

霸權與抵抗



媒介帝國主義的擴張？

政治大學新聞系馮建三教授◎序

全球媒體時代

霸權與抵抗



全球媒體集團如何支配了
我們對世界的想像？
多元化的在地媒體又如何反制
媒介帝國主義的擴張？

Peter Steven◎著

孫憶南◎譯

政治大學新聞系馮建三教授◎序

國家圖書館出版品預行編目

全球媒體時代：霸權與抵抗／Peter Steven 著；

孫憶南譯。-- 一版。-- 臺北市：書林，2006 [民 95]

（新國際人；11）

譯自：The No-Nonsense Guide to Global Media

ISBN 957-445-149-6（平裝）

1. 大眾傳播 2. 媒體政治學

541.83

95011280

新國際人 ⑪

全球媒體時代：霸權與抵抗

The No-Nonsense Guide to **Global Media**

- | | |
|---------|---|
| 著 者 | Peter Steven |
| 譯 者 | 孫憶南 |
| 總 編 輯 | 丁連財 |
| 執行編輯 | 陳衍秀 |
| 譯文審校 | 丁連財・陳衍秀 |
| 封面設計 | 王亮尹 |
| 內文排版 | 謝宜欣 |
| 出 版 者 | 書林出版有限公司 |
| 地 址 | 100 台北市羅斯福路四段 60 號三樓 |
| 電 話 | 02-23684938・02-23687226 |
| 傳 真 | 02-66329771・02-23636630 |
| 發 行 人 | 蘇正隆 |
| 出版經理 | 蘇恆隆 |
| 經銷事業 | 02-23684938 # 118・129 傳真 02-6632-9770 |
| 學校業務 | 02-23687226・04-23763799・07-2290300 |
| 郵 撥 | 15743873・書林出版有限公司 |
| 網 址 | http://www.bookman.com.tw |
| 印 刷 | 優文印刷股份有限公司 |
| 經銷代理 | 紅螞蟻圖書有限公司 |
| | 台北市內湖區舊宗路二段 121 巷 28 號四樓 |
| | 電話 02-2795-3656 (代表號) 傳真 02-2795-4100 |
| 登 記 證 | 局版臺業字第一八三一號 |
| 出版日期 | 2006 年 8 月一版 |
| 定 價 | 230 元 |
| I S B N | 957-445-149-6 |

欲利用本書全部或部份內容者，須徵得書林出版有限公司同意或書面授權。

© New Internationalist Publications Ltd., 2003

This translation from English of *The No-Nonsense Guide to Global Media* first published in 2003 by arrangement with New Internationalist Publications Ltd., Oxford, UK.

全球媒體時代

霸權與抵抗

Global Media

邁向文化多樣與創意公有

2003年9月底，傑克·華倫提（Jack Valenti）宣布，美國電影公會（Motion Picture Association of America，MPAA；其實是好萊塢主要電影公司組成的一個對外代表該工業的機構，不是所有美國廠商的聯合組織），將不再分送影片給6000至7000位會員與影評人。他們若要預覽參加競賽（如奧斯卡獎）的電影，必須在指定時刻，親自到紐約、洛杉磯兩大城市的指定戲院。華倫提還要求其他製片商也比照辦理。

新聞傳出，群情譁然。各中小型片商眼見好萊塢得寸進尺，更加囂張地依照自己的形象，打造所有人的電影行銷手法，怒不可遏，準備一狀告進法院。至2004年初，華倫提眼見情勢不妙，可能遭反托拉斯法之訟，於是鳴金收兵。到了8月，華倫提「順水推舟」，終於以84歲高齡退休，一償宿願。

擔任MPAA會長近40年來，這是華氏最大的挫敗。這件事情當然不能動搖好萊塢的根本，但眼見囂張的好萊塢，氣焰不得不收斂，大抵還是能夠讓人稍稍出口小氣。

雖然無法大快人心，但更進一步，若能閱讀這本譯筆流暢的小書，讀者說不定會靜極思動；假使早就有了行動的經驗，日後行動會更有方向，不致紊亂。

本書雖然篇幅有限，作者卻能深入淺出，有歷史縱深，又饒富當代情境，扎實立論，很不簡單，成績不惡。特別是作者提醒讀者，「別無選擇」(There Is No Alternative, TINA)的說法並不是那麼正確。四海都有努力的人，追求出路，小有表現，在此略作補充。

