

傳播研究與實踐

第3卷 第1期 2013 年1月

專題論壇：優質新聞、忠實報導

追求真實與公眾信賴——新傳播科技所沒有改變的命題／胡元輝

論壇一：平面媒體的挑戰與回應／項國寧、吳俊彥、谷澄、管中祥、林麗雲

博士生回應（一）：從公共領域精神看平面媒體的挑戰與回應／丘忠融

博士生回應（二）：忠實報導，對誰忠實？／張約翰

論壇二：電子媒體的挑戰與回應／關尚仁、楊鳴、潘祖蔭、劉幼琄、鍾起惠、王泰俐

博士生回應（一）：優質新聞與新聞真實？日常實踐中的新問題／區國強

改變均衡賽局——行動勝於空話／黃詩凱

博士生回應（二）：數位時代的電視專業與倫理／曾喜松

論壇三：新興媒體的挑戰與回應／藍宜楨、張修哲、張寶芳、陳順孝、林照真

博士生回應（一）：從眼球到社群——新興媒體的轉化與契機／馬耀祖

博士生回應（二）：誰來撰寫新媒體的新聞？／劉忠博

新素養與21世紀的傳播教育——以新素養為公共／公民參與／翁秀琪

研究論文

建構及評估公眾利益導向之公關策略對公關效能的影響／劉正道

雇員彈性制度下臺灣報社變革管理研究——以《聯合報》為例／張天雄

逾越的愉悅——《零》系列電玩遊戲的空間閱讀／李長潔

從人力資源角度初探電視記者職能模型／王正慧

典籍再現

從《無聲的語言》與《超越文化》談 Edward T. Hall 在跨文化溝通灑下的種子／葉蓉慧

追求真實與公眾信賴—— 新傳播科技所沒有改變的命題

Pursuing Truth and Public Trust: The Proposition that New Communication Technologies Have Not Altered

胡元輝 *

Hu, Yuan-Hui

國立中正大學傳播學系副教授

Associate Professor, Department of Communication, National Chung Cheng University

西方新聞業自上個世紀 90 年代以來，產業內外即充滿困惑與焦慮的氣氛。此種困惑與焦慮一方面來自於既存新聞產業是否還有明天的徬徨，另一方面則來自於傳統專業意理（ideology of professionalism）能否繼續適用的懷疑，其中尤以後者牽涉新聞工作者的實際操作與社會地位，並關乎新聞業的存在價值與社會功能，備受各界關注。

造成新聞業落入如此窘境的因素甚多，經濟衰退與金融危機是最被提及的因素之一，全球化與去管制化亦屬廣泛關注的焦點，至於新聞業的自身表現，當然也在熱烈討論之列。不過，許多人認為，傳播科技的革命性變遷乃眾多因素之首，網路化與數位化演進的後果，不僅讓新聞的傳輸通道與展示載具大異從前，甚至動搖新聞與新聞業的傳統定義。西方世界自二十世紀初所逐步建立的新聞專業主義（journalistic professionalism），在發展約一百年後的今天，已出現典範轉移的現象，舊的新聞典範即使沒有崩解，亦已面臨解構與重構的處境。

究竟新傳播科技改變了甚麼？從傳統新聞業的角度來看，無可否認，它大大改變了新聞呈現的場域，讓我們在「任何時間、任何地點」都可以看新聞；它也大大改變了新聞生產的流程，讓新聞工作者從取得新聞原料到完成新聞成品的過

* Email: yhhutw@yahoo.com.tw

程，都與以往有所不同；甚至，它也改變了新聞媒體的組織樣態，愈來愈多的媒體組織在匯流的趨勢下，出現跨媒體、跨平臺的聚合與重整。但真正讓傳統新聞業困惑的是，在這個新聞產製不再專屬於傳統新聞工作者與新聞組織的年代，新傳播科技是否已根本改變了新聞的本質與定義？真實、公正、獨立、客觀等基礎價值是否還能適用於當今的新聞環境？這些問題對許多新聞從業人員而言，何止是困惑，其甚者，猶形成某種集體性的內在焦慮。

因此，釐清傳播科技與新聞變遷之間的複雜關係，還原數位時代新聞與新聞業應有的面貌，不僅有著理論上的重要價值，還有現實上的迫切需求。以下即試從經營環境與產製生態兩個層面，對上述問題提出若干回應。首先將分析新傳播科技帶來的兩個假命題，進而探索數位新聞時代所沒有改變的新聞課題。

壹、經營模式破損下的假命題：唯利潤主義的思考

無可否認，新傳播科技確實改變了新聞業的經營環境，而且改變的幅度至深且鉅。

以美國為例，聯邦通訊傳播委員會（Federal Communications Commission, FCC）於 2011 年 7 月所發表的一份研究報告中，綜合各方面的調查指出，美國報紙在 2005 至 2010 年間，廣告收入掉了近 48%；2006 至 2009 年，日報減少的採編支出近 16 億美元，降幅超過 25%；2006 至 2010 年間，日報雇用的人力從 55,000 人降至 41,600 人，裁減人員數超過 25%，回復到 1970 年代水門案以前的狀態。不僅報紙如此，1980 年代末迄 2010 年，電視聯播網新聞從業人員減少近半數；1985 年至 2010 年，雜誌採訪人員減少約半數；1980 年代中期至 2010 年，全新聞的地方商業廣播電臺數亦從 50 臺縮為 30 臺，僅能涵蓋三分之一的美國；目前也只有 20% 到 30% 的美國人能有機會接收全新聞的地方有線電視新聞頻道（Waldman & the Working Group on Information Needs of Communities, 2011）。

從閱聽眾新聞消費（news consumption）的角度來看，使用媒體的行為同樣出現重大的轉變，不只網路重創了報紙，連電視都已面臨新興媒體的威脅。根據皮優研究中心（Pew Research Center）2012 年最新調查顯示¹，經由網際網路與行

1 皮優研究中心係自 1991 年開始進行此一美國人新聞消費的調查，後來固定每 2 年進行一次，2012 年的調查係於 5、6 月間進行，受訪人數達 3,003 人。有關新聞來源的調查，係詢問受訪者昨日從哪裡獲取新聞。

動裝置獲取新聞的美國人，比例已高達 39%²，超過報紙的 29%（純紙本部分為 23%）與廣播的 33%，雖然仍不及電視新聞的 55%，但 30 歲以下的成年人（18-29 歲），只有 13% 仍會瀏覽報紙或其數位版，經由社群網站（social networking site）獲取新聞的比例已達 33%，與電視新聞的 34%，可謂伯仲之間，而 2006 年時的調查，尚有近半數（49%）的 30 歲以下成年人會從電視取得新聞。此外，40 至 49 歲的美國人，2010 年時還有 40% 僅以電視、報紙、廣播等傳統媒體平臺作為新聞來源，到了 2012 年已降為 24%，顯示電視作為新聞來源的地位已經愈來愈為脆弱（Pew Research Center, 2012）。

臺灣人的新聞消費亦呈現相同的變化。根據 Nielsen 調查機構的資料顯示，一般大眾使用傳統媒體的時間在減少中，而花在新媒體如網路的時間則愈來愈多。以昨日媒體觸達率來說，2011 年使用網路的比例為 52.7%，雖不及電視的 91.1%，但已高於報紙的 40.6%、廣播的 21.1%，而網路的觸達率在 2007 年即已超過報紙，在資訊傳播上扮演益趨重要的角色（臺北市媒體服務代理商協會，2012）。此外，根據創市際 ARO³ 的數據顯示，臺灣社群網站在 2011 年 7 月的到達率已高達 95.98%，平均每位網友每月花費在社群網站的時間達 574.2 分鐘（9.6 小時）。值得注意的是，Facebook 使用者到過 Facebook 之後造訪的網站，有高比例為新聞網站（創市際，2011）。

新聞消費模式的改變雖然使新聞業遭到普遍性的衝擊，但回顧整個傳播史，傳播科技對傳播產業的衝擊非但不始於今日，而且衝擊的強度亦未必以今日為最。從文字、聲音到影像技術的發展，從收音機、電視到網路的興起，其實人類隨時都處在新傳播科技的劇烈衝擊之中。今天的人類只是剛好碰到網路化與數位化的變革，所以對此特別有切身的感受而已，想想看，當人類首次能夠經由收音機聽到世界上的最新訊息，或是經由電視看到世界上最新動態的時候，能夠不感到驚異嗎？

近百年來，科技就像是媒體產業腳下的行動魔毯（moving carpet），隨時載送新聞業向前飛行，而且科技對產業的衝擊有予有取，它會改變既有的產業樣

2 經由行動裝置（包括行動電話、平板電腦等）獲取新聞的美國人達 17%，其中多數（78%）都是經由行動電話。

3 ARO 網路測量研究係創市際公司所研發之網路收視率調查（access rating online），它的研究方法類似傳統收視率調查，透過與國內大型網站合作，招募能充分涵蓋網路用戶母體的固定建置樣本（ARO panel），在得到其許可的情況下由調查樣本自行安裝能忠實記錄樣本點選流向資料的軟體 NetRover™，以精準地紀錄網友的瀏覽資料。調查方法見 <http://www.insightxplorer.com/product/ARO01.html>。

態，卻很少帶走所有的東西，以目前受創最深的報業而言，歷經收音機、電視的發明，於今猶存，可為例證。儘管如此，當既有媒體產業碰上新傳播科技的時候，恐懼與抵制向來是典型的反應模式 (Küng, 2008: 124-143)。以美國為例，1920 年代收音機興起之後，為了降低此一新科技對報紙可能帶來的影響，報老闆們甚至要求國會立法禁止收音機播送新聞，此一舉措現在看來至為荒謬，但當時報業的憂慮於此可見。事實上，收音機與電視興起之後亦確實為報業帶來相當的衝擊，以英國為例，收音機讓報業掉了 30% 的廣告，電視則使大型日報廣告所占的營收比例，由 1960 年的 45% 降為 1975 年的 27%，但報紙後來還是找到了出路 (Chapman & Nuttall, 2011: 103)。

其實，新聞 (news) 與紙 (paper) 早就不再如膠似漆。電報、收音機、電視在資訊傳遞的角色上，都曾經或仍舊扮演著重要的功能，電腦、網際網路與行動裝置興起之後，只是把這種新聞與特定載具間的非必然關係，做了更為徹底與鮮明的展示。在美國報業服務近四十年的前芝加哥論壇報總編輯傅勒 (Jack Fuller)，在不久前出版的專書中即指出：「對我而言，報紙的命運別具意義，因為我已投注生命於此。但，新聞業的未來並不依賴於新聞紙的持續，對公民健康以及基本生活方式至關重要的是新聞本身的命運，是攸關公益的公共資訊的命運」(Fuller, 2010: 6)。英國著名的調查報導記者皮爾格 (John Pilger) 同樣認為，我們所面對的問題應該是新聞而非新聞紙的未來。他強調：「我們已經歷科技的擴張，但是媒體的議程 (agenda) 卻萎縮了」(轉引自 Chapman & Nuttall, 2011: 166)。

實務界的反思已點明傳播科技的突破雖然造成新聞產業的震盪，但新聞產業的科技震盪乃歷史常態，新聞產業 (news industry) 的永續經營更非新聞業 (journalism) 所應關注的本質性問題。將新聞產業經營模式受創視為優質新聞無法存續的理由，其實是對當前新聞問題的誤解及扭曲。從政治經濟學角度出發的學者即進一步解析，新聞業者以產業經營艱因為由來裁減新聞人力，降低新聞編採支出的做法，根本是逃避責任的遁詞。包括麥克切斯尼 (Robert W. McChesney)、艾爾摩隆 (Núria Almiron)、布林 (Michael J. Breen) 等人均指出，財團模式新聞業 (corporate journalism) 或媒體大集團 (media conglomerate) 的首要考慮，乃是自身的利益，而非身為公民的閱聽者的需求。業者口中的新聞業經營問題是利潤不足的問題，而非新聞品質的問題。我們必須要問業者所謂的新聞業利益受到傷害，究竟是公民的利益還是經營者的利益 (Almiron, 2010; Breen, 2007; McChesney & Nichols, 2010) ？

許多傳播史學者的研究亦認為，西方媒體的演進歷程清楚顯示，當新聞產業愈來愈企業化，並成為跨產業集團的成員時，獨立的新聞（independent news）就可能被自利的商業訊息（self-interested commercialism）所取代。新傳播科技帶來的產業匯流亦然，學者查普曼（Jane L. Chapman）與納托爾（Nick Nuttall）因此感嘆表示：「新聞與公共事務愈來愈不具吸引力，除非它們也能服務商業利益」（Chapman & Nuttall, 2011: 166）。誠然，在商業利益至上的「唯利潤主義」思考下，所謂科技變遷所帶來的經營模式破損，已成為業者抵擋新聞品質下降的口實，但是經營模式的衝擊就必然意味新聞品質的犧牲嗎？就必然代表新聞價值或準則的毀棄嗎？答案顯然不是如此。就此而言，以傳播科技的經營挑戰作為優質新聞淪喪的說法，乃是不折不扣的假命題。

貳、守門機制破損下的假命題：偽專業主義的思考

新傳播科技對新聞業另一項重大的衝擊在於產製生態。無可否認，在網路化與數位化的發展下，整個新聞的產製流程與方式業已產生翻天覆地的變化。過去，新聞的產製幾乎都集中與控制在一群專業／職新聞工作者（professional journalist）的手中，只有專業／職新聞工作者產製的資訊方被視為新聞，亦只有專業／職新聞工作者服務的單位方被視為媒體。甚麼是新聞？甚麼不是新聞？皆握在所謂專業／職工作者的手中。但，新傳播科技的發展大大方便了新聞的產製與傳布，亦大大改變了新聞產製的生態。如今，不僅人人都是生產者，也是消費者與使用者，亦即生產性消費者（prosumer）或生產性使用者（produser）。

許多研究者試圖描繪當前的新新聞生態，例如新媒體專家鮑曼（Shayne Bowman）與威利斯（Chris Willis）以廣播（broadcast）及互播（intercast）模式來區別傳統與當前的新聞流動樣態。他們指出，傳統廣播模式下的新聞產製流程乃「由上而下」（top-down news），所有的新聞在閱聽眾接收之前都經過新聞組織的篩選，新型態的參與式新聞（participatory journalism）則是「由下而上」（bottom-up news），新聞往往經過一個中介即到達閱聽眾，而且事先並未經過過濾。當前的新聞環境在參與式新聞的衝擊下，已發展出新的媒體生態系統，此一生態系統中，線上社群會討論與擴展主流媒體所產製的新聞，但也同時會產製參與式新聞、草根型報導（grassroots reporting）、註解式報導（annotative reporting）、評論與事實查核等，主流媒體則將這些線上社群的產物當作它們的消息來源或新聞的基礎觀念（Bowman & Willis, 2003: 9-13）。

多明哥 (David Domingo) 等多位學者則從社會—歷史發展 (social-historical development) 的取徑，將人類社會公眾溝通 (public communication) 的演進區別為小型 (small)、複雜 (complex) 與後現代 (postmodern) 三個階段。早期小型社會的溝通模式主要係由社群成員直接進行互動，進入現代化的複雜社會後，社會的規模與複雜性增加，社群中的個別成員已難以執行社會所需的溝通功能，必須仰賴制度化的媒體 (institutionalized media) 作為公眾溝通的主要機制。但參與式新聞興起之後，人類已進入以參與式媒體為外層，制度化媒體為核心的後現代社會公眾溝通模式，以往由通訊社及新聞媒體所擔負的部分制度性溝通功能，如今已能夠被個別社會成員與組織所執行，不過，傳播機構在公眾溝通的領域仍扮演一定的傳播功能 (Domingo et al., 2008)。

無論是鮑曼與威利斯的新興媒體生態系統 (the emerging media ecosystem)，或是多明哥等人的後現代社會公眾溝通模式，都偏向於正面勾勒當前的新聞產製生態。但仍有許多學者或分析家認為，新聞專業守門機制的破壞已經造成新聞品質的墮落，所謂參與式新聞或公民新聞 (citizen journalism) 的出現不只無法彌補傳統專業新聞萎縮後所留下的空隙，更是新聞專業敗壞的元凶。有的人以回音室 (echo chamber) 或資訊繭 (information cocoon) 來批評公民新聞參與者的自我封閉 (Sunstein, 2007)，也有的人以業餘者教派 (the cult of the amateur) 或數位平庸森林 (digital forest of mediocrity) 來貶抑業餘者的可能貢獻 (Keen, 2007)。

這些批評不能說毫無道理，也道出若干事實，但問題的本質確乎如此？沒有參與式新聞或公民新聞來「攪局」，我們的專業新聞工作者就能產製優質新聞，並且成功實踐專業新聞價值？根據皮優研究中心的調查顯示，美國人自 1985 到 2011 年間對新聞媒體的評價便出現明顯的下墜趨勢，認為專業媒體新聞往往不正確的美國人，從 1985 年的 34% 上升到 2011 年的 66%；認為專業媒體意圖支持特定立場的比例，也從 53% 揚升到 77%；認為新聞常常被有力人士或有力組織所影響的美國人，更從 53% 攀升到 80%，足見傳統新聞媒體事實上已不受閱聽眾的信賴。將公民新聞的興起單純歸諸於傳播科技的發展，並不符合事實，反言之，若非閱聽大眾對傳統媒體存在相當程度的不滿，恐亦無法造就如雨後春筍般的公民新聞。

何況，公民新聞界業已透過具體的實踐經驗及反思，認知公民新聞雖有其特質及定位，不必也不應視之為專業新聞的複製或補充，但仍有其基本的價值與準則，這些價值或準則亦未必與專業新聞相衝突。舉例言之，公民新聞雖不

必然要講求觀點的多元或真相的完整，但在反映觀點或報導見聞時據實以言，仍為公民新聞產製者所尊重的準則。學者賴福（David M. Ryfe）與梅新（Donica Mensing）在一項針對美國、加拿大與南韓 21 個公民新聞網站的研究中即發現，許多公民新聞網站的自我定位，皆謹守傳統進步主義的新聞概念（progressive conception of the news），將資訊（information）視同事實（facts），而事實則等同真實（truth）（Ryfe & Mensing, 2010）。

推動公民新聞的吉爾摩（Dan Gillmor）就坦言：「這種新興（公民）媒體的確造成，或至少是惡化了可信度與公正上的難題，而這些問題得花上數十年來解決。但是在專業記者與其他關心者的協助下，我有信心這個社群可以解決所有的問題」（Gillmor, 2004: 238）。鮑曼與威利斯甚至認為：「參與式新聞提供媒體公司與其閱聽眾發展更忠誠與信賴關係的可能性」（Bowman & Willis, 2003: 53）。換言之，在公民新聞或參與式新聞倡議者的看法裡，此種新興的新聞產製生態不只讓公眾得到表意的管道，也是傳統新聞媒體提振其公信力的極佳途徑。

無論如何，以新傳播科技導致新聞產製劇烈變革，公民新聞蓬勃發展，作為傳統媒體無法實踐優質新聞的說法，顯然也是一個以專業為名的假命題。畢竟傳統新聞媒體的公信力已備受質疑，公民新聞儘管也有品質問題，惟其正面功能亦已在實踐中受到諸多驗證。傳統新聞守門機制的存在即使不必視之為特權，亦不必然就是新聞品質的保證，所謂的專業新聞組織如若繼續實施新聞的守門機制，就必須接受公眾的嚴格檢視，專業主義若淪為新聞產業經營者或工作者維護既得利益的擋箭牌，此非「偽專業主義」，又是甚麼？

參、新傳播科技所沒有改變的命題

新傳播科技的確已成為改變新聞生態的重要驅動力，但「唯利潤主義」與「偽專業主義」卻是我們正確理解此一變革的巨大障礙，若能破除此二迷障，吾人當可清楚發現，縱使傳播科技日新月異，新聞生態推陳出新，但優質新聞的追求仍然是新聞工作者不變的使命，而如何判定優質新聞亦有其不變的準則。

一言以蔽之，新聞之所以是新聞，或者說，新聞之所以有其存在的價值，就在於其所具有的真實性，失去真實，新聞固不成為新聞，亦喪失其存在的基本價值。同樣的，信賴是人類社會的運作基礎，失去信賴，社會固不足以凝聚，亦根本難以運轉，特別是追求人民自治的民主社會，信賴不只是公共生活正常運轉的基礎，更是公共生活品質高下的關鍵。新聞作為民主社會的重要支柱，若能立足

於真實性的追求，不僅自身可以獲得公眾的信賴，更能助成社會成員彼此間的信賴，作用大矣！

面對新傳播科技對新聞業所帶來的巨大衝擊，已經有多項調查顯示，專業／職新聞工作者仍視追求真實與公眾信賴為新聞業不變的礎石⁴。美國資深新聞工作者科維奇（Bill Kovach）與羅森斯蒂爾（Tom Rosenstiel）透過 21 場公眾論壇及 100 多名新聞工作者的訪談，於 2001 年整理出一份廣受重視的新聞要素（element of journalism）清單，被這份清單列在首位的新聞要素就是：「新聞工作的首要義務是追求事實與真相」（Kovach & Rosenstiel, 2007: 5）。學者葛萊德里（George Albert Gladney）等人於 2005 年針對美、加地區 723 位報紙及廣電新聞組織的網站主管進行調查，調查結果亦發現可信度（credibility）是他們最重視的網路新聞品質標準，整體而言，網路新聞工作者仍將傳統的新聞品質標準視為最重要的品質依據（Gladney, Shapiro, & Castaldo, 2007）。

不只實務工作者的看法如此，許多新媒體研究者亦抱持相同見解。以關係倫理（relationship ethics）來分析網路時代新聞倫理的學者辛格（Jane B. Singer）即指出，傳統媒體時代遵循的是守門人倫理（gatekeeper ethics），作為守門人的新聞工作者將自己視為民主程序中的重要成員，以提供公眾可資信賴的資訊為其職責。到了網際網路的時代，新聞工作者處身於網路所建構的網絡（network）之中，所應遵循的倫理原則在本質上雖與傳統媒體並無不同，但網絡的相互連結性使這些倫理準則必須從關係（relationship）的角度重新定位。以傳統媒體高度重視的據實報導（truth-telling）原則為例，此原則在網絡時代同其重要，但它的重要性並不在於記者若不提供真實資訊，公眾將無由取得真相，而是因為說真話乃人類各種關係都應遵循的倫理準則，如果一個人對別人是否會盡可能地說真話失去信心，那麼彼此之間就不可能建立可發展的關係⁵（Singer, 2010）。

學者麥克奈爾（Brain McNair）考察網路新聞革命之後同樣認為：「無論是專業者或業餘者所產製的新聞，誠實（veracity）、可靠（reliability）與正確（accuracy）都是新聞能有社會影響的先決條件」（McNair, 2011: 46）。戴維斯（Michael Davis）針對新聞職業的探討亦強調，無論時代如何變遷，也無論商業化與網際網路會對新聞業帶來何種衝擊，人類還是需要能夠被倚賴的新聞採集者

4 在新媒體蓬勃發展的今日，美國各新聞工作者組成的專業團體仍將報導真實與公眾信賴標舉為專業守則中最重要的條目（胡元輝，2012）。

5 倡議新聞工作者應是社會責任式存在主義者（socially responsible existentialist）的辛格，強調新聞工作者要能自由選擇、負起責任，以實現他奠基於信賴的社會角色（Singer, 2011）。

(news gatherers)。他可能是能夠對各種消息來源進行甄別的專業工作者，亦可能是更致力於瞭解重要事件真相並作正確報導的一般民眾 (Davis, 2010: 101)。

傳播科技對新聞業的衝擊，的確已讓許多人對真實與信賴的必要性感到徬徨，人們開始懷疑新聞是否真的是一種追求真實以取得公眾信賴的工作？此種懷疑在新聞媒體益趨企業化 (corporatization of news media)、新聞益趨商品化 (commodification of news) 的新聞環境裡更加受到強化。惡性循環的結果，傳播科技弔詭的淪為市場價值無限擴張的工具，被用來合理化所有追求商業利益的作為。許多原本不應被市場價值或商業利益主導的新聞操作領域，如今都已被前者所侵蝕，無怪乎哈佛大學教授桑德爾 (Michael J. Sandel) 要割切地說：「過去三十年所發生的最致命變化，並不是貪婪的增加，而是市場及市場價值已擴張到非它們所屬的生活領域」(Sandel, 2012: 7)。「生命中某些美好的事物，一旦被轉化為商品，就會淪於腐化或墮落」(同上引：10)。

新聞是信任商品 (credence good)，儘管我們需要對它重新賦予意義，但是在這個被桑德爾稱為市場凱旋論的時代 (the era of market triumphalism)，或 20 多年前就被麥克瑪納斯 (Jonh H. McManus) 直接以市場驅動新聞業⁶ (market-driven journalism) 名之的時代裡，仍有一些新聞價值並未褪色；在這個新聞與媒體定義正在改寫的時代裡，亦仍有一些新聞準則必須被堅持。前舉的新聞史學者查普曼與納托爾如斯表示：「新聞總是被科技創新所衝擊，……新聞與報紙相當重要，據實報導這個世界的能力絕對是值得捍衛的權力」(Chapman & Nuttall, 2011: 170)。旨哉斯言，科技創新雖然改變了新聞業的經營環境與產製生態，卻應是我們實踐新聞價值，還原新聞本質的有力工具，科技役於人，非人役於科技。

肆、回到咖啡屋的時代

經濟學人 (*Economist*) 雜誌在 2011 年 7 月 9 日，以「重返咖啡屋時代」(Back to the coffee house) 為題，針對新聞媒體的現況與未來做了深入探討。文中指出，雖然網際網路等新媒體的科技發展大大改變了新聞業的風貌，讓新聞更具參與

6 麥克瑪納斯認為，美國近期的市場驅動新聞業發端於 20 世紀 60 年代末期的地方電視新聞業，到了 80 年代中期，美國三大電視新聞網及許多報社鑑於地方新聞網收視率及獲利の上揚，亦開始採行市場驅動新聞業。此種以市場判斷 (market judgement) 取代新聞判斷 (journalistic judgement) 的發展，令麥克瑪納斯深以為憂，尤其是對民主體制可能帶來的重大傷害。麥克瑪納斯在 1990 年代初期，即已洞見產業結構的變化是市場驅動新聞業得以盛行的背後因素，其中一個是媒體集中化，報紙等媒體逐步集中於幾個大公司，另一個是媒體產業開始由家族事業轉為上市企業，使媒體必須追逐高利潤率 (McManus, 1994)。

性、社交性、差異化與黨派化，但是該雜誌同時認為新聞產業在某種意義上正返回 300 年前那個大眾媒體尚未誕生的年代。那個年代，大家聚集在咖啡屋裡自由交談、互換訊息，遠來的人帶來外地的動態，本地的人亦彼此交流自己所掌握的資訊。網際網路此一看似嶄新的溝通工具，實際上卻是恢復早期咖啡屋裡的閒談風格（discursive ethos）與對話文化（conversational culture），該雜誌因此提醒網際網路時代的閱聽大眾，在成為新聞產製者的時候，要嚴謹掌握事實並將消息來源透明化，做為新聞消費者則可以廣泛接收訊息並以嚴格標準審視。

誠如經濟學人雜誌所言：「咖啡屋回來了，享受它吧！」（The coffee house is back. Enjoy it.）但咖啡屋或許回來了，在咖啡屋裡閒談的人憑甚麼相信對方所提供的資訊？如何斷定對方所言的可信度呢？顯然，從新聞業肇始的那一刻，真實與信賴就是最基本的構成要素。資訊能否通過真實性的驗證？資訊提供者能否取得接受者的信賴？成為資訊能否被傳播，或如何被傳播的關鍵。唯有資訊成為真實或擬真的代名詞，人類方會依之採取行動、進行抉擇。

若然，追求真實和建立信賴乃新傳播科技至今都未能改變的命題！

參考書目

- 胡元輝（2012）。〈數位時代的新聞品質觀——好新聞的定義、演進與價值〉。財團法人卓越新聞獎基金會（編），《好新聞，大家踴躍！》，頁 31-73。臺北：巨流圖書。
- 創市際（2011）。〈ARO 觀察——社群服務發展概況〉。上網日期：2012 年 11 月 28 日，取自 <http://www.iama.org.tw/upload/ResourceReport/20110830105124836.pdf>
- 臺北市媒體服務代理商協會（2012）。《2012 年臺灣媒體白皮書》。臺北：作者。
- Almiron, N. (2010). *Journalism in crisis: Corporate media and financialization*. New York: Hampton Press.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Retrieved November 28, 2012, from http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Breen, M. J. (2007). Mass media and new media technologies. In E. Devereux (Ed.), *Media studies: Key issues and debates* (pp. 55-77). London: Sage.
- Chapman, J. L., & Nuttall, N. (2011). *Journalism today: A themed history*. West Sussex, UK: Wiley.

- Davis, M. (2010). Why journalism is a profession. In C. Meyers (Ed.), *Journalism ethics: A philosophical approach* (pp. 91-102). New York: Oxford University Press
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2, 326-342.
- Fuller, J. (2010). *What is happening to news: The information explosion and the crisis in journalism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Retrieved November 28, 2012, from <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>
- Gladney, G., Shapiro, L., & Castaldo, J. (2007). Online editors rate web news quality criteria. *Newspaper Research Journal*, 28(1), 55-69.
- Keen, A. (2007). *The cult of the amateur: How blogs, MySpace, YouTube, and the rest of today's user-generated media are destroying our economy, our culture, and our values*. New York: Doubleday
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.
- Küng, L. (2008). *Strategic management in the media: Theory and practice*. London: Sage.
- McChesney, R. W., & Nichols, J. (2010). *The death and life of american journalism: The media revolution that will begin the world again*. Philadelphia: Nation Books.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.
- McNair, B. (2011). Managing the online news revolution: The UK experience. In G. Meikle & G. Redden (Eds.), *News online: Transformations & continuities* (pp. 38-52). Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Pew Research Center. (2012). *In changing news landscape, even television is vulnerable*. Retrieved November 28, 2012, from <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>

- Ryfe, D. M., & Mensing, D. (2010). Citizen journalism in a historical frame. In J. Rosenberry & B. St. John, III (Eds.), *Public journalism 2.0: The promise and reality of a citizen-engaged press* (pp. 32-44). New York: Routledge.
- Sandel, M. J. (2012). *What money can't buy: The moral limits of markets*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Singer, J. B. (2011). The socially responsible existentialist: A normative emphasis for journalists in a new media environment. In D. A. Berkowitz (Ed.), *Cultural meanings of news: A text-Reader* (pp. 53-66). Los Angeles, CA: Sage.
- (2010). Norms and the network: Journalistic ethics in a shared media space. In C. Meyers (Ed.), *Journalism ethics: A philosophical approach* (pp. 117-130). New York: Oxford University Press.
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Waldman, S., & the Working Group on Information Needs of Communities. (2011). *The information needs of communities: The changing media landscape in a broadband age*. Washington, DC: Federal Communications Commission.

airiti
傳播研究與實踐 · 第 3 卷 第 1 期 · 頁 13-40 · 2013 年 1 月
DOI: 10.6123/JCRP.2013.002

論壇一：

平面媒體的挑戰與回應

主講人：項國寧

《聯合報》社長

壹、第一次發言

今天來談談真實新聞。《蘋果日報》常說他們的報導沒有不真實，強調他們所報導的東西並沒有虛構或是捏造，所以我想從這個角度來談一談，所謂的真實報導。影音新聞記者帶著他的攝影機，或出 SNG 到現場做了很多報導，我們幾乎很難指責這些報導的東西不真實，因為鏡頭不會造假，鏡頭裡出現的應該就是真實。在報紙媒體工作，或許因為截稿時間的關係，有多一點點的餘裕去了解、採訪、報導更完整的真實。所以當我們說媒體報導是不是真實的時候，其實要考慮更多的、更完整的真實而不是一個片面的真實。媒體出動 SNG 去訪問一位當事人，受訪者有他的立場、他的看法、他的故事，SNG 車又去採訪另外一個人，他又把他的立場說完，然後這個新聞就結束了，觀眾或讀者看到的只不過是一個真實的不同的面相，可是不知道這個真實更核心的部分到底是什麼？所以我的第一個論點，是 truth vs. SNG。

第二個是真實跟比例原則 truth vs. proportion。新聞的選擇是我們對過去 24 小時所發生事件的一個整體的認知和判斷。當天新聞用一件車禍當頭條，畫面非常的聳動，我們每天的生活話題就被那個新聞事件所引導，它占據了我們每天的注意力重要的一部分。這則新聞是不是真實？它當然是真實，媒體可以振振有詞的說，我報導的哪一點不真實？可是問題是這則新聞有沒有被放在一個適當的比例上來處理。相對於過去 24 小時發生的所有事件裡面，這件事情是不是被推進到了超乎它應有份量的一個程度。

第三點是真實與品味 truth vs. decency。媒體往往說我的殭色腥都是確實發生的事情，我的照片雖然很聳動，可是讀者難道不敢面對真實嗎？我的用辭或許很血腥，可是這些難道不是發生在我們身邊的事情嗎？做為一個公共的媒體，當你在選擇報導這件事情時，是用一個什麼樣子的手法來報導，也很重要。

第四點看法是真實與議題設定 truth vs. agenda setting。新聞選擇就是議題的設定，我們報導真實的努力，有沒有放在公共政策上面，還是放在追逐名流的私生活上；追逐名流的私生活這件事情不能說是假的，可是作為一個媒體，要用多大的力氣來報導這件事情，或是用多大的力氣來報導公共政策，你的選擇會是什麼？

對媒體來說報導過程中沒有不犯錯的，最經典的是《華盛頓郵報》黑人女記者庫克（Janet Cooke）就報導了假新聞，結果必須退回普立茲獎；同樣的在《紐約時報》，傑森・布萊爾（Jayson Blair）捏造很多新聞，後來《紐約時報》的總編輯也因此下臺。報導事實即便是大報也都會犯錯誤，關鍵是我們有沒有省思能力。《紐約時報》的發行人沙茲伯格（Arthur Sulzberger Jr.）到臺灣來的時候，曾說《紐約時報》最重要的使命是提升整個社會的品質。如果我們把媒體當作一件提升社會品質的重要工具時，面對所謂真實的時候就有很多不一樣的選擇。

貳、第二次發言

關於所謂報團、財團、公益新聞及獨立媒體的問題，社會裡面的媒體的多元化本來是一個健康的體制，很多人因為目前對主流媒體的失望，所以對獨立媒體有很多的期待，都是很正常的事情。我想提出幾個問題，這些問題都不是容易解決的。首先就是「採訪」這件事情，「採訪」是非常昂貴的，前年《聯合報》去《紐約時報》訪問的時候，《紐約時報》的老闆表示光是在伊拉克的一個採訪記者站，一年的花費三百萬美金，儘管是在《紐約時報》財務非常困難的時候，還是必須要維持這個記者站。一個媒體有各種各樣的開銷，讀者花十塊錢買報紙，沒辦法想像後面各種的開銷。所以要做到所謂的優質新聞，其實在幕後的投入是非常大的。

第二個事情是國家的補助。我們看到北歐的國家有這樣的例子，不過在臺灣，為什麼解嚴之後到今天，臺灣媒體的競爭是這樣子的情況，因為我們在那個時候對於媒體環境就沒有一個完整規劃，因為那時候，相對於威權體制之下，社會普遍的要求是自由化，黨政軍退出媒體是主要的訴求，造成媒體的全面市場化。現在來討論希望政府干預，採取適當措施的時候，會有一些觀念上面的扞格。而且以臺灣目前的政治氣氛，包括公視及其他的一些公共論壇，只要是政府進去補助，到後來都有非常多的爭執。

第三個是談到英國《衛報》集團，它的營收是集團子報從市場上面營利，然後全部提供給母報來經營一個優質媒體，才能夠維持所謂中間偏左的立場，沒有後顧之憂地做它想做的事情，這不是一個容易辦到的事情。所謂獨立媒體或公民媒體難道不會發生採訪偏差的問題嗎？獨立媒體沒有意識形態的問題嗎？沒有資源或者專業技術不足的問題嗎？這些問題恐怕都是我們要去面對的。我覺得一個多元的媒體環境是一個健康社會的表徵，我非常樂見這些獨立媒體產生一些優質

的報導，我覺得這也是對整個媒體的環境是有幫助的，但獨立媒體也有不容易克服的難題。

主講人：吳俊彥

《自由時報》副總編輯

「真實」跟「正確」是新聞工作者每天追求及面臨的挑戰，但事情是一體有很多面，端看從哪一個面向來解析、來報導，因此，什麼是真實？什麼是正確？恐怕還是辯證的問題。法律就是其中一個面向，相當程度內，法律也是「認定」報導真實及正確性的一個標準，但也僅僅是標準而已，不是絕然的真理。

十二年前，大法官會議提出了釋字 509 號解釋，不管是解釋文或協同意見書，基本上都是採取了「真實惡意」原則。亦即，若已盡其可能做了查證，報導出來時即使你很有意見，亦不構成刑法上的毀謗罪。當時的蘇俊雄大法官的協同意見書即表示，只要行為人並非故意捏造偽造事實、並非因為重大過失或輕率而致其所陳述與事實不符，皆應將之排除於第 310 條之處罰範圍以外。大法官會議這項解釋，是讓新聞工作者在比較寬鬆的狀況下來從事報導。不構成毀謗罪，是否就等同是真實、正確呢？恐也未必，但這的確是進步的見解，對新聞界是友善的。但目前來看，「真實惡意」原則，大致上僅是刑事罪上的共同見解，民事就難說了。

最有名的案子是《新新聞》周刊與呂秀蓮副總統的「嘿嘿嘿」官司，當時呂副總統是告《新新聞》民事侵權，不是告刑事，呂副總統可能也考量過，刑事上要贏告《新新聞》的難度是相對較高的。因為大法官對於刑法 310 條的解釋，未必適用於民法 180 條有關民事侵權。

從實務上來看，把大法官 509 號關於刑法 310 條的解釋，用之於民法 184 條有關民事侵權者，不是沒有，但非常少數。第一個案子是有關金溥聰，民進黨立委潘孟安曾經公眾發表言論說金溥聰主導了年代電視臺的買賣，然後金先生就去告民事，結果金溥聰敗訴，在這個民事案裡頭，法官事先就引用了大法官 509 號解釋令，認為被告是看《自由時報》、《工商時報》、《經濟日報》等相關報紙，因為相信這些媒體都查證過了，所以他引以為據。民庭法官還認為，被告由於和金先生不同黨，所以他也不可能向金先生本人查證，在這個範圍之下，被告發言論應該是對可公評之事的一個公評。這個案子雖然是民事案，但法官引用了刑事上的見解。

另外還有一個案子，有一位老師，在網路上指稱某位攝影工作者喜歡打官司，因為這個攝影工作者，常常告人智財權案。結果這位攝影工作者看到這個網

路言論後，也去告這位老師。這個官司是民事案，但法官也引用大法官 509 號解釋令，認為老師是對一個可公論之事的一個評論，而這位攝影工作者所提智財權官司、刑事毀謗官司，數以百件，所以在相當程度內批評這個事情是喜歡打官司，也不是無可理解的事。大法官 509 號解釋令是新聞界的好朋友，十二年來，適用了刑事誹謗罪的裁判，但民事案據以引用者則罕，新聞界應該樂見也很歡迎這個見解能在民事多所被引用，對於媒體訴訟減少，會有很大幫助。

主講人：谷澄

中央社副總編輯

新聞編採的基本概念為正確、領先、客觀及翔實，民主社會講求多元，雖然每一個人對新聞觀點與角度不同，但正確、客觀應該是可以接受的共同標準，在數位匯流、新聞網路化、傳播工具個人化的時代，這樣的標準依然適用。

要談新聞正確，牽涉到兩個議題，第一是正確，第二是領先。

激烈的新聞競爭環境與網路快速成長的推波助瀾下，新聞搶領先、獨家，似乎成為傳播媒體第一要求的準則，正確反而成為第二標準。

尤其新聞要正確，不但考驗記者、編輯的新聞背景知識，還有平衡、查證的配套作業，沒有這兩個基石的編採作業，很難做到新聞忠實，更不用提優質了。

正確與領先應是相輔相成，現今實務操作上似乎有矛盾面。

新聞媒介多元與普及化原本是好現象，但讀者閱讀模式多元化、媒體經營門檻降低、經濟成長下滑的今天，媒體經營者面臨困境，器材與通路不再是首要考量，編輯與記者人力成本反而變成標的，這也難怪許多新聞只單純求領先或感官刺激的報導，犧牲背景知識與查證成本，優質新聞相較十年前，似乎更為遙遠。

許多人認為知識或常識是沒有成本的，網路隨便查就有。實務上是如此嗎？

舉例來說，主跑政治或司法新聞的記者，不只懂得憲法或司法條文就能寫政治或司法新聞。必須在學理的基礎上，花時間觀察實務與現象，藉著不斷地觀察、訪談與寫作，時時思考新聞平衡與查證問題，才能累積書本上沒有的背景知識，新聞才不會受到誤導或操弄，才能貼近事實、客觀。記者的獨立思考與判斷力就是這樣訓練出來的，這就是忠實報導的成本。

總的來說，媒體經營者面對環境快速變遷與生存壓力，成本一定是重要考量。但媒體不是製造業，數位匯流下的媒體還是要體會，新聞人力素質、人才養成與正確、查證，才是新聞好不好的關鍵。

主講人：管中祥

國立中正大學傳播學系副教授

記者如何紀實避禍，他們在寫的真實的東西可能就會引來災禍，災禍可能來自於消息來源，可能來自於政府，甚至來自於內部的管理階層，或者是來自於內部的長官，所以報導真實某種程度上可能得要付上一些代價。第二個真實必須要經過商業壓力及商業的競爭。所以其實在整個生產過程當中，或是在很多媒體的內容當中，基本上恐怕在面臨到一個商業處境之下，要去做真實這件事情感覺是有點困難的。

過去媒體是社會公器，可是其實越來越多人都會覺得媒體是商品，當我們不斷在談到媒體是一個商品或是一個企業，或從一個企業的角度去思考媒體產品的時候，在這個過程裡面常常會有一些文化人或者是一些文人的因子就會冒出來，不管是中時、自由、聯合或者是蘋果，會對他們的一些內容提出一些批評，而被批評的媒體會回應說，為什麼要來抗議我而不抗議他，就是因為有很多媒體都有做，為什麼要抗議我而不抗議他。第二個就是說你們這樣子抗議不對，我們有新聞的自主選擇、採訪自由，這樣子的抗議其實是一種對新聞自由的限制，是影響報導權的，不用告訴我該怎麼報導。所以既然是一個商品，有沒有可能就很單純的從一個商品的角度，來去思考來去面對。

這個主流媒體的新聞當中非常強調的真實跟信賴，絕大多數人會去買新聞，它如果是一個商品的話，買新聞的目的基本上來講是為了要買事實，買的東西如果不是事實，如果是造假的，如果是置入的，一旦發現這些東西可能摻雜了各式各樣的元素之後，就不會想要買了。很多人會把臺灣媒體銷量的原因，不斷的去回應到網路的世界，的確這是一個很嚴重的問題，或者是一種很嚴重的競爭的關係，可是回到商品的本身，它是不是也出了某種的問題呢？所以這個商品本身第一個可能是一個事實。

第二個，我們買媒體、買報紙的目的，是要看到不同意見跟不同的觀點，可是在臺灣可能會看到有些報紙，社論跟讀者投書感覺是同一個人寫的，立場基本上來講是完全相同的，一個媒體可以有立場，這是沒有問題，因為有社論就一定有立場，有立場之後還是能成為一種公共領域或公共空間。在 1830 年代美國大眾化報紙開始興起，基本上就是要把各種不同立場放在報紙當中，所以可以賣得很好，這是一個非常重要在 1830 年代發展出來的一種商業模型。

第三個就是我們買報紙的目的，往往被認為是一種信賴、具有公信或是一種公器，所以媒體必須要去監督權力者，權力者不是只有政府，而是所有的有權力的人，包括執政黨、在野黨、財團，媒體只有去監督部分的權力者，或者是在不同的政黨執政的時候他去監督，恐怕公信力也會受到很大的影響。

第四個如果是一種商品的話，就得有一些回應商品的機制，回應市場的機制，例如怎麼去處理客服的這個態度是如何，會不會因為所謂的客訴而去做內容調整跟改變。

商品的生產是有一些必要的生產條件：第一個必須要有嚴格的品管，如果這一碗牛肉麵沒有熟，拿出來賣一定會被大家罵到翻；一個沒有查證的新聞拿出來賣也一樣會被罵到翻，這是一個品管的問題。第二個如果我們的媒體一天到晚都在做置入，怎麼知道你講得是真的，還是一種廣告和宣傳。第三個是有沒有好的勞動條件，勞動條件如果不夠好的話，記者是不可能做好的查證，再來是有沒有辦法去尊重專業自主，沒有給媒體工作者一個自主性的空間，例如編輯室公約，甚至於自己去決定所生產的東西，因為記者跟編輯絕對會比老闆更貼近事實的現場。

媒體現在的環境當中，商業的競爭是非常激烈，是不是這種商業競爭之下就一定得要依賴廣告才能夠生存，《紐約時報》在過去的三個月裡面，廣告營收是衰退了百分之六點六，資產降到二點二億美元。可是《紐約時報》開始了一個數位訂戶的方式，可是訂戶是持續上漲到百分之八點三，增加了二點三三美元。除了廣告之外，《紐約時報》告訴我們有不同的經營的模式，而會去買《紐約時報》商品的人，恐怕是對《紐約時報》的真實信賴感非常強。

我們有沒有可能回到一個真正的新聞，如果做一個商品它的本質，就是所謂的事實跟監督。第二個既然面臨到商業的壓力之外，我們有沒有別的商业系統、經濟系統，有沒有別的生產的可能性以及銷售的可能性。也許這是另外一個真實可以被看到，而且優質新聞能夠更優質的可能做法。

主講人：林麗雲

國立臺灣大學新聞研究所教授

一個資訊公平的民主社會，一個多元意見的新聞環境，既不能沒有強大的主流媒體，也不能沒有靈活機動的獨立媒體。正當媒體集團淪為紅頂商人的收藏品，財富富貴的印鈔機，由於許多人的努力，讓主流記者與獨立記者交互輪唱，交響奏鳴，也讓獨立媒體成為言論夜空的眾星喧嘩（獨立媒體學院，2013）。

壹、前言

從歷史的觀點來看，臺灣新聞產製正處於典範轉型。「典範」概念原是由科學史研究者 Kuhn (1970: 10) 提出。Kuhn 指的是，在特定時期特定學科社群所認可的基本假設、法則、理論、研究的方法與結果的應用。當現有的典範無法妥善地解決社會中的重大議題時，學門內會有焦慮、不安的氣氛，部分成員可能嘗試新的研究假設、概念與方法來解決燃眉之急，結果可能會造成另類典範的興起。

本文用上述典範轉型的概念來闡述臺灣新聞產製的危機與變動。首先新聞也是一種知識生產；而且從新聞制度的理論可知，新聞產製隱含著預設、規範，也形成實踐上的默識。目前臺灣主流的新聞產製典範為自由市場論，但已引發問題，甚至違背自由市場論的預設，因之產生系統性的危機。此時臺灣部分新聞實務與學術工作者正嘗試新想法與作法，企圖建立新模式。本文檢視此典範轉型之歷程，反省臺灣新聞產製之危機與轉機。

貳、主流新聞產製典範的危機

打開臺灣的新聞史可知，過去二十年以來，臺灣走向解禁與自由化之路。1990 年代之前，黨國控制著傳媒的生產與消費（林麗雲，2000，2006）。在 1990 年代初，臺灣政治自由化啟動，剛好與經濟自由化接軌。主流的論述將市場自由與新聞自由直接劃上等號，主張降低國家控制後，可自由進入市場，自由競爭將自然會調節資訊的供給與需求。在此預設下，國家逐漸開啟解禁工程，也未改革原先體制，也未建立新聞專業倫理，便直接放鬆管制。但二十年來傳媒市場進入受限，而且新聞也無法達到市場所說「信任商品」（即符合新聞專業以得到消費者信任）的要求。

具體而言，二十年來，經過一連串併購後，報業與電視均控制在少數財團手中。這些財團多有政治偏向，把媒體當作累積私人政治或經濟資本的工具，因此新聞有明顯偏向（李金銓，2009）。而且財團不是藉由提高新聞品質來爭取讀者的信賴，而是追逐短期利潤，採取短線操作（如精簡人力，減少公益新聞，如調查報導與地方新聞等），甚至為了增加短期利潤，罔顧新聞專業，如接受「新聞置入」等，以假（廣告或假事件）亂真（新聞真實），要求記者兼作廣告行銷員。

主流產製典範的問題一直引發批判。如 2000 年以來媒體改革運動興起，即強調在民主政治中媒體不只應獨立於黨國勢力，也應獨立於私人財團，更應服務公共利益。他們要求應節制私人資本，並擴大公共傳媒（林麗雲，2003；管中祥、張時健，2005）。同時，因為置入性行銷之運作，已明顯破壞新聞專業，在 2009 年底，更有一波波的反對新聞置入的運動。

2012 年旺中併購案即是重要的案例，可看到主流產製典範的問題以及引發的爭議。旺旺集團於 2009 年一口氣買《中國時報》、中視與中天後，又於 2011 年申請收購第二大有線電視系統（中嘉）。接著旺中集團又結合其他財團（台塑、中信金等）要買下壹傳媒集團（徐卉，2012）。旺中集團不只有新聞置入的問題，並把媒體當工具，藉由新聞版面撻伐異己（如反併購案的學者黃國昌、余英時等）（901 反媒體壟斷聯盟，2012）。因此，媒體財團越來越大，主導著新聞之供給與傳輸。

這時臺灣的公民社會有如甦醒一般，發現「恐怖的媒體巨獸」就近在眼前（鄭秀玲，2011；鄭秀玲、林惠玲，2011）。成千上萬的學生、公民上街遊行，高喊「你好大，我不怕！」他們聚集在 NCC、公平交易委員會前，夜宿行政院門口，要求國家主管機關應駁回此案。現有的媒改團體（包括媒體改造學社等）注意到媒體財團併購後的規模與影響（陳炳宏，2011；羅世宏，2011）。他們主張要解決此問題，應從事結構性的改造，根本上節制私人資本與擴大公共傳媒（馮建三，2012；劉昌德，2012；魏鈞，2012）。他們要求國家機器應積極改革臺灣傳媒生態。

參、催生另類新聞產製典範

當主流的新聞產製模式已有系統性危機，許多新聞實務與學術人士想方設法，解決新聞專業不足的問題。他們從實作與學理提出另類的產製模式。

首先在新聞實務方面，獨立媒體與媒體人興起。因為主流媒體減少公共議題的報導空間，有些社會運動者運用剛興起的網路媒體，以非商業、接受公眾捐助，以建立新聞網站，關注主流媒體忽略的社會議題。如《苦勞網》、《環境資訊電

子報》、《上下游新聞市集》分別關注社會運動、環境與農業等議題。有些記者毅然離開相對穩定的主流媒體，成為獨立記者，繼續報導其關注的社會議題。例如朱淑娟成立「環境報導」部落格。李惠仁也離開電視臺，成為獨立的紀錄片工作者。

在 2012 年獨立媒體與工作者並成立「獨立媒體學院」，致力於培育獨立新聞記者，並引介到獨立媒體工作，形成社會網絡，可能成立互助性的工會。獨立媒體學院（2012）的宣言即反映了一種社會認知——即媒體典範正在轉變，需要有新的理念與實踐。

2012 年，臺灣媒體正經歷一場重大的變革。許多獨立媒體記者從傳統媒體出走，以專業、深入的報導，在臺灣媒體混沌的年代走出另外一種可能，對於促進公共議題討論、形塑公民意識、推進政治民主，都發揮了關鍵的影響力。

同時部分新聞學術界人士也提出公共報業的作法。他們指出，由於市場機制可能失靈，應藉由公共介入，以確保更多具有公共性質的新聞與媒體可以存在。他們提出的作法有三：第一、產權公共化（報人辦報，將利潤投入新聞本業，第二是政策介入，促進多元報刊的存活，第三是公眾委製模式（林麗雲，2012a）。因為第一與第二種作法涉及結構性改造，並非一蹴可幾。部分學者先發展公眾委製平臺（weReport），讓報導者在本平臺上向公眾提出調查報導的企劃案以及所需捐款；公眾則透過捐款的方式支持她／他認為重要的提案；而且公眾在平臺上直接瞭解案子的進度，可直接參與作品概念的形成。如此，獨立新聞工作者與公民記者可得到部分資助。在成立後的九個月內，支持了十九個提案，並有 319 筆捐款（林麗雲，2012b）。

因此，經由新聞實務與學術工作者的實踐，新的新聞產製生態已漸成型。即有一部分公眾逐漸改變文化消費型態，減少在主流媒體上的消費（如退報，或者退訂有線電視），轉向捐助獨立媒體或公眾委製平臺。獨立媒體與媒體人以接受公眾委製的方式維生，並在獨立媒體上傳布內容。這個生態仍小，也無法取代主流典範，但卻是臺灣社會的集體實驗，也可作為未來典範轉型的基礎。

肆、結語

本文用典範的概念檢視臺灣新聞產製的危機與可能的轉機。本文指出，自 1990 年代以來，臺灣新聞產製的主流典範的預設是自由市場便可調節供給與需求。二十年來，只見財團縱橫市場，中小型媒體紛紛中箭落馬。而財團有其政治

與經濟盤算，忽略公共利益，甚至以假亂真，也引發部分公民團體的質疑，尤其是 2012 年旺中案更具體可見。而新聞實務界與學術界嘗試提出公共介入的理念與模式。目前以獨立媒體（人）以及公眾委製平臺為主，屬於微型與自願性質。

接下來，吾人可持續關注的是，主流典範的危機是否會更深化，引發更大問題，並且全面崩解？同時，關心媒體改革的人士是否能提出另類的產製典範，形成有系統的知識，成為可行的方案，得到社會認同，並且影響國家的新聞政策？這些議題也將持續影響臺灣新聞的生態。

參考書目

901 反媒體壟斷聯盟（2012）。〈政府為什麼應該否准壹傳媒併購案 Q&A〉。

上網日期：2013 年 1 月 8 日，取自 <http://protecttruth.blogspot.tw/p/qa.html>

李金銓（2009）。〈臺灣傳媒與民主變革的交光互影：媒介政治經濟學的悖論〉，

卓越新聞獎基金會（編），《臺灣傳媒再解構》，頁 135-204。臺北：巨流圖書。

林麗雲（2012a）。〈公共新聞業：在地實踐〉，《臺大新聞論壇》，11：119-131。

——（2012b）。〈臺灣「公眾委製新聞」傳布之初探：以 weReport 為例〉，優質新聞發展協會、胡元輝（編），《公眾委製新聞的時代來臨：weReport 調查報導平臺的意義與展望》，頁 27-45。臺北：允晨文化。

——（2006）。〈威權主義下臺灣電視資本結構的形成〉，《中華傳播學刊》，9：71-112。

——（2003）。〈坐而言，起而行：「無盟」的實踐〉，《臺灣社會研究季刊》，50：145-169。

——（2000）。〈臺灣威權政體下「侍從報業」的矛盾與轉型：1949-1999〉，《臺灣產業研究》，3：89-148。

徐卉（2012）。〈石世豪：不希望只有一個媒體〉。上網日期：2013 年 1 月 7 日，取自 <http://nccwatch.org.tw/news/20121219/122490>

陳炳宏（2011 年 8 月 20 日）。〈旺旺併購案的四大議題〉，《蘋果日報》。上網日期：2012 年 12 月 7 日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20110820/33611007/>

馮建三（2012）。〈反併購 要工會要專業要擴大公共傳媒〉。上網日期：2012 年 12 月 30 日，取自 http://renewtwculture.blogspot.tw/2012/12/blog-post_8.html

管中祥、張時健（2005）。〈新自由主義下的臺灣媒體改革運動〉，《臺灣史料研究》，24：196-236。

劉昌德（2012）。〈推動媒體公有工治共享 反壟斷無須「獵巫」〉。上網日期：2012 年 12 月 14 日，取自 http://commagazine2011.blogspot.tw/2012/08/blog-post_30.html

鄭秀玲（2011 年 9 月 9 日）。〈跨媒體巨獸吞噬閱聽權〉，《自由時報》。上網日期：2012 年 12 月 7 日，取自 <http://www.libertytimes.com.tw/2011/new/sep/9/today-o5.htm>

鄭秀玲、林惠玲（2011 年 9 月 5 日）。〈恐怖的跨媒體巨獸〉，《蘋果日報》。上網日期：2012 年 12 月 7 日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20110905/33646434/>

獨立媒體學院（2013）。〈打造一個眾聲輪唱的獨立媒體時代〉。上網日期：2013 年 1 月 5 日，取自 <http://www.indiamedia.tw/aboutus>

魏玟（2012）。〈「黑社會」與「黑」社會：關於旺中問題與媒改運動的一些思考〉。上網日期：2012 年 12 月 14 日，取自 <http://commagazine2011.blogspot.tw/2012/08/blog-post.html>

羅世宏（2011 年 8 月 8 日）。〈媒體帝國出沒 NCC 請注意〉，《蘋果日報》。上網日期：2012 年 12 月 5 日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20110808/33582741/>

Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions* (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Press.

博士生回應（一）： 從公共領域精神看平面媒體的挑戰與回應

Ph.D. Student Colloquium (I): Reflecting the Challenge and Response Faced with the Print Media: The Perspective of Public Sphere Theory

丘忠融

Chiu, Chung-Jung

國立政治大學傳播學院博士候選人

Doctoral Candidate, College of Communication, National Chengchi University

針對「優質新聞、忠實報導」第一場論壇，本文將依據下述步驟來展開評論。首先，本文將對業界主講人描述的平面媒體問題進行歸納，並嘗試將這些問題與Habermas的「公共領域」(public sphere)概念進行比對，藉此釐清問題的癥結點。其次，本文會粗略地思考平面媒體的實際狀況與公共領域規範概念的落差，可能是哪些因素造成的。最後，本文會總結三位學界主講人對平面媒體問題的看法，並且試圖給予一些額外的建議。

壹、從公共領域概念來思考平面媒體的問題

一、業界人士點出的平面媒體難題

在本論壇中，兩位業界主講人指出當前平面媒體面臨了如何「呈現真實」與「進行查證」的問題。例如《聯合報》社長項國寧提到，有些媒體的缺陷並不是沒有報導「真實」，而是這些報導呈現的「真實」不夠全面、不夠重要或過於猥褻。舉例來說，如果平面媒體用了很多心力來追逐名流的私生活，這些報導不能說是造假，我們還是會思考該媒體為什麼不用同樣的心力來報導關於公共政策議題？例如報紙在頭版放了聳動的車禍照片來吸引讀者，我們會贊同這種報導方式嗎？從新聞學角度而言，這種提問會讓我們思考：「小報化」取向的新聞即便呈現了「真實」，這種報導方式就足夠了嗎？例如有些研究指出，當《蘋果日報》

引進之後，其「小報化」風格促使《中國時報》、《自由時報》、《聯合報》三大報關於公共議題的內容減少了，針對政治醜聞的報導卻明顯增多了（尹俊傑，2008），這會是我們樂見的嗎？

另一方面，中央社副總編輯谷澄則點出當代媒體如何進行「查證」的問題，這牽涉了進行查證必須耗費各種成本，以及新科技發展會讓這種工作更加困難。例如政治記者、司法記者如果要進行查證，以便讓報導能夠貼近真實，不但要有各種採訪技能，還必須具有政治、司法的專業知識。如果媒體機構要培養他們的相關素養，就必須投入時間成本。此外，當前許多新聞報導來自網路轉貼的消息，也會讓維護新聞品質與進行查證更加困難。有些國外研究還觀察到，過去的日報記者只有在隔日報紙出刊的時候，才會感受到「獨家」新聞的壓力；然而，當前在網路上每分每秒都會出現新的報導，有些媒體機構甚至默許記者在未經查證下就「改寫」這些消息，這也會讓報導的「可信度」下滑 (Fenton, 2010)。

二、從「公共溝通」理念來診斷平面媒體的問題

根據上述兩位業者的說法，可以歸結出平面媒體的一大難題在於如何讓報導能呈現出更完整的「真實」？這同時涉及了如何在眾多資訊間進行取捨與查證。然而，媒體除了要「真實」報導某個事件，還應如何較完整地呈現事件的全貌呢？本文認為 Habermas 關於「理想公共溝通」的界定，值得參考。

在《溝通行動理論》中，Habermas 指出某論述如果要能達成理解，必須滿足以下三個面向：(1) 真實性：這個論述必須符合外在的真實；(2) 正當性：該論述必須符合外在的規約，例如滿足具正當性的人際關係以及法律規範；(3) 真誠性：某論述必須能真誠地呈現出主觀經驗，例如對於某議題的立場必須前後一致，以取信於聽眾 (Habermas, 1984)。就此思考平面媒體的報導，我們認為媒體內容除了必須具備最基本的「真實性」，如果報導涉及了整體的「公共利益」(public interest)，還必須將事件放在社會文化、法律規範的脈絡下來考量其「正當性」，甚至檢視事件相關者的前後發言內容是否具備了「真誠性」。

舉例來說，當媒體集團的負責人表達了他對於媒體併購案的看法，平面媒體除了有責任「忠實地」刊載這位負責人說了些什麼，更重要的是，我們還要觀察這些報導是否將他的說法對比於相關的法律規範與社會大眾需求，以善盡媒體的「守門人」角色。此外，我們認為報導也該檢視這位負責人長期以來對媒體經營的相關意見是否有前後不一的狀況，例如當他過去進行媒體併購前做出的承諾，

如今兌現了嗎？唯有如此，我們才能清楚報導是否滿足理想公共論述的真實性、正當性與真誠性判準，進而促成大眾對公共議題的理解與討論。此外，針對政治意見的形構，Habermas 還曾區分出實用論述、倫理—政治論述、受程序規範的談判、道德論述與法律論述這五種論述型態 (Habermas, 1996)。

深入而言，「實用論述」指的是「如何透過工具來達成目標」的相關論述。例如我們如何透過論述內容來促成或阻擋某件媒體併購案？「倫理—政治論述」是討論當我們透過行動來達成目標，應該基於哪些價值，例如透過論述來確認：我們應該基於「商業利益」或「公共利益」來看待媒體併購案？「道德論述」是討論當人們抱持兩種價值觀而發生衝突時，應如何求取共識，例如探討我們應該如何調停「商業」與「公共」陣營關於媒體管制的看法。「受程序規範的談判」是指我們必須透過一些實際政治過程的討論，以化解價值觀的衝突。「法律論述」則必須全面關照上述四種論述，再做出整體的政策與法律判斷 (Habermas, 1996)。就此而言，平面媒體如果要完整地呈現爭議性的公共議題，必須刻畫出從最初步「實用論述」上升到最高階「法律論述」的論述深化流程。

貳、平面媒體「公共性」不足的肇因

綜觀國內各大平面媒體的報導，多數都無法兼顧內容的真實性、正當性以及真誠性，也少見針對特定的公共議題漸次鋪陳「實用論述」、「倫理—政治論述」、「受程序規範的談判」、「道德論述」乃至「法律論述」的深化過程。另一方面，根據學界主講人與本文的觀察，可將平面媒體表現不佳歸結於以下因素：

一、政治與經濟因素的制約

針對政經因素可能對於媒體工作者的制約，國立臺灣大學新聞研究所教授林麗雲表示，在「黨禁」解除之後，臺灣已經不是威權社會，但閱聽人還是感到不安，因為臺灣的報刊還是被掌握在財團手上，例如旺旺集團買下三中集團，以及旺中併購中嘉集團都是例子。另方面，國立中正大學傳播學系副教授管中祥則表示，記者在撰寫「真實」的新聞時，必須知道如何「紀實避禍」，因為他們可能面臨來自政府、內部管理階層與長官的壓力。其次，在商業競爭的壓力下，新聞生產流程也很難以追求真實為導向。最後，商業化力量也可能讓媒體商品出現「造假」與「置入性行銷」的現象，使得消費者購買到的商品不再是「真實」。

就此而言，陳順孝也曾指出三種「新聞室的控制」：(1) 報老闆的直接控制：例如透過人事任命、新聞指令、調職獎懲來進行控制；(2) 消息來源的直接控制：例如透過控告、譴責記者或釋放消息給特定媒體來控制記者；(3) 編輯室的控制：例如經由基層主管的揣摩上意或消息來源的套交情、關說來控制新聞室的運作。這些都是過去存在的媒體內、外部控制狀況（陳順孝，2003）。由此可見，媒體工作者的能動性確實會受到各種政治、經濟條件的制約，必須加以保障。

二、媒體勞動條件的不佳

除了外部政治、經濟壓力的問題，管中祥還提到記者如果沒有好的勞動條件，就不可能進行查證等工作。此外，新聞媒體還必須給予工作者一個自主的空間，例如與記者簽訂「編輯室公約」，讓他們自行決定生產出哪些內容，因為記者與編輯絕對比老闆更貼近事實現場，因此更知道該如何處理新聞。然而，國內主流報紙大都尚未簽定這類契約。國立政治大學新聞系副教授劉昌德也曾經在研究中指出，許多記者都認為新聞工作的壓力很大，薪資水準也從原本「前段班」落到「後段班」；此外，根據歐美經驗，如果媒體所有權愈趨集中，工作者的勞動權也會愈不利，例如報社可能進行大幅裁員，並且大量地聘用自由撰稿者與短期雇用人（劉昌德，2008）。

三、傳播科技因素的影響

除了先前已提及的新科技會造成「查證」困難，本文再檢視相關研究之後，認為它們還可能對記者造成以下壓力：(1) 工作量的增加：由於網際網路的出現，報業能藉由「多工」（multi-skilling）來增進效率，例如要求記者同時製作平面以及網路新聞，另外，記者還必須時時留意在網站、部落格、臉書中的各種「民意」；(2) 不適任者的離職：對於年輕人來說，各種新媒介技能有如他們的「第二天性」，然而，較資深的工作者則不見得能進行「多工」的報導，例如受平面寫作訓練的記者就不見得能勝任新聞拍攝、剪輯的工作；(3) 新聞公關稿增多：網路對於新聞場域帶來的一大轉變是越來越多組織會將即時新聞（breaking story）透過電子郵件寄給所有的媒體組織成員。以英國全國性報紙的記者為例，他們每天大概會收到五、六十封新聞訊息，這些信件大都來自公關公司，甚至有百分之五十四的報紙報導來自公關稿，這也考驗記者如何拿捏新聞的專業性（參見 Fenton, 2010）。

綜上所述，如同 Habermas 對現代報業的觀察，由於報業的資金缺口讓政治、經濟勢力操控的「公關組織」得以透過推銷和開發（exploitation）等民意管理方式來控制大眾意見，例如透過製造新聞或特定事件來吸引目光。此外，Habermas 認為在公共關係的運作下，公共領域會再次具有「封建」特質，這是指各種意見「供應商」就像在消費者面前引人注目的封建代表，此即「公共領域的再封建化」（Habermas, 1989）。然而，我們該進一步思考的是：倘若傳播科技的發展不但讓個別記者的工作更加困難，還讓大型產業必須透過增加營收，以持續維持自身的「技術最佳化」（例如投入許多資源進行新聞動畫的製播），進而強化媒體市場的「壟斷壓力」，這時我們可透過哪些方案來解決問題？以下是會議評論人與本文作者的一些建議。

參、強化媒體公共性的想像

如前所言，Habermas 認為理想的公共論述是從「實用論述」上升到「法律論述」的深化過程，這種理念與當前主流報業運作確實有很大差距。然而，我們必須設想存在了哪些能拉近媒體理想與現實差距的作法。

一、透過政府立法來確保媒體的公共性

Habermas 曾指出，如果要讓傳媒組織理想地運作，不能只仰賴於「專業的判准」，還需要透過「憲政規範」以及相關法律與制度的保障，以確保它們不受政黨力量、利益團體、商業邏輯的牽制 (Habermas, 1996)。以國內的情境而言，媒體改造學社由於憂慮在媒體集團併購之後，可能讓媒體環境變得更加不理想，因此呼籲政府對具優勢地位的商業媒體課徵「特許費」，以專款用於傳播內容的提升，其他作法包括設立「新聞多元化基金」與「影視基金」，以鼓勵多元言論的呈現以及優質的內容製作產業。

此外，政府還可要求資方與媒體工會簽訂「團體協約」，以保障勞動權益，或者鼓勵資方將所有權「公益信託」，以確立媒體的專業經營。林麗雲在本會議則建議，政府可以輔助具公益性的獨立媒體，以增進人民參與媒體運作的機會，這些都是可能深化媒體論述厚度與公共參與的作法。

二、記者投入更多心力來生產「優質新聞」

相對於政策介入媒體運作的方式，主講人世新大學新聞系教授彭懷恩認為，記者如果花更多工夫來準備，還是能報導出「優質新聞」以爭取讀者。舉例而言，亨利魯茲是在美國最不景氣時創辦《時代雜誌》，這份雜誌卻獲得了很大的成功，這代表現代新聞人如果下更多工夫來讀資料、找真相，好新聞還是不怕沒市場。另一方面，管中祥則指出如果我們將媒體內容當作商品，必然要有好的生產條件與品管，才可能有好的內容。由此可見，記者透過個人「能動性」來生產優質新聞固然重要，如何讓這種能動性獲得「結構面」的保障也是同等重要的，這牽涉了前述如何避免來自政經系統的壓力以及如何確保勞動條件等問題。

三、如何透過公民團體來鼓勵大眾關心媒體事務

管中祥（2010）曾指出，當媒體不再報導公共事務，或將公共事務「娛樂化」、「八卦化」，不僅會讓社會日漸「去政治化」與「去公共化」，也會讓民眾與這類事務漸行漸遠。我們認為，這不但牽涉了民眾無法透過媒體來監督政府，還包括多數人民可能對日益嚴峻的媒體壟斷等問題漠不關心。按照 Habermas 的說法，現代人是透過權力、金錢、時間等機制來思考與對話，卻對公共議題不感興趣，這種現象稱為「生活世界的殖民化」（Habermas, 1987）。

就此而言，本文主張知識分子、激進學者、公民團體等行動者平時應積極與大眾進行接觸，以活絡生活世界的討論，並喚起大眾的公共意識。此外，當社會出現重大爭議，這些行動者也必須「顯題化」（thematize）爭議點，並提出可能的解決方案。例如媒改運動者可將「制定反媒體壟斷法規」、「擴大公共媒體規模」、「協助新聞工作者爭取自主權」等主要訴求改寫成普羅大眾較能理解的形式，並積極地與社會各界對話，應能讓更多人關心平面媒體出現的各種問題，進而加入公共論述與媒體改革的行列。

參考書目

- 尹俊傑（2008）。《報紙政治新聞小報化傾向初探——《蘋果日報》在臺發行前後之比較》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳順孝（2003）。《新聞控制與反控制：「記實避禍」的報導策略》。臺北：五南。
- 管中祥（2010）。〈政媒聯手下的公共事務無能症〉，《新使者》，121：9-12。

劉昌德（2008）。〈大媒體，小記者：報禁解除後的新聞媒體勞動條件與工作者組織〉，《新聞學研究》，95：239-268。

Fenton, N. (Ed.). (2010). *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age*. London: Sage.

Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge, UK: Polity Press.

-- (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

-- (1987). *The theory of communicative action: Vol. 2. Lifeworld and system: A critique of functionalist reason*. Boston: Beacon Press.

-- (1984). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press.

博士生回應（二）： 忠實報導，對誰忠實？ Ph.D. Student Colloquium (II): Is Faithful Report Really Faithful?

張約翰

Chang, Yueh-Han

《台灣立報》副總編輯

Vice Editor-in-Chief, *Lihpao Daily*

世新大學傳播博士學位學程博士生

Ph.D. Student, Ph.D. Program in Communication Studies, Shih Hsin University

2012 年的臺灣，新聞媒體本身成為新聞。數位行動科技衝擊傳統媒體生態，匯流與各種垂直、水平的競合，造成媒體所有權洗牌重組加劇，新聞媒體產業發生巨變，同時也激起閱聽人對新聞內容的質疑，引發抗議行動、甚至直接投入產製新聞的實踐。「新聞還能不能相信？」成為整個臺灣社會都被捲入的議題。

在這樣的背景下，2012 年 11 月 30 日，世新大學新聞傳播學院、現代財經基金會與中華民國新聞媒體自律協會共同舉辦的「優質新聞、忠實報導論壇」，在世新大學登場。論壇的第一場題為「平面媒體的挑戰與回應」。與會的媒體代表與學者，對於平面媒體新聞如何產製忠實報導、困難何在，進行意見交流。

《聯合報》社長項國寧認為，忠實報導並不只是不虛構、不捏造的呈現真實，媒體呈現真實的哪一個部分、以什麼樣的比例呈現、羶色腥的新聞要不要鉅細靡遺的真實呈現、花力氣在哪些議題呈現真實，是值得媒體反省思考的。

《自由時報》副總編輯吳俊彥則表示，由於真實有許多面貌，所以應以新聞工作者是否已盡查證義務，作為檢視報導是否真實和正確的標準。

中央社副總編輯谷澄接著說，查證需要成本，查證是一種專業。中央社採訪的基本觀念是「正確、領先、客觀、翔實」，立場不同可以讓民主社會充滿多元概念，客觀和正確則能讓多元不偏離真實。

國立中正大學傳播學系副教授管中祥表示，越來越多人認為媒體是商品，既然是商品，如果不強調真實與信賴，新聞品質就會出問題；按照市場機制，產品有問題，生產者當然要虛心檢討改進才是客服之道，然而當消費者反映對產品品

質的不滿時，媒體的回應卻常見拖其他同業下水比爛、或是認為消費者的抗議有礙新聞自由。

對於印刷媒體江河日下，世新大學新聞系教授彭懷恩以美國 1920 到 1930 經濟蕭條時期逆勢創業獲得成功的《時代》雜誌為例，認為優質新聞絕對有市場，端看新聞從業人員花多功夫去找真相。

國立臺灣大學新聞研究所教授林麗雲則認為，新聞媒體要永續生存又不倚靠財團，公共化是未來可能的出路，包括國家輔助、信託化、公眾捐助委製。

綜合以上實務界與學界的意見，可以歸納出：

一、忠實報導，就是追求真實。但是真實有不同的面貌。

二、按臺灣的現況，新聞是一種商品。

三、作為一種商品，新聞產製有成本的考量，這個考量限制了追求真實、亦即忠實報導。

針對這三點，筆者同時身為新聞工作者、傳播研究者，在此拋出一些淺見作為回應。

壹、新聞的二元性

忠實報導追求的是真實，這個大前提假設必須先有一個真實事件／現象發生或持續存在，等著被做成新聞，最後到達閱聽人的耳目。整個過程中，事件當事人、新聞機構、新聞工作者、閱聽人，都分別扮演主動的角色。四者之間的動性強弱與相互關係，也就影響了新聞與真實之間的距離。

如果世界上真有「百分之百忠實報導」存在，那麼它代表的就是真實；然而不論從哪一種新聞理論來看，這種報導都只可能存在於想像中，所以真實也只是一種想像。新聞是人類社會行為的紀錄，然而人類社會行為是否真有客觀的「真實」存在，是充滿爭議的，有汗牛充棟的文獻在討論這項爭議。

即便有客觀的真實存在，追求真實仍是主體在具有自我意識的情況下採取的行動。主體的自我意識、思考框架，都影響主體對真實的認知。如果忠實報導是新聞的指導原則，那麼追求真實當然應該成為新聞工作者、新聞機構的目標。

問題是，新聞不是獨立於社會結構之外的產物，它的產製深受社會結構直接、間接的影響。在資本主義社會結構中，新聞既肩負提供民眾的資訊以便民主社會運作的責任，是各種意見角力的場域，又同時是新聞機構生產的商品 (McManus, 1992)。這種二元性，充分體現在新聞事件當事人、新聞機構、新聞工作者與閱聽人四種主體身上。

就事件當事人而言，對新聞的期待是符合當事人的最大利益，追求真實不見得能符合當事人的最大利益。新聞作為商品的利潤，也許與事件當事人無關，但如果事件當事人有能力提供資源，方便新聞工作者、新聞機構產製最吸引人的商品，或最大程度主導新聞生產／不生產，以便讓新聞傳布／不傳布，是事件當事人利用新聞媒體達到利益最大化的手段。

當下臺灣的新聞環境裡，政府機構與民間企業、團體各種公關活動、行動劇、置入性行銷、新聞稿與活動訊息發布，在新聞產製過程中已占有重要地位，誰的活動吸睛、有衝突性、提供的資訊豐富，誰就能吸引新聞機構與新聞工作者的目光。當這樣的產製生態成形，新聞生產者習於依賴上述消息來源，要阻止消息傳布，只需不主動發布即可。或者更進一步，事件當事人讓新聞機構與其發生利益共生關係，例如藉廣告、發行通路、市場規範政策等手段間接影響新聞機構利潤來源，也能讓新聞產製符合事件當事人的利益最大化。

就新聞機構而言，商業新聞媒體的生存依賴商品利潤。資本主義市場結構中，新聞媒體可能完全以利潤為導向，也可能實用主義的以兼顧社會責任與機構生存為導向，不同的新聞媒體，在新聞本身意見場域／商品的二元性間，有不同的比重。唯一不變的是，利潤必需能維持媒體生存。

美國皮優中心調查 (Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism [PEJ], 2012) 顯示，2007 年金融風暴以後，報業易主情況增加，私人控股人主報業，2011 年紐約時報以 1.43 億美元打包出售旗下 16 個地方報給 Halifax Media 這個媒體控股集團，就是 2011 年最重要的例子；而數位行動載具（平板電腦、智慧型手機），同時衝擊報業營運層與編輯部高層人事，由具數位科技背景者進駐案例頻繁。美國的趨勢顯示，報業在經濟危機與數位行動科技兩大因素夾擊下，面臨嚴峻考驗。

同一份調查還顯示，美國的報紙種類 1990 年來數量由 1,611 種減少到 1,387 種，同期日報發行量下跌 3 成，晚報更只剩下 1970 年的 1 成；不論哪個年齡層、哪種教育程度、哪個種族，閱報行為都減少；但與此同時，更嚴重的是 2007 年起廣告收入直線下滑。與發行收入下滑相比，廣告收入下滑才真正危及報紙生存 (PEJ, 2012)。

當生存面臨危機，新聞走向就受到影響。如果將新聞的性質區分為滿足閱聽人對所處環境瞭解、並得到指引的指引性 (orientation)，和滿足閱聽人娛樂社交需求、觸動內心情緒的娛樂性，前者的生產成本大於後者，後者對消費者的吸引力大於前者，那麼，在以利潤考量下，新聞產製必然提供高娛樂性、降低指引性 (McManus, 1992)。

臺灣在言論自由與市場開放兩方面，向以美國為師。臺灣報業同樣面臨經濟危機導致所有權易主、行動科技衝擊迫使跨媒體整合求生的情形。當報業本身生存都有問題，報業的危機必然影響新聞產製，也使新聞追求真實成為更不可能企及的目標。

當報業面臨巨變，新聞工作者自然深受影響。作為新聞的第一線生產者，如果連工作機會都沒有，其他就不必談了。皮優的 2012 媒體狀況調查指出，美國報業的長期萎縮，連帶造成專業從業人員數量萎縮，1989 年最高峰 5.69 萬人，到 2010 年少了 27%，工作量卻沒有變少，必須同時為網路與行動載具平台生產內容 (PEJ, 2012)。臺灣也面臨類似狀況，與會的中央社副總編輯谷澄就指出，現在文字記者不但有時要自行拍照，還要生產影音新聞，甚至連記者都不去現場，靠在場人士提供不具專業品質的影音圖像。

新聞的意見場域與商品二元性的衝突，在新聞工作者而言是不可承受之重。臺灣的新聞工作者絕大多數為新聞機構雇員，自由工作者如鳳毛麟角。2012 年至今未息的報業所有權易主的產業戰爭中，從高層主管到基層人員，都發生新聞機構本身利益與新聞工作者價值觀念衝突的離職風波。臺灣的報業由侍從報業轉向自由市場報業的過程中，記者受限於新聞機構以及媒體生態競爭，新聞工作日異與其他工作無異（黃順星，2008）。新聞工作者作為生產線工人的身分，大於新聞工作的社會責任。

對應於新聞的意見場域／商品二元性，新聞閱聽人也同時具有公民與消費者的身分二元性。作為新聞消費者，其支付意願與事件變成新聞的可能性成正比 (McManus, 1992)。臺灣報業由文人辦報轉變為財團辦報（黃順星，2008），新聞閱聽人也由「報紙告訴你」的等待被啟蒙公民，變成「報紙滿足你」的顧客至上消費者，新聞閱聽人的喜好成為主宰報業競爭走向的重要因素。

例如，視覺化呈現目前已經是各報編輯方針，然而不只是為了讀者能更快吸收內容，更是為了滿足讀者感官。報紙讀者的消費者角色凌駕於公民角色之上。「沒圖沒真相」這句話意味了：如果不能滿足視覺感官，再怎麼致力追求真實的文字也不能取得讀者信賴。

貳、新聞對誰忠實？

經由以上分析四個新聞主體：事件當事人、新聞機構、新聞工作者、閱聽人，我們可以發現報業與新聞工作者在新聞二元性衝突中的艱難角色，寬頻網路與行

動載具帶來的產業環境更是火上加油，讓平面、靜態呈現的報業利潤萎縮，報業為求生存，不得不更加偏向爭取利潤的道路，新聞朝商品化傾斜更加明顯。

在這樣的情勢下提倡忠實報導，到底是對誰忠實？對什麼忠實？

臺灣四大報與中央社，各自有一句代表該機構精神的標語。創辦臺灣《蘋果日報》的母集團香港壹傳媒是「不扮高深，只求傳真」（壹週刊，1990），《聯合報》是「正派辦報」（見聯合報系報系簡介 <http://www.udngroup.com/images/2c/book.pdf>），旺旺中時集團是「真道理性，真愛臺灣」（張睿纖，2012），《自由時報》是「自由優先，臺灣第一」（見《自由時報》每日頭版），中央社是「正確、領先、客觀、翔實」（見中央社簡介，http://www.cna.com.tw/cna_info/cna_info_detail.aspx）。

由這五個媒體的標語來看，在承載事實的同時，新聞也承載價值（觀），隨媒體不同，事實與價值的承載比例不同（這一點也可視為新聞的第二種二元性）。新聞產製的編採專業技能，服務於各媒體的價值觀。編採專業能確保報導承載的事實接近客觀真實，但不可能凌駕媒體的價值觀。是以，在倡議忠實報導時，如果我們只把目光集中在編採作業能否維持專業水準，而不去檢驗各媒體的新聞產製是否與自己揭櫫的價值觀相矛盾，那只不過是捨本逐末。

其次，我們應該檢驗而不回避各媒體的價值觀本身。在此不是要帶入統獨意識型態的運作，而是應該體認到：目前臺灣的新聞環境已經等同於產業環境，報業已經進入自由市場，各報揭櫫的價值觀，是因為信奉這個價值觀，還是這個價值觀具有市場價值？這個價值觀是不是隨著產業環境而調整？新聞媒體的價值觀是不是只是一種市場區隔的操作？

2012年迄今，臺灣新聞媒體所有權易主、寬頻與行動科技帶來的整體衝擊，使各界前所未有的重視報紙新聞產製，並引發大量爭議。然而這個爭議中，忽略資本主義市場中新聞具有意見場域與商品的二元性，於是藉客觀為由規避價值觀與實際產製操作間的關係，不然就是規避了臺灣報業力求存活的現況，因此陷入各說各話死結。我們不妨大方承認新聞的二元性，不拘泥於新聞等於百分之百客觀真實的迷思。作為報業從業人員，要談忠實報導，我們應該時時自省：新聞到底對誰忠實？

參考書目

〈創刊詞〉（1990 年 3 月 15 日）。《壹週刊》，創刊號：1。

張睿纖（2012）。〈真道理性 真愛臺灣 中時歡慶 62 周年〉。上網日期：2013 年 1 月 16 日，取自 <http://news.chinatimes.com/focus/11050105/112012100300083.html>

黃順星（2008）。《記者的重量：臺灣政治新聞記者的想像與實作 1980-2005》。世新大學傳播研究所博士論文。

McManus, J. (1992). Serving the public and serving the market: A conflict of interest? *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 7, 196-208.

Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism. (2012). *The state of news media 2012*. Retrieved January 16, 2013, from <http://stateofthemedias.org/>

airiti
傳播研究與實踐 · 第 3 卷 第 1 期 · 頁 41-62 · 2013 年 1 月
DOI: 10.6123/JCRP.2013.003

論壇二：

電子媒體的挑戰與回應

JCRP airiti
press.

主講人：關尚仁

華視總經理

大眾傳播媒介本來就是一個三律的事業，由自律、他律到法律之間的牽制平衡所建構。他律指的就是指社會的輿論與計價，代表社會對媒介服務的期許；法律就是規範機關依法規所進行的監管，其所建立的是媒介服務之基本要求；而自律是品質最終的理想境界，這三個力量相互拉扯、相互推擠，真正的目的都是希望做出來的節目或新聞品質，能夠滿足社會的需求，或者滿足社會的喜好。

依據這個基本觀念，要做到一個好的新聞品質，要去看三個基本面向，一個就是新聞的專業，要符合新聞的專業意義，也就是一則新聞怎麼是客觀，怎麼樣是完整，怎麼樣是平衡，怎麼樣是真正具新聞價值。我們今天只是找到一個沒有別人報導的新聞，打上獨家新聞，所以獨家新聞是只要別人沒有的就是，但是不是真的獨家新聞，因為裡面不具新聞價值。第二個是要符合社會要求，新聞媒體之所以受到重視，就是因為其監測環境，告訴我們環境的變化，告訴我們應該有甚麼樣的心理準備，或行為上的準備，所以這個是社會的需求。第三個要符合媒介的定位，每一家電視臺定位都不一樣，優質新聞是要符合電視臺的彈性去做。

組織的基礎觀念產生了品質管理的觀念，這也是衛星廣播電視法修法的重點，強調新聞自律及品管機制。任何一個做新聞或者做節目的電視臺，就要有新聞政策、新聞規範，重視查證、平衡、處理兒少新聞，而這個標準規範完全是要符合法律，不僅高於法律的要求，同時要培養編審人員，知道新聞的尺度標準，而不是國家法律的標準，因為國家法律是最低的尺度界線，電視臺談的是品質要求的界線，編審人員要了解這個界線。還要訂定標準作業流程，品質管理的標準作業流程。如果任何一個做新聞的人僅遵循國家社會的法律規定，其實是根本沒有專業的標準，所謂優質一定是自己訂出來的品質標準，才叫優質。電視臺有這樣品質標準的查證工作，讓編審人員來檢核，才能算上所謂的忠實報導。

主講人：楊鳴

TVBS 總經理

臺灣的產業到目前為止，看不出有一個產業的秩序，尤其是在政策面上，沒有一個比較明確的方向，電視產業本身的遊戲規則也很混亂，充滿了不確定的因素，2012 年臺灣廣告預算，包括紙媒、戶外、廣播、網路、雜誌在內，是少於五百五十億。臺灣的廣告市場不會因為電視臺做了投資，因為數位匯流，所以廣告的預算會大幅增加。

以數位匯流而言，目前的數位匯流政策，無法給內容業者保障跟希望，以有線電視月費稅距的問題，目前都會或多或少被砍，砍的是系統業者傷的是內容業者，既要滿足商業電視臺商業運轉營運的目的，又要在非常有限而且越來越少的資源去做所謂的優質電視節目，明年的業者在做營運運算的時候都會擔心，授權金還能不能維持在現有的水準。

為什麼臺灣鄰近周邊的國家或者是西方的先進國家的電視那麼好看，選擇那麼的多，然後都是 HD 高畫質，我覺得為什麼不去看一看他們的費率多少稅，香港要將近一千塊，在臺灣剩下不到五百塊。然後關於頻道拿授權金的比例，在臺灣，各主要家族從系統拿到的授權金是大概營收的二十、三十，在美國的主要付給的授權金占每一年營運超過一半，因此是鼓勵優質電視節目一個很關鍵的問題，希望政府機關單位可以針對這個問題提出一個鼓勵而且來保障內容業者。

在這一方面所應該要有的授權，如果在現代環境之下，現在這種的產業秩序之下，產業前景將會非常悲觀，明年、後年真的不曉得內容業者要怎麼達成營運目標。

主講人：潘祖蔭

東森新聞事業總部副總經理

目前電視新聞有三個進步、三個退步、三個挑戰。第一是電視言論多元化，從戒嚴到民主，從過去管制非常嚴格的情況之下，到現在大家都可以放言高論批評，所以各位可以在電視上看到幾乎有的整節新聞都是批評，更不用提一些談話性節目，做電視新聞不必再擔心，不管批評有理或沒理都沒有人會找你麻煩，基本上沒有這個顧慮了。第二個很重要的進步就是，現在的電視新聞上很少看到羶色腥的問題了，過去十幾年來，不管是他律還是自律，無論各種團體還有電視臺的努力，想辦法讓電視新聞裏面的羶色腥的新聞降低了，但是很遺憾報紙媒體在這部分是退步的。第三個進步是廣電科技進步，讓製作電視新聞的時候，現在有更多科技上的運用，譬如說在動畫、軟體的進步，讓動畫更生動活潑、更進入事實，另外一個從虛擬實境的運用，讓攝影棚的運用上有更多的選擇、變化更多。

在退步方面，第一個是記者的程度退步，現在記者基本上進電視臺工作，因為需求量太大而供不應求，記者尤其在基礎學科是需要加強的，包括政治學、經濟學、國際貿易等等。第二個退步是對記者過度的保護，讓我們的國際新聞的呈現退步了，重大的國際事件，臺灣記者缺乏參與的機會，同時，電視臺因為基於預算的考量，也不太願意派記者到國際上重大事件發生的地方，譬如以色列跟加薩之間，因為會擔心記者的安危，現在只能用外電翻譯變成國際新聞。第三個退步是現在媒體對於八卦隱私的處理退步了，隱私成了可以被銷售的商品，長久以來對隱私權的不重視，成了現在的媒體報導的一個退步的現象。

未來電視新聞將面臨很多很多的挑戰，第一個是現在新型態的影音媒介的出現，讓電視新聞已經不再是最快的，以大陸溫州高鐵追撞為例，發生之後不久微博上面已經出現了畫面，八個小時之後第一個畫面才在電視臺出現，因此新興媒介的出現對電視臺是一大挑戰，如何維持讓觀眾在第一時間，能夠看到最重大、最即時新聞的畫面跟報導是一大挑戰。第二個是版權的混亂，因為很多人會運用各式各樣的科技，來盜取內容供應者做的東西。最後一個是，二十年前電視記者走路有風，現在電視記者跟過去不一樣了，地位很低，當前的挑戰，是如何讓我們的電視記者能夠把社會地位提升，增加報導的權威性。

主講人：劉幼琍

國立政治大學廣播電視學系教授

臺灣從 1987 年解除戒嚴，1988 年開放報禁，1997 年開放無線電視臺，1998 年公視法通過，1999 年出版法廢除，2003 年 12 月立法院修正了廣電法、有線廣播電視法與衛星廣播電視法，讓黨政軍退出廣電媒體。過去有一些新聞主流媒體不會播的或者是報導的，我們就去看新新聞雜誌或者是其他的媒體，現在臺灣的媒體非常多元，新聞是壓不住的。這家不報，別家也會報。

目前臺灣從數位無線電視平臺、有線電視到中華電信 MOD，最少有十三個二十四小時的電視新聞頻道，所以競爭太激烈了。在政治力方面，雖然黨政軍有退出，但是在政治的光譜方面是很明顯被貼標籤。在經濟方面的影響，有關於置入性行銷，大家常常對媒體的公信力，即使有時候只是提供一個資訊，也會被主管機關或觀眾懷疑有沒有拿錢，也是受到質疑。

臺灣的電子媒體受到內外的挑戰。以外在的環境而言有五個因素，首先在政策方面，政府的傳播政策必須明確。臺灣在邁向數位化的過程，不管中央主管機關或是地方主管機關，都應該要考慮到數位化的發展，在鼓勵投資數位化建設及審核業者費率時都應該要整體考量，以避免業者對投資數位化卻步。第二個是政治的角度，有些議題本來是單純的傳播問題，可是政治人物跳出來之後，就把大家關心的傳播議題失焦了。第三個是廣告的預算大餅有限，所以如果最少有十三個二十四小時的電視新聞頻道要來分的話，這些廣告份額是蠻少的，難免會讓業者追逐收視率而走羶色腥的路線。第四個是受到科技的影響、網路的衝擊，在有些平臺上是收不到費的，有的時候版權也非常混亂，對既有媒體衝擊很大。第五點是社會或觀眾面，民眾現在是選擇他所相信的媒體去閱讀或收看，表示媒體還是不夠公正。

內在環境方面，電視新聞編輯的流程、守門的過程，不管是編輯室公約或者是內部的規範，畢竟還是會有盲點，主管機關 NCC 也督促電視新聞頻道成立新聞倫理或諮詢委員會檢討自家的新聞，但是畢竟大都是三個月才開一次會，所以功能還是有限。而業者的自律組織也只檢討羶色腥，在政治的偏頗一直沒有解決。臺灣的電視新聞頻道是否能考慮參考國外設一個獨立於新聞部之外，類似於自我檢討的新聞公評人（ombudsman）機制？

總之，電子媒體不論遇到什麼樣的內外挑戰，要做優質新聞，可以有三個字來形容：真善美，真就是做新聞就是要報導真實，公正客觀都在這個範圍裏面，就是真實、公正、客觀、平衡，真實是永恆的，與預算是沒有關係的，真實應該是非常重要的一个真理。善就是所謂的同理心，就是關懷，關懷包含了很多的方向，關懷弱勢，關懷社會，就是公共利益。第三個就是美，是指新聞專業上的處理，例如畫面的拍攝、剪接、旁白、字幕或是鏡面的處理。總之，要做優質新聞真的不難，只在於是否有心而已。

主講人：鍾起惠

世新大學新聞學系教授

當前廣電節目之所以不能夠優質的原因，如果都能夠避免或降低，就會浮現出來一個比較好的優質狀態。影響節目優質的根源，環繞在以下主題上，第一是廣電政策：廣電政策的管理與輔導分屬在兩個部門，NCC 是監理機關，管理市場秩序與經營；文化部涉及對節目內容的輔導與獎勵，但是二政府機關部門的管理仍含有政治操作的考量，例如 2012 年無線電視進入高畫質時代，通過此一政策時，卻並未考慮電視臺二十四小時的內容，仍然跟過去無線電視臺在 SD 頻道的內容是完全一樣的。

第二是經營者的產製態度：長久以來，大部分經營者在乎的是利潤極大化，品質或品管議題，是很少被重視的，這也包括自律的不足。第三個面向就是產製者與觀眾，目前電視工作者眼中的觀眾，只是他們想像的觀眾，不是真實的觀眾，亦即每分鐘的收視率觀眾，臺灣的收視率其實只有一千八百個樣本，一千八百個樣本的收視行為，卻要決定兩千三百萬人的資訊判斷，這使得節目製播者很容易忘記自己的專業。

面對大的市場結構問題，不是只有現在的新聞工作者焦慮，公民社會也焦慮；公民社會可以轉向或關機，工作者卻不行。以今年卓越基金會電視新聞獎項，最多的參展作品或平均較優良表現的節目，都是來自於公共電視、客家電視及原住民電視臺的情況來看，優質到底是不是與廣播電視的政策有關？國外的公共電視生產優質作品的經驗，早被證明。而臺灣廣電節目的情形，似乎也是如此。換言之，優質內容比較容易出現在公共廣播電視制度，而不是商業電視制度。

此外，如有線電視系統經營及頻道內容之間的角力戰爭，事實上也是大鯨魚對小蝦米的戰爭，從來沒有公平過，而 NCC 卻認為是市場機制，較少著墨於平臺與內容在本質上並不公平的問題。

在我擔任 NCC 委員的四年期間，致力推動的電視倫理委員會，多少想藉助經營者重視新聞專業，來調整長期以來經營者被市場價值扭曲的價值觀。

主講人：王泰例

國立臺灣大學新聞研究所副教授

回應電視新聞教育青黃不接的問題，現在的年輕學子們真的素質有比過去差那麼多嗎？他們的社會關懷或是公共事務關懷的視野跟理念，或許跟十年前的年輕人是有有一些差別，但是生長在影音時代，他們天生的視覺的感覺，能夠掌握數位影像科技的能力，可以集合編採寫於一身，再加上導演還有剪接，很多同學都夠做出非常完整的，其實並不輸給電視臺及電視上播映的新聞專題，特別是影像剪接的能力是我所嘆為觀止的。

在 WEB2.0 的時代，電視新聞似乎已經不可能像過去一樣，永遠能在第一時間為閱聽眾提供所謂的第一手的報導，很多時候觀眾其實是在他們的社交媒體上看到即時新聞，許多時候這些即時資訊的提供者也未必是主流媒體記者，可能是獨立媒體、公民記者或者網友。因此，在新興媒體的時代裡，閱聽人對電視新聞媒體跟電視新聞記者的意義，需要好好重新思考和定義。電視臺除了免費使用網友在網路上提供的影音資訊之外，對電視臺媒體主管跟記者心目當中，對這個時代的閱聽人，是否真的有新的認知。歐美的很多學者其實都已經呼籲未來要把閱聽人納入整個新聞產製的一個過程當中，媒體不能夠只是把網路上的這些閱聽眾當成是免費消息的來源。

而美國電視媒體，不管是 CNN 也好，FOX 或是 NBC、ABC，在各種重大新聞來臨的時候，透過 FB、透過 TWITTER，如何透過這些網路上的社群媒體，來跟閱聽眾做比較實質的互動，值得臺灣媒體和記者參考。很多的國外電視臺的記者跟主播，也並不只扮演明星角色，是會跟閱聽眾互動的，會就他們報導的主題跟閱聽人之間進行有意義的互動，不是只把閱聽人當作粉絲。

博士生回應（一）： 優質新聞與新聞真實？日常實踐中的新問題^{*}

Ph.D. Student Colloquium (I): Rethinking Journalism? Back to Practices

區國強

Au, Kwok-keung

國立政治大學傳播學院博士生

Ph.D. Student, College of Communication, National Chengchi University

第一次寫學術論壇的「回應文」。講臺上左邊「媒體代表」有我以前的大主管；右邊「學界代表」則有我現在的老師。我想不管回應什麼，都兩邊不討好，都不夠「（政治）正確」。

在電視新聞臺擔任攝影記者十一年，讀博士班不到五個月，我想自己的思考還是有濃厚的實務「陰影」。一個學術研討會以「新聞真實」與「優質新聞」為題，應該暗示著實務界（總是）達不到這些要求吧。我回顧自己過去的工作經驗，也不認為自己有真正達到過。我也一直在問，為何達不到？是我太懶惰？能力不足？或，標準實在太高？

無論如何，回顧本次論壇，不管學界或業界代表，主要是以經濟、產業、收視率，或法規等「結構」去談電視新聞缺少品質之原因（但需注意的是，大家聚焦的主要是有線電視新聞），但「品質」或「優質新聞」是什麼，則相對地沒有被清楚提出。至於「新聞真實」這議題也似乎被忽略了。或許，這也是顯示了要在學術論壇談「優質新聞」的困難。業者與學界所想像的根本是不同的「閱聽人」。前者是與收視率相關的「觀眾」；後者則期待閱聽人是「公民」。因此，期待雙方就「優質新聞」對話（或產生共識），其實並不容易。

以一個剛「退伍」的電視新聞攝影記者之角度來看，第一線面對新聞品質與真實問題的還是新聞記者。各種結構性力量（包括收入與勞動條件）形成了新聞

^{*} 新聞真實以及優質新聞的實踐和可能，是本次論壇的重要焦點；個人和結構的彼此牽引是個動態過程，如何面對臺灣電視新聞的過去、現在和未來，層次分明和兼籌並顧的論述有其必要，相同關懷，出發點分立且詮釋各異的二篇文章，提供參考，期待據此能續引發論辯和實踐的動力。區國強曾任電視台攝影記者，黃詩凱曾任報社記者。

工作的實踐環境，滲透到新聞記者每一次新聞採訪的每個選擇與行動裡。但近年電視記者的工作中不只被「傳統」的結構性力量影響或制約著，某種臺灣改變中的社會氛圍與新媒介科技發展，也開始形成新的力量，影響或改變了新聞記者的作業方式，甚至記者們對自己的工作認同。

在社會氛圍方面，我不敢斷言政治在臺灣已經不再重要或最重要，但經過兩次政黨輪替的政治激情過後，政治已經不再是電視臺最關切的報導議題。原本在新聞部中角色吃重的黨政組，政治新聞開始上不了重要時段（甚至不播），政治記者開始要找生活或消費相關題目，甚至協助採訪娛樂新聞。儘管是總統大選，也不復見黨政記者們過往在新聞部裡的「霸氣」。當然，有人或許會嘲諷說，臺灣電視新聞過去過度聚焦政治人物個人（而非公共事務），以及強調衝突性、趣味性的話題，造成今天黨政記者自食其果；當政治「新聞」成不了「話題」時，想回頭報導公共事務，也已經吃力不討好。但當黨政記者與政治新聞之距離越來越遠時，除了可能影響這些記者的工作認同外，或許也代表了某種電視新聞「去政治化」的現象（政治現象？）。探討「優質新聞」前，或許也需要先思考電視「新聞」已經不再被認為是什麼。

另外，攝影技術與網路科技之發展也帶來新的「新聞真實」挑戰。當然，科技並非唯一原因，但卻提供了「機緣」（affordance），交織著其他結構力量，發展出一些新的採訪常規。例如，攝影技術之發展打破了只有電視記者才有能力見證與紀錄新聞事件之權利／權力，加上網路傳輸平臺，讓「公民記者」的概念逐漸變得可能，但大量民眾拍攝的影像也開始被（有經過或沒經過授權地）運用電視報導中，豐富了新聞素材，卻也引發新的查證問題（當然，還包括截稿壓力下，能否或是否有意願查證等問題）。而且，伴隨媒介技術引發的「真實」危機，也包括了取得「真實」之手段問題。偷拍工具與智慧型手機普及後，近年電視記者偷拍任務也增加了，除了為了公共利益所進行的偷拍任務外，也多了許多並非總有關公共利益，而主要是因為要進入無法／難以／沒有取得拍攝許可的場所，去「扮演」某種角色，透過偷拍或手機攝影工具取得電視新聞最講求的「畫面」素材。或許有人又會提出，電視新聞記者早就進行類似的偷拍或半偷拍（例如，帶著攝影機採訪，騙受訪者並未開機錄影，卻早就按下錄影鍵），但新的媒介科技卻讓這些作業變得更簡易，並採用於生活、消費，和影劇等類型的新聞中。「新聞真實」之議題或許不只是新聞「作假」而已，還包括了新聞記者將記者身分「作假」之正當性。我想這問題更牽涉著新聞記者與受訪者之間的關係，以及對「記者」工作之想像。

第一次寫「回應文」，結果越寫越像「怨氣文」。以學術之角度來看，以上的文字也不夠理論，論證也缺乏實證資料。但我想強調的是，「優質新聞」與「新聞真實」不只存在學術研究報告或收視率調查報表中，更透過新聞記者的每天工作去實踐。結構性力量或許產生了重要的影響，但記者如何看待自己的新聞工作（專業？），以及他們在社會中的位置，似乎也不只是結構力量所能單向決定或完全能解釋的事情。也許，下一次的「優質新聞」與「新聞真實」論壇，還可以多加上「記者代表」席，讓實踐的聲音也被聽見。

改變均衡賽局——行動勝於空話

Changing the Equilibrium of Game: Action Speaks Louder than Words

黃詩凱

Huang, Shih Kai

國立政治大學傳播學院博士生

Ph.D. Student, College of Communication, National Chengchi University

壹、電視新聞——市場失靈

臺灣電視新聞目前實際景況如何，各方或有不同意見，但絕非理想狀態且有待改變，應具高度共識。論者常從不同角度析之，如工作者、媒介組織、經營環境或者傳播政策，勞動條件惡化、組織文化退步、媒介經營困境或者政策方向不清，本文不再贅述。惟若將電視新聞視為具備高度外部性的公共財，現狀則是意欲更高品質服務的消費者需求未被滿足，身處其中的工作者或者媒介受限客觀條件無力供給，市場明顯出現失靈狀況。

解釋現象或預測政策影響的分析稱為實是分析（positive analysis），評估管制或不管制何者為佳的研究則稱為規範分析（normative analysis）（吳聰敏，2012：50）。本文擬分二個層次，先從實然面分析之，透過曾國峰（2010）引用賽局理論進行的競爭分析，理解臺灣電視新聞目前所處「均衡」狀態，同時以統計數據支持新聞記者勞動條件日趨惡化的論點，再從應然面呼籲之，強調必須進行各項基礎數據調查，始能基於完整資訊進行分析，提出具體可行政策，才有望改變目前的狀態，以創造真正多贏的可能局面。

貳、實是分析——均衡賽局

目前臺灣電視新聞主管皆依據商營調查公司提供的抽樣結果進行收視率的競爭，同時大量依靠相同消息來源，前述預設決定了各家從業人員隨之行動的重要依據。曾國峰（2010）透過訪談 6 家有線電視新聞臺主管共 18 人及內容分析法，解釋目前電視新聞內容高度趨同背後的原因，乃在於不得不然或者說自然而然的策略選擇，此一結構困境，除非透過合理換照或者市場競爭進行淘汰，否則均衡仍將持續。

另外，根據 Lo (1998) 和羅世宏 (2004) 進行的調查，1994 年臺灣新聞工作者平均月薪新臺幣 5.1 萬元，2004 年調查則顯示，月薪 4.5 萬元以下受訪者占 31%、4.5 到 6 萬元間占 37.8%、6 萬元以上 31.2%；另根據劉昌德 (2008) 整理自行政院勞工委員會統計，2006 年新聞記者平均月薪為 4.87 萬元，人數 2,251 人，再根據勞委會最新統計顯示，2011 年新聞記者人數 2,962 人，平均月薪降至 4.39 萬元。雖然此一數據並非針對電視新聞記者或從業人員而進行，無法據此精準推論至電視新聞工作者，不過綜觀本地新聞記者就業市場，電子媒體工作者平均待遇即使未低於、應該也與平面媒體的工作者相去不遠。

同時，官方統計資料指出，臺灣傳播業實質生產淨額從 1991 年近 400 億上升到 2010 年超過千億元，成長比率高於整體民間部門，於此同時，傳播業工資和盈餘分配比率，則從 1990 年代初期的 5 比 5 轉變成 2010 年的 4 比 6，工作者不只勞動條件惡化，且從勞動產出中分享比率，也在同步降低。因此，將均衡賽局（或說僵局）景況與勞動條件變化進行對照，對個別電視新聞工作者而言，除非選擇轉業，或者有別於要求個人行動的改變發生，如市場結構或傳播政策，否則，前述景況恐將持續。

參、規範呼籲——具體行動

部分論者經常「感慨」目前新聞工作者缺乏專業或倫理之說，或呼籲記者們「反叛」（林照真，2006），卻從未從整體結構和勞動者集體角度觀之，似乎略顯唯心且見樹不見林；當然，個人行動固然值得不斷呼籲討論以期收到自律之效，但若不從更鉅觀的政經結構和市場脈絡思考之，將很難期待改變會自然發生。

誘因引導人的行為，制度（institution）改變誘因，進而影響人的行為（吳聰敏，2012：29），對電視新聞不滿且期待有所改變，或許可以先從積極要求傳播業基礎數據為起步，例如質量並重的收視率調查，或者各主流媒體生產和消費的具體銷售和財務狀況，透過社會科學方法的嚴謹論據，才有革新「制度」、提供「誘因」的可能，進一步影響從業人員的「行為」，改變現行電視新聞的均衡賽局或無奈僵局，行動勝於空話，此言歷久彌新。

參考書目

- 吳聰敏（2012）。《經濟學》。臺北：雙葉。
- 林照真（2006）。《記者，你為什麼不反叛？調查報導的構想與實現》。臺北：天下。
- 曾國峰（2010）。〈有線電視新聞臺的賽局競爭分析〉，《新聞學研究》，103：83-131。
- 劉昌德（2008）。〈大媒體，小記者：報禁解除後的新聞媒體勞動條件與工作者組織〉，《新聞學研究》，95：239-268。
- 羅世宏（2004）。《數位時代的新聞職業：資訊傳播新科技對新聞記者及其工作（場所）的影響評估研究》。（國科會專題研究計畫，NSC92-2412-H-194-001-SSS）。嘉義：國立中正大學傳播學系。
- Lo, V. (1998). The new Taiwan journalist: A sociological profile. In D. Weaver (Ed.), *The global journalist: News people around the world* (pp. 71-88). Cresskill, NJ: Hampton.

博士生回應（二）： 數位時代的電視專業與倫理 Ph.D. Student Colloquium (II): Professional Ethics in Television in the Digital Age

曾喜松

Tseng, Sheersong

中視新聞部採訪中心主任

Director, News Department, CTV

世新大學傳播博士學位學程博士生

Ph.D. Student, Ph.D. Program in Communication Studies, Shih Hsin University

現在臺灣的電視新聞臺已經進入 News 2.0 的境界，記者可直接從 YouTube 上挑選任一影片從頭播到尾、免出門採訪就能自成一則新聞。這真是新聞媒體的一大突破——我是說，既然如此，你我也辦得到、人人都可以成為 YouTube 記者！

TubeNews.in -- YouTube 新聞產生機

（取自 <http://tubenews.in/>）

2012 年的臺灣，大環境是艱難的。外有歐債危機及美國財政懸崖問題，影響出口；內有油電雙漲帶動物價飛漲、宣布開徵證所稅等不利因素，以致主計總處九度下修全年經濟成長率，只剩 1.2%。加上臺灣產業久未轉型導致薪資結構不增反減，民眾縮衣節食，咸認 2012 是辛苦的一年。

媒體在這樣慘澹的大環境，經營也受到衝擊。一家 2011 年盈餘近 10 億元的有線電視臺，2012 年除去每月 3 千萬元上架費收入，實際經營幾近損益兩平。無線電視臺就更慘了，廣告商的整體預算分配向有線臺傾斜，原本就僅能拿到 15% 上下，不景氣廣告商縮手，部分電視臺 2012 年虧損達上億元。加上配合政府要求，在 2012 年 6 月 30 日完成數位轉換，進入「高畫質數位元年」，2013 年 7 月無線臺全面數位化（李福懿，2012），勢必要投入更多的人力及資源，以致五家無線臺叫苦連天。媒體經營者為擰節開支降低製作成本，節目品質日益低落或重播舊劇，部分傳播學者無視經營困境，嚴辭批評「經營者只知利潤極大化」「完全不考慮廣電專業」，以致產學愈趨向兩條平行線，難有交集。

更大的危機是，傳播科技匯流下，電視成了逐漸式微的傳統媒體。2013 年智慧手機當道、平板電腦出貨量預估全球 2 億 4 千萬臺，將首度超越筆電（許凱玲，2013）；但有線電視臺訂戶逐年下降，國家通訊傳播委員會（National Communications Commission [NCC]）的統計顯示，2012 年只剩 61%。我們也發現，人們幾乎都在新舊媒體間無縫游走，輕鬆自在，他們從數位媒體找最新訊息來補充報紙電視的不足（Press & Williams, 2010: 182）。也因此「意義」的源起已經從文化工業的價值鏈轉移，消費是一個價值創造的來源，而不僅是它的終點（Hartley, 2008: 19-35）。在這樣的模型下，媒介消費也已經從「唯讀」（read-only）的活動，轉移到「讀寫」（read-write）的活動（Burgess & Green, 2009: 48）。傳統收視率調查的閱聽對象，早就變了質，只是電視經營者和廣告代理商還緊握不放。

雖然如此，不可否認的事實是，電視仍是臺灣民眾最常接近的媒體，人們仍然期待每一臺播的新聞內容不要大同小異，或者只是投訴買的包子竟然沒有爆漿。因此本文將論述，Web 2.0 的時代，電視新聞的專業和倫理都該有新的面向。

壹、數位時代的電視新聞專業

在西方現代性的思考中，大眾傳播媒體是概化溝通的主要管道（Giddens, 1900: 22），透過大眾傳播媒體，形成公共意識，進而達成一個共同的生活目標。但這樣的現代性思維，意謂著有個終極的美好目標、生活的難題必定有個完美的解決方案；「閱聽人」的意義，充其量只是某種意識形態內容的接受者，它們是均質人。但是，在 Web 2.0 時代，網路被認為是將個體（individual）從舊媒體的固定身分形塑中解放出來的科技（Leaning, 2009）。使用者（user）隨時發布、回應、改寫、超鏈結，「新聞」有了更多的可能，參與的過程也產生了意義。批踢踢（PPT）和 Mobile01 討論文章之所以廣受歡迎，常常是因為網友的回文、而不見得是「板大」原先發布的內容。

因此傳統的電視新聞專業，在數位匯流時代也受到這樣的挑戰，觀眾並不是只有靜靜的坐在沙發上。Jane B. Singer 就提出，網路新聞讓社會意識到所謂專業主義，只不過是一種意識型態的建構，其觀念奠基於只有特定人才擁有提供資訊的工作特權（胡元輝，2012；Preston & Metykova, 2009: 41）。如今發布新聞的權力已經下放，聯合報針對陳為廷在立法院的質詢，引來部落客和網友拼湊出更多的真實，足證傳統媒體的「主流」不再、也不能定於一尊。

而過去所謂的客觀性（objectivity），在網路時代也顯得僵硬。Edwin Baker 就指出，客觀性不過是傳統媒體的產製者想要「極大化觀眾的數量」而訂出的採訪原則。他們發現只有維持所謂的新聞客觀性，才能吸引最多的閱聽觀眾，進而獲取最大的廣告利益（Baker, 2002 / 馮建三譯，2008）。而使用者產製內容（user-generated-content, UGC），強調的反而是作者主觀的價值，藉由公民記者在地的觀察和在場的情感，直接傳達出某種立場的見解，再透過使用者交織的使用經驗，拼湊出所謂真實（reality）。

因此，當今的新聞專業，已經變形為一種現象，我們稱之為資訊性新聞（informational news）：它端賴使用者的搜尋、選擇和排序。新聞變成一種資訊的子集（subset），它非專業製造出來、也非使用者產製，而是混合的現象（Burnett & Marshall, 2003: 201）。這和當前流行的網路策展（curation）概念若合符節，新聞不再是一個獨立事件、一則單一的故事，而是必須在大量的資訊裡設立一道過濾機制，再用最適當的方式呈現的結果。

因此電視新聞所謂的專業，必須要考慮到使用者和匯流環境的總合因素，深化新聞報導的內容。不能只是把 UGC 網站當資料庫，將網友當成「免費勞工」（free labour）（Terranova, 2000）。舉例來說，Mobile01 網友率先發布「王雪紅夫婿洛城購買 iPad」照片，電視臺記者除了查證真偽之外，還須就其衝擊及產業的體質及競爭力做進一步的探討；氣象局主任鄭明典在臉書發布霧季來臨的訊息，電視臺記者除了採訪全臺各地是否出現濃霧畫面之外，可以考慮從交通部高速公路局取得霧季交通傷亡統計，或是從行車安全角度切入，從各個面向提供觀眾更深入厚實的報導。

新聞訊息不見得比公民媒體快，並不意味傳統電視媒體，已經失去所有的優勢。例如：政府部門的新聞發布、即時災害的現場報導、警政社會新聞的追蹤等許多領域，電視媒體記者依然掌握優勢報導權力。但是電視臺也應該順應數位化的需求：笨重的 SNG 改由筆電或 3G 背包一樣可以 LIVE 傳輸，電視記者不必再從現場奔回電視臺後製；即時畫面也可以改由智慧手機軟體傳回或是即時轉播，即可突破地點的限制，記者採訪也更加自由；電視鏡面除了虛擬棚之外，也透過平板電腦即時連線，更能讓觀眾掌握即時而豐富的訊息。

貳、數位時代的電視新聞倫理

遺憾的是，科技的進步並沒有替記者這一行，帶來更好的評價。當今電視記者的社會地位低落，意謂著新聞倫理的問題極其嚴重。檢視數位時代的電視新

聞報導，倫理的考量常被置於商業利益和收視率之後。爆料文化帶來的個人式事件，意謂著新聞離公共利益越來越遠，只注意個體權益無關痛癢的維護，容或可以勾起一點點觀看的興趣，卻無法真正激起共鳴。加上電視記者會稿文化帶來的新聞同質化（曾喜松，2010，2011），符合電視經營者極大化新聞則數的利益，但受到同業牽制後的「獨家」流於輕薄短小，更多言促進民主的功能了。

倫理道德與專業主義，時常被認為是共同存在的事物。傳統上認為，所謂專業就是取得認證的專家對其顧客提供服務，以獲取報酬並建立互信與相互尊重；新聞倫理則是建立在具有德行的行為之上，能夠促進民主過程並為公共利益服務（Kieran, 1988／張培倫、鄭佳瑜譯，2011：10-13）。因此，要重建電視記者專業的形象，不能不重新檢視新聞倫理的問題。

數位技術，為新聞採訪帶來新的倫理問題，例如監視影像。在治安的考量下，國人拋棄隱私、集體逃避自由（張煜麟，2004），監視器、行車紀錄器讓電視臺記者掌握絕對即時的畫面。但是，無辜的路人也在不知情的情況下被拍了進去。雖然行車紀錄器和監視器可以發現前所未見的重大新聞，但從倫理的角度來看，他們有權利知道自己被拍進去（Pavlik, 2008: 240-241）。但電視臺並不太重視這個倫理問題，「有圖有真相」其實不能當作電視新聞的絕對標準。

傳統新聞倫理學歸納了兩種過失「不該犯的過失」（errors of commission）和「能做而不為的過失」（errors of omission），仍值得用來論述數位時代的倫理課題。前者就是規範新聞記者不該去做的事，例如記者不應收取利益而為報導。但現實是，置入性新聞已經成電視經營者不能放棄的金脈，一家有線臺一年的置入新聞收益可達上億元之譜。舉凡政治、文化、藝文、經濟各領域，電視臺皆能製播置入性新聞，但觀眾卻不見得能發現。

近來更嚴重的是，電視記者直接引用 UGC 的內容，卻沒有進一步的深化即播出，這無異是偷懶的行為。文章一開始引用的「YouTube 新聞產生機」即是最嚴厲的批判與嘲諷。胡元輝（2012）提出協作新聞（collaborative news）的概念，亦即將新聞作為一種對話（conversation），由公民加入傳統媒體新聞產製的對話（例如公視 PeoPo 平臺），專業和業餘的記者共同努力促成公共對話，已經有若干成績。

尤其在個體化社會，公共空間被私人（private）佔領著；公共關注被貶低為對公眾人物私生活的好奇心，政治和明星的八卦新聞成為報導的焦點。Bauman 就說，公共空間的失去，尤其是因為辯論場所（agora）的喪失，才讓命運和機會的鴻溝增大。所以在今天，任何真正的解放，它需要的是更多而不是更少的公

共領域和公共權力 (Bauman, 2000)。而公民共同參與新聞，或許是商業電視臺努力的方向。

「能做而不為的過失」則是指記者能做卻不去做的事，例如：需多方查證，尤其網路內容來源繁多、真假難辨，有些甚至是某些商品的廣告偽裝，或者是某些人的「創作」結果。〈臺南傳隨機擄童？幼兒園發公告提醒家長〉新聞即為一例，此傳言在一年前已經證實為謠言，2013 年仍舊流傳引起家長學校擔心；〈法拉利姐〉新聞雖明知和公共利益無關，在收視的考量下，仍大肆炒作其個人性向，甚至鬧到當事人揚言要自殺才漸漸罷手，即是能做而不為的過失。這種過失有待電視從業人員自律，在高道德標準下、在公共利益的考量下，有勇氣「不做」某些報導。

參、小結：後影像時代

電視經營者苦於廣告大餅太小，再加上蕞爾小島即有 13 家 24 小時新聞臺，競爭的確困難。但是，經營者明顯忽略數位匯流已經是擋不住的趨勢，閱聽人也已經不再像尼爾森公司設定的一般，只是單純的去操作計量器的閱聽人。他們多工 (multitasking) 使用媒體，在數位和傳統媒體間不斷的游移。

William J. Mitchell 指出，我們已邁入一種後影像時代。新技術之下，拍攝對象、畫面與讀者之間出現了某種新關係，因此對影像製造以及接收過程的傳統看法必須跟著轉換 (Kieran, 1988 / 張培倫、鄭佳瑜譯, 2011: 154-156)。所以數位時代電視新聞的專業，必須要能快速接收數位的訊息，查證之後做更深入、更寬廣的探討。而不是將 UGC 的內容隨意取用，將公民記者當作免費的勞工。

不過這樣的新關係，也意指著作權的概念已經有所調整。因為著作權侵權和盜版是大眾傳播時代，來處理基本上是閱聽人行為的方法 (Burgess & Green, 2009: 35)。John Hartley (2008) 就用 “redaction” 的概念（即編輯現有的內容產生新東西），來支持網友改作現有素材的問題。電視新聞從業人員如果取用，如何改作，有沒有賦予新聞更多的可能，才是這則新聞的價值所在。

因此數位時代中，電視新聞應將新聞視為一種現象、和公民的一種對話的過程，秉持德行的價值促進民主發展、擴大公共領域，才能真正成為優質電視新聞。電視經營者如若不能有高度的自律與差別化，只是任由記者與其他臺記者會稿，再去跑一樣的新聞，那麼電視臺數量的多寡，並沒有任何意義，也不能當作新聞自由化的指標。

參考書目

- 李福懿 (2012)。〈無線電視數位轉換整體計畫及成效〉，《NCC NEWS》，6(3)：4-7。
- 胡元輝 (2012)。〈新聞做為一種對話——臺灣發展非營利性「協作新聞」之經驗與挑戰〉，《新聞學研究》，112：31-76。
- 張培倫、鄭佳瑜譯 (2011)。《媒體倫理與規範》。臺北：韋伯。(原書 Kieran, M. [1988]. *Media ethics: A philosophical approach*. London: Routledge.)
- 張煜麟 (2004)。〈臺灣監視器系統作為集體逃避自由的機制？一種自由主義的觀點〉，《資訊社會研究》，7：191-218。
- 許凱玲 (2013)。〈NPD 預測 2013 年平板電腦出貨量將超越筆記型電腦〉。上網日期：2013 年 1 月 8 日，取自 <http://www.bnext.com.tw/focus/view/cid/103/id/26042>
- 曾喜松 (2011)。〈記者的共謀——電視記者會稿文本論述分析〉，「2011 中華傳播學會年會」論文。臺灣，新竹。
- (2010)。〈電視記者會稿機制與公共利益〉，「2010 中華傳播學會年會」論文。臺灣，嘉義。
- 馮建三譯 (2008)。《傳媒、市場與民主》。臺北：巨流。(原書 Baker, C. E. [2002]. *Media, markets and democracy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.)
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Burnett, R., & Marshall, P. D. (2003). *Web theory: An introduction*. London: Routledge.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Hartley, J. (2008). *Television truths: Forms of knowledge in popular culture*. Malden, MA: Blackwell.
- Leaning, M. (2009). *The internet, power and society: Rethinking the power of the internet to change lives*. Cambridge, UK: Chandos.
- Pavlik, J. V. (2008). *Media in the digital age*. New York: Columbia University Press.
- Press, A. L., & Williams, B. A. (2010). *The new media environment: An introduction*. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.

- Preston, P., & Metykova, M. (2009). Individual influences on news: Journalist's values and norms. In P. Preston (Ed.), *Making the news: Journalism and news cultures in Europe* (pp. 31-48). London: Routledge.
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text*, 18(2), 33-57.

airiti
傳播研究與實踐 · 第 3 卷 第 1 期 · 頁 63-90 · 2013 年 1 月
DOI: 10.6123/JCRP.2013.004

論壇三：

新興媒體的挑戰與回應

主講人：藍宜楨

今日新聞 NOWnews 總經理

為了滿足讀者不斷改變的需求，以及善用行動載具的優勢，我們必須持續的推出新的服務才能滿足閱聽眾。舉例來說，NOWnews 最新推出了一個全新版本 Android app，我們把多達百萬則的新聞做了相當友善的分類，每一個 NOWnews app 的使用者都可以根據自己的喜好，在手機、平板電腦甚至是智慧型電視上，自己選擇自己喜歡的新聞類別和內容，不論是即時新聞的推播，或是資料庫的搜尋都可以。你不喜歡看社會新聞，只要經過非常簡單的設定，手機或平板上的 NOWnews 就永遠不會出現那些你討厭的訊息；又比如你很喜歡看後宮甄嬛傳，就可以天天把明星動態、八卦資訊變成自己的頭條。宅男們想要欣賞最即時的正妹照片，有最符合使用者習慣的介面，只要一根手指向左向右滑，兩根手指拉近拉遠，就可以快速輕鬆瀏覽、放大縮小新聞圖片。這是新媒體結合行動載具的優點和優勢。從實際數據顯示，這個新軟體從上線之後，在行動裝置上的點擊率是以呈現 45 度角的方向向上成長，也就是說，經由新的軟體配合行動載具，兩者加乘的效果，閱聽眾已經逐漸接受、進而改變習慣，改用手機等行動工具來閱讀新聞。

過去我們經常聽見 solomo 這個名詞，社群（social）、在地化（local）、行動（mobile），現在也逐漸成為新媒體的發展趨勢。再以 NOWnews 的 Android app 為例，上線前後的新聞內容其實是一樣的，因為閱讀新聞的工具和方式改變，點擊率和流量在短時間內可以快速成長。代表閱聽眾在面對每天這麼多的資訊時，內心其實是厭煩的，給了他們太多信息，難免當然有一些就不是優質報導，有一些不是忠實報導，受眾反而不知道怎麼樣去處理。換句話說，提供一個使用方便的工具，可以幫助網友去選擇自己喜愛的新聞內容，剔除掉對他個人多餘的資訊，對新聞提供者和閱聽眾都是好事。

優質跟忠實的新聞，通常需要較長的時間去採訪或是深入報導，在行動裝置盛行後，訊息更快速地大量流通，搶快變成一種指標。因此不管是記者自己本身，或是新聞部的主管，可能都無法花太長的時間去編採新聞，這是業界競爭時很難避免的困境。不過網路新聞未來即將面臨的挑戰是，隨著技術演進，網友已經不再像過去一樣，你給他甚麼他就甚麼，網友是自由選擇要甚麼。讀者不會再盲目地全盤接受，所以當然也可以輕鬆去掉那些他覺得不優質不忠實報導的新聞，快速將不是唯一的新聞標準。

另一個趨勢是訊息的碎片化，就是一句話、兩句話搞定全部。把新聞資訊碎片化之後，閱聽眾如果沒有時間就不用去點進去看完全文，這個訊息本身就是結論。舉例來說，林書豪今天輸球了，可能很多讀者都沒有興趣知道為什麼打得不好等等細節，這無關優質新聞與否，因為讀者已經獲得到想要的東西。

隨著行動上網越來越普及，有可能會有一天所有非智慧型手機都被迫要退出市場，只剩智慧型手機能在市場上能活下來的時候，人手一支智慧型手機，就是行動平臺閱讀新聞的全盛時代來臨。

主講人：張修哲

壹傳媒公共事務部總監

壹、第一次發言

壹傳媒是不做政府的置入行銷，這個就是我們的核心價值，為什麼壹傳媒被認為在臺灣影響力常非常大的一個媒體，不管對它的評價如何，還是需要來注意它的影響力。壹傳媒現在走的方式，以壹電視的新興媒體角度來說明，閱聽眾可以透過手機、iPad、Android、IOS 系統，看到蘋果日報各項的新聞，也可以看到壹電視的各個節目。壹電視有三個特色，一個是高畫質 HD，第二個特色是不受時空的限制，最後一個特色是閱聽眾不管在任何一個場合、不管任何的時間，只要手上有載具，就可以看到壹傳媒的東西，雙向互動是現在正在努力的方向，壹電視透過 MOD 平臺在走互動式的。

在新興媒體之中，要強調數位匯流跟各種時間讓你眼球看得到的，以一個人在接進任何影音平臺的時候，所有媒體都希望能夠被看得到，就是眼球的大戰。

壹電視的新聞臺堅持是不接受置入，敢說真話不被各大財團收買，壹傳媒在經營新興媒體，因為必須要讓所有的平臺使用者，同時接受新聞訊息，在鏡面設計以及畫面的呈現上，就不再只是傳統電視或是電腦。新興媒體現在碰到的最大的問題就是收入，臺灣的收視率都是依據 AGB 尼爾森，而所有的廣告主都用這個收視率當作投放廣告依據，新興媒體的廣告收入不知道從哪裡來也沒有，所以這也是目前媒體廣告最大的挑戰，如果一旦沒有收視率、收視值，廣告主是不會輕易把錢投進來。

貳、第二次發言

剛剛各位先進跟老師對壹傳媒有很多的檢討還有一些肯定，其實這個就是壹傳媒在華人世界裡面很正常會聽到這種聲音，有老師提到旺中案，旺中案從七月份開始，為什麼會有這個多同學不管是透過怎麼樣的方式，他們自己集結起來就為了一個理念，站在中時大樓前面，然後隔個幾天他們遊行居然超過了八千人，最近這些同學又開始了這樣的動作，這也是我一直覺得臺灣最可愛的地方也是最珍惜的地方，目前還看得到表現多元跟言論自由跟新聞自主。

《蘋果日報》曾接到一位廣告主的電話，他說你們今天的報紙，首先是他們上了年度行銷大廣告，接著第二篇是講他們老闆的糗事，就擺在同一個版面，左邊是他們的廣告，右邊是他們老闆的發生的事情，他拜託我們下次若要報他們的新聞時，廣告就移到另外一個版面。這件事若發生在其他媒體，廣告主大多會撤廣告，但廣告主很清楚壹傳媒的風格，不會因為要廣告，就不報他的負面新聞。至於現在壹傳媒裡面所有同仁，其實大家可以看一下目前的狀況，其實這是代表臺灣一個很可愛的地方，這也是我必須要講我也非常榮幸在壹傳媒，各位可以得到壹傳媒從電子媒體到平面媒體，對於學生活動及少數族群、對於各種社會議題的注意度跟關心的報導的幅度，應該都是有目共睹的。

主講人：張寶芳

國立政治大學新聞學系副教授

在這個場次裡，我們從新興媒體角度來探討優質新聞的議題。首先我將掃描目前的新媒介景觀。其次來審視新媒介帶給新聞內容產製的機會與挑戰。最後針對傳播教育應如何培育優質的傳播人才提出回應。

壹、新媒介景觀

新媒體景觀之一，就是幾乎人人手上有支智慧型手機，而智慧型手機就是一個非常強大的電腦，電腦在每個人的手上；另一個景觀就是網路無所不在，特別是臺北的網路通訊環境；如 Wi-Fi、3G，可說是一觸可及，隨時隨地我們都可以去搜尋全世界的資訊，去掌握我們要的資訊；另外一個是晚近崛起的社交媒體（social media），如 Facebook、Twitter、LINE，多對多的社交溝通網絡以及瞬間巨量資訊交換，形成「沛然莫之能禦」的龐大力量；再加上資訊呈現端的超大螢幕高畫質 HDTV 的視覺震撼。我們處在一個廣度、力度、速度都不斷擴張的新媒體環境。

貳、媒體的挑戰與機會

科技的改變，對傳統媒體或網路媒體的挑戰是什麼？整體來說媒體經營者其實是一根蠟燭兩頭燒，正承受產製與營銷的兩大壓力：一端是資訊消費者對資訊的要求愈來愈高，消費者需要更動態、更個人化的資訊。要隨時隨地從所使用之傳播媒介取得即時資訊，因此媒體經營者必須很快地把資訊給使用者、消費者；另一端是新聞產製流程必須進行新一波科技的轉型，以應付高度複雜的資訊社會與全球化競爭。媒體要投資很大，需要不斷數位化才可能快速地去進行資訊的產製、儲存與傳遞。

參、如何培育優質的新聞產製人才

在媒體充滿挑戰與機會下，作為傳播教育者，我試著用轉化（transform）的主張來予以回應，也就是要培養學生有轉化的能力。以下將從四個面向來談：內

容、媒介、流程以及人。所謂內容面向就是要訓練學生能寫能說，知道什麼是聲音的美感，知道什麼是視覺的美感，能夠用不同的形式，聲音、影像、文字、圖像或是照片，去傳遞、解釋、講述一個故事、一個新聞事件的能力。學生除了要熟悉數位工具，能利用多元媒體去講故事之外，也要思考一個更深層的問題，就是後端資訊結構要如何處理，學習組織資訊、表徵資訊。使不同層次資訊得以在不同平臺間如大電視螢幕、報紙、手機等靈活轉換與呈現。

另外一個轉化的能力是媒介。媒介不斷變化與演化，大眾媒介、小眾媒介、個人媒介、社會媒介、行動媒介等新舊媒介交互雜陳。我們應讓學生瞭解不同的媒介有哪些不同的特性，學生能夠拿捏在不同媒介應該提供甚麼樣的內容。讓學生可以悠遊於大小媒介之間，可以去電視臺、網路公司、或手機公司。新媒體有很多新的可能，從正面角度就是有很多的機會去做更優質的內容。

第三個轉化能力是掌握產製流程，教學生怎麼規劃專題，有設計的思維，從概念發端到最後做出產品來。學生要實踐（動手做）也要實驗（寫程式），透過動手做去找到創意轉換的靈感，媒體才有創新的可能。

而第四個轉化就是轉向關懷人。特別在社交媒體已不容輕忽的年代，媒介製作人與資訊消費者產生前所未有的互動，閱聽人是受眾也是主動參與的內容提供者。傾聽並能與社群互動是產製優質新聞內容的重要元素。瞭解個人及社群的資訊行為；瞭解他們是誰、他們在哪、他們想什麼、他們的生活形態以及他們在不同的時空、情境、心情需要什麼樣的資訊與娛樂。如此媒體就可針對特定資訊消費者提供「服務」，幫忙「找尋」、「過濾」、「混合」、「連結」資訊。

