



編輯室報告

## 他們就在我們之中 你我都是公民

■文／策發部

「看見」，未必是件容易的事。

攤開地圖，可以看見山川海洋國界疆域，也可以看見人們生活的痕跡。而攤開亞洲地圖，越來越多人看到移民女性追求幸福的移動軌跡。生活在台灣，周遭常見的外籍配偶，是許多社會的共同經驗。她們為何而來？公視紀錄片「幸福的地圖」拜訪14個亞洲城市的新移民女性，傾聽她們的心聲。這些生命故事交織出多條思考軸線，例如，全球化浪潮之下，資本移動帶來人口移動，而人口移動有時就成為在地問題的藥方。再如，集體命運中突顯許多獨特的個人經驗，悲苦的、幸運的或是那些不服輸、對抗歧視、要讓姐妹們一齊站起來的勇敢身影。紀錄片展現社會事實的强大力量，讓我們觀後再也無法別過頭去，視而不見。

為何要看見她們？不只是為了經驗分享感同身受，還因為「她們」就在「我們」之中。她們與我們差別何在？先來後到的時間差別而已。有時，看見自己並不容易，他山之石用以攻錯的珍貴就在於此。本期試舉二例以為借鏡。德國與澳大利亞較台灣更早處理移民傳播問題，德國經驗深受冷戰時代背景影響，公共廣電的外語服務以安撫外來勞動力、對抗溢波宣傳是最早的服務類型，後來以族群融合為目標，再來以日常服務為原則。至於澳大利亞，因應大規模人口變化而設置的廣電服務機構SBS，先以族群服務為主，平台之間分工逐漸形成，因而有廣播固守族群服務，電視朝多元文化發展。兩者初時將移民想像為客人，召喚撫慰的是對老家的鄉愁；落地生根之後，他鄉成故鄉，他們在我們之中，皆是公民。

當我們以為相處時間夠長，文明教養夠深，應不致於再有歧視爭議，卻總有事件給我們當頭棒喝，警惕提醒。英國實境節目「名人老大哥」，室友間意外將日常生活中直截了當、遊走於曖昧邊緣的偏見歧視行為，於螢幕上徹底搬演。近4萬5千位英國公民認為他們看見了因為族群差異所導致的差別對待，因而向管制當局提出申訴。裁決結果肯定了下列原則：節目中爭議內容的出現需有正當性；該類節目設計需有糾正機制；廣電業者有其無可推卸的把關責任。

「看見」是需要培養的能力，也需要進入政策場域化為行動。台灣NCC制定的通訊傳播管理法草案中，增列了「不得煽動族群仇恨或性別歧視的條文」，跨出值得肯定的一大步。不過，消極防治族群仇恨之時，亦需配套政策工具，積極營造出寬容彼此、多元文化的媒體空間。

「看見」，能讓我們更加認識自己究竟是誰。讓社會看清自己、看得更廣、看得更遠，是媒體無可迴避的責任。■



NEWS HSU

## 公視研究季刊

## ▶CONTENTS

### 焦點專題 族群服務



02 》台灣  
**攤開  
幸福的地圖**  
追尋亞洲移民女性移動的軌跡

04 》德國  
**新移民的  
德國公廣服務**

06 》英國  
**真人實境  
之歧視虛實**

11 》澳大利亞  
**澳大利亞SBS的  
多樣族群服務**

14 **反歧視、多元文化  
與通訊傳播管理法**

16 **新訊視窗 讀者回函** ▶▶

ISSN 1817-2857



9 1771817 285003

# 攤開「幸福的地圖」

## 追尋亞洲移民女性移動的軌跡

台灣有越來越多來自亞洲地區的外籍配偶，日本韓國也是。這群亞洲女性，為何在亞洲地圖上遷徙？她們在追求什麼？我們看到嗎？知道嗎？



『剛開始來我哭很多，後來我有小孩，自己想，這裡有一個家，就很少想家了。』——阿都，從越南嫁到臺灣

『我媽說，蓋一個房子給她住，以後死了也該很開心。』——阿紅，從越南嫁到臺灣

『我七歲的時候就很嚮往日本，因為父親從事船務的工作，受到父親影響，我最喜歡的國家就是日本，很希望在這裡擁有一個家。』——Donna，從菲律賓嫁到日本

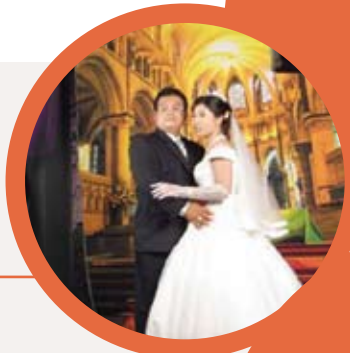
『亞洲都是一體的，亞洲國家應該沒有界線，我一直為了這點，努力的到處宣傳。』——大友小姐，從韓國嫁到日本



▲「幸福的地圖」刻畫出新移民女性追求幸福的移動軌跡，以及在異鄉生根拼搏的生命故事。

2007年，公視推出「關懷新移民」的系列活動，我接下了紀錄片的任務，試圖追尋亞洲移民女性移動的軌跡。短短的半年之內，我和製作小組跨越臺灣、日本、越南和韓國四個國家，走訪十四個城市，在不同的國度裡，傾聽十幾位移民女性的故事，聽她們抱持什麼樣的夢想嫁到異鄉，聽她們為了這樣的夢想付出多少努力，流過多少眼淚。

有幾個問題是我常問的，這些問題很普通也很直接，例如：「會不會想家？想家的時候怎麼辦？」來自越南的阿都，瘦弱的身子，模樣





純樸靦腆，她是家裡的大姊，為了幫助家人，生平第一次離開家門，就嫁到遙遠的台灣東山。她說：想家的時候就哭，想打電話又擔心要繳錢也不敢打，但是懷孕生子之後，為母則強，她發現，這裡是她的家，開始一心為家人和孩子努力工作。我訪問村子裡另外一位外籍配偶－佩臻媽媽，她回答得更乾脆，她說，從沒想過家，因為從小家裡窮，被叔叔帶到外地工作，待在家裡的時間少之又少，很少享受和爸爸媽媽住在一起的生活。

### 誰畫出這張地圖？誰讓她流離遷徙？

是誰給了這些花樣年華的女子，一幅幸福的地圖，將她們送到地圖上一個陌生的城市，將未來賭注在一個從沒聽過的國家？「全球化」的洪流，如何操弄著不同區域的生命移動？很多人帶著歧視的眼光議論這些外籍配偶，認為她們是為了錢來到異鄉。然而，就算是為了錢，為了生活，又有什麼不對呢？這世上，誰不是忙忙碌碌、混口飯吃呢？誰有權力指著別人，說別人貪錢呢？我記得，採訪韓國一位女教授，她痛快直接的說：『對新移民的歧視，與其說是對國籍的歧視，不如說是對貧窮的歧視』。資本主義的社會原本就充斥著階級偏見，當資本主義的媒體，每日歌詠名流時尚、豪門聯姻與消費的榮景時，卻將貧弱的人視為罪惡淵藪，充滿階級偏見。