傳播科技日益發達。側身其間，人們的感知結構既充滿了全球化的符號影音，也浸淫於本地的日常生活，二者交織。

國際傳播賴以運作的架構，主要是在以美國為首的私人資本利益驅動之下，形塑完成。但地球是圓的、在變動的，美國傳媒固然領先全球，但隨其經濟力相對式微（1981年起，美國貿易從盈餘轉為赤字，1998年是1680億，至2005年已達6000多億美元），它也遭遇了更多的挑戰，可從兩大層面觀察。

第一，來自其他國家的政治考量或資本動力。第二，聯合國教科文組織（UNESCO）等機構的公共服務及合作的精神與實踐。或多或少，這些實例已經從不同層面，對美國傳媒的利益與觀點有所調整，或說展開了瓜分行動。

第一個層面，可以分為兩種狀況。其一，美國以外的傳媒產品進入美國，特別是隨著衛星傳輸費用陡降，讓進入衛星電視行業的門檻，降低不少。於是，移民美國的人，包括台灣人，往往得到機會，得以透過衛星電視，接觸母國或母語的影視節目。其中，墨西哥與中國分別代表了兩種模式。

居住在美國的中南美洲移民後裔，高達4000多萬，約佔美國總人口的14%。墨西哥電視業者如 *Grupo Televisa*，也就有了

商業動機，藉由衛星對這些西語人口傳輸影視節目，大舉獲利。美國境內最受歡迎的西語電視公司 *Univision*，2005年的股市值達120億美元。至於中國，則是在經濟崛起後，由政治力推動，希望在以美國為首的國際社會取得更多發言的機會。2002年起，北京方面允許美商「時代—華納」與「新聞集團」頻道在廣東落地；接著透過前兩家公司的安排，使中國大陸央視頻道得以進入美國部份有線電視系統。

其二，在政府資助下，許多國家都推出英語或本國語電視新聞頻道，等於是跟美國CNN展開局部競爭，呈現兩種風貌。一種出於商業動力，在這方面，弔詭的是，至今最成功的是國內遵循公共服務，國外商業取利的BBC。BBC的海外電視新聞頻道營收，2005年度達9080萬英鎊。另一種則非追求利潤，而是為了闡述本國政治、文化等觀點，故由政府撥款，自行經營或資助本國商業機構，播映本國節目。其中以英語發音者，包括中國大陸央視第九頻道、阿拉伯世界的半島電視台（英語頻道開播較晚），以及7個南韓單位聯合在1996年推出的阿里郎電視台（但有部份韓語節目）。以本國語發音者，包括預定在2006年底開播的法國CII（法政府1年資助4000萬美元），以及在委內瑞拉創辦的西班牙語衛星電視臺 *Telesur*（政府1年資助1000萬美元）向全球24小時播放，已在2005年夏季開播。

第二個層面，同樣分成兩種狀況。其一，各國採取政策，阻卻美國傳媒（特別是音像產品）的跨國寡佔或壟斷。如1948年開始執行的《關稅暨貿易總協定》（General Agreement on Tariffs

and Trade, GATT) 第4條就對電影貿易, 設有特殊規範: 「任一締約國欲制定或維持已沖洗的電影片在國內數量之控管……應以放映配額 (Screen Quota) 的方式爲之」。¹該協定運作至今, 援用最成功者, 應該是南韓。由於社團團體的督促與施壓, 從1994年起, 南韓政府逐漸落實配額措施, 南韓影片佔本國戲院的票房比例, 從1993年的15%左右, 爬升至2001年以降, 每年均超過50%。1995年, UNESCO提出《我們的多元創意》(Our Creative Diversity) 報告, 力陳必須建立「全球的公共領域, 容納另類聲音」, 最激進的主張是以「全球爲範疇, 補助公共服務與社區媒體」。事隔10年(2005年10月), 《文化多樣性公約》(Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions) 雖有美國、以色列兩國反對, 仍得到UNESCO大會148個會員國支持, 已經通過。該國際公約的意義不在於當下, 而是一個象徵, 號召各國制定政策與法規, 落實其內涵。

