傳播研究與實踐

科技部TSSCI期刊

第8卷 第2期 2018 年7月

特邀論文

假新聞之監理與治理探討／何吉森

造假有效、更正無力？第三方事實查核機制初探／胡元輝

研究論文：轉型中的社會實踐與傳播研究

政治網路口碑的情感分析：語意關連性之觀點／趙玉娟、陶振超

從節目模式改編的價值鏈，思考綜藝節目產業的升級與轉型：以《中國好聲音》為例／蔡珮

如夢似魘的遷徙：在臺陸籍配偶的認同實踐研究／陳宏

廣播天空的「轉型正義」：以中廣為例的分析／邱家宜

逆反時光、探訪視覺：視覺語藝的古典脈絡與其示現／王孝勇

打造一個媒介分類學模式：從體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介談起／柯籙晏

從媒體近用到ICT近用：偏鄉志工老人的傳播實踐／羅彥傑

JCRP 世新大學新聞傳播學院

世新大學 成舍我紀念館 Cheng Shee-Wo Institute for Chinese Journalism

airiti Press

主　　編

溫偉群／世新大學口語傳播學系教授

副 主 編

黃順星／世新大學舍我紀念館副研究員

編輯委員（依姓氏筆劃）

王孝勇／靜宜大學大眾傳播學系副教授
林照真／國立臺灣大學新聞研究所教授
林富美／世新大學傳播管理學系教授
胡元輝／國立中正大學傳播學系教授
胡幼偉／文化大學新聞學系教授
陳炳宏／國立臺灣師範大學大眾傳播研究所教授
陳憶寧／國立政治大學廣告學系教授
賴祥蔚／國立臺灣藝術大學廣播電視學系教授

編輯顧問

李金銓／香港城市大學媒體與傳播學系講座教授兼傳播研究中心主任
周成蔭／世新大學舍我紀念館館長兼美國杜克大學中國與日本文化研究客座副教授
林靜伶／輔仁大學大眾傳播研究所教授
林麗雲／國立臺灣大學新聞研究所教授
邱皓政／國立臺灣師範大學管理學院教授
侯　傑／中國天津南開大學歷史學院教授
胡智鋒／中國傳媒大學媒體藝術與文化研究中心主任
倪炎元／銘傳大學傳播管理研究所教授
夏曉鵑／世新大學社會發展研究所教授
郝曉鳴／新加坡南洋理工大學黃金輝傳播與信息學院教授
高　鋼／中國人民大學新聞學院教授
張惠晶／美國伊利諾大學傳播學系副教授
張錦華／國立臺灣大學新聞研究所教授
張讚國／香港城市大學媒體與傳播系教授
郭良文／國立交通大學傳播研究所教授
郭振羽／新加坡南洋理工大學黃金輝傳播與信息學院教授
陳國明／美國羅德島大學傳播學系教授
程曼麗／中國北京大學新聞與傳播學院副院長
黃東益／國立政治大學公共行政學系教授
黃清龍／旺旺中時集團《旺報》社長兼總編輯
黃鈴媚／世新大學口語傳播學系教授
黃懿慧／香港中文大學新聞與傳播學院教授
臧國仁／國立政治大學新聞學系教授
鍾振昇／美國舊金山州立大學傳播學系教授
鍾蔚文／國立政治大學新聞學系教授
簡妙如／國立中正大學傳播學系教授

英文編輯

蕭宏祺／世新大學傳播管理學系教授

執行編輯

曾絲宜／世新大學圖文傳播暨數位出版學系助理教授

Editor

Wen, Wei-Chun / Department of Speech Communication, Shih Hsin University, Taiwan
Address: No. 1, Lane 17, Sec. 1, Mu-Cha Rd., Taipei 116, Taiwan
Tel: +886-2-22368225 ext. 3161
Fax: +886-2-22360278
Email: johnwen@mail.shu.edu.tw

Associate Editor

Huang, Shun-Shing / Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism, Shih Hsin University, Taiwan

Editorial Board

Chen, Ping-Hung / National Taiwan Normal University, Taiwan
Chen, Yi-Ning / National Chengchi University, Taiwan
Lai, Hsiang-Wai / National Taiwan University of Arts, Taiwan
Lin, Fu-Mei / Shih Hsin University, Taiwan
Lin, Chao-Chen / National Taiwan University, Taiwan
Hu, Yuan-Huei / National Chung Cheng University, Taiwan
Hu, Yu-Wei / Chinese Culture University, Taiwan
Wang, Hsiao-Yung / Providence University, Taiwan

Advisory Board

Chang, Chin-Hwa / National Taiwan University, Taiwan
Chang, Tsan-kuo / City University of Hong Kong, Hong Kong
Chen, Guo-Ming / University of Rhode Island, USA
Cheng, Man-Li / Peking University, China
Chung, Jensen / San Francisco State University, USA
Chang, Hui-Ching / University of Illinois, USA
Chiou, Haw-Jeng / National Taiwan Normal University, Taiwan
Chow, Cheng-Yin / Shih Hsin University, Taiwan; Duke University, USA
Chung, Wei-Wen / National Chengchi University, Taiwan
Gao, Gang / Renmin University of China, China
Hao, Xiao-Ming / Nanyang Technological University, Singapore
Hou, Jie / Nankai Univesity, China
Huang, Lin-Mei / Shih Hsin University, Taiwan
Hsia, Hsiao-Chuan / Shih Hsin University, Taiwan
Huang, Ching-Lung / Want Daily News, Taiwan
Huang, Christine Yi-Hui / The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong
Huang, Tong-Yi / National Chengchi University, Taiwan
Hu, Zhi-Feng / Communication University of China, China
Jian, Miao-Ju / National Chung Cheng University, Taiwan
Kuo, Chen-Yu / Nanyang Technological University, Singapore
Kuo, Liang-Wen / National Chiao Tung University, Taiwan
Lee, Chin-Chuan / City University of Hong Kong, Hong Kong
Lin, Jing-Ling / Fu Jen Catholic University, Taiwan
Lin, Li-Hyun / National Taiwan University, Taiwan
Ni, Yen-Yuan / Ming Chuan University, Taiwan
Tsang, Kuo-Jen / National Chengchi University, Taiwan

English Editor

Shiau, Hong-Chi / Shih Hsin University, Taiwan

Executive Editor

Tzeng, Sy-Yi / Shih Hsin University, Taiwan

傳播研究與實踐

Journal of Communication Research and Practice

第 8 卷 第 2 期　**2018** 年 **7** 月

JCRP
世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館
Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

編者的話

呼應國內外方興未艾的假新聞議題，《傳播研究與實踐》在半年前出版了首篇探討假新聞現象的學術論文，本期則再刊登兩篇特邀論文，聚焦於因應假新聞的實踐面向。其中國家通訊傳播委員會委員何吉森詳細說明了假新聞的治理與監理措施，而國立中正大學傳播學系暨電訊傳播研究所教授胡元輝則深入探討了第三方事實查核的機制。如何因應假新聞與民主社會能否正常運作密切相關，嚴肅而深入地討論假新聞的定義、意涵與影響是研擬合宜因應措施的基礎。編輯同仁期望《傳播研究與實踐》這個學術平臺能為學界與社會盡一份心力。

除了兩篇特邀論文，本期也收錄了七篇一般性的研究論文。這些多元的傳播研究從不同面向回應了轉型中的社會實踐，蔡珮的研究以「中國好聲音」為例，省思臺灣綜藝節目產業的升級與轉型，邱家宜的論文是有關廣播天空的「轉型正義」，趙玉娟與陶振超則從語意關連性的觀點，探究近年來興起的政治網路口碑現象。兩篇論文關注轉型中的臺灣社會，陳宏聚焦在臺陸籍配偶的認同實踐，而羅彥傑則討論高齡化社會中偏鄉老人的傳播權。本期中另有兩位作者致力於理論的突破，王孝勇呈現了視覺語藝的發展脈絡與語藝動能，而柯籙晏嘗試從體感遊戲系統打造一個媒介分類學模式。

促進學界與實務界對話是本刊的核心宗旨，《傳播研究與實踐》在連續兩期專題論文中深入探討假新聞的理論面與實踐面，期望體現世新大學長期學與術並重的傳統。在跨校編輯委員與編輯顧問群的協助下，編輯同仁將持續關注重要的傳播議題。《傳播研究與實踐》旨在提供傳播界優質的交流平台，編輯同仁將以嚴謹的程序與專業的態度自勉，也誠摯歡迎學界同仁在此平台呈現多元的觀點視角與多樣的研究素材！

溫偉群

2018 年 7 月 4 日

目　次

特邀論文

假新聞之監理與治理探討／何吉森　1

造假有效、更正無力？第三方事實查核機制初探／胡元輝　43

研究論文：轉型中的社會實踐與傳播研究

政治網路口碑的情感分析：語意關連性之觀點／趙玉娟、陶振超　75

從節目模式改編的價值鏈，思考綜藝節目產業的升級與轉型：
以《中國好聲音》為例／蔡珮　109

如夢似魘的遷徙：在臺陸籍配偶的認同實踐研究／陳宏　151

廣播天空的「轉型正義」：以中廣為例的分析／邱家宜　187

逆反時光、探訪視覺：視覺語藝的古典脈絡與其示現／王孝勇　213

打造一個媒介分類學模式：從體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介談起／柯籙晏　249

從媒體近用到 ICT 近用：偏鄉志工老人的傳播實踐／羅彥傑　281

Contents

INVITED PAPERS

The Governance and Supervision of Fake News / Ho, Jason C. S. 1

When False Claims Take Root Do Corrections Matter? A Preliminary Study on Third-Party Fact-Checking Mechanisms / Hu, Yuan-Hui 43

RESEARCH ARTICLES: The Transformation of Social Practices and Communication Research

Sentiment Analysis of Political Word-of-Mouth on the Internet: The View of Semantic Orientation / Chao, Yu-Chuan & Tao, Chen-Chao 75

Strategies for Upgrading and Transforming the Variety Show Industry From the Perspective of the Value Chain of TV Format Adaptation: A Case Study of *The Voice of China* / Tsai, Pei 109

Identity Practices of Mainland Spouses in Taiwan: Some Practical Perspectives / Chen, Hong 151

Transformational Justice in Taiwanese Radio Broadcasting—A Case Study of the BCC / Chiu, Eve 187

Turning Back the Sequence of Time, Returning to Visuality: Exploring the Classical Strand of Visual Rhetoric and its Demonstration / Wang, Hsiao-Yung 213

What Kind of Medium that Motion-Controlled Gaming System is: From the Perspective of Medium Taxonomy / Ko, Lu-Yen 249

From Media Access to ICT Access: Communicational Practices of Senior Volunteers in Remote Areas in Taiwan / Lo, Yen-Chieh 281

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 1-41．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0001

假新聞之監理與治理探討

何吉森 *

國家通訊傳播委員會委員

摘要

本文從傳播公共政策的角度，探討假新聞（fake news）的管理議題。對受眾來說，假新聞和真實新聞並無明晰的界限，只有程度的區別，本文所稱假新聞，指刻意以傳統新聞媒體的形式來傳播錯誤資訊，目的在誤導大眾，帶來政治或是商業上的利益。

假新聞之管理模式，大致可分為美國治理與歐盟監理機制，前者交由業者自主管理。後者倡議社群網站應自行檢測是否為假新聞，否則依法進行核處監理。臺灣面對此議題的公共政策選擇，強調網路治理之實踐，政府不涉及新聞訊息真假的判斷，而是如何敦促業者建立新聞真實查核機制。

最後，抑制假新聞不能單單只談第三方團體的查核機制，還是要回到提升「新聞自律」與「媒體素養教育」，此或可成為假新聞管理議題治本之策。

關鍵詞：假新聞、治理、監理

* Email: jason@ncc.gov.tw

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

假新聞（fake news）議題，在川普使用「假新聞」一詞作為競選媒體策略後，於世界各國，無論是言論自由或受控制的國家，頓時成為各界討論焦點。對於川普政府和右派媒體人士來說，使用「假新聞」一詞，代表其對美國「主流媒體」（如 CNN、MSNBC、ABC News、紐約時報和華盛頓郵報等）的新聞來源，在思想上「偏向對抗右派」的批判。其認為主流媒體僅傳遞單一的意識形態，由具左派色彩的「自由派菁英」把持新聞議題設定及報導框架，形成政治上的偏見，與社群媒體所顯現的言論事實有別，屬虛假的訊息（Caplan, Hanson, & Donovan, 2018 ／朱弘川摘譯，2018 年 3 月 30 日）。然而社群媒體所呈現的社會真實，更不可靠。Facebook（FB）於 2018 年 3 月被指控未管理好個資，被數據資料公司非法取得，並據此分析 FB 用戶政治傾向，於社群媒體散布造假之訊息，以操作民意，影響國家社會（如美國大選、英國脫歐公投）。前述後者之假新聞氾濫，不但削弱真實，甚至為國家社會帶來不可測的風險。處於「後真相」（post-truth）時代的新舊媒體、科技公司、視聽眾與政府，如何避免假新聞可能造成的擴大效應，涉及假新聞管理之探討。

針對假新聞議題，傳統媒體、網路新媒體業者及傳播學者，分別從傳播現象及傳播學理提出批判觀點。如從後真相時代的出現，探討社群媒體如何被提升為新聞來源，並對傳統體制所提供的事實或真相予以翻轉，主流媒體報導的內容與真實世界的事實已出現嚴重的脫節，造成媒體不再被信任；或深入分析網路假新聞如何被傳播（病毒式散布）；及視聽眾如何辨別假新聞及再教育等。本文則擬從傳播公共政策的角度，探討假新聞的管理議題。畢竟，一個奠基於民主思潮的政治體制，有賴於知情的大眾。而一個失控或集權的政府體制，則可能藉著假新聞的操弄與茁壯，讓政客或投機者從中攫取政治或經濟上的利益（Martinson, 2017 ／賴昀編譯，2017a 年 8 月 31 日，2017b 年 8 月 31 日）。且只要是以新聞型態散布訊息，媒體記者原即要善盡採訪職責，否則就是一種對新聞專業的怠惰；相關政府部門對於涉及公共議題之訊息，若不即時協助記者發揮傳播功能，任令涉及公共事務的虛假訊息於網路上傳布，亦會對社會或國家造成傷害（呂一銘，2017 年 9 月 14 日，2017 年 9 月 28 日）。

面對假新聞的管理問題，在實定法國家中，首要解決的是，何謂「假新聞」？現行對假新聞的討論，多由跨國網路平臺企業、政策制定者或學者所主導，其概念模糊，因而出現濫用情形。然而在公民社會中，受眾對假新聞之範圍認知又為

何？涉及假新聞管理政策之制定，應先釐清。

其次，假新聞之管理模式，經過 2017 年各國之探討與辯論，大致可分為美國與歐盟機制。前者，以 FB 為首，主張交由業者及第三方機構自主管理。後者，則以德國為首，倡議社群網站應自行檢測是否為假新聞，若有被通知即應予下架，否則依法進行核處監理。此兩種模式不論為治理或監理，其共同與差異點又為何？

臺灣面對此議題的公共政策選擇又為何？行政院為避免造成管制言論之爭議，決定以網際網路治理模式定位，即跟隨美國跨國網路平臺企業，如 FB、Google 所提出之策略，從政府部門、網路平臺業者、第三方機構、傳統媒體、及廣告主等面向提出相關配套措施，然而此機制是否能有效解決假新聞傳布的機制？

最後，無論採治理或監理模式，均認為提升媒體資訊素養，才是假新聞管理議題治本之策。以上，均為本文探討之核心問題。

貳、規範一個模糊概念的潛在危險

假新聞與一時疏忽查證的「不實新聞」、「假資訊」（disinformation）或「置入宣傳」有別，在探討管理議題時，被要求應先釐清其核心概念，避免混淆。但對假新聞的討論，向來由跨國網路平臺企業、政策制定者、學者所主導，然而在公民社會中，受眾對假新聞之範圍認知又為何？是否需要一個自下而上的受眾觀點來補充。基於此，路透新聞研究院（Reuters Institute for the Study of Journalism）於 2017 年底發表重磅調查報告，通過分析普通讀者對假新聞的看法：

一、對讀者來說，假新聞和真實新聞並無明晰的界限，只有程度的區別。

二、受訪者心目中更多的假新聞是劣質新聞、宣傳（包括政客的謊言和極端黨派內容）和廣告，而不是偽裝成新聞報導的虛假信息。

RISJ 認為假新聞的討論是在對媒體、政客和跨國網路平臺不信任的背景下進行的。在複雜的信息語境下，這也是對訊息主導者的普遍懷疑。該報告認為解決虛假新聞報導問題固然重要，但它無法從更廣泛的層面改變人們對新聞的看法，尤其是對於當前的網路環境而言，劣質的新聞、政治宣傳和誤導性廣告充斥其中，訊息環境更加複雜（藍鯨財經記者工作平臺，2017 年 11 月 20 日）。

前述觀點，說明要想解決假新聞問題，必須重建人們對許多牽涉其中的機構的信心，殊足認同。畢竟何謂「真假」？尚沒有明確的共識，所以無法簡單的定

義。但面對假新聞的管理問題，在實定法國家中，首要解決的，仍應盡力釐清規管之標的「假新聞」。如此才能藉由較明確的標準要素、透明的驗證程序、問責與治理、監理等步驟，一併處理假新聞與「不實新聞」「假資訊」（disinformation）或「置入宣傳」之問題（Caplan et al., 2018 ／朱弘川摘譯，2018 年 3 月 30 日）。

本文旨在探討假新聞之管理，不論係治理或監理模式，均涉及義務的承擔（如課以管理網站之舉報、通知移除、協助建立查證之義務等），因此需有操作性之定義。本文認為假新聞之核心概念，應關注在其意圖是否為「捏造」，據此，假新聞應指刻意以傳統新聞媒體或是社會化媒體形式來傳播的錯誤資訊，目的是為了誤導大眾，帶來政治或是商業上的利益，其與表 1 涉及錯誤報導（但常被受眾認為屬假新聞）之新聞訊息或新聞置入宣傳有別。更直白的說，假新聞多指稱那些貌似具公信力，且常以網路形式呈現的錯誤新聞，此類新聞目的是欺騙與混淆讀者（Fisher, July 5, 2017 ／陳仲豪編譯，2017a 年 9 月 7 日，2017b 年 9 月 7 日，2017c 年 9 月 7 日）。

2017 年 2 月，臺灣通訊傳播監理機關國家通訊傳播委員會（National Communications Commission, NCC）在行政院第 3,536 次院會報告「假新聞議題國際觀測與因應建議報告」，引起外界對政府是否將介入監理假新聞之討論，

名詞	概念	治理	規範
假新聞	純屬虛構的消息，刻意傳播錯誤資訊，目的在誤導大眾	網路治理	強調媒體自律及資訊素養教育，但不排除其他法律責任
未查證新聞	製播新聞未注意事實查證原則致損害公共利益	依《衛星廣播電視法》得對衛星廣播電視媒體課以查證義務	《衛廣法》第 27 條
不實新聞	被報導者或利害關係人認報導訊息有錯誤	媒體接近使用權之落實，對錯誤訊息要求更正	《廣電法》第 23 條、衛廣法第 44 條
不公新聞	被評論者認為媒體評論有不公，致損害其權益	媒體接近使用權之落實，對不公訊息要求給予答辯	《廣電法》第 24 條、《衛廣法》第 40 條
廣告置入新聞	假扮成新聞的廣告	廣電媒體明文禁止新聞置入	《廣電法》第 33 條、《衛廣法》第 31 條
仇恨性言論	指有意去貶抑、威嚇，或煽動針對個別族群作出暴力及偏見的言論	在某些國家法律，仇恨言論被明文禁止。但在一些國家，仇恨言論不是法律用語，僅以名譽侵權尋求補救	強調媒體自律及資訊素養教育，但不排除其他法律責任

表 1：假新聞與其他爭議新聞概念

資料來源：研究者自行整理。

NCC 第一時間對外釋疑，僅在敦促業者自律，建立「新聞真實查核機制」（避用「假新聞」一詞），而非判斷真假。當時負責協調此業務之政務委員唐鳳亦表示，因為「假新聞」一詞不夠精確，且容易產生誤解，對新聞媒體亦有「未審先判」之不公平，故其從不主動使用「假新聞」一詞。

以下對假新聞與其他錯誤訊息之概念，分別敘明。

一、假新聞

假新聞如同前述，其概念模糊，經常混雜幾種樣態，常是一種「有政治或商業意圖」的「操縱式新聞」，除了只提供片面事實，還有說服民眾的特別動機。假新聞固不以網路平臺業者之散布為限，Fisher（2017／陳仲豪編譯，2017a 年 9 月 7 日，2017b 年 9 月 7 日，2017c 年 9 月 7 日）在其前述論述中，直言假新聞在美國開國之初即存在，如常刊登誤導資訊或扭曲事實的 *Penny Presses* 即是，這些刻意被製造出來的故事，與真正的新聞搭配，並在主流媒體中散布擴散，讓假新聞之防制議題更顯模糊與複雜。單純的網路假訊息，透過網路跨國散布，除個人名譽權在管轄權可得執行之情況下，或得依民刑法及相關法律救濟外，但多數僅能循網路治理精神，透過如後述之網路媒體自律、資訊社群共管及資訊素養教育來防制。

依據牛津網路研究所（Oxford Internet Institute）一項「運算宣傳研究案」（Computational Propaganda Research Project）顯示，社群媒體已成為骯髒政治的國際戰場，傳統的「謊言、垃圾和錯誤訊息」等宣傳手法透過網路廣為流傳，並受到「臉書和推特演算法的支持」（中央通訊社，2017 年 6 月 20 日）。美國加州民主黨員不滿川普以此手法操弄民意當選美國總統，2017 年 3 月試圖提出《防制網路政治詐騙法案》（*California Political Cyberfraud Abatement Act*），將旨在影響政治選舉而刻意製造、傳播不實內容的行為視為違法行為，惟此舉一出，立即引起網路自由團體違憲之批判。假新聞對民主制度或將是一個威脅，但一涉入內容審查，並進而被要求做移除處理，甚至如 Google 搜尋引擎將有爭議之文章移到搜尋結果的最末端。這些鑑定者，或爭議查核機構（如 ABC News、PolitiFact.com），在查核過程中，亦難逃政治傾向的影響，Fisher 所擔心的「試圖禁止假新聞將比假新聞本身更糟」，並非過慮（Fisher, 2017／陳仲豪編譯，2017a 年 9 月 7 日，2017b 年 9 月 7 日，2017c 年 9 月 7 日）。

二、未查證新聞

現行《衛星廣播電視法》（以下簡稱《衛廣法》）第 27 條要求衛星廣電事業製播之節目及廣告內容應善盡社會責任，製播新聞及評論時，更應注意事實查證及公平原則。同條第 3 項第 4 款更明定衛星廣電事業製播新聞，如有違反事實查證原則，致損害公共利益時，依法得處罰鍰、停止播送節目、或採取必要之更正措施。

前述規定直接課以衛星頻道事業事實查證責任，但於其他平面媒體或無線廣電媒體製播新聞，卻無相關規定。凸顯立法時缺乏整體之規範架構調適。又為避免主管機關直接介入新聞內容是否真實之查證，《衛廣法》第 22 條，要求製播新聞或其他經主管機關指定之衛星頻道節目供應事業，應建立自律規範機制，獨立受理視聽眾有關播送內容正確、平衡及品味申訴。並應定期向主管機關提出具體報告，將其列為公開資訊。在出現違反事實查證原則，致損害公共利益爭議個案時，《衛廣法》第 27 條第 4 項要求應先透過媒體事業建置之自律規範機制對個案進行事實查證之調查程序，並將相關報告及說明送主管機關審議，以落實內部控管及問責精神。

所謂「事實查證原則」，依據 NCC 委託之相關研究（周慶祥，2010），可從「內容查證」、「誰來查證」、「如何查證」、「事前／事後查證」等四大規範類目進行歸類分析，其相關指標如表 2。

新聞查證原則，是新聞媒體機構的自律規範，亦是管理實務專業標準，也是

查證規範類目	指標	
內容查證	主觀錯誤（含記者主觀的遺漏、省略或誤解訊息）	真實報導
		平衡報導
		客觀／公正報導
		寫作方法
	客觀錯誤（含新聞畫面、指涉名稱、數字誤植，及捏造新聞）	
誰來查證	記者、編輯、組織中的其他成員要承擔查證的責任	
如何查證	查證程序（SOP）、網路新聞查證	
事前／事後查證	事前查證	消息來源檢具
	事後查證	事後更正或澄清
		民眾參與

表 2：新聞事實查證檢視指標

資料來源：周慶祥（2010）。

媒體對社會的承諾，其規範邏輯建構在三項目的上：（一）維護新聞自由與獨立；（二）評估記者的道德行為；（三）以不損害公共利益為基石。以臺灣曾發生的新聞案例分析研究，顯示客觀錯誤率比主觀錯誤率高，發生錯誤的原因主要為：查證不確實、新聞搶快、新聞室內部溝通不良、無健全工作程序（含查證門檻）及技術性失誤。學者專家據此建議，媒體機構應從「提高記者專業知識與判斷能力」、「加強記者查證能力」、「重視網路新聞查證」及「制定新聞事實查證清單（checklist）」等面向改進（周慶祥，2010：122，134）。

本文旨在探討網路假新聞之管理，對主流媒體（尤其是被課以義務的衛星廣電媒體）常援引網路不實訊息，未經查證即再傳播，卻被指控為「假新聞」，如三立新聞臺於 2017 年 10 月報導「OLA 酒吧」相關新聞，對僅係未揭示模擬畫面之情節，自爆為「假新聞」；及中天媒體於 2018 年 3 月對《蘋果日報》報導其裁員事件未經查證，指控《蘋果日報》涉及假新聞。查前述案例僅為查證未周之錯誤報導，但卻被濫用成「假新聞」，讓假新聞議題益形複雜。除了從既有機制要求業者落實查證外，如何補強與自律等問題，是新聞媒體應積極面對的課題（黃泓瑜，2018 年 3 月 24 日）。

三、不實與不公新聞

衛星頻道製播新聞，未經查證致損害公共利益，發生爭議時，如前述，得依《衛廣法》第 27 條規定處理。惟如僅屬被報導者或利害關係人認報導訊息有錯誤；或被評論者認為媒體評論有不公，致損害其權益時，依現行《廣電法》第 23 條、第 24 條，及《衛廣法》第 44 條或第 40 條規定得要求報導者更正或給予答辯之機會。違反更正答辯義務之媒體，依法得處警告或罰鍰。

依據 NCC「傳播內容申訴網」所蒐集臺灣民眾對廣電媒體之申訴意見統計，最近五年有關電視新聞報導之申訴，以「內容不實不公」項目最多，如表 3。其

年度	申訴新聞不公不實件數	申訴新聞類總件數	百分比
102	565	985	57.40%
103	1,023	2,361	43.30%
104	522	953	54.80%
105	694	1,304	53.20%
106	191	583	32.80%

表 3：近五年申訴電視新聞報導不公不實件數

資料來源：統計自國家通訊傳播委員會（2016）。

餘項目為「新聞報導語言用字」、「違反新聞傳播倫理」及「內容與廣告未區分」等。惟申訴「內容不實不公」者雖多，但被報導（評論）者或利害關係人具體依據前述法律，要求媒體更正或答辯之案件自 NCC 成立（2006 年）以來估約三十餘件，相關之媒體因此而被 NCC 核處者，僅有四件警告處分。

更正與答辯權在歐洲媒體法，統稱為媒體回覆權（the right of reply），旨在平衡不受事前審查之新聞自由，及被新聞報導不實不公侵害之被報導者人格權益的必要配套措施。其中法國式回覆權，不以針對媒體報導的事實陳述為限，回覆文章可不受事實性陳述之限制，可以有意見表達之內容。德國式回覆權，則僅限制被報導者就系爭報導之事實陳述部分進行事實陳述性之回覆。英國式回覆權，則屬於美國之媒體接近使用權之落實，惟只限在廣電媒體之報導有此規定，於平面新聞紙報導則被認為是國家不當之干預，而不承認有此回覆權（張永明，2010）。

我國《廣電法》及《衛廣法》之更正與答辯權，仍屬媒體近用權概念，不受事實性陳述之限制，此在報導者與被報導者間固屬武器均衡，但是否能兼顧傳播媒體編輯自由權，大法官釋字第 364 號業予以提醒，未來有待法律做配套調整。

另更正與答辯權目前僅適用於廣電媒體，對以網路媒體平臺為主之假新聞氾濫固無法主張，但對主流廣電媒體援引不實所生之現象，被報導者仍可積極提出要求，如前述。

四、廣告置入新聞

廣告置入新聞假扮成新聞訊息，為廣電法及《衛廣法》所明文禁止。按媒體在民意輿論形成有公開諮詢、影響精英及社會大眾的角色，為重要之社會行銷媒介。置入性行銷（product placement）則是一種付費訊息，以「有計畫」和「不介入」的方式，把有品牌的產品放入電影或電視節目中，意圖影響閱聽眾。學界對於政府及廣告商進行新聞廣告化置入，認係屬不符合閱聽大眾利益且違反新聞倫理的欺騙行為，明顯違反新聞事業追求之獨立專業自主、守望社會之公共利益、對大眾負責等三個核心倫理價值。

在網路傳播盛行之今日，不只傳統媒體之新聞置入受到規範，部落客或直播主以一種「假分享真業配」的文章，介紹某一項單一產品或服務，演變成「業配文」再演變成「廣告文」，如有造成引人錯誤情形，不排除有涉及《公平交易法》第 21 條之情形。

五、仇恨性言論

仇恨性言論指有意去貶抑、威嚇，或煽動針對個別族群作出暴力及偏見的言論。在某些國家的法律中，仇恨言論被明文禁止。德國即被認為擁有世界上最嚴厲的仇恨言論法，涵蓋誹謗、公開煽動犯罪及暴力威脅等。起因於德國曾發生幾起假新聞及恐怖言論內容在 FB 和 YouTube 上傳播的事件，從而促發德國通過相關的新法規。2015 年，德國迫使 FB、Twitter 及 YouTube 簽署一項行為準則，其中包括在 24 小時內從各自的網站上刪除仇恨言論。理由是這些開放性極高的網路平臺原先被認將帶來民主革命，如今反而撕裂了社會結構，線上的錯誤資訊、仇恨言論與宣傳活動被視為反動性民粹主義高漲，威脅到自由民主（Chen, 2017／涂敏編譯，2017a 年 9 月 21 日，2017b 年 9 月 21 日，2017c 年 9 月 21 日，2017d 年 9 月 21 日）。

六、小結

綜上，由於假新聞之治理涉及真實落差之判斷，屬言論自由之審查。此外，真假新聞的混雜與互動，更加深此問題的複雜度，以全球最大的網路社群及搜尋平臺 FB、Google 為例，假新聞的互動及散布常高於真新聞，因此，最可怕的不是假新聞，而是「每七人就有一人」明知是假新聞，卻仍然分享。且其散布的速度比真實新聞更快上六倍。而造成此現象者，不是人工電腦智慧，是容易被假新聞牽引並進而分享的一般人（孫宇青譯，2018 年 3 月 10 日）。臺灣對此議題之定位一開始即謹慎自持，在假新聞涉及公共事務時，政府各部門要做的是及時回應，並主動提供各界查核政府訊息是否屬實，類似政府危機控管之處理流程。

假新聞、錯誤報導或不實訊息之散布，如係透過傳統廣電媒體，因廣電法令在內容之監理方面，各國多仍採高密度管理。在臺灣，如出現違反事實查證原則致損害公共利益之錯誤報導（misinformation）、報導不實與不公新聞或在新聞中置入廣告訊息之令人誤解訊息，依前述均有法律規範，在監理上較無問題，亦非各界對假新聞探討之重心。相對的，如出現在平面媒體或網路媒體，依其媒介屬性，向採低密度管理，尤其是網路社群媒體，更涉及跨國傳播之管轄權問題，如何面對，涉及網路治理與監理之探討。

參、新聞媒體與網路爭議訊息

新聞的生命在於真實，令人痛心的，正是由於新聞媒體對新聞真實標準的寬鬆化，才造成假新聞愈來愈多，傳媒的公信力也日下，成為傳聞事業，而非新聞事業。新聞媒體常以尊重「知情權」為由，作為未能真實查證的藉口，卻使新聞媒體更加坐實其成為傳聞事業之亂象。一項由中華民國群我倫理促進會、信義文化基金會共同主辦的「2017 臺灣社會信任調查」，「新聞記者」竟成為臺灣民眾最不信任的角色，信任度只有 29%。

隨著網路社群媒體的無所不在，FB newsfeed 和散布網路爭議訊息有相當的關係。由於很難針對製造網路爭議訊息的作者起訴，一些沒有標示維護者或編輯者的匿名網站，也會成為網路爭議訊息的媒介之一。

社群網路訊息，依其性質，充滿著資訊碎片化；另有所謂同溫層現象，視聽眾想要看什麼，平臺就提供什麼訊息，媒體本身就是製造業怎麼可能自律？又在網路直播時代，訊息傳遞變化迅速，在訊息散布當下，無所謂真假，只是一種時態脈絡，而這也正是網路爭議訊息的溫床。

網路充斥著即時訊息，其中諸多查證不足，這些沒有查證過的訊息算不算是新聞？只因為要追求點閱率，所以出現不可信的內容及內容農場化問題。此問題不只是傳統網路原生媒體問題，已影響到跨平臺新聞業，結果讓新聞業整體沉淪。

錯誤的網路資訊在第一時間大規模散布開來，事後被申訴抗議悄然下架，但已造成當事人實質傷害，卻沒有任何補救措施，任由錯誤資訊繼續流竄。歐洲在隱私權保護上，有所謂被遺忘權的概念，但同一網路平臺在臺灣面對同樣議題，卻不願承認臺灣民眾有此權力。

最近之實例，網路上流傳一段敘利亞內戰影片，一個約 8 歲的小男孩被狙擊手開槍打到，他當場倒下，可是沒多久又爬起來，逃跑去救一個小女孩，YouTube 點閱率破百萬，大家都說這個小男孩是大英雄，後來 BBC 有一個專門查新聞的團隊，調查發現那個新聞是假的，是一家類似傳播公司為了宣揚戰爭的可怕，造假這一段影片。BBC 後來做了一則報導，踢爆這個影片造假，結果發現沒有什麼人要看踢爆影片造假，大家還是繼續瘋傳那段小男孩被狙擊倒地的影片 (BBC Trending, November 14, 2014; ShaamNetwork, November 10, 2014)。

網路導致事實價值的貶抑，評論者認為，網路「過度民主」的力量已帶來「後真相的」世界，人們不以事實或理智作為主張的依據，而是激情和偏見（Chen,

2017／涂敏編譯，2017a 年 9 月 21 日，2017b 年 9 月 21 日，2017c 年 9 月 21 日，2017d 年 9 月 21 日）。

肆、假新聞之治理與監理

假新聞之管理模式，經過 2017 年各國之探討與辯論，大致可分為美國之網際網路治理模式與歐盟以德國為首之監理機制，前者，以 FB 為首，主張交由業者及第三方事實查證機構自主管理。後者，則以德國為首，倡議社群網站應自行檢測，對未善盡管理義務者，處以罰則監理機制。

本文探討如何避免惡意假新聞之散布，為達成此目標，所採行的規劃、組織、協調等一切活動與方法，即為管理（management）。如涉及如何透過多方利益者共同參與，協調、決策的過程，則屬治理（governance）層面。治理依其組織型態，可分為公共治理（public governance）、公司治理（corporate governance）；如依其活動、產出類型，可分為環境治理（environmental governance）、網際網路治理（internet governance）等。如為達成目標，而需採行督察、監控、問責、裁罰等方法，則涉及監理（supervision）之層面。簡單的說，管理是如何去把事情做好，治理與監理則是如何做好事情，治理要求將多方利益觀點納入，避免歧見發生；監理透過問責機制，確保目標獲得實現。管理、治理與監理之意涵、目的與差異點如表 4。

以狹義之「公司治理」而言，旨在保護投資者利益，現實上，公司經理人往往因自利或投機行為等現象而產生與應為投資者最大利益而努力之精神偏離，對

	意涵	採行之目的	差異
管理	在公共政策或企業管理領域，係指有效的運用所能取得的資源以達成組織目標，而採行的活動及方法。	側重於如何運用計畫、組織、指揮、協調等方法，帶領組織實現目標。	與治理之差異：強調方法，偏向於管理者的利益，主體相對單一。
治理	1984 年，由英國牛津大學的管理學教授（Robert I. Tricker）提出，屬於「權力之最後歸屬與行使」問題。	與尋求行為規範、權力賦予、決策的過程相關。	與管理之差異：強調決策過程，需要多方共同參與，目標是協調多方利益。
監理	指一個執行機構或執行者，依據一項準則，對某一行為的有關主體進行督察、監控和評價，如有不盡規範義務者，依法追究。	代表政府依法加諸企業經營的外在干預或限制。	政府介入市場運作，主要在於市場失靈，該如何運作，對企業經營和產業發展，有極大的影響。

表 4：管理、治理與監理之意涵、目的與異同

資料來源：David Chuang（2014 年 8 月 2 日）、許士軍（2013 年 5 月 28 日）。

於此種現象，學者即嘗試以「代理理論」（agency theory）加以闡述，釐清關係，俾有助於資本市場和產業發展。其後治理之意涵，亦擴及到民主政治為求符合人民的意願和利益之代議制度。不管哪種組織，都面臨如何使組織的運作能符合其成員之意圖或利益的問題，此即屬於廣義的「治理」問題。

隨著全球化及網路資訊社會的發展，針對網際網路之去中心化、非政府性、開放性、全球性、無國界性、虛擬化、多媒體性、匿名性、隱私性及持續發展性（何吉森，2017：279），如何規範虛擬世界發生之行為，已成為當代通訊傳播產業之重要公共政策與法律問題，論者認為此有賴現實世界建立完善體制或調節現有之規範來解決紛爭（賴來焜，2001：692）。

聯合國資訊社會高峰會（World Summit on the Information Society, WSIS）認為網路社會須透過多方利益關係人共同管理，沒有人有特權，也無法由任一特定族群來治理。揭櫫對於網際網路演進與使用所需之原則、規範、規則及決定程序，應由政府、民間及社群共同參與制訂，此即為國際上普遍使用的「網際網路治理」（internet governance, IG）內涵。而網路治理運作機制的三大核心為互相合作（cooperative）、共識基礎（consensus-based）及決策程序（decision-making process），強調以由下而上、透明作為政策制定過程。

NCC 為因應數位匯流趨勢，於 2017 年提出《數位通訊傳播法》（草案），並於總說明首次揭示將以網際網路治理機制來調適現有實體規範，以因應虛擬社會之發展：

> 「網際網路治理」強調多方利害關係人的多元、自由及平等，以自律為主的自我約束機制。因此在規範上應有必要納入網際網路治理的機制，賦予其基本框架及使用原則，同時也基於與既有規範的調適，強調跨境、跨產業、跨政府部門的共同參與、以及既有實體規範的有效適用。（國家通訊傳播委員會，2017 年 11 月 20 日）

網際網路治理之目的在塑造任何可在網際網路上運作的應用所得以遵循的一種共通原則、規範、法則或程序（葉志良，2016：66）。其探討的議題範圍，有認為包括網路結構以外，其他與法律、經濟及社會文化有關之議題 (Kurbalija, 2013)，如網路霸凌、著作權侵害、個資維護等 (Lucchi, 2014)。網路使用行為之環境與秩序，隨著網路技術之發展與數位公民之興起，走向自律、共管而非無為放任的呼聲已不斷出現。

然而治理並非是什麼萬應藥方，「治理」屬於「權力之最後歸屬與行使」問題；而「監理」則強調透過監督，確保目標得以實現。一般所謂「人民有權，政府有能」，前者所指的即屬於「治理」，後者則屬於「監理」（許士軍，2013 年 5 月 28 日）。前述《數位通訊傳播法》（草案），除以網路治理精神納入多元利害關係人意見外，亦強調網路平臺營運者，在被告知平臺所傳播之訊息違反法律規定後，如願積極採取移除之措施者，得免除其侵權責任，足見除企業治理以外，配合問責監理之措施，亦是現今政府重要的施政重點之一。惟政府干預私人之經濟與社會活動，會造成市場交易成本，應審慎為之。一般認為政府介入市場之充分理由，主要是市場失靈（market failure），即市場機制已無法發揮所謂自動調節功能，而需政府來干涉矯正。

以下針對美國及歐洲對假新聞議題之管理模式分別敘述。

一、美國

基於資訊服務輸出大國之立場，美國跨國資訊服平臺業審慎處理，甚至抗拒啟動查核機制，政府亦交由業者自主管理。FB 面對外界對其散布假新聞之指控，於 2016 年 12 月宣布簡化用戶檢舉假新聞的程序，當用戶看到假新聞時，可以通過點擊右上角的一個特殊位置來舉報。如果有許多人舉報同一則訊息，FB 則承諾將把該則新聞傳給第三方機構的人員查證，也就是非營利組織 Poynter 研究中心國際事實檢查網的成員。此外，ABC News、美聯社、FactCheck.org、Politifact.com 及 Snopes.com 五個事實查證和新聞機構也與 FB 合作，這些事實查證團隊未來會再擴張。FB 亦推廣其與第三方合作查核的機制至海外，例如在臺灣亦鼓勵臺灣民間團體加入其第三方查核機制中。

事實查證組織如果認為一則消息為假新聞，將把該則消息標記為有爭議，並將解釋為何該文章被認為造假。有爭議的新聞也可能在「新聞摘要」中排名較低，雖然用戶仍然能夠分享這些新聞，但他們會收到一個警告，強調這個新聞有爭議。一旦一則消息被標記為有爭議，就不能被製成廣告和進行推廣。

第三方事實查證機構中，FactCheck.org（International Fact-Checking Network, IFCN）是一個無黨派且非營利的組織，主要是針對美國政治人物在電視廣告、辯論、演說、訪談及新聞上所發表的言論進行事實查證。他們僅針對政治人物，包含總統、高級行政官員、國會及政黨領導者等，在選舉年度時也會特別關注候選人的言論。這些言論的來源包括談話節目、電視廣告、國會頻道、國會期刊、

官方競選網站、相關演說等，該機構會針對這些被鎖定的內容進行研究。一旦出現可能不正確或有誤導性的言論，該機構會要求相關當事人或機構提出證明真實的證據，如果無證據或無法證明其言論正確性，則該機構將自行研究，從相關第一手資料來源、無黨派政府機構或少數有權威的外部專家來蒐集資料，撰寫報告也會經過嚴謹的審稿程序。

二、德國

社群媒體打破傳統主流媒體的訊息霸權，削弱了主流媒體的影響力，導致大眾傳播分流，不相信訊息遭到編輯臺過濾的人趨向社群媒體，也因此讓未經證實的假消息有機可趁，在各國大選時引發極大爭議。但有一個國家對假新聞的抵抗力特別強，就是德國。FB 在德國擁有 2,900 萬個活躍用戶，超過德國總人口的三分之一，其在 2017 年 3 月正式祭出打擊假新聞的對策——推出「有爭議」標籤。Twitter 和 Google 也都在假新聞議題上下了不少功夫，只是和 FB 一樣成效並不顯著，根據德國政府於 2016 年公布的數據顯示，FB 刪除了 46% 違法內容、YouTube 刪除了 10%、Twitter 只刪除了 1%，這也促使德國政府加緊腳步，盼能透過法律與罰款讓社群媒體公司進一步認知到自身的社會責任。

2017 年，德國司法部起草網路執行法案（*Network Enforcement Act*, *NetzDG*），認為需要遏止假報告（假新聞），指稱假新聞係「基於仇恨犯罪」散布背後的元兇之一，主張無法只靠媒體公司的自律。該法案於同年 6 月通過，規定社群媒體平臺在收到通報或投訴後，24 小時內要撤除明顯違法的仇恨言論和其他貼文，並於 7 天內封鎖其他冒犯性內容，不符規定者最高將受罰 5 千萬歐元。此外，新法規還要求各公司改善網站，使得用戶更容易對攻擊性內容進行投訴。

美國法律學者 Fisher 認為前述所謂的違法內容可能涵蓋許多言論形式，包含定義廣泛的種族歧視，與猶太人屠殺否定說等，但此種言論內容在美國，卻可能是受憲法第一修正案所保障的言論自由。德國數位社會協會（Digital Society Association）則批評，要在每天超過 10 億則貼文的網路平臺上要求 24 小時內刪除違法內容是相當不實際的；該協會消費者部門負責人 Volker Tripp 更指要求社群媒體成為「內容審查警察」是錯誤的作法（Fisher, 2017 ／陳仲豪編譯，2017a 年 9 月 7 日）。

但德國美茵茲大學通訊研究所負責人 Birgit Stark 提出不同看法，他指出，

這法案不會讓互聯網因此變成不自由的空間，只是變得和現實生活一樣而已——在網路空間裡，你也不能隨意詆毀他人。並舉出世界人權公政公約第二十條也強調「反對任何鼓吹民族、種族或宗教仇恨，並構成煽動歧視、敵視的主張」（藍立晴，2017 年 4 月 7 日）。德國媒體《明鏡》亦分析此法案核心意旨在於督促社交媒體平臺，建立一個有效的內容舉報處理機制，而非專注於介入個案的審查。事實上，德國在事實查證上，亦不介入判定，仍鼓勵社群媒體與事實查核組織（如德國的 Correctiv 事實查證機構）合作（徐和謙，2017 年 4 月 6 日）。惟許多平臺業者一再表示，他們不希望成為「真相的仲裁者」。正因如此，FB 或 Google 雖已採取行動，依靠外部的資源來分辨虛假或有問題的新聞。但面對極端勢力，如右翼民粹主義崛起，德國政府顯然仍不滿其成效，採取更積極的行動來要求社群媒體負起訊息傳播責任。

三、歐盟

歐盟執委會依據 2016 年 11 月一項民意調查顯示歐洲公民對媒體獨立性表示擔憂，且對媒體的信任度普遍較低。例如，55% 的歐洲人表示，他們失去了對社交媒體上發布的新聞的信任。

歐盟執委會副主席 Frans Timmermans 指出：歐盟「基本權利憲章」中約定接受並傳遞信息的自由與媒體多元化的自由 (European Commission, November 13, 2017)。人類生活在一個信息與錯誤信息流動強度異常強烈的時代，需要有相關工具來識別假新聞、改善線上信任度並管理其接收到的信息。而當前假新聞與網路虛假信息已經嚴重玷污到公眾人物與機構的聲譽，影響民主進程結果，甚至開始改變針對醫療、環境變化、移動等重要事項以及意識形態乃至恐怖主義活動的輿論立場。

歐盟制定相關對策，第一項應對步驟是開展公眾諮詢，歐洲邀請公眾、社交媒體平臺、新聞機構（包括廣播機構、平面媒體、新聞機構、網路媒體以及事實核查員）、研究人員以及公共機構在公眾諮詢方案當中分享自己的見解。此項諮詢於 2017 年 11 月 13 日至 2018 年 2 月 23 日舉行，對一系列選擇議題進行設定，且僅適用於內容本身並不違法的網路假新聞與虛假信息處理場景（若內容本身為非法，則適用於現有立法及自律行為約束條款）。諮詢的目的是幫助評估市場主體和其他利益相關方目前採取的行動的有效性，擴大這些行動的需求，並採取新的行動來解決不同類型的假消息。

其後，歐盟執委會邀請多位專家、線上平臺、新聞媒體以及民間社會組織的高級專家小組，就現象進行界定，明確各相關方的作用與責任，把握國際層面影響、確定立場並提出建議，總結報告已於 2018 年 3 月發布。並將在 2018 年春季提供給執委會，作為未來關於假新聞管制議題政策之依據。其預期結果如下：

（一）確定問題範圍：即公民與各相關者如何看待假新聞，怎樣發現網路上的虛假信息，或者對不同媒體抱有怎樣的信任程度。

（二）確立各利益方角色與責任：對平臺、新聞媒體企業以及民間社會組織已經採取的措施進行首輪評估，旨在應對網上虛假新聞的傳播。

（三）防止網上虛假信息的傳播：就今後政策需要得採取的行動提出建議，以加強公民獲取可靠且經核實信息的機會。

歐盟執委會認為其有權實施立法以產生更大的影響，進而制定其他機構無法實施的措施。具體包括：

（一）強制社交媒體關閉虛假帳戶。

（二）對利用線上虛假信息（甚至可能是點擊誘餌）吸引訪問者並獲取收入的網站進行索賠。

（三）建立組織機構以查找及標記虛假信息。

（四）與現有事實檢查機構合作，制定事實核查行為準則。

（五）為加快處理方法，未來希望將人工智慧（artificial intelligence, AI）提升虛假信息處理（篩查）效果。

為了降低虛假新聞的傳播速度，歐盟執委會迅速且準確地採取行動，以防止這種情況再次發生。但同時亦意識到採用此類方法所帶來的風險，審慎確保此制度不致令具體工作陷入過度審查的陷阱（E 安全，2017 年 11 月 24 日；European Commission, March 12, 2018）。

四、馬來西亞

馬來西亞於 2018 年向國會提出《2018 反假新聞法》（*Anti-Fake News bill 2018*）。未來散布假新聞將是犯罪行為，除了罰款之外，也將面臨最高 10 年的徒刑。由於其總理納吉（Najib Razak）涉及貪污醜聞，這項法案升高對馬來西亞新聞自由恐遭箝制的憂慮。

雖然馬來西亞政府指出，在憲法保障言論自由的同時，這項新法將保障大眾免於被假新聞滲透。但其對假新聞的認定，卻是取決於政府的批准或判定，已遭

質疑涉及新聞審查，其處理模式與歐盟治理監理並行之模式顯然有別（楊明娟，2018 年 3 月 26 日）。

伍、臺灣：假新聞治理的定位與實踐

針對假新聞之現象，行政院前院長林全於 2017 年 2 月 16 日第 3,536 次院會聽取 NCC 因應報告後，裁示：「網路假新聞有增加趨勢，雖各有其不同目的，或是惡作劇，或是基於商業利益，甚至是為達某種政治目的。即使是重視言論自由之歐美國家，也都意識到假新聞會對社會造成重大影響，因此，各部會務必特別注意並積極因應，深入瞭解假新聞來源及目的，適時澄清，始能有效遏止擴散。」（行政院，2017 年 2 月 16 日）

民意代表隨後加碼，提出制定《反滲透法》、修正《通訊傳播基本法》或仿效德國體制研訂專法等措施來遏止「假新聞」散布之議。惟隨即遭新聞媒體、傳播學者及媒體觀察等公民團體批評，提醒政府必須小心謹慎，以免跨越侵害言論自由之紅線。並認為抑制假新聞不能只談第三方團體的查核機制，還是要回到提升「新聞自律」與「媒體素養教育」。

為平息爭議，行政院於 3 月 16 日第 3,540 次院會再次裁示：「網路假新聞議題對於社會所造成的重大影響不能輕忽，政府會參酌國際作法，基於維護網際網路自由開放的前提，用網路治理的概念，由業者及第三方團體建立『事實查核機制』，期能有效遏制，而不會以立法或修法的方式來管理。」

至此，政府因應網路假新聞的立場確定，不會立法管制，將在維護網路自由開放前提下，用網路治理概念，由新聞媒體業者及第三方公正團體建立「真實查核機制」，並與網路平臺業者，包括 LINE、FB 等會商，鼓勵渠等建立合作共管機制。

一、假新聞治理有賴多方利害關係人共同合作

假新聞治理如前述應由政府、民間及社群網站、媒體共同參與合作，政府部門有其應扮演的協調角色，但應謹慎處理，避免涉及言論自由的限制。中長期作法是督促網路平臺業者、社群媒體、通訊軟體等業者自律，提供因應網路假新聞之作法，如受理不實新聞申訴；建立第三方協力健全查證機制，邀請關心本議題之民間團體參與，協助判定、通知下架，並定期公布檢測結果；提醒傳統廣電業

者強化援引網路新聞或消息之查證機制；最後是透過媒體識讀，強化資訊素養的養成。

為集思廣益尋求前述中長期作法之可行方案，NCC 於 2017 年 3 至 5 月舉辦三場「網路訊息事實查核機制」焦點座談會，第一、二場邀請網路平臺業者、社群媒體、通訊軟體、第三方協力之民間團體及學者專家等，討論假新聞認定、態樣、處理原則及作法；第三場邀請傳統廣電業者，討論如何強化援引網路新聞或消息之查證機制。本文作者亦擔任其中一場焦點座談主持人（參閱附錄一、二）。

以下分別從政府部門、網路平臺業者、第三方查核機制、傳播廣電媒體、視聽眾、及網路廣告主等面向，探討其等在假新聞治理上，各自可扮演的角色。並將作者參與焦點座談聽取各方意見融入。

二、政府部門

英國國會「文化、媒體和體育委員會」於 2017 年啟動一項針對假新聞增長現象的調查，以便準確地定義假新聞，誰會受影響、散布的動機、如何被運用在選舉中及對民主構成的威脅，另亦將檢視搜尋引擎和社群網站控管的責任。依據 NCC 所規劃之處理重點，政府部門之作法如下。

（一）各部會依網路治理精神共同協處

政府固不宜介入網路爭議訊息判讀，但網路可能引發議題如牽涉國家安全、資安等議題，應依跨部會協商機制即時因應。

> 假新聞的判讀，牽涉到箝制言論自由的疑慮，政府不適合介入。然而，政府不介入不代表不具制裁假新聞發布的約束力，因為被假新聞報導的受害者，可透過刑法及民法的途徑獲得保障，或者提出告訴，基本上仍有一個保障機制。（附錄一，NGO2）

（二）政府重大資訊發布窗口

政府各部門應以公開、快速和結構化三原則設置問答集，即時澄清不實謠言，提供正確訊息。

政府應該強化公務員媒體素養教育，加強言論素質，建立闢謠專區，加速開放政府資料（open data）腳步，協助民間團體建立網路內容的監督機制。（附錄一，NGO1）

作為記者，我常常在收政府單位的新聞稿，總覺得政府新聞發布的專業度和親民度嚴重不夠。……我覺得政府單位要好好加強公關發布新聞教育，放棄文官體制那種僵化，要符合民情，我覺得這方面要加強教育，因為那是人為的失誤，造成後面滾雪球效應，這完全是可以防範的。（附錄一，NGO2）

（三）重大網路假新聞依循之判斷原則

政府部門有其應扮演的協調角色，但應謹慎處理，避免涉及言論自由的限制。先判斷是否損害公共利益；再判定所涉公共利益之部會權責機關；進而判定公共利益影響之嚴重程度，係屬個人安全、社會安全或是國家安全層級；其中若屬重大社會安全及國家安全之假新聞，各權責機關即應妥慎處理。

三、網路平臺業者

國際網路平臺業者、社群媒體、通訊軟體等業者，在防制假新聞之議題上提出多項積極措施。例如 FB 在美國啟動「假新聞」查核機制，標示「有爭議」（disputed）的新聞，交由第三方機構查核事實。Google 則資助非營利組織 First Draft News 查核網路新聞，並與 FB 合作，加入 Crosscheck 組織，且合作阻斷假新聞網站金援，不能使用廣告聯播。英國 BBC 則成立核實小組，重點在打擊 FB、Instagram 及其他媒體的虛構性與有誤導性的新聞。

國際大型網路平臺業者與公民團體合作現況——以 FB 為例，其因應網路爭議訊息所建立之機制有四類型：FactCheck.org（透過第三方國際機構查核網路新聞真實性）、News Literacy（不實報導的辨識訣竅 10 點原則）、Informed Sharing（若發現文不對題的新聞或貼文，會降低其在 FB 訊息流上的排序）、Related Articles（閱讀一則新聞時，提供至少兩則相關新聞的連結）。

（一）FactCheck.org（事實查核的警示機制）：先從歐美少數國家展開試驗，與全球獨立的第三方組織 First Draft News 合作，該組織成員包含全球知名

新聞媒體、學者專家等，協助 FB 判斷有爭議的內容，並提供警示提示。

（二）News Literacy（新聞媒體識讀）：即不實報導的辨識訣竅，這是媒體素養的第一步，我國是全球 12 個首發國家之一。FB 希望與國內三家非政府組織（Non-Governmental Organization, NGO）代表（臺灣媒體觀察教育基金會、g0v 零時政府等）有更多的合作。

（三）Informed Sharing：指網路新聞常會用 sensational headline 吸引讀者眼球，例如常有貼文發現，標題與內文並不吻合，簡單來說就是文不對題，FB 會降低這篇貼文在其訊息流的出現排序。

（四）Related Articles：目前僅國外有推行，當你看到一則新聞，同時會跳出另外兩則相關報導，幫助讀者判別不同觀點，完善讀者整個閱讀過程。

Google 希望透過平臺讓臺灣能跟全球各地的合作夥伴有更多的合作與交流，促進和提升各方面的品質，例如新聞或媒體素養。透過更多的資訊，讓搜尋者可以看到各式各樣不同的講法。

LINE 跟其他兩個平臺不太一樣（FB、Google 是面對公眾平臺），LINE 是很私密、很隱私、很即時性的團體。它是通訊軟體，要保護消費者通訊自由、隱私和言論自由。

依據 NCC 2017 年舉辦之「網路訊息事實查核機制」座談會，與會之網路平臺、社群媒體、通訊軟體等業者，提出渠等在假新聞認定、態樣、處理原則及作法之意見如下。

（一）爭議性訊息態樣及形成緣由多元

> 如何定義虛假訊息，西方可能有些稱之為“fake news”、“misinformation”，基本上分成幾類：一、未必需要採取行動刪除者，例如：政治諷刺的內容涉及政治言論自由，應該非常小心處理；又或者整篇文章大背景中會涉及虛假或錯誤的連結、訊息，可能一篇文章中有百分之二十至三十是對的，但背景是錯的；還有一種情況是真有這個事件發生，但發布這個信息或者寫法上存在誤導性。二、有些稱之為“worst of the worst”，就是相當糟糕的，例如：假冒政府官員、散播虛假訊息牟利的內容農場，我們重點會放在那一方面。（附錄一，與談者 ISP1）

假新聞的定義是非常重要的，目前初步研究來看，各方眾說紛紜……假新聞的定義在客觀要件一定是不符事實，但不符事實這部分要怎麼去判定，由誰去判定。至於假新聞有沒有所謂的主觀要件，是故意捏造，還是非蓄意，亦可能是內容提供者（content provider）未盡查證義務所導致。（附錄一，與談者 ISP3）

（二）針對完全杜撰或明確違法的訊息予以移除

完全杜撰的，只要一經舉報，ISP 將採取嚴厲措施，直接找到源頭，把頁面和連結全部拿下來，如果發現是內容農場，基本上也是連根拔除，不會在平臺上存留頁面，甚至該頁面上其他網站連結也會列入黑名單中。（附錄一，與談者 ISP1）

（三）提供爭議訊息警示機制

某些網路平臺在部分國家已提供警示機制，但即便是美國也還在學習階段，我們不應匆忙為了啟動一個工具而啟動一個工具，這需要花一點時間，總結在美、法查核機制的經驗，再看如何把更完善的工具帶到臺灣。（附錄一，與談者 ISP1）

（四）國際網路平臺業者在臺灣之企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）

如前所述 FB 雖一再表示可協助臺灣 NGO 團體加入「新聞誠信計畫」（此計畫提供經費支持合作夥伴，其主要工作包含在全球不定期舉辦學術或實踐的研討會，邀請夥伴代表出席交流經驗，開放全球 NGO 申請，亞洲部分主要透過「亞洲出版人協會」（The Society of Publishers in Asia, SOPA）受理，但國內學界與 NGO 團體對此等網路平臺業者的作法仍有質疑，並提出期許。

1. 盼平臺業者落實在地化（**localize**）企業社會責任

所有社會責任履行都是被社會逼出來的，社群媒體、平臺就是一個賺錢的事業，平臺業者到底在臺灣投入多少社會責任？花了多少錢？平臺業者提到這些國外計畫與臺灣何干？為什麼不能在臺灣做？平臺業者必須接受公共社會的要求，政府不該介入，但請平臺業者說明，針對這個議題在臺灣投入多少資源，請面對臺灣社會的問題，提出具體行動。另，平臺業者剛剛提到與國際接軌，但回到國情論，平臺業者必須把 effort 放在 local，很多國際企業會做到國際在地化。（附錄一，與談者 Prof1）

對大平臺來說，國際很重要，但我們今天在談臺灣的問題，跨國公司對臺灣消費者到底重不重視？……臺灣 FB 使用率也是最高的，不能因放眼國際就比較不重視臺灣的 FB 使用者，我們才是網路自由的沃土。（附錄一，與談者 NGO2）

2. 呼籲平臺業者與臺灣公民社會更緊密合作

FB 在亞洲地區主要的夥伴是 SOPA，而臺灣也有一些公民團體性質與 SOPA 類似，那為什麼跟臺灣的 NGO 沒有類似的合作呢？（附錄一，與談者 NGO3）

對各大平臺來說臺灣是一個很好的實驗場地，值得平臺業者投入資源，這並未必是指金錢，而是希望平臺業者能提供 know how，像是人力資源等，和臺灣公民社會合作，我們有很好的社群力量可以提供協助。（附錄一，與談者 NGO5）

四、第三方機構協助進行事實查證

FB 與 Poynter NGO 研究中心、ABC News、美聯社、FactCheck.org、

Politifact.com、Snopes.com 等團隊合作進行事實查證，Poynter 會代替 FB 審核哪些 NGO 符合加入資訊審核網絡的資格。Poynter 有一套加入的準則，包括內控（internal governance）是不是符合國際標準，並非任意可加入。

法國 First Draft News NGO 組織集結世界報（*Le Monde*）和法國新聞社（L'Agence France-Presse, AFP）等 15 家法國媒體，一同查核網路新聞，成立網站公布查核結果。AFP、BFM TV、快訊週刊（*LExpress*）等 8 家法國新聞機構做事實查核，交由 Crosscheck 協助判定新聞真實性。Google 是該組織創始會員，FB 於 2016 年加入，成員還包括 Twitter、Yahoo 等平臺。

在國內，臺灣 NGO 組織 g0v 零時政府設立「新聞小幫手」及「真的假的 LINE BOT」事實查核機制，媒體觀察教育基金會提出「網路新聞媒體優質計畫」，為本土積極從事新聞事實查證之機構。

（一）第三方團體在健全網路訊息事實查核機制可扮演之角色

> 官方要協助 NGO 建構一個平臺，把平臺業者、g0v 發展出來那些查核的軟體，放在平臺上讓閱聽人可以自己去查核，不要由 NGO 來查核真偽。希望能促成合作的平臺趕快建立，把最佳的機制和資源端出來，但最重要的是官方一定要協助 NGO 團體。（附錄一，與談者 NGO1）

> 判讀假新聞在作法跟查證上，即使是第三方團體，也是需要具備公信力、專業、經費，還有查證時間的長短也可能影響結果。……這個平臺需要政府來協調建立，並促成雙方的對話。（附錄一，與談者 NGO2）

（二）現有可提供協作之團體、資源或平臺

> g0v 零時政府「新聞小幫手」是開放原始碼，可以直接下載再加以利用。有幾個步驟，即回報新聞、貼一個新聞連結、寫個標題、你覺得這個訊息有什麼問題就寫個摘要，最後提供澄清文章的連結或內容。

這些證據都像呈堂證供一樣，列出來就像維基百科，提供查詢。

LINE BOT，可以讓使用 LINE 轉傳功能的人運用，當 BOT 收到人家轉傳的訊息時，BOT 就會把資料庫裡面針對該訊息的回答，自動傳回給他，讓他知道這則訊息有多少人認為含有不實資訊，又有多少人認為含有真實資訊，以及他們分別的理由和查證來源為何，都可以看到。這個系統的特色跟專家系統不一樣的地方是任何 LINE 的使用者都可以把想查證的訊息轉傳進來，任何人都可以當小編，瀏覽剛傳進來的待查證的消息，並且撰寫回應。（附錄一，與談者 NGO5）

（三）第三方查核機制——專家系統查核可能產生的問題

在專家查核部分，也許我們需要一些學術界或專業團體的評論和協助，我覺得這都可以思考，可是網路世界非常迅速，也許我們很難仰賴某個團體或某個人，可能還是要往群眾智慧這個方向去思考。（附錄一，與談者 NGO3）

（四）第三方查核機制——群眾協力的另一種可能

First Draft News 和 Poynter 本質上都是從專家系統來做真實性查核的角度切入，但其實大眾也很關注不實訊息的散布，不如開放讓大眾協作，一起標示訊息真實或虛假，達到所謂「前人 google、後人乘涼」的效果。但也不要太相信群眾外包，試著用群眾的力量，讓大家知道哪個東西有爭議、爭議在哪裡。（附錄一，與談者 NGO5）

假新聞跟假消息的釐清作法，以及事實查核要怎麼做？其實並不是查核，也不是二元對立（真或假），現在有非常多的工具，可以提供更多事實和資料讓民眾辨識及參考。平臺業者在技術和社會責任上應該要扮演一定的角色。民間已經有這麼多資源和工具，平臺業者可

以多跟他們合作，鼓勵民眾使用。（附錄一，與談者 NGO1）

（五）組成第三方機構進行事實查核之可行性

對於組成第三方機構進行事實查核之可行性，各方意見不一，有樂觀其成，有質疑其成效者，但基於網路治理精神，鼓勵多方合作及程序透明，仍應予以鼓勵。

對第三方的看法，不要用「公正」這兩個字，我們覺得用「第三方查核」這樣比較好，有一些組織來做一些事情，善盡社會責任，剩下交給民主社會的個體自行判斷。（附錄一，Prof1）

臺灣公民社會很強大，讓公民社會一起參與共同監督新聞；至於經費從哪來，我們認為業者要善盡社會責任，所以建議由平臺業者與新聞媒體，每年固定被徵收或出一些資金，作為運作資金。（附錄一，NGO1）

五、傳統廣電媒體引用網路訊息之查證

電視新聞使用網路素材成為常態，如何將網路資訊的查證落實在新聞工作流程中，確保提供給視聽眾正確可靠的資訊，亦是傳統廣電媒體防制網路假新聞氾濫，應具體參與互相合作的事項。

BBC 對網路訊息查證的原則是：必須查證，不管它是哪裡的素材，對於網路的訊息文件跟事實尤其必須小心查證，BBC 非常在意一件事，就是記者必須要親眼目擊，如果無法親眼目擊，必須要避免使用單一來源，在萬不得已的情況下，必須要標註引用名稱，跟我們現在的作法很像，可是 BBC 更精確，所有的鄉民跟網民提供的資訊不能夠理所當然的假設是正確的，仍然要經過一步一步合理的步驟查證，尤其特別要注意如果提供者是來自於遊說團體或相關利益團體時，絕對要非常的謹慎。

善盡查證，不能保證事實是百分之百被查證，因為事實的存在，牽涉到很多面向，有些是主觀認定的問題，有些是在截稿之前，大概就只能查到這個地步，因此做資料查證時，要窮盡一切的步驟到應有的正確性，所謂應有的正確性不見得是百分之百的正確性，而是你已經善盡那樣的責任。（附錄二，Prof1）

（一）網路媒體已經是所有廣電媒體要去追蹤新聞的重要平臺，問題不在引用網路媒體，而是如何落實新聞查核

面對新的傳播科技、新現象，媒體的角色一直在不斷學習，網路媒體已經是所有廣電媒體要去瞭解與追蹤新聞的重要平臺。衛星公會幾年前提出的新聞自律執行綱要，大致符合需求，我們比較要小心的是引用的網站是不是可信的網站，電視臺都不希望報導出假新聞，報導真實、確實、公正，是所有有品牌的電視臺一直努力的方向，電視臺必須避免不小心拿到錯誤資訊，這個錯誤的資訊可能來自於網路，來自任何地方，所以要落實事實查核，提醒記者，注意消息來源的正確性、可靠性。（附錄二，MS1）

媒體業者應有兩個共識：第一個共識，政府基本上在這件事情上不宜過度介入，透過業界自律來促進品質，應該是臺灣社會很不容易建立的共識，但反過來說如果自律做不好，很可能他律就會進來，所以也要相對有警覺；第二個共識，現在網路訊息的查證非常困難，要達所謂正確性的概念，並不是那麼容易，現在網路世界，造假也好、扭曲也好，是進化再進化，所以查證會變的更困難，但正因為我們新聞媒體存在的價值是表述事實、查詢真相，從這個角度來講，媒體責任就更大了。（附錄二，P2）

（二）傳統媒體分兩個部分，新媒體單位跟傳統電視臺新聞採訪中心應是分治的

媒體集團設社群新聞處做網路新聞，傳統新聞臺做的是電視新聞，分開製作，但召開新聞自律委員會時，社群新聞部門做的新聞也納入新聞自律委員會成為檢討的對象。（附錄二，SN2）

（三）找到當事人或權責單位，證實訊息

除非找到當事人，確定為真、有訪問、知道來龍去脈，才有可能做成電視新聞。例如 3 月分自律委員會檢討來自 Dcard 網路平臺的一則新聞，有一個男孩子因為喜歡一個女孩子，填志願原本可以上臺大，卻為那個女孩子填了真理大學，社群新聞部門一再確認，這一篇怎麼來的，誰貼的？當事人是誰？要採訪時，當事人卻很害怕就自動下架了，只 PO 了一天，騙取很多點閱率後，證明那是一個虛偽不實的東西，但所有的網路新聞平臺幾乎都引用了。（附錄二，SN2）

公共的議題上，是以權責單位進行查證，避免可能因為商業競爭發布不實消息，對一些公司行號造成名譽損害。（附錄二，SN7）

（四）慎選合作的網路平臺

要慎選合作的網路平臺，如果常出錯，表示這個平臺只在乎點閱率，而不在乎真實性。（附錄二，SN2）

（五）新聞真實性的查核，困難度高

網路上的訊息是鋪天蓋地一天 24 小時在流動，處理模式，基本上

有兩種，一種是純訊息性的，除非找得到當事人證實，要不然幾乎不碰，另外一種是有很多的影像，除非找到有更深入可以檢討的部分再做。（附錄二，SN3）

（六）定時更新，延續追蹤

對網路新聞採取比較嚴格標準，一定會去查證，查證不清楚的話，寧願暫緩不播，所以我們網路新聞其實播的比較少，就是要不斷的查證、追蹤。（附錄二，SN4）

（七）媒體從業人員應加強自我教育，提升新聞品質

綜觀整個虛假訊息的生態系統，有三部分很重要，除了平臺業者與公民團體、政府部門共同合作健全資訊生態系統；另一方面須透過教育培養記者的新聞素養、民眾的公民素養；再者，內容生產者的角色也不可或缺。

在培訓新聞記者善用平臺工具以落實查證工作上，FB 於 2017 年 3 月推出 Facebook for Journalist 計畫，在網路上提供 Blueprint for Journalist 培訓課程，包括如何發布新聞、如何使用 360 全景模式發布新聞，如何做新聞推播等內容。Google 則推廣 Media Lab 計畫，目的是與新聞記者成為夥伴，分享更多線上工具，讓記者發表好的內容，也希望能把 First Draft News 網路線上查核的訓練帶入培訓課程中。

現在媒體普遍低薪化，年輕人基本上素養不足，錯別字多，沒有新聞專業，文稿也沒有新聞脈絡或起承轉合，造成新聞品質低落，是打擊民眾對媒體信任度低下的關鍵，媒體應加強自我教育，即時新聞不要那麼浮濫，要加強媒體從業人員的素質。（附錄一，NGO2）

內部教育訓練蠻重要的，要思考怎麼樣把對於社會公共利益的考量，新聞的價值，在內部教育灌輸給第一線的記者。（附錄二，MS2）

新聞記者要進行查證以及辨微技巧的教育訓練，查證要查證到什麼程度才叫有查證，都有一些基本原則，有一些辨別的技巧，均應納入準則規範裡及第一線記者的教育訓練中。（附錄二，Prof2）

（八）查證態度及檢視標準

網路媒體或新媒體跟他臺有些不一樣的地方，現在還依附在編輯臺下，我們相信很多素材來源需要共同的檢視和交叉比對，甚至連要上架的過程都需要一致的標準。此外，主管機關的引導或鼓勵，亦遠比嚇阻有效。（附錄二，WN3）

（九）平衡報導不是查證

內部核稿的制度要落實，雖然競爭非常激烈，在壓力之下，有時候來不及，這是現實，但還是應該要落實。有一些記者覺得平衡報導就是查證，但平衡報導不是查證，媒體應認真去驗證。（附錄二，NGO3）

（十）透過分級編輯程序落實審核

建議編輯臺將新聞分級，透過分級編輯的程序加以審核，讓比較有經驗的編輯或者主管來做第二道防線。每一則新聞要做很多道審核實務上有些困難，但至少針對比較敏感的、重要的，可以分級審核。（附錄二，Prof2）

六、廣告主減少在爭議內容多的網站投放廣告

假新聞為了增加讀者或透過網路分享，常會配合吸引人的標題或是完全假造

的新聞。某些假新聞類似標題黨，主要都是靠所產生的廣告收入，不管內容的正確與否。

> 對媒體產業最有制約力的，不是政府也不是第三方團體，最有效的是廣告主，因為廣告主對下廣告非常謹慎，如果下在爭議媒體會損傷企業形象，所以他們是有挑過的。請他們一起討論怎麼加入打擊假新聞的制衡力量。（附錄一，NGO2）

> 現在有很多的網站靠廣告做為主要盈利工具，Google Ads 不允許盜版網站放置 Google 廣告已行之有年，對於有爭議訊息的網站，希望積極推動不在使用爭議內容的網站投放廣告，使其無利可圖後漸漸消失。（附錄一，ISP2）

陸、媒體資訊素養

抑制假新聞不能只談第三方團體的查核機制，還是要回到提升「新聞自律」與「媒體素養教育」。短期我們確實可以透過業者自律、與第三方事實查證組織的協作方式，降低其影響性。長期來說，還是必須植基於教育，將媒體素養、公民資訊素養普及化、深耕化，才有可能發揮更大效果。有鑑於此，由 FB 等科技業領袖、學術單位和非營利組織組成的全球聯盟於 2017 年 4 月宣布，投資 1,400 萬美元啟動「新聞誠信倡議」（The News Integrity Initiative）計畫，攜手「增進新聞素養、增加全球對新聞的信任，並為公共對話提供更多資訊」，該計畫希望未來能向大眾提供必要的工具，幫助大眾識別在網路上看到資訊的真偽。

> 現在充斥的虛假、不實的訊息，其實存在非常多灰色地帶，而公民教育、公民素養這部分是最基本的問題，這也是最可以跟政府和公民團體合作的方向。（附錄一，ISP2）

FB 於 2017 年 4 月與臺灣三家 NGO 團體合作推播「不實報導的辨認訣竅」提示頁面，此頁面告知使用者 10 點關於網路不實報導的辨識訣竅，希望藉此幫助引導臺灣的使用者可以連結過去合作夥伴的網站，進一步瞭解目前臺灣打擊虛

假新聞的最新努力及相關成果。媒體教育觀察基金會認為民眾對網路爭議訊息的關注度確有提升，但亦有 NGO 表示不少民眾在收到推播頁面後，以為他們在網路的言論被 FB 監控。甚至有記者認為是否把假新聞的責任轉嫁到新聞記者身上，逼迫他們得供出消息來源。顯見網路治理議題，不是由上而下，而是需要不斷溝通。

> 關於「不實報導的辨識訣竅」第七點：「查核證據。檢查作者的資料來源，以確認報導內容的正確性。如果證據不足或找來匿名的專家背書，就有可能是不實報導」。這對於記者而言實在太沉重了，其實愈重要的新聞像是揭發重大弊案，記者愈必須要倚賴不具名的消息來源，也就是大家俗稱的深喉嚨，否則記者幾乎不可能拿到相關資料。我很擔心現在為了要打擊假新聞，像是第七點這樣的建議內容，會不會把假新聞的責任轉嫁到新聞記者身上，逼迫他們得供出消息來源。（附錄一，NGO2）

縱使在採監理模式之歐盟政策上，亦認為媒體資訊素養的提升才是假新聞處理議題的關鍵，在歐盟執委會負責與歐盟會員國代表以及第三國外部代表針對數位單一市場及假新聞議題辯論對話的負責人 Andrus Ansip 亦稱：我們必須透過媒體素養和批判思考，解決不實資訊的擴散。我們亦須以更良好的溝通方式，讓民眾瞭解為什麼民主、法律規定、兒少保護，以及基本人權，對每個人來說是很關鍵的利益 (Ansip, April 26, 2018)。

柒、結語

本文從傳播公共政策的角度，探討假新聞的管理議題。依據 RISJ 於 2017 年發布其從受眾的角度所進行之假新聞重磅調查報告，假新聞的問題並不侷限於「假的新聞」，它還涉及到低質量的新聞、政治宣傳和誤導性的廣告形式和贊助內容。本文在檢視臺灣媒體規範環境後，亦證實如果我們要在解決這個問題上取得進展，記者、新聞媒體和科技公司，均需要重建人們對牽涉其中各機構作為的信心。

在實定法國家中，首要解決的是，何謂「假新聞」？對受眾來說，假新聞和真實新聞並無明晰的界限，只有程度的區別。受眾心目中更多的假新聞是劣質新

聞、宣傳（包括政客的謊言和極端黨派內容）和廣告，而不一定是偽裝成新聞報導的虛假信息。在臺灣，如出現違反事實查證原則致損害公共利益、報導不實與不公新聞、在新聞中置入廣告訊息、或出現仇恨性言論，於廣電媒體方面均有法律規範，在監理上較無問題，亦非各界對假新聞探討之重心。相對的，如出現在平面媒體或網路媒體，依其媒介屬性，向採低密度管理，尤其是網路社群媒體，更涉及跨國傳播之管轄權問題，如何面對，正是網路治理探討重心之一。

假新聞之管理模式，經過 2017 年各國之探討與辯論，大致可分為美國與歐盟機制，前者基於資訊服務輸出大國之立場，其跨國資訊服平臺業審慎處理，甚至抗拒啟動查核機制，政府亦交由業者自主管理。後者則以德國為首，倡議社群網站應自行檢測是否為假新聞，若有被通知即應予下架，否則依法進行核處監理。

歐美的政治文化存在著差異。數位科技新貴，在政治上往往是放任的自由派。他們相信要解決社會的問題，透過創新和科技比政府更加有效，對政府則保持較為懷疑的態度。相較之下，德國人則相信規範的力量。德國人相信具備足夠智慧和能力的政府，可以透過有效的立法緩解社會的問題。所以他們願意採取懲罰式的行動，正面迎擊這些跨國科技巨頭。有人說這是箝制媒體自由，也有人認為這是歐洲政府和美國企業的正面衝撞。

FB 雖在 2017 年 3 月陸續推出第三方事實查證機制、「有爭議」標籤等措施，也盡到社群媒體的部分責任。只是所謂事實查證機制仍無法徹底解決假新聞之散布，成效並不顯著，根據德國政府於 2016 年公布的數據顯示，FB 刪除了 46% 違法內容、YouTube 刪除了 10%、Twitter 只刪除了 1%，這也促使德國政府加緊立法腳步，期能透過法律與罰款讓社群媒體公司進一步認知到自身的社會責任。歐盟執委會依據 2016 年 11 月一項民意調查，顯示歐洲公民對媒體的信任度普遍較低。例如，55% 的歐洲人表示，他們失去了對社交媒體上發布的新聞的信任。

此兩種模式不論為治理或監理，其差異點在於歐盟監理為求假新聞獲得有效處理，課以跨國平臺業者責任，被證實為假新聞，收到通報或投訴後，24 小時內要撤除明顯違法的仇恨言論和其他貼文，並於 7 天內封鎖其他冒犯性內容，不符規定者最高將受罰 5 千萬歐元。看似嚴格，但其仍屬先自律後他律之管理模式，且對如何判斷假新聞，政府亦不介入，審慎交由第三方查證機構處理，此點則與治理之精神無異。

臺灣面對此議題的公共政策選擇為何？相較之下，臺灣在未經過由下而上之

思辨，行政院在不到半年的時間，為避免造成管制言論自由之爭議，快速決定以網際網路治理模式定位，跟隨美國跨國網路平臺企業，如 FB、Google 所提出之倡議，採取網路治理之模式。從政府部門、網路平臺業者、第三方機構、傳統媒體、及廣告主等面向所提出之相關配套措施，雖免於傷害網路言論自由之爭議，然亦有論者質疑第三方查證之績效、及 FB 等網路服務平臺業是否真心要處理假新聞問題？仍有待事後觀察。[1] 另我國在處理兒少上網安全問題方面，依據《兒童及少年福利與權益保障法》第 46 條、第 46 條之 1 及第 94 條規定，即屬監理機制。可見兩者並非不可並行。

臺灣在網路治理之實踐方面，基於對新聞自由的重視與尊重，認為一個民主自由國家的政府面對假新聞議題，從來就不是，也不應該涉及新聞訊息真假的判斷，而是如何建立機制，即如何敦促業者建立新聞真實查核機制，聚焦在傳統與網路社群媒體，如 FB、Google、LINE 和 Yahoo! 奇摩等跨國網路平臺和通訊軟體業者，如何強化查證措施，以及能在全球各地提供的作法。此外，對常有援引網路不實訊息再傳播的廣電業者，除了從既有機制要求業者落實查證外，如何要求自律（問責）、訓練員工均是各界不斷呼籲的問題。

「查證為真」包括許多複雜思考和判斷，「真實」的魔鬼藏在細節裡，想只靠電腦演算式從網路得到「正確」答案，為時尚早。「打假是科技和哲學的複雜問題」，FB 認為查證需要專業，故須和公信力高的事實查核網站 Snopes.com、Politifact.com 以及 FactCheck.org 合作，才有成功可能。

政府部門，除不宜介入網路爭議訊息判讀外，如網路引發假新聞議題涉及國家安全、資訊安全等議題，應依跨部會協商機制即時因應。且政府應設置重大資訊發布窗口，以公開、快速和結構化三原則設置問答集，即時澄清不實謠言，提供正確訊息。

網路平臺業者與公民團體合作，其因應網路爭議訊息所建立之機制，表面上顯現合作，但在本地性仍有落差。且在多種面向上扮演管制者的角色，雖號稱是中立的平臺，根據精準的使用者偏好數據模型，將守門人角色讓渡給演算法系統，並非毫無爭議。對於組成第三方機構進行事實查核之可行性，目前各方意見仍分歧，惟基於網路治理精神，鼓勵多方合作及程序透明，仍應予以鼓勵。

傳統廣電媒體引用網路訊息之查證，問題不在引用網路媒體，而是如何落實

1 網際網路治理強調企業之社會責任，FB、Google 等網路平臺迫於市場壓力，對事實查證採取系列措施，但績效仍屬有限。以 2018 年 FB 之劍橋分析公司濫用個資事件，FB 被批未善盡管理個資之責為例，監理之合法性，正是由於市場之失靈所致。

新聞查核。媒體應慎選合作的網路平臺，定時更新，延續追蹤引用之新聞，且媒體從業人員亦應加強自我教育，提升新聞品質。

最後，抑制假新聞不能只談第三方團體的查核機制，還是要回到提升「新聞自律」與「媒體素養教育」，此或可成為假新聞管理議題治本之策

參考書目

David Chuang（2014 年 8 月 2 日）。〈你瞭解治理（Governance）的定義及和你的關係嗎？〉。取自 https://blog.uprofit-tw.com/?p=4576

E 安全（2017 年 11 月 24 日）。〈歐盟如何打擊網絡假新聞？〉，《壹讀》。取自 https://read01.com/xDKQ7E3.html#.W0GdG9IzbIW

中央通訊社（2017 年 6 月 20 日）。〈研究：社群媒體已成骯髒政治戰場〉。取自 http://www.cna.com.tw/news/aopl/201706200443-1.aspx

朱弘川摘譯（2018 年 3 月 30 日）。〈假新聞的應變之道——查核機制與降低經濟誘因〉。取自 https://www.feja.org.tw/33586（原文 Caplan, R., Hanson, L., & Donovan, J. [2018, February 21]. Dead reckoning—Navigating content moderation after fake news. *Data&Society*. Retrieved from https://datasociety.net/output/dead-reckoning）

行政院（2017 年 2 月 16 日）。〈行政院第 3536 次院會決議〉。取自 https://www.ey.gov.tw/Page/9277F759E41CCD91/97195ee7-4ccb-46e2-8231-b8061cb1bf40

呂一銘（2017 年 9 月 28 日）。〈從北韓的核武　看臺灣媒體的怠惰！（下）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2280

_____（2017 年 9 月 14 日）。〈從北韓的核武　看臺灣媒體的怠惰！（上）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2268

何吉森（2017）。〈OTT TV 之監理與境外侵權網站管制〉，劉幼琍（編），《OTT TV 的創新服務經營模式與政策法規》，頁 271-308。臺北，臺灣：五南。

周慶祥（2010）。〈新聞事實查證製播規範與標準〉。（國家通訊傳播委員會委託研究報告）。臺北，臺灣：國家通訊傳播委員會。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/11021/1818_19072_110218_1.pdf

孫宇青譯（2018 年 3 月 10 日）。〈假新聞傳播比真相快 6 倍〉，《自由時報》，A1 版。

徐和謙（2017 年 4 月 6 日）。〈德國擬立法嚴懲假新聞　社交平臺不刪除挨罰〉，《財新網》。取自 http://international.caixin.com/2017-04-06/101075137.html

涂敏編譯（2017a 年 9 月 21 日）。〈假新聞的謬誤：從廣播恐慌事件看現今網路的極化現象（一）。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2274（原文 Chen, A. [2017, September 4]. The fake-news fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the internet. *The New Yorker*. Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy?mbid=nl_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20(44)&CNDID=48420061&spMailingID=11822173&spUserID=MTc1ODE4NDk3MzY0S0&spJobID=1222846596&spReportId=MTIyMjg0NjU5NgS2）

_____（2017b 年 9 月 21 日）。〈假新聞的謬誤：從廣播恐慌事件看現今網路的極化現象（二）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2273（原文 Chen, A. [2017, September 4]. The fake-news fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the internet. *The New Yorker*. Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy?mbid=nl_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20(44)&CNDID=48420061&spMailingID=11822173&spUserID=MTc1ODE4NDk3MzY0S0&spJobID=1222846596&spReportId=MTIyMjg0NjU5NgS2）

_____（2017c 年 9 月 21 日）。〈假新聞的謬誤：從廣播恐慌事件看現今網路的極化現象（三）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2272（ 原文 Chen, A. [2017, September 4]. The fake-news fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the internet. *The New Yorker*. Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy?mbid=nl_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20(44)&CNDID=48420061&spMailingID=11822173&spUserID=MTc1ODE4NDk3MzY0S0&spJobID=1222846596&spReportId=MTIyMjg0NjU5NgS2）

_____（2017d 年 9 月 21 日）。〈假新聞的謬誤：從廣播恐慌事件看現今網路的極化現象（四）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2271（原文 Chen, A. [2017, September 4]. The fake-news fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the internet. *The New Yorker*. Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy?mbid=nl_TNY%20Template%20-%20With%20Photo%20

(44)&CNDID=48420061&spMailingID=11822173&spUserID=MTc1ODE4NDk3MzY0S0&spJobID=1222846596&spReportId=MTIyMjg0NjU5NgS2）

許士軍（2013 年 5 月 28 日）。〈「公司治理」不是什麼萬應藥方！〉，《遠見雜誌》。取自 https://www.gvm.com.tw/article.html?id=24393

陳仲豪編譯（2017a 年 9 月 7 日）。〈試圖禁止假新聞將比假新聞本身更糟（一）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2258（原文 Fisher, A. L. [2017, July 5]. Fake news is bad. Attempts to ban it are worse. *Vox*. Retrieved from https://www.vox.com/the-big-idea/2017/7/5/15906382/fake-news-free-speech-facebook-google）

_____（2017b 年 9 月 7 日）。〈試圖禁止假新聞將比假新聞本身更糟（二）〉。取 自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2257（原文 Fisher, A. L. [2017, July 5]. Fake news is bad. Attempts to ban it are worse. *Vox*. Retrieved from https://www.vox.com/the-big-idea/2017/7/5/15906382/fake-news-free-speech-facebook-google）

_____（2017c 年 9 月 7 日）。〈試圖禁止假新聞將比假新聞本身更糟（三）〉，《財團法人卓越新聞獎基金會》。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=22586（原文 Fisher, A. L. [2017, July 5]. Fake news is bad. Attempts to ban it are worse. *Vox*. Retrieved from https://www.vox.com/the-big-idea/2017/7/5/15906382/fake-news-free-speech-facebook-google）

張永明（2010）。〈歐洲媒體法回覆權之研究〉，《高大法學論叢》，6（1）：19-58。doi:10.29887/NUKLJ.201009.0002

國家通訊傳播委員會（2016）。〈106 年 NCC 傳播監理報告〉。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/18032/2606_38939_180416_1.pdf

_____（2017 年 11 月 20 日）。〈數位通訊傳播法草案總說明〉。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/17041/3861_37260_170418_1.pdf

黃泓瑜（2018 年 3 月 24 日）。〈臺灣媒觀：「假新聞」不應淪為媒體鬥爭的工具〉，《風傳媒》。取自 http://www.storm.mg/article/415162

葉志良（2016 年 3 月）。〈我國 OTT 電視法制的濫觴？評釋電子通訊傳播法草案〉，「OTT 電視（Over-The-Top TV）的發展趨勢、法律規制暨改革方向研討會」論文。臺灣，臺北。

楊明娟（2018 年 3 月 26 日）。〈馬來西亞提新法　散布假新聞最高處 10 年徒刑〉，《中央廣播電臺新聞網》。取自 https://news.rti.org.tw/news/view/id/402307

賴來焜（2001）。〈當代國際私法學之構造論：建立以「連結因素」為中心之理論體系〉。臺北，臺灣：神州。

賴昀編譯（2017a 年 8 月 31 日）。〈反烏托邦時代的提問：怎樣算是假新聞反烏托邦時代的提問：怎樣算是假新聞？（上）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2252（原文 Martinson, J. [2017, June 18]. A question for a dystopian age: What counts as fake news? *The Guardian*. Retrieved from https://www.theguardian.com/media/2017/jun/18/a-question-for-a-dystopian-age-what-counts-as-fake-news）

_____（2017b 年 8 月 31 日）。〈反烏托邦時代的提問：怎樣算是假新聞反烏托邦時代的提問：怎樣算是假新聞？（下）〉。取自 http://hosting.fejawebsite.org/modules/news007/article.php?storyid=2251（原文 Martinson, J. [2017, June 18]. A question for a dystopian age: what counts as fake news? *The Guardian*. Retrieved from https://www.theguardian.com/media/2017/jun/18/a-question-for-a-dystopian-age-what-counts-as-fake-news）

藍立晴（2017 年 4 月 7 日）。〈德國批准了打擊仇恨言論與假新聞的法案，言論自由標準由誰定？〉，《匯流新聞網》。取自 https://cnews.com.tw/ 德國內閣批准了打擊仇恨言論與假新聞的法案 %EF%BC%8C 但

藍鯨財經記者工作平臺（2017 年 11 月 20 日）。〈路透重磅調查報告：讀者眼中的「假新聞」不只是「假的新聞」〉，《每日頭條》。取自 https://kknews.cc/other/bk68pvo.html

Ansip. A. [Ansip_EU]. (2018, April 26). Disinformation is not new as instrument of political influence. New technologies have expanded its reach to undermine our democracy & society. Since online trust is easy to break but difficult to rebuild, industry needs to work together with us on [Twitter moment]. Retrieved from https://twitter.com/Ansip_EU/status/989435708065579008

BBC Trending. (2014, November 14). *#BBCTrending: Syrian* '*hero boy*' *video faked by Norwegian director* [Video file]. Retrieved from https://www.bbc.com/news/blogs-trending-30057401

European Commission. (2018, March 12). *Summary report of the public consultation on fake news and online disinformation*. Retrieved from https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/summary-report-public-consultation-fake-news-and-online-disinformation

-- (2017, November 13). *Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation*. Retrieved from http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm

Kurbalija, J. (2013). *An introduction to internet governance* (5th ed.). Msida, Malta: Diplo Foundation.

Lucchi, N. (2014). Internet content governance and human rights. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, *16*, 809-856.

ShaamNetwork. (2014, November 14). *Syria! Syrian hero boy rescue girl in shootout* [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?time_continue=66&v=mgwO6oni-wY&bpctr=1531454125

附錄一：網路訊息事實查核機制座談

時間：106 年 3 月 30 日（星期四）下午 2 時整（座談會一）
　　106 年 4 月 28 日（星期五）下午 2 時整（座談會二）
地點：交通通訊傳播大樓 2003 會議室
　　交通通訊傳播大樓 2002 會議室
主持人：NCC 委員
與談者：

1. 網路社群媒體業者（代碼 ISP1）
2. 網路平臺業者（代碼 ISP2）
3. 通訊軟體業者（代碼 ISP3）
4. 網路平臺業者（代碼 ISP3）
5. 媒體 NGO（代碼 NGO1）
6. 媒體 NGO（代碼 NGO2）
7. 媒體 NGO（代碼 NGO3）
8. 媒體 NGO（代碼 NGO4）
9. 網路第三方團體（代碼 NGO5）
10. 政府研究單位（代碼 GOV1）
11. 傳播學者（代碼 Prof1）
12. 傳播學者（代碼 Prof2）

附錄二：廣電媒體引用網路訊息如何落實新聞事實查核機制座談會

時間：106 年 5 月 25 日（星期四）9 時 30 分

地點：交通通訊傳播大樓 805 會議室（座談會三）

主持人：NCC 委員

與談者：

1. 媒體公會（代碼 MS1）
2. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN1）
3. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN2）
4. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN3）
5. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN4）
6. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN5）
7. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN6）
8. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN7）
9. 衛星新聞頻道業者（代碼 SN8）
10. 媒體協會（代碼 MS2）
11. 無線新聞臺 (代碼 WN1）
12. 無線新聞臺（代碼 WN2）
13. 無線新聞臺（代碼 WN3）
14. 媒體 NGO（代碼 NGO1）
15. 媒體 NGO（代碼 NGO2）
16. 媒體 NGO（代碼 NGO3）
17. 媒體 NGO（代碼 NGO4）
18. 傳播學者（代碼 Prof1）
19. 傳播學者（代碼 Prof2）

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 1-41, July 2018

The Governance and Supervision of Fake News

Ho, Jason C. S.*

Commissioner, National Communications Commission

Abstract

This article discusses the issue of managing "fake news" from the perspective of public policy on the media. For audiences, no clear boundary exists between fake news and real news, with the difference merely being one of degree. The purpose of such dissemination of misinformation is to mislead the public while realizing political or commercial benefits.

Approaches to the management of fake news can be roughly divided into two types, adopted by the United States and the European Union, respectively. The former adopts a passive stance, handing over to the industry for self-regulation; whereas the latter advocates that social media should detect fake news or remove such material when notified, with failure to do this being penalized under law.

In Taiwan's practice of Internet governance, given how highly Taiwan values and respects press freedom, it is believed that a democratic government in a free country should never be involved in the verification of news information. Instead, it is recommended that industry establish fact-checking systems.

Lastly, suppression of fake news cannot focus merely on verification of news by third parties. Rather the solution should involve enhancement of "press self-discipline," "media licensing," and "media literacy education."