更何況，移民不是社會的問題，相反地，移住社會是藉由她們解決自己國家內部的問題－包括：農村凋蔽後繼無人、社會福利不健全、老弱婦孺乏人照應，與其用偏見來看待她們，不如攜手合作共同改善問題。更何況，隨著全球貿易頻繁，國際通婚遽增，許多移民女性不是為了生計而嫁到異鄉，她們擁有語言優勢與

國際觀，對促進文化交流與國際理解教育有很大的貢獻。

一個自小嚮往日本、渴望擁有家庭的菲律賓女性，卻在婚後飽受暴力威脅，女兒也遭到繼父的蹂躪，她卻堅強的投入移民組織，推動日本政府修改家庭暴力防治法。一個嫁到日本的韓國新娘，因為過去日韓的歷史情結，得不到家人的祝福，她立志在日韓之間推動文化交流活動，因為「亞洲是一體的，現在人口將越來越少，大家應該更團結才對，為什麼還要劃分彼此的界線呢？」在台灣，南洋台灣姐妹會裡也有很多挺身而出為移民權益奮鬥的姐妹，她們走過茫然不知所向被歧視被冷落的路。

### 她在流離中定義出她的幸福

同樣身為女性，訪問她們時，我常常感到自卑，為她們的勇敢與堅韌感動。我想，若不是父母親給我較為優渥的教育與環境，在同樣的環境下競爭，我遠遠不如她們。這部紀錄片記錄了亞洲地區十幾位移民新娘的生命歷程，描繪她們為了生活、為了愛情、甚至為了遠大的夢想－為改善移民的生活、為弭平文化的歧見而努力。希望大家放下成見、傾聽她們的聲音，並給予身邊的移民女性更多的關懷。

你所想望的幸福是什麼？在影片的最後，來自越南的姐妹林金惠說，「我很幸福，但是我身旁的人不幸福也會影響到我，我希望大家一起幸福。」這段簡單的話，其實就是幸福的定義。幸福無法單憑個人以夢想構築，若不能改善社會，個人的幸福極有可能在惡意的環境與文化中被剝奪。整個社會是相互牽動的結構，現在忽略的問題，未來就是下一代要承擔的苦果，但善待新移民、尊重與吸納不同的文化，台灣就能成為一個真正多元、豐富的國度。■

# 新移民的德國公廣服務

德國公共廣電服務注意到外語人口的需求，有其內部經濟及國際政治之背景。當新舊移民世代交替，服務目標亦隨之改變。

德國公共廣電服務提供外語服務的背景，可追溯至1960年代的西德政策，在冷戰氛圍中撫慰外來勞動力。其後歷經重重改變，目前仍有發展空間。

## 起源於國際政治的新移民節目

西德引進移民人口可追溯至1960年代初，由於勞動力嚴重缺乏，故自南歐等國引進勞動人口，1970年石油危機爆發時停止。當東德政府築起柏林圍牆，西德政府擔心國內外籍勞動力心生恐慌造成出走效果，因而有提供外語服務的想法，也因為當時尚未開放商營媒體，故由公共廣電媒體主責。例如Saarland省為首先推出外語節目服務的地區，North Rhine-Westphalia省Cologne市隨之跟進，西班牙語、希臘語、土耳其語等皆在服務之列。公共廣電機構中則有巴伐利亞廣播公司（Bavarian，以下簡稱BR）、西德廣播公司（West German Broadcasting，以下簡稱WDR）提供服務。冷戰時期，國與國之間利用溢波進行的宣傳戰，則是德國公廣媒體提供外語服務的另一項原因；當他國瞄準西德境內外籍勞動力，西德當局亦思反制。

此時期的公共廣電服務，將此類外語服務的目標觀眾看作是「外來客」，節目基調為鄉愁撫慰，或是母國資訊，或是家鄉風光及流行音樂等娛樂內容，西德新聞資訊反而不是重點。外購節目來自義大利、西班牙、土耳其、希臘等地，較難脫離官方色彩。

對當時西德公共廣電的最大挑戰，還不在於節目的鄉愁基調或外片官方色彩太濃，反倒是外語服務中的自製內容承受外交壓力。1970年



▲2007年德國公共電視ZDF出現第一位少數族裔的女主播。

代，BR的西班牙語及希臘語服務，分別對西班牙獨裁政權及希臘獨裁政權有所批評，皆遭外交壓力干預，西語節目告停，憲法賦予公共廣電媒體的獨立權頓成焦點。此項爭議難在實務上完全化解，1980年起ZDF開始計畫自製外語節目，後逢土耳其政變，新政府上台後，要求其國家廣電機構TRT製作相關內容，其後施壓要求ZDF播出；雖ZDF堅持編輯獨立，卻又難敵各方壓力，終究播出該類內容。

連帶的實務議題是，此類自製內容的外籍工作者是否該擁有編輯權，各方討論後皆支持正面意見，然而WDR擔心土語節目的外籍記者承受過高外來壓力，仍以德人主責，而ARD外籍工作者多為約聘，也無編輯權。

## 新移民節目的轉型：從民族共融到多元文化

公共廣電服務在第一線面對上述爭議，對於移民服務較之官方政策更為敏銳。在輔導安撫移民之後，開始往意識深層探索。ARD推出「家園報導」，讓移民下一代，尤其是年輕人，瞭解其先祖歷史文化及語言，進而拾回對原生族群的歸屬與認同。此種移民服務的論述轉



▲德國公廣機構近年來進行節目革新，以服務移民第三、四代的觀眾。

折，出現於1986年由公廣機構WDR主辦的外籍族群研討會，對於政府相關政策及族群融合的概念，有了完整深入的討論。之前公廣服務對於外來者的撫慰，如今應轉換成促進族群間交流、瞭解、融合。

在此同時，公共廣電的外語服務，也面臨市場競爭壓力。西德於1980年代開放商業媒體服務，市場上出現針對最大外語族裔土耳其語的頻道服務，由土耳其國家廣電機構TRT提供內容，其後TRT成立國際頻道，即於德有線電視上架。進入1990年，市場上出現更多外語服務，公共廣電所提供的外語服務收視下滑，必須求變。

這樣的現象呈現出，外來移民雖逐漸成為多數，但其身份僅僅為消費者的侷限：外來移民亦具備公民身份，但其公民身份的事實，卻未能見於國家整體媒體政策之中。

柏林圍牆倒塌，牽動德國連串政經社會變化，也牽動公共媒體移民服務深層改變。西德公共廣電服務如何思考東德人這群具公民身份的外來客？原本為客人所提供的服務，應修正主體了。論述因此由從族群融合的政策目的，轉變為日常生活的常態服務。