學校裡我們試圖用以上四個面向去教導學生，希望學生可以準備好迎接新一代的媒體挑戰。

在今天的論壇，難得業界與學界可以同臺對話，我們期許業界與學界共同攜手合作打造優質的新聞內容與傳播環境。

主講人：陳順孝

輔仁大學新聞傳播學系副教授

網路衝擊之大，宛如小行星撞地球，全球報業不是黯然倒閉，就是在暗無天日的環境中求生。2005 年 11 月起，臺灣的中時晚報、大成報、中央日報、臺灣日報、星報、民生報在短短十三個月裡接連停刊，其他報社也陸續裁員、減薪；2009 年一年，美國更有一四二家報社破產，一萬五千名記者失業。美國《新聞週刊》(Newsweek) 因此宣告「印刷媒體死了」(Print is Dead)，英國《經濟學人》(The Economist) 更追問「誰殺了報紙」(Who Killed the Newspaper?)。

不願放棄的，則像美國時代雜誌(TIME)一樣探索「如何拯救報業」(How to Save Your Newspaper)。有些媒體延續市場導向、羶色腥老路，只是改到網路上尋找更多、更低成本的八卦題材，結果漸趨下流；有些媒體出賣新聞，接受商業和政治置入性行銷，賺得一時營收，卻輸掉民眾信賴；有些媒體倡議開放管制，讓他們擴張購併來降低成本、提升競爭力，不惜造成媒體壟斷，傷害新聞和言論的多元化；有人主張國家補貼，藉由發放公民新聞消費券、設立報業多樣化基金等方式來支持報業，但這終非治本之道。

壹、小而靈活勝過大而僵化

怎麼辦？也許可以回到小行星撞地球的比喻，撞擊之後，曾經稱霸天空的翼手龍滅絕，取而代之的，是一群群小鳥。新聞事業也許也是這樣，網路衝擊、市場分化下，大如恐龍的大眾媒體要賺取一年數億、數十億的營收並不容易，但小如小鳥的個人媒體、微型媒體要賺取一年數十萬、數百萬的收入，相對可行；如果能有更多個人和微型媒體，像小鳥一樣分進合擊、匯聚成群，就可能像臺灣中小企業一樣，聚合成新聞產業鏈，以小而群的彈性，和大眾媒體相互補充、監督、競爭、合作，相輔相成、共存共榮。

回顧新聞史，十七世紀現代報業萌芽時，媒體都是個人或三五人組成的微型事業，主要報導政論、物價；1830 年代大眾化報紙崛起，媒體規模漸大，逐步增加犯罪新聞、地方新聞、名流動態、商業新聞；進入二十世紀，媒體規模越來越大、內容越來越雜，終於發展成我們今日熟悉的龐然大物。在大眾傳播時代，這些媒體巨獸鯨吞市場，獲利驚人；但到了網路時代，人人都可以當記者、辦媒體，大眾市場崩解，媒體巨獸越來越難獲取足夠的閱聽眾和廣告收入，也越來越

難支付數百位、數千位記者的薪資，終於走上減薪、裁員、倒閉的末路，甚至誤入炒作八卦、置入行銷的歧途。

在這個情勢下，要想維持大眾媒體的龐大規模，已經難如登天，更遑論恢復昔日榮景；但若聚焦在搶救新聞專業、探索記者生機，還有很多活路可走。更具體的說，堅持專業的記者很難在為了苟延殘喘、不惜出賣靈魂的大眾媒體裡發揮專長，但可以藉由開創個人媒體、微型媒體來實踐專業，並以專業報導來賺錢維生；不僅如此，專業的個人和微型媒體藉由網路連結，可以匯聚出巨大的群體智慧、集體力量，來和大眾媒體競合。臺灣眾多個人、微型的獨立媒體，正在實踐這樣的願景。

貳、獨立自主更能實踐專業

獨立媒體，是指獨立於政經勢力之外，為草根民眾發聲的媒介。任何時代，當大眾媒體依附政經權貴、漠視人民聲音，知識分子或民眾自身就會運用當時當地的簡便工具，打造獨立媒體、發送草根訊息，來對抗大眾媒體。獨立媒體媒體沒有固定形態，在網路普及前，臺灣民眾用黨外雜誌、社運錄影帶來揭露真相；在網路普及後，改用部落格、社交網站、網路影音平臺來探討議題。

網路時代的獨立媒體，包括個人媒體、團隊媒體、導讀媒體、聚合平臺。個人媒體，如專注環保的朱淑娟、關懷弱勢的江一豪、揭露疫情的李惠仁、書寫社運的胡慕情、探討教育的彭明輝、抗擊置入性行銷的黃哲斌，以及眾多部落客；團隊媒體，如報導社運的《苦勞網》、深耕生態的《環境資訊中心》、監督重建的《莫拉克獨立新聞網》、聚焦農業的《上下游新聞市集》、重視媒體改革的《新頭殼》、服務外勞的《四方報》；導讀媒體，如匯集和詮釋網民觀點的《全球之聲》、選刊好文的《懶人時報》；聚合平臺，如讓人架站發稿的 PeoPo 公民新聞平臺。

這些個人媒體、團隊媒體、導讀媒體、聚合平臺，形成一個分進合擊的獨立媒體傳播體系，在許多重大議題上填補大眾媒體的疏漏、引導大眾媒體的走向、抗衡大眾媒體的觀點。例如，2010 年苗栗縣政府強制徵收大埔農地、2012 年臺北市政府強拆拒絕都更的民宅，都是獨立媒體和網民揭露、熱議多日後，大眾媒體才跟進報導；2010 年中國時報資深記者黃哲斌辭職抗議政府收買媒體、置入行銷，也是在絕大多數大眾媒體封鎖新聞的情況下，以獨立媒體和網民力量，突破封鎖，形成輿論，迫使政府修法禁止置入。

獨立媒體，不僅社會影響力日增，也贏得越來越多專業肯定。《苦勞網》、《環境資訊中心》、《四方報》先後贏得卓越新聞獎的社會公器獎，《莫拉克獨立新聞網》贏得雲豹新聞獎的評審團獎、《上下游新聞市集》贏得學學獎的影響力獎；黃哲斌榮獲思恆獎、李惠仁贏得卓越新聞獎調查報導獎、深耕環境議題的獨立記者朱淑娟更在 2011 年一人獨得卓越新聞獎和曾虛白公共服務獎三大獎項。

參、獨媒經驗有助傳媒革新

獨立媒體的茁壯，強力挑戰大眾媒體的專業權威，也具體指引大眾媒體的革新方向。例如，朱淑娟旁聽傳統記者忽略的環境影響評估會議，發掘許多重大新聞，引導傳統記者跟進旁聽；又如，氣象達人彭啟明提供客製化的天氣資訊，幫傳播公司挑選適合辦露天活動的日子，幫製衣業預測當年是暖冬還是寒冬、該做多少厚衣，結果名利雙收，證明強化專業可以賺錢；再如越南文《四方報》創刊兩年多就轉虧為盈，證明利基市場、社會企業的可行性。

獨立媒體更可以成為大眾媒體轉型再生的合作夥伴。例如公共電視「我們的島」節目借重朱淑娟的專業，長期合製專題報導，《商業周刊》更曾邀請朱淑娟幫它撰寫封面故事；再如 Yahoo! 奇摩新聞曾經轉載《莫拉克獨立新聞網》的報導，更將《環境資訊中心》和《新頭殼》列為長期合作媒體；又如《天下雜誌》網路版邀請黃哲斌、胡慕情和《四方報》總編輯張正開闢專欄；此外，《上下游新聞市集》揭發多數米粉不含米的調查報導，《聯合新聞網》也在第一時間同步刊載。

這些案例，顯示獨立媒體既能監督、抗衡大眾媒體，也能與大眾媒體攜手合作、共創未來。更具體的說，這些案例指出一個新的可能性：獨立媒體與大眾媒體可以發展出類似電腦產業品牌和代工的關係。在電腦產業裡，品牌（如蘋果電腦、宏碁電腦）負責規劃、行銷、服務，但實際製造則委由各種專業廠商進行，例如 CPU 由英特爾供應、螢幕由夏普供應、組裝由鴻海負責；這些製造廠商，以其專業服務不同的品牌廠商，例如英特爾同時供應蘋果、宏碁 CPU；分工合作的過程中，品牌和專業代工各有專業、分進合擊。

獨立媒體和大眾媒體也可以朝這個方向發展。大眾媒體宛如品牌，規劃出有特色的媒體內容（如強調深度報導、或重視視覺美感），部分內容由自己聘僱的記者採寫，部分內容委由獨立媒體供稿；而獨立媒體也像專業代工廠，可以供稿給不同媒體，甚至將同一則新聞寫成不同版本，以符合不同媒體的編採規格。如此一來，大眾媒體可以結合組織內外資源，做出更廣、更深的報導；獨立媒體作

為專業新聞供應社，可以從多家媒體獲取收入，更有能力培養深耕特定領域的專業記者、發展滿足不同媒體需求的多樣報導文體。

肆、長遠發展面臨四大挑戰

獨立媒體與大眾媒體共存共榮的願景，讓我們看到新聞專業發展的新可能。然而，臺灣獨立媒體發展現況，距離實踐這樣的願景，還有很長的路要走。首先，獨立媒體發展不夠全面，在環境、農業、勞工等領域雖卓然有成，但在政治、經濟、醫藥、體育等領域卻缺乏耕耘；其次，欠缺教育訓練，難以培養素質整齊的生力軍；第三，欠缺經費福利，難以支撐工作者長期奮鬥，甚至連基本的勞健保都成問題；第四，欠缺協調整合，有的議題大家競相報導，有的議題乏人問津。

所幸，越來越多團隊開始參與獨立媒體運動、協助獨立媒體健全發展。在教育訓練方面，PeoPo 公民新聞平臺長期在臺灣各地舉辦工作坊，並在網站上提供入門教材，2012 年 6 月成立的「獨立媒體學院」則以師徒制教學，提供獨立記者進階訓練；在經費福利方面，2011 年底成立的 weReport 調查報導公眾委製平臺，讓獨立記者能藉此平臺向公眾募資，取得採訪報導所需經費，2012 年臺灣新聞記者協會更成立姊妹組織新聞從業人員職業工會，為包含獨立記者在內的所有新聞工作者爭取勞動權益。此外，還有數個團隊正在規劃整合獨立媒體資源、創辦經濟和醫療等領域的新獨立媒體。

這些努力，有助於健全獨立媒體傳播體系、壯大獨立媒體報導質量，讓獨立媒體更強而有力地與大眾媒體競爭、合作、共存共榮，也能幫助堅持專業的新聞工作者走出既能實踐理想、又能維持生計的新聞新路。

主講人：林照真

國立臺灣大學新聞研究所副教授

想要說清楚我們正處的傳播時代有一點困難，但媒體人的感受一定比較深刻。我個人因為身為傳播研究者，以致有機會接觸國內外不同媒體在這方面努力的不同進程，也有一些心得。

人類的傳播史從來不像今日如此分眾，以及使用傳播媒體的習慣如此多元。一般大眾雖然使用網路已經很熟練，還是以年輕族群為多，多數年長民眾對傳統媒體自然較熟悉，傳統媒體如何同時應付這兩個族群已經疲於奔命。然而，擺在眼前的是個仍在持續發展的網路統合時代。其中的統合效應，又比昔日傳統媒體時期複雜許多，也在某種程度上改變了新聞專業。這是我想說明的重點。

吊詭的是，數位時代雖為新聞產業帶來更多發展的可能性，卻因為數位平臺內容的多元化，以及迎合更多年輕網友的市場需求，而使得新聞的真實元素一直下降。新聞免費化發展的結果，導致新聞品質無法令人滿意。由於數位平臺免費提供資訊等多重因素，使得傳統新聞網站失去原先的傳播優勢。

一般而言，新聞網站可以分成三類。一是原生新聞網站；一是搜尋引擎新聞網站；還有一個是傳統的新聞媒體架構而成新聞網站。在各類數位媒體中，新聞網站在西方是個激烈的競爭態勢，傳統新聞網站不見得一定輸。但是在臺灣，傳統媒體幾乎還是把競爭主力放在報紙或是電視上，並未把重心放在發展網路上，因而延宕了臺灣數位匯流的時機。臺灣新聞界失去在這方面的發展眼光，卻又不敢完全放掉，才會出現目前的窘境。

臺灣在整合媒體平臺方面，速度還是很慢。多數新聞媒體只是把網路當成另一個平臺，再把電視上、報紙上的內容全數放到這個新平臺上，比較沒有在網路上做更積極的運用，最重要的新聞一定是在報紙、或是電視上首先出現。

反觀開始重視新聞匯流的西方媒體，做法就較不同。美國、英國最進步的報紙，都已經把所有最好的新聞最先放在網路上；重要新聞的第一個見報時間也是在網路上，所以網路的新聞品質可以大大的提升，在正確性、周延性、乃至傳統媒體缺乏的互動性上，都可以做得比傳統報紙好。這是因為網路的特質可以帶來更多的呈現方式，速度又快，資訊呈現不再僅限於文字，資訊傳遞也不再受限於空間與表達形式，所以需要更多不同領域的團隊合作，才可以造就更好的新聞內容。

目前國內的新聞媒體產業多數缺乏這方面眼光，一直在媒體間進行小新聞、小市場的競爭，實在很辛苦。弄到最後，有時還比不上公民記者的熱血與使命，以致有不少傳播學者都把希望寄託在公民記者身上。

由於其他與會者也討論到公民記者，我附帶補充一點。我覺得在臺灣，公民記者受到的討論，遠比大眾媒體如何改變一事多很多。這不會不好，因為公民參與增加，也是數位媒體時代很重要的特質之一。但是，這樣的關注有點不符比例原則，可能會讓學生誤以為畢業後只有公民記者是正確與唯一的選擇方向。

我認為，年輕記者需要歷練，臺灣的媒體環境也需要好記者進入體制內進行改革。尤其，不少優秀的公民記者，幾乎都曾在大眾媒體中工作，換言之，他們有的曾有過大眾媒體的歷練，甚至達十年以上。如此的磨練，讓他們明白媒體產業問題所在，更明白自己想做的是什麼。以致，在成為公民記者以後，才能有更好的作品出來。

我不是不知道資本主義的問題，也不是急著將一塊塊年輕嫩肉送進可怕的狼人口中。我只是希望主流媒體能夠在公民的監督下，把問題降到最低，讓更多年輕與優秀的新聞記者願意為它工作。相較下，我比數不鼓勵有志從事新聞工作的同學，一出校門就成為公民記者。我會建議學生先去任何規模的媒體公司擔任新聞工作。理由不單單是因為這份工作所帶來的薪水收入，而是珍貴的新聞歷練對一個好記者的養成非常重要。我相信，唯有媒體記者仍有一定的新聞理念，民眾才有好新聞可看，這樣的媒體記者同時間也實現了公民記者的理想。

在我的想法中，獨立記者跟大眾媒體記者不是截然二分。區別不同記者最重要的，還是在於新聞記者的專業性。而在新聞數位時代，自然要試著瞭解，對新聞工作者的要求是什麼？編輯、記者的工作有多大改變？還有哪些新的新聞角色出現？新聞工作的專業理念與技能有多少程度需要調整？既有的新聞理念有哪些是依然適用於這個新時代的？我個人認為，這樣的問題很值得我們去思考。

我還想建議，臺灣媒體產業對於網路可以有更積極的做法，以因應傳播科技帶來的媒體革命。既然大家都已開始使用網路，是否可以更積極提升網路新聞的水平？再帶動其他新聞平臺的水平一起前進？

由於網路媒體造成隨時都可以是截稿時間的現象，這對新聞記者的可信度與正確性挑戰更大。而且，網路可以提供更多影音空間，又能放進更多文字。因而，報紙記者得試著發展影音的第二專長；電視臺記者也得試著學習有更好的文字素養。這些新的第二專業技能，正是數位時代的新要求。能夠做到如此，個人競爭力才會增強。

願與新時代的新記者一同努力。

博士生回應（一）： 從眼球到社群——新興媒體的轉化與契機 Ph.D. Student Colloquium (I): From Eyeball to Community: The Transformation and Opportunity of New Media

馬耀祖

Ma, Yao-Tsu

世新大學傳播博士學位學程博士生

Ph.D. Student, Ph.D. Program in Communication Studies, Shih Hsin University

壹、前言

回顧臺灣新聞傳播的發展歷程，雖說政府在尊重媒體自律、保障公民社會言論自由的努力，乃至媒體發展等方面普遍受到國際的肯定，但自從報禁與新聞管制解除以來，由於電子與平面媒體數量的暴增，以及網路、行動裝置等新型態媒介正快速而全面性地發展，讓臺灣已然過熱的新聞資訊市場愈趨白熱化。這當中最嚴重的後遺症，就是新聞工作者忽略了媒體應有的社會責任與專業倫理，以及逐漸失去對於公正客觀和正確性的追求與堅持。

基於上述的體認與憂心，世新大學新聞傳播學院特別舉辦了這場「優質新聞、忠實報導」論壇，希望透過產學之間的對話，在不同的關懷面上，讓業界的實務經驗與境況以及學界的觀點與關懷，得以交會互盪，進而提出臺灣媒體形象與報導品質的改善之道。在形式上，除了進行產學兩端的「各自表述」之外，也展開雙方的理性批判與共識建構。論壇前兩個場次的討論範疇分別是「平面媒體」與「電子媒體」，第三場次主要是探討以網路與行動科技領銜的「新興媒體」，本文將針對第三場次新興媒體的部分，總結與談者們的一些主要論述與觀點，並提出作者的一些相關回應。

毫無疑問，跨入 21 世紀之後，以電腦、網路、行動裝置、智慧型手機為主的數位科技主宰了我們的生活，正如公視基金會董事長胡元輝在主題演講中所說的，我們「正處於傳播史的關鍵時刻，資訊科技正在以我們難以預知的方式改變我們的生活。」根據胡元輝的觀察，這些新興傳播科技至少帶來了兩個衝擊面：

一個是改變經營環境，另一個是改變產製生態，以下也將借用這兩條脈絡來映照業界與談者的觀點。事實上，與談者們所提出的諸多重點，也大多圍繞著這兩大衝擊面，儘管有些來自實際經營的經驗歸納，有些則來自學術關照的深刻見解。

貳、經營環境：「眼球」與「社群」之爭

所有與談者幾乎都有個共識，認為目前最大課題就是如何吸引消費者或使用者的「眼球」（eyeball）。直到上個世紀末，閱聽人的眼球主要還是盯在電視螢幕上，但現在情況已經完全改變。根據三立財經臺總監林慧珍提供的資料顯示，臺灣民眾平均每天看電視時間為 88 分鐘，低於使用手機的 98 分鐘，更遠低於使用電腦的 122 分鐘。因此，正如林慧珍所提醒的，傳統媒體業者必須正視新媒體時代的來臨，如何讓使用者的眼球停留，難度將越來越高。面對這波數位匯流的大趨勢，壹傳媒公共事務部總監張修哲也認為網路媒體經營者勢必無法迴避眼球大戰。

由此，也就不難理解，為何業者如此重視張修哲所提到的所謂「3A」優勢，也就是，讓每一位終端消費者（anyone），不論在何時（anytime）、何地（anywhere）都可以接觸到業者所提供的內容或服務。

此外，網路新聞媒體的經營環境，面臨的另一個重大議題就是「社群」。網路或雲端是各種群體穿梭往來的天堂，這些虛擬空間中充斥著各式各樣以「呼朋引伴」為訴求的千奇百怪網站。從早期網路的 BBS 開始，到稍後的網誌、部落格時代，再到現在的臉書（Facebook）、推特（Twitter）等，網路社群的形式與功能不斷推陳出新，而且嚴格地說，每個網路使用者或多或少都屬於線上的某些社群。實體世界需要「人潮」，虛擬世界更需要「人氣」，這些網路上的社群聚落，當然成為新興媒體經營者的兵家必爭之地。

現在，行動通訊這股新趨勢，讓新興媒體的新聞市場更添加了變數，對於網路新聞的經營型態與模式，激發出許多想像空間。今日新聞網 NOWnews 總經理藍宜楨直言，智慧型手機、行動裝置的將成為新聞市場的主力；而林慧珍認為媒體經營者，必須體認「social media 和 media 緊密結合」的重要性；張修哲更進一步地提出，我們已跨向多元載具的新時代。綜合幾位業者的觀點，可以貼切地套用近來相當流行的「SoLoMo」(Doerr, 2011) 概念來說明，So 指的就是社群化（social），Lo 是在地化（local），而 Mo 就是行動化（mobile）。

參、產製生態：「人人是媒體」與「新聞碎片化」

網路新聞產製所面臨的挑戰，不只是記者或編輯人員作業平臺的改變，也包括它所訴求或服務的對象，在很大程度上，已然不是我們以往所以為的那個「閱聽人」了。換言之，它考驗的不只是網路新聞產製的專業能力，還包括來自它潛在讀者的「威脅」，因為網路平臺使得這些潛在讀者都成為「新聞產製者」。這就是所謂「人人是媒體」的時代，新興媒體的新聞產製首先面對的大難題，就是「資訊飄飄處處聞」，也是林慧珍提到的“content everywhere”資訊爆炸的時代。

然而，網路新聞業者面臨的真正壓力，還不在於「眾聲喧嘩」，而是網路上的時間壓力更甚於日報的出刊週期，這當然是因為網路的即時性使然。所以，藍宜楨就坦言，在網路這麼快速的環境下，業者很難容許記者花太多時間編採一則新聞，「這是業界沒有辦法避免的事情」。因此，那些相對在製作時間、成本比較低的新聞題材，就漸漸成為新聞主管們「守門」的標準了。

弔詭的是，與談的業者們儘管強調每每迫於「時間壓力」的無奈，而犧牲了新聞的品質，但他們卻都認為，在虛擬世界中所謂的消費者，不是傳統概念下的「受眾」，正如林慧珍所說的，他們「不甘於被視為只是沙發上的馬鈴薯」；藍宜楨也認為，這些網友讀者選擇的自主性提高了。因此依照業者的邏輯，讀者將不再盲目接受業者提供的新聞，他們會「挑剔」非優質的新聞。果真如此，那麼我們必須問，為何業者還要以時間或成本等因素，而在守門過程中紛紛失守呢？

網路新聞品質下降的另一個可能因素，也許是資訊的碎片化現象。新聞碎片化的趨向，要求的是對於新聞或訊息的高度濃縮，按照藍宜楨的說法，「標題訊息就是一個結論」，這或許滿足了讀者某種程度上的需求，但往往忽略了新聞品質要求。其實，在各式行動載具的推波助瀾之下，我們可以預期，已逝蘋果公司創辦人賈伯斯著名的「捨去法」極簡哲學，仍然會成為網路新聞原則判別的主流。此外，也應注意網路新聞的委瑣化（trivialization）現象，Neil Postman（Postman, 1992／何道寬譯，2010）認為這種委瑣化是一種庸俗化的過程，它讓具有正面的文化符號意義，耗竭流失殆盡。

肆、獨立媒體：數位落差、典範變遷、公民參與

關心網路新聞媒體的發展，除了產業的面向之外，更不能忽略另一股重要的聲音：網路獨立媒體。雖說獨立媒體（independent media）並非單一面貌，但通

常指的是，獨立於政府、財政不需要倚賴大財團的媒體（熊培伶，2009）；一般是由民間自發運作，其撰寫或報導也比較傾向是個人角度的民間報導；包括以文字和視訊為主的獨立媒體網站，或以聲音為主的網路電臺。

對於網路獨立媒體的興起，新頭殼 NewTalk 社長莊家峰歸納出三個現象：第一個現象是數位落差的問題；認為數位落差的最大癥結在於世代斷裂，臺灣在未來世代接班之後，數位落差將會浮出檯面，帶來不可預知的社會問題。第二個現象是典範的改變；例如新聞的格式、寫作的方式，甚至呈現的通路等，和以前大不相同。例如，傳統報紙的流程是先拆解新聞再出版，電視亦然，然而網路時代是先出版再篩選、先播出再決定，觀眾或讀者具有很大的決定權。第三個現象就是公民參與的崛起；臺灣公民參與的力量漸漸在網路上找到一種出口，它提供公民新聞或某些重要運動力量一個新聞平臺，使其可以在主流媒體曝光。

輔仁大學副教授陳順孝則呼籲，獨立媒體與大眾媒體應該共創和諧的關係，共同追求優質新聞。他指出臺灣傳統媒體產業面臨嚴酷的冬天，如何拯救媒體的看法紛紛出籠：追求羶色腥的有之，接受置入性內容的有之，認為要由大財團經營的也有。然而在新興媒體的趨勢下，傳統媒體的包袱太大，確實很難生存。陳順孝主張，業者應該思考如何先裂解、然後再重新組合的可能性。

至於網路獨立媒體的未來發展，陳順孝顯得信心十足。目前除了苦勞網、環境資訊中心、世新的四方報、莫拉克獨立新聞網等等媒體持續報導各自關心的議題之外，「網路上還存在著許多網路寫手、資訊聚合平臺，這些都隱然已經形成一種新的傳播體系」。此外，陳順孝認為，這些獨立記者或獨立媒體的報導，已經漸漸吸引一般的社會大眾，甚至還能在網路圈發酵，並引起更多大眾媒體的報導，進而影響更多社會大眾，甚至影響相關的政策制定。

伍、學術關懷：培養轉化能力、善用網路特性

那麼，學術界是如何看待這一場新興媒體所驅動的典範革命呢？學者們又是如何看待新興媒介下的新聞產製？對於新聞報導品質的每下愈況，他們有何匡正的良方對策？

首先，國立政治大學副教授張寶芳提出她的媒介新景觀，包括人手一機的各種行動裝置、無所不在的通訊網絡、力量強大的社群媒體，以及 HD 帶來的視覺震撼。她從這些媒介新景觀當中，開始思索傳統媒體和網路媒體所面對挑戰是什麼。她認為當前的媒體經營正承受產製與營銷兩頭燒的壓力：一端是資訊消費者

對資訊的要求愈來愈高，消費者需要更動態、更個人化的資訊，也就是能隨時隨地從所使用之傳播管道取得即時資訊；另一端是新聞產製流程必須進行新一波傳播科技的轉型，以應付新世紀高度複雜的資訊社會與全球化競爭。

面對這樣的挑戰，張寶芳提出的因應方案就是「轉化」（transformation）。她認為我們應該具備或培養四種轉化的能力：內容、媒介、流程，以及人。內容能力是指，能以不同的形式（multi-modality）敘事，以及熟悉（口語、文字、圖表、照片、動畫、影音、數位）的思考與溝通。媒介能力是指，能瞭解媒介的特性（affordances）並開展新的可能，以及能悠游於大小媒介之間。流程能力是指，能從發現問題到構思到完成專案作品的「設計思維」，以及透過實踐、實驗的能力。最後，轉化人的能力是指，我們最終是對人和社群的關懷。

國立臺灣大學副教授林照真則以「當頭棒喝」式的質疑切入，指出臺灣的網路新聞產製尚停留在二十世紀。她並舉在場的業者為例，指稱這類新聞網站只算是一種搜尋引擎，其內部編制的記者人數嚴重不足，內容來源則來自其他大眾媒體，自製新聞極少。換言之，業者只是把網路視為一種平臺，將其他媒體產製的內容放上這個平臺而已，並沒有更積極地運用網路的特性。林照真的剴切直言並非無的放矢，事實上，國內大多數網路新聞業者就是採取的這樣模式。

此外，林照真也提出一個「逆勢操作」式見解。她把新聞網站分為原生性新聞網站、搜尋引擎式新聞網站，以及傳統媒體架構之新聞網站等三大類。所謂的原生性網站大多是主流的傳統媒體，尤其是報紙，她認為這些傳統媒體才有能力訓練出好的新聞人才。所以，她希望學生畢業後，「剛開始不妨去壹傳媒、旺旺中時集團擔任記者，因為這份工作所帶來的不只是薪水，它還包括很多的歷練過程」。

陸、產學共識：追求真實、做對的事

雖然業界與學界的考量面各有側重，但整體而言，無論是業者經營的實務境況或是學界的社會關懷，對於追求新聞品質與真實報導，仍然是雙方共識的最小公倍數。例如林慧珍對於網路新聞業者的反省，她看到了「你抄我，我抄你」的歪風，也意識到讀者對於網路媒體的信任度處於「低檔盤旋」的尷尬，而強調應該堅持「做對的事」。即使頗具爭議的壹傳媒，也都舉起「拒絕置入性報導」的大纛，一再強調他們「敢說真話、敢踢爆」的正義作為。

面對新聞價值，與談的業界代表祭出「真情」告白，學術界必然更有它應有的「真實」訴求。林照真她從國外的經驗發現，許多非新聞傳播相關背景的人大

量進入網路媒體領域，他們也正扮演著新媒體時代的新角色；然而，這些非新聞傳播背景的人，卻同樣在遵守著新聞倫理、謹守著新聞不失真的信條。言下之意，優質新聞與忠實報導，它是基本價值，它不會也不應因為收視率、點閱率而改變。

林照真的訴求，呼應了胡元輝在演講中所表達的心聲，他堅信新傳播科技並沒有改變我們一直以來的專業意理信仰，他說：

何為真實或許人言言殊，但追求真實不僅是種動物性的衝動，或心靈上的需求，也是公共生活與民主政治賴以運作的基礎。

何為信賴或許人各有解，但新聞信賴源自於真實得以追求的期待，失去信賴將意味真實無所依託、無處追尋，新聞提供者固難以立足，新聞使用者亦將陷入個人生活與社會參與的困境。

柒、結語

以上總結了這個場次產學各界與談者們的主要觀點與訴求。總體而言，可以再從幾個角度來審度這些新興媒體，它們在「優質新聞、忠實報導」的路上可能面對的處境。

首先，從經營層面來看，我們必須正視新興媒體業者大多處於嚴峻的經營危機中，如同林慧珍提醒業者「不能再奢望以廣告來賺錢」，張修哲感嘆新興媒體的最大困境就是「收入」問題。即使立場較為超然的獨立媒體，更得靠「公民對大眾媒體不滿」而來的微薄贊助，林照真也坦言，網路新興媒體的多媒體特性，「不是獨立記者、公民記者可以完成的，因為這需要相當的財力。」企業組織一旦陷入生存危機，奢談優質與忠實，都將形同緣木求魚。

而從新聞產製角度來看，網路媒介最大特點之一就是，它沒有傳統的版面空間與收視時間的限制，這是優點也是缺點，但優點很難轉換成獲利，缺點卻讓業者拉長戰線而疲於奔命。此外，各種傳統媒介的文本形式，在數位化之後，彼此間的差異被抹消，換言之，想要在表現形式上有所區隔，難度相當高。如果再加上網路的即時性、互動性、匿名性等因素，可以想像，業者面對的是麥克魯漢所形容的「無形無像」網民（Levinson, 1999／宋偉航譯，2000），以及無可捉摸的虛擬空間。這註定是一場永無止境「探索」的戰爭。

或許真如林照真所言，在網路媒體產業的經濟規模或營運模式尚未成熟之前，真正有能力處理優質新聞、培訓好的記者編輯人才，似乎只能仰賴傳統大眾

媒體體系。然而，新興媒體仍有許多揮灑空間與契機，例如鎖定分眾或小眾群體，發揮小而美的特點。此外，網路雲端世界漫無涯際，每天產生的資訊以海量、天量速度在暴漲，因此，「策展」（curation）的概念值得嘗試。

所謂策展，以往指的是策展人在博物館或美術館中為展覽而策劃；現在，指的是從海量的資訊洪流中，基於策展者的價值觀與世界觀篩選資訊，賦予新意並與眾多的網友共享（佐佐木俊尚，2011／郭菀琪譯，2012）。在資訊時代，在網路上，即使是優質的新聞仍然數量龐大，一般人根本無從判斷、取用。因此，如果網路媒體業者在這無力承擔「自行產製」優質新聞的成本階段，能夠做好優質新聞的篩選，「賦予脈絡或創造情境或提出看法，然後與網民分享、串聯」，不是也應該為他們按個「讚」呢？

參考書目

- 何道寬譯（2010）。《科技奴隸》。臺北：五南。（原書 Postman, N. [1992]. *Technology: The surrender of culture to technology*. New York: Vintage Books.）
- 宋偉航譯（2000）。《數位麥克魯漢》。臺北：貓頭鷹。（原書 Levinson, P. [1999]. *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. New York: Routledge.）
- 郭菀琪譯（2012）。《Curation 策展的時代：「串聯」的資訊革命已經開始！》。臺北：經濟新潮社。（原書佐佐木俊尚〔2011〕。キュレーションの時代——「つながり」の情報革命が始まる。東京：筑摩書房）
- 熊培伶（2009）。〈香港社會與獨立媒體〉，《傳播研究簡訊》，57：9-15。
- Doerr, J. (2011). *Top mobile Internet trends*. Retrieved January 15, 2013, from <http://www.slideshare.net/kleinerperkins/kpcb-top-10-mobile-trends-feb-2011>

博士生回應（二）： 誰來撰寫新媒體的優質新聞？ Ph.D. Student Colloquium (II): Who Can Produce Merit Goods in Online Journalism?

劉忠博

Liu, Zhongbo

國立政治大學傳播學院博士候選人

Doctoral Candidate, College of Communication, National Chengchi University

壹、前言

由世新大學新聞傳播學院等單位主辦的「優質新聞、忠實報導」論壇，於2012年11月30日召開；其中第三場的主題，係探討「新興媒體的挑戰與回應」，與會者從科技面、市場面、教育面、或網路新聞生產著手，探討新媒體如何延續、或說如何創造「優質新聞」。

舉辦此論壇的當天，壹傳媒的併購案也刻正進行，結果如何，各界聞奇；此外，據報載，就在併購案發生前的幾個月，旺中集團旗下的中國時報，單是八月份，就離開了八名記者，其中不乏有志之士（自由時報，2012）。我們已知，傳媒的內容無法脫離其所鑲嵌的環境來理解，尤以近年來，臺灣傳媒環境發生重大的變化，如此正作用著環境與內容之間的連動關係。在環境逢變的前提下，優質新聞該如何生產？這項問題或許值得吾人多加關注。

在此意義脈絡下，筆者撰此拙文的目的有二：其一，將以優質新聞的生產者（不論專業或獨立記者）作為問題意識，試圖重新檢視與會人士的發言；其二，文末則希望替第三場的討論主題，提供不同的觀察面向，以利未來思考獨立記者時，能有些許基礎。

貳、數位匯流下的新聞人才及其困境

與會人士來自不同領域，專注面向也多所不同，但網際網路的影響始終都是話題的核心。三立財經臺總監林慧珍談到，新媒體不僅改變了載體、圖片、文字、

以及影音長度，對於何為「內容」，也是極待思考的對象。今日新聞網總經理藍宜楨指出，網路是以使用者為導向，讀者皆可自己篩選新聞、訂閱新聞，因此媒體已無法餵食閱聽人，網友自己便可過濾那些己所不欲者。壹傳媒公共事務部總監張修哲論及壹傳媒的新聞時，強調該集團的新聞內容已不受時空之限，除了可在不同載具閱讀、收看之外，目前還朝互動性的方向努力。

新頭殼總製作莊豐嘉也表示，在網際網路上發佈的新聞，其即時性經常是大眾媒體望塵莫及的，且近年來公民參與的力量與日俱增，網路便順勢成為公民發聲的出口。除此之外，莊豐嘉也說，許多獨立媒體亦選擇在網路上發聲，比方有專注勞工新聞者，有專注環境議題者，這些都是大眾媒體無法相提並論的。無論是使用者導向、即時性、互動性、甚至不受時空限制等特性，以上四名與會者都清楚述及網路可能帶來的作用。不過，這些特性需為人所利用，優質新聞才能順應而生。也就是說，究竟哪些人得以生產、或說創造網路上的優質新聞？這些人從何而來？他（她）們似乎鮮少觸及。

在探討培育新聞人才時，張寶芳教授指出，在科技、傳媒環境的轉變下，學校教育所扮演的角色，係訓練學生具有「轉換」（transform）的能力。這即是說，學生得以靈活運用不同媒材——如影音、圖片、文字等——來敘說一則新聞故事；此外，由於數位匯流已是現在進行式，學生必須深知不同媒介的特性，如此才能利用不同媒介之所長，進而撰寫優質新聞。張教授還說，學校教育務須思考，如何讓學生從實踐中學習、以及如何培養人文的關懷。

學校教育作為培育新聞人才的場域，一直以來都扮演非常重要的角色。張教授對於新聞學府如何適應劇變的傳媒環境，提出了深刻的洞見。不過，現今傳媒環境不僅承受數位匯流的衝擊，同時也受政經條件的左右。約莫去年（2012）五月，旺中案議題正熱時，全臺從南到北的新聞傳播學系、共十一名系主任聯合發表聲明，指出旺中寬頻若併購中嘉系統之後，「一則違反了多元化媒體發展和自由市場的原則，二則可能造成傳播權力和言論集中的狀態」，因此他（她）們竭力反對。與此同時，身為傳播系學生的師長，他（她）們也認為傳播教育瀕臨險境：

……我們時時教導學生奉為主臬的新聞專業和社會責任，我們期待建構一個健全而完善的媒體環境。但是旺中集團的作為和表現，讓我們不知還有什麼專業意理、媒體責任可以教導我們下一代的媒體工作者，我們更看不到傳播工作的典範和尊嚴，這是我們最覺痛心的地方¹。

1 參見連署網站的首頁，<http://campaign.tw-npo.org/sign.php?id=2012052403082700>

由此可知，傳播教育也無法置外於傳媒環境的變化，而當傳媒環境受制於政經勢力的作用時，傳播教育該何以為繼？傳播學系的教師又該如何在理念和現實之間，拿捏分寸，百年樹人？連署人之一、世新大學新聞系系主任胡光夏就說，「新聞自由一再被踐踏，學校老師再不站出來，學生會抬不起頭」（陳炳宏、顏若瑾，2012），這句話或許道出老師們的憂心，深怕學生們不僅不知為何接受傳播教育，也擔憂即使在校優異，但出了社會，仍無法自容於現實環境。

然而，傳播學系的學生，或畢業後想在傳媒領域大展抱負的學子，除了投入現實環境之外，是否還有其他的選擇？

參、獨立記者的出路？！

如果畢業的學子、或理想之士不甘在主流媒體從業，那麼，這個社會的資源，可否讓他們走出不同的道路？

陳順孝教授指出，當前可以思考獨立記者的可能性，尤其是獨立記者的生存條件；陳教授說，維持一家大眾媒體的資源，一年不下一、二十億，但這些錢卻可以養活眾多獨立記者。因此，在新媒體的衝擊下，即使大眾媒體的廣告資源被眾多平臺瓜分，甚至可能應聲倒下，獨立記者卻仍可藉由這些資源，繼續生存下去。

在論及獨立記者的可能性時，陳教授舉江一豪、李惠仁、朱淑娟、以及莫拉克獨立新聞網為例，說明這些人士（或新聞網）不但為獨立報導的要角，更是優質新聞的來源。值得注意的是，陳順孝談到，近年來臺灣興起了一種合作模式，即主流媒體會開始與獨立記者、或獨立的編輯團隊合作，共同生產優質報導。然而，這能否成為未來學子可能的出路？林照真教授似乎持不同的看法。

林照真指出，舉凡李惠仁或朱淑娟，他們都是在大眾媒體磨練後，才能成為獨當一面的記者，因此她也建議學生，畢業後先進主流媒體學習；這不僅是因為主流媒體提供維生的薪水，也因為主流媒體的生態中，存在很多值得歷練之處。林照真說，獨立記者與大眾媒體的記者，兩者並非互斥，而主流媒體由於其資源及財力，可以作出許多獨立媒體無法企及的新聞。

肆、代結論：從「新進的獨立記者」到「成熟的獨立記者」之間

無論是陳順孝對於獨立記者的期待，或林照真論述的體制內之歷練，一名學子從作為「新手獨立記者」，直到變成具有象徵資本的「成熟獨立記者」，這個轉變的過程該如何渡過？這個社會有何資源與經費，幫助他們走過這個階段？底下暫且列出三種可以渡過此階段的模式，前兩種已是現成既有，優劣也顯而易見，因此論述的焦點，將集中於最後一種。

第一種為「兼職模式」。這種模式可以江一豪為代表，他除了是獨立記者，也是名搬家工人。換句話說，這種模式的優勢，是可挪用其他職業的剩餘，來從事獨立新聞的工作。然而，這種模式的缺失，在於角色身分的衝突，會直接影響維生的收入。江一豪說，由於他的身分多元，時而為記者，時而為聲援者，時而為搬家工人，這些身分不斷交錯，有時甚為衝突，例如他為了採訪與聲援三鶯部落，逼不得以只好推掉已送上門來的搬家生意（劉忠博，2009）。

第二種為「商營體制／公共體制模式」。商營模式如林照真所說，先委曲求全，進入商營體制，成為體制內記者；體制內的訓練有其價值，但體制除了必要的訓練之外，亦存在規訓的過程，而當這兩種因素同時作用時，究竟何者才是影響記者理想抱負的最重要因素？似乎難以釐清。前中時記者游婉琪（2012）因不滿稿子被改，進而撰寫〈人生總有非賣品 我拒絕旺中老闆保衛戰〉一文，便是以離職來抵抗報社內的規訓。另一種是在公共媒體的主導下，所開展的公民記者，例如公視的 PeoPo。公共傳媒雖較無體制的規訓，記者能報導自己所欲的議題，但如何在公民記者／公共媒體的旗幟下維生，也是重要的議題。

第三種為浮現中的獨立工作者（freelance）模式。這種模式是成是敗，值得吾人加以關注，但限於篇幅，在此僅討論可能存在的問題。如果一名新手想成為獨立記者，若他不依附於主流媒體，而想透過自己的報導，得到可供維生的資源，那麼獲取資源的條件為何？陳順孝教授提到，目前主流媒體已開始與獨立記者合作（如李惠仁），乍看之下，獨立記者的生存似乎有所依靠，但這些記者都已具備一定的象徵資本，新進的獨立記者很難與之抗衡。可想而知，主流媒體的資源，多會投注於有名望的記者，而非那些新手身上。同樣的道理，從新頭殼的 weReport 模式觀之，社會資源是否仍會傾注於那些有名望的記者？值得進一步觀察。2004 年，全英國記者工會（National Union of Journalists）針對其 8,500 名獨立工作者（freelances）進行調查，發現有一半受訪者有很大的財源困難，其中

年輕的工作者尤為其然，這些人先前都沒有工作經驗 (Christie, Bibby, Leston, & Vaughan, 2004)，顯見財源仍是新手記者的最大難題。

況且，即便得到與主流媒體合作的機會，也不表示能高枕無憂。去年 (2012) 一份有關英國電視產業的獨立工作者調查，發現在 656 名受訪者中，有三分之二的人宣稱，當約聘計劃突然中止時，他們無法要求任何賠償；尤有甚者，當問及他們對於這份工作的前景時，許多人的回答是「模糊」(vague) 或「全然未知」(totally uncertain) (Neilan, 2012)。

更重要的是，如何確保獨立記者採訪時的人身安全。2007 年，國際新聞安全研究院 (International News Safety Institute) 曾調查獨立工作者的工作安全狀況，發現 1996 至 2006 年期間，在 1,000 名因報導而喪命的記者之中，有 94 名是獨立工作者，比例已近一成 (International News Safety Institute, 2007; Smith, 2009)。這些為新聞捐軀的工作者不見得與體制內記者獲得同樣的保障，但與體制內記者相較，他們所承受的風險卻不會因為「獨立工作者」的身分而減少。李惠仁報導禽流感議題時的人身安全，又有誰聞問呢？

總結而言，我們似乎能正面期待，獨立記者能成為新媒體之中，生產優質新聞的來源；然而，在一名新手轉變為成熟獨立記者的過程中，如果這個社會沒有相應資源投入、或沒有設下些許保障條件，讓後進覺得前景可期，那麼傳播學系的學子 (或有理想抱負人士)，又如何能不以兼職、或進入主流媒體工作的方式，來實踐獨立記者的理想呢？

參考書目

- 〈反旺中離職潮 中時 3 資深主管〉(2012)。《自由時報》，上網日期：2012 年 9 月 1 日，取自 <http://iservice.libertytimes.com.tw/liveNews/news.php?no=680845&type=%E5%8D%B3%E6%99%82%E6%96%B0%E8%81%9E>
- 陳炳宏、顏若瑾 (2012)。〈10 大新聞系所主管連署／反媒體巨獸 NCC 應駁回旺中案〉，《自由時報》，上網日期：2012 年 9 月 1 日，取自 <http://www.libertytimes.com.tw/2012/new/may/28/today-life2.htm>
- 游婉琪 (2012)。〈人生總有非賣品 我拒絕旺中老闆保衛戰〉。上網日期：2012 年 9 月 8 日，取自 <http://blog.yam.com/delta101/article/54389909>
- 劉忠博 (2009)。〈公民記者的啟發、實踐與限制〉，《傳播研究簡訊》，57：16-21。

- Christie, A., Bibby, A., Leston, J., & Vaughan, J. (2004). *The “wellbeing initiative”: Freelance journalists, health and trade union support*. Retrieved October 1, 2012, from <http://www.nuj.org.uk/innerPagenuj.html?docid=157>
- International News Safety Institute. (2007). *Killing the messenger: Report of the global inquiry by the International News Safety Institute into the protection of journalists*. Brussels, Belgium: Author.
- Neilan, C. (2012). *Freelancer survey 2012: “I can’t do this much longer”*. Retrieved January 12, 2013, from <http://www.broadcastnow.co.uk/freelancer/reelancer-survey-2012-i-cant-do-this-much-longer/5043075.article>
- Simth, V. (2009). Freelance journalism. In J. Owen & H. Purdey (Eds.), *International news reporting: Frontlines and deadlines* (pp. 55-71). Malden, MA: Wiley-Blackwell.

新素養與 21 世紀的傳播教育—— 以新素養促進公共／公民參與 *

New Literacies and Communication Education in 21st Century: How to Enhance Public Participation with New Literacies

翁秀琪 **

Weng, Shieu-chi

世新大學新聞學系客座教授
Visiting Professor, Department of Journalism, Shih Hsin University

壹、問題意識與文獻

本文關鍵議題為「新素養」與「在真實情境中學習」(authentic learning) 在 21 世紀傳播教育中的角色與定位, 以及如何以新素養促進公共／公民參與。

什麼是「新素養」? 為何進行前瞻性之傳播研究與教育規劃, 需要以「新素養」概念為核心切入點? 「新素養」與傳播新科技間的關係如何? 傳播新科技可以如何運用在傳播教育中? 「在真實情境中學習」指的又是什麼? 可以如何運用在 21 世紀的傳播教學上, 並以之促進公共／公民參與? 為了回答上述的問題, 我們先從文獻中找答案, 再從國內外具體的課程個案中尋找 21 世紀傳播教育的方法, 作者並以自己在國立政治大學(以下簡稱政大)所開設的一門 real project 課「新素養與公共／公民參與」為例, 深入剖析, 並從中反思其理論與實踐意涵。

* 本論文是國立政治大學傳播學院頂尖大學計畫「新素養小組」的部分研究成果, 部分內容曾以 PPT 形式發表於 2010 年中華傳播學會年會 panel。協助收集本文新素養教育國外個案資料的助理是: 盧安邦(國立政治大學新聞學系博士生)和王靜嫻(國立政治大學新聞學系碩士生, 已畢業)。所引述個案則為 101 學年度上學期在國立政治大學傳播學院開設的 real project 課「新素養與公共／公民參與」。

** Email: scweng3s@gmail.com

一、什麼是「新素養」？

Wilber (2008) 表示，要對新素養的「新」下定義很困難，他引述 Knobel (2003)，認為可以從三個角度來定義新素養：(1) 時間上，(2) 本體論上，(3) 典範上。(1) 時間上，指新發展出來的數位科技，例如知道如何閱讀並搜尋一個網頁；(2) 本體論上，例如 blogging 的能力；(3) 典範上，例如 scenario planning, zineing 和 fan-fiction writing 的能力（有關這三種能力的進一步討論，請參考政大傳播學院「新素養網站」<http://sites.google.com/a/newliteracies.co.cc/xin-su-yang-yan-jiu-qun>）。

Coiro, Knobel, Lankshear, & Leu (2008) 指出，新素養之「新」並不是由時間所定義，而是指在科技與相關社會文化的劃時代變遷下，改變我們做事的方式、存有的方式，以及看待這個世界的方式，關鍵性的因素則在於數位、非印刷式的書寫語言 (Coiro et al., 2008)。

上述作者亦提出新素養的四個特性，分別是：

- (1) 為了更有效率的使用，網際網路與新 ICT 科技需要新的社會實踐、技藝、策略與傾向；
- (2) 在世界社群裡，新素養是文化、經濟、個人參與的核心概念，因此與教育密切相關，可以培養公民進用新、民主工具的素養能力，對社會而言更形重要；
- (3) 新素養如同新科技，總是快速地、不斷地變化，這些限制反而鼓勵人們去嘗試與征服由科技所設定的限制；
- (4) 新素養是多樣的、多型態、多面貌，因而帶進多重觀點的理解與分析，適合跨領域團隊從不同角度研究其複雜性。

Livingstone, Van Couvering, & Thumin (2008) 比較過去的媒介素養和資訊素養兩種素養的異同，指出「媒介素養」傳統強調瞭解、理解、批判與媒介材料的創造；而「資訊素養」強調指認、標定、評估，與資訊材料的使用。前者著重如何「批判性理解」，後者強調如何「接近使用」。但是在新傳播科技出現以後，兩者間的界線逐漸模糊。該文並提出兩種素養傳統匯流後，值得優先處理的研究議題有信任 (trust)、可信度研究 (credibility) 和介面設計等。作者們強調，在媒介匯流以後，新素養的概念應該融合過去的媒介素養與資訊素養，除著重過去兩種傳統所強調的批判理解和接近使用外，更要強調「創造」(Livingstone et al., 2008)。

二、為何進行前瞻性之傳播研究與教育規劃，需要以「新素養」概念為核心切入點？

如前所述，新素養旨在結合過去的媒介素養與資訊素養，強調媒介與資訊科技使用者的批判理解、接近使用和創意，這三種素養是當代公民不可或缺的能力，更是各類媒介和資訊工作者安身立命的基石，其重要性不言可喻。本文特別要強調的是，使各類媒體、資訊工作者和公民具備新素養並非最終目的，重要的是，具備新素養後，要用來做什麼。我們認為，新素養應該用來促進公民參與（civic participation）與社會融入（social inclusion），並提升生命的品質。因此，它對於專業與非專業公民都應該是一種賦權的能量來源。

三、「新素養」與傳播新科技間的關係如何？傳播新科技可以如何運用在傳播教育中？

Bruns, Cobcroft, Smith, & Towers (2007) 以行動學習科技及使用者中心來考量當代的傳播與資訊教育。他們認為，在這個 Generation C¹ 的時代，教學方式也應該變成使用者（學習者）導向，這反應了一種教育哲學的轉向，也與傳統由上而下，以教師為重心的教育理念完全不同。他們檢視了產業界和社會的需求，以支持上述的理念，並提出「行動及無線科技」在這樣的教育理念中可以扮演的角色。他們指出，以學習者為核心的教育方式，是一種 4C 的教育方式，而這四個 C 是：創意的（creative）、協作的（collaborative）、批判的（critical）和溝通的（communicative）（Bruns et al., 2007）。

四、「在真實情境中學習」指的又是什麼？可以如何運用在 21 世紀的傳播教學上？

「在真實情境中學習」，簡單地說，就是在一個幾近真實的情境中從實做中學習，它強調的是真實世界的學習環境，以及對真實世界中複雜的問題提出解決的方法。這樣的概念，在教育領域並非什麼革命性的創舉，何以現在有這麼多的人要強調它。原來拜當代科技之賜，「在真實情境中學習」變得更為簡單了。網路、多樣化的傳播形式、視覺化和同步化的技術，讓為數大量的學生能夠透過

1 所謂的「C-世代」（Generation C）指的是內容（content）的世代，它是接續數位世代、網路世代而來的名詞（Prensky, 2001a, 2001b; Oblinger & Oblinger, 2005，轉引自 Bruns et al., 2007）。

上述科技來重構過去、觀察遠端現象，並與遠在世界各角落的教師聯繫。「學習變得更社會而非只關乎個人的認知成長，更具象而非只抽象，交纏著判斷與探索」（Brown, 1999，轉引自 Lombardi, 2007）。

發展心理學家 Jerome Bruner 曾經說過，學習物理知識和學習變成一個物理學家是兩回事。George Siemens 也提醒過我們，學習成為一位物理學家、化學家或歷史學家，最重要的功夫就在於進行實質的連結：人際間的連結（例如師徒間的連結）、學術間的連結（例如傳統知識與新知識間的連結），以及學習者個人的目標如何與整個學門的宏觀目標連結（轉引自 Lombardi, 2007）。

「在真實情境中學習」是促成上述連結最有效的方法。因為，教育學者們相信，這樣的方式可以使學習者 (Lombardi, 2007)：

- (1) 養成區辨可靠的與不可靠的資訊能力；
- (2) 提升長時間論辯的耐心；
- (3) 在不熟習的脈絡下辨識出相關的知識形式或類型（也就是我們說的舉一反三）的能力；
- (4) 具備跨領域、跨文化具創意地解決問題的能力。

在知識的半衰期愈來愈短，及每個人一生中都可能從事多種不同行業的今天，「在真實情境中學習」顯得格外重要。Frank Levy 和 Richard Murnane 指出，培養學生的「專家思維能力」和「複雜的傳播能力」可使學生在激烈的競爭中脫穎而出（轉引自 Lombardi, 2007）。「專家思維能力」涉及辨識及解決沒有固定解決方法的問題，它需要的能力有二，其一是辨識類型的能力（pattern recognition），其二是後設思維（metacognition）的能力。

至於「複雜的傳播能力」指的是足以從事勸服、解釋、協商，獲得信任，建立瞭解關係的能力。

此外，「在真實情境中學習」還強調：團隊精神、批判思維的能力、蒐集並組織資訊的能力，以及最重要的創新的能力。

是的，學習傳播相關的知識和成為一個善於傳播的人，是兩件完全不同的事。如果我們可以將新素養所強調的能力，和「在真實情境中學習」所強調的學習方法構建到 21 世紀的傳播教育中，並在教育過程中強化促進公民參與（civic participation）、社會融入（social inclusion），及提升生命的品質等三大面向，則我們不僅可以使學習者成為善於傳播的人，更能使專業與非專業公民都藉此得到賦權。

在回答完上述與問題意識形成有關的四個問題後，我們具體提問幾個研究問題：

- (1) 國內、外是否已經有以「在真實情境中學習」的方式來建構與新素養相關的傳播教育課程？如果有，這些課程的特色為何？
- (2) 這些課程所反應的 21 世紀傳播教育的理論與實務上的意涵為何？
- (3) 以一個具體課程個案²的規劃、進行和評估來反思新素養與「在真實情境中學習」在傳播教育理論與實踐上的意涵。

貳、研究方法與國內、外新素養課程個案分析

為了釐清本文的幾個研究問題，我們採取個案分析的方法，蒐集國內外傳播相關院系的課程，先瞭解這些學校的課程名稱、內容或使用的新科技、參與協作的網絡和整體特色等，再進行深入分析，探討其如何落實新素養教育、如何將傳播新科技融入教學活動中。本文作者並根據研究所得，規劃了一門以「在真實情境中學習」的 real project 課「新素養與公共／公民參與」²，本文最後將以這門課的實踐來探討與反思新素養與「在真實情境中學習」在傳播教育理論與實踐上的意涵。

本研究共計蒐集了國、內外 20 個教學個案。這些個案是：哥倫比亞大學、紐約大學、OHIO University、The Boston University、Brown University、University of Florida、The Indiana University、University of Missouri、MIT、UC Berkeley、University of Illinois-Urbana、日本京都立命館大學、Birmingham City University (formerly UCE) -- School of Media、Nottingham Trent University、香港中文大學、新加坡南洋理工學院、美國 12 校（News21 計畫），與國內的交通大學和政治大學傳播學院的新聞相關科系的課程，分析新素養的實踐如何可能、值得參考的部分為何以及有哪些面向被遺漏等。以下就針對這些學校的課程名稱、內容或使用的新科技、參與協作的網絡，和整體特色等，依其所反應的課程設計理念，挑出幾個最具代表性的課程進行分析與討論（所有課程資料詳見附錄）。

一、在地耕耘，公共參與

（一）Boston University -- Statehouse Program (<http://www.bu.edu/statehouse/>)

波士頓大學的 Statehouse Program 任務在於招攬學生記者對美國麻薩諸塞州（Massachusetts）的政治事務進行採訪報導，每個學期，此計畫都提供 140 則報

2 這個個案是作者 2012 年 2 至 6 月在國立政治大學傳播學院所開設的 real project 課「新素養與公共／公民參與」。

導給當地報紙，為當地報紙讀者進行公共服務，並且透過如此的計畫強化對學生的教育。

此計畫中的學生記者不只進行平面報導的製作，並且還會在計劃的網站上張貼報導的影音畫面，學生記者的報導工作包括平面新聞、廣播新聞、影音新聞等等。

（二）University of Illinois-Urbana -- CU (<http://illinois.edu/>)

CU 市民接近貧窮計畫（CU-Citizen Access poverty project）：

2010 年一月，新聞系教授 Rich Martin 與 Brant Houston 宣布「CU 市民接近貧窮計畫」的開始，是一個關注依利諾香檳區的貧窮以及相關議題。這是一個整合的網站，它提供一個平臺，讓市民、記者、大學生可以在此分享新聞、發起與討論議題、尋求幫助並建議解決方式。

本計畫在得到 John S. Knight and James L. Knight Foundation 同意下，由 Marajen Stevick Foundation 與 the University of Illinois 提供贊助。計畫的目標是將社區中的各部分結合起來，以說出與生活在貧窮中的市民、低收入戶的相關議題，並找出解決方式。本計畫也試圖創造多種途徑，讓市民能知曉這些討論，不論是透過網站、親身討論，電子郵件，或是社交網像 Twitter、手機、照片與新聞故事。CU-Citizen Access 網址：<http://cu-citizenaccess.org/>。

二、在真實情境中學習與自主學習（個人化的課程）

（一）Missouri School of Journalism

創立於 1908 年的密蘇里大學新聞系，是全世界第一所新聞科系。由於其歷史悠久，也因此培育出許多良好訓練的新聞從業人員。RJI 與學校合作，一方面能使用學校的資源與學生資質，另一方面也將所得的結果貢獻回去。

讓密蘇里新聞系與眾不同之處在於：「密蘇里方法」（the Missouri Method）。學生不只在課堂中學習，他們更在學校所創造出來「仿真實媒體環境」中嘗試第一次當記者的滋味。這個環境連結了許多媒體組織，包括電視臺、專業的每日發行報紙、雙週雜誌、公共廣播電臺、廣告代理以及數個新媒體組織。除了讓未來的記者能從做中學，這些組織也提供了 RJI 一個檢驗未來產品的理想場所。

由於與此企業合作，學校也把工作專業的資源看作是教學重點。它們為訓練與研究計畫提供夥伴。包括：

編輯寫作的國際論壇 (National Conference of Editorial Writers)

聯合出版編輯管理 (Associated Press Managing Editors)

美國商業編輯與作家的社會 (Society of American Business Editors and Writers)

調查性報導與編輯 (Investigative Reporters and Editors)

電腦輔助報導的國際組織 (National Institute for Computer-Assisted Reporting)

國際報紙聯盟 (National Newspaper Association)

新聞與女性研討會 (Journalism and Women Symposium)

國際自由資訊聯盟 (National Freedom of Information Coalition)

記者健康關懷組織 (Association of Health Care Journalists)

都市與地方雜誌聯盟 (City and Regional Magazine Association)

宗教與專業中心 (The Center on Religion and the Professions)

(二) The Indiana University (<http://journalism.indiana.edu/journalism-experiences/see/?gallery=50&t=0>)

印第安納大學新聞系的課程特色之一，即是個人化的課程 (individualized curricula)。鼓勵學生和教師一同進行獨立的研究計畫，以自訂個人的學習經歷。獨立研究計畫可讓學生參與國際性的新聞研討會，並在國際新聞記者報導 2008 年總統大選時，觀察位於華盛頓州的記者、實地學習。特別課程包括旅行，帶領學生至華盛頓 D.C.、芝加哥、倫敦以及東京。

除了變動、實際操作的課業工作，學生受益於旅行的機會，並與校友或客座講師有互動關係。在小班教學的情境下，他們可以從教授那方得到許多有益於自己學習經驗的事 (http://journalism.indiana.edu/classwork/j344_kelly_fall2009/)。

三、將新素養的能力融入課程設計

The Indiana University (<http://journalism.indiana.edu/journalism-experiences/see/?gallery=50&t=0>) 在「報導、寫作與編輯 (二)」這門課中，學生學習用 e-zine 的方法報導其所在的大學城，Bloomington。本網頁成立於 2007 年，作品已累積至 2010 年。可看出是由此門課的老師長期經營，讓網頁內的內容愈顯豐富 (有關 e-zine 的定義與方法，請參考政大傳播學院新素養網站 <http://sites.google.com/a/newliteracies.co.cc/xin-su-yang-yan-jiu-qun>)。

「Bloomington Source」將自己定位為雜誌。此進階課程引導學生學習深度報導、同儕編輯與製作符合網路特性的多媒體新聞。所有的學生在其主題範圍

內，可報導多樣的故事，而每一堂課的學生負責一個主題（藝術、商業、經濟、教育等）。

此社區的學生必須為自己的故事找到適宜的消息來源，並安排採訪、用專業的方式去執行這些動作。新聞系的老師與學生對社區民眾能提供資源，讓學生能進行這種無價的實作練習感到非常感謝（<http://journalism.indiana.edu/classwork/bloomingtonsource/>）。

四、與業界合作，產出具專業水準的作品

（一）University of Illinois-Urbana -- 新聞報報導課程（News-Gazette reporting class）

2007年春季課程，少部分的UI新聞系學生參與了一個實驗性課程。課程中每個學生與一位來自《伊利諾香檳報》（*The News-Gazette in Champaign, Ill*）的記者配對，並產出實際版面新聞。

此新課程提供了一個機會給小部分的「新聞—編輯」新聞系學生，讓他們能夠在完成學分的同時，在專業的新聞室工作，並在一個學期的時間內，產出重要的深度報導。

學生與來自《伊利諾香檳報》的記者組成團隊，而他們的報導將在學期末出版。在與個別指導者共同工作時，學生負責大部分的報導與寫作。每周，學生們亦會在課堂上碰面，並與 Rich Martin 教授討論他們的進度以及其他與工作相關的議題。

觀察學生的作品，其出版不只是課堂內的自行出版，而是真的有發行在當地的報紙上（有詳載日期、版面），與過去實習報紙的觀念有所不同。網址：http://media.illinois.edu/journalism/reporting_newsgazette.html（可看到學生的成果）。

（二）日本京都立命館大學——映畫シナリオ創作實踐（http://www.ritsumeiji.jp/press/detail_j/topics/4756）

立命館大學映畫學部（也就是影像藝術或是電影）在2008年開設了一個特別課程，他們邀請日本知名導演山田洋次作為客座教授，指導一門電影製作的課程。2008年的課程名稱為「特殊講義 映畫シナリオ創作實踐」，是電影劇本創作的特別課程，在這一年的課程中由山田洋次導演帶領修課學生開始了電影劇本的創作，並且在課程結束時完成了一份劇名為「京都太秦物語」的電影劇本。

而在 2009 年的課程中則進一步開始了名為「特殊講義 映畫創作實踐」的課程，由山田洋次導演帶領學生實際進行「京都太秦物語」的電影拍攝，從拍攝前的準備到實際的電影拍攝，再到後期的剪接，都由山田洋次導演以及其攝影團隊帶著映畫學部的學生一同進行，過程中並且盡可能讓學生實際操作，而並非僅僅作為扛器材的助理。

重要的是，這部電影的拍攝不僅僅只是一個應付課程的作業，在經歷了兩年的劇本寫作以及電影拍攝之後，一月三十日「京都太秦物語」進行了電影試映會，除了會實際在日本電影院上映之外，並且預計在 2 月 11 日開始的日本國際影展中展出。

能夠完成如此的特別課程，還必須歸功於立命館大學與松竹片廠的合作。松竹片廠是日本有名的大片廠，立命館大學在松竹片廠中擁有一塊區域能夠進行電影拍攝的練習以及實作，並且因此與許多電影以及電視劇之專家能手能夠有所接觸，也因此造就了如此的合作機會。

（三）University of Florida (<http://www.jou.ufl.edu/>)

Advisory Council 制度：佛羅里達大學的新聞系有所謂 Advisory Council 的制度，Advisory Council 由 20 人左右的專業新聞從業人員組成，這個 Council 除了協助新聞系評估其課程之發展重心及方向之外，並且會與學生進行專業上的諮商，提供學生建議、甚至提供實習與實際就業上的機會。

五、著重學生社團，將創業精神融入課程

Ohio University -- Brick City Records：

Ohio 大學的特色之一在於其學生社團的多元，其廣播電臺 All Campus Radio Network (ACRN) 以及影像作品社團 All Campus Radio Network (ACRN) 都是全學生運作的自主性社團，並且也都有著相當高的 E 化程度，其網站的建制以及管理都具有很高的水準。透過這類社團，Ohio 大學的學生能夠更為自由的進入社團學習，透過自主性的社團運作以及老手帶菜鳥的學習模式，許多專業知識或許能夠比課堂上更為活潑、彈性地傳承下去。除了上述兩個社團之外，尚有 Athens Video Works (AVW) 以及 Audio Engineering Society (AES)、Black Students Communication Caucus、Brick City Records、WOUB Center for Public Media 也都是類似的學生社團組織。

這邊值得特別提出來的是 Brick City Records，這也是一個由學生組織的社團，特別的是，此社團的運作採取企業方式的運作，並且建立與企業類似的結構。此社團主要目的在於提供學生關於唱片產業的真實經驗，此社團進行的工作包括自行錄製唱片、發行唱片、行銷當地音樂家等等，因此，此社團中的學習包括了與藝術家的關係建立、法律相關事宜、唱片製作、行銷、市場探索等等。透過如此做中學的經驗，學生能夠在其中學到更多課堂上得不到的寶貴經驗，並且加強他們將來進入職場的競爭力，甚至可能獲得自立門戶的創業機會。

六、結合多媒體的能力：影像美學、網站設計

(一) Columbia University -- Digital Media Initiatives at the J-School (<http://www.journalism.columbia.edu/cs/ContentServer/jrn/1212609473248/page/1212609473229/JRNTabPage.htm>)

1. 課程重點

哥倫比亞新聞研究所為了隨時跟上企業的改变，並讓學生能夠對新聞產業的發展有所準備，對於現狀隨時保持警惕。學生在報導與寫作方面，受到多方的訓練，以具備現在所期待的「多工記者」的能力。所有的學生學習 Flash、Final Cut Pro 和 Photoshop，並學習寫網頁。在數位媒體方面專精的學生們，使用互動軟體、硬體以及理論來報導、創造故事，以求發展不同於傳統的「創新內容呈現」的方法。

學習 J-School 的學生，其最終的課程是密集、具備六學分的「Multimedia Production and Visual Storytelling」工作坊。此課程的重點放在 NYC24 這個計畫上，這是一份超過 75 個國家閱讀的線上雜誌。學生採小組作業，以創造出多媒體的套裝報導，包括小影片、線上幻燈片、用 Flash 的訪談等，而這些採訪全都必須以紮實的報導與寫作為根基。每個學期，NYC24 會出版 5 個議題，每個學生都有成為編輯的機會。

