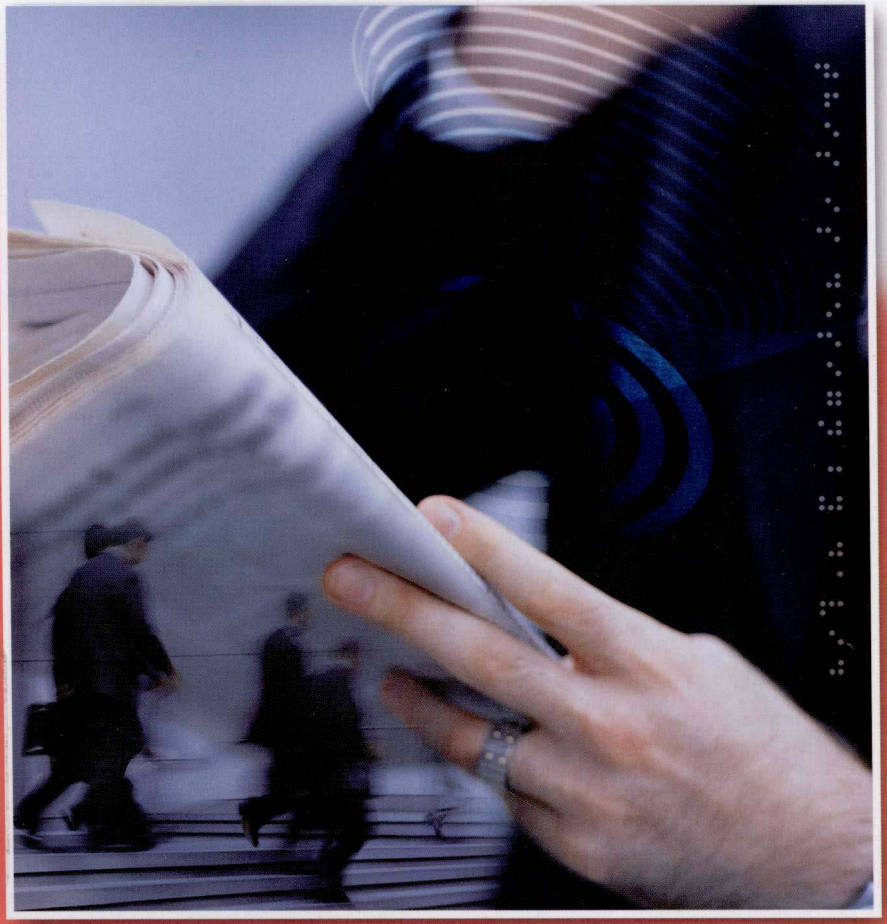
通俗新聞

文化研究的觀點

林思平◎著



通俗新聞

文化研究的觀點

林思平◎著

五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

通俗新聞 ： 文化研究的觀點 / 林思平著.
-- 1 版. -- 臺北市 ： 五南, 2008.08
面 ； 公分
參考書目：面
ISBN 978-957-11-5313-1(平裝)

1. 新聞報導 2. 新聞評論 3. 新聞媒體
4. 流行文化

893 97013797

1ZAG

通俗新聞：文化研究的觀點

作　　者 - 林思平（119.3）
發 行 人 - 楊榮川
總 編 輯 - 龐君豪
主　　編 - 陳念祖
封面設計 - 童安安
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/台中市中區中山路 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　元貞聯合法律事務所　張澤平律師

出版日期　2008 年 8 月初版一刷
定　　價　新臺幣　380　元

※版權所有・欲利用本書內容，必須徵求本公司同意※

自 序

在這本書進行校對排版前不久的時間，台灣媒體出現兩則值得注意的事件發展。一是《中國時報》於6月中旬表示因爲台灣媒體生態環境的變化，也因爲遭逢經營困難財務吃緊的瓶頸，將減張縮編裁員，並以菁英報紙的型態重新定位出發。儘管報紙市場這幾年的競爭益發激烈困難早已是事實，然而聽到《中國時報》將縮編裁員的消息，我仍然感到驚訝而傷感，心裡期盼在台灣具有長久歷史的這份報紙，在媒體／報紙市場變遷的環境時節之下能夠度過難關。