1990年代之後，移民族群的整體待遇已有改善，不過種族仇恨仍是議題，仇殺事件時有所

聞，也就因此公廣機構會製播以反種族仇恨為宗旨的節目。此外，公廣機構還需革新其節目，以服務移民第三或四代的觀眾。

以柏林前SFB(Senderfreiesberlin)公共電視台為例，便成立廣播電台(MultiKulti)，該電台節目型乃服務不同的文化族群，更有18種語言的節目服務。SFB所推出的節目受到迴響，陸續有類似的節目型態出現。其他公共廣電媒體的，諸如WDR於1998年開始，推出以外來移民為節目訴求的廣播電台WDR Funkhaus Europa，節目中播放世界不同國家的音樂、文化資訊，及與德國在地新移民有關的議題。另外SFW公共電視台(Southwest Broadcasting)則開始在週末提供多元文化性節目，並有多國語言服務。

### 新舊交雜的新移民課題

根據調查目前德國的媒體產業中，外籍移民媒體工作者僅佔據3%之比例。為此德國政府鼓勵各公共電視台，應多網羅移民族群的媒體工作者（如主播、記者等）。2007年4月，伊朗籍的記者Dunja Hayali 打破既有的窠臼，成為德國公共電視ZDF第一位少數族裔的女主播。

不過這對德國而言，這僅是極微小的突破，德國廣電媒體不僅需要在節目內容上呈現多元文化族群的樣貌，亦需要在內部分工上，藉由族裔的多樣性，從內而外反映出不同的價值觀。如今每五個德國人中，就有一個具備外來移民的文化背景，足見德國人口態勢的轉變，德國媒體需調整其服務內容，否則將逐漸失去存在的價值。■

#### 參考資料

- 公共電視策略研發部（2007）。追求共好 新世紀全球公共廣電服務。
- Kosnick, K.(2000).Building Bridges: Media for migrants and the public-service mission in Germany, European Journal of Cultural Studies, 3:319-342.
- <http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Minorities/reports.html>
- <http://www.spiegel.de/international/0,1581,druck-455751,00.html>

# 真人實境之歧視虛實

## —英國第四頻道2007名人老大哥爭議

史無前例，英國媒體管制當局Ofcom接獲公民針對「名人老大哥」的44,500份申訴。投訴原因？疑似因種族歧視、欺凌、憎恨、擔心模仿效果、廣電業者失職……

英國第四頻道（Channel 4）真人實境節目「名人老大哥（Celebrity Big Brother）」，2007年1月下旬，因三位英籍女室友與一位印度籍女室友間疑似種族歧視內容，引起英國內外高度重視。此案高潮迭起，與真人實境節目特質相互映照。爭議發生後，第四頻道接獲超過1萬件正式抗議，媒體管制當局Ofcom接獲史無前例的44,500份申訴。5月底，Ofcom宣布對第四頻道正式處分。於此同時，產業內部亦借力使力，趁勢推動改革，期待能間接促成內容多樣性正向發展。

### 爭議

「名人老大哥」的爭議內容究竟為何？有說種族偏見者，有說階級間文化衝突，有說異文化恐懼，有說女人間嫉妒競爭，不一而足。觀眾陸續看到，以Jade Goody帶頭的三人團體對待Shilpa Shetty有以下情況引發爭議：

■拒吃Shilpa做的菜，因為「不喜歡她手指在食物裡」、「誰知道那雙手摸過什麼。」

■總不將Shilpa的名字正確發音，並模仿她的口音。

■稱Shilpa「那個印度人」。

■與Shilpa聊天時，以她何時失去童貞為題討論，且硬要問出答案。

■在言談中評論：「他們（印度人）用手吃飯，常生病，所以才會那麼瘦。」

■Jade與Shilpa為了一粒湯塊起爭執。從誰買的，誰用了，是否正確使用等話題，演變成Jade對Shilpa吼得一發不可收拾，指她「說謊、



騙子」。另兩人在一旁面露微笑，袖手旁觀。此段正面衝突是爭議最大焦點。

瑣細的日常生活細節，映照出偏見最為赤裸的樣貌。在「名人老大哥」的小團體互動中，有些觀眾看到欺凌，有些觀眾看到演技，有些觀眾看到惡質人性，有些觀眾看到種族歧視，有些觀眾過往負面經驗再被召喚而出。當Jade三人組被描繪成種族偏見的女巫時，其友人紛紛表聲援，以其擁有多種族、多文化友人說明其並非種族主義者，但同時又對其在名人老大



哥的爭議表現難以理解。「老大哥」的節目設計，選角安排，以及與外界隔絕的生活型態，逼使她們在面對異文化接觸時，不以文化善意回應，而是選擇理智繳械，經常忘記尊重，流失基本教養。Jade在出局後的專訪時被告知名人老大哥所引起的連串風波，也親眼觀看自己在多次爭議場景中的話語及嘴臉，欲辯無言，僅能表示理解公眾憤怒由來，再三致歉。

與其說上述過程是所謂的「真實」，不如說是「名人老大哥所建構出的真實」，而此種「真實」反映出社會某些真實樣貌，引人省思。或許，這個社會，未必如其所聲稱的寬大包容，理想與現實間存在著斷裂。若是如此，媒體應該有聞必錄據實呈現？又或者，剪裁編輯有其必要？甚至製播單位應在某些時刻介入以主張某些原則？

無人料及，名人老大哥室友之間的相處磨擦，竟從國內向外延燒，發展為國際事件。印度街頭出現抗議行動，印英兩國官方關係一度緊

張。正於印度參訪的英外相布朗位處風暴核心直接滅火，首相布萊爾隔海聲援，再三申明英國作為一正直包容國家的基本原則絕無改變。雖然廣告贊助商Carphone Warehouse宣布抽走三百萬英鎊贊助，但爭議帶動收視仍是不動如山的鐵律；原本收視表現平平、被稱為史上最無聊名人老大哥收視旋即攀升，短短數日內，風暴核心英女星人氣迅速滑落成局，印女星最後經觀眾票選奪冠。

### 操作真人實境

某些觀眾對於第四頻道的「老大哥」系列真人實境節目或許不以為然，但此類節目所展現的實驗性對於年輕觀眾則有無比魅力。也就因此，「老大哥」之於第四頻道，就有難以撼動的商業價值與策略地位。近年第四頻道整體利潤下降的情況下，廣告收益首位、佔第四頻道收益近16%的「老大哥」地位益形重要；2006年底至2007年初「名人老大哥」的經營手法，更可看出該節目之於第四頻道之策略重要性。例如第四頻道以「2007名人老大哥」與PlayStation合作，每日以podcast型式由PSP接收使用名人老大哥每日快報以及第四頻道其它新聞與音樂節目。此種媒合可看出第四頻道藉該節目與PSP介面，切入年輕觀眾電玩族群的企圖與用心。同時，「2007名人老大哥」，也設計為觀眾發表短片與相關訊息的公開場域，期望與MySpace與YouTube一別苗頭。

真人實境節目自2000年左右崛起，引領風潮至今，已成英美等國商業電視創造收益的主要節目類型。真人實境節目強調無劇本之自然發展，即興演出，一切以最接近真實的狀況進行。依節目型態所創造的非預期結果，其可能引人入勝之處，意外、衝突、爭議、溫馨；一切看似自然互動，實則由編劇掌握著故事線的





