

# 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月創刊

半年刊，6、12月出刊

出版：2017年12月 第六期

## 主辦機構

媒體改造學社

## 編輯顧問

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

## 編輯委員會

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

## 出版

發行人 媒體改造學社

地址 台北市中山北路二段102號  
3樓之3

電話 (02)25221499

傳真 (02)25224970

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

本刊網址: <http://ccp.twmedia.org/>

ISSN: 2411-4006

封面提字 黃勻祺

封面設計 馮議微

## 訂閱

零售：每期新台幣500元

個人訂閱：國內一年兩期1000元

海外一年兩期1500元(或50美元)

機構訂閱：國內一年兩期2000元

海外一年兩期3000元(或100美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

本刊採用創意公有授權條款，如下



# 目次

編輯室報告：整合兩種文化 一新經濟耳目...../i

## 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...楊祖珺/1

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....張時健/87

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.....劉昌德/127

## 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...莊楚君/163

## 歷史與現場

納粹年代、聯合國教科文組織、批判理論與工會

史雷塞與普羅尼克聯合訪談貝克(Jörg Becker)教授.....馮建三譯/193

## 兩岸交流

由搖滾飛地到異質空間：台北、北京的傳奇 Live House.....簡妙如/225

## 書目蒐集

· 傳播 文化 與政治 · 第六期  
2017 年 12 月

民歌與流行音樂書目蒐集.....黃禹樵/237

## 稿約

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

## 編輯室報告： 整合兩種文化 一新經濟耳目

北大西洋兩岸的傳播學術社群，基於各自社會的不同歷史與情境，也就在日後逐漸形成的傳播研究領域，各有特徵（Lazarsfeld, 1941; Merton, 1949）。不過，既然兩岸學人也有共同的課題必須面對，那麼，彼此就相關議題的交流，也就可以說事有必然，特別是英美這兩個語言相通的國家。

科斯（Ronald Coase）在 1950 年代從英國前往美國發展，很可能是因為對 BBC 的知悉與分析，讓他成為美國經濟學界中，對於廣電制度有較早與較多論述的一位（馮建三，2007）。最近，鑽研美國傳播政策、傳媒多樣性與閱聽人的拿波里（Napoli, 2017, p.33），提供証詞，為英國傳媒學術與傳媒改革社團助陣，表明梅鐸（Rupert Murdoch）這個類型的人，屬於「具有意識形態色彩的傳媒事業主，他們如今購併的經濟誘因，低於政治誘因」。再者，很值得一提的是，兩位姓氏一字母之差的學者，聯合撰述了長篇倡議文《制訂當代傳媒與傳播政策的必要原則》（Picard & Pickard, 2017）。兩人都出身美國，Pickard 是後起之秀，經常以論述結合社會運動，授課賓州大學之外，他也深度參與美國重要的改革社團「自由傳媒學社」（Free Press）；Picard 在 1989 年以實証取向出版第一本英文《媒介經濟學》之後，周遊多國，近年主要落腳英倫，他與 Pickard 合作，或許是其早先著作精神的復甦？對於民主的式微，他曾經提出「民主社會主義者的公共政策回應」（Picard, 1985）。

本刊是「媒體改造學社」主辦的刊物，自始重視政策意識的提倡、很關注相應能力的培育，也希望多能結合不同社團與力量，共同為足以服務社會與人群的傳播與文化政策，盡心盡力。一年半前，本刊曾經在第三期推出〈2016 年文化與媒體政策倡議書〉。明年初春，劉俊裕（2018）即將出版專著《再東方化：文化政策與文化治理的東亞取徑》。該書議論恢弘，包括對睽違十多年的「全國文化會議」重新在 2017 年再次辦理的經驗，提出了鋪

陳與檢討；本刊藉此再次表明，若能「整合兩種文化」，或許更能「一新經濟耳目」。

但是，老問題，什麼是「文化」？化繁為簡，引入「機械」後，也許可以豁然開朗，將文化分做兩種。

一種無須機械中介，不妨逕自稱為「不待機械中介的文化」，或說「現場文化」。文字與印刷術、照相機、留聲機、攝影機發明以前，所有歌舞、戲曲、祭祀、儀式、畫作、雕作、遺址...及口語傳說等等影音圖文（及其作者），必須各人親身前往現場參與、觀賞或聆聽。這個時候，文化生產者或其作品與接收者（或稱使用者、消費者、觀眾、聽眾、讀者、受眾，或者，粉絲，以下統稱「閱聽人」）必然同時在相同的現場。

再來就是「機械中介的文化」。工業革命後，先前生產與使用空間及時間已經分離的（閱讀）文化，規模更見擴大。然後就是靜態攝影、動態攝影（無聲電影）、聲音廣播、有聲電影、電視相繼出現，接著，（平版）電腦、互聯網及其服務（谷歌、臉書...）與手機，無一不在擴張機械中介的文化之範疇，無遠弗屆，日常生活浸淫其間；在（後）工業化社會，手機佔用人們的時間，不知凡幾。

當然，雖說二分，箇中難免存在灰色地帶。如數萬人在現場觀賞體育賽事、演唱會，或參與群眾事件，常有各種音響器材或個人器具（比如望遠鏡）的配合使用。更有趣的例子是「聯合國教科文組織」今年正在評估，是否要將古巴的工廠說書人及其現象，列為「非物質文化遺產」。原來，早在 1865 年，古巴在政治改革過程，引入了說書人，讓捲煙人在工作時得到調劑，同時也能吸收知識。目前，儘管古巴煙草業已經大幅萎縮，仍有約 200 人從事這個工作。每日早晨八點半，說書人開始朗誦或解說，一次 30 分鐘（，然後休息、再開始，反覆整日，）現場有 150 位捲煙人一邊工作，一邊似有若無地聽取；在工廠其他地方，另有 250 位煙品包裝及分級人，則得通過工廠內的播音系統，才能收聽（“Reading to Cuban cigar workers: Havana lector”, 2017, October 14）。

斯諾（C.P. Snow）在著名的《兩種文化》講演，曾說「文學知識份子」與「科學家」分處兩種文化。他對「一分为二」並不滿意而「想（改）善，

但...決定不這樣做...(因為)過份精細的分類,將無助於體現其真實價值。」(陳克艱、秦小虎譯,2003,頁4)因此,這裡依樣畫葫蘆,至少是藉此自圓其說,主張以機械中介與否,將文化分做兩種。這個區分法,至少會有五個「真實價值」。

首先,依此劃分,易於瞭解,彼此可以窮盡與互斥,又符合最佳分類的原則;並且,它不涉及研究者或政策制訂者的偏好,不會因人而異。

其次,是否通過機械中介,就會讓兩類文化涉及的閱聽人數量,產生變化。機械中介的文化,閱聽人眾;不經機械中介,閱聽人寡。量變通質變,兩種文化的性質,於是必見差異。若以商品經濟角度視之,就是兩類文化能夠商品化、市場化、產業化、標準化的程度,會有差別;至於商品化又有哪些類型,以及商品化是否為兩種文化的最佳出路,是另一個議題。有了閱聽人質量的差別,相應的經濟邏輯,以及政治對策就會、或就得不同。事實上,依據這個機械中介與否的判准,最知名也較早從事的人,正就是1946年出版《啟蒙的辯證》一書之霍克海默(Max Horkheimer)與阿多諾(Theodor Adorno);該書列有專章論述的〈文化工業:作為大眾欺騙的啟蒙〉,主要就在指涉書報雜誌、電影、收音機,以及業已起步但還不發達的電視。其後,法國人米耶(Bernard Miegé)固然對於法蘭克福學派的「文化工業」觀有所景從,卻很正確地予以補充,佐以進一步的區分,由單一的culture industry,耙梳了運作邏輯不同的culture industries,也是根據機械中介與否對文化作了區分。其後,將米耶的論說引進英語世界的岡恩(Nicholas Garnham)則另以公共政策的角度的,以英國為對象,主張左派人士對於文化政策的建構,仍可善用而不是完全排斥市場機制,雖然不能全然聽命市場,因為這會使人們疲於奔命。後起之秀,何孟哈夫(David Hesmondhalph)同樣沿用了這個分野。

再者,「文化(創意)產業」與《保護和促進文化表達多樣性公約》(以下簡稱《公約》)這兩個術語/名詞,歷經一、二十年的演化,業已在許多國家產生普遍的訴求。「公約」已由150餘個國家贊同、加入、驗收或批准,

理當具有法律案會有的規約或示範作用。<sup>1</sup>「產業」固然是許多國家的重要政策或修辭，但青睞之政府，遠遠不及 150 之數。其中，台灣是特殊例子，值得一提。台灣不是《公約》簽署國，因受國際政治所限，卻在 2010 年，制訂並推行了《文化創意產業發展法》。台灣就此立法，且以文創之名行世，不知是否全球第一？確定的是，《公約》之受孕與成長，「受惠」於「產業」當中有關影視傳媒（「機械」中介的）文化的爭議在先（傳播、文化與政治編委會，2015），藝文...等等非機械中介的文化形式，後續才成為《公約》的人幕之賓。

第四，在經貿擴增、交通與傳播技術日新月異、世界走向息息相關的國際體制，依舊存在政經與文化支配的現象；同時，若要區辨文化產品或勞務跨國交換、流通或貿易的難易程度，「機械中介」照樣可以作為依據。一是高度可以跨國流通的文化內容，無不是需要機械的中介。依照現有科技水準，在沒有人為政經或文化因素而予以限制時，這類文化很輕易可以跨國交換、流通或貿易。具體言之，影音圖文等內容一旦（數位）電子化，從天南傳至地北，由東土奔赴西域，轉瞬間即已完成。二是不能經由機械中介的文化，必然屬於低度跨國的文化：涉及人員（如觀光客、留學生、教師、工商或政治考察...）的流通與接觸後所產生的文化經驗，無論是前往傳統的博物館、美術館、藝廊、文化遺產或古蹟，或是親至近數十年興起的商業主題公園。親身的接觸經驗無可替代，實質的走訪與觀摩體驗，不能數位傳輸。

第五，若從法律角度考察，引發爭議或說新聞報導較多的是機械中介的文化形式。比如，好萊塢指控某國、某廠商或某人「盜用」其成品，致有重大損失云云。這類指控可能也會涉及表演藝術...等等現場表演形式，但少了很多。這就是說，機械中介的文化，由於容易複製與流通，特別是在數位化而通過互聯網傳輸之後，複製、傳輸與使用頃刻同時完成，等於是提供龐大的經濟誘因，鼓動他人從仿製或拷貝中牟利。文化經濟學宿耆陶斯（Ruth Towse）等人在 2000 年 9 月，亦即數位影音分享先驅 Napster 啟動（1999 年 6 月）後一年多，即已組織研討會，並出版專書《著作權在文化工業》，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；陶斯說，「數位化的技術變化長足地影響了文化部門的市場...對於文化工業與消費者的意義重大。」(Towse, 2002, p.xiv)

雖有以上的說明，但兩種文化經常聯合。一是機械中介的文化，倒過來促進「現場文化」。比如，特定影音內容若能備受歡迎，人們經常前往現場，親身體驗該場域的文化。如【悲情城市】之於九份、【海角七號】之於恆春，「影音作品所帶動的觀光旅遊」(film-induced tourism) 這個(不一定不可疑的)說法(Beeton, 2005; 黃淑鈴, 2016)，緣此而來。好萊塢大廠在東京、香港、上海、洛杉磯、佛羅里達、巴黎...等地，授權設置了相應的主題公園，規模很大。二是現場文化通過傳媒，成為機械中介文化的一部份；以前的說書講故事，或是街談巷議，今日就是新聞或時事評論，搬上螢幕，不成問題。伯格(John Berger)完成於半世紀前的《看的方法》已是經典小書，也讓讀者恍然大悟，原來當代廣告這個流行文化的重要創作泉源之一，正是西洋古典畫作！既有這個性質，傳媒機構提供資源，自己內製原先屬於現場文化的活動，然後通過機械中介而對外傳輸，在所多有，直至1990年代初期，台灣最早的三家無線電視台都有專屬樂團，BBC的表演藝術團隊之年度預算，至今仍在2千多萬英鎊之譜(Myerscough, 2012)。BBC去(2016)年的電視收入25億英鎊，英國其他電視公司從廣告或商業訂戶的收入，總計將近95億，幾乎是BBC的四倍；但是，BBC提供英國人收看電視新聞的76%時間、網路新聞的56%，英國人看電視約有70%是在客廳而其中35-40%是在看BBC(內製為主)的電視劇、新聞與綜藝節目...等等(Ofcom, 2017a, 2017b)。看來，BBC整合現場與機械中介文化的績效與貢獻，頗有可觀；有人推估，僅以電視(BBC另有龐大收音機)部門為例，英國政府若改變BBC的財政，由英國人志願捐贈或容許BBC取廣告，因此也就不再強制家家戶戶提交執照費支持BBC，那麼，英國電視的「內容投資」將減少5-25%('首播內容'降25-50%，嚴重影響創作部門)(Barwise & Picard, 2014)。

BBC這類公共服務媒體在歐洲、日本、南韓、澳洲與加拿大...等國，仍然是整合現場文化，以及機械中介文化的重要機構。劉教授前引書的探索宗旨，則要另闢「文化經濟」的蹊徑，他似乎贊同，或說希望澳洲學者的看法成真：「創意產業...帶動...整體經濟的成長...是...『創新體系』的必要元素...

透過新文化觀念、技術與經濟的協調整合...創造整體經濟進化、變革的創新體系」；這是已經「浮現的『文化經濟模式』」。未來，「殘餘的」補助模式還會存在，但是，若要與當前依然佔有「主導」地位的「文化經濟」模式、也就是僅將文化當作一般商品的模式一決雌雄，那麼候選人必然是「創意產業」。停筆移墨，本書戛然而止，尚未進一步表述，也就無法申論 BBC 這個性質、集合影音圖文於一身且有相當規模，並能善用技術的公共服務媒體，會與創意產業產生哪些連結與關係。

創意產業的提倡，出自「文化研究者」，不是經濟學者，這有意義嗎？可以探討。將霍爾（Stuart Hall）式文化研究引入美國的格拉思堡（Lawrence Grossberg）說：「一旦你瞭解『經濟』無法脫離脈絡而抽象存在；如果你體認言說對於經濟關係的構成有其重要性；假使你體認各經濟體的複雜性質與多重性質，又如果你體認到，經濟可以當作是一種脈絡化的言說現象而存在，那麼，你會怎麼閱讀與搞、研究（do）經濟？」解構「經濟」與「文化經濟」及其關係，這是重要的事情；與此同時，另求「一新經濟耳目」的建構，也很重要。這是一體兩面之事，值得文化研究者繼續投入心力；劉教授的書與本刊聯合邀請讀者進入，共同努力（Cho, 2008）。

《傳播、文化與政治》編輯委員會  
2017 年 12 月 3 日

## 參考書目

陳克艱、秦小虎譯（2003）。《兩種文化》。上海：上海科學技術出版社。（原書 Snow, C.P. (1993). *Two cultures and the scientific revolution*. New York, NY: Cambridge University Press.

馮建三（2007）。〈科斯的傳媒論述：與激進的反政府論對話〉，《台灣社會研究季刊》，68: 361-392。

黃淑鈴（2016）。〈地點置入：地方政府影視觀光政策的分析〉，《新聞學研究》，126:

1-46。

- 傳播、文化與政治編委會（2015）。〈Unesco 與 WTO，文化與經濟〉，《傳播、文化與政治》，2: 161-178。
- 劉俊裕（2018）。《再東方化：文化政策與文化治理的東亞取徑》。台北：巨流。
- 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 臺灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境

楊祖珺\*

## 本文引用格式

楊祖珺（2017）。〈重探一九七〇年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境〉，《傳播、文化與政治》，6:1-85。

---

投稿日期：2017 年 3 月 20 日；通過日期：2017 年 5 月 26 日。

\* 作者楊祖珺為中國文化大學大眾傳播學系副教授，e-mail: tc@faculty.pccu.edu.tw。

## 《摘要》

筆者 18 歲時，開始在台北西餐廳自彈自唱英文歌曲，有職業歌手的經驗。到 21 歲、大學四年級之後，因社會意識覺醒而在 40 多年前投身台灣「唱自己的歌」文化運動。本文依據這些體驗，擷取歷史文獻、口述歷史以及圈內人知識，重探 1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境；分析的起點是 2015 至 2016 年間的「『民歌 40』巨蛋雙胞」現象。

本文提出三項問題意識，與五位音樂文化工作者／評論人對前述現象及 1970 年代歌謠文化運動的論述，展開對話；他們的共同身份是知名於 1990 年代，或許對於 40 多年前的歷史樣貌，體會並不完整。

作者認為，若要重探「唱自己的歌」文化運動在當時所處的社會情境，至少必須兼顧三大面向：一是「在國際共犯結構中生成的二戰後台灣政經文化」。再是「『吃美國奶粉長大』的 1970 年代台灣大專學生」。三是「滋養 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化養分」。順此，理當更能與三個問題，有更緊密的對話：「激發出 1970 年代台灣大專學生音聲吶喊的歷史層積的可能樣態」、「可能孕育出 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化樣貌」，以及「在戒嚴體制、殖民文化與認同危機中摸索成長的『自己』樣貌」。

**關鍵詞：**1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動、中國現代民歌、  
民歌（謠）、校園歌曲、唱自己的歌

## 壹、緣起：從 2015 年「『民歌 40』巨蛋雙胞」票房長紅現象談起

1970 年代中期到 1980 年代初期，台灣社會充斥著以美國的英文流行歌曲為主的「西洋歌曲」，以及被當局標誌為「靡靡之音」的國語、臺語流行歌曲。以台灣大專學生為主的知識青年，在缺乏滿足年輕人關懷社會事務的條件下，絕大多數未接受過學院音樂訓練的歌手與創作者，穿著襯衫與牛仔長褲，以六弦吉他為主要樂器，使用自己熟悉的語言，唱出當時年輕人自創的歌曲，繼而蔚為一個時代的音樂風氣。這個現象在台灣當代音樂史上，被稱為「中國現代民歌」、「(創作)民歌」、「校園歌曲」及／或「唱自己的歌」文化運動。然而，當初激發著以大專學生為主的年輕人，紛紛投入創作歌謠行列的台灣社會文化情境究竟為何？鮮見有系統的整理與分析。

台灣大專學生創作歌謠文化運動經過了 40 多年，不同於在 30 年前曾陸續主辦過「民歌二十」「民歌三十」的「中華音樂人交流協會」的作風，由資深歌手施孝榮擔任製作人的「民歌 40 高峰會」從 2014 年底展開宣傳，2015 年二月份開始售票，到了 2015 年 5 月 14 日、15 日、21 日，分別在「高雄巨蛋」、「台北小巨蛋」及台中「圓滿戶外劇場」已經舉辦了三場「民歌 40 高峰會」的演唱會。據說已經籌備近一年的「中華音樂人交流協會」，則是到了 2015 年 5 月才舉行記者招待會，宣布將在 2015 年 6 月 5 日、6 日、7 日三天，同樣也在「台北小巨蛋」及「高雄巨蛋」舉辦「民歌四十一——再唱一段思想起」演唱會。

同樣掛名「民歌 40」的演唱會，同樣選擇了需要動員大規模現場觀眾才能夠圓滿舉行的演唱地點，喜愛「民歌」的懷舊觀眾，居然將一個月內總共推出六場「巨蛋」的演唱會，將票房衝到場場幾乎爆滿。現場除了來自台灣各地的觀眾，更不乏專程組團來台觀賞的大陸歌迷，甚至在台北、高雄跟著趕場。兩個製作單位在其後一年多的時間裡，在台灣各地持續舉辦「民歌 40」的活動，也獲得了市場上極佳的迴響。不同於過去由「中華音樂人交流協會」每隔十年舉辦一次的慣例，由施孝榮擔任製作人的「民歌 40 高峰會」，到了 2016 及 2017 年，甚至還在全台灣各地舉辦了「民歌 41 高峰會」、「民歌 42 高峰會」的較小型演唱，市場依然亮麗。而 2016 年 10 月 13 日，由「中華

音樂人交流協會」委託侯季然導演籌劃拍攝的民歌【四十年】紀錄片開始在院線及網路播放，則是不同以往演唱會表演形式的另一種展演方式。

但是，「民歌」「40」的稱呼，是怎麼出現的？

1995 年 9 月 13 日，「音樂人交流協會」在「民歌」二十年之際，身為 1970 年代大學生創作歌謠運動重要推手的陶曉清，曾經在台北市「中山堂」舉辦過 70 年代以後第一次大規模動員往年民歌手「唱過一個時代」演唱會（馬世芳，1995）。1996 年 5 月 4 日，「音樂人交流協會」正式登記為「中華音樂人交流協會」，歷經殷正洋、陶曉清、吳楚楚及李建復四位理事長。該協會在民歌三十年、四十年之時，皆廣邀 70 年代具代表性歌手共襄盛舉。而民歌「40」、「30」、「20」起算的時間點，是以 1975 年 6 月 6 日楊弦（本名楊國祥）在台北「中山堂」舉辦「現代民謠創作演唱會」做為基準。

到了 2007 年 9 月 29 日，「台灣現代民歌之父 楊弦 2007 北京首唱會」舉辦之前，楊弦在接受大陸《南都週刊》訪問時表示，他在 1974 年與台灣大學的幾位同學一道為余光中的〈鄉愁四韻〉詩作譜曲，並於同年在歌手胡德夫演唱會中擔任演唱「嘉賓」。當天，余光中也在觀眾席中，「聽完後很滿意」。這大大鼓勵了楊弦作曲的信心，於是「一口氣又寫了 8 首」，在「研究所快畢業時…決定把自己的歌給做出來」。楊弦表示：

…弄完後我就找些台大愛樂社的朋友一起籌備演唱會。後來的舞蹈家羅曼菲當時還是學生，她還幫我編了「小小天問」的舞。1975 年 6 月 6 日，我們都剛好有空…就在中山堂搞了那場演唱會。我最忙，前後台都要指揮，還要唱。那場是售票的，票價不算便宜。因為我很有信心會有人來看。再說，第一場，總得有人去做吧，最多賠個場地費！那次我也請了一些文藝界和音樂界的人，余光中、陶曉清以及報社記者、專欄作家都有（吳颯，2007 年 9 月 27 日）。

這場由「中美文化經濟協會贊助、劉鳳學編舞」，詩人余光中則在演出前一個月在《聯合報》上專文譽之為〈唱出一個新時代〉的「現代民謠創作演唱會」，前半場由賴聲川、楊弦、胡德夫等人演唱英文歌曲，後半場則是由楊弦演唱他譜自余光中出版《白玉苦瓜》中的幾首詩作的歌曲。當時，余光中甫從台灣到香港中文大學教書三年（余光中，1977，頁 106；騰訊娛樂，2007



年9月12日)。同年九月，由台灣「國際牌」公司與日本「松下公司」合作的「台灣松下」家電公司的媳婦洪簡靜惠擔任執行長的「洪建全教育文化基金會」，集結上述歌曲在台灣出版了【中國現代民歌集】唱片。

一直到了2016年6月2日，筆者在台北「中山堂」為了製作與1970年代台灣年輕人「唱自己的歌」文化運動相關的紀錄片而訪問楊弦時，也進一步得知：在1975年「現代民謠創作演唱會」的前半場，賴聲川與楊弦所演唱的英文歌曲，來自於他們譜自英文詩作的創作。至於談到為何楊弦在1975年舉辦「現代民謠創作演唱會」與其後出版【中國現代民歌集】專輯唱片時的稱呼不一樣時，楊弦也才有機會提到：在出版唱片之前，楊弦與筆名「隱地」的作家商量之後認為，「用現代詩作曲，用現代民歌的曲調去演唱」，「中國現代民歌集」這個名稱也不錯。只是，在當時楊弦「並沒有想到（這個名稱）後來會引起爭議」（楊弦，2016年6月2日，尚未出版訪問）。

「中國現代民歌」的稱呼，就這麼流傳到2015年的第40個年頭。當初引發爭議的「中國現代」與「民歌」等名稱，不知從什麼時候開始，只剩下「民歌」二字？甚至，不論這些歌曲當初在台灣社會曾經被冠以「民歌」、「創作民歌」、「創作歌謠」、「校園歌曲」、「唱自己的歌」等稱呼，於「民歌40」再現江湖之時，1970年代自詡為「大學知識份子」的動力脈絡，也早已在二十一世紀彈性動盪的商業市場中灰飛煙滅。

直到今日，如果僅就不同稱呼，也都能夠探得1970年代台灣社會屬於年輕人生命動力的不同文化脈動。

舉例來說，在1975年楊弦出版【中國現代民歌】專輯唱片之後，台灣平面媒體出現了長時間、大篇幅的批評論述。批評的重點，主要在於這些年輕人創作是否合乎「民歌」的定義？批評那些「沒有受過專業音樂訓練、看不懂五線譜」的大學生、年輕人，是否夠資格創作歌曲？批評這些「高級知識份子」的大學生所創作出來的歌詞，如果依然僅只著重男女情愛，而文字能力又欠缺文學素養，所謂的「中國現代民歌」或「創作民歌」或「民歌」等等的這些稱呼，究竟與扭腰擺臀的「靡靡之音」有何差別？……也就在1970年代台灣年輕人在面對「西方的」、「學院的」、「專業的」文化霸權立場的批判之時，「校園歌曲」名稱出現，似乎適時移轉了年輕人創作歌謠可能因為在當時台灣的風行而引來的批判與爭議。在當時父權意識形態還相當普遍的

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」的名稱，在當初出現的背景與動機又是什麼？

從 1977 年以降，筆者與一群主張音樂必須與社會結合的歌手，以李雙澤創作為主的創作，以及諸多具有社會意識的國語、閩南語、客語、原住民語言的歌曲，帶入工廠、鄉村、校園，進行面對面的人際溝通。到了 1978 年 8 月，我與朋友們集結個人力量主辦的「青草地演唱會」救援雛妓，在當時台灣獲得了社會大量同理雛妓的關懷以及當時極其稀少的大眾媒體大量報導。其後，又因在《夏潮雜誌》認識的鄉土文學作家王拓決定要在 1978 年底的基隆參選「台灣地區增額國大代表」，筆者不僅受邀替他舉辦募款演唱會，更因聽聞台灣農工漁民長期在制度上被忽視的處境，而正式參與登記當年適逢 1978 年「中美建交」或稱「中美斷交」的歷史時刻。隨後年餘，筆者的住所已然遭遇有關單位的不時「查戶口」。由於驚覺自己四處唱歌的管道可能被全面封殺，筆者於是答應已經邀請了一年多的「新格唱片」公司出版專輯，期待至少能夠將李雙澤所創作的歌曲錄製傳承<sup>1</sup>。而在【楊祖珺】黑膠唱片中，我雖然要求「只領取與一般大學生一樣費用」的兩萬元新台幣，但也要求要將當時台灣社會的寫實美學貫徹進入唱片的設計之中。

我邀請個人最欣賞攝影家張照堂先生，負責拍攝唱片的封面、封底及內頁，剛從國外回台的「新音樂」作曲家陳揚也被邀請進入唱片編曲的行列，此外，我還邀請了當時我在文化及音樂運動中亦師亦友，並與之併肩合作的詩人蔣勳，撰寫內頁的介紹文字。這位在後來 1979 年底以後，也因政治因素被「淡江」及「文化」兩所大專院校解聘其教職的《雄獅美術》雜誌總編輯蔣勳，書寫了〈從「校園歌手」到「民歌手」〉一文。期待當時已然遭遇到有關單位「注意」的「唱自己的歌」運動的我及其他歌手們，能夠得到喘息的生機。文中寫著：

幾年前被帶動起來的「中國現代民歌」運動，不斷發展，有更趨熱烈

---

<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

普及的現象。我對這個運動的名稱略有意見，把它改為「校園歌曲」。

「校園歌曲」的成員絕大部分是非音樂科系的大學生。在他們愛好音樂的成長過程中，西洋熱門歌曲成為他們主要的模仿對象。

「校園歌曲」的出現，說明了幾方面的意義：

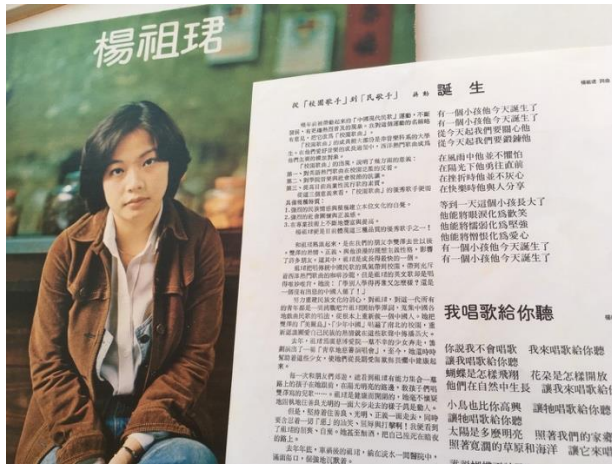
- 第一，對英語熱門歌曲在校園氾濫的反省。
- 第二，對學院音樂與社會脫節的抗議。
- 第三，提高目前商業性流行歌的素質。

從這三個意義來看，「校園歌曲」的優秀歌手必需具備幾種特質：

1. 強烈的民族情感與積極建立本位文化的自覺。
2. 強烈的社會關懷與正義感。
3. 在專業技術上不斷地豐富與提高。

……

圖一：1979年4月「新格」唱片公司推出【楊祖珺】專輯，封面(左)及內頁(右)



資料來源：張照堂攝

【楊祖珺】推出後，據說銷路不錯，但在兩、三個星期後因被查禁而在市場中全面回收。然而，蔣勳提出的「校園歌曲」名稱，可能因其「清新可愛」，

而在商業行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份子尚處自我鍛鍊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「民歌四十一——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「民歌四十一——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電腦投影片，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，筆者才又在網路視訊中見到 2015 年底發佈的「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「民歌四十一——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，即揹著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，啟發了筆者「有為者亦若是」的社會意識。1976 年 12 月 3 日，「淡江文理學院」

(今淡江大學)的數學系校友,同時也是《淡江週刊》及《明日世界》編輯、作家,熱愛繪畫、小說的 27 歲李雙澤,在當時大專學生演唱會盛事的「淡江」「民謠演唱會」舉辦之前兩天,由於歌手胡德夫臨時無法上台,而爭取到上台代打演出的機會。到了演唱會前一天,李雙澤刻意安排了以「時事研習社」為主的社團學生,在他隔天上台演唱【國父紀念歌】時,這些學生在演出現場,分別發出噓聲以及大聲質問「為什麼不能唱自己的歌」以制止噓聲的話語。當時年僅 30 歲的西洋歌曲廣播節目知名主持人陶曉清,從後台看到「有人鬧場」而後急著上台「滅火」,這可能反而助長了日後「李雙澤可口可樂行動」在日後長達數月在台灣媒體中的探討與論述。身為後半場歌手之一的我,無緣得見當時前台的行動,然因當時在校內深受良師益友們的社會意識關懷與啟發,自己也在日後選擇以「唱自己的歌」展開社會實踐道路的里程。

過去幾十年來,由於周遭社會條件的限制,除了眾人已知的歷史,環繞在「唱自己的歌」及其相關社會意識覺醒的「故事」,由於缺乏完整結構的介紹,凡遇「中國現代民歌」、「校園歌曲」、「唱自己的歌」種種話題出現之時,往往在不經意間各說各話,甚至將 1970 年代大專學生創作歌謠的脈絡,脫離了當時台灣的社會條件與環境,這也促使了筆者撰寫此文的動機出現。

## 貳、五位台灣青年音樂/文化評論者在「民歌 40」期間的評論所激發出本文撰寫的三大問題意識

「民歌 40」展演期間,五名在台灣年輕人流行音樂文化中深具影響力的評論人/工作者,曾於公開媒體或以公開演講、或為文論述,檢討四十年前或當時的「民歌」(演唱會)現象。這五位文化評論人不但都是在中華民國政治解嚴的 1987 年以後出現在台灣大眾傳播媒體的公眾人物,他們在音樂與文化相關的製作、創作及/或演出上,也都有著相當亮眼的展現。當筆者於 2016 年 2 月初,陸續閱讀了他們在公開場合發表的相關看法或論辯之後,也逐漸形成撰寫本文「貳」的三大問題意識。而在本文的下一章中,筆者也

會根據歷史文獻研究、口述歷史訪談以及圈內人知識(insiders'knowledge)整理對應的理述，以為報告。

## 一、激發出 1970 年代台灣大專學生音聲吶喊的歷史層積的可能樣態

「民歌四十一——再唱一段思想起」演唱會開跑前一個月，台北市「松山文創園區」舉辦了為期十七天的特展（以下簡稱「特展」），同時也舉行了十三場主題演講。在 5 月 24 日最後一天倒數第二場的演講中，聯合主講人張釗維與何東洪針對「民歌」議題「開了第一槍」。他們以楊弦發表【中國現代民歌】唱片的 1975 年，作為「斷代」，以「75」(年)之前與之後為講題，提出對於【中國現代民歌】的分析與評論。

首先上場的紀錄片導演張釗維，是台灣第一位有系統地審慎研究並發表了 1970 年代台灣大專學生創作歌謠相關論文的文化工作者，也是第一位將 1970 年代台灣大專學生創作歌謠以「『台灣』現代民歌」重新命名的作者。張釗維在 1992 年的碩士論文《誰在那邊唱自己的歌？1970 年代台灣現代民歌發展史——建制、正當性論述與表現形式的形構》，曾將「1970 年代台灣現代民歌運動」分為「中國現代民歌」、「淡江—夏潮路線」及「校園歌曲」三條運動路線（張釗維，1992）。在張釗維的電腦投影中，他在講題〈民歌 40 講座：台灣以外、[19]75 以前〉之中，依據孫中山先生在《建國大綱》中所提之建設中華民國三個程序的軍政、訓政、憲政三階段，將 1927 年～1987 年劃為「訓政時期」，在意涵上界定了 70 年代的「民歌」，是「訓政時期的校園民歌」、是「訓政時期的文化產物」（何東洪，個人通訊【電子郵件】，2016 年 2 月 13 日；張釗維，2010 年 8 月 23 日）。張釗維從 2010 年以後，也曾在〈訓政時期搖滾樂〉文章中，從民主政治發展的角度，重新省思台灣青年音樂文化在台灣正經條件中可能所處的心態：

我想起自己所經歷過的民主歷程，其中一大部分是來自自由上而下的理念召喚，不管是教科書上說的、媒體上意見領袖講的、或是黨外演講場上慷慨激昂的陳詞。我所經歷的民主洗禮，是先有來自西方的信仰與理念灌輸，然後才經過一次又一次的運動衝撞與層層制度設

計，達致今天我所看到的台灣民主政治景象；這是一種透過對於「彼岸」的信仰，來脫離「此岸」的過程…（張釗維，2010年8月23日）

張釗維在「民歌 40」特展中的演講重點，也能夠從他在演講之後 11 天於臉書公布他將於大陸音樂雜誌上發表的文章〈我們都還在路上——我的民歌四十〉（張釗維，2015年6月3日），探得他可能較詳審的相關論述。在該文中，張釗維站在「文藝反映現實或文藝詮釋現實這個基本命題」上，重新審視「1970年代的台灣民歌運動，以及它跟近現代整體華人文化風景的關係」。該文將 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的音樂及其文化，上溯至 20 世紀初期五四運動以降的「科學」與「民主」對中國文化（這四個字是筆者形容的）的影響，並且整理出「1920 年代中國大陸的新文化運動跟 1970 年代台灣的新文化運動，同樣處於國民黨所框定的『訓政』階段」條件，而雖然「在許多明顯或不明顯的層次上，台灣民歌運動都跟五四新文化運動之間有著千絲萬縷的關聯」，但由於 1970 年代的年輕人／大學生「趕上了冷戰末期、全球化前期的社會與產業變遷風潮」等等社會條件，「民歌工作者首次在大眾的層次上完成了近百年來華人知識分子與青年學生所想望的現代性文化想像…」。

筆者認為，張釗維使用更廣闊的視野，體諒分析著 1970 年代台灣大專學生創作歌謠普遍呈現的「小清新」歌曲情調，但也稍顯遺憾地透露出當時缺乏「大江大海」的文化精神。或許這是為什麼他在文章結尾的一小塊地方，默默置放了一張特展當天出口處李雙澤生前用書法寫下的「我們的歌是青春的火焰、是豐收的大合唱」（【老鼓手】部分歌詞）的相片。

圖二：張釗維在演講結束以及〈我們都還在路上----我的民歌四十〉一文結尾都使用了李雙澤生前書法



資料來源：引用自張釗維（2015 年 6 月 3 日）之背景

相較於張釗維強調 1970 年代台灣年輕人創作歌謠在地理與歷史台灣所處政經條件中的限制與機會，曾經擔任「水晶」唱片公司製作企畫，現任輔仁大學心理學系副教授、在 1990 年代參與開拓「台灣新音樂」年輕人歌曲音樂潮流的何東洪，雖然肯定「校園歌曲」對 80 年代台灣唱片工業與文化的影響，也認為「民歌」確實「開創了一個清新國語歌曲風格的長久影響」，但卻質疑：為何「民歌」或「校園歌曲」除了成為「台灣國語流行歌曲產業的一環」，卻「不見它們在台灣社會變遷發展中參與其中的社會性特色？」

他從批判「現代性」的觀點出發，檢視 70 年代台灣的創作歌謠：「民歌」指的是「民間歌謠」嗎？至於在「名稱」上是否有爭議，他則認為：不論名稱是「中國現代民歌」或「校園歌曲」，真正的問題「不在『中國』，而是『現代』」意識形態及其為台灣通俗音樂所帶來的影響。何東洪指出：「現代／校園民歌」在戰後台灣通俗音樂歷史中，比其他音樂類型的發展更具有「重要」的位置；然而，它們即便具有圍繞著音樂產製與流通的通俗音樂「永恆」的位置，卻與其文化所指的閱／視聽人之間有著「脫鉤」、甚至非關（「空洞化」）的關係。

何東洪也在演講中說明了他所定義為台灣「現代／校園民歌」，「…鮮少



與陳達（這類民眾歌謠或其價值）有所關連」；他以《音樂與音響》雜誌上刊登了陶曉清回應學生讀者提問時，並未對陳達做出正面肯定之事例，來說明「知識份子」在當時對「民眾音樂」顯現出疏離的樣貌（圖三）。何東洪甚至援引了歷史編撰學霍布斯邦「發明傳統」的概念：為了「某些真實的或虛假的共同體」（例如，國家），為了確立建制、身份或權威關係，為了使信仰、價值系統和行為準則得以社會化或教化，而「發明傳統」（Hobsbawm & Ranger, 1983；轉引自何東洪，個人通訊【電子郵件】，2016年2月13日）。何東洪從而將他所定義的「現代／校園民歌」，歸類為一種「一九七〇年代台灣脈絡下特定知識份子與傳媒、唱片界與非專業歌手共同打造的『發明』」。

圖三：何東洪於演講中舉例 1977 年 3 月 24 日陶曉清在《音樂與音響》回應讀者意見的投影。



資料來源：何東洪

然而，知識份子面對「民眾」或「民眾音樂」的疏離與陌生（或漠然），在1970年代的台灣並非罕見，當時的筆者就是其中之一。我們也可以透過下列報導，稍微窺探到由「現代化」建制調教出來的知識份子，與在地「民間」

或「民眾音樂」人士陳達互動時，其間的疏離情境（圖四）。

圖四：陳達被邀請到台北「稻草人」西餐廳駐唱以及眾人為他慶祝 72 歲生日的剪報。<sup>2</sup>



資料來源：民國 66 年 4 月 18 日聯合報第三版

在何東洪提供的演講投影內容中，也閱讀到他引用美國後現代學者詹明信在批判西方後資本主義時所提到「西方現代主義的出現，產生在（文學藝術）能指與所指分離的時刻」，據以申論 1970 年代台灣的現代民歌／校園歌曲，從出現到確立其主導位置的過程中，所涉及的社會文化意涵，「正是中

<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）。

國作為能指（具有現代中國味道、意識的流行歌等等）與所指（中國民族／文化性質）」之間分離過後的產物（Jameson,1991；轉引自何東洪，個人通訊【電子郵件】，2016年2月13日）。何東洪綜觀回顧自彼時發展到2010年代的現代民歌／校園歌曲發展境遇：「一九七〇年代，中國／台灣雙重特性不太能談，一九八〇年代不談，最終使得校園歌曲的風格所影響的國語流行音樂產業成為一個與社會／文化狀態『脫鉤』的領域」。甚至，「中國」這一、二十年來，出現了「『迷』台灣」的現象，尤其是『校園歌曲』，居然能夠在80、90以後的（中國）年輕人之間流傳，其主要原因來自「…台灣音樂人在中國傳媒上的能見度」。分析至此，但是，為何出現這種現象？何東洪分析，如果「從音樂的角度」來觀察，那是因為「校園歌曲雖是台灣的產物，卻一點也不具『政治台灣』的味道」。由於校園歌曲「不需要添加『諂媚』（某個意義而言）的『中國風』」，因而更可能較貼近「中國過去一、二十年從興起到壯大的都市中產階級意識的文化」的需求。他認為，這些是「現代民歌／校園歌曲得以跨越時空的吸引力所在」。

如果以張釗維將「1970年代台灣現代民歌運動」的「中國現代民歌」、「淡江—夏潮路線」及「校園歌曲」三條路線來觀察，何東洪對於現代民歌／校園歌曲的分析，可能並未包含以李雙澤創作歌曲為主的「淡江—夏潮路線」在內。然而，由於並不清晰何東洪使用的「中國」與「台灣」名詞屬性及其內涵，如果以何東洪發表演講的2015年5月之前的十幾年期間台灣社會的文化評論或年輕一輩的學術界，已逐漸依著「民主進步黨」的定調將「中國」與「台灣」拆解成幾乎互不相容的兩個名詞或概念來理解的話，何東洪使用的「政治台灣」、「諂媚的中國風」等等可能的意涵，也很容易就讓21世紀的讀者輕易地就將「中國」與「台灣」兩個概念徹底分離。

不過，用21世紀對「台灣」、「中國」概念的「流行」定義，是否能夠解釋得通大陸年輕人也在80、90年代流傳「校園歌曲」，甚至，是否能夠分析得清楚「台灣」這個「地方文化」如何在「現代化過程」中遭受扭曲，以及台灣的知識份子如何與「民眾音樂」脫節的「陳達」現象，這還需要何東洪另外的理述才能夠清晰探知，本文就不在此贅言。

在2015年5月24日「特展」演講中，張釗維與何東洪都使用了「小清新」一詞，明示或暗示著不論被稱為1970年代的「『台灣』現代民歌」（張

釗維語)或「現代／校園民歌」(何東洪語)<sup>3</sup>。而 21 世紀的觀眾，可能也能夠從諸多「民歌 40」演唱會的歌曲中，窺見 1970 年代台灣大專學生創作歌謠屬於「小清新」的調性較多，屬於「社會性」關懷與實踐的歌曲較少。但是，使用 21 世紀的現實政治觀點探討 1970 年代「中國現代民歌」、「校園歌曲」或「唱自己的歌」的相關現象，不容易梳理出較接近 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的社會脈動。為了期待下一階段台灣年輕人音聲吶喊的多元文化來臨，在批判與反省 1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的特色與內涵之前，有必要再次審視從 1950 年代以來的台灣教育就刻意逃避的十八、十九世紀以降的近代中國與台灣政經結構在在過程中可能被依恃著到了 20 世紀中期被稱之為軍工複合體 (industrial-military complex) 的威力在台灣雕琢出來的殖民文化的關鍵故事；也有必要重新審視同樣也從 1950 年代以來的台灣教育中刻意扭曲的 1950 年代由美國所主導的全球冷戰結構以及國共內戰期間在台灣的中國文化特有的白色恐怖文化及其政經條件所形塑出來的文化現象。這是筆者在介紹 1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境之前，企圖向讀者報告的第一個問題意識。

## 二、可能孕育出 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化樣貌

2015 年，另有三位文化人在網路或媒體中，也提出了相關的批判與觀點。從 90 年代以來，一直受到愛好流行音樂的年輕人歡迎的張鐵志、馬世芳、朱約信等三位音樂／文化工作者，也在網路中出現了爭議。爭議的核心立足點，在於 1970 年代的「民歌」，為何在當時台灣現實政治改革與社會參與運動中「缺席」；也就是說，在當時台灣處於戒嚴時期，當台灣社會中不分黨籍、省籍及左、右派人士逐漸投入號稱「民主運動」的黨外政治圈時，為何不見 1970 年代台灣年輕人創作歌謠中的「民歌」路線支持當時的黨外運動？由於當時的時代背景，還牽涉到美國政府主導的世界冷戰亞洲佈局、1930 年代以後在中國大陸負有主導政局的「國民黨」到「中國國民黨」，從蔣介石先生黨內鬥爭佈局，到「連俄容共」、「國共內戰」，一直到 1949 年前

---

<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)。

後中國國民黨退守台灣、中國共產黨建立「中華人民共和國」的複雜條件，以及台灣本島獨特的歷史背景，爭議中並未理述，本文在此也無法清楚交代，因而，只針對爭議中「貧血的民歌」以及隱約可見與台灣當前社會爭論不休的國族認同與語言使用等議題相關的部分進行討論。

2015年6月5日「民歌四十一—再唱一段思想起」開演前幾天，台北市「寶藏巖國際藝術村」在「藝術講座」網站中預告著留學美國，並曾任香港《號外》總編輯的張鐵志將在6月13日主持「台灣的異議之聲—從美麗島到島嶼天光」講座。預告講座的簡介寫著：

台灣流行音樂的歷史變奏是不同階段社會矛盾的折射。70年代的社會劇變造就了回歸現實的青年世代，推動了貧血的民歌運動；八十年代的政治解嚴解放了社會與文化能量，新音樂與新台語歌與九零年代初的地下音樂衝擊了主流流行音樂；兩千年之後，新社運與新獨立音樂的結合，創造了這個時代的青年文化。這個講座將檢視這段音樂與社會互動的歷史，聆聽島嶼的噪音（「寶藏巖國際藝術村」網站預告，2015年6月13日）。

張鐵志使用的「噪音」概念，源自法國新馬克思主義經濟社會理論家賈克·阿達利（Jacques Attali）。阿達利從政治經濟學角度分析音樂與社會的關係，而究竟是噪音還是樂音，則與文化領導權在爭霸（Attali, 1985）過程中每一階段的結果息息相關。筆者也曾強調過如果將屬性定位為「眾聲喧嘩」的「噪音」，事實上則是屬於相對於當政者、上位者、有權力者的「庶民」、「草民／賤民」或「小老百姓」的「人民嘉年華」的聲音（楊祖珺，2007，頁56-70）。張鐵志不到200字的演講簡介中，可以看出他對於同樣是「噪音」的「七〇年代」青年世代歌謠的「貧血的民歌運動」有著相當負面的評價；但是，對於80年代「新音樂與新台語歌與九〇年代初的地下音樂」和2000年以後的「新社運與新獨立音樂結合」，張鐵志則以正面肯定的態度對待。

張鐵志將「70年代」的「青年世代」所推動的大學生創作歌謠運動，形容為「貧血的民歌運動」，引來了從「民歌20」、「民歌30」以來，就積極參與演唱會及其相關籌劃工作的「中國廣播公司」【音樂五四三】廣播節目主

持人馬世芳（同時也是前「中華音樂人交流協會」理事長陶曉清之子）的異議。2015 年 6 月 4 日，「民歌 40」演唱會前一天，一向與人為善而沈穩的馬世芳難得發表了一篇難掩怒氣的短文〈試回應「貧血的民歌運動」〉（馬世芳，2015b）。

馬世芳直指張鐵志以「貧血」描述「民歌運動」之不當。他認為，70 年代到 80 年代初期的「民歌」，並非張鐵志所批評的「去政治化」；反而，較諸先前的台灣流行歌曲，多了許多有關「國族、政治、社會議題的材料」。這些「所謂『大時代』的主題」，非但「比什麼都政治」，而且具有「社會性」，而「民歌」映照的正是當時台灣青年人的集體意識」。緊接著，他企圖以左翼思想支持者的立場為 1970 年代民歌手辯護：

你可以說那是「被允許的」政治、是溫馴保守的意識形態、是缺乏「反體制精神」的政治，但以今非古很容易，你要一個 1978 年的台灣大學生怎樣寫出震聾發聵廣為流傳的左翼戰歌呢（馬世芳，2015b）。

馬世芳接著稱許「民歌」運動對於台灣「歌樂」的諸多貢獻：「……讓『原創精神』成為傳承至今的共識，在戒嚴時代擴大了歌樂的創作題材，全面提昇了製作錄音的手藝，促成了唱片產業的世代交替，開啟了素人進入音樂工業的大門，擴大了本土原創音樂的市場，落實了歌者與聽眾群體的世代自覺。」接著，或許與馬世芳、張鐵志之間曾經存有的異議相關，文章寫著：「我不覺得只因為欠缺敢於和國民黨對幹的民歌手，他們就應當被安上『貧血』的標籤。再說，我也不覺得你會形容高凌風、鄧麗君、鳳飛飛、洪榮宏、劉文正的歌『蒼白貧血』。老是把李雙澤、楊祖珺、胡德夫扛出來當神主牌，其他歌者則一律貧血蒼白，恕我直言，李雙澤地下有知，怕也不會服氣的。」

文末，馬世芳表示，固然應該「對「民歌」做「全面」的檢討，但也必須掌握與理解當時的「文本」及其所在「環境」，否則，「望文生義、想當然耳、以今非古的批判，一不小心就變成燒稻草人」。他也建議不應從二元對立的角度來觀察威權體制的「要嘛壓迫創作者，造成作品蒼白貧血」，「要嘛懷柔收編，讓歌樂成為統治者的幫凶，或是麻痺人心的鴉片」。他最後的提醒：「把一切都推給萬惡老 K 是很方便沒錯，但我總覺得，可以再多想一點」

(馬世芳 b, 2015)。到了六月底，台灣流行歌曲最具規模的「金曲獎」第 26 屆頒獎典禮，將「最佳年度歌曲獎」頒給【島嶼天光】<sup>4</sup>；2015 年 6 月 24 日，張鐵志在《蘋果》電子報發表〈從美麗島到島嶼天光〉。他將李雙澤在 1976 年改編自詩人陳秀喜原名〈台灣〉的詩作、梁景峯譜曲的【美麗島】歌曲，與 2014 年所發表的【島嶼天光】歌曲放在同一水平線上：分析它們在不同時代的發展背景，與 1976 年輕人在不同年代思索與追求「島嶼命運」的不同境遇（張鐵志，2015a）。這首由「滅火器樂團」在「太陽花」學生集結後所創作的【島嶼天光】歌曲，於 2014 年 3 月至 4 月，在台灣「太陽花」學生們反對兩岸簽署《海峽兩岸服務貿易協議》的抗議活動中被廣為傳唱。張鐵志在該文中，不僅完整理述「藝術講座」的內容，也見到他駁斥馬世芳在〈試回應「貧血的民歌運動」〉一文中回應張鐵志的意見。

首先，張鐵志在〈從美麗島到島嶼天光〉一文肯定了【島嶼天光】獲獎的意義，認為它「意味著不只太陽花青年們佔領了國會，獨立音樂也佔領了金曲獎舞台」；「不同於一般抗議歌曲書寫一個議題，這首歌是誕生於一場運動，歌中部分還是來自佔領立法院現場學生的合唱，它則是一首不折不扣的社運歌曲」。而後，張鐵志切入「中華音樂人交流協會」在 2015 年「六月初舉辦了民歌 40 紀念演唱會」的脈絡。他表示：「整個七十年代，政治反對運動和各種文化運動正在騷動，戰後在台灣出生的青年世代重新思考『中國』與『台灣』的意義，開始追求『回歸現實』，並凝視腳下的這塊土地。」「相對於當時文學或藝術作品，大多數的民歌除了對遙遠中國的鄉愁，就是關於年輕人的夢想與憂愁」。張鐵志認為當時「冰冷的威權體制，不允許歌曲觸碰到社會現實」，於是那些「小清新」的歌曲「較少更深刻地與土地與社會對話」（張鐵志，2015a）。

張鐵志在文中表示，從 70 年代「被島嶼的黑夜吞噬了」的【美麗島】歌曲，歌手與歌曲「被體制打壓」；到了 80 年代，「嚴密的審查制度」依然使得流行音樂和這些「燃燒的火焰」保持距離。1987 年解嚴後，「新的音樂語言加上自己的母語，唱出了轉變中的社會圖像與對土地的情感」。90 年

<sup>4</sup> 台灣規模最大的流行音樂大獎「金曲獎」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。

代，「帶著學運噪音氣味」的地下樂隊興起，「新的獨立音樂世代的崛起」，加上 2008 年「青年樂生」運動後更多的社運議題以及「對於所謂中國因素的抵抗」，造就了「新的聲音地景與青年文化成形」，而【島嶼天光】就是在青年創作歌曲與台灣社會、政治運動的匯流中誕生的歌曲。張鐵志甚至表示，「【島嶼天光】青年們和四十年前歌唱【美麗島】的民歌手們一樣，是要展現一個新世代對台灣的過去與未來的情懷」；只是，那一代還是摸索如何思考島嶼的命運，這一代已然是為了『島國』未來的鮮明反抗。」

張鐵志在〈從美麗島到島嶼天光〉中，強調音樂和歌手的社會性。7 月 9 日，張鐵志更進一步闡述他為何認為「民歌」是「貧血」、為何批判民歌運動的論述必須要涵蓋「抗議」和「反體制」等條件在內。他在另外一篇〈本可以走向人民和土地的民歌為何轉成了校園民歌〉文中，更完整地理述他如何認為「民歌」是「貧血」、為何評判民歌運動必須要將「抗議」、「反體制」條件思考在內。他表示：

…1970 年代中期是台灣戰後歷史上一個黎明將至的關鍵時刻，但民歌卻在這一時代精神的轉向中缺席了。尤其從民歌的本質來看，這更是一場詭異的缺席。本可以走向人民與土地的民歌甚至比台灣當時其他的文藝門類更去政治化、更遠離現實，很快就轉成了「校園民歌」（張鐵志，2015b）。

張鐵志在這篇文章中，清楚回應了馬世芳的〈試回應「貧血的民歌運動」〉，他認為，「民歌」本該屬於人民與土地，卻很遺憾地被侷限在「校園」象牙塔之內。

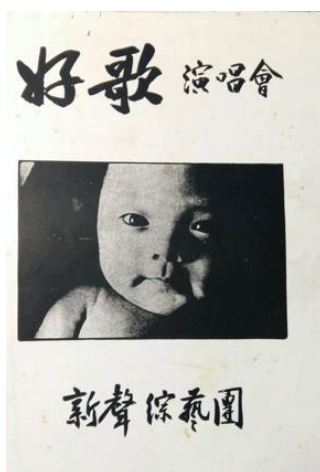
張鐵志與馬世芳出現上述對立的爭議，尤其引爆點又似乎與 1970 年代大學生創作歌謠是否具有社會關懷特色以及與〈美麗島〉這首歌曲相關，更令筆者始料未及。

李雙澤歌曲在 1987 年台灣政治解嚴前的「地下」社會能夠出現，首先歸功於李雙澤從初中以來的志友淡江英文系老師王津平，他於 1977 年在北投家中，使用手提錄音機，錄製了李雙澤共 15 首自彈自唱（徐力中小提琴伴奏）的傳統民謠及創作歌謠。詎料，1977 年 9 月 10 日李雙澤驟逝。告別



式的前一天，李雙澤的好友淡江建築系李瑋珉因為「當時沒有人把歌當一回事」（李瑋珉，2016年9月4日），因而請王津平聯絡了李雙澤的歌手朋友楊祖珺與胡德夫，到當時台灣大學附近李雙澤經常前往的「木棉花」餐廳，錄製了李雙澤的紙上遺作【美麗島】與【少年中國】。李雙澤 17 首歌曲的錄音帶，就這麼在他告別式當天問世。其後，屬於台灣左派的保釣運動友人、鄉土文學作家以及騷人墨客、媒體友人等，透過私下管道將李雙澤的歌曲拷貝至美國、香港、新加坡等地有左派友人的場合播放。楊祖珺與歌手們緊接著在學校、工廠傳唱，直至被政府當局連人查禁。其後的 1980 年代，楊祖珺義務在黨外人士不同選舉中，錄製過三次地下錄音帶，捐給黨外選舉場所募集資金使用，一直到了解嚴前不再有機會在公開場所演唱為止。

