

視聽傳播

乳字平書
顧龍

Journal of Audio-Visual Communication

總第四十八期 復刊號第六期

中華民國 107 年 04 月出版

發行者 國立臺灣藝術大學廣播電視學系
主編 連淑錦
執行編輯 連淑錦
編輯委員 朱全斌、朱灼文、李怡擘、李慧馨、吳珮慈、邱啟明、陳昌郎、
陳靖霖、莊伯仲、鄭金標、單文婷、廖金鳳、廖滄蒼、劉立行、
賴祥蔚、戴孟宗（按姓氏筆畫排序）

編輯助理 黃霈宜
封面題字 孔依平

地址 22058 新北市板橋區大觀路一段 59 號
網址 <http://rtv.ntua.edu.tw/>
電子信箱 rtv@ntua.edu.tw
電話 (02) 2272-2181 轉 5012
傳真 (02) 2960-1966
I S S N 978-986-02-7990-0
打字印刷

版權所有 · 請勿翻印

題字者簡介

孔依平

生於 1935 年湖北省枝城市，為孔子世家七十五世。

學歷：1953 台北師範藝術科、1964 國立藝專夜間部美術科國畫組第一期。

經歷：1986 台灣省立博物館、1993 台灣省立美術館、1990 國立台灣藝術教育館邀請展、1998 韓國泉州雙人展、2008 東歐巡迴展、2009 國立歷史博物館聯展、2010 泰國皇太后大學孔世宗親五人展。

目錄

本期論文

- 反思解讀中國大陸中央電視台之春節聯歡晚會：
習近平主政時期 呂郁女 5
- 臺灣平面新聞報導之性別再現分析 湯雅婷、連淑錦 33
- 媒體多元概念與法案檢視 賴祥蔚 61
- 色手止步 -- 談色情假新聞置入行銷管制 卓美玲 85
- The Connotation of The New Role of Music in Social
Movements - The Sunflower Movement in Taiwan 林果葶 117

反思解讀中國大陸中央電視台之春節聯歡晚會： 習近平主政時期

呂郁女

呂郁女 銘傳大學新媒體暨傳播管理學系教授
信箱：yunulu2003@hotmail.com

《摘要》

中國大陸中央電視台於 1983 年春節推出了春節聯歡晚會的主要目的是在回歸到中國傳統文化的大纛之下，撫慰十年動盪的文化大革命及其所造成的人心的失落和渙散。由於節目製作群側重在文化習俗及中國傳統薪傳的功能，帶來了極大的成功。

過去對「春晚」的探討多半集中於經濟的效果，尤其是令人咋舌的廣告費收入。而本研究則從政治傳播「議程設定」的角度來分析，「春晚」隱含的政治訊息，尤其是在習近平就任總書記之後的變化。

隨著「春晚」持續受到歡迎，中國大陸黨政當局愈來愈從重視議程設定，希望藉「春晚」將政治訊息傳遞給一般大眾。所以，我們看到節目愈來愈有政治的意涵。總體而言，黨政當局還是顧慮到社會的觀感並會彈性調整，維持政治議程設定和中華文化傳承兩方面的平衡關係。

關鍵詞：中央電視台、春節聯歡晚會、習近平、議程設定、中華文化傳承

壹、緒論：央視春節聯歡晚會社會、政治、經濟重要元素

對全球華人而言，一年中最重要節日就是春節，這是全家團圓的時刻。在外工作或就學的遊子都會不遠千里，想方設法，在除夕夜回到家中。根據官方統計，今年（2017）年春運計 40 天，全國旅客發送量將達到 29 億 7800 萬人次（道路運輸 25 億 2000 萬人次，增長 1%；鐵路運輸 3 億 5600 萬人次，增長 9.7%；民航 5830 萬人次，增長 10%；水運 4350 萬人次，增長 2%），以及超過 40 萬「返鄉鐵騎」。（〈中國春運掀幕 30 億人次上路〉，2017：東方網）從這些數字就可以反映春節的重要性，以及在外工作之遊子企盼回家過年的傳統習俗仍然歷久不衰。

1983 年，中國中央電視台（以下簡稱「央視」）首先在除夕夜推出了一個新型的節目，稱之為「春節聯歡晚會」（以下簡稱「央視春晚」），這個節目一直持續到春節凌晨。從那時開始，每年除夕夜的春晚成為大家翹首期盼的節目，也成為中國人傳統春節不可或缺的闔家團聚觀賞活動，是中國人無法忘懷的一部份記憶。

央視春晚的成功也帶動了鉅額的廣告收益，使得各項產品趨之若鶩，瘋狂爭取央視春晚的廣告機會，例如，「樂視」贏得了 2016 年央視春晚第一標，也就成為春節晚會上唯一一個 30 秒黃金廣告標的互聯網公司。（周濤，2015：新華網）

儘管近年來，受到各種因素影響，春晚的收視率下滑，但它一般認為仍是收視率最高的節目。根據央視-索福瑞媒介研究有限公司（CSM Media Research）2014 年對中國電視收視節目進行的收視調查，其中包括各省、市、自治區中，節目收視率前三十名統計（參閱表 1）。在有資料的二十九個省、市、自治區中，央視春晚在十七個排名第一，在貴州排名第二，在福建排名第十七，廣東排名第十八，江蘇排名第十，遼寧排名第四，四川第十三，上海第十一，北京第八，重慶第十五。而沒有進入前三十名名單則有下列省分：海南、湖南、山東和浙江。值得注意的是十二個非列第一名的省市主要是人口眾多及經濟發達的沿海區域。換言之，央視春晚的收視狀況反映

出其在沿海地區的狀況令人憂慮。

表 1：2014 年所有節目收視率排名前三十位

省、直轄市、 自治區名稱	節目名稱	節目 類別	播出頻道	平均 收視率 1	平均 佔有率 2	排名
全國	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	11.9	28.5	1
安徽 Anhui	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	18.6	56.2	1
福建 Fujian	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	5.8	12.2	17 綜藝 1
甘肅 Gansu	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	28.4	67.3	1
廣東 Guangdong	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	中央台三 套	5.3	15.7	19 綜藝 1
廣西 Guangxi	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	10.9	38.3	1
貴州 Guizhou	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	9.4	42.1	2
海南 Hainan	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	4.5	16.7	未列入名次內 綜藝 2
河北 Hebei	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	10.3	24.2	1
河南 Henan	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	30.4	73.5	1
黑龍江 Heilongjiang	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	45.2	83.8	1
湖北 Hubei	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	6.9	13.6	1
湖南 Hunan	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	湖南經濟 頻道	6.2	12.4	不入名 綜藝 3
吉林 Jilin	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	41.5	80.5	1
江蘇 Jiangsu	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	中央台三 套	7.0	14.5	10 綜藝 2
江西 Jiangxi	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	19.0	56.2	1
遼寧 Liaoning	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	遼寧衛視	10.0	18.1	4 綜藝 2
內蒙古 Inner Mongolia	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	35.3	75.2	1
寧夏 Ningxia	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	38.9	83.7	1
山東 Shandong	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	山東衛視	9.1	17.7	未列入名次內 綜藝 4

陝西 Shaanxi	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	34.7	70.1	1
山西 Shanxi	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	42.9	79.2	1
四川 Sichuan	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	4.5	10.7	13
新疆 Xinjiang	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	11.6	40.6	1
雲南 Yunnan	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	17.4	50.5	1
浙江 Zhejiang	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道			未列入名次內 未列入名次內
北京 Beijing	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	7.1	18.5	8 綜藝 3
上海 Shanghai	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	6.6	19.5	11 綜藝 7
天津 Tianjin	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	15.4	28.9	1
重慶 Chongqing	央視 2014 年春節 聯歡晚會	綜藝	央視綜合 頻道	5.2	13.5	15 綜藝 1
西藏 Tibet	無資料					
青海 Qinghai	無資料					

註解：

1. 收視率 viewing audience ratings 指一個地區的某個時間段中收看某一頻道（或節目）的人數占電視觀眾總人數的百分比。

2. 市場占有率 market share 指一個地區的某個時間段中收看某一頻道（或節目）的人數占該時段中收看電視總人數的百分比。

資料來源：作者整理自《中國電視收視年鑒 2015》。

2016 年央視春節聯歡晚會播出之後，許多報導批評節目的政治味太濃厚，灌輸政治教條的內容太多。（胡勇，2016：旺報）其實在 2015 羊年央視春晚已經出現了政治味，這是因為合唱歌曲「把心交給你」隱含的意義以及在背景影片中突出宣傳習近平，似乎在建構「習核心」做準備，這有別於過往將毛澤東、鄧小平、江澤民、胡錦濤等國家最高領導人並列呈現的傳統。（〈“把心交給你” 春晚獨捧習近平〉，2015：美國之音）在這樣的情況下，一系列的問題因之而起：央視春晚的源起及如何建立其地位？央視春晚在演進過程中如何不斷的推陳出新？央視春晚節目的內容究竟是何種結構？央視春晚的政治教條灌輸是以何種方式為之？這樣過度進行政治教條灌

輸是因為習近平時期特別嚴重嗎？央視春晚的賀節和娛樂功能是否仍然居節目的主軸？2017年的央視春晚是否在政治意涵作了調整？

為了要回應上述的問題，本研究將利用議程設定為理論分析架構，並針對2012年到2017年間央視春晚的節目進行內容分析。

貳、中央電視台春節聯歡晚會之興起

一、歷經文革創傷節慶是中國人心靈的慰藉

央視春晚的異軍突起是有其時代的背景。值得注意的是，經歷了十年文革之後，大陸民眾在心理和生理各方面均需要慰藉，而重新開始慶祝傳統的中國節慶，是對心靈最好的撫慰之一。

除夕夜的春節晚會是在鄧小平改革開放之後在1979年重新出現。當時，央視開辦了「茶座」形式的新春晚會名之為《迎新春文藝晚會》，而且是事先錄製然後播放的電視節目。（〈難忘今宵：歷屆春晚台前幕後揭秘〉，2009：Sina書味頻道）在文化大革命結束之後，電視台各種條件都不足，所以除夕文藝晚會並沒有受到大眾的注意。（黃一鶴，1999：電視研究）

央視春晚進入實踐階段的一種說法是馬季和央視導演鄧在軍於1981年春節前夕前往廣州，參加中央電視台和廣東電視台合辦的春節聯歡晚會，演出精彩，這使得馬季興起了在央視來辦這樣類型的除夕晚會，並向黃一鶴導演提及此事，這項建議也傳到了當時文藝部主任洪民生。（黃一鶴，1999：電視研究）

這樣的說法十分可信，因為廣東一直是與國際社會接觸最多的地方，是鄧小平改革開放的前衛，當時每年春、秋季的廣州交易會更是年度最盛大的國際貿易盛會，吸引許多國際人士。國際商貿的因素再加上鄰近香港，很快速、容易的吸收西方的產

物及模式，所以其製作出的電視晚會自然變化多端，目不暇給，比北方表演藝術顯得更多采多姿。

二、除夕夜慶團圓闔家圍爐守歲共賞春晚

相對的，中央電視台的前身是北京電視台，又身處京畿重地，受到北方這樣環境的影響，所擅長的無非是北京城內的相聲、京劇和雜耍之類的節目，墨守成規少有突破。例如，今天我們看到的電視小品也是稍後在央視春晚中發展出來的，並非北京原有的表演藝術之一。無論如何，馬季的建議獲得了正面的回應，這可見當時央視的領導班子相當開放，且有企圖心。

就實際負責規劃春晚並擔任前四年春晚總導演的黃一鶴回憶，這是在「1982年深秋的一個下午，中央電視台台長王楓、副台長洪民生對我說：『老黃，這一次的春節晚會交給你搞怎麼樣？你要盡力把它辦好。』」（黃一鶴，1999：電視研究）這樣輕描淡寫的說明製作央視春晚的決策實際上隱含著對黃一鶴總導演很大的授權。第一，黃一鶴約集了老搭擋對1983年春晚的製作提出了四條結論（黃一鶴，1999：電視研究）：（一）現場直播；（二）設節目主持人；（三）現場設熱線電話，讓觀眾點播和表達意見；（四）請國家最高領導人出席晚會與民同樂。第二，方案定了之後，台長當即拍版定案，並無反對或修正意見。（黃一鶴，1999：電視研究）第三，黃一鶴導演緊接著就南下上海安排參加春晚的演藝人員，並組成策劃編創組，夙夜匪懈的工作以致於宿疾發作。（黃一鶴，1999：電視研究）台長這樣大的授權顯然不認為這是很重要並涉及的政治層面的事務，僅為中央電視台本身的節慶欄目。

1983年春晚現場，廣電部部長吳冷西及央視臺長王楓都出席指導。現場與觀眾的熱線電話產生意想不到的熱烈反映，點播過程中甚至無意間突破的禁令，獲得允許播出有爭議的歌曲《鄉戀》，這可是思想上的解放。（〈名導演、周恩來侄媳鄧在軍回憶錄〉，2014：CCTV10讀書）當然，在成功的背後還有一項助力是來自於全國各省、市、自治區和地方電視台都要轉播央視綜合頻道傳遞的春晚節目。（〈620秒廣

告四億進賬 央視「春晚」一刻值千金〉，2006：新華網）

從此，央視春晚成為農曆除夕全家圍爐團圓不可缺少的一項活動。換言之，吃完年夜飯後，全家人圍坐守歲，觀賞央視春晚，也成為一種春節的儀式。（陳寅，2014：現代傳播）

三、兼具藝術娛樂確立春晚「新民俗」風格

從 1983 年央視春晚的兩位負責導演黃一鶴、鄧在軍的回憶，當時他們是負責整個節目籌備、製播的工作，當然對於春晚的風格、藝術創作和呈現的格局有很大的影響，並肩負成敗之責。學者專家分析認為以黃一鶴為代表的第一代導演對央視春晚的發展有以下三個方面的貢獻：1. 創作理念上的突破；2. 藝術上開風氣之先；3. 確立中華民族「新民俗」。（陳寅，2014：現代傳播）

從這項分析來看，似乎沒有考慮到政治的因素涉入或者是黨政力量的介入。可是，外在政治因素的干預確實存在，且反映在 1984 年的央視春晚的節目安排上。當時某位高於央視台長的領導不斷地干預節目的安排，直到農曆臘月二十九日節目單還不能定案，而「洪民生副台長還手拿著電話，代表劇組向某領導申訴、請求」。（黃一鶴，1999：電視研究）

此外，黃一鶴等人都經過文化大革命的洗禮，且在黨國的教育之下，很自然會考慮政治的因素。特別值得一提的是每年春晚結束的歌曲「難忘今宵」，當 1984 年推出來的時候還遭遇很大的反對聲浪，認為應該用激昂向上的歌曲壓軸。（黃一鶴，2009，Sina 書味頻道）

同樣在 1984 年的春晚，他們為防止「硬梆梆」的「左爺」，不得不將「統一祖國」、「一國兩制」的構想引進到晚會中，因此晚會的主持人群包括了來自台灣的黃阿原和香港的陳思思以及香港歌星張明敏。（黃一鶴，1999：電視研究；黃一鶴，

2009，Sina 書味頻道）只是他們較大的心力仍然放在文藝節目的娛樂性，例如，陳思思和張明敏的人選是因為看到和聽到他們的表演，肯定他們的才藝，更不容易的是他們聚集了當時文藝界的「大腕」來演出，例如，陳佩斯、朱時茂、馬季、李谷一、王景愚、姜昆等。

簡言之，在央視春晚開始的階段即令有政治的考量，但是負責的導演盡其可能來維護節目和演出者充分發揮其藝術性和娛樂性，且參與演出者又都是大家耳熟能詳的「大腕」。在這樣的情況下，央視春晚建立了品牌。

參、中央電視台春節聯歡晚會之挑戰

一、春晚廣告「一刻擲千金」與「置入型行銷」

央視春晚的成功帶來的是名與利。在獲利方面，最重要的當然是廣告的收入，進入到二十一世紀，這項廣告收入快速上升。從 2002 年的 2.5 億人民幣，到 2006 年超過 4 億，再到 2009 年超過 5 億。（〈620 秒廣告四億進賬 央視“春晚”一刻值千金〉，2006：新華網）到了 2015 年僅僅是央視春晚黃金時段 30 秒廣告的播映權，「樂視」就付出了 7199 萬人民幣，2017 年「小米」是以 4457 萬元得標。（〈央視春晚廣告重跌 2700 萬人民幣〉，2017：聯合報）這些廠商以這樣的高價爭取春晚的廣告，當然是為了提高知名度，進而取得更大的市場佔有率。「蒙牛集團」副總裁孫先紅公開表示：「在中央電視臺春晚做廣告按投入和產出比來說是最合算的」，因為蒙牛從最早先在行業排名第 1116 位，到了現在成為領軍品牌，這與在春晚的廣告投入有密切的關係。（朱裴，2006：新華網）

在廣告方面的畸形發展是出現了「置入型廣告」（或稱之為「軟性廣告」。例如，在 2003 年央視春晚上，出現了這樣的一幕：一位央視節目主持人在一個魔術節目前，自己先露了一兩手，其中一個就是在眾目睽睽之下變出了一瓶「非常可樂」。（〈春節晚會暗藏隱性廣告 媒體稱之為“愚弄觀眾”〉，2003：中國新聞網）此舉當然引發

了媒體競相批評。另外一個造成廣告不正常發展的因素是在每次春晚總結會上，廣告創收成為繼政治導向、技術創新後又一重要評價指標，而節目之藝術品質卻被冷落，以觀眾為本的藝術創作不受到重視。（陳寅，2014：現代傳播）

二、春晚造就演藝界「大腕」也成名利競逐場

除了獲利之外，在央視春晚演出也造了不少演藝界的「大腕」，例如，趙本山、馮鞏、蔡明、張明敏、毛阿敏、潘長江等。所以不少人都認為春晚是登龍捷徑，各方面的請託就蜂擁而至，香港「英皇娛樂集團」甚至願意免費讓旗下藝人到春晚演出以提高曝光率，競爭之激烈可想而知。（黃一鶴，2009，Sina 書味頻道）

這樣的發展使得春晚受到了很多的負面批評，將之描繪為「一個名利場，是成就某些名人，讓央視獲利的「名利場」。（蔡琰琰、姚卓珣，2007：消費導刊）如果持續發展將會沾污一個除夕夜神聖的儀式，當然會有嚴重的後果。

三、展現「民族氣勢、盛大宏偉、政治功能」教化意味重

和名利發展的同一時期，央視春晚也出現了轉變。有學者主張這是因為總導演選拔制度的轉變有關。央視台長楊偉光宣佈，將競爭機制引入1993年的春晚，這也就是實施總導演與方案招標的方式。從那時開始，央視春晚走向了「宏大敘事」，忽視了「人性表達」，更確切的說就是更加重視政治性。（陳寅，2014：現代傳播）第一，從開場到結尾都要展現出「民族氣勢、盛大宏偉、政治功能」。第二，大量語言節目的「政治屬性」、「命題色彩」和「教化意味」愈來愈明顯。第三，春晚的審查愈來愈嚴格，彩排的次數愈來愈多。（陳寅，2014：現代傳播）

被譏為「名利場」這個問題似乎比較好解決。央視內部先展開了大幅改革行動，於2012年任命從未參與過春晚的哈文導演團隊來負責翌年的央視春晚，並且取消廣告、取消賀電、取消評獎，其目的無非是要回歸到原本過年的本色。（陳寅，2014：現代傳播）對央視春晚而言，更大的衝擊來自於外部高階的領導，2013年6月8日，

中共中央政治局委員、中宣部部長劉奇葆來到中央電視臺，名為瞭解春節聯歡晚會的籌備工作，實則是對未來的春晚作政策的宣佈：第一，春晚是「國家項目」，由央視主辦；第二，央視要改革導演選聘機制，以動員和組織更多更廣泛的力量來參與；第三，創新節目選拔機制。（陳寅，2014：現代傳播）

在不久之後，央視春晚的改革工作就立即著手進行：第一，著名的導演馮小剛就宣佈出任 2014 馬年春晚的總導演；第二，副總導演、藝術顧問與策劃團隊都由非央視的文藝界人士擔任；第三，通過《我要上春晚》和《直通春晚》等機制，遴選全國各界才藝選手來參加春晚。（陳寅，2014：現代傳播）從今天來看，這些改革都已經偃旗息鼓，因為其成果並未耳目一新，也未滿足觀眾的需求。（〈馬年春晚：馮小剛 好一個全身而退〉，2014：騰訊娛樂）

經過三十餘年的變化，中央電視台為除夕製作的春節聯歡晚會被中央宣傳部部長劉奇葆宣佈為國家項目，由央視主辦。這一個轉變究竟是何種意涵？是意味著在習近平主政下，央視春晚要扮演更政治性的角色嗎？是不是代表著另外一個不同時期的開始？

肆、理論架構與分析

談到了政治教條的灌輸，我們可能要觸及所謂的議程設定（agenda setting）的問題。每年春節聯歡晚會的節目上演，我們可以想像成為是一種議程設置，也就是政府試圖透過電視媒體，設定閱聽眾的議程。

一、傳播媒體的議程設定功能

根據二次大戰後早期傳播學者（如，李普曼 Walter Lippmann）的觀點，大眾傳播媒體對一般大眾影響非常深遠。他們主張，大眾應該都是依據傳播媒體的資訊來建構對外在世界的認知和圖像，形成對許多議題的見解。（林東泰，2008：260）當然，大眾會按照腦中的圖像與認知，來處理外在的事務。

所謂「媒體議程設定功能」，就是擁有廣泛滲透力的傳播媒體，持續報導特定某些重大議題，進而改變大眾心目中關切的重大議題。換言之，大眾媒體和記者決定了新聞顯著性（news salience），就以此作為是否刊登或播出的標準，而更重要的是媒體對於特定新聞事件的偏好選擇，會影響大眾隨著新聞媒體的報導而重新排列組合議題的重要性，影響他們對外在世界的認知和圖像。（林東泰，2008：259-260）

可見傳播媒體對於各個議程的重要性，或顯著性的不同安排，會影響閱聽大眾也作相同的看法和評價，進而促使社會大眾接受傳播媒體所做的議程安排。這種議程的安排，就好比傳播媒體將社會議程的重要性，作了類似議會的「議程」（agenda）的安排，而「媒體的議程」（media agenda）也大致為社會大眾接受為本身的議程，即所謂的「公眾議程」（public agenda）。（林東泰，2008年：262）

二、從「議程設定」到「議程建構」

媒體的議程設定並非對每個人都有同樣的效果，影響方式也有不同。麥康姆與魏佛（D.H. Weaver）認為，每個人對議程的「需求引導」（need for orientation）程度不同，議程設定對每個人的影響程度也會有所不同。「需求引導」程度越高，越容易受到媒體議程設定效果影響。（Weaver,1977；羅世宏譯，2006：267-300）

藍氏夫婦（Lang & Lang,1983）曾經研究「水門案」（Watergate Crisis）期間媒體與民意之間的關係，認為議程設定理論的原始概念必須擴充為更積極主動的「議程建構」（agenda Building）。他們將議程設定更細分為下列幾個階段：

- （一） 媒體特別注意某些事件或活動，並將它們置於檯面上。
- （二） 不同種類的事件要想得到公眾注意，需要不同種類及程度的新聞報導。
- （三） 事件或活動要成為公眾注意焦點，必須「被框架」（framed），即被媒體報導置入某種公眾能夠瞭解的意義脈絡之中。
- （四） 媒體報導的用字遣詞，會影響公眾對事件重要性的感知。

(五) 媒體需將事件與較易為公眾理解得次級象徵 (secondary symbols) 扣連，公眾才得以對該事件表達自己的立場。

(六) 議題建構的速度在名流對該事件發表看法時特別地快。

藍氏夫婦提出主動性高的「議程建構」之內涵正是本研究用以討論的主要元素，也就是國家黨政機構積極的介入，運用媒體製作的娛樂性節目來傳布訊息。儘管如此，本研究仍然是用「議程設定」的概念。

三、央視春節聯歡晚會與建構國家重要議程

議程設置是大眾傳播的重要社會功能和效果之一，美國傳播學者麥康姆 (Maxwell McCombs) 經由實證研究發現，在公眾對社會公共事務中重要問題的認識和判斷與傳播媒介的報導活動之間，存在著一種高度關連性與對應的關係。

(McCombs, 2014:63-78) 閱聽大眾對於公共事務所知有限，一旦詢問他們，卻又懵然無知。由於大眾需要瞭解特定議題，大眾傳播媒介不斷提供訊息，透過長期的設定議題，在不知不覺中建構了閱聽大眾的腦中圖像，日積月累達到「議程設定」的認知效果，以及符號建構的社會功能。換言之，傳播媒介給予這些議題報導的強度越大，公眾對該議題的重視程度就會越高，這使得公共的議程成為公眾個人的議程。

春節是中國最重要的民間傳統節日，對華夏民族的思想、感情以及行為習慣都有巨大的影響。傳統中國社會是以家庭為中心的，「團圓」、「祥和」是中國人對春節的一種精神寄託。透過央視春晚這一個媒介平台，北京當局是可以將想要傳達的政策議程之指令包裝在文藝的表演中發送出去，人們在觀賞的過程中會接收到這些指令，進而接受政府的政策議程。這一個議程設定的過程是否如此順利呢？閱聽眾是否會接受呢？

伍、閱讀並分析 2012 年至 2017 年央視春節聯歡晚會

一、強調傳統家庭價值文化特色宣揚國力塑造強國形象

本研究是針對 2012 年到 2017 年央視春晚進行內容分析，以觀察分析其政治性內容和非政治性內容的比重狀況；主持人在過程中扮演的角色；習近平主政的狀況發生轉變。為了要分析內容的政治性和非政治性，本研究將節目的內容劃分為以下七類：(1) 強調傳統中國家庭價值；(2) 保存民族特色文化；(3) 國家認同、宣揚國力與塑造國際強國形象；(4) 強調反腐打貪決心；(5) 書寫社會關切之議題；(6) 讚揚個人忠於工作的倫理；(7) 其他（特別是娛樂）。在這些分類中，最困難的部份是第三類，其他六類比較清楚明白。

國家認同、宣揚國力與塑造國際強國形象包括支持國家重的戰略和政策作為（例如，民族復興、中國夢、一帶一路、國防建設、尖端科技發展、建立小康社會、參與國際事務等），支持共產黨，以及認同國家的各項建設成就。

在進行分類時，不僅是要參考使用的詞彙或歌詞，也要參考配合的背景影片、整體畫面，甚至是主持人的串場詞。由於多數狀況這些議程設置的指令是和文藝表演結合在一起，所以在分類節目時可能出現在一個以上的類目中，例如同時出現在 (2) 保存民族特色文化和 (3) 國家認同、宣揚國力與塑造國際強國形象兩個類目。

表 2: 中央電視台春節聯歡晚會節目意涵分析統計（2012-2017）

節目意涵分類	2012	2013	2014	2015	2016	2017
強調傳統中國家庭價值	18	19	13	14	19	8
保存民族特色文化	12	16	16	11	24	10
國家認同、宣揚國力與塑造國際強國形象	4	6	7	9	18	14
強調反腐打貪決心	2	3	1	2	1	1
書寫社會關切之議題	6	11	10	10	8	7
讚揚個人忠於工作的倫理	3	5	2	2	4	2
其他：娛樂	14	16	11	5	2	9

資料來源：作者整理分析央視春晚節目內容。

二、政治娛樂節目消長相聲小品彰顯社會關切議題

根據中央電視台春節聯歡晚會節目意涵分析統計，我們可以觀察到七項節目分類的趨勢：

第一，「國家認同、宣揚國力與塑造國際強國形象」類目的數量從 2012 年的 4 件逐漸增加到 2016 年的 18 件，再到 2017 年的 14 件。我們可以有初步推論，在習近平時期有關政治類的節目確實相當程度的增加。

第二，「其他：娛樂」類目的數量從 2012 年的 14 件增加到 2013 年的 16 件，然後逐年減少，到 2016 年為 2 件，2017 年又回升到 9 件。娛樂類目的發展趨勢與政治類目呈現反比，可以說明當政治類目增加自然會壓縮娛樂類目的數量。

第三，「強調傳統中國家庭價值」及「保存民族特色文化」兩項類目始終維持在 10 件以上，甚至到 24 件。這或許可以反映出央視春晚的最重要也最有成就的功能就是維護、弘揚傳統中國的文化和習俗；從另外一個角度來看，黨政機構若要推動其政治議程是必也要將之包裝在傳統文藝節目當中。

第四，「書寫社會關切之議題」的類目維持在一定的數量，這說明了社會問題是大眾關切的，也是春晚語言類節目（主要是相聲和小品）不可或缺的主題。

第五，「讚揚個人忠於工作的倫理」類目的數量有限，這可能是相關的主題難於用表演的方式呈現。

第六，「強調反腐打貪決心」類目的數量很少，或許反映出央視的尷尬，因為它過去是貪腐重災區之一，而目前也是可能發生的事業之一。

從前面對於央視春晚在過去七年中演出節目的描述性分析，我們注意到 2012 年、2016 年、2017 年三個關鍵性時間點的重要性。2012 年央視春晚是發生在習近平就任總書記之前，其播出節目所呈現出來的樣貌，可以對照之後的央視春晚。2016 年央視春晚發生在習近平就任黨總書記三年之後，應該能夠反映他的風格，尤其是這一年的春晚廣泛被認為是最具政治性的一次。2017 年的春晚可以和前一年相對照，觀察黨和政府的看法。

我們先要進一步分析 2016 年央視春晚的基本結構。傳統上，央視春晚開場的歌舞是花團錦簇，包含了服裝艷麗的舞者盡情展現舞姿，歌者引吭高歌，散播著春節的歡樂景象。可是在這一年卻不一樣了，在開場歌舞《春到福來》中，主唱者在歌曲中「饒舌」長段說明黨和政府之政策、作為和成就：

「四個全面，戰略佈局，五大理念引領未來發展，
九三閱兵，威武震撼，三個必勝贏得全球喝采。
反腐倡廉 民心所向，
黨風政風社風 清風滿懷。
合作共贏 收穫滿載，
中國足跡跨越五湖四海。
北京冬奧申辦成功，一帶一路藍圖無限精彩，
中國的大飛機造出來，人民幣入籃進入了前排。
超級計算機蟬連世界六連冠，
再接再厲速度越來越快。
浩瀚宇宙我們來訪，
暗物質探測衛星飛向天外。
青蒿素方劑 中醫學，
屠呦呦登上了諾貝爾獎台。
2015 我們朋友圈越來越大，
2015 我們獲得感實實在在。
都說長風破浪會有時，
我們直掛雲帆濟滄海。
新的一年扶貧攻堅 準確發力，
新的一年全面小康時不我待。
同心共築中國夢，
攜手再譜那新華章。
春到福來喜事連，
歡聚春晚把年拜，
把年拜，
把年拜囉！」

這一長段事實上是為整個春晚節目蘊含的主軸加以定調。之後，所有的表演都

是以這些內涵為重心。

接著在六位男女主持人開場白中，除了一般的表白之外，特別提及：

「朱軍：在以習近平同志為總書記的黨中央堅強領導下，全國各族人民，努力奮鬥，十二五規劃圓滿收關，我們又滿懷著豐收的喜悅，昂首步入十三五決勝小康的開局之年。

周濤：2015年隨著全面建成小康社會，全面改革開放，全面依法治國，全面從嚴治黨，戰略佈局的協調推進。我國的經濟，政治，文化，社會，生態文明建設和黨的建設邁上了一個新臺階。

撒貝寧：新的一年我們將深入貫徹，創新，協調，綠色，開放，共用的發展理念，你我中國夢，全面建小康，這裡全體中華兒女共同的心願。」

而在唱畢《難忘今宵》之後，節目主持人分別述說對未來黨和政府發展的認可和期許：

「一幅藍圖正在鋪展；
一種動力強勁奮發；
一份情懷始終牽掛；
一種視野寬廣深邃；
一個核心更加堅強；

讓我們跟隨偉大的旗幟追逐光榮的夢想；
讓我走進嶄新的春天 書寫夢想的花章；
讓我們更加緊密的團結在以習近平同志為總書記的黨中央周圍；
萬眾一心，艱苦奮鬥，共同奪取全面建成小康社會決勝階段的偉大勝利。」

三、開場白串場詞結尾語輝映節目具畫龍點睛之效

在節目進行過程中，主持人的串場詞具有畫龍點睛的效果，真正點出每一個節目的意涵。在 2016 年的節目中，我們分析串場詞，的確探查出濃厚的政治味道。總共有三十三個串場詞（包括開場白和結尾語），其中有十八個是直接涉及到黨和政府的政策作為和獲致的成就，例如，在歌曲《走在小康路上》之前，兩位主持人是這樣串場的：

「周濤：黨的十八大以來，我們國家又有近五千萬人口擺脫的貧困，在他們脫貧的道路上既有政策的扶持，也有好心人的愛心援助。

朱軍：加快協調發展，共享發展成果，在小康路上不讓一個人掉隊，這擲地有聲的莊嚴承諾，顯示黨中央心惜人民，為民造福的歷史擔當。

周濤：就讓我們手挽手肩並肩，高揚風帆，走上更加富裕幸福的新生活。」

而歌者張也的甜美歌聲及唱出的如下的歌詞，並加上背景影片的配合，恰恰反映出這首歌曲的政治意涵。如果沒有周濤前面的串場詞和歌唱進行中背景影片的襯托，我們很難察覺這首歌曲的政治意涵。

「甜甜的梦想 播種在心田
是你為我們帶來了嶄新的春天
迎著輕輕的風兒 抒發喜悅的感言
你讓金秋的田野 盛開舒心的笑顏
走在小康路上 一路歌美花香
在那希望的田野中 捧起歲月的香甜
走在小康路上 一路陽光燦爛
在那美麗的藍圖中 我們許下未來的心願
藍藍的天空 放飛著愛戀
是你為我們耕耘著生活的美滿
翻開嶄新的日曆 記載快樂的體驗
你讓綠色的家園 融入自然的詩篇
走在小康路上 一路歌美花香