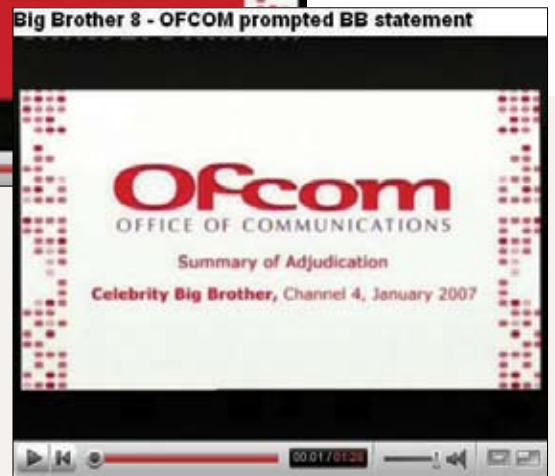
進行發展。當角色們在互動中摸索時，觀看者進行著正大光明窺視，掌握一切資訊，理所當然聆聽告解，旁觀體驗感。

真人實境若僅複製真實，如芸芸眾生般平淡無奇吃飯睡覺，難以取悅觀眾；情節多變高潮起伏，就在於角色間的能量與張力。也就因此，真人實境的「真實」，實則是高度的人為操作與搬演，選角即為關鍵，角色組合間所蘊含的能量與張力，未來互動所可能產生的摩擦與火花，皆決定節目啟動後是否具吸引力，引發話題的機會高低。

真人實境節目內容擦槍走火，「2007名人老大哥」並非首例，端賴製播單位如何掌握狀況。例如，「老大哥」可及早於日記間（diary room）提醒與賽者注意此類問題，並在節目剪輯時予以處理。製播單位的介入之外，同儕壓力不容忽視；另一真人實境節目「Shipwreck」，某與賽者亦在節目中公開發表支持奴隸制度，立遭同組來賓嗆聲並指出謬誤，此例在名人老大哥爭議中常被提出作為對照，以示及時處理之必要與可能。正由於老大哥節目之廣為喜愛，其對不當言論進行更正，便需求其時效，若待投訴硝煙瀰漫，為時則晚。換個角度看，名人老大哥所具備的影響力，用在吸引廣告主之餘，未嘗不能創新處理社會議題，例如弱勢族群幕前再現，扭正偏見等；這類媒體角色，傳統上傾向由新聞時事節目及其中的學者專家社會賢達人士所擔任，然而真人實境節目的影響力，正在這群常被忽略與低估的「一般人」，這股聲音與力量，經由此次爭議，再次被認知與注意。

### Ofcom調查處分

此次爭議，Ofcom接獲史無前例的44,500份申訴，絕大多數（約4萬份）申訴集中在欺凌



與疑似種族歧視行為，此外還有擔心模仿效果、引發族群憎恨之犯罪行為以及第四頻道未善盡業者職責等。

2007年5月下旬，Ofcom公布近70頁處分報告。全部申訴內容歸納分類為近13情節事件逐一說明。Ofcom簡述事件後即指出爭議點，C4進行說明，Ofcom做出違規與否的決定並說明理由。9件未違規範，1件接受處理，3件違規並行處分。處分內容為，要求C4在指定時段播出聲明，以使最多觀眾得知此議題。

Ofcom要求C4將處分聲明在以下3個時段播出：（1）新一季老大哥節目開始前，（2）該集剪輯重播版播放前，以及（3）首位出局者結果宣布之該集節目開始前。由於S4C於威爾斯地區亦轉播該節目，亦需以相同方式處理。

C4以口述搭配7張字卡方式（時間長度約為1分30秒）所錄製播放訊息內容如下：

以下是英國傳播管制當局Ofcom針對「名人老大哥」節目所進行之調查報告概要：

2007年1月Ofcom收到超過44,500份申訴，主因與該節目疑似種族歧視之內容有關。

經過調查，Ofcom得到以下結論。C4未能有效處理爭議內容，導致違反廣電規範所要求，播放可能冒犯觀眾之內容時，業者應予觀眾適當之保護。

Ofcom發現，有三段情節C4未在播放時給予



觀眾適當保護；而C4將其中一段於晨間時段重播，又違反廣電規範要求，應在時段安排上予兒童觀眾適當保護之規定。

此外，C4在滿足廣電規範的過程中還有嚴重過失。在事件發生之關鍵時期，C4未能全盤掌握老大哥節目拍攝現場之屋內活動，此更加重其過失。

上述情事皆為明顯過失。因此Ofcom對C4提出正式處分。Ofcom要求C4播出上述聲明，以確保最多觀眾能獲此訊息並認識到C4過失的嚴重性。**處分全文請見Ofcom網站，[www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk)。**

對於廣電業者來說，此處分報告有三項重點值得注意。首先，爭議內容之播出需有其正當性。前述聲明中，Ofcom所謂之對一般觀眾與兒童觀眾之保護，引用的分別是「Ofcom Broadcasting Code」第2.3條與1.3條。亦即：冒犯出現，需基於內容背景之需要，且應予觀眾適當之保護；而基於保護兒童觀眾，應在時段安排上予以考慮（即此針對違反前述考慮之內容，於兒童收視時段重播）。所有投訴事例皆依此二條文為Ofcom判斷依據。

其二，藉此處分，Ofcom再次強調此類實境節目糾正機制的有效性。Ofcom認為，「老大哥」雖是娛樂，但公眾皆知其為真人真事的實境節目，也認知到任何冒犯及反社會行為皆會被處置糾正。室友間的同儕力量、老大哥介入、日記間提醒等，皆是節目中常設的糾正機制，但在三段情節（對印度食物的批評、叫Shilpa滾回家、將節目稱之為Shilpa Poppadom），對於可能的冒犯行為，或者未能有效糾正，有或者容忍其存在而未予處理，也就導致眾多觀眾不滿產生。

其三，Ofcom再度強調廣電業者對於委製節目無可推卸的監督責任。調查過程中，Ofcom

除了向C4及製作單位調閱相關資料，並給予有抗辯說明機會，也接受C4在事件發生後進行內部調查具備誠意及成效，卻也指出C4編輯流程的疏失。Ofcom調查過程中，調閱了「名人老大哥」未播出之資料帶，其中出現數次室友間以種族歧視字眼編排的打油詩，這些資料，製作單位曾向C4明確標示出有疑義，但C4未予處理；以Ofcom立場來看，此即C4製播、編輯與監督流程中的眾多疏失之一。Ofcom指出，若C4人員在場、看過相關資料帶，其對於爭議內容相關處理，將大大不同。也就因此，雖然C4嘗試表達，其與製作單位間在溝通上有諸多困難，Ofcom仍認為此不足為卸責理由，C4仍應滿足持照條件要求的業者責任。