圖五：「好歌演唱會」歌本<sup>5</sup>



資料來源：楊祖珺編製，封面攝影張照堂。

到了 1990 年代以後，李雙澤的創作能夠有機會被當代社會看到與聽到，除了因為李雙澤改寫、創作及留在錄音帶中自彈自唱的曲目所具有的跨時代

---

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。

意義之外，還要感謝幾位傳播媒體幾位文化人的推廣：首先，張釗維在 1992 年，將當時依然被台灣學術界輕視的流行歌曲類屬，有系統地將 1970 年代年輕人創作歌謠從西方的音樂社會學角度理述出現，1994 年「時報出版社」又將其論文出版了《誰在那邊唱自己的歌》一書。到了 1997 年「中華音樂人交流協會」舉辦了「民歌 20」演唱會，幫忙籌辦演唱會的馬世芳將「新格唱片」出版的【楊祖珺】專輯中李雙澤作曲、梁景峯改寫自陳秀喜詩作的【美麗島】歌曲在楊祖珺缺席的情況下，放入演唱會中播放，讓喜愛民歌的觀眾再一次聽到了李雙澤的這首歌曲。馬世芳並且在他廣受不同年齡層聽眾歡迎台灣「News 98 電台」廣播節目【音樂五四三】以及他的網路文章中，持續推廣李雙澤的歌曲及其時代意義。同時段，廣受歡迎的青年作家張鐵志，也在他撰寫的地下音樂、搖滾音樂以及反抗意識相關脈絡的論述中，經常介紹與肯定 1970 年代早逝的李雙澤及其歌曲意涵。到了 2007 年，曾於 2005 年出版 1970 年代廣受歡迎的民歌手胡德夫第一張專輯【匆匆】的胡德夫經紀人熊儒賢，也於「中華音樂人交流協會」舉辦「民歌 30」演唱會前後，邀請「中華音樂人交流協會」的創會理事長陶曉清及他的公子馬世芳在淡江大學主持「唱自己的歌：30 年後再見李雙澤演唱會」。2008 年，熊儒賢負責的「野火樂集」製作、「參拾柒度製作有限公司」發行【敬！李雙澤 唱自己的歌】CD，由嚴長壽、林懷民、蔣勳、徐璐、胡德夫負責推薦，邀請旗下歌手將李雙澤自彈自唱的歌曲以及上述李雙澤錄音帶中自彈自唱的歌曲，在市場推出。

以上這些社會過程，一一造成了李雙澤的歌曲，流傳到了 21 世紀依然受到人們的記憶與喜愛。

介紹完李雙澤歌曲得以在台灣社會流傳的歷史，再回到張鐵志與馬世芳的爭議。他們分別都從 1970 年代的年輕人在唱些什麼歌的論述主題出發的爭議脈絡中觀察，不論討論的是「社會性」或「去政治化」與否，原則上與「唱了什麼」(what) 的爭論有關。事實上，當所有人聆聽 1970 年代大學生創作歌謠之時，都能夠根據自我的族群、記憶、經驗的脈絡，甚至從各個脈絡出發，展開各自的音樂與社會相關的體會，這也因而開啟了各異的文化政治層次：一方面，歌曲好像被允許出現了至今可以聽聞到的「眾聲喧嘩」意義闡述；另一方面，在推廣的過程中，當然也有權力關係因素的介入致使同樣

的一首歌曲獲得不同待遇的對待（被現實政治及／或商業利益篩選過的「中國現代民歌」、「校園歌曲」與「唱自己的歌」V.S. 被上述條件壓迫或壓抑的歌曲或歌手）。甚至，筆者在本文第一章中曾質疑：「中國現代民歌」的名稱為何至今只剩「民歌」二字？李雙澤許多歌曲中，與【美麗島】一般動人且具有「社會性」的【少年中國】、【老鼓手】、【我們都是歌手】、【我知道】、【紅毛城】等等深具階級意識、反對殖民主義以及帝國主義意識的歌曲，為何僅只有【美麗島】才能夠領受到台灣政經最高權力機構以及大眾傳媒的青睞？這種「流行」背後的政經分析及文化研究現象，是「自然」的嗎？！

針對張鐵志與馬世芳（包含前述的何東洪副教授）爭議中所關心的「社會性」觀點，筆者也補充以下幾點看法：首先，在筆者的傳播學訓練與圈內人知識中，「社會性」所指涉的，並不僅限於指稱著歌曲中是否出現反映社會問題的歌詞，或者創作歌手是否出現在現實政治鬥爭的場合等等。在台灣這類現代化發展的第三世界地區或後進工業國家的社會中，作為陪伴與鼓舞人們的歌曲與音樂，其「社會性」的表現，主要會呈現在創作者／歌手不因現實政治及／或商業利益的壓迫或壓力，而畫地自限地之時出現。同時，尤其到了全球化資本主義的今天，歌手及其處於資本主義商業利潤導向第一線的經紀人，也不應，侷限於僅只出現在去政治化的啦啦隊歌唱行列而已。

此外，針對這兩位論述者的爭議，筆者還有兩大點的意見。

張鐵志〈從美麗島到島嶼天光〉，在文中比較了兩首歌曲。若僅就這兩首歌曲因為被使用在具有社會性訴求的場合，而動員出在場人士的熱情而言，並無二致。但是，若就歌曲的寫作背景：【島嶼天光】，是為了台灣政治解嚴已然 27 年的 2014 年 3 月 18 日以「太陽花」及以「學生」為訴求的政治動員而作；【美麗島】歌曲，則是企圖與既「去中國化」又「去台灣化」的 1970 年代中國國民黨政府戒嚴體制下的國家資本主義、親美恐共的冷戰結構與白色恐怖時代的台灣社會情境進行對話。

1970 年代的大專學生與年輕知識份子，從莫名的生命力中湧現出自己的歌曲與音聲，不正也刻畫出那一代青年存在（在場）的意涵——在死寂中搏命發聲，在前景混沌但生命力卻遭受到扭曲閹割之際，1970 年代大專學生的歌曲創作，猶如從胸口中迸發出來的生命吶喊！

而對於馬世芳針對張鐵志「貧血的民歌」所做的反駁，筆者則另有看法：「歷史」往往不是經由設計而產生，也不是靠著英雄主義而成就，流行音樂的歷史亦然。若將唱片工業蓬勃發展的成果，或者商業音樂類型轉變的趨勢，歸功於 1970 年代「(中國現代) 民歌」、「校園歌曲」或「唱自己的歌」所致，相信曾經參與過當年那場文化運動的人，都會覺得受之有愧。甚至，那些我們目前看來似乎始於 1970 年代中期台灣大專學生彈著吉他所「引領」出來的創作歌謠的風氣，在當時的時代潮流中，不僅包括了 70 年代初期的音樂潮流與電視廣播文化，甚至，還可以回溯到台灣 1960 年代「現代文學」「新寫實主義」的文藝內容以及蔣經國先生執掌的「中國青年反共救國團」歌曲、各大學「山地服務隊」等等風潮的內容影響、更有從香港輸入台灣的國語電影流行歌曲的影響<sup>6</sup>。更何況，70 年代戰後嬰兒潮成長期間，所接收到的流行音樂及其他流行文化的趨勢，在當時台灣年輕人被教育得「唯美是從」的價值系統中，反而更直接地接收到美國娛樂工業，間接受益於法國、美國及中國的文化與政治革命的多元變革的影響因素（詳見本文第「伍」部分）。

張鐵志與馬世芳從不見得能夠以對錯論是非的立場，去看待台灣年輕人創作歌謠的社會性以及商業市場與台灣流行音樂多樣類型發展；這也激發了筆者嘗試重行辨識當初滋養 1970 年代的台灣大專學生創作歌謠多元文化養分的樣貌，藉以提供未來的歌曲創作與社會實踐者能夠跨越筆者那個時代的侷限。

### 三、在戒嚴體制、殖民文化與認同危機中摸索成長的「自己」面貌

「『民歌 40』演唱會前後的文化批判與回應」現象的「最後一發子彈」，來自朱約信。朱約信，藝名「豬頭皮」，現任「台灣基督長老教會義光教會」執事<sup>7</sup>。90 年代，他曾製作兼創作了許多廣受歡迎的台語歌曲，被譽為「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

台語歌運動」的歌手之一。2015年八月中旬，朱約信在《新社會政策》所刊登的〈(民歌 40)(水晶 30)(豬頭 20)〉，以詼諧的筆法整理了「特展」最後兩場(「張釗維與何東洪」與楊弦兩場)的演講內容，並列舉出五個他認為「引起爭論且必須討論的題目」(豬頭皮，2015)。

朱約信首先提出，1975年「楊弦發表【中國現代民歌】唱片」之時，是否有人質疑過：「為啥在台灣唱的歌不叫【台灣現代民歌】，而叫做【中國現代民歌】咧？」文中並刊登了陶曉清在1977年為「洪健全基金會」策劃出版三張【中國創作民歌系列—我們的歌】的唱片封面。朱約信的第二個問題，引用何東洪在「特展」演講中所提，「民歌 40」的主辦單位「不要僅只展出已經成名(歌曲)的史料」，更應該分析「當初參加「金韻獎／民謠風」所有…沒有入選的報名歌曲」的落選原因，甚或當時評審的品味及意識形態的問題。

當朱約信談到如前述馬世芳和張鐵志相互批判與探討「有關『民歌』的定位內涵」論辯內容之時，他明顯不贊同馬世芳對於「民歌」的定位。朱約信比較70年代的台灣與30年代日據時期的台灣，他認為，雖然在高壓時代較少有關「政治人權」的歌曲，但是，「一樣的高壓時代，民歌連關懷土地，關懷市井小民的作品都幾乎缺席，比較多的是(關懷莫名的大中華鄉愁情感)」。他引用張鐵志的文章表示，在民歌所處的「台灣七零年代，是一個強調現實與鄉土的新文藝風潮的時代，各種藝術表達都從台灣本土出發，講述這塊土地的歷史中都已經出現了」，例如，許常惠對於陳達等民間音樂的採集、《雄獅美術》刊登的台灣早期畫作、鄉土文學、雲門舞集等等。他認為，在「這波『現實的／鄉土的』風潮中，唯獨民歌缺席。」朱約信並且據此同意張鐵志「對馬世芳所言『民歌徹底解放了流行音樂的題材』表示跟事實相去甚遠。」

文末，朱約信僅以隨筆方式帶出其他三個問題：什麼樣的角色能夠「代表」民歌(例如，「民歌之父」、「民歌之母」的來源)，「民歌 40」固然重要，『新台語歌 25』不比民歌重要嗎？以及「『水晶 30』也更重要阿，沒有『水晶唱片』哪有後來的『新台語歌運動』？」等。

---

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溝通的外國長老教會人士所使用的語音。

朱約信與張釗維、何東洪、張鐵志等人相仿，在探討大學生創作歌謠的議題上，都較強調以「台灣」作為 70 年代台灣大專學生創作歌謠的所有格或地域屬性；他也認為，應該將「社會性」帶入 70 年代「現實與鄉土的新文藝風潮」之中。但是，朱約信在他的問題意識脈絡中，明顯置入了國族認同的統獨意識爭議以及文化政治中的語言使用等爭議主張。朱約信顯然忽略了 70 年代台灣所處的現實政治的戒嚴文化條件，以及解嚴至今卻一向缺乏對兩岸問題進行知性論辯的社會空間與氛圍<sup>8</sup>。

朱約信在文中除了提出「現代民歌」和「創作歌謠」之前為何冠上「中國」而非「台灣」的質疑之外，也引證了：

...知名民歌【月琴】說是緬懷台灣恆春老歌手陳達所創作，一開始出來的樂器卻是普遍認知上的中國樂器琵琶，不是陳達常用的被稱為台灣乞食琴的月琴，名為月琴實則琵琶，台灣皮中國心嗎？歌詞講的大概是要把【唐山謠】&【思想起】拉在一起，兩岸同為一中嘛，一中同表？（豬頭皮，2015）

朱約信忽略的是，在他所引述張鐵志的撰文中，張是肯定「現實的／鄉土的」  
「雲門舞集」所創作的【薪傳】舞作中那段扣人心弦的【渡海】。況且，台灣的先民從「唐山」頂著狂風巨浪橫渡黑水溝的那段主題，談的不正是兩岸人民的傳承？此外，熟悉台灣流行音樂製作條件發展的音樂人應該會同意：雖然以「琵琶」代替「月琴」彈奏【月琴】的前奏，在音樂製作上確有疏漏之嫌；但是，用「台灣皮中國心」或「一中同表」去描述這首歌曲的內涵，不也顯得逾越又離題。再說，70 年代台灣流行歌曲從前製、錄製到行銷，皆受到重重條件的限制：比如說，缺乏相當的經濟能力與商業規模做後盾；又，缺乏有實力又有意願進入錄音室錄製「流行歌曲」的專業樂手；更何況，70 年代台灣不論中樂或西樂的音樂系學生，如果被學校知道參與到「通俗」「流行」歌曲相關的工作中，很可能會遭到學校懲罰等等的後果……。

朱約信過度從「台灣」與「一中」的現實政治角度進行詮釋，反而模糊

---

<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。

了他所提出可供關心青年創作歌謠者反思的議題。

本文使用歷史文獻、口述歷史以及圈內人知識為研究基礎，從本章所提出的「1970年代激發台灣大專學生音聲吶喊的歷史層積，究竟是些什麼樣態」、「孕育出1970年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化樣貌為何」以及「在戒嚴體制、殖民文化與認同危機中摸索成長的「自己」，究竟可能有什麼面貌」等三個問題意識出發，分別在以下章節中，從「在國際共犯結構中生成的二戰後台灣政治文化」、「『吃美國奶粉長大』的1970年代台灣大專學生」與「滋養1970年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化養分」等三大面向，重探1970年代台灣大專學生創作歌謠文化運動出現在台灣社會時的社會情境。希望能夠提供更貼近那個時代所處的政治、經濟與文化氛圍，讓日後有興趣關心與探討此一文化運動的人，作為研究參考之用。

文中的「大學生」，泛指1970年代曾經在台灣大專院校就讀過的青年學子。「創作歌謠」泛指前述大學生使用原生家庭父母所使用的語言，在台灣曾以現場演出或經由廣電媒體公開發表其所創作之詞曲。

## 參、在國際共犯結構中生成的二戰後台灣政經文化

要探討1970年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的生成背景，不僅要將之放置在當時的權力關係中思考，也必須重新審視當時統合著經濟領域的生產關係以及政治領域的社會關係所生產與再製出來的文化樣貌（楊祖瑀譯，1997，頁90-93）。

1945年第二次世界大戰結束，台灣也終止了從1895年就被滿清政府割讓給日本半個世紀的被殖民時光，二戰後獲得最多戰爭紅利的資本主義國家美國，更成為主持接手台灣的國際主力。1950年，美國為擴展亞洲地盤，不僅入侵韓國引發「韓戰」，更將第七艦隊進駐台灣海峽，在台灣又建立了另一亞洲軍事基地，編織出更綿密的世界冷戰結構的網絡。在幾乎獨佔了國際在台灣的政經利益之外，更刻意設計出台灣與大陸之間完全隔絕的政治安排，從而影響了台灣社會從此長年自外於海洋文化的洗禮，坐實台灣（中華民國）的「島國」命運。

這些過往脈絡與 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的社會情境有著密切的關連，因而必須從「遙遠的東方」（借用侯德建歌曲【龍的傳人】第一句歌詞）開始談起。

## 一、二戰結束前的台灣故事

19 世紀中葉，美國插足中英鴉片戰爭和談，逼迫中國簽訂《中美望廈條約》，取得廈門港口的優惠待遇（1844 年）。1853 年，美國海軍艦隊由 Mathew Perry 將軍率領了四艘軍艦與 63 門大砲，代表美國總統向江戶幕府「致意」，結束了日本的幕府時代（卜今，1991a，頁 3）。Perry 將軍更與老友之弟 Gideon Nye Jr. 等人合組公司，在 1854 年駛入台灣高雄港，非但取得樟腦專賣權，又以「為了保護高雄免遭海盜襲擊」為由，建立了武裝基地。美國政府支持 Perry 將軍將台灣定位為「良好煤的補給站」的戰略位置，以「確保太平洋上越洋商船運輸線的安全」，更主張「美國佔領台灣有助於這一個區域內國際勢力的平衡。英國在亞洲有錫蘭、星加坡、香港，它應該沒有理由可以反對美國占有台灣」……（卜今，1991a，頁 3-7）。30 年後，美國「教導」日本「看見台灣」，日本藉口台灣恆春的排灣族人處死了 54 名遭暴風襲擊上岸日人，發動了「牡丹社事件」（1874 年 5 月 22 日），結局以清廷賠款日本軍費白銀 40 萬兩暫時結束（卜今，1991a，頁 11-13）。1868 年，日本「明治維新」，取法工業大國<sup>9</sup>。1871 年，中日簽下了《天津條約》，日本在中國取得治外法權與通商港口使用權。其中影響到今日台灣國際格局最烈者，莫過於該條約註明「當一方受第三方威脅時，另一方有支援的義務」。這項條約令「西方強權」十分緊張，阻止最力者莫過於美國駐東京公使 Charles C. DeLong 和美國駐廈門領事 Charles W. Legendre。他們除了全力促使中日兩國取消相互馳援的條約，DeLong 同時致函國務院：「日本與中國有所不同。我們應該歡迎日本成為一個盟友，當與中國有衝突時，文明諸國應視日本為一夥伴。」美國國務卿 Hamilton Fish 則回覆 DeLong：「你當把握所有可能的機會，設法誘

---

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））。



導日本儘可能地遠離中國，而與其他強權勢力們在商業與社會上結合」(卜今，1991a，頁 14-16)。

在過程中，美國並將台灣排灣族人處死日人的事情，知會了原本並不知情的日本國政府，開啟了日本侵台的「牡丹社事件」，以及 20 年後 1894 年的「中日甲午戰爭」。台灣則於 1895 年被滿清政府割讓給日本，朝鮮也從中國獨立。而日本國也透過殖民台灣發展的「糖業帝國」，在資本累積過程中，奠定了雄厚的資本主義以及現代工業的基礎(周憲文譯，1999)。

美國政府從十九世紀以來，始終積極確保中日對立，藉以維持美國得以掌控並制衡中日兩國的兩手策略。台灣也從那時起，一直依著美國政府政策需要而被編排與被使用。二戰之後，類似的狀況又發生了。

1951 年 9 月，韓戰爆發(1950 年 6 月)年餘，美國領導「盟軍」各國(除了中國與俄國)，在美國舊金山「戰爭紀念歌劇院」，與日本簽訂《對日和平條約》，或稱《舊金山和約》(The Treaty of Peace with Japan, or, The Treaty of San Francisco)。表面上，是為了處理日本國在二戰戰敗後的國際地位問題，要釐清日本發動戰爭所衍生的國際法律問題；實則將台灣與亞洲地區，正式納入了美俄兩強爭霸的冷戰地盤結構之中。在美國主導下，日本政府聲明放棄台灣、澎湖、千島群島、庫頁島南部、南沙群島、西沙群島等島嶼的主權。在和平條約第三條中，日本國也同意美國要求，將琉球群島諸島交由聯合國(美國)託管。

根據中國北京大學新聞與傳播學院劉國基教授分析，原本日本希望和中華人民共和國簽訂「中」「日」的和約，但由於日本必須等候美國接受《舊金山和約》之後，才能夠脫離美軍的軍事統治。因而美國一方面安排日本國與中華民國簽署《中華民國與日本國間和平條約》(簡稱《中日和約》，又稱《台北和約》)，並且要求日方只能「放棄台灣、澎湖及附屬島嶼」，但不在文書中載明將之「歸還給中國」。這個安排，台灣的中華民國蔣介石總統，起初不同意。後來經由「蔣介石的日本友人」岸信介<sup>10</sup>說服，蔣介石接受了

)。

<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

這種在未來能夠讓他（在對抗中共時）有較有彈性發展的方法。而所謂的「台灣地位未定論」，也就是台灣法律地位未定的論調，就在美國主導、日本配合、老蔣默許的情況下完成了未來台灣社會被下棋的遊戲規則。劉教授表示，這也就是法律學者陳隆志曾經形容過的日本放棄台灣澎湖但沒有歸還中國，根據國際法，台灣就是「無主地」（terra nullius），應該由居民自決等等地主張「台灣」是「法律地位未定論」和「台灣自決論」理論的由來（劉國基，個人通訊【電子郵件】，2016年3月10日）。資深的文化評論家南方朔也曾在〈帝國的手在細緻的操作〉中細數出「近代中國以台灣受東西方帝國主義荼毒最深、遺害最重」的證據，用以說明帝國主義的變形，是「透過多國公司的經濟滲透力繼續進行資源和人力的鯨吞蠶食；透過對歷史事實的歪曲和政治的卵翼，繼續延長其政治勢力和目的；透過其文祿的滲透和壟斷，繼續其文化侵略的延長」（南方朔，1991，頁 215）。這也是為什麼每當主張「台灣不屬於中國」的論調在台灣社會出現時，上述由美國設計卻早已不為國際法承認的「台灣地位未定論」，總還是會在台灣被提出引以為「台灣不是中國」的政治根據之主因。

70 年代的大學生，絕大多數出生在二戰後的台灣。學校教育、媒體教育非但不可能碰觸上述歷史，甚至有意地全面扭曲。當時的大學知識份子生長在國際共犯結構的安排之中，卻毫無知覺：唸書，是為了留學美國；聽歌，就聽美國歌曲；在生活中，即便父母及學校嚴禁，當時多數大學生也堅持要蓄長髮、買牛仔褲。其主要模仿來源，則來自在台灣的電視、電影中出現的好萊塢消費／娛樂文化的「美國」青年形象……。

## 二、1970 年代大學生日常生活文化情境略述

70 年代的台灣在美國扶植下，透過 1950~1964 年的「美援」，成就了台灣與世界經濟體系接軌的「亞洲四小龍」經濟「奇蹟」。雖然台灣的口袋裡多了自己能夠分配的經濟籌碼，但是，第三世界國家被工業強國依他們的國家發展模式所從事現代化國家中的三農以及環境生態等問題，也漸趨嚴重。

---

「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。

1972年，中（共）日建交，美國擅權干涉他國領土而引發的「保衛釣魚台」等國際政治事件，而當時的中國國民黨領導人亦面臨父子世代交替之爭；於是，在臺執政當局策略性地擴大了青年知識份子與台灣本地人參政的機會。50年代以來，知識份子在平面媒體上，以中間偏右為主的基調發表關心國家、社會與文化發展的言論。但是，下筆皆會考量「分寸」，免得被「調去問話」，甚或落得「坐牢殺頭」的下場。從中央到地方各階層官員和土農工商各級人士，從小，不需要長輩太多言語的指導，「政治恐懼」猶如存在於基因中的染色體；而「恐共」、「反共」的情緒，也正如吃飯穿衣般地自然。日常生活中，更是處處充滿禁忌。比如，吃得到葵花子，但是買不到「向日葵」（太陽花），為什麼？據說因為【東方紅】一曲中，有一句「毛澤東像太陽，照到哪裡哪裡亮」；甚至，大學美術系學生畫向日葵，畢展使用太大面積的紅色，都會招來教官約談。即使到了70年代後期，台灣的彩色電視已然盛行，電視公司的節目編輯都知道，「必須」播放中國大陸的人事物時，用詞必為「萬惡」與「匪幫」之類，畫面必須以黑白播放，即便以彩色播出，人物的穿著不能是彩色，擔心閱聽人看到認為大陸生活挺好的，與宣傳中「吃草根、樹皮」不一致。

「中國國民黨」在臺40餘年的戒嚴期間，諸如上述的思想審查工作，主要交由「警備總司令部」主管，從中央到地方政府，乃至於宗教團體、媒體、學校、民間社團等，凡稍具規模的機關或單位，都設有「人室處第二辦公室」（「人二」）。「人二」的職責就是近身監控所有人員的言行思想，「隨時」向上級「打報告」。在1970、80年代，學校「人二」除了負責監控董事會、校長、教職員等人之外，高中或大學學生凡參與學校學報、校刊、聯誼組織等等各員，都必須參加警總「青邨」的思想集訓班。這層層思想「訓練」與檢查關卡是當時想要「出人頭地」的台灣青年，從唸書到畢業出國或留在台灣找尋出路之必經篩選過程。許多在當年積極參與學生活動事務的人，尤其是男性，大多聽說過這種「出人頭地」的途徑。但是，一旦被冠上「思想有問題」，便難望取得警備總部轄下之入出境管理局發給的出境許可證。

不過，這種「不能出國留學的政治恐懼」，主要是針對美國政府要求申請者要提出自己在中華民國的「良民證」。一直到了21世紀，筆者在從事社會運動，當「學運」學生知道自己可能因為被起訴判刑，而可能申請不到「良

民證」時，這些學生，尤其是就讀「台灣大學」這類「好學校」的學生，愈可能因為「心生恐懼」而遲疑或退縮。或許，這也是「太陽花學運」居然在長期佔領中華民國立法院與行政院之後，會獲得當初支持「318 學運」的「民主進步黨」蔡英文政府，在 2016 年 5 月 20 日就職典禮不久以後，就緊急宣布絕不起訴那些自行站出或被辨認出來曾佔領政府機構的學生們。

此外，類似上述 21 世紀的台灣人，很難想像：絕大多數 70 年代的大學生或青年，在成長過程中是沒聽說過「二二八」或「白色恐怖」這個名詞的；白色恐怖的恐懼，轉換成當時台灣社會的「省籍意識」矛盾：台灣人 VS. 外省人，閩南人 VS. 客家人，台灣人、外省人、客家人大多見不到身邊還有的「原住民」（當時稱為「山人」；台語則承襲了日本人的習慣，叫山人「蕃仔」）。成長中的孩子們，也很熟悉不論省籍的父母，遇到某些議題，就經常用不同省籍的語言警告孩子「嘍睬政治」（閩南語：不要管政治），或以「噓」聲制止發言，那個時代的晚輩幾乎都聽說過不要和「政治」發生關係（多麼狹窄的「政治」觀啊！）。在那個時代，還有一句話，是所有在商業機構的人都聽說過的「常識」—— 吃喝嫖賭，什麼都可以，就是不要管政治！

1950、60 年代，統治當局在台灣社會中強力鎮壓「思想有問題」的人物和團體，不分省籍、黨籍與階級。70 年代大學生在成長歲月中，一切社會議題，從「效忠」「蔣中正總統」為唯一代表「中國」與「民族救星」的思想為起點；在學校教育與媒體呈現中，「中國」與「台灣」的真實面貌，必須先經過「反共」與「愛國」的篩選。60 到 70 年代「中華民國」年輕人成長的主流價值來源：是父權管理與軍事制度的學校教育，是封鎖世界與扭曲真相的新聞報章，是聯考上榜再談做人處世的家庭教育，是反共八股優先於人文、藝術與學術的人生價值。那個時代接受的近代史教育中，「中國」，從蔣中正總統繼承了孫中山革命及三民主義的教條談起，而三民主義，不是孫中山說的三民主義；「台灣」呢？除了是「寶島」以外，尤其是 1930 年代以後與世界左派思想結合，愛祖國（中國）、反法西斯的台灣人歷史，全面消失。

## 肆、「吃美國奶粉長大」的 1970 年代台灣大專學生

1950年韓戰爆發，原本打算放棄在台蔣介石政權的美國政府改弦易轍給予在中華民國「美援」，一直持續到1964年。這也使得台灣眷村領取「眷糧」、美國的基督教教會進行傳教之時，台灣人民就有機會品嚐到「美國的」奶粉，這是當時許多台灣人民的生活經驗。1991年，《台灣命運機密檔案》收錄了小說家陳映真（本名陳永善）<sup>11</sup>在1984年為了描述「美國統治下的台灣」的狀態而寫的文章，改以〈吃美國奶粉長大的孩子〉篇名出現。

## 一、「香蕉」文化——我們都是這樣長大的

香蕉（banana）外黃內白，原意指涉那些只懂西方語言，不懂中文的華人；延伸意涵，則是指稱他們藐視自己原生文化的心態。在美國，為一貶抑用語，後來則泛指黃種人崇洋媚外心態的一種符號。

1981年，台灣仍處於戒嚴時期。筆者在全面被禁止公開從事民歌手工作之後，於第一次赴美國留學之前，受邀為台北市議員選舉活動錄製募款用的選舉錄音帶，在當時黨外文化，那是頭一遭。面對著中國國民黨主導「萬年國會」的中央民意代表結構，地方的台北市議員選舉，以當時被稱為「黨外長子」的林正杰所設計的綠色基調「民主、制衡、進步」為訴求，為了「延續黨外香火」，也為了能夠從地方民意機構開始，逐漸改變戒嚴台灣的政治生態。

為了台北市議員黨外三劍客及原有五位黨外老將選舉，筆者製作了一卷【黨外的故事·新生的歌謠】歌曲專輯，並且邀請小說家陳映真先生編寫口白，無償給選舉活動籌募資金之用。筆者仿中國大陸抗戰時期【黃河大合唱】的編曲結構，在錄音帶A面選擇了閩南語（台語）民謠，而使用國語口白詠誦；在B面，則使用已過世的李雙澤遺作為主，使用閩南語（台語）的口白詠誦。陳映真應允在每首歌曲前，撰寫或台語或國語的口白。由於陳映真在

---

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。

前一年曾被軍法局約談 36 小時，險些再度坐牢的處境，筆者擔心他再度遭到有關當局找藉口迫害，因此並未邀請嗓音迷人、國台語流利的陳映真親自詠誦自己撰寫的口白。在錄音帶製成出版之後，外包裝上也不敢印上陳映真及其他參與編、唱、錄製等音樂工作者的姓名，惟恐他們被找麻煩。

陳映真先生出生於台灣日據時代，英日語造詣俱佳，卻始終懷抱著社會主義統一中國的理念。1968 年，台灣處於戒嚴時期，陳映真時年 31 歲，因「組織聚讀馬列共黨主義、魯迅等左翼書冊及為共產黨宣傳等罪名」的「民主台灣聯盟」案被「懲治叛亂」了十年。1975 年，因紀念蔣中正總統百日舉行大赦，獲得提前出獄。1984 年，他曾在黨外雜誌《夏潮論壇》以〈美國統治下的台灣——天下沒有白喝的美國奶〉一文，提醒讀者注意有關美國政府如何刻意影響台灣的政治、經濟、軍事、文化，並指出那些看似是台灣內部「統獨」爭議迷思的緣由。本文擷取其中與本研究相關的文字，來檢視 70 年代台灣大專學生在意識形態上，可能受到來自美國政府刻意安排的文化影響可能為何？

陳映真在文中表示，「超級帝國的美利堅」在台灣及全世界，將「精巧的新式殖民主義」透過「國務院、五角大廈、跨國企業、新聞處、中央情報局、軍事顧問團和學術基金會」來執行環球策略，雖與「舊式殖民主義的政策性格相同，但範圍極大，內容極精巧」。同時，美國在全球各地普設「新聞社、電影、電視、全球性企業公告」及美國新聞處，進行美國化思想和文化的改造工作。當中國國民黨政府尚未於 1949 年退守台灣之際，美國政府卻早已在 1945 年二戰之後監管日本戰敗國之時，開始在台灣進行建設；將台灣當作美軍的「中繼站」，「…修復了台北、新竹、臺南等地的軍用機場，並在林口、松山建立航管雷達站」。1950 年，韓戰爆發伊始，更將美國第十三航空隊進駐其中。

陳映真指出，1951 年韓戰爆發後駐守台灣的「美軍顧問團」（即「美國軍事援助技術團」，Military Assistance and Advisory Group），到了 1978 年，因中國國民黨當局拒絕而結束。美國陸軍卻另組「駐台辦公室」，以領事館內駐台武官名義繼續活動，並且「對台灣地理、水文、人文、政治和經濟方面進行調查」。在「國府求全與委曲」的美國經驗中，「文化上、經濟上，在台灣『反美』是一個禁忌」。美國在台灣「高等教育領域中」所進行的「美

國化改造」，則是透過「教科書、派遣研究人員」、以及到美國公費留學等方式訓練台灣青年知識份子。藉由「美國新聞處、好萊塢電影、美國電視節目、美國新聞社的消息」，「基本上左右著台灣文化，並且持續、強力地塑造著崇拜美國的意識。」（陳映真，1991，頁 247-252）

生長於 60、70、甚至 1980 年代的台灣知識份子，在成長的經驗中，都可能聽說過某些台灣「優秀」文人、知識份子有過令人稱羨的經驗：例如，某人「假日到美新處（美國新聞處 United States Information Agency，縮寫為 USIA）看雜誌」、或某人「接受美國國務院邀請訪美一個月」、或某人「得到美國政府國際教育交流的學生獎學金（例如，Fulbright Scholarship）」、又或某人「由美國相關文化經費支持」…。幾十年後，我們終於偶而有機會透過一些文章或論文，察知美國政府駐外文化單位，是如何綿密地對台灣（或中國大陸、香港）的知識份子收編或灌輸美國文化的價值。例如周邦貞（1999 年 4 月 7 日）在〈理察·麥卡錫談三個朋友——張愛玲、聶華玲和陳若曦〉文中，提及「…美國政府在當時正與共產國家冷戰，香港「美（國）新（聞）處」的任務之一就是介紹中國文學，尤其是具有反共傾向的當代作品；把它們翻譯成英文出版之後，好分送到世界各國作為反共宣傳讀物…」。清華大學台文所的陳建忠副教授也在〈「美新處」（USIS）與台灣文學史重寫：以美援文藝體制下的台、港雜誌出版為考察中心〉論文中，將這種「自域外移入」的「美援文藝體制」，是「制約作家在意識形態與文化想像上趨向」的「軟性體制」，它會「促使台灣文學的發展導向了有利於美國（或西方）的世界觀與美學觀，或是發展為將文學創作與社會變革區分開來的純粹美學思考」，「其深入幾世代所形成的『集體無意識』，影響之深遠不可等閒視之。」（陳建忠，2012，頁 211）

如果美國政府對於台灣的「文學」能有如斯影響，對於台灣流行歌曲或創作歌謠的大學生，難道不也如此？事實上，筆者依然記得，在 1979 年中旬，到「艾迪亞餐廳」聽筆者唱歌的娶了台灣女子的美國大使館一等秘書毛奇，在不久後，就以他們夫妻的名義，邀請筆者到他們在陽明山上的豪華宿舍。筆者與當時「造反派」的《美麗島》雜誌社的領導階層認識，也就從那天以後開始的。美國政府及其在各地區的當地代言人使用的這種「統戰」模式，到了二十一世紀依然延續著。

## 二、為美國作育英才的台灣大學校園

筆者根據政府統計、學者研究等等來源，檢擇出 1950 年到 2007 年與台灣大專院校學生相關的統計數字，用以略覽當時為數不多的台灣大專學生在社會中可能佔有的優勢地位，及其可能在社會教育與學校教育中所養成的親美心態。

這些統計數字包括：(一) 台灣總人口數；(二) 民國 59~95 學年度台灣的大學日、夜間部一年級學生人數（含性別人數及男女比例）；(三) 1950 至 1989 年台灣留學生人數，含赴美留學人數與赴外國留學總人數、及其比例；又由於台幣兌換美元逐年改變的比例，從 1950 年到 2007 年具有顯著的政經意涵，因而筆者將或台幣、或美元估算的(四) 國民人均所得（台幣）；(五) 國民人均所得（美元）及(六) 逐年台幣兌換美元的數額，分別放置在附錄的「表一：1950 年至 2007 年台灣大專學生出國留學及部分相關條件變遷之綜合參考表」之中。

首先，就以年輕人所佔台灣總人口的比例來觀察。台灣從二戰後到 1984 年為止，共計有兩波嬰兒潮。第一波從 1950 年代到 1968 年，而 1970 年代中期的嬰兒潮，則來自第一波嬰兒潮人口已達生育年齡所致。本文主題所涉的對象，屬於第一波嬰兒潮的人口。薛承泰曾經根據行政院主計處的資料推估，台灣在 1948 年有 25 萬名嬰兒出生，到了 1950 年代中期，台灣每年新生兒人數皆達 40 萬人以上（2003）。若以 20 歲作為大學生的平均年齡，50 年代以來，每年多達 40 萬人口的嬰兒潮，應該是 70 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的「本土主力」來源。為了觀其大豹，也從這些嬰兒潮人口佔總人數的比例來觀察。

台灣大專學生拿起吉他在電視上唱著自己創作歌謠的現象，大約發生在 1970 年代到 1983 年（所謂「民歌消失」）的十多年期間。日本殖民台灣最後一次人口普查人數停留在 1943 年，所知數字是 658 萬多人（6,585,841）（台灣省政府主計處，1994）。1945 年台灣光復後，據說一共遣返日本人 47 萬多名（乘風傳人，2013 年 11 月 23 日）；到了 1949 年，根據中國國民黨政府的說法，從中國大陸約有「60 萬大軍」及其眷屬來台。

筆者根據「表一」，計算出 1950 年代出生的嬰兒潮，成長到 20 歲左右



(即 1970 年~1983 年間) 成為大學生, 作為創作歌謠的主力。也就是說, 在當時的每一年, 處於大學生創作歌謠年齡的年輕人, 大約都佔了各該年份總人口數的百分之 2 左右<sup>12</sup>。

其次, 究竟有多少年輕人, 能有機會進入大專院校就讀?

台灣大專院校在 50 年代約有九所, 那時候的大學生約有一萬人。到了 1960 年代增加至二十四所, 大學及專科學校聯合招生錄取率大約 37%。到了第一波嬰兒潮成長的 1970 年代, 平均錄取率下降至 29%。到了 1985 年, 考上大專院校的率取率也只達 30%。

筆者從「表一」的數字中, 也計算出: 每年, 能夠有機會考上大專院校、並且有能力進入大學就讀大一的人口, 在每年平均人口中, 大約都在 0.2% 的比例, 也就是說, 每一千位台灣人當中, 僅只找得到大約 2 人能夠有機會進入大學就讀。多麼稀少的比例啊<sup>13</sup>! 順便一提的是, 從本研究的資料也觀察到, 進入大學就讀的人口, 在 1970 年代大學生創作歌謠的時代裡, 男學生與女學生的比例從 1.85 倍、1.55 倍、到了 1980~1983 年也只不過下降到 1.41 倍。

也就是說, 透過統計資料, 以就讀大一的資料來觀察, 在當時台灣, 只有比例極小的人口數才能夠念大學。這還不談絕大多數的大學生們, 幾乎無意識地享用著全體納稅人所補助的高等教育經費。

第三, 從家庭收入及一些相關的社會實況, 來觀察這些大學生的日常生活。1965 年以後陸續在台灣南部、中部出現加工出口區, 以及 1972 年以後, 政府政策係鼓勵全台灣家庭加入代工行列, 擴大外銷, 爭取外匯的「家庭即工廠」。因此, 脫離農村到都市找工作, 是當時絕大多數不分省籍、黨籍(與無黨籍)的台灣人民生活寫照。1970 年代的台灣, 一般家庭年收入, 大約新

---

<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%。

台幣七、八萬元左右。雖說大多的家庭生活開銷上稍顯左支右絀，但若與初離戰亂（從日據時期台灣被盟軍猛烈轟炸、或從烽火連年的中國大陸到台灣），手中只有年平均收入 141 餘美元（1950 年代）、208 餘美元（1960 年代）（詳見「表一」）的父母那輩養育子女的貧困生活相比，70 年代的年輕大學生，如同活在全體台灣人民用血汗累積出來的幸福之中，尤其那些能夠進入大學唸書的知識份子。而社會中的聯合招生升學考試，也是所有一般人民，在形式上獲得唯一公平的社會（流動）制度。

從上述簡略的篩選中，大約可以看到年輕大學生在台灣人口流動中的現象：當普遍家庭收入並不寬裕的情況下，每年只有 2% 的人口，能夠考上大學並且有機會進入大一。而這些就讀大學、在台灣社會眼中幾乎高人一等的「知識份子」，大約千人中，只能出現 2 位。

接下來要看的是，這些從家裡、學校到社會上，大多被捧在手心上的大學生，如果畢了業，究竟會選擇何處做為他們留學的目標國？

根據〈表一〉，台灣大學畢業生申請留學的總人數中，選擇美國作為留學國家者，向來都佔總人數的極高比例：50 年代約 89%，60 年代的前期約 79%。到了 70 年代的前期，選擇留學美國的比例為 86%，後期則達到 90.7%。到了 1981 年至 1985 年，更高達 93.6%。也就是說，到了 80 年代中期，幾乎只有美國才是台灣大學畢業生的留學目標（93.6%）。隨著台灣逐漸步入「亞洲四小龍」的階段，全台灣的社會納稅培養、層層篩選出來「最高級」的知識份子，絕大多數不僅選擇留學、而且是留學美國。根據美國民間組織的統計，在 1970 年代以後，台灣的留美學生人數，更高達全球各地留學美國總人數的第一、二名<sup>14</sup>。

---

<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

表一：1950年至解嚴後的1989年台灣大專學生出國留學及部分相關條件變遷之綜合參考表

年份	總人口(萬) (約)	民國 59~95 學年度 日、夜間部 大學一年級 學生人數 (總數；男：女) (男女比例,約)	1950~1989 台灣赴美留學人數 ／台灣留學生總數 (美、日、澳大利 亞、英、法、德、加、 紐、其它)	國民 所得 (台幣)	國民 所得 (美 元)	美元 1 元兌換 台幣 (約)
1950			213/216			
1951			332/340	1412	137	
1952 龍年	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 龍年	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
		('70~'74 男女比均數: 1.85:1)					
1975	1608	33885(21841:12044)	1.81 : 1	1824/2301	34181	900	38.0
1976	1640	34022(21057:12965)	1.62 : 1	3173/3641	40023	1053	38.0
龍年							
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
		('75~'79 男女比均數: 1.55:1)					
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
		'80~'84 男女比均數: 1.38:1					
1985		40169(22804:17365)	1.31 : 1	6052/6499	121225	3041	39.9

	1941						
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 龍年	2006	52704(27534:25170) 1.09:1	6382/8125	169284	5917	28.6	
1989	2028	54628(28977:25651) 1.2 : 1 <b>'85~'89 男女比均數 : 1.21:1</b>	3515/3896 (1989年7月起,自 費留學生不須教育 部核准)	187421	7097	26.4	

資料來源：1.本表整理自薛承泰(2003)；台灣GDP，2013年10月11日《百度百科》；教育部統計處(2007)。行政院教育部(2006)。教育部「民國39至78年出國留學生人數統計表」；行政院主計處(2011)。註：表格空白處為本文截稿前政府資料未登錄者。2.國民年均收入引用「按當年價格計算」之數字。

## 伍、滋養 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化養分

在分析多元的文化養分類屬之前，首先邀請 21 世紀的閱聽眾，進入半個世紀前統轄著台灣社會藝文發展的社會情境。

1970 年代中期以後，台灣的中華民國政府從進口替代到加工出口的后進工業國家經濟發展模式，使得老百姓的平均收入逐年遽增(請參考「表一」)。我們僅就戒嚴時期的 1980 年 11 月，在政府首肯下，台灣也成立了「中華民國消費者文教基金會」組織的這個現象，就得以窺見當時的中產階級，早已具有了階級的社會性力量。再加上大眾傳播事業的滲透與擴散，除了原有的平面媒體報章雜誌與電影、廣播外，台灣電視公司(1962)、中國電視公司(1968)及中華電視公司(1971)也陸續成立。對一般人民而言，透過娛樂事業而來的相關利益及生活機會大增，而政府較有系統的管理與審查制度，也在這個階段愈發成形。

然而，在大學生創作歌謠興起的這個時代，既沒有電子科技，又缺乏娛樂工業，「官方」與「民間」的權力與權利，究竟有何區別？其實並非絕大

多數台灣人民所能分辨的。在 1970 年代，與歌曲相關的審查機構在行政院新聞局的「出版事業處」與「廣播電視事業處」(另一職司管理的單位為「電影事業處」)。這些機構在 1973 年 8 月 1 日，從原本屬於內政部、教育部及其他與大眾傳播事業相關的政府輔導與管理業務的職務之中統整規劃，而後再全部交由行政院新聞局負責管理。

在民間，負責「呼應」中華民國官方文藝政策的單位，則有由中國國民黨中央以及中華民國政府結合了活躍華人以及在台灣的作家與藝術家所組成的「中國文藝協會」。該會於 1950 年 5 月 4 日成立，「主旨與任務」是「以團結全國文藝界人士，研究文藝理論，從文藝創作，展開文藝活動，發展文藝事業，實踐三民主義文化建設，完成統一中國任務，促進世界和平」。其下，設立了詩歌創作研究、散文創作研究、小說創作研究、音樂、美術、話劇、電影、廣播電視、戲曲、攝影、舞蹈、文藝評論、民俗文藝、新聞文藝、國外文藝工作、大陸文藝工作、文藝翻譯工作等 17 個委員會(行政院文化建設委員會，1996 年 6 月 1 日)。

1951 年，為了響應國防部總政治作戰部主任蔣經國提出的「文藝到軍中去」運動，「軍中革命文藝」就此踏出第一步。此時，中國國民黨政府尚未明文制訂「文藝政策」。1953 年，蔣中正總統撰寫了〈民生主義育樂二篇補述〉，言明『『黃色的害』和『赤色的毒』會『踐害我國民的心理健康』；到了 1954 年，「中國文藝協會」還加上了「黑色的新聞」毒害，策劃執行了「文化清潔運動」(黃怡菁(2009 年 9 月 24 日))。「中國文藝協會」配合他們在 3 年前由「中國國民黨」中央黨部出資、「中國廣播公司」董事長張道藩發行出版的《文藝創作》雜誌，並且加上「中華文藝獎金委員會」使用公家資金給予經常性的座談，並鼓勵民間雜誌刊登反共抗俄的詩歌、散文、小說、劇本等等的作品。這些附帶了名與利的實質「鼓勵」，著實在台灣文壇及文學場域，製造出反共文學的基底。「中國文藝協會」甚至曾經在各報刊出『『舉辦民意調查並接受被害人指控啟事』，鼓勵各地民眾踴躍檢舉屬於赤黃黑三害的刊物。根據《中國文藝年鑑》，1954 年 8 月 20 日至 28 日之間共收到 2614 封民眾投書以為檢舉。』(應鳳凰，無日期；張文菁，2014，頁 92-95)。

與 1979 年代大學生創作歌謠審查機制直接相關的機制，大約可從 1968 年的發展開始觀察。當年，中央政府部門推出了「中國音樂年」，一連串從

海外聘請學習西洋音樂的音樂家，針對學校老師、學生舉辦音樂講座、美聲合唱團愛國歌曲演出以及鼓勵創作「中國」的歌曲。這些以西方音樂與聲樂為主流的「中國」音樂發展政策，同時也由「中國文藝協會」主持掃蕩「靡靡之音」的工作。

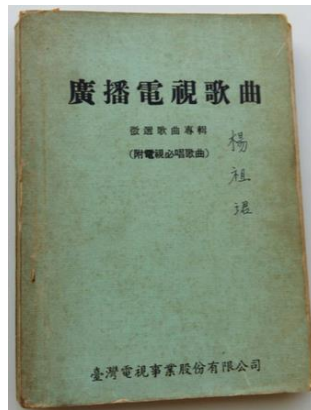
到了1974年11月，中國國民黨第十屆五中全會舉辦之前，由「國際獅子會」中華民國總會、「中國廣播事業協會」與三家電視台主辦，在行政院新聞局贊助下，由「廣播電視歌曲推廣委員會」負責「歌詞徵求，即日開始（至）12月31日截止，應徵歌譜，規定使用本次入選的歌詞作曲。凡經入選，每首作曲視內容與長短，分別給予新台幣1500元至2500元酬勞…」（聯合報，1974年11月10日；「中國文藝協會」《台灣文學網》；黃玉蘭，2009年10月28日；何貽謨，2002，頁169）。值此同時，新聞局「流行歌曲整理審查小組」在11月22日針對1700多首國、台語歌曲進行審查，除了22日公布禁唱的91首，連同前兩次審查結果共計禁唱了188首歌曲（圖8），從1974年至1978年中旬，這個委員會共徵選了四期淨化愛國歌曲，並印刷成《廣播電視歌曲 徵選歌曲專輯（附電視必唱歌曲）》歌本，規定三家電視台中的每個歌曲節目，必須有1/3比例的歌曲從這本歌本中選唱（圖9）。到了1975年12月26日「廣播電視法」在立法院三讀通過，明令「電視臺對國內播音語音，以國語為主，方言應逐年減少；其所占比率應由新聞局是實際需要定之」，「方言」節目從1972年的20%以下，在此法通過後持續下降。

圖六：行政院新聞局「流行歌曲整理審查小組」公布共188首禁歌的91首歌曲名單



資料來源：《聯合報》，1974 年 11 月 22 日，第 9 版。

圖七：1978 年電視公司交給音樂節目主持人使用的《廣播電視歌曲 徵選歌曲專輯（附電視必唱歌曲）》<sup>15</sup>



資料來源：楊祖珺

前述簡介，為的是讓讀者進入 1970 年代台灣大（專）學生在創作歌謠時，從創作之初，在平面媒體、廣播媒體得以被看到與最終的發表以及呈現在娛樂事業消費者面前的過程中，可能遭遇到有形、無形的歌曲審查相關的層層關卡。

以下，筆者試著從青年學子身處台灣社會中，所可能接觸到的重要養分來源出發，列舉出七類滋養著 70 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化養分來源。分別是：（一）1950 年代以降台灣藝文思想的耕耘與實踐；（二）來自台灣街坊與民間的文化與政治存糧；（三）「中國青年反共救國團」自強活動歌曲、「保釣運動」後大學生「山地服務隊」歌曲與台灣電影流行歌曲的

<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。



弦韻交會；(四) 閱聽與演唱美國流行歌曲排行榜的「西洋」流行歌曲；(五) 吉他彈唱的教本、課程與音樂雜誌，以及大學校園、西餐廳的吉他表演；(六) 創作歌謠徵選、比賽活動及其相關音樂產品出版的鼓勵與刺激；(七) 收視率強檔的國語廣播音樂節目與電視歌唱節目。由於篇幅限制，文中僅針對必要細節分析與整理。

## 一、1950 年代以降台灣藝文思想的耕耘與實踐

第一類滋養 1970 年代大學生創作歌謠的文化養分，包含了小說、散文、詩作、舞蹈、劇場、「鄉土文學論戰」相關論述以及「反共義士」姜成濤在大眾傳播媒體廣泛介紹的「中國民歌」風氣。這其中也包含了在那過往 20 年間屬於「美國式的」、甚至就是「美國的」流行文化影響。

1950 年代以後，「現代詩社」(《現代詩》)、「五月畫會」、「東方畫會」、「劇場」雜誌等等這些「新的」、「現代的」、「西方的」的台灣藝文作品。60 年代以後則有《文星雜誌》、「水牛出版社」、「志文出版社」、「新潮文庫」，以及為數並不多的人才搞得懂的「存在主義」與被教育當局大肆在媒體中斥責為「灰色思想」的《野鴿子的黃昏》等風潮。雖說較文人品味，但影響的受眾卻是在當時社會不見得有權勢，卻足以擔當台灣藝文發展指標的重要意見領袖們。在這個「文藝豐收的時代，不僅大陸來台的青年作家開始大量創作，新生代的台灣青年也很快地掌握了白話中文。文學創作者如雨後春筍紛紛冒芽，甚至長成大樹，創作出大量文藝作品……」(鄭鴻森，2008 年 4 月 24 日)。

在不允許「娛樂」也缺乏「消費」概念的時代，當時出現的一些流行文化，對於生活清苦、資訊封鎖、政治高壓的戰後出生一代的成長，銘刻著極其強烈的意識形態上的影響。例如，1954 年，由「空軍廣播電臺」西洋流行音樂名廣播人費禮（平鑫濤）創辦《皇冠雜誌》。原本以刊登翻譯自美國低俗小說（pulp fiction）為主的雜誌，到了女作家瓊瑤的小說出現在版面，其後更廣為改編成電影大受歡迎之後，對於一般有閱讀習慣的家庭或喜歡看電影的年輕人，不僅能夠提供他（她）們些許發洩與認同的管道，對於戰後出生一代的人生價值以及父權觀念的培養，也影響至鉅。又如，《讀者文摘》中文版的出現。在 1964 年剛結束了 10 年對台「美援」政策的美國，從 1955

年在東南亞國家所開啟的戰端中，卻遭到越共有效對抗的「抗美援朝」(Resistance War Against America)(或稱「越戰」)的拖延。在美國更需要確保台灣作為美軍轉運站與臨時根據地，而台灣人民也更需要在思想上落實「美國價值」之際，《讀者文摘》中文版，落實了亞洲華人及台灣人想像中的「『美』國」、「美國的生活」、「美國人的思考模式」，在大眾傳播媒體以及學校教育的強力推薦以及肯定之下，《讀者文摘》提供了台灣人學習美國「生活方式」(way of life)及「民主」、「自由」的想像原型。

在提供流行文化的影像來源中，電影院並非50、60年代一般人能隨時前往之地。而自家或隔壁人家的黑白電視播放的美國影集，也是灌輸台灣人「美國夢」的來源，而且在台灣播出的時間往往長達數年，甚至從黑白電視播到了彩色電視的時代。例如，1962年以後英勇的美軍力抗萬惡德國兵的【勇士們】(Combat)；1964年美國英俊又正義的偵探故事【影城疑雲】(Seventy-Seven Sunset Strip)；1967年美國神仙眷屬的【神仙家庭】(Bewitched)；樸素、英勇、快樂又正義的美國傳統【牧野風雲】(Bonanza)；甚至，只要是台灣生長的人，原則上都看不懂的【蘇利文劇場】(The Ed Sullivan Show)，這個在美國極受尊重與歡迎的綜藝性節目，除了現場的爵士樂，其餘內容均屬美國日常生活的漫談及美式笑話，除了在台美國人（及有限數量的當局高官）聽得懂外，筆者懷疑究竟有誰能夠那麼「美國」？不過，凡此種種「好看」的美國價值及意識形態傳播，多得不勝枚舉。這個時代，1970年代台灣大專學生創作歌謠的年輕人，大約處於小學或初中時代。

而1970年代的保衛釣魚台運動以及隨著中華民國政府在國際、國內政治中的轉型，台灣大眾傳媒中的報紙副刊及雜誌，出現了一些「新」的、「鄉土」的詩詞小說、論說散文，這也帶給戰後一代在初中、高中時期除了接收「現代的」、或「反共抗俄」、「愛國」等文藝品味的慣例。彼時的在台僑生以及逐漸增多的留美或留歐回台知識青年，也將1970年代因美國對華政策轉變而准許中華人民共和國在美國及歐洲社會廣為宣傳的「新中國」雜誌或錄音帶，夾帶在行李箱中帶回台灣。

1970年代還有幾股在藝文上「分進合擊」的「進步」力量，來自台灣民間力量的集結。1971年，在當時前衛的、現代的、存在主義的時代潮流中，吳美雲、黃永松、姚孟嘉等人，以「大漢天聲」之理念，創辦了英文版ECHO

的《漢聲雜誌》，到了 1978 年中文版問世，當年的大學生及知識份子才有緣在書報攤上閱讀得到傳聞中精緻美好又博大精深的這本民間藝術刊物。除了雜誌之外，「1981 年以原創圖文，用當代語言詮釋傳統故事的《漢聲中國童話》12 月的故事，以及 1984 年的「為兒童編創的科普與生活常識的《漢聲小百科》」（林懷民，2016 年 8 月 19 日）。1984 年在姚孟嘉主導下，《漢聲》精心研製出版的《手打中國結》，不僅教育的日後六、七年級世代的孩子，也教育了台灣戰後四、五年級出生的父母們。

