 世纪在台湾流行谈到的英文歌曲原版的「黑胶唱片」，当时则是一张售价 200~300 不等的价格。在那一、二十年间，美国排行榜歌曲的盗版塑料唱片，对于当时台湾初中、高中及大专院校年轻人的音乐及生活审美的影响，应该至今犹存。至于伴随着美国 folk songs 风潮所出现的台湾制造外销的木制空心吉他，则从一把两、三百元，短短几年就涨了五、六倍的价格。

以台北地区为例，贩卖吉他的主要地点是「新丽声」（1950 成立）、「宇音」（1967 成立）等乐器行。而贩卖吉他的店家，以及极少数由个人开班授徒的音乐教室（例如，从 1968 年以后在台湾大城市教授吉他与理论课程的韩正皓），也是能够找得到教授吉他课程的地方。另有一家有名的贩卖吉他的「金声」乐器行，成立于 1961 年，但却一直到了 1980 年代，才增设吉他教学的课程。

1950 年代中期以后，台湾就有与音乐相关的杂志或书籍，仅刊登作曲与歌词的《音乐月刊》、综合性的《音乐杂志》、《音乐之友》、《功学月刊》、《爱乐月刊》等等，到了 1970 年代音乐家李哲洋从日本杂志编译而来的《全音音乐文摘月刊》以及《音乐与音响》这两本杂志，更将音乐与生活中存有的综合文化介绍到台湾社会。然而，这些刊物介绍的音乐重点，并非大学生创作歌谣以及吉他相关的音乐生活范畴。当时热爱弹唱西洋热门流行音乐的台湾青年，大多称羨热门 5 人乐团、演唱英文歌、或偶而创作流行电影中的国语流行歌曲。但吉他等乐器的教本与传唱西洋歌曲的美国原版印刷的歌本与杂志，不仅鲜少在坊间得见，即便有机会偶而贩卖（例如，中山北路上的「敦煌书店」），由于五线谱的印刷方式以及昂贵的售价，年轻人的音乐常识与荷包都是无法负担的。这也形成盗版自英文歌本的乐器（主要是吉他）教本，逐渐在台湾坊间出现。

1960 年代中期开始，一些教导年轻人自学吉他的教本就出现过。例如，1967 年，蔡荣吉出版了《热门吉他 30 首》，他以吉他的六线谱，教弹当时台湾最流行的投机者乐团（The Ventures）的曲目，尤其是【Pipeline】，这首演奏曲几乎是许多热门合唱团组团之初就练习的演奏曲，到了 70 年代，连木偶戏【云州大儒侠】、卖药的、广告配乐等等都使用这首歌。「最佳乐谱」公

司，也出版过一些包括国语歌曲在内的吉他教本。陈维刚在台南「北一」出版过售价 40 元一本的《民谣吉他演奏法》两本（1975）；陈荣贵、胥国栋售价 45 元薄薄一本的英文歌曲《民谣·吉他·六线谱》（1977），以及 1970 年代中期以后，出版最多吉他演奏及附有和弦歌本的「天同出版社」歌本。「洪健全基金会」也在 1978 年加入这个市场，出版了中、英文歌曲都有的吉他教本（例如，林伯宜一本 45 元的《民谣吉他》）。

此外，喜爱英文民谣吉他的人，最熟悉的就是 1971 年以后，大约每本有 90 首英文民谣、逐年出版共四册、每本售价 30 元的《民谣吉他集》（图十）。当时在台大就读医学院的侨生杨光荣，将脍炙人口的美国民谣，将歌词与简谱以手写稿的方式印制成吉他教本，并且在歌词上方，标记出简易的和弦图示，集结成册，几乎是 70 年代所有学习弹奏吉他唱歌者的入门歌本。《民谣吉他集》的前两册歌本以及另一本以歌词为主、和弦为辅的 376 首英语流行歌曲大全的《知音集》歌本，堪称 1970 年代学习吉他或爱好英文流行歌曲者的「圣经」。此外，从美国波士顿 Berklee Performance Center 学习吉他回台的翟黑山，出版了《〈黑山〉热门吉他教本》（1976），其中以演奏曲为主之外，在每首曲子之后，还附有「和弦讨论」的理论专论；扎扎实实着重演奏与「和弦理论」并重的教本。然而，翟黑山与在他之前已经在台湾视听媒体中有着高知名度的「吉他王子」苏昭兴一般，由于他们教导或弹奏的技术门坎较高，入门者无法速成，他们带给台湾的音乐曲式，并未在学子间流传。不过，当时台湾年轻音乐社群中开始弹奏爵士乐风，以及当时在大学吉他社中流行弹奏简单的「荒城之月」等吉他独奏曲的风气，却也逐渐流传。

**图十：1970 年代台湾大专学生吉他弹唱英文歌的杨光荣【民谣吉他集】<sup>19</sup>**

---

<sup>19</sup> 1971~1974 年，由台灣大學僑生楊光榮參考國外流行音樂教材，用手抄寫、逐年



数据源：「懒人自言自语」部落格

1970 年代中期的吉他教本，最令人耳目一新的是小说家黄春明整理出版的《乡土组曲 台湾民谣精选》(1976)，其中包括了传统台湾民谣、光复前及光复后歌谣共 95 首（图十一）。其后，才陆续见到数本与传统台湾民谣与中国歌谣相关的吉他弹唱教本。1977 年 4 月，知名广播媒体人凌晨（警察广播电台【平安夜】节目主持人），也出版了包括「西洋电影歌曲」、「世界名曲与民谣」、「中国名曲与民谣」、「西洋流行歌曲」4 大类各 2 册共 10 大本菊 8 开版本约 722 首歌曲的《凌晨之歌》西洋及中文的流行歌曲教本，其中附上每首歌曲的简谱、吉他和弦与歌曲发展相关的人物及背景介绍（图十二）。

图十一：1976 年黄春明编撰《乡土组曲 台湾民谣精选》（远流出版）

---

出版共四册的《民謠吉他集》，每册约有 90 首英文傳統或創作的歌謠，每本售價 30 元。



数据源：杨祖珺

图十二：1977 年，知名广播人凌晨出版的《凌晨之歌》<sup>20</sup>



数据源：曾宪政提供；郭耀中制图

1975 年 4 月 17 日「滾石傳播」的段氏兄弟，创办了《滾石 Rock》音乐杂志，其名称与当时在美国社会象征着青年反文化精神的音乐刊物 *Rolling*

<sup>20</sup> 曾為李雙澤逝世週年演唱會主持的「警察廣播電臺」知名廣播媒體人凌晨，於 1977 年出版了十冊菊 8 開版本的歌本《凌晨之歌》，其中共約 722 首歌曲。

Stone 的中文译名同名。《滚石 Rock》音乐杂志每本售价台币 15 元，甫一推出即在台湾年轻人之间广受欢迎，一直到 1979 年停刊为止（中坡不孝生，2016，页 55-56）。它以「最佳课余读物，可以丰富您的生活，充实您的知识」为要求，出版了以年轻人为目标市场的音乐文化刊物（王淳眉、何东洪、钟仁嫻，2015 年 6 月 26 日）。紧随着大专学生创作歌谣的风潮，《滚石》在 1976 ~ 77 连续两年中，出版了两本由陶晓清编撰、韩正皓（歌曲词谱）校正的两本《中国现代民歌》教本（图十五）。其后的 1977 年底，陶晓清也在教授吉他弹奏与作曲理论的音乐人韩正皓等人义务帮助挑选并校正从广播节目中征选来的歌曲，由「洪健全基金会」出版了三张《我们的歌》合辑唱片。根据笔者访问钟少兰的回忆：「韩正皓在[陶晓清主持的广播节目]【热门热门】与《滚石杂志》（合作时）当一人评审，…请听众票选，第一张跟第二张都是票选的前十名。…三张专辑都是我们家客厅来的，然后开始推广」（韩正皓、钟少兰访谈纪录，2016 年 7 月 18 日）。其后，陶晓清也于 1979 年在「皇冠出版社」以专文介绍歌手以及歌曲的方式，主编了《唱自己的歌 这一代的歌 夏天的歌》书籍。

在那几年，由于台湾自行出版的唱片以及盗版唱片市场逐渐蓬勃，制作广告的传播公司、卖家电的、出版传统国台语流行歌曲的唱片公司，都开办了相关杂志，用以宣传自家原有的商品。根据王淳眉、何东洪、钟仁嫻研究，例如，售有盗版的「拍谱唱片」出版西洋流行音乐的《时代音乐》（1977），「小雅（Nova）」唱片出版《小雅乐讯》通讯刊物，「福茂唱片」的《罐头音乐》，四海、滚石也都有属于自己办宣传式的刊物。

### 图十三：台湾《滚石》出版的创作歌谣歌本<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> 1977~1978 年由陶晓清编撰、韩正皓校正、《滚石 ROCK》出版的两本《中国现代



数据源：何东洪提供；郭耀中制图

除了上述吉他教本与课程以及音乐杂志的报导，增长与鼓励了大专院校学生自弹自唱的能力与风潮之外，1972 年以后，每年在「淡江文理学院」的迎新季节举办既有中国（台湾）传统民谣、又有西洋排行榜热门歌曲的「民谣演唱会」，也是当时北区校园学生的盛事。由于相当受到大学生欢迎，台湾大学学生会，也开始在其后每年举办校园西洋歌曲演唱会。由于演唱会邀请当时在社会上火红的西洋热门歌曲合唱团演出，即便票价 20 元抵得上一顿颇为丰盛的餐饭价格，仍是一票难求。演唱会主持人，也都是邀请当时在电视或电台主持西洋歌曲节目的主持人担纲，余光当时横跨电视及广播两界，而广播界名人陶晓清平易近人、英语发音精准以及台风稳健，都是当时主持大学演唱会的首选人物。

在 1970 年代中期以后助长了年轻人自弹自唱风潮的场所，还有在台湾主要城市中在固定时段，邀请了钢琴手、小提琴手及/或驻唱歌手，在现场弹奏、弹唱的「(西) 餐厅」。当时的政府规定，如果提供现场表演节目，就必须向地方政府申请「夜总会」的执照。但由于高昂的「奢侈税」，并非逐渐在台湾社会冒出的中产阶级经营者所能或所愿负担，而这股在台湾社会逐渐泛滥的「娱乐夜生活」场所，也就在地方政府睁只眼、闭只眼的情况下，如雨后春笋林立。

---

民歌》音樂教本，第一輯為「你的歌」，第二輯為「烈日下的男兒」。《滾石》雜誌也在第二輯的內頁刊登了徵求訂戶的廣告：「您喜歡中國現代民歌，因此為何不立即訂閱滾石雜誌呢？您不妨考慮這幾個理由.....

(<https://tw.bid.yahoo.com/item/100088297759>)

当时那股在「西餐厅」中自弹自唱的风潮，套用当时年轻人的话，「最有『class』的」，首推位于当时忠孝东路4段53号的「艾迪亚」(Idea House)西餐厅。那儿模仿1960年代纽约格林威治村的酒吧Café Wha风格，从晚上七点到十一一点营业，且「(西)餐厅」中只卖饮料与调酒。出资经营者为当时组成了Blue Grass合唱团的辅大学生陈立恒(Francis)、赖声川(Stein)、林明敏(Keith)、陈家隆(Gary)等四人，由于「艾迪亚」歌唱风格以及出资者的交友圈，当时许多外国人或喜欢聆听现场演唱的而较有消费力的年轻族群，可能都曾是那儿的座上宾。而在一般台湾年轻人较有经济条件前往的第一家「餐厅」，就是80年代以后踏足台湾新电影的导演虞勘平所经营的「木门餐厅」，许多日后在大学生创作歌谣中崭露头角的第一代歌手，都曾在「木门」驻唱过。此外，还有杨祖珺与胡德夫在淡江校园提出「唱自己的歌」的李双泽告别式前一天午夜，由当时淡江建筑系学生李玮珉等人临时安排前往录制【美丽岛】、【少年中国】两首歌曲的「木棉花餐厅」(这是即便连杨祖珺本人在1991年出版的《玫瑰盛开》一书中都误植为「稻草人餐厅」的「本尊」餐厅)。与不谙商业模式的「木棉花西餐厅」同时段开设在台湾大学附近的还有至今闻名的「稻草人餐厅」，也是1970年代许多喜欢自弹自唱又自认「有class」的年轻知识分子即便凑钱也要前往的餐厅；刚开始时的主要经营者，是《滚石Rock》杂志与向子龙等人，在他们经营「稻草人西餐厅」时，与台湾民谣或「唱自己的歌」最直接相关的，就是邀请屏东恒春的老歌手陈达在西餐厅驻唱。时值「云门舞集」因【薪传】舞作配乐使用陈达的【思想枝】而一炮而红之后(陈义雄，2017年3月13日)，也正值《滚石Rock》杂志开始刊登陶晓清在广播节目中开始征选青年创作歌曲之际。<sup>22</sup>

上述几间具有代表性的有民歌手驻唱的「西餐厅」出现多年之后，「民歌餐厅」的称呼，才开始在台湾出现。另有一间到了21世纪才又开始被台

---

<sup>22</sup>台湾屏東恆春陳達的【思想枝】吟唱得以流傳至今，根據陳義雄先生回憶有著如下的故事：1967年7月由民間自發的「民歌採集運動」是由音樂家史惟亮的朋友范寄韻與陳書中捐款而展開的。陳達的錄音，是在音樂家史惟亮與音樂家許常惠一塊兒錄音完成的。1977年六月，得以由「洪建全教育文化基金會」出版了史惟亮編著的【民族樂手——陳達和他的歌】專輯，是史惟亮先生在1976年7月下旬於病危病榻前，急召兒子史擷詠請來學生陳義雄：「請你把這卷錄音帶交給林宜勝和簡靜惠，請洪建全基金會做一件好事，義務把這卷陳達演唱的錄音帶製作成唱片出版，發行出售，全部出售所得，用來作為陳達養老基金，安定他的晚年生活。」(陳義雄，2017年3月13日)

湾社会提及的「哥伦比亚餐厅」，其名称并非「餐厅」，也不卖餐点。那儿的正式名称是「哥伦比亚商业推广中心」，是当时哥伦比亚国家驻华大使为了在中华民国推动他们的手工艺与咖啡而开设，到了今天，被大家记得的却成了「咖啡厅」。该处在 1970 年代，是强调「现代派」的诗人、画家，以及喜好「洋派」、爱唱洋歌的年轻人流连之所。当年拿着吉他自弹自唱的韩正皓、黄晓宁、罗晓义、胡德夫，以及热爱西洋歌曲与歌唱的李双泽及毛铸伦，都是那儿的常客。那儿并没有「驻唱」这个制度，上台唱歌的人也没有酬劳可得。1970 年代的台湾，并不时兴喝咖啡，根据当时在中山北路二段「哥伦比亚商业推广中心」二楼，与胡德夫、李双泽认识，并喜爱 Bob Dylan 歌曲的「哥儿们」毛铸伦教授接受笔者访问时表示：「哥伦比亚大使馆为了推广咖啡，一楼是咖啡门市，还摆放一些当地艺术品。一楼里，有一个非常狭窄的螺旋型楼梯；在二楼，放了不超过 10 张的小桌子，大多是 4 人座，供客人在那儿喝咖啡聊天。由于驻中华民国的哥伦比亚大使爱弹吉他，那时较受欢迎的是西班牙佛来明哥式的曲目，他没事喜欢上台玩玩，因而也在现场放了个小舞台，顶多能够有一、两个人在上面表演。只要喜欢唱歌又有自信的人，都会上台自弹自唱。节目不固定，演出的时间也很短，属于随兴的性质。」（毛铸伦访谈纪录，2016 年 7 月 13 日，未出版）。

## 六、创作歌谣征选、比赛活动及其相关音乐产品出版的鼓励与刺激

如果不将二次大战后，在台湾广播及电视上穿着西装或晚礼服等流行歌星演唱的国、台语流行歌曲当作「唱自己」的歌曲类属，而要追溯年轻人用「自己」的歌词谱曲与演唱的风潮，则得从 1965 年日本「田边制药」的台湾子公司在「台湾电视公司」推出【五灯奖】节目，其后在台湾社会逐渐流行的浪潮中窥得。

虽然，【五灯奖】在节目中仿日本电视作风，也在台湾民间征选国、台语歌曲的创作与歌唱人才，而节目中也经常出现中国与西洋乐器以及中国民俗等等的表演与比赛；但由于该节目有着相当明显的中国传统民风特色，与当时台湾大专学生在成长期间被培养出「一切向『美（国）』看」的「西洋流行」风尚，差距着实不小。不过，从 1950 年代以来，台湾的广播音乐节

目中向来有着邀请听众进入广播电台唱歌、比赛或参与演出的惯例，使得许多 1960、1970 年代的流行歌星、影星，有相当大的比例，都是从广播或电视歌唱节目比赛中出道。然而，【五灯奖】让台湾观众从「声、光、色」的效果中，见证到歌曲征选、歌手选拔与制作公司商业利益紧密扣连的经营模式。到了 1970 年代，原本由于商业公司创办了基金会（例如，洪健全基金会）被委托录制唱片，或者日本品牌台湾总经销期待自创家电品牌而举办歌唱比赛、录制唱片用以宣传新品牌的录制唱片模式，却成为 1970 年代大学生创作歌谣得以普遍化的最主要推手之一。

1975 年六月，「洪健全基金会」替热爱创作与唱歌的杨弦，举办了自余光中诗作的演唱会；到了 9 月，就出版了【中国现代民歌】唱片。在其后 4 个月里，这张唱片的销售量高达数万。这不仅让台湾社会看到了大学生杨弦以及「中国现代民歌」，也让「洪健全」与「基金会」在台湾打响了名号。在 1970 年代初期，台湾社会反省自觉的各式运动才刚开始在大学校园鼎沸，却又急速被当局压抑与刻意引导其转向。「中国现代民歌」的称谓，激起了台湾战后出生的一代，继当时在文学的反省（现代诗、乡土文学）、舞蹈的展现（云门舞集）以及政治的认同等摸索之际，也想要透过歌谣，抒发年轻知识分子心声的欲望。

1977 年 4 月，杨弦在台北及台中举办了两场「杨弦民谣作品演唱会」，又发表了 12 首谱自他本人以及当时在台湾文化界享有盛名的杨牧、罗青、张晓风、洛夫等人诗作的歌曲。他的第二张唱片中，还包含了他向胡德夫一字一句学习而来的「山地」歌曲【美丽的稻穗】。该年底，「洪健全基金会」替杨弦出版了第二张唱片【西出阳关】，其销售量及影响力却不如【中国现代民歌】。

1975 年，「中国广播公司」主持人陶晓清在她的西洋音乐节目【热门音乐】中播放了杨弦第一次演唱会中的几首歌曲。由于广受欢迎，她随后也在西洋热门音乐节目中开辟了「中西民歌」单元，并向听众征选创作歌曲。日后，同样也是民歌手的韩正皓妻子钟少兰在接受笔者访问时表示：「韩正皓从 1968 年以后在教吉他的圈子中非常受欢迎，由于当时几乎没有弹吉他的老师懂乐理，因而，韩正皓教学生弹吉他、作曲，工作非常忙，但是赚的钱也不少。后来与陶晓清比较熟（陶晓清曾向韩正皓学过吉他），陶晓清在节

目中征选出来的歌曲，韩正皓都在晚上教学回家后，帮忙挑选那些五花八门的歌曲，其中有许多很八股的歌曲都韩正皓排除。连续两、三年，完全义务。...被征选上的歌曲，如果有录音带的，就会在陶晓清的节目中播出；如果没有的，韩正皓整理以后，就会在《滚石杂志》上公开。因为有这两种管道能够呈现作品，因而陶晓清的节目也陆续接到很多的[歌曲投稿]（钟少兰，2016年7月18日）

1977年10月以后，「洪健全基金会」还连续出版了三张由陶晓清制作的【中国创作民歌系列】（我们的歌）唱片。由于当时大学生创作歌谣逐渐增多，除了「中广」的陶晓清的外，其他广播电台的知名主持人也纷纷播放并邀请歌手们前往她（他）们主持的节目中接受专访、播放唱片的歌曲或现场自弹自唱尚未录制成唱片的创作歌谣（详见「七、广受青年喜爱的广播音乐节目及电视歌唱节目」章节）。

也在1977年，日商「新力公司」、「新力文教基金会」及台北市阳明扶轮社开始举办「金韵奖青年歌谣演唱大赛」。在5月才刚开始举行第一届比赛，7月就立即出版了【金韵奖】第一辑唱片。此后的「新格唱片」，每年举办一次比赛，每年出版一张【金韵奖】唱片。其商业宣传与推广的劲道，助长了年轻人创作歌谣的风潮。但「新格唱片」将大学生创作歌谣，以工厂流水线的生产方式进行搜集、筛选、配乐、宣传与出版，甚至让电视歌唱节目也不得不在排山倒海的「公关」（利益）的推广下，广邀年轻歌手上节目。种种现象，着实都让当时想要透过青年创作歌谣反映时代的知识分子看傻了眼。<sup>23</sup>

举办【金韵奖】比赛与出版唱片的带头人，原本是由「音乐制作部」负责制作与作曲的黄克隆起头，后经制作人姚厚笙发扬光大。出身于政工干校、原本任职于传统流行音乐唱片公司的姚先生，带领着「新格唱片」于仲民、李国强等年轻制作人与宣传科长朱向高等人并肩在几所大学中举办歌唱比

---

<sup>23</sup>這兒描述的商業唱片公司加入 1970 年代大學生創作歌謠行列的影響，或許可以回應部分本文「貳」中，多位文化評論人提出當初大學生的創作歌謠或「民歌」的蒼白或不具社會性的問題。針對當初這類商業現象，筆者則認為：政治戒嚴與白色恐怖的影響固然令人畏懼與沮喪，但資本主義商業原則的介入，對於當時台灣社會文化的反省與創新，往往很難出現正面的影響；理由是：資本主義的商業原則只有一項：追求利潤。

赛，优胜者可获得奖金，并成为「新力公司」签约歌星，并且成立「新格唱片公司」出版唱片。据传，当时成立「新格」这个品牌，原本是为了推出由台湾老板自行开发家电产品的宣传策略，不知为何，日后并未看到以「新格」命名的家电公司成立？

由于当时的社会风气及职业等级的刻板印象，让大学生将「当歌星」作为「正当职业」的目标并不容易。为突破这种「困境」，制作人姚厚笙采取了至少两种策略。一方面，他提高了当时歌唱比赛的奖金：「台视」、「正声电台」等的歌唱，奖金从1万元到1万5千元不等；而「金韵奖」为了让那些「不愿意出来」的大学生参赛，则提供了第一名奖金5万、第二名3万元的高额奖金。他表示：「学生为了五万块，有些人不想来也会来啊」（联合影音，2015年5月7日）。另一方面，制作人姚厚笙说服了在「金韵奖」比赛第二年，就获得歌唱大奖的李建复担纲录制唱片专辑。根据姚厚笙接受笔者非正式访问时表示，在李建复获奖后，姚厚笙才得知他的父亲是律师，同时也是当时的教育部政务次长。在李建复的父亲也同意让孩子出来「唱歌」之后，确实也鼓励了许多原本不同意念大学的孩子「抛头露面」而最终同意让孩子与「新格唱片」签约唱歌的案例。

1970年代考取大学的录取率不及20%，唱歌，纯属个人爱好。没有商场经验，不懂得计较酬劳，歌手唱歌与创作词曲的权益，大多以及低廉的代价被买断。面对录制大学生创作歌谣的唱片公司巨额获利，不仅原有唱片公司的人员开始自行筹组唱片公司，甚至也鼓励了原本制作传统国、台语流行歌曲的唱片公司，加入了「校园歌曲」市场竞逐的行列。除了上述的【金韵奖】与新格唱片（1977~1980；1984），在1978~1979年间台湾流行歌曲老品牌的「海山唱片」也从1978年底，开始在大专院校举办歌唱比赛的，并且出版了【民谣风 大家来唱自己的歌】校园歌曲。第一集中的歌者有齐豫、王海玲、叶佳修、陈宏铭、潘安邦、银霞、陈淑桦、蔡琴等16位歌者，也邀请了广播界名人李季准唱了一首当时任职高雄海关的简上仁创作闽南语的【故乡恋歌】。到了1979年12月3日高雄「美丽岛政治事件」发生之后两年，天鼎传播公司、台湾电视公司与国防部救国团，还合作推出了【大学城】（1981~83）歌谣的比赛与唱片录制。在大学中，由于这股大学生创作歌谣的风气，学生团体在学校当局的支持下也自行举办歌谣比赛的活动，有

的团体至今犹存，例如，【(政大)金旋奖】(1980~迄今)。

然而，从新格唱片公司的「金韵奖」、到海山唱片公司的【民谣风 大家来唱自己的歌】、到具有政府色彩主导的【大学城】歌曲系列，台湾当时的知识分子、大专学生或有心透过歌曲文化反思台湾处境之人，想要在宣传、动员组织，在人脉、钱脉，在歌曲流行的制作能力与经验上，与这些商业公司及广播电视的实力相比……，笔者就不必再分析下去了吧！

也就在年轻人创作歌谣与几十年来在台湾社会的国台语流行歌曲的差距愈来愈不容易区别之际，另有三股或与上述商业唱片歌手相互重迭的相关人士，从 1970 年代末期开始，也尝试着与自己在思想、在唱歌路线上较相近的朋友们，展开创作歌曲与自我 / 社会实践的音乐路线。

这三股音乐人士的集结分别是：其一，李建复、蔡琴与音乐制作人李寿全、苏来、许乃胜、靳铁章等人筹组的「天水乐集」(1980~1982)；他们以独立音乐工作室的出版模式，与发行商合作，打破传统唱片公司一次性买断词曲创作、歌手唱歌的垄断模式。其二，拥有中国国民党党营事业的「中国广播公司」音乐节目主持人角色，并且从台湾年轻人流行唱英文歌曲到「唱自己的歌」文化现象出现之后就广受青年学子欢迎的陶晓清，则邀请了一些现代诗的诗人、乐手及众多歌手，组织了「民风乐府」团体。其三，则是在 1980 年左右，经情治单位彻底查禁的青年歌手及台湾文化界人士组织的「唱自己的歌」团队。这支团队是以笔者借着主持电视歌唱节目【跳跃的音符】的影响与知名度，与在音乐演唱与演奏上具有实力的爱好音乐的朋友们，主动寻找走入工厂、乡村及学生社团演唱推广「唱自己的歌」。演唱会的结构大约如下：上半段的演唱，以 1950 年代以后中国大陆搜集出来的民谣、传统的闽南语、客家民谣以及「山地」歌谣，作为演唱会前半段的曲目；到了第二阶段，则以推广李双泽创作的歌曲，做为大合唱的教唱歌曲，期待将年轻人创作歌谣与民族、社会的关怀结合在音乐文化之中。

不论立场各异的读者是否赞同，我们或许可以从下列二图，稍微探知当时台湾社会的氛围，不论从执政当局的相关机构，或是从民间音乐与文化界人士的立场，大概都充满了张力在其中吧！

**图十四：1980 年 5 月，《自由青年》杂志举办「校园歌曲与民歌的探讨座谈**

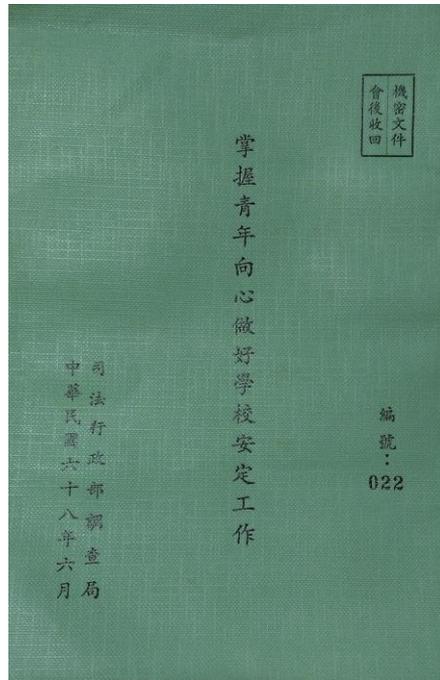
會」。<sup>24</sup>



数据源：自由青年社，1980年5月1日

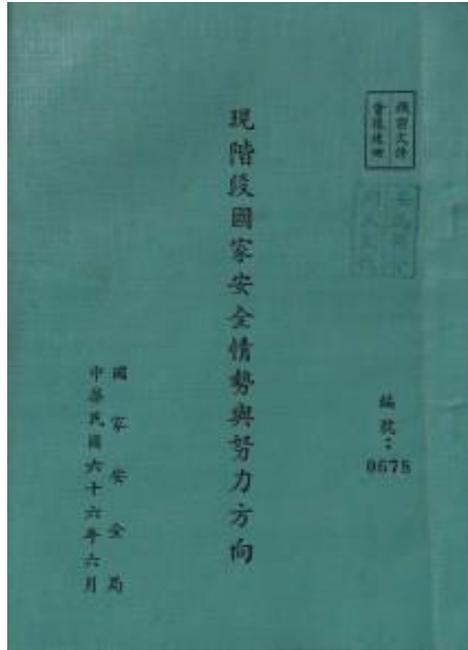
图十五：1979年6月出版 调查局密件《掌握青年向心 做好学校安定工作》

<sup>24</sup> 1980年5月，時值中國國民黨「文工會」主管青年事務部門的《自由青年》雜誌創辦三十週年。在總號609號的雜誌中，除了針對「青年工作」相關的專文談討，在4月11日於台北市重慶南路二段15號七樓的會議室，主辦了「校園歌曲與民歌的探討座談會」。座談的時間不可謂不敏感，因為，前一年12月10日發生「美麗島事件」之後，當局針對黨外主張統一或獨立的人士，分別以不同的案件理由進行逮捕，座談會前不久，又逢2月28日「美麗島事件」中被逮捕的林義雄家宅發生血案，社會中充滿了莫名的氛圍。此次座談，由王人傑（《自由青年》社長；政大外交研究所所長）擔任主席，邀請鄭貞銘（《自由青年》副社長、《自由青年》總編輯、文化大學教授、中國國民黨青年工作會總幹事）、楊孝滌（東吳大學社會系主任）、詹火生（東吳大學社會系講師）、陶曉清（節目主持人）、民歌手邵肇玫、趙樹海、簡上仁、李宗盛、吳楚楚、潘麗莉、邱晨、鄭文魁、陳永裕、劉因國、陳梅珍（記者）參與會談。



数据源：张立本提供

图十六：1977 年 6 月「国家安全局」密件《现阶段国家安全情势与努力方向》



数据源：张立本提供

## 七、收视强档的国语广播音乐节目与电视歌唱节目

1970 年代大学生，不论是否听得懂歌词，大都喜欢收听与收看西洋流行歌曲音乐节目。然而，1970 年代初期在台湾大众传播媒体中大肆宣传「汉贼不两立」的「中华民国退出联合国」事件，以及发生不久就被压抑发声的台湾知识界「保卫钓鱼台运动」，其中属于现实政治意识形态上的差异，虽然几乎没有机会被台湾社会知晓，却点燃了习惯在爱国主义与民族主义教育中成长的青年学子的社会热力。这些大学青年在陆续进入广播、电视、报章媒体工作之后，主持、播放、或歌唱着属于自己的语言或反映青年心声的歌

---

<sup>25</sup> 1977 年 6 月國家安全局在出版《現階段國家安全情勢與努力方向》的「機密文件」中，分析當時政府與美國政府之關係。此書出版之前，美國政府參議員剛向中華民國政府喊話「中華民國要相信美國政府」，隔年 1978 年底，美國政府就「突然」宣布與中華人民共和國建交，與中華民國斷交。

曲，也逐漸在 70 年代中期以後的平面媒體、廣播、電視中獲得閱聽眾的肯定。由於篇幅限制，此處僅以廣播及電視節目的分析為主。

### （一）高收聽率的廣播音樂節目

1975 年 6 月，「洪健全教育文化基金會」出版楊弦的【中國現代民歌】唱片，由於陶曉清在中廣【熱門音樂】節目中播放了演唱會中三首歌曲，好評如潮。同年，陶曉清也在節目中开辟了「中西民歌」單元，增加播放台灣的創作歌謠，並經常受邀擔任校園或社會中西洋歌曲或創作歌謠演唱會主持人，陶曉清的節目，無疑是鼓勵大學生創作歌謠風潮最重要的廣播電台節目。但如果從該節目依然以「單元」方式播放大學生創作歌謠的現象可以觀察到，當時的年輕聽眾，依然較喜歡美國流行排行榜歌曲，而台灣年輕人的創作歌謠，在數量及質量上，在當時也依然缺乏。一直到了 1978 年元月，陶曉清【熱門音樂】推出的「排行榜」中，不僅有著西洋歌曲的排行榜，也舉辦了「民歌排行榜」選出「前十名的歌手」。根據資料，「投票的觀眾，往往比西洋歌曲多上三、四倍」（楊祖珺，1992，頁 30-31）。

由於收聽廣播是當時台灣社會的日常生活習慣，播放音樂與歌曲的廣播節目及其主持人，是當時社會的名人，因為一星期連續五、六天在同樣時段與聽眾「在空中相會」，受到聽眾喜愛。在 1970 年代跨 1980 年代初期，經常播放中英文歌曲以及大學生創作歌謠的節目及其主持人，還包括「警察廣播電台」【平安夜】的凌晨，警廣【文藝之窗】的李文，警廣【今夜之歌】的方笛，市政電台【子夜旋律】的嚴莊、嚴謹等等，這些廣播節目的主持人，也經常受邀主持大學校園及社會人士舉辦的創作歌謠演唱會。從這些播放大學生創作歌謠的廣播人也同時在校園中受歡迎的現象，即可觀察當時大專學生創作歌謠在校園中受歡迎的程度。

### （二）高收視率的電視歌唱節目

首先，以 60 年代中期，即廣受觀眾歡迎的節目【五燈獎】為例。廣告公司為了推廣日本製藥廠的品牌，便以該品牌的五個燈標誌作為節目名稱，在每周一次的電視歌唱擂台賽中，以五燈為限，依著亮燈數量的多寡，作為評分標準。1965 年，【五燈獎】在台灣第一個商業電視台「台灣電視公司」

播出，直到 1998 年。参赛者都是一般民众，穿着大多朴素，与台下观众无异。这个节目在三十余年的播放期间，透过「创作」、「比赛」、「表演」，使得一般百姓也有机会上电视，甚至成为家喻户晓的大「歌星」，对于鼓励本土创作歌谣的风气不可小觑。

第二个电视节目，从 1971 年 3 月到 1972 年 12 月，由「歌林唱片公司」为了「鼓励国内创作歌曲」，在「中国电视公司」企划制作播出的【金曲奖】歌唱节目。「金曲小姐」洪小乔，戴着遮掩大半脸庞的宽边大帽，手抚吉他，在电视上唱着创作歌曲。主持人洪小乔的「大学生」身份，在当时台湾曾引起热烈的讨论与涟漪。节目中的曲目，都是选自观众投稿或洪小乔自己创作的国、台语歌曲。洪小乔在【金曲奖】中的大学生弹吉他，以国台语演唱创作歌曲的形象，对于 70 年代大学生创作歌谣产生了莫大的鼓舞作用（杨祖珺，1992，页 16-17）。

第三个电视节目，是在 1977 年春夏之交，由日本「功学社」乐器公司谢美祝及其制作人夫婿在「台湾电视公司」邀请笔者主持《跳跃的音符》歌唱节目，这是当时台湾第一个全部演唱大学生创作歌谣的电视节目。该节目不仅主持人穿着牛仔裤，在节目中自弹自唱，受邀演出的大专学生也全数如此。当时，正值笔者面临社会意识已然觉醒，深自反省自己蒙昧跟寻前人脚步而申请到手的三家美国研究所与笔者的人生价值到底有何关连？

「用唱歌为社会做点事」，是笔者当初说服自己接下电视节目主持棒的理由。1977 年 9 月 10 日李双泽在淡水海边溺毙，遗留下【美丽岛】、【少年中国】与【老鼓手】等等从未有人传唱过的歌曲，则更坚定了笔者想用唱歌进行服务与改造社会的决心。

主持了大约 7 个多月，亮丽的收视率，让该节目被「台视」调整到最热门的电视时段。不过，笔者意欲推广「唱自己的歌」而送审的【美丽岛】、【少年中国】等等等曲目，不但未获审查当局核准，还因为当时电视歌唱节目必须演唱三分之一爱国与净化歌曲的限制，制作单位无法随时找到大学生演唱而要求笔者在节目中弹唱。这些与主持初衷完全背道而驰的现实遭遇，让笔者决心辞去节目主持人一职；戒严时期的报章杂志，完全封锁了这个消息。该节目后来的两任主持人分别为罗惠碧（与吉他手阿波罗）与任祥，这两位深受观众欢迎的歌手主持人，在年余后也都因为个人赴美因素，而辞去主持

人职务。

第四个电视节目是「新格唱片」【金韵奖】专辑的电视歌唱节目，虽然仅只播放了两次，但在当时仅只三家电视台，不到午夜就必须停播，且歌唱节目依然受限的当时台湾而言，其突出的风格不能小觑。1977 年 5 月，「新格唱片」第一届【金韵奖】在大专院校比赛甫毕，两个月后就录制出第一辑的唱片。紧接着的 8 月及 12 月，该公司特别设计了两个专集在「中视」及「台视」的电视节目宣传播放。配合「新格唱片」已经灌制完成的歌曲配音，荧光幕上不敷脂粉、穿着简朴的「大学生」自弹自唱，对于熟悉当时「靡靡之音」电视歌曲的阅听经验，确实令人耳目一新。

上述列举的七大类影响 1970 年代台湾大专学生创作歌谣运动发展的重要文化养分，是根据笔者圈内人知识、过来人访谈、历史研究以及文献资料搜集之后的整理与分析。

## 陆、结语：唱「自己」的什么歌？

1970 年代台湾大专学生创作歌谣相关的「民歌 40」演唱会，从 2015 年，甚至一直唱到了 2016 年的「民歌 41」都深获台湾市场欢迎。然而，从「民歌 20」、到「民歌 30」持续主办演唱会的「中华音乐人交流协会」，在 2015 年 6 月 6 日举办「民歌 40」的前后，出现了五位在 1990 年代之后台湾著名的青年音乐文化工作者 / 评论人，分别从「民歌 40」的现象分析或批判了 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的缺憾或不足。笔者因应于年轻评论家们的评论内容，有感于时代氛围及历史真实之差异，整理出「激发出 1970 年代台湾大专学生音声呐喊的历史层积的可能样态」、「可能孕育出 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化样貌」以及「在戒严体制、殖民文化与认同危机中摸索成长的『自己』样貌」等三项问题意识，作为本文写作的出发点。并且依照台湾的社会与历史脉络，分别从「在国际共犯结构中生成的二战后台湾政经文化」、「『吃美国奶粉长大』的 1970 年代台湾大专学生」、以及「滋养 1970 年代台湾大专学生创作歌谣的多元文化养分」等三大面向，重探「唱自己的歌」文化运动在当时所处的社会情境，用以提供关心该文化运动的研究参考。

不论 40 几年前出现的称呼，或叫「中国现代民歌」、或「创作歌谣」、「创作民歌」、「校园歌曲」、「金韵奖」、「民谣风」、或「大学城」，如果使用「唱

自己的歌」来描绘 1970 年代那股大专学生创作歌谣的文化运动，或者少有人会反对吧？！

然而，「自己」是什么？「自己」的行径又是怎么来的？生长在 70 年代的大学生，从小就生活在包含了国际共犯结构的政经文化之中，不论个人的出身与努力，这些目前已经活到 50、60 岁的人，或许会同意——个人主义所强调的「自由意志」，在决定个人命运所占的比重上，并没有我们想象的那么威力强大。

从音乐社会学或文化研究的角度察看商业社会中音乐与现实的关系，音乐除了是一种娱乐性的文化商品，同时也是传递情感与表达意见的一种社会性产物。在音乐生产与消费的过程中，个人也同时进行着自我安置与价值认同的社会过程，甚至进而创造出另类的价值及其多元的实践。如果说，「噪音」所代表的是不同于当时流行音乐主导者所喜好的主旋律（价值）；那么，相对于 1970 年代台湾主流媒体中的流行歌曲，70 年代中期以后出现的大专学生创作歌谣，或许可以被归类在「噪音」之列。但是，「噪不噪音」却不能端看主导者或执政者容不容许，或商业市场中流不流行，否则，2014 年 3 月 18 日以后，「太阳花」学生运动中的【岛屿天光】歌曲是「噪音」，到了 2015 年 5 月，主流的【金曲奖】决定将「年度最佳歌曲」颁发给这首歌曲时，主唱的合唱团也前往舞台领奖；时隔一年多的【岛屿天光】，到了领奖之时，究竟是「噪音」、还是主流？李双泽在 1977 年所创作的【美丽岛】这首歌亦然，当 2008 年中国国民党的马英九总统在台北「小巨蛋」的就职典礼中咏颂，当 2016 年民主进步党的蔡英文总统在总统府前参与歌唱时，【美丽岛】，是「噪音」、还是主流？

当 1970 年代台湾大专学生创作歌谣经过了 40 多年，如果还存有值得我们再次凝视，也许正在于当初那个「唱自己的歌」的文化运动，在符号论述的操作以及意义表达的再现系统中，以「噪音」形式存在于那个时代歌曲中的类属究竟存有多少的成分与比例？也就是说，数量上的多样与质量上的多元是不一样的。「唱自己的歌」之所以还值得被检视，不在于其与主流流行歌曲或当政者的意识形态在程度上有多少差异（difference in degree），而在于：相对于当政者、当权者以及资本主义商业市场价值之外的多元价值追求上，在「唱自己的歌」、「唱自己创作的歌」之中，「自己唱了什么歌」的「噪音」价值类属，究竟存有多少差异（difference in kind）！而这也是本文前述的五位青年音乐文化评论人之所以会出现争议之焦点所在。

如果我们仅将 1970 年代大专学生的创作歌谣，放置在音乐社会学的再现系统中论述，很容易就会引发具有特定立场与认同要求的具有现实政治意涵上的争议。因为，如若仅着重在「噪音」已然层积为历史现象之后的论辩，可能就疏忽了 1970 年代年轻人身处的社会情境——想要发声、不能发声或不知如何发声时，那些卡在喉咙之中亟欲窜出的语音、那些最终可能会化作歌声从身体中蹦裂而出的无声语言、那些存在于音乐之中不可言说的生命情感！虽然，本文并不涉及这个主题，也不认为本文论述的 1970 年代台湾大专学生创作歌谣文化运动所处的社会情境能够精确完整无误，惟愿关心青年文化的工作者能够继续研究。

音乐，作为一种文化形式，始终隐藏着语言所无法掌握的特殊性质，以致于任何试图透过语言去理解它的意图或分析，必然有所局限（黄冠华，2013，页 214）。更何况，如果讨论到什么才配被称之为「对抗主流的声音」的争议之时，也容易演变成多元「噪音」的主张者在彼此之间的颉颃——我可以「噪音」你，你也可以「噪音」我。更甚者，会有如台湾的电视谈话性节目中看似多样的各家之言，战斗能量破表，却对于社会中亟欲窜出的语音始终压抑。

在无限聚散的世间因缘之中，总存有各式「共容的可能性」以及「不共容的可能性」。我们往往优先观察着已经成形的历史层积，却忽略了还需要靠着你我戮力，就应该终将来临的「可能世界」。40 多年后的今天，1970 年代台湾大专学生创作歌谣的影音、mp3、mp4 等各式串流，已经无所不在；应运而生的仪式性演唱会，也在商业市场与现实政治场合中不时得见。重探 1970 年代台湾大专学生创作歌谣文化运动的社会情境，如果有意义的话，是期待得以再次凝视与呼唤出企图激发另类噪音的被压抑的语音——那种持续流动在台湾社会体内的沉默呐喊。也正是因为尝试重探那些真正能够呼唤出「唱自己的歌」幽灵的呐喊，才是可能促使我们重返过去、藉以召唤指向未来的动力来源。