Keywords: fake news, governance, supervision

* Email: jason@ncc.gov.tw

JCRP 世新大學新聞傳播學院 舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 43-73．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0002

造假有效、更正無力？第三方事實查核機制初探

胡元輝 *

國立中正大學傳播學系暨電訊傳播研究所教授

摘要

假新聞議題受到全球廣泛關注及輿論高度質疑之後，幾個具市場主導地位的網路與社交媒體平臺業者最主要的因應作法即是與第三方事實查核組織合作，對假新聞進行判定與標示，惟此一更正作為的效果亦引發爭議。本文系統性檢視逆火效應與更正訊息的相關研究，釐清事實查核所可能產生的作用，並就美國第三方事實查核機制的現行作法進行探討。透過次級資料分析與文本分析，本研究認為目前美國事實查核組織的運作原則與查核報告的呈現方式部分吻合逆火效應的研究結果，未來宜進一步評估更正訊息的作法與策略，以提升事實查核的更正效力。

關鍵詞：社群媒體、事實查核、逆火效應、假新聞

* Email: telyhhu@ccu.edu.tw

壹、假新聞與事實查核

假新聞（fake news/misinformation/disinformation）[1] 現象存在已久，近年來特別受到重視，並多認為網路與社群媒體等新傳播科技的出現，讓假新聞有了更多動能。雖然假新聞現象之形成不能用簡單的技術觀點來解釋，但新傳播科技讓假新聞得到新施力點的看法仍被廣泛接受。基於假新聞可能對民主社會產生高度破壞力的認定，歐美國家更對市占率極高的網路與社群媒體巨頭施壓，要求它們解決「氾濫成災」的假新聞，以避免網路與社群媒體成為假新聞傳播的「溫床」。

對於假新聞與網路、社群媒體之間的關係，相關業者原本予以否認。例如 2016 年底美國總統選舉揭曉之後，社會輿論強烈質疑社群媒體傳播的假新聞影響了選舉結果，面對排山倒海而來的指責，Facebook 創辦人兼執行長 Mark Zuckerberg 接受媒體訪談時尚斥之為「相當瘋狂的想法」（a pretty crazy idea），[2] 認為不應武斷認定瀏覽假新聞與投票行為之間的關係，並強調社群媒體使用者可以比傳統媒體的閱聽人獲得更多元的資訊，真正的問題所在是個人的偏見阻礙了不同意見的吸收。何況，所謂假新聞乃「非常少量的內容」(Burke, November 11, 2016)。

但 Zuckerberg 的說法並未獲得普遍認同，而且遭到多方批評，Zuckerberg 隨後即陸續宣布 Facebook 處理假新聞的措施 (Zuckerberg, November 19, 2016)，除了更簡單的使用者檢舉方法，更強大的科技偵測能力，以及屏除假新聞的廣告獲利機制之外，最主要的作法即是與第三方事實查核（fact-checking）機制合作，對被認定為假新聞者予以標示，並透過演算法放慢其傳播速度。事實上，將第三方事實查核結果與相關資訊連結並標示的作法，Google 於 2016 年 10 月曾先行使用於部分國家的 Google News 頁面，並於隔年四月廣泛使用於全球的 Google News 與搜尋引擎網頁 (Kosslyn & Yu, April 7, 2017)。

兩大網路公司先後都以第三方事實查核作為假新聞處理的因應，其目的一方面是希望維持自身作為「平臺業者」的言論中立位置及商業利益，另方面則是試圖減弱外界對於網路與社群媒體擴散假新聞的抨擊。無論此一作法是否真能取得

1 “fake news” 此詞雖被廣泛使用，惟因涵義被賦予多重色彩，且被認為無法反映假新聞的複雜性，學術界與專業組織頗多使用 “misinformation” 來指稱包含故意或非故意製造與傳布的假新聞。惟亦有不少人區別 “misinformation” 為非故意型態的假新聞，而 “disinformation” 則指涉蓄意製造與傳布的假新聞 (Wardle, February 16, 2017)。

2 Zuckerberg 後來曾對「瘋狂」兩字的說法表示道歉，他於 2017 年 9 月 27 日在 Facebook 公開稱，「以『瘋狂』來形容那些意見不值一顧，我後悔這樣說。這件事至為重要，乃不容輕視的議題。」不過，他仍強調 Facebook 是兼容並蓄的中立平臺 (Zuckerberg, September 28, 2017)。

社會支持，事實查核機制究竟如何運作？是否能抑制假新聞的影響？顯然值得深入瞭解與檢視。特別是事實查核的目的在於改變人們對不實訊息的認知，查核結果的呈現方式如果不能符合人類認知心理的運作特質，勢將降低事實查核的預期作用。

更正訊息（corrective information）的效力為何？過往已有不少研究進行探討。其中，有關逆火效應（backfire effect）的研究近年來備受關注，惟究竟該效應的真實狀態為何？其對事實查核的意涵為何？則尚未被認真檢視，甚至出現不少錯解。對更正訊息的效力做出正確理解乃事實查核機制的關鍵根柢，如果現行的第三方事實查核作業未能準確立足於相關研究的成果，則其對假新聞傳播的遏制效果顯將大打折扣。

假新聞已經對人類社會民主傳播系統的發展構成考驗，也是傳播研究無可忽視的新課題。如果能對事實查核與假新聞的關係作出正確定位，並檢視相關因應作為的成果，將不僅有助於固有傳播理論的驗證，也將裨益大眾公共生活品質的推進。因此，本文首先將系統性檢視逆火效應與更正訊息的相關研究，釐清事實查核所可能產生的作用；其次，透過次級資料分析與文本分析法，針對機制最完備與多元的美國第三方事實查核組織的現行作法進行探討，以期檢視其組織運作的原則及查核報告的呈現是否符合更正訊息相關研究的既有成果。由於篇幅及資料限制，本研究僅以美國事實查核組織作為分析樣本，並以之比較臺灣現有的事實查核機制，藉以作為我國發展事實查核之參考。

貳、網路假新聞的更正效力

毫無疑問，網路與社群媒體已經是當前新聞／資訊生態系統的重要構成。美國皮優研究中心（Pew Research Center）2016 年的調查即發現，多達 62% 的美國成人會從社群媒體獲取新聞訊息 (Gottfried & Shearer, 2016)。一項由《路透社新聞研究中心》（Reuters Institute for the Study of Journalism，路透社）2017 年初針對全球 36 個國家與地區所進行的全球性調查亦顯示，全球以社群媒體作為新聞來源的使用者達 54%，而且年輕人的仰賴度更高 (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017)。

不過，多數民眾的新聞消費都屬於兼容並包的雜食性媒體使用模式（media mix）。以美國為例，其社群媒體新聞使用者約有三分之二（67%）會收看電視新聞，同時瀏覽主流媒體網站或 app 者亦為三分之二（66%），僅以社群媒體取

得新聞者只有 2%。其次，網路與社群媒體所傳布的訊息頗多來自傳統媒體。國外近年來的諸多研究都證實，部落格的內容與連結相當程度來自傳統大眾媒體，社群媒體會追隨大眾媒體所報導的議題，而且內容多來自大眾媒體。上述《路透社》的調查亦指出，即使是社群媒體的新聞消費者亦發現，許多訊息事實上來自傳統媒體 (Newman et al., 2017)。

種種調查顯示，一個新興新聞／資訊生態系統已經逐漸形成，一方面，網路與社群媒體已在此一新興生態系統中扮演重要角色，但另一方面，儘管大眾使用網路與社群媒體獲取新聞訊息的比率有所升高，但媒體組織仍然是人類資訊生態系統的骨幹成員。處於參與式文化中的人們會不斷在網路與線下之間串流、衝突與交融，難以區隔通路，亦無線性發展可言，進而發展出各種型態的參與式新聞（participatory journalism）、網絡化新聞（networked journalism），乃至由社群媒體居於關鍵地位的氛圍式新聞（ambient journalism）(Hermida, 2010)。

假新聞的傳播正是立基在此種新興資訊生態系統的演進，並進而發展出獨特的假新聞次級生態系統。Vosoughi, Roy, & Aral (2018) 一項針對 Twitter 假新聞傳播型態所進行的大規模資料分析發現，假新聞的傳播明顯比真實新聞更遠、更快、更深入，亦更廣泛，而與一般理解相異的是，機器人（robots）對真實新聞與假新聞的加速傳播作用相等，真正讓假新聞傳播更快的因素是人，因為人趨向分享新奇的訊息，而假新聞比真實新聞更為新奇，且容易激起人的恐懼、厭惡與驚奇的情緒反應。假新聞生態系統（misinformation ecosystem）的存在已受到許多關注與分析 (Wardle, February 16, 2017)，不少學者認為，此一非始自今日的問題乃是 21 世紀政治與社會演變趨勢下的產物，其中包括對政治與主流媒體菁英的信任危機 (McNair, 2018)。

一、逆火效應的意涵與爭議

假新聞是否會對真實社會產生影響，關鍵之一在於假新聞的接收者是否會因假新聞而改變其認知？如果假新聞會改變接收者的認知，則接收者的態度與行為就有可能跟著轉變。雖然假新聞的影響仍存在爭議，但主要在於影響的大小，[3] 諸多研究已證實它對人們認知的影響確實存在。Pennycook, Cannon, & Rand

3 已有許多研究探討假新聞對 2016 年美國總統選舉所產生的作用，一些研究顯示假新聞在選舉期間獲得病毒式的傳播效力 (Shavit, November 29, 2016; Silverman, November 17, 2016, April 13, 2017)，影響人們對真實狀態的認知 (Silverman & Singer-Vine, December 7, 2016)。但並非所有的研究都支持社群媒體傳播假新聞的影響力，認為其影響僅限於小範圍群體 (Allcott & Gentzkow,

(2018) 的實證研究即指出，人們一旦先期暴露（prior exposure）於假新聞的傳播，就會影響其對該訊息所涉事務的正確性知覺，形成一種虛幻真實效應（illusory truth effect），即使該假新聞已經被標示為爭議性訊息或與其政治意識形態相悖，此種效應同樣存在。研究團隊認為，假新聞重複瀏覽對人們信念的影響實超過原先的想像。

但必須進一步探問的是，對假新聞予以澄清或駁斥是否會改變假新聞接收者的認知，如果答案是否定的，甚至會強化接收者的既有錯誤認知，則假新聞的更正作為將不只是無濟於事而已，尚有可能適得其反。反映到目前因應假新聞的事實查核機制，就可能難以樂觀對待。

針對上述課題，心理學曾發展出認知失調（cognitive dissonance）、動機性推理（motivated reasoning）、確認偏誤（confirmation bias）等理論，並被其他社會科學領域所廣泛運用與證實。所謂認知失調係指人們碰到現實狀態與原本預期有出入時，往往會堅持原有判斷而不承認錯誤，並因此種預期與現實之間的差距帶來緊張與焦慮。為了降低認知失調所導致的矛盾，人們甚至會設法粉飾事實，以期合理化既有信念，此即動機性推理的產生，亦即人們會尋找支持既有觀點的資訊，來鞏固原有論據，避免既成看法受到挑戰。而確認偏誤則是指人們會傾向接受與既有觀點一致的資訊，選擇性忽視與自身立場相左的訊息 (Kunda, 1990; Nickerson, 1998)。整體而言，上述理論皆強調，人們遇到相互矛盾的事實時，可能會強化根植於意識形態的既有事實性信念。而如果此種狀態普遍存在且無法逆轉，則民主政治及新聞事業的運作將出現極大挑戰，甚至危及存在的合理性 (Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017)。

為了確實掌握並有效解決民主政治中的公民參與及公民能力課題，政治學者 Brendan Nyhan 與 Jason Reifler 從上述理論脈絡出發，深入探討了公民知識與錯誤訊息之間的關係，並提出諸多有關逆火效應的研究成果。Nyhan & Reifler (2010) 認為，早期諸多研究雖然發現，民眾在政治議題上若能獲得更多真實資訊，確有可能提升或改變其原有認知，但這些研究存在缺陷，而且忽略訊息接收者的立場取向，無法清楚斷定訊息接收與公民知識之間的關聯，他們因此嘗試以儘量接近真實的情境設計，重新探問更正資訊（corrective information）在當代政治中的有效性。

Nyhan & Reifler (2010) 於 2005 年秋天及 2006 年春天透過擬真的新聞報導情

2017; Guess, Nyhan, & Reifler, 2018)。

境，以美國具爭議性的現實政治議題對大學生進行了實驗，結果發現意識形態強烈者不只無法接受與其既有成見相悖的新事實，甚至會強化其既定的錯誤認知（misperception）。換言之，人們對於政治議題更正訊息的反應會隨著自身的意識形態而有所變異，對於議題最堅持的人們，更正訊息非但無助於減弱其錯誤認知，甚至在某些情況下更會強化其錯誤認知，此即逆火效應。

Nyhan & Reifler (2010) 的研究實驗共包含三個現實的政治議題：伊拉克是否存在大規模毀滅性武器，小布希總統減稅的稅收效應，以及小布希總統是否禁止幹細胞研究。以伊拉克大規模毀滅性武器的實驗為例，研究者先提供受測者一段假造的布希競選總統時的演說新聞，宣稱伊拉克確實擁有大規模毀滅性武器而且可能已提供給恐怖組織。受測者看完此一編造的新聞之後，研究者再提供另則更正的虛擬新聞，指一項美國政府的調查報告記載伊拉克並無大規模毀滅性武器的儲存或積極的製造計畫。最後，研究人員詢問受測者是否同意伊拉克在美國攻打之前擁有積極的大規模毀滅性武器計畫，但該國總統 Saddam Hussein 有能力在美國攻打之前將它隱藏或毀滅。

經過統計分析之後，證實逆火效應確實存在。更正資訊不僅無法降低整體受測者的錯誤認知，而且意識形態屬於保守立場的受測者（亦即相信伊拉克擁有大規模毀滅性武器者）接收更正訊息之後，愈可能相信伊拉克擁有大規模毀滅性武器，此外，愈保守的受測者，更正訊息亦愈無效。至於自由派意識形態取向的受測者雖然與更正訊息的效應之間並無統計上的顯著性，但對意識形態屬於高度自由派取向者的受測者，該研究仍發現他們會愈加不相信伊拉克擁有大規模毀滅性武器，足見更正訊息的效果會隨人們的意識形態而有所變化。

Nyhan & Reifler (2010) 有關小布希總統減稅的稅收效應，以及小布希總統是否禁止幹細胞研究的實驗，主要是希望藉此測試逆火效應在不同議題上的普遍性，尤其後者較屬於自由派意識形態民眾的錯誤認知，期能透過此一議題測試逆火效應在不同立場之間的有效性。研究結果發現減稅效應的議題同樣出現逆火效應，而幹細胞研究的議題則未在自由派意識形態的受測者身上出現逆火效應，儘管如此，這些受測者也沒有因為更正訊息而改變原有認知。[4] 有意思的是，在伊拉克是否存在大規模毀滅性武器議題的第二次實驗中，逆火效應並未發生。兩位學者推斷可能與當時布希政府已經轉移它們對伊拉克開打的理由，而不再強調伊

4 此一研究曾變換虛擬的新聞來源，包括美聯社、紐約時報與福斯新聞網站等，發現對研究結果並無影響。

拉克是否有毀滅性武器有關，也可能與保守派民眾不如以往關心伊拉克戰爭或是測試的新聞報導內容前後有所異動有關。但兩位學者仍然發現，視伊拉克戰爭為國家要務的保守派意識形態受測者依舊堅拒更正訊息的真實性。

儘管 Nyhan & Reifler (2010) 的研究強調，人們有關政治的事實性錯誤認知相當頑固，而且對錯誤認知的更正可能存在逆火效應。兩位學者後續有關疫苗迷思更正效果的研究，[5] 亦發現逆火效應出現在對疫苗副作用抱持高度關切的民眾身上 (Nyhan & Reifler, 2015; Nyhan, Reifler, Richey, & Freed, 2014)。不過，能夠驗證逆火效應的其他研究尚屬有限，Schaffner & Roche (2016) 以 2012 年美國總統選舉為標的所進行的研究獲得若干類似逆火效應的結果。他們以投票前一個月勞工統計局的就業市場報告宣示歐巴馬總統任期內失業率首度降至 8% 以下的事實性宣稱進行測試，發現政黨支持者確實會運用動機性推理來提出他們的回應。對比勞工統計局失業率訊息發表前後的樣本回應狀態，此一研究發現失業率報告發布之後，有更高比例的共和黨支持者提高他們的失業率估計，而且比民主黨支持者花費更多時間來回應該研究的問題，顯示他們似乎需要對事實性訊息進行更多的反論證（counter-arguing）。

相對於僅有少量研究肯認逆火效應的存在，否證與質疑逆火效應的研究則不在少數，Wood & Porter (2016) 的研究是其中一個代表。他們以政治人物所真實宣稱的 36 個不同領域議題的更正，對 8,100 個人進行測試，結果發現只有「伊拉克是否發現大規模毀滅性武器」這個議題出現逆火效應，而且若簡化調查項目進行實驗，此一議題的逆火效應亦不再存在。整體而言，公民關心事實性訊息，即使此種訊息挑戰了他們的黨派與意識形態認同。換言之，當訊息與自身所認同的政治人物立場有所不同時，公民採取了「喬．星期五取向」（Joe Friday approach），他們選擇事實，而且將之置於政黨與意識型態之前。不過，兩位學者也指出，他們的研究並不意味逆火效應絕不可能存在，或許在意識型態與黨派偏見特別顯著的情境有可能出現，但此一研究至少顯示，逆火效應不可能那麼普遍的存在。

特別的是，Nyhan & Reifler 與 Wood & Porter 兩組學者曾針對美國 2016 總統大選進行聯合研究，但並未發現逆火效應的存在。該研究顯示，對於川普在選舉

5　Nyhan, Reifler, Richey, & Freed (2014) 的研究發現，麻疹、腮腺炎、德國麻疹混合疫苗會造成自閉症的迷思，雖因更正訊息而減輕，但對疫苗抱持高度疑慮的父母親而言，卻也同時降低他們接種疫苗的意願。同樣的，Nyhan & Reifler (2015) 的研究發現，對流行性感冒副作用存在高度疑慮的民眾在接收到更正訊息之後，也會使他們接種疫苗的意願更為減弱。

時所做陳述的更正，雖然不會改變受測樣本對川普的態度，但確實可以降低人們對該陳述正確度的原有信念，即使是川普的支持者亦然 (Nyhan, Porter, Reifler, & Wood, 2017)。另一個由 Porter, Wood, & Kirby (2018) 以 6 個真實的假新聞案例，針對 2742 個樣本所完成的調查同樣發現，更正訊息明顯降低假新聞的說服力，即使是對擁有鮮明意識形態者亦然。該研究亦發現，儘管有些證據顯示，不同意識形態的擁有者會對更正產生不同的反應，但沒有任何一項案例的更正出現逆火效應。

其實，Nyhan & Reifler (2010) 兩位學者在最初有關逆火效應的研究中即自承，他們的研究在不同意識形態屬性的對象上尚無法得到確認，而且非學生研究對象亦未被廣泛測試，[6] 是否能擴張逆火效應的適用範圍，尚待更多研究證實。何況，此一研究中有關伊拉克大規模毀滅性武器的實驗，即出現前後兩種不同的結果，顯示至少社會情境的變化有可能影響更正訊息的效果。

另有一些研究顯示，影響假新聞辨識或更正效力的關鍵在於人的認知能力，而無關乎其是否擁有鮮明的政治傾向。De keersmaecker & Roets (2017) 的研究即發現，人們確實會在接收到正確訊息之後調整其原有態度，但調整的程度取決於認知能力（cognitive ability），亦即一個人的推理、記憶、理解與解決問題的能力。相較於認知能力較高者，認知能力低者的態度受到原先錯誤訊息的影響比較大，而且接收更正訊息後的調整程度也比較小，即使是接收到與錯誤訊息明顯不一致的更正訊息，認知能力低者與未曾接收到錯誤訊息者的態度亦存在明顯差異。但認知能力高者則在接收到更正訊息之後，能夠將自己的態度調整到與未曾接收到錯誤訊息者差不多的程度。Pennycook & Rand (2017b) 的研究亦發現，人的分析性思考（analytic thinking）傾向與假新聞辨識之間存在正相關性，愈少做分析性思考的人愈無法辨識新聞的真假。

無論是認知能力或分析性思考的看法，都顯示人們對假新聞的認知並非牢不可破，不必然受到個人意識形態的框限，並有可能透過媒體素養與認知能力的提升來降低假新聞所帶來的社會影響。就此而言，即或逆火效應確實存在，亦顯然無法否定對假新聞進行更正的必要性，問題似乎在於如何適當評估假新聞更正的效力，以及更正效力是否受到更正作法的影響？

6 學生作為研究對象被認為在認知活動上屬特殊群體，因此 Nyhan & Reifler (2010) 以大學生為實驗對象的研究，亦被質疑有可能比一般大眾更易於出現逆火效應 (Wood & Porter, 2018)。

二、更正訊息的效力與策略

逆火效應的存在與否確實存在高度爭議，如果逆火效應並不存在，對不實訊息採取更正行動的作用便更值得期待。但即使逆火效應存在，Nyhan & Reifler (2010) 亦強調，並不意味更正行動將完全無效，如果抱有既定看法者普遍暴露於相似的更正資訊，譬如公眾與媒體廣泛認為該既定看法不足採信，此一看法便有可能遭到放棄。兩位學者在後續研究中更進一步指出，更正方式或策略顯然與更正訊息的效力存在關聯，如果更正訊息能夠以更為人所接受的方式處理，更正的效果似乎就有可能出現變化。

為了確認何種更正訊息的呈現方式可能改變人們的反應，Nyhan & Reifler (2013) 於 2012 年 10 月及 2013 年春天所進行的研究發現，自由派立場的受測者面對相同立場媒體與消息來源的更正訊息，會比來自保守派媒體與消息來源的更正更具說服力，而保守派立場的受測者則對自由派媒體與消息來源的更正訊息感到相當排斥。其次，若要對政治人物影射性的錯誤認知做澄清，則提供新的因果性說明會比單純的否認有說服力。再者，對於政治人物面臨賄絡官司的訊息，以清白（exonerated）取代無罪（not guilty）的字眼來呈現判決結果，雖對受測者有關政治人物的評價或感覺並無統計上的顯著差異，[7] 但接收到兩種判決結果的受測者都比不知判決結果的受測者，對於政治人物的喜好度會有比較高的感覺，對於他的誠實度亦有比較正面的評價。

換言之，Nyhan & Reifler (2013) 的研究顯示，新聞來源的選擇、因果關係的處理與錯誤宣稱的重述確實會讓人產生不同的反應。因此，他們建議新聞工作者應透過與錯誤認知相同意識形態或黨派立場的專家來更正錯誤訊息，避免引用被認為具有意識形態或黨派動機的消息來源，並儘量提供有別於原有錯誤認知中所蘊含的因果性解釋，來協助讀者理解事件為何發生的真實緣由。此外，更正訊息的敘述應儘量不以否定方式重述錯誤認知，而要採用確認正確事實的語言來陳述。Nyhan & Reifler (2012) 更在另篇研究論文中對新聞工作者、公民教育者，乃至所有希望降低錯誤認知者提出具體的九點建議，包括更正訊息要在第一時間正確處理，愈早更正愈好，謹防問題惡化，避免否定式敘述，儘可能減少錯誤宣稱的重複陳述，降低黨派與意識形態的暗示，運用可信來源，適當運用圖表，與當心選擇性暴露（selective exposure）等。

7 儘管 Nyhan & Reifler (2013) 的研究對於更正字眼的使用效應並無顯著差異，但他們基於以往相關研究的結果，仍然認為以否定方式來進行更正有可能強化錯誤認知，相對的，採用正面語言來更正還是比較安全的作法。

若干研究亦在一定程度上呼應了逆火效應倡議者的看法。Chan, Jones, Jamieson, & Albarracín (2017) 近期所進行的一項研究檢視過往 8 個研究報告中的 20 個實驗後發現，欲對抗假新聞，光說它是錯的或是簡單澄清並無多大用處，必須提供包含細節在內的對抗性新資訊才有作用，而且揭發假新聞的資訊愈是詳盡，抑制假新聞的效果也愈大。此外，若能讓讀者共同參與假新聞的討論，並發展出有關議題的新敘事，亦會使揭發假新聞的作為更為有效。但即使如此，亦只能達成某程度的抑制效果，假新聞確實相當頑固地存在人們的認知之中。該研究因此對假新聞的揭露提出三項具體建議，包括減少對假新聞論述的重複或詳盡說明，鼓勵讀者參與訊息的審視與反證，以及在揭發假新聞時導入新資訊等。Young, Jamieson, Poulsen, & Goldring (2017) 所做的研究則顯示，無論是幽默或非幽默型態的事實查核影片，都比純粹的文字查核報告更具降低假新聞認知的效果，原因在於影片較能提升訊息注意力並降低混淆度。另一由 Berinsky (2017) 所進行的有關美國國會健保改革法案政治謠言的實驗亦發現，在某些環境條件下，由違反自身政治利益者所作的闢謠宣示，民眾比較願意接受。後兩項研究結果分別呼應了逆火效應倡議者有關圖像化查核結果及消息來源可信度會影響更正效力的看法。

誠然，逆火效應的研究出現之後，許多人將之解讀為更正訊息無用論，以為逆火效應是對訊息更正的全面否定，也是對公民自我成長能力的徹底悲觀。事實上，Nyhan 和 Reifler 的研究不僅無此看法，相對的，他們還在一定程度上樂觀看待事實查核的效果，並且正面肯定事實查核的意義。例如在探討假新聞與事實查核時，Nyhan & Reifler (2012: 1) 即依據過去相關研究結果明確指出，「更正作法雖然可能因為人們的動機性推理、記憶與認知的限制，以及諸如種族與族群等特定因素而導致失敗，但仍有理由對有效更正錯誤認知的潛能抱以樂觀，特別是那些能夠真正開放面對事實的人。」

此外，Nyhan & Reifler (2012: 2) 更強調，即使事實查核無法修補所有假新聞所造成的傷害，但它的存在就有作用，因為「媒體看門狗與事實查核者的存在可以降低政治菁英推廣誤導性主張的動機，就此而言，事實查核既能增加製造假新聞的信譽成本，又能限制它的傳布。」此一看法亦在兩人後續的實證研究中得到肯定，根據他們對 2012 年 11 月美國 9 個州州議員選舉所進行的研究發現，被該研究以隨機抽樣方式連串致函，提醒發表不實言論會有信譽風險的候選人，比沒有收到這些函件的候選人更不會出現事實查核的負面評等，或是遭到正確性的公開質疑，顯示民選官員知道事實查核組織正在監督他們的時候，他們會在假新聞

的問題上變得更加小心 (Nyhan & Reifler, 2014)。足見即使逆火效應得到確認，亦無法否定事實查核的價值，何況，逆火效應的存在與影響仍存在爭議，事實查核的意義及功能不能輕率否定。

參、美國第三方事實查核的作法與比較

事實查核已在全球受到廣泛重視，不僅各新聞媒體被要求加強事實查核，更有許多事實查核組織先後成立。儘管第一個獨立的政治言論事實查核組織於 21 世紀之初即已成立，不過，由於假新聞與病毒式傳播等的影響，事實查核網站約在 2010 年之後才在全球出現快速成長 (Kessler, June 13, 2014)。根據杜克記者實驗室（Duke Reporters' Lab）的調查，截至 2018 年 2 月 22 日止，全球已有 149 個活躍運營的事實查核計畫，分布於全球 53 個國家，[8] 較一年前成長 31%，而美國的計畫就占了 47 個。所有計畫的平均運作時間為 4 年，其中有 41 個（29%）計劃超過 5 年。全球另有 63 個不活躍的事實查核計畫，其中若干計畫聚焦選舉資訊的正確性，僅在選舉期間才會積極運作。此外，若就事實查核計畫的性質加以分析，杜克記者實驗室的調查顯示，約有 64% 係附屬於既有的新聞媒體組織，其他則多與大學、智庫或非黨派性監督組織合作，亦有獨立運營者。以美國而言，與媒體公司有關的事實查核計畫相當多，比例達到 87%（41 個），全球其他地區與媒體公司有關的事實查核計畫則為 53% (Stencel & Griffin, February 22, 2018)。

根據《路透社》另項針對歐洲事實查核計畫所做的調查則顯示，從 2005 年英國第四頻道新聞部（Channel 4 News）建置第一個常態性的政治言論事實查核開始，2010 年之前已有十個國家出現活躍的事實查核計畫，到了 2016 年則至少有 34 個事實查核計畫活躍於約 20 個歐洲國家。儘管 2016 之前的十年間曾先後有超過 50 個事實查核計畫出現，但其中有三分之一已經結束或偶爾運作。同樣的，歐洲的事實查核計畫主要包括新聞室（The Newsroom Model）與非政府組織（The Non-Governmental Organization Model）兩種模式，雖有不少計畫與既有新聞組織相關聯，但超過六成係屬獨立事業或公民組織的計畫，[9] 而且其中有的計

8 各地區活躍運營的事實查核計畫數如下：非洲 4、亞洲 22、澳洲 3、歐洲 52、北美 53、南美 15。

9 西歐與北歐的政治資訊事實查核計畫多為既有新聞組織所營運，而東歐與南歐的計畫則多數由非政府組織或另類媒體所負責。

畫不願被歸類為新聞性質的運作，而是將之視為政治或媒體改革的一環。就事實查核計畫的查核對象而言，歐洲的計畫多數聚焦政治人物，除此之外則主要是針對新聞媒體 (Graves & Cherubini, 2016)。

全球的事實查核計畫近年來已展開討論與合作，其中並有一些組織在波因特學院（Poynter Institute）的推動下，自 2014 年起每年舉辦全球事實查核領導人會議（Global Fact-Checking Summit），並組成國際事實查核網絡（International Fact-Checking Network, IFCN），簽署事實查核守則（code of principles），以期共同提升事實查核的作業品質 (Hare, September 21, 2015)。此一組織目前已成為 Facebook 與 Google 等網路與社群媒體合作的第三方平臺，其中於美國首先展開合作者包括 ABC 新聞部、美聯社二個媒體組織的事實查核機制，以及 PolitiFact.com、FactCheck.org 與 Snopes.com 等三個事實查核組織 (Hunt, March 22, 2017)。基於組織的代表性與資料的易得性，本文選定三個參與合作的非媒體查核組織作為樣本，探討其事實查核機制之運作原則及查核報告的敘事結構。

一、美國事實查核組織查核流程之基本原則

第三方事實查核機制欲發揮功能並受到社會的肯認，依據訊息更正的既有研究成果及相關組織理論顯示，查核組織的公信力與查核結果的公正性殆為其中關鍵。因此，美國與 Google、Facebook 等網路與社群平臺合作的組織，皆以嚴謹運作進行事實查核，唯恐公信力受到傷害。事實上，在尊重言論自由的社會中，事實查核本非任何個人或單位所可專擅，相對的，網路搜尋或社群平臺亦希望挑選能被信賴的第三方組織進行合作，以昭公信。因此，如何確保查核者的公信力，成為查核組織與平臺業者的重大挑戰。以下即針對與 Google、Facebook 等合作的美國三個事實查核組織——PolitiFact.com、FactCheck.org 與 Snopes.com ——進行分析與比較。

PolitiFact.com 是由美國佛羅里達州《坦帕灣時報》（*Tampa Bay Times*）所支持的非營利、非黨派事實查核組織，[10] 成立於 2007 年，以美國民選官員、候選人、政黨領袖、政治活動者等政治事務參與者言論的正確性為其查核對象。在其官網上對組織的所有者、工作人員、資金來源、聯絡方式、網站訪客結構等皆提

10 《坦帕灣時報》為非營利組織「波因特研究中心」（Poynter Institute）所擁有，除了 PolitiFact.com 之外，該組織另設置 PunditFact，查核專家學者、專欄作家、部落客、政治分析家、脫口秀節目主持人與來賓，以及媒體工作者的言論正確性 (Holan, February 12, 2018)。

供詳細資料，顯現出高度的組織運作透明化。在查核方法論上，PolitiFact.com 於官網上詳細說明其對查核對象做出「真實度測量裁定」（Truth-O-Meter rulings）的程序與原則，[11] 從如何選定查核題目到做出裁決的原則及流程都清楚地予以陳述。

根據 PolitiFact.com 有關「真實度測量裁定」的說明，該組織會從演講稿、媒體、新聞發布、宣傳手冊等資料中尋找最具新聞價值與重要性的言論來進行查核，並以下列五要項作為選擇的準則：言論是否植基於可驗證的事實？是否會形成誤導？是否具有重要性？是否具有傳布可能？以及是否引起一般人的真實性懷疑？至於查核資料的透明化，PolitiFact.com 會公布其進行真實性測量所依據的資料，包括資料來源的連結與付費取得的查證資料清單。

PolitiFact.com 的「真實度測量裁定」，係將查核結果區分為真實（true）、多數真實（mostly truth）、半真半假（half true）、多數錯誤（mostly false）、錯誤（false）與荒謬（pants on fire）等六級。其作業程序是先由一位查核員寫出裁定文初稿並提出裁決等級建議，經過編輯之後，再交由至少三位編輯組成的小組進行審核，並做成最後裁定。至於裁決的考量原則則包括：言論的用字精確度，言論的完整脈絡，言論的事實證明，言論的整體正確度，以及言論的發表時間等。此外，PolitiFact.com 的查核結果都開放外界留言批評，若有民眾指認出查核的錯誤，會在原始裁定文進行處理並依其狀態標註為更正（correction）或更新（update），亦會將指認者列名於更正後的查核結果，提供其可聯絡的電郵。

另一個由美國賓州大學安納柏格公共政策中心（Annenberg Public Policy Center）於 2003 年所創辦的非營利、非黨派事實查核組織 FactCheck.org，同樣關注政治參與者的言論正確性。雖然平常時間亦會就總統、行政官員、國會議員及政黨領袖的言論正確性進行監督，但該組織在選舉期間主要聚焦於總統候選人及期中選舉時的參議員言論，非選舉期間則主要關注國會的狀況。為示公平，該組織強調他們對民主與共和兩黨政治人物的言論會給予相等時間的關注。此外，該組織於官網上亦詳細列出其成立使命、查核流程、資金來源、工作人員、聯絡方式等組織資料。有關查核流程的部分，FactCheck.org (May 5, 2018) 從如何選擇

11 除了「真實度測量」之外，PolitiFact.com 尚建立「翻轉度測量」（flip-o-meter）與「承諾測量」（promise meters）兩個查核機制。前者係評等官員在某個議題上的言論立場是否具有一致性，其等級包括沒有翻轉（no flip）、部分翻轉（half flip）與完全翻轉（full flop）三級；後者係查核可測量的許諾性言論，分為尚無評等（not yet rated）、作業中（in the works）、陷入泥淖（stalled）、折衷（compromise）、維持承諾（promise kept）、承諾失敗（promise broken）等六個層次，其中前三項檢測官員是否尋求進展，後三項衡量官員是否達成承諾。

題目到完成查核報告均在官網上做了完整說明。

與 PolitiFact.com 類似，FactCheck.org 的查核題材廣泛來自電視節目、廣告、新聞稿、宣傳資料、官網、社群媒體等，不過，基於關注對象的特殊性，它們會著重收集所有總統的言論，並監視國會頻道 C-SPAN 上的宣傳資料與立法辯論。一旦發現言論存在錯誤或誤導的可能性，它們就會與相關人士或組織聯繫，要求其提供支持該言論的證據。而如果資料不足或未能提供資料，該組織就會展開自己的調查。整個查核作業所仰賴的資料除了官方檔案之外，還包括非黨派性政府機構的資料與專家，以及受尊敬與可信賴的外部專家。

所有查核報告都經過嚴謹的審核程序。當查核初稿完成之後，計需經過三個關卡核查，包括文字編輯（line editor）檢查脈絡的完整性、寫作的清晰性與用字的正確性，文稿編輯（copy editor）檢查風格與文法的適切性，以及事實查核員（fact-checker）逐字逐行確認所有事實的正確性與所有論述的證據力，最後再由安納柏格公共政策中心主任進行最終審核。同樣的 FactCheck.org 所提供的查核資料皆有超連結可供讀者查索，亦具有負責任的更正機制。民眾可向該組織提出澄清或更正的要求，它們亦會就任何收集到的新資料進行必要的澄清、更正或更新，並對讀者進行說明。與其他兩個組織不同的是，FactCheck.org 的查核結果並無制式評等，而是依個案狀況作出裁定。

成立於 1995 年的事實查核組織 Snopes.com，是本研究三個代表性組織中最早成立者，也是唯一主要依賴廣告為經費來源的商營組織。[12] 該組織由 David Mikkelson 所創建，強調以獨立精神進行包含政治資訊與言論在內的事實查核，所有成員不得捐贈或參與政治活動、政黨及政治倡議組織。為了證明組織運作的透明性，Snopes.com 除了在網站公開其財務來源與用支結構外，亦詳細公布其工作人員名單及查核方法論，精神類似非營利組織。

與前兩個組織偏重於政治資訊的事實查核不同，Snopes.com 的查核對象涵蓋多元資訊領域與媒材形式。基於查核對象的複雜性，Snopes.com 的查核方法論雖未具體說明如何選擇查核題目，但明確交代了題材選擇的中立原則，他們會從搜尋引擎、讀者來函、社群媒體貼文、社群媒體熱門話題，以及合作夥伴 Facebook 所提供的使用者檢舉資料等來掌握讀者所關心的題材 (Snopes.com, n.d.-f)。至於查核流程，所有查核初稿完成之後，除了會依題目的本質與複雜性，決定是否交

12 Snopes.com 在官網中宣稱該組織主要經費來源的廣告商不與網站編輯接觸，亦對網站內容無任何影響。它們不接受政治廣告，亦無經費來自政治團體，但接受個人與非黨派組織的捐助。2017 年，該組織曾於群眾募資平臺 GoFundMe 募得近 70 萬美金 (Snopes.com, n.d.-a)。

由另位編輯進行其他研究或提供個人專長外，至少要經由一位文字或文稿編輯檢視作品的風格與一致性，兩位內容編輯檢視報導的完整性、公正性，以及資料與評等之間的適當性，才算完成最終查核。中間若有任何一個環節認為查核作品不能符合標準就必須進行進一步的修正或審視。此外，Snopes.com 與 FactCheck.org 的作法相似，於查核作業初始時通常會聯繫查核對象，請其提出解釋或支持資訊，亦會向具有該主題相關知識或專長者徵詢，以利後續評估作業 (Snopes.com, n.d.-d)。

Snopes.com 針對查核結果所採行的評等系統與 PolitiFact.com 的「真實度測量裁定」比較接近，計區分為真實（true）、多數真實（mostly true）、真假混合（mixture）、多數錯誤（mostly false）與錯誤（false）等五個評等。除此之外，尚有無充分證據足以證明為真，卻又不必然為假的「未能證實」（unproven）；後續發展使先前之真實評量變為不相干的「過時」（outdated）；引述語被正確引用的「正確交代來源」（correct attribution）；引述語被錯誤引用的「錯誤交代來源」（misattributed)，以及基本上無法被證明的純粹的都市「傳說」（legend）等 (Snopes.com, n.d.-b)。

對於查核作業使用資料的透明化，Snopes.com 亦非常重視，會將所有查核結果所引用或連結的印刷材料（包括紙本與數位）皆列舉於每篇查核文章底部的消息來源（Sources）段落 (Snopes.com, n.d.-e)。至於查核結果的更正機制，Snopes.com 除了要求自己採取快速處理原則之外，並歡迎讀者透過每篇查核文章底部的反饋（Feedback）連結提供更正意見。一旦有所更正，無論是改變評等，修正具實質意義的事實，或是增加具實質內涵的新資訊，都會在每篇文章底部的更新（Update）方塊中予以註記及解釋 (Snopes.com, n.d.-c)。

透過上述三個組織相關次級資料的整理與分析可以發現，美國事實查核組織除了追求組織使命、人事、財務等營運資訊的公開透明之外，多已發展出自己的查核方法論，其共通原則包括查核準則透明化、查核資料公開化、複查流程嚴謹化，以及更正機制顯著化等（參表 1），相當程度體現了「國際事實查核網絡」制定守則中所念茲在茲的非黨派、公正、公開、透明、誠實等基本運作要求 (Poynter, n.d.)。

二、美國事實查核組織查核報告之敘事結構

從逆火效應與更正訊息相關研究的角度來看，事實查核組織如何呈現查核

	PolitiFact.com	FactCheck.org	Snopes.com
組織資料透明化	詳盡公開組織的所有者、工作人員、資金來源、聯絡方式、網站訪客結構等。	詳盡公開組織的成立使命、查核流程、資金來源、工作人員、聯絡方式等。	公開其財務來源與用支結構，亦詳列其工作人員名單。
查核準則透明化	詳細公開其「真實性測量裁定」（Truth-O-Meter rulings）的程序與原則。	從如何選擇題目到完成查核報告皆公開說明。	公開說明題材選擇的中立原則、查核流程的方法論及標準化的評等系統。
查核資料公開化	公布裁定所依據的資料，包括資料來源的連結與付費取得的查證資料清單。	查核作業所依據的資料皆有超連結可供讀者查索。	除資料連結外，並以清單列舉所有查核結果所引用或連結的印刷材料（包括紙本與數位）。
複查流程嚴謹化	查核初稿均經過三位以上編輯確認。	查核初稿須經內容編輯、文字編輯及事實查核員三道關卡核查，且多數會由主任進行最終審核。	查核初稿至少須經一位文字或文稿編輯、兩位內容編輯檢視。
更正機制顯著化	查核結果開放外界留言批評，若有民眾指認出查核的錯誤，會在原始裁定文更正並註記，亦會將之列名於查核報告。	民眾可向該組織提供資料或意見，它們亦會就新資料進行澄清、更正或更新，並對讀者進行說明。	讀者可透過查核文章底部的反饋連結提供更正意見，一旦有所更正，會在文章底部的更新方塊中予以註記及解釋。

表 1：美國事實查核組織運作原則比較表

資料來源：作者自行整理。

結果有可能影響更正訊息的效力。基於資料的可比性與易得性，本研究以發生於 2017 年 10 月 1 日夜間的美國拉斯維加斯槍擊案為樣本，針對美國三個事實查核組織有關此一事件的查核報告進行文本分析，藉以與逆火效應及訊息更正研究所提出的更正策略相互比較。該槍擊案為槍手派朵克（Stephen Paddock）從美國拉斯維加斯一家飯店的 32 樓客房，向附近舉行的露天音樂會開槍掃射，造成 58 死 489 傷的重大傷亡，引發全美國乃至全世界關注，美國相關政治人物對此紛紛發表評論，亦引發諸多討論、流言與假消息 (USA Today, n.d.)。

從槍擊案發生至 10 月 7 日的一周內，PolitiFact.com 共發出五則查核報告，其題材包括美國前國務卿希拉蕊（Hillary Clinton）有關槍枝滅音器可能擴大傷亡的推文（被裁定為錯誤），前民主黨國會議員 Steve Israel 稱恐怖事件對公共政策無甚衝擊的評論文章（被裁定多數真實），民主黨參議員 Tammy Baldwin 稱槍擊案為美國該年迄當時為止的第 273 次群眾槍擊事件的新聞稿（被裁定為半真半假），自動與半自動武器的差異（屬釐清型報告），以及美國步槍協會譴責前總統歐巴馬政府許可槍械配件「撞火」（bump fire stock）[13] 銷售的聲明（被裁定為

13 bump fire stock 可以讓半自動步槍變成接近全自動射擊。

多數真實)。

以希拉蕊推文言論的查核為例，該查核報告共分為四個段落，第一個段落說明該言論出現的時地，以及一些國會議員推動立法以降低槍枝擁有者購買消音器限制的政治生態。第二、三段落則從武器定位與射擊距離的專業判斷，證明希拉蕊言論的錯誤，其中第二段說明消音器作用係針對射擊者，而非目標，因為消音器只能降低槍口的爆裂聲或子彈擊發時來自槍管的聲音；第三段落則說明無論加裝消音器與否，射擊者房間鄰近地區都會聽到很大聲響，而處於都市場域中的射擊目標亦無法判別槍手的位置等。第四段則是整理有關消音器作用的相關要點，並做出希拉蕊論述錯誤的裁定。除了四個段落之外，文章末尾後來增加了一小段澄清文字，說明查核報告增補了一位政策分析專家有關消音器特質的產業看法 (Tobias, October 4, 2017)。

PolitiFact.com 的查核報告結構，大都類似上述希拉蕊樣本所呈現的「背景－論證－裁定」三段論式，清楚而簡潔的整理出所查核的言論重點及其支持或反對證據，而且，所有證據皆有具體來源（參表 2）。以希拉蕊案例而言，PolitiFact.com 共計提列了三位專家的「證詞」，包括一位為消音器店家研究消音器的專家、一位在索馬利亞有實際作戰經驗的槍枝訓練公司主管、一位任職於暴力政策中心（Violence Policy Center）的政策分析專家，同時，查核報告對其所提及的國會議員立法案 *Hearing Protection Act*，亦作了連結以提供讀者參考。此外，在專家的立場上，該查核報告明確標示任職於暴力政策中心的政策分析專家為槍枝管制倡議者，惟此一報告裁定支持槍枝管制的希拉蕊言論為錯誤，因此依逆火效應及訊息更正研究之觀點，其政策立場相對容易取得讀者之信任。

另個事實查核組織 FactCheck.org 有關拉斯維加斯槍擊案發生一周內的查核報告計有四則，包括澳洲槍枝管制是否導致更多謀殺案的舊報告更新（被裁定為並非事實），民主黨參議員 Chris Murphy 指稱美國步槍協會輔選國會議員輸贏相

結構	內容
背景	說明言論出自希拉蕊推文，以及國會議員曾推動立法，要求降低槍枝擁有者購買消音器的限制。
論證	從三位專家有關武器定位與射擊距離的專業「證詞」，證明希拉蕊有關槍枝滅音器可能擴大傷亡的言論並非事實。
裁定	希拉蕊推文為錯誤論述。

表 2：PolitiFact.com 前國務卿希拉蕊推文查核報告敘事結構

資料來源：作者自行整理。

當的報紙評論（被裁定為 cherry picks，意為隱匿證據），槍擊案兇嫌與反法西斯激進團體 Antifa 有關聯的網路傳言（被裁定為無證據），以及美國總統川普是否廢止一項意在禁止精神障礙者購槍規定的民眾提問（答案是肯定）。

FactCheck.org 的查核報告雖無子標題做為區隔，以致較無明顯的段落概念，但其敘事結構仍屬明確，比較類似「結論—背景—論證—裁定」四段論式（參表 3）。以槍擊案兇嫌背景的查核案為例，該查核報告開宗明義直接指明有關網路傳言所聲稱的背景連結不是錯誤、虛構，就是未經證實。接著陳述警方對槍擊案截至當時為止有關犯案過程與嫌犯背景的資料。其後，查核報告拉出傳言的來源是槍擊案隔天由一個名為 neon-nettle.com 網站所發出的訊息，該訊息虛構了美國總統川普的推文，宣稱他獲得美國聯邦調查局有關兇嫌與 Antifa 關係的報告等。查核報告亦追蹤了其他有類似訊息的網站，並逐一透過官方資料及該機構對外查證的結果予以澄清。此外，FactCheck.org 亦查到另一個名為 YourNewsWire.com 的網站，根據警方在凶嫌旅館房間查獲的 Antifa 資料，以及 Antifa 澳洲墨爾本分部 Facebook 帳號的貼文，指稱兇嫌是 Antifa 成員。但 FactCheck.org 調查發現，前者無法獲得證實，後者被 Antifa 分部不願具名的訊息負責人、正式貼文及其他團體指係假帳號，且該假帳號不願對 FactCheck.org 的函詢做出回應。因此，FactCheck.org 在查核文末正式以「無證據」（no evidence）做出裁定 (Spencer, October 5, 2017)。

FactCheck.org 在上述議題的查核作業上，主要仰賴官方資料的比對、過往紀錄的蒐集及相關當事人或組織的求證，換言之，查核人員採取與調查記者類似的採訪作業，以期釐清事實，而所有涉及此一題材的資料也都儘量以連結方式提供，讓讀者可以自行比對。此外，一如 FactCheck.org 所強調，整個查核作業都會給當事人澄清或回應的機會，而回應與否及回應內容亦成為最後裁定的參考資料。逆火效應的研究建議更正資訊應降低黨派與意識形態的暗示，並運用可信來

結構	內容
結論	網路傳言兇嫌與反法西斯團體 Antifa 有關的背景連結不是錯誤、虛構，就是未經證實。
背景	說明警方有關槍擊案兇嫌犯案過程與背景的說法，及傳言來源的網站及依據。
論證	透過官方資料的比對、過往紀錄的蒐集及相關當事人或組織的求證，證明傳言所依據的社群媒體貼文不是虛構，就是被否認，而所宣稱的警方查獲資料亦無法獲得證實。
裁定	「無證據」支持兇嫌與反法西斯團體 Antifa 有關。

表 3：FactCheck.org 槍擊案兇嫌背景的查核報告敘事結構

資料來源：研究者自行整理。

源，此點在 FactCheck.org 的查核報告中確可得到符應。事實上，在其他槍擊案的查核報告中，如澳洲槍枝管制與謀殺案數量變化的議題，亦曾運用圖表來輔助說明，此亦為逆火效應的研究所建議。

Snopes.com 有關槍擊案的查核報告數量為三個事實查核組織中最多者，共計有 11 則。第一則同樣是發布於槍擊案的隔天，針對槍擊案兇嫌係反川普的抗議者傳言進行查核，其裁定為錯誤。其後查核的議題包括槍擊案存在第二兇嫌的陰謀論（被裁定為錯誤），槍擊案兇嫌死於 2013 年的陰謀論（被裁定為錯誤），反法西斯團體 Antifa 墨爾本分部應為槍擊案負責的傳言（被裁定為錯誤），宏都拉斯與瑞士槍枝管制法律與謀殺案的對比統計更新（被裁定為錯誤），澳洲政府買回槍枝政策與犯罪率統計更新（被裁定為錯誤），神秘婦人在槍擊案發生不久前警告音樂會群眾將面臨死亡的報導（被裁定為未經證實），槍擊案引發的各種謠言、欺騙與陰謀論（被裁定為真假混合），美國共和黨前眾議員 Michele Bachmann 指責槍擊案受害者的社交媒體傳言（被裁定為錯誤），論壇 4chan 使用者預見槍擊案發生的傳言（被裁定為未經證實），以及兇嫌所住旅館的警衛為共犯的報導（被裁定為錯誤）等。

Snopes.com 的查核報告結構與 PolitiFact.com 相似，只是將結尾處的裁定宣告移轉至開頭處，呈現「裁定—背景—論證」的三段論式（參表 4）。以第二兇嫌傳言的查核報告為例，該報告以簡述傳言及標示裁定結果作為開頭，其後是背景陳述與連串的論證。Snopes.com 先說明陰謀論來自像 YourNewsWire、NaturalNews.com 這類信譽不佳的網站，它們利用槍擊案發生後的混亂推播陰謀論，但據以宣稱有第二名兇手從同一飯店四樓開槍的證據卻是兩段禁不起考驗的網路影片。Snopes.com 的查核人員從警方說法、其他網路影片及自行辨識的交互查證中，揭露第一支影片根本無法見到四樓冒出槍口閃光的畫面，也未見四樓存在破裂窗戶，而且所謂閃光在槍擊案發生前早已存在。同樣的，第二支似由計程

結構	內容
裁定	槍擊案存在第二兇嫌為錯誤宣稱。
背景	陰謀論來自 YourNewsWire、NaturalNews.com 等信譽不佳的網站，以及兩段作為證據的網路影片。
論證	從警方公開說詞、其他網路影片、警方無線電通話錄音檔案、警方回覆該組織查詢說法，以及自行辨識的交互查證中，揭露兩支影片無法作為槍擊案存在其他兇嫌的證據。至於被指為第二兇嫌所在的飯店四樓閃光應是閃光燈（strobe light）所致。

表 4：Snopes.com 第二兇嫌陰謀論查核報告敘事結構

資料來源：研究者自行整理。

車駕駛拍攝的影片，亦只聽得到槍聲，卻看不到槍口的閃光。此外，Snopes.com 更藉由警方的緊急事件無線電通話錄音檔案內容，論證警方係從不知槍擊來自何方到最後確認槍手所在地點，其中並無第二兇手的存在跡象，而所謂的閃光則應該是閃光燈（strobe light）所致。查核報告最後以警方正式答覆 Snopes.com 只有單一兇手作結 (Palma, October 3, 2017)。

與其他事實查核組織的查核報告相同，Snopes.com 的報告均會附上相關資料的連結，如警方新聞稿、謠言網站的報導，與作為證據的照片與影片等，此外還包括作為最終裁定所依據的重要佐證資料：長達 1 小時 22 分鐘左右的警頻錄音檔案。Snopes.com 同時在查核報告末尾註記此一於 10 月 3 日首發的報告，曾於 5 日予以更新。整體而言，Snopes.com 的查核報告符合逆火效應研究所關注的部分更正策略，包括未使用具黨派或意識形態關係的消息來源，並儘量運用可信來源，如 Broadcastify 此一網站所截錄的警方完整通話錄音檔案。此外，Snopes.com 的查核報告更為疑似槍口閃光的影片提出閃光燈的解釋，呼應逆火效應建議更正方式宜提出有別於原有錯誤認知所蘊含的因果性解釋，來協助讀者理解事件為何發生的真實緣由。再者，Snopes.com 雖然不像 PolitiFact.com 一般，會製作簡單的影像版查核報告，但也會穿插影像證據的截圖來強化查核報告的可讀性。

三個事實查核組織查核報告的文本分析顯示，儘管存在不同的敘事結構，但就其結構元素而言，實則大同小異，主要包含背景、論證、裁定三個部分。FactCheck.org 所多出的「結論」類似「裁定」，等於尚未予以評等的查核結論。至於查核報告的呈現形式，則隱然有「研究報告」與「新聞寫作」兩種趨向，相對而言，FactCheck.org 的敘事結構段落較不分明，且帶有較濃的研究報告意味，但 Snopes.com 與 PolitiFact.com 的查核報告則比較具有新聞寫作的色彩，此應與雙方主事者及實際查核人員的背景有關。不過，即使查核報告存在不同趨向的敘事風格，仍多隱含逆火效應及訊息更正的研究結果，此點將於結論中進一步探討。

肆、結論

一、事實查核機制的功能與推進

假新聞存在已久，相關研究顯示，寄望任何單一措施可以對假新聞產生絕對性的抑制作用，恐不符事實，亦低估了假新聞的韌性。一些研究亦指出，美國社群媒體平臺目前透過第三方事實查核所採取的假新聞標示作法，雖有益於降低

人們對假新聞的整體正確性知覺，亦有助於降低人們分享假新聞的整體意願，但影響程度並不顯著，而且對於被標示為假新聞的特定新聞的釐清亦無幫助，甚至可能提升未標示假新聞的正確性知覺，以致形成所謂的暗示真實效應（implied truth effect）(Pennycook et al., 2018; Pennycook & Rand, 2017a)。這些研究已直接影響到社群媒體平臺對付假新聞的策略，包括取消假新聞的警示性標籤 (Lyons, December 20, 2017)。

事實上，全球事實查核組織為數不少，而且早在假新聞受到高度關注之前即已存在，但假新聞並未因此而消失。或許，面對假新聞課題，比較平實的態度是承認「多管齊下」的必要性，既然沒有單一的解方，也沒有特效藥，就只有在每一個可能的環節上下功夫。其中既需要長期努力方見功效的媒體素養教育，亦包括事實查核在內的各種立即作為 (Tambini, 2017; Waldrop, November 28, 2017)，甚至是透過機器學習與認知科學所嘗試開發的假新聞偵測機制 (Ruchansky, Seo, & Liu, September 3, 2017)。[14]

從逆火效應迄今為止的更正訊息研究可以發現，事實查核機制雖非解決假新聞問題的萬靈丹，卻是壓制或降低假新聞負面影響的可行途徑之一。抑且，事實查核機制雖無完美模式可資運用，仍有可能透過相關研究的深化，找到相對有效的作法。本文對美國事實查核機制的研究顯示，進行事實查核的組織一方面皆以嚴謹態度為之，另方面，亦致力提升查核結果的說服力。無論是組織的運作原則或是查核報告的呈現方式，皆在一定程度上契合逆火效應等訊息更正研究的發現。例如在黨派與意識型態的連結上，這些組織都以非黨派自居，甚至帶有強烈的非營利色彩，以期取得組織的公信力。此外，無論是查核對象的黨派屬性或是查核報告的求證過程與專家諮詢，都力守超黨派立場，甚至由同立場的專家來否定查核對象的真實性，展現事實查核的公正精神。

除了避免黨派與意識型態的連結，三個組織基本上都致力於第一時間提出查核報告，而且是正確的報告。以所研究的案例而言，雖有兩個組織對查核報告做了後續補充或更新，但都只是資料的充實或校準，並非查核裁定的調整。再者，三個組織也都尋求可信來源作為查核依據，甚至已有組織對所查核的傳言提出有事實依據的因果性新解釋，來削弱讀者對原有假新聞的認知強度。此外，Snopes.com 與 PolitiFact.com 已懂得運用影片或圖表來提升查核報告的可讀性，雖然運用方式仍嫌保守或簡單，但已可見出用心。未來如何提升事實查核報告的可讀

14 假新聞偵測機制的研究者認為，機器學習與群眾外包的結合值得進一步研究 (Ruchansky et al., September 3, 2017)，由此亦足見人的參與在假新聞查核上有其價值與必要性。

性，乃所有查核機制可思考之處。

相對而言，逆火效應研究的其他建議，如謹防問題惡化，避免否定式敘述，儘可能減少錯誤宣稱的重複陳述，以及當心選擇性暴露等，三個事實查核組織的作法雖非完全能夠達成，但或多或少可以看到痕跡，本文因篇幅所限，無法於此完整討論。毫無疑問，這些面向乃至前述的逆火效應研究建議是否與事實查核組織目前作為相契合，仍有賴更深入與更完整的研究來釐清，本文僅係初探，無論樣本數或案例數都屬有限，無法涵蓋所有面向。

值得重視的是，事實查核機制能否進一步運用逆火效應及其他相關研究的成果，或學術研究是否能夠為事實查核解開更多尚無明確答案的重要問題，如人們拒絕更正的確實情境或原因，媒體的意識形態傾斜對更正效力的影響，選擇性暴露的普遍性與影響，以及提供因果性新解釋的確實效果等等 (Nyhan & Reifler, 2012: 19-20)，其實都有待更多的研究與探討。毫無疑問，這些研究或探討亦將有助於增進事實查核與訊息更正的品質及效力，深值相關組織或研究者關注，俾利事實查核能夠達成預期目標。

二、臺灣事實查核機制的現況與反思

臺灣民眾的媒體使用情形也是前述《路透社》全球調查的對象之一，依據該項調查顯示，臺灣民眾以社群媒體作為新聞來源的使用者達 57%，但以電視為來源者仍高達 77%，印刷媒體也有 41%，廣播則為 23%。此外，有關臺灣民眾「主要」新聞來源的調查亦發現，社群媒體所占比例為 16%，線上新聞網站為 31%，電視為 43% (Newman et al., 2017)。此一結果與頗多科技發達的民主國家相類，亦具體顯示網路與社群媒體確實已成為臺灣新興新聞／資訊生態系統的重要成員。無怪乎臺灣網路假新聞的現象不僅氾濫，亦受到政府與民間的高度關注。

假新聞雖然充斥在民眾的日常生活與政治活動之中，但基於言論與新聞自由原則，政府委實無法過度介入，也因此，網路搜尋或社群平臺的自律便變得相當重要，亦為多數民主國家現階段的處理重點。但大型網路與社群媒體業者儘管已經在歐美多個國家建立第三方事實查核機制，卻尚未於臺灣或中文世界推動此一機制，原因固然尚待探究，但相對歐美國家對於業者自律的要求，臺灣政府與民間的壓力不足允為事實。

目前，亞洲國家已有 22 個活躍運營的事實查核計畫，其中南韓有 5 個，印度有 4 個 (Duke Reporters' Lab, n.d.)，反觀臺灣，截至 2017 年為止，尚無類似歐

美國家所存在的事實查核機制。目前有心面對假新聞的努力多屬群眾外包與機器人的協作，以及透過人力整理既有資料或簡單訪談專家的事實查核。前者如公民社群「g0v 零時政府」的「真的假的 Cofacts」（https://medium.com/cofacts）、「新聞小幫手」（https://newshelper.g0v.tw）計畫等，後者如「MyGoPen ｜這是假消息」（http://www.mygopen.com）、「蘭姆酒吐司」（http://www.rumtoast.com）網站。至於既有媒體組織，雖然也會針對特定傳言進行瞭解與報導，但都非常規性運作，亦多屬簡單調查。

相對於本研究所探討的美國事實查核組織，臺灣目前的事實查核計畫雖然展現推動者的熱情，卻在運作流程與結果呈現上顯得粗放。「真的假的 Cofacts」與「新聞小幫手」的查核作業因係透過群眾外包及機器人協作進行，因此在查核資料公開及複查流程、更正機制上難與美國事實查核組織的作業方式相提並論，但組織資料透明化方面則顯得不夠周延。至於「MyGoPen ｜這是假消息」與「蘭姆酒吐司」這兩個主要透過人力進行事實查核的計畫，則在查核準則、複查流程與更正機制的透明與嚴謹度上明顯不若美國事實查核組織（參表 5）。倒是兩個計畫的查核結果呈現方式，雖然文字嚴謹度不若美國的事實查核組織，但一方面展現圖文搭配的活潑風格，另方面突出輕鬆或幽默的敘事筆調，頗具特色。

從本研究所探討的歐美國家事實查核機制的經驗來看，嚴謹而具公信的查核機制不僅有其可行性，亦有抑制假新聞傳播的可能性。尤其是對民主發展遭遇瓶

	真的假的 Cofacts	新聞小幫手	MyGoPen｜這是假消息	蘭姆酒吐司
組織資料透明化	公開此計畫由 g0v 零時政府所支持，並可查閱到主辦人資料及聯絡方式	公開此計畫由 g0v 零時政府所支持，但無聯絡方式及詳細組織或人員資料	公開組織名稱（恰恰好創意設計工作室）及地址、聯絡信箱等	未公開組織與人員資料
查核準則透明化	未公布查核準則	未公布查核準則	未公布查核準則	未公布查核準則
查核資料公開化	查核作業透過群眾外包及機器人協作進行	查核作業透過群眾外包及機器人協作進行	文末公布資料來源	查核作業所依據的資料有超連結可供讀者查索
複查流程嚴謹化	查核作業透過群眾外包及機器人協作進行	查核作業透過群眾外包及機器人協作進行	未見說明	未見說明
更正機制顯著化	查核作業透過群眾外包及機器人協作進行	查核作業透過群眾外包及機器人進行	更新訊息後會反映在首頁，但未提供外界留言	查核結果開放外界留言批評，但無明確更正機制

表 5：臺灣事實查核組織運作原則比較表

資料來源：研究者自行整理。

頸，新聞生態陷入泥淖的臺灣而言，事實查核機制更有其提升資訊生態與民主品質的意義與價值。惟臺灣社會陷入嚴重政治對立，欲建立具公信力的查核機制必然挑戰重重，除有賴主事者、執行者的公正與專業之外，亦仰賴外緣條件的支持。徵諸以往臺灣重大選舉的候選人政見辯論會都能組成跨媒體的主辦單位，加以臺灣已有相對成熟的媒體觀察、監督或獎勵組織，若能擴大參與陣容，結合各大學或民間公正及專業人士，催生或組織臺灣的第三方事實查核機制並不如想像中困難。關鍵恐在於經費從何而來？

以國外事實查核組織的運作狀態分析，事實查核必須周延、謹慎，工作量勢必龐大，查核員數量亦有其基本需求，所需經費自不可能過於限縮。但臺灣現有民間媒體觀察、監督或獎勵組織，似乎均無力以現有資源承擔此事，而政府經費的投入又可能受到質疑，因此，要成立事實查核組織顯然有賴民間資源的大力支持，以及大型網路搜尋或社群平臺的投入。事實上，大型網路搜尋或社群平臺已經不能再以自己不是媒體作為推託自律責任的口實。何況，這些平臺已經成為壟斷型的資訊傳輸通路與交流平臺，不僅影響力巨大，而且獲利豐碩，據統計，臺灣的數位廣告量在 2016 年上半年已經超過電視廣告量（臺北市媒體服務代理商協會，2017），而 Facebook、Google、Yahoo 等囊括最大多數，理應為資訊生態的健全化負起社會責任。更何況，Facebook、Google 等都已經在其他國家投入資源來處理假新聞問題，沒理由不在臺灣也採取相應的行動。

儘管事實查核在假新聞的遏止上有其功能的限制，但或如 Graves & Cherubini (2016: 7) 所言：「儘管事實查核有時不能達成被託付的烏托邦期許，但愈來愈多的證據顯示，它既能協助驅散假新聞，亦能抑制政治性謊言」。滴水足以穿石，成熟的民主傳播生態不會從天而降，只能經由點滴的努力、紮實的耕耘方有以致之！新聞品質的提升是如此，假新聞的解決應該也是如此。

參考書目

臺北市媒體服務代理商協會（2017）。〈2017 年臺灣媒體白皮書〉。取自 http://www.maataipei.org/upload/1500286184.pdf

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, *31*, 211-236. doi:10.1257/jep.31.2.211

Berinsky, A. J. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science*, *47*, 241-262. doi:10.1017/

S0007123415000186

Burke, A. J. (2016, November 11). *Facebook influenced election? Crazy idea, says Zuckerberg*. Retrieved from https://techonomy.com/2016/11/28196

Chan, M. S., Jones, C. R., & Jamieson, K. H., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, *28*, 1531-1546.

De keersmaecker, J., & Roets, A. (2017). "Fake news": Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, *65*, 107-110. doi:10.1016/j.intell.2017.10.005

Duke Reporters' Lab. (n.d.). *Browse fact-checking sites*. Retrieved from https://reporterslab.org/fact-checking

FactCheck.org. (2018, May 5). *Our process*. Retrieved from https://www.factcheck.org/wp-content/cache/wp-rocket/www.factcheck.org/our-process/index.html_gzip

Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Advances in Political Psychology*, *38*(S1), 127-150. doi:10.1111/pops.12394

Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). *News use across social media platforms 2016*. Retrieved from Pew Research Center website: http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/05/PJ_2016.05.26_social-media-and-news_FINAL-1.pdf

Graves, L., & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). *Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign*. Retrieved from http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf

Hare, K. (2015, September 21). *Poynter names director and editor for new International Fact-Checking Network*. Retrieved from https://www.poynter.org/news/poynter-names-director-and-editor-new-international-fact-checking-network

Hermida, A. (2010). From TV to Twitter: How ambient news became ambient journalism. *Media/Culture Journal*, *13*(2). Retrieved from http://www.journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/220

Holan, A. D. (2018, February 12). *The principles of the truth-o-meter: PolitiFact's methodology for independent fact-checking*. Retrieved from http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i

Hunt, E. (2017, March 22). "Disputed by multiple fact-checkers": Facebook rolls out new alert to combat fake news. *The Guardian*. Retrieved from https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/22/facebook-fact-checking-tool-fake-news

Kessler, G. (2014, June 13). The global boom in political fact checking. *The Washington Post*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking

Kosslyn, J., & Yu, C. (2017, April 7). *Fact check now available in Google search and news around the world*. Retrieved from https://www.blog.google/products/search/fact-check-now-available-google-search-and-news-around-world

Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, *108*(3), 480-498. doi:10.1037/0033-2909.108.3.480

Lyons, T. (2017, December 20). Replacing disputed flags with related articles. *Facebook newsroom*. Retrieved from https://newsroom.fb.com/news/2017/12/news-feed-fyi-updates-in-our-fight-against-misinformation

McNair, B. (2018). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. New York, NY: Routledge.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute digital news report 2017*. Oxford, UK: Reuters institute for the Study of Journalism.

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, *2*, 175-220. doi:10.1037/1089-2680.2.2.175

Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). Does correcting myths about the flu vaccine work? An experimental evaluation of the effects of corrective information. *Vaccine*, *33*, 459-464. doi:10.1016/j.vaccine.2014.11.017

-- (2014). The effect of fact-checking on elites: A field experiment on U.S. state legislators. *American Journal of Political Science*, *59*, 628-640. doi:10.1111/ajps.12162

-- (2013). *Which corrections work? Research results and practice recommendations*. Retrieved from New America Foundation website: https://www.dartmouth.edu/~nyhan/nyhan-reifler-report-naf-corrections.pdf

-- (2012). *Misinformation and fact-checking: Research findings from social science*. Washington, DC: New America Foundation.

-- (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, *32*, 303-330. doi:10.1007/s11109-010-9112-2

Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T. J. (2017). *Taking corrections literally but not seriously? The effects of information on factual beliefs and candidate favorability*. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=2995128

Nyhan, B., Reifler, J., Richey, S. & Freed, G. L. (2014). Effective messages in vaccine promotion: A randomized trial. *Pediatrics*. Retrieved from http://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/early/2014/02/25/peds.2013-2365.full.pdf

Palma, B. (2017, October 3). *Did a second gunman shoot from the fourth floor of the Mandalay Bay Hotel*? Retrieved from http://www.snopes.com/second-gunman-shoot-fourth-floor-mandalay-bay

Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). *Prior exposure increases perceived accuracy of fake news*. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=2958246

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2017a). *The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings*. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=3035384

-- (2017b). *Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking*. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=3023545

Porter, E., Wood, T. J., & Kirby, D. (2018). Sex trafficking, Russian infiltration, birth certificates, and pedophilia: A survey experiment correcting fake news. *Journal of Experimental Political Science*, *5*, 159-164. doi:10.1017/XPS.2017.32

Poynter. (n.d.). *International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles*. Retrieved from https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles

Ruchansky, N., Seo, S., & Liu, Y. (2017). CSI: A hybrid deep model for fake news detection. In Association for Computing Machinery (Ed.), *CIKM'17 : proceedings of the 2017 ACM Conference on Information and Knowledge Management : November 6-10, 2017, Singapore, Singapore* (pp. 797 - 806). New York, NY : The Association for Computing Machinery. doi:10.1145/3132847.3132877

Schaffner, B. F., & Roche, C. (2016). Misinformation and motivated reasoning: Responses to economic news in a politicized environment. *Public Opinion Quarterly*, *81*, 86-110. doi:10.1093/poq/nfw043

Shavit, N. (2016, November 29). *Data on Facebook's fake news problem*. Retrieved from https://www.jumpshot.com/data-facebooks-fake-news-problem

Silverman, C. (2017, April 13). This survey shows Americans can't agree on what exactly "news" is on Facebook. *BuzzFeed*. Retrieved from https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/americans-cant-agree-on-what-news-is-on-facebook

-- (2016, November 17). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. *BuzzFeed News*. Retrieved from https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook

Silverman, C., & Singer-Vine, J. (2016, December 7). Most Americans who see fake news believe it, new survey says. *BuzzFeed News*. Retrieved from https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fake-news-survey

Snopes.com. (n.d.-a). *Disclosures*. Retrieved from https://www.snopes.com/disclosures

-- (n.d.-b). *Our ratings*. Retrieved from https://www.snopes.com/fact-check-ratings

-- (n.d.-c). *Transparency: Corrections policy*. Retrieved from https://www.snopes.com/corrections-policy

-- (n.d.-d). *Transparency: Methodology—An explanation of how we choose which topics to write about, and the process of assigning truth ratings to them*. Retrieved from http://www.snopes.com/methodology

-- (n.d.-e). *Transparency: Sources*. Retrieved from https://www.snopes.com/sources/

-- (n.d.-f). *Transparency: Topic selection*. Retrieved from https://www.snopes.com/topic-selection

Spencer, S. H. (2017, October 5). *No evidence linking Vegas shooter to Antifa*. Retrieved from http://www.factcheck.org/2017/10/no-evidence-linking-vegas-shooter-antifa

Stencel, M. & Griffin, R. (2018, February 22). *Fact-checking triples over four years*. Retrieved from https://reporterslab.org/tag/fact-checking-database

Tambini, D. (2017). *Fake news: Public policy responses*. London, UK: London School of Economics and Political Science.

Tobias, M. (2017, October 4). *No, gun silencers wouldn't have worsened the Las Vegas shooting*. http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2017/oct/04/hillary-clinton/no-gun-silencers-wouldnt-have-worsened-las-vegas-s

USA Today. (n.d.). *Las Vegas shooting*. Retrieved from https://www.usatoday.com/topic/Las-Vegas-shooting/local

Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, *359*, 1146-1151. doi:10.1126/science.aap9559

Waldrop, M. M. (2017, November 28). News feature: The genuine problem of fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *118*, 12631-12634. doi:10.1073/pnas.1719005114

Wardle, C, (2017, February 16). *Fake news. It's complicated*. Retrieved from https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated

Wood, T., & Porter, E. (2018). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual adherence. *Forthcoming, Political Behavior*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2819073

Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2017). Fact-Checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Retrieved from http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077699017710453

Zuckerberg, M. [Mark]. (2017, September 28). I want to respond to President Trump's tweet this morning claiming Facebook has always been against him. Every day I work to bring people together and build a community for everyone. We hope to

give all people a voice and [Facebook status update]. Retrieved from https://www.facebook.com/zuck/posts/10104067130714241

-- (2016, November 19). A lot of you have asked what we're doing about misinformation, so I wanted to give an update. The bottom line is: We take misinformation seriously. Our goal is to connect people with the stories they find most meaningful, and [Facebook status update]. Retrieved from https://www.facebook.com/zuck/posts/10103269806149061

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 43-73, July 2018

When False Claims Take Root Do Corrections Matter? A Preliminary Study on Third-Party Fact-Checking Mechanisms

Hu, Yuan-Hui*

Professor, Department of Communication, National Chung Cheng University

Abstract

In response to the issue of fake news having recently received wide attention and stimulated intense global concern, several leading online and social media platforms have partnered with third-party fact-checking organizations to flag news content and evaluate its accuracy. However, increasing controversy exists regarding the impact and efficacy of fact-checking and the existence of an associated backfire effect. This study systematically examines the research on information correction and the backfire effect, identifies the possible impacts of fact-checking, and discusses the current practice of third-party fact-checking mechanisms in the U.S. Through analysis of secondary data and textual analysis, this study concludes that the current operating principles of fact-checking and the presentation of the results of such fact-checking in the U.S. correspond partly to the research findings regarding the backfire effect. More research is needed to further evaluate the practice and strategies of fact-checking to enhance the positive impact of information correction.

Keywords: backfire effect, fact-checking, fake news, misinformation, social media

* Email: telyhhu@ccu.edu.tw

JCRP 世新大學新聞傳播學院 舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 75-107．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0003

政治網路口碑的情感分析：語意關連性之觀點

趙玉娟

國立交通大學傳播與科技學系碩士生

陶振超 *

國立交通大學傳播與科技學系副教授

摘要

政治網路口碑勃興，其內容究竟是反映輿論，還是企圖影響輿論，一直沒有定論。本文針對 2014 年臺北市長候選人連勝文與柯文哲的政治網路口碑，採情感分析詞彙法中的語料基礎取徑，以點式共通資訊（兩個詞實際上共同出現的機率與機遇的比值，越高代表越常共同出現）分別選出與連勝文或柯文哲語意關連性高的情緒詞，並檢視與人們的認知關連性是否吻合。結果發現，政治網路口碑與人們的認知不一致，受到政黨傾向與情緒字價性所調節：對負面情緒詞，無論泛藍或泛綠會將大部分歸類為與競爭對手有關；對正面的情緒詞，泛藍歸類偏向中性，泛綠則會全部歸類為與自己支持的候選人有關。結論指出政治網路口碑不是意見、沒有反映輿論，而是說服、企圖影響輿論。

關鍵詞：情感分析、點式共通資訊、語意關連性、語意指向、情緒價性

* Email: taoc@mail.nctu.edu.tw
投稿日期：2016 年 1 月 12 日
接受日期：2016 年 8 月 13 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

如何快速、準確掌握政治網路口碑的意見傾向，近年成為政治傳播的關鍵議題之一，並引起跨領域學者的關注。部落格、電子布告欄（如臺大批踢踢實業坊，PTT）與網站論壇匯聚大量的人們進行意見交換。這種「大量的意見」構成巨量資料，包含一般民眾、消費者或意見領袖對於時事議題或商品服務的意見。對這些意見進行分析能得知使用者的「心聲」，甚至達到預測行為或議題趨勢的目的。情感分析（sentiment analysis）是一種以電腦運算方式衡量文本的意見傾向、情緒反應等主觀成分的方法 (Cambria, Schuller, Xia, & Havasi, 2013; Pang & Lee, 2008)。如何以電腦運算提升衡量意見傾向的準確性，是此類研究關鍵因素。

情感分析的方法有兩種主要取徑 (Serrano-Guerrero, Olivas, Romero, & Herrera-Viedma, 2015)，一種是「詞彙法」（lexicon-based method）（如 Taboada, Brooke, Tofiloski, Voll, & Stede, 2011; Turney & Littman, 2003），另一種是「機器學習法」（machine learning method）（如 Boiy & Moens, 2009）。詞彙法以已被分類的情緒詞為基礎，推算語料的意見傾向；機器學習法則需要大量已經被人為判斷過的訓練語料，讓電腦學習判斷語料意見傾向的規則。以上兩種取徑皆奠基於數理運算，較少從人文與社會科學方面的考量。另外，語言是文化的產物，情感分析若僅以語料為分析材料，必須考慮運用在不同語言與不同文本情境（如政治或商品）之有效性。

情感分析應用於政治網路口碑研究是近年來的趨勢，其中以英文語料的分析為主，中文語料的分析較少。然而，觀察臺灣在 2014 年九合一選舉期間，臺大批踢踢實業坊上出現「婉君」（網軍的諧音，意指「特定政黨陣營指派進入網路空間發表對己有利言論的人」，〔PTT 鄉民百科，n.d.〕）議題的熱烈討論。尤其是臺北市長候選人連勝文與柯文哲格外受到矚目，在臺大批踢踢實業坊、網站論壇出現大量的政治網路口碑。網軍議題的爭議顯示政治網路口碑的意見傾向對於民眾具有一定程度的影響。如同與商品相關的網路口碑，人們會參考政治網路口碑臧否政治人物與時事議題。因此將情感分析應用於政治網路口碑，對民意預測與選舉策略有很大的幫助，成為全球學術界與政治界最關注的研究議題之一。

本研究結合情感分析的詞彙法與網路調查，檢視政治網路口碑所反映的意見傾向，是否與人們的認知一致。語意指向（semantic orientation，SO）計算是詞彙法中影響語意判斷準確性的關鍵步驟。以往研究多針對英文語料進行分析，較少針對中文語料的分析，因此本研究將語意指向計算應用於連勝文與柯文哲的政

治網路口碑，驗證其在中文政治網路口碑的可行性。

貳、政治傳播中的的內容分析：從「新聞框架」到「意見傾向」

政治傳播中的內容分析研究範疇從關注「大眾媒體上的新聞」開始，尤其是新聞框架 (Chong & Druckman, 2007) 與內容 (McCombs & Shaw, 1972, 1993)，並與其他研究方法（如實驗法）結合 (Benoit, 2014)，檢視新聞框架與內容對閱聽人的訊息處理、認知、情緒與各種政治行為之間的因果關係 (Brader, 2005; Gross, 2008; Lecheler, Schuck, & de Vreese, 2013; Nabi, 2003)。隨著資訊與傳播科技的發展與普及，網際網路逐漸成為大眾收集資訊與表達意見的公共領域 (Carpini, Cook, & Jacobs, 2004; Dahlgren, 2005; Janssen & Kies, 2005)。人們在網際網路上針對政治議題所發表的意見逐漸受到重視，許多政治傳播研究轉而關注「網際網路應用（如電子布告欄、網站論壇、部落格、及社交媒體等）上的大眾意見」（也就是政治網路口碑），與社會現象、民意、選舉結果的關連性 (Bollen, Mao, & Zeng, 2011; Ceron, Curini, & Iacus, 2015; Mejova, Srinivasan, & Boynton, 2013; Stieglitz & Dang-Xuan, 2013; Tumasjan, Sprenger, Sandner, & Welpe, 2011)。政治網路口碑被認為反映大眾的真實意見，研究多從意見傾向的角度切入，檢視政治網路口碑對於候選人的正面或負面意見表達，是否與候選人的支持率及人們的投票傾向具有一定程度的關連性 (González-Bailón, Banchs, & Kaltenbrunner, 2012; Tumasjan et al., 2011)。也有學者分析政治網路口碑所提及的事件內容。例如 Ringsquandl & Petković (2013) 探討競選活動期間，Twitter 的政治網路口碑中與候選人姓名最相關的議題是哪些，以及人們對於該議題的意見傾向。

在研究方法上，從 1950 年代開始，隨著媒體的遽增、研究方法的多樣化，政治傳播學者開始以電腦輔助的方式分析大量的文字訊息。自動化分析的好處是可以最少研究成本處理極大量的文字，避免傳統由人進行的內容分析僅能處理有限的資料量，耗費人力與時間，且須面對理想編碼員信度不易達成等問題 (Stieglitz & Dang-Xuan, 2013)。雖能克服傳統內容分析的缺點，自動化分析最大的挑戰是準確性問題，因此有許多研究針對不同的取徑不斷調整判別工具，以求達到接近人為判斷的結果。例如 Prabowo & Thelwall (2009) 嘗試整合各種不同取徑的演算法原理，以期能建構一個貼近人為判斷結果與有效率的意見傾向辨認模組。Thelwall 所進行的一系列研究（如 Thelwall, Buckley, & Paltoglou, 2011;

Thelwall, Buckley, Paltoglou, Cai, & Kappas, 2010; Thelwall, Wilkinson, & Uppal, 2010），透過修正演算法與標記情緒詞的情緒指標，顯示 MySpace 中的文字訊息中正負面情緒可能同時存在、並且情緒強度各不相同的問題。

此外，自動化分析也關心網路口碑蘊含的情緒反應與社會政治事件的關連性、甚至是預測性。González-Bailón et al. (2012) 探討政治事件所引發的情緒反應與總統支持率之間的關系。他們蒐集 1999 年 9 月到 2005 年 2 月間 Usenet 上約 935 個政治討論群組，每個月約有 7,000 名使用者參與約 30,000 個討論主題，以英文詞情緒常模（affective norms for English words，ANEW）檢視人們對於 911 事件與伊拉克戰爭的情緒反應。共有 6% 的 ANEW 情緒詞出現其中，採用累加法，計算有出現情緒詞的價性（valence）、喚起（arousal）與支配感（dominance）之平均值與標準差。結果顯示，911 事件與伊拉克戰爭對於價性都有顯著的負面影響，而喚起是最能解釋民眾對於總統支持率的情緒構面。也有研究者針對網路口碑的內容特徵進行分析，並評估線上政治討論對於真實情況的預測能力。Mejova et al. (2013) 認為政治網路口碑包含較多不同類型，如挖苦、開玩笑、幽默、惡搞（kuso）等，因此採用人工編碼結合機器學習法，分析 2011 到 2012 年 Twitter 與美國總統候選人相關的文字訊息，發現幽默的發言占最多數為 21.6%，挖苦的發言占了 7.4%。更進一步，表達反對候選人的意見中，幽默的發言占 40%；相較之下，表達支持候選人的意見中，幽默的發言只有 5.7%。上述結果顯示在表達反對意見時，人傾向用幽默的發言。

綜上所述，自動化分析是針對政治網路口碑相關研究的趨勢，可快速處理大量文字訊息是其一大優勢。儘管不同研究所採取的取徑不同，目的皆是盡可能得出與人為判斷相近的結果，以達到解釋與預測社會現象的目的。以下就不同的自動化分析說明其原理與應用。

參、情感分析

情感分析是一種以電腦運算方式衡量文本的意見傾向與情緒反應的方法 (Cambria et al., 2013; Pang & Lee, 2008)。網路口碑的情感分析，起源於品牌行銷業者或廣告公司欲瞭解人們在網際網路上發表的意見，以作為產品行銷策略與市場定位之參考。因此情感分析的發展的重點在於能準確地判斷網路口碑的情緒反應。其判別方法可分為兩大類：正負面情緒與 N 點量表。正負面情緒是將每則網路口碑的意見傾向以正面、中性、或負面三個分類標記，並另外計算意見強度。

而 N 點量表則是將每則網路口碑的意見傾向以某個意見向度代表，數字同時代表意見強度（例如正負面程度的分數，從 -2、-1、0、+1、到 +2）。因此情感分析是一種「分類」的過程：每一個類別代表一種情緒反應 (Prabowo & Thelwall, 2009)，根據規則將文本歸類為某種情緒反應。

如前所述，情感分析主要有詞彙法與機器學習法兩種取徑。詞彙法的原理為依據選定的「情緒詞庫」，其中所蒐集的情緒詞皆具有情緒指標（如在價性、喚起、支配感等不同情緒構面上的分數）。將文本中的詞與情緒詞庫中的情緒詞進行對照，計算情緒詞在文本中出現的次數，或從網絡觀點計算文本中的詞與情緒詞庫中情緒詞之間的「關係」，進行文本中詞、句子或全文意見傾向的推算 (Strapparava & Valitutti, 2004)。因此情緒詞庫中情緒詞的情緒指標，根據哪些規則換算為文本的情緒反應，是影響詞彙法在判斷意見傾向準確性的關鍵因素。機器學習法適合用於需要分類的文本數量非常大（如 Chmiel, Sienkiewicz, et al., 2011; Chmiel, Sobkowicz, et al., 2011）。其原理為將大量的待分析文本抓取其中一部分，以人為判斷其情緒反應，再以此作為訓練資料（training data），建立分析模型，接著將此模型應用於預測剩餘的文本，判斷其情緒反應 (Prabowo & Thelwall, 2009; Sebastiani, 2002)。兩種取徑的優缺點如表 1 所示。本研究主要目的在檢驗意見傾向的計算邏輯，運用在中文政治網路口碑的可行性，非發展演算法。且本研究文本主要來自於 PTT，每則文本字數較多，因此採用詞彙法做為研究取徑。

肆、詞彙法的關鍵——語意關連性的衡量

詞彙法在判斷文本的意見傾向時，會先從找出帶有評價意涵、被用來表達情

	機器學習法	字典法
情緒反應計算方式	先以人工編碼方式建立訓練資料，分辨文本情境與意見傾向準確性較高。	依賴情緒指標的計算，較容易因不同文本情境而降低判斷意見傾向的準確性。
文本情境處理方式	訓練資料收集的偏頗可能造成分析的不準確。	情緒詞的情緒指標依據不同文本情境調整。
適用語料	字數較少的文本。	不限。
研究目的	發展演算法：以一半文本驗證準確性。	發展詞庫：詞庫對情緒的定義不同，分析的角度亦不同。

表 1：情感分析兩種取徑——詞彙法與機器學習法——比較

資料來源：本研究自行整理。

緒的詞（以下稱為意見詞）開始，接著判斷這些意見詞的正負面情緒。純粹人工編碼的方式非常耗時耗力，若用於大量文本則困難度很大。為了增進效率與準確性，開始發展利用少數帶有情緒指標的情緒詞，與文本中的意見詞透過特定規則進行比對而建立「關連性」，以便將情緒詞的情緒指標傳遞給文本中的意見詞。此種作法的好處是可免去為每一個意見詞賦予情緒指標的耗時過程，也可彌補情緒詞庫無法涵蓋所有意見詞的缺點。關連性的建立主要有兩種方法：字典基礎取徑（dictionary-based）(Turney, 2002; Turney & Littman, 2003) 與語料基礎取徑（corpus-based）(Thet, Na, & Khoo, 2010)。此兩種方法的目的，均是將情緒指標由少數情緒詞（稱為種子詞）傳遞給多數意見詞。字典基礎取徑依靠意見詞與種子詞在語意上的同義、反義關係建立關連性。例如，Hu & Liu (2004) 以 WordNet 的同義與反義關係網絡，進行意見詞的正負面判斷。他們挑選 30 個已知正負面情緒的情緒詞作為種子詞，對照每個意見詞與種子詞的同義或反義關係，進行意見詞的正負面判斷。而語料基礎取徑則主要是以統計方法、詞彙共同出現等原則分析語料，建立意見詞與種子詞之間的關連性（見圖 1）。例如，González-Bailón & Paltoglou (2015) 認為相同詞彙被用在不同文本情境中，其正負面也不同。因此若認為意見詞的正負面固定，並用來衡量不同文本情境的文本，可能導致不準確的結果。面對不同文本情境，意見詞與情緒詞之間的關連性需要重新建

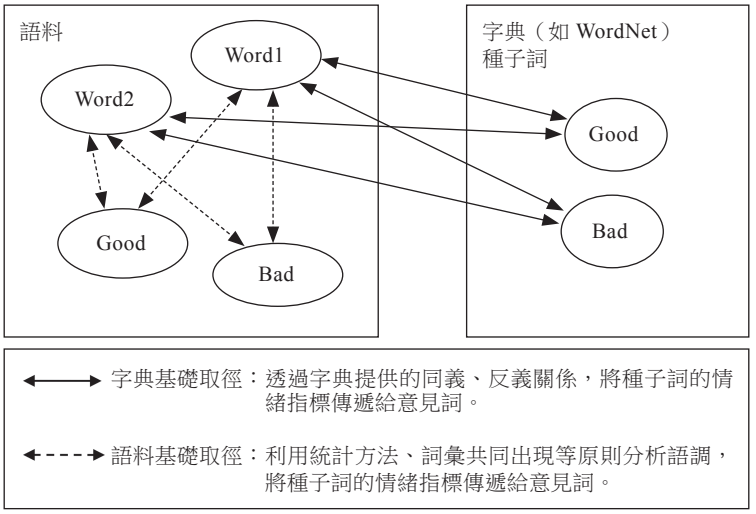

圖 1：詞彙法建立關連性的兩種方法——字典基礎取徑與語料基礎取徑

資料來源：本研究自行整理。

立。不同文本情境的文本有不同語法結構或常用詞，應該以意見詞在語料中與其他語料單位的關係來判斷其意見傾向。

不同文本語境可能有不同的情緒詞；即使有相同的情緒詞，其正負面意涵可能不同。Young & Soroka (2012) 比較十種不同的情緒詞庫，發現彼此發展時針對不同的文本情境，所收納的詞彙重複度也不高。這樣的現象在政治口碑尤然，語料基礎取徑可能是較適當的方式。針對英文語料的研究中，除了英文文法中常使用的連接詞規則外，點式共通資訊（pointwise mutual information，PMI）亦被廣泛用來偵測語料中意見詞與種子詞之間關連性的指標 (Archak, Ghose, & Ipeirotis, 2011; Church & Hanks, 1990; Malouf & Mullen, 2008; Ringsquandl & Petković, 2013; Turney & Littman, 2003)。點式共通資訊至少有兩項優點：首先，計算規則不涉及文法，是故不會因語言不同而不適用；其次，關連性的衡量是由分析語料而來，已經將文本情境因素考慮在內。因此，點式共通資訊跨越語言與文本情境的障礙，適合用來分析臺灣主要為中文語料的政治網路口碑，將於下一節中詳細說明。

伍、從語意關連性到語意指向

點式共通資訊計算任兩個詞在語料中共同出現的程度，是評估語意關連性最主要的指標之一。最早由 Church & Hanks (1990) 提出，認為詞與詞之間的關連性，除了依賴傳統的字義外，若兩個詞常常在指定的字距間共同出現，則關連性可能也越高。他們認為越常共同出現的詞，可能在某個意義向度上越相近，例如老師與學生、候選人與選民。因此根據資訊理論，提出一個衡量語意關連性的指標。資訊理論中，共通訊息的定義為兩個事件 x、y，其出現機率分別為 $P(x)$、$P(y)$，則 x 與 y 的共通訊息計算方式如下：

$$I(x, y) = \log_2 \frac{P(x, y)}{P(x)P(y)} \tag{1}$$

上述公式是將 x、y 兩個事件實際上共同出現的機率（分子），除以 x、y 兩個事件為獨立事件、共同出現只是機遇（chance）時的機率（分母，為兩事件個別機率相乘），並取對數。若兩個事件的關連性高，則 $P(x, y)$ 會大於 $P(x)P(y)$，取對數後 $I(x, y) > 0$；若兩個事件無關連性，則 $P(x, y)$ 會等於 $P(x)P(y)$，取對數後 $I(x, y) = 0$；若兩個事件彼此為互逆關係（有 x 就無 y，無 x 就有 y），則 $P(x, y)$

會小於 $P(x)P(y)$，取對數後 $I(x, y) < 0$。運用在文本，點式共通資訊比較兩個詞實際上共同出線的機率與兩個詞互為獨立的機率，其值大於 0 代表兩個詞的關連性高，其值等於 0 代表兩個詞無關連性、共同出現只是碰巧的機遇，小於 0 代表兩個詞為互逆關係（即反義關係）(Church & Hanks, 1990; Turney & Littman, 2003)。因此，若有詞 1 與詞 2 兩個詞，則其點式共通資訊的計算方式如下：

$$\text{PMI}(\text{詞}_1, \text{詞}_2) = \log_2 \frac{P(\text{詞}_1, \text{詞}_2)}{P(\text{詞}_1)P(\text{詞}_2)} \quad (2)$$

點式共通資訊主要運用在兩方面。第一，找出關連性高的詞，也是其最初被提出的目的。透過計算兩個詞之間實際共同出現與機遇共同出現的比例，找出與種子詞最常共同出現、關連性高的詞。例如，Archak et al. (2011) 分析 Amazon 網站上數位相機與攝錄影機兩項產品的消費者網路口碑與銷售資料，透過點式共通資訊找出消費者網路口碑中與各種產品特徵配對的詞，並檢視其能否預測銷售。Mohammad, Zhu, Kiritchenko, & Martin (2015) 利用點式共通資訊分析 2012 年 Twitter 上的政治網路口碑，檢視其情緒、目的、與風格。Ringsquandl & Petković (2013) 亦利用點式共通資訊分析分析 2011 年 Twitter 上的政治網路口碑，找出與總統候選人姓名最相關的議題是哪些，以及人們對於該議題的意見傾向。第二，判斷意見詞的意見傾向，也就是正負面。點式共通資訊是計算兩個詞之間的關連性高低，因此可藉由計算意見詞與扮演種子詞角色的情緒詞之間的關連行，將情緒詞的情緒指標傳遞給意見詞，標記意見詞的正負面。例如，Turney (2002) 主張點式共通資訊衡量的是一隊詞之間的語意相似程度，因此選擇在同一向度上兩端點的「excellent 與「poor」為代表正面與負面的種字詞，接著分別計算每一個意見詞與此兩個種詞之間的點式共通資訊。換句話說，每一個意見詞與 excellent 之間有一個點式共通資訊，代表與 excellent 的關連性；與 poor 之間也有一個點式共通資訊，代表與 poor 的關連性。欲判斷意見詞的意見傾向是較偏向正面，或較偏向負面，可將「意見詞與 excellent 的點式共通資訊」減「意見詞與 poor 的點式共通資訊」：若其值大於 0，則該意見詞偏向正面；若該值小於 0，則該意見詞偏向負面（另見 Taboada et al., 2011; Turney & Littman, 2003; Young & Soroka, 2012）。依據較常共同出現的詞在語意上關連性高之原則，若意見詞與 excellent 共同出現高於與 poor 共同出現，則該意見詞在語意上較可能為正面情緒；若意見詞與 poor 共同出現高於與 excellent 共同出現，則該意見詞在語意上較可能為

負面情緒。如此提出一個新的指標，語意指向（semantic orientation, SO），為意見詞與同一向度上兩端點種子詞之點式共通資訊的差，計算方式如下：

$$SO(\text{意見詞}) = PMI(\text{意見詞}, \text{excellent}) - PMI(\text{意見詞}, \text{poor}) \quad (3)$$

綜合上述，在情感分析（自動化判斷文本的意見傾向）力求與人為判斷的結果相符之目標下，各種取徑的建構嘗試揣測人對於文本的想法，因此其背後的分析邏輯是影響結果的關鍵因素。點式共通資訊是語料基礎取徑情感分析的重要原理，但大多運用在英文語料中，在中文語料甚少有驗證此指標是否可行的研究，此外，點式共通資訊的基本假設：「兩個詞的實際共同出現機率高於機遇共同出線的機率，代表其在語意上關連性高、較相近」，也甚少與人們的認知進行比較，也就是是否與人為判斷相符很少被檢驗。

因此本研究結合點式共通資訊與語意指向兩種指標，運用於中文政治網路口碑。以「連勝文」與「柯文哲」做為種子詞，檢視 2014 年臺北市長競選期間 24 個與政治相關之討論群組中的政治網路口碑，計畫出現的情緒詞分別與連勝文、柯文哲的點式共通資訊，並以每個情緒詞的語意指向將其分為是連勝文組詞或柯文哲祖詞。最後，為了與人為判斷進行比較，以網路問卷檢視存在於語料中「候選人與情緒詞之間的關連性」，是否與的認知相符。

陸、運用語意關連性與語意指向探索政治網路口碑

本研究欲探討情緒詞在政治網路口碑中與候選人的關連性，是否人們的認知相符合（見圖 2）。首先分別計算政治網路口碑中出現的情緒詞與候選人「連勝文」、「柯文哲」的點式共通資訊，也就是語意關連性，代表情緒詞與兩位候選人在政治網路口碑中的關連性。點式共通資訊越大，與候選人的關連性越高。本研究共同出現的範圍設定為每一則政治網路口碑，也就是一則政治網路口碑同時出現情緒詞與連勝文，或同時出現情緒詞與柯文哲，就算該情緒詞與連勝文有共同出現，或該情緒詞與柯文哲有共同出現。針對與候選人語意關連性的點式共通資訊計算方式如下：

$$PMI(\text{連勝文}, \text{情緒詞}) = \log_2 \frac{P(\text{連勝文}, \text{情緒詞})}{P(\text{連勝文})\,P(\text{情緒詞})},$$

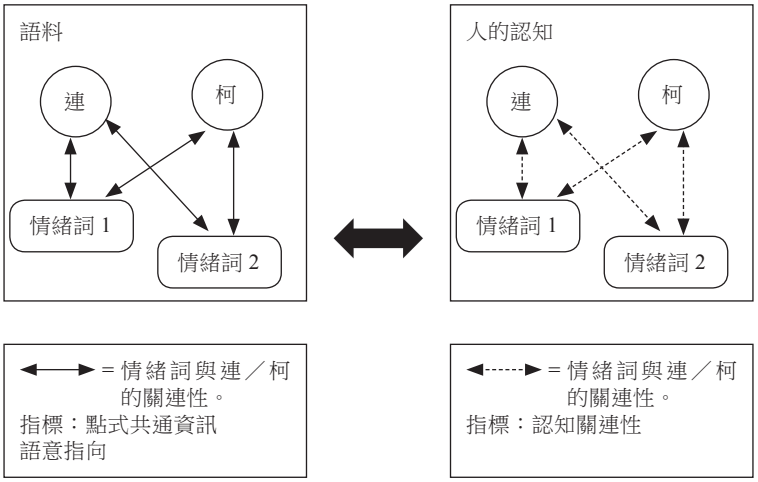

圖 2：比較政治網路口碑中的語意關連性與人們的認知關連性
資料來源：本研究自行整理。

$$\text{PMI}(\text{柯文哲}, \text{情緒詞}) = \log_2 \frac{P(\text{柯文哲}, \text{情緒詞})}{P(\text{柯文哲})\,P(\text{情緒詞})}。 \quad (4)$$

語意指向則為以上二點式共通資訊相減，也就是「連勝文與情緒詞之點式共通資訊」減「柯文哲與情緒詞之點式共通資訊」。語意指向若為大於 0 的正值，歸類為連勝文組，越大則與連勝文關連性較高；若為小於 0 的負值，歸類為柯文哲組，越小則與柯文哲的關連性較高（候選人組別）。連勝文組中的情緒詞，語意指向的值越大，與連勝文關連性越高，因此將語意指向值最高與次高分為連勝文關連性高與低兩組；柯文哲組中的情緒詞，語意指向越小，與柯文哲關連性越高，因此將語意指向值最小與次小分為柯文哲關連性高與低兩組（候選人相關性變項）。針對候選人語意指向的計算方式如下（語意指向變項）：

$$\text{SO}(\text{情緒詞}) = \text{PMI}(\text{連勝文}, \text{情緒詞}) - \text{PMI}(\text{柯文哲}, \text{情緒詞}) \quad (5)$$

根據點式共通資訊的基本假設，其值高低反映情緒詞與種子詞（即候選人）的關連性。因此，政治網絡口碑中的情緒自與個別候選人計算的點式共通資訊，代表了情緒詞與候選人相關性，和人們的認知關連性應呈正相關。依據情緒自與兩位候選人之點式共通資訊相減所得的語意指向，代表了若將兩位候選人放在一