而另一股當時大學生及知識份子的文化糧食，則來自 1975 年以後的《雄獅美術》。當時，《雄獅美術》創辦人李賢文以及《漢聲雜誌》特約記者奚淞從法國接觸到當代思潮與社會思想革命的洗禮後回台，共同「主持月刊編務」；到了 1976 年秋季，李賢文在月刊中介紹的「洪通畫屋」，《雄獅》舉辦的第一屆「青年繪畫比賽」、五週年時「於耕莘文學院舉行『民間藝術的保存和發展』座談會」，將當時強調「西洋」與「高級」的「美術」觀念，加入了「台灣」與「民間」藝術的成分。到了 1977 年奚淞擔任月刊主編之時，懷抱著滿腔重新改造中國（台灣）社會理想、曾經在法國編輯過《歐洲通訊》但由於政治意識形態傾軋而退出編輯的文人蔣勳，受邀回到中國文化大學戲劇系國劇組講授「藝術概論」（蔣勳，2016 年 9 月 27 日）。《雄獅美術》在蔣勳於 1978 年出任月刊總編輯之後多年，除了美術，還增闢文學、音樂、攝影、舞蹈、戲劇等內容，他不僅將藝術從高不可攀的殿堂廣泛引介進入民間，對於藝術與生活本當結合的理念，也豐富落實地呈現在刊物之中，為台灣社會進行了豐富的民間藝術教育。

當時，深深影響了大學生及知識份子的心靈糧食，還包括了因美國華人舞蹈家王仁璐於 1967 年在中山堂舉辦台灣第一次現代舞蹈發表會，啟發了 20 歲的林懷民對於瑪莎葛蘭姆現代舞編舞理念。林懷民從美國留學回台北，在 1973 年創辦台灣第一個現代舞劇團「雲門舞集」瑪莎葛蘭姆對於林懷民其人、其文與其對於舞蹈的堅持與創作的影響可謂深遠至極。尤其是林懷民從 1974 年以後，使用中國民間故事素材，陸續發表的精彩舞作，如：寒食（1974）、白蛇傳（1975）、薪傳（1978）及廖添丁（1979）等等，其中使用了在台灣受教育或留美西洋音樂家所創作的「現代音樂」（modern music）作為配樂並將其音樂出版，不僅開啟了台灣現代舞的風潮，也造成這些以往與

流行音樂缺乏連結的現代音樂家，逐漸走向廣告音樂、甚至「校園歌曲」創作及編曲的行列（例如，李泰祥、許博允、樊曼儂及馬水龍等）。

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蒐集來的一些歌曲，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樂的【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幹校音樂系，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】、【馬車伕之戀】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年臺灣唱片市場出現包括中國大陸50年代以後蒐集的民歌黑膠唱片<sup>16</sup>



<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=F582FC25C718D55!654&cid=0F582FC25C718D55>

## 二、來自台灣街坊與民間的文化與政治存糧

1970 年代台灣的時代反省，並非憑空就出現在這個場域。雖然當時正處於台灣左翼勢力幾乎被徹底消滅殆盡之際，來自台灣街坊民間的文化存糧，還是讓台灣的知識份子與青年能夠有機會與近代中國與世界革命的人文與歷史傳承銜接。

這類養分粗分為三大項。其一，台灣舊書攤中在台日人二戰撤退後，無法帶走的書籍、畫冊等；然而，由於當時教育體系中強調的「抗日」情結，會將日文當成第二外國語言學習的大學生比例不大；其二，是二戰後大陸來台人士攜來的中文書刊，以及來台僑生寒暑假返回僑居地所攜來的報刊、書籍、雜誌及音樂成品等；其三，是 70 年代開放出國觀光後「偷渡」來台的報刊、書籍、雜誌、錄音成品等中文材料。值得一提，70 年代台灣知識份子圈中有機會得以透過上述管道傳閱 1930 年代冰心、老舍、沈從文、錢鍾書、曹禺等人之作品，或者不論哪類人士「偷渡」回台的大陸「革命」歌曲或音樂等等材料，當遭到質疑而詢問來源時，大多會以「在舊書攤」找到的作為藉口，搪塞交代。那時，閱讀或聆聽這些書籍、文章、或歌曲，是要冒著「被傳去問話」甚或坐牢的風險。

其四，是台灣民間知識份子創辦的雜誌，例如，1949 年 11 月到 1960 年 9 月被查禁，由大陸來台知識份子與台灣地方仕紳聯手，以推廣自由主義民主論述，由雷震、傅正等人編輯的《自由中國》雜誌；1976 年 2 月 28 日到 1979 年 2 月被查禁，標榜「鄉土的、社會的、文藝的」目標，以推廣社會主義、中國民族主義為主要訴求的《夏潮雜誌》；1960 年代由李敖、蕭孟能為主要推動力，主張全面西化主張的《文星雜誌》；1970 年代保釣運動之後，由蔣經國政團擔任幕後推手，結合不同省籍的知識份子在「催台(灣)青(年)」政策下所創辦的《大學雜誌》；以及，其後由於左右派政治思想的理念矛盾、在台灣社會進行文化革命或實際投入民意代表選舉團隊的策略齟齬、以美國政府及其文化勢力在台選擇培養其代言人的政治場域競逐以及台灣統治當局會實施政治鎮壓的歷史威脅等等，其後除了《大學論壇》與《台灣政論》出現了走學術以及選舉路線的黨外雜誌之外，大多數的人士則逐漸退出知識份子關懷社會的第一線文化工作，逐漸步入了中小企業商場或大學校園之

中。

其五，是當時還遺留在台灣民間，卻被學術殿堂及學院音樂所輕視的活文化。當 70 年代「中國現代民歌」、「唱自己的歌」等音樂在年輕人之間激起了一代反思，當時存活於街坊民間的文化資產，也成了當時愛好音樂、文學、詩歌、散文的年輕人，努力「尋根」的對象。諸如，沿街叫賣的「走唱人」、公園中的客家山歌「相褒」、市井中的賣唱文化、野台演唱的歌仔戲、大陸南方的彈詞（亂彈）以及北方的大鼓音樂等等（楊祖珺，1979a；1979b；1979c；1979d；1979e；1979年2月5日；1979f；1980；1981）。

### 三、「中國青年反共救國團」自強活動歌曲、「保釣運動」後大學生「山地服務隊」歌曲與台灣電影流行歌曲的弦韻交會

「青年自強活動」以及「山地服務隊」活動中傳唱的歌謠，有著不同的來源，到了 1970 年代中旬，用自己的語言傳唱年輕人的心聲，更成了當時青年團體活動中的要角。

從 1952 年 3 月 29 日青年節成立的「中國青年反共救國團」（以下簡稱「救國團」），隸屬於中華民國「國防部」（總）政治（作戰）部，其中的「政工幹校」、「政治作戰」以及在全台灣中等學校以上的「教官」系統，舉凡在中華民國政治制度解嚴前念過台灣中學以上的年輕人，無不成長於其有形、無形的文化形塑影響之中。在「救國團」中，不論被稱為「青年戰鬥活動」、「青年訓練活動」、「青年育樂活動」、或是 1972 年以後改稱的「青年自強活動」，在戒嚴體制、聯考升學壓力以及中產階級尚未普遍的社會條件中，「救國團」每逢假日就推出的花費不多卻歡樂無限的登山、露營、滑翔、健行等等課外活動，最為絕大多數年輕學子稱道與叫好。在這些營隊的團康活動中，經常被傳唱的「嚕啦啦」團康歌曲有著不同來源：被填上國語歌詞的原住民曲調、青年自創卻不同於商業出版的國台語「靡靡之音」或日本演歌情調的清新歌曲……。「愛國歌曲」在團康的情境中應該頗煞風景，具有社會關懷與主張性質的歌曲也不容易出現；版權，則更是一個還沒有被政商機構廣為推廣的名詞。

在 1950、60 年代的營隊中，一把口琴，應該是最常見到的樂器。到了 1960 年代末期及 1970 年代，彈吉他的項目，最火紅的要算是「卡爾卡西」式的古典吉他彈奏法；或者在晚會的星空下，彈奏一曲相對簡單的【**荒城之月**】或【**禁忌的遊戲**】吉他樂曲，彈唱一首 DoLaReSo 四個簡單和弦的抒情歌曲，在那個年輕的生命力頗受壓抑又缺乏社交娛樂的時代，管他誰是作者，比政令宣導還有效地征服人心的創作歌謠，就這麼形成了一個時代的集體記憶。

而「山地服務隊」則源自 1972 年底台灣大學學生因應「保衛釣魚台」的關懷，發起「百萬小時奉獻服務」；到了 1973 年暑期為了要擴大實踐，經由台灣電視公司宣傳後，也影響到台灣幾所大學在校方允許下成立了「山地服務隊」、「慈幼社」等學生團體（臺視全球資訊網，1973 年 3 月 28 日）。

「山地服務隊」是那個時代極少數能夠允許學生走出校園與「社會」「正大光明」接觸的學生社團（因為，學生與社會的接觸，若不在政府派駐學校的「人二處」、職業老師與學生以及各大學校園「孔知 X」辦公室的控管下，點燃了的社會意識的火苗，很容易就造成年輕學生的政治覺醒；例如，1971 年成功大學及少數其他大學學生的「成大共產黨案」以及 1977 年底旅美華人戴華光、文化大學助教賴明烈、輔仁大學研究生劉國基及其他師大、工技學院、淡江等大學學生的「台灣人民解放陣線案」。其組織在各大學中容或名稱不同，但在那個不容許言論、思想坦蕩交流的時代，大學生透過寒暑假前往一星期或十天的「山地服務」，年輕人自我的學習與彼此的團康，可能才是大學生最大的收穫。此外，當「山服隊」成員將「山下」吟唱的歌曲帶到山地部落中教唱的同時，能夠有機會接觸到較漢人音樂更為豐富的旋律與生命力的原住民音樂，應該也是參與服務的收穫之一（圖十一）。

1970 年代的台灣大專學生，除了能夠從上述兩種主要由學校安排的社會生活中，得到歌曲創作的靈感與養分，日後被稱為「台灣新寫實電影」早期創作的諸多電影插曲，不但在「老三台」的電視歌唱節目中宣唱，在市面販售國語流行歌曲的唱片行以及上述兩種活動中也經常廣為傳唱，並且交互影響。由於篇幅問題，僅只列舉一些大學生團康活動中彈著吉他歡唱的歌曲——瓊瑤小說改編的電影【**船**】(1967)中的【**郎尼路加**】以及電影【**寒煙翠**】(1968)裡的【**苦情花**】。有趣的是，電影情節中不僅有山地部落、有農莊生活、有



原住民與漢人交流、有當時電視台裡當紅歌星的歌曲配唱、還有俊男美女主角拿著吉他在電影中對嘴彈唱的畫面。團康活動中，也經常唱著電影【真假千金】(1971)中翁倩玉父親翁炳榮使用日本歌曲填詞的【溫情滿人間】；劉家昌電影【晚秋】(1972)中，使用簡單和弦分解彈奏的【我家在那裡】；也是劉家昌電影【愛的天地】(1973)中，拿把吉他照顧孤兒的翁倩玉唱著的【海鷗】；還有，台視電視劇【愛的旋風】(1974)中，翁倩玉唱的【祈禱】等等。

日後的人們會認為，屬於「大學生」創作的「清新」歌曲，始於「新格唱片」在大學校園中舉辦「金韻獎」歌曲比賽之後，方才大量誕生。事實上，到了1980年代中期左右才被音樂大眾認識的羅大佑，則早在劉文正電影【閃亮的日子】(1977)中，就撰寫過5首膾炙人口的國語流行歌曲<sup>17</sup>。至於與電影同名的歌曲【閃亮的日子】，也始終在救國團、山地服務隊(以下簡稱「山服隊」)的團康活動中經常被傳唱。此外，像「海山唱片」的「民謠風」系列中，替潘麗莉出版的歌曲【花戒指】(1978)，替銀霞出版的歌曲【蘭花草】、【偶然】(1979)，以及在救國團、山服隊廣為傳唱的【萍聚】、【盼】(周興立創作)、【愛情】(劉文正演唱)等等歌曲，一直到了今天，究竟是商業唱片公司的版權，還是另有詞曲作者，都還存在不少爭議。

---

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。

圖九：能夠反映當時大學生所唱有別於「靡靡之音」的「淡江文理學院」山地服務隊教唱歌本<sup>18</sup>



資料來源：淡江「山地服務隊（山服）」隊長呂崇偉提供；郭耀中製圖。

不過，「救國團」活動對於當時年輕人用自己的語言唱自己的歌的貢獻，可能還不僅止於上述。楊弦在 1975 年底出版【中國現代民歌】唱片之前一年多，就曾報名參加「救國團」舉辦的作曲研習班課程，跟隨留德的劉德義學習作曲（馬世芳，2002）；當時，楊弦是大三的學生。「救國團」相關的活動所可能影響到大學生歌謠創作的景況，除了楊弦，已知的還有 1977 年大學畢業之前到「洪建全基金會服務」，由執行長洪簡靜惠邀請陶曉清製作《我們的歌》第一、二集的執行製作的創作歌手吳統雄。當時，他也提供了在「每年寒暑假…參加救國團的山野義務服務，寫了一系列山野的所見所聞」而來的創作。此外，幾乎彈吉他唱歌的人們都熟悉的【偶然】這首歌，也是由 1973 年當時的大學生「吳統雄和山野服務的朋友們」擔任救國團的輔導員時，由吳「執筆的集體創作」。其後兩年，他又因「中橫公路洛韶站」擔任山野營隊的輔導員時教唱，「一位原住民的小妹妹…覺得歌詞太短…我們又一起加

<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」(吳統雄,無年代)。這些在「山地」傳唱出來的歌謠,從「民謠」、「人民的歌」角度觀察,也帶有「集體創作」的特色在內。

雖說大學生創作歌謠的方向,不可能脫離當時國家機器建構的各種安全情治、教育控制與媒體宣傳等等影響,然而,「救國團」及學校服務性社團活動所流傳與創作出來的歌謠,為 1970 年代創作歌謠文化運動增加了一份不可忽視的群眾力量。

#### 四、閱聽與演唱美國流行歌曲排行榜的「西洋」流行歌曲

理述此類養分之前,首先必須介紹美國流行文化在臺灣市場廣被接受的幾項因素,同時也要說明,美國流行歌曲對於台灣大專學生創作歌謠的內涵,並沒有傳說中具有如斯影響。

美國學者 Thomas B. Gold 嫻熟兩岸華人文化,曾經分析美國流行文化之所以能夠在臺灣市場廣被接受的幾個因素。首先,是中國國民黨的反共政策,在文化上進行控制與緊縮。其次,台灣雖然經過日據 50 年的巨大影響,但 1972 年北京與日本建交,促使中國國民黨對日本文化採取更加嚴厲的控制;相較之下,美國流行文化成了對台灣文化最主要的影響來源。第三,由於 1950 年代韓戰爆發,持續到 1964 年才結束的「美援」與美軍顧問團在台灣的駐點。到了越戰期間,為了迎合眾多來台休假的美軍娛樂所需,諸如「大量的酒吧與紅燈區的娛樂需求」,都造成了台灣盜版美國唱片、錄音帶以及書籍的需求,這些都形成美國流行文化深入台灣社會的重要因素。最後,他還提到美軍電台 (American Armed Forces Radio) 所播放的流行音樂種種,也造成了台灣文化人開始模仿美國的流行文化 (Gold, 1993, pp. 908-909)。Gold 的分析,讓我們清楚觀察到,為什麼當時的年輕人可以輕易地在台北「中華商場」與台中等地,購買得到由美軍電台 DJ 們偷渡盜版刻印而在商場中販售的紅、綠色的便宜塑膠唱片。甚至,在戒嚴時期,在台灣的廣播電臺、電視節目中,台灣歌手們甚至爭相以「誰唱得像美國人」而引以為傲的風氣。

筆者認為,美國流行歌曲對於台灣年輕一代,最大的影響在於助長台灣年輕人為了彈唱英文歌曲而增強了西洋樂器的使用,而在唱歌的表達方式以及音樂創作、欣賞的風格 (styles) 上,也因而受到他們的薰陶而有所改變。

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」生活方式的想像之中。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徵兵而強調反戰、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售，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，其英文程度及瞭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，廣播人瞭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

1950、60 年代，一般人要買把樂器都奢言奢望，更何況是組織搖滾樂團，想要擁有如同「披頭四」(Beatles) 樂隊的全套樂器設備，難如登天。當時曾出現由中華民國空軍贊助所組成的「巨人樂隊」，平鑫濤(費禮) 即為成員之一。1958 年之後，「巨人樂隊」成員之一的金祖齡，由蔣夫人宋美齡推薦其所組的「洛克合唱團」赴台灣的「美軍俱樂部」駐唱。其後亦前往駐唱之樂團，包括金祖齡與陶大偉、黃弗才、Jimmy、老鷹組成「雷蒙合唱團」(Raymond)，與吳盛智、李哲民、章永華、薛岳的「陽光合唱團」，Robert 蔡與張建蓉的「海韻大樂隊」，李勝洋、翁孝良、陳體強、戴熙植的「電星樂隊」以及由黃曉寧帶領靜修女中畢業班學生所組成的女子熱門合唱團「幸運的六月 Lucky June」(1962)。

直到 1970 年代中期，能夠進入當時號稱「高級飯店」駐唱的樂隊、樂團或合唱團，都是一時之選。例如，60 年代美國學校的「鵝媽媽」(Mother Goose) 樂隊主唱廖小維，他後來加入蘇必用、陳志遠、程天一、陳德昌、薛永康的「時光合唱團」，「雷鳥合唱團」，小梅(梅汝甲)、高宗保的「石器時代的人類」，楊擇友、譚健常的「艾克遜合唱團 Action」，吉他高手 Masa 游正彥的「2001 合唱團」，高凌風的「卡士摩合唱團」，楊繼武、張張、趙伯乾等人的「南方血統合唱團」，崔可銓、鍾漢強、Arteala (阿信) 的「外交合唱團」，易念祖、崔可詮、顏治平的「搖滾城市」(Rock City Band) 等等。

順便一提的是，「時光合唱團」就是 1976 年 12 月 3 日在淡江文理學院「民謠演唱會」上，北部的年輕學生爭相購票前往聆聽的當紅熱門音樂合唱團。「時光合唱團」之所以願意到「不夠 class」的大學校園演唱，主要因為薛永康是當時淡江文理學院的學生而牽成的線。至於李雙澤手提可口可樂上台演唱，想要對話與質疑的對象，正是那些台上、台下僅願沈溺在美國歌曲(包括筆者在內)之中的年輕大學生！

當時，台灣人在 1960 年代以後能夠聽得到現場的演唱會，不外乎「國際學社」(當年為外國學生居住之處，原址現為台北市「大安森林公園」局部)、空軍新生社「介壽堂」、台北總統府附近的「中國之友社」等俱樂部。這些俱樂部大多以美軍為主要客源：例如，台中「藍天使」、「蒙地卡羅」西

餐廳；而台中水湳機場的「萬象俱樂部」與台北大直的「China Seas」等俱樂部，更是只限駐台美軍與來台度假美軍才能夠進入。

而「搖滾」兩個字，並非那個時代組織樂團的流行用語。那個要求必須節儉、救國、反共抗俄的年代，「搖滾」意味著不夠正經的「搖頭擺臀」，當時的長輩也會形容 Elvis Presley（貓王）唱歌像「打擺子」（瘧疾的症狀）似地「抖腳抖手」。或許是因為模仿來自美國 Old Standard 流行歌曲以及 1960 年代中期在台灣流行音樂界人人稱羨的「鼓霸大樂隊」之類音樂風格的影響，使用「樂團」、「樂隊」、「合唱團」的稱呼，感覺上似乎既有「class」又較「正經」。「有 class」、「沒 class」，是那個時代年輕人在判斷人事物時的習慣用語。

此外，許多人都忽略了，在大學生創作歌謠大量興起的 1970 年代中期以前，這些熱門合唱團也都早已嚐試創作自己的歌（王淳眉、何東洪、鍾仁嫻，2015 年 6 月 26 日），不僅出版唱片，也在電視中演唱。不過，是否因為在 1960 到 70 年代，「唱歌」並沒有在大眾傳播媒體、學校與一般家庭教育中，被視為「正當」或「正經」的職業？許多唱歌及演奏能力紅極一時的熱門合唱團團員，並未將他們的音樂才能，當作職業或事業來經營？此外，當時傳統的唱片公司，依然以出資老闆做為製作與發行決策的核心，他們忽略了台灣社會的價值轉型，正發生在當時人數眾多的嬰兒潮長大成人後的「市場」之中，或許這也是為什麼今日提及大學生創作歌謠文化運動過程中，會遺漏了諸多熱門合唱團歌手們自行創作歌曲的遺珠之憾的來由。

## （二）聆聽廣播電台播放的西洋流行音樂或熱門音樂節目

二戰後台灣年輕人收聽廣播電臺播放的西洋流行歌曲，最重要的來源，首推在台北陽明山佔地 13 公頃廣袤的美軍宿舍區中發射電波的「美軍廣播網台灣分台」（Armed Forces Network in Taiwan）（台灣人俗稱「美軍電台」）。這個完全以英文播放的新聞及美國流行歌曲種種節目的電台，是一個由美國國防部在其勢力可及地區，廣為設置的新聞與娛樂的傳播網路，其明文目的，是為了在外國的美國軍人、國防部人員、美國僑民及其家屬服務。由於絕大多數台灣年輕人的英文聽力不強，能夠聽懂「美軍電台」內容的人數並不多。然而，這也間接推動了在台灣用台灣人聽得懂得的語言介紹西洋

流行歌曲的需求。

1960年代，在台灣「西洋流行歌曲（或音樂）」與「熱門音樂（或歌曲）」這兩個名詞所指稱的「西洋」，就成了美國流行排行榜歌曲在台灣的代名詞。這樣的稱呼來源主要受到台灣廣播節目的影響。那個年代的家庭收入仍然相當拮据，高中生不是上課、就是補習的「唸書、唸書、再唸書」，收聽廣播節目是陪伴年輕人生命成長最重要的消遣。即便許多父母嚴禁孩童各種課外活動，但由於收音機的普遍，中學生收聽廣播節目，畢竟不是老師家長能夠全面禁絕的消遣。

播放英文歌曲的廣播節目，除了當時剛開始經營《皇冠》雜誌的平鑫濤（當時以「費禮」之名）在「空軍廣播電臺」主持晚上六點時段的西洋熱門音樂節目之外，劉恕前後曾在「幼獅」、「警廣」、「中廣」主持過八年的【亞瑟時間】，專門介紹美國流行歌曲。此外，1965年陶曉清也在「中國廣播公司」主持【中廣熱門音樂】節目，1969年轉成【熱門熱門】，由「滾石傳播」贊助廣告。而當時西洋流行音樂界最有影響力的余光，則在「警察廣播電臺」主持【青春之歌】（1967）。即便當時由李煥先生主持「青年救國團」所屬的「幼獅廣播電臺」，也時常邀請在學學生（例如，本名駱元元的韓韓），即便學生們完全義務參與節目主持工作，由於他們的思想敏捷與可愛作風，也都受到當時喜愛西洋歌曲年輕聽眾的歡迎。那些在學學生的廣播人，在尚未到美國留學之前，也都曾引領過一時風潮。

「熱門音樂」是由費禮命名的，指的是美軍廣播電台（American Forces Network Taiwan，簡稱 AFNT，1979年後轉型為 ICRT）播放、並且深受都市年輕人喜愛的美國通俗音樂。由於受到 1950 年代韓戰以後美國在亞洲地區部署戰力的影響，台灣的廣播節目或頻道規範，都與美軍利用台灣位置佈署它在亞洲的政治、軍事霸權息息相關。甚至，1955年，中華民國國防部為了服務在台美軍而設立的「中美軍人之聲」，後來在 1966年台灣出現第一家調頻（FM）電台的節目，居然都是交由美軍單位獨立製作播放。「熱門音樂」的選擇，則大多來自總部設在華盛頓的美國海軍總部在洛杉磯節目製作中心直接提供給台灣聽眾的「American Top 40」的歌曲。

隨著美軍廣播電臺的到來，1960年代中期，台灣本地的廣播節目，無論是中廣、警廣、世新、復興、幼獅、正聲、軍中廣播電台等等，都爭相播放

英文流行歌曲的節目。而這些廣播節目的閱聽眾，主要都是知識份子或是在學的中學生、大學生。

### (三) 台灣三家無線電視台播放的美國流行歌曲音樂節目

最早在台灣的電視台製播西洋流行歌曲的音樂節目，是 1969 年 10 月「中國電視公司」推出的【每日一星】；其中除了演唱國語、閩南語的歌曲，最經常在現場演唱英語流行歌曲的年輕人，就是黃曉寧、Billy & Nico、羅曉義、陶至誠及張艾嘉等等歌手。只見他們在攝影棚現場或自彈自唱或由電視公司的大樂隊、或由五人搖滾樂隊在現場伴奏。這其中，尤其是台灣第一位以自己的音樂實力以及「蕾絲邊」的 T 面貌，在娛樂界享有盛名的「台灣女貓王」黃曉寧，她是第一位帶著磁性嗓音在電視中自彈自唱的歌手，她在當年的電視台中紅了很長的一段時間。

1971 年，余光除了在廣播電臺主持西洋流行歌曲節目，也在「台灣電視公司」主持了近八年的【青春旋律】；節目專門介紹美國的排行榜歌曲，是當時西洋流行歌曲界的扛霸人物。他後來還在「中視」主持【快樂星期天】、【快樂星期六】以及「華視」的【閃亮的節奏】，許多年輕人聆聽西洋流行歌曲的思考方式與習慣，深受其影響。此外，黃曉寧也在「中華電視公司」主持過台灣「邵氏傳播公司」所製作的【昨日今日明日】，曾經邀請當時也在廣播節目中非常受年輕人歡迎的陶曉清一塊兒介紹西洋流行歌曲的歌手。種種這類美國流行歌曲的音樂節目，應該都曾孕育過 1970 年代台灣大專學生彈奏吉他創作歌謠的慾望種子。

## 五、吉他彈唱的教本、課程與音樂雜誌，以及大學校園、西餐廳的吉他彈唱表演

音樂雜誌的報導、跟隨吉他教本彈唱以及跟著老師面對面的吉他教學，是 1970 年代年輕人學習自彈自唱、增廣流行音樂常識與知識的主要來源。

1960 年代是美國唱片工業興起、嬰兒潮青年積極反對越戰以及西方世界新左派思潮逐漸主導了大學校園文化的時代。到了 1970 年代的台灣，當嬰兒潮青年的父兄輩仍陶醉於美國 Old Standard 歌曲的同時，主要從美國新聞



處及美軍電台 DJ 流傳到台灣唱片市場中的盜版美國排行榜便宜塑膠唱片，則在短短幾年之間，從 8 元、9 元、10 元一路漲到了一張 12 元新台幣的價格。至於 21 世紀在台灣流行談到的英文歌曲原版的「黑膠唱片」，當時則是一張售價 200~300 不等的價格。在那一、二十年間，美國排行榜歌曲的盜版塑膠唱片，對於當時台灣初中、高中及大專院校年輕人的音樂及生活審美的影響，應該至今猶存。至於伴隨著美國 folk songs 風潮所出現的台灣製造外銷的木製空心吉他，則從一把兩、三百元，短短幾年就漲了五、六倍的價格。

以台北地區為例，販售吉他的主要地點是「新麗聲」（1950 成立）、「宇音」（1967 成立）等樂器行。而販售吉他的店家，以及極少數由個人開班授徒的音樂教室（例如，從 1968 年以後在台灣大城市教授吉他與理論課程的韓正皓），也是能夠找得到教授吉他課程的地方。另有一家有名的販售吉他的「金聲」樂器行，成立於 1961 年，但卻一直到了 1980 年代，才增設吉他教學的課程。

1950 年代中期以後，台灣就有與音樂相關的雜誌或書籍，僅刊登作曲與歌詞的《音樂月刊》、綜合性的《音樂雜誌》、《音樂之友》、《功學月刊》、《愛樂月刊》等等，到了 1970 年代音樂家李哲洋從日本雜誌編譯而來的《全音音樂文摘月刊》以及《音樂與音響》這兩本雜誌，更將音樂與生活中存有的綜合文化介紹到台灣社會。然而，這些刊物介紹的音樂重點，並非大學生創作歌謠以及吉他相關的音樂生活範疇。當時熱愛彈唱西洋熱門流行音樂的台灣青年，大多稱羨熱門 5 人樂團、演唱英文歌、或偶而創作流行電影中的國語流行歌曲。但吉他等樂器的教本與傳唱西洋歌曲的美國原版印刷的歌本與雜誌，不僅鮮少在坊間得見，即便有機會偶而販售（例如，中山北路上的「敦煌書店」），由於五線譜的印刷方式以及昂貴的售價，年輕人的音樂常識與荷包都是無法負擔的。這也形成盜版自英文歌本的樂器（主要是吉他）教本，逐漸在台灣坊間出現。

1960 年代中期開始，一些教導年輕人自學吉他的教本就出現過。例如，1967 年，蔡榮吉出版了《熱門吉他 30 首》，他以吉他的六線譜，教彈當時台灣最流行的投機者樂團（The Ventures）的曲目，尤其是【Pipeline】，這首演奏曲幾乎是許多熱門合唱團組團之初就練習的演奏曲，到了 70 年代，連布

袋戲【雲州大儒俠】、賣藥的、廣告配樂等等都使用這首歌。「最佳樂譜」公司，也出版過一些包括國語歌曲在內的吉他教本。陳維剛在台南「北一」出版過售價 40 元一本的《民謠吉他演奏法》兩本（1975）；陳榮貴、胥國棟售價 45 元薄薄一本的英文歌曲《民謠· 吉他· 六線譜》（1977），以及 1970 年代中期以後，出版最多吉他演奏及附有和弦歌本的「天同出版社」歌本。「洪健全基金會」也在 1978 年加入這個市場，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《民謠吉他》）。

此外，喜愛英文民謠吉他的人，最熟悉的就是 1971 年以後，大約每本有 90 首英文民謠、逐年出版共四冊、每本售價 30 元的《民謠吉他集》（圖十）。當時在台大就讀醫學院的僑生楊光榮，將膾炙人口的美國民謠，將歌詞與簡譜以手寫稿的方式印製成吉他教本，並且在歌詞上方，標記出簡易的和弦圖示，集結成冊，幾乎是 70 年代所有學習彈奏吉他唱歌者的入門歌本。《民謠吉他集》的前兩冊歌本以及另一本以歌詞為主、和弦為輔的 376 首英語流行歌曲大全的《知音集》歌本，堪稱 1970 年代學習吉他或愛好英文流行歌曲者的「聖經」。此外，從美國波士頓 Berklee Performance Center 學習吉他回台的翟黑山，出版了《〈黑山〉熱門吉他教本》（1976），其中以演奏曲為主之外，在每首曲子之後，還附有「和弦討論」的理論專論；紮紮實實著重演奏與「和弦理論」並重的教本。然而，翟黑山與在他之前已經在台灣視聽媒體中有著高知名度的「吉他王子」蘇昭興一般，由於他們教導或彈奏的技術門檻較高，入門者無法速成，他們帶給台灣的音樂曲式，並未在學子間流傳。不過，當時台灣年輕音樂社群中開始彈奏爵士樂風，以及當時在大學吉他社中流行彈奏簡單的「荒城之月」等吉他獨奏曲的風氣，卻也逐漸流傳。

圖十：1970 年代臺灣大專學生吉他彈唱英文歌的楊光榮【民謠吉他集】<sup>19</sup>



資料來源：「懶人自言自語」部落格

1970 年代中期的吉他教本，最令人耳目一新的是小說家黃春明整理出版的《鄉土組曲 台灣民謠精選》(1976)，其中包括了傳統台灣民謠、光復前及光復後歌謠共 95 首（圖十一）。其後，才陸續見到數本與傳統台灣民謠與中國歌謠相關的吉他彈唱教本。1977 年 4 月，知名廣播媒體人凌晨（警察廣播電臺【平安夜】節目主持人），也出版了包括「西洋電影歌曲」、「世界名曲與民謠」、「中國名曲與民謠」、「西洋流行歌曲」4 大類各 2 冊共 10 大本菊 8 開版本約 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簡譜、吉他和弦與歌曲發展相關的人物及背景介紹（圖十二）。

<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、逐年出版共四冊的《民謠吉他集》，每冊約有 90 首英文傳統或創作的歌謠，每本售價 30 元。

圖十一：1976 年黃春明編撰《鄉土組曲 台灣民謠精選》（遠流出版）



資料來源：楊祖珺

圖十二：1977 年，知名廣播人凌晨出版的《凌晨之歌》<sup>20</sup>



資料來源：曾憲政提供；郭耀中製圖

<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。

1975年4月17日「滾石傳播」的段氏兄弟，創辦了《滾石 Rock》音樂雜誌，其名稱與當時在美國社會象徵著青年反文化精神的音樂刊物 *Rolling Stone* 的中文譯名同名。《滾石 Rock》音樂雜誌每本售價台幣 15 元，甫一推出即在台灣年輕人之間廣受歡迎，一直到 1979 年停刊為止（中坡不孝生，2016，頁 55-56）。它以「最佳課餘讀物，可以豐富您的生活，充實您的知識」為訴求，出版了以年輕人為目標市場的音樂文化刊物（王淳眉、何東洪、鍾仁嫻，2015 年 6 月 26 日）。緊隨著大專學生創作歌謠的風潮，《滾石》在 1976～77 連續兩年中，出版了兩本由陶曉清編撰、韓正皓（歌曲詞譜）校正的兩本《中國現代民歌》教本（圖十五）。其後的 1977 年底，陶曉清也在教授吉他彈奏與作曲理論的音樂人韓正皓等人義務幫助挑選並校正從廣播節目中徵選來的歌曲，由「洪健全基金會」出版了三張《我們的歌》合輯唱片。根據筆者訪問鍾少蘭的回憶：「韓正皓在[陶曉清主持的廣播節目]【熱門熱門】與《滾石雜誌》（合作時）當一人評審，…請聽眾票選，第一張跟第二張都是票選的前十名。…三張專輯都是我們家客廳來的，然後開始推廣」（韓正皓、鍾少蘭訪談紀錄，2016 年 7 月 18 日）。其後，陶曉清也於 1979 年在「皇冠出版社」以專文介紹歌手以及歌曲的方式，主編了《唱自己的歌 這一代的歌 夏天的歌》書籍。

在那幾年，由於台灣自行出版的唱片以及盜版唱片市場逐漸蓬勃，製作廣告的傳播公司、賣家電的、出版傳統國台語流行歌曲的唱片公司，都開辦了相關雜誌，用以宣傳自家原有的商品。根據王淳眉、何東洪、鍾仁嫻研究，例如，售有盜版的「拍譜唱片」出版西洋流行音樂的《時代音樂》（1977），「小雅（Nova）」唱片出版《小雅樂訊》通訊刊物，「福茂唱片」的《罐頭音樂》，四海、滾石也都有屬於自己辦宣傳式的刊物。

圖十三：臺灣《滾石》出版的創作歌謠歌本<sup>21</sup>



資料來源：何東洪提供；郭耀中製圖

除了上述吉他教本與課程以及音樂雜誌的報導，增長與鼓勵了大專院校學生自彈自唱的能力與風潮之外，1972 年以後，每年在「淡江文理學院」的迎新季節舉辦既有中國(台灣)傳統民謠、又有西洋排行榜熱門歌曲的「民謠演唱會」，也是當時北區校園學生的盛事。由於相當受到大學生歡迎，台灣大學學生會，也開始在其後每年舉辦校園西洋歌曲演唱會。由於演唱會邀請當時在社會上火紅的西洋熱門歌曲合唱團演出，即便票價 20 元抵得上一頓頗為豐盛的餐飯價格，仍是一票難求。演唱會主持人，也都是邀請當時在電視或電台主持西洋歌曲節目的主持人擔綱，余光當時橫跨電視及廣播兩界，而廣播界名人陶曉清平易近人、英語發音精準以及台風穩健，都是當時主持大學演唱會的首選人物。

在 1970 年代中期以後助長了年輕人自彈自唱風潮的場所，還有在台灣主要城市中在固定時段，邀請了鋼琴手、小提琴手及/或駐唱歌手，在現場彈奏、彈唱的「(西)餐廳」。當時的政府規定，如果提供現場表演節目，就必須向地方政府申請「夜總會」的執照。但由於高昂的「奢侈稅」，並非逐漸在台灣社會冒出的中產階級經營者所能或所願負擔，而這股在台灣社會逐漸

<sup>21</sup> 1977~1978 年由陶曉清編撰、韓正皓校正、《滾石 ROCK》出版的兩本《中國現代民歌》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>)

氾濫的「娛樂夜生活」場所，也就在地方政府睜隻眼、閉隻眼的情況下，如雨後春筍林立。

當時那股在「西餐廳」中自彈自唱的風潮，套句當時年輕人的話，「最有『class』的」，首推位於當時忠孝東路4段53號的「艾迪亞」(Idea House)西餐廳。那兒模仿1960年代紐約格林威治村的酒吧CaféWha風格，從晚上七點到十一點營業，且「(西)餐廳」中只賣飲料與調酒。出資經營者為當時組成了Blue Grass合唱團的輔大學生陳立恆(Francis)、賴聲川(Stein)、林明敏(Keith)、陳家隆(Gary)等四人，由於「艾迪亞」歌唱風格以及出資者的交友圈，當時許多外國人或喜歡聆聽現場演唱的而較有消費力的年輕族群，可能都曾是那兒的座上賓。而在一般台灣年輕人較有經濟條件前往的第一家「餐廳」，就是80年代以後踏足台灣新電影的導演虞勳平所經營的「木門餐廳」，許多日後在大學創作歌謠中嶄露頭角的第一代歌手，都曾在「木門」駐唱過。此外，還有楊祖珺與胡德夫在淡江校園提出「唱自己的歌」的李雙澤告別式前一天午夜，由當時淡江建築系學生李瑋珉等人臨時安排前往錄製【美麗島】、【少年中國】兩首歌曲的「木棉花餐廳」(這是即便連楊祖珺本人在1991年出版的《玫瑰盛開》一書中都誤植為「稻草人餐廳」的「本尊」餐廳)。與不諳商業模式的「木棉花西餐廳」同時段開設在台灣大學附近的還有至今聞名的「稻草人餐廳」，也是1970年代許多喜歡自彈自唱又自認「有class」的年輕知識份子即便湊錢也要前往的餐廳；剛開始時的主要經營者，是《滾石Rock》雜誌與向子龍等人，在他們經營「稻草人西餐廳」時，與台灣民謠或「唱自己的歌」最直接相關的，就是邀請屏東恆春的老歌手陳達在西餐廳駐唱。時值「雲門舞集」因【薪傳】舞作配樂使用陳達的【思想枝】而一炮而紅之後(陳義雄，2017年3月13日)，也正值《滾石Rock》雜誌開始刊登陶曉清在廣播節目中開始徵選青年創作歌曲之際。<sup>22</sup>

<sup>22</sup>台灣屏東恆春陳達的【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奇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，急召兒子史擲詠請來學生陳義雄：「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)

上述幾間具有代表性的有民歌手駐唱的「西餐廳」出現多年之後，「民歌餐廳」的稱呼，才開始在台灣出現。另有一間到了 21 世紀才又開始被台灣社會提及的「哥倫比亞餐廳」，其名稱並非「餐廳」，也不賣餐點。那兒的正式名稱是「哥倫比亞商業推廣中心」，是當時哥倫比亞國家駐華大使為了在中華民國推動他們的手工藝與咖啡而開設，到了今天，被大家記得的卻成了「咖啡廳」。該處在 1970 年代，是強調「現代派」的詩人、畫家，以及喜好「洋派」、愛唱洋歌的年輕人流連之所。當年拿著吉他自彈自唱的韓正皓、黃曉寧、羅曉義、胡德夫，以及熱愛西洋歌曲與歌唱的李雙澤及毛鑄倫，都是那兒的常客。那兒並沒有「駐唱」這個制度，上台唱歌的人也沒有酬勞可得。1970 年代的台灣，並不時興喝咖啡，根據當時在中山北路二段「哥倫比亞商業推廣中心」二樓，與胡德夫、李雙澤認識，並喜愛 Bob Dylan 歌曲的「哥兒們」毛鑄倫教授接受筆者訪問時表示：「哥倫比亞大使館為了推廣咖啡，一樓是咖啡門市，還擺放一些當地藝品。一樓裡，有一個非常狹窄的螺旋型樓梯；在二樓，放了不超過 10 張的小桌子，大多是 4 人座，供客人在那兒喝咖啡聊天。由於駐中華民國的哥倫比亞大使愛彈吉他，那時較受歡迎的是西班牙佛來明哥式的曲目，他沒事喜歡上台玩玩，因而也在現場放了個小舞台，頂多能夠有一、兩個人在上面表演。只要喜歡唱歌又有自信的人，都會上台自彈自唱。節目不固定，演出的時間也很短，屬於隨興的性質。」（毛鑄倫訪談紀錄，2016 年 7 月 13 日，未出版）。

## 六、創作歌謠徵選、比賽活動及其相關音樂產品出版的鼓勵與刺激

如果不將二次大戰後，在台灣廣播及電視上穿著西裝或晚禮服等流行歌星演唱的國、台語流行歌曲當作「唱自己」的歌曲類屬，而要追溯年輕人用「自己」的歌詞譜曲與演唱的風潮，則得從 1965 年日本「田邊製藥」的台灣子公司在「台灣電視公司」推出【五燈獎】節目，其後在台灣社會逐漸流行的浪潮中窺得。

雖然，【五燈獎】在節目中仿日本電視作風，也在台灣民間徵選國、台語歌曲的創作與歌唱人才，而節目中也經常出現中國與西洋樂器以及中國民俗等等的表演與比賽；但由於該節目有著相當明顯的中國傳統民風特色，與



當時台灣大專學生在成長期間被培養出「一切向『美(國)』看」的「西洋流行」風尚，差距著實不小。不過，從 1950 年代以來，台灣的廣播音樂節目中向來有著邀請聽眾進入廣播電臺唱歌、比賽或參與演出的慣例，使得許多 1960、1970 年代的流行歌星、影星，有相當大的比例，都是從廣播或電視歌唱節目比賽中出道。然而，【五燈獎】讓台灣觀眾從「聲、光、色」的效果中，見證到歌曲徵選、歌手選拔與製作公司商業利益緊密扣連的經營模式。到了 1970 年代，原本由於商業公司創辦了基金會（例如，洪健全基金會）被委託錄製唱片，或者日本品牌台灣總經銷期待自創家電品牌而舉辦歌唱比賽、錄製唱片用以宣傳新品牌的錄製唱片模式，卻成為 1970 年代大學生創作歌謠得以普遍化的最主要推手之一。

1975 年六月，「洪健全基金會」替熱愛創作與唱歌的楊弦，舉辦了他譜自余光中詩作的演唱會；到了 9 月，就出版了【中國現代民歌】唱片。在其後 4 個月裡，這張唱片的銷售量高達數萬。這不僅讓台灣社會看到了大學生楊弦以及「中國現代民歌」，也讓「洪健全」與「基金會」在台灣打響了名號。在 1970 年代初期，台灣社會反省自覺的各式運動才剛開始在大學校園鼎沸，卻又急速被當局壓抑與刻意引導其轉向。「中國現代民歌」的稱謂，激起了台灣戰後出生的一代，繼當時在文學的反省（現代詩、鄉土文學）、舞蹈的展現（雲門舞集）以及政治的認同等摸索之際，也想要透過歌謠，發抒年輕知識份子心聲的慾望。

1977 年 4 月，楊弦在台北及台中舉辦了兩場「楊弦民謠作品演唱會」，又發表了 12 首譜自他本人以及當時在台灣文化界享有盛名的楊牧、羅青、張曉風、洛夫等人詩作的歌曲。他的第二張唱片中，還包含了他向胡德夫一字一句學習而來的「山地」歌曲【美麗的稻穗】。該年底，「洪健全基金會」替楊弦出版了第二張唱片【西出陽關】，其銷售量及影響力卻不如【中國現代民歌】。

1975 年，「中國廣播公司」主持人陶曉清在她的西洋音樂節目【熱門音樂】中播放了楊弦第一次演唱會中的幾首歌曲。由於廣受歡迎，她隨後也在西洋熱門音樂節目中開闢了「中西民歌」單元，並向聽眾徵選創作歌曲。日後，同樣也是民歌手的韓正皓妻子鍾少蘭在接受筆者訪問時表示：「韓正皓從 1968 年以後在教吉他的圈子中非常受歡迎，由於當時幾乎沒有彈吉他的

老師懂樂理，因而，韓正皓教學生彈吉他、作曲，工作非常忙，但是賺的錢也不少。後來與陶曉清比較熟（陶曉清曾向韓正皓學過吉他），陶曉清在節目中徵選出來的歌曲，韓正皓都在晚上教學回家後，幫忙挑選那些五花八門的歌曲，其中有許多很八股的歌曲都韓正皓排除。連續兩、三年，完全義務。... 被徵選上的歌曲，如果有錄音帶的，就會在陶曉清的節目中播出；如果沒有的，韓正皓整理以後，就會在《滾石雜誌》上公開。因為有這兩種管道能夠呈現作品，因而陶曉清的節目也陸續接到很多的[歌曲投稿]」（鍾少蘭，2016年7月18日）

1977年10月以後，「洪健全基金會」還連續出版了三張由陶曉清製作的【中國創作民歌系列】（我們的歌）唱片。由於當時大學生創作歌謠逐漸增多，除了「中廣」的陶曉清的外，其他廣播電臺的知名主持人也紛紛播放並邀請歌手們前往她（他）們主持的節目中接受專訪、播放唱片的歌曲或現場自彈自唱尚未錄製成唱片的創作歌謠（詳見「七、廣受青年喜愛的廣播音樂節目及電視歌唱節目」章節）。

也在1977年，日商「新力公司」、「新力文教基金會」及台北市陽明扶輪社開始舉辦「金韻獎青年歌謠演唱大賽」。在5月才剛開始舉行第一屆比賽，7月就立即出版了【金韻獎】第一輯唱片。此後的「新格唱片」，每年舉辦一次比賽，每年出版一張【金韻獎】唱片。其商業宣傳與推廣的勁道，助長了年輕人創作歌謠的風潮。但「新格唱片」將大學生創作歌謠，以工廠流水線的生產方式進行蒐集、篩選、配樂、宣傳與出版，甚至讓電視歌唱節目也不得不在排山倒海的「公關」（利益）的推廣下，廣邀年輕歌手上節目。種種現象，著實都讓當時想要透過青年創作歌謠反映時代的知識份子看傻了眼。<sup>23</sup>

舉辦【金韻獎】比賽與出版唱片的帶頭人，原本是由「音樂製作部」負責製作與作曲的黃克隆起動，後經製作人姚厚笙發揚光大。出身於政工幹

---

<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。

校、原本任職於傳統流行音樂唱片公司的姚先生，帶領著「新格唱片」于仲民、李國強等年輕製作人與宣傳科長朱向高等人併肩在幾所大學中舉辦歌唱比賽，優勝者可獲得獎金，並成為「新力公司」簽約歌星，並且成立「新格唱片公司」出版唱片。據傳，當時成立「新格」這個品牌，原本是為了推出由台灣老闆自行開發家電產品的宣傳策略，不知為何，日後並未看到以「新格」命名的家電公司成立？

由於當時的社會風氣及職業等級的刻板印象，讓大學生將「當歌星」作為「正當職業」的目標並不容易。為突破這種「困境」，製作人姚厚笙採取了至少兩種策略。一方面，他提高了當時歌唱比賽的獎金：「台視」、「正聲電台」等的歌唱，獎金從 1 萬元到 1 萬 5 千元不等；而「金韻獎」為了讓那些「不願意出來」的大學生參賽，則提供了第一名獎金 5 萬、第二名 3 萬元的高額獎金。他表示：「學生為了五萬塊，有些人不想來也會來啊」（聯合影音，2015 年 5 月 7 日）。另一方面，製作人姚厚笙說服了在「金韻獎」比賽第二年，就獲得歌唱大獎的李建復擔綱錄製唱片專輯。根據姚厚笙接受筆者非正式訪問時表示，在李建復獲獎後，姚厚笙才得知他的父親是律師，同時也是當時的教育部政務次長。在李建復的父親也同意讓孩子出來「唱歌」之後，確實也鼓勵了許多原本不同意念大學的孩子「拋頭露面」而最終同意讓孩子與「新格唱片」簽約唱歌的案例。

1970 年代考取大學的錄取率不及 20%，唱歌，純屬個人愛好。沒有商場經驗，不懂得計較酬勞，歌手唱歌與創作詞曲的權益，大多以及低廉的代價被買斷。面對錄製大學生創作歌謠的唱片公司鉅額獲利，不僅原有唱片公司的人員開始自行籌組唱片公司，甚至也鼓勵了原本製作傳統國、台語流行歌曲的唱片公司，加入了「校園歌曲」市場競逐的行列。除了上述的【金韻獎】與新格唱片（1977~1980；1984），在 1978~1979 年間台灣流行歌曲老品牌的「海山唱片」也從 1978 年底，開始在大專院校舉辦歌唱比賽的，並且出版了【民謠風 大家來唱自己的歌】校園歌曲。第一集中的歌者有齊豫、王海玲、葉佳修、陳宏銘、潘安邦、銀霞、陳淑樺、蔡琴等 16 位歌者，也邀請了廣播界名人李季準唱了一首當時任職高雄海關的簡上仁創作閩南語的【故鄉戀歌】。到了 1979 年 12 月 3 日高雄「美麗島政治事件」發生之後兩年，天鼎傳播公司、台灣電視公司與國防部救國團，還合作推出了【大學

城】(1981~83) 歌謠的比賽與唱片錄製。在大學中，由於這股大學生創作歌謠的風氣，學生團體在學校當局的支持下也自行舉辦歌謠比賽的活動，有的團體至今猶存，例如，【(政大) 金旋獎】(1980~迄今)。

然而，從新格唱片公司的「金韻獎」、到海山唱片公司的【民謠風 大家來唱自己的歌】、到具有政府色彩主導的【大學城】歌曲系列，台灣當時的知識份子、大專學生或有心透過歌曲文化反思台灣處境之人，想要在宣傳、動員組織，在人脈、錢脈，在歌曲流行的製作能力與經驗上，與這些商業公司及廣播電視的實力相比……，筆者就不必再分析下去了吧！

也就在年輕人創作歌謠與幾十年來在台灣社會的國台語流行歌曲的差距愈來愈不容易區別之際，另有三股或與上述商業唱片歌手相互重疊的相關人士，從 1970 年代末期開始，也嚐試著與自己在思想、在唱歌路線上較相近的朋友們，展開創作歌曲與自我／社會實踐的音樂路線。

這三股音樂人士的集結分別是：其一，李建復、蔡琴與音樂製作人李壽全、蘇來、許乃勝、靳鐵章等人籌組的「天水樂集」(1980~1982)；他們以獨立音樂工作室的出版模式，與發行商合作，打破傳統唱片公司一次性買斷詞曲創作、歌手唱歌的壟斷模式。其二，擁有中國國民黨黨營事業的「中國廣播公司」音樂節目主持人角色，並且從台灣年輕人流行唱英文歌曲到「唱自己的歌」文化現象出現之後就廣受青年學子歡迎的陶曉清，則邀請了一些現代詩的詩人、樂手及眾多歌手，組織了「民風樂府」團體。其三，則是在 1980 年左右，經情治單位徹底查禁的青年歌手及台灣文化界人士組織的「唱自己的歌」團隊。這支團隊是以筆者藉著主持電視歌唱節目【跳躍的音符】的影響與知名度，與在音樂演唱與演奏上具有實力的愛好音樂的朋友們，主動尋找走入工廠、鄉村及學生社團演唱推廣「唱自己的歌」。演唱會的結構大約如下：上半段的演唱，以 1950 年代以後中國大陸蒐集出來的民謠、傳統的閩南語、客家民謠以及「山地」歌謠，作為演唱會前半段的曲目；到了第二階段，則以推廣李雙澤創作的歌曲，做為大合唱的教唱歌曲，期待將年輕人創作歌謠與民族、社會的關懷結合在音樂文化之中。

不論立場各異的讀者是否贊同，我們或許可以從下列二圖，稍微探知當時台灣社會的氛圍，不論從執政當局的相關機構，或是從民間音樂與文化界人士的立場，大概都充滿了張力在其中吧！

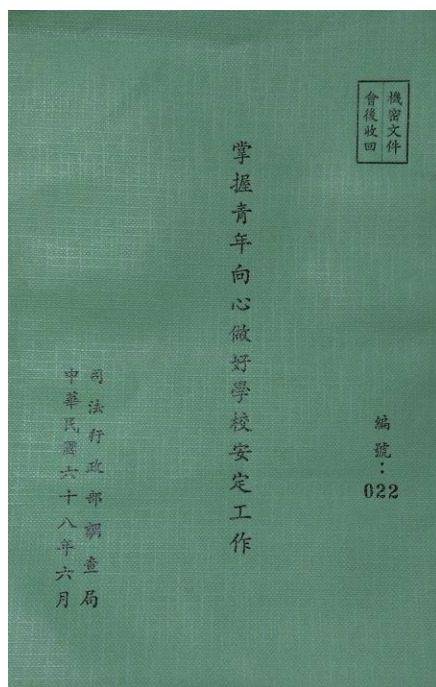
圖十四：1980年5月，《自由青年》雜誌舉辦「校園歌曲與民歌的探討座談會」。<sup>24</sup>



資料來源：自由青年社，1980年5月1日

<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）、楊孝潔（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。

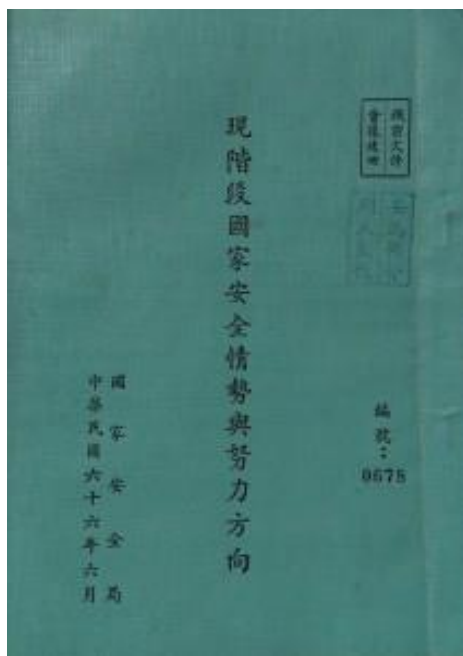
圖十五：1979 年 6 月出版 調查局密件《掌握青年向心 做好學校安定工作》



資料來源：張立本提供

圖十六：1977年6月「國家安全局」密件《現階段國家安全情勢與努力方向》

25



資料來源：張立本提供

## 七、收視強檔的國語廣播音樂節目與電視歌唱節目

1970年代大學生，不論是否聽得懂歌詞，大都喜歡收聽與收看西洋流行歌曲音樂節目。然而，1970年代初期在台灣大眾傳播媒體中大肆宣傳「漢賊不兩立」的「中華民國退出聯合國」事件，以及發生不久就被壓抑發聲的台灣知識界「保衛釣魚台運動」，其中屬於現實政治意識形態上的差異，雖然幾乎沒有機會被台灣社會知曉，卻點燃了習慣在愛國主義與民族主義教育

---

<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。

中成長的青年學子的社會熱力。這些大學青年在陸續進入廣播、電視、報章媒體工作之後，主持、播放、或歌唱著屬於自己的語言或反映青年心聲的歌曲，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，陶曉清也在節目中開闢了「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，在數量及品質上，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「警察廣播電臺」【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，



在每週一次的電視歌唱播臺賽中，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。參賽者都是一般民眾，穿著大多樸素，與台下觀眾無異。這個節目在三十餘年的播放期間，透過「創作」、「比賽」、「表演」，使得一般百姓也有機會上電視，甚至成為家喻戶曉的大「歌星」，對於鼓勵本土創作歌謠的風氣不可小覷。

第二個電視節目，從1971年3月到1972年12月，由「歌林唱片公司」為了「鼓勵國內創作歌曲」，在「中國電視公司」企劃製作播出的【金曲獎】歌唱節目。「金曲小姐」洪小喬，戴著遮掩大半臉龐的寬邊大帽，手撫吉他，在電視上唱著創作歌曲。主持人洪小喬的「大學生」身份，在當時台灣曾引起熱烈的討論與漣漪。節目中的曲目，都是選自觀眾投稿或洪小喬自己創作的國、臺語歌曲。洪小喬在【金曲獎】中的大學生彈吉他，以國台語演唱創作歌曲的形象，對於70年代大學生創作歌謠產生了莫大的鼓舞作用（楊祖珺，1992，頁16-17）。