2. NYC24 (<http://www.nyc24.org/2008/image/>)

在一個主要概念（2008 年的是 image）之下，發展不同議題。每個議題的呈現類似專題採訪，融合文字、採訪、圖片、超連結知識等。

雖然不知道他們是如何決定議題的，但每一組同學在主要概念下，均可找出他們有興趣、有疑問的議題，再去深入瞭解。這給了學生較大的自由去決定自己有興趣、並是社會中重要議題的機會（例如 2008 議題有：健康食品、動員男性

反抗家暴、Roller derby 的溜冰員擁抱另一個自我、年輕的無家可歸者的自我認同〔identity〕奮戰）。

3. 其他 Student Work Online

令人驚訝的是，他們的 Student online work 非常多，除了是用一個完整的版面呈現之外，並不是一年的計畫結束之後，這個網頁就荒廢了。而是持續的更新，每年有新的東西進入。若對照交大學生的成果，內容部分絕對不遜色，但網頁呈現上的質感，就有一段落差；另外，臺灣課程所架構的網頁，總是在一個計畫結束後，就成了網路上的死網頁。

（二）國立交通大學——數位典藏創作課程

1. 這個案例是什麼？它如何運作？（What is it?）

為交大客家學院數位典藏計畫下的一個學程，主要是整合交大的優勢科技方面的資源、師資，使人文科學領域的範圍能夠擴大。其學程目標與學程規劃與我們討論的新素養有多樣相似之處。以下附上學程目標、規劃的大標題，大致就可瞭解他們的方向有哪些，細節請參閱交大網站（<http://hakka.nctu.edu.tw/database/hakka/index/index.aspx>）。

- (1) 學程目標：一、人文發展價值；二、科技整合價值；三、教學創新價值；四、科際對話價值。
- (2) 學程特色：一、導入人類學田野調查與意義闡述課程；二、導入電腦音樂理論與多媒體音景課程；三、導入影像美學與基礎設計創意等課程；四、導入數位網路素養倫理專題探討課程；五、導入數位學習與數典加值應用等課程；六、導入數位典藏的學習氛圍；七、導入教師專業學術研究社群的活動。

2. 值得參考之課程

交大這個學程在 981 開了五門課：資訊架構、資訊素養與倫理、數位內容檢索與利用、數位典藏理論與實務與數位媒體創作。其中以「數位典藏理論與實務」這門課的設計與走向最為完整，也最符合過去討論中對於新素養的想像，以其課程大綱為參考一部分（課程取自 <http://pi.nctu.edu.tw/?q=A>）。不過，仔細看學生的影音專題與深度報導（包括文字與照片）的部分，內容是非常紮實的。

2007：客家老照片數位典藏（http://hakka.nctu.edu.tw/database/hakka/course_2007/course_2007.html）：

(1) What it is

使用在地人提供的老照片資料，讓學生重新組合、拼貼，加上當地的歷史、故事、文化等資料，統合成為新的專題報導或影音報導，以納入數位典藏的資料中。

(2) 強調重點

計畫宗旨：「嘗試在數位典藏領域跳脫『典藏』範疇，進行以整合傳播科系之媒體教學實務及客家社區發展議題方式，達到結合地方，並推動青年學子來參與社區數位傳播發展的目的」。

- a. 除了在傳統的數位典藏的架構下，加入創作的元素，使數位內容的經由「創作」而加值。
- b. 舊科技（照片技術）與新科技（網際網路、flash）連結的火花。
- c. 讓學生實際體驗在地生活，除了拓展其視野，更能實踐風土人情的人文關懷。

(3) 特色

- a. 學生的轉變。真正親近社區，而不是為了做作業的蜻蜓點水。
- b. 計畫與校園外的互動，不是閉門造車。取其資源，和地方文史工作者的合作，最後也將研究結果回饋社區。
- c. 視野較大。將計畫定位成一個未來資訊交流的平臺。「建立起能持續運作的組織和制度，讓客家族群傳播與文史研究資料的典藏能夠在數位化的架構下，跨校、跨區持續整合，那麼就有可能讓地方文史團體獲得更多的社會關注與資源，從而豐富客家族群之傳播與文史資料來源，並喚起客家族群意識及社會的關注」。

(4) 可以再進步之處：網站成果展現

整體網站建置：在最後成果呈現的部分，可以結合其他課程（例如：數位媒體創作），做出一個以數位敘事為思考所設計的平臺（非線性、非階層性架構、超連結、以畫面為導向）。參考網頁：<http://www.nerdfilms.tv/>、<http://www.corny.de/>。另可參考 <http://www.thefwa.com/>。

(5) 可能問題

著作權問題：著作權問題是個模糊地帶。這種計畫型的課程，最初即假定要把最後的成品納入數位典藏的系統當中，但不知道授課老師在課程

最初，是否有把作品歸屬說清楚。以學生的經驗，學生對於著作權的概念非常不敏感，他們多會覺得這只是一門課的作業，不會想到這是屬於他們的作品。

這邊可以提的問題有兩個：a. 學生在計畫型課程中的角色為何？單純的學生？合夥工作夥伴？員工？其中的權利或義務又可以怎麼討論？現今課程當中，學生多只負擔了責任與義務，學生能有怎麼樣的權利呢？；b. 可以將「數位著作權」的概念融入課程當中，這也算是倫理課程的一部分。

七、跨校結盟共創振衰起弊契機

News21 計畫 (<http://www.news21.com/>)：News21 是一個獨特的計畫，將美國頂尖的 12 個學校新聞系所連結起來，共同做一個網路深度報導的實驗。學生造訪全國各州，採訪、報導這個變動的社會正面對的關鍵問題，並找出創新的報導方式來說這些故事。由紐約的 the Carnegie Corporation 以及 the John S. and James L. Knight Foundation 贊助。

(一) 目的：復興新聞教育

這些大學將善用其組織的豐富資源，將學校的新聞教育更進一步與整個大學城結合，以做出更好的教學。也為此變動世代中的新聞組織領導者提供更多挑戰與準備。最初將以課程與實作經驗做結合，希望在跨州的學校間創造對話機會。

(二) 參與的大學

2008 年春季，卡內基與 Knight 基金會將他們對 News21 的贊助延長至 2011 年，以顯示他們的支持，讓此 8 個學校成為培育新聞教育之處 (incubator schools)，另有四個學校則為 contributing schools。

2010 年，這些學校的學院主任們將討論一個跨領域的講題，暫名為「變動中的美國」(Changing American)，並重視人口統計方面與調查性報導。八個學校將分別選定一個與此廣泛主題相關的次面向，以鼓勵跨校的合作，並透 News21 的新聞研討會充分善用各校的長處。

(三) incubator schools 所選擇的主題

1. Arizona State：美國的不公義——拉丁族裔議題
2. Berkeley：2010 人口普查與尋找美國的認同

3. Columbia：老年化的美國
4. Maryland：變動的 Chesapeake
5. North Carolina：為國家提供動力（Powering a Nation）
6. Northwestern：城市西班牙裔人民之認同（Urban Hispanic Identity）
7. Southern California：風險中的加州——痛苦的社群（California in Crisis: Distressed Communities）
8. Syracuse：無家可歸的人——關注退役軍人與其他美國人（Homelessness: Focus on Veterans and Other Americans）
9. 2010 國際 News21 團隊（從 11 所大學來的 11 名成員）：國家運輸廣泛調查（National Transportation Board Investigation）

（四）協辦的學校

1. Harvard：有四名成員參與，兩名與 Arizona State 合作，另兩名分別與 North Carolina 與 Northwestern 合作。
2. Missouri：有三名成員參與，分別參加 Arizona State、North Carolina 與 Southern California 團隊。
3. Nebraska：三名成員參與，分別參加 Arizona State、Berkeley 與 Columbia 團隊。
4. Texas：三名成員，分別參加 Berkeley、Northwestern 與 Syracuse 團隊。

參、小結

透過上述國內外案例的分析，可以綜合整理出 21 世紀傳播與新聞科系新素養相關課程的幾個特色：

- 一、在地耕耘，公共參與；
- 二、在真實情境中學習與自主學習（個人化的課程）；
- 三、將新素養的能力融入課程設計：例如 e-zine；
- 四、與業界合作，產出具專業水準的作品；
- 五、著重學生社團，將創業精神融入課程；
- 六、結合多媒體的能力：影像美學、網站設計；
- 七、跨校結盟共創振衰起弊契機。

在經過上述的研究與分析後，本文作者協同四位外校與業界教師³，在政大傳播學院規劃了「新素養與公共／公民參與」real project 課，底下就以這門課的規劃與實踐來說明我們的作法。

肆、政大傳播學院「新素養與公共／公民參與」real project 課的實踐

一、課程規劃

本課程的原始規劃於 2010 年向政大傳播學院提出，經院課程委員會通過課程大綱，並經院行正會議通過課程預算後，於 2012 年二月正式開課，共有碩士生六人、博士生二人，共八人選修。

課程目標：這是一門以新傳播科技理論為經、公民參與實踐為緯，強調作中學，並著重在提升學生新傳播科技素養與促進公民參與的課程。新素養旨在結合過去的媒介素養與資訊素養，強調媒介與資訊科技使用者的批判理解、接近使用和創意，這三種素養是當代公民不可或缺的能力，更是各類媒介和資訊工作者安身立命的基石，其重要性不言而喻。

本課程特別要強調的是，使各類媒體、資訊工作者和公民具備新素養並非最終目的，重要的是，使學生瞭解具備新素養後，要用來做什麼。我們認為，新素養應該用來促進公民參與（civic participation）與社會融入（social inclusion），並提升生命的品質。因此，它對於專業與非專業公民都應該是一種賦權的能量來源，它更是一種生命政治的具體體現。

本課程配合政大傳播學院推動 real project 課程，以專案執行方式，期末有具體產出，並以合於業界規格之實際成品為學期工作目標。課程與該院頂大計劃之「新素養」研究團隊結合，上課期間從 20120220（一）到 20120604（一），並於 20120618（六）進行課程成果發表會，邀請政大傳播學院院長、副院長、新聞系主任等參與討論，研究成果亦以專題演講形式，以「優質新聞教育的理論與實踐」為題，發表於 2012 年 11 月 30 日在世新大學舉辦的「優質新聞、忠實報導」論壇，課程成果另於 2012 年 12 月 13 日在政大傳播學院的「傳播沙龍」以「新聞傳播教育的新典範」為題分享給有興趣的師生。

3 參與本課程教學的，除本文作者外，尚有輔仁大學傳播學院新聞傳播學系副教授陳順孝，業界教師則有王瓊文（博理基金會製作總監、雲廣科技製作總監）、曹琬凌（商業周刊編輯部影視中心主任）和鄭國威（臺灣數位文化協會內容中心主任）。

二、課程的進行

20120211（六）負責本課程的五位講員在政大「水岸咖啡」討論課綱調整及未來學生作業形式。針對本學期修課人數及修課學生背景，本課程教師規劃出三類 **real project** 之執行方式，修課學生可以獨立或分組完成作品。三類執行方式如下：

- （一）研發創新之報導行式或敘事文類，相關的關鍵字如：**curation**、**infographics**。
- （二）研發一種新媒體，例如：蒙古環境新聞網「游牧綠 **NomadGreen.org**」#1、**PanSci 泛科學網**等。
- （三）針對現有媒體或網站平臺提出改善措施，例如：**Wereport**、新頭殼的頁面設計、「夢田文創」的 **app** 設計等。

不過，不論採取的是哪種方式完成作品，該作品的核心精神不能脫離「公民參與」。

經過討論，修課學生最後決定以課程上學過的新素養知識來推廣在地食材和小農，最後的成品為「**NeighborFood 吃鄰食**」網站 <http://neighborfood.tw/page/2/>。這個成品應該屬於上述第二類作品，即：研發一種新媒體。學生們在他們課後檢討中是這樣寫的：

在經過兩個禮拜的專案發想後，本次團隊結合了成員們之間的想法，挑選了飲食作為倡議的主軸，希望能夠喚起大學生對於飲食的重視好好吃飯，為了能夠吃得健康有保障，我們希望提倡「在地飲食」的概念，因此本專案以「**NeighborFood 吃鄰食**」作為團隊名稱，以「在乎食物」、「認識食物」、「在家吃飯」與「在地食材」四大主軸作為包裝，透過臉書粉絲團和網站，期盼能夠讓更多人認識在地飲食的概念。

學生依各自專長與興趣，分為影片（3人）、資料（3人）、網站（2人）三組，兼設專案經理一位，資料組規畫了五篇內容，一篇理念、一篇數據、二篇在地小農文字報導、一篇運用於影片的實用資訊。

影片組共完成影片四支，分別是強調健康飲食重要的〈漢堡王子與胡蘿蔔公主〉、帶觀眾認識蔬果的〈大學生逛市集〉、希望喚起大家在家料理熱忱的〈妄想約會〉、介紹小農與客戶信任關係的〈在地小農阿文〉。所有影片均可在「**NeighborFood 吃鄰食**」網站 <http://neighborfood.tw/page/2/> 上觀賞（表1）。

分類	名稱	內容概要	形式
理念	在乎食物	將「推廣在地食材、好好吃飯」的網站理念加以呈現。	含文字、照片的 PPT
資料報導	政大生吃了什麼？	透過數據資料呈現政大學生的飲食習慣，簡單說明學校附近餐廳的食材來源。	Infography、data Journalism & video
在地文字	文山小農 —阿文的故事 —金城的故事	實地採訪小農阿文、金城的文字稿。	一般報導，文與圖
在地文字	冠軍筍農張金城的私房筍料理	配合影片組的拍攝，以文字呈現食譜。	食譜

表 1：「NeighborFood 吃鄰食」網站類目、內容簡介與表現形式

網站組負責的工作內容包含網站建置、粉絲團設立以及計畫的行銷。由組員一（同時也是本計畫的計畫經理）負責網站的版型與各式功能的嵌入，組員二則負責網站所有的美術設計。在計畫初期資料收集階段，團隊便發現目前推廣食用在地食材的相關網站，品質良莠不齊，大部分皆是以部落格的形式存在，具規模與設計的網站並不多。以部落格形式作為呈現的缺點在於部落格文字雜繁，易有壓迫感，不易吸引人點閱。網站組在評估後，決定以 Wordpress 製作以圖片作為視覺呈現主軸，期有效吸引使用者點閱。

三、課程檢討

（一）教師評估

課程結束後，為瞭解本課程授課教師對於課程執行過程與成果的評估意見，本文作者特於 2012 年 7 月 24 日發了一份問卷請其填答，結果摘要呈現如下：

1. 你認為此門課程在內容規畫上有何需進一步調整處？

保留更多實務時間：對學生來說，要真正完成一個事業計畫，一個學期的課程，又要上課，又要實作，過於倉促。如果可行的話，建議規劃一個學年的課程。上學期授課，並進行前製作業規劃，下學期推動實際事業並且規劃如何長期經營與後續交接事宜，才能讓計畫延續下去。若無法開設一學期的課程，或許就不要上一般課程。直接將相關教材上網，請修這堂課的學生自行研習，將課程集中在實際事業規劃運作。這也符合目前教育的趨勢，教材與一般性的閱讀應自我學習，將重要的討論保留在面對面的課堂上（業界師資一）。

2. 你認為此門課在教學進度上有何需進一步調整處？

檢視原始規劃，對新媒體和傳播技術的討論較多，對社會實踐案例的討論較少；上課討論技術時，雖也會兼談社會實踐案例，但總體來看，技術討論仍然較多。建議未來課程規劃，增加社會實踐案例（如國內外獨立媒體發展、主流媒體的社會創新），儘量讓社會實踐與技術應用趨近平衡。18 週的內容規劃上，講授部分可再縮短，讓同學更早進入 real project 提案過程並開始產製。作品完成後，若可再延伸兩週，深化社會連結與行動實踐，將可更符合設定之公民參與與賦權的意義（他校師資）。

業師的專長宜再多元化：這次授課的業師雖多，但同質性過高，以後或許可以再多元化一點，避免重複，納入有實際管理運營經驗，網路架設行銷，甚至軟體程式設計師等，另外也可考慮，學生提出事業計劃之後，再尋找相關背景的老師，不用一開始就找眾多業師加入（業界師資二）。

對修課學生的要求：由於課程要求比較特殊，對於學生本身的背景與志趣，是否能預先做篩選或調查（業界師資一）。

3. 請評估由您所負責的部分，您認為學生修習後，可以增益哪些知能？未來開類似課程的話，您會保留這樣的課程內容規畫，還是會有所調整？為什麼？

我所授課的部分，比較偏向影像數位敘事的改變，讓學生瞭解在全媒體的時代，如何運用多媒體的素材和新的表現手法來表達更好的故事。不過，除非學生要發展新聞方面的計畫，否則似乎不見得有幫助（業界師資一）。

這次主要以個人實務經驗，提供影像說故事的技巧與實例，而這也是無論傳統或新媒體都不可或缺的能力。但若真要習得精深，就算花一學期也可能只做好兩分鐘的短片而已。所以建議，以課前工作坊方式，補強影像創作的 ABC 基本功（業界師資二）。

學生可以用數位敘事來發展新的報導文體、進行知識轉譯和社會行銷，在《吃鄰食》這樣的課程規劃，並將過去較少觸及的社群經營納入課程規劃中（他校師資）。

更具體的說，上完這學期的課，我決定推動《生命力新聞》的再改版。將課程定位從報導「打造 進步 未來」的故事，轉向營造「社會創新與創業」社群、提供社群所需的資訊服務；就像《吃鄰食》一樣，不只報導訊息、也要營造社群（他校師資）。

4. 請問您自己除了教學外，在這門課上是否也有學習到一些知能？如有，請說明是哪些？

我在 A 老師身上學到了新媒體素養的理論基礎，與看待新媒體發展的不同角度。透過 B 老師與 C 老師，學習更多公民新聞和數位媒體發展的資訊。我與 D 老師原本背景就相似，彼此又熟悉，也有很好的默契。透過這堂課，我們從不同的工作與立場，彼此交流許多訊息，甚至到彼此的工作崗位去分享，非常難得的機會（業界師資一）。

這堂課對於我，學的比教的多。與其說來教課，不如說是來「共同學習」更為貼切。不僅認識了 curation、infographics、數位敘事趨勢等概念，更從學生身上看到「青出於藍」的創作潛能。這次能夠參與，過程比成果更重要，有機會與多位老師一同學習，經驗非常寶貴。對個人的職涯發展與拓展知識，都大受啟發（業界師資二）。

最大的收穫是從其他老師身上學到許多新素養知識、教學方法、科技新知、傳媒創新案例，對我自己未來的教學大有幫助。也藉由比較輔大／政大、大學生／碩博生的課堂表現，瞭解同一主題（如數位敘事）的教學，可能因學校、系級而有不同成果，因此調整自己的教學目標和教學設計（他校教師）。

5. 您還有其他的意見要分享嗎？

在這堂課裡，啟發了我對幾個議題的興趣，也是我長期在思考的問題：未來媒體，專業者與業餘者的差別在哪裡？當使用者本身也可以是內容的產製者，專業者的能力與定位為何？專業者能夠作出什麼無法令人超越，甚至願意付費購買的內容？而在新聞教育裡，我們到底在為現有的媒體訓練人才，或是為未來的媒體，公民的媒體訓練人才？公民新聞不需要新聞專業嗎？甚至……什麼是新的新聞專業（業界師資一）？

記得有一次在指導學生規劃事業計劃時，C 老師特別提醒他們，你到底想要人家看到你的東西之後「做什麼」？你到底要什麼？這個思考，對於我思考未來媒體時，有很大的啟示。數位媒體發展至今，很多新的創意與想法出現，但卻一直找不出衡量效益的指標或是永續經營的運營模式。新媒體不該只是為了數位而數位，每發動一個計劃，到底如何衡量它的效益？如何釐清做這些事情本質與目的（業界師資一）？當網路上 free and open 的內容越來越多，教與學的形式，勢必會相應改變。課堂上，不能停在只是講課、聽課的上課方式，此次的 real project 是很好的嘗試。讓許多人，每周兩小時聚在一起，不僅是單向／或雙向傳播，而激盪出更多向的交流與產出。但若技術可行，可善用 everywhere 的概念，讓所有課程參與者只要 online 就可加入，或許有機會成為一個跨校、跨領域課程（業界師資二）。

（二）學生評估學習效益

課程結束後，八位修課的學生被要求提出學習效益的自我評估，以下是學生評估報告的總結：

首先是時間的配置，未來若有類似課程，我們認為對學生而言，課程的時間安排與專案執行的規畫非常重要，畢竟執行一項專案具一定程度的不確定性，團隊需要將時間規畫拉長，以完善的執行原先設想的計畫。

其次是人力的配置，由於本次的專案執行由八人所完成，加上時間的緊湊，我們便將團隊分成三組，各自有其主要的工作。然而，專注於特定工作也可能喪失進行其他工作嘗試的機會，是否要讓學生參與在多元的工作中，或是讓學生各自選擇自己擅長的工具，是各個專案執行團隊可以再自行考量與決定的事物。

最後是技術問題，由於本次的團隊成員均來自新聞或廣電所，對於媒體平臺與網站技術並不特別擅長，雖然目前線上工具提供了非常多客製化的設定，且這部分的學習，也著實讓我們的團隊成員有更多嘗試的機會。但學生們仍認為，如果能夠有此些專業領域的人才加入，或許能夠讓整個計畫更為完整（取自「新素養與公共／公民參與」課程修課同學期末評估報告）。

雖然有上述學習上的限制，但是，學生在期末成果發表會，和參與 2012 年 12 月 13 日政大傳播學院「傳播沙龍」的教學分享會中，均表示這種 real project 的上課方式及學習成效，均優於以往他們體驗過的傳統的新聞傳播教育方式，且在他們的學習生涯中留下深刻的印象。一位代表發言的同學說：「雖然很累，但是很值得，且終生難忘。這個課讓我們覺得，我們是為自己而不是為別人而學習」。

伍、結論

經過對「新素養」與「在真實情境中學習」的理論耙梳、國內外相關課程的個案分析，及實質實踐過「新素養與公共／公民參與」課程後，我們發現以上兩個概念確實在當代新聞傳播教育中形成了新的教育典範。這種新典範，可以用以下幾個教學理念體現：

- 一、學習者導向的教學方式，與傳統的由上而下的教學哲學不同，教師在這種教學哲學下，扮演的是一種「共學者」而非單純的「指導者」。學生彼此間也互相扮演著「教者」與「學習者」的角色。這非常符合「教學金字塔」理論所說的，「教會別人」的學習效果，是所有學習方式（包括聽課、閱讀、視聽教學、討論等）中最高的（可達 90%）（Nonaka & Takeuchi, 1995）。
- 二、教師應該在課程開始前，確定學習者需要完成的核心能力為何，然後設定情境，促使學習者逐步完成。課程的進行強調「在實境中學習」，並著重在提升學生新傳播科技素養與促進公民參與。新素養旨在結合過去的媒介素養與資訊素養，強調媒介與資訊科技使用者的批判理解、接近使用和創意，這三種素養是當代公民不可或缺的能力，更是各類媒介和資訊工作者安身立命的基石，也可以促成當代公民的賦權與公共參與。
- 三、由於 real project 課程的終極目標是要讓學生在課程中完成的 project 具備市場成熟度，因此對於成果的標準必須提高，如有業界師資參與，並能將課程完成的 project 推進市場或協助學生完成微創業，是更佳理想的安排。

參考書目

- Bruns, A., Cobcroft, R., Smith, J., & Towers, S. (2007). *Mobile learning technologies and the move towards "User-Led Education"*. Retrieved March 20, 2010, from <http://eprints.qut.edu.au/6625/1/6625.pdf>

- Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C., & Leu, D. J. (2008). Central issues in new literacies research. In J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Eds.), *Handbook of research on new literacies* (pp. 1-22). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumin, N. (2008). Converging traditions of research on media and information literacies: Disciplinary, critical, and methodological issues. In J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Eds.), *Handbook of research on new literacies* (pp. 103-132). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lombardi, M. M. (2007). *Authentic learning for the 21st century: An overview*. Retrieved March 20, 2010, from <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI3009.pdf>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Wilber, D. J. (2008). *College students and new literacy practices*. In J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Eds.), *Handbook of research on new literacies* (pp. 553-582). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

附錄：國內外新素養相關課程分析

學校／大學或碩士	課程名稱	內容或科技	參與協作的網絡	整體特色分析
印地安那大學新聞系	攝影新聞報導課	攝影、剪輯、網路	所在社區	第一手練習。結合多樣技巧。
	http://journalism.indiana.edu/classwork/j344_kelly_fall2009/			
	Ernie Pyle 的足跡	旅行、網路	國外旅行、各處古蹟導覽	實地走訪所念文獻中所描繪之處。讓學生用真正地旅行實踐「旅行文學」的書寫。
	http://journalism.indiana.edu/resources/erniepile/category/student-columns/			
	報導、寫作與編輯（二）	網路	大學城	做中學。並有機會深度探訪所處社區。主題多樣。
http://journalism.indiana.edu/classwork/bloomingtonsource/				
密蘇里大學／組織	The Donald W. Reynolds Journalism Institute (RJI)	電視臺、報紙、雜誌、廣播、廣告	媒體組織、非營利團體	組織主動與學校合作。將組織內的資源結合學校原有的優勢（學生與師資），以找出最符合未來需要的新產品（包括政策）。學生也可以在做中學。
	http://www.rjionline.org/about/stories/school-of-journalism/index.php			
MIT	新加坡—MIT, GAMBIT 遊戲實驗室	電玩、多媒體	新加坡政府與研究團隊、新加坡各大學	以電玩為一個充滿想像、機會的新場域，發展新的研究內容、思考方式、研究方法。
	http://gambit.mit.edu/updates/2010/01/complete_game-completion_marat.php			
UC Berkeley	深度在地報導發展（hyper-local coverage developed）	網站、多媒體	在地社區、市民	用新的多媒體方式講述在地新聞，給予在地新聞的可能新想像。原來在地新聞也能這麼有趣。
	http://berkeley.news21.com/			
伊利諾大學	CU 市民接近貧窮計畫（CU-Citizen Access poverty project）	網站、email、手機、twitter、新聞報導、照片	鄰近社區、市民、記者	圍繞一個相當具有意義的主題。探討實際問題與實際解決方法。所做的成果可回饋社區。
	http://cu-citizenaccess.org/			
	新聞報報導課程（News-Gazette reporting class）	網路、平面刊物	線上媒體組織	使學生深入媒體組織，並由線上記者帶領學生學習。實際的產出。
	http://www.media.illinois.edu/journalism/reporting_newsgazette.html			
OHIO University	Meaningful Places	相機	出版業	有實際出版的機會，提供學生努力的動力。
	http://www.coms.ohiou.edu/student-projects			
	學生社團：Brick City Records	網路、錄音設備、攝影機……	唱片業、在地創作者、音樂家……	採取企業的運作模式，與將來的工作接軌。
	http://www.brickcityrecords.com/			

The Boston University	Statehouse Program	網路、攝影機、相機、錄音室、(手機?)	麻薩諸塞州 (Massachusetts) 地方民眾	實際提供報導予當地報紙，具公共服務性質。
	http://www.bu.edu/statehouse/			
Brown University	Academic Multimedia program	網路、相機、攝影機	無	由校方積極推動課程與多媒體的結合，而非僅是消極宣傳。
	http://www.brown.edu/cis/amp/index.html			
University of Florida	The Applied Online Journalism course	網路、攝影機及相機等網路新聞可能使用之多媒體器材	網路新聞 (產業?)	有實際的產出，並且成立網路新聞周刊。
	http://www.jou.ufl.edu/academic/jou/default.asp			
	Advisory Council 制度	無	新聞、廣告、編輯業	學界與業界一同合作進行的教育模式。
	http://www.jou.ufl.edu/academic/jou/advisory.asp			
	學生社團：Ad Society	廣告行銷可能使用之多媒體器材	美國廣告聯盟 (American Advertising Federation)	提供大量資源，採取企業的運作模式，與將來的工作接軌。
日本京都立命館大學／大學	特殊講義 映畫シナリオ創作實踐	電影拍攝相關器材	電影、行銷	脫離學期的限制，也突破學生作品的規格，以完成高水準作品為志。
	http://www.ritsumeiji.jp/press/detail_j/topics/4756			
Birmingham City University (formerly UCE) -- School of Media	International Journalism / 碩士	傳統媒體 (可能包括電視、相機、廣播、攝影機) 以及新媒體 (可能包括網路、行動媒體)	無	1. 提供導師 (tutor) 的制度，導師全體都是經驗豐富的產業界或學術界人士，在此制度下學生能夠與導師群進行密切的討論以及學習。 2. 因應全球化的發展，培育具國際視野的新聞人才。
	http://www.bcu.ac.uk/courses/international-journalism			
	iPhone App Development / 四天期工作坊	iPhone、apple 電腦、iPod	行動軟體設計	掌握趨勢，課程相當具有發展性以及實際應用性。
	http://www.bcu.ac.uk/courses/iphone-app-development			
	Social Media / 碩士	網路	無	1. 掌握趨勢。 2. 研究性課程，與研究團隊結合。
	http://www.bcu.ac.uk/courses/social-media			

Nottingham Trent University	合作機構：Nottingham Media Academy	無	教育界、學術界、電影業、電視業、唱片業、文創產業	此協會將 Nottingham 當地的媒體資源整合起來，以在地發展為共同目標，提供一個資源相互運用、相互啟發、相互對話學習的機會。對學生來說，實務以及理論或許能在這種互動以及對話中得到更好的結合。
	http://www.ntu.ac.uk/academy/about_us/index.html			
香港中文大學	Literary Journalism 2010 (http://jmsc.hku.hk/blogs/hkblogs/litjourn10/)	傳統媒體	無	雖然沒有結合新科技，但回歸批判思考、情感與藝術的課程，卻可以提醒「新素養」亦包含其他面向。
	Critical Writing About The Arts (http://jmsc.hku.hk/blogs/criticalwriting/about/)			
新加坡南洋理工學院	Information Literacy Research Cluster (研究群)	無特別顯著	未知	顯示國外學校亦重視「新素養」。但很可惜的只有初步的研究群介紹，沒有進一步的資料連結。
	http://www3.ntu.edu.sg/sci/research/infolit_new.html			
美國 12 校	News21	網路、多媒體	美國 12 校與兩個基金會	將美國頂尖的 12 個學校新聞系所連結起來，共同做一個網路深度報導的實驗。學生能有交流的機會，在兩姐社會的同時，亦找出創新的報導方式來說這些故事。基金會支持，是一個長達數年、持續發展的計畫。
	http://www.news21.com/			

資料來源：本研究在政大傳播學院頂尖大學計畫「新素養」團隊時期的助理盧安邦、王靜嫻整理。

建構及評估公眾利益導向之公關策略 對公關效能的影響

劉正道^{*}

崑山科技大學公共關係暨廣告系副教授

摘要

本研究之目的為建構公眾利益導向之公關策略，並檢視其對公關效能的影響。經由問卷調查臺灣南部某私立科技大學內便利商店的 600 位學生消費者，顯示擬訂公眾利益導向之公關策略時，可以採用「企業公民」及「永續性」的說法、「消費者參與」及「對等互動」的做法，以及「公正性」及「當責」的態度。然而，就其對公關效能的重要性或影響力而言，則應依序考量：強調「企業公民」及「永續性」的說法、抱持「公正性」的態度、採取「對等互動」的做法、展現「當責」的態度。

關鍵詞：公眾利益、公關策略、公關效能

^{*} Email: liuchengtao@yahoo.com.tw

投稿日期：2011 年 11 月 20 日

接受日期：2012 年 4 月 2 日

壹、動機與目的

維護公眾利益（public interest）一直是公關專業相當重視且積極倡議的道德規範。然而，伴隨而來的現實環境壓力，不僅導致公關人員自身不斷陷入組織和公眾之間利益取捨或平衡的兩難窘境，也持續引發公關學界和業界爭論此一道德標準的合理性及可行性（Bivins, 1993; Huang, 2001; Martinson, 1995, 2000; Messina, 2007; Parkinson, 2001）。

本文以為，雖然將維護公眾利益列為公關道德規範，對公關人員而言，確有實務運作上的疑慮及困難。但是，若能夠換個角度思考，也就是將維護公眾利益的道德要求，轉變成擬訂對外解釋或辯護組織行動的公關策略依據，則應有助於提高公眾對其行動的接受或支持。本文之主張在於公關人員原本的角色及功能，即是協助組織和公眾建立及維繫相互有利的關係，因而推論公關人員在面對此一道德壓力時，若能從正面方向加以思考，將可獲致一個得以合理化或正當化組織行動的契機。

關於本文之主張，Adams (1992) 即曾提出過相似的論點，建議公關人員可以從公眾利益的角度，化解外界對組織行動的指控。根據 Adams 的分析，當組織遭受負面攻擊時，公關人員能夠以公眾利益考量作為說服公眾接受組織行動的理由，因為當公眾瞭解到組織對維護公眾利益的重視，自然批判或攻擊組織行動的可能性，也會隨之降低。然而，本文強調此一主張之遂行，須以雙向對等公關模式為前提，也就是視公眾利益之應用，為維繫組織—公眾關係的策略考量，而非操控組織—公眾關係的策略手段。

因此，本文論述之出發點，在於將公關人員導入一個正向的思維模式，以免其陷入公眾利益維護與否的意識抗衡之中，並從而探究及發展出有利於組織運作的公關策略。本著此一理念，以下分析將依循此一研究方向及目標，探討如何將維護公眾利益的公關道德，應用在公關策略的發想與擬訂，並進而檢視此一公眾利益導向之公關策略所可能衍生出的公關效能。

貳、文獻探討

一、公眾利益之公關道德爭議

公共關係與公眾利益的糾葛關係就如同 Bivins (1993) 所觀察，雖然公關專業也和多數專業領域一樣，將維護公眾利益列為專業道德規範之一，但衍生自公關

本身角色與功能的矛盾與衝突，卻使得公關學者對此做法的可行性及適用性，質疑聲浪未曾間斷，所提出的看法與意見，至今也依然莫衷一是。

Martinson (1995) 強調公關人員如同律師等專業人員，公眾雖然願意接受賦予其偏向組織利益維護的角色、責任或功能，但此等偏袒行為仍然不可損及公眾利益。此外，Martinson (2000) 也建議合乎道德規範的公關倡議作為，不是立場鮮明的抗衡，而是利益衝突的平衡，也就是說，公關人員視組織與公眾利益的關係，應為雙贏的創造，而非輸贏的對立。因此，對 Martinson 而言，公關人員有保障組織與公眾雙方互利的專業道德責任，所以，不能夠因追求組織利益而犧牲公眾利益，也不能夠因維護公眾利益而傷及組織利益。

Baker & Martinson (2001, 2002) 提出檢測公關說服行為道德性的原則，包括：說服訊息的真實性、說服者本身的誠信、對被說服者的尊重、說服訴求運用的公平性及維護公眾利益的社會責任。因此，對 Baker 和 Martinson 而言，公關人員不僅有保護組織利益的專業責任，也有維護公眾利益的社會責任，因而必須將公眾利益列入建構公關說服行為的考量當中。

Kent & Taylor (2002) 提出能夠兼顧組織與公眾雙方利益的公關模式，試圖藉由對話方式瞭解並掌握：組織對和公眾彼此交錯關係的認知、組織與公眾互動的時效性與自發性、組織與公眾互動的風險程度、組織與公眾互動的投入程度，以及組織對公眾目標及利益的支持與認同等變數。因此，對 Kent 和 Taylor 而言，公關人員要達成組織—公眾關係建立的目標，其中一項考量，即是組織能夠支持與認同公眾的目標及利益，換言之，公關人員在維護組織利益的同時，也要從公眾的立場，顧及公眾利益的維護。

此外，部分公關學者則對公關人員維護公眾利益的做法，進而提出較為具體的行動方向。Bivins (1993) 即曾分析，公關人員維護公眾利益的做法，包括：保護客戶利益、維護弱勢、公益、慈善等團體利益，以及確保專業服務取得權益，都過於偏向單一、少數或特定利益的維護。故而，強調唯有改善公眾議題辯論品質，即透過公開、民主的公民辯論過程，使公眾能夠表達個人意見及爭取自身權益的做法，才能夠真正落實公眾利益的維護，並且符合公共關係的本質及社會角色。Huang (2001) 亦呼應 Bivins 的看法，認同公關人員有改善公眾議題辯論品質的責任，並建議公關道德法規應被強制遵守，以確保公關作為能夠顧及公眾利益。

Fitzpatrick & Gauthier (2001) 主張公關人員所要維護的公眾利益，應是受到組織行動影響之群眾的利益，而非整體公眾的利益。其論述指出公關人員同時擔任組織倡議者及公眾良心的雙重角色，必然衍生出忠誠與責任的相互抗衡，故

而，提出能夠作為判斷或檢驗公關作為之道德性的公關專業責任理論。然而，此一理論設定之公關目標對象，僅侷限於受到組織行動影響的群眾，而非推及至整體公眾，強調唯有設定明確的目標對象，公關人員才能夠有效劃清及界定組織的道德責任，並進而對其作為定義出包括：利與弊的權衡、對他人的尊重，以及分配正義的考量等符合道德要求、負責任的執行依據。

Huang (2004) 的研究雖非探討公關人員維護公眾利益的做法，但其發現卻間接提供公關人員一個能夠落實公眾利益維護的方法。Huang 發現源自不同理論依據的對等溝通 (symmetrical communication) 和道德溝通 (ethical communication) 概念，可以在實務上合併成為單一面向的「對等／道德溝通」概念，因而論定 Grunig 所建構的雙向對等溝通模式，為一合乎道德的公關運作模式。但是，經檢視測量此一概念的問題，包括：「考量對我們的影響」(considering the impact on us) 及「考量公眾利益多於個人利益」(considering public interest more than individual interest)，因都是以公眾利益為其評估依據。故可以合理將雙向對等溝通模式視為一種體現維護公眾利益的方式。

Katz & Pattarini (2008) 的研究雖然也不是探討公關人員維護公眾利益的做法，但其發現仍然可以間接提供公關人員一個落實公眾利益維護的方法。其所提出的利益導向協商 (interest-based negotiation) 模式，試圖經由：釐清及瞭解問題之所在、涉入團體各自預期之解決方案、涉入團體共同發想可能之替代方案、評估替代方案的可行性、決定所有涉入團體可接受之解決方案，以及最後的行動計畫之擬訂等程序，創造出一個能夠符合及滿足所有涉入團體利益的解決方案。Katz 和 Pattarini 在其論述中，雖並未明確提及此法是否可落實公眾利益維護的公關道德要求，但所舉濕地保護團體抗議某一公司製造廠擴張的案例，卻可間接說明此一模式可使涉入團體，乃至於公眾，獲致對等互利的雙贏結果。

Bowen (2008) 則是認為跨界人 (boundary spanner) 角色可以提供公關人員一個能夠落實公眾利益維護的機會，強調此一環境偵測角色讓公關人員得以隨時掌握並反映任何可能影響組織行動的訊息，使其不僅能夠成為組織與公眾之間的對話窗口，也有機會成為組織決策形成前的道德諮詢或道德良心。

截至目前分析，儘管顯示多數公關學者支持公關人員維護公眾利益的做法，但事實上，也曾有部分公關學者對此一做法，直接或間接表達反對的立場。例如，Nelson & Heath (1986) 的研究雖然無關於維護公眾利益是否列為公關道德之探討，但從組織議題管理的角度，強調因為不存在一個可以明確界定公眾利益的標準，任何企圖影響議題發展及政策執行的公關操作，都可能引起爭議，因而，

主張公關議題管理應該包括：和不同關鍵群眾進行溝通以廣納意見、掌握可能影響組織運作之群眾的意見及看法、協助決策管理階層重新設定符合公眾意見的組織目標及運作政策等功能，以確保組織行動的順利推展。

Parkinson (2001) 則認為將維護公眾利益列為公關道德，是漠視公關人員所面對組織群眾的多樣性且各有利益盤算的事實。根據 Parkinson 的分析，由於公關人員無法事先預知所要發生的事，以致於不能先行瞭解公眾的想法與需求，更遑論想要以公眾利益為其行事的依據。而即便試圖依循公眾利益行事，卻因缺乏確切公眾利益的資訊，仍只能憑藉個人價值觀或道德觀為其行事的依歸。此外，Parkinson 也從公共選擇理論觀點，進而解析公眾具備辨識及自我修正的能力，強調只要公眾能夠取得有關事件的客觀事實，以及任何正反兩面的見解或看法，便能夠做出恰當的決定。換言之，公關人員在溝通的過程，若能夠確保資訊的正確及公開，公眾自然能夠做出符合自己最佳利益的決定，公眾利益也就自然能夠得以確保。

另外，Messina (2007) 同樣也指出公眾利益的界定，乃是透過民主政治過程，由多數人參與討論所獲致的共識，並非公關人員個人所能夠主導或決定。換句話說，公關人員個人因為不可能知道或決定公眾的利益應該是什麼，自然無法事先確定其行動意圖能否符合公眾的利益，更遑論所衍生之公關說服行為，得以通過公眾利益之道德檢驗。

除此之外，針對上述公關學者所提出的疑慮，其他學術領域的學者也曾提出類似的論點。例如，Sandercock & Dovey (2002) 從都市規畫的角度，分析一個城市是由不同利益群體所組成，所以沒有任何一個群體可以預先決定公眾利益的內容（即城市景觀及風貌），而是必須透過民主的公共辯論，由不同的群體共同來決定。Branston, Cowling, & Sugden (2006) 則是主張公司治理（corporate governance）採用公眾利益導向的策略性決策模式，強調組織政策的制定不應只是由少數掌握組織權力的管理者來決定，因為這些管理者的利益並不能完全代表所有組織利益關係者的權益，且這樣的做法也容易導致這些管理者從事違法的組織行為，所以就組織整體利益考量而言，應該讓任何與組織有利害關係或是可能受到組織行動影響的群眾，可以經由民主討論的過程，共同參與決定組織政策規畫的方向。蘇偉業（2009）也從績效管理的角度，分析源自公眾利益本身多元多變的特質，使得公眾利益根本難以界定，更不可能預先設定評量達成公眾利益的指標，因而極力主張公共部門應該採行「事後績效評量」，而非「事前績效訂定」的作法。

總結前述文獻回顧與分析，顯示過去涉及公眾利益議題的公關研究，多著重在公關人員為何、可否或如何兼顧組織和公眾利益等問題的探討。然而，對於是否將維護公眾利益列入公關道德規範的立場，則明顯呈現出兩極化的現象，即贊成者視其為必要且做得到的公關道德要求，而反對者視其為沒有必要且做不到的公關道德規範。因此，本文以為，將維護公眾利益列為公關道德，雖有助於改善及提升整體公關專業形象，但因受制於此一概念本身既有的模糊性及適用性，反而讓公關人員視此一規範為公關實務運作上的緊箍咒或絆腳石。

二、公眾利益之公關策略擬訂

本文以為，公眾利益概念之應用，如同任何事務都有其一體兩面，可以成為公關實務運作上的阻力，也可以成為公關實務運作上的助力。因此，本文建議公關人員應該嘗試改變既定思考模式，將規範公關行為的道德準則，轉換成有助於公關目標達成的籌碼。此一主張乃是考量維護公眾利益的做法，就如同張依依（2005）倡議之「形象論」所研判，有利於整體公關專業的形象提升及未來發展，故而，公關人員應跳脫拿捏或權衡組織—公眾利益的框架，轉而發想出導入公眾利益思維或概念的公關策略。除此之外，公關組織目標本為提升組織聲譽，而維護公眾利益之做法有助於組織聲譽之提升，因而可以合理推論，採用公眾利益概念為發展公關策略的依據，將更有利於公關組織目標的達成。

經由前述文獻分析，雖然可以得知公關人員維護公眾利益的必要性及做法，但卻缺乏明確、具體解釋界定公眾利益的方式或途徑，因而難以澄清公眾利益到底是什麼，又該如何定義公眾利益等疑慮。當然，探究其因，也許如同某些學者所指出，公眾利益的取向，是依據每個人的自身利益而定，所以其特質，有如一箇易變、複雜的移動標的物，會隨著時空轉換或時代演進，而調整及改變其實質內容（林承宇，2007；Mahoney, McGahan, & Pitelis, 2009; Oritz, 2003）。換句話說，在概念上，雖然維護公眾利益是可行的做法，但因難以掌握其實質意涵及內容，以致於在實務應用及運作上，至今仍然無法獲得公認的操作型定義（劉蕙苓，2005；Box, 2007; Dellaportas & Davenport, 2008; King, Chilton, & Robert, 2010; van der Wal & van Hout, 2009）。

有鑒於此，以下論述試圖先檢視既有從不同觀點、角度、層面或情境探討公眾利益界定的文獻，再歸納出界定公眾利益時所可能參考的理論依據。此外，為便於整理與歸納，先將既有相關界定公眾利益的論述，概分為整體性分析（即嘗

試歸納公眾利益界定的方式)及個別性分析(即試圖建議公眾利益界定的方式),再將兩個部分的結果,予以整合及分類。

首先,在整體性分析部分,劉蕙苓(2005)曾歸納出公眾利益的界定,不僅應考量:穩定社會秩序、反映社會價值、負責與承諾等原則,也要視當時的社會或文化環境,選擇決定公眾利益內容的依據,分別是:優勢原則(即以多數人需求為依據)、共同利益原則(即不只考量多數人意見,也顧及整體社會的共同利益)、絕對價值原則(即以社會的主流價值或意識形態為依據)。

Elock (2006) 歸納出界定公眾利益的三個觀點,分別為:超越性觀點(transcendental view),即不論任何情況,公眾利益絕對優先於個人利益;工具性觀點(instrumental view),即雖然公眾利益大於個人利益,但只要在不損及他人利益的情況下,群體的每一個人都有追求自身利益的權利;個體性觀點(individualistic view),即公眾利益為所有個人利益的加總,也就是群體的每一成員追求自身最大利益的累計成果。

顧慕晴(2007)歸納出「實質」、「過程」及「主觀」等界定公眾利益的途徑或方式。實質途徑探討公眾利益的意涵及內容,包括:是否顧及多數人利益、是否合法或符合道德規範、是否有審慎的專業評估,以及考量執行的邏輯性、合理性及後果。過程途徑分析公眾利益界定的過程,包括:資訊是否暢通及公開、是否以對等及開放的態度和外界溝通,並願意聽取或接納輿論觀點。主觀途徑則檢視公眾利益界定者的個人態度及立場,包括:獨立自主、胸襟開放、處事真誠、善惡分明、反躬自省。

Box (2007) 根據:實質性考量(即公眾利益為社會大眾選定之最好或最有利的做法、方案或願景)、聚集性考量(即公眾利益為不同利益團體所追求之利益的集結或加總)、過程性考量(即公眾利益的界定過程應符合程序正義)等既有界定公眾利益的分類方式,進而主張應該將:公眾利益所衍生的社會情況、民眾判斷公眾利益相關議題的知識、時間層面,等三個變數納入界定公眾利益的考量。

Dellaportas & Davenport (2008) 引用 Cochran (1974) 建構之公眾利益理論,分析會計專業人員面對公眾利益議題時的困擾與對策,包括:規範理論(normative theory),即公共利益之界定符合社會中所有人之利益;共識理論(consensualist theory),即公共利益之界定符合社會中多數人之利益;過程理論(process theory),即公眾利益為不同利益團體經由協商後所得之結果;廢除理論(abolitionist theory),即否定公眾利益的存在,只接受不同利益團體為各自利益而相互競爭的事實。

接著，在個別性分析部分，Lee (1994) 根據自身在政府機構擔任農業經濟學家的觀察，分析公眾利益的維護，在於公眾是否能夠獲得授權，以及決策資訊的流通與取得是否能夠透明化。Lee 認為政府官員處理農業相關公共議題時，應賦予公眾參與決策的權力，並告知及教導公眾如何蒐集及判讀相關資訊，使其瞭解事情來龍去脈及可能因應方式後，做出符合自身利益的決定。Lewis (2006) 則是將界定公眾利益概念化成一個隨時間改變的探索過程。就短期而言，民主性及相互性為其考量因素。前者說明公眾利益是多數人喜好的聚集；後者強調公眾利益凌駕於私人利益之上。而就長期而言，永續性 (sustainability) 及傳承性 (legacy) 則為其考量因素。前者檢視現階段所追求之公眾利益是否有利於後代子孫的需求；後者則檢視現階段所追求之公眾利益是否可以成為後代子孫的資產。

Thomson (2000) 分析公眾利益在數位廣播產業的意涵包括：公平競爭的市場環境、高品質內容製作的投資、製作內容的多元化及選擇性、電子化社會的成長、可靠的資訊。同樣的，林承宇 (2007) 也從廣播電波頻譜管制的角度，主張公眾利益在此範疇之真正意涵，乃是建立市場競爭及淘汰的機制，避免經濟干預的管控，讓真正有能力的經營者，不僅為自身，也為公眾，創造最大的經濟效益。

謝俊義 (2001) 分析公眾利益是經由公眾自身價值觀的對話而界定，而公共行政人員的角色與功能，不僅要回應公眾需求，也要建立公眾相互信任及合作的關係，以確保行政程序符合公平正義原則。Emerson (2006) 也指出美國政府官員推廣及保護公眾利益的作法，是在界定公眾利益的過程，扮演利益平衡的角色。Rhodes & Wanna (2007) 亦建議身為公眾利益守護者的政府官員，不是嘗試決定公眾利益的內容，而是在界定公眾利益的過程，扮演監督公眾對話的角色，讓所有意見得以充份、公平陳述。

Elock (2006) 建議扮演維護公眾利益角色之公共行政人員必須奉行：承擔責任、接受及服從法律、遵守行政道德規範、回應公眾訴求等行政道德原則。van der Wal & van Hout (2009) 也引述由英國針對公共行政官員所發展出的道德架構，說明政府官員必須以公眾利益為其行政決策的依歸，要能夠秉持無私及正直的原則，而不會受到任何私人利益的影響。同樣的，在下達決策時，必須保持開明及客觀的原則，並對其決策及行動，恪守責任承擔的原則。此外，也有責任誠實告知任何牽涉到私人的利益以及化解可能的利益衝突。最後，要能夠以身作則、身體力行推廣及支持前述行政道德原則。King et al. (2010) 則是主張公共行政人員：須善盡憲法所賦予之信託責任、應制定符合民主價值的政策，以及採行非意識型態和放諸四海皆準的行政道德領導與決策模式，方能真正落實公眾利益之維護。

總結以上分析，顯示公眾利益之界定，可以從其內容、程序及界定者心態等三個層面來加以考量。

就內容層面而言，測量的指標包括：穩定社會秩序、反映社會價值、負責與承諾、優勢原則（即以多數人需求為依據）、共同利益原則（即不只考量多數人意見，也顧及整體社會的共同利益）、絕對價值原則（即以社會的主流價值或意識形態為依據）（劉蕙苓，2005）、超越性觀點（即不論任何情況，公眾利益絕對優先於個人利益）、工具性觀點（即雖然公眾利益大於個人利益，但只要在不損及他人利益的情況下，群體的每一個人都有追求自身利益的權利）、個體性觀點（即公眾利益為所有個人利益的加總，也就是群體的每一成員追求自身最大利益的累計成果）（Elock, 2006）、是否顧及多數人利益、是否合法或符合道德規範、是否有審慎的專業評估，以及考量執行的邏輯性、合理性及後果（顧慕晴，2007）、實質性考量（即公眾利益為社會大眾選定之最好或最有利的做法、方案或願景）、聚集性考量（即公眾利益為不同利益團體所追求之利益的集結或加總）（Box, 2007）、規範理論（即公共利益之界定符合社會中所有人之利益）、共識理論（即公共利益之界定符合社會中多數人之利益符合多數人的利益）（Dellaportas & Davenport, 2008）、民主性（公眾利益是多數人喜好的聚集）、相互性（公眾利益凌駕於私人利益之上）、永續性（現階段所追求之公眾利益是否有利於後代子孫的需求）、傳承性（現階段所追求之公眾利益是否可以成為後代子孫的資產）（Lewis, 2006）、高品質內容製作的投資、製作內容的多元化及選擇性、電子化社會的成長、可靠的資訊（Thomson, 2000）。

就程序層面而言，測量的指標包括：資訊是否暢通及公開、是否以對等及開放的態度和外界溝通、是否願意聽取或接納輿論觀點（顧慕晴，2007）、過程性考量（即公眾利益的界定過程應符合程序正義）（Box, 2007）、過程理論（即公眾利益為不同利益團體經由協商後所得之結果）（Dellaportas & Davenport, 2008）、公眾是否能夠獲得授權、決策資訊的流通與取得是否能夠透明化（Lee, 1994）、公平競爭的市場環境（Thomson, 2000）、建立市場競爭及淘汰的機制（林承宇，2007）、公眾利益是經由公眾自身價值觀的對話而界定（謝俊義，2001）。

就界定者心態層面而言，測量的指標包括：獨立自主、胸襟開放、處事真誠、善惡分明、反躬自省（顧慕晴，2007）、回應公眾需求、建立公眾相互信任及合作的關係、確保行政程序符合公平正義原則（謝俊義，2001）、扮演利益平衡的角色（Emerson, 2006）、不是嘗試決定公眾利益的內容、在界定公眾利益的過程，扮演監督公眾對話的角色（Rhodes & Wanna, 2007）、承擔責任、接受及服從法律、

遵守行政道德規範、回應公眾訴求 (Elock, 2006)、秉持無私及正直的原則、保持開明及客觀的原則、恪守責任承擔的原則、有責任誠實告知任何牽涉到私人的利益以及化解可能的利益衝突、要能夠以身作則、身體力行推廣及支持前述行政道德原則 (van der Wal & van Hout, 2009)、須善盡憲法所賦予之信託責任、所制定的政策須符合民主價值、採行非意識型態和放諸四海皆準的行政道德領導與決策模式 (King et al., 2010)。

然而，雖然從學理上，公眾利益可從其內容、程序、界定者心態等三個層面來加以界定，但實務上，若要將其應用在公關策略之研擬，則有須進一步檢測個別構念及其對應指標的適切程度，因而，設定第一個研究問題為：「建構公眾利益導向之公關策略的考量因素為何？」。

三、公眾利益導向之公關策略評估

本文試圖將原本規範公關人員行事的道德準則，轉換成可以作為對外說明及解釋組織行動的公關策略，以藉此為組織帶來或產生具體的公關貢獻、影響或結果，因此，選擇採用公關效能 (effectiveness) 作為測試公眾利益導向之公關策略的依據。以下分析將藉由檢視相關公關文獻，解構公關效能的實質意涵，並進而發展出適用於實務操作的測量指標。

Lindenmann (1993) 指出，評估公關效能的方式，為先設定公關的目標，再決定測量的等級，區分為初級、進級及高級。初級是測量公關活動的產出 (output)，如媒體報導的篇數；進級是測量公關活動所衍生出的產物 (outgrowth)，意指判斷目標群眾是否確實收到、注意、瞭解及保留所傳送的訊息；高級是測量公關活動所造成的結果 (outcome)，意指判斷目標群眾的行為、態度或意見是否因所傳送的訊息而改變。

Hon (1997) 則將公關效能的評估方式，區分成包括：公關人員個人（即能否有效完成所交辦的事情）、企畫（即所規劃的活動能否有效達成預期的公關目標）、組織（即所擬訂的公關企劃能否有效協助組織目標的達成）、社會（即指公關作為是否能協助組織適時調整運作方針及方向，以符合內外環境的期待或對社會產生正面的效應）等四個不同的層級。其研究也特別針對企畫及組織層級，採以電話訪談方式探詢 42 位公關及非公關高階主管對公關效能的定義。結果顯示，對公關高階主管而言，公關效能意指：目標達成、增加瞭解及加速雙向溝通、建立關係、傳送正確訊息、透過公關流程的運作、策略性溝通、贏得敬重、促進

及培養良好媒體關係、改變行為、改變態度、影響立法。對非公關高階主管而言，公關效能則是指：傳送正面及正確訊息、創造正面形象、達成公關目標、協助組織獲利、支援其他部門的目標、代表整個組織。

Huang (2004) 也藉由檢驗 Grunig 所倡議之對等溝通的影響及貢獻，建議：組織聲譽、媒體曝光、組織—群眾關係、市場表現、衝突解決及危機管理，作為測試公關效能的指標。

根據以上分析，顯示公關效能應為一個多面向的構念，也就是說，公關效能的判定，端視所設的公關（或組織）目標而定。就本文之研究目標而言，建構公眾利益導向之公關策略的目的，乃是探討公關人員在擬訂對外溝通策略時，若以公眾利益概念作為發想依據，是否此一公關策略模式可以提高公眾對組織行動合理性及正當性的接受度，並進而改變或強化對組織的印象。因此，提高目標群眾接受度的目標，應歸類在 Lindenmann 建議之「結果」等級，即評估目標群眾的行為、態度或意見，是否因所傳送的訊息而改變，亦如 Hon 之研究所提的「改變態度」。另外，改變或強化對組織印象的目標，則如同 Hon 之研究所提的「贏得敬重」、「創造正面形象」，以及 Huang 之研究所引用的「組織聲譽」。然而，此一推論仍須進一步求證，故而，設定第二個研究問題為：「公眾利益導向之公關策略所產生的公關效能為何？」。

參、研究方法

一、研究問題

本文將針對以下兩個問題，探討建構公眾利益導向之公關策略的依據，並評估此一策略對公關效能的影響：

研究問題 1：建構公眾利益導向之公關策略的考量因素為何？

研究問題 2：公眾利益導向之公關策略所產生的公關效能為何？

二、問卷設計

本文試圖從公關觀點探討公眾利益導向之公關策略如何影響目標群眾接受或認同組織決策或行動，故而採用可以獲致客觀性及推論性研究結果的問卷調查法。問卷內容（如附錄）包括：研究情境設定、對公眾利益導向之公關策略的看法、對公眾利益導向之公關策略所產生之公關效能的看法、受訪者背景資料等四個部分。

在研究情境設定部分，本文呼應 Fitzpatrick & Gauthier (2001) 的論點，認同公關人員所要維護的公眾利益，應該是受到組織行動影響之群眾的利益，而不是整體公眾的利益。因此，為使研究設計能夠反映實際情況，採用設點於南部某私立科技大學之全國性便利商店為測試企業，並摘錄一則經由網路下載，標題為「XX 超商拒賣康師傅？公平會關切」的部分新聞內容，作為受訪者填寫問卷的情境依據。此一新聞事件除涉及公眾利益外，其所爭議的焦點，也足以引發受訪者的注意與關心，故而推論受訪者在填寫問卷時，能夠因事關個人自身利益，而表達或反射出對測量問題的真實感受。

問卷第二部分檢視受訪者對擬定公眾利益導向之公關策略依據的看法。根據前述文獻分析，界定公眾利益可以從其內容、程序及界定者心態等三個層面來加以考量。因此，將界定公眾利益概念應用在公關策略之擬定，對本質即為溝通的公關而言，內容層面可視為溝通時說法的內容依據，程序層面可視為溝通時做法的程序依據，界定者心態層面則等同於溝通時的態度。依據此一推論，可進而從操作面將公眾利益導向之公關策略，定義為公關人員用以解釋或合理化企業決策或行動的說法、做法及態度。然後，再根據前述所歸納出測量內容、程序及界定者心態等構念的指標，依據同質性、差異性、適切性等原則，將其予以合併、刪減、修訂出符合所設定之研究情境的說法、做法及態度，以及對應的測量問題。

在說法部分，測量問題包括：「基於穩定社會秩序的考量」、「基於反映實際社會需求的考量」、「基於整體社會共同利益的考量」、「基於無損於公眾利益，企業有追求自身利益的考量」、「基於顧及多數人利益的考量」、「基於符合法律規定的考量」、「基於合乎道德規範的考量」、「基於經過審慎專業評估的考量」、「根據此一決策或行動的邏輯性、合理性及後果」、「考量這是對多數人最好的做法或方案」、「基於有利於後代子孫需求的考量」、「基於可以成為後代子孫資產的考量」。

在做法部分，測量問題包括：「保持資訊的暢通」、「確保資訊的公開」、「以對等的方式和消費者對話」、「願意聽取消費者的想法」、「教導消費者如何判讀相關資訊」、「以開放的態度和消費者溝通」、「讓消費者有參與決策的權力」、「願意接納消費者的意見」、「提供消費者蒐集資訊的方式」、「積極和消費者進行協商」、「讓溝通過程符合程序正義」、「讓消費者有判斷該決策或行動的知識」。

在態度部分，測量問題包括：「獨立自主」、「胸襟開放」、「處事真誠」、「善惡分明」、「反躬自省」、「回應消費者的需求」、「遵守法律規定」、「扮

演企業與消費者之間利益平衡的角色」、「扮演企業與消費者之間對話的角色」、「秉持無私及正直的原則」、「保持開明及客觀的原則」、「恪守責任承擔的原則」。

所有測量問題的回答方式，均採 5 等級李克特 (Likert) 量表，即「1」代表「非常重要」、「2」代表「重要」、「3」代表「還好」、「4」代表「不重要」、「5」代表「非常不重要」，以判別這些說法、做法及態度對於影響受訪者既有對企業決策或行動看法的重要程度。

問卷第三部分為檢視受訪者評估公眾利益導向之公關策略和公關效能之間的關聯性。經由前述文獻分析，公眾利益導向之公關策略可產生：「改變態度」、「贏得敬重」、「創造正面形象」、「組織聲譽」等公關效能。因此，依據所設定之研究情境，可分別將這些評估指標改寫為：「改變您對該超商原本負面的態度」、「贏得您對該超商的敬重」、「該超商可以營造出正面的企業形象」、「該超商的聲譽能夠因此得以維護」等測量問題。問題回答方式同樣也是採用 5 等級李克特量表，以判別出受訪者對這些公關效能指標的重視程度。

在受訪者背景資料部分，除性別、年級等問題外，也詢問受訪者是否同意：「我是 XX 超商的忠實消費者」及「XX 超商重視公眾利益與否會影響我去消費的意願」等問題，以明瞭受訪者與該超商之間的關係。

三、問卷執行

(一) 問卷預測

為確保問卷的問題適當、相關，並能夠反映所要探究的主題，曾陸續諮詢相關公關及傳播學者及專業人士，並依其建議，對問卷內容進行多次的修正及增減。此外，為確保問卷問題清楚及易解，問卷在正式施測前，也曾多次給予目標受訪者試填問卷，並依其回答概況及建議，適當修訂問卷內容的用語及措辭。最後，為能進一步強化問卷的效度及信度，曾在 2009 年 8 月中旬進行問卷前測，採用便利抽樣方式，於臺南市六個行政區域（東區、中西區、北區、南區、安平區、安平區）之郵局、餐廳、社區、公司等地點，發送給約 590 位民眾填寫，再依據因素及信度分析後的結果，修訂並確認問卷之最終版本。

(二) 受測樣本及數量

因本文從企業公關角度探討如何應用公眾利益概念發展出能夠提升公關效能的公關策略，故受測樣本母體應為任何可能影響企業正常運作且和企業有利害關

係的外部群眾，特別是顧客或消費者。選擇設點於南部某私立科技大學的全國性便利商店為測試企業，乃是考量該超商營業與否，完全依據學生上課與否，也就是說，一旦學校停課，該超商也會跟著停業，故而，學生族群可視為該超商最主要的目標客群，也成為本研究所要測試的樣本對象。此外，研究所需受測樣本的數量，乃是依據因素分析統計方法的檢驗規定，即每一測量問題須達到 15 名受測人數之要求 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998)。因此，建構公眾利益導向之公關策略所要考量的說法（12 題）、做法（12 題）及態度（12 題），連同所產生的公關效能（4 題）等合計 40 個測量問題，應達到受測總人數 600 名之樣本數。

（三）執行方式

由於問卷填寫的時間約需 10-15 分鐘，因而採取利於長時間問卷填寫的人員發送法。執行時，因該超商在學校正門的機車入口處及主要的教學大樓內設有門市，所以派遣兩組共六位且接受過研究調查訓練的工讀生，至兩處門市的外面，隨機抽問消費離去的學生，即每訪問一位消費完畢的學生，間隔五位後，再訪問下一位消費完畢且願意參與調查的學生。調查從 2010 年 9 月中旬開始，因受制於隨機抽樣及參與調查意願等因素，直到 10 月初才順利完成所設定的 600 份樣本。另外，因分兩處執行調查，故將樣本數各設定為 300 份，也同樣將男女受訪者的數量，控制在各半的比例範圍內。

肆、結果與分析

本研究共發送 617 份問卷，於扣除 17 份明顯圈選同一答案之無效問卷後，計取得符合統計檢驗顯著性要求之 600 份有效問卷，並採用統計軟體 SPSS 12.0 視窗中文版進行問卷資料輸入及分析。

在描述統計部分，男女受訪者比例各為 52.5% 及 47.5%；受訪者年級分布分別為：大一占 14.0%、大二占 20.5%、大三占 41.3%、大四占 17.8%、研究所占 6.4%。當問及受訪者是否為該超商的忠實消費者，55.0% 的受訪者表示同意，僅不到 3.0% 的受訪者回答不同意。另問及受訪者是否會因為該超商重視公眾利益而影響消費意願，將近 60.0% 的受訪者表示會，僅 3.0% 的受訪者表示不會。

接著，為檢測擬定公眾利益導向之公關策略依據的對應測量指標是否與現實相符，本文採用因素分析統計方法進行驗證。首先，經由主成份分析法產生初

步的因素結果，再選用最大變異法，將此因素結果旋轉至最簡單的結構，即具高相關的測量問題會各自互成同一因子（factor），並依據特徵值（eigenvalue）是否大於 1，以及陡坡檢定（scree test）判斷因子個數。因本研究尚屬探索階段，故對測量問題的取捨，採較嚴格的標準。凡個別測量問題的因素負荷值（factor loading）或共同性數值低於 0.50（採四捨五入），即予以刪除（Hair et al., 1998），並再次進行因素分析，直至獲得合理的因子結果為止。

表 1 為因素分析公眾利益導向之公關策略依據的最後結果，顯示達到 Bartlett's test of sphericity（即測量整個相關矩陣的顯著程度）0.01 的顯著值，以及 Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy（即決定樣本數的足夠性）0.90 取樣適切性係數以上的接受範圍（邱皓政，2000；Hair et al., 1998）。首先在第一次分析時，得到七個因子的結果，但經檢視，決定刪除包括「獨立自主」（0.48）及「基於穩定社會秩序的考量」（因素負荷值低於 0.50）等兩個問題的因子七，以及落於因子三的「考量這是對多數人最好的做法或方案」問題（因素負荷值低於 0.50）。同樣在因子七的「獨立自主」因無法自成一個因子而將其刪除。第二次分析後，除獲得六個因子，經檢視個別因子的測量問題，決定刪除因子五的「回應消費者的需求」問題（因素負荷值低於 0.50）及因子三的「基於無損於公眾利益，企業有追求自身利益的考量」問題（共同性數值低於 0.50）。直到第三次分析才確定最後六個因子的結果。