個向度、也就是一個光譜的兩端，數值越高與某一候選人越相關，數值越低與另一候選人越相關，因此語意指向與人們的認知關連性應顯著相關。依據語意指向大於或小於 0 而將情緒詞分別歸類到兩位候選人，也應與人們的認知關連性一致。另外，情緒詞價性（正負面）及人們的政黨傾向（藍或綠）可能調節候選人組別、候選人相關性與人們認知關連性之間的關係。綜上所述，提出以下研究假設與研究問題（見圖 3）。

研究假設一：政治網路口碑中情緒詞的語意指向與人們的認知關連性顯著相關。

研究假設二：政治網路口碑中情緒詞所屬的候選人組別，與人們的認知關連性一致。

研究假設三：政治網路口碑中情緒詞的候選人相關性，與人們的認知關連性一致。

研究問題一：在面對不同情緒詞價性（正負面）時，候選人組別、候選人相關性與認知之間是否一致？

研究問題二：不同政黨傾向在面對不同情緒詞價性（正負面）時，候選人組別、候選人相關性與認知之間是否一致？

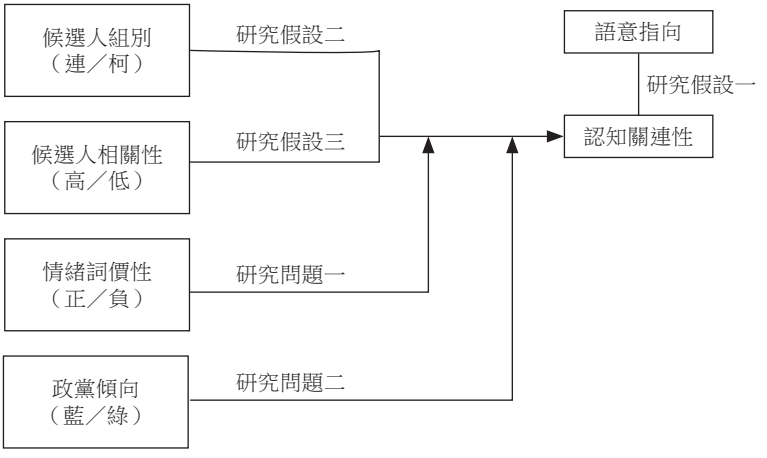

圖 3：研究架構圖

資料來源：本研究自行整理。

柒、研究方法

一、研究材料：候選人相關情緒詞篩選

（一）蒐集政治網路口碑

本研究以 2014 年 11 月 29 日九合一選舉中臺北市長候選人連勝文與柯文哲之政治網路口碑作為蒐集對象，因此以「連勝文」與「柯文哲」作為關鍵字進行搜尋。只要在主文或是其下的留言出現連勝文或柯文哲，便將主文抓回。留言未納入這次探討，以降低複雜性。語料蒐集時間從 2014 年 9 月 1 日至 2014 年 11 月 28 日，選舉日當天的政治網路口碑不納入。蒐集的頻道以各大網站論壇及 PTT 為主，最後刪去因技術問題無法抓取之板塊與網址連結失效的主文，實際抓回之文章數有 49,233 篇，來自於 24 個頻道。其中以臺大 PTT 之八卦版（Gossiping）與政黑版（HatePolitics）為數最多，占總文章數 91%。

（二）建立情緒詞庫

本研究採取詞彙法，目的為驗證點式共通資訊所代表的語意關連性，運用在中文網路口碑的可行性，因此須建構一個帶有情緒指標的情緒詞庫。在情緒詞的蒐集方面，以最可能含有評價意涵與表達情緒的「情緒詞」與網路常用之「意見詞」整合成「情緒詞庫」，以 Python 程式語言將此字庫與 49,233 篇文章進行比對，得出有出現在政治網路口碑中的情緒詞有哪些。情緒詞總共有兩種來源。首先，參考卓淑玲、陳學志、鄭昭明（2013）所建立之「情緒詞常模」，其中包含 218 個「情緒描述詞」（人們用來表達情緒或感受的詞，如興奮、難過）與 395 個「情緒誘發詞」（與情緒或感受無關，但會促使人們產生情緒反應的詞，如當選、落選），共 613 個情緒詞。第二，網路常用之意見詞則採用 i-buzz 網路口碑研究中心（http://http://www.i-buzz.com.tw/）所提供之 616 個網路口碑常用意見詞清單，此清單由人工檢視與過濾網路口碑整理得出。兩種來源共計 1,229 個詞，刪去重複詞、沒有出現在政治網路口碑中的詞，剩餘 838 個情緒詞。

在情緒指標建構方面，參考 Bradley & Lang (1999) 建構的英文詞情緒常模，建立情緒詞的價性與喚起二個情緒指標（支配感是否為情緒構面，學者有不同看法，故本研究未納入考量，Bradley & Lang, 1994; Redondo, Fraga, Padrón, & Comesaña, 2007）。另外，加入基礎情緒的概念，參考跨文化人類基礎情緒表達的研究，指出人類的基礎情緒應包含六種：快樂、生氣、悲傷、噁心、害怕、

驚訝 (Ekman, 1993; Ekman & Cordaro, 2011; Ekman & Friesen, 1971; Ekman et al., 1987; Tomkins & McCarter, 1964)。最後建構每個情緒詞各有八個情緒指標的情緒詞庫。

（三）篩選候選人相關情緒詞

篩選的第一步，以 Python 計算 838 個情緒詞在蒐集到的政治網路口碑中，與連勝文、柯文哲兩位候選人的點式共通資訊。將「情緒詞與連勝文的點式共通資訊」減「情緒詞與柯文哲的點式共通資訊」，即得該情緒詞的語意指向。語意指向大於 0 並且越大，代表越常與連勝文共同出現；語意指向小於 0 並且越小，代表越常與柯文哲共同出現。其次，候選人分組則依據語意指向的分數是否大於 0：大於 0 歸類為連勝文組，小於 0 歸類為柯文哲組。接著，從連勝文組中的情緒詞，挑選與連勝文關連性最大的 10 個字（語意指向值最大），與連勝文關連性最小的 10 個字（語意指向值大於 0 但最接近 0），及從柯文哲組的情緒詞中，挑選與柯文哲關連性最大的 10 個字（語意指向值最小），與柯文哲關連性最小的 10 個字（語意指向值小於 0 但最接近 0），作為候選人相關性中連勝文關連性高、連勝文關連性低、柯文哲關連性高與柯文哲關連性低四組（見表 2）。

二、調節變項

（一）情緒詞價性

負面情緒詞為價性平均分數落在 1 ~ 3 之間，正面情緒詞為價性平均分數落在 7 ~ 9 之間。連勝文組與柯文哲組的正負面情緒詞各占一半（見表 2）。

（二）政黨傾向

為了瞭解人們的政黨傾向，在基本資料填答部分，詢問研究參與者「在現在社會中，有些人會以泛藍和泛綠區分不同的政黨，請問您認為自己是偏向『泛綠』的，還是偏向『泛藍』的？」，選項為「強烈偏向泛藍」、「普通偏向泛藍」、「中立不偏」、「普通偏向泛綠」、「強烈偏向泛綠」、「不贊成這種分法」、「無意見」。

三、依變項：認知關連性

認知關連性指人們主觀上評估某一情緒詞在一個向度上互相對立的兩個端

情緒詞	越常與柯文哲共同出現		越常與連勝文共同出現	
	語意指向最小	語意指向次小	語意指向次大	語意指向最大
正面情緒詞（價性 7 ~ 9）	自由	笑盈盈	怡然自得	玩
	期待	放假	熱忱	愛
	漂亮	活躍	陪伴	家人
	擁抱	甜蜜的	狂喜	爽
	樂觀	好心情	灑花	好朋友
	幽默	如釋重負	喜洋洋	幸運
	喜歡	滿心歡喜	樂融融	希望
	回家	歡愉	眉飛色舞	開心
	電影	十全十美	暢快	輕鬆
	好人	中樂透	痛快	珍惜
負面情緒詞（價性 1 ~ 3）	抹黑	失眠	被誤會	不開心
	傷害	操心	想哭	淚崩
	抵制	疲勞	詐騙	後悔
	撕裂	重感冒	跳樓	落淚
	迫害	愚昧	被虐	離開
	譴責	粗魯	屈辱	吃力
	抨擊	頹喪	中傷	放棄
	崩潰	疲倦	該死	哭哭
	厭惡	苦戀	憎恨	跌倒
	騷擾	苦惱	凶手	哭泣

表 2：候選人（連勝文與柯文哲）相關情緒詞

資料來源：本研究自行整理。

點，較偏向哪一個端點。研究參與者針對每一個情緒詞，以 1 柯文哲到 10 連勝文，判斷該情緒詞與兩位臺北市長候選人的關連性。數字 1 ~ 5 表示詞與柯文哲相關，1 表示此詞與柯文哲相關程度較大，5 代表相關程度較小；數字 6 ~ 10 表示詞與連勝文相關，10 表示此詞與連勝文相關程度較大，6 代表相關程度較小。

四、樣本

本研究採用網路調查法，分為正面情緒詞與負面情緒詞兩份問卷，研究參與者隨機分配至其中一份問卷。有效樣本共 226 人，正面情緒詞問卷與負面情緒詞問卷各 113 人（見表 3）。在負面情緒詞問卷中，男性 51 人（45%），女性 62 人（55%）；年齡分布最高比例為 21 ~ 30 歲，占 78%，其次為 31 ~ 40 歲，占 12%；政黨傾向方面，泛藍者（強烈／普通偏向泛藍）占 14%，泛綠者（強

受訪對象	項目	負面情緒詞問卷		正面情緒詞問卷	
		人數	百分比	人數	百分比
性別	男性	51	45%	53	47%
	女性	62	55%	60	53%
	總和	113	100%	113	100%
年齡	61 歲以上	1	1%	0	0 %
	51 ~ 60 歲	1	1%	2	2%
	41 ~ 50 歲	3	3%	5	4%
	31 ~ 40 歲	14	12%	13	12%
	21 ~ 30 歲	88	78%	86	76%
	18 ~ 20 歲	6	5%	7	6%
	總和	113	100%	113	100%
政黨傾向	強烈偏向泛藍	2	2%	3	3%
	普通偏向泛藍	14	12%	18	16%
	中立	36	32%	31	27.
	普通偏向泛綠	29	26%	25	22%
	強烈偏向泛綠	3	3%	5	4%
	不贊成這種分法	29	26%	27	24%
	無意見	0	0%	4	4%
	總和	113	100%	113	100.0%

表 3：樣本描述

資料來源：本研究自行整理。

烈／普通偏向泛綠）占 29%，中立者占 32%。在正面情緒詞問卷中，男性 53 人（47%），女生 60 人（53%）；年齡分布最高比例為 21 ~ 30 歲，占 76%，其次為 31 ~ 40 歲，占 12%；政黨傾向方面，泛藍者（強烈／普通偏向泛藍）占 19%，泛綠者（強烈／普通偏向泛綠）占 26%，中立者占 27%。

五、研究程序

本研究採用網路問卷。正面情緒 40 個詞與負面情緒 40 個詞各製作成一份問卷，研究參與者隨機分派到其中一份問卷。他們先閱讀指導語與量表說明，接著針對每一個情緒詞評估其與候選人的認知關連性，最後填答基本資料。完整填答整份問卷的研究參與者，可參加 200 元超商禮卷抽獎。

捌、結果分析

一、研究假設一：情緒詞的語意指向與人的認知關連性是否呈正相關？

研究假設一檢視情緒詞在文本中所呈現的語意指向（SO 值），是否與人的認知關連性之間是否呈正相關。語意指向越高、較常與連勝文一起出現的情緒詞，人在認知上是否也與連勝文聯想在一起；語意指向越低、較常與柯文哲一起出現的情緒詞，人在認知上是否也與柯文哲聯想在一起。皮爾森相關分析顯示，情緒詞在文本中所呈現的語意指向，與人的認知關連性沒有顯著正相關（r = .05, p = .675）（見表 4）。也就是說，根據語意指向，在文本中較偏向連勝文的情緒詞，並沒有被人在認知上視為偏向連勝文；在文本中較偏向柯文哲的情緒詞，並沒有被人在認知上視為偏向柯文哲。研究假設一不成立。

二、研究假設二：情緒詞所屬的候選人組別是否與人的認知關連性一致？

以重複測量變異數分析檢視候選人組別（連勝文組與柯文哲組）在認知關連性上是否有差異。結果顯示，候選人組別對認知關連性有顯著主要效果（F(1, 225) = 26.41, p < .001），連勝文組（M = 5.56, SD = 1.39）顯著高於柯文哲組（M = 5.26, SD = 1.32）。雖然兩組的值皆靠近中點 5.5，語意指向（SO 值）大於零、歸類為連勝文的情緒詞，人的認知也偏向連勝文、大於 5.5；語意指向（SO 值）小於零、歸類為柯文哲的情緒詞，人的認知也偏向柯文哲、小於 5.5。研究假設二成立。

三、研究假設三：情緒詞的候選人相關性是否與人的認知關連性一致？

人的認知關連性為雙極 10 點量表，以 5.5 為中點：6 ~ 10 代表與連勝文相

	平均數	標準差	個數
情緒詞語意指向	-0.00048	0.003	80
認知關連性	5.39	1.19	80

表 4：語意指向與認知關連性之描述性統計

資料來源：本研究自行整理。

關，數值越大相關性越高；5 到 1 代表與柯文哲相關，數值越小相關性越高。對連勝文組的詞，10 代表與候選人的認知關連性高，1 代表與候選人的認知關連性低。對柯文哲組的詞，需先反向編碼，將 10 改為 1、9 改為 2、以此類推到 1 改為 10，如此 10 亦代表與候選人的認知關連性高，1 代表與候選人的認知關連性低。以重複測量變異數分析檢視候選人相關性（高與低）是否再認知關連性上有差異。結果顯示，候選人相關性對認知關連性無顯著主要效果（$F(1, 225) = 0.19$, $p = .664$）。候選人相關性高的情緒詞（$M = 5.66$, $SD = 0.58$），與候選人相關性低的情緒詞（$M = 5.63$, $SD = 0.64$）無顯著差異，顯示人們在認知上無法區分候選人相關性的高低，文本中呈現的模式與人的認知不一致。研究假設三不成立。

四、研究問題一：正負面情緒詞在文本與認知間的一致性上是否不同？

以情緒詞價性（正或負）、候選人組別（連勝文組或柯文哲祖）、候選人相關性（高或低）為自變項，認知關連性為依變項，三因子重複測量變異數分析顯示三因子交互作用顯著（$F(1, 224) = 84.01$, $p < .001$），因此進一步依情緒詞價性分為正面情緒詞與負面情緒詞兩組，分別檢視候選人組別與候選人相關性對認知關連性是否有單純交互作用。（為避免對同一組資料進行多重比較時導致型一錯誤升高，有研究者建議採用 Bonferroni 校正，將達統計顯著的標準除以比較次數。此處單純交互作用，及單純交互作用顯著後接著檢視的單純單純主要效果 (simple simple main-effects)，皆是對同一組資料進行兩次假設檢定，達統計顯著的標準由原本的 .05 除以 2 改為 .025。將此新標準應用到研究問題一，所有假設檢定仍達顯著。）

（一）負面情緒詞

對負面情緒詞而言，候選人組別與候選人相關性對認知關連性有顯著單純交互作用（$F(1, 112) = 33.50$, $p < .001$），需進一步檢視單純主要效果（simple main-effects）。以候選人組別分類（見圖 4a），對連勝文組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞在認知上與連勝文較相關（$M = 6.65$, $SD = 1.24$），候選人相關性低的情緒詞在認知上仍與連勝文相關，但較低並靠近中點 5.5（$M = 6.03$, $SD = 0.96$），兩組有顯著差異（$F(1,112) = 50.91$, $p < .001$）；對柯文哲組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞出現相反的情況，在認知上與連勝文較相關（$M = 6.43$,

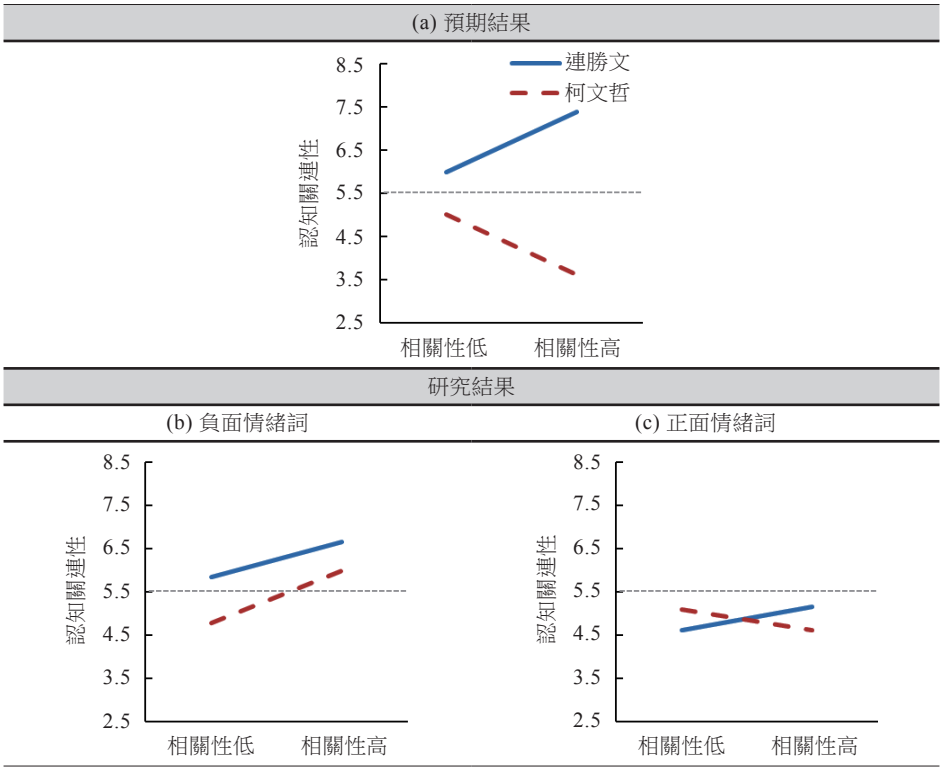

圖 4：面對不同價性的情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性的交互作用不同

資料來源：本研究自行整理。

SD = 1.40），候選人相關性低的情緒詞在認知上則仍與柯文哲相關，但較低並靠近中點 5.5（*M* = 4.95, *SD* = 0.99），兩組有顯著差異（*F*(1, 112) = 148.82, *p* < .001）。這樣的結果顯示，候選人相關性高的負面情緒詞不論連勝文組或柯文哲組，在人的認知關連性上皆與連勝文聯想在一起；候選人相關性低的負面情緒詞則有較明確的區分，文本中連勝文組的情緒詞，人的認知關連性也與連勝文聯想在一起，文本中柯文哲組的情緒詞，人的認知關連性也與柯文哲聯想在一起。

（二）正面情緒詞

對正面情緒詞而言，候選人組別與候選人相關性對認知關連性有顯著單純交互作用（*F*(1, 112) = 53.09, *p* < .001），需進一步檢視單純單純主要效果。以候選人組別分類（見圖 4c），對連勝文組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞在

認知上與柯文哲相關，但較低並靠近中點 5.5（M = 5.01, SD = 1.20），候選人相關性低的情緒詞在認知上與柯文哲更相關（M = 4.54, SD = 1.53），兩組有顯著差異（F(1, 112) = 24.91, p < .001）；對柯文哲組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞，在認知上與柯文哲較相關（M = 4.60, SD = 1.37），候選人相關性低的情緒詞在認知上則仍與柯文哲相關，但較低並靠近中點 5.5（M = 5.08, SD = 1.38），兩組有顯著差異（F(1, 112) = 148.82, p < .001）。這樣的結果顯示，正面情緒詞不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，在人的認知關連性上皆與柯文哲聯想在一起，而沒有與連勝文聯想在一起。

（三）小結

綜上所述，正負面情緒詞在文本中所呈現的語意關連性、語意指向與人的認知關連性並不一致。對負面情緒詞來說，不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，除屬柯文哲組、候選人相關性低的情緒詞外，人的認知關連性皆偏向連勝文、與連勝文聯想在一起。對正面情緒詞來說剛好相反，不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，人的認知關連性皆偏向柯文哲、與柯文哲聯想在一起。

五、研究問題二：不同政黨傾向在文本與認知間的一致性上是否不同？

以政黨傾向（泛藍或泛綠）、情緒詞價性（正或負）、候選人組別（連勝文組或柯文哲祖）、候選人相關性（高或低）為自變項，認知關連性為依變項，四因子重複測量變異數分析顯示四因子交互作用顯著（F(1, 95) = 4.62, p = .034），因此進一步依政黨傾向分為泛藍與泛綠兩組，分別檢視情緒詞價性、候選人組別、候選人相關性對認知關連性是否有三因子單純交互作用。泛藍部分，以情緒詞價性、候選人組別、候選人相關性為自變項，認知關連性為依變項，三因子重複測量變異數分析顯示三因子單純交互作用顯著（F(1, 35) = 4.28, p = .046）；泛綠部分，同樣以情緒詞價性、候選人組別、候選人相關性為自變項，認知關連性為依變項，三因子重複測量變異數分析顯示三因子單純交互作用也顯著（F(1, 60) = 25.37, p < .001）。因泛藍與泛綠皆有三因子單純交互作用，最後需進一步依情緒詞價性分為正面情緒詞與負面情緒詞兩組，分別檢視候選人組別與候選人相關性對認知關連性是否有單純單純交互作用。以下針對泛藍與泛綠分別說明。

（為避免對同一組資料進行多重比較時導致型一錯誤升高，有研究者建議採用 Bonferroni 校正，將達統計顯著的標準除以比較次數。此處單純交互作用與單純單純交互作用，及單純單純交互作用顯著後接著檢視的單純單純單純主要效果，皆是對同一組資料進行兩次假設檢定，達統計顯著的標準由原本的 .05 除以 2 改為 .025。將此新標準應用到研究問題二，僅泛藍部分的三因子重複測量變異數分析未達顯著。）

（一）泛藍者

1. 負面情緒詞

當泛藍暴露於負面情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性的單純單純交互作用未達顯著（$F(1, 15) = 0.10$, $p = .754$）（見圖 5b）。候選人組別對認知關連性的主要效果達顯著（$F(1, 15) = 50.82$, $p < .001$），連勝文組的負面情緒詞其認知關連性（$M = 5.72$, $SD = 0.70$）顯著高於柯文哲組的負面情緒詞（$M = 4.71$, $SD = 0.74$）。候選人相關性對認知關連性的主要效果也達顯著（$F(1, 15) = 17.92$, $p = .001$），候選人相關性高的負面情緒詞其認知關連性（$M = 5.62$, $SD = 0.87$）顯著高於候選人相關性低的負面情緒詞（$M = 4.80$, $SD = 0.64$）。進一步檢視，對連勝文組來說，候選人相關性高的負面情緒詞在認知上與連勝文較相關（$M = 6.14$, $SD = 0.82$），候選人相關性低的負面情緒詞在認知上變成與柯文哲相關（$M = 5.28$, $SD = .71$），但靠近中點 5.5。對柯文哲組來說，候選人相關性高的負面情緒詞在認知上仍與柯文哲相關，但較低並靠近中點 5.5（$M = 5.09$, $SD = 1.12$），候選人相關性低的情緒詞反而在認知上與柯文哲較相關（$M = 4.32$, $SD = 0.69$），並離中點 5.5 有較遠）。這樣的結果顯示，對泛藍來說，只有連勝文組並且候選人相關性高的負面情緒詞，會與連勝文聯想在一起，其他三組負面情緒詞（連勝文組候選人且相關性低、柯文哲組且候選人相關性高、柯文哲組且候選人相關性低）則皆與柯文哲聯想在一起。

這樣的結果顯示，對泛藍來說，可以清楚區分屬於連勝文與柯文哲的負面情緒詞。但不論是連勝文組或柯文哲組負面情緒詞，相關性高的在認知關連性上皆較偏向連勝文或靠近中點，相關性低的在認知關連性上皆較偏向柯文哲。

2. 正面情緒詞

當泛藍暴露於正面情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性有顯著

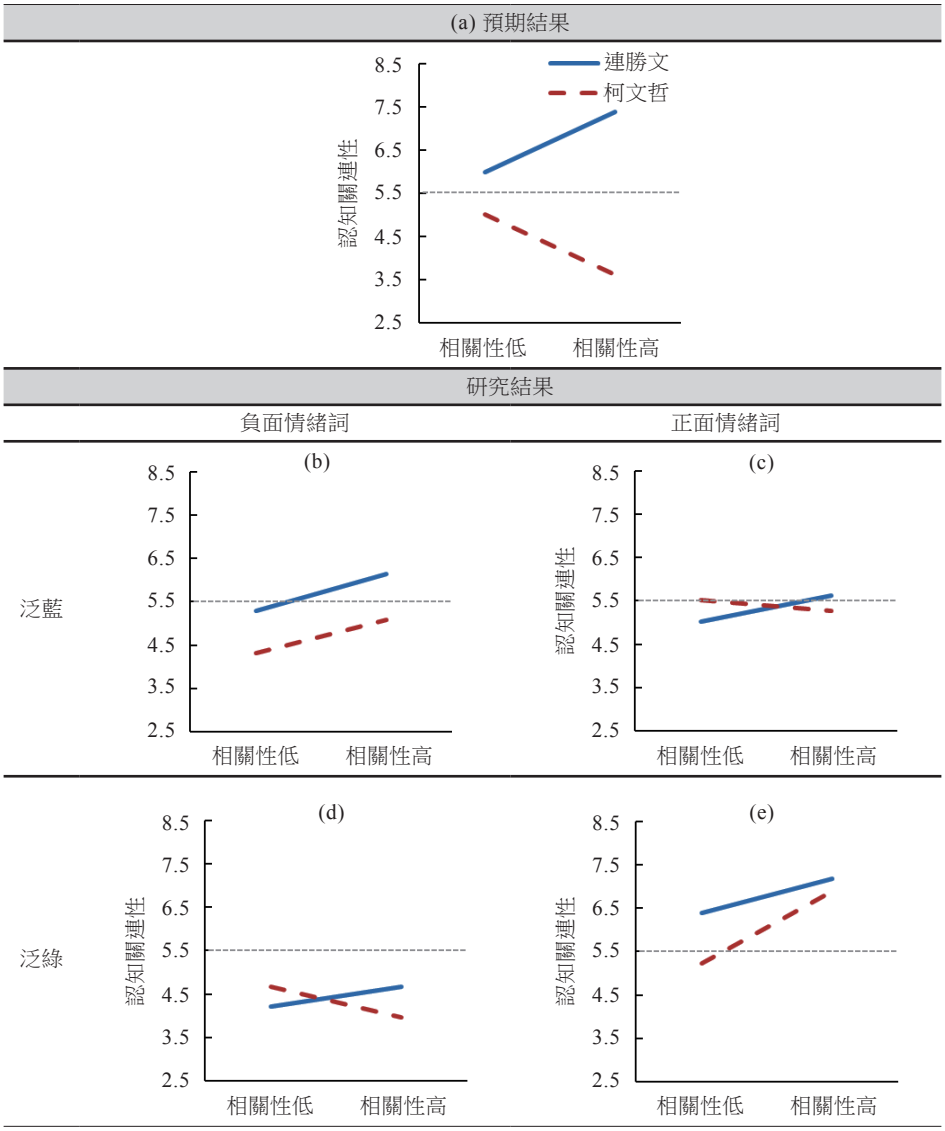

圖 5：不同政黨傾向面對不同價性的情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性的交互作用不同

資料來源：本研究自行整理。

單純單純交互作用（$F(1, 20) = 10.85$, $p = .004$）（見表 5）。以候選人組別分類（見圖 5c），對連勝文組的正面情緒詞來說，候選人相關性高的正面情緒詞在認知上與連勝文相關，但較低並靠近中點 5.5（$M = 5.62$, $SD = 1.04$），候選人相關性

政黨傾向	情緒詞價性	組別	相關性	平均數	標準差	個數
泛藍者	負面情緒詞	連勝文	相關性小	5.29	0.71	16
			相關性大	6.14	0.82	16
		柯文哲	相關性小	4.32	0.69	16
			相關性大	5.09	1.13	16
	正面情緒詞	連勝文	相關性小	5.03	1.56	21
			相關性大	5.62	1.04	21
		柯文哲	相關性小	5.52	1.15	21
			相關性大	5.27	1.31	21
泛綠者	負面情緒詞	連勝文	相關性小	6.39	1.00	32
			相關性大	7.18	1.44	32
		柯文哲	相關性小	5.23	1.23	32
			相關性大	6.88	1.30	32
	正面情緒詞	連勝文	相關性小	4.21	1.46	30
			相關性大	4.68	1.11	30
		柯文哲	相關性小	4.68	1.43	30
			相關性大	3.97	1.05	30

表 5：不同政黨傾向對不同情緒詞價性、候選人組別、與候選人相關性的認知關連性

資料來源：本研究自行整理。

低的正面情緒詞在認知上變成與柯文哲相關，但也靠近中點 5.5（M = 5.03, SD = 1.56），兩組有顯著差異（F(1, 20) = 9.77, p = .005）；對柯文哲組的正面情緒詞來說，候選人相關性高（M = 5.27, SD = 1.31）及低（M = 5.52, SD = 1.15）的正面情緒詞在認知關連性上沒有差異（F(1, 20) = 1.17, p = .291），皆靠近中點 5.5、稍微偏向柯文哲。這樣的結果顯示，對泛藍說，較可以區分連勝文組相關性高與低的正面情緒詞，較難以區分柯文哲組相關性高與低的正面情緒詞。但不論連勝文組或柯文哲組，或候選人相關性高或低，正面情緒詞多在中點附近，沒有特別偏向。

3. 小結

綜上所述，對泛藍來說，負面情緒詞有較明確的區分，只有一組負面情緒詞與連勝文聯想在一起（連勝文組且候選人相關性高），一組負面字詞與柯文哲聯想在一起（柯文哲組且候選人相關性低），其他兩組分布在中點附近（連勝文組且候選人相關性低、柯文哲組且候選人相關性高）。換句話說，泛藍將連勝文「較

常」被貼的負面標籤與連勝文聯想在一起，將柯文哲「較少」被貼的負面標籤與柯文哲聯想在一起。正面情緒詞部分則較難區分，不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，多分布在中點附近。

（二）泛綠者

1. 負面情緒詞

當泛綠暴露於負面情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性有顯著單純單純交互作用（$F(1, 15) = 8.65, p = .006$）（見表 5）。以候選人組別分類（見圖 5d），對連勝文組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞在認知上與連勝文高相關（$M = 7.17, SD = 1.44$），候選人相關性低的情緒詞在認知上也與連勝文相關（$M = 6.39, SD = 1.00$），兩組有顯著差異（$F(1, 31) = 23.01, p < .001$）；對柯文哲組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞出現相反的情況，在認知上與連勝文較相關（$M = 6.87, SD = 1.29$），候選人相關性低的情緒詞在認知上則仍與柯文哲相關，但較低並靠近中點 5.5（$M = 5.22, SD = 1.22$），兩組有顯著差異（$F(1, 31) = 49.49, p < .001$）。這樣的結果顯示，對泛綠來說，只有柯文哲組並且候選人相關性低的負面情緒詞，會與柯文哲聯想在一起，其他三組負面情緒詞（連勝文組候選人且相關性高、連勝文組且候選人相關性低、柯文哲組且候選人相關性高）則皆與連勝文聯想在一起。

2. 正面情緒詞

當泛綠暴露於正面情緒詞，候選人組別與候選人相關性對認知關連性有顯著單純單純交互作用（$F(1, 29) = 17.82, p = .001$）（見表 5）。以候選人組別分類（見圖 5e），對連勝文組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞在認知上與柯文哲相關（$M = 4.68, SD = 1.10$），候選人相關性低的情緒詞在認知上與柯文哲更相關（$M = 4.20, SD = 1.45$），兩組有顯著差異（$F(1, 29) = 7.40, p = .011$）；對柯文哲組的情緒詞來說，候選人相關性高的情緒詞，在認知上與柯文哲高相關（$M = 3.96, SD = 1.04$），候選人相關性低的情緒詞在認知上則也與柯文哲相關（$M = 4.68, SD = 1.42$），兩組有顯著差異（$F(1, 29) = 9.98, p = .004$）。這樣的結果顯示，對泛綠來說，不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，正面情緒詞皆與柯文哲聯想在一起。

3. 小結

綜上所述，對泛綠來說，負面情緒詞也有較明確的區分，只有一組負面情緒詞與柯文哲聯想在一起（柯文哲組且候選人相關性低），其他三組負面情緒詞皆與連勝文聯想在一起（連勝文組候選人且相關性高、連勝文組且候選人相關性低、柯文哲組且候選人相關性高）。換句話說，泛綠將柯文哲「較少」被貼的負面標籤與柯文哲聯想在一起；但連勝文「所有」被貼的負面標籤及柯文哲「較常」被貼的負面標籤，都與連勝文聯想在一起。正面情緒詞部分，則不論候選人相關性高或低，及連勝文組或柯文哲組，皆與柯文哲聯想在一起。

玖、討論

本研究採用情感分析中的詞彙法，以 2014 年 11 月 29 日九合一選舉中臺北市長候選人連勝文與柯文哲之政治網路口碑作為分析資料，檢視政治網路口碑中的語意關連性與人們的認知關連性是否一致。研究結果發現，政治網路口碑中的語意關連性無法反映人們的認知關連性。候選人在政治網路口碑中各有較常共同出現的正面與負面情緒詞，但在人們的認知關連性中正面情緒詞會集中在自己支持的候選人或沒有特別傾向，負面情緒詞會集中在競爭對手。以下就語意關連性與認知關連性的差距、情緒詞價性對認知關連性的影響、不同政黨傾向的評價模式、及政治網路口碑是意見還是說明等四項議題，討論研究發現的意涵。

一、政治網路口碑中的語意關連性與人們的認知關連性有差距

本研究以語意關連性，評估政治網路口碑中情緒詞分別與連勝文、柯文哲的相關程度。其原理為計算情緒詞分別與連勝文、柯文哲在政治網路口碑中共同出現的次數：越常一起出現的詞，在語意上可能越一致。接著比較「情緒詞與連勝文」和「情緒詞與柯文哲」在政治網路口碑中共同出現的次數：若前者較高，該情緒詞較偏向連勝文；若後者較高，該情緒詞較偏向柯文哲（即語意指向）。研究結果顯示，雖然整體來看，人們可以粗略將在政治網絡口碑中較常與連勝文共同出現的詞，分類為連勝文組；將較常與柯文哲共同出現的詞，分類為柯文哲組（研究假設二）。但人們無法分辨情緒詞與連勝文或柯文哲的相關性高低（研究假設三），更進一步檢視每個情緒詞的語意指向與人們的認知關連性是否呈正相關，也接近無相關（研究假設一）。簡言之，候選人與情緒詞在政治網路口碑中

所呈現的語意關連性，與人們對候選人與情緒詞的認知關連性，兩者之間並不一致。政治網路口碑並未反應人們對候選人的評價。

二、情緒詞價性左右人們的認知關連性

在政治網路口碑中，候選人各自有較常共同出現的正面與負面情緒詞；但在人們的認知關連性中，候選人僅與特定價性的情緒詞連結在一起。圖 4 呈現區分正面與負面情緒詞時，候選人組別、候選人相關性與人們的認知關連性之間的關係。最上方為預期結果：連勝文組的詞應在認知關連性中點 5.5 之上，並且候選人相關性與認知關連性之間呈正相關，與連勝文的相關性越高、認知關連性越高；柯文哲組的詞應在認知關連性中點 5.5 之下，並且候選人相關性與認知關連性之間呈負相關，與柯文哲的相關性越高、認知關連性越低。其中，與連勝文相關性高的情緒詞和與柯文哲相關性高的情緒詞在認知關連性上的差距應該最大，與連勝文相關性低的情緒詞和與柯文哲相關性低的情緒詞在認知關連性上的差距應該最小。但研究結果顯示，對負面情緒詞來說，除了與柯文哲相關性低的情緒詞外，其他負面情緒詞皆大於 5.5、與連勝文相關。候選人相關性與認知關連性之間的關係，只有連勝文組如預期呈正相關；柯文哲組則與預期相反，也呈正相關。對正面情緒詞來說，所有情緒詞（不論連勝文組或柯文哲組、相關性高低）皆小於 5.5、與柯文哲相關。候選人相關性與認知關連性之間的關係，柯文哲組如預期呈負相關；連勝文組雖呈正相關，但卻完全落在 5.5 以下變成與柯文哲相關。預期結果與研究結果的差異，在負面情緒詞部分，主要是預期與柯文哲相關性高的負面情緒詞，變成與連勝文相關；在正面情緒詞部分，主要是預期與連勝文組的正面情緒詞，全部變成與柯文哲相關。綜上所述，不論情緒詞在政治網路口碑中與連勝文、柯文哲共同出現的次數高低，在人們的認知關連性上，負面情緒詞大多連勝文相關，正面情緒詞則全部與柯文哲相關。

三、政黨傾向影響人們對不同價性情緒詞的認知關連性

政黨傾向是否影響人們對政治人物的評價，一直是政治傳播領域的重要議題。圖 5 依政黨傾向將研究參與者區分為泛藍與泛綠，分別檢視其對不同價性情緒詞的認知關連性。預期結果與上一小節相同：連勝文組的候選人相關性與認知關連性之間呈正相關，並分布在中點 5.5 之上；柯文哲組的候選人相關性與認知關連性之間呈負相關，並分布在中點 5.5 之下。另外，連勝文的情緒詞與柯文哲

的情緒詞在相關性高時差距最大，在相關性低時差距最小。但研究結果顯示，對負面情緒詞來說，泛藍與泛綠幾乎呈現相同模式：泛藍認為大多數負面情緒詞與柯文哲相關，僅與連勝文相關性高的負面情緒詞仍與連勝文相關；泛綠認為大多數負面情緒詞與連勝文相關，僅與柯文哲相關性低的負面情緒詞仍與柯文哲相關。對正面情緒詞來說，泛藍與泛綠差異較大：泛藍對於所有正面情緒字皆靠近中點 5.5，一半較偏向連勝文、一半較偏向柯文哲；泛綠則認為所有正面情緒字皆與柯文哲相關。綜上所述，不同政黨傾向的人對負面情緒詞的評價模式相似：無論藍綠，負面情緒詞皆與競爭對手較相關，與自己支持的候選人較不相關。對正面情緒詞的評價模式則出現較大差異：泛藍認為大多數正面情緒詞居中，沒有特別偏向連勝文，泛綠則認為大多數正面情緒詞偏向柯文哲。正面情緒詞可能呈現了柯文哲在競選中居領先地位。因此，人們對正面情緒詞在認知關連性上的差異，可能反映了候選人在輿論中的支持度；負面情緒詞因泛藍與泛綠在評價模式上相似，可能較難反映候選人在輿論中的支持度。

四、政治網路口碑：意見還是說服？

本研究顯示，採用情感分析檢視政治網路口碑所顯示的語意關連性與語意指向，與人們的認知關連性有差距。政治網路口碑中與自己支持的候選人常共同出現的負面情緒詞，人們在認知關連性上會將部分歸類為與競爭對手相關。而在政治網路口碑中與競爭對手常共同出現的正面情緒詞，人們在認知關連性上有時會將其全部歸類為與自己支持的候選人相關。這顯示政治網路口碑可能是一種說服性文本，想要影響公共領域感知道的意見氣候，或說服閱讀網路口碑的人們；政治網路口碑可能不是意見，人們不非僅透過其表達對候選人的評價。這可能也反映在政治網路口碑多由少數人所發出，其他大多數為沉默的潛水型使用者（lurkers），並沒有在網路上表達自己對候選人的評價。例如，Chmiel, Sobkowicz et al. (2011) 針對 BBC 新聞網站討論區中討論串進行情感分析，發現了冪次法則（power law）：少數特定使用者彼此之間持續的留言互動，是討論串能延續的重要因素，而大量使用者單獨留言。另外，使用者在討論串中的平均留言數越多，此討論串的整體意見傾向就越負面。Mejova et al. (2013) 檢視 2011 到 2012 年 Twitter 與美國總統候選人相關的文字訊息，發現有 15.9 萬則留言來自少數 0.2% 熱衷的使用者。這些熱衷的使用者通常有好幾萬使用者在追蹤，並擁有自己的部落格。Ceron, Curini, Iacus, & Porro (2014) 分析義大利與法國社交媒體上

的政治網路口碑，發現在社交媒體上熱衷政治與發言的意見領袖，與在真實世界熱衷政治與發言的意見領袖，在人口特徵上並無太大差異。政治網路口碑究竟是意見還是說服、與傳統民意調查的結果是否一致、能否預測選舉結果，都是值得未來進一步研究的重要議題。

五、研究限制與未來研究方法

本研究至少有以下三點限制。第一，以候選人名稱作為種字詞是否適當，值得未來研究進一步釐清。過去研究對於種子詞的選擇，多為在特定面向上具有絕對意義的詞，例如好（good）與壞（bad）、優（excellent）與差（poor）(Turney, 2002; Turney & Littman, 2003)。絕對意義可以降低其他變項的干擾（最可能的干擾變項是語法，例如否定詞、雙重否定、或程度副詞的出現，造成意義的改變），提高詞與種子詞計算結果的準確性。本研究選擇的種子詞是候選人名稱，連勝文與柯文哲，其所代表的政黨具對立意涵。這樣的作法使得人們的政黨傾向成為干擾變項，影響自動化分析的結果。第二，未控制程度副詞對情緒詞的影響。程度副詞，例如「不、不會、沒有、很、滿、超」，可能改變或加強情緒詞，也可能引發情緒。建議未來研究納入考量。第三，仰賴現有情緒詞庫，未能考量政治領域新出現的詞彙。政治傳播，尤其政治網路口碑，常常有大量的新詞或舊詞新意。使用現有情緒詞庫，無法將這些新詞或舊詞新意納入考量而影響分析結果。未來研究可以結合自然語言處理，能較精確地斷詞、標記詞性、擷取語料中含有意見表達的元素等，更完整分析政治網路口碑。

參考書目

PTT 鄉民百科（n.d.）。〈婉君〉。取自 http://zh.pttpedia.wikia.com/wiki/ 婉君

卓淑玲、陳學志、鄭昭明（2013）。〈臺灣地區華人情緒與相關心理生理資料庫——中文情緒詞常模研究〉，《中華心理學刊》，55：493-523。

Archak, N., Ghose, A., & Ipeirotis, P. G. (2011). Deriving the pricing power of product features by mining consumer reviews. *Management Science*, *57*, 1485-1509. doi:10.1287/mnsc.1110.1370

Benoit, W. L. (2014). Content analysis in political communication. In E. P. Bucy & R. L. Holbert (Eds.), *Sourcebook for political communication research: Methods, measures, and analytical techniques* (pp. 268-279). New York, NY: Routledge.

Boiy, E., & Moens, M.-F. (2009). A machine learning approach to sentiment analysis in multilingual Web texts. *Information Retrieval*, *12*, 526-558. doi:10.1007/s10791-008-9070-z

Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. (2011). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, *2*, 1-8. doi: 10.1016/j.jocs.2010.12.007

Brader, T. (2005). Striking a responsive chord: How political ads motivate and persuade voters by appealing to emotions. *American Journal of Political Science*, *49*, 388-405. doi:10.1111/j.0092-5853.2005.00130.x

Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1999). *Affective norms for English words (ANEW): Instruction manual and affective ratings*. Retrieved from The Center for Research in Psychophysiology, University of Florida: https://www.uvm.edu/pdodds/teaching/courses/2009-08UVM-300/docs/others/everything/bradley1999a.pdf

-- (1994). Measuring emotion: The Self-Assessment Manikin and the semantic differential. *Journal of Behavioral Therapy and Experimental Psychiatry*, *25*, 49-59. doi:10.1016/0005-7916(94)90063-9

Cambria, E., Schuller, B., Xia, Y., & Havasi, C. (2013). New avenues in opinion mining and sentiment analysis. *IEEE Intelligent Systems*, *28*(2), 15-21. doi:10.1109/mis.2013.30

Carpini, M. X. D., Cook, F. L., & Jacobs, L. R. (2004). Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: A review of the empirical literature. *Annual Review of Political Science*, *7*, 315-344. doi:10.1146/annurev.polisci.7.121003.091630

Ceron, A., Curini, L., & Iacus, S. M. (2015). Using sentiment analysis to monitor electoral campaigns: Method matters-evidence from the United States and Italy. *Social Science Computer Review*, *33*, 3-20. doi:10.1177/0894439314521983

Ceron, A., Curini, L., Iacus, S. M., & Porro, G. (2014). Every tweet counts? How sentiment analysis of social media can improve our knowledge of citizens' political preferences with an application to Italy and France. *New Media & Society*, *16*, 340-358. doi:10.1177/1461444813480466

Chmiel, A., Sienkiewicz, J., Thelwall, M., Paltoglou, G., Buckley, K., Kappas, A., & Hołyst, J. A. (2011). Collective emotions online and their influence on community life. *Plos One*, *6*(7). Retrieved from http://journals.plos.org/plosone/

article?id=10.1371/journal.pone.0022207

Chmiel, A., Sobkowicz, P., Sienkiewicz, J., Paltoglou, G., Buckley, K., Thelwall, M., & Holyst, J. A. (2011). Negative emotions boost user activity at BBC forum. *Physica A*, *390*, 2936-2944. doi:10.1016/j.physa.2011.03.040

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, *10*, 103-126. doi:10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054

Church, K. W., & Hanks, P. (1990). Word association norms, mutual information, and lexicography. *Computational Linguistics*, *16*, 22-29.

Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, *22*, 147-162. doi:10.1080/10584600590933160

Ekman, P. (1993). Facial expression and emotion. *American Psychologist*, *48*, 384-392. doi:10.1037/0003-066x.48.4.384

Ekman, P., & Cordaro, D. (2011). What is meant by calling emotions basic. *Emotion Review*, *3*, 364-370. doi:10.1177/1754073911410740

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *17*, 124-129. doi:10.1037/h0030377

Ekman, P., Friesen, W. V., O'Sullivan, M., Chan, A., Diacoyanni-Tarlatzis, I., Heider, K., et al. (1987). Universals and cultural differences in the judgments of facial expressions of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *53*, 712-717. doi:10.1037/0022-3514.53.4.712

González-Bailón, S., & Paltoglou, G. (2015). Signals of public opinion in online communication: A comparison of methods and data sources. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *659*, 95-107. doi:10.1177/0002716215569192

González-Bailón, S., Banchs, R. E., & Kaltenbrunner, A. (2012). Emotions, public opinion, and U.S. presidential approval rates: A 5-year analysis of online political discussions. *Human Communication Research*, *38*, 121-143. doi:10.1111/j.1468-2958.2011.01423.x

Gross, K. (2008). Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion. *Political Psychology*, *29*, 169-192. doi:10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x

Hu, M., & Liu, B. (2004, August). *Mining and summarizing customer reviews*. Paper presented at the 10th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, Seattle, WA.

Janssen, D., & Kies, R. (2005). Online forums and deliberative democracy. *Acta Politica*, *40*, 317-335. doi:10.1057/palgrave.ap.5500115

Lecheler, S., Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2013). Dealing with feelings: Positive and negative discrete emotions as mediators of news framing effects. *Communications*, *38*, 189-209. doi:10.1515/commun-2013-0011

Malouf, R., & Mullen, T. (2008). Taking sides: User classification for informal online political discourse. *Internet Research*, *18*, 177-190. doi:10.1108/10662240810862239

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, *43*(2), 58-67. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01262.x

-- (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, *36*, 176-187. doi:10.1086/267990

Mejova, Y., Srinivasan, P., & Boynton, B. (2013, February). *GOP primary season on Twitter: "Popular" political sentiment in social media*. Paper presented at the 6th ACM international conference on Web search and data mining, Rome, Italy.

Mohammad, S. M., Zhu, X., Kiritchenko, S., & Martin, J. (2015). Sentiment, emotion, purpose, and style in electoral tweets. *Information Processing & Management*, *51*, 480-499. doi:10.1016/j.ipm.2014.09.003

Nabi, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion: Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research*, *30*, 224-247. doi:10.1177/0093650202250881

Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, *2*, 1-135. doi:10.1561/1500000011

Prabowo, R., & Thelwall, M. (2009). Sentiment analysis: A combined approach. *Journal of Informetrics*, *3*, 143-157. doi:10.1016/j.joi.2009.01.003

Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I., & Comesaña, M. (2007). The Spanish adaptation of ANEW (affective norms for English words). *Behavior Research Methods*, *39*,

600-605. doi:10.3758/bf03193031

Ringsquandl, M., & Petković, D. (2013, March). *Analyzing political sentiment on Twitter*. Paper presented at the AAAI Spring Symposium on Analyzing Microtext, Stanford, CA.

Sebastiani, F. (2002). Machine learning in automated text categorization. *ACM Computing Surveys*, *34*, 1-47. doi:10.1145/505282.505283

Serrano-Guerrero, J., Olivas, J. A., Romero, F. P., & Herrera-Viedma, E. (2015). Sentiment analysis: A review and comparative analysis of Web services. *Information Sciences*, *311*, 18-38. doi:10.1016/j.ins.2015.03.040

Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Social media and political communication: A social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, *3*, 1277-1291. doi:10.1007/s13278-012-0079-3

Strapparava, C., & Valitutti, A. (2004, May). *WordNet affect: An affective extension of WordNet*. Paper presented at the 4th International Conference on Language Resources and Evaluation, Lisbon, Portugal.

Taboada, M., Brooke, J., Tofiloski, M., Voll, K., & Stede, M. (2011). Lexicon-based methods for sentiment analysis. *Computational Linguistics*, *37*, 267-307. doi:10.1162/COLI_a_00049

Thelwall, M., Buckley, K., & Paltoglou, G. (2011). Sentiment in Twitter events. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *62*, 406-418. doi:10.1002/asi.21462

Thelwall, M., Buckley, K., Paltoglou, G., Cai, D., & Kappas, A. (2010). Sentiment in short strength detection informal text. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *61*, 2544-2558. doi: 10.1002/asi.21416

Thelwall, M., Wilkinson, D., & Uppal, S. (2010). Data mining emotion in social network communication: Gender differences in MySpace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *61*, 190-199. doi:10.1002/asi.21180

Thet, T. T., Na, J.-C., & Khoo, C. S. G. (2010). Aspect-based sentiment analysis of movie reviews on discussion boards. *Journal of Information Science*, *36*, 823-848. doi:10.1177/0165551510388123

Tomkins, S. S., & McCarter, R. (1964). What and where are the primary affects? Some

evidence for a theory. *Perceptual and Motor Skills*, *18*, 119-158. doi:10.2466/pms.1964.18.1.119

Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G., & Welpe, I. M. (2011). Election forecasts with Twitter: How 140 characters reflect the political landscape. *Social Science Computer Review*, *29*, 402-418. doi:10.1177/0894439310386557

Turney, P. D. (2002, July). *Thumbs up or thumbs down? Semantic orientation applied to unsupervised classification of reviews*. Paper presented at the Proceedings of the 40th Annual Meeting on Association for Computational Linguistics, Philadelphia, Pennsylvania.

Turney, P. D., & Littman, M. L. (2003). Measuring praise and criticism: Inference of semantic orientation from association. *ACM Transactions on Information Systems*, *21*, 315-346. doi:10.1145/944012.944013

Young, L., & Soroka, S. N. (2012). Affective news: The automated coding of sentiment in political texts. *Political Communication*, *29*, 205-231. doi:10.1080/10584609.2012.671234

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 75-107, July 2018

Sentiment Analysis of Political Word-of-Mouth on the Internet: The View of Semantic Orientation

Chao, Yu-Chuan

Graduate Student, Institute of Communication Studies, National Chiao Tung University

Tao, Chen-Chao*

Associate Professor, Institute of Communication Studies, National Chiao Tung University

Abstract

Political word-of-mouth burgeons on the internet. Whether its content is reflecting public opinion, or actually attempting to influence public opinion, is still unknown. This study use the lexicon-based sentiment analysis to examine political word-of-mouth of the two candidates of Taipei Mayor in 2014, Sheng-Wen Lian and Wen-Zhe Ke. We first computed pointwise mutual information (PMI, the ratio of joint probability of the co-occurrence of two words to the chance of the co-occurrence of the same words) to estimate the semantic association between candidate names and emotional words. Then semantic orientation, which is the difference between the PMI of an emotional word to the two candidate names, was obtained to classify emotions as either in the Lian group or the Ke group. Finally, an online survey was used to assess whether the pattern appearing in political word-of-mouth matches the cognitive association in people's mind. The results show that semantic orientation in political word-of-moth and cognitive association in people's mind are inconsistent. The partisanship and the valence of emotional words moderate the aforementioned relationship. It is concluded that political word-of-mouth on the internet is in fact persuasive text, not opinion.

Keywords: sentiment analysis, pointwise mutual information, semantic association, semantic orientation, valence

---

* Email: taoc@mail.nctu.edu.tw
Received: 2016.1.12
Accepted: 2016.8.13

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 109-150．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0004

從節目模式改編的價值鏈，思考綜藝節目產業的升級與轉型：以《中國好聲音》為例

蔡珮 *

世新大學廣播電視電影學系副教授

摘要

節目模式的輸出與輸入，是傳播全球化的重要議題，僅專注節目「內容」的全球化，反而會忽視節目「模式」全球化的開發潛力。本文從文化全球化的視野，探討節目模式改編的價值鏈，從合法引進國外優質模式、學習製作技巧、發展本土創意、生產在地優質節目的過程，分析其中的資源與人力運用及改編策略，在學術上提供節目模式改編價值鏈可能的研究方向，在實務上提供臺灣娛樂節目產業轉型升級參考。本研究以深度訪談與次級資料分析《中國好聲音》，發現可資參考的作法包括：成立模式研發部門培養「模式鼻」；巧妙運用資源依賴，採取投資分成的製播分離制度，利潤來自資源「開源」而非成本「節流」；本土化對價值鏈的貢獻，不只是「內容」本土化，而是能夠整合國內有價值的資源基礎，共創「產業價值鏈」等。臺灣的綜藝節目應轉型為節目品牌經營與生產節目模式，以提升產業附加價值。

關鍵詞：中國好聲音、全球在地化、節目模式、綜藝節目、價值鏈

* Email: peitsai@mail.shu.edu.tw
投稿日期：2016 年 7 月 29 日
接受日期：2016 年 10 月 24 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、研究背景、動機與目的

McLuhan 於 1964 年提出「媒介即訊息」（the medium is the message），認為人們太過於注意媒介的內容，反而忽略媒介形式的影響 (McLuhan, 1964/2002)。同樣的，在傳播全球化的浪潮下，若太專注於電視節目「內容」的全球化，反而會讓吾人忽視節目「模式」（program format）全球化的開發潛力。電視內容的模式化是一種創造或增加收入的新取徑 (Esser, 2010)。在美國，最受歡迎的電視節目有五分之三是模式類節目；在歐洲，受歡迎的電視節目有五分之二是模式類節目，在歐美市場中，電視節目的競爭即是節目模式的競爭（謝耘耕、陳虹，2007，轉引自袁靖華，2010a）。廣告收入減少、製作成本增加與對無法改編的罐頭節目（canned program）需求下降這三重問題，使得全球的電視節目製作必須尋找新出路，節目模式因為對播出者與製作者皆有好處，因而成為解決方案之一 (Esser, 2010)。中國大陸的省級衛視娛樂節目，也從關心「節目」到關心「節目模式」，從單純的模仿複製，提升到購買國外優質節目模式，轉向深度學習與自主研發創作（周敏，2015）。足見電視娛樂節目產業在面臨資金不足的困境時，研發節目模式，將市場轉向全球，是產業轉型與提高產品附加價值可行的方向。

臺灣綜藝節目產業，似乎有愈來愈走下坡之勢，電視產業應如何變革，轉換既有的生產模式，乃是當務之急。原本有綜藝王國稱號的臺灣，綜藝節目曾是亞洲華人的中心，包括中國大陸等其他國家都曾來臺取經。三十年河東，三十年河西，大約從 2004 年《超級女聲》時代開始，大陸電視人就不再那麼依賴臺灣，甚至，臺灣電視人王壯瑞認為臺灣綜藝節目在 1999 年就開始走下坡（李邑蘭，2015 年 9 月 18 日）。近年，諸如第五十屆金鐘評審主委藍祖蔚評論現在的綜藝節目普遍品質低落、創意不足（葉君遠，2015 年 8 月 26 日）；節目抄襲日本、中國大陸、荷蘭等國家的綜藝節目內容屢見不鮮（見今日新聞影劇中心，2011 年 3 月 20 日；賈培德，2015 年 8 月 13 日；楊睿愷，2009 年 5 月 31 日）。《蘋果日報》報導更是直言：臺灣綜藝節目倒退嚕，抄襲中國節目（蔡維歆，2013 年 3 月 2 日）。

曾經在電視綜藝節目製作上落後於臺灣的中國大陸，近幾年究竟歷經了甚麼樣的轉變，讓臺灣的綜藝節目開始倒退嚕的仿效？甚至是望塵莫及？最常聽見的說法是：大陸製作單位以廣告置入和冠名贊助募集充沛資金、製作經費出手闊綽、布景與設備豪華、場面浩大、大手筆向國外購買節目模式，所以屢屢能創下高收

視率。然而，難道僅憑藉這些因素就可以超越臺灣嗎？臺灣資深製作人薛聖棻前進北京衛視製播《最美和聲 3》，[1] 發現兩岸製作電視的方法和思維大不同，他認為臺灣的電視製作環境，很多事就算拿到了經費也做不出來，臺灣的電視圈缺的其實不是錢，而是態度和想法（葉君遠，2015 年 8 月 8 日）。筆者以為，臺灣電視產業欠缺的態度和想法，起因自短視近利，吝於投資時間與金錢在「創意的研發與生產」，製作單位沒有長遠規劃與培養「創意人員」與「節目研發中心」的編制，靠著零星散打賺一票就走的心態，僅想藉由模仿國外零碎的節目點子，賺取眼前的收視率，完全沒有整套的製作模式與產業鏈規劃可言。好比我們眼見《中國好聲音》的成功，僅見到臺灣的中天電視臺以 1 集 10 萬元買《中國好聲音 2》，播出後贏得高收視（今日新聞娛樂中心，2013 年 9 月 19 日），臺灣的製作單位卻不願意自己製作《臺灣好聲音》，把音樂人才的舞臺留在臺灣。且臺灣要製作出超越《中國好聲音》，恐怕不只是李方儒所言的：場面比不過《中國好聲音》，但評審一定要比它漂亮；臺灣有名的歌手、歌星或製作人遠遠超過大陸（TVBS NEWS，2012 年 10 月 20 日）。這其中仍有許多在地化的改編策略值得仔細審視。

2013 年被中國大陸電視界稱為「模式年」，「模式」迅速提升了中國大陸電視生產的水平，也同時引發電視人對於原創力的思考：是被其激發了靈感？還是由此產生了惰性（世熙傳媒，2014 年 8 月 26 日）？於是，北京世熙傳媒與上海電視節於 2013 年共同推出首屆「中國電視節目模式大賽」，鼓勵自主原創，自 2015 年升級為「中國模式日」，第二屆「中國模式日」舉辦高達 27 場座談，其中主題論壇之一便是討論「中國如何成為模式原創和輸出國」（傳媒內參，2016 年 6 月 3 日）。這些積極作為，讓中國大陸從國外節目模式的引進、學習、消化吸收，開始邁向自主原創，由節目模式輸入國逐漸走向輸出國。反觀臺灣，對於如何引進節目模式、引進之後該如何本土化製作並從中汲取製作經驗，毫無所悉，更遑論有向全球輸出臺灣原創節目模式的企圖心。

所謂「電視節目模式」（TV program format），係指一種樣板（template）或製作方法，讓特殊的產業知識能夠成套包裝以促進節目再製的過程 (Moran, 2009)。電視節目模式的交易，在 1990 年代以前十分罕見，但從 1990 年代之後，其交易數量由 2002 至 2004 年的 259 個，增加到 2006 至 2008 年的 445 個，其產值也由 64 億歐元增加到 93 億歐元 (Esser, 2010)，提升了 45%。足見節目模式已

1　《最美和聲》是北京衛視購買美國 ABC 電視臺 *Duets* 版權的歌唱真人秀節目，於 2013 年開播。

成為重要的電視節目產製思維，這也是媒體全球化的重要作法之一。

節目模式的輸出與輸入，是一個傳播全球化的重要議題。不過，臺灣的電視臺仍是以內需市場經營為主，對於節目輸出工作抱持的態度較被動（劉啟宇，2006），且是以節目「內容」的輸出為主要思維。李政忠（2003）指出，臺灣學者在研究媒體全球化時，多半著墨於文化接近性的相關因素（即內容去地化的要素），同時多採取閱聽眾的角度切入，而非業者的策略考量，針對媒體全球化議題經營策略的討論並不多見。蘇蘅（2004）也表示，臺灣傳播界關於全球化的研究，在市場策略與發展仍有很大的研究空間。因此，本文將以業者的策略考量，探討節目模式改編的價值鏈，從合法引進國外優質模式、學習製作技巧、發展本土創意、生產在地優質節目的過程，分析其中的資源與人力運用及改編策略，提供臺灣娛樂節目轉型升級參考。

關於模式研究的現況，目前仍屬於一個有待深耕的新領域，尤其在臺灣更是欠缺。Esser (2010) 發現目前的節目模式研究，大部分是以內容分析研究單一國家的實境秀節目內容，僅有少數文獻著墨於文化比較研究，例如：Skovmand (1992) 以文本分析探討遊戲節目的在地化改編；Frau-Meigs (2006) 批判《*Big Brother* 的意識形態並認為該節目造成跨歐洲的同化效果；Mathijs & Jones (2004) 研究 *Big Brother* 的國際觀眾接收分析。以全球化和媒體工業角度分析電視節目模式的學術研究仍十分有限 (Esser, 2010; Kretschmer & Singh, 2009; Kunz, 2010)。因此，本文從價值鏈分析節目模式的改編，將可為此領域累積寶貴的學術研究成果。

在中國大陸，已經有許多關於電視節目模式的研究，甚至不少電視製作單位也和學術研究單位合作，開始節目模式各式各樣的研討，例如：2013 年 11 月 17 日在四川電視節「國際電視節目模式推介和主題沙龍討論」中，大陸的傳播業專家就中國產製的節目模式如何進入國際市場進行了深刻的討論。北京世熙傳媒也從「模式引進」走向「自主研發」再到「模式輸出」，將建立一個 20 人的模式研發中心，計畫每年研發出 20 個原創節目模式（〈節目模式「中國造」成趨勢　原創節目將返銷海外〉，2013 年 11 月 22 日）。浙江廣電集團節目研發中心也邀請浙江傳媒學院影視藝術學院的袁靖華副教授，開設國外創新節目模式觀摩講座（見袁靖華，2010b）。看在國內的廣電學術界眼裡，怎能不讓人焦急與憂慮？節目模式的電視產業研究在國內幾乎闕如，且節目模式的研發與輸出並非一蹴可幾，但我們可以先從分析節目模式輸入的產業鏈與本土化改編技巧，汲取當中的智慧，思考臺灣電視節目產業的轉型。

我們可以發現，中國大陸的傳播業者已經開始意識到，以「節目模式」改編

作為學習如何自創節目模式的優點並積極作為，反觀臺灣的傳播業似乎還停留在以「節目內容」輸出為主的思維。鑑於此，本文希望藉由分析同屬華人文化的中國節目模式改編成功個案，汲取寶貴經驗，描繪具體的模式改編價值鏈，如此不僅能嘉惠臺灣電視節目產業，同時也能具體體現節目模式價值鏈的概念。因此，本文由傳播業者的節目模式改編技巧與價值鏈經營開始探討，實地探訪中國大陸如何引進國外成功的節目模式，深入瞭解其本土化的創意發想、製作經驗與品牌行銷策略，將節目模式改編的經驗帶回給國內業者參考，也希望藉此讓傳播教育界思考如何設計相關課程培育節目模式改編與研發人才。

貳、全球化視野下節目模式改編價值鏈的探討

凡是組成節目特徵的元素總和都可視為節目模式，從可交易性（tradability）的層面來定義「模式」，「模式」經常會被描述成一個「食譜」（recipe），其內容包括必要的烹調原料，這是將一個想法具體化之後，以「製作聖經」（production bible）的形式銷售，這一本生產資訊的彙編包括了：技術要求、課程訓練、拍攝時間表、人員名單、預算試算表和任何對製作團隊有價值的內容，來自於生產國和接收國的繪圖和影像軟體都可以補充進製作聖經中，並且，智財權仍屬於原創者，而被授權者的成功改作也會被整合進聖經當中 (Esser, 2010)。因此，這是一種會不斷「增值」的智慧財，而且是整合全球被授權者的創意來增值，和只能一次性銷售的節目內容成品大不相同。

節目模式的發展，在 1990 年代以後成為重要的電視節目產製思維。在千禧年之前，荷蘭 Endemal 公司製作的 *Big Brother* 電視實境秀節目模式，在短期間就銷售至世界各國，估計有七億四千萬觀眾收看，營收高達百億美金 (Bazalgette, 2005)。2007 年，在美國電視黃金時段播出模式化的國際節目內容比例已達近 27%，收視率也受惠於這些節目，預測美國將會減少投資在需要撰寫劇本的昂貴節目上，而會以一個更為開放的眼光，接收來自世界其他國家生產的節目創意點子 (Esser, 2010)。

節目模式不僅為輸出國帶來可觀收益，也為輸入國帶來不錯的營收，以輸入英國 *Pop Idol* 模式的美國 *American Idol* 為例，*American Idol* 的經銷收入預估高達 25 億美元，它同時帶來一年 5 億美元的電視廣告營收，外加 3 千到 5 千萬美元的贊助交易 (E-BULLETIN, January 15, 2007)。Esser (2010) 預期，節目模式的製作將會在美國以外的地區大幅成長，因為對美國以外的節目製作者而言，節目

模式的交易開啟了出口的機會並增加額外的收入，而這些收入是不會來自已完成內容的節目。以英國為例，2007 年節目模式的銷售就占所有節目銷售的 41%。由此可見，以節目模式創作作為電視節目產業轉型的作為，無論是自創輸出國，或是改編輸入國，都帶來更為可觀的效益。

節目模式的全球交易，可以從組織經濟學與組織社會學的角度來探討，亦可由文化全球化的觀點來探討。前者如 Altmeppen, Lantzsch, & Will (2007) 以 Giddens 結構化理論觀點，整合資源基礎理論與資源依賴理論，認為從資源依賴的角度，可觀察在模式交易中的業者，如何藉由對多重資源的依賴，降低環境中的不確定性；同時亦可由資源基礎理論，探討業者具有何種核心資源並善加運用以締造成功。屬於組織經濟學的資源基礎理論，提出者 Wernerfelt (1984) 主張思考企業策略的方向，應由「產品」轉向「資源」的角度。企業可藉由本身資源與能力的累積與培養，形成長期且持續的競爭優勢 (Barney, 1986)。資源基礎理論是以企業本身為重點的內省觀點，強調企業核心能力或無形資產的重要性 (Porter, 1991)。因此，企業應致力掌握有價值、稀少、不易模仿與不可取代之特殊資源 (Barney, 2001; Peteraf, 1993)。企業會因為不斷累積資源而產生強大競爭優勢，帶來永續的生存與發展 (Wernerfelt, 1984)。也就是說，一個企業所累積擁有的核心、不易取代的資源，是該企業獲取利潤與競爭力的主要來源。

相對於組織基礎理論看重企業內部核心資源，組織依賴理論將焦點放在組織外部資源的取得。Pfeffer & Salancik (1978) 指出，組織需要從外部環境取得資源以存活，但因為外部環境充滿不確定性，因此需處理外部環境的威脅，以降低環境中提供資源的不確定性，也就是設法降低對外部關鍵資源供應組織的依賴程度，並尋求相對穩定的掌握方法。而組織為了降低對外部組織的依賴度，通常會利用一些戰略重新建構與外部資源持有者之關係，實施諸如：策略聯盟、合資、垂直整合、水平合併等 (Casciaro & Piskorski, 2005; Daft, 2001)。而組織間相互依賴的前提為：彼此擁有對方所需之資源；該項資源除了彼此之外難以取得；其中一方對該資源有相當的控制權 (Bourantas, 1989)。

從文化全球化的角度探討節目模式的學者，對於節目模式的全球化與在地化見解各有千秋。Chalaby (2013) 認為，節目模式讓本土被看見，讓全球隱形。原因是節目模式對業者而言是國際性的，但是對觀眾而言卻是在地的；從節目模式跨國輸出，包括模式規則的越界來看，節目模式是國際的；但本質上，運用這些規則去創造角色與故事，引發的是在地的共鳴。不過，Weissmann (2013) 則提出「另一種在地」（the *other* local）的觀點，認為這種在地仍然與本土的在地有別，

原因是閱聽人可藉由更多的傳播科技管道接觸到節目模式的原始版本，除了可擴展他們觀影的愉悅外，也可能會因為看到原作而對在地的改編版本產生不滿（因為沒有原版好），因此，「在地」的理解出現了第二種意涵：一種有別於本土文化的特殊與差異，這也同時提醒吾人在評估改編的節目模式時，不僅是這些節目模式被本土化改編的能力，也要評估它們能夠持續提供觀眾多少變化與差異性。關於學術界在研究節目模式的跨國改編與再製時，Knox (2013) 發現，當吾人愈是去比較差異、探索異質性，就愈發現同質與相似性的存在，普遍性（universal）頑固地拒絕消失，由於全球與在地是緊密關連的，當全球與在地的相互影響被敏銳地檢視時，對於全球的微妙理解就會油然而生。然而，全球與在地有時並非均等地存在，Moran (2010) 便指出，在節目模式的國際交易場合，國際通用語言英語之於電視模式產業依舊強勢，但節目模式文化則選擇不同調，使得模式的在地改編有其必要性與必然發生，在節目模式的文化層面，隨著全球的英語鬆綁，取而代之的在地語言維持並延續了文化認同。

節目模式意味著一種非特定、全球的、去國家化的節目樣板正在發展，該樣板的內容能夠依照特定地區或國家的觀眾接收情境而被客製與本土化 (Moran, 2009）。節目模式反映出電視全球化的新階段，電視節目全球化不再主要藉由製作好的節目內容，而是藉由智慧財產權以及專門知識與技術的交易 (Baltruschat, 2009: 55)。節目模式宛如一個可以再製成功電視節目的食譜，在另一個國家改編後，看起來就像是本土的節目；因此，節目模式的交易重點不在節目產品的本身，而是經過成功測試的製作概念（concepts）(Altmeppen et al., 2007)。並且，節目模式之所以成功，關鍵之一是來自風險的控管（藉由已在其他市場驗證成功的概念）與成本的降低（透過漸進地完善生產模式）；另一關鍵是來自在地與全球的結合 (Chalaby, 2013)。此種思維將電視節目全球化策略的焦點，置於節目模式全球化與在地化的連結，輸出國僅提供節目模式的創作與服務，讓輸入國自行填補客製內容來吸引在地觀眾，輸出節目模式的公司無須考量以往因節目「內容」產生的文化折扣、配音、翻譯字幕等問題，反而可以更專注於開發新的節目模式，賺取較輸出節目內容更高的授權金與投資報酬，因為相較於勞力密集的攝製所花費的成本，這種以腦力開發節目模式的成本相對較低。正如 Magder (2004) 所言，節目模式的製作成本相對較低，但傳布卻更為廣泛。

電視如果是文化創意產業，必然需要有產業化運作的內容產品，而文化創意產業的價值鏈，就是一條以「創意」生產、傳輸和消費為核心環節的價值鏈（袁靖華，2010a）。「價值鏈」一詞，由 Michael Porter 於 1985 年提出，作為

分析企業的競爭力與建構競爭策略的分析工具。Porter (1985) 認為，企業的競爭優勢可藉由一套可創造價值的系列活動，使企業達到差異化而擁有競爭優勢。原先 Porter 將一般企業的價值活動分為主要與支援兩類，主要活動包括：進料後勤、生產作業、出貨後勤、行銷銷售與服務；支援活動包括：企業基礎設施、人力資源管理、技術發展與採購 (Porter, 1985)。不過，在節目模式產業，價值鏈則別有一番風貌。Altmeppen et al. (2007) 以德國的電視節目 *Ladykracher* 為例，探討節目模式國際市場交易的價值鏈，提出「流動的組織網」（flowing organizational networks）來描述實務上的交易，因為在價值鏈的每一個階段，幾乎都涉及一批不同的參與者與組織，其間的合作關係同時包含了水平與垂直的整合（如圖 1 所示）。

在原創的國內市場方面，主要包括四個階段：第一階段是模式概念的創作與發展，由模式的創作者來執行，創作者可能是模式開發者、製作人或電視臺；第二階段是節目模式的取得與發行，發行者可以是模式交易商、製作人、電視臺或是模式開發者；第三階段是節目模式的製作，此階段通常由單一組織進行（電視臺自製或委外給製作人製作）；第四階段是節目模式的播映，透過電視播映平臺播放予閱聽人觀賞 (Altmeppen et al., 2007: 97-98)。在上述國內的價值鏈中，我們可以區分為上、中、下游。位於價值鏈上游的是節目模式研發機構，出售節目模式成品或節目模式執行腳本的版權專賣是主要營利途徑；處於中游的是購買節目模式版權以製作節目或是單純購買節目產品播映權的相關機構，透過節目的製作

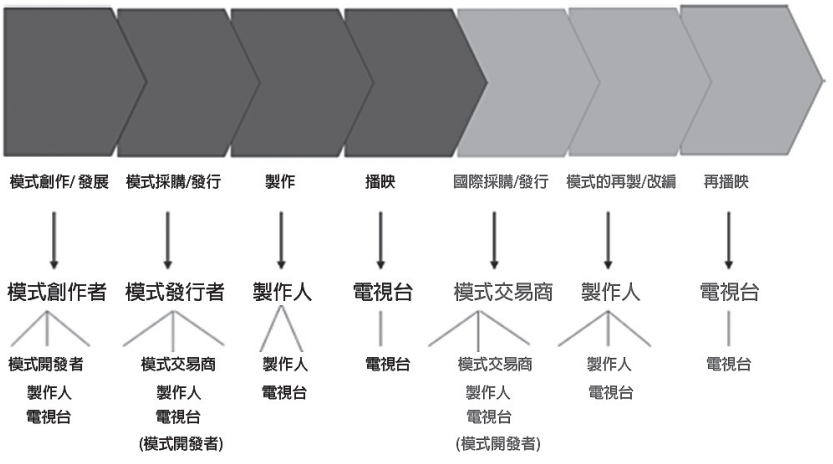

圖 1：節目模式在國際電視市場的價值鏈

資料來源：Altmeppen et al. (2007: 98)。

與播出，獲得廣告收益；位於價值鏈下游的是觀眾的收看、點播或音像產品的購買，節目播出機構與合作方通過向觀眾兜售節目獲得收益（袁靖華，2010a）。

本文關注的節目模式改編，主要是第五至第七個階段，節目模式銷售至海外的延伸階段，此延伸階段的前提自然是節目模式已通過市場驗證成功。在國外市場的價值鏈，主要包括三個階段：國際授權的採購與發行；模式的再製與改編；以及再播映階段 (Altmeppen et al., 2007: 98)。在國際節目模式交易中，有兩個核心的過程，該過程是交互流動的：購買成功節目模式的取得階段以及改編模式以適應在地文化要求的再製階段。當被授權者完成模式授權合約後就會進入製作階段，被授權者購買了模式的改編權與播映權，授權者須將模式的技術（know-how）移轉，這當中包括了製作聖經以及提供有經驗的製作人員親赴國外提供製作上的指導與諮詢，這是一個極為動態又富有彈性的過程 (Altmeppen et al., 2007: 100-102)。

在上述價值鏈中，無論是模式原創國或引進國，皆須吸引觀眾收看，以增加模式節目的收益，也因此有所謂「加強版」（enhanced）節目模式。以實境秀 *Big Brother* 為例，電視投票是眾多加強手法之一，其他手法還有網站近用、參與節目的聊天網站與增加一系列的手機服務，包括：節目下載、節目快訊（有關節目新發展的新聞）、比賽、贊助商促銷活動以及串流視頻 (Sabbagh, August, 2005)。實境秀尤其能透過跨平臺的近用，增加觀眾的互動，同時也增加製作人的額外收益，觀眾透過電話或簡訊投票，讓相關的贊助商（如：電信公司）也產生收益，線上互動的模式如：部落格與評論、網路商店販賣手機鈴聲以及偶像衣服與帽子等，正快速成為標準化的跨國市場 (Baltruschat, 2009)。

Altmeppen et al. (2007) 提出的節目模式價值鏈，可以看出其中蘊含著資源基礎與資源依賴的運用，只是，在全球化知識經濟跨國流動的價值鏈中，人力的流動及整合和資源的運用同等重要。McKercher & Mosco (2010) 認為，可以從知識工作的縱軸與橫軸，來思考全球價值鏈中知識工作者面臨的在地與全球間的競合與挑戰。縱軸從知識工作最狹隘到最廣泛的定義，即從腦力工作為主的核心創意生產工作者（如：Florida (2002) 所謂的「超級創意核心」與「創意專業人士」），到以勞力為主的知識工作者（如：電腦組裝人員、客服中心人員）；而且，在知識工作的研究中，似乎隱含著社會階級，腦力的創意人員較享有特權。我們可以發現，在 Altmeppen et al. 繪製的節目模式國際交易價值鏈中，幾乎都是偏向腦力為主、知識密集的模式創作者、發行者、交易商或製作人，其餘偏向勞力的知識工作者則語焉不詳甚或失去身影。McKercher & Mosco 所描述的知識工作橫軸，

橫向光譜的兩端分別是純粹的內容生產與純粹的技術生產，當同時考慮縱軸與橫軸的工作分配時，較能理解在知識工作中勞心與勞力者所面臨的機會與挑戰。這也引發筆者思考：亞洲國家的節目模式改編價值鏈，所涉及的勞心與勞力者有哪些角色？他們的機會與挑戰為何？和 Altmeppen et al. 的價值鏈是否相同？

以 Altmeppen et al. (2007) 提出的「國際電視市場節目模式價值鏈」觀之，我們會再次發現，此類型傳播產業的全球在地化過程，並非模式輸出國要考慮在地化的事宜，而是由模式輸入國作為在地化的主導者，與原創輸出國以及在地的資源與限制協商在地化的策略。只是，不同輸入國的改編價值鏈，是否會因為在地的風土民情不同而隨之增減？在地資源的差異性會帶給該價值鏈何種改變？為了進一步探索上述問題，本文將以 Altmeppen et al. 提出的價值鏈作為基礎，並納入資源基礎理論、資源依賴理論以及 McKercher 與 Mosco 關注知識工作在全球價值鏈當中的參與及挑戰，分析華語地區成功的節目模式在地化改編價值鏈如何善用內部與外部資源，為業者帶來競爭優勢與利潤。所謂善用內、外部資源，在一國之內，指的是企業內部與企業外部資源的整合與運用；在全球化的情境中，則是指國際與國內、全球與本土資源的運用。又加強版的節目模式可創造更多的營收，本文也將探討此種升級版可以如何結合外部資源，將其納入改編策略，共創競爭優勢。

由於節目模式的國際交易是一種文化全球化的現象，因此，在分析時亦需注意全球與在地兩者間的辯證，會如何影響價值鏈中資源與人力的消長。文化全球化的觀點提醒著吾人：本土文化可以成為全球文化發展的基礎與框架 (Giddens, 1990)；全球化與（再）地方化是同時發生，在地會受到全球的影響，在地也同時影響著全球 (Robertson, 1992)。循此，若能同時納入文化全球化的觀點來檢視節目模式改編的價值鏈，便不會忽略價值鏈當中的全球在地化策略是如何運用資源與人力，為企業帶來競爭優勢。尤其在全球地方化的驅使下，地方文化與產品有可能風行全球，因此，華人地區引進外來節目模式，如何結合全球與在地的資源與人力進行在地化改編，讓地方文化的實踐可以連結全球華人的目光，嘉惠改編價值鏈，這些都是本文探討的焦點。

參、研究問題與研究方法

本文以節目模式國際市場交易的價值鏈做為架構，詳加探究電視節目改編的全球在地化策略，如何善用資源與人力提升競爭優勢，透過蒐集實務層面每

一階段的執行細節，以建構成功的節目模式改編價值鏈模型。為了具體描述施行的細節，本文挑選《中國好聲音》做為節目模式改編的分析案例，以瞭解一個西方的節目模式，如何在東方的社會中也能成功？改編的過程運用了哪些內外部資源達成在地的全球與全球的在地？選擇的理由如下：一、荷蘭是全球排名前三名的節目模式輸出國 (The Format Recognition and Protection Association [FRAPA], 2009)，選擇該國輸出的模式具有一定指標性，「好聲音」正是荷蘭輸出至中國大陸的節目模式；二、達人秀與實境秀是節目模式中最賺錢的類型 (Baltruschat, 2009; FRAPA, 2009)，《中國好聲音》兼具以上兩種類型的特色。並且，《中國好聲音》在第一季開播後，收視率就高居同時段第一，收視率破 4%（新藍網，2012 年 9 月 11 日），節目廣告從最初每 15 秒 15 萬人民幣，飆為每 15 秒 36 萬人民幣，開播後兩週內，浙江衛視就回收了成本（鄭爽、胡芷滔，2012 年 8 月 17 日），[2] 冠名費也從 2012 年第一季的千萬級搖身為第三季的 2.5 億元（任佳，2015 年 9 月 10 日）。能夠締造如此佳績，值得深入研究。

本文的具體研究問題如下：

研究問題一：《中國好聲音》的模式改編價值鏈和 Altmeppen et al. (2007) 所描繪的價值鏈有何不同？提供了哪些知識工作者機會並整合於其中？

研究問題二：在節目模式改編的價值鏈中，為取得有競爭力的獨特資源，引進節目模式時，需考慮哪些因素？引入「好聲音」模式的考量為何？

研究問題三：在改編階段的價值鏈中，《中國好聲音》如何整合內外資源，進行成功的在地化改編，達到中國本地與海外華人觀眾市場雙贏的局面？改編時考慮了哪些本土與全球的因素？

研究問題四：「再播映」階段的價值鏈中，《中國好聲音》如何整合內外資源，提升競爭優勢？是否有本土衍生的價值鏈共同創造了營收？

為了回答上述研究問題，本研究深度訪談上海燦星文化傳播有限公司製作《中國好聲音》的宣傳總監（代號為受訪者 A），以及北京世熙傳媒的執行總裁（代號為受訪者 B）取得主要研究資料。而為提升質性研究的信效度，可藉由不同的蒐集資料方法，如：訪談與相關文件資料的蒐集等，檢驗資料的真實性 (Denzin, 1989; Denzin & Lincoln, 2000)。因此，本文採取「方法」間的三角校正，以次級資料分析（蒐集 2012 年迄今為止關於中國大陸引進節目模式以及《中國好聲音》的相關報章雜誌資料、學術論文及市場調查報告作為參考），以瞭解同

2　《中國好聲音》第一季的製作費為 8,000 萬人民幣的製作成本、2,000 萬人民幣的音響設備，80 萬人民幣一把的導師轉椅（新藍網，2012 年 9 月 11 日）。

屬華人社會的中國，其改編節目模式所採取的在地化策略成功作法。此外，由於改編的節目模式都是在原創始國經過驗證成功的節目，而本研究的個案《中國好聲音》是由荷蘭引進，因此，本研究亦深度訪談了兩位荷蘭的資深節目模式從業人員，一位是自 1989 年即投入電視節目模式產業的資深模式創作者與開發者（代號為受訪者 C）；另一位是曾任職於 Endemol 等知名模式製作公司的模式節目製作人員，具有製作實境秀、遊戲節目與紀錄片模式等經驗（代號為受訪者 D），以瞭解在電視節目模式的國際價值鏈中，能夠風行全世界的節目模式其共通要件為何，這也是 Knox (2013) 所提醒的，在探索在地化的異質性時，勿忽視普遍性的存在。筆者在 2015 年 2 月及 2016 年 1 月，分別親赴荷蘭、上海及北京親自深度訪談受訪者，每位受訪者的訪談時間為 1.5 ~ 2.5 小時。

在 2012 年 7 月開播的音樂真人秀節目《中國好聲音》，其節目模式源於 *The Voice of Holland*（《荷蘭好聲音》）。該模式於 2010 年由 John de Mol 和 Roel van Velzen 創造，在荷蘭 RTL4 電視臺播出，創下 18.2%（300 萬人）的收視奇蹟（李晨，2014；汪寶根，2014）。荷蘭 Talpa Media 公司發展與製作該節目，中國大陸的版權代理公司 IPCN 於 2011 年從 Talpa 手中買斷其在中國的獨家發行權，將製作權授予燦星、播出權授予浙江衛視（彭靖，2012 年 11 月 12 日）。星空傳媒旗下的燦星製作從 IPCN 手中買下 *The Voice* 的三季中國版權（汪寶根，2014），打造出高收視率的改編模式節目《中國好聲音》。臺灣的中天電視臺購入《中國好聲音 2》，也在臺灣贏得高收視。可見《荷蘭好聲音》節目模式引入中國後，經過本土化改編後，還能成功行銷到其他華人國家，的確有其可取之處。

世熙傳媒是中國引進節目模式最早、本土化創新能力最強的傳媒企業，專注於節目模式的原創、引進、行銷及內容製作，也是中國最早成立模式研發中心和海外版權行銷中心的傳媒企業之一，致力於中國原創節目模式的研發和全球輸出（世熙傳媒，n.d.）。臺灣目前仍然沒有針對電視節目模式產製有組織與有規模地進行研發的單位，相信世熙傳媒引進國外節目模式的經驗，亦可提供臺灣傳播業參考。

肆、研究發現：節目模式改編價值鏈中的資源運用與全球在地化策略

下文的研究發現，將著重在本土企業本身資源的競爭優勢以及本土環境所提供的資源運用，從內部基礎資源與外部資源依賴的調控，探討節目模式改編價值

鏈中全球在地化的策略。最後，再於結論中描繪整體的價值鏈模型。

一、節目模式國際授權的採購與發行階段

《中國好聲音》的版權購買費用，高達 200 多萬人民幣，付出高額的節目模式交易費，模式輸入國究竟買到了甚麼？首先，輸出的版權方會提供幾百頁的節目「聖經」（或模式指南），是一本關於該節目模式在生產國的成功經驗，從情節設計、臺詞腳本、節目排檔、目標觀眾、收視率、閱聽眾的人口統計學資料、燈光、音樂、流程，甚至連邀請函和報名表的寫法都有傻瓜式的說明；同時，模式提供方還會提供諮詢服務、派專人進行現場指導，通常是採取資深製作人對原創節目的監督，以及在改編的前製階段提供建議（白朝陽，2012 年 8 月 20 日；Moran, 1998）。以實境秀為例，其內容包括製作整個節目的基礎材料，如：情節、樣本腳本、角色個性、參賽者、評審、攝影與剪輯工作、視覺製圖、觀眾互動性等，這些鉅細靡遺的內容是要保障節目模式製作人的識別性與著作權，也同時提供購買國將全球的概念改編為在地化的內容，以符合在地觀眾的偏好 (Baltruschat, 2009: 55)。

但業界仍然有人不想合法購買模式版權，認為只要分析實際的節目內容就能有樣學樣，中國最大的國際節目模式引進公司北京世熙傳媒不苟同如此目光短淺的作法，因為這只學到皮毛，不會自己創作出可以賣版權的節目模式。

> 表面上去理解模式節目只是一個型態而已，可是真正你要理解到模式內涵的話，它就是一個非常理性化、非常先進、帶有工業化生產印記的生產方式，主要我們學的就是這個模式它是怎麼來的，為什麼會有這個想法，在執行過程當中它注重哪些元素，它的核心元素到底有哪些，什麼是這個節目的靈魂，最關鍵的地方到底是什麼，對我們以後模式的創造，肯定有很大幫助。（受訪者 B）

如同中國《我心唱響》副總導演楊萍所言，很多在國外成功的綜藝節目，並不是表面上看著模仿就能達到預期效果，大量的操作細節和技術技巧隱藏在幕後，若不願購買版權，只想照著葫蘆畫瓢，往往無法深入精隨（白朝陽，2012 年 8 月 20 日），不啻給臺灣的電視從業人員敲了一記警鐘。

引進成功的節目模式，便是藉由獲取有價值與不易取代之特殊資源來提升

自我的競爭優勢，不僅可以學會如何自我創作新模式，還可以減低電視製作的風險。然而，即便是節目模式創作成熟的荷蘭，成功的節目模式，比例大約也只有1%（受訪者 C）。那麼，究竟要如何創作出成功機率較高的節目模式？觸動人性中普遍且核心的情感（例如：愛、希望等），似乎是不二法門，只是不同文化的人追求這些情感的方式不同，所以需要在地的改編（受訪者 C & D）。

無獨有偶，燦星製作總裁田明及製作團隊也有類似的想法：生產「正能量」，做全球化時代觸及心靈的華人娛樂，用國際級的電視節目水準，向全世界傳遞中國夢，表達中國人的生命自強和文化自信，是《中國好聲音》成功之鑰（新藍網，2012 年 9 月 11 日）。由此可知，成功的節目模式無論是全球輸出或是在地改編，其成功要件浮現 Knox (2013) 所謂的「普遍性」，即是觸動人性中正向的普世價值。

面對市場成千上百個節目模式，究竟要如何挑選最具冠軍相的模式？世熙傳媒有一套嚴格的篩選標準，該公司設有專門的模式部，每年去法國坎城 MIPCOM 影視節購買模式前，就已經將世界上所有在電視播映的模式都蒐集來篩選出一批節目，然後再由有經驗的編導、製作人員和高階主管開模式會議，挑選出來的模式，模式部門會就其在當地播出的收視情況、製作成本等做審慎評估，最後篩選出來的才會派員去 MIPCOM 影視節洽談版權（受訪者 B）。

> 購買版權時，除非是大家覺得都很好，否則我們不一定是馬上就買斷，而是買它幾個月的版權，然後到各個電視臺去推銷，如果電視臺決定了，我再去把它在中國的所有權買斷。……即便是沒有電視臺要做，買斷的版權因為是我們的，別人要做也做不了。（受訪者 B）

由此便知，購入版權是有風險的，很可能會血本無歸，但若是眼光精準，不僅電視臺搶著要，其他的製作公司也會因為中國版權被買斷，只能望物興嘆。無獨有偶的，從 Talpa 買斷「好聲音」在中國獨家發行權的版權代理公司 IPCN，也有類似的精密節目模式篩選系統。IPCN 在倫敦和上海的團隊每周定期會開選片大會，過濾幾十個來自全球的電視模式，最終由管理層挑選大約 20% 的節目模式。取得節目模式版權後，IPCN 扮演製作聖經的「解碼者」，不是純粹的翻譯，而是解讀聖經使其更加本土化，讓聖經的精髓可以準確傳遞給本土化的團隊；IPCN 亦會揣摩聖經中哪些規定是可以改動的，哪些地方是可以本土化的，哪些地方是必須要遵循的，並據以協調版權方與製作方（彭靖，2012 年 11 月 12 日）。

這種解譯與居中協調的能力，就是 IPCN 獨特的核心資源與價值。

不過，版權爭奪市場上仍有機巧，2016 年燦星製作未能順利取得「好聲音」的續約，造成浙江衛視將節目名稱暫時更名為《中國新歌聲》，不過，燦星製作仍繼續透過法律訴訟來確定《中國好聲音》節目名稱的所有權歸屬（〈好聲音暫更名「新歌聲」〉，2016 年 7 月 7 日）。《中國好聲音》的版權之爭，據燦星製作表示，是荷蘭 Talpa 公司單方面拒絕與燦星談判續約，燦星 2012 年以人民幣 200 多萬買下「好聲音」的中國版權，隔年 Talpa 即以中國有其他衛視及製作公司願意出高價購買，欲將版權喊價到 1 億人民幣，最後談判每年以 6 千萬人民幣續約直到 2015 年，且燦星擁有到 2018 年之前的獨家續約權，但在 2016 年初，Talpa 要求燦星必須承諾每年支付高達數億元人民幣的模式費才願意續約談判，最後，《中國好聲音》的版權被唐德影視以 6 千萬美元（約 20 億臺幣）獨家買走（王惠琳，2016 年 1 月 31 日；李麗，2016 年 1 月 29 日）。四年來 Talpa 公司除了第一季曾派一人來現場工作了兩天之外，其餘均未介入，如此便在四年賺走了兩億人民幣（李麗，2016 年 1 月 29 日）。該事件讓吾人更加瞭解兩件事：位在模式價值鏈最上游的創作者，是 Florida (2002) 所謂的「超級創意核心」知識工作群，他們設計的創新產品廣為流傳並能獲取最大利潤，因此力爭「上游」，是許多模式輸入國最終該努力的方向；同時，也凸顯購買模式需要高度的談判技巧，如果能在節目火紅之前就洞燭機先，簽訂多年固定價格的授權金，就比較不會被模式原創公司漫天喊價的坑殺。我們可以發現，屬於 Florida (2002) 另一類知識工作者的「創意專業人士」——智財權律師，在 Altmeppen et al. (2007) 的改編價值鏈中完全被忽略，但這卻是位處弱勢的模式輸入國有效獲得有價值外部資源的重要角色。

短短四年，「好聲音」的模式費就從數百萬人民幣漲到數億元人民幣，當初，燦星製作是如何獨具慧眼相中「好聲音」所具備的核心資源呢？

（一）核心資源一：具有大眾基礎的大模式

以購入「好聲音」製作權的燦星製作的觀點，節目模式在中國要成功，必須是一個大模式，而且要能引發大眾的興趣與話題。

> 「好聲音」為什麼是大模式，是因為唱歌這件事情是最有大眾基礎的，全中國的人都會唱歌，沒有人不會唱歌。……在中國做廚師類

節目就很難成功，在國外大多數成年人不是不會燒菜就是燒得菜很難吃，但是在中國人眼裡，能燒飯真的不算啥。（受訪者 A）

而且，就全球在地化的眼光，大模式還必須符合在地的風土民情。北京世熙傳媒在購買模式時，還會多加考慮：是否合於大陸法令、適不適合兒童青少年等。

過於暴力的、賭博性質特別強的、博彩的，肯定就把它排除了，還有就是關於小孩子過於成人化的，像這樣的一些東西我們就不會去選。（受訪者 B）

（二）核心資源二：「盲選」與「反選」

「好聲音」節目模式本身所具有的獨特資源，是「盲選」與「反選」。燦星製作總裁田明認為，「好聲音」模式具備把老百姓變成大明星，把大明星還原成老百姓的反轉魅力（新藍網，2012 年 9 月 11 日）。在《中國好聲音》播出之前，大陸的歌唱類節目因為同質性過高，將近七年都呈現低迷的收視率。「好聲音」模式之所以能夠異軍突起，除了不看長相、只聽聲音的「盲選」外，燦星製作敏銳的「模式鼻」，嗅出了「好聲音」模式更多的致勝之處。

「好聲音」模式本身有一個強大的地方就在於它是個「反選」。過去的歌唱類節目是所有人在舞臺上唱歌，然後我作為前輩或是專業歌手或是專業的製作人，我一個個的點評你是好還是不好，好你就晉級，不好你就被淘汰，他們單純就是一種指導者和被指導者的關係；但是「好聲音」這個模式，當評審認為他好，並且為他轉身以後，如果超過兩個人為他轉身，那麼你就不再單純是一個指導者，而是變成競爭者，因為你需要把這個優秀人才競爭到你的隊裡面來，然後你越是身分和地位越高的人，這種反差造成的效果會更強。（受訪者 A）

比起剽竊得來的電視節目，引進版權的模式節目由於有著在國外成功的先例，更受到贊助商認可，也容易獲得贊助商的先期投入作為資金支持（白朝陽，2012 年 8 月 20 日）。即便如此，為了順利取得外部資金挹注，並尋求穩定的發

展，資源依賴論中的「合資」策略，被燦星升級為「投資分成」。燦星製作在取得《中國好聲音》的製作權後，創造出前所未有與電視臺的合作模式——「投資分成的製播分離模式」。這種「親密綑綁式」的製播分離模式，更注重後端產業鏈的開發，製作方和電視臺共同投入、共擔風險、共享利潤，燦星製作與浙江衛視達成協議，當節目收視率達到某個值，雙方將共享廣告收益，高於該標準後，燦星製作將分成更多，甚至可達到上不封頂的程度，為了獲得高收視所帶來的高報酬，合作雙方還必須加大投入以保持節目的高品質（萬克文、程前、李志國，2014）。我們可以發現，這樣的合作模式，利潤是來自於「開源」，是一種良性的循環；而臺灣絕大多數綜藝節目的作法是考慮「節流」，電視臺想辦法壓低節目的購買價格，節目製作公司則是盡可能壓低製作成本，反而造成節目品質下滑或是不勞而獲抄襲模仿之惡性循環。

二、節目模式的再製與改編階段

《中國好聲音》的成功，燦星製作團隊功不可沒。首先，燦星製作在音樂類節目的製作有非常專業的背景，其所屬的星空傳媒集團旗下的 Channel V 音樂頻道堪稱華語音樂經典，對整合音樂資源經驗豐富（汪寶根，2014）。就資源基礎而言，燦星已拔得頭籌。製作時在各方面都要求極致也是關鍵，像是：派出六個導演組主動出擊尋求「好聲音」，花四個月在全國找 2,000 多個聲音，最後挑選出 160 多個參加盲選（新藍網，2012 年 9 月 11 日）；做真正的「好聲音」，強化電視音樂節目的音頻，配備 2000 萬的音響設備，邀請北京奧運開幕式音響總工程師及一線大牌歌星演唱會的樂隊，讓現場的導師以及觀眾都能聽到好聲音來評選（新藍網，2012 年 9 月 11 日），光是在音樂方面的混錄就高達 60 多個聲軌，遠超過荷蘭版權方的要求（汪寶根，2014）；拒絕偏離音樂本質以毒舌、炒作為賣點的低俗選秀節目，以「真聲音、真音樂」為唯一宗旨；導師、參賽者、觀眾及所有工作人員都經得起從下午到半夜至少長達九個小時的錄製，用 1,000 多分鐘的素材，剪輯出一集 90 分鐘的節目（新藍網，2012 年 9 月 11 日）。在此階段，知識工作者發生了最大規模的動態融合，上至創意的編導，下至影音技術人員與大量勞力密集的影音器材裝配人員，內容與技術的生產在《中國好聲音》的改編過程中被統合成一體，造就了無可取代的競爭優勢。