第三個電視節目，是在1977年春夏之交，由日本「功學社」樂器公司謝美祝及其製作人夫婿在「台灣電視公司」邀請筆者主持《跳躍的音符》歌唱節目，這是當時台灣第一個全部演唱大學生創作歌謠的電視節目。該節目不僅主持人穿著牛仔褲，在節目中自彈自唱，受邀演出的大專學生也全數如此。當時，正值筆者面臨社會意識已然覺醒，深自反省自己矇昧跟尋前人腳步而申請到手的三家美國研究所與筆者的人生價值到底有何關連？

「用唱歌為社會做點事」，是筆者當初說服自己接下電視節目主持棒的理由。1977年9月10日李雙澤在淡水海邊溺斃，遺留下【美麗島】、【少年中國】與【老鼓手】等等從未有人傳唱過的歌曲，則更堅定了筆者想用唱歌進行服務與改造社會的決心。

主持了大約7個多月，亮麗的收視率，讓該節目被「台視」調整到最熱門的電視時段。不過，筆者意欲推廣「唱自己的歌」而送審的【美麗島】、【少年中國】等等曲目，不但未獲審查當局核准，還因為當時電視歌唱節目必須演唱三分之一愛國與淨化歌曲的限制，製作單位無法隨時找到大學生演唱而要求筆者在節目中彈唱。這些與主持初衷完全背道而馳的現實遭遇，讓筆者決心辭去節目主持人一職；戒嚴時期的報章雜誌，完全封鎖了這個消息。

該節目後來的兩任主持人分別為羅惠碧（與吉他手阿波羅）與任祥，這兩位深受觀眾歡迎的歌手主持人，在年餘後也都因為個人赴美因素，而辭去主持人職務。

第四個電視節目是「新格唱片」【金韻獎】專輯的電視歌唱節目，雖然僅只播放了兩次，但在當時僅只三家電視台，不到午夜就必須停播，且歌唱節目依然受限的當時台灣而言，其突出的風格不能小覷。1977 年 5 月，「新格唱片」第一屆【金韻獎】在大專院校比賽甫畢，兩個月後就錄製出第一輯的唱片。緊接著的 8 月及 12 月，該公司特別設計了兩個專集在「中視」及「台視」的電視節目宣傳播放。配合「新格唱片」已經灌製完成的歌曲配音，螢光幕上不敷脂粉、穿著簡樸的「大學生」自彈自唱，對於熟悉當時「靡靡之音」電視歌曲的閱聽經驗，確實令人耳目一新。

上述列舉的七大類影響 1970 年代台灣大專學生創作歌謠運動發展的重要文化養分，是根據筆者圈內人知識、過來人訪談、歷史研究以及文獻資料蒐集之後的整理與分析。

## 陸、結語：唱「自己」的什麼歌？

1970 年代台灣大專學生創作歌謠相關的「民歌 40」演唱會，從 2015 年，甚至一直唱到了 2016 年的「民歌 41」都深獲台灣市場歡迎。然而，從「民歌 20」、到「民歌 30」持續主辦演唱會的「中華音樂人交流協會」，在 2015 年 6 月 6 日舉辦「民歌 40」的前後，出現了五位在 1990 年代之後台灣著名的青年音樂文化工作者／評論人，分別從「民歌 40」的現象分析或批判了 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的缺憾或不足。筆者因應於年輕評論家們的評論內容，有感於時代氛圍及歷史真實之差異，整理出「激發出 1970 年代台灣大專學生音聲吶喊的歷史層積的可能樣態」、「可能孕育出 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化樣貌」以及「在戒嚴體制、殖民文化與認同危機中摸索成長的『自己』樣貌」等三項問題意識，作為本文寫作的出發點。並且依照台灣的社會與歷史脈絡，分別從「在國際共犯結構中生成的二戰後台灣政經文化」、「『吃美國奶粉長大』的 1970 年代台灣大專學生」、以及「滋養 1970 年代台灣大專學生創作歌謠的多元文化養分」等三大面向，重探「唱自己的歌」文化運動在當時所處的社會情境，用以提供關心該文化運動的研

究參考。

不論 40 幾年前出現的稱呼，或叫「中國現代民歌」、或「創作歌謠」、「創作民歌」、「校園歌曲」、「金韻獎」、「民謠風」、或「大學城」，如果使用「唱自己的歌」來描繪 1970 年代那股大專學生創作歌謠的文化運動，或者少有人會反對吧？！

然而，「自己」是什麼？「自己」的行徑又是怎麼來的？生長在 70 年代的大學生，從小就生活在包含了國際共犯結構的政經文化之中，不論個人的出身與努力，這些目前已經活到 50、60 歲的人，或許會同意——個人主義所強調的「自由意志」，在決定個人命運所佔的比重上，並沒有我們想像得那麼威力強大。

從音樂社會學或文化研究的角度察看商業社會中音樂與現實的關係，音樂除了是一種娛樂性的文化商品，同時也是傳遞情感與表達意見的一種社會性產物。在音樂生產與消費的過程中，個人也同時進行著自我安置與價值認同的社會過程，甚至進而創造出另類的價值及其多元的實踐。如果說，「噪音」所代表的是不同於當時流行音樂主導者所喜好的主旋律（價值）；那麼，相對於 1970 年代台灣主流媒體中的流行歌曲，70 年代中期以後出現的大專學生創作歌謠，或許可以被歸類在「噪音」之列。但是，「噪不噪音」卻不能端看主導者或主政者容不容許，或商業市場中流不流行，否則，2014 年 3 月 18 日以後，「太陽花」學生運動中的【島嶼天光】歌曲是「噪音」，到了 2015 年 5 月，主流的【金曲獎】決定將「年度最佳歌曲」頒發給這首歌曲時，主唱的合唱團也前往舞台領獎；時隔一年多的【島嶼天光】，到了領獎之時，究竟是「噪音」、還是主流？李雙澤在 1977 年所創作的【美麗島】這首歌亦然，當 2008 年中國國民黨的馬英九總統在台北「小巨蛋」的就職典禮中詠頌，當 2016 年民主進步黨的蔡英文總統在總統府前參與歌唱時，【美麗島】，是「噪音」、還是主流？

當 1970 年代台灣大專學生創作歌謠經過了 40 多年，如果還存有值得我們再次凝視，也許正在於當初那個「唱自己的歌」的文化運動，在符號論述的操作以及意義表達的再現系統中，以「噪音」形式存在於那個時代歌曲中的類屬究竟存有多少的成分與比例？也就是說，數量上的多樣與質量上的多元是不一樣的。「唱自己的歌」之所以還值得被檢視，不在於其與主流流行歌曲或當政者的意識形態在程度上有多少差異（difference in degree），而在於：相對於當政者、當權者以及資本主義商業市場價值之外的多元價值追求

上，在「唱自己的歌」、「唱自己創作的歌」之中，「自己唱了什麼歌」的「噪音」價值類屬，究竟存有多少差異（*difference in kind*）！而這也是本文前述的五位青年音樂文化評論人之所以會出現爭議之焦點所在。

如果我們僅將 1970 年代大專學生的創作歌謠，放置在音樂社會學的再現系統中理述，很容易就會引發具有特定立場與認同訴求的具有現實政治意涵上的爭議。因為，如若僅著重在「噪音」已然層積為歷史現象之後的論辯，可能就疏忽了 1970 年代年輕人身處的社會情境——想要發聲、不能發聲或不知如何發聲時，那些卡在喉嚨之中亟欲竄出的語音、那些最終可能會化作歌聲從身體中蹦裂而出的無聲語言、那些存在於音樂之中不可言說的生命情感！雖然，本文並不涉及這個主題，也不認為本文理述的 1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動所處的社會情境能夠精確完整無誤，惟願關心青年文化的工作者能夠繼續研究。

音樂，作為一種文化形式，始終隱藏著語言所無法掌握的特殊性質，以致於任何試圖透過語言去理解它的意圖或分析，必然有所侷限（黃冠華，2013，頁 214）。更何況，如果討論到什麼才配被稱之為「對抗主流的聲音」的爭議之時，也容易演變成多元「噪音」的主張者在彼此之間的頡頏——我可以「噪音」你，你也可以「噪音」我。更甚者，會有如臺灣的電視談話性節目中看似多樣的各家之言，戰鬥能量破表，卻對於社會中亟欲竄出的語音始終壓抑。

在無限聚散的世間因緣之中，總存有各式「共容的可能性」以及「不共容的可能性」。我們往往優先觀察著已經成形的歷史層積，卻忽略了還需要靠著你我戮力，就應該終將來臨的「可能世界」。40 多年後的今天，1970 年代台灣大專學生創作歌謠的影音、mp3、mp4 等各式串流，已經無所不在；應運而生的儀式性演唱會，也在商業市場與現實政治場合中不時得見。重探 1970 年代台灣大專學生創作歌謠文化運動的社會情境，如果有意義的話，是期待得以再次凝視與呼喚出企圖激發另類噪音的被壓抑的語音——那種持續流動在台灣社會體內的沈默吶喊。也正是因為嘗試重探那些真正能夠呼喚出「唱自己的歌」幽靈的吶喊，才是可能促使我們重返過去、藉以召喚指向未來的動力來源。

## 參考書目

- 卜今 (1991a)。〈一八七一年，美國教日本看到台灣〉，海峽評論雜誌社編輯部（編），《台灣命運機密檔案》，頁 11-28。台北：海峽評論雜誌社。
- 卜今 (1991b)。〈一八五七年「美國最密件」〉，海峽評論雜誌社編輯部（編），《台灣命運機密檔案》，頁 1-10。台北：海峽評論雜誌社。
- 中央通訊社 (2010 年 11 月 16 日)。〈全美留學生 台灣人數排第 5〉。《台灣立報》。上網日期：2012 年 3 月 3 日，取自 <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-101810>
- 中坡不孝生 (2016)。《搖滾黑白切》。台北：新銳文創。
- 中華民國教育部統計處 (2007)。「重要教育統計資訊」。上網日期：2012 年 3 月 7 日，取自 <http://depart.moe.edu.tw/ED4500/cp.aspx?n=002F646AFF7F5492>
- 中華民國教育部國際及兩岸教育司 (無日期)。〈「民國 39 至 78 年 出國留學生人數統計表」〉。上網日期：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、何東洪、鍾仁嫻。(2015 年 6 月 26 日)。〈「我們要有自己的歌！」——台灣的熱門音樂發展史〉，《故事》。上網日期：2016 年 3 月 18 日，取自 <http://gushi.tw/archives/10946>
- 台灣省政府主計處 (1994)。《台灣省五十一年來統計提要》之〈臺灣五十年來統計戶口調查〉。上網日期：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)。〈校園歌曲與民歌的探討〉。《自由青年》，63(5)：34-50。
- 行政院文化建設委員會。(1996 年 6 月 1 日)。〈中國文藝協會〉。《全國藝文團體總覽》。上網日期：2016 年 8 月 10 日，取自 <http://park.org/Taiwan/Culture/Resources/cartgroup/misc/index003.htm>
- 行政院主計處 (2011)。〈中華民國臺灣地區國民所得統計摘要〉。上網日期：2012 年 3 月 7 日，<http://ebook.dgbas.gov.tw/public/Data/352913302353.pdf>
- 行政院教育部 (2006)。「重要教育統計資訊」。上網日期：2012 年 3 月 7 日，<http://depart.moe.edu.tw/ED4500/cp.aspx?n=002F646AFF7F5492>
- 李瑋珉 (2016 年 9 月 4 日)。【楊祖珺訪問稿】。未出版之訪問稿。
- 何東洪 (2015 年 12 月 15 日)。〈音樂的社會性媒介 —— 從「民歌 40」的爭論談起〉。《共評論》。上網日期：2017 年 6 月 20 日，取自 <http://commagazine.twmedia.org/?p=1823>
- 何貽謨 (2002)。《台灣電視風雲錄》。台北：台灣商務。
- 余光中。1977。〈唱出一個新時代——寫在「現代民謠創作演唱會」之前 (1975 年 5 月)〉。《青青邊愁》，頁 105-106。台北：九歌。
- 吳統雄。(無年代)。〈我，被禁唱的民歌手〉，《吳統雄部落格》。上網日期：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)

- 吳颯（2007年9月27日）。〈百家講壇：楊弦堅持民歌是隨時可以復興的〉。《南都週刊》。上網日期：2013年8月14日，取自 <http://www.nbweekly.com/magazine/cont.aspx?artiid=4070>
- 周邦貞（1999年4月7日）。〈理察·麥卡錫談三個朋友——張愛玲、聶華玲和陳若曦〉。《台灣新生報》，17版。
- 周憲文譯（1999）。《日本帝國主義下之台灣》。台北：海峽評論出版社。（原書：矢內原忠雄[1929]帝國主義下の台湾/東京：岩波書店。）
- 林懷民。（2016年8月19日）。〈紀念漢聲吳美雲／思念 Linda 回顧一個奮發的時代〉，《聯合新聞網》。上網日期：2016年12月1日，取自 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5077988>
- 南方朔（1991）。〈帝國的手在細緻的操作〉，海峽評論雜誌社編輯部（編），《台灣命運機密檔案》，頁215-246。台北：海峽評論雜誌社。
- 乘風傳人（2013年11月23日）。〈關於1945年後在台日本人的遣返...〉。《龍騰天下》。上網日期：2016年2月17日，取自 <http://blog.udn.com/amlink/9593495>
- 馬世芳（1995）。〈我們永遠都會記得這個晚上〉。《永遠的未央歌：校園民歌20年紀念冊》。上網日期：2016年3月3日，取自 <http://tieba.baidu.com/p/26906833>
- 馬世芳（2002）。〈專訪「現代民歌之父」楊弦（2002）〉。《地下鄉愁藍調部落格》。上網日期：2016年7月30日，取自 <http://reader.roodo.com/honey pie/archives/6668255.html>
- 馬世芳（2015a）。〈還是有朋友問：六月的「民歌40：再唱一段思想起」和二月的「民歌40高峰會」是不一樣的嗎？〉，2015年1月8日。上網日期：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)
- 馬世芳（2015b）。〈試回應「貧血的民歌運動」〉。2015年6月4日。上網日期：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)
- 張文菁（2014）。〈1950年代台灣中文通俗言情小說的發展：《中國新聞》、金杏枝與文化圖書公司〉，《台灣學研究》17: 89-112。台北：國立台灣圖書館。
- 張釗維（1992）。《誰在那邊唱自己的歌？1970年代台灣現代民歌發展史——建制、正當性論述與表現形式的形構》。清華人文社會學院碩士論文。
- 張釗維（2010年8月23日）。〈訓政時期搖滾樂〉。《大眾時代》。上網日期：2016年6月12日，取自 <http://www.mass-age.com/wpmu/blog/2010/08/23/9232/>
- 張釗維（2015年6月3日）。〈我們都還在路上----我的民歌四十〉。上網日期：2016年2月21日，取自 <https://www.facebook.com/notes/10153069899522763/>
- 張鐵志（2015a）。〈從美麗島到島嶼天光〉。《蘋果日報》，2015年6月30日。上網日期：2016年2月21日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimeneews/article/new/20150630/637962/>
- 張鐵志（2015b）。〈本可以走向人民和土地的民歌為何轉成了校園民歌〉。《澎湃

- 新聞》, 2015 年 7 月 9 日。上網日期: 2016 年 2 月 21 日, 取自 [http://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1350149/](http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1350149/)
- 陳映真 (1984)。《美國統治下的台灣》。台北: 人間。
- 陳映真 (1991)。〈吃美國奶粉長大的孩子〉, 海峽評論雜誌社編輯部 (編), 《台灣命運機密檔案》, 頁 247-264。台北: 海峽評論。
- 陳建忠 (2012)。〈「美新處」(USIS)與台灣文學史重寫: 以美援文藝體制下的台、港雜誌出版為考察中心〉, 《國文學報》, 52: 211-242。
- 陳義雄 (2017 年 3 月 13 日)。〈史惟亮 許常惠 民族樂手——陳達和他的歌〉。《民報》。上網日期: 2017 年 4 月 20 日, 取自 <https://tw.news.yahoo.com/-010010759.html>
- 黃玉蘭 (2009 年 10 月 28 日)。〈反共文學〉, 《台灣大百科全書》。台北: 文化部。上網日期: 2016 年 7 月 20 日, 取自 <http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=4588>
- 黃怡菁 (2009 年 9 月 24 日)。〈文化清潔運動〉, 《台灣大百科全書》, 台北: 文化部。上網日期: 2016 年 7 月 20 日, 取自 <http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=4588>
- 黃冠華 (2013)。〈音樂與真實: 語音、幻想與快感〉, 《中山人文學報》, 34: 217-241。
- 楊弦 (2016 年 6 月 2 日)。【楊弦訪問】。未發表之訪問稿。
- 楊祖珺 (1979a)。〈弦想、弦響——中國現代民歌的過去與現在〉, 《時報週刊 (海外版)》, 1: 65-68。
- 楊祖珺 (1979b)。〈相褒——文昌公園中的客家老人賽歌〉。《春風》, 2: 76-79。
- 楊祖珺 (1979c)。〈苦旦歌仔的滄桑〉。《八十年代 (半月刊)》, 7: 91-94。
- 楊祖珺 (1979d)。〈鳴琴長歌待知音——從西方音樂基礎出發的音樂家游昌發〉。《綜合月刊》, 133: 133-137。
- 楊祖珺 (1979e)。〈昔唱山歌籬層篁——客家山歌楊兆楨〉, 《皇冠》, 10: 192-98。
- 楊祖珺 (1979f)。〈民族樂風的對白——訪馬水龍〉。《綜合月刊》五月份: 93-98。
- 楊祖珺 (1979 年 2 月 5 日)。〈故國鄉心弦音淒——北方大鼓在台傳人張天玉〉, 《台灣新生報》, 副刊。
- 楊祖珺 (1980)。〈美國流行歌曲與台灣年輕的一代——從 1969 年到 1979 年美國告示牌排行榜歌曲分析起〉。《時報雜誌》27: 26-31。
- 楊祖珺 (1981)。〈賣唱郎——台北華西街的走唱人〉。《時報雜誌 (海外版)》, 9: 28-30。
- 楊祖珺 (1992)。《玫瑰盛開——楊祖珺十五年來時路》。台北: 時報。
- 楊祖珺 (2007)。〈我用身體寫政治: 2004 年 320 到 520 抗爭事件〉。《臺灣社會研究季刊》, 第六十七期, 頁 39-104。
- 楊祖珺譯 (1997)。《傳播及文化研究主要概念[工具書]》。台北: 遠流。(原書: O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., & Montgomery, M.[1994]. *Key concepts in communication and cultural Studies(2nd ed)*. New York, UK: Routledge )
- 臺視全球資訊網。(1973 年 3 月 28 日)。【台大學生發起百萬小時奉獻服務社會運動】。上網日期: 2016 年 9 月 7 日, 取自 <http://www.ttv.com.tw/news/tdcm/viewnews.asp?news=0250616>

網易雲音樂。(2015 年 12 月 21 日)。「被神化的李雙澤」。上網日期：2016 年 7 月 6 日，

取自 <http://v.ent.163.com/video/2015/12/F/3/VBAAK69F3.html>

蔣勳(2016 年 9 月 27 日)。「大繁華裡 款款回身」，《聯合報》，聯合副刊。上網日期：2016 年 12 月 1 日，取自 <http://udn.com/news/story/7048/1985789>

豬頭皮(2015)。「〈民歌 40〉(水晶 30)(豬頭 20)」，《新社會政策》，40:4-8。

鄭鴻生(2008 年 4 月 24 日)。「1968 越戰與保釣運動——兼談台灣的 60 年代」，《立報》。上網日期：2016 年 5 月 8 日，取自 <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-2956>

應鳳凰(無日期)。「文藝創作」，《台灣文學期刊目錄資料庫》。上網日期：2016 年 8 月 14 日，取自 <http://dhtlj.nmtl.gov.tw/opencms/journal/Journal067/>

聯合報(1974 年 11 月 10 日)。「廣播電視歌曲推廣會 徵求新歌譜」，《聯合報》，第 6 版。

聯合影音(2015 年 5 月 7 日)。「民歌 40／姚厚笙催生「金韻獎」開創流行樂新市場」。上網日期：2016 年 3 月 23 日，取自 <https://video.udn.com/news/313546>

薛承泰(2003)。「台灣近五十年的人口變遷與教育發展兼論教改的方向」，《二十一世紀大學教育的新挑戰》，《台大校友雙月刊》，頁 253-283。台北：台大校友會。

騰訊娛樂(2007 年 9 月 12 日)。「三十年歲月流轉「台灣民歌之父」楊弦北京首唱」。上網日期：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



## 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\*

張時健\*\*

### 本文引用格式

張時健（2017）。〈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〉。《傳播、文化與政治》，6:87-126。

---

投稿日期：2015 年 8 月 21 日；通過日期：2017 年 2 月 8 日。

\* 本文初稿得黃能揚先生無私的專業協助，在 2015 年 6 月 12 日於世新大學舉辦的「傳媒與台灣現代性國際研討會」聯名發表。在參酌研討會評論人意見、《傳播、文化與政治》評審意見後，幾經修改得獲刊登。對黃能揚先生與評審對本文完稿的重要貢獻，作者謹表謝忱。

\*\* 作者張時健為香港珠海學院新聞與傳播學系助理教授，email: chang17tw@gmail.com

## 《摘要》

台灣近年討論本地影視業的不振時，經常以過多業者競爭有限廣告量為由解釋之。對此，本文首先指出非生產性的影視業才會完全仰望廣告的支持，其發展的高度繫於工業資本的行銷支出。生產性的影視業資本為了完成自身擴大再生產的使命，會戮力投資可吸引閱聽眾直接付費的內容，在廣告量的基礎上再開發各階可收費的映演渠道，向生產性活動轉型。藉美國影視業發展經驗論證此說後，本文進而指出高度依賴廣告營收的台灣影視業，即為非生產性的低度發展格局，其總體的政治經濟前因為台灣出口導向的發展模式促成九〇年代本地廣告量的非常態增長，吸引資本流入影視業的非生產性部門，即擴張頻道以利吸收工業資本變異膨脹的行銷支出。兩千年後廣告量的非常態增長結束造成影視業不振，非生產性的資本以引進境外產品救亡圖存，造成影視業生產部門進一步萎縮。

**關鍵詞：**台灣影視業產、生產性與非生產性勞動、美國影視產業、  
資本積累、廣告量

台灣影視業的低度發展狀態，晚近常見以「電視頻道過分分食廣告資源」的方式解釋，特別是相對於高速成長的中國市場而作此主張（例如白詩瑜，2004），相應的就是業者要求主管機關放寬電視廣告法規以爭取更多廣告費，作此主張的潛台詞是電視事業的發展相依於廣告量的規模，按台灣的本地脈絡似是理至易明，並且在理論上得閱聽人商品論的支持。好比 Leiss 等人說「商業媒體才不是被動地回應廣告主購買（節目）空檔的需要，而是主動地為了利潤與擴張的需要去爭取廣告財源」(Leiss, Kline, Jhally, & Botterill, 2005, p. 334)。

然而相比於問「如何增加廣告財源」，如何擴大生產是更根本的問題。Garnham（2016）就認為討論廣告如何支持傳媒，是錯把傳媒占租的活動當成是生產性投資（productive investment），從而遮蓋了傳媒資本發展過程中內部生產關係的矛盾，及矛盾可能展開的契機與多樣性。

眾所皆知當代私營傳媒的營收來源，除了廣告還有許多直接收費的渠道。然而在對於本地的製作資源有限、內容供應業在虧損邊緣掙扎的現象，一般少見將直接收費為視為可行的對策，比如曾國峰（2009）是按價格機制正常化的前提主張資源配置效率，從而鼓吹分級付費的最後階段：單頻單賣，而較少探討分級付費對產業發展／擴大生產投入的可行性。這亦是台灣電視業者的疑慮：頻道訂價和觀眾數量（從而是廣告收入）成反比，也就是訂價愈高，觀眾愈少而廣告愈少，按目前的節目品質，收費所帶來的營收很有可能彌補不了流失的廣告。就當前資本的判斷，拒絕分級付費才是理性安排。

也就是，若唯廣告是問，難以按台灣目前影視業的發展階段去理解 Garnham 所謂資本主義體制傳媒的「生產性投資」究竟為何，而囿於在租的分配上討論如何擴大再生產。按此，本文欲藉政治經濟學關於生產性勞動、以及資本周轉諸階段的分析，以美國為先進資本主義經濟體討論廣告之於影視業的意義，反照台灣影視業在資本主義尺度下的（不）發展狀態，以及當前困境的成因。

## 壹、傳媒的生產性與非生產性之辯

資本主義體制下，廠商通過雇用工人勞動，將價值賦予商品之中。但價值不會自動變現，商品自生產完畢推向市場進入流通領域的那一刻起，就面臨了能否銷售出去的窘境，馬克思的說法是「價值從商品身上跳到金子的身上，是商品驚險的跳躍。」(Marx, 1976, p. 119) 這個跳躍，也就是商品變現，所耗的時間愈長，愈有損資本必須增殖的總目的。因此廠商除了要配送商品至合適的通路，還得知會、鼓動消費者購買，也就是動用行銷手段，而廣告即為行銷的重要一環。按 Arriaga (1984, p. 54) 的說法，廣告一不涉及商品的生產領域，二無關於商品如何被消費（使用），三只限於在流通領域發生作用。

這裡區分商品生產與流通領域的用意，在於展開關鍵的生產性與非生產性勞動 (productive and unproductive) 的分析。對政治經濟學而言，受資本指揮直接參與創造剩餘價值的勞動，歸於生產性勞動，而以外則否。因此涉入資本主義的商品生產階段、賦予增添或改變商品使用價值，被視為生產性的；而涉入商品流通與交換階段，從事分銷與推廣活動乃至於存放款金融業務者，不會改變商品的使用價值，則為非生產性的。前者創造剩餘價值，後者分占剩餘價值，但兩者對於商品價值的實現乃至於資本積累同樣必要。有如「流通階段與生產階段是互斥的。在流通階段資本的職能不同於生產性資本，也就是說既不能產出商品，也不能產出剩餘價值」(Marx, 1978, p. 203; 1981, p. 392)。因此勞動究竟屬於生產性或非生產性，並不取決於其最終產出的產品或勞務，而取決於在總體生產關係中的位置，或說在資本再生產過程中擔當的功能 (Bottomore, 1983, pp. 448-449; Fine & Saad-Filho, 2003, p. 47; Harvey, 2013, pp. 90-94; Murray, 1998, pp. 44-46)。比如美術設計人員，若受雇於廠商為成品做包裝行銷，為非生產性的；而若直接參與文創商品製作，則為生產性的，即使他／她在不同的位置從事完全相同的設計工作。

也就是說，只為了縮短商品待售時間的廣告活動，在資本主義體系裡完全是非生產性的，不能創造剩餘價值，只能分占剩餘價值。但廣告因為能縮短商品流通時間，從而減少流通部門的活動（比如庫存與倉儲）對剩餘價值的分占，因此對資本而言又是必要的 (Arriaga, 1984; Fine, 2002; Poulantzas, 1975)。

既然廣告是非生產性的，是分占工業資本（*industrial capital*）創造的剩餘價值的，則藉工業資本的廣告支出營生的傳媒，製作了五光十色的內容吸引閱聽人的目光，若意在以隱晦（置入行銷）或明白（插播廣告）的方式讓閱聽人接收廣告訊息，從而把閱聽人催化為消費者，並把這個過程通過市調公司的加工後變為可買賣的收視率數據賣給工業資本（例如 Meehan, 1990），則我們應可以說，這樣的傳媒的營業目的在證明自己有能力能幫助工業資本的商品加快賣出，盡可能地縮短商品流通時間有益資本增殖。那麼傳媒資本爭搶的就是工業資本的廣告開支，而「傳媒資本的營利即為工業資本（產出的）剩餘價值的一部份」（Lebowitz, 2009, p. 221）。所以說，這樣的傳媒也是非生產性的。

然而傳媒資本的存在單單是為了服務工業資本的行銷需要嗎？Wolff（1987）不以為然。他在推算美國生產力變化時，將廣告業劃入非生產性領域，而將傳媒劃入生產性的，理由是傳媒創造出的文化商品實際上是為閱聽眾所用。這樣對立的見解在傳媒研究中並不是什麼稀奇的事，有如傳媒的雙元市場論將兩者和在一起主張：廠商面對廣告主的同時，也面對觀眾。更具體的說，雙元市場一者指廣告市場、二是內容市場（Napoli, 2003, 2009）。很清楚的，傳媒並不總是為了滿足廣告主的需要而從屬於工業資本的行銷開支（廣告市場）；傳媒資本自身就有創作、生產文化產品，爭取閱聽人直接支持（消費）的必要性（內容市場）。所以 Napoli 強調若我們唯閱聽人商品是問，是誤解了電視產業的經營邏輯，因為「要在閱聽人市場成功，都必須先在內容市場上成功抓取閱聽人目光，而這是媒體組織的核心能力（Napoli, 2003, p. 4）」。或有如 Shaikh 與 Tonak（1994, p. 26）謹慎地指出：「正因為廣播電視業作為傳媒也生產使用價值，即廣播電視上的各種表演，所以即使廣電業服務於廣告與行銷，也不應將兩者混為一談。**產製傳媒的工人是生產性勞動者。但傳媒被用於是生產性的（比如娛樂需要）或是流通性的（比如廣告）的勞動，則要視該勞動涉入的活動型態而定。**」（粗體為本文所加）。

Shaikh 與 Tonak 的說法提醒了我們，傳媒作為內容的載體，將內容用於服務於工業資本的行銷目的，或滿足使用者／消費者的精神與文化需要，決定了其最終屬於非生產性或生產性的部門。本文試圖進一步論證：傳媒資本

的營業目的，究竟偏向廣告主或是閱聽人，將決定了其發展的高度。若傳媒甘願附從於工業資本的行銷需要，也就是作為商業資本（commercial capital）的一環，則其提高營業利潤的可能性得自壓縮工業資本的商品變現所需的時間，也就是縮短工業資本周轉的期程，這個過程是從屬性的，或說二位的，限制了其自身發展的可能性（Fine & Saad-Filho, 2003, p. 137）；相對的，若傳媒自身作為工業資本的一份子，則其利潤得自商品（影音、文字、圖像...）變現後與生產成本的差額，則有其自身獨立的擴大再生產、從而完成資本積累總目的邏輯。

簡單說，既然工業資本的廣告支出是給定的、先於傳媒營業活動發生的，一如工業資本為商品配銷耗費的交通支出是給定的，先於貨運服務而發生的，則即使個別傳媒會因為爭搶閱聽人收視而改良節目品質，這樣的改良終究無益於總體營業收入的增添。因而在主張閱聽人商品論的理論家那裡，寡占傳媒的非生產性表現為傳媒不需要深耕閱聽人市場，只要傳媒能夠穩定占有觸達閱聽人的通道，就能坐收過路費，品質不論只要能以成本最低的方法留住閱聽人的目光即可（Jhally, 1987; Leiss et al., 2005）。

然而閱聽人商品論不看好傳媒資本對生產活動的經營與投入，與實情有違。在閱聽人商品論根據的美國影視業發展史中，節目製作成本快速增加乃至於失控，一直是電視業資本頭痛的問題（Ferguson, 2004, p.161; Owen, Beebe, & Manning, 1972; Todreas, 1999, p. 21），電視頻道黃金時段的戲劇類節目成本很早就無法單靠電視網的廣告收入支應，而必須藉多次播映、向映演通路收取播映授權費，才得打平（Fletcher, 2004）。

這裡值得再引述 Arriaga（1984, p. 62）的說法：「一方面，傳媒資本或買進或製作文化商品（音樂、新聞、電影等等），將之投入於商業服務的生產流程，也就讓文化商品從屬於廣告商推銷商品的需要。另一方面，廣告費的挹助也確保了文化商品有穩定甚至是更大的通路面世，轉化媒體的文化面向成為資本投資的獲利領域，又促使文化生產從屬於資本邏輯。傳媒有時主動藉廣告費的支持去達成擴大經濟規模與增進勞動生產力的目的，從而推升獲利能力使達到與其他部門相當的水平，一如其他部門的資本剝削人的經濟活動。」在思考傳媒資本的演進上，這個說法進一步帶入了發展的向度：廣告



費首先作為傳媒營運的基礎，在此之上傳媒進一步利用文化活動，「使文化生產從屬於資本邏輯」。

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製作的部門擔當生產環節，即為各大小製作公司或製片廠；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品質與成份；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製作成本高而複製成本極低，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動反映了時事潮流，若不能在產製完成後即時推出，對閱聽人的吸引力隨著時間衰退，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覆消費的意願低。正因如此，影視產業產品的生命週期很短，

---

<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)。

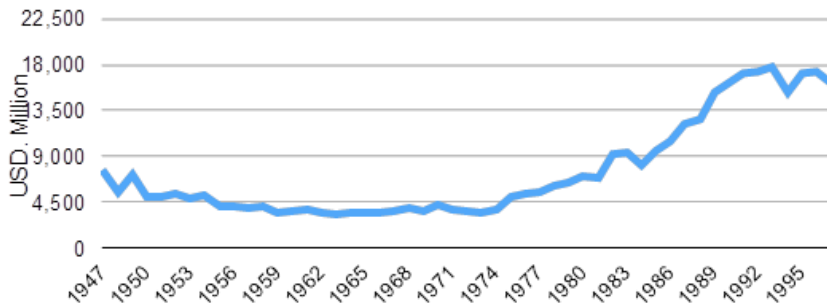
不斷推陳出新是這個部門的資本恒常的難題 (Covington, 1999; Sedgwick & Pokorny, 2005)。

綜上，傳媒資本開發出廣播電視作為影音產品的變現渠道，藉由即時觸達最大數量的觀眾換取工業資本的廣告開支，雖然是繞彎地解決了公共財難以對個別消費者收費的困境，但同時也一次性地耗盡了節目再播映的價值。因此資本的對策是，將公共財私有化。這一方面是在法規上確認節目的產權優先歸屬於資本而非創作者或付費使用者 (Bettig, 1999)，再者是開發新映演渠道切割／區辨支付能力不等的觀眾，使對節目的消費可以盡可能地排他，也就是發展出多階次的映演窗口 (windowing)，讓同一套節目多次播映：愈先播出的收費愈高，而後漸次降低，最後在不能排他的無線電視上「免收費」播出。在主流經濟學那裡，多階次映演窗口的安排是為了對消費者差別取價，讓有能力且有願意搶鮮 (效用高) 的消費者多付費 (Owen & Wildman, 1992, pp. 38-49)。因而影音產品若首次播映即在無線電視上無差別放送，對傳媒資本而言是放棄可欲的收益。另從觀眾需求的分眾化趨勢觀之，在全體觀眾的收視品味或需要彼此差別不大的時候，資本偏向以廣告支持的無線廣播電台放送節目；但若觀眾需求各有千秋，則以有競爭的付費多頻道為有利 (Owen & Wildman, 1992, p. 148)。

以美國為例，二十世紀前半的影視產業未曾有「免費」播映制度，向觀眾收費的戲院為唯一通路。在五〇年代電視機普及前，戲院業已經建立了成熟穩定的差別取價系統，即劃區輪映制 (run-zone-clearance system; Conant, 1978)；資本也相應地發展出高度的產品差異化策略 (Pokorny & Sedgwick, 2005; Sedgwick, 2005)。然而這個穩定結構在 1950 年後不變，隨著無線廣播電視藉由「免費」內容招攬用戶而迅速滲透全國家庭，過去能差別取價的通路即戲院業受到重創，室內電影院近半倒閉，戲院的多階映演系統幾乎崩潰，廣播電視替代戲院成為閱聽眾近用影視產品的重要渠道 (Edgerton, 1983)。當時影視業資本幾次企圖開發付費電視系統，但遭到主管機關以「(免費電視) 保障公眾利益」為名壓制而無法展開，「免費」模式獨占電視系統的格局直至 1972 年有線電視上路才告打破 (Anderson, 2004)。

「免費」通路替代付費通路造成的效果，可以觀察美國整體影視業的實質淨本地產值（net domestic production）的變化得知。按圖一，可見得該值自 1947 後穩定衰退，直至 1973 年始得恢復增長。這期間內影視業產值減少過半（-55.8%），相對於總體私部門同期增長了 180%，顯不尋常。<sup>2</sup>即使五〇年代有兩後春筍般設立的各區域電視台與三大電視網的建立，意味著急速新增的播映時段對節目需求孔急，促使製作業（即電影製片廠）一者將產能轉為電視節目所用（承製各式節目與開發出新類型的「電視電影[made-for-tv movie]」），二者出售電影重映權給電視播映。但整個生產部門的演職員仍遭到大量解聘，影音內容供應商倒閉者所在多有，從業人員數量持續下滑（Lev, 2003）。這個陷落的趨勢到六〇年代漸緩和，至七〇年代初差別付費通路的陸續建立後，影視業始恢復常態的成長。

圖一：美國影視業本地淨產出，按 GDP 指數平減（1990=100）得實際值，1947-1997。

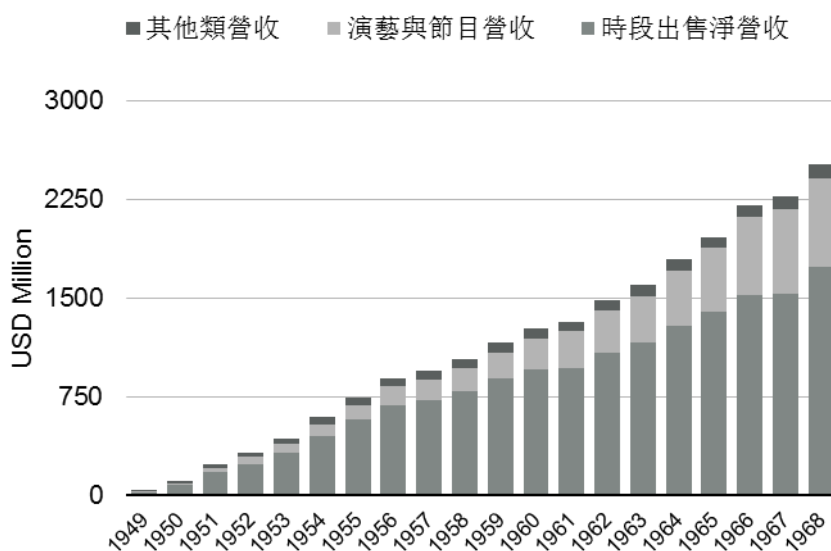


資料來源：美國經濟分析署（U.S. Bureau of Economic Analysis）

<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）。

在全體影視業慘澹的二十年間，無線電視平台的營收卻以超過總體水平甚多的速度發展。1949 至 1968 年間的實質年均成長率為 19.09%，而同期的實質國內生產毛額（GDP）年均增長率為 9.12%。<sup>3</sup>按圖二，電視業營收主要得自時段販賣以換取工業資本的行銷支出。與圖一比對可知，突出的廣告營收成長竟沒有挹助影視業的發展。按前述，是拖累，主因在差別取價通路（戲院業）大量地被不能差別取價的「免費」電視業取代。進一步言，這體現了低效率變現手段（「免費」廣播模式）造成資本的困境，直接打擊了商品的生產。

圖二：美國電視業分項營收，1949-1968。



資料來源：美國統計摘要各年（Statistical Abstract of United States, Yearly）

然而按影視業從業人員數量的變化可知，工作者數在六〇年代後的漸增，反映了生產活動的復甦。在「免費」無線電視仍主導映演通路的這二十

<sup>3</sup> 以 1990 年為基期。1949 年無線電視時段出售淨所得（扣除退傭）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。

年中，節目與演藝活動營收占總數的比例逐漸上升。特別是躍過了 1960 年後開始達到兩成以上，至六〇年代尾聲時已近三成（1968 年為 27%）。躍過 1960 年出現突增的轉折是因為電視業營利模式改變：在電視業發展的頭十年內，電視業者將大部份的電視時段整塊賣給廣告商，由廣告商負責內容製作，節目意在推銷商品。這個方式直至五〇年代末期逐漸轉型為我們今日熟知的：由電視台製作／購得節目，在節目放送空檔間插播廣告，並向廣告商收取費用的模式。轉型的成功始讓電視台取得主導內容的權力，在預估製播成本與可能獲利的平衡下投入生產資源，讓節目／內容取代節目時段漸成為有獨立品性的商品（Cantor & Cantor, 1992）。

然而如前所述，影音產品（而非節目時段）作為勞動對象，和「免費」廣電的變現模式並不相容，準確地說是資本不會滿足於讓節目一次放送僅收取廣告的形式。因此主導轉型並開始擴大節目自主製作的電視網業者，在六〇年代中期開始陸續自建或收購能對觀眾收費的戲院業；另一方面，以好萊塢片廠為首的電視節目供應商仍持續嘗試以普及全國家戶的電視機為前提再創建新付費通路。終於在七〇年代初付費的有線電視頻道建立了，而後有八〇年代的家庭錄影帶租售業、九〇年代的各式按片付費頻道。每一次新的付費渠道成熟後，重映價值高的內容（主要為電影與電視劇）即放棄在原有的渠道首映，改在新的付費渠道優先放送，終而形成今日為人熟知的多階映演系統（Waterman, 2005）。

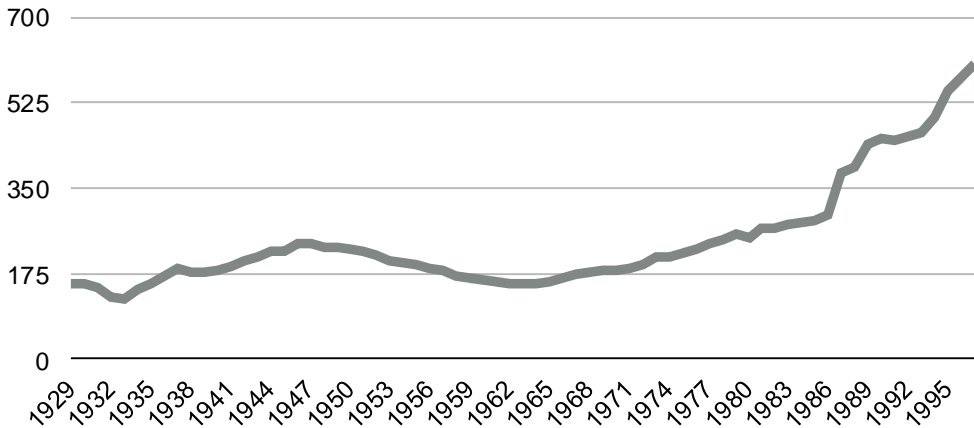
若計算無線廣電開始營運後的二十世紀下半葉間，電視業的廣告營收、電影戲院票房，以及付費電視的訂閱費營收對整體影視業產值的貢獻，可知以付費電視對影視業發展的貢獻最直接且有力，戲院票房次之，而廣告的貢獻低且不穩定。<sup>4</sup>所以，美國的影視產業史可視為是一部不斷地把差別取價可能性低的通路向後排擠的歷史。如今在「免費」的無線電視事業，自製自播節目主要是重映價值低但方便量產的新聞資訊類節目，而非重映價值高的電影或電視劇。電影與電視劇在無線電視上放映比例逐年降低（Wasser, 2001, p. 42）。

---

<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。

圖三：美國影視業參與生產者人數（千人），1929-1997

資料來源：美國經濟分析署。



按此，放映通路的多階化不僅是熊彼得所謂以新技術破壞壟斷的自然循環，更是影視業資本在面臨商品變現困於廣播模式時必須採取的積極手段。因此 Todreas (1999) 用電視節目供應業所能分占的利潤的長時間變動，說明了：「當無線電視業收割了[整個影視業部門]大量的營收時，內容並不是最重要的事。...然而好景不常。事實上這個產業從一開始就有股力量由內部促成轉型」(Todreas, 1999, p.33)。這股力量指的是藉內容採取新的變現辦法，對資本而言愈益緊迫，終而破壞廣播模式的主導地位，展開能差別取價的多階映演通路。以至於到了九〇年代時「發行商有很強的動機要確保內容供應無虞，特別在內容是獨一無二且難以複製的時候 (Todreas, 1999, p. 152)。」

簡言之，按美國影視業的發展經驗，不能差別取價、單靠廣告支持的「免費」無線廣電的營利模式，在排擠付費系統的二十年間，給資本發展造成了障礙，並且滯後了實體生產，也就是減少對作為商品的節目內容的投入。對資本而言，用廣播的方式放送節目，並且依賴廣告收入支持的辦法，是使影視業資本次之而且從屬於工業資本的行銷支出，同時也是效率差勁的變現手段。內容成為影視產業的真正商品，成為生產性活動的主要對象，是在資本

擺脫這個階段，直接面向閱聽眾爭取付費之後，至此整體影視業資本才真正蓬勃發展（Todreas, 1999）。

回到前文對電視事業是屬於非生產性或是生產性的討論，可以說依靠廣告營收支持的無線電視事業，是非生產性的：內容是服務於廣告行銷的需要，因而不被重視。然而隨著內容的重要性抬升，生產性活動逐漸在非生產性的範疇裡萌芽。從而我們可以再釐清前引 Arriaga (1984, p. 62) 的說法：「傳媒主動藉廣告費的支持去達成擴大經濟規模與增進勞動生產力的目的，推升獲利能力使達到與其他部門相當的水平。」並進一步將命題簡化為按影視產業資本對廣告依賴的程度區辨其生產性與非生產性：若影視產業對廣告的依賴程度高，資本的性質偏向非生產性資本；若低，則偏向生產性資本。而電視事業究竟主要是直接面向觀眾，亦或是面向廣告主，反映的是整體影視業資本的性質。

### 參、影視業資本發展的外部條件：消費社會的成熟化

然而影視業自非生產性資本向生產性資本轉型的可能性，並不完全本於自身的經濟理性與獲利衝動，其進程同時也與該傳媒所處的社會的總體資本主義發展階段相適應。如前所述，正因為總體工業資本必須利用傳媒作為行銷助力，而廣告費作為當代傳媒的重要營業所得，因此傳媒的發展在這個範疇內相依於總體工業資本的發展。或說，若廣告費的成長能充份支持傳媒資本的經營，其速度快於生產力的發達造成的成本上升壓力，同時傳媒生產活動的擴張得到抑制使不造成過激的同業競爭而危及資本存續，<sup>5</sup>則轉型可能就未必（或不必要）發生，影視業停留在非生產性的不發展階段。

傳媒與工業資本發展相依的政治經濟命題，在文化研究領域有長足的探討，主要圍繞著「消費社會」的興起而展開。一般認為，大眾媒體對當代消費者主體的構成起了關鍵的作用。它不單是被動的接合生產與消費的兩個端

---

<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）。

點，而是積極地在人的朦朧時期就開始將之社會化為消費者的工程，把生活世界置換成交易場所（所謂「由媒體中介的市場」）（Kline, 2006; Leiss et al., 2005）。有如 Baudrillard（1998, p. 99）之見，（後）現代人有反對共性、追求個性／差異性的傾向，商品的消費是其必要手段。雖然大部份時候商品的使用價值彼此相差無多，但交換價值卻因為其承載符號意義的有別而不同，隨著整個符號的無限複製、相互擬仿乃至於「超量生產」（over-production of signs），物的符號價值凌駕使用價值而成為商品交換的根據。大眾媒體作為賦予物符號價值的關鍵機制，大眾媒體與消費社會共存共榮。

如果消費社會的興起標誌了符號橫流的起點，而大眾傳媒作為當然的符號載體，則消費社會興起的條件同時成就了大眾傳媒的蓬勃展開。那麼是什麼條件生成了消費社會呢？這是按前述的政治經濟命題而提出的問題。

商品市場的普遍化、大量生產體制的成熟、財富增長的信心或盼望，可說是人類社會發展到資本主義階段的特殊現象，正所謂「資本主義生產方式占統治地位的社會的財富，表現為龐大的商品堆積」（Marx, 1976, p. 125）。Williams 在對「消費者」詞義演變的察考上指出，雖然商品買賣的歷史久遠，但現代意義的消費與簡單的購買不同，主要起因於大規模工業資本操控與編派市場的需要，特別是在二十世紀初的經濟衰退之後可見得。「生產不只是供應已知的需求，而是產出給定種類與數量的商品的整體計畫，所以必須預先作大規模投資」（Williams, 1976, p. 79）。

也就是說，「必須消費」成為現代人的生活規矩，始自二十世紀初的福特式生產模式盛行之時，即被要求生產紀律的勞動者隊伍同時也必須承擔消費義務（同時在精神上，流水線上的工人通過消費補償他們因為勞動能力異化而感受到的失落與苦痛（另見 Smythe, 1981）），以利資本通過生產與消費的循環能順利運轉。但消費在量與質上的爆炸性發展，則在二次世界大戰戰後，特別是福特主義體制遭逢困境，而後福特主義代之而起之時（Aglietta, 1987, pp. 151-198; Gabriel & Lang, 2006, pp. 7-22; Slater, 1997, p. 188）。調節學派（regulation school）主張當代消費社會裡主體強調的表現自我與標榜差異性，被理解彈性專殊化生產體制在文化領域映射的結果。也就是：福特式量產的年代，大工會與凱因斯體制要求的充份就業，壓抑了社會等級分化的傾



向（在資本主義時期表現為相對平均的所得分配），消費行為是功能導向與實用主義的；但七〇年代始福特主義／凱因斯體制支持的以生產趨動成長的經濟模式遭逢停滯困境，國家通過財政手段調控經濟的能力弱化，資本勢力抬頭推進了對市場機制的盲目信仰，一面藉由私有化進程將傳統非市場的社會領域納入交易範疇中，一面使勞動團結解體而壓制生產成本，使所得分配的級差愈來愈顯著，消費也變得瑣碎化與階層化，也愈與個人身份地位相適應，從而與 Bourdieu（1984）所謂的「階層化品味」相適應（Storper, 2000）。面對分化／分眾的市場，廠商採取靈活的彈性生產體制應變，並且動用廣告與行銷手段形塑產品或品牌差異性與個性。Harvey（1989）更針對性地指出，這是資本超克積累困境的手段，彈性積累體制構成了後現代文化現象的政治經濟基礎（同時參見 Gartman, 1998; Jameson, 1991; Pleios, 2012）。

質言之，福特體制的資本主義遭逢的困境，須藉廣告與傳媒推進新的消費社會而（部份地）解決。企業通過廣告，可以鼓勵民眾支出減少儲蓄，也就是調整壟斷資本主義時期國民所得在兩者間的配重，使過快增長的經濟剩餘得到消化，避免生產過剩造成的危機（另見 Baran & Sweezy, 1966, pp. 126-128; Galbraith, 1962）。有如 Williams（1976, pp. 78-79）的提醒：「當代商業廣告（市場的勸服與滲透）與資本主義發展階段有關：創造需求與欲求，並同時提供滿足之的特定辦法。這與過去廣告只用於知會[購買者]哪些商品是可得的功能，完全不同。」

## 肆、後進發展情境：九〇年代台灣消費社會的成熟與突增的廣告量

消費社會的興起既然回應了資本主義發展的階段需要，那麼不同社會／經濟體經歷了不同的發展階段，也就有不等政治經濟條件生成消費社會。裴元領（2004）推論台灣消費社會的興起時，以大軍營、大工廠、大公司等生產模式標定各社會經濟階段，從而指出大工廠時期中心化的生產紀律被打破，繼之以服務業為主及「公司治理」為生產價值的階段，促成了消費導向的社會型態。類似的，陳光興（2002）以為台灣外銷為主的資本積累模式在

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現象。

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覆地自我投資（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」），但與其說是回應本地新生成中產階級的消費需要，不如說繫於變動的海外市場，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。

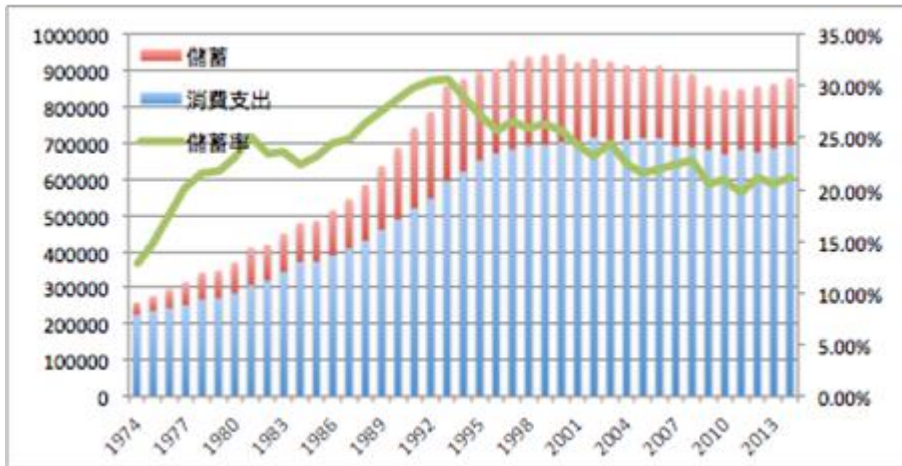
南韓、台灣，在軍事上投放常駐兵力或深化軍事聯繫，在政治上支持親美「民主」政體，在經濟上通過國際援助構建共同貿易圈。有了美方的支持，敗退轉進台灣的國民黨取得治台合法性，以「反攻大陸」為名將台灣納入國共內戰的未結束狀態（延續戰時的《國家總動員法》、《動員勘亂時期臨時條款》以及來台後頒布的《臺灣省戒嚴令》），得以以威權政體強力主導經濟發展目標與進程（若林正文，2014，頁 77-92）。從五○年代通過進口替代策略加上代紡代織所賺取的外匯，以及擠壓農業部門得到的生產剩餘與人力，到了六○年代便在出口導向的政策安排下投入代工性質的勞力密集部門，初期以加工出口區引入外國直接投資，到後期逐步升級向技術與資本密集型產業，將台灣工業資本嵌入美日主導的跨國商品鏈中，使本地資本積累的根據繫於美日技術先進廠商的委外訂單（Gereffi, 1994, 1999; 陳玉璽, 1995）。由於產業結構被安排為資本財與中間財生產優先，結果是五○年代以降消費財產業的發展極為有限（許松根、林幸君、陳怡婷，2012）。六○年代乃至於八○年代間持續高成長的「經濟奇蹟」及不斷的工業升級，皆主要由出口所拉動，消費財產業則自八○年代末期後才有顯著增長（潘寧馨、林玉樹、洪毓霞、陳嘉鴻，2010；許松根，2011）。從支出面觀察，也可知戰後民間消費的增長平緩，但到八○年代後期至整個九○年代末之間才快速增加，而跨過千禧年後變得遲滯而略有衰退（彭素玲，2007；洪志銘、吳淑妍、魏聰哲、黃德秀，2012）。

新興工業國的依附發展性質，造成民間的消費潛力持續增長的同時，產業並沒有對稱發展回應本地消費需要。這個不對稱發展起先是由威權政體，通過對特定業別的投資獎勵措施、稅項優惠、結匯差別管制等手段所促成。從而對資本而言，嵌入先進工業國的商品鍊，以先進國市場為導向進行設備投資、技術移轉以及勞動力再生產，會優先於開發本國還不成熟的消費市場。然而同時，嵌入先進經濟體商品鍊在本地「創造」的大量就業，長期的低失業率加上相對公平的所得分配，在消費財產業不發展的前提下，去路有限的民間消費能量持續蓄積，表現為相對高的儲蓄率（Lamdin, 2008）。相對高的儲蓄率同時得自政府的獎勵儲蓄措施，正是在 1960 年美援結束後，為了厚實資本而推出的政策。

然而資本財／中間財工業膨大，民間消費與消費財產業長期遭到壓抑的構造，具有內部矛盾，不可能長久維持。理論上來說，長期的貿易順差會造成本國貨幣升值的壓力，外匯累積過多則削弱政府藉調控貨幣供給干預經濟的空間。置於台灣的脈絡，在出口導向框架下操作的關稅壁壘、差別補貼與匯價管制所推升的出口額與外匯，本來在發展初期藉由資本財與原物料進口而抵銷；但在七○年代的第二次進口替代所推展的重化工業建設完成，以及不斷的技术升級降低對進口資本財的依賴後，使貿易盈餘常態化，最終導致與作為台灣主要出口市場的美國發生貿易摩擦，美國要求台灣解除管制與開放市場的壓力愈增。在八○年代初經濟部長趙輝東訪美後未久，1985年設立的「經濟革新委員會」即以「自由化、國際化、制度化」為原則，逐步推動關稅減讓、開放市場、金融自由化、國營事業民營化與投資自由化等措施（陳惠薇，2013）。這些措施一方面削減了補貼出口產業的空間，再方面降低了進口門檻，使達到貿易平衡。也就是，國內資本投資於出口與國內消費部門的誘因落差縮小了，同時諸多境內市場也鬆綁有待開發。