在那希望的田野中 收穫富裕的明天
走在小康路上 一路陽光燦爛
在那美麗的故事裡 我們描繪中國的畫卷
描繪中國的畫卷」

緊接這我們要觀察 2017 年央視春晚整個流程的狀況，以作為對比。在開場歌舞《美麗中國年》，完全以熱熱鬧鬧的舞蹈和歌曲表現出來，沒有任何「饒舌」夾雜其中。在主持人的開場白中，完全沒有任何政治意涵的字眼，他們的陳詞如下：

「朱軍：此刻我們是在北京中央電視台一號演播大廳，面向全球，現場直播 2017 年春節聯歡晚會

董卿：春回大地百花豔，節至人間萬象新，一年一度的春節聯歡晚會又一次如約而至。

康輝：連續舉辦三十四年的央視春晚已經成為伴隨十三億中華兒女和全球華人辭舊迎新的新年俗。

朱迅：今晚中央電視台綜合頻道，綜藝頻道，中文國際頻道，軍事農業頻道，少兒頻道正併機現場直播。

尼格買提：於此同時，我們春晚正在通過全球一百五十七個國家的二百二十一個海外合作方，落地播出。

康輝：中央人民廣播電台、中國國際廣播電台多個頻率也在同步向全球聽眾轉播 2017 年春節聯歡晚會的實況。您還可以使用手機通過央視綜藝春晚和央視影音客服端收看「廣汽傳祺@春晚」網絡直播，點播精品 VR 節目，參與央視網路互動，贏取幸運獎品。

董卿：「暖暖的除夕夜 濃濃的家國慶」，我們也將在春晚的舞臺上為您展現最美好的辭舊迎新的願景。

朱軍：「金雞一唱千門曉，和聲四海萬戶春」今年的春晚啊，除了北京的主會場，我們還在祖國的東西南北設置了四個分會場。讓我首先到東部的上海分會場看一看。」

在《難忘今宵》之後，眾主持人的結尾語是以十分平凡的話語作為結束：

中國中央電視台
中國中央電視台
2017 春節聯歡晚會到這裡就結束了
恭賀大家新春快樂闔家幸福
我們恭祝偉大的祖國更加繁榮昌盛
祝願各族人民幸福安康
親愛的朋友們，讓我們一起相約，明年春晚再見！

在 2017 年的節目中，我們分析串場詞，鮮少感受到政治味道。總共有二十三個串場詞（包括開場白和結尾語），僅有兩個是直接涉及到黨和政府的政策作為和獲致的成就，例如：

「康輝：朋友們，2016 年在美麗西子湖畔舉行的 G20 峰會，牽動世界的目光。

董卿：2017 年，我們將迎來“一帶一路”國際合作高峰論壇。

康輝：正所謂“千川江海闊、風好正揚帆”，期待五月的北京再次向世界張開雙臂——

合：“北京歡迎你”。

董卿：掌聲有請韓紅。」

從以上的比較分析，我們可以十分確定，2017 年央視春晚是一百八十度的大轉變，政治意味減少許多。

最後，我們來觀察 2012 年央視春晚進行的流程是呈現出的樣貌。當然，在開場童謠和歌舞《東西南北大拜年》中，所展示出來的都是中國傳統過年的說詞、歌曲和舞蹈，沒有穿插任何「饒舌」之類的表演。

至於主持人們的開場白，則悉數如下：

「合：親愛的朋友們 大家過年好

朱軍：這裡是中國中央電視臺 2012 年春節聯歡晚會的直播現場 感謝全國各族人民 感謝全世界的中華兒女 跟我們一起喜迎壬辰龍年

董卿：這裡是高朋滿座的團圓大聯歡 感謝電視機前的千家萬戶又一次準時守候 感謝各位現場的來賓攜家人與我們團聚一堂共度除夕

李詠：這裡是全新打造的春晚舞臺 在這裡要感謝所有的觀眾朋友們 在過去的整整三十年裡和中央電視臺的春節聯歡晚會相攜相守 相親相知

畢福劍：在這迎春納福的喜慶之夜 感謝中華民族傳承千載的偉大文明 讓我們喜慶團圓的中國年恩澤萬代 福佑東方。

朱軍：這正是 看今朝 九洲春色起龍年。

董卿： 八方歡歌慶龍年。

李詠： 新人新歲新溢滿。

畢福劍： 拜親拜友拜大年。」

不過，在主持人的結尾語中，我們可以看到一絲絲的政治正確的語言：

「朱軍：剛剛過去的一年是團結創造的一年 是積極進取的一年 是十二五規劃開局的一年 是黨的十七屆六中全會勝利召開推動社會主義文化大發展、大繁榮的一年。

董卿：展望 2012 年 我們迎來的是承上啟下的一年 是應對挑戰的一年 是改善民生的一年 是迎接黨的十八大勝利召開中華民族繼往開來的一年。

撒貝寧：今夜讓我們舉杯 用最樸素的語言 祝福生活。

李思思：今夜讓我們共舞 用最美麗的心情 迎接春天。

李詠：感謝朋友們攜家人來到現場 更要感謝電視機前的觀眾朋友 和我們一起迎來了龍年。

2012 年中央電視臺春節聯歡晚會要和大家說再見了 讓我們一起用微笑 擁抱龍年。」

在 2012 年的節目中，我們分析串場詞，感受到的政治味道很淡。總共有二十六個串場詞（包括開場白和結尾語），僅有三個是直接涉及到黨和政府的政策作為和獲致的成就，例如，在小品《面試》之前的串場如下：

「董卿、畢福劍：大到我們的國家十二五規劃、十八大召開 小到我們自家柴米油鹽、衣食住行 時代進步的車輪啊推動著我們滾滾向前 幸福的生活需要我們用心去創造 就像接下來這位 想找份新的工作 總得先過了面試這一關」

總之，瞭解到 2012 年央視春晚的節目分類和整個流程中主持人串場的狀況，我們可以推論在習近平主政前，央視春晚的政治內涵不強，而作為農曆春節除夕的中華文化習俗薪傳的角色較為濃厚。

陸、結論

中央電視台春節聯歡晚會的伊始僅僅是電視台內部節目的改革創新，而當時的環境提供有利的發展條件，使得推動者可以突破框框限制，進而奠定良好的基礎。

當時，中國大陸改革開放正次第進行，而 1983 年也是電視制度變革的一年，推出了「四級辦電視、四級混合覆蓋」。在這樣的機會下，央視取得有利的優勢，尤其是各省、市、自治區和旗下地方電視台都有義務轉播中央電視台的新聞節目，這樣的關係，有利央視春晚的發展。事實上，其他地方衛視不得在除夕也舉辦春節聯歡晚會的狀況也是脫胎於這個電視制度的遺產。

當時，這個節目僅僅是作為春節除夕一項特別節目，卻沒有想到成為家家戶戶除夕夜團圓的焦點活動，成為央視旗艦節目。

這樣發展的趨勢，黨政當局當然注意到這個節目所能發揮的功能應該可以超越原先作為中華文化習俗及中國傳統薪傳的功能。從議程設定的角度上，中國大陸黨政當局希望藉此將政治的議程成為民眾個人的議程。所以，我們看到節目承載了愈來愈多的壓力，節目也愈來愈有政治的意涵。當然，央視製作單位絞盡腦汁如何來調和兩個功能：傳統薪傳和政治意涵。唯一的辦法就是如何安排小部份政治性的節目，儘量不著痕跡地而在其他文藝演出上某種程度上加入政治的元素。

從我們對 2012 年到 2017 年間央視春晚節目內容和進行流程的分析，我們獲致以下初步的結論：

1. 在習近平主政之前，央視春晚主要的問題是「名與利」的問題，至於節目中之政治意涵並未受到很大的關注。
2. 習近平主政之後，我們可以觀察到愈來愈多的政治元素加入了央視春晚的節目中，甚至有過於歌功頌德的成分，尤其 2015 年的「把心交給你」遭到廣泛的批評。
3. 2016 年央視春晚的政治意涵幾乎完全遮掩了其作為中華文化習俗和傳統薪傳的功能。

由於社會的強力反彈，央視春晚的確在 2017 年做了一百八十度的調整，其目的應該是避免「因小失大」，嚴重損及春晚的信譽，更進而影響到黨政部門想要「議程設定」與「議程建構」的目標。央視春晚製作單位或許是深切體會沒有政治意涵的「綠色歌曲」傳播力更勝、更遠，也更被民眾接受和喜愛。總之，黨政當局還是顧慮到社會的觀感並會彈性調整，維持政治議程設定和中華文化傳承兩方面的平衡關係。

當然，這項研究僅為初探性質，未來需要更大規模的資料蒐集和分析，並輔之以深度訪談及更完善的理論架構，當能對學術和政策有更大的回饋。

參考文獻

一、中文部分

- 〈中國春運掀幕 30 億人次上路〉，2017，東方網：<http://www.orientaldaily.com.my/international/g02303521>。2017/1/13。
- 〈央視春晚廣告 重跌 2700 萬人民幣〉，2017，聯合報：https://udn.com/news/story/7331/2254979?from=udn_ch2cate6640sub7331_pulldownmenu。2017/1/27。
- 朱裴，〈620 秒廣告四億進賬 央視“春晚”一刻值千金〉，2006，新華網：http://news.xinhuanet.com/newmedia/2006-01/24/content_4092463.htm。2006/1/24
- 〈名導演、周恩來侄媳鄧在軍回憶錄〉，2014，CCTV10 讀書：https://www.youtube.com/watch?v=P5hEUpmL_kM。2014/2/21。
- 〈“把心交給你” 春晚獨捧習近平〉，2015，美國之音：<https://www.voachinese.com/a/new-year-gala-20150219/2650977.html>。2017/2/20。
- 林東泰，2008，《大眾傳播理論》，台北：師大書苑。
- 周濤，〈樂視花 7000 萬奪得央視春晚廣告第一標 黃章不幹了〉，2015，新華網：http://news.xinhuanet.com/info/2015-11/23/c_134845144.htm。2015/11/23。
- 〈馬年春晚：馮小剛 好一個全身而退〉，2014，騰訊娛樂：<http://ent.qq.com/a/20140131/000786.htm>。2017/1/31。
- 胡勇，〈陸媒新視界－滿分春晚全民吐槽〉，2016，旺報：<http://www.chinatimes.com/newspapers/20160214000686-260310>。2016/2/14。
- 〈春節晚會暗藏隱性廣告 媒體稱之為“愚弄觀眾”〉，2003，中國新聞網：<http://ent.sina.com.cn/m/2003-02-03/1224130148.html>。2017/2/3。
- 陳若愚主編，2015，《中國電視收視年鑒 2015》，北京：中國傳媒出版社。
- 陳寅，2014，〈央視春晚導演選聘機制的變遷與影響〉，《現代傳播》（北京），第 3 期，頁 20-26。
- 黃一鶴，2009，〈難忘今宵：歷屆春晚台前幕後揭秘〉，Sina 書味頻道：<http://books.sina.com/bg/blogbook/city/2009-01-22/ba17721.html>。2017/1/22。

黃一鶴，1999，〈難忘除夕夜－從1983年春節聯歡晚會談起〉，《電視研究》（北京），第5期，頁58-59。

蔡琰琰、姚卓珣，2007，〈央視“春節晚會”的昨天、今天和明天——淺析春晚的發展歷程〉，《消費導刊》，第7期，頁214。

羅世宏譯，2006，《傳播理論一起源、方法與應用》，台北：五南圖書。

〈難忘今宵：歷屆春晚台前幕後揭秘〉，2009，Sina書味頻道：〈<http://books.sina.com/bg/blogbook/city/2009-01-22/ba17723.html>〉。2017/2/20。

嚴嚴、洪沙，2016，〈全民吐槽“紅色”春晚 網管除夕“沒閒著”〉，2016，德國之聲：<http://www.dw.com/zh/全民吐槽紅色春晚-網管除夕沒閒著/a-19033094?&zhongwen=simp>。2016/2/8。

二、 英文部分

Lang, G.E., and Lang K., 1983. *The Battle for Public Opinion: The President, The Press, and the Polls During Watergate*. New York: Columbia University Press.

McCombs, M., 2014. *Setting the Agenda, Second Edition*. Cambridge, UK: Polity.

Weaver, D.H., 1977, “Political Issues and Voter Need for Orientation.” In Shaw, D. L. and McCombs, M., eds., *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press* (pp.107-119). St. Paul, MN: West.

The Reflective Reading of CCTV's Chinese Spring Festival Gala under the Leadership of Xi Jinping

Lu. Yu-Nu

Professor, Department of New Media and Communication Administration, Ming Chuan University

Abstract

When China Central Television put forward the Chinese Spring Festival Gala in 1983, the major purpose of this annual TV program was a return to the traditional Chinese culture and to comfort Chinese people after 10-year turmoil Cultural Revolution and the disillusion of people's mind. With the focus of traditional Chinese cultural heritage, the debut of this TV Gala was a very successful one.

Previous studies of the Chinese Spring Festival Gala were mainly on the economic effects, especially the lucrative advertisement revenue. This study put emphasis on the agenda setting of the political communication by examining the political signals from the programs of Chinese Spring Festival Gala, the changes during the Xi Jinping's presidency.

With the continuing popularity of the Chinese Spring Festival Gala, Chinese authority has been increasing its grips on the production of the Chinese Spring Festival Gala by focusing on transmit political messages to the audiences, a kind of political agenda setting. Consequently, we have observed more programs with strong political meaning. In sum, the Chinese authority remains concerns the feeling of the society by taking more flexible approach and maintaining the balance between the political agenda setting and the transmission of traditional Chinese cultural heritage.

Keywords: China Central Television, Chinese Spring Festival Gala, Xi Jinping, Agenda Setting, Chinese Cultural Heritage

臺灣平面新聞報導之性別再現分析

湯雅婷、連淑錦

湯雅婷 國立臺灣藝術大學 廣播電視學系研究生

連淑錦 國立臺灣藝術大學 廣播電視學系教授
信箱：t0155@ntua.edu.tw

《摘要》

本研究旨在探討臺灣平面新聞報導如何再現性別。首先以內容分析法檢視報導人物以及消息來源之性別出現頻率，並與報導主題、報導篇幅、角色功能、職業、婚姻與感情狀況、外型等變項進行交叉分析；之後再以文本分析方法，配合外型及人格特質之量化結果，深入探討報導如何描述不同性別的形象。研究結果發現，男性角色在報導的重要性及能見度皆大於女性，且在硬性新聞及篇幅較大的報導中，性別比例差距更為懸殊；而在形象部份，可以發現以往對立的兩元性別特質界線已逐漸模糊，報導文本也試圖要打破傳統性別框架，惟部分男性在碰觸陰柔特質時，依舊會產生偏差報導。此外，相較於女性的外表、年齡、婚姻狀況受到關注，報導中的男性則是經濟條件較常被提及，如此也顯示，無論是男性抑或女性，似乎都還是受限於某種社會框架及價值觀。

關鍵字：性別、再現、報紙、內容分析

壹、研究背景與動機

自 1995 年聯合國在北京舉辦的第四屆世界婦女會議上，正式提出「性別主流化」的概念後，有關性別的議題，在國際上的重要性日顯重要，繼而帶動各國反思社會中性別不平等的現象。換言之，過去被視為理所當然的傳統性別形象及價值觀等，開始受到關注、或是遭受質疑與挑戰。

性別不平等的根源來自許多面向，而其中的媒體層面，便與性別平等議題關係相當密切。正因如此，我國教育部性別平等委員會下設置之「社會推廣組」，旨在透過大眾媒體的力量，宣導性別平等教育；行政院性平會於 2011 年頒布的《性別平等政策綱領》也提到，若要建立一性別平等之社會，就必須建立具性別意識的教育文化媒體政策，因而將「教育、文化與媒體」列為七大核心議題之一。

國際上，聯合國於 2010 年成立婦女署（UN Women），目標之一便是訓練更多女性投入媒體，藉以喚起新聞從業人員的性別平等意識，改善報導中的不公正或偏差；而美國、英國和日本等國家，除訂定性別相關之製播規範外，更以促進媒體領域中的性別平等為積極目標（黃葳威，2009）。由此看來，「媒體」層面不但是衡量性別平等的指標之一，也是國內外推動性別平等議題時不可缺少的面向（張錦華，2004；Comrie & McMillan, 2013）。

綜觀國內近期報導，女性政治人物不僅因單身形象遭受社會檢視（胡宥心，2015 年 9 月 25 日），年齡、穿著及感情狀況也經常被大作文章（林修卉、王家俊、陳培煌，2016 年 4 月 3 日；廖王楷，2016 年 2 月 18 日）；男性立委及男警則因留長髮分別遭受質疑、免職（林良昇、鍾泓良，2016 年 1 月 10 日；「堅留長髮男警遭免職」，2015 年 12 月 17 日）；知名藝人將離婚原因歸因於婚後過度熱衷工作，未扮演好「賢妻」角色，而感到自責或後悔（王靖怡，2016 年 3 月 4 日）。以上事件似乎都顯示，儘管性別平等觀念已推廣多年，但社會仍脫離不了傳統性別框架的束縛。

在媒體與性別平等的相關議題，主要包含資訊接近權、媒體參與權、與再現權三個觀念。也就是，除了關注婦女參與媒體的權利外，也檢視大眾媒體如何再現女性形象（張錦華，2004；Azmawati, 2013）。張錦華（2004）更指出「媒體再現代表一個

國家的文化水平」(p. 18)，欲測量媒介是否實現性別平等，「再現」便是其中一個重要指標。

媒介再現論指出，媒介並非單純「反映」社會真實，而是透過選擇、排除或重組的過程來「建構」社會真實(臧國仁，1998；林芳玫，1996；Gerbner & Gross, 1976；Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002；Tuchman, 1980)。因此，新聞被視為是一種「敘述」(narrative)或「故事」(story)(van Dijk, 1988)。因此可推論，當報導者試圖清楚描述新聞人物時，便可能落入主流性別框架，並再現性別權力論述(陳明珠，2008；Goffman, 1979)。換言之，媒介所建構的社會真實也就可能成為社會大眾用來詮釋社會的框架，例如，偏見(bias or prejudice or tendency)與刻板印象(stereotype)即是由此產生的負面產物(Chung & Tsang, 1993)代表。

檢視國內外有關新聞報導再現性別的研究發現，大多以內容分析及文本分析為方法取向。前者關注角色重要性、刻板印象兩大面向，而後者則分析新聞文本及其背後之性別論述。這些研究結果皆顯示，媒介再現性別落入或是產生刻板印象及偏差，特別是女性在報導中的形象容易遭到誤解(misrepresentation)、污名化(stigma)，或未充分報導(under-representation)的問題(Azmawati, 2013；Comas, 2012)。這也呼應了Tuchman(1980)的「符號滅絕」觀點。

而聚焦於角色重要性的相關研究，多數探討出現頻率、消息來源性別、角色功能性等構面，這些研究的共同點是，無論在消息來源性別或出現頻率兩個變項，男性的比例都明顯高於女性(方念萱、蘇蘅、李妘妘，2011；Armstrong, Boyle & McLeod, 2012；Comrie & McMillan, 2012；Zoch & VanSlyke, 1998)。除此之外，且男性在報導中的角色功能性也都高於女性(方念萱、蘇蘅、李妘妘，2011；Comas, 2012；Comrie & McMillan, 2012；Goodall, 2012)。

另一支有關媒介再現性別研究則將視角聚焦於刻板印象，研究結果發現新聞報導會透過描述方式，塑造性別形象及角色。報導中的女性多數是感性的、害羞的、依賴的、服從的、無助的，且大部分的角色是受害者或是支持者；而男性則通常是理性的、嚴厲的、主動的、大膽的、獨立的、冷靜的、積極的、具侵略性的，他們的角色大都為加害者、保護者、家中之經濟來源的提供者(黃淑玲，2007；Geertsema, 2009；

Golder, 2012; Kinnebrock, 2011; Rose et al., 2012)。

值得注意的是，這些研究大多以男性霸權、父權宰制的觀點，檢視報導女性刻板印象或報導形象偏差等面向（方念萱、林鶴玲，2004；蕭蘋，2009），忽略了男性也同樣受到父權意識形態所箝制。傳統價值觀賦予男性堅強、勇敢、有擔當、一家之主的形象，使得男性受到社會過度期待，因而壓抑自身情緒，不輕易求助（朱蘭慧，2003；黃淑玲，2007）的情況發生；為了鞏固此種霸權的陽剛特質（hegemonic masculinity），具有陰柔特質或不符合主流性別形象的男性，便較容易受到他人的歧視或是霸凌（陳美華，2003；Connell, 2005）。由此可知，在報導角色重要性方面，女性雖是長期遭到忽略的一方；但在刻板印象方面，男、女兩性同樣都脫離不了傳統的性別框架。

研究媒介再現性別形象有其理論與實務的重要性與價值（一）就涵化理論的觀點來說，媒介是建構性別刻板印象的重要來源（Turk, 1987），其中所傳遞或再現的文化價值觀，對大眾具有長期涵化及強大的影響力（張錦華、柯永輝，1995；Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1986; Goodall, 2012）；而就社會學習理論觀點來看，年紀較輕的閱聽大眾則可能透過觀察與模仿的過程，學習媒介中充滿刻板印象的傳統性別角色，進而建構性別基模（Bandura, 1971; Bullen, 2009）。基於以上，分析媒體如何再現性別形象，實有其必要性。

就社會及實務面來看，媒介以至於社會中的性別都不該只有一種樣貌，不論其特質是否符合社會期待，都應予以尊重。而要消除性別刻板印象、偏見與歧視的現象雖並非可立竿見影。因次，本研究結果期能提供新聞工作者作為參考，檢視自身報導並能意識到新聞內容之偏差，進而在產製新聞時能更謹慎，從社會建構層面傳達性別形象多元的觀念（黃葳威，2009）。

綜合以上，本研究的目的是分析台灣主要報紙如何再現男性與女性的形象，具體聚焦於性別、出現頻率、新聞來源、新聞主題與刻板形象再現。研究對象則以國內四大報（蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報）為樣本，檢視其新聞報導中有關性別的描述，並擬定以下之五個研究假設與二個研究問題：

研究假設一：男性出現於新聞報導的頻率高於女性。

研究假設二：男性為新聞來源的頻率高於女性。

研究假設三：性別與新聞報導主題分佈呈顯著性差異。

研究假設四：新聞消息來源的性別與報導主題之分佈呈顯著性差異。

研究問題一：報紙如何再現被報導者的性別與外在形象？

研究問題二：報紙如何形塑被報導者的性別與人格特質？

貳、文獻探討

一、 媒介再現論

媒介與社會的關係主要有三種解釋觀點：反映論 (reflection)、再現論 (representation) 以及類像論 (simulation)，其中的「再現論」主張媒介並非被動反應社會狀況，而是透過主動挑選、排除、重組，以文字或圖像等符碼組成一套有秩序、可理解、有意義的敘述方式，並非全然反映真實事件 (呂雅雯、盧鴻毅、侯心雅，2010；林芳玫，1996)。

自「媒介反映真實」的論點轉變成了「媒介再現真實」，新聞報導也從此被視為是一種「敘事」(narrative) 或「故事」(story) (蔡琰、臧國仁，1999；van Dijk, 1988)。隨著此種轉變，媒介研究從原本關注「誰被報導」、「誰是消息來源」、「報導的頻率如何」等問題，轉移到「人或角色的形象如何被塑造」、「角色間的關係為何」和「特定角色有無發聲」等面向 (倪炎元，2003)。

新聞使用大量的文字書寫來陳述新聞事件，透過文字、符號、文本或脈絡 (context) 再現某種社會建構的文化機制，在這樣反覆地文字書寫中，不僅鞏固也再建構了主流思維，若報導者沒有一定的自覺，便很容易陷入此種權力再現 (陳明珠，2008)。正因此種權力再現，某些族群在媒體中的形象經常會出現偏差或不平等，其中，「性別」就是受到廣泛研究的一個主題。學者 Byerly (2004) 將新聞中的性別不平等分為三類，第一類是文字或圖像中的刻板印象；第二類是消息來源和報導主要人物懸殊的性別比例分佈 (轉引自 Comrie & McMillan, 2013)；第三類則是報導者性別對新聞角色分配的顯著性別效果。另外，張錦華 (2004) 也指出，由於「再現」是傳

播媒體特有的性質，媒介如何再現女性形象（性別刻板印象或負面化），不但一直是最關切的問題，同時也是判斷性別平等的重要指標。

關於媒介再現性別的偏差，McQuail（2003）即指出，女性在新聞報導中經常居於一種被動、不重要的地位。媒體並沒有如實並充分地反應女性生活和經驗的各種面貌；相對的，卻一直在將女性複製為性感尤物、母親、家庭主婦等少數特定角色；女性的形象，在媒體中一再的被刻板印象化、瑣碎化、甚至邊際化，而女性議題在媒體的呈現，也受到主流社會對女性的流行偏見、迷思與意識型態主導（倪炎元，2003）。

同樣的 Comas（2012）也指出，改善女性在媒體中的能見度主要是媒介明顯地未充分報導女性外，也常複製並歌頌女性傳統角色與刻板印象，並無反映女性生活的進步與參與社會的面向，特別是在主宰新聞議題的報導中，極少看到女性的觀點。

二、性別刻板印象

刻板印象是一種僵化的、過分簡化且選擇性的單純化必須方法（Oakes, Haslam & Turner, 1994）。簡單來說，對社會上某一族群的特質或行為過度類化或套用某些固定想法，而忽略其中的個體差異，即可稱為刻板印象（Aronson, Wilson & Akert, 1994）；刻板印象使得人們在判斷事物時，容易產生先入為主的觀念，進而發生偏差（駱俊宏、林燕卿，2003）的判斷。因此可推論，性別刻板印象與其他刻板印象一樣，是一過度類化、過度概括化（overgeneralizing）的想法，它賦予不同性別該有什麼特質或行動（陳皎眉，1996；Eagly & Steffen, 1984）。有關性別刻板印象相關研究指出，男性大都具備工具性的特質（instrumental characteristics），譬如獨立、果斷、智慧及有領導才能等，多屬於完成工作有關之特質；而女性則具備情感性表達特質（expressive characteristics），譬如細心、體貼、溫柔及親切，多為善與人和的特質，且對他人需求較敏感（李美枝、鍾秋玉，1996）。

三、國外媒介與性別再現相關研究

過去有關性別在媒介中之重要性的研究，大都採用量化取向的內容分析法，具體關照出現頻率、消息來源、角色功能等構面進行測量。

（一）出現頻率

聯合國婦女會檢視全球 114 國有關新聞媒介再現性別的全球媒介監看計畫（Global Media Monitoring Project）發現，從 1995 年到 2015 年雖然女性在媒介報導中出現的比例雖然從 17% 增加到了 24%，但仍不如男性出現的比率。若以地區來看，亞洲地區之女性出現比例自 1995 年來，從 14% 上升到了 20%，僅勝過中東地區。同樣以全球媒介監看計畫為樣本，Comrie 與 McMillan（2013）發現，出現在報導中的 16,734 個人物，女性的比例僅有男性的三分之一，特別是體育新聞、政治新聞與經濟新聞中。女性最常出現於社會新聞中（36%）的強暴以及家庭暴力的報導。另一個跨國比較也發現同樣的趨勢 Kinnebrock，2011），在 5,665 個人物當中，女性在政治新聞、經濟新聞以及體育新聞中出現的比率都不足 20%。換言之，女性出現於新聞報導中的頻率是明顯低於男性的，而女性也最常出現於較不重要的軟性新聞中。

（二）消息來源

新聞媒介是大眾發聲、提出自身意見的一個管道，因此許多研究也會透過分析消息來源的性別分佈比例以及消息來源言論被引用的篇幅，來判別角色重要性。Geertsema（2009）探討國際新聞通訊社（Inter Press Service）因應 1994 年推動新聞室性別主流化政策後有關性別再現的研究發現，在 486 篇樣本中的 1,901 個消息來源中，女性被引用的比例不到男性的三分之一；從報導主題來看，女性消息來源比例較高的為勞動、教育及孩童照護、健康、人權和其他類的新聞，而消息來源中的女性比例比男性高的則僅有勞動、教育及孩童照護的新聞，而這些報導主題都偏向軟性新聞。面對這樣的結果，Geertsema 認為，主流媒介的報導中始終相當缺乏女性消息來源，在國際新聞中尤其如此，這很有可能是因為國際新聞經常報導戰爭、災難、外交政策新聞，而這類新聞一般都不太關注女性或性別議題。女性消息來源比例偏低的情形，同樣也在 Armstrong、Boyle 與 McLeod（2012）分析抗議新聞如何再現性別的研究中複製，研究者指出，即便女性在報導中出現的次數有一定的比

例，但在消息來源變項中，女性與男性的比例差距更大。也就是，女性被引用的比例比出現頻率來得更低，特別是內容關乎重要議題時。同樣的，美國學者 Rosenstiel 與 Mitchell (2005) 分析美國報紙媒體、新聞網站、無線及有線電視共 45 個不同媒體，在九個月中隨機選出 20 天，總計 16800 則新聞的表現。結果發現報導中消息來源的性別，男性被引用的人數為女性的兩倍；四分之三的新聞有男性的消息來源，而只有三分之一的新聞有一位女性消息來源。在新聞主題方面，大多數的新聞都引述了至少一名男性消息來源的意見，特別是有關政府、競選活動、外交事務和軍事的新聞，比例都佔了四分之三以上，而唯一女性消息來源超過 50% 的主題為生活風格新聞。若檢視美國全國主要電視頻道，發現報導主題較為輕鬆的晨間新聞，女性消息來源會比較多。但到了晚間黃金時段，女性消息來源就會變少。即便如此，無線電視頻道的黃金時段新聞表現仍較有線電視來得好。另外，報紙的體育新聞由男性所主宰，在體育版的新聞中男性消息來源佔了 86%，僅有 14% 引述至少一位女性消息來源。

綜合以上研究，報導中女性作為消息來源的比例，除了在某些軟性主題如教育或生活風格新聞中會超過男性外，其他幾乎都與男性有一定的差距，尤其在政治新聞、體育新聞、外交事務新聞、國際新聞中最為明顯。另外，不僅女性被引用的比例較男性低，甚至連引用的篇幅及報導重要性也低於男性。

(三) 角色功能

關於報導角色功能與性別的研究，大多數研究從新聞主體之性別判別其在報導中的重要性；但也有些研究則會再加上目擊者、專家或發言人等類目，進行更細微的分析。Kinnebrock (2011) 分析澳洲、德國和瑞士三個國家共 1,222 份報導後發現，在 1,890 個報導主體中，女性比例僅佔 18%，不到五分之一。就報導國家來說，三個國家當中，女性為報導主體比例最低的為澳洲 (14%)，瑞士與德國則分別為 18% 和 22%。另外，德國報紙媒體特別傾向用女性做為新聞主體 (40%)。

全球媒介監看計畫在 2015 年的研究發現，女性比例最高的類目依序為個人經驗提供者 (38%)，較 2005 年上升了 7%，其次為普通大眾意見 (37%)；而女性做為新聞主體比例僅有 26%，做為專家 (20%) 與發言人 (19%) 的比例則差不多。即便與 2005 年的結果相比，女性角色功能性是上升的，但整體來看，女性比例還是低於

男性，尤其在專家及發言人這兩類角色中，比例都僅有五分之一左右，這顯示男性比女性更容易被描繪成掌握權力的人。

綜而言之，新聞報導主題大都以男性為主體不僅報導中的主體，特別是在專家或發言人這類被視為掌握較大權力、位於社會較高階層的角色中，性別分佈的差異會更明顯。

四、 國內媒介與性別再現相關研究

國內學者也同樣發現媒介再現性別的不平等趨勢，張錦華（1999）認為，刻板印象研究多數為廣告研究，缺少新聞與公共領域的分析；但方念萱、林鶴玲（2004）的分析結果卻指出，媒體再現研究的類型以「新聞媒體」為主，而此類研究大多為事件、事例導向分析，少有長期追蹤性別刻板印象之研究。整理近年來新聞報導與性別再現的文獻，發現大多針對單一新聞種類（高素儀，2011；黃盈盈，2012；顧瑜珊、陳金盈，2011）、單一人物或群體（倪炎元，2002；陳之馨、劉昌德，2014；盧沛樺、張玉佩，2010；謝純雅、邊明道，2013）及單一新聞事件（陳明珠，2008），似乎缺少了一個全面性且較長期的研究。

過去由於媒介再現女性的過程中產生許多偏差，因此研究對象主要都擺在女性，但其實在父權體系的社會下，男性同樣是被再現的一環（朱蘭慧，2003）。男性也許在報導中被賦予較高地位，但另一方面也顯示，他們承受了社會較高的期待；為了符合社會主流的男子氣概形象，男性過度壓抑自身情感是最常被檢視的問題（陳美華，2003）。目前國內探討媒介與男性研究相關的文獻為數不多，研究主題包括男性刻板印象（朱蘭慧，2003；林鶴玲，2002）、男性氣概（吳佳倫，2007）、男性護理人員（駱俊宏、林燕卿，2003）、男性政治人物（廖先豪，2011）、父職形象（趙蕙鈴，2011）等。

參、研究方法

本研究以內容分析法，針對蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報所報導的新聞進行分析探討。內容分析法（content analysis）通常被視為是一種量化的研究方法，其主要目的是「針對傳播的明顯內容，做客觀、系統、定量的描述」（Barelson, 1952, p.18）。

一、 研究對象與抽樣

本研究之母群體為蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報從 2006 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日共 10 年的報導。採分層隨機抽樣的方法，先從每年隨機抽取 30 天的新聞，再次使用隨機抽樣抽出 100 篇報導，重複此過程後，每份報紙將抽出 1000 篇報導，最終樣本則為 4000 篇，其中 400 篇（10%）將作為前測樣本，扣除後之 3600 篇即為主研究之樣本。

二、 分析單位與編碼類目

本研究以一則報導為一分析單位，並依下列類目對新聞報導及報導中之人物進行編碼，以下為各類目之操作型定義：

（一） 報導基本資料類目

1. 日期：註明報導日期。
2. 報紙別：依出版報別，分別歸入蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報四個類別。
3. 報導類型：分別為一般新聞、評論、讀者投書、其他。
4. 報導主題：參考 Geertsema（2009）、Kinnebrock（2011）及 Zoch 與 Vanslyke Turk（1998），共 11 個，分別為政治新聞、社會新聞、生活新聞、消費新聞、娛樂新聞、體育新聞、藝文新聞、財經新聞、教育新聞、人物新聞、其他。
5. 報導篇幅：此類目參考 Zoch 與 Vanslyke Turk（1998），再經過研究者自行調整，