除此之外，全球在地化的改造也成功吸引住華人的胃，為了有效達成全球的在地、在地的全球，燦星製作團隊充分整合了本土的評審歌手與素人歌手的資源

優勢，並且巧妙納入外部華語流行歌曲與巨星歌手評審的資源，同時降低對《荷蘭好聲音》模式作法的唯一依賴，創造出極具競爭力的實境歌唱競賽節目。其全球在地化的策略與手法如下。

（一）因應中國音樂產業狀況，推出草根性強的歌手導師；觀摩最成功的改編案例，重用一線巨星擔任評審導師；結合兩岸歌手導師，凸顯每季音樂主題並打造「一個中國」想像

原先「好聲音」模式對於四位導師的安排，其中要有一位選秀明星歌手，但是，中國製作團隊考量中國的選秀歌手因為音樂產業本身不夠發達，沒有一個足以達到一線大牌天王天后級的選秀歌手，於是採取的變通辦法就是選擇一位接地氣的歌手來擔任評委。

> 第一季就是選楊坤，因為楊坤他的歌相對來講是比較草根化的，社會稍微中下層的聽眾更是他的歌迷，這樣的一個身分雖然（和《荷蘭好聲音》製作團隊建議的）不一樣，但是他的作用是一樣的。（受訪者 A）

原先《荷蘭好聲音》模式並沒有規定評審導師一定要一線明星，是依據音樂的類型來分類導師，或是規定了諸如需要一個選秀大明星、一個老歌手、最好有一位女性，還有音樂是年輕人比較喜歡的類型等等，但是中國的製作團隊從《美國好聲音》發現，必須找到像那英、劉歡這樣的導師，節目才能做得起來。

> 荷蘭版的「好聲音」最成功的改編案例發生在美國，他們一開始就是讓包括 Christina、亞瑟小子這樣的人去當導師，我們看很多《美國好聲音》的節目，就感受到因為這些明星在世界歌壇都屬於巨星，你能夠感覺到這種身分反差（在反選時）造成的巨大心理衝動感。（受訪者 A）

由此可知，不是買了模式版權就可以高枕無憂的依樣畫葫蘆，模式改編時還是要繼續研究其他引入該模式的國家其可取之處，並衡諸本土情勢，作為改編節目時的參考，這也是降低對關鍵資源供應組織單一依賴的作法。《中國好聲音》的宣傳總監陸偉表示：「我們並不是按照人氣和地位來選擇導師，也沒有要求四

位導師都是一線大牌，我們要的是多元。楊坤比較偏重感情，庾澄慶很有趣，負責調節氣氛，劉歡以專業點評見長，那英是個真性情的人，直率、開朗，可以玩得很奔放。」（張漪，2012 年 7 月 26 日）

縱觀《中國好聲音》四季的評審導師人選（如表 1 所示），除了中國本土的歌手之外，每季約有四分之一到二分之一的比例是臺灣歌手，某種程度上打造出一種音樂無國界（見杜興華，2015），或「兩岸一家親」與流行音樂裡的「一個中國」想像（見李欣穎、孫榮光，2015）。

每季導師人選的安排，也彰顯出該季音樂的特色。原先模式剛引進時，燦星在第一季尚在摸索要如何設定音樂的主題，第二季開始就有了明確的方向。

> 第二季我們做了非常大膽的嘗試，我們定的主題是小眾音樂，有大量的地下樂隊的歌曲，有大量的海外的不那麼出名的歌曲，……汪峰老師就特別注重這一點，所以他讓張恆遠唱的「逃跑計畫」的那首〈夜空中最亮的星〉，我本人對這個樂隊一無所知，之後「逃跑計畫」已經成了中國最火的地下樂隊，這就是我們希望對小眾化的音樂有貢獻。第三季我們是叫「回歸經典」，就是大量的學員去唱那種非常經典的老歌，華語樂壇的、港臺的、包括歐美的這種老歌。然後到了第四季，因為我們海外學員特別多華裔學員，我們發現一個非常有趣的現象，在海外出生的這些學員，基本上都是跟著父母一輩，甚至更早祖父祖母一輩去海外，他們從小聽的華語流行音樂不是我們現在 8、90 年代的年輕人聽的周杰倫、王力宏，是像那種上世紀、他們父母那一輩或是爺爺奶奶聽的歌，然後他們會用現在歐美流行音樂的演繹方式去演繹那些最經典的老歌，這當中有非常奇妙的文化上、音樂上的反差，所以去年這一季我們做的音樂主題就是讓最年輕、最世界性的音樂來重新演繹和闡釋華語或港臺的老歌。（受訪者 A）

賽季	導師名單			
第一季（2012 年）	那英	庾澄慶	劉歡	楊坤
第二季（2013 年）	那英	庾澄慶	汪峰	張惠妹
第三季（2014 年）	那英	楊坤	汪峰	齊秦
第四季（2015 年）	那英	庾澄慶	汪峰	周杰倫

表 1：中國好聲音第一季至第四季導師名單

資料來源：本研究自行整理。

為了實踐每一季的音樂主題，我們可以發現在評審導師的安排上，也有相對應的調整。像是第三季的齊秦（原先邀請的羅大佑臨時無法參與），某種程度代表著「經典老歌」資深歌手，或是第四季的周杰倫也呈現出用年輕音樂重新演繹老歌的實力。除此之外，為了讓不同年紀的觀眾可以在節目中找到自己喜歡的導師，例如年紀比較大的觀眾就十分喜歡劉歡的風格，年輕一代的觀眾就比較青睞庾澄慶的嘻哈風格和幽默感，這樣的安排就可以吸收大量的觀眾參與（杜興華，2015）。而 1990 年後，隨著大陸文化政策鬆綁，流行音樂市場百家爭鳴，臺灣流行音樂的占有率超過 80%，大批臺灣歌手赴大陸各大都市舉辦演唱會，深深影響著大陸青年的成長（李欣穎、孫榮光，2015），衡諸臺灣流行音樂在大陸觀眾的受歡迎程度與感染性，因此在導師歌手與選手演唱歌曲的安排上，都包含了一定程度的臺灣元素來號召群眾基礎。臺灣歌壇 30 年的優秀創作累積，為《中國好聲音》提供了厚實的儲備，這些作品大多傳唱範圍廣、流傳時間長，具有廣泛的聆聽基礎，更容易引起共鳴，臺灣音樂界的深厚人才，也為《中國好聲音》的製作野心提供了可行性（文星，2015 年 2 月 9 日）。節目模式改編後的內容顯現出多層次的民族性 (Moran, 2009)，某種程度而言，這是臺灣流行音樂全球化之後的中國在地化展現，藉由臺灣流行音樂界在華人圈裡的地位，打造《中國好聲音》是華人音樂節目第一品牌的價值。

（二）「人歌合一」：讓歌與歌手的人生故事作結合

原先《荷蘭好聲音》的模式對參賽歌手的挑選，故事占 40% 的比重（張漪，2012 年 7 月 26 日）。而燦星製作團隊做達人秀多年的經驗，發現中國的電視觀眾大多數不是透過專業的音樂素養來喜歡一個人，因為如果只是音樂上的享受，觀眾不會培養出黏著度。

> 對中國電視節目來講，你要讓一個觀眾在一百多個頻道中，長久固定吸引觀眾，歌本身當然很重要，但同樣非常重要的是這個人要讓他喜歡，或者說是認可。……這個概念是我們自己發明的叫「人歌合一」，選歌的時候我們非常講究歌本身和他過往的人物性格或人物命運產生一些關連，當有這些關連的時候，歌手演唱時會更有情感。比如說我們那一季做的姚貝娜，她現在已經去世了，當年參加比賽的時候剛剛治癒了起來，所以我們希望她最後沙啞上去唱那首〈也許明

天〉，這首歌一方面能夠發揮她本身音域上的優勢；另一方面能夠讓她融入情感，這種情感是能夠被別人記住的。（受訪者 A）

（三）不只是專業音樂節目，且是傳遞中國傳統價值觀的音樂節目

前述「人歌合一」的作法，在選歌環節上和英美國家的「好聲音」稍有不同。《中國好聲音》雖然也會由參賽選手自行選歌，但有時導演組認為學員選的歌曲不適合，會直接給歌單讓學員從中選擇，或安排學員演唱特定歌曲（廖慧娟，2015 年 5 月 15 日）。「人歌合一」的效應，也同時藉由導師將參賽歌手背後的故事透過訪問帶出來，整個過程中不能預先告訴導師這位參賽歌手有甚麼樣的故事，因此也無法預設問題，這個單元的製作很耗時費力，但也因此能吸引觀眾的收視。這種作法，一方面可以培養觀眾對參賽歌手的情感，當歌手被淘汰或晉級時，觀眾會因此更加悲喜；另一方面，由於中國傳統的師生關係是「一日為師終身為父」，因此在節目中培養濃厚的師生情誼，藉此引發出更多的導師內心掙扎吸引觀眾投入。

> 非常重要的是，我們需要培養導師對歌手的情感，這就是東方文化和西方文化的區別，中國人的關係裡面老師是一個非常神聖的角色，就是一日為師終生為父。所以在西方所有的節目裡面，包括《美國好聲音》、《英國好聲音》、《荷蘭好聲音》各國好聲音我們都看過，當他去淘汰一個人的時候，始終是一個很理性的音樂專業判斷，但是在我們這兒是一個理性同時帶有感性的判斷，就是人性的掙扎會在 Battle 裡面體現出來，所以我們「好聲音」每一季就是 Battle 的收視率都比盲選要高，這是我們做到了全世界所有的國家幾乎都沒有做到。當他在同組廝殺的時候，會產生非常大的糾結和矛盾，因為有一個人可能是他喜歡的學生，但是這個人的演唱能力不行；有一個人可能是相對在性格各方面對他來講不是那麼合拍，但他演唱能力很強，這種時候我到底應該淘汰誰，他會非常非常痛苦、糾結甚至會流眼淚。（受訪者 A）

燦星總裁田明認為，《中國好聲音》之所以成功，其實是用了歐美的殼，裝

的還是中國故事、中國情懷、中國精神、中國夢。每年暑假以一部電影大片的故事結構，給中國觀眾講一個大的故事，一群年輕人在四個最專業的巨星導師的引領下，在音樂舞臺上如何一步步改變自己的命運，最終實現自己的夢想（李邑蘭，2015 年 3 月 13 日）。人生在世，難免不得志，《中國好聲音》建構了一個追夢的舞臺，讓選手的勵志故事，感染觀眾產生正能量，這其中的成功因子，也是掌握了人性中都希望擁有追夢機會的普遍情感。

（四）參賽歌手展現中國人的草根性——自尊與價值，凸顯普通人身上的亮點

燦星製作總裁田明表示，燦星製作一直以來都強調觸及心靈的真實娛樂，綜藝娛樂節目也要承擔社會責任，承載更多中國人的夢想和追求，反映中國的文化和價值觀，展現中國人的生命自信和文化自強（張莉、胡里，2012 年 8 月 14 日）。因此，《中國好聲音》導演組多年來，想藉由電視節目傳達中國人的草根性，就是再平凡的人身上都有讓人另眼相看的亮點，也藉由這個理念的傳達，挽救了「好聲音」模式播映到後期的收視率疲乏。

> 《中國好聲音》其實把很多人性的，普通人身上非常純樸、純真、善良的一面，通過這個音樂把它表達出來，它實現的是一種我們稱之為「草根」的自尊和價值，在中國最大多數的人是草根，他們對你生命來講可能是過客，但是你會發現每一個普通人身上，都有一些讓你非常震撼的性格上的閃光點。（受訪者 A）

（五）必須合於中國傳播法令作模式去地化的改編

李政忠（2003）在探討媒體業者在全球化趨勢中的經營策略時，將在地化的概念區分為去地化（de-localization）與再地化（re-localization）兩個要素，「去地化」係指「在地的連結」過程。原先李政忠探討的是已經製作好的「節目內容」，在輸入國的業者端，考慮較多的是「形式去地化」，其策略包括：配音、原音加字幕或後製作等方法。不過，若以「節目模式」全球化的思維，「形式去地化」的改編策略，無須考量語言形式的轉換，而是更為巨觀的輸入國政策或法令層面的在地連結問題。

原先《荷蘭好聲音》模式，在辦預賽時需要全國觀眾直播投票，由觀眾投票決定誰晉級、誰淘汰，但是中國因為廣電總局不允許有場外全國投票的形式，所以《中國好聲音》採取了變通的辦法，讓 101 位媒體參與投票後，總分較高的學員將獲得晉級。而這些變通的方法也會寫入製作聖經的更新版中，讓其他國家在購買模式時，如果也遇到類似中國的限制，就可以在製作時拿來參考。

> 我還是希望有來自四面八方，各種各樣年齡層、地區的人來投票，所以我們發明一個方式，就是請了一百多家媒體代表，他們遍布所有中國的省分，都是一些非常著名媒體的記者，他們就會有年齡上的差異，也有社會地位和身分上的差異，這是我們找到最好的辦法，讓他們來代表全國觀眾投票。（受訪者 A）

節目模式形式去地化的改編，為了符合中國傳播法令的限制，像是由全國觀眾投票方式的節目不能做、益智電視節目獎金超過人民幣一萬元的節目不能做等，必須加以調整與變通，又還能吸引住觀眾，這些都是節目模式在中國實施形式去地化所需考慮的改編策略。

（六）改編時已兼具大中華市場概念

燦星團隊在改編「好聲音」模式時，選擇參賽歌手的方向就已經包括臺灣、香港、新加坡、馬來西亞等華人較多的國家，雖然海外發行的版權是屬於 Talpa 的，但改編好的《中國好聲音》銷售到中國以外的國家時，權利金可以再和 Talpa 分成。

> 我們營造的是一個大中華地區的概念，而不是僅僅一個大陸的概念。（受訪者 A）

三、節目模式的再播映階段

「再播映」階段，在 Altmeppen et al. (2007) 的價值鏈中，視為節目模式改編價值鏈的結束，同時也很單純的僅與電視臺有關。但是，本文卻發現在《中國好聲音》的價值鏈中，「再播映」階段卻正是另一波衍生價值鏈的開始，也為燦星

帶來龐大的利潤與商機，並嘉惠與之聯盟的其他產業。

（一）播映平臺與檔期的挑選

在中國超過三十個以上的省級衛星頻道中，《中國好聲音》選擇在浙江衛視播出，燦星製作總裁田明解釋，因為浙江衛視的收視在全中國排名始終是前三名，而且長期做《我愛記歌詞》這類的音樂節目，有很好的觀眾基礎（張莉、胡里，2012 年 8 月 14 日；新藍網，2012 年 9 月 11 日）。浙江衛視在覆蓋率與品牌信任度上都有良好的市場基礎，曾推出《中國夢想秀》、《非同凡響》等一系列口碑與收視率俱佳的王牌節目，因此和《中國好聲音》這樣的大型勵志專業音樂節目定位高度吻合，也為節目的熱播打下堅實基礎（汪寶根，2014）。但若是節目有特殊屬性，不是大眾化的節目，就得要慎選播映平臺的屬性。

> 像我們最近在東方衛視做的《中國之星》，這節目是要選一個歌手代表中國去領葛萊美獎，我們判斷下來全中國只有上海跟北京能做，因為上海跟北京是真正國際化的大都市；……又比如說我們馬上要做一個電音節目，這種形式是小眾化、屬於年輕人的音樂品牌，那麼我們就會非常考慮平臺的屬性，我們想了想好像只有湖南和東方能做這種節目，因為湖南的收視群是比較偏年輕化的。（受訪者 A）

模式節目要成功，似乎有經驗的專家都有志一同認為播映平臺的選擇占有舉足輕重的地位。

> 我會把平臺放在第一位，一個節目同樣的水平，在很強的頻道去播，它的收視可能就很好，同樣的一個節目在其他頻道去播，收視就很差。（受訪者 B）

因此，透過收視率調查機制瞭解各個衛星頻道的觀眾屬性以及充分掌握各個頻道的收視排名，是在中國大陸挑選模式節目播映平臺的基本功。除了電視平臺，因應年輕觀眾的收視習慣改變，網路視頻網站也成為擴大觀眾群的重要管道，線上影音平臺藉由「網路獨播授權」，運用電視臺熱門節目的資源，衝高自家平臺點閱率，也同時帶動其他節目的觀賞。搜狐視頻就取得 2013 年《中國好

聲音 2》的獨播權，廣告收益達 2 億人民幣；騰訊視頻則取得 2014 年《中國好聲音 3》網路獨家授權，廣告總收益達 2.5 億人民幣（李佳恬，2014 年 6 月 30 日），眼見商機無限，騰訊視頻繼續拿下《中國好聲音 4》的網路獨家授權。除此之外，《中國好聲音》亦輸出至其他華語國家播出，如：香港（now 香港臺）、新加坡（新傳媒 U 頻道）、馬來西亞（八度空間）、臺灣（中天綜合臺、中視數位臺）。

在檔期的安排方面，原先的「好聲音」節目模式，並沒有設定節目播出的檔期或時間，但由於歌唱類節目的觀眾屬性偏年輕化，因此，燦星製作決定安排在暑期上檔，讓主力的年輕收視群能貢獻收視率及促進線上討論發酵。

> 歌唱類節目我們會放在暑期，因為暑期是青少年相對來講有時間看電視的時候，……每一年的《中國好聲音》差不多都是 10 幾到 20 幾歲觀眾是收視主力，所以到非暑期檔的話，年輕觀眾因為晚上 9 點鐘以後播完就是 11 點了，很多的年輕觀眾會因為要考試啊、要學習啊，不會看這麼晚，就不會第一時間貢獻收視率；第二個就是他們更多精力放在學習上的時候，你節目中出現非常優秀的歌手也好、人物也好，不容易網上引起討論。確實我們放在暑期會有好的反響。（受訪者 A）

這種年度季播形式，其實非常有利於節目在季播的空檔對節目進行調整或根據觀眾的反應進行修正。在季播空檔的「修整」期，不少節目會利用新媒體（如：網站、微博等）與觀眾進行互動、造勢，例如：《中國好聲音 2》在未播前幾個月就已經在各大網站、微博開始宣傳，並且強調與第一季的差異，無形中加強了觀眾的收視期待（周敏，2015）。自 2011 年起，大陸各大衛視逐漸形成季播節目趨勢，廣告總額也因此平均提升了 20 到 30 個百分點，也避免了常規的日播、週播節目的無變化所形成的收視疲勞（董杰、楊琳，2015）。更重要的是，季播節目由於播出間隔較長，要讓觀眾繼續為之守候就必須具有很強的懸念性和連續性（趙巍，2010），《中國好聲音》就是具備了具有連續懸念性的階段性賽事，因此容易成功。

（二）衍生節目

由於《中國好聲音》是用 1,000 多分鐘的素材，剪輯出一集 90 分鐘的節目，剩下的素材不但沒有浪費，反而衍生 8 檔節目拓展了價值鏈，透過舊素材衍生新

節目，即是降低成本的作法。第四季的《中國好聲音》推出了三檔在浙江衛視播出的衍生節目——《真聲音》、《娛樂夢工廠》、《不能說的秘密》，以及五檔在騰訊視頻播出的《探班好聲音》、《重返好聲音》、《約吧好聲音》、《有料好聲音》與《劇透好聲音》，每檔節目都有不同的定位，而且全部有冠名商（任佳，2015 年 9 月 10 日）。騰訊視頻衍生節目的點擊量總計超過 12 億，並獲得 10 多個品牌的贊助播出（彭侃，2015）。

> 衍生節目其實只需要投入相對比較少的製作力量，但是我會達到比較好的收益。像《中國好聲音》廣告都滿載，很多廣告客戶投不進來很浪費，我們就製作衍生節目讓廠商可以投冠名。比如說像《真聲音》（「好聲音」現場揭密節目）這個衍生節目，我們去年做了有點接近韓國戶外真人秀的作法，光這個節目的冠名就達到八千萬，實際製作成本極低，就是加幾個隱藏攝像頭把花絮拍下來，當然我剪輯費用非常大，因為每天要 24 小時跟著導師拍，我的素材是海量的，無非就是沙裡淘金的製作過程。（受訪者 A）

（三）本土音樂產業價值鏈的延伸

在引進原版 *The Voice* 的其他國家，節目結束後，除了節目本身的衍生品或是線上歌曲繼續銷售外，歌手簽約、演唱會、唱片發售等獲利環節都與節目製作方沒有任何關係（鄭爽、胡芷滔，2012 年 8 月 17 日）。但是，燦星製作打從一開始進行本土化改編時，就把《中國好聲音》當作是一整條音樂產業鏈的發動機，同時成立了專門的演藝經紀公司（夢響強音），與選手簽約，將他們推向市場，發唱片、小型歌迷見面會、全球巡迴演唱會、在連鎖現場演藝音樂酒吧駐唱、參與音樂節、音樂電視劇，在全國開 100 家 V-house（live house）、互動 KTV 等等，建立出一個巨大的音樂產業鏈（周敏，2015；萬克文等，2014；新藍網，2012 年 9 月 11 日）。甚至把整個導師團隊跟節目後期的市場開發綑綁在一起，沒有單純的支付勞務報酬，而是把導師在節目中的參與和投入作為他的投資（周敏，2015）。同時也進行產業升級與衍生品的開發，例如：和數位音樂平臺合作，挑選有實力的學員製作音樂專輯（萬克文等，2014）；或是與中國移動、中國電信合作展開彩鈴下載業務，每一位學員在節目中演唱的歌曲都會製作成彩鈴，下載

的收入由中國移動、節目組、該選手及所屬的明星導師按比例分成，開創中國付費音樂的大型下載平臺（周敏，2015；萬克文等，2014）。推動中國音樂產業，才是燦星製作真正的企圖。

《中國好聲音》已建立起一個以好聲音為中心，覆蓋綜藝節目上下游產業鏈的綜藝航母，從一個選秀節目，升級為一個具有品牌價值的綜藝節目，這是其他選秀節目難以望其項背的（葉兆，2013）。燦星製作在製作《中國好聲音》的野心，是朝向音樂產業鏈的發展方向去定位《中國好聲音》。因為當《中國好聲音》火紅後，浙江衛視整個平臺價值上升，整個平臺的廣告都在漲價，但燦星能夠分成的只是《中國好聲音》一個節目的廣告收益。因此，為了降低利潤來源只有來自於浙江衛視廣告收入的資源依賴，燦星製作不只是做一個模式節目，而是把《中國好聲音》做成全中國最成功的音樂品牌，結合旗下製作的音樂類節目，布局整個音樂產業，拓展價值鏈。

> 其實我們打通的是三個軌道，《好聲音》選擇全中國最會唱歌的草根，《好歌曲》是選擇全中國最會寫歌的創作人，《中國之星》和《蒙面歌王》做的是希望緊密綑綁目前在中國樂壇還有號召力的明星。我們希望將來能夠把整個公司變成整個音樂產業對外輸出人才和展示人才的平臺和門戶，我從當中實現我的產業價值，當我們成為全中國第一個音樂平臺門戶的時候，我的品牌本身就有衍生價值。（受訪者 A）

為了實踐這個企圖心，燦星製作還設置《中國好聲音》體驗艙，與卡拉 OK 商合作，跟卡拉 OK 收取授權費。

> 它就是有一個專門體驗的體驗艙，採取《好聲音》節目的形式，用一個唱歌的打分軟件，打到 60 分以上就有一個導師轉身，打到比如 90 分就是四個導師全轉了，你可以把它錄成一段 MV，感覺上你唱歌頭像出現在《好聲音》的舞臺上，完了之後你可以把這段東西存在卡拉 OK 的曲庫裡面，下次你帶朋友來唱的時候，比如你一樣唱張學友的一首歌，唱的就不是張學友的 MV，而是你自己在《好聲音》舞臺上面的唱歌樣子，就自己在唱自己 MV 的這種感覺，全國我們已經鋪了一百多個城市。我們做卡拉 OK 的時候，我們把它取名為「永不落幕的海選」。（受訪者 A）

（四）跨業、跨平臺的整合行銷

燦星製作也與商業地產商進行合作，將《中國好聲音》的海選承包給一家公司，收取幾千萬的授權費，透過百貨公司或商業樓盤的客流量，做極大化的推廣。除此之外，《中國好聲音》也和中國本土開發的社交媒體與視頻網站合作，製造更大的宣傳，這些在地化的宣傳手法，都是原本節目模式沒有寫的。例如：第一季的時候和新浪微博合作，讓更多網民注意到《中國好聲音》，進而守在電視機前面等待觀賞；第二季搜狐視頻買下《中國好聲音》的版權，宣傳主力就落在搜狐的新聞客戶端，因為搜狐當時超越新浪新聞，是全中國排名屬一屬二的新聞入口網站，燦星製作就在搜狐的新聞客戶端裡專門開了《中國好聲音》的頻道，每天海量地砸《中國好聲音》相關的新聞、圖片、視頻等來做大量的宣傳；第三季則和騰訊合作，考量的是它的視頻平臺和逐漸崛起的微信，而且還創造了微信「搖電視」[3] 風潮，讓騰訊因此成立電視事業部，開發了無數的商業利益。

> 那一年微信跟我講他開發出了聲音識別的功能，但他們不知道搖出來幹嘛，……我突然有一天想到中國很喜歡猜呀！就讓參賽歌手發出第一個聲音時開始搖，猜！所有觀眾猜有沒有導師會為他轉身，誰會為他轉身，最終他會選那個導師，……後來因為來不及做，就只猜他會加入哪個導師的戰隊，……結果第一天晚上我們都沒怎麼做宣傳，一下就擠爆了。就是那時候，我覺得這個產品非常好利用，《好聲音》本身就是一個有懸念的產品，這個懸念性的產品通過這種方式來進行傳播，每次只要你一猜，猜完之後你會有抽獎機會，你有可能會抽到獎品，甚至是現金，你把這東西分享到朋友圈之後吸引其他人來玩，然後所有來玩的人不管他有沒有聽說過《好聲音》，都可以通過這個方式知道《好聲音》，知道有騰訊「搖電視」這個功能。（受訪者 A）

「搖電視」讓觀眾可看可玩，延長了看電視的時間，自從《中國好聲音 3》

3 「搖電視」是微信推出的網友與電視互動功能，用戶打開微信「搖電視」在能聽到播出節目聲音的地方搖一搖，就可以搖出節目相關頁面，參加電視節目的有獎競猜、投票、調查、獲得獎品等，2015 年央視《春晚》，全球共有 185 個國家的觀眾 110 億次搖動手機，「搖一搖」峰值達 8.1 億次（王嘉俐，2015；易品，20115）。「搖電視」提供了許多與電視媒體有關的高價值大數據，舉凡地理位置、觀看時間、節目喜愛度等，甚至可以同時觀看觀眾對節目的交流意見，用戶在「搖一搖」的同時，也直接把自己和廣告商連結在一起，廣告主可以精準知道廣告投給了誰（房文子，2015）。

引爆搖一搖互動熱潮後，微信搖一搖已成為大陸互動綜藝節目標配，央視等 50 多家電視臺接入「搖電視」（房文子，2015），這是《中國好聲音》引爆的創舉。除此之外，燦星製作也和視頻網站愛奇藝聯合製作參賽學員的訪談節目《中國好聲音後傳》，在浙江衛視首播 10 分鐘，在愛奇藝播出 20 ~ 30 分鐘完整版（鄭曉迪，2013），網路視頻和傳統電視因為《中國好聲音》結盟為合作互補的關係。據相關統計報告，《中國好聲音》來自網路的觀眾占整體觀眾的 80%（鄭曉迪，2013）。

《中國好聲音》在第四季時，又做了本土化的創新嘗試，與擁有先進視頻直播技術的網易 BOBO 跨界合作，推出唯一官方 app「好聲音 4」，選手不僅可以在 app 上報名、上傳及分享選拔視頻，用戶也可以透過 app 為選手投票、觀看海選比賽及直播等，拓展了海選的模式，「好聲音 4」最終還選出一位第四季《中國好聲音》互聯網秀場最佳主播（人民網，2015 年 5 月 27 日；王曉易，2015 年 7 月 7 日）。

> 我們還有專門的 app 網站，所有的網友都能看到你的唱歌視頻，給你打分、給你支持，……如果你的演唱實力足夠，你的形象也很好，你可能成為一個《好聲音》的主播，你只要唱歌，完了之後所有的人會給你送花、送禮物，之後你是我的簽約主播，這方面收益由我們來分成，這就是後面一塊我們想做的事情，所以我們是往整個音樂產業的發展方向去定位我們這個節目。（受訪者 A）

《中國好聲音》的產業鏈，預計將催生兩家股票上市公司：一家是「燦星製作」，負責做節目，拿廣告分成；另一家是「夢響強音」（2012 年成立，屬於《中國好聲音》產業鏈的下游，在 2013 年淨利潤達 5,069 萬人民幣，股權估值達 21 億人民幣），負責《中國好聲音》的藝人經紀、品牌管理和互聯網衍生業務（鄭道森、吳立湘，2014 年 4 月 14 日）。《中國好聲音》可說是重新定位了電視節目品牌的深度，產業鏈涉及廣告冠名、節目增值電信服務提供商的業務、演藝文化產業中的演出、音像、藝人經紀等，業務和大眾消費品中合作開發文具、服飾、飾品領域等（董杰、楊琳，2015）。足見引進節目模式，不是只是依照一個外來的形體製作節目，而是要透過改編的過程，結合本土資源的優勢與降低對單一資源依賴的風險，將本地的文化與產業資源融入其中產生創新，否則就只是「有形無神」，再加上品牌化經營與價值鏈發展的思維，從製作一個節目擴展到可以衍

生出兩家股票上市公司，這樣的價值鏈規劃，才足以讓傳統的傳播業轉型，成為有附加價值的文創產業。

伍、結論與建議

本文從文化全球化的視野，以《中國好聲音》作為案例，分析節目模式改編的價值鏈，發現透過內部（企業內部及本土境內）與外部（企業外部與國際之間）的資源運用，確實可提升電視綜藝節目產業的競爭優勢。同時，本文也發現《中國好聲音》的改編價值鏈，與 Altmeppen et al. (2007) 所描繪的國際節目模式交易價值鏈略有不同，如圖 2 所示。

由圖 2 可以發現，以《中國好聲音》為例，「再播映」並非價值鏈的結束，而是本土價值鏈的再造，運用本土企業擁有的獨特資源，結合燦星本身的製作優勢，以及降低對外部關鍵資源供應組織的單一依賴，因此拓展了燦星製作的利潤來源。舉例而言，向荷蘭 Talpa Media 購買節目模式，但又不能僅依賴 Talpa 的模式點子，因此會參酌其他歐美國家「好聲音」的成功作法，便是資源依賴理論的運用。而以技術入股的方式讓導師化身為節目股東，讓支付給導師的成本透過利益分享的方式分攤，是很高明的有效運用資源的雙贏策略。《中國好聲音》銷售到其他華語國家，海外播映權利金的分成讓 Talpa 與燦星都受惠。在地化便是運用獨特的資源來創造利基，燦星海量的拍攝素材以及製作音樂類節目的豐富經驗，浙江衛視以及知名視頻網站的人氣優勢，讓一個外來的節目模式在改編的過程中，因為運用了本土的核心資源，加以多重資源的依賴，使得價值鏈的產值極大化。

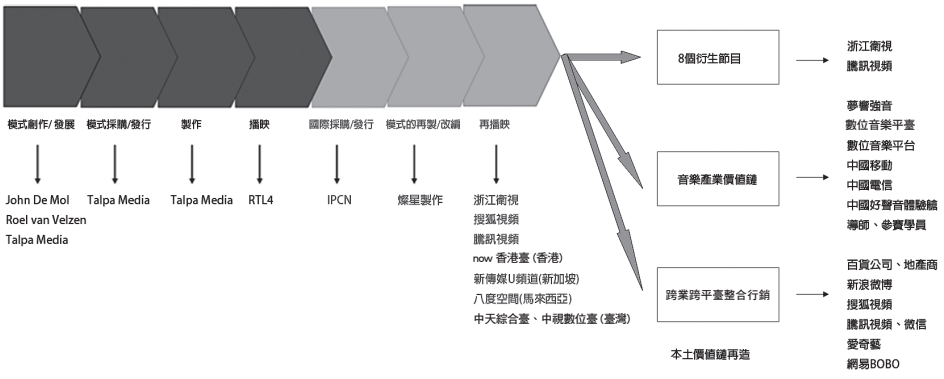

圖 2：《中國好聲音》改編價值鏈

節目模式的競爭價值，就在於完善的創意價值鏈（袁靖華，2010a）。外來節目模式的成功改編，涉及了本土化的改編技巧、內部資源與外部資源的整合運用以及知識工作者的匯流與整合。從《中國好聲音》的改編價值鏈分析，本文發現了臺灣可以借鏡之處（如圖 3 所示）。

茲將上述價值鏈的注意事項擇要提出，提供臺灣綜藝節目產業轉型之參考。在引進節目模式的第一階段「模式國際版權的採購與發行」，必須注意模式挑選的研究功課（培養「模式鼻」）以及授權交易的談判技巧，否則極易淪為大模式創作者的俎上肉。燦星製作遇到的模式版權費漫天喊價，在中國大陸許多火紅的

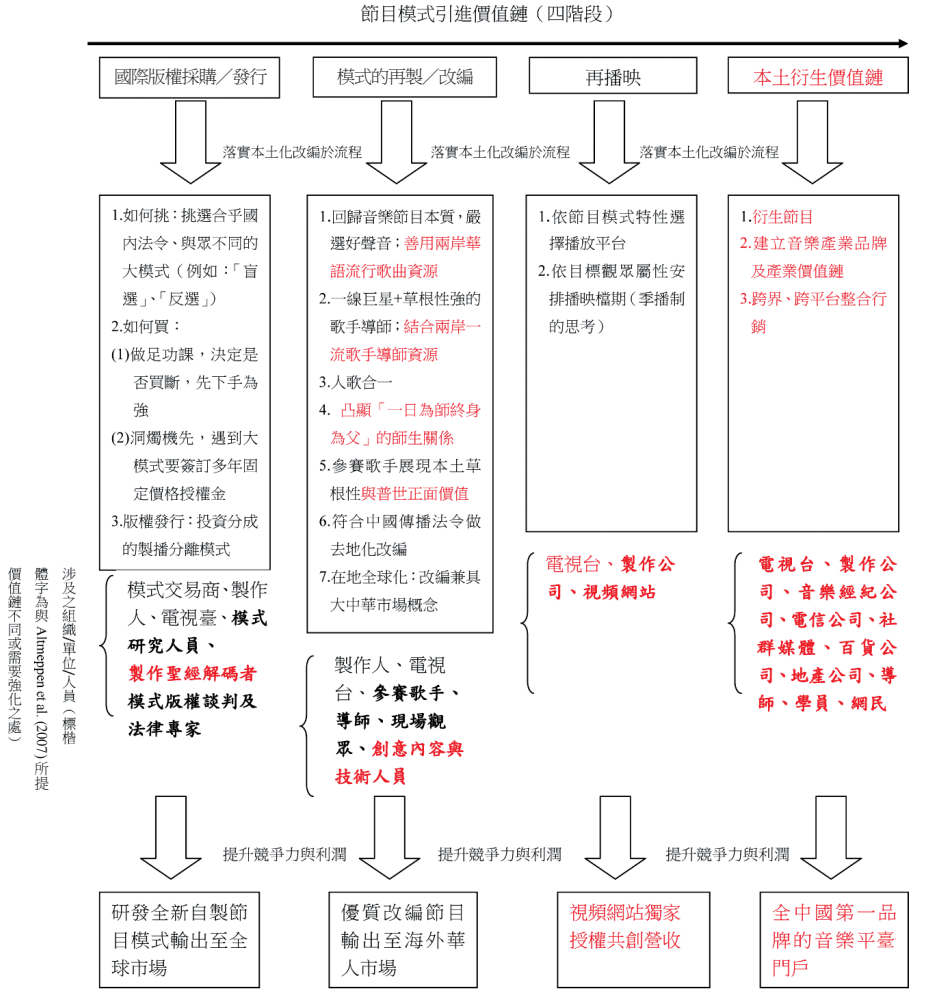

圖 3：《中國好聲音》模式改編價值鏈的實踐

模式都有類似的遭遇，導致很多節目的授權費初始只有 100 ~ 200 萬人民幣，但續約時卻普遍超出了 2,000 萬人民幣（李麗，2016 年 1 月 29 日）。此外，「投資分成的製播分離模式」也值得參考，製作公司可和電視臺共同投入、共擔風險、共享利潤，且利潤是來自於資源「開源」，而非像臺灣目前絕大多數綜藝節目的作法多是考慮成本「節流」。在此階段，因應節目模式國際交易所需，參與的人員和 Altmeppen et al. (2007) 描述的不同，形成了傳播產業全球化下人員的跨界支援。如同 McKercher & Mosco (2010) 所言，當資本主義企業跨國流動時，創意、文化與技術的工作者也隨之跨界襄助彼此。而且，就《中國好聲音》的製作團隊而言，知識工作的階級不再獨厚腦力為主的創意人員，成就「好聲音」的影音技術人員反轉了傳統的低階標籤，沒有他們在技術上高水準的生產與貢獻，《中國好聲音》難以成為「極致的好聲音」。英語在節目模式國際交易的重要性 (Moran, 2010)，提醒著我們無論是英文製作聖經翻譯成中文，抑或是非英語系國家，要將本國的製作聖經翻譯成能在國際市場順利交易的英語版本，這當中不只是語言的翻譯，也是在地與全球文化間的翻譯。

在第二階段「模式的再製與改編」，整合了資源基礎優勢（如：大陸知名與草根的歌手評審、參賽歌手本身的好聲音與故事、本土文化的核心價值）與資源依賴的運籌帷幄（如：臺灣知名歌手評審、臺灣流行歌曲在華語地區的領先地位、觀看其他國家成功的「好聲音」作法以降低對《荷蘭好聲音》的唯一依賴），在價值鏈中產生了無比的競爭優勢。具體的作法就是回歸做好音樂競賽節目的本質，絕非譁眾取寵挑選欠缺實力的參賽者；改編時彰顯本土文化與價值觀的正能量，合於本土法令與風土民情，並且具有節目內容能夠再輸出的取乎其上製作要求。

第三階段的「再播映」，在播映平臺的選擇上，我們可以看到組織間的資源相互依賴，燦星與播映平臺間彼此擁有對方所需的資源，燦星本身製作音樂類節目的優勢資源、浙江衛視擁有其他衛視未能達到的領先地位以及具有廣大網民基礎的搜狐與騰訊視頻，這些內、外部資源的相互依賴與整合運用，為彼此都帶來可觀的收益。在檔期的安排上，季播模式好處雖多，前提仍仰賴極優秀的節目內容和忠實的觀眾，必須對全年的收視狀況進行系統的調查和瞭解，以劃分出清楚的播映季，培養或引導觀眾的收視期待與習慣。

第四階段的「本土價值鏈再造」，此階段也是衍生本土化相關下游價值鏈的重要階段，《中國好聲音》的本土化改編策略，不僅落實在模式本身的改編，

也落實在以沙裡淘金的方式製播衍生節目；運用燦星本身的獨特資源，建立中國旗艦音樂品牌渠道；與多種本土資源協力，運用中國本土的社交媒體與視頻網站相互拉抬，跨屏及網臺互動的價值鏈，讓電視媒體提供社交媒體使用者討論的話題，社交媒體提供電視媒體觀眾分享感受的平臺，視頻網站更是大大提高節目的曝光度，多方攜手一起進行本土化的宣傳行銷戰略，成為共享利益的價值鏈。

「搖電視」的經驗，也帶給臺灣電視產業不少啟示：首先，在臺灣由於年輕族群轉往網路平臺收視，造成有線電視剪線率逐年提升，年輕族群不再大量依賴傳統電視管道收視，大陸「搖電視」傳播的經驗，讓我們看到年輕觀眾透過電視節目與社交媒體「搖電視」的結合，將觀眾又吸引回電視機前收看，因此，這似乎是一個可行的方式，讓傳播產業彼此之間不是相互排擠，而是合作互蒙其利。只是，臺灣需要自己研發出國產的社交軟體（如：韓國的 LINE、大陸的微信），否則，「搖電視」所得來的核心大數據，會掌握在外國的社交軟體公司手中，而非本國業者手上，屆時購回又是一筆開銷，而且用戶在「搖電視」過程中的個資、觀看行為與節目偏好等數據，無疑是本地電視媒體相關產業的重要資產，亟需由本國的軟體研發公司將寶貴的大數據資料加以掌握保存與有效運用。最後，臺灣長期仰賴尼爾森的收視率分析，但該數據已有不少詬病，且無法得知更為詳細的收視細節，透過「搖電視」，可以獲得大數據，知道更為精準的節目受歡迎程度以及哪個主持人更為觀眾喜愛等細節。當我們在搖旗吶喊傳播本土化時，其實不只是指「內容」本土化，靠單一節目的單打獨鬥，而是要整合組織內外與國內外的資源，發展在地的傳播「產業價值鏈」，例如：開發國產且具龍頭指標性的視頻網站（如：大陸的愛奇藝、騰訊等）、社交媒體等，如此才是立足臺灣，放眼世界的良方。

從文化全球化的角度來看資源基礎理論，燦星所有擁有的獨特資源，不僅是公司本身所擁有的音樂製作實力以及專業的業務分工；相對於全球而言，本土的華人文化與價值觀亦是無可取代的重要資源，善加運用之後便產生了致勝的競爭優勢。在資源依賴之間，亦有權力關係。燦星並非直接買斷 *The Voice* 的版權，而是從 IPCN 取得了製作權或是向 Talpa 取得優先購買權，此種方式對於有實力製作出好節目的製作公司是很不利的，也容易因節目走紅而被握有版權的業者予取予求。

值得深思的是，就音樂類節目模式而言，臺灣的流行音樂與創作者及歌手在華語地區占有一席之地，臺灣的綜藝節目為何未能善用此資源，讓已經引領風騷

的音樂創作歌手或歌曲能有再次展現風華的舞臺並開拓新血，進而建構新型態的本土音樂節目模式價值鏈，產生高附加價值的傳播產業，會否是缺乏創建電視節目產業升級的企圖心或是不得其法所致。

本文並非是要鼓勵國內電視圈要「大量」購買引進國外的電視節目模式，依賴進口拯救綜藝節目產業的頹勢，而是要從一個更高的角度去思考臺灣電視產業的未來有沒有其他可能，如果國內業者可以透過以正當購買版權引進節目模式的方式，來學習先進國家的實務作法，從在地化的改編製作，學會節目模式「製作聖經」如何撰寫，進而轉變完全以電視「內容」輸出的老舊思維，讓電視人的創意將來也可以透過「模式」輸出到全世界，增加電視產業的產值，如此國內電視產業才有可能轉型增值、開創新局，也就是把全球當作是臺灣的市場，那麼，就不會老是抱怨國內市場太小、資金不足，在一種消極、惡性循環中鑽牛角尖。須知世上沒有夕陽產業，只有夕陽心態！引入節目模式只是起點，終極目標是要臺灣躋身成為電視節目模式輸出國家。

節目模式的類型十分多樣，包括了實境秀、益智節目、資訊娛樂節目、改造節目、達人秀、情境喜劇與劇情片等 (Moran & Malbon, 2006)。本文僅針對實境達人秀改編價值鏈背後的思維與實際作法作探討，未來的研究還可以針對不同類型的節目模式進行探究，比較不同類型的模式創作與改編有何不同。後續還值得關注：當燦星製作不能再使用《中國好聲音》節目名稱後，燦星計畫將製作出自主研發、原創模式的全新《中國新歌聲》，原先整個「好聲音」品牌的產業鏈會產生何種因應策略？又唐德影視取得了《中國好聲音》未來五年在中國的版權，面對已建立起口碑的《中國好聲音》，他們將會如何改編加以突破？這些都是未來可以持續研究的節目模式產業反思型再地化（reflective relocalization）議題。

最後，本文未能訪談到荷蘭 Talpa Media，因此無法比對輸出國與輸入國在模式改編時的協調與折衝；並且，節目模式的實務研究由於容易涉及商業機密的可能性較高，因此訪談遭拒或是發言者受限的可能性也較大，尤其是適逢荷蘭節目模式公司正好與輸入國有版權合約爭議之時，或是面對訪談者是來自曾經抄襲荷蘭原創節目模式卻否認或透過版權官司仍無法還荷蘭模式公司公道的國家（例如：臺灣），這些看似業界個人或單一公司的行為，卻都可能造成學術研究者在接洽訪談時遇到層層阻礙或婉拒，筆者在與荷蘭節目模式製作公司的接洽與版權保護單位的訪談中，就深深感受到對方釋放出的不信任態度，提供給未來從事相關研究者參考。

參考書目

TVBS NEWS（2012 年 10 月 20 日）。〈《當掌聲響起》抄襲風！經費少　臺灣選秀怎破困境〉。取自 http://news.tvbs.com.tw/news/detail/general/34433

人民網（2015 年 5 月 27 日）。〈中國好聲音唯一官方 App 報名通道落戶 BoBo〉。取自 http://ent.people.com.cn/n/2015/0526/c1012-27059795.html

今日新聞娛樂中心（2013 年 9 月 19 日）。〈《好聲音》追殺豬哥亮　臺灣綜藝進棺材〉，《今日新聞》。取自 http://www.nownews.com/n/2013/09/19/974347

今日新聞影劇中心（2011 年 3 月 20 日）。〈胡瓜節目抄襲？外商公司跨海提告〉，《今日新聞》。取自 http://www.nownews.com/n/2011/03/20/546299

文星（2015 年 2 月 9 日）。〈中國好聲音也是兩岸好聲音〉，《人民日報海外版》。取自 http://tw.people.com.cn/BIG5/n/2015/0209/c14657-26529722.html

王惠琳（2016 年 1 月 31 日）。〈版權爆糾紛　好聲音恐鬧雙包〉，《聯合知識庫》，聯合報／ C2 版／星話題。

王嘉俐（2015）。〈微信「搖電視」：跨屏互動新模式〉，《視聽》，8：4-5。

王曉易（2015 年 7 月 7 日）。〈好聲音借力 BoBo　突圍傳統電視深淵〉，《網易娛樂》。取自 http://ent.163.com/15/0707/11/ATTUL0IE000333J5.html

白朝陽（2012 年 8 月 20 日）。〈《中國好聲音》版權購買費高達 300 多萬元　「好聲音」唱火了節目版權生意〉，《中國經濟週刊》，33：64-66。

世熙傳媒（n.d.）。〈了解世熙〉。取自 http://www.3cmedia.com.cn/3c/html/ljsx/

_____（2014 年 8 月 26 日）。〈四川電視節・世熙獎　首屆中國電視節目模式大賽〉。取自 http://msds2015.3cmedia.com.cn/html/intro/dsxw/2014/0826/2.html

任佳（2015 年 9 月 10 日）。〈《中國好聲音》：8 檔衍生節目力拓產業鏈〉，《綜藝報》。取自 http://m.dooland.com/index.php?s=/article/id/753960.html

〈好聲音暫更名「新歌聲」〉（2016 年 7 月 7 日）。《京華電子報》。取自 http://epaper.jinghua.cn/html/2016-07/07/content_317192.htm

李邑蘭（2015 年 9 月 18 日）。〈「我只覺得來得太晚了」　臺灣製作人在大陸十年〉，《南方週末》。取自 http://www.infzm.com/content/111828

_____（2015 年 3 月 13 日）。（「所有真人秀做到最後都是情感節目」 星空傳媒 CEO 田明有話說），《南方周末電子報》。取自 http://www.infzm.com/content/108227

李佳恬（2014 年 6 月 30 日）。〈搶佔眼球的戰爭——從中國大陸線上影音平臺自製內容發展趨勢談起〉。取自 https://www.itri.org.tw/chi/Content/NewsLetter/Contents.aspx?&SiteID=1&MmmID=5000&MSID=620633316204021231&PageID=2

李欣穎、孫榮光（2015 年 3 月）。〈中國大陸綜藝節目《中國好聲音》、《全能星戰》召喚的國族認同與想像〉，「2015 年文化研究學會年會」論文。臺灣，臺北。

李政忠（2003）。〈以「連結」觀點思考媒體業者在全球化趨勢中的經營策略〉，《新聞學研究》，75：1-36。

李晨（2014）。《電視「真人秀」文化價值觀解讀——以《中國好聲音》為例》。天津師範大學新聞學專業碩士論文。

李麗（2016 年 1 月 29 日）。〈揭秘《中國好聲音》版權糾紛內幕：「模式費」漲到數億元〉，《羊城晚報》。取自 http://news.ycwb.com/2016-01/29/content_21246697_2.htm

吳敏潔（2012 年 9 月 11 日）。〈獨家探班「正能量」《中國好聲音》臺前幕後的秘密〉，《新藍網》。取自 http://n.cztv.com/zy/2012/09/2012-09-113558623.htm

杜興華（2015）。〈真人秀節目「本土化」改造——以《中國好聲音》為例〉，《名作欣賞》，15：36-37。

汪寶根（2014）。《〈中國好聲音〉商業模式研究》。對外經濟貿易大學工商管理專業碩士論文。

房文子（2015）。〈傳統電視如何被「搖動」——「搖電視」平臺開放註冊後的電視業態分析〉，《新聞愛好者》，8：78-80。

易品（2015）。〈從微信春晚「搖一搖」看電視媒體與社交媒體的互動〉，《新聞知識》，6：89-90。

周敏（2015）。《電視娛樂節目的公益性傳播研究》。北京，中國：人民日報出版社。

袁靖華（2010a）。〈流行節目模式：電視業國際競爭的新領域〉，《浙江傳媒學院學報》，17：77-80。

_____（2010b）。《電視節目模式創意》。北京，中國：中國廣播電視出版社。

張莉、胡里（2012 年 8 月 14 日）。〈《中國好聲音》的「股份制」〉，《綜藝報》。取自 http://www.zongyiweekly.com/new/info.asp?id=860

張漪（2012 年 7 月 26 日）。〈媒體解惑揭秘《中國好聲音》五大疑問〉，《楊子晚報》。取自 http://media.people.com.cn/n/2012/0726/c40606-18600289.html

彭侃（2015）。〈電視節目 IP 開發現狀〉，《視聽界》，6：33-36。

彭靖（2012 年 11 月 12 日）。〈IPCN 國際傳媒 80 後美女總裁：賣中國好聲音版權〉，《新浪財經》。取自 http://finance.sina.com.cn/business/20121112/112513646198.shtml

〈節目模式「中國造」成趨勢　原創節目將返銷海外〉（2013 年 11 月 22 日）。《新華網》。取自：http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/ent/2013-11/22/c_125748181.htm

葉兆（2013）。〈「中國好聲音」的品牌內涵發展之道〉，《現代營銷》，10：29-30。

萬克文、程前、李志國（2014）。〈「親密捆綁式」：一種全新的制播分離模式——由《中國好聲音》引發的思考〉，《編輯之友》，7：70-73。

葉君遠（2015 年 8 月 26 日）。〈金鐘獎入圍名單　狠刮綜藝圈一巴掌〉，《聯合影音網》。取自 https://video.udn.com/news/362113

_____（2015 年 8 月 8 日）。〈臺灣綜藝節目「缺的不是錢 而是態度」〉，《聯合新聞網》。取自 http://udn.com/news/story/7264/1107229

董杰、楊琳（2015）〈新舊媒體交融電視欄目「季播」節目優勢分析〉，《今傳媒》，4：66-67。

賈培德（2015 年 8 月 13 日）。〈《校花來了》，抄襲《奇葩說》也敲響臺灣綜藝節目的喪鐘〉，《鳴人堂》。取自 http://opinion.udn.com/opinion/story/5783/1119668

傳媒內參（2016 年 6 月 3 日）。〈「中國模式日」來襲，這次要讓世界聚焦中國原創模式〉，《今日頭條》。取自 http://toutiao.com/i6292029733760664065

楊睿愷（2009 年 5 月 30 日）。〈臺日文化　模仿抄襲致敬？〉，《喀報》。取自 http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/1693?issueID=71

廖慧娟（2015 年 5 月 15 日）。〈好聲音 4 決選 黃聖文搶贏麥克風〉，《中時電子報》。取自 http://www.chinatimes.com/newspapers/20150515001029-260308

趙巍（2010）。〈中國電視「季播」發展現狀及存在問題〉，《今傳媒》，7：103-104。

鄭爽、胡芷滔（2012 年 8 月 17 日）。〈《中國好聲音》生意經：廣告分成和錦囊八計〉，《第一財經日報》。取自 http://tech.sina.com.cn/i/2012-08-17/01227514296.shtml

鄭道森、吳立湘（2014 年 4 月 14 日）。〈「中國好聲音」資本運作揭秘〉，《新京報》。取自 http://www.bjnews.com.cn/finance/2014/04/14/312846.html

鄭曉迪（2013）。〈談《中國好聲音》中的網臺聯動模式〉，《祖國》，4：49-50。

劉啟宇（2006）。《臺灣電視劇節目跨國輸出之研究》。世新大學傳播管理學研究所碩士論文。

蔡維歆（2013 年 3 月 2 日）。〈臺灣綜藝節目無視山寨版紛收攤 倒退嚕抄中國〉，《蘋果日報》。取自 https://tw.appledaily.com/headline/daily/20130302/34861686

謝耘耕、陳虹（2007）。《真人秀節目：理論、形態和創新》。上海，中國：復旦大學出版社。

蘇蘅（2004）。〈傳播全球化研究在臺灣〉，翁秀琪（編），《臺灣傳播學的想像》（下），頁 709-749。臺北，臺灣：巨流。

Altmeppen, K. D., Lantzsch, K., & Will, A. (2007). Flowing networks in the entertainment business: Organizing international TV format trade. *The International Journal on Media Management*, *9*, 94-104. doi:10.1080/14241270701521667

Baltruschat, D. (2009). Reality TV formats: The case of Canadian Idol. *Canadian Journal of Communication*, *34*, 41-59. doi:10.22230/cjc.2009v34n1a2032

Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, *27*, 643-650. doi:10.1177/014920630102700602

-- (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, *32*, 1231-1241. doi:10.1287/mnsc.32.10.1231

Bazalgette, P. (2005). *Billion dollar game: How three men risked it all and changed the face of TV*. London, UK: Time Warner.

Bourantas, D. (1989). Avoiding dependence on suppliers and distributors. *Long Range Planning*, *22*, 140-149. doi:10.1016/0024-6301(89)90016-2

Casciaro, T., & Piskorski, M. J. (2005). Power imbalance, mutual dependence, and constraint, absorption: A close look at resource dependence theory. *Administrative Science Quarterly*, *50*, 167-199. doi:10.2189/asqu.2005.50.2.167

Chalaby, J. K. (2013). Reflection i: Transnational TV formats: Making the local visible and the global invisible. *Critical Studies in Television*, *8*(2), 54-56. doi:10.7227/CST.8.2.5

Daft, R. L. (2001). *Organization theory and design* (7th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.

Denzin N. K. (1989). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York, NY: McGraw-Hill.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

E-BULLETIN. (2007, January 15). *Value of television formats continues to grow despite legal uncertainty*. Retrieved from http://swanturton.com/value-of-television-formats-continues-to-grow-despite-legal-uncertainty

Esser, A. (2010). Television formats: Primetime staple, global market. *Popular Communication*, *8*, 273-292. doi:10.1080/15405702.2010.514176

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.

The Format Recognition and Protection Association. (2009). *FRAPA Report 2009*. Retrieved from http://www.frapa.org/services/frapa-report

Frau-Meigs, D. (2006). Big Brother and reality TV in Europe: Towards a theory of situated acculturation by the media. *European Journal of Communication*, *21*, 33-56. doi:10.1177/0267323106060988

Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Knox, S. (2013). Reflection iii: Transnationalisation, television formats and the universal. *Critical Studies in Television*, *8*, 104-106. doi:10.7227/CST.8.2.10

Kretschmer, M., & Singh, S. (2009). *Exploiting idols: A case study of international TV formats trading in the absence of intellectual property protection*. Retrieved from http://tvformats.bournemouth.ac.uk/Downloads/Exploiting_Idols.pdf

Kunz, W. (2010). Prime-time island: Television program and format importation into the United States. *Television & New Media*, *11*, 308-324. doi:10.1177/1527476410365709

Magder, T. (2004). The end of TV 101: Reality programs, formats, and the new business of television. In S. Murray & L. Ouellette (Eds.), *Reality TV: Remaking television culture* (pp. 137-156). New York, NY: University of New York Press.

Mathijs, E., & Jones, J. (Eds.). (2004). *Big brother international: Formats, critics and publics*. New York, NY: Wallflower Press.

McKercher, C., & Mosco V. (2010). Getting the message: Communications workers and global value chains. *Work Organization, Labour & Globalisation*, *4*(2), 1-9. doi:10.13169/workorgalaboglob.4.2.0001

McLuhan, M. (2002). *Understanding media: The extensions of man*. New York, NY: Routledge.

Moran, A. (2010). When TV formats migrate: Languages of business and culture. In G. Elmer, C. H. Davis, J. Marchessault, & J. McMullough (Eds.), *Locating migrating media* (pp. 23-36). Lanham, MD: Lexington.

-- (2009). Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, *23*, 115-125. doi:10.1080/10304310802706932

-- (1998). Copycat TV: *Globalisation, program formats and cultural identity*. Luton, Bedfordshire, UK: University of Luton Press.

Moran, A., & Malbon, J. (2006). *Understanding the global TV format*. Bristol, UK: Intellect.

Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, *14*, 179-191. doi:10.1002/smj.4250140303

Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York, NY: Harper & Row.

Porter, M. E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, *12*, 95-117. doi:10.1002/smj.4250121008

-- (1985). *The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.

Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London, UK: Sage.

Sabbagh, D. (2005, August). Big Brother on mobiles earns 3 a small fortune. *The Times*. Retrieved from https://www.thetimes.co.uk/article/big-brother-on-mobiles-earns-3-a-small-fortune-ct27n7kqf98

Skovmand, M. (1992). Barbarous TV international: Syndicated wheels of fortune. In M. Skovmand & K. C. Schrøder (Eds.), *Media cultures: Reappraising transnational media* (pp. 84-103). London, UK: Routledge.

Weissmann, E. (2013). Reflection ii: The format trade and transnational knowledge cultures. *Critical Studies in Television*, *8*(2), 73-75. doi:10.7227/CST.8.2.7

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, *5*, 171-180. doi:10.1002/smj.4250050207

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 109-150, July 2018

Strategies for Upgrading and Transforming the Variety Show Industry From the Perspective of the Value Chain of TV Format Adaptation: A Case Study of *The Voice of China*

Tsai, Pei*

Associate Professor, Department of Radio, Television & Film, Shih Hsin University

Abstract

The import and export of TV program formats is important in media globalization. Focusing only on the globalization of TV content risks ignoring the development and potential of TV format globalization. From the perspective of cultural globalization, this study examined the value chain of TV format adaptation, including strategies of purchasing outstanding foreign formats, learning new production techniques, developing localized creativity, and producing high quality local programs. This study provides a possible direction for academic research on the TV program format adaptation value chain as well as practical suggestions for upgrading and transforming Taiwan's variety show industry.

Based on in-depth interviews and secondary data analysis, this case study on *The Voice of China* identifies the following strategies for media in Taiwan: Research and development departments should be established to cultivate "a nose for television formats." Production companies should generate more revenue through sharing the investment in broadcasting. Rather than cutting costs, additional sources of revenue should be cultivated. Besides content localization, the major contribution of program format localization comes from integrating local resources and developing a local industry value chain. The results of this study suggest that variety shows in Taiwan should prioritize cultivation of the program brand, as well as the development of program formats to create a value-added media industry.

Keywords: *The Voice of China*, glocalization, TV format, variety show, value chain

---

* Email: peitsai@mail.shu.edu.tw
Received: 2016.7.29
Accepted: 2016.10.24

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 151-186．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0005

如夢似魘的遷徙：在臺陸籍配偶的認同實踐研究 *

陳宏 **

倫敦大學金匠學院媒體與傳播博士

摘要

本研究旨在關切結構力量作用於不同社會背景的陸籍配偶會呈現怎樣具體的制約影響，同時，因應複雜流變的日常情境，她們如何進行認同實踐與社會結構互動。本研究採以深度訪談為主、參與觀察為輔的研究方法，共計訪談 17 位受訪人發現，來臺時間長短、教育程度、夫家狀況等因素皆會影響其認同實踐之抉擇。在應對政治、性別、族群等多方面結構制約時，陸籍配偶不僅有被迫就範或竭力對抗這兩種實踐樣態，同時也存在無意識地為結構所銘刻，或游刃於結構的能動性施展。

關鍵詞：社會結構、身分認同、兩岸聯姻、實踐典範

* 本文改寫自筆者碩士學位論文之部分內容。作者感謝導師翁秀琪，口委林思平、林麗雲等諸位教授的提點鼓勵，兩位匿名評審的批評指正，以及所有受訪陸籍配偶的不吝分享。

** Email: h.chen@gold.ac.uk

投稿日期：2016 年 7 月 22 日
接受日期：2016 年 12 月 18 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

據聯合國 (United Nations, 2013) 最新國際移民報告統計，2013 年全球共計有兩億三千兩百萬人居住在非出生國家，相較 2000 年增長了 33% 共計達五千七百萬人，包括入籍或長期居留的移民、因工作或教育的短期遷移、循非法管道的人口販運、受庇護的難民等，其中女性移民已達 48%。這樣的現象與二十世紀初以男性為遷移主體的情形已大不相同，如 Castles & Miller (2009) 所提，過去數十年間全球範圍內發生的種種政經變遷，在移民族群中掀起了「遷移女性化」（feminization of migration）的趨勢。女性移民在傳統移民的人口結構所占的比重日益漸增，有關性別（gender）特質如何作用於移民脈絡的討論也逐漸萌芽，涉及包含移民就業立法中的性別歧視問題 (Kofman, 1999; Phizaklea, 1998)、海外勞力市場的性別選擇趨勢 (Deshingkar, 2005; Lazaridis, 2000)、以及移民族群於公私領域的兩性社會分工 (Lee, Chan, Bradby, & Green, 2002; United Nations, 2006) 等諸多社經結構層面的檢視，並由此牽引出許多有別於以往移民模式的女性移民現象探討，如極具商品化色彩的女性移工貿易（the maid trade）、跨國非法交易與色情行業、以及組織化的婚配移民現象 (Carling, 2005)。

其中，各國之間女性婚配移民的跨界遷移，正成為不容忽視之社會議題。以臺灣而言，根據內政部入出國及移民署統計，截至 2014 年 10 月底共計有大陸籍配偶與外籍配偶逾 49 萬人，其中女性配偶便占了將近 46 萬，女性陸籍配偶則有逾 31 萬，占女性移民總人數之 68.34%，居臺外婚姻比例之冠。[1] 與其他國家的婚配移民現象有所不同，兩岸間的通婚行為不啻是全球化效應下的產物，亦交織著複雜的兩岸脈絡。譬如，同樣是受到國族主義的排斥效應，東南亞配偶面對的是國家對移民普遍的國境管理（妨礙婚姻移民的自然權利），在陸籍配偶部分，則會出現更為尖銳的國族認同與對立矛盾（兩岸的政治敏感），所以兩者適用不同規範（外籍配偶適用《國籍法》、《移民法》等法規，而陸籍配偶則適用《兩岸人民關係條例》等），且相對上對東南亞的國族界限較容易鬆動，對陸籍配偶則不然（楊婉瑩、李品蓉，2009）。

因應如是的社會脈絡，可以看到相關研究在不同階段的投注焦點與陸配政策的實施，以及當時的社會氛圍存在呼應關係。早期陸配研究以政府主管機關

1 該數據僅涵括中國大陸地區配偶，不含港澳地區。其中，女性移民總數為 305,619 名，占據陸籍配偶總人數之 95.17%，因此，依照過往陸配相關研究慣例，本文所指涉之陸籍配偶，係大陸地區嫁來臺灣之女性配偶。

因業務需要而委託學者進行之調查研究為主，以瞭解兩岸婚配模式及特性為目的，故較偏重於量化研究，期許經由量化數據，得出陸籍配偶特性與其婚配模式，以期適時調整管理政策，隨著陸配政策推行演進，所造成之社會影響深遠明朗，相關學術探討亦趨於深化細緻。包括分析婚姻移民者在臺生活適應，及在生活各層面受到種族、階級與性別歧視與偏見的問題（徐源生，2003；夏曉鵑，2002，2003，2005；陳小紅，1999；趙彥寧，2004，2005；簡孟嫻，2003）、兩岸通婚及定居居留相關政策法令討論（周友彥、陳振順，1999；陳小紅，1997；陳寬政，1994；陳靜慧，2002）、人權保障及公民權問題（陳小紅，2005；陳怡潔，2010；楚恆惠，2005；廖英瑾，2006；潘淑滿，2004a，2004b），以及探討兩岸通婚成因及現況之探討（張增樑，2002；趙彥寧，2003；韓嘉玲，2002，2003）。

可見關於大陸婚姻配偶的學術研究，討論層面相當廣泛，側重點各不相同，已形成較為完整的研究理路。但不可諱言的是，以往研究由於問題意識的設定，其切入角度與研究方式存在一定程度的局限。一方面，由於早期陸配的人口結構所限，過去研究總是將焦點置於被邊緣化的移民族群，尤其是知識水平低落、受困家庭、或是從事廉價勞力等位居社會中下層的女性，換言之，這些研究忽略了其他女性移民的存在，如愈來愈多擁有專業技能、具備一定教育程度、或具有強烈「走出家庭」意願的女性。另一方面，因應陸籍配偶在接待社會中所受結構限制，晚近研究將較多筆墨用於強調兩岸婚姻者的主體能動，如陸籍配偶的社運抗爭（林沛瑤，2005；趙彥寧，2006），或網路平臺的自我賦權（陳宏，2016；張瑄純，2004）。誠然，這些討論點出了結構枷鎖之下，陸配並非束手就擒，也存在使動自我的可能，但我們可以發現，當研究著眼於主體／結構的二分框架時，所謂的主體性與自我實踐唯粗淺地體現在結構的使然之下（壓迫）、個體的應然反饋（對抗），相反，陸籍配偶的真實生活與生命細節已流失於化約思考中。

據此，為彌補過往陸配研究拘泥主體／結構斷然二分的研究疏失，本研究擬納入聚焦探討行動者生活經驗的實踐典範為研究策略，期許在不偏廢陸配共通族群特徵的前提下，增進對於陸配內部異質性與生活經驗的探討。本研究嘗試將陸配日常生活中的自我認同形塑，作為窺探其如何進行生活實踐的棱鏡：因應紛繁駁雜的生活情境，陸配究竟扮演了怎樣迥然各異的角色，進行著如何多元豐富的實踐，此外，在這些幽微細碎的實踐過程中，體現了怎樣的結構制約與主體能動。

貳、結構與主體的橋接：實踐典範

一、實踐轉向（practice turn）

Schatzki (1996) 認為，社會科學對於社會生活的本質探討，總是坐落於對整體（totality）與個體（individual）這兩大核心概念的追問，這種討論自柏拉圖撰述《理想國》（*Republic*）將社會／個體視為整體以降，至十九世紀末、二十世紀初因應社會主義（socialism）與自由主義（liberalism）兩種政治理念的競逐而進一步激化，似有分道揚鑣之勢。整體論係指社會的整體（social whole）決定了構成該整體的所有部分（part）的本質與意義，相反，個體主義論則認為世界是由無數個體之間的相互關係所構成 (Schatzki, 1996: 1-6)。兩者的差別衍伸出諸多紛爭與討論，究其實，單位個體與社會整體，除了居於本體論意義上的光譜兩極，也涉及認識論的根本差異，Bourdieu (1972/1977) 將這兩種對立觀點描述為主觀主義（subjectivism）與客觀主義（objectivism）的差別，Nocolini (2012: 54-55) 加以解釋認為，客觀主義的不足在於其認識論中固有的唯智主義（intellectualism），輕易地將觀察者歸結的用以解釋外部現象的模型認定為決定因果的力量，無疑輕忽了規律背後的生產機制；相反，主觀主義的問題在於，將人類行為都當作是由意識驅動的理性選擇（rational choice），由此陷入詮釋邏輯上的自相矛盾：為瞭解釋缺乏外部條件激勵的理性行為，理性既作為解釋的前提（explanans），也成為了待解釋的對象（explanandum）。

可以說，客觀主義是推崇結構至上的唯智論武斷，主觀主義則耽溺於主體的虛幻自主，兩者貌若殊途卻同歸於理性的傲慢（前者是指研究者，後者是指被研究者）。這種非主觀即客觀的研究視角，事實上忽略了人類日常生活的複雜性，蓋因生活經驗係指普通人在自然環境下所產生的感受及行為，既有其外部脈絡的結構性，亦受行動者的行為所左右，而過往的社會科學範式撕裂了人類主觀經驗與外部脈絡間的緊密連結。據此，Stern (2003) 等實踐理論學者提出實踐轉向（practice turn）概念，試圖應對日常生活經驗的研究困境。誠如 Stern (2003: 201) 所主張的，實踐理論是將實踐視為某種研究的出發點，用以跳脫過往理論某些難以規避的分類方式，如主體（subject）／客體（object）、結構（structure）／行為（action）、規則（rules）／應用（application）等。可以說，實踐理論的意義乃在於其擘畫出了一條新的研究路徑，使得社會科學的探討不再周旋於主體論與客體論的化約二分，亦擺脫了能動經驗（experience of agency）與社會決定論（deterministic social theory）的對立窠臼。

二、實踐理論的結構／主體觀

對於實踐的見解在不同學者之間歧義頗深，但從最根本上來看，對於何謂實踐最低限度的共識，係指言與行的連結（nexus of doings and sayings）(Schatzki, 1996)，更廣義來說，實踐也代表人們所做的「一系列的活動」（arrays of activity）(Schatzki, 2001: 11)，若從其特性來看，實踐是一種有著常規化（routinized）形態的行為 (Reckwitz, 2002: 249)。這些行為建基於某種特定的常規（regular basis）得以被重複地執行，所以實踐理論的關懷，不啻是探究活動本身由某誰來做（what people do），亦檢視這些活動（action）與外在環境脈絡的扣連 (Stern, 2003: 186)。

實踐理論所強調的，是人的存在無法獨立於世界之外，需被置於具體特定的時空脈絡。如 Bourdieu (1972/1977) 認為，社會秩序內化於身、成為行為傾向的過程，即為慣習（habitus），慣習在實踐中被建構，同時也引導實踐執行，兩者存在辯證的循環關係（recursive relation）(Bourdieu, 1990: 52)。源自慣習的實踐固然會呈現一定的常規性（regularity）、連貫性（coherence）與秩序感（order），但不能就此忽略行動者即興（improvisation）、協商與謀略的空間，Bourdieu 以公式（Habitus x Capital）+ Field = Practice 形象詮釋了慣習如何造就實踐的過程，由於行動者與結構合而為一，除了個人慣習為重要的內部（inside）因素，實踐的背後還牽涉行動者的資本擁有（包含物質資本或符號資本，如財富、地位、階級等）以及外部環境的不確定性 (Nocolini, 2012: 53-66)。

又比如，Giddens (1984: 25) 在其結構化理論（structuration theory）指出，行動者與結構並非截然獨立，行動受規則與意義的結構所形塑，結構也在人類活動的不斷流轉中得以延續。Giddens (1984) 強調，結構不僅包含各式各樣的規則（rules），也具備豐富多樣的資源（resources），因此同時具有「制約性」（constrain）與「使動性」（enabling）。對結構化理論的行動者而言，實踐既是穩固也是改變結構的資源，透過對日常行動的反身性監控（reflexive monitor），調整、變更、或修正實踐方式，實現結構的再生產循環（reproduction circuit）(Giddens, 1984: 191)。

除了這類偏倚結構的討論，在有關實踐的理論中更為強調主體能動的概念，則不得不提及 de Certeau 的日常生活實踐與 Scott 的日常生活抵抗（everyday resistance）。兩者論述各有側重，卻有著異曲同工之處。如 de Certeau (1984: 35-36) 認為，日常生活的規訓無處不在，充斥著掌握資源的權謀者所部署的

據點（place）與戰略（strategy），但弱小個體亦能仰賴戰術（tactics）與機遇（opportunities）發揮日常的創造力（inventiveness），在盤根錯節的結構中創造屬於自己的空間（space）；類似的，Scott (1985: 301-302) 也提到，日常抵抗事實上是一種勉強的順服（compliance however grudgingly），由於被統治者難以脫離被統治的生活脈絡，故改以因地制宜的弱者策略與統治者斡旋協商，其目的並非推翻或改變壓迫者所主宰的社會系統，而是在既存結構制約下將損失降至最低以維持其生存（working the system to their minimum disadvantage）。

誠然，這些實踐的理論捕捉到了社會生活的實踐差別與無所不在的權力分布，但在主體與結構的認知上仍有可議之處，源於這些所謂的創意、抵抗、因地制宜的思索皆預設了行動者善用資源、達成目標的理性本能，但任何實踐皆發軔於自我意識或理性驅使的觀點，無法完整勾勒社會生活的真實樣貌。Reckwitz (2002) 總結提出，以往研究主體與結構關係的理論，大致將行動者劃分為經濟人（homo economicus）與社會人（homo sociologicus），分別指涉理性決策（rational decision）與遵守規範（norm-following）這兩種行為現象。誠如 Reckwitz (2002: 245-246) 所主張的，這兩種看待主動性的方式忽略了實踐本身的隱匿（implicit）、默會（tacit）、或是無意識（unconscious）等層面。據此，Reckwitz (2002) 主張，應將行動者視為實踐行為的載體（carrier），不僅承載（carry）實踐亦執行（carry out）實踐，因此，對規則的理解、因地制宜的技巧（know how）、達成目標的慾望，都不再是屬於個人的屬性，而是構成實踐的元素（element），最終由行動者作為載體參與了這項實踐 (Reckwitz, 2002: 250)。

Nicolini (2012) 將這種實踐的「承載者」命名為實踐人（homo practicus），並指出實踐理論為行動者的主動性（initiative）、創造力（creativity）以及個人展演（individual performance）預留了空間。易言之，行動者雖受結構的銘刻與制約，在社會實踐中呈現出某種共通性，但並不意味著結構能夠範限行動者的任何舉動，行動者能夠憑藉創造、算計、謀略等方式與結構協商或反轉結構（王宜燕，2012）。當然，較之過往批判典範在研判結構時對於主體內部差異性的忽視，以實踐理論為切入角度的研究取徑，顯然更為重視「同中求異」的重要性。實踐理論對主體的細緻思考，使得對於能動性的詮釋得以在無意識重複（mindless repetition）與全然創造（complete invention）的光譜之間獲得更多可能 (Nicolini, 2012: 5)。總的來說，若將移民視為接待社會中的行動者，他們也置身於錯綜複雜的生活脈絡之中，也存在著所謂的共通性，譬如源於原生社會的習俗、或是回應來自接待社會對於「我族」的刻板印象，這些發軔於鉅觀結構的生活脈絡具體

而微，卻渾然不覺地烙印在族群成員的身上。這意味著，身處相似生活脈絡的族群成員，皆會做出相應的共通行動，因著成員個體所擁有的社會資本，由此與鉅觀的社會結構進行形色不一的互動。

參、後殖民／後現代脈絡的移民認同

Hall (1992) 曾將認同分為三種類別，分別為啟蒙主體（enlightenment subject），社會學主體（sociological subject）與後現代主體（post-modern subject）。其中，啟蒙主體係指人類為統一的個體，天生具備理性、自我意識與行為的能力；社會學主體的立場則意識到了主體的核心並非全然自治（autonomous）與自足（self-sufficient），提出身分的建構係由個人與社會的互動（interaction）所產生；至於後現代主體理念，則視個體沒有固定、本質或永久的身分 (Hall, 1992: 275-277)。Bauman (1996) 也提到，現代性強調創造（creation），故現代性觀念下的認同問題探討身分如何被建構、如何保持穩固與恆定的狀態；相較而言，後現代著眼循環（recycling），因此探究認同如何避免被固化（fixation），以及怎樣保持開放的狀態（open options）。無獨有偶，Jenkins (2008) 在談到認同的後現代性時指出，與其將身分視為一種個體所擁有（have）的性質（property），毋寧說其是由行為個體所做（do）出來的一種過程（process）。總述之，現代性的認同概念強調個人行為，社會學立場著眼結構面，後現代理念兼及兩者、並主張認同建構與社會互動彼此形塑的動態性。

至於「認同」如何作為一種實踐方式與外部社會進行互動，Swann, Milton, & Polzer (2000) 整合過往認同協商（identity negotiation）相關理論指出，認同具有自我驗證（self-verification）與自我分類（self-categorization）兩種功能，前者認為個體乃是不斷透過影響他者鞏固既有的自我認知，進而積極參與社會真實的建構，後者則認為人們會因為外界對自我的類別劃分而重新定義自我、影響自身行為。簡言之，自我驗證論強調互動中自我對他人的影響，自我分類論則著重互動中的外部因素對於自我的制約。藉此，個體在他者感知（other-perception）與自我感知（self-perception）的交互中開展認同的協商 (Swann et al., 1987)。以移民脈絡而言，認同更是一種建立於關係（relational）或對抗關係（oppositional）的動態過程，如 Waltzer (2015) 主張，認同的建構（construction）或重構（reconstruction）需要移民不斷地基於特定的情境、透過圈內與圈外的協商（in- and out- negotiate），經由自我驗證（或反驗證）來完成重新的定義。

誠如 La Barbera (2015) 所言，在後殖民的全球化脈絡中，移民離開原生國，失去原有的社會地位、家庭與社會網絡。因應來自接待社會的不信任與敵意，受到排擠的嚴峻現實，必定與離鄉背井謀求新生的憧憬發生落差。認同的流動（fluid）與多元（multiple）使得移民既不屬於「這裡」（here），也不再屬於「那裡」（there），而成為一種居間（in between）的狀態 (La Barbera, 2015: 3-5)。以本研究而言，移民認同亦與其日常生活休戚相關，認同不是預先給定，而存在於個體與他人的互動過程。當陸籍配偶選擇跨國婚姻，抵達臺灣開展新生活，結構透過人、事、物落實到日常生活的各個角落。位居結構「圈外」的陸配，經由與結構「圈內」的互動，將重新思考在社會脈絡中的位置，在動態的情境下不斷界定圈內與圈外的邊界意涵，由此形塑其認同。依據實踐典範，行動者與脈絡合而為一、莫分彼此，日常生活作為承載社會結構的容器，使得行動者在共通的結構影響下產生種種的共通實踐。以下將先行梳理在臺陸配所受之結構制約，並推衍出該群體潛在的共通實踐形態。

一、國族主義的質疑？身為公民：政治的認同實踐

現代民族國家（nation-state）概念，主要由血統、語言、習俗、地緣等原基要素所維繫 (A. D. Smith, 1991)，要求政治疆界與民族疆界應當保持一致 (Gellner, 1983)，亦即，國族主義強調單一民族建國的合理性，而今全球化浪潮衝擊下，人口、財貨、資訊大規模跨界移動，讓國族的邊界確立面臨空前壓力。據此，Anderson (1983) 提出著名的想像共同體（imagined community）概念，指出印刷資本主義與大眾傳播的興起，為國族主義的傳播提供了養分，讓素未謀面的陌生人得以構築我者（we）與他者（other）的邊界；Brown (2000) 則認為，國族邊界的確立事實上是其內部成員為了應對國族外部壓力，而採以自我保護的一種工具及資源；趙彥寧（2003）進一步解釋，國族主義的建構、甚或民族國家對於自我疆界的想像，不啻需要界定「自我」，同時也需要尋找敵對的「他者」，藉由剝奪特定人士的權益得以完成。就陸配在臺處境而言，臺灣本土的這種「他者」效應，在面對中國移民時顯得尤為尖銳，乃是因為臺灣的主權以及作為一個民族國家的模糊性與矛盾性：一方面，臺灣的國族建構需要陸籍配偶作為對立的他者來得以彰顯，另一方面，依歸血統原則的國族建構，難以完全脫胎於中華民國係中國政治正統之傳承者的定位，因而，當作為他者的陸籍配偶，想要歸化臺灣時，即凸顯了臺灣國族認同與主權的這種焦慮（陳雪慧，2007；趙彥寧，2005）。

可以推知，在兩岸的政治夾縫中，身處異鄉的陸籍配偶難逃背負歷史共業的命運，成為地方國族主義的假想敵，因此，陸配的人權保障較之其他外籍配偶，更易受到兩岸發展情勢的影響，尤其在身分證取得、工作權取得、學歷認證等涉及陸配公民權的議題，很難擺脫特定人士在政治意識形態上的操弄（陳小紅，2005；陳怡潔，2010；廖英瑾，2006）。這些鉅觀的政策演變攸關陸配日常的各個方面，是以，本研究擬討論「公民」這一身分認同的面向，檢視陸配在平日生活中如何建構屬於自我的政治認同，扮演好公民這一角色，以應對如是的國族主義排斥。

二、性別分工的責難？身為女性：性別的認同實踐

現代社會強調高強度母職（intensive mothering）概念 (Hays, 1996)，女性被社會期待更高的托育責任，否則即可能受到自私自利、不夠格好母親（good mother）的質疑 (Kaplan, 1992; J. M. Smith, 2003)；此外，女性在家庭也被要求負責更多的家務勞作，在強調「利他、犧牲、奉獻、情愛、慰安」的父權話術下，這些付出被當成理所應當、沒有薪酬的勞動力（邱琡雯，2003）。相反，這樣的分工期待並不會發生在男性身上，男性在家庭中的角色更多是與經濟上的供給（financial provision）相關 (Douglas & Meredith, 2004: 235)。女性主義者認為，應當破除本質主義（essentialism）迷思，以後結構主義（post-structuralism）檢閱性別實踐文化 (Jeremiah, 2006: 21)，視性別認同為個體迫於社會規範與期待而進行的自我展演 (Butler, 1990)，是歷史文化脈絡之下持續不斷的社會建構 (Glenn, 1994)。

全球化背景之下的跨國資本主義事實上充滿性別化的劃分，在資本主義體系中，男性移民一般被視為資本的能動者，相反女性移民則被歸類為被動者或從屬者的身分 (Mies, 1998: 142-143)，而女性的從屬情形在性別化的婚配移民中更為顯著，早期兩岸通婚主要依循資本全球化浪潮下的性別秩序，係邊陲地區的女性將婚姻對象轉為半邊陲、或核心地區的男性，或半邊陲、核心地區中經濟較弱勢的男性，將婚姻對象轉向邊陲、半邊陲的女性（夏曉鵑，2002：161-162），藉此補充資本主義社會中家庭與市場的再生產不足（邱琡雯，2003）。依此脈絡，許多陸籍配偶最初嫁來臺灣，實質上是傭人加生育機器（孫立極，2004 年 7 月 21 日；韓嘉玲，2003）。此外，由於傳統臺灣社會與大陸社會皆依循儒家傳統，主要仍以父權制為結構導向，強調「男主外，女主內」、「男強女弱」的性別分

工，這乃是身處華人性別文化的陸籍配偶難以迴避的結構問題。據此，本研究期許透過檢視陸配家庭內部夫妻、婆媳之間的相處模式，探討擁有不同社會資本的陸配在性別認同的建構過程中所經歷的結構制約與主體能動。

三、兩岸婚姻的汙名？身為異鄉人：族群的認同實踐

族群係指一種發軔於群體歸屬感（group belonging），根植於族群成員共同的來歷緣起（common origins）、語言習慣（language）、共享的歷史觀點（shared history）、生活習俗（customs）及宗教信仰（religion）等文化資產的累積 (A. D. Smith, 1986: 27; Wallman, 1986: 229)。與強調血緣或膚色共同性的種族概念（race）不同，族群的形塑更接近於一種以語言文化實踐（linguistic and cultural practices）為傳承的歷史個體化進程（historical individuation），並由此形塑的一種集體認同（collective identity）與根脈（root）觀念，換言之，它是鉅觀的歷史文化資產透過每一個族群的個體所進行的繁衍傳承，因此它並非同質而固定，而極有可能在代代傳承的過程中產生演進或變遷 (Cohen & Bains, 1988: 24-25)。

兩岸雖同屬華夏文明，但分治久矣漸生隔閡，遂成「你群」與「我群」之分。另外，由於早年兩岸通婚受到婚姻仲介與買賣新娘的惡質影響，陸籍配偶常被臺灣社會視為「買賣婚姻」的一方，是利用婚姻關係「來臺淘金者」、「從事賣淫犯罪工作的犯罪者」、或「中共派來臺灣的特務」（張增樑，2002；楊金發，2006；韓嘉玲，2003），這些現象雖經由兩岸時空情境轉換漸漸悄然瓦解，但接待社會仍然未能擺脫對於陸配屬乎貧窮、底層、來自邊陲地區的刻板認定（陳宏，2016）。基此，本研究希冀透過勾勒陸配在日常生活中與接待社會（工作場域、鄰里關係、平日社交）的相處情狀，進一步檢視兩岸族群間的你我之別，對於陸配這群客居異鄉的他者，究竟意味著什麼（研究架構見圖 1）。本文將設置研究問題如下：

研究問題一：社會結構作用於不同社會背景的陸籍配偶，分別在制度約束、性別化責難、及族群分別等面向都產生了怎樣的具體影響？

研究問題二：陸配族群內部的異質性會如何影響個人在認同時的抉擇？

研究問題三：認同作為一種實踐怎樣在陸籍配偶的日常生活中與結構產生互動？

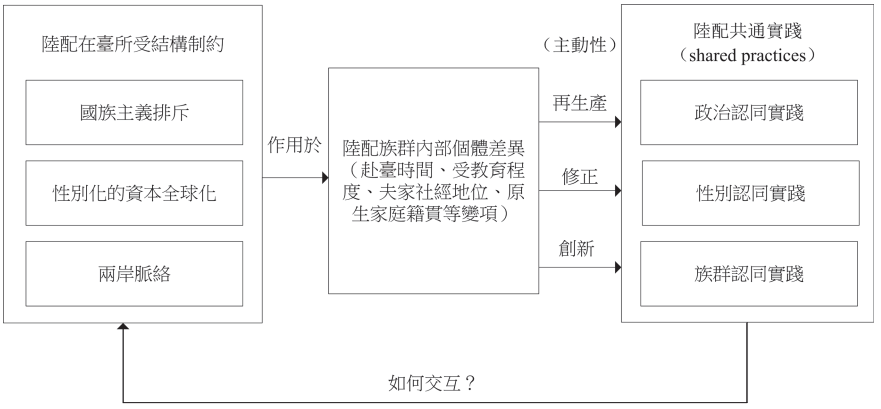

圖 1：研究架構圖

資料來源：本研究自行整理。

肆、研究方法

為彌補過往研究處理族群內部異質性的疏失，最大程度還原陸配族群的真實生活與生命細節，本研究主要採用關注人類生命經驗及其背後意義的深度訪談方法。在著手訪談之先，筆者會請有意願接受訪談的陸籍配偶提供年齡、教育程度、職業背景、來臺時間等相關資料，目的在於立意抽樣，儘可能涵蓋不同社會背景的陸籍配偶。本研究招募與訪談涵蓋時間為 2015 年 2 月至 5 月，由於研究時間與經費限制，受訪者為新北市、臺北市以及臺中市地區的陸籍配偶。[2] 加之陸籍配偶個案資料涉及個人檔案保密原則，樣本取得不易。參與受訪的陸籍配偶，主要由市政府各區公所等主管機關提供管道，推薦願意接受訪談的陸籍配偶（7 位），本研究還將輔以滾雪球抽樣法，請這些受訪者引薦身邊的陸配同儕（如同鄉會、陸配平權協會、才藝培訓社團等新移民組織）中具有高度參與意願的個案參與研究（10 位）。最終受訪人數取決於資料蒐集內容是否出現飽和，當筆者發現受訪者的陳述已不斷出現重複、類似的經驗時，將停止招募受訪者。最終本研究確定選擇 17 位陸籍配偶為受訪對象，以年齡而論，分布自 29 歲至 60 歲，其中來臺時間低於 10 年的共計有 7 位，10 年至 15 年的包含 4 位，15 年以上的則達 6 位之多，基本涵括各個世代來到臺灣的陸籍配偶；以教育程度而論，學歷

2 根據內政部入出國及移民署（2014）統計，自 1987 年 1 月至 2015 年 10 月底，新北市、臺北市及臺中市位列陸籍配偶申請入境居留人數前四位之縣市，因此聚焦於簡化分析，將此三大城市之大陸女性配偶為取樣對象。

分布自國中畢業至碩士生，其中持有國、高中學歷者共計 9 位，專科學歷則有 3 位，持大學及以上學歷者共計 5 位；以原生社會的籍貫而論，視地區的發展程度基本涵蓋大陸的一、二、三線省市，包含上海、天津、浙江、福建、湖南、陝西、山西、雲南等地區。訪談進行地點，多為咖啡館、公園、休閒會館、或陸配自宅等便於深入交談與收音之處，平均訪談時間為 1 小時至 1.5 小時，訪談時會請受訪者回顧來臺生活印象深刻之重要事件，隨後依照事先擬定的半結構式題組進行訪談，並在必要時深入探問（受訪者基本資料整理於表 1）。待資料收集完畢，筆者會將錄音轉錄為逐字文稿以供後續分析。為避免對當事人造成無謂困擾，所有個資將依學術慣例採匿名處理。此外，研究期間，筆者曾多次前往萬華新移民會館（觀摩新移民才藝培訓課程）、中華兩岸婚姻促進協調會（旁聽陸配政策座談）、陸配工作地點（拜訪個體戶業者）、及多位陸配自宅（共餐聊天），以期在休閒、工作、政治態度等多維度增進對陸配日常生活的瞭解，輔助訪談語料的分析。

伍、研究結果與分析

一、政治的認同實踐：生活場域與公共領域的雙面舞臺

從訪談結果來看，由國族主義排斥而起的移民身分取得議題，及其所衍生的系列問題橫跨二十餘年，歷經多次政黨輪替，政策本身亦發生數次變遷，故對陸籍配偶的日常生活影響，也因時代背景、社會氣候差異而產生各樣的差別，即便是相同世代的陸配受制同樣的政策約束，也會因為社會資本不同而產生風貌迥然的反饋。

（一）沒有硝煙的斡旋：日常生活的戰場

由於 2008 年前的居留政策規定，陸配在婚後無法短期內取得居留權，僅能以探視、團聚或探病為由申請來臺停留（大陸地區人民在臺灣地區依親居留長期居留或定居許可辦法，2012 年 11 月 23 日），使得在等待身分期間衍生諸多問題，首當其衝即是攸關生存權益的工作權問題。1992 至 1999 年的舊制嚴格限定，陸籍配偶僅有在居留階段方有申請工作證之權利，此限定雖在 2000 年有所鬆動，允許陸配在未取得居留身分之前若符相關條件得以申請工作證，[3] 但在 2008 年政

3 民進黨執政期間（2000 ~ 2008 年），舉凡在團聚期內，陸配不享有工作權，依親期內，只有符

編號	年齡	籍貫	教育	居住地	來臺時間	職業（來臺前後）	配偶狀況
1	50	浙江	國中	花蓮、臺北	13 年	捕魚業者／家庭主婦、看護	老兵（離世）；親戚介紹
2	60	陝西	高中	臺北	17 年	電錶廠質檢員／主婦、看護	老兵（離異）；婚姻仲介
3	35	河南	大學本科	桃園、臺北	6 年	高中教師／大學教師	臺企老闆（離異）；自由戀愛
4	45	福建	專科	臺北	21 年	旅遊策劃／主婦	冷氣行個體戶；自由戀愛
5	51	湖南	國中	臺北	13 年	科技公司管理層／主婦、豬腳店業者	無業在家（離異）；朋友介紹
6	47	上海	大學本科	臺中、上海	5 年	外資公司採購經理／主婦	大學教授；自由戀愛
7	35	雲南	高中	臺北	6 年	臺企銷售／主婦	臺企業務專員；自由戀愛
8	32	四川	國中	臺北	6 年	玩具廠職工／主婦	模型公司工程師；自由戀愛
9	40	天津	大學本科	臺中	13 年	廣告公司業務員／7-11 店員、主婦	臺企業務專員；自由戀愛
10	45	天津	大學本科	臺中	20 年	外商公司行銷經理／家庭教師、主婦	臺企業務專員；自由戀愛
11	43	山西	專科	臺北	17 年	裝潢公司業者／主婦	航空公司職員；自由戀愛
12	52	湖南	高中	雲林、臺北	15 年	包品批發商、餐飲業者／主婦	裝潢公司員工；鄰居介紹
13	50	福建	中專	新北	23 年	煤炭運輸業者／公司經理	家族企業繼承人；朋友介紹
14	35	福建	高中	臺北	6 年	飾品店業者／主婦	科技公司工程師（已離異）；親友介紹
15	36	上海	碩士	新北	1 年	聲樂教師／主婦	科技公司工程師；自由戀愛
16	47	浙江	高中	新北	20 年	公司職員／百貨公司經理	出版社經營者；自由戀愛
17	29	雲南	大專	臺北	5 年	公司職員／主婦	臺企老闆；自由戀愛

表 1：受訪陸籍配偶基本資料

資料來源：本研究自行整理。

府徹底廢除嚴苛的工作權限制之前，[4] 此批嫁來臺灣的陸配皆因「嫁不逢時」而

合勞委會規定的八種人群，即在臺配偶屬於低收入戶、年滿 65 歲以上老人、身心障礙者、家中有未成年子女或遭受家庭暴力等，才能申請工作許可（陳素玲，2009 年 8 月 25 日）。

4 2008 年馬英九政府上臺，承諾照顧新移民，並要求做到外配陸配一律平權，2009 年 7 月 1 日修正兩岸人民條例第 17 條、第 17 條之 1、第 18 條、第 57 條及 67 條規定，並於同年 8 月 14 日施行，縮短了大陸配偶居留及領取身分證的時間（自 8 年縮短至 6 年），放寬工作限制，允許依親對象

深受其苦。最早的兩岸婚配依循經濟全球化脈絡，暗含邊陲／半邊陲地區的權力分際，屬於經濟低度發展地區向高度發展地區的移民遷徙。因此，這些兩岸聯姻者大多經濟困頓，傾向自我定位為「遠赴他鄉尋求經濟支援」的功利認同。不難想像，在如此情境下，工作權益若難以保障，對日常生活的衝擊相當顯著。從訪談結果可知，迫於生計無奈，部分陸配雖受結構制約，仍展現出各類反饋與結構斡旋，除了從事本地人不願從事的苦力工作（如餐飲服務、醫院看護、農務工），陸配慣常的實踐方式是少說多做、勤勞苦幹贏得用人單位的青睞。由於政策所限，若非法打工遭遇檢舉，不但陸配會遭遇遣返處罰，僱人單位亦會連坐受到重金罰鍰，「能幹、聽話、隨遇而安的廉價勞動力」（1 號受訪者）、「讓單位覺得願意承擔被罰的風險」（2 號受訪者），已內化為陸配適應職場生存的默會認同。

2003 年工作權限制逐漸鬆綁，早年的陸配就業議題遂淡出公共視野，高學歷陸配的從業困境浮出水面。依據《兩岸人民關係條例》第 22 條規定，臺灣地區人民與經許可在臺灣地區定居之大陸地區人民，在大陸地區接受教育之學歷檢覈及採認辦法，由教育部擬訂，報請行政院核定之（臺灣地區與大陸地區人民關係條例，2015 年 5 月 6 日）。唯教育部於民國 86 年發布之大陸地區學歷檢覈及採認辦法，其相關學歷認證作業要點並未及時跟進落實，致使臺灣對於大陸院校的檢覈作業乃是從 2011 年因應陸生來臺就學政策方才啟動。

筆者瞭解到，2011 年之前臺灣對大陸院校的學歷認可僅達高中學歷階段，學歷認證延滯落後，對擁有大專以上學歷的陸配而言，難以獲得與所學專業匹配的工作，諸如「醫科畢業賣水餃」、「外國語學校大學生開豬腳店」這類「大材小用」的案例在筆者的田野過程中時有耳聞。畢業於大陸某所一本高校的 3 號受訪者，回憶坎坷的求職之路難掩失落，在結識後來的丈夫前，在當地已是小有名氣的國文教師，卻因學歷限制屢遭碰壁，但她從未放棄謀取教職，並為此採取了各種實踐策略：

> 那個時候我在大學教國文有受到一些影響，就是卡在學歷（認證），他們缺高級國語老師，已經牽涉到語彙語法的問題，我中文系畢業的嘛，再加上（在大陸）做了十多年教育，這方面是蠻得心應手的。所以就差一個臺灣的教師資格，他看我資歷那麼好，就安排了試課，

死亡的大陸配偶可在臺繼續居留，申請身分不必財力證明、取消配額限制等（中華兩岸婚姻協調促進會，2011 年 7 月 12 日）。

給學生破例上了課。試完之後就很開心要我了，讓我先代課，可是不算正式的老師，沒有編制，所以收入會有差，（跟正職比差）15% 左右。（3 號受訪者，2015 年 4 月 25 日，臺北市萬華區新移民會館）

除了藉助自降薪酬、放棄入編等不得已的妥協來換取心儀職缺，也有部分掌握一技之長或社會資源的陸配以其餘迂迴方式避開政策干預發揮所長。比方利用寫作專長撰寫投書投稿、後受到青睞成為專欄作者的案例（10 號），藝術院校畢業擔任私人才藝教師的情形亦是有之（15 號），也有夫家坐擁家族企業肥水不流外人田的個案（13 號）。總體而言，擁有專業技能或社會資源的陸籍配偶，較之早年來臺知識水平一般的陸配，不會與結構正面衝突（枉顧法律偷偷做）、束手就擒默守規範（不得已放棄就職）、或是不假思索地默會退讓（順其自然成為主婦）。相反，她們會積極尋求政策法令以外的資源管道，運用多樣的變通及妥協技巧。足見，結構既是制約，也存在可供利用、得以與之斡旋的資源，端賴陸配有無成為理性主體的自我意識，以及具備戰略性的應變能力。