## 参考书目

- 卜今 (1991a)。〈一八七一年, 美国教日本看到台湾〉, 海峡评论杂志社编辑部 (编), 《台湾命运机密档案》, 页 11-28。台北: 海峡评论杂志社。
- 卜今 (1991b)。〈一八五七年「美国最密件」〉, 海峡评论杂志社编辑部 (编), 《台湾命运机密档案》, 页 1-10。台北: 海峡评论杂志社。
- 中央通讯社 (2010 年 11 月 16 日)。〈全美留学生 台湾人数排第 5〉。《台湾立报》。上网日期: 2012 年 3 月 3 日, 取自 <http://www.lhpao.com/?action-viewnews-itemid-101810>
- 中坡不孝生 (2016)。《摇滚黑白切》。台北: 新锐文创。
- 中华民国教育部统计处 (2007)。[重要教育统计信息]。上网日期: 2012 年 3 月 7 日, 取自 <http://depart.moe.edu.tw/ED4500/cp.aspx?n=002F646AFF7F5492>
- 中华民国教育部国际及两岸教育司 (无日期)。〈「民国 39 至 78 年 出国留学学生人数统计表」〉。上网日期: 2012 年 3 月 7 日, 取自 [http://ws.moe.edu.tw/001/Upload/userfiles/39-78\(1\).pdf](http://ws.moe.edu.tw/001/Upload/userfiles/39-78(1).pdf)
- 王淳眉、何东洪、钟仁嫻。(2015 年 6 月 26 日)。〈「我们要有自己的歌!」——台湾的热门音乐发展史〉, 《故事》。上网日期: 2016 年 3 月 18 日, 取自 <http://gushi.tw/archives/10946>
- 台湾省政府主计处 (1994)。《台湾省五十一年來统计提要》之〈台湾五十年来统计户口调查〉。上网日期: 2012 年 3 月 7 日, 取自 <http://twstudy.iis.sinica.edu.tw/twstatistic50/Pop.htm>
- 自由青年社 (1980 年 5 月 1 日)。〈校园歌曲与民歌的探讨〉。《自由青年》, 63(5): 34-50。
- 行政院文化建设委员会。(1996 年 6 月 1 日)。〈中国文艺协会〉。《全国艺文团体总览》。上网日期: 2016 年 8 月 10 日, 取自 <http://park.org/Taiwan/Culture/Resources/cartgroup/misc/index003.htm>
- 行政院主计处 (2011)。〈中华民国台湾地区国民所得统计摘要〉。上网日期: 2012 年 3 月 7 日, <http://ebook.dgbas.gov.tw/public/Data/352913302353.pdf>
- 行政院教育部 (2006)。[重要教育统计信息]。上网日期: 2012 年 3 月 7 日, <http://depart.moe.edu.tw/ED4500/cp.aspx?n=002F646AFF7F5492>
- 李玮珉 (2016 年 9 月 4 日)。【杨祖珺访问稿】。未出版之访问稿。
- 何东洪 (2015 年 12 月 15 日)。〈音乐的社会性媒介 —— 从「民歌 40」的争论谈起〉。《共评论》。上网日期: 2017 年 6 月 20 日, 取自 <http://commagazine.twmedia.org/?p=1823>
- 何贻谟 (2002)。《台湾电视风云录》。台北: 台湾商务。
- 余光中。1977。〈唱出一个新时代——写在「现代民谣创作演唱会」之前 (1975 年 5 月)〉。《青青边愁》, 页 105-106。台北: 九歌。
- 吴统雄。(无年代)。〈我, 被禁唱的民歌手〉, 《吴统雄部落格》。上网日期: 2016

- 年 7 月 30 日，取自 [http://tx.liberal.ntu.edu.tw/txmusic/Musical\\_Poetry/SeanTXWu](http://tx.liberal.ntu.edu.tw/txmusic/Musical_Poetry/SeanTXWu)  
吴飒 (2007 年 9 月 27 日)。〈百家讲坛：杨弦坚持民歌是随时可以复兴的〉。《南都周刊》。上网日期：2013 年 8 月 14 日，取自  
<http://www.nbweekly.com/magazine/cont.aspx?artiid=4070>  
周邦贞 (1999 年 4 月 7 日)。〈理察·麦卡锡谈三个朋友——张爱玲、聂华玲和陈若曦〉。《台湾新生报》，17 版。
- 周宪文译 (1999)。《日本帝国主义下之台湾》。台北：海峡评论出版社。（原书：矢内原忠雄[1929]帝国主义下の台湾/。东京：岩波书店。）
- 林怀民。(2016 年 8 月 19 日)。〈纪念汉声吴美云 / 思念 Linda 回顾一个奋发的时代〉，《联合新闻网》。上网日期：2016 年 12 月 1 日，取自  
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5077988>
- 南方朔 (1991)。〈帝国的手在细致的操作〉，海峡评论杂志社编辑部 (编)，《台湾命运机密档案》，页 215-246。台北：海峡评论杂志社。
- 乘风传人 (2013 年 11 月 23 日)。〈关于 1945 年后在台日本人的遣返...〉。《龙腾天下》。上网日期：2016 年 2 月 17 日，取自 <http://blog.udn.com/amlink/9593495>
- 马世芳 (1995)。〈我们永远都会记得这个晚上〉。《永远的未央歌：校园民歌 20 周年纪念册》。上网日期：2016 年 3 月 3 日，取自 <http://tieba.baidu.com/p/26906833>
- 马世芳 (2002)。〈专访「现代民歌之父」杨弦 (2002)〉。《地下乡愁蓝调部落格》。上网日期：2016 年 7 月 30 日，取自  
<http://reader.roodo.com/honeyPie/archives/6668255.html>
- 马世芳 (2015a)。〈还是有朋友问：六月的「民歌 40：再唱一段思想起」和二月的「民歌 40 高峰会」是不一样的吗？〉，2015 年 1 月 8 日。上网日期：2016 年 2 月 25 日，取自  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=10152598773607543&id=680792542](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10152598773607543&id=680792542)
- 马世芳 (2015b)。〈试回应「贫血的民歌运动」〉。2015 年 6 月 4 日。上网日期：2016 年 2 月 21 日，取自  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=10152907156397543&id=680792542](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10152907156397543&id=680792542)
- 张文菁 (2014)。〈1950 年代台湾中文通俗言情小说的发展：《中国新闻》、金杏枝与文化图书公司〉，《台湾学研究》17: 89-112。台北：国立台湾图书馆。
- 张钊维 (1992)。《谁在那边唱自己的歌？1970 年代台湾现代民歌发展史——建制、正当性论述与表现形式的形构》。清华人文社会学院硕士论文。
- 张钊维 (2010 年 8 月 23 日)。〈训政时期摇滚乐〉。《大众时代》。上网日期：2016 年 6 月 12 日，取自 <http://www.mass-age.com/wpmu/blog/2010/08/23/9232/>
- 张钊维 (2015 年 6 月 3 日)。〈我们都还在路上----我的民歌四十〉。上网日期：2016 年 2 月 21 日，取自 <https://www.facebook.com/notes/10153069899522763/>
- 张铁志 (2015a)。〈从美丽岛到岛屿天光〉。《苹果日报》，2015 年 6 月 30 日。

- 上网日期：2016年2月21日，取自  
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20150630/637962/>
- 张铁志 (2015b)。〈本可以走向人民和土地的民歌为何转成了校园民歌〉。《澎湃新闻》，2015年7月9日。上网日期：2016年2月21日，取自  
[http://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1350149/](http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1350149/)
- 陈映真 (1984)。《美国统治下的台湾》。台北：人间。
- 陈映真 (1991)。〈吃美国奶粉长大的孩子〉，海峡评论杂志社编辑部（编），《台湾命运机密档案》，页247-264。台北：海峡评论。
- 陈建忠 (2012)。〈「美新处」(USIS)与台湾文学史重写：以美援文艺体制下的台、港杂志出版为考察中心〉，《国文学报》，52: 211-242。
- 陈义雄 (2017年3月13日)。〈史惟亮·许常惠·民族乐手——陈达和他的歌〉。《民报》。上网日期：2017年4月20日，取自 <https://tw.news.yahoo.com/-010010759.html>
- 黄玉兰 (2009年10月28日)。〈反共文学〉，《台湾大百科全书》。台北：文化部。上网日期：2016年7月20日，取自 <http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=4588>
- 黄怡菁 (2009年9月24日)。〈文化清洁运动〉，《台湾大百科全书》，台北：文化部。上网日期：2016年7月20日，取自  
<http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=4588>
- 黄冠华 (2013)。〈音乐与真实：语音、幻想与快感〉，《中山人文学报》，34: 217-241。
- 杨弦 (2016年6月2日)。【杨弦访问】，未发表之访问稿。
- 杨祖珺 (1979a)。〈弦想、弦响——中国现代民歌的过去与现在〉，《时报周刊（海外版）》，1: 65-68。
- 杨祖珺 (1979b)。〈相褒——文昌公园中的客家老人赛歌〉。《春风》，2: 76-79。
- 杨祖珺 (1979c)。〈苦旦歌仔的沧桑〉。《八十年代（半月刊）》，7: 91-94。
- 杨祖珺 (1979d)。〈鸣琴长歌待知音——从西方音乐基础出发的音乐家游昌发〉。《综合月刊》，133: 133-137。
- 杨祖珺 (1979e)。〈昔唱山歌箩层筐——客家山歌杨兆楨〉，《皇冠》，10: 192-98。
- 杨祖珺 (1979f)。〈民族乐风的对白——访马水龙〉。《综合月刊》五月份：93-98。
- 杨祖珺 (1979年2月5日)。〈故国乡心弦音凄——北方大鼓在台传人张天玉〉，《台湾新生报》，副刊。
- 杨祖珺 (1980)。〈美国流行歌曲与台湾年轻的一代——从1969年到1979年美国告示牌排行榜歌曲分析起〉。《时报杂志》27: 26-31。
- 杨祖珺 (1981)。〈卖唱郎——台北华西街的走唱人〉。《时报杂志（海外版）》，9: 28-30。
- 杨祖珺 (1992)。《玫瑰盛开——杨祖珺十五年来时路》。台北：时报。
- 杨祖珺 (2007)。〈我用身体写政治：2004年320到520抗争事件〉。《台湾社会研究季刊》，第六十七期，页39-104。
- 杨祖珺译 (1997)。《传播及文化研究主要概念[工具书]》。台北：远流。（原书：O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., & Montgomery, M.[1994]. *Key concepts in*

- communication and cultural Studies(2nd ed)*. New York, UK: Routledge )
- 台视全球信息网。(1973年3月28日)。【台大学生发起百万小时奉献服务社会运动】。上网日期：2016年9月7日，取自 <http://www.ttv.com.tw/news/tdcm/viewnews.asp?news=0250616>
- 网易云音乐。(2015年12月21日)。〔被神化的李双泽〕。上网日期：2016年7月6日，  
取自 <http://v.ent.163.com/video/2015/12/F/3/VBAAK69F3.html>
- 蒋勋(2016年9月27日)。〈大繁华里 款款回身〉，《联合报》，联合副刊。上网日期：2016年12月1日，取自 <http://udn.com/news/story/7048/1985789>
- 猪头皮(2015)。〈(民歌40)(水晶30)(猪头20)〉，《新社会政策》，40:4-8。
- 郑鸿生(2008年4月24日)。〈1968 越战与保钓运动——兼谈台湾的60年代〉，《立报》。上网日期：2016年5月8日，取自 <http://www.lhpao.com/?action-viewnews-itemid-2956>
- 应凤凰(无日期)。〈文艺创作〉，《台湾文学期刊目录数据库》。上网日期：2016年8月14日，取自 <http://dhtlj.nmtl.gov.tw/opencms/journal/Journal067/>
- 联合报(1974年11月10日)。〈广播电视歌曲推广会 征求新歌谱〉，《联合报》，第6版。
- 联合影音(2015年5月7日)。〈民歌40 / 姚厚笙催生「金韵奖」 开创流行乐新市场〉。上网日期：2016年3月23日，取自 <https://video.udn.com/news/313546>
- 薛承泰(2003)。〈台湾近五十年的人口变迁与教育发展兼论教改的方向〉，《二十一世纪大学教育的新挑战》，《台大校友双月刊》，页253-283。台北：台大校友会。
- 腾讯娱乐(2007年9月12日)。〈三十年岁月流转「台湾民歌之父」杨弦北京首唱〉。上网日期：2016年4月12日，取自 <http://ent.qq.com>
- Attali, J.(1985). *Noise: The political economy of music*. (B. Massumi, Trans.). Minneapolis, MN: University of Minnesota. (Original work published 1977)
- Gold, T. (1993). Go with your feelings: Hong Kong and Taiwan popular culture in greater China. *The China Quarterly*, 136, 907-925
- Hobsbawm, E., & Terence, R. (Ed.).(1983). *The invention of tradition*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Jameson, F.(1991). Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism. [DX Reader version]. Retrieved March 18, 2016, from <http://xroads.virginia.edu/~drbr/jameson/jameson.html>

**Revisiting the Social Milieu Preceding the Emergence of the  
Singer-Songwriters' Cultural Movement Among 1970s'  
Taiwanese College Students**

Tsu-Chuen Yang \*

**ABSTRACT**

This research reconstructs the context in which the Singers-Songwriters' Cultural Movement took place across various campuses in Taiwan during 1970s. To that end, it examines the influences on culture in general that stem from the imposition of martial law imposed by KMT, the ruling party, and from the American military-industrial deployments in Taiwan during the same period. Drawing on historical documents and first-hand knowledge regarding the Singers-Sonwriters' Movement, this research lays the foundation for future exploration into and understanding of this Movement and beyond.

**Keywords:** Folk Songs, Campus Songs, Modern Chinese Folk Songs, Singing-Out-Our-Songs, Singer-Songwriters' Cultural Movement among 1970s' Taiwanese College Students

---

\*Tsu-Chuen Yang is an Associate Prof., Mass Communiation Dept., Chinese Culture University, e-mail: tc.yang.tc@gmail.com

# 论电视业的生产性与非生产性， 及台湾影视业的不发展状态\*

张时健\*\*

## 本文引用格式

张时健 (2017)。〈论电视业的生产性与非生产性，及台湾影视业的不发展状态〉。《传播、文化与政治》，6:87-126。

---

投稿日期：2015 年 8 月 21 日；通过日期：2017 年 2 月 8 日。

\* 本文初稿得黄能扬先生无私的专业协助，在 2015 年 6 月 12 日于世新大学举办的「传媒与台湾现代性国际研讨会」联名发表。在参酌研讨会评论人意见、《传播、文化与政治》评审意见后，几经修改得获刊登。对黄能扬先生与评审对本文完稿的重要贡献，作者谨表谢忱。

\*\* 作者张时健为香港珠海学院新闻与传播学系助理教授，email: chang17tw@gmail.com

## 《摘要》

台湾近年讨论本地影视业的不振时，经常以过多业者竞争有限广告量为由解释之。对此，本文首先指出非生产性的影视业才会完全仰望广告的支持，其发展的高度系于工业资本的营销支出。生产性的影视业资本为了完成自身扩大再生产的使命，会戮力投资可吸引阅听众直接付费的内容，在广告量的基础上再开发各阶可收费的映演渠道，向生产性活动转型。藉美国影视业发展经验论证此说后，本文进而指出高度依赖广告营收的台湾影视业，即为非生产性的低度发展格局，其总体的政治经济前因为台湾出口导向的发展模式促成九〇年代本地广告量的非常态增长，吸引资本流入影视业的非生产性部门，即扩张频道以利吸收工业资本变异膨胀的营销支出。两千年后广告量的非常态增长结束造成影视业不振，非生产性的资本以引进境外产品救亡图存，造成影视业生产部门进一步萎缩。

**关键词：**台湾影视业产、生产性与非生产性劳动、美国影视产业、  
资本积累、广告量

台湾影视业的低度发展状态，晚近常见以「电视频道过多分食广告资源」的方式解释，特别是相对于高速成长的中国市场而作此主张（例如白诗瑜，

2004), 相应的就是业者要求主管机关放宽电视广告法规以争取更多广告费, 作此主张的潜台词是电视事业的发展相依赖于广告量的规模, 按台湾的本地脉络似是理至易明, 并且在理论上得阅听人商品论的支持。好比 Leiss 等人说「商业媒体才不是被动地响应广告主购买(节目)空档的需要, 而是主动地为了利润与扩张的需要去争取广告财源」(Leiss, Kline, Jhally, & Botterill, 2005, p. 334)。

然而相比于问「如何增加广告财源」, 如何扩大生产是更根本的问题。Garnham (2016) 就认为讨论广告如何支持传媒, 是错把传媒占租的活动当成是生产性投资 (productive investment), 从而遮盖了传媒资本发展过程中内部生产关系的矛盾, 及矛盾可能展开的契机与多样性。

众所皆知当代私营传媒的营收来源, 除了广告还有许多直接收费的渠道。然而在对于本地的制作资源有限、内容供应业在亏损边缘挣扎的现象, 一般少见将直接收费为视为可行的对策, 比如曾国峰 (2009) 是按价格机制正常化的前提主张资源分配效率, 从而鼓吹分级付费的最后阶段: 单频单卖, 而较少探讨分级付费对产业发展 / 扩大生产投入的可行性。这亦是台湾电视业者的疑虑: 频道订价和观众数量 (从而是广告收入) 成反比, 也就是订价愈高, 观众愈少而广告愈少, 按目前的节目质量, 收费所带来的营收很有可能弥补不了流失的广告。就当前资本的判断, 拒绝分级付费才是理性安排。

也就是, 若唯广告是问, 难以按台湾目前影视业的发展阶段去理解 Garnham 所谓资本主义体制传媒的「生产性投资」究竟为何, 而囿于在租的分配上讨论如何扩大再生产。按此, 本文欲藉政治经济学关于生产性劳动、以及资本周转诸阶段的分析, 以美国为先进资本主义经济体讨论广告之于影视业的意义, 反照台湾影视业在资本主义尺度下的 (不) 发展状态, 以及当前困境的成因。

## 壹、传媒的生产性与非生产性之辩

资本主义体制下, 厂商通过雇用工人劳动, 将价值赋予商品之中。但价值不会自动变现, 商品自生产完毕推向市场进入流通领域的那一刻起, 就面临了能否销售出去的窘境, 马克思的说法是「价值从商品身上跳到金子的身

上，是商品惊险的跳跃。」(Marx, 1976, p. 119) 这个跳跃，也就是商品变现，所耗的时间愈长，愈有损资本必须增殖的总目的。因此厂商除了要配送商品至合适的通路，还得知会、鼓动消费者购买，也就是动用营销手段，而广告即为营销的重要一环。按 Arriaga (1984, p. 54) 的说法，广告一不涉及商品的生产领域，二无关于商品如何被消费（使用），三只限于在流通领域发生作用。

这里区分商品生产与流通领域的用意，在于展开关键的生产性与非生产性劳动 (productive and unproductive) 的分析。对政治经济学而言，受资本指挥直接参与创造剩余价值的劳动，归于生产性劳动，而以外则否。因此涉入资本主义的商品生产阶段、赋予增添或改变商品使用价值，被视为生产性的；而涉入商品流通与交换阶段，从事分销与推广活动乃至于存放款金融业务者，不会改变商品的使用价值，则为非生产性的。前者创造剩余价值，后者分占剩余价值，但两者对于商品价值的实现乃至于资本积累同样必要。有如「流通阶段与生产阶段是互斥的。在流通阶段资本的职能不同于生产性资本，也就是说既不能产出商品，也不能产出剩余价值」(Marx, 1978, p. 203; 1981, p. 392)。因此劳动究竟属于生产性或非生产性，并不取决于其最终产出的产品或劳务，而取决于在总体生产关系中的位置，或说在资本再生产过程中担当的功能 (Bottomore, 1983, pp. 448-449; Fine & Saad-Filho, 2003, p. 47; Harvey, 2013, pp. 90-94; Murray, 1998, pp. 44-46)。比如美术设计人员，若受雇于厂商为成品做包装营销，为非生产性的；而若直接参与文创商品制作，则为生产性的，即使他 / 她在不同的位置从事完全相同的设计工作。

也就是说，只为了缩短商品待售时间的广告活动，在资本主义体系里完全是非生产性的，不能创造剩余价值，只能分占剩余价值。但广告因为能缩短商品流通期间，从而减少流通部门的活动（比如库存与仓储）对剩余价值的分占，因此对资本而言又是必要的 (Arriaga, 1984; Fine, 2002; Poulantzas, 1975)。

既然广告是非生产性的，是分占工业资本 (industrial capital) 创造的剩余价值的，则藉工业资本的广告支出营生的传媒，制作了五光十色的内容吸引阅听人的目光，若意在以隐晦（置入营销）或明白（插播广告）的方式让

阅听人接收广告讯息，从而把阅听人催化为消费者，并把这个过程通过市调公司的加工后变为可买卖的收视率数据卖给工业资本（例如 Meehan, 1990），则我们应可以说，这样的传媒的营业目的在证明自己有能力能帮助工业资本的商品加快卖出，尽可能地缩短商品流通时间有益资本增殖。那么传媒资本争抢的就是工业资本的广告开支，而「传媒资本的营利即为工业资本（产出的）剩余价值的一部份」（Lebowitz, 2009, p. 221）。所以说，这样的传媒也是非生产性的。

然而传媒资本的存在单单是为了服务工业资本的营销需要吗？Wolff (1987) 不以为然。他在推算美国生产力变化时，将广告业划入非生产性领域，而将传媒划入生产性的，理由是传媒创造出的文化商品实际上是为阅听众所用。这样对立的见解在传媒研究中并不是什么稀奇的事，有如传媒的双元市场论将两者和在一起主张：厂商面对广告主的同时，也面对观众。更具体的说，双元市场一者指广告市场、二是内容市场（Napoli, 2003, 2009）。很清楚的，传媒并不总是为了满足广告主的需要而从属于工业资本的营销开支（广告市场）；传媒资本自身就有创作、生产文化产品，争取阅听人直接支持（消费）的必要性（内容市场）。所以 Napoli 强调若我们唯阅听人商品是问，是误解了电视产业的经营逻辑，因为「要在阅听人市场成功，都必须先在内容市场上成功抓取阅听人目光，而这是媒体组织的核心能力（Napoli, 2003, p. 4）」。或有如 Shaikh 与 Tonak (1994, p. 26) 谨慎地指出：「正因为广播电视业作为传媒也生产使用价值，即广播电视上的各种表演，所以即使广电业服务于广告与营销，也不应将两者混为一谈。**产制传媒的工人是生产性劳动者。但传媒被用于生产性的（比如娱乐需要）或是流通性的（比如广告）的劳动，则要视该劳动涉入的活动型态而定。**」（粗体为本文所加）。

Shaikh 与 Tonak 的说法提醒了我们，传媒作为内容的载体，将内容用于服务于工业资本的营销目的，或满足使用者 / 消费者的精神与文化需要，决定了其最终属于非生产性或生产性的部门。本文试图进一步论证：传媒资本的营业目的，究竟偏向广告主或是阅听人，将决定了其发展的高度。若传媒甘愿附从于工业资本的营销需要，也就是作为商业资本（commercial capital）的一环，则其提高营业利润的可能性得自压缩工业资本的商品变现所需的时

间，也就是缩短工业资本周转的期程，这个过程是从属性的，或说二位的，限制了其自身发展的可能性 (Fine & Saad-Filho, 2003, p. 137)；相对的，若传媒自身作为工业资本的一份子，则其利润得自商品（影音、文字、图像...）变现后与生产成本的差额，则有其自身独立的扩大再生产、从而完成资本积累总目的逻辑。

简单说，既然工业资本的广告支出是给定的、先于传媒营业活动发生的，一如工业资本为商品配销耗费的交通支出是给定的，先于货运服务而发生的，则即使个别传媒会因为争抢阅听人收视而改良节目质量，这样的改良终究无益于总体营业收入的增添。因而在主张阅听人商品论的理论家那里，寡占传媒的非生产性表现为传媒不需要深耕阅听人市场，只要传媒能够稳定占有触达阅听人的通道，就能坐收过路费，质量不论只要能用最成本的方法留住阅听人的目光即可 (Jhally, 1987; Leiss et al., 2005)。

然而阅听人商品论不看好传媒资本对生产活动的经营与投入，与实情有违。在阅听人商品论根据的美国影视业发展史中，节目制作成本快速增加乃至于失控，一直是电视业资本头痛的问题 (Ferguson, 2004, p. 161; Owen, Beebe, & Manning, 1972; Todreas, 1999, p. 21)，电视频道黄金时段的戏剧类节目成本很早就无法单靠电视网的广告收入支应，而必须藉多次播映、向映演通路收取播映授权费，才得打平 (Fletcher, 2004)。

这里值得再引述 Arriaga (1984, p. 62) 的说法：「一方面，传媒资本或买进或制作文化商品（音乐、新闻、电影等等），将之投入于商业服务的生产流程，也就让文化商品从属于广告商推销商品的需要。另一方面，广告费的挹助也确保了文化商品有稳定甚至是更大的通路面世，转化媒体的文化面向成为资本投资的获利领域，又促使文化生产从属于资本逻辑。传媒有时主动藉广告费的支持去达成扩大经济规模与增进劳动生产力的目的，从而推升获利能力使达到与其他部门相当的水平，一如其他部门的资本剥削人的经济活动。」在思考传媒资本的演进上，这个说法进一步带入了发展的向度：广告费首先作为传媒营运的基础，在此之上传媒进一步利用文化活动，「使文化生产从属于资本逻辑」。

按此，我們必須進一步區辨傳媒活動的不同性質，探問：「電視業」在整體傳媒部門中扮演的角色。

## 貳、從非生產性向生產性過渡：電視業資本職能的轉型

就整體影視業而言，我們將影音產品視為獨立的商品，在整個影視業資本周轉過程中參與制作的部門擔當生產環節，即為各大小制作公司或制片廠；而促成商品變現的部門則擔當交換環節，在本文的問題框架中為負責節目映演的電視業。<sup>1</sup>

首先為商品定性。研究者一般認為影音產品屬於公共財，一者指其具無敵對性，即可被無限次使用而不減損其質量與成份；二者指其具無排他性，即難以排除不涉入交易的他人使用。加上影音產品的首次制作成本高而复制成本極低，因此資本有集中形成規模經濟的傾向，以爭取產品能被最大多數人消費 (Picard, 1989, p. 62)。然而所謂無限次使用有其但書，但較少被提及。首先是影音產品也具有不耐久的特點，其內容多少主動刻劃或被动反映了時事潮流，若不能在產制完成后實時推出，對閱聽人的吸引力隨時間衰退，價值也就減損。其次是影音產品的邊際效用衰減極快，意即短期內閱聽人對同一產品作重複消費的意願低。正因如此，影視產業產品的生命週期很短，不斷推陳出新是這個部門的資本恒常的難題 (Covington, 1999; Sedgwick & Pokorny, 2005)。

---

<sup>1</sup> 按二十世紀中經濟統計所根據的「標準產業分類」(Standard Industrial Classification, SIC)，製作部門歸屬於「影片業」(motion pictures, SIC 78)下，電視節目與電影的製作均歸於本業別；而電視業則分別記為「廣播電視台」(Television broadcasting stations)、以及「有線及其他付費電視服務」(Cable and other pay television services)，負責影音節目的傳輸。雖然前者亦包括電影映演以及影帶租賃業、後者也自行製作節目(以資訊類為主)，然而都在該業別中不占主要部份，並且由於公開資料無法細分營業活動，因此本文藉以分析影視業生產部門與流通部門的發展。相關定義可參見標準產業分類查詢系統，取自 <https://www.osha.gov/pls/imis/sicsearch.html> (2016年3月3日)。

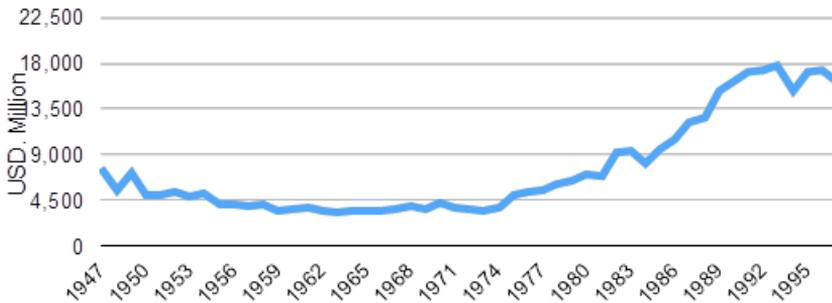
综上，传媒资本开发出广播电视作为影音产品的变现渠道，藉由实时触达最大数量的观众换取工业资本的广告开支，虽然是绕弯地解决了公共财难以对个别消费者收费的困境，但同时也一次性地耗尽了节目再播映的价值。因此资本的对策是，将公共财私有化。这一方面是在法规上确认节目的产权优先归属于资本而非创作者或付费使用者 (Bettig, 1999)，再者是开发新映演渠道切割 / 区辨支付能力不等的观众，使对节目的消费可以尽可能地排他，也就是发展出多阶次的映演窗口 (windowing)，让同一套节目多次播映：愈先播出的收费愈高，而后渐次降低，最后在不能排他的无线电视上「免收费」播出。在主流经济学那里，多阶次映演窗口的安排是为了对消费者差别取价，让有能力且有愿意抢鲜 (效用高) 的消费者多付费 (Owen & Wildman, 1992, pp. 38-49)。因而影音产品若首次播映即在无线电视上无差别放送，对传媒资本而言是放弃可欲的收益。另从观众需求的分众化趋势观之，在全体观众的收视品味或需要彼此差别不大的时候，资本偏向以广告支持的无线广电放送节目；但若观众需求各有千秋，则以有竞争的付费多频道为有利 (Owen & Wildman, 1992, p. 148)。

以美国为例，二十世纪前半的影视产业未曾有「免费」播映制度，向观众收费的戏院为唯一通路。在五〇年代电视机普及前，戏院业已经建立了成熟稳定的差别取价系统，即划区轮映制 (run-zone-clearance system; Conant, 1978)；资本也相应地发展出高度的产品差异化策略 (Pokorny & Sedgwick, 2005; Sedgwick, 2005)。然而这个稳定结构在 1950 年后丕变，随着无线广播电视藉由「免费」内容招揽用户而迅速渗透全国家庭，过去能差别取价的通路即戏院业受到重创，室内电影院近半倒闭，戏院的多阶映演系统几乎崩溃，广播电视替代戏院成为阅听众近用影视产品的重要渠道 (Edgerton, 1983)。当时影视业资本几次企图开发付费电视系统，但遭到主管机关以「(免费电视) 保障公共利益」为名压制而无法展开，「免费」模式独占电视系统的格局直至 1972 年有线电视上路才告打破 (Anderson, 2004)。

「免费」通路替代付费通路造成的效果，可以观察美国整体影视业的实质净本地产值 (net domestic production) 的变化得知。按图一，可见得该值自 1947 后稳定衰退，直至 1973 年始得恢复增长。这期间内影视业产值减少

过半 (-55.8%)，相对于总体私部门同期增长了 180%，显不寻常。<sup>2</sup>即使五〇年代有雨后春笋般设立的各区域电视台与三大电视网的建立，意味着急速新增的播映时段对节目需求孔急，促使制作业（即电影制片厂）一者将产能转为电视节目所用（承制各式节目与开发出新类型的「电视电影[made-for-tv movie]」），二者出售电影重映权给电视播映。但整个生产部门的演职员仍遭到大量解聘，影音内容供货商倒闭者所在多有，从业人员数量持续下滑 (Lev, 2003)。这个陷落的趋势到六〇年代渐缓和，至七〇年代初差别付费通路的陆续建立后，影视业始恢复常态的成长。

图一：美国影视业本地净产出，按 GDP 指数平减 (1990=100) 得实际值，1947-1997。



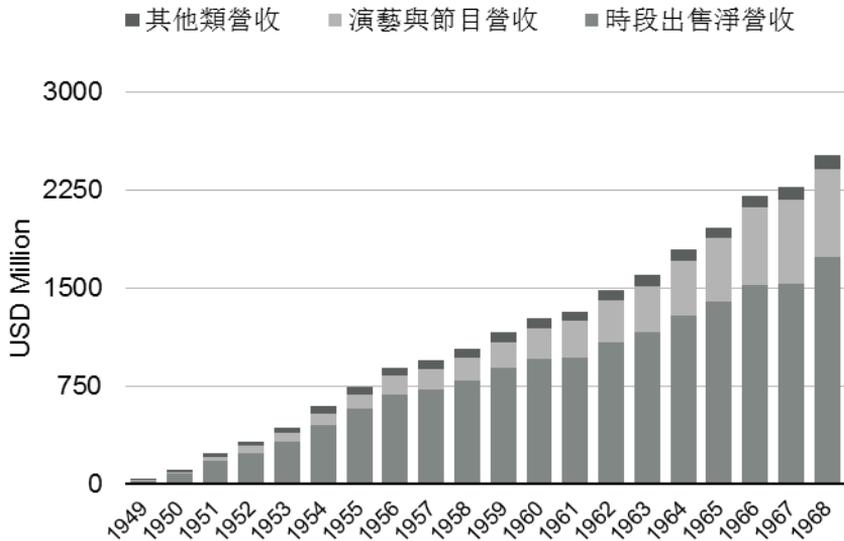
数据来源：美国经济分析署 (U.S. Bureau of Economic Analysis)

在全体影视业惨淡的二十年间，无线电视平台的营收却以超过总体水平甚多的速度发展。1949 至 1968 年间的实质年均成长率为 19.09%，而同期的

<sup>2</sup> 以 1990 年為基期。影視業本地淨產值在 1947 年為 76.73 億，1973 年為 33.91 億；而總體私部門則各為 1.087 兆與 1,601 兆（單位美元）。資料來源：美國經濟分析署 (U.S. Bureau of Economic Analysis, BEA)，取自：  
[http://www.bea.gov/industry/gdpbyind\\_data.htm](http://www.bea.gov/industry/gdpbyind_data.htm) (2016 年 3 月 13 日)。

实质国内生产毛额（GDP）年均增长率为 9.12%。<sup>3</sup>按图二，电视业营收主要得自时段贩卖以换取工业资本的营销支出。与图一比对可知，突出的广告营收成长竟没有挹助影视业的发展。按前述，是拖累，主因在差别取价通路（戏院业）大量地被不能差别取价的「免费」电视业取代。进一步言，这体现了低效率变现手段（「免费」广播模式）造成资本的困境，直接打击了商品的生产。

图二：美国电视业分项营收，1949-1968。



数据源：美国统计摘要各年（Statistical Abstract of United States, Yearly）

然而按影视业从业人员数量的变化可知，工作者数在六〇年代后的渐增，反映了生产活动的复苏。在「免费」无线电视仍主导映演通路的这二十年中，节目与演艺活动营收占总数的比例逐渐上升。特别是跃过了 1960 年后开始达到两成以上，至六〇年代尾声时已近三成（1968 年为 27%）。跃过

<sup>3</sup> 以 1990 年為基期。1949 年無線電視時段出售淨所得（扣除退備）為 1.29 億，1968 年為 35.81 億（為美元）；GDP 則各為 554.8 億與 2911.6 億。資料來源同註 1。

1960 年出现突增的转折是因为电视业营利模式改变：在电视业发展的头十年内，电视业者将大部份的电视时段整块卖给广告商，由广告商负责内容制作，节目意在推销商品。这个方式直至五〇年代末期逐渐转型为我们今日熟知的：由电视台制作 / 购得节目，在节目放送空档间插播广告，并向广告商收取费用的模式。转型的成功始让电视台取得主导内容的权力，在预估制播成本与可能获利的平衡下投入生产资源，让节目 / 内容取代节目时段渐成为有独立品性的商品 (Cantor & Cantor, 1992)。

然而如前所述，影音产品（而非节目时段）作为劳动对象，和「免费」广电的变现模式并不兼容，准确地说是资本不会满足于让节目一次放送仅收取广告的形式。因此主导转型并开始扩大节目自主制作的电视网业者，在六〇年代中期开始陆续自建或收购能对观众收费的戏院业；另一方面，以好莱坞片厂为首的电视节目供货商仍持续尝试以普及全国家户的电视机为前提再创建新付费通路。终于在七〇年代初付费的有线电视频道建立了，而后有八〇年代的家庭录像带租售业、九〇年代的各式按片付费频道。每一次新的付费渠道成熟后，重映价值高的内容（主要为电影与电视剧）即放弃在原有的渠道首映，改在新的付费渠道优先放送，终而形成今日为人熟知的多阶映演系统 (Waterman, 2005)。

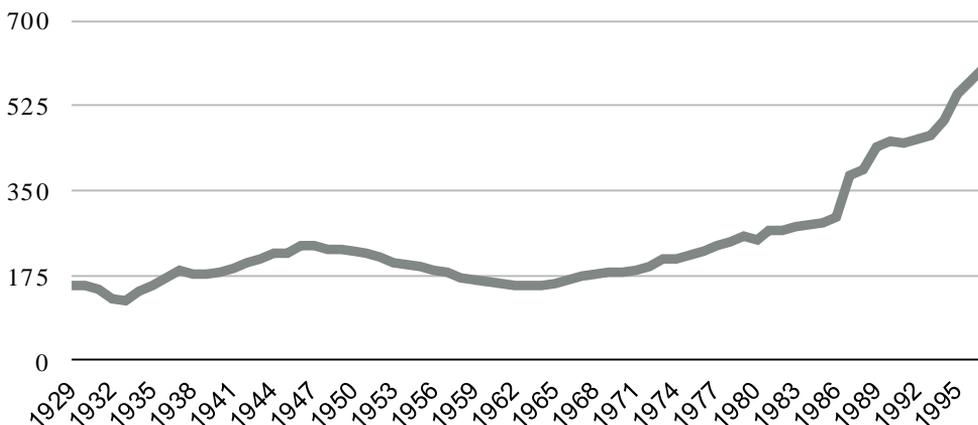
若计算无线广电开始营运后的二十世纪下半叶间，电视业的广告营收、电影戏院票房，以及付费电视的订阅费营收对整体影视业产值的贡献，可知以付费电视对影视业发展的贡献最直接且有力，戏院票房次之，而广告的贡献低且不稳定。<sup>4</sup>所以，美国的影视产业史可视为是一部不断地把差别取价可能性低的通路向后排挤的历史。如今在「免费」的无线电视事业，自制自播节目主要是重映价值低但方便量产的新闻信息类节目，而非重映价值高的电影或电视剧。电影与电视剧在无线电视上放映比例逐年降低 (Wasser, 2001, p. 42)。

---

<sup>4</sup> 見附錄一：1948-1997 年間三部門營收對影視業淨產出的迴歸分析。

图三：美国影视业参与生产者人数（千人），1929-1997

数据源：美国经济分析署。



按此，放映通路的多阶化不仅是熊彼得所谓以新技术破坏垄断的自然循环，更是影视业资本在面临商品变现困于广播模式时必须采取的积极手段。因此 Todreas (1999) 用电视节目供应业所能分占的利润的长时间变动，说明了：「当无线电视业收割了[整个影视业部门]大量的营收时，内容并不是最重要的事。...然而好景不常。事实上这个产业从一开始就有股力量由内部促成转型」(Todreas, 1999, p.33)。这股力量指的是藉内容采取新的变现办法，对资本而言愈益紧迫，终而破坏广播模式的主导地位，展开能差别取价的多阶映演通路。以至于到了九〇年代时「发行商有很强的动机要确保内容供应无虞，特别在内容是独一无二且难以复制的时候 (Todreas, 1999, p. 152)。」

简言之，按美国影视业的发展经验，不能差别取价、单靠广告支持的「免费」无线广电的营利模式，在排挤付费系统的二十年间，给资本发展造成了障碍，并且滞后了实体生产，也就是减少对作为商品的节目内容的投入。对资本而言，用广播的方式放送节目，并且依赖广告收入支持的办法，是使影视业资本次之而且从属于工业资本的营销支出，同时也是效率差劲的变现手段。内容成为影视产业的真正商品，成为生产性活动的主要对象，是在资本

摆脱这个阶段，直接面向听众争取付费之后，至此整体影视业资本才真正蓬勃发展（Todreas, 1999）。

回到前文对电视事业是属于非生产性或是生产性的讨论，可以说依靠广告营收支持的无线电视事业，是非生产性的：内容是服务于广告营销的需要，因而不被重视。然而随着内容的重要性抬升，生产性活动逐渐在非生产性的范畴里萌芽。从而我们可以再厘清前引 Arriaga (1984, p. 62) 的说法：「传媒主动藉广告费的支持去达成扩大经济规模与增进劳动生产力的目的，推升获利能力使达到与其他部门相当的水平。」并进一步将命题简化为按影视产业资本对广告依赖的程度区辨其生产性与非生产性：若影视产业对广告的依赖程度高，资本的性质偏向非生产性资本；若低，则偏向生产性资本。而电视事业究竟主要是直接面向观众，亦或是面向广告主，反映的是整体影视业资本的性质。

### 参、影视业资本发展的外部条件：消费社会的成熟化

然而影视业自非生产性资本向生产性资本转型的可能性，并不完全本于自身的经济理性与获利冲动，其进程同时也与该传媒所处的社会的总体资本主义发展阶段相适应。如前所述，正因为总体工业资本必须利用传媒作为营销助力，而广告费作为当代传媒的重要营业所得，因此传媒的发展在这个范畴内相依赖于总体工业资本的发展。或说，若广告费的成长能充份支持传媒资本的经营，其速度快于生产力的发达造成的成本上升压力，同时传媒生产活动的扩张得到抑制使不造成过激的同业竞争而危及资本存续，<sup>5</sup>则转型可能就未必（或不必要）发生，影视业停留在非生产性的不发展阶段。

传媒与工业资本发展相依的政治经济命题，在文化研究领域有长足的探讨，主要围绕着「消费社会」的兴起而展开。一般认为，大众媒体对当代消费者主体的构成起了关键的作用。它不单是被动的接合生产与消费的两个端

---

<sup>5</sup> 這裡所謂的危及資本存續，表現為利潤減少造成個別資本的焦慮乃至於相互傾軋，典型如美國影視業在六〇年代末時發生的小型危機，大型片廠與電視業者出現嚴重虧損（Maltby, 2003）。

点，而是积极地在人的蒙懂时期就开始将之社会化为消费者的工程，把生活世界置换成交易场所（所谓「由媒体中介的市场」）（Kline, 2006; Leiss et al., 2005）。有如 Baudrillard (1998, p. 99) 之见，（后）现代人有反对共性、追求个性 / 差异性的倾向，商品的消费是其必要手段。虽然大部份时候商品的使用价值彼此相差无多，但交换价值却因为其承载符号意义的有别而不同，随着整个符号的无限复制、相互拟仿乃至「超量生产」(over-production of signs)，物的符号价值凌驾使用价值而成为商品交换的根据。大众媒体作为赋予物符号价值的关键机制，大众媒体与消费社会共存共荣。

如果消费社会的兴起标志了符号横流的起点，而大众传媒作为当然的符号载体，则消费社会兴起的条件同时成就了大众传媒的蓬勃展开。那么是什么条件生成了消费社会呢？这是按前述的政治经济命题而提出的问题。

商品市场的普遍化、大量生产体制的成熟、财富增长的信心或盼望，可说是人类社会发展到资本主义阶段的特殊现象，正所谓「资本主义生产方式占统治地位的社会的财富，表现为庞大的商品堆积」(Marx, 1976, p. 125)。Williams 在对「消费者」词义演变的察考上指出，虽然商品买卖的历史久远，但现代意义的消费与简单的购买不同，主要起因于大规模工业资本操控与编派市场的需要，特别是在二十世纪初的经济衰退之后可见得。「生产不只是供应已知的需求，而是产出给定种类与数量的商品的整体计划，所以必须预先作大规模投资」(Williams, 1976, p. 79)。

也就是说，「必须消费」成为现代人的生活规矩，始自二十世纪初的福特式生产模式盛行之时，即被要求生产纪律的劳动者队伍同时也必须承担消费义务（同时在精神上，流水在线的工人通过消费补偿他们因为劳动能力异化而感受到的失落与苦痛（另见 Smythe, 1981）），以利资本通过生产与消费的循环能顺利运转。但消费在量与质上的爆炸性发展，则在二次世界大战战后，特别是福特主义体制遭逢困境，而后福特主义代之而起之时（Aglietta, 1987, pp. 151-198; Gabriel & Lang, 2006, pp. 7-22; Slater, 1997, p. 188）。调节学派 (regulation school) 主张当代消费社会里主体强调的表现自我与标榜差异性，被理解弹性特殊化生产体制在文化领域映射的结果。也就是：福特式量产的年代，大工会与凯恩斯体制要求的充份就业，压抑了社会等级分化的倾

向（在资本主义时期表现为相对平均的所得分配），消费行为是功能导向与实用主义的；但七〇年代始福特主义 / 凯恩斯体制支持的以生产趋动成长的经济模式遭逢停滞困境，国家通过财政手段调控经济的能力弱化，资本势力抬头推进了对市场机制的盲目信仰，一面藉由私有化进程将传统非市场的社会领域纳入交易范畴中，一面使劳动团结解体而压制生产成本，使所得分配的级差愈来愈显著，消费也变得琐碎化与阶层化，也愈与个人身份地位相适应，从而与 Bourdieu (1984) 所谓的「阶层化品味」相适应 (Storper, 2000)。面对分化 / 分众的市场，厂商采取灵活的弹性生产体制应变，并且动用广告与营销手段形塑产品或品牌差异性与个性。Harvey (1989) 更针对性地指出，这是资本超克积累困境的手段，弹性积累体制构造成了后现代文化现象的政治经济基础（同时参见 Gartman, 1998; Jameson, 1991; Pleios, 2012）。

质言之，福特体制的资本主义遭逢的困境，须藉广告与传媒推进新的消费社会而（部份地）解决。企业通过广告，可以鼓励民众支出减少储着，也就是调整垄断资本主义时期国民所得在两者间的配重，使过快增长的经济剩余得到消化，避免生产过剩造成的危机（另见 Baran & Sweezy, 1966, pp. 126-128; Galbraith, 1962）。有如 Williams (1976, pp. 78-79) 的提醒：「当代商业广告（市场的劝服与渗透）与资本主义发展阶段有关：创造需求与欲求，并同时提供满足之的特定办法。这与过去广告只用于知会[购买者]哪些商品是可得的功能，完全不同。」

## 肆、后进发展情境：九〇年代台湾消费社会的成熟与突增的广告量

消费社会的兴起既然响应了资本主义发展的阶段需要，那么不同社会 / 经济体经历了不同的发展阶段，也就有不等政治经济条件生成消费社会。裴元领 (2004) 推论台湾消费社会的兴起时，以大军营、大工厂、大公司等生产模式标定各社会经济阶段，从而指出大工厂时期中心化的生产纪律被打破，继之以服务业为主及「公司治理」为生产价值的阶段，促成了消费导向的社会型态。类似的，陈光兴 (2002) 以为台湾外销为主的资本积累模式在