按各年的家庭收支調查報告可知，在出口導向時期家庭消費支出與儲蓄持續增長，但速度有別；其中用於儲蓄的部份多於消費（見儲蓄率的攀升），直至九○年代初期消費增加的速度始快於所得增加速度，反映了以九○年代初期為界，前期與後期消費傾向的差異，或可說八○年代以後的消費者，較之前更願意將所得用於消費了（見圖四）。

圖四：家庭儲蓄、消費支出與儲蓄率（實際值，2006=100），1974-2014。

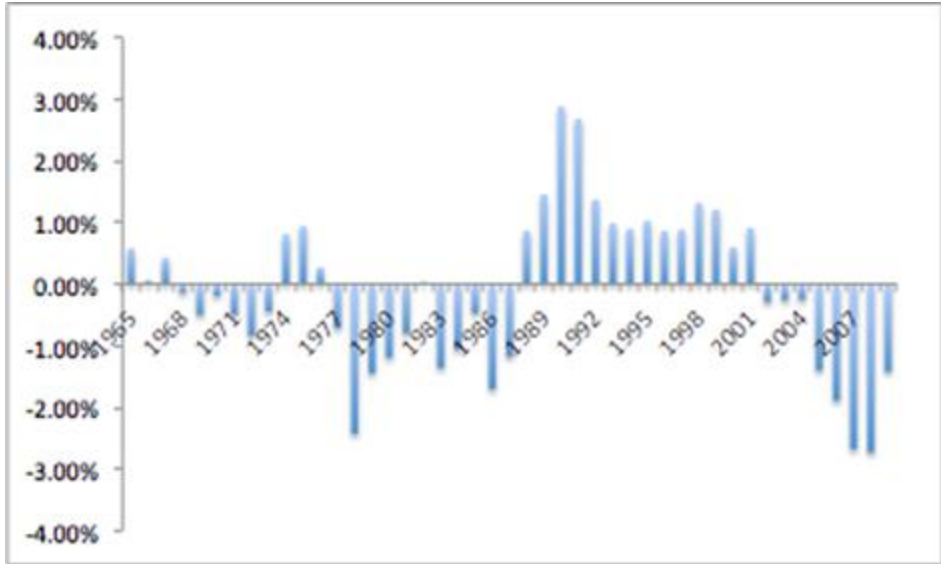


資料來源：行政院主計處網站。

再將國內生產毛額（GDP）與民間消費的的五年平均年增率相比較（後者減去前者的差額），可知在九〇年代以前，民間消費的增長速度遜於 GDP 增長，GDP 的增長主要得自政府消費、資本形成與貿易盈餘增長的總合貢獻；九〇年代起約十年的時間，則主要是民間消費拉動 GDP 增長。見圖五。

簡言之，由美蘇冷戰促成的西太平洋前緣商品鏈，以及國共內戰的延伸狀態，雙重地決定了台灣在戰後「重（出口）工業、輕（國內）民生」的發展路線，表現為本地民生工業／消費財工業長期的相對不發達狀態，從而推遲了台灣消費社會的形成，致使民間消費潛力不斷蓄積。八〇年代中期始，因為威權政體的調節手段在美方壓力下漸失效，外有後進國追趕而代替台灣原先占有的跨國商品鏈環節（Appelbaum & Gereffi, 1994），使得長期以來的出口導向積累策略遭遇瓶頸，資本開發本地市場變得有利而急迫，而作為八〇年代後期台灣轉型為消費社會的政治經濟前提。台灣社會至此結束了計畫經濟安排的總體生產紀律，向更強調異質主體與去中心化的消費生活型態過渡，「必須消費」的台灣人共同構成了全面消費（total consumption）的新社會型態（裴元領，2000）。

圖五：國內生產毛額與民間消費的的五年平均年增率之差額，1965-2009。

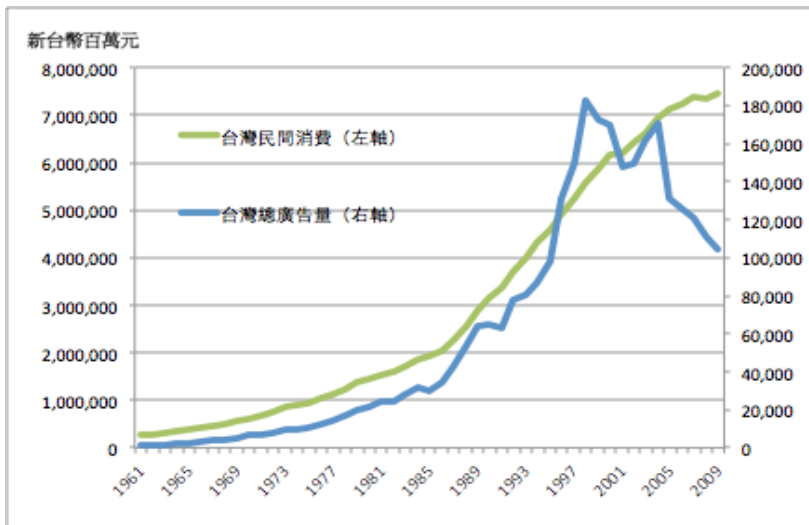


資料來源：行政院主計處。

然而要翻轉長期的出口導向時期國府為厚植資本而廣為宣傳的節約倫理，使能夠消費的人民願意消費，需要加速推動社會的意識型態改造，主要辦法就是銷售努力／廣告，從而可以解釋顏伯勤（1991）所謂「廣告帶動經濟發展」的內部機制。所以在消費潛能的蓄積就要洩洪之時，陸續解除的行業經營限制（執照許可制、外人投資上限、原料配給等），同時吸引外國商業資本（merchant capital）的投入。對於八〇年代末東亞各國廣告量突增的現象，Goldstein（1989, p. 60）認為原因如下：（一）強勁的經濟成長創造出大量富裕的中產階級人口；（二）開放市場政策讓外國資金能投入經營服務業，尤其廣告業；（三）區域貨幣升值使對進口商品的購買力上升；（四）跨國企業加強耕耘區域市場有利國際廣告代理商的經營；（五）因應競爭趨強的態勢，區域廠商開始採取更精巧的行銷手法；（六）政府政策鼓勵本地消費。這些因素促成了國內廣告代理行業在 1986 年開放，使原來零細化經營的廣告代理業「國際化」，大型的跨國廣告代理商通過合資或是直接在台設立據

點，促成「銷售努力」技術的躍進，以及廣告服務交易的理性化（Tsao, 1996; 胡光夏，2000, 2004；邱彙傑，2000）。資本轉向開發國內市場的壓力，以及台灣民間社會消費潛能的開發，在廣告代理業國際化的過程中加速進行。從台灣民間消費與總廣告量的長期資料可以觀察得知，以八〇年代中（約 1985 年）為界，以前的民間消費增長速度快過廣告量增長，但以後則相反：直至九〇年代結束前，廣告量增幅超越民間消費。從而我們可推知：九〇年代間資本加速開發本地消費財市場之積極，更甚過往。參見圖六：

圖六：台灣民間消費與廣告量（實際值，2006 = 100），1961-2009。



資料來源：顏伯勤（1987）、中華民國廣告年鑑（各年）、行政院主計處。

## 伍、台灣影視業非生產性格局的確定：擴張頻道優先於深耕製作

相對於美國，在作為映演／流通部門的電視事業發軔前，從事生產職能的資本，即好萊塢諸片廠及大小製作單位，在二十世紀前半已發展到相當成

熟的高度並主導了全部門的制度安排。然而台灣並不。二十世紀前半的影音生產事業即電影，本具有殖民地的附從性格，在日本敗戰而國民黨政府遷台後遭到邊緣化而造成發展中斷（三澤真美惠，2014；盧非易，1998），對電視事業起步的支援有限（何貽謀，2002）；而電視事業的興起，則是在國府安排下，一面承擔教化國民的意識型態功能，一面負有推動台灣初級電子業自主化的雙重任務（柯裕棻，2008）。在國有／私有資本欠缺的戰後初期，決定了藉廣告收入支持經營的電視體制。凡此種種，都讓影視業的流通部門反向地凌駕於生產部門之上。就結果論，台灣影視業的發展路徑，難以用Wade（1990）主張新興工業國的效率官僚／經濟菁英領導躍進發展的框架理解，而更貼近新自由主義者所描述的無效率官僚造成的占租體制（例如陳師孟等人，1991）。統治者藉租攏絡裙帶親信，從而主導意識型態工具（林麗雲，2006；王振寰，1993）；而租的來源則是通過外製外包辦法剝奪直接生產者的所得，造成了生產部門實質不發展的結果（張時健，2005）。

國府的制度安排確立流通環節主導全部門的構造，在市場自由化後得到扭曲的繼承。在八〇年代末長期蓄積的民間消費潛能就要洩洪，工業資本中的消費財部門湧動的廣告支出開始加速，私有資本對即將開放的電視事業虎視眈眈的時候，影視業生產部門卻相對孱弱。由於台灣法規對單個電視頻道廣告時數設有上限，對新參進電視業的資本而言，消化高速成長（從而是可預期的）的廣告量的辦法，是盡可能增加播放廣告的頻道數目，直至新設頻道所能爭取的額外廣告量加上頻道授權價不能支持新設頻道的額外營運成本為止，也就是主流經濟學所謂遞減的邊際收益與遞增的邊際成本切齊為均衡狀態的價格與（頻道）數量。只要廣告量的高速增長不變，而遞增的邊際成本藉引入替代品（比如境外節目、舊片重播）壓低，則所謂均衡狀態的數量便會不斷提高，而達致均衡的時點則不斷推遲，這是九〇年代台灣衛星頻道數量爆增的前因。

相對的，直接面對差異化的觀眾品味開發新型態節目，一者須促成不發達的生產端升級，二者須在映演端建立不播廣告的直接收費系統（即可差別取價的分級付費制），所需的長期投資量不知伊於胡底，而閱聽人支持與否與願付價格也難以逆料，遂成為滯後的發展選項。這或可說明，何以按經濟



理性上的分析或根據先進國經驗，分級付費系統制對於資本而言當然優於「吃到飽」的無差別放送（例如曾國峰，2009；王國樑，1996），但不會為台灣電視業資本接受。而這樣的僵局，又因為電視平台業為大型財團分占、高度集中化而鞏固（Chen, 2002；柯舜智、莊春發，2008）。觀察能對消費者收費的有線電視業的營利分配，僅有二成餘用在節目採購（該比例甚至是長期走低），而稅前毛利則近四成，顯然過高（張美玲、王國樑、陳麗雪，2013；施俊吉，2012）。也就是說，閱聽眾通過價格選擇節目的市場機制被新的占租體制嚴重扭曲，付出的價金主要用在非生產性活動上，迫使頻道業者必須爭取廣告營生。最上游的影視製作業的發展，也就繫於工業資本的廣告支出，表現為其營業所得變動與廣告量的變動高度相關，<sup>7</sup>而與美國的「傳媒主動藉廣告費的支持去達成擴大經濟規模與增進勞動生產力的目的，從而推升獲利能力使達到與其他部門相當的水平」（如前引 Arriaga 所言）相當不同，<sup>8</sup>維持在非生產性的低度發展狀態。

按此，九〇年代民間消費非常態增長促成頻道數量過度膨脹，而整體影視業必須依賴廣告支持的結構，在非常態增長結束並且工業資本的行銷支出收縮的時候（如圖六），遭到重擊。寡占的有線系統業持續把持收費渠道並占有高額毛利的情況未變，而臃腫的多頻道能分配的廣告總量卻是愈少，使得各頻道共同追求主流品味而非滿足差異化需求（是所謂的 Steiner[1952]模式），造成內容趨同、而品質因資源萎縮愈見低落的結果。對本地影視業生產環節更不利的是，流通部門救亡圖存的辦法是輸入更多的境外產品，其排擠效果表現在本地製作部門收縮的同時，卻見流通環節的影片發行、影片放映、傳播及節目播送業，盡皆成長，而以影片發行業特別突出（見表一）。

---

<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：影視業下各子業別生產毛額（單位：新台幣百萬元）

	影視製作部門*	影片發行業	影片放映業	傳播及節目播送業#
2006	8337	962	3155	37385
2011	7727	2719	4544	38568
變動量	-7.32%	182.64%	44.03%	3.16%

資料來源：行政院主計處工商及服務業普查，2006 年、2011 年。

\*影視製作部門含影片製作業以及影片後製服務

#從事廣播及電視節目傳播之行業

## 陸、結論

只要見識到當代閱聽眾購買影音產品的渠道如此多樣，即可知影視業資本的營利不會單靠工業資本的行銷支出。美國影視業發展史說明了，多樣的付費渠道是資本為了突破影音產品「公共財」的限制而開發的差別取價體系。差別取價體系的立體化，也就是多階次映演窗口愈能夠對應到不同支付能力與支付意願的閱聽人，則影視業的生產規模也就愈大。相對於廣告，來自閱聽人直接支付的營利如今對影視業的生產規模更具決定性。

按此，由資本積累的可能性觀之，我們可以說美國影視業不再只是分占工業資本的剩餘價值，附從於工業資本的行銷需要；相反，是能主動完成自身資本周轉，創造足以擴大再生產、本於商品變現所得的剩餘價值。前者是所謂非生產性的，而後者則是生產性的。它的意義在，影視業商品（可能）獲得獨立的使用價值，滿足閱聽人的文化精神需要；而非配合推銷商品而扭曲使用價值。當然，這是尺度上的差別。

相較之下，台灣影視業的生產活動仍然高度相依於廣告費。這看似是多階映演體系不發達的結果，但按本文推敲可能是：後進工業國在九〇年代非常態的廣告量增長，推遲了資本轉型建立多階映演體系的契機；而長久以來平台業高度集中衍生的占租現象，則是加重了生產活動無廣告支持不可的格

局。二十一世紀開始後，非常態的廣告增長結束，打擊了影視業的經營造成產品品質劣化。而主導影視業的流通部門（即頻道業、系統業與代理發行業）的對策，不是對生產部門增加投資，而是藉台灣政府開放市場的政策之便，大量引進他國影音產品。正因為台灣影視業資本的非生產性，短視地爭取廣告支持為第一要務，所以播放內容如何並不是要緊的事。一漲一消間，台灣影視業生產部門的萎縮已經確定。

## 柒、研究限制

由於台灣的經濟統計材料不如美國詳盡、開放與穩定，業別分類與定義雖近似但不完全一致，因此按本文題旨難以以相同框架對兩者進行對比分析。同時這也突顯了台灣相關研究的困難。尤其為釐清產業的發展與轉型，經濟統計的材料需具有內部一致性，並且相關業別與子業別要能夠開放查找，始能滿足效度與信度的要求。

## 參考書目

- 三澤真美惠（2014）。〈1960年臺北的「日本電影欣賞會」所引起的「狂熱」和「批判」〉，《台灣學研究》，17: 113-150。
- 何貽謀（2002）。《台灣電視風雲錄：這是一份台灣電視40年歷史，見證，故事，履歷表》。台北：臺灣商務。
- 張時健（2005）。台灣節目製作業的商品化歷程分析：一個批判政治經濟學的考察。政治大學廣播電視學系碩士論文。
- 張美玲、王國樑、陳麗雪（2013）。〈臺灣有線電視產業成本特性與壟斷力之探討〉，《公平交易季刊》，21(1): 153-194。
- 彭素玲（2007）。《台灣消費結構改變之影響與因應》。台北：經濟部。
- 施俊吉（2012）。〈有線電視市場結構與經營區調整政策〉，《人文及社會科學集刊》，24(2): 165-191。
- 曾國峰（2009）。〈有線電視不同付費機制對頻道產製與消費的影響〉，《中華傳播學刊》，16: 215-253。
- 林麗雲（2006）。〈威權主義下台灣電視資本的形成〉，《中華傳播學刊》，9: 71-112。
- 柯舜智、莊春發（2008）。〈再探台灣有線電視市場集中度〉，《新聞學研究》，94:

149-192。

- 柯裕棻(2008)。〈電視的政治論述：一九六〇年代台灣的電視設置過程〉，《台灣社會研究季刊》，69: 107-138。
- 洪志銘、吳淑妍、魏聰哲、黃德秀(2012)。《由消費支出結構探討台灣產業結構調整之趨勢與策略》。台北：財團法人中華經濟研究院。
- 潘寧馨、林玉樹、洪毓霞、陳嘉鴻(2010)。《我國製造業傳統產業變遷之研究》。台北：中華民國行政院主計處。
- 王國樑(1996)。《我國有線電視收費標準與計算公式之研究》。台北：行政院新聞局。
- 王振寰(1993)。〈廣播電視媒體的控制權〉，鄭瑞城、王振寰、林子儀、劉靜怡、蘇衡、瞿海源、馮建三、鍾蔚文、翁秀琪、李金銓(編)。《解構廣電媒體：建立廣電新秩序》(pp. 75-128)。台北：澄社。
- 白詩瑜(2004)。〈詹仁雄：燃一把野火，沸騰13億觀眾〉，《天下雜誌》，第550期，頁182-186。
- 盧非易(1998)。《台灣電影：政治，經濟，美學》。台北：遠流。
- 胡光夏(2000)。〈國際廣告的政治經濟分析：台灣與韓國之「國內廣告市場」過程及其對廣告產業結構的影響〉，《廣告學研究》，15: 183-208。
- 胡光夏(2004)。〈台灣廣告代理業的生態形成與互動之研究(1960-1980)〉，《復興崗學報》，81: 177-206。
- 若林正丈(2014)。《戰後台灣政治史：中華民國台灣化的歷程》。台灣：台大出版中心。
- 裴元領(2000)。《台灣的日常生活結構—對1980-1998年社會經濟史的考察》。臺灣大學社會所博士論文。
- 裴元領(2004)。〈自我作主的經濟？對1994-2004年台灣消費社會形成的初步觀察〉，「台灣社會學會年會暨『走過台灣—世代、歷史、與社會』研討會」，新竹清華大學人社院。
- 許松根(2011)。〈臺灣工業升級的成長型態與其成長肇因〉，《臺灣銀行季刊》，63(1): 142-181。
- 許松根、林幸君、陳怡婷(2012)。〈重新確認台灣1950年代消費財產的進口替代及其對產業成長的貢獻〉，《東吳經濟商學學報》，79: 1-44。
- 邱彙傑(2000)。〈國際廣告代理商在台發展之政經分析，1988-1998〉，《復興崗學報》，71: 145-162。
- 陳光興(2002)。〈台灣消費社會形成的初步思考〉，大學學術講演錄叢書編委會(編)，《中國大學學術講演錄》(pp. 243-248)。廣西，中國：廣西師範大學出版社。
- 陳師孟、林忠正、朱敬一、張清溪、施俊吉、劉錦添(1991)。《解構黨國資本主義：論台灣官營事業之民營化》。台北：澄社。
- 陳惠薇(2013)。〈我國經濟自由化之探討〉，《經濟研究》，13: 183-206。
- 陳玉璽(1995)。《台灣的依附型發展：依附型發展及其社會政治後果：台灣個案研

- 究》。台北：人間。
- 顏伯勤（1987）。《二十五年來台灣廣告量研究》。台北：中央日報出版部。
- 顏伯勤（1991）。〈台灣經濟發展與廣告發展的關係〉。新聞學研究, 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

---

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

## 附錄一：美國各年廣告量、電影票房及電視觀眾付費總額 對影視業淨產出的迴歸分析，1948-1997

為了判斷廣告與付費渠道對影視業發展的影響，我們將美國 1948 年至 1997 年間的影視業國內淨產出年變動量（NDPMP）作為應變項，再將同期間內的電視廣告量（TVAD）、戲院票房（BO）、以及付費電視訂戶付費營收（PAYTVREV）的年變動量作自變項，即：

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

以 SPSS 作迴歸分析，可知對影視業產值年變動量的解釋上，票房年變動量與付費電視營收年變動量均有顯著性，而電視廣告量年變動量則不具顯著性。按各自變數容忍值與 DW 值可知迴歸式無明顯共線性問題。統計結果摘要見附錄表一，資料見附錄表二。

附錄表一：美國影視業淨產出迴歸分析

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

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

自變數	係數 (標準化係數)	容忍值
常數項	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

附錄表二：美國影視業實值國內淨產出、電視廣告量、電影票房、有線電視業訂戶付費營收（單位：百萬美元）

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

資料來源：影視業國內淨產出取自美國經濟分析署（BEA），電視廣告量與有線電視營收取自美國統計摘要報告（Statistical Abstract of the United States），電影票房取自 Finler(2003)。

## 附錄二：影視製作部門與廣告業銷售額之相關性分析， 2003-2007

在經濟統計上，由於台灣的產業別分類定義近年常有調整，調整後主管機關對前期的資料回溯更新有限，造成調整前後跨期分析上的困難。因此本研究取用跨期較長的第五次稅務行業標準分類（2003-2007）適用的各別營利事業銷售額。取營利事業銷售額有兩個好處，一是該登錄的子業別細至小類（業別按：大、中、小、細、子類分），可以按本文需要區分出影視製作部門；其次是資料按月登錄（而非按年登錄），可取得更多個數進行分析。

按第五次分類的影視業相關業別，除 K 大類下的廣告業（760）外，主要在 N 大類的「文化、運動及休閒服務業」下，包括「電影片製作業（851）」、「電影片發行業（852）」、「電影片映演業（853）」、「電影輔助業（854）」、「電視業（862）」、「廣播電視節目供應業（863）」將其中的電影製作業、輔助業與廣播電視節目供應業合併為「影視內容供應業（MPP）」，使與「廣告業（AD）」作相關性分析。排除「電視業」的理由是：電視業所得含付費電視與廣告，按本文需要應將之區分但此筆資料無法。而「廣告業」雖非更細的電視廣告，但基於電視廣告近年占總體廣告量的比重穩定，因此接受。

由於稅法要求營業單位以每二月為一期申報資料，因此各月資料呈現偶數月金額大、奇數月小的情形。<sup>9</sup>我們將每兩個月的資料合併為一組，在 2003 年至 2007 年間得到 30 組資料，並以 SPSS 測試變數變動量間的相關性，結果發現兩組資料呈現顯著相關（ $p \leq 0.01$ ），皮爾森係數為 0.664。資料及來源如附錄表三。

---

<sup>9</sup> 按台灣財政部的說明如下：「本統計資料係來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）

附錄表三：台灣影視業相關業別之月銷售額，2003-2007  
(單位：新台幣百萬元)

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+

資料來源：台灣財政部財政統計資料庫。<sup>10</sup>

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

## 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

劉昌德\*

#### 本文引用格式

劉昌德（2017）。〈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〉。《傳播、文化與政治》，6:127-161。

---

投稿日期：2016 年 12 月 12 日；通過日期：2017 年 4 月 10 日。

\* 作者劉昌德為政治大學新聞系教授，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。

**關鍵詞：**媒體產業結構、運動媒體複合體、運動產業、運動頻道、轉播權

## 壹、研究緣起與目的

台灣職業棒球自 1990 年代以來，雖然歷經數次「簽賭假球案」的衝擊，但產業發展卻總是「不絕如縷」。2011 年雖然再度發生「兩刷案」打擊球迷觀賽意願，隨後又在國家代表隊於世界棒球經典賽表現精采、以及 2013 年義大集團接手的犀牛隊找來美國職棒大聯盟（MLB）退役球星曼尼·拉米瑞茲（Manny Ramirez），成功帶起球迷入場的熱潮（王文昇、孟峻璋，2010；東森新聞雲，2013 年 06 月 19 日）。在前一球季票房成功的刺激下，當年底中華職棒的電視轉播權利標售成為業界矚目焦點。過去受到球賽轉播進入門檻較高、及運動頻道消費者在本地屬於特定區隔聽眾而非大眾市場，因此自 1997 年以來台灣職棒的電視轉播都由緯來電視台所主導。但在 2014 年初，跨國集團 MP & Silva 以 6 年約 21 億元的「天價」標得中華職棒轉播權，打破了此一市場長期壟斷局面（東森新聞雲，2014 年 1 月 24 日）。

跟過去由電視台直接洽商取得轉播權的狀況不同，MP & Silva 並未擁有台灣電視頻道經營權。因此在標下中華職棒轉播權之後，該集團向有線系統上架之運動頻道洽談授權播映，但未能達成協議。隨後在球季開始前不久，宣布與僅在 MOD、未於有線電視系統上架的博斯電視台合作（東森新聞雲，2014 年 3 月 20 日）。雖然博斯取得轉播授權之後，向有線電視系統提出上架協商，不過在當年上半球季都未能跟主要系統商簽下合約。一方面，眾多以有線電視為主要收視方式的球迷，無法收看職棒比賽轉播而大表不滿；另一方面，中華職棒與球團則遲未收到轉播權利金。2013 年 6 月間，MP & Silva 發出聲明表示中華職棒聯盟違反合約內容，因此中止轉播權代理；隨後中華職棒聯盟黃鎮台辭職，賽事轉播權重新標售，聯盟與博斯則互相提出法律訴訟（國家通訊傳播委員會，2014 年 7 月 11 日；中時電子報，2014 年 4 月 30 日；今日新聞網，2014 年 7 月 19 日；自由電子報 2014 年 7 月 20 日；臺北地方法院民事判決，2016a）。

職業運動與商營媒體、特別是電視之間基於商業利益的結合，構成的媒體運動複合體（media-sport complex），是歐美電視產業與職業運動產業的普

遍現象與特點。對於職業運動產業來說，自 1980 年代以來不斷攀升的電視轉播權利金，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%，而其中義大利與法國的佔比更來到 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，著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 年代的數位電視、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」的行銷策略 (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，作為鞏固或搶佔市場的利器，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現象，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過程，歸納整理當中主要的爭議，作為本文主要分析的兩個研究問題。針第貳小節背景耙梳出的研究問題，本研究透過半結構式深度訪談，蒐

集不同行動者的經驗與觀點的第一手資料(見表一),並佐以政府官方調查、產業調查、以及媒體報導等次級資料,在第參小節與第肆小節分別探討運動產業景氣起伏與轉播權利金的連帶關係、以及當前電視產業結構限制下運動媒體複合體的困境所在。最後,本文在結論中,除了整理研究結果、探討台灣媒體運動複合體發展的特徵之外,還希望提出可能政策方向建議,以促進文化產業發展、並維護運動轉播收視公民傳播權。

表一：本研究受訪者彙整

受訪者	所屬單位	訪談日期
A	中華職棒聯盟	2014.11.24
B	緯來電視台	2014.12.11
C	緯來電視台	2014.12.11
D	福斯電視台	2014.12.15
E	博斯電視台	2015.02.03
F	博斯電視台	2015.01.13
G	中華職棒聯盟	2015.01.15
H	民間全民電視台	2015.02.06

資料來源：本研究整理

## 貳、研究背景與問題：2014 年中華職棒轉播權之過程與爭議

2013 年球季結束,中華職棒大聯盟(以下簡稱「中職」)與緯來體育台(以下簡稱「緯來」)的轉播契約到期,經過幾家業者的接洽,新一期的轉播權出乎外界意料地由跨國公司 MP & Silva(以下簡稱 MP&S)以六年 21 億元得標(東森新聞雲,2014 年 1 月 24 日;蘋果日報,2014 年 3 月 3 日)。中職受訪者表示,

MP&S 來找聯盟，...因為他看[到]...經典賽一路下來到亞職大賽...2013 年球迷支持中職比賽的狀況。...MP&S 本來出價是六年、一年 3 億，這樣就是 18 億。... [球團希望提高到每年 3.6 億] 跟 MP&S 磋商結果，他願意逐漸增加。...第一年 2.8 億、然後 [第二年與第三年分別是] 3 億、3.3 億，後面 3 年（每年）是 3.6 億。（受訪者 A）

據媒體報導，原轉播業者緯來電視不但沒有追價，甚至向中職所提出的價格比過去「幾乎少了三分之一，雙方不歡而散」（中時電子報，2014 年 4 月 3 日）。不過緯來電視的受訪者 B 則表示，因為過去的轉播權利金是包含有線電視、無線電視、網路等不同平台的轉播項目，而中職 2013 年底將這些不同轉播權項目切割販售；因此，只購買有線電視轉播權利的緯來，其實在換約時的出價，算起來應該比過去的權利金更高一些：

報導我們出的價格比別人低，是因為基礎點不一樣...比如我原本有五種權利，現在剩下兩種權力，你怎麼可能價格還是一樣的？...我們的權利金不會比人家的低，印象中如果加起來，一定比原來高一點點。（受訪者 B）

緯來電視受訪者 C 也表示，「最後一刻都未放棄...我們一直也有開價格，但中職無法接受」。他認為是 MP&S 高估了中職轉播的市場價格，「MP&S 的確高估了中職市場價格...被 WBC [2013 年世界棒球經典賽] 盛況誤導」。

MP&S 是法國媒體與卡達媒體集團半島電視台（Al Jazeera Media Network）所投資、2013 的運動跨國運動頻道 beIN Sport 的國際代理商。業界指出，MP&S 以高價取得中華職棒轉播權利，也是希望在台灣落地後，作為新頻道的「殺手級內容」（受訪者 A, C, E）。事實上，MP&S 於 2013 年中發出的新聞稿指出，希望推展東南亞市場，目標包括香港、泰國、菲律賓、與台灣等地，在台灣計畫推展三個高畫質頻道，內容除了足球之外，也包括棒球（MP & Silva, 2013）。

跨國業者提出的金額讓聯盟與球團滿意。不過，MP&S 雖然擁有跨國頻



道，但是由於當時 beIN Sport 尚未取得台灣官方的落地許可，MP&S 並未在本地擁有任何頻道，簽約時也尚未與本地電視業者達成合作協議。中職與 MP&S 之間的合約，並非與電視業者直接的轉播權合約，而是「專屬顧問合作協議」(Exclusive Consultancy Agreement)，MP&S 則是「作為中職的賽事轉播權利授權代理人」(臺北地方法院民事判決，2016a)。

當 2014 年 3 月中華職棒球季開打在即，MP&S 開始與台灣各頻道洽談合作轉播的可能性，但有線電視系統上的既有運動頻道緯來與福斯體育台（以下簡稱 Fox），都拒絕了 MP&S 提供的條件。緯來表示是因為播出的價格過高：

對我們來講其實很簡單，就是價格問題...[過去轉播]我自己虧多少錢我知道，如果更高價錢我不是洞更大？.....權利金比如說一隊原來是 4000 多萬，換算下來我每一年費用上我的收入跟成本還是沒辦法去平衡，結果竟然有外商說他可以拿更多的錢...權利金幾乎[增加]快一倍，你想想我原本都已經快不能平衡了，你再加上來不是洞更大？（受訪者 B）

而 Fox 受訪者 D 則表示是整體考量播出時段等因素：

當然有談...就是沒有達成共識，這有很多層面，並不是由價錢決定所有事情。有太多面向，比如 CABLE 系統、頻道位置、時段，我拿這麼多賽事對我來說是不是真的加分？（受訪者 D）

MP&S 在球季開打還嘗試接觸其他頻道、包括無線電視台，但緯來始終是最主要的目標（受訪者 A, E）。因為無法與兩家有線系統中最主要的兩個運動專業頻道達成協議，2014 年 3 月 MP&S 找上博斯運動頻道（以下簡稱博斯），承諾熱身賽可免費供其轉播，雙方 3 月 20 日簽署兩年的中職轉播權利備忘錄（MOU）（臺北地方法院民事判決，2016a）。洽談過程相當短促，中職表示是在開記者會當天才被告知（受訪者 A）。博斯體育台受訪者 E 表

示，

[MP&S] 跑來跟我說賣不掉耶...當下坦白說就兩個心情: 一個就是中職沒人播其實蠻可惜的, 因為他是一個台灣唯一比較具指標性的運動, 另一個就是或許我們可以透過中職的轉播, 可以讓博斯的頻道有機會拓展市場。當時就是基於這兩個基礎跟 MP&S 開始洽談這件事情。因為時間很緊, 我們大概就只有兩天時間, 我記得最後一天簽完 MOU 的時候就直接把我拖去中職開記者會。(受訪者 E)

由於博斯並未在多數有線電視系統上架, 因此在 2014 年球季是在轉播期間, 台灣大多數的電視用戶無法收看中職球賽轉播, 因而引發球迷不滿與抱怨(中時電子報, 2014 年 4 月 3 日)。即使 NCC 於 3 月間介入、邀請系統業者與博斯開會協商, 但主要的有線電視系統仍表示「騰不出空間」, 使得博斯的中職轉播只在部分獨立有線電視系統及中華電信 MOD 的收費頻道中播出(自由時報, 2014 年 7 月 20 日)。另一方面, 丟掉中職轉播權的緯來, 則與中華民國棒球協會合作, 以社會甲組球隊為基礎, 組成「爆米花聯盟」並開始轉播(受訪者 B, C)。

根據博斯與 MP&S 的備忘錄, 頻道業者的轉播權利金額, 大致比照前一球季緯來轉播權利金的計算基準, 第一年獨家轉播 240 場共計約 2.5 億元(球團取得的轉播權利金為 1.8 億元、再加 5% 營業稅, 另外民視製作費用每場約 25 萬元、全年 6000 萬元), 第二年則為與 beIN 分享轉播權、金額折半(臺北地方法院民事判決, 2016b; 受訪者 A, E)。

不過, 博斯直到五月間都未支付中職球團轉播權利金, 導致球團對博斯與聯盟都表達不滿, 雙方關係緊張。後來在聯盟與 MP&S 斡旋下, 博斯 5 月 26 日與球團會面達成協議; 球團於六月份要求博斯先支付 50%、約 9600 萬元權利金, 隨後博斯於 6 月 18 日給付 3000 萬元(受訪者 A; 臺北地方法院民事判決, 2016b)。轉播權利金部分現金入袋, 並未讓這段時間的轉播爭議完全停止。7 月, 中職球團自承接博斯的無線電視轉播權的華視方面獲知, 博斯透露無意繼續當月 4 日開始的下半球季轉播(臺北地方法院民事判決,

2016b)。博斯聲稱，中職自該球季開始的網路轉播 CPBL TV 初期以免費方式提供球迷觀賞，「開了後門」讓他們轉播所能拿到的廣告費用縮水；中職則認為轉播權利本來就排除包括 CPBL TV 的網路轉播，而且免費推廣只到當年七月十日為止。另外，博斯也對於 CPBL TV 收費標準中的「一個會員可有三個帳號」的作法不滿，堅持應該改為每個會員一個帳號(受訪者 A, E)。

但更重要的是，根據中職與 MP&S 之間的合約，MP&S 負責經紀中職與四球團之球賽轉播事宜，真正的轉播權合約，「仍須由中職、四球團與 MP 公司所選定之轉播者洽商後簽訂，方能成立」(臺北地方法院民事判決，2016a)。因此，即使博斯與 MP&S 簽有備忘錄，但仍須與中職完成另一份正式合約；但博斯在這段期間內，雖然已經開始轉播球賽，但對於合約內容的各種項目一直存有疑義，而未完成正式合約(受訪者 A, E)。

因為博斯一直未與中職簽約，仲介商 MP&S 在下半球季開始之前的 6 月 27 日便通知博斯中止備忘錄，7 月 19 日 MP&S 宣布中止與中職合約。對此，業界感到驚訝，如緯來受訪者 C 就表示「MP&S 會放棄我們很意外。因為 MP&S 簽的 20 億折算大概 7000 萬美元，對跨國的 MP&S 是小錢...但這樣的金額，在我看來是純粹誤判、以及想打入市場」。球團自 20 日起停止提供博斯訊號，合計博斯共轉播包括熱身賽、明星賽、與季賽等 158 場(臺北地方法院民事判決，2016a)。當時，中職一方面緊急尋找其他頻道接手球賽轉播，另一方面則準備提出法律訴訟。但因為與 MP&S 合約規定仲裁法院在新加坡，聯盟與球團考量跨國官司的成本等因素之後，而僅對博斯提出告訴(受訪者 A, G)。博斯認為：

當時簽這個約，我們也覺得生意就是這樣子，願賭服輸，賠就賠嘛。整個金額算起來我們是賠錢的...那時候我一天睡不到三小時...因為 MP&S 跑掉這個事情，從當時時間點來說，我還沒有上架...原來談的時候是下半季大概七月中下旬上架...那時候差不多了，但哪知道...MP&S 跑掉了。因為他跑掉，造成我必須在那裡停損...跟中職變成官司問題...如果上架...[大概廣告與系統給的播映費大概可以到成本的]一半，結果可能是 [賠] 1.4 億。(受訪者 E)

在跨國業者臨時抽腿之後，中職與四球團重新與有線電視的運動專業頻道議約，但不以聯盟為代理洽談，而由球團各自與頻道業者進行協商。八月份，統一獅和 Lamigo 桃猿先後與 FOX 簽約，而兄弟象與義大犀牛則重回緯來轉播，轉播權利金則大致與緯來前一合約相差不遠。另一方面，博斯於 2014 年提告中職、統一、與 Lamigo，以及四球團提告博斯的兩項民事訴訟，則分別於 2016 年 1 月與 2016 年 3 月間一審判決。法院認為雖然雙方未完成合約簽訂，但因為球季期間彼此合作，因此認定有「事實上之契約關係」，因此「必須依轉播場數比例換算所得之權利金支付予四球團」（臺北地方法院民事判決，2016a）。

表二：中華職棒 2014 年轉播權爭議過程簡表

時間	事件
2013.6	緯來控告網友自行剪接緯來轉播比賽的網路影片犯侵商標權權
2014.1.24	MP&S 與中職簽署專屬顧問協定，轉播權利金 6 年 21.4 億元
2014.2-3	MP&S 與緯來協商至 3 月中未成
2014.2.21	愛爾達 (ELTA) 以 3192 萬元取得 2014 年網路平台轉播權
2014.3.7	中職與 ELTA 和中華電信合作試播 CPBL TV
2014.3.20	MP&S 與博斯簽訂兩年轉播備忘錄，第一年權利金 1.9 億元
2014.4	博斯未能與有線系統達成上架協議，但另由華視由 4 月 20 日起於週日下午轉播
2014.5.26	中職及四球團與博斯會談，達成草約協議
2014.6.18	博斯給付四球團共 3000 萬之部分轉播權利金
2014.6.27	博斯要求與中職修改草約，MP&S 終止與博斯之備忘錄
2014.7.1	中職拒絕博斯修約要求，業界傳出博斯將中止下半球季轉播
2014.7.19	MP&S 宣稱聯盟違約，終止與聯盟合約
2014.7.20	中職停供博斯訊號
2014.7.25	黃鎮台辭去中職會長，28 日聯盟常務理事會通過
2014.8	統一獅與 FOX 簽約；中信兄弟象、義大犀牛與緯來簽約；Lamigo 桃猿與 FOX 簽約

資料來源：本研究整理自研究訪談，台灣臺北地方法院判決，並參酌相關報導與台灣棒球維基館 (<http://twball.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php>)

整體來看，2014年中職轉播權利金過程中，顯示兩個主要爭議焦點。一方面，新進電視業者對於中職轉播的市場估價，明顯高於既有業者；本文在第參小節中，將比較中職市場發展與轉播權利金的發展概況，對此爭議進行分析。另一方面，高價標得中職賽事轉播權的新進頻道業者，卻始終無法在佔有收視管道主導地位的有線電視系統上架，對觀眾權益與運動產業發展都產生衝擊。本文在第肆小節中，則將透過近年台灣電視產業結構特徵，以及本次爭議當中不同行動者的經驗與觀點訪談的第一手資料，解釋當前媒體運動複合體發展的困境。

## 參、職棒電視複合體的停滯：中職市場成長與轉播權利金的落差

### 一、職棒發展：以中華職棒聯盟現場觀眾數為指標

台灣職棒自 1990 年開打的二十多年以來的發展歷程，除了整體經濟景氣、運動觀賞風氣、國家代表隊在國際賽戰績等外部因素之外，聯盟與球隊的規模與競爭者數量、黑道賭博介入產製過程等內部因素，也發揮了重大影響。在這些因素的互動下，本地職業棒球的產業營收規模與消費市場，歷經的起伏變化，主要可從最主要業者中華職棒聯盟「現場觀眾人數」（參見表三）的指標觀察。

首先在現場觀眾人數方面，大概可分成五個階段。在草創的第一階段，四隊組成的中職從 1990 到 1992 年票房一路長紅，總入場人數從近 90 萬、到破百萬；場均人數也從從 5000 人、成長到 1992 年的頂點近 6900 人。1993 年開始，隊伍數量與場次都增加，使得總觀賽人數持續攀升，到 1995 年達到高峰近 165 萬人；但場均人數則因場次母數也增加，而稍微下降到 5500 人左右。

1996 年是中華職棒從成長轉而衰退的轉折點，受到賭博與黑道暴力介入傳言影響，入場觀眾人數降到 136 萬人、且首次出現下滑，場均觀眾數也跌破 5000 人。這年之後所開啟的第三階段，1997 年到 2001 年之間，主要受到

前述假球案與台灣大聯盟成立瓜分市場等因素影響，觀眾總數與場均人數一路下降，最低點來到 30 萬餘人、場均也不足 2000 人。

職業運動的景氣谷底，一半靠著國家解套。因為國家代表隊在亞洲盃表現優異，以及 2003 年 1 月政府居間促成台灣大聯盟與中職合併，加上傳統的人氣球隊兄弟象的三連霸，使得中職現場觀賽人數在第三階段的 2002 到 2005 年之間翻揚。觀眾總數重回 100 萬人大關，場均人數也再度增加到 3000 人以上、在 2004 年達到 3500 人的八年新高。

不過賭博與黑道介入的傳言始終不斷，加上王建民帶起的美國職棒大聯盟熱潮吸引了球迷目光，中職現場票房又陷入困境。第四階段前期的 2006 到 2008 年的三年間，現場觀賽總人數下降到 50 萬上下；2008 年奧運國家代表隊兵敗北京，中職總冠軍戰雖然仍有熱潮，但季賽場均人數再度下跌到不足 2000 人。第四階段後期的 2009 年之後，一方面有旅外球員如曹錦輝等人的回歸帶起話題，但另一方面包括兄弟象與明星球員涉賭，假球陰影依舊纏繞不去，使得第六階段的中職票房進入盤整期，觀賽總人數維持在 70 萬上下，場均人數則在 3000 人左右。

直到 2013 年，因為前述 WBC 與亞錦賽的國家代表隊優異表現的外部因素，以及中職引入 MLB 退役球星、與 Lamigo 桃猿隊引入企業化經營的內部因素，使得中職票房大幅翻揚進入第五階段，觀賽總人數回到第一階段的 100 萬人以上，場均人數也達到 5500 到 6000 人之間的高檔，以總體票房為指標的本地職業棒球景氣，似乎也重回 1990 年代台灣整體經濟景氣的最佳時代。

表三：中職歷年現場票房 1990-2016（單位：人）

階段	年份	場次	入場總觀眾數	場均觀眾數	場均成長(%)
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 場比賽

<sup>b</sup> 因米迪亞暴龍遭停權，取消 2 場比賽

資料來源：中華職業棒球聯盟，<http://www.cpbl.com.tw/footer/fans.html>。

## 二、中職電視轉播權利金發展

媒體運動複合體當中，以電視佔有最重要的角色；因為在職業運動組織的營收中佔有極高比例，因此電視轉播權利金的高低，往往是職業運動產業發展的關鍵所在。影響電視轉播權利金走勢的最主要因素，一方面是受到職業運動消費市場景氣的影響，在轉播權利金市場上為供給面的變化；另一方面則受到電視產業的競爭者數量影響，導致需求面出現變化。

觀察電視轉播權利金的發展，主要也有五個階段（參見表四）。第一階段在職棒草創時期，雖然中職票房持續成長，但當時本地電視產業由三家無線電視台壟斷、衛星與有線電視尚未合法，所以僅有零星的電視轉播，球團幾乎沒有轉播權利金的收入。隨後當有線電視取得合法化地位，新興電視頻道為了搶佔市場，便看上展現市場潛能的中職，而首度由 TVIS 以三年 9000 萬元取得轉播權。

職業棒球市場的持續成長，吸引了當時準備在有線電視與職業棒球擴張的中信集團，讓中職轉播權利金的發展進入第二階段。由中信集團所投資的緯來電視台，在 1996 年以新頻道姿態，大手筆開出三年 15 億元的權利金價格，引發媒體與運動產業震動。一方面緯來順利取得中職轉播權、而開啟本地體育專業頻道的長期壟斷地位；另一方面失去中職轉播權的年代集團，則與投資球隊但被中職拒於門外的家電業者聲寶公司，共組台灣職棒大聯盟，開啟了之後數年本地職業棒球兩聯盟的分立競爭。

以中職票房為指標的台灣職棒產業景氣明顯開始下滑，因此之後議約的轉播權利金也跟著大幅下跌，進入第三階段，緯來於 2000 年重新議約時就大砍 2/3、下跌到三年不足 5 億元的規模；場均轉播權利金從前一階段原本的 150 萬元，大幅縮水到 50 萬元左右。



第四階段在兄弟象三連霸、以及兩聯盟合併的利多之下，2003 年緯來與年代 Much TV 共同轉播的中職六隊比賽，每年轉播權利金重新回到 2 億元以上，場均權利金也提升到 70 萬元以上。在職棒票房與景氣的推升下，2004 年底到 2005 年重新議約時，跨國運動頻道 ESPN 加入戰局，使得轉播權利金水漲船高，讓第五階段的場均權利金重新打破百萬到 124 萬元，比前一合約上漲了大約 6 成。不過，中職票房於 2006 年又跌到谷底，立刻反映到 2007 年緯來與中職的轉播權議約，權利金再度大幅縮水回到 2.5 億元、場均 85 萬元的價位。

到了第五階段，由緯來掌握主導地位的 2009 與 2011 年兩次轉播權協商，權利金持續下跌到每年 1.8 億元上下、場均約在 77 萬到 72 萬。到了 2013 年，中職票房大幅增加、並且持續到 2016 年都接近是前一階段票房的兩倍，但 2014 年的轉播權利金卻一反過去歷史，並沒有跟著現場票房上漲、而仍維持在每場約 75 萬元的水準。

表四：中職歷年轉播權利金 1990-2016（單位：萬元）

階段	年份	總額	場均	場均成長 (%)	電視台	備註
一	1990	--	--	--	--	
	1991	--	--	--	--	
	1992	--	--	--	--	無線台 3000 元/場
	1993	--	--	--	--	無線台 3000 元/場
	1994	2100	8	--	年代(TVIS)	三年 9000 萬 元
	1995	3000	10	25.00	年代(TVIS)	
	1996	3900	13	30.00	年代(TVIS)	
二	1997	51528	153	1076.92	緯來	3 年 15 億 4584

						萬元 <sup>a</sup>
	1998	36069	115	-24.84	緯來	
	1999	36069	130	13.04	緯來	
三	2000	9600	53	-59.23	緯來	3 年 4 億 8000 萬元 <sup>b</sup>
	2001	9600	53	0.00	緯來	
	2002	9600	53	0.00	緯來	
四	2003	21000	70	32.08	緯來,Much TV	兩年約
	2004	23400	78	11.43	緯來,Much TV	
	2005	37200	124	58.97	緯來	兩年約
	2006	37200	124	0.00	緯來	
	2007	25200	84	-32.26	緯來	兩年約
	2008	25200	85	1.19	緯來	
五	2009	18400	77	-9.41	緯來	兩年約 <sup>c</sup>
	2010	18400	77	0.00	緯來	
	2011	17200	72	-6.49	緯來	三年約 <sup>c</sup>
	2012	17200	72	0.00	緯來	
	2013	17200	72	0.00	緯來	
	2014	18200	76	5.56	博斯/緯 來,Fox	上半球季為博 斯
	2015	18000	75	-1.32	緯來,Fox	緯來為三年約 <sup>d</sup>
	2016	18000	75	0.00	緯來,Fox	

資料來源：林言熹，2014 年 3 月 17 日；蘋果日報，2015 年 3 月 12 日，3 月 20 日

<sup>a</sup> 第一年新球團中信不分權利金，第二年時報鷹解散，剩下兩年降價

<sup>b</sup> 因三商虎、味全龍解散，再降價 40%

<sup>c</sup> 若收視率達 0.45%，各隊可分 4600 萬，未達基準依比例調降

<sup>d</sup> 因 2014 年下半年為各隊各自洽談，以 2015 年為例，根據報導緯來的轉播權利金大約是每隊 4500 萬元，Fox 則為 4200-4800 萬元之間，此一數據為綜合媒體報導與本研究部分受訪者所提供的數據，若不同來源數據有出入時則以平均數計，因此為粗略估算。

### 三、轉播價格與商品價值「脫勾」：轉播權利金議價與入場觀眾數的關連

前二小節分別從轉播權利金與現場觀眾數的歷年發展，各自區分為五個時期的進展；因為兩項指標各自有其影響因素及進展，所以分期的發展不盡相同。因此，本研究進一步將電視台的轉播權利金合約價格，與議約前中職觀眾數進行對照（參見表五）。1994 年 TVIS 開出「從無到有」的第一份多年期常態轉播權合約，一方面賦予了中職比賽的媒體商品價值，另一方面也讓該台在有線電視站穩腳跟。因此緯來於 1997 年提出的三年 15 億「天價」合約，與後來實際合約場均價格大幅提高至 133 萬元、驚人地成長 12.3 倍，除了反映緯來此一電視新進競爭者企圖「複製」年代頻道藉由職棒轉播進入市場的作法之外，也受到供給面的 1990 到 1996 年中職現場票房熱度的帶動。

因為 1990 年代後期假球案與第二個聯盟成立的衝擊，導致 1997 到 1999 三年間入場觀眾人數大量萎縮 62.0%，2000 年緯來的中職轉播權利金，相應地萎縮到每場 53 萬元、也下跌了 60.2%。

隨後在兩聯盟合併等運動產業因素刺激下，2003 與 2005 年議約前的觀眾票房人數分別成長 7.7% 與 54.3%，兩次中職轉播權利金也分別大幅增加了近 4 成與 7 成，2005 年議約時更在 ESPN 加入興農牛轉播權競爭下，場均權利金來到 124 萬元。但 2007 與 2009 年兩次議約前，中職再度遭遇假球案等因素衝擊，觀眾票房下跌 15.3% 與 30.1%，轉播權利金也陸續下跌了 3 成與 1 成，場均轉播權利金回檔至 80 萬上下。

轉播權利金與中職現場觀眾數連動的狀況，在 2011 年與 2014 年兩次議約後被打破。2011 年議約之前，場均觀眾數上漲了 63.1%，但轉播權利金反而微幅下跌 6.5%。2014 年議約之前，中職票房再成長 30.2%，雖然當年初 MP&S 一度「口頭議定」價格大幅成長，不過最後四球團拿到博斯轉播權利

金的法院判定額度、合併 2014 下半年季與季後各球團分別議約的媒體報導價格，也僅微幅成長 4.2%。這段時間，觀眾數量雖然持續增加到 4000 人以上的水準，但是轉播權利金卻大致持平。

整體來看，自 1994 年到 2014 年的中職電視轉播權共有 9 次議約；雖然如第二小節所述，第 9 次議約不僅「一次」、且後期各隊的權利金有所差異，但表四以最終議定價格合併觀察。媒體運動複合體草創初期的第一次與第二次議價（1994, 1997），轉播權利金「定價」參考標準較為模糊，但首次的「從無到有」以及第二次的「天價合約」，反映中職前七年累計的總體現場觀賽票房熱潮。2000 年之後約十年的五次議價（2000, 2003, 2005, 2007, 2009），大致與比賽入場人數漲跌有所連動，程度不等地反映中職賽事商品受到球迷關注的「市場需求」。

但是，2010 年代之後的兩次議價結果（2011, 2014），金額大致持平的狀況，則與現場觀賽人數持續增加至高檔有所不符，顯示原本連動的兩者出現「脫勾」現象。因此，中職受訪者認為，近年來緯來透過在本地運動頻道播出與製播的寡佔地位，刻意壓低中職賽事轉播的市場價值（受訪者 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

資料來源：本研究整理

## 肆、電視產業結構與中職賽事轉播的「三低」

### 一、收視率碎裂化，中職轉播的直接廣告營收低

根據官方於 2015 年的調查，國內電視頻道供應商達 108 家，共經營約 280 個頻道，其中境內頻道 170 個、境外頻道 110 個。在當前有線電視多頻道環境中，電視節目的收視率碎裂化，多數節目的收視率差別不大，導致頻道廣告營收被稀釋（程晏玲，2015）。

頻道業者指出，在目前電視產業結構現況下，即使中職已經是國內最頂級的職業賽事，但對於轉播的電視台來說，能帶來的直接廣告收益仍極其有限。因為中職的收視率仍然有限，多年來獨佔中職轉播的緯來電視台就表示，雖然棒球在台灣社會廣受歡迎，但其實中職賽事轉播的平均收視率並不高。

根據新聞媒體報導，2013 年世界棒球經典賽（WBC），3 月 8 日晚上台灣國家代表隊出戰日本一役，創下每分鐘平均收視率達 15.85%、估計有 350 萬觀眾，最高收視率 21.54% 的紀錄、觀眾數更高達 470 萬人。除了台日賽事之外，與韓國的比賽也同樣寫下 12.17% 的平均收視率；兩者都打破了八點檔戲劇「台灣霹靂火」最後一集的 11.43% 紀錄，創下有線電視於 20 年內，單一節目的最高收視率紀錄（蘋果日報，2013 年 3 月 10 日）。

就本地的運動收視模式來看，一般來說，國家代表隊的比賽較受多數觀眾關注；職業運動除了缺乏國族認同因素之外，賽事相對頻繁也使得收視率不如國際大賽。根據相關報導與網路上搜尋取得的 2014 當年中職收視率資料，博斯提供華視於週六、日轉播的中職賽事，平均收視率大約 0.57%；由緯來與 Fox 轉播的整年球季最高潮、由兩支人氣球隊中信兄弟與 Lamigo 桃猿爭冠的總冠軍系列戰，五戰平均收視率為 1.27（參見表六）。在多頻道競逐「小數點」收視率的市場普遍現象下，中職賽事的平均收視率表現並不差，但也並不特別突出。

但國球不等於職棒市場。WBC 中日整場平均（收視率）15.48%、中韓（則有）12%，是全中華民國有史以來最高...（但）2013 年中職平均收視率（只有）0.595%，當年中職單場最高是 Manny（出賽的）第一場 1.83%，後來下半季就掉下來了...台灣的運動市場（轉播收視率）加起來（最高）大約 2%，（若）超過就是有外來因素，例如世足賽就是因為流行、話題（受訪者 C）。

再者，雖然歐美職業運動轉播也不見得在絕對的收視率數字上最為搶眼，但是由於其「男性、青壯年」的特定觀眾人口特色結構，所以像是汽車等男性中產階級消費者訴求的廣告主，願意花更多的廣告費來爭取在運動賽事轉播中露臉。不過在台灣的電視產業，則由於廣告主支付電視台廣告費的計價標準，是依照收視率折算收視觀眾數的 CPRP，因此中職賽事轉播並不比其他節目有差別待遇或優勢，因此單論轉播本身廣告營收，很難產生盈餘。緯來與 Fox 受訪者分別表示：

雖然說棒球是國球，但它所帶來的收視率與廣告收益是不成比例的，因為台灣市場還是比較小，而且台灣比較喜歡看新聞或連續劇...[廣告主]支出基本上來講在[新聞與連續劇]那個地方不會太少，所以剩下給體育節目的廣告預算就不會太多了。.....台灣廣告產業的買賣是以收視率 CPRP 為基準的方式...即使是職棒也不可能檔購，你一定也是用 CPRP 在買。除非是最後的總冠軍賽，或是...國家隊[的比賽，才會發生]廣告就是真的好到連檔購也買不進來，但這樣的機會不知道多少年才一次（受訪者 B）。