共有 3 個，將報導分為「300 字以下」、「300 至 800 字」、「800 字以上」。

(二) 報導人物類目

1. 報導人物性別類目：依報導中出現之稱謂，判別報導人物為男性、女性或無法辨別，此處性別係指生理性別 (sex)。
2. 消息來源性別類目：同樣依報導中出現之稱謂，判別消息來源為男性、女性或無法辨別。
3. 職業類目：根據報導內容判斷新聞人物之職業，此類目參考 Comrie 與 McMillan (2013) 的研究，再加上研究者自行設計，共有 18 個，分別為農林漁牧業、服務業、金融業、商業、資訊業、政府官員、軍警、公務員、教師、運動員或教練、醫生、護士、演藝人員、家管、學生、無業、無法辨別、其他。
4. 人格特質類目：記錄描述報導人物的人格特質形容詞，此類目參考李美枝 (1984)、William 與 Best (1990) 的研究，並由研究者整理並刪除過於相近的形容詞，共計有以下 36 個類目，分別為愛冒險、積極、有侵略性、專制、勇敢、佔主導地位、堅強、獨立、粗魯、嚴肅、強壯、深情、有吸引力、好奇、依賴、夢幻、害怕、溫柔、敏感、情緒化、有同情心、服從、迷信、軟弱、道德敗壞、整潔、賢慧、善良、有幽默感、富競爭性、聰明、保守、愚笨、有主見、有領導才能、親切，若出現之人格特質沒有出現在上述類目中，則在其他中註明。
5. 外型形象類目：記錄描述報導人物的外型形容詞，此類目由研究者從報導中歸納整理，共計 44 個，強壯、狂野、俐落、時尚、性感、有魅力、嫵媚、瀟灑、火辣、甜美、可愛、陰柔、俊美、魁梧、優雅、俗氣、美麗、柔美、剛柔兼併、漂亮、浪漫、清新、有氣質、英俊、有型、有個性、有品味、斯文、帥、酷、高大、娘、有女人味、有男人味、中性、俏麗、典雅、華麗、率性、知性、憂鬱、動感、迷人、貴氣，若出現之人外表形象並無出現在上述類目中，則在其他中註明。

三、 信度檢測：

本研究之編碼員由兩位熟悉內容分析法的研究生擔任，隨機抽樣 10%，共 400 篇的報導做為前測樣本，並進行信度檢測。各類目信度如下：報導類型（ $\alpha = .98$ ）、報導主題（ $\alpha = .96$ ）、報導篇幅（ $\alpha = 1.00$ ）、消息來源性別（ $\alpha = .97$ ）、職業（ $\alpha = .91$ ）、人格特質（ $\alpha = .89$ ）、外型形象（ $\alpha = .93$ ），各類目之信度皆達可接受之標準。

肆、 資料分析

一、 樣本描述

在 3600 篇的新聞中，扣除無法辨別性別（ $n = 79$ ）角色外，總計有 4253 個報導人物。其中男性有 2749 人（64.6%），女性報有 1504 人（35.4%）。以卡方檢定檢驗報導人物性別的出現頻率，結果呈顯著差異， $\chi^2(1) = 364.46, p = .00$ 。由此可知，女性出現於新聞的頻率明顯低於男性，假設一得以成立。

假設二關心的是消息來源的性別分佈為何，卡方分析結果顯示，男性與女性作為消息來源的頻率具顯著性差異， $\chi^2(1) = 647.05, p = .00$ 。在明確指出的 4066 個消息來源中，男性消息來源為 2844 人（69.9%），明顯高於女性消息來源（ $n = 1222$ ；30.1%），研究假設二得以成立。

研究假設三關心的是新聞人物性別與報導主題的關聯性，卡方分析結果顯示，報導人物性別與報導主題的分佈呈顯著性差異， $\chi^2(11) = 283.46, p = .00, \text{Cramer's } V = .26$ 。如表 1，僅在消費新聞與娛樂新聞中，女性報導人物（ $n = 80$ ，62.5%）出現的比例是高過男性的（ $n = 48$ ，37.5%）；而在娛樂新聞中，女性（ $n = 392$ ，51.9%）與男性（ $n = 363$ ，48.1%）的比例則相差不多。

男性報導人物（ $n = 157$ ，84.7%）與女性報導人物（ $n = 24$ ，15.3%）比例相差最大的主題為財經新聞，差距達五倍以上。同樣的，這種明顯的性別差異也出現於體育新聞及政治新聞中。

表 1 報導人物性別與報導主題的分佈 (N = 4253)

報導主題	報導人物性別		總和
	男性 (n = 2749)	女性 (n = 1504)	
政治新聞	465 (79.2%)	122 (20.8%)	587 (100%)
社會新聞	606 (60.7%)	392 (39.3%)	998 (100%)
生活新聞	411 (65.0%)	221 (35.0%)	632 (100%)
消費新聞	48 (37.5%)	80 (62.5%)	128 (100%)
娛樂新聞	363 (48.1%)	392 (51.9%)	755 (100%)
體育新聞	382 (80.4%)	93 (19.6%)	475 (100%)
藝文新聞	75 (77.3%)	22 (22.7%)	97 (100%)
財經新聞	133 (84.7%)	24 (15.3%)	157 (100%)
教育新聞	58 (62.4%)	35 (37.6%)	93 (100%)
人物新聞	108 (65.9%)	56 (34.1%)	164 (100%)
其 他	100 (63.5%)	67 (36.5%)	167 (100%)

$\chi^2(11) = 283.46, p = .00$

研究假設四關心的是報導人物性別與職業分佈間的關係，交叉分析之卡方檢定發現，報導人物性別與職業分佈呈顯著性差異， $\chi^2(25) = 517.45, p = .00$, Cramer's $V = .35$ ，研究假設四成立。如表 2 所示，在 26 個職業類別中，男性職業比例最高的依序為政府官員 (n = 490, 17.8%)、運動員或教練 (n = 387, 14.1%)；而女性報導人物的職業比例最高的則為演藝人員 (n = 387, 25.5%)。相較於女性，男性報導人物的職業比例散佈較為平均；女性人數僅在護士、家管、學生、或特種行業等專業性不強的職業類別上多於男性；在工業、交通運輸業、金融業、農林漁牧、醫生等較專業性行業則明顯低於男性的。

表 2 報導人物性別與職業的分佈 (N = 4253)

職業	報導人物性別	
	男性 (n = 2749)	女性 (n = 1504)
農林漁牧業	44 (1.6%)	6 (0.4%)
服務業	32 (1.2%)	16 (1.1%)
金融業	44 (1.6%)	3 (0.2%)
商業	90 (3.3%)	38 (2.5%)
資訊業	49 (1.8%)	8 (0.5%)
政府官員	490 (17.8%)	115 (7.6%)
其他政治人物	83 (3.0%)	24 (1.6%)
軍警	65 (2.4%)	10 (0.7%)
公務員	136 (4.9%)	43 (2.9%)
教師	85 (3.1%)	47 (3.1%)
運動員或教練	387 (14.1%)	100 (6.6%)
醫生	51 (1.9%)	7 (0.5%)
護士	1 (0%)	6 (0.4%)
演藝人員	315 (11.5%)	384 (25.5%)
家管	1 (0.0%)	14 (0.9%)
學生	76 (2.8%)	81 (5.4%)
民間團體	102 (3.7%)	45 (3.0%)
交通運輸業	35 (1.3%)	3 (0.2%)
工業	36 (1.3%)	1 (0.1%)
法律從業人員	22 (0.8%)	20 (1.3%)
藝術從業人員	88 (3.2%)	34 (2.3%)
特種行業	7 (0.3%)	13 (0.9%)
其他	138 (5.0%)	95 (6.3%)
無業	21 (0.8%)	10 (0.7%)
無法辨認	351 (12.8%)	381 (25.3%)
總和	2749 (100%)	1504 (100%)

$$\chi^2(25) = 517.45, p = .00$$

研究假設五關心的消息來源性別與報導主題分佈間的關係，卡方檢定顯示，消息來源性別與報導主題之分佈具顯著性差異， $\chi^2(10) = 193.90, p = .00, \text{Cramer's } V = .22$ 。從表 3 可以看出，僅在消費新聞中，女性消息來源 (n = 46, 56.1%) 的比例高於男性 (n = 36, 43.9%)。在非消費主題外的報導皆是男性消息來源多於女性的情況，其中又以財經新聞的比例差距最為明顯，男性消息來源 (n = 255, 85.3%) 為女性 (n = 44, 14.7%) 的六倍左右；其次為體育新聞，男性消息來源 (n = 297, 83.0%) 則高出女性 (n = 61, 7.0%) 五倍左右；而在政治新聞中，女性消息來源同樣也不到五分之一 (n = 102, 19.6%)，遠遠低於男性消息來源的比例 (n = 419, 80.4%)。因此，假設五得以成立。

表 3 消息來源性別與報導主題的分佈 (N = 4066)

報導主題	消息來源性別		總和	
	男性 (n = 2844)	女性 (n = 1222)		
政治新聞	419 (14.7%)	102 (8.3%)	521 (100%)	
社會新聞	580 (20.4%)	310 (25.4%)	890 (100%)	
生活新聞	684 (24.1%)	302 (24.7%)	986 (100%)	
消費新聞	36 (1.3%)	46 (3.8%)	82 (100%)	
娛樂新聞	263 (9.2%)	226 (18.5%)	488 (100%)	
體育新聞	297 (10.4%)	61 (5.0%)	358 (100%)	
藝文新聞	69 (2.4%)	24 (2.0%)	93 (100%)	
財經新聞	255 (9.0%)	44 (3.6%)	299 (100%)	
教育新聞	74 (2.6%)	37 (3.0%)	111 (100%)	
人物新聞	106 (3.7%)	55 (4.5%)	161 (100%)	
其他	62 (2.2%)	15 (1.2%)	77 (100%)	
總和	2844 (100%)	1222 (100%)	4066 (100%)	

$\chi^2(10) = 193.90, p = .00$

研究問題一關心的是新聞如何形塑報導對象的性別形象，如表 4 所示，報紙描述男性外型時最常使用帥氣 (n = 19, 32.2%)，其次為有魅力 (n = 6, 10.2%)、瀟灑 (n = 5, 8.5%)、時尚 (n = 5, 8.5%)、魁梧 (n = 5, 8.5%)、俊美 (n = 4, 6.8%) 及斯文 (n = 4, 6.8%)。而女性外型則以性感 (n = 27, 21.4%)、優雅 (n = 20, 15.9%) 為多數，甜美 (n = 14, 11.1%)、帥氣 (n = 10, 7.9%)、時尚 (n = 10, 7.9%)、火辣 (n = 10, 7.9%)、美麗 (n = 10, 7.9%) 及俏麗 (n = 10, 7.9%)。就整體來說，對於女性人物 (n = 126) 外型的描述，是男性 (n = 59) 的 2 倍多。

另外，在體型的部分，男性多集中在與身高相關的描述上，例如魁梧、高大，而女性卻是骨感、苗條、肥胖，與體重較有關係，顯示報導關注男女的外型面向有所不同。

表 4 男女外型形象出現次數之分佈 (N = 185)

男性 (n = 59)		女性 (n = 126)	
外型形象	次數	外型形象	次數
帥氣	19 (32.2%)	性感	27 (21.4%)
有魅力	6 (10.2%)	優雅	20 (15.9%)
時尚	5 (8.5%)	甜美	14 (11.1%)
瀟灑	5 (8.5%)	帥氣	10 (7.9%)
魁梧	5 (8.5%)	時尚	10 (7.9%)
俊美	4 (6.8%)	火辣	10 (7.9%)
斯文	4 (6.8%)	美麗	10 (7.9%)
娘	3 (5.1%)	俏麗	10 (7.9%)
有型	3 (5.1%)	中性	9 (7.1%)
高大	3 (5.1%)	有魅力	7 (5.6%)
性感	2 (3.4%)	迷人	5 (4.0%)
優雅	2 (3.4%)	可愛	5 (4.0%)
迷人	2 (3.4%)	浪漫	5 (4.0%)
有個性	2 (3.4%)	清新	5 (4.0%)
酷	2 (3.4%)	有女人味	5 (4.0%)
憂鬱氣質	2 (3.4%)	華麗	5 (4.0%)
英俊	2 (3.4%)	有個性	4 (3.2%)
有男人味	2 (3.4%)	有氣質	4 (3.2%)
可愛	1 (1.7%)	漂亮	4 (3.2%)

* 此表僅列出比例較高之外型形象，因此總和不等於 100%。

研究問題二關心的是報紙如何再現男女被報導者的人格特質，由表 5 可知，被報導者的陽性與陰性特質界線有日趨模糊的趨勢。男性最常出現的人格特質依序為熱心 (n = 18, 4.1%)、認真 (n = 16, 3.6%)、樂觀 (n = 14, 3.2%)、勤奮 (n = 13, 2.9%)、勇敢 (n = 11, 2.5%)、孝順 (n = 11, 2.5%)、體貼 (n = 11, 2.5%)、道德敗壞 (n = 10, 2.3%)、親切 (n = 10, 2.3%)、堅持不放棄 (n = 10, 2.3%)、細心 (n = 10, 2.3%)，出現次數皆在 10 次以上；而女性最常出現的人格特質則為有愛心 (n = 20, 6.0%)、熱心 (n = 14, 4.2%)、堅持不放棄 (n = 13, 3.9%)、勇敢 (n = 12, 3.6%)，其次為樂觀 (n = 9, 2.7%)、努力 (n = 8, 2.4%)、有自信 (n = 8,

2.4%)、大方 (n = 8, 2.4%)、低調 (n = 8, 2.4%)。

整體來看，報導描寫男性人格特質的次數 (n = 444) 是較女性多的 (n = 333)，但若各自對照男性 (n = 2749) 與女性 (n = 1504) 報導人物的數量，描述女性人格特質的比例是較男性高的。這顯示了，女性在報導中的出現頻率雖然較男性少，但人格特質形象卻是比較鮮明的。值得注意的是，性別的陽性與陰性特質取向已不再截然對立。換言之，男性可以擁有體貼、親切、細心、溫柔等陰性特質，而女性也能兼具勇敢、幹練、堅強、獨立等陽性特質。

表 7 男女人格特質出現次數分佈 (N = 777)

男性 (n = 444)		女性 (n = 333)	
人格特質	次數	人格特質	次數
熱心	18 (4.1%)	有愛心	20 (6.0%)
認真	16 (3.6%)	熱心	14 (4.2%)
樂觀	14 (3.2%)	堅持、不放棄	13 (3.9%)
勤奮	13 (2.9%)	勇敢	12 (3.6%)
勇敢	11 (2.5%)	樂觀	9 (2.7%)
孝順	11 (2.5%)	努力	8 (2.4%)
體貼	11 (2.5%)	有自信	8 (2.4%)
道德敗壞	10 (2.3%)	大方	8 (2.4%)
親切	10 (2.3%)	低調	8 (2.4%)
堅持、不放棄	10 (2.3%)	認真	7 (2.1%)
細心	10 (2.3%)	勤奮	7 (2.1%)
積極	9 (2.0%)	情緒化	7 (2.1%)
努力	9 (2.0%)	親切	6 (1.8%)
有自信	9 (2.0%)	直率	6 (1.8%)
靦腆	7 (1.6%)	體貼	5 (1.5%)
誠懇	7 (1.6%)	開朗	5 (1.5%)
用心	7 (1.6%)	無私	5 (1.5%)
溫柔	6 (1.4%)	強悍	5 (1.5%)
直率	6 (1.4%)	幹練	5 (1.5%)
開朗	6 (1.4%)	堅強	4 (1.2%)
暴力	6 (1.4%)	保守	4 (1.2%)
堅強	5 (1.1%)	害羞	4 (1.2%)
情緒化	5 (1.1%)	獨立	4 (1.2%)
善良	5 (1.1%)	聰明	4 (1.2%)
嚴格	5 (1.1%)	委曲求全	4 (1.2%)
大方	5 (1.1%)	積極	3 (0.9%)
執著	5 (1.1%)	專業	3 (0.9%)

* 此表僅列出比例較高之人格特質形象，因此總和不等於 100%。

伍、研究結論與討論

男性報導人物整體的比例較女性報導人物高，此一結果雖與 Comrie 與 McMillan (2013) 研究紐西蘭媒介中的性別再現之結果雷同。但相較之下，台灣新聞報導中的女性人物比例 (35.4%) 是較高的。若從報導主題來看，在硬性新聞如政治新聞、體育新聞與財經新聞中，男性報導人物與女性的比例差距會更為懸殊，這點則與多數研究相同，女性比例所佔比率都不及整體的五分之一。

同樣地，台灣平面報導傾向引用男性做為消息來源，且呈現報導篇幅越長，越傾向使用男性作為消息來源。鑑於既有研究將報導篇幅作為判定新聞重要性與顯著的指標之一來看，臺灣的新聞也傾向在重大新聞中傾向引用男性作為消息來源。此結果也類似 Zoch 與 VanSlyke Turk (1998) 分析美國三份日報如何再現性別的研究，當報導議題愈重要時，男性消息來源的比例便會隨之增加。關於此類研究的結果，也呼應新聞來源的性別比率懸殊問題 (Adrienne LaFrance)。

另外，新聞仍複製性別的職業刻板印象。比起男性，女性被報導者的職業呈現較狹窄化的現象，大多是較無專業性取向的職業類別 (例如：家管、演藝人員或是無法辨認)。也就是，醫生、金融業、政府官員這一類較需要專業的職務或較高位階的職業則大多為男性。

相較於性別的出現頻率、消息來源及職業的刻板化顯著性差異，性別形象的描繪則呈現些許不一致的發現。換言之，新聞報導中的性別形象正逐漸從性別傳統二分法的對立逐漸朝向性別模糊的方向。例如，在外型形象與人格特質部分，男性能夠擁有陰性特質，例如溫柔、細心、體貼等，或以俊美、陰柔來形容，而女性可以是勇敢、幹練、堅強、獨立的，也能以帥氣來形容。有別於傳統價值觀，女性要揚柔抑剛；男性要揚剛抑柔。進一步檢視報導文本則發現，報導對於女性形象是較為寬容的，當女性為帥氣形象時，多半視為是一種風格，稱之為中性或剛柔並濟，甚至能獲得大眾的認同與讚賞，但在描繪男性時，即便報導對於男性已有此類較偏陰柔特質的描述，男性有時還是會被以「娘」來形容。這顯示報導對於帶有陰柔特質的男性接受度雖已提高，卻依舊會在男性不符合甚至違反傳統陽剛形象時，試圖以帶有歧視或嘲笑意味的

字眼來描繪這些男性，而這可能也是報導中所謂的中性或剛柔並濟的形象，都僅用於描繪女性的原因。

整體來說，本研究的結果還是驗證了 Tuchman (1980) 的「符號滅絕」理論，在台灣平面報導中，男性角色的重要性及能見度皆是大於女性的，雖然與過往研究相比，此狀況已經有改善，但在硬性新聞及篇幅較大的報導中，人物性別的比例仍舊有相當差距。

在形象部分，從性別特質界線已較模糊的現象，其實能看出報導文本試圖打破傳統性別框架的企圖，但少部分男性人物在碰觸陰柔特質時，仍舊會產生偏差報導。此外，報導再現性別形象時，似乎都還是受限於某種社會框架及價值觀，相較於女性的外表、年齡、婚姻狀況受到關注，男性則多半是經濟條件較常被提及，在透過報導如此反覆書寫下，閱聽人似乎更容易以同一框架或價值觀，去建立一套評斷男性或女性的標準，現實社會中原本多元的性別角色形象似乎也缺少了一個完整的描繪。

研究建議與限制

本研究雖以 10 年的報紙為取樣範圍，但因有些報紙無法以關鍵字搜尋，造成抽樣過程相當大的人力與時間的負荷，而可能遺漏的情形發生，建議未來相關研究可以在取樣過程多加審酌，以抽取有代表性的樣本。另外，本研究是以傳統媒介中的主流報紙媒體為研究對象，但其實現今除了這些傳統媒介外，還有許多網路媒介及新聞平台，例如網路原生媒體或電子佈告欄系統 (BBS) 等，因此建議對此議題有興趣的研究者，可以朝此方向思考。最後，本研究雖試圖檢視除了生理男性與生理女性以外的性別形象，例如像跨性別者或同性戀者等，但因樣本數過少，無法得出明確的結果與形象，這是較為可惜之處，建議後續研究者能夠加強此點，審視報導中是否出現更為多元的性別形象。

參考文獻

一、中文部分

- 方念萱、林鶴玲（2004）。本地歷來傳播研究中性別研究分析。載於翁秀琪（主編），
台灣傳播學的想像（下冊）（751-809頁）。台北市：巨流。
- 方念萱、蘇蘅、李妘妘（2011年7月）。全球連線，在地行動：全球媒體監看計劃，
以台灣為例。「2011年中華傳播年會」發表之論文，國立交通大學竹北校區。
- 王靖怡（2016年3月4日）。Selina 張承中宣布離婚 自責沒扮演好賢妻。中央社。
<http://www.cna.com.tw>。
- 朱蘭慧（2003）。男性性別角色刻板印象之形成與鬆動。應用心理研究，17，85-
119。
- 吳佳倫（2008）。臺灣報紙媒體所呈現之男性氣概變遷。文化大學新聞學研究所碩士
論文。取自臺灣博碩士論文系統。
- 呂雅雯、盧鴻毅、侯心雅（2010）。再現貧窮：以電視新聞為例。新聞學研究，
102，73-111。
- 李美枝（1984）。女性心理學。台北：大洋。
- 李美枝、鍾秋玉（1996）。性別與性別角色析論。本土心理學研究，6，260-299。
- 林良昇、鍾泓良（2016年1月10日）。林郁方批長髮不正常 林昶佐斥歧視。自由時
報。<http://news.ltn.com.tw>。
- 林芳玫（1996）。女性與媒體再現：女性主義與社會建構論的觀點。臺北：巨流。
- 林修卉、王家俊、陳培煌（2016年4月3日）。就職造型 蔡笑：拭目以待。蘋果日報。
<http://www.appledaily.com.tw>。
- 林鶴玲（2002）。新聞報導中的男性形象。載於謝臥龍（主編），性別：解讀與跨越
（157-171頁），臺北：五南。
- 胡宥心（2015年9月25日）。為何單身？洪秀柱：結婚不是買青菜。聯合報。
<http://udn.com/news/index>。

- 倪炎元（1999）。再現的政治：解讀媒介對他者負面建構的策略。新聞學研究，58，85-111。
- 倪炎元（2002）。台灣女性政治精英的媒體再現，新聞學研究，70，17-58。
- 倪炎元（2003）。再現的政治：台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析。臺北縣永和：韋伯文化。
- 高素儀（2011）。媒體新聞文本的性別訊息分析－以蘋果日報為例。臺灣師範大學公民教育與活動領導學系碩士論文。取自臺灣博碩士論文系統。
- 堅留長髮男警遭免職（2015年12月17日）。蘋果日報。<http://www.appledaily.com.tw>。
- 張方譯（1997）。講故事：對敘事虛構作品的理論分析（原作者：S. Cohan & L. M. Shires）。台北板橋：駱駝。（原著出版年：1988）
- 張詠晴（2007年7月）。電視命理節目文本如何再現兩性關係和婚姻、愛情觀－以開運鑑定團為例。「2007年中華傳播年會」發表之論文，淡江大學。
- 張錦華（2004年6月）。如何建立「媒體與性別平等指標」之初探分析。「性別、媒體、與文化研究學術研討會」發表之論文，世新大學。
- 張錦華、柯永輝（1995）。媒體的女人・女人的媒體（上冊）。臺北市：碩人。
- 陳明珠（2008）。新聞事件中性／別他者的再現與書寫：以2003年理律劉偉杰盜領案與治平專案鄭惠芳被捕案為例。臺大新聞論壇，7，3-39。
- 陳芸芸、劉慧雯譯（2003）。特新傳播大眾理論（原作者：D. McQuail）。臺北縣永和：韋伯文化。（原著出版年：2003）
- 陳美華（2003）。性別關係。載於瞿海源、王振寰（主編），社會學與台灣社會（123-143頁）。台北：巨流。
- 陳皎眉（1996）。性別認同與性別角色。載於陳皎眉、江漢聲、陳惠馨（編），兩性關係（3-27頁）。台北：空大。
- 游美惠（2000）。內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的運用。調查研究－方法與應用，5，5-42。
- 黃淑玲（2007）。男子性與男子氣概。載於黃淑玲、游美惠（主編），性別向度與台

- 灣社會（267-292 頁）。台北：巨流。
- 黃葳威（2009）。我國電視節目內容之性別議題表現案例分析。國家通訊傳播委員會委託研究報告（編號：PG9808-0194）。台北：國家通訊傳播委員會。
- 黃譯萱（2016 年 1 月 13 日）。歧視語言滿天飛 女性參政仍受限。台灣醒報。<https://anntw.com>。
- 廖王楷（2016 年 2 月 18 日）。與洪慈庸出遊 卓冠廷：感情順其自然。中央社。<http://www.cna.com.tw>。
- 廖先豪（2011）。「舊酒裝新瓶」？台灣男性政治人物之身體觀剖析。政治大學政治學研究所碩士論文。取自臺灣博碩士論文系統。
- 臧國仁（1998）。新聞報導與真實建構：新聞框架理論的觀點。傳播研究集刊，3，1-102。
- 劉秀娟，林明寬譯（1996）。兩性關係：性別刻板化與角色（原作者：S. A. Basow）。台北市：揚智文化。
- 蔡琰、臧國仁（1999）。新聞敘事結構：再現故事的理論分析。新聞學研究，58，1-28。
- 蕭蘋（2009）。媒介與性別研究的在地紮根。中華傳播學刊，16，15-23。
- 駱俊宏、林燕卿（2003）。性別刻板印象對男性護理人員的影響。臺灣性學學刊，2，95-106。

二、英文部分

- Armstrong, C. L., Boyle, M. P., & McLeod, D. M. (2012). A Global Trend: How News Coverage of Protest Reinforces Gender Stereotypes. *Journalism Studies*, 13(4), 633-648.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. (1994). *Social psychology: The heart and the mind*. New York, NY: HarperCollins.
- Azmawati, A. A. (2013). Media and gender in Malaysia: An endless battle. *Media Asia*, 40(3), 211-214.
- Babbie, E. (1995). *The Practice Social Research (Seventh Edition)*. Belmont, TN:

Wadsworth Publishing Company.

- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York, NY: General Learning Press.
- Bullen, R. R. (2009). The Power and Impact of Gender-Specific Media Literacy. *Youth Media Reporter*, 3, 149-152.
- Chung, W.W. & Tsang, K.J. (1993). News Frames Reconsidered: What Does Frame Do to Reality. Paper presented at the AEJMC Convention, Washington D.C.
- Comas D. (2012). Making women more visible in the news. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 4(2), 249-251.
- Comrie, M. & McMillan, K. (2013). Running on the spot: NZ's record in news media gender equity. *Pacific Journalism Review*, 19(2), 196-214.
- Connell R. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.
- Eagly, A. H. & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 735-754.
- Geertsema, M. (2009). Gender Mainstreaming in International News: A Case Study of the Inter Press Service. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(1), 65-84.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 172-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Retrieved from <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=1591>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J (2002). Growing up with television: Cultivation Processes. In J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media*

- Effects: Advances in Theory and Research (pp. 43-67). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Goffman E. (1979). *Gender Advertisements*. New York, NY: Harper and Row, Publishers, Inc.
- Golder S. (2012). Print Media Portrayal of Women Candidates in 2009 Indian Elections. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3(1), 1-13.
- Goodall, H. (2012). Media's Influence on Gender Stereotypes. *Media Asia (Asian Media Information & Communication Centre)*, 39(3), 160-163.
- Kinnebrock, S. (2011). Puzzling gender differently? A comparative study of newspaper coverage in Austria, Germany and Switzerland. *Interactions: Studies In Communication & Culture*, 2(3), 197-208.
- Oakes, P. J., Haslam, S. A. & Turner, J. C. (1994). *Stereotyping and Social Reality*. Malden, MA : Blackwell Publishing.
- Rose J., Mackey-Kallis S., Shyles L., Barry K., Biagini D, Hart C. & Jack L. (2012). Face it: The Impact of Gender on Social Media Images. *Communication Quarterly*, 60(5), 588-607.
- Tuchman, G. (1980). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York, NY: Free Press.
- Turk, J. V. (1987). Sex-role stereotyping in writing the news. *Journalism Quarterly*, 64(3/2), 613-617.
- van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zoch, L. M., & Vanslyke Turk, J. (1998). Women making news: gender as a variable in source selection and use. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(4), 762-775.

The Analysis of Gender Representation on Taiwanese Newspaper

Tang, Ya-Ting

Graduate Student, Department of Radio and Television, National Taiwan University of Arts

Lien, Shu Chin

Professor, Department of Radio and Television, National Taiwan University of Arts

Abstract

This study aims to discuss how Taiwanese print news represent the gender issue. First, content analysis is employed to examine the frequency of the figure and source's gender occurrence. Then, they will be cross analyzed with variables such as the news topic, length of coverage, character functions, career, marriage, relationship status and outer appearance. Finally, combined with the quantitative results of outer appearance and characteristics, context analysis is applied in order to explore how the news describes the images of different genders. The study result shows that male characters' importance and visibility are greater than the female characters, and there is considerable disparity in the ratio of gender in hard news and larger articles. When it comes to the images, the analysis result indicates that the borderline of traditional gender characteristics is getting vague in nowadays. The news also tries to break the traditional gender frame, but there is still some biases in the coverage when mention femininity about male. Besides, female's outer appearance, age, marriage status are usually highlighted in the news report whereas male's financial status receives more attention. This suggests that the images of male and female are all limited to certain social frame and values.