七〇年代初面臨石油危機及外銷受挫，資本被迫轉進開發國內市場，讓台灣進入消費社會的初始階段，乃至於八〇年代中產階級合體造成湧動的民間消費力量，推倒了長期以來軍人把持的威權政體，而有九〇年代各種消費奇觀百花齊放的现象。

然而前述調節學派慣用的生產模式對應於消費模式的框架，用於解釋作為後進新興工業國台灣的消費社會興起，如同裴元領與陳光興的嘗試，或有扞隔。好比陳光興不無直觀地以為台灣七〇年代（資本）生產過剩而（出口）消費不足的危機，可通過擴大（境內）消費財市場來解決。其實前後無必然關係，因為這種危機形式本可以由資本重複地自我投資（所謂「資本家的消費」[Shaikh, 1987]）所解決，在台灣即表現為過剩資本被蔣經國推動的國家型基礎建設吸收，以二次進口替代策略發展下一期的高值化與資本／技術密集型出口產業。當我們思及 Jessop 刻意指出所謂前述的福特主義體制是「大西洋」式的（Atlantic），脫胎自科層嚴明的主權國家、以布爾喬亞為主構成的市民社會、成熟的個人主義價值等等前提；而東亞新興工業國的發達並沒有相當的前提，主要由家父長型威權政府刻意扶植本國工業生產力的保護主義（所謂李斯特型[Listian]國家）所拉動。那麼主張新興工業國晚近轉型成後福特主義社會，就非常勉強（Jessop, 2002, pp. 137, 238）。雖然東亞新興工業國的生產模式一度也是標準化量產制（即裴元領所謂的「大工廠」），但與其說是響應本地新生成中產階級的消費需要，不如說系於變動的海外市場，因此以「出口主義」（exportism）理解為其前期生產體制更為合宜（Sum, 1998）。

所以若我們直取消費財部門在台灣的發展歷程作分析，或更適宜。<sup>6</sup>1950年韓戰爆發後，美國對共產國家的策略轉為強硬防堵，對環太平洋的日本、

---

<sup>6</sup> 由於在「龐大的商品堆積」的社會，商品可分為兩種用途，一是被資本買去作生產所用，即所謂的資本財與中間財；二是被購買者自身使用而消耗殆盡，稱為消費財。前者在馬克思那裡稱為第一部類的商品（commodities of department I），後者則是第二部類的商品。第一部類即所謂生產資料生產的領域，第二部類則為消費資料生產的領域（Marx, 1978, p. 471）。消費主義所謂的「消費」，指的是第二部類即消費財的生產與流通過程，因此我們考察消費財部門相對於資本財在台灣的發展歷程。

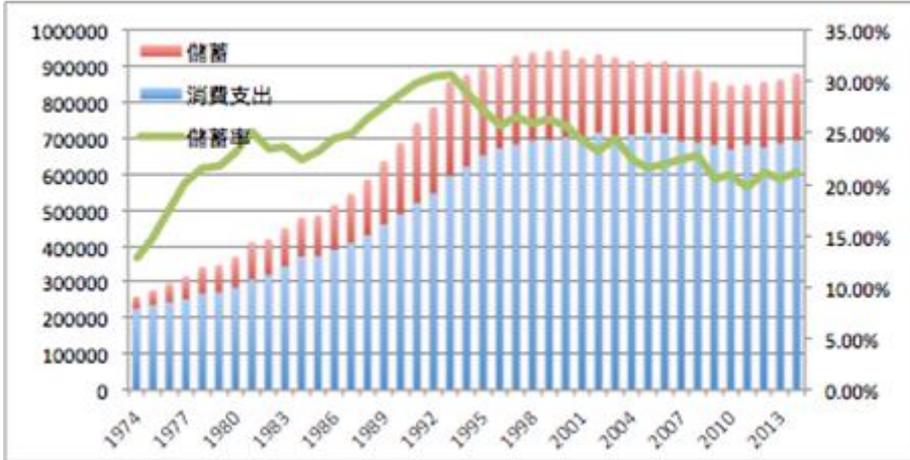
南韩、台湾，在军事上投放常驻兵力或深化军事联系，在政治上支持亲美「民主」政体，在经济上通过国际援助构造共同贸易圈。有了美方的支持，败退转进台湾的国民党取得治台合法性，以「反攻大陆」为名将台湾纳入国共内战的未结束状态（延续战时的《国家总动员法》、《动员勘乱时期临时条款》以及来台后颁布的《台湾省戒严令》），得以以威权政体强力主导经济发展目标与进程（若林正丈，2014，页 77-92）。从五〇年代通过进口替代策略加上代纺代织所赚取的外汇，以及挤压农业部门得到的生产剩余与人力，到了六〇年代便在出口导向的政策安排下投入代工性质的劳力密集部门，初期以加工出口区引入外国直接投资，到后期逐步升级向技术与资本密集型产业，将台湾工业资本嵌入美日主导的跨国商品链中，使本地资本积累的根据系于美日技术先进厂商的委外订单（Gereffi, 1994, 1999; 陈玉玺, 1995）。由于产业结构被安排为资本财与中间财生产优先，结果是五〇年代以降消费财产业的发展极为有限（许松根、林幸君、陈怡婷，2012）。六〇年代乃至于八〇年代间持续高成长的「经济奇绩」及不断的工业升级，皆主要由出口所拉动，消费财产业则自八〇年代末期后才有显著增长（潘宁馨、林玉树、洪毓霞、陈嘉鸿，2010；许松根，2011）。从支出面观察，也可知战后民间消费的增长平缓，但到八〇年代后期至整个九〇年代末之间才快速增加，而跨过千禧年后变得迟滞而略有衰退（彭素玲，2007；洪志铭、吴淑妍、魏聪哲、黄德秀，2012）。

新兴工业国的依附发展性质，造成民间的消费潜力持续增长的同时，产业并没有对称发展响应本地消费需要。这个不对称发展起先是由威权政体，通过对特定业别的投资奖励措施、税项优惠、结汇差别管制等手段所促成。从而对资本而言，嵌入先进工业国的商品链，以先进国市场为导向进行设备投资、技术移转以及劳动力再生产，会优先于开发本国还不成熟的消费市场。然而同时，嵌入先进经济体商品链在本地「创造」的大量就业，长期的低失业率加上相对公平的所得分配，在消费财产业不发展的前提下，去路有限的民间消费能量持续蓄积，表现为相对高的储蓄率（Lamdin, 2008）。相对高的储蓄率同时得自政府的奖励储蓄措施，正是在 1960 年美援结束后，为了厚实资本而推出的政策。

然而资本财 / 中间财工业膨大，民间消费与消费财产业长期遭到压抑的构造，具有内部矛盾，不可能长久维持。理论上来说，长期的贸易顺差会造成本国货币升值的压力，外汇累积过多则削弱政府藉调控货币供给干预经济的空间。置于台湾的脉络，在出口导向框架下操作的关税壁垒、差别补贴与汇价管制所推升的出口额与外汇，本来在发展初期藉由资本财与原物料进口而抵销；但在七〇年代的第二次进口替代所推展的重化工业建设完成，以及不断的技术升级降低对进口资本财的依赖后，使贸易盈余常态化，最终导致与作为台湾主要出口市场的美国发生贸易摩擦，美国要求台湾解除管制与开放市场的压力愈增。在八〇年代初经济部长赵辉东访美后未久，1985年设立的「经济革新委员会」即以「自由化、国际化、制度化」为原则，逐步推动关税减让、开放市场、金融自由化、国营事业民营化与投资自由化等措施（陈惠薇，2013）。这些措施一方面削减了补贴出口产业的空间，再方面降低了进口门坎，使达到贸易平衡。也就是，国内资本投资于出口与国内消费部门的诱因落差缩小了，同时诸多境内市场也松绑有待开发。

按各年的家庭收支调查报告可知，在出口导向时期家庭消费支出与储蓄持续增长，但速度有别；其中用于储蓄的部份多于消费（见储蓄率的攀升），直至九〇年代初期消费增加的速度始快于所得增加速度，反映了以九〇年代初期为界，前期与后期消费倾向的差异，或可说八〇年代以后的消费者，较之前更愿意将所得用于消费了（见图四）。

图四：家庭储蓄、消费支出与储蓄率（实际值，2006=100），1974-2014。

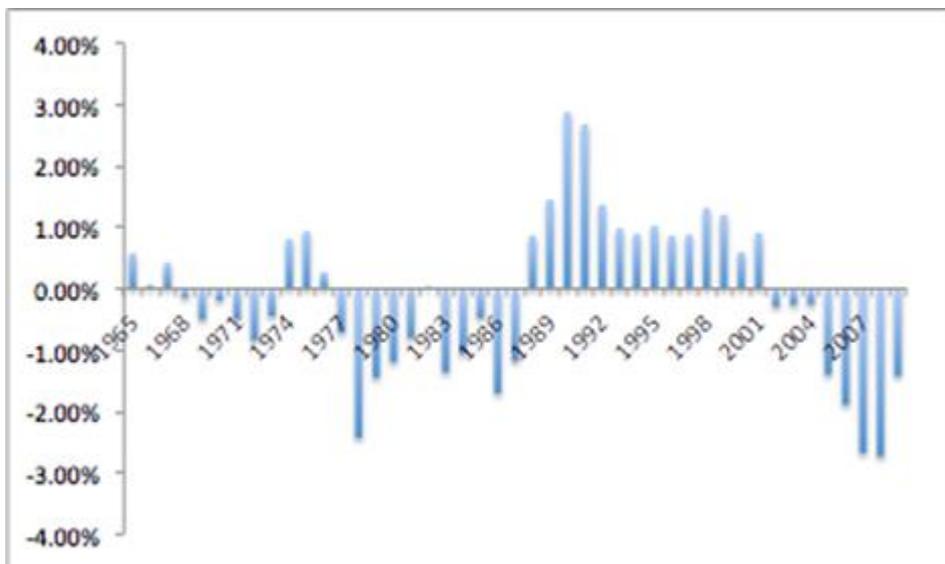


数据源：行政院主计处网站。

再将国内生产毛额（GDP）与民间消费的的五年平均年增率相比较（后者减去前者的差额），可知在九〇年代以前，民间消费的增长速度逊于 GDP 增长，GDP 的增长主要得自政府消费、资本形成与贸易盈余增长的总合贡献；九〇年代起约十年的时间，则主要是民间消费拉动 GDP 增长。见图五。

简言之，由美苏冷战促成的西太平洋前缘商品链，以及国共内战的延伸状态，双重地决定了台湾在战后「重（出口）工业、轻（国内）民生」的发展路线，表现为本地民生工业 / 消费财工业长期的相对不发达状态，从而推迟了台湾消费社会的形成，致使民间消费潜力不断蓄积。八〇年代中期始，因为威权政体的调节手段在美方压力下渐失效，外有后进国追赶而代替台湾原先占有的跨国商品链环节（Appelbaum & Gereffi, 1994），使得长期以来的出口导向积累策略遭遇瓶颈，资本开发本地市场变得有利而急迫，而作为八〇年代后期台湾转型为消费社会的政治经济前提。台湾社会至此结束了计划经济安排的总体生产纪律，向更强调异质主体与去中心化的消费生活型态过渡，「必须消费」的台湾人共同构成了全面消费（total consumption）的新社会型态（裴元领，2000）。

图五：国内生产毛额与民间消费的的五年平均年增率之差额，1965-2009。

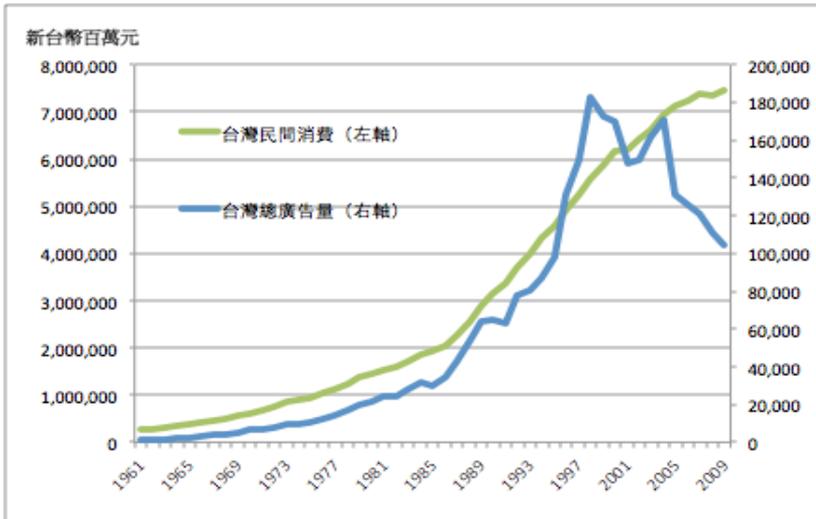


数据源：行政院主计处。

然而要翻转长期的出口导向时期国府为厚植资本而广为宣传的节约伦理，使能够消费的人民愿意消费，需要加速推动社会的意识型态改造，主要办法就是销售努力 / 广告，从而可以解释颜伯勤（1991）所谓「广告带动经济发展」的内部机制。所以在消费潜能的蓄积就要泄洪之时，陆续解除的行业经营限制（执照许可制、外人投资上限、原料配给等），同时吸引外国商业资本（merchant capital）的投入。对于八〇年代末东亚各国广告量突增的现象，Goldstein（1989, p. 60）认为原因如下：（一）强劲的经济成长创造出大量富裕的中产阶级人口；（二）开放市场政策让外国资金能投入经营服务业，尤其广告业；（三）区域货币升值使对进口商品的购买力上升；（四）跨国企业加强耕耘区域市场有利国际广告代理商的经营；（五）因应竞争趋强的态势，区域厂商开始采取更精巧的营销手法；（六）政府政策鼓励本地消费。这些因素促成了国内广告代理行业在 1986 年开放，使原来零细化经营的广告代理业「国际化」，大型的跨国广告代理商通过合资或是直接在台设

立据点，促成「销售努力」技术的跃进，以及广告服务交易的理性化（Tsao, 1996; 胡光夏, 2000, 2004 ; 邱汇杰, 2000）。资本转向开发国内市场的压力，以及台湾民间社会消费潜能的开发，在广告代理业国际化的过程中加速进行。从台湾民间消费与总广告量的长期数据可以观察得知，以八〇年代中（约1985年）为界，以前的民间消费增长速度快过广告量增长，但以后则相反：直至九〇年代结束前，广告量增幅超越民间消费。从而我们可推知：九〇年代间资本加速开发本地消费财市场之积极，更甚过往。参见图六：

图六：台湾民间消费与广告量（实际值，2006 = 100），1961-2009。



数据源：颜伯勤（1987）、中华民国广告年鉴（各年）、行政院主计处。

## 伍、台湾影视业非生产性格局的确定：扩张频道优先于深耕制作

相对于美国，在作为映演 / 流通部门的电视事业发轫前，从事生产职能的资本，即好莱坞诸片厂及大小制作单位，在二十世纪前半已发展到相当成

熟的高度并主导了全部门的制度安排。然而台湾并不。二十世纪前半的影音生产事业即电影，本具有殖民地的附从性格，在日本败战而国民党政府迁台后遭到边缘化而造成发展中断（三泽真美惠，2014；卢非易，1998），对电视事业起步的支持有限（何贻谋，2002）；而电视事业的兴起，则是在国府安排下，一面承担教化国民的意识型态功能，一面负有推动台湾初级电子业自主化的双重任务（柯裕棻，2008）。在国有 / 私有资本欠缺的战后初期，决定了藉广告收入支持经营的电视体制。凡此种种，都让影视业的流通部门反向地凌驾于生产部门之上。就结果论，台湾影视业的发展路径，难以用Wade (1990) 主张新兴工业国的效率官僚 / 经济菁英领导跃进发展的框架理解，而更贴近新自由主义者所描述的无效率官僚造成的占租体制（例如陈师孟等人，1991）。统治者藉租拢络裙带亲信，从而主导意识型态工具（林丽云，2006；王振寰，1993）；而租的来源则是通过外制外包办法剥夺直接生产者的所得，造成了生产部门实质不发展的结果（张时健，2005）。

国府的制度安排确立流通环节主导全部门的构造，在市场自由化后得到扭曲的继承。在八〇年代末长期蓄积的民间消费潜能就要泄洪，工业资本中的消费财部门涌动的广告支出开始加速，私有资本对即将开放的电视事业虎视眈眈的时候，影视业生产部门却相对孱弱。由于台湾法规对单个电视频道广告时数设有上限，对新参进电视业的资本而言，消化高速增长（从而是可预期的）的广告量的办法，是尽可能增加播放广告的频道数目，直至新设频道所能争取的额外广告量加上频道授权价不能支持新设频道的额外营运成本为止，也就是主流经济学所谓递减的边际收益与递增的边际成本切齐为均衡状态的价格与（频道）数量。只要广告量的高速增长不变，而递增的边际成本藉引入替代品（比如境外节目、旧片回放）压低，则所谓均衡状态的数量便会不断提高，而达致均衡的时点则不断推迟，这是九〇年代台湾卫星频道数量爆增的前因。

相对的，直接面对差异化的观众品味开发新型态节目，一者须促成不发达的生产端升级，二者须在映演端建立不播广告的直接收费系统（即可差别取价的分级付费制），所需的长期投资量不知伊于胡底，而阅听人支持与否与愿付价格也难以逆料，遂成为滞后的发展选项。这或可说明，何以按经济

理性上的分析或根据先进国经验，分级付费系统制对于资本而言当然优于「吃到饱」的无差别放送（例如曾国峰，2009；王国梁，1996），但不会为台湾电视业资本接受。而这样的僵局，又因为电视平台业为大型财团分占、高度集中化而巩固（Chen, 2002；柯舜智、庄春发，2008）。观察能对消费者收费的有线电视业的营利分配，仅有二成余用在节目采购（该比例甚至是长期走低），而税前毛利则近四成，显然过高（张美玲、王国梁、陈丽雪，2013；施俊吉，2012）。也就是说，阅听众通过价格选择节目的市场机制被新的占租体制严重扭曲，付出的价金主要用在非生产性活动上，迫使频道业者必须争取广告营生。最上游的影视制作业的发展，也就系于工业资本的广告支出，表现为其营业所得变动与广告量的变动高度相关，<sup>7</sup>而与美国的「传媒主动藉广告费的支持去达成扩大经济规模与增进劳动生产力的目的，从而推升获利能力使达到与其他部门相当的水平」（如前引 Arriaga 所言）相当不同，<sup>8</sup>维持在非生产性的低度发展状态。

按此，九〇年代民间消费非常态增长促成频道数量过度膨胀，而整体影视业必须依赖广告支持的结构，在非常态增长结束并且工业资本的营销支出收缩的时候（如图六），遭到重击。寡占的有线系统业持续把持收费渠道并占有高额毛利的情况未变，而臃肿的多频道能分配的广告总量却是愈少，使得各频道共同追求主流品味而非满足差异化需求（是所谓的 Steiner[1952]模式），造成内容趋同、而质量因资源萎缩愈见低落的结果。对本地影视业生产环节更不利的是，流通部门救亡图存的办法是输入更多的境外产品，其排挤效果表现在本地制作部门收缩的同时，却见流通环节的影片发行、影片放映、传播及节目播送业，尽皆成长，而以影片发行业特别突出（见表一）。

---

<sup>7</sup> 見附錄二：影視製作業與廣告業相售額之相關性分析。

<sup>8</sup> 參見附錄一。唯台美因為資料來源有別，不能按年互相比較。見「研究限制」小節說明。

表一：影视业下各子业别生产毛额（单位：新台币百万元）

	影视制作部门*	影片发行业	影片放映业	传播及节目播送业#
2006	8337	962	3155	37385
2011	7727	2719	4544	38568
变动量	-7.32%	182.64%	44.03%	3.16%

数据源：行政院主计处工商及服务业普查，2006 年、2011 年。

\*影视制作部门含影片制作业以及影片后制服务

#从事广播及电视节目传播之行业

## 陆、结论

只要见识到当代阅听众购买影音产品的渠道如此多样，即可知影视业资本的营利不会单靠工业资本的营销支出。美国影视业发展史说明了，多样的付费渠道是资本为了突破影音产品「公共财」的限制而开发的差别取价体系。差别取价体系的立体化，也就是多阶次映演窗口愈能够对应到不同支付能力与支付意愿的阅听人，则影视业的生产规模也就愈大。相对于广告，来自阅听人直接支付的营利如今对影视业的生产规模更具决定性。

按此，由资本积累的可能性观之，我们可以说美国影视业不再只是分占工业资本的剩余价值，附从于工业资本的营销需要；相反，是能主动完成自身资本周转，创造足以扩大再生产、本于商品变现所得的剩余价值。前者是所谓非生产性的，而后者则是生产性的。它的意义在，影视业商品（可能）获得独立的使用价值，满足阅听人的文化精神需要；而非配合推销商品而扭曲使用价值。当然，这是尺度上的差别。

相较之下，台湾影视业的生产活动仍然高度相依赖于广告费。这看似是多阶映演体系不发达的结果，但按本文推敲可能是：后进工业国在九〇年代非常态的广告量增长，推迟了资本转型建立多阶映演体系的契机；而长久以来平台业高度集中衍生的占租现象，则是加重了生产活动无广告支持不可的格局。二十一世纪开始后，非常态的广告增长结束，打击了影视业的经营造成

产品质量劣化。而主导影视业的流通部门（即频道业、系统业与代理发行业）的对策，不是对生产部门增加投资，而是藉台湾政府开放市场的政策之便，大量引进他国影音产品。正因为台湾影视业资本的非生产性，短视地争取广告支持为第一要务，所以播放内容如何并不是要紧的事。一涨一消间，台湾影视业生产部门的萎缩已经确定。

## 柒、研究限制

由于台湾的经济统计材料不如美国详尽、开放与稳定，业别分类与定义虽近似但不完全一致，因此按本文题旨难以以相同框架对两者进行对比分析。同时这也突显了台湾相关研究的困难。尤其为厘清产业的发展与转型，经济统计的材料需具有内部一致性，并且相关业别与子业别要能够开放查找，始能满足效度与信度的要求。

## 参考书目

- 三泽真美惠（2014）。〈1960年台北的「日本电影欣赏会」所引起的「狂热」和「批判」〉，《台湾学研究》，17: 113-150。
- 何贻谋（2002）。《台湾电视风云录：这是一份台湾电视40年历史,见证,故事,履历表》。台北：台湾商务。
- 张时健（2005）。台湾节目制作业的商品化历程分析：一个批判政治经济学的考察。政治大学广播电视学系硕士论文。
- 张美玲、王国梁、陈丽雪（2013）。〈台湾有线电视产业成本特性与垄断力之探讨〉，《公平交易季刊》，21(1): 153-194。
- 彭素玲（2007）。《台湾消费结构改变之影响与因应》。台北：经济部。
- 施俊吉（2012）。〈有线电视市场结构与经营区调整政策〉，《人文及社会科学集刊》，24(2): 165-191。
- 曾国峰（2009）。〈有线电视不同付费机制对频道产制与消费的影响〉，《中华传播学刊》，16: 215-253。
- 林丽云（2006）。〈威权主义下台湾电视资本的形成〉，《中华传播学刊》，9: 71-112。
- 柯舜智、庄春发（2008）。〈再探台湾有线电视市场集中度〉，《新闻学研究》，94: 149-192。

- 柯裕棻(2008)。〈电视的政治论述：一九六〇年代台湾的电视设置过程〉，《台湾社会研究季刊》，69: 107-138。
- 洪志铭、吴淑妍、魏聪哲、黄德秀(2012)。《由消费支出结构探讨台湾产业结构调整之趋势与策略》。台北：财团法人中华经济研究院。
- 潘宁馨、林玉树、洪毓霞、陈嘉鸿(2010)。《我国制造业传统产业变迁之研究》。台北：中华民国行政院主计处。
- 王国梁(1996)。《我国有线电视收费标准与计算公式之研究》。台北：行政院新闻局。
- 王振寰(1993)。〈广播电视媒体的控制权〉，郑瑞城、王振寰、林子仪、刘静怡、苏蘅、瞿海源、冯建三、钟蔚文、翁秀琪、李金铨(编)。《解构广电媒体：建立广电新秩序》(pp. 75-128)。台北：澄社。
- 白诗瑜(2004)。〈詹仁雄：燃一把野火，沸腾13亿观众〉，《天下杂志》，第550期，页182-186。
- 卢非易(1998)。《台湾电影：政治，经济，美学》。台北：远流。
- 胡光夏(2000)。〈国际广告的政治经济分析：台湾与韩国之「国内广告市场」过程及其对广告产业结构的影响〉，《广告学研究》，15: 183-208。
- 胡光夏(2004)。〈台湾广告代理业的生态形成与互动之研究(1960-1980)〉，《复兴岗学报》，81: 177-206。
- 若林正文(2014)。《战后台湾政治史：中华民国台湾化的历程》。台湾：台大出版中心。
- 裴元领(2000)。《台湾的日常生活结构——对1980-1998年社会经济史的考察》。台湾大学社会所博士论文。
- 裴元领(2004)。〈自我作主的经济？对1994-2004年台湾消费社会形成的初步观察〉，「台湾社会学会年会暨『走过台湾——世代、历史、与社会』研讨会」，新竹清华大学人社院。
- 许松根(2011)。〈台湾工业升级的成长型态与其成长肇因〉，《台湾银行季刊》，63(1): 142-181。
- 许松根、林幸君、陈怡婷(2012)。〈重新确认台湾1950年代消费财产业的进口替代及其对产业成长的贡献〉，《东吴经济商学学报》，79: 1-44。
- 邱汇杰(2000)。〈国际广告代理商在台发展之政经分析，1988-1998〉，《复兴岗学报》，71: 145-162。
- 陈光兴(2002)。〈台湾消费社会形成的初步思考〉，大学学术讲演录丛书编委会(编)，《中国大学学术讲演录》(pp. 243-248)。广西，中国：广西师范大学出版社。
- 陈师孟、林忠正、朱敬一、张清溪、施俊吉、刘锦添(1991)。《解构党国资本主义：论台湾官营事业之民营化》。台北：澄社。
- 陈惠薇(2013)。〈我国经济自由化之探讨〉，《经济研究》，13: 183-206。
- 陈玉玺(1995)。《台湾的依附型发展：依附型发展及其社会政治后果：台湾个案研

- 究》。台北：人間。
- 顏伯勤 (1987)。《二十五年来台湾广告量研究》。台北：中央日报出版部。
- 顏伯勤 (1991)。〈台湾经济发展与广告发展的关系。新闻学研究, 45, 119-138。
- Aglietta, M. (1987). *A theory of capitalist regulation: The US experience* (D. Fernbach, Trans.). London, UK: Verso.
- Anderson, C. (2004). Television and Hollywood in the 1940s. In T. Schatz (Ed.), *Hollywood: Critical concepts in media and cultural studies* (Vol. 1, pp. 227-254). London, UK: Routledge.
- Appelbaum, R., & Gereffi, G. (1994). Power and profits in the apparel commodity chain. In E. Bonacich, L. Cheng, N. Chinchilla, N. Hamilton & P. Ong (Eds.), *Global production : the apparel industry in the Pacific Rim* (pp. 42-64). Philadelphia: Temple University Press.
- Arriaga, P. (1984). On advertising: A Marxist critique. *Media, Culture & Society*, 6, 53-64.
- Baran, P. A., & Sweezy, P. M. (1966). *Monopoly capital : An essay on the American economic and social order*. New York, NY: Monthly Review Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Mythes and structures*. London, UK: Sage.
- Bettig, R. V. (1999). Who owns prime time? Industrial and institutional conflict over television programming and broadcast rights. In M. Mander (Ed.), *Framing friction* (pp. 125-160). Urbana: University of Illinois.
- Bottomore, T. (Ed.). (1983). *A dictionary of Marxist thought* (2nd ed.). Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.). London: Routledge.
- Cantor, M. G., & Cantor, J. M. (1992). Prime-time television: Content and control (2nd ed.). London, UK: Sage.
- Chen, P.-h. (2002). Who owns cable television? : Media ownership concentration in Taiwan. *Journal of Media Economics*, 15(1), 41-55.
- Conant, M. (1978). *Antitrust in the motion picture industry: Economic and legal analysis* (Reprint ed.). Berkeley: University of California Press.
- Covington, W. G. (1999). *Creativity in TV & cable managing & producing*. Lanham, MD: University Press of America.
- Edgerton, G. R. (1983). *American film exhibition and an analysis of the motion picture industry's market structure, 1963-1980*. New York, NY: Garland.
- Ferguson, D. A. (2004). The broadcast television networks. In A. Alexander, J. Owers, R. A. Carveth, C. A. Hollifield & A. N. Greco (Eds.), *Media economics: Theory and practice* (pp. 149-172). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Fine, B. (2002). *The World of Consumption: The Material and Cultural Revisited* (2nd ed.). London: Routledge.
- Fine, B., & Saad-Filho, A. (2003). *Marx's capital* (4 ed.). London, UK: Pluto Press.
- Finler, J. W. (2003). *The Hollywood story*. New York, NY: Wallflower Press.
- Fletcher, J. E. (2004). Syndication. In H. Newcomb (Ed.), *Encyclopedia of television* (2nd ed., Vol. 4, pp. 2247-2248). New York: Fitzroy Dearborn.

- Gabriel, Y., & Lang, T. (2006). *The unmanageable consumer* (2nd ed.). London, UK: Sage.
- Galbraith, J. K. (1962). *The affluent society*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Garnham, N. (2016). Book review: Digital Labour and Karl Marx. *Media, Culture & Society*, 38(2), 294-300.
- Gartman, D. (1998). Postmodernism; or, the cultural logic of post-Fordism. *The Sociological Quarterly*, 39(1), 119-137.
- Gereffi, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks. In G. Gereffi & M. Korzeniewicz (Eds.), *Commodity chains and global capitalism* (pp. 95-122). London, UK: Greenwood.
- Gereffi, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of International Economics*, 48, 37-70.
- Goldstein, C. (1989, Jun. 29). The selling of Asia: Booming consumer demand lures foreign admen. *Far Eastern Economic Review*, 60-61.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Harvey, D. (2013). *A companion to Marx's capital* (Vol. 2). London, UK: Verso.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jessop, B. (2002). *The future of the capitalist state*. Cambridge, U.K.: Polity.
- Jhally, S. (1987). *The codes of advertising: Fetishism and the political economy of meaning in the consumer society*. New York, NY: St. Martin's Press.
- Kline, S. (2006). A becoming subject: Consumer socialization in the mediated marketplace. In F. Trentmann (Ed.), *The making of the consumer knowledge, power and identity in the modern world* (pp. 199-253). New York, NY: Berg.
- Lamdin, D. J. (2008). Galbraith on advertising, credit, and consumption: A retrospective and empirical investigation with policy implications. *Review of Political Economy*, 20(4), 595-611.
- Lebowitz, M. A. (2009). *Following Marx: Method, critique and crisis*. Boston, MA: Brill.
- Leiss, W., Kline, S., Jhally, S., & Botterill, J. (2005). *Social communication in advertising: Consumption in the mediated marketplace*. London, UK: Routledge.
- Lev, P. (2003). *Transforming the Screen*. New York, NY: Charles Scribner's Sons.
- Maltby, R. (2003). *Hollywood cinema* (2nd ed.). Malden, MA.: Blackwell Pub.
- Marx, K. (1976). *Capital: A critique of political economy* (B. Fowkes, Trans. Vol. I). London, UK: Penguin Books.
- Marx, K. (1978). *Capital: A critique of political economy* (D. Fernbach, Trans. Vol. II): Penguin Books.
- Marx, K. (1981). *Capital: A critique of political economy* (D. Fernbach, Trans. Vol. III). London, UK: Penguin Books.
- Meehan, E. R. (1990). Why we don't count: The commodity audience. In P. Mellencamp (Ed.), *Logics of television: Essays in cultural criticism* (pp. 117-137). Indiana: Bloomington.
- Murray, P. (1998). Beyond the 'commerce and industry' picture of capital. In C. J. Arthur (Ed.), *The circulation of capital: Essays on volume two of Marx's capital* (pp. 33-66). New York, NY: MacMillan Press.

- Napoli, P. M. (2003). *Audience economics: Media institutions and the audience marketplace*. New York, NY: Columbia University Press.
- Napoli, P. M. (2009). Media economics and the study of media industries. In J. Holt & A. Perren (Eds.), *Media industries: History, theory, and method* (pp. 161-170). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Owen, B. M., Beebe, J. H., & Manning, W. G. Jr. (1972). *Television economics*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Owen, B. M., & Wildman, S. S. (1992). *Video economics*. London, UK: Harvard University Press.
- Picard, R. G. (1989). *Media economics : Concepts and issues*. Newbury Park, CA.: Sage.
- Pleios, G. (2012). Communication and symbolic capitalism: Rethinking Marxist communication theory in the light of the information society. *TripleC*, 10(2), 230-252.
- Pokorny, M., & Sedgwick, J. (2005). Warner Bros. in the inter-war years: Strategic responses to the risk environment of filmmaking. In J. Sedgwick & M. Pokorny (Eds.), *An economic history of film* (pp. 151-185). London, UK: Routledge.
- Poulantzas, N. (1975). *Classes in contemporary capitalism* (D. Fernbach, Trans.). London, UK: NLB.
- Sedgwick, J. (2005). Product differentiation at the movies: Hollywood 1946 to 1965. In J. Sedgwick & M. Pokorny (Eds.), *An economic history of film* (pp. 186-217). London, UK: Routledge.
- Sedgwick, J., & Pokorny, M. (2005). The characteristics of film as a commodity. In J. Sedgwick & M. Pokorny (Eds.), *An economic history of film* (pp. 6-23). London, UK: Routledge.
- Shaikh, A. (1987). The falling rate of profit and the economic crisis in the U.S. In R. C. e. al.] (Ed.), *The imperiled economy* (pp. 115-126). New York, NY: Union for Radical Political Economics.
- Shaikh, A., & Tonak, E. A. (1994). *Measuring the wealth of nations: The political economy of national accounts*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Smythe, D. (1981). *Dependency road: Communications, capitalism, consciousness, and Canada*. Norwood, NJ: Ablex Pub.
- Steiner, P. O. (1952). Program patterns and preferences, and the workability of competition in radio broadcasting. *The Quarterly Journal of Economics*, 66(2), 194-223.
- Storper, M. (2000). Lived effects of the contemporary economy: Globalization, inequality, and consumer society. *Public Culture*, 12(2), 375-409.
- Sum, N.-L. (1998). Theorizing the development of East Asian newly-industrializing countries: A regulationist perspective. In I. Cook, M. A. Doel, R. Y. F. Li & Y. Yang (Eds.), *Dynamic Asia* (pp. 44-78). Aldershot: Ashgate.
- Todreas, T. M. (1999). *Value creation and branding in televisions digital age*. Westport, CN: Quorum Books.
- Tsao, J. (1996). Advertising in Taiwan: Sociopolitical changes and multinational impact. In K. T. Frith (Ed.), *Advertising in Asia: Communication, culture and consumption* (pp. 103-124). Ames, IA: Iowa State University Press.

- Wade, R. (1990). *Governing the market: Economic theory and the role of government in East Asian industrialization*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Wasser, F. (2001). *Veni, vidi, video: The Hollywood empire and the VCR*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Waterman, D. (2005). *Hollywood's road to riches*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Williams, R. (1976). *Keywords: A vocabulary of culture and society* (Revised ed.). New York, NY: Oxford University Press.
- Wolff, E. N. (1987). *Growth, accumulation, and unproductive activity: An analysis of postwar U.S. economy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

## **The Underdevelopment of Video Industries in Taiwan: A**

## Productivity Perspective

Shih-Chien Chang

### ABSTRACT

It is said that the over-competition for limited advertisements has caused the underdevelopment of Taiwan video industries. However, the argument might go intuitively that neglects the unproductive aspect of the advertisement-oriented structure. This article tries to explain the ceiling of marketing spending from industrial capital would lead the capital of video industry to develop windowing system for price discrimination and become a productive sector, which is able to fulfill expanded-reproduction. By illustrating this based on materials from U.S., this article argues that the abnormal expansion of advertisements in the 1990s, which was triggered by deregulation of market that released the accumulated potential of private consumption in Taiwan, made the capital of video industry busy on establishing new channels as many as possible, rather than improving the productive investment in this sector. This phenomena is described as the circulation part of capital has dominated the whole process. After the end of abnormal expansion of advertisements in the early 21st century, the crowded exhibition market, which was supported by poor production sector, bought cheaper foreign products to sustain the vulnerable system while the monthly fees from subscribers have been used partially in programming. This miserable unproductive aspect of Taiwan video industry have made the production sector shrinking further.

**Keywords:** Advertising expenditure, Capital accumulation, Productive and unproductive labour, Taiwan video industry, U.S video industry

### 附录一：美国各年广告量、电影票房及电视观众付费总额

---

\* Shih-Chien Chang is an assistant professor, Dept. of Journalism and Communication, Chu Hai College of Higher Education, HK, e-mail: chang17tw@gmail.com

## 对影视业净产出的回归分析，1948-1997

为了判断广告与付费渠道对影视业发展的影响，我们将美国 1948 年至 1997 年间的影视业国内净产出年变动量 (NDPMP) 作为应变项，再将同期内的电视广告量 (TVAD)、戏院票房 (BO)、以及付费电视订户付费营收 (PAYTVREV) 的年变动量作自变项，即：

$$\Delta NDPMP = \alpha_1 + b_1 \Delta TVAD + b_2 \Delta BO + b_3 \Delta PAYTVREV + \varepsilon$$

以 SPSS 作回归分析，可知对影视业产值年变动量的解释上，票房年变动量与付费电视营收年变动量均有显著性，而电视广告量年变动量则不具显著性。按各自变数容忍值与 DW 值可知回归式无明显共线性问题。统计结果摘要见附录表一，资料见附录表二。

附录表一：美国影视业净产出回归分析

$R^2 = 0.565$ ,  $F = 19.883$  ( $p \leq 0.001$ ),  $n = 50$ ,  $DW = 2.461$

$p \leq 0.05$ ,  $**p \leq 0.01$ ,  $*** p \leq 0.001$

自变数	系数 ( 标准化系数 )	容忍值
常数项	16.365	--
$\Delta TVAD$	0.074 (0.099)	0.560
$\Delta BO$	0.931** (0.256)	0.758
$\Delta PAYTVREV$	0.529*** (0.542)	0.521

附录表二：美国影视业实值国内净产出、电视广告量、电影票房、有线电视业订户付费营收（单位：百万美元）

	NDP of motion picture industry	Television ad	Box office	Pay TV revenue
<b>1947</b>	1420	0	1594	0
<b>1948</b>	1302	0	1506	0
<b>1949</b>	1297	68	1451	0
<b>1950</b>	1251	171	1376	0
<b>1951</b>	1259	333	1310	0
<b>1952</b>	1234	454	1246	0
<b>1953</b>	1183	606	1187	0
<b>1954</b>	1177	804	1228	0
<b>1955</b>	1175	1025	1326	0
<b>1956</b>	1135	1210	1394	0
<b>1957</b>	1048	1274	1126	0
<b>1958</b>	988	1354	992	0
<b>1959</b>	1028	1496	958	0
<b>1960</b>	1047	1591	951	0
<b>1961</b>	1117	1690	921	0
<b>1962</b>	1127	1898	903	0
<b>1963</b>	1164	2032	904	0
<b>1964</b>	1339	2289	913	0
<b>1965</b>	1504	2515	927	0
<b>1966</b>	1621	2824	964	0
<b>1967</b>	1669	2909	989	0
<b>1968</b>	1899	3231	1045	0
<b>1969</b>	1838	3585	1099	0
<b>1970</b>	1976	3596	1167	0

論電視業的生產性與非生產性

<b>1971</b>	1969	3523	1170	0
<b>1972</b>	2141	4110	1644	0
<b>1973</b>	2257	4565	1524	0
<b>1974</b>	2327	4851	1909	0
<b>1975</b>	2523	5263	2115	804
<b>1976</b>	3260	6721	1994	932
<b>1977</b>	3874	7612	2376	1207
<b>1978</b>	4825	8955	2811	1513
<b>1979</b>	5247	10154	2946	1942
<b>1980</b>	5079	11469	2750	2609
<b>1981</b>	5403	12706	2966	3675
<b>1982</b>	6205	14636	3453	5032
<b>1983</b>	6970	16759	3766	6485
<b>1984</b>	7716	19848	4156	7738
<b>1985</b>	8962	21022	3749	8831
<b>1986</b>	9921	22881	3778	9955
<b>1987</b>	11898	23904	4252	11563
<b>1988</b>	12591	25686	4458	13409
<b>1989</b>	15818	26891	5033	15378
<b>1990</b>	16175	29073	5023	17582
<b>1991</b>	15777	28189	4803	19426
<b>1992</b>	17239	30450	4871	21079
<b>1993</b>	19272	31698	5154	21531
<b>1994</b>	18848	35435	5396	21531
<b>1995</b>	21786	37828	5494	24137
<b>1996</b>	23914	42484	5912	26195
<b>1997</b>	25253	44130	6366	28931

---

· 傳播 文化 與政治 · 第六期  
2017 年 12 月 頁 87-126

数据源：影视业国内净产出取自美国经济分析署（BEA），电视广告量与有线电视营  
收取自美国统计摘要报告（Statistical Abstract of the United States），电影票房取自  
Finler(2003)。

## 附录二：影视制作部门与广告业销售额之相关性分析， 2003-2007

在经济统计上，由于台湾的产业别分类定义近年常有调整，调整后主管机关对前期的数据回溯更新有限，造成调整前后跨期分析上的困难。因此本研究取用跨期较长的第五次税务行业标准分类（2003-2007）适用的各别营利事业销售额。取营利事业销售额有两个好处，一是该登录的子业别细至小类（业别按：大、中、小、细、子类分），可以按本文需要区分出影视制作部门；其次是数据按月登录（而非按年登录），可取得更多个数进行分析。

按第五次分类的影视业相关业别，除 K 大类下的广告业（760）外，主要在 N 大类的「文化、运动及休闲服务业」下，包括「电影片制作业（851）」、「电影片发行业（852）」、「电影片映演业（853）」、「电影辅助业（854）」、「电视业（862）」、「广播电视节目供应业（863）」将其中的电影制作业、辅助业与广播电视节目供应业合并为「影视内容供应业（MPP）」，使与「广告业（AD）」作相关性分析。排除「电视业」的理由是：电视业所得含付费电视与广告，按本文需要应将之区分但此笔数据无法。而「广告业」虽非更细的电视广告，但基于电视广告近年占总体广告量的比重稳定，因此接受。

由于税法要求营业单位以每二月为一期申报数据，因此各月数据呈现偶数月金额大、奇数月小的情形。<sup>9</sup>我们将每两个月的数据合并为一组，在 2003 年至 2007 年间得到 30 组数据，并以 SPSS 测试变量变动量间的相关性，结果发现两组资料呈现显著相关 ( $p < 0.01$ )，皮尔森系数为 0.664。资料及来源如附录表三。

---

<sup>9</sup> 按台湾财政部的说明如下：「本统计资料係来自於營業稅申報檔案，根據『加值型及非加值型營業稅法施行細則』第 38 條之 1 第 1 項規定：『……營業人，除申請核准以每月為 1 期申報者為外，應以每 2 月為 1 期，分別於每年 1 月、3 月、5 月、7 月、9 月、11 月之 15 日前向主管稽徵機關申報上期之銷售額、應納或溢付營業稅額。』故受大部分營業人採 2 月為 1 期申報影響，本統計資料會呈現 1、2 月銷售額合併反應於 2 月份銷售額，3、4 月銷售額合併反應於 4 月份銷售額之情形，造成統計資料呈現偶數月金額大、奇數月小之情形。」取自：

<http://web02.mof.gov.tw/njswww/i05.htm>（2016 年 3 月 5 日讀取）

附录表三：台湾影视业相关业别之月销售额，2003-2007  
(单位：新台币百万元)

年	廣告業	電影片製作業	電影片輔助業	電影片發行業	電影片映演業	電視業	廣播電視節目供應業
2003-01	202	1.02	1	23	3	43.91	11.42
2003-02	17287	337.13	61	761	770	5,501.82	6,888.00
2003-03	261	1.02	1	32	3	-20.31	11.55
2003-04	17962	356.01	67	730	605	5,394.88	8,237.31
2003-05	240	0.30	1	64	3	4.89	25.39
2003-06	18333	548.35	53	634	586	5,067.98	10,703.73
2003-07	264	0.34	1	80	3	-4.96	11.87
2003-08	20791	444.32	53	958	798	5,809.11	10,030.39
2003-10	21167	423.97	50	709	573	5,453.57	9,512.22
2003-11	196	0.26	1	44	12	0.92	10.60
2003-12	25894	513.21	45	864	1346	5,423.26	11,895.49
2004-01	191	0.83	1	21	2	1.22	61.82
2004-02	19487	309.85	43	718	735	5,716.69	8,450.25
2004-03	280	0.89	1	35	3	0.70	51.69
2004-04	21864	368.80	49	684	522	5,177.62	8,309.95
2004-05	221	1.11	1	40	15	0.51	43.34
2004-06	24087	556.24	47	844	1304	5,003.99	11,952.46
2004-07	283	1.56	1	71	2	11.63	24.68
2004-08	23864	385.61	36	934	893	5,801.03	10,517.55

