

Communication Theories

Origins, Methods, and
Uses in the Mass Media

Fourth Edition

大眾傳播系列

Werner J. Severin ◎ 著
James W. Tankard, Jr.

羅世宏 ◎ 譯

傳播理論

——起源、方法與應用



傳播理論

・起源、方法與應用・

羅世宏 譯

五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

傳播理論一起源、方法與應用 / Werner
J. Severin · James W. Tankard, Jr. 原著 ;
羅世宏譯。—三版。—臺北市：五南，2000 [民89]

面：公分。

譯自：Communication theories —
origins, methods, and uses in the mass
media, 4th ed.

ISBN-13 978-957-11-2167-3 (平裝)

ISBN-10 957-11-2167-3 (平裝)

1. 大眾傳播

2. 溝通

541.83

89011461



1Z06

傳播理論一起源、方法與應用

Communication Theories —
Origins, Methods, and Uses in the Mass Media

作 者 — Werner J. Severin · James W. Tankard, Jr.

譯 者 — 羅世宏

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 王秀珍

主 編 — 陳念祖

編 輯 — 雅典編輯排版工作室

出版者 — 五南圖書出版股份有限公司

地 址：106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電 話：(02)2705-5066 傳 真：(02)2706-6100

網 址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

劃撥帳號：01068953

戶 名：五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室/台中市區中山路6號

電 話：(04)2223-0891 傳 真：(04)2223-3549

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

電 話：(07)2358-702 傳 真：(07)2350-236

法律顧問 得力商務律師事務所 張澤平律師

出版日期 1995年10月初版一刷

1998年3月初版二刷

1999年6月二版一刷

2000年8月三版一刷

2006年11月三版八刷

定 價 新臺幣650元

Communication Theories

Origins, Methods, and
Uses in the Mass Media

Fourth Edition

Werner J. Severin

James W. Tankard, Jr.

The University of Texas at Austin

Copyright©1997, 1992, 1988 by Longman Publishers USA,
A Division of Addison Wesley Longman, Inc.

Chinese Translation Copyright©2000 by Wu-Nan Book Company Ltd.
All Rights Reserved.

序

此次修訂《傳播理論》，係試圖回應（自本書第三版付梓迄今）傳播媒體與傳播理論的種種變遷，也廣納眾多學者對本書的建議。

本書討論的一項重點將是傳播科技、多媒體及網際網路，因其快速發展，已根本改寫了大眾傳播的定義。

透過引介新的實證研究，我們也修訂了包括議題設定、知溝、潛化理論、沈默螺旋、媒體使用與滿足等重要理論章節。其他修訂包括充實研究方法以及傳播模式等章節，並且更新有關媒體產權的章節，書中輔助說理的例證也大幅翻新。

我們也加入一些新的章節，處理新新聞（New News）、公眾新聞學（public journalism）、影像（視覺）傳播、媒體框架（media framing），以及真實的社會建構（social construction of reality）等主題。

為刺激讀者思考各種理論和研究領域，我們在每章末尾加入了一些討論問題。

如同前三個版本，本書是關於大眾傳播理論、基礎與研究方法的入門之作，提供有志於大眾媒體領域（新聞界、廣告、公關、廣播、電視、電影及電子出版）的大學生，也適用於修讀大眾傳播理論基礎課程的研究生。

謝辭

我們要感謝多位提供本書修訂建議的學者：內布拉斯加大學的 C. Thomas Draper、維吉尼亞衛斯理學院的 Kathy Merlock Jackson、密得蘭路德學院的 Shawn W. Murphy、北肯塔基大學的 Russell F. Proctor II、西南路易斯安納大學的 Ron Rich，以及墨瑞大學的 H. Allen White。