Keywords: gender, representation, newspaper, content analysis

媒體多元概念與法案檢視

賴祥蔚

* 本文改寫自中華電信委託研究計畫「OTT 市場趨勢與消費者行為研究」。

賴祥蔚 國立臺灣藝術大學廣播電視學系教授
信箱：a597910@gmail.com

《摘要》

各界關切媒體多元，國家通訊傳播委員會（NCC）在 2017 年提出了「媒體壟斷防制與多元維護法」草案，希望立法通過後有助於促進媒體的多元。然而，究竟多元的真實內涵是什麼？媒體多元又應該如何才能夠促成？立足於前述討論的基礎上，通傳會提出的法律草案是否真正足以維護媒體多元？本研究將先透過文獻回顧，呈現出多元的豐富內涵，再檢視媒體多元的相關論述以及諸多先進國家在此一方面的實踐成果，最後據以針對通傳會在 2013 年與 2017 年兩度提出與維護媒體多元有關的法律草案，探討相關條文是否真正有助於媒體多元的實踐。研究發現：我國《憲法》與《通訊傳播基本法》、大法官會議多次提及多元，卻都沒有對於多元概念作出明確定義。通傳會 2013 年與 2017 年提出的草案，雖以多元為名，其實偏重的乃是媒體結構的外部分散而已。

關鍵字：媒體、多元、多元論、多元文化主義、通傳會。

壹、研究目的

長期以來媒體壟斷議題一直受到關注，各界擔心在資本主義的市場自然壟斷趨勢之下，媒體會出現壟斷的情況，因此可能不利於公民的言論自由，造成意見市場的多元性受到影響。由此可見，反媒體壟斷運動的目的，就是要確保言論自由盡量不受限制並且維護媒體內容的多元性。

儘管一般人都相信反媒體壟斷與多元價值之間具有緊密的關係，然而，媒體壟斷與多元性之間的關聯性究竟如何，學界仍有不同的見解。憂心媒體的壟斷或是集中絕對不是什麼新的議題，英國與美國分別在 1920 年代與 1940 年代就開始討論此一令人關注的議題（劉孔中，2014）。儘管有些研究者主張媒體的所有權集中，將會有利於媒體的多樣性與多元價值，這是因為所有權集中時，媒體會擁有比較充足的資本與市場規模，這樣才有足夠的財力去發展更加多元的產品與內容；但是也有不少研究者與輿論認為，一旦市場出現了媒體壟斷的現象，媒體內容將會受到少數人的箝制，也就是說媒體壟斷將會減損媒體市場與媒體內容的多元性（李貞怡、李秀珠，2006；賴祥蔚，2010）。

各界關切媒體多元，國家通訊傳播委員會（NCC）在 2017 年也提出了「媒體壟斷防制與多元維護法」草案，然而究竟多元的內涵是什麼？媒體多元又應該如何才能促成？通傳會提出的草案又是否真正足以維護多元？本研究將先透過文獻回顧呈現多元的豐富內涵，再檢視媒體多元的相關論述以及先進國家在此一方面的實踐成果，最後據以針對通傳會在 2013 年與 2017 年兩度提出與維護媒體多元有關的法律草案，包括 2013 年提出《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案，以及 2017 年提出的《媒體壟斷防制與多元維護法》草案，探討相關條文是否真正有助於媒體多元的實踐。

貳、文獻回顧

媒體集中是否影響公平競爭，又將如何影響媒體多元，這本身就是一門非常重要的研究課題，單單是其中的市場界定，在當前的匯流時代就是一門新興的市場難題

（賴祥蔚，2014）。本文將探討多元價值的真正意涵，並且檢視媒體多元法相關法規的有關規定。

一、多元概念的源流與演變

多元一詞有幾種常見的概念，各自有不同的源流，其中一個最常見的概念是「多元」（diversity），也經常被翻譯成多樣或是多樣性，這個詞彙有其生物學的背景，如今已經廣泛在生物、文化、族群等各個領域獲得援用；另一個也很常見的概念則是「多元論」（pluralism），這個詞彙經常用來跟「一元論」這個概念（monism）當對比，有其宗教學與政治學的發展背景。兩個概念的源流雖不相同，但是後來的發展則頗有交集；儘管如此，兩個概念也各有互不相同卻非常重要的意涵。

當代政治學界最早關注多元主義的學者，一般認為是二十世紀初期 Harold J. Laski 等英國的政治多元論者。Laski 質疑傳統的政治理論只將政治社會區分為國家與個人這兩個單位，根本就是忽略了社會中的多元團體。雖然對於多元主義最先提出討論的是英國學者，但是現代政治學之中的多元主義論述，主要是美國學者闡述的多元主義。美國政治學界對多元主義提出相關探討與理論，時間已經在二十世紀中期、第二次大戰之後，他們將多元主義與經驗政治以及行為主義加以結合進行學術研究，最知名的研究專書首推 Dahl（1961）所撰寫的專書《何人治理》（Who governs? Democracy and power in an American city.）。

儘管當代的英國與美國學術界分別在二十世紀初期與中期，才開始關注多元主義，但是美國的多元主義實踐其實早在學術研究探討之前就已有了相當悠久的傳統。一八三一年，法國思想家托克維爾（Alexis de Tocqueville）在赴美考察之後出版了《美國的民主》（Democracy in America）一書，托克維爾在書中已經指出了他所發現的美國多元主義實踐情況，他直言指出：美國的民主政治其實是建立在個人為了要追求自我利益而組成的各種社會團體的基礎之上。有研究者就指出，這顯示了當代對於多元主義的研究，雖然不是首先就在美國學術界出現，但是在美國的實際政治運作之中，多元主義卻早就有了源遠流長的實踐歷史（徐火炎，1996）。

相較於政治學長居主流之位的自由主義不期望國家扮演積極角色，多元主義也

與此相互呼應，強調權力的多元、分散與互相制約，因此國家與政府扮演的只是社會上各種多元利益團體的競技場而已，國家與政府具有中立的角色。正因如此，美國的多元主義與自由主義這兩者被認為已然緊密結合在一起，幾乎不可區分（徐火炎，1996）。

多元主義雖然普遍存在於美國主流民意之中，但是學術界後續的研究論述則略有修正。多元主義一開始提出的主張，特別是社會各利益團體享有均衡資源以及國家只是中立的競技場這種論述，都受到包括左派的馬克思主義者等各界人士的嚴厲批評，認為形式上雖然是多元，但是實際上仍然是在維護主流價值。美國政治學者林伯隆（Charles E.Lindblom）的研究更進一步指出，美國雖然有多元主義的傳統，但是少數的經濟利益團體地位特別突出，而且在影響重大的國家政策時，甚至已然具有了「特權」地位（Lindblom, 1977）。學界在融合了批判意見之後所提出的修正看法，改為主張國家不只是中立的競技場而已，而是有自身的特殊利益；除此之外，多元利益團體的基本資源並非分散與均衡，而是呈現扭曲的分配，這些修改之後的主張被統稱為「新多元主義」，以區別於過去的「古典多元主義」。新多元主義雖然不再將國家與政府看成只是單純而中立的競技場，而是注意到了其自身也有特殊利益，也接受了社會資源呈現扭曲分配的事實，但是卻沒有能因而賦予國家更積極的角色。在新多元主義的論述裡，國家這個競技場依舊還是競技場，唯一不同之處只是發現了國家與政府除了是競技場，也會追求自己的利益（賴祥蔚，2005）。

學術界提出這些新的多元主義論述，已經趨近於德國等歐洲大陸學界所主張的「統合主義」（corporatism）。原本在理論光譜上，對於國家與政府在決策時應該中立還是主導，古典多元主義與統合主義恰恰位於兩個極端，現在卻出現了這種趨同的發展。對於此一轉變，學者徐火炎指出，從古典多元主義到新多元主義再到統合主義，絕非只是偶然的變化，而是針對現實政治進行了反省與思辨之後的結果（徐火炎，1996）。

二、多元文化主義與各國的媒體實踐

多元主義影響深遠，發展出了許多重要的分支，其中之一特別關注族群與文

化，這就是近年來廣泛受到各國政治學與傳播等領域學者所注意的「多元文化主義」(multiculturalism)。Kincheloe 與 Steinberg 兩位加拿大學者曾經將多元文化主義依其觀點而區分成五種不同類型：保守觀點、傳統自由主義觀點、多元論觀點、批判觀點、左派激進主義觀點 (Kincheloe and Steinberg, 1997)。

多元文化主義不只建構理論，更關注各種文化群體如何在社會中建立真正對等的關係，加拿大的政治學者 Charles Taylor 長期關注「肯認政治」(Politics of recognition)，對此已有頗多研究 (Taylor, 1994)，這是一種迥異於美國過去一直標榜的文化大熔爐這種「同化論」的立場，因此成為了各國關心原住民等少數族裔所倚重的理論。相較於多元主義重視自由，多元文化主義更強調平等的重要性 (陳一香, 1999)。十八世紀時由英國主導的加拿大政府，就是為了避免造成衝突，於是選擇了保障魁北克人在語言 (當地主要是使用法語，跟加拿大其他地區主要都是使用英語頗為不同)、宗教等文化方面的自由，這正是一種「非同化」(non assimilative) 的政策。

這樣的歷史背景與淵源，使得加拿大政府早在 1971 年就正式宣布了「多元文化主義政策」，這也是世界上最早誕生的多元文化主義政策；1982 年加拿大更進一步將多元文化主義明文列入了《加拿大權利和自由憲章》的第 27 條 (張錦華, 2014: 116-118)。研究者循此思路指出，中華文化之說經常抬舉漢族文化而貶抑邊疆族群文化，這跟美國過去的民族大熔爐之說一樣，都不符合多元文化所一再強調的平等價值 (張錦華, 2014: 37)。

由於族群議題與媒體之間具有緊密的連結，因此從多元文化主義出發，必然會檢視廣電媒體的表現，尤其當時主要廣電媒體都是因為使用電波頻譜而必須申請並獲得執照許可的大眾傳播媒體，各國政府因而可以透過政策法規來規範廣電媒體必須配合貫徹媒體的多元化，期望這些廣電媒體能夠符合多元文化主義等政策要求，進而落實社會的多元文化價值。

從多元文化主義到媒體多元價值，這當然不是相互區分的關切面向，而是社會這整個整體的不同面向。Hoffmann-Riem (1992: 49) 曾經提出多元應該包括五個面向：1、意見的多元，避免單一觀點；2、個人、團體與機構的多元，提供少數團體近用媒體的機會；3、議題的多元化；4、空間與區域的多元；5、節目與頻道的多元。這五

個面向，恰恰涵蓋了整體社會的各個不同面向。

加拿大在 1968 年通過了《廣電法》（Broadcasting Act），明文要求加拿大的廣電媒體應該要反映出加拿大整體社會的多元文化和族群特質、狀況和期待；1991 年的廣電新法，更明確要求廣電媒體必須「服務及反映加拿大男性、女性與兒童的需求、以及興趣情況，包括平等權利、社會的語言雙重性、多元文化和多元種族的特性，以及社會中原住民的特殊地位。」加拿大官方的「廣播電視及電訊委員會」（CRTC）從 1984 年開始研擬相關政策，並且在 1985 年通過了「反映加拿大語言和文化多樣性的廣電政策」，清楚定義族群政策宗旨，並且明定廣播電視的語言使用類型和節目內容比例，而且所有取得執照的族群頻道，都應該要反映社區內的多元需求；1999 年又修正了政策，要求進一步落實語言的多元性（張錦華，2014：123-124）。

另一個在推動媒體多元文化上頗有所成的國家是位於澳洲的澳大利亞。澳大利亞在 1999 年發表了〈邁向多元文化澳大利亞的全國議題〉政策報告，重點有三大部分，包括：一、澳大利亞人均可表達和分享其文化，應該維護其透過媒體傳播的機會；二、澳大利亞國民應該享有平等的對待和機會；三、鼓勵公民營機構善用各族群及語言人才的特長；在廣電政策方面，澳大利亞在 1978 年修正廣電法，新增了「特別廣電服務」（Special Broadcasting Service, SBS），重點在於提供多語言的廣播與電視服務，1991 年進一步又通過了〈特別廣電服務法〉，要求提供多種語言和多元文化的廣電服務，反映澳大利亞社會的多元文化特質（張錦華，2014：130-132；王菲菲，2005）。

美國雖然是多元主義實踐與理論的重鎮，但是美國在多元文化主義的落實到媒體這個方面卻相對不如前述的加拿大與澳大利亞。儘管美國憲法揭櫫人人平等的精神，但是美國長久以來最重要的族群概念卻是「大熔爐」（melting pot），鼓勵大家融入美國文化。

美國在早先強調民族大熔爐的時代，也曾經有重要法界人士強調媒體應該要有多元內容的觀念。美國聯邦最高法院法官布萊克（Hugo Black）在 1945 年判決的 *Associated Press v. United States* 訴訟案（326 U.S. 1）就曾經表示過相關的意見。此一訴訟案起因於「美聯社」（Associated Press）限制其會員不得提供新聞給非會員使用，這引起了憲政的爭議，布萊克法官因而在判決中特別強調：「第一修正案仰賴於此一

假設：多元而且對立的資訊得以廣為流傳，乃是公共福祉的根本（326 U.S. 20）。」

（That Amendment rests on the assumption that the widest possible dissemination of information from diverse and antagonistic sources is essential to the welfare of the public）

美國在 1950 年代興起了黑人民權運動，這也連帶進一步又推動了多元文化主義的發展。1968 年出爐的《肯納報告》（Kerner Report）指出，美國媒體充滿了偏頗，經常歧視少數族裔，而且媒體也很少聘僱少數族裔，因此該報告要求美國「聯邦通訊委員會」（FCC）應該推動「平等聘僱」，不只是要聘僱更多的少數族裔媒體人員，也要提供更多資源報導種族議題。不過這種作法也可能會流於「表面敷衍主義」（tokenism），因為既有結構與長期的文化沒有改變。更何況，「新聞媒體若以追逐收視率為目標，就不可能服務少數；如果不挑戰、批判主流優勢的『我族』價值觀，就難以肯認『他者』的價值及尊嚴（張錦華，2014：155）。」因為這涉及了媒體制度結構的根本改變。

媒體制度結構的改變談何容易，從世界的發展趨勢來看，美國從 1996 年開始解除媒體管制，取消對少數族群媒體的補助，其結果似乎反而不利於多元文化的發展。最近幾年，美國的 FCC 對於媒體併購的審查把關似乎有日漸寬鬆的傾向，但是仍然會以個案審查的方式，思考媒體併購是否有助於媒體內容的分散多元、促進競爭與在地化等公共利益，以此來裁決媒體結合的申請。英國的傳播管理署（Ofcom）在受理媒體結合的申請案時，也是考量是否有助於市場競爭以及言論多元性來決定是否同意媒體的結合。

政治學界修正了多元主義，使之成為新多元主義，主要原因就是社會多元團體其實各有不同權力，甚至有些團體的權力顯然遠遠超過了其他團體。這種表面雖然多元但是卻存在著弱肉強食的不平等情況，不只社會中的團體如此，市場中的媒體也是如此。

美國傳播學者 Schiller 就直言指出，所謂媒體中立的說法，其實完全只是一種迷思而已；除此之外，媒體市場將有助於帶來多元化的論點，說穿了也只是一種迷思；目前全球的主流影視產業幾乎都是掌握在西方企業集團的手裡，其內容反映的無非就

是西方價值，說起來一點也不中立，更遑論這樣的媒體結構能夠獲致真正的多元價值（Schiller, 1973 / 王怡紅譯，1996）。不只從全球角度來看媒體內容會存有反映單一價值的缺陷，同樣的，在國境之內的媒體也可能存在著無法反映社會多元價值的問題。

聯合國在 2003 年舉辦的「資訊社會世界高峰會」（UN World Summit on the Information Society, WSIS）發表宣言強調：除了應該要減少國際間對於媒體的不平衡影響，各國更應該立法保障媒體的獨立與多元（WSIS, 2003）。

反對單元價值、肯定多元價值，這當然應該是普世的主流意見。然而，到底什麼是多元價值？什麼又是媒體多元價值？台灣一直以來很少傳播學者針對此一課題進行研究，直到 1990 年代以後，才有學者因為關心原住民等少數族群的傳播議題而展開了多元文化的傳播研究（張錦華，2014：10-11），但是多元當然不只是關心原住民等少數族群這樣的面向而已，可惜學術界對此的探討還遠遠不夠充分。

參、對我國相關法案的檢視

我國的通訊傳播委員會因為社會各界強烈關注媒體併購的新聞議題，於是在 2013 年 3 月 20 日提出《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案，但是遲遲未能通過立法；換屆之後新組成的通傳會在 2017 年又提出了《媒體壟斷防制與多元維護法》草案。

在前述兩項草案之前，我國政策法規對於多元概念已有頗多引入與發展，必須先回顧：一開始多元概念的出現也是從族群開始，再漸漸推展到媒體。

我國《憲法》在 1997 年增修了第 10 條，其中的第 9 項就明文明定：「國家肯定多元文化，並積極維護發展原住民族語言及文化。」自此「多元」二字不只成為法律文字，還提高到了憲法的層級。不過劉孔中（2014）指出，從後半段文字可知，此一增修條文的原意其實著重的是少數族群語言文化的多元，而非媒體的多元。

廣電三法從通過至今，雖然經歷過幾次修法，至今仍然沒有對於何謂多元提出精確的定義與規範。2004 年通過立法的《通訊傳播基本法》在第一條雖然明文指出：「為因應科技匯流，促進通訊傳播健全發展，維護國民權利，保障消費者利益，提升

多元文化，特制定本法。」在第五條又提及：「通訊傳播應維護人性尊嚴、尊重弱勢權益、促進多元文化均衡發展。」第十三條再度強調：「通訊傳播委員會每年應就通訊傳播健全發展、維護國民權利、保障消費者利益、提升多元文化、弱勢權益保護及服務之普及等事項，提出績效報告及改進建議。」儘管此法有三處條文都提及「多元文化」，但是未明確定義多元文化的內涵。2005年通過的《國家通訊傳播委員會組織法》在第一條又開宗明義指出：「行政院為落實憲法保障之言論自由，謹守黨政軍退出媒體之精神，促進通訊傳播健全發展，維護媒體專業自主，有效辦理通訊傳播管理事項，確保通訊傳播市場公平有效競爭，保障消費者及尊重弱勢權益，促進多元文化均衡發展，提升國家競爭力，特設國家通訊傳播委員會。」此一組織法在多元文化的文字上呼應了早一年通過立法的《通訊傳播基本法》，表達出對於多元文化的重視，但是仍然沒有定義或說明什麼是多元文化。

曾經擔任通傳會委員的法律學者劉孔中（2014）指出：我國的大法官會議未曾對於多元文化加以詮釋，只是在釋字第 509 號、第 644 號、第 678 號這三號解釋文都一貫提及言論自由是維持「民主多元社會」不可或缺的機制；另外在釋字第 613 號、第 689 號解釋文則強調媒體應該提供多元資訊以促進多元社會。

在言論自由與多元意見的部分，大法官會議在 2000 年做出的釋字 509 號解釋文首先強調：言論自由「有實現自我、溝通意見、追求真理、滿足人民知的權利，形成公意，促進各種合理的政治及社會活動之功能，乃維持民主多元社會正常發展不可或缺之機制。」2008 年做出的釋字 644 號解釋文、2010 年做出的釋字 678 號解釋文都再次呼應了此一觀點。

至於媒體在提供多元資訊、促進多元社會方面的應有功能，大法官會議在 2006 年做出的釋字第 613 號解釋文提及了「社會多元意見」得經由傳播媒體表達與散布，解釋文闡述指出：「立法者立法義務，經由各種組織、程序與實體規範之設計，以防止資訊壟斷，確保社會多元意見得經由通訊傳播媒體之平台表達與散布，形成公共討論之自由領域。」2011 年做出的釋字第 689 號解釋文再次提到新聞媒體要提供「多元資訊」以維持「民主多元社會」，解釋文認為：「為確保新聞媒體能提供具新聞價值之多元資訊，促進資訊充分流通，滿足人民知的權利，形成公共意見與達成公共監督，

以維持民主多元社會正常發展，新聞自由乃不可或缺之機制，應受憲法第十一條所保障。」

多元文化、多元資訊、多元價值、多元社會，這些概念在台灣的法律條文與憲法解釋文中一再出現，但是具體的涵義仍然不夠明確。除此之外，多元還有內部多元與外部多元的不同層面，也值得探討。

重視外部多元的觀點認為，政府如果確保媒體結構的多元，就會有助於媒體內容的多元，因此主張管制。彭心儀等（2012：10）指出：「為了確保視聽大眾之多元價值言論、資訊自由流通之基本權利不受侵害，避免言論自由市場遭到媒體集團所壟斷，各國針對跨媒體所有權經營問題，通常係以行政手段介入管制，在視聽大眾言論自由之公益與媒體集團經濟綜效之私益間尋求平衡。」然而，對於管制理論也有肯定與否定兩種意見，肯定派認為避免媒體所有權的集中甚至壟斷，可以維護媒體市場之多元性以及公正性；但是否定派則質疑管制能夠真正達成媒體內容多元化的效果（彭心儀、鄭嘉逸、周曉繁，2012：10）。

我國媒體主管機關通傳會過去的管制作為，比較偏向媒體結構的多元，而不是針對媒體內容的多元（劉孔中，2014），這似乎是看重外部多元，而忽略了內部多元。一些學者就認為，既然多元價值的重點應該是媒體內容的多元，那麼不如直接針對媒體內容多元的部分進行管制（劉孔中，2014；黃銘輝，2013）。

相較於各界對於媒體的外部多元，主要意見就是反對集中、反對壟斷，除了反對一家獨大之外，似乎欠缺更細膩的判準，例如市場中是否需要、是否存在少數族群的廣電媒體等。儘管學界對於媒體結構的多元是否確實能促進媒體內容的多元，相關研究的結論與意見似乎都還不統一，但是一些媒體監督團體似乎認定因果必然如此。相較於此，內部多元到底要怎麼進行判斷，相關的討論就更加不足了。

有鑑於此，通傳會在 2007 年委託多位學者試著建構了一套廣電媒體的多元文化指標。郭良文等人（2007）的研究結果認為，廣電媒體的多元文化指標可以分成核心價值、一般指標（構面）與特殊指標（衡量指標）這三個層級。媒體內容要體現多元價值，核心是承認、平等與欣賞；一般指標在媒體組織部分包括：媒體的所有權、控制權、工作權、溝通機制、申訴權、鼓勵制度、組織認同、社會貢獻等；一般指標在

新聞與節目內容的部分都是包括：語言、存在、再現、偏見／歧視、平衡、肯定、稱讚。
郭良文等人（2007：28-29）並以三個圖表整理出內涵：

表二之一、廣電媒體多元文化衡量指標（媒體組織）

核心價值	一般指標 (構面)	特殊指標 (衡量指標)
承認	1. 所有權 2. 控制權	1. 董事會組成與控股比例 2. 員工組成情形
平等	1. 工作權 2. 溝通機制 3. 申訴權	1. 管理階層組成情形 2. 反歧視條款之訂定與執行情形 3. 訴願機制、管道與處理情形 4. 員工升遷暢通情形
欣賞	1. 鼓勵制度 2. 組織認同 3. 社會貢獻	1. 員工專業訓練（包含多元文化學習） 2. 增進員工認同之作法 3. 成立社會公益組織與投入之公益資源

表二之二、廣電媒體多元文化衡量指標（新聞內容）

核心價值	一般指標 (面向)	特殊指標 (衡量指標)
承認	1. 語言 2. 存在	1. 新聞報導中少數族群語言之使用情形 2. 新聞使用手語之情形 3. 原住民族、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年新聞之出現情形 4. 原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年之新聞專題製播情形
平等	1. 再現 2. 偏見/歧視 3. 平衡	1. 原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年新聞中擔任受訪者之情形 2. 偏見與歧視內容在新聞中之出現情形 3. 負面新聞之媒體平衡報導情形
欣賞	1. 肯定 2. 稱讚	1. 播出以原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年為主體之新聞或新聞性節目 2. 播出有關少數團體之積極意涵、代表性人物或正面形象之新聞

表二之三、廣電媒體多元文化衡量指標（節目內容）

核心價值	一般指標 (構面)	特殊指標 (衡量指標)
承認	1. 語言 2. 存在	1. 節目中使用少數族群語言之情形 2. 節目中使用手語之情形 3. 原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年節目之出現情形 4. 原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年之節目專題製播情形
平等	1. 再現 2. 偏見/歧視	1. 原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年節目中擔任主角之情形 2. 偏見與歧視內容在節目中之出現情形
欣賞	1. 肯定 2. 稱讚	1. 播出以原住民、新移民、女性、身心障礙、兒童與少年為主角之節目 2. 播出有關少數團體之積極意涵、代表性人物或正面形象之節目

郭良文等人（2007）依循前述思路，建構了一套衡量廣電媒體多元指標是否落實的檢核表，以提供各界對於廣電媒體組織與媒體內容（又分成新聞與節目兩類）進行多元文化表現的自我檢核，檢核表又有族群、性別、身心障礙以及兒童與少年這四個組成部分。

通傳會在 2013 年提出《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案，在草案的〈總說明〉開宗明義指出：「依據司法院釋字第 613 號解釋理由，針對廣播電視及其他大眾傳播媒體可能遭到壟斷之危險，積極立法加以防範，確保社會多元意見得經由媒體之平台表達及散布，形成公共討論之自由領域，已經發展為我國憲法秩序之一環。」〈總說明〉並且提到釋字第 364 號解釋也指出：「對於人民『接近使用傳播媒體』之權利，亦應在兼顧傳播媒體編輯自由原則下，予以尊重，並均應以法律定之。」〈總說明〉重申了釋字第 509 號解釋據以再次強調：「就廣播電視整合或報業跨業整合立法加以規範，防範資訊來源及意見多樣化因此減損之危險，亦須依其傳播方式予人民行使『接近使用傳播媒體』權利之機會並提供公眾參與監督媒體之適當管道，使媒體自由及其社會責任緊密連結以求法律制度之周延妥適。」〈總說明〉進一步認為：「在全球化、通訊傳播數位匯流之不可逆趨勢下，為避免在地文化邊緣化，立法防範廣播

電視整合或報業跨業整合威脅多元文化均衡發展」，「針對維持資訊及意見之競爭環境，保障新聞專業自主與強化自律，提升公民自主管理能力研訂特別規範」有其必要。

《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案採用年平均收視率、年平均收聽率或年平均閱讀率作為各種管制的門檻標準，管制標的為廣播電視的整合。檢視可知，這基本上是依循外部分散的途徑，重點是所有權分散，但是分散顯然不等於多元，這些分散很難確保族群、語言、文化等面向的多元。

進一步檢視《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案，全部五十條，雖有七個條文提及多元，但是卻未明確定義何謂多元，其中，第一條立法目的提及要促進多元文化均衡發展，第二十二條針對媒體整合提及新聞多元，第二十四條針對主管機關核准整合之附款時提及內部多元、資訊來源之多元性，第二十五條針對主管機關得要求媒體作為時又提及內部多元，第三十條針對涉己新聞提及兼顧多元價值，第三十八條針對補助研究提及內容多元，第三十九條針對績效報告提及多元文化均衡發展。

至於通傳會在 2017 年提出《媒體壟斷防制與多元維護法》草案，基本上維持前一草案的精神，在〈總說明〉中繼續援引司法院釋字第 613 號解釋文，強調「為兼顧媒體產業的永續發展與確保意見自由市場的多元性，爰另有制定本法之需。」而且宣示「本法草案之核心在於保障社會言論之多元性」。

《媒體壟斷防制與多元維護法》草案基本上還是延續前一草案的精神，但是調整為採用訂戶數、市占率、跨媒體數量、頻道數量、金融機構持股比例等作為准許「整合」的判準，而且管制標的從廣播電視擴及報紙。檢視可知，這基本上還是依循外部分散的途徑，重點也是所有權的分散，分散不等於多元，這些分散同樣很難確保族群、語言、文化等面向的多元。

進一步檢視《媒體壟斷防制與多元維護法》草案，全部四十二條，則有六個條文提及多元，一樣沒有明確定義何謂多元，其中，第一條立法目的提及要促進文化多元性，第十三條提及要播電視事業內部多元、資訊來源多元、以及通訊傳播內容多樣化（不知與多元化有何區分）攸關公共利益，第十四條提及政府為促進公共利益得採取措施確保廣播電視事業多元化，第十八條提及媒體製播規範要兼顧多元價值，第二十七條提及為提升多元文化均衡發展得請行政院交相關機關處理，第二十九條提及

媒體多元發展之特種基金之設置。

通傳會在 2013 年與 2017 年兩次提出的草案雖然都以多元維護為名，但是卻沒有善用通傳會自己先前針對媒體多元的委託研究成果，草案內容既沒有清楚定義多元，也沒有具體規範如何促進多元。草案的重點其實只是放在媒體所有權與結構的分散，這未必等於媒體的外部多元，更不等於媒體內容的多元。

肆、匯流時代的多元價值保障

從多元概念與各國實踐的文獻回顧可知，多元價值的概念有其生物學與族群文化的源流背景。在廣電媒體方面，最早反映多元價值的實踐是提供多語言、多文化的節目，後來進一步擴展到加強媒體的平等聘僱，甚至要進一步挑戰當前的媒體結構與主流文化，到了當代，不只族群，包括性別等方面的自我認知，乃至於同性婚姻平權等課題，也成為多元的重要探討面向。就此而論，多元價值從最宏觀的層面來看，應該是要避免主流文化形成霸權、造成弱勢族群及文化的遭到邊緣化，因此最終目標乃是社會文化能夠真正重視多元價值；至於在媒體的實踐層面，可以進一步分成媒體結構、平等聘僱、以及媒體內容這三個層級，這三者之間是否存在因果關係，有待進一步討論及研究，但是最重要的必然是媒體內容必須要反映並且尊重社會上存在的各種多元價值。郭良文等（2007）建構的多元價值指標，堪稱周詳，可供政府政策法規與媒體自律時之參考。

檢視過去我國在探討與推動媒體落實多元價值的經驗可知，首先，對於多元的學術研究開始稍晚，發表的研究成果也不算多，儘管如此，既有成果已經具有非常重要的貢獻。可惜的是，政府與媒體的實踐成果卻不太理想，一方面，政府的政策法規與法律解釋都未能對於社會與媒體的多元價值給予更完整的界定；另一方面，即便是通傳會在 2013 年與 2017 年分別提出的《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案與《媒體壟斷防制與多元維護法》草案，雖然都直接以「多元維護」為名，卻都沒有明確定

義何謂多元，相關條文提及的多元概念包括：多元文化、多元價值、新聞多元、內部多元、資訊來源多元、甚至還有通訊傳播內容多樣化等，卻未說明多元與多樣的區別何在。事實上，多元的概念從最早受到重視至今，內涵已有許多擴充，不再只是族群與語言而已，例如性別認同等等也逐漸成為重要的多元議題。究竟多元是什麼？該如何認定，又牽涉了什麼社會倫理議題，這些都必須先釐清。

進一步來看，過去針對公平競爭與多元價值的討論，都是立基於傳統廣電媒體的市場思維，也就是因為頻譜稀有，廣電媒體必須獲得特許執照才能經營，市場結構為寡占或是獨佔，因此媒體多半都負有一定程度的普及義務，而且媒體內容主要是線性呈現而不是隨選服務。到了數位匯流的世代，一方面頻譜稀有論是否能作為管制的理論基礎，在美國早就遭到質疑，另一方面包括了 OTT TV 等網路視訊平台也不再使用稀有頻譜，這就使得管制的理論基礎出現崩解，對於境內生產的節目，或許還可以透過〈出版品及錄影節目帶分級管理辦法〉，把違反多元指標的程度來當成分級的依據之一，解此來落實多元，但是對網路上的許多內容卻難以納管；除此之外，隨著閱聽眾漸漸轉向網際網路以及社群網站等新興的影音平台，前述的傳統媒體生態與閱聽行為也發生了巨大改變，影響所及，不僅原有的多元價值指標必須調整，要全面加強媒體多元價值的落實，需要更多的配套措施。

其次，未來的新興媒體平台因為不使用電波頻譜，因此未必需要去申請特許執照，於是不必然會承擔普及義務；除此之外，現在的媒體市場呈現越來越高度分眾化的趨勢，數位匯流之後的網路影音平台更是如此，以往在大眾媒體時代所發展出來的諸多政策法規，已經難以適用。傳統透過執照手段要求廣電媒體落實多元價值的思維，對網路隨選視聽幾乎不再有效。

舊的政策手段失效，新的問題卻正浮現。許多新興的影音媒體平台都屬於網路平台，因此上網等接取的基礎設施服務與影音平台服務可能不再是由同一業者負責。這衍生出了數位落差的課題，包括弱勢與偏鄉的接近使用數位設施，包括智慧手機等新興的 3C 終端設備等，都必須納入考量，否則如果偏鄉與弱勢族群的接受端無法近用網路等新科技帶來的影音節目，這就變成了另一種歧視與不平等，偏鄉與弱勢一旦無法接觸這些推陳出新的影音型態，就不可能獲得近用媒體或是進一步去爭取僱傭。

從政策法規出發思考如何落實普及服務與設法消弭數位落差，正是匯流時代要體現多元價值的一個全新考驗。

第三，如前所述，匯流時代的觀看電視方式已有大幅改變，加上社群網站當道，更加強了分眾取暖的「同溫層」傳播特性。當媒體生態已經逐漸變成閱聽眾可以只選取自己想看的內容，而無視於其他節目、甚至其他電視頻道或是平台的存在，則傳統的外部多元已經失去主要意義。在這種情況之下，如何進一步落實所有節目與新聞內容的內部多元價值，當具有更大的難度。舉例來說，特定族群的電視台或是完全以服務特定族群人士為主的節目，以往是作為族群電視而存在，以彌補主流媒體忽視特定族群文化及語言的不足，矯正大熔爐式的同化影響。然而，在匯流時代的隨選視聽行為之下，如果特定族群人士的閱聽行為也出現了「同溫層」現象，忽略主流媒體、只接收該特定族群的節目，則長此以往，應該是整個社會同中有異的多元文化價值，可能會向另一個極端偏斜，造成「存異乏同」的社會高度碎片化的發展，這恐怕也不是倡導多元文化價值的初衷。在這種情況下，媒體內容要如何選擇觀眾利基以及落實多元文化指標，也必須再予思考。在境內自製節目的部分，如果是以一般觀眾為訴求的節目，當然在內容上可以兼顧族群、語言等多元價值的呈現，但是原本就是服務特定族群的媒體內容，就必須重新思考在語言的使用上應該要如何才能兼顧多元價值；至於跨境而來的境外節目，主要必須仰賴平台業者的自律，不過如果境外節目是在不需獲得許可的網路平台播出，萬一平台業者不願自律，目前政策法規能夠著力的部分似乎相當有限，只能以提供補助等方式輔導業者自律配合對多元價值的尊重。進一步來看，這其實又涉及了創作自由的議題，畢竟相較於媒體業者負有一定的社會責任，影視創作者則可以主張言論自由與創作自由。

除了OTT TV等網路平台之外，越來越多影音業者會在臉書等社群網站開設帳號，這一類的平台反映了更高度的個人喜好，因此出現「同溫層」一說。現在許多年輕世代的網民，都是優先透過臉書這一類的社群網站平台來觀看與接收新聞節目與影音節目等內容，進而彼此密切互動，因此閱聽眾是在同樣的文化之中彼此影響、相互取暖、甚至聚集加熱。這樣的現象必然形塑其對社會的認知，而且往往是不符合社會真實樣貌的認知。這種高度選擇性的認知，當然無法反映多元價值，而且也有違多元

文化主義的期盼，但是除非業者或是業者所在國家的政府願意設法予以矯治，否則恐怕很難針對社群網站如何呈現多元價值此一課題找到問題的有效解方。

第四，網路視聽平台誕生，電視頻道卻不會立即消失，這就衍生出電視頻道上架公平性的問題，也是外部多元的一項重要課題，否則電視頻道的所有權與控制權多元了，但是卻無法在各種平台獲得公平的上架機會，那麼在收視端依然無法真正落實多元。

上架的競爭機制除了一般性的公平考量之外，還有一個特殊的議題，這就是有線電視興起之初出現的「必載」(must carry)規定，當時為了確保具有公共性的無線電視頻道，可以在有線電視系統上獲得收看，所有的有線電視系統業者都必須免費播送完整之無線電視的節目與廣告。我國《有線廣播電視法》第三十七條明文規定：「系統經營者應同時轉播依法設立無線電視電台之節目及廣告，不得變更其形式、內容及頻道，並應列為基本頻道。但經中央主管機關許可者，得變更頻道。系統經營者為前項轉播，免付費用，不構成侵害著作權。系統經營者不得播送未經中央主管機關許可之境外衛星廣播電視事業之節目或廣告。」

電視數位化之後，由於線纜傳送的頻道數變多，衍生出無線電視應該必載無線電視幾個頻道的爭議。除此之外，新興平台能否比照有線電視進行必載，也是一門新的課題。先前中華電信 MOD 是否可以援用必載規定，就引起了頗多的討論。《通訊傳播基本法》第七條規定：「不同的傳播技術不得為差別管理。」然而此一原則要落實頗有難度。當前的無線電視頻道內容是否具有足夠的公共性或多元性，這些值得討論，但是如果主要電視頻道的內容無法在各種新興平台上獲得同樣的呈現機會，這不僅僅有違《通訊傳播基本法》的規定，匯流時代的網路影音媒體要完整呈現社會的多元價值不免也會受到局限與影響。

伍、結語

多元價值有其多元文化主義的理論基礎，目前已經廣獲世界各民主先進國家推崇，最初關心的是不同族群都應該受到尊重的族群議題，漸次及於文化、語言等面向，

由於廣電媒體影響深遠，對於多元價值的眾是，在過去幾十年也陸續推廣至廣電媒體等領域，澳大利亞、加拿大等各國紛紛透過政策法規來要求廣電媒體必須體現多元價值。

我國在《憲法》與《通訊傳播基本法》也都明文提及多元的概念，大法官會議也闡述多元乃是言論自由與新聞媒體的重要關切。儘管如此，不論是過去的法律、憲法解釋文、2013年《廣播電視壟斷防制與多元維護法》草案、以及2017年的《媒體壟斷防制與多元維護法》草案，都沒有對於多元的概念作出明確的定義。從通傳會過去施政作為與前述草案的相關內容來看，偏重的乃是媒體結構的外部分散。問題是，媒體內容的多元或許更應該受到重視，而媒體結構的多元是否能確保媒體內容的多元，學界意見紛紜，尚無定論。通傳會委託學者的研究則建議，多元文化或價值的指標建構，核心是承認、平等與欣賞，然後也要兼顧媒體結構與內容的多元，並且提出許多可供參考的指標。

然而，在匯流的網路視聽時代，數位落差使得過去視為理所當然的普及服務不再必然受到保障，這是對於多元價值的最基本挑戰，因為如果社會上存在著嚴重的數位落差，則欠缺網路近用權者，根本無法接觸新媒體，更遑論多元。儘管多元價值更受提倡，但是因為目前網路影音平台業者不必申請特許執照就可以上線經營，這就使得傳統透過執照政策來要求大眾廣電媒體落實多元價值的手段，已經不再能夠適用，未來或許應該思考其他途徑，例如針對境內節目或許可以透過把是否符合多元概念，納入〈出版品及錄影節目帶分級管理辦法〉的分級依據等；除此之外，網路時代的媒體閱聽行為已經高度分眾，這也使得以往的一些外部多元或內部多元的要求，未必真正有助於閱聽眾認識社會的多元價值，因為一旦閱聽眾只選擇自己想觀看的内容、也只跟具有同樣品味的民眾互動，則除非每一個媒體內容都符合多元價值的要求，否則媒體結構多元或是節目多元，恐怕都不再具有實質的意義。就此而論，媒體管制的理論基礎、數位落差、同溫層現象、以及必載與上架的市場公平性等問題，將是想要在匯流時代體現多元價值更需要思考與探討的課題。

參考書目

- 王怡紅譯（1996）。《思想管理者》。台北：遠流。（原書 Schiller, [1973]. *The Mind Managers*. Boston:Beacon.。）
- 王菲菲（2005）。〈多元文化與公共廣電機構：澳大利亞的實踐經驗〉，《中華傳播學刊》，7：103-134。
- 徐火炎（1996）。〈多元主義與民主政治：被俘虜的政府與民眾〉，蕭高彥、蘇文流編（1998）。《多元主義》。台北：中央研究院，頁 237-268。
- 李貞怡、李秀珠（2006）。〈台灣媒體競爭市場之報紙內容多樣性研究〉，《新聞學研究》，88：135-172。
- 郭良文、朱旭中、諸葛俊、許如婷、張大裕（2007）。《廣電媒體多元文化指標研究》。國家通訊傳播委員會委託研究案。
- 陳一香（1999）。〈媒介多元化意涵之初探〉，《新聞學研究》，58：141-169。
- 陳炳宏（2010）。〈媒體集團化與其內容多元之關聯性研究〉，《新聞學研究》，104：1-30。
- 彭心儀、鄭嘉逸、周曉繁（2012年3月）。〈數位匯流趨勢下的媒體所有權集中化〉，《NCP Newsletter》，37：10-12。
- 劉孔中（2014）。〈新聞媒體多元與反壟斷之法制探討〉，《公平交易季刊》，22（3）：1-44。
- 張錦華（2014）。《多元文化主義與族群傳播權——以原住民族為例》。台北：黎明文化。
- 張錦華、黃浩榮、洪佩民（2003）。〈從多元文化論觀點檢視新聞採寫教科書——以原住民族群相關報導為例〉，《新聞學研究》，76：129-153。
- 黃銘輝（2013）。〈論通訊傳播行政上「結構管制」與「行為管制」手段選擇——從復興傳播法上的「公平原則」（Fairness Doctrine）談起〉，收錄於政治大學法學院主辦，通訊傳播法的管制革新——政策、法律、司法與兩岸學術研討會論文集，頁 1-24。
- 賴祥蔚（2005）。《媒體發展與國家政策——從言論自由與新聞自由思考傳播產業與

- 權利》。台北：五南圖書公司。
- 賴祥蔚（2012）。〈媒介經濟學的特性與政策回應〉，《中華傳播學刊》，18：267-278。
- 賴祥蔚（2014）。〈電視平台之市場界定——有 MOD 與有線電視為例〉，《公平交易季刊》，22（3）：45-66。
- Dahl, R. (1961). Who governs? Democracy and power in an American city.
- Hoffmann-Riem, W. (1992). Protecting vulnerable value in German broadcasting order, in Jay G.B.(ed.). Television and the Public Interest (pp.43-60).London: Sage.
- Lindblom, Charles E. (1977). Politics and Markets: The world's political economic systems. N. Y.: Basic Books.
- Taylor, C. (1994). The Politics of Recognition in Charles Taylor (ed.). Multiculturalism. N.J.: Princeton University Press.
- Tocqueville (2000). Democracy in America. Chicago, Ill.: University of Chicago Press.
- WSIS (2003). Report of the Geneva phase of the World Summit on the Information Society. 上網日期：2016 年 11 月 23 日，取自 https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0009!R1!PDF-E.pdf.