（二）弱勢的發聲或意識形態的泥沼？公共領域的凝聚與分裂

Hirschman (2002) 在談及私人生活與公共參與的關聯時曾提出「退出」（exit）與「發聲」（voice）兩種概念：前者是指在日常生活面臨失望時，個體轉向尋求其他的替代方案，後者則是將不滿情緒訴諸公開表達，致力改變既有的糟糕現況。易言之，前者是對結構的規避與逃逸，後者是與結構的直接對話。就本研究而言，國家機器基於國族主義將陸配定義為圈外人，在政策施行時多方設限，受權勢者排斥的陸配不滿所受掣肘，選擇「退出」與結構的直接衝突，以因地制宜的抵抗技巧規避結構宰制，將個人損失降至最低，然透過訪談得知，案例中也有陸配從日常生活過渡至公共領域，積極參與社會真實的建構，如參加社運、投票、組建團體、甚或組黨等政治活動直接與接待社會進行對話。如 Hirschman (2002: 65-66) 所言，私人層面的失望躍升為公共參與的發聲，其中的轉機猶如攀升的階梯（ladder）取決於多方因素：其一，當不滿情緒不再是個人的偶然，而成為普遍（general characteristic）的必然，公共利益（public interest）則可能催生；再者，當失望情緒沒有獲得始作俑者的補償或積極回應，則可能導致失望情緒的傳播，匯聚（merge）為普遍的挫敗或絕望。

由上一節可知，陸配在生活中各自遭遇不同的難題，但導致其普遍不滿的主

因，圍繞在居留政策與身分證件的取得，陸配族群的公共利益於焉而生。彙整訪談資料後筆者發現，熱衷政治實踐的陸配大多來臺時間較長，乃是因為此批陸配來臺時，兩岸敵對意識濃厚，嚴苛的移民制度對其影響相對深遠；另外，則是多年來的政策變遷，讓這些陸配見證了藉政治實踐改善權益的可能。面對國族主義的政策排斥，許多陸配表示，已然洞悉政策背後的政治博弈，故在政黨認同上多傾向親善陸配政策的藍營政黨；而對從未回應其不滿情緒，甚至試圖惡化其在臺境遇的泛綠政黨，部分受訪者積極表現出「圈內人」（遭國族主義排擠者）的凝聚，一致對外匯聚成對「圈外人」（國族主義維護者）的「同仇敵愾」。參與多次平權運動的 5 號受訪者略顯激動地說道：

> 為什麼大陸新娘都喜歡投國民黨，其實大家都是普通民眾，不會很關心政治，我們需要的就是生活權益上面的一些事情。我們不喜歡他們（民進黨、臺聯黨），就是因為在生活上面受他們的歧視，我們要拿身分證他就阻擋我們，外籍人士四年可以拿，我們卻要六年，憑什麼，我們又沒有惹你，幹麼欺負我們！（5 號受訪者，2015 年 4 月 27 日，臺北市萬華區陸配自宅）

如相關文獻所述，政治認同係個人讚同或委身於某種意識形態、並自覺以該政治權力的要求來規範自己的政治行為（李素華，2005；Huddy, 2001），其程度多寡會影響個人是否挺身而出參與政治（劉嘉薇，2014），辯證來看，積極的政治參與也會反過來強化政治認同（包淳亮，2007）。由於大陸教科書本長期將「臺灣是祖國的一部分」作為一種常識進行宣導，使得這樣的認同已如烙印般內化於大多數陸配的價值觀，加之對於臺灣新國族主義排斥的不滿情緒，兩者交織、發酵，激化了部分陸配的政治認同。在受訪者中，最為極端的案例莫過來自福建龍岩的 13 號受訪者，來臺 23 年，起初因不滿陸配政策，多年在國民黨擔任黨工，後於 2009 年以陸配名義組建政黨，據其所稱，若只是成立非政治組織開展平權工作，與立法院及行政機構的溝通難以擺脫「以下對上」的模式，但組建政黨則能更趨平等地交流。然經筆者考證，該政黨除了聲稱為陸配賦權，其背後也擁有深厚的「統派」意識形態基礎，不僅在多次大選中為國民黨背書，與臺灣其他統派政黨亦有所合作，拓展其勢力範圍，藉此輸出意識形態。

值得一提的是，對此類組黨參政頗為反感的陸籍配偶不在少數。持反對意見者多為年輕族裔，來臺時間相對較短，或擁有較高學歷。她們認為平權誠然必要，

但激進方式並不足取，蓋因陸配在臺所受限制皆因政治操弄，故「去政治化」應是陸配平權應有之義，相反，若平權實踐抹上政治色彩則違背了初衷，「好像你拿了身分證就是為了投票左右政治」，反倒坐實「威脅國安」的聲討口實。

可以推知，陸籍配偶從私人生活躍升至公共領域，源於對陸配政策的普遍不滿，而在公共領域產生政治實踐的分歧，箇中緣由則在於政治認同理念的分別。不論是所謂的「左右政治」，或「威脅國安」之說，究其實，都是接待社會認為陸配屬乎特定意識形態的刻板認定。據此，部分陸配也開始反對由意識形態決定政黨認同的行為，開始將具體的「施政能力」與「惠民政策」作為政黨認同的要件：統獨、藍綠不重要，「過日子」才最重要（3 號受訪者）。

筆者觀察到，部分陸配在政治立場上選邊站，事實上並非理性選擇，而存在某種盲目和刻板的認定，這一點也在與 14 號受訪者的訪談中得到印證，她認為，部分姊妹對特定政黨的認同過於偏執，「好像她們覺得陸配投藍是天經地義，投綠的（陸配）沒有自願，都是因為家裡壓力」。誠然，確實存在因家庭壓力改變政黨認同的案例（如婆家人取走身分證要挾陸配選擇特定政黨，或陸配為避免糾紛迎合臺籍家人政治立場），但並不意味著陸配在其間毫無能動的可能（選舉時對家人陽奉陰違）、或發自內心地認同其他政黨的施政理念。據部分受訪者所稱，周遭同儕普遍泛藍的認同氛圍，使得持「不同意見」（如 3 號受訪者）、或對政治根本不感興趣的陸配（如聲稱看盡政治百態心生犬儒的 10 號受訪者、或耽溺小確幸不聞窗外事的 7 號、17 號受訪者）通常不會在和姐妹相處時觸及政治議題。即便是同為國族意義上的圈內人，也會像跟圈外人（鄰里、家人或臺灣朋友）的交往一樣，為了「不傷和氣」而「避談政治」，否則，即可能受到「過來人」或「老一輩陸配」的橫加指責（「忘了本」、「沒有我們哪有你們今天（的權益）」）。可見，不僅是圈外人的政治偏向可能對陸配產生施壓效果，即便是圈內人的政治認同，若形成某種定向的氛圍，也可能成為隱性的內部規範力量、影響其政治認同的實踐。

二、性別的認同實踐：男性霸權的崩解？

整理訪談資料筆者發現，受訪者來臺時間長短、來臺動機差異、原生家庭的言傳身教、及夫家狀況等因素，皆會影響性別結構制約在其日常生活中的具體呈現，誕生出有別於過往「男主外，女主內」刻板分工的多元秩序樣態。

（一）養家兼及顧家：女性雙重負荷的性別秩序

不可諱言，早年會擇陸配為妻的臺籍男子，多為社經地位較差的弱勢族群，如農工階級或是身心殘障為多。因不易在本地找到婚配對象，唯透過親友介紹、仲介、甚或金錢交換方式來完成婚姻。事實上，這些陸配女性也因家庭經濟條件困頓，無可奈何遠嫁臺灣，肩負傳宗接代使命與人妻義務，不但被要求擔任家人的生活照料者，又因大多婚配至經濟貧弱家庭，需要其工作養家，由此形塑女性「主內」兼及「主外」的雙重身分。其中，不容忽視的一個特別現象即是兩岸通婚伊始的「老兵婚姻」。由於「老兵婚姻」的主要目的是尋覓「晚年生活的照料者」，作為在本地尋找「外傭」的替代選擇，以應對經濟能力與語言能力的局限（韓嘉玲，2003）。就本研究而言，受訪者中有 2 位是與老兵締結連理的陸籍配偶（1 號、2 號），在大陸皆有離婚經歷，迫於生活壓力、寄希望於外嫁改變前途。這些離鄉背井的離婚婦女，或是家有父母待以贍養，或是為了子女接受更好的教育，辛勤打工寄錢回家，建構起另類的「女主內」（照顧在臺配偶）與「女主外」（資助大陸原生家庭）的身分認同。

由於年齡差距較大、普遍缺乏感情基礎及互相瞭解，「老夫少妻」的婚姻模式從本質而言更像是一種訴諸交易的「各取所需」：老兵以「承擔夫妻兩人的生活開支」換取「晚年的生活保障」；陸配則用「照料服侍」兌現「在臺打工補貼原生家庭」的機會，達成某種默契的平衡。因此，這些陸配多認為「家務勞作」是「分內事」，對「生活照料者」的認同建構也相對認命，會自覺包辦洗衣、做飯、打掃等家務。1 號受訪者的經歷是此類婚姻模式的最佳案例，起初由親友介紹結識比自己年長 35 歲的老兵配偶，尚未見面就已透過電話向對方坦白，自己離過一次婚，且育有一雙兒女，難堪經濟壓力萌生婚配來臺想法，老兵後被其坦誠打動，由於軍階較高終身俸可月領四萬餘元，婚後家庭生活無虞，對其打工寄錢回家也表示體諒，兩人相安無事以這樣的「合作模式」平穩度過婚姻生活，直至老兵年邁病逝。在往往因為感情基礎薄弱出現婚姻問題、甚至走向離婚結局的「老兵婚姻」中，已屬較為完滿的案例。

（二）任勞任怨或起而反抗？傳統性別分工的幽微之別

通過訪談發現，受訪陸配在家庭生活中大多仍依循「男主外、女主內」的傳統性別分工，這樣的情形幾乎橫跨各個時代成婚的兩岸家庭，唯隨著年代的遠近存在微妙的不同之處。早期及中期來臺的陸配普遍透露，臺灣的「男尊女卑」文

化相當濃厚，已婚女性被要求遵從「三從四德」的儒家「美德」。對此，這些陸籍配偶表現出較為兩極的認同形態。部分受訪者認為女性在家庭中扮演顧家角色是一種「理所當然」的性別分工，並以實踐「任勞任怨的主婦」的身分認同為「體貼」的舉動。會造成這樣的情形，多與陸配原生家庭的言傳身教有關，如來自廈門、龍岩、福州等和臺灣性別文化相近地區的案例（4 號、13 號、14 號受訪者），經年累月浸泡於兩性不等的結構環境，內心漸為默會的認知銘刻，成為一種慣習。

誠然，男性將經濟支配權交給妻子、由女性顧家的分工，未嘗不是一種平起平坐的嘗試，但社會長久以來形塑的由經濟依附所衍生的性別依附文化，在家庭中賦予了男性「一家之主」的特權。這樣的性別差序引發部分陸配的強烈不滿。據透露，除了在日常相處中先生會對妻子像「電冰箱」一樣予取予求，更為嚴重者還包括限制妻子工作、甚至以經濟權要挾妻子不准「拋頭露臉」。一般而言，擁有「反抗」認同的陸籍配偶，多來自較為強調性別平權的大陸一線城市，如來自上海的 15 號受訪者提到，「從小看到父母是那樣的（父親承擔更多家務），自己結婚了肯定心理會有落差」，來自天津的 10 號受訪者也不諱言指出，「臺灣的那種大家庭簡直像（中國大陸）舊社會一樣，（媳婦）被呼來喝去的，還要端茶送水，像丫鬟一樣」；除此之外，另一種持「反抗」態度的案例，即是來臺前已擁有事業，自主意識強烈，屬於在兩性關係中被傳統文化認為「強勢」的獨立女性（5 號受訪者）。

夫妻理念不調而滋生紛爭，集中在早期來臺的陸籍配偶之中，究其實，雙方最初的結識方式難辭其咎。早期兩岸聯姻多由仲介牽線或是親友推介，導致在婚前對彼此不甚瞭解，產生諸多婚姻問題也便不難想像。但隨兩岸逐漸開放、民眾互通有無，孕育了更多自由戀愛的可能。由於夫妻雙方不若早期仲介婚配缺乏彼此瞭解，使得這些兩岸家庭的內部矛盾，由早年的夫妻分歧轉向了年輕族裔與上一輩夫家人的世代之別。就來臺陸配而言，婆媳矛盾遂成為難以迴避的日常課題，尤其是「兩岸」因素更加劇了婆媳之間的對立。這樣的情形在較為強調本土意識的中、南部家庭中更為明顯。來自天津的 9 號受訪者 13 年前因緣際會嫁到臺中，起初兩邊家人對這段婚姻都不贊成，女方家長猜測臺灣夫婿是「來騙婚的臺巴子」，公婆則懷疑她是「來騙錢的阿陸仔」，自此埋下心結，婚後生活暗生齟齬，抑鬱情緒無處排遣，唯藉著養育子女、兼職工作、拓展社交圈與其他女性建立友誼等實踐方式，轉移對婚姻的失望才「慢慢走出來」。無獨有偶，嫁來中、南部地區的 12 號受訪者也曾受過婆婆的「欺壓」。她透露，平日裡在「長幼有

序」、「男女有別」的雙重壓制下根本沒有她置喙自主的餘地，但在和當地臺灣媳婦的相處中，她逐漸意識到婆媳間的相處模式在當地甚為普遍，慢慢改變了對婆婆的惡感，甚至開始效仿起其他的臺灣媳婦，可謂是結構內化為心、默會習得「小媳婦」的身分角色。

> 她們的觀念，媳婦一進門，就要把你壓落底，你才不會跳到她頭上去，像做規矩一樣，所以才會對我這樣的態度。慢慢我覺得其實這裡的人心地都很善良。（婆婆）對我說是比較嚴厲，但是沒有壞心眼，同樣有好吃的，也會叫你吃，在外面，有親戚朋友來，有左右鄰居來，她也會很自豪地介紹，這個媳婦有多好。（12 號受訪者，2015 年 5 月 13 日，臺北市大同區某養生會館）

如 La Barbera (2015: 4) 所提，若我群的建構是藉由他者的確立所成就，那必須要追問的問題，即是哪些他者被我群所選擇用以完成認同的建構，透過上述兩個例子可以發現，陸配在性別實踐時對圈內與圈外人的設定，面臨來自父權結構與兩岸脈絡的交疊影響：臺灣媳婦固然在族群層面是陸配的圈外人，但同樣位於父權結構的最底層，她們在性別認同層面卻成為了陸配的圈內人。憑藉所謂的處境式轉換（situational shift）(La Barbera, 2015: 4)，陸籍配偶動態地將不同的社會成員確立為圈內或圈外人，不斷調整自己的認同位置，基此開展日常生活的性別實踐。

（三）性別平權的幻覺？兩性協商的家庭分工

隨臺灣社會性別平權意識持續發酵，晚近聯姻的兩岸家庭逐漸擺脫傳統性別文化中「妻子是照顧者」、「丈夫是養家者」的刻板分工，催生出一種協商分工的現象，即，經由事先協商溝通，決定家庭照顧者或養家者的安排。這種情況多半發生在年輕族裔、或高學歷陸配等宣稱重視性平觀念的族群中。但筆者發現，協商分工雖在表面顛覆、甚至瓦解了傳統的性別秩序（如大部分已脫離與公婆同住的情形），卻依舊暗含潛在的性別不等。首先，家庭內部的協商分工也會出現「男主外、女主內」的模式，唯與上節所討論之傳統文化規制下的「男主外、女主內」情形所不同，這些毫不遲疑相信性別平等的陸配指出，這樣的分工結果乃是經由協商的產物，並非被動地接受傳統的性別化責任。來自上海的 6 號受訪者，

這樣解釋自己緣何從外資公司的採購經理變為一名家庭主婦：

> 我覺得夫妻關係在全世界哪裡都客觀存在，不會因為兩岸婚姻而有特別的地方，既然他不會弄（家事），那就由我來咯，即使我和上海人結婚，婚後我不工作，家務也是我來做吧。（6 號受訪者，2015 年 4 月 28 日，臺北市信義區某咖啡館）

這些陸配聲稱已擺脫男性賺錢、女性顧家的性別化概念，卻仍在自己的生活中重製了這種分工，事實上卻是由妻子更多地遷就丈夫，而非丈夫努力轉變迎合妻子。雖有協商之名，協商結果卻遮蔽了妻子必須付出更多的真相，以表面上契合彼此「所長」的「各司其職」，來合理化性別分工的不等。事實上，即使協商時家務分工得當，具體實踐仍會遇到各種阻礙。「他加班來不及接小孩，那只好我去接」（4 號受訪者），「輪到他打掃就說工作很忙，那我下班回來也很累，但是與其再麻煩他，就索性我做掉了」（3 號受訪者）。可以發現，在真正執行協商訂定的任務規制時，男性較之女性擁有更多「違規」的權利。究其本質，夫妻雙方的工作被賦予的重要性多寡，間接形塑了其家庭地位的不均等，落實至家事分工時，由於丈夫的工作重要程度「優先」於妻子，因而能夠獲得更多豁免於家事分配規則的權利，相反，妻子應為了「顧全大局」多做一些妥協。

另一種協商分工，在本研究中較為特殊且僅為個案（7 號、17 號）。由於財力雄厚的臺商西進，造成一種新興的性別認同正日趨普遍，亦即「貴婦」認同：據筆者觀察，這些經濟優渥的陸配，無須外出奔波勞作，家務則配備「外傭」代勞，平日消遣多為飲下午茶、訓練瑜伽、參加各類才藝班、或定期開趴等較屬於中上階層人士之日常活動。「貴婦」認同的陸籍配偶，通常並不諱言協商實踐協助其成為了兩性關係的獲利者（「嫁得好」、「先生不要求我做家事」），並認為是主動建構了這樣的性別認同（「抓住了這份婚姻變成了貴太太」）。不過，透過其論述不難發現，這些陸配所表露的性別認知，未能脫離早年兩岸婚姻背後的性別文化邏輯：在她們眼中，女性從事有薪工作，乃是因為男性所賺收入不足以讓其善盡養家責任，而女性即便從事有薪工作，也應被視為是一種次要、可有可無的輔助。

總的來說，陸配作為遭父權結構排斥的圈外人，與圈內的臺籍丈夫進行分工的協商，一定程度上增進了陸配在兩性關係中的主動性，不啻鬆動了傳統文化加諸女性的「主內」身分，也使得女性的家庭地位有所提升，甚至催生出眾口交贊

「嫁得好」的模範婚姻，但本質上並未帶來真正意義上的性別對等。絕大多數陸籍配偶，即便是自詡注重性平觀念、藉理性協商分配家事的高學歷陸配，皆未能察覺到包裹在「衣食無憂」、「可走出家庭的自由」之下的兩性付出不均等。在「嫁得好」的光環之下，毫無意識結構的存在，轉而懷疑是否是自己的要求過高，在經歷一段時間的認同掙扎後重新回歸「理當知足的賢內助」認同狀態，默會地安然於既有的性別秩序結構。

三、族群的認同實踐：對峙與和解的掙扎

匯整訪談資料可以得知，不同時期來臺的陸籍配偶，雖同處雙文化環境，卻因在臺生活的滿意度、文化水平差異、原生社會發達程度之別，對接待社會產生迥然相異的觀感，並呈現出親疏不一的族群認同與實踐形態。

（一）澄清汙名的兩難：尷尬居間的認同實踐

陸配來臺遭遇的首要衝擊，即是深信不疑的「兩岸一家」預設受到顛覆，兩岸同宗同源是中國大陸長期教育下不曾被質疑的常識，但真正來到臺灣後這些陸配才發現，心中的「寶島」顯得有些「陌生」。來臺時間最久的 13 號受訪者這樣說道：「我們從小都把生活在臺灣的人稱為『同胞』，但當踏上這塊嚮往已久的寶島，才知道臺灣習慣把大陸稱為『對岸』，把我們這些跟臺灣同胞結婚的人稱為『陸配』」。嫁來臺灣逾 5 年的 17 號受訪者也提到，「陸配」這一稱謂讓人感覺強烈的「排他性」：「陸」字意味著「地域之別」，「配」字的「附屬」意涵也予人「孤立」和「邊緣」的負面印象。

如過去文獻所提，由於兩岸政經結構差異，對早年來臺陸配的「他者」建構也多了一份兩岸聯姻的汙名標籤。12 號受訪者提到，一次在菜場買菜直接被攤販戲謔「是花多少錢買來的」，錯愕之餘滿腹委屈，只能回家跟先生哭訴。根據受訪材料可以得知，陸配普遍將接待社會的「他者」建構歸咎於意識形態的教化、媒體宣導的偏頗、或是兩岸訊息不流通所致的不甚瞭解。長期兼職才藝家庭教師的 10 號受訪者發現，平時接觸的年輕世代雖然「你我之別」立場明顯，卻較能接受她的一些汙名澄清，反倒是早年來臺時遇到的「外省二代」對陸配尤為排斥，認為「底層」、「貧窮」、「落後」的「陸配」跑來臺灣是丟了「大陸人」的臉，以彰顯自身作為「臺灣大陸人」有別於「陸配」這一族群的「優越感」。

除了因「邊陲／半邊陲」地域分際所衍生的文化內涵比較，來臺的陸籍配

偶還發現，在口音、字彙、用語等面向，也都顯見兩岸族群文化之別。多位受訪者表示，曾因口音被辨識出大陸身分而遭歧視待遇，如來自雲南的 7 號受訪者，在某家電話行銷企業應聘時，被直接以「大陸口音會降低客戶信任感」為由回絕職位申請，方才得知是自己濃重的「大陸腔」影響了在臺就業的機會。部分受訪陸配也談到，有時會為了避免被認出大陸身分而刻意迴避「兒化音」，或是在一些公共場合有意學習「臺灣腔」規避由身分而致的「另類眼光」。由於無法決定「別人對自己的看法」，這些學歷水平一般、或來自大陸二、三線城市的陸籍配偶，會選擇努力提升自身形象，如效仿臺灣社會生活的慣常秩序，在「公共場合降低說話分貝」、「搭公車排隊」、「不隨地亂丟垃圾」等瑣碎的生活習慣方面刻意效仿，從而建構「有素養的大陸人」形象，藉以消弭接待社會賦予自身的負面標籤。諸如此類為了取得「圈外人」認可而展開的實踐行為，可能會在「圈內」引起默會的從眾效仿，但亦有可能遭到來自「圈內人」的質疑，如 5 號受訪者曾因模仿臺灣腔被同儕嘲笑「怪腔怪調」，12 號受訪者也曾為了討好婆婆學習烹飪臺菜，被姐妹譏諷「熱臉貼冷屁股」，誠如 Martin & Nakayama (2007) 所述，族群認同的建立，除了強調文化傳統、習俗、價值觀念等認知維度（cognitive dimension）的依歸，族群成員還需在行為維度（behavioral dimension）恪守族群內部規範，在情感維度（affective dimension）對族群產生歸屬感。所以當族群成員為了澄清汙名，有意迎合他群規範，此類實踐則可能會被圈內人視為是對我群的背叛。是以，對外汙名澄清效果甚微，對內又飽受閒言碎語，「兩邊不討好」，這些陸配陷入了「居間」認同（in-between）的尷尬兩難。

（二）優越感的再生產：鞏固「我群」反擊「他群」的認同實踐

除了上述這些渴望「被接待社會認可」的弱勢認同個案，受訪者中還存在一種更為強勢的認同實踐行為，她們通常對臺灣社會引以為傲的「文化優越」流露出不以為意、或是奚落的態度，甚至在接待社會進行反向的族群文化輸出。這些陸配主要來自大陸較為發達的一線城市（如北京、上海、天津等）、持有較高學歷（6 號、9 號、17 號受訪者）、或從事與文化相關方面的職業（3 號、15 號受訪者）。她們大多承認，在初抵臺灣之際，認為臺灣的「溫良恭儉讓」素質確實比大陸高出許多，「政務機關的公務員態度和善」、「公共場合鮮見大聲喧嘩」、「汽車主動禮讓行人」、「捷運公車設有博愛座」等諸多方面值得大陸效仿借鑒。但隨著與接待社會深入接觸，這些陸配逐漸觀察到，這些臺灣人如數家珍的「高

素質表現」間或會被用來貶抑大陸民眾的「水準素質」，不少臺灣人對陸配仍有先入為主的刻板印象，如：講話大聲、衣著過時、文化素養低落，即便來臺前家境較好的陸配亦有部分曾遭遇「有錢不代表有文化」的數落。

6 號受訪者表示，曾屢次感受到包裹在「溫良恭儉讓」中的「優越感」，對心中的臺灣漸有幻滅之感。這些社經階層甚高的陸配，在遭遇「他者化」的挫折後往往會淡化融入他群的意願，或轉而貶抑他群的族群文化展開反擊：「大陸人都只看臺灣的好，看到和氣有禮貌的就直誇比大陸好，大陸人才是溫良恭儉讓」、「一邊自詡包容民主，一邊肆無忌憚咒罵你的出身」，大陸固然存在很多社會問題待以解決，但「客觀善意的批評令人心服口服，戴著有色眼鏡刻意挑剔讓人反感」。

17 號受訪者更進一步，直指臺灣自詡的「溫良恭儉讓」只是「流於刻意、膚淺的形式」：臺灣人口口聲聲的「教養」經不起推敲，就像捷運設置博愛座，若大家都會主動讓座，則不必多此一舉，而諸如此類象征「高素質」的日常細節，在大陸一線城市早已有所進步，相較而言，臺灣還在「婢學夫人」的階段：

> 高分貝喧嘩當然不對，但（在臺灣）很多時候我覺得用正常聲音說話像個野蠻人，在日本美國我就沒有這種感覺，很自在，因為他們用自然的分貝講話，不做作。等捷運的時候鬆散地站著，門開了快步魚貫而入，不用搶，不刻意慢行，正常走路，這樣的社會才正常。（17 號受訪者，2015 年 5 月 19 日，臺北市中山區陸配自宅）

在正統文化傳承方面，也有一些高學歷陸配認為，臺灣以傳承數千年的正統中華文化自居，而這樣的觀點有待商榷。面對臺灣同儕「簡體字是殘體字」的挑釁，9 號受訪者曾這樣揶揄回嗆，「對甲骨文而言，繁體字又何嘗不是（殘體字）」；擔任國文老師的 3 號受訪者指出，臺灣早年的傳統文化確實保存相對完善，但隨「去中國化」教育推廣普及，一些中華傳統文明已慢慢淡化，在她接觸的年輕學生中「字不成句」、「話不成篇」的並非少數，「臺灣的國語用語和口音和大陸的簡體字相比，不知哪個才是對於中華傳統的不敬」，甚至，3 號受訪者還會在平日教學刻意教導學生強調平捲舌的發音，因為她堅持那才是「正統的發音方式」。

正如 Mercer (1990: 43) 所強調，原本固定（fixed）、連貫（coherent）、穩定（stable）的認同唯有在陷入懷疑（doubt）與不確定（uncertainty）的危機時才

會變成一個問題（issue），從上述案例我們不難推知，同樣經歷族群認同的挫折與焦慮，這些來自大陸一、二線城市、或擁有高學歷背景的陸籍配偶，較之早期來臺的同儕採以「自我澄清」的被動實踐，呈現出更為積極的實踐態度，不但建構自我的族群認同，亦積極參與社會真實的建構。有趣的是，這些擁有較高社經地位的受訪者有小部分異常反感被貼上「陸配」的標籤，強調自己與那些「沒讀過書」、「素質很差」、「鄉下來的」「陸配」不同，將「圈內人」的範疇限縮至更小的類別（我們「大城市來的」、我們「是讀過大學的」），並將此認同帶入日常的實踐中（如反感參加陸配社群組織的各類活動、只跟同樣背景的「圈內人」交往）。但這些陸籍配偶卻沒有意識到，自身採用的認同實踐方式，事實上與接待社會施予其的「他者化」建構，乃是依循同樣的邏輯，即，藉由鄙薄／弱化「他群」的方式以強化「我群」的認同與優越感。可見，看似經過理性算計的實踐行為（文化反向輸出），同樣有可能挾帶了毫無意識的優越慣習。姑且不論如是的認同實踐方式，是否存有放大檢視「他群」弱點、見樹不見林的武斷之虞，唯基於雙方文化價值、語言使用及生活習慣之差別所確立的族群邊界，讓這些陸配反而回歸了與原生社會更為親近的認同樣貌，勢必加深族群層面的「圈內外」分際。

（三）游刃於「你我之間」：淡化隔閡的認同實踐

以本次研究受訪的陸籍配偶而言，試圖淡化族群隔閡的認同案例，主要有以下幾方面原因。首先，原生家庭居於閩南族群地帶的陸籍配偶，由於與接待社會習俗相通、生活習慣相近，較無文化適應之虞（4 號、14 號受訪者）。不過，原生社會與接待社會的文化親近，僅是促使移民族群建立融合「我群」與「他群」認同的因子之一。除此之外，認同「異鄉」的陸籍配偶，一般沒有受到、或未察覺被「他者化」建構的直接影響，在生活場域中體認到接待社會的善意、消弭了文化差異而致的族群隔閡。如 1 號受訪者談到，最初抵臺是嫁到花蓮眷村，接觸人群多為原住民（阿美族）及眷村裡的外省人，「外面風風雨雨」，但是「眷村像家一樣」，外部社會對於陸配的「他群」建構，並沒有影響到日常生活，加上性格直爽、廣結善緣，潛移默化培養了其對於接待社會的親近感。

撇開毫無意識、自然而然淡化隔閡的案例，受訪者中也存在透過自身努力融合我群與他群的現象（理性行為的結果）。譬如，為了「接觸到最普通最底層的社會民眾」、「更深入切近地瞭解風土人情」，11 號受訪者選擇走出家庭，透

過參加社會志工、兼職打工、在地社團等實踐方式融入當地社區，還邀請陸配同儕結伴同行，增進對接待社會的認同感知。4 號受訪者則經常使用臉書與微博分享在臺生活的點滴，將切身經歷訴諸筆端譜寫成兩岸聯姻的甘苦談，收穫來自臺籍好友與陸配同儕的共鳴好評。總結來說，游刃於我群與他群的認同實踐者，並非單向線性地迎合任何一方，相較那些致力於澄清汙名的「弱勢認同」者，不會流露出急於迎合他群規範的一廂情願，而跟反擊他群的「強勢認同」者相比，也沒有一味鼓吹我群規範的倨傲。這些游刃於圈內與圈外的兩岸聯姻者，乃是將原生社會與接待社會的文化，都作為一種生存手段，透過對雙方文化持續地解構與重構來定義自我，據此在日常生活展開族群認同的實踐。

陸、討論與結論

總結本研究的理論貢獻（並整理於表 2）：第一，過往與陸配相關研究多聚焦那些被邊緣化的女性移民，特別是來自社會中低階層、受教育程度較低、或是被圈限在家庭中的女性。此類略顯標籤式的研究視角，不啻忽略了臺灣社會對於

	較早來臺陸配（來臺逾 15 年）	中後期來臺陸配（來臺 10 年內）
國族主義排斥形式	工作權限制	學歷認證延滯
公民的政治實踐	夫家經濟狀況良好者順服結構安排（成為主婦）；迫於生計鋌而走險（非法打工）、持強烈政治立場者參與社運甚或組建政黨；受政策排斥故認同親善陸配政策的泛藍政黨	夫家經濟狀況良好者被迫服從結構安排（成為主婦、從事與專業無關之副業）；具職業規劃者靈活利用專業與社會資源悠遊於結構；泛藍支持者占多數，不排除超越顏色投票者
性別分工形態	女性雙重負荷、傳統分工模式	傳統分工模式、協商分工
華人女性的性別實踐	出生地與接待社會性別文化相近（籍貫福建）、或訴諸功利婚配者（老兵婚姻）較為認命	來自性平意識濃厚的發達城市、或強勢女性採反抗實踐；年輕族裔或臺商配偶，利用理性算計改善自身境遇，但未能意識到潛藏的性別不等
兩岸聯姻的刻板印象	貧窮、落後、買賣婚姻的他者	缺乏文化素養的暴發戶
異鄉人的族群實踐	多來自大陸二、三線城市，學歷水平一般，刻意效仿他群規範以澄清汙名；嫁至對大陸較親善的地區（眷村、原住民地區），或性格不拘小節者，自然而然淡化隔閡	來自大陸發達地區，教育程度較高者採積極的實踐策略（反向文化輸出），卻未能察覺到銘刻己身的優越感；對臺灣持好感，本身亦有融入意願，努力化解敵意與偏見（學習臺語、深入基層工作、撰寫兩岸聯姻部落格）

表 2：在臺陸配所受結構制約與認同實踐樣態

資料來源：本研究自行整理。

陸籍配偶接納程度的變遷，亦忽視了女性移民內部實則存在著社會背景與階級的差別。呼應 Diquinzio (1993) 所言，女性主義研究者必須要為那些嵌於各種階級、種族、甚至性向等交錯脈絡中的女性提供表述自我經驗及認同的空間，由此方能豐富理論建構的層次。基此，本研究在兼顧陸配族群特性的同時，亦納入陸籍配偶的多項社會屬性，涵括年齡、教育程度、在臺居留時間、原生家庭籍貫、與配偶結識狀況等方面，試圖勾勒出各個世代來臺陸配的整體圖景。

第二，因應陸籍配偶在接待社會中的尷尬身分與所受結構限制，晚近研究更傾向於強調兩岸婚姻者的主體能動（如社運抗爭或網路賦權），而當研究重點擺放於主體與結構公開、尖銳的對峙時，易忽視研究對象的真實生活與生命細節。就像 Scott (1990) 在《支配與抵抗的藝術》（*Domination and the Arts of Resistance*）一書中所提，弱勢群體與支配團體的公開互動，事實上是一種公開文本（public transcript），由於權力關係不對稱，弱勢者的行為勢必受到支配者的影響（迎合支配者所形塑的期待、或是弱勢者刻意展演苦難），難以勾勒權力關係的全部樣貌（not the whole story），相反，隱匿在公開文本背後的隱藏文本（hidden transcripts）才是弱勢反抗的真實舞臺。體認到弱者的抗拒不僅發生在社運街頭或投票箱前，而同時體現在日常生活的戰場，本研究採用於細微處察秋毫的實踐典範為研究取徑，更為細化地考量陸配與結構的相處形態。可以發現，陸籍配偶在日常生活需應對國族主義、性別化的資本全球化、以及兩岸脈絡等方面的結構制約，在分別扮演公民、華人女性、異鄉人等角色時展開形色相異的認同實踐。這些瑣碎多樣的實踐行為，既有理性算計的結果，無奈遵循結構的安排，也有無意識為結構銘刻的渾然不覺，它們雖不至於撼動結構，卻在陸配的生命經歷中真實存在，更多時候，也正是這些被忽略的生活經驗，拼湊出了這一族群最為真切的生命細節。

綜合而論，較早來臺（居留時間逾 15 年）的陸配因移民政策不甚友善，在公民認同部分呈現兩個極端，不是為結構所銘刻（順從結構安排），便是採以相對激進的反抗實踐（迫於生計鋌而走險、或參與社運或組黨）。在性別認同方面，也有較為兩極的實踐樣態，來自與臺灣性別文化相近地區（籍貫閩南地區）、或是訴諸功利婚配（老兵婚姻）的受訪者，對傳統分工較為認命，另一些擁有自身事業，或在兩性關係中「強勢」的陸配則時常與結構發生衝突，但一般而言，這樣的對抗較難撼動結構，反會惡化其在婚姻關係中的位置，亦有部分離婚收場。至於族群認同，則會刻意效仿他群規範以澄清汙名，收效甚微卻受同儕質疑，陷入居間認同的兩難；相較而言，中後期來臺（居留時間 10 年內）的受訪者大多

婚配於社經水平較高家庭，加之陸配政策逐漸鬆綁，使其在應對國族主義排斥時，較無過往同儕處處受制的境遇，即便有學歷認證的局限，亦能靈活應用社會資源，悠遊結構而不拘；在應對性別結構時，這些聲稱強調性平觀念的陸籍配偶，雖然利用理性算計的實踐策略改善了處境，催生出有別以往的分工樣態（協商分工、貴婦認同），卻沒有意識到形式上的平等實則強化了既有的性別秩序；在族群認同層面，由於這些陸配多來自大陸發達地區，對於「汙名」標籤展現出更為積極的實踐策略（反向文化輸出），但未能察覺銘刻於己身的優越慣習。當然，以受訪者的世代之別進行劃分，意在描繪陸配認同實踐的模式變遷，並不排除特別案例的存在（若以學歷為別，10 號受訪者即為早年來臺的高學歷陸配，7、8、14 號受訪者雖為近期來臺，學歷水平卻一般），但過多強調個案難具代表性，亦顯得語料分析支離瑣碎，故不作贅述。

另外筆者也發現，本研究設計基於過往文獻，將陸配共通實踐劃分為政治、性別與族群認同等三個方面，但經訪談資料匯整發現，三者並非界限分明、各自獨立，事實上存在隱微的相互影響：國族主義排斥可能影響家庭的性別權力（陸配身分取得對臺男的依附影響婚內的兩性地位），性別認同的共鳴也會消弭族群之間的分隔（陸配與臺灣媳婦的和諧共處），而兩岸之間的族群對立也會強化政治認同的程度（陸配日常生活受限的不滿引發對特定政黨的好惡）。可見不同的結構力量乃是彼此交纏，日常生活也是錯綜複雜。陸配基於特定脈絡，透過對圈內與圈外人的靈活設定，建構並反思自身的各項認同，雖有如後現代之認同概念所述，呈現出一定流動性，但整體而觀，卻如 Sarup (1994: 95) 所言，認同並非全然的自由流動（free-floating），仍會受到各類邊界（borders and boundaries）的牽制，就本研究而言，政治、性別、族群的邊界具體至每位個案陸配，會因其自身的各項因素（社會資本、個性等）與外部大環境（嫁來臺灣的年代）的差異有所鬆動或游移，卻不曾完全消失。

另外，本研究將實踐典範作為主要理論框架，本意欲於陸配日常脈絡的無序雜章中凝練普適規則，並以個體之別見微知著，試圖描摹出一幅面面俱到的移民生活圖景。不料需要處理的變項過多，在語料分析時顯得力有不逮，時有顧此失彼之感。事實上，實踐典範所強調的人與結構之間隱晦、綿延的衝突與矛盾，並非由線性方式所展開，而是一種來回往復的協商過程，而這是採用多樣本訪談法的本文所難以兼顧的。簡言之，本研究側重於結構如何作用於不同行動者以及衍伸的實踐細節，未來研究則可透過少數個案的生命史厚描，更為細緻地捕捉行動

者如何與結構往復的周旋與拉鋸，俾以豐富相關研究的視野。

綜述之，回顧「實踐人」的理論脈絡，乃是為擺脫社會決定論（社會人）與理性主體論（經濟人）的兩難困境，將行動者視為實踐行為的載體，在順服／自主的二元對立之外呈現「既受制又創新」的實踐樣態。誠然，渾然不覺如慣習，理性算計如戰術，皆能體現實踐與脈絡的綿密交織與深刻意義。但筆者觀察到，如此劃分依然存有二分割裂之嫌，其實，不論是受制或創新，或多或少都有著為結構所銘刻的痕跡，如上文所提之中後期來臺的陸籍配偶，雖然看似比早年來臺的同儕擁有更多的理性自主與自覺意識，但依舊囿於其成長背景、生活思維及所處的權力位置（無論原生地或接待社會）施展出「有限度」的自由發揮，即便脈絡不盡相同，亦表現為某種「規制化」的即興，可見，每個人都有自己的牢籠無法突圍。善用場域規則、見招拆招與隨波逐流、束手無策之間，並無孰優孰劣的高下之分，蓋因其都隱藏著對於結構耳濡目染、渾然不覺的成分。是以，我們應當重新思索實踐人的意涵及其理論啟示：其一，實踐人所處的並非單一場域，僅納入固化的社會資本作為變項，仍是外部刺激／內在應變的實證典範邏輯，須知社會資本本身亦是多重結構下的產物，有其流動性與脈絡性，這也便牽引出第二點反思，亦即，對於實踐人結構化主體本質的進一步探問，主體本身也是一種建構中的結構，是結構長期涵化、內化的持續構成，但這並不意味著結構的不可撼動，或是削弱主體的反抗意識，我們應該意識到，結構與主體之間的拉扯或許並不是一場可以裁決輸贏的戰役，正如結構不是一面橫亙不動的高墻，而是充盈你我之間的流水，這樣看來，實踐人的概念，可能並不是對社會人與經濟人的揚棄，而應當是一種收編，主體作為一種移動的、流動的微觀結構，自然能在實踐樣態的多元光譜間找到歸宿。

參考書目

大陸地區人民在臺灣地區依親居留長期居留或定居許可辦法，內政部台內移字第 1010933982 號令（2012 年 11 月 23 日）。

王宜燕（2012）。〈閱聽人研究實踐轉向理論初探〉，《新聞學研究》，113：39-75。

內政部入出國及移民署（2014）。〈各縣市外裔、外籍配偶人數與大陸（含港澳）配偶人數〉。取自 http://www.immigration.gov.tw/public/Attachment/412310541977.xls

中華兩岸婚姻協調促進會（2011 年 7 月 12 日）。〈終結歧視，期待幸福：中華兩岸婚姻協調促進會向政府請益大陸配偶政策，呼籲政府徹底落實馬總統競選政見〉，《苦勞網》。取自 http://www.coolloud.org.tw/node/63039

包淳亮（2007）。〈從國家認同與政治參與談統一不確定性的極小化〉，《香港社會科學學報》，33：59-88。

李素華（2005）。〈政治認同的辨析〉，《當代亞太》，12：15-22。

周友彥、陳振順（1999）。〈大陸地區配偶來臺居留數額之研究〉，《警學叢刊》，29（4）：113-157。

林沛瑤（2005）。《集體行動的困境與策略——以大陸配偶運動為例》。國立中山大學政治學研究所碩士論文。

邱琡雯（2003）。《性別與移動：日本與臺灣的亞洲新娘》。臺北，臺灣：時英。

孫立極（2014 年 7 月 21 日）。〈脆弱的兩岸婚姻〉，《人民日報》，第 10 版。

徐源生（2003）。《兩岸聯姻跨制度婚姻調適之研究——以金門縣大陸新娘為例》。銘傳大學公共管理與社區發展研究所在職專班碩士論文。

夏曉鵑（2005）。《不要叫我外籍新娘》。臺北，臺灣：左岸。

_____（2003）。〈實踐式研究的在地實驗：以「外籍新娘識字班」為例〉，《臺灣社會研究季刊》，49：1-47。doi:10.29816/TARQSS.200303.0001

_____（2002）。《流離尋岸：資本國際化下的「外籍新娘」現象》。臺北，臺灣：臺灣社會研究雜誌社。

陳小紅（2005）。〈跨國婚姻中人權問題之探討：來臺生活「大陸配偶」案例之檢視〉，《國家政策季刊》，4（1）：141-164。doi:10.6407/NPQ.200503.0141

_____（1999）。《大陸配偶來臺生活狀況案例訪視》。（行政院大陸委員會委託研究報告）。臺北：行政院大陸委員會。

_____（1997）。《大陸地區配偶來台居留、定居問題調查研究——兼論如何訂定其居留數額》。（行政院大陸委員會委託研究報告）。臺北，臺灣：行政院大陸委員會。

陳宏（2016）。〈陸籍配偶族群媒體之語藝分析：以臺灣「兩岸家庭論壇」為例〉，《傳播與社會學刊》，35：215-252。

陳怡潔（2010）。〈大陸配偶在臺灣的社會困境與人權宣導分析〉，《臺灣研究集刊》，108：87-94。

陳素玲（2009 年 8 月 25 日）。〈陸配工作權鬆綁　5.4 萬人受惠〉，《聯合晚報》，

兩岸版。

陳雪慧（2007）。《看見臺灣國族的新面貌——婚姻移民法令的歧視與排除》。世新大學社會發展研究所碩士論文。

陳寬政（1994）。《臺灣地區居民大陸配偶來台定居問題之研究》。（行政院大陸委員會委託研究報告）。臺北：行政院大陸委員會。

陳靜慧（2002）。〈從平等權的觀點論大陸配偶在臺灣地區之法律地位及其基本權利之保障〉，《憲政時代》，28（2）：58-78。

張瑄純（2004）。《兩岸婚姻者爭取大陸籍配偶公民權的網路實踐：以「兩岸公園」、「兩岸家庭」論壇為例》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

張增樑（2002）。〈兩岸人民「假結婚」問題研究——以「假結婚、真賣淫」為中心〉，《警學叢刊》，33：203-235。

楊金發（2006）。〈嘉義地區大陸配偶之研究：權力機制及其可能〉，《政策研究學報》，6：305-335。doi:10.7070/PR.200606.0305

楊婉瑩、李品蓉（2009）。〈大陸配偶的公民權困境——國族與父權的共謀〉，《臺灣民主季刊》，6（3）：47-86。doi:10.6448/TDQ.200909.0047

楚恆惠（2005）。《以平等權觀點探討外籍配偶與大陸配偶在臺待遇問題——兼論婚姻移民法制之研究》。國立政治大學法律學研究所碩士論文。

趙彥寧（2006）。〈情感政治與另類正義：在臺大陸配偶的社會運動經驗〉，《政治與社會哲學評論》，16：87-152。doi:10.6523/16845153200603001 6003

_____（2005）。〈社福資源分配的戶籍邏輯與國境管理的限制：由大陸配偶的入出境管控機制談起〉，《臺灣社會研究季刊》，59：43-90。doi:10.29816/TARQSS.200509.0002

_____（2004）。〈公民身分、現代國家與親密生活：以老單身榮民與「大陸新娘」的婚姻為研究案例〉，《臺灣社會學》，8：1-41。

_____（2003 年 9 月）。〈現代性想像、跨國遷移、國境管理：以中國婚姻移民女性為研究案例〉，「意識、認同、實踐—— 2003 年女性主義學術研討會」論文。臺灣，新竹。doi:10.6346/NPUST.2012.00263

廖英瑾（2006）。《我國女性婚姻移民權益保障之研究》。中原大學財經法律研究所碩士論文。

臺灣地區與大陸地區人民關係條例，總統華總一義字第 10400052211 號令（2015 年 5 月 6 日）。

劉嘉薇（2014）。〈民眾政黨認同、媒介選擇與紅衫軍政治運動參與〉，《政治學報》，58：101-126。doi:10.6229/CPSR.2014.58.04

潘淑滿（2004a）。〈婚姻移民婦女、公民權與婚姻暴力〉，《社會政策與社會工作學刊》，8（1）：85-131。

_____（2004b）。〈從婚姻移民現象剖析公民權的實踐與限制〉，《社區發展季刊》，105：30-43。

韓嘉玲（2003）。〈傭人抑或太太？婦女勞動力的跨境遷移：大陸新娘在臺灣案例研究〉，《社區發展季刊》，101：163-175。

_____（2002 年 11 月）。〈全球化下的亞洲婦女遷移：大陸新娘在臺灣研究〉，「少數族群婦女權益探討研討會」論文。臺灣，臺北。

簡孟嫻（2003）。《大陸女性配偶在臺生活適應之研究——以臺中縣市、彰化縣為例》。國立彰化師範大學地理學系碩士論文。

Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. New York, NY: Verso.

Bauman, Z. (1996). From pilgrim to tourist—Or a short history of identity. In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 18-36). London, UK: Sage. doi: 10.4135/9781446221907.n2

Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Cambridge, UK: Polity.

-- (1977). *Outline of a theory of practice* (R. Nice, Trans.). Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Original work published 1972) doi:10.1017/CBO9780511812507.007

Brown, D. (2000). *Contemporary nationalism: Civic, ethnocultural and multicultural politics*. London, UK: Routledge.

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York, NY: Routledge.

Carling, J. (2005, May). *Gender dimensions of international migration*. Poster session presented at the Global Commission on International Migration, Geneva, Switzerland.

Castles, S., & Miller, M. J. (2009). *The age of migration: International population movements in the modern world* (4th ed.). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Cohen, P., & Bains, H. S. (Eds.). (1988). *Multi-racist Britain*. London, UK: Macmillan. doi:10.1007/978-1-349-19399-8

de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley, CA: University of California Press.

Deshingkar, P. (2005, March). *Maximising the benefits of internal migration for development*. Poster session presented at the Regional Conference on Migration and Development in Asia, Lanzhou, China.

Diquinzio, P. (1993). Exclusion and essentialism in feminist theory: The problem of mothering. *Hypatia*, *8*(3), 1-20. doi:10.1111/j.1527-2001.1993.tb00033.x

Douglas, S. J., & Meredith, M. W. (2004). *The mommy myth: The idealization of motherhood and how it has undermined women*. New York, NY: Free Press.

Gellner, E. (1983). *Nations and nationalism*. Oxford, UK: Basil Blackwell.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge, UK: Polity Press.

Glenn, E. N. (1994). Social constructions of mothering: A thematic overview. In E. N. Glenn, G. Chang, & L. R. Forcey (Eds.), *Mothering: Ideology, experience, and agency* (pp. 1-29). New York, NY: Routledge.

Hall, S. (1992). The question of cultural identity. In S. Hall, D. Held, & T. McGrew, (Eds.), *Modernity and its futures* (pp. 273-316). Cambridge, UK: Polity.

Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. New Haven, CT: Yale University Press.

Hirschman, A. O. (2002). *Shifting involvements: Private interest and public action* (20-anniversary ed.). Princeton, NJ: Princeton University Press.

Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, *22*, 127-156. doi:10.1111/0162-895X.00230

Jenkins, R. (2008). *Social identity*. London, UK: Taylor and Francis.

Jeremiah, E. (2006). Motherhood to mothering and beyond: Maternity in recent feminist thought. *Journal of the Association for Research on Mothering*, *8*, 21-33.

Kaplan, A. E. (1992). *Motherhood and representation: The mother in popular culture and melodrama*. London, UK: Routledge.

Kofman, E. (1999). Female “birds of passage” a decade later: Gender and immigration in the European Union. *International Migration Review*, *33*, 269-299.

La Barbera, M. C. (2015). Identity and migration: An introduction. In M. C. La Barbera (Ed.) *Identity and migration in Europe: Multidisciplinary perspectives* (pp.

1-13). London, UK: Springer. doi:https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-10127-9_1

Lazaridis, G. (2000). Filipino and Albanian women migrant workers in Greece: Multiple layers of oppression. In F. Anthias & G. Lazaridis (Eds.), *Gender and migration in Southern Europe* (pp. 49-79). Oxford, UK: Berg. doi:10.5040/9781474214810.ch-003

Lee, M., Chan, A., Bradby, H., & Green, G. (2002). Chinese migrant women and families in Britain. *Women's Studies International Forum*, *25*, 607-618. doi:10.1016/S0277-5395(02)00339-4

Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2007). *Intercultural communication in contexts* (4th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.

Mercer, K. (1990). Welcome to the jungle. In J. Rutherford (Ed.), *Identity* (pp. 43-71). London, UK: Lawrence and Wishart.

Mies, M. (1998). *Patriarchy and accumulation on a world scale: Women in the international division of labour* (6th ed.). London, UK: Zed.

Nocolini, D. (2012). *Practice theory, work, and organization: An introduction*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Phizaklea, A. (1998). Migration and globalization: A feminist perspective. In K. Koser & H. Lutz (Eds.), *The new migration in Europe* (pp. 21-38). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-1-349-26258-8_2

Reckwitz, A, (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, *5*, 243-263. doi:10.1177/13684310222225432

Sarup, M. (1994). Home and identity. In J. Bird, B. Crutis, M. Mash, T. Putnam, G. Robertson, & L. Tickner (Eds.), *Travellers' tales: Narratives of home and displacement* (pp. 93-104). London, UK: Routledge.

Schatzki, T. R. (2001). Introduction: Practice theory. In T. Schatzki , K. Knorr Cetina & E. Savigny (Eds.), *The practice turn in contemporary theory* (pp.10-23). London, UK: Routledge.

-- (1996). *Social practice: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Scott, J. C. (1990). *Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts*. New Haven, CT: Yale University Press.

-- (1985). *Weapons of the weak: Everyday forms of the peasant resistance*. New Haven, CT: Yale University Press.

Smith, A. D. (1991). *National identity*. London, UK: Penguin.

-- (1986). *The ethnic origins of nations*. Oxford, UK: Blackwell.

Smith, J. M. (2003). *A potent spell: Mother love and the power of fear*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Stern, D. G. (2003). The practical turn. In S. P. Turner & P. A. Roth (Eds.), *The Blackwell guide to the philosophy of the social sciences* (pp. 185-206). Malden, MA: Blackwell. doi:10.1002/9780470756485.ch8

Swann, W. B., Milton, L. P., & Polzer, J. T. (2000). Should we create a niche or fall in line? Identity negotiation and small group of effectiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, *79*, 238-250. doi:10.1037/0022-3514.79.2.238

-- (1987). Identity negotiation: Where two roads meet. *Journal of Personality and Social Psychology*, *53*, 1038-1051. doi:10.1037//0022-3514.53.6.1038

United Nations. (2013). *International Migration 2013*. Retrieved from http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/wallchart/docs/wallchart2013.pdf

-- (2006). *2004 World survey on the role of women in development: Women and international migration*. Retrieved from http://www.un.org/womenwatch/daw/Review/documents/press-releases/WorldSurvey-Women&Migration.pdf

Wallman, S. (1986). Ethnicity and boundary processes in context. In J. Rex & D. Mason (Eds.), *Theories of race and ethnic relations* (pp. 226-245). Cambridge, UK: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511557828.012

Waltzer, L. (2015). Negotiating identity: How religion matters after all for migrants and refugees in Luxemburg. In M. C. La Barbera (Ed.), *Identity and migration in Europe: Multidisciplinary perspectives* (pp. 209-225). London, UK: Springer.

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 151-186, July 2018

Identity Practices of Mainland Spouses in Taiwan: Some Practical Perspectives

Chen, Hong*

Ph.D., Department of Media and Communications, Goldsmiths, University of London

Abstract

The study aimed to address the three following problems: 1) the restrictions encountered by mainland Chinese brides in Taiwan with different social capital; 2) the identity practices such brides enacted in their daily lives; 3) the interactions of such brides with structures in complex social contexts. Drawing on illustrative examples from in-depth interviews and participant observation of 17 mainland spouses, the findings revealed that family-of-origin, duration of residence in Taiwan, educational level, and the social status of their Taiwanese spouse, all influenced the practical decisions of such brides. While playing the roles of citizen, woman and foreigner, the respondents showed varied forms of practicing their identity, including "struggling against structures," "being unaware of structures," and "being constrained by structures while simultaneously enabling those structures."

Keywords: social structure, identity, cross-strait marriage, practical paradigm

* Email: h.chen@gold.ac.uk
Received: 2016.7.22
Accepted: 2016.12.18

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 187-212．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0006

廣播天空的「轉型正義」：以中廣為例的分析 *

邱家宜 **

世新大學廣播電視電影學系兼任助理教授

摘要

中國廣播公司以黨營事業長期獨霸臺灣廣播天空，擔負「遏制匪波」政治任務的同時，在解嚴前與老三臺並列黨國意識形態再生產重要工具。本文追溯中廣 1945 年接收「臺灣放送協會」大筆土地資產，獲配大量廣播頻率，逐步架構全臺廣播網的歷史過程，並詳細說明 2000 年第一次政黨輪替之後，交通部、新聞局與後來成立的國家通訊傳播委員會（NCC）等與中廣業務相關的幾個政府主管機構，面對中廣議題的相關處置。其中，尤以掌握電波頻率核配、廣播電臺執照核發權力的 NCC 角色最為關鍵。由於當年接收日產事實明確，中廣歷來總是被與國民黨的「不當黨產」連結，在《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》已經通過，臺灣社會「轉型正義」工程即將啟動之際，確實掌握事情的來龍去脈，將有助於指出未來處理中廣問題的方向與機會。

關鍵詞：國家通訊傳播委員會、中國廣播公司、臺灣放送協會、轉型正義、黨產

---

* 本論文初稿曾於 2016 年 5 月 15 日以〈逃避轉型正義：以中廣股權轉移案為例〉篇名發表於臺北的「歷史 ． 轉型 ． 正義」學術研討會（由臺灣歷史學會、彭明敏文教基金會、吳三連臺灣史料基金會共同舉辦），在此特別感謝研討會與談人林麗雲教授對本文初稿的寶貴建議，以及三位匿名評審所提供的中肯意見。

**Email: eve59chiu@gmail.com

投稿日期：2016 年 8 月 4 日
接受日期：2017 年 2 月 13 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

1949 年國民政府（國府）在國共戰爭中失利，國府中央播遷來臺，當時許多 1945 年戰後接收自日本殖民政府或離臺日人的土地、資產，已經陸續轉入國民黨手中，其中廣為外界所知的，除了分布在全臺各地的 19 家戲院（電影院），還有原由日治「臺灣放送協會」管轄的大片土地、廣播設施，及房舍資產。其中位於現今仁愛路三段的懷生段土地，原為國民黨黨營「中國廣播公司」（中廣）總部，後來因為賣給宏盛建設，蓋了政商名流競相進住的豪宅「帝寶」而聲名大噪。1999 年時，這 5,642 坪土地的交易價格為新臺幣 90 億元（楊士仁，2008：87）。

2016 年 7 月 25 日，臺灣立法院三讀通過《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》，正式以法律啟動臺灣「轉型正義」的政治、社會改革工程。[1] 依條例規定，行政院下設「不當黨產處理委員會」，進行不當取得財產之調查、返還、追徵、權利回復等等事宜。由於距離 2000 年臺灣第一次政黨輪替，已經過了 16 個年頭，許多符合「不當黨產」定義的土地或資產產權都已經轉移，尤其像「帝寶」這樣已經轉手「善意第三人」的資產，未來是否，或要如何接受轉型正義程序的審驗，社會各界都拭目以待。

而除了土地房屋等資材之外，中廣長期以來一家獨大的壟斷臺灣天空的電波使用（詳下文），在黨國一體的年代，與老三臺共同肩負黨國政治意識形態再生產的重要責任。這些大規模的廣播頻率使用權（數十張廣播電臺執照）雖然在「黨政軍退出媒體條款」規範下，使用權利在形式上已經轉移給個人，但時至今日，中廣的產權（房地不動產）轉移仍存在「假交易」的疑雲（詳下文），占有全國最多廣播電波頻率的狀況依然持續。

龐大的土地資產加上全國首屈一指的廣播頻率占有率，自檢討國民黨黨產正當性的聲音出現以來，中廣便是黨產議題聚焦的重點。為了更清楚的釐清這個前國民黨「黨產」從戰後到目前發展的來龍去脈，本文將回溯條理其從戰後到目前的資產處理、相關法律訴訟、電波頻率使用狀況，希望能對未來與轉型正義工程接軌，提供可用的線索與參照。

1 關於臺灣由威權過渡到民主過程所必須面對之「轉型正義」的相關討論，參見吳乃德（2006）、江宜樺（2007）、陳芳明（2007）、徐永明（2006）、汪平雲（2006）、施正鋒（2007）等。

貳、中廣接收日產與「黨國交融」的經過

臺灣在日治時期開始有廣播電臺的設立，1926 年臺灣總督府仿照日本的「社團法人日本放送協會」在臺北設立「社團法人臺灣放送協會」。1928 年「臺灣放送協會」的「臺北放送局」正式對外播音，1928 年到 1940 年間又陸續建立臺南、臺中、民雄、嘉義、花蓮等地的電臺或發射臺（呂紹理，2002：301），並在臺中及臺南設立兩個負責硬體的支部。各地電臺的硬體建設由總督府提供經費，但節目內容須由放送協會自行負責製作，當時廣播節目不播廣告，「放送協會」係透過定期向聽眾收取收聽費，並透過各地「相談所」（服務處）販售收音機的收入來支應（同上引：303-304）。

1945 年二戰結束，國府派員來臺接收「臺灣放送協會」，並於 1945 年 11 月 1 日完成改組成為「臺灣廣播電臺」，直接交由國民黨的「中央廣播事業管理處」管理。[2]11 月 15 日，臺灣地區接收員林忠、林柏中分赴臺中、民雄、嘉義、臺南各地接收各分屬電臺，國府並撥款修復臺廣設備（葉龍彥，1991：151-152）。1946 年 1 月，「中央廣播事業管理處」改組為「中國廣播股份有限公司」（吳道一，1968：181），[3] 而原「中央廣播事業管理處」轄下的「臺灣廣播電臺」承繼自日產的所有權利，也跟著成為公司化之後的中廣的權利。公司化之後的中廣，與政府之間的關係是政府委託中廣做政令宣導，並給予經費補助（參見前註）。1949 年中廣隨國府中央遷至臺灣，總部設址於臺北新公園內，係當時由「臺灣廣播電臺」使用的原「臺灣放送協會臺北放送局」舊址。[4]

從歷史發展過程來看，國府與中廣從一開始便有著千絲萬縷的密切關係。簡

2 1928 年 6 月，國民黨大老陳果夫與中宣部部長戴傳賢及中央委員葉楚傖討論後決定設立廣播電臺，遂成立「中國國民黨中央執行委員會廣播無綫電臺」，簡稱「中央廣播電臺」，隸屬中宣部。1931 年，更名為「中央廣播無線電臺管理處」，直屬中央執行委員會。1936 年再更名為「中央廣播事業管理處」（吳道一，1968：3，6）。

3 根據吳道一的記載，1945 年 10 月間，國民黨中央常務委員會原本決定仿效英國，由國家來經營廣播事業，並且仿照中國銀行、交通銀行等的設置規則及英國廣播公司的專營章程，由「中央廣播事業管理處」擬定了《中國廣播股份有限公司條例草案》（吳道一，1968：179）。當時國府與國民黨協議後的處理的原則是：一、將「中央廣播事業管理處」改組為一普通公司，依法向交通部與經濟部聲請立案；二、國民政府與該公司訂立合約，委託該公司代辦政令宣導，期限五年，政府並給予補助；三、該公司每年將其會計報告送國民政府查核（同上引：185）。如果依上面三點，中廣與國民政府是建立了某種政令宣導的「委辦」關係，但若號稱此為仿效英國公共廣播制度，則顯然是對英國公廣制度有很深的誤解。吳道一自 1928 年開始即擔任中央廣播電臺（中廣前身）籌備處主任，是中廣的創臺元老之一，歷任「中央廣播事業管理處」副處長、處長、副總經理等職務。

4 接收日產後所成立的「臺灣廣播電臺」與中廣總部兩單位同處一地的狀況只持續到 1951 年 6 月，7 月 1 日「臺灣廣播電臺」被併入中廣（吳道一，1968：301）。

言之，中廣原是陳果夫等人起意創立的一個黨營事業，但不論是硬體建設或各項營運經費來源，在初期全仰賴與國府簽訂的合約。國府與中廣的第一紙合約，是 1947 年 1 月 10 日由陳果夫代表中廣，蔣夢麟以行政院秘書長身分代表國府行政院所簽訂，合約期效五年，期滿得再續約五年，中廣負責為國府傳播政教，國府每年補助中廣經費（吳道一，1968：185-186）。[5]1952 年合約期滿，國府交通部長賀衷寒與中廣董事長張道藩再續約五年，中廣員工比照公務員待遇，包括實物配給及眷屬婚喪醫藥補助（同上引：315）。1957 年由行政院新聞局長沈琦代表與董事長梁寒操進行第三度簽約，約期三年（同上引：400）。該合約後來以換文方式繼續展延至 1964 年 6 月底（同上引：438）。

從換文的內容中看，當時國民黨中央對於負有政策任務的中廣不應播放國內商業廣告依然相當堅持（吳道一，1968：438），但中廣內部早就摩拳擦掌，希望能以頻譜優勢儘快進入利潤豐厚的廣告市場。這種情形直到 1965 年 5 月第四次簽約後才改變，其關鍵原因，是 1963 年春季，國民黨總裁蔣介石曾在中常會中指示，中廣對大陸及國際廣播不應播廣告，對國內廣播除由政府購買時段之外，應可播放廣告（同上引：455）。至此，中廣在黨營的優勢之外，又取得了民營的便利，這也讓中廣的公司股值在 1967 年時相較於 1951 年，16 年間提升百倍（同上引：482）。

中廣與國府「黨國交融」的情形，除了前面已經提到的，直接取代國家接受日產、長期接受政府補助、員工薪水曾經由國庫支付、員工福利比照公務員等等，還包括政府撥款交由中廣購置發射站土地。

除了 1945 年從「臺灣放送協會」接收了原民雄、板橋、臺中、臺南、嘉義、花蓮等六座播送機室的八座發射機之外，後來又陸續擴充。[6]1952 年，為因應對中國大陸心戰廣播之需，必須從臺北以微波中繼方式傳送超短波訊號至西岸民雄，再對對岸發射。國府於是撥款 223 萬 5 千元給中廣，在民雄新購入土地 12 甲（一甲為 2,934 坪），在臺北縣二重埔購入土地 1.6 甲，以及電纜、天線原料器材等等，加上追加的經費 70 萬，政府共出資約 300 萬元（吳道一，1968：

5 不過經費補助狀況並不穩定，1947 年到 1949 年之間國府並未依約補助，「積欠」中廣播音費，因此 1949 年中廣的員工薪水是由國庫支付的。當時通貨膨脹嚴重，中廣向國府建議，應以黃金補還欠費，行政院還覆文表示，欠款一定會還，並要求中廣從事商業廣告、收取收聽費來開闢財源（吳道一，1968：313）。

6 根據 1945 年 10 月 5 日隨國府接收團隊到臺灣接收廣播電臺的林忠回憶，除了以上幾個電臺，又從地方政府手中接手高雄漁業專用電臺，改稱高雄廣播電臺；臺東縣政府也撥土地及宿舍供中廣成立臺東廣播電臺（林忠，1988：52）。

316-317）。民雄這塊在吳道一的明文記載中，由國家出錢買下的土地，後來成為中廣名下財產，並在 2005 年被最高法院判定為中廣所有（詳下文）。

除了民雄的大片土地，中廣在現在新北市八里地區曾經擁有的大片土地，也是 1963 年中廣為了執行國際廣播業務，由國家撥款購地，興建鐵塔、天線（吳道一，1968：447），這塊土地在 2010 年已被最高法院判定必須歸還國家。類似由政府撥款購地的案例，還包括 1972 年開始，在彰化芬園地區實施的「天馬計畫」。[7] 關於 2000 年臺灣發生第一政黨輪替之後，國家開始以法律途徑追回中廣土地的經過，下文將會再做說明。

不論是承繼自日產，或由國家撥款購得，中廣方面並非不瞭解這些土地在權利歸屬上的疑義，在爭取土地權利的「合法性」上也曾經有過不少著墨。1956 年（民國 45 年）1 月 21 日交通部曾發出一紙「交郵（45）字第 00530 號代電」給中廣，文中記載，奉行政院民國 45 年 1 月 16 日臺（45）財 0228 號令，略以：「中廣公司為申辦土地囑託登記可予證明」，因此發給證明書一紙，略以：「臺灣光復時期由前中央廣播事業管理處接管日據時期臺灣區各廣播電臺房屋地產統由改組後之中廣公司掌理，特予證明如上。」證明的署名者是當時的交通部長袁守謙，他在公文中表明是奉行政院命令行事，[8] 讓中廣承繼日產算是正式取得了政府的書面認可。[9] 這些過去由電臺與發射站所使用的廣大土地，隨著臺灣社會的發展不斷增值，成為黨營的中廣最大的資產，但由於當初接收日產證據明確，也是近二十年來國民黨不當黨產被檢視的最重要標的之一。

參、擁有大量電波頻率

除了接收原本應該歸屬於國家的日產「臺灣放送協會」分布各地龐大的土地、房舍，中廣另一個壟斷（或寡占）公共資源的爭議，來自於其長久以來持續以「政令宣導」、「抑制匪波」等理由獲指配大量廣播頻譜，不但一般民營電臺難望項背，連公營的警察電臺（屬內政部警政署）、教育電臺（屬教育部），甚

7　為了加強對海外僑界進行反共心戰廣播，交通部從 1972 年分五年編列預算購買土地、裝設短波發射機（中國廣播公司研究發展考訓委員會，1978：197）。

8　該份文件原稿影像參見黨產歸零聯盟（2011b 年 12 月 6 日）。

9　在《聯合報》、《經濟日報》擔任記者多年的楊士仁，曾經親自到臺北市大安區地政事務所調閱曾是中廣總部的仁愛路懷生段土地（就是現在的「帝寶」所在地）的地籍資料，發現該片土地從戰後到 1958 年的 12 年之間，產權登記竟是一片空白（楊士仁，2008：83-84），可見即使在黨國不分的階段，該筆土地的產權歸屬並非沒有爭議，因此才會有 1956 年 1 月 21 日交通部的發文。

至軍方的復興電臺都瞠乎其後。根據鄭瑞城在《解構廣電媒體》一書中的剖析，如果以發射機數量計算，當時中廣在全國 435 座發射機中擁有 139 座，占全部的 32%，僅次於軍用的 40.5%，而其他二十幾家民營電臺全部加起來才占 14.7%（鄭瑞城，1993：33），在調頻（FM）頻譜的使用上，中廣更高達全臺的 44.3%，將近半數（同上引：53），顯示中廣壟斷廣播頻譜資源的狀況相當嚴重。[10]

相較於調幅廣播（AM），調頻廣播（FM）具有防止干擾、雜音較少的優點。1968 年 7 月 31 日，中廣開播臺灣第一個調頻電臺，至 1972 年玉里、臺東調頻臺開播，全區調頻網建置完成（吳疏潭，1981：52-53），主要播送對音質要求較高的音樂性節目。到 1981 年，中廣共擁有 5 個全國廣播網，包括：以國語播送的第一廣播網、以臺語播送的第二廣播網、每日分兩次播音的第三廣播網（以教育性節目為主）、以播放音樂為主的調頻第四廣播網、以及以播放新聞為主的第五廣播網（中廣新聞網）（同上引：114-115）。雖然交通部在 1957 年就已經函示新聞局凍結民營電臺的開放（行政院新聞局，2003：48），但這個凍結令並未阻止被認為負有重要政治任務的黨營事業中廣繼續取得廣播頻率，這點可以從政府凍結新電臺設置，但中廣各廣播網卻陸續開播看出。

1988 年報禁解除之後，開放廣播電臺的呼聲四起，1993 年 2 月到 2002 年的九年之間，新聞局一口氣就開放了 10 個梯次的廣播電臺申設，共配發頻率、允許 151 家新設電臺的設立申請（行政院新聞局，2003：48-49），臺灣的廣播天空開始呈現百家爭鳴，但也進入空前競爭的局面。而不論是大功率、中功率或小功率，[11] 每個新電臺都只獲指配一個頻率，相較於舊電臺（尤其是中廣）的全區性廣播網，涵蓋範圍都相當有限，先天上難以與舊電臺競爭，於是新設電臺為了求生存，逐漸發展出「聯播網」型態的經營方式。[12] 所謂「聯播網」就是不同地區的中、小功率電臺以「某某聯播網」名稱，在同一時間播送相同的節目，如此一來電臺可以統一供應或交換節目方式節省內容製作成本、提升內容品質，而聯播網可使同一套節目內容涵蓋較大區域、較多聽眾，對穩定廣告收入有利。雖然

10 廣播頻譜的占有率計算相當複雜，除了頻率還牽涉到電臺發射功率及涵蓋範圍等等，鄭瑞城的研究是 1993 年發表的，距今已有二十多年，期間頻譜版圖或有變化，但直到 2004 年扁政府執政時期，新聞局長林佳龍曾在中廣換照過程中對外表示，當時中廣仍占有全臺灣廣播頻譜的 35%（蘇永耀，2004 年 6 月 29 日）。

11 「大功率」指的是發射功率 30 千瓦以下，以全臺為發射涵蓋範圍的電臺；「中功率」是 3 千瓦以下，以 20 公里半徑為發射涵蓋範圍；「小功率」則是 750 瓦以下，發射涵蓋範圍 10 ~ 15 公里半徑（行政院新聞局，2003：51）。

12 目前以聯播網型態經營的包括快樂聯播網、好事聯播網、寶島聯播網、飛碟聯播網、Hito radio 聯播網、好家庭聯播網等等。

此一發展與廣播「服務社區」的發照初衷並不相符，但受限於商業電臺必須仰賴廣告收入維持的現實，主管單位對此現象基本上採取從寬處理態度，僅就必須提出申請、聯播內容比率上限、維持臺名臺呼等做規範，並不禁止（行政院新聞局，2003：44）。

之所以要說明新設電臺的經營狀況與生存策略，旨在凸顯，在黨國控制媒體應該已經成為過去之後，號稱已經民營化，並在形式上經過兩次產權轉移的中廣（股權轉移部分在下文會再做說明），卻以一個私營商業電臺而仍擁有大量廣播頻率的奇特現象。其頻譜涵蓋率，甚至比提供全國道路交通資訊的內政部警政署警察廣播電臺（警廣）還多出許多（參見表 1）。不同於土地可以透過買賣移轉

電臺	中廣	警廣
擁有頻率現況	中廣新聞網（News Radio）： AM648 臺北、桃園；AM882 新竹；AM1413 苗栗、埔里 AM720 臺中、彰化、南投；AM1350 嘉義、雲林 AM1296 臺南；AM864 高雄、屏東；AM630 宜蘭 AM819 臺東；AM855 花蓮；AM1116 玉里 中廣流行網（i like radio）： FM103.3 臺北、基隆、桃園、高雄、屏東、玉里 FM102.9 新竹、苗栗 FM102.1 臺中、南投、臺東、花蓮、宜蘭、彰化 FM103.1 嘉義、雲林、臺南 FM107.3 埔里 FM96.3 金門 中廣音樂網（i radio）： FM96.3 臺北、基隆、桃園、臺中、高雄、屏東、花蓮、臺東 FM96.1 宜蘭、新竹、苗栗、雲林、嘉義、臺南、彰化、南投 中廣寶島網（Formosa）： FM105.9 臺北、基隆、桃園、臺南、高雄、屏東 FM101.5 新竹、苗栗 FM102.9 宜蘭 FM106.9 臺中、臺東、花蓮 FM104.3 嘉義 中廣鄉親網（Country）： AM963 臺北、基隆、桃園；AM927 臺中；AM1161 宜蘭 AM1017 新竹；AM1035 嘉義；AM1008 臺東；AM1152 埔里 AM1161 苗栗；AM711 臺南；AM1188 花蓮；AM1224 高雄 AM531（I go 531）： 臺北、桃園、新竹	FM 地區治安交通臺： FM94.3 臺北分臺、花蓮分臺、臺東分臺 FM94.5 臺中分臺 FM93.1 高雄分臺 FM101.3 宜蘭分臺 FM 全國治安交通網： FM104.9 臺北、桃園、嘉義、雲林、臺南、高雄、宜蘭 FM105.1 新竹、苗栗、臺中、彰化、南投地區 FM101.3 花蓮、臺東地區 FM106.5 舞鶴地區 AM 地區治安交通臺： AM1512 新竹分臺 AM1314 臺南分臺

表 1：中廣現有頻率與警廣現有頻率之比較

資料來源：本研究整理自中國廣播公司（n.d.）、中華民國內政部警政署警察廣播電臺（n.d.）

至「善意第三人」，廣播頻率是由政府指配，必須定期換照而不能買賣的標的，即使同意這些廣播頻率的使用權是過去黨國媒體時代所留下的「歷史遺產」，那麼這些「遺產」也必須在使用期限屆滿後，透過定期換照程序，重新進行頻率指配。在明文法定的定期換照制度下，新的電臺買受人並無繼承其過去所獲指配頻率的權利。而如果同意民營化之後的中廣仍然可以繼續擁有過去的諸多頻率，主管機關將無法合理解釋，為何新申請設立的電臺都只能獲配一個頻率。

表 1 中所列「中廣音樂網」與「中廣寶島網」共七個 FM 調頻頻率已經在 2016 年 8 月間依 2004 年換照附款（詳下文），由「國家通訊傳播委員會」（NCC）對外宣布將收回，並另行核配給客家及原民特殊用途使用。不過實際上到目前為止（本文脫稿時間為 2016 年 12 月），寶島網跟音樂網都還在持續播音，預計在 2017 年 3 月才會真正收回（朱正庭，2016 年 11 月 30 日）。而即使在收回兩個全區調頻網之後，中廣掌握的頻率還是很龐大。根據 NCC 傳播內容處的統計，到 2016 年為止，全臺有 170 家合法無線廣播電臺，共使用三百多個電波頻率，中廣在兩網回收後依然擁有全國將近 12% 電波頻率（參見表 2、表 3），[13] 還是遠多於其他的 169 家公民營電臺。因此，在透過廢止「遏制匪波」政策收回兩條全區調頻網之後，還須制定整體的廣播頻譜政策，重新規劃臺灣的廣播天空，再透過換照過程逐步降低中廣的頻率持有到一般民營電臺水準，應是有關單位未來努力方向。

頻率種類	中廣公司 使用頻率數目	所有電臺 使用頻率數目	中廣使用頻率數目 占總頻率數目之比率
調幅 (AM)	27	114	23.68%
調頻 (FM)	28	223	12.55%
小計	55	337	16.32%

表 2：中廣音樂網、寶島網收回前調幅、調頻所統計頻率使用數目（不包括學校及海外電臺）

資料來源：統計自 106 年 NCC 官網「廣播電臺頻率位置」：https://www.ncc.gov.tw/chinese//gradation.aspx?site_content_sn=4172（該網址將依年分更新至最新年度統計資料）。

13 此份資料的比例計算係以使用頻率數目為計算依據，根據提供資料的 NCC 官員指出，真正準確的占比尚需再乘以發射電功率，中廣的頻率多以大功率發射，涵蓋範圍大於一般民營電臺的中功率與小功率發射，所以實際占比會較表格所呈現的數據高，表格所呈現的是最保守的估計。

頻率種類	中廣公司 使用頻率數目	所有電臺 使用頻率數目	中廣使用頻率數目 占總頻率數目之比率
調幅 (AM)	27	114	23.68%
調頻 (FM)	11	206	5.34%
小計	38	320	11.88%

表 3：中廣音樂網、寶島網收回後調幅、調頻所統計頻率使用數目（不包括學校及海外電臺）

資料來源：統計自 106 年 NCC 官網「廣播電臺頻率位置」：https://www.ncc.gov.tw/chinese//gradation.aspx?site_content_sn=4172（該網址將依年分更新至最新年度統計資料）。

肆、2004 年換照風波

中廣占據大量廣播頻率的事實，在 2002 年第一次政黨輪替後的第一次換照過程，並沒有出現顯著的討論。原因很可能是因為當時民進黨雖然已經執政，但國民黨仍擁有立法院絕對多數席次，行政立法衝突不斷，民進黨政府需要面對的議題多不勝數，尚無法顧及廣播頻率重整問題。根據當時的廣播電視法，廣播電臺每兩年就要換照一次，[14] 中廣在 2004 年換照時，局面與 2002 年就已經有了不同。伏筆出現在 2003 年 2 月，行政院新聞局所出版的《2003 年廣播電視白皮書》中，當時擔任新聞局長的葉國興，已正式提出「重整我國調頻廣播頻譜」的計畫，希望透過頻譜重整，達到「促進公共利益、滿足多元需求、健全產業結構及維護廣播秩序」的目的（行政院新聞局，2003：8）。

2004 年初，中廣再度申請換照，當時《廣播電視法》中的「黨政軍條款」在媒體改革團體與社會各界的不斷呼籲之下，已經在 2003 年年底通過立法並公布實施。[15] 新法規定：「政府、政黨須在廣電三法公布施行後二年內退出投資」，但 2004 年中廣換照時還在兩年寬限期內，因此當時新聞局所面對的，仍是由國民黨所經營的中廣。當時擔任中廣董事長的是黨政經歷豐富的趙守博，新聞局長則是林佳龍。該次換照在一評、二評時均未通過，最後在執照於 6 月底屆期並發

14 規範無線廣播與電視事業的《廣播電視法》自 2003 年以降歷經多次修正，修法過程充滿政治角力，「中廣頻率保衛戰」是其中重要一環。《廣電法》第 12 條原本規定執照效期兩年，2006 年，國民黨占多數的立法院通過修法延長執照期限（該次修法僅修改 12 條一條的條文），6 月 14 日「華總一義字第 09500087071 號」總統令公布生效，將執照效期延長為六年，條文中並註明，法律公布時廣播或電視執照有效期間尚未屆期者，有效期間自原發照日起直接延長為六年。這個修法讓原本在 2006 年將會面臨換照的中廣，執照效期因此自動展延至 2010 年。

15 中華民國九十二年十二月二十四日總統華總一義字第 09200239031 號令修正公布。其中被稱為「黨政軍條款」的第 5-1 條規定：「政府、政黨、其捐助成立之財團法人及其受託人不得直接、間接投資民營廣播、電視事業。」

給臨時執照三個月後，才在 2004 年 9 月底以附款方式同意給照。

當時新聞局所聘請的換照審議委員會針會對一評、二評不通過所提出的理由包括：藥粧品廣告比率偏高、聯播及外製節目比例偏高、使用頻率甚多但經營績效不彰、過去兩年懲處紀錄過多等等（林承宇、溫俊瑜，2005：5）。直到 9 月 8 日，換照審議委員會才以附款方式同意換照，新聞局在 9 月 30 日發文同意換照。新的執照按「行政處分書」將中廣所持有頻率分為三類，自 2004 年 7 月 1 日起算，第一類執照效期半年，期滿不續發；[16] 第二類執照效期兩年（當時廣播執照仍為兩年換照一次）；第三類執照效期兩年，但期限內新聞局得將頻率改配其他業者。中廣若不履行以上指定事項，將部分或全部廢止其執照（同上引）。第三類執照主要包括 1983、1987 年間，為「遏制匪波」所發給的調頻頻率，包括 FM96.3（臺北代表頻率）的中廣「音樂網」，以及 FM105.9 的中廣「寶島網」。觀察該次換照過程，三次換照評審程序中，新聞局顯然承受很大外在壓力。

當換照一評未通過而引發社會關注時，林佳龍曾對外表達新聞局立場指出，中廣基於歷史因素，當時共使用 69 個頻率，包括三個調幅網、三個調頻網，由於各電臺對於頻道需求量仍然很大，政府有責任協助妥善運用有限資源，一評雖然未過，但審議委員會仍在審議，尚未定案（李明賢、李九妹、蘇永耀，2004 年 6 月 16 日）。不過當時藍大於綠的立法院並不接受這種說法，不但親民黨黨團總召劉文雄找新聞局官員座談，當場對廣電處處長吳水木拍桌大罵「媒體綠色恐怖」，立法院國民黨黨團政策會執行長曾永權、立院黨團書記長廖風德、立委洪秀柱、林益世等也在 6 月 24 日下午第二次評審會議前夕前往新聞局見林佳龍，雙方會談氣氛火爆，立委臨走前表示：「下會期新聞局預算不必再來拜託！」由於同期換照一評未過的還包括國民黨黨營的中國電視公司，親民黨立委李桐豪也對外表示，下會期將大砍廣電處預算反制；他說，中視是上市公司，[17] 股東一萬七千多名，資本額近三十七億元：「新聞局如果敢『不准』換發執照，造成股東損失，股東可聲請國賠！」（何孟奎、李淑華，2004 年 6 月 25 日）在二評不過之後，有中廣員工前往監察院陳情，加上之前立委劉文雄也已向監察院提出陳情

16 中廣依此附款在 2004 年底繳回臺北 AM1062、新竹 AM1386、苗栗 AM891、臺中 1062、嘉義 AM1467、臺南 AM1539、高雄 AM1449、宜蘭 AM630、花蓮 AM1467 和臺東 AM1413 等十個調幅頻率，以及臺中、宜蘭和臺東的 FM103.9 地方調頻網和資訊網共十四個頻率。

17 當時中視與中廣同時進行換照，還是黨營的兩家電子媒體在民進黨執政的政治環境下，由國民黨占多數的立法院進行「保衛戰」。不過中視的狀況與中廣不同，在 1999 年第一次政黨輪替前已經成為股票上市公司，2005 年底跟中廣一起被轉賣給余建新，2008 年底余建新又把中時媒體集團連同中視賣給蔡衍明，若從追索不當黨產角度，在產權的討論上，可能更為複雜些，詳細討論需要另一專章。

案，監察院正式立案調查（謝佳珍，2004 年 8 月 12 日），林佳龍與新聞局官員多人被監察院約談。

面對各方壓力，林佳龍態度頗為堅持，在 2004 年 6 月底決定先發給中廣三個月臨時執照時對外表示，中廣寶島網過去是做農業用途，音樂網是為了反制匪播，目前情勢已有變化，中廣不能將當初黨國一體時代獲指配頻率視為私有，電波是社會公共財，尤其中廣占用全國 35% 的廣播頻率，這不僅涉及黨政軍退出媒體，還有寡占與壟斷的問題，討論中廣問題外界不能「積非成是」（蘇永耀，2004 年 6 月 29 日）。為了抵抗壓力，林佳龍的作法包括在 2004 年 8 月 8 日召開了一場「無線廣播頻譜重整政策」記者會，並於 10 月在立法院「教育及文化委員會」提出專案報告，報告中除了對中廣所占廣播頻率比例做了更精確的計算，[18] 並說明行政院已經在 2004 年 9 月 6 日核定終止「遏制匪波」政策，並指示應將過去因此核配之頻率收回或調整他用，並對公民營電臺一體適用，藉此證明新聞局稍早對中廣換照案所做的附款行政處分之政策依據（林佳龍，2014）。

不過由於當時廣電法的換照制度中，對於電臺擁有頻率的比率並無規範，「反壟斷條款」也還只在構想階段（何孟奎、李淑華，2004 年 6 月 25 日），在立法院多數極力反對的狀況下，新聞局在法律面也呈現挨打狀況。2005 年 1 月 13 日，監察院又公布由黃勤鎮、趙榮耀、馬以工提出的調查結果，對新聞局提出糾正。在長達 16 頁的案文中，除糾正中廣換照案，並指責新聞局不積極取締非法地下電臺，結論以：「行政院新聞局辦理廣播及電視執照換照作業，迄未訂定具體明確之換照審查項目及審查標準，對各電臺要求寬嚴不一，為差別之待遇；對於中國廣播股份有限公司申請換照案，審查過程及所為之行政處分，亦有逾越職權，違反相關法律規定之情事；對非法廣播電臺未依規定積極查處，對查獲之非法電臺，亦未依規定處罰沒入其設備，核有諸多違失與不當，爰依監察法第二十四條提案糾正，送請行政院督促所屬確實檢討改善見復」（中華民國監察院，n.d.）。廣播執照原本是兩年一換，依舊法，中廣必須於 2006 年 6 月底前再度換照，但在此之前國民黨占絕對多數的立法院已用單一法條修法方式，趕在執照到期前通過修法，並以溯及既往的方式，讓 2004 年的執照效期展延至 2010 年（參見註 13）。

2006 年 2 月 22 日，仿照美國「聯邦通訊委員會」（FCC）所設計的，新的

18 根據該報告所提出的數字：中廣當時有 38 個調幅（AM）頻率（占 25%）、31 個調頻（FM）頻率（占 13.9%）。在「遏制匪波」政策終止，即使依換照附款繳回頻率後，中廣仍會有 27 個調幅頻率（17.4%）、11 個調頻頻率（5.1%）。

廣電媒體主管機關 NCC 正式掛牌，[19] 威權時代由政府發言人新聞局長兼管廣電媒體的體制走入歷史，理論上採獨立機關精神所設計的 NCC 應能讓廣電媒體的監理更符合公平正義與社會期待，是否真能如此，中廣案的後續發展，可以說是一個重要的觀察指標。

伍、黨政軍條款通過後中廣股權轉移過程

依照 2003 年底修法通過並公告的「黨政軍退出廣電媒體」條款，國民黨必須在 2005 年年底前退出中廣的持股與經營。中廣第一次轉手，是賣給余建新為此交易所專門成立的「榮麗投資公司」。國民黨原本是透過黨營的華夏投資持股中廣，面對黨政軍條款大限在即，華夏投資於 2005 年 12 月 24 日對外宣布，將名下中廣（持股 96.95%）、中視（33.94%）、中影（50%）持股權利，售予榮麗投資公司，[20] 交易議定金額為新臺幣四十億元，包含五十三億元負債，成交金額約九十億元。中廣與中視再以更換華夏投資法人代表方式向 NCC 申請「中視、中廣負責人變更」，NCC 並於 2006 年 3 月 28 日，以不到三個月的時間審結通過此案（審查過程詳見表 4）（陳炳宏、羅世宏、洪貞玲、劉昌德，2009：76-78）。

對於華夏投資與榮麗公司僅以「負責人變更」來迴避股權轉移事實的作法，[21]

日期	事件
2005/12/26	中廣及中視向新聞局申請負責人變更
2005/12/30	NCC 要求補正相關文件 [a]
2006/03/13	NCC 第 10 次委員會議討論，要求幕僚提供更多相關審核資料，包括有線及無線廣播之低、中、高度管制哲學所波及之效應、產業結構、產業秩序及運作模式作通盤評估與整理、相關條文之立法背景與以往類似案件之處理方式等
2006/03/28	NCC 第 21 次委員會議，通過變更案申請，石世豪委員提出不同及協同意見書

表 4：國民黨三中媒體移轉中時集團案審查過程

資料來源：陳炳宏等（2009：78）。

註：[a] 該案原由新聞局審理，NCC 成立後才交由 NCC 繼續審理

19 在正式掛牌之前 NCC 其實已開始運作了一段時間。

20 這筆交易雖對外宣稱是出售中廣股權，但其實是以出售華夏股權，而非中廣股權的方式進行，藉以迴避中廣本身的股權如果出現轉移，必須經過 NCC 核准的程序。隔年華夏將中廣股權賣給趙少康時，才以股權轉移案送 NCC 審查。

21 根據廣播電視法第十四條：「廣播、電視事業之停播，股權之轉讓，變更名稱或負責人，應經主管機關許可。」

石世豪委員（當時擔任副主委）提出不同意見書指出：「此典型之報業跨媒體經營（無線）廣播電視事業之跨媒體集中化現象，實不宜視為單純之無線廣播電視事業負責人變更案，而無視其中所涉及之媒體競爭秩序重大議題。……榮麗公司僅以一億元之實收資本，卻可取得價值數十億之華夏公司所有權及相關媒體股權，因此應就此方面詳加查證，看國民黨是否已切實依法退出中視中廣，抑或只是在『外觀形式上』改由另一投資公司控股，其事實狀態即無從確認。」（石世豪，2006）石世豪的不同意見書，一方面指出「負責人變更」背後其實是「股權轉移」（牽涉寡占、壟斷等市場秩序問題），NCC 不應掩耳盜鈴假裝不知道；另一方面也質疑榮麗出資規模與中廣市值相差懸殊，點出這筆交易案很可能在外觀形式上與內容實質上存在落差。

在華夏與榮麗的交易之後，中廣名義上的負責人雖然換成余建新，但華夏投資還是法人股東。2006 年 12 月 28 日，中廣向 NCC 提出將法人股東華夏投資股份有限公司持有之該公司股份分別轉讓予好聽、悅悅、播音員及廣播人等四家股份有限公司的申請，這四家公司都是當時經營飛碟廣播電臺的趙少康以親友名義成立，四家公司資本額都只有千萬左右，卻貸款籌措到上億資金，並買下面額約 32 億的中廣。由於此案一樣是「以小吃大」，並且牽涉到媒體市場的寡占與壟斷問題，[22] 因此引發外界高度關注。2007 年 2 月 9 日，趙少康親自到 NCC 陳述意見後，委員會決定「在符合媒體反壟斷、無線電波頻率有效利用、強化公司治理及外資不得經營暨黨政軍退出媒體之前提下，始予以同意變更」。朝向有條件同意變更，石世豪副主委再度提出不同意見書，意見書中除了關注廣播媒體市占率問題，也質疑其所具有之資本與中廣之價值相差懸殊，因此他把之前對榮麗案是「假交易」的質疑繼續延伸至此案（石世豪，2007）。

2007 年 6 月 25 日，趙少康到 NCC 簽署九項承諾，承諾中包括其配偶梁蕾需在飛碟電臺的持股必須在 2007 年 12 月 26 日前降至 10% 以下，否則 NCC 即應廢止中廣股權轉移及負責人變更之許可。到 2008 年 2 月，趙少康方面完全未履行此一承諾，但 NCC 不僅沒有以此廢止股權轉移案，反而同意將期限展延至 3 月 20 日，之後又再延至 4 月 3 日，才確認梁蕾已降低持股。這種主管機關主動給予長達三個半月的「寬限期」的狀況，引起批評。有傳播學者指出，NCC 不但對趙少康可以一再寬限，對中廣的寶島網和音樂網的頻率在 2004 年換照時

22 石世豪在該案之不同意見書（石世豪，2007）中指出，根據潤利公司 2005 年收聽率調查，中廣流行網在北、中、南、東四區都是排名前二的電臺，飛碟電臺則是北區收聽率排名第一的電臺，如將中廣之各廣播網與飛碟及其連播網之收聽率合計，更達各區之 21% 至 56% 不等。

日期	事件
2006/12/28	中廣向 NCC 提出股權轉移及負責人變更之申請
2007/01/15	NCC 要求中廣補正相關資料
2007/02/01	NCC 第 140 次會議，要求中廣公司到會陳述意見
2007/02/16	NCC 第 145 次會議決議，在符合媒體反壟斷、無線電波頻率有效利用、強化公司治理及外資不得經營暨黨政軍退出媒體之前提下，始予以同意變更案，石世豪委員提出不同意見書
2007/06/25	中廣前後任負責人至 NCC 確認承諾 9 項辦理事項
2007/06/26	NCC 許可中廣股權及負責人變更案申請
2007/07/05	行政院撤銷 NCC 對中廣公司股權轉讓及負責人變更之許可處分
2007/10/24	趙少康舉行記者會表示退出中廣公司經營
2007/11/08	NCC 為了解中廣營運現況，要求中廣到會說明
2007/12/19	NCC 至中廣進行行政訪視
2008/01/08	NCC 函請中廣公司就未履行承諾及未申請負責人變更等事實提出意見陳述
2008/02/27	NCC 召開第 228 次會議，決議再予趙少康寬限 15 日，即 3 月 20 日前應履行承諾，委員石世豪及林東泰分別提出協同及不同意見書
2008/03/19	飛碟檢附梁蕾股權轉讓相關文件
2008/04/03	NCC 於第 234 次會議許可飛碟股權轉移案

表 5：中廣股權移轉予趙少康案審查過程

資料來源：陳炳宏等（2009：85-86）。

的付款中已載明必須「無條件」繳回，NCC 也「自我設限」，以需要「無縫隙接軌」為理由，遲遲不展開頻率收回的實際作業，也讓業者平白繼續坐收頻道營利（羅世宏、劉昌德，2008 年 4 月 24 日）。[23]2008 年 4 月 3 日，NCC 委員會於第 234 次會議中正式許可飛碟股權轉移案（審查過程詳見表 5）。全案歷時一年又三個月餘。但中廣是否真的賣給了趙少康？迄今依然是個未解之謎。

根據法務部特偵組在六年多之後（2014 年 8 月）所完成的一份調查報告，當年國民黨將中廣賣給趙少康，是將 10 億的廣播，與 47 億的資產拆開來，賣給趙少康的只有廣播部分，趙少康只透過貸款付了一億，其餘則可能是以中廣盈餘逐年支付（林洧楨，2016：49）。至於資產部分，國民黨則打算成立資產公司繼續控制。名義上中廣是趙少康的，但趙以簽下 55 億本票給國民黨的方式來確保其債權，並將中廣股票再質押給國民黨的代理人，由代理人推派董監事並指派財務主管（同上引：50）。這種財務主管由債權方指定的財務處理方式，顯示國民黨仍實際控制著中廣。

23 2006 年 NCC 掛牌上路後，便將之前新聞局所推動的「頻率重整計畫」停頓下來，依照 2004 年換照附款，中廣必須在 2006 年繳回音樂網、寶島網兩個廣播網的頻率，但 2006 年廣電法 12 條迅速修正，NCC 依新法將中廣執照順延至 2010 年，並將附款中的兩年期限也一併順延。

陸、行政訴訟、股權轉移，NCC 與行政院不同調

在兩次股權轉移的過程中，NCC 一方面要受理股權轉讓或負責人變更的申請，一方面卻同時跟中廣就 2004 年換照附款，進行著長時間的行政訴訟。這份在林佳龍擔任新聞局長時所做的行政處分，轉到 NCC 後，出現了不同的法律見解。前面已經提到，該行政處分要求繳回寶島網及音樂網調頻頻率；另外也要求中廣處理總統大選期間政黨廣告比例的傾斜；以及中廣與政府間的土地產權訴訟案在法院判決確定前，中廣不得處分不動產。但屢次對中廣股權轉移提出不同意見書的 NCC 副主委石世豪，對 NCC 前身新聞局的附款處分卻不認同，他曾公開表示，新聞局將換照與土地訴訟及政黨廣告綁在一起是「不當聯結」，對中廣的要求也違反行政程序法第六條不得有差別待遇的規定（汪淑芬，2007 年 2 月 14 日）。當時中廣向行政院訴願已被駁回，再向臺北高等行政法院提出行政訴訟，並請求國家賠償。NCC 委員會議在 NCC 於 2006 年 11 月 15 日第 121 次委員會議中，採用監察院 2005 年糾正新聞局的意見，決議廢止附款。雙方（中廣與 NCC）在訴訟庭上和解，中廣也撤回行政訴訟（國家通訊傳播委會，2007 年 2 月 15 日）。