論電視業的生產性與非生產性

2004-09	281+	0.56+	1+	31+	7+	6.28+	23.23+
2004-10	22374+	364.59+	37+	711+	952+	5,230.31+	10,140.20+
2004-11	298+	25.65+	1+	33+	26+	0.13+	52.04+
2004-12	28206+	482.44+	50+	867+	1037+	5,351.62+	11,847.74+
2005-01	242+	-8.33+	1+	18+	2+	0.74+	36.26+
2005-02	19331+	317.45+	30+	863+	1002+	5,435.23+	7,482.64+
2005-03	280+	1.81+	1+	20+	19+	58.86+	28.36+
2005-04	22062+	406.69+	46+	733+	716+	5,343.15+	9,698.97+
2005-05	325+	13.09+	1+	35+	31+	0.77+	20.19+
2005-06	23411+	459.14+	39+	560+	916+	5,159.97+	11,181.52+
2005-07	295+	0.58+	1+	15+	2+	0.77+	12.74+
2005-08	23744+	407.27+	38+	870+	1002+	5,903.65+	11,666.93+
2005-09	296+	0.53+	1+	19+	2+	0.90+	41.63+
2005-10	24278+	365.79+	36+	687+	730+	5,598.99+	10,399.10+
2005-11	355+	23.69+	1+	53+	4+	9.44+	27.55+
2005-12	28106+	525.29+	45+	931+	1151+	5,610.64+	12,564.27+
2006-01	1112+	0.40+	1+	46+	2+	10.70+	304.28+
2006-02	20636+	309.55+	31+	943+	1074+	5,559.64+	8,563.54+
2006-03	348+	0.20+	1+	41+	4+	0.61+	309.26+
2006-04	22216+	363.87+	32+	780+	784+	5,397.65+	8,985.65+
2006-05	513+	0.23+	1+	19+	3+	0.61+	337.69+
2006-06	23790+	338.76+	42+	994+	1082+	5,239.83+	10,157.25+
2006-07	380+	0.21+	1+	34+	2+	0.60+	332.05+

2006-08	23430+	347.39+	32+	992+	1018+	5,844.76+	10,235.71+
2006-09	430+	0.20+	1+	30+	21+	0.62+	330.29+
2006-10	22804+	358.50+	37+	910+	912+	5,468.54+	9,816.41+
2006-11	382+	0.87+	1+	24+	5+	0.55+	355.99+
2006-12	26785+	505.55+	40+	847+	1384+	5,278.82+	13,429.89+
2007-01	368.191+	0.20+	0.534+	16.953+	1.953+	0.52+	365.73+
2007-02	20188.659+	335.47+	27.756+	734.884+	907.301+	5,631.37+	9,503.64+
2007-03	413.837+	0.30+	0.534+	25.812+	1.521+	0.88+	394.30+
2007-04	21892.926+	396.81+	32.83+	957.454+	742.575+	5,489.23+	9,528.25+
2007-05	448.86+	0.20+	0.534+	59.386+	3.687+	11.44+	379.83+
2007-06	22575.013+	394.08+	35.961+	939.696+	1225.459+	5,724.66+	10,470.92+
2007-07	371.181+	0.30+	0.534+	38.086+	14.462+	1.22+	421.64+
2007-08	23614.659+	432.95+	32.116+	983.596+	1338.79+	6,238.09+	11,428.53+
2007-09	458.133+	0.23+	0.534+	14.692+	1.521+	0.42+	450.12+
2007-10	21419.119+	343.05+	37.269+	732.272+	878.585+	5,686.80+	10,170.28+
2007-11	467.832+	0.20+	0.534+	24.872+	24.954+	0.40+	517.46+
2007-12	24778.963+	459.70+	35.96+	620.203+	949.116+	5,763.36+	12,133.58+

数据源：台湾财政部财政统计数据库。<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 網址 <http://web02.mof.gov.tw/njswww/WebProxy.aspx?sys=100&funid=defjspf2>，  
2016 年 3 月 5 日讀取。

# 停滯的媒体运动复合体： 2014 年职棒转播权争议中运动与电视产业的困境

刘昌德\*

## 本文引用格式

刘昌德（2017）。〈停滯的媒体运动复合体：2014 年职棒转播权争议中运动与电视产业的困境〉。《传播、文化与政治》，6:127-161。

---

投稿日期：2016 年 12 月 12 日；通过日期：2017 年 4 月 10 日。

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

## 《摘要》

2014 年初跨國運動媒體業者 MP & Silva 以 6 年約 21 億元的「天價」，標得中華職棒賽事轉播權。但因與有線系統及頻道洽談失利，由僅在中華電信 MOD 上架的博斯電視台播出，絕大多數有線電視系統用戶無法收看中職轉播。但下半年季 MP & Silva 中止合約，轉播權再回到有線電視系統上的運動頻道，權利金也回檔至過去數年的水平。雖然近年中職現場觀眾人數維持高檔，但 2014 年轉播權爭議後權利金仍難見成長，使運動產業進一步發展受限。本文透過對此次爭議相關當事人的深度訪談、及對電視與運動產業的官方調查等次級資料，首先說明本地運動媒體複合體的「停滯」特徵。其次，本文發現有線電視系統與頻道代理商主導的電視產業下，職棒轉播陷入「三低」困境—內容投資低、直接廣告營收低、新競爭者進入可能性低。研究結果顯示，當前媒體產業結構的困境，對運動文化產業發展與公民傳播權益造成傷害。

**关键词：**媒体产业结构、运动媒体复合体、运动产业、运动频道、转播权

## 壹、研究缘起与目的

台湾职业棒球自 1990 年代以来，虽然历经数次「签赌假球案」的冲击，但产业发展却总是「不绝如缕」。2011 年虽然再度发生「雨刷案」打击球迷观赛意愿，随后又在国家代表队于世界棒球经典赛表现精采、以及 2013 年义大集团接手的犀牛队找来美国职棒大联盟 (MLB) 退役球星曼尼·拉米瑞兹 (Manny Ramirez)，成功带起球迷入场的热潮 (王文升、孟峻玮，2010；东森新闻云，2013 年 06 月 19 日)。在前一球季票房成功的刺激下，当年底中华职棒的电视转播权利标售成为业界瞩目焦点。过去受到球赛转播进入门槛较高、及运动频道消费者在本地属于特定区隔听众而非大众市场，因此自 1997 年以来台湾职棒的电视转播都由纬来电视台所主导。但在 2014 年初，跨国集团 MP & Silva 以 6 年约 21 亿元的「天价」标得中华职棒转播权，打破了此一市场长期垄断局面 (东森新闻云，2014 年 1 月 24 日)。

跟过去由电视台直接洽商取得转播权的状况不同，MP & Silva 并未拥有台湾电视频道经营权。因此在标下中华职棒转播权之后，该集团向有线系统上架之运动频道洽谈授权播映，但未能达成协议。随后在球季开始前不久，宣布与仅在 MOD、未于有线电视系统上架的博斯电视台合作 (东森新闻云，2014 年 3 月 20 日)。虽然博斯取得转播授权之后，向有线电视系统提出上架协商，不过在当年上半球季都未能跟主要系统商签下合约。一方面，众多以有线电视为主要收视方式的球迷，无法收看职棒比赛转播而大表不满；另一方面，中华职棒与球团则迟未收到转播权利金。2013 年 6 月间，MP & Silva 发出声明表示中华职棒联盟违反合约内容，因此中止转播权代理；随后中华职棒联盟黄镇台辞职，赛事转播权重新标售，联盟与博斯则互相提出法律诉讼 (国家通讯传播委员会，2014 年 7 月 11 日；中时电子报，2014 年 4 月 30 日；今日新闻网，2014 年 7 月 19 日；自由电子报 2014 年 7 月 20 日；台北地方法院民事判决，2016a)。

职业运动与商营媒体、特别是电视之间基于商业利益的结合，构成的媒体运动复合体 (media-sport complex)，是欧美电视产业与职业运动产业的普遍现象与特点。对于职业运动产业来说，自 1980 年代以来不断攀升的电视

轉播權利金，已經成為賴以營運的關鍵所在。這樣的趨勢至本世紀仍舊持續，以歐洲職業足球整體來說，2006 年到 2010 年之間的轉播權利金收入，從所有營收的 31%、成長到 35%，而其中意大利與法國的占比更來到 60% (Jhally, 1984; Hutchins & Rowe, 2012; Evens et al, 2013, p.17)。

商營媒體投注大筆金額在運動賽事轉播上，促成運動文化產業的發展，着眼點仍然是可觀的利潤。首先，許多頂級賽事的轉播收視率相當高，更重要的是，運動轉播能吸引其他電視節目所無法達到的「年輕男性觀眾」，因此廣告收入相當豐厚 (Jhally, 1984)。其次，更重要的是許多媒體新科技興起之後，把頂級職業運動賽的轉播節目作為「殺手級應用」(a killer application)；在歐美的媒體運動市場中，無論是 1980 年代中期的付費衛星頻道、2000 年代的數字電視、或是近年的行動電視等，都可以發現新媒體將取得運動賽事的轉播權，當作進入市場「敲門磚」的營銷策略 (Hutchins & Rowe, 2012; Evens et al, 2013)。

除了新傳播科技亟於應用運動轉播以切入市場之外，既有的電視內容平台、例如有線電視系統，同樣將職業運動賽事轉播，作為鞏固或搶占市場的利器，卻往往導致球迷觀賽權益受損，常民的運動文化也受到衝擊。以美國職棒大聯盟 (MLB) 的電視轉播為例，在洛杉磯地區普及率約 30% 的 Time Warner 有線系統，與道奇隊 (LA Dodgers) 合資設立 SportsNet LA 頻道，於 2014 年以天價簽下轉播權合約，希望能藉此擴張市場。隨後其他系統商認為 SportsNet LA 頻道授權費過高而將其下架，多數 LA 地區觀眾因此長時間無法看到道奇隊的賽事轉播。即使多位眾議員聯名要求主管機關 FCC 介入協調，但直到 2016 年球季初仍未能解決此一困境 (Los Angeles Times, 2016, March 16; March 31; April 4)。

台灣職棒 2014 年的轉播權爭議中，出現部分類似上述他國的運動媒體複合體的现象，但也顯示出本地的運動產業不同歷程、及電視產業不同結構等導致迥然相異的發展。本研究在第貳小節回顧紀錄 2014 年中華職棒轉播權事件的过程，归纳整理当中主要的争议，作为本文主要分析的两个研究问题。针对第貳小節背景爬网出的研究问题，本研究透过半结构式深度访谈，搜集不同行动者的经验与观点的第一手资料 (见表一)，并佐以政府官方调查、

产业调查、以及媒体报导等次级数据，在第参小节与第肆小节分别探讨运动产业景气起伏与转播权利金的连带关系、以及当前电视产业结构限制下运动媒体复合体的困境所在。最后，本文在结论中，除了整理研究结果、探讨台湾媒体运动复合体发展的特征之外，还希望提出可能政策方向建议，以促进文化产业发展、并维护运动转播收视公民传播权。

表一：本研究受访者汇整

受访者	所属单位	访谈日期
A	中华职棒联盟	2014.11.24
B	纬来电视台	2014.12.11
C	纬来电视台	2014.12.11
D	福斯电视台	2014.12.15
E	博世电视台	2015.02.03
F	博世电视台	2015.01.13
G	中华职棒联盟	2015.01.15
H	民间全民电视台	2015.02.06

数据源：本研究整理

## 貳、研究背景与问题：2014 年中华职棒转播权之过程与争议

2013 年球季结束，中华职棒大联盟（以下简称「中职」）与纬来体育台（以下简称「纬来」）的转播契约到期，经过几家业者的接洽，新一期的转播权出乎外界意料地由跨国公司 MP & Silva（以下简称 MP&S）以六年 21 亿元得标（东森新闻云，2014 年 1 月 24 日；苹果日报，2014 年 3 月 3 日）。中职受访者表示，

MP&S 来找联盟，...因为他看[到]...经典赛一路下来到亚职大

賽...2013 年球迷支持中职比赛的状况。...MP&S 本来出价是六年、一年 3 亿，这样就是 18 亿。... [球团希望提高到每年 3.6 亿] 跟 MP&S 磋商结果，他愿意逐渐增加。...第一年 2.8 亿、然后 [第二年与第三年分别是] 3 亿、3.3 亿，后面 3 年（每年）是 3.6 亿。（受访者 A）

据媒体报导，原转播业者纬来电视不但没有追价，甚至向中职所提出的价格比过去「几乎少了三分之一，双方不欢而散」（中时电子报，2014 年 4 月 3 日）。不过纬来电视的受访者 B 则表示，因为过去的转播权利金是包含有线电视、无线电视、网络等不同平台的转播项目，而中职 2013 年底将这些不同转播权项目切割贩卖；因此，只购买有线电视转播权利的纬来，其实在换约时的出价，算起来应该比过去的权利金更高一些：

报导我们出的价格比别人低，是因为基础点不一样...比如我原本有五种权利，现在剩下两种权力，你怎么可能价格还是一样的？...我们的权利金不会比人家的低，印象中如果加起来，一定比原来高一点。（受访者 B）

纬来电视受访者 C 也表示，「最后一刻都未放弃...我们一直也有开价格，但中职无法接受」。他认为是 MP&S 高估了中职转播的市场价格，「MP&S 的确高估了中职市场价格...被 WBC [2013 年世界棒球经典赛] 盛况误导」。

MP&S 是法国媒体与卡塔尔媒体集团半岛电视台（Al Jazeera Media Network）所投资、2013 的运动跨国运动频道 beIN Sport 的国际代理商。业界指出，MP&S 以高价取得中华职棒转播权利，也是希望在台湾落地后，作为新频道的「杀手级内容」（受访者 A, C, E）。事实上，MP&S 于 2013 年中发出的新闻稿指出，希望推展东南亚市场，目标包括香港、泰国、菲律宾、与台湾等地，在台湾计划推展三个高画质频道，内容除了足球之外，也包括棒球（MP & Silva, 2013）。

跨国业者提出的金额让联盟与球团满意。不过，MP&S 虽然拥有跨国频道，但是由于当时 beIN Sport 尚未取得台湾官方的落地许可，MP&S 并未在

本地拥有任何频道，签约时也尚未与本地电视业者达成合作协议。中职与 MP&S 之间的合约，并非与电视业者直接的转播权合约，而是「专属顾问合作协议」(Exclusive Consultancy Agreement)，MP&S 则是「作为中职的赛事转播权利授权代理人」(台北地方法院民事判决，2016a)。

当 2014 年 3 月中华职棒球季开打在即，MP&S 开始与台湾各频道洽谈合作转播的可能性，但有线电视系统上的既有运动频道纬来与福斯体育台（以下简称 Fox），都拒绝了 MP&S 提供的条件。纬来表示是因为播出的价格过高：

对我们来讲其实很简单，就是价格问题...[过去转播]我自己亏多少钱我知道，如果更高价钱我不是洞更大？.....权利金比如说一队原来是 4000 多万，换算下来我每一年费用上我的收入跟成本还是没办法去平衡，结果竟然有外商说他可以拿更多的钱...权利金几乎[增加]快一倍，你想想我原本都已经快不能平衡了，你再加上不是洞更大？（受访者 B）

而 Fox 受访者 D 则表示是整体考虑播出时段等因素：

当然有谈...就是没有达成共识，这有很多层面，并不是由价钱决定所有事情。有太多面向，比如 CABLE 系统、频道位置、时段，我拿这么多赛事对我来说是不是真的加分？（受访者 D）

MP&S 在球季开打还尝试接触其他频道、包括无线电视台，但纬来始终是最主要的目标（受访者 A, E）。因为无法与两家有线系统中最主要的两个运动专业频道达成协议，2014 年 3 月 MP&S 找上博斯运动频道（以下简称博斯），承诺热身赛可免费供其转播，双方 3 月 20 日签署两年的中职转播权利备忘录（MOU）(台北地方法院民事判决，2016a)。洽谈过程相当短促，中职表示是在开记者会当天才被告知（受访者 A）。博斯体育台受访者 E 表示，

[MP&S] 跑来跟我说卖不掉耶...当下坦白说就两个心情:一个就是中职没人播其实蛮可惜的,因为他是一个台湾唯一比较具指标性的运动,另一个就是或许我们可以透过中职的转播,可以让博斯的频道有机会拓展市场。当时就是基于这两个基础跟 MP&S 开始洽谈这件事情。因为时间很紧,我们大概就只有两天时间,我记得最后一天签完 MOU 的时候就直接把我拖去中职开记者会。(受访者 E)

由于博斯并未在多数有线电视系统上架,因此在 2014 年球季是在转播期间,台湾大多数的电视用户无法收看中职球赛转播,因而引发球迷不满与抱怨(中时电子报,2014 年 4 月 3 日)。即使 NCC 于 3 月间介入、邀请系统业者与博斯开会协商,但主要的有线电视系统仍表示「腾不出空间」,使得博斯的中职转播只在部分独立有线电视系统及中华电信 MOD 的收费频道中播出(自由时报,2014 年 7 月 20 日)。另一方面,丢掉中职转播权的纬来,则与中华民国棒球协会合作,以社会甲组球队为基础,组成「爆米花联盟」并开始转播(受访者 B, C)。

根据博斯与 MP&S 的备忘录,频道业者的转播权利金额,大致比照前一球季纬来转播权利金的计算基准,第一年独家转播 240 场共计约 2.5 亿元(球团取得的转播权利金为 1.8 亿元、再加 5% 营业税,另外民视制作费用每场约 25 万元、全年 6000 万元),第二年则为与 beIN 分享转播权、金额折半(台北地方法院民事判决,2016b;受访者 A, E)。

不过,博斯直到五月间都未支付中职球团转播权利金,导致球团对博斯与联盟都表达不满,双方关系紧张。后来在联盟与 MP&S 斡旋下,博斯 5 月 26 日与球团会面达成协议;球团于六月份要求博斯先支付 50%、约 9600 万元权利金,随后博斯于 6 月 18 日给付 3000 万元(受访者 A;台北地方法院民事判决,2016b)。转播权利金部分现金入袋,并未让这段时间的转播争议完全停止。7 月,中职球团自承接博斯的无线电视转播权的华视方面获知,博斯透露无意继续当月 4 日开始的下半球季转播(台北地方法院民事判决,2016b)。博斯声称,中职自该球季开始的网络转播 CPBL TV 初期以免费方

式提供球迷观赏,「开了后门」让他们转播所能拿到的广告费用缩水;中职则认为转播权利本来就排除包括 CPBL TV 的网络转播,而且免费推广只到当年七月十日为止。另外,博斯也对于 CPBL TV 收费标准中的「一个会员可有三个账号」的作法不满,坚持应该改为每个会员一个账号(受访者 A, E)。

但更重要的是,根据中职与 MP&S 之间的合约,MP&S 负责经纪中职与四球团之球赛转播事宜,真正的转播权合约,「仍须由中职、四球团与 MP 公司所选定之转播者洽商后签订,方能成立」(台北地方法院民事判决,2016a)。因此,即使博斯与 MP&S 签有备忘录,但仍须与中职完成另一份正式合约;但博斯在这段期间内,虽然已经开始转播球赛,但对于合约内容的各种项目一直存有疑义,而未完成正式合约(受访者 A, E)。

因为博斯一直未与中职签约,中介商 MP&S 在下半球季开始之前的 6 月 27 日便通知博斯中止备忘录,7 月 19 日 MP&S 宣布中止与中职合约。对此,业界感到惊讶,如纬来受访者 C 就表示「MP&S 会放弃我们很意外。因为 MP&S 签的 20 亿折算大概 7000 万美元,对跨国的 MP&S 是小钱...但这样的金额,在我看来是纯粹误判、以及想打入市场」。球团自 20 日起停止提供博斯讯号,合计博斯共转播包括热身赛、明星赛、与季赛等 158 场(台北地方法院民事判决,2016a)。当时,中职一方面紧急寻找其他频道接手球赛转播,另一方面则准备提出法律诉讼。但因为与 MP&S 合约规定仲裁法院在新加坡,联盟与球团考虑跨国官司的成本等因素之后,而仅对博斯提出告诉(受访者 A, G)。博斯认为:

当时签这个约,我们也觉得生意就是这样子,愿赌服输,赔就赔嘛。整个金额算起来我们是赔钱的...那时候我一天睡不到三小时...因为 MP&S 跑掉这个事情,从当时时间点来说,我还没有上架...原来谈的时候是下半季大概七月中下旬上架...那时候差不多了,但哪知道...MP&S 跑掉了。因为他跑掉,造成我必须在那里停损...跟中职变成官司问题...如果上架...[大概广告与系统给的播映费大概可以到成本的]一半,结果可能是[赔]1.4 亿。(受访者 E)

在跨国业者临时抽腿之后,中职与四球团重新与有线电视的运动专业频

道议约，但不以联盟为代理洽谈，而由球团各自与频道业者进行协商。八月份，统一狮和 Lamigo 桃猿先后与 FOX 签约，而兄弟象与义大犀牛则重回纬来转播，转播权利金则大致与纬来前一合约相差不远。另一方面，博斯于 2014 年提告中职、统一、与 Lamigo，以及四球团提告博斯的两项民事诉讼，则分别于 2016 年 1 月与 2016 年 3 月间一审判决。法院认为虽然双方未完成合约签订，但因为球季期间彼此合作，因此认定有「事实上之契约关系」，因此「必须依转播场数比例换算所得之权利金支付予四球团」（台北地方法院民事判决，2016a）。

表二：中华职棒 2014 年转播权争议过程简表

时间	事件
2013.6	纬来控告网友自行剪接纬来转播比赛的网络影片犯侵商标权
2014.1.24	MP&S 与中职签署专属顾问协议，转播权利金 6 年 21.4 亿元
2014.2-3	MP&S 与纬来协商至 3 月中未成
2014.2.21	爱尔达 (ELTA) 以 3192 万元取得 2014 年网络平台转播权
2014.3.7	中职与 ELTA 和中华电信合作试播 CPBL TV
2014.3.20	MP&S 与博斯签订两年转播备忘录，第一年权利金 1.9 亿元
2014.4	博斯未能与有线系统达成上架协议，但另由华视由 4 月 20 日起于周日下午转播
2014.5.26	中职及四球团与博斯会谈，达成草约协议
2014.6.18	博斯给付四球团共 3000 万之部分转播权利金
2014.6.27	博斯要求与中职修改草约，MP&S 终止与博斯之备忘录
2014.7.1	中职拒绝博斯修约要求，业界传出博斯将中止下半球季转播
2014.7.19	MP&S 宣称联盟违约，终止与联盟合约
2014.7.20	中职停供博斯讯号
2014.7.25	黄镇台辞去中职会长，28 日联盟常务理事会通过
2014.8	统一狮与 FOX 签约；中信兄弟象、义大犀牛与纬来签约；Lamigo 桃猿与 FOX 签约

数据源：本研究整理自研究访谈，台湾台北地方法院判决，并参酌相关报导与台湾棒球维基馆 (<http://twbsball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php>)

整体来看，2014年中职转播权利金过程中，显示两个主要争议焦点。一方面，新进电视业者对于中职转播的市场估价，明显高于既有业者；本文在第参小节中，将比较中职市场发展与转播权利金的发展概况，对此争议进行分析。另一方面，高价标得中职赛事转播权的新进频道业者，却始终无法在占有收视管道主导地位的有线电视系统上架，对观众权益与运动产业发展都产生冲击。本文在第肆小节中，则将透过近年台湾电视产业结构特征，以及本次争议当中不同行动者的经验与观点访谈的第一手数据，解释当前媒体运动复合体发展的困境。

## 参、职棒电视复合体的停滯：中职市场成长与转播权利金的落差

### 一、职棒发展：以中华职棒联盟现场观众数为指标

台湾职棒自1990年开打的二十多年以来的发展历程，除了整体经济景气、运动观赏风气、国家代表队在国际赛战绩等外部因素之外，联盟与球队的规模与竞争者数量、黑道赌博介入产制过程等内部因素，也发挥了重大影响。在这些因素的互动下，本地职业棒球的产业营收规模与消费市场，历经的起伏变化，主要可从最主要业者中华职棒联盟「现场观众人数」（参见表三）的指标观察。

首先在现场观众人数方面，大概可分成五个阶段。在草创的第一阶段，四队组成的中职从1990到1992年票房一路长红，总入场人数从近90万、到破百万；场均人数也从5000人、成长到1992年的顶点近6900人。1993年开始，队伍数量与场次都增加，使得总观赛人数持续攀升，到1995年达到高峰近165万人；但场均人数则因场次母数也增加，而稍微下降到5500人左右。

1996年是中华职棒从成长转而衰退的转折点，受到赌博与黑道暴力介入传言影响，入场观众人数降到136万人、且首次出现下滑，场均观众数也跌破5000人。这年之后所开启的第三阶段，1997年到2001年之间，主要受到

前述假球案与台湾大联盟成立瓜分市场等因素影响，观众总数与场均人数一路下降，最低点来到 30 万余人、场均也不足 2000 人。

职业运动的景气谷底，一半靠着国家解套。因为国家代表队在亚洲杯表现优异，以及 2003 年 1 月政府居间促成台湾大联盟与中职合并，加上传统的人气球队兄弟象的三连霸，使得中职现场观赛人数在第三阶段的 2002 到 2005 年之间翻扬。观众总数重回 100 万人大关，场均人数也再度增加到 3000 人以上、在 2004 年达到 3500 人的八年新高。

不过赌博与黑道介入的传言始终不断，加上王建民带起的美国职棒大联盟热潮吸引了球迷目光，中职现场票房又陷入困境。第四阶段前期的 2006 到 2008 年的三年间，现场观赛总人数下降到 50 万上下；2008 年奥运国家代表队兵败北京，中职总冠军战虽然仍有热潮，但季赛场均人数再度下跌到不足 2000 人。第四阶段后期的 2009 年之后，一方面有旅外球员如曹锦辉等人的回归带起话题，但另一方面包括兄弟象与明星球员涉赌，假球阴影依旧缠绕不去，使得第六阶段的中职票房进入盘整期，观赛总人数维持在 70 万上下，场均人数则在 3000 人左右。

直到 2013 年，因为前述 WBC 与亚锦赛的国家代表队优异表现的外部因素，以及中职引入 MLB 退役球星、与 Lamigo 桃猿队引入企业化经营的内部因素，使得中职票房大幅翻扬进入第五阶段，观赛总人数回到第一阶段的 100 万人以上，场均人数也达到 5500 到 6000 人之间的高档，以总体票房为指标的本地职业棒球景气，似乎也重回 1990 年代台湾整体经济景气的最佳时代。

表三：中职历年现场票房 1990-2016（单位：人）

阶段	年份	场次	入场总观众数	场均观众数	场均成长(%)
一	1990	180	899,955	5,000	--
	1991	180	1,050,405	5,836	16.72
	1992	180	1,238,063	6,878	17.85
	1993	270	1,600,549	5,928	-13.81
	1994	270	1,607,677	5,954	0.44
	1995	300	1,646,361	5,488	-7.83
	1996	300	1,364,424	4,548	-17.13
二	1997	336	685,832	2,041	-55.12
	1998	315	690,089	2,191	7.35
	1999	278 <sup>a</sup>	496,433	1,786	-18.48
	2000	180	301,671	1,676	-6.16
	2001	180	337,707	1,876	11.93
三	2002	180	532,304	2,957	57.62
	2003	300	958,596	3,195	8.05
	2004	300	1,051,517	3,505	9.70
	2005	301	1,025,695	3,408	-2.77
四	2006	300	679,205	2,264	-33.57
	2007	300	612,887	2,043	-9.76
	2008	298 <sup>b</sup>	572,692	1,922	-5.92
	2009	240	898,323	3,743	94.75
	2010	240	654,648	2,690	-28.13
	2011	240	719,971	3,000	11.52
	2012	240	853,805	2,433	-18.90
五	2013	240	1,459,072	6,079	149.86
	2014	240	1,224,730	5,103	-19.13
	2015	240	1,327,639	5,531	8.39

2016	240	1,409,312	5,872	6.17
------	-----	-----------	-------	------

<sup>a</sup> 因 921 大地震，取消 22 场比赛

<sup>b</sup> 因米迪亚暴龙遭停权，取消 2 场比赛

数据源：中华职业棒球联盟，<http://www.cpbl.com.tw/footer/fans.html>。

## 二、中职电视转播权利金发展

媒体运动复合体当中，以电视占有最重要的角色；因为在职业运动组织的营收中占有极高比例，因此电视转播权利金的高低，往往是职业运动产业发展的关键所在。影响电视转播权利金走势的最主要因素，一方面是受到职业运动消费市场景气的影响，在转播权利金市场上为供给面的变化；另一方面则受到电视产业的竞争者数量影响，导致需求面出现变化。

观察电视转播权利金的发展，主要也有五个阶段（参见表四）。第一阶段在职棒草创时期，虽然中职票房持续成长，但当时本地电视产业由三家无线电视台垄断、卫星与有线电视尚未合法，所以仅有零星的电视转播，球团几乎没有转播权利金的收入。随后当有线电视取得合法化地位，新兴电视频道为了抢占市场，便看上展现市场潜能的中职，而首度由 TVIS 以三年 9000 万元取得转播权。

职业棒球市场的持续成长，吸引了当时准备在有线电视与职业棒球扩张的中信集团，让中职转播权利金的发展进入第二阶段。由中信集团所投资的纬来电视台，在 1996 年以新频道姿态，大手笔开出三年 15 亿元的权利金价格，引发媒体与运动产业震动。一方面纬来顺利取得中职转播权、而开启本地体育专业频道的长期垄断地位；另一方面失去中职转播权的年代集团，则与投资球队但被中职拒于门外的家电业者声宝公司，共组台湾职棒大联盟，开启了之后数年本地职业棒球两联盟的分立竞争。

以中职票房为指标的台湾职棒产业景气明显开始下滑，因此之后议约的转播权利金也跟着大幅下跌，进入第三阶段，纬来于 2000 年重新议约时就大砍 2/3、下跌到三年不足 5 亿元的规模；场均转播权利金从前一阶段原本的 150 万元，大幅缩水到 50 万元左右。

第四阶段在兄弟象三连霸、以及两联盟合并的利多之下，2003 年纬来与年代 Much TV 共同转播的中职六队比赛，每年转播权利金重新回到 2 亿元以上，场均权利金也提升到 70 万元以上。在职棒票房与景气的推升下，2004 年底到 2005 年重新议约时，跨国运动频道 ESPN 加入战局，使得转播权利金水涨船高，让第五阶段的场均权利金重新打破百万到 124 万元，比前一合约上涨了大约 6 成。不过，中职票房于 2006 年又跌到谷底，立刻反映到 2007 年纬来与中职的转播权议约，权利金再度大幅缩水回到 2.5 亿元、场均 85 万元的价位。

到了第五阶段，由纬来掌握主导地位的 2009 与 2011 年两次转播权协商，权利金持续下跌到每年 1.8 亿元上下、场均约在 77 万到 72 万。到了 2013 年，中职票房大幅增加、并且持续到 2016 年都接近是前一阶段票房的两倍，但 2014 年的转播权利金却一反过去历史，并没有跟着现场票房上涨、而仍维持在每场约 75 万元的水平。

表四：中职历年转播权利金 1990-2016（单位：万元）

阶段	年份	总额	场均	场均成长 (%)	电视台	备注
一	1990	--	--	--	--	
	1991	--	--	--	--	
	1992	--	--	--	--	无线台 3000 元/场
	1993	--	--	--	--	无线台 3000 元/场
	1994	2100	8	--	年代(TVIS)	三年 9000 万 元
	1995	3000	10	25.00	年代(TVIS)	
	1996	3900	13	30.00	年代(TVIS)	
二	1997	51528	153	1076.92	纬来	3 年 15 亿 4584

						万元 <sup>a</sup>
	1998	36069	115	-24.84	纬来	
	1999	36069	130	13.04	纬来	
三	2000	9600	53	-59.23	纬来	3 年 4 亿 8000 万元 <sup>b</sup>
	2001	9600	53	0.00	纬来	
	2002	9600	53	0.00	纬来	
四	2003	21000	70	32.08	纬来,Much TV	两年约
	2004	23400	78	11.43	纬来,Much TV	
	2005	37200	124	58.97	纬来	两年约
	2006	37200	124	0.00	纬来	
	2007	25200	84	-32.26	纬来	两年约
	2008	25200	85	1.19	纬来	
五	2009	18400	77	-9.41	纬来	两年约 <sup>c</sup>
	2010	18400	77	0.00	纬来	
	2011	17200	72	-6.49	纬来	三年约 <sup>c</sup>
	2012	17200	72	0.00	纬来	
	2013	17200	72	0.00	纬来	
	2014	18200	76	5.56	博斯/纬 来,Fox	上半赛季为博 斯
	2015	18000	75	-1.32	纬来,Fox	纬来为三年约 <sup>d</sup>
	2016	18000	75	0.00	纬来,Fox	

数据源：林言熹，2014 年 3 月 17 日；苹果日报，2015 年 3 月 12 日，3 月 20 日

<sup>a</sup> 第一年新球团中信不分权利金，第二年时报鹰解散，剩下两年降价

<sup>b</sup> 因三商虎、味全龙解散，再降价 40%

<sup>c</sup> 若收视率达 0.45%，各队可分 4600 万，未达基准依比例调降

<sup>d</sup> 因 2014 年下半年为各队各自洽谈，以 2015 年为例，根据报导纬来的转播权利金大约是每队 4500 万元，Fox 则为 4200-4800 万元之间，此一数据为综合媒体报导与本研究部分受访者所提供的数据，若不同来源数据有出入时则以平均数计，因此为粗略估算。

### 三、转播价格与商品价值「脱勾」：转播权利金议价与入场观众数的关连

前二小节分别从转播权利金与现场观众数的历年发展，各自区分为五个时期的进展；因为两项指标各自有其影响因素及进展，所以分期的发展不尽相同。因此，本研究进一步将电视台的转播权利金合约价格，与议约前中职观众数进行对照（参见表五）。1994 年 TVIS 开出「从无到有」的第一份多年期常态转播权合约，一方面赋予了中职比赛的媒体商品价值，另一方面也让该台在有线电视站稳脚跟。因此纬来于 1997 年提出的三年 15 亿「天价」合约，与后来实际合约场均价格大幅提高至 133 万元、惊人地成长 12.3 倍，除了反映纬来此一电视新进竞争者企图「复制」年代频道藉由职棒转播进入市场的作法之外，也受到供给面的 1990 到 1996 年中职现场票房热度的带动。

因为 1990 年代后期假球案与第二个联盟成立的冲击，导致 1997 到 1999 三年间入场观众人数大量萎缩 62.0%，2000 年纬来的中职转播权利金，相应地萎缩到每场 53 万元、也下跌了 60.2%。

随后在两联盟合并等运动产业因素刺激下，2003 与 2005 年议约前的观众票房人数分别成长 7.7% 与 54.3%，两次中职转播权利金也分别大幅增加了近 4 成与 7 成，2005 年议约时更在 ESPN 加入兴农牛转播权竞争下，场均权利金来到 124 万元。但 2007 与 2009 年两次议约前，中职再度遭遇假球案等因素冲击，观众票房下跌 15.3% 与 30.1%，转播权利金也陆续下跌了 3 成与 1 成，场均转播权利金回调至 80 万上下。

转播权利金与中职现场观众数连动的状况，在 2011 年与 2014 年两次议约后被打破。2011 年议约之前，场均观众数上涨了 63.1%，但转播权利金反而微幅下跌 6.5%。2014 年议约之前，中职票房再成长 30.2%，虽然当年初 MP&S 一度「口头议定」价格大幅成长，不过最后四球团拿到博斯转播权利

金的法院判定額度、合并 2014 下半年季与季后各球团分别议约的媒体报导价格，也仅微幅成长 4.2%。这段时间，观众数量虽然持续增加到 4000 人以上的水平，但是转播权利金却大致持平。

整体来看，自 1994 年到 2014 年的中职电视转播权共有 9 次议约；虽然如第二小节所述，第 9 次议约不仅「一次」、且后期各队的权利金有所差异，但表四以最终议定价格合并观察。媒体运动复合体草创初期的第一次与第二次议价（1994, 1997），转播权利金「定价」参考标准较为模糊，但首次的「从无到有」以及第二次的「天价合约」，反映中职前七年累计的总现场观赛票房热潮。2000 年之后约十年的五次议价（2000, 2003, 2005, 2007, 2009），大致与比赛入场人数涨跌有所连动，程度不等地反映中职赛事商品受到球迷关注的「市场需求」。

但是，2010 年代之后的两次议价结果（2011, 2014），金额大致持平的状况，则与现场观赛人数持续增加至高档有所不符，显示原本连动的两者出现「脱勾」现象。因此，中职受访者认为，近年来纬来透过在本地运动频道播出与制播的寡占地位，刻意压低中职赛事转播的市场价值（受访者 A）。

表五：中職轉播權利金與議約前觀眾數之成長率比較

議約年	議約前累計場 均觀眾數 (年 度)	場均觀眾數 成長率(%)	場均權利金* (年度)	場均權利金 成長率(%)
1994	5912 (90-93)	--	10 (94-96)	--
1997	5309 (94-96)	-10.2	133 (97-99)	1230.0
2000	2015 (97-99)	-62.0	53 (00-02)	-60.2
2003	2170 (00-02)	7.7	74 (03-04)	39.6
2005	3350 (03-04)	54.3	124 (05-06)	67.6
2007	2837 (05-06)	-15.3	84 (07-08)	-32.3
2009	1983 (07-08)	-30.1	77 (09-10)	-8.3
2011	3235 (09-10)	63.1	72 (11-13)	-6.5
2014	4212 (11-13)	30.2	75 (14-16)	4.2

\*場均權利金單位：萬元

數據源：本研究整理

#### 肆、電視產業結構與中職賽事轉播的「三低」

## 一、收视率碎裂化，中职转播的直接广告营收低

根据官方于 2015 年的调查，国内电视频道供货商达 108 家，共经营约 280 个频道，其中境内频道 170 个、境外频道 110 个。在当前有线电视多频道环境中，电视节目的收视率碎裂化，多数节目的收视率差别不大，导致频道广告营收被稀释（程晏玲，2015）。

频道业者指出，在目前电视产业结构现况下，即使中职已经是国内最顶级的职业赛事，但对于转播的电视台来说，能带来的直接广告收益仍极其有限。因为中职的收视率仍然有限，多年来独占中职转播的纬来电视台就表示，虽然棒球在台湾社会广受欢迎，但其实中职赛事转播的平均收视率并不高。

根据新闻媒体报导，2013 年世界棒球经典赛（WBC），3 月 8 日晚上台湾国家代表队出战日本一役，创下每分钟平均收视率达 15.85%、估计有 350 万观众，最高收视率 21.54% 的纪录、观众数更高达 470 万人。除了台日赛事之外，与韩国的比赛也同样写下 12.17% 的平均收视率；两者都打破了八点档戏剧「台湾霹雳火」最后一集的 11.43% 纪录，创下有线电视于 20 年内，单一节目的最高收视率纪录（苹果日报，2013 年 3 月 10 日）。

就本地的运动收视模式来看，一般来说，国家代表队的比赛较受多数观众关注；职业运动除了缺乏国族认同因素之外，赛事相对频繁也使得收视率不如国际大赛。根据相关报导与网络上搜寻取得的 2014 当年中职收视率数据，博斯提供华视于周六、日转播的中职赛事，平均收视率大约 0.57%；由纬来与 Fox 转播的整年球季最高潮、由两支人气球队中信兄弟与 Lamigo 桃猿争冠的总冠军系列战，五战平均收视率为 1.27（参见表六）。在多频道竞逐「小数点」收视率的普遍现象下，中职赛事的平均收视率表现并不差，但也并不特别突出。

但国球不等于职棒市场。WBC 中日整场平均（收视率）15.48%、中韩（则有）12%，是全中华民国有史以来最高...（但）2013 年中职平均收视率（只有）0.595%，当年中职单场最高是 Manny（出赛的）

第一场 1.83%，后来下半季就掉下来了...台湾的运动市场(转播收视率)加起来(最高)大约 2%，(若)超过就是有外来因素，例如世足赛就是因为流行、话题(受访者 C)。

再者，虽然欧美职业运动转播也不见得在绝对的收视率数字上最为抢眼，但是由于其「男性、青壮年」的特定观众人口特色结构，所以像是汽车等男性中产阶级消费者要求的广告主，愿意花更多的广告费来争取在体育赛事转播中露脸。不过在台湾的电视产业，则由于广告主支付电视台广告费的计价标准，是依照收视率折算收视观众数的 CPRP，因此中职赛事转播并不比其他节目有差别待遇或优势，因此单论转播本身广告营收，很难产生盈余。纬来与 Fox 受访者分别表示：

虽然说棒球是国球，但它所带来的收视率与广告收益是不成比例的，因为台湾市场还是比较小，而且台湾比较喜欢看新闻或连续剧...[广告主]支出基本上来讲在[新闻与连续剧]那个地方不会太少，所以剩下给体育节目的广告预算就不会太多了。.....台湾广告产业的买卖是以收视率 CPRP 为基准的方式...即使是职棒也不可能档购，你一定也是用 CPRP 在买。除非是最后的总冠军赛，或是...国家队[的比赛，才会发生]广告就是真的好到连档购也买不进来，但这样的机会不知道多少年才一次(受访者 B)。

我在这个圈子已经做了关掉两个[体育]台了，TVIS 跟东森。台湾并没有运动文化，台湾是政治、选举文化。...运动没有成为产业的话，[电视台]很难再负担更多的[转播权]费用。因为台湾结构特别...以目前台湾市场结构来看，播中职是蛮辛苦的，因为市场主要看 CPRP，用点数换现金。棒球的产值有限，跟我们的成本是无法打平(受访者 D)。

2014 年承接 MP&S 的博斯电视台也认为，如果单纯从中职转播本身的广告收入计算，即使是每场 75 万元的价格，仍然是赔钱的；所以中职转播的收视率与可以带来的广告，的确「不足以支撑我去买这个内容」(受访者 E)。

所以 2014 年下半年重新拿到部分中职赛事转播权的纬来表示：

[纬来]中华职棒转播了十七、八年...自从转播中华职棒后每一年都亏钱，亏钱的数字不仅几千万。.....下半季福斯转播两队，我们转播两队，我相信两家还是从数据换算结果还是一样亏钱。我相信福斯一定也亏钱。(受访者 B)

表六：中华职棒 2014 年上半年赛事与总冠军赛收视率

赛事	频道	平均收视率
季赛	华视*	0.57
总冠军系列赛**	Fox /纬来	1.27
	FOX(10/18, 19)	1.31
	纬来(10/21, 22, 23)	1.24

\* 数据源：东森新闻云，2014 年 10 月 20 日，2014 年 5 月 12 日；自由电子报，2014 年 7 月 3 日；丽台运动报，2014 年 8 月 11 日；苹果日报，2014 年 10 月 10 日；FOX SPORTS，2014 年 10 月 21 日；爱尔兰达电视，2014 年 3 月 24 日。以及部分受访者提供之数据。

\*\*包括 4/20, 5/4, 5/11, 6/7, 6/14, 6/28, 6/29, 7/6, 7/13 等九场季赛，及 7/27 明星赛。

## 二、频道对内容投资不足，中职转播权利金偏低

根据台湾经济研究院（2015）调查，以电视台一般最为重视的戏剧、综艺、与新闻节目来看，2013 年频道业者投入的每小时平均成本，分别是 76 万元、28 万元、与 25 万元，而体育节目则仅有低得可怜的 1.2 万元；节目制作业者在戏剧与综艺节目的每小时投入成本，则分别是 102 万与 17 万元。

对于本土节目投资的不足，是台湾近年来电视产业所面临的重要问题。2015年「中华民国剪辑协会」公布的数据显示，台湾电视戏剧节目平均每集制作成本205万元，而同时期其他国家电视剧平均成本在中国是736万元、韩国1738万元、日本1973万元，分别是台湾的3.6倍、8.5倍、及9.6倍。在综艺节目部分，台湾平均每集成本96万元，中国3381万元、韩国288万元、日本1630万元，则分别是台湾的35.2倍、3倍、与17倍之谱（联合报，2015年7月30日）。

从电视为中心的媒体复合体角度来观察，中华职棒等运动机构所提供的赛事，如同其他类型电视节目的内容，因此中职便是转播电视台委制节目的「节目制作公司」，转播权利金就是电视产业对运动此一节目类型的投资。

以中职现场票房与电视转播权利金的发展为指针，观察台湾媒体运动复合体的发展，可以发现过去电视产业对本地运动转播的投资，基本上与入场观众代表的赛事商品「卖相」有正相关的连动趋势。但近年来，虽然赛事商品的需求提高，不过转播权利金却没有如过去大致趋势而上扬。

特别是在2014年的转播权争议过程，显示了电视台对于节目内如投资的停滞。按照跨国业者MP&S的顾问合约，六年转播权利金（不含营业税5%）可达21亿元左右（受访者A）。如果六年间每年比赛场数维持不变，以此换算新合约的场均转播权利金约为138万元，较前一合约大幅提高了近一倍的91.7%。此一涨幅看来惊人，但比照前五年两次换约前的累计入场观众场均数量成长率分别为63.1%（2011）与30.2%（2014）（参见表五），权利金的上涨九成多少反应了现场观众数量热度所代表的市场需求。