Review of Media Diversity Concepts and two Draft Acts

Weber H. W. Lai

Professor, the Department of Radio and Television, National Taiwan University of Arts

Abstract

The National Communications Commission (NCC) unveiled “The Media Monopolization Prevention and Diversity Preservation Draft Act” in 2017, expected the Legislative Yuan to pass it into law to preserve media diversity of Taiwan. However, what is the true meaning of media diversity as well as how to achieve it? Would The Draft Acts unveiled by NCC help to preserve media diversity of Taiwan? The study reviewed literature of related concepts of diversity, pluralism and multiculturalism, as well as actual achievements of advanced countries in the field. Based on above research, the study examined draft act of 2013 and draft act of 2017 and found the Constitution, the Fundamental Communications Act, many Judicial Yuan Interpretations as well as two draft acts mentioned diversity several times but all fail to try to offer precise definition to the term. Two draft acts focus not on diversity but fragmentation of media structure, although both use diversity preservation as the name of draft acts.

Keywords: media, diversity, pluralism, multiculturalism, NCC.

色手止步—談色情假新聞置入行銷管制

卓美玲

卓美玲 淡江大學資訊傳播學系副教授
信箱：meilingj@mail.tku.edu.tw

《摘要》

沸沸揚揚的政治假新聞引起世界各國重視，Google、Facebook、Twitter 這類科技巨擘驚覺本身遭到政治意圖者利用而開始省思改善方法之際，本研究以質化觀察法，觀察台灣色情業者同樣利用新媒體科技進行產製、行銷假新聞之手法，企圖以隱藏之置入行銷方式病毒式擴散其經濟影響力，以案例解釋說明相關現象。

網路色情市場以隱藏之假新聞擴散，範圍更大，更不容易辨識，對生長於科技時代的兒童、青少年帶來的可能是「被」提早接觸性、發生性行為，其危害雖無法以科學實證研究加以確立，但值得世人關注此議題，重視兒童健康成長的話語權。

澳洲正在更深入研究並研擬方案，英國也將在 2018 年執行「新數位經濟法案」加強管制色情網站，本研究參考英、德相關規範，對台灣現行管制提出 6 點建議。

關鍵詞：假新聞、新聞置入行銷、新數位經濟法案、色情新聞管制

壹、緒論

研究動機及研究目的：

從政治假新聞管制談色情假新聞置入行銷之問題

社群媒體時代守門的概念轉變，人人可以發布訊息，為吸引消費者眼球充滿許多隱瞞型標題，隱藏必要的訊息或誤導使用者，或誇張聳動型標題，放大事件的重要性，誘使使用者點擊連結找出答案。假新聞不僅止於包含誇張聳動、讓人忍不住想點閱的標題，可能為惡意「點擊誘餌」、或是可疑的網站地址、或冒充真實的新聞網站，假新聞甚至可能出現於提供來源可靠訊息的社群中置入行銷，未標示其為廣宣或公關稿，也往往考驗消費者的分辨能力，尤其是情色類假新聞，對未具真實性經驗之兒童、青少年具誘惑吸引力，卻缺乏分辨能力。

社群媒體曾是「阿拉伯之春」的重要推手，曾經承諾帶來解放的社群媒體，現在卻「證實」是一個能更有效地引發憤怒的工具，能更有效地操弄假新聞。去年美國總統大選期間，媒體揭露有人以內容農場手法病毒式擴散各種假消息，臉書、推特公司也已分別發現與俄羅斯政府有關聯的內容農場「網路研究社」（Internet Research Agency），在去年選戰期間購買廣告張貼政治分化內容，企圖影響選舉。與俄國有關的實體在 Google 平台上買了數萬美元有政治意圖的廣告。Google 的證據顯示，俄羅斯砸大錢在 Google 旗下影音分享網站 YouTube、電子郵件服務 Gmail 等平台買廣告散播假消息（田思怡，2017）。

假新聞已經發展成一種新的營利模式，並逐漸形成一套完整的產業供應鏈，根據趨勢研究報告顯示，網路犯罪者所提供的服務不止是散播假新聞，通常還包括產製這些新聞故事，並把它們行銷給目標族群，手法類似於內容行銷服務與社群媒體行銷運作（江婷，2017）。中國出現所謂「寫作幫」販賣產製內容，寫作幫同時也提供散布這些內容的服務，收費則依據文章要發布的平台而不同（吳凱中，2017）。不只是政治目的的假新聞，色情業者也早已開始利用這項工具，提供一站式假新聞散布服務。此

市場可以說是一個應有盡有的商店，可以創造、推廣與操弄有利於達成客戶目的的故事、事件、新聞與形象，無論是真實或是虛構。

政治假新聞的啟示：並非所有商業廣告應同等對待

當政治假新聞以商業操縱方式對民主制度帶來威脅，美國媒體正義中心主管西里爾指出：「社群媒體應該要有相關對應措施，對自身平台如何被他人濫用負起最大責任。」（許祖菱，2017）

由於擔心美國政府將施加的壓力，路透社報導，行銷人在一場業界會議中發言時，拿俄羅斯特務在臉書購買美國政治廣告的指控，作為廣告業不能不受規範的證據（中央社，2017a）。社群龍頭「臉書」（Facebook）也宣佈將雇用 1000 多人，補強全球性廣告的審查團隊，阻擋意圖讓選舉偏離正軌的不實廣告。除了禁止第三方事實查核機制判定為假消息的連結刊登廣告外，經常連結到假新聞的粉絲專頁，將再也無法在臉書刊登廣告（中央社，2017b）。美國議會也在研擬規定擁有至少 100 萬個用戶的數位平台，必須對花費 1 萬元以上的人刊登的所有與選舉有關廣告，保持能公開索取的檔案（黃秀媛，2017）。

法國總統大選期間，假新聞或錯誤引據隨處可見。中央社報導，法國媒體各自推出釐清謠言的專區替民眾「排毒」，更進一步彼此合作，打造交叉查證平台，防範讀者受假新聞愚弄。防止假新聞與惡意貼文流傳。德國內閣通過一份新法案，若社群媒體未提供消費者舉報仇恨言論與假新聞的選項，或在一定時間內移除違法內容，可能面臨最高 5,000 萬歐元（5,300 萬美元）罰款（黃智勤，2017）。

來自俄國組織「網路研究社」（Internet Research Agency）的廣告似乎擴大了種族和社會對立。至今並無科學實證研究證明其確實影響 2016 年美國總統大選的結果。雖然俄羅斯在臉書上購買數千個廣告來煽動爭議議題，如種族與槍枝權利，雖然去年美國總統大選期間，與俄國有關的實體在 Google 平台上買了數萬美元有政治意圖的廣告，但至今無法得知其廣告效果。但科技公司已主動提出管制審查措施，以防止再次發生惡意政治干擾。

不是只有社群媒體左右選情的問題值得關注，科技公司已藉廣告獲得龐大的權力與影響力，例如亞馬遜（Amazon）決定人們怎麼購物、Google 決定人們如何獲取知識、臉書決定人們溝通的方式，它們正決定誰拿到數位時代的話語權、誰該在網路上「被消音」。長久以來，企業與消費者在媒體話語權上，存在著嚴重的不對等。企業有能力與財力以粗暴的歧視語言傳播、販售商品，可是消費者不滿或憤怒的聲音，卻未能獲得同等聲量的再現，尤其當色情業者應用龐大財力利用新媒體科技以假新聞大量出現於提供來源可靠訊息的社群中進行事件行銷、置入行銷，被網路色情影響的兒童、青少年的話語權該如何看待？色情假新聞該如何管制？

貳、文獻探討

一、兒童意外接觸，「被」提早接觸性、發生性行為

身為網路原住民的現代兒少，媒體接觸環境已經大為不同。根據英國調查顯示，2016 年上網已經取代看電視，成為英國兒童休閒時花最多時間做的事。根據英國 Ofcom 與 Childwise Monitor 的調查，5 歲到 15 歲的兒童每週花在網路上超過 15 個小時；尤其是 12 到 15 歲的孩子 4/5 有自己的手機；每週花在上網時間超過 20 個小時；12 到 15 歲的孩子超過 3/4 有在社群媒體註冊，超過 2/5 的 11 歲孩子有社群媒體帳號；縱使大多數社群媒體有年齡註冊的限制（曾蘭淑，2017）。

在台灣根據兒盟「2012 年兒少網路行為調查報告」發現有高達 83.4% 的孩子平常會上網，尤其是週休放假期間，71% 孩子週末兩天都會上網，85.3% 未滿 13 歲的孩子使用假年齡或假姓名註冊臉書，登入帳號後，因網站資訊未分級，導致許多色情廣告不時跳出，引誘玩家。玩「超齡遊戲」的問題嚴重，每五個孩子就有一個（21.5%）會玩限制級遊戲，近半數（47.9%）的孩子會玩輔導級遊戲，這兩類遊戲內容通常充斥著暴力、色情的劇情和畫面，並不適合未滿十二歲的孩子，長期接觸恐嚴重影響孩子自我人格、價值觀的發展（兒福聯盟，2012）。

網路增加兒童接觸情色內容的機會，廣告讓兒童意外接觸到色情；英國廣播公

司 BBC 於 2014 年調查一千多 16 至 21 歲的年輕人，將近 40% 的年輕人說，第一次在網上看到色情內容，是意外登錄色情網站。很多人都是在網上搜尋與色情無關的內容時通過誤導鏈接進入色情網站。有些人通過社交網站看到色情內容 (董樂，2014)。與 BBC 的研究結果一致，英國民間兒福慈善組織 NSPCC 調查，英國逾九成青少年 14 歲前看過色情內容，11—16 歲的孩子中，有 53% 的孩子已經接觸過成人片，11—12 歲有 28% 的人看過，到 14 歲就已經有 94% 的孩子看過成人片。調查還發現，有時兒童接觸到色情內容是偶然的，並不是特意去尋找的，比如一些網上跳出的廣告 (BBC，2016)。

台灣兒盟的調查也發現資訊不分級的危機，近半數孩子曾在臉書上看過色情廣告；超過一成孩子曾點過臉書上的色情廣告 (兒福聯盟，2012)。Google 與兒童福利聯盟以分層隨機抽樣方式所做的「2015 年兒童 3C 產品使用與上網行為大調查」，發現 34.1% 的國小五、六年級學童曾在使用 3C 產品時接觸色情裸露、暴力血腥內容，更有 12.2% 曾主動搜尋不適齡內容，男性主動搜尋不當資訊的比例是女性的 1.85 倍 (張為竣，2015)。

星島日報 (2017) 報導家計會所做的「2016 年青少年與性研究報告」，在學校訪問 3907 名中一至中六的中學生，及上門訪問 1239 名 18 至 27 歲青年，結果發現 33% 中學女生及 59% 中學男生有觀看色情物品，較 2011 年上升約 5%。其中，約五分一有觀看色情物品的男生，在過去一個月內更曾觀看 15 次或以上。

現在十幾歲的青少年正面臨對色情內容習以為常的風險。2015 年 NSPCC 調查 700 多名青少年，在 12 歲及 13 歲青少年中，有五分之一認為觀看色情片是正常現象，而十分之一觀看色情片成癮。一名 17 歲的女生稱，她在 12 歲時曾在男朋友的強行要求下發生性行為。各個年齡階段的兒童很容易接觸色情片，青少年稱觀看色情片刺激他們過早進行性行為 (邢翀，2015)。

NSPCC 在 2016 年的調查發現，13 到 14 歲的男孩中，很多孩子認為色情內容就是生活中性行為的真實描繪，有 39% 的人認為他們應該模仿成人片裡的“內容和行為”，五分之一 11-12 歲的男孩對待性的態度受到網上色情內容的影響，並說他們希望模仿他們在網上看到的場景。孩子在不知嚴重性的情況下互傳裸照，超過 1/7 的 11

至 16 歲英國兒童曾自拍過全裸或半裸的照片，其中有一半的人曾發給過別人 (BBC，2016)。NSPCC 首席執行官 Peter Wanless 表示“這一代的青年裡，太多人過早就接觸到了色情影片，他們會對裡面涉及到暴力和變態的內容慢慢習慣，並去模仿，這會對今後他們的戀愛關係帶來毀滅性影響。”（曾蘭淑，2017）

成長在科技時代下的兒童，過早接觸到色情影片，以為 A 片內容是真的，把色情片當成性行為的教科書，在該享受兒童天真歲月的年紀，被誘惑而過早模仿成人性行為。我們看到一些因此被危害的兒少案例：根據《每日星報》報導，英國桑德蘭一名少年，從 11 歲起在網路上看色情片後，因受色情片影響，模仿劇情性侵多名同學，至 13 歲被判 7 項強姦和性侵犯兒童罪（自由時報，2017）。現年 28 歲的美國女子伊麗莎白史瑪特 14 歲時在自家臥房遭綁架性侵，該男子犯案動機是經常觀賞「硬蕊色情片」，史瑪特出面講述當時案情「就是 A 片促使米切爾出來將我綁架。」「我親身體驗這東西多麼的有害。」，呼籲社會抵制 A 片這種「新時代毒品」（自由時報，2016）。9 歲女童為了購買線上遊戲點數卡，上網 PO 文援交的報導（林思慧，2011），更讓研究者驚訝 9 歲能瞭解援交將對她造成的傷害嗎？若未曾接觸過相關資訊，為何懂得用援交換取金錢呢？兒福聯盟調查指出，約兩成的直播主未滿 18 歲，甚至在直播的過程中被觀眾要求裸露等情況，嚴重戕害兒少身心（吳柏緯，2017）。

網路巨擘 Google、Facebook 等的影響力，已超出各國政府可以規範。但大型網路公司似乎沒有好好想想如何妥善保護兒童的網路安全。不論是政治或色情業者的假新聞廣告，如果科技公司與政府持續袖手旁觀，任由廣告持續且大量操作，甚至以假新聞方式置入行銷於傳統認為可信賴之媒體資訊平台，難到這樣的媒體地景是我們所樂於看到的嗎？

論者或許認為，色情也是一種言論，也該享有自由，雖然色情言論可能伴隨種種負面後果，但仍不足以讓它的言說、表現、散播等自由受到剝奪。但當初法學家德沃金（Ronald Dworkin）認為，相較於幾乎不受限制的商業廣告、電影、電視劇中所蘊含的性暗示與暴力內容，色情影像之生產、流通及閱聽某程度上皆「已受限」（如電影分級），似乎不太可能對人們產生更直接的影響（李柏翰，2017）。但現行網路分級是超過 18 歲的限制級內容才有過橋頁面的提醒，兒少點選「已經 18 歲」也沒有查

核機制，更何況以假新聞的形式，偽裝出現以誘騙點選所造成的影響呢？

二、網路及社群媒體讓色情市場傳播擴散失控的現實？

假新聞事件的效應，讓政府機關及一般使用者開始意識到大眾輿論遭到操縱的嚴重性。假新聞已發展成一種新的營利模式，不只為政治意圖者所利用，也為情色產業者所利用。網路及社群媒體讓色情市場訊息傳播擴散，更容易及於心智尚未發展成熟階段的兒少。網路社群充斥各種形式的不雅內容，根據兒福聯盟公布的 2012 兒少網站行為調查報告指出，近半數的孩童曾在臉書上看過色情廣告，且超過 1 成孩童點過臉書上的色情廣告。

除了色情廣告，許多兒少也曝露在色情假新聞之中，問題是色情廣告容易辨識，但色情假新聞卻偽裝成新聞，引誘點閱，在不易辨識不設防的情況下，成為陷阱。

本文所指色情假新聞是指不具政治意圖，卻含煽色腥內容的新聞，圖片未必非常暴露，剛好規避兒少法第 45 條的規定，標題與性相關，誇張聳動吸引人好奇點閱，是經過刻意編造包裝成新聞形式的內容，這些業配文在出現於傳統形式的電視報紙新聞報導過後，又不斷置入行銷於真的新聞媒體網路平台外包給廣告商的推薦點閱清單中，隨著每則新聞隨機出現於下方「你可能會喜歡」的推薦清單中，貌似相關新聞實為置入廣告，但並未標示其為廣告或 PR，例如下圖。

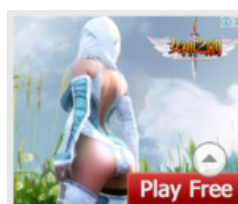


本文將先回顧色情所利用媒體管道與方式變遷，再以質化觀察法的方式收集相關案例，以探討新型態的色情交易行銷之案例、與鋪天蓋地的情色訊息現況。

三、情色相關廣告

媒體多元化後廣告主可選擇傳播的通道變多，可以讓商品訊息更準確地傳達給閱聽眾，但也讓色情廣告更能鋪天蓋地地宣傳。表現方式已經跳脫以前 DM、貼紙、檳榔盒的清涼裸女圖；報紙分類廣告的高薪公關小姐、伴唱小姐、電話秘書；八卦雜誌的一對一按摩、油壓或閨房技術教授；有線電視地方頻道或節目刊播的色情電話、男性壯陽藥酒廣告（蕭湘文，廣告創意）。

不是只有色情產業產製情色訊息，八卦媒體以情色新聞吸引人們注意，不同產品也以情色話題引發消費族群興趣，廣告創意有時操作的不只是製作廣告，也會利用媒體製造行銷話題。郭書瑤為台灣網路遊戲《殺 Online》於 2009 年推出的電視廣告暨平面廣告主演的《殺很大》廣告推出後，讓該廣告女主角郭書瑤（瑤瑤）受到矚目，當瑤瑤坐在木馬上大喊「殺很大」讓人有聯想性暗示；而該廣告引發的「童顏巨乳」、「物化女性」、「廣告性暗示」等話題也在台灣社會延燒。其後大量出現於報紙網站的遊戲廣告似乎已經有見怪不怪的現象，社會上很少妥適與否的討論。



此為刊登在聯合報的遊戲廣告，截取於 2016 年 12 月 4 日



此為刊登在 NOWNEWS 的遊戲廣告，截取於 2017 年 10 月 14 日

網路興起後應召站業者在網路論壇散播色情廣告，例如以下暗示性的訊息：「獨特舒壓手法、甜美正妹服務」、70分鐘/2000元，並貼上甜美正妹之清涼照片。到社群媒體時代，業者利用通訊軟體 LINE 發送色情廣告，或依網站指示，加入業者 LINE 群組前往消費，例如以下出現在自由時報網站新聞下方的留言。



Yazu Zhang

外約獨家優質兼職妹妹+LINE：3356858（高檔妹妹觸動你ㄉ激情.給你最美ㄉ享受）
想挑戰性感冷艷美女迷人惹火身材 全裸箱體美胸誘惑抵擋不住

讚 · 回覆 · 3小時



Su Su

忙碌工作一天 緊張的生活 工作的壓力
是否讓您喘不過氣來好好愛自己
+line：859763（有照）給你一個全新感受的愉悅舒壓之旅



Hua Liu

簡介直接放大台灣外送茶+LINE：376152
我約妹只會到固定配合的茶莊
便宜又大碗妹妹素質又好
還是固定的茶莊比較好喝

【台北 台南 新竹 台中 高雄 彰化 南投】

讚 · 回覆 · 2017年3月14日 20:10



Hua Liu

大台灣外送茶+LINE：376152

【台北 台南 新竹 台中 高雄 彰化 南投】

讚 · 回覆 · 2017年3月13日 22:30

T 客邦 (2017) 發表了一篇文章「就是拿他們沒辦法？台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影」，描寫一個台灣的網站編輯，每天除了要編寫正規的網站文章，還要處理不為人知的工作 -- 刪除網站上的色情約砲留言，他說：「情色業者善用網路傳播，業者使用垃圾郵件、成立網站、論壇，你檢舉一個他們就再成立好幾個。到了 FB、即時通時代，就更方便了，每一個人都可以有上百個分身，深入各大網站留言。」

作者提到：約砲、約茶這些都是國內色情仲介業者常用的名詞，網站編輯每天要刪除網站上的色情約砲留言。雖然網站上有設智慧機制進行過濾篩選，但是色情業者總會想出一些辦法來突破障礙，孫宏仁 (2012) 也在探討網際網路資訊的是非判斷問題時提到，「網頁入侵者插播最嚴重的，當是色情網站，會瞬間侵入你的滑鼠下，不小心就會誤按滑鼠而進入該網站。除非關機，不然離不開那個網頁。」

T 客邦 (2017) 觀察台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影的情形，提到「現在約茶、約砲交易留言的網路行銷已經到了無孔不入的地步，FB、LINE 的入侵也就算了，不僅只是文字，在 YouTube 上也可以看到他們把文字做成影片，讓文字過濾機制也沒辦法過濾這些交易資訊。現在還進一步侵入到 Google Play 的留言區。Google Play 的電影版新上架的影片，都已經被約砲交易留言攻陷。」他指出 Google Play 電影不需要下載者才可以留言，任何人都可以留言的機制，使得 Google Play 電影與 Google Play 應用程式光景大不同。

根據 T 客邦 (2017) 的經驗：「FB 雖然有檢舉機制，但是就算對方留言留得再露骨，FB 的審核機器人顯然看不懂中文，最後只會告訴你查無此事，要你封鎖對方眼不見為淨。至於 LINE，如果他是在別的地方留言，而不是透過 LINE 線上傳簡訊給你，根本找不到地方檢舉這個帳號。國內雖然有 WEB547 檢舉熱線，但也只能針對色情網站設在國內的去處理，在國外利用免費網站架站的他們也愛莫能助。至於 LINE 的即時通帳號更是沒地方處理。」

有些台灣的網站編輯會為刪除網站上的色情約砲留言苦惱，但有些卻不會。「如何透過部落格來賺錢？」一文作者 DEARJOHN 提到：「我曾經在某入口網站的部落格首頁，看到一個共筆徵文區，點入其中某篇投稿文章，你不會在文章內容處看到任何色情，而是在該文章的迴響留言處有一大堆的色情廣告，因為部落格版主就是該色情業者，所以當然不會去刪除迴響，就這麼巧妙地讓色情廣告偷渡到部落格中，而且無計可施。」(DEARJOHN, 2006)

色情業者經營部落格、FB 粉絲專頁、網站等等內容農場，提供誇張聳動，吸引消費者眼球的情色內容(還不到 18 歲才能觀看的限制級等級)，傳統傳播管道的報紙、電視新聞媒體再加以引用報導，可能因其吸睛聳動具有新聞性，或者可能因其為報紙、電視新聞媒體置入行銷之業配文，但未標示其為廣宣或公關稿之性質，以假新聞的形式重複且大量出現在電子報或電視台網站推薦閱讀之清單中。以下將會在「一劍浣春秋」的案例中，更清楚詳細說明。

雖然許多部落格不歡迎色情廣告，欲去除而無法去除，陷入無處求助的困境，但也有可能在無意中因不小心刊登一個有趣的影片連結，卻未確認此一連結是否適合

讀者群，無意中讓帶有色情廣告的網站加入連結，即便廣告與該影片完全無關。但也有些部落格可能因為 Google Adsense 無甚多獲利，受類似以下廣告（引用自阿飛 2007 的貼文）的誘惑而加入性產業色情廣告之置入。

Aug 05 Sun 2007 本站希望有置入{性}行銷

你是不是加入 Google Adsense 許久但帳戶裏的報酬少到連自己都不敢看？你是否曾經在文章中放入購物網站的連結被人幹譏到想哭？你曾經只是好心想推薦某項商品或某家店家就被人罵「有商業的嫌疑」？你有想過要靠著網誌致富並且十分用心的經營部落格，卻什麼錢也沒賺到還惹得滿身腥？

你知道嗎？根據調查全世界有 12% 的網站是關於性產業，在搜尋引擎上有 25% 的搜尋動作是在找色情網站，有 35% 的網路下載動作是跟色情有關，每秒鐘有 28,258 個網路用戶在看色情內容，每秒鐘就有約台幣 2800 元的交易是花在色情網站上，全球約有 3 億 7200 萬的網頁是色情內容，這些數據很可能還持續增加中呢。

你看到商機了嗎？你感到心動了嗎？你希望自己的 Google Adsense 帳戶金額有如跑馬燈不斷增加嗎？你知道日本部落格 スロたま ブログ 靠著色情內容每月收入近 100 萬日幣嗎？既然放廣告無論有沒有賺錢都會被幹譏，不如放個真正有賺頭的廣告吧。

目前台灣的網路色情產業雖然不能與歐美日相比，但誰知道哪天會忽然快速成長，所謂「市場總是領先者勝利」，在市場尚未成熟前，我們就先卡好最有利的位置，相信靠著部落格致富不是一場白日夢。

如果你也想要早日加入這有如旭日東昇般的商機行列，請在你的部落格貼上「本站希望有置入性行銷」貼紙。

活動貼紙請自行取用：

叁、研究資料分析

本研究觀察蒐集網路電子報新聞及相關佐證資料、iWin 色情檢舉數據資料變化，以說明解釋色情假新聞之運作及其影響。

一、情色相關假新聞的運作方式

情色相關資訊在新聞媒體的討論也越來越熱鬧，包括「網路聊天室約炮，實際上是設仙人跳陷阱」、「一夜情後續戰男友 慾女被發現硬掰遭撿屍」、「美國網紅在與男友做愛時不小心誤按 Instagram 的直播功能」的新聞，或直播平台上人氣小模的

照片被 Live.me 用在色情網站的連結上，到最近專門討論檢察官改革事務的「劍青檢改論壇」LINE 群組，出現令人臉紅心跳的裸女照，事後上傳裸女照的檢察官在群組道歉的新聞，隨著新聞出現被檢察官上傳的裸女照(下圖)。以及家長擔心色情動漫公仔攻陷網路(王鼎鈞，2013)，或 LINE TODAY 出現疑似色情廣告(朱正庭，2017)等樣態的社會新聞。



姑且不論新聞價值高低，新聞是指實際發生在社會中的事件，而假新聞則是為了政治或是經濟的利益被製造出來的，為增加讀者或網路分享，常會配合吸引人的標題或是完全假造的新聞故事。此種特殊的新聞樣態是業配文，也正是本文所指色情假新聞，其製作與傳散方式類似本文開頭介紹政治假新聞之操作方式。例如，「AV 達人」一劍浣春秋的專訪，透過各大新聞機構報導更加擴散色情產業內容農場寫作者的影響力。記者盧家豪(2017)的文章指出：「『AV 達人』一劍浣春秋深耕台灣色情產業多年，透過帶入日本 AV 文化創造出無限商機，除了網站、女優經紀、辦活動，攝影會也是收入大宗。」專訪內文中，並不避諱點出其色情產業業者的身份。

盧家豪(2017)在專訪中明白地道出其業配文的寫作：「一劍浣春秋一天得寫出 4 至 5 篇文章，早上送小孩上學後，8 點多抵達辦公室，開始看片寫第一篇文章，1 小時內第一篇上線，等業配文上線之後，再陸續發出第 2、3 篇...。」一劍浣春秋的部落格「AV No.1 Blog」有保險套、情趣用品等贊助廠商，網路蒐尋可看到他以 AV 評論家的身分寫作的文章出現在各大新聞媒體版面，藉由各大新聞媒體(包括聯合報、自由時報、蘋果日報、中時電子報、三立、TVBS、東森新聞雲、NOWnews 等)的傳播讓其網站、部落格的文章可觸達更多消費者，透過新聞大量報導也優化網路資訊搜

尋結果。

以下 Google 搜尋可看到其發表在各種新聞媒體之各式各樣的文章都與情色有關，所提供的服務不止是散播假新聞，還包括產製這些新聞故事，並把它們行銷給目標族群，手法類似於內容行銷服務與社群媒體行銷運作，收費則依據文章發佈的平台而不同。

【一劍浣春秋】AV片商最大的敵人：女優的男朋友！| 性情男女| 兩性占...

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年9月22日 - 常常有人在問，女優有男朋友嗎？答案自然是肯定的，雖然在淫光幕前幹活的工作內容可能會讓一些人能問多這是這，不過能做女優的大多臉蛋漂亮 ...

【一劍浣春秋】小心！AV女優就在你身邊 - 一劍浣春秋| OOPS! 新鮮事

<https://oops.udn.com>，作者列表 ▾

【一劍浣春秋】今非真由美發騷！讓你甘願變隔壁老王 雖然高橋聖子和三上悠亞兩大藝人正在荼毒AV界，不過那一行可不是靠兩三個藝人就能撐起來的，扣掉這兩位 ...

【一劍浣春秋】完全解析！AV界拐騙女孩下海的話術| 性情男女| 兩性占...

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年10月6日 - 在這個2017年剩下最後三個月的時候，您是不是覺得AV界一下子多了很多新鮮的肉體？這是很正常的現象。因為歲末年初向來是AV界最重要發片 ...

【一劍浣春秋】守不住的秘密！細數那些身分曝光的女優| 性情男女| 兩性...

<https://oops.udn.com>，兩性占心 ▾

2017年9月8日 - 面對猶豫不決的女孩，AV事務所要如何說服她們下海呢？除了「工作輕鬆收入又高」的保證以及「整型很便宜甚至不用錢」的福利外，其實年輕女孩最 ...

（專訪）AV達人的日常一劍浣春秋成名之路- 自由娛樂

ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/2176933 ▾

2017年8月29日 - 一劍浣春秋本名黃正，受訪暢談他創業心路歷程。（記者胡舜翔攝）（記者盧家豪／專訪）「一劍浣春秋」，台灣色情片AV評論家第一人，「avno1.com」 ...