Ofcom公布報告時語重心長指出，可理解C4非有意煽起此風波。這是一個敏感議題處理過程中，不幸發生的嚴重錯誤判斷。

毋庸置疑，名人老大哥事件讓C4聲譽重挫。事件之後，C4本身接獲超過1萬份的觀眾抗議。高階主管承認，對於逐漸升溫的事件，該台未具回應能力。其後的內部調查，C4即針對製播監督流程進行檢討，並決定指派資深製作人以現場監督並照顧室友福利，讓C4代表在老大哥錄製現場有更多參與，並提早發現問題並行回應。C4也考慮建立定期諮商機制，讓觀眾與製播者有更多的溝通機會。

## 改變現狀的機會

社會進步的可能，可喜的是已由產業內部出現。「名人老大哥」爭議未久，業界在「西敏斯特媒體論壇（Westminster Media Forum）」即針對媒體內容多樣性進行討論。C4節目委製負責人言，第四頻道已是英國廣電地景中，最具幕前多樣性的頻道，但其文化多樣性，呈現在知識內容部份，往娛樂節目來看，仍有限



制。治本之道，宜從加強幕前與幕後的多樣性著手。以英國2001年全國人口普查結果來看，當時全國近5879萬人口中，92%為白人，非白人的少數族群約佔7.9%，近460萬人；近年來少數族群在特定地區的人口迭見成長，如West Midland達10.8%，倫敦更達29%，主流媒體更應針對此項社會現實予以回應。

既存的組織化力量，或許在近期即可有所作為。由英國主要廣電業者於2000年以來合力組成的「文化多樣網絡（Cultural Diversity Network, CDN）」，就是從組織經營與產製的觀點與角度，推動文化多樣性的重要，會員機構皆定期製播宣傳展現文化多樣性之節目。該組織的成立初衷，既認知到少數族群存在，亦正面回應自1990年代起，無線業者流失大量少數族群觀眾予有線及其它業者的市場事實。該組織致力以下行動：提高各機構的族群聘雇比例；監督各類道幕前多樣性表現（以少數族群面孔出現之比例）；提高戲劇在卡司與製作上的多樣性；提高新聞產製表現的多樣性以及對

於多元族群需求的敏感度。該組織每年開會六次，委製質化與量化研究，並為實務問題尋求解決之道。此次「名人老大哥」的爭議，CDN藉機推動「幕後文化多樣性」之主張，也就是說，幕後產製人員的背景多樣，經產製鏈結，可產製出更具多樣性的內容；CDN揭露主要廣電機構BBC、ITV、Channel 4、Five、Sky既有員工族群比例數字，亦公布各機構促成幕後文化多樣性的相關改進方案。

## 結語

「2007名人老大哥」的爭議雖已落幕，卻已為一個新時期的到來揭起序幕。老大哥節目的實驗創新與話題性，真人實境節目這個介面，跨越的不只是真實與建構，還呈顯出理想與現實間的落差。族群媒體再現及其引發的諸多文化多樣性議題，往往不是知識有無而已，而是行動實踐與政治角力的問題。若將目光轉回本地，翻轉現實的機會，或許尚未到來，因此仍值得努力與期待。■

## 參考資料

- Cultural Diversity Network site. <http://www.cdnetwork.org.uk>
- UK National Statistics. <http://www.statistics.gov.uk/cci/nugget.asp?id=455>
- Ofcom Broadcasting Code. <http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode>
- Ofcom complaint page. <http://www.ofcom.org.uk/complain/>
- Campbell, Lisa and Wootton, Dan (2007), 'BB "honest" says Endemol', Broadcast, p.2, February 2.
- Dignam, Conor (2007), 'C4 bosses hit back in Big Brother storm' and 'We made the right decision', Broadcast, pp.1-3, January 26.
- Hoskny, Jane (2007), 'Riches from diversity', Broadcast, p.19, February 9.
- Rouse, Lucy (2007), 'Big Brother's big mess', Broadcast, p.6, January 26.
- Murray, Susan and Ouellette, Laurie (ed.) (2004), Reality TV: Remaking Television Culture, New York University Press, New York and London.
- Sabbagh, Dan 2007, 'Channel 4 directors to call for BB inquiry', Times Online, January 2007.
- Sabbagh, Dan 2007, 'Big Brother bother shows value of Channel Four', Times Online, January 19.
- Sherwin, Adam 2007, 'Channel 4 links up with PlayStation to offer Big Brother on the move', Times Online, January 3.
- Sherwin, Adam 2006, 'Channel 4 uses lure of Big Brother to rival MySpace and YouTube', November 23.
- Conlan, Tara 2007, 'Ofcom makes landmark ruling over Big Brother', MediaGuardian, May 24.
- Gibson, Owen 2007, 'C4 to air Big Brother racism apologies', The Guardian, May 25.
- Ofcom Content Sanctions Committee 2007, 'Ofcom Content Sanctions Committee
- Consideration of sanction against Channel Four Television Corporation in respect of its service Channel 4. For Breaches of the Ofcom Broadcasting Code: Rule 2.3 - Broadcasters must when applying generally accepted standards ensure that material which may cause offence is justified by the context; and Rule 1.3 - Children must also be protected by appropriate scheduling from unsuitable material, On 15, 17, 18, 19 January 2007. [http://www.ofcom.org.uk/tv/obb/ocsc\\_adjud/channel4\\_cbb/](http://www.ofcom.org.uk/tv/obb/ocsc_adjud/channel4_cbb/)

# 澳大利亞SBS 的多樣族群服務

如何捕捉變動中的多元文化社會圖像？澳大利亞公廣機構SBS，自成立至今的發展歷程，展現出服務族群及多元文化的旺盛企圖。



上圖：SBS廣播始終專注族群服務。

下圖：SBS電視掌握多元文化方向蓬勃發展。

澳大利亞多元文化廣電機構SBS，其出現與人口政策息息相關。1901年移民法仍偏好英裔移民，因其能在極短時間內融入當時社會。但幾近靜止的人口增長讓澳大利亞必須以引進人口的方式增加生產力。二次大戰之後，澳大利亞開始接受語言各異的歐洲移民。不到30年，約240萬的歐洲移民改變了澳大利亞面貌。至1970年代，基於人道考量而陸續接納的中南半島難民，又為澳大利亞人口組成，引入了亞洲面孔。1970年代，「多元文化」一辭進入政治場域，並且逐漸深化。也就在此種氛圍下，聯邦政府開始考慮族群媒體服務。

對於1970年代澳大利亞Whitlam政府而言，族群媒體之為用，在於向非英語背景（non-English speaking background, NESB）移民以其母語宣導澳大利亞政府政策。1975年，位於雪梨與墨爾本的兩個廣播電台，其廣播執照報被指定為服務族群人口。兩台的基本開支由政府經費支付，日常運作則由志工負責，雪墨兩廣播電台各以7、8種非英語語言發音，大受族群人口歡迎。以此為基礎，1978年SBS（Special Broadcasting Service, SBS）成立，此時的SBS僅只提供多語言廣播服務而已。電視服務於1980年引進雪墨兩地，每週播出35小時，後才擴張至其他城市，並延長播出時間。整個1980年代，政府、國會、廣電產業、族群社區等，對於多元文化廣電機構，主張紛歧，各有想像。直到1991年SBS專屬法案（Special Broadcasting Service Act）通過，SBS正式成為澳大利亞公共廣電機構，以服務全體澳人，並反映、服務澳大利亞的多元文化特色為核心使命。