譯序

這本由兩位美國學者撰寫的傳播理論教科書，發行十餘年，四度修訂，恰如其分地捕捉了美國主流傳播研究的變貌，誠屬入門書籍裡難得的佳作。在章節內容的安排上，作者統合微觀及鉅觀層次的企圖心清晰可見，並融入社會心理學與政治經濟學的觀點，舉凡語言符碼的使用、說服傳播、認知基模、媒體框架、媒體制度與產權等主題的分析，處處可見作者的用心與巧思。

以求全的眼光審視，本書或有其不足之處。首先，北美以外地區（例如英國、歐陸與亞太等地）的傳播研究，未在本書得到應有的重視。西歐傳播批判裡所關切的階級、性別與種族／族群、身分／認同等問題，本書略有觸及，卻未能以專章或專題討論之，殊為可惜。

其次，本書在介紹研究方法時，標榜「科學」途徑，對量化方法如內容分析、調查與實驗法著墨甚多，卻忽略論述、敘事與符號學分析、人誌學（ethnography）、團體座談（focus group）、生命史／傳記（life history / biography）、參與觀察與深度訪談等質化研究方法。事實上，量化或質化之分並不重要，量化方法不見得較科學，質化方法也不必然較不科學，重要的是應以開放的態度面對研究方法的差異，避免發問與求解過程受特定研究方法侷限，最終對所欲研究對象有更完整深入的瞭解。一本理想的傳播理論教科書，不應只交代理論產品而忽略理論的生產過程（研究方法）。換句話說，傳播理論與傳播研究方法的教科書，應該被寫成一本而非兩本。否則，重理論而輕方法的教科書，彷彿轉錄各家之言的書摘，重方法而輕理論的教科書，則有如枯燥的技術手冊。當然，完全符合此一標準（理論與方法並重）的教科書，並不多見，不能以此獨罪撰寫本書的兩位作者。

對中譯本，我有如下兩點事先聲明：其一，譯本未收錄作者介紹「可讀性公式」的專章（即原書第七章），主要是因為該章專論如何測量英語訊息的可讀性，似無中譯必要；此一決定是否允當，應由讀者裁判。其二，譯本並非百分之百的「全譯本」，因考慮文章脈絡及中文用語習慣，在中譯過程時有直譯或意譯的選擇，對原書文字難免有若干更動（包括調換文句、增補或刪削部分文字），盼未嚴重扭曲作者原意。

另外，譯者在內文裡提供若干必要註釋。除適時提供註釋外，譯者按理還有撰作導讀文字的義務。不過，本書是淺顯易懂的教科書，作者已頗稱職地引導讀者閱讀，似無再由譯者另行導讀的必要。

導讀既免，如釋重負。下文隨興寫點甚麼，談談本書內容較少觸及的主題，並且關照本地的廣電傳播問題。所論必然主觀，讀者明鑑。

國家與市場：國家主權與全球化

國家（state）與市場（market）註定是傳播研究不能逃避的主題。國家機器透過主權的行使，不但管制並規範傳播媒體，也節制資本、勞動與資訊的流通；全球化則為市場力量極度放大的表現，資本、勞動與資訊的流動，自由地穿透國家主權的限制。此一主題避無可避，不能不嚴肅以對。然而，國家與市場也幾乎是傳播研究最難處理的課題：國家與市場力量一方面互斥，另一方面似又互補，或至少是事實上並存的狀態。

國家主權的代理機制（即國家機器）力量太大，則私有與公共領域的力量欲大不易，依賴市場機制的媒體形構（如私有的自由報業）自然無法發展，同樣地，相當程度應獨立於國家與市場力量的公共媒體也缺乏發展條件。直到一九八〇年代末期，中國大陸與台灣都有上述情況，同樣是黨政軍掛帥，既無完全依循市場機制運作的私有媒體，也無真正的公共媒體。有趣的是，若國家機器的力量太小，私有