因子一包括七個測量態度的問題，因其意涵和公正性有關，故命名為「公正性」，因子二包括七個測量做法的問題，因其意涵和消費者進行互動有關，故命名為「消費者參與」，因子三包括七個測量說法的問題，因其意涵和企業是否依法行事及以公眾利益為先有關，故命名為「企業公民」，因子四包括五個測量做法的問題，因其意涵和是否能夠平等對待消費者有關，故命名為「對等互動」，因子五包括三個測量態度的問題，因其意涵都和公關角色扮演有關，故命名為「當責」，因子六包括兩個測量說法的問題，因其意涵和企業永續經營的價值觀有關，故命名為「永續性」。此外，除因子五外，其餘因子的信度檢定 α 值都超過 .80 以上。

此外，為進一步檢驗公眾利益導向之公關策略對公關效能的影響，本文採用經由因素分析得到的六個因子作為預測變數，進行迴歸分析。進行前，除取得包括「公正性」、「消費者參與」、「企業公民」、「對等互動」、「當責」、「永續性」等六個因子的因素分數（factor score）外，也因素及信度分析四個測量公關效能問題的目的性及穩定性，再進而將其加總並平均成為單一變數。

因子名稱／測量因子的問題	因素負荷值	共同性數值	平均值
因子一：公正性 ($\alpha = .88$)			
處事真誠	0.76	0.69	1.77
胸襟開放	0.74	0.61	2.00
善惡分明	0.72	0.61	1.98
反躬自省	0.71	0.59	1.85
保持開明及客觀的原則	0.67	0.62	1.77
秉持無私及正直的原則	0.64	0.65	1.82
遵守法律規定	0.56	0.51	1.75
因子二：消費者參與 ($\alpha = .85$)			
積極和消費者進行協商	0.73	0.59	1.85
提供消費者蒐集資訊的方式	0.67	0.56	1.95
讓溝通過程符合程序正義	0.67	0.63	1.91
以開放的態度和消費者溝通	0.65	0.58	1.75
讓消費者有判斷該決策或行動的知識	0.65	0.57	1.94
讓消費者有參與決策的權力	0.63	0.47	2.00
願意接納消費者的意見	0.58	0.51	1.57
因子三：企業公民 ($\alpha = .84$)			
基於符合法律規定的考量	0.78	0.67	2.30
基於合乎道德規範的考量	0.75	0.68	2.21
基於經過審慎專業評估的考量	0.73	0.59	2.19
基於顧及多數人利益的考量	0.67	0.47	2.24
根據此一決策或行動的邏輯性、合理性及後果	0.61	0.56	2.20
基於整體社會共同利益的考量	0.58	0.50	2.37
基於反映實際社會需求的考量	0.55	0.52	2.32
因子四：對等互動 ($\alpha = .82$)			
以對等的方式和消費者對話	0.73	0.66	1.74
願意聽取消費者的想法	0.69	0.60	1.54
確保資訊的公開	0.65	0.65	1.90
保持資訊的暢通	0.63	0.65	1.99
教導消費者如何判讀相關資訊	0.49	0.49	1.99
因子五：當責 ($\alpha = .75$)			
扮演企業與消費者之間對話的角色	0.79	0.71	1.81
扮演企業與消費者之間利益平衡的角色	0.77	0.70	1.80
恪守責任承擔的原則	0.48	0.55	1.68
因子六：永續觀 ($\alpha = .89$)			
基於可以成為後代子孫資產的考量	0.90	0.89	2.70
基於有利於後代子孫需求的考量	0.86	0.87	2.60

註：每一因子的特徵值 (eigenvalue) 依序為 4.74、3.88、3.58、2.73、2.15、1.84。七個因子的累積可解釋變異量 (cumulative variance explained) 為 61.02%。第一次刪除的問題：「獨立自主」、「基於穩定社會秩序的考量」、「考量這是對多數人最好的做法或方案」；第二次刪除的問題：「基於無損於公眾利益，企業有追求自身利益的考量」、「回應消費者的需求」。

表 1：公眾利益導向之公關策略依據因素分析

如表 2 所示，經由強迫進入變數法所建立的迴歸模式，其效果達顯著水準（ $F = 21.93, p < .01$ ），整體解釋力 R^2 為 0.18，即六個自變數可以解釋公關效能 18.0% 的變異量。由於迴歸模式考驗結果具統計上的意義，故繼而檢視各自變數的個別解釋力，而依據顯著性、 t 值及 Beta 值等結果，判定其重要性或影響性依序為：「企業公民」、「永續性」、「公正性」、「對等互動」、「當責」。

自變數	依變數：公關效能		
	Beta 值	t 值	顯著性
公正性	0.21	5.53	0.01
消費者參與	0.05	1.32	0.19
企業公民	0.26	6.86	0.01
對等互動	0.14	3.76	0.01
當責	0.10	2.67	0.03
永續性	0.21	5.54	0.01
$F = 21.93$		$R^2 = 0.18$	$p < .01$

表 2：公關效能與公眾利益導向之公關策略迴歸分析

伍、結論

一、研究發現

本文從公關道德強調維護公眾利益的概念，衍生出擬訂公眾利益導向之公關策略的理論依據，並進而檢視此一策略對公關效能的影響。經由問卷調查設點於南部某私立科技大學內便利商店的 600 位學生消費者，顯示建構公眾利益導向之公關策略的依據，可以從溝通時的說法、做法及態度等三個層面來加以考量。具體而言，當應用公眾利益概念擬訂公關策略時，說法的內容，應以「企業公民」及「永續性」為訴求重點；做法的程序，應採取「消費者參與」及「對等互動」的方式；在心態上，則應抱持「公正性」及「當責」的態度。此外，個別策略依據對於提升公關效能的重要性或影響力，則依序為：以「企業公民」及「永續性」訴求的說法、抱持「公正性」的態度、採取「對等互動」方式的做法、展現「當責」的態度。

二、研究應用

本文建構公眾利益導向之公關策略的主要目的，是要讓公關人員不再消極面對衍生自維護公眾利益所導致的公關道德兩難，而是積極面對衍生自維護公眾利

益所導致的一個能夠提升公關效能的契機。因此，對公關人員而言，此一應用公眾利益概念而發展出的公關策略，不僅有助於整體公關效能的提升，在實務應用上，更可達成依據不同組織情境而設定的個別公關目標，包括「改變態度」、「贏得敬重」、「創造正面形象」、「組織聲譽」(Hon, 1997; Huang, 2004)。

將此一研究結果應用在公關實務時，可以從溝通的說法、做法及態度等三個面向來加以考量。在說法上，公關溝通應以「企業公民」及「永續性」為訴求，強調守法、以公眾利益為先、長期耕耘的企業經營原則。在做法上，公關運作應採取「消費者參與」及「對等互動」的方式，以彰顯企業在訂定決策或行動過程的民主精神。在態度上，公關人員則應抱持「公正性」及「當責」的處事心態，以爭取對其公關角色扮演的認同與信任。

此外，建構公眾利益導向之公關策略的三個面向中，以「企業公民」及「永續性」為訴求的說法和維持「公正性」的態度最能夠提升公關效能，其次為採取「對等互動」的做法，以及展現「當責」的態度。此一結果間接說明維護公眾利益的做法，並非陷公關人員於道德兩難掙扎之中，而給予公關人員對外解釋或合理化企業決策或行動的一個絕佳契機。不僅如此，公關人員也可以藉由導引組織運作朝向以「企業公民」及「永續性」為經營理念的機會，進而提升自身的公關價值。

三、研究貢獻、限制及建議

本文之貢獻在於發展出建構公眾利益導向之公關策略的理論依據，其發想乃是將原本規範公關作為的道德約束，轉變為公關人員擬訂對外解釋或合理化企業決策或行動的策略依據，而此一研究努力正可彌補既有公關知識無法有效解決此一特定公關情況的不足。此外，正如 Kim & Lee (2012) 的研究發現若企業從事社會責任活動的本意，確實誠心出自於公眾利益的考量，消費者會願意接受背後所隱藏的企業自利動機，因而，間接彰顯出建構公眾利益導向之公關策略的重要性及必要性。

關於本文之限制，一為源自於公眾利益本質的易變、模糊及不確定性，導致在應用所獲得之策略依據於公關實務時，應審慎評估時空背景因素的影響。二為選擇南部某私立科技大學之便利商店的學生消費族群作為研究對象，雖已初步獲致建構公眾利益導向之公關策略的依據及其對提升公關效能的影響，但因受限於測試企業之目標群眾的單一性，以致於應用此一研究結果在具有多樣性群眾的企業時，仍須審慎評估其推論的適當性。

後續研究則建議除仍將時空背景因素納入考量外，可針對具有多重目標群眾的企業，進行結果的驗證。不僅如此，亦應考量文化差異、產業類別、公眾利益的種類與性質等可能影響公眾利益導向之公關策略擬訂的因素，並可嘗試不同因果關係的檢測，如組織可信度及組織—群眾關係，以能夠更廣泛及深入檢測此一策略的影響性。

參考書目

- 林承宇（2007）。〈當「稀有」可能不再「稀有」：重返廣播電波頻譜「稀有性」的規範立論〉，《傳播與管理研究》，6（2）：65-86。
- 邱皓政（2002）。《量化研究與統計分析》。臺北：五南。
- 張依依（2005）。〈公共關係專業倫理初探——「形象論」及其適用情境〉，《廣告學研究》，23：35-60。
- 劉蕙苓（2005）。〈新聞「置入性行銷」的危機：一個探索媒體「公共利益」的觀點〉，《中華傳播學刊》，8：179-207。
- 謝俊義（2001）。〈「定位」與「定向」——公共行政的大問題〉，《中國行政評論》，10（4）：177-207。
- 蘇偉業（2009）。〈公共部門事前定向績效管理：反思與回應〉，《公共行政學報》，30：105-130。
- 顧慕晴（2007）。〈行政人員界定公眾利益途徑之探討〉，《考銓季刊》，51：93-112。
- Adams, W. C. (1992). Helping your organization triumph over negatives. *Public Relations Quarterly*, 37(1), 12-16.
- Baker, S., & Martinson, D. L. (2002). Out of the red-light district: Five principles for ethically proactive public relations. *Public Relations Quarterly*, 47(3), 15-19.
- (2001). The TARES test: Five principles for ethical persuasion. *Journal of Mass Media Ethics*, 16, 148-175.
- Bivins, T. H. (1993). Public relations, professionalism, and the public interest. *Journal of Business Ethics*, 12, 117-126.
- Bowen, S. A. (2008). A state of neglect: Public relations as “corporate conscience” or ethics counsel. *Journal of Public Relations Research*, 20, 271-296.

- Box, R. C. (2007). Redescribing the public interest. *The Social Science Journal*, 44, 585-598.
- Branston, J. R., Cowling, K., & Sugden, R. (2006). Corporate governance and the public interest. *International Review of Applied Economics*, 20, 189-212.
- Cochran, C. E. (1974). Political science and "the public interest." *The Journal of Politics*, 36, 327-355.
- Dellaportas, S., & Davenport, L. (2008). Reflections on the public interest in accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 19, 1080-1098.
- Elock, H. (2006). The public interest and public administration. *Politics*, 26, 101-109.
- Emerson, S. (2006). The public, politics and ethics of public officials: Corporate scandals of 2002. *Public Money & Management*, 26, 47-54.
- Fitzpatrick, K. R., & Gauthier, C. (2001). Toward a professional responsibility theory of public relations ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 16, 193-212.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis: With readings* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hon, L. C. (1997). What have you done for me lately? Exploring effectiveness in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 9, 1-30.
- Huang, Y.-H. (2004). Is symmetrical communication ethical and effective? *Journal of Business Ethics*, 53, 333-352.
- (2001). Should a public relations code of ethics be enforced? *Journal of Business Ethics*, 31, 259-270.
- Katz, N. H., & Pattarini, N. M. (2008). Interest-based negotiation: An essential business and communications tool for the public relations counselor. *Journal of Communication Management*, 12, 88-97.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28, 21-37.
- Kim, S., & Lee, Y. J. (2012). The complex attribution process of CSR motives. *Public Relations Review*, 38(1), 168-170.
- King, S. M., Chilton, B. S., & Robert, G. E. (2010). Reflections on defining the public interest. *Administration & Society*, 41, 954-978.
- Lee, J. E., Jr. (1994). Transparency, empowerment, and the public interest: A view on the role of publicly-employed agricultural economists. *American Journal of Agricultural Economics*, 76, 1010-1021.

- Lewis, C. W. (2006). In pursuit of the public interest. *Public Administration Review*, 66, 694-701.
- Lindenmann, W. K. (1993). An “effectiveness yardstick” to measure public relations success. *Public Relations Quarterly*, 38(1), 7-9.
- Mahoney, J. T., McGahan, A. M., & Pitelis, C. N. (2009). The interdependence of private and public interests. *Organization Science*, 20, 1034-1052.
- Martinson, D. L. (2000). Ethical decision making in public relations: What would Aristotle say? *Public Relations Quarterly*, 45(3), 18-21.
- (1995). Client partiality and third parties: An ethical dilemma for public relations practitioners? *Public Relations Quarterly*, 40(4), 41-44.
- Messina, A. (2007). Public relations, the public interest and persuasion: An ethical approach. *Journal of Communication Management*, 11, 29-52.
- Nelson, R. A., & Heath, R. L. (1986). A system model for corporate issues management. *Public Relations Quarterly*, 31(3), 20-24.
- Ortiz, J. (2003). Linking public interest, trust and value. *PA TIMES*, 26(7), 3.
- Parkinson, M. (2001). The PRSA code of professional standards and member code of ethics: Why they are neither professional nor ethical. *Public Relations Quarterly*, 46(3), 27-31.
- Rhodes, R. A. W., & Wanna, J. (2007). The limits to public value, or rescuing responsible government from the platonic guardians. *Australian Journal of Public Administration*, 66, 406-421.
- Sandercock, L., & Dovey, K. (2002). Pleasure, politics, and the “public interest”: Melbourne’s riverscape revitalization. *Journal of the American Planning Association*, 68, 151-164.
- Thomson, C. (2000). The public interest in converging communications. *Economic Affairs*, 20(4), 21-26.
- van der Wal, Z., & van Hout, E. T. J. (2009). Is public value pluralism paramount? The intrinsic multiplicity and hybridity of public values. *International Journal of Public Administration*, 32, 220-231.

附錄：問卷調查：對公眾利益導向之公關模式的看法

感謝您參與這項學術性的問卷調查！在您填寫問卷前，請您先閱讀以下部分摘錄的新聞：

XX 超商拒賣康師傅？公平會關切

〔記者陳中興／臺北報導〕對於 XX 超商不賣泡麵新品牌——「康師傅」方便麵，公平會副主委陳紀元表示，將持續關注 XX 超商是否濫用獨占地位。

陳紀元昨天下午出席中國廣播公司「面對民眾首長熱線」節目時，對於一位陳姓聽眾 call in 詢問，XX 超商家數眾多，算不算是「獨占」事業？最近上市的「康師傅」方便麵明明是很大眾化的商品，XX 超商的通路這麼大卻不賣，請問公平會如何解決時，陳紀元作出以上表示。

陳紀元說，XX 超商在家數比例上已符合公平法規定「獨占事業」的要件；獨占事業並沒有罪過，但若濫用獨占地位，損及公眾利益或打壓其他競爭對手就會涉及違法；XX 超商不賣「康師傅」，公平會「絕對會關心」。

根據以上報導，請您判斷，當統一超商發生類似決策或行動涉及公眾利益時，若該超商的公關人員採用以「公眾利益」為考量的「說法」、「做法」及「態度」，作為向消費者解釋其決策或行動的依據，請問，對身為統一超商消費者的您而言，採用像這樣的溝通模式，對於影響您支持或贊成該超商決策或行動的重要程度為何？煩請您仔細閱讀下列的每一個問題敘述，並勾選：「1」代表「非常重要」、「2」代表「重要」、「3」代表「還好」、「4」代表「不重要」或「5」代表「非常不重要」，表達您對該問題敘述的看法或立場。再次感謝您的協助，您所提供的資料，僅會作為整體分析之用，並於調查結束後銷毀。

一、當統一超商的公關人員在向您解釋其企業決策或行動的過程中，以下「說法」對於影響您之看法的重要程度為何？	非常重要	重要	還好	不重要	非常不重要
1. 基於穩定社會秩序的考量	1	2	3	4	5
2. 基於反映實際社會需求的考量	1	2	3	4	5
3. 基於整體社會共同利益的考量	1	2	3	4	5
4. 基於無損於公眾利益，企業有追求自身利益的考量	1	2	3	4	5
5. 基於顧及多數人利益的考量	1	2	3	4	5
6. 基於符合法律規定的考量	1	2	3	4	5
7. 基於合乎道德規範的考量	1	2	3	4	5
8. 基於經過審慎專業評估的考量	1	2	3	4	5
9. 根據此一決策或行動的邏輯性、合理性及後果	1	2	3	4	5
10. 考量這是對多數人最好的做法或方案	1	2	3	4	5
11. 基於有利於後代子孫需求的考量	1	2	3	4	5
12. 基於可以成為後代子孫資產的考量	1	2	3	4	5
二、當統一超商的公關人員在向您解釋其企業決策或行動的過程中，以下「做法」對於影響您之看法的重要程度為何？	非常重要	重要	還好	不重要	非常不重要
1. 保持資訊的暢通	1	2	3	4	5
2. 確保資訊的公開	1	2	3	4	5
3. 以對等的方式和消費者對話	1	2	3	4	5
4. 願意聽取消費者的想法	1	2	3	4	5
5. 教導消費者如何判讀相關資訊	1	2	3	4	5
6. 以開放的態度和消費者溝通	1	2	3	4	5
7. 讓消費者有參與決策的權力	1	2	3	4	5
8. 願意接納消費者的意見	1	2	3	4	5

9. 提供消費者蒐集資訊的方式	1	2	3	4	5
10. 積極和消費者進行協商	1	2	3	4	5
11. 讓溝通過程符合程序正義	1	2	3	4	5
12. 讓消費者有判斷該決策或行動的知識	1	2	3	4	5

三、當統一超商的公關人員在向您解釋其企業決策或行動的過程中，以下「態度」對於影響您之看法的重要程度為何？

	非常重要	重要	還好	不重要	非常不重要
1. 獨立自主	1	2	3	4	5
2. 胸襟開放	1	2	3	4	5
3. 處事真誠	1	2	3	4	5
4. 善惡分明	1	2	3	4	5
5. 反躬自省	1	2	3	4	5
6. 回應消費者的需求	1	2	3	4	5
7. 遵守法律規定	1	2	3	4	5
8. 扮演企業與消費者之間利益平衡的角色	1	2	3	4	5
9. 扮演企業與消費者之間對話的角色	1	2	3	4	5
10. 秉持無私及正直的原則	1	2	3	4	5
11. 保持開明及客觀的原則	1	2	3	4	5
12. 恪守責任承擔的原則	1	2	3	4	5

四、當統一超商的公關人員向您解釋其企業決策或行動時，拿「公眾利益」當做理由或藉口，對於影響您評估下列公關效能的重要程度為何？

	非常重要	重要	還好	不重要	非常不重要
1. 改變您對該超商原本負面的態度	1	2	3	4	5
2. 贏得您對該超商的敬重	1	2	3	4	5
3. 該超商可以營造出正面的企業形象	1	2	3	4	5
4. 該超商的聲譽能夠因此得以維護	1	2	3	4	5

五、受訪者背景資料

1. 我的性別？（單選，請勾選空格）	☐ 1 女
	☐ 2 男
2. 我目前的年級？（單選，請勾選空格）	☐ 1 大一
	☐ 2 大二
	☐ 3 大三
	☐ 4 大四
	☐ 5 研究所
3. 我是統一超商的忠實消費者？（單選，請勾選空格）	☐ 1 非常同意
	☐ 2 同意
	☐ 3 還好
	☐ 4 不同意
	☐ 5 非常不同意
4. 統一超商重視公眾利益與否會影響我去消費的意願？（單選，請勾選空格）	☐ 1 非常同意
	☐ 2 同意
	☐ 3 還好
	☐ 4 不同意
	☐ 5 非常不同意

問卷結束，謝謝！

Constructing and Evaluating the Impact of Public Interest Oriented Public Relations Strategies on Public Relations Effectiveness

Liu, Chengtao*

Associate Professor, Department of Public Relations and Advertising, Kun Shan University

Abstract

This study aims to construct and evaluate the impact of public interest oriented public relations strategies on public relations effectiveness. 600 customers at a convenience store located in a private technological university in southern Taiwan were surveyed. The results showed that the construction of public interest oriented public relations strategies can consider factors of corporate citizenship, sustainability, consumer participation, symmetrical interaction, fairness and accountability. Besides, the results also indicated that factors can have impacts on public relations effectiveness were corporate citizenship, sustainability, fairness, symmetrical interaction, and accountability.

Keywords: public interest, public relations strategy, public relations effectiveness

* Email: liuchengtao@yahoo.com.tw

Received: 2011.11.20

Accepted: 2012.04.02

雇員彈性制度下臺灣報社變革管理研究 ——以《聯合報》為例

張天雄^{*}

高鳳數位內容學院影音設計系講師

摘要

網際網路出現，再加上《壹傳媒》登陸臺灣後，造成臺灣本土報社廣告被瓜分，紛紛思考創新變革方式。本研究即以臺灣大型報社之一的《聯合報》為例，面對市場新聞學及新媒體當道的時代，這份報紙由管理者發動雇員彈性方式，企圖以節約人事支出做為組織生存模式，優退十六位攝影記者，再以半薪約聘回報社工作。研究以深入訪談其中十位臺灣史上第一批面對雇員彈性制度的資深攝影記者及執行該制度的主管一位，瞭解他們在此變革中因管理問題與組織所發生的內在衝突。研究結果發現，單位主管因不懂管理內涵，加諸員工過度的不確定感，已將該報半世紀以來與員工間建立的核心信任價值毀壞；另外，單位主管高壓、無法溝通及濫用權力的管理模式也造成新聞品質下降、人才流失和工作空虛，無願景的惡性循環。研究者希望藉此提供報業主思考「雇員彈性」制度對記者工作的適用性，以為未來改進組織績效和報紙品質之基礎。

關鍵詞：市場新聞學、多重技術、雇員彈性、變革管理

^{*} Email: heavencts@gmail.com

投稿日期：2012 年 8 月 6 日

接受日期：2013 年 1 月 8 日

壹、緒論

當今世界只有賺錢與否的報業這麼一回事。

Jim Bellows (Underwood, 1995 / 林添貴譯, 2000 : 27)

這一句話是由已經停刊的《華府明星報》(*Washington Star*)和《洛杉磯前鋒檢察人報》(*Los Angeles Herald Examiner*)兩份報紙的前任總編輯口中說出來的。一語道出世界報業普遍面臨「利潤導向」的問題。現今的美國報業,已經非常明確的把報紙當成一個完整的產品在行銷;同時間報社主管系統也大量湧進企管碩士,企圖以量化管制新聞記者,用數字提升利潤(Underwood, 1995 / 林添貴譯, 2000 : 42-43)。

臺灣報紙先是面對二十四小時新聞臺的開播衝擊,接著在網路帶來免費訊息和提供各大媒體即時新聞後,已經普遍營收大不如前。2001年《蘋果日報》登陸來臺,帶來視覺報紙概念,立刻攻占四十萬份零售市場(財團法人中華民國發行公信會, 2004),此時臺灣本土報社紛紛開始尋求新利基和新的經營方向;大型報業集團之一的《聯合報》也不例外。2008年該報以「活動事業處」為核心,成立「金傳媒」集團¹,專責處理展覽、活動等大型業務,目前已辦理畫家「米勒」、「長毛象」,以及「太陽劇團」等展務及活動(鄭宏斌, 2010)。

除「開源」外,該報系也進行「節流」政策,以約聘、優退等方式進行組織人員縮減,報社編制從原本五千人減少到目前不到二千人(張世倫, 2005)。2009年《聯合報》更一舉以優離、優退方案減少十六名攝影中心攝影記者,並在資遣、要求退休的動作後以半薪回聘六位攝影記者,宣告雇員彈性時代來臨(張天雄, 2012; 潘俊宏, 2009)。本研究即針對這十六名攝影記者中的十位進行深入訪談,彙整出該報施行雇員彈性、進行組織變革時的管理過程,提出問題及解決之建議,以供報業主思考改進變革管理方向的一個參考依據。

一、研究動機

2001年後本土各大報社面對《壹傳媒》強襲、以及報業市場急速萎縮,紛紛以組織變革因應這個巨大轉變(潘俊宏, 2009)。

1 金傳媒集團網頁 <http://www.gmg.tw/introduction.html#01>, 瀏覽日期: 2011/2/6。

《聯合報》以精簡、約聘攝影記者做為因應方式。為了不讓新聞質量突然降低，2009年《聯合報》推動「優惠退休」方案讓十六位二十年以上年資之資深員工離職後，再以三萬八千元半薪回聘其中六位攝影記者。此一過程中，讓原本以終身聘雇為人生規劃的攝影記者面對職涯巨大衝擊，多位當事人無法適應。本研究針對這十六位當事人抽樣深入訪談，企圖建構一個員工與雇主間理性對話空間，讓未來報業可能越來越常見的雇員彈性變革管理能夠得到一個妥善運用之範本，進而讓習慣於傳統終身聘雇制度的新聞媒體工作者思考如何提早面對及規劃可能的生涯新方向。

二、研究目的與研究問題

本研究透過與面對報社以彈性聘雇為手段、造成職涯轉變的攝影記者訪談，旨在提供雇員彈性制度下，記者和報業主面對組織變革管理的對話參考依據。

當今新聞報紙已經很明確地從以往單純報導新聞、靠發行報紙，增加訂戶與商業廣告收益就能經營的事業，轉變為了能在市場生存，無所不用其極想盡方法增加盈收。無論是以腥、羶、色挑逗人性的新聞取材、開設補習班、或是將新聞定出價格，當作商品買賣的置入性行銷，更有甚者把新聞報紙當成活動的附屬宣傳品，不斷刊登報社舉辦的展覽及商業活動，都再再顯示報業已經不再單純是一個為民喉舌的媒體，而是轉型為一切以利潤導向為依歸的多元化商業產品（成鳳鳴，2010）。

上述現象其實中外皆然，也可以說是資訊載體百家爭鳴時代下，報業所必須面對的挑戰。正當國內報業主忙著想辦法運用旗下報紙資源牟利、並動手節省人事開銷的同時，已經早一步面對企圖以精簡人力為手段，認為減少支出就是賺錢的美國報業卻已經有了反向思考的聲音。學者 Underwood 就曾彙整美國大小報社精簡人力後的狀況，提出新聞媒體除了商業市場上的競爭之外，更應該瞭解人力資源之重要性與價值（Underwood, 1995 / 林添貴譯，2000：16-19）。

綜上所述，為瞭解報社記者面對雇主調整雇員形態做為組織變革手法所衍生的管理問題及當事者反應，本研究透過與《聯合報》十位遭到優退、優離的攝影記者以及一位執行政策之主管訪談，探討並尋求下述各項問題之答案：

- （一）《聯合報》人力聘雇的轉變與現況。
- （二）《聯合報》在實施「雇員彈性」變革管理過程的角色和適當性。
- （三）以「雇員彈性」為手段之變革管理對媒體工作者的衝擊。
- （四）「雇員彈性」制度在報社中實行的可行性與應檢討之方向。

三、研究重要性

報業在十九世紀末已經發生過類似熱中「行銷」的現象，為了廣告收益與商業主結合，經過時間的演進，才將新聞和廣告分離開來；到了二十一世紀，報業面對急速衰退的收益，又走向這條老路，企圖挽回被各種媒體瓜分的廣告盈收。美國「甘奈特報團」（Gannett）是典型的商業化報紙集團，該集團以企管碩士為經營階層，大量運用年輕記者，並要求記者具有多元能力，以「精兵、多做」概念同時間處理多樣事務；但此舉被不少學者和新聞從業人員批判，他們認為該集團為把記者當做「生產工人」，在這個集團工作的員工也因為公司要求過多的工作項目而疲於奔命，對於公司運作顯得「離心離德」（Underwood, 1995／林添貴譯，2000：172-173）。

本研究訪談對象《聯合報》攝影記者是國內第一批「雙機作業」的記者，被要求在新聞場合同時進行攝、錄影及訪問，更要學習數位暗房及動態後製剪接（羅琦文，2009），非但如此，該單位更以「量化」為手法，規定每個月必需達成的動態新聞數量，並藉此做為評定記者優劣的標準。此舉造成攝影記者相當大的壓力與疲憊感，並陸續引發數名優秀攝影記者主動請辭。

除了工作負擔之加重外，《聯合報》面對年資高、薪水高，與年齡高的「三高」攝影記者也提出了「優離、優退」機制，提早將這一群薪資結構較高的記者結算。除此之外，該報為了不讓新聞質量突然降低，企圖以半薪約聘方式，用三萬八千元的月薪將這一群被資遣的資深記者部分回聘到報社繼續工作。這是臺灣史上首次出現的報業人力資源運用形態，由於《聯合報》一直是國內報社產業龍頭之一，此舉所引發的後續跟進效應已成為一個值得觀察的範本。

雖然本篇論文為《聯合報》個案研究，但因國內報社主管普遍不懂管理，所謂管理「制度」多半仍仰賴主管的主觀判斷；但記者出身的主管又充滿「浪漫文人白領」氣息，因此報業主管的集權，等於依感官掌控基層記者升遷和賞罰（張文強，2002），故此一組織變革過程的管理研究，非常適合以「知微見著」的概念供給普遍管理裡知能不足、卻又面對組織精簡問題之各個報業主管參考。

貳、文獻探討

一、市場新聞學影響下的臺灣報業人力聘雇現況

新聞產業一直與商業市場保持「曖昧關係」，從十九世紀開始，就已經有大型百貨業者想要操控新聞報紙；時至今日，網路世紀引爆的資訊革命讓報業遍體鱗傷，於是報業主再度回頭思索與商業市場合流、謀求生機的可能性。

Picard (1989) 提出「雙元產品市場」(dual product market) 概念，指出媒體產業是運作在媒體產品及廣告兩個市場機制中。在媒體產品市場中，媒體所提供的產品是節目內容，收視大眾就是消費者、花費時間或金錢來交換媒體產品；在廣告市場中，媒體提供節目、也提供廣告時間(time)或版面(space)穿插其中給廣告主。他的觀念也道出市場驅力新聞學(market-driven journalism)對新聞產製的影響。

McManus (1994: 60-184) 將新聞產製的市場力量予以結構分析，提出「新聞四階段商品論」(news as a four-way commodity) 觀點，並在檢視市場力量滲入新聞產製流程之後，其對社會所形成的衝擊。他認為消費者越來越無法從新聞中學到事情，並且因新聞來源變得更易被操弄，可能被新聞誤導，長久下去，閱聽大眾對公共事務將變得更冷漠。

蘇蘅、牛隆光、黃美燕與趙曉南(2000)也表示，根據商業經營規範，報紙是一門生意，要在一定時間內達到利潤回報。Beam (2003) 也認為，市場導向策略被報業管理者認為是用來突破報業經營困境的良藥，但其實成效不彰。Morton (2001) 則更進一步指出，由於報業向市場靠攏，在利潤下滑的情況下，新聞機構開始有人事縮編的風潮，在美國及臺灣的報業都受到市場新聞學的強烈影響，也出現了一波波人力聘雇上的轉變。

Underwood (1995 / 林添貴譯，2000) 也認為，報業的市場驅動概念不只是把新聞當作商品來行銷買賣，更藉著此一機會來更替及製造報社員工緊張、不確定感，造成新聞工作者挫折感大增，並出現記者大量離職情形。報社起用許多便宜耐操的新人，並用精兵、多做的哲學創造出生產工人，也讓記者成為不敢質疑政府的乖乖牌。

臺灣報業龍頭之一的《中國時報》曾為求收支平衡，採行大幅精簡組織作法，一舉裁撤中南編輯中心(徐毓莉，2001)；而《聯合報》系的《民生報》也在日前宣布停刊歇業並資遣大批員工(陳曉雯，2007)。在此之後，被喻為最穩定的報社《聯合報》也進行人員縮減，從原本五千人減少到目前不到二千人(張世倫，2005)。由此可見，國內報業在市場新聞學的影響下，也走向精簡人事、減輕人力支出的一條路，做為企業開源節流的一個手段；再加上報業與科技媒材結合後，陳萬達(1998)就發現，《中國時報》在與新媒體和網路結合後，順勢裁掉了一些部門；《聯合報》則在推出影音新聞後也出現國內首批被要求提前退休又被以半薪、約聘方式回到工作崗位的記者(張天雄，2012；潘俊宏，2009)。

二、組織變革管理模式與臺灣報業人事變革方式

組織變革 (organization change) 是組織為因應外在變化而產生的內部改變，是組織為環境改變而做的改變 (Senge et al., 1999)。組織變革起源相關理論計有：管理論、創新論、政治論、自然選擇論、組織環境互動論、發展階段論、學習論與現象論等八種理論 (Levy & Merry, 1986)，分別簡述如下：

- (一) 「管理論」強調組織變革是由「管理者」所發動、決策與規劃的產物，組織未來是在管理決策下對環境進行調適，有相當程度的策略自由度。
- (二) 「創新論」認為組織變革起源在組織內部，但人的創新行為才是大幅度改變的原因。
- (三) 「政治論」認為組織內部存在著權力爭奪、衝突與緊張，所以組織改變是組織內利益群體權力角力的結果。
- (四) 「自然選擇論」提出組織改變的演進模式是基於自然演進，客觀的環境條件選擇了某些族群 (Campbell, 1965)，人為力量微乎其微。
- (五) 「組織環境互動論」認為管理者與環境的互動才是組織變革主因。組織採取漸進或革命性變革策略，與管理者選擇和組織環境因素有關。
- (六) 「發展階段論」分為生命週期論及發展論，分別認為變革是組織生命週期中必然的平和過程；組織變革是組織調適環境及管理者決策過程。
- (七) 「學習論」主張雙迴路學習是組織變革的主要原因、將組織變革設定為組織學習的過程。
- (八) 「現象論」認為管理當局對環境主觀解釋才是組織變革的主要原因，並不必然是外界真實環境的改變才導致組織變革。

根據文獻分析歸納，變革管理模式可概分為：理性變革模式、概念模式、人性模式、系統模式等四種，分別簡述如下：

- (一) 「理性變革模式」包含「階段模式」及「問題解決模式」。「階段模式」是假設變革過程可被理性的分割成不同階段、每一階都可讓管理者規劃管理 (Morrison, 1998: 20)，如 Lewin (1951) 便將變革模式分為解凍、改變及再穩定等三個階段；問題解決模式則設定以問題導向為主的階段解決方式 (Morrison, 1998)。
- (二) 「概念模式」以一個概念作為能成功管理變革的能力發展方向。如 The Price Waterhouse Change Integration Team (1995) 的「成功管理變革的四種價值」、Pendlebury, Grouard, & Meston (1998) 「成功管理變革」十個鎖鑰，都在強調企業要有願景及加強溝通的重要性。

(三)「人性模式」關懷在變革過程中受影響者的認知與情緒面。Hall & Hord (1987) 曾提出以「關注」為基礎的應用模式 (concern-based adoption model)，簡稱 C.B.A.M 系統，提供一組概念及工具，協助變革管理者系統思考變革的過程，以顧及人性面。

(四)「系統模式」將組織核心要素及互動關係整合，協助變革管理者以「系統性思考」方式分析彼此關係，掌握變革契機。著名的學者有 Hellriegel, Slocum, & Woodman (1992)、以及 Nadler (1981) 之變革模式。

國內報社如《中國時報》、《聯合報》等大型報社都曾經有過大規模組織變革。《中國時報》工會還曾因被會員質疑面對資方大幅縮編、裁減員工無力還擊，最後以解散收場，連發行人也一併在風波中請辭（何定照，2008）；也有人質疑《民生報》在 2006 年停刊，報社中大部分記者和編輯被資遣，表面上看起來是「虧損停業或業務緊縮」的結果，但其實是預謀的「業務性質變更」，目的是可以資遣掉不少將近二十年年資的員工，以省下高額退休金（陳曉雯，2007）。而《聯合報》工會也曾透過工會期刊直接指出該報因應營收短缺等問題提出的組織改造與縮編，已成為主管「砍除異己、鞏固人脈」手段（子軒，2008）。由此可見，國內報社的組織變革多為前述之「管理論」範疇，以理性變革模式之中的「問題解決模式」進行精簡人事。這些由管理者所發動的變革，開始都是有計劃、階段性，把人事精簡當成是解決報社虧損問題的變革，但最後卻都演變成不歡而散、勞資對立的局面。

三、「去技術化」與「多重技術化」催生了臺灣報業雇員彈性聘雇

對於科技依賴日漸加重、資訊科技的四處擴散、大眾傳播媒體的策略聯盟、電信傳播形式的不斷演進、工作的各種新型態等，這些可見的變化也造成了社會型態、組織、人際、生產消費關係等種種變化，其中彈性聘雇就成為當今的一個組織運用趨勢（施能傑，1999）。

Atkinson (1984) 曾提出彈性企業 (the flexible firm) 概念，依組織工作特性將勞動力分為：核心人力 (core works) 與邊陲人力 (peripheral works)。前者是指企業主要員工，處理組織內關鍵的工作事務，擁有生產作業中所必須之技能且不斷接受企業內要求新技能學習，繼而提高生產力；他們享有組織內較高地位、權力及優渥的薪資並且是企業內全職 (fulltime) 長期雇員，保有就業的安定感。後者為次要工作人員，主要工作為輔助核心員工完成任務，通常工作特性技術層

次較低，不需太多訓練，在企業內也歸類在短期工作團體，往往可能是季節性臨時工或是兼職人力等短期合約雇員、採用定期契約，隨業務量大小調整聘期，職涯相對脆弱沒保障（李漢雄，2000）。

Harvey (1989: 284) 也提出彈性工時 (flex time) 概念，由於資訊網路和運輸工具的發展及使用成本逐漸下降，讓企業能以外包、全球化的生產行銷而產生「時空壓縮」情形，企業也因此得到更有彈性的生存空間。Webster (1995 / 馮建三譯，2006: 258-259) 表示，彈性主要可以概分為雇員彈性 (flexibility of employee)、生產彈性 (flexibility of production) 等面向。在雇員彈性形態下，使得不斷變遷的概念成為工作內容中一種常態，勞動者必須培養「多重技術」的能力，終生訓練也是必要的手段，同時間，勞動者也須要面對薪資彈性、勞動彈性及工時彈性的變遷。

李漢雄 (2000) 則認為雇員彈性的種類計有數量彈性、功能彈性、遠距策略、薪資彈性等四種，數量彈性 (numerical flexibility) 為企業為因應季節、景氣或產量變化，在需要產出之時招聘短暫性僱用勞工，節省人事支出。Handy (1990) 則是以酢醬草的外形來比喻公司人力組成。其中第三片葉子是指彈性聘雇的勞工，主要目的是比較節省人事成本。Martocchio (1998) 也提到，在經濟不景氣時，經營者面對成本過高，會以雇用暫時性勞動力 (contingent workforce) 來精簡支出。

范夙慧 (1997) 更直接指出企業追求人力彈性的原因在於反應市場不確定性，隨時精簡人事；柯志哲、何明信 (2000) 也認為，使用彈性勞動力可隨景氣波動，提供靈活調度，並且降低勞動成本支出，節省福利支出。

因為媒體自動化、電腦化等因素，記者必須要學會不同以往的技術，因為科技使得技術操作逐漸被簡化，使得工作漸漸得以濃縮在同一個人的身上。新聞工作者必需具備「多重技術能力」 (multiskilling) (Walker, 1999)。

尤其手機、iPad 等「新媒體」的出現，帶給報業一個新聞採訪和產製過程的大轉變。以往平面媒體記者只需滿足紙本新聞所需即可，但由於與網路共生的新媒體具有「即時性」，也帶來大量視覺影像的需求，使得平面媒體記者們必需學習動態攝影、剪接等新技能，同時也需具備立即傳輸的能力。因應這個趨勢，國內平面媒體已經漸漸走向國外一人記者獨立作業形態，需要操作攝影機拍攝影片及截取相片，甚至撰寫廣播腳本及文字報導（聯合報，2011）。

Russial (2000) 更從媒體數位化之後的攝影記者工作狀態轉變研究中發現，電腦化越完整，就越使得記者工作被簡化，於是「去技術化」 (de-skilling) 狀況就越來越常出現在新聞工作產製中。Brennen (2003) 也透過研究美國報業得到

科技逐漸聚合（convergency）之後，報業產製流程變得越來越簡單，同時間需要雇用的人力也逐漸變少，也因此記者在「多重技術」與「去技術化」的雙重挑戰下，出現了前所未有的工作挑戰，報業將記者從專業人員變成 Atkinson 嘴中邊陲人力的企圖心不言可喻，也因此成了人力精簡陰影下十分不安的族群。

國內《中國時報》在主辦「兵馬俑」展覽時，要求記者賣票以增加業績（陳志成，2001）；《聯合報》記者則面對使用動態攝影機，以及剪接軟體的學習，在採訪時需同時處理文字、動態，與靜態攝影的工作（羅琦文，2009）；同時間該報又推出優退方案要求年資、年薪，與年齡高的「三高」記者離職，部分記者在結算年資後再以半薪加上一一年一約的約聘形式回聘。約聘者與全職者主要差別在於年資歸零，也不能再累積年資，報社可以隨時彈性解聘回聘者，並且工作內容與全職記者無異，讓臺灣報業進入了前所未有的雇員彈性時代，也造成報社中資深、資淺者倫理大亂，形成這批被彈性聘雇的資深記者比新進記者還要資淺的情況。

綜上所述，國內針對新聞媒體人力資源的論文在近幾年陸續出爐，表示新聞媒體紛紛以人力資源縮減為手段，企圖延續媒體生命；在此同時，記者工作已經不再像從前只需單純經營採訪面向、而是被填滿了許多低技術層次的多元工作，顯見記者已經被本研究對象之《聯合報》定位成由核心人力（core works）走進邊陲人力（peripheral works）的一群人，不再享有專業工作上的尊重；同時間記者人力更被認定為是報社虧損的「問題」，不再輕易承諾終身聘雇，也因此必需面對未來工作聘任彈性化的情況。記者在組織中變革管理中所衍生的內、外在衝突將是臺灣報業媒體工作者未來極有可能面對的新課題。

參、研究方法與對象

一、研究方法

因本研究主要在探討描述本土報社攝影記者面對雇員彈性所影響產生的工作形態，故採取質性研究的「深入訪談法」，直接讓當事人現身說法。研究者自 1994 年 8 月開始從事攝影記者工作，對於新聞工作已有十五年的投入，工作和研究期間不斷檢視最新國內外文獻，藉此建構對本研究的先前理解。研究並透過與訪談對象二次確認訪談內容、以及比對報社公開資訊，以增加研究之可靠性。

二、研究對象選擇

本研究主要目的是要了解攝影記者面對組織採取雇員彈性變革所造成的工作轉變，因此在樣本選取上採「立意取樣」。研究者根據專業知識和既有經驗判斷，選擇最能符合研究目標對象的樣本（王文科，2000）。

《聯合報》是國內最大本土報紙集團之一，擁有僅次於港資《蘋果日報》的三十二人攝影記者編制。該報所推動的組織變革經常是其他報社學習對象，目前正逢這份報紙進行人事變動，所提供的題材最能反應當下報社職場氛圍，故本研究選定《聯合報》做為研究對象。

訪談對象選定方面，從 2004 年以來《聯合報》陸續優離、優退攝影記者，但以 2009 年共十六位記者同時離職為最大宗、在此同時，報社為了不讓人力調度突然出現空隙，選擇以半薪、約聘方式回聘其中六名記者，為期一年，視報社營運狀況決定來年是否續約。本研究訪談十六位被優離、優退攝影記者中的十位、以及執行管理的主管一位，共十一位。十六位被優離、優退的攝影記者中，有三位表示已找到新的工作，拒絕再對優離、優退一事受訪；另一位擔心目前仍在公司任職，會影響到工作；二位已經離開臺北、失去聯繫。故受訪的記者為十名、加上一位執行該方案的主管，共十一名。為避免仍在職受訪者因擔心工作權問題隱瞞真實狀況、或未被回聘的受訪者因失去工作權情緒影響訪問內容，本研究將十位基層受訪者分為三組，其中三位是接受半薪方案繼續工作、三位拒絕半薪回聘，以及四位未被回聘的攝影記者，茲將研究對象資料表列如表 1。

主跑	年資（年）	聘雇情形	代號
政治、經濟新聞	20	接受半薪回聘	A1
生活、影劇新聞	20	接受半薪回聘	A2
基層主管與政經新聞	21	接受半薪回聘	A3
政治、經濟及社會新聞	20	拒絕半薪回聘	B1
政治、經濟新聞	22	拒絕半薪回聘	B2
生活、影劇新聞	21	拒絕半薪回聘	B3
生活新聞基層主管	23	未被回聘	C1
生活、影劇新聞	14	未被回聘	C2
生活、影劇新聞	22	未被回聘	C3
生活、影劇新聞	23	未被回聘	C4
攝影中心主管	22	執行主管	D1

表 1：受訪者基本資料表

三、資料蒐集方式

本研究以開放、對話式訪談為蒐集資料的主要方法。畢恆達（1996）認為訪談（interview）通常是兩個人之間有目地的對話，由其中一人引導，通常是研究者主動引導在先，透過談話蒐集受訪者談話資料，在述說與問答過程中進行溝通和反思，建構一個彼此都能夠理解的基礎資訊，藉此了解研究對象的內在世界及工作轉變歷程。本次訪談問題大綱見表 2。

編號	問題
1	在「雇員彈性」制度出現於報社前，報社人力聘雇的方式為何？
2	請闡述近年來面對報社在人力資源運用上的轉變情形及現況。
3	在員工被通知離職前，報社內部氛圍是如何？是否有特殊的徵兆或通知？
4	在確定優離、優退的通知發出或收到後，報社主管的應對方式為何？
5	您對於被要求提前退休或離職後的員工再次被半薪約聘回報社工作看法。
6	對於報社以半薪彈性約聘找回員工，您對報社管理階層的看法是如何？
7	您認為彈性聘雇制度是否可運用於報社？
8	彈性聘雇制度已成為當下的一種趨勢，您認為報社該如何管理此一趨勢？

表 2：訪談問題大綱

肆、結果與討論

結構性職涯轉變並非經常有機會出現，本研究運用臺灣報業史上第一次大批提前結算年資又半薪回聘的時間點，以深入訪談方式讓當事人表述職涯的掙扎與轉折，期盼用最真誠的實例，讓臺灣已習慣於「終身聘雇」迷思的媒體工作者正視人力聘雇體制改變的事實，也藉此研究提供未來報業主一個檢討人力資源運用的參考方向。

論文將就研究問題所提出的質疑就教於受訪者，從進入《聯合報》的先備經驗，到面對提前結算年資、半薪回聘，以及職涯轉變後的適應問題做出訪談，檢視受訪者面對以彈性聘雇為組織變革方式的工作轉變歷程，並企圖以此訪問為基礎，提出由勞工觀點所建構的結論及建議，以供報業主未來改進參考。

對於在「雇員彈性」制度出現前，《聯合報》人力聘雇的方式為何，以及近年來該報在人力資源運用上的轉變情形及現況為何，受訪者做出如下表述：

《聯合報》是業界對員工最照顧的，我看見許多優秀記者在這裡退休，但近年來報社重活動、不重記者，不斷有裁員、減薪的聲音出現（A3）。

原本在《聯合報》工作讓我覺得無後顧之憂、感覺很有保障；但這幾年卻突然變得讓人感到不安，總覺得自己好像做錯了什麼，老是被主管唸（C4）。

一直以來，進《聯合報》就代表實力堅強，我們「五百元級」以上的記者以前年薪都是百萬以上，年終動輒好幾十萬，我們都以報為家，彼此信任；只是近年來報社動不動就以虧錢為由，對「三高」記者提出優退、優離，感覺很不友善（A2、C3）。

以前老董事長（王惕吾）還在的時候能進《聯合報》是很不簡單的，能進來就像是拿到終身飯票一樣。大伙像一家人，報社提供免費晚餐，吃到飽為止，當時攝影組小小的，可是很團結，每個人早上忙完都還回到報社自動還留守到凌晨，哪像現在，老是講不賺錢要裁員、要精簡人事，我們當然覺得不受尊重（B1）。

《聯合報》不管是人力素質或是工作環境都是最優秀的。但近年來環境在改變，我們也要跟著變，精簡人事是不得已；不過話說回來，確實也有些不適任的員工應該離開（D1）。

綜上所述，在《聯合報》實施雇員彈性制度之前，本研究受訪者均認為他們的工作是「安心穩健的」、「照顧員工的」與「福利優渥的」終身職業；但進入市場新聞學時代，記者明顯有報社以利潤盈收為優先，工作不再受到尊重的感受。對此，Wheelen & Hunger (1989) 認為組織變革策略會經過「緊縮階段」，此時組織將進行精簡人事和經營規模的刪減，以降低經營成本。Lewin (1951) 曾將組織變革模式分成解凍（unfreezing）、改變（move）、再冷凍（refreezing）三個階段，並指出解凍階段的焦點在引起動機，管理階層會透過否定員工不合時宜的固定行為或態度，鼓勵其走出新方向，使員工準備好接受態度、行為或組織運作方式的變革，進行學習 (Kreitner & Kinicki, 2001)。當《聯合報》提出優離、優退方案，打破終身聘雇概念時，明顯出現了管理者正企圖建構新方向、否定舊制度慣性、想法的作為。

關於「雇員彈性」制度出現在報社時的內部氛圍以及報社主管之管理應對方式為何，受訪者分別做出以下描述：

在優退案出現前，我們要自己買傻瓜相機錄影和升級電腦，等於是變相減薪，過程中主管對資深記者很不禮貌，當時就知道情況不妙；後

來主管只拋出要資遣的說法，說名單還在考慮，但事後看來，其實根本就是決定好了的（B2）。

感覺報社不斷在削減員工福利，連廁所都沒衛生紙了。接到被迫退休通知時，我還在國外為報社傳稿，單位主管無預警叫我回來把器材繳一繳，我的記者職涯就結束了。我是非常生氣也無奈，不過無可奈何，報社沒有員工申訴管道（C1）。

每天跑新聞時，工作內容變成又拍照又錄影又剪接又值班的，還經常聽到高層動不動在說：「為求生存，精簡人事不會中止」，我覺得那種感覺很不安，主管似乎早就知道某些事，卻一直都不願講明白，我們只能聽聽小道消息（A1）。

我覺得，如果像別組主管一樣，讓我們早幾個月預先知道資遣的事，也許衝擊就不會那麼大，但主管可能是覺得講白了後，剩下的時間裡我們就會不認真工作，這段時間讓我覺得自己很愚蠢的被愚弄於單位主管自訂的遊戲之中（C4）。

我都按照勞基法在進行，只要兩個月前通知員工即可，我沒有違法；決定資遣是我們主管階層的事，員工就是等候通知（D1）。

綜合訪談內容可以得知，《聯合報》攝影中心的組織變革屬於主管單方面的認知和決定，員工都是被動的接受通知。針對此種方式，Duck (1993) 認為，變革管理任務要做到的關鍵平衡是變革管理者與員工之間必須進行溝通對話，才能有利變革；Chow & Wu (2004) 也認為變革管理的核心在於明白規劃變革願景、進行與員工間有效溝通，為管理者爭取更多支持者。Kotter (1999) 則是研究一百家嘗試透過組織變革以提升本身競爭力的公司，發現許多變革失敗的原因在於該公司與員工間對變革理念溝通嚴重不足所致。受訪員工普遍對於該報主管處理人事變革管理方式有所怨言，顯見兩造間的溝通並沒有找到共識。報業主管缺乏管理知能的問題，早在美國發生，報業管理者經常使用組織人事縮編手段來擺脫不聽話或抱持記者理想的員工，造成許多基層記者強力反彈甚或帶著怨懟離職；主管為擔心工作不保，成了壓抑屬下發展、個性霸道，防禦心強的個性（Underwood, 1995／林添貴譯，2000：53）。《聯合報》工會更是直接高調槓上資方，要求撤換在人事調整案中上下其手的不適任主管（子軒，2008）。

在這次大舉縮減人事過程中，《聯合報》提出半薪約聘作法，創下臺灣報業史上第一批在報社做約聘臨時工先例，對於員工再次被半薪約聘回報社工作、以

及「雇員彈性」制度出現後，員工對報社管理階層看法如何，受訪者分別做出如下表述。

不能接受那種工作不安的感覺，尤其是出自單位主管的心機。他竟然在報社要求我們增加影音採訪工作時，私自把數量拉高好幾倍，為的是業績好看（C3）。

雖然我很感激《聯合報》，但如果我現在還在報社，肯定還在看長官臉色、擔心什麼時候惹到長官，又被趕走一次，所以乾脆不接受回聘（B2）。

我雖然接受回聘，但旋即在找到工作後選擇立刻離開。你想想同事是怎麼看我？一個月薪三萬八千塊的約聘，還要滿足量化、成效，實在無力面對這種每天多元複雜又痛苦的壓力，頭髮都白了。重點是，我每天還要面對當初要我提前退休的人，也不知道他是不是在盤算約期到就把我換掉（A3）。

我看到主管在整個過程中的態度變化，以前他是我們一起努力的「兄弟」，但在報社要求他執行人事減縮任務時，好像變了個人，他好像在享受「生殺大權」的快感，不時用威脅嘴臉對我們暗示工作權不保，也把能夠替代他職位的同事都一併請走了，我的感受相當不舒服（C1）。

這個制度出現剛好掩蓋過主管不懂管理的事實，現在報社等於是給了某些亂管一通的主管一道護身符鏟除異己（B1）。

以前我們對主管有意見，都還會當面溝通，但後來……員工都不敢再講話。主管怎麼做，我們都只能乖乖的聽話（C2）。

同仁們退休金都拿到了，公司哪有不對的地方？公司要生存，就要想盡辦法維持收支，約聘也是一種方法，如果這些資深員工真的不想做，就給年輕人機會吧（D1）。

Kotter & Cohen (2002) 都強調組織變革每個階段性的發展中，組織領導者都應關切組織成員對組織變革與發展的反應、隨時修正彼此步調，而非一味加重敵對感受；McLagan & Bedrick (1983) 也指出，組織能成功進行變革，管理者必須幫助員工配合變革，當員工相信變革是正確、且符合程序正義時，他們甚至會接受對自己不利的變革。

本研究受訪對象中不乏有對報社表達感激之意的對象，可見《聯合報》員工並不是非理性的排斥人事精簡，而是針對單位管理者處理此事的手法表達不滿。對此，Luecke（2003／楊幼蘭譯，2005）則認為，任何有效變革管理的起點，在於明確界定問題並誠懇回答受變革影響之員工疑惑，其次才是營造急迫感，讓員工相信變革是必需且有時間壓力的。綜合上述訪談可以得知，受訪單位之主管普遍不被員工所信任，也沒有在人事變革時盡到管理者之協助與釐清問題的責任，於是造成所屬員工怨懟及不滿。

最後，針對「彈性聘雇」制度是否可運用於報社，以及報社該如何面對此一聘雇趨勢做出管理應變，受訪者作出如下的反應：

記者是特別的工作，壓力非常大，如果沒有一個安定的工作保障，哪有可能做得長久、做得精細（B3）。

現在多的是一人兼兩職或是記者轉名嘴的事情，如果再這樣下去，這個報紙會變成「記者訓練班」，每個人都把來這裡當過客（C4）。

我是已經領到退休金了，不過還在崗位上的兄弟該怎麼辦？朝不保夕的生活下，誰還會為報社效命？這個制度要重新思考是否適用於記者（A1）。

為了賺錢，連半世紀以來的核心價值都沒了，這個制度可行嗎（A2）？報社還掛著老董事長的「正派辦報」四個字，但管理者讓資深記者擔心害怕被資遣、新進人員選擇身兼業外保障收入，這樣會有好品質嗎（C2）？

報社資深記者因這個政策，能跑的、能退的都走了，資深的中階主管應該也是感受到工作權不確定的壓力，所以想盡辦法上電視、上報紙，為自己打廣告，想藉此增加在報社的不可替代性，我覺得已經整個走偏了。他們應該是活在右手逼人走，左手怕被人逼走的痛苦矛盾之中吧（B2）。

是報社的政策我們都會配合、也必須配合，我們現在壓力也很大，要開口資遣以前一起工作的兄弟也是不容易的，我只能盡量幫大家爭取應得的福利（D1）。

在美國，由於報社要求太多工作、員工也不受尊重，記者被壓抑成生產線上的一環，加上主管比記者更不進入狀況，使得記者對於報社已經是離心離德

(Underwood, 1995 / 林添貴譯, 2000: 173)。面對報業不景氣，以精簡人事、彈性聘雇方式進行盈收控管確實是一條可考慮的路，但對於以往以「終身聘雇」、「員工至上」為概念的《聯合報》而言，卻在這次的人事精簡案引發許多新的管理與員工向心力崩解問題。透過訪談可以得知，該報年輕記者沒有向心力、資深記者出走，使得以往該報自豪的人力資源成為隱憂，也造成對未來執行「雇員彈性」制度的挑戰；而其中最大癥結在於員工對管理者不斷強調「精簡人事不會終止」的不信任及不諒解。

為避免這種認知落差造成組織變革失敗，Bridges & Mitchell (2000) 認為，變革管理者必須告知組織成員轉型計畫內容，以及必須放棄哪些事項以達成何種目標；Chowdhury (2002) 也認為，組織必需有成效評估動作，來判定組織轉折是否達成預期效果、決定組織未來將步入另一個成長期或是死亡的結局，而非一直停留在重整及精簡人事的變動階段；事實上，「組織管理階段論」學者早在 20 世紀 80 年代就曾指出：在企業抑制虧損惡化後，需要再一次的重建組織並使其穩定，此舉將有助於提升經營績效、再創營運新高峰 (Bibeault, 1982)，過度的不確定感與空泛的目標、願景將不利於員工的認同；學者 Kotter (1998) 更是直接點出變革管理失敗的主因之一就是企業在轉型行動中缺乏「讓員工認同的願景」，因此無法將變革後的新作法深植企業文化中，留住人才及提升人力資源。

伍、結論與建議

從本研究受訪者對談及討論中得知，「雇員彈性」政策已經造成《聯合報》人事管理前所未有的衝擊，這個經營超過半世紀的臺灣報紙，為了要讓企業得到生存下去的利潤，不惜大膽打破長久以來與記者間終身聘用關係的默契，但也因此產生了衝突與對立，嚴重影響報業新聞產製及品質，本研究針對第四章所提出之討論，歸納出下列四項結論與建議：

一、結論

(一) 管理者獨斷變革，員工離心離德，賺了盈收卻傷了人力資源

1. 獨斷變革造成的後遺症

《聯合報》由管理者發動的組織變革，針對資深攝影記者「優離、優退」進行彈性雇用，報社員工可以明確感受到歸屬感及安全感的轉變，即便是仍然在職的記者，也不斷被精簡人事及調整薪資的傳言所困擾而處於不安。

2. 離心離德的員工

這一波人力調整動作下，為了節省薪資，該報等同於將長期培養、有能力的人才「趕出」企業。受訪的十位記者幾乎都曾為報社在「SARS事件」、「九二一地震」等等生死交關的災難中付出心血、冒著生命危險站在第一線採訪、也都得過各類新聞獎項；如今報社卻因為盈收問題，企圖運用彈性聘雇手法維持主雇關係，讓原本對於報社有使命感的資深員工也不禁感嘆；而新進人員看見前途有限的事實後，也不斷往外探詢新機會，無法全心於工作。此舉對於身處新聞戰國時代、亟需穩定人力資源的報社而言，是一個兩敗俱傷的結果，資深記者長期所布下的採訪線，還來不及交接就直接斷送在人事精簡的彈性聘用制度上，長期看來是報社一項無法量化的極大損失。

（二）不懂管理的單位主管權力過大，員工無從對話與申訴，造成變革缺陷

1. 主管不懂管理、亂管一通

在「半薪、約聘」的彈性聘雇制度出現後，工作不確定性越來越高，而其中最讓受訪者疑惑的是單位主管的管理態度及行為。因為歷史及產業結構問題，報社單位主管長期以來只懂新聞、不懂管理，使得他們飽受「亂管一通」的質疑。受訪對象不約而同認為單位主管以個人主觀決定員工去留、並且毫無溝通對話機制，是一件非常無奈也不能接受的事實；有的受訪者甚或還在國外執行任務當中，毫無預警的收到被迫退休電話而失去工作。這些員工普遍因單位主管未盡溝通、對話的管理之責而將怨懟加諸於報社的精簡人事案。

2. 缺乏對話機制的企業組織

受訪者無從得知為何被要求提前退休、離職，也不瞭解報社評鑑人事變革案的標準，一切以單位主管提供之名單為依據；加上報社長期以來忽略由下而上的對話機制，基層員工無從申訴，使得此管理制度中確實存在主管會以個人喜惡主導員工之工作生殺大權的可能性。

（三）管理者為求生存，忽略記者工作權益，問題核心被模糊處理

1. 主管只求生存，資遣成為鞏固工作的工具

由於報社無預警資遣員工的「寒蟬效應」，使得同樣具有高年資、高薪水與高年紀等「三高」背景的單位主管擔心「今天資遣人、明天被資遣」的窘境，於

是除了本業之外，也在思考如何增加在報社中的不可替代性，如攝影中心主任就在報社開設的補習班兼差做攝影老師，帶著學員到處拍照收取補習費、以業外工作爭取上電視和自家報紙做宣傳；從訪談中得知，被公司大量賦權的報社主管，為了保住飯碗，排除了有能力挑戰自己位階的記者，能資遣的就資遣，還能利用的就讓他們成為每天不斷被工作填滿、只能順從單位主管的低階技術人員。

2. 記者工作權被當成虧損原因，模糊變革問題焦點

單位主管懂得透過參與報社高層會議的資源優勢拉大與記者差距，掌控公司發展資訊以增加不可替代性、愚化記者成為滿足報社量化數字遊戲的機器。這樣的惡性循環之下，使得員工感受報社似乎成為只有賺錢及量化目標，沒有願景的企業。這樣的情況，使得原本組織變革行動要解決的「問題」被模糊處理，自然而然把記者工作權益與報社虧損做出聯結。

（四）挫折感與危機感充滿工作，無人協助的基層員工

1. 壓力與挫折感充滿記者工作

從訪談中得知，目前該報攝影記者需要以「一人多機」方式同時間處理靜態與動態影像，每天背負著滿滿的工作及量化壓力，造成記者們對於此種新聞採訪模式感到沮喪、甚至連基本的成就感也沒了；再加上不斷而來的工作不安全感 and 危機感，使得記者必需承受內外交加的壓力和挑戰。

2. 小道消息成資訊來源、記者無從得知公司政策

在此過程中，單位主管和報社卻依然控制著公司所決議的資訊，員工無從理解公司不透明的政策與方向，只能從不斷流出的「小道消息」猜測下一步可能發生的狀況。他們心中的疑惑得不到主管協助，在職場中充滿無助和挫折感，此種氛圍下造成工作士氣低迷，員工間討論的盡是工作權力問題與不安情緒。

因此，從結論中得知，《聯合報》變革管理所帶來的結果並不是員工戰力提升，而是由上到下都在想辦法滿足量化的數字遊戲，這個過程破壞了長久以來記者與報社間的互信和互重、更創造了中階單位主管們掌握員工「生殺大權」的特殊權力。這群不懂管理的主管們要達成每年被要求的目標、又要鞏固位置和權力，成為難以控管及評鑑的新問題。

二、未來檢討之建議

針對以上彙整結論，本研究提出四點變革管理建議方向，以供報業主及記者參考，做為未來可能的改進方向。

（一）建立人力控管部門，進行職務再設計，留住優秀人力資源

「雇員彈性」的不確定感管理方式在國外已經出現過，最終以失敗收場。原因在於多數記者不會因為環境的不確定而更加努力；反而因此無法專心於工作，另闢戰場以求穩定生計。

臺灣報業長久以來缺乏「人力控管部門」，歷史上走向倒閉的《自立早報》、《大成報》，《中央日報》等報紙都是以「增張、加彩」、增聘員工及擴編單位為手段；但旋即在面對入不敷出的情況後，又回頭進行裁員瘦身，最後走向關閉報社一途。由此可見人力控管概念及專責部門規劃人力的重要性。

現今時空環境不同，報社已無法提供早期待遇優渥又浪漫的工作環境；但在管理中加入過度的不確定感又會使得人才外流。故本研究認為，《聯合報》必需建立人力資源部門控管專任與彈性約聘人員數量以及資深員工的職務轉型機制。

由於各報社採訪中心的內勤主管編制有限，因此形成記者升遷受限；也容易讓單位主管在得到官階後獨攬新聞調派與人事升遷的權力，造成球員兼裁判的情形。若能夠透過人力控管部門讓資深記者扮演每日採訪規劃的幕僚或主導者、牽制單位主管攬權，不但可以提供較為公平的評鑑基準、更能夠監督、甚或刺激單位主管在工作上的競爭力。擔任此職的資深記者可以取消其採訪津貼與外勤補助以降低報社薪資支出，但提供較為穩定上下班的內勤職務與調度、規劃議題之權力。此舉不但能夠讓資深記者長期跑線所累積的能量不致於因被迫離職而浪費、更能讓新血記者看見努力工作的未來可以得到一個安心、有尊嚴的位階，讓工作變得有方向也有目標。

（二）高階主管必需肩負人力規劃權責、不再轉嫁盈虧於記者工作權益

從訪談內容得知，報業主及報社主管對於報社盈虧的責任歸屬似乎在認知上有是非顛倒、模糊焦點的情形。報業人力布局及規劃並不是由記者所規劃、而是報業主及管理階層經過評估所得來的最佳數字。

因此，人力估算的權責應由報社管理階層承擔，而非在出現錯誤後把責任怪在基層記者身上，藉由各種理由逼退記者、或是以彈性聘雇方式來減低人事支

出。一味的讓管理者推諉塞責，把記者當成人力評估錯誤的犧牲品，會模糊政策權責、以及養成高階主管做事依賴職權、不負責的後遺症。

故本研究建議，一旦報社出現部門人力評估錯誤的情形後，應對該單位高階主管進行減薪、降級甚或解聘的動作，讓主管負起聘雇政策之責，而非讓無辜的記者成為代罪羔羊。

（三）建立資深記者學習管道，提供企業內部轉銜工作或創造新價值

從訪談中得知，《聯合報》以彈性聘雇方式優離、優退資深記者，表面上是達到了節省人事開銷的目的；但事實上，卻造成了資深記者人脈、經驗的喪失、以及新進記者對報社人力聘雇不友善的觀感，失去認同感。

資深記者的價值不僅僅在於處理新聞的熟悉度與經營的人脈；更重要的是，由於記者歷練豐富、見多識廣，造就了臨事而不亂的能力，這樣的訓練使得記者擁有不同於一般行業的穩定性與思考高度。

因此，本研究建議報社必需懂得運用這些好不容易經由長期磨練累積而來的能量，提供適當的企業內部訓練，讓資深記者能夠轉銜到其他部門擔任主管，繼續為公司服務；或者是建立新型態的資源「輸出」模式，如成立企業公關諮詢公司，讓長期跑線的資深記者為需要幫助的企業、組織提供新聞、行銷的諮詢及建議，將他們的能量發揮在為公司建構新價值之上，創造雙贏局面。

（四）建立資深、新進員工聘任規則及願景，以彈性聘用為激勵手段

「雇員彈性」並非是一個罪大惡極的制度，只是報社必需懂得善加運用。由於以往《聯合報》是以終身聘雇、福利豐厚的企業形象吸引人才；但時至今日，卻為了盈收以彈性聘雇手法破壞這個半世紀以來的價值，造成許多負面批評及觀感。

本研究認為《聯合報》可以適度運用雇員彈性制度做為激勵記者工作的誘因。透過資深與新進人員的總量管制，在固定人事支出下運用彈性聘雇來激發記者對工作的投入。此舉不但可以穩定人事支出，更能夠讓資深及新進記者在同一個平臺上競爭，為爭取更好的聘顧條件而努力。

時至今日，無論哪一派當代管理理論及學者都認為「組織願景」是組織發展的核心價值。《聯合報》走過半世紀之後，隨著時代的改變當然也必需修正以往王惕吾時代的報紙經營模式，只是「報社願景」和「變革管理」畢竟是兩個完全

不同層次的概念，該報員工們從不畏戒嚴限制、敢講敢衝的「正派辦報」願景走向目前強調高品質、多媒體的「質報」概念，似乎從具體實踐漸漸走向無法詮釋與定位的抽象解讀，也因此造成該報員工不知為何而戰的只追求短期盈收目標問題，長久下來，員工會迷失於報社設定的目標管理之中而失去成為記者的初衷與願景。

故《聯合報》必需跳脫凡事量化思考、找到新世紀的願景定位，並透過組織內部教育和具體實踐讓報社找回半世紀前的動力及能量，讓各個位階的員工不再因為每天擔心工作權不保，而處心積慮的用各種制度盲點以求自我保護，反而能一起為了新的願景而努力，共同為報社在當今變化巨大的環境裡尋求更有前景的企業未來。

參考書目

- 子軒（2008 年 2 月 15 日）。〈改革應拿出魄力 不適任主管就應滾蛋〉，《聯工月刊》，221：1 版。
- 王文科（2000）。〈質的研究的問題與趨勢〉，國立中正大學教育研究所（編），《質的研究方法》，頁 1-23。高雄：麗文。
- 成鳳鳴（2010）。〈2009 年報紙出版業概況〉，行政院新聞局、商周編輯顧問股份有限公司（編），《2010 年出版年鑑》，頁 134-145。臺北：光華畫報。
- 何定照（2008 年 6 月 19 日）。〈中時大幅減張裁員，發行人請辭〉，《聯合報》，第 A5 版。
- 李漢雄（2000）。《人力資源策略管理》。臺北：揚智。
- 林添貴譯（2000）。《MBA 當家：企業化經營下報業的改變》。臺北：正中書局。（原書 Underwood, D. [1995]. *When MBAs rule the newsroom*. New York: Columbia University Press.）
- 施能傑（1999）。〈人力運用的兩項趨勢：精簡與彈性化〉，《人事月刊》，164：45-53。
- 柯志哲、何明信（2002）。〈臨時工之工作型態與人力資源管理——以石化業承攬商僱用之臨時工為例〉，《人力資源管理學報》，2（3）：1-23。
- 范夙慧（1997）。《人力資源彈性策略對離職率、缺席率與工作生活品質影響之研究——以醫院為例》。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 徐毓莉（2001）。《組織變革對新聞室成員態度之影響——中時報系個案研究》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。

財團法人中華民國發行公信會(2004)。〈蘋果日報報紙發行量稽核報告〉。上網日期：2012年2月29日，取自 http://www.abc.org.tw/img/m2/n/apple/2003_5-8.pdf.pdf

張天雄(2012年3月)。〈以系統思考探討新媒體挑戰下的報業中階主管困境〉，「2012新媒體傳播產業發展趨勢研討會」論文。臺灣，臺北。

張文強(2002)。〈媒介組織內部權力運作與新聞工作自主：封建采邑內的權力控制與反抗〉，《新聞學研究》，73：29-61。

張世倫(2005)。〈走過17年，中時晚報吹熄燈號〉，《臺灣光華雜誌》，12：50。

畢恆達(1996)。〈詮釋學與質性研究〉，胡幼慧(編)，《質性研究理論、方法及本土女性研究實例》，頁27-46。臺北：巨流。

陳志成(2001)。〈面臨裁員 員工總是最後知道〉，《目擊者》，24：24-25。

陳萬達(1999)。《中文報紙編務自動化之研究——以中時報系為例》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。

陳曉雯(2007)。〈民生報停刊事件簿〉。上網日期：2011年4月21日，取自 <http://nccu.edu.tw/95254013/2.2.pdf>

馮建三譯(2006)。《資訊社會理論》。臺北：遠流。(原書 Webster, F. [1995]. *Theories of the information society*. London: Routledge.)