SBS多語廣播的設立初衷，就是協助移民安頓，並提供非英語人口生活相關資訊。在1970年代澳大利亞推行健保（Medicare）時，SBS廣播即見成效。



2000年時，澳大利亞首度施行消費服務稅，對日常生活造成重大影響，SBS廣播與各種語言的雙語稅務人員合辦節目，為聽眾解惑。廣播傳達資訊的便利性，多語服務的穿透力，讓SBS能更深入各類社會網絡，並能進行多方合作。上述功能至今仍是SBS廣播的核心服務。

語言使用SBS廣播迄今仍固守族群服務之主因；是廣播普及度的關鍵門檻，聽眾需能相當程度掌握該語言。電視一尤其是加了簡明英文字幕的電視，雖然說對於當地觀眾來說是個重新學習的經驗一則為SBS（及其觀眾）與世界電視之間，搭起一座雙向往來的橋樑。

### 廣播固守族群服務 電視擁抱多元文化

SBS電視服務出現在競爭激烈的1980年代市場，來自政府的經費有限，廣告爭取不易。SBS的電視被迫非得以低成本創意經營，未料竟創佳績。由於經費有限，設立初期SBS無法與商業電視台及ABC競爭新聞及節目來源，只能在其他電視媒體的漏網素材中揀取，再進行重新包裝組合，反倒成了廣電地景中難得的新鮮創意，例如國際新聞及國際新聞雜誌節目的表現。另為考量成本及節目來源充裕穩定，紀錄片及電影成為重要節目類型。初期電影以大量舊片及配字幕外語片為主，既撫慰移民鄉愁，簡明字幕又使全民共享。長期經營全球電影，使SBS成為世界電影品牌，也成為國外電影叩門澳大利亞的跳板。紀錄片持續經營成為特色，其後吸引政府經費長期挹注，成為重要紀錄片委製及映演平台。

SBS電視另一節流精彩之作，始於1990年代初的各國新聞時段「WorldWatch」。從清晨5時起至中午時段，SBS電視播出以衛星傳送、不附字幕的當日新聞。新聞來源是各國公視或



▲SBS紀錄片「Race for the Beach」呈現20歲穆斯林女孩成為救生員的歷程。

國家電視台，節目或為免費或有折扣，至今已有一百八十多個機構以十七種語言播出的新聞。

SBS電視發展至近期，屢遭族群社區批評，一事例可資佐證。2003年11月，SBS於晨間世界新聞區塊，播出由越南國家電視免費提供的時事節目「Thoi Su」，引起越裔社區公開抗議月餘（包括分別五千餘人及上萬人的公開抗議，以及動員撥打總機及免付費電話癱瘓其線路）。最後在SBS社區諮詢委員會建議下，SBS召開臨時董事會，向越裔社區道歉，以行政瑕疵為由結束該節目之播出，並承諾未來播出類似節目將會徵詢社區意見。越裔社區主張，該節目是越共政權的宣傳教條之作，其播出引發許多越裔澳人當年逃離越共統治時的精神創傷。但另一方面，此爭議引起社會議論：首先，從目前越南引進的時事節目，必然就是政治宣傳？此有待商榷；再者，主導抗議的越裔社區，其鮮明政治立場與動員方式頗引爭議，或許其極端化的主張，反而阻擋了澳大利亞社會認識越南現狀的可能，畢竟輿論中亦有期待該節目的呼聲；其三，SBS的處理方式或有改進空間，專業自主獨立編輯原則是否受到維護，頗受關切。

當年SBS專屬法案在草案討論階段，族群社區用力極深，也因此各社群對SBS不僅寄予厚望，而且強烈認同。不過，「Thoi Su」事件，讓SBS與族群社區的關係盪到低點。爭議發生時，族群社區聯盟（Federation of Ethnic Communities Councils of Australia, FECCA）對SBS公開表達不信任的態度，可謂一次表達出長期積累的不滿。其主席抱怨，SBS的表現，已越來越遠離族群社區的需求，連族群社區舉辦的慶典活動，SBS已少參與。SBS偏好的服務對象，是高教育水準、有經濟能力的中產階

級。FECCA曾以書面向SBS表達其關切：外語節目減少、董事會組成並未反映其所代表的族群社區、並且缺乏與族群社區的聯繫等。FECCA甚且主張，聯邦政府及媒體管制者應將更多族群傳播經費移轉至社區型的族群媒體，也釋出更多社區廣電執照予族群服務；顯著撤離對SBS的支持。

SBS電視部份，似乎有從早期族群服務起家，近期明顯轉進多元文化的方向，在此轉變之中，SBS（尤其是電視部門）與族群社群——或者更明顯地說，族群團體——的聯結有逐漸淡薄的趨勢，而族群團體之媒體使用，已有朝社區媒體部門移轉的現象發生。廣電產業內部變化，族群政治影響力的消長，皆對此現象有所影響。

### 捕捉流動社會圖像的可能

然而SBS電視果真放棄了族群觀眾嗎？或者是另有取徑？以下節目內容或許提供了不同思考。

SBS近期的紀錄片佳作「Race for the Beach」，記錄一位20歲虔敬的穆斯林女孩成為救生員的過程。她是Cronulla海灘區居民，該區2005年曾發生大規模與中東移民有關的族群衝突。此片刻畫出她想成為救生員的原因，如何面對救生訓練以及宗教規範（例如有關服裝、頭巾以及不能碰觸直系血親以外男性的規定），並且在其中找出平衡點的歷程。

2007年12月，SBS推出委製合拍的6集迷你影集「East-West 101」。故事背景是才經歷了911、巴厘島與倫敦爆炸的澳大利亞社會。該劇以雪梨警方重案組兩位警探為主角。其一是移民第一代重案組警探，聰明有膽識有野心，但身為虔誠穆斯林卻為他在工作、文化與宗教信仰之間帶來許多矛盾掙扎。另一位故事主角是個懷抱不堪過往、與所有人事格格不的火爆浪子。戲劇張力就以兩位主角為核心，沿著個人、警察同仁、社會、國際軸線，迴旋擴散。如此題材的選擇，吸引了在地觀眾，首播已獲佳績，而海外已銷售至中東及以色列，恰巧滿足了國際市場對此類題材的需求。此對SBS題材設定與嘗試投資戲劇，是個鼓勵。