與公共領域的力量還是欲大不易。國家機器力量愈小，照說市場力量主導的私有媒體愈有自由且充足的發展機會，實則不然，因為市場力量常常失靈，其運作機制無法自動維持必要的交易秩序，交易成本也隨之提高。例如有線電視系統業者與節目／頻道供應者因利益衝突導致的斷訊風波、事實獨占的有線電視系統業者與收視戶因收費多寡所生的衝突，以及蓋台、轉播的侵權問題，需要國家力量某種程度的干預。同樣地，若國家機器力量太小，也不利於公共媒體（如公共廣電體系）的建立與維持。

一國之內如此，跨國的情況亦復如是。在現代民族國家終結、正式邁入後現代或後國族時代之前，國家力量還未全面撤退，市場力量獨占鰲頭的全球化的時代也還未真正來臨，國家主權的展現如課稅、補貼、經營執照管制等手段，仍有節制私人及外國資本擴張的作用；同樣地，市場力量的跨國擴張，由來已久，仍在持續深化，國家主權再如何驍勇，也不可能再一夫當關，使其國境之內倖免於全球化某種程度的越界或侵略。有趣的是，國家主權的代理機制，可與市場力量互為表裡，推動資本的跨國流動，例如美國行政當局要求第三世界國家開放市場，第三世界的國家機器則積極吸引外資，一個願打，一個願挨，兩造都見國家機器的身影。這樣說來，把國家（主權）與市場（全球化）視為對立的兩股勢力，不能不算是嚴重的誤解。

國家與市場之間，既互斥又互補，而且事實上並存。誠如英國傳播學者 Richard Collins 所言，傳播政策之擘畫與制度之更張，不應被框架為「國家或市場」的選擇問題，而應是「國家與市場」的配套問題。就廣電媒體而言，為了防弊補偏，廣電媒體公共化是必要的設計。

台灣的處境特殊，「三位一體」般的黨政軍勢力，有如八爪章魚，深入各種媒體文化領域，非公共亦非國有的龐大私人資本（包括國民黨的黨營事業），不但嚴重扭曲廣電媒體的市場機制，也封殺了廣電媒體公共化的空間。長期以來要求黨政軍退出廣電媒體的各種論



述，有其打破國府威權的貢獻，卻也已經造成替國家力量卸責的惡果，並且意外地成為私人資本與市場力量的馬前卒。

長期黨國不分的結果，使我們對國家機制有著很深的誤解；民間以為國家機制必然威權，欲去之而後快。影響所及，政府也樂得少做少錯，甚至角色錯置，成為國際化、自由化與私有化（或民營化）的鼓吹者。此現象非台灣獨有，在福利國家萎縮與經濟全球化的肆虐之下，各國政府機制競相標榜小而美，輕易卸除其捍衛公共利益應盡的責任。法國社會學者 Pierre Bourdieu 對此現象大力抨擊：國家機制的右手，唯預算平衡與經濟效益等價值觀是尚，漸向市場力量靠攏，對國家機制裡提供公共服務（例如教育、醫療照顧及公共廣電媒體）並保障公共利益的左手，極盡掣肘之能事。國家機制壯大右手、萎縮左手的畸型發展，終必傷害社會的公共利益與政治的民主參與。

事實上，國家是制衡市場力量與節制私有化趨勢的必要機制，也是提供公共服務與保障公共利益的權力來源。所以，在台灣，特別在政黨輪替實現之後，繼續停留在要求黨政軍退出廣電媒體，屬太過消極，應該爭取的是要求國家機制舉起左手，也就是善盡其捍衛公共利益、提供公共服務的義務。

公共廣電媒體應該是同時獨立於國家與市場力量，但公共廣電媒體的建立與維持，有賴國家機制積極任事（運動其左手），方有可能。以英國及西歐國家為例，公共廣電得以建立並維持其主流媒體地位，並非因為國家機制「退位」放任，而是因為國家機制「在位」促成的結果。換言之，公共廣電媒體與國家機制之間，不是一種完全無涉的關係，而是若即若離的關係，因此常被形容為保持「一條胳膊長度的距離」（at arm's length）：一方面伸手可及，以免捍衛不周，另一方面則保持適當距離，以免公共廣電媒體遭受不當的政治干預。