不過 NCC 與中廣的和解及廢止附款的決定完全不獲行政院認同，行政院在 2007 年 2 月 14 日，公告撤銷 NCC 廢止附款的處分。當時的行政院發言人鄭文燦表示，NCC 未先呈報行政院便逕自與中廣進行和解，違反行政倫理。行政院指出，雖然依新修訂的廣電法第 12 條（參見註 14），中廣的執照可長到 2010 年 6 月 30 日，但是原新聞局換照時所為的附款，並不因執照效期的延長而受影響，中廣仍應執行，NCC 則在 2 月 15 日發出新聞稿回應表示：「音樂網及寶島網頻率收回問題，並不因 NCC 廢止原附款而停止處理，除寶島網頻率依規定中廣將於第一期建設完成取得數位廣播執照後無條件繳回外，音樂網頻率收回部分，NCC 於 2007 年 1 月 11 日第 135 次委員會議決議中廣音樂網頻率收回事宜，將與其他配合執行遏制匪波任務之公、民營電臺作一致性之規畫。」（國家通訊傳播委員會，2007 年 2 月 15 日）

行政院與 NCC 之間的劍拔弩張，在 2007 年年中達到高峰。NCC 在 6 月 25 日通過將中廣股權轉移給趙少康案，到 7 月初該許可便遭行政院撤銷，政務委員許志雄並強調，華夏公司以六、七億元賤價出賣股權，且只收一億元就轉讓股權和變更負責人，因此負責人陳明暉涉及背信罪嫌（蘇永耀、陳詩婷、黃忠榮，2007 年 7 月 5 日），而中廣董事長趙少康以人頭公司進行交易，則涉及違反《公

司法》，NCC 主委蘇永欽等五委員涉圖利罪嫌，共七人將移送檢察機關偵辦（徐珮君、呂志明、晏明強，2007 年 7 月 5 日）。NCC 七名委員則召開「誰在扼殺獨立機關」記者會，大動作反擊行政院。趙少康並前往臺北地檢署，按鈴控告當時的新聞局長謝志偉、行政院政務委員許志雄涉嫌加重誹謗、洩密及妨害電腦使用等罪嫌（同上引）。2007 年 10 月 24 日，趙少康宣布將退出中廣、與華夏公司解約，同時請辭中廣董事長、總經理和節目主持人三項職務，理由是「『政府機器』對他鋪天蓋地的打壓、查帳」（江祥綾，2007 年 10 月 25 日），不過這些紛擾不久都隨著 2008 年 3 月 22 日的再次政黨輪替暫時畫下休止符。

柒、分割減資案及處分資產案

二次政黨輪替之後，中廣案的狀態停留在之前行政院撤銷 NCC 廢止 2004 年換照附款的處分階段，亦即對中廣是否繳回頻率，與能否處分不動產至為關鍵的 2004 年換照附款仍然有效。依該附款規定，中廣仍必須繳回寶島網、音樂網，在土地訴訟未結案前不得處分不動產。但二次政黨輪替後，NCC 對此附款執行未採主動，遲遲不執行廣播頻率釋出，中廣因此得以繼續使用寶島網與音樂網。2008 年 12 月 17 日，中廣以增進股東權益及顯現廣播本業之營運效益為由，向 NCC 提出盈餘轉增資發行新股，以及分割減資的申請，擬將該公司分割為原「中廣公司」及經營不動產的「中廣資產管理股份有限公司」，前者資本約 2.5 億，後者約 32 億。[24] 由於此一申請案是要把中廣的主要資產分割出去，一旦分割，資產管理公司的主管機關便不再是 NCC，不必受廣電相關法令管轄，也就是說中廣的資產一旦分割出去，未來要如何處分，都不再關政府的事了。對此申請案，NCC 只同意盈餘轉增資，但不同意分割減資，主要理由是：行政院已撤銷 NCC 對附款的廢止，所以不得處分不動產部分依然有效（國家通訊傳播委員會，2010 年 7 月 28 日）。

中廣針對減資分割案被駁回，在 2009 年 12 月 24 日向行政院提起訴願，2010 年 5 月 26 日訴願會決定撤銷 NCC 的行政處分，要求 NCC 於 2 個月內另為適法之處分。2010 年 8 月間，NCC 為此案召開聽證會徵求各界意見，在聽證會的公告中明白指出：「中廣公司分割後土地帳列已無餘額，顯示帳上土地已全數移轉予新設公司，且分割後中廣公司需向中廣資產管理公司租用無線發射基地臺

24 這個發展，為特偵組 2014 年 8 月所提出的報告，提供了某種側面的佐證。

及辦公處所，一年租金需 2,063 萬元。按中國廣播公司為一多頻道全區網之廣播公司，其辦公處所及無線發射站臺所需之 14 筆土地皆須向另一公司租用，雖法無明文禁止，以現有分割計畫，一旦被停止租用，將可能造成斷訊危機，影響聽眾權益甚深。」（（國家通訊傳播委員會，2010 年 7 月 28 日））對照前面曾經引述過的財訊 2016 年 3 月 24 日的相關報導（林洧楨，2016），再加上 NCC 委員會內部對中廣股權轉移是否存在「假交易」問題也一直存在疑慮（參見前文石世豪不同意見書部分），此一將中廣名下土地減資分割出去的規畫，在外界觀感上，自然被認為是實現當年此筆交易的實情：國民黨真正賣給趙少康的只有廣播部分，不包括中廣名下的不動產。

分割案舉行公開聽證會之後，2010 年 12 月間，NCC 委員會重新討論此案，依然做出不同意分割的處分（范正祥、劉力仁、陳尹宗，2011 年 1 月 1 日）。但中廣並未放棄此案，2015 年再度向 NCC 提出減資分割申請，由於時間已接近 2016 年總統大選，中廣的分割申請在立法院引發立委的高度關切（曾韋禎，2015 年 11 月 25 日）。NCC 主委石世豪 2016 年 3 月在立院答詢時說，[25] 由於當時交通部已明確表示，中廣分割將會影響其追回中廣過去不當利得的求償擔保，[26] NCC 的立場與交通部是一致的（彭慧明，2016 年 3 月 14 日）。

在提出分割案申請的同時，中廣也打算賣掉位於臺北市松江路及林森北路的兩筆大樓資產，董事長趙少康對外表示，希望 NCC 能夠同意「分割減資案」，若 NCC 同意，就不執行資產處分與現金減資案（張慧雯、陳炳宏，2015 年 9 月 5 日）。當時距離總統大選已經很近，在民進黨候選人蔡英文選情被看好的情況下，中廣不論是要分割公司，或者處分名下大樓，外界對此舉的解讀都偏向於：「若不是國民黨要籌錢拚選舉，就是向公股行庫大量舉債的黨營事業，為了政黨輪替可能受到的清算風險，預先變現資產的未雨綢繆布局。」（林洧楨，2015 年 8 月 26 日）

從 2004 年通過換照，並經過修法延長執照期限為六年，中廣的廣播執照到 2010 年已屆期滿，NCC 在 2010 年 6 月底同意中廣換照，換照時也一樣有附款，內容除了繼續延續之前附款，要求兩個全區網頻率必須在 NCC 另行指配時繳回，並要求中廣在兩年之內辦理上市、上櫃。但中廣又針對此附款向行政院訴願，訴

25 石世豪擔任第一屆 NCC 委員任期於 2008 年 7 月 31 日到期卸任，2012 年再度獲提名出任 NCC 委員，並獲推為主任委員，2014 年再度連任，至 2016 年 7 月底卸任。

26 當時交通部與中廣的土地訴訟已經都判決定讞（參見下文），交通部除要回土地，並繼續針對過去中廣非法持有期間之不當利得進行法律追償。

願會也再度在 2010 年 12 月 30 日廢除此一附款處分（林洧楨，2015 年 8 月 26 日），[27] 國民黨執政的行政院再次對中廣護短。不過到了 2016 年六月底中廣執照再次到期，NCC 於同意換照時仍然把繳回頻率的附款加入，並明訂為供客家及原民特殊用途使用（當時仍為石世豪主委任內）。

捌、與交通部的土地訴訟

承繼自日產的大筆土地，一直是中廣最大的資產，但也讓中廣在 2000 年第一次政黨輪替的 16 年後，依然無法擺脫為國民黨「洗黨產」的嫌疑。除了前述種種因歷史所遺留下來的電波頻率寡占，以及因此在執照換發上，與管制單位間的長期爭訟，中廣繼承自日產及使用國家經費所購入的土地，因為相較於國民黨的許多其他黨產，事證相對明確，加上數量龐大，每逢檢討國民黨不當黨產問題時，都是各方關注的明顯標的。

為了追討不當黨產，2002 年民進黨執政的法務部曾提出《政黨不當取得財產處理條例》，[28] 該條例送進當時國民黨仍占壓倒性多數的立法院後，便一直被程序委員會擱置，十四年來共被退回 306 次（曾燕卿，2016：37）。2016 年 7 月，才以《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》的名稱，在民進黨占多數的立法院獲得通過。根據該條例第六條，不當取得之政黨財產：「如已移轉他人而無法返還時，應就政黨、附隨組織、其受託管理人或無正當理由以無償或顯不相當對價，自政黨、附隨組織或其受託管理人取得或轉得之人之其他財產追徵其

27 從上述過程可以看出，NCC 自從 2006 年成立之後，以獨立機關名義，在複雜糾葛的政治生態中不斷出現與上級機關行政院不同調甚至意見激烈衝突的情形。包括：2004 年新聞局的換照附款被中廣告上法院，2006 年 NCC 未經行政院同意自行與中廣和解、廢止附款，行政院在 2007 年 2 月 14 日，公告撤銷 NCC 廢止附款處分；2007 年 6 月 25 日，NCC 通過將中廣股權轉移趙少康案，7 月初該許可遭行政院撤銷。行政院政務委員許志雄表示要將蘇永欽及趙少康依圖利及人頭交易移送法辦，NCC 召開「誰在扼殺獨立機關」記者會反擊。趙少康並前往臺北地檢署，按鈴控告當時的新聞局長謝志偉、行政院政務委員許志雄涉嫌加重誹謗、洩密及妨害電腦使用。以上狀況可理解為民進黨執政的行政院，與國民黨占多數的立法院行使同意權下所產生的 NCC 委員會，對中廣問題意見分歧（當時 NCC 主委是國民黨籍的蘇永欽）。2008 年臺灣經歷第二次政黨輪替，國民黨贏回政權，但中廣針的減資分割案仍被 NCC 駁回（當時的 NCC 主委是彭芸），中廣在 2009 年 12 月 24 日向行政院提起訴願，2010 年 5 月 26 日訴願會決定撤銷 NCC 行政處分，要求 NCC 於 2 個月內另為適法之處分，顯然當時國民黨執政的行政院是站在中廣一方。但 2010 年 12 月 NCC 委員會重新討論此案，依然做出不同意分割的處分（當時主委已經換成蘇蘅）。2016 年總統大選後到政權交接前，NCC 再度否決中廣資產分割案（石世豪擔任主委）。這顯示即使 2008 到 2016 年初國民黨執政期間，由國民黨所提名、同意的 NCC 委員會，也無法認同中廣把財產分割出去，明顯是為國民黨黨產解套的作法。

28 《政黨不當取得財產處理條例》是 2002 年民進黨執政時的法務部提出此法案時的原始名稱，後來才改稱《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》。

價額。」若依照此法精神，中廣的買主趙少康當初係以「顯不相當對價」買入中廣，這部分還需接受法律檢驗。

其實在中廣被賣給趙少康，甚至於在余建新的榮麗投資介入中廣股權之前，扁政府執政期間的交通部電信總局，就已經開始透過法律途徑，向中廣追討這些當初主要承接自日產的土地。[29] 其中價值最高的一塊，是位於板橋民族段的八筆土地（面積約 5,401 坪）。從 2004 年 11 月 1 日交通部對中廣提告，到 2014 年 8 月 20 日判決確定，這場官司前後進行了將近十年之久。期間，中廣在法律上，已經由國民黨賣給趙少康，並經過扁政府執政四年、馬政府執政六年，歷經新北市地方法院、臺灣高等法院及最高法院間來回九個院次的審理。起初，新北地院及高等法院均判交通部敗訴，但三審的最高法院廢棄原有判決，發回臺灣高等法院更審。更一審臺灣高院合議庭三位法官決定廢棄原判決，主張中廣應將土地還給中華民國政府，但最高法院仍將此判決再度發回，不過由於更二審、更三審合議庭均持相同法律見解，做出同樣判決，前後九位高等法院法官的一致態度，終於讓最高法院不得不駁回中廣的上訴，全案定讞。不過土地歸還國家，地上建物部分（建物四筆，面積 739.39 坪）產權仍屬中廣（楊士仁，2016：52-53）。

同樣在 2004 年由交通部提告追討的還包括嘉義民雄、新北市八里、彰化芬園三塊中廣名下土地。其中八里、芬園土地在經過六年與三年的審理後，分別在 2010 年與 2007 年將土地判還國家；但嘉義民雄約 10 萬平方公尺的天線鐵塔及地網所使用土地，則在 2005 年，也就是交通部提告的隔年，就迅速由中廣勝訴。位於花蓮市民勤段的土地追回，從 2006 年交通部提告，一直纏訟到 2015 年 9 月，中廣才放棄上訴，讓土地回歸國家所有（各筆追討土地訴訟經過，參見表 6）。

雖然以上幾筆土地國家已經透過法律訴訟追回（民雄案是交通部敗訴），但名聞遐邇的「帝寶」則是中廣成功「脫產」的代表作。位於臺北市建國南路、仁愛路交口的原中廣總部，也就是目前臺北市著名豪宅「帝寶」基地的那塊土地，原是日治時期「臺灣放送協會」總部，中廣接收後逐漸增建建築，成為中廣及早期中視的聯合總部所在地。[30]1999 年 10 月第一次政黨輪替前夕，國民黨將這塊

29 下面所提到的五筆追討土地中，彰化芬園同安寮段土地並非承繼自日本放送協會，而是 1967 年到 1970 年之間，政府為執行對海外廣播的「天馬計畫」，由交通部出資三分之一購入，1998 年中央廣播電臺成立，交通部已正式函請中廣還地（黨產歸零聯盟，2011a 年 12 月 6 日）。

30 根據吳道一筆下對這塊「仁愛廣場」的記載：「仁愛路三段基地，共占五千六百三十五坪，位於仁愛路三段一百公尺林園大道最寬處的中心，與已開始拓寬之建國南路七十五公尺高架大道交會處。地域方正廣闊，交通便捷，為臺北市最具發展潛能隻黃金地段，亦為未來大臺北市之地理中心所在。在日據時代即為日本對南洋廣播的中樞，與南洋研究所並為日本侵略東南亞之雙翼。是以原有建築規模宏大，嗣以太平洋戰爭爆發，僅完成部分基層即告中輟。民國三十八年，本公司

涉訟土地	過程	結果
嘉義民雄（4 座廣播天線鐵塔、土地及地下纜線網路，約 10 萬平方公尺）	2004 年迄 2005 年 5 月 20 日	中廣勝訴
新北市八里段（廣播發射站及 16 筆土地，約 26 萬平方公尺，市價約十二億）	2004 年迄 2010 年 12 月 17 日	交通部勝訴，土地收歸國有
彰化芬園同安寮段土地三筆（執行政府委辦「天馬計畫」所興建之微波機室與取得土地約 2930 平方公尺）	2004 年 1 月 5 日迄 2007 年 5 月 17 日最高法院判決定讞	交通部勝訴，土地收歸國有
板橋民族段八筆土地（板橋機室與土地 5401 坪，市值超過百億）	2004 年 11 月 1 日迄 2014 年 8 月 20 日，共經歷十年九個院次審理 (更三審後最高法院判決定讞)	交通部勝訴，土地收歸國有
花蓮民勤段三筆土地（美崙中廣花蓮臺大樓與土地 2921 坪，市價約六到八億）	2006 年 5 月 4 日迄 2015 年 9 月 24 日，共經歷九年八個院次（更三審定讞，中廣於 2015 年 9 月 2 日向最高法院撤銷上訴）	交通部勝訴，土地收歸國有

表 6：交通部向中廣追討不當黨產的五件土地訴訟案表列

資料來源：本研究整理自楊士仁（2016）；〈佔百億元國有地 中廣判吐還：1.7 萬平方公尺 鄰新板特區 敗訴定讞〉（2014 年 8 月 27 日）；楊國文、王寓中、林美芬、李文儀、陳珮伶（2010 年 7 月 22 日）；黨產歸零聯盟（2011b 年 12 月 6 日）

位於臺北市中心，指標性的六千坪土地，以遠低於當時市價的 90 億元賣給宏盛集團（吳典蓉，2000 年 1 月 11 日），[31] 透過移轉給「善意第三人」來規避黨產正當性與未來可能產生的合法性問題。中廣把仁愛路總部出售後，買下林森北路東帝士集團蓋的晶華中心大樓，以及冠德松江大樓，並於 2000 年將總部遷入松江大樓。2015 年趙少康擔任中廣董事長，向 NCC 申請要分割或出售的資產，便包括了位於臺北市精華地區的這兩棟大樓。未來在《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》的法律架構下，這些價值不斐的不動產，很可能成為法律追償的標的。

玖、結論：如何實現轉型正義的幾個思考

以上的循線追索，大致可以分為不動產與電波頻率兩個方面。在不動產面：中廣於 1945 年間，將原本應由國家接收的大批「臺灣放送協會」土地房舍接收

隨政府播遷來臺，就該基層建築部分略加整修利用。……民國五十五年，……大廈基層增建二、三樓，作辦公及集會場所之用，……為配合本公司投資創辦的『中國電視公司』之成立，特在仁愛廣場右前方興建『廣播電視大廈』，此一大廈為地上十層，地下一層之建築。……民國五十九年十一月廿一日全部完工。」（吳道一，1968：74-76）

31 1998 年 12 月，中廣先以 88 億將土地賣給國民黨黨營事業龍頭中央投資公司，中投隔年再加價兩億轉賣給宏盛建設，由於遠低於當時市價，而被外界視為「賤賣」（梁永煌、田習如，2000）。

為黨產，事實明確、文件俱在。加上 2000 年第一次政黨輪替之前，政府多次斥資購置土地、興建房舍交由中廣管理使用，後來成為中廣所有，這些皆可視為「轉型正義」實現的具體標的。雖然已被法院判歸中廣所有部分（嘉義民雄土地），未來恐成懸案，但已經買賣轉讓的部分，在《政黨及其附隨組織不當取得財產處理條例》通過之後，應可依該條例第六條第二項：「如已移轉他人而無法返還時，應就政黨、附隨組織、其受託管理人或無正當理由以無償或顯不相當對價，自政黨、附隨組織或其受託管理人取得或轉得之人之其他財產追徵其價額。」重新進行檢視。

在電波頻率方面，相較於 1993 年廣播電臺重新開放申設之後，新設電臺都僅獲配單一頻率，中廣以商營電臺而擁有如此大量的電波頻率、數個全區廣播網，無非是黨國不分時代特權的歷史殘餘。但在本文討論所及，從 2002 到 2016 年 6 月底，中廣已經歷四次執照換發，以及法律上的股權移轉，但其寡占電波頻率的狀況卻依然故舊。究其原因，主要是因為第一次政黨輪替的八年間（2000 年 ~ 2008 年），行政權受立法權牽制，以及 NCC 成立之後，對中廣的相關處分與行政院經常不同調的結果。不論是行政院與立法院之間的鬥爭，或者行政體系內部因政黨立場對立而產生的分歧，都使得中廣的電波頻率使用，遲遲未能實現「轉型正義」。

綜觀中廣在股權轉移、換照時所產生的種種爭議，可以明顯看出，自從 2004 年第一次被要求須繳回兩個全區調頻網電波頻率以來，十幾年間，中廣之所以一再得以延遲繳回頻率，與 NCC 施政被動及法律憑藉不足有關。在施政被動方面，因為根據目前依然有效的，以 2004 年換照附款為基礎的換照附款，[32] 只要 NCC 再釋放出廣播頻率，便可以將中廣寶島網及音樂網的頻率指配給其他新進入市場的業者，但自從 2006 年 NCC 成立迄今，雖然不斷有業者想要進入廣播市場，但 NCC 若不開放新設廣播電臺，便形同繼續延長中廣的頻率使用特權。[33]

32 在本論文完稿之際，於 2016 年 7 月底進行人事交接的 NCC 委員會，已在交接前夕的在 6 月 24 日通過中廣執照換發，執照效期 9 年（依照 2011 年修訂的廣電法 12 條，執照效期由原本的 6 年再延長為 9 年），換照條件仍繼續沿用 2010 年換照時的附款精神，要求中廣必須繳回寶島網、音樂網兩個調頻全區網。NCC 於 2016 年 6 月 24 日所發布新聞稿中提到：「要求中廣公司配合執行『遏制匪播（波）』政策所使用之音樂網及寶島網頻率，於客委會或原民會完成全國性廣播電臺規畫，依法申請並獲核配音樂網或寶島網之現用頻率，NCC 通知該公司繳回頻率時，該公司應配合停止播送且無條件繳回所使用之頻率，不得請求補償」（國家通訊傳播委會，2016 年 6 月 24 日）。NCC 並在 8 月間宣布，一旦原民、客家有關單位提出電臺籌設申請並獲許可，NCC 即會將中廣音樂網、寶島網頻率收回。

33 根據最新發展，2016 年 8 月 1 日就任的本屆 NCC 委員會，已宣布收回寶島網與音樂網兩個全區調頻頻率，並指配給客家與原民使用，但仍需等相關單位提出申設許可並獲通過。

另一方面，也由於法律憑藉不足，NCC 雖然運用換照的准駁權，以附款方式訂下兩個全區網使用的落日條款，但中廣方面卻也可以該些處分不具「普遍性」，係針對個案，來向上級單位（行政院）提出訴願，形成與規管機關間不斷進行訴願，甚至法律訴訟的情形。目前 NCC 已正式宣布將依換照附款將兩個全區網收回，並著手實施。但即使如此，中廣所擁有的電波頻率仍然很多。未來如何進一步降低中廣的電波占有率，以更符合電波使用的公平性，仍有待進一步的政策規畫與法律解釋。

參考書目

中國廣播公司（n.d.）。〈收聽頻率〉。取自 http://www.bcc.com.tw

中國廣播公司研究發展考訓委員會編（1978）。《中廣五十年紀念集》。臺北，臺灣：空中雜誌社。

中華民國內政部警政署警察廣播電臺（n.d.）。〈全國暨地區網〉。取自 https://www.pbs.gov.tw/cht/index.php?code=list&ids=24

中華民國監察院（n.d.）。〈糾正案文〉。取自 https://www.cy.gov.tw/sp.asp?xdurl=./CyBsBox/CyBsR2.asp&ctNode=911

石世豪（2007）。〈國家通訊傳播委員會第 145 次會議討論案及臨時動議第一案決議一部不同意見及協同意見書〉。取自 http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/07052/67_1457_070523_1.pdf

_____（2006）。〈國家通訊傳播委員會第二十一次委員會議第一案決議一部不同意見及協同意見書〉。取自 http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/07052/67_1681_110425_1.pdf

〈佔百億元國有地 中廣判吐還：1.7 萬平方公尺 鄰新板特區 敗訴定讞〉（2014 年 8 月 27 日）。《蘋果日報》。取自 http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20140827/36047714

朱正庭（2016 年 11 月 30 日）。〈中廣兩頻道　NCC：明年 3 月需停用〉，《蘋果日報》。取自 https://tw.appledaily.com/new/realtime/20161130/1001035

江宜樺（2007）。〈臺灣的轉型正義及其省思〉，《思想》，5：64-81。doi:10.29848/SX.200706.0004

江祥綾（2007 年 10 月 25 日）。〈政治打壓我不玩了！趙少康辭中廣職　同時辭董、總和主持人三職　宣布與華夏解約　並退出 97% 持股　指「民不與

官鬥　不想浪費生命」〉，《聯合報》。取自：http://city.udn.com/forum/article.jsp?no=54543&cate_no=0&pno=1&aid=2472284&tpno=20&f_ORDER_BY=N

行政院新聞局（2003）。《2003 廣播電視白皮書》。臺北，臺灣：行政院新聞局。

吳乃德（2006）。〈轉型正義和歷史記憶：臺灣民主化的未竟之業〉，《思想》，2：1-34。doi:10.29848/SX.200609.0001

吳典蓉（2000 年 1 月 11 日）。〈扁陣營：國民黨侵占國土〉，《中時電子報》。取自 http://forums.chinatimes.com/report/vote2000/lien/89011111.htm

吳疏潭編（1981）。《中華民國廣播事業的回顧與前瞻》。臺北，臺灣：空中雜誌社。

吳道一（1968）。《中廣四十年》。臺北，臺灣：中國廣播公司。

汪平雲（2006）。〈國民黨黨產、黨國體制與轉型正義——「有轉型而無正義」的臺灣民主化〉，《當代》，230：14-25。

汪淑芬（2007 年 2 月 14 日）。〈NCC：處理中廣換照附款案合法合理〉，《大紀元》。取自 http://www.epochtimes.com/b5/7/2/14/n1623045.htmxx

何孟奎、李淑華（2004 年 6 月 25 日）。〈新聞局被批刁難中廣中視換照：立委撂話：新聞局預算不必來拜託〉，《蘋果日報》。取自 http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20040625/1033822

李明賢、李九妹、蘇永耀（2004 年 6 月 16 日）。〈中廣換照案　林佳龍：未定案〉，《自由新聞網》。取自 http://old.ltn.com.tw/2004/new/jun/16/today-fo7.htm

呂紹理（2002）。〈日治時期臺灣傳播工業與收音機市場的形成（1928-1945）〉，《國立政治大學歷史學報》，19：297-333。

林忠（1988）。〈中廣臺灣區廣播電臺接收前後的回憶〉，唐盼盼（編），《中廣六十年》，頁 49-52。臺北，臺灣：中國廣播公司。

林承宇、溫俊瑜（2005）。〈我國廣播電臺執照核換發與審議制度之探討：從「中廣換照案」談起〉，《廣播與電視》，24：1-32。

林佳龍（2004 年 10 月）。〈「無線廣播頻譜重整政策」專案報告〉。取自 https://npl.ly.gov.tw/npl/report/931006/13.pdf

林洧楨（2016 年 3 月）。〈47 億元憑空消失　中廣交易謎團大揭密〉，《財訊》，499：48-50。

_____（2015 年 8 月 26 日）。〈政黨輪替在即　黨產落袋為安？中廣急賣精華區大樓內幕〉，《財訊》。取自 https://www.wealth.com.tw/home/articles/5600

范正祥、劉力仁、陳尹宗（2011 年 1 月 1 日）。〈不服 NCC 換照添加附款　中廣訴願成功〉，《自由時報》。取自 http://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/456679

施正鋒（2007）。〈轉型正義的探討——由分配到認同〉，《臺灣史學雜誌》，3：3-31。

徐永明（2006）。〈追求臺灣政治的轉型正義〉，《新世紀智庫論壇》，35：111-113。

徐珮君、呂志明、晏明強（2007 年 7 月 5 日）。〈政院撤銷中廣股權轉讓：趙少康等 7 人將送辦　NCC 決聲請釋憲〉，《蘋果日報》。取自 http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20070705/3615746

梁永煌、田習如（2000）。《拍賣國民黨——黨產大清算》。臺北，臺灣：財訊。

陳芳明（2007）。〈轉型正義與臺灣歷史〉，《思想》，5：83-94。doi:10.29848/SX.200706.0005

陳炳宏、羅世宏、洪貞玲、劉昌德（2009）。〈媒體併購案例與媒體產權集中對內容多元影響之研究〉。（國家通訊傳播委員會委託研究報告，PG9805-0276）。臺北：財團法人臺灣媒體觀察教育基金會。

國家通訊傳播委會（2016 年 6 月 24 日）。〈NCC 通過以附加負擔及保留廢止權附款方式換發中國廣播股份有限公司廣播執照〉。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&cate=0&keyword=&is_history=1&pages=0&sn_f=35829

_____（2010 年 7 月 28 日）。〈公告就「中國廣播股份有限公司申請分割減資案」舉行聽證會〉。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=37&sn_f=16441

_____（2007 年 2 月 15 日）。〈針對中國廣播公司換照附款案處理情形，國家通訊傳播委員會說明〉。取自 http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&area=free_browse&parent_path=,1,777,&job_id=117787&article_category_id=2043&article_id=55227

張慧雯、陳炳宏（2015 年 9 月 5 日）。〈趙少康：中廣分割減資不過　才處分資產〉，《自由時報》。取自 http://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/912844

曾韋禎（2015 年 11 月 25 日）。〈中廣欲減資分割處理資產　民進黨籲 NCC 駁回〉，《自由時報》。取自 http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/1519665

曾燕卿（2016 年 3 月）。〈消失的黨產　沒說出口的秘密——誰敗光黨產？還有多少黑洞？〉，《財訊》，499：36-39。

彭慧明（2016 年 3 月 14 日）。〈中廣分割減資案　恐難過關〉，《聯合晚報》，A6 版。

楊士仁（2016 年 4 月）。〈國民黨司法糾纏 追黨產長路漫漫——中廣板橋與花蓮土地官司攻防記〉，《財訊》，499：52-54。

_____（2008）。《黨產追緝令》。臺北，臺灣：前衛。

楊國文、王寓中、林美芬、李文儀、陳珮伶（2010 年 7 月 22 日）。〈不當黨產　中廣敗訴　八里土地須歸還〉，《自由時報》。取自 http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/413219

葉龍彥（1991）。〈臺灣廣播電臺的重建與發展（1945-1949）〉，《臺北文獻》，96：149-167。

鄭瑞城（1993）。《解構廣電媒體：建立廣電新秩序》。臺北，臺灣：澄社。

謝佳珍（2004 年 8 月 12 日）。〈換照風波 中廣員工赴監院陳情要求主持公道〉，《大紀元》。取自 http://www.epochtimes.com/b5/4/8/12/n625077.htm

羅世宏、劉昌德（2008 年 4 月 24 日）。〈中廣案的面子與裡子〉，《蘋果日報》。取自 http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/forum/20080424/30482676

蘇永耀（2004 年 6 月 29 日）。〈中廣換照風波　林佳龍：莫積非成是〉，《自由新聞網》。取自 http://old.ltn.com.tw/2004/new/jun/29/today-p4.htm。

蘇永耀、陳詩婷、黃忠榮（2007 年 7 月 5 日）。〈政院移送 NCC 委員 不容國中有國〉，《自由時報》。取自 http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/139600

黨產歸零聯盟（2011a 年 12 月 6 日）。〈重要個案：中廣天馬計畫案（1975）〉。取自 http://zero-kmt.blogspot.tw/2011/12/1975.html

_____（2011b 年 12 月 6 日）。〈臺灣放送協會所有房地產交由中廣掌理案（1956）〉。取自 http://zero-kmt.blogspot.com/2011/12/1956_06.html

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 187-212, July 2018

Transformational Justice in Taiwanese Radio Broadcasting—A Case Study of the BCC

Chiu, Eve*

Adjunct Assistant Professor, Department of Radio, Television & Film, Shih Shin University

Abstract

The Broadcasting Cooperation of China (BCC), a subsidiary organization of the ruling party, the Kuo Min Tang (KMT), for several decades dominated radio broadcasting in Taiwan. During Taiwan's martial law period the BCC worked together with three wireless TV stations (TTV, CTV and CTS) to reproduce loyalty to the KMT and Chinese patriotism while simultaneously carrying out a mission of "blocking enemy radio waves." This thesis traces how the BCC received extensive land assets originally belonging to the "Taiwan Broadcasting Association" when these assets were transferred from the Japanese colonial government in 1945. Additionally, this paper presents how the BCC obtained control of numerous radio frequencies and gradually built a broadcasting network covering the whole of Taiwan. This thesis also details how the relevant government departments dealt with the BCC issue following Taiwan's first democratic transfer of power in 2000. Particularly, the role of the NCC is highlighted, this being the organization responsible for radio frequency distribution and the issue of broadcasting licenses. The historical facts of the BCC having occupied public assets are crystal clear, and certain BCC assets were obtained as "improper property" of the KMT. With the successful passage into law of "The Regulation on the Disposal of Property Improperly Obtained via the Party and its Affiliated Organizations," Taiwanese society is about to embark on its "transformational justice" project. A full understanding of the detailed circumstances surrounding this issue will help identify an optimal direction for society in reaching a resolution and will improve future prospects for dealing with issues related to the BCC.

Keywords: NCC, BCC, Taiwan Broadcasting Association, transformational justice, party property

---

* Email: eve59chiu@gmail.com
Received: 2016.8.4
Accepted: 2017.2.13

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 213-248．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0007

逆反時光、探訪視覺：視覺語藝的古典脈絡與其示現

王孝勇 *

靜宜大學大眾傳播學系副教授

摘要

本研究試圖從古典語藝學的傳統中，追溯並界定視覺語藝的發展脈絡與其所示現的語藝動能。首先，透過對羅馬語藝學者 Cicero 和 Quintilian 的論著加以綜整，本研究發現基於語文訊息建構的「語藝五大要素」本就底蘊著視覺性。其次，藉由 Mikhail Bakhtin 在「文法修辭學」中對於小說視覺化和時間性的勾勒與對比研究，本研究指出視覺語藝的行動策略與效應，乃立基於拒斥絕對過去、立基未決當下、放眼開放未來的修辭／風格。值此，本研究主張視覺語藝在對話敦促、認同誘發、和現狀超克之際所實踐的動態循環的語藝倡議，乃是亙古流長且無法取代的問題意識與「技巧的脈絡」。

關鍵詞：巴赫汀、古典語藝、技巧的脈絡、修辭／風格、視覺語藝

* Email: hywang2@pu.edu.tw
投稿日期：2016 年 10 月 22 日
接受日期：2017 年 2 月 23 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
成舍我紀念館 Cheng Shou Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

視覺語藝（visual rhetoric）作為語藝實踐和政治行動的其中一種可能性，一直是語藝學中十足引領風騷，卻又極為古典雋永的議題。

相對於過去為人熟知的語藝學傳統或傳統語藝，具有源遠流長兩千多年的政治、社會、文化史與知識脈絡，視覺語藝在學術與實務上的「被看見」，約莫始於 1970 年代美國口語傳播學會（Speech Communication Association；後更名為 National Communication Association）對過去語藝理論和批評的系統性地再思考。當時，學會內部的諸多學術要角目睹著 60 年代以降美國社會因反越戰抗議、基進女性主義運動、反文化運動的浪潮出現諸多視覺化的（visualized）社會表述形式，反觀主要著眼於口語論述（spoken discourse）和文字性論述（verbal discourse）所發展出來的理論觀點和批評方法似乎難以回應和分析時代演進的現況趨勢。因此他（她）們主張在傳統語藝的基礎上，未來將戮力發展視覺語藝，並廣納電影、戲劇、展演、藝術、建築、音樂、照片、街頭遊行和裝扮等非語文素材或新科技媒材作為語藝分析的對象，務求知識生產與實務訓練更貼近現象世界的語藝行動 (Bitzer & Black, 1971; Ehninger et al., 1971; Foss, 2005; Sloan et al., 1971)。相關對於傳統語藝應與時俱進、回應時代脈動的知識反省，美國語藝學界後來又在 National Endowment for the Humanities 的贊助下，出版了 *The Prospect of Rhetoric* (Bitzer & Black, 1971) 一書，替視覺語藝在當代的初步發展累積了一定的成果見證。而在這之前，當代語藝學者對於視覺語藝或非語文傳播之討論雖有，畢竟顯得零星散亂（例如：Burke, 1950; Nichols, 1963; Wichelns, 1925），尤其並未就視覺語藝獨到特有的修辭／風格乃至於其語藝效應提供專論 (Benson, 2008; Nichols, 2011; Stewart, 1973)，更遑論就視覺的語藝屬性進行問題意識化。

然而，劃時代的說法起初難免惹人議論。上述主張一出，立即引發其他語藝學者的關注和討論，其中不乏批判反彈的聲音。例如：Hart (1976)、Patton (1979)、Braden (1970) 皆主張語文訊息才是語藝理論和語藝訓練的核心，Postman (1985) 甚至主張視覺影像將「汙染」公共傳播的嚴肅性與純潔。相反地，亦有學者為了反對前述對於視覺圖像大加韃伐的主張，轉而矯枉過正、過度溢美視覺圖像的優位性，認為其具有凌駕於語言文字之上的表述能力 (Kirschenbaum, 2003; Stallabrass, 1996)。

不同於上述學者就視覺的道德性和科技感進行或褒或貶的爭辯，在視覺圖像

於當代方興未艾、瞬間以星火燎原之姿席捲而來，甚至隨著網際網路和數位科技的日新月異確立肯認了視覺中心主義的（ocularcentric; eye-centered）(Jay, 1994) 思維想像之際，另有語藝學者雖肯認新科技對於當代文化確已帶來一個視覺主導的語藝環境，且傳統以語文為討論主軸的語藝理論對此宜更有包容性，但是他（她）們卻主張語藝學自古典時期以降，「本身即是視覺的學門」(Kjeldsen, 2003: 133)；而語藝作為說服之技藝（techne），它更涵括了「所有以改變他人態度為務的藝術」(Kennedy, 1972: 3)，不限於語文訊息的建構掌握。

例如 Gronbeck (2008) 即認為，視覺中心主義早在古希臘羅馬時期，就已為人所知且曾被討論關注。從柏拉圖於洞穴寓言批判人的視覺感官易受慾望所蠱惑控制且偏離理性（邱誌勇，2014），到亞里斯多德在論「記憶」時，以正面積極的角度直指心象（mental image）得以建構記憶 (McKeon, 1941; Tompkins, 1969)；或是希臘公民在法庭進行辯論或自我辯護時必須景然赴「目」、環「顧」四周以掌握人心脈動（沈錦惠，2014）；以及羅馬語藝學者 Cicero 和 Quintilian 把語藝言者的表達姿態視為法律攻防和政治論辯中的一環 (Murphy, 1974)；乃至於中世紀教會權力用禮拜儀式、禮服、戲劇、建築等視覺證據鞏固其權威勢力 (Mason, 2014; Vance, 1979)；還有當時的政治當局用公開化的、奇觀化的懲罰刑法讓人們集體性地「目擊」無上權威 (Barken, 1986; Bleackley & Lofland, 1977; Rogoff, 2004) ……。這些在在都顯示視覺化的認知和信仰並非倏忽出現於當代，而可能更是一個極為古典懷舊、雋永流傳的語藝發展脈絡（strand）。視覺語藝在此可被定義為：透過觀與看的視覺手法或語文的視覺聯想以促成意義的共享交流、認同理解，並務求實質影響廣大公眾的象徵行動（the symbolic action）。視覺語藝所涵括納入的範疇，則包括具有視覺感的語文語藝，以及本就以視覺為主要表意形式的圖像創作。

對此，「視覺性總是內在於（而非附加進）語藝意識之中」(Gronbeck, 2008: xxiv)，甚至「視覺化是古典語藝的根本」（同上引），近來已逐漸成為當代語藝學中的暫時性共識，用以倡議視覺從未缺席於語藝理論和教育的古典傳統中（王孝勇，2016；Barthes, 1964/1977; Kennedy, 1963; O'Gorman, 2005），它的公共影響力更出現在每一個歷史階段 (Olson, Finnegan, & Hope, 2008)。本研究也是採取這個立場。然而，在理解、構思、搜尋相關論著的過程中，本研究卻也詫異地發現此處知識論述與脈絡的梳理，至今仍顯寥若晨星。

在此必須說明的是，西方當代對於視覺語藝內在於古典語藝傳統中的思索，

其中一部分係肇因於現象世界中視覺成為文化主導的事實。研究者過去數年間更因為教學和研究需求，累積了多次實際參與臺灣和國外同志運動遊行的經驗，親身體驗視覺在其中大放異彩的態勢。據此本研究肯認的是，逆反時光、回歸古典的探訪視覺語藝之路徑，實難擺脫當代確係視覺語藝生機盎然、執簡馭繁、具體鮮明、大放異彩、推波助瀾的時機——只是箇中原由不見得要無限上綱至新科技的發展，更可能是政治民主化的環境使然。然而，本研究在此階段的書寫呈現，傾向聚焦於視覺語藝如何挑戰傳統語藝學，甚至在古典語藝主流的發展脈絡中自成一格，並足以作為行動政治方案規劃的指引憑藉。本研究更自我定位為視覺語藝的理論專論、接合和建構。所以，當代視覺語藝特殊的修辭／風格分析，並非本研究現階段得以充分處理的。惟，本研究念及強化基礎研究的根基，事實上亦是替當代視覺語藝研究開展新的契機與方向。是以本研究在適當的篇幅角落，將策略性地提及當代重要的相關研究成果，作為舉證和論證的必要依據。

另一點必須說明的是，「古典」時期的界定在不同的史家筆下有不同的斷點斷代。而在當代語藝學者 McKerrow (2015) 的說法裡，古典時期有時候也涵括至中世紀、文藝復興的語藝發展，因為時代之間在許多面向都有相當程度的疊合、承接、一貫和延續。針對這個說法，視覺語藝很可能是絕佳的例證。因為本研究後續會提及的 Bakhtin 對於歐洲中世紀與文藝復興時期，小說此一「象徵說詞」（figure of speech）的視像性和時間性之討論，及其延續自古羅馬語藝學之餘韻，與前述對於古典時期較為寬鬆延展的界定意庶幾近乎。對此，本研究所討論的「古典脈絡」，除了起因於羅馬語藝觀中的視覺語藝意識，更延續至中世紀、文藝復興時期的理論和個案舉隅。

最後，本研究雖然意識到在某些極端的狀況下（例如聾啞人士之間的溝通、舞蹈的律動、〔反〕宗教性的繪畫或雕刻等，見 Alberti, 1435/1991; Reid, 2009; van Eck, 2007），視覺語藝或可有機會脫鉤於語言文字的互為輔助。但是若將絕對的語文訊息和絕對的視覺圖像視為光譜兩端，則多數的視覺語藝產物實皆難以擺脫圖文並茂的事實或文字圖像化（word-image）的象徵意義生產邏輯 (Barthes, 1964/1977)。據此，本研究無意宣稱非語文訊息（相較於語文訊息）得以無時無刻、絕對化約地喧賓奪主以扶正為視覺溝通的主體，而是試圖透過關注、強調過去研究較少碰觸的視覺的語藝屬性與行動力，建構一個對於符號使用和運作較為完整和動態的研究平臺。此舉係用以陳述文字和圖像之間並非無縫接軌，更不是誰取代誰、涇渭分明；兩者毋寧是自古典語藝學脈絡中即互為配搭、滲透、烘托

和流動的範疇。這樣的融會貫通更是得透過「技巧的脈絡」方能成就。[1]

綜上所述，本研究試圖從古典語藝學的傳統中，追溯並界定視覺語藝的發展脈絡與其所示現的語藝動能。首先，透過對羅馬語藝學者 Cicero 和 Quintilian 語藝理論的批判性閱讀，本研究試圖釐清本於語文訊息建構和口語傳統所發展出的「語藝五大要素」（five canons of rhetoric）——創作（invention/inventio）、安排（arrangement/dispositio）、修辭／風格（style/elocutio）、記憶（memory/memoria）、表達（delivery/actio）——本就具有視覺性的蛛絲馬跡，且足以跟希臘語藝脈絡的哲學語藝學 vs. 智辯士語藝觀等兩大脈絡分庭抗禮、毫不遜色。此一特殊脈絡即是在「技巧的脈絡」中掌握「視覺的原則」（principle of imitatio）(Kjeldsen, 2003: 137)。而技巧的脈絡更因其底蘊視覺語藝的要素特性，得以適切地透過對於語言「裝飾性」的正視肯認進而翻轉了傳統語藝的「視覺汙名」，據此賦予其從象徵到行動的實踐性，並得以讓吾人藉此有效地回應和推敲「視覺性總是內在於語藝意識之中」這個至今仍低度發展的主張。其次，藉由俄國語言哲學家 Mikhail Bakhtin 的「文法修辭學」（stylistics of grammar）中，史詩時間 vs. 小說時間的對比研究，本研究將指出視覺語藝的說服效果和語藝效應，建立在其拒斥絕對過去、立基未決當下、放眼開放未來的時間修辭／風格和行動策略。基於研究發現，本研究主張視覺語藝內在於古典，卻早以淋漓盡致地示現其訴諸直覺感性、扣緊日常經驗，卻又刻意為之地創造含混蕪雜的政治算計和策略部署動能。[2] 視覺語藝在對話敦促、認同誘發、和現狀超克之際所進行的動態循環的語

1 西方語藝發展脈絡大致可以歸納出三種。除了一般較常聽聞的哲學的脈絡（philosophical strand）、智辯士的脈絡（sophistic strand），尚有技巧的脈絡（technical strand）。然而若從認識論立場來做區分，技巧的脈絡跟智辯士的脈絡同為相對主義和懷疑論的信徒（不同之處在於，技巧的脈絡重視演說稿的文字撰寫、智辯士脈絡看重口說辯論技巧的培訓；相關討論請見林靜伶，1993，2004；Kennedy, 1980）。不過，本研究接下來將指出，即便是在哲學家 vs. 智辯士兩大脈絡看似較有社會能見度和學術關注眼光之際，技巧脈絡陣營的羅馬語藝學者透過苦心經營視覺語藝的理論和實務，事實上已建構了此一脈絡綿延縱深的理論基礎。只是現階段研究少有對這部分的討論與正視。

2 相關討論亦見沈錦惠（2014）之宏文〈隱喻即視覺化的語藝行動：網路時代談視覺語藝的古典根源〉與她先前（沈錦惠，2009）之專書著作，或王孝勇（2016）以 Bakhtin「時空型」概念為本的視覺語藝意識研究。本研究在此除了感謝沈錦惠論著之惠我良多，更想要直指本研究在巨人肩膀上的勉力一搏。首先，不同於沈錦惠（2014）對準「隱喻」這個單一機制作為論證語藝不僅是語言現象、不僅關乎認知，更是語藝行動一切視覺化嘗試的根本，本研究則試圖將討論的視野範疇更拓展至一般性的語藝行動，並據此提陳「語藝學傳統」本就蘊藏著視覺性的脈絡，而此一技巧脈絡在對話敦促上具有活化動員的動態性，甚至足以堪為語藝實踐的表率（或陷阱）。其次，有別於沈錦惠（2014）從網路時代的隱喻繁衍和人際互動密度強化等現象發想視覺語藝的常民性與社群性，本研究試圖將視覺語藝放在政治社會與文化轉型歷程中進行探訪，藉此思索視覺語藝在認同誘發上的擅長。此舉有助於強調定位並拓展視覺語藝研究（不僅限於多媒體傳播研究）的可能貢獻與時代意義。最後，在沈錦惠（2014：85）主張視覺語藝可以一探「深層人性的視覺傾向」之基礎上，本研究企圖將焦點鎖定在其具有特定政治意圖的部分，雖然看似限縮了視覺語藝的知

藝倡議，乃是亙古流長且無法取代的問題意識與「技巧的脈絡」。

貳、在古典語藝學中摸索視覺：從希臘到羅馬

一般咸認，以希臘和羅馬文明為代表的古典時期，乃是語藝學誕生且輝煌的歲月。其中雖然自有許多的機緣湊巧，但是於西元前 476 年在雅典草創的陪審團制度和代議政府，讓希臘（男性）公民都有機會站在法庭進行自我辯護並宣稱有利於己的倡議，尤其替語藝學的發展創造了新生沃土（林靜伶，2004）。後續論者除了持續從上述「語藝與民主」的扣連理解希臘語藝意識，更進一步聚焦於「語藝與真實」的辯證關係歸納希臘以降的語藝發展脈絡（朱元鴻，1993；林靜伶，1996）。而在這部分的討論中，希臘民主社會中嘗試探索真理真知的哲學家，以蘇格拉底、柏拉圖、亞里斯多德等三大哲人馬首是瞻；他們與另一派收取高價費用教人雄辯話術且不信仰真相、缺乏倫理的智辯士，共構了古希臘語藝學眾聲喧嘩的地景——即便兩派長期處於水火不容之對峙態勢；更有甚者，哲學語藝學家眼中對於把知識計價並販售的營生之術，根本嗤之以鼻。

希臘之後的羅馬在政治上征服了歐陸，卻並未完全棄絕先前已經累積到一定程度的語藝學知識、技巧和論著。但隨著元老院的腐敗、共和國的末日黃花，最終導致羅馬帝國的興起，演說表述的自由逐漸成為羅馬公民難以企及的渴望懷舊，語藝學的發展此時也逐漸由內容建構轉向形式雕琢（楊克勤，2002；Fantham, 2004）。強調美感詞藻而非僅在意抽象思辨和語文訓練的語藝教育，開始策略性地隱身於更為體制化建置的教育機構保護傘下 (Golden, Berquist, Coleman & Sproule, 2010; Herrick, 2009; Murphy, Katula, & Hoppmann, 2014)。此時，羅馬語藝觀對於語言「裝飾性」的看重逐漸擺脫希臘哲學家口中「花言巧語」、「賣弄文藻」、「言不由衷」、「言過其實」等罵名。他們甚且不再認為修辭／風格的精心構築僅是智辯士逞口舌之快的匠心匠氣或無良表述。同時，語藝學的整體範疇更被知識化為具體的語藝訓練面向，成為了最古老傳播教育的教

識意涵，卻更能彰顯「視覺媒介」作為挑戰「文字媒介」本於線性邏輯及其相應而生的社會階層排序，得以在特定的關鍵時機賦權自我（empowerment）的行動政治涵義。如同 Benson（2008: 414）所言，視覺語藝「肯認邊緣者、讓過去被壓抑噤聲的重新被看見聽見，更嘗試追溯那些被排除在公共表達和知識生產之外的文化實踐、形式和主題」，乃是其重要使命。而接續前期研究透過對 Barthes 視覺語藝觀的反省並接合 Bakhtin，以推敲 Bakhtin 透過小說話語所再現的「人的形象」（image of man）如何為視覺之本並對視覺語藝的「分析架構」有所啟發，本研究更將焦點擺在視覺語藝本身的問題意識化，並從象徵說詞的修辭／風格特性、時間邏輯、語藝效應等範疇，整體性地思考和評估視覺語藝「如何」成為持續運作不休的政治社會體現和示現。這也是本研究的價值與貢獻所在。

育目標和核心能力，此即我們所熟知的語藝五大要素。

延續上述的背景交代，本研究以下將陳述的是當語藝五大要素跟語言「裝飾性」兩者逐漸靠攏接近時，我們將撥雲見日地看見視覺語藝乃座落於一條過去經常為人習而不察的、在哲學家 vs. 智辯士爭辯對立外的範疇：技巧的脈絡。[3] 而羅馬帝國時期的語藝學者 Quintilian 承繼共和國時期 Cicero 所留下的語藝寶藏（主要是 Cicero 對於希臘語藝觀漠視修辭／風格營造，甚至「拒斥語藝」的批判單挑），進而直指源自語文能力培養訓練的語藝五大要素，本就盈滿著視覺性的因子。若少了這方面的關注或訓練，則口語表達或語藝實踐將無法盡情的、淋漓盡致的發揮其綜效 (Quintilian, 1921/1989)。

一、語藝五大要素的視覺性

古典語藝學者在教語藝時，最常給予學生的忠告是「接觸聽眾」。對此，Cicero (1942/1976: II.xxxviii.159) 以法庭論述和議會論述為例，直言：「我們的言談必然要因為諸眾的耳朵而做出調整，才能夠迷住或激起聽眾的心並投下贊成票」。Quintilian (1921/1989) 在 *The Institutio Oratoria of Quintilian* 一書中則進一步指出，語藝言者的文字或口說應被他在別人心靈腦海中所留下的記憶印象（例如：他曾做過哪些偉大行為，或是他本身的美貌外表）給「填補」，這才是感動人心、引發共鳴的關鍵。Quintilian 甚至說，如果法官和陪審團在做決斷時，僅僅感受到的事實乃是死板板硬梆梆的既定事物，而不是得以感動其心眼（the eyes of the mind）的真理宣稱，則口說將無法全然盡情地發揮其效果。

這些說法除了透露出 Quintilian 肯認視覺印象具有說服力道的語藝效應，更可以看出他對於語藝在「表達」以及「修辭／風格」等要素上所展現出的視覺性，十分關注。而這正是技巧脈絡的語藝發展管道所專屬擅長的部分。Quintilian 的視覺語藝觀大幅立基於西元前 90 年的著作 *Rhetorica ad Herennium* 中，所羅列但卻並未仔細琢磨的「語藝五大要素」。這本著作的作者很可能是 Cicero（但由於

3　值得一提的是，正文對於希臘語藝觀的歸納不見得是唯一的可能路徑。Golden et al. (2010: 96-97) 則傾向將希臘語藝學區分為以柏拉圖為代表的「道德—哲學派」，以及宣稱「吾愛吾師、更愛真理」的亞里斯多德所代表的「科學—哲學派」。四位論者還指出，到了羅馬時期的 Cicero 和 Quintilian 則可自成一格，是為「教育—哲學派」。這個將羅馬語藝視為特定路徑的大方向主張看似與本研究稍有雷同，但實有根本的差距。主因乃是上述說法並未就羅馬語藝如何承繼或挑戰希臘傳統有所交代，且其對於羅馬語藝的討論僅限於教育場域，並未看見當時扮演關鍵要角的語藝的視覺化偏向。本研究後續將指出，語藝朝向視覺化乃是讓羅馬語藝得以深耕和活躍的主因，更是讓技巧的語藝脈絡得以在哲學家 vs. 智辯士之辯論交火中，異軍突起的關鍵。

無從考據，一般將該書作者說成是 Pseudo-Cicero）。我們因此在 Quintilian 的字裡行間，處處可見前輩身影的視像溢出。

Quintilian (1921/1989) 首要探討的是語藝五大要素的「表達」。「表達」即「語藝言者實際演說的過程，包括肢體語言、聲音語調的選擇」（林靜伶，1993：74；Herrick, 2009: 103）。Quintilian 承繼 Cicero 的觀點並將「表達」界定為身體表述的一種姿態（gesture），直指語藝實踐在某些情況下觸及的正是以視覺為基礎的溝通模式。而姿態又可細分為「眼神」和「手勢」這兩部分。例如語藝言者在對聽眾說話時，若能先以目光注視聽眾並靜待幾秒鐘，有助於凝聚現場聆聽的專注性；而手勢更是表達喜悅、哀傷、猶疑、懺悔、坦承、厭惡、恐懼、否定等情緒的外顯管道。對此論者指出，在 Quintilian 的想像中，姿態被認為更接近情感；甚至相對於語文和口說而言，姿態的「外在視覺化」因其直觀性質故較不易造成聽眾在理解上的錯誤認知。此時的羅馬語藝觀已與希臘時期有所差異。前者主張語藝倡議的可能性，不單獨是靠那些複雜的哲學語言或哲人辯論，而是透過「善用」（play）身體並進而掌握聽眾的專注和情感 (van Eck, 2007)。

上述討論中，我們清楚看到視覺在情感訴求（pathos）中扮演的關鍵性角色，而情感訴求又是語藝表達中最容易讓人產生視覺印象並產生實質效果的說服之道。此外，以理性（logos）為基礎的論辯在 Quintilian 的說法裡，更容易受到視覺印象進而開展和強化，這恐怕遠非單獨仰賴文字說理就可輕言觸及的。更有甚者，語藝言者的人格可信度（ethos）更與視覺有密不可分的關係。Kjeldsen (2003) 對此指出，語藝言者讓一個年輕的、看起來無辜的女孩站在法庭上被眾人注視，目的在傳達一種特定的聯想，亦即清純天真、可憐弱勢的人不會犯下那些令人髮指的罪行。綜上所述，論者主張「表達」本身即是「直接的視覺中心語藝」（direct ocular rhetoric）。透過語藝言者的姿態、律動、穿著、眼神、臉部表情，或者語藝言者在說服之際所動用的特殊道具或證人，乃至於語藝言者環顧四周以善用視覺環境（例如觀察聽眾的表情反應），都可看到視覺語藝的運作軌跡（同上引）。一個精於說服之道的語藝言者，無法輕忽「表達」的視覺性。

「表達」作為讓口語言談更具多樣性和吸引力的媒介機制，其中有值得玩味之處。首先，言者在語藝倡議之際將「表達」加以視覺化，透露出語文訊息和非語文訊息在此融貫為一個語藝實踐的整體。它除了得以支撐言者語透過口述將內心情感外顯化，更較為容易藉此卸除聽者武裝的心房並且感同身受，以提升語文訊息的可親性和可信度，對話的可能性由此得以勃興。值此，視覺證據（visual evidence）在「對話敦促」上的積極營造和情感洋溢，雖本於輔助語文訊息的清

晰明暢，實則在語藝行動的當下片刻，巧妙地化身為視覺溝通的關鍵機制。

其次，除了感性訴求易透過「表達」的視覺化而揭櫫體現，「視覺表態」更成為當代社運或意識喚起運動建構發言正當性和傳達理性訴求的工具。Glasby (2016) 以美國 Virginia 大學的酷兒團體自 1996 年所發起並旋即擴散至全美許多校園的「國家寂靜日」（National Silence Day）為例，列舉參與者透過在嘴巴貼上交叉的膠帶封條形成 “X”，或在 T 恤、別針、卡片、手拿符號紙板上放著一個緊閉的雙唇，試圖傳遞「聲音的缺席」和「拒絕說話」等主張。Glasby 說，這個運動雖仍有少量文字訊息的卡片於現場發送，但「血肉之軀的身體」在此化為一個外顯的「靜默的姿態」，此舉意更能控訴酷兒社群過去總受害於刻意壓抑、消音排除的系統性社會文化成規與性別歧視暴力。被壓迫者的噤聲姿態於是顛覆了「寂靜等同於溝通失敗」或「寂靜等同於不夠主動積極」的慣性預設，而搖身一變成為挑戰和抵抗權威的主要途徑。這個表達姿態得讓酷兒社群在當代社會持續爭取自身權益的迫切性，有了具體充分的理性基礎。而此時無聲勝有聲，無語更吸睛。

除了表達的視覺性，語藝五大要素中的修辭／風格、記憶、安排和創作，亦被視為「準視覺」（para-visual）的現象。準視覺於此處一方面意味著特定語藝要素雖不一定總是、已經是（always-already）具有強烈直接且可被清楚觀察辨識的視覺性，但亦無法不涉及視覺。因其訴諸針對的，乃至語藝言者和聽者的心「眼」。另一方面，準視覺也暗示著這些語藝要素雖然在圖文光譜上較「表達」而言似較為偏向語文訊息端，但仍有相當值得梳理肯認的視覺語藝屬性。

語藝五大要素的「修辭／風格」，講得是「語文的運用與裝飾過程」（林靜伶，1993：74；Herrick, 2009: 103）。在 Quintilian 之前的羅馬語藝學者 Cicero，就已經注意到語藝修辭／風格的視覺性具有特定的效果。按照 Cicero (1942/1976) 的說法，文字訊息可以塑造「清晰的修辭／風格」（the clear style/perspecuitas），讓我們理解語藝言者要傳達的意思；然而，更有說服力的語藝應有「亮眼的修辭／風格」（the brilliant style/ornatus），它訴諸的是視覺感，亦即透過特定的修辭運用將事實帶到聽者的眼前心中。Cicero 並且以「文字圖像化」得以創造亮眼的修辭／風格特性為依據，肯認並正視語言「裝飾性」所底蘊的積極價值。他說語言的裝飾性源自於語藝言者透過其內在思想所外顯展示的心象，[4] 且裝飾性必然服膺於正確性和清晰性的基本語文原則。此外，Cicero 在他

4　這裡可能可以進行理論攻防的點，乃是 Cicero 是否預設了一個先於外在表達「之前」而存在的心靈情意？這個提問乃是俄國語言哲學家 Bakhtin 在其語言哲學時期所嚴詞批判的德國唯心論學

處則就文字圖像化持續提出三種可能性，分別是平鋪直敘的（plain）、中等的（medium）、華麗的（grand）。這三種修辭／風格雖然常在具體的操作和彈性挪用之際依附於語文表述，但真正感動人心（to move）並得以進一步具有說服效果的，必得仰賴華麗詞藻（Foss, Foss, & Trapp, 1991／林靜伶譯，1996）。在此，Cicero 宣稱，蘇格拉底等哲學家對修辭／風格的貶抑蔑視，「其實是誤解語藝了」(Fantham, 2004: 244)。

接續 Cicero 的說法，Quintilian (1921/1989) 將文字圖像化或充滿視覺感的修辭／風格命名為 “evidentia”，[5] 並認為它是最偉大的語藝恩典（rhetorical gifts），同時也是很簡單就能創造出來的手法策略。Quintilian 並且說，若要創造 “evidentia”，語藝言者需要透過對人、事件、地點、季節等的描繪使聽者身歷其境 (Kjeldsen, 2003)。而對於羅馬人而言，“evidentia” 或「亮眼的修辭／風格」不只是種華而不實的奢華裝飾（embellishment）或欲蓋彌彰，而是意味著「秀異（distinction）、超凡（excellence）以及語藝言者得以信手捻來的適切適中之工具幫手或武器配備（weapon），用來應付各種語藝困境和生命挑戰」(van Eck, 2007: 25)。

對此，*Rhetorica ad Herennium* 一書首次出現了「象徵說詞」這個詞彙，直指語藝在修辭／風格上的秀異，必然得靠審時度勢的使用「象徵」以創造視覺感。Quintilian 則更進一步將象徵說詞界定為：透過賦予話語外觀輪廓，將情感情緒、思想主張加以聯想性地融入其中，以便創造生活風貌和主體行動力的語藝行動 (van Eck, 2007: 9)。更有甚者，象徵說詞的可親友善得以產生認同化（identification）的效果，使得聽眾忘記自己正「聆聽」一場演講，而是彷彿「親眼所見」、「宛然在目」地看見、想像、投射、映照語藝言者當下正在進行的語文交代內容。據此，象徵說詞所創造的栩栩如生（vividness）的視像心象，再搭配著前述提及的具有張力誘惑的姿態眼神表達，可結合融貫出更為深刻的、更具

派立場 (Vološinov, 1929/1986)。Bakhtin 並且主張，主體、身分、認同的建構都必得要透過「與他者的互為主體性」和對話互動過程才得以迸發。此即他著名的對話論主張。不過針對這個問題，Cicero 其實並沒有多所置喙，我們也無從得知他是否預設了「先內後外」的語藝表述時序。Cicero 在意的僅是語言「裝飾性」（亦即修辭／風格）無法與視覺聯想脫鉤。這點已與希臘哲人亞里斯多德貶抑語藝的裝飾性，有根本的異質性。此外，關於文字圖像化的討論亦可以看出，在羅馬時期的視覺語藝討論範疇，並不限於圖像，而更在意的是語文訊息的視覺化。這點跟當代視覺語藝的經驗研究，習於限縮在分析照片、攝像等媒材有所差異。

5 希臘文 “evidentia” 在字根上接近英文的 “evidence”。而 evidence 源自 “e-videre”，意指「出自或源起於觀看」（out of or from seeing），亦即知識來自於目擊與見證 (Gronbeck, 2008: xxii)。其他兩個類似的拉丁文是 “enargeia” 和 “illustratio”。這兩個字同樣都有強烈的視覺意涵，意指對某件事物打上強力照明，使其變得明確清晰之意 (van Eck, 2007: 60）。

渲染漣漪效應的語藝引導（或誤導），而且「這樣的力量有時候比流利的話語更有力」(Quintilian, 1921/1989: XI.iii66-7)。對此 Quintilian 有以下這段文字，交代象徵說詞此一綜整「表達」和「修辭／風格」的運作邏輯，有如是的語藝能耐：

> 如果言者僅僅訴諸觀眾的聽覺，那麼他的話將沒什麼效用。言者的語藝實踐應該運作於觀眾的眼光視覺，而非耳朵聽覺，應該在觀眾的心眼之前創造出栩栩如生的視像 (Quintilian, 1921/1989: VIII.iii62)。……象徵可以用以陳述任何用來表達思想的形式或形狀（shape），象徵說詞更能用來意指身體的任何視像姿態或態度意圖 (van Eck, 2007: 6)。

上述說法對於當代視覺語藝創作的啟發和分析，難以抹滅。Foss (1996) 以當代女性藝術家 Judy Chicago 的「晚宴」（The Dinner Party）展覽為例，試圖說明該作品得以策略性地示現性別政治，來自於其巧妙融合語文和非語文材料的語藝聚焦。「晚宴」是一個三角形狀的餐桌擺設裝置藝術。每一翼的內容都代表著歷史上不同時期的女人（分別是希臘羅馬時期、基督宗教到宗教改革時期、17 世紀到 20 世紀間）。這些女人在過去多半是不被看見聽聞的弱勢邊緣者。而創作者刻意選擇的三角形狀則隱喻著女性原始的性象徵；餐桌上碟子的女性陰部圖像，以及「餐桌」本身所蘊藏的家務勞動性別歸屬，更直白地透過視覺展示（和每一個餐桌上的文字性姓名標示）吸引觀者「僅聚焦於女人」（同上引：211）。此外，這個「缺乏男人指涉」的圖文空間更具有未來感的修辭／風格營造。例如部分餐盤圖像中繪製的蝴蝶展翅飛揚，投射出當代女人逐漸改善性別處境和自我認同的語藝行動主義（rhetorical activism）。這裡，語文訊息提供觀者理解視覺圖像的對話和認同基礎，而圖像設計則延展了賦權或鬆動既定權力關係的活靈活現。

除了語藝五大要素的「表達」和「修辭／風格」，「記憶」也遍布了視覺性。Pseudo-Cicero 和 Quintilian (1921/1989) 都曾延續亞里斯多德對於記憶的說法，對此有些討論。

Quintilian (1921/1989) 強調記憶能力的發展始於嬰兒時期的咿咿學語。透過字母，再來是音節、語句的模仿，「記憶」幾乎可以說是語藝五大要素中唯一一個自小即被發展開化的後天能力。隨後，Pseudo-Cicero 在 *Rhetorica ad Herennium* 中又將記憶區分為天然的（natural）vs. 人為的（artificial）兩部分 (Murphy, 1974)。前者揭櫫的是語藝言者背誦演講稿的訓練（例如：語藝言者在演說或法庭答辯時，先選擇目光所及的背景或標的物，然後，用視覺聯想的方式

依序將當下場景中的符號元素接合扣連至講稿的文字內容）。後者乃係具有邀請對話、誘發認同的旨趣：

> 人為的記憶乃是由「言者所召喚的背景和視像」所組構。而人為記憶所涉及的是創造一個心靈背景或共在之境／共同空間（loci）。在其中，語藝言者必須要置放進某些事物的象徵（視像），這些象徵（視像）乃是語藝言者希望別人記得的那些部分。(Murphy, 1974: 19)

整體而言，記憶能力的培養在古典語藝訓練的言者養成中，先後出現在上臺表述之前、之際，而表述之際的記憶要素更具有凝聚、甚至創造繼之集體共同意識的思維擘劃意圖。當代視覺語藝學者 Brouwer (2008) 以 90 年代美國公衛醫療雜誌 *POZ* 在出版的多期刊物中，主動刊登 HIV 感染者將自身的陽性反應透過外顯化的刺青圖文符號（例如 Silence = Death、HIV positive 這樣的文字刺青，或國際生物危害符碼、納粹的粉紅色倒三角形等）選擇「自我烙印化」的現身行動，說明這樣的視覺語藝一方面旨在長話短說、言簡意賅地向同志社群「內部」傳遞希望、優雅、愉悅、驕傲等正面價值觀，並得以在求偶市場上讓可能的未來伴侶在決定發展性關係前有充分考慮的機會。刺青在此凝聚了感染者早已設想準備好的千言萬語。

另一方面，自我烙印化的視覺語藝行動也試圖針對「外部閱聽眾」（即社會一般大眾）進行性別意識形態上的翻轉與重塑。有鑑於愛滋感染者在現今既定的社會空間中，仍較無法享有公開發聲或現身的機會，但身體透過刺青則早已示現展演了一個難以抹滅的「政治宣示」(Brouwer, 2008: 214) 和解放行動。「讓愛滋被看見」（同上引：208）的刺青在此並非標記和（自我）隔離傳統所界定的「社會所不欲者」，而是透過「視覺能見度」和「語言肯認性」（同上引）批判社會的恐同和恐愛滋。在此，視覺語藝雖有甘冒後續更直接明顯或幽微難辨的暴力風險之虞，實則更是一種「特權」（同上引：217），賴以超克既存體制現狀，並開展了重塑疾病敘事與記憶政治的語藝時機。

上述對於記憶視覺化的語藝訓練，同時也揭櫫語藝五大要素中的「安排」，也屬視覺化的類目。因為當言者將蒐集到的資料加以組織結構或過濾整理時，他必然要在腦海中產生特定的時空畫面或構圖原則，以決定訊息將以何種方式或調性加以陳述，什麼（不）該說、或該怎麼說 (Quintilian, 1921/1989)。對此，論者

指出安排一場演講，基本上就是「對可見要素加以視覺展望」（a visual outlook of visible elements）(Kjeldsen, 2003: 136)。

然而，不同於 Cicero 比較專從法庭論述來談安排，並主張每一個法律攻防情境都有根本的差異性，因此沒有一般性的訊息組構原則，Quintilian (1921/1989) 則花了較長的篇幅，回歸亞里斯多德對悲劇情節結構如何具有感召力的指示勾勒，進而烘托出以下的主張：

> 如果沒有特定的「安排」，並在不同的語料間建立連結和嚴謹的秩序，則言談不過是混亂的語料堆積。因此我們毫無任何理由不把「安排」視為語藝五大要素的第二位，因為沒有了它，首位的要素也將毫無用處。(Quintilian, 1921/1989: VII. Prooemium i-ii)

承上，當代語藝學者更對 Quintilian 眼中的亞氏悲劇創作，在布局安排上的獨特規劃，有以下的詮釋：

> ……一個好的情節布局會彰顯出「諸事件的可能連結」；而且它應該要包括「意外驚喜」（surprise），也就是那些無預期會發生的事情。但是由於這些無預期會發生的事情並非真的「隨機偶遇」（not by chance），所以易激起觀眾的情緒和共鳴。因此，劇院的舞臺表演內容乃是高度選擇性的。(van Eck, 2007: 63-64)

上述引文有兩個重點值得強調和補述。首先，Quintilian 把象徵說詞在組織結構上的排列組合，視為語藝五大要素的第二位。這個主張清楚反映其對於將語藝訓練建制化，並系統性地栽培羅馬公民成為理想言說者的教育藍圖規畫。在他的教育藍圖中，言者先要去進行「表達」的培訓，而此一過程更納編了對於言者在用字遣詞上培養敏銳的、情境化的修辭／風格意識。接著，言者將進入第二階段的語藝訓練，即是「安排」。Quintilian 對此規劃了先是文法老師（grammaticus）後為語藝老師（rhetoricus）的階段教育。文法老師訓練學生的書寫和表達如何具有組織結構性並兼具美感營造，例如老師會在朗誦一首詩後，要求學生跟著唸甚至針對其結構布局進行釋義改述。接著，由語藝老師接棒，並針對這首詩所衍生的各種命題進行正反辯證、雄辯攻防的實戰教學，以作為後續訓練法庭論

述和議會論述的推論與理性基礎 (Murphy, 1974)。這裡我們可以說，羅馬時期的語藝「安排」訓練，同時涉及言者的情感美學和認知邏輯層次。更重要的是，前者在 Quintilian 眼中，幾乎泰半仰賴視覺聯想而運作，其強調的是對於特定文本空間的「理解」；後者的認知邏輯層次強調語藝實踐的「結果」和口條能力。Quintilian 直指，絕佳的狀況則是不同領域的界線混淆與融合。

其次，在上述直接引文中 Quintilian (1921/1989) 更具體揭櫫了一個好的情節若能選擇性地組構幻化出「意料之內的小小意外」、「多方盤算後的驚艷驚喜」，則更容易遂行視覺說服。後者更是當代諸多視覺語藝研究者所推敲演繹的圖像「視像性」。亦即，視覺物件具有溢出繪者原初意圖、強烈激活觀者心眼的動態循環性（沈錦惠，2014）。視覺語藝意圖鬆動僵化認同、先驗框架、超驗真理的旨趣，在此更為顯著地凸顯。

最後，語藝五大要素中被認為最重要、與批判思考能力最為相關的「創作」，當也具有視覺意涵——雖然在就視覺語藝象徵說詞的討論中，「創作」的重要性排比似已大不如前。「創作」意指「針對某一議題尋求可信的、具說服力的資料的過程」（林靜伶，1993: 73；Herrick, 2009: 103）。Quintilian (1921/1989) 指出語藝言者的推論和證明（proof），可能仰賴「必要符號」。例如「可見的傷疤」會導引至陳述某人曾經受傷，因為傷疤是受傷的必要符號。此外，言者亦有可能仰賴「非必要符號」或「暗示」來引導推論。例如沾了血跡的衣服，可能暗示著穿著它的人曾經殺害了一個生命。Quintilian 強調，無論是必要符號或是非必要符號，本於語文訊息建構德「創作」亦須配搭視覺來進行推論開展。因為在 Quintilian 的說法裡，「眼見為憑」是最有效的說服利器。視覺的語藝綜效遠比口說論辯經常性地訴諸「一般常識」、「法律規範」或「爭議雙方暫時的共識」(Herrick, 2009: 114)，來得別具建設性。

綜上所述，論者主張古典語藝的傳播或溝通，尤其是 Cicero 和 Quintilian 所代表的技巧的脈絡，無法脫鉤於「視覺的原則」。這個原則揭示出的事實是，當語藝表述或符號本事看來越真（more realistic），它越具有說服力。而判斷表述是否為真的依據，有賴言者所述的語藝產物能否被肉眼驗證，或至少能透過心眼確立其視像性和感召力 (Kjeldsen, 2003)。有鑑於此，視覺性確實內在於語藝傳統之中的說法，殆無疑義。視覺語藝源自技巧脈絡中對於語言「裝飾性」的強調，旋即在希臘哲學家 vs. 智辯士的對立爭辯延續中周旋頡頏、靈動穿梭且游刃有餘，值得延伸討論和定錨如下。

二、視覺語藝脈絡的定錨與範疇

首先，不同於傳統語藝學一般以五大要素中的「創作」和「安排」為核心，並且將「表達」和「修辭／風格」界定為語藝實踐較枝微末節、甚至被大加貶抑的部分，視覺語藝對於修辭／風格設計、外在表述展演的重視，相當程度翻轉了語藝五大要素的位階排序。就這點來看，底蘊視覺語藝要素的技巧的脈絡事實上確實接近智辯士對於話語必得精雕細琢的主張立場。但是，透過 Quintilian (1921/1989) 對於視覺語藝真誠性和生活化的強調，主張語藝言者的視覺化表述必然要以生活的視覺化為基礎，亦即發自內心深處先感動自我，才具有感動人心的感召渲染力量。我們可以說，視覺語藝並非僅是希臘哲人眼中那些只重花腔賣弄、罔顧知識真理的技巧詭辯或欺瞞話術。更有甚者，視覺語藝跟傳統語藝在行動中回應情境、彰顯人格特質、應用論辯以說服人心的樣態並無二致——惟，視覺語藝確實較重視擘劃特有的韻律和節奏等「技巧」。對此本研究主張，當視覺語藝透過技巧脈絡的發展管道盡情揮灑之際，事實上已在語藝學傳統中架構出了一個較為整體融貫且持平中肯的語藝時機。這裡，思考深刻和表達技巧不再被視為絕對的二分。視覺語藝象徵說詞所具有的效應和動能，除了可與傳統語藝所看重的口說或文字媒介互為配搭，更得以伺機展現活潑積極的獨到說服性。

其次，不同於過去研究通常指陳語藝學誕生初始，技巧脈絡的語藝學者係以語言文字的運用和表達技巧為教學核心範疇，使其偏重教科書導向和應然面向（例如教科書上列舉一些標準化步驟以教人「如何做」、「如何說」，見林靜伶，1993：71），本研究此番透過在技巧脈絡中烘托、掌握其內在底蘊的「視覺原則」，更凸顯了技巧的脈絡實乃具有高度情境化的實然導向，且其對於言者與聽者之間的對話關係營造重視，更是無需贅言。在此，傳統語藝學就對話敦促、認同誘發上的擅長並未在視覺語藝中被排除，反而透過語藝的視覺性打造更顯得淋漓盡致、進退有度。本研究據此提出，視覺語藝正是在「修辭／風格—安排組構—發表示現」此一三維模式中審時度勢（prudence）、召喚認同（identification）、實質共享（consubstantiality）的象徵說詞，用以彰顯視覺語藝挹注技巧脈絡勉力翻轉語言裝飾性的揹負汙名。而言者則可透過語藝本就在訊息設計、安排組構上有所專精，此刻更跨足於美感營造、情意訴求的視覺化範疇，最終得以理直氣和地與外在世界進行說理道情、對話辯證、頻繁往來。

其三，本研究於上述提及的三維模式中刻意淡化「創作」，當有另番考量。除了呼應如前述所言，在視覺語藝脈絡逐漸開始迸生具顯的羅馬時期，由於外在

政治社會條件的自由度限縮，導致當時語藝學確實呈現出形式重於內容的傾向；更重要的是，在視覺語藝實踐中，「創作」的訓練和再現經常與「安排」加以結合，並且皆以「修辭／風格」為首。因此我們會先去確立一個物件在修辭／風格上是否具有象徵說詞和視覺化的基本條件，接著再去閱讀、分析其內在組構的紋理如何營造、甚至填補象徵說詞的修辭／風格。對此 Cicero (1942/1976) 主張，慣用語（即創作）的選擇和高下立判不僅要能吸引（appeals）人的注意，更要藉由整體結構（即安排）把握掌握（holds）人心的關鍵契機，但此舉的前提是不能矯情過度（即修辭／風格）。「創作」此番已經被整併為視覺語藝整體要素中的一環，它原先具有的首要位階性與排他性，確實在視覺語藝中有所釋出或淡化。而視覺語藝三維模式的運作，相較於智辯士或哲學語藝學脈絡，更顯得彈性多變、開放流動、行雲流水、綜整匯聚。

此外，針對語藝的視覺化不該「甜得發膩」(Fantham, 2004: 256)，Cicero 在上述討論的基礎上，進而羅列出了修辭／風格的四大原則：措辭正確（correctness/latinitas）、清晰明暢（clarity/perspicuitas）、裝飾美觀（ornateness/ornatus）、適切恰當（appropriateness/decorum）。前兩者意在為人瞭解，後兩者則旨在感動人心 (Murphy, 1974: 18)，甚至建構社群集體的「記憶」與共在之境／共同空間。這裡，語藝五大要素中的「記憶」更得以被整合入「發表」，在象徵說詞最終搬上檯面、媳婦熬成婆的示現開顯時刻，展現其行動意圖和「視像性」。Quintilian 更據此將象徵說詞稱之為「言談之光」（the lights of speech/lumina orationis），用以彰顯真知的理性論辯、生命的感性存在和適度的巧言裝飾同為羅馬語藝（和視覺語藝）的核心要旨。

值得再次說明強調的是，本研究所欲獨樹彰顯視覺語藝乃至於技巧脈絡對語藝五大要素的視覺性烘托，並不意味著其與哲學語藝學、智辯士語藝脈絡得以斷然切割、分道揚鑣；相反地，本研究將視覺語藝在技巧脈絡中得以高度發揮擅長的特色定調為在認識論立場上雖較接近智辯士，但仍不忘哲學家初衷本心的整合性（而非替代性）選項。此舉意更在揭櫫於歷史的某個階段時機中，過去哲學家 vs. 智辯士二分的主流語藝觀確係無法回應社會文化脈絡中，層出不窮地視覺性現象與其所欲凝聚動員的語藝效應（例如贏得一場法庭論辯的勝利）。當象徵說詞在被界定為言談之光的同時，這個主張似已注定於後續更廣為流傳，並成為當代視覺論述建構者眼中，據此探討他人眼光、影像奇觀如何成為自我肯認的認同化來源，又如何處處示現時興規範運作角力及其利基囿限的批判基礎 (Heikinen, 1994; Mulvey, 1975; Stam, 1989)。如何替視覺語藝因其對語藝實踐技巧的在意而

不時飽受貶抑白眼，甚至被視為知識分子感懷厭世卻又無力衝破封建體制，轉而寄情於為賦新辭強說愁的避風港，卻實則於後續長達千年的政治社會更迭興替中持續維繫不墜、從未消失 (Kennedy, 1980)，更越演越烈搖身一變成為現狀超克、意識形態抗爭的依據，找尋理論和現象上的合理解釋，值得持續耕耘。對此論者建言，Quintilian 等人所述的象徵說詞，或可透過 Bakhtin 細膩操演的「小說時間觀」及其所對外投射出的語藝言者於常民日常現實處境（contemporary reality）中所示現的行動政治樣態，賦予視覺語藝更強調日常性、共在感且逸離脫鉤於保守權威之外，進一步力搏無常命運的潛質力道 (Bialostosky, 1998; Halasek, 1998; Zebroski,1998)。因此，基於上述對視覺語藝觀的描述和限定，本研究接下來將透過 Bakhtin 的觀點，尤其就視覺語藝如何在特定的歷史時空中示現語藝動能和視覺介入策略，進行理論性的探討。

參、視覺語藝動能的示現：一個 Bakhtin 的觀點

Bakhtin 對小說時間觀的研究源起於他對於「修辭／風格」的正名。早在 Bakhtin 前期專攻語言哲學（約為 1920 年代）時，他即大力批評 de Saussure (1972/2002) 所代表的結構主義不看重實際表述在修辭／風格中的個人性與對話性，乃是對語言基本事實和符號事件的錯誤認知 (Bakhtin, 1994c; Vološinov, 1929/1986)。到了 1950 年代 Bakhtin 學術創作生涯的晚期，他更有多篇專文提及所謂的修辭／風格，不但並非花言巧語的口說伎倆，更飽含著語藝言者的認知心證、情感交流、聲音腔調（intonation）與意識形態立場 (Bakhtin, 2004a, 1979/2004b)。在此，Bakhtin (1979/2004b: 76-77) 所看見的修辭／風格，乃是「對話整體的語意樣態」、「言者籌擘或話語意志」以及「表達組構與文類形式」的有機整體。

承接上述 Bakhtin 對於修辭／風格的定義，進一步對照參考後續研究者就語言論述或語藝實踐的表意清晰（王孝勇，2009）、對話互文（王孝勇，2012，2014a）、言外之意（王孝勇，2014b），卻又得以適度留白創造神韻以伺機而動（王孝勇，2011，2013，2016）的理論和經驗研究，本研究發現 Bakhtin 的修辭／風格觀與正文前述提及的象徵說詞的語藝特性不但具有高度的理論呼應性，更提供了視覺介入策略的建言方案。Bakhtin 更以「文法修辭學」之名，直言文學理論或中等教育體制中對於文法的認知，不應該視之為「純文法的」結構主義課題或「與知識無關的」技巧訓練。因為「所有的文法在語法形式上必然有其修辭

／風格的深意」 (Bakhtin, 2004a: 15)。本研究以下將嘗試透過 Bakhtin 寫於 30 ~ 40 年代初期的小說時間 vs. 史詩時間的對比研究，說明這個修辭／風格的深意即是語藝實踐的「視覺化」與「時間性」（同上引：19），亦即本研究縈繞於心的視覺語藝的行動政治，以及技巧脈絡語藝觀所蓄積並有待進一步開發挖掘的語藝動能。

一、Bakhtin 文法修辭學中的視覺化與時間性

小說時間 vs. 史詩時間的對比研究，源自 Bakhtin (1981/2002a) 就歐洲自古典至中世紀、文藝復興時期的小說發展，所羅列出的兩條修辭／風格之路徑。第一路徑乃是智辯士的小說（sophistic novels），第二條是草創時期的雙聲小說（double-voiced prose）。後者較早期的範例有柏拉圖晚期的辯證對話，以及 Cicero 書寫的法庭評論等，晚期則以中世紀小說家拉伯雷在《巨人傳》所示現的怪誕現實主義（grotesque realism）為代表。此外 Bakhtin (1994a: 226) 還說，就修辭／風格而言，智辯士小說最大的特色在於自我封閉和對「知識確定性」（realm of certain）的標榜，延續至後來，更成為了「新古典典律」和「第二智辯士時期」的史詩時間觀。這和訴諸偶然性知識（realm of contingency；見 Bernard-Donals, 1998: 106）所體現的視覺化的小說時間修辭／風格，有根本的差異，更與前述提及的技巧脈絡語藝觀得以發揮的視覺原則，雖係在認識論上較接近智辯士，實則更強調語藝的動態開放性與對既定教條的攻堅解構嚮往，分道揚鑣。

「史詩」乃是構築國家神話和官方價值體系的語藝素材。Bakhtin (1987/2002b: 13) 指出史詩文法具有以下三個與時間相關的意涵：（一）史詩以國家的「絕對過去」為內容主體；（二）史詩透過將國家傳統（而非個人經驗或自由思想）的內在化以構築其形式風格；（三）史詩構築的時空與（言者和聽者所生存的）「當代真實」脫鉤，並建構了「絕對的史詩距離」（absolute epic distance）。

Bakhtin (1981/2002b) 首先指出，史詩的世界是由已逝的國家英雄事蹟所組成的，這基本上是一個父輩或祖先的世界、先驅者和菁英的世界。而史詩中的言者立場，則是敘述一個任何人都無法企及的過去。面對史詩的世界，我們只能抱持著尊敬崇拜的景仰態度。史詩因此構築了一種階層化的時間觀，「過去」在此被絕對化為崇高的時間類目，「在過去，每件事情都是好的，甚至所有真正好的事情『僅僅』發生在絕對的過去」（同上引：15）。在此，Bakhtin 還多次指出，

史詩的絕對過去孕育自一個社會孤立、文化聾啞的「（準）父權社會結構中」，統治階級所屬的「父親」世界與其他階級之間的距離乃是不可撼動或變更的（同上引：11，15）。易言之，絕對過去所訴諸先驗的定論與教條，缺乏任何相對性，更沒有「時間上的延展性和漸進性」（同上引：15）。史詩過去就像是一個封閉短路的循環迴圈，在其中的所有事情都是已了的。史詩的世界不具有任何開放性、未決性（indecision）、未定論、多重決定存在的空間。

其次，史詩對於絕對過去的頌揚，乃至於藉此隔絕其後隨著時間的延續發展所可能出現的新國家史詩、英雄事蹟或日常敘事，來自於史詩有將國家傳統內在化的極端形式化修辭／風格。Bakhtin (1981/2002b) 指出，仰賴傳統似乎是史詩天生固有的特質，絕對過去就像是史詩內在擁有、在誕生之際就被填充賦予以具象存在的一部分。也正因為史詩論述中只存在著那些國家認可的、神聖崇高的事物內容，Bakhtin 指出史詩在形式結構特徵上進一步展現為對於個人經驗的排除。亦即，史詩不允許任何個體的、私人的觀點或評價。非個人性（impersonal）、去個人化是將傳統絕對化為不可撼動的神聖真理的要訣。這裡，Bakhtin 對史詩的歷史脈絡和外在分析，一方面呼應了古典語藝學主張外在政治嚴峻保守將迫使語藝轉向形式雕琢、純然裝飾的討論，另一方面也為建構另個得以彰顯主體認同、對話氣氛乃至於更為自由又豐盈的語藝脈絡和生活世界，奠定了初始萌芽的契機與必要。

然而更有甚者，上述去個人化的文法修辭學，卻在兩千餘年後 Bakhtin (2004a) 針對俄國中等教育的俄語教學實踐上，大量普遍地出現。Bakhtin 舉例，俄國中等教育的老師在解釋作家 Pushkin 充滿神韻意念的倒裝語句 “Sad am I: no friend beside me” 時，可能會試圖加上 “since” 這個從屬連結詞並且因此將句子改寫為 “Sad am I since (I have) no friend beside me” 或 “I am sad since I have no friend beside me”。Bakhtin 說以上三個句子在文法上都沒有錯誤。然而，第二、三個語句中，連接詞的出現和使用使得原先充滿詩情畫意的修辭／風格變得「笨拙無感」、「音韻全無」、「情感真空」（同上引：17）。Bakhtin 還說，當語言僅僅在意冷酷、無生命、教科書式的「正確文法」時，所造成的後果是：語句中的用字量增加，但特定聲音／腔調所蘊藏的空間範疇則被直接限縮，話語的戲劇性和視覺層次自此消逝不再（同上引：19-20）。Bakhtin 這裡清楚揭櫫，無法彰顯個體屬性的、史詩般的修辭／風格，將徹底背離了視覺性。

承接上述兩點論及的史詩內容與形式風格，Bakhtin (1981/2002b: 17-18) 指陳史詩在排除個人經驗、嶄新視野之際將建構出一個「絕對的史詩距離」；亦即，

史詩構築了一個與現在當下（the present）無涉且斷裂的遙遠世界形象或抽象時空，使當代人只能昂首仰望、低頭不語。所有當代的語藝言者乃至於觀眾聽者，若要拉近自身與史詩世界的距離，只能被迫放棄自我，將自己抽離出現在當下的未定論、未決性與開放性，並進一步「和傳統與歷史上的英雄事蹟產生緊密的連結和互動」（同上引）。這也是自古希臘到中世紀以降，高級文學或崇高文類持續一貫的價值觀和運作機制。

綜合以上三點，Bakhtin (1981/2002b: 19-20) 直指古典時期高級文學所構築的史詩世界，乃是一個「向過去投射的世界」。這個過去或許並不只是時間軸上的真實過去，而是帶有評價與階層化意涵的「絕對過去」。史詩的絕對過去更是遙遠的、已了的、封閉且無限循環的迴圈短路。迴圈內在的事物和時間皆依照固定僵化的、套套邏輯的方式機械運作，且毫無視覺感與生活化動態。「現在當下」的開放性或時令用語更因其稍縱即逝、流動易變的特性而被貶抑為缺乏實質、不夠經典或流於花俏。而「未來」除了被視為「現在當下」的延續，更是末世寓言的想像，意味著最終災難或審判的到來。在史詩中沒有對於未來的開放想像、視像或時間性。[6] 從這裡回看前述論及的哲學家 vs. 智辯士之爭，無論兩者所針鋒相對的是絕對主義 vs. 相對主義何者方為唯一的時代正典，或是在法庭、議會論述中務求依據經驗法則、慣性常態、普遍真理以極力駁倒對方並建構己方論述的道德性或說服力，這樣的語藝實踐或語文訊息建構，實則隸屬於某種非黑即白的雄辯倡議和爭辯語藝（polemic rhetoric）。Bakhtin (1979/2004b) 認為在這樣的語藝時空裡，生活世界中的對話將被規訓於先驗超驗的理論權威教條。既然對話場域未曾座落於此，本研究所揭櫫的盈滿視覺原則的技巧脈絡語藝，當也無法撥雲見日或為人所觀其不可化約的語藝屬性，更遑論其認同政治與行動政治的鍛造 (Haskins & Zappen, 2010)。Bakhtin (1981/2002c) 並且清楚明確地指陳，此時正是希臘時期獨白主義興盛的年代。在此，語言的視覺性與行動力在此將大幅隱退：

> 希臘時代對於所有與之有所接觸的各個異國民族，創造了一個強

6 上述 Bakhtin 所述的史詩時間，其實與 de Saussure (1972/2002) 所代表和影響的結構主義的語言觀若合符節。它們皆標榜並訴諸一種「回首過去」的認識論與意義分析架構。以此為基礎，文本意義來自於過去經驗的參照與依據，且得以對應論、決定論、套套邏輯、直覺／直觀的方式強加套用在任何視覺圖像上。Bakhtin (1981/2002b: 20) 認為史詩存在於高級文學或文類之中因此具有「官方性」的說法，更與結構主義推到極致所衍生的結構本質論無視社會歷史變遷脈動的內涵高度類似 (Howarth, 2000)。在此，象徵說詞失去了與外在世界對話互動的視覺性，視覺圖像作為語藝行動的可能性也就此瓦解、全然消逝。而這正是本研究接下來將討論的小說時間性的批判起點。

> 有力且得以參照的異族語（other-languagedness）模式。這個模式在藝術語言的莊嚴體，以及國家史詩、獨白話語的創造上扮演重要的角色。它使得異族的直接話語變成一種社會成規與單一修辭／風格。……在希臘的土壤滋養下，「言者」和「其語言」之間的距離斷裂開始極大化，「語言」和「主題（themes）與客體的世界」也同樣產生了距離。但唯有在這個情境條件下，羅馬詼諧（Roman laughter）才得以強而有力的發展。(Bakhtin, 1981/2002c: 63)

延續上述引文對於希臘時期語藝觀的批判，Bakhtin (1981/2002b) 進一步提及亞里斯多德的詩學至今仍是文學理論的重要基石，這點無庸置疑。但一旦論及小說，則亞氏理論面臨走頭無路的困窘之境。因為由其理論衍生出的乃是單一的修辭／風格化，更是「現實本身」統攝整頓於官方抽象主義且遠離民間的文學社會學隱喻之去視覺化、去時間性描述（同上引：7）。

對此，本研究認為 Bakhtin 對於希臘哲學語藝學的批判是否公允，或有再商議的空間。但若我們把焦點放在語藝的情境依附性、語藝作為社會政治變遷的索引標記這些點上，則 Bakhtin 對於希臘缺乏視覺語藝觀的直白坦言，或將語藝視之為單一修辭／風格化與獨白抽象論體現的映照（例如上述引文所言，此時的語言實乃無涉於主題，也不關心世界），實則與本研究前述欲以羅馬視覺語藝觀的迸生回溯性地揭櫫希臘雖係古典語藝學的誕生所在，卻在哲學家 vs. 智辯士交鋒交火之際，忽略了技巧脈絡早已透過視覺原則的掌握得以伺機而動、生機勃勃，有了相互為用的啟發參考價值。

果然，就在官方史詩世界當道的年代，隱隱然有股異質的力量於民間崛起。Bakhtin (1981/2002b) 指出起羅馬時期一直持續到中世紀晚期和文藝復興，民俗文化中出現並持續保存著一種小說化、修辭／風格化、詼諧化的特質（即是羅馬詼諧），直到 18 世紀後半葉逐漸集大成。小說透過對史詩時間的諧擬諷刺，產生了一種全新的時間觀，並具體展現為以下幾點：（一）不同於史詩對於絕對過去的推崇，小說主張遺忘傳統、拋去記憶；（二）不同於史詩有種將神聖傳統的內在化的形式風格，小說主張以喜劇親暱性（comic familiarity）的態度與策略手段將所有崇高的世界和世界觀「內翻外轉」（turn inside out）；（三）不同於史詩透過「絕對史詩距離」的建構標榜與現在當下脫鉤，小說得以透過尖銳的、探問的象徵說詞，帶領我們從過去走到現在，進而放眼一個烏托邦的未來圖像。

Bakhtin (1981/2002b: 21-22) 說上述民間詼諧元素其後逐漸開始滲入崇高

文學。此趨勢後來更生產出了一種特殊的文類，亦即「嚴肅喜劇」（the serio-comical）。它以詼諧的手法將崇高的史詩世界吸納、降級（debasement）至一個笑謔的、甚至是粗鄙的俗世或「地下世界」（underworld）(Bakhtin, 1994a: 238)。嚴肅喜劇包括了蘇格拉底對話（Socratic dialogue）、羅馬諷刺體（the Roman satire）以及後來更貼近民俗儀式節慶脈動的梅尼批安諷刺（Menippean satire）。尤其是自羅馬語藝以降，直至中世紀晚期在民間諸多的草根性語藝中，所繁衍出的市井之聲（cris）、瀆聖之語（jurons）這兩種特殊的修辭／風格(Bakhtin, 1994b: 218-219)，可說是將語言的「視像邏輯」（logic of imagery）發揮到淋漓盡致的象徵說詞（同上引：211）。其中所示現的時間性與行動政治運作，探討如下。

二、時間性與視覺語藝的行動政治

市井之聲、瀆聖之語在「修辭／風格—安排組構—表達示現」上，清楚展現出從喧聲交響到視覺感營造，最終實踐行動政治的視覺語藝運作，如同以下兩段引文所述：

> 市井之聲，例如巴黎市鎮廣場上的街頭喧嘩，是由許多聲音所組成的。每個食物、酒、商品都有自己的話語、旋律和腔調，亦得以因此具有獨特的視像開顯。……市井之聲並沒有孤立於現實事件之外，也沒有孤立於歷史之外。它們是廣場和街頭的基本組成元素，並且一般性的民間節慶和烏托邦世界融合在一起。那是種全民性的（for all the people）、「普世性的」（for all the world）聲音。這個烏托邦的聲音深深地鑲嵌於具體視覺的、可觸知的生活空間之中。(Bakhtin, 1994b: 218-220)

> 瀆聖之語包括褻瀆（profanities）與詛咒（oaths）。它們具有藝術與意識形態功能。瀆聖之語是非官方的口語，是對既定語言規範的破壞。在中世紀作家拉伯雷的小說中，這個整體性乃是與新文藝復興原則（new Renaissance principle）密切相關。使此原則一方面脫冕過去陳舊的中世紀哲學，另一方面又間接論及和呼應現今的意識形態與政治。(Bakhtin, 1994b: 220-222)

市井之聲、瀆聖之語等嚴肅喜劇「內翻外轉」的特有修辭／風格，在時間軸上所開顯示現的動態效應，有以下幾點。

首先，Bakhtin (1981/2002b) 指出，在嚴肅喜劇的文法修辭學中，記憶和傳統起不了太大的作用。人們嘲笑特定事物的目的，乃是為了遺忘。甚至，拋去記憶、選擇遺忘更有脫冕（uncrowning）／去神聖化的「刻意為之」的語藝動能，傳統史詩中的英雄形象在此有了根本的轉變並進一步被降格。更有甚者，透過難登大雅的修辭／風格重述、嘲諷那些偉大史詩和神話迷思，市井之聲和瀆聖之語進而創造「解離意識」（dissociation），斷開其與絕對霸權和既定意識形態間的鏈結 (Bakhtin, 1981/2002a: 369)。Bakhtin 據此說，小說主角或小說英雄因其活在當代而非一攤死水的絕對過去，主角的生命歷程和角色視像得以永不衰亡、永遠在處於自我更新、迸發新生。動態性、未決性才是小說修辭／風格的視覺化體現與象徵說詞特性。