此外SBS亦製播澳大利亞版的實境節目「Who Do You Think You Are?」，以6位澳大利亞名人為主角，為其尋根，並詮釋個人生命史、家族史與社會歷史間的關係。從其家庭既有的隱約線索，追溯其祖先遷徙足跡；期間需拜訪遠親，文史工作者、歷史學家等，甚至揭開家族秘史，最終結果，通常與其以為的自我認知，有相當大的差距。今之自我與遙遠先祖，存在著隱晦卻深刻的聯結，就像密實的鎖鍊穿透時空繫起了一個個故事，主角的生命故事，竟是其來有自。

上述嘗試，或許可說是SBS回應/召喚其所瞭解與想像的多元文化/觀眾，族群觀眾當然包括在內。SBS針對NESB觀眾及其年輕階層，委託學界進行深度調查，分別於2002年及2006年完成兩份調查報告，描繪出多元文化呈現出邊界模糊、流動、多樣、混雜的社會圖像，而移民/族群人口其實有多樣的媒體使用，尤其年輕一代掌握各式文化資本，輕易穿梭於文化之間，也因此SBS如何掌握其變化並且有所回應，既是機會也是挑戰。■

#### 參考資料

- 王菲菲（2005）。多元文化與公共廣電機構：澳大利亞實踐檢驗。中華傳播學刊。No7. pp.103-134。
- <http://www.theage.com.au/news/tv-reviews/race-for-the-beach/2007/12/03/1196530551883.html>
- [http://www20.sbs.com.au/sbs\\_front/index.html](http://www20.sbs.com.au/sbs_front/index.html)
- <http://www20.sbs.com.au/sbscorporate/index.php?id=1228>
- <http://www20.sbs.com.au/sbscorporate/index.php?id=1232>
- SBS (2006). Connecting Diversity - Paradoxes of Multicultural Australia.
- SBS (2002). Living Diversity - Australia's Multicultural Future.

# 反歧視、多元文化 與通訊傳播管理法

「通訊傳播管理法草案」中有「不得煽動族群仇恨或性別歧視」之條文。美意值得鼓勵，可惜僅有簡單規定，未行明確定義。多元相關政策議題，需要更明確積極的作為才是。

**NCC** 制訂的「通訊傳播管理法草案」，增加了廣播電視「不得煽動族群仇恨或性別歧視」，違者將處以三萬到一百萬元罰鍰的條文。的確面臨大眾媒體已成為政客以仇恨式語言攻擊對手的前哨站，甚至有些媒體也加入混戰擴大社會對立的此時，NCC 這項作法格外引人注目，這項內容不論從它國經驗，或者本地現實來看，都有其重要意義，然而，在執行方式，以及促成多元文化的積極面向上，仍有諸多亟待釐清之處。

二次戰後，各國內部族群問題爭議不斷，透過傳媒鼓吹種族主義，散佈仇恨式語言（hate speech），歧視弱勢群體的現象經常可見。許多國家開始反思如何阻止此種現象的擴散，1990年代，美國及歐洲國家陸續制定反仇恨法，禁止宣揚仇恨與歧視的言論及行為。歐盟於2007頒訂的「電視無疆界指令」中，也重申尊重多元文化、保護弱勢族群與拒絕宗教與種族歧視的一貫精神。不過，即使如此，很少有國家將這項規範訂於傳播法規，而法國不但載入「新聞自由法」，違者還會遭到判刑或罰鍰。

這種仇恨與歧視性的語言在台灣也十分嚴重，近年媒體各擁其主、各據市場的結果，新聞媒體應有的公共論域功能日漸喪失，成為黨同伐異的屠宰場。然而，類似的問題不僅出現在政治節目，社會新聞中對愛滋病、精神障礙者、特種行業的歧視，甚至綜藝節目嘲弄性別、外表、種族、口音的老梗也經常可見。

事實上，仇恨與歧視性語言並不應僅侷限

在傳統的「族群」定義，例如，法國「新聞自由法」的就將「種族、國籍、宗教、性別、性取傾向、身心障礙者」列為禁止歧視範疇，部分國家的反仇恨條例還擴及移民、年齡、職業、語言、外貌等面向。相較之下，「通傳法草案」保障顯得較為狹隘。

當然，這項限制性條款在各國也引發不同看法，最常見的爭議便是引起限制言論自由與政



▲期待國家通訊傳播委員會，對於有關反歧視及培植多元文化，能有積極政策與作為。

府將趁機干預媒體的疑慮。

的確，如何執行將會是這項法令將面臨的最大問題，然而，在「通傳法草案」中卻只有簡單的負面表列，不僅缺乏明確定義，將來如何認定？誰來執行？也缺乏完整的說明。例如，加拿大「煽動仇恨罪議案」（Hate Crime Bill）便界定為「所有國民不得煽動或鼓吹仇恨，提倡種族滅絕，或對某類人士作出種族滅絕的行

為」；法國則強調不得對不同社群進行「惡意中傷、侮辱，或引發歧視、仇恨及暴力行為」。此外，為了減少對言論自由的侵害，加拿大也訂出「例外」原則，包括其言論與公共益有關、真實陳述等都可能豁免，便是試圖讓禁止仇恨語言與言論自由達到某種平衡的作法。

綜觀來看，「通傳法草案」的相關規範不僅模糊，消極的負面表列，也缺乏積極作為。事實上，反仇恨法案的意義不只是防止仇恨與歧視性語言對社會群體的傷害，更重要的是促成文化多元與相互尊重。因此，「通傳法」制定便需要思考如何形成多元的傳播結構，例如，透過國家資源設立境內外語頻道，滿足國內移民、移工群體的傳播權；協助指定用途頻道的經營，讓不同的社會群體有發聲的空間；另一方面，也應賦予廣電業者更多的義務，例如，要求市場優勢者提供弱勢服務的節目，都是相對積極的作法。

退一步來看，造成國內仇恨和歧視語言出現的原因，除了政治立場，還有商業利益，許多業者考量的是如何在惡性競爭的市場中，以最低的成本、最聳動的言辭穩固收視的基本盤，惡質的市場更是造成仇恨與歧視性言論的另一因素，因此，如何促成合理、多元的媒體市場，更是政策制定者必須努力的方向。

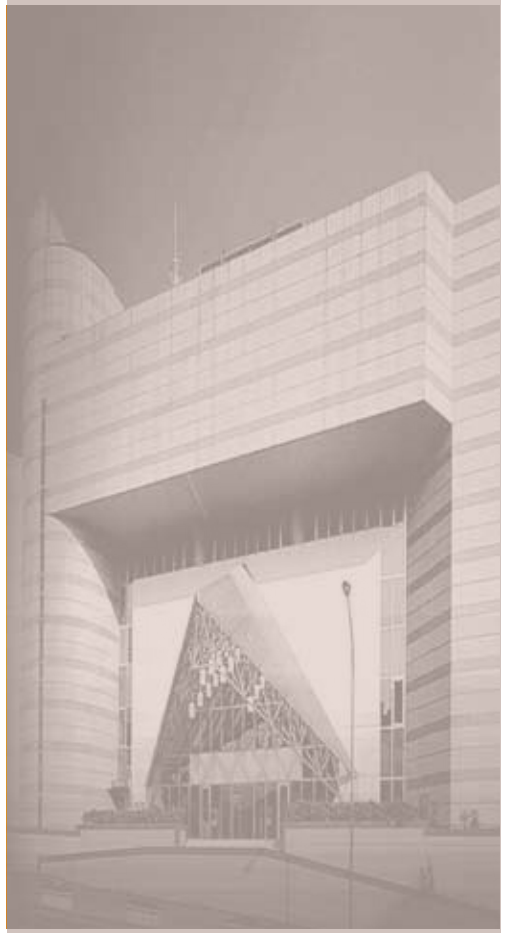
然而，當我們檢視通篇「通傳法草案」時，卻發現一如諸如「公民媒改聯盟」等60多個公民團體所批評的：「『通傳法草案』內容偏向媒體所有權「去除管制」的思維，對跨媒體經營大幅鬆綁、取消有線電視垂直整合限制、缺乏退場機制、對限制外資比例態度曖昧，無法有效解決本地媒體壟斷問題；並且取消本國自製節目比例、刪除對公共電視之補助，降低業者公共責任」。

