

「它」來了，請閉眼

—《被新聞出賣的世界：相信我，我在說謊，
一位媒體操縱者的告白》讀後心得

【佳作·王玠文】

壹、前言——納西瑟斯 (Narcissus) 的水中倒影

納西瑟斯伸手一觸水中美麗的人影，卻沒想到，他只碰到冰冷的湖水，那人卻消失不見了……。

在電影《楚門的世界》中，男主角楚門看到燈具從「天空」掉下來，才驚覺他完美的生活其實是一齣寫好的電視劇，他所生活的世界其實是一個巨大的謊言。之後在心理疾病上出現了一個症狀取名為「楚門秀幻覺」 (Truman Show Delusion)，一名男性患者在 911 事件後還實地勘察世貿大樓是否倒塌？因為他認為這件事是被設計好而不是在現實發生的。「我們成了一臺戲，給世人和天使觀看」，你我皆非楚門，但生活在資訊爆炸的現代社會，我們的訊息來源大多仰賴媒體，它建立了我們對這個世界的想像，有時我們不禁質疑，我們所認知的世界如果是由媒體告訴我們的資訊建構而成，那它究竟是真實還是謊言？

在人類傳播史的長河中，早期的人們透過口語互通消息，範圍也僅限於村落，印刷術發達後，形成了讀寫社會，以閱讀召喚出心理的共同

想像，造就了理性的光輝與啟蒙，而近代電視及廣播的興起，讓我們再度經由感官來認識這個世界，象徵著部落文化的再生，也大幅度改變了人們的感覺比率（sense ratio）與知覺模式（pattern of perception），實體疆界所造就的距離，可以在電子媒介的空間中消弭於無形，使我們在這個電子媒介串連起的「地球村」內休戚與共，網際網路興起後，外在現實的影像化被以電波或光的速度傳導，「此時此刻」成為通訊網路串連的無數電視或電腦螢幕共同的經驗，藉由螢幕的顯像，將全球統合成傳播網路裡唯一的實況時間（the real time），而我們也產生了所謂的「出竅」效應（discarnate effect），身體留在電腦前，精神卻已經被「上載」（upload）到了虛擬的網路空間，成為了「脫殼之人」（discarnate man）以及媒體的內容。網際網路這個新媒體的出現意味著人類的交流與傳播將進入一個新時代，但「媒體即訊息」（The Medium is the Message）是現代傳播理論奠基學者麥克魯漢對我們的告誡，他認為我們應將注意力轉移至媒體本身，而不是過度聚焦在媒體內容上，誠如麥克魯漢的比喻：「年輕的納西瑟斯（Narcissus）誤將自己的水中倒影視為他人，當他變成自身延伸或複製影像的自動伺服器（servomechanism）時，他自身的延伸就麻木了他的感知。」他接著說：「他去適應自己的延伸，反而變成一個被封閉的系統。」我們不能沉溺於媒體所給予我們的一切，並將它誤以為是真實的世界，而是應該學習看透隱藏在它背後的表象。就像列文森（Levinson）為麥克魯漢的話所作的註解：「雖然看穿事務的表象不容易，也未必沒有危險；但是，看穿了便有機會可以超越我們自身所投射的影像。」

新聞在我們一般印象中，就是媒體所告訴我們一則則的報導，但新聞這個概念並不一定要有現代科技參與其中，反而是人與人之間某種心靈上的溝通才是「新聞」概念的核心部份，就像是我們日常生活中與朋友所交流的「新知」，或稱為資訊的概念，「人類的社會生活是新聞活動產生的基床」，所以我們不能將「媒體所報導出來的新聞」才當作是「新聞」，而將「說新聞」的權利全交由媒體，放任自己相信媒體告訴我們的一切。早期的新聞學因而忽略了主流文化、產製場域及個人偏見等影