而就在《中國時報》宣布縮編前，電視上已開始出現《明報週刊》創刊的廣告。來自香港的《明報週刊》，正式於6月20日發行台灣版，強調其取向與狗仔八卦新聞有所區隔，宣告以娛樂、時尚和生活作爲主軸的新聞性週刊定位。《明報週刊》的創刊，成爲台灣通俗新聞的下一步發展。

傳統報紙宣布縮編裁員、香港通俗報刊宣布在台創刊——兩件事情發生在同一時間環節上雖是巧合，但正點出台灣平面媒體環境中的未知數和不確定性。《中國時報》是否能順利過渡瓶頸、菁英報紙是否能在台灣發展茁壯、週刊市場是否存在另一份通俗報刊的空間，這些都有待時間的檢驗。但在同時，這兩則事件的發生、其中所蘊含的未知數和不確定性，皆與台灣媒體環境的變遷息息相關，而其中的主要因素之一，正在於通俗新聞過去幾年在台灣的發展。

雖然《明報週刊》強調與狗仔八卦新聞有所不同的差異區隔，以回覆外界對於《明報週刊》是否企圖瓜分同屬港媒之《壹週刊》市場的好奇詢問，然而過去幾年《壹週刊》的通俗屬性在台灣成功佔有週刊市場的前例，相信是吸引《明報週刊》來台探路的關鍵原因之一。

《中國時報》表示媒體大環境的諸多因素加上經濟不景氣的影響，導致報紙決定縮編轉型重新出發。可以想見在諸多因素中，過去幾年《蘋果日報》以通俗報紙的姿態進入台灣與傳統報紙競爭、取得市場青睞，對於傳統大報如《中國時報》的衝擊影響不容忽視。轉型成爲菁英報紙，與其他報紙標示區隔另闢市場，也成爲傳統報紙力求生存的可能策略。

以上種種跡象顯示，無論我們對於如《壹週刊》、《蘋果日報》類型的通俗新聞是嫌惡、是認可、還是既欲且憎的矛盾，難以否認通俗新聞的發展，已經對於台灣媒體環境產生不可輕忽的影響。

在我青少年以至青年時期的閱讀習慣當中，傳統報紙始終扮演著重要的角色。對於新聞報刊的認知，也以台灣傳統大報以及就讀外文系期間所接觸的美國主要報紙如《紐約時報》等爲典型。對於通俗新聞從學術角度的認知，到90年代在美國研究所求學期間才開始。通俗新聞相關論述尤其在90年代中期以後的美國學界紛紛出現，在威斯康辛大學傳播藝術系攻讀媒體與文化研究博士期間，也有同窗進行著美國平面以及電視通俗新聞的研究。然而在美國社會脈絡中，超級市場小報、八卦電視節目等通俗新聞類型與主流新聞媒體有相當明顯的區隔。研究所時期對於當地通俗新聞報刊除基本認知外，並未特別予以注意觀察。個人閱讀習慣中最常接觸的新聞報刊是《紐約時報》、《時代週刊》等主流媒體，以及如《村聲》一類的文化報刊。

然而對於通俗新聞的觀察視角卻在返國任教後開始。適逢《壹週刊》在台創刊，其充滿爭議的形式、內容、風格與運作，對於台灣媒體環境不啻莫大的衝擊。我對於《壹週刊》——以及通俗新聞——的觀看角度，從忽視、陌生轉爲自文化角度思考的高度好奇與關切。眼見通俗報刊引發爭議批評、號召消費市場、到蔚爲社會八卦風潮，我認爲當一本通俗週刊與社會文化脈動如此糾結，成爲社會文化（包括媒體本身）爭辯與討論的焦點，此處的問題已超越通俗新聞之相關議題值不值得人們的關注，而在於要如何看待檢視通俗新聞在當代新聞媒體環境——如台灣新聞媒體環境——當中所扮演的角色、所顯示的社會文化意涵。這是我投入通俗新聞研究的緣起。而台灣通俗新聞從《壹週刊》到《蘋果日報》一連串的發展，成爲過去幾年我從媒體文化研究角度進行觀察和思考的重心。這本書，是過去幾年來對於台灣通俗新聞研究思考的記錄。