「一劍浣春秋」 - 相關新聞- 自由時報電子報

news.ltn.com.tw/topic/一劍浣春秋 ▾

（記者盧家豪／專訪）「AV達人」一劍浣春秋深耕台灣色情產業多年，透過帶入日本AV文化創造出無限商機，除了網站、女優經紀、辦活動，攝影會也是收入大宗，一劍浣 ...

一劍浣春秋：我是土豪！我要上AV女優| 即時新聞| 20160517| 蘋果日報

www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/new/20160517/858884/ ▾

2016年5月17日 - 劍大，我想要幹到她們站不起來，你能幫我嗎？」提出這個要求的並非是和我很熟的AV咖，而這裡所提到的「她們」指的當然就是AV女優；說實在話， ...

一劍浣春秋的懶人包@不可不讀- 中時電子報

www.chinatimes.com/search/result.htm?q=一劍浣春秋 ▾

【一劍浣春秋】懶人包，幫大家把愛看的、好奇的、不知道的【一劍浣春秋】的新聞動態、圖輯、影音記錄，全都整理在這裡！

不限於傳統管道的宣傳，色情業者更擅於利用新媒體管道的宣傳，例如以下部落格的介紹文章，但至少這位部落格主有在內文中提醒：（有情色鏈結，未成年及重度道德感者勿入）。

一劍浣春秋@ 老漢碎碎念:: 痞客邦PIXNET ::

tiger5657.pixnet.net/blog/post/24629153—一劍浣春秋 ▾

在網路上看到一個針對點閱率的調查赫然看到這個早被老漢放進我的最愛中的網站，也名列其中一劍浣春秋(有情色鏈結，未成年及重度道德感者勿入) 那時把這網站放 ...

身為內容農場主人，一劍浣春秋的文章置入許多色情相關產品或遊戲，例如他介紹「DMM」網站的文章裡出現以下的描寫：「有在看筆者文章的朋友都知道那(指DMM)是販賣AV作品的天下第一站，你可以在上面購買DVD或藍光的實體作品也能用下載的方式將影片存在雲端、電腦甚至是電視遊樂器PS4的硬碟…」當網友從電子報新聞連結到其部落格或FB粉絲專頁時，就出現上述DEARJOHN所說的情況：「不會在文章內容處看到任何色情，而是在該文章的迴響留言處有一大堆的色情廣告，因為部落格版主就是該色情業者，所以當然不會去刪除迴響，就這麼巧妙地讓色情廣告偷渡到部落格中」。

二、電子報新聞的置入行銷案例

這種以內容農場手法病毒式擴散的色情假新聞，是以完整的產業供應鏈形式產製新聞故事，將欲廣告之產品或服務置入故事中，並提供散佈這些內容的服務，其行銷手法曖昧有別於廣告之公開容易辨識。網拍穿著曝露，姿勢挑逗、甚至露三點的動漫公仔廣告，雖在2013年6月到7月15日一個半月內引發家長擔心孩子身心受到不良影響，而有172件色情動漫公仔的申訴案(王鼎鈞，2013)，但其廣告性質明確，如果有問題家長也比較容易察覺。

假新聞以置入的方式行銷，新聞置入的明顯與否，或有標示廣告、PR也都有助辨認，例如《蘋果日報》報導民眾投訴，在集合最新國內外新聞的LINE TODAY欄目上，看到穿插的廣告中有「我丈夫可以勃起四小時了」疑似色情廣告字樣，覺得現在小朋友多有手機，常用通訊軟體並不限成人如被點入甚為不妥，向LINE反映多次，但都沒處理(朱正庭，2017)。其實這些產品的置入廣告比較容易辨認，自由時報有以下的藥品廣告，研究者搜尋Google後發現，Youtube上有販賣「有助陰莖生長」的手環，還標榜「勃起變強可以拉伸陰莖組織」，但無法確認是否為哪一家廠商在LINE TODAY之置入行銷。



圖：2017年10月11日截取自自由時報

另外，有些新聞置入行銷方式是混雜在相關新聞推薦清單中，以「你可能會喜歡」的方式，在閱讀過的新聞下方出現，吸引讀者點閱，但實際上可能是情色相關廣告。研究者觀察自由時報電子報「你可能會喜歡」有兩家代理商輪流播放置入訊息（兩、三則新聞後換一家播放），一家是 MicroAd，其置入廣告會標示 PR 及廣告主名稱（如下圖左側），圖文也很容易看出是廣告，另一家 Outbrain 推薦清單的 6 則訊息則無一且從不標示廣告，且常出現情色相關訊息。

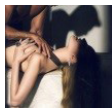


Outbrain 這家代理商，在研究者觀察期間一直以來其置入廣告沒有任何標示（如以下左圖），其情境圖常夾雜有情色、性暗示之圖片，到今年 10 月 22 日之後，唯一出現有標示為 Promoted 及廣告主為 Facebook 的例子（如以下右圖），研究者推論是因為政治假新聞事件後，臉書在業配文的透明度政策提高，所以廣告代理商的作法有所改變，但也只有臉書有標示，其餘仍舊都未標示。



以上面左圖為例說明，研究者觀察 Outbrain 推薦的文章與該頁面上面報導的新聞極不相關，例如以上案例報導許多學生在三民網路書店購書個資被駭，因而遭到詐騙的新聞事件，但代理商 Outbrain 推薦的就有四則情色相關的文章，分別是：

1. 最能讓女人高潮的體位！ AV 女優強力推薦這個
2. 北京優衣庫試衣間活春宮 激情影片網路瘋傳
3. 上班族初下海援交 一夜被白嫖 5 次
4. 被人從背後猛抓奶 消防車上大刺刺嘿咻



以上述第一則推薦文為例，情境圖雖三點不露，但性意涵十足，點進去之後，報導的是「美國 A 片商『Wood Rocket』製作了一支短片，錄製旗下女優的對『哪種體位能高潮』的說法」，還提供相關影片連結，及另外兩張附圖：



代理商 Outbrain 所推薦的文章重複率非常高，例如上述文章標示日期為 2016 年 4 月 30 日，但到 2017 年 10 月 16 日仍一直出現，自由時報電子報的讀者若閱讀 10 篇文章，至少會出現 2~3 次以上。

以上疑為美國 A 片商『Wood Rocket』的業配文，點進去之前有過橋頁面，提醒讀者是否已年滿 18 歲，但以下新加坡八卦媒體網站《All Singapore Stuff》脫光衣服

女子坐在戶外階梯上將大腿張開，拍攝全裸不雅照片，則經過處理，無任何警示，自由時報於 2015 年 4 月報導後，一再重複出現於代理商 Outbrain 所推薦的文章中。



研究者截取自由時報電子報代理商 Outbrain 在每則新聞下方「你可能會喜歡」所推薦的文章中，經常輪播推薦出現的新聞標題，除了上述文章以外，尚有許多情色相關標題，例如：

AV 女優光鮮亮麗 7 成退休後都改做這行！
又有街頭活春宮！情侶「激情纏綿」照曝光…
情侶嘿咻才被錄下 PO 網「葛葛饒命啊」又有續集
高鐵廁所驚見活春宮 列車長當時這樣做 ...
地鐵內慾火焚身 年輕情侶當場做起火車便當
不爽老公上色情網站 人妻竟傳「私密照」報復
強國大老婆爆氣 當眾扯爛小三泳裝
超商店員嚇傻！天花板掉下 1 名內褲女
年輕辣媽穿這樣和小孩互動 讓網友們暴動了！
24 歲正妹櫃姐 E 罩杯「美規身材」爆紅
「晚上來陰陽調和一下？」女房客陪睡房東簽 15 年租約
太猛了！離別半年後激情作愛 小妻子渾身是血送醫急救
女記者採訪天體雜交營 入境隨俗脫光光
低胸辣妹火車上熟睡 小弟弟這樣做網友都傻了 ...

以「AV 女優光鮮亮麗 7 成退休後都改做這行！」為例，也是一樣為以前的舊聞 (2016 年 8 月 14 日的文章)，但到現在還經常出現被推薦清單中 (9 月 14 日到 10 月 15 日期間每天出現，每 10 則新聞約出現 2 次的頻率)，其內容在介紹《數不清的女人》

這本採訪 AV 女優的書，作者在內文提到，「會進入這行的女性，有些是為了高薪待遇，有些則是認為，在大家面前暴露自己的身體是件簡單的工作，『她們覺得很自然』，因此日本每年就有 6000 名新人進入 AV 產業。」

研究者研判這篇文章應是《數不清的女人》這本書的置入新聞，透過業配文在去年的新聞出現過後，再以推薦你可能會喜歡的新聞的形式，一而再，再而三地出現在讀者的目光下，並搭配養眼的圖片（如下圖），吸引讀者的注意與點閱。



雖然根據兒童及少年福利與權益保障法第 46 條規定，在任何公開的網站上，都不宜出現裸露男女性器官以及任何性別間性交或猥褻的畫面。以上所顯示的圖片也都很巧妙地規避了兒少法第 46 條的規定，以下左圖搭配文字說明，清楚地具備情色暗示，以下右圖雖然光就圖片看不清楚情色、性暗示之部份，但文字所呈現之性意涵濃厚。色情媒體置入性行銷技巧是將色情「化宣傳於無形」的行銷手段，結合照片與配合文字，「傳遞煽動著充滿感官刺激的訊息」，讓讀者在未察覺的狀態下已受到它的影響。



不爽老公上色情網站 人妻竟傳「私密照」報復



高鏡上演活春宮！驚見赤裸男女趴在廁所...

根據 iWin 網站描述的申訴假設案例：涉及裸露、猥褻及性交的畫面：

阿軒的爸爸在瀏覽網路新聞的時候，看見未經處理的裸露畫面，他擔心同樣經常瀏覽網路新聞的未成年孩子看到相關新聞而產生對身心的不良影響，因此趕緊通報 iWIN 處理。

阿軒的爸爸做了正確的處理。根據兒童及少年福利與權益保障法第 46 條規定，在任何公開的網站上，都不宜出現裸露男女性器官以及任何性別間性交或猥褻的畫面，但是很可惜的，一般民眾還是會不經意地在各種網頁上面看到這些不雅畫面，畫面的來源包括線上遊戲、成人動漫、未經過濾新聞照片內容、或是在社群網站如 facebook 或 Youtube 的留言以及廣告等等。

相關法條閱讀：兒童及少年福利與權益保障法第 44、45 條

三、假新聞讓民眾檢舉降低嗎？

色情經由許多媒介散佈，包括雜誌、書籍、電視、電影、音樂和網際網路，直播的盛行、社群媒體的發達與便利，使色情風潮更盛行。以往電視節目分級較為嚴格的約束下，須鎖碼播出的內容，在只概分為限制級與非限制級的網路內容下，網路直播節目為吸引觀眾眼球，標榜像彩虹頻道，話題尺度無上限的內容，例如 ETtoday(2017) 直播節目《明星鍵盤手》就以「性感人妻賴琳恩『解放惹火巨乳』求歡超直接！老公轉頭一驚：『妳怎麼全裸？』」來吸引觀眾。

以前民眾對於暗佈色情陷阱的廣告會督促報社撤除，以減少對兒童的污染危害，iWin 前執行長黃葳威指出，被投訴的色情猥褻中，媒介性交易比例達 37.46% 最多(陳炳宏, 2016)。目前對網路色情申訴可以看到色情猥褻類型還是佔最大宗，案件類型另有賭博、毒品及藥物濫用、暴力血腥及自殺、不當揭露兒少個人資訊、及其他等類別，但這些加起來比例均較少，色情猥褻類比例每年均高達 90% 以上。

但觀察 iWIN 網路內容防護機構 2016 到 2017 年色情猥褻類申訴案件顯著下降(雖然 2017 年只統計到前三季，且比例並未下降，仍有 95%)，以每季平均值比較，境內 IP 較 2016 年每一季少 582 例，境外 IP 每一季少了 320 例(如下表)。類似上述出現未裸露男女性器官的淫穢性及不雅內容之業配文及廣告的數量不斷上升，再巧妙導引至色情業者之網站、部落格、粉專、或 Youtube 影片，是否因此影響民眾對 iWIN 網路

內容防護機構涉及兒少身心健康之色情猥褻案件之申訴？

iWIN 網路內容防護機構涉及兒少身心健康之色情猥褻案件類型對 IP 位置 *

年度	案件類型	境內 IP	境外 IP	無法判別	總計	比例 (%)
2014	色情猥褻	1622	9541	13	11176	97.03% ¹
2015	色情猥褻	1322	3861	5	5188	92.97% ²
2016	色情猥褻	3,824	10,798	17	14,639	95.43% ³
2017 前 3 季	色情猥褻	1121	7140	13	8274	95.13% ⁴

1.2014 年度 1-12 月申訴案件總數共 15051 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 11518 件

2.2015 年度 1-12 月申訴案件總數共 6785 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 5580 件

3.2016 年度 1-12 月申訴案件總數共 16,427 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 15,339 件

4.2017 年度 1-9 月申訴案件總數共 9106 件，其中涉及兒少相關法規申訴案件共 8698 件

* 本研究整理自 iWIN 網站之統計資料。

2014 到 2015 年色情猥褻類申訴案件減少（尤其是境外 IP），可能是來自 Google 政策的改變。基督教反色情團體「媒體道德」（Morality In Media）曾與 Google 公司協商，針對移除色情廣告內容，進行意見交換，據 Daily Tech 網站報導，Google 在 2014 年 7 月告知廣告商，任何成人色情廣告將不會出現在搜索引擎及其他網站上。Google 的廣告規範中也載明，廣告主不得提倡引起色情行為的內容與圖片，或兒童性虐待等內容或服務。

但此路不通，色情業者就轉而利用其他的管道，2016 年境外 IP 似乎更大規模地運用各種管道入侵，因此民眾申訴案件大幅成長，2017 年的降低原因不明，但研究者猜測是以假新聞形式，不易辨識，而不容易被申訴。

小結

成人電影新聞媒體網絡組織從 2002 年開始在 AdWords 刊登廣告，到 2014 年中 Google 改變政策而遇挫，但「有網路以來，『色情』更一直是點閱最高的網站，也是谷歌搜尋最多的字眼。」（蘇蘅，2016）色情資訊能讓成年人得到生理需求之滿足，並且成年人也較有足夠知識與能力免於自己受害，因此本研究只討論色情資訊對兒童的影響，有論者認為兒童心智尚未成熟，沒有抗拒色情資訊與支配時間的能力，特別容易沉迷於網路色情而無法自拔。

色情媒體以刺激「性慾」為主要目的，色情資訊常跳過循序漸進的交往過程，直接進入親密行為（性關係）的發展，「暴露」無絕對關係，「色情」無關乎「露幾點」，色情與否的主要的區別是在於所傳達的兩性親密關係是否是「正常」且「健康」。與傳遞的型態有關（煽動著充滿感官刺激的訊息），色情資訊中的呻吟聲或情慾挑逗畫面，夾雜強暴、亂倫、暴露等型式設計，才是社會對身心發展未成熟之兒少擔心的重點。

基於學術的倫理性，事實上不可能作出一個合乎科學要求的實驗證明色情書刊等猥褻物品對青少年的心理是有害的。澳洲在 2016 年 11 月的報告 "Harm being done to Australian children through access to pornography on the Internet" 中，仍無法獲得一致的結論，證明其危害及危害的程度與因果關係。

但是至少在心理學的領域，猥褻物品對於青少年是否會造成不良影響，大致有肯定的共識。青少年接觸猥褻物品後出現性方面的模仿行為甚至要比實際上被性侵害後會出現的反應行為還要多 (Elliott, 1999)。另外，從臨床的觀察、發展心理學的理論及其他非實驗的研究來看，的確可以推論色情物品對青少年有負面的影響，觀看猥褻物品也可能會干擾或不正常地加速一般的性發展 (Yates, 1996)。

據《JAMA 精神病學》期刊刊登一份報告指出，常看色情影片會大幅影響腦部，因為從觀察得知，男性愈常看色情影片，其腦部受刺激的反應就愈不明顯，經常看色情影片的男性，腦部主司報償的部位也較小 (莊瑞萌, 2014)。

伊麗莎白史瑪特以其自身遭綁架性侵的經驗，呼籲社會抵制 A 片這種「新時代毒品」，但單一事件即使很突出也難以解釋全盤、普遍現象，相關研究至今仍面臨缺乏統計、機率的科學解釋之困境。但美國社會研究確實發現，在色情雜誌受歡迎的地方，性犯罪的比率反而增加，且也間接導致許多社會犯罪問題的增加，如性侵害、援交、未婚懷孕、墮胎、網路一夜情、瀏覽色情網站與性沉癮…等問題。因此，猶他州州議會在 2016 年通過決議，宣布色情就跟毒品一樣，是一項公衛風險，法案沒有禁止色情片，但呼籲作出更多努力阻止民眾接觸及沉迷色情片 (BBC, 2016b)。阿肯色、田納西、南達科他等州州議會都通過了類似決議。佛羅里達州議會也引進討論。

雖然我們只能說色情對身心尚未健全發展的兒少可能是個危險因子，一般認為

色情媒體的影響，青少年看太過刺激感官的影片最常有的反應是產生性興奮、性幻想，進而實際進行性活動，造成性犯罪，因青少年接觸色情媒體沒有宣洩性衝動的出口。但無法知道對大多數兒少是否具有同質的影響效果。但正如政治假新聞並未被驗證其是否真的影響選舉結果，社群平台及廣告業者即開始因應修改規範的道理一樣，在現實社會中，色情媒體的氾濫及商業行銷手法之高明，常讓未成年的消費者於無形中陷入色情漩渦的誘惑，商業言論自由是否應先以保障兒少身心健康為前提？兒少的話語權是否該更為提升呢？

肆、管理規範之再思考

根據兒童及少年福利與權益保障法第 44 條「任何人不得以違反第三項所定辦法之陳列方式，使兒童及少年觀看或取得應列為限制級之物品。」根據現行規定，色情網站內只要不含有變態與暴力的色情資訊，並且採取有效管制措施以防止兒童取得，或可主張表現自由，不應該僅因網站內有色情資訊而被處罰。沒有防止兒童取得之管制措施是指，兒少在瀏覽線上遊戲網站或新聞時，不小心點入成人色情網站的廣告，網站業者卻沒有提供過橋頁面，載明使用者必須年滿十八歲方能進入，提供一般色情圖片與影片或是販賣情趣商品等。兒少若選擇欺騙，點選已年滿十八歲，業者就不會被處罰。

以上述討論之案例，自由時報電子報連結至美國 A 片商「Wood Rocket」新聞訊息及相關影片連結，中途有提供過橋頁面，載明使用者必須年滿十八歲方能進入，已經達到不違法的情況，但是否有效足以防止兒少接觸不當訊息呢？當再思考。想完全保護青少年不受色情媒體污染，是困難與不切實際的。本研究想從其他國家的作法，尋思解決之道。英國於明年要求嚴格的年齡認證方式，德國則不僅須真實身份認證，還把部落格納入管理，以下分別說明。

在英國，負責網路治理的官方機構是內政部，成立了兒童網路保護特別工作組和線上兒童保護中心，專門負責保護上網兒童，清查有關兒童色情、暴力的內容。英國工業貿易部、國內事務部和英國城市警察署成立的“互聯網監督基金會”，負責將

網路訊息根據色情、辱罵性語言、暴力、種族主義言論、網絡詐騙、潛在危害言論以及個人隱私、成人主題等內容進行分類，並在網頁上植入相關標記，當用戶瀏覽到這些信息時，系統將自動詢問是否繼續，用戶再自行選擇（薛應軍，2017）。

2016年英國兒童虐待防治學會（NSPCC）做的調查顯示，網路色情可能不利於小孩心智及行為發展，在英國年齡介於11歲至16歲的兒童、青少年中，有48%的人接觸過網路色情內容，年齡介於15歲至16歲的群體比率更上升至65%。英國政府今年7月宣布「新數位經濟法案」加強管制色情網站，2018年4月起，色情網站必須採用類似簽賭網站的方式，設置年齡認證軟體，民眾上色情網站必須提供信用卡資料，證明年齡已經超過18歲，否則色情網站將面臨重罰或被封鎖，新法令適用於付費色情網站以及不要求付費、註冊的免費網站。

德國是個為保護兒少免於有害之媒體內容，言論自由得被限制的國家。德國法律允許設立色情網頁，但管理嚴格：首先，這些網站必須在有關管理機構登記，政府會對色情網站作為“經營網站”收取附加費；其次，當有人訪問色情網站時，馬上會出現一個過濾框，顯示這是成年色情網站，只有18歲以上的成人才能進入，訪問者在登錄時必須提供能夠證明其真實身份的個人資料。即便是擁有色情內容的部落格，德國也要求設置這樣的過濾機制（武詩韻，2014）。

根據林慧玲、王子貴（2013）赴韓國出席2013年國際圓桌論壇（2013 International Roundtable）報告書，德國代表的報告提及：相對違法內容如色情內容限定於封閉用戶群組（如下表，取自林慧玲、王子貴，2013）

1. 封閉用戶群組確保只有成人可接取電訊媒體的相對違法內容
2. KJM 開發關鍵原則，以在早期階段實行此系統。
3. 以 KJM 之嚴格規則為基礎的封閉用戶群組，在德國建置完備。
4. 結果：在特定方面對兒少保護顯著改善，設於德國之自由接取的色情網頁數量顯著下降。

表四十四 兒少媒體保護之規定

絕對違法內容	*§ 4 Abs. 1 JMStV * 不得於廣播電視服務或電訊媒體中播送。
相對違法內容	*§ 4 Abs. 2 JMStV * 在特定情況下，得播送於電訊媒體的封閉用戶群組。
對兒少發展有害之內容	*§ 5 JMStV * 在廣播電視中受特定時段限制；在電訊媒體中，須以技術工具管制。

英國即將採取強制證實真實身份之過濾機制，應該可以像德國達到境內 IP 色情網站數量下降的效果，但境外 IP 則可能難以達到成效。

德國政府的防護網還包括“網上巡警”。這是由德國聯邦內政部和聯邦刑事警察局成立的打擊色情犯罪的機構。機構成員由打擊色情犯罪的專家和技術力量對網路資訊進行 24 小時跟蹤分析，封鎖兒童色情網頁（武詩韻，2014）。

另外，德國兒少媒體保護，或許仍有我國可以仿效之處。其規定如下：

「德國刑法將猥褻文書區分為輕重兩種尺度，輕型的猥褻文書只有在提供給青少年或強制入目時處罰，重型的包括含有暴力、對兒童性虐待、獸交等內容，則傳布流通等行為皆在禁止之內。散布猥褻物品給青少年或是散布猥褻物品的方法無法防止青少年接觸（例如網路），兒童及少年性交易防治條例第 29 條對於有性暗示的廣告物品不問是否有可能促成實際性交易一律處罰」（林慧玲、王子貴，2013）。

總結以上各國之作法，本研究提出以下幾點建議：

1. 應該能建立更有效防止兒少接觸色情網站（包括色情內容的部落格）內容之身份辨識機制；
2. 新聞之置入行銷訊息應能更加透明化，像 Facebook 標示該則訊息為贊助或廣告，及廣告主是誰；
3. 對隱藏性暗示的廣告物品，不問是否有可能促成實際性交易，應加以處罰；
4. 科技公司應像處理政治假新聞一樣調整演算法或審查機制，為建立兒少健康

的環境努力；

5. 應提醒家長注意色情假新聞之操作手法，並教育兒少相關之媒體識讀能力；
6. 色情業者、媒體業者及廣告代理商應設定自律機制。

舊金山廣告代理商 CEO Adam Kleinberg(2016) 於美國知名廣告線上雜誌 Ad Age 撰文，把廣告技術形容為槍枝。「槍枝是很棒的東西，打獵或保護家庭都能發揮作用。但是如果幾乎缺乏管制，槍枝就會到處流竄，無所不在。責任感重大的人能夠持槍，但也無法避免落入危險而輕率的人手中，導致嚴重的犯罪事件。」

色情片導致年輕人、甚至小孩被急速性化。猶他州法案指色情片已成為傳染病，需要改變「教育、預防、研究及政策」去應對問題，但卻沒有說明實際的執行方法。色情片行業團體「自由言論聯盟」發言人邁克·斯塔比爾(Mike Stabile)說：「我們該合作阻止兒童去接觸成人娛樂。」(BBC, 2016b)

或許與色情業者多溝通，能找出治本的方法。

參考文獻

中文

DEARJOHN(2006)。如何透過部落格來賺錢？。 <http://www.dearjohn.idv.tw/795>

ETtoday 新聞雲 (2017)。性感人妻賴琳恩「解放惹火巨乳」求歡超直接！老公轉頭一驚：「妳怎麼全裸？」(影片)。 <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TyOCyibjFjwJ:wp.news365.my/%3Fpaged%3D4283%26p18334+&cd=27&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw>

T 客邦 (2017)。就是拿他們沒辦法？台灣約砲交易留言行銷入侵 YouTube、Google Play 電影。 <https://technews.tw/2017/02/26/a-shame-taiwan-fell-to-the-gun-trade-message-google-play-movies/#more-229768>

中央社 (2017a) 。廣告界主管：臉書必得約束政治廣告。 <http://www.cna.com.tw/news/ait/201709260113-1.aspx>

中央社 (2017b) 。臉書補強團隊 力阻不實廣告操控選戰。 <https://www.nownews.com/news/20171003/2618746>

王鼎鈞 (2013) 。色情動漫公仔攻陷網路 今年暑假申訴案激增。 <https://www.nownews.com/news/20130806/189323>

田思怡 (2017) 。與俄羅斯有關實體也在 Google 購買政治意圖的廣告。聯合報。 <https://udn.com/news/story/6809/2748207>

朱正庭 (2017) 。LINE 遭色情廣告攻陷。蘋果日報。 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170719/1163804/>

江婷 (2017) 「2017 新聞回顧，網路假新聞氾濫 小心被帶風向！」 <http://www.trendmicro.tw/tw/about-us/newsroom/releases/articles/20170622050819.html>

自由時報 (2016) 。14 歲時遭綁架性侵 9 個月 ... 她痛批「A 片是毒」。 <http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1801910>

自由時報 (2017) 。模仿 A 片劇情 11 歲男童性侵同學。 <http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1966551>

吳柏緯 (2017) 。網路直播內容不當 NCC：可上 iWIN 申訴。 <http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2142041>

吳凱中 (2017) 。製造假新聞 有完整供應鏈」，經濟日報。 <https://udn.com/news/story/7240/2594530>

李柏翰 (2017) 。看 A 片是重大公衛危機？談美國州議會反色情條例。 <https://opinion.udn.com/opinion/story/10043/2764384>

邢翀 (2015) 。調查：英國青少年觀看色情片成癮。 http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk_education/2015/03/150331_life_teenage_pornography_addiction

林思慧 (2011) 。女童 PO 文援交 NCC 盼通過兒少法，建立網路觀察基金會，「華視新聞網」，2011/08/15。〈 <http://news.cts.com.tw/nownews/politics/201108/201108150801034.html>〉。

- 林慧玲、王子貴 (2013)。赴韓國出席 2013 年國際圓桌論壇 (2013 International Roundtable) 報告書。
- 武詩韻 (2014)。德國設置網路過濾 嚴厲打擊兒童色情犯罪。 <http://big5.cri.cn/gate/big5/gb.cri.cn/42071/2014/04/16/6871s4505491.htm>
- 阿飛 (2007)。本站希望有置入 (性) 行銷。 <http://felixchung.pixnet.net/blog/post/7134035-%E6%9C%AC%E7%AB%99%E5%B8%8C%E6%9C%9B%E6%9C%89%E7%BD%AE%E5%85%A5%EF%B9%9B%E6%80%A7%EF%B9%9C%E8%A1%8C%E9%8A%B7>
- 孫宏仁 (2012)。探討網際網路資訊的是非判斷問題，興國學報 p135。〈 <http://libwri.nhu.edu.tw:8081/Ejournal/AT01001309.pdf> 〉。
- 許祖菱 (2017)。俄用臉書亂美大選？美國會要查，聯合晚報 2017-09-26。 <https://udn.com/news/plus/9401/2723432>
- 曾蘭淑 (2017)。Digital five a day：英國的數位覺醒運動。 <http://news.pchome.com.tw/internation/upmedia/20170826/video-50373998086358236011.html>
- 黃秀媛 (2017)。俄 3000 廣告資料 臉書被迫交出，世界日報 2017-09-22。 <https://udn.com/news/story/6813/2717111>
- 黃智勤 (2017)。臉書霸氣買下全版報紙廣告 打擊假新聞，經濟日報 2017-04-13。 <https://udn.com/news/story/6809/2402253>
- 董樂 (2014)。英國四分之一學童上網看過色情內容。 http://www.bbc.com/ukchina/trad/uk_education/2014/04/140410_uk_pupils_online_porn
- 劉品希 (2017)。復仇式色情漸嚴重 教育、法治應雙管齊下，中央廣播電臺。 <http://news.rti.org.tw/news/newsSubject/?recordId=1423>
- 蔡書瑜 (?)。從法益觀點看刑法散布猥褻物品罪。 <http://ja.lawbank.com.tw/pdf2/072%E8%94%A1%E6%9B%B8%E7%91%9C.pdf>
- 薛應軍 (2017)。多國重視網絡有害信息防治，民主與法制時報。 <http://weiwenku.net/d/100691077>
- 蘇蘅 (2016)。網路世界中的報復式色情，聯合報。 <http://paper.udn.com/udnpaper/>

PID0030/303398/web/

英文

Adam Kleinberg(2016) Why Ad Tech Is the Worst Thing That Ever Happened to Advertising , <http://adage.com/article/digitalnext/ad-tech-worst-thing-happened-advertising/301992/>

BBC (2016a) 英國逾九成青少年 14 歲前看過色情內容 , http://www.bbc.com/zhongwen/trad/uk/2016/06/160615_young_people_pornography

BBC (2016b) 美國猶他州宣佈色情片是健康公害 , http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2016/04/160420_us_utah_porn_bill

D.M. Elliott(1999), unpublished manuscript, 轉引自 Benedek, E. P. & Brown C. F., No Excuses: Televised Pornography Harms Children, *Harvard Review Psychiatry*, 1999, 7:4, p.237

Yates A., Childhood Sexuality. In: Lewis M, ed. *Child and Adolescent Psychiatry: a comprehensive textbook*. 2nd ed. Baltimore: William & Wilkins, 1996: 221-35, 轉引自 Benedek, E. P. & Brown C. F., No Excuses: Televised Pornography Harms Children, *Harvard Review Psychiatry*, 1999, 7:4

Porn Stop! Observation of Porn Fake News Placement and Discussion on Regulation

Abstract

The proliferation of fake news on Facebook, Twitter and Google has been a hot-button topic after the 2016 US presidential election. Fake news is fueled in part by advances in technology, which is also utilized by the porn industries. Fake news phenomenon is not limited in the political sphere. The porn industries have been using affiliate marketers to send porn fake news to reach more consumers, among them even young children. Average age of first internet exposure to pornography is 11 years old.

The easy availability of pornography is creating a dangerous situation where kids get caught up in sexually addictive behavior at an early age. Mental health professionals are fearful of the impact on future generations, comparing Internet pornography to “crack cocaine” because of its highly addictive nature.

Australia is studying the policy to stop children from the danger of online pornography exposure. United Kingdom is going to activate the Age Verification for Online Pornography (clauses 15-25) on the Digital Economy Bill from 2018. The research proposed 6 suggestions about the policy to regulate porn fake news after reviewing policy procedures from other countries.

Keywords: fake news, news placement, Digital Economy Bill, regulation of porn fake news

The Connotation of The New Role of Music in Social Movements-The Sunflower Movement in Taiwan

Guo-Ting Lin
林果葶

* 本文以英文書寫，於 2017 年 7 月發表於韓國首爾聖公會大學
(Sungkonghoe University) 主辦的 INTER-ASIA CULTURAL
STUDIES SOCIETY INTERNATIONAL CONFERENCE 發表。

林果葶 Ph.D. University of Westminster
Email : W1570533@my.westminster.ac.uk
tinglinguoting@gmail.com

Abstract

Researchers of music in social movements have often suggested that discussing Taiwanese culture and music at the same time to state their interest in exploring their own upbringing in the description of research motive. However, research in Taiwan is in the absence of observation of the interaction among music, social movements, and the Internet. Therefore, the aim of this paper attempts to explore how music in social movements and social media are related through observing the Sunflower Movement, especially there is an English version. This research involved the interview, including the concepts of cognition, behaviour, and attitude concerning listening to the songs of the Sunflower Movement. There are nine listeners participated in this paper. The analysis of the interviewing was conducted through the recording and the scripts in order to indicate the relation among the music, social movement, and social media. Results of this paper showed the songs are highly related to the movements and the success has close links with social media but the English version has less effect. To conclude, this paper may be of importance in exploring the new role of the music of social movement, as well as in providing musicians and activists with a better understanding of how social media relate to the music and the social movement.

Keywords: music, social media, social movement, Sunflower movement, Taiwan

Introduction

Some people have suggested that a relationship exists between music and the lower class. For example, Zu-Jun Yang attempted to create songs to communicate with local towns and factories in the early 1970s. In the past decade, there has been an increase in the number of independent music events promoting Taiwanese nationalism, such as Formoz Festival (野台開唱), Taiwan Soul Concert (台灣鎮魂護國演唱會). Such events have focused on raising consciousness on Taiwanese independence. Even earlier, in 1990s, local bands were composing songs for the country's labour movement and environmental protection movement.

In addition to these local events, there has been growing support among musicians towards other peaceful movements (e.g., free Tibet and antinuclear protests), and many musicians have used their music to express their positions on social issues. Moreover, increasingly more musicians and bands are posting their support for or expressing their concerns on social media such as Facebook and Instagram. This has strengthened the link among musicians, their music, and social movements, and it has brought more attention to issues that should be a topic of focus and discussion. Therefore, the present research takes Taiwan's Sunflower Movement as a case study to analyse the effect of new media on 'music' especially when there is an English version of the theme song of the Sunflower Movement (太陽花運動) to communicate with people in other countries through social media.