我在這個圈子已經做了關掉兩個[體育]台了，TVIS 跟東森。台灣並沒有運動文化，台灣是政治、選舉文化。...運動沒有成為產業的話，[電視台]很難再負擔更多的[轉播權]費用。因為台灣結構特別...以目前台灣市場結構來看，播中職是蠻辛苦的，因為市場主要看 CPRP，用點數換現金。棒球的產值有限，跟我們的成本是無法打平（受訪者 D）。

2014 年承接 MP&S 的博斯電視台也認為，如果單純從中職轉播本身的廣告收入計算，即使是每場 75 萬元的價格，仍然是賠錢的；所以中職轉播的收視率與可以帶來的廣告，的確「不足以支撐我去買這個內容」（受訪者 E）。所以 2014 年下半季重新拿到部分中職賽事轉播權的緯來表示：

[緯來]中華職棒轉播了十七、八年...自從轉播中華職棒後每一年都虧錢，虧錢的數字不僅幾千萬。.....下半季福斯轉播兩隊，我們轉播兩隊，我相信兩家還是從數據換算結果還是一樣虧錢。我相信福斯一定也虧錢。(受訪者 B)

表六：中華職棒 2014 年上半季賽事與總冠軍賽收視率

賽事	頻道	平均收視率
季賽	華視*	0.57
總冠軍系列賽**	Fox /緯來	1.27
	FOX(10/18, 19)	1.31
	緯來(10/21, 22, 23)	1.24

\* 資料來源：東森新聞雲，2014 年 10 月 20 日，2014 年 5 月 12 日；自由電子報，2014 年 7 月 3 日；麗台運動報，2014 年 8 月 11 日；蘋果日報，2014 年 10 月 10 日；FOX SPORTS，2014 年 10 月 21 日；愛爾達電視，2014 年 3 月 24 日。以及部分受訪者提供之資料。

\*\*包括 4/20, 5/4, 5/11, 6/7, 6/14, 6/28, 6/29, 7/6, 7/13 等九場季賽，及 7/27 明星賽。

## 二、頻道對內容投資不足，中職轉播權利金偏低



根據台灣經濟研究院（2015）調查，以電視台一般最為重視的戲劇、綜藝、與新聞節目來看，2013 年頻道業者投入的每小時平均成本，分別是 76 萬元、28 萬元、與 25 萬元，而體育節目則僅有低得可憐的 1.2 萬元；節目製作業者在戲劇與綜藝節目的每小時投入成本，則分別是 102 萬與 17 萬元。

對於本土節目投資的不足，是台灣近年來電視產業所面臨的重要問題。2015 年「中華民國剪輯協會」公布的資料顯示，台灣電視戲劇節目平均每集製作成本 205 萬元，而同時期其他國家電視劇平均成本在中國是 736 萬元、韓國 1738 萬元、日本 1973 萬元，分別是台灣的 3.6 倍、8.5 倍、及 9.6 倍。在綜藝節目部分，台灣平均每集成本 96 萬元，中國 3381 萬元、韓國 288 萬元、日本 1630 萬元，則分別是台灣的 35.2 倍、3 倍、與 17 倍之譜（聯合報，2015 年 7 月 30 日）。

從電視為中心的媒體複合體角度來觀察，中華職棒等運動機構所提供的賽事，如同其他類型電視節目的內容，因此中職便是轉播電視台委製節目的「節目製作公司」，轉播權利金就是電視產業對運動此一節目類型的投資。

以中職現場票房與電視轉播權利金的發展為指標，觀察台灣媒體運動複合體的發展，可以發現過去電視產業對本地運動轉播的投資，基本上與入場觀眾代表的賽事商品「賣相」有正相關的連動趨勢。但近年來，雖然賽事商品的需求提高，不過轉播權利金卻沒有如過去大致趨勢而上揚。

特別是在 2014 年的轉播權爭議過程，顯示了電視台對於節目內如投資的停滯。按照跨國業者 MP&S 的顧問合約，六年轉播權利金（不含營業稅 5%）可達 21 億元左右（受訪者 A）。如果六年間每年比賽場數維持不變，以此換算新合約的場均轉播權利金約為 138 萬元，較前一合約大幅提高了近一倍的 91.7%。此一漲幅看來驚人，但比照前五年兩次換約前的累計入場觀眾場均數量成長率分別為 63.1%（2011）與 30.2%（2014）（參見表五），權利金的上漲九成多少反應了現場觀眾數量熱度所代表的市場需求。

不過，MP&S 因為未能在有線電視系統順利協商出合適的播出頻道，而先與博斯電視台簽下備忘錄，權利金總價僅約略比緯來前一合約高 1000 萬元、總價 1.82 億元，場均權利金則為 75 萬元（參見表四）。

但對於博斯來說，節目成本並不僅止於此。因為此一轉播權利金僅為播

映部分，2014 年中職希望採取與過去不同的「製播分離」作法、也就是現場畫面的製作費用另行委託其他業者，以取回畫面在不同平台如 CPBL TV 使用的權利。MP&S 取得中職合約之後，於 2014 年委託民視製作（台灣臺北地方法院，2016b；受訪者 A, H）。對博斯而言，還需要另行支出每場約 25 萬元、以及場地費約 1 至 2 萬元等支出，合計每年約 6000 萬到 7000 萬元的製作費用；以 2014 年來說，博斯投資在中職的轉播權利金合計約為 2.5 億元（受訪者 A, E, H）。若純粹以電視台本身轉播中職賽事而「增加」的成本來看，博斯 2014 年合約的場均權利金約 104 萬元、較之緯來前一合約上漲約 44%。

在 MP&S 與中職解約之後，中職隨即與民視簽下製作合約至 2015 年球季，每場金額約 30 萬元，而製作費用便由球團吸收（受訪者 A, H）；以每隊每季 60 場主場來說，一年總支出約 1800 萬元（東森新聞雲，2015 年 2 月 9 日；今日新聞，2015 年 2 月 6 日）。以「節目製作者」的角度來定位中職時，若把球團於 2014 年下半季、以及 2015 年球季所負擔的這筆費用計入，則節目製作單位所收到的場均權利金，更降到約 45 萬到 50 萬元之間，不但比起前一合約下降超過三成，更比原本跨國業者當年度承諾仲介到的前兩年 2.8 億與 3 億元、場均 121 萬元，低了約六成。

上述的比較可以發現，在電視主要平台有線電視系統的既有頻道業者，近年對於中職賽事轉播的節目內容投資，相對較為保守。以 2014 年中職季賽每場比賽時間平均的 3 小時 20 分來計算（陳穎，2015），僅以轉播費用、不計入主播與球評的人事成本，上半季博斯的每小時節目成本約 31 萬元，而緯來與 Fox 兩家頻道的中職賽事轉播節目每小時成本則降至 23 萬元。

中職賽事轉播權利金在 2013 與 2014 年每小時 22 萬與 23 萬元的金額，比起其他體育節目似乎已屬高價。不過，中職已經是國內體育節目的「頂級」內容，卻只有頻道業者的戲劇節目平均成本的三分之一弱，且比綜藝及新聞節目的平均數稍低，更只有節目製作者戲劇節目成本的五分之一強，顯示頻道業者對中職內容的投資並不積極。

### 三、系統與頻道代理商主導，新競爭者進入可能性低

前述說明了頻道「以 CPRP 為基礎的廣告營收低」，可能不足以支撐第參小節說明的「以觀眾入場數為基礎的轉播權利金」。因此，頻道商不願意投入更多資本在運動轉播節目製作成本，導致「中職轉播權利金偏低」。這樣的狀況讓中職等在地運動產業難以有足夠的資金挹注據以發展。上述電視與運動產業兩者同時停滯的困境，導因於台灣電視產業由有線電視所主導，當中少數的系統商與頻道代理商更主宰了頻道業者上下架等實際利潤的分配權力。

官方調查與委託研究指出，目前台灣的有線電視系統，仍然是各種不同電視收視方式中的主導者。根據 2013 年調查顯示，有線電視系統訂戶數達 498.5 萬戶，家戶普及率約 60.2%；另外，主要以中華電信 MOD 為代表的多媒體內容傳輸平台 (IPTV)，訂戶數則約 126 萬戶，家戶普及率約 15.2% (台經院，2015，頁 48-49)。但如果進一步分析觀眾的主要收視方式，則有線電視系統的主導地位更為明顯。2013 年的一份對全國觀眾的問卷調查顯示，主要收視管道中，類比與數位有線電視合計達 75.2%，MOD 則降到 8.3%，另外數位無線電視為 10.9%，在電腦上以網路收看比例為 4.0% (卓美玲等，2013，頁 65)。

在電視收視管道由有線電視系統主導的狀況下，商營電視台賴以為生的廣告營收，更是由有線電視所壟斷。2013 年的電視廣告收入中，有線電視達 209.2 億元、佔 84.6%，無線電視則為 38.2 億元、佔 15.4%；而這樣的比例分配，大致上是近年來的普遍趨勢 (台經院，2015，頁 51)。至於 MOD 廣告營收狀況，並未見於官方的正式調查或委託報告。不過根據 2012 年的媒體報導顯示，即使當年 MOD 上的 ELTA 頻道轉播倫敦奧運的刺激之下，帶來直接廣告營收約 6000 萬元，讓全年廣告營收衝到過去歷年高點，但整體也僅約 8000 萬元 (鉅亨網，2012 年 9 月 18 日；中時電子報，2016 年 8 月 23 日)。因此，無論是無線電視或 MOD 所能夠產生的廣告營收，都無法與有線電視平台相提並論；能否在有線電視系統上架，就成為頻道商營利的關鍵所在。

根據 2015 年的官方調查報告、以及學界及業界相關資料顯示，相對於頻道商眾多的狀況，有線電視系統的集中化則非常明顯，主要由四到五家多系統業者（MSO）寡佔市場，包括中嘉佔有 24%、凱擘 21%、台灣寬頻 14%、台固 10%，其中凱擘與台固更同屬富邦集團的富邦多媒體科技。主導市場的系統業者獲利豐厚，營利率達 19.1%（監察院，2015 年 6 月 9 日；程晏玲，2015）。

在頻道眾多、系統寡佔的產業結構下，頻道業者基於節省人力成本、以及提高議價能力等考量，多數是透過頻道代理商的仲介，向系統協商簽約上架與議價。近年主要頻道代理商僅有數家，包括中嘉集團的全球、凱擘、年代集團的佳訊等；這些業者多數為系統擁有，具有產業上下游垂直整合關係。監察院調查中，主管機關 NCC 批評頻道代理業者與系統業者的利益結合，影響了頻道的版權費用收入與上下架：

通傳會函復本院表示，由於頻道代理商本身即為 MSO，或為其關係企業，或多與 MSO 間具有產業上下游垂直整合關係，並以頻道聯買、聯賣之成批定價方式進行頻道銷售業務，藉其頻道代理業務，實際上已形成由少數頻道代理商掌握重要頻道或頻道家族上架與否之決定權。在前開產業演進過程中，長久以來已形成強固之市場既得利益結構（監察院，2015 年 6 月 9 日，頁 9）。

前述說明中，雖然中職轉播的直接廣告營收不足以支撐原本就已經偏低的中職轉播權利金，但 2014 年外商 MP&S 與博斯電視台最初仍開出較高價格投入市場，其著眼點就在於以中職轉播建立品牌區隔、搶佔市場。博斯表示，因為中職是台灣本地運動產業的指標，因此取得轉播權，對運動頻道的品牌與知名度非常重要；

中職對台灣市場是一個精神象徵，你轉播中職對公司的知名度是提升。你看，中職在台灣的新聞版面是多的，報紙版面至少有一個版面、甚至有時候蘋果日報會做到兩版...[1997 年緯來]從年代拿到取得轉

播權...當時緯來其實是利用中職成立緯來體育台，那你說這個價值是高估還是低估？（受訪者 E）

Fox 受訪者 D 也指出，轉播中職或其他運動比賽的考量，往往是頻道集團的整理品牌與市場地位的考量，而非單單從收視率帶來的廣告收益來考慮：

有時候不單純從收視率出發，而是考慮如何茁壯我的家族頻道。比如說，當初 CBA [1990 年代中華職業籃球聯盟] 的轉播，所有大的家族頻道去拿 CBA 的邏輯，不在收視率，而是在鞏固頻道地位、頻道位置。這是有許多考量，例如搶佔市場，而可以在 Cable [有線電視] 有主導權等。所以投資 CPBL [中職]，不止考量體育台，甚至是帶領家族頻道，或者有宣傳效應。（受訪者 D）

博斯受訪者表示，轉播中職的品牌與知名度是頻道可以因此「上架」。除了在有線電視系統播出可因此獲得廣告收入之外，還有可觀的「頻道版權費」。據官方於 2013 年的調查顯示，電視頻道業的收入中，直接廣告收入佔 43.8%、而訂戶收視則佔 9.1%（台經院，2015）。博斯受訪者宣稱，緯來體育台與育樂台的頻道版權費收入足以支付中職的轉播權利金：

[博斯 2014 年轉播中職] 我們希望可以透過 CPBL，有線那邊可以上架，MOD 這邊價錢可以提高...大概緯來體育台跟育樂台差不多可以收一戶 14 元在代理商那裡...代理商是凱擘...至於他跟緯來之間的拆帳我們就不清楚。假如他[緯來]這兩個頻道收到 10 元，以 285 萬戶來算[頻道商收取版權費的「全國用戶數」計算基準]，他一個月是 2850 萬，那一年他就收到幾億。以他那個收入去支付中職沒有問題。（受訪者 E）

未能在有線電視系統上架的博斯，希望透過中職賽事轉播「殺手級內容」，取得與有線電視系統協商的優勢。根據博斯受訪者表示，此一計畫因

為透過年代集團所屬的頻道代理商出面斡旋，一度成形。受訪者 E 表示：

在上半球季結束後，跟年代練董其實已經談的差不多了，就是由我們上架、把緯來下架...七月中下旬就要這樣做了。...[估計]大概會有 60% 系統商會配合...[包括]獨立系統...加上中嘉。...[頻道代理商給博斯的每戶授權費]價錢大概是 7、8 元吧。(受訪者 E)

博斯的另一受訪者 F 也表示，當時幾乎可以上架有線電視，「因為我們有中華職棒；但就是 MP&S 一抽腿、黃會長一離開，我們『下載到百分之九十』就卡住了，沒辦法上架」。中職受訪者 A 認為博斯「撥錯算盤」：

博斯他希望借重中華職棒的賽事可以上架，因為他一旦上架以後可以抽取每一戶多少錢，用那個錢來還 MP&S。...所以他賭的，就是現在中華職棒紅起來了，我用你來要求上架...那緯來原先的錢就應該分一部分給博斯。沒想到緯來...就是不願意分。(受訪者 A)

根據媒體報導，2014 年 6 月中職上半球季尾聲，緯來的頻道代理商凱擘，在部分系統商的要求下，一度要求緯來降低頻道版權費，但遭到拒絕（壹週刊，2014 年 6 月 23 日）。另一方面，MP&S 旗下的 beIN Sport 落地審核申請，則於當年五月底被 NCC 否決（國家通訊傳播委員會，2014 年 5 月 28 日）。隨後，MP&S 陸續中止與博斯的備忘錄、以及與中職的仲介合約，中職原本可望大幅提高的轉播權利金因此成空。

對此，中職受訪者認為關鍵原因是 MP & S 與中職，無法瞭解與順利解決有線電視系統與頻道代理商的商業利益糾葛：

MP&S 可能誤判了—誤判了我們第四台利益糾葛複雜的生態...那他第二年還是蠻虧的，他的 beIN Sport 還是...不能上第四台。[既有的系統、頻道代理、與頻道商]他會杯葛博斯，難道不會杯葛你 beIN Sport? ...MP&S 認為他不能承受這樣的損失，他才要撤軍。(受訪者 A)

## 伍、結論：媒體運動複合體的停滯與政策的再思考

因為運動休閒逐漸成為社會文化中的重要面向，所以球迷透過電視收視重要運動賽事的轉播，並不只是一項可有可無的娛樂活動而已，而是一項重要的文化公民權。因此，歐盟等國家的許多政府主張，保障人民能夠收看包括國家代表隊重要國際賽事、跨國職業運動部分賽事、及本地職業運動部分關鍵賽事等，是維護與提升文化公民權的重要工作之一。在實際的政策作法上，是要求上述這些重要的運動賽事轉播，必須在免付費的電視頻道（free-to-air）上播出（Scherer & Whitson, 2009; Evans et al, 2013; Smith, 2010; Smith et al, 2015；蔡昕宸，2016）。

台灣的電視收視管道，自上世紀九〇年代以來，即逐漸由商業力量主控的有線電視系統一步步掌控。當時部分頻道結合同樣處於萌芽階段的本地職業棒球與籃球，作為擴張資本與商品化的手段，使得採取「去管制」政策的國家在媒體運動複合體當中也長期缺席。因此，無論是國家代表隊的國際賽事、或國內外重要的職業運動，球迷大多必須透過必須付費的有線電視收看。

由於有線電視在國內家戶的滲透率超過六成，因此只有少數賽事轉播未於有線電視上的體育頻道播出時，才會引發運動節目觀眾的不滿；但對於「付費」觀賞，則本地球迷並未多加質疑。事實上，若以歐洲等地的文化公民權概念而言，雖然免付費觀賞並未擴及所有職業賽事，但對於部分具有傳統、廣受注目的職業運動之關鍵賽場，在政策原則上仍有要求普及於公民的免費收視呼聲。

除了實際上必須付費才能觀看運動轉播之外，台灣球迷的文化公民權還遭遇另一個挑戰，就是媒體運動複合體的發展停滯，導致運動產業難有足夠資金挹注，對於運動文化的長期培養也設下障礙。

經由對 2014 年職棒轉播權爭議事件的紀錄與分析，顯示跨國業者想藉由投資中職轉播權進入國內市場的嘗試，在國內頻道業者觀望不前、與頻道代理商及系統商所形成既有結構下，最終未能突破既有的本地媒體運動複合體的有限格局。即使 2013 年到 2016 年國內職棒產業穩定發展、觀賽人數維

持高檔，但電視業者並未遵循過去隨著職棒產業起伏而增減權利金的慣例，從 2009 年以後一直維持相對低落的投資額度；在運動產業未能獲得更大資金挹注的狀況下，運動轉播節目的品質也未見顯著提升。

如同其他國家轉播權利金發展深受電視產業結構的影響（劉昌德，2005；Evens et al, 2013），本地媒體與運動產業的雙重停滯，主要是受限於國內電視產業結構所致。近年來在有線電視系統與頻道代理商主導的環境下，職棒轉播陷入了內容投資低、直接廣告營收低、新競爭者進入可能性低的「三低」困境。台灣媒體運動複合體的產業環境與特徵，對運動文化產業發展與球迷的文化公民權都造成傷害。

面對媒體運動複合體的停滯問題，癥結可能不在於運動產業、而在於媒體產業結構。官方調查中所詬病的電視產業上下游垂直壟斷、既得利益者結合的問題，從目前的媒體法規結構中，最簡單的作法是根據公平交易相關法規來懲罰業者的「不公平競爭行為」。2016 年 10 月中，公平會終於對凱擘等三家頻道代理商開出重罰（公平交易委員會，2016；聯合報，2016 年 10 月 19 日）。這或許是一項轉變契機，但一方面仍取決於主管機關能否持續積極作為，另一方面也仍待業者法律攻防之後的結果來觀察。另一種作法則是透過結構管制，在電視產業日趨壟斷與集中的情形下，要求系統等平台業者不得兼營頻道代理商、甚至是不經營頻道，達到美國學者吳修銘／Wu（2010）所主張的「分離原則」或平台「中立性」的要求（顧佳等，2013）。

但即便能夠透過公平競爭的行為管制對業者稍加約束，但以第壹小節所述美國 SportsNet LA 頻道的例子觀察，在系統與頻道業者的商業策略合縱連橫下，即使是「公平的」市場競爭，也難保觀眾權益與運動文化不會被犧牲。在商營的電視體制之外，透過公共廣電轉播、或公共補貼來挹注包括運動轉播的電視內容投資，甚至建立公共擁有的電視平台、以非利潤取向的作法來進行包括運動頻道上架與廣告收益分配等作法，或許能讓台灣目前包括媒體運動複合體等陷入停滯的影視產業，找到更為根本的翻轉機會。



## 參考書目

- 中時電子報（2014 年 4 月 3 日）。〈中華職棒看不到 會長道歉也難解〉。取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140403001760-260407>。
- 中時電子報（2016 年 8 月 23 日）。〈轉播奧運 愛爾達 OTT 竄出頭〉。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20160823000067-260202>。
- 今日新聞網（2014 年 7 月 19 日）。〈MP&Silva 宣布終止顧問合作關係〉。取自 <http://m.nownews.com/news/1329401>。
- 今日新聞網（2015 年 2 月 6 日）。〈中華職棒／電視轉播權怎麼談？民視態度是關鍵〉。取自 <http://www.nownews.com/n/2015/02/06/1597438>。
- 公平交易委員會（2016 年 10 月 31 日）。〈第 1302 次委員會議紀錄〉。取自 <https://www.ftc.gov.tw/upload/e3653366-51b4-4cf2-879f-da4152f4ba4a.pdf>。
- 王文昇、孟峻璋（2010）。〈迷失的方「象」：2009 年兄弟象職棒假球案〉。《競技運動》，12 (1)：25-40。
- 台灣經濟研究院（2015）。《2013 影視產業研究趨勢調查報告：電視及電影產業》（文化部委託研究）。台北：台灣經濟研究院。
- 台灣台北地方法院民事判決（2016a）。〈103 年度重訴字第 1157 號〉，1 月 29 日。
- 台灣台北地方法院民事判決（2016b）。〈104 年度重訴字第 145 號〉，3 月 11 日。
- 自由電子報（2014 年 7 月 20 日）。〈NCC：危機是轉機 或許能上架〉。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/797553>。
- 自由電子報（2014 年 7 月 3 日）。〈博斯要求共營網路轉播 中職婉拒〉。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/life/paper/792661>。
- 卓美玲、管中祥、彭賢恩（2013）。《101 年委託研究報告：電視使用行為及滿意度調查報告》（國家通訊傳播委員會委託研究）。台北：台灣趨勢研究股份有限公司。
- 東森新聞雲（2013 年 06 月 19 日）。〈曼尼離開台灣 更要進場支持棒球〉。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)。
- 東森新聞雲（2014 年 10 月 20 日）。〈中職總冠軍／第二戰創本季最高收視 緯來三、四戰拚 FOX〉。取自 <http://www.ettoday.net/news/20141020/415487.htm#ixzz3YcNUC9IZ>。
- 東森新聞雲（2014 年 1 月 24 日）。〈中職／6 年 20.4 億天價 轉播權賣國際媒體〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/319755>。
- 東森新聞雲（2014 年 3 月 20 日）。〈中職／博斯轉播中職賽事 MP 稱讚最好的夥伴〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/337146>。
- 東森新聞雲（2014 年 5 月 12 日）。〈中職／11 日獅猿戰收視下滑 華視：適逢母親節〉。取自 <http://www.ettoday.net/news/20140512/356314.htm#ixzz3YbuY083d>。
- 東森新聞雲（2015 年 2 月 9 日）。〈中職／電視轉播幾乎確定民視製作 吳志揚：順順走完合約〉。取自 <http://sports.ettoday.net/news/465536>。

- 林言熹 (2014 年 3 月 17 日)。〈從免費到 21.4 億元，回顧中職轉播史六大謎團〉。  
取自 <http://www.edgarlin.com/2014/03/blog-post.html>。
- 國家通訊傳播委員會 (2014 年 7 月 11 日)。〈NCC 協助頻道與有線電視系統完成  
上架議約，維護觀眾收看中華職棒賽事權益〉。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)。
- 國家通訊傳播委員會 (2014 年 5 月 28 日)。〈第 593 次委員會議紀錄〉。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)
- 陳穎 (2015 年 5 月 1 日)。〈你認為中華職棒的比賽時間會太長嗎？〉。《運動視  
界》。取自 <https://www.sportsv.net/articles/13051>。
- 壹週刊 (2014 年 6 月 23 日)。〈凱擘砍緯來授權費 蔡明忠辜仲瑩火線交鋒〉。取  
自 <http://www.nextmag.com.tw/magazine/news/20140619/4577363>。
- 程晏玲 (2015 年 6 月 9 日)。〈誰綁架了你的眼球〉，《天下雜誌》，574 期。取自  
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5068235>。
- 愛爾達電視 (2014 年 3 月 24 日) 〈MOD 成主要收視平台 愛爾達中職收視率飆升〉。  
取自 [https://www.elta.tv/news/news\\_detail.php?nid=11814](https://www.elta.tv/news/news_detail.php?nid=11814)。
- 鉅亨網 (2012 年 9 月 18 日)。〈中華電三平台廣告收入今年達 8000 萬元 MOD 廣  
告效益創新高〉。取自 <https://goo.gl/Zo26DB>
- 監察院 (2015 年 6 月 9 日)。仇委員桂美、李委員月德、方委員萬富調查「據訴，廣  
電三法修正草案迄未修正通過涉有延宕違失；及我國有線電視產業之訂價模式及  
頻道代理制度，長期遭利益團體壟斷等情乙案」之調查報告。  
<https://www.cy.gov.tw/CYBSBoxSSL/edoc/view/4462>
- 福斯體育台 Fox Sports (2014 年 10 月 21 日)。〈FOX 體育台首度直播中職總冠軍  
賽 收視創新高 15 歲以上收視率高達 1.95 週末吸引 250 萬人觀賽〉。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)。
- 劉昌德 (2005)。〈電視運動轉播市場之分析：臺、美、英三國職業運動轉播權利金  
的發展〉。《廣播與電視》，25: 27-57。
- 蔡昕宸 (2016)。《教練，我想「看」棒球—2014 年中華職棒轉播權爭議分析與解  
決策略》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 聯合報 (2015 年 7 月 30 日)。〈電視為什麼這麼難看？數據告訴你真相〉。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)。
- 聯合報 (2016 年 10 月 19 日)。〈公平會罰凱擘等多家頻道代理商 1.26 億〉。取自  
<http://udn.com/news/story/7238/2033767>。
- 麗台運動報 (2014 年 8 月 11 日)。〈瓊斯杯 收視率壓中職〉。取自  
<http://www.ltsports.com.tw/basketball/other/106059-2014-08-11-10-35-45>。
- 蘋果日報 (2013 年 3 月 10 日)。〈台日戰收視率又破表 有線電視史新高〉。取自  
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20130310/34877998/>
- 蘋果日報 (2014 年 10 月 10 日)。〈前晚 90 萬人觀戰 收視率本季最高〉。取自

- <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20141010/36136532/>。  
蘋果日報（2014年3月3日）。〈標下中職轉播權 MP & Silva 在台成立辦事處〉。  
取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140303/353866/>。  
蘋果日報（2015年3月12日）。〈3 隊轉播簽 FOX 剩中信走著瞧〉。取自  
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20150312/36431816/>。  
蘋果日報（2015年3月20日）。〈中信 義大 轉播權 緯來加碼各簽3年〉。取自  
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/sports/20150320/36446411/>。  
顧佳、陳正芬、周佳欣譯（2013）。《誰控制了總開關》。台北：行人。（原書：  
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/laetctchartertimewarnercablemergerapproval20160316story.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/laetcttimewarnercablethrowstoweldodgerchannel20160331story.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



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

莊楚君\*

本文引用格式

莊楚君（2017）。〈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〉，《傳播、文化與政治》，6:163-192。

---

投稿日期：2016 年 5 月 13 日；通過日期：2017 年 7 月 31 日。

\* 作者莊楚君為國立交通大學傳播研究所碩士生，目前於韓國國立首爾大學進行交換學習，email: chujunzhuang@live.cn

## 《摘要》

在當今消費主義大社會背景與大眾文化的語境中，中國電影行業的發展趨向於商品化導向，IP (Intellectual property) 電影<sup>1</sup>在中國有愈演愈烈的趨勢；作為其分支的「綜藝大電影」<sup>2</sup>的興起成為一個業界奇觀。「奔跑吧兄弟」電影通過 6 天拍攝於 3 天內回收超過 3 億人民幣票房，成為箇中翹楚。

作為中國獨有的現象，「綜藝大電影」這個特殊案例的興起隱含了中國當代電影產業的動蕩，及其在市場化導向下的另類探索，本文通過梳理中國市場近來興起綜藝大電影的政治經濟面向的文化背景，發現其先延續了綜藝的在地化改良，並試圖加入一定電影元素，但依舊無法摒除綜藝與電影間的矛盾，但本研究認為「綜藝大電影」的出現，不失為活化中國電影市場的一個好現象。

**關鍵詞：**中國電影產業、文化全球化、在地化、電影資本運作、綜藝大電影

---

<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。



## 壹、問題意識

2015年春節期間，【奔跑吧兄弟】綜藝延伸電影（以下簡稱【跑男】<sup>3</sup>）以首日票房7900萬（以人民幣為計數單位，以下皆同），最終票房4.21億，成了中國電影市場的首部「現象級電影」，再次挑戰了人們對電影的認知——這就是所謂的「綜藝大電影」現象。

在【跑男】第一季完美收關後，跑男第二季也在2015年4月追擊上線，相比較其第一季平均收視2.635，共15期連續14期蟬聯週五綜藝節目冠軍的傲人成績來說，第二季的收視率與市場份額更是成為一個驚人的「綜藝」熱。

表一：「跑男第一~五季」收視率概覽

<b>跑男第一季（2014.10.10~2015.1.16）</b> 收視率 1.132%-4.116% 基本呈逐步增長趨勢； 收視份額從 3.920% 增長至收官前的超過 12%
<b>跑男綜藝大電影（2015.1.30）</b>
<b>跑男第二季（2015.4.17~2015.7.3）</b> 收視率開季 4.794 最高 5.016，最終以 4.915% 落幕； 收視份額開季 15.10%，最高 16.43%，最終以 16.35 落幕
<b>跑男第三季（2015.10.30-2016.1.15）</b> 收視率 3.832%-5.284%，平均 4.2 左右； 收視份額平均 14% 左右
<b>跑男第四季（2016.4.14-2016.7.1）</b> 收視率 3.156%-3.934%；平均 3.6 左右 收視份額平均 13% 左右
<b>跑男第五季（2017.4.14-）</b> 首期二期收視率為 3.049、2.685； 收視份額 10%~11%

資料來源：匯總整理自收視率排行網站 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）。

由收視率情況可見，2015 年 1 月 30 日上映的【跑男】大電影或多或少確實為其第二季的播出延燒了一定的高人氣。人氣與票房，粉絲得到更多一個多小時在大螢幕上看到偶像的新體驗；電影發行方維持了人氣又賺的盆體滿鉢，「綜藝大電影」這個電影類型中的黑馬似乎確實有其誕生的道理。

「綜藝大電影」，顧名思義即為綜藝節目延伸出的原班人馬所拍攝的具有綜藝節目本身內容與性質的電影。隨著熱門的綜藝節目【爸爸去哪兒】和【跑男】等相繼被改編成電影並席捲數億元票房，電影行業的影視製作者、電影評論媒體以及眾多民眾間展開了大量針對「綜藝大電影」這個新電影類型的討論。

一方面，從傳統電影製造者來說，以導演馮小剛為例，就強烈反對綜藝電影的存在，認為其不能算真正的電影，應該有政策法規出行干預其產制。馮小剛曾評價「綜藝大電影」「對中國電影的發展產生了極其惡劣的影響；將導致沒有製片人會繼續願意投資一部嚴肅的、付出了很大努力的電影」<sup>4</sup>。並表示現在發展蓬勃的電影市場「是我們這些站在綜藝電影對面的導演打下來的...我們創造了這個時代。反而到今天，我們維護這個好局面，我們被形容為吃不到葡萄說葡萄酸，我覺得這是對中國當代電影史的一個罔顧。」<sup>5</sup>另一方面，從「綜藝大電影」製作方來說，其觀點則是「市場喜愛的電影就是好電影」、「創新就是生產力」。在電影類型多元化的今天本身電影形態就有無數新的可能，閱聽人與市場都有自由選擇的權力，天娛傳媒品牌中心總經理曾說：「既然人們能接受特斯拉是汽車<sup>6</sup>，蘋果是手錶，那為什麼不能接受【跑男】是電影呢？」

對於「綜藝大電影」的爭論甚至延伸到其本身的製作團隊公開表態，【跑男】的製片人李亞平撰文表示：「實踐告訴我：市場就是共鳴」，當然，他也委婉的表示了自己對「綜藝大電影」這個定義的電影性質的矛盾：「其根基就是不認為是電影，至少不是常規意義的電影。但是從廣義而言，它的娛樂

<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、技術指標、收看和傳播路徑，又已經成為一個電影產品。我覺得這不是一個學術和流派問題，而是一個電影發展階段和實踐的問題。」<sup>7</sup>

縱觀目前世界上的電影類型中，「綜藝大電影」幾乎沒有成為任何一個除了中國以外的地區或國家的流行浪潮，這就帶來幾個疑問：

一、中國電影產業的產業結構正如何變化，才會發展出如此的新興類型化電影？「綜藝大電影」現象的成因究竟為何？

二、「綜藝大電影」如何以外來文化為基礎，進行中國的在地化適應、生存，並得到發展？

三、「綜藝大電影」如何重新定義了中國當代電影行業的「電影」，這種新的嘗試該如何評價？

這些問題近來被廣泛討論，在社會科學學術界卻尚未有較為系統性的研究。在傳播領域對於「綜藝大電影」的研究多以媒體評論的網路文章為主，相關文獻中，目前較多學者對其出現持不看好的態度。對於其在電影院上映時登記為「紀錄片」分類，坊間眾說紛紜。部分認為嚴格來說，中國大陸出現的【爸爸去哪兒】、【跑男】、【爸爸的假期】等由電視綜藝節目衍生而出的所謂電影，其實並不是電影，只是一種略加改動、然後搬到銀幕上向觀眾收費的綜藝節目<sup>8</sup>。高票房綜藝電影經常遭人詬病的便是它沒有一個電影該有的樣子，沒有故事，沒有情節，沒有精良的製作，就是綜藝節目本身的延伸<sup>9</sup>，多數文獻侷限於單純的對於個案發表自己的看法，但缺乏學術理論依據，並未從其能夠誕生的中國電影發展史及當今中國文化發展趨勢進行分析。

本研究認為綜藝電影的崛起並不是一個簡單地事件，它折射出中國電影市場的諸多動蕩因素。因此本研究試圖首先通過文獻整理梳理出中國「綜藝

---

<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>

大電影」奇觀出現的社會背景——首先探討中國電影產業晚近的狀況及演變趨勢，再藉由電影產業資本運作的特性、文化全球化及東亞文化區域化發展下韓流 IP（即作為知識產權的節目形式，請見以下說明與討論）在中國的輸入及其在地化過程，通過【跑男】個案，結合其背後中國電影業的現狀，描摹該類型「電影」的基本面貌，詮釋其在中國電影行業脈絡下發源與成長的原因及持續發展的可能。

## 貳、文獻探討

### 一、中國電影產業史：虛無目標或多元發展

#### （一）中國電影晚近發展概述

中國電影行業經過了與政治動蕩密切起伏相關的年歲。在改革開放後至今，中國的經濟體系歷經從計劃經濟（建國初期的單一化非市場體制）到市場經濟並且目前將其發揚光大、電影特性屬於政治主宰到大部分的市場化放任藝術釋放，從政府喉舌到利益導向，中國電影行業變遷史是一段一直向商業化、資本化、市場化不斷試探的道路。21 世紀前，中國電影業處於傳統的計劃經濟體制階段，直到 20 世紀 90 年代中國電影的體制才開始經歷變革，進入 21 世紀，中國電影才開始正式全面步入市場經濟。目前的中國政府出台若干政策推動電影市場的資本活化，比如國家廣電總局《關於加快電影產業發展的若干意見》中提出了中國電影發展的戰略性目標，但在前些時日的娛樂頭條「武媚娘」裁切畫面成「大頭娃娃」的笑話中，依然潛藏著中國潛藏的對媒體文化藝術的權力把控。

從中國電影本身談起，20 世紀 80 年代後期到 90 年代前期是中國藝術電影的豐收時代，目標在於構建有掛政治權利、性別關係和中國傳統的寓言；90 年代到 90 年代末期的第二段時期出現第六代導演探索對抗嚴格審查的一定商業化的電影模式；第三階段以 2001 年中國加入 WTO 為分界點，此時中國的電影產業進入了飛速發展的新階段。首先這一階段進入了商業大片的時代，所謂商業大片一般有著較大的資本投入，由知名導演執導，聚眾多的大

牌明星，主要是為了商業目的，瞄準國際市場製作和發行，取得了非常理想的票房成績，同時「可哥西裏」等題材多樣，面向市場影片也使國產電影再次成為人們娛樂消費的熱點和社會輿論的話題。

2003年文化體制改革試點工作啟動，6月中旬，國家電影局向包括廣東大和影業等7家民營企業首批頒發了《電影片發行經營許可證》，打破了長期以來由國有企業控制的國產電影發行格局。民營發行企業的全面進入將推動電影市場化向縱深發展，從而帶活整個電影市場，隨後2009年國務院頒發《文化產業振興規劃》，通過一系列政策的出台由國家支持文化產業的發展。2014年發佈的《關於支持電影發展若干經濟政策》首次將金融寫入國家政策，可見對於電影行業，中國政府正為國產電影的復興與發展出力。2015年國產電影票房占中國電影總票房的61.58%。<sup>10</sup>

中國電影終於迎來了一個產業化發展的「春天」，電影產業發展從此駛入快車道。在整個「十二五」（2011~2015年，中華人民共和國國民經濟和社會發展第十二個五年）期間，中國電影市場更是只用了5年時間便實現了從100億元到440億元的跨越，成為全球第二大市場。純粹利益導向的為市場化設計的電影在短時間內迅速盤活了中國大陸市場。這是一種強調影視技術、投資規模、銀幕數等硬實力，忽視創意、話語、意義生產等文化軟實力的粗放式發展戰略（陳林俠，2015）。

在中國電影愈發興起的過程中，「歐美大片」和中國國產電影彼此競爭，互相營造出「刷榜大戰」的氛圍。如今中國電影生產更重視質量與商業效益，最經濟有效的中等投資規模的影片，尤其是喜劇片，則因為市場信心的提升而增加（CHR電影營銷研究小組，2010，頁25）。二十一世紀以來，中國電影沿循好萊塢大片模式，簡單地用視覺衝突的影像奇觀成電影產業猶如一架天平，它的一段是營銷，另一端是創意，而「創意」並不意味著藝術，現在的「藝術」思維正在向「創意」思維轉變（田卉群，2009，頁138），值得擔憂的是當代中國電影製作對「喜劇電影」的追求大多來自其表面意義，越來越拒絕文學性的深度體驗，而傾向於「輕敘述」帶來的「弱體驗」。所謂「輕

---

<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/>

敘述」指的是電影敘事處於人情人性的淺表層面上，不願觸碰深度的人生經驗及情感；「弱體驗」則是影片的審美體驗缺乏認知愉悅、情感深度、反思超越等，比如「綜藝大電影」的出現就是一種為了追求最大化利益而產生的創意類型電影奇觀。

## （二）中國電影市場現狀

目前的中國電影產業有如下一些特色：

1.資本為王：目前中國電影產業發展雖已經具備相當規模，但是仍然存在諸多問題，比如電影產品的數量增多，但整體發展水準偏低；電影經營管理人才匾乏等。可以說，資金缺乏、體制落後和資源配置不合理是造成這些問題的根本原因。這些問題的解決可以通過資本市場，發揮其資金融通、體制培育和資產重組等三大功能，從而推動中國電影產業持續良性的發展（李燕，2007）。這就是目前中國電影行業的現狀：全球資本在電影文化領域更迅速更大範圍的流通，在帶來新鮮資本的同時，也帶來一定的文化雜交，電影藝術作為一種藝術文化，很容易被資本流動之下潛在的帝國霸權所影響並佔據，但出於對商業發展的誘惑，「利益至上、資本為王」成為目前電影業界的第一追求。

對於【跑男】大電影，其與在地 O2O 進行了多面向全面結合，通過「電影住宿套餐」、「電影餐飲套餐」、「電影娛樂場所套餐」、「9.9 元電影票提前預定」、「明星獎品抽獎」等形式進行了針對各地主流閱聽人群的行銷運作，並起到了很好的效果；而在一個月後上映的【爸爸去哪兒 2】大電影上映前，製作方就為了眼球效應，利用粉絲效應運作了首次「綜藝大電影」眾籌拍攝專案。這也是「綜藝大電影」探索自身盈利模式的成功開端。

2.美學商業化：電影的美學依然存在，但並不是曾經的具有非常深刻深度和思想性的藝術美學，而是基於商業的、為利益著想、為吸引閱聽人而先進行過市場調查量身定做的「商業美學」。

中國電影在電影美學的演進上遭遇過歷史事件的多次打斷，新世紀初的產業化突變幾乎顛覆了早前第五代導演狂飆突進的電影美學浪潮，於是新世

紀初開始的中國電影幾乎是從廢墟上重建起來的，<sup>11</sup>影像美學的經驗缺失和對高感官刺激影像的渴望讓國產大片如何創新都有一定創收。

對於【跑男】電影來說，其作為一個「劇情片」主軸下的長電影，情節較為平緩、明星演技並非第一考量、運鏡特色並不多，但在其宣傳中，同樣突出了其「美學」觀感：「劇組在美術、場景、人物造型等方面投資巨大，為了打造更為真實的故事現場，更具畫面感的劇中情景，跑男大電影請來 2015 年國產電影最強片「鬼吹燈——尋龍訣」的舞美團隊，在南中國海的三亞生生造出了一個神秘莫測美不勝收的冒險叢林...因為劇情需要上天入地入海，劇組在設備投入上更是不惜砸下重金：中國大陸頂尖的全套航拍設備、VJ（VisualJockey 影像騎師）、高速機等，29 人的攝像團隊，與專業燈光、錄音、佈景等 70 多位特效工作人員密切配合..<sup>12</sup>」這種帶有一定行銷目的的「電影美學」宣傳，已經並非電影本質上的美學思想的運用，而成為一種商業考量。

3.類型化探索：在 21 世紀，電影依然是文化創意產業最重要的組成部分。中國民族電影工業崛起依靠的是類型電影而不是藝術電影（田卉群，2009，頁 59）。類型電影本身就是商業化、娛樂化導向的產物，其必然立足與閱聽人目標市場定位並依據此而不斷修繕，雖然其具有一定缺陷——一旦某個欄目的收視率高了，接著其他的電視台就會競相模仿，這樣藝術作品的風格會呈現出類型化的趨勢，電視欄目內容也會趨於相同（蔡亞旭，2011）。

在 21 世紀的第一個十年，第五代導演張藝謀、馮小剛、陳凱歌等在「大片」中開始了類型電影的嘗試，而在第二個十年中，多數製片機構和執導者更加自覺地推動類型電影的創作。2015 年，「喜劇」和「青春」兩大類型得到了市場前所未有的追捧，而「綜藝大電影」所帶有的綜藝形式與參與的青年偶像藝人，恰巧契合了中國電影票房最為熱門的兩個要素。

「綜藝大電影」畢竟拓寬了國產商業電影的類型樣貌，是值得靜觀其變的創新和嘗試——這也是為何依然有很多部「綜藝大電影」要跟風【跑男】

<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>

熱的原因。存在即合理，創新通常都被視為具有一定的盈利吸引力。但如果僅僅從類型片的角度來看，「綜藝大電影」的模式是模稜兩可的。

從「紀錄片」和「劇情片」的二分法類型電影來看，由於紀錄片是指描寫、記錄或者研究現實世界題材的電影。與紀錄片相對的為劇情片。在大多數情況下，紀錄片不需要演員參與。在紀錄片中表現的人、地點、情況與現實、實際情況一致。紀錄片的題材範圍廣泛，既包括完全紀實的電影，亦包括了真人秀等節目<sup>13</sup>——所以【跑男】綜藝是紀錄片、大電影也是紀錄片；如果從各種「喜劇」類型、「青春」類型、「真人秀」類型等多重分割，則因為真人秀有一定的表演劇本，人為設置比賽規則、選手、每次比賽大框架等，所以真人秀又不具備紀錄片的核心真諦。而從閱聽人角度而言，更像是明星們演了一場「綜藝第一季告別特輯」。

綜上可以看出，中國電影業雖然有著一定的宏觀調控，但其自身的摸索依然處於一個定位非常模糊的階段，這其中的原因可以說是人多地廣、社會樣貌複雜等，也可以說是缺少繼第六代導演之後較為突出的具有電影美學精神的年輕導演一代——而這一代導演，可能更多是類似【跑男】、【小時代】等跨域操刀的導演，其本身基於電影針對性的專業性和代表性都較弱。

在民族電影精神方面而言，「綜藝大電影」的定性值得商榷。比如【跑男】的電影，其劇情看似移植了其本身平日綜藝節目中的一個特輯，原班人馬進行出演，後續將對其中國綜藝進行中華民族元素與否的分析；從另一方面而言，新的類型化電影的是國家希望能夠多元發展國產電影這個尚屬於初探階段的嘗試中的一個方向，在初級階段基於現今中國電影業的資本運作，【跑男】電影的嘗試還是走以市場導向、大眾文化為基礎語境的道路，這個角度更加削弱了【跑男】電影的電影性質。

## 二、電影資本運作：商業導向及大眾語境

---

<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>



在曲折的中國電影晚近發展史中，其一直未能找到一個明確的兼具藝術性與商業性的出口，「IP 電影」作為一種令電影界耳目一新的題材取向，在中國一夕之間蓬勃發展基於中國的消費社會背景和特殊的大眾文化語境。

#### （一）消費社會、商業化及中國電影

對西方資本主義世界而言，現代資本主義的維繫之道必然包括消費這個環節。資本主義作為一種經濟與財政系統，其首要目標正是在投資中創造利潤（Bocock,1993／張君玫譯，1996，頁35）。隨著中國入世之後，在全球化浪潮下，經濟文化都在進行著一定的交流與融合，市場化導向的中國經濟與文化市場受西方資本主義社會的影響，其消費與商品化本質在中國特色社會主義的大環境下，與西方社會的資本主義經濟是趨同的，而中國政府也積極推動電影的市場化、產業化發展。當消費需求與慾望獲得滿足，資本主義與社會主義社會，同樣會產生強烈的文化意象與動力（Featherstone,1990／劉精明譯，2007，頁21）

深入的消費過程是深受社會制度影響的，而影響力最大的就是大眾媒體（Bocock,1993／張君玫譯，1996，頁35）。【愛情麻辣燙】（1998）和【洗澡】（1999）的導演張楊曾直言不諱的說：「我覺得好電影就有商業性。」作為產品、服務和體驗可以基於快樂或是美學意涵。音樂、藝術、宗教、消費地點都和快樂意涵有關，快樂意涵通常來自於消費體驗（陳智凱，2010，頁43）。隨著電影不斷地發展，票房越來越成為衡量一部電影成功的標準之一，且所占的比例越來越大。當你想要追溯電影的藝術美學的時候，「電影首先是商品，其次是合作，那很遙遠的第三，才是藝術」（田卉群，2009，頁10）。

博納影業 CEO 於冬在第二屆「全球電影產業鏈論壇」曾抨擊包含【跑男】綜藝大電影在內的一系列以粉絲消費為票房主體的新興類型電影：「突然覺得，我們的工業電影沒有了，大片製作也不夠水準了，我們的觀眾在哪裡呢？粉絲不完全等同於電影觀眾，也不等同於真正的影迷<sup>14</sup>。對綜藝大電影而言，閱聽人市場主要就是粉絲，而粉絲就等同於影迷，這與一般電影訴

---

<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>

求的藝術欣賞者並不同，這種消費導向的強化，一方面使得電影受眾群與電影原先的本質出現偏差；另一方面將曾經帶有一定精英文化語調的電影工業變成了大眾文化、通俗文化、流行文化的市場化土壤。

## （二）大眾文化語境、市場化與中國電影

大體說來，我們的電影觀念曾經是宣傳工具，是主流意識形態國家機器；或者是像第四、第五代導演那樣把電影當作藝術或文化反思的載體；20世紀 80 年代又有過電影「娛樂性」的爭論；繼而邵牧君提出「電影工業論」。到今天，經過大片的市場運作，影視領域的「娛樂化」大潮等，則是認可了電影的商業、工業的特性及與工業觀念相應的大眾文化觀念（陳旭光，2013）。

大眾文化的特點表現在：內容娛樂化，審美日常化和市場商品化。電影這種藝術形式必然有大眾文化諸種特徵：文化產品化、產品娛樂化、故事類型化、語言通俗化、造星運動和明星效應。電影娛樂化有三種主要特徵：一是內容上注重戲劇化，二是形式上強調視聽衝擊力，三是著力挖掘電影中的娛樂性因素（閻懷蘭，2011）。

好的喜劇影片既具備反思精神又擁有狂歡特徵（田卉群，2009），而「娛樂性因素」指的是單純的引人發笑、讓人感到輕鬆的感官享受，滿足忙碌的現代人不用思考就可以獲得壓力的釋放。「有趣」毫無疑問是這個時代非常需要的東西，但有趣並不一定意味著有意義。作為藝術品的審美特徵喪失了，也就意味著藝術喪失了自己的個性和紀律性。

綜藝節目拍大電影並且同樣票房好而口碑差，恰好是中國電影當下狀態的一種縮影：市場浮躁盛行，受眾觀賞低淺，粉絲佔據主流觀賞而不問好賴，急功近利超越審美，沒有常規鑒賞習慣卻有紮堆議論習俗的體現<sup>15</sup>。這是中國電影業必定要經歷的過程。對於電影綜藝化這一趨勢來說，自最早的 2009 年其實中國電影業就已經初嘗其果，至今的 5 年中，對於「綜藝大電影」究

---

<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)

轉「在地口味」為「市場訴求」

竟要如何適應市場、究竟「綜藝大電影」怎樣切合大眾文化的消費口味，作為一個香餈餈，其實其本身也在進行一定的創新與嘗試，拋卻利益導向因素來說，無論業界褒貶如何，探索的步伐並未停止，這恰恰也是一種中國精神：華夏神州的中華兒女從古至今一直越挫越勇、不畏艱險，而當代電影業善於創新、願意挑戰的過程也是中華精神的一種影射：

表二：中國「綜藝大電影」發展歷程

電影名稱	綜藝名稱	電影播映時間	綜藝播映時間	電影投資	電影票房	豆瓣評分 <sup>16</sup>	電影性質	電影演員	宣傳噱頭
榮火男孩	快樂男聲	2009.8.25	2003、2004、 2007、2010、2013	500多萬	334萬	5.0/10.0	原創勵志	2007 快樂男聲十三強	真人3D
我們約會吧	我們約會吧	2011.2.14	2009.12.24-2014.12.23 每週一集	2000多萬	510萬	4.7/10.0	一半綜藝一半勵志	業界演員	第一部「約會電影」
快樂大本營之快樂到家	快樂大本營	2013.1.15	1997.7.11至今每週一集	2000萬	1.53億	3.3/10.0	原創喜劇	綜藝原班主持人	首部寵物參與賀歲片
中國好聲音之為你轉身	中國好聲音	2013.12.27	2012.7.13至2015年每年7-10月；2016年暫停播出，預計2017年7月繼續	約3000萬	598.11萬	2.6/10.0	原創勵志	第一季中國好聲音選手	歌舞喜劇
爸爸去哪兒	爸爸去哪兒	2014.1.31	2013.10-12； 2014.6-10	5000多萬	6.96億	6.2/10.0	綜藝特集	爸爸去哪兒成員	「萌娃」賀歲喜劇

<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。

			2015.7~10 ; 2016.10~12						
我就是我	快樂男聲	2014.7.25	2003、2004、 2007、2010、2013 2016.10~12	未知。 粉絲 眾籌 超500 萬	650.0 7萬	6.1/10.0	一半綜 藝一半 勵志	2013 快樂 男聲	首部揭秘 選秀幕後 紀錄片
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 萬	4.33 億	3.4/10.0	綜藝特 集	奔跑吧兄 弟成員	賀歲【跑 男】大電 影首度嘗 試；韓國 【跑男】 加盟
寶貝，對不起	變形計	2015.1.31	2006-2017 每年 約1~2個月	未知	495.4 萬	43/10.0	綜藝明 星版	明星與其 子女	明星子女 體驗獨自 生存甘苦
爸爸去哪兒2	爸爸去哪兒	2015.2.19	2013.10~12 ; 2014.6~10 ; 2015.7~10 ; 2016.10~12	未知； 低成本 本	2.21 億	4.5/10.0	綜藝特 集	爸爸去哪 兒成員	4K 技 術，首次 出征海 島，賀歲
爸爸的假期	爸爸去哪兒	2015.2.19	2013.10~12 ; 2014.6~10 ; 2015.7~10 ; 2016.10~12	5000 萬	1.12 億	4.1/10.0	原創喜 劇	爸爸去哪 兒成員	中韓「爸 爸去哪 兒」成員 齊聚
極限挑戰電影 版	極限挑戰	2016.1.15	2015.6~9 ; 2016.4~7	未知 (製 片人 說收 支打	1.25 億	4.3/10.0	一半電 影劇本 一半綜 藝特輯	極限挑戰 成員	穿越+一 半真人秀 一半電影 劇本+男 人幫

## 轉「在地口味」為「市場訴求」

				平)						
鋒味江湖之決 戰食神	十二道鋒 味	2017.2.10	2014.7~9 2015.8~10 2016.9~11	;	2.5億 億	1.22	4.7/10.0	嶄新挑 戰故事	綜藝主演 及其中幾 期嘉賓+新 演員	韓星加 盟;笑星 加盟;3D
歡樂喜劇人	歡樂喜劇 人	2017.3.24	2015.4~7 2016.1~4 2017.4~	;	未知 萬	6691	2.5/10.0	嶄新挑 戰股市	歡樂喜劇 人成員	憨豆先生 加盟
奇妙的朋友之 萌愛 2016	奇妙的朋 友	2017.12 (先 前定檔 2016.8, 演 員風波取 消)	2015.1.3; 2017-	;	未知	未知	未知	獨立的 新故事	綜藝團隊 非大牌演 員及新人 演員(以綜 藝成員宣 傳)	宣傳保 育, 題材 正面

資料來源：匯總整理自本人研究。票房數據來自：電影票房資料庫  
(<http://58921.com/>)

綜上可以發現一些「綜藝大電影」的大致特點：

1. 播出時間：老綜藝在播出多年後為了鞏固粉絲而播出、新綜藝在兩季之間為了鞏固粉絲而播出；
2. 投資與回報：大多是投資較少，拍攝時間不長，但投資都大於回報，且票房幾乎都上億，但其處於「倒 U 型曲線」，在 2014 年末~2015 年初票房呈現極高值，之後逐漸下跌；
3. 故事與演員：大多以綜藝為主要脈絡進行延伸或直接創造一集新的綜藝節目，演員大多為真人秀本身演員；但隨著其越來越多，新近的「綜藝大電影」開始著重創造真正的為了新電影的一個新的「電影劇情」。
4. 社會評價：一致性的被評價為較差的電影。

「綜藝大電影」在近些年發展過程中，拋卻行銷操作、「互聯網+」及科技運用以外，其本身在目標市場的探索上也進行了一定的嘗試，給此類型電影奠定了基本的調性：以較短時間和較低投入、以保持綜藝粉絲而在綜藝空窗期以綜藝特輯或綜藝延伸劇情為主要拍攝內容、以真人秀出演成員班底為主要班底進行拍攝的電影。

「綜藝大電影」的行銷對象是為以粉絲為主的年輕大眾，所以其行銷對象與口碑評價對象之間有無法調和的矛盾。通過商業化操作模式獲取一定票房，但對於口碑評價來說，這一塊的中國電影閱聽人藝術修養良莠不齊，明星效應的光環下對電影藝術水準的評價通常有失公允，網絡影評、影評人所撰文章是否確實來自對電影美學的專業性、抑或來自商業評論均未可知。

從電影美學角度給予批判的是影評專家及傳統電影人；從電影宣傳角度給予讚譽的是商業宣傳的媒體管道；從不比綜藝節目本身而給予消極評價的是被綜藝培養了較高期望、並非為看電影而去電影院的粉絲——「綜藝大電影」市場究竟最著力哪一塊，其商業行銷目標受眾的不同導致其操作方式不同。