我國政府配置給公共電視的頻道資源是無線電視中最差的，觀眾需要加裝UHF天線方可收視，在有線電視系統又被安排在第53頻道。

公共廣電機構未得到國家機制適當保護，反而飽受市場力量與國家機制的雙重歧視。因此，公共電視在台灣，可謂「先天不足，後天失調」，既面對著惡質的市場競爭，又缺乏國家「關愛的眼神」，閱聽人甘為「閱聽人商品」（audience commodity），未以公民身分積極維護公共廣電空間，在在使得公視處境有如逆流行舟。

永續發展的公共廣電空間

國家力量適當適時介入與公民團體堅持維護廣電的公共空間，是公共服務本質的廣電系統得以形成與發展的促動因素。公共電視應該是全民的電視、全民的發聲管道，是一個國族可以共同參與的空間，致力於實現社會正義與公共利益。所以，公共電視應該既照顧邊緣族群的需求，又服務主流觀眾，不能以雅俗之分自我設限，徒然成為曲高和寡的小眾媒體。當然，要達成這樣一個目標，公共廣電空間不能太小，不能只有一個電視「台」（例如台灣），而應該是一個廣電「系統」，包括多個彼此適度區隔分工的電視與廣播頻道（例如英國BBC，公共廣電系統包括兩個全國電視頻道與五個全國廣播頻道）。在英國，公共廣電空間夠大，所以可大可久。在台灣，公共電視形單影隻，欲大欲久皆不易，有如一座孤島，在商業媒體掛帥的汪洋中載沉載浮。這種明顯的對比，出自於政府被（公民）期待與要求的角色不同，並且涉及公共廣電系統本身的自我定位。

政府權責與公民身分

先論國家機器的角色。國家機器的干預（管制），對公共廣電空間的生成與存續，有其必要角色。更關鍵的是，這種干預必須適當，更要充分。以維持公共廣電空間運作的財源為例，在國家機器適當且充分的干預下，確保英國公共廣電系統有穩定的財源（每年調整的收視執照費）。BBC依法有權向觀眾按戶徵收此項執照費，觀眾依法有



義務向 BBC 繳納執照費，不論其觀看 BBC 與否或收視多寡。所以，能夠成就 BBC 長久作為全球公共廣電制度的典範、英國國族文化的論壇與窗口，並且提供全民普遍且高品質的電視服務。反觀台灣，公視財源既不穩定（依賴政府階段性的補助與訴諸民間自願性的捐款），又面臨逐年縮減，終將財源自理（也就是政府不理）的命運。

國家（政府）會扮演甚麼角色，當然與公民是否對其有所期待、要求有關。對於得天獨厚的公共廣電系統，英國各界仍不時憂慮其萎縮的可能，不管威脅是來自國家行政（包括政府對公共廣電空間的不當干預，也包括政府對公共廣電空間的支持不足）、私有商業媒體對觀（聽）眾市場的襲奪或是新科技的衝擊。在台灣，雖然千呼萬喚始出來，公視的存在價值卻未得到朝野應有重視，公視的未來也未引起公眾關切。簡單地說，除非「政府有能，人民有權」，公共廣電空間毫無明天可言。以此角度論事，只要求「黨政軍退出電視」實屬消極，必然導致「黨政軍下台，公共不來財團來」的局面。我們應該要求政府擔負重整廣電媒體結構的責任，不但要它「還」，而且要它「給」，還給全民一個真正的公共廣電空間。