Social media enables people to connect with each other from anywhere in the world and at any time; thus, it enables producers and audiences to transcend geographical boundaries and respond to issues instantly and with a high level of interaction (Gane & Beer 2008; Castells 2009). For example, the Sunflower Movement was a movement driven by a coalition of students and civic groups in protest against the passing of the Cross-Strait Service Trade Agreement. The movement came to a head on March 18 and April 10 in 2014 with protestors occupying Taiwan's Legislative

Yuan (Hu, 2015). In addition, overseas Taiwanese students created a fan page 'Taiwan Overseas Students Support the Sunflower Movement (海外留學生聲援台灣反服貿運動)' on Facebook, and this became a significant medium for overseas organisations to compile information and communicate with each other. They organised the action 'Defend Taiwan's Democracy! Stand Up, Taiwanese Overseas! (捍衛台灣民主! 海外台人站出來!)' on March 30, 2014, and this action drew a response from 50 cities in nearly 20 countries. The members of overseas organisations connected through Facebook and Skype and used Google Hangouts for meetings on how to overcome the obstacle of being in different time zones (Hsiao & Hsu, 2015). Because of its multifunctionality, Facebook has become an appealing platform for social movements to change the traditional approach to mobilising. Consequently, the not only have more protests and social movements been organised, but because of this communication channel, mobilisation tends to occur more immediately after an event.

Besides, music was one of the communication channels utilised to establish an identity for the Sunflower Movement. One key difference from past movements, however, is that musicians' adaptation of the Taiwanese theme song of the movement to English. In doing so, they sought to draw more attention from other countries by uploading the song to YouTube. According to Stewart et al (1994: 204), the music used in social movements serves a persuasion function and is more advantageous than speeches, leaflets, editorials, or Commentaries. Accordingly, this paper emphasises the role of music in social movements. However, the emergence of the Internet has revolutionised sociocultural movements, and this has resulted in individuals forming collective groups (Eyerman, 2002).

To determine how music can provide a vehicle for the diffusion of movement ideas into the wider culture via promotion on new media, Eyerman and Jamison (1998) proposed that the mobilisation of cultural traditions and formulation of new collective identities could be discussed through the music of activism. Following this perspective,

the present paper seeks to examine the new role of music in social movements and to understand whether the English version of the song is a new phenomenon for activism.

On the basis of a literature review of news media and social movements, Chen, Liao, Wu, and Hwang (2014) proposed that many aspects of the Sunflower Movement would provide a worthwhile topic for dialogue; thus, the movement is appropriate for determining the new role of music in social movements in Taiwan.

Stewart (1980: 298) indicated that if researchers were to use previous methods of criticism and did not realise the particularities of the discussion, the ‘language’ of social movement arts would contribute nothing. In researching the Sunflower Movement, this paper adopts an old perspective and new concepts to make the discussion more dynamic. The Sunflower Movement differs from previous social movements in several aspects of music; a notable example is that the original version of the song won Song of the Year at the Taiwan Golden Melody Awards in 2015. This award is a victory for the Sunflower Movement and a landmark of protest songs about social movements. Thus, this paper takes the Sunflower Movement as a case study to redefine the role of music and research the new interaction between music and social movements.

The paper offers a unique approach to study in this field by focusing on the role of the music and the social movement regarding the formation of collective identity, collective memory, and collective action through new media. Drawing on my own research on social movements in Taiwan, the history in the formation of Taiwanese identity, and the place of music in the contemporary new style of movements, I outline a model of culture as something more than a mobilisation resource, with music acting as a political mediator.

Specifically, the research aims of this paper are as follows:

1. Explore and describe the relationship between music and social movements and the way the song expresses in the Sunflower Movement.

2. Identify and describe how social media affected the new role of music in Taiwan through the social movement.

To achieve these aims, the following questions are addressed:

1. What is the key that motivated masses of people in Taiwan to participate in the Sunflower Movement?

2. Why did the Taiwanese theme song receive so much attention?

3. What is the role of the English version of the song and what affect did it have to the Movement?

4. What is the relationship among the Sunflower Movement, the theme song, Island Sunrise (島嶼天光), and social media?

In-depth interviews were conducted to explore the relationship between activism songs and the participants in the Sunflower Movement, and the theory of reception analysis was adopted to illustrate the new role of activism music to provide perspective on the changes in activism music and new media, and this analysis includes the style and mode of communication to Taiwanese society.

Literature Review

Research on music in Taiwan have rarely examined music as an object; rather, they have tended to discuss Taiwanese culture and music together in stating their interest in exploring their own upbringing, and this has generally been in the context of describing research motives. Some have even emphasised the journey of awakening their identity of consciousness (Fan, 2015). Thus, few Taiwanese researchers have focused on the role of music in society.

The present paper is therefore an attempt to supplement the findings of earlier studies. To begin this investigation, this chapter focuses on the interaction among music, social movements, and social media through a review of the history of the relationship between music and politics in Taiwan, as well as key concepts underlying

the effects of social media. The present study differs from previous studies most notably because it examines how music in the social movement is a vital object rather than an ancillary aspect.

History of the music-politics interaction in Taiwan

To understand the role of music in social movements in Taiwan, it is vital to research the political intention of music. In defining noise, Attali (1985) first established a relationship between music and a country's political economy, and then established the cultural actions of music as to mediate difference, to manufacture harmony, to control violence in politics and society, and to monitor, manipulate, record, and re-use. He questioned the 'pure' character of music and further placed the production and consumption of music in the context of the balance between economic and cultural developments in order to measure the ideological domination of each period, the use of value, and the functions of planning the political order or highlighting the new order. Following his perspective, the deep nature of music is found in its political aspect.

Attali (1985) pointed out that noise is the product of the interaction between music and politics and argued that music gives structure to noise. The musical process of structuring noise is a political action for communicating with the society. Thus, reviewing the role of music in Taiwan, noise art is the beginning. It has often begun with a literary movement and disappeared with the decline of that movement (Lin, 2015). It cannot be developed into an independent art form, but the genre of noise art exists in various cultural activities such as modern music, industrial music, and punk. The noise is often viewed as low and mundane. However, the 'destructive' flavour of heavy rock rhythms has the provocative spirit of noise, and thus it is a popular 'revolt' music style with the ideology in the melody and lyrics. The 1990s in Taiwan saw a short-lived noise movement that was a means of criticism of music and society through

activism (ibid).

Popular music and Taiwan's social movements have been closely related. Following the peak of folk music in the 1970s in Taiwan, there were more Hokkien (閩南) songs that discussed life and featured nature and nativity. After the use of political intention, songs have become 'message songs,' such as 'Hope You Returned Early' (望你早歸) and 'Mending the Net' (補破網), which were popular songs to be used as propaganda as part of movements by non-party activists (Chang, 2003).

Taiwanese singer-songwriters of that time showed that local music had an experimental style and expressed the local culture of 1970s Taiwan. However, the music was more of a social activity than other arts in the 1990s, a time when civic culture in Taiwan was high. For instance, the creative consciousness of 'Crazy Song' (抓狂歌) is a reflection of Taiwan's martial law regime (戒嚴時期). This song was composed by Blacklist Studio (黑名單工作室), who gave the music the political connotation with the local language 'Tai-Yu' (台語) (Liu, 2015). In Taiwanese rock, 'Crazy Song' became the pioneer of government criticism, with its mixing of new forms of music such as rap, rock, and folk. In fact, the Taiwan Executive Yuan of the Government Information Office blocked the song because of the ironic lyrics. Thus, it could not be published in the mainstream media but only by word-of-mouth in the social movements.

Some live music performances have been held at the scene of some social movements, but not all have been accepted by those involved. For example, an arts college professor was trying to perform on stage with a violin at Chiang Kai-shek Memorial Hall during a student movement in March 1990 (Lin, 2015). The students who occupied the square of the memorial hall rudely stopped the performance because of the contrast between the structured classical music and the leftist students' emotionally charged state. The musician had to leave. Thus, middle-class entertainment and grassroots social movements historically could not coexist under the complexity of

emotions.

The noise music movements from 1990 to 1995 were chaotic. For example, a 1992 performance by LTK Commune (濁水溪公社) in a small theatre at the University of Taiwan in Taipei was the first official 'industrial noise' performance. There was no melody or tone, but the performance involved beats being played with reinforced barricades and shouting with a hand-held megaphone. The year 1994 saw the first 'Tattered Lives Festival' (破爛生活節), which was organised by a large number of volunteers and held in Riverside Park without application for a permit. This was the first outdoor activity of the many underground cultures that had emerged in Taiwan (ibid).

The anarchic noise music movement ended in 1995, and Taiwanese music from 1996 to 2000 underwent notable structural changes. The Clippers (夾子電動大樂隊) was founded in 1996, the leader singer, Hsiao Ying (小應), misplaced the different ideas and materials, such as the culture of Taiwanese show, media language, political language, and student thought into the miscellaneous language and put this mixed concept into the song in 'Mandarin' to call the subconscious thrill of listeners. This band is the only noise artist who has achieved popularity in Taiwan's entertainment industry.

After this period, the new era of sound art emerged. There were many simple, intimate performances after 2000, such as those performed by Static Riot (靜電暴動) in 2001, Weather in My Brain (腦天氣影音藝術祭) in 2003, and Sounding Taipei (台北聲納 - 台北科技及藝術節) in 2004. All the shows were performed using digital equipment. However, the function of musical works composed at this time had returned to music and the arts and were not directly connected with society, or at least not connected directly with any social movement.

The beginning of noise art in Taiwan demonstrates the establishment of the connection between music and movements. However, a survey of the literature on the

role of music in social movements in Taiwan revealed that the perspectives of social praxis and politics are the main concepts that describe the history of these social movements (Hsu, 2002; Chang, 2011; Chen and Ho, 2012). After publication of the book ‘Sounds and Fury: Can Rock & Roll Change the World?’ (Chang, 2004), there was a marked increase in research on the interaction between music and politics (Chen and Ho, 2012) and discussions on the politics of music in Taiwan (Chang, 2011). Every concept of Taiwan has been influenced by the country’s history—including Taiwanese music—largely because of Taiwan’s geopolitical position. Hence, politics has become a critical issue in Taiwan, and the country is somewhat unique in this regard. Compared with the protest songs through the history of popular music in Western countries, Japan, and South Korea, songs composed in Taiwan have been relatively tame, which is attributable to the censorship of songs during the country’s period of martial law (Ma, 2015). This shows that music is affected by politics, and so this paper considers politics in discussing the role of music.

Possible effects of social media on collective identity

Music can establish a collective identity and maintain the culture of a social movement. Danaher (2010) examined four foci (i.e., collective identity, free space, emotions, and social movement culture) to discuss the relationship between music and social movements; he showed that music is employed to develop a collective identity within free spaces, which are often highly emotionally charged, and he posited that this stream of research can be enhanced by addressing technology and popular culture. Eyerman (2002) proposed that face-to-face contact is still important, with live performance and collective listening being actions that allow people to experience and form a collective identity—even the Internet offers many possibilities in this regard.

Following this concept, music broadcast on social media had a notable influence in Taiwan, particularly after the song ‘Island’s Sunrise’, which was created by a

Taiwanese indie rock band and sang in Taiwanese by members of the Sunflower Movement, was uploaded to on YouTube as an international version covered by Sherry Cheng. The energy of indie and rock music has a discerning effect and tends to be in contrast to general popular music in this regard (Ho, 2015). The English version of 'Island's Sunrise' is reflective of earlier Taiwan; as I pointed out, protest songs were relatively tame during Taiwan's martial law period, and this is evident in the English version of the song. Live performances arguably imbue the atmosphere of a particular space—the role of emotion buckle—with a local dimension (Ibid). However, Castells (2010) indicated that people face a new form of globalisation because the global system of today's networked society and the effects of this new global network have caused inequality in social, economic, and technology terms. Consequently, social movements and geopolitical strategies concurrently became global sources of power, which gave music a new role in today's networked society.

The Internet has become ubiquitous and social media has in a way shortened the distance between people. Take Facebook, for example; people communicate with each other via messages, information sharing, and feed posts, which allows a person's community to understand current events in their lives. Moreover, virtually anyone can publish information on issues that the mainstream media ignores, and there are various online platforms that people can utilise through the new power of social media. From a theoretical perspective, the emergence of social media has broken the boundaries of identity and geography, thus providing an effective means to enhance the mobilisation of protests by creating a link for different communities (Holt, 2000; Surowiecki, 2005).

New technology has led to the development of new media spectacles through new forms of entertainment, capturing the attention of audiences and emphasising the profitability and power of media (Kellner, 2003). The Sunflower Movement in Taiwan not only mobilised up to 500,000 people in the streets in one of Taiwan's historical

social movement, but it also succeeded in aiding the independent band Fire Extinguisher (滅火器樂團) in achieving fame (Chen, 2015). The song 'Island's Sunrise', having been associated as the theme song of the Sunflower Movement, has been viewed countless times via the broadcasting on both social and mainstream media.

Compared to the limitations and difficulties of the songs associated with social movements to be broadcasted in mainstream media in Taiwan in the 1990s, the theme song of the anti-corruption movement in Taiwan, 'Red Flower Rain' (紅花雨), has appeared frequently in prime time news in 2006. A psychiatrist, Dr. Wu Yi-cheng (吳易澄), adapted the song 'Do You Hear the People Sing' from the musical 'Les Misérable' into the Taiwanese song 'Do You Dare Hear Us Sing' during the White Shirt Army protest (洪仲丘事件白衫軍運動), which is for demanding the truth, over the death of Hung Chung-Chiu, who was only three days away from completing his military service when he died of organ failure brought on by heatstroke in 2013. The song became popular and was selected as the part-song in the protest because it was broadcast over the internet. In recent years, there have been many large-scale civic movements that have received supporting messages and information via social media, and the groups that support such movements typically share the links to the song. Because of the Internet, the song 'Island's Sunrise' prompted overseas action in support of the movement, such as making the English version of the theme song.

According to Chen (2015), the concept of social capital on the Internet is a vital point explaining how the song 'Island's Sunrise' became popular in Taiwan. He pointed out that the composer and lead singer of the band, Yang Da-Zhang (楊大正), belongs to an indie music group connected to Taiwan independence. He has been actively involved in various social movements and has established an interactive/cooperative social relationship with the group of activists leading the Sunflower Movement. The key point here is that all resources were able to be mobilised and integrated into the song 'Island's Sunrise.' In fact, the band was already relatively well-known

among younger music consumers. The message of the song, which is to simply to resist against others, was in line with the imagination of the organisers and crowds participating in the Sunflower Movement.

Music represents a vital factor in constructing the meaning of social movements and also in organising the collective identity (Eyerman and Jamison, 1998). Pierobon (2014) applied this concept in providing different conceptualisations of ‘Russianness’ that emerged from music and song lyrics, viewing music as an essential element in constructing meaning and in complementing the ideology of a movement. He pointed out a significant difference between registered and non-registered organisations; in Russia, there was an inclination to describe the Young Guard’s music in positive terms, whereas the opposing groups emphasised the detrimental circumstances and problems influencing the country (e.g., the lack of freedom). Consequently, this sample shows that the music of all organisations conceptualises the necessity for resistance to liberate the country from its enemies.

According to Chang (2011), music (or art) as a representation of political imagination means that music is representative of certain issues or organisations; it is not a presentation of its own views and strengths, but a tool for broadening the political imagination. It is, in a way, like a representative government. The perspective that music is viewed as an ‘intervention’ is a visual metaphor of ‘outside-in,’ meaning that music is essentially an injection of a stimulus to which the imagination is expected to respond. This concept may, however, not only overstate the political ability of music, but it also greatly simplifies the complexity and difficulty of societal processes. ‘Music politics’ must still consider the inherent political factors involved in the process of production, circulation, and consumption, and it must also consider how music is understood (or misunderstood) politically through the experience of both the individual and the community.

To discuss the new role of social movements from the perspective of support

received from social media, it is essential to explore the influences the Internet has had on social movements. The Internet has notably affected the fundamental definition of social movements. There are four characteristics of an information society that numerous activists have begun relying on. First are the technical characteristics of information society, which enable the rapid processing and exchange of large amounts of digitised information (Castells, 1996). Furthermore, data processing and transmission costs are much lower than those under a traditional communication framework. The features of real-time service, the considerable amount of transmitted data, the convenience of being able to forward messages, and the interaction from the media provide a high level of functionality and efficiency for activist groups to be able to mobilise and gather information on the internal aspects of the movement; concurrently, regarding the external aspects, it assists with gaining sympathy and the support of others. For example, during the period of the Anti-Kuokuang Petrochemical Movement (反國光石化運動), the National Youth Anti-Kuokuang Petrochemical Alliance (全國青年反國光石化聯盟) in Taiwan has used Facebook to mobilise and transmit information (Chen, 2011). Moreover, other environmental groups launched the Environmental Trust campaign and coordinated via the Internet to express the demands for the conservation of coastal wetland ecology and white dolphins in the western part of Taiwan through citizen mobilisation (Zheng, 2011). The Internet is not only a tool for publishing legislative progress and related information, but it also provides a means for connecting with sympathisers to join the protest.

Second, alliances and actions across geographical boundaries have become possible because of the changing spatial characteristics in the information society. To ensure that reports on the Sunflower Movement in Taiwan were unbiased, the protester decided to publish facts about the movement in national and international newspapers through crowd funding. Within three hours, the many supporters donated a total of NT\$633 million, with which the activists were able to purchase advertisements in the

New York Times, which drew attention to the Sunflower Movement's international website (Ho, 2015). In this event, through the continuous bidirectional link between the network and virtual spaces as well as other social spaces, regional events crossed geographic boundaries and expanded the community support (Froehling, 1997).

Third, computer-mediated communication is often considered a more democratic interactive media because of the low cost and technical difficulties involved in trying to control it. This form of communication was expected to bring about a new form of civil society (Frederick 1993; Hamelink 1991), and the Internet has since given many people the opportunity to express their views in the public domain.

Finally, the Internet has proven to be a flexible tool for communication, coordination, and contact. The characteristic of network interaction is immediate and asynchronous. For instance, NewseForum (新聞E論壇), which was operated by several students from different universities, was successful in raising awareness on the Sunflower Movement by joining the movement so that they would be on-site to describe the events via Facebook as they occur, and they also translated and uploaded the news to CNN iReport (NewseForum, 2014).

New role of music on social media

The Internet has affected activism through the features, although there are some limitations and researchers may be overly optimistic regarding the changes that the Internet may bring about. The Sunflower Movement is a successful example of social media being utilised to mobilise citizens to occupy the Legislative Yuan, which lasted for more than one month. Similarly, the manner in which music is used in communication with audiences has changed.

In the past, singer-songwriters or students would perform theme songs or songs related to a social movement in the place where the movement occurred. A vital function of the performing live is to establish a collective identity in that moment.

However, music has become essential to movements because it has become an image of the movement and a tool of propaganda; these are realised through embedding the core issue or spirit of a movement into the lyrics and then sharing the music via social media, which mobilises more people to join the protest. Street (2001) analysed the lyrics of popular music associated with political movements and found that they raised public awareness through presenting political connotations. This not only demonstrates the meaning of the song via words, but it also shows the significances of the context and performance.

The production of protest songs in Taiwan slowed and became relatively limited by the year 2000. There has, however, been a resurgence in the past five years because of the involvement of the original platform that promoted protest songs in Taiwan during the Sunflower Movement (Ma, 2015). There were few opportunities for it to be broadcasted on mainstream media and it was not released commercially at the time, yet the song was awarded Song of the Year in 2014 (ibid). This can be attributed to the songs being more powerful and being heard by a larger audience as a result of social media.

According to Collin (2015), young activists use music to take on an identity in a social movement and to find their own position between the movement and society. Different musical genres offer a space for singer-songwriters to accommodate themselves to the discourse of the movement, affect the collective identity of those participating in the movement, and negotiate the relationship between their self-identity and the movement. However, most involved in a movement are just participants who attend the protest, listen to the songs, and sing the songs with each other to support the movement effort.

However, there is a new way of activism online, named 'clicktivism'. Rotman et al. (2011: 3) pointed out that 'clicktivism' is a 'low-risk, low-cost activity via social media and it is to raise awareness, produce change, or grant satisfaction to the person

engaged in the activity.’ Therefore, activists usually upload theme songs of social movements to media platforms such as YouTube in order to observe the number of ‘likes’ and ‘shares’ they receive through all social media channels that are utilised to convey the issues pertaining to the movement. The participants might not necessarily attend the performance to listen, instead choosing to join the audience via social media as their preference.

According to Halupka (2014), clicktivism can be considered an impulsive and disposable political gesture. The ‘sharing’ or ‘liking’ might be just a short-lived collective action, yet this draws international attention. The strength of the collective identity that can be established through online listening differs from that which can be achieved through a live performance. Therefore, the online listening/viewing of the songs of social movements has changed the role of music in this context.

There is a relatively large body of literature on the history of the songs in Taiwanese social movements. However, there is a surprising lack of information on the influence of social media in this sphere. In an attempt to bridge that gap, this chapter examined the literature on the relationship between social media and the music in social movements. It showed that social media continues to have an influence and that it could offer a new frontier for innovation in the field music, specifically for how it is involved in civic mobilisation.

Methodology

The definition of interviewing has variety interpretations. According to Maccoby and Maccoby (1954), the common definition is a face-to-face verbal interchange in person, wherein the interview is an attempt to elicit information or expressions of opinion or belief from another person or persons. The interview is a method of obtaining information, mainly through direct face-to-face interaction. It allows researchers to understand the thoughts and experiences of the interviewee/respondent.

There are many types of interviews used in different research processes, the main ones being structured interviews, semi-structured interviews, unstructured interviews, and focus group interviews (Williams, 1997).

Structured interviews are commonly used for surveys or opinion polls and generally contain consistently presented open-ended, sequential questions; the design purpose is to avoid different levels of errors among the respondents (Grbich, 1999). Semi-structured interviews allow the researcher to use broad research questions as a basis for guiding the interview; in this type of interview, the main content must match the research questions, but there is some flexibility regarding the type of interview questions and modalities of interviewing (Minichiello, Aroni, Timewell & Alexander, 1995). Unstructured interviews primarily focus on the interaction between the researcher and respondent or respondents to collect information; this type of interview allows the least amount of control compared with the other types, and it requires the researcher to understand the responses (Grbich, 1999). Finally, focus group interviews are usually with small groups of six to twelve people, with the researcher either commencing the discussion and/or acting as a moderator to encourage the respondents to participate in the discussion (Stewart & Shamdasani, 1991). The advantage of this interview type is that it is more economical than one-to-one interviews, because it allows the researcher to access research data quickly and it allows each respondent to interact with other members. In considering the method in the present research, to depict the new role of music in social movements, the first question that arises concerns the extent of detail that can be elicited on the experiences of the social movement participants. Therefore, semi-structured and focus group interviews were adopted.

The purpose of this research is to elucidate how the role of music could be seen to be changed in the Sunflower Movement. To understand this, the experiences of those participating in the movement and their process of listening to the music

need to be explored; however, such experiences tend to be individual and private. According to Mathers, Fox, and Hunn (1998), individual responses are not independent in focus group interviews, and the dominant group member might influence the opinions of others. Thus, to avoid consistent answers and to obtain the comprehensive perspective, focus group interviews were considered unsuitable for this topic. Bernard (1988) pointed out that semi-structured interviews are useful for situations where the researcher will not get more than one chance to interview the respondents, such as when interviewers go into the field to collect information. Thus, semi-structured interviews were considered appropriate for the interviews in the present research, because an open discussion related to the main research concepts would be needed in order to acquire research data on the role of music in the social movement. Furthermore, it would be unlikely to have more than one chance to interview each participant.

In-depth interviewing is a qualitative research technique that involves intensive individual interviews with only a few respondents; the main purpose is to explore their perspectives on a particular idea, program, or situation (Boyce & Neale, 2006). Therefore, the method adopted for the present study was semi-structured interviews. These included questions to which the participants were expected to respond to openly and freely. An interview guide was designed to explore the connotations of the music in the Sunflower Movement from the perspectives of the virtual listeners and participants in the movement.

Research participants were selected from the population of participants in the Sunflower Movement. To ensure that a comprehensive range of perspectives was obtained on the new role of music in this context in Taiwan, the research participants were divided into two groups according to whether they were physically present (attending listeners) or if they viewed the movement via social media (virtual listeners). As a result, the participants were selected using different sampling methods

because of their different roles in the movement.

The sampling methods included probability and non-probability sampling. Probability sampling refers to a situation in which each individual of the population has a known chance (probability) of being selected as in the sample; non-probability sampling means that that probability is completely unknown (Edwards & Holland, 2013). In other words, the researchers have no way of ascertaining the extent of similarity between the sample and the population. Given this, probability sampling is generally more ideal, but some studies are unsuitable for this approach. The aims of some studies are not to infer to the population or pay attention to the representativeness of the sample, but to obtain a set of rich data that are useful for exploring the connotation of the research topic, in which case non-probability sampling has its necessity (*ibid*).

There are three common methods of non-probability sampling: convenience sampling, purposive sampling and quota sampling (Westfall, 2009). Convenience sampling is ideal when the researcher has limited time and funding, and so the most readily available samples are selected as the research material. Purposive sampling (sometimes called expert sampling or judgment sampling) is when the researcher deliberately selects individuals with specific characteristics to be the research samples, and this tends to be evaluated according to the richness of the information in the target sample. This approach is ideal when it is necessary to collect complete research data from a sample. Finally, quota sampling refers to the size of the sample being based on a fixed quota.

For the present research, two sampling approaches were adopted. Purposive sampling was adopted for the virtual listeners because of the need to confirm that they did not participate in the activities of the Sunflower Movement. Convenience sampling was adopted for the attending listeners because most participants in the movement were university students and middle-aged people. Having worked at a university in

Taiwan as a lecturer, it was easier to acquire the samples.

Six participants who were not in Taiwan at the time of the movement were selected for the virtual listeners group. The attending listeners group comprised three participants. Table 1 lists the basic details of all research participants. To avoid the homogeneity in social background, occupations, gender, and age, the sample was as diverse as possible (even though the members of the Sunflower Movement were mostly students), with a target age of 18–65 years, which is the legal age for an adult and the age of retirement in Taiwan. The screening process is described in the following text.

Participant ID	Gender	Age (years)	Virtual/Attend	Interview Date
Participant A	F	34	Attend	15 Oct, 2016
Participant B	M	31	Attend	16 Oct, 2016
Participant C	M	31	Attend	16 Oct, 2016
Participant D	M	31	Virtual	16 Oct, 2016
Participant E	F	31	Virtual	16 Oct, 2016
Participant F	F	30	Virtual	17 Oct, 2016
Participant G	F	33	Virtual	17 Oct, 2016
Participant H	F	38	Virtual	17 Oct, 2016
Participant I	F	42	Virtual	17 Oct, 2016

Semi-structured interviews are often preceded by observation to enable the researcher to develop an intense understanding of the research questions of interest, which is necessary for expanding relevant and meaningful interview questions (Bernard, 1988). The use of open-ended questions and instruction of interviewers to follow relevant concepts should they stray from the interview guide do, however, still offer an opportunity to understand the research topic. The interviews were conducted in two stages: first a questionnaire and then an interview. The questionnaire was designed for the respondents to provide personal information (gender, age, and educational level) to obtain basic background information. This allowed the research to screen potential candidates in order to ensure diversity in the sample. However, to explore the difference of the song in the Sunflower Movement and previous protest

songs, the age of the participants in this research excluded the students under 30 years old.

The interviews were the vital step for completing this research. They were conducted following an interview guide that comprised several scales to measure the cognition, action, and attitude of people participating in the Sunflower Movement and the influence of listening to the songs, the difference of the song of the Sunflower Movement and previous movement, the international version, and the cognition, action, and attitude towards receiving the information via social media. The interview guide comprised fifteen open-ended questions (appendix 1).

Because semi-structured interviews require some discussion to understand the perspectives of the respondents; the interviews were conducted via videophone on Skype or FaceTime. To make the interviews flow smoothly, it was important to elicit an emotional response and ensure that the respondents were familiar with the topic. Typically, the researcher has a paper-based interview guide to follow, but semi-structured interviews often contain open-ended questions, and discussions may diverge from the guide. Thus, the interview was audio-recorded with recording software. While it is possible to write minutes of the interview, this can make it difficult to focus on conducting an interview. It can also lead to poor note-taking and detract from the development of rapport, which is essential between the researcher and the respondent in a semi-structured interview (*ibid*). After the interviews were completed, the recordings were transcribed verbatim. The principle of establishing a transcript is to be exhaustive because a complete transcript can make the analysis of qualitative data more closely capture the original interview (Ericsson & Simon, 1993).

Results

The interview data revealed several interesting points regarding the theme songs of the Sunflower Movement and the relationship among the songs, the Sunflower Movement, and social media. The findings reflect a highly positive attitude towards the influence of social media broadcasting music to participants in the movement. The responses indicated that the participants felt that social media had a significant effect on communicating the message of the Sunflower Movement.

Numerous themes emerged from the interview data. Because of space limitations, the following discussion focuses on findings that related specifically to the success and the role of the theme songs and the relationship among the music, the movement, and social media.

Success of the Sunflower Movement and the theme songs

The elements related to the success of the theme song of the Sunflower Movement are closely related to the factors that made the Sunflower Movement successful. Thus, the interview results related to the success of the movement are presented first.

In the original appeal, the Sunflower Movement did force the government of Ma Ying-Jeou and the cabinet to suspend the adoption and implementation of the Cross-Strait Service Trade Agreement due to the under-the-table procedure. In this regard, most of the research participants in the present study reported favourably on the success of the Sunflower Movement, as shown in the following comment:

Even though the Taiwan government has not yet reached a conclusion on this policy, it has aroused the concern of all people in Taiwan, and even gathered a power of check and balance to force the government to listen to public opinion. (A)

I think it is a success. Regardless of whether or not to support and understand the appeal of the Sunflower Movement, I remember that more

than 90% of people around me know that the movement was taking place at that time. (D)

The scale of the Sunflower Movement and the number of students participating in it and the long duration have been successfully recorded in the political history of Taiwan. (E)

The Sunflower Movement was a success. In the beginning, it was just a simple action of occupying the Legislative Yuan to force the government to face the students' demands. And then it had become mainstream media coverage and Taiwan's news gradually appeared in the media in other countries, showing respect for the diverse opinions from people and the successful democracy of Taiwan. (F)

The essence of the Sunflower Movement is the political participation of citizens in expressing their views on political affairs and thus having an effect on political decision-making. Through the occupation of the Legislative Yuan for three weeks, the movement not only obstructed the Legislative Yuan's examination of Cross-Strait Service Trade Agreement but also compelled the executive branch to delay and negotiate in order to complete the agreement (Tsai & Chen, 2015). Therefore, the Sunflower Movement can be regarded as a form of political participation.

Most research participants felt that the movement was successful because the agreement was postponed at that time. Besides, student groups who were opinion leaders in the Sunflower Movement established many political organisations.

The impact on the student population is enormous and successful. Several opinion leaders in the movement continued to exert their influence and created the 'New Power Party' to gradually break the dualistic ecology of Taiwan's political circles and . . . affect Taiwan's politics after that, like several elections from now when there is a change of political parties. (B)

I think the reason for the success is that the theme of the movement was

clear and disseminated through various online media. It is disturbing to our generation that we are unhappy with the government's over-reliance on China. And this turned into dissatisfaction with the government' (D)

According to Tsai and Chen (2015), the emergence of the Sunflower Movement is inextricably linked to civil disobedience and is highly related to the impact of the 'China factor.' Civil disobedience may be deeply rooted in the hearts of the public; because of this psychological tendency, the public approved of the students' occupation of the Legislative Yuan. The controversy over mainland China's immigration, industrial opportunities, and even future presidents' meeting with Chinese leaders may also cause many people to favour the occupation of the legislature because of their poor impression of China. However, there are a number of points worth noting. Some of the research participants felt that the movement had failed and even mentioned that there might have been some political manipulation that influenced the movement.

The movement has a not-so-successful part. For example, although the agreement has been withdrawn, the follow-up appeal has not really been fulfilled. It is only to make the agreement far away from the parliament and this has inevitably also shaken society and caused a tear in it, such as with the confrontation between the people and the police. (B)

This thought was related to cross-strait relations between Taiwan and China. In Taiwan, the 'China factor' is a vital political issue. Coverage of the Sunflower Movement gave rise to widespread discussion in Taiwan, and controversial behaviour tends to stir up social opposition. Compared to the immediacy of social media, the response capacity of the government is slow and its message production is weak. Thus, online citizen power is gradually becoming a norm for expressing political aspirations. Unfortunately, people were unable to establish a consistent message to raise awareness and understanding on the policy content and objectives through social media, and many people still obtained information on the movement via traditional media.

For people to gain an initial understanding of the issue, the mainstream media has an indispensable role. During the Sunflower Movement, the mainstream media maintained a high news rate and high ratings and online news achieved high click-through rates (Hung, 2015). Thus, there was no way to determine the extent to which social media contributed to the movement, but the mainstream media is still a vital tool for audiences (Zald & McCarthy, 1987). For example, when protestors occupied the Executive Yuan, the government initially dispersed mainstream media journalists through force, and this can be regarded as the evidence that the mainstream media still had a strong influence over public opinion formation.

However, the composition of Sunflower Movement participants was complex, with many opposing groups who had some similar positions on the topic participated in the movement together. This accepting of differences and dissent could be regarded as the realisation of 'radical democracy' (Laclau & Mouffe, 1985).

I feel that the political operation is much larger than the actual meaning of the movement. Whether or not there is an invisible ideology underlying the activities of the movement dominated the content of the movement and helped achieve certain interests or purposes through so-called reactionary means, during which the students acted as the media. Finally, the purpose of the movement was to meet the political dispute and some kind of self-interests. (I)

Taiwan has been a party politics country; in media coverage, the success of the Sunflower Movement was often attributed to a political party operation. Under such a premise, societal divisions are inevitable, regardless of whether the movement is the result of manipulation by a particular political party.