再者，小說主角的「今天性」（todayness）(Bakhtin, 1981/2002b: 26) 與當代化之所以可能，乃是透過喜劇親暱性的語藝策略。梅尼批安諷刺結合了蘇格拉底對話中對於世界、人性、思想的真切探索和持續追問，並將這種探索和追問進一步世俗化、粗鄙化，以創造出一個全然親暱化（familiarization）、不同主角彼此高談闊論且直言交際的多語意識和視像時空。Bakhtin 舉例，在梅尼批安諷刺裡，連人的死後都是一種喜劇生活。在這個生活中，隸屬於絕對過去的史詩英雄、過去不同歷史時期的真實人物，以及活著的當代人跨越了時空與生死的藩籬，彼此間更透過親暱的相互交談、打架吵鬧營造活躍的視覺想像。而在這個看似毫無章法、熱鬧哄哄的喜劇時空中，我們看見了眾聲喧嘩、多音交響的「個體經驗」和「自由的創意聯想」（同上引：39）。小說主角因此不再與其自身被預先設定的形象吻合對應，人類存在也不再被既定的故事情節給完全掌握或窮盡。對此 Bakhtin 主張，喜劇親暱性瓦解了所有線性僵化、先驗超驗的符號系統的「語意穩定性」（semantic stability），人類存在的形象將開顯出嶄新的視像心象（同上引：31）。這是內在於小說修辭／風格的視覺化與時間性。

承上，Bakhtin (1981/2002b: 26-27) 進一步指出嚴肅莊嚴體的小說修辭／風格基本上是對話的（dialogic）。它透過諧擬和嘲諷的尖銳提問性，積極地在親暱化中創造「時間中心的移位和多重決定」[7]：現在當下的言者聽者 vs. 文本外在的

7　這裡的「多重決定」正是 Laclau & Mouffe (1985) 透過對於 Althusser 的批判性重建所提出的社會分析形構。按照 Lacalu & Mouffe 的說法，Althusser 雖然批判黑格爾式的整全封閉論（totality），且主張社會乃是「複雜的結構整體」（complex structural whole），但 Althusser 對於經濟作為「最

視像世界兩方不再被「絕對史詩距離」割裂區隔，而是共處於同一個價值座標和時間平面上，並積極對話互動、混雜交合。嚴肅莊嚴體在這裡將創造出一種烏托邦元素，它意味著「未決的現在」開始逐漸與「未來」而不是「過去」接近，「現在當下」開始尋求「未來」的支撐支持。Bakhtin 說，羅馬農神節乃至於中世紀文藝復興歐洲的狂歡節等高度視覺化的儀式就是在這個脈絡下誕生茁壯。而其中所體現的新的時間觀，乃是一種沒有開頭／絕對過去／國家傳統／理想真理，也沒有最終話語／定論偏見／史詩距離的世界樣貌與空間範疇（同上引）。小說的修辭／風格最終實踐了一種不停對外探求、不停檢視自我，最終翻轉絕對過去、傳統、價值階層的時間性與視覺語藝動能。

事實上，上述 Bakhtin 對於小說修辭／風格的分析處處可見視覺語藝的特殊屬性、運作模式與實踐技巧。小說以其不同於史詩的特殊修辭／風格，充分適切地在民間保存了下來。而且，無論外在政治情境或社會文化如何僵固閉鎖，小說所代表體現的民間性總是一息尚存甚至越發興味。再者，透過小說修辭／風格在安排組構上刻意為之地融入官方教條主義卻對其加以挪用和諧擬，羅馬語藝持續到中世紀文藝復興的語言形象充分展現出視覺導向的、高度可見性的、市鎮廣場的、街頭扮裝的語藝行動。而這樣的語藝行動在 Bakhtin 的眼中筆下，終將因其突破今天僵局、歷史制約的變化生成樣態（becoming），示現視覺語藝得以借助特殊的技藝（techne），打造烘托「新世界、新文化與新文學意識的多音眾聲喧嘩」(Bakhtin, 1981/2002b: 12)。在此，Bakhtin 筆下小說所展現的各種後現代、後結構、當代政治的各種特色，得以溢出文本空間之外，進而連結到古典語藝中積極發揚視覺原則的技巧語藝脈絡，並旋即示現一樣動人且吸睛的效果。

Bakhtin (1981/2002b) 說，小說文類自發展之初，就存在著嶄新的概念化時間的方式。不同於史詩文法處在一個無時間感的過去（a timeless past），小說修辭／風格中的時間則是處於持續發展、演化變遷的戲劇性語藝歷程 (Morris, 1994: 180)。這個變化生成的修辭／風格更是 Bakhtin 眼中最能彰顯生活世界的視覺化 (Bakhtin, 2004a: 24)、主體性與認同建構 (Bakhtin, 1981/2002a: 370) 以及行動政治實踐 (Bakhtin, 1994b: 211) 的象徵說詞。絕對過去、傳統、階層藩籬在小說文法修辭學歷史中，僅在古典時期稍早對希臘羅曼史產生有些微影響，但繼之被棄置

終決定因」的預設卻使其理論成為「新的本質主義」，而並非多重決定的論述形構。兩位作者據此宣稱，以「散亂」（dispersion）作為論述形構與社會形構的整體原則，肯認身分認同的未了性、開放性與政治協商性，才是多重決定的深意與真義。對於本研究此處的書寫而言，多重決定所示現的衝突、曖昧、多義元素的並置存在，更可作為特定視覺介入策略的啟發。

排除。透過小說時間拒斥絕對過去、立基未決當下、放眼開放未來的觀點主張，我們更對於視覺語藝的行動政治以及超克現狀的憑藉依據，有了層層爬梳、細細探究的指引。

綜上所述，視覺語藝作為自古典時期以降持續存在發展的技巧的脈絡，本就具有語藝學在對話、認同、實踐等面向上得以發揮擅長的屬性。但是不同於傳統語藝五大要素中重訊息建構、真知探究、理性論辯，輕語言裝飾性的偏向偏見，視覺語藝試圖透過「修辭／風格」的視覺化敦促對話互動，試圖誘發內部閱聽眾和外部閱聽眾的實質共享，以創造或延展彼此的共在之境／共同空間。最終，視覺語藝的象徵說詞在「刻意為之地」、「並非隨機偶然地」遊走於絕對過去、未決當下、開放未來的時間軸線中，據此運作超克現狀的行動政治實踐。據此，視覺語藝方得以迸發生成為穿梭古今、尤其體現於當代的語藝動員和倡議行動中，諸多深思熟慮、審時度勢、力搏常軌的策略部屬和圖像設計。而視覺語藝在語文的視覺化上，則透過象徵說詞既深層幽微、蓄積勃發卻又扣緊日常、直覺直觀的政治示現，得以緊扣外在社會在文化轉型階段中的語藝歷史演進，並深入淺出、鮮明流露地掌握其間的語藝動能。如此顯得，逆反時光、探訪視覺之際的理論重構，本身就是一頁光鮮亮麗、靈明動態的視覺語藝示現。[8]

以下這段 Bakhtin (1981/2002b) 對於羅馬嚴肅喜劇以降直至歐洲中世紀民間節慶儀式中，高度視覺化的「面具」如何繼之塑造主體積極對話、親暱交際、力搏宿命的對話語藝描繪，確係視覺語藝原則和技巧語藝脈絡互為融貫交織而成的認同與行動政治。這是因為 Bakhtin 筆下的「人／個體／主角的形象」，本就是生活世界中諸多視覺化與時間性的存在主體凝聚和象徵說詞示現：

> 「面具」在羅馬的嚴肅喜劇中，對於人的存在圖像產生重大的影響。不同於史詩或悲劇主角的命運，乃是情節賦予設定的，他無法成為其他命運或其他情節的主角；民間節慶面具能演繹出任何命運，可以出現在任何情境中。但他們從不肯就此罷休，他們總是要在任何處

8 然而，這裡值得說明的是，本研究並不預設正文本段文字可以用以解釋所有視覺語藝的動態歷史建構（事實上，這樣的宣稱大大有違象徵說詞的動態屬性與情境化特質）。相對的，本研究在理論準備和推衍過程中，臺北同志遊行的視覺語藝歷史確實縈繞於心。因此站在最為謹言慎行的謙卑立場，本研究前述對視覺語藝修辭／風格特性與運作邏輯的討論，雖不能說是全然為了臺北同志遊行的視覺分析「量身打造」，卻有很高的搭配應用性。這點後續將以專文書寫呈現。然而，若只單純為了特定議題量身訂做，本研究大可不必大費周章地討論古典語藝的視覺性，也無須透過羅馬語藝學者乃至於 Bakhtin 的論述主張圖謀視覺語藝本身。對此，本研究的理論與方法論的企圖宜被視為相對鮮活的象徵說詞，有待未來研究透過各種案例加以批評。

> 境、任何命運中保留自己愉快的天性，保留自己基本但不可窮盡的人的面貌。因此，這些面具就算離開了情節也能行動運作、也能說話；而且正好是在脫離情節的時刻（例如即興劇），它們才能充分展現其面目。……這裡的主角是自由即興創作的主角，而不是受限於傳統的主角。主角的生命歷程永不衰亡、永遠在更新自我。這是屬於現在當代的主角，不是絕對過去的主角。……個體不可能完全體現為現存社會歷史類目的軀體。沒有一種形式可以完全、永遠體現人的可能性和需求，沒有一種形式可以像史詩或悲劇主角那樣窮盡個人，沒有一種形式可以灌得很滿卻不溢出來。任何時候總會有尚未體現的人的精神，總有對未來的需求，以及未來所需的一席之地。(Bakhtin, 1981/2002b: 36-37)

肆、視覺語藝：不真的是空符徵？（代結語）

本研究試圖從古典語藝學的傳統中，追溯並界定視覺語藝的發展脈絡與其所示現的語藝動能。首先，透過對羅馬語藝學者Cicero和Quintilian的「象徵說詞」，本研究試圖論證視覺性本就內在於語藝傳統中，且於技巧的語藝發展脈絡中大放異彩。其次，藉由 Bakhtin 的「文法修辭學」（stylistics of grammar）中對於小說時間性具有拒斥絕對過去、立基未決當下、放眼開放未來的討論，本研究直指象徵說詞確能審時度勢地實踐從栩栩如生、情義相繫，到觸動人心、激越行動的行動政治，並訴諸或擴大內部與外部閱聽眾的認同化和實質共享。在此本研究指出，透過「修辭／風格—安排組構—發表示現」的三維模式，特定的視覺語藝的確有其潛力，得以示現解構僵化認同、開創存在空間、重塑意義時空的語藝實踐力道。這與後結構主義對於「空符徵」（empty signifier）(Laclau, 1996; Laclau & Mouffe, 1985) 來自於多重決定的意義接合，以指涉出欲與之敵對的根本大寫它者（the Radical Other）並形諸政治行動的論點，或可呼應。

然而其間更重要也必須特別加以反思的是，由於視覺語藝的行動政治實踐歷程乃是充滿布局籌畫且往復循環辯證的政治算計，它較諸語文訊息而言更顯模糊複雜。因此視覺語藝在實踐其意有所圖的政治行動時，恐怕「不真的是空符徵」（not quite empty signifier）(Biesecker, 2008: 160)，亦即選擇和排除的過程並非真屬歷史偶然的，而更是充滿意外的多重決定論，且恐有在視覺介入之際形

成另種階層排他性、封閉決定論之虞。因為在當代社運的反思經驗中，視覺語藝的有效性仰賴個別視像的開顯示現是否服膺於共在之境／共同空間的呼籲指涉（common reference），進而促使特定語藝社群得以伺機衝破特定歷史時機下的現實現狀困局和延滯狀態處境（abeyance）(Taylor, 1989)。[9] 但在過去長達十多年的臺北同志遊行期間，「跨性別主體」、「雙性戀者」等較不服膺於男同性戀、女同性戀群體價值觀和性別邏輯的姿態身影，幾乎全然消失在同運遊行的主視覺中。由此可見，特定群體內部在認同形構過程和召喚外部閱聽眾時，似乎已歷練過一段選擇與排除的結盟契約過程。而政治結盟的邏輯，則取決於社群內部各個次類目與整體運動修辭／風格的可配搭性和接近性。這與晚近「酷兒多樣性」（queer multiplicity）（Meem, Gibson, & Alexander, 2010／葉宗顯、黃元鵬譯，2012：270）所訴諸的徹底肯認社群內部的異質性，有相當程度的落差，更揭櫫多重決定論和歷史偶然性，本是因應運動整體目的和行動政治方案而凝聚的必然性接合。其間確有其利基，或也有著些許囿限。

據此本研究認為，視覺語藝在對話敦促、認同誘發、和現狀超克之際所進行的動態循環的語藝倡議，可能是其亙古流長且無法取代的問題意識。而當視覺化的動態語藝倡議更成為了當代諸多亟具解離意識的政治行動或知識生產所賴以部署擘劃的策略平臺和技巧脈絡時（例如：Foss, 1996; Haraway, 1991），我們更需要對其看似直觀卻隱含世故深意的語藝屬性，建構更為縱深綿密的批判視野。值此，視覺語藝從對話、認同到行動的修辭／風格特性與語藝效應，更適合用以詮釋當代諸多由下而上的語藝動員和倡議行動。而不同於傳統語藝在分析操演上，雖不偏廢文本外在時空脈絡的參考價值，但畢竟仍主張對文本內在、文本本身的掌握宜給予較多篇幅，否則變成為「語藝歷史」的文章（林靜伶，2000：10）；本研究指出，視覺語藝的研究事實上比較接近語藝歷史的建構。這裡所宣稱的語藝「歷史」，除了強調「外在」（即視覺圖像所處的時空脈絡）分析的首要重要性（the primacy of external analysis），亦提示了「動態歷時」的視覺演化體察（即視覺圖像在不同時期階段如何敦促對話、誘發認同、超克現狀）和不斷再評估的必要性。

9　本研究所述之「不真的是空符徵」，借用自 Biesecker (2008) 針對電影【搶救雷恩大兵】鏡頭語言的批判性分析。Biesecker 說，導演在電影初始的搶灘登陸場景營造時，出現了諸多難以辨識個人史的「無名英雄」的斷手斷腳、殘破軀體，而非「任何個別單一士兵」的英勇愛國視像。此舉看似旨在強調國家認同的普遍性與一般性（而非菁英化）。然而隨著影像的行進流轉，我們日益察覺到電影所呈現讓觀眾目擊凝視的，僅僅可以（或絕大多數）是「白種男人」的感官痛苦與犧牲奉獻。這裡，影像在高度選擇和排除後的敘事空間框架，成為了「不真的是空符徵」，進而巧妙幽微地傳遞（或批判）排他性的種族意識形態。

參考書目

王孝勇（2016）。〈Mikhail Bakhtin「時空型」概念的視覺語藝意識與實踐之初探：以 2014 年臺北同志遊行為例〉，《中華傳播學刊》，30：143-178。doi:10.6195/cjcr.2016.30.05

_____（2014a）。〈Mikhail Bakhtin 眾聲喧嘩的倫理與倫理困境之反思〉，《政治與社會哲學評論》，48：135-191。doi:10.6523/16845153201403004800 3

_____（2014b）。〈眾聲喧嘩即倫理實踐：從 Mikhail Bakhtin 的語藝觀談起〉，《中華傳播學刊》，26：137-173。doi:10.6195/cjcr.2014.26.05

_____（2013）。〈從對話到對立的民主化實踐—— Mikhail Bakhtin 對話主義的理論轉折與政治方案之初探〉，《臺灣民主季刊》，10（3）：1-39。

_____（2012）。〈Mikhail Bakhtin 的對話主義及其對批判論述分析的再延伸：以白玫瑰運動為例〉，《政治與社會哲學評論》，40：149-202。doi:10.6523/16845153201203004000 4

_____（2011）。〈Mikhail Bakhtin 狂歡節概念的民主化意涵：從批判取向論述分析的理論困境談起〉，《新聞學研究》，108：183-223。

_____（2009）。〈掙脫語言的枷鎖？從 Mikhail Bakhtin 論「表述」談起〉，《政治與社會哲學評論》，30：203-244。doi:10.6523/16845153200909003000 5

朱元鴻（1993）。〈正當的（只不過是）語藝：從前蘇格拉底到後尼采〉，《傳播文化》，1：81-102。

沈錦惠（2014）。〈隱喻即視覺化的語藝行動：網路時代談視覺語藝的古典根源〉，《中華傳播學刊》，26：63-106。doi:10.6195/cjcr.2014.26.03

_____（2009）。《電子語藝與公共溝通》。臺中，臺灣：天空數位。

邱誌勇（2014）。〈視覺性的超越與語藝的複訪：數位時代視覺語藝的初探性研究〉，《中華傳播學刊》，26：107-135。doi:10.6195/cjcr.2014.26.04

林靜伶（2004）。〈語藝學：西方發展與在臺灣之現況〉，翁秀琪（編），《臺灣傳播學的想像（上）》，頁 165-197。臺北，臺灣：巨流。

_____（2000）。《語藝批評：理論與實踐》。臺北，臺灣：五南。

_____（1996）。〈幾個感性與理性的想法——對〈傳播教育應該教些什麼？〉的回應〉，《新聞學研究》，53：131-134。

_____（1993）。〈民主自由與語藝生存空間〉，《傳播文化》，1：67-80。

林靜伶譯（1996）。《當代語藝觀點》。臺北，臺灣：五南。（原書 Foss, S. K., Foss, K. A., & Trapp, R. [1991]. *Contemporary perspectives on rhetoric*. Prospect Heights, IL: Waveland.）

葉宗顯、黃元鵬譯（2012）。《發現女同性戀、男同性戀、雙性戀與跨性別》。新北，臺灣：韋伯。（原書 Meem, D. T., Gibson, M. A., & Alexander, J. F. [2010]. *Finding out: An introduction to LGBT studies*. London, UK: Sage.）

楊克勤（2002）。《古修辭學——希羅文化與聖經詮釋》。香港，中國：道風書社。

Alberti, L. B. (1991). *On painting* (C. Grayson, Trans.). London, UK: Penguin. (Original work published 1435)

Bakhtin, M. M. (2004a). Dialogic origin and dialogic pedagogy of grammar: Stylistics in teaching Russian language in secondary school. *Journal of Russian and East European Psychology*, *42*(6), 12-49.

-- (2004b). *Speech genres & other late essays* (9th ed.: V. W. McGee, Trans.). Austin, TX: University of Texas Press. (Original Work Published 1979)

-- (2002a). Discourse in the novel. In M. Holquist (Ed.), *The dialogic imagination: Four essays* (14th ed.) (pp. 259-422; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). Austin, TX: University of Texas Press. (Original work published 1981)

-- (2002b). Epic and novel: Toward a methodology for the study of the novel. In M. Holquist (Ed.), *The dialogic imagination: Four essays* (14th ed.) (pp. 1-40; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). Austin, TX: University of Texas Press. (Original work published 1981)

-- (2002c). From the prehistory of the novelistic discourse. In M. Holquist (Ed.), *The dialogic imagination: Four essays* (14th ed.) (pp. 41-83; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). Austin, TX: University of Texas Press. (Original work published 1981)

-- (1994a). The banquet, the body and the underworld. In P. Morris (Ed.), *The Bakhtin reader: Selected writings of Bakhtin, Medvedev and Voloshinov* (pp. 226-244). London, UK: Arnold.

-- (1994b). Carnival ambivalence: Laughter, praise and abuse. In P. Morris (Ed.), *The Bakhtin reader: Selected writings of Bakhtin, Medvedev and Voloshinov* (pp. 206-226). London, UK: Arnold.

-- (1994c). Language as dialogic interaction. In P. Morris (Ed.), *The Bakhtin reader: Selected writings of Bakhtin, Medvedev and Voloshinov* (pp. 48-61). London, UK: Arnold.

Barkan, L. (1986). *The Gods made flesh: Metamorphosis and the pursuit of paganism*. London, UK: Yale University Press.

Barthes, R. (1977). Rhetoric of the image. In S. Heath (Ed.), *Image music text* (pp. 32-51; S. Heath, Trans.). New York, NY: Hill and Wang. (Original work published 1964)

Benson, T. W. (2008). Look, rhetoric!. In L. C. Olson, C. A. Finnegan, & D. S. Hope (Eds.), *Visual rhetoric: A reader in communication and American culture* (pp. 413-416). London, UK: Sage.

Bernard-Donals, M. (1998). Mikhail Bakhtin, classical rhetoric, and praxis. In F. Farmer (Ed.), *Landmark essays on Bakhtin, rhetoric, and writing* (pp. 105-111). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Bialostosky, D. (1998). Bakhtin and the future of rhetorical criticism: A response to Halasek and Bernard-Donals. In F. Farmer (Ed.), *Landmark essays on Bakhtin, rhetoric, and writing* (pp. 111-117). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Biesecker, B. A. (2008). Remembering world war II: The rhetoric and politics of national commemoration at the turn of the 21st century. In L. C. Olson, C. A. Finnegan, & D. S. Hope (Eds.), *Visual rhetoric: A reader in communication and American culture* (pp. 157-173). London, UK: Sage.

Bitzer, L. F., & Black, E. (Eds.). (1971). *The prospect of rhetoric: Report of the National Development project, sponsored by speech communication association*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Bleackley, H., & Lofland, J. (1977). *State executions viewed historically and sociologically: The hangmen of England and "the dramaturgy of state executions."* Patterson, NJ: Patterson Smith.

Braden, W. W. (1970). Rhetorical criticism: Prognoses for the seventies—A symposium: A prognosis by Waldo W. Braden. *Southern Speech Journal*, *36*, 104-107.

Brouwer, D. (2008). The precarious visibility politics of self-stigmatization: The case of HIV/AIDS case. In L. C. Olson, C. A. Finnegan, & D. S. Hope (Eds.),

Visual rhetoric: A reader in communication and American culture (pp. 205-225). London, UK: Sage.

Burke, K. (1950). *A rhetoric of motives*. Berkeley, CA: University of California Press.

Cicero, M. T. (1976). *De Oratore* (E. W. Sutton & H. Rackham, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press. (Original work published 1942)

de Saussure, F. (2002). *Course in general linguistics* (R. Harris, Trans.). Chicago, IL: Open Court. (Original work published 1972)

Ehninger, D., Benson, T. W., Ettlich, E. E., Fisher, W. R., Kerr, H. P., Larson, R. L., et al. (1971). Report of the committee on the scope of rhetoric and the place of rhetorical studies in higher education. In L. F. Bitzer & E. Black (Eds.), *The prospect of rhetoric: Report of the National Development Project, sponsored by Speech Communication Association* (pp. 208-219). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Fantham, E. (2004). *The Roman world of Cicero's De Oratore*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Foss, S. K. (2005). Theory of visual rhetoric. In K. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, & K. Kenney (Eds.), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 141-152). Mahwah, NJ: Erlbaum Associates.

-- (1996). Judy Chicago's The Dinner Party: Empowering of women's voice in visual art. In S. K. Foss (Ed.), *Rhetorical criticism: Exploration & practice* (2nd ed., pp. 204-220). Prospect Heights, IL: Waveland.

Glasby, H. (2016). [ ]: National day of silence's rhetorical silence as performative rhetorical activism. *Liminalities: A Journal of Performative Studies*, *12*(3), 1-13.

Golden, J. L., Berquist, G. F., Coleman, W. E., & Sproule, J. M. (2010). *The rhetoric of western thought: From the Mediterranean world to the global setting* (10th ed.). Dubuque, IA: Kendall Hunt.

Gronbeck, B. R. (2008). Visual rhetorical studies: Traces through time and space. In L. C. Olson, C. A. Finnegan, & D. S. Hope (Eds.), *Visual rhetoric: A reader in communication and American culture* (pp. xxi-xxvi). London, UK: Sage.

Halasek, K. (1998). Starting the dialogue: What can we do about Bakhtin's ambivalence toward rhetoric? In F. Farmer (Ed.), *Landmark essays on Bakhtin, rhetoric, and*

writing (pp. 97-105). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. New York, NY: Routledge.

Haskins, E. V., & Zappen, J. P. (2010). Totalitarian visual "monologue": Reading Soviet posters with Bakhtin. *Rhetoric Society Quarterly*, *40*, 326-359. doi:10.1080/02773945.2010.499860

Hart, R. P. (1976). Theory-building and rhetorical criticism: An informal statement of opinion. *Central States Speech Journal*, *27*, 70-77. doi:10.1080/10510977609367869

Heikinen, D. (1994). Is Bakhtin a feminist or just another dead white male? A celebration of feminist possibilities in Manuel Puig's Kiss of the Spider Woman. In K. Hohne & H. Wussow (Eds.), *A dialogue of voices: Feminist literary theory* (pp. 114-127). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Herrick, J. A. (2009). *The history and theory of rhetoric: An introduction* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.

Howarth, D. (2000). *Discourse*. Buckingham, UK: Open University Press.

Jay, M. (1994). *Downcast eyes: The denigration of vision in twentieth-century French thought*. Berkeley, CA: University of California Press.

Kennedy, G. A. (1980). *Classical Rhetoric and its Christian and secular tradition from ancient to modern times*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

-- (1972). *The art of rhetoric in the Roman world, 300 B.C.—A.D. 300*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

-- (1963). *The art of persuasion in Greece*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Kirschenbaum, M. G. (2003). The word as image in an age of digital reproduction. In M. E. Hocks & M. R. Kendrick (Eds.), *Eloquent images: Word and image in the age of new media* (pp. 137-156). Cambridge, MA: MIT Press.

Kjeldsen, J. E. (2003). Talking to the eye: Visuality in ancient rhetoric. *Word & Image*, *19*, 133-137. doi:10.1080/02666286.2003.10406228

Laclau, E. (1996). *Emancipation(s)*. London, UK: Verso.

Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Toward a radical democratic politics*. London, UK: Verso.

Mason, J. (2014). Rhetoric after the fall: Sin and punishment in Christian visual culture.

Visual Communication, *13*, 95-114. doi:10.1177/1470357213507671

McKeon, R. (Ed.). (1941). *The basic works of Aristotle*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

McKerrow, R. E. (2015). "Research in rhetoric" revisited. *Quarterly Journal of Speech*, *101*, 151-161. doi:10.1080/00335630.2015.994915

Morris, P. (Ed.). (1994). *The Bakhtin reader: Selected writings of Bakhtin, Medvedev and Voloshinov*. London, UK: Arnold.

Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, *16*(3), 6-18. doi:10.1093/screen/16.3.6

Murphy, J. J. (1974). *Rhetoric in the middle ages: A history of rhetorical theory from Saint Augustine to the Renaissance*. Berkeley, CA: University of California Press.

Murphy, J. J., Katula, R. A., & Hoppmann, M. (2014). *A synoptic history of classical rhetoric* (4th ed.). New York, NY: Routledge.

Nichols, M. H. (2011). Kenneth Burke and the "New Rhetoric." In J. L. Golden, G. F. Berquist, W. E. Coleman, & J. M. Sproule (Eds.), *The rhetoric of western thought: From the Mediterranean world to the global setting* (10th ed., pp. 274-284). Dubuque, IA: Kendall Hunt.

-- (1963). *Rhetoric and criticism*. Baton Rouge, LA: Louisiana State University Press.

O'Gorman, N. (2005). Aristotle's phantasia in the Rhetoric: Lexis, appearance, and the epideictic function of discourse. *Philosophy and Rhetoric*, *38*(1), 16-40. doi:10.1353/par.2005.0009

Olson, L. C., Finnegan, C. A., & Hope, D. S. (2008). Visual rhetoric in communication: Continuing questions and contemporary issues. In L. C. Olson, C. A. Finnegan & D. S. Hope (Eds.), *Visual rhetoric: A reader in communication and American culture* (pp. 1-14). London, UK: Sage.

Patton, J. H. (1979). Permanence and change in rhetorical theory. *Central Sates Speech Journal*, *30*, 134-143. doi:10.1080/10510977909368006

Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York, NY: Penguin.

Quintilian, M. F. (1989). *The Institutio oratroria of Quintilian* (H. E. Butler, Trans.). London, UK: William Heinemann. (Original Work published 1921)

Reid, K. (2009). The Hay-Wain: Cluster analysis in visual communication. In S. K. Foss (Ed.), *Rhetorical criticism: Exploration and practice* (4th ed., pp. 71-85). Long Grove, IL: Waveland.

Rogoff, I. (2004). Studying visual culture. In C. Handa (Ed.), *Visual rhetoric in a digital world: A critical sourcebook* (pp. 381-391). New York, NY: Bedford.

Sloan, T. O., Gregg, R. B., Nilsen, T. R., Rein, I. J., Simons, H. W., Stelzner, H. G., et al. (1971). Report of Committee on the advancement and refinement of rhetorical criticism. In L. F. Bitzer & E. Black (Eds.), *The prospect of rhetoric: Report of the National Development Project, sponsored by Speech Communication Association* (pp. 220-227). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Stallabrass, J. (1996). *Gargantua: Manufactured mass culture*. London, UK: Verso.

Stam, R. (1989). *Subversive pleasures: Bakhtin, cultural criticism, and film*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.

Stewart, C. J. (1973). Historical survey: Rhetorical criticism in twentieth century. In G. P. Mohrmann & C. J. Stewart (Eds.), *Explorations in rhetorical criticism* (pp. 1-31). University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.

Taylor, V. (1989). Social movement continuity: The women's movement in abeyance. *American Sociological Review*, *54*, 761-775. doi:10.2307/2117752

Tompkins, P. K. (1969). The rhetorical criticism of non-oratorical works. *Quarterly Journal of Speech*, *55*, 431-439.

van Eck, C. (2007). *Classical Rhetoric and the visual arts in early modern Europe*. Cambridge, NY: Cambridge University Press.

Vance, E. (1979). Roland and the poetics of memory. In J. V. Harari (Ed.), *Textual strategy: Perspectives in post-structuralist criticism* (pp. 374-403). Ithaca, NY: Cornell University Press.

Vološinov, V. N. (1986). *Marxism and the philosophy of language* (L. Matejka & I. R. Titunik, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press. (Original work published 1929)

Wichelns, H. (1925). The literary criticism of oratory. In A. M. Drummond (Ed.), *Studies in rhetoric and public speaking in honor of James Albert Winans* (pp. 181-216). New York: NY: Century.

Zebroski, J. T. (1998). Mikhail Bakhtin and the question of rhetoric. In F. Farmer (Ed.), *Landmark essays on Bakhtin, rhetoric, and writing* (pp. 117-125). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 213-248, July 2018

Turning Back the Sequence of Time, Returning to Visuality: Exploring the Classical Strand of Visual Rhetoric and its Demonstration

Wang, Hsiao-Yung*

Associate Professor, Department of Mass Communication, Providence University

Abstract

This essay aims to explore and delimit the classical strand of visual rhetoric and its demonstration. First, it attempts to clarify that "visuality has always been integral to rhetorical consciousness." This is done by critically reviewing the rhetorical theories and related literatures of the Roman rhetoricians Cicero and Quintilian. This review demonstrates that the so-called "five canons of rhetoric," originally derived from verbal and spoken rhetorical tradition, effectively bridge the gap between the philosophical and sophistic strands by reviving the principle of the imitation of the technical strand. To enhance the recognition of visual rhetoric as action-oriented, the author refers to the Russian philosopher Mikhail Bakhtin, and specifically his study on novelistic time in stylistics of grammar. This approach can address the specific timeline deployed by rhetors to refuse the absolute past, focus on unfinalized contemporary reality, and look forward to an open future. In conclusion, the author mentions that the dynamics and rhetorical efficacy embodied by visual rhetoric involve encouraging dialogue, inducing identification and breaking abeyance. These might be the lasting and irreplaceable problematization and specificity that exist in visual rhetoric not only in contemporary reality but also in ancient times.

Keywords: Bakhtin, classical rhetoric, technical strand, style/elocutio, visual rhetoric

* Email: hywang2@pu.edu.tw
Received: 2016.10.22
Accepted: 2017.2.23

JCRP 世新大學新聞傳播學院
謝舍我紀念館 Cheng Shie-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 249-280．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0008

打造一個媒介分類學模式：從體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介談起

柯籙晏 *

政治大學新聞系博士

摘要

本文從「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」的問題出發，打造一個媒介分類學模式。本文首先說明「什麼是媒介」，主張媒介是人的延伸，並且在符號行動中起作用；其次說明「電玩遊戲系統是什麼樣不同的媒介」，主張在技術上，電玩系統是能再生虛擬實在的模擬媒介，在技術與人的關係上，人們不只詮釋電玩，更要玩它；其三說明「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」主張體感遊戲系統是一種中介了悖論符號行動的肖似媒介。最後，本文根據前述討論，打造了一個符號分類學模式，並透過分析【Wii Sports】的經驗案例，檢驗本文所提出模式的詮釋能力。

關鍵詞：媒介分類學、體感遊戲系統、媒介環境學、實用主義符號學、技藝現象學

* Email: duress.ko@gmail.com
投稿日期：2016 年 7 月 26 日
接受日期：2017 年 3 月 10 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、研究問題與目的

在回顧了大眾傳播研究的歷史發展後，Lowery 與 De Fleur 指出：建立普遍媒介效果理論的難處，首先在於媒介技術的不斷變遷，許多幾年前還是嶄新的技術，今天卻落伍了（Lowery & DeFleur, 1988／王嵩音譯，1993：480）。然而這未必只有壞處，因為新現象的出現，也意味著可能的新理論，正如 Poincaré 所言：

> 當〔科學〕規則牢固建立之後……與它完全一致的事實不久以後就沒有意義了，由於它們不能再告訴我們任何新東西。於是，正是例外〔現象〕變得重要起來……這不僅因為它們最為引人注目，而且因為它們最富〔理論〕啟發性。（Poincaré, 1913／李醒民譯，2011：10-11。〔〕內的內容為本文作者補充，以下均同）

例如，體感遊戲系統（motion-controlled gaming system）現象，以及它對傳播媒介新理論的啟發。所謂「體感遊戲系統」，就是「讓玩家透過身體運動（body motion）加以操作的電玩系統」。諸如日商任天堂在 2006 年推出的「Wii」，美商微軟在 2010 年推出的「X-Box 360 Kinect」，日商新力在 2010 年推出的「PlayStation Move」，以及各種應用了混合實境（mixed reality）或擴增實境（augmented reality）技術的電玩遊戲，像是日商任天堂在 2016 年於 IOS 與 Android 行動裝置系統上所推出的【精靈寶可夢 GO】（*Pokémon GO*），都屬於體感遊戲系統。

自 2006 年開始，以 Wii 為首的體感遊戲系統迅速普及，並且進入傳播與媒介研究的視野。其中包括人機介面研究 (Chen & Guo, 2015; Francese, Passero & Tortora, 2012; Yaman & Kalkan, 2015; Yang, Dou, Lv, Zhang, & Lv, 2016)、玩家經驗的質化 (Francombe-Webb, 2016; Miller, 2015) 與量化研究 (Jin, 2011)、作為新技術的創新傳布研究（Li, 2015）、作為傳播健康教育訊息的媒介研究 (Lwin & Malik, 2014)、電玩類型研究 (Burrill, 2010)、電玩與互動設計研究 (Loyer, 2010; Tobias, 2010)、技術批判研究 (Millington, 2009) 等。

上述這些研究，都預設了體感遊戲系統，是一種不同於其他媒介的「新媒介」。然而除了其中少數，如 Giddings & Kennedy (2010) 之外，這些研究都未就「體感遊戲系統究竟哪裡不同於其他媒介」的理論意義，有過系統化的檢討。本文主張，這個理論缺口需要加以彌補。在 2009 年《電腦中介傳播期刊》對於

電腦中介傳播（computer-mediated communication, CMC）與新傳播技術（new communication technologies, NCTs）研究的回顧與展望特刊中，Parks 引述 Walther 指出，CMC 研究「在『發展能夠有意義地比較不同技術的類型學』上遭遇失敗，在『從理論角度出發，清晰地界定邊界條件』上遭遇失敗」(Parks, 2009: 725)；Fulk 與 Gould 引述 Barley 指出，以技術為焦點的研究「長期以來面臨無法一致地定義技術、建立因果關係的困難」(Fulk & Gould, 2009: 764)，簡而言之，缺乏有理論意義的媒介區別，就無法有理論意義地談論媒介效果。因此，把「體感遊戲系統究竟哪裡不同於其他媒介」說清楚，就會具有重要的理論意義。

有鑑於此，以下本文將從「體感遊戲系統究竟哪裡不同於其他媒介」的問題出發，分層探討「什麼是媒介」、「電玩遊戲系統是什麼樣不同的媒介」、「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」，並根據探討結果，打造一個系統地區別不同媒介之間理論關係的「媒介分類學模式」；最後根據所打造的模式，分析本文挑選作為體感遊戲系統範例的【Wii Sports】，以檢驗它對經驗現象的詮釋能力。

貳、什麼是媒介？

2006 年底，日商任天堂的新電玩遊戲主機「Wii」正式發售，隨即在全球掀起銷售狂潮。而我也不免俗地假借「研究新媒介」之名，弄了一臺來玩。

Wii 的魅力何在？最直接的答案是，它要求玩家以「體感」的方式進行操作。舉運動電玩遊戲為例，傳統電玩系統是以「手指控鈕」的方式，操作電玩替身（avatar）投球、揮拍擊球等動作，而在體感運動遊戲，例如【Wii Sports】中，玩家則需要以近似實際玩這些運動的姿勢，操作電玩替身的動作。然而體感操作和控鈕操作，真有什麼不一樣嗎？我和弟弟一邊安裝主機，一邊討論不知待會玩起來會是什麼感覺？我們玩的第一個遊戲是【Wii Sports】中的保齡球，開始遊戲後答案馬上揭曉：「真的很像實際在打保齡球！」

這次體驗讓我開始認真思考，「體感遊戲系統作為一種新媒介」的理論意義為何，然而在檢視過相關文獻後發現，泛泛地說體感遊戲系統是新媒介，所造成的問題並不少於所解決的，因為別說體感遊戲系統，我們甚至不能直接肯定電玩是不是一種媒介。電玩發展至今已經半世紀，然而除了電玩成癮與暴力的媒介效果研究 (Lee, Peng, & Park, 2009; Signorielli, 2005; Trend, 2007) 之外，主流傳播學界對於「電玩是媒介」的命題都還態度謹慎。在 2010 年最新第六版的《McQuail 大眾傳播理論》中——該書作為教科書廣受歡迎，當可代表傳播學界主流觀點

—— McQuail 雖然肯定電玩與虛擬實境裝置，在文化與使用的滿足上與傳統媒介有所重疊，但還是謹慎地稱之為「準媒介」（quasi-media）(McQuail, 2010: 39)。這個謹慎是理論上的。McQuail 一方面援引 Rice 等人，肯定「一個人不必是技術決定論者，也會同意介質（medium）可能在傳播過程中作為一個基礎變項」（Rice, et al., 1984，轉引自 McQuail, 2010: 142），一方面卻也主張，區別新、舊媒介之間的依據並非十分堅實，「新媒介」範疇的歧異性以及持續變化的本質，明顯阻礙了新媒介效果理論的形成。因此他只願意承認，若新媒介理論有可能建立起來，那麼電玩與虛擬實境裝置這類互動嬉戲媒介（interactive play media），會是可能基礎之一（同上引）。

更甚者，我們也不能直接肯定什麼是媒介。正如 Littlejohn 所言：「什麼是媒介？沒有一個單一或簡單的定義」 (Littlejohn, 2002: 304)，因為不同的傳播理論學派，會各自關切媒介不同面向。有鑑於大多數學派，都著重「媒介內容」而不處理媒介本身，只有以 McLuhan 為宗的媒介環境學派（media ecology），[1] 聚焦於「媒介作為媒介」的研究（翁秀琪，2011：58；Littlejohn & Foss, 2011: 337），因此本文首先從啟發了媒介環境學派的 McLuhan 介質理論（medium theory）[2] 出發，探討「什麼是媒介」。

一、媒介是人的延伸

英文的媒介（media）一詞有三個意涵，包括（一）調停人或仲介；（二）技術的意涵，如印刷、聲音、視覺媒介；（三）資本主義的意涵，如新聞報紙與廣播電視服務 (Williams, 1983: 203)。（一）與（三）姑且不論，（二）的另一層意涵是介質（medium）的複數，而介質意指「用於特定目的的某物」 (Medium, n.d.)。基於「介質」的意涵，McLuhan 將媒介定義為「包括任何技術，只要它創造了對人類身體或感官的延伸」（McLuhan & Zingrone, 1995 ／汪益譯，1999：35）。既然媒介的定義如此之廣，就產生了一個「怎麼區別媒介」的問題。這個問題並不容易解決，因為人類的大部分經驗，都是技術中介的（mediated），乃至於媒介與人類自身融合在一起，使得人類往往察覺不到媒介就存在自身經驗之中，McLuhan 這麼說：

1 有鑑於媒介環境學派的實際建立者 Postman，把 “media ecology” 定義為「將媒介視作環境加以研究」，Lum（2006 ／何道寬譯，2006）將 media ecology 譯為「媒介環境學」，本文從之。

2 Meyrowitz (1996) 稱 McLuhan 的理論為「介質理論」（medium theory）。

> 所有的媒介……都是人的延伸，而在他身上引起了深遠持久的改變，並把他的環境轉型。這種延伸是器官、感官或是能力的一種強化作用，放大作用，而只要它發生，人的中樞神經系統似乎就會啟動一種自我保護的措施，把受影響的區域予以麻木化……使得人不能察覺到他的新技術在心理和社會上的各種效應，好像魚在水裡不知覺四周是水一樣。（McLuhan & Zingrone, 1995／汪益譯，1999：31-35）

那麼包括研究者在內的人類，該如何區別已經與自身經驗融合為一體的媒介？ McLuhan 解決這個問題的方式，是分析媒介史與媒介民族誌的經驗資料，以確認某種媒介被引進社會前後，該社會的集體經驗是否有所差別。例如《古騰堡星系：活版印刷人的造成》一書檢視了西歐社會從口語過渡到書寫時代，以及手抄過渡到印刷時代的大量資料，說明為什麼同樣是呈現文字，印刷術卻是不同於手抄本的媒介（McLuhan, 1962／賴盈滿譯，2008）。

二、從媒介到符號

從方法論來看，作為 McLuhan 理論基底的經驗資料堪稱堅實，但許多學者都無法接受他將資料透過溯因推理（abduction）得出的理論主張，例如 Lapham（1994）即批評他「相信整個世界可以塞入自己假說的箱子中」，而其著作在他 1980 年過世時，已經差不多被遺忘。不料之後的媒介環境發展，竟然與他的「預言」極為相合，讓他的理論再度翻紅。另一方面，受 McLuhan 啟發的媒介環境學派，也開始努力系統化他先前被批評不夠嚴格的理論，而為達此目標，其中的一條途徑是借助符號學。

在《古騰堡星系：活版印刷人的造成》中，McLuhan 提出媒介與符號關係的假設，主張一旦社會主流媒介產生變化，所使用的符號系統就會跟著產生變化，而人的感官也會跟著變化（McLuhan, 1962／賴盈滿譯，2008）。Lum 將前述假設加以系統化指出，媒介環境學的核心概念，「媒介即環境」，嵌入了三個互相關連的理論命題，其中包括：（一）媒介並非中性，而是有其固有物質結構與符號形式，在發揮規範作用。不同媒介的符號形式，會有不同的編碼特徵，並透過這樣的編碼來傳達訊息；（二）每一種媒介獨特的物質與符號特徵，都帶有某種偏向；（三）傳播技術所中介的各種心理或感覺、社會、經濟、政治、文化的效果，往往和媒介偏向有關 (Lum, 2006: 32-33)。而基於「不同的媒介與符號偏

向，會中介不同效果」的理論預設，媒介環境學者開始利用符號學，作為進一步系統化自身理論的重要資源。例如 Nystrom (2006) 與 Powers (2006) 都建議，可以利用 Susanne K. Langer 的符號學，建構媒介環境學的理論基礎。其中 Powers 主張，Langer 的符號學理論：

> 為媒介環境學提供一種學說，以便系統地從事理論和經驗工作……確認少數重要的核心術語；精細地定義這些術語，以建構一個概念系統；探討這些術語和定義的思想後果，看看它們會引出什麼結論；最後，當媒介環境學者用這個哲學架構去從事系統的探索時，如果這些結果導致觀念上的矛盾和經驗資料上的異常，那就應該創建新的術語。(Powers, 2006: 306)

本文同意 Nystrom 與 Powers 的主張，並將借用符號學來回答「什麼是媒介」。只不過是否非得是 Langer 的符號學？在諸多符號學理論家中，Langer 並非最重要的一位，至少不若 Peirce 重要。事實上，Powers 在推薦 Langer 時也得先說明，他為什麼認為 Langer 的理論，較「在當代傳播理論領域的符號學分析中具有支配地位」的 Peirce 理論為佳 (Powers, 2006: 316-318)。有鑑於在本文討論範圍內，會用到的是 Langer 與 Peirce 兩者符號學理論的相同而非差異之處，[3] 而 Peirce 理論還有「為更廣大的學術社群所接受」的優勢，因此，本文以下將採用 Peirce 的符號學，說明「什麼是媒介」。

首先定義術語。根據《符號學百科字典》，McLuhan 的媒介是「人類物理或心理能力的任何技術延伸」(Sebeok, 1994: 529)，而 Peirce 的符號是「就某人的某方面考量或能力而言，代表某事物的某事物」（同上引：936）。因此，McLuhan 的媒介與 Peirce 的符號，首先可以在「中介（mediate）人的能力的某事物」的意義上等同起來。[4]

接下來說明符號的進一步定義。以 Peirce 為宗的實用主義符號學（semiotics），與以 Saussure 為宗的結構主義符號學（semiology）不同 (Deely, 1982: 2)，實用主義符號學定義，符號之所以能成為符號，是在「符號行動」（semiosis, action

3 Powers 指出「Langer 同意 Peirce『符號意義依賴一個三元關係』的見解」(Powers, 2006: 318)。本文利用實用主義符號學的部分，不超出這個範圍。

4 本文並未主張「媒介就是符號」。例如，人類以外的生物普遍使用符號，但幾乎不使用技術；又例如，某些直接（immediate，無中介）延伸人類物理行動的技術，例如斧頭，不是符號。

of sign）[5] 的三元關係（triadic relation）中被確定。所謂符號行動是「一個行動或作用，其中涉及符號（sign）、其目標（object）與其詮釋結果（interpretant, outcome of semiosis）等三元主體的共同合作」（Peirce, 1955: 282。底線為原作者所強調）。例如在捉迷藏的符號行動中，「人的逃跑行動」作為符號，指涉作為目標的「人逃離鬼」，激發作為詮釋結果的「鬼的追捕行動」；另一方面，「鬼的追捕行動」作為符號，指涉作為目標的「鬼追補人」，又激發作為詮釋結果的「人的逃跑行動」。注意，除非是在玩捉迷藏，否則人逃或鬼追，就都不成符號了。

進一步說，符號是中介了以下三類詮釋結果的事物。第一類「情緒詮釋結果」（emotional interpretant），是在面對任何事物時，直接而模糊的質感（quality of feeling），但尚未把這些質感，與任何具體事物聯繫在一起。例如我們在嗅到一股氣味時，在「我嗅到一股氣味」的意識尚未產生前，就先感覺到這股氣味；第二類「精力詮釋結果」（energetic interpretant），是對個別具體事實的知覺，但此個別事實尚未中介其他事物。例如，同樣嗅到一股氣味，在第二階段我們會意識到「我聞到一股氣味」這個無可否認的事實；第三類「邏輯詮釋結果」（logical interpretant），是把個別事物與普遍事物關連起來。例如到了第三階段我們可以理解，自己現正嗅到的氣味，是茉莉花香 (Liszka, 1996: 26-27; Peirce, 1955: 277)。

根據這個定義，則凡是在符號行動中，能讓人首先感覺到、其次意識到、最後中介到普遍事物的萬事萬物，都是符號。要注意，此三類詮釋結果相互之間並非因果關係，前者只是後者的必要而非充分條件，三者之間關係應正確理解為，前者蘊含了產生後者的可能。在感覺到某種性質時，我們有可能繼續注意到，也可能忽略它，而在對眼前具體事物有了反應之後，我們接下來有可能把它當作是某種普遍事物，也可能不會。此外也由於各種事物可作為符號的物質特徵不盡相同，如基於可聽質感（音色、音頻等）的聽覺符號，不同於基於可見質感（顏色、形狀等）的視覺符號，我們也可以根據不同的物質特徵，區別出不同的符號編碼系統（coding system）。除了被廣泛認可的聽覺與視覺外，還包括基於其他感覺，如嗅覺、味覺與運動感覺（kinesthetic sense）的編碼系統。

綜合以上討論，我們可以透過以下四個命題，回答「什麼是媒介」：（一）媒介是人的延伸。（二）媒介即符號。（三）符號／媒介在其所中介的行動中，

5　Semiosis 一詞，另有譯為「標誌過程」、「指號過程」、「符號表意行為」者。

引發某種詮釋結果。（四）符號／媒介在符號行動中讓人感覺到、意識到、中介到某種普遍事物。

參、電玩遊戲系統是一種什麼樣不同的媒介

前段說明，能讓人在符號行動中感覺、意識、中介到普遍事物的事物，都是符號／媒介。而就最抽象的層次而言，既然電玩系統能讓人感覺、意識到它的聲光與體感特徵，並將這些特徵中介到遊戲（game）與嬉戲（play）活動，那麼它就是一種中介遊戲與嬉戲的符號／媒介。然而，與其他中介遊戲與嬉戲的符號／媒介，如球、紙牌相較，電玩系統有何不同？首先，它是由電腦，亦即「根據預先設置好的指令組，用以貯存、處理資訊的電子裝置」(Computer, n.d) 所中介；其次，它具有「互動性」（interactivity），即：

> 在既定的一系列溝通／傳播交換過程中，任何第三次（或之後）的傳輸（或訊息），與前一次交換過程所涉及的更前一次傳輸之間的關連程度。(Rafaeli, 1988: 11)

因此，電玩系統作為符號／媒介的簡單意思，就是 McQuail 所謂「互動嬉戲媒介」（interactive play media） (McQuail, 2010: 142)。

將電玩系統定義為「互動嬉戲媒介」雖不能說錯，卻容易讓人誤會「互動性是內在於電腦中的一種特性」，然而並非如此。根據 Rafaeli 的定義，互動性不僅存在於「人—機」之間，「人—物」之間也可以有。例如拍皮球。對懂得怎麼拍球的孩子來說，「皮球第一次反彈的高度」是一個反饋訊息，他可以根據此訊息，調整拍球的與力道，從而控制第二次皮球反彈的高度，而第二次皮球反彈的高度，則又是一個可以用來控制第三次皮球反彈高度的反饋訊息。又例如看電視。電視節目的訊息，並不是單向傳輸給閱聽人的，正好相反，除非閱聽人開始他的收視行為，否則電視節目就不成訊息了，因此從一開始，電視節目就是對第一階段閱聽人收視行為的反饋訊息，並控制了閱聽人第二階段的收視行為，或者繼續、或者中斷收視，而這些收視行為所造成節目訊息組合的改變，則又是一個可以用來控制第三階段閱聽人行為的反饋訊息，例如我們日常收看節目時，常常邊看邊罵，然後轉臺，也常常先看了後半段，之後節目重播時才又看了前半段。就此說來，無論皮球或電視節目，也都算是「互動嬉戲媒介」了。而除了「人—

機」與「人—物」之間以外，「機—機」之間，如對奕的兩造人工智能、「機—物」之間，如行進在道路上的自動駕駛車（autonomous cars，或 self-driving cars），更不用說「人—人」之間，雖然在細節上有所差異，但都有互動性。因此，單以互動性的有、無，來區別電玩系統與其他符號／媒介的不同，並不恰當。有鑑於此，接下來本文將「互動性」的概念加以細緻化，藉由討論：一，「敘事表徵與遊戲模擬之別」；二，「人與技術的不同關係」，進一步釐清「電玩系統是什麼樣的不同媒介」。

一、敘事表徵與遊戲模擬之別

考量以下幾種符號行動的互動情境：

情境一：你與球友相約打網球。在經過一番廝殺後，終於打敗對手！
情境二：身為演員的你，演出一場打網球的戲；劇情安排你在經過一番廝殺後，終於打敗對手！

同樣是在「打網球」，如何把情境一與情境二區別開來？由於在情境一，玩家們互動的目標就是在打網球，亦即呈現（present）打網球行動本身；而在情境二，演員們的互動過程雖然看起來像是在打網球，其實他們的目標，是透過與打網球相同的動作作為符號，表徵（re-present，與呈現相對，或可譯為再現）打網球，因此兩者不同。

接下來再看第三種互動情境：

情境三：在體感遊戲【Wii 網球】中，經過一番廝殺後，你終於打敗對手！

檢視情境三。與情境二相較，情境三玩家的符號行動目標不是在表徵，而是在模擬（simulate）打【Wii 網球】行動本身，因此情境三與二不同。

在遊戲研究（game study）的兩個主要理論學派中，敘事學派（narratology）主張，電玩和小說、新聞、戲劇、電影一樣，都是故事的表徵（representation），只不過用來中介故事的符號／媒介不同 (Murray, 1997; Ryan, 2006)。另一方面，遊戲學派（ludology）不同意敘事學派的理論。他們主張，確實許多電玩包含了各種敘事元素，如角色、一連串的行動、結局等，然而根本而言電玩是遊戲的模

擬（simulation），而非故事的表徵 (Frasca, 2003; Murray, 2005)，例如【俄羅斯方塊】（*Tetris*）或【跑車浪漫旅】（*Gran Turismo*）之類的遊戲，都不表徵故事。簡單說，遊戲學派區別電玩不是敘事的根據，正是符號／媒介之別：無論小說、新聞、戲劇、電影，都是由表徵符號所中介，而電玩則是由模擬符號所中介。

進一步說明表徵與模擬符號／媒介的區別。Crookall、Oxford 與 Saunders 指出，傳統上「模擬」有兩個意涵。其一，模擬是實在世界的表徵，換言之，模擬即表徵，這可稱作「表徵觀點」；其二，模擬是以其自有方式運作實在，不必有外顯、明白可見的表徵，這可稱作「實在觀點」（reality view）；同時另一方面，傳統上「表徵」也有兩個意涵，其一是「代替」（stand in place of），此定義類似「模擬的表徵觀點」，其二是「使呈現或再生」（make present or bring to life），此定義則類似「模擬的實在觀點」(Crookall, Oxford, & Saunders, 1987: 148-151; Crookall & Saunders, 1989: 12-18)。換言之，傳統上模擬與表徵兩者，均同時具有「代替」與「再生」兩個意涵，結果就是模擬與表徵兩者很容易混淆。而既然要求區別兩者，那麼就不可能容許這種混淆，於是「代替」的意涵被分派給「表徵」，「再生」的意涵分派給「模擬」，結果就確定了以下兩個命題，其一：表徵是代替，代替實在；其二：模擬是再生，以其自有方式運作，再生實在。Duke 進一步主張，遊戲——不只電玩，而是所有遊戲——都是模擬，而以「遊戲／模擬」（gaming/simulation）稱之 (Duke, 1974, 1989)。

然而為什麼模擬能再生，而不只代替？因為模擬能根據特定的運算規則或演算法來行動 (Duke, 1989; Frasca, 2003; Juul, 2005)。例如放影機播出的一段賽車影片，與賽車模擬器呈現出來的影片，差別何在？對於觀者而言，兩者展示出來的畫面並無二致，然而放影機無論重複播出千百遍，所呈現出來的賽車行為都不會有差異，而賽車模擬器則能夠基於演算法，呈現出不同的賽車行為來。

而若同意「表徵」與「模擬」的區別，再肯定模擬器（simulator）與表徵器（representator）都是媒介，那麼它們仍然是不同的媒介，因為它們在符號行動中讓人感覺到、意識到、中介到普遍事物的條件不同。在這裡需要注意的是，表徵與模擬符號／媒介的區別，不是「互斥」關係，而是模擬符號／媒介能夠「包含」表徵符號／媒介的關係；其次，表徵與模擬符號／媒介，不限於如放影機或電腦這樣的技術「物」，而是指所有能夠產生表徵與模擬的技術「機制」，例如觀眾單純地觀看電視益智節目，固然是表徵符號中介的活動，但若觀眾十分投入，邊看益智節目，邊與節目中參與遊戲者競爭搶答問題，就成了模擬符號中介的活動。於是在這裡可以區別兩種符號／媒介：（一）表徵符號／媒介：代替其

所中介的目標。（二）模擬符號／媒介：依據運算規則或演算法，再生其所中介的目標。

然而單以表徵與模擬來區別媒介，正是本文前段所批評的「用技術來定義媒介」，也如本文前段所批評的，即使比「互動性之有無」多說了一些，仍然是空洞的詮釋。Bateson 指出，要打破空洞詮釋，諸如「太陽能讓人發熱，因為內含發熱本質」、「鴉片能讓人沈睡，因為內含催眠原理」、「模擬器能與人互動，因為內含互動性」之類，比較好的作法不是探究「物本身的特徵」，而是「人與物之間的關係」(Bateson, 2002: 80)，意即回到「媒介是人的延伸」。有鑑於 Ihde 的後現象學或技藝現象學，比 McLuhan 提供了對於「人與技術之間關係」更系統化的理論，以下本文將引述 Ihde，再深入探討「電玩系統是什麼樣不同的媒介」。

二、人與技術的關係：具身、詮釋與它異關係

Husserl 的古典現象學，關注意向行為（noesis）與意向對象（noema）之間的關係 (Zahavi, 2003)；而 Ihde 的後現象學（post-phenomenology）則是將實用主義引入現象學，轉為關注人與環境之間的關係的分析，主張是技術中介、轉化了人對世界的經驗、知覺以及對世界的詮釋，而因此後現象學又稱為「技藝現象學」（phenomenology of technics）——之所以用「技藝」而非「技術」（technology）這個詞，是因為技藝除了技術物的意涵，還包括人使用技術的知識與技能的意涵（Ihde, 1990／韓連慶譯，2012；Ihde, 2008／韓連慶譯，2008）。[6]

Ihde 主張，人與技術之間的互動關係，可以分為以下幾類：

（一）具身關係（embodied relations），或可表述為：（人—技術）→環境

在具身關係中，技術直接（immediate，或可譯為無中介）地融入使用者的身體經驗中，作用於環境。[7] 例如視障者使用他的白手杖。

6　Ihde 使用「技藝」一詞，是延續了 Mumford 在《技藝與文明》（*Technics and civilization*）一書中的用法：「當我用機器（machine）這個詞時，那是指具體的機器，如印刷機或動力織機。而當我用機器體系（the machine）這個詞時，那是作為一種縮寫，指整個技術綜合體。這涵蓋了工業取得的或新技術所隱含的所有知識、技巧（skills）、藝術（arts）等，它包括各種形式的工具、儀器、設備、實用設施等，當然也包括通常意義下的機器」(Mumford, 1963: 12)。

7　在具身關係的意義上，媒介不等於符號。參見註 5。

（二）詮釋關係（hermeneutic relations），或可表述為：人 →（技術—世界）

在詮釋關係中，更多地應用了使用者語言的、以意義為導向的能力。例如以下關係：工程師 →（儀表板—核反應堆），工程師直接知覺到的是儀表板，他只能透過儀表板來「閱讀」或「詮釋」反應堆，這種閱讀或詮釋，依賴儀表板和所中介目標（反應堆）之間的聯繫，但這種聯繫沒有直接、單獨的通道，也不可能有，而且還可能在任何一個環節出錯。例如美國三哩島核災的發生原因，部分就是由於工程師「誤讀」了儀器。

（三）它異關係（alterity relations），或可表述為：人 → 自動機（robot）

一般把 “robot” 翻譯成機器人，其實它的原意是「一種可以執行人的工作，而該工作由電腦所自動控制的機器」(Robot, n.d.)。換言之，自動機就是模擬器，亦即「以其自有方式運作，再生出實在的物件或機制」。而既然電玩是模擬器，那麼也就是一種自動機，對人而言，自動機是一個準他者（quasi-others），它不只被動回應人對它的試探，更會主動召喚人與它進行互動。例如電玩可以模擬玩家的「對手」，適當地與玩家進行互動（Ihde, 1990 ／韓連慶譯，2012：72-113；Ihde, 2008 ／韓連慶譯，2008：55-57）。

從技藝現象學來看，人與表徵器之間是「詮釋關係」，與模擬器之間則是「它異關係」。前者要求人主動與它互動，進而加以詮釋，而後者則要求使用者將技術視為一個準他者，不只被動地回應使用者，而且會反過來主動試探人。

於是「電玩遊戲系統是什麼樣不同媒介」可以這樣回答：1. 在技術上，它是一種模擬器，而與表徵器不同；2. 在技術與人的關係上，人不只要詮釋它，更要使用它、玩它。

肆、體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介

在闡明「電玩遊戲系統是什麼樣不同的媒介」後，最後本文將討論「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」。

若用表徵與模擬媒介的區別，重新檢視本文假設之三種情境，則在情境一中，玩家就是在玩網球；在情境二中，演員行為「代替」了劇本中角色的玩網球活動，因此是「表徵符號／媒介」（演員作為符號／媒介）；而在情境三中，玩家透過【Wii 網球】的中介，「再生」了網球活動，因此是「模擬符號／媒介」。

然而這樣的區別還不夠細緻，無法區別同屬模擬媒介的，「控鈕操作的傳統電玩」與「體感遊戲」的差異，換言之，無法區辨以下兩種互動情境：

情境四：在體感遊戲【Wii 網球】中，固然細節不盡相同，你的電玩替身隨著你的身體姿勢，在螢幕中展示了漂亮的網球動作。

情境五：在傳統電玩網球遊戲中，你的電玩替身固然展現了漂亮的網球動作，實際上你是坐在電視機前，動手指控鈕。

我們既無法用「模擬與表徵符號／媒介之別」，也無法用「詮釋與它異關係之別」來區別情境四與五。Giddings 與 Kennedy 即主張，1972 年推出的【乒】（*Pong*）[8] 就已經是延伸玩家肢體動作的體感遊戲，只不過與【乒】這類延伸手指微動作的傳統電玩比起來，Wii 還延伸了指頭以外的肢體與大動作，讓人比較容易觀察、分析罷了 (Giddings & Kennedy, 2010: 163-165)。由此可見，要區別體感與傳統電玩系統的不同，還需進一步分析。

本文主張，要區別「體感遊戲系統是什麼樣不同於傳統電玩的媒介」，不能只看技術差異，還要看玩家與模擬器之間如何互動的不同。關於這點，或許會有批評者指出，體感與傳統電玩，當然是技術上的不同——不正是「體感操作的介面」與「控鈕操作的介面」之間的技術差異，使兩者與人有不同的互動嗎？這樣說來，分析「技術差異」豈不是更加根本，為什麼要分析衍生出來的「技術與人的互動」？這個質疑或者可以透過以下思想實驗加以回答。假設在某個世界中，人們行、立、坐、臥的一切活動，都是動指頭控鈕完成的。那麼在這個世界中，即使技術再怎麼進步，也不會有體感與傳統電玩的差別，或者可以說，這個世界中所有的電玩全是體感遊戲，因為電玩替身的動作，與玩家的動作是完全對應的——都在控鈕。那麼在現實世界中，我們為什麼可以區別體感與傳統電玩？因為它們延伸了不同的玩家中介行為。因此，技術差異只是使體感與傳統電玩有所區別的結果，「中介行為的差異」才是其原因。

Ihde 的分析雖然指出，需要注意人如何使用媒介技術的行為差異，但卻未細緻到能直接用來說明，人們在玩體感與傳統電玩時，究竟有何不同。以下本文首先根據 Peirce 的符號分類，其次根據 Bateson 的嬉戲與幻想理論（theory of play and fantasy），說明使「體感遊戲系統不同於其他媒介」的「符號中介活動差異」，

8　【乒】（*Pong*）是美商雅達利（Atari）在 1972 年推出的一款模擬網球遊戲。玩家透過一個類比轉盤的人機介面，即時地控制遊戲中虛擬球拍的移動，把對手打過來的球打回去。

最後根據本文對於「媒介是什麼」、「電玩是什麼樣不同的媒介」、「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」的討論，提出一個媒介分類學，或更精確的說，技藝活動（activity of technics）分類學模式，並說明體感遊戲系統在這個模式中的位置。

一、Peirce 的符號分類：肖似與象徵符號中介活動的差異

首先以 Peirce 的符號分類，來看「使體感遊戲不同於其他媒介的中介行為差異」為何。Peirce 區別三類符號：（一）肖似符號（icon）：具有與所中介目標同樣的特徵（character），亦即，像是所中介的目標。（二）指標符號（index）：不只像是其所中介的目標，且受到該目標實際影響。（三）象徵[9]符號（symbol）：失去其所中介目標的特徵，只有透過律則或理念，而能中介其所中介的目標，亦即完全不像其目標，或者說與目標之間的關係是任意的（arbitrary）。

注意，肖似符號固然可以是視覺的——例如具有本人形貌特徵的大頭照，是本人的肖似符號——但不限於視覺。肖似的核心概念是「具有同樣特徵」。除了形貌，姿勢、氣味、味道等各種特徵，都可作為肖似符號 (Liszka, 1996: 37-40)。

本文前段已經說明過「符號行動」的概念。再結合「符號分類的差異」來看，則玩體感遊戲，屬於「肖似符號中介的活動」，例如，以「揮球拍動作」中介「揮球拍動作」，輸入的動作就「像」是輸出的結果——電玩替身的動作；而傳統電玩屬於「象徵符號中介的活動」，以「手指操控按鍵的動作」中介「電玩替身的動作」，而前者幾乎不具有後者的特徵。當然，在實際情況中，不同符號中介行為之間的差異，多是類比（analog）而非數位（digital）的。例如，就玩家透過「自身持續的肢體動作」，中介「電玩替身即時回饋的動作」而言，正如 Giddings & Kennedy (2010) 所主張的，【乓】與 Wii 遊戲之間並無差異，只不過它們在「玩家自身動作」與其所中介的「電玩替身動作」之間，肖似程度不同：【乓】玩家以「轉動旋轉按鈕的動作」類比「遊戲畫面中虛擬球拍的移動」；【Wii 網球】玩家則是以「手臂揮動遙控器的動作」類比「遊戲替身擊球的動作」。總而言之，就和攝氏溫度尺標的冰點和沸點一樣，肖似與象徵符號的理念型，是用來作為比較不同符號／媒介之間類比差異的尺標兩端。

9 “Symbol” 一般有兩種翻譯，「符號」或「象徵」，而前者較為常見。但既然本文已經把「符號」的譯法分派給了 “sign”，就該把 “symbol” 譯為「象徵」了。然而這個譯法或許有誤導之嫌，因為根據 Peirce 的定義，“symbol” 完全「不像」其指涉的目標。在盡可能避免創造新詞的情況下，本文依據傳統作法，還是把 “symbol” 譯為「象徵」。

二、Bateson 的嬉戲幻想理論與悖論符號行動

Bateson (1972) 為了找到任何能夠指出「動物能否認知到，自身或是同種夥伴所表達的符號就只是符號？」的行為判準，前往動物園進行觀察。在那裡他看到猴子們在打鬧嬉戲（play），也就是看起來像是打鬥，然而無論對於參與其中的猴子們，或是作為觀察者的人們而言，都顯而易見不是在打鬥的互動。而只有在參與者具有某種程度的「後設溝通能力」，能夠理解這個活動中的互動，後設地表達了「這是在玩」（this is paly）的訊息，活動才能繼續下去。Bateson 分析「這是在玩」，指出這個訊息必然產生 Russell 類型悖論的元素：包含一個內涵地否定了後設陳述的陳述。亦即「這是在玩」的意思是「我們現在所參與的行動，並不中介應該要藉由這些行動來中介的那些行動來中介行動」。打鬧嬉戲的輕咬（nip）中介狠咬（bite），但它卻又不藉由狠咬，來中介應該要被中介的狠咬。借用 Batson 的理論，本文將這類由肖似媒介所中介的「假戲真作」、「弄假成真」，稱作「悖論符號行動」。Bateson 指出，這類亦真亦假的悖論幻想，廣泛出現在人類文化中各個領域。在藝術、魔術與宗教交會的地帶，人類甚至演化出拒絕地圖與地域差異，[10] 並透過純粹情緒符號的方式，回歸絕對純真的溝通（absolute innocence of communication）中。信仰圖騰（totem）的部落會將蟲蠕鳥獸視作親屬，而信仰國家的人們會願意為了一面旗幟赴死，這些在圈外人看來無異於著魔的行為，對圈內人而言都再真實不過。參與悖論符號行動者，往往會有強烈的實在感，也就是 Huizinga 在《遊戲的人》一書中所謂的「遊戲意識」：

> 每一個孩子都知道他是在「裝人來瘋」，都知道那是「為了好玩」……遊戲具有的這個「假裝」的特徵指明，人內心存在著遊戲的意識……雖然我們意識到遊戲是「假裝」的，但這絕不會妨礙我們以極端正經的態度去遊戲……至少暫時完完全全把這個麻煩的「假裝」感覺拋到九霄雲外。（Huizinga, 1970／何道寬譯，2007：10）

這解答了為什麼對某些玩家而言，玩【Wii Sports】會那麼像真的在玩這些運動——或者可以說他們沉浸在「【Wii Sports】幻想」中；而這也就是為什麼在本文所設定的四種情境中，很難區別情境三究竟是「實在」還是「表徵」。

10「地圖非地域」（the map is not the territory）首先由 Korzybski (1933) 提出，用以描述目標（object）與其表徵之間的關係：（一）地圖具有相似或不相似於地域之結構的結構；（二）地圖非地域。

以「悖論符號行動」的概念，檢討玩體感遊戲與傳統電玩的差異，則前者作為悖論符號行動的程度與後者不同。例如同樣是要中介「電玩替身揮球拍的動作」，前者可以用「手臂揮球拍的大動作」來中介，而後者只能用「手指操控按鍵的微動作」來中介。於是可以依照「媒介使用者不同的符號中介行為」，區別成：（一）肖似符號／媒介：就像其所中介的目標。（二）象徵符號 / 媒介：不像其所中介的目標。

三、媒介分類學模式，以及體感遊戲系統在此模式中的位置

綜合以上討論，本文在這裡提出一個可以系統地區別不同媒介之間理論關係的媒介分類學，或更精確地說，技藝活動的分類學模式如下（見圖 1）。

根據圖 1 模式，可以這樣回答「體感遊戲系統是什麼樣不同的媒介」：首先它是一種模擬符號／媒介，玩家與其處於它異關係中，亦即在它所中介的活動中，玩家與它得以與它形成某種互動序列，因此與表徵符號／媒介不同。其次，它是一種肖似符號／媒介，玩家與它得以透過運動感覺的肖似符號，中介悖論符號行動，這使它因此與象徵符號／媒介不同。

伍、檢驗媒介分類學模式的詮釋能力：【Wii 網球】的案例分析

以下根據本文提出的媒介分類學模式，分析體感遊戲系統的經驗案例，以檢驗此模式的詮釋能力。所挑選的，是最具代表性的體感遊戲【Wii Sports】。所謂「最具代表性」，一方面指它作為史上最暢銷體感遊戲的社會與文化意義，一

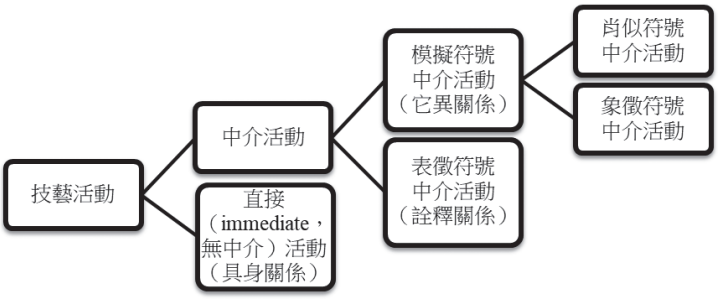

圖 1：媒介分類學，或技藝活動的分類學模式

資料來源：本研究自行整理。

方面則指以它作為案例，尤其可以彰顯本文所建構的媒介分類學模式。[11]

【Wii Sports】的套件中包含五種運動，為了聚焦，本文將只分析其中的【Wii 網球】。本文的分析將包含兩個部分：一、說明書所提示的【Wii 網球】標準玩法；二、玩家如何實際玩【Wii 網球】。

一、說明書所提示【Wii 網球】標準玩法分析

首先分析說明書所提示的【Wii 網球】標準玩法。在把 Wii 主機接上螢幕後，根據《Wii 操作說明書系統設定》的建議：

建議距離：3 到 10 英呎（從感應棒[12] 到 Wii 遙控器）。遊戲時正對電視機以獲得最佳操作。注意：需要足夠空間。在你進行遊戲時，確保周遭有足夠空間以避免損傷或傷害 (Nintendo, 2011: 22)（見圖 2）。

Wii 遊戲的基本玩法是：

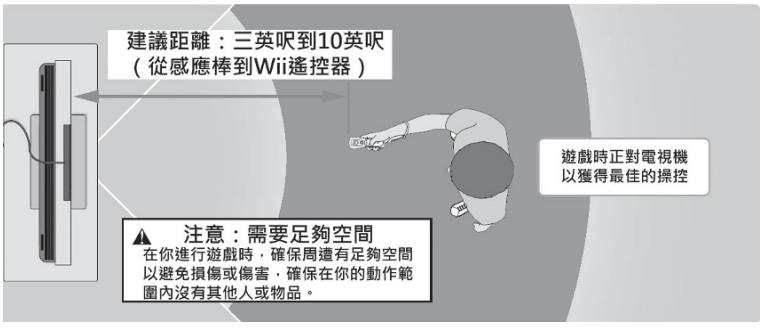

圖 2：玩 Wii 的建議使用範圍

資料來源：Nintendo (2011: 22)。

11 根據任天堂公司官方網站，截自 2016 年 3 月的統計，【Wii Sports】在全球賣出 8,278 萬套（Nintendo，n.d.）。根據 2016 年一份跨平臺比較的統計資料，【Wii Sports】是史上最暢銷電玩遊戲的第三名，僅次於售出 4 億 9 千 5 百萬套的【俄羅斯方塊】（1984 年發行），與售出近 1 億零 8 百萬套的【當個創世神】（Minecraft）（2009 年發行）（List of best-selling video games, n.d.）。既然前兩名都非體感遊戲，因此【Wii Sports】也就是截自 2016 年，史上最暢銷的體感遊戲。此外，雖然在 Wii 之前，甚至早在電子式電玩遊戲發明之前很久，就已經有體感遊戲系統上市，例如美商 Seeburg 公司在 1936 年開始發售的機械式體感操控射擊電玩【Ray-O-Lite】系列。然而所有「前 Wii 時代」的體感遊戲系統，全都遠不如 Wii 普及——自 2006 ~ 2016 年間，Wii 主機已經售出超過 1 億套，而也正是這樣巨大的商業成功，激發了後續其他新型體感遊戲系統的開發與上市。

12 Wii 主機的零件之一。通常裝設在電視機頂。

> 依據電玩遊戲的不同，可以用各種方式握持並操作遙控器……閱讀你所要玩遊戲的說明書，以瞭解該款遊戲需要怎樣的遊戲操作方式。(Nintendo, 2011: 23)

那麼【Wii Sports】套件五種運動【Wii 網球】該怎麼玩？首先根據《Wii Sports 說明書》的提示，【Wii Sports】的玩法是：

> 透過 Wii 遙控器，運動電玩遊戲（sports games）可以讓人感到前所未有的爽快！像原本那樣用 Wii 遙控器擲、擊、拋。在【Wii Sports】中，你是一個職業運動員，透過操作像（close）實際運動的動作，經驗真實的運動感覺。要知道怎麼玩每種運動的資訊，請見說明書中該運動的部分。(Nintendo, 2006: 4)

而【Wii 網球】的玩法則是，「請像握球拍那樣握住遙控器」、「擊球：分清楚球飛來的方向，飛往右手的球從右側揮動，飛往左手的球從左側揮動」（見圖3）。

分析說明書所提示的【Wii 網球】標準玩法。首先「肖似符號中介的活動」，出現在「請像握球拍那樣握住遙控器」。Wii 遙控器中介了網球拍，它「就像」網球拍一樣。而當 Wii 遙控器就是網球拍時，玩家當然就要拿它來發球了。「發球：把 Wii 遙控器向上揮動……看準時機向下揮動打球」，運動感覺符號中介了這個動作，這是【Wii 網球】作為體感遊戲的關鍵，「以打網球的動作，中介打網球」。說明書中沒有明說的是，有了球拍，球在哪裡？是螢幕上出現的平面圓點，它也是一個中介網球的肖似符號／媒介，只不過是用不同的符號／媒介系統，亦即視覺符號／媒介來中介。

「象徵符號中介的活動」也在說明書中出現。根據【Wii 網球】規則，「把 Wii 遙控器向上揮動」，就可以把球拋起來，然而在實際網球中，發球涉及兩個獨立的步驟：「把球拋起來」與「把球拍舉起來，然後把被拋起來的球打出去」。因此【Wii 網球】的規則「把 Wii 遙控器向上揮動」，同時中介「把網球拋起來」與「把球拍舉起來」，這當然是任意的。更甚者【Wii 網球】額外又有一條規則：「用 A 鍵也能夠將球打出」。「按 A 鍵」與「發球」之間的不相像，更為清楚。

接下來說明書提示如何擊球。「擊球：分清楚球飛來的方向，飛往右手的球從右側揮動，飛往左手的球從左側揮動」。在這段提示中，玩家被要求發揮「詮釋」遊戲符號的能力。在實在世界中，我們當然知道球飛往我們右手是什麼意思，

圖 3：【Wii 網球】的基本操作

資料來源：Nintendo (2006: 7)。圖文位置經過重新編排。

然而在遊戲中呢？並沒有任何球體，往【Wii 網球】玩家右手飛過去，實際上有的，只有往螢幕中電玩替身右手移動的一個平面圓點。並不是所有玩家，都能成功地把電玩替身詮釋為自己的表徵，把平面圓點詮釋為網球的表徵。在實際遊戲過程中，這些玩家往往胡亂揮動 Wii 遙控器，雖然這樣的動作也經常碰巧讓電玩替身「把球打出去」，但不能說這些玩家能夠有效地詮釋【Wii 網球】所模擬出來的各種表徵符號，乃至於與遊戲建立「它異關係」。

二、玩家實際玩【Wii 網球】分析：電玩遊戲 vs. 實際網球展演

前段對於說明書所提示【Wii 網球】標準玩法的分析，簡單地點出了體感遊戲系統作為肖似、象徵、表徵、模擬符號中介活動的一些特徵。以下將透過分析

玩家實際打【Wii 網球】的情況，對體感遊戲最突出的特徵「運動感覺符號中介的活動」進行更深入的理解。所引用的玩家經驗談，蒐集自 2007 至 2008 年【Wii Sports】上市當時，玩家發表在個人部落格或網路論壇的公開資訊。

觀察人們怎麼實際打【Wii 網球】。平時就有打實際網球習慣，而又很少打電玩的人，在第一次打【Wii 網球】時，反而經常難以上手。為什麼？

本文已經說明過，直接活動與中介活動的區別，前者是人與技術的具身關係，後者是人與技術的詮釋或它異關係。這些平時不打電玩的網球玩家，之所以玩不好【Wii 網球】，往往是因為將玩實際網球的具身關係經驗，不當地轉移到玩【Wii 網球】的詮釋或它異關係經驗時所遭遇的失敗。觀察這類玩家，會發現他們的動作更「標準」，就好像真在打網球一樣。然而這種打法，往往讓他們更難以融入打【Wii 網球】的過程中。打網球與打【Wii 網球】，乍看之下很「像」，背後的原理卻是兩回事：前者遵循的是物理法則，後者則遵循遊戲設計者設定的規則。平時不打電玩的網球玩家，已經形成與實際網球之間既定的具身關係，因此在面對【Wii Sports】模擬出來的遊戲世界時，容易顯得手足無措。另一方面，沒有實際網球經驗的玩家，第一次打【Wii 網球】的表現往往反而好得多，因為他們不會堅持某種玩遊戲的既定方式，而會多方探索遊戲，反而更容易與遊戲建立詮釋與他異關係。例如以下玩家經驗談：

> 姐夫把 Wii 帶來一起同樂……好笑的是，我發現大人打的比小孩認真，不論動作，神情，姿勢，都非常的講究——可惜，電視畫面〔顯示〕出來的〔遊戲得〕分數，一點都不講究……我那 3 歲的小姪子……分數竟比大人高。（Frances，2007 年 9 月 26 日）

本文對「為什麼實際網球玩家，往往一開始玩不好【Wii 網球】」的詮釋，更具體地呈現在以下這位同時是實際網球與【Wii 網球】玩家的經驗談中。首先是這位玩家探索【Wii 網球】，與其建立詮釋或它異關係的經驗談：

> 其實這個〔Wii〕網球跟實際上打網球還是差蠻多的……以正拍而言，〔將 Wii 遙控器〕由右下往左上揮〔【Wii 網球】系統的反應〕是「吊球」（飛很高過網前的那一位才掉下）〔按：原文如此〕……目前我只研究到這……有什麼特殊技巧再提供出來大家討論。（狂呆，2007 年 1 月 25 日）

其次是這位玩家發現，先前打實際網球的具身關係經驗，無法轉換成打【Wii 網球】的詮釋或它異關係的經驗談：

> 我 10 年前打網球有請教練指點過……〔實際網球〕正確的擊球點約在膝前方 10 公分……那個位置可以使人施最大的力氣……打到球之後還要轉拍拉過肩，這樣可以使球〔過網時〕壓低並且旋轉下墜速度會很快……假如要拿來當真正的網球打的正確姿勢〔打【Wii 網球】，那麼遊戲中的〕每一球都變成〔過網時不低於三公尺的〕高吊球。（狂呆，2007 年 1 月 25 日）

上段說明【Wii 網球】與玩家之間的詮釋 / 它異關係，使過去習得自實際網球的具身關係經驗，在玩【Wii 網球】中使不上力。但這顯然與另一個在【Wii Sports】遊戲過程中，可以觀察到的顯著現象衝突：若【Wii 網球】與實際網球是兩回事，為什麼同時也有那麼多人宣稱，【Wii Sports】玩起來很像實際運動？

對於這個問題的答案，Burrill 的觀察透露出端倪。他指出，Wii 體感遊戲不同於傳統電玩之處在於，它發揮了如同展演空間（performative space）的作用，而玩家在其中進行創造性的展演（performance）。所謂創造性指的是，玩家並非單純對已經編好的程式進行解碼，而是展演個人獨特經驗、歷史與能力，就像一個詮釋者或演員一樣 (Burrill, 2010: 223)。確實，體感遊戲讓玩家能夠發揮創造性，然而 Burrill 卻沒有說明，為什麼這種創造性並非無邊無際，例如總不會把【Wii 網球】玩成籃球？如同本文說明過的，因為這是一個透過肖似符號中介的悖論符號行動。為什麼包括我在內的許多玩家，都在玩【Wii Sports】時經驗到實際運動的感覺？那是一種透過玩家事前對真實感的主觀目標設定、對玩遊戲時主動採取更像實際運動的動作，以及玩家與中介遊戲的符號／媒介之間彼此耦合的互動序列所共同構成，定調（key）了玩【Wii Sports】悖論符號行動的意義框架（frame）。[13] 例如，圖 4b【Wii 網球】玩家的動作之所以特別有趣，在於他用非常像圖 4a 實際網球的發球姿勢，在【Wii 網球】中發球。然而本文前段已經說明過，這個姿勢並無必要，更甚者，根據【Wii 網球】原本的設定，玩家也可以

13 Bateson (1972) 將用以指導溝通者（communicator）當下溝通行動之後設溝通（metacommunication）意義的特定符號組合互動序列稱作「框架」，例如「我們現在所參與的行動，並不指涉應該要藉由這些行動來指涉的那些行動來指涉行動」的後設意義是「這是在玩」；而在《框架分析》一書中，Goffman (1974) 延伸了 Bateson 的理論，將框架在溝通行動中被使用與轉換的過程稱作「定調」（key）。

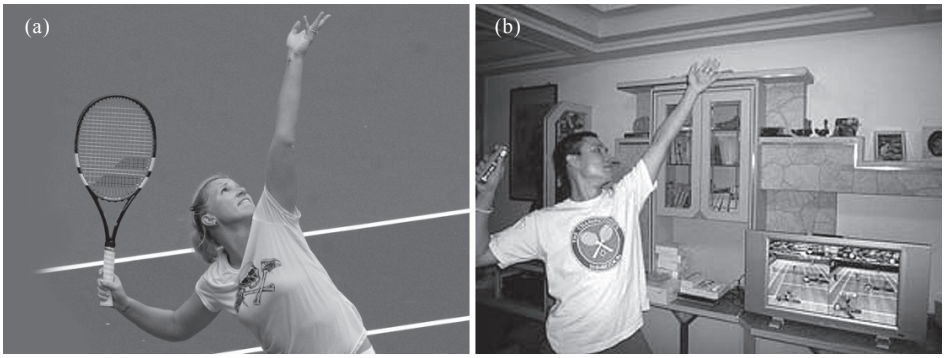

圖 4：(a) 實際網球發球示範動作；(b)【Wii 網球】玩家動作
資料來源：(a) 2011 年取自 Flickr 相簿，作者為 NAPARAZZI，創用 cc；(b) 王小啦（2007 年 5 月 8 日）。

「用 A 鍵也可以將球打出」（見圖 3「發球」的說明），亦即可以透過非常不像實際發球的象徵符號動作來發球。因此，圖 4b 右顯示，【Wii Sports】玩家往往有意無意地忽略，更像實際運動的動作未必有利遊戲的事實。

更甚者，玩家往往還要干涉同伴玩家的動作，例如以下玩家經驗談：

> 入手〔【Wii Sports】〕後 ..... 馬上找〔我爸〕他來跟我還有兩個弟弟來大戰三百回合……之後又跟他打了幾場，不過他真的很吵欸！一直說姿勢要這樣！你這樣不對！……我爸他真的很講究姿勢欸。（cbckobe2004，2007 年 3 月 9 日）

然而許多玩家都注意到，有些更不像實際網球的動作，就流暢地進行遊戲互動序列，甚至贏得賽局而言反而更好，例如以下玩家經驗談：

> 2 個星期前敗了一臺 Wii，當然〔一開始玩的是〕【Wii Sport】……第一天：哇真新奇，可以打網球，打保齡球，打棒球……第二天……手臂好酸……第三天：手臂還在痛，動作小一點就好……一個星期後，女王說：「你怎麼躺在沙發上再跟我打網球，這樣哪運動到……可惡，我站著怎麼打不贏你？」。（tmc7620，2007 年 7 月 31 日）

在多數情況下，Wii 網球玩家的動作介於「更像」與「更不像」實際網球之

間，高興時堅持要和實際運動一模一樣，玩累了就坐在沙發上玩亦無不可（見圖 5a）。但玩家刻意區別這兩類動作的情況也不在少數。例如以下玩家經驗談：

> 第一次玩，我們二個對打〔Wii〕網球……明明就只是遊戲，這種認真生活的人就會很討人厭的，從揮球到收拍都要把〔實際網球基準〕動作做到最完整……不知道他到底在忙什麼……wii 靠得是技巧，不是很忙碌的〔戲仿實際運動〕標準動作。（王小啦，2007 年 5 月 8 日）

然而另一方面也有對【Wii Sports】沒興趣的玩家。這些玩家中，有些特別強調打【Wii 網球】與實際網球動作的差異，其中一位評論道：

> 我很晚才開始打〔實際〕網球……基本的要領動作我是知道的。在我看來，Wii 的網球根本是鬼扯，發球可以用低手，反拍可以用正拍來打，腳步不用移，亂打一氣居然還會得分！我相信假以時日，我打敗〔知名職業網球選手〕阿格西、山普拉斯都沒問題！（田英奇，2008 年 7 月 21 日）

在玩【Wii Sports】的符號行動中，目標在於追求「和實際運動一樣的真實感」，卻得到【Wii 網球】「和實際運動比起來不真」詮釋結果的玩家，可以猜想他們對於玩【Wii Sports】應該不會有多大興趣。

圖 5：(a) 用不像實際網球的動作玩【Wii 網球】；(b)「臥佛」姿勢也可以玩【Wii 網球】

資料來源：(a) 2011 取自 Flickr 相簿，創用 cc；(b) Liu（2007 年 6 月 29 日）。

而在另一些【Wii Sports】玩家那裡，追求不同遊戲樂趣的目標，更甚於追求真實感。對這些玩家而言，他們在無聊之餘，往往會多方嘗試玩【Wii Sports】的其他可能，而確實有許多創新玩法被他們試了出來，得到不同於遊戲設計者預設的詮釋結果。例如有玩家雙手各持一支遙控器，分別操作兩組電玩替身，讓自己的左手和右手對打【Wii 網球】。前述這種情況還能勉強說是「肖似符號中介活動」，以下這種玩法——玩家將遙控器塞進襪子，臥佛似地躺在床上踢著腳打【Wii 網球】（見圖 5 (b)）——則是把【Wii 網球】當作是一種完全不像的「象徵符號中介活動」來玩了。

陸、結論

在以 McLuhan、Peirce、Ihde 與 Bateson 等人的理論為基礎，打造一個媒介分類學模式，並透過對【Wii 網球】的分析，檢驗這個模式對經驗現象的詮釋能力後，最後回過頭來說明，本文的知識論與方法論意涵。

首先從知識論來看。分類學（taxonomy）原本是生物學術語，意指將生物從一般到特殊區別為不同層次，以反映其形態及相互間關係的工作。這個概念之後不只用在生物學，也廣泛用在其他學科，包括：社會科學、電腦科學、資訊科學、語言學、認知科學以及網站設計與建構等等。在這些領域中，分類學除了：一、生物分類外，還有二、分類的科學或技巧；三、知識分類學；四、由範疇與連結範疇的關係所組成的結構；五、將所蒐集的項目，與事先定義好的標籤作進行配對（matching）的過程；六、分類表／分類系統／標籤系統；七、知識地圖等意涵（楊雅婷，阮明淑，2006：36）。本文即使用分類學「由範疇與連結範疇的關係所組成結構」與「分類系統」的意涵，目的在為長期以來「在『發展能夠有意義地比較不同技術的類型學』上遭遇失敗，在『從理論角度出發、清晰地界定邊界條件』上遭遇失敗」 (Parks, 2009: 725) 的 CMC 與 NCTs 研究，建立一套有系統地區別不同媒介之間關係的理論模式。

本文「定義何謂媒介」的方式，乍看之下是在建構媒介本體論，既然如此，為什麼要使用「分類學」這個在傳播研究領域十分生澀的詞彙？確實，分類學與本體論兩個概念十分相近，McGuinness (2002) 即主張，分類學是「簡單本體論」（simple ontology），兩個詞彙可交替使用。雖然如此，兩者仍不完全相同。眾所周知，自古希臘以來，本體論就有追求永恆與普遍本質的意涵，而分類學卻是被建構出來的。例如，建立了現代生物分類學的 Linné，就不認為自己所建構的

植物界分類很自然，能夠反映上帝造物的未明邏輯 (Quammen, 2007)，而在初版的《自然系統》（*Systema Naturae*）中，他把鯨和西印度海牛分類為魚綱，到了第十版才分類為哺乳綱。基於對本質主義的反對，本文採用「分類學」而非「本體論」這個術語，表示本文所打造的媒介分類學模式，為學術社群所拒斥、質疑、修改的可能性。

另一方面，從方法論來看，本研究採取的是「溯因推理」的程序。溯因推理的基本程序是：一、令人驚異的事實 C 被觀察到；二、若 A 為真，則 C 是一個不言可喻的事實；三、於是，有道理懷疑 A 為真 (Peirce, 1934)；而本研究的推論程序則是：一、「玩【Wii Sports】」的事實被觀察到。二、若本文提出的「媒介分類學模式」為真，則玩【Wii Sports】是一個不言可喻的事實；三、於是，有道理懷疑「媒介分類學模式」為真。僅憑一個案例就用來建構理論的溯因推理，當然有陷入套套邏輯的風險，然而也正是套套邏輯，讓一個理論得以有效詮釋一群「類似，但不完全相同」的現象。再舉生物分類學為例，我們不會因為人、馬、鯨、蝠的不同，而推翻「哺乳綱」的分類，因為根據既有的生物分類學，人、馬、鯨、蝠都屬於「哺乳綱」。同樣的，接受本文所提出模式者，不會因為本研究所挑選的案例【Wii Sports】，只是各種媒介之一，也只是各種體感遊戲系統之一，就否定本文模式對各種媒介與體感遊戲系統相關現象的詮釋能力。

進一步言之，即使本文所建構的理論可能有錯，但就如同本文對於既有媒介理論的檢討，是受到體感遊戲系統現象的啟發，可以想見，也應該會有啟發未來研究者檢討本文模式，甚至建構出全新模式的新現象出現——近年來新出現的各種媒介現象，例如 Siri（speech interpretation and recognition interface）、腦波控制電子義肢、自動駕駛車、無人機、社群媒介演算法、無店員零售商店系統 Amazon Go、家用智慧型機器人等等，說不定就具有這樣的理論潛能——而在那之前，本文提出的媒介分類學模式，或許是可以被暫時接受的。

參考書目

cbckobe2004（2007 年 3 月 9 日）。〈〔閒聊〕　老爸中毒了 XDDDDD〉〔線上論壇〕。取自 https://www.ptt.cc/bbs/Nintendo/M.1174304081.A.E9A.html

Frances（2007 年 9 月 26 日）。〈Wii 這款運動〉〔部落格文章〕。取自 http://blog.xuite.net/frances.avon/1/13624662-Wii 這款運動

tmc7620（2007 年 7 月 31 日）。〈玩 Wii Sport 真的能變瘦嗎？？？〉〔討論群組〕。

取自 http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=280&t=371301

Liu, S. [Stanley Liu]（2007 年 6 月 29 日）。用腳打 WII 網球〔影像檔〕。取自 https://www.youtube.com/watch?v=Wnga6bauBdI

王小啦（2007 年 5 月 8 日）。〈that's wii~~ula〉〔部落格文章〕。取自 http://ulawang.pixnet.net/blog/post/24225688-that%26%2339%3Bs-wii~~ula

王嵩音譯（1993）。《傳播研究里程碑》。臺北，臺灣：遠流。（原書 Lowery, S. A., & DeFleur, M. L. [1988]. *Milestones in mass communication research: Media effects*. New York, NY: Longman.）

田英奇（2008 年 7 月 21 日）。〈我看 wii〉〔部落格文章〕。取自 http://blog.udn.com/10inch/2063543

何道寬譯（2007）。《遊戲的人：文化中遊戲成分的研究》。廣州，中國：花城。（原書 Huizinga, J. [1970]. *Homo ludens: A study of the play-element in culture*. London, UK: Paladin.）

____（2006）。《媒介環境學：思想沿革與多维視野》。北京，中國：北京大學出版社。（原書 Lum, C. M. K. [Ed.]. [2006]. *Perspectives on culture, technology and communication: The media ecology tradition*. Cresskill, NJ: Hampton.）

狂呆（2007 年 1 月 25 日）。〈〔Wii〕請問有人可以分享 Wii Sport 網球的技巧嗎？（前排如何扣殺球…）〉〔討論群組〕。取自 https://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=280&t=269938#2240081

汪益譯（1999）。《預知傳播紀事》。臺北，臺灣：商務印書館。（原書 McLuhan, E., & Zingrone, F. [Eds.]. [1995]. *Essential McLuhan*. Concord, ON: Anansi.）

李醒民譯（2011）。《科學與假設》。北京，中國：商務印書館。（原文 Poincaré, H. [1913]. Science and hypothesis. In G. B. Halsted. (Trans.), *The foundations of science: Science and hypothesis, The value of science, Science and method*. New York, NY: Science.）

翁秀琪（2011）。〈什麼是「蜜迪亞」？重新思考媒體／媒介研究〉，《傳播研究與實踐》，1（1）：55-74。doi:10.6837/NCNU.2008.00125

楊雅婷、阮明淑（2006）。〈分類相關概念之術語學研究〉，《國家圖書館館刊》，95（2）：25-50。

賴盈滿譯（2008）。《古騰堡星系：活版印刷人的造成》。臺北，臺灣：貓頭鷹。（原

書 McLuhan, M. [1962]. *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.）

韓連慶譯（2012）。《技術與生活世界：從伊甸園到塵世》。北京，中國：北京大學出版社。（原書 Ihde, D. [1990]. *Technology and the lifeworld*. Bloomington, IN: Indiana University Press.）

_____（2008）。《讓事物說話：後現象學與技術科學》。北京：北京大學出版社。（原著：Ihde, D. [2008]. *Let things speak: Post-phenomenology and technology*.）

Nintendo（n.d.）。主要タイトル販売実績。取自 https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/software/wii.html

Bateson, G. (1972). A theory of play and fantasy. In G. Bateson (Ed.), *Steps to an ecology of mind* (pp. 177-193). New York, NY: Ballantine.

-- (2002). *Mind and nature: A necessary unity*. Cresskill, NJ: Hampton.

Burrill, D. A. (2010). Wii will become silhouettes. *Television & New Media*, *11*, 220-230. doi:10.1177/1527476409357590

Chen, W., & Guo, G. (2015). TriViews: A general framework to use 3D depth data effectively for action recognition. *Journal of Visual Communication & Image Representation*, *26*, 182-191. doi:10.1016/j.jvcir.2014.11.008

Computer. (n.d.). In *Oxford Learner's Dictionaries*. Retrieved from http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/computer?q=computer

Crookall, D., Oxford, R., & Saunders, D. (1987). Towards a reconceptualization of simulation: From representation to reality. *Simulation/Games for Learning*, *17*, 147-171.

Crookall, D., & Saunders, D. (1989). Toward an integration of communication and simulation. In D. Crookall & D. Saunders (Eds.), *Communication and simulation: From two fields to one theme* (pp. 3-32). Philadelphia, PA: Multilingual Matters.