以今日台灣的富裕程度而言，絕對有能力（也有需要）支持這樣的一個公共廣電空間，政權轉移更造就了重整廣電媒體結構的機會，而且機不可失，稍縱即逝。至於這樣的公共廣電空間應該多大多小，應該涵括幾個廣播電視頻道，可以再論，唯不應繼續由行政院新聞局主導（應剝奪新聞局所有主管媒體的業務，使其專司政府發言人及部會間溝通整合的角色）。可行方式之一是成立一個獨立的國家傳播委員會（似不必將其納入未來主管業務必然龐雜的文化部），對廣電媒體結構大破大立一番，負責管制、監督與輔導媒體事業，並將其決策過程透明化，台灣的公共廣電空間或有可圖。我的奇想之一是對現有的五個無線電視頻道重新改造一番，該私有化的私有化，該公共化的公共化，公私有之比，二比三可也，三比二不嫌多（例如華視、台視

與現行公視可合併為一家擁有三個頻道的公視系統。不過，若公視不以廣告作為財源之一，建立包括三個頻道的公視（在財務上是否可行或科技上有無必要，仍待商榷），公視之外的無線電視頻譜資源，可作為商業電視之用（但在發放無線商業電視經營執照時，經營權限應區分為全國性及區域性兩類，不必讓所有的商業無線電視頻道都成為全國性頻道）。至於政黨本身或具政黨色彩的大小資本，應被禁止參與廣電媒體的產權及經營（以最寬鬆的標準來說，此一原則至少應規範無線廣播與電視，包括中視、民視及若干廣播電台）。

奇想之二是立法保障公共廣電媒體獨立向電視家庭開徵收視費，以維持公共廣電媒體運作。收視費作為一種直接稅，其穩定公視財源的效果似乎優於間接稅，而且也可突出公視與公眾的權責義務關係。

其三，直接稅之外，以間接稅（如頻道權利金及特別稅）支應非私有化、非營利或純粹公共化的電視媒體，也是可行的辦法。廣電管制機構應向私有化的無線廣電媒體徵收權利金，要求其負起普遍服務、自費改善收視訊號的硬體投資責任，並且定期評估其總體表現。頻道換照審核事宜，我國現有法令以兩年為期，不能說不嚴格，唯徒法不足以自行，或可適度放寬執照使用權利期，予私人資本足夠的獲利動機，但嚴格執行換照審核，公開審查標準與結果，不怕沒有能善盡頻道使用的經營者。其實，不只是電視，廣播也很重要，而且應該適用這些原則。

其四，若無法落實 BBC 式的公共廣電系統，在台灣至少實現如英國 Channel Four 那種可播放廣告、非私有化且深具公共精神的電視頻道，應該不是難事（營運所需經費可取自特別稅，由廣電主管機關向無線商業電視以累進稅率徵收。為避免商業電視為規避或少繳特別稅而滋生浪費情事，課稅標的似宜為收入而非盈餘）。

這樣或那樣的奇想多得是，況且許多好點子本來就漂洋過海可見，不妨援引。改造我國廣電結構，不怕沒有他山之石，只怕政府太



怕事（只知小而美，不知大有為），民眾太自私（只扮演忠誠的消費者，不知伸張公民身分）。這樣說來，政府與民眾都不應「退出」廣電媒體領域哩！如果，兩者不幸地都「退出」，變成純粹的旁觀者與消費者，誰會趁虛而入？答案呼之欲出，公共廣電的天空將愈加黯淡，財團化、私有化的無線與有線廣播電視全面進駐。

公共廣電空間的自我定位

除了政府權責與公民參與之外，欲求永續發展，公共廣電空間適當地自我定位：簡單地說，公共電視不應「只」是「小眾電視」或「品質電視」（quality television）。

在未建台之前，我國公視依附三台頻道播出，主要製播強調高雅品味與實驗精神的小眾節目，針對商業電視未能照拂的「觀眾市場」，期間雖迭有佳作，終究只是發揮平衡商業電視節目的作用，結果商業電視台嫌它，許多觀眾不看它（例如在播放公視節目的晚間九點至九點半時段關機）。