因此，這本書並不是對通俗新聞加以譴責，也不是爲通俗新聞進行辯護。在對於通俗新聞／台灣通俗新聞進行研究思考的整個過程當中，我的心情始終是戒慎恐懼的。因爲在通俗新聞論述中，批判八卦狗仔之新聞手法破壞社會風氣相對來說是比較容易的，承認彩色小報之生活取向滿足市場愉悅相對來說也是比較

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

容易的。但更爲複雜的議題，在於如何整理耙梳通俗新聞的性質、其所處的歷史文化脈絡、其概念運作所反映出的社會意涵、其與傳統新聞產製的關係、其與閱聽人實踐的互動等等。這些省察，成爲當我面對身旁友人對於通俗新聞研究提出如「爲什麼研究蘋果日報和壹週刊？」的疑惑時，更加確立研究方向的重要指引。

同時，我也記得一位《蘋果日報》受訪讀者曾問我，爲什麼有興趣想要與《蘋果日報》讀者進行研究訪談？因爲她從未想過有人會從嚴肅思維的角度訪問《蘋果日報》讀者，會認爲她的意見具有學術上的參考價值。受到慎重且深入的聆聽，這位讀者帶有些許不安（不知自身是否能完整傳達心中想法、或其想法對我作爲研究者「有沒有幫助」——而這又讓我格外體認自身作爲研究者謙卑自省的重要），但卻是熱切誠摯而喜悅的。因爲藉此過程所呈現表達的內容，是生活實踐中對她而言非常重要的一個部份。表達這般心情的讀者，事實上不只一位。這樣的閱聽人心聲，讓我體會到文化／通俗文化的構成，與文化實踐者間相互依存的關係；也必須不斷思考作爲學術研究者，如何經由學術實踐，與研究關懷所在的社會文化環境進行互動。

在此脈絡之下，除了理論概念的分析論述之外，與通俗新聞產製者、通俗新聞閱聽人的訪談研究，是本書中的重要構成。我要感謝研究計畫當中，所有參與研究訪談的朋友，包括新聞專業工作者、以及《蘋果日報》的讀者們。每一次訪談對我而言都是重要的衝擊和啓發，幫助我努力用更爲寬廣的角度，思考通俗新聞對於不同社會文化成員所涵蓋的意義。訪談朋友們所提關於通俗新聞的優勢和缺失，以及對於傳統報紙的建言和期望，再再促使我省思如何看待詮釋新聞與通俗新聞，在當代文化社會中所扮演的角色與佔據的位置。

我要感謝世新大學新聞系的每一位同仁，包括胡光夏、黃惠英、林宇玲、余陽洲和羅曉南等多位老師在我研究、寫作、出書的過程當中，所給予的諸多指教和鼓勵。他們的關懷和支持，使我得以在繁重的教學生活中持續追求學術研究的理想。特別是剛卸下主任職位的鍾起惠老師，在這本書成形過程當中所熱心給予極爲寶貴的意見、指導及敦促，幫助我避免許多疏漏缺失，讓我受用無窮。此外，承蒙倪炎元老師惠賜精闢獨到的見解，對於研究架構呈現予以非常重要的協

助和啓發。而林照真老師在這本書的研究寫作過程中，陪同我分享學術奮鬥的甘苦，更提供許多非常珍貴的建議和協助。我非常感謝有這些朋友，激勵自己不斷地朝更理想的境界前進。