While most research participants valued the Sunflower Movement for its high success, some of them felt that there was something dubious about the movement, believing that the real factor behind it was political manipulation. Nevertheless,

the interviewees considered the theme song of the Sunflower Movement, 'Island's Sunrise,' as being highly valued.

The reason for the success of the song lies in the Sunflower Movement, which acquired lots of attention in Taiwan; it because the song resonates with many people and people are willing to support the movement by providing lots of resources for the participants, so it received attention from the public and the mainstream media. It was very success compared with previous movements in Taiwan. (A)

I think that my generation and all people who have experienced the Sunflower Movement will, in future life, whenever we hear 'Island's Sunrise,' will think of the Sunflower Movement and will follow and hum the catchy tune. (B)

I think the song was successful. It has been sung on various occasions by artists who identify with the movement, and it has been acknowledged by audiences, who usually join in the song whenever it's sung at concerts and events. (C)

I think it is successful, because the lyrics are easy to understand and the music video is touching, and we can even sing it at karaoke. (D)

I felt empathy with the song when I saw the music video, even though I did not participate in the Sunflower Movement. (E)

The success of this song has brought some controversy. Taiwanese language has always been regarded as being representative of the local identity, and the song aroused the research participants' passion for their country during the movement. Some research participants agreed that using the Taiwanese language was good for the Sunflower Movement, but not everyone agreed with this view.

Although 'Island's Sunrise' is the song of the social movement, the lyrics have almost no words for the Sunflower Movement and no implications of

the issue, but the song has warmth and the words are strong; it is a sad but hopeful tune, telling the stories about all Taiwanese, like singing about the mood and dreams of people in Taiwan. (B)

The song was written in the Taiwanese language (Tai-Yu). This is still more popular than Mandarin in Taiwan. It helped with getting a more popular reaction and invoking stronger feelings in Taiwanese people. (H)

To most Taiwanese people, Tai-Yu is more popular than Mandarin. This is the main reason that the leader group of the Sunflower Movement cooperated with the band, whose song lyrics are always in Tai-Yu. As noted in the literature review, Chen (2015) pointed out that cooperation is related to the notion of Taiwan independence and social capital. Tai-Yu is also a biased language of groups that support the Taiwan independence movement.

The fact that it is sung in Taiwanese imparted a sense of local identity. Nonetheless, it is also because it is sung in Taiwanese that Taiwanese people who do not speak the local dialect, such as mainlanders (外省人), Taiwanese indigenous peoples, or the so-called 'new immigrants,' or even me, may feel excluded. This, in my opinion, is a serious and fatal shortcoming; the language aspect might create a sense of exclusivity rather than including diversity. (C)

The song was successful but I think they could have made the lyrics more meaningful. The common language in Taiwan is still mostly Chinese, so I think the lyrics could have been mainly in Chinese, and maybe it would be more appropriate to use Taiwanese for the chorus to make it appeal to the issues. For me personally, the resonance is not so obvious through the Taiwanese language, but to understand the confrontation with China's trade agreement in this issue, it makes the demands of the people of Taiwan seem more intense, so I still think this song was successful. (F)

In music discourse, when a songwriter or singer performs one of their own stories in their own language, it prompts them to consider the content and meaning of the lyrics. During the protest, the protest songs created a space for reflection and collective discussion (Chen and Ho, 2012). However, there are some groups in Taiwan who are unfamiliar with Tai-Yu. Thus, the language used in the theme songs of the social movement is indeed a hegemonic symbol of ethnicity in Taiwan.

In addition, the name of the song is very worthy of praise because occupying the Legislative Yuan was in the evening and people conflicted with the police. These two groups were facing a reality in the morning to bear the responsibility and duty of their true life. Thus, the word ‘Sunrise’ in the song title is full of deep meaning. The name of the song is also successful as a selling point. The name is easily for people to remember the song and it successfully demonstrated their enthusiasm, the demands of the movement, and a look for future development. (F)

In the context of creation, the creative consciousness of ‘Island’s Sunrise’ revealed the concept of ‘from night to day’ and ‘from darkness to light.’ The lyrics are indeed an intelligent interpretation of the dawn of a rare sense of hope.

However, using Tai-Yu was controversial because of the many ethnic groups in Taiwan who might not understand the local language. Thus, the official English version of the theme song bridged this gap. The English version is also a crucial point in understanding the role of music in social movements, and so the following section discusses the role of the English version of the song in the Sunflower Movement.

Role of the English version of ‘Island’s Sunrise’ in the Sunflower Movement

The English version of the song is a key difference from previous movements in Taiwan. The impression that it had on the research participants was notable, especially regarding the difference between the English and Taiwanese versions. Few

participants liked the English version because of the lyrics, melody, and arrangement.

The Taiwanese version is completely different; melody is sadder, although the arrangement is fine, but I do not like it . I prefer the style to be a little faster. (A)

The latter half of the English version is similar to gospel music that might be more accepted by the majority of Westerners or Christians who can understand the issues and events. I feel the shortcoming of English version is that it is too slow to convey the intensity and conflict. The lyrics created a greater sense of distance compared to the Taiwanese version, which is more personal to the participants. I think that this arrangement and lyrics would be too highbrow to attract attention from and resonate with foreigners or people in other countries. (B)

In Taiwan's news coverage of the English version, the headlines were all related to 'international orientation.' However, for most of the research participants, the English version was not as effective as imagined.

I didn't know there was an English version. Having now listened to it, I find the lyrics and pronunciation awkward. I don't really know if it's a translation of the Taiwanese version, but it seems a bit 'Chinglish'; its attempt to rhyme is rather awkward. I know I shouldn't be judgemental because language should be treated as a means of communication rather than be evaluated for its correctness in terms of grammar or pronunciation, but the lyric 'darkness breaks apart' seems very literal to me. (C)

According to the Taiwan Music Writing Group (台灣音樂書寫團隊), the English review of 'Island's Sunrise' is as follows: 'originally a powerful rock ballad, the English version, which is accompanied by strings and piano, offers a more subtle and peaceful feeling and gives people the answer of the inherent human nature longing for a better tomorrow.' That is, the English version was deliberately created differently.

Besides, the focus of the lyrics was shifted to 'the process of Taiwan's pursuit of democracy,' the purpose of which was for other countries to understand the appeal and efforts of the people of Taiwan. However, the research participants could not connect this version to the Sunflower Movement.

The melody of English version is beautiful, but if I didn't know the background of the song, I would not connect it to the Sunflower Movement.' (E)

Compared to the Taiwanese version, the English version seems to be gentler and less inspiring; it has the feelings of a gentle story being told in the third person. (F)

Most of the research participants agreed that the English version of the song was necessary to gain the attention of international media, especially at a time when social media had become a developed platform. Music is appropriate and even to make up for the lack of Taiwanese version.

I think the English version of the song is an effective method to convey the Sunflower Movement to the world with soft music, because of the unique nature of the music. It is maybe easier to make people in the rest of the world understand the issues and demands of the Sunflower Movement. (A)

Because Taiwanese is my mother language, I feel that it is closer to my heart more than Mandarin or other languages. However, even in Taiwan, there may be some people do not understand Taiwanese, so the advantages of the English version just make up the shortcomings of Taiwanese one.

I think the English version was an international marketing tool in the Sunflower Movement. (B)

Because of the development ubiquity of the Internet, social media has become a powerful tool for social movements. To achieve the goal of internationalisation, the English version of the song was composed. Most of the research participants also

believed that this is a critical means of international marketing and that the concept was seldom explored in past social movements.

Because of the Internet and social media, there are opportunities to convey the aspirations of Taiwanese people. . . they can be communicated to the rest of the world, so the English version is inevitable. (A)

The Sunflower Movement had a group of people who were responsible for seeking or reaching out to international audiences. They wrote posts and updated them in several languages on various websites/online communities. I suppose this was an extension of the same process; to internationalise the event, raise global awareness, and garner international support for Taiwan. (C)

The members of the movement provided people with English songs; this made it so that the movement is not only the affair of Taiwan, but an international affair. In addition, with the development of social media and the easy exchange of information between countries, the English version of the song attracted the attention of other international media and Internet communities, and this will increase international participation in the issues between China and Taiwan. The English version mainly has an auxiliary role; this it makes the movement be not only Taiwan's movement, but it also lets the world see Taiwan. Awareness of the movement was raised; even though it might not have so much of an impact, at least it let the world know Taiwan. (F)

It must be noted that various groups were involved in the Sunflower Movement. Students formed a team to take responsibility for acquiring resources through the Internet. Later, the team became a critical marketing unit. This level of organisation ensured that the Sunflower Movement became a successful and lasting social movement. The production of the English version of the song was closely related to

the movement's success.

There were many foreign media that paid attention to this movement, and the English version was a good medium for non-Chinese people who care about this movement to watch and listen. (G)

However, the English version still has limitations. A few research participants expressed doubts about the effectiveness of the English version of the song. Based on the click-through rate, this version had not so much influence on the expectation of the team because some of the participants lived outside of Taiwan and even, have a sense about the English version until the interview.

I don't think I saw a single comment by an 'international' viewer in the comments, and it had a little over three-hundred thousand views as of October 17, 2016, which is already two and a half years after the Movement. So I'm not sure if the English version had a substantial influence on the international community—both in and out of Taiwan. Nonetheless, it's a commendable effort. But had it really receive substantial attention, it could've stirred up a hornet's nest; I think the international response would've been unpredictable. (C)

It's mainly international propaganda, but I think this view is perhaps because I really don't live in Taiwan and did not see any related posts. (E)

I don't really feel this song needs to have an English version because it's not about English people. I can see that, from a media point of view, it is easier to share this movement and get more international coverage and support by having an English version. A disadvantage is that the English version doesn't inspire the same feelings as the Taiwanese version does for us. (H)

The paper on the effect and role of the English version of the song revealed that music was necessary and the first step to convey events and issues in Taiwan

to the world. The research participants also agreed that the English lyrics could compensate for the Taiwanese version. However, the arrangement and melody are not as passionate as the Taiwanese version, which might not make foreigners experience the same feelings as Taiwanese people do. Thus, the main purpose of the English version of the song was to market the Sunflower Movement to other countries and try to gain the attention of international media to convey the issues of the Sunflower Movement through music. After noting the role of theme songs, this paper explores the relationship between the songs and the movement and the effects of social media on the movement in the following section.

The relationship among the songs, the Sunflower Movement, and social media

The relationship between the theme songs and the Sunflower Movement is crucial to this research because the connection is meaningful. Most research participants regarded the theme song ‘Island’s Sunrise’ as a support for the movement, and the song has become meaningful to people in Taiwan. In other words, the song establishes a connection between national identity and Taiwan. Thus, the song needed to be memorable and very ‘Taiwanese.’

When showing Taiwan's unique national sentiment, music tunes also give a taste of Taiwan. (A)

To support and promote the movement, the song, regardless of the lyrics or melody, needs to be easy to remember, be fluent, and full of power and more deeply rooted in time and history; it could even form a common memory for an entire generation. (B)

‘Island’s Sunrise’ is not quite a perfect work, but through self-awareness of the band participating in the movement, this song projects a message of the collective aspirations in at a special time and space in Taiwan. The unstable psychological structure of the lyrics retains the collective subconscious anxiety of Taiwanese people

in the form of metaphor. The song is still Chinese music of this generation, a memory of popular music, and a connection with the political struggle of the Sunflower Movement (Lin, 2014). The connection between the song and the movement is defined as its emotional element.

This song does have originality and uniqueness, but if there is no Sunflower Movement to help promote it, I don't think it would be a song that could be awarded the best song of the year in Taiwan. I can only say that songs and movements complement each other. (F)

'Island's Sunrise' won the Song of the Year at the Taiwan Golden Melody Award in 2015, demonstrating the success of the Sunflower Movement, at least in terms of musical history in the context of social movements in Taiwan. This award forced the government to face the issues because the Taiwan Golden Melody Award is an official award, whose members are organised by people who have been successful in the field of popular music and also by government officials. Thus, the award is meaningful and it is the first time that a song of a social movement has received the attention from the government.

The impact is to make people feel confident. Under the previous KMT rule, the song may be banned, but now it has been awarded Song of the Year. The official institute of the government, which is composed by high-level people who assess the Golden Melody Awards, chose a song that was close to the people while opposing the government. Perhaps, there will be more creators and musicians who are willing to create more music to criticise current affairs and social injustice. (B)

In the past, social movement songs with the elements required in the songs of the Sunflower Movement can be seen. This time, however, the Sunflower Movement successfully demonstrated Taiwan's democracy to the international media, showing that Taiwan is not internationally regarded as

an independent country. There was no forceful suppression; people were able to express their needs peacefully, and these facts demonstrate that Taiwan already has the capacity of a consolidated democracy. (F)

However, the diverse groups in Taiwan need to be valued. The language of the song is a vital issue because the sense of local identity is complicated. It is not just Taiwanese, but Hokkien and aboriginals, also. Thus, one of the research participants mentioned this situation in Taiwan.

Using the Taiwanese language seems to impart a sense of local identity. However. . . the local scene in Taiwan features a variety of people, cultures, and languages. Selecting this particular language, which happens to be Hokkien, a dialect originally from China, divides rather than unites. The idea that this dialect from China—which should be representative of Taiwan—should be a local representation is a ridiculous notion to me. Should the local identity be established on who, what, or which came to the local scene first, then the Taiwanese indigenous peoples and their languages should take precedence, shouldn't they? (C)

The song is highly related to the movement and the issues pertaining to the movement. Every element used in the song would have affected the perceptions of the participants in the movement. However, social media is one of the factors that influenced the views of the participants and even most of the participants listen to the song and understand the issues through social media.

On Facebook and Line, my friends shared the song quite frequently. (A)

On social media, Facebook and YouTube, my friends continue to share this song; I noticed this because at the time I did not habitually watch TV. (B)

My first contact with the song was through news reports, but I mostly just listened to fragments of the song, but through the social media, there was an opportunity to hear the whole song, and more opportunities to repeat the

songs and understand the lyrics and the appeals. (F)

In addition, most participants took actions online to 'share' or 'like' the song, which marks an effort to express the ideas about the Sunflower Movement. For the research participants, this is an active gesture and one that differs from previous movements in Taiwan.

I have seen the video on the television news, but it is just one news report. Because it is a fragment, there wasn't anything too special. That approach is too cautious. I can watch the full version on social media, where it has received a higher view frequency because of everyone sharing the song; some people even took their own initiative to search for the song so that they could understand the message more clearly. (A)

I shared the song because I want to use the power of this song to make sure that the issue does not cool down. Perhaps it is some kind of self-hypnosis so that I feel that there are still rebellious ideas and I am still there supporting the movement, supporting Taiwan. (B)

I shared the song. It's a form of self-expression. I hope more people understand the reasons behind the movement. The government has forced the people to establish the anti-government groups. (D)

However, not to 'like' or 'share' is also another type of expression. This inaction means disagreeing with the information that someone has shared on social media.

No, I did not 'like' or 'share' the song because it had a limited impact on me. In fact, at first, when I saw people posting the videos, I didn't bother to play them. And then when I did, I didn't listen to the whole song or watch the entire video because it was in Taiwanese; I don't speak it. (C)

I do not like to share links unless it is a very important international event or life-related issue, then I will share links to my wall. I won't share the

link just because it's just a song from the movement. (F)

Huang and Lin (2013) described the current phenomenon of 'cybersquatting' as a form of mobilisation, in addition to highlighting the emotional collective action style (mob mentality) of Internet users, indicating a high degree of mobilisation in cyberspace. The Sunflower Movement could become a large-scale mobilisation because of the sympathy it drew (Wu, 2015). The formation of the emotion was reflected in the mobilisation. It is transformation in the form of an online network.

Besides, most research participants believed that, compared with mainstream media, social media is more convenient and has more space for discussion. They contended that the success of the Sunflower Movement and the theme songs was highly related to the development of social media. They were able to obtain complete information through social media.

In the whole process of the movement, the operation and use of the media also had an impact. Mainstream media is a single point of the media; their audiences can generally only receive information unilaterally, and they cannot immediately engage with the general public to participate in the discussion. If media's message were to discredit or spread rumours, this could directly make the audiences believe whatever their message is. Social media is a larger space and allows for more immediate discussion; the message is posted in the moment, and a high number of people can then discuss the topic. With the Internet, false news and misinformation can be immediately uncovered and clarified the moment it arises. (B)

The view that the mainstream media should have a louder voice than social media is biased; because the song was produced as a result of the movement, I feel that the mainstream media's position on the song will be biased by what they perceive the outcome of the movement should be. However, if the song is broadcast and shared through social media. . . the

songs and messages. . . most of my friends share their own ideas or views via social media; it is more like a concept of transmission. (E)

In social media, the uploading of content and files is not constrained by time in the same way that the news is, so I could have time to listen to the whole song; sometimes, some new activities may come from using this song with the activities of the slide through the social media. The information of mainstream media is repurposed or collated content. Social media provides us with a new platform for proactively searching for the truth without a gatekeeper. We can get all the information and content we want with social media. (F)

Because there are so many people who care about this movement on social media, I received more messages and posts on it than I saw on mainstream media. (G)

For the Sunflower Movement, I totally agree with the student's original motivation, but a lot of people don't even really know much about the movement. Some people were just looking to get some fame from this, especially through social media. Social media allows you to view content at any time and it is more important to the young generation as a means of getting information out and communicating with each other. (H)

Most of the research participants believed that the success of the Sunflower Movement and its songs was closely related to social media. Compared with movements in the past, the Sunflower Movement received more attention in Taiwan, with many young people attending the activities of the movement. They even viewed 'Island's Sunrise' as a vital spiritual symbol during this period. The young people were successful in organising and mobilising through social media. There were many organisations established by students after the movement, and these organisations continued paying attention to other issues in Taiwan as a result of the convenience of

social media. An English version of ‘Island’s Sunrise’ was also created and uploaded to YouTube to communicate with the international community. This differs completely from previous movements in Taiwan. Thus, the new role of the music in the movement relied on the development of social media, because the manner of receiving and listening are completely different. The findings of this study support the discussion in the Literature Review; namely, that the Internet has indeed affected the fundamental definition of social movements.

Conclusion

This paper explored the effect of the songs of the Sunflower Movement, the connection between the songs and the movement, and the influence of social media on the issues pertaining to the movement. First, the English version of the theme song of the Sunflower Movement was much less impressive than expected. Second, from the perspective of musical style; the arrangement of the song affected the emotional response of the participants through media because of the difference of personal flavour. Finally, the Taiwanese language, Tai-Yu, might not have been the ideal choice for supporting the Sunflower Movement because there are other groups on the island who might be isolated by the language because they do not speak it.

The effect of the English version was less powerful than the original

The aim of transforming ‘Island’s Sunrise’ into an English arrangement was an attempt to transmit the event and the appeals of the Sunflower Movement to the world. However, the interviews in this paper revealed that this version was not effective in conveying the issues—even through social media. The participants considered the English version as a tool of international marketing, which is essential but so powerful during the actual movement. Thus, the English version, which featured a string and piano accompaniment, offers a more subtle and peaceful feeling while displaying another music style to compensate for the lack of the atmosphere in the Taiwanese

version.

To achieve this aim, the English version had to generate international media exposure. However, the interview results indicate that this song was not very popular among international audiences, as evidenced by it not drawing a response from people living outside of Taiwan. Moreover, the lyrics and the arrangement were overly highbrow, making it difficult for the research participants to connect the song to the movement. Therefore, some disadvantageous aspects of this approach should be reconsidered, but it is a successful beginning to notice the importance and influence of music in social movements.

The song arrangement affected the emotions of the participants in the movement

A textual analysis of the songs was not conducted in this study, yet the musical style was found to elicit an emotional response from the research participants. This shows that most of them were influenced by the musical style of the theme song, especially the arrangement. As an example of how music can influence social movements, punk rock is often regarded as a symbol of rebellion (Laing, 1978), such as Sex Pistols. Following this concept, we can understand the importance of music in social movements. The theme song of the Sunflower Movement represents the movement and creates a 'sonic' identity. Thus, through the Taiwanese theme song, the Sunflower Movement demonstrates passion and active involvement to Taiwanese people while presenting the peaceful and stable process of demonstration to other countries, displaying Taiwan as a democratic country.

Taiwanese (Tai-Yu) is not the best choice in Taiwan

The Taiwanese version of the song has a profound link with the Sunflower Movement, and it also won the Song of the Year of the Golden Melody Awards in 2015. However, Taiwan is an island with many ethnic groups. Taiwanese is not necessarily the ideal choice because immigrants, indigenous peoples, and other ethnic groups might feel excluded from the movement.

Government policy issues pertaining to immigrants and indigenous people are vital in Taiwan. There are many concepts that can be discussed by researchers, especially in politics. The Sunflower Movement resulted from the under-the-table Cross-Strait Service Trade Agreement. In principle, the movement is concerned with the China factor, and Tai-Yu was adopted as a cultural symbol to fight China with Taiwan's local identity. Therefore, I argue that the leaders' group of the Sunflower Movement chose Tai-Yu as the language of the social movement songs because of the relevance of political issues.

Limitations

People are too optimistic about the effects of social media

From the point of view of social media support, social media can link worldwide protest movements because of its immediacy and the cross-localisation ability. Moreover, social media is more reliable for informational transparency. It provides various angles of a protest's appeal to the audience, and it breaks the frame created by mainstream media. Thus, audiences can avoid biased reports from mainstream media.

Social media presents new possibilities for democracy. However, if people simply rely on this 'new' media to improve society without considering the interaction between all types of media and society, then social media would actually hinder social change. After exploring the relation between social media and the society, I argue that social media is not just an illusion of hope because it has indeed changed the manner in which people can join protest movements. However, it does not empower movements because there are other factors that require consideration.

The trend of social movements online focuses on the future integration of resources, meaning that the division of the action needs to be discussed through social media and made manifest as real action in society. This model is the ideal approach to using social media to support protest movements. The social movement is not just a

‘finger movement’ but also ‘the physical movement.’ Simply stated, people need to hit the streets. The crucial factor is individuals.

Live versus digital experience in listening

It is not true that listening to music and only attending the location of the performance can experience participating in music activities. At the same time, music is reproduced (through playing recordings or videos on the Internet and live concert performances) and can build a link to the site or space where a historic event takes place, and thus people seem to be transported back the place in history. This is exactly why in social movements that concerts are viewed as reliable tools of propaganda, mobilisation, and education. Music can convey more than speech and is more speculative. It seems to be an inclusive carrier that is built in a space; it acts not only on the mind of the recipient but also on the body. However, the present research is an attempt at illustrating the new role of music in order to emphasise the influence of social media. Consequently, the digital experience and live experience of music investigated in this study might not be balanced.

The China factor needs to be considered

The Sunflower Movement emerged because of a lack of trust in China. Even though both sides of the strait have signed approximately twenty agreements, China continues to hinder Taiwan from joining international organisations. China is attracting Taiwan’s talent and capital through the strength of its economic growth, causing wages in Taiwan to fall back to what they were a decade ago. In the case of political and economic conditions that are not conducive to Taiwan, the so-called China factor began to appear in Taiwan's political development process. The China factor is that while the Taiwanese people face the economic development of China, the strained military and diplomatic relations between the two sides of the strait have strengthened Taiwan’s political culture because of China’s stance (Tsai & Chen, 2015). Therefore, the main factor that really influenced the public support for this movement may be

people's attitude towards China.

As mentioned, the theme song is highly related to the social movement. Thus, to explore the relationship between 'Island's Sunrise' and the Sunflower Movement, the China factor required discussion because the Cross-Strait Service Trade Agreement was the object of the movement. In addition, the content of this issue in news reports might show how the Sunflower Movement is concerned with the China factor, and the theme song, including the composer, singer, and band, might be described as the members of the Taiwan pro-independence group. Consequently, if this paper had discussed the effect of the China factor, the metaphor in the songs, including Taiwanese and English version, would be clear.

Recommendations

The following recommendations are offered for researchers in the field of music and culture.

The rhetoric of music used in social movements

The movement as a social discourse has been greatly infectious. In recent years, the image of domestic social movement music has been positive and there has been an increase in related research. However, there is no more specific research connecting music to social media. This paper focused on exploring the concept of participants and thus, future research could focus on the rhetoric of music in the social movements with the development of social media, including verbal elements (e.g., lyrics) and nonverbal elements (e.g., melody, rhythm, tone, and arrangement). As a result of this paper, the interview results showed that most of the research participants believed that the style and characteristics in the songs, which present the image of the social movement, have a certain degree of influence. Following this perspective, the rhetoric of music in the social movement is a worthy research subject. Especially after the Sunflower Movement, which saw an English version of the theme song produced, which has expanded the scope of the rhetoric for research.

Linguistic hegemony

As mentioned, Taiwan has diverse ethnic groups. A review of previous studies in Taiwan revealed that most of the theme songs used in Taiwan's social movements were produced in Tai-Yu and Chinese. However, there have been increases in the number of immigrants in Taiwan, and the self-awareness of the identity of indigenous people. Thus, the argument of linguistic hegemony could be discussed in this discourse.

For example, the United States uses the advantages of language in Hollywood movies, pop songs, and others to export its popular culture, way of life, values, and ways of thinking, affecting the world culture; collectively, these efforts seek to 'Americanise' the world. In Taiwan, the principals of every governmental department are mostly Taiwanese, which has drawn a backlash against the 'local' power. Consequently, the notion of linguistic hegemony has probably occurred in Taiwan and should be investigated in this context.

Language maintains the interpersonal feelings of a nation, including the national culture, history, and worldview, forming a type of national affinity. Therefore, loyalty to the national language is a common phenomenon. Language not only reflects a common psychological and cultural state of reality, but it also reflects the community's common history and culture, so that all members form a strong cultural identity and make every effort to maintain their mother tongue and cultural identity. In other words, the other ethnic groups in Taiwan would resist against this hegemony. Consequently, the linguistic hegemony is worth investigating, and the English version of 'Island's Sunrise' might be a strong point of discourse for research into linguistic hegemony because English is considered a powerful language.

Reference

- Attali, J. (1985). *Noise: The Political Economy of Music*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bernard, H. (1988). *Research Methods in Cultural Anthropology*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Boyce, C. & Neale, P. (2006). *Conducting In-Depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*. Watertown: Pathfinder International.
- Castells, M. (1996). *The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Chang, C. W. (2003). *Who is There to Sing Their Own Songs? - Folk Music Movement History of Modern Taiwan [誰在那邊唱自己的歌 -- 台灣現代民歌運動史]*. Taipei: Rock Culture Publishing Ltd.
- Chang, S. L. (2011). *The Political Imagination of 'Can Rock & Roll Change the World?' Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, 81: 443-461.
- Chen, B. W. and Ho, T. H. (2012). *Popular Music as a Social Movement: a Carry and Reflection*. Taipei: Culture Studies Association Conference.
- Chen, B., Liao, D., Wu, H. C., and Hwang, S. Y. (2014). *The logic of communitive action: A case study of Taiwan's Sunflower Movement*. Presented at The Internet, Policy & Politics Conference 2014, Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Chen, B. W. (2015). *The Island's Sunrise – The Research That The Theme Songs of Social Movements Have Become Popular [島嶼突然天光 — 社運 Pop Song 是怎樣煉成的]*. Taipei: Culture Studies Association Conference.
- Chen, P. S. (2011). *Moving From The Internet to The Street [從網路到街頭：反國光的動員經驗、成效與反省]*. *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, 85: 437-450.

- Cheng, K. W. (2011). Social Media and Online Mobilization in Taiwan (2009-2011) [社會媒體與網路動員 (2009-2011)]. *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, 85: 451-482.
- Danaher, W. F. (2010). Music and Social Movements. *Sociology Compass*, 4(9): 811–823.
- Edwards, R. & Holland, J. (2013). ‘What is Qualitative Interviewing?’ In Grow, G. (Ed) ‘What is?’ Research Methods Series. London: Bloomsbury.
- Ericsson K. & Simon H.A. (1993). *Protocol Analysis: Verbal Reports as Data*, Revised Edition. Cambridge: MIT Press.
- Eyerman, R. and Jamison, A. (1998). *Music and Social Movements*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Eyerman, R. (2002). Music in Movement: Cultural Politics and Old and New Social Movements. *Qualitative Sociology*. 25(3): 443-458.
- Fan, Y. K. (2015). Named After Taiwan: The National Music, Field Recording and Thinking [以台灣為名：民族音樂、田野錄音及其反思]. In Cheng, A., Ho, T. H. & Lo, J. (Eds.), *Altering Nativism – Sounds Cultures in Post-war Taiwan*. Taipei: The Cube Cultural Co.
- Froehling, O. (1997). The Cyberspace War of Ink and Internet in Chiapas, Mexico. *Geographical Review*. 87(2): 291-307.
- Gane, N. & Beer, D. (2008). *New Media: The Key Concepts*. New York: Berg Publishers.
- Grbich C. (1999) *Qualitative Research in Health: An Introduction*. Sydney: Allen & Unwin.
- Halupka, M. (2014). Clicktivism: A Systematic Heuristic. *Policy & Internet*, 6: 115–132. doi: 10.1002/1944-2866.POI355
- Ho, T. H. (2015). The Crisis of Emotion and Identity of Independent Music: The Life and Death of ‘Underground’ [獨立音樂的情感認同與危機：「地下社會」的

- 生與死]. In Cheng, A., Ho, T. H. & Lo, J. (Eds.), *Altering Nativism – Sounds Cultures in Post-war Taiwan*. Taipei: The Cube Cultural Co.
- Holt, G. R. (2000). 'Village Work': An Activity-theoretical Perspective Toward Global Community on The Internet.' In G. M. Chen & W. J. Starosta (eds.), *Communication and Global Society* (pp. 107-141). New York: P. Lang.
- Hsiao, F. J. & Hsu, Y. T. (2015). Supporting The Sunflower Movement With No Time Difference. In Hung, C. L. (Ed.), *Sunflower Movement, New Citizenry, and New Media [我是公民也是媒體：太陽花與新媒體實踐]*. Taipei: Locus Publishing Company.
- Hsu, H. W. (2002). *Jiao Gong Band: The Social Movement Practice of Taiwan Popular Music [交工樂隊：台灣通俗音樂的社會運動實踐]*. Taipei: Chinese Communication Society Conference.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony & Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. (W. Moore, & P. Cammack Trans.). London: Verso.
- Laing, D. (1978). Interpreting Punk Rock. *Marxism Today*, 22: 123-128.
- Lin, Q. W. (2015). The Underground Noise: Anti-culture of Student Activism in Taiwan [台灣地下噪音：學運反文化之聲]. In Cheng, A., Ho, T. H. & Lo, J. (Eds.), *Altering Nativism – Sounds Cultures in Post-war Taiwan*. Taipei: The Cube Cultural Co.
- Ma, S. F. (2015). The Overview of Protest Songs in Taiwan. In Cheng, A., Ho, T. H. & Lo, J. (Eds.), *Altering Nativism – Sounds Cultures in Post-war Taiwan*. Taipei: The Cube Cultural Co.
- Maccoby E. & Maccoby N. (1954) *The Interview: A Tool of Social Science*. In: G. Lindzey (Ed.) *Handbook of Social Psychology*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Mathers, N., Fox, N. and Hunn, A. (1998). *Using Interviews in a Research Project*. London: Trent Focus Group.
- Minichiello V., Aroni R., Timewell E. & Alexander L. (1995) *In-depth Interviewing*,

- Second Edition. South Melbourne: Longman.
- NewsForum (新聞論壇) (2014). Street Gatekeeper: The Documentary Reports of NewsForum. In *Anti Black Box of Cross-Strait Service Trade Agreement movement* [街頭守門人：台大新聞論壇反黑箱服貿運動報導紀實]. New Taipei: Acropolis Publishing Company.
- Pierobon, C. (2014). Political Youth Organizations, Music and National Identity in Contemporary Russia. *Studies of Transition States and Societies*. 6(2): 39-56.
- Schulz, M. S. (1998). Collective Action Across Borders - Opportunity Structures, Network Capacities, and Communicative Praxis in the Age of Advanced Globalization. *Sociological Perspectives*. 41(3): 587-616.
- Silverman D. (1997). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction*. London: Sage.
- Stewart D. & Shamdasani P. (1991) *Focus Groups: Theory and Practice*. Newbury Park: Sage.
- Stewart, C. J., Smith, C. A. & Robert E. Denton, JR. (1994). *Persuasion and Social Movement*. (3rd ed.). Prospect Heights, ILL: Waveland Press
- Street, J. (2001). Rock, Pop and Politics. In Frith, S., Straw, W. and Street, J. (Eds.). *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge University Press.
- Surowiecki, J. (2005). *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*. London: Abacus.
- Taiwan Manic Voice blogged: The Metaphor of Taiwanese's 'Protesting Body' - Two Kinds of songs 'Good Night Taiwan' and one song 'Island's Sunrise'. [台灣人「抗爭身體」的隱喻——兩種〈晚安台灣〉到一首〈島嶼天光〉] (SHENG-WEI Lin, Blog post, October 14, 2014, accessed October 27, 2016, http://linmiou.blogspot.co.uk/2014/10/blog-post_14.html)
- Taiwan Music Writing Group blogged: 'Island's Sunrise English Review' (Cheng-Chung

- Tsai, Blog post, April 26, 2014, accessed October 27, 2016, http://blog.roodo.com/music_writing_group/archives/27771898.html)
- Thomas, J. and Young, S. (1997). *Midwives, Grassroots Activism and The Internet*. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association. Toronto, Ont.
- Thai, C. H. and Chen, L. H. (2015). China Factor or Civic Disobedience? Explaining Support For The Sunflower Movement With Panel Data. [「中國因素」或是「公民不服從」？從定群追蹤樣本探討太陽花學運之民意] *The journal of Humanities and Social Science*. 27(4): 573-603.
- Westfall, L. (2009). *Sampling Methods*. In: Westfall, L. (Ed.) *The Certified Software Quality Engineer Handbook*. Wisconsin: ASQ Quality Press.
- Williams M. (1997) *Social Surveys: Design to Analysis*. In: T. May (Ed.) *Social Research Issues, Methods and Process*. Buckingham: Open University Press.
- Wu, Y. S. (2015). *The Sunflower Movement in the View of Media Ecology* [媒介生態學觀點下的太陽花運動], *Annual Conference on Cultural Studies*.