在建台之後，受限於不合理的立院決議，在不得製播一般新聞節目的情況下，公視能扮演告知角色的空間不多；娛樂角色則因為太過刻意與商業電視區隔，導致娛樂大眾變成例外事例。教育功能較有表現，但稍嫌偏重兒童觀眾的教育需求，未及成人。論壇功能亦不明顯，議題創新有餘，討論深度不足，製作風格大多不脫一般時論節目「來賓排排坐，個個熟面孔」的窠臼，而且未能吸引相當數量觀眾關切（以此標準來說，論壇變成空談），無法製作出如英國 BBC 論壇節目（質詢時間）（Question Time）般的節目，內容發微掘隱、主題嚴肅，卻無礙其固定吸引數百萬戶家庭觀眾收視，真正發揮公共論壇的功能。以嚴格的標準衡量，我國現有的公視，雖然逆勢而為，在商業電視環境中獨善其身，但在實踐上仍是小眾色彩多於大眾色彩，熱衷服務邊緣，不敢取悅主流，所以很難領導潮流，也很難不淪為邊

緣，運作結果當然就很難「公共」，無法符合我們對之愛深責切的理想期待。

當然，在經費有限、頻道不良、法令（立院附帶決議）無理、前景不明、人才流失等限制之下，公視表現已算差強人意，不能苛求，唯仍有很大的努力空間。

如前所言，理想的公共電視必須既主流又邊緣，既服務大眾，又照顧弱勢。現實上，要達成這種雙重目標，最好是有一個以上的公共電視頻道，彼此適度區隔，發揮分工互補作用，例如英國有兩個BBC全國電視頻道，各著重主流與邊緣品味，另由非私有化的Channel Four主事創新、實驗與前衛的節目委製，使英國的獨立製片有發展沃土，厚植該國影視製播實力。公共廣播的五個全國電台，也是依樣畫葫蘆，各自服務著從主流到邊緣聽眾的需求。

在只有一個無線電視頻道的情況下，自不能以各國公共廣電系統的標準要求我國公共電視台，但公視絕不能只停留在「叫好不叫座」的層次，更不能以為那樣才是公視本色。我以為要叫好又叫座，台灣公視應特別著重三種類型的節目，一是深度新聞與紀錄片；二是戲劇／電影節目；三是綜藝娛樂節目。另外，公視還應盡量降低自國外進口的外購節目（畢竟在全球化侵襲下，公視是最有能力與責任保持國族特色的電視，不應播映國外的商業節目／電影，也不能變成各國公視節目集錦或展示窗）。公視亦應以爭取觀眾為念，甚至發行電視周刊，提供節目背景資料與公共資訊，與觀眾日常生活相結合。此外，為彰顯媒體公民權利，公視應效法英國的Channel Four的（答覆權）

（Right to Reply），固定製播媒體觀察節目，對公視本身及各商業電視的節目表現，提供觀眾公評與申訴的機會。當然，公視有義務對公眾保持其透明度，定期對外公開其財務運用、公共服務表現評估、研究報告及收視率等各項調查資料，使公眾能更客觀地評估其表現，以免變成一頭手握大量經費、使用頻道資源，事實上卻未對公眾負責的



廣電怪獸。進一步言，公視表現若未能善事公共服務角色，或是與社會脫節而致無人問津，理論上國家機器仍可收回其所使用的廣電資源。

國族，可以是個理想

公共廣電媒體存在的目的，一言以蔽之，如英國傳播學者 Paddy Scannell 指出，是為了「服務國族／公眾」（serving the nation / the public）。在這樣的意義上，國族可以是一個理想，雖然抽象，有賴想像，卻相對獨立於國家機器與市場邏輯之外，並且超越族群、性別與階級差異。所以，公共廣電媒體不服務國家與市場利益，也不只為特定族群、性別與階級服務，是所謂公共服務。在這層意義上，公眾與國族沒有太大的差別。