響，衍生出「媒體獨大」(media-centrism)的情懷，也發展出「守門人理論」，新聞媒體逐漸被奉為是社會制度中的第4權，負有監督社會的責任，也保障了民主政治中「知的權利」；但媒體不是鏡子，就算是，也只是變形失真的鏡子，李金銓甚至直呼將新聞媒體當做中立的鏡子是「太簡單的神話」，透過媒體所反映的事實其實是片面的，媒體充其量只是「破碎的鏡子」。舒茲(Schutz)認為社會真實均由建構而來，新聞報導也只是一種被建構的事實(News as a constructed reality)。既然如此，我們就能了解，新聞的產製過程中是經過一連串的選擇、確認、排除的過程才出現在閱聽人的眼前，而這樣過程之中，社會常規、內部控制、專業倫理均會對新聞文本產生影響，而網際網路的興起更加深了新聞產製的複雜性，在過程中也更容易有「看不見的手」影響著我們看見的「真相」。

《相信我，我在說謊》的作者是一位媒體操縱專家，他以自身的經驗告訴我們，浩瀚的資訊宇宙中充斥著各種人為的欺瞞和操弄，帶領我們穿越網路世界的虛假，揭露媒體巨獸如何將我們鎖進新聞的漫天大謊之中，我們終將發現，原來「謊言已走過半個世界，真話才在動身。」

貳、重點整理及摘要：潘朵拉的盒子 (Pandora's box)

在好奇心的驅使之下，潘朵拉終於打開了那美麗的盒子，剎那間，忌妒、自私、邪惡……一湧而出。

一、專書簡介——打開盒子

「相信我，我在說謊。」本書的作者萊恩·霍利得(Ryan Holiday)在標題的自白，他坦言自己是一位「媒體操縱專家」，他在此書以自身經歷及見聞告訴我們，身為一位媒體公關及網路行銷人員，他如何利用網路媒體的特性，以欺哄詭詐的手法來獲取名聲或利益，

揭露媒體巨獸如何被養成，並警告我們媒體巨獸終將失控且反噬。

本書是雅俗共賞的新聞學著作，主軸為網路媒體的亂象。網路媒體相較於傳統媒體有許多不同，網路的出現對於大眾媒體的發展也帶來了劃時代的改變，網路的即時性與互動性，都對我們的生活產生很大的影響，資訊流動更加快速與便利，但也由此產生許多亂象，對此議題有興趣的一般讀者而言，此書不啻是適當的敲門磚，通書沒有艱澀的專業術語，行文詼諧，發人深省，援引許多個人的經驗和見聞當例證，來告訴讀者網路媒體可能帶來的弊病及問題。

表 1 各式媒體傳播優劣勢比較表

媒體	訊息傳播優勢	訊息傳播缺點
戶外媒體	圖像為主	表現有限
報紙	資料量可較多、即時性稍強	圖像表現不豐富
雜誌	圖像表現可較報紙豐富、內容較深入	時效性較弱
廣播	即時性最強	只能以聲音表現、限制較大
電視	時效性頗高(如 SNG)、影像呈現豐富、傳播範圍廣、影響力大	受限時間，訊息需極短時間內呈現；時間短暫無法詳盡說明
網路	結合所有媒體之優點、加上互動性的最大優勢	內容無限延伸管理不易、需擁有科技素養才會使用

資料來源：鄭如雯《啥麼都不驚—更需網路媒體的素養》講座資料

本書共分兩大部份，第 1 部標題為「餵養怪獸：部落格如何運作」，著重於說明部落格的運作模式及媒體操縱者的手段，第 2 部份「巨獸的襲擊：部落格的意義」主要探討重點是媒體巨獸帶來的影響，章節內容分立並不嚴謹，難以明確分章討論，試爬梳本書寫作脈絡尋其旨要，作者先介紹及說明部落格的運作模式以及獲利來源，再提出因為部落格模式所產生的缺陷，媒體操縱者可以使用的策略及手段，最後語重心長表明不管是媒體、部落客或身為讀者的你我有意無意都餵養了巨獸，而這終將造成難以收拾的影響或後果；全書所舉事例甚多，依其重點羅列如下，接下來，就讓我們開

始進入這「吃人」的媒體世界。

表 2 本書事例分類計數表

事例說明主題	作者角色	作者參與	經歷見聞	事例重點：關鍵詞
部落格的運作模式		2	28	網路生態、利益、名聲
媒體操縱者的手段與特性		8	19	手法、宣傳、偽造、關注
媒體巨獸造成的影響及結果		0	18	損失、不可預期的後果
合計		75		