不过，MP&S因为未能在有线电视系统顺利协商出合适的播出频道，而先与博斯电视台签下备忘录，权利金总价仅约略比纬来前一合约高1000万元、总价1.82亿元，场均权利金则为75万元（参见表四）。

但对于博斯来说，节目成本并不仅止于此。因为此一转播权利金仅为播映部分，2014年中职希望采取与过去不同的「制播分离」作法、也就是现场画面的制作费用另行委托其他业者，以取回画面在不同平台如CPBL TV使用的权利。MP&S取得中职合约之后，于2014年委托民视制作（台湾台北地方法院，2016b；受访者A, H）。对博斯而言，还需要另行支出每场约25

万元、以及场地费约 1 至 2 万元等支出，合计每年约 6000 万到 7000 万元的制作费用；以 2014 年来说，博斯投资在中职的转播权利金合计约为 2.5 亿元（受访者 A, E, H）。若纯粹以电视台本身转播中职赛事而「增加」的成本来看，博斯 2014 年合约的场均权利金约 104 万元、较之纬来前一合约上涨约 44%。

在 MP&S 与中职解约之后，中职随即与民视签下制作合约至 2015 年球季，每场金额约 30 万元，而制作费用便由球团吸收（受访者 A, H）；以每队每季 60 场主场来说，一年总支出约 1800 万元（东森新闻云，2015 年 2 月 9 日；今日新闻，2015 年 2 月 6 日）。以「节目制作者」的角度来定位中职时，若把球团于 2014 年下半季、以及 2015 年球季所负担的这笔费用计入，则节目制作单位所收到的场均权利金，更降到约 45 万到 50 万元之间，不但比起前一合约下降超过三成，更比原本跨国业者当年度承诺中介到的前两年 2.8 亿与 3 亿元、场均 121 万元，低了约六成。

上述的比较可以发现，在电视主要平台有线电视系统的既有频道业者，近年对于中职赛事转播的节目内容投资，相对较为保守。以 2014 年中职季赛每场比赛时间平均的 3 小时 20 分来计算（陈颖，2015），仅以转播费用、不计入主播与球评的人事成本，上半季博斯的每小时节目成本约 31 万元，而纬来与 Fox 两家频道的中职赛事转播节目每小时成本则降至 23 万元。

中职赛事转播权利金在 2013 与 2014 年每小时 22 万与 23 万元的金额，比起其他体育节目似乎已属高价。不过，中职已经是国内体育节目的「顶级」内容，却只有频道业者的戏剧节目平均成本的三分之一弱，且比综艺及新闻节目的平均数稍低，更只有节目制作者戏剧节目成本的五分之一强，显示频道业者对中职内容的投资并不积极。

### 三、系统与频道代理商主导，新竞争者进入可能性低

前述说明了频道「以 CPRP 为基础的广告营收低」，可能不足以支撑第参小节说明的「以观众入场数为基础的转播权利金」。因此，频道商不愿意

投入更多资本在运动转播节目制作成本，导致「中职转播权利金偏低」。这样的状况让中职等在地运动产业难以有足够的资金挹注据以发展。上述电视与运动产业两者同时停滞的困境，导因于台湾电视产业由有线电视所主导，当中少数的系统商与频道代理商更主宰了频道业者上下架等实际利润的分配权力。

官方调查与委托研究指出，目前台湾的有线电视系统，仍然是各种不同电视收视方式中的主导者。根据 2013 年调查显示，有线电视系统订户数达 498.5 万户，家户普及率约 60.2%；另外，主要以中华电信 MOD 为代表的多媒体内容传输平台（IPTV），订户数则约 126 万户，家户普及率约 15.2%（台经院，2015，页 48-49）。但如果进一步分析观众的主要收视方式，则有线电视系统的主导地位更为明显。2013 年的一份对全国观众的问卷调查显示，主要收视管道中，模拟与数字有线电视合计达 75.2%，MOD 则降到 8.3%，另外数字无线电视为 10.9%，在计算机上以网络收看比例为 4.0%（卓美玲等，2013，页 65）。

在电视收视管道由有线电视系统主导的状况下，商营电视台赖以营生的广告营收，更是由有线电视所垄断。2013 年的电视广告收入中，有线电视达 209.2 亿元、占 84.6%，无线电视则为 38.2 亿元、占 15.4%；而这样的比例分配，大致上是近年来的普遍趋势（台经院，2015，页 51）。至于 MOD 广告营收状况，并未见于官方的正式调查或委托报告。不过根据 2012 年的媒体报导显示，即使当年 MOD 上的 ELTA 频道转播伦敦奥运的刺激之下，带来直接广告营收约 6000 万元，让全年广告营收冲到过去历年高点，但整体也仅约 8000 万元（巨亨网，2012 年 9 月 18 日；中时电子报，2016 年 8 月 23 日）。因此，无论是无线电视或 MOD 所能够产生的广告营收，都无法与有线电视平台相提并论；能否在有线电视系统上架，就成为频道商营利的关键所在。

根据 2015 年的官方调查报告、以及学界及业界相关数据显示，相对于频道商众多的状况，有线电视系统的集中化则非常明显，主要由四到五家多系统业者（MSO）寡占市场，包括中嘉占有 24%、凯擘 21%、台湾宽带 14%、台固 10%，其中凯擘与台固更同属富邦集团的富邦多媒体科技。主导市场的

系统业者获利丰厚，营利率达 19.1%（监察院，2015 年 6 月 9 日；程晏玲，2015）。

在频道众多、系统寡占的产业结构下，频道业者基于节省人力成本、以及提高议价能力等考虑，多数是透过频道代理商的中介，向系统协商签约上架与议价。近年主要频道代理商仅有数家，包括中嘉集团的全球、凯擘、年代集团的佳讯等；这些业者多数为系统拥有，具有产业上下游垂直整合关系。监察院调查中，主管机关 NCC 批评频道代理业者与系统业者的利益结合，影响了频道的版权费用收入与上下架：

通传会函复本院表示，由于频道代理商本身即为 MSO，或为其关联企业，或多与 MSO 间具有产业上下游垂直整合关系，并以频道联买、联卖之成批定价方式进行频道销售业务，藉其频道代理业务，实际上已形成由少数频道代理商掌握重要频道或频道家族上架与否之决定权。在前开产业演进过程中，长久以来已形成强固之市场既得利益结构（监察院，2015 年 6 月 9 日，页 9）。

前述说明中，虽然中职转播的直接广告营收不足以支撑原本就已经偏低的中职转播权利金，但 2014 年外商 MP&S 与博斯电视台最初仍开出较高价格投入市场，其着眼点就在于以中职转播建立品牌区隔、抢占市场。博斯表示，因为中职是台湾本地运动产业的指标，因此取得转播权，对运动频道的品牌与知名度非常重要；

中职对台湾市场是一个精神象征，你转播中职对公司的知名度是提升。你看，中职在台湾的新闻版面是多的，报纸版面至少有一个版面、甚至有时候苹果日报会做到两版...[1997 年纬来]从年代拿到取得转播权...当时纬来其实是利用中职成立纬来体育台，那你说这个价值是高估还是低估？（受访者 E）

Fox 受访者 D 也指出，转播中职或其他运动比赛的考虑，往往是频道集

团的整理品牌与市场地位的考虑，而非单单从收视率带来的广告收益来考虑：

有时候不单纯从收视率出发，而是考虑如何茁壮我的家族频道。比如说，当初 CBA [1990 年代中华职业篮球联盟] 的转播，所有大的家族频道去拿 CBA 的逻辑，不在收视率，而是在巩固频道地位、频道位置。这是有许多考虑，例如抢占市场，而可以在 Cable [有线电视] 有主导权等。所以投资 CPBL [中职]，不止考虑体育台，甚至是带领家族频道，或者有宣传效应。（受访者 D）

博斯受访者表示，转播中职的品牌与知名度是频道可以因此「上架」。除了在有线电视系统播出可因此获得广告收入之外，还有可观的「频道版权费」。据官方于 2013 年的调查显示，电视频道业的收入中，直接广告收入占 43.8%、而订户收视则占 9.1%（台经院，2015）。博斯受访者宣称，纬来体育台与育乐台的频道版权费收入足以支付中职的转播权利金：

[博斯 2014 年转播中职] 我们希望可以透过 CPBL，有线那边可以上架，MOD 这边价钱可以提高...大概纬来体育台跟育乐台差不多可以收一户 14 元在代理商那里...代理商是凯擘...至于他跟纬来之间的拆帐我们就不清楚。假如他[纬来]这两个频道收到 10 元，以 285 万户来算[频道商收取版权费的「全国用户数」计算基准]，他一个月是 2850 万，那一年他就收到几亿。以他那个收入去支付中职没有问题。（受访者 E）

未能在有线电视系统上架的博斯，希望透过中职赛事转播「杀手级内容」，取得与有线电视系统协商的优势。根据博斯受访者表示，此一计划因为透过年代集团所属的频道代理商出面斡旋，一度成形。受访者 E 表示：

在上半球季结束后，跟年代练董其实已经谈的差不多了，就是由我们上架、把纬来下架...七月中下旬就要这样做了。...[估计]大概会有

60% 系统商会配合...[包括]独立系统...加上中嘉...[频道代理商给博斯的每户授权费]价钱大概是 7、8 元吧。(受访者 E)

博斯的另一受访者 F 也表示, 当时几乎可以上架有线电视, 「因为我们有中华职棒; 但就是 MP&S 一抽腿、黄会长一离开, 我们『下载到百分之九十』就卡住了, 没办法上架」。中职受访者 A 认为博斯「拨错算盘」:

博斯他希望借重中华职棒的赛事可以上架, 因为他一旦上架以后可以抽取每一户多少钱, 用那个钱来还 MP&S。...所以他赌的, 就是现在中华职棒红起来了, 我用你来要求上架...那纬来原先的钱就应该分一部分给博斯。没想到纬来...就是不愿意分。(受访者 A)

根据媒体报导, 2014 年 6 月中职上半赛季尾声, 纬来的频道代理商凯擘, 在部分系统商的要求下, 一度要求纬来降低频道版权费, 但遭到拒绝 (壹周刊, 2014 年 6 月 23 日)。另一方面, MP&S 旗下的 beIN Sport 落地审核申请, 则于当年五月底被 NCC 否决 (国家通讯传播委员会, 2014 年 5 月 28 日)。随后, MP&S 陆续中止与博斯的备忘录、以及与中职的中介合约, 中职原本可望大幅提高的转播权利金因此成空。

对此, 中职受访者认为关键原因是 MP&S 与中职, 无法了解与顺利解决有线电视系统与频道代理商的商业利益纠葛:

MP&S 可能误判了—误判了我们第四台利益纠葛复杂的生态...那他第二年还是蛮亏的, 他的 beIN Sport 还是...不能上第四台。[既有的系统、频道代理、与频道商]他会抵制博斯, 难道不会抵制你 beIN Sport? ...MP&S 认为他不能承受这样的损失, 他才要撤军。(受访者 A)

## 五、结论：媒体运动复合体的停滞与政策的再思考

因为运动休闲逐渐成为社会文化中的重要面向, 所以球迷透过电视收视重要运动赛事的转播, 并不只是一项可有可无的娱乐活动而已, 而是一项重

要的文化公民权。因此，欧盟等国家的许多政府主张，保障人民能够收看包括国家代表队重要国际赛事、跨国职业运动部分赛事、及本地职业运动部分关键赛事等，是维护与提升文化公民权的重要工作之一。在实际的政策作法上，是要求上述这些重要的运动赛事转播，必须在免付费的电视频道（free-to-air）上播出（Scherer & Whitson, 2009; Evans et al, 2013; Smith, 2010; Smith et al, 2015；蔡昕宸，2016）。

台湾的电视收视管道，自上世纪九〇年代以来，即逐渐由商业力量主控的有线电视系统一步步掌控。当时部分频道结合同样处于萌芽阶段的本地职业棒球与篮球，作为扩张资本与商品化的手段，使得采取「去管制」政策的国家在媒体运动复合体当中也长期缺席。因此，无论是国家代表队的国际赛事、或国内外重要的职业运动，球迷大多必须透过必须付费的有线电视收看。

由于有线电视在国内家户的渗透率超过六成，因此只有少数赛事转播未于有线电视上的体育频道播出时，才会引发运动节目观众的不满；但对于「付费」观赏，则本地球迷并未多加质疑。事实上，若以欧洲等地的文化公民权概念而言，虽然免付费观赏并未扩及所有职业赛事，但对于部分具有传统、广受瞩目的职业运动之关键赛场，在政策原则上仍有要求普及于公民的免费收视呼声。

除了实际上必须付费才能观看运动转播之外，台湾球迷的文化公民权还遭遇另一个挑战，就是媒体运动复合体的发展停滞，导致运动产业难有足够资金挹注，对于运动文化的长期培养也设下障碍。

经由对 2014 年职棒转播权争议事件的纪录与分析，显示跨国业者想藉由投资中职转播权进入国内市场的尝试，在国内频道业者观望不前、与频道代理商及系统商所形成既有结构下，最终未能突破既有的本地媒体运动复合体的有限格局。即使 2013 年到 2016 年国内职棒产业稳定发展、观赛人数维持高档，但电视业者并未遵循过去随着职棒产业起伏而增减权利金的惯例，从 2009 年以后一直维持相对低落的投资额度；在运动产业未能获得更大资金挹注的状况下，运动转播节目的质量也未见显著提升。

如同其他国家转播权利金发展深受电视产业结构的影响（刘昌德，2005；Evens et al, 2013），本地媒体与运动产业的双重停滞，主要是受限于国内电

视产业结构所致。近年来在有线电视系统与频道代理商主导的环境下，职棒转播陷入了内容投资低、直接广告营收低、新竞争者进入可能性低的「三低」困境。台湾媒体运动复合体的产业环境与特征，对运动文化产业发展与球迷的文化公民权都造成伤害。

面对媒体运动复合体的停滞问题，症结可能不在于运动产业、而在于媒体产业结构。官方调查中所诟病的电视产业上下游垂直垄断、既得利益者结合的问题，从目前的媒体法规结构中，最简单的作法是根据公平交易相关法规来惩罚业者的「不公平竞争行为」。2016 年 10 月中，公平会终于对凯擘等三家频道代理商开出重罚（公平交易委员会，2016；联合报，2016 年 10 月 19 日）。这或许是一项转变契机，但一方面仍取决于主管机关能否持续积极作为，另一方面也仍待业者法律攻防之后的结果来观察。另一种作法则是透过结构管制，在电视产业日趋垄断与集中的情形下，要求系统等平台业者不得兼营频道代理商、甚至是不经营频道，达到美国学者吴修铭 / Wu (2010) 所主张的「分离原则」或平台「中立性」的要求（顾佳等，2013）。

但即便能够透过公平竞争的行为管制对业者稍加约束，但以第壹小节所述美国 SportsNet LA 频道的例子观察，在系统与频道业者的商业策略合纵连横下，即使是「公平的」市场竞争，也难保观众权益与运动文化不会被牺牲。在商营的电视体制之外，透过公共广电转播、或公共补贴来挹注包括运动转播的电视内容投资，甚至建立公共拥有的电视平台、以非利润取向的作法来进行包括运动频道上架与广告收益分配等作法，或许能让台湾目前包括媒体运动复合体等陷入停滞的影视产业，找到更为根本的翻转机会。

## 参考书目

中时电子报（2014 年 4 月 3 日）。〈中华职棒看不到 会长道歉也难解〉。取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140403001760-260407>。

中时电子报（2016 年 8 月 23 日）。〈转播奥运 爱尔达 OTT 窜出头〉。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20160823000067-260202>。

今日新闻网（2014 年 7 月 19 日）。〈MP&Silva 宣布终止顾问合作关系〉。取自

- <http://m.nownews.com/news/1329401>。
- 今日新闻网 (2015 年 2 月 6 日)。〈中华职棒 / 电视转播权怎么谈? 民视态度是关键〉。取自 <http://www.nownews.com/n/2015/02/06/1597438>。
- 公平交易委员会 (2016 年 10 月 31 日)。〈第 1302 次委员会议纪录〉。取自 <https://www.ftc.gov.tw/upload/e3653366-51b4-4cf2-879f-da4152f4ba4a.pdf>。
- 王文升、孟峻玮 (2010)。〈迷失的方「象」: 2009 年兄弟象职棒假球案〉。《竞技运动》, 12 (1): 25-40。
- 台湾经济研究院 (2015)。《2013 影视产业研究趋势调查报告: 电视及电影产业》(文化部委托研究)。台北: 台湾经济研究院。
- 台湾台北地方法院民事判决 (2016a)。〈103 年度重诉字第 1157 号〉, 1 月 29 日。
- 台湾台北地方法院民事判决 (2016b)。〈104 年度重诉字第 145 号〉, 3 月 11 日。
- 自由电子报 (2014 年 7 月 20 日)。〈NCC: 危机是转机 或许能上架〉。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/797553>。
- 自由电子报 (2014 年 7 月 3 日)。〈博斯要求共营网络转播 中职婉拒〉。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/life/paper/792661>。
- 卓美玲、管中祥、彭贤恩 (2013)。《101 年委托研究报告: 电视使用行为及满意度调查报告》(国家通讯传播委员会委托研究)。台北: 台湾趋势研究股份有限公司。
- 东森新闻云 (2013 年 06 月 19 日)。〈曼尼离开台湾 更要进场支持棒球〉。取自 [http://www.ettoday.net/news/20130619/226619.htm?feature=88&tab\\_id=91](http://www.ettoday.net/news/20130619/226619.htm?feature=88&tab_id=91)。
- 东森新闻云 (2014 年 10 月 20 日)。〈中职总冠军 / 第二战创本季最高收视 纬来三、四战拚 FOX〉。取自 <http://www.ettoday.net/news/20141020/415487.htm#ixzz3YcNUC9Iz>。
- 东森新闻云 (2014 年 1 月 24 日)。〈中职 / 6 年 20.4 亿天价 转播权卖国际媒体〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/319755>。
- 东森新闻云 (2014 年 3 月 20 日)。〈中职 / 博斯转播中职赛事 MP 称赞最好的伙伴〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/337146>。
- 东森新闻云 (2014 年 5 月 12 日)。〈中职 / 11 日狮猿战收视下滑 华视: 适逢母亲节〉。取自 <http://www.ettoday.net/news/20140512/356314.htm#ixzz3YbuY083d>。
- 东森新闻云 (2015 年 2 月 9 日)。〈中职 / 电视转播几乎确定民视制作 吴志扬: 顺利走完合约〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/465536>。
- 林言熹 (2014 年 3 月 17 日)。〈从免费到 21.4 亿元, 回顾中职转播史六大谜团〉。取自 <http://www.edgarlin.com/2014/03/blog-post.html>。
- 国家通讯传播委员会 (2014 年 7 月 11 日)。〈NCC 协助频道与有线电视系统完成上架议约, 维护观众收看中华职棒赛事权益〉。取自 [http://www.ey.gov.tw/News\\_Content5.aspx?n=E7E343F6009EC241&sms=E452EBB48FCCFD71&s=C458698945420E0A](http://www.ey.gov.tw/News_Content5.aspx?n=E7E343F6009EC241&sms=E452EBB48FCCFD71&s=C458698945420E0A)。

- 国家通讯传播委员会 (2014 年 5 月 28 日)。〈第 593 次委员会议纪录〉。取自 [https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/14060/67\\_32219\\_140604\\_1.pdf](https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/14060/67_32219_140604_1.pdf)
- 陈颖 (2015 年 5 月 1 日)。〈你认为中华职棒的比赛时间会太长吗?〉。《运动视界》。取自 <https://www.sportsv.net/articles/13051>。
- 壹周刊 (2014 年 6 月 23 日)。〈凯擘砍纬来授权费 蔡明忠辜仲莹火线交锋〉。取自 <http://www.nextmag.com.tw/magazine/news/20140619/4577363>。
- 程晏玲 (2015 年 6 月 9 日)。〈谁绑架了你的眼球〉,《天下杂志》, 574 期。取自 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5068235>。
- 爱尔达电视 (2014 年 3 月 24 日)〈MOD 成主要收视平台 爱尔达中职收视率飙升〉。取自 [https://www.elta.tv/news/news\\_detail.php?nid=11814](https://www.elta.tv/news/news_detail.php?nid=11814)。
- 巨亨网 (2012 年 9 月 18 日)。〈中华电三平台广告收入今年达 8000 万元 MOD 广告效益创新高〉。取自 <https://goo.gl/Zo26DB>
- 监察院 (2015 年 6 月 9 日)。仇委员桂美、李委员月德、方委员万富调查「据诉, 广电三法修正草案迄未修正通过涉有延宕违失; 及我国有线电视产业之订价模式及频道代理制度, 长期遭利益团体垄断等情乙案」之调查报告。  
<https://www.cy.gov.tw/CYBSBoxSSL/edoc/view/4462>
- 福斯体育台 Fox Sports (2014 年 10 月 21 日)。〈FOX 体育台首度直播中职总冠军赛 收视创新高 15 岁以上收视率高达 1.95 周末吸引 250 万人观赛〉。取自 [http://www.fictw.com/foxsports\\_news\\_content.php?id=838&page=2](http://www.fictw.com/foxsports_news_content.php?id=838&page=2)。
- 刘昌德 (2005)。〈电视运动转播市场之分析: 台、美、英三国职业运动转播权利金的发展〉。《广播与电视》, 25: 27-57。
- 蔡昕宸 (2016)。《教练, 我想「看」棒球—2014 年中华职棒转播权争议分析与解决策略》。政治大学新闻研究所硕士论文。
- 联合报 (2015 年 7 月 30 日)。〈电视为什么这么难看? 数据告诉你真相〉。取自 [http://p.udn.com.tw/upf/newmedia/2015\\_data/20150729\\_tv\\_data/udn\\_tv\\_data/index.html](http://p.udn.com.tw/upf/newmedia/2015_data/20150729_tv_data/udn_tv_data/index.html)。
- 联合报 (2016 年 10 月 19 日)。〈公平会罚凯擘等多家频道代理商 1.26 亿〉。取自 <http://udn.com/news/story/7238/2033767>。
- 丽台运动报 (2014 年 8 月 11 日)。〈琼斯杯 收视率压中职〉。取自 <http://www.ltsports.com.tw/basketball/other/106059-2014-08-11-10-35-45>。
- 苹果日报 (2013 年 3 月 10 日)。〈台日战收视率又破表 有线电视史新高〉。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20130310/34877998/>
- 苹果日报 (2014 年 10 月 10 日)。〈前晚 90 万人观战 收视率本季最高〉。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20141010/36136532/>。
- 苹果日报 (2014 年 3 月 3 日)。〈标下中职转播权 MP & Silva 在台成立办事处〉。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140303/353866/>。
- 苹果日报 (2015 年 3 月 12 日)。〈3 队转播签 FOX 剩中信走着瞧〉。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20150312/36431816/>。

- 苹果日报 (2015 年 3 月 20 日)。〈中信 义大 转播权 纬来加码各签 3 年〉。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20150320/36446411/>。
- 顾佳、陈正芬、周佳欣译 (2013)。《谁控制了总开关》。台北：行人。(原书：Wu, T.(2010). *The master switch: The rise and fall of information empires*. New York, NY: Vintage.)
- Evens, T., Iosifidis, P., & Smith, P. (2013). *The political economy of television sports rights*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The internet, digital media and the rise of networked media sport*. Oxford, UK: Routledge.
- Jhally, S. (1984). The spectacle of accumulation: Material and cultural factors in the evolution of the sports media complex. *Insurgent Sociologist*, 12, 41-57.
- Los Angeles Times (2016, March 16). Charter-Time Warner Cable deal headed for FCC approval. From <http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-etctchartertimewarcablemergerapproval20160316story.html>.
- Los Angeles Times (2016, March 31). Time Warner Cable throws in the towel on Dodger channel negotiations. From <http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-etcttimewarcablethrowstowelododgerchannel20160331story.html>.
- Los Angeles Times (2016, April 4). Dodgers fans miss out on watching opener because of continued TV fiasco. From <http://www.latimes.com/sports/dodgers/la-sp-dodgers-plaschke-20160405-column.html>.
- MP & Silva (2013, July 3). beIn Sport to launch in Hong Kong, Thailand, the Phillipines and Taiwan. From <http://mpsilva.com/bein-sport-to-launch-in-hong-kong-thailand-the-philippines-and-taiwan/>.
- Scherer, J., & Whitson, D. (2009). Public broadcasting, sport, and cultural citizenship: The future of sport on the Canadian Broadcasting Corporation. *International Review for the Sociology of Sport*, 44, 213-229.
- Smith, P. (2010). The politics of sports rights: The regulation of television sports rights in the UK. *Convergence: The International of Research into New Media Technologies*, 16, 316-334.
- Smith, P., Evens, T., & Iosifidis, P. (2015). The regulation of television sports broadcasting: A comparative analysis. *Media, Culture & Society*, 37(5), 720-736.

**Sports media complex in stagnation:  
The dispute of CPBL broadcasting rights in 2014 and the  
predicament of Taiwanese sports and media industries**

Chang-de Liu\*

### ABSTRACT

The broadcasting rights of Taiwanese professional baseball league (CPBL) 2014 games were acquired by MP & Silva, a transnational sports agency of media rights distribution, with a sky-high price at NT\$ 2.1 billion for six-year contract. However, the CPBL games were broadcasted by the SportsCast Channel which was only carried on the MOD, the Chunghwa Telecom IPTV, due to the negotiations fail with MSOs which controlled major shares of local TV viewers. As the result, CPBL games were excluded by cable TV and most fans were unable to watch games broadcasting at that time. Few months later during the CPBL season, MP & Silva suddenly terminated the contract and then the broadcasting rights of remaining games returned to sports channels carried on cable systems. Following the period of turmoil, CPBL broadcasting rights fee was reduced to as low as that of previous years although the average number of attendants had increased dramatically in recent seasons. Nevertheless, the dispute of broadcasting rights in 2014 had resulted in the halt of rights fee while number of CPBL fans maintained growth in following years, and therefore limited the development of local sports industry. Firstly, through in-depth interviewing with the parties in local baseball league and television industry, as well as examining related governmental or industrial surveys, this paper illustrates the stagnation of Taiwanese sports media complex. Secondly, the predicament of local TV and professional baseball is examined and demonstrated through detailing the process of the dispute. Due to the monopoly by MSOs and their agencies, Taiwanese sports broadcasting market has faced the difficulties of underdevelopment, including low investing in TV rights, low income from advertising, and low degree of competition. The monopolistic structure of media industry has resulted in the impairment of both the development of sport industry and communication rights of sport fans.

**Keywords:** broadcasting rights, media industry, sports channels, sports industry, sports media complex

---

\* Chang-de Liu is a Professor at the Department of Journalism, National Chengchi University, Taiwan. e-mail: chadliu@nccu.edu.tw



转「在地口味」为「市场要求」：  
「综艺大电影」是中国电影界的奇观，以《奔跑  
吧兄弟》为例  
庄楚君\*

本文引用格式

庄楚君 (2017)。〈转「在地口味」为「市场要求」：「综艺大电影」是中国电影界的奇观，以《奔跑吧兄弟》为例〉，《传播、文化与政治》，6:163-192。

---

投稿日期：2016 年 5 月 13 日；通过日期：2017 年 7 月 31 日。

\* 作者庄楚君为国立交通大学传播研究所硕士生，目前于韩国国立首尔大学进行交换学习，email: chujunzhuang@live.cn

## 《摘要》

在当今消费主义大社会背景与大众文化的语境中，中国电影行业的发展趋向于商品化导向，IP (Intellectual property) 电影<sup>1</sup>在中国有愈演愈烈的趋势；作为其分支的「综艺大电影」<sup>2</sup>的兴起成为一个业界奇观。「奔跑吧兄弟」电影通过 6 天拍摄于 3 天内回收超过 3 亿人民币票房，成为个中翘楚。

作为中国独有的现象，「综艺大电影」这个特殊案例的兴起隐含了中国当代电影产业的动荡，及其在市场化导向下的另类探索，本文通过梳理中国市场近来兴起综艺大电影的政治经济面向的文化背景，发现其先延续了综艺的在地化改良，并试图加入一定电影元素，但依旧无法摒除综艺与电影间的矛盾，但本研究认为「综艺大电影」的出现，不失为活化中国电影市场的一个好现象。

**关键词：**中国电影产业、文化全球化、在地化、电影资本运作、综艺大电影

### 壹、问题意识

---

<sup>1</sup> 在中國，IP 電影通常是指「依據非電影類的小說、歌曲、話劇、綜藝...等等創作，改編成為電影的作品」，假使依據原創劇本或其他原創形式而拍攝成為電影，是否稱為 IP 電影，業界與學界似乎並未明確討論。

<sup>2</sup> 以綜藝節目為原型改編的電影。以綜藝節目自身形式的改編、截取、壓縮、甚至直接使用來創作電影的文藝表達形式。

轉「在地口味」為「市場訴求」

2015 年春节期间，【奔跑吧兄弟】综艺延伸电影（以下简称【跑男】<sup>3</sup>）以首日票房 7900 万（以人民币为计数单位，以下皆同），最终票房 4.21 亿，成了中国电影市场的首部「现象级电影」，再次挑战了人们对电影的认知——这就是所谓的「综艺大电影」现象。

在【跑男】第一季完美收关后，跑男第二季也在 2015 年 4 月追击上线，相比较其第一季平均收视 2.635，共 15 期连续 14 期蝉联周五综艺节目冠军的傲人成绩来说，第二季的收视率与市场份额更是成为一个惊人的「综艺」热。

表一：「跑男第一~五季」收视率概览

<b>跑男第一季 (2014.10.10~2015.1.16)</b> 收视率 1.132%-4.116% 基本呈逐步增长趋势； 收视份额从 3.920% 增长至收官前的超过 12%
<b>跑男综艺大电影 (2015.1.30)</b>
<b>跑男第二季 (2015.4.17~2015.7.3)</b> 收视率开季 4.794 最高 5.016，最终以 4.915% 落幕； 收视份额开季 15.10%，最高 16.43%，最终以 16.35 落幕
<b>跑男第三季 (2015.10.30-2016.1.15)</b> 收视率 3.832%-5.284%，平均 4.2 左右； 收视份额平均 14% 左右
<b>跑男第四季 (2016.4.14-2016.7.1)</b> 收视率 3.156%-3.934%；平均 3.6 左右 收视份额平均 13% 左右
<b>跑男第五季 (2017.4.14-)</b> 首期二期收视率为 3.049、2.685； 收视份额 10%~11%

数据源：汇总整理自收视率排行网站 CMO50，取自 <http://www.tvtv.hk/>

<sup>3</sup> 最新的第五季更加區別化韓國本體的名字，更名為「奔跑吧」（keep running）。

由收视率情况可见，2015 年 1 月 30 日上映的【跑男】大电影或多或少确实为其第二季的播出延烧了一定的高人气。人气与票房，粉丝得到更多一个多小时在大屏幕上看到偶像的新体验；电影发行方维持了人气又赚的盆钵满钵，「综艺大电影」这个电影类型中的黑马似乎确实有其诞生的道理。

「综艺大电影」，顾名思义即为综艺节目延伸出的原班人马所拍摄的具有综艺节目本身内容与性质的电影。随着热门的综艺节目【爸爸去哪儿】和【跑男】等相继被改编成电影并席卷数亿元票房，电影行业的影视制作者、电影评论媒体以及众多民众间展开了大量针对「综艺大电影」这个新电影类型的讨论。

一方面，从传统电影制造者来说，以导演冯小刚为例，就强烈反对综艺电影的存在，认为其不能算真正的电影，应该有政策法规出行干预其产制。冯小刚曾评价「综艺大电影」[对中国电影的发展产生了极其恶劣的影响；将导致没有制片人会继续愿意投资一部严肃的、付出了很大努力的电影]<sup>4</sup>。并表示现在发展蓬勃的电影市场「是我们这些站在综艺电影对面的导演打下来的...我们创造了这个时代。反而到今天，我们维护这个好局面，我们被形容为吃不到葡萄说葡萄酸，我觉得这是对中国当代电影史的一个罔顾。」<sup>5</sup>另一方面，从「综艺大电影」制作方来说，其观点则是「市场喜爱的电影就是好电影」、「创新就是生产力」。在电影类型多元化的今天本身电影形态就有无数新的可能，阅听人与市场都有自由选择的权利，天娱传媒品牌中心总经理曾说：「既然人们能接受特斯拉是汽车<sup>6</sup>，苹果是手表，那为什么不能接受【跑男】是电影呢？」

对于「综艺大电影」的争论甚至延伸到其本身的制作团队公开表态，【跑男】的制片人李亚平撰文表示：「实践告诉我：市场就是共鸣」，当然，他也委婉的表示了自己对「综艺大电影」这个定义的电影性质的矛盾：「其根基就是不认为是电影，至少不是常规意义的电影。但是从广义而言，它的娱乐

---

<sup>4</sup> 新浪娛樂《馮小剛批綜藝電影怪圈：影響極其惡劣》；網址

<http://ent.sina.com.cn/z/v/2015-02-05/doc-icczmvun5823630.shtml>

<sup>5</sup> 20150304【[兩會午評]馮小剛：我們需要怎樣的文藝作品】，03:40 秒起；網址  
<http://tv.cntv.cn/video/C10616/0d5c201302d1460b95a2d2ebfa2947f4>

<sup>6</sup> 中國新型以純電為動能的汽車。

功能、技术指针、收看和传播路径，又已经成为一个电影产品。我觉得这不是一个学术和流派问题，而是一个电影发展阶段和实践的问题。」<sup>7</sup>

纵观目前世界上的电影类型中，「综艺大电影」几乎没有成为任何一个除了中国以外的地区或国家的流行浪潮，这就带来几个疑问：

一、中国电影产业的产业结构正如何变化，才会发展出如此的新兴类型化电影？「综艺大电影」现象的成因究竟为何？

二、「综艺大电影」如何以外来文化为基础，进行中国的在地化适应、生存，并得到发展？

三、「综艺大电影」如何重新定义了中国当代电影行业的「电影」，这种新的尝试该如何评价？

这些问题近来被广泛讨论，在社会科学学术界却尚未有较为系统性的研究。在传播领域对于「综艺大电影」的研究多以媒体评论的网络文章为主，相关文献中，目前较多学者对其出现持不看好的态度。对于其在电影院上映时登记为「纪录片」分类，坊间众说纷纭。部分认为严格来说，中国大陆出现的【爸爸去哪儿】、【跑男】、【爸爸的假期】等由电视综艺节目衍生而出的所谓电影，其实并不是电影，只是一种略加改动、然后搬到银幕上向观众收费的综艺节目<sup>8</sup>。高票房综艺电影经常遭人诟病的便是它没有一个电影该有的样子，没有故事，没有情节，没有精良的制作，就是综艺节目本身的延伸<sup>9</sup>，多数文献局限于单纯的对于个案发表自己的看法，但缺乏学术理论依据，并未从其能够诞生的中国电影发展史及当今中国文化发展趋势进行分析。

本研究认为综艺电影的崛起并不是一个简单地事件，它折射出中国电影市场的诸多动荡因素。因此本研究试图首先通过文献整理梳理出中国「综艺

---

<sup>7</sup> 《跑男》製片人李亞平：綜藝大電影【奔跑吧 兄弟】是與非；網址 <http://www.dianyingjie.com/2015/0208/4319.shtml>

<sup>8</sup> 什麼是綜藝電影？以哪些電影作品為代表；網址 <http://www.guangyuanol.cn/news/baike/2015/0208/311859.html>

<sup>9</sup> 艾漫大數據觀察：綜藝大電影「怪胎」成長記；網址 <http://me.wixiang.com/article/20137904>

大电影」奇观出现的社会背景——首先探讨中国电影产业晚近的状况及演变趋势，再藉由电影产业资本运作的特性、文化全球化及东亚文化区域化发展下韩流 IP（即作为知识产权的节目形式，请见以下说明与讨论）在中国的输入及其在地化过程，通过【跑男】个案，结合其背后中国电影业的现状，描摹该类型「电影」的基本面貌，诠释其在中国电影行业脉络下发源与成长的原因及持续发展的可能。

## 贰、文献探讨

### 一、中国电影产业史：虚无目标或多元发展

#### （一）中国电影晚近发展概述

中国电影行业经过了与政治动荡密切起伏相关的年岁。在改革开放后至今，中国的经济体系历经从计划经济（建国初期的单一化非市场体制）到市场经济并且目前将其发扬光大、电影特性属于政治主宰到大部分的市场化放任艺术释放，从政府喉舌到利益导向，中国电影行业变迁史是一段一直向商业化、资本化、市场化不断试探的道路。21 世纪前，中国电影业处于传统的计划经济体制阶段，直到 20 世纪 90 年代中国电影的体制才开始经历变革，进入 21 世纪，中国电影才开始正式全面步入市场经济。目前的中国政府出台若干政策推动电影市场的资本活化，比如国家广电总局《关于加快电影产业发展的若干意见》中提出了中国电影发展的战略性目标，但在前些时日的娱乐头条「武媚娘」裁切画面成「大头娃娃」的笑话中，依然潜藏着中国潜藏的对媒体文化艺术的权力把控。

从中国电影本身谈起，20 世纪 80 年代后期到 90 年代前期是中国艺术电影的丰收时代，目标在于构建有挂政治权利、性别关系和中国传统的寓言；90 年代到 90 年代末期的第二段时期出现第六代导演探索对抗严格审查的一定商业化的电影模式；第三阶段以 2001 年中国加入 WTO 为分界点，此时中国的电影产业进入了飞速发展的新阶段。首先这一阶段进入了商业大片的时代，所谓商业大片一般有着较大的资本投入，由知名导演执导，聚众多的大

牌明星，主要是为了商业目的，瞄准国际市场制作和发行，取得了非常理想的票房成绩，同时「可可西里」等题材多样，面向市场的影片也使国产电影再次成为人们娱乐消费的热点和社会舆论的话题。

2003 年文化体制改革试点工作启动，6 月中旬，国家电影局向包括广东大和影业等 7 家民营企业首批颁发了《电影片发行经营许可证》，打破了长期以来由国有企业控制的国产电影发行格局。民营发行企业的全面进入将推动电影市场化向纵深发展，从而带活整个电影市场，随后 2009 年国务院颁发《文化产业振兴规划》，通过一系列政策的出台由国家支持文化产业的发展。2014 年发布的《关于支持电影发展若干经济政策》首次将金融写入国家政策，可见对于电影行业，中国政府正为国产电影的复兴与发展出力。2015 年国产电影票房占中国电影总票房的 61.58%。<sup>10</sup>

中国电影终于迎来了一个产业化发展的「春天」，电影产业发展从此驶入快车道。在整个「十二五」（2011~2015 年，中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年）期间，中国电影市场更是只用了 5 年时间便实现了从 100 亿元到 440 亿元的跨越，成为全球第二大市场。纯粹利益导向的为市场化设计的电影在短时间内迅速盘活了中国大陆市场。这是一种强调影视技术、投资规模、银幕数等硬实力，忽视创意、话语、意义生产等文化软实力的粗放式发展战略（陈林侠，2015）。

在中国电影愈发兴起的过程中，「欧美大片」和中国国产电影彼此竞争，互相营造出「刷榜大战」的氛围。如今中国电影生产更重视质量与商业效益，最经济有效的中等投资规模的影片，尤其是喜剧片，则因为市场信心的提升而增加（CHR 电影营销研究小组，2010，页 25）。二十一世纪以来，中国电影沿循好莱坞大片模式，简单地用视觉冲突的影像奇观成电影产业犹如一架天平，它的一段是营销，另一端是创意，而「创意」并不意味着艺术，现在的「艺术」思维正在向「创意」思维转变（田卉群，2009，页 138），值得担忧的是当代中国电影制作对「喜剧电影」的追求大多来自其表面意义，越来越拒绝文学性的深度体验，而倾向于「轻叙述」带来的「弱体验」。所谓「轻

---

<sup>10</sup> 北京週刊微信號：中國電影，一路前行；網址 <http://www.weixinla.com/document/278565/>

叙述」指的是电影叙事处于人情人性的浅表层面上，不愿触碰深度的人生经验及情感；「弱体验」则是影片的审美体验缺乏认知愉悦、情感深度、反思超越等，比如「综艺大电影」的出现就是一种为了追求最大化利益而产生的创意类型电影奇观。

## (二) 中国电影市场现状

目前的中国电影产业有如下一些特色：

1. 资本为王：目前中国电影产业发展虽已经具备相当规模，但是仍然存在诸多问题，比如电影产品的数量增多，但整体发展水平偏低；电影经营管理人才匮乏等。可以说，资金缺乏、体制落后和资源分配不合理是造成这些问题的根本原因。这些问题的解决可以通过资本市场，发挥其资金融通、体制培育和资产重组等三大功能，从而推动中国电影产业持续良性的发展（李燕，2007）。这就是目前中国电影行业的现状：全球资本在电影文化领域更迅速更大范围的流通，在带来新鲜资本的同时，也带来一定的文化杂交，电影艺术作为一种艺术文化，很容易被资本流动之下潜在的帝国霸权所影响并占据，但出于对商业发展的诱惑，「利益至上、资本为王」成为目前电影业界的第一追求。

对于【跑男】大电影，其与在地 O2O 进行了多面向全面结合，通过「电影住宿套餐」、「电影餐饮套餐」、「电影娱乐场所套餐」、「9.9 元电影票提前预定」、「明星奖品抽奖」等形式进行了针对各地主流阅听人群的营销运作，并起到了很好的效果；而在一个月后上映的【爸爸去哪儿 2】大电影上映前，制作方就为了眼球效应，利用粉丝效应运作了首次「综艺大电影」众筹拍摄项目。这也是「综艺大电影」探索自身盈利模式的成功开端。

2. 美学商业化：电影的美学依然存在，但并不是曾经的具有非常深刻深度和思想性的艺术美学，而是基于商业的、为利益着想、为吸引阅听人而先进进行过市场调查量身定做的「商业美学」。

中国电影在电影美学的演进上遭遇过历史事件的多次打断，新世纪初的产业化突变几乎颠覆了早前第五代导演狂飙突进的电影美学浪潮，于是新世

纪初开始的中国电影几乎是从废墟上重建起来的，<sup>11</sup>影像美学的经验缺失和对高感官刺激影像的渴望让国产大片如何创新都有一定创收。

对于【跑男】电影来说，其作为一个「剧情片」主轴下的长电影，情节较为平缓、明星演技并非第一考虑、运镜特色并不多，但在其宣传中，同样突出了其「美学」观感：「剧组在美术、场景、人物造型等方面投资巨大，为了打造更为真实的故事现场，更具画面感的剧中情景，跑男大电影请来2015年国产电影最强片「鬼吹灯——寻龙诀」的舞美团队，在南中国海的三亚生生造出了一个神秘莫测美不胜收的冒险丛林...因为剧情需要上天入地下海，剧组在设备投入上更是不惜砸下重金：中国大陆顶尖的全套航拍设备、VJ (VisualJockey 影像骑师)、高速机等，29人的摄像团队，与专业灯光、录音、布景等70多位特效工作人员密切配合..<sup>12</sup>」这种带有一定营销目的的「电影美学」宣传，已经并非电影本质上的美学思想的运用，而成为一种商业考虑。

3.类型化探索 :在21世纪,电影依然是文化创意产业最重要的组成部分。中国民族电影工业崛起依靠的是类型电影而不是艺术电影(田卉群,2009,页59)。类型电影本身就是商业化、娱乐化导向的产物,其必然立足与阅听人目标市场定位并依据此而不断修缮,虽然其具有一定缺陷——一旦某个栏目的收视率高了,接着其他的电视台就会竞相模仿,这样艺术作品的风格会呈现出类型化的趋势,电视栏目内容也会趋于相同(蔡亚旭,2011)。

在21世纪的第一个十年,第五代导演张艺谋、冯小刚、陈凯歌等在「大片」中开始了类型电影的尝试,而在第二个十年中,多数制片机构和执行者更加自觉地推动类型电影的创作。2015年,「喜剧」和「青春」两大类型得到了市场前所未有的追捧,而「综艺大电影」所带有的综艺形式与参与的青年偶像艺人,恰巧契合了中国电影票房最为热门的两个要素。

---

<sup>11</sup> 虎嗅編輯陳昌業——息怒,馮小剛導演;網址  
[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_139ac34590102vfjs.html?tj=1](http://blog.sina.com.cn/s/blog_139ac34590102vfjs.html?tj=1)

<sup>12</sup> 《奔跑吧兄弟》電影頂級陣容 燒錢任性大製作;網址  
<http://www.njdaily.cn/2015/0115/1032008.shtml>

「综艺大电影」毕竟拓宽了国产商业电影的类型样貌，是值得静观其变的创新和尝试——这也是为何依然有很多部「综艺大电影」要跟风【跑男】热的原因。存在即合理，创新通常都被视为具有一定的盈利吸引力。但如果仅仅从类型片的角度来看，「综艺大电影」的模式是模棱两可的。

从「纪录片」和「剧情片」的二分法类型电影来看，由于纪录片是指描写、记录或者研究现实世界题材的电影。与纪录片相对的为剧情片。在大多数情况下，纪录片不需要演员参与。在纪录片中表现的人、地点、情况与现实、实际情况一致。纪录片的题材范围广泛，既包括完全纪实的电影，亦包括了真人秀等节目<sup>13</sup>——所以【跑男】综艺是纪录片、大电影也是纪录片；如果从各种「喜剧」类型、「青春」类型、「真人秀」类型等多重分割，则因为真人秀有一定的表演剧本，人为设置比赛规则、选手、每次比赛大框架等，所以真人秀又不具备纪录片的核心真谛。而从阅听人角度而言，更像是明星们演了一场「综艺第一季告别特辑」。