### 三、電影與綜藝：互為矛盾或嘗試共生

電影，主要指的是以影片為媒材，用以承載影響內容和意義的文化形式，並且以其中的唱片為討論對象。在資本主義經濟體系中，電影唱片這種文化形式被資本以產業形態進行製作（即產品生產）、發行（產品流通）和映演（產品消費）；一方面作為一種文化商品完成資本回收獲取剩餘價值，另一方面也作為一種符號載體，與接受者（電影觀眾）產生互動並創造意義（魏鈞，2009，頁 221）。雖然當今的中國依然是以中國特色社會主義為導向，但在市場化經濟運作與經濟全球化帶來的文化全球化流動下，作為本身具備一定商品屬性的電影產業已經進入一個資本主義導向的階段。

電視發明之後，電影的閱聽人受眾自家庭市場逐漸轉變為以年輕人為主的觀影層，中年觀眾更多的選擇在家觀看電視節目的形式進行休閒消費，電影行業逐漸開始嘗試對其針對的閱聽人進行區隔——已經沒有一部影片可

以同時吸引一家老少大小。而電視節目，卻可以做到老少皆宜，以本文所列【跑男】閱聽人群分佈可以看出，綜藝節目是一種較為成功的擴大指定閱聽人範圍的電視機搶佔市場的手段。

目前對綜藝節目的定義眾說紛紜，本文中借叔翼健的定義，綜藝節目泛指那些以娛樂消遣為目的，有演播現場，有主持、嘉賓和觀眾，包含文藝表演、遊戲競技、輕鬆談話等內容的一種節目樣態。從這個定義上說，排除了新聞評論類、專業訪談類、社教類、服務類、劇情類、體育類等節目類型，綜藝節目仍然涵蓋廣泛（叔翼健，2013）。作為娛樂大眾的節目類型，電視綜藝節目從誕生那刻起就天然地具有了大眾性與廣場性，它天然的是一個各種藝術形式、各種文化思想共同表演、對話、碰撞的大舞台（朱述超，2011）。由此可見，綜藝節目是一種以全民狂歡為主的大眾文化性質的節目，而其呈現的螢幕大小在閱聽人的刻板印象中多來自於窄小的電視螢幕，並具有一定的續集性，作為一類本身就不屬於特定類型的節目，綜藝節目和電影的碰撞作為一種吊人口味的創新，在好萊塢與日韓早年就多有嘗試，但多無疾而終——對於電影而言，綜藝節目的介入在任何原有類型中都難以插入，而其過多的娛樂因素又難以與電影本身的藝術美學特性相融合，這樣就導致了新類型電影——「綜藝大電影」的產生。

電影是強調文化藝術的屬性還是商品的屬性？強調文化就必須有文化的內在邏輯，不是商業可以簡單取代的。如果以商業為目的，那麼一切都要服從票房的標準，哪怕不符合藝術創作的規律也必須破舊立新。這成了長久以來永遠的悖論<sup>17</sup>。

在好萊塢等成熟的電影產業中，對於「IP 電影」並沒有作為一個類型進行統整，因為其可以多元變換出歌舞片、科幻片、喜劇片等各類傳統類型電影；但對中國「IP 電影」而言，其更多打的是「青春牌」，在如今的中國電影市場多指涉綜藝 IP、懷舊歌曲 IP、青春小說 IP、網劇 IP 等較為狹窄的面向，故對於中國電影而言，近來的所謂中國「IP 電影」有一定的共同特色：導演跨域、明星效應、龐大投資及年輕受眾群。「綜藝大電影」明顯的優劣

<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)

特性導致其獲得「娛樂性強，藝術性幾乎沒有」的業界批評，但其盈利的速度卻說明觀眾確實在買其的賬。

所以當探尋綜藝電影為何能吸引如此多受眾的時候，大多數網路評論只是以「暫時現象，將無法長存」而消極帶過，如果從一個歷史長河去考量，現在對該類型電影的探索是一個極為短暫的過渡階段。輿論多傾向於認為閱聽人會去影院看「綜藝大電影」，是因為其「移情」心態——因為閱聽人對綜藝節目本身的喜歡，故即使知道該電影其實只是綜藝節目的延伸，還是會去電影院實體化延伸這種虛擬的情感。從長遠看，綜藝大電影是否是「只有眼前的新鮮，映後即速朽<sup>18</sup>」或許已經在這三年間尋找到自己的一種答案——這類電影的熱度會逐漸從銀幕消退，但綜藝真人秀是總在播出並時有新鮮的，綜藝季度間的空窗期需要其餘形式的綜藝外延來穩固其人氣是必要的，那麼如果短期內「綜藝大電影」都是最佳的解決途徑，就去更新其各個電影元素與綜藝本體之間的聯結，以延緩其衰退的速度，並在該衰退以前得到理想的經濟效益。

## 參、【跑男】綜藝大電影個案分析

對當今的中國電影業來說，因為中國經濟文化發展迅速，所以文化市場在不斷擴張，中國的閱聽人在高速接收來自世界各地的新訊息的時候其慾望層次也在不斷多元化和豐富化，因此在一部分電影批評論者對「綜藝大電影」的藝術性與社會性提出質疑、抨擊其對業界生態有所破壞的同時，依然有一部分聲音對以「綜藝大電影」為代表的一類新興 IP（知識產權）的出現表示期待，並因此期望推動電影行業跨界寫作和更優化的產業鏈探索。

本研究採用「綜藝大電影」中的佼佼者【跑男】電影版作為研究對象，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) 代表性強：【奔跑吧兄弟】電影與 2015 年 1 月 30 日上映，是綜藝電影的先鋒之一，並取得了極為優秀的票房，3 天票房達到 2.3 億人民幣。

(二) 時間性近：【奔跑吧兄弟】自 2013 年才開播，至今發展勢頭強勁，已經播出到第五季且收視率依舊驚人，其發展更加貼近當下的中國電影產業發展歷程。

(三) 收視率領先：【跑男】第二季首播第一期全國網收視率為 4.794，收視份額 15.1%，其中收視率創造了節目首播的新紀錄，毫無懸念獲得同時段收視第一，當下剛新鮮出爐的第五季第一集依舊是收視率第一名，並在如今的不斷播出中正刷新自身的討論熱度。

(四) 題材豐富：從韓國 SBS 引進的老牌王牌綜藝節目“Running Man”綜藝節目架構成熟，明星號召力強，在其中表現出友情、親情等諸多方面的主題，使其展現非常豐富。從 2010 年至今連續 5 年榮獲 SBS 演藝大賞等韓國重量級節目獎項，在韓國綜藝中具有非常高的地位，其與浙江衛視合作打造的【跑男】自伊始曾在套用“Running Man”模式的基礎上，由韓國拍攝團隊進行過帶領，故在外國綜藝引進改良中具有一定的代表性。

(五) 續航力強：根據目前播出的【跑男】的收視率不難想見其續航力良好，而【跑男】的收視率一度刷新自身乃至所有綜藝節目的收視記錄，故其長久發展是有一定潛能的，具有一定的研究價值。

## 一、綜藝【跑男】與其「韓流在地化效應」

作為本身就是母體來自韓國的綜藝節目，【跑男】的綜藝元素本身是非常吸引主力迎合對象——年輕閱聽人的重點，但能夠在如此眾多的綜藝真人秀中脫穎而出，還因為其情節與明星等綜藝組成部分的「韓流在地化」。

如何塑造其「中華性」，以博得其指定的中國閱聽人市場的關注與共鳴，從而取得其商業利益與市場份額，並延續當今全球化國界去邊界化情境下「中華民族」在年輕人心目中的地位，對綜藝節目來說，其各項基本要素都有可以在地優化的可能，比如地點、遊戲方式、明星嘉賓和熱點事件等。如何利用韓國綜藝母體的優點，減少影響閱聽人的韓流文化隱形殖民，在在地

接收與改良上，【跑男】製作團隊總負責人俞杭英曾表示：【跑男】綜藝製作團隊「背負著更大的心理壓力：第一期節目播出後，我們在後期的剪輯理念上進行了調改。觀眾喜歡熱鬧好玩的開場，要把「燒腦」的遊戲設計解釋得相對清楚明白，同時中國觀眾喜歡看到更多自己熟悉的東西……在設計上，我們更多地結合中國的地域特色和傳統文化（俞杭英，序言）。」可見從綜藝節目開始，【跑男】團隊就發現了韓流在地化改良的重要性，由於【跑男】綜藝大電影本身亦可以算是作為綜藝節目的延續特輯，故本文梳理了【跑男】綜藝節目在大電影前後兩季較有特色的【跑男】綜藝基本資訊：

表三：【跑男】綜藝節目歷期基本資訊

季數	期數	日期	地點	嘉賓	中國傳統文化元素	中國流行文化元素	備註
1	1	20141010	浙江杭州： 雷峰塔 西湖	馬蘇（中） 寶驍（中） 金鐘國（韓）	寶物：「馬到功成」 玉座 線索：十二生肖順序 任務：包春餅考驗記 憶力	小蘋果廣場 舞 印象西湖介 紹	
1	2	20141017	浙江嘉興： 烏鎮西柵景 區龍形田 烏鎮西柵景 區昭明書院	古力娜紮（中） 唐藝昕（中張藍 心（中） 謝依霖（台）	民國服裝、地方 方言 劇情：白蛇傳故 事 線索：中國十 大名花	還珠格格 大話西遊故 事	關聯中國著名古 裝劇「還珠格格」 系列
1	3	20141024	韓國首爾：	王麗坤（中）	劇情：中國古代	「人在囧途」	明星：韓流先鋒
	4	20141031		林更新（中） 歐弟（台）	宮廷戲串聯	電影 宋祖英「辣妹 子」等歌曲 貓抓老鼠遊 戲	G-dragon 行銷：出現明顯 蘇寧易購盒子、 中韓對抗

轉「在地口味」為「市場訴求」

1	8	2014112	甘肅敦煌： 溫都爾廟 敦煌古城 陽關	於震（中） 關喆（中） 郭彥甫（台） 郭彥均（台）	劇情：西域通 商， 中國西部大漠之 上 角色：黑幫、茶 商、保鏢、藥材 商販、絲綢商 人、鐵匠、酒商 線索：「細作」情 節		
1	1	2014121	湖北武漢： 武漢漢街 武漢 181	袁弘（中） 張歆藝（中） 郭京飛（中）	武漢：楚河漢街 主題：楚漢之爭	「你畫我猜」 遊戲	互動：觀眾互動 開始大量增加
S P	1	150123	綜藝晚會 頒獎盛典	陳羽凡（中） （重） 胡海泉（中） （重） 羅志祥（台） 王心凌（台） G-dragon（韓）			行銷： ①現場預告「奔 跑吧兄弟」大電 影；4 月第二季 跑男 ②公益計畫捐錢
電 影	1	150131	綜藝特集				
2	3	150501	浙江杭州： 西溪濕地 西溪天堂	宋佳（中） 歐弟（台）（重）	道具：麻將 中國流行 廣場舞：小 蘋果		互動：大量觀眾 互動 行銷：夾瓶子是 安慕希牛奶
2	5	150515	浙江金華： 橫店影視城	杜淳（中） 吳奇隆（台）	角色：錦衣衛& 東廠（明朝）		情節：內奸

			(青龍街、玄 武湖、白虎 潭、朱雀樓)	陳喬恩 (台)	道具 :捲軸型戰 書	
2	1	150619	(北京密雲縣) 司馬台長城 密雲古北水 鎮	白百何 (中)(重) 井柏然 (中) 鐘漢良 (港)	西域通商古鎮 續集 商隊	行銷 : 特別贊 助、特約、汽車... 越來越多

資料來源：本研究整理

從以上【跑男】節目可以看出其極力擺脫韓國綜藝原體劇本以韓流在地化改良、中華文化回歸為訴求，意圖打造自身的文化品牌，也就是一個新的 IP：【跑男】：

(一) 嘉賓：既和韓國母體相呼應。同時根據收視反饋、觀眾討論等進行嘉賓選擇或重複利用，並且根據中國國情特殊性，權衡兩岸三地的明星共同參與；

(二) 選址：延續韓國母體的多元觀光景點選址以促進文化品牌的對外宣揚，但同時在介紹選址過程中加入大量中華文化要素；

(三) 情節：在細節上增加了中國自身的實事熱點，比如順應畢業季的「高校爭霸戰」等，同時通過西域文化、明朝文化、民國文化等各種情節彰顯中華文化五千年的燦爛悠久，增進節目的多元化觀感。無論是劇情、細節、道具都採用了一種中國傳統文化+流行文化並行的、只適用於中國本土國情的雙線結合的呈現；

(四) 主題：延續韓國母體與中華民族類似的「永不服輸精神」，同時兼備中華民族特色傳統精神：「娛樂與『健康』皆備、永不言棄的耐性比拼、跟隨國家政策趨勢的社會『正能量』等，通過成員們的口說隱性強化」；

(五) 行銷：行銷方面韓國母體的廣告行銷較為軟性並較少，而中國的【跑男】非常順應當今中國廣告市場的極度商業化、文化泡沫化導向，自第

二季開始愈發通過炒緋聞、硬性展現等方式進行硬性植入，也造成了一部分閱聽人的審美疲勞，導致潛在一季閱聽群體的流失。

毫無疑問【跑男】在播出的當時是成功的，在這樣的背景下，如何維持節目的吸引力、為後續季度的續集作預熱？創新和季與季之間空窗期的填補成為其關鍵，對綜藝本體來說，其創新效能有限，而收視率的節節上升導致製作方難以放棄中國傳統賀歲檔電影行業的誘人吸引力，繼而在【跑男】綜藝節目已經有較為成熟的摸索下，以綜藝製作團隊的思考模式，進發賀歲電影檔，從而出現基於【跑男】的「綜藝大電影」現象。

## 二、電影【跑男】與其綜藝本體的連續與分裂

首先，從電影【跑男】與綜藝本體的連續性上來看：承上分析的諸個要素，【跑男】電影幾乎都在延續，其中只有行銷置入的部分幾乎完全消失，而這背後的原因似乎是一半對電影的忠誠、一半的無可奈何：「我們在拍攝的時候，首先考慮的是劇情、場景、服裝造型的設計，很多東西沒有辦法做植入。另外，因為時間短的原因，很多廣告的合作需要時間去做精心設計和溝通，在這麼短的時間內，我們只是在有限時間內完成一部好看的電影。」

19

---

<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>

表五：【跑男】綜藝大電影作為綜藝

綜藝主題	和之前各期綜藝相符合，為綜藝本體的主旨。
綜藝情節	與一期綜藝節目基本相符合，為分組闖關性質節目，有兩個團隊，需要 PK，並埋伏有「細作」需要成員們自行推理尋找。
綜藝嘉賓	【跑男】綜藝的大部分成員及幾期節目嘉賓、韓國【跑男】綜藝成員金鐘國。 與綜藝的兩岸三地嘉賓及韓國外援相符合。
綜藝選址	海南三亞千古情景區，具有三亞傳統女性形象的南海女神像、仿古建築（內含中國古代寺廟、殿、祠堂）的崖州古城、原始黎族居住區黎村等。 與之前綜藝選址多在具備中國傳統文化風情之區域相符合。
綜藝情節	主角之一李晨的形象為「穿越」設計，符合當今中國年輕人喜好；成員在古城中各種仿古商鋪中進行尋寶，道具有篆刻、射箭、花布繡、敲鐘、酒壺... 與綜藝的結合中國傳統文化與流行文化雙線的性質相符合。
綜藝行銷	與綜藝的大量植入相反，幾乎沒有廣告植入。

資料來源：本研究整理

其次，從電影【跑男】與綜藝本體的分裂上、即其真正的電影製作元素上來看：【跑男】綜藝大電影在作為一個綜藝節目與電影結合的嘗試下，一個綜藝節目的製作團隊從製作到行銷依然盡量交出了一份較為電影化的成績：

表六：【跑男】綜藝大電影作為電影

電影故事層面	
電影主題	「歌頌人與人之間最基本信任」
電影情節	先通過【跑男】綜藝花絮剪輯對其進行了簡介，隨後因為「奔跑團再集結，又一期節目要開始錄製了」的短信，分散在各地從事不同職業的跑男成員們在中國三亞重新聚集，嘉賓伊一以「笨熊旅行團」導遊的身份出現，給他們佈置了不同的闖關任務，結果這些任務背後卻另有陰謀...  與綜藝不同的是，伊一作為團隊外者，只是大部分在演出一個導遊身份而非闖關組合成員，且加入了電影式的委屈、糾紛、回憶等
電影演員	【跑男】綜藝的大部分成員及幾期節目嘉賓、韓國【跑男】綜藝成員金鐘國
電影技術層面	
電影聲音	電影形式的畫外音敘述； 電影形式的優質配樂
電影畫面	電影形式的後期進行調色，顯得充滿油畫質感
電影剪輯	電影形式的鏡頭推拉搖移升降用； 增加慢鏡頭、快鏡頭等，增加蒙太奇。
電影基本資訊層面	
導演	胡笳：知名電影導演 岑俊義：【跑男】綜藝前三季導演
編劇	張一白等：中國第六代導演之一，知名電視劇、電影導演
製片	李亞平：中國知名電影製片人
時長	87min
拍攝週期	6 天
拍攝到拿到放映 許可證	50 多天

資料來源：本研究整理

從電影角度的分析可以看出，首先電影製作方為了貼切電影而選擇了知名電影團隊為創作主力，並且在電影最重要的劇情部分為求電影化效果而多了故事性，但這種電影故事卻恰恰讓最願意花錢進影院的綜藝粉絲感到有些牽強，而【跑男】綜藝最著名的環節「撕名牌」以及與觀眾的互動因為電影性質的原因無法加入，導致更多的綜藝粉絲的共鳴缺失，進而對其產生較為不滿的評價；同時，在貼近電影化的同時，團隊又需要為了綜藝效應的原因迅速拍攝、迅速宣傳、迅速預熱、迅速上檔，這又不符合電影基本的雕琢速度，也打不到一定的效果。

按其製作人李亞平的話說，「我們前期花了三四個月的時間，試圖構建一個好故事。我們給奔跑團成員每個人都設置了虛擬身份，設定了戲劇動作和終極任務。同時我們非常固執地組建了一個電影攝製班底...但是在片場，電影攝影機和真人秀遭遇了衝突，變成了「強對抗關係」，愛麗莎攝影機無法找到「奔跑的兄弟」，導演頻繁喊 CUT，演員不知道自己到底是本人還是角色，無所適從...「刻意電影化」的努力，都失敗了。」<sup>20</sup>

傳統電影人對此表示理解，戴錦華（2015）對於現在的「粉絲電影」態度非常堅決：「分析這些電影的文化意義都是無用功，因為它們的自身定位、行銷市場、觀眾接收方式都與文化表達、社會意義無關，非要給它一個靈魂，就是無用功。他們只是現象，不是文本，無法走到文化研究的領域，所有的意義都是常識爛套，無需解讀，毫不內在。」這樣的表述也表明當代傳統電影人對這類綜藝化電影現象背後語境的關注。

可是傳統電影人的看法或許只是聚焦在電影的藝術美學，卻不夠長遠與全面。我們應該看到的是，「綜藝大電影」既做到了在地化的綜藝改良，也具備了一部具有電影屬性的電影的基本要素，它不是沒有努力，而只是仍舊在改良的道路上，沒找到更好的結合綜藝與電影的方式。

從創意與否的角度而言，「綜藝大電影」確實是有創意的，其創意來自將綜藝作為一個現有知識產權，既免除了創作全新電影劇本的繁瑣與時間損

---

<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)



耗，又可以確實以電影文本的形式呈現出一個混合類型的新電影；閱聽人可以說「綜藝大電影」的綜藝原型並無創意，但不可否認新類型電影的吸引力。

或許綜藝大電影更加注重短期內的商業利益，但隨著 2017 年其雖衰落卻始終出現、劇情架構翻新再寫，電視綜藝人對跨領域的熱情並未冷卻。有這種商業利益的驅動、跨領域整合的探索激情，再基於中國當今電影市場的低迷，「綜藝大電影」帶來的是電影業的活化和更多的反思。

但相比較對電影業來說相對樂觀的肯定，對中國綜藝界來說，「綜藝大電影」的探索無論是否成功，都並非一件喜人的事情。綜藝 IP 本身有一個與閱聽人之間的蜜月期，熱度過後如何維持可以靠一次、兩次「綜藝大電影」，但其培育閱聽人粘性的源頭應來自綜藝本身。

相較之其他 IP（比如文學作品及音樂）出現即固定了的樣貌，綜藝自身彈性是非常大的，這也是其在整個中國 IP 類電影大行其道的當下，發展短期速度極快但週期極短的原因——閱聽人想經由螢幕懷念其他 IP 只能看電影，而閱聽人想再看綜藝原班人馬更加期待的是新的一季綜藝。綜藝電影帶來更多對新一季綜藝的期待，也會導致綜藝的更新壓力更大更難。如何在綜藝本身進行優化，才是最需要擔憂的。

## 肆、結論

原中國國家廣播電視總局電影局局長劉建中在 2006 統計電影論壇發言曾指出，目前中國電影業界存在的問題是影片數量雖然上升了，但適應市場的競品力作還是很少。這可謂切中了一定的業界要害，也道出【跑男】綜藝大電影出現的原因——中國電影市場仍屬於一切未知且盲目接收與反饋的狀態。自 IP 電影發展至今的幾年來，其愈發成為一種「高票房低口碑」的惡性循環。在 IP 紮堆的 2016 年暑假，截至七月底，全國電影院單月總票房約為 45 億元，比去年同期下降了 10 個億，降幅達 18.2%，這是近五年來中國電影暑期檔首次出現票房負增長的情況。<sup>21</sup>

---

<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>

「綜藝大電影」能夠得以發展，與其背後中國電影業的發展歷史和韓流入侵都是分不開的，也體現了一種當今消費社會對文化的商業化取向。在一個資本主義性質的市場上，作為一種前景模糊、看似衰敗的行業，電影作為一種大眾傳媒的媒介，急需新的探索與挑戰。「綜藝大電影」的出現正是基於行業自身的缺口和電影藝術商業化導向的市場需求，它的出現並非偶然，也折射出電影業的迷茫。

而「綜藝大電影」的綜藝本體通常來源於韓流，如何在全球化的當代演變它國綜藝為己所用，並通過最容易被閱聽人吸收的大眾媒介引導民族文化與意識形態的樹立，讓綜藝通常因地制宜、產生了中國特色的嶄新架構，光是對外國文化的重新包裝還不夠，能夠在中國電影電視行業持續發展，又再基於中國大眾傳媒的現狀尋找跨領域的利基市場。這樣的對內變革和對外拓展，使得【跑男】至今歷時 4 年依舊年年推出年年熱，成為中國製造的「外國綜藝」的發展藍本。

綜藝延伸的「綜藝大電影」本身就是新的類型片，當然不應該與傳統類型片要求相同。或許其正重新為電影的範圍做了定義，也正在改變中國電影人的思維。在這類電影中，中國電影的政治性訴求、商業性利益和藝術性三者尚且在探索如何權衡。如果從單純電影藝術的角度，或許「綜藝大電影」依舊有所缺失，但從它對中國電影業的探索上的貢獻、它帶來的電影市場的資本活躍運轉，「綜藝大電影」都是一個成功的案例。畢竟，它依舊在自我探索，接受了失敗，並嘗試更新，做總比沒做好，有變革總比一成不變好。

總的來說，「綜藝大電影」在中國電影行業的出現與不斷自我變革，是一種較好的現象。

值得注意的是，當「IP 電影」愈發逐漸成為「挨批電影」，這樣的反響多來自與閱聽人。

對閱聽人來說，過量 IP 已經造成審美麻木。雖然對中國電影史而言，四年的「綜藝大電影」的探索只是其中滄海一粟，但對當今接受新文化速度極快的閱聽人而言，四年還沒有尋找到「綜藝大電影」的一種成功的系統化製作範本，已經讓閱聽人感到疲累。「綜藝大電影」作為電影，其拍攝週期和放映週期一定無法與綜藝相比，「綜藝大電影」的成功對綜藝而言除了商

業回流、活絡中國電影產業，對綜藝本體的影響何在？在電影探索上的成功並不能掩蓋其綜藝本體一季又一季製作快、創意更新慢的痛點。而這，又是另一個業界——中國綜藝界需要思考的問題了。

## 參考書目

- CHR 電影營銷研究小組編著（2010）。《中國電影整合營銷關鍵報告》。北京：中國電影。
- 田卉群（2009）。《探尋：中國電影的本土化與類型化之路》。北京：中國電影。
- 朱述超（2011）。〈中國電視綜藝節目：狂歡化與公共領域〉，《當代傳播》，1: 58-60。
- 李燕（2007）。〈「資本為王」時代的中國電影產業分析〉。西北大學碩士論文。
- 叔翼健（2013）。〈我國當代電視綜藝節目娛樂文化現象解讀〉，《新聞界》，15: 31-35。
- 陳林俠（2015）。〈文學性與當下中國電影的競爭力——以北美電影市場為樣本〉，《浙江學刊》，1: 15。
- 陳旭光（2013）。〈大眾、大眾文化與電影的「大眾文化化」——當下中國電影生態的「大眾文化」視角審視〉，《藝術百家》，3: 35-40。
- 陳智凱（2010）。《消費是一種翻譯》。台北：博雅書屋。
- 張君玫譯（1996）。《消費》。台北：巨流。（原著 Bocoek, R. [1993]. *Consumption*. New York, NY: Routledge）
- 蔡亞旭（2011）。〈消費語境下的中國電影電視批判〉，《電影文學》，20: 14-15。
- 劉精明譯（2000）。《消費文化與後現代主義》。南京：譯林出版社。（原著 Featherstone, M. [1990]. *Consumer culture and postmodernism*. New York, NY: Sage）
- 閻懷蘭（2011）。〈新時期中國電影娛樂化趨勢的原因探析〉，《廣東海洋大學學報》，31(5): 68-71。
- 魏玟（2009）。〈資本興衰，國家進退：台灣電影產業的歷史分析〉，卓越新聞獎基金會（編）《台灣傳媒再解構》，頁 221-238。台北：巨流。
- 戴錦華（2015）。〈對話北京大學教授戴錦華〉，張晨子（編）《大眾電影》，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

## 納粹年代、聯合國教科文組織、批判理論與工會\*

約爾格·貝克  
(Jörg Becker)



篇 名：The Nazi Era, UNESCO, Critical theories and the trade union  
訪 談 者：Sašo Brlek Slaček and Jernej Amon Prodnik  
譯 者：馮建三\*\*

### 本文引用格式

馮建三譯（2017）。〈納粹年代、聯合國教科文組織、批判理論與工會〉。  
《傳播、文化與政治》，6: 193-223。

---

投稿日期：2016 年 4 月 5 日；通過日期：2017 年 4 月 25 日。

編按：創刊伊始，本刊就很重視國際傳播與批判理論及其歷史，這篇稿件由編輯顧問邱林川教授引介，貝克教授與訪談者欣然同意在本刊發表。

\*「世界資訊高峰會議」2015 年在維亞納召開期間，史雷塞（Sašo Brlek Slaček）與普羅尼克（Jernej Amon Prodnik）於 6 月 4 日聯合訪問了貝克（Jörg Becker）教授。

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

SBS (Sašo Brlek Slaček, 以下簡稱 SBS)：最近你出版了伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼 (Elisabeth Noelle-Neumann) 的傳記，爭議四起，在德國捲動風雲。有些主流報紙的反應相當激烈。我讀了《法蘭克福匯報》(the *Frankfurter Allgemeine Zeitung*) 的書評，覺得該報甚至對號入座，認為這本書是對他們的攻擊。也許你願意對這場爭論多作些解釋。為什麼你這本書引起這麼大的爭議，你又為什麼認為諾艾爾-諾依曼會有這麼重要，讓你還得撰寫這本傳記？

JB (Jörg Becker, 以下簡稱 JB)：我得先就《法蘭克福匯報》的書評說幾句話。該篇文章不只是對我發動攻擊，你還得看看是誰寫了這篇書評，你也得知道，伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼與《法蘭克福匯報》有不同層次的連結。首先，諾艾爾-諾依曼在納粹年代在《法蘭克福日報》(the *Frankfurter Zeitung*) 擔任記者，該報則從許多面向來說，都是 1945 年以後才出現的《法蘭克福匯報》之前身。她與《法蘭克福日報》的各種社會連結，密切到她的博士論文是由《法蘭克福日報》發行人擁有部分股權的印刷廠承印。其次，諾艾爾-諾依曼在 1945 年以後，仍有許多年以契約合同方式，為《法蘭克福匯報》工作了許多年，她所主持的「民意調查研究所」(Institut für Demoskopie) 有很多成果都在這裡發表。

誰又是在《法蘭克福匯報》撰寫書評，反對拙著的人呢？他是邁克爾·沃爾夫佐恩 (Michael Wolffsohn)，他是慕尼黑德國陸軍大學的退休史學教授。根據維基百科的說法(參見 [https://de.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Wolffsohn](https://de.wikipedia.org/wiki/Michael_Wolffsohn))，許多年來他都捲入某些政治衝突，難以自拔，他在政治光譜上是極右派，這樣說來我倒是可以自豪，得到這號人物詛咒我這本書。

還得補充的是，我曾經也經常向《法蘭克福匯報》供稿，所以在我看來，該篇書評是對我個人的攻擊。為了這個原因，我不再以自由作家的身份為這家報紙寫稿。我寫了一封掛號信給最近去世的主編法蘭克·席爾馬赫爾 (Frank Schirrmacher)，我說，「如果你們沒有公開道歉，我不再為你們的報紙寫作。」可想而知，我當然未曾得到回覆。《法蘭克福匯報》有位不願具名的編輯對沃爾夫佐恩的書評，有這個評論：「我們編輯部是有些『前朝遺老』，

那些早一個世代的編輯緊抓著當時的既成傳統，忠貞不渝。沃爾夫佐恩的書評得以刊登，很有可能是因為當天自由派的席爾馬赫爾不在編輯部。」

我的意思是：任何人都能寫篇評論，也能攻擊我，但總得維持一定水準的道德標準。只是這篇就僅止於人身攻擊，姿態頗為挑釁，這多少就會讓人覺得，根本毫無公允可言。還有，你也得注意，拙著問世八個星期之間，未曾有任何反應，然後，這篇書評刊出了。這實在奇怪。這本書的主角是戰後德國長達 45 年間，最有權勢的知名政治顧問與媒體名人之一，但發行全德國的大型報紙，似乎完全漠視無動於衷。書出六到八週之間，啥動靜也沒有。接下來的十四天，德國最重要的一些報紙刊登了四篇非常負面的評論。我要說的是，我不是傻子。這個情況讓人嗅出，整體反應必有人協調策動。好了，我的開場白就說到這裡。

我為什麼要寫一本書談伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼？理由有很多個。最重要的原因是 1945 年以後的德國她在傳播研究這個領域無疑是一位重要並且至今相干的人物。不但是在德國，在國際上，亦復如是。不過，有些在德國的人單只是以謠言為尚，就說她必然與納粹有某種瓜葛。但是，在德國傳播學界之內，沒有人就此有任何認真嚴肅與紮實的研究，並且也沒有任何人對此進行系統的研究。甚至，她在納粹年間撰寫的新聞報導或評論，也沒有完整的蒐集。（順帶一說，到現在也沒有。）所有這些都是在謠傳去謠言來。每當有人指控，她很輕易就能反擊，原因在此，她只消說根本沒有任何值得採信的證據存在。

就因為她是最重要的公眾人物之一，我才認定是有必要審視她是否與納粹存在任何瓜葛，因此我得就此進行一些認真並系統的研究。出於方法論的考量，我說認真嚴肅，是指我的研究必須以公開可以取得之檔與公共檔案為準。僅公開可以取得之檔，我才運用，因為唯有這些才經得起公開監督。與此對照，各種自傳與私人信函無不已經高度篩選，通常無法通過其他來源給予客觀核實。最成問題的是伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼自己的私人檔案。除了私人持有者知道該檔案的篩選標準，別無他人能夠確認該檔案是否會釋出檔，對伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼的聲譽，造成負面影響。換句話說，該私人檔案可能會有偏差。管理與維護該檔案的人是她的養子拉爾夫 - 埃裏希·施

密特 - 諾勒爾 (Ralph-Erich Schmidt-Noelle)，他是唯一擁有權利根據自己所設標準來管理檔案的人。

投入許多公共檔案浸淫許久之後，如同我先前已經提及，大量很重要的新事實浮現了。比如，1945 至 1950 年代之間，有五份德國或美國官員的檔，包含一個以上的下列指控：此人對於德國民主實在危險，因為她與納粹相處融洽，她也寫了反美的一些文章，她在她新建的民意研究所所運用的方法，沒有效度；我們不會讓她在新德國工作。以前，社會大眾並不知道這五份文件的存在。除了這五份檔，我還將放在不同國家的許多檔案之材料，兜攏在一起，成就了全豹、整個圖像。這是如同馬賽克一般的拼圖。整體說來，我的書有這個基本論點：諾艾爾-諾依曼對傳播與民意的基本想法，以及她對民意何以對於政府與人民的關係有其重要性，她對這個領域的所有想法，在 1940 年的博士論文及她在 1980 年所提出所謂「沈默螺旋」的理論，從來沒有變過，而是穩定持恆，前後相同。

至今我還是認為拙著的研究良好，論證很能站得住腳。即便筆者有些地方是有失誤－其中是有很糟糕的錯誤，本不該出現－但我的主要論點可以屹立，憑藉這一點，我想這本書對於批判思考，就很有必要了。

SBS：但是這本書現在無法流通，因為她的養子也就是其繼承人對你提出了法律訴訟。

JB：確實如此。出版社、我自己，以及拉爾夫 - 埃裏希·施密特 - 諾勒爾在 2013 年 6 月 20 日於科隆法庭協議，要在書中插入一紙更正，再做發行。但是幾天之後，出版社要求，未來任何法庭支出，我得自己支付，若我同意，他們才願意發行剩餘的圖書。假使我簽字同意，他們就會繼續發行這本書。但我說，假使這樣風險難以估計，我不能簽署。出版社因此將著作權交還給我，並把剩下的幾百本書銷毀，化作紙漿了。

JAP (Jernej Amon Prodnik，以下簡稱 JAP)：那麼，對於更為抽象的自由主義之言論自由概念，這起事情究竟意味什麼？



JB：我得把這件事說清楚，端視你出生的地方採用什麼法律系統。若是在美國，第一憲法修正案的傳統就能確保，我或拙著都不會有任何麻煩，這很清楚。很不幸，我是在德國，不是美國。我的所有美國朋友都是難以置信，他們說這是言論檢查。就說個例子，美國的《傳播季刊》（*Journal of Communication*）在1996年刊登了克里斯多夫·辛普森（Christopher Simpson）談諾艾爾-諾依曼的論文，他把她的新聞寫作，與蓋世太保特勤局的報告，作了對比。但在美國，辛普森不可能落得遭人提起法律起訴的風險，因為有第一憲法修正案的保障。

然而德國的法律情境不同。我以侵犯亡者人格權的罪名被起訴。但是法律觀點先不消說，就說回政治，這種法律說法（絕非僅有我的例子）很明顯就是要讓有爭議的書不能上市；特別是論及納粹年代人們的各種活動。這個道理很清楚。

JAP：在我看來，真正有意思的是，檢查你著作的實際上不是國家。到頭來，應該說是出版商。

JB：放入結構來說，這特別是政治、法律與經濟的德國混合體檢查了我的書。出版商是這個問題的一個部分。在正常的情况，出版商與作者會先簽約，簽訂了契約就意味兩造之間，存在忠誠關係。過去我的作者身份所注意的部分，只是行文風格與文法。同時，作者如我還得通過電子方式處理我的文本，對於出版商來說，這就與先前有了不同，他們不必再支付打字排版等費用。還有很多出版商要求作者要提供完整的版樣。作者與出版商諸如此類的關係完全沒有公平可言，作者的負擔比出版商大了許多。說回我這本書，容許我這麼說，不僅只是分攤並不公允，研究所耗用的成本也是：為了寫有關伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼這本書，幾年來我投入在可供驗證的檔案成本，就有好幾千歐元。我的出版商倒是有些正面的表現，它花了不少錢在校對，作得很好。

從這個攻擊我的案例，我自己也學了一課，亦即我也得從法律上檢視自己的文本。但是，我不是律師，出版商通常會有律師團。他們應該早就要跟

我諮商，也應該給我些建議，哪些能寫哪些不能寫。我無法對這些負責。我怎麼知道？這是高度專門化的領域，出版商應該早就要給我諮詢。若有這個步驟，我就會是第一個說話的人，「好了，那我們就刪除這兩行好了。」這個作法對於我要在書中表達的意思，並不會有任何總體效度的改變。

JAP：那麼，究竟主要爭議點是哪些？這位繼承人，也就是養子提出的理由是什麼？

JB：我在這裡犯了個錯，該被批評。不過，我是在 2013 年 8 月號的雜誌 *Publicissimus*，公開承認了這個錯誤。關於兩份剷除納粹化的文件，我對字詞差異解釋，出了差池，因為我對特赦法律一無所悉，我忽略了這一點。

不過，科隆地區法院當時的詳細說法有些意思。拉爾夫 - 埃裏希·施密特 - 諾勒爾在 2013 年 5 月 16 日提出申請，要求科隆地區法院執行臨時禁制令，不讓我及我的出版商在我那本書使用這樣那樣的陳述。法院並沒有同意其請，而是召開公聽會。對於我在書中的某些陳述，法院並不反對，但對另一些陳述則有意見，因此，法庭的宣判詞說，比如，使用「值得商榷」（questionable）這個詞而不是「偽造」（forged），並無不可。在這個背景理解下，法庭建議雙方和解。雙方律師最後敲定了和解的內容，科隆地區法院記錄在案，施密特 - 諾勒爾與出版商及我，也都接受這個和解。開庭支出由出版商及我承擔 60%，施密特 - 諾勒爾承擔 40%。兩個事實顯示，就這次的法律訴訟來說，再怎麼說我也不能說是「大輸家」，因為，比如，依照科隆地區法院的意見，若是使用「值得商榷」而不是「偽造」（forged），並無不可；其次，開庭支出的分配方式顯示法庭已經仔細考量雙方的情況。

在法庭裁定後，這位養子要求我簽署「停止和終止聲明」。但簽署諸如此類的聲明並不表示他正確我錯誤。簽署「停止和終止聲明」僅只是說我不能重複這些行為。因此我就簽了，表示不再重複這些陳述。我不是簽署承認他正確而我犯了某些錯誤。但這些也是法律問題，我想這次訪談不要有太多篇幅處理這些法律問題才好。

JAP：這件事情一定讓你覺得渾身不對勁。

JB：就一方面來說，確實如此。但是就另一方面說，來自世界各地對於這個案例的關切與團結致意的人很多，這又讓我在感情上非常地受用。

JAP：歷經了那些年歲的研究之後...

JB：這當然無消再說了。但容許我作個綜合的解釋。我自認為，若要就過往的納粹德國，還不僅只是關於伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼，而是其他所有從事傳播的人，那麼，我這本書的重要性就會無與倫比。即便有人對我的書採取批判的觀點，他們也必得承認這是一本設定標準的著作。比如，《南方信使》（*the Südkurier*）在 2013 年 5 月刊登了傅力克（Uli Fricker）的書評。羅以班（Karl-Heinz Reuband）2014 年在《科隆社會學和社會心理學刊》（*Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*）出版了出言嚴厲的批判，但他在這份知名刊物的這篇咬定我有錯的書評，還是不得不說：「貝克這本著作就是先驅前鋒之作。」這本書將近 400 頁，包括總計約有 55 的頁 1 千 2 百個註解。篇幅浩繁難免有些閃失。但是，自有其他人可以延續這個工作，若然，我的書就可以成為起立足點。我這本書陳述了許多許多不為人知的事實，我自認為作了一件好事。

我的名聲自然因為這場危機而受損，但我挺得住。我有自知之明，批判研究在我的國家，地位為難。對我來說這個遭遇並不新鮮。我的存在與生活，部分情境就是這樣。這本書也不是僅有的一次，以前，也有人對我的研究成果提出很惡劣的批評。

我還可以再舉個例子。1990 年代相關單位邀請我對德國公共電視台的亞洲「德國之聲」（*Deutsche Welle*），作個研究。當時我就找了六位東南亞國家的專家，並與他們簽約執行該項研究。根據契約，我列出了一些問題，讓他們各自在其國家進行研究。提出的問題是，「請將德國之聲-電視台在貴國的大致情況，給個素描，誰在看、看哪些節目...等等」。對我來說，得自六個國家的發現再也清楚不過了：在東南亞商業電視的激烈競爭背景中，德國

之聲的節目根本就完全無關，沒有人再看，再者，當時其節目都是數位傳送——那是 1990 年代。從技術面來說，也僅有五星大飯店能接收德國之聲的電視訊號。所以，結果可想而知，一清二楚。我因此就說，這根本就是浪費金錢，應該停止。為此我當然立刻招來政治重擊，不但「德國之聲」大肆抨擊，社會民主黨及部分保守黨人也轟得不亦樂乎，他們的批評是他們稱之為邇邊的研究方法（這總是首先會被挑出的一點），又說，我根本不瞭解德國海外電視廣播的哲學。有趣的是，一或兩年前，「德國之聲」把其海外電視節目從德語，換成了英語，它最後所轉換的，就是我早先那個研究所提議的作法。

我一輩子所寫的書及我執行的研究，有很多都引起了爭論，但也只有伊莉莎白·諾艾爾-諾依曼這個案例，我才第一次碰到法律的麻煩。對我來說，這還真是新鮮的事。我的研究引起了爭議，我倒覺得挺讓人自豪。在資本主義社會，大多數人都提不起市民勇氣作些主流以外的事情，我們還能怎麼樣呢？

所以說，這是結構的也是個人的問題：你有力量作些不在主流的事情嗎？我從來不願意生活隨波逐流。如今年歲更長，我更不願意。

**SBS：**這樣說來，你的意思是諾艾爾-諾依曼不但擁有影響力，並且對於領導人與群眾關係的看法，還是相同，這種看法在更早以前，就已經存在：比如，（法國的）勒龐（Gustave Le Bon）所寫的書，墨索里尼（Mussolini）可說是讚不絕口。

**JB：**是這樣，她也是這個看法。不僅只是墨索里尼。你只需讀讀的她博士論文，引用了古斯塔夫·勒龐，這位學者的材料早從 1890 年代就已流通，相當老舊。在該年代與她寫作博論年間，還有很多，很多其他社會心理學家的著作可供引用。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，就已經出版了很多重要的著作，並且，在各大圖書館他的著作與材料很容易就能取得。或者，還有更好的參考著作，這裡是指威廉·賴希（Wilhelm Reich）。他的著作《法西斯主義群眾心理學》在 1933

年就已經出版。假使諾艾爾-諾依曼參考了諸如此類的著作，她也就會有能力解構勒龐那些愚蠢的陳述。

SBS：但是，她究竟有何重要，居然還能將德國的傳媒研究主流，往右推移？

JB：她確實是有很大的影響力。首先，數十年來，她甚至是許多屆保守派政府的顧問，這很重要。她與德國的總理，如康拉德·艾德諾（Adenauer）路德維希·艾哈德（Ludwig Erhard），以及後來的赫爾穆特·柯爾（Helmut Kohl），關係相當密切。所以說，在政治這個層級、選戰活動等等，都是她的主要從事。第二點，她還挺行，等於是在曼茵（Mainz）大學創辦了一個「學派」，就是在這裡她對經驗研究的理解，在傳播研究站定了腳跟。即便是我，也得承認，是她在傳播研究這塊怪異的老朽領域，引入了社會科學的經驗方法；就此來說，她是起了甚至在某些方面，相當正面的作用。這個面向應該正面看待。德國傳播學科的傳統非常觀念論導向，不是社會科學這一回事。它是思想史、文學批評與新聞事業的怪異混合。在這個氛圍下，她引入了經驗研究的方法。不過，我們也得知道，她能夠引入那些經驗方法，根源還是她是其時代、意即納粹時代之子，這是因為將德國各大產業現代化的力量，來自納粹。現代化在德國是與法西斯主義密切關連。有些時候，人們對德國納粹主義的定義，是說它具有非理性與反閃族的定向，這些固然也是納粹的部分。但與此同時，在整個德國的產業現代化，不僅只是軍需武器產業，而是整體產業都進入了成本非常密集形式的現代化。就在這樣的脈絡，經驗研究與社會科學的方法就很有需要了，不只是要在民意研究用到，並且在市場研究也有需要，或者一給個頗有犬儒味道的例子，這些方法用來計算東歐有多少猶太人。把他們逐個計算，要能明確知道他們住在哪裡，那個村莊那個城市，他們多有錢。海量巨量就東歐猶太人的統計工作，就是由德國地理學者與人口學者所執行與完成。

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，並且也試著將他們的理論，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）的年齡差距放入考量。阿多諾當時從美國剛返回，早就是知名的人物，他也已經完成數量旁的大大的研究計畫，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。他是以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（Rene 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，彼此協作卻也相互對抗。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：那麼，在你看來有哪些理由造成這個情況？是因為法蘭克福學派的研究在政治上，會讓人覺得政治上多所不宜嗎？

JB：是，當然是這樣。它提出太多讓人討厭的問題，而這就是批判研究的本質：不是要取悅掌握權勢的人，是要讓他們在公共領域出場，接受抨擊，並要問他們：「你在做什麼，你有什麼正當性這樣做。」諾艾爾-諾依曼不會這樣做，因為她所瞭解的研究，並非這樣。在我看來，她是相信存在中性經驗主義的那種人。你只須回顧一下，1960年代早期那場實証主義的論述，不就是這樣嗎？

JAP：那場有關「實証主義」的論戰？

JB：是，正就是。不消說的是，她總是論稱她的研究「不涉價值立場」，亦即是從中性視野論事等等。很多人就只是將這些簡單的陳述信以為真，他們並不細究這個方法論的背景，而是一頭栽入就相信了。但是，信守規範取向的人，如法蘭克福學派，根本就再也不能接受這種純真的說法。時至今日它也不能接受。如今反而我們甚至有了建構主義、建構論，竟至到了忽視經驗研究的地步，無論是諾艾爾-諾依曼的經驗研究，或是法蘭克福學派的經驗研究，建構論都一概拒絕。

建構論的人說，觀察者觀察觀察者，後面這個觀察者又觀察觀察者-觀察者...等等。我們甚至無法知道現實、實體（reality）是什麼。這真是奇怪的局面。

SBS：我們是否可以說，儘管它提出了一些棘手的問題，美國相較之下，還算比較歡迎法蘭克福學派，甚至政府還提供資金。阿多諾當年在美國是從政府手中，拿到了贊助經費。

JB：確實如此。惟首先要注意的是，箇中存在歷史原因。那個時候，美國不少大學都棲身著左翼知識份子，還有很多文人作家，比如說，就有厄普頓·辛克萊（Upton Sinclair）<sup>1</sup>。當時（譯按：為了躲避納粹，）許多德國的左翼

---

<sup>1</sup> 譯按：美國知名作家，1878年生，1968年辭世，著作近百本。一般認定他的耙糞

批判人是來到了美國，在那裡有了很多同道，彼此可以在許多社交圈相遇。特別是在羅斯福政府期間，在不同的位階及不同的部會位置、政黨與機構，都有許多左派。還有，不妨看一下左翼猶太德國知識份子的著作，比如赫伯·馬庫色（Herbert Marcuse），他們在 1940 年代都側身在美國情報、特工單位服務。

這就是說，出於不同理由，美國人是接納德國左翼猶太知識份子。當然，1940 年代中期以後，整個情勢轉變了，反法西斯主義的毛頭，如今轉為反共產主義。然後，所有事情都又不一样了。

JAP：那個改變簡直就是天翻地覆。就說吧，1950 年代的美國，幾乎就容不得左翼知識份子的生存。

JB：1950 年代確實是這樣。但我說的是 1930 與 1940 年代的美國。<sup>2</sup>

JAP：是的，但然後就是「冷戰」了...

JB：是，當然是這樣。整個改變得非常激烈。其後就是麥卡錫那批人，左派那些人承受了很多很大的壓力。順帶一說，達拉斯·史麥塞（Dallas Smythe）也有這個遭遇。達拉斯告訴我，實在讓人難以置信，在珍珠港事件之前，有人在 1940 年代初期指控他曾經參與當時對美國來說是過早的反法西斯活動。那次指控是法律上的說法。你能想像竟有這樣的一個術語嗎？

---

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> 譯按：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。



JAP：過早的反法西斯？

JB：是這樣說，那種情況是存在過。你說的對，或許我對左派在美國情境的看法，流於浪漫，惟那也是存在過的情況。

JAP：德國的情況如何？在諾艾爾-諾依曼這號人物佔有了這麼優勢與主流的地位，德國左翼知識份子的處境是些什麼？

JB：他們在這裡在那裡，各自有安身的地方，能夠幹些自己的活。人們都很尊重阿多諾，即便是保守派人物也是這樣，甚至就連保守派政治人物也都尊重他。在 1950 年代與 1960 年代，他們不敢批評他。阿多諾是知名人物，國際間都有名望，卓然有成。這些局勢隨著 1968 年的運動，當然隨著改變了。其後，有些右翼知識份子開始批評他，攻擊他建立了左派恐怖份子的陣地，雖然該說法純屬荒謬。<sup>3</sup>他們應該好好讀阿多諾的文論，三或四篇就可以。不過，對他發動的這些攻擊，在 1960 年代末至 1970 年代，就這樣出現了。

---

<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：上海人民出版社。

**JAP**：那麼政治經濟學呢，比如說馬克思主義的政治經濟學？在 1970 年代曾經有段時期，政治經濟學的影響力很大，也有很多作者從政治經濟學的視野從事寫作。

**JB**：不僅只是政治經濟學。如你所知，我從事的是政治學研究，不是傳播學者。當時這很尋常，特別是我的成長時期，是在馬爾堡（Marburg）大學當學生，有一些馬克思主義者在那裡任教。人們當時認為這很正常，就不同的視野與觀點的光譜，有兩或三位馬克思主義者任職教授。這裡就得順帶一說，如今這再也不可能了。如今已經沒有馬克思主義者。要讓我舉出個人是馬克思主義者，那還真難。但是在以前，我們是有些這樣的人。在我所知道的德國大學教授中，沒有人是馬克思主義者。他們通通消失了。

你剛剛提出的標誌，也就是政治經濟學這個特別的概念，根本就不存在於德國。那是美國學術界的視野，那裡的學術分工比起德國，多得更多。我們在這裡所看到的，或許就是你可以稱之為老派的學科學門，卻沒有往下分支，而這在傳播研究是可以作此劃分的。美國的傳播領域會有性別研究的講座、電影的講座，或者是傳播政治經濟學的講座等等。這些高度分工的狀態，在德國並不存在。在德國，你是律師、是政治學者或是社會學者。重要的問題是：他或她究竟在作什麼？但假使說是你提及的學科次領域標籤，這裡沒有。

**SBS**：可以說在那段時間，你自己所執行的大量研究，可以歸類為傳播政治經濟學嗎？

**JB**：不成。

**SBS**：你不認為自己就紙張生產或資料庫的論文可以歸入傳播政治經濟學這個領域？

**JB**：不成。在我看來，這就只是政治學者的常態工作。

JAP：一位批判的政治學者？

JB：批判，這當然。純就方法論來說，我認為有些基本的認知，必須納入我們所從事的研究。一個根本要素就是經濟。這是一個原則問題，無論你所做何事。第二個要素是歷史無論你所做何事。這是任何研究項目都得納進的兩個要素、視野，所以，我也就從來不會覺得有任何理由或需要得將自己說是一位政治經濟學者。這不是一個特別的領域，因為我已然內化這樣的視野，將它當作理所當然。

SBS：這樣說吧，但你那些時候的研究與其他人（其中有些人自稱是政治經濟學者）在「新世界資訊與傳播秩序」（the New World Information and Communication Order）脈絡下所進行的研究，以及彼時所討論的內容，實在是非常接近。

JB：是的。

SBS：在那個時候，這個國際脈絡的重要性有多大？

JB：當年那段歷程是我生命中極其重要的一個部分，並且，順帶得說，現在仍然重要。你得回頭看看我這個專業在德國的處境：當時是有一些困難。說困難，是因為從事傳播研究的人從來就沒有接受我，那個時候我申請了專任職位。他們的說法是，「嗯，他一來就會讓這個領域很政治化，我們不要他。」我於是就往政治學申請，他們又指控我，「老是想著傳媒，這不是政治學的核心，所以我們不能要他。」

長話短說：在學者生涯開始之初，我在德國學術世界遭遇到了一些困難，因此，從德國以外得到支持與聲譽，通常就會是大有幫助。那個時候，特別是赫伯特·席勒（Herbert I. Schiller）與卡勒·諾登斯特倫（Kaarle Nordenstreng），他們知道我在德國的專業情境，經常邀請我參加學術會議，為我組織論文。所以，多年以來，我得以因為在德國以外的名聲，還能在國

內生存。接著，我就瞭解了這是怎麼一回事了，我是說，第一次獲邀參加海外會議時，你還真不知道那些機制是怎麼運作的。但一旦我瞭解，並開始玩這個遊戲時，還挺愉快的，有些時候其運作還真是好。我既得兩或三次例子，我在《世界日報外交月刊》（*Le Monde Diplomatique*）<sup>4</sup>撰寫了文章，攻擊德國的機構與制度。從外對內打，攻擊自己國家的人事，還真有效。假使僅在內部批評，沒人搭理。所以呢，我就學會了這套把戲，使用這些機制並且還挺自得。

然後，我前往秘魯，在那裡的機構擔任研究顧問。接著是擔任參與印度、越南與澳洲及馬來西亞等國大學的事務。我之所以能夠與這些外國學府有所聯繫，起初純屬偶然，不過，其後我就聚焦於這些國家，並且是系統化方式研究，因此也就得到研究經費與研究項目的支持，在這個過程，我的聲名於是得以建立，在更大的國際社會網絡得到認可，這對我的幫助非常之大。

比方說，要取得歐洲聯盟的經費支持，並不容易，但我的前述經歷，起了作用。假使要從聯合國教科文組織（UNESCO）得到贊助，同樣也不容易，從聯合國拿錢，也是困難。所以說，我在國際間的活動，規模很大。我的足跡所到之處，達 90 個國家，這也就讓我的生活，得以能夠從多個視野看事情，對於不同的民族、文化、傳統與詩文...等等，都有了體會。那時，我在德國大學並沒有終生的雇用職位，我的財務是有些困難，但從另一個方面來說，我的生活算是多采多姿，我覺得任何與我有類同學術背景的人，還算能夠有這麼樣的亮麗生活。接著是（奧地利）因斯布魯克（Innsbruck）大學，這是我最後十二年的工作單位，我是客座教授，薪資不高。我的課綱有一部分是讓學生前往海外學習，我用來決定前往哪些國家的標準，是有些奇怪。一些奇怪的國家——不管你是怎麼界定奇怪。我的第二個標準是，能夠前往的奇怪國家，必須要我認識的人在該國。我們前往的國家因此是黎巴嫩喬治亞與馬利（Mali）。我們上了船，到了廷巴克圖（Timbuktu）<sup>5</sup>，也到了

---

<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)

<sup>5</sup> 譯按：馬利的一個城市。

烏茲別克斯坦 (Uzbekistan) 與緬甸，然後我在 Innsbruck 大學的教職任期快要結束了，我就對學生說：「我還可以讓你們前往一個國家，就由你們自己選。」結果是他們選了北韓（做此選擇的原因也是要對我來個嘲弄），我們因此就去了。那是三、四年前的事了。我因此有辦法結合專業與個人對行走各國的愛好，認識其他國家的人。所以呢，我們就忘了伊莉莎白•諾艾爾-諾依曼這檔子奇怪的事吧，這畢竟與我至今為止都很多采多姿的生活，可沒啥關係啊。

SBS：這個網絡的組織得以成形，「傳媒與傳播研究國際協會」(the International Association for Media and Communication Research, IAMCR) 有什麼重要性嗎？扮演了什麼角色？

JB：就我自己這個例子的網絡來說，IAMCR 承擔了極其重要的角色。是這樣的：1984 年在布拉格開會時，許多我的德國學界同仁對我可真是怒極了。我獲選為「國際理事會」的德國代表，前後代表了兩任十年。我就佔了這個位置，是我這個外來者，不是那些大名在外的學府的大教授。單是這樣就讓我在德國產生了一些敵人。「這個傢伙在這裡幹啥？他怎麼能代表德國，他甚至都沒有一席之地。」

SBS：所以，你是說德國學界在這方面是氣量相當狹小？

JS：是，我正是此意。直到現在，都還是氣量狹小。這與德國的規模有關。一般說來，我們可以說：國家愈大，也就愈為漏狹。這可以從語言技能來看，也可以從在海外旅行看出，更可以從對外國文化是否感興趣來說，或者，也可以在是否讀外國書籍看出。我第一次出版資訊自由流通這個議題的書，記得是在 1979 年，我是極少在德國討論拉丁美洲媒體的人。誰會關心啊？沒有人。

所以，這裡又是題財或議題使然，我再次成為局外人了。到了今天，德國還是沒有太多人知道有關「南方電視台」（TeleSur）<sup>6</sup>的任何事情，也不知道巴西各大學有關傳播研究的狀態，那是研究人力比美國還多的國度。他們什麼都不知道。我們這裡現在也許有六或七個人對於國際傳媒有所掌握與認知，但在 1980 年代的時候，我是德國的唯一一人。

SBS：那麼，這個政治脈絡又是怎麼一回事？有關不結盟運動，以及稍候在聯合國教科文組織對傳播的全球問題，是怎麼討論的？那些必然是非常重要的...