公民團體的訴求無非是鑑於目前財團壟斷媒體嚴重，弱勢及邊緣群體不僅無法在限有的傳播法制的架構下經營媒體，商業媒體對於少數團體呈現大多偏向負面形象，無法清楚及正確呈現公民社會的多樣面貌。

財團壟斷傷害多元文化的情形也在美國發生。2007年11月上旬，美國的媒改團體Free Press、消保組織「消費者聯盟(Consumers Union)」、美國消費者協會(Consumer Federation of America)，也發表了千頁的評論抨擊FCC的媒體所有權政策。他們指出，如果FCC再開放財團跨媒體經營的限制，造成媒體大幅整併，將會降低少數族裔擁有媒體的機會。Free Press研究總監Turner更明白指出，所有權規則存在只為一個原因：增加多樣性與在地性，依此才能生產更多元的言論、給聽眾更多的選擇以及讓更多所有權人能夠與當地社群互動。

美國的傳媒問題在台灣一樣存在，原本作為地方媒體的有線電視系統，在財團的控制下，原有的地方特色幾乎全然消失，而原初規劃成為社區媒體及指定用途頻道的中小功率電台也淪為大型廣播集團的轉播站，小眾及地方服務的功能遭到壓縮；而有線電視的衛星頻道更在財團的壟斷下，嚴重缺乏公民社會的多樣意見與多元文化。

NCC制定的「通傳法草案」如果仍不了解社會現實，如果不解決上述的問題，這部分法案恐怕也只是幫財團擴大版圖的新衣裳，而反歧視法的制定，至多也只是消極的防治仇恨式語言產生，或造成限制言論自由的疑慮，並無太大的積極意義；相反的，在通傳法草案立法說明中，提到的「培植多元文化」的目的，如果不從所有權制度上改變著手，只忙碌於「多元文化」節目補助的內容獎勵，那麼，「多元文化」將只是一種說嘴的裝飾。■



發行：財團法人公共電視文化事業基金會  
 編輯：公視策略研發部  
 地址：114 台北市內湖區康寧路三段75巷50號  
 電話：02-2633-2000轉8178  
 傳真：02-2630-1193  
 2008年1月出刊

[www.pts.org.tw](http://www.pts.org.tw)

PTS NEXT

本刊內容全文上網，更多研究內容歡迎  
 光臨策略研發部專屬網站「岩花館」：  
 請至<http://www.pts.org.tw/~rnd>。

為推廣對公共媒體相關議題之研究與  
 流通，本刊免費贈閱。  
 讀者若希望定期收到本刊，歡迎回傳您  
 的姓名、所屬機構、email及寄送地址；  
 請傳真至02-26301193，或[rnd@mail.pts.org.tw](mailto:rnd@mail.pts.org.tw)。

▶ 美國大學社會媒體中心發表研究報告  
 《描繪公共媒體：內部與外部的研究觀點》

「公共媒體」的概念隨著時代演進，而不斷地改變。特別是數位科技的發展，使得媒體使用者和作者，共同形塑數位媒體的全貌。美國大學社會媒體中心（American University's Center for Social Media）所主持的「公共媒體的未來」計畫即討論重繪公共媒體的地景圖像；研究對象為三個公共媒體計畫：一、獨立紀錄片「戰爭錄影帶」（The War Tapes）二、美國公共電視節目「獨立之鏡」（Independent Lens）紀錄片A Lion in the House 三、「全球之聲部落格」（Global Voices）；並透過組織內部調查和外部評估兩種研究取徑，描繪上述公共媒體計畫所形成的「網絡公眾」（networked publics）圖像。該計畫最後所發表的研究報告《描繪公共媒體：內部與外部的研究觀點》（Mapping Public Media: Inside and Out）主要檢視兩種研究取徑在對於「網絡公眾」的描繪結果和其衝突之處，以及研究公共媒體的未來方向。研究報告全文下載網址：[http://www.centerforsocialmedia.org/files/pdf/inside\\_out\\_final.pdf](http://www.centerforsocialmedia.org/files/pdf/inside_out_final.pdf)

▶ 北歐媒體與傳播研究資訊中心Nordicom出版  
 《從公共廣電服務到公共媒體服務》

公共廣電服務（Public Service Broadcasting）今日所面對的核心挑戰為轉變至公共媒體服務（Public Service Media）。2006年，由RIPE（Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise）在荷蘭阿姆斯特丹所主辦的「多媒體環境下的公共廣電服務：節目和平台」研討會，與會者對此議題多所討論，並提供許多專業和理性的思考，例如應該將觀眾視為「夥伴」，而非傳統的「目標」；跨媒體和跨類型的節目內容，獨特但不至於曲高和寡；對於政策制定者而言，希冀能在媒體政策上，求取商業和文化的平衡。

北歐媒體與傳播研究資訊中心（Nordic Information Centre for Media and Communication Research）所出版的《從公共廣電服務到公共媒體服務（From Public Service Broadcasting to Public Service Media）》，即收錄這場研討會的部分論文。對於公共廣電服務在全球化、數位化和匯流下的使命，以及所謂的「歐洲雙元媒體系統」（European dual media system）是否能有更進一步的發展可能等問題，提供批判性的思考。本書主要為兩部分，第一部分關注政策發展的動態和挑戰，第二部分則將將重點放在與節目內容有關的議題上。

北歐媒體與傳播資訊研究中心主要北歐公共電視發展訊息與探討，以及北歐媒體發展趨勢，同時亦有兒童與媒體研究。並出版定期刊物Nordicom Review。

▶ 《追求共好－新世紀全球公共廣電服務》已經出版

公視策發部作品《追求共好》，內容涵括全球5大洲、28個國家地區、40家公共廣電服務機構之近況。議題包括：「經費模式」、「營運、治理與管理」、「服務內容」、「數位及新媒體」等。並彙整公廣相關資訊如：近十年公廣產業重要研究報告、全球主要公廣事業研究暨觀察機構、全球有關公廣事業之定期研討會。 