楊幼蘭譯(2005)。《變革管理》。臺北：天下遠見。(原書 Luecke, R. [2003]. *Managing change and transition*. Boston: Harvard Business School Press.)

〈說故事的人〉(2011年9月16日)。《聯合報》，第S5版。

潘俊宏(2009)。《趕新聞遊戲下的「真實」：攝影記者的勞動處境與專業焦慮》。世新大學社會發展研究所碩士論文。

鄭宏斌(2010)。〈應戰數位媒體潮流，楊仁烽推動聯合報系轉型〉。上網日期：2012年2月29日，取自 <http://www.journalism.ntu.edu.tw/app/news.php?Sn=38>

羅琦文(2009)。《以隱喻抽取技術探索報社攝影記者心智模式》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

蘇蘅、牛隆光、黃美燕、趙曉南(2000)。〈臺灣報紙轉型的問題與挑戰——提供讀者更好的選擇？〉，《新聞學研究》，64：1-32。

Atkinson, J. (1984). Manpower strategies for flexible organizations. *Personnel management*, 18(8), 28-31.

- Bibeault, D. B. (1982). *Corporate turnaround: How managers turn losers into winners*. New York: McGraw-Hill.
- Beam, R. A. (2003). Content differences between daily newspapers with strong and weak market orientations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80, 369-390.
- Brennen, B. (2003). Newswriters united: Labor, convergence, and north American newspapers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 218.
- Bridges, W., & Mitchell, S. (2000, Spring). Leading transition: A new model for change. *Leader to Leader*, 16, 30-36.
- Campbell, D. T. (1965). Variation and selective retention in socio-cultural evolution. In H. R. Barringer, G. I. Blanksten, & R. W. Mack (Eds.), *Social change in developing areas: A reinterpretation of evolutionary theory* (pp. 19-49). Cambridge, MA: Schenkman.
- Chow, T. W. S., & Wu, S. (2004). Cell-splitting grid: A self-creating and self-organizing neural network. *Neurocomputing*, 57, 373-387.
- Chowdhury, S. D. (2002). Turnaround: A stage theory perspective. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19, 249-266.
- Duck, J. D. (1993, November/December). Managing change: The art of balance. *Harvard Business Review*, 71, 109-118.
- Hall, G. E., & Hord, S. M. (1987). *Change in schools: Facilitating the process*. New York: State University of New York Press.
- Handy, C. (1990). *Age of unreason for details of the shamrock structure*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford, UK: Blackwell.
- Hellriegel, D., Slocum, J. W., & Woodman, R. W. (1992). *Organizational behavior* (6th ed.). St. Paul, MN: West.
- Kotter, J. P. (1999). Leadership change: The eight steps to transformation. In J. A. Conger, G. M. Spreitzer, & E. E. Lawler, III (Eds.), *The leader's change handbook: An essential guide to setting direction and taking action* (pp. 87-99). San Francisco: Jossey-Bass.

- (1998). Leading change: Why transformation efforts fail. In J. P. Kotter, J. Collins, J. Porras, J. D. Duck, R. Pascale, & A. Athos (Eds.), *Harvard Business Review on change* (6th ed., pp. 1-20). Boston: Harvard Business School Press.
- Kotter, J. P., & Cohen, D. S. (2002). *The heart of change: Real-life stories of how people change their organizations*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2001). *Organizational behavior* (5th ed.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Levy, A., & Merry, U. (1986). *Organizational transformation: Approaches, strategies, theories*. New York: Praeger.
- Lewin, K. (1951). *Field theory in social science: Selected theoretical papers*. New York: Harper.
- Martocchio, M. J. (1998). *Strategic compensation: A human resource arrangement approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- McLagan, P. A., & Bedrick, D. (1983). Models for Excellence: The results of the ASTD training and development competency study. *Training & Development Journal*, 37(6), 10-20.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oak, CA: Sage.
- Morrison, K. (1998). *Management theories for educational change*. London: Paul Chapman.
- Morton, J. (2001). Ownership guides a newspaper's mission. *Nieman Reports*, 55(3), 73-74.
- Nadler, D. A. (1981). Managing organizational change: An integrative perspective. *Journal of Applied Behavioral Science*, 17, 191-211.
- Pendlebury, A. J., Grouard, B., & Meston, F. (1998). *The ten keys to successful change management*. New York: Wiley.
- Picard, R. G. (1989). *Media economics: Concepts and issues*. Newbury Park, CA: Sage.
- Russial, J. (2000). How digital imaging changes work of photojournalists. *Newspaper Research Journal*, 21(2), 67-84.
- Senge, P. M., Kleiner, A., Roberts, C., Roth, G., Ross, R., & Smith, B. (1999). *The dance of change: The challenges to sustaining momentum in learning organizations*. New York: Crown Business.

The Price Waterhouse Change Integration Team. (1995). *Better change: Best practices for transforming your organization*. Burr Ridge, IL: Irwin.

Walker, G. M. (1999). News in transition, part 2: Journalist or technician or both? *World Broadcast News*, 22(10), 34-36.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (1989). *Strategic management and business policy*. Reading, MA: Addison-Wesley.

The Change Management in Newspapers Managed with the “Employee Flexibility” System: A Case Study of *United Daily News*

Chang, Tien Hsiung*

Lecturer, Department of Digital Audio & Video, Kao Fong College of Digital Contents

Abstract

Taiwanese photojournalists must confront the impact of the internet and “The Next Media” launched in Taiwan in 2001. They use a large number of spot news pictures to attract readers. Their paparazzi spy on Taiwanese celebrities and create celebrity gossip. At the same time, the photojournalists studied focus on Profit. The ten senior photojournalists with over 20 years experience working at “The United Daily News” Group, and received the best salary and welfare in Taiwan. Results of this research will become a reference for Taiwanese newspapers and photojournalists as well as the journalism industry.

Keywords: market-driven journalism, multi-skilling, flexibility of employee, change management

* Email: heavencts@gmail.com

Received: 2012.08.06

Accepted: 2013.01.08

逾越的愉悅——《零》系列 電玩遊戲的空間閱讀

李長潔^{*}

淡江大學通識與核心課程中心兼任講師

摘要

本研究以日本地方鄉野傳奇組合而成的恐怖類 AVG 電玩《零》系列為研究文本，如《零》、《零：紅蝶》、《零：刺青之聲》、《零：月光的假面》等，企圖從中瞭解大眾電玩文化的形式與內容。本研究運用電玩文本空間閱讀的三種面向：敘事空間、現象學空間與語義空間，來解讀《零》系列遊戲的空間逾越。透過從遊戲文本的系統、身體操作、與電玩迷實踐之三大面向，來交織出玩家對遊戲的「理解」（understanding）與「經驗」（experience），以及圍繞著電玩文本所建立起來的大眾文化。本研究將遊玩《零》的電玩文化詮釋為不同層次的空間逾越過程，玩家主體則透過這些逾越的過程而達到愉悅，並且在最後的論證中指出「好玩而已」（just for fun）在當代社會中的文化意義。

關鍵詞：《零》、電玩、愉悅、逾越

^{*} Email: makcem_9@hotmail.com

投稿日期：2012 年 3 月 21 日

接受日期：2013 年 1 月 21 日

壹、前言

2003 年 TECMO 電玩軟體廠商在 Sony 的 PlayStation II 推出一款以日本闇黑美學所構成的一部遊戲，便是以日本地方鄉野傳奇組合而成的恐怖類 AVG 電玩《零》（Zero, 2003），成為日系恐怖遊戲經典（與《惡靈古堡》〔Biohazard, 1997〕等美式風格不同），隨後推出《零：紅蝶》（2005）、《零：刺青之聲》（2006）同樣形成風潮，並於 2008 年嘗試在 Wii 平臺上構思出《零：月光的假面》。《零》系列遊戲以描述年輕女性迷走於老舊的、可怕的、破舊的日本建築之中的場面，著名，且以不同的遊戲操縱方式引領玩家進入互文性極強的電玩敘事，該遊戲以日本傳統文化為設計基礎，具有廣大的遊戲玩家擁護者。當我們將《零》系列遊戲當作一種文化的作品，並且包含了文本、閱讀與操作、與眾人參與其意義於其中，那麼《零》系列遊戲便可以提供電玩研究得以適切地對「遊戲」、「體驗」與「理解」進行詮釋性的空間分析。

之所以要以《零》作為分析對象乃在於其強烈的空間氛圍與空間的扭曲感，而這個空間建構正是電玩遊戲對玩家造成「愉悅」之處，並且其愉悅在於玩家在電玩空間中的不斷「逾越」。對於電玩中的空間感受，大至可以以動態螢幕（écrans dynamiques）與玩家的遊玩體驗交疊出三種主要的類型空間，在 Walther (2003) 的〈電玩中的空間再現：系譜、分類與反思〉中說明這三種類型，第一類即所謂的「敘事空間」，玩家在遊玩與電玩互動的過程中發展出對情節的認識，此乃由玩家自身詮釋、組合、拼湊而成；第二類為現象學空間，這個空間建立在視覺、聽覺、身體操作的感覺之上，極富有知覺現象學之分析維度；第三類為語義空間，在這個空間中，玩家學習操作電玩中的各式符號，與遊戲內容產生特殊的意義編織。

本研究基於這三個空間對《零》系列電玩遊戲進行不同層次的分析，一方面描述《零》的遊戲空間，一方面瞭解玩家如何在電玩空間中取得愉悅。本文引用谷崎潤一郎（1995／李尚霖譯，2007）描繪的「陰翳空間」與 Klein (1989) 討論日本文化中的「闇黑身體」去作為詮釋《零》系列遊戲的美學基底¹，並在第一

1 一般來說，對於日本文化進行研究，必定是會碰到幾本經典及其概念，像是《菊花與劍》(Benedict, 1946) 的文化人類學分析等等，此類日本文化研究大抵上針對日本民族中的「忠誠」、「義理」、「欠負」等概念進行考察。但這文化模式分析較少將美學範疇包含在其中，而本文選取的恐怖遊戲的創作源頭，乃是日本文化中的鬼話傳說，其常久以來被存在於日本的傳統美學中，也就是日本文化中對「黑暗」、「細微」、「扭曲」、「曖昧」等概念的偏愛中。而從詮釋學立場看來，若欲對所選之電玩文本分析，則必須就以「陶成」(bildung) 的文化經緯作為詮釋依據。故此，本文選擇以谷崎潤一郎的日本幽暗文化與 Klein 從分析日本「闇黑舞蹈」所得出的日本身體觀，來詮釋《零》系列遊戲中的文本敘事與特殊陰鬱美感。

類空間中研討玩家在遊戲中如何拼湊敘事；接著，在第二類空間中去討論《零》的遊戲設計，包括寫實的音效、第一人稱視域、遲緩減拍的身體操控感等等對知覺的種種綜合感受；最後，在第三類空間之屬，乃有著相當有趣的現象，臺灣的玩家由於不懂日語以及日本文化傳統，於是在語義的學習與意義的取得上有著障礙，然而這些障礙使得玩家尋求不同的理解策略，像是在遊戲內「以漢字與圖像猜測」，甚至跨出遊戲外「尋求玩家社群協助」、「查看翻譯的攻略本」等等。在三類的空間全都釐清之後，我們企圖可以理解《零》系列遊戲的「好玩」之處，以及玩家如何認為「甚麼是一個好的電玩」？

本研究總體而言分為八個部分，其目的為電玩研究提供另一種分析模式，試圖重新思考電玩研究如何可能，且將詮釋學的文化分析帶入電玩研究的方法論中，最後從《零》遊戲的具體分析中得到「好玩的電玩」的意義與價值。討論篇章如下所示：一、電玩做為新文本，以電玩之科技媒介特徵為綱，說明電玩在美、學、藝術、社會、文化等面向所隨之相應的電玩本體觀點；二、電玩中的空間層次，此部分本文聚焦於法國電玩研究者 Bo Kampmann Walther 所提出的三層電玩空間分析，詳述其間理論脈絡與分析原則；三、本研究採取文化研究中的詮釋學取向，以電玩文本、玩家訪談與網路社群「巴哈姆特」留言為研究資料，著重於玩家與研究者的交互詮釋以產生《零》遊戲的文化意義；四、簡述《零》系列遊戲的故事與創作背景以提供參考理解的基礎；五、以《零》的敘事與美學為背景，討論玩家如何在該空間中理解遊戲的情節與路徑；六、處理玩家感官在新科技形式中的知覺問題，將聚焦於身體、精神、與認同等現象學空間；七、在臺灣玩家的實際遊戲使用時，產生種種的語言、文化上的障礙，而此障礙恰恰使得文本解讀延伸，以至於電玩社群建立的語義學空間；八、空間的愉悅與逾越，結論部分總結三層的電玩空間分析，並指出其中空間的愉悅乃是來自於文本敘事上、玩家知覺上、與語義使用上的總體逾越，此說明了「電玩」在當代的社會意義。

貳、電玩的問題化

一般電玩史家則把 1972 年 Bushnell Nolen 所創的《乒乓》視為電玩的開始。在 1970 年代，當 Bushnell 所創的《乒乓》變成家庭用語時，一個「電玩世代」隨即開始。從相當粗糙簡單、單色數位格圖的手上機，如《金剛》、《荒野大鏢客》等等，到 80 年代中期的紅白機任天堂主機，再通過 Sega Saturn、PlayStation I 與 II，再到次世代主機 Xbox 360、PlayStation III、Wii，電玩的多樣形態滲入我

們的日常生活娛樂，形成了一種電玩遊戲文化（game culture），並在硬體不斷提升的科技條件下，電玩類型（genre）也繼續推陳出新。

電玩遊戲機平臺的成長，刺激了各種多元遊戲軟體類型需求的提高。1980年代，任天堂從日本為中心帶動世界電玩遊戲機風潮，當時約莫十到二十歲的玩家，至今已成為電玩遊戲機的核心消費者，年屆三十左右的上班族，在十幾年的培養中，對遊戲的喜好逐漸多元化，遊戲設計者因應著發展出十分多元的電玩類型。一般而言，電玩遊戲大至上可以分為十三種：ACT（動作過關）、AVG（解謎）、FTG（格鬥）、MUD（Multi-User Dungeon 之縮減，類似運用 BBS 平臺遊玩的早期角色扮演遊戲）、TBG（桌上遊戲）、RAG（音樂節奏）、RPG（角色扮演）、RCG（賽車競速）、SLG（策略模擬）、SPG（運動）、STG（射擊）、PZG（益智）、ETC（其他種類）等等，而種種遊戲類型又可以在同一款遊戲中複合存在。不管在硬體或軟體上，電玩作為一種當代的休閒娛樂，的確實實在在地發展出諸「文化叢結」。

一、新的藝術文本

在古典的美學裡，Plato 以「理型」的概念來說明對真實認識的欲求；而 Aristotle 則認為藝術是力求逼真的方法去模仿自然的技巧與方法之研究。在啟蒙時代中，Immanuel Kant 的《判斷力批判》（*Critique of Judgment*）中的審美判斷強調了藝術作品對觀看者帶來真實的體驗。而十九世紀時，Gustave Courbet 提出藝術必須忠實呈現自然，強調藝術的價值在於對自然的再現，此依循古典美學觀點的藝術，被稱之為高級藝術（high art），並主導了半個世紀以來的藝術創作形式（Meecham & Sheldon, 2000）。

其後當 Marcel Duchamp 於 1914 年以「現成物」（ready-made）作為雕塑的材料，打破了古典藝術構成的限制，藝術的標準從此解放開來。在 Harvey (1990) 的《後現代狀況》中論到了這個「轉向」，藝術家因為社會脈絡與政治環境的影響，開始以反傳統、反精英的實驗性突破方法，尋求自我解放。如偶發藝術（happening）結合不確定性與隨機去創造結構性的藝術創作；又如普普藝術（pop art）則大量使用通俗流行象徵物作為創作品的元素，在拆解、組裝、重新定義中賦予新藝術的意義；Harvey（同上引）也提出了建築空間上的轉向，一本《向拉斯維加斯學習》的建築師宣言，使得商品與大眾成為了城市計畫的核心。林林總總的現象都在說明，通俗文化中的事物，那些美學意義低的創作（low art），反而成為具有實驗性、創造性與當代性的代名詞。

然而，電玩遊戲的娛樂性與商業性，以及遊戲內容所呈現的暴力，它在大眾的觀點之中，無法與古典音樂、視覺藝術等列為同等級之高級藝術，而被視為敗壞人心的娛樂資訊科技產品。但，由轉向後的後現代藝術看來，電玩逃離了古典美學的審視，從通俗文化的 *Low Art* 引出了新的藝術文本型態。

2001 年 7 月，舊金山當代美術館媒體藝術協會（The San Francisco Museum of Modern Art Council, SMAC）舉辦了一場為期三天的研討會與展覽，會議名稱是「ArtCade：探索電玩與藝術的關係」（ArtCade: Exploring the Relationship Between Video Games and Art），首次討論將電玩視為一種新的科技形式的藝術文本，該會議邀請來藝術評論者與遊戲創造者，共同討論電玩新文本美學²。電子藝術中心管理總監及電子藝術節藝術家總監 Gerfried Stocker (2001) 寫了一篇文章“Takeover -- About the thing formerly known as art”，其中說到，透過電玩，新的思想產生，敘事與表現的新形式誕生，也因此新的媒體溝通浮現，形成主宰強勢的文化原型。

如同上述的當代藝術對電玩的收納，Darley (2002) 在其有趣的著作《視覺數位文化》（*Visual Digital Culture*）中同樣對電玩重新做了當代詮釋，他從傳統文學理論中的寫實主義（realism）以及通過超寫實主義（surrealism），對照出當代電玩藝術中的「擬像」（simulation）與「互動」（interaction）。也就是說，電玩有其新的文本形式，乃是圍繞著擬像與互動，並產生了相關的特質，例如敘述性與超文本（narrative and hypertext）、虛擬實境（virtual reality）、虛擬存在（virtual existence）等等。這都是對這種新科技形式的媒介文本所產生出來的文類特色。

二、關注遊戲的使用者

掠過電玩的新藝術文本特性，接下來本文關注於電玩作為社會文本的場域。不只是在藝術領域之中，電玩所具有的新科技形式而展現出後現代文類的特質，其值得研究者探索。在以社會中的使用者為研究中心的社會科學研究，也以電玩的特殊當代意涵作出了「能指的時代」（the age of signifier）(Darley, 2002: 124) 的觀察。

2 從這裡可以看出 ArtCade 命名，其語意與 Arcade 電子遊樂場相關。參閱網路資料：<http://www.wried.com/news/culture/0,1284,45146,00.html>

電玩在社會中的文化立場是十分值得探討的。Fiske (1989) 在《閱讀大眾文化》中進行了澳洲的電玩場及其玩家的文化分析；一開始 Fiske 藉由政治經濟學切入電玩場一空間，解釋了玩家與電玩所建立起來的社會意義乃是「逆轉」（inversion）了資本主義所制訂出來的「人—機器」的生產關係，玩家「使用」機器並不是為了生產賺取利潤的商品，而是為了生產「愉悅」，抵抗支配階級所設計出來的控制體系，並從這個逆轉與抵抗中得出玩家的「主體性」。

隨後，Fiske (1989) 從先前的政治經濟學符號過程分析，轉向一種較傳統的文本符號學。若以電視作為與電玩雷同的文本，雖然那些象徵性的敘事在螢幕上上演著，但觀看者—螢幕的關係卻也逆轉了，操控遙感便是其逆轉的核心。首先，儘管電玩的敘事早已決定，但玩家們依然可以加速或拖延遊戲的進展（可以進入副本延伸遊戲或是進入捷徑加速結局），玩家可以加以對遊戲產生符號性的控制，而由於遊戲中的敘事權威缺乏意義而使得作者撤離了，玩家成了電玩中的作者。這種自我脫離社會關係與意識形態控制所產生的短暫的主體性崩潰式愉悅，乃在於「能指」（signifier）與「身體」（body）全然結合時的「忘我」（losing oneself）與「狂歡」（carnival）。用 Deleuze & Félix (1975) 的話來說，這種崩潰提供了玩家一個面對宰制的日常生活的「逃逸路線」（line of escape）。

由此處可看到，Fiske 帶給我們的乃是一種科技使用者的文化研究觀點，其強調了電玩的大眾文化具有一種政治的潛能，文化實際上是政治性的，大眾在日常生活的細節中，透過不同的閱讀與實踐，以快感的取得（access）拓展了作為從屬者的活動空間。而玩家的知覺感受，乃通過種種身體感覺與閱讀符號的策略，去體驗電玩作為新的文化文本。

三、電玩作為一個社會

除了討論電玩作為一種新的藝術文本，與將電玩玩家的使用，也就是其閱讀遊戲、感覺遊戲之文化文本體驗之外。我們還可以將電玩的「問題化」指向電玩遊戲的「詮釋共同體」，也就是從電玩的文本、電玩的使用（閱讀與感覺），再轉向電玩社群的建立。

在 Steven Johnson《開機》（Johnson, 2005／蔡孟璇譯，2007）一書中提出一種「電玩的勞動學」，在他認為「越來越複雜」的大眾文化裡，電玩遊戲的位置比較像是一種工作（work），目的也不像是取得愉悅，就算是取得愉悅也是一種「延遲的愉悅」，玩家必須要將電玩遊戲的愉悅建立在「探詢」（probing）與

「套疊」(telescoping)的學習過程中。所謂「探詢」乃是細瑣繁雜的搜尋；「套疊」則是同時運作多項理解能力，這些工作十分類似「日常生活」。而在這些工作的背後，更重要的是，意義豐沛的共同體的全然沁浸，在玩家的社群中「溝通」以學習到電玩遊戲的文化現象，便是遊戲溢出到現實生活而感到愉悅之處，而不只是聲光效果的快感。

Newman (2004) 在一篇討論電玩社群的文章〈社會性遊戲與電玩文化〉中，說明了玩家並不是一個孤獨的遊戲者(solitary gamer)，而是玩家們將電玩螢幕開關之間，有著社會性的競爭與合作。Newman 將電玩作為一種社會空間(social space)，玩家們在電玩遊戲中想像著其他玩家是自己的遊戲對手，在單機版的遊戲中作想像的競爭，在今天的 on-line 世代玩家間的競爭便藉由虛擬實境與互動裝置在網際空間中實現。非但如此，當玩家關上了螢幕，回到現實生活中，遊戲並沒有結束，玩家，也就是電玩迷們(fans)，在網路的討論版上「分享」(share)著遊戲的破關策略與一些遊戲中令人驚奇的小秘密。圍繞著電玩迷所產生的周邊事務也不斷製造著，像是提供電玩雜誌、改編的電玩小說、以及集合著電玩迷的電玩展覽，或是定期的特定遊戲的玩家聚會。Newman 認為，電玩的迷文化乃是在遊戲內／外都同時發生著，這與其他許多形式的通俗文化有著顯著差異。

對電玩文化語境進行考察，一方面是強調合作性的價值與認同根源，另一方面強調其「共在」(coexist)的現實。從 Garfinkel (1967) 的俗民方法論看來，此乃是重視社會普通成員運用了社會中的日常行為的「技藝」(accomplishment)去參與社會真實的建構；又如 Weick (1979) 所言之「展現」(enactment)，其積極地、無意識地去型塑、結構化了人所生活在其中的真實。

總的看來，電玩作為一種問題化的領域，大抵上可以粗略分為三大範疇：電玩作為新文本、電玩使用者的體驗以及電玩作為一種社會。這恰恰就與新媒介研究(new media studies)的旨趣趨勢相符膺。Dovey & Kennedy (2006) 在《遊戲文化》中將電玩研究作為對應於新媒介研究的重要研究領域，傳統的媒介研究乃是將焦點放置在積極的閱聽眾(active audiences)所連結出關於再現(representation)、解釋(interpretation)、消費(consume)等等面向；而新媒介研究則是強調「互動的使用者」(interactive users)在去中心化的媒介下，享受著「擬像」的快感，體驗(experience)新文本，並參與和共同創作(co-create)並沉浸其中(immersion)的複本。這與本文所爬梳的電玩研究的問題化層次共同指向一個與傳統媒介研究截然不同的認識觀點。

下面，本文立基於電玩研究的三個面向，引入空間的框架概念以進行電玩空間層次的分析性探究，主要目的在於引伸一個理解與體驗電玩文本的理論途徑。

參、電玩中的空間層次

在大部分過去關於電玩（video and computer games）的媒體研究中，通常做了兩個假設，其一是電玩的螢幕像是一個觀念的透明正片，其二是理性科學秩序的絕對權威（Taylor, 2003）。所以，一般而言，對於電玩空間（video game space）的研究大都是線性的觀點。也就是說，傳統的電玩研究，將電玩只注重內含的程式符碼（code）所編織出來的系統，以及玩家的接收。但新媒體研究立場的電玩研究，則認為電玩空間不應該只是簡單的程式語言與遊戲引擎的物質系統，電玩空間應該是一個體驗性的空間，其通過螢幕與搖桿作為理性與感覺統覺的介面，來使得玩家與電玩符碼產生互動（同上引）。

Walther (2003) 認為，這樣對於電玩的空間反思，大致可以以「螢幕上的電玩」與「玩家的遊玩體驗」兩個主體交織出三種類型的電玩空間。第一類即所謂的敘事空間（espace narratif），玩家在遊玩和與電玩互動的過程中，發展出對劇情的理解，而這個敘事空間是由電玩文本作為原樣，而玩家從中拼湊而建構出來的。第二類為現象學空間（espace phénoméno-logique），這個空間是由玩家在視覺、聽覺、操作的感官認知所統合起來的。第三類則是語義空間（espace sémiotique），在這個空間中，玩家們學習電玩中的符號，就像是種種內含在遊戲中的「默會知識」，而玩家也不時的將遊戲溢出到電玩之外，與其他玩家共同分享自己對遊戲的「知識」。接下來我們分別來探究三種空間的概念為何。

一、敘事空間

敘事空間乃是一種將電玩的敘事當成空間視覺感知去建構。在這個空間中，它讓玩家自行打理他在電玩中的空間。敘事體空間有著簡明的敘事功能，當玩家在空間中冒險、打鬥或漫遊時，那種直接展現、不言而喻的「敘事—載體」是玩家立即能夠明瞭的。而更複雜、更有趣的電玩則強調有著各種的路徑（path），每個不同的路徑都有不同的敘事，這讓玩家在其中交替流動著，這種流動像是一種劇情的剪裁，隨著玩家的選擇而不同，於是複雜型態的路徑搭載著相異的故事形成「空間—故事—載體」，這非但不會影響到遊戲文本的劇情，相對地，此可使玩家在不同的敘事空間中嘗試各式各樣的互動式敘事的愉悅。不過，這樣的蒙

太奇 (montage, 剪裁拼貼) 終究是古典的, 也就是透過一定的互動規則來將故事的意義表達出來, 是一個雖然複雜但必須有跡可循、立即明瞭的空間 (Walther, 2003: 210-211)。

二、現象學空間

現象學空間則是一種在任何電玩遊戲中都可以發現的類型, 玩家們必須學習在這特殊空間中的認知, 如何操作、移動、打鬥、玩樂, 這是一種特殊的「空間體驗」。無論我們如何操作 Mario 行走跑跳於各式各樣的陷阱與危機中, 或是線上遊戲電玩空間中砍殺、奪寶, 這些空間皆有種「可感知性」, 而這可感知性是極度強烈也不可能避免的, 似乎可以隨時無限展開。此外, 這個空間也具有所謂的「同時性」, 伴隨著玩家在 play game 時同時展開, 在操縱桿的前進與後退間讓玩家同步感知到此一空間的特殊性。而在現象學空間中, 玩家是反蒙太奇、反剪裁拼貼的, 玩家透過身體操縱電玩系統, 試圖將電玩遊戲的複雜故事敘事縫合起來, 是一個玩家介入文本的連續性感知空間 (Walther, 2003: 211)。Walther 在此所運用的現象學觀點是較為靠近 Husserl 與 Merleau-Ponty 的現象學討論 (Carman, 1999), 尤其是身體、觀看與感覺等層次。

三、語義空間

最後一個空間, 符號語義的空間, 在其中, 玩家必須透過遊戲的過程學習、瞭解電玩遊戲空間中的各種符號與其可能的意義。這個過程充滿了趣味與令人驚奇的互動, 而此互動掌握語義空間的意涵可簡化為兩個面向: 一個是玩家對電玩空間中符號的「功能性詮釋」, 另一個則是電玩符號在電玩遊戲結構中所賦有的意義與功能。另一方面, 符號語義也流竄於電玩遊戲之外, 也就是玩家一方面與電玩世界互動出意義, 一方面玩家也將這個意義與其他玩家進行分享, 產生「互文性」。在語義空間強調超越空間與產生互動的原則下, 該空間中所生的蒙太奇是更為巨觀的語言體系, 玩家看到的不是古典的蒙太奇拼貼, 亦不是強調連續性、強調感知上的抵抗蒙太奇, 而是經由更投入遊戲, 全面瞭解電玩遊戲的符號組接原則, 甚至進一步自己產生新的蒙太奇系統, 賦予遊戲符號新的意義 (Walther, 2003: 212)。

簡而言之, 透過對電玩空間的分析, 可以掌握電玩與玩家互動出來的文化系統, 而這些空間則是由不同的形式與內容所構成的。若我們要對電玩的空間進行

理論上的探究，就必須跨越文本、玩家與社群三個層次。於是，本文企圖以應用詮釋學方法來達到三者交互主體性的融合可能。

肆、詮釋學方法的使用

由於本研究重視的乃是對於電玩空間的文化解讀，也就是說，不但注重的是電玩作為一個文本所展開的結構，更要加入與其互動的玩家所在其間進行的理解與體驗，是故，詮釋學方法則可以涵蓋這個從文本分析到玩家體驗，再推向整體電玩文化的共同詮釋。接下來，本文首先探討當代詮釋學的方法論特色與關懷的焦點，並且說明在文本、訪談實作上如何達成研究者理解的可能；其二，我要說明本研究所採用的分析資料與訪談對象。

一、理解如何可能

於文化的研究便是建立在對符號、意義的使用系統之理解上，其方法是經由對語言的掌握與對生活的認識而得來。也就是說文化研究將「意義形成」這一概念，作為研究中一個較新的範式的發展提供了動力。而這也關連到對於「文化」的「理解」（understanding），將文化中的成員當作意義的參與者，以此參與、共用現實意義的創造方式進行詮釋與理解（Alvesson, 2004）。而對於文本的理解與訪談者與研究者之間共同詮釋可以為詮釋學方法應用在文化研究中的重要原則。

（一）遊戲作為文本

本研究首先採取詮釋學中的文本理解途徑，一方面對《零》系列遊戲作結構上的敘事分析，這是文學傳統上的文學批評方式，重視的是拆解遊戲文本的結構並釐清其中的主要敘事途徑與故事主軸，另一方面，在詮釋學的觀點下，必須重視的是理解的整體性，其通過「歷史性」（Gadamer, 1960／洪漢鼎譯，1998）去瞭解文本的意涵，在研究者本身涉入電玩遊戲文本的「成見」（bias）中產生解讀。

（二）訪談與詮釋

而在研究者的文本解讀之外，詮釋學傳統必須將玩家的文本解讀一併協同來作用。於是，訪談在本研究中的位置相當的重要，由於必須要在遊戲作為文本的

情況下，再推向與玩家「視域融合」（horizontverschmetzung）（Gadamer, 1960／洪漢鼎譯，1998），這個視域間的張力便是意義的來源，或者用較為經驗研究的語彙來說，是在訪談的活動中「相互理解」。

詮釋學的傳統告訴我們，現實的敘說建構關乎於意義，而非事實（fact）的再現。「事實」本身就是被建構的，它從詮釋的情境脈絡得到意義；它是說者與言者協商或折衝的結果。我們找不到一個單一的現實作為最後真理的依據，因此每一件資料具有多重意義。意義的建構必須在共享的文化意義系統中進行，讓說者與言者的經驗得以溝通。因此，詮釋的過程使我們對於個人的故事與文化的情境都有進一步的瞭解。

簡言之，從文本與訪談的處理，乃是一個同時發生的意義理解過程，是一個與各種層次的文本對話的過程。對話已然形成一種意向，是對文化涉及一種溝通過程，這個過程包含了文本與玩家的關係、文本與語言的關係、文本與社會脈絡的關係、研究者／詮釋者與玩家的關係、研究者／詮釋者與讀者的關係、研究者／詮釋者與世界的關係。而整個組織文化的寫作與對話的結構，便是詮釋學的框架，而這個框架中的內容也開放給參與性與文本性。

二、研究對象的說明

本研究主要以文本分析與深度訪談為研究方法，主要研究材料有遊戲文本、電玩手冊、玩家訪談與電玩網站討論版留言。

在電玩文本方面，乃 TECMO 電玩軟體廠商在 Sony 的 PlayStation II 推出《零》（2003）、《零：紅蝶》（2005）、《零：刺青之聲》（2006）與在 Wii 平臺推出的《零：月光的假面》為主。由於電玩遊戲文本是一種超文本形式，內在結構與敘事路徑複雜，是故，在文本的分析中輔以各遊戲的「電玩手冊」與「電玩攻略」作為分析的副文本。

在訪談的部分，希望對《零》遊戲涉入度高的玩家進行訪談，故此本研究以平日有遊玩《零》系列遊戲（各難度均破關一次以上）、消費該遊戲（購買相關周邊產品）、收藏該遊戲、參與《零》遊戲的討論（網路論壇發言與電玩迷活動）的玩家為主，利用網路及其相關網絡的尋找訪談對象。預計進行深入訪談三位玩家（如表 1）。

此外，本研究觀察網路電玩論壇（如電玩討論網站巴哈姆特）發言與各玩家自行架設的部落格內的有關遊玩《零》遊戲的文字、圖片發表內容。在電玩網

	年齡	性別	職業	遊玩程度	其他描述
A	30	男	法務	全系列都全破關	玩電玩已經二十年了，各種平臺都有接觸，喜愛 RPG、AVG 等類型。《零》是近年最喜歡的恐怖 AVG 遊戲，每一集都遊玩過數遍。對於網路上的電玩論壇也有所接觸。
B	28	男	廣告 AE	全系列都全破關	玩電玩已經十五年，各類平臺都有接觸，喜愛 RPG、AVG、ACT 等類型。他喜歡《零》的畫面與操作設定。較無參與電玩網站的論壇討論。
C	24	男	服役中	全系列都全破關	已有十年的電玩遊戲年齡，平常較常玩 PC Game，對於 PS2 的遊戲也有所涉略。《零》算是近年較投入的 TV Game，有參與過電玩社群的活動。

表 1：受訪者資料

站巴哈姆特中有設置《零》遊戲的「哈拉區」以供玩家留言討論，數量巨大，本研究共搜尋到 521 篇貼文，以每十篇為一個間格選取一則留言作為原則，共抽樣 52 篇；在反覆閱讀文本後，彙整集中性的主題來進行分類與分析，同時也與訪談對照，找出交相互文之處，以提供遊戲更完整的多元詮釋。

三、訪談問題

本研究提出關於玩家遊玩《零》系列遊戲的訪談大綱，詢問對於遊戲的基本認識、遊戲文本的詮釋、遊戲的操縱體驗、遊戲的社群參與實踐等等，企圖使玩家在最自由程度上談論，研究者將簡略地擬定問題，並在幾次訪談的循環中，讓研究者與受訪者共同詮釋這個電玩的遊玩經驗。下面便是本研究的訪談大綱：

- (一) 玩家對遊戲的基本認識：你如何／何時接觸到《零》這個遊戲，第一次玩這個遊戲有甚麼感覺？現在又是甚麼因素讓你這麼著迷？
- (二) 對遊戲文本的詮釋：你最喜歡這個故事的甚麼部分？
- (三) 對遊戲文本的詮釋：你對於《零》系列遊戲故事的瞭解有多少？
- (四) 遊戲的體驗：你如果在遊戲中有不解的部分，像是技巧、謎語、文件等等，你會怎麼解決？
- (五) 社群參與實踐：你有參加關於《零》系列遊戲的網路論壇的經驗嗎？

伍、《零》系列遊戲的發展

2001 年，製作人菊地啟介（Keisuke Kikuchi）構思出一種屬於東方的鬼怪奇譚遊戲，其設計以 AVG 方式進行，也就是解謎冒險式遊戲。這類型的遊戲通常

以一個主角不斷地在故事中冒險前進以完成一個有情節的、劇情化、電影式的影音敘事為主軸。菊地先生認為，這類以東方元素為主的 AVG 恐怖遊戲在遊戲史中是比較稀少的，一般來說，以西方世界為背景的恐怖冒險遊戲是 AVG 遊戲的主流，像是《惡靈古堡》系列、《鬼屋魔影》系列、《時鐘塔》系列、《沉默之丘》系列等等，都是以基督教世界的光明與黑暗的爭鬥，或是以科技發達社會所引發的恐懼感為主題。而菊地及其創作團隊蒐集了日本的鄉野奇譚故事，發展出具有日本在地氛圍的解迷冒險遊戲，以東方的死亡觀作為詭異的軸線，參照出人鬼共存、情感濃厚的鬼魅敘事。

這個強調東方的人鬼共存、感情濃厚的鬼魅故事，其主題便與以西方文化為主軸的鬼魅故事有著差異，其主題分別為「犧牲」、「合而為一的慾望」、「思念」、以及「歸返」。像是第一代的《零》所圍繞著的主題乃是「犧牲」，被御神鏡淨化後穢氣盡去、恢復神智的怨靈霧繪，重拾其為巫女的責任感，願意以身代繩守住黃泉之門，讓自身永世遭受黃泉瘴氣的衝擊，而對其動了感情的冬真，也願意犧牲自己的人生永遠陪伴著巫女。而第二代的《紅蝶》主題是雙生子之間的牽絆，也充滿表現感情深到極致時那種偏激的渴望，一種「合而為一的慾望」。體弱且有腳病的繭深深依賴著妹妹零，而零也寸步不離守護著姊姊繭，但是，總有一天是要分離，所以進入對方的身體變成了永遠在一起的方法。到了第三代《刺青之聲》的主題，則是生者對死者的「思念」，還有揮之不去的歉疚。在日本的傳統中有個習俗，勸人不要為死者過於悲痛，否則會束縛死者，讓他們無法往生。《刺青之聲》觀念與此相去不遠，不過並不是死者被生者牽絆，而是生者忍受不住思念的痛苦而跟著死者一同共赴黃泉。無法忘卻的思念如同一種生命中的罪。最後，第四代《月蝕的假面》則是回到前三代訴說著「歸返」的故事，其以朧月島與灰原病院的傳說串起過去一代到三代的片段，形成《零》系列遊戲的互文結構。四款遊戲的主題大抵講的是「犧牲」、「奉獻」，並以祭祀儀軌來展現。

說到《零》系列遊戲的互文性，其也是這款遊戲吸引玩家的主要因素之一，四款遊戲以四種不同的巫術儀式「裂繩儀式」、「紅贅祭」、「紫魂儀式」、「歸來迎」將故事的相關性串連在一起。一代《零》談的是「裂繩儀式」，其從冰室家族成員中挑選巫女，通過「捉迷藏」的方式選出沒有被抓到的小孩囚禁其不與外界接觸，等其長大成少女，施其類似中國五馬分屍的裂刑，其巨大的痛苦足以形成封印「虛」³的力量。而在《紅蝶》中，皆神村一樣也使用巫術儀式去解決

3 虛乃是陰陽交界之處，在無神之日會溢出百鬼，其形態通常是一個無底的洞窟。

「虛」的溢出，不過該地的風俗是「紅贄祭」，其執行方式是選擇一對雙胞胎，使其兄殺弟、姊殺妹，在雙手扼死弟妹時便會留下雙手的勒痕，一道紅色的蝴蝶形印記，此使雙子合而為一，死亡的肉身丟入「虛」中，而雙子的精神則合而為一在活著的人身上。到了《刺青之聲》這樣的合一儀式也在久世家族中流傳著，「紫魂儀式」便是將生者紅色的血液與死者藍色的血液混合成紫色的印墨，刺青在巫女的身上，使其感受生死相思的痛苦，在四位唱著安眠曲的女孩之祝頌下，神官剝下巫女滿是刺青的皮膚作為封印「虛」的法器。最後，所有的儀式都在《月蝕的假面》中出現，「歸來迎」作為四方月家族的巫法儀式統合了前三項儀式的部分過程，匯集出一種關於月光的儀式，巫女最後在月光下舞蹈致死而得到精神的力量。簡言之，《零》系列作品，將驚悚遊戲中的恐怖感重新定位，透過主題與儀式的再現建立了獨特且悽美的「日式驚悚」誌異世界。該系列作品除了將故事系統做了相當完整的互文性結構以建立該遊戲的歷史性質，讓玩家可以在這個歷史性質中做出自由度相當高的聯想活動，又將遊戲重心放於強化遊戲性的方面，融合了「更加洗鍊的恐怖感」、「解謎的緊張感」、「高度動作性」等要素，讓遊戲系統更為精緻化，以成為遊戲系列之集篇式作品。下面我們便進入三種空間的分析，以便理解上述所稍稍論及的《零》系列遊戲的文本及其詮釋，朝向理解與體驗電玩遊戲的「好玩」之境。

陸、敘事空間：互動系統與故事系統

電玩遊戲文本研究者 Talin (1998) 認為，所有的電玩遊戲都處於兩個極端之間，也就是「說故事」（storytelling）與「互動」（interacting）。這是一個光譜式的看法，在故事系統與互動系統兩個對立的參考點之間不斷地做遊戲敘事的測量。通常，若電玩含有仔細編寫的劇本、場次排列有序的結構，屬於較靠向故事系統；但若缺乏這樣的結構玩法，較傾向單篇、一次性、強調動感對應的玩法，則屬較偏向互動系統的電玩遊戲文本。這是一個文本意義上，方便解讀的基礎，在本研究中也作為拆解敘事空間的分析途徑，也就是將《零》這款遊戲的敘事結構分為兩方面來解讀。

一、互動系統：門後與歧路

在《零》系列遊戲中，依著其遊戲的程式設計，大致上可以抽絲剝繭出兩個重要的互動系統特徵，也就是「門後」與「歧路」。前者所展現的乃是，遊戲的

敘事結構乃是以一間間的房間為單位，當玩家探索完某一間房間所有的故事，便必須要開啟房間中的門通往下一個未知的房間，此形成一種對「門後」的未知狀態，造成玩家與故事的心理互動；而後者，「歧路」的遊戲設計乃是在不同的房間之間穿梭著不確定發生的穿插劇情，並且在不同的線索，如物品、文件、怨靈現身的情況下方有可能發動相異的故事情節，此使得玩家在「歧路」的故事中找尋敘事的可能性。下面，本文就此兩個互動系統的特色進行較詳盡的描述。

（一）門後

《零》的製作人菊地曾經表示過，在這款冒險遊戲中最令人驚訝的，應該就是未知的謎團與障礙的冒險。在《零》系列遊戲中，故事進展主要建立在空間性互動上，也就是說，遊戲的時間並非真實的時間，倘若遊戲沒有在地理空間上進行到某個「劇情觸發」，否則敘事時間就像是靜止一般。所以說，遊戲中的地理空間便主導了故事的進行，而空間性在遊戲中則以封閉式的一個一個房間所構成，這是一方面是為了方便遊戲程式運算所製造出來的「單元」，你每進去下一個房間就是進入下一個程式的單元，而開門、關門的動作便是開啟下一個“download”。遊戲進行之中，玩家必須不斷地開啟下一個房間，闖進未知的故事情節，並且，在偌大的總體故事地理中去持續地反覆流連徘徊在不同組合的房間中，如作家般，去拼湊出可能「觸發」劇情的組合。

我們以第一代《零》為例，主角深紅得知哥哥冬真在冰室宅邸失蹤後，便獨自前往冰室宅邸尋找哥哥的蹤跡。於是，整個冰室宅邸乃是《零》的總體地理，這個總體地理則是由位於一樓的「繩之走廊」、「玄關」、「圍爐之間」、「大廳」、「蒙眼之間」、「隱藏通道」、「燈火走廊」、「書院之間」、「和服之間」、「樓梯走廊」、「日式人偶之間」、「迴廊」、「倉庫」、「有櫻樹的中庭」、「弔唁之間」、「月讀堂」、「魚池間」、「連接走廊」、「荒廢房間」、「有水井的內庭」、「森林參道」、「鳴神神社」、「逢魔之淵」、「鬼之口」、「佛堂」、「山水庭園迴廊」、「面具房間」，位於二樓的「倉庫」、「琴的房間」、「圍爐之間」、「觀月台」、「二樓大廳」、「閣樓」、「樓梯走廊」、「佛堂」、「榻榻米牢房」，位於地下一樓的「月之井」、「奈落橋」、「繩殿」、「洗禮之道」、「黃泉之門」等等共有四十一個獨立房間所組合而成。玩家在此不同組合的空間搭配中生產出故事。

倘若玩家想要在這樣自由度高的遊戲空間中恣意遊蕩，也不會妨礙遊戲的進行，甚至可以不斷地發現令人驚奇的旁枝末節，這樣「不是聚焦的、向心的，而是擴延的、離心的、頭緒繽紛的，有點超現實主義的味道」的空間設計，讓玩家開啟一道道重門，自己如作者般步入未知的旅程，在文本中遊歷。由於，遊戲的設計乃是除了主要敘事外，有些旁枝是不影響劇情進行的，所以玩家可以創造自己的故事；並且，在結局的部分，也有著分支的兩種結局，使得玩家必須要在開啟一道道門的時候做出符合玩家意志的決定，這影響著不同玩家會獲得相異的過程與結局。

如前所見，玩家不斷開啟未知的門後，恍若在障礙中展開冒險的路線，這條多元敘事的道路串起一間間的房間，玩家必須遊走在其中，像是地理學迷宮。下面就這樣的地理學迷宮提出「歧路」的遊戲設計如何造成一種「偵探」。

（二）歧路

在卡夫卡的仿偵探小說《城堡》（Kafka, 1988／熊仁譯，1995）中，一開始便是雲霧繚繞的阻礙，那光景是「城堡聳立著的那個小山頭，被濃霧和黑暗遮掩著，藏得一點也看不見，甚至沒有一絲光顯示出城堡是在那裡。從大路轉到村子裡的路上，有一道木橋，K 在木橋上站了很久，凝視著他周圍像幻景似的空寂」（同上引：1）。這城堡裡有著甚麼？幽暗曲折的走道、長廊、無盡的樓梯、與閒蕩的遊魂鬼魅？這些懸念在 Kafka 筆下還沒解答，便早已轉入了一連串的障礙之中。如引言所示，「他跑到那條村子裡的主要大路，並不直接通到城堡所在的小山頭。它先是向那個方向去的，然後卻又好像是故意的一般，向旁邊轉了一個彎，……。每一次轉彎的時候，K 就希望彎會轉過來，向城堡去」（同上引：12）。這個詭祕的迷路狀態，挑戰著 K 作為一個「土地測量員」（surveyor）的理性地形認識，在障礙地形的迷宮中拐彎抹角。謝志偉（1995）在〈道可道，非常道。卡夫卡，非常卡〉中，描述到主角 K 滿懷希望與熱情登上山道，徑向城堡，卻可能「上」不去，「下」不來，完完全全地「卡」在那裡，謝志偉問到這會不會是存在的真正開始？

當然，本文提出這個「卡」絕不可能只是文學性質的穿鑿附會，在筆者的遊戲經驗與訪談中，有一個遊玩經驗便叫做「卡關」，如同 K 卡在通往城堡的迷途上，在訪談中玩家談到常常當遊戲進行到某個程度時，便會「卡關」，這個時候玩家在沒有充分的線索條件下，只能在遊戲中四處遊走，企圖可以「誤打誤撞」

使劇情觸發或是發現解密的線索。這種「卡」的經驗，可以說是遊戲本身所設計的橋段。像是在《紅蝶》中，第一刻⁴從主角從皆神村儀式的CG動畫開始，展開第一刻的一系列流程，如下：

事件—逢坂家前（事件）—逢坂家大門（事件）—逢坂家「裏房」（取得女性的筆記本）—逢坂家「佛堂」（取得手電筒與相機）—事件—逢坂家「大廳」（拍攝門口封印靈）事件—事件—到大門口調查進來的大門—事件—拍得「大榻榻米房」外頭封印照片—到「裏房」

玩家在遊戲的進行中會發現遊戲所設計出來的種種障礙，阻礙著故事的前進，譬如在逢坂家「佛堂」若沒有取得手電筒與相機，玩家便無法觸發下一個事件的發生，於是，在遊玩的歷程中，玩家在此感受到一種「卡」的經驗，這種「卡」使得玩家產生「障礙」與「懸疑」的感受：

我覺得玩《刺青之聲》很容易卡關，像是某一個環節沒有弄清楚的話，就會一直在房子裡面不停打轉，也不知道怎麼辦，因為是遊戲的設計難度比較高吧，很多謎語都不知道怎麼解。不過也是因為這樣，遊戲才好玩啊！有卡關才會覺得我真的有在玩遊戲，如果很簡單，就不會想要玩了（A9）。

基本上，這根本就是小說或是懸疑偵探片，常常在裡面發現很多沒有辦法跨越的難關，有時候是因為語言的關係，有時候是遊戲本身的難度太高，但是我還算可以勝任吧，哈，我覺得我本身非常會玩這種解謎遊戲（C11）。

玩家的談話，讓我想到這樣的遊戲設計，就是好比是偵探文類其中充滿著誘人的障礙與無奈的冒險，此可以是個人尋思探索的過程或意義找尋的碰撞。在這樣的互動敘事之中，卡關乃是源自於遊戲中的歧路設計，遊戲進行的次序像是一連串的互連性迷宮，玩家在其中攻克與停滯著。

門後與歧路兩個互動系統的元素整合出本文認為《零》系列文本的特殊文學結構，其實也是當代文本的遊戲性質。《零》系列遊戲做為文本的特性，乃在於其障礙般的文本敘事發展，其使讀者／玩家探索著未知謎團與障礙冒險，是一種

4 遊戲如小說般也有分章節，像是《紅蝶》便是分為九段時間，從第一刻到最終刻。

無限的歧路與不可能的達成。玩家在虛擬的空間迷宮中攻克，是一種冒險性的命運的表現，也許玩家們期待著壓迫與勝利的未知旅途之前進，那個障礙便是遊戲形式的基本座架。

二、故事系統：陰翳美學與扭曲飄移的身體

（一）陰翳空間

日本作家谷崎潤一郎（Tanizaki Junichiro）高舉著日本形式美學的標誌，其作品《細雪》、《鍵》、《瘋癲老人日記》等等小說文本創造起艷麗感官美與陰翳古典美的文學世界。谷崎潤一郎身處西方美學波濤而來的日本文壇，提出了屬於東方日本的獨特美學體系，其是關於感官沉溺、留意日常細節、以及漆黑幽密的美感的追求，這些特色是西方文化傳統下相對忽略的部分。在《陰翳禮讚》中，說道了「日本鬼是沒有腳的，但西方的鬼不僅有腳，而且全身透明」，所以說，「我們的幻想與漆黑的幽暗密不可分，而西方人甚至連幽靈也如玻璃般透明」（谷崎潤一郎，1995／李尚霖譯，2007：50），這是相當有趣且以日本文學為本位的說法，其傳達出了對幽暗的關心。本文認為《零》系列遊戲的設計，恰恰可以用谷崎潤一郎的文學視野來關注，尤其是在於空間細節的部分。

對於空間氛圍的設計乃是恐怖遊戲中相當重要的元素，而《零》系列遊戲在空間的設計上總是讓玩家認為是相當「恐怖又華麗的」（B3、C12）。玩家認為：

在老舊的房舍之中，有著大量的看不到、看不清楚的地方，一個人玩的時候超恐怖的。而且，許多細節都做的很細，像是日本娃娃，或是很多不一樣風格的房間。我記得在《月蝕的假面》裏面，那些精神病患所住的病房每一個都是依著它的故事所裝飾出來的，有一個很恐怖，裡面布置的像是日本小孩遊戲的地方（B4）。

遊戲製作者相當精細地描繪著這種日本形式的房舍中，應當出現的所有物品，漆器、木椅、榻榻米、天井、木偶、木馬、神主牌、鬼面等等，滿足著對日本文化氛圍的想像。然而，真正讓人覺得恐怖的，乃是那些光線（主角手中的手電筒、微弱的燭光、明滅的日光燈）所照射不到的漆黑部分，櫃子內部的散亂衣物、走廊深處的答答聲、潮濕的便所、神龕的背後。谷崎潤一郎把日式空間拆解為一幅水墨畫，紙門是墨色最淡之處，而神龕為最濃的部分，他認為那便是陰翳

的奧義，「當我們注視充溢於壁龕木樑後方、花瓶周圍、違棚式書架下方等處的幽暗，雖然明明知道那裏除了陰影之外別無他物，卻彷彿只有那裏的空氣沉靜異常，讓人深深感到那一片黑是被永劫不變的閒寂所主宰」（谷崎潤一郎，1995／李尚霖譯，2007：38）。這是幽暗的令人不知所措的難以言喻的恐懼與寒意。

谷崎潤一郎認為這是一種西方常說的「東方神秘」。那其實是一種對抗，東方與西方的對抗，現代與傳統的對抗，機械與手工的對抗。在本小部分一開始所舉的《刺青之聲》的例子，便十分鮮明地說明這種對抗；主角一開始生活在現代的、西式的、乾淨的公寓裏，但在哥哥失蹤後，主角卻時常做著白日夢進入到一個東方的、傳統的、廢墟的和屋之中，在哪裡她尋見哥哥的蹤跡：現實的理性生活，跨越到夢的非理性的想像世界。兩處的擺設乃是截然不同的，現代科技式的照明設備對比上和室中的油燈、枕邊燈；磁磚的浴廁對比上木頭搭起的澡缸。種種的對比，傳達出《零》遊戲的陰翳之味，而也具有谷崎潤一郎的美學上的對抗意味。

（二）闇黑的身體

光是在《紅蝶》中出現的靈體鬼魂便有 155 隻⁵，每一個鬼魂都有著一個聯繫在整體劇情的分支作用，像是「哭泣的少女」（泣いひいる少女），便是一名身著紅色和服的黑髮小女童，低著頭在逢坂到立花家的道路上哭泣著，在故事中，她名叫立花千歲，乃囚於闇黑中而喪命的角色，如今仍在屋子裡等著哥哥回來，遊戲中一邊以漢字描繪她的故事背景，一方面用動畫顯現她的 3D 圖像，她的面貌灰白，表情誇張痛苦，肢體不自然地扭曲為詭異的姿態。在遊戲中觀察鬼魂姿態也是玩家十分關注的樂趣之一，因為《零》系列遊戲本來就是以相機攝影鬼魂為遊戲的目的，於是，對於鬼魂外型身體的描述與分析是可以拆解出文本的意義的。而方才所提及詭異的肢體可是其來有自，一種日本的身體觀。

Klein 在 80 年代針對日本黑暗舞蹈所做的田野筆記，則是從舞蹈的技術、訓練與美學之中，得出了身體上的微觀與內在的文化看法。日本暗黑舞蹈（ankoku butoh）乃是由傳統歌舞伎轉型而成奇異劇場，其內含「鄉愁式的回歸」（nostalgic return），乃是表現「詭祕」（uncanny）與「非理性」（irrational）之間的關聯（Klein, 1989: 39）。而其中 Klein 使用眾多舞蹈形象，以及兩個文學概念的運用一怪誕形象（grotesque imagery）與「變形」（metamorphosis）。

5 這鬼魂究竟是要數之為「位」，還是「個」，但是玩家們通常都使用「隻」，去人性化的用詞。

在 Klein 的身體分析中，引用了 Geoffrey Galt Harpham 的《怪誕論》（*On The Grotesque*），其認為怪誕就如同隱喻的語藝一般，是在一種令人不安的停滯下，有能力去掌握多重且不一致的詮釋。所以我們的理解會擱淺在一種「識閥」（liminal）⁶的階段，隨之而來的是，夾在理性與非理性兩個世界的理解狀態（Klein, 1989: 66）。《零》遊戲中的詭異感受，便是使玩家在受到不可言喻的遊玩狀態，在說不出的、形容不出的鬼魂姿態中，感到停滯與恐懼：

我常常被嚇呆了，有時候鬼魂扭曲身子，我都看呆了（A18）。

很恐怖吧，就是很詭異的感覺，尤其是在戰鬥的時候，一方面要閃躲，一方面又要拍攝她們，我記得有一個是吊死的女人，身體整個是反過來走路。很可怕，但是又覺得很有趣（C22）。

而在遊戲中眾多怪誕形式裡，「變形」作為一個主要的形象表現。像是「斷頭女之靈」（首が折わた女の靈），在幽暗的迴廊出現時，頭顱往後壓折，雙肩彷彿無骨般的垂墜，失去了一個「人體」的樣貌。對 Klein 的「變形」來說，乃是一個「奇觀異相」（spectacle），是基於一種多重的樣貌，脫離給定的主體性，其目的在於使觀看者感受「被剝奪的身體」，並企圖取回那個破碎不堪的東西（Klein, 1989: 82-83）。由此來看，《零》系列遊戲中的「變形」，一方面解開了玩家對身體的固定認知，那是關於各種社會所制定的姿態，另一方面，它提醒了玩家主體其實是一種過渡，是一個破碎的自我。

在敘事空間分析的這個部分，本文從互動系統與故事系統兩個範疇來解讀，可以看到在互動系統中，敘事由門後的未知與歧路的冒險來串起遊戲文本中的種種路線的跨越，那種偵探式的不斷互文與原地打轉可以象徵為一種後現代性的精神表現；而在故事系統中，陰翳空間所傳達出來的各種張力，與闇黑身體所呈現身體的怪誕、變形，隱含著逾越的意味。而這正是呼應著下面本文要著手進行的現象學空間分析，那是對於遊戲內／中（play on/within the videogame）玩家主體的精神分析式狀態，玩家主體認同與身體感知碎裂逾越的「遠程在場」（telepresent）。

6 或譯作為中介（limial），乃 Van Gennep 的人類學研究中側重的概念，在人類的活動中十分重要的乃是「過渡」（passage），其脫離現實時空與前後脈絡，進入一個過渡的時刻。

柒、現象學空間：play on/within the videogame

在敘事空間的分析中，我們可以瞭解電玩遊戲文本所「設定」的故事架構與設計，然而，如同先前所說的，這些敘事是建立在觸覺與視覺的循環中，方能表達該電玩的意義。也就是說，電玩遊戲的實際進行乃是由玩家所玩出來的，玩家的專注與操縱是十分重要的，而這些都是關乎感官的論題。在現象學空間的分析中，視覺與觸覺乃是分析的關鍵之處，玩家在遊玩電玩遊戲的過程中，產生了兩種感受：其一是視覺的收斂，玩家兩眼專注的凝視著電視螢幕，將自我投入電玩遊戲中的角色，就是「玩家—角色」（the player-character），產生對遊戲角色的認同；其二，玩家的身體操作著「搖桿」，在現實的空間中「遙感」虛擬空間中的身體對應動作。這兩者感覺的統合，便組成了電玩遊戲的一種存在論：遠程在場。接下來，本研究將聚焦於接受訪談的玩家所談論的遊玩體驗進行分析。

一、視覺收斂

我們與空間的關係是知識論的。而既然主體與客體總是一同生產的，空間的性質和設計將反過來對主體設置一種特定的位置與定義。連貫、固定、可被理解的空間以某種形式為主體提供一個位置 (Hauser, 2002)。這裡本文先為空間與主體呈現出一個簡略的關係，而 Jacques Lacan 的精神分析理論專注於身體、語言符號、空間與主體之間的現象本質，諸多電玩研究者藉此討論電玩遊玩中「看」與「操作」的空間活動，所以接下來，本文將轉向 Lacan 對主體性和視線的分析，以討論電玩的現象學空間中玩家的視覺與身體如何聯繫。

Lacan (1977) 認為主體是分裂的，在嬰兒的「鏡像階段」（mirror stage），嬰兒見到自己的行為反射在它者的模仿姿勢之中，發現「那就是我」，但那卻一種虛假的視野，因為鏡像表面上看似消除了疑慮，但其實是個誘餌，其生產了我們的幻象而非意象。然而這個視覺上的拉鋸，是我們人類不斷認同化的過程，儘管這個過程是一種失落。

有趣的是，在鏡像階段，當嬰兒獨自攬照著鏡子之時，那種在鏡中快樂地手舞足蹈，發覺自己竟然可以自由自在地操縱的自己的身體，歡欣鼓舞地認為自己擁有了所有的主權。那種操縱的愉悅感受，也可以對照在由銀光幕發散出來的遊戲畫面之中。玩家在遊戲畫面中操縱著主角的行動，彷彿自己已然全部地投入自己，那是鏡像階段的一個遺留，也是源自於這個遺留的歡樂感受，那相關到玩家對遊戲認同化的過程。

《零》系列遊戲乃是一個冒險動作遊戲，其進行方式在上一段文本分析中大抵可以看得出其與空間有著相當大的關係。玩家必須操縱著遊戲內的角色，像是深紅、零等等，以進行整個冒險故事的過程。《零》系列遊戲主要是以「第三人稱視點」（third person view）為主要視覺敘事，以一個「全知全能」的旁觀視覺角度觀看電玩內的主角行動；另外，遊戲不斷變換視點，時常在玩家操縱遊戲主角時、過場 CG 動畫時轉換成「第一人稱視點」（first person view），玩家在遊戲畫面中直接以主角的眼睛看到電玩中虛構的世界樣貌；並且，《零》系列遊戲最獨特的相機攝影系統，便是在遊戲進行中玩家必須使用攝影機將鬼魂封印入照片裡，在相機使用的模式亦是以「第一人稱視點」來操縱。玩家十分樂意地玩弄這樣的遊戲模式：

這個遊戲最有趣的部分，就是相機的系統，玩家可以變成遊戲中的攝影師，可以像是自己在拍照一樣，去拍靈異照片。這十分好玩。我想這是這個遊戲最大的賣點，也是與其他遊戲最不同的地方（A2）。

第一視點與第三視點的轉換很妙，一下可以變成自己在拍照，一下又可以操縱裡面的主角（C4）。

在視點的轉換間，遊戲讓玩家產生認同的移動，那是一種「是又不是」的感受：

有時候我覺得我就是遊戲裡面的主角，但又覺得不是（A18）。

這種「是又不是」的感受，使得玩家強烈的感受到遊戲主體不斷在變換的過程，玩家時而是一個遊戲的操縱者，在電玩遊戲空間外的實際現實中把玩著遙桿，一瞬間，當換面轉為「第一人稱視點」時，玩家旋即滑移到遊戲之中與角色發生連結，那是一種極為明顯感受到的「縫合」。