其二, 許多政府提供了若干接觸非主流傳媒(特別是電影)的機會。非營利機構也通過合作社的方式, 借助網際網路, 有效地流通聲光與文字。欠缺積極傳播政策如台灣, 也有尺寸之得。這裡是指, 經費主要來自新聞局的金馬影展從1990年起, 加列了「國際影展」, 每年吸引眾多青年學子。其後, 商業性質的藝術電影, 開始在各種影展出現, 然後北高兩市與其他縣市也相繼投入金額不高, 卻大大拓展了多元觀影經驗的各種主題影展。根據吳廷勻統計, 1996至2000年間, 各影展引進了214部電影, 若這些

影片是私部門爲了試探商業市場而引進，那麼，2001至2005年所放映的非主流電影之數量，高達前5年的20倍（4424部）。如果沒有政府部門的投入，應該無法達到這樣的成果。

非營利單位基於分享，由參與者無償製作與提供資訊者，自然是以「維基百科全書」（Wikipedia）最爲知名。它萌芽於2001年初，2004年開始，已有41萬條目（英語19萬），至2006年1月已達260萬條目（含120種語言，英語110萬以上，遠超過知名的《大英百科全書》，每日造訪人數甚至超過《紐約時報》），志願撰稿者也從2004年1月的9653人，激增至2005年6月的47821人。

這些例子顯示，除了商業競爭與利潤追求之外，合作與分享也是創作或流通影音與文字的動力，規模較大者如「維基百科全書」，規模較小者如小眾電影或紀錄片。如果這類實例能獲得各國政府或跨國組織（如UNESCO）的支持，鼓勵各地方分別在能力範圍之內，以數位形式提供文化產品，例如每年產製若干部電影、紀錄片或歌曲，並成立「國際數位內容合作社」，採無償或「創意公有地」（Creative Commons）的作法，應該比現行競爭利潤的主流市場策略，更能讓各國人士接觸與使用多樣性的傳媒內容與文化，使地方接合於全球，讓全球成爲地方的熔爐。

馮建三

2006年6月13日

彼

得·史蒂芬（Peter Steven）是一位極為開明的西方媒體學者。他和這個領域中的許多人不同，他非常清楚，媒體研究認為值得探索的事物範圍，大部分都反映出西方男性的想法。整體來說，凡是媒體理論認定的「他者」（Other），不是被置於從屬地位，就是納入主流觀點下的真實與世界觀。女性主義理論對於改變這種狹隘的觀點已有很大的貢獻。然而，這種觀點仍然源自理性主義的傳統，以及社會改革鬥士的價值觀，說得好聽點，目的在於「拯救」受壓迫者，而非「認可」他者完全合理的真實與價值體系。

將全球媒體這個主題濃縮為「新國際人系列」這本小書，工作之艱鉅，就像數位科技本身一樣令人驚嘆。然而，這樣的濃縮可能讓作者以為，他們能讓大眾思考自己如何被政治極權主義（Totalitarianism）透過主控媒體（Dominant Media）所操縱。但史蒂芬質疑這項工作，從他精準的分析中，我們瞭解到的是自己如何受到束縛。我們受到束縛，是由於對言論自由懷有幻想，而這個幻想正是由數位壁壘所建構並維持的。該壁壘由資料、影像、聲訊、企圖打動我們理智的垃圾郵件構成，更重要的是還包括了英語的廣泛使用。

我們繼續閱讀史蒂芬這本引人入勝的書，會發現他告訴我們如何以不同的方式來看待媒體，不只重視科技本身，還要注意其

發展。他表示，經濟全球化並沒有自動帶來文化的全球化。大眾媒體是促進多樣化還是「同質化」？抑或，它是假借尋找快樂之名，行階級分化之實？史蒂芬不但提醒我們質疑自己作為閱聽人的角色，還要質疑自己作為藝術家的角色。他質問媒體如何反映社會，也鼓勵我們提出同樣的疑問：對於這個世界的建構，我們只是被動的接收者，還是能盡一己之力？媒體是否只反映出低俗節目以及虛假世界中膚淺的人際關係？我們是否對科技奇才設計的一切新玩意都照單全收？在最後一章，他提出了一些明智的想法、改變方案與希望。