我慶幸能遇到慧黠又能幹的研究助理李佳玲和王馨儀。特別是佳玲在國科會「《蘋果日報》閱聽人研究」訪談計畫執行期間，以及馨儀在書籍排版校對過程中所付出的無數辛勞和細心協助，都成爲我最重要的助力來源。因爲她們的聰穎、幹練與努力，這本書才得以目前的面貌順利呈現。我也要感謝五南出版社陳念祖副總編輯以及李敏華女士的熱心幫忙，讓這本書能夠順利出版。

最後，謝謝長久以來支持鼓勵我的家人朋友們。特別是我的先生，我們一同經歷人生中的晴雨和甘苦，他對於我的尊重、瞭解與包容，讓我能夠盡心追求學術生活中的目標和理想；一切的感謝，盡在不言中。而父母親在我人生一路上所給予的關懷和支柱，千言萬語無法傳達，難以訴說；他們無條件不止息的摯愛付出，是我人生豐盈的動力和最堅實的後盾。謹以這本書，獻給我敬愛的父母。

林 思 平

2008年盛夏 于台北

目錄

自序　i

第一章　緒論：新聞與通俗新聞

第一節　從新聞到通俗新聞　3
第二節　新聞學與通俗文化　14
第三節　通俗新聞的歷史　21
第四節　通俗新聞的概念　27
第五節　通俗新聞之研究文獻整理　33
第六節　本書內容章節安排　38

第二章　真相與權力的霸權競逐：《壹週刊》作爲歷史事件

第一節　通俗新聞作爲歷史事件　45
第二節　權力與真相　51
第三節　狗仔來了：權力、八卦、資訊消費與真相　56
第四節　小結　71

第三章　從醜聞的魅惑到意識型態的鬼影：《壹週刊》與八卦文化運作

第一節　真相、真實與八卦醜聞　75
第二節　醜聞與媒體的魅惑　78
第三節　《壹週刊》、八卦醜聞與媒體（超）真實　85
第四節　偏執的主體與意識型態的鬼影　93
第五節　小結　102

第四章　通俗新聞的報紙產製邏輯：《蘋果日報》與台灣報業市場

第一節　通俗新聞與報業爭戰　107
第二節　台灣報業的發展　109
第三節　《蘋果日報》與台灣報紙市場　119
第四節　市場商業導向與服務新聞學　126
第五節　《蘋果日報》頭版頭條初探　133
第六節　小結　141

第五章　商業導向與專業實踐：《蘋果日報》新聞產製者之觀點

第一節　通俗新聞的產製　145
第二節　實用、共鳴與讀者導向　146
第三節　新聞義理與記者自主的調適與矛盾　151
第四節　小結　169

第六章　通俗新聞的消費實踐：《蘋果日報》閱聽人研究（I）

第一節　公民與消費者的辯證　175
第二節　消費與文化實踐　182
第三節　消費者與公民之間：《蘋果日報》閱聽人研究　190
第四節　視覺衝擊的吸引力　194
第五節　與日常生活的接近性　202
第六節　日常生活與消費者認同　211
第七節　從消費實踐到公民認同　216

第七章　真相的詮釋與公民的認同：《蘋果日報》閱聽人研究（II）

第一節　通俗報紙與真相消費　221
第二節　新聞「真相」的閱聽人詮釋　222
第三節　新聞真相詮釋的四個層次　226
第四節　真相、公民與消費者　253
第五節　不可能的真相　259
第六節　通俗新聞的社會責任　262
第七節　小結：作爲消費者以及公民的閱聽人　268

第八章　關於通俗新聞的思考

第一節　通俗新聞的當代特質　277
第二節　通俗新聞研究的未來展望　288

參考文獻　291

附錄　314

第一章

緒論：新聞與通俗新聞

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

第一節 從新聞到通俗新聞

作爲媒體與文化領域的研究者，作者認爲過去幾年來通俗新聞在台灣大張旗鼓快速發展，是值得觀察檢視的媒體文化現象。通俗新聞偏向輕鬆、休閒、娛樂甚至八掛小報取向的運作，與傳統新聞媒體專業中嚴肅而主要的社會使命和文化教育理念有所分歧。但儘管與傳統新聞義理有所分歧也受到質疑，通俗新聞及小報文化卻在台灣社會中吸引閱聽人注目而不斷發展。通俗新聞一方面引發批評質疑，一方面在市場上展現令人注意的銷售成績，顯示其同時充滿爭議、又魅惑市場的性格。