同樣在這個意義上，英國的公共廣電系統名為BBC，日本的稱作NHK，其標榜國族特色並以國族為服務對象，自不待言。英國有一個極有趣的節目叫做（國族剪影）（Video Nation），各族群的民眾，不管是原住或移民，也不論多數或少數，都有機會在電視上曝光，讓全國觀眾瞭解其特殊處境，聆聽其真實心聲。所以，對內而言，儘管各族群（性別與階級亦然）珍視其自我身分／認同，並且得到其他族群應有的尊重，超越群我界線的共善（common good）與一個共同體（國族／社會／集體）的追尋，還是可能透過（並且在）公共廣電空間實現。對外而言，不待高舉文化國族主義，公共廣電空間的完備，已然有效緩衝文化帝國主義的侵略，也減低了文化帝國主義挾資本與市場優勢橫行無阻的機會。這樣的一個公共廣電空間，或許也應是台灣需要的吧！為了建立這樣的一個公共廣電空間，誠願台灣的廣電媒體結構早日揮別國家或市場的單一選擇，走出一條既公共又具國族特色的道路。

公共廣電空間標榜的是國族（而非特定的多數或少數），追求的是共善，所以徹頭徹尾是現代情境的方案，與某些後現代／後國族主

義論述的基調有著極大差異。首先，人人皆曰帝國主義可誅，然而，以後現代與後國族主義立場論事的人，反對國族主義不遺餘力，其抨擊在地的國族主義的力道，往往更甚於批評跨國的帝國主義，無形中仍複製了帝國主義者視邊緣地區國族主義為「問題」的視野。我這麼說，並不是強調反對文化帝國主義非得訴諸文化國族主義不可，只是點出國族主義有其正面價值與進步意義，不必因為對僵硬的統獨框架與國族主義必然涉及的人為建構現象感到不滿，就予以全盤抹煞。

此外，後現代與後國族者論述強調「差異」的認同政治（identity politics），否定共同的國族認同與民族國家賦予公民身分的積極意義，指控國族（及其認同）必然是一種暴力本質的存在（其共犯結構包括異性戀、父權、資本家、福佬族群與國家暴力體制），急著宣告並迎接「後國族」時代的來臨。

這類論述有其鳴笛示警的意義，但也有矯枉過正的毛病。先不論後國族時代會不會是更美麗的新世界，後現代與後國族主義論述常要「國族」為國家或市場的惡行受過，未見公允，甚至可說是搞錯對象。此類論述充滿反國家的無政府主義，過度強調差異認同政治的個人／消費主義，不相信追求國族、「社會」與大我等共同體的價值。簡單地說，後現代與後國族主義論述，以本質論的方式定位並排斥國族主義，可說是罹患了後現代主義論者典型的「國家」、「民族」、「社會」過敏症，對共善與公共利益透過政策實現的可能性充滿懷疑與無力感。等而下之者，往往墜入膚淺的文字遊戲，很少或根本不願著墨集體層次的政策問題。這類論述的錯誤，在於他們將閱聽人的消費行為視為有意義的反抗行動，或是誤將個人或次文化的風格形式當作權力本身或權力的表現。先不論這些論述是否一廂情願，其背書的對象卻可能是「快樂的」個人主義（hedonic individualism）與「反政治的」無政府主義或民粹主義（apolitical anarchism / populism），剛好為全球化的資本與市場邏輯助威。



我想說的是，後現代／後國族主義的傳播或文化研究論述，未見建設性的政策擘畫，挖的不是私有商業媒體的牆角，反而意外地扯了公共廣電媒體的後腿。可以這麼說，因為一股腦兒閉著眼睛掃射，揚舉某種形式的消費主義、個人主義與無政府主義，後現代／後國族導向的媒體與文化研究論述錯殺了許多無辜，而「國族」、「社會」與「公共」皆名列傷亡清單。這不免令人憂心，後現代／後國族主義論者的努力，到頭來會不會反而是替資本主義全球化掃除障礙，為全球自由市場的全面勝利預備了紅毯？

羅世宏

寫於 2000 年 6 月初