史蒂芬指出，媒體讓我們見到宇宙萬物中不為人知的一面。我們應與之為友，而非把它當作操縱的工具或被它所操縱。非西方國家正設法透過不同的文化詮釋與媒體的使用來表示，他們認為媒體不過是另一種通訊傳播科技；不像西方國家一樣，將它視為言論自由、真相或自由的傳播者。

史蒂芬的精采故事，為本書增色不少，也讓讀者知道，不論現在或未來，我們都能以許多不同的方式使用媒體，滿足自己的需求。這些需求可能讓我們陷入商品化的迷陣，只圖利少數人，也可能協助我們呈現不為人知的美妙世界，與所有人分享。也許媒體就像希臘神話中潘朵拉的寶盒，充滿神奇與挑戰，有賴大家以創意與責任感看待之，才能造福廣大群眾。

Christine Morris

來自 Kombumerri/Mununjahlai 族，原住民法律的傳統監護人
同時也是澳洲布里斯班葛瑞菲斯大學（Griffith University）的研究員

目錄

序：邁向文化多樣與創意公有／馮建三教授 4

前言 10

緒論 14

❶ 媒體與我：來自世界各地的聲音 17

❷ 全球化與文化帝國主義 25

❸ 傳播政治經濟學：媒體集團的金權角力 55

❹ 美麗新世界？數位科技的革新與匯聚 83

❺ 媒體藝術：多元類型與主動閱聽人 109

❻ 小心！媒體效應和意識型態 143

❼ 革命尚未成功：國際行動與媒體民主 171

參考書目 190

線上媒體資源 191

常見詞彙中英對照表 198

人名中英對照表 216

幾

個月之前，我寄了一份簡短問卷給散居在世界各地的幾個人。我把這些好心回覆者的回應收錄在第一章。在問卷中，我詢問他們是否願意具體談論他們如何使用不同的媒體。

每一個回應都給了我一些小小的驚喜。像摩里斯（Christine Morris）談到年輕澳洲女孩的消費能力時，說那是「粉紅娃娃錢」（dolly-pink dollar），普藍達克（Manjunath Pendakur）教授的大學報取名為《埃及人報》（*The Daily Egyptian*），還有個網路上的基層民眾電台叫「狗鎮沙龍」（Dogtown Saloon）。這些評論也提供了許多值得深入探討的內容，例如菲利斯（Celina Del Felice）提到阿根廷的「青年網」（La Red Joven），或華德（Olivia Ward）推薦「強生名單」（The Johnson List）的俄國故事等。

來自世界各地的這些聲音，正好可以作為本書的背景。我要說明**主控媒體**——即我們大多數人所共享的同質化、商業化的單一媒體——無遠弗屆的強大威力。然而，我同時也希望討論多樣化、另類的在地或國際**反對媒體**，如何奮力爭取生存與發言空間。做為國際媒體的研究者，我對於主控或另類媒體都不想放棄。如果蔑視各種主控媒體及其閱聽人，視之為無可救藥的沉淪，不僅危險，也流於自命不凡。同時，我們必須儘可能對努力創造其他媒體形式的製作人與閱聽人，提供支援與鼓勵。

這本書從我們所面對的龐大全球媒體勢力談起。梅鐸

（Rupert Murdoch）和貝魯斯科尼（Silvio Berlusconi）等全球媒體巨擘挾其政治與經濟勢力，在我們的娛樂上構築他們的夢想，我們絕不能低估他們背後的力量。若希望達成民主改革，就必須瞭解，這種新聞和娛樂媒體的力量，在政治與文化上極其重要。

同時，許多媒體也不只是簡單的通訊傳播或宣傳媒介。它們是人群、想法與真實的象徵性再現（symbolic representation），具有多重意義。這些意義只有在最終與特定閱聽人接觸後，才能成立。它們是無法完全被掌握的意義。媒體也許屬於文化產業，但同時也是一種藝術形式。

本書最後一章描述了未來的展望。總之，我希望讀者同意，雖然媒體可能處於主控地位，但並非無所不能。身為社會行動人士暨教師的卡尼爾（Ben Carniol）就說過：「別接受我們一直被告知的TINA現況；也就是『別無選擇』（There Is No Alternative）。」要有前瞻的精神，才能邁向更好的媒體世界。

Peter Steven

多倫多