Deely, J. (1982). *Introducing semiotic: Its history and doctrine*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Duke, R. D. (1989). Gaming/simulation: An gestalt communications form. In D. Crookall & D. Saunders (Eds.), *Communication and simulation: From two fields to one theme* (pp. 33-52). Philadelphia, PA: Multilingual Matters.

-- (1974). *Gaming: The future's language*. New York, NY: Sage.

Francese, R., Passero, I., & Tortora, G. (2012, May). *Wiimote and Kinect: Gestural user interfaces add a natural third dimension to HCI*. Paper presented at International Working Conference on Advanced Visual Interface, Capri Island, Italy.

Francombe-Webb, J. (2016). Critically encountering exer-games and young femininity. *Television & New Media*, *17*, 449-464. doi:10.1177/1527476415619684

Frasca, G. (2003). Simulation versus narrative: Introduction to ludology. In M. J. P. Wolf & B. Perron (Eds.), *The video game theory reader* (pp. 221-235). New York, NY: Routledge.

Fulk, J., & Gould, J. J. (2009). Features and contexts in technology research: A modest proposal for research and reporting. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *14*, 764-770. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01469.x

Giddings, S., & Kennedy, H. W. (2010). "Incremental speed increases excitement": Bodies, space, movement, and televisual change. *Television and New Media*, *11*, 163-179. doi:10.1177/1527476409357592

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Jin, S. A. A. (2011). "I feel present. Therefore, I experience flow": A structural equation modeling approach to flow and presence in video games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *55*, 114-136. doi:10.1080/08838151.2011.546248

Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.

Korzybski, A. (1933). *Science and sanity: An introduction to non-Aristotelian systems and general semantics*. Lakeville, CT: International Non-Aristotelian Library.

Lapham, L. H. (1994). Introduction to the MIT Press edition: The eternal now. In H. M. McLuhan (Ed.), *Understanding media: The Extension of man* (pp. ix-xxii). Cambridge, MA: MIT Press.

Lee, K. M., Peng, W., & Park, N. (2009). Effects of computer/video game and beyond. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advance in theory and research* (3rd ed., pp. 551-566). New York, NY: Routledge.

Li, S.-C. S. (2015). Lifestyles and the adoption of information versus entertainment

technologies: An examination on the adoption of six new technologies in Taiwan. *New Media & Society*, *17*, 1696-1714. doi:10.1177/1461444814531874

List of best-selling video games. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_video_games

Liszka, J. J. (1996). *A general introduction to the semeiotic of Charles Sanders Peirce*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication* (7th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland.

Loyer, E. (2010). Stories as instruments. *Television & New Media*, *11*, 180-196. doi:10.1177/1527476409357591

Lum, C. M. K. (2006). Notes toward an Intellectual history of media ecology. In. C. M. K. Lum (Ed.), *Perspectives on culture, technology and communication: The media ecology tradition* (pp. 1-60). Cresskill, NJ: Hampton.

Lwin, M. O., & Malik, S. (2014). Can exergames impart health messages? Game play, framing, and drivers of physical activity among children. *Journal of Health Communication*, *19*, 136-151. doi:10.1080/10810730.2013.798372

McGuinness, D. L. (2002). Ontologies come of age. In D. Fensel, J. Hendler, H. Lieberman, & W. Wahlster (Eds.), *Spinning the semantic web: Bringing the world wide web to its full potential* (pp. 1-18). Boston, MA: MIT Press.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London, UK: Thousand Oaks.

Medium. (n.d.). In *Oxford Learner's Dictionaries*. Retrieved from http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/medium_2

Meyrowitz, J. (1996). Taking McLuhan and "medium theory" seriously: Technological change and the evolution of education. In S. T. Kerr (Ed.), *Technology and the future of schooling: Ninety-fifth yearbook of the National Society for the Study of Education, Part II* (pp. 73-110). Chicago, IL: University of Chicago Press.

Miller, K. (2015). Gaming the system: Gender performance in Dance Central. *New Media & Society*, *17*, 939-957. doi:10.1177/1461444813518878

Millington, B. (2009). Wii has never been modern: "Active" video games and the "conduct of conduct". *New Media & Society*, *11*, 621-640. doi:10.1177/1461444809102966

Mumford, L. (1963). *Technics and civilization* (8th ed.). New York, NY: Harcourt.

Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. New York, NY: Free Press.

-- (2005, June). The last word on ludology v narratology in game studies. Paper presented at the International DiGRA Conference on Changing Views: Worlds in Play, Vancouver, Canada.

Nintendo. (2011). *Wii operations manual*. Redmond, WA: Nintendo of America.

-- (2006). *Wii Sports instruction booklet*. Redmond, WA: Nintendo of America.

Nystrom, C. (2006). Symbols, thought, and "reality": The contributions of Benjamin Lee Whorf and Susanne K. Langer. In C. M. K. Lum (Ed.), *Perspectives on culture, technology and communication: The media ecology tradition*. (pp. 275-301). Cresskill, NJ: Hampton.

Parks, M. (2009). What will we study when the internet disappears? *Journal of Computer-Mediated Communication*, *14*, 724-729. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01462.x

Peirce, C. S. (1934). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Vol. V: Pragmatism and Pragmaticism. CP 5*. Edited by C. Hartshorne & P. Weiss. Cambridge: Harvard University Press.

-- (1955). Pragmatism in retrospect: A last formulation. In J. Buchler (Ed.), *Philosophical writings of Peirce* (pp. 269-289). New York, NY: Dover.

Powers, J. (2006). Susanne Langer's philosophy of mind: Some implications of media ecology. In C. M. K. Lum (Ed.), *Perspectives on culture, technology and communication: The media ecology tradition* (pp. 303-334). Cresskill, NJ: Hampton.

Quammen, D. (2007). A passion for order. *National Geographic*. *211*(6): 72-87.

Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal process* (pp. 110-134). Beverly Hills, CA: Sage.

Robot. (n.d.). In *Cambridge Dictionary*. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/robot

Ryan, M.-L. (2006). *Avatars of story*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Sebeok, T. A. (Ed.). (1994). *Encyclopedic dictionary of semiotics* (2nd ed.). Berlin, Germany: Mouton de Gruyter.

Signorielli, N. (2005). *Violence in the media: A reference handbook*. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.

Tobias, J. (2010). Designing wonder: Complexity made simple or the Wii-mote's Galilean edge. *Television & New Media*, *11*, 197-219. doi:10.1177/1527476409357593

Trend, D. (2007). *The myth of media violence: A critical introduction*. Malden, MA: Blackwell.

Williams, R. (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. New York, NY: Oxford University Press.

Yaman, M., & Kalkan, S. (2015). An iterative adaptive multi-modal stereo-vision method using mutual information. *Journal of Visual Communication & Image Representation*, *26*, 115-131. doi:10.1016/j.jvcir.2014.11.010

Yang, K., Dou, Y., Lv, S., Zhang, F., & Lv, Q. (2016). Relative distance features for gait recognition with Kinect. *Journal of Visual Communication & Image Representation*, *39*, 209-217. doi:10.1016/j.jvcir.2016.05.020

Zahavi, D. (2003). *Husserl's phenomenology*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 249-280, July 2018

What Kind of Medium that Motion-Controlled Gaming System is: From the Perspective of Medium Taxonomy

Ko, Lu-Yen*

Ph.D., Department of Journalism, National Chengchi University

Abstract

By asking "what kind of medium is the motion-controlled gaming system"? this study tries to build a taxonomic model for mediums relevant to the motion-controlled gaming phenomenon. First, we discuss the aspects of a medium, and consider a medium as being 1 an extension of humanity, and 2 functional in the action of signs or semiosis.

Second, we examine the case of a video gaming system, and suggest that 1 a video gaming system is a simulation medium that brings virtual reality to life by technical pattern interaction, and 2 people should not only interact with such a system, but should use it to play. Third, we explore the medium type of a motion-controlled gaming system, which we believe is a type of iconic medium that mediates the paradoxical semiotics. Finally, we develop a taxonomic model for mediums and examine the interpretability of that model using a case study of *Wii Sports*.

Keywords: medium taxonomy, motion-controlled gaming system, media ecology, pragmatic semiotics, phenomenology of technics

* Email: duress.ko@gmail.com
Received: 2016.7.26
Accepted: 2017.3.10

JCRP 世新大學新聞傳播學院
舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

傳播研究與實踐．第 8 卷 第 2 期．頁 281-315．2018 年 7 月
DOI:10.6123/JCRP.2018.07_8(2).0009

從媒體近用到 ICT 近用：偏鄉志工老人的傳播實踐 *

羅彥傑 **

中國文化大學新聞學系助理教授

摘要

媒體近用與 ICT 近用皆為值得重視的公民傳播權。高齡社會來臨，偏鄉老人的傳播權卻乏人問津。先前的媒體近用文獻罕見從偏鄉老人視角切入；ICT 近用即便研究老人，也多從數位落差來詮釋。本文以花蓮縣志工老人為對象，透過質性深度訪談與焦點團體訪談，分析其從媒體近用至 ICT 近用的脈絡與機會。研究發現，偏鄉志工老人的兩種傳播近用分別受限於年齡歧視與家庭溝通不足，機會則繫於社會資本。本文建議若欲促進偏鄉老人的傳播近用，或應先構思如何強化偏鄉老人的社會資本。

關鍵詞：老人、傳播權、媒體近用、年齡歧視、社會資本

* 作者萬分感謝兩位匿名評審惠賜寶貴修改意見，政大傳院「人老傳播研究群」提供激發研究創意的思想園地，以及花蓮慈濟醫院「記憶暨老年健康中心」全力襄助研究之進行，但所有文責由作者自負。本文為科技部計畫〈老人的媒體近用與公民參與研究：以主觀認知缺損者為例〉（NSC 102-2410-H-034-019-MY2）之部分研究成果。

**Email: inging@ms15.hinet.net

投稿日期：2017 年 1 月 5 日
接受日期：2017 年 4 月 28 日

JCRP 世新大學新聞傳播學院
成舍我紀念館 Cheng Shou-Wo Institute for Chinese Journalism
airiti Press

壹、前言

在西方民主理論的思辨中，媒體始終不可或缺。在代議政治階段，政治人物與政黨需大眾媒體進行政策溝通、說服與宣傳，而大眾媒體則理應化身為公共領域的主要建制，否則民主政治無以為繼 (Dahlgren, 1991: 1; Dennis & Snyder, 1998)。但揆諸各國民主化經驗證明，光靠私營大眾媒體傳遞訊息仍有不足，尚須設法讓民眾真正有機會審議、反思公共事務與表達意見。這不僅有助整飭代議政治的弊病，也已被確認為是基本人權。

1948 年聯合國「世界人權宣言」第 19 條除以「人人有權享有主張和發表意見的自由」來宣示言論自由為基本人權外，也同步勾勒了消極與積極兩種傳播權。前者為尋求、接收資訊與意見，後者為傳遞資訊與意見，為傳播權理論奠定基礎。1996 年「資訊社會世界高峰會」同步召開「傳播權世界論壇」，提出傳播權原則綱領；2003 年進一步啟動《傳播權憲章》，將傳播權概念擴大到傳播科技使用等文化權面向，並主張少數族群與邊緣團體也應享有平等參與資訊生產的權利（吳翠珍、陳世敏，2007：105；馮建三，2002：120-121；管中祥，2008：88）。

在傳統的理論闡釋上，傳播權實踐以「媒體近用」（media access）為核心（陳世敏，1992；吳翠珍、陳世敏，2007：105；Jakubowicz, 1991: 167）。媒體近用指「接近、使用媒體所提供之篇幅版面、播出時段、針對公共議題提出個人或團體意見」，盼藉此增強對公民的賦權（empowerment），實現個人期望（吳翠珍、陳世敏，2007：106；陳世敏，1989：47；陳炳宏，2012：100-101；管中祥，2008：96；Barron, 2003）。換言之，讓閱聽眾在資訊生產——消費關係中，將消費者從屬身分轉為具資訊生產力的公民（管中祥，2008：96）。近年我國社區意識高漲，民眾合作募資創辦社區媒體，引領和參與對本地議題的討論，也被視為媒體近用與傳播賦權的一種類型（孫曼蘋，2011：63，71；蔡鶯鶯，2010：211）。另外，缺乏近用權的弱勢族群常為遭媒體扭曲「再現」的一方，顯示媒體近用與再現似為一體兩面（陳春富，2012；陳春富、殷美香，2015）。

但正如「世界人權宣言」第 19 條所言，傳播權實踐非只有產製資訊，亦包含主動尋求與接收資訊。近用也不應限於大眾媒體或社區媒體的類型，諸如資通訊科技（information and communication technology, ICT）與網際網路近用都屬於廣義的「傳播近用」（access to communications）與傳播權實踐，且和傳統大眾媒體相比，賦予個人或團體更多主動性。故廣義來說，個人或團體主動尋求

與接收資訊也是一種近用傳播科技的表現 (Baldwin-Philippi, 2015; van Cuilenburg, 1999)。近用在此意義下就浮現兩種定義：分享社會上傳播資源的可能性，以及分享社會上傳播資源的等級程度 (van Cuilenburg, 1999: 185)。

網路公民新聞平臺又是傳播近用的另一種類型。愈來愈多熱中社區或公共議題的民眾，願意主動製作兼具人文深度與在地關懷的報導並上傳到網路上，成為「公民記者」（胡元輝，2010；孫曼蘋，2009；張讚國，2013）。這些關於社區的公民新聞儘管不見得符合專業，但行動本身卻彰顯公民參與的精神（胡元輝，2014：95）。這意味傳播權內涵隨不同時空與科技形式遞嬗而更豐富，公民新聞的實踐經驗更給傳播權帶來更多想像。

不過，即便傳播科技日新月異，我國寬頻網路基礎建設名列世界前茅，但「世界人權宣言」所宣示「人人有權享有主張和發表意見的自由」至今仍停留在「理想」。即便 ICT 近用理論上可帶給老人、行動不便者或偏鄉民眾便利，但這些人仍對各種傳播權的實踐缺乏意願，或即便有意願卻被排除在外，不得其門而入。本土的傳播權文獻多半著重公用頻道經營者及節目內容（陳炳宏，2012）、政府數位政策與基礎設施（洪貞玲，2006），雖有觸及兒童、弱勢或少數族群的實踐經驗（林宇玲，2010；林福岳，2012；張錦華，1998；黃葳威，1997），但似未見到分析老人、尤其是偏鄉老人的媒體近用與 ICT 近用等一系列傳播實踐的調查。

本研究認為，邁入老年退休階段意味減少更多實質公民參與的機會，故與外在世界溝通（傳播）的需求反而有增無減，而相關的傳播實踐也應放在更大的社會結構或脈絡下詮釋。預計臺灣 2026 年步入超高齡社會，老人占比將達五分之一，老人的傳播實踐勢必牽動民主政治品質。而相較都會老人，偏鄉老人可能更缺乏傳播資源。檢視其在媒體近用與 ICT 近用上的脈絡或限制，以及若干案例是如何突破這些限制，並據此提出有效賦權策略，使其有能力和其他年齡團體平等行使傳播權，不僅具學術價值，更別具人文社會的關懷。

貳、文獻回顧

傳播科技從早期書寫印刷發展到電報、廣播、電視、電腦與各種行動通訊裝置，不僅帶來生活便利，也左右人的思維與行為。但歷史經驗顯示，新科技不會完全取代舊科技，而是新舊科技並存。傳統媒體中，電視尤被視為當代最重要傳播科技之因，就在於能形塑政治知識、提升政治效能感，甚至左右公民與政治

參與（陳憶寧，2013；陳憶寧、羅文輝，2006；de Vreese & Boomgaarden, 2006; Kim, 2007; Lee, 2005; McLeod et al., 1996; Newton, 1999; Scheufele, 2002）。然而，過去研究多是透過量化問卷調查探討民眾媒體使用與公民政治參與的相關性，即便研究媒體近用與 ICT 近用（孫曼蘋，2011；Barker-Plummer, 2002），也罕見特別關注「老人」做為年齡團體的共同經驗感受，以及在傳播權實踐上遭遇的結構限制與解決之道。以下針對既有相關文獻作探討。

一、老人的媒體近用

媒體近用雖與媒體使用（media use）不同，強調主動的資訊產製，但對老人而言，使用或近用媒體皆需考量到其身體狀況與社會角色的變化，這使得一些針對老人的媒體近用研究也會一併討論到媒體使用。譬如老人不乏聽力與視力退化，而電視能同步提供影音資訊，方便那些錯過畫面、但掌握到聲音，或是跟不上聲音、但看到畫面的老人，此乃書報雜誌、廣播等媒體所不及之處 (Harwood, 2007: 182-183)。此外，當老人擺脫家庭經濟支柱等社會角色後，常將多出來的可支配時間用來看電視新聞與節目 (Real, Anderson, & Harrington, 1980: 82)。

1980 年代起，少數研究者開始反思商業電視臺是否傳遞過多對老人的負面刻板印象，並直指問題根源在於廣告主偏好年輕收視族群及認為後者較易做出購物決定，以致老人不願近用既有的公用頻道。隨著美國有線電視市場不斷成長與人口老化，加州聖地牙哥市政府推出以老人為目標閱聽眾的公用節目計畫，希望透過有線電視大幅增加的頻道數與雙向溝通能力，讓許多社會組織、機構與服務深入社會各角落，進而為老人創造更多的主動機會與效益 (Real et al., 1980)。

Robinson , Skill, & Turner (2004: 425) 雖研究的是老人的媒體使用模式，但也發現美國老人傾向更注意社區近用頻道及新聞、教育類電視節目。和其他成年者相比，他們訂閱有線電視比例雖較低，但一旦訂閱則較其他成年者更愛看社區近用頻道，以關心本地事務。社區近用頻道常包含當地學校董事會與市議會開會實況，這些社區服務之觀眾人數較少，但退休老人往往為主要收視群且對這類節目感到滿意。

老人的媒體近用狀況目前仍欠缺具體調查，針對老人特質而研究其媒體近用者也極少，僅蔡琰、臧國仁（2012：93-97）在研究老人之媒體近用時提出一個分析架構，並主張「近用」一詞應有等級深淺之分。其所指近用含括「使用」、「瞭解」、「信任」、「寄託」，並依投入相對程度細分為初級的內容近用與進

階的參與近用。前者專指對內容的「接近」（如定期讀報或看電視）與「知曉」（如辨別新聞與廣告），後者則涉及具體行動，包括「參與」（如介入編採流程）、「主動使用」（如讀者投書或參加廣電叩應節目）、「信任與情感寄託」（如喜愛、認同程度）等。過去文獻多認為媒體使用與近用為涇渭分明的不同概念，但此架構特色在於考慮到老人的身體狀況，將特定情況的媒體「使用」也納入近用範疇，譬如接近與知曉涉及公共議題的媒體內容、信任與認同特定媒體，均認定為近用形式之一。放寬對「近用」的界定，使其涵蓋反思與批判面向，令關注公共議題或嚴肅新聞也屬於近用媒體的一種形式，事實上也呼應 Robinson et al. (2004)、van Cuilenburg (1999: 185) 等傳播學者或 Harwood (2007) 等老年學學者的觀點，亦即我們不應採用太嚴苛的認定標準，排除那些關心公共議題卻無法以實際行動參與的老人或弱勢者。

二、老人的 ICT 近用

資訊社會下的多樣化發展，不僅降低大眾媒體進階近用的技術門檻，也將傳播權的近用內涵擴大為涵蓋 ICT 面向。ICT 近用指 ICT 之接近使用，包含各種接觸 ICT 設備或裝置的機會、提供使用者所需資訊及提升資訊素養。ICT 除具備大眾媒體的資訊傳遞與娛樂功能外，尚有其原本欠缺的互動溝通功能（李孟壕、曾淑芬，2005；陳百齡，1997；van Dijk, 2006）。然而，因種族、年齡、階級、語言等社會差異而衍生的「數位落差」（digital divide），也開始受到關注（林豐政、李芊芊，2015；van Dijk, 2006; van Dijk & Hacker, 2003）。在臺灣本土情境下，儘管政府在全臺 18 縣市數位發展程度較慢的鄉鎮區設置數位機會中心，希望縮短因城鄉差距造成的數位落差，但既有文獻與個案研究顯示，此舉對提升偏鄉居民 ICT 近用的效果不顯著，且似乎不盡符合偏鄉的在地需求（童俊傑，2012；廖雅琴，2008）。事實上 Jenkins (2006: 258) 已指出，多數專家與政府是從科技角度分析數位落差，其強化近用之道不外是利用居家服務或學校與公立圖書館，但這只是提供不同的參與途徑而已，重點應在分析可能減少弱勢族群數位機會的文化因素。

在弱勢族群中，老人受數位落差的衝擊尤深，其各種 ICT 近用均明顯落後年輕人（蔡琰、臧國仁，2012：107-108；Xie, Watkins, Golbeck, & Huang, 2012: 282）。根據最新的我國〈105 年個人家戶數位機會調查〉報告（國家發展委員會，2016 年 9 月），40 歲以下民眾上網率逾 96%，但 60 ~ 64 歲驟降為 54.1%，

逾 65 歲者更僅 26%。

然而，老人的 ICT 近用未必無法提升，關鍵在使用介面是否符合其需求，以及該資訊是否具重要性 (Harwood, 2007; Stephanidis & Emiliani, 1999)。研究發現，美國老人最依賴的 ICT 功能是固定使用電郵與親友互動，上網則常依自身興趣搜尋如氣象、健康、遊戲、笑話與娛樂等資訊 (Gatto & Tak, 2008; Hilt & Lipschultz, 2004)。其中，搜尋與己有關的健康資訊常被解讀為「賦權」(Taha, Sharit, & Czaja, 2009: 663; Xie, 2009)，也得以強化老人在醫病關係的對等地位與溝通能力。

網路公民新聞平臺的崛起與蔚為流行，也讓老人有機會以公民記者身分實踐 ICT 近用，親身產製與公共議題有關的資訊。目前各國公民新聞平臺公布公民記者年齡分布的資料極少。韓國 OhmyNews 曾統計，60 歲以上者占其註冊的公民記者人數僅 1%，遠不及 20 多歲的 38.4% (Chang, 2009: 148)。我國 PeoPo 公民新聞平臺一份資料也顯示，逾 61 歲者占註冊的公民記者人數 2.78%，計 211 人（謝明海，2014 年 5 月 19 日）。不過，這些資料僅能反映老人在整體公民記者的比例，而無法顯示其投入內容產製的細節，更難以據之形成研究概念，參考價值有限。

van Dijk (2006) 則曾提出分析弱勢族群 ICT 近用的概念，將 ICT 近用分四階段：動機近用（motivational access）、物質與實體近用（material and physical access）、技巧近用（skills access）及用途近用（usage access）。使用者若缺乏興趣、對電腦感到焦慮或覺得不具吸引力，此為「動機近用」的阻礙。無電腦裝置與連網設備，即易構成「物質近用」的阻礙。因使用介面不佳或教育程度、社會支持不足以致欠缺數位技巧，為「技巧近用」的阻礙。最後，欠缺實質使用機會，包括需求、場合、義務與時間，為「用途近用」的阻礙。

三、年齡歧視、家庭溝通與社會資本

老年或高齡研究常被置於年齡歧視（ageism）、家庭溝通（family communication）與社會資本（social capital）的脈絡下檢視。年齡歧視是繼種族歧視（racism）與性別歧視（sexism）後的第三種重大歧視（“ism”），由美國國立老化研究院首任院長 Robert Butler 於 1969 年所創，係指社會因老人的年齡身分就對其採取系統化的刻板印象與差別待遇，而且體現在社群對老人的信念、態度、預期、歸因與行為上，以無形的壓迫形式存在。主流文化早預先規範人在生命各階段中該扮演何種功能與角色。年齡歧視做為意識形態，有助於讓這些規範

與安排被視為「理所當然」。年齡歧視更預設老年階段將出現認知衰退與各種精神症狀，無視於多數老人都有機會「成功老化」(Braithwaite, 2002: 312; Palmore, 1999: 4)。[1]

即便是物質生活優渥的老人，仍可能因年齡歧視而處於社會邊緣地位或無法參與社會 (Young, 1990: 48-55)。老人自己對年齡的刻板印象比年輕人對年齡的刻板印象還深，這顯示年齡刻板印象的複雜性會隨生命歷程而增加。相較年輕人對老人的刻板印象，老人對老人的刻板印象其實更細緻與更多變化。這顯示隨著生命歷程的演進，人們對年齡的刻板印象會擴大，且根據自身老化經驗及與老人、年輕人的互動而修正 (Hummert, 2010: 42; Hummert, Garstka, Shaner, & Strahm, 1994)。已有文獻 (Braithwaite, 2002: 331-332) 提出消除年齡歧視的十種作法，包括提高對老人刻板印象的敏感度、多接觸不同樣貌的老人性格、尋求跨世代合作機會、利用那些能增加老人的社會吸引力的機會、檢討那些視老人為隱形團體與醜化老人的政策，以及在政策規劃與實踐上包容老人。

其次，家庭溝通旨在研究哪些溝通類型會導致對婚姻感到不滿意、家庭溝通行為與人口變項的關聯、家庭成員賦予特定行為或經驗的意義，乃至上一代的溝通類型如何影響下一代行為等。家庭成員溝通時，不只是互相傳遞訊息，也同時在執行關係。正是透過了溝通，家庭成員得以建立角色、維護規則、履行職能與維持行為模式；正是透過了溝通，家庭成員得以創造家庭生活的心理模式，且讓這些模式持續一段時間與綿亙數代 (Vangelisti, 2013: ix-1)。因此，家庭是溝通的產物；反之，溝通也是家庭的產物 (Arnold, 2008: 4)。家庭溝通也可以是歷經生命過程不同階段的溝通（傳播），晚年生活溝通即為其中一個階段。

不同學派對社會資本有不同的定義與概念化，法國的 Bourdieu 最早從社會學角度提出分析（傅仰止，2005：170）。對他 (Bourdieu, 1986: 248-249) 而言，社會資本是三種資本基本類型中的一種，指個人或團體憑藉擁有一個穩定且在一定程度上制度化的相互熟識與認可的關係網絡，從而累積起來的實際或潛在資源總和。Bourdieu (1980/1993: 33) 同意美國社會學將社團與家庭視為此類資本累積與輸出的建制與主要場所。但有別於美國社會學側重不同規模與密度的社會關

1　在全球人口快速老化趨勢下，1980 年代晚期開始出現「成功老化」、「健康老化」、「活躍老化」、「正向老化」等相關詞彙，顯示學界對老年階段的期待。在這些名詞中，「成功老化」最早被提出與最被廣泛引用。Rowe 與 Kahn 於 1987 年首度發表「成功老化」一文，區隔「成功老化」與「一般老化」、「病態老化」差異，後續更提出「成功老化」三項互動要素，包括無疾病纏身、維持認知與身體功能，及投入生活，希望打破老化的各種迷思。相關研究不僅大大豐富對於老年階段的理解，也挑戰先前認為老化就是人生走下坡的文化預設（陳麗光等人，2011；Rowe & Kahn, 1998: 38-39; Whitbourne, 2005: 99）。

係或社會網絡，Bourdieu (1986: 249; 2000/2005: 246) 更關注不同類型（如經濟、文化或符號）資本透過代理所能動員的量對社會資本量的影響，以及社會資本累積、傳遞與再生產過程。換言之，社會資本無法獨立存在或不受其他類型資本影響。Bourdieu (1993: 32-33) 強調社會資本不只是描述性概念，也是「建構」的工具，可用來看透先前未見或遭遮蔽之事物，譬如直覺、常識或共識。

Coleman (1988: S98-S101) 認為，社會資本應根據功能來定義，並指涉社會結構的特定面向，並由此促進結構下的行為者（不論是個人或企業）產生特定行動。林南（2007：3-12）將「資本」更明確定義為是「對於一個有價值資源的投入和預期的回收」。「有價值的資源」與「回收」皆因社會脈絡的不同而有異。社會資本就是將社會關係視為有價值的資源，並進行預期性的投資，其資本鑲嵌於社會關係與網絡資源中，但社會關係與網絡只是前置資本，但更重要的是能在此一關係與網絡中找到何種資源。社會關係的選擇乃是在一定的機會與結構的限制中進行。人們受限於結構，但在此結構中仍有所選擇。

以 Putnam (2000) 為首的觀點將社會資本區分為「信任」與「社會網絡」，強調個人從定期與他人面對面互動過程中，學會如何合作來解決共同問題，譬如擔任志工，而信任與社會網絡在此過程中至為重要。信任是參加社會網絡而產生的資源與後果，又再分兩種：策略式信任能降低集體行動中的交易成本，但只適合小團體；道德式信任的前提是多數人與自己共享基本的道德價值，相信他人善意，故能解釋為何有人願意從事公民參與（傅仰止，2005；Field, 2003: 64-65; Uslaner, 2008: 102）。社會網絡也屬「資源」，分析時常先區分為「情感型」或「工具型」，前者為滿足成員興趣與情感，仰賴血緣、地緣與宗教，成員凝聚力強，同質性高，易形成封閉性網絡與「近親凝聚」（bonding）效應。後者（工具型）則希望透過集體行動對社會產生影響力，傾向於集結異質化與較弱的連繫，成員凝聚力弱，同質性低，易產生具多元包容的「橋樑」（bridging）效應（熊瑞梅、張峰彬、林亞鋒，2010；McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001; Putnam, 2000）。

四、分析架構

有鑑於針對老人的傳播實踐與近用相關文獻有限，最適合以偏鄉老人為研究主題者，僅蔡琰、臧國仁（2012）針對媒體近用所區分的初級與進階近用，及 van Dijk (2006) 的四種 ICT 近用。故本研究納入他們的概念，將偏鄉老人的傳播

實踐分為媒體近用與ICT近用。就媒體近用而言，係從偏向消極傳播權的初級「內容近用」發展到偏向積極傳播權的進階「參與近用」；就 ICT 近用而言，則從動機近用發展到用途近用。本研究將以此六類近用形式，做為分析臺灣偏鄉老人傳播實踐的參考概念，檢視其面臨的結構限制或脈絡與機會。圖 1 為本研究的分析架構。

參、研究設計

一、研究對象與研究問題

至 2016 年 6 月底，我國逾 65 歲老人計 301 萬 5491 人，占總人口 12.83%（內政部統計處，2016 年 7 月 23 日），預估 2018 年將逾 14%，進入聯合國定義下的「高齡社會」，2026 年更將達 20%，成為超高齡社會（國家發展委員會，2016 年 8 月 22 日）。這顯示高齡議題值得重視，老人的傳播實踐甚至可能牽動民主政治品質。

有鑑於老人的媒體近用與 ICT 近用既有文獻多從都會地區或高社經地位的退休團體挑選對象（蔡琰、臧國仁，2008；Cresci, Yarandi, & Morrell, 2010; Karavidas, Lim, & Katsikas, 2005），且相關文獻幾乎來自西方，也未考量城鄉差距，故本研究鎖定我國的偏鄉老人為關懷主體。

不同國家對老人定義不同，但多與退休制度有關。有鑑於《老人福利法》定義老人為年滿 65 歲以上，且我國退休年齡多訂在 65 歲，故以此為基準，因招募

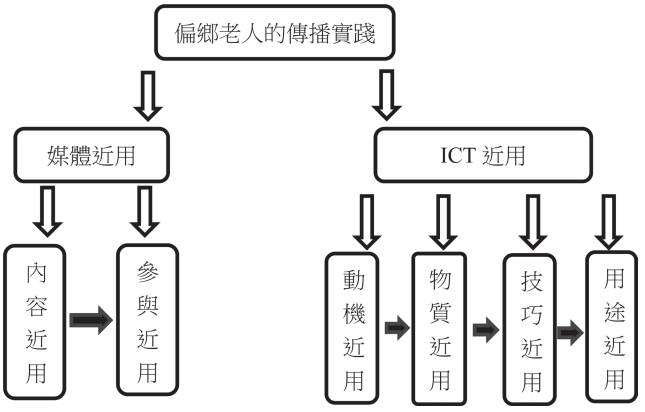

圖 1：本研究的分析架構

資料來源：本研究自行整理。

受訪者困難，再放寬年齡至 60 歲以上。實際招募的受訪者年齡介於 60 至 72 歲。

就偏鄉定義而言，國發會、通傳會、內政部、教育部等機關都有不同界定。旨在協助偏鄉民眾、弱勢族群近用資訊的教育部「偏鄉數位關懷推動計畫（101 ~ 104 年）」（行政院，2013 年 4 月），將鄉鎮市區數位發展程度分 1 至 5 級，3 至 5 級意味發展程度較緩。有鑑於臺灣本島各縣市中，所有鄉鎮市均在 4 級以後者僅花蓮縣與臺東縣，且花蓮縣 13 鄉鎮市均被列為教育部後續「偏鄉數位應用推動計畫」設置數位機會中心地點（教育部，n.d.），故以花蓮縣為個案收案地點。

然而，從偏鄉老人取樣蒐集資料可能接觸到高風險的易受傷害族群，如原住民、身心障礙者、精神病患、其他缺乏自主能力或自願性受限制者（如經濟或教育弱勢者），不易獲研究倫理審查通過（陳祖裕，2009：159）。但若以偏鄉志工老人為對象，問題可迎刃而解。志工行為因強調互相合作、互惠、信任與網絡，不僅為衡量社會資本的核心標準之一，且助人本質更彰顯其具有自主能力。換言之，既有的社會資本促進志願服務及其他類型的公民參與，而志願服務與其他類型公民參與又提高社會資本，志願活動和參加社團（累積社會資本）都是相互促進和形成習慣的行為 (Putnam, 2000: 117-133)。

國內已有愈來愈多退休長者擔任各類長短期志工或參與志願服務性社團（吳美慧、吳春勇、吳信賢，1995）。《康健雜誌》（2014 年 8 月 1 日）調查，各縣市長青志工占逾 65 歲老人的比率中，花蓮縣居第二（3.4%），僅次臺東縣（6.2%）。這顯示偏鄉志工老人也值得探究。傳統認為老人是「受助者」而非「幫助者」，是「消費者」而非「生產者」，對老人持負面觀感，忽略老人的知識、智慧與經驗累積及時間的彈性，偏鄉老人更被視為依賴人口。事實是偏鄉老人反較都會老人更踴躍擔任志工，是有利的社區人力資源（蔡承家、阮惠玉、陳依卿、劉秀華，2010）。

故本研究雖旨在關懷偏鄉老人的傳播實踐，但實際研究對象為偏鄉的志工老人，檢視其遇到哪些結構性限制，尤其是某些人如何突破原有瓶頸，達成傳播權的實踐。假設連社會資本較高的偏鄉志工老人都存在不易突破的結構限制，則其他更弱勢的偏鄉老人之傳播實踐處境可想而知。具體研究問題如下：

研究問題一：這些偏鄉志工老人的媒體近用與 ICT 近用有何特色？

研究問題二：他們在看待傳播實踐時，係處於何種脈絡下？

研究問題三：他們如何突破媒體與 ICT 近用的限制？亦即傳播權實踐的機會何在？

二、研究方法

人類老化過程中累積許多生命經驗與知識，使得老人異質性非常高，故老年學最常採用質性研究法（李世代，2011；Shadden, 1997; Charness, 2001）。本研究探索老人的傳播實踐行為，主張行為背後都有文化脈絡可循，故採質性之深度訪談法 (in-depth interview) 與焦點團體訪談法 (focus group interview)，盼透過對同一群研究對象的兩階段連續性訪談，增加研究可信賴度 (trustworthiness)（Seidman, 2006 ／李政賢譯，2009）。

由於偏鄉老人的傳播實踐缺乏相關文獻，故本研究定位為初探性研究。作者在進行前先將研究計畫與受訪者名單送研究倫理審查，並委由神經科主治醫師評估其認知狀況適合受訪。預計從花蓮縣社區志工中招募 24 人，因花蓮縣最大非營利組織慈濟基金會屬於情感型社團，且致力推動志工編組社區化，故規劃半數受訪者來自慈濟（A 組），另半數來自公部門志工社團（B 組），以資比較，且均採典型個案取樣（typical case sampling）（見 Patton 2002: 236）。慈濟組由花蓮慈濟醫院社會服務室代為招募，公部門組則透過一名太魯閣國家公園管理處志工輾轉招募受訪者，包括花蓮看守所教誨志工、花蓮縣政府各單位志工等。因訪談資料未達資訊飽和度（saturation of information），後追加 4 人，總計 28 人。

深訪地點位於花蓮慈濟醫院的公共休憩空間，時間為 2013 年 11 月至 2014 年 7 月。正式進行前先對兩人做前測，據此簡化訪談題綱，並考量長者體力，盡可能縮短訪談時間為 1 小時。深訪結束 7 至 9 個月後，續邀具同質性的受訪者參加四場焦點團體，分別為 2014 年 8 月與 2015 年 1 月，地點選在花蓮慈濟醫院密閉會議室，其中兩場焦點團體參與者為慈濟組（n = 11），另兩場為公部門組（n = 12）。參與者優先從 28 名深訪受訪者中挑選，以求延續之前訪談內容與提高資料信度。總計參與焦點團體人數為 23 人，除首場焦點團體為 5 人外，餘均為 6 人。

（一）深度訪談法

質性研究者的訪談步驟與分析方式往往分歧，本研究參考 Mishler (1986)、Kvale (1996) 及 Seidman（2006 ／李政賢譯，2009）等著作，視訪談內容為訪談者與受訪者共同的認知與意義建構，受訪者的話語不僅反映受訪者的認知，背後也隱藏豐富意涵。這主要依循 Michel Foucault 的話語權力觀，亦即每一個社會或文化都有駕馭成員思想與行為的規範，其塑造的有形或無形結構就是各式各

樣的「話語」，存在於社會各階層或領域中。這些話語並非雜亂無章或不相關，而是均受制於該時代或社會對外在世界抱持的特定認知模式或價值觀 (Foucault, 1969/2002)。

深度訪談資料兼採 Seidman（2006／李政賢譯，2009：165-166）的人物敘事寫真（narrative profile）與主題連結（thematic connection）的分析方式。前者受限於受訪者的表達意願與技巧，僅不到三分之一的受訪者深訪資料結構完整，能編寫成人物敘事寫真。其餘篇幅較短的深訪資料，則利用主題連結的分析方式，亦即依照範疇分類，找尋可能存在的連結線索。

具體的訪談資料分析步驟為：第一，標注文本重點，辨識具重要意義的「文字團塊」並歸納逐字稿內容；第二，留意個人經驗與社會結構因素如何互動，從訪談敘事中找到起點、轉折與結局、挫折或衝突及其如何化解；第三，將逐字稿內容依照範疇分類，在各範疇內或範疇與範疇間找尋可能存在的連結線索（即主題連結）。若有特別有趣或饒富意義的段落即標注標籤，思索足以代表該段落的主題旨趣所在（Seidman, 2006／李政賢譯，2009：155-183）。

（二）焦點團體訪談法

焦點團體訪談法結合許多質性分析的策略與途徑，以聚焦方式生產從團體過程衍生的資料，故除訪談回饋外也增添團體互動的複雜性，並利用此團體動力揭露隱藏背後的資訊，故能彌補個別訪談的不足。參與者互相影響，不但可能改變意見也可能形塑出屬於團體的共同態度與意見，因此參與者本身的「同質性」為是否能夠有意義探究主題的一項重要前提條件。其關鍵概念包括：發現大的觀念、考慮用字的選擇和意義、考慮脈絡，以及考慮反應的一致性（Vaughn, Schumm, & Signagub, 1996／王文科、王智弘譯，1999：108-109）。因為此一取向明顯展現人類的行動與想像，適合關注主體性與身分認同的研究 (Krueger, 1998: 83)。

至於焦點團體訪談資料分析方式，本研究兼參 Krueger (1998: 82-83) 與 Lederman (1990) 的作法，先以資料作為摘要陳述的基礎，務求掌握參與者的主要觀念，再借用敘事分析，譬如透過參與者分享的故事內容找出具有一致性的模型、趨勢與主題，或是透過歸納法發現分類機制、故事軸線與格式。敘事分析關注個人對自身的理解，希望理解「主角是如何詮釋事件的？」並進一步運用 Lederman（同上引：124-125）所創的編碼系統 “Individual/idiosyncratic”（個別／獨特習性）、“Consensus”（共識）或 “Areas of agreement/disagreement”（同意／

不同意之處），將回饋意見進行分類。本研究運用焦點團體訪談法比較慈濟組與公部門組志工在傳播實踐上的異同。

肆、資料分析與研究發現

一、偏鄉志工老人的傳播實踐特色

（一）媒體近用：僅達內容近用，不願參與近用

先前文獻（蔡琰、臧國仁，2012：93-97；van Cuilenburg, 1999: 185）已指出，近用應有等級深淺之分，對公共議題或嚴肅新聞具有分辨、批判與反思能力，可認定符合大眾媒體的初級「內容近用」，而主動產製媒體內容的能力則屬進階的「參與近用」。本研究發現，受訪者在各類新聞中特別關心與社區、老人有關的內容，最常閱讀的報紙是花蓮縣在地的《更生日報》，遠超過第二名的《聯合報》，此應為偏鄉老人之特色。且閱讀新聞是基於社區或公民意識，而非只為了娛樂、社交與打發時間。

> 我（看新聞）只是會想要知道外面發生什麼事情，不要什麼都不知道，不會說想要找話題跟人聊天，那不是重點。……就想說瞭解花蓮有發生什麼，但是不是普通的，就是好像特別的，才會去想要知道。（受訪者 A09，小學畢業，退休前為攤販）

> 看新聞是關心整個社會……我是覺得在這個社區老人這方面我會比較有興趣關心。因為跟我們社區、跟我們本身有關，我也是在裡面，我也是覺得跟我比較有關係的，我就會去先去瞭解。（受訪者 A11，高職畢業，退休前為工廠老闆）

就受訪者教育程度與社經地位而言，慈濟組來自各行各業且變異性大，公部門組教育程度偏高且多具軍公教背景。教育程度與社經地位對受訪者的媒體近用似乎影響不大，可能是因為此類近用的技術門檻相對較低，反而是社團因素決定其近用媒體參與論政的意願，譬如有受訪者在加入慈濟後便放棄近用大眾媒體。

> 以前有參加電視的電話投票，表達對政治的看法，現在沒有。幾年前

> 偶爾看了會投票，現在我們都不參與政治啦。現在是盡量避免，都是用關心啦，都是關心一下，但實際去參與就是沒有。（受訪者 A03，大專畢業，退休前為公務員）

受訪者雖固定透過大眾媒體掌握時事與公共議題，並稱有能力辨別與批判反思這些內容，已符合初級的內容近用定義，但仍僅止於尋求與接收訊息。

（二）ICT 近用：動機與物質近用易，技巧與用途近用難

對受訪者而言，近用 ICT 的動機始終存在，如臨時起意搜尋資料或進行線上訂票。擁有電腦、智慧型手機與寬頻網路也不成問題，且多數受訪者實際上都有一臺專用電腦，甚至少數人也擁有智慧型手機，儘管這些多為子女提供或接收子女淘汰後的舊款產品。真正的問題在於學習較進階的近用技巧，以及日常生活中是否具備近用的情境或固定用途。

換言之，近用 ICT 的阻礙不在動機與物質近用，而在技巧與用途近用。動機與物質近用均與個人因素有關，但技巧與用途近用就不只是個人因素（如是否有近用 ICT 的技能與需求），也與社會因素有關（如身旁是否有可直接求助的對象，是否有社會網絡可帶來近用 ICT 的情境或場合）。

> 每天都會看上網看即時新聞，有時候會在網路上看一下球賽，像陳偉殷或王建民的球賽。買車票，填志工值班表，都會上網。……偶爾上網是為了瀏覽資訊。像房屋，我一直想在臺北買房子看它的價位就會上網看，或者看到一些名詞，我也會上網查。像我對那個孫運璿就很有興趣，我滿喜歡他的。他什麼時候出生，我忘記了我就會上網查一下孫運璿，結果就知道大概幾年出生。（受訪者 B12，大專畢業，退休前為高中老師）

> 我剛剛開完白內障的手術，因為醫生告訴我要開刀，但是並沒有跟我解釋太多，我就會很惶恐。還沒開刀以前，我就會自己上網查術前術後必須要注意的事，連我的孩子也會幫我上網去查，到最後我反而會跟醫生講我該注意什麼，他才給我一張很簡單的注意事項，我就會跟醫生反駁我在網路上看的……。（焦點團體 II，受訪者 A14，大專畢業，

退休前為小學老師）

但有上網習慣者畢竟仍是少數，且多為教育程度、社經地位或社會資本較高者。而即便是有上網習慣的教育程度、社經地位較高者，也不熟悉臉書或 LINE 的使用，僅止於一知半解；而教育程度、社經地位較低者更在訪談中流露出對這類社群即時媒體的陌生。譬如高職畢業，退休前為紙漿廠員工的受訪者 A1，對臉書的功能欠缺瞭解、甚至誤解，也不願意去瞭解它，認為「那都是年輕人的把戲」。進一步分析後發現，像這一類的拒絕接觸 ICT 看似為個人的「理性」選擇，其實背後都存在結構性的原因。

訪談者：有沒有聽過臉書這個名詞？
受訪者 A1：有啊。
訪談者：你知道臉書是甚麼東西？
受訪者 A1：一般我的觀念是說，就是那都是年輕人的把戲。

然而，研究也發現，部分教育程度、社經地位較低者透過社會資本的累積來提升 ICT 近用能力。有關受訪者在傳播實踐上面臨的結構性限制，以下將進一步分析。

二、偏鄉志工老人實踐傳播權的脈絡

（一）媒體近用的限制：年齡歧視與傳播資源有限

研究發現，受訪者的傳播實踐經驗多偏向消極傳播權，多半不想對外表達意見或產製任何資訊，自認超出能力範圍。但他們在敘說自身經驗時，常延伸到媒體傳遞了對老人的刻板印象，且負面居多，包括「老人是包袱」、「老人占據社會資源」、「老人有很多疾病」、「老了會癡呆」，形成老人對大眾媒體保持距離、甚至排斥的態度。這顯示受訪者從質量俱差的大眾媒體內容中感受到年齡歧視。

最近……看到一個雜誌，它是一個健康雜誌，它就是在講說像我們臺灣，將來真的出去有關老人家的問題會滿嚴重的，這個不是說別人的事情，幾乎是跟我們每一個人都有關係的，以後一個年輕的人要養好幾個老人家，現在這個問題滿嚴重的。（受訪者 A02，初中肄業，退

休前為鐵路局員工）

媒體內容隱含的年齡歧視，也間接阻礙了受訪者的近用意願。訪談期間適逢太陽花學運餘波盪漾，不少受訪者提到大眾媒體內容時，不僅認為世代隔閡嚴重，也直指國內媒體未善盡社會責任，只迎合年輕人而忽視老人。新聞報導夾帶的年齡歧視讓許多受訪的偏鄉志工老人不信任與不認同大眾媒體，更遑論有實踐媒體近用的意願。而隨年齡增長，大眾媒體近用意願似乎愈低。

> 歐美的（媒體）就做得很好。其實我覺得像記者、像媒體，他們有他們自己的責任，其實我覺得這些媒體人的責任，可能沒有釐得很清，他們對道德規範的話可能有的時候沒有太嚴謹。……我們這些媒體又很多會迎合年輕人，年輕人喜歡怎樣就一窩蜂過去了，那真正對於比較中年以後的老人，我們就好像覺得被忽視了，其實我們真的被忽視了。（焦點團體 IV，受訪者 B06，大專畢業，退休前為補教業員工）

受訪者 A05（高職畢，仍兼職裱字畫）被問及是否想參加電視叩應節目時說：

> 受訪者 A05：是偶爾會啦，很少很少會想，但是我不會去實際打、實際行動這樣。
> 訪談者：為甚麼不會實際行動？
> 受訪者 A05：我說沒有那個必要。
> 訪談者：是說沒有效果？還是說？
> 受訪者 A05：我想說講了也是白講。
> 訪談者：那曾經有那個念頭是因為？是不是有些話不吐不快？
> 受訪者 A05：有些時候想，會想到想講，但想說講了也是白講的。那是更早了，現在已經，現在沒有這個念頭了。
> 訪談者：更早，那大概是甚麼議題？
> 受訪者 A05：那個時候……是總統大選的時候。

傳播資源有限也反映在大眾媒體內容上。受訪者最常看的是單向傳輸的有線電視頻道，尤其是不諳使用電腦者，但此類媒體針對老人需求所做的節目太少，且多為推銷藥品等廣告化節目。受限於缺乏互動性強的數位媒體，偏鄉老人比都

會老人更仰賴大眾媒體取得資訊。當大眾媒體適合長者的內容嚴重不足，又缺乏 ICT 賦予使用者的主動性時，使得偏鄉老人感受的年齡歧視程度更甚於他人，反過來降低近用這些媒體的意願。

> 我覺得現在的媒體，為了收視，也不會關心老人，所以做一個關心老人的節目也不會有人看，所以這種節目會很少，現在社會看起來也比較不會重視老人。……我是覺得要重視老人需求感受很重要，為什麼老人失智情況這麼多，因為小孩子沒有重視老人，好像被遺棄的感覺，其實是很無奈的感覺。（焦點團體 II，受訪者 A09）

（二）ICT 近用的限制：家庭溝通不足

對受訪者而言，近用電腦、網路與智慧型手機的意義顯然不同於近用大眾媒體。他們視電視、廣播、報紙或雜誌均具公共性，所以習慣接收而非產製訊息；至於 ICT 在其看來則屬於私領域的物品，亦即只能自用或與最親密的配偶共用。

此外，受訪者不論已婚、單身或喪偶均定居在獨棟透天厝，雖名義上多為三代或兩代同堂，但子女與孫子女常不在身邊，凸顯偏鄉特有的家庭人口結構與流動。偏鄉志工老人近用 ICT 若遇到問題，最想求助的對象為子女，但常見情況是子女不在身旁或擔心因此影響到在外地工作的子女。「代間關係」成為阻礙受訪者近用 ICT 的可能原因之一。

> 有時候想要請他們（子女）教我的時候，因為他們在外地，或是有時候想要問的時候，他們正在忙，可是我現在就要學會，我就會說媽媽就是不會，我知道你會，你要教我，不然媽媽為了要看孫子的畫面，我才買的智慧型手機，那也是想多看看孫子。（焦點團體 I，受訪者 A11）

> 我自己不會操作（上網看影片），但是要請小朋友（子女）幫忙，像之前那個蘭陵王就要請小孩子幫忙，不過不常使用，因為小孩子常常不在。（受訪者 B12）

訪談也顯示婚姻與家庭對於偏鄉老人近用 ICT 的影響，特別是老年女性對男性配偶的依賴，這些影響與依賴常帶父權色彩，不利受訪者親身近用 ICT。碩士畢業、退休前為小學老師的受訪者 B01 說：「我收（電郵）的頻率不多，因為我自己不太出去。但都是我先生收，他會給我看，譬如老人哲學、防詐騙的，或健康有關的訊息。」

> 關於文化局（志工訊息）的公告……，像網路比較急的，都是我先生看完，他再跟我說。所以是透過先生，先生上網頻率高很多，他同樣跟我在文化局當志工，所以都是他在看，看了就告訴我這樣。（受訪者 B11，高職畢業，退休前為中學職員）

三、偏鄉志工老人實踐傳播權的機會

（一）媒體近用的機會：社會資本中的信任

受訪者的媒體近用阻礙主要為進階的參與近用，相對地，近用機會則繫於社會資本的「信任」。偏鄉的傳播資源及宣導不足，受訪者家中使用的大眾廣電媒體均為單向傳輸模式，也不知有公用頻道存在，導致受訪者不論願意與否都只能被動接收資訊。此時，對媒體乃至其背後的社團組織之「信任」程度，或許成了決定是否能主動近用媒體的關鍵。公部門組受訪者對近用大眾媒體無特殊好惡，也多自覺無此需求，但他們多半具軍公教的背景，若要近用會優先選信任的媒體，而這樣的「信任」事實上也衍生自軍公教的社會網絡，譬如熱中政治、在某立委服務處擔任志工的受訪者 B03。

> 常常很衝動想叩應，但被我老公拉下來。我曾經也打過「2100 全民開講」，我打了不知道幾次，也叫我朋友打……也會投書報紙雜誌，但被我先生阻止了。……如果要打（電話）到電視臺，我會打到 TVBS。我比較喜歡 TVBS。（受訪者 B03，高中畢業，退休前為學校職員）

其他曾有大眾媒體進階參與近用經驗的受訪者也都來自公部門組，都對政治有濃厚興趣及固定收看特定的有線電視新聞頻道。

對政治感興趣，我有叩應（TVBS 電視臺）過，但是打不進去，我有那個意願，但是我懶得寫了！叫我講，我很願意講，但是叫我寫，我就不會寫。（受訪者 B12）

慈濟組對於近用大眾媒體多所排斥，但若提及近用對象是「大愛臺」或慈濟其他媒體則態度丕變。相較公部門組，慈濟組對自身社團多了高度「認同」，進而對社團媒體產生喜愛與信任，反而有更多機會帶動或促成進階的參與近用。

像我媽媽就是有失智症，她們（慈濟）就是要我們把這個經驗（在媒體上）分享給大家。……因為我媽媽那時候就是這種病剛剛發生，我也是會好像心理上覺得很丟臉，其實那時候那種觀念是錯的，應該那時把那個經驗分享給大家，大家家裡都有年長者，我是覺得這樣比較好。（受訪者 A02）

（二）ICT 近用的機會：社會資本中的社會網絡

如前述，受訪者的媒體近用機會在於社會資本的信任，當信任媒體時，正是近用機會所在。相形下，受訪者的 ICT 近用機會取決於社會資本的社會網絡，這或許可說明為何身處偏鄉的他們沒意願造訪較無淵源的社區數位機會中心，而是優先仰賴家庭、社團的社會網絡。另外，其 ICT 近用行為著重在利用互動性、即時性與非同步性等特色。根據近用者經驗，ICT 常用於和遠距的家人溝通，且 ICT 學習與問題解決（技巧近用）的求助對象以家人（尤其是子女）為優先，次為友人。家庭外的社會網絡則提高受訪者近用 ICT 的機會。

社會資本理論認為，情感型社團的社會網絡產生凝聚力強、同質性高的近親凝聚效應，而工具型社團則有多元異質包容的橋樑效應特色，著重橫向連繫。然而，儘管慈濟組與公部門組均仰賴自身社會網絡來取得 ICT 近用機會，但慈濟組除優先求助社會網絡中的親友外，也會求助志工同儕。公部門組僅侷限親友，較少橫向跨越到同社團的志工同儕，理由是「不想麻煩外人」。多元異質與橫向連繫似無法明顯提升公部門志工的近用機會。

此外，慈濟的社會資本也讓志工有額外學習 ICT 近用的機會。譬如晨間七時的志工早會是由證嚴法師透過企業贊助的電腦視訊雙向連線，對全臺 246 個社

區道場的志工開示，各地志工則透過連線回報現況。但社區負責開機連線的志工多數不擅長電腦，而是透過慈濟的電子郵件與線上教學「硬著頭皮摸索學習」。

> 會覺得（ICT）困難。因為我們有用那麼多，那最基本的我就要會，比如說接收、人家 Line 給我的，我就要會傳回去，還有一些視訊，我不會傳，人家傳過來，我就會看。……因為我目前沒有用到那麼多，所以我就沒有去學，如果有用到的我就會去學。（受訪者 A11）

> 好久以前會（上傳照片至網路），我在慈濟有擔任活動紀錄類的職務，會把活動紀錄傳給師兄姐，那時候有傳，後來覺得壓力很大，所以最近五年內，比較少做了。只有傳給朋友類的，比較簡單的。（受訪者 A14）

另外，慈濟 2010 年起推出「靜思電子書」，其行事曆可隨時發布社區訊息，志工早會的開示內容也於當天快速上傳，電子書的讀誦功能更讓不識字的受訪者也能「閱讀」。儘管許多志工對電腦一竅不通，心生畏懼，但慈濟為了交流分享「讀」書經驗，陸續於各地開辦人文資訊研習營（黃美暖等，2013 年 4 月 25 日）。

> 像我們的電子書，上人用了五年之後才推廣到我們的手上，我們第一次被通知去練習的時候，我就碰到挫折，因為不會就沒轍了，所以就很不喜歡學習，就放棄了。師兄一看到我放棄不想學了，就會鼓勵我，我就說我們兩個一起學……。我覺得這招很管用，所以第一年就是這樣子的陪伴學習。第二年我就無要無緊，覺得一年十二個月，每一個月不會就問，這樣子問下來我就不信我不會使用。所以只要一不會，就找師兄問，甚至上班時間也問，一問他學、我也跟著學，成了彼此的助力。（焦點團體 I，受訪者 A11）

此外，社會網絡所開啟的近用機會，也彌補因家庭溝通不足或欠缺家庭支持而衍生的 ICT 近用限制。

> 受訪者 A03：智慧型手機剛開始使用時，也是有很多師兄、師姐都會了，都會教我們不會的人使用，他們都很認真地教，不像我

們請教自己的孩子，他們都很忙。我們和師兄、師姐請教，他們都會特別賣力地教我們。

受訪者 A13：他們會知道我們的困難點在哪裡，會簡化。（焦點團體 I）

受訪者 A10（初中畢業，退休前為裁縫師傅）是花蓮老人福氣站的慈濟志工，先在慈濟大學推廣教育中心學手語，再對長者進行手語教學，活動其筋骨與強化手眼協調能力。她本來也不諳使用智慧型手機，但為記熟影片中的手語動作，而開始從頭學習智慧型手機的攝錄功能，現已能自製與上傳教學影片。她說：「因為帶手語，我（智慧型手機）裡面有錄人家傳給我的影像檔。譬如說我想要這個首歌，我怕記不住，我會把它的動作錄下來。」而被她傳授手語活動的偏鄉一般老人，也因此「被創造」出一些接觸這些數位裝置的機會。換言之，偏鄉志工老人的社會資本不僅對本身傳播近用帶來益處，也能透過志願服務向外傳遞或延伸到非志工的一般老人身上，無形中也提升了偏鄉一般老人的社會資本。

此外，研究發現，慈濟的社會網絡替志工老人、甚至是教育程度與社經地位較低者創造更多近用 ICT 的機會，達成「用途近用」。相形下，公部門組則似乎較欠缺這類社會資本。

四、小結

分析顯示，偏鄉老人的媒體與 ICT 近用實踐似乎分別置於年齡歧視／傳播資源有限與家庭溝通不足的脈絡下詮釋才有意義。儘管教育程度、社經地位等因素也可能構成傳播實踐的阻礙，但受訪者所建構的傳播近用經驗是優先連結到年齡歧視與家庭溝通不足的概念上。這可能與偏鄉老人較都會老人更仰賴大眾媒體及本地年輕人口外移有關。

首先在媒體近用方面，受訪者看新聞多基於社區或公民意識，尤其關心社區或老人新聞。媒體近用僅達到初級內容近用，離進階的參與近用尚遠。至於 ICT 近用，近用阻礙不在動機與物質近用，而在技巧與用途近用。

第二，受訪者傳播實踐的限制鑲嵌在年齡歧視／傳播資源有限與家庭溝通不足的脈絡下。就大眾媒體近用而言，受訪者對媒體傳遞的老人負面刻板印象非常敏感，由於自覺老人身分在社會中受排斥與孤立，而偏鄉的傳播資源有限導致這些長者們欠缺可資替代的選擇，連帶對近用大眾媒體興趣缺缺。

就 ICT 近用而言，婚姻與家庭因素對於受訪者影響頗大，特別是老年女性

在近用 ICT 上就明顯依賴男性配偶。受訪者若遇到 ICT 近用阻礙時，最想求助的對象是子女，但子女常在外地工作。這也顯示偏鄉的家庭人口結構與流動對受訪者近用 ICT 的影響。

第三，受訪者的傳播實踐雖有先天阻礙，未嘗不能突破，而機會就在社會資本的信任與社會網絡。研究期間花蓮縣有線電視系統仍為類比式單向傳輸，受訪者也無意近用公用頻道或數位機會中心，更欠缺資源創辦社區媒體。此時，受訪者對媒體的信任至為重要，亦即要先信任其欲近用的媒體，才有近用媒體的意願。

至於 ICT 近用機會則在社會網絡，其能解決技巧與用途近用的阻礙，本身就是資源。不過，橋樑效應未出現在公部門組的傳播近用行為，反而是慈濟組在尋找傳播近用的機會時有近親凝聚效應。整體來說，受訪的志工老人本身的教育程度與社經地位（退休前職業）固然影響其近用媒體與 ICT 的「能力」，但為何有些教育程度與社經地位較低之志工老人仍有「意願」嘗試近用傳播科技，在於其既有或累積的社會資本能再生產為適合學習 ICT 技能的文化資本，因為前者讓學習的環境變得更舒適與熟悉。

圖 2 為根據研究發現彙整的花蓮縣志工老人的傳播實踐模式。「年齡歧視／傳播資源有限」為影響其大眾媒體近用意願的脈絡，「家庭溝通不足」則為影響其 ICT 近用決定的脈絡。然而，這些脈絡帶來的限制未嘗不能突破。在比較慈濟組與公部門組對大眾媒體近用的經驗詮釋後發現，兩組皆能透過社會資本中的信任，增加其近用大眾媒體的意願與機會，排除媒體內容年齡歧視與傳播資源有限帶來的近用阻礙。另外，在比較兩組對 ICT 近用的經驗詮釋後發現，雖然慈濟組仍能透過社會資本的社會網絡促成近用 ICT 的決定與機會，排除家庭溝通不足帶來的近用阻礙，但公部門組似乎看不出此成效（空心箭頭）。若欲達成大眾媒體的參與近用，社會資本需強化到使長者信任大眾媒體的程度；若欲達成 ICT 近用，社會資本中的社會網絡需有效提供一個適合技巧近用與用途近用的環境。

伍、結論

本研究旨在關懷偏鄉老人的傳播實踐，而以志工老人為例，試圖回答三項問題：一、偏鄉志工老人的媒體近用與 ICT 近用有何特色？二、他們在看待傳播實踐時，係處於何種脈絡下？三、他們如何突破媒體與 ICT 近用的限制？亦即傳播權實踐的機會何在？這三項提問又分別隱含兩層意義的比較：第一層為偏鄉老人

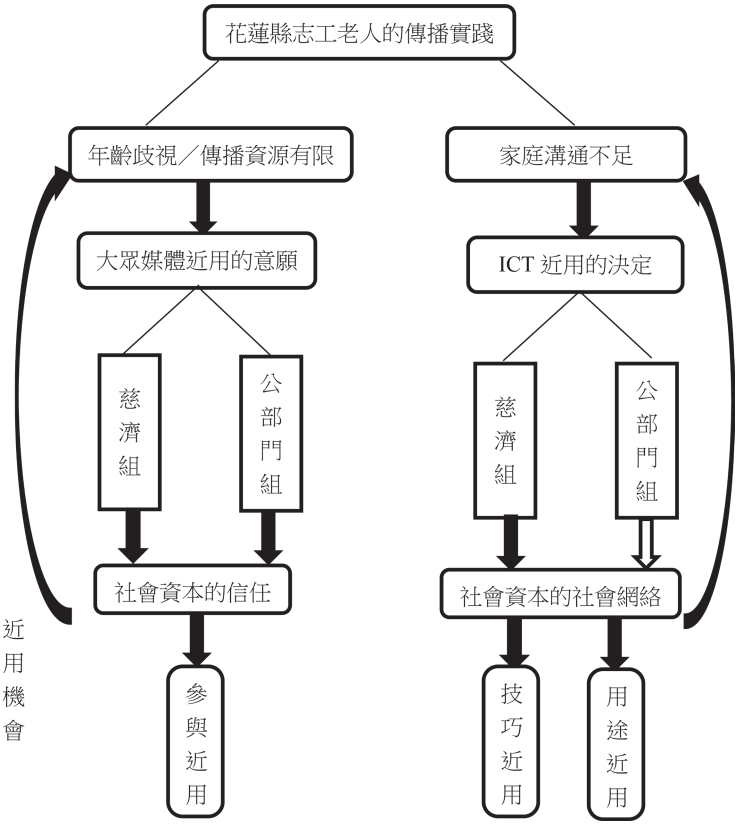

圖 2：花蓮縣志工老人的傳播實踐模式

資料來源：本研究自行整理。

與都會老人的差異；第二層為偏鄉之志工老人與一般（非志工）老人的差異。

首先，偏鄉老人（相對於都會老人）多從未想過自行產製資訊，而是重度依賴接收大眾媒體資訊。另一方面，其又自認對大眾媒體抱持批判態度，而且是以公民身分針砭，這使得他們即便多未達到進階的參與近用，或參與程度有限，但或可勉稱達到初階的內容近用。

至於 ICT，僅少數人透過近用達成賦權，其他人自稱無此需求。然而進一步分析後發現，此看似為長者個人的「理性」選擇，實源自其對 ICT 及其便利性缺乏瞭解或誤解。受訪長者甚至視 ICT 為區隔不同世代的象徵。此外，ICT 裝置如電腦、智慧型手機都比電視、報紙更具私人性，即便也可用來瀏覽新聞或關心公共議題，但他們較少這麼做或視其為 ICT 的主要功能，顯然是用不同思維去看待大眾媒體與 ICT。

其次，本研究發現，「年齡歧視／傳播資源有限」與「家庭溝通不足」分別為偏鄉老人看待傳播實踐的脈絡，而這兩項因素均多少與偏鄉做為一種社會結構及其帶來的限制有關。在偏鄉傳播資源有限的情況下，老人若不諳電腦或 ICT 使用，就只能依賴大眾媒體接收資訊，但受限於大眾媒體內容質量俱差且夾帶年齡歧視，使其無意願近用媒體，或即便一開始有意願，後來也無奈放棄。過去被當成不同研究主題的「媒體近用」與「媒體再現」，其實對偏鄉老人（相對於都會老人）而言也是一體兩面。

至於 ICT 近用亦是處於偏鄉的家庭溝通不足之脈絡下。偏鄉的青壯人口外移嚴重，人口老化較都會地區更顯著。ICT 能用來滿足老人的家庭溝通需求，譬如和外地的家人子女聯繫感情，但家庭人口結構的改變使偏鄉老人（相對於都會老人）更難找到適合的求助對象來代替子女，以排除技巧近用的阻礙。即便是沒有與外地家人溝通需求或自覺無 ICT 需求的偏鄉老人，也可能缺乏用途近用的機會。除代間溝通外，其他在偏鄉中常見的家庭溝通類型也實際影響 ICT 的近用經驗，譬如空巢期老年女性在 ICT 近用上對男性配偶的依賴。

第三，對於偏鄉志工老人（相對於非志工之一般老人）而言，社會資本不只是在公民參與及傳播實踐下自動產生的結果，也有機會是促成未來更多傳播實踐的條件。他們比偏鄉一般老人享有更多社會資本，社會資本也為其創造出更多的傳播近用需求，不論是媒體或 ICT 近用的阻礙均可透過志願服務創造的社會資本來克服。社會資本不但可轉化為傳播實踐的機會，且不同類型（如信任與社會網絡）的社會資本帶來不同的傳播近用機會。而本研究隱含的一個核心關懷是，若連社會資本較充沛的偏鄉志工老人尚且如此，未直接落在本研究座標之內的偏鄉一般老人之處境可想而知。但反過來說，偏鄉一般老人亦可藉由擴大各種社會參與或互動來累積社會資本，進而提升傳播近用的機會。

不過，對整體偏鄉老人而言，媒體與 ICT 近用的傳播實踐機會仍有差別。長者使用 ICT 的腳步雖落後年輕世代，但 ICT 的互動性、即時性與非同步性為大眾媒體望塵莫及，也使得長者現在或未來透過 ICT 近用達成賦權的機會遠高於透過大眾媒體。過去政府著重在如廣設數位機會中心等物質近用上可能未對症下藥。本研究發現，有鑑於偏鄉老人的 ICT 近用限制主要在於技巧近用與用途近用，促進偏鄉老人傳播實踐的解方或許不在政府而在非營利組織身上。臺灣的非營利組織龐大且多元，且服務範圍偏及偏鄉各角落，更常見長青志工服務其他長者的情況。換言之，偏鄉志工老人因志願服務而累積的社會資本不僅對自身的傳播實踐帶來益處，也能透過志願服務延伸到非志工的一般老人身上，間接提升後者的

社會資本，帶來促進後者傳播實踐的機會與想像。本研究聚焦在偏鄉志工老人身上，其意義正在於其或可擔任促進偏鄉更弱勢老人傳播實踐的先鋒或觸媒。在未來老人照顧老人的超高齡社會下，落實「老吾老以及人之老」的理想境界。

過去對社會資本的研究多強調工具型社團的異質化與較弱聯繫易產生多元包容的橋樑效應，進而帶來促進公民參與或推動政策的社會影響力。但在本研究中，滿足成員興趣與情感的情感型社團或許更符合偏鄉老人在傳播實踐的需求。以本研究的慈濟組為例，由於慈濟基金會推動志工服務的社區化多年，使得志工都能就近在社區鄰里中服務，此一地緣關係配合凝聚力強的信仰，不僅帶來社會資本中的信任，願意近用所信任的大眾媒體，也使得社會資本中的社會網絡特別有助於志工老人決定近用 ICT，至少相較於公部門志工而言是如此。

本研究以偏鄉的志工老人為關鍵個案，雖點出其在傳播近用實踐上的結構性限制，以及社會資本可用來轉化為傳播近用的機會，但未直接觸及更弱勢的偏鄉老人，此為本研究限制所在。建議未來研究者可再延續探究「可由誰來強化偏鄉弱勢老人的社會資本」、「如何強化偏鄉弱勢老人的社會資本」，以及「是否能消弭年齡歧視與家庭溝通不足」等問題，思考如何透過扭轉社會結構或脈絡來造福所有的偏鄉長者。

參考書目

王文科、王智弘譯（1999）。《焦點團體訪談：教育與心理學適用》。臺北，臺灣：五南。（原書 Vaughn, S., Schumm, J. S., & Signagub, J. [1996]. *Focus group interviews in education and psychology*. Thousand Oaks, CA: Sage.）

內政部統計處（2016 年 7 月 23 日）。〈105 年第 30 週內政統計通報（105 年 6 月底人口結構分析）〉。取自 http://www.moi.gov.tw/stat/news_content.aspx?sn=10820

行政院（2013 年 4 月）。〈偏鄉數位關懷推動計畫（101 年 ~ 104 年）〉。取自 www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/26/704681/14e83fdc-bb52-4e4e-9428-ac222ca6c817.pdf

李世代（2011）。〈「質性研究」對老年學領域格外重要〉，《臺灣老年學論壇》，12。取自 http://www.iog.ncku.edu.tw/files/archive/365_4d87c592.pdf

李孟壕、曾淑芬（2005）。〈數位落差再定義與衡量指標之研究〉，《資訊社會研究》，9：89-124。doi:10.29843/JCCIS.200507.0002

李政賢譯（2009）。《訪談研究法》。臺北，臺灣：五南。（原書 Seidman, I. [2006]. *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. New York, NY: Teachers College Press.）

吳美慧、吳春勇、吳信賢（1995）。《義工制度的理論與實施》。臺北，臺灣：心理。

吳翠珍、陳世敏（2007）。《媒體素養教育》。臺北，臺灣：巨流。

林宇玲（2010）。〈國小學童的新聞實踐與公民參與——以臺北縣某國小的電腦新聞營為例〉，《新聞學研究》，103：133-173。

林南（2007）。〈社會資本理論與研究簡介〉，《社會科學論叢》，1：1-32。

林福岳（2012）。〈主體性的呈現，傳播權的實踐——臺灣原住民族自主傳播的發展歷程〉，《臺灣原住民研究論叢》，11：1-24。doi:10.29763/TISR.201206.0001

林豐政、李芊芊（2015）。〈數位落差、數位機會與數位包容之關聯性研究〉，《圖書資訊學研究》，9（2）：1-38。

胡元輝（2014）。〈更審議的公民，更開放的公共——公共新聞與公民新聞相互關係的思考〉，《新聞學研究》，119：81-120。

胡元輝編（2010）。《全球崛起的公民媒體：新聞革命進行式》。臺北，臺灣：先驅媒體社會。

洪貞玲（2006）。〈當偏鄉社區遇見科技資源：以社會資本檢視九二一重建區數位機會中心的運作〉，《新聞學研究》，95：145-182。

孫曼蘋（2011）。〈在地發聲、媒介素養與社區行動——彰化縣員林鎮《員林鄉親報》之個案研究〉，《新聞學研究》，108：59-102。

_____（2009）。〈公民新聞 2.0：臺灣公民新聞與「新農業文化再造」形塑之初探〉，《傳播與社會學刊》，9：153-180。

陳世敏（1992）。〈新聞自由與接近使用媒介權〉，翁秀琪、蔡明誠（編），《大眾傳播法手冊》，頁 219-248。臺北，臺灣：國立政治大學新聞研究所。

_____（1989）。〈讀者投書：「接近使用權」的實踐〉，《新聞學研究》，41：25-46。

陳百齡（1997）。〈網際網路的「接近使用」問題〉，《圖書與資訊學刊》，2：1-12。

陳炳宏（2012）。〈由有線電視公用頻道檢視電視使用權的在地實踐：50 年來臺灣媒體近用權的反思〉，《中華傳播學刊》，22：99-130。doi:10.6837/NCNU.2013.00249

陳祖裕（2009）。〈研究倫理審查的一些常見爭議〉，《應用倫理評論》，46：155-164。

陳春富（2012）。〈國際移工／民傳播權的在地思考〉，《傳播研究與實踐》，2（1）：55-84。doi:10.6837/NCNU.2011.00094

陳春富、殷美香（2015）。〈「跨國移住者」媒體再現研究：以臺灣主流報紙之新聞報導為觀察〉，《新聞學研究》，125：49-93。

陳憶寧（2013）。〈告知與動員：新聞媒體使用、政治知識與政治參與的關係〉，張茂桂、羅文輝、徐火炎（編）《臺灣的社會變遷 1985-2005：傳播與政治行為》，頁 35-63。臺北，臺灣：中央研究院社會學研究所。

陳憶寧、羅文輝（2006）。〈媒介使用與政治資本〉，《新聞學研究》，88：83-134。

陳麗光、鄭鈺靜、周昀臻、林沛瑾、陳麗幸、陳洳軒（2011）。〈成功老化的多元樣貌〉，《臺灣老年學論壇》，9。取自 http://www.iog.ncku.edu.tw/files/archive/268_4427cc40.pdf

教育部（n.d.）。〈偏鄉數位應用推動計畫〉。取自 http://140.111.56.35/getdoc1list.aspx?prog_id=1012000&ProgId=1012000&county_id=CN26

國家發展委員會（2016 年 9 月）。〈105 年個人家戶數位機會調查〉。取自 http://www.ndc.gov.tw/cp.aspx?n=55C8164714DFD9E9

國家發展委員會（2016 年 8 月 22 日）。〈國家發展委員會於今（22）日第 30 次委員會議中提報「中華民國人口推估（105 至 150 年）」，做為日後政府擬定人口、人才等相關政策的參考依據〉。取自 http://www.ndc.gov.tw/News_Content.aspx?n=114AAE178CD95D4C&sms=DF717169EA26F1A3&s=EBA2EB94A133AE1E

康健雜誌（2014 年 8 月 1 日）。〈2014 健康城市大調查：青春不老城　臺北、嘉義、新竹〉。取自 http://www.commonhealth.com.tw/article/article.action?nid=68593&fullpage=true

張錦華（1998）。〈多元文化主義與原住民傳播權益——以澳洲的原住民媒體政策為例〉，《臺大新聞論壇》，5：37-60。

張讚國（2013）。《匆促的記者：公民新聞、媒體與社會》。香港，中國：香港城市大學。

傅仰止（2005）。〈社會資本的概念化與運作：論家人重疊網絡中的「時間投資」機制〉，《臺灣社會學》，9：165-203。doi:10.6346/NPUST.2013.00037

馮建三（2002）。〈人權、傳播權與新聞自由〉，《國家政策季刊》，1（2）：117-142。doi:10.6407/NPQ.200212.0117

童俊傑（2012）。《偏鄉數位包容政策的在地實踐與反思：以花蓮縣秀林鄉西寶數位機會中心為例》。國立東華大學民族發展與社會工作學系碩士論文。

黃美暖、林淑緞、歐如意、劉淑貞、楊佳玲、吳麗卿、楊筑雅（2013 年 4 月 25 日）。〈靜思電子書傳法 行動藏經閣隨身〉，《慈濟月刊》，557。取自 http://web.tzuchiculture.org.tw/?mp=3124

黃葳威（1997）。〈原住民傳播權益與電視新聞節目：一個回饋的觀點〉，《新聞學研究》，55：76-102。

管中祥（2008）。〈公共電視的新媒體服務：PeoPo 公民新聞的傳播權實踐〉，《廣播與電視》，29：85-112。

廖雅琴（2008）。《數位機會中心讓偏鄉發展了嗎？——以南投清流部落為例》。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。

熊瑞梅、張峰彬、林亞鋒（2010）。〈解嚴後民眾社團參與的變遷：時期與世代的效應與意涵〉，《臺灣社會學刊》，44：55-105。doi:10.6786/TJS.201006.0055

蔡承家、阮惠玉、陳依卿、劉秀華（2010）。〈社區老人的志願服務〉，中華民國社區教育學會、國立臺灣師範大學社會教育學系（編），《高齡志工與社區學習》，頁 101-120。臺北，臺灣：師大書苑。

蔡琰、臧國仁（2012）。《老人傳播：理論、研究與教學實例》。臺北，臺灣：五南。

_____（2008）。〈老人接收新聞訊息之情感與記憶〉，《中華傳播學刊》，13：3-35。doi:10.6837/NCNU.2011.00065

蔡鶯鶯（2010）。〈921 地震災後的社區報紙與培力〉，《新聞學研究》，102：177-227。

謝明海（2014 年 5 月 19 日）。〈Peopo 後臺數據資料所顯示的意義（一）〉，《Peopo 公民新聞》。取自 https://www.peopo.org/news/242847

Arnold, L. B. (2008). *Family communication: Theory and research*. Boston, MA: Pearson Education.

Baldwin-Philippi, J. (2015). *Using technology, building democracy: Digital campaigning and the construction of citizenship*. New York, NY: Oxford University Press. doi:10.1093/acprof:oso/9780190231910.001.0001

Barker-Plummer, B. (2002). Producing public voice: Resource mobilization and media access in the national organization for women. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *79*, 188-205. doi:10.1177/107769900207900113

Barron, J. A. (2003). Rights of access and reply to the media in the United State today. *Communications and the Law*, *25*(1), 1-13.

Bourdieu, P. (2005). *The social structures of the economy* (C. Turner, Trans.). Cambridge, UK: Polity. (Original work published 2000)

-- (1993). *Sociology in question* (R. Nice, Trans.). London, UK: Sage. (Original work published 1980)

-- (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NY: Greenwood.

Braithwaite, V. (2002). Reducing ageism. In T. D. Nelson (Ed.), *Ageism: Stereotyping and prejudice against older persons* (pp. 311-337). Cambridge, MA: MIT Press.

Chang, W. Y. (2009). OhmyNews: Citizen journalism in South Korea. In S. Allan & E. Thorsen (Eds.), *Citizen journalism: Global perspectives* (pp. 143-152). New York, NY: Peter Lang.

Charness, N. (2001). Aging and communication: Human factors. In N. Charness, D. C. Parks, & B. A. Sabel (Eds.), *Communication, technology and aging: Opportunities and challenges for the future* (pp. 3-29). New York, NY: Springer.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, *94*(Suppl.), S95-S120. doi:10.1086/228943

Cresci, M. K., Yarandi, H. N., & Morrell, R. W. (2010). The digital divide and urban older adults. *Computers, Informatics, Nursing*, *28*, 88-94. doi:10.1097/NCN.0b013e3181cd8184

Dahlgren, P. (1991). Introduction. In P. Dahlgren & C. Sparks (Eds.), *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere* (pp. 1-24). London, UK: Routledge.

de Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. (2006). News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta Politica*, *41*, 317-341. doi:10.1057/palgrave.ap.5500164

Dennis, E. E., & Snyder, R. W. (Eds.). (1998). *Media and democracy*. New Brunswick, NJ: Transaction.

Field, J. (2003). *Social capital*. London, UK: Routledge.

Foucault, M. (2002). *Archaeology of knowledge* (A. M. S. Smith, Trans.). London, UK: Routledge. (Original work published 1969)

Gatto, S. L., & Tak, S. H. (2008). Computer, internet, and e-mail use among older adults: Benefits and barriers. *Educational Gerontology*, *34*, 800-811. doi:10.1080/03601270802243697

Harwood, J. (2007). *Understanding communication and aging: Developing knowledge and awareness*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hilt, M. L., & Lipschultz, J. H. (2004). Elderly Americans and the internet: E-mail, TV news, information and entertainment websites. *Educational Gerontology*, *30*, 57-72. doi:10.1080/03601270490249166

Hummert, M. L. (2010). Age group identity, age stereotype, and communication in a life span context. In H. Giles, S. Reid, & J. Harwood (Eds.), *The dynamics of intergroup communication* (pp. 41-63). New York, NY: Peter Lang.

Hummert, M. L., Garstka, T. A., Shaner, J. L., & Strahm, S. (1994). Stereotypes of the elderly held by young, middle-aged and elderly adults. *Journal of Gerontology*, *49*, 240-249. doi:10.1093/geronj/49.5.P240

Jakubowicz, K. (1991). Musical chairs? The three public spheres in Poland. In P. Dahlgren & C, Sparks. (Eds.), *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere* (pp. 155-175). London, UK: Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.

Karavidas, M., Lim, N. K., & Katsikas, S. L. (2005). The effects of computers on older adult users. *Computers in Human Behavior*, *21*, 697-711. doi:10.1016/j.chb.2004.03.012

Kim, S. (2007). Media use, social capital and civic participation in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *84*, 477-494. doi:10.1177/107769900708400305

Krueger, R. A. (1998). *Analyzing & reporting focus group results*. Thousand Oaks, CA:

Sage. doi:10.4135/9781483328157

Kvale, S. (1996). *InterViews: An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Lederman, L. C. (1990). Assessing educational effectiveness: The focus group interview as a technique for data collection. *Communication Education*, *39*, 117-127. doi:10.1080/03634529009378794

Lee, T.-T. (2005). Media effects on political disengagement revisited: A multiple-media approach. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *82*, 416-433. doi:10.1177/107769900508200211

McLeod, J. M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, W. P., Jr., Bayer, J., Yang, S., & Wang, H. (1996). Community integration, local media use, and democratic processes. *Communication Research*, *23*, 179-209. doi:10.1177/009365096023002002

McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, *27*, 415-444. doi:10.1146/annurev.soc.27.1.415

Mishler, E. G. (1986). *Research interviewing: Context and narrative*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Newton, K. (1999). Mass media effects: Mobilization or media malaise? *British Journal of Political Science*, *29*, 577-599. doi:10.1017/S0007123499000289

Palmore, E. B. (1999). *Ageism: Negative and positive*. New York, NY: Springer.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousands Oak, CA: Sage.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.

Real, M. R., Anderson, H. L., & Harrington, M. H. (1980). Television access for older adults. *Journal of Communication*, *30*, 81-88. doi:10.1111/j.1460-2466.1980.tb01772.x

Robinson, J. D., Skill, T., & Turner, J. W. (2004). Media usage patterns and portrayals of seniors. In J. F. Nussbaum & J. Coupland (Eds.), *Handbook of communication and aging research* (2nd ed., pp. 423-450). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Rowe, J. W., & Kahn, R. L. (1998). *Successful aging*. New York, NY: Pantheon.

Scheufele, D. A. (2002). Examining differential gains from mass media and their implications for participatory behavior. *Communication Research*, *29*, 46-65. doi:10.1177/0093650202029001003

Shadden, B. (1997). Language and communication changes with aging. In B. Shadden & M. A. Toner (Eds.), *Aging and Communication* (pp. 135-170). Austin, TX: Pro-Ed.

Stephanidis, C., & Emiliani, P. L. (1999). "Connecting" to the information: A European perspective. *Technology and Disability*, *10*, 21-44.

Taha, J., Sharit, J., & Czaja, S. (2009). Use of and satisfaction with sources of health information among older Internet users and nonusers. *The Gerontologist*, *49*, 663-673. doi:10.1093/geront/gnp058

Uslaner, E. M. (2008). Trust as a moral value. In D. Castiglione, J. W. van Deth, & G. Wolleb (Eds.), *The handbook of social capital* (pp. 101-121). New York, NY: Oxford University Press.

van Cuilenburg, J. (1999). On competition, access and diversity in media, old and new: Some remarks for communications policy in the information age. *New Media & Society*, *1*, 183-207. doi:10.1177/14614449922225555

van Dijk, J. (2006). *The network society: Social aspects of new media* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The Information Society*, *19*, 315-326. doi:10.1080/01972240309487

Vangelisti, A. L. (2013). Preface & Introduction. In A. L. Vangelisti (Ed.), *The Routledge handbook of family communication* (pp. ix, 1-8). New York, NY: Routledge.

Whitbourne, S. K. (2005). Successful aging: Introductory perspectives. *Research in Human Development*, *2*, 99-102. doi:10.1207/s15427617rhd0203_1

Xie, B. (2009). Older adults' health information wants in the Internet age: Implications for patient-provider relationships. *Journal of Health Communication*, *14*, 510-524. doi:10.1080/10810730903089614

Xie, B., Watkins, I., Golbeck, J., & Huang, M. (2012). Understanding and changing older adults' perceptions and learning of social media. *Educational Gerontology*, *38*, 282-296. doi:10.1080/03601277.2010.544580

Young, I. (1990). *Justice and the politics of difference*. Princeton, NJ: Princeton University of Press.

附錄：簡要版深訪題綱

一、自我介紹，並描述家庭成員與居住環境。

公共參與

二、簡述擔任志工的概況，包括頻率、團體屬性、工作內容、工作地點。

三、是否還參加過其他社區活動、選舉造勢或其他類型的公開活動（譬如遊行示威）？

四、參加這些活動對您有什麼特殊意義嗎？

五、關於這些活動的訊息，是從什麼「地方或管道」得知？

媒體內容

六、最常接觸的媒體是什麼？最相信哪一種媒體（電視、電臺、報紙、雜誌、網際網路或其他）？為什麼？

七、哪些媒體內容特別引起您的注意或興趣？哪些內容引起反感？為什麼？

八、最近看過什麼新聞或節目，讓您印象深刻？

九、最欣賞或喜歡哪一位公眾人物？為什麼

媒體近用與 ICT 近用

十、花蓮在地的媒體或本地居民常使用的媒體有哪些？具有什麼特色？

十一、平常使用媒體的動機或目的是什麼？

十二、平常有無上網？透過什麼裝置上網？是否有上傳圖片、文字或影片至網路的經驗？請說明這方面的經驗。

十三、有沒有使用過智慧型手機或平板電腦？若有，覺得好用嗎？

十四、如果在上網或使用電腦時遇到問題，會最先向誰求助？為什麼？

十五、您是否曾（想）打電話叩應至電視臺、廣播電臺，或投稿給報紙、雜誌，或曾（想）在網際網路上留言與他人互動？若有，請敘述這方面的經驗及有何感覺？若無，哪些因素構成阻礙？

十六、如果有人願意幫您或教您，您想不想試試看叩應至電視臺、廣播電臺，或投稿給報紙、雜誌，或在網際網路上留言與他人互動？不論想或不想，都請說明原因。

Journal of Communication Research and Practice, 8(2), pp. 281-315, July 2018

From Media Access to ICT Access: Communicational Practices of Senior Volunteers in Remote Areas in Taiwan

Lo, Yen-Chieh*

Assistant Professor, Department of Journalism, Chinese Culture University

Abstract

The importance of access to the mass media and ICT cannot be overstated. However, the communication rights of older people living in remote areas have often been ignored, despite their importance in an aged society. Previous studies have rarely analyzed media access from the perspectives of seniors. The issue of ICT access has been interpreted at best from the perspective of the digital divide, despite the importance of the perspectives of older people. Using qualitative in-depth interviews and focus groups, this study investigates older volunteers in Hualien, analyzing the impediments and opportunities they face in relation to access. The author finds that participants highlighted the two aspects of ageism and incomplete family communication, and moreover that social capital is central in empowering older people and providing them access opportunities. The author suggests that if the government aims to facilitate access to communication technologies for older adults, this goal could be realized faster by eradicating ageism in media content and strengthening the social capital of seniors.

Keywords: older people, communication rights, media access, ageism, social capital

* Email: inging@ms15.hinet.net
Received: 2017.1.5
Accepted: 2017.4.28

JCRP 世新大學新聞傳播學院 舍我紀念館 Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism airiti Press

徵稿啟事

《傳播研究與實踐》在 2011 年 1 月出版創刊號，由世新大學新聞傳播學院出版，是傳播研究社群與實務工作社群的共同園地；凡是符合本刊定位與特色的研究性論述，均歡迎投稿。每期並針對新聞傳播之關鍵議題，規劃專題，促進學術討論與交流。本刊將對下列議題規劃專題論文，歡迎各界人士賜稿：

第十七期專題（2019 年 1 月）：媒體轉型與傳播研究

壹、定位與特色

《傳播研究與實踐》主要在提倡世新大學創校以來「學」與「術」並重，以及二者相互引領的對話精神。本刊之特色與使命如下：

一、提供華人傳播研究社群與實務工作社群對話平臺；

二、鼓勵傳播學術研究社群與實務工作社群之整合性、實證性、反思性、前瞻性之研究論述；

三、促進傳播學門內部不同系所以及與其他學門的知識匯流。

貳、本刊內容

一、研究論文：歡迎任何具原創性研究成果之完整論文（文長 12,000 字至 20,000 字）投稿，來稿書寫方式必須符合學術論述格式；符合本刊定位與特色之研究成果將優先刊登。

二、專題論文／論壇：透過邀稿方式，每期針對學術研究社群與實務工作社群共同關切之議題，邀請學者專家從不同觀點撰文，進行理性的、多元的以及民主的觀念交流。除邀稿外，專題論文亦歡迎各界投稿。 專題論文自三卷二期起，均依研究論文方式送雙匿名審查。

三、特邀論文：不定期邀請學者專家針對各期專題之主題或針對學術研究社群與實務工作社群共同關切之議題撰文。

四、研究紀要：研究論文通過審查，雖未達一般論文要求，但研究議題重要，研究成果具初步參考價值者，以研究紀要刊出。

五、典籍再現：透過邀稿方式，每期選擇對傳播研究社群或實務工作社群具備重大影響的經典著作，進行跨時空的詮釋和省思（文長 2,500 字至 5,000 字）。

六、口述歷史專題：不定期刊出由世新大學舍我紀念館研究人員規劃之口述歷史專題。

七、田野筆記：反思與實踐：針對當期專題論文／論壇題旨，邀請專家學者針對其個人田野經驗，分享反思與實踐之心路歷程。

參、審查制度

一、研究論文將送請 2 至 3 名學者專家進行匿名審查，匿名審查評審人選由本刊編輯委員會推薦。

二、本刊主編考量期刊定位和特色，對於通過匿名審查的來稿內容有建議修改權。

三、審查結果分為以下四種情況：

（一）刊登；

（二）修改後刊登；

（三）修改後再審；

（四）退稿。

四、研究論文審查（包括編輯委員會內部審查、評審審查、主編審查、作者修改）約花費 3 至 6 個月。當兩名匿名審查者意見不同時，在以下兩種情況中，將送交第三位匿名審查員評審，再由編輯委員會決議是否刊登：

（一）刊登 vs. 退稿；

（二）修改後刊登 vs. 退稿。

肆、來稿須知

一、來稿格式請參考本刊網頁之最新論文體例。未提及之處，請自行參考《美國心理學會出版手冊》（*Publication Manual of the American Psychological Association*）第六版撰寫體例。

二、來稿採隨到隨審方式，無截稿日期；請勿一稿多投。稿件請儲存成「.doc」文件檔，並以「稿件名稱」作為文件檔名，透過本刊線上投稿系統上傳；上傳方式請參考首頁上的「使用說明」。若有疑問，歡迎寫信至本刊詢問，電子郵件：crpjour@gmail.com。

三、本刊只刊登原創性論文，凡已於國內外之刊物發表之論文，無論語文異同，請勿投寄；於國內外研討會發表之論文，請於會議結束並正式宣讀或發表後，再行投稿；同一稿件，請勿同時投遞多份刊物。一經發現，本刊即予撤稿。

四、「典籍再現」、「口述歷史專題」、「田野筆記：反思與實踐」文稿將由主編審查，再由編輯委員會通過後即可刊登。

五、「研究論文」來稿刊出，贈送當期期刊 1 本以及抽印本，不另致贈酬款。「專題論文／論壇」、「典籍再現」來稿刊出，則致贈當期期刊 1 本。

伍、論文體例

請參閱本刊線上投稿系統：http://aspers.airiti.com/CRP

傳播研究與實踐

Journal of Communication Research and Practice

第8卷 第2期 2018年7月 Volume 8 Number 2 July 2018　　科技部TSSCI 期刊

出版者 | 世新大學新聞傳播學院 & 世新大學舍我紀念館
Airiti Press Inc.
Publisher | College of Journalism & Communication, Shih Hsin University
Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism
Airiti Press Inc.

期刊地址 | 116臺北市文山區木柵路一段17巷1號
Add | No. 1, Lane 17, Sec. 1, Mu-Cha Rd., Taipei 116, Taiwan

電話 Tel | +886-2-22368225 ext. 3103
傳真 Fax | +886-2-22367150
電子信箱 E-mail | crpjour@gmail.com

華藝地址 | 234新北市永和區成功路一段80號18樓
Add | 18F., No. 80, Sec. 1, Chenggong Rd., Yonghe Dist., New Taipei City 234, Taiwan
電話 Tel | +886-2-29266006
傳真 Fax | +886-2-29235151
電子信箱 E-mail | press@airiti.com

國際標準期刊號 ISSN | 2221-1411
ASPERS | http://aspers.airiti.com/CRP
Airiti Library | 電子期刊全文請上華藝線上圖書館，網址為http://www.airitilibrary.com/

Copyright © 2018 by College of Journalism & Communication, Shih Hsin University, Cheng She-Wo Institute for Chinese Journalism, & Airiti Press All rights reserved.

airiti Press

訂閱單

傳播研究與實踐

發行公司：華藝數位股份有限公司
聯絡電話：+886-2-29266006 轉 8950
傳真專線：+886-2-29235151
郵寄地址：23452 新北市永和區成功路一段 80 號 18 樓
服務信箱：press@airiti.com
Airiti Press 網站：http://www.airitipress.com/

個人訂閱價			圖書館／機關團體訂閱價		
	一期	一年		一期	一年
新台幣	$ 350	$ 600	新台幣	$ 700	$ 1400
歐洲	€ 31	€ 58	歐洲	€ 48	€ 96
美洲	US$ 36	US$ 66	美洲	US$ 56	US$ 112
亞太	US$ 33	US$ 60	亞太	US$ 53	US$ 106

訂閱	**卷**	**期**	**至**	**卷**	**期**		**數量**		**金額**	
台灣郵寄處理費	印刷品一本平信 40 元，印刷品一本掛號 60 元。						**數量**		**金額**	
* 以上價格含稅							**總金額**			

注意事項

- 期刊將在付款後兩個營業天內寄出。
- 價格及建議出版日恕不另行通知可能變更。
- 機構團體是指圖書館、政府機構、公司使用者及公司以個人名義訂購。
- 個人訂戶是指單一個人使用而非以營利為目的者。
- 對於有意或無意扭曲「個人訂戶」一詞者，Airiti Press 保留法律追訴權，並得求償損失。

訂閱者資料

個人姓名	
機關名稱	
發票抬頭及統一編號	
聯絡電話	傳真號碼
電子信箱	
收件地址	

付款方式：銀行匯款

帳戶資訊	戶名	華藝數位股份有限公司
	銀行	玉山商業銀行 – 埔墘分行
	代碼	總行代碼：808；分行代碼：0174
	帳號	017 444 001 9696

付款後請傳真或回函本訂閱單，即完成訂閱。

airiti Press Subscription Form

Journal of Communication Research and Practice

You may subscribe to the journals by completing this form and sending it by fax or e-mail to

Address: 18F., No. 80, Sec. 1, Chenggong Rd., Yonghe Dist., New Taipei City 23452, Taiwan (R.O.C.)
Tel: +886-2-29266006 ext. 8950 E-mail: press@airiti.com
Fax: +886-2-29235151 Website: http://www.airitipress.com

PERSONAL			LIBRARIES / INSTITUTIONS		
	1 Issue	1 Year		1 Issue	1 Year
Europe	€ 31	€ 58	Europe	€ 48	€ 96
US/CA	US$ 36	US$ 66	US/CA	US$ 56	US$ 112
Asia/Pacific	US$ 33	US$ 66	Asia/Pacific	US$ 53	US$ 106

Vol.		No.	–	Vo.		No.			Copies		Price US$	
* Postage is not included in the price.											TOTAL US$	

PLEASE NOTE

- Issues will be sent in two business days after receiving your payment.
- Please note that all orders must be confirmed by fax or email.
- Prices and proposed publication dates are subject to change without notice.
- Institutions include libraries, government offices, businesses, and for individuals where the company pays for the subscription.
- Personal rates are available only to single-user personal subscribers for personal and non-commercial purposes.
- Airiti Press reserves its right to take appropriate action to recover any losses arising fromany intended or unintended misrepresentation of the term "Personal Subscriber."

BILLING INFORMATION

Name	
Company	
TEL	FAX
E-mail	
Shipping Address	

INTERNATIONAL PAYMENTS VIA DIRECT BANK TRANSFER

Beneficiary	AIRITI INC.
Address	18F., No. 80, Sec. 1, Chenggong Rd., Yonghe Dist., New Taipei City, 23452, Taiwan (R.O.C.)
Bank Name	E.Sun Commercial Bank, Ltd.Puchien Branch
Account No.	017 444 100 6149
Swift Code	ESUNTWTP
Bank Address	No.188, Sec. 2, Sanmin Rd., Banqiao Dist., New Taipei City, 220, Taiwan