JB：對我來說非常重要？是的。

JAP：特別是你說你已經出版一本有關資訊自由流通的專書。

JB：是的，對我非常重要。既是因為政治理由，也是因為學術理由。在那些年代，也就是 1980 年代，人們參加 IAMCR 開會的時候，彼此的討論具有高度的爭議，我當時的體驗，後來再也沒有了，那些爭論消失了。我是說，當時在聯合國教科文組織也有三個群體的人：有社會主義國家，有資本主義國家，還有不結盟國家，這樣你就能確知，必然會有爭論。我喜歡這個情況，我挺自得，從中我學習很多，我也與所有人都討論。我在社會主義東歐國家有不少朋友，在第三世界國家我有很多、很多朋友，我也與許多美國人、英國人或北歐人有所聯繫。當時有很多的爭論，因此就有相當建設性的成果。

SBS：放在這個脈絡來看，哪些人對你來說產生了是最大的影響？

---

<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。

JB：各領風騷。我在 65 歲生日時，出版了紀念文集，你得看看。在美國，有影響力的人是赫伯·席勒與達拉斯·史麥塞。但是，比方說，在拉丁美洲是秘魯社會學家拉斐爾·龍卡里歐羅（**Raphael Roncagliolo**），在印度則是人類社會學者維諾德·阿加瓦爾（**Binod Agarwal**），我還可以說出很多很多人，他們對我的生活都很重要，我們也都交換論文、材料與圖書，我向他們學習很多。不結盟運動對我來說又格外重要。我自認是社會主義者，但不消說，我這種社會主義的理念，與我在東歐的經驗，並不相同。這樣一說，它也是一種「第三條路」，同時也考量要在意識形態這邊，試圖找個第三條路。我沒有那麼天真，我知道有很多社會主義者、托洛斯基派的人等等，也會用第三條路這個標籤，但他們其實是背叛了社會主義。但實情仍然存在：這也是何以不結盟運動，對我很有吸引力的原因。

同時，我也捲入和平與戰爭的議題，非常之深。這是理由之一，敦促我理解不結盟運動，是在作些什麼事情。他們的根本心向，是要不用武器，解決國際爭端。這是不結盟運動的起源，是在 1955 年在印尼萬隆召開會議的初衷。說到和平與戰爭的問題：它們可是佔據了我所有的學術生涯，也就是說，從 1970 年一直到現在。我最新出版的近作，正就是討論這個主題，書名是《媒體作戰中——戰爭中的媒體》（*Medien im Krieg – Krieg in den Medien*）（ISBN：978-3-658-07476-0）。

JAP：你提到了「資訊自由流通」這類的概念，這也就連結到了文化帝國主義。在你看來，這些概念今天還重要嗎？你也說了，如今人們對這些概念的辯論，已是明日黃花，但歸根就底，它們還是與世相干的概念嗎？

JB：在核心國家如美國或歐洲，再也不相干了。不同的開發中國家發生了哪些事情，我並不清楚。在我看來那裡有不同的變化與發展。中國人非常注意文化帝國主義的存在，因此在這塊領域非常活躍。就舉個例子：北京奧運後，中國感受到公共關係與媒體災難—對於中國人來說，全球傳媒以非常負面的方式報導北京奧運，實在是災難一件—中國事後的作法之一，就是開辦央視英語頻道，面對中國以外的世界，要用英語讓全球社群對中國有所認識。他

們知道在幹些什麼事情。中國也是《關稅貿易總協定》（GATT）的會員，相較於先前，好萊塢據此可以有更多電影進入中國，又因為中國比起以前更為開放了，他們自知必須「走出去」。

所以，我認為所有這些辯論早就在德國與美國為人遺忘，當然是因為政治理由，還能有些什麼理由。但我想，對於開發中國家，這是不是真是這樣，不好說。你得想想「南方電視台」與諸如此類的廣電活動，你再想想委內瑞拉的角色，我有個感覺，心想他們並沒有淡忘這些討論。他們在這個方面或許比我們在歐洲所想，更為活躍積極。

JAP：（譯按：歐美國家不重視是一回事，）但就概念上怎麼說呢？資訊的自由流通本質上是指文化與傳媒產品的自由經濟流通。比起從前，如今這是更加明顯了。有了這些你也提及的所有這些國際協定...怎麼說呢...這是清楚的層級，涉及誰能被人聽聞，甚至還有更高的一些層級。並且，還有新的科技。

JB：是的。這些話語的殘餘如今是還能出現，就在北美與歐洲談及「跨大西洋貿易與投資伙伴協定」（TTIP）。這裡，再次進入討論的問題是，文化是不是要進入，成為 TTIP 的一個部分：法國堅持要將文化排除，這是法國的傳統角色。德國採取非常新自由式的立場，若要讓文化成為 TTIP 的部分規範，德國根本就沒有問題。這樣說來，是，在某個方式這還是辯論的議題，但再也沒有先前曾經有的份量。

還有，你得看看整個聯合國教科文組織，它的財政癱瘓了，也沒有要去處理政治成分吃重的議題。

JAP：在 1980 年代就這樣了？

JB：是的。這些辯論從聯合國教科文組織，移轉到總部設在日內瓦的「國際電信聯盟」（ITU），這樣一來，這些議題進入各個資訊高峰會議的時候，就完全去政治化了。ITU 對技術基層設施的問題，是在處理，但不再對此有



任何的政治經濟學面向。並且，你還甚至會發現，許多許多左派，（我會這樣說，）也是去政治化了，他們日思夜想的是每個第三世界的人，都會有部電腦，也都在用微軟、谷歌，也上亞瑪遜網站；他們都在想，要是每個人都能上網，那就好了，以為這是本質上的好事情。這當然實在是太天真了。

SBS：所以，1984 與 1985 年之際，英美相繼退出聯合國教科文組織，以示他們的抗議，這些事件對於批判研究者所造成的效應是些什麼？

JB：我倒是對這個發展挺樂的。

SBS：你是這樣的反應？

JB：當然。我們發起了運動，最後促使美國退出聯合國教科文組織，我是這個運動的參與者。這真是貨真價實的政治成果！我們因此就能公開向世界展示與說明，他們的利益是些什麼。

SBS：但是我們曾與白瑞達·巴夫力克（Breda Pavlič）討論，（譯按：這位 Slovenia 學者）當時任職於 UNESCO。她說，整個效果並沒有帶來好處，因為 UNESCO 的反應是，「我們就把整個 MacBride 所設定的議程拿下，我們埋了它，祈禱他們返回，不要整個毀了 UNESCO。」<sup>7</sup>

JB：不過，這就是白瑞達與我的差異。她是在 UNESCO 內部做此議論，我是從外面提出看法。並且，我們還得弄清楚，美國在 1984 年底離開 UNESCO，並不太能夠說是美國心甘情願，出自己意的志願決定，更多的原因是資本主義在那個階段的結構必要性使然。歐洲法庭在 1974 年就有裁定，宣稱電視不是文化，而是一種服務，可以當作商品看待，當時美國就是這個看法，現在還是：所以，從這個觀點看去，整個有關 NWICO 的辯論就是歷史的時代

---

<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。

錯置、落伍了，是一場假的戰鬥。站在 UNESCO 理想主義者這個層次，人們還是抓緊文化不斷發聲，只是生產力所已經達到的歷史階段，早就是在說電子基層設施與科技了。換個方式說，以一年大約五億美元的預算，UNESCO 的經費比科隆大主教轄區、比漢堡市，或任何大型德國大學的，都還要少。假使攤開這些面向來看，UNESCO 簡直就是小兒科，不足以成事啦。

SBS：但白瑞達說，最重要的是英美兩國根本就沒有真正離開 UNESCO，他們只是把錢拿走了。

JB：是這樣。

SBS：通過他們的衛星國，通過 NGOs，他們還是在施加壓力，他們還是在控制議題的討論，他們就只是把他們的錢，拿得一乾二淨了。

JB：那個說法是對的。是的，我知道。我完全知道白瑞達是在說什麼。我們還甚至可以說，美國退出後，自我檢查的情形比美國還是會員國的直接檢查，來得更為嚴重。那也是真的。每個人開會的時候，都在問，「若他們回來，我能做些什麼？」

不過，我還真不知道有哪個大的國際事件，使得美國不得不公開引退。我的意思是說，政治上，這實在是相當成功。我們很難找到還有一件事件，可以與之比擬。

SBS：所以，在這個領域從事研究的批判學者，領受了哪些衝擊？因為這些研究也是由 UNESCO 贊助的？這很重要嗎？

JB：在國際傳播這個領域，或是研究開發中國家的傳媒，在 1990 年代初期停止了，但是基於完全不同的理由。停止的原因是東歐再也不是可以讓人選擇的社會主義方案，另類選擇沒了，所有關於傳媒的項目（比如，德國各大政治基金會所贊助的）通通停止了。在安哥拉、在莫三比克，或者在玻利維

亞，我們再也沒有敵手，東德也不再存在了。無論是在德國經濟合作部，或是在弗里德冷戰敵對系統的結束，里希·艾伯特（Friedrich Ebert）基金會，我在 1990 年代初期都很清楚被這樣告知。所以說，（譯按：冷戰）敵對系統的結束，才是解釋這場活動與爭論戛然終止的理由。

SBS：是因為不同陣營都在角力，要防止開發中國家投入另一陣營嗎？

JB：是，正是如此。我這裡有個軼事趣事，有趣得緊，你可以記下對外發佈。1980 年代早期，我有四年的工作與學術教研無關。當時我為「法蘭克福書展」工作。這個書展有個很大的部門負責國際活動的推展，彼時我負責在新德里的書展庶務，德國書商在那裡租用了大型場地。那個時候一定就是 1980 年。開幕那天，我來到了新德里的展覽中心，我們將所有擺設與圖書都作了安排以後，德國大使館的文化參事當天也在八點來到，他把我拉到一旁，說：「貝克先生，煩請你找個人到第四大廳看看，東德展覽場使用的面積，是不是比我們來得大。」這個動作說了很多事情。第三世界國家就是西方與東方敵對陣營的棋子。這個故事讓人喜歡。

SBS：但是從那個時候至今，我得說全球的政策正好是向相反的方向移動，背離了不結盟國家的創立宗旨。我們看到了商品化、各國規範架構的逐漸協調，為的是要讓跨國公司更容易進入...等等。

JB：是的，你這樣說非常貼切。我們在 1970 與 1980 年代發動的許多戰役，是輸了。確實是這樣，甚至是大多數都輸了。但這裡涉及的本質是什麼？我同意你的分析，輸在國際輸在本國。就舉個德國的例子。德國的富人與窮人的落差，每一年都在改變，相當戲劇化。就在我所居住的城市，我不知道確實數字，但總有一百或兩百個沒有工作的「醉鬼」，裡面並且有些是女性。你還可以看到，人們如今無力地很，這在社會民主黨與工會還有力量，能夠制衡企業主的利益，不可同日而語了。這些制衡的力量如今並不存在。在二戰之後，在此之前是沒有的，曾經存在或許有、但沒有長於四十年的社會福

利國家，也是不再靈光了，社會福利國家在本國或國際層次，都消失了。所以，我們左派在許多戰役都失敗了。是的，這是真的——這個事實我能同意。我們必須重新再次開始。

**SBS：**你自己倒是一直在政治陣線，積極活躍。

**JB：**沒錯。目前我是這個城市的議會代表之一，我不是黨員，但立場是在左派的政黨。我們在 2014 年的地方選舉贏得三個席次，甚至都比自由黨來得強大。在這個城市，我是文化委員會主席。我試著想要實現一些小的改革項目，就說些例子。我們的城市有個挺大的土耳其裔社群。我的企圖是，要推出更多的土耳其語之文化項目，要讓這些進入土耳其社區，以及在土耳其科學家與學者之間推進，假使能夠達成，他們就能感受到得到了認真的對待，也會開始參與相關事務。這是很小的項目，但我認為有此必要，因此也就試著要努力使其執行。只是整個過程確實遭遇很多阻礙。假使你在政治上很積極，總會遭遇到障礙，此時就得與人結盟，尋求協助。我依然擁有整個網路，聯絡人群。

**JAP：**你提及自己自認是一位社會主義者。那麼究竟你，特別是在德國的脈絡下，是如何長成一位激進的學者？畢竟，假使你隨波逐流，會讓日子更容易一些？

**JB：**當然是這樣，但人們都知道我是有點頑固，對此我挺覺得自豪。由於我的這個定位，有時我的妻子會覺得挺頭疼。我之成為我這個定位，有不同的理由。首先，你得知道家父是德國軍隊的軍官，他在 1945 年崩潰了，政治上崩潰，心理精神狀態也崩潰。還是很小的時候，我們每當討論到政治的時候，我已經相當認真，我們其實也都一直在談政治。他的轉向相當認真。他成為積極從事的社會民主黨人，也是一位工會投入者。他在 1945 年在他的城市與伙伴共同創建了社會主義學生運動。假使你覺得這樣說讓你心喜，我應該說從很早開始我就是反法西斯主義者。這是我家族傳統的一個部分。

下一步就是進入大學，多少有些偶然。教我政治學的老師當中，有一位是馬克思主義者。就這樣我的生涯在專業上，就有了這些剛剛已經談及的特殊性，於是我也就走到了這個特別的立場，因為，走了這麼多開發中國家、體驗了貧窮，在印度貧民區有了見聞，是真會讓人有所思考的。你可能會變得傲慢，也可能成為犬儒，或者，你會成為激進份子。歷經這些接觸與生活，你就只會有這些可能性。以我自己來說，這些經驗是以某種方式，讓我走向激進，現在我已經垂垂老矣，我甚至更激進了，因為我一無可失。我的一生已經完成我所能成就的事情，家庭很好，子女很好，孫輩也很好，我有住房，我有汽車，該出版的文字我也已經出版...我不知道有多少...接近 600 篇文章，60 本書...

所以我這樣的人還能作些什麼？我能激進，因為再也沒有任何事情會讓我害怕。

JAP：1990 年代之後、在冷戰結束之後，我們可以說許多批判學者轉了向，有些變得保守，有些走向自由派。難道你從來不覺得會更容易些，僅需...

JB：不是這樣，非也。或許對我來說是太晚了。當時我已是局外人。假使我真轉向，也不會因此讓人覺得我就可以相信了。沒有人會相信我（笑聲）。所以我得堅守城池，我從來沒有想到要改變。

JAP：但你也說過，你從來沒有想要進入德國學界而後經營之。這是因為德國學界流於壁壘分明的科層劃分，或者還有哪些理由？

JB：沒有更多的理由了。我想這是因為我完全不肯有任何的相機行事，不肯遵從特定的一些標準與價值。你得進入一個政治圈圈，特別是在社會學科更是如此。我是說，我不是化學家，而是在社會學科，這就意味你得是特定群體的圈內份子：這可以是政治性質的—大多數時候確實也是政治性質的—這也可以是某種思想派別的，比如就像諾艾爾-諾依曼那樣的派系。我一直拒絕成為圈內人之一。你可以說這是一種資產階級的知識菁英作風。就這樣說

吧。我就只是不願意被整編進入，我要做我自己。或許這是有一絲個人主義的風格，但它也確實是我出身資產階級背景的一環。

不過，你同時也得知道，我從法蘭克福搬遷到了索林根（Solingen），是從大型的都會城市，來到了小資產階級環境，那裡可沒有多少知識份子，這樣一來我就面對了下列的問題：我在索林根這裡能到哪裡找些同伴，這裡可沒有大學。所以，這就是我積極投入，激活我的工會成員之身分，這就對我起了很大的改造作用。具有教授資歷也有學術背景、正常的工會接納了我應該代表...我是這個地區的工會主席團的一員，我也是這個城市的工會運動之許多議會的成員。對我來說，要讓超級市場、或從工廠找來信任我的會員，會相當困難。我想這段經歷改變了我。這讓我對生活有了新的觀念，會從很務實的角度審視，這也讓我不再待在學院世界的象牙塔，這也是很好。所以，可以說我生活在不同的世界，能有這個福氣，我很高興。我搬遷至索林根，是因為內人的關係，我就此有了這段經歷。

**JAP：**假使更為抽象地看待：在你看來，批判的學術會是什麼？你已提及，對於任何一種研究，歷史與經濟的視野都是基本要求。那麼在你看來，批判的學術要怎麼區別自己...？

**JB：**我給你一個簡單的回答：要追求一種生活，使正義與自由的平衡，能比現在我們的體驗要好過許多。今天我們只能擁有空洞的自由口號，你從先前我提及有關我那本書的經驗，就可以知道。至於正義，我們不再擁有了。

對我來說，社會主義必然就是要讓更多的人，參與政治的決策過程。要讓他們直接參與，要避免代議模式，直接讓人們有權。要讓人們得到可能性，讓自己為自己做些事情。這很緊要，這樣才能理解我現在寫些什麼、做些什麼。我不知道我是否真正做到這個目標，但這是我的衡量準繩。當然，這也包括—這裡要給出社會主義是什麼的另一部份的答案—要給國家機器遠遠大於現在的空間與可能性，不僅只是當前對經濟的規範。重新班師回朝，要回完整的社會民主福利模式。對於銀行系統的公有產權，我毫不反對。何以銀行需要由私人營運？這件事我從來沒有弄懂。我不會將各大企業公司私有

化，雖說反壟斷戰略當比現在更為需要。我們有自由市場，那麼就得讓市場力量得到發生作用的空間，因為當前的市場做得並不好。我們生活中的大多數經濟面向，你並沒有看到市場力量：你看的是各大壟斷企業，你看到的是政府與企業之間，關係奇怪。能源部門、農業部門，你在這裡都沒有市場模式。我們就來些市場模式，我沒有反對市場，但請讓市場運作。

反壟斷戰略非常重要。對於我目前的社區政治來說，那也是非常重要——雖說我想自己無法完成這個目標——要讓地區經濟力量有更多控制權，要試著避免對國際公司產生太大依賴，這類公司在我們這個城市有好多年了，從零售部門到營建部門...等等，都有他們。

我說，所有這些都是我的社會主義之部分。

**SBS：**那麼你又怎麼看待工會運動，或者有組織的勞工？因為這股力量處於防衛已經超過了二十年，至少在已發展國家，就是這樣。

**JB：**那確實很是怪異：一方面工會在防衛，與此同時，工會又心甘情願或不甘願地，是在扮演非常罪惡的角色，它與資本相互合作。特別是在德國，假使你看整個世界有關一年的罷工統計數字，德國幾乎沒有什麼罷工可言。我們的工會運動屬於那種謹小慎微，肯認現狀那一種。即便是這幅德行，不從事工會工作，還是不成。在擔任工會工作時，我輸了多場戰役。是的，我輸了很多戰役，但不只是...我給你說另一個例子：服務業工會過去幾年來，失去了許多會員，我在這類工會很是積極活躍。但是在我居住的這個地區，是德國各工會區域最稱穩定的地方之一，這從會員統計可以看出。部分原因是我的工作成果。我們當然是以集體的身份從事。我們有能力組織工會成員，在索林根最大的街道路口，讓交通停頓——我們是成功地有過這些紀錄。還有，我負責安排整個系列的公開講演或授課，我們甚至從德國以外的地方，邀請講者前來。我們建立了很好的名聲，因此我很容易就能從大學邀請到知名人物來這個系列講座。

所以，我是知道工會運動遭遇所有這些困難，我也知道我們喪失了城池，但我們還在內部戰鬥。

JAP：在你自己的那場講演，你提出了相當挑釁的說法，你說我們再也不是生活在民主之中。

JB：那不是挑釁，只是正確並且誠實的描述。我們都知道，許多許多年來，我們也都知道這是事實。這還不僅只是因為美國國家安全局（the NSA）<sup>8</sup>，那只是冰山的一角。

JAP：那麼傳播科技在這個方面扮演了什麼角色？因為傳播科技往往以烏托邦的形象在世人面前出現，當它們是使社會民主化。

JB：但就如我在講演中所說，傳播科技同時扮演了多重角色。所以，我們不能只是說傳播科技，我們還得同時討論，是在哪些社會條件下，某些科技被人使用與部署。

JAP：這一點常遭疏忽遺忘。

JB：當然是這樣。福克斯（Christian Fuchs）講演時，稱之為「科技決定論」，說得很正確。沒有任何科技自己就會這樣做，那樣做。

不但有 NSA 引出的議題，我們在西歐的許多國家都在目睹兩大政黨的角色正在崩解中。我們再也沒有一個強大的保守黨，我們也不再有了民主黨。並且，你在很多國家還真看不出，這兩個政黨有些什麼差別。這就造成了很多結果，其中之一是人們不再想要投票了。你就看看美國的情況，美國人只有 45% 參加選舉投票，就能選出總統。我們如今也將這個結果當作很正常。可這一點都不正常，這是我們這個系統的正當性，要有戲劇般變化的徵兆。有些東西是在崩解了。當然不是今日至明日就要崩解，這事一個漸增無聲的過程，緩慢但確實無誤。

---

<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。



另一個結果就是你也看到了，新法西斯運動在法國、荷蘭，以及在奧地利這裡的興起。...在這裡有某些省分在上週日有選舉，「自由黨」這個新法西斯主義政黨變得相當強大。你還記得，我在因斯布魯克大學工作了 12 年：我因此知道，新法西斯主義者在奧地利，比起我所知道的德國，來得更有攻擊傾向。反穆斯林言論在這裡真是仇恨言論。我還記得很清楚，那些新法西斯主義政治人的面貌，有位女士在沒有任何事情發生的情境下，居然還能公開說，「我希望土耳其男人幹羊，不要再幹我們奧地利的女孩。」在公開場合這樣說。許多人還為她的言論叫好。我從來沒有在德國聽人公然說出這種話。

SBS：不過，與此同時，還事有進步的力量在某些國家取得了陣地。

JB：是，在西班牙，在希臘。

SBS：在巴爾幹半島也是。斯洛伐尼亞(Slovenia)，還有克羅埃西亞(Croatia)，在這些地方有小的政黨有所進展。

JB：這樣就夠有意思了，我還沒有意識到巴爾幹半島的情勢！但我要說的是，現在希臘所在發生的事情實在太讚了。到目前為止，這個政黨不但贏了選舉，並且已經執政四、五、六個月了，它已經成功地抵抗了歐洲聯盟執委會的壓力。我不知道他們還能挺住那個政治路線多久，但他們是在嘗試。那樣就很讚了。

SBS：你所叫好的希臘「激進左翼聯盟」(Syriza)，高戈基斯(Stathis Kouvelakis)在其左翼平台寫了一篇文字，不知你是否知道。高戈基斯反對 Syriza 領導人齊普拉斯(Tsipras)，指他對三巨頭(Troika)<sup>9</sup>投降太多，但三巨頭卻要得

---

<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)。

更多。高戈基斯說齊普拉斯已經答應他們的要求，卻沒有讓希臘人民表示意見。這就是說，他已經同意跨越紅線。

JB：可能是這樣。十四天後我們再來看看這些文件。妥協是最有可能的結果。極左派會攻擊他...也許它也同時還能保有一些迴旋空間，在新自由主義之外，開啟新的政治動能。比如，工會問題：讓人相當有感的是，希臘政府無法不簽署的最後這批契約，處理了工會能否規範稅率這個議題，這是憲法不容許的，讓人難以置信。由於從所謂的三巨頭拿到這筆錢，希臘政府竟可以依據為此而簽訂的法律系統，取消憲法權利。最近這兩三天，我從報紙讀到的理解是，假使工會運動再次被擠壓至一無相干的政治角落，他就不會簽署契約文件。我們就等著瞧。我能理解你的狐疑，我也有這樣的狐疑。同時得理解的是，他是一位行動派的政治人。只要是在執行實際的事情，你的手就得弄髒。你無法要從事政治，又要手腳乾淨。

SBS：左翼反對派說，基本上希臘政府願意進入協商，就是非常天真了，你會同意這個評斷？

JB：我認為他們不會那麼天真。我讀過一篇長的文章，得知希臘財政部長瓦魯法克斯（Yanis Varoufakis）的學術背景。先前我不知道他是霍布斯邦（Eric Hobsbawm）的學生。<sup>10</sup>我對霍布斯邦有極高的敬意。曾經就學於霍布斯邦的人會太天真，我很難想像。我是真尊敬他。他絕對不會天真讓人玩弄。他是卓越的知識份子，這個身份比他的左派身影更為突出。

我們也是有些食古不化的愚蠢、教條左派，他們所知不多。我對瓦魯法克斯的感覺、我與他及他的工作之接觸經驗是，他知道自己在做些什麼，他是在與德國財政部長朔伊布勒（Schäuble）之類的政治人較勁。我自己也對

---

<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）。

這類角力樂此不疲。我對無政府主義，以及在失序中幹活，都有一些些同理心。這實在太讚了。

JAP：我想我們應該就此打住（笑聲）。

SBS：這是很好的結論，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ー』（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，台北的師大公園附近一家著名的 Live House，地下社會 (Underworld)，裡裡外外聚集了上百位樂迷及獨立音樂人。但現場都是悲傷及氣憤的心情，因為他們參加的是地下社會的「告別音樂會」。在地下社會 (以下簡稱「地社」) 宣告要歇業的那一個月，許多人在 FB、部落格、社群媒體中不斷撰寫對於地社的回憶，訴說著它的價值與重要性，把它比喻成，就像紐約已消失的 1970 年代傳奇音樂場地，CBGB<sup>1</sup>。樂迷、音樂人及經營者們也在抗議的行動中，控訴政府的無能、向文化部長及政治人物、媒體尋求協助。

相較於較有商業價值的流行音樂，Live house 其實是規模很小的次文化音樂場地。不同的城市，都有這些不為大眾所清楚知道，但獨立音樂、小眾音樂的愛好者，卻把它們當成像是家或是社團一樣的地方。西方有一些理論家，也研究都市中的音樂次文化 (Shank, 1994; Straw, 1999)。他們用「場景」(scene) 這個詞，來說明這種都市裡的小眾及獨立音樂的空間、群體，以及他們所創造出來的風格及象徵意義。場景能說明某一特定時空中，某些人群所創造出的音樂風格、認同與變遷；它既有在地的小眾文化的一面，也有全世界都很像的都市變遷的那一面。我特別感興趣的，是一些被視為「傳奇」的 Live House。在城市裡，總會有幾個代表性音樂場地，被特別記得。原因並不是它的地點或空間內部設計有多特別，反而是與這個表演場地有關的人、特殊的音樂風格與氣息，形成了一段反覆被人們傳頌的歷史。我想認識及了解這些被特別記憶的 Live House，想知道他們為什麼重要？以及為了什麼緣故而消失。

我選擇了兩個我比較能掌握的東亞城市，台北及北京，作為開始。這兩個城市近年來各自有一個被賦予傳奇地位的 Live House，一個是台北的地下社會，一個是北京的 D22。他們都曾經被稱為是當地的 CBGB，但在一段時間後，他們也都分別歇業了。與其只是收集二手資料及文獻，我更想由圈內人口中了解二者的歷史定位，在田野中建立知識，並發展文化研究取向的批判性理解。質性方法，也比較適合這種小眾、地下文化的資料收集。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。因為我總是去看表演，跟樂迷一樣被很大聲或很奇怪的音樂轟炸，在表演結束後繼續留著跟音樂人、樂迷朋友聊天，直到深夜。但其實，這就是次文化音樂場景的研究方法。田野調查強調親身的參與觀察，進入場域了解其中的語言，也有身體的交會及感知，來回穿梭在局內人及局外人的視線及感受中，再整理出對研究問題、研究關懷的回答及思考。以下我將先介紹這兩 Live house 的故事<sup>2</sup>，最後提出我的論點。

## 壹、東亞城市中的傳奇 Live House

2010 年，我注意到自己喜歡的許多台灣及中國的獨立樂團，都經常在兩個有點像的音樂酒吧中演出：台北的地下社會，以及北京的 D-22。這兩家 Live House 都不大，僅能容納 50-200 人，外觀及設備一點都不高級，但在當地的獨立音樂次文化圈子中，卻很常聽到：「最喜歡去地社」，或是「我們都在 D22 演出」這種話。可是，當我有機會在 2012 年去北京時，D-22 卻已經歇業；同一年，地下社會也出現第一次的歇業宣告，雖然曾暫時存活，但 2013 年還是正式地結束。然而，這兩個場地都已死亡，但卻像還「活著」一樣，不斷地被人懷念，或以不同的方式繼續存在<sup>3</sup>。我發現，兩個場地的歷史，其實代表了台北在 2000 年前後，以及北京在 2005 年前後，當地搖滾音樂場景

---

<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】。

的某些重要發展階段與意義。而他們的結束，也說明了兩個城市中的獨立音樂場景正在面臨的環境變動。

## 貳、台北，地下社會 ( 1996-2013 )

地下社會，由一群曾參與 1990 年學生運動的青年知識份子，在 1996 年成立。它位於台北市大安區的師大路，附近是台師大、台灣大學、台北科技大學等大學林立的文教區。在 1996-2000 年間，地社主要是作為藝文咖啡廳或酒吧，現場音樂表演還未固定，但卻是學運人士、文藝愛好者、滯台外國人聚集的「家」，被他們親切地稱為「會社」(台語發音)。店內 DJ 經常播放具有獨特偏好的音樂，是重度搖滾樂迷的刁鑽品味，直到 1999 年，地社才開始常態性地安排樂團演出。

2000 年初，台灣的第一代及第二代搖滾樂團已發展了十年。這批樂團，如濁水溪公社、骨肉皮...，以及後來的五月天、閃靈，是以地下樂團的樣貌，演唱原創的搖滾樂作品。他們的音樂風格包括流行搖滾、龐克搖滾、黑金屬... 等等，以中文或台灣話書寫的歌詞，很具有感染力也獲得主流市場的肯定，唱片市場曾出現「樂團時代」來臨的歡欣氣氛。但這個時期的地下社會，卻開始發掘更另類、前衛的新樂風及樂團。地社的股東之一、也是 DJ 林志堅 (Randy Lin)，在 2000 年成立實幹文化 (SCUM)，幫一批新樂團製作唱片，交由獨立唱片廠牌水晶唱片發行，包括台灣第一個女子龐克樂團瓢蟲 (Ladybug)，後搖滾樂團甜梅號 (Sugar Plum Ferry)，以及英式搖滾風格的 1976... 等等。這些樂團初期最常演出的場地，就是在地下社會；小小破破的地下室裡，容納了許多粗糙有力的龐克樂團、實驗性團體，帶來又擠又混亂的表演。地下社會的節目企畫小搖 (綽號) 回憶：「那時大家都很喜欢骨肉皮，都把瓢蟲、骨肉皮當偶像..然後濁水溪公社，大家都喜歡。...所謂的第三代樂團，就是都聽水晶唱片的東西」(小搖，2015 年 2 月 1 日，本研究訪談)。這些多元又創意十足的音樂氛圍，帶動了 2000 年後台灣更多第三、第四代樂團的出現。



2000-2005 年間，是地下社會的黃金時期，每週三、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裡玩（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 你會馬上發瘋，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；而台上台下玩在一起的音樂人、愛樂者們，則被稱為地社掛（何東洪，2015）。這些人對地社的認同，來自於許多人在這個場景裡，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 SkipSkip Ben Ben 在地下社會表演，2012 年 11 月 23 日



資料來源：作者攝

然而 2000 年中期之後，台北及整個外在社會的環境，卻悄悄產生變化。2000 年起台北市政府開始舉辦免費的跨年晚會音樂會，具現場演出實力的搖滾樂團經常受邀演出，地下樂團不再只屬於次文化圈。同時，台北幾個有現場音樂演出的場地，開始被稱為台北四大 Live House，在地社外，還有女巫店 (Witch House)，The Wall 及河岸留言 (Riverside)。去 Live House 聽音樂，成為都市中產階級都知道的休閒娛樂活動。但是，新的限制也開始出現。2007 年台灣通過菸害防制法，同時嚴格取締酒後駕車。這些新的治理手段，使音樂酒吧中的菸酒消費大為降低，間接地改變了樂迷的組成及音樂風格。地社的股東、DJ，也是音樂社會學者的何東洪感觸最深：「2012 年發生事情的前兩年人已經非常少了，除了看樂團以外，看完就全都跑掉啦，沒有留下來喝酒。...每次來的都老人，都老人喝酒，年輕人不喝酒，也沒有人跟你在那邊哈啦...」(何東洪，2015 年 2 月 1 日，本研究訪談)。此外，台北市在 2004 年開始進行「都市更新」，將老房子改建為新大樓，地社所在的師大夜市商圈，是熱門的更新區域，湧入更多的人潮及店家。在三、四年間，商圈裡商店由 200 多家增為 700 多家，房價與房租也不斷上漲。中產階級居民不滿居住品質惡化，向政府施壓，取締沒有合法執照的商店。過去只登記為小吃店的地下社會，也成為師大商圈爭議中被波及的店家之一。同時期，政府所推動的「文化創意產業」，也將公有空間出租，經營可容納 800 到 1500 人的中型 Live House。許多樂團便跳過地社，選擇到更大、更安全、更專業的 live house 演出。地社在 2012 年，開始收到違反營業登記、違反消防安全法規的罰單。雖然他們發動抗議，得到 400 多位音樂人及支持者的聲援，以及媒體報導、文化部長的關切(張心華，2012 年 7 月 9 日)。但 2013 年，在不友善的大環境壓力下，地下社會還是正式結束營業。

### 參、北京，D-22 ( 2006-2012 )

D-22，創設於 2006 年的北京五道口，比地社晚十年，是個最多可容納 200 多人的音樂酒吧。當年正是北京奧運前夕，世界目光都聚焦於中國，而

北京也需要一種向世界開放的姿態，D-22 可說是這個歷史時刻的幸運兒。五道口有北大、清華、北航、外語學院…等 8 所大學及高校林立，聚集眾多年輕學生、外國留學生，以及各式青年次文化。創辦人 Michael Pettis 於 2002 年由美國來到北京，是北京大學兼任的財金教授，也是一位金融專欄作家。他在北京的音樂現場中發現了幾個深具潛力的新樂隊，於是開設 D-22 讓這些樂隊表演，更創設獨立廠牌——兵馬司（Maybe Mars），為樂隊製作及發行唱片。

在 D-22 設立之前，北京的地下搖滾樂場景，早已蓬勃發展十多年。中國的搖滾巨星誕生於 80 年代後期，那是崔健、「魔岩三傑」等人的第一代中國搖滾，他們有全國知名度，但與小型現場演出還沒什麼關係。90 年代中後期，中國搖滾樂開始產生分化，相對於搖滾明星，地下搖滾被大眾認知為一種邊緣、另類生活的文化符號（孫伊，2012，頁 198）。這個時刻，也是各式小型現場搖滾開始崛起的階段。五道口陸續出現幾個代表性場地，如亞夢、忙蜂（Buzy Bee），或開心樂園、嚎叫俱樂部（Scream Club），河酒吧（River）等場地。知名的樂評人、音樂人顏峻這麼說：「那開心樂園是很野的，然後，河酒吧其實並不是只有民謠，龐克也在那演過，電子樂也在那演過，他們很開放，嚎叫，它就是大城市的龐克...它們之間有一定的關聯，但不是單線條」（顏峻，2015 年 4 月 5 日，本研究訪談）。可以說，1996 年到 2006 年這段期間，五道口的 Live 酒吧是中國地下搖滾音樂的中心地帶。但這些搖滾場景在中國很少被一般媒體報導，對於大眾而言，他們仍像是秘密場景、非常的地下。中國樂隊 P.K.14 主唱楊海崧如此回憶：「D-22 恰恰是在最準確的時間裡作了一些準確的事情...05、06 年左右，正好是北京最受關注的時候...其實 D-22 並不比之前做更好，像亞夢，Scream（嚎叫）...只是那時沒有媒體去關注他們。...D-22 跟嚎叫俱樂部、開心樂園...最像的地方...就是去的時候，你感覺那個地方像家，你可以被接受，你可在裡面做任何事情，你可以隨時去，你可以感覺很溫暖或是有認同感，就是你的 community 的那種感覺」（楊海崧，2015 年 4 月 5 日，本研究訪談）。

2006 年，D-22 加入了北京搖滾場景，但卻很快受到注目。D-22 開放、自由、熱鬧又前衛的風格，在北京的音樂酒吧中顯得突出。加上兵馬司所出

版的樂團新作品，以「年輕中國之聲」(Voice of Young China)為口號，在國際及本地的音樂媒體中都廣被報導，Carsick Cars, P.K.14 等樂團，很快擁有許多國際樂迷。同時間，在奧運經濟及中國崛起的帶動下，幾個新的中型 Live House 紛紛在北京成立。包括星光現場 (Star Live)、愚公移山，以及 2007 年由日本人投資成立的 MAO Live House。這些場地的規模較大，可容納 500 到 1200 人，設備更專業、交通便利，也更重視商業營利。去 Live House 聽音樂，逐漸成為北京與國際大都會同步的夜生活選擇。在這樣的潮流及轉變中，D-22 反而以較為前衛的音樂取向，以及不以商業化為目標，而受到圈內人的喜愛。「我們現在都不去 MAO 是因為我們不想支持這些俱樂部...他們只挑選那些他們覺得不錯的樂隊，...然後他們不會給任何一個新樂隊一個機會...但我們在 D-22 演...可能也沒多少人看，票價也很便宜，但我們就支持這個」(楊海崧，2012 年 5 月 1 日，本研究訪談)。

D-22 的音樂特色，來自於幾個新生代樂隊，如 Carsick Cars、刺蝟、后海大鯊魚、嘎調...等。這批樂隊更像 70 年代的紐約地下音樂，唱很多的英文歌詞、玩噪音、實驗及後搖滾，「分不出這是中國樂隊或國外樂隊」，幾乎是很多人初聽時的共同感覺。這批新音樂人及樂迷們，被稱為是「中南海一代」(耳東，2014 年 3 月 1 日)。代表著更年輕、更講究生活品質的中國搖滾新生代，他們使用網路、英文及社群媒體，更希望走向全球化及多樣化。另一個 D-22 的音樂特色，則來自於每週二舉辦的實驗音樂演出，燥眠夜 (Zooming night)。許多想玩前衛音樂的音樂人、學生、業餘人士，都能來一試身手，或是即興上台共演。這項演出經常是免費門票，或是只收 30 元人民幣的便宜票價。但沒有意外地，D-22 幾乎一直是虧損連連，雖然最後一年曾經轉虧為盈，但 2012 年 1 月卻因為租約到期，只好結束營業。2012 年的 5 月，兵馬司在北京市中心的鼓樓，創立另一個音樂酒吧，小萍 (XP)。

然而，中國音樂場景的大環境也已有變化。一方面 D-22, XP, 愈來愈像是一小圈音樂人自己玩音樂的烏托邦，一般樂迷較難親近。顏峻如此評論：「D-22 那批樂隊，你會看到...就是年輕人他們最低限度的一種頑強...(也就是)我真的沒有太多東西要表達，但你也不要想消滅我。...XP 破破爛爛，表演的樂隊都很低調」(顏峻，2015 年 4 月 5 日，本研究訪談)。另一方面，

中國的現場音樂場景，則愈來愈走向商業化及產業化，不再只是次文化及地下經濟。2008年，中國最大的獨立音樂廠牌摩登天空公司，已藉由創辦草莓音樂節，以及一年約200場的Live House演出，將現場音樂，推動成為中國音樂產業的新主流，吸引了巨額的國內外資金投入。於是，中共官方對於音樂場地的合法化，以及制度化的控管，也就愈來愈高。2014年起，XP開始受到官方的注意，不時來檢查。由於XP根本不是正式場地，終於在2015年7月結束營業。

圖二：北京樂隊吹萬（Chui Wan）在XP表演，2012年5月1日



資料來源：作者攝

#### 肆、結論：由搖滾「飛地」到都市「異托邦」

地社、D-22的傳奇，正好是他們的共同特質。可以說，他們都不是以獲利能力、反而是以其場地本身的獨特氣息、音樂品味及人群特質，成為城市中某一段歷史時空下的次文化代表。正如楊海崧所說：「所有的音樂場景都

是有規律的，就是一開始有一個...慢慢的地下狀態，幾乎很少人知道...然後一旦慢慢的被很多人知道後，其實這個時代就快結束了，這個場景已經快結束了...這個事情一再地發生...，幾乎是個宿命的感覺」(楊海崧，2015 年 4 月 5 日，本研究訪談)

這類 Live House，可以說是東亞城市裡特有的搖滾飛地 (rock music enclave)。飛地是個比喻，並不是指這些空間的主權真的屬於另一個國家，而是因為東亞國家的搖滾樂，經常處於作為西方搖滾樂文化的殖民地。這些出沒於搖滾樂 Live House 的人，相對都市裡的本國居民，的確很像是內在於城市裡的「另一個國度的人」。他們有自己的一套音樂語言、美學符號及品味，玩著與歐美國家或世界各地的搖滾樂團，都更加親近的音樂類型。當然，傳奇 Live House 作為搖滾飛地，也是隱喻著他們與所處社會的疏離 (或，格格不入)。地社及 D22 的音樂品味都較為另類、小眾，也不擅於商業經營，成為傳奇，就是意味著曾經很特別而令人印象深刻，但在現實中卻終究無法存活的命運。

換句話說，傳奇 Live House 作為城市中的搖滾飛地，其實是一個非現實的音樂烏托邦。但烏托邦 (utopias) 的用語其實並不適合，因為它從來都不是指真實的地點，而是我們想像的完美天堂。可是傳奇的 Live House，在城市中一直是真·實·的·地·點，不同於烏托邦，它一直都在。

因此，我想用法國哲學家 Foucault 有關於「異托邦／異質空間」(heterotopias) 的論點 (Foucault, 1984)，來說明傳奇的 Live House 的意義與價值。他說人類的文明裡，一直有些地點的設置，是為了完全不同於其它地點的日常性功能，可稱之為「異質空間」。異質空間，就像一面鏡子的存在，在鏡面的虛幻之處、映照真實。舉例來說，圖書館、博物館，就是一個異質空間，它們試圖收集所有時間的累積。但節慶或渡假村，就不是為了追求永恆，反而是為了追求絕對的、暫時性存在的異質空間。Foucault 最後舉了「船」作例子，它是個飄浮的空間，一個沒有地點的地點，是最完美的異質空間。他認為 16 世紀以來西方世界尋找殖民地所發展而出的文明，就是以「船」這樣的異質空間所帶領的，它同時是經濟開發的工具，但也儲存著一切的想

像。而他警告，「如果我們的文明裡沒有船隻，夢想就會乾枯。秘密檢舉會取代冒險，警察會取代海盜」(Foucault, 1984, p.9)。

我認為，傳奇的 Live House，就像是城市裡的「船」，是讓我們的想像力可以自由飄流的異質空間。傳奇的 Live House 堆疊許多時間，比如那些照片、海報，牆面、廁所裡的塗鴉，被香煙薰黑的天花板。它也上演許多精采的一瞬間，音樂人的冒險曾經在此付諸實現，承載夢想，也映照出現實生活的苦悶或難以忍受。所以，當我們的都市都愈來愈朝向仕紳化／上流化 (gentrification) 發展、愈來愈秩序化時，Live House 就會只被視為營業空間，是需要政府看管及監控的地點，是音樂演出營業的場所，再也不是「船」。Live House 作為異質空間的特質，以及它所能保有的想像力，也就不見了。檢視了地下社會及 D22 在東亞城市中的故事，我感傷的不是物換星移、人去樓空，而是我們的想像力，也許會愈來愈無處可去。這，才是問題。

## 參考書目

- 耳東 (2014 年 3 月 1 日)。〈中南海一代 (2014 Edition)〉，《百度百家》。上網日期：2015 年 3 月 25 日，取自 <http://erdong.baijia.baidu.com/article/5615>。
- 何東洪 (2015)。〈獨立音樂的情感認同與危機：「地下社會」的生與死〉，羅悅全 (編)，《造音翻土：戰後台灣聲響文化的探索》，頁 138-143。台北：立方文化。
- 孫伊 (2012)。《搖滾中國》。台北：秀威。
- 張心華 (2012 年 7 月 9 日)。〈無「法」適從地下社會傳告歇業獨立樂界籲：Live House 要正名〉，《苦勞網》。上網日期：2014 年 12 月 23 日，取自 <http://www.cooloud.org.tw/node/69540>。
- 羅悅全等人 (2015)。《造音翻土：戰後台灣聲響文化的探索》。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.





## 附錄：「民歌與流行音樂」相關學位與期刊論文彙編 ( 1991-2017 )

編按：

本期計有楊祖珺與簡妙如的長短專文各一，均是「音樂」主題；為了服務讀者更進一步了解相關研究，編委會也規劃「民歌與流行音樂」參考資料的編纂，由中正大學電訊傳播所研究生黃禹樵執行。

蒐尋方法使用國圖的期刊索引、碩博士論文，還有華藝等三個資料庫，以「民歌」、「民歌運動」、「校園民歌」、「流行音樂」這四個關鍵字搜尋學位論文、期刊資料。先篩選出「篇名、關鍵字、摘要」等三個部份含有這些關鍵字的文章，再篩選出比較切合 70~80 年代校園民歌運動主題的論文，並刪去幾篇 3 頁左右的短文。由於部分論文在書寫中同樣也會提及民歌時期，為充實書目內容，在篩選時也納入有談論「70~80 年代流行音樂」這個斷代時間的論文，最後共蒐集到共 61 篇論文，並以其發表年代排序，從中推知該課題的研究演變狀態。

苗延威 (1991)。《鄉愁四韻：中國現代民歌運動之社會學研究》。國立台灣大學社會學研究所碩士論文。

張釗維 (1992)。《誰在那邊唱自己的歌：1970 年代台灣現代民歌發展史——建制，正當性，論述與表現、形式的形構》。國立清華大學歷史研究所碩士論文。

鄭淑儀 (1992)。《臺灣流行音樂與大眾文化(1982-1991 年)》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

郭紀舟 (1995)。《一九七〇年代臺灣左翼啟蒙運動--《夏潮》雜誌研究》。東海大學歷史學系碩士論文。

王家慶 (1996)。《從符號學詮釋批判台灣的流行音樂文化》。國立成功大學藝術研究所碩士論文。

江文瑜、邱貴芬 (1997)。《查某儂嘛要抓狂—當代台語流行女歌的後殖民女性主義詮釋與批判》。中外文學，26(2)，23-48。

劉季雲 (1997)。《論校園民歌之發展---從民歌運動到文化工業》。國立成功大學藝術研究所碩士論文。

- 陳雅潔 (1999)。《當代台灣本土流行音樂之後現代性初探》。東海大學社會學系碩士論文。
- 葉月瑜 (1999)。《影像外的敘事策略：校園民歌與政宣電影》。新聞學研究，(59)，41-65。
- 鄭鴻生 (2001)。《青春之歌—追憶 1970 年代臺灣左翼青年的一段如火年華》。台灣社會研究季刊，(41)，129-204。
- 王啟明 (2002)。《1960 年代反叛文化對臺灣的影響》。中國文化大學史學研究所碩士論文。
- 簡妙如 (2002)。《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》。國立政治大學新聞學研究所博士論文。
- 蔡明振 (2004)。《「時代樂府」—民國六〇年代〔七〇年代〕校園民歌之研究》。中國文化大學中國文學研究所碩士論文。
- 王啟明 (2005)。《臺灣流行音樂與兩岸關係》，華人前瞻研究，1 卷 1 期，頁 147-173。
- 張雅文 (2005)。《臺灣現代民歌研究—以 1975~1985 年為例》。台北市立師範學院應用語文學研究所碩士論文。
- 陳嘉文 (2005)。《七〇年代台灣「現代民歌」的發展與變遷》。國立臺灣師範大學音樂研究所碩士論文。
- 徐玫玲 (2005)。《《亞細亞的孤兒》vs.《向前走》--談臺灣流行音樂研究的瓶頸與願景》關渡音樂學刊，(2)，51-69。
- 蕭義玲 (2005)。《重建或發明？—台灣歌謠傳統的建立與形象再現》。中正大學中文學術年刊，(7)，81-115。
- 徐子婷 (2007)。《搖滾樂中的國族想像——以羅大佑與閃靈的音樂創作為例》。國立台灣大學政治學研究所碩士論文。
- 黃慶雪 (2007)。《文化創意產業之品牌行銷—以台灣校園民歌為例》。世新大學傳播管理研究所碩士論文。
- 鍾綺華 (2007)。《七〇年代「校園民歌」之內蘊與藝術性探討》。南華大學文學研究所碩士論文。
- 方美蓉 (2008)。《台灣搖滾樂的在地化歷程》。南華大學傳播學系碩士論文。
- 姜振豐 (2008)。《從校園民歌的興衰探討八〇年代台灣的社會文化》。淡江大學歷史

- 學系碩士論文。
- 葉恩慈 (2008)。《臺灣校園民歌文化的建構與轉化》。國立台灣大學台灣文學研究所碩士論文。
- 薛梅珠 (2008)。《記憶、創作與族群意識—胡德夫之音樂研究》。國立台灣藝術大學表演藝術研究所碩士論文。
- 石計生 (2009)。《社會環境中的感覺建構：「寶島歌后」紀露霞歌謠演唱史與臺灣民歌之研究》。社會理論學報，12 卷 2 期，頁 433-477。
- 林積萍 (2009)。《論臺灣一九七〇年代通俗文化的集體想像》。東海中文學報，(21)，371-387。
- 杜守正 (2009)。《唱自己的歌——探討李雙澤在台灣民歌運動中的意義》。佛光大學藝術學研究所碩士論文。
- 葉乃嘉 (2009)。《抱著吉他的七〇年代：校園民歌的文化意涵研究》。國立台南藝術大學音像管理研究所碩士論文。
- 宋秀娟、劉斐如 (2010)。《「校園民歌」融入通識課程教學之探討》。大葉大學通識教育學報，(5)，81-97。
- 吳長育 (2010)。《本土之聲：台灣流行音樂中的「鄉土」與「本土」》。東海大學社會學系碩士論文。
- 許芳瑜 (2010)。《國族認同流變下的民歌及其根源與路徑：九十年代台灣與香港國中音樂教科書比較研究》。國立交通大學音樂研究所碩士論文。
- 陳立民 (2010)。《平面設計的社會實踐-光復後至今的臺灣流行音樂唱片封套例證》。國立雲林科技大學設計學研究所博士論文。
- 陳冠伶 (2010)。《美麗的回憶，閃亮的生意—懷舊經濟下的校園民歌》。南華大學傳播學系碩士論文。
- 鄭鴻生 (2010)。《陳映真與台灣的「六十年代」重試論台灣戰後新生代的自我實現》。台灣社會研究季刊，(78)，9-46。
- 高仲恆 (2011)。《國家、市場與音樂——戒嚴時期台灣愛國歌曲的流變 (1949-1987)》。國立臺灣師範大學歷史學系在職進修碩士論文。
- 張簡士漳 (2011)。《臺灣流行音樂人的創作面向與內在意蘊—以羅大佑、陳昇、陳明章為討論對象》。國立台灣大學台灣文學研究所碩士論文。

- 陳恒堅 (2011)。《聽見臺灣味:陳明章臺語歌謠的創作歷程與特色》。國立臺灣師範大學台灣文化與語言文學研究所碩士論文。
- 黃嘉玲 (2011)。《舊愛·新歡---黃嘉玲「校園民歌」插畫創作論述》。國立台北教育大學藝術與造型設計研究所碩士論文。
- 蘇稚蘋 (2011)。《七零年代校園民歌對現今流行音樂與社會的影響》。實踐博雅學報，(16)，83-95。
- 明立國 (2012)。《臺灣民謠音樂的保存與發展—以現代民歌和恆春民謠為例的一個比較和觀察》。文化生活，(70)，27-29。
- 黃國超 (2012)。《1970年代另類「校園歌曲」的喧囂：山地歌曲與救國團康樂歌唱的音樂政治》。台灣原住民研究論叢，(11)，25-51。
- 呂宜璟 (2014)。《台灣通俗音樂中的國族與族群認同》。國立成功大學台灣文學系碩士論文。
- 粘淑茹 (2014)。《接受與反應—羅大佑流行音樂現象研究》。國立東華大學台灣文化學系研究所碩士論文。
- 何東洪 (2015)。《音樂的社會性媒介 從「民歌 40」的爭論談起》。共誌，(10)，40-48。
- 林潔珊 (2015)。《由《領先流行音樂》與《搖滾客》雜誌看八〇年代台灣流行音樂傳播》。國立東華大學華文文學系碩士論文。
- 徐蘭君 (2015)。《唱自己的歌：聲音的跨界旅行和文化的青春互動—淺談新謠與臺灣現代民歌運動之間的關係》。東華漢學，(21)，201-229。
- 黃泳晞 (2015)。《歌唱作為一種武器—原住民歌手於原運中社會實踐之探究》。國立政治大學新聞學研究所碩士論文。
- 劉壽雄 (2015)。《歌手邱晨之研究》。國立台中教育大學音樂學系碩士論文。
- 豬頭皮 (2015)。《民歌 40》(水晶 30) (豬頭 20)。新社會政策，(40)，4-8。
- 田書函 (2016)。《臺灣「校園民歌」(1975-1993)的「鄉土」意識研究》。國立中興大學中國文學系碩士論文。
- 周純鏐 (2016)。《惑，民歌四十》。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 徐珮琳 (2016)。《被想像的臺北：以 1970 年代後的臺灣流行歌為範疇》。國立臺北教育大學台灣文化研究所碩士論文。
- 陳俊斌 (2016)。《從「唱歌」到「唱自己的歌」—《很久沒有敬我了你》中現代性與

- 原住民性的接合。》台灣社會研究季刊，(103)，1-49。
- 葉莞妤（2016）。《誰來唱我們的歌－流行歌曲中台灣原住民族的現聲/身》。國立中興大學台灣文學與跨國文化研究所碩士論文。
- 劉雅芳（2016）。《冷戰聽覺轉向第三世界的音樂生產：李雙澤、楊祖珺、王明輝的思想實踐》。國立交通大學社會與文化研究所博士論文。
- 賴靖珉（2016）。《流行歌曲與臺灣社會之互動（1945-2015）~以歌詞為中心之探討》。國立台中教育大學音樂學系碩士論文。
- 謝憶凡（2016）。《羅大佑國語歌詞之語言風格研究》。國立中興大學中國語文學系碩士論文。
- 陳建瑋（2017）。《分眾時代下台灣流行音樂產業的策略分析》。元智大學管理碩士在職專班碩士論文。
- 熊信淵（2017）。《熱門、搖滾到民歌——臺灣青年的音樂世界（1950's-1970's）》。國立台灣大學台灣文學研究所碩士論文。
- 劉玉林（2017）。《校園民歌對台灣流行音樂文化影響之研究》。佛光大學傳播學系碩士論文。



## 訂 閱

零售：每期新台幣 500 元

個人訂閱：國內一年兩期 1000 元

海外一年兩期 1500 元(或 50 美元)

機構訂閱：國內一年兩期 2000 元

海外一年兩期 3000 元(或 100 美元)

以上均含掛號郵資

郵政劃撥戶名 社團法人媒體改造學社

郵政劃撥帳號 50313103

# Communication, Culture, & Politics

Journal published by CMR, Taipei, Taiwan

December 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)*