這個「誤視」所感受的與遊戲主角的「縫合」，讓玩家進入到遊戲中感到鮮明的身歷其境之感覺。我在訪談時，剛好跟著一位玩家重新在遊玩《紅蝶》，此時，畫面乃是進行到「躲在箱子裡的女人」（箱に隠れた女），在幽暗的走廊中，緩慢的打開閒置於一旁的木箱，一支灰白色的手一把抓緊了主角伸出的右手；同時，玩家身體震顫了一下，說到：

幹！又被嚇到了，每一次玩都還是會被嚇到，因為視點的關係啊，感覺好像自己就在裡面，沒有辦法看到旁邊發生甚麼（B23）！

當玩家與遊戲主角親密結合之時，認同感發展到最高點，有一種全然的愉悅感受，是來自於玩家「直接」、全心全意的投入，那是一種離開現實身體且在幻想中實現的「爽快」：

那是很直接的反應，有一種爽快的感覺（C15）！

當我們在電玩研究裡提到了上述的那種「爽快」，總將其連結到「成癮」。的確，「成癮」也許可以視為玩電玩的一個後果，但這個過程究竟代表著甚麼？或者，我們是不是只該問「成癮」的「電玩問題」？在 Fiske 的電玩研究中，他認為這個「成癮」乃是來自於社會規定的主體破碎了，玩家自迷在符號的自我揀選之中，形成「甚麼也不是」的狀態 (Fiske, 1989)。而本研究承接這樣的看法，並且認為那種「忘我」，其實是試圖去重新認同另一個可能的自我，像是作了一場尋找自我的冒險「白日夢」。有一位受訪者將夢與遊戲連接起來訴說玩這款遊戲的感受：

我覺得最誇張的是，當我很專心玩這個遊戲的時候，我連作夢都會夢到，在遊戲中的房間裡走來走去。之前有一次，我在睡覺的時候夢到我在灰原病院，嚇死我了，但是我很冷靜的在夢裡面，一關一關的過，雖然我沒有用相機，但是還是有擊退鬼魂。我玩遊戲的時候也是很入迷，入迷到我可以不用看地圖，不用看文件就可以過關，只要上手了，我就整個進入了這個故事，或是這個空間裡。有一次我的朋友還說我簡直就是住在裡面阿（A28）。

玩家由現實生活中移動到遊戲空間中，且日思夜夢地將遊戲帶入夢中。夢與遊戲的邏輯類似。在 Christian Metz 的視覺精神分析中可以見到這種視覺素材與夢的連結，尤其在看與知覺的關聯上，其將看電影的觀眾比為作夢者，他認為觀眾在看電影時，等於處在一種半夢半醒的狀態。電影有辦法製造幻虛如夢之境，並引領觀眾參與；觀眾藉由電影進入了另一種不屬於自己的意識之中，那是複雜的認同化與投射過程 (Allen, 1999)。也就是說，十分有趣的，玩家一方面在現實

世界中玩電玩，如同一種無意識活動；另一方面，卻又在夢中進行了對電玩遊戲的詮釋。在夢裡，在電玩裡，玩家依賴著一種整體的夢幻效果，創造了玩家自己的主體，不受到現實制約；夢與遊戲中皆然出現的，無論是「第一人稱視點」、「第二人稱視點」都是一種清楚知道「我簡直就是在哪裡啊」的空間感受。儘管那是虛構誤認的，但卻實實在在讓玩家感到心滿意足。

回到 Lacan 的精神分析論述之中，從「鏡像階段」的體驗可以看得出，自我做為主體與鏡像認同的產物，一開始就有一種把虛幻的鏡像視為「真實」的統一體的想像能力。這種想像力便是帶有「誤視」的特質。關於這種自我的功能，就算當初是因為人類主體心智的不成熟所致，不過，這並不意味著，隨著人類主體的逐漸長大成熟，而「誤視」的特質就可以被克服、消除、超越，與之相反地，自我的誤視特質與主體的心智成熟並沒有必然的關聯，其會隨著主體的整個過程移動，永遠伴隨著自我直到死亡。這樣看來，「誤視」便是自我的本質特徵。

電玩遊戲像是實現了這種「誤視」，或者說，電玩遊戲善用了「誤視」的效果。玩家沉溺在這種從螢光幕的表面上所散射出的虛幻成象，讓自己投入與「誤視」緊密相連的虛擬角色之中，在鏡像裡將電玩中的角色收斂於視覺之中，並且將之與主體親密地結合在一起，產生對電玩遊戲中遊戲主體的認同。在視覺收斂所產生的精神認同過程中，身體也隨即延伸、投入電玩的空間裡，儘管那是在實際的場所中所表現出來身體動作，玩家的身體有了雙重的意涵：一個是物理性的，而另一個則是符號性的。

二、身體遙感

遊玩電玩遊戲乃是一個以身體控制電視螢幕中電玩角色的互動過程，一般來說，玩家是以手握遊樂器的「遙桿」，並機敏地使用手指頭操作與螢幕中角色動作相應的按鍵。《零》遊戲自然也不離這樣的遊戲遊玩方式。然而，在 Wii 平臺所推出的《月蝕的假面》更以「體感」的遙桿來去做更多身體上的對應式操縱：

奶奶：「阿這隻 Wii 是幹嘛的？（臺語）＜指我手上的手把。」

我：「這是手電筒啊！我要動主角才能走啊！」

奶奶：「喔！原來螢幕裡的主角是你在控制的喔！」（討論區 1）。

在討論區中玩家描述旁觀者並無法認識玩家在遊戲器具的使用上的規則，這個規則是可以有多種層次的，第一個層次是遙桿乃是對應著遊戲中主角的動作，

那是虛擬的身體與實際的身體的對應；第二個層次則是遙桿有時會化作類擬物件，像是將 Wii 的搖桿當作是「相機」或是「手電筒」。沒有遊玩遊戲的旁觀者，是無法理解遊戲的進行，也就說，沒有實際地使用過遊戲的操縱方式與投入遊戲的人，是沒有辦法「體驗」電玩遊戲這種科技與人體結合的平臺的感知式理解。

在電玩遊戲中身體的知覺分析部分，Carman (1999) 的〈胡賽爾與梅洛龐蒂的身體〉點出了題旨，那便是關於「身體感」的展現，Carman 說明 Husserl 將想像分為兩種層次，第一層想像，與記憶、知覺並列，其作用在於修飾知覺與記憶；第二層想像，乃是對非現實物的自由想像，使我們可以通向日常生活中無法通向的本質直觀。不過，想像雖然超越知覺，但亦然必須回到知覺中來落實，所以，Husserl 將焦點轉向身體的知覺，企圖連結起身體內外的環境。這乃是一種雙重的身體感，外在的物理事實與內在的感覺發生在一瞬間。

Husserl 認為觸覺構成身體，這是身體的默會之知，遍布全身的身體的自我反身感。身體構成客觀的世界，在感覺綜合之際，主觀的客觀性將人推向他者，不管是任何情感、道德、價值都遍布全身。身體是對物的接觸，而身體的知覺使其超越。在身體感知的一瞬中身體產生主體間性與主觀的客觀性，主體向世界開放 (Carman, 1999)。

本研究認為在遊電玩戲遊玩之時，玩家自然而然地將身體投入與科技媒介綜合感受之中，身體與機器連結在一同，身體形成一種客觀與主觀之間世界，並且在操縱的一瞬間可以在電玩空間中，體認到電玩所設計出來的身體感。就如同玩家在投入遊戲角色的認同過程中，也逐步地體認到電玩角色所設定出來的身體感：

操縱的時候，會覺得有一點卡卡的。因為遊戲的設定主角是一個女孩子，動作比較慢（A24）。

這樣玩啊，一開始是有一點難度，但是時間久了，自然而然就跟習慣了（C31）。

如同 Husserl 所言，我們身體的操作對應到螢幕中的符號動作，在細微的指間微調間連繫著電玩空間中角色的慢走、快跑、閃躲、撿拾、搜尋、上梯下階、拍照、觀看等等動作，在學習操縱的過程中，感到「身體的默會之知」，這是非玩家所無法體認的。

玩家使用「延伸的感覺」一詞，來敘述玩家藉由電玩科技作為現實與虛擬的媒介，想像自己有著完全的操縱身體主權，且那是以身體感覺所建立起來的，那種「延伸的感覺」讓玩家想像自己便是在做實際動作：

在玩 Wii 的版本時，更有感覺，像是自己在作動作（C33）。

有時候玩家並不按照著遊戲所規定的身體行動來遊玩，像是尋找寶物、搜尋文件、拍攝鬼魂等等。玩家經常在不急著過關的閒時，讓自己進入所操作的角色，在遊戲的空間中遊蕩：

用按鍵來操縱主角，有一種把自己延伸到遊戲裡的感覺，這種動作遊戲就是這樣啊。有時候我還會在遊戲的空間裡走來走去，像是自己也在那個房子裡面一樣，不進行遊戲，而是去逛一下客廳，逛一下房間（A30）。

漸漸地，身體養成了一種對應於遊戲中角色的「習慣」，那是一種藉由「玩家—主角」細緻的互動關係所聯繫起來的圖式。在本研究所整理的網站資料中，有個玩家已然習慣了某種默會下的身體，以至十分「不習慣」於改變的操縱方式：

前幾天好不容易把月蝕破完了
後來因為心血來潮又把紅蝶拿出來玩
之後因為看習慣了右下角的感應燈
亮的時候就先左右轉來轉去找道具……
後來才想到是浮游靈……（汗）
之後到在還改不過來的就是被鬼抓時我竟然把 PS2 的手把拿起來搖……
還好幾次 畢竟被鬼抓還是會緊張啊……
心裡只想要快點甩掉他
遇到宮司時要拿手杖來刺天倉澤時也有想搖（討論區 9）。

身體感成為難以說明的狀態。身體感不只是對應著外在的知覺，也涉及了身體在運行這些知覺活動時從身體內部產生的自體知覺回路。身體知覺是需要學習的，成為一種習慣的身體，一種身體的知識，或種種的圖式 (Carman, 1999)。玩

家在現實的身體與虛擬的身體之間建立起一種習慣的身體圖式，這種默會下所領略的體認，讓玩家感到十足的趣味，也是對於逐漸學會操縱角色，隨後得心應手的愉悅感受，也是將身體由現實瞬間投入虛擬的逾越現象。

在 Taylor (2003)〈當裂縫崩碎之時：電玩空間與玩家〉一文中提出了一個概念：「遠程在場」，其相當貼近地詮釋在本研究中對於電玩的現象學空間所作出的兩種觀察的結果，視覺收斂與身體遙感。Taylor 在對 *The X-Files Game* 一遊戲進行了玩家與遊戲中角色的空間分析，其描繪了遊戲中的一個場景，主角 Agent Wilmore 在遊戲的一開始便以「第一人稱視點」行動著，並在一面大鏡子前映照出自己的模樣，那使得玩家在鏡中突然發現那竟然不是「自己」，而是一個「他人」（other）。玩家凝視著自以為操控自如的「自己」，竟然是一個「他人」，而這個「他人」卻又透過鏡像的反射看著現實生活中的玩家「自己」。這個電玩的場景帶著十足的 Lacan 精神分析意味，像是還原了鏡像階段的那種「誤視」的幻相與「操控」的滿足，並將之揭露，給予玩家震驚。

Taylor 認為這就是電玩遊戲空間所帶給玩家的一種透過科技媒介所展現出來的「遠程在場」。這種經由電玩遊戲空間與其中視覺與身體感的互動，而讓玩家瞬間感到的臨場的存在感受，就是本研究所分析的，視覺上收斂了遊戲畫面中的虛構場景產生了主體的幻視，玩家投入認同到電玩的角色之中；而身體上則藉由遙桿進行了遙感，在現實中遙遠地將電玩空間中的符號延伸到現實中的身體動作。一來一往，玩家不斷在遊戲空間與現實空間中翻越著，這種逾越的感受讓玩家像是在遊戲中（on）也像是在遊戲內（within）遊玩。玩家一方面是在電玩空間的外部使用著電玩遊戲，看作為角色的自己在電視畫面中、操縱著自己身體的行動；另一個則是玩家感到身處於電玩空間內，不能自己地體驗遊戲，感受到電玩角色身體的限制，並與電玩角色接合在一起。這正是電玩空間中「玩家—角色」的存在論。

捌、語義空間：電玩文化如何成為可能？

儘管本研究像是強調了文本脈絡的分析，或是回到了玩家的感知與精神的層次上來討論電玩，但是在對電玩遊戲的思考中絕對不可以忽略的，便是玩家如何在實際的生活里去與電玩遊戲文本作協同實踐。也就是，如果電玩可以是一種文化，那這個文化如何成為可能？本研究認為，這必須要回到玩家的「自然環境」（natural settings）中，來去觀看他們怎麼去運作文化的實踐。

在語義空間分析的部分，本研究選擇了兩個民族誌場域進行參與，研究者參與本研究的玩家 B 一同遊玩電玩，以及觀察其跟電玩遊戲相關的生活實作；並且，將實際生活的觀察轉向虛擬空間場域的閱讀，本研究選擇相當具有指標性、臺灣參與網民最多的電玩網站——巴哈姆特，其中依照不同遊戲分類為相異的「哈拉區」討論版，其中便有著《零》系列遊戲的討論版，討論版由玩家對《零》系列遊戲所提出的所有問題、意見、觀點、創作等等玩家論述集合而成。接下來，本研究就此兩場域分別作出民族誌的片段描繪。

一、進入遊戲與離開遊戲

從敘事空間的分析得知，遊玩電玩遊戲是一個「偵探」解謎的過程，玩家不但在電玩的敘事空間中隨著遊戲的互動與故事進行著走動、搜索、打怪、解答謎團、安排道具等等，整個遊戲程序是線性的。然而，玩家的遊玩是非線性的，玩家在進行電玩遊戲的線性過程中，會經常性地離開遊戲，從事與遊戲相關與不相關的活動，這也是必須包含在對於電玩遊戲的空間分析中。

以受訪者 B 為例，他近日重新遊玩《紅蝶》。儘管這已是玩家第二次遊玩《紅蝶》，但仍究欣喜，並在特定有恐怖情節出現的時候，受訪者 B 依然會有驚嚇的反應。受訪者 B 說道：「我都知道大概哪裡會有鬼出來，但是還要嚇到一次啦，這樣才好玩啊」（B47）。也就是說，玩家其實在已知的駭人段落「假裝」受到驚嚇，目的是為了去「體現」恐怖遊戲本身的樂趣。

在遊戲的過程中，受訪者 B 也遇到了些許難題，這些困難大都是與遊戲是以日文敘事有關。在一個深紅與其姐姐被分離在兩個不同的房間的橋段，遊戲的敘事中只有用日語發音的配音來傳達被隔在隔壁房間姐姐的話語，畫面下方只有簡單的漢字敘述此一小節的標題，這對玩家來說是一個語言上所導致的難題，可能會使其「卡關」。此時，受訪者 B 請我幫他從櫃子裡找一本《紅蝶》的攻略本，他說：

通常我都會猜那個漢字的意思，因為一定有兩三個字看的懂，其他的就亂猜，大致上也都是可以猜的中。但是像這種只有發音的，那就只能假裝沒看到，或是看攻略了，基本上，看攻略好像會不好玩因為都跟你講答案了，但是其實可以因為看攻略而更瞭解遊戲的故事在講什麼（B49）。

玩家在遊戲進行時經常面臨關於遊戲內與外的疑難，玩家為了解決困難，有著自己的策略去回應，像是「以漢字猜測」與「查看中文攻略」等等，都是常見的玩家策略。

此外，受訪者 B 表示，更常使用的一種與玩電玩遊戲同時並行的活動，就是上網。玩家在遊玩電玩遊戲時，時常遇到各式各樣的「卡關」時刻，可能是謎題解不開，或是某個敵人太強，又或者如方才提及純粹語文上的障礙，玩家最常上網加入電玩討論區，以此解決面臨的各式疑難。有時候，雖然沒有遇到遊玩上的疑難，玩家依然會到討論區看看，有沒有甚麼有趣的討論文章。

從研究者簡單的觀察與訪談看來，玩家在進行的遊戲時候，是全心投入的，玩家不只遊玩遊戲，也會為了遊戲耗費心力去蒐集資訊、尋求不同遊玩方式、瞭解遊戲的細節，盡力地去融入自己喜愛的電玩遊戲，並且企圖去徹底的體驗該電玩遊戲所設定的遊戲效果。另外，玩家儘管在關上了電玩遊戲機之後，依然會在遊戲的周邊圍繞著，像是蒐集相關的產品，或是進入網路社群參與討論。也就是說，在關機之後，玩家由獨自遊玩的現實中，過渡到虛擬社群的討論以及參與。無怪乎 Newman (2004) 會說電玩是社會性的。

受訪者 B 一邊說著，一邊打開他的筆記型電腦，登錄進入「巴哈姆特」。

二、電玩社群的進入與體現

巴哈姆特是一個綜合性的電玩遊戲網站，其開站於 2003 年，原本是以 BBS 討論版的形式去對各個遊戲平臺與電玩遊戲作意見的交換，而後，轉型成為大型的電玩網站。其站內以各遊戲平臺分為不同的組群，有 PSP、PS、PS2、PS3、Wii、NDS、Xbox360 以及其他等八個組群，進入組群後再依照不同的電玩遊戲分出相異的討論區。《零》系列遊戲就是設置在動作角色扮演遊戲中的《零》討論區。本研究蒐尋討論區中由 2005 年到 2009 年之間的所有相關文章，共 592 則，大致上，可以觀察到一個電玩文化社群與其中成員從進入社群到體現文化的整個互動過程。

就如同受訪者一開始加入巴哈姆特的初衷，那是一個功能性的解決困難需要。許多的玩家進入巴哈姆特最開始的理由都是為了解決各種「卡關」或其他遊玩時所產生的問題：

說話聲，腳步聲都和音效差太多了吧……

音效超大聲……但說話聲和腳步聲超小

老早就想問了

雖然我有把音效調小～然後把電視音量轉大

這樣雖然有提高了

但感覺是虐待電視……

請問有更好的解決方法嗎？（指提高說話聲和腳步聲）（討論區3）。

當玩家遇到困難時，「詢問」成為一個進入玩家社群的初步。通常在 PO 文後，便一定會有「高手」來回應並解答疑惑。這種功能性的詢問與回答的往返，使得探求進入組織的人有機會提出需求，而組織內成員（且通常是資歷較深者）則回應其邀請。在一段時間的交談後，組織的界線看起來是模糊而易進入的 (Jablin, 2001)。

玩家一開始的進入通常是功能性且隨意的，所以不會刻意地強調自己的身分。但一段時間後，有些玩家便會著手經營自己在討論區的身分，像是暱稱、話語的特色、或是他的獨特需求。尤其像是著迷於某一個電玩遊戲的玩家，在現實生活中可能無法尋得與之臭味相投之同好，然而在電玩社群裡，初入的組織成員便會自我揭露感情以尋求依賴的關係：

請問各位版大你的身邊有知己會跟你聊零嗎?? 坦白說我沒有真的沒有從頭到尾唯一能跟我聊零的就只有攻略書而已><"……我的朋友都是一問3不知很羨慕有人他的朋友可以跟他聊這是多麼快樂的一件事……我已經忘了什麼叫朋友@@ !!! 曾經是學生的時候天天跟同學聊 BIO 都好久囉!!!7年前的事吧!!!! (討論區5)。

這個尋求「同伴」的呼喊，標示著溝通的渴望與組織情感的整合。

隨著組織進入後參與度的增加，玩家們會從較不發言的觀看者，逐漸表現出想要提出自己的觀點的姿態。在巴哈姆特的《零》討論區中，曾經有人提出一個「有沒有這種相機」的爭論，有玩家提問到相機究竟有沒有拍攝到靈體的可能，這個論題引起了廣大的討論，不同的意見相互地爭吵辯駁，卻也在過程中釐清了各個組織成員的語言與特徵。另外，「如果有一天做一個夢」的討論題目，便促使玩家紛紛編出自己的故事，若遭遇與《刺青之聲》主角一般在夢中身纏鬼魂與死亡之謎，大家會如何看待。有好幾個討論都是圍繞著這樣的非功能性主題，而是促使社群中的玩家「發聲」。

此外，討論區中，除了討論電玩遊戲文本本身之外，有時會出現玩家將自己的日常生活與遊戲混淆在一起討論的文章。在一篇〈大家有做過這種夢嗎〉，顯現了日常生活的「對照」：

就拿零遊戲裡面來說好了 !!! 很多活人可以在夢中夢到死者可是我的有點不一樣我夢到的夢是親人還活著可是我卻夢到他快臨終的樣子……大多是夢到外公居多……可是過了沒多久我發現外公的身體很好沒有發生什麼異常還是我想太多了!! 俗話說的好：日有所思，夜有所夢可是我不覺得是我自己想太多了請問有板大夢過這種夢嗎?? 還有有人夢過實現夢嗎?? 我夢過也而且還真的實現了……我覺得很神奇（討論區 4）。

甚至，還有將電玩遊戲神秘話的言論，像是〈有人玩零發生不好的事嗎〉：

我……不知道該怎麼說……

近期，我的友人……因著我這幾個星期進行《零～月蝕的假面》，使他對《零》系列產生了興趣，便想嘗試看看——他選擇了《零～刺青之聲～》……

隨後玩了一段時日——正進行第二輪——。他在某日睡醒……準備要來將《零～刺青之聲～》第二輪進度結束時……發現家慈離開了……

我與他令堂處得滿好的……發生此事……我真的很難過……

怎麼會發生這樣的事呢……

友人說近期玩《零》中邪了……（討論區 11）。

Jenkins (1992) 認為，這些迷者將其有興趣的文本之中的邏輯與意義收藏了起來，並且在某些時候狂熱地將之與生活混雜地書寫了起來。《零》的玩家，將遊戲中的敘事加附在對日常生活的解釋上，相反的，而日常生活中遭遇的意義卻也滲透到遊戲文本之中。

還有更積極投入意義生產的玩家，他們依照著《零》系列的故事創作出各種不同的角色組合所編織出來的「迷小說」（fans novel），像是流雲孤風一玩家就寫了〈霧夜〉一文，主要是因為角色配對的獨特性：

嗯 話先說在前頭 因為大叔跟朔夜的交集太少了
 但因為這個配對有出現
 應該也沒多少人會有想到或根本沒有人想到
 也由於原本的劇情 矛盾點頗多
 所以只好修改成較為合適的走向
 各位大大看的時候請當成平行世界來看吧 如果對原劇情有所堅持 我也
 沒轍了（討論區 16）。

這樣的「迷小說」十分眾多，本研究共搜尋到多達十七部的長、短篇系列。

此外，積極的社群參與、玩家互動有另一個形式，玩家不再只是關上遊戲機、
 打開電腦、投入另一個虛擬的社群世界，而是再度回到現實生活中舉辦「網聚」，
 將《零》系列遊戲的同好集結起來一起去表現出他們的愛好。在 2008 年的年初，
 《零》討論區的網聚以火鍋大會的形式開辦，眾人都要「戲扮」（cosplay）成電
 玩遊戲中的角色，並找到了一個陰森森的場所吃火鍋，以及重新遊玩《零》系列
 遊戲，相互地較勁技巧與分享心得：

首先很感謝今天來參加網聚的各位，因為有你們參與，使得這次網聚
 非常地成功，雖然在活動設計上、時間安排上有許多地方不周到，但
 比我預計的好了不知道有多少，各位之間的氣氛十分的不錯，雖然一
 開始大家都有些害羞，但熟悉後大家都很自然地聊開了，討論劇情的、
 討論任務的、專破他人記錄的、專心看劇情的、被嚇到的、尖叫的、
 毛到心裡穿起外套的，呵呵，總之今天非常開心 :) 希望下次大家還有
 機會可以一起出來聚一聚 ^^（討論區 7）。

《零》系列遊戲的意義就像是一個空間，語義的空間，不管是在遊戲外或是
 遊戲內，開機或關機，玩家總是企圖去找尋一個可以「發掘意義」的管道。可能
 是玩遊戲時的投入，或是各種解決遊戲疑難的策略，離開遊戲後進入了社群討論
 區中運用著與遊戲相關的語彙與樂趣與他人共享遊戲所帶來的意義，甚至體現遊
 戲的意義。玩家挪用遊戲的意義，並且實現遊戲敘事中的元素，以這些主題來發
 聲，並且，在玩家社群的組織參與中，分立定位，交互溝通，達到以《零》作為
 核心的與他人的實際契約建立。那就是一個「共創」與「共享」的文化的可能。

玖、結論：空間的逾越與愉悅

最後，我們將電玩經驗轉向日常生活批判。情景主義國際的革命者反省了馬克思主義傳統的政治經濟學式批判，認為真正的問題已經不只是唯物的經濟決定論能夠解釋／決，革命份子把解釋／決之道轉向更為廣大的日常生活。將批判的角度由「生存」（survivre）轉向「生活」（vivre），強調不但重新塑造社會同時也要重新創造自身；在此創造中具有一種空間實踐，其透過保有「自己的場地」（my place），來造就日常生活中大眾透過文化實踐來抵抗或逃逸（Vaniegem, 2005）。

法國社會學家者暨法國戰後超現實藝術計畫執行者 Debord (1995) 作為當代重要的境域主義者，承接了這樣的激進血脈，其描述現代的資本主義社會是一個「景觀社會」（La société du spectacle），人類從社會中「分離」，人從自己的內部「分離」，投入到一個被設計好的社會之中。從生活的每一個方面分離出來的景象（les images），匯流成一條看似整體的河流，重新將它們組編而成的關於現實的「片斷景色」，只能展現為一個純粹靜觀（contemplation）、孤立（seule）的假世界。在那裡，像是 Fiske (1989) 描述的，是「支配集團的、理性的、家的、工作的、學校的、現實原則的」社會。如同 Debord 與 Fiske 描述的那種「分離」與「控制」的社會情境，人們感到無時無刻的壓迫，企圖找到一絲「空間」讓自己舒坦些，那是自己的場地（mon espace / my place），並且可以「使用」周圍的物品做為進行鬥爭的工具：一場日常生活的革命。

就像是 Debord 宣稱的「構境」，生活在如此令人厭煩的現代性中，大眾在日常生活有意無意的進行了生活情境的構造，那帶給大眾小小的愉快。在存在主義哲學思考中，現代生活是一個荒蕪、厭煩的反復日常生活，如果消極的活著，便是在己存有（l'être en soi-meme）封閉的存有，而 June-Paul Sartre 認為主動選擇行動成為為己存有（l'être pour soi-meme）開放的存有，其文學理論裡的「介入」概念，便如境遇構境一般，主動產生生命情境，對抗日常的反覆景象。這裡的情境跟 Fiske 的操弄電玩機器的瞬間片刻有些許共通之處，是一種在日常生活中突然撕裂開來的可能性，一種瞬間的愉悅感受。只不過 Fiske 強調的相對來說較消極與飛逝轉瞬，而情境則架構了一種積極的、與時空交融的形式。

本研究認為，在三種電玩空間分析之後，玩家遊玩電玩並不只是像 Fiske 所描繪的那種狀況，政治經濟學式與更為傳統的符號學式，而是在文本、玩家與社群之間的「詮釋學的循環」之中，甚至，那更像是積極的構境活動。在詮釋學循

環的真理方法中，Hans-Georg Gadamer（Gadamer, 1960／洪漢鼎譯，1998）認為，真理、理解與解釋是同步的，像是到了一個陌生的地方旅行，回來的時後便帶了些眼光，作為期待真理的詮釋者在一個積極能動的移動中，在渾然忘我的遊戲裡，體驗了真理。玩家在三個層次的電玩空間中旅行著，探索著，並企圖尋覓意義豐沛之境。

再到 de Certeau (2000) 的空間隱喻中，他強調的是「實踐的語藝」（rhetoric of practice），玩家一方面在社會生活中利用語言，同時也不斷地生產語言，與 Gadamar 不同的是，de Certeau 更強調了一般庶民在日常生活中透過解讀、詮釋來實踐的具體抵抗。他說的散步便是在文本內外移動，那是空間性質的敘事學；de Certeau 將地圖（map）與旅程（tour）對立起來，地圖在地理學中是屬於客觀的，是身外的，是理性技術去描述與計算出來的成果，而旅程則是「旅行者」（voyager）與「探索者」（explorer）去將地理上的地方（place）走成身處的空間（space），是旅行者與探索者主觀地、私人地帶著身體去體驗的。在電玩遊玩中，玩家在空間中所扮演的便是這種角色。一方面迴避（escape）了社會的規範性控制，一方面在空間中體驗電玩遊樂所帶來的狂喜（ecstasy）。

而這個狂喜的狀態則是由這電玩空間的移動中的種種逾越來達成愉悅的效果。在本研究的詮釋下，我們可以將三個空間中的某些逾越狀態聯繫起來，像是在對於電玩文本的分析中，那些互動系統中的「障礙」、「迷路」以及故事系統中所描繪的「陰翳」、「變形」；在對於玩家遊玩的描繪中，玩家所體驗在由戲內外同在的「遠程在場」；與在對玩家社群的觀察中，玩家運用文本意義所延伸出來的日常生活活動，其中包括「過渡」、「參與」、「挪用」等等。這些狀態都含著空間意義上的移動逾越感受，其跨越了文本形式、身體與精神、組織文化的論題。

如同 Vaneigem 認為唯有「實現—交流—參與的三位一體」計劃方能抵抗日常生活中被霸權鎮壓的統一體，其關乎於創造的激情、愛情的激情、與遊戲的激情。這「三位一體」使得存活的粗俗平庸增色，豐富多重的生活從這種日常生活革命的計劃中汲取（Vaneigem, 2005）。玩家在電玩文本中使逾越實現，在遊玩的操縱過程中產生了自戀的交流關係，並且，藉由遊戲實踐了社會的參與，這「三位一體」實現了玩家的自由，讓他們在閱讀、感受、實踐電玩之多重逾越的同時，移出了原本社會所規制的位置，擁有了「自己的空間」。那種「愉悅的逾越」使玩家感到「好玩」，而「好玩」一詞正好標明了當代電玩所揭示出來的科技與人的共處意義。

參考書目

- 李尚霖譯 (2007)。《陰翳禮讚》。臺北：臉譜。(原書谷崎潤一郎 [1995]，
《陰翳禮讚》。東京：中央公論新社)
- 洪漢鼎譯 (1998)。《真理與方法》。上海：上海譯文。(原書 Gadamer, H. [1960].
Truth and method. New York: McGraw-Hill.)
- 熊仁譯 (1995)。《城堡》。臺北：桂冠。(原書 Kafka, F. [1988]. *The castle*.
New York: Schocken Books.)
- 蔡孟璇譯 (2007)。《開機》。臺北：商周。(原書 Johnson, S. [2005].
*Everything bad is good for you: How today's popular culture is actually making
us smarter*. New York: Riverhead)
- 謝志偉 (1995)。〈道可道，非常道。卡夫卡，非常卡〉，卡夫卡 (著)，《城
堡》，頁 i-xxxi。臺北：桂冠。
- Allen, R. (1999). Psychoanalytic film theory. In T. Miller & R. Stam (Eds.), *A
companion to film theory* (pp. 123-145). Oxford, UK: Blackwell.
- Alvesson, M. (2004). Organizational culture and discourse. In D. Grant, C. Hardy, C.
Oswick, & L. Putnam (Eds.), *SAGE handbook of organization discourse* (pp. 317-
336). London: Sage.
- Benedict, R. (1946). *The chrysanthemum and the sword: Patterns of Japanese culture*.
New York: Houghton Mifflin.
- Carman, T. (1999). The body in Husserl and Merleau-Ponty. *Philosophical Topics*, 27,
205-226.
- Darley, A. (2002). *Visual digital culture*. New York: Routledge.
- Debord, G. (1995). *The society of the spectacle*. New York: Zone Books.
- de Certeau, M. (2000). Walking in the city. In G. Ward (Ed.), *The Certeau reader* (pp.
101-118). Oxford, UK: Blackwell.
- Deleuze, G., & Félix, G. (1975). *Kafka: Pour une littérature mineure*. Paris: Les
Edition de Minuit.
- Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). *Game cultures*. Berkshire, UK: Open University
Press.
- Fiske, J. (1989). *Reading the popular*. New York: Routledge.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice
Hall.

- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity*. Malden, MA: Blackwell.
- Hauser, G. A. (2002). *Introduction to rhetorical theory* (2nd ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Jablin, F. M. (2001). Organizational entry assimilation and disengagement exit. In F. M. Jablin & L. L. Putnam (Eds.), *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (pp. 732-818). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans & participatory culture*. New York: Routledge. p. 343.
- Klein, S. B. (1989). *Ankoku Buto: The premodern and postmodern influences on the dance of utter darkness*. Ithaca, NY: Cornell University East Asia Program.
- Lacan, J. (1977). *The four fundamental concepts of Psycho-Analysis*. London: Hogarth.
- Meedcham, P., & Sheldon, J. (2000). *Modern art: A critical introduction*. New York: Routledge.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. London: Routledge.
- Stocker, G. (2001). Takeover -- About the thing formerly known as art. In G. Stocker & C. Schöpf (Eds.), *Ars electronica 2001. Takeover: Who's doing the art of tomorrow* (pp. 13-17). New York: Springer.
- Talin, D. (1998). Real interactivity in interactive entertainment. In C. Dodsworth, Jr. (Ed.), *Digital illusion: Entertaining the future with high technology* (pp. 151-159). New York: Addison-Wesley.
- Taylor, L. (2003). When seams fall apart: Video game space and the player. *Game Studies*, 3(2). Retrieved November 20, 2009, from <http://www.gamestudies.org/0302/taylor/>
- Vaneigem, P. R. (2005). *Le traité de savoir-vivre à l'usage des jeunes generations*. Paris: Gallimard Press.
- Walther, B. K. (2003). La representation de l'espace dans les jeux video: généalogie, classification, et réflexions. In R. Mélanie (Ed.), *La pratique du jeu video* (pp. 205-218). Paris: L'Harmattan.
- Weick, K. E. (1979). *The social psychology of organizing* (2nd ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.

The Pleasure of Transgression: Reading *Fatal Frame*

Lee, Chang-Chieh *

Adjunct Instructor, Center for General Education and Core Curriculum, Tamkang University

Abstract

This study took a series of horror and adventure-type video games called *Fatal Frame* as text to investigate the form and content of popular video game culture; the game series include *Fatal Frame*, *Fatal Frame II: Crimson Butterfly*, *Fatal Frame III: The Tormented*, and *Fatal Frame: Mask of the Lunar Eclipse*, that revolve around traditional Japanese legends. The paper recognized the transgression of these games through the three aspects of video games, *l'espace narratif*, *l'espace phénoménologique*, and *l'espace sémiotique*. According to the system, body manipulation, and fans' practice of game scenarios, a realization of players' understanding and experience toward these games, as well as the popular culture that cultivated these game scenarios was reached. Game-playing culture has been annotated by levels of transgression, so that game-players are able to attain pleasure through the process of transgression. In the end, the cultural meaning of "Just for fun" was denoted.

Keywords: *Fatal Frame*, video game, pleasure, transgression

* Email: makcem_9@hotmail.com

Received: 2012.03.21

Accepted: 2013.01.21

從人力資源角度初探電視記者職能模型^{*}

王正慧^{**}

玄奘大學大眾傳播學系助理教授

摘要

傳播科技快速發展，改變了閱聽人資訊獲取及傳播的型態，也影響記者工作職能，人力資本是提升組織競爭的核心因素，而職能是工作績效的關鍵特性。隨著資訊數位化及科技匯流的趨勢，電視記者必須具備多媒體之職能；同時記者運作已朝團隊化發展，因此團隊及管理職能必須提升。國內媒體研究及實務鮮少探討記者職能，因此本研究建構電視記者職能模型，盼提升媒體的人力資本，於理論及實務兩方面產生貢獻。

關鍵詞：科技職能、記者職能、記者績效、管理職能、團隊職能

* 感謝國科會對本研究之經費補助，本文為該研究之部分內容（計畫編號：NSC 101-2410-H-364-001）。

** Email: winnie1244@hotmail.com

投稿日期：2012 年 8 月 6 日

接受日期：2013 年 1 月 21 日

壹、導論

電視新聞是當前最強勢的主流媒體，但也因為追逐時效及惡性競爭，導致諸多媒體亂象，甚至成為社會公害（唐士哲，2005），新聞媒體似乎又屬全民之公共財但又屬企業擁有的私有財，雖然是一種社會公器，具有教育性、社會性及文化性，但同時也是一種在一定的期間內計算盈虧追求營利（關尚仁，1999）。從人力資源管理研究途徑來觀察，無庸置疑，想要提升新聞水準，記者的素質必須提升，隨著數位化及科技匯流的趨勢，提高了閱聽人的主動參與新聞內容的產製活動，公民記者遍布四處，提供豐富的議題觀點及畫面，新聞記者因而轉向網路空間要新聞就不足為奇，經常可見的全民爆料及網路人肉搜索，記者的工作常規也隨之調整（劉慧雯，2011），國外也有部分研究針對數位匯流將改變記者工作進行討論，Saltzis & Dickinson (2008) 揭示了多媒體新聞學（multimedia journalism）將成為下一世代的常態，也就是記者產製新聞將不限於單一媒體或特定時間，匯流科技已經整合了網路及傳統媒體之新聞室，因此多職能記者的需求方興未艾，在英國報業電訊日報也已經看到如此轉變。因此除了傳統新聞教育所強調的採訪、寫作、攝影專業職能及新聞倫理之職能，電視記者的職能必須兼具攝影、剪接、網路知識等多元職能。因為傳播科技日新月異，記者必須具備跨媒體之彈性變通的能力，才能因應當前環境之需求（Rintala & Suolanen, 2005）。

因為電視產業的快速變化，導致電視記者的招聘及訓練面臨挑戰，本研究從人力資源管理的途徑進行思考，希望以職能理論建構電視記者的職能模型，因為有部分研究將問題歸因於記者之直線主管不當指揮或控制（陳順孝，1999；潘俊宏，2009），突顯出組織內部的人力資源管理需要更多的關注，因為新聞絕非記者獨立產出，記者與主管亦非獨立的個體，而是相互依存的團隊成員，必須具備合作的共識且經常協調。又如新聞室社會化理論更細膩說明組織影響個人的過程，其意涵為記者會從主管的言談及作為去揣摩、領會組織政策（例如人事的升遷或新聞是否刊登），進而把組織政策內化為自己的價值觀（Bagdikian, 1983），因此當代的傳播研究不應侷限於媒介效果，也應擴及媒體組織研究（彭芸，2004）。媒介組織管理可分為兩個層面（李秀珠，1999）：一、外部管理：例如媒體組織外的政經環境；二、內部管理：例如媒體組織內之資管、財管以及人管等。

目前國內職能研究中幾無針對記者職能進行探討，就實務而言也少有媒體組織針對記者之管理職能進行分析，記者缺乏適當徵選、招募的標準而主管又多

由記者升任，主管缺乏適當職能訓練及評核，如何能發揮領導及管理的職能？人力資本是提升組織競爭的核心因素，組織必須比競爭者取得更具職能的員工 (Pfeffer, 1994)，而職能是導致、影響個人在工作上表現出更好、更有效率工作績效的關鍵特性 (Boyatzis, 1982)，組織透過職能建構及導入高績效的知識、技能、能力與特質，能有效提升組織績效，Kennedy & Dresser (2005) 認為職能是有助於企業成功且員工所必須具備的能力。Cardy & Selvarajan (2006) 認為具備職能特質的員工，相較於不具備者具有「明顯的正向差異」。

職能概念的發展隨著不同研究途徑甚或在不同國家產生不同的意涵，職能必須做周延的分類才能發展成模型，本研究採取 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 所發展的職能模型為基礎架構，分析記者職能以橫軸面向分為職業的、個人的兩類，縱軸面向分為概念的及操作的兩類建構了四象限，分別為認知職能功能性職能社會職能及後設職能 (meta competence)，前三象限比較是共通性職能，跟知識、技能及態度較為一致 (KSA)，知識屬認知職能，技巧屬功能性職能，行為態度屬社會性職能，第四象限比較特別，後設職能是指個人獲取其他職能的學習能力。

本研究根據 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 所歸納的認知性、功能性、社會性及個人職能等四大類目，有系統地歸納記者職能需求，除了討論傳統記者所必須具備的專業職能及倫理職能之外，特別因應數位匯流之傳播科技趨勢，將科技職能納入模型中，因為網路已經成為記者搜尋資料及消息來源甚至是報導素材的場域 (林倩如，2007；劉慧雯，2011)。此外本研究特別強調團隊職能，因為新科技 (例如 SNG) 導入電視新聞專業頻道，為新聞量產化提供一套彈性的產製原則，新聞報導猶如裝配線上不斷更新產出的即時訊息 (唐士哲，2005)。因此很多重大新聞，常常需要記者團隊分工合作，在新聞現場以 SNG 車就完成多則新聞的播報及產製，因此記者必須具備團隊合作的職能。

本研究也將管理職能納入職能模型中，因為記者屬於知識工作者，有別於例行性之行政工作，員工必須具有系統性思考、分析能力，還必須累積工作經驗及具備完成任務之默識 (tacit)，因此員工自主性 (autonomy) 及自動自發 (self-motivation) 相對重要 (Lindgren, Stenmark, & Liungberg, 2003)，而自發性常常以工作自主性 (autonomy) 來呈現，這與記者工作最常強調專業自主性不謀而合 (Singer, 2007)，而高度自主性更需要具備管理職能，一方面自我管理，一方面團隊管理，同時瞭解組織的目標及策略，瞭解組織的需要與期待，以便自我提升職能才不致於成為組織變革下的淘汰者。

記者職能分析應隨著時代科技演變與時俱進，本研究目的即在分析記者應具備的職能並建構職能模型，在理論上以周延的職能模型歸納記者職能。在實務上，期望能幫助電視媒體以職能模型運用於記者人力資源管理，俾以提升國內新聞人員素質及新聞內容水準。

貳、文獻回顧

一、職能概念

職能概念的發源可追溯到 1920 年代，美國普林斯頓大學 Brigham 教授主張員工之工作成效是由於工作者先天智力的高低來決定。因此，成為許多企業甄選員工的標準，但隨著科技的發展、以及工作型態的轉變，到了 1970 年代初期，哈佛大學 McClelland 教授發現智力並不是決定工作績效的唯一因素。他找出一些卓越績效行為背後的因素，例如：態度、認知、以及個人特質……等等，稱之為職能（competence）(McClelland, 1973)，並進一步發展出「工作職能評量方法」（job competency assessment method, JCAM）來彌補工作分析及工作說明書的不足。此一評估法專注於從「高績效工作者」身上找出導致卓越績效的關鍵職能 (Spencer & Spencer, 1993)。所謂的關鍵職能是指達成某一項工作所需的職能，其中包含四大類：知識、技能、行為、及個人特質 (Dalton, 1997)。

而職能的定義學者們看法多有分歧，Boyatzis (1982) 對職能的定義為某個人所具備的某些基本特質，而這些基本特質就是導致個人在工作上，表現出更好、更有效率的工作績效及成果之基本關鍵特性。Raelin & Coolege (1995) 強調職能必須涉及敏感性、創造性、以及直覺等不易觀察到的個人特質，並且包含「學習再學習」的有機（organic）能力，假使職能不能夠被持續地學習與提升，將會逐漸地失去效能。Spencer & Spencer (1993) 則認為，職能是指一個人所具有之潛在基本特質（underlying characteristic），而這些潛在的基本特質，不僅與其工作所擔任的職務有關，更可瞭解其預期或實際反應，以及影響行為與績效的表現。Parry (1998) 認為「職能」具有廣泛的應用性：（一）一個包含知識、態度、以及技能之相關的集群體，是影響一個人工作的最主要因素；（二）與工作績效具有密切的相關，職能可以藉由一個可以接受的標準加以衡量出來；（三）職能可以經由訓練與發展來加以增強。

洪榮昭（1997）將職能分門別類為「專業能力」（指專業上之知識與技術）、「管理能力」（指時間、檔案、目標、及管理之企畫執行之知識與技術）、「人

際能力」(指口語、書面溝通及領導)、「貫徹力」(指事情嚴重、緊急等事件長期或短期之抉擇判斷)、及「心智能力」(指發現問題、解決問題等創造力、記憶力等思考能力)，各專家學者因研究需求之差異而有不同見解。

從以上各學者對於職能定義的發展過程不難看出，職能是預測績效的重要特質，已從單純的個人「目前已具備的知識、技能與特質」概念，更進一步延伸到「與工作相關」以及「不斷學習、以及開發個人已具備與尚未具備的更高層次的知識與技巧」的觀念。

二、職能內涵

職能之內涵發展至今仍然相當模糊，因為不同的研究途徑或不同國家產生不同流派及定義，其指涉之內涵也充滿爭議性，Sandberg (2000) 整理職能三大研究途徑：

- (一) 工作者導向研究途徑，職能被視為個人特質代表知識技能及能力，及個人有效完成工作之個人特質。
- (二) 工作導向研究途徑，職能是從完成特定工作之活動轉化為個人所需之特徵，員工可以根據工作說明書中所需之具體職能來完成工作。
- (三) 多方法導向研究途徑，融合了上述兩種途徑之優點，從特定工作所需職能找出相對應之個人特質。

同時職能在不同國家有不同發展途徑，美國傳統的行為途徑多半是從績效卓越者身上找出關鍵特質稱之為職能；英國傳統的功能途徑是從職業需求的標準來定義職能；德、法、澳洲則是以多面向整體途徑，發展職能基礎之給薪制度(Delamare-Le Deis & Winterton, 2005)。職能的內涵並非純屬外顯特質，Spencer & Spencer (1993) 援引佛洛依德的「冰山原理」，提出「職能冰山模型」(the iceberg model of competencies) 的概念，如圖 1 所示。

根據冰山理論，Spencer & Spencer (1993) 將職能分為外顯可觀察的部分與內在隱藏不易察覺的部分，前者包括知識(knowledge)及技能(skill)，後者包括自我概念(self-concept)、特質(trait)與動機(motives)，茲說明如下：

- (一) 動機(motive)：指導人們產生特定行為的一致性思想或欲望。
- (二) 特質(trait)：個人的生理特質(physical characteristics)，對某些情境與訊息的一致性反應。

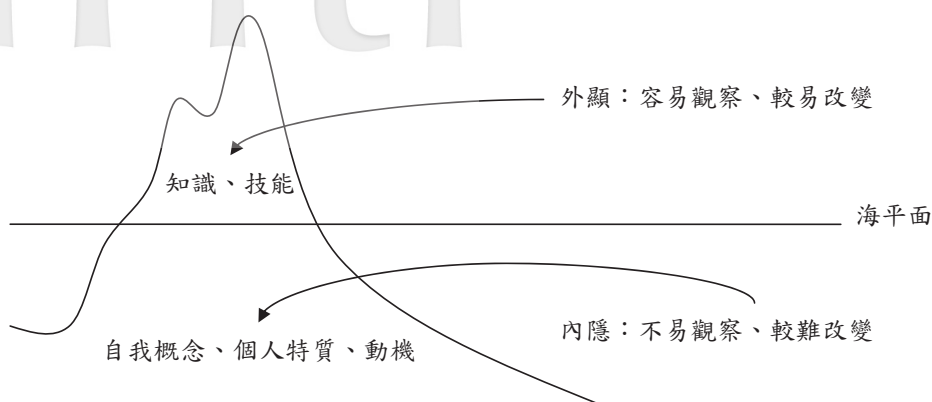


圖 1：職能冰山模型 (Spencer & Spencer, 1993)

- (三) 自我概念 (self-concept)：個人的態度 (attitudes)、價值觀 (values) 及對自我觀感。
- (四) 知識 (knowledge)：個人在特定領域中所擁有的資訊，然而知識充其量只能夠預測某人能做 (can do) 某事，而非將做 (will do) 某事。
- (五) 技巧 (skill)：執行特定生理或心理任務的能力。所謂心理或認知技巧包括分析性思考 (處理知識與資料、決定因果關係、組織資料與計畫與概念性思考、處理複雜資料時重組模式)。

將上述五種職能分類與其訓練發展的容易度以同心圓來表示如圖 2 所示。

以「冰山模型」的概念指涉「職能」是指一個人所具有的外顯特質與潛在特質 (underlying characteristic) 總合。潛在特質之意為：職能是指個人個性中最深層、長久不變的部分，即使在不同的職務或工作中，都可由這些基本特性，而加以解釋或預測會有什麼樣的思考或行為表現 (Spencer & Spencer, 1993)，潛在特質就是核心能力，例如溝通能力、領導能力 (leadership) 和團隊合作能力 (team work)，這些核心能力是不論任何行業都需要的共通能力。而外顯能力就是最容易被訓練發展的技能。

不論是外顯或潛在特質應該都可以觀察及衡量，同時更可以幫助鑑別一般與卓越績效者之差異 (Catano, 1998)。有學者認為職能是有效達成績效的相關特質，而具備這些特質的員工，相較於不具備者，具有「明顯的正向差異」(Cardy & Selvarajan, 2006)。換言之，組織透過職能建構及導入高績效的知識、技能、能力與特質，能有效提升組織績效。

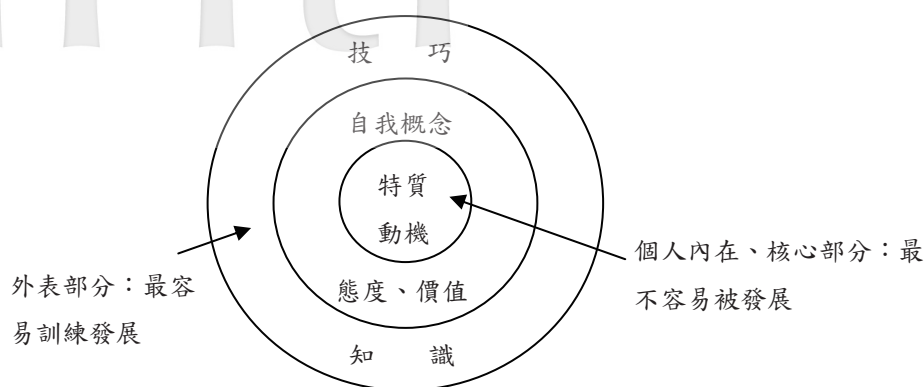


圖 2：核心與表面的職能 (Spencer & Spencer, 1993)

三、職能模型

職能分析應用在多種領域，包括人力資源管理、職業訓練與教育等範疇，職能發展有其生命週期，第一步驟鑑別某个工作所需的相關職能而建構成為職能模式；第二步驟則是評估現存之職能；第三步驟分析所需職能與現存職能之落差；第四步驟以發展職能計畫縮小職能落差；最後步驟是持續監測績效確定是否有進步 (Sinnott, Madison, & Pataki, 2002)。在臺灣新聞媒體機構，職能相關研究相當匱乏，因此本研究先以文獻探討方式，蒐集國內外新聞專業的討論，藉以完成第一步驟的職能模型。

職能模型 (competence model) 與一般工作分析的差異在於有效執行工作所需的知識、技巧、能力及其他特質，Campion et al. (2011) 歸納為三項：（一）可以提供組織高層之人力資源管理決策之依據；（二）可以區別優秀工作者與一般工作者之差異；（三）與企業或組織目標相連結。從最高層的組織使命及價值與策略，到定義核心職能框架，到下一層的工作職能模型，又細分為技術職能及領導職能，而後才是發展行為指標及對組織的績效評估（見圖 3）。

換言之，職能模型是連結組織目標、個人特質及績效重要工具，但每個公司有其特殊文化及目標，因此很難有統一的職能分析適用於不同組織，但職能模式是一個比較抽象的概念，可視為尚未建構環境脈絡差異之一般職能架構 (Sampson & Fytros, 2008)。

若以個別工作進行檢視，專業性越高的工作，其自我要求及回應大眾需求的責任就越高，其標準化的程度就越高，Schein (1972) 認為專業性之特質，包括全時的工作、強烈工作動機、有特定技巧知識、具有服務導向的屬性，更重要是具

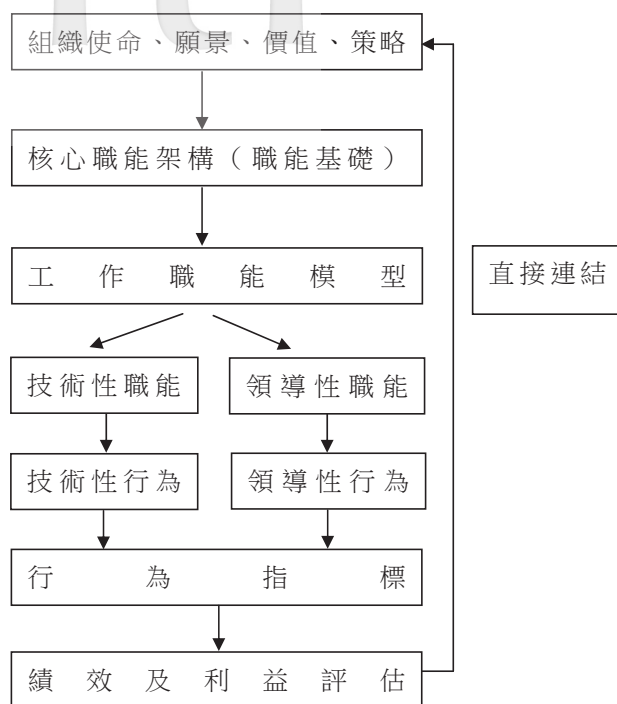


圖 3：職能模型之架構流程

資料來源：Campion, M. A., Fink, A. A., Ruggeberg, B. J., Carr, L., Phillips, G. M., & Odman, R. B. (2011). Doing competencies well: Best practices in competency modeling. *Personnel Psychology*, 64, 232.

有自我專業表現的自主性、存有專業組織而被視為特定領域，以新聞記者而言，應符合專業性較高之工作標準，因此本研究是針對電視記者工作之一般性職能模型進行歸納統整，應能符合專業性工作之要求，而非僅止於個別公司的需求。

職能模型的面向是針對不同產業、不同工作有不同設計，如何將職能作適合電視記者工作情境的設計，是接下來要處理的議題，本研究根據 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 所發展的分類架構為分析基礎（圖 4），該架構是兩面項分割為四象限，首先在縱軸面向分為職業的、個人的兩類，橫軸面向分為概念的、操作的兩類，第一象限的認知職能包含認知、知識及瞭解，第二象限的功能性職能包含功能性的、心理激勵（psycho-motor）技應用性職能。第三象限是社會性職能，包含了行為及態度。第四象限的綜合職能包括學習的能力（learning to learn）。第一、二、三象限比較是共通性職能，跟知識、技能及態度較為一致（KSA），知識屬認知職能，技巧屬功能性職能，行為態度屬社會性職能，第四

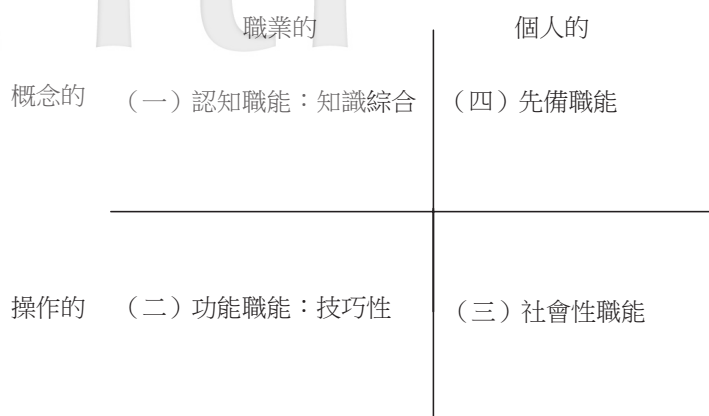


圖 4：職能分類架構 (Delamare-Le Deist & Winterton, 2005)

象限比較特別，先備職能（meta competence）是指個人獲取其他職能的學習能力（learn to learn）。

Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 兩位學者強調一個員工想要得到好績效，這四個面向缺一不可，所以整體性職能代表一個不可分割的四方體，所以應像金字塔立體概念圖（見圖 5），才能完整表達職能概念，由此可知，職能的內涵日趨豐富擴大，其多面向但屬一整體性概念。

參、電視記者職能分析

記者因所屬媒體之性質不同，例如電視、報紙、雜誌、廣播，甚至網路媒體記者，其所需職能也有共通性及差異性，李惠琳（2011）整理了平面記者應具備之核心能力，包括資訊處理能力、科技使用能力、集體協作能力及個人情意能力，這項研究論述的範圍侷限於平面記者核心職能，未能包含一般職能，同時本研究定位於電視記者所需職能，包含了共通職能及特殊職能，因此以下針對電視記者的共通及特殊職能進行系統性整體論述。

一、記者共通職能分析

媒體與其他營利組織管理大為不同，因為媒體被視為社會公器，而非全然像私人企業以獲利為目標 (Lavine & Wackman, 1988)，因此記者必須具備社會責任及新聞倫理。此外，媒體的產品必須時時更新，電視新聞文字記者及攝影記者之專業職能各有不同，更甚者現在為一數位匯流時代，因此記者得兼具文字攝影及

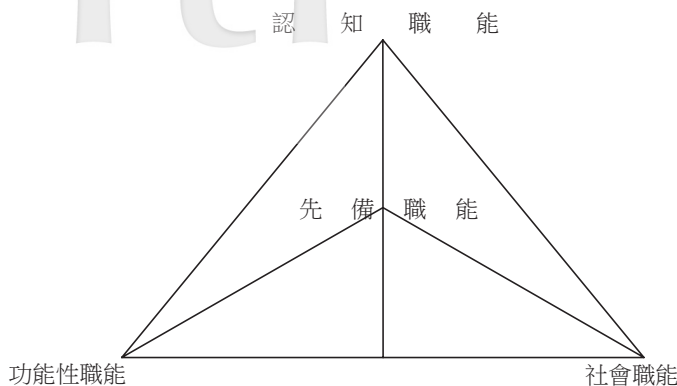


圖 5：職能整體性架構 (Delamare-Le Deist & Winterton, 2005)

科技職能。除了專業職能，工作高度自主性的記者也應該具備管理職能，因為媒體員工皆須具備專業素養及高度創意，無法如其他行業般以打卡、監督來控制其工作行為（同上引）。

記者也屬於知識工作者，有別於例行性之行政工作，員工必須具有系統性思考分析能力，累積工作經驗及具備完成任務之默識（*tacit*），因此員工自主性（*autonomy*）及自發性（*self-motivation*）相對重要（Lindgren et al., 2003）。知識工作者的組織環境是屬於動態而開放的系統，需要跨界的合作，因此員工的組織承諾及自主動機非常重要，知識工作者與組織的關係，可以形容為組織付錢給員工思考，而不是只做事情（*I pay you to think and not just to do*）（同上引），因此有必要針對其職能特殊性進行闡述，以下針對記者職能不同面向進行分析。

（一）專業職能

傳播領域對所謂的新聞專業是為記者長時間所培養出來的價值系統，內化成日常新聞工作指引（李金銓，2005），除了完成工作所需的職能之外，還包含記者的專業價值及責任（蕭蘋，1989），Nayman (1973) 認為專業性則是指某一職業成員所共有的某些態度與信念，具有多面向概念，他檢視職業社會學文獻，認為專業行為應包含四種特性：1. 專業知識（*expertise*）；2. 自主權（*autonomy*）；3. 承諾（*commitment*）；4. 責任（*responsibility*）。因為專業知識是專業人員為社會服務的基本要求；自主權使專業人員能在工作時自行判斷，不受外界干預；因為專業知識賦予專業人員相當大的權力，也使專業人員和社會具有信託關係，因此伴隨而來的是自我承諾和責任感，專業人員應善用專業知識和技術終身奉獻為

社會服務。另一位學者 Ruotolo (1987) 將專業性分為：「公共服務」、「自律」、「對工作的使命感」、「自主權」四面向。延續這樣主軸，國內也有研究針對新聞從業人員對專業性的看法（羅文輝，1997），以新聞記者的焦點團體訪談，歸納專業記者所需職能條件如下：

1. 具備所跑路線的專業知識。
2. 一種或一種以上的專業知識。
3. 一種或一種以上的外國語言。
4. 別人的專業知識應是記者的常識。
5. 強健的體魄。
6. 依專業意理，客觀平衡報導新聞。
7. 建立人脈，以免獨漏新聞。
8. 新聞鼻，敏銳的觀察力（多看多聽），文筆好。
9. 要能承受壓力，接受挑戰。
10. 時時反省，迴避利益關係。
11. 不在乎是否獨家新聞，重要的是獨到見解。
12. 不因考績（報社要求）而損讀者知的權利。

但如此論述似乎將記者完成任務所需職能與新聞倫理混為一談，不利於職能模型之建構分析，尤其這項研究距今已有十數年，恐不敷當代之職能需求，因此有必要發展與時俱進的職能模型，鍾蔚文、臧國仁、陳百齡與陳順孝（1997）歸納記者工作的知識，包含三大內涵：1. 解決結構模糊問題的知識能力，面對無法預見的變數，須針對問題本質及情境來重新釐清問題；2. 論域知識的能力，指涉選擇、組織並轉化事件，透過圖像及文字完成報導；3. 社會智能的能力，記者工作充滿社會性及與人的互動，因必具備建構人脈的能力。臧國仁（2000）進一步建議新聞採寫的知識步驟包括：1. 觀察、瞭解事件真相並決定其屬性；2. 擬定報導目標與相關策略之企畫解決方案的提出；3. 採訪蒐集資訊並探詢消息來源；4. 寫作、問題呈現之結構等能力。

而美國有一項研究調查，針對記者及大眾傳播領域的畢業生，瞭解他們在職場上最常用到的專業價值及職能 (Fuse & Lambiase, 2010)，包括寫作（訊息及內容）、寫作（文法格式）、批判性思考或創新見解、道德、概念或理論、科技、歷史、法律、研究方法、數字及統計概念等等職能。結果排名前五名的依序為寫作（文法格式）寫作（訊息及內容），批判性思考或創新見解、道德、科技。由此可知隨著時代演進，科技已經成為媒體人相當重視的職能。

（二）新聞倫理職能

新聞工作具有一體兩面的雙重形象，這兩個面向是相互矛盾。一方面新聞工作是一種產業，而新聞記者只是產業中的勞工，他們被實際生計需求所驅策；另一方面，新聞工作是一種專業，一種建立在道德原則上的職業，其行為受到道德原則指導規範，想要同時兼顧兩面向是很困難的（Kieran, 1998／張培倫、鄭佳瑜譯，2002）。隨著資訊傳播在產業經濟上的重要性越來越重要，媒體「企業」的色彩也越來越重，但媒體身為「社會制度」的特色卻未減少（McQuail, 2000／陳芸芸、劉慧紋譯，2001）。因此考量記者角色所需要的道德原則，本研究特別針對新聞倫理職能進行建構，Laitila (1995) 對 31 個歐洲國家所進行的新聞記者工作信條比較研究，發現其間存在著一種高度共識，其中最普遍的原則有六項：資訊的真實性、資訊的明晰性；保衛公共權益；形成民意的責任；蒐集與呈現資訊的標準；尊重消息來源的完整性。

在國內相關倫理職能之歸納，除了上一節所介紹羅文輝（1995）歸納之倫理相關的特質之外，從臺灣新聞記者協會通過的「新聞倫理公約」（臺灣新聞記者協會，1996）應能成為新聞倫理職能之考量面向，羅列如下：

1. 新聞工作者應抗拒來自採訪對象和媒體內部扭曲新聞各種壓力和檢查。
2. 新聞工作者不應在新聞中，傳播對種族、宗教、性別、性取向身心殘障等弱勢者的歧視。
3. 新聞工作者不應利用新聞處理技巧，扭曲或掩蓋新聞事實，也不得以片斷取材、煽情、誇大、討好等失衡手段，呈現新聞資訊或進行評論。
4. 新聞工作者應拒絕採訪對象的收買或威脅。
5. 新聞工作者不得利用職務牟取不當利益或脅迫他人。
6. 新聞工作者不得兼任與本職相衝突的職務或從事此類事業，並應該迴避和本身利益相關的編採任務。
7. 除非涉及公共利益，新聞工作者應尊重新聞當事人的隱私權；即使基於公共利益，仍應避免侵擾遭遇不幸的當事人。
8. 新聞工作者應以正當方式取得新聞資訊，如以秘密方式取得新聞，應以社會公益為前提。
9. 新聞工作者不得擔任任何政黨黨職或公職，也不得從事助選活動，如參與公職人員選舉，應立即停止新聞工作。
10. 新聞工作者應拒絕接受政府及政黨頒給的新聞獎勵和補助。

11. 新聞工作者應該詳實查證新聞事實。
12. 新聞工作者應保護秘密消息來源。

二、特殊職能

(一) 科技職能

電視新聞記者需要哪些特殊職能，必須回溯其新聞產製的結構，數位匯流的浪潮影響電視新聞甚深，例如臺灣聯合知識庫的上線，宣告了記者的工作必須數位化（李彥甫，2001），傳統上依賴記者在新聞現場的第一手採訪報導，但因為網路的搜尋引擎讓記者資料收集更加便利，因此新聞工作的門檻除了採訪寫作之外，還多了數位化技能（劉慧雯，2011）。2000 年後網友一方面成為新聞媒體最常引用的消息來源，以網路進行取材的報導，另一方面直接將出現在網路上的資訊、故事或事件，直接當作是新聞素材（林倩如，2007），楊意菁（2011）發現國內三大報《聯合報》、《中國時報》以及《蘋果日報》從 2000-2009 年共十年的時間，以網友為基準的報導大幅增加。新科技甚至對訊息傳播的發送者產生關鍵性的影響，一般人利用新媒體產製新聞的速度甚至比傳統媒體速度更快（林照真，2011），因此許多電視新聞還得追隨網路媒材，直接取材自網路民眾提供的爆料畫面，民眾上傳 YouTube 的畫面，更是成為電視新聞容易取材的來源。當然數位科技能力的需求，不論平面或電子的媒體記者皆然，多媒體技能就像頻譜（continuum）的概念，從生產端而言，是應用不同的媒體來製作內容，但在播放端，則是整合不同媒體的運作方式，視訊息的特性再選擇適當媒體播放（Deuze, 2004）。但唐士哲（2005）認為電視新聞特性，包括新聞產製的序列性原則及對於資訊傳輸速度的極致追求、以及因媒介科技的進展等因素，讓電視新聞產製受數位內容的影響最鉅，因此電視記者對數位能力的職能最為迫切。

隨著數位化及科技匯流的趨勢，電視記者職能也必須面臨改變，其工作常規必須隨著社會演變而更新，任務角色及責任隨之調整，以便幫助從業人員處理複雜的工作流程（Seelig, 2002），而這種改變不只在電視組織內的分工，更包括工作所應遵循的產製流程，例如在傳統的電視公司，節目的製作流程是由各種不同專業的人才分門負責，例如記者負責生產內容，視訊及音效則由不同的專業人員負責，但在數位化之後，因為數位化讓這些產製流程簡化，有些公司可能要求記者兼負多元任務，例如文字記者必須學習攝影及剪輯，Rintala & Suolanen (2005) 認為數位化改變媒體記者的工作內涵，包括編輯、繪圖及播送三方面都發生改變，