在香港媒體界佔有廣大市場、以羶色腥風格見長的壹傳媒集團在負責人黎智英的帶領下，2001年5月底進入台灣媒體市場發行台灣版《壹週刊》，引進「狗仔隊」挖掘新聞的運作模式，在台灣受到高度關注；不僅掀起八卦風雲，也引發社會爭議。《壹週刊》抵台前，台灣已具備行之有年的小報八卦雜誌，但《壹週刊》的發行，仍對於本土的小報週刊市場產生明顯的衝擊，目前銷售量領先其他同性質的的週刊雜誌，維持新聞類雜誌週刊之冠，同時在整體雜誌週刊市場當中，穩定盤據著前兩名的地位。[1]《壹週刊》的進入，可視爲台灣通俗新聞發展的一個關鍵點。

繼《壹週刊》在台灣取得成功之後，黎智英於2003年5月初再度投下龐大資金發行台灣版《蘋果日報》，進入市場與台灣傳統大報（《中國時報》、《聯合報》與《自由時報》）競爭，形成台灣通俗報紙的進一步發展。雖然台灣報紙同業在《蘋果日報》發行時將其定位爲「八卦報紙」，以示市場區隔之意，但《蘋果日報》2005年在台灣市場的閱報率已經凌駕《中國時報》、《聯合報》，與《自由時報》打成平手；2006、2007年閱報率持續與《自由時報》在前一、兩名形成拉鋸（參見表1-1）。壹傳媒旗下兩份通俗八卦新聞屬性的報章雜誌，對台灣媒體的環境生態確實造成影響衝擊，其所引起的廣泛關注以及疑慮，成爲當今重要的社會文化議題。

1 以《出版情報》關於雜誌銷售量之資料數據爲例，《壹週刊》自2001年5月底創刊，曾連續29個月同時蟬聯新聞類週刊雜誌類以及整體週刊雜誌類排名的第一位。《壹週刊》至今仍經常盤據新聞類週刊雜誌銷售量的榜首，並長期與《商業週刊》競逐週刊雜誌總類的前兩名（參見《出版情報》編輯部，2001-2007）。《出版情報》自2007年10月起以電子報形式出刊。參見http://www.kingstone.com.tw/about/about_magBestSeller.asp。

表1-1：2004年至2007年四大報閱報率調查

昨天看過的日報				
	自由時報	中國時報	聯合報	蘋果日報
2004	17.6	11.3	12.6	11.9
2005	16.5	10.6	11.9	16.5
2006	15.6	8.8	10.5	14.9
2007	16	8.3	9.8	15.7
以上數據單位：%				

備註說明：

1. 資料來源：尼爾森媒體研究媒體大調查2004年至2007年；製表整理：本研究。
2. 調查對象：全台灣地區（不含離島）2004-2005年訪問12-60歲；2006起訪問12-65歲民眾。
3. 各年度樣本規模：2004-2005 樣本：7500；2006 樣本：10000。

當通俗新聞的發展，已對台灣媒體環境產生難以輕忽的影響，經由觀察檢視《壹週刊》與《蘋果日報》在台灣社會所形成的媒體文化現象，本書之目的在於探討通俗新聞的概念、運作、其所呈現的媒體圖像，在特定社會脈絡（台灣）所顯示的文化意涵；其與權力、真相、消費、公民、新聞產製、閱聽人實踐等文化政治概念之間的關連。藉此對於通俗新聞，提供進一步的探討和省察。