综上所述可以看出，中国电影业虽然有着一定的宏观调控，但其自身的摸索依然处于一个定位非常模糊的阶段，这其中的原因可以说是人多地广、社会样貌复杂等，也可以说是缺少继第六代导演之后较为突出的具有电影美学精神的年轻导演一代——而这一代导演，可能更多是类似【跑男】、【小时代】等跨域操刀的导演，其本身基于电影针对性的专业性和代表性都较弱。

在民族电影精神方面而言，「综艺大电影」的定性值得商榷。比如【跑男】的电影，其剧情看似移植了其本身平日综艺节目中的一个特辑，原班人马进行出演，后续将对其中中国综艺进行中华民族元素与否的分析；从另一方面而言，新的类型化电影的是国家希望能够多元发展国产电影这个尚属于初探阶段的尝试中的一个方向，在初级阶段基于现今中国电影业的资本运作，【跑男】电影的尝试还是走以市场导向、大众文化为基础语境的道路，这个角度更加削弱了【跑男】电影的电影性质。

---

<sup>13</sup> 維基百科詞條「紀錄片」；網址

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B4%80%E9%8C%84%E7%89%87>

## 二、电影资本运作：商业导向及大众语境

在曲折的中国电影晚近发展史中，其一直未能找到一个明确的兼具艺术性与商业性的出口，「IP 电影」作为一种令电影界耳目一新的题材取向，在中国一夕之间蓬勃发展基于了中国的消费社会背景和特殊的大众文化语境。

### （一）消费社会、商业化及中国电影

对西方资本主义世界而言，现代资本主义的维系之道必然包括消费这个环节。资本主义作为一种经济与财政系统，其首要目标正是在投资中创造利润 (Bocock,1993 / 张君玫译, 1996, 页 35)。随着中国入世之后，在全球化浪潮下，经济文化都在进行着一定的交流与融合，市场化导向的中国经济与文化市场受西方资本主义社会的影响，其消费与商品化本质在中国特色社会主义的大环境下，与西方社会的资本主义经济是趋同的，而中国政府也积极推动电影的市场化、产业化发展。当消费需求与欲望获得满足，资本主义与社会主义社会，同样会产生强烈的文化意象与动力 (Featherstone,1990 / 刘精明译, 2007, 页 21)

深入的消费过程是深受社会制度影响的，而影响力最大的就是大众媒体 (Bocock,1993 / 张君玫译, 1996, 页 35)。【爱情麻辣烫】(1998) 和【洗澡】(1999) 的导演张杨曾直言不讳的说：「我觉得好电影就有商业性。」作为产品、服务和体验可以基于快乐或是美学意涵。音乐、艺术、宗教、消费地点都和快乐意涵有关，快乐意涵通常来自于消费体验 (陈智凯, 2010, 页 43)。随着电影不断地发展，票房越来越成为衡量一部电影成功的标准之一，且所占的比例越来越大。当你想要追溯电影的艺术美学的时候，「电影首先是商品，其次是合作，那很遥远的第三，才是艺术」(田卉群, 2009, 页 10)。

博纳影业 CEO 于冬在第二届「全球电影产业链论坛」曾抨击包含【跑男】综艺大电影在内的一系列以粉丝消费为票房主体的新兴类型电影：「突然觉得，我们的工业电影没有了，大片制作也不够水平了，我们的观众在哪

里呢？粉丝不完全等同于电影观众，也不等同于真正的影迷<sup>14</sup>。对综艺大电影而言，阅听人市场主要就是粉丝，而粉丝就等同于影迷，这与一般电影要求的艺术欣赏者并不等同，这种消费导向的强化，一方面使得电影受众群与电影原先的本质出现偏差；另一方面将曾经带有一定精英文化语调的电影工业变成了大众文化、通俗文化、流行文化的市场化土壤。

## （二）大众文化语境、市场化与中国电影

大体说来，我们的电影观念曾经是宣传工具，是主流意识形态国家机器；或者是像第四、第五代导演那样把电影当作艺术或文化反思的载体；20世纪80年代又有过电影「娱乐性」的争论；继而邵牧君提出「电影工业论」。到今天，经过大片的市场运作，影视领域的「娱乐化」大潮等，则是认可了电影的商业、工业的特性及与工业观念相应的大众文化观念（陈旭光，2013）。

大众文化的特点表现在：内容娱乐化，审美日常化和市场商品化。电影这种艺术形式必然有大众文化诸种特征：文化产品化、产品娱乐化、故事类型化、语言通俗化、造星运动和明星效应。电影娱乐化有三种主要特征：一是内容上注重戏剧化，二是形式上强调视听冲击力，三是着力挖掘电影中的娱乐性因素（阎怀兰，2011）。

好的喜剧影片既具备反思精神又拥有狂欢特征（田卉群，2009），而「娱乐性因素」指的是单纯的引人发笑、让人感到轻松的感官享受，满足忙碌的现代人不用思考就可以获得压力的释放。「有趣」毫无疑问是这个时代非常需要的东西，但有趣并不一定意味着有意义。作为艺术品的审美特征丧失了，也就意味着艺术丧失了自己的个性和纪律性。

综艺节目拍大电影并且同样票房好而口碑差，恰好是中国电影当下状态的一种缩影：市场浮躁盛行，受众观赏低浅，粉丝占据主流观赏而不问好赖，急功近利超越审美，没有常规鉴赏习惯却有扎堆议论习俗的体现<sup>15</sup>。这是中

---

<sup>14</sup> 業界大佬犀利解析中國電影；網址 <http://news.mtime.com/2015/06/15/1543679.html>

<sup>15</sup> 北京師範大學藝術與傳媒學院院長周星，網址 [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_48f2e1ec0102vew1.html?tj=1](http://blog.sina.com.cn/s/blog_48f2e1ec0102vew1.html?tj=1)

国电影业必定要经历的过程。对于电影综艺化这一趋势来说，自最早的 2009 年其实中国电影业就已经初尝其果，至今的 5 年中，对于「综艺大电影」究竟要如何适应市场、究竟「综艺大电影」怎样切合大众文化的消费口味，作为一个香饽饽，其实其本身也在进行一定的创新与尝试，抛却利益导向因素来说，无论业界褒贬如何，探索的步伐并未停止，这恰恰也是一种中国精神：华夏神州的中华儿女从古至今一直越挫越勇、不畏艰险，而当代电影业善于创新、愿意挑战的过程也是中华精神的一种影射：

表二：中国「综艺大电影」发展历程

电影名称	综艺名称	电影播映 时间	综艺播映时间	电影 投资	电影 票房	豆瓣评 分 <sup>16</sup>	电影性 质	电影演员	宣传噱头
乐火男孩	快乐男声	2009.8.25	2003、2004、 2007、2010、2013	500 多 万	334 万	5.0/10.0	原创励 志	2007 快乐 男声十三 强	真人 3D
我们约会吧	我们约会 吧	2011.2.14	2009.12.24-2014. 12.23 每周一集	2000 多万	510 万	4.7/10.0	一半综 艺一半 励志	业界演员	第一部 「约会电 影」
快乐大本营之 快乐到家	快乐大本 营	2013.1.15	1997.7.11 至今每 周一集	2000 万	1.53 亿	3.3/10.0	原创喜 剧	综艺原班 主持人	首部宠物 参与贺岁 片
中国好声音之 为你转身	中国好声 音	2013.12.27	2012.7.13 至 2015 年每年 7-10 月；2016 年 暂停播出，预计 2017 年 7 月继续	约 3000 万	598.11 万	2.6/10.0	原创励 志	第一季中 国好声音 选手	歌舞喜剧

<sup>16</sup> 豆瓣評分來源於中國著名網站豆瓣網的電影版 (<https://movie.douban.com/>)，經過多年經營，豆瓣電影已經成為閱聽人選擇觀影前參考評論、提供自己評分及影評、購票、發問等的首選網站之一。知名電影的評分人數經常達數十萬，影評達數千條，具有一定的參考價值。

爸爸去哪儿	爸爸去哪儿	2014.1.31	2013.10~12 ; 2014.6~10 ; 2015.7~10 ; 2016.10~12	5000 ; 多万 ;	6.96 亿	6.2/10.0	综艺特 集	爸爸去哪 儿成员	「萌娃」 贺岁喜剧
我就是我	快乐男声	2014.7.25	2003、2004、 2007、2010、2013	未知。 粉丝 众筹 超500 万	650.0 7万	6.1/10.0	一半综 艺一半 励志	2013 快乐 男声	首部揭秘 选秀幕后 纪录片
奔跑吧兄弟	奔跑吧兄弟	2015.1.30	2014.10~2015.1 ; 2015.4~7 ; 2015.10~2016.1 ; 2016.4~7 ; 2017.4~	2000 ; 万 ;	4.33 亿	3.4/10.0	综艺特 集	奔跑吧兄 弟成员	贺岁【跑 男】大电 影首度尝 试；韩国 【跑男】 加盟
宝贝，对不起	变形计	2015.1.31	2006-2017 每年 约1-2个月	未知	495.4 万	43/10.0	综艺明 星版	明星与其 子女	明星子女 体验独自 生存甘苦
爸爸去哪儿2	爸爸去哪儿	2015.2.19	2013.10~12 ; 2014.6~10 ; 2015.7~10 ; 2016.10~12	未知 ; 低成本 本	2.21 亿	4.5/10.0	综艺特 集	爸爸去哪 儿成员	4K技术， 首次出征 海岛，贺 岁
爸爸的假期	爸爸去哪儿	2015.2.19	2013.10~12 ; 2014.6~10 ; 2015.7~10 ; 2016.10~12	5000 ; 万 ;	1.12 亿	4.1/10.0	原创喜 剧	爸爸去哪 儿成员	中韩「爸 爸去哪 儿」成员 齐聚
极限挑战电影 版	极限挑战	2016.1.15	2015.6-9 ; 2016.4~7	未知 (制 片人	1.25 亿	4.3/10.0	一半电 影剧本 一半综	极限挑 战成员	穿越+一 半真人秀 一半电影

轉「在地口味」為「市場訴求」

				说收			艺特辑		剧本+男
				支打					人帮
				平)					
锋味江湖之决战食神	十二道锋味	2017.2.10	2014.7~9 ; 2015.8~10 ; 2016.9~11	2.5 亿	1.22	4.7/10.0	崭新挑	综艺主演	韩星加
				亿			战故事	及其中几	盟; 笑星
								期嘉宾+新	加盟; 3D
								演员	
欢乐喜剧人	欢乐喜剧人	2017.3.24	2015.4~7 ; 2016.1~4 ; 2017.4~	未知	6691	2.5/10.0	崭新挑	欢乐喜剧	憨豆先生
				万			战股市	人成员	加盟
奇妙的朋友之萌爱 2016	奇妙的朋友	207.12 (先	2015.1-3 ; 2017-	未知	未知	未知	独立的	综艺团队	宣传保
		前定档					新故事	非大牌演	育, 题材
		2016.8, 演						员及新人	正面
		员风波取						演员 (以综	
		消)						艺成员宣	
								传)	

数据源：汇总整理自本人研究。票房数据来自：电影票房数据库 (<http://58921.com/>)

综上所述可以发现一些「综艺大电影」的大致特点：

- 1.播出时间：老综艺在播出多年后为了巩固粉丝而播出、新综艺在两季之间为了巩固粉丝而播出；
- 2.投资与回报：大多是投资较少，拍摄时间不长，但投资都大于回报，且票房几乎都上亿，但其处于「倒 U 型曲线」，在 2014 年末~2015 年初票房呈现极高值，之后逐渐下跌；
- 3.故事与演员：大多以综艺为主要脉络进行延伸或直接创造一集新的综艺节目，演员大多为真人秀本身演员；但随着其越来越多，新近的「综艺大电影」开始着重创造真正的为了新电影的一个新的「电影剧情」。

4. 社会评价：一致性的被评价为较差的电影。

「综艺大电影」在近些年发展过程中，抛却营销操作、「互联网+」及科技运用以外，其本身在目标市场的探索上也进行了一定的尝试，给此类型电影奠定了基本的调性：以较短时间和较低投入、以保持综艺粉丝而在综艺空窗期以综艺特辑或综艺延伸剧情为主要拍摄内容、以真人秀出演成员班底为主要班底进行拍摄的电影。

「综艺大电影」的营销对象是为以粉丝为主的年轻大众，所以其营销对象与口碑评价对象之间有无调和的矛盾。通过商业化操作模式获取一定票房，但对于口碑评价来说，这一块的中国电影阅听人艺术修养良莠不齐，明星效应的光环下对电影艺术水平的评价通常有失公允，网络影评、影评人所撰文章是否确实来自对电影美学的专业性、抑或来自商业评论均未可知。

从电影美学角度给予批判的是影评专家及传统电影人；从电影宣传角度给予赞誉的是商业宣传的媒体管道；从不比综艺节目本身而给予消极评价的是被综艺培养了较高期望、并非为看电影而去电影院的粉丝——「综艺大电影」市场究竟最着力哪一块，其商业营销目标受众的不同导致其操作方式不同。

### 三、电影与综艺：互为矛盾或尝试共生

电影，主要指的是以影片为媒材，用以承载影响内容和意义的文化形式，并且以其中的唱片为讨论对象。在资本主义经济体系中，电影唱片这种文化形式被资本以产业形态进行制作（即产品生产）、发行（产品流通）和映演（产品消费）；一方面作为一种文化商品完成资本回收获取剩余价值，另一方面也作为一种符号载体，与接受者（电影观众）产生互动并创造意义（魏玓，2009，页 221）。虽然当今的中国依然是以中国特色社会主义为导向，但在市场化经济运作与经济全球化带来的文化全球化流动下，作为本身具备一定商品属性的电影产业已经进入一个资本主义导向的阶段。

电视发明之后，电影的阅听人受众自家庭市场逐渐转变为以年轻人为主的观影层，中年观众更多的选择在家观看电视节目的形式进行休闲消费，电

影行业逐渐开始尝试对其针对的阅听人进行区隔——已经没有一部影片可以同时吸引一家老少大小。而电视节目，却可以做到老少皆宜，以本文所列【跑男】阅听人群分布可以看出，综艺节目是一种较为成功的扩大指定阅听人范围的电视机抢占市场的手段。

目前对综艺节目的定义众说纷纭，本文中借叔翼健的定义，综艺节目泛指那些以娱乐消遣为目的，有演播现场，有主持、嘉宾和观众，包含文艺表演、游戏竞技、轻松谈话等内容的一种节目样态。从这个定义上说，排除了新闻评论类、专业访谈类、社教类、服务类、剧情类、体育类等节目类型，综艺节目仍然涵盖广泛（叔翼健，2013）。作为娱乐大众的节目类型，电视综艺节目从诞生那刻起就天然地具有了大众性与广场性，它天然的是一个各种艺术形式、各种文化思想共同表演、对话、碰撞的大舞台（朱述超，2011）。由此可见，综艺节目是一种以全民狂欢为主的大众文化性质的节目，而其呈现的屏幕大小在阅听人的刻板印象中多来自于窄小的电视荧屏，并具有一定的续集性，作为一类本身就不属于特定类型的节目，综艺节目和电影的碰撞作为一种吊人口味的创新，在好莱坞与日韩早年就多有尝试，但多无疾而终——对于电影而言，综艺节目的介入在任何原有类型中都难以插入，而其过多的娱乐因素又难以与电影本身的艺术美学特性相融合，这样就导致了新类型电影——「综艺大电影」的产生。

电影是强调文化艺术的属性还是商品的属性？强调文化就必须有文化的内在逻辑，不是商业可以简单取代的。如果以商业为目的，那么一切都要服从票房的标准，哪怕不符合艺术创作的规律也必须破旧立新。这成了长久以来永远的悖论<sup>17</sup>。

在好莱坞等成熟的电影产业中，对于「IP 电影」并没有作为一个类型进行统整，因为其可以多元变换出歌舞片、科幻片、喜剧片等各类传统类型电影；但对中国「IP 电影」而言，其更多打的是「青春牌」，在如今的中国电影市场多指涉综艺 IP、怀旧歌曲 IP、青春小说 IP、网剧 IP 等较为狭窄的面向，故对于中国电影而言，近来的所谓中国「IP 电影」有一定的共同特色：

---

<sup>17</sup> 李少紅談綜藝電影：我們和馮小剛一樣困惑；網址  
[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_61e7f4aa0102vbwf.html?tj=1](http://blog.sina.com.cn/s/blog_61e7f4aa0102vbwf.html?tj=1)

导演跨域、明星效应、庞大投资及年轻受众群。「综艺大电影」明显的优劣特性导致其获得「娱乐性强，艺术性几乎没有」的业界批评，但其盈利的速度却说明观众确实在买其的账。

所以当探寻综艺电影为何能吸引如此多受众的时候，大多数网络评论只是以「暂时现象，将无法长存」而消极带过，如果从一个历史长河去考虑，现在对该类型电影的探索是一个极为短暂的过渡阶段。舆论多倾向于认为阅听人会去影院看「综艺大电影」，是因为其「移情」心态——因为阅听人对综艺节目本身的喜欢，故即使知道该电影其实只是综艺节目的延伸，还是会去电影院实体化延伸这种虚拟的情感。从长远看，综艺大电影是否是「只有眼前的新鲜，映后即速朽<sup>18</sup>」或许已经在这三年间寻找到自己的一种答案——这类电影的热度会逐渐从银幕消退，但综艺真人秀是总在播出并时有新鲜的，综艺季度间的空窗期需要其余形式的综艺外延来稳固其人气是必要的，那么如果短期内「综艺大电影」都是最佳的解决途径，就去更新其各个电影元素与综艺本体之间的联结，以推迟其衰退的速度，并在该衰退以前得到理想的经济效益。

### 参、【跑男】综艺大电影个案分析

对当今的中国电影业来说，因为中国经济文化发展迅速，所以文化市场在不断扩张，中国的阅听人在高速接收来自世界各地的新讯息的时候其欲望层次也在不断多元化和丰富化，因此在一部分电影批评论者对「综艺大电影」的艺术性与社会性提出质疑、抨击其对业界生态有所破坏的同时，依然有一部分声音对以「综艺大电影」为代表的一类新兴 IP（知识产权）的出现表示期待，并因此期望推动电影行业跨界写作和更优化的产业链探索。

本研究采用「综艺大电影」中的佼佼者【跑男】电影版作为研究对象，其原因如下：

---

<sup>18</sup> 京華時報：綜藝大電影只有眼前的新鮮，網址  
[http://epaper.jinghua.cn/html/2015-02/03/content\\_170057.html](http://epaper.jinghua.cn/html/2015-02/03/content_170057.html)

(一) 代表性强：【奔跑吧兄弟】电影与 2015 年 1 月 30 日上映，是综艺电影的先锋之一，并取得了极为优秀的票房，3 天票房达到 2.3 亿人民币。

(二) 时间性近：【奔跑吧兄弟】自 2013 年才开播，至今发展势头强劲，已经播出到第五季且收视率依旧惊人，其发展更加贴近当下的中国电影产业发展历程。

(三) 收视率领先：【跑男】第二季首播第一期全国网收视率为 4.794，收视份额 15.1%，其中收视率创造了节目首播的新纪录，毫无悬念获得同时段收视第一，当下刚新鲜出炉的第五季第一集依旧是收视率第一名，并在如今的不断播出中正刷新自身的讨论热度。

(四) 题材丰富：从韩国 SBS 引进的老牌王牌综艺节目“Running Man”综艺节目架构成熟，明星号召力强，在其中表现出友情、亲情等诸多方面的主题，使其展现非常丰富。从 2010 年至今连续 5 年荣获 SBS 演艺大赏等韩国重量级节目奖项，在韩国综艺中具有非常高的地位，其与浙江卫视合作打造的【跑男】自伊始曾在套用“Running Man”模式的基础上，由韩国拍摄团队进行过带领，故在外国综艺引进改良中具有一定的代表性。

(五) 续航力强：根据目前播出的【跑男】的收视率不难想见其续航力良好，而【跑男】的收视率一度刷新自身乃至所有综艺节目的收视记录，故其长久发展是有一定潜能的，具有一定的研究价值。

## 一、综艺【跑男】与其「韩流在地化效应」

作为本身就是母体来自韩国的综艺节目，【跑男】的综艺元素本身是非常吸引主力迎合对象——年轻阅听人的重点，但能够在如此众多的综艺真人秀中脱颖而出，还因为其情节与明星等综艺组成部分的「韩流在地化」。

如何塑造其「中华性」，以博得其指定的中国阅听人市场的关注与共鸣，从而取得其商业利益与市场份额，并延续当今全球化国界去边界化情境下「中华民族」在年轻人心目中的地位，对综艺节目来说，其各项基本要素都有可以在地优化的可能，比如地点、游戏方式、明星嘉宾和热点事件等。如

何利用韩国综艺母体的优点，减少影响阅听人的韩流文化隐形殖民，在在地接收与改良上，【跑男】制作团队总负责人俞杭英曾表示：【跑男】综艺制作团队「背负着更大的心理压力：第一期节目播出后，我们在后期的剪辑理念上进行了调改。观众喜欢热闹好玩的开场，要把「烧脑」的游戏设计解释得相对清楚明白，同时中国观众喜欢看到更多自己熟悉的东西……在设计上，我们更多地结合中国的地域特色和传统文化（俞杭英，序言）。」可见从综艺节目开始，【跑男】团队就发现了韩流在地化改良的重要性，由于【跑男】综艺大电影本身亦可以算是作为综艺节目的延续特辑，故本文梳理了【跑男】综艺节目在大电影前后两季较有特色的【跑男】综艺基本信息：

表三：【跑男】综艺节目历期基本信息

季数	期数	日期	地点	嘉宾	中国传统文化元素	中国流行文化元素	备注
1	1	20141010	浙江杭州： （韩国团队主控） 雷峰塔 西湖	马苏（中） 窦骁（中） 金钟国（韩）	宝物：「马到功成」 玉座 线索：十二生肖顺序 任务：包春饼考验记忆力	小苹果广场舞 印象西湖介绍	
1	2	20141017	浙江嘉兴： 乌镇西栅景区龙形田 乌镇西栅景区昭明书院	古力娜扎（中） 唐艺昕（中张蓝心） 谢依霖（台）	民国服装、地方方言 剧情：白蛇传故事 事线索：中国十大名花	还珠格格 大话西游故事	关联中国著名古装剧「还珠格格」系列
1	3	20141024	韩国首尔：	王丽坤（中）	剧情：中国古代	「人在囧途」	明星：韩流先锋
	4	20141031		林更新（中） 欧弟（台）	宫廷戏串联	电影 宋祖英「辣妹子」等歌曲 猫抓老鼠游	G-dragon 营销：出现明显苏宁易购盒子、

轉「在地口味」為「市場訴求」

戏 中韩对抗

1	8	2014112	甘肃敦煌： 温都尔庙 敦煌古城 阳关	于震（中） 关喆（中） 郭彦甫（台） 郭彦均（台）	剧情：西域通商， 中国西部大漠之 上 角色：黑帮、茶 商、保镖、药材 商贩、丝绸商人、 铁匠、酒商 线索：「细作」情 节		
1	1	2014121	湖北武汉：	袁弘（中）	武汉：楚河汉街	「你画我猜」	互动：观众互动
	0	2	武汉汉街 武汉 181	张歆艺（中） 郭京飞（中）	主题：楚汉之争	游戏	开始大量增加
S	1	150123	综艺晚会 颁奖盛典	陈羽凡（中） (重) 胡海泉（中） (重) 罗志祥（台） 王心凌（台） G-dragon（韩）			营销： ①现场预告「奔 跑吧兄弟」大电 影；4月第二季 跑男 ②公益计划捐钱
电	1	150131	综艺特集				
	2	3	150501	浙江杭州： 西溪湿地 西溪天堂	宋佳（中） 欧弟（台）(重)	道具：麻将 中国流行 广场舞：小 苹果	互动：大量观众 互动 营销：夹瓶子是 安慕希牛奶
	2	5	150515	浙江金华： 横店影视城	杜淳（中） 吴奇隆（台）	角色：锦衣卫& 东厂（明朝）	情节：内奸

			(青龙街、玄 陈乔恩 (台)	道具 :滚动条型	
			武湖、白虎	战书	
			潭、朱雀楼		
2	1	150619	(北京密云县) 白百何 (中) (重)	西域通商古镇	营销 :特别赞助、
	0		司马台长城 井柏然 (中)	续集	特约、汽车...越
			密云古北水 钟汉良 (港)	商队	来越多
			镇		

数据源：本研究整理

从以上【跑男】节目可以看出其极力摆脱韩国综艺原体剧本以韩流在地化改良、中华文化回归为要求，意图打造自身的文化品牌，也就是一个新的IP：【跑男】：

(一) 嘉宾：既和韩国母体相呼应。同时根据收视反馈、观众讨论等进行嘉宾选择或重复利用，并且根据中国国情特殊性，权衡两岸三地的明星共同参与；

(二) 选址：延续韩国母体的多元观光景点选址以促进文化品牌的对外宣扬，但同时介绍选址过程中加入大量中华文化要素；

(三) 情节：在细节上增加了中国自身的实事热点，比如顺应毕业季的「高校争霸战」等，同时通过西域文化、明朝文化、民国文化等各种情节彰显中华文化五千年的灿烂悠久，增进节目的多元化观感。无论是剧情、细节、道具都采用了一种中国传统文化+流行文化并行的、只适用于中国本土国情的双线结合呈现；

(四) 主题：延续韩国母体与中华民族类似的「永不服输精神」，同时兼备中华民族特色传统精神：「娱乐与『健康』皆备、永不言弃的耐性比拼、跟随国家政策趋势的社会『正能量』等，通过成员们的口说隐性强化」；

(五) 营销：营销方面韩国母体的广告营销较为软性并较少，而中国的【跑男】非常顺应当今中国广告市场的极度商业化、文化泡沫化导向，自第

二季开始愈发通过炒绯闻、硬性展现等方式进行硬性植入，也造成了一部分阅听人的审美疲劳，导致潜在一季季阅听群体的流失。

毫无疑问【跑男】在播出的当时是成功的，在这样的背景下，如何维持节目的吸引力、为后续季度的续集作预热？创新和季与季之间空窗期的填补成为其关键，对综艺本体来说，其创新效能有限，而收视率的节节上升导致制作方难以放弃中国传统贺岁档电影行业的诱人吸引力，继而在【跑男】综艺节目已经有较为成熟的摸索下，以综艺制作团队的思考模式，进发贺岁电影档，从而出现基于【跑男】的「综艺大电影」现象。

## 二、电影【跑男】与其综艺本体的连续与分裂

首先，从电影【跑男】与综艺本体的连续性上来看：承上分析的诸个要素，【跑男】电影几乎都在延续，其中只有营销置入的部分几乎完全消失，而这背后的原因似乎是一半对电影的忠诚、一半的无可奈何：「我们在拍摄的时候，首先考虑的是剧情、场景、服装造型的设计，很多东西没有办法做植入。另外，因为时间短的原因，很多广告的合作需要时间去做精心设计和沟通，在这么短的时间内，我们只是在有限时间内完成一部好看的电影。」<sup>19</sup>

表五：【跑男】综艺大电影作为综艺

---

<sup>19</sup> 解讀| 只拍了 6 天的電影版【跑男】有誠意嗎；網址 <http://yule.sohu.com/20150129/n408194556.shtml>

综艺主题	和之前各期综艺相符合，为综艺本体的主旨。
综艺情节	与一期综艺节目基本相符合，为分组闯关性质节目，有两个团队，需要PK，并埋伏有「细作」需要成员们自行推理寻找。
综艺嘉宾	【跑男】综艺的大部分成员及几期节目嘉宾、韩国【跑男】综艺成员金钟国。 与综艺的两岸三地嘉宾及韩国外援相符合。
综艺选址	海南三亚千古情景区，具有三亚传统女性形象的南海女神像、仿古建筑（内含中国古代寺庙、殿、祠堂）的崖州古城、原始黎族居住区黎村等。 与之前综艺选址多在具备中国传统文化风情之区域相符合。
综艺情节	主角之一李晨的形象为「穿越」设计，符合当今中国年轻人喜好；成员在古城中各种仿古商铺中进行寻宝，道具有篆刻、射箭、花布绣、敲钟、酒壶... 与综艺的结合中国传统文化与流行文化双线的性质相符合。
综艺营销	与综艺的大量植入相反，几乎没有广告植入。

数据源：本研究整理

其次，从电影【跑男】与综艺本体的分裂上、即其真正的电影制作元素上来看：【跑男】综艺大电影在作为一个综艺节目与电影结合的尝试下，一个综艺节目的制作团队从制作到营销依然尽量交出了一份较为电影化的成绩：

表六：【跑男】综艺大电影作为电影

轉「在地口味」為「市場訴求」

电影故事层面	
电影主题	「歌颂人与人之间最基本信任」
电影情节	先通过【跑男】综艺花絮剪辑对其进行了简介，随后因为「奔跑团再集结，又一期节目要开始录制了」的短信，分散在各地从事不同职业的跑男成员们在中国三亚重新聚集，嘉宾伊一以「笨熊旅行团」导游的身份出现，给他们布置了不同的闯关任务，结果这些任务背后却另有阴谋... 与综艺不同的是，伊一作为团队外者，只是大部分在演出一个导游身份而非闯关组合成员，且加入了电影式的委屈、纠纷、回忆等
电影演员	【跑男】综艺的大部分成员及几期节目嘉宾、韩国【跑男】综艺成员金钟国
电影技术层面	
电影声音	电影形式的画外音叙述； 电影形式的优质配乐
电影画面	电影形式的后期进行调色，显得充满油画质感
电影剪辑	电影形式的镜头推拉摇移升降甩； 增加慢镜头、快镜头等，增加蒙太奇。
电影基本信息层面	
导演	胡笳：知名电影导演 岑俊义：【跑男】综艺前三季导演
编剧	张一白等：中国第六代导演之一，知名电视剧、电影导演
制片	李亚平：中国知名电影制片人
时长	87min
拍摄周期	6天
拍摄到拿到放映许可证	50多天

数据源：本研究整理

从电影角度的分析可以看出，首先电影制作方为了贴切电影而选择了知名电影团队为创作主力，并且在电影最重要的剧情部分为求电影化效果而多

了故事性，但这种电影故事却恰恰让最愿意花钱进影院的综艺粉丝感到有些牵强，而【跑男】综艺最著名的环节「撕名牌」以及与观众的互动因为电影性质的原因无法加入，导致更多的综艺粉丝的共鸣缺失，进而对其产生较为不满的评价；同时，在贴近电影化的同时，团队又需要为了综艺效应的原因迅速拍摄、迅速宣传、迅速预热、迅速上档，这又不符合电影基本的雕琢速度，也打不到一定的效果。

按其制作人李亚平的话说，「我们前期花了三四个月的时间，试图构建一个好故事。我们给奔跑团成员每个人都设置了虚拟身份，设定了戏剧动作和终极任务。同时我们非常固执地组建了一个电影摄制班底...但是在片场，电影摄影机和真人秀遭遇了冲突，变成了「强对抗关系」，爱莉萨摄影机无法找到「奔跑的兄弟」，导演频繁喊 CUT，演员不知道自己到底是本人还是角色，无所适从...「刻意电影化」的努力，都失败了。」<sup>20</sup>

传统电影人对此表示理解，戴锦华（2015）对于现在的「粉丝电影」态度非常坚决：「分析这些电影的文化意义都是无用功，因为它们的自身定位、营销市场、观众接收方式都与文化表达、社会意义无关，非要给它一个灵魂，就是无用功。他们只是现象，不是文本，无法走到文化研究的领域，所有的意义都是常识烂套，无需解读，毫不内在。」这样的表述也表明当代传统电影人对这类综艺化电影现象背后语境的关注。

可是传统电影人的看法或许只是聚焦在电影的艺术美学，却不够长远与全面。我们应该看到的是，「综艺大电影」既做到了在地化的综艺改良，也具备了一部具有电影属性的电影的基本要素，它不是没有努力，而只是仍旧在改良的道路上，没找到更好的结合综艺与电影的方式。

从创意与否的角度而言，「综艺大电影」确实是有创意的，其创意来自将综艺作为一个现有知识产权，既免除了创作全新电影剧本的繁琐与时间损耗，又可以确实以电影文本的形式呈现出一个混合类型的新电影；阅听人可以说「综艺大电影」的综艺原型并无创意，但不可否认新类型电影的吸引力。

---

<sup>20</sup> 《奔跑吧 兄弟》製片人李亞平：高票房不是原罪；網址 [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_eca351ae0102ve4q.html?tj=1](http://blog.sina.com.cn/s/blog_eca351ae0102ve4q.html?tj=1)

或许综艺大电影更加注重短期内的商业利益，但随着 2017 年其虽衰落却始终出现、剧情架构翻新再写，电视综艺人对跨领域的热情并未冷却。有这种商业利益的驱动、跨领域整合的探索激情，再基于中国当今电影市场的低迷，「综艺大电影」带来的是电影业的活化和更多的反思。

但相比较对电影业来说相对乐观的肯定，对中国综艺界来说，「综艺大电影」的探索无论是否成功，都并非一件喜人的事情。综艺 IP 本身有一个与阅听人之间的蜜月期，热度过后如何维持可以靠一次、两次「综艺大电影」，但其培育阅听人粘性的源头应来自综艺本身。

相较之其他 IP（比如文学作品及音乐）出现即固定了的样貌，综艺自身弹性是非常大的，这也是其在整个中国 IP 类电影大行其道的当下，发展短期速度极快但周期极短的原因——阅听人想经由屏幕怀念其他 IP 只能看电影，而阅听人想再看综艺原班人马更加期待的是新的一季综艺。综艺电影带来更多对新一季综艺的期待，也会导致综艺的更新压力更大更难。如何在综艺本身进行优化，才是最需要担忧的。

## 肆、结论

原中国国家广电总局电影局局长刘建中在 2006 统计电影论坛发言曾指出，目前中国电影业界存在的问题是影片数量虽然上升了，但适应市场的竞品力作还是很少。这可谓切中了一定的业界要害，也道出【跑男】综艺大电影出现的原因——中国电影市场仍属于一切未知且盲目接收与反馈的状态。自 IP 电影发展至今的几年来，其愈发成为一种「高票房低口碑」的恶性循环。在 IP 扎堆的 2016 年暑假，截至七月底，全国电影院单月总票房约为 45 亿元，比去年同期下降了 10 个亿，降幅达 18.2%，这是近五年来中国电影暑期档首次出现票房负增长的情况。<sup>21</sup>

「综艺大电影」能够得以发展，与其背后中国电影业的发展历史和韩流入侵都是分不开的，也体现了一种当今消费社会对文化的商业化取向。在一

---

<sup>21</sup> 國產電影 IP 粗製濫造沒品質 IP 片成「挨批片」，網址 <http://www.geekpark.net/topics/216444>

个资本主义性质的市场上，作为一种前景模糊、看似衰败的行业，电影作为一种大众传媒的媒介，急需新的探索与挑战。「综艺大电影」的出现正是基于行业自身的缺口和电影艺术商业化导向的市场需求，它的出现并非偶然，也折射出电影业的迷茫。

而「综艺大电影」的综艺本体通常来源于韩流，如何在全球化的当代演变它国综艺为己所用，并通过最容易被阅听人吸收的大众媒介引导民族文化与意识形态的树立，让综艺通常因地制宜、产生了中国特色的崭新架构，光是对外国文化的重新包装还不够，能够在中国电影电视行业持续发展，又再基于中国大众传媒的现状寻找跨领域的利基市场。这样的对内变革和对外拓展，使得【跑男】至今历时 4 年依旧年年推出年年热，成为中国制造的「外国综艺」的发展蓝本。

综艺延伸的「综艺大电影」本身就是新的类型片，当然不应该与传统类型片要求相同。或许其正重新为电影的范围做了定义，也正在改变中国电影人的思维。在这类电影中，中国电影的政治性要求、商业性利益和艺术性三者尚且在探索如何权衡。如果从单纯电影艺术的角度，或许「综艺大电影」依旧有所缺失，但从它对电影业的探索上的贡献、它带来的电影市场的资本活跃运转，「综艺大电影」都是一个成功的案例。毕竟，它依旧在自我探索，接受了失败，并尝试更新，做总比没做好，有变革总比一成不变好。

总的来说，「综艺大电影」在中国电影行业的出现与不断自我变革，是一种较好的现象。

值得注意的是，当「IP 电影」愈发逐渐成为「挨批电影」，这样的反响多来自与阅听人。

对阅听人来说，过量 IP 已经造成审美麻木。虽然对中国电影史而言，四年的「综艺大电影」的探索只是其中沧海一粟，但对当今接受新文化速度极快的阅听人而言，四年还没有寻找到「综艺大电影」的一种成功的系统化制作范本，已经让阅听人感到疲累。「综艺大电影」作为电影，其拍摄周期和放映周期一定无法与综艺相比，「综艺大电影」的成功对综艺而言除了商业回流、活络中国电影产业，对综艺本体的影响何在？在电影探索上的成功

并不能掩盖其综艺本体一季又一季制作快、创意更新慢的痛点。而这，又是另一个业界——中国综艺界需要思考的问题了。

## 参考书目

- CHR 电影营销研究小组编着 (2010)。《中国电影整合营销关键报告》。北京：中国电影。
- 田卉群 (2009)。《探寻：中国电影的本土化与类型化之路》。北京：中国电影。
- 朱述超 (2011)。〈中国电视综艺节目：狂欢化与公共领域〉，《当代传播》，1: 58-60。
- 李燕 (2007)。〈「资本为王」时代的中国电影产业分析〉。西北大学硕士论文。
- 叔翼健 (2013)。〈我国当代电视综艺节目娱乐文化现象解读〉，《新闻界》，15: 31-35。
- 陈林侠 (2015)。〈文学性与当下中国电影的竞争力——以北美电影市场为样本〉，《浙江学刊》，1: 15。
- 陈旭光 (2013)。〈大众、大众文化与电影的「大众文化化」——当下中国电影生态的「大众文化」视角审视〉，《艺术百家》，3: 35-40。
- 陈智凯 (2010)。《消费是一种翻译》。台北：博雅书屋。
- 张君玖译 (1996)。《消费》。台北：巨流。(原著 Bocock, R. [1993]. *Consumption*. New York, NY: Routledge)
- 蔡亚旭 (2011)。〈消费语境下的中国电影电视批判〉，《电影文学》，20: 14-15。
- 刘精明译 (2000)。《消费文化与后现代主义》。南京：译林出版社。(原著 Featherstone, M. [1990]. *Consumer culture and postmodernism*. New York, NY: Sage)
- 阎怀兰 (2011)。〈新时期中国电影娱乐化趋势的原因探析〉，《广东海洋大学学报》，31(5): 68-71。
- 魏均 (2009)。〈资本兴衰，国家进退：台湾电影产业的历史分析〉，卓越新闻奖基金会 (编) 《台湾传媒再解构》，页 221-238。台北：巨流。
- 戴锦华 (2015)。〈对话北京大学教授戴锦华〉，张晨子 (编) 《大众电影》，11: 86-93。

### Converting local tastes to market appeals:

## **‘Variety film’ as a spectacular genre of China’s movie industry, taking ‘Running Man’ as one example**

Chujun Zhuang\*

### **ABSTRACT**

Today, under the consumerism social background and the context of popular culture, the development of Chinese film industry tends to a guide of the commercialization, “IP movies” is getting much more popular, the rise of “The variety movie” become a spectacle in it. The movie ‘Chinese Running Man’, which quickly shot by six days, recovered more than 300 million yuan within three days, was one of the most success in this new type movie’s field.

As a unique phenomenon only in China, the rise of ‘The variety Movie’ implied the turmoil of Chinese contemporary film industry and the unique exploration under marketization. this paper tries to define ‘The variety movie’ under a culture’s background in a political and economic orientation. The study finds this type of film follows its variety-it-self to present in localization, but it still can’t digest the contradiction between ‘variety’ and ‘movie’. All in all, it is a good sign for Chinese film market.

**Keywords:** cultural globalization, localization, the variety movie, the progress of movie capital, the industry of Chinese movie

---

\* Zhuang Chujun, a graduate student of Institute of Communication Studies, National Chiao Tung University; studying in Seoul National University as an exchange student for the present, e-mail: chujunzhuang@live.cn

## 纳粹年代、联合国教科文组织、批判理论与工会\*

约尔格·贝克  
(Jörg Becker)



篇 名：The Nazi Era, UNESCO, Critical theories and the trade union

访 谈 者：Sašo Brlek Slaček and Jernej Amon Prodnik

译 者：馮建三\*\*

### 本文引用格式

馮建三译 (2017)。〈纳粹年代、联合国教科文组织、批判理论与工会〉。  
《传播、文化与政治》，6: 193-223。

---

投稿日期：2016 年 4 月 5 日；通过日期：2017 年 4 月 25 日。

编按：创刊伊始，本刊就很重视国际传播与批判理论及其历史，这篇稿件由编辑顾问邱林川教授引介、贝克教授与访谈者欣然同意在本刊发表。

\* 「世界信息高峰会议」2015 年在维也纳召开期间，史雷塞 (Sašo Brlek Slaček) 与普罗尼克 (Jernej Amon Prodnik) 于 6 月 4 日联合访问了贝克 (Jörg Becker) 教授。

\*\* 译者馮建三为政治大学新闻系教授，e-mail: jsfeng@nccu.edu.tw。

SBS (Sašo Brlek Slaček, 以下简称 SBS) : 最近你出版了伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼 (Elisabeth Noelle-Neumann) 的传记, 争议四起, 在德国卷动风云。有些主流报纸的反应相当激烈。我读了《法兰克福汇报》 (*the Frankfurter Allgemeine Zeitung*) 的书评, 觉得该报甚至对号入座, 认为这本书是对他们的攻击。也许你愿意对这场争论多作些解释。为什么你这本书引起这么大的争议, 你又为什么认为诺艾尔-诺依曼会有这么重要, 让你还得撰写这本传记?

JB (Jörg Becker, 以下简称 JB) : 我得先就《法兰克福汇报》的书评说几句话。该篇文章不只是对我发动攻击, 你还得看看是谁写了这篇书评, 你也得知道, 伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼与《法兰克福汇报》有不同层次的链接。首先, 诺艾尔-诺依曼在纳粹年代在《法兰克福日报》 (*the Frankfurter Zeitung*) 担任记者, 该报则从许多面向来说, 都是 1945 年以后才出现的《法兰克福汇报》之前身。她与《法兰克福日报》的各种社会连结, 密切到她的博士论文是由《法兰克福日报》发行人拥有部分股权的印刷厂承印。其次, 诺艾尔-诺依曼在 1945 年以后, 仍有许多年以契约合同方式, 为《法兰克福汇报》工作了许多年, 她所主持的「民意调查研究所」 (Institut für Demoskopie) 有很多成果都在这里发表。

谁又是在《法兰克福汇报》撰写书评, 反对拙著的人呢? 他是迈克尔·沃尔夫佐恩 (Michael Wolffsohn), 他是慕尼黑德国陆军大学的退休史学教授。根据维基百科的说法 (参见 [https://de.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Wolffsohn](https://de.wikipedia.org/wiki/Michael_Wolffsohn)), 许多年来他都卷入某些政治冲突, 难以自拔, 他在政治光谱上是极右派, 这样说来我倒是可以自豪, 得到这号人物诅咒我这本书。

还得补充的是, 我曾经也经常向《法兰克福汇报》供稿, 所以在我看来, 这篇书评是对我个人的攻击。为了这个原因, 我不再以自由作家的身份为这家报纸写稿。我写了一封挂号信给最近去世的主编法兰克·席尔马赫尔 (Frank Schirrmacher), 我说, 「如果你们没有公开道歉, 我不再为你们的报纸写作。」可想而知, 我当然未曾得到回复。《法兰克福汇报》有位不愿具名的编辑对沃尔夫佐恩的书评, 有这个评论: 「我们编辑部是有些『前朝

遗老』，那些早一个世代的编辑紧抓着当时的既成传统，忠贞不渝。沃尔夫佐恩的书评得以刊登，很有可能是因为当天自由派的席尔马赫尔不在编辑部。」

我的意思是：任何人都能写篇评论，也能攻击我，但总得维持一定水平的道德标准。只是这篇就仅止于人身攻击，姿态颇为挑衅，这多少就会让人觉得，根本毫无公允可言。还有，你也得注意，拙著问世八个星期之间，未曾有任何反应，然后，这篇书评刊出了。这实在奇怪。这本书的主角是战后德国长达 45 年间，最有权势的知名政治顾问与媒体名人之一，但发行全德国的大型报纸，似乎完全漠视无动于衷。书出六到八周之间，啥动静也没有。接下来的十四天，德国最重要的一些报纸刊登了四篇非常负面的评论。我要说的是，我不是傻子。这个情况让人嗅出，整体反应必有人协调策动。好了，我的开场白就说到这里。

我为什么要写一本书谈伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼？理由有很多个。最重要的原因是 1945 年以后的德国她在传播研究这个领域无疑是一位重要并且至今相干的人物。不但是在德国，在国际上，亦复如是。不过，有些在德国的人单只是以谣言为尚，就说她必然与纳粹有某种瓜葛。但是，在德国传播学界之内，没有人就此有任何认真严肃与扎实的研究，并且也没有任何人对此进行系统的研究。甚至，她在纳粹年间撰写的新闻报导或评论，也没有完整的搜集。（顺带一说，到现在也没有。）所有这些都是谣传去谣言来。每当有人指控，她很轻易就能反击，原因在此，她只消说根本没有任何值得相信的证据存在。

就因为她是重要的公众人物之一，我才认定是有必要审视她是否与纳粹存在任何瓜葛，因此我得就此进行一些认真并系统的研究。出于方法论的考虑，我说认真严肃，是指我的研究必须以公开可以取得之档与公共档案为准。仅公开可以取得之档，我才运用，因为唯有这些才经得起公开监督。与此对照，各种自传与私人信函无不已经高度筛选，通常无法通过其他来源给予客观核实。最成问题的是伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼自己的私人档案。除了私人持有者知道该档案的筛选标准，别无他人能够确认该档案是否会释出档，对伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼的声誉，造成负面影响。换句话说，该私人

档案可能会有偏差。管理与维护该档案的人是她的养子拉尔夫 - 埃里希·施密特 - 诺勒尔 (Ralph-Erich Schmidt-Noelle)，他是唯一拥有权利根据自己所设标准来管理档案的人。

投入许多公共档案浸淫许久之，如同我先前已经提及，大量很重要的新事实浮现了。比如，1945 至 1950 年代之间，有五份德国或美国官员的档，包含一个以上的下列指控：此人对于德国民主实在危险，因为她与纳粹相处融洽，她也写了反美的一些文章，她在她新建的民意研究所所运用的方法，没有效度；我们不会让她在新德国工作。以前，社会大众并不知道这五份文件的存在。除了这五份档，我还将放在不同国家的许多档案之材料，兜拢在一起，成就了全豹、整个图像。这是如同马赛克一般的拼图。整体说来，我的书有这个基本论点：诺艾尔-诺依曼对传播与民意的基本想法，以及她对民意何以对于政府与人民的关系有其重要性，她对这个领域的所有想法，在 1940 年的博士论文及她在 1980 年所提出所谓「沉默螺旋」的理论，从来没有变过，而是稳定持恒，前后相同。

至今我还是认为拙著的研究良好，论证很能站得住脚。即便笔者有些地方是有失误 - 其中是有很糟糕的错误，本不该出现 - 但我的主要论点可以屹立，凭借这一点，我想这本书对于批判思考，就很有必要了。

SBS：但是这本书现在无法流通，因为她的养子也就是其继承人对你提出了法律诉讼。

JB：确实如此。出版社、我自己，以及拉尔夫 - 埃里希·施密特 - 诺勒尔在 2013 年 6 月 20 日于科隆法庭协议，要在书中插入一纸更正，再做发行。但是几天之后，出版社要求，未来任何法庭支出，我得自己支付，若我同意，他们才愿意发行剩余的图书。假使我签字同意，他们就会继续发行这本书。但我说，假使这样风险难以估计，我不能签署。出版社因此将著作权交还给我，并把剩下的几百本书销毁，化作纸浆了。

JAP (Jernej Amon Prodnik, 以下简称 JAP) : 那么, 对于更为抽象的自由主义之言论自由概念, 这起事情究竟意味什么?