過去分屬影像、成音、製圖設計等工作都融入記者工作中，而傳統電視記者的角色也融入數位新聞記者的職能中（見圖 6）。

另外在傳播後製相關技能，也有數位化職能需求，例如廣播及電視工程已經由數位化取代了傳統的類比技術，記者必須增加數位產製的職能及非線性剪輯，同時主管也必須對於這些新技術有所瞭解，否則無法跟相關記者溝通討論。新科技帶來的轉變不只於此，電視記者必須具備數位知識，才能在數位匯流的潮流下，具備足夠的能力產製網路來源的新聞。

（二）管理職能

除了上述記者職能之外，本研究特別提出電視記者必須具備管理職能，一般管理理論（general management theory）區辨了基礎及附加管理功能，基礎管理包含了計畫（planning）、組織（organizing）、領導（leading）、控制（control），附加管理包括決策（decision making）、溝通（communication）、激勵（motivation）、整合（co-ordination）、委派訓練（delegation disciplining）(Ivancevich, Lorenzi, Skinner, & Crosby, 1997)，為了完成這些功能，有一項研究匯整新聞主管之管理職能，包含溝通、計畫、行政、策略、行動、團隊合作、全球性知覺及自我管理六類 (Steyn & Steyn, 2009)，說明如下：

1. 溝通：有效地將資訊在主管及記者間轉移交換以促成彼此的瞭解 (Markus, 2001)，成功的新聞主管多半歸功於他們人性化途徑去強化新聞室內的溝通，因此溝通的職能顯然是關鍵的管理職能 (Fink, 1996)。直線主管認為溝通是最重要的管理職能，但也是最困難的部分，很多主管坦承他們欠

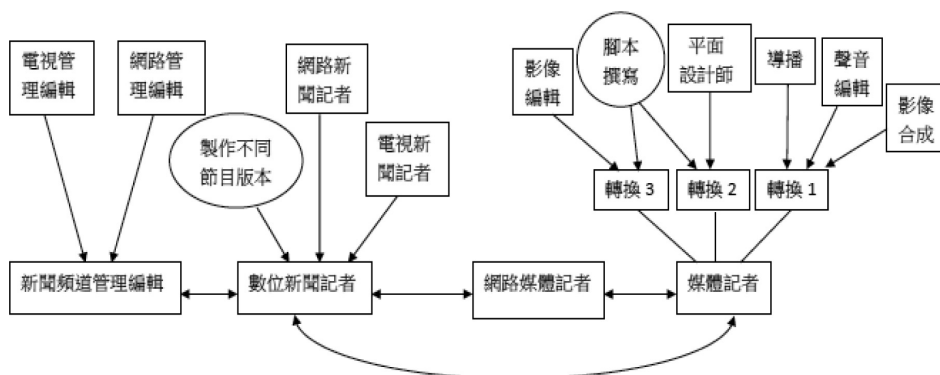


圖 6：電視新聞頻道記者工作說明之轉變 (Rintala & Suolanen, 2005)

缺溝通的技巧及經驗，同時也沒有被賦權進行新聞室內的溝通措施，因此應該強化直線主管的溝通技巧，促進新聞室的資訊流通及人際關係。

2. 計畫及行政：指涉鑑別目標及完成目標的途徑，其中包含收集分析資料、解決問題及適時管理及財務管理，這些因素都影響組織甚鉅 (Fink, 1996)，以臺灣電子媒體競爭激烈的程度，新聞主管應具有適當的財管能力及時間管理的能力。
3. 策略性行動：主管應洞悉組織的願景使命及價值，確保管理的活動不致背離。例如 The New York Times 集團將 web-casts 當成內部溝通的工具去教育員工組織的願景及使命 (Jones, 2003)。
4. 團隊合作：指的是透過小團體去完成工作任務成員彼此互賴共同完成設定的目標，這包含團隊的設計及支持團隊發展的環境及團隊的動能 (Lussier, 2003)。這項管理職能於電視新聞更顯重要，電視新聞為求時效必須透過團隊合作，其重要任務包括：架構部門內人員執行團隊工作；分擔團隊責任、建構團隊回饋之工作環境 (Steyn & Steyn, 2009)。
5. 全球性知覺：主管必須有能力從不同的國家或區域吸取資源去服務不同文化的市場，因此需要具備文化的知識及敏銳度 (De Beer & Steyn, 2002)。
6. 自我管理：主管應具備對個人專業上及私人生活負起責任，這必須融合道德規範 (integrity ethic conduct) 及自我發展的規劃，換言之，主管要有肩膀為決策負責，那麼主管們就更有信心在記者面前承認錯誤並強化道德規範 (ethical conduct) (De Beer & Steyn, 2002)。

電視記者團隊合作之工作型態日趨普遍，動輒天災或大車禍等災變現場，為爭取時效經常多組記者共同採訪，其團隊情境可由牛隆光（2009）所記錄電視臺記者採訪莫拉克八八風災的過程可見一二，突發新聞往往打破新聞採訪路線的常規，需要大批的人力物力參與，多組記者身處災區，除了要決定當天新聞重點還要連絡長官及同業，同時新聞發展還在持續中，需要團隊高度合作，因此現場的調配分工是否得宜就非常重要，但這種臨時編組的團隊由誰領導並無明確規範，多由資深文字或攝影記者擔任現場總召就近指揮，因此記者在採訪團隊中都有可能擔任領導或被領導的角色，必須提升管理素養及團隊領導的能力，才不致於成為團隊障礙，或是有朝一日升遷為主管時惶然失措，反倒在擔任記者期間就應該重視管理職能之訓練，包括組織策略、設定計畫及全球行之文化敏感度等，一方面自我提升，另一方面也可作為未來升遷之預備。

（三）團隊職能

記者採訪常規已經從單打獨鬥漸漸轉變成團隊合作，尤其是電視新聞，從文字攝影搭檔的小團隊到黨政、民生、社會等以路線同質性的大團隊運作，擔負起新聞運作的重要功能，而在大團隊中大多設有召集人負責協調整合不同路線記者任務，成為自我管理（self-managing team）的團隊。

以記者之工作職能，掌握人脈就是掌握新聞，新聞來源除了組織外的採訪線路的人際關係，自己內部團隊成員也是很重要的人脈關係，鍾蔚文等人（1997）認為記者採訪是個人、情境與工作三方面的互動，整個工作環節並非單兵作業，而是需要與組織、團隊、社會脈絡互相搭配，才能順利完成新聞內容。因此本研究除了討論記者已經備受重視的建構人脈能力之外，更提出電視記者團隊運作已成常態，因此電視記者需要強調團隊內的社會職能。

此外透過團隊也能有助於強化記者的專業自主性，葉冠妤（2011）認為在主流媒體中，記者追求新聞專業，與其期待單一個人的堅持，與組織及外在壓力相抗衡，還不如透過團隊的力量，增強記者間的連結，形塑集體分擔工作表現的意識，當需要跟組織高層協調時，是以團隊集體為單位，以團結力量降低個人承擔的風險。

肆、電視記者職能模型

根據以上的文獻探討，本研究以 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 職能分類架構所包含的認知職能、技術職能、社會職能及先備職能為主要架構，同時綜合第三章電視記者共通及特殊職能等需求進行模式建構（見表 1），在專業及倫理兩類共通職能及特殊職能中的科技職能，分析其內容，可順利置入 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 模式中的認知、技術及個人職能，而團隊職能有別與過往單純學者論述的建構人脈的社會職能，管理職能似有單獨討論的空間，以回應時代變化對電視記者之需求，說明如下。

一、認知職能

其意涵為完成任務之知識能力，以記者報導社會現象及挖掘問題的工作性質，可細分為五項任務，包涵發掘問題、分析問題、回答問題、解決問題及預應問題，中間涉及到所謂新聞鼻、觀察力及尋找正確的消息來源及彈性應變的能力。

職能面向	意涵	指標
認知職能	完成任務之知識能力	發掘問題（新聞鼻、敏銳觀察力） 分析問題（分析研判、批判的能力） 回答問題（找到正確的消息來源） 解決問題（組織、整合的能力） 預應問題（彈性應變的能力）
技術職能	完成任務之技巧能力	溝通表達的能力（含外語能力） 文筆及過音 攝影剪接 掌握新聞產製的時效 數位多媒體技能（跨媒體訊息轉換之能力）
社會職能	團隊合作之行為	人際互動的能力（建立人脈） 具有團隊合作的精神（參與團隊及樂於合作之態度） 具有處理團隊衝突的能力 樂於與團隊分享知識與創新
管理職能	領導及管理行政之能力	領導他人的能力 理解組織之目標及策略 具有跨國異文化之敏銳度 擬定團隊採訪計畫 行政執行的能力
個人職能	發展個人特質之能力	自我生活及情緒具控制能力 承受壓力，接受挑戰的能力（抗壓性） 具備不受威脅利誘的能力（新聞倫理） 具備客觀公平與正義感（新聞倫理） 強健體魄 具備求知慾及吸收新知的能力（好奇心、學習力）

表 1：電視記者職能模型

二、技術職能

除了常被討論的溝通表達能力、新聞判斷及文筆、攝影技巧等等，本研究特別突顯多媒體技能，新傳播科技發展迅速，網路、智慧型手機、各種社群網路，不只成為重要消息來源，更是保持新聞競爭力的工作技能，因此電視記者應具備跨媒體訊息轉換的能力。

此外，本研究特別強調電視記者新聞產製的時效性，記者工作特性與時間息息相關，大多數記者將採訪工作設定為具有時間性「階段性架構」，也就是新聞採訪流程與時間概念息息相關 (Fishman, 1980)，而新科技（例如 SNG）導入電視新聞專業頻道，為新聞量產化提供一套彈性的產製原則，新聞報導內容猶如裝配線上不斷更新產出的即時訊息（唐士哲，2005）。因此為要滿足即時快速的產製原則，記者必須能快速完成新聞產製的職能。

三、社會職能

從智慧資本的角度而言，凡員工在組織內外的有價值的人際關係都是重要的社會資本，而過去大家所重視的記者人脈多指組織外，但本研究要強調的是團隊成員的關係，因為團隊管理並強化員工之工作自主性是高績效工作系統（high-performance work practices）的重要內涵，工作團隊是近年來企業界廣為運用之工作設計，分工互賴及工作自主性是團隊之重要特質（Rasmussen & Jeppesen, 2006），在新聞記者工作脈絡中，個人工作自主性已經備受討論及期待，認為是記者專業之要素，然而進入到團隊運作，工作互賴的程度增加，必須透過團隊合作才能滿足時效的要求，但因為強大時間壓力，團隊衝突在所難免，如何透過團隊合作及衝突來提升績效成為管理重點（王正慧、嚴佳代、黃同圳，2011），Ployhart & Moliterno (2011) 認為團員之間存有同質及異質性，有團隊共同利益，也有個人的私利，因此個人聰明才智必須透過團隊互動之分享學習，才能累積成為人力資本，進而成為組織的智慧資本。因此在社會職能方面，本研究特別強調團隊合作及衝突管理，同時團隊知識分享與創新是新聞團隊應該強化的重點，因若太強調分享卻無創新，恐怕會造成新聞一窩蜂現象，因此如能提升團隊創新能力，應能改善目前電視新聞同質性的問題。

四、管理職能

一般而言記者很難管理，Willis & Willis (1993) 的研究發現媒體主管認為管理新聞記者最為困難，造成困擾的原因是新聞記者的價值觀使然，新聞記者的價值觀包括：自我的需求、理想主義、質疑態度、積極進取、創造力、個人主義、專業主義。從實務上來看，記者的個人特質，通常是主動、外向、好奇的，喜歡新鮮事物、自主性高，不喜歡受過分的指使（張舒斐，1998）。因此記者更須重視自我管理，需要更多的溝通與尊重。而記者難管的現象也反映出記者不具管理素養，對於團隊運作將造成危害，一旦記者被升遷為主管，也將難以勝任反而阻礙了新聞運作。

一般記者採訪任務多在組織外部完成，對組織內部的目標、策略及行政事務相當陌生，因此當組織變革的時候，往往成為後知後覺者，甚或淪為被裁員的對象，因此在平時就應該重視管理職能訓練，包括組織策略、設定計畫及全球行之文化敏感度等，一方面自我提升，另一方面也可作為未來升遷之預備。

五、個人職能

這部分除了傳統所重視的新聞倫理與專業，例如客觀報導、抗壓性、不被威脅利誘之外，本研究特別提出具備求知慾的先備職能，記者身處在資訊爆炸的環境中，身為守門人更是應該具備正向的學習態度，樂於學習新知，有學習其他職能的職能（learn to learn）。

此外，記者面對多變的採訪情境及科技需求，其職能必須強化彈性變通（flexibility），因為記者習慣傳統作業系統，現在必須重新學習數位資訊及處理流程相對也比較困難，新舊職能轉換可能帶來記者的壓力及不安全感（Lee, 2002），因此這樣的轉變必須是漸進的，根據個人的期待進度來完成，例如新任務是逐項增加，好讓員工適應並能夠順利掌控。同時員工的數位能力有個別差異，因此人資單位應給予足夠支持及訓練，以幫助記者順利進入新科技時代。

表 1 中，本研究特別著墨的職能重點以粗體表示，以方便讀者提綱挈領，未被標示為粗體的部分並非不重要，而是在過往研究中已經有充分討論，粗體字所標示職能，是回應當前電視新聞產業情境之特定需求，且為過去研究較少被重視的職能。

同時本研究依照 Delamare-Le Deist & Winterton (2005) 所建構之四象限職能模型，將電視記者職能模型予以建構（見圖 7），根據表 1 之統整，依序將指標置入相對應的象限，而獨立討論的管理職能則跨越四個象限，因為不論是個人或職業性的職能或是概念及操作性的職能，都觸及管理職能的需求。以第一象限的職業性概念職能而言，包括發掘問題到解決問題都須要人際的管理職能；第二象限的職業性技術職能，從溝通到掌握時效，同樣需要管理職能。管理職能也跨越第三象限，因為電視記者團隊運作之工作模式已成為常態，一般新聞運作就是一名文字記者搭配一名攝影記者，遇到重大新聞，則是多組記者共同支援，加上衛星轉播車（SNG）大量使用，導致多組記者在一個新聞現場就必須快速分工，由誰來主導並無一定的規則，常因每條新聞現場的情境而彈性調配，因此記者也必須具備領導他人的能力。

此外職能模型希望連結組織目標與策略，所以記者也不能對組織內的管理行政事物漠不關心，也必須具備規畫、執行團隊任務的能力。而第四象限的個人部分，是自我生活管理或是情緒管理，都是記者工作情境中非常重要的管理職能。在自我生活管理方面，因為記者常面對很多威脅利誘，私生活若未能自我節制，可能為了經營人脈，應酬、飯局甚至聲色場所而淪於糜爛。

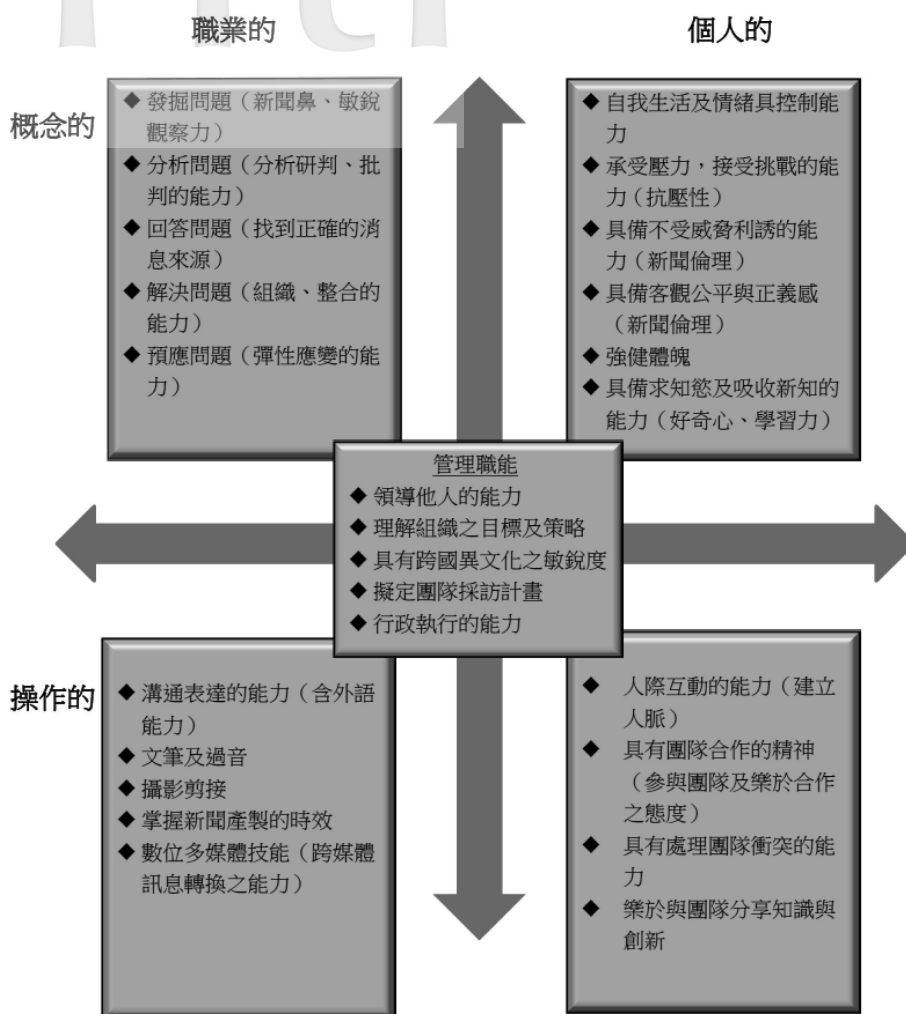


圖 7：電視記者職能模型

伍、研究結論與建議

智慧資本（intellectual capital）是近年來蓬勃發展的管理概念，用來幫助管理者識別及管理其組織的智慧資本（intellectual capital），人力資本（human capital）更是其核心概念，新聞記者是社會中傳遞知識的重要守門人（gatekeeper），其人力資本對媒體及社會的價值無庸置疑。人力資本是社會資本及組織資本的源頭，也是組織的關鍵資源（Pfeffer, 1994），從 RBV（the resource-based view）的觀點，人力資本所創造的默隱（intangible）資源是競爭對

手難以模仿複製，所以成為組織的競爭優勢 (Barney, 1991)。而以職能為基礎的人力資源管理 (competency-based) 將是連結個人生涯發展及組織策略的重要橋樑，本研究所探究的電視記者職能除了關係媒體機構之競爭力之外，也關係到國家民主的發展，因此本研究之貢獻及未來研究建議如下。

一、電視記者職能模型之貢獻

(一) 回應環境多變之前瞻性

職能模型往往定義過去已知的職能，但對未來具前瞻性的需求卻難以預測，因此必須特別重視先備職能 (meta competence)，例如學習新知的能力，才能應付快速變遷的組織需求 (Rothwell & Lindholm, 1999)，本研究特別強調記者應具備吸收新知的能力與彈性應變的能力，才能在多變環境中，強化各項職能維持自我的競爭力。

(二) 回應科技時代的需求

知識工作者的職能，因為是非例行性工作，尤其組織環境是動態而開放的系統，經常需要跨界的合作 (Lindgren et al., 2003)，因為傳播科技丕變，網路社群崛起，人人都成為資訊傳播的一份子，記者守門人角色備受挑戰，很多新聞甚至是從社群網站回流到大眾媒體，Deuze (2004) 認為媒體匯流不純然只是科技界面的轉換，更是不同性質媒體的記者，共同挖掘資料庫，以延伸資訊再製的內容，根據不同媒體平臺的特性，決定不同訊息包裹的邏輯。因此本研究特別增加傳播新科技之職能，不僅僅是收集網路資料而已，而是涉及多媒體產製的格式、與閱聽人有更高互動性、跨文本的連結以及更及時報導 (Kawamoto, 2003; Pavlik, 2001)，這些攸關電視記者之工作內涵，也是完成工作任務之關鍵職能。

(三) 回應團隊運作之必要性

本研究特別提出團隊職能，因為記者不再是單打獨鬥之工作型態，尤其是電視記者更是透過團隊運作提升績效，然而記者追求獨家新聞的驅力讓這部分職能被忽視，也減弱了團隊運作所帶來的正面效益。記者屬知識工作者，其默隱知識 (tacit knowledge) 之管理更須透過團隊成員之分享及創新會更有成效，尤其團隊創新有助於記者產製出有別於他臺的新聞，始能創造出差異化具競爭優勢的新聞內容。

(四) 回應培養管理職能之必要性

身為民主社會的第四權，記者專業自主性是需要被尊重，林照真（2006）認為要解救即將斷裂的新聞生命，不僅應關注大面向的政經改革，更應該從記者自己做起，記者具有媒體改造權的第一步就是在媒體內好好活著。正確適當的管理素養，有助於記者參與媒體組織的管理，獨立專業自主性與組織階層的管理制度，應能在記者提升管理素養中找到較有利的折衝能力。

二、研究限制與建議

國內新聞研究少有以職能分析的角度切入電視記者工作，面對電視新聞種種失序的現象，產官學界似乎也沒有具體對策，本研究希望引進一種新視角，藉由建構電視記者之職能模型，一方面讓記者自我檢視，瞭解一個卓越的記者應該具備哪些職能，另一方面也讓媒體組織有一個善意的管理工具，從記者的選、用、育、留有更完整規劃。藉著職能模型，組織可以發展適當的教育訓練以彌補職能缺口，培育具有專業承諾及組織承諾的優質電視記者，而非到處挖角撿現成的速成心態，對勞資雙方應能產生良性互動。

不可諱言，未來記者必須具備多職能（multi-skilled）才能應付數位匯流的需要，這樣發展卻可能帶來一些負面影響，例如身兼數職產生過勞甚或職能遭到新科技取代（deskill）等結果（Cottle & Ashton, 1999），然而本研究是從人力資源管理的實務角度探討電視記者所需職能，因此未涉及其他影響的議題，是本研究力有未逮之處。

此外本研究僅止於文獻探討，研究嚴謹性尚嫌不足，Sandberg (1994) 認為職能分析與實證的資料及理論的連解相當薄弱，因此本研究建議，未來應將記者職能模型繼續以質化、量化的等實證方法繼續發展，利用質化研究提升內在效度，以量化研究強化外在效度，並驗證職能模型與績效之關聯性，才能在理論產生貢獻。

Rintala & Suolanen (2005) 也提醒數位匯流改變新聞從業人員的工作說明書（job descriptions），這種改變應該是漸進式的，新任務應該一項一項慢慢增加才能幫助記者勝任而不致於威脅其工作品質。本研究希望以理論初探方式先行建構電視記者職能模型，從科技需求到團隊需求到管理需求，希望能呼應時代的變遷，讓記者不至於在環境變革中被淘汰，但本研究所發展的職能模型，未來應實際運用於個別媒體機構，針對不同公司修訂其特有的職能需求及比重。

職能模型就像一張菜單，建構組織產製及傳遞其產製成果，從個人的職能可轉換成組織的能耐（capability）而產生組織的競爭優勢（Rothwell & Lindholm, 1999），記者職能模型屬整體性架構，雖然多面向但應視為整體概念，不同職能間具有聯貫性，很難完全切割，但職能模型目的在提供一個容易分類、鑑別的工具，以採訪寫作為例，包含發掘、分析問題等認知職能，到寫稿、過音就屬於技術職能範疇。究竟哪些指標應歸於何面向存有模糊之處，建議後續研究可更精細地歸納整理。同時不同媒體屬性記者（電子或平面或不同角色、文字或攝影）在各個面向上之重視程度應有差異，因此應針對不同類別及不同角色，發展個別之職能模型，尤其應該與組織目標與績效評鑑相連結才更具實務的運用價值。

參考書目

- 王正慧、嚴佳代、黃同圳（2011）。〈記者任務互賴、衝突與績效——合作性衝突之再議〉，《管理學報》，28：427-446。
- 牛隆光（2009）。《新聞採訪與寫作》。臺北：學富文化。
- 李秀珠（1999年6月）。〈組織傳播與媒介管理〉，「1999年中華傳播學會年會」論文。臺灣，新竹。
- 李金銓（2005）。《大眾傳播理論》（三版）。臺北：三民。
- 李彥甫（2001年2月19日）。〈udndata.com 聯合知識庫啟用華文世界最大線上新聞資料庫將收錄本報系 50 年上千萬則新聞基本服務免費〉，《聯合報》，頭版。
- 李惠琳（2011）。《新聞記者之核心能力初探——在地文獻的回顧》。國立政治大學傳播學院碩士在職專班碩士論文。
- 林照真（2011）。〈因為科技，新聞正處於改變的轉捩點上？〉，《傳播研究與實踐》，1（1），25-34。
- （2006）。《記者，你為何不反叛？》。臺北：天下雜誌。
- 林倩如（2007）。《當資源變成來源：主流媒體如何從網路製造新聞》。淡江大學大眾傳播學系傳播碩士班碩士論文
- 洪榮昭（1997）。〈能力轉換滾石生苔否？〉，《就業與訓練》，15（2）：59-63。
- 唐士哲（2005）。〈新聞現場的經濟意涵〉，《廣播與電視》，25：1-25。

- 張培倫、鄭佳瑜譯（2002）。《媒體倫理與規範》。臺北：韋伯文化。（原書 Kieran, M. [1998]. *Media ethics: A philosophical approach*. London: Routledge.）
- 張舒斐（1998）。《電視新聞記者專業價值觀之研究》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 陳芸芸、劉慧雯譯（2001）。《最新大眾傳播理論》（上、下冊）。臺北：韋伯文化。（原書 McQuail, D. [2000]. *McQuail's mass communication theory* (4th ed.). London: Sage.）
- 陳順孝（1999）。〈媒介組織的內部新聞建構：外力衝擊下，記者與主管的互動策略〉，林靜伶、施清真編，《一九九八媒介與環境學術研討會論文彙編》，頁 211-234。臺北：輔仁大學傳播研究所。
- 彭芸（2004）。《匯流時代的電視產業及觀眾》。臺北：五南。
- 楊意菁（2011）。〈從「網友說」新聞探討公眾角色在新聞報導的變化〉，《傳播研究與實踐》，1（1）：43-53。
- 葉冠妤（2011）。《主流媒體中新聞專業的實踐與追尋：以《中國時報》的採訪調查室成員為例》。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 臧國仁（2000）。〈關於傳播學如何教的一些想法——以「基礎新聞採寫」課為例〉，《新聞學研究》，65：19-56。
- 臺灣新聞記者協會（1996）。〈新聞倫理公約〉。上網日期：2011 年 8 月 20 日，取自 <http://www.atj.org.tw/old/ethic.htm>
- 劉慧雯（2011）。〈從新聞價值的轉變追問科技時代的記者主體：系譜學的角度〉，《傳播研究與實踐》，1（1）：169-203。
- 潘俊宏（2009）。《趕新聞遊戲下的「真實」：攝影記者的勞動處境與專業焦慮》。世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 蕭蘋（1989）。《環保記者專業義理及其影響因素之研究》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 鍾蔚文、臧國仁、陳百齡、陳順孝（1997 年 6 月）。〈探討記者工作的知識基礎：建立分析架構〉，「1997 中華傳播學會研討會」論文。臺灣，臺北。
- 羅文輝（1995）。〈新聞人員專業性：意涵界定與量表建構〉，《傳播研究集刊》，2：1-47。
- 關尚仁（1999）。〈廣電節目品質管理研究〉，《廣播與電視》，14：1-24。
- Bagdikian, B. H. (1983). *The media monopoly*. Boston: Beacon Press.

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. New York: Wiley.
- Campion, M. A., Fink, A. A., Ruggeberg, B. J., Carr, L., Phillips, G. M., & Odman, R. B. (2011). Doing competencies well: Best practices in competency modeling. *Personnel Psychology*, 64, 225-262.
- Cardy, R. L., & Selvarajan, T. T. (2006). Competencies: Alternative frameworks for competitive advantage. *Business Horizons*, 49, 235-245.
- Catano, V. M. (1998). *Appendix 1: Competencies: A review of the literature and bibliography*. Ottawa, Canada: Canadian Council of Human Resources Associations.
- Cottle, S., & Ashton, M. (1999). From BBC newsroom to BBC news centre: On changing technology and journalist practices. *Convergence: Journal of New Information and Communication Technologies*, 5(3), 22-43.
- Dalton, M. (1997). Are competency models a waste? *Training & Development*, 51(10), 46-48.
- De Beer, A. S., & Steyn, E. (Eds.). (2002). Focus on journalism skills [Special issue]. *Ecquid Novi*, 23(1).
- Delamare-Le Deist, F., & Winterton, J. (2005). What is competence? *Human Resource Development International*, 8(1), 27-46.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5, 139-152.
- Fink, C. C. (1996). *Strategic newspaper management*. Boston: Allyn & Bacon.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin, TX: The University of Texas Press.
- Fuse, K., & Lambiase, J. (2010). Alumni perceptions of the ACEJMC'S professional values and competencies. *Southwestern Mass Communication Journal Spring*, 25(2), 41-54.
- Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., Skinner, S. J., & Crosby, P. B. (1997). *Management: Quality and competitiveness* (2nd ed.). Chicago: Richard D. Irwin.
- Jones, J. (2003). Using webcasts to inspire staff at the New York Times Company. *SCM*, 7(3), 14-17.
- Kawamoto, K. (Ed.). (2003). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

- Kennedy, P. W., & Dresser, S. G. (2005). Creating a competency-based workplace. *Benefit & Compensation*, 42(2), 19-23.
- Laitila, T. (1995). Journalistic codes of ethics in Europe. *European Journal of Communication*, 10, 527-544.
- Lavine, J. M., & Wackman, D. B. (1988). *Managing media organizations: Effective leadership of the media*. New York: Longman.
- Lee, C. B. (2002). Career goals and career management strategy among information technology professionals. *Career Development International*, 7, 6-13.
- Lindgren, L., Stenmark, D., & Liungberg, J. (2003). Rethinking competence systems for knowledge-based organizations. *European Journal of Information Systems*, 12, 18-29.
- Lussier, R. N. (2003). *Management fundamentals: Concepts, applications, skill development*. Mason, OH: South-Western.
- Markus, W. (2001). Editorial introduction: Why communications matter for media management? *International Journal on Media Management*, 3, 143-146.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American Psychologist*, 28, 1-14.
- Nayman, O. B. (1973). Professional orientations of journalists: An introduction to communicator analysis studies. *Gazette*, 19, 195-212.
- Parry, S. B. (1998). Just what is a competency? (And why should you care?). *Training*, 35(6), 58-64.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Pfeffer, J. (1994). *Competitive advantage through people understanding the power of force*. Boston: HBS Press.
- Ployhart, R. E., & Moliterno, T. P. (2011). Emergence of the human capital resource: A multilevel model. *Academy of Management Review*, 36, 127-150.
- Ralelin, J. A., & Cooledge, A. S. (1995). From generic to organic competencies. *Human Resource Planning*, 18(3), 24-33.
- Rasmussen, T. H., & Jeppesen, H. J. (2006). Teamwork and associated psychological factor: A review. *Work & Stress*, 20, 105-128.
- Rintala, N., & Suolanen, S. (2005). The implications of digitalization on job descriptions, competencies and the quality of working life. *Nordicom Review*, 26(2), 53-68.

- Rothwell, W., & Lindholm, J. E. (1999). Competency identification, modeling and assessment in the USA. *International Journal of Training and Development*, 3, 90-105.
- Ruotolo, A. C. (1987). Professional orientation among journalists in three Latin American countries. *Gazette*, 40, 131-142.
- Saltzis, K., & Dickinson, R. (2008). Inside the changing newsroom: Journalists' responses to media convergence. *Aslib Proceedings*, 60, 216-228.
- Sampson, D., & Fytros, D. (2008). Competence models in technology-enhanced competence-based learning. In H. H. Adelsberger, Kinshuk, J. M. Pawlowski, & D. Sampson (Eds.), *Handbook on information technologies for education and training* (2nd ed., pp. 155-177). Heidelberg, Germany: Springer.
- Sandberg, J. (2000). Understanding human competence at work: An interpretative approach. *Academy of Management Journal*, 43, 9-25.
- (1994). *Human competence at work: An interpretative approach*. Gothenburg, Sweden: BAS.
- Schein, E. H. (1972). *Professional education: Some new directions*. New York: McGraw-Hill.
- Seelig, M. (2002, December). The impact of new technologies on journalistic routines. *Web Journal of Mass Communication Research*, 6(1). Retrieved January 10, 2013, from <http://wjmc.org/back.htm>
- Singer, J. B. (2007). Contested autonomy: Professional and popular claim on journalistic norm. *Journalism Study*, 8(1), 79-95.
- Sinnott, G. C., Madison, G. H., & Pataki, G. E. (2002). *Competencies: Report of the competencies workgroup*. Retrieved September 30, 2012, from <http://www.cs.ny.gov/successionplanning/workgroups/competencies/CompetenciesFinalReport.pdf>
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Model for superior performance*. New York: Wiley.
- Steyn, E. F., & Steyn, T. F. J. (2009). The challenge incorporate teamwork as a managerial competency: The case of mainstream South African newsrooms. *Journal of Media Business Studies*, 6(2), 47-65.
- Willis, J., & Willis, D. B. (1993). *New directions in media management*. Boston: Allyn & Bacon.

A Model of TV Journalists' Competence: From the Perspective of Human Resource Management

Wang, Cheng-Hui

Assistant Professor, Department of Mass Communication, Hsuan Chuang University

Abstract

From Internet technology to smart phones, communication technology is developed rapidly. It has changed forms of communication, how audiences obtain information, the work environment and competence of journalists. Human capital is the key factor for an organizational competitive advantage, while competence is the key factor exerting a positive influence on job performance and efficiency. This study argues that TV journalist's competence need to cope with new trends, including digital convergence and team-oriented job design, to maintain their competence. Therefore digital and teamwork competence must be upgraded. The purpose of this study is to integrate the context of current environmental changes and to construct a TV journalism competence model in both theoretical and practical aspects. The model will be an important tool to mitigate the chaotic situation in the Taiwanese media.

Keywords: technology competence, journalist competences, journalist performance, management competence, teamwork competence

* Email: winnie1244@hotmail.com

Received: 2012.08.06

Accepted: 2013.01.21

從《無聲的語言》與《超越文化》談 Edward T. Hall 在跨文化溝通灑下的種子 A Sower, His Seed and the Soils: Edward T. Hall, *The Silent Language* and *Beyond Culture* and Intercultural Communication

葉蓉慧 *

Yeh, Jung-huel Becky

世新大學口語傳播學系副教授

Associate Professor, Department of Speech Communication, Shih Hsin University

The Silent Language (1959) 及 *Beyond Culture* (1976) 兩部當年的暢銷書，闡述 Hall 多年來人類學家的觀察，以及對於文化內容與涵義的觀察與見解。在 50 與 60 年代，許多我們今日已知悉的概念，諸如：文化、脈絡 (context)、歷時 (polychronic) 與共時 (monochronic) 時間系統等，以及現今跨國研究中，常被引用為區辨文化或已然成為文化類別的高／低脈絡文化 (high/low context cultures)，對於當時的普羅大眾都還是陌生的概念。Edward T. Hall (1914-2009)¹ 在 *The Silent Language* 中點燃了他不同於傳統人類學對於「文化」定義範圍與觀點，帶出了對於文化、空間、時間以及非語言線索／行為的關係。繼而在 1976 年出版的 *Beyond Culture* 一書中，更進一步對於文化、非語言行為與文化的關係有更進一步的描述與例證，完整的高／低脈絡 (high/low context) 的概念。此外，現今人際溝通與非語言溝通中，對於時間，空間與距離的運用方式，也是 Hall 在倡議微觀文化分析 (microanalysis) 時，所提出的觀察與例證。重讀二書，除了重新玩味文化概念建立的跡線，同時檢視與省思現今跨文化溝通的發展，以及這門學科的實用精神與意義。Hall 像是一位有趣的老師上課，為了提供學生（讀

* Email: jhyeh@cc.shu.edu.tw

1 在 *The Silent Language* 及 *Beyond Culture* 兩書出版之間，Hall 還有一本在非語言傳播中常被提及與引用的作品 *The Hidden Dimension*，出版於 1966 年。

者）們對於抽象概念的理解與想像，運用了許多巧妙的譬喻以及引人入勝的生活經驗。這些譬喻與事例的篇幅與趣味性，常常也讓學生或讀者忘卻了 Hall 故事中最初所欲闡釋與說明的理論或概念。讀者沉浸於這些故事與譬喻說明後，往往需要再往前翻閱的數頁與段落，才將故事與概念連結在一起。

壹、無心插柳，柳卻成蔭的跨文化溝通

對於跨文化傳播的起緣時間，學界有不同的討論與見解 (Hart, 2005; Leeds-Hurwitz, 1990; Rogers & Steinfatt, 1999)，但確有兩點不變的共識：跨文化傳播的掘起與發展吸取了人文社會（人類學、社會學及心理學）學門的養分；E. T. Hall 在跨文化傳播掘起的過程中占有關鍵的角色。Rogers, Hart, & Miike (2002) 與 Leeds-Hurwitz (1990) 在追溯跨文化溝通的崛起，以及 Hall 在跨文化溝通以及非語言傳播中的領銜地位時，認為這些一切均出自於時代的偶然。E. T. Hall 是哥倫比亞大學的人類學博士，二次世界大戰後與 George L. Trager 等語言人類學家，一起為美國國務院所屬的外交事務協會（Foreign Service Institute, FSI）的駐外人員進行語言與文化的課程規劃與訓練。起初的課程內容包括延請軍中的語言教師進行近似於母語教學的訓練，並在語言訓練的過程中同時增進對於文化的理解。Hall 與其他的人類學家們則負責教授傳統人類學取向的文化概念，宏觀性的介紹特定文化（如印第安的 Navajo 族）的宗族結構與社會制度。受訓的 FSI 學員們對於初期人類學家們所設計的訓練計畫內容與方式評價不佳，也認為課程內容與實際國際外交實務狀態相差甚遠（例如：美國政府不會在 Navajo 保留區設立大使館）。

Hall 與 Trager 於是重新檢討 FSI 的課程，融合語言與人類學精神，並重新撰寫 FSI 的訓練手冊 (Hall, 1959)，將課程內容依各種訊息系統（如：互動、組織、經濟、性別、領域、時間、教學、休憩、防禦、開發）分為 10 × 10 矩陣圖，共 100 個文化主題（收錄於 *The Silent Language* 附錄中），將課程與訓練的目標定調為跨越文化的溝通（communication across cultures）。課程內容除了語言訓練之外，上課方式不以授課（lecture）及閱讀為訓練方式，而是案例研討的方式，探討前期學員們以及 Hall 本人的駐外經驗。跨文化溝通以「溝通」以及「訓練」為主軸的理念至此才確立較為明確。修改後的新課程則頗受外交官、技術人員及其家屬配偶的好評。

人類學家及語言學家們參與 FSI 的訓練時期，正式算來只有六年（1950-1955），最後因國務院的人事問題，學者們離開了這個訓練計畫。也因為學者們離開了 FSI，跨文化溝通的概念才有機會在學術及民間場域開枝散葉。FSI 之後，Hall 依然保留在 Washington D.C. 的精神科學院中從事（1952-1956，1960-1963）研究工作，也曾分別在伊利諾理工學院（Illinois Institute of Technology）及西北大學的人類學系擔任教職，同時也撰寫學術期刊的文章。學術文章外，也應出版社的邀請開始著手將 FSI 那些年所思索的微觀層面（micro-level）的文化觀察與定義，寫成了當年極受一般大眾歡迎的暢銷書 *The Silent Language*。日後又陸續出版了 *Hidden Dimension*（1966）及 *Beyond Culture*（1976）。

雖然任教於人類學系，也一直從事研究與學術研究，Hall 的溝通與文化關係學說並未引起人類學界的重視與關注。反而是在傳播界，他的論述與學說造就了一片良田。Rogers et al. (2002) 認為 Hall 的學說未能在人類學界產生影響力，沒有延續 Hall 理念學說的研究生是主要原因。Hall 的論述與學說，反而是在 60 年代，贏得傳播領域的重視，陸續在 University of Pittsburg, Michigan State University 等傳播科系中開設跨文化相關的課程。70 年代開設跨文化課程的學校更是急速增加，直至 80 年代，已經有兩百多所大學開設大學部跨文化傳播課程，六十多所大學開設研究所的跨文化溝通課程。根據 Rogers & Hart (2002) 的說法，Indiana University 的 William Starosta 可能是最早拿到跨文化博士學位博士生，至今依然活躍於跨文化溝通學界²。而 1975 年 University of Minnesota 以跨文化溝通為專長領域的一批博士生畢業生開始將跨文化溝通的理念，在學術以及教育界發揮影響力。其中 William Gudykunst（1948-2005）成為 80 及 90 年代跨文化溝通研究被常被引述的研究學者³。同期得到跨文化傳播博士學位的 Milton Bennet 以及 Janet Bennett 所辦的非營利機構 Institute for Intercultural Communication，提供教師、研究者或相關專業人士跨文化教育與訓練的相關課程與交流計畫，同時也授予證照或學位，讓跨文化溝通的概念與種子普及並擴展至中小學，以及民間團體與機構中。

- 2 Starosta William J. 任教於 Howard University in Washington D.C. 為 *Howard Journal of Communication* 之創刊編輯。Starosta 仍積極參與並關注跨文化傳播的發展，對於跨文化溝通能力 (Chen & Starosta, 1996)，跨文化傳播研究的發展趨勢 (Chen & Starosta, 2004; Starosta & Chen, 2005) 發言並提出想法。Starosta 擅長以語藝分析 (rhetorical analysis) 分析跨文化互動中的文本，例如：分析學術期刊投稿中的白人論述（199X）。
- 3 William Gudykunst 在 80 年代以實證統計的研究方法，以不同的國家文化做為測試與比較各式人際傳播理論，有 200 篇論文出版於重要傳播期刊與及跨文化書籍章節中。同時也是活躍於傳播及心理學領域的學術社群中。Gudykunst 對於文化的定義以及方法論的見解，影響了 80 年代跨文化傳播典範發展。

跨文化傳播因吸取了 Hall 的人類學養分而開始壯大，傳播界也一直推崇 Hall 的學說在跨文化傳播以及非語言傳播的貢獻，但 Hall 始終只認定自己是人類學家，不在傳播領域居功 (Leeds-Hurwitz, 1990)。在 1977 年自西北大學人類學系退休後，Hall 移居新墨西哥州的 Santa Fe 直至 2009 年離世。移居新墨西哥州期間，當時極力發展跨文化傳播及發展傳播的新墨西哥大學傳播系，在網羅的《創新與擴散》學說的提出者 Everett Rogers 後，極力亟盼能邀請 Hall 加入陣容。但 Hall 僅在 1997 與 1999 年兩年接受新墨西哥大學傳播系 (university of New Mexico) 邀請至該系擔任講座教授，並未接受專任教職。與傳播界的關係也僅止於偶爾應邀至由第一批跨文化傳播博士 Bennett 成立的 Institute for Intercultural 或是為業界人士打造的跨文化傳播為名的 SEITAR⁴ (Society for Intercultural Education Training and Research) 演講。

貳、潛移默化的文化

在社會與人類學長期以宗族系統、社會結構與社會組織間定義文化的年代，一位人類學家卻以溝通來定義文化的範疇是個劃時代的創舉，也算是個異類。對於 Hall 提出的「溝通即是文化，文化即是溝通」概念，雖然之後成為跨文化傳播領域是個重要的奠基石。為了建立溝通即是文化的概念與範圍，Hall 引用了許多的事例與譬喻傳遞並建立這些在當時陌生且抽象的概念。Hall 在 *The Silent Language* 及 *Beyond Culture* 中，將溝通的範圍擴展並超越語文與字詞的範圍，同時也涵括了非字詞的部分，包括空間、距離、時間的間隔與使用方式。一改過去人類學在 40 及 50 年代人類學家對於「文化」以及「種族中心主義」的關注，「溝通即是文化，文化即是溝通」則將文化的關注核心定調於「溝通」，承襲自人類學的部分則在於對於文化「規則」的觀察與歸納。

為建立當時讀者與大眾對於文化與溝通規則之間的概念，Hall 打了多種譬喻來建立文化即是溝通規則，語言學習即為一例 (Hall, 1959)。人在學習任何一種新語言之初，對於語言只有模糊的聲音印象。隨著學習的時間增加，便能開始做出一些諸如停頓、換氣或是語調之類的模糊辨識。逐漸地，從學習聲音，進展到單字，甚至於句子。文化分析單位也可以像分析語言的單位一樣，可由小到大分為

4 SEITAR 為全球性的非政府組織 (NGO)，提供全球各地學術與實務界人是跨文化的講座，課程與訓練。許多跨文化的訓練講師，或是文化教育者利用座談與講座的机会進修，或是與全球各地之講師交流。目前北美 (美國與加拿大)，歐洲 (如：英國、義大利、法國、愛爾蘭、荷蘭等八國)，南美 (巴西) 與亞洲 (印度與日本) 均有分會。

語株 (isolates)、語組 (sets) 以及語型 (patterns)；語形就像是語言中的語法 (syntax)，由許多的語組，也就是文字 (words) 組成，文字又是由許多的語株，也就是聲音組成。來自不同溝通環境的人，初入新的溝通體系中，會遭遇類似看顯微鏡時的那種模糊或不聚焦的狀態，但隨後便能逐漸調整歸納符號意義，並開始建立在新環境中的模式。以語言學模式來理解文化，除了以一種讀者能夠想像的經驗來形容文化之外，同時也標示出文化的整體，是由許多成分共構而成。這個繁複的結構可以從各種層面來觀察，舉凡物質文化、商業制度、婚姻與家庭、社會組織、語言，甚至於軍事部隊、性別或是法律的層面，都可以被拆解成不同的單位來分析。

文化與溝通規則的關係，除了以語言規則的學習做為譬喻外，Hall 認為，溝通規則是由熟悉的環境中所建立起的生活知識。就像是人們在熟悉的環境中，由生活經驗中建立起：到甚麼樣的地方可以買到他所需要的生活必需品，在什麼時間，到哪可以找誰聊聊排解心中的鬱悶的生活知識與規則。人們在這個熟悉的系統中建立起舉手投足，一顰一笑的時機與意義。這些具體說不上來為什麼或是什麼，但內建於腦海中的生活與溝通運作規則與規律就是文化 (Hall, 1959: 34)。除非在跨文化的經歷中，原有的控制系統已經不管用，否則個人多半不會意識到自己有一套掌管空間距離、時間與順序、接觸頻率與時間長短的程式系統 (Hall, 1976: 44)。

闡釋溝通即是文化的概念，Hall (1959: 96-97) 舉了母子互動以及外交政策與策略的例子，說明「溝通」的形成與文化成形的關係。像是想瞭解一對陌生的母親與孩子之間的互動應對規則，不能僅從短時間、片段的字詞或是任何單一部分判斷其關係與意義。瞭解母子溝通的規則，需要較長的時間觀察母子溝通的細節，才能逐漸對於母子的個性與特質做出較為正確的理解。文化亦然，溝通在文化中的意義，也需要在較長的時間觀察與理解後，才能對於文化中的意義做出較為正確的理解。Hall 另舉了外交辭令與政治策略為例，認為所謂的外交辭令與政治策略都是熟悉情況與行動的政治人物或發言者所留下的訊息交流成果。溝通之所以得以進行，都是溝通中的參與者共享了意義。而這些被交流的訊息意義，都是歷經數百年的歷史洗鍊後所流傳下的。

跳脫社會學將文化譬喻為冰山的說法，Hall 認為文化也可從正式 (formal)、非正式 (informal) 及技術 (technical) 三種系統來討論文化的多元面向。以滑雪為例，有的人滑雪是循正式的學習管道、教練的指導、臨摹姿勢與節奏，或是看書學習；有些人則無師自通，全憑自然的感覺，沒有人做：「要滑的時候，膝蓋

要彎起來」之類的提示。另外有些專業人士，則將滑雪的過程分解為許多細節與單位，技術性的辨識姿態與動作的角度與力道，以及這些姿勢動作的功能。文化的面向可以是正式的典籍或是史料紀錄；也可以是非正式的生活經驗體會與經驗；當然也可以是細微事物或器物的技術分析與專業探討。

或許是因為對於 Freud 學說的興趣，Hall 對於文化與溝通的見解也反應在時間與空間的運用上，認為時間與空間運用以及感知，都是潛意識的行為。對於時間與空間認知的論述，Hall 在日後的 *Hidden Dimension* 有更進一步且聚焦的討論。在 Hall 的第一本書 *The Silent Language* 中，Hall 對於文化與時（間）空（間）認知的影響，多半是教科書或是談論文化的相關書籍中未曾提及非正式系統，諸如對於時間與空間上的認知差異及運用，使得讀者讀來既罕見，新鮮，但也確實傳達出文化之中存在著這些細微的行為與見解差異。

參、難見形跡的脈絡

Hall 的「脈絡」論述除了影響跨文化傳播對於文化的見解與定義，同時也因 Hall 的脈絡與訊息關係的討論，讓日後對於文化的分類新增了高／低脈絡文化的類別。對於「脈絡」（context）的重要性，Hall (1976: 86-87) 舉了個翻譯機的例子說明脈絡與意義的關係。50 年代的美國政府耗費了數百萬美元，發展出翻譯俄語及其他語言的系統。但這套語言翻譯系統雖能根據文法列印出一張又一張的報表紙，但是這個翻譯機的計畫終究還是宣告失敗。使用過翻譯軟體的讀者們一定也有類似的經驗，翻譯軟體翻出的每一個字都有其意義，但是全部兜在一起卻什麼都不是。單字的使用與其意義通常是根據環境、場合、關係或前後文的變化而更動。缺乏了對於脈絡的瞭解，語言符碼（linguistic codes）所能傳遞的訊息也非常有限。

翻譯機的事例大致可勾勒出脈絡、訊息（information）以及意義（meaning）三者間的關係。高低脈絡的溝通方式，也隨著對於環境與人際之間的熟識程度而更動。為說明脈絡、訊息與意義三者的關係，Hall (1976: 102) 在 *Beyond Culture* 中以圖揭示了脈絡與訊息間的反向關係（圖 1）。

根據 Hall 對於高／低脈絡論述，人與環境，環境，場合以及他人之間的關係，決定了脈絡的高低層級。低脈絡的溝通方式則是溝通者對於溝通的對象或是情境脈絡知識所悉甚少（見 LC 端），所以需要許多資訊交代背景關係或是事物的原由，因此在低脈絡處的資訊需求量較（高脈絡）為多。「脈絡的層級決定了溝通

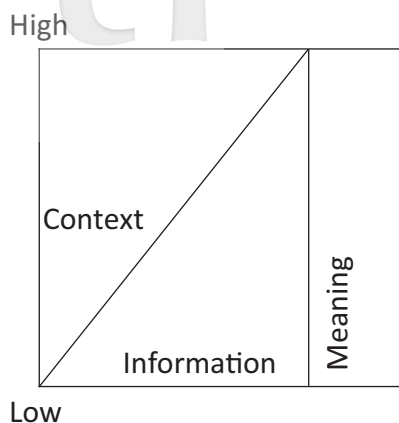


圖 1：脈絡，訊息與意義關係圖

的特質，也成為後續所有行為的基礎」(The level of context determines everything about the nature of the communication and is the foundation of which all subsequent behaviors rests) (Hall, 1976: 92)。高脈絡溝通行為多半仰靠過去的經驗與背景知識做為行為的判斷，僅需有限的符碼(restricted codes)即可傳達意義。以教會的建築為例，建築本身再現的符碼有限，欲欣賞與瞭解古典的教會建築，必需具備對於歷史背景以及對於宗教的理念與想法的理解。相對之下，低脈絡的溝通行為則發生於變動快速，或者是對於環境或關係的經驗不足的狀況之下，語言符碼需要詳細明確(elaborated codes)。對於與共同生活數十年的家人而言，許多訊息的意義，是由日常生活中對於對方的習性的理解與經驗，可從環境與非語言線索中洞悉對方某些舉措的意義。因此，與長時間相處的家人溝通是高脈絡溝通，對於資訊交換的數量需求不高(三角形的窄處)，多是根據生活的經驗而來，也就是內化的資訊(同上引：97)。

習性與規則就像是內建了脈絡與意義的程式，使得溝通行為成為一種潛意識的反應，甚至成為習慣。如 Hall (1959: 137) 所提：「……文化的奧秘……在於分析日常生活中許多我們視為理所當然之事」(the secrets of culture ... (t)he analysis of one's own culture simply makes explicit the many things we take for granted in our everyday lives)，文化之中對於時間與空間的使用以及意義解讀，最能說明脈絡的使用習性對於溝通意義的影響。例如：在時間的章節中的一個有趣的比擬(同上引：145)。小孩常常會問媽媽：「還要多久」？無論是「再一會兒」或是「快了，快了」，人們(小孩或文化新鮮人)與實際經驗的對照後，會建立起「再一

會兒」或是「快了快了」的溝通意義與規則。因此，對於某些人「再一會兒」可能是五分鐘或是十分鐘，但另有一些人的「再一會兒」或是「快了快了」是令人不安的漫長等待。這種習性與規則的差異，反映在地區、國家，或是反映在各性特質不同的個人上。

Hall 的脈絡與文化論述認為，脈絡決定了溝通的特質（訊息的數量以及明確的程度），發生於個人、人際以及不同的關係層次之中。因此，脈絡不是絕對性的標籤，像是一把量尺，有各種不同的刻度與程度，需要比較的對象，才能有高與低的標準。跨文化傳播 Casmir & Asuncion-Lande (1989) 與 Casmir (1993) 建立第三文化（the third culture building）的論述以及 Belay (1993) 的互動多文化論述（interactive-multicultural building）相當程度的延續人類學將脈絡視為「流動、不恆定的姿態，表達當前持續改變的『不確定性』」（林徐達，2011：9）說法，認為所謂的跨文化氛圍，應是由互動者互動接觸的過程中，協力共構而成的彈性與動態的氛圍。

80 年代起，跨文化傳播研究習慣性地將文化迫加性的貼上集體主義／個人主義或是高／低脈絡文化的標籤，使得高／低脈絡溝通成為標示文化差異的絕對代名詞亦或是變項。這樣的誤用與誤解，部分來自於實證研究典範的轉移。另一部分可能來自於 Hall 在書中常為了凸顯不同的脈絡層級在溝通方式上的差異，經常以美國文化與其他（如：地中海、中東或沙烏地阿拉伯，美國印地安人或是東方文化的日本）做為對照的例子，並且美國文化在這些對照的例子之中，多半是屬於低脈絡的溝通方式。正因為 Hall 多以美國文化中慣常使用訊息的方式，對照與理解另外一種截然不同訊息使用方式，製造出「對比」與「差異」的感受。現在讀起這些（美國人）描述異文化的經驗，因著對於脈絡層級的仰賴習性不同，對於生活與行為模式與美國社會文化的習性大相逕庭的例子，讓這些異文化中的行為舉措，像是看喜劇或鬧劇般的有趣、荒謬、不可思議，但也隱約飄散著一絲絲美國的中心思想。但不容否認地，這樣的對比與描述，也確實建立起當時美國讀者大眾對於文化與溝通差異之間的連結與關注。

肆、從 E. T. Hall 出發？還是從 E. T. Hall 出走？

Hall 最初對於跨文化溝通的發想來自當時的外交需求，目的在於培訓駐外人員的跨文化溝通能力。所謂的「能力」（competence），不僅是生存或是語言的能力，也是比較與瞭解新文化規則的能力。在 *The Silent Language* 等一系列的著

作中，讀者除了閱讀了 Hall 的生活經驗與故事，也讀到了人類學的文化微觀、內視的觀察與分析，反映在這些經驗故事中對於生活細節觀察與比較。70 年代的跨文化傳播研究相關研究中，對於「文化」以及「跨文化」的範圍也較為廣泛，有種族、社會階層、性別認同。承襲與延續 Hall 對於脈絡的描述以及對於文化範圍的定義，這段時期較為人熟知的為 Philipsen (1975, 1976)。多數人對於 Philipsen 記載與描述的白人藍領社區的溝通規則與意義，與 Hymes (1974) 所提出的說話民族誌 (ethnography of speaking) 聯想在一起，卻常常忽略該文藉由交代與描述各溝通事件的脈絡，來理解特定區域與社會階層的文化內涵。

70 後期至 80 年代的跨文化傳播發展典範開始顯現出移轉，Hall 的論述與學說影響逐漸微弱或被淡忘。被記得的部分只剩下簡單的「高／低脈絡文化」的提出者。隨著歐美聯手打造的經濟與軍事盛世以及科技文明的傳佈理論，讓跨文化溝通中「文化」的範圍，幾乎一面倒地與「國族」(nation-state) 畫上等號。跨文化傳播成為測試各類傳播理論的場所，「文化」則成為測試溝通典範的研究實驗室，實證統計方法中的研究變項 (Shuter, 1990)。高／低脈絡文化也在這個時期，被廣泛使用為迫加性 (imposed) 的文化變項，用以標示或取代集體主義與個人主義文化的代名詞。80 年代的跨文化溝通能力，除了是對於移居異文化的適應與調適外，更多的關注置於對於異文化溝通的效率與合宜。此一時期的跨文化傳播，在學術期刊發表以及跨國組織的實務需求上看似欣欣向榮，但 Moon (1996) 認為，80 年代對於文化的討論是最空洞，對於跨文化傳播的需求也是霸權的時期。無論是學界或是實務界，對於跨文化傳播的興趣不在於對於「文化」內涵的關懷，而是以精英 (elite) 及優勢主導的控制心態進行跨文化的比較，或是進行產品或是觀念的擴散。「文化」的概念在這時期多半是靜態 (static)，簡化 (simplified)，缺乏對於脈絡 (contextualized) 及歷史觀 (historized) 的考量與討論。

90 年代起跨文化傳播的發展，開始另一波的轉向。女性主義以及批判取徑對於「權力」角色與運用方式，彌補 80 年代中對於社會階級、性別、種族與社群觀點以及「權力」議題的忽略。傳播理論長期以來歐洲中心主義 (Eurocentrism) 的迷思，對照逐漸覺醒東方主義 (Orientalism) 或是亞洲中心 (Asiacentricism)，跨文化傳播所關照的範圍與議題，已經不單是「適應」、「生存」、「效率」、「合宜」，而是爭取與討論「賦權」在個人、組織或是社區中的重要與可能性。

雖然，自 80 年代起，主流的聲音不再念茲再茲地提到 E. T. Hall，但在「溝通即文化，文化即溝通」的論述，以及微觀的文化分析觀點，依然累積諸多深刻細膩的反思性，涓滴記載各式的異文化／跨文化／多元文化中脈絡與溝通意義的

關係。例如：Wieder 和 Pratt (Pratt & Weider, 1993; Wieder & Pratt, 1990a, 1990b) 以不同的身分與角色（一位 Osage 族人及一位美國白人），在跨文化的溝通過程中描述與記錄印地安 Osage 族中的發言或說話規則⁵。Lieberman (1994) 以西方白人的身分以藏語向西藏方丈學習佛經的過程，以對話記錄做為脈絡呈現的方式，對照 Lieberman 反思性的分析⁶，對於跨文化溝通能力另有精闢的新解。Sandel (2002) 以西方人的觀點進入臺灣村莊中，對於社交與互動的親身的參與觀察及深入訪談，記錄與詮釋了華人社會中要求小孩見到長輩要叫人問好的行為意義⁷。

對於如何由脈絡中解讀訊息意義的文獻，華人社會互動中「沒說」的部分，及回應方式，正是決定「關係」意義的關鍵 (Chang, 1999, 2001)⁸。Chang (1999) 以三段對話來說明這些對話，呈現社會文化結構中，已經定義好的角色與關係，如何組成關係意義的脈絡。另一篇以華人人際關係與溝通形態為主題的研究，描述東亞社會的人際關係如何維持「重和諧，講面子」的表象下暗潮洶湧。由這些對話與關係的記錄，讀者們（特別是華人讀者）得以分解與剖析溝通脈絡如何影響意義的詮釋。高脈絡溝通中的委婉 (indirectness) 與好禮 (politeness)，在不同的人際情境中如何被賦予「和諧」以外的意義。

5 Pratt 為 Osage 族的印地安人，Weider 為美國白人。兩人一同進入 Osage 印地安保留區中做田野調查。對 Weider 來說，有些人就是印地安人，但 Pratt 卻要分誰是「真的」印地安人，誰只有印地安人的外表，卻沒有印地安人的靈魂。在 Weider 的觀察並對 Pratt 的提問，以及 Pratt 對 Weider 題問所提出的解釋與說明，共同構築了對於 Osage 族溝通文化的描述。Pratt 與 Weider 的系列文章中的許多細節可見民族方法論中的共同主觀性 (intersubjectivity) 以及跨文化共同脈絡建立的例證。

6 Lieberman 的文章有趣且巧妙地再現了非（西藏）母語使用者，如何在跨文化互動藏拙（裝懂），或是裝懂卻被方丈抓到的歷程。題目與文字陳述的方式並不易於閱讀，但對話與文字背後確實反映出實際跨文化互動中「雞同鴨講」或是「不懂裝懂」的現象，或是如何避免尷尬或丟臉的跨文化溝通能力。

7 Sandel 注意到臺灣村莊中，長輩非常重視小孩見人有沒有叫對方「阿姨」、「伯伯」、「叔公」等親族稱謂。剛開始作者也遭遇到像孩子們的待遇，不斷地被督促要「叫人」（kinship address）。經過較長時間的親身參與觀察，以及深入訪談後歸納：「叫人」是華人社會中建立個人與親（家）族認同的方式，也是長輩試圖將晚輩與另一方建立聯繫關係的方式。

8 Chang (1999) 引用婆媳、長輩與晚輩以及平輩朋友之間的對話，說明並分析何以對話中「未說」或「模糊」的部分，定義了說話者之間的關係。引用的對話內容簡短，但從簡單的言詞應對之中可見人際關係的友好或緊張。華人讀者對於這些對話交鋒的經驗並不陌生，甚至於能發出會心的微笑。Chang (2001) 所引用的對話表面上都是平靜和諧，但背後都可能有些「暗箭」射向對方。包括兩位不是互相熟識的舊識，討論到其中一位的未婚夫時，「你條件那麼好，隨便找都比這個好」；或是晚輩以禮物答謝長輩，長輩：「不用客氣！我要是真要你謝我的話，要的可就不只這些」；以及妯娌姑嫂之間的炫耀與暗諷，其中一方：「感謝我父母對我做的一切（栽培為醫生）讓我不用向人乞求工作」，另一方：「前幾天有人到某院（前一人工作處）看病後，病況更惡化。有些醫院中就是有爛醫生當害群之馬」。

跨文化傳播走入二十一世紀，累積了五十多年的能量之後，究竟還能再對人類社會貢獻些什麼？Leeds-Hurwitz (1990) 在為跨文化傳播發展的歷史發展總結時的陳述，與本文回溯 *The Silent Language* 及 *Beyond Culture* 中，E. T. Hall 對於溝通，脈絡與文化關係的目的不謀而合。Leeds-Hurwitz 表示，跨文化傳播領域的發展，在過去幾十年已經歷經了多次的轉變與變化，未來一定也會持續不斷轉變。理解領域的根源，以及當初領域萌生與轉折的關鍵，並不想限制或排除什麼「是」或「不是」跨文化傳播。檢視與回顧這些學說 (doctrine)，彷彿是重新檢視當初灑下的種子，經歷了不同典範的照料與灌溉後，檢核今日的收成，更是為了累積並因應未來需求的能力。

參考書目

- 林徐達 (2011)。〈「異／譯」文化脈絡：在地知識與去穩定的人類學運用〉。
《傳播研究與實踐》，1 (2)：1-11。
- Belay, G. (1993). Toward a paradigm shift for intercultural nad international communication: New research directions. In S. A. Deetz (Ed.), *Communication yearbook 16* (pp. 437-457). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Casmir, F. L. (1993). Third-Culture building: A paradigm shift for international and intercultural communication. In S. A. Deetz (Ed.), *Communication yearbook 16* (pp. 407-428). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Casmir, F. L., & Asuncion-Lande, N. C. (1989). Intercultural communication revisited: Conceptualization, paradigm building, and methodological approaches. In J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook 12* (pp. 278-309). Newbury, CA: Sage.
- Chang, H. C. (2001). Harmony as performance: The turbulence under Chinese interpersonal communication. *Discourse Studies*, 3, 155-179.
- (1999). The "well-defined" is "ambiguous" -- Indeterminacy in Chinese conversation. *Journal of Pragmatics*, 31, 535-556.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (2004). Communication among cultural diversities. *International & Intercultural Communication Annual*, 27, 3-15.
- (1996). Intercultural communication competence: A synthesis. In B. R. Burleson (Ed.), *Communication yearbook 19* (pp. 353-384). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. New York: Anchor Books.

- (1973). *The silent language*. New York: Anchor Books.
- Hart, W. B. (2005). Franz Boas and the roots of intercultural communication research. *International & Intercultural Communication Annual*, 28, 176-193.
- Hymes, D. (1974). *Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Leeds-Hurwitz, W. L. (1990). Notes in the history of intercultural communication: The Foreign Service Institute and the mandate for intercultural training. *Quarterly Journal of Speech*, 76, 262-281.
- Lieberman, K. (1994). A natural history of some intercultural collaboration. *Research on Language and Social Interactions*, 28, 117-146.
- Moon, D. G. (1996). Concepts of “culture”: Implications for intercultural communication research. *Communication Quarterly*, 44(1), 70-84.
- Philipsen, G. (1976). Places for speaking in Teamsterville. *Quarterly of Journal of Speech*, 62, 15-25.
- (1975). Speaking “like a man” in Teamsterville: Culture patterns of role enactment in an urban neighborhood. *Quarterly Journal of Speech*, 61, 13-22.
- Pratt, S., & Wieder, D. L. (1993). The case of saying a few words and talking for another among the Osage people: “Public speaking” as an object of ethnography. *Research on Language & Social Interaction*, 26, 353-408.
- Rogers, E. M., & Hart, W. B. (2002). The histories of intercultural, international, and development communication. In W. B. Gudykunst & B. Moody (Eds.), *Handbook of international and intercultural communication* (2nd ed., pp. 1-18). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, E. M., Hart, W. B., & Miike, Y. (2002). Edward T. Hall and the history of intercultural communication: The United States and Japan. *Keio Communication Review*, 24, 3-26.
- Rogers, E. M., & Steinfatt, T. M. (1999). *Intercultural communication*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Sandel, T. L. (2002). Kinship address: Socializing young children in Taiwan. *Western Journal of Communication*, 66, 257-280.
- Shuter, R. (1990). The centrality of culture. *The Southern Communication Journal*, 55, 237-249.

Starosta, W., & Chen, G. M. (2005). Where to now in intercultural communication. *International & Intercultural Communication Annual*, 28, 3-13.

Wieder, D. L., & Pratt, S. (1990a). On being a recognizable Indian among Indians. In D. Carbaugh (Ed.), *Cultural communication and intercultural contact* (pp. 45-64). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Wieder, D. L., & Pratt, S. (1990b). On the occasioned and situated character of members' questions and answers: Reflections on the question, "Is he or she a real Indian?" In D. Carbaugh (Ed.), *Cultural communication and intercultural contact* (pp. 65-75). Hillsdale, NJ: Erlbaum.