事實上，通俗新聞的形成發展，與傳統新聞歷史中如自由主義（與通俗商業報紙的關係）、社會責任論（對於通俗商業報紙的批判）、新聞價值義理、傳統新聞學研究等思維彼此牽連又相互對照，同時與通俗文化研究的場域息息相關。因此在進入本書研究主題之前，必須對於相關之「新聞」、「新聞學」，以及「通俗文化」、「通俗新聞」的歷史發展源流與相互關連，進行進程的討論說明。新聞概念之發展、新聞學之源流部分的討論雖然看似新聞學當中的標準論述，卻是理解通俗新聞與傳統新聞間相互關係的基礎。

一、新聞概念的發展

彭家發在「新聞論」一書中指出：表情達意是人類的本能，而社群活動講求大眾溝通（也就是傳播）的運作，使同一群人得以瞭解外在境況，保護自身安全。植基於這種生存的需要，人類對於和傳播本能緊密相連的外在客觀情況，

激起了一種獲得資訊的「新聞飢渴」，以便彼此守望相助、做出決策、推展教育、提供娛樂。而消息傳播的型態，從口語（spoken language）到文字（written language），衍生至「文字報」（literal press）（彭家發，1992: 1）。

（一）新聞概念的早期發展

彭家發指出，若說「文字報」的前身，爲使用口語傳遞的「口語報」，則中國很早就有以歌謠傳遞「新聞」（消息、觀念、規範）的原始型態。到了漢唐時代出現發自官邸的「邸報」，但邸報僅爲一種官方抄傳有關皇室及朝廷政令活動之官報，較無現代報紙之實質意義。唐玄宗時代（712-756）有《開元雜報》（寫於絹布上之雜亂新聞信），還有諸如尉遲樞編的《南楚新聞》之類的筆記小說（用以傳布村野瑣事，間接傳遞部分民間消息）。北宋趙昇所著的《朝野類要》，其中有了「新聞」一詞：「其（朝報）有所謂內探（探訪）、省探、衙探之類，皆衷私小報，率有漏洩之禁，故隱而號之曰新聞」（王洪鈞，2000: 2）。一方面顯示宋代的小報時間迅速，流傳廣泛，記述內容爲眾所欲知之事（王洪鈞，2000）；一方面如彭家發（1992）指出，若追溯上文本意，也顯示當時對「小道消息」採取不信任的看法，以今天的認知而言，隱約趨近負面的指標（小報是邸吏「以小紙書之，飛報遠近」），可見宋代已有隱稱爲小報的「新聞」出現。在此之後，「邸報」歷元明等朝代，至清初消失。但明清章回小說裡之「新聞」，在中文的實際意義上已經相當「現代化」：例如《紅樓夢》第一回敘述賈雨村見了甄士隱笑道：「老先生倚門停望，敢問市上有什麼新聞？」（彭家發，1992: 2-3）

中國在漢唐時代出現邸報，西方也有新聞信產生。公元前59年，凱撒擔任羅馬執政官時，首創《每日記聞》（*Acta Diuvna*）逐日公布，被視爲新聞紙的濫觴。羅馬的新聞信類似中國的邸報，除了抄錄官方文件以外，並輔以地方謠言消息，出售外地；外地富戶也派專人駐於羅馬撰寫新聞信。到16世紀，歐洲各國皆有新聞信的產生（王洪鈞，2000: 9）。同時16世紀印刷術在歐洲的普及，衍生出「出版自由」（freedom of press）的問題，由此也宣告著新聞出版在西方社會開始發展的歷程。

新聞學者李瞻（1972: 32-34；1986: 22-24）以英國爲例，指出其新聞自由的發展可以分爲三個時期：

1. 爭取出版自由（freedom of press）：1538年英國國王亨利八世建立特許制度，之後有1586年、1637年的出版法庭命令，出版在英國成爲特許獨佔事業，

任何人未經許可，不得印刷任何出版品，違反特許制度者政府皆可予以任意處罰。這項要求歷經1640年「清教徒革命」、1688年「光榮革命」之反對質疑，在1695年廢除特許制，出版自由因而誕生。