JB : 我得把这件事说清楚, 端视你出生的地方采用什么法律系统。若是在美国, 第一宪法修正案的传统就能确保, 我或拙著都不会有任何麻烦, 这很清楚。很不幸, 我是在德国, 不是美国。我的所有美国朋友都是难以置信, 他们说这是言论检查。就说个例子, 美国的《传播季刊》(*Journal of Communication*) 在 1996 年刊登了克里斯托弗·辛普森(Christopher Simpson) 谈诺艾尔·诺依曼的论文, 他把她的新闻写作, 与盖世太保特勤局的报告, 作了对比。但在美国, 辛普森不可能落得遭人提起法律起诉的风险, 因为有第一宪法修正案的保障。

然而德国的法律情境不同。我以侵犯亡者人格权的罪名被起诉。但是法律观点先不消说, 就说回政治, 这种法律说法(绝非仅有我的例子)很明显就是要让有争议的书不能上市; 特别是论及纳粹年代人们的各种活动。这个道理很清楚。

JAP : 在我看来, 真正有意思的是, 检查你著作的实际上不是国家。到头来, 应该说是出版商。

JB : 放入结构来说, 这特别是政治、法律与经济的德国混合体检查了我的书。出版商是这个问题的一个部分。在正常的情况, 出版商与作者会先签约, 签订了契约就意味双方之间, 存在忠诚关系。过去我的作者身份所注意的部分, 只是行文风格与文法。同时, 作者如我还得通过电子方式处理我的文本, 对于出版商来说, 这就与先前有了不同, 他们不必再支付打字排版等费用。还有很多出版商要求作者要提供完整的版样。作者与出版商诸如此类的关系完全没有公平可言, 作者的负担比出版商大了许多。说回我这本书, 容许我这么说, 不仅只是分摊并不公允, 研究所耗用的成本也是: 为了写有关伊丽莎白·诺艾尔·诺依曼这本书, 几年来我投入在可供验证的档案成本, 就有好几千欧元。我的出版商倒是有些正面的表现, 它花了不少钱在校对, 作得很好。

从这个攻击我的案例，我自己也学了一课，亦即我也得从法律上检视自己的文本。但是，我不是律师，出版商通常会有律师团。他们应该早就要跟我咨商，也应该给我些建议，哪些能写哪些不能写。我无法对这些负责。我怎么知道？这是高度专门化的领域，出版商应该早就要给我咨询。若有这个步骤，我就会是第一个说话的人，「好了，那我们就删除这两行好了。」这个作法对于我要在书中表达的意思，并不会有任何总体效度的改变。

JAP：那么，究竟主要争议点是哪些？这位继承人，也就是养子提出的理由是什么？

JB：我在这里犯了个错，该被批评。不过，我是在 2013 年 8 月号的杂志 *Publicissimus*，公开承认了这个错误。关于两份铲除纳粹化的文件，我对字词差异解释，出了差池，因为我对特赦法律一无所悉，我忽略了这一点。

不过，科隆地区法院当时的详细说法有些意思。拉尔夫 - 埃里希·施密特 - 诺勒尔在 2013 年 5 月 16 日提出申请，要求科隆地区法院执行临时禁制令，不让我及我的出版商在我那本书使用这样那样的陈述。法院并没有同意其请，而是召开听证会。对于我在书中的某些陈述，法院并不反对，但对另一些陈述则有意见，因此，法庭的宣判词说，比如，使用「值得商榷」(questionable) 这个词而不是「伪造」(forged)，并无不可。在这个背景理解下，法庭建议双方和解。双方律师最后敲定了和解的内容，科隆地区法院记录在案，施密特 - 诺勒尔与出版商及我，也都接受这个和解。开庭支出由出版商及我承担 60%，施密特 - 诺勒尔承担 40%。两个事实显示，就这次的法律诉讼来说，再怎么说我也不能说是「大输家」，因为，比如，依照科隆地区法院的意见，若是使用「值得商榷」而不是「伪造」(forged)，并无不可；其次，开庭支出的分配方式显示法庭已经仔细考虑双方的情况。

在法庭裁定后，这位养子要求我签署「停止和终止声明」。但签署诸如此类的声明并不表示他正确我错误。签署「停止和终止声明」仅只是说我不能重复这些行为。因此我就签了，表示不再重复这些陈述。我不是签署承认

他正确而我犯了某些错误。但这些都是法律问题，我想这次访谈不要有太多篇幅处理这些法律问题才好。

JAP：这件事情一定让你觉得浑身不对劲。

JB：就一方面来说，确实如此。但是就另一方面说，来自世界各地对于这个案例的关切与团结致意的人很多，这又让我在感情上非常地受用。

JAP：历经了那些年岁的研究之后...

JB：这当然无消再说了。但容许我作个综合的解释。我自认为，若要就过往的纳粹德国，还不仅只是关于伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼，而是其他所有从事传播的人，那么，我这本书的重要性就会无与伦比。即便有人对我的书采取批判的观点，他们也必得承认这是一本设定标准的著作。比如，《南方信使》（*the Südkurier*）在2013年5月刊登了傅力克（Uli Fricker）的书评。罗以班（Karl-Heinz Reuband）2014年在《科隆社会学和社会心理学刊》（*Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*）出版了出言严厉的批判，但他在这份知名刊物的这篇咬定我有错的书评，还是不得不说：「贝克这本著作就是先驱先锋之作。」这本书将近400页，包括总计约有55的页1千2百个批注。篇幅浩繁难免有些闪失。但是，自有其他人可以延续这个工作，若然，我的书就可以成为起立足点。我这本书陈述了许许多多不为人知的事实，我自认为作了一件好事。

我的名声自然因为这场危机而受损，但我挺得住。我有自知之明，批判研究在我的国家，地位为难。对我来说这个遭遇并不新鲜。我的存在与生活，部分情境就是这样。这本书也不是仅有一次，以前，也有人对我的研究成果提出很恶劣的批评。

我还可以再举个例子。1990年代相关单位邀请我对德国公共电视台的亚洲「德国之声」（*Deutsche Welle*），作个研究。当时我就找了六位东南亚国家的专家，并与他们签约执行该项研究。根据契约，我列出了一些问题，让

他们各自在其国家进行研究。提出的问题是，「请将德国之声-电视台在贵国的大致情况，给个素描，谁在看、看哪些节目...等等」。对我来说，得自六个国家的发现再也清楚不过了：在东南亚商业电视的激烈竞争背景中，德国之声的节目根本就完全无关，没有人再看，再者，当时其节目都是数字传送——那是 1990 年代。从技术面来说，也仅有五星大饭店能接收德国之声的电视讯号。所以，结果可想而知，一清二楚。我因此就说，这根本就是浪费金钱，应该停止。为此我当然立刻招来政治重击，不但「德国之声」大肆抨击，社会民主党及部分保守党人也轰得不亦乐乎，他们的批评是他们称之为邈远的研究方法（这总是首先会被挑出的一点），又说，我根本不了解德国海外电视广播的哲学。有趣的是，一或两年前，「德国之声」把其海外电视节目从德语，换成了英语，它最后所转换的，就是我早先那个研究所提议的作法。

我一辈子所写的书及我执行的研究，有很多都引起了争论，但也只有伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼这个案例，我才第一次碰到法律的麻烦。对我来说，这还真是新鲜的事。我的研究引起了争议，我倒觉得挺让人自豪。在资本主义社会，大多数人都提不起市民勇气作些主流以外的事情，我们还能怎么样呢？

所以说，这是结构的也是个人的问题：你有力量作些不在主流的事情吗？我从来不愿意生活随波逐流。如今年岁更长，我更不愿意。

SBS：这样说来，你的意思是诺艾尔-诺依曼不但拥有影响力，并且对于领导人与群众关系的看法，还是相同，这种看法在更早以前，就已经存在：比如，（法国的）勒庞（Gustave Le Bon）所写的书，墨索里尼（Mussolini）可说是赞不绝口。

JB：是这样，她也是这个看法。不仅只是墨索里尼。你只需读读的她博士论文，引用了古斯塔夫·勒庞，这位学者的材料早从 1890 年代就已流通，相当老旧。在该年代与她写作博论年间，还有很多，很多其他社会心理学家的著作可供引用。比如，她早就可以引述西格蒙德·佛洛伊德（Sigmund Freud），他早在 1940 年之前，就已经出版了很多重要的著作，并且，在各大图书馆

他的著作与材料很容易就能取得。或者，还有更好的参考著作，这里是指威廉·赖希（Wilhelm Reich）。他的著作《法西斯主义群众心理学》在1933年就已经出版。假使诺艾尔-诺依曼参考了诸如此类的著作，她也就会有能力解构勒庞那些愚蠢的陈述。

SBS：但是，她究竟有何重要，居然还能将德国的传媒研究主流，往右推移？

JB：她确实是有很大的影响力。首先，数十年来，她甚至是许多届保守派政府的顾问，这很重要。她与德国的总理，如康拉德·艾德诺（Adenauer）路德维希·艾哈德（Ludwig Erhard），以及后来的赫尔穆特·柯尔（Helmut Kohl），关系相当密切。所以说，在政治这个层级、选战活动等等，都是她的主要从事。第二点，她还挺行，等于是在曼茵（Mainz）大学创办了一个「学派」，就是在这里她对经验研究的理解，在传播研究站定了脚跟。即便我，也得承认，是她在传播研究这块怪异的老朽领域，引入了社会科学的经验方法；就此来说，她是起了甚至在某些方面，相当正面的作用。这个面向应该正面看待。德国传播学科的传统非常观念论导向，不是社会科学这一回事。它是思想史、文学批评与新闻事业的怪异混合。在这个氛围下，她引入了经验研究的方法。不过，我们也得知道，她能够引入那些经验方法，根源还是她是其时代、意即纳粹时代之子，这是因为将德国各大产业现代化的力量，来自纳粹。现代化在德国是与法西斯主义密切关连。有些时候，人们对德国纳粹主义的定义，是说它具有非理性与反闪族的定向，这些固然也是纳粹的部分。但与此同时，在整个德国的产业现代化，不仅只是军需武器产业，而是整体产业都进入了成本非常密集形式的现代化。就在这样的脉络，经验研究与社会科学的方法就很有需要了，不只是为了民意研究用到，并且在市场研究也有需要，或者—给个颇有犬儒味道的例子，这些方法用来计算东欧有多少犹太人。把他们逐个计算，要能明确知道他们住在哪里，那个村庄那个城市，他们多有钱。海量巨量就东欧犹太人的统计工作，就是由德国地理学者与人口学者所执行与完成。

JAP：人口學者？

JB：是，正是這樣。

SBS：但是，在德國還得從另一方面來看，也有卡爾·馬克思以降的傳統，卡爾·彪赫（Karl Bücher），亦即德國的傳媒政治經濟學，同時，還有法蘭克福學派，它們也都非常認真地運用了社會科學方法，並且也試着將他們的理論，通過現代的經驗方法給予操作化。二戰之後，這些思想學派的位置在哪裡？

JB：還在 1950 年代早期的時候，法蘭克福學派的人影響力比起諾艾爾-諾依曼這一類人，大了許多。我是說，我們得將諾艾爾-諾依曼與阿多諾（Adorno）的年齡差距放入考慮。阿多諾當時從美國剛返回，早就是知名的人物，他也已經完成數量龐大的研究計劃，比如，對權威家庭的研究，他採用了 F 量表，出版了《權威人格》，他還有《啟蒙的辯證》等等著作。他是高度知名也高度受到尊重的身份，回到了德國。在那個年代，我們也許有三位重要的社會科學家：法蘭克福的阿多諾，以及科隆的勒內·柯尼希（Réne König），他先前流亡於瑞士。他很保守，但是一位非常優秀的經驗研究者。在科隆，我們還有利奧波德·馮·維澤（Leopold von Wiese），這位社會學者與納粹的關係，有太多的眉來眼去。這三位之外，還有一位年輕的諾艾爾-諾依曼。這樣說來，當時的德國有這三位老世代的人，彼此協作却也相互對抗。她出生於 1916，阿多諾是 1903，柯尼希是 1906，馮·維澤則是 1876。放長遠來看，這些不同學派的角逐遊戲，最後是由諾艾爾-諾依曼勝出。她變得很是重要，拿走了所有研究經費。在 1968 年各種運動登場時，法蘭克福學派歷經了復興，這當然不奇怪，但是到了今日，它已然就木，再也沒有人投以關注，若是談到經驗研究，那就只能單點諾艾爾-諾依曼了；這就是說如今的共同基礎是，每個人都在執行經驗研究，沒有人就那類研究的認識論背景，提出任何問題。

JAP：那么，在你看来有哪些理由造成这个情况？是因为法兰克福学派的研究在政治上，会让人觉得政治上多所不宜吗？

JB：是，当然是这样。它提出太多让人讨厌的问题，而这就是批判研究的本质：不是要取悦掌握权势的人，是要让他们在公共领域出场，接受抨击，并要问他们：「你在做什么，你有什么正当性这样做。」诺艾尔-诺依曼不会这样做，因为她所了解的研究，并非这样。在我看来，她是相信存在中性经验主义的那种人。你只须回顾一下，1960年代早期那场实证主义的论述，不就是这样吗？

JAP：那场有关「实证主义」的论战？

JB：是，正就是。不消说的是，她总是论称她的研究「不涉价值立场」，亦即是从中性视野论事等等。很多人就只是将这些简单的陈述信以为真，他们并不细究这个方法论的背景，而是一头栽入就相信了。但是，信守规范取向的人，如法兰克福学派，根本就再也不能接受这种纯真的说法。时至今日它也不能接受。如今反而我们甚至有了建构主义、建构论，竟至到了忽视经验研究的地步，无论是诺艾尔-诺依曼的经验研究，或是法兰克福学派的经验研究，建构论都一概拒绝。

建构论的人说，观察者观察观察者，后面这个观察者又观察观察者-观察者...等等。我们甚至无法知道现实、实体（reality）是什么。这真是奇怪的局面。

SBS：我们是否可以说，尽管它提出了一些棘手的问题，美国相较之下，还算比较欢迎法兰克福学派，甚至政府还提供资金。阿多诺当年在美国是从政府手中，拿到了赞助经费。

JB：确实如此。惟首先要注意的是，个中存在历史原因。那个时候，美国不少大学都栖身着左翼知识分子，还有很多文人作家，比如说，就有厄普顿·

辛克莱 (Upton Sinclair)<sup>1</sup>。当时 (译按：为了躲避纳粹，) 许多德国的左翼批判人是来到了美国，在那里有了很多同道，彼此可以在许多社交圈相遇。特别是在罗斯福政府期间，在不同的位阶及不同的部会位置、政党与机构，都有许多左派。还有，不妨看一下左翼犹太德国知识分子的著作，比如赫伯特·马库色 (Herbert Marcuse)，他们在 1940 年代都侧身在美国情报、特工单位服务。

这就是说，出于不同理由，美国人是接纳德国左翼犹太知识分子。当然，1940 年代中期以后，整个情势转变了，反法西斯主义的毛头，如今转为反共产主义。然后，所有事情都又不一样了。

JAP：那个改变简直就是天翻地覆。就说吧，1950 年代的美国，几乎就容不得左翼知识分子的生存。

JB：1950 年代确实是这样。但我说的是 1930 与 1940 年代的美国。<sup>2</sup>

JAP：是的，但然后就是「冷战」了...

JB：是，当然是这样。整个改变得非常激烈。其后就是麦卡锡那批人，左派那些人承受了很多很大的压力。顺带一说，达拉斯·史麦塞 (Dallas Smythe) 也有这个遭遇。达拉斯告诉我，实在让人难以置信，在珍珠港事件之前，有

---

<sup>1</sup> 译按：美国知名作家，1878 年生，1968 年辞世，著作近百本。一般认定他的耙糞小說《叢林》(1906) 是促使同年聯邦政府通過肉品檢驗法的重要動力之一。1919 年出版《厚顏無恥的新聞界》(The Brass Check)。1943 年以《龍之牙》(The Dragon's Teeth) 得普利茲小說獎。2008 年丹尼爾·戴·路易斯 (Daniel Michael Blake Day-Lewis) 以主演《黑金企業》(There Will Be Blood) 獲得第 80 屆奧斯卡最佳男主角獎，該片劇本改寫自的小說《石油》(Oil, 1927)。

<sup>2</sup> 译按：這裡得很快補充，無論是 1930 或 1940 年代，前往美國躲避納粹的歐洲左翼知識份子，也並沒有那麼順遂。這段歷史已有不少紀錄，如 Wiggershaus, Rolf (1986 / Michael Robertson 英譯，1994 / 孟登迎、趙文、劉凱譯，2010) 《法蘭克福學派：歷史、理論及政治影響》，上海人民出版社，頁 353-510；又如 Rubin, Andrew N. (2012 / 言予馨譯) 《帝國權威的檔案—帝國、文化與冷戰》，北京：商務印書館，頁 111-128。

人在 1940 年代初期指控他曾经参与当时对美国来说是过早的反法西斯活动。那次指控是法律上的说法。你能想象竟有这样的一个术语吗？

JAP：过早的反法西斯？

JB：是这样说，那种情况是存在过。你说的对，或许我对左派在美国情境的看法，流于浪漫，惟那也是存在过的情况。

JAP：德国的情况如何？在诺艾尔-诺依曼这号人物占有了这么优势与主流的地位，德国左翼知识分子的处境是些什么？

JB：他们在这里在那里，各自有安身的地方，能够干些自己的活。人们都很尊重阿多诺，即便是保守派人物也是这样，甚至就连保守派政治人物也都尊重他。在 1950 年代与 1960 年代，他们不敢批评他。阿多诺是知名人物，国际间都有名望，卓然有成。这些局势随着 1968 年的运动，当然随着改变了。其后，有些右翼知识分子开始批评他，攻击他建立了左派恐怖份子的阵地，虽然该说法纯属荒谬。<sup>3</sup>他们应该好好读阿多诺的文论，三或四篇就可以。不过，对他发动的这些攻击，在 1960 年代末至 1970 年代，就这样出现了。

---

<sup>3</sup>譯按：作者可能是說，一般對阿多諾與學運關係的認知，剛好與這些保守派的批評相反。在激進派看來，阿多諾在這方面是保守，只能說而不知行動，甚至對德國的主要左翼政黨社民黨都不表支持。後來曾得諾貝爾文學獎的德國文豪葛拉斯(Gunter Grass)當年就曾經寫詩，批評阿多諾的不作為，他的詩是〈阿多諾的舌頭〉：

他坐在溫軟舒適的房間裡，有著漂亮舌頭的阿多諾，與漂亮的舌頭在戲鬧。這時  
從樓梯上走來屠夫，

他們定期爬上樓梯，屠夫越走越近。

阿多諾拿起他那面圓圓的、擦拭過的圓圓小鏡，照那漂亮的舌頭。可屠夫們不敲門。

他們沒敲門，用刀撬開了阿多諾的房門。阿多諾恰是獨自伊人，與他舌頭獨自在  
家，在焦慮地等候著  
說話和紙張。

當屠夫們踏著樓梯離開他家時，他們把這漂亮的舌頭帶回了家。

很久以後，當阿多諾的舌頭被切成塊，這夾心舌頭，要求完整的漂亮舌頭，為時已晚。

引自 Jager, Lorenz (2003/陳曉春譯)。《阿多諾：一部政治傳記》，頁 269-270。上海：

JAP：那么政治经济学呢，比如说马克思主义的政治经济学？在 1970 年代曾经有段时期，政治经济学的影响力很大，也有很多作者从政治经济学的视野从事写作。

JB：不仅只是政治经济学。如你所知，我从事的是政治学研究，不是传播学者。当时这很寻常，特别是我的成长时期，是在马尔堡（Marburg）大学当学生，有一些马克思主义者在那里任教。人们当时认为这很正常，就不同的视野与观点的光谱，有两或三位马克思主义者任职教授。这里就得顺带一说，如今这再也不可能了。如今已经没有马克思主义者。要让我举出个人是马克思主义者，那还真难。但是在以前，我们是有些这样的人。在我所知道的德国大学教授中，没有人是马克思主义者。他们通通消失了。

你刚刚提出的标志，也就是政治经济学这个特别的概念，根本就不存在于德国。那是美国学术界的视野，那里的学术分工比起德国，多得更多。我们在这里所看到的，或许就是你可以称之为老派的学科学门，却没有往下分支，而这在传播研究是可以作此划分的。美国的传播领域会有性别研究的讲座、电影的讲座，或者是传播政治经济学的讲座等等。这些高度分工的状态，在德国并不存在。在德国，你是律师、是政治学者或是社会学者。重要的问题是：他或她究竟在作什么？但假使说是你提及的学科次领域标签，这里没有。

SBS：可以说在那段时间，你自己所执行的大量研究，可以归类为传播政治经济学吗？

JB：不成。

SBS：你不认为自己就纸张生产或数据库的论文可以归入传播政治经济学这个领域？

JB：不成。在我看来，这就只是政治学者的常态工作。

JAP：一位批判的政治学者？

JB：批判，这当然。纯就方法论来说，我认为有些基本的认知，必须纳入我们所从事的研究。一个根本要素就是经济。这是一个原则问题，无论你所做何事。第二个要素是历史无论你所做何事。这是任何研究项目都得纳进的两个要素、视野，所以，我也就从来不会觉得有任何理由或需要得将自己说是一位政治经济学者。这不是一个特别的领域，因为我已然内化这样的视野，将它当作理所当然。

SBS：这样说吧，但你那些时候的研究与其他人（其中有些人自称是政治经济学者）在「新世界信息与传播秩序」（the New World Information and Communication Order）脉络下所进行的研究，以及彼时所讨论的内容，实在是非常接近。

JB：是的。

SBS：在那个时候，这个国际脉络的重要性有多大？

JB：当年那段历程是我生命中极其重要的一个部分，并且，顺带得说，现在仍然重要。你得回头看看我这个专业在德国的处境：当时是有一些困难。说困难，是因为从事传播研究的人从来就没有接受我，那个时候我申请了专任职位。他们的说法是，「嗯，他一来就会让这个领域很政治化，我们不要他。」我于是就往政治学申请，他们又指控我，「老是想着传媒，这不是政治学的核心，所以我们不能要他。」

长话短说：在学者生涯开始之初，我在德国学术世界遭遇遇到了一些困难，因此，从德国以外得到支持与声誉，通常就会是大有帮助。那个时候，特别是赫伯特·席勒（Herbert I. Schiller）与卡勒·诺登斯特伦（Kaarle Nordenstreng），他们知道我在德国的专业情境，经常邀请我参加学术会议，为我组织论文。所以，多年以来，我得以因为在德国以外的名声，还能在国内生存。接着，我就了解了这是怎么一回事了，我是说，第一次获邀参加海外会议时，你还真不知道那些机制是怎么运作的。但一旦我了解，并开始玩这个游戏时，还挺愉快的，有些时候其运作还真是好。我既得两或三次例子，我在《世界日报外交月刊》（*Le Monde Diplomatique*）<sup>4</sup>撰写了文章，攻击德国的机构与制度。从外对内打，攻击自己国家的人事，还真有效。假使仅在内部批评，没人搭理。所以呢，我就学会了这套把戏，使用这些机制并且还挺自得。

然后，我前往秘鲁，在那里的机构担任研究顾问。接着是担任参与印度、越南与澳洲及马来西亚等国大学的事务。我之所以能够与这些外国学府有所联系，起初纯属偶然，不过，其后我就聚焦于这些国家，并且是系统化方式研究，因此也就得到研究经费与研究项目的支持，在这个过程中，我的声名于是得以建立，在更大的国际社会网络得到认可，这对我的帮助非常之大。

比方说，要取得欧洲联盟的经费支持，并不容易，但我的前述经历，起了作用。假使要从联合国教科文组织（UNESCO）得到赞助，同样也不容易，从联合国拿钱，也是困难。所以说，我在国际间的活动，规模很大。我的足迹所到之处，达 90 个国家，这也就让我的生活，得以能够从多个视野看事情，对于不同的民族、文化、传统与诗文...等等，都有了体会。那时，我在德国大学并没有终生的雇用职位，我的财务是有些困难，但从另一个方面来说，我的生活算是多采多姿，我觉得任何与我有类同学术背景的人，还算能够有这么样的亮丽生活。接着是（奥地利）因斯布鲁克（Innsbruck）大学，这是我最后十二年的工作单位，我是客座教授，薪资不高。我的课纲有一

---

<sup>4</sup> 譯按：1954 年創，是《世界日報》的子公司，編務獨立，據稱法文之外，另有 26 種語言與 71 種版本（包括 38 種紙本印量達 220 萬，33 種電子版），參見 [https://en.wikipedia.org/wiki/Le\\_Monde\\_diplomatique](https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Monde_diplomatique)

部分是让学生前往海外学习，我用来决定前往哪些国家的标准，是有些奇怪。一些奇怪的国家——不管你是怎么界定奇怪。我的第二个标准是，能够前往的奇怪国家，必须要我认识的人在该国。我们前往的国家因此是黎巴嫩乔治亚与马里（Mali）。我们上了船，到了廷巴克图（Timbuktu）<sup>5</sup>，也到了乌兹别克斯坦（Uzbekistan）与缅甸，然后我在 Innsbruck 大学的教职任期快要结束了，我就对学生说：「我还可以让你们前往一个国家，就由你们自己选。」结果是他们选了北韩（做此选择的原因也是要对我来个嘲弄），我们因此就去了。那是三、四年前的事了。我因此有办法结合专业与个人对行走各国的爱好，认识其他国家的人。所以呢，我们就忘了伊丽莎白·诺艾尔-诺依曼这档子奇怪的事吧，这毕竟与我至今为止都很多采多姿的生活，可没啥关系啊。

SBS 这个网络的组织得以成形，「传媒与传播研究国际协会」(the International Association for Media and Communication Research, IAMCR) 有什么重要性吗？扮演了什么角色？

JB：就我自己这个例子的网络来说，IAMCR 承担了极其重要的角色。是这样的：1984 年在布拉格开会时，许多我的德国学界同仁对我可真是怒极了。我获选为「国际理事会」的德国代表，前后代表了两任十年。我就占了这个位置，是我这个外来者，不是那些大名在外的学府的大教授。单是这样就让我在德国产生了一些敌人。「这个家伙在这里干啥？他怎么能代表德国，他甚至都没有一席之地。」

SBS：所以，你是说德国学界在这方面是气量相当狭小？

JS：是，我正是此意。直到现在，都还是气量狭小。这与德国的规模有关。一般说来，我们可以说：国家愈大，也就愈为褊狭。这可以从语言技能来看，也可以从在海外旅行看出，更可以从对外国文化是否感兴趣来说，或者，也

---

<sup>5</sup> 譯按：馬利的一個城市。

可以在是否读外国书籍看出。我第一次出版信息自由流通这个议题的书，记得是在 1979 年，我是极少数在德国讨论拉丁美洲媒体的人。谁会关心啊？没有人。

所以，这里又是题财或议题使然，我再次成为局外人了。到了今天，德国还是没有太多人知道有关「南方电视台」（TeleSur）<sup>6</sup>的任何事情，也不知道巴西各大学有关传播研究的状态，那是研究人力比美国还多的国度。他们什么都不知道。我们这里现在也许有六或七个人对于国际传媒有所掌握与认知，但在 1980 年代的时候，我是德国的唯一一人。

SBS：那么，这个政治脉络又是怎么一回事？有关不结盟运动，以及稍候在联合国教科文组织对传播的全球问题，是怎么讨论的？那些必然是非常重要的...

JB：对我来说非常重要？是的。

JAP：特别是你说你已经出版一本有关信息自由流通的专书。

JB：是的，对我非常重要。既是因为政治理由，也是因为学术理由。在那些年代，也就是 1980 年代，人们参加 IAMCR 开会的时候，彼此的讨论具有高度的争议，我当时的体验，后来再也没有了，那些争论消失了。我是说，当时在联合国教科文组织也有三个群体的人：有社会主义国家，有资本主义国家，还有不结盟国家，这样你就能确知，必然会有争论。我喜欢这个情况，我挺自得，从中我学习很多，我也与所有人都讨论。我在社会主义东欧国家有不少朋友，在第三世界国家我有很多、很多朋友，我也与许多美国人、英国人或北欧人有所联系。当时有很多的争论，因此就有相当建设性的成果。

---

<sup>6</sup> 譯按：以委內瑞拉為首，結合古巴、烏拉圭、厄瓜多爾、古巴與尼加拉瓜等國成立，試圖為區域整合盡力的電視台，2005 年創辦，2015 年底阿根廷右派富翁當選總統，次年退股，2015 年創英語頻道。可參見馮建三（2014）。〈政府涉入型對外衛星電視與 NWICO〉，《西南民族大學學報》，35(278): 160-167。

SBS：放在这个脉络来看，哪些人对你来说产生了最大的影响？

JB：各领风骚。我在 65 岁生日时，出版了纪念文集，你得看看。在美国，有影响力的人是赫伯·席勒与达拉斯·史麦塞。但是，比方说，在拉丁美洲是秘鲁社会学家拉斐尔·龙卡里欧罗（Raphael Roncagliolo），在印度则是人类社会学者维诺德·阿加瓦尔（Binod Agarwal），我还可以说出很多很多人，他们对我的生活都很重要，我们也都交换论文、材料与图书，我向他们学习很多。不结盟运动对我来说又格外重要。我自认是社会主义者，但不消说，我这种社会主义的理念，与我在东欧的经验，并不相同。这样一说，它也是一种「第三条路」，同时也考虑要在意识形态这边，试图找个第三条路。我没有那么天真，我知道有很多社会主义者、托洛斯基派的人等等，也会用第三条路这个标签，但他们其实是背叛了社会主义。但实情仍然存在：这也是何以不结盟运动，对我很有吸引力的原因。

同时，我也卷入和平与战争的议题，非常之深。这是理由之一，敦促我理解不结盟运动，是在作些什么事情。他们的根本心向，是要不用武器，解决国际争端。这是不结盟运动的起源，是在 1955 年在印度尼西亚万隆召开会议的初衷。说到和平与战争的问题：它们可是占据了我所有的学术生涯，也就是说，从 1970 年一直到现在。我最新出版的近作，正就是讨论这个主题，书名是《媒体作战中——战争中的媒体》（*Medien im Krieg – Krieg in den Medien*）（ISBN：978-3-658-07476-0）。

JAP：你提到了「信息自由流通」这类的概念，这也就连结到了文化帝国主义。在你看来，这些概念今天还重要吗？你也说了，如今人们对这些概念的辩论，已是明日黄花，但归根就底，它们还是与世相干的概念吗？

JB：在核心国家如美国或欧洲，再也不相干了。不同的开发中国家发生了哪些事情，我并不清楚。在我看来那里有不同的变化与发展。中国人非常注意文化帝国主义的存在，因此在这块领域非常活跃。就举个例子：北京奥运后，

中国感受到公共关系与媒体灾难—对于中国人来说，全球传媒以非常负面的方式报导北京奥运，实在是灾难一件—中国事后的作法之一，就是开办央视英语频道，面对中国以外的世界，要用英语让全球社群对中国有所认识。他们知道在干些什么事情。中国也是《关税贸易总协议》（GATT）的会员，相较于先前，好莱坞据此可以有更多电影进入中国，又因为中国比起以前更为开放了，他们自知必须「走出去」。

所以，我认为所有这些辩论早就在德国与美国为人遗忘，当然是因为政治理由，还能有些什么理由。但我想，对于开发中国家，这是不是真是这样，不好说。你得想想「南方电视台」与诸如此类的广电活动，你再想想委内瑞拉的角色，我有个感觉，心想他们并没有淡忘这些讨论。他们在这个方面或许比我们在欧洲所想，更为活跃积极。

JAP：（译按：欧美国家不重视是一回事，）但就概念上怎么说呢？信息的自由流通本质上是指文化与传媒产品的自由经济流通。比起从前，如今这是更加明显了。有了这些你也提及的所有这些国际协议...怎么说呢...这是清楚的层级，涉及谁能被人听闻，甚至还有更高的一些层级。并且，还有新的科技。

JB：是的。这些话语的残余如今是还能出现，就在北美与欧洲谈及「跨大西洋贸易与投资伙伴协议」（TTIP）。这里，再次进入讨论的问题是，文化是不是要进入，成为 TTIP 的一个部分：法国坚持要将文化排除，这是法国的传统角色。德国采取非常新自由式的立场，若要让文化成为 TTIP 的部分规范，德国根本就没有问题。这样说来，是，在某个方式这还是辩论的议题，但再也没有先前曾经有的份量。

还有，你得看看整个联合国教科文组织，它的财政瘫痪了，也没有要去处理政治成分吃重的议题。

JAP：在 1980 年代就这样了？

JB：是的。这些辩论从联合国教科文组织，移转到总部设在日内瓦的「国际电信联盟」（ITU），这样一来，这些议题进入各个信息高峰会议的时候，就完全去政治化了。ITU 对技术基层设施的问题，是在处理，但不再对此有任何的政治经济学面向。并且，你还甚至会发现，许许多多左派，（我会这样说，）也是去政治化了，他们日思夜想的是每个第三世界的人，都会有部计算机，也都在用微软、谷歌，也上亚马逊网站；他们都在想，要是每个人都能上网，那就好了，以为这是本质上的好事情。这当然实在是太天真了。

SBS：所以，1984 与 1985 年之际，英美相继退出联合国教科文组织，以示他们的抗议，这些事件对于批判研究者所造成的效应是些什么？

JB：我倒是对这个发展挺乐的。

SBS：你是这样的反应？

JB：当然。我们发起了运动，最后促使美国退出联合国教科文组织，我是这个运动的参与者。这真是货真价实的政治成果！我们因此就能公开向世界展示与说明，他们的利益是些什么。

SBS：但是我们曾与白瑞达·巴夫力克（Breda Pavlič）讨论，（译按：这位 Slovenia 学者）当时任职于 UNESCO。她说，整个效果并没有带来好处，因为 UNESCO 的反应是，「我们就把整个 MacBride 所设定的议程拿下，我们埋了它，祈祷他们返回，不要整个毁了 UNESCO。」<sup>7</sup>

JB：不过，这就是白瑞达与我的差异。她是在 UNESCO 内部做此议论，我是从外面提出看法。并且，我们还得弄清楚，美国在 1984 年底离开 UNESCO，并不太能够说是美国心甘情愿，出自己意的志愿决定，更多的原因是资本主

---

<sup>7</sup>譯按：參見張時健（2016）。〈美國進出 UNESCO：過程與原因〉，《傳播、文化與政治》，3:163-173。

义在那个阶段的结构必要性使然。欧洲法庭在 1974 年就有裁定，宣称电视不是文化，而是一种服务，可以当作商品看待，当时美国就是这个看法，现在还是：所以，从这个观点看去，整个有关 NWICO 的辩论就是历史的时代错置、落伍了，是一场假的战斗。站在 UNESCO 理想主义者这个层次，人们还是抓紧文化不断发声，只是生产力所已经达到的历史阶段，早就是在说电子基层设施与科技了。换个方式说，以一年大约五亿美元的预算，UNESCO 的经费比科隆大主教辖区、比汉堡市，或任何大型德国大学的，都还要少。假使摊开这些面向来看，UNESCO 简直就是小儿科，不足以成事啦。

SBS：但白瑞达说，最重要的是英美两国根本就没有真正离开 UNESCO，他们只是把钱拿走了。

JB：是这样。

SBS：通过他们的卫星国，通过 NGOs，他们还是在施加压力，他们还是在控制议题的讨论，他们就只是把他们的钱，拿得一乾二净了。

JB：那个说法是对的。是的，我知道。我完全知道白瑞达是在说什么。我们还甚至可以说，美国退出后，自我检查的情形比美国还是会员国的直接检查，来得更为严重。那也是真的。每个人开会的时候，都在问，「若他们回来，我能做些什么？」

不过，我还真不知道有哪个大的国际事件，使得美国不得不公开引退。我的意思是说，政治上，这实在是相当成功。我们很难找到还有一件事件，可以与之比拟。

SBS：所以，在这个领域从事研究的批判学者，领受了哪些冲击？因为这些研究也是由 UNESCO 赞助的？这很重要吗？

JB：在国际传播这个领域，或是研究开发中国家的传媒，在 1990 年代初期停止了，但是基于完全不同的理由。停止的原因是东欧再也不是可以让人选择的社会主义方案，另类选择没了，所有关于传媒的项目（比如，德国各大政治基金会所赞助的）通通停止了。在安哥拉、在莫桑比克，或者在玻利维亚，我们再也没有敌手，东德也不再存在了。无论是在德国经济合作部，或是在弗里德冷战敌对系统的结束，里希·艾伯特（Friedrich Ebert）基金会，我在 1990 年代初期都很清楚被这样告知。所以说，（译按：冷战）敌对系统的结束，才是解释这场活动与争论戛然终止的理由。

SBS：是因为不同阵营都在角力，要防止开发中国家投入另一阵营吗？

JB：是，正是如此。我这里有个轶事趣事，有趣得紧，你可以记下对外发布。1980 年代早期，我有四年的工作与学术教研无关。当时我为「法兰克福书展」工作。这个书展有个很大的部门负责国际活动的推展，彼时我负责在新德里的书展庶务，德国书商在那里租用了大型场地。那个时候一定就是 1980 年。开幕那天，我来到了新德里的展览中心，我们将所有摆设与图书都作了安排以后，德国大使馆的文化参事当天也在八点来到，他把我拉到一旁，说：「贝克先生，烦请你找个人到第四大厅看看，东德展览场使用的面积，是不是比我们来得大。」这个动作说了很多事情。第三世界国家就是西方与东方敌对阵营的棋子。这个故事让人喜欢。

SBS：但是从那个时候至今，我得说全球的政策正好是向相反的方向移动，背离了不结盟国家的创立宗旨。我们看到了商品化、各国规范架构的逐渐协调，为的是要让跨国公司更容易进入...等等。

JB：是的，你这样说非常贴切。我们在 1970 与 1980 年代发动的许多战役，是输了。确实是这样，甚至是大多数都输了。但这里涉及的本质是什么？我同意你的分析，输在国际输在本国。就举个德国的例子。德国的富人与穷人的落差，每一年都在改变，相当戏剧化。就在我所居住的城市，我不知道确

实数字，但总有一百或两百个没有工作的「醉鬼」，里面并且有些是女性。你还可以看到，人们如今无力地很，这在社会民主党与工会还有力量，能够制衡企业主的利益，不可同日而语了。这些制衡的力量如今并不存在。在二战之后，在此之前是没有的，曾经存在或许有、但没有长于四十年的社会福利国家，也是不再灵光了，社会福利国家在本国或国际层次，都消失了。所以，我们左派在许多战役都失败了。是的，这是真的——这个事实我能同意。我们必须重新再次开始。

SBS：你自己倒是一直在政治阵线，积极活跃。

JB：没错。目前我是这个城市的议会代表之一，我不是党员，但立场是在左派的政党。我们在 2014 年的地方选举赢得三个席次，甚至都比自由党来得强大。在这个城市，我是文化委员会主席。我试着想要实现一些小的改革项目，就说些例子。我们的城市有个挺大的土耳其裔社群。我的企图是，要推出更多的土耳其语之文化项目，要让这些进入土耳其小区，以及在土耳其科学家与学者之间推进，假使能够达成，他们就能感受到得到了认真的对待，也会开始参与相关事务。这是很小的项目，但我认为有此必要，因此也就试着要努力使其执行。只是整个过程确实遭遇很多阻碍。假使你在政治上很积极，总会遭遇到障碍，此时就得与人结盟，寻求协助。我依然拥有整个网络，联络人群。

JAP：你提及自己自认是一位社会主义者。那么究竟你，特别是在德国的脉络下，是如何长成一位激进的学者？毕竟，假使你随波逐流，会让日子更容易一些？

JB：当然是这样，但人们都知道我是有点顽固，对此我挺觉得自豪。由于我的这个定位，有时我的妻子会觉得挺头疼。我之成为我这个定位，有不同的理由。首先，你得知道家父是德国军队的军官，他在 1945 年崩溃了，政治上崩溃，心理精神状态也崩溃。还是很小的时候，我们每当讨论到政治的时

候，我已经相当认真，我们其实也都一直在谈政治。他的转向相当认真。他成为积极从事的社会民主党人，也是一位工会投入者。他在 1945 年在他的城市与伙伴共同创建了社会主义学生运动。假使你觉得这样说让你心喜，我应该说从很早开始我就是反法西斯主义者。这是我家族传统的一个部分。

下一步就是进入大学，多少有些偶然。教我政治学的老师当中，有一位是马克思主义者。就这样我的生涯在专业上，就有了这些刚刚已经谈及的特殊性，于是我也就走到了这个特别的立场，因为，走了这么多开发中国家、体验了贫穷，在印度贫民区有了见闻，是真会让人有所思考的。你可能会变得傲慢，也可能成为犬儒，或者，你会成为激进份子。历经这些接触与生活，你就只会有这些可能性。以我自己来说，这些经验是以某种方式，让我走向激进，现在我已经垂垂老矣，我甚至更激进了，因为我一无可失。我的一生已经完成我所能成就的事情，家庭很好，子女很好，孙辈也很好，我有住房，我有汽车，该出版的文字我也已经出版...我不知道有多少...接近 600 篇文章，60 本书...

所以我这样的人还能作些什么？我能激进，因为再也没有任何事情会让我害怕。

JAP：1990 年代之后、在冷战结束之后，我们可以说许多批判学者转了向，有些变得保守，有些走向自由派。难道你从来不觉得会更容易些，仅需...