2. 爭取意見自由（freedom of expression）：1695年廢除出版特許制後，人民進而要求討論及批評政治的自由。英國政府則以「知識稅」（Tax On Knowledge）迫害報紙之發行，以津貼制度扶助支持政府的報紙，以煽動毀謗罪（Seditious Libel）壓制一切不利政府的新聞與言論。經過自由人士的奮鬥，於1832年通過改革法案、1861年廢除「知識稅」，獨立報業作爲國會中除了僧侶、貴族、平民之外之第四階級（the Fourth Estate）的位置隨之興起，[2] 意見自由的原則，即告確立。

3. 爭取新聞自由（freedom of information）：消息自由在台灣通稱爲新聞自由。自一次大戰後，各國政府爲保障國家安全，竭力擴張「機密消息」的範圍，限制新聞發佈，於是報業提出「人民知的權利」（people's right to know）口號，以此爭取新聞自由。二次大戰之後，約有十億人生活於共產極權國家，與自由世界斷絕消息流通，因此英美報業又提出採訪自由、消息傳遞自由，以及閱讀、收聽自由，更進一步爭取新聞自由。所以英美現代新聞自由的含意，在於免於政府與利益團體干涉，以及接近新聞來源的自由（包括採訪自由，免於檢查之傳遞消息的自由，以及閱讀、收聽的自由等）。此外彭家發也指出，在美國新聞報刊已被視爲行政、立法、司法之外的「第四部門」（the fourth branch of the government），扮演制衡以及監督政府的角色（彭家發，1986）。

（二）自由主義與報業發展

上述英國新聞出版自由發展的第一、二個時期，尤其跟西方啓蒙時代以及自由主義的發展有關。李瞻指出，自由報業的理論源於啓蒙時代自由主義的哲學，萌芽於17世紀，成長於18世紀，茁壯於19世紀。從啓蒙的觀點來看，自由主義的誕生源於人類理性的自覺、知識的革命、政治的改革與社會的變遷。一方

2 早期英國國會是由僧侶、貴族、平民所組成，三者被稱爲「王國的三個階級」(Three Estates of Realm)。而英國政治家及作家柏克(E. Burke) 在十八世紀後期，宣稱記者是政治上的「第四階級」(the Fourth Estate)，亦即記者作爲僧侶、貴族、平民之外的「第四階級」。因爲在國會中，報業特別席(press gallery)上的新聞記者，逐漸地具有同樣的權威，因此獲得「第四階級」的稱號（彭家發，1986）。

面自由主義認爲個人具有許多天賦不可剝奪的權力，如生命權、自由權、財產權，人生而平等；另一方面認爲人是理性的動物，具有獨立思考及判斷能力，根據經驗可以分辨是非善惡，可以在真僞之間找出真理。因此自由主義的概念，也植基於啓蒙時代以來的個人主義，主張完全放任，絕對自由競爭；是非、真僞、真理／謊言，均應自由發表，同時相信真理一定獲勝。在自由主義的原則當中，新聞自由的價值在於同時作爲尋求真理的途徑、人民權利的保障、民主政治的靈魂、社會進步的動力與世界和平的基礎（李瞻，1968、1972）。

同時，隨著資本主義的發展，商業報紙也成爲「自由報業」的一部份，強調新聞事業應享受充分的「新聞自由」，不受任何干涉。李瞻指出就英美而言，19世紀的50年代至19世紀末葉，是自由報業的黃金時代，對近代民主政治有顯著貢獻，使得新聞事業獲得充分的自由，促進現代政治及社會的改革，提升經濟及教育的發展，同時也使得報紙本身成爲龐大的企業。

然而此後報紙的商業性質及激烈競爭的結果，引發學者以及報人本身紛紛對於自由報業的問題提出批判。其批判的著力點之一，在於新聞自由遭受威脅。由於報業的合併、報團的形成，造成報業獨佔、一城一報，使得新聞事業的勢力太大、單位太少，能藉由新聞媒介發表意見的人數隨之明顯減少。批評者指出由於報業所有權的集中，新聞自由實際已經面臨嚴重危機，抹煞了自由報業本身所追求的基本目標，報紙純粹成爲商人的營利工具。

對於自由主義報業的批判之二，重點則是報業爲了迎合讀者，在內容上挑逗人性，以聳動的感官情緒刺激爲訴求，同時造成如誹謗名譽、侵犯隱私、敗壞道德風俗、危害社會利益等問題。其中最具爭議性且惡名昭彰的例子，是十九世紀末在美國盛行的「黃色新聞」（李瞻，1968、1972）。

（三）社會責任論的興起

這些對於自由主義報業的批評，促成了新聞社會責任論的萌芽。一般認爲社會責任論基於自由報業的理論，但超出了自由報業的範疇；社會責任論是對於自由主義報業的一種修正，因此也稱爲新自由主義報業。社會責任論同意自由報業的理想（報業應享新聞自由），與自由報業的三大功能（提高人民文化水準、服務民主政治、保障人民權利）。但社會責任論與自由報業的不同觀點其一在於社會本質以及與個人的關係：自由主義認爲「社會」僅爲個人組合，其本身沒有目的。而社會責任論則認爲社會本身雖無目的，但它卻代表所有個人「整

體」之利益。因此，文明社會需秉持「社會公益」高於「個人利益」之原則。這是現代個人主義與集體主義的調和，也是社會責任論的基本觀點（李瞻，1972: 192-193）。

社會責任論與自由報業主義的第二點差異在於人性問題：自由主義認爲人是理性的動物，性善仁慈，有獨立意志，能夠根據良知分辨是非善惡；其生活的目的，在於不斷追求及實現真理。然而社會責任論認爲，人類並非完全理性的動物，其選擇亦非經常正確；也認爲「人性」，是食、色、性等的綜合要求，這些基本慾望決定了人性。社會責任論者認爲人類行爲主要受潛意識所支配，而生活之目的，主要在滿足當前之迫切需要及其慾望。也因此社會責任論者認爲，由於多數讀者擁有低層次之慾望（或說低級趣味），鑑別能力也不足，常使品質優異、莊重負責、維護公益的高級報紙不能生存；而那些粗製濫造、不負責任、僅圖私利的黃色報紙，反而大發利市。因此社會責任論者認爲，必須有良好的教育、健全的社會制度來引導鼓勵向善，社會才能逐漸臻於至善之境。

社會責任論與自由報業的差異之三在於真理的概念。啓蒙時代以來西方對於真理（truth）概念的詮釋，在於真理爲事實（fact）、現實（reality）、誠實（honesty）與信實（sincerity）的綜合意義，而且帶有公正（justice）的理想。在受啓蒙觀點影響的西方社會中，相信、追求、並實現真理，象徵著人類的最高品質。自由主義相信政府採取放任主義，讓所有意見（包括虛妄謬論）完全自由發表，真理就會自然出現。但社會責任論認爲人類並非完全合於理性，判斷也不是經常正確。所以必須先有良好的教育、良好的報業，然後「真理」才得以出現。舉公共事務的議題爲例，當人民有了良好的教育水準，而報刊對於公共事務作客觀、公正、充分的報導分析，「真理」才能越辨越明（李瞻，1972: 193-195）。

在此報業發展的脈絡之下，美國密蘇里大學新聞學院Dr. Walter Williams於1911年訂立的「記者信條」當中，已確立新聞事業爲一種公共信託，報人必須善盡被信託的責任（潘家慶，1987: 12）。其後社會責任論於1947年由美國新聞自由委員會在研究報告中正式提出，認爲新聞自由應以「社會責任」爲規範，報導新聞必須正確而有意義。社會責任論在此暗示著新聞事業必須承認一個前提，就是它們必須服務社會善盡社會責任與功能，才能保證它們的存在。此處新聞事業必須完成的重要先決目標，在於對當前的事件進行真實、綜合而明智的報導；不但要忠實報導事實，還要報導事實的真理。此外的目標還包括：成爲意見與批評的論壇、反應社會團體實況、澄清社會目標與價值、充分接觸當前的新聞現況（李瞻，1972: 204-206）。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com