JB：不是这样，非也。或许对我来说是太晚了。当时我已是局外人。假使我真转向，也不会因此让人觉得我就可以相信了。没有人会相信我（笑声）。所以我得坚守城池，我从来没有想到要改变。

JAP：但你也说过，你从来没有想要进入德国学界而后经营之。这是因为德国学界流于壁垒分明的科层划分，或者还有哪些理由？

JB：没有更多的理由了。我想这是因为我不肯有任何的相机行事，不肯遵从特定的一些标准与价值。你得进入一个政治圈圈，特别是在社会学科更

是如此。我是说，我不是化学家，而是在社会学，这就意味你得是特定群体的圈内份子：这可以是政治性质的一大多数时候确实也是政治性质的—这也可以是某种思想派别的，比如就像诺艾尔-诺依曼那样的派系。我一直拒绝成为圈内人之一。你可以说这是一种资产阶级的知识菁英作风。就这样说吧。我就只是不愿意被整编进入，我要做我自己。或许这是有一丝个人主义的风格，但它也确实是我出身资产阶级背景的一环。

不过，你同时也得知道，我从法兰克福搬迁到了索林根（Solingen），是从大型的都会城市，来到了小资产阶级环境，那里可没有多少知识分子，这样一来我就面对了下列的问题：我在索林根这里能到哪里找些同伴，这里可没有大学。所以，这就是我积极投入，激活我的工会成员之身分，这就对我起了很大的改造作用。具有教授资历也有学术背景、正常的工会接纳了我应该代表...我是这个地区的工会主席团的一员，我也是这个城市的工会运动之许多议会的成员。对我来说，要让超级市场、或从工厂找来信任我的会员，会相当困难。我想这段经历改变了我。这让我对生活有了新的观念，会从很务实的角度审视，这也让我不再待在学院世界的象牙塔，这也是很好。所以，可以说我生活在不同的世界，能有这个福气，我很高兴。我搬迁至索林根，是因为内人的关系，我就此有了这段经历。

JAP：假使更为抽象地看待：在你看来，批判的学术会是什么？你已提及，对于任何一种研究，历史与经济的视野都是基本要求。那么在你看来，批判的学术要怎么区别自己...？

JB：我给你一个简单的回答：要追求一种生活，使正义与自由的平衡，能比现在我们的体验要好过许多。今天我们只能拥有空洞的自由口号，你从先前我提及有关我那本书的经验，就可以知道。至于正义，我们不再拥有了。

对我来说，社会主义必然就是要让更多的人，参与政治的决策过程。要让他们直接参与，要避免代议模式，直接让人们有权。要让人们得到可能性，让自己为自己做些事情。这很紧要，这样才能理解我现在写些什么、做些什么。我不知道我是否真正做到这个目标，但这是我的衡量准绳。当然，这也

包括 – 这里要给出社会主义是什么的另一部份的答案 – 要给国家机器远远大于现在的空间与可能性，不仅只是当前对经济的规范。重新班师回朝，要回完整的社会民主福利模式。对于银行系统的公有产权，我毫不反对。何以银行需要由私人营运？这件事我从来没有弄懂。我不会将各大企业公司私有化，虽说反垄断战略当比现在更为需要。我们有利伯维尔场，那么就得起市场力量得到发生作用的空间，因为当前的市场做得并不好。我们生活中的大多数经济面向，你并没有看到市场力量：你看的是各大垄断企业，你看到的是政府与企业之间，关系奇怪。能源部门、农业部门，你在这里都没有市场模式。我们就来些市场模式，我没有反对市场，但请让市场运作。

反垄断战略非常重要。对于我目前的小区政治来说，那也是非常重要 – 虽说我想自己无法完成这个目标 – 要让地区经济力量有更多控制权，要试着避免对国际公司产生太大依赖，这类公司在我们这个城市有好多年了，从零售部门到营建部门...等等，都有他们。

我说，所有这些都是我的社会主义之部分。

SBS：那么你又怎么看待工会运动，或者有组织的劳工？因为这股力量处于防卫已经超过了二十年，至少在已发展国家，就是这样。

JB：那确实很是怪异：一方面工会在防卫，与此同时，工会又心甘情愿或不甘愿地，是在扮演非常罪恶的角色，它与资本相互合作。特别是在德国，假使你看整个世界有关一年的罢工统计数字，德国几乎没有什么罢工可言。我们的工会运动属于那种谨小慎微，肯认现状那一种。即便是这幅德行，不从事工会工作，还是不成。在担任工会工作时，我输了多场战役。是的，我输了很多战役，但不只是...我给你说另一个例子：服务业工会过去几年来，失去了许多会员，我在这类工会很是积极活跃。但是在我居住的这个地区，是德国各工会区域最称稳定的地方之一，这从会员统计可以看出。部分原因是我的工作成果。我们当然是以集体的身份从事。我们有能力组织工会成员，在索林根最大的街道路口，让交通停顿——我们是成功地有过这些纪录。还有，我负责安排整个系列的公开讲演或授课，我们甚至从德国以外的地方，

邀请讲者前来。我们建立了很好的名声，因此我很容易就能从大学邀请到知名人物来这个系列讲座。

所以，我是知道工会运动遭遇所有这些困难，我也知道我们丧失了城池，但我们还在内部战斗。

JAP：在你自己的那场讲演，你提出了相当挑衅的说法，你说我们再也不是生活在民主之中。

JB：那不是挑衅，只是正确并且诚实的描述。我们都知道，许许多多年来，我们也都知道这是事实。这还不仅只是因为美国国家安全局（the NSA）<sup>8</sup>，那只是冰山的一角。

JAP：那么传播科技在这个方面扮演了什么角色？因为传播科技往往以乌托邦的形象在世人面前出现，当它们是使社会民主化。

JB：但就如我在讲演中所说，传播科技同时扮演了多重角色。所以，我们不能只是说传播科技，我们还得同时讨论，是在哪些社会条件下，某些科技被人使用与部署。

JAP：这一点常遭疏忽遗忘。

JB：当然是这样。福克斯（Christian Fuchs）讲演时，称之为「科技决定论」，说得很正确。没有任何科技自己就会这样做，那样做。

不但有 NSA 引出的议题，我们在西欧的许多国家都在目睹两大政党的角色正在崩解中。我们再也没有一个强大的保守党，我们也不再有了民主党。并且，你在很多国家还真看不出，这两个政党有些什么差别。这就造成了很多结果，其中之一是人们不再想要投票了。你就看看美国的情况，美国人只

---

<sup>8</sup> 譯按：似乎是指 2013 年美國情報單位前雇員史諾登（Edward Snowden）揭露美國國家安全局（National Security Agency, NSA）不但對其國民，也對德國等友邦元首實施監聽所引發的連串議論。

有 45% 参加选举投票，就能选出总统。我们如今也将这个结果当作很正常。可这一点都不正常，这是我们这个系统的正当性，要有戏剧般变化的征兆。有些东西是在崩解了。当然不是今日至明日就要崩解，这事一个渐增无声的过程，缓慢但确实无误。

另一个结果就是你也看到了，新法西斯运动在法国、荷兰，以及在奥地利这里的兴起。... 在这里有某些省分在上周日有选举，「自由党」这个新法西斯主义政党变得相当强大。你还记得，我在因斯布鲁克大学工作了 12 年：我因此知道，新法西斯主义者在奥地利，比起我所知道的德国，来得更有攻击倾向。反穆斯林言论在这里真是仇恨言论。我还记得很清楚，那些新法西斯主义政治人的面貌，有位女士在没有任何事情发生的情境下，居然还能公开说，「我希望土耳其男人干羊，不要再干我们奥地利的女孩。」在公开场合这样说。许多人还为她的言论叫好。我从来没有在德国听人公然说出这种话。

SBS：不过，与此同时，还事有进步的力量在某些国家取得了阵地。

JB：是，在西班牙，在希腊。

SBS：在巴尔干半岛也是。斯洛伐尼亚 (Slovenia)，还有克罗地亚 (Croatia)，在这些地方有小的政党有所进展。

JB：这样就够有意思了，我还没有意识到巴尔干半岛的情势！但我要说的是，现在希腊所在发生的事情实在太赞了。到目前为止，这个政党不但赢了选举，并且已经执政四、五、六个月了，它已经成功地抵抗了欧洲联盟执委会的压力。我不知道他们还能挺住那个政治路线多久，但他们是在尝试。那样就很赞了。

SBS：你所叫好的希腊「激进左翼联盟」(Syriza)，高戈基思 (Stathis Kouvelakis) 在其左翼平台写了一篇文字，不知你是否知道。高戈基思反对 Syriza 领导人

齐普拉斯 (Tsipras)，指他对三巨头 (Troika)<sup>9</sup> 投降太多，但三巨头却要得更多。高戈基思说齐普拉斯已经答应他们的要求，却没有让希腊人民表示意见。这就是说，他已经同意跨越红线。

JB：可能是这样。十四天后我们再来看看这些文件。妥协是最有可能的结果。极左派会攻击他...也许它也同时还能保有一些回旋空间，在新自由主义之外，开启新的政治动能。比如，工会问题：让人相当有感的是，希腊政府无法不签署的最后这批契约，处理了工会能否规范税率这个议题，这是宪法不容许的，让人难以置信。由于从所谓的三巨头拿到这笔钱，希腊政府竟可以依据为此而签订的法律系统，取消宪法权利。最近这两天，我从报纸读到的理解是，假使工会运动再次被挤压至一无相干的政治角落，他就不会签署契约文件。我们就等着瞧。我能理解你的狐疑，我也有这样的狐疑。同时得理解的是，他是一位行动派的政治人。只要是在执行实际的事情，你的手就得弄脏。你无法要从事政治，又要手脚干净。

SBS：左翼反对派说，基本上希腊政府愿意进入协商，就是非常天真了，你会同意这个评断？

JB：我认为他们不会那么天真。我读过一篇长的文章，得知希腊财政部长瓦鲁法克斯 (Yanis Varoufakis) 的学术背景。先前我不知道他是霍布斯邦 (Eric Hobsbawm) 的学生。<sup>10</sup>我对霍布斯邦有极高的敬意。曾经就学于霍布斯邦的人会太天真，我很难想象。我是真尊敬他。他绝对不会天真让人玩弄。他是卓越的知识分子，这个身份比他的左派身影更为突出。

我们也是有些食古不化的愚蠢、教条左派，他们所知不多。我对瓦鲁法克斯的感觉、我与他及他的工作之接触经验是，他知道自己在做些什么，他

---

<sup>9</sup> 譯按：另譯三大債權人，指「國際貨幣基金」(International Monetary Fund, IMF)、  
「歐盟」(European Union)，以及「歐洲央行」(European Central Bank)。

<sup>10</sup> 譯按：2015 年 8 月 24 日瓦魯法克斯 反對三巨頭的第三次方案，退出希臘執政聯盟，2016 年 2 月他發動「歐洲民主運動 2025」(the Democracy in Europe Movement 2025)。

是在与德国财政部长朔伊布勒（Schäuble）之类的政治人较劲。我自己也对这类角力乐此不疲。我对无政府主义，以及在失序中干活，都有一些些同理心。这实在太赞了。

JAP：我想我们应该就此打住（笑声）。

SBS：这是很好的结论，我想。



## 由搖滾飛地到異質空間： 台北、北京的傳奇 Live House\*

簡妙如\*\*

### 本文引用格式

簡妙如 (2017)。〈由搖滾飛地到異質空間:台北、北京的傳奇 Live House〉，  
《傳播、文化與政治》，6: 225-235。

---

投稿日期：2017年3月8日；通過日期：2017年10月1日。

\* 本文原為日文版的讀者所書寫，將收錄於『東アジアの質的研究をつくる 一日  
韓中台越クロストーク』(東亞質性研究)一書，預計2018年上旬出版。

\*\*作者簡妙如為中正大學傳播學系教授，e-mail: mjjian@gmail.com。

2012 年 7 月 15 日的下午到午夜，台北的师大公园附近一家著名的 Live House，地下社会 (Underworld)，里里外外聚集了上百位乐迷及独立音乐人。但现场都是悲伤及气愤的心情，因为他们参加的是地下社会的「告别音乐会」。在地下社会 (以下简称「地社」) 宣告要歇业的那一个月，许多人在 FB、部落格、社群媒体中不断撰写对于地社的回忆，诉说着它的价值与重要性，把它比喻成，就像纽约已消失的 1970 年代传奇音乐场地，CBGB<sup>1</sup>。乐迷、音乐人及经营者们也在抗议的行动中，控诉政府的无能、向文化部长及政治人物、媒体寻求协助。

相较于较有商业价值的流行音乐，Live house 其实是规模很小的次文化音乐场地。不同的城市，都有这些不为大众所清楚知道，但独立音乐、小众音乐的爱好者，却把它们当成像是家或是社团一样的地方。西方有一些理论家，也研究都市中的音乐次文化 (Shank, 1994; Straw, 1999)。他们用「场景」(scene) 这个词，来说明这种都市里的小众及独立音乐的空间、群体，以及他们所创造出来的风格及象征意义。场景能说明某一特定时空中，某些人群所创造出的音乐风格、认同与变迁；它既有在地的小众文化的一面，也有全世界都很像的都市变迁的那一面。我特别感兴趣的，是一些被视为「传奇」的 Live House。在城市里，总会有几个代表性音乐场地，被特别记得。原因并不是它的地点或空间内部设计有多特别，反而是与这个表演场地有关的人、特殊的音乐风格与气息，形成了一段反复被人们传颂的历史。我想认识及了解这些被特别记忆的 Live House，想知道他们为什么重要？以及为了什么缘故而消失。

我选择了两个我比较能掌握的东亚城市，台北及北京，作为开始。这两个城市近年来各自有一个被赋予传奇地位的 Live House，一个是台北的地下社会，一个是北京的 D22。他们都曾经被称为是当地的 CBGB，但在一段时间后，他们也都分别歇业了。与其只是收集二手资料及文献，我更想由圈内人口中了解二者的历史定位，在田野中建立知识，并发展文化研究取向的批判性理解。质性方法，也比较适合这种小众、地下文化的资料收集。我在 2010

---

<sup>1</sup>1973 年創立於紐約的酒吧，是紐約龐克音樂及新浪潮的發源地，搖滾音樂史的聖地，2006 年結束營業。

至 2015 年間，持續地在台北及北京兩地進行獨立音樂的田野調查。除了看表演、收集相關資料外，針對這兩個 Live House，我也訪問了相關的樂團、經營者、音樂活動主辦人、以及樂迷等，以了解他們在圈內人心目中的意義。

我的研究方法，常被我的同事們所羨慕。因為我总是去看表演，跟樂迷一樣被很大聲或很奇怪的音乐轰炸，在表演结束后继续留着跟音乐人、乐迷朋友聊天，直到深夜。但其实，这就是次文化音乐场景的研究方法。田野调查强调亲身的参与观察，进入场域了解其中的语言，也有身体的交会及感知，来回穿梭在局内人及局外人的视线及感受中，再整理出对研究问题、研究关怀的回答及思考。以下我将先介绍这两 Live house 的故事<sup>2</sup>，最后提出我的论点。

## 壹、东亚城市中的传奇 Live House

2010 年，我注意到自己喜欢的许多台湾及中国的独立乐团，都经常在两个有点像的音乐酒吧中演出：台北的地下社会，以及北京的 D-22。这两家 Live House 都不大，仅能容纳 50-200 人，外观及设备一点都不高级，但在当地的独立音乐次文化圈子中，却很常听到：「最喜欢去地社」，或是「我们都在 D22 演出」这种话。可是，当我有机会在 2012 年去北京时，D-22 却已经歇业；同一年，地下社会也出现第一次的歇业宣告，虽然曾暂时存活，但 2013 年还是正式地结束。然而，这两个场地都已死亡，但却像还「活着」一样，不断地被人怀念，或以不同的方式继续存在<sup>3</sup>。我发现，两个场地的历史，其实代表了台北在 2000 年前后，以及北京在 2005 年前后，当地摇滚音乐场景

---

<sup>2</sup>關於這兩個 Live House 的研究，我已發表為英文文章 (Jian, 2017)，以下關於地下社會及 D-22 的資料，便是改寫自這篇文章。但本文的研究問題、內文中的訪談引述及結論，則是全新撰寫。

<sup>3</sup>地下社會，變成歷史文件，出現在 2015 年台北的《造音翻土》藝術展中 (羅悅全等人, 2015)。D-22，原址已變成 pizza 店，2016 年該店辦了一場邀音樂人回店演出的紀念活動。台灣樂團 1976，在 2009 年就曾寫一首歌【地下社會】，描述地社的重要性。北京的樂團刺蝟 (Hedgehog)，2012 年也曾寫過一首歌曲，【伙計們真搖滾，那天我也在 D-22】。

的某些重要发展阶段与意义。而他们的结束，也说明了两个城市中的独立音乐场景正在面临的环境变动。

## 貳、台北，地下社会（1996-2013）

地下社会，由一群曾参与 1990 年学生运动的青年知识分子，在 1996 年成立。它位于台北市大安区的师大路，附近是台师大、台湾大学、台北科技大学等大学林立的文教区。在 1996-2000 年间，地社主要是作为艺文咖啡厅或酒吧，现场音乐表演还未固定，但却是学运人士、文艺爱好者、滞台外国人聚集的「家」，被他们亲切地称为「会社」（台语发音）。店内 DJ 经常播放具有独特偏好的音乐，是重度摇滚乐迷的刁钻品味，直到 1999 年，地社才开始常态性地安排乐团演出。

2000 年初，台湾的第一代及第二代摇滚乐团已发展了十年。这批乐团，如浊水溪公社、骨肉皮…，以及后来的五月天、闪灵，是以地下乐团的样貌，演唱原创的摇滚乐作品。他们的音乐风格包括流行摇滚、庞克摇滚、黑金属…等等，以中文或台湾话书写的歌词，很具有感染力也获得主流市场的肯定，唱片市场曾出现「乐团时代」来临的欢欣气氛。但这个时期的地下社会，却开始发掘更另类、前卫的新乐风及乐团。地社的股东之一、也是 DJ 林志坚（Randy Lin），在 2000 年成立实干文化（SCUM），帮一批新乐团制作唱片，交由独立唱片厂牌水晶唱片发行，包括台湾第一个女子庞克乐团瓢虫（*Ladybug*），后摇滚乐团甜梅号（*Sugar Plum Ferry*），以及英式摇滚风格的 1976…等等。这些乐团初期最常演出的场地，就是在地下社会；小小破破的地下室里，容纳了许多粗糙有力的庞克乐团、实验性团体，带来又挤又混乱的表演。地下社会的节目企画小摇（绰号）回忆：「那时大家都很喜欢骨肉皮，都把瓢虫、骨肉皮当偶像..然后浊水溪公社，大家都喜欢。…所谓的第三代乐团，就是都听水晶唱片的東西」（小摇，2015 年 2 月 1 日，本研究访谈）。这些多元又创意十足的音乐氛围，带动了 2000 年后台湾更多第三、第四代乐团的出现。

2000-2005 年間，是地下社會的黃金時期，每周三、五、六都有表演。這段期間，地社充斥各類風格各異的樂團演出，以及各種有趣主題的 DJ 音樂派對。許多樂團在玩團初期，最想表演或最想挑戰的場地，就是地社。許多人在組自己的樂團之前，幾乎都曾在地社喝酒聊天，在樂團表演結束後還繼續在那里玩 (hang out) 直至天明，然後某一天自己也組了團，成了表演者。薄荷葉樂團的主唱回憶：「地社是一個很歡樂、很自由的地方，器材破破爛爛，聲音糊糊...每次去都很開心，他們有一次整個大淹水地板都爛了，因為漏水一直導電，我連彈吉他都被電到(笑)...如果這種事發生在 The Wall 你會馬上發飆，但因為發生在地社，你會覺得：這就是地社嘛！好好笑....」(林倩，2010 年 2 月 25 日，本研究訪談)。鼓手也表示：「地社某種程度上，就是保有獨立音樂的實驗、跟獨立樂團那種比較粗糙的精神」(鄭凱同，2010 年 2 月 25 日，本研究訪談)。地社的獨特氛圍，被稱為是地社 Tone；而上台上台下玩在一起的音樂人、愛樂者們，則被稱為地社挂(何東洪，2015)。這些人對地社的認同，來自於許多人在這個場景里，曾經交流、共享的另類情感、體驗與價值觀，以及某一段自己的青春歲月。

圖一：台北樂團 Skip Skip Ben Ben 在地下社會表演，2012 年 11 月 23 日



數據源：作者攝

然而 2000 年中期之后，台北及整个外在社会的环境，却悄悄产生变化。2000 年起台北市政府开始举办免费的跨年晚会音乐会，具现场演出实力的摇滚乐团经常受邀演出，地下乐团不再只属于次文化圈。同时，台北几个有现场音乐演出的场地，开始被称为台北四大 Live House，在地社外，还有女巫店 (Witch House)，The Wall 及河岸留言 (Riverside)。去 Live House 听音乐，成为都市中产阶级都知道的休闲娱乐活动。但是，新的限制也开始出现。2007 年台湾通过烟害防制法，同时严格取缔酒后驾车。这些新的治理手段，使音乐酒吧中的烟酒消费大为降低，间接地改变了乐迷的组成及音乐风格。地社的股东、DJ，也是音乐社会学者的何东洪感触最深：「2012 年发生事情的前两年人已经非常少了，除了看乐团以外，看完就全都跑掉啦，没有留下来喝酒。...每次来的都老人，都老人喝酒，年轻人不喝酒，也没有人跟你在那边哈啦...」(何东洪，2015 年 2 月 1 日，本研究访谈)。此外，台北市在 2004 年开始进行「都市更新」，将老房子改建为新大楼，地社所在的师大夜市商圈，是热门的更新区域，涌入更多的人潮及店家。在三、四年间，商圈里商店由 200 多家增为 700 多家，房价与房租也不断上涨。中产阶级居民不满居住质量恶化，向政府施压，取缔没有合法执照的商店。过去只登记为小吃店的地下社会，也成为师大商圈争议中被波及的店家之一。同时期，政府所推动的「文化创意产业」，也将公有空间出租，经营可容纳 800 到 1500 人的中型 Live House。许多乐团便跳过地社，选择到更大、更安全、更专业的 live house 演出。地社在 2012 年，开始收到违反营业登记、违反消防安全法规的罚单。虽然他们发动抗议，得到 400 多位音乐人及支持者的声援，以及媒体报导、文化部长的关切(张心华，2012 年 7 月 9 日)。但 2013 年，在不友善的大环境压力下，地下社会还是正式结束营业。

### 参、北京，D-22 (2006-2012)

D-22，创设于 2006 年的北京五道口，比地社晚十年，是个最多可容纳 200 多人的音乐酒吧。当年正是北京奥运前夕，世界目光都聚焦于中国，而北京也需要一种向世界开放的姿态，D-22 可说是这个历史时刻的幸运儿。五

道口有北大、清华、北航、外语学院…等 8 所大学及高校林立，聚集众多年轻学生、外国留学生，以及各式青年次文化。创办人 Michael Pettis 于 2002 年由美国来到北京，是北京大学兼任的财金教授，也是一位金融专栏作家。他在北京的音乐现场中发现了几个深具潜力的新乐队，于是开设 D-22 让这些乐队表演，更创设独立厂牌——兵马司 (Maybe Mars)，为乐队制作及发行唱片。

在 D-22 设立之前，北京的地下摇滚乐场景，早已蓬勃发展十多年。中国的摇滚巨星诞生于 80 年代后期，那是崔健、「魔岩三杰」等人的第一代中国摇滚，他们有全国知名度，但与小型现场演出还没什么关系。90 年代中后期，中国摇滚乐开始产生分化，相对于摇滚明星，地下摇滚被大众认知为一种边缘、另类生活的文化符号 (孙伊, 2012, 页 198)。这个时刻，也是各式小型现场摇滚开始崛起的阶段。五道口陆续出现几个代表性场地，如亚梦、忙蜂 (Buzy Bee)，或开心乐园、嚎叫俱乐部 (Scream Club)，河酒吧 (River) 等场地。知名的乐评人、音乐人颜峻这么说：「那开心乐园是很野的，然后，河酒吧其实并不是只有民谣，庞克也在那演过，电子乐也在那演过，他们很开放，嚎叫，它就是大城市的庞克…它们之间有一定的关联，但不是单线条」(颜峻, 2015 年 4 月 5 日, 本研究访谈)。可以说，1996 年到 2006 年这段期间，五道口的 Live 酒吧是中国地下摇滚音乐的中心地带。但这些摇滚场景在中国很少被一般媒体报导，对于大众而言，他们仍像是秘密场景、非常的地下。中国乐队 P.K.14 主唱杨海崧如此回忆：「D-22 恰恰是在最准确的时间里作了一些准确的事情…05、06 年左右，正好是北京最受关注的时候…其实 D-22 并不比之前做得更好，像亚梦，Scream (嚎叫) …只是那时没有媒体去关注他们。…D-22 跟嚎叫俱乐部、开心乐园…最像的地方…就是去的时候，你感觉那个地方像家，你可以被接受，你可在里面做任何事情，你可以随时去，你可以感觉很温暖或是有认同感，就是你的 community 的那种感觉」(杨海崧, 2015 年 4 月 5 日, 本研究访谈)。

2006 年，D-22 加入了北京摇滚场景，但却很快受到注目。D-22 开放、自由、热闹又前卫的风格，在北京的音乐酒吧中显得突出。加上兵马司所出版的乐团新作品，以「年轻中国之声」(Voice of Young China) 为口号，在国

际及本地的音乐媒体中都广被报导, Carsick Cars, P.K.14 等乐团, 很快拥有许多国际乐迷。同时间, 在奥运经济及中国崛起的带动下, 几个新的中型 Live House 纷纷在北京成立。包括星光现场 (Star Live)、愚公移山, 以及 2007 年由日本人投资成立的 MAO Live House。这些场地的规模较大, 可容纳 500 到 1200 人, 设备更专业、交通便利, 也更重视商业营利。去 Live House 听音乐, 逐渐成为北京与国际大都会同步的夜生活选择。在这样的潮流及转变中, D-22 反而以较为前卫的音乐取向, 以及不以商业化为目标, 而受到圈内人的喜爱。「我们现在都不去 MAO 是因为我们不想支持这些俱乐部... 他们只挑选那些他们觉得不错的乐队, ... 然后他们不会给任何一个新乐队一个机会... 但我们在 D-22 演... 可能也没多少人看, 票价也很便宜, 但我们就支持这个」(杨海崧, 2012 年 5 月 1 日, 本研究访谈)。

D-22 的音乐特色, 来自于几个新生代乐队, 如 Carsick Cars、刺猬、后海大鲨鱼、嘎调... 等。这批乐队更像 70 年代的纽约地下音乐, 唱很多的英文歌词、玩噪音、实验及后摇滚, 「分不出这是中国乐队或国外乐队」, 几乎是很多人初听时的共同感觉。这批新音乐人及乐迷们, 被称为是「中南海一代」(耳东, 2014 年 3 月 1 日)。代表着更年轻、更讲究生活质量的中国摇滚新生代, 他们使用网络、英文及社群媒体, 更希望走向全球化及多样化。另一个 D-22 的音乐特色, 则来自于每周二举办的实验音乐演出, 燥眠夜 (Zooming night)。许多想玩前卫音乐的音乐人、学生、业余人士, 都能来一试身手, 或是即兴上台共演。这项演出经常是免费门票, 或是只收 30 元人民币的便宜票价。但没有意外地, D-22 几乎一直是亏损连连, 虽然最后一年曾经转亏为盈, 但 2012 年 1 月却因为租约到期, 只好结束营业。2012 年的 5 月, 兵马司在北京市中心的鼓楼, 创立另一个音乐酒吧, 小萍 (XP)。

然而, 中国音乐场景的大环境也已有变化。一方面 D-22, XP, 愈来愈像是一小圈音乐人自己玩音乐的乌托邦, 一般乐迷较难亲近。颜峻如此评论: 「D-22 那批乐队, 你会看到... 就是年轻人他们最低限度的一种顽强... (也就是) 我真的没有太多东西要表达, 但你也不要想消灭我。... XP 破破烂烂, 表演的乐队都很低调」(颜峻, 2015 年 4 月 5 日, 本研究访谈)。另一方面, 中国的现场音乐场景, 则愈来愈走向商业化及产业化, 不再只是次文化及地

下经济。2008年，中国最大的独立音乐厂牌摩登天空公司，已藉由创办草莓音乐节，以及一年约200场的Live House演出，将现场音乐，推动成为中国音乐产业的新主流，吸引了巨额的国内外资金投入。于是，中共官方对于音乐场地的合法化，以及制度化的控管，也就愈来愈高。2014年起，XP开始受到官方的注意，不时来检查。由于XP根本不是正式场地，终于在2015年7月结束营业。

图二：北京乐队吹万（Chui Wan）在XP表演，2012年5月1日



数据源：作者摄

## 肆、结论：由搖滾「飞地」到都市「异托邦」

地社、D-22的传奇，正好是他们的共同特质。可以说，他们都不是以获利能力、反而是以其场地本身的独特气息、音乐品味及人群特质，成为城市中某一段历史时空下的次文化代表。正如杨海崧所说：「所有的音乐场景都是有规律的，就是一开始有一个...慢慢的地下状态，几乎很少人知道...然后

一旦慢慢的被很多人知道后，其实这个时代就快结束了，这个场景已经快结束了...这个事情一再地发生...，几乎是个宿命的感觉」(杨海崧，2015 年 4 月 5 日，本研究访谈)

这类 Live House，可以说是东亚城市里特有的摇滚飞地 (rock music enclave)。飞地是个比喻，并不是指这些空间的主权真的属于另一个国家，而是因为东亚国家的摇滚乐，经常处于作为西方摇滚乐文化的殖民地。这些出没于摇滚乐 Live House 的人，相对都市里的本国居民，的确很像是内在于城市里的「另一个国度的人」。他们自己的一套音乐语言、美学符号及品味，玩着与欧美国家或世界各地的摇滚乐团，都更加亲近的音乐类型。当然，传奇 Live House 作为摇滚飞地，也是隐喻着他们与所处社会的疏离 (或，格格不入)。地社及 D22 的音乐品味都较为另类、小众，也不擅于商业经营，成为传奇，就意味着曾经很特别而令人印象深刻，但在现实中却终究无法存活的命运。

换句话说，传奇 Live House 作为城市中的摇滚飞地，其实是一个非现实的音乐乌托邦。但乌托邦 (utopias) 的用语其实并不适合，因为它从来都不是指真实的地点，而是我们想象的完美天堂。可是传奇的 Live House，在城市中一直是真·实·的·地·点，不同于乌托邦，它一直都在。

因此，我想用法国哲学家 Foucault 有关于「异托邦 / 异质空间」(heterotopias) 的论点 (Foucault, 1984)，来说明传奇的 Live House 的意义与价值。他说人类的文明里，一直有些地点的设置，是为了完全不同于其它地点的日常性功能，可称之为「异质空间」。异质空间，就像一面镜子的存在，在镜面的虚幻之处、映照真实。举例来说，图书馆、博物馆，就是一个异质空间，它们试图收集所有时间的累积。但节庆或渡假村，就不是为了追求永恒，反而是为了追求绝对的、暂时性存在的异质空间。Foucault 最后举了「船」作例子，它是个飘浮的空间，一个没有地点的地点，是最完美的异质空间。他认为 16 世纪以来西方世界寻找殖民地所发展而出的文明，就是以「船」这样的异质空间所带领的，它同时是经济开发的工具，但也储存着一切的梦想。而他警告，「如果我们的文明里没有船只，梦想就会干枯。秘密检举会取代冒险，警察会取代海盗」(Foucault, 1984, p.9)。

我认为，传奇的 Live House，就像是城市里的「船」，是让我们的想象力可以自由飘流的异质空间。传奇的 Live House 堆栈许多时间，比如那些照片、海报，墙面、厕所里的涂鸦，被香烟熏黑的天花板。它也上演许多精采的一瞬间，音乐人的冒险曾经在此付诸实现，承载梦想，也映照出现实生活的苦闷或难以忍受。所以，当我们的都市都愈来愈朝向仕绅化 / 上流化 (gentrification) 发展、愈来愈秩序化时，Live House 就会只被视为营业空间，是需要政府看管及监控的地点，是音乐演出营业的场所，再也不是「船」。Live House 作为异质空间的特质，以及它所能保有的想象力，也就不见了。检视了地下社会及 D22 在东亚城市中的故事，我感伤的不是物换星移、人去楼空，而是我们的想象力，也许会愈来愈无处可去。这，才是问题。

## 参考书目

- 耳东 (2014 年 3 月 1 日)。〈中南海一代 (2014 Edition)〉，《百度百家》。上网日期：2015 年 3 月 25 日，取自 <http://erdong.baijia.baidu.com/article/5615>。
- 何东洪 (2015)。〈独立音乐的情感认同与危机：「地下社会」的生与死〉，罗悦全 (编)，《造音翻土：战后台湾声响文化的探索》，页 138-143。台北：立方文化。
- 孙伊 (2012)。《摇滚中国》。台北：秀威。
- 张心华 (2012 年 7 月 9 日)。〈无「法」适从地下社会传告歇业独立乐界吁：Live House 要正名〉，《苦劳网》。上网日期：2014 年 12 月 23 日，取自 <http://www.cooloud.org.tw/node/69540>。
- 罗悦全等人 (2015)。《造音翻土：战后台湾声响文化的探索》。台北：立方文化。
- Foucault, M. (1984) Of other spaces, heterotopias. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49.
- Jian, M. (2017). The legendary live venues and the changing music scenes in Taipei and Beijing: Underworld and D22. In K. Iwabuchi, C. Berry & E. Tsai (Eds.), *Handbook for East Asian pop culture* (pp. 124-134). London, UK: Routledge.
- Shank, B. (1994). *Dissonant Identities: The rock 'n' roll scene in Austin, Texas*. Hanover, NH: Wesleyan University Press.
- Straw, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: Scenes and communities in popular music. *Cultural Studies*, 5(3), 361-375.



## 附录：「民歌与流行音乐」相关学位与期刊论文汇编 (1991-2017)

编按：

本期计有杨祖珺与简妙如的长短专文各一，均是「音乐」主题；为了服务读者更进一步了解相关研究，编委会也规划「民歌与流行音乐」参考数据的编纂，由中正大学电讯传播所研究生黄禹樵执行。

搜寻方法使用国图的期刊索引、硕博士论文，还有华艺等三个数据库，以「民歌」、「民歌运动」、「校园民歌」、「流行音乐」这四个关键词搜寻学位论文、期刊数据。先筛选出「篇名、关键词、摘要」等三个部份含有这些关键词的文章，再筛选出比较切合70~80年代校园民歌运动主题的论文，并删去几篇3页左右的短文。由于部分论文在书写中同样也会提及民歌时期，为充实书目内容，在筛选时也纳入有谈论「70~80年代流行音乐」这个断代时间的论文，最后共搜集到共61篇论文，并以其发表年代排序，从中推知该课题的研究演变状态。

苗延威（1991）。《乡愁四韵：中国现代民歌运动之社会学研究》。国立台湾大学社会学研究所硕士论文。

张钊维（1992）。《谁在那边唱自己的歌：1970年代台湾现代民歌发展史——建制，正当性，论述与表现、形式的形构》。国立清华大学历史研究所硕士论文。

郑淑仪（1992）。《台湾流行音乐与大众文化(1982-1991年)》。辅仁大学大众传播研究所硕士论文。

郭纪舟（1995）。《一九七〇年代台湾左翼启蒙运动--《夏潮》杂志研究》。东海大学历史学系硕士论文。

王家庆（1996）。《从符号学诠释批判台湾的流行音乐文化》。国立成功大学艺术研究所硕士论文。

江文瑜、邱贵芬（1997）。《查某侬嘛要抓狂－当代台语流行女歌的后殖民女性主义诠释与批判》。中外文学，26(2)，23-48。

刘季云（1997）。《论校园民歌之发展----从民歌运动到文化工业》。国立成功大学艺术研究所硕士论文。

- 陈雅洁 (1999)。《当代台湾本土流行音乐之后现代性初探》。东海大学社会学系硕士论文。
- 叶月瑜 (1999)。《影像外的叙事策略：校园民歌与政宣电影》。新闻学研究, (59), 41-65。
- 郑鸿生 (2001)。《青春之歌－追忆 1970 年代台湾左翼青年的一段如火年华》。台湾社会研究季刊, (41), 129-204。
- 王启明 (2002)。《1960 年代反叛文化对台湾的影响》。中国文化大学史学研究所硕士论文。
- 简妙如 (2002)。《流行文化, 美学, 现代性：以八、九〇年代台湾流行音乐的历史重构为例》。国立政治大学新闻学研究所博士论文。
- 蔡明振 (2004)。《「时代乐府」－民国六〇年代〔七〇年代〕校园民歌之研究》。中国文化大学中国文学研究所硕士论文。
- 王启明 (2005)。《台湾流行音乐与两岸关系》, 华人前瞻研究, 1 卷 1 期, 页 147-173。
- 张雅文 (2005)。《台湾现代民歌研究—以 1975~1985 年为例》。台北市立师范学院应用语文学研究所硕士论文。
- 陈嘉文 (2005)。《七〇年代台湾「现代民歌」的发展与变迁》。国立台湾师范大学音乐研究所硕士论文。
- 徐致玲 (2005)。《《亚细亚的孤儿》vs.《向前走》--谈台湾流行音乐研究的瓶颈与愿景》关渡音乐学刊, (2), 51-69。
- 萧义玲 (2005)。《重建或发明?－台湾歌谣传统的建立与形象再现》。中正大学中文学术年刊, (7), 81-115。
- 徐子婷 (2007)。《摇滚乐中的国族想象——以罗大佑与闪灵的音乐创作为例》。国立台湾大学政治学研究所硕士论文。
- 黄庆雪 (2007)。《文化创意产业之品牌营销—以台湾校园民歌为例》。世新大学传播管理研究所硕士论文。
- 钟绮华 (2007)。《七〇年代「校园民歌」之内蕴与艺术性探讨》。南华大学文学研究所硕士论文。
- 方美蓉 (2008)。《台湾摇滚乐的在地化歷程》。南华大学传播学系硕士论文。
- 姜振丰 (2008)。《从校园民歌的兴衰探讨八〇年代台湾的社会文化》。淡江大学历史

- 学系硕士论文。
- 叶恩慈 (2008)。《台湾校园民歌文化的建构与转化》。国立台湾大学台湾文学研究所硕士论文。
- 薛梅珠 (2008)。《记忆、创作与族群意识—胡德夫之音乐研究》。国立台湾艺术大学表演艺术研究所硕士论文。
- 石计生 (2009)。《社会环境中的感觉建构：「宝岛歌后」纪露霞歌谣演唱史与台湾民歌之研究》。社会理论学报, 12 卷 2 期, 页 433-477。
- 林积萍 (2009)。《论台湾一九七〇年代通俗文化的集体想象》。东海中文学报, (21), 371-387。
- 杜守正 (2009)。《唱自己的歌——探讨李双泽在台湾民歌运动中的意义》。佛光大学艺术学研究所硕士论文。
- 叶乃嘉 (2009)。《抱着吉他的七〇年代:校园民歌的文化意涵研究》。国立台南艺术大学音像管理研究所硕士论文。
- 宋秀娟、刘斐如 (2010)。《「校园民歌」融入通识课程教学之探讨》。大叶大学通识教育学报, (5), 81-97。
- 吴长育 (2010)。《本土之声：台湾流行音乐中的「乡土」与「本土」》。东海大学社会学系硕士论文。
- 许芳瑜 (2010)。《国族认同流变下的民歌及其根源与路径：九十年代台湾与香港国中音乐教科书比较研究》。国立交通大学音乐研究所硕士论文。
- 陈立民 (2010)。《平面设计的社会实践-光复后至今的台湾流行音乐唱片封套例证》。国立云林科技大学设计学研究所博士论文。
- 陈冠伶 (2010)。《美丽的回忆, 闪亮的生意 - 怀旧经济下的校园民歌》。南华大学传播学系硕士论文。
- 郑鸿生 (2010)。《陈映真与台湾的「六十年代」重试论台湾战后新生代的自我实现》。台湾社会研究季刊, (78), 9-46。
- 高仲恒 (2011)。《国家、市场与音乐——戒严时期台湾爱国歌曲的流变 (1949-1987)》。国立台湾师范大学历史学系在职进修硕士论文。
- 张简士漳 (2011)。《台湾流行音乐人的创作面向与内在意蕴——以罗大佑、陈升、陈明章为讨论对象》。国立台湾大学台湾文学研究所硕士论文。

- 陈恒坚 (2011)。《听见台湾味:陈明章台语歌谣的创作历程与特色》。国立台湾师范大学台湾文化与语言文学研究所硕士论文。
- 黄嘉玲 (2011)。《旧爱·新欢---黄嘉玲「校园民歌」插画创作论述》。国立台北教育大学艺术与造型设计研究所硕士论文。
- 苏稚莘 (2011)。《七零年代校园民歌对现今流行音乐与社会的影响》。实践博雅学报, (16), 83-95。
- 明立国 (2012)。《台湾民谣音乐的保存与发展 - 以现代民歌和恒春民谣为例的一个比较和观察》。文化生活, (70), 27-29。
- 黄国超 (2012)。《1970年代另类「校园歌曲」的喧嚣:山地歌曲与救国团康乐歌唱的音乐政治》。台湾原住民研究论丛, (11), 25-51。
- 吕宜璟 (2014)。《台湾通俗音乐中的国族与族群认同》。国立成功大学台湾文学系硕士论文。
- 粘淑茹 (2014)。《接受与反应—罗大佑流行音乐现象研究》。国立东华大学台湾文化学系研究所硕士论文。
- 何东洪 (2015)。《音乐的社会性媒介 从「民歌40」的争论谈起》。共志, (10), 40-48。
- 林洁珊 (2015)。《由《领先流行音乐》与《摇滚客》杂志看八〇年代台湾流行音乐传播》。国立东华大学华文文学系硕士论文。
- 徐兰君 (2015)。《唱自己的歌:声音的跨界旅行和文化的青春互动 - 浅谈新谣与台湾现代民歌运动之间的关系》。东华汉学, (21), 201-229。
- 黄泳晞 (2015)。《歌唱作为一种武器—原住民歌手于原运中社会实践之探究》。国立政治大学新闻学研究所硕士论文。
- 刘寿雄 (2015)。《歌手邱晨之研究》。国立台中教育大学音乐学系硕士论文。
- 猪头皮 (2015)。《民歌40》(水晶30)(猪头20)。新社会政策, (40), 4-8。
- 田书函 (2016)。《台湾「校园民歌」(1975-1993)的「乡土」意识研究》。国立中兴大学中国文学系硕士论文。
- 周纯莹 (2016)。《惑, 民歌四十》。国立台湾大学新闻研究所硕士论文。
- 徐佩琳 (2016)。《被想象的台北:以1970年代后的台湾流行歌为范畴》。国立台北教育大学台湾文化研究所硕士论文。
- 陈俊斌 (2016)。《从「唱歌」到「唱自己的歌」 - 《很久没有敬我了你》中现代性与

- 原住民性的接合。》台湾社会研究季刊, (103), 1-49。
- 叶莞妤 (2016)。《谁来唱我们的歌－流行歌曲中台湾原住民族的现声/身》。国立中兴大学台湾文学与跨国文化研究所硕士论文。
- 刘雅芳 (2016)。《冷战听觉转向第三世界的音乐生产：李双泽、杨祖珺、王明辉的思想实践》。国立交通大学社会与文化研究所博士论文。
- 赖靖珉 (2016)。《流行歌曲与台湾社会之互动 (1945-2015) ~以歌词为中心之探讨》。国立台中教育大学音乐学系硕士论文。
- 谢忆凡 (2016)。《罗大佑国语歌词之语言风格研究》。国立中兴大学中国语文学系硕士论文。
- 陈建玮 (2017)。《分众时代下台湾流行音乐产业的策略分析》。元智大学管理硕士在职专班硕士论文。
- 熊信渊 (2017)。《热门、摇滚到民歌——台湾青年的音乐世界 (1950's-1970's)》。国立台湾大学台湾文学研究所硕士论文。
- 刘玉林 (2017)。《校园民歌对台湾流行音乐文化影响之研究》。佛光大学传播学系硕士论文。



## 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

邮政划拨账号 50313103

# Communication, Culture, & Politics

Journal published by CMR, Taipei, Taiwan

December 2017 Issue 6

2 issues a year, in June and December

## Sponsor

Campaign for Media Reform, CMR

## Editorial Advisory Committee

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

## Editorial Committee

Editor-in-Chief

Lihyun Lin National Taiwan University

Editorial Board

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

Editorial Assistants

Chung-Po Liu South China University of Technology

## Publisher

Publisher

Campaign for Media Reform, CMR

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

Phone +8862-2522-1499

Fax +8862-2522-4970

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

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

ISSN: 2411-4006

Calligraphy: Yun-Chi Huang

Cover Design: Yiche Feng

## Subscription

Personal:

NT1000/per year  
(national, including shipping charges)  
NT1500/per year(or US\$ 50/per year)  
(international, including shipping  
charges)

Institutional:

NT2000/per year  
(national, including shipping charges)  
NT\$3000/per year(or US\$100/per  
year )  
(international, including shipping  
charges)

Postal Giro Account

50313103, Campaign for Media Reform

Some rights reserved, authorized under Creative  
Commons license clauses.



# 傳播文化與政治

no. 06/December 2017

## Research Articles in general

- *Revisiting the Social Milieu Preceding the Emergence of the Singer-Songwriters' Cultural Movement Among 1970s' Taiwanese College Students*
- *The Underdevelopment of Video Industries in Taiwan: A Productivity Perspective*
- *Sports Media Complex in Stagnation: The Dispute of CPBL Broadcasting Rights in 2014 and the Predicament of Taiwanese Sports and Media Industries*

## Research Notes

- *Converting local tastes to market appeals: 'Variety film' as a spectacular genre of China's movie industry, taking 'Running Man' as one example*

## Past and Present

- *The Nazi Era, UNESCO, Critical Theories and The Trade Union*

## Cross-Strait Communication

- *From Rock Enclaves to Heterotopias: The Legendary Live Houses in Taipei and Beijing*

## Bibliography

- *Dissertations and Journal Articles on Campus Folk Songs and Popular Music in Taiwan (1991-2017)*