資料來源：筆者自行詮釋整理

二、重點整理－盒子裡的秘密

1.部落格的運作模式	
主要內容	部落格是現今社會中資訊的重要來源，商業化的部落格為了流量（點擊率），負責撰寫文章的部落客只好成為在資訊大海找尋目標的嗜血鯊魚，想盡辦法找尋騷動或只好捏造事實來引起關注，創造效益的重要法則是「不停的發表新文章」並利用煽動性的標題引起讀者的情緒或興趣，他們無法忍受沉默（沉默代表沒有利潤），「能廣為流傳的才是好文章」對報導的唯一篩選標準就是「能吸引多少人？」，「偽獨家」及「假消息」因而蔓延開來成為新聞，重要的議題卻被縮減成幾句愚蠢的引用或不好笑的話，因此只要了解部落格新聞的生產模式及過程，有心人士就能透過操縱媒體的手段達到目的；而這樣的過程也形成了媒體的供應鍊，從消息來源到小型部落格，接下來是獨立媒體或網路媒體，最後延燒到傳統媒體；這些缺乏根據的報導或「迭代新聞」就在流傳的過程中逐漸被認定成是事實，成為眾所矚目的「新聞」焦點，而關於真正的事實呢？就在以訛傳訛中被遺忘了。
吉光片羽	1. 經營者只在乎小插曲能不能帶來更多收益而非新聞的影響。P.91 2. 部落格的弱點：經營、消息來源、教育不足、貪心的經營、讀者需求、低利潤。p.267
事例簡述 p.27-29	政治性部落格 Politico 為了所需的題材來增加流量，只好「自己創造」一個候選人，使選舉周期提前開始，但事實上部落格的目的並不是要推崇一個有價值的候選人，不管是誰都只是丑角，是部落格增加瀏覽人次的手段。
思考筆記	傳統媒體亂象百出令人失望，沒想到新興的網路媒體還是逃脫不了

「它」來了，請閉眼——《被新聞出賣的世界——相信我，我在說謊：一位媒體操縱者的告白》讀後心得

	「商業化」的影響，處於這樣「假作真時真亦假」的資訊洪流中，閱聽人應如何維護自己「知」的權利？
2.主題：媒體操縱者的手段與特性	
主要內容	作者身為一個行銷人員，他知道部落客最需要的就是「議題」，而其最好越具爭議性及適合炒作（例如性別、種族……。）越好，他發現他只要利用捏造的圖片、影片、電子郵件做為消息來源，部落客就樂取採取他所提供的免費素材來報導，如果議題能持續發酵（其它部落客的散佈及網友的分享），媒體操縱者就能輕鬆得到名聲或利益，這是一個互利共生的結構，媒體操縱者先提供包裝好的訊息（所有設計都奠基於易於流傳），發佈給需要的對象，訊息就會自動擴散，因為他們都在找尋有「生命力」的分享內容，在這樣的結構下，這些需要被包裝的「訊息」最好有下列的特色：聳動的標題、挑弄情緒、偏頗誇大、適當的長度、引起懷疑；部落客被時間的壓力所支配，他們沒有太多的時間查證，加上部落客並不認為查證是自身責任，重要的不是這些訊息的真假，而是「某件事正在流傳」，總而言之，「能廣為流傳的才是好文章」，至於讀者？讀者只是烏合之眾，他們只是被操縱成為流量的工具。
吉光片羽	1.你想推銷，但媒體極需產品。p.42 2.標題就是娼妓，部落客和媒體公關都是共犯。p.119
事例簡述 p.70-71	作者為了行銷公司的萬聖節活動，為了讓沒辦法使用的照片曝光，指使員工將照片偽裝成外洩的機密寄給部落格，這種偽「爆料」理所當然的達到目的，被刊登並點閱了九萬次之多。
思考筆記	古有「曾參殺人」，今有三人成「虎」，媒體操縱者、部落客加上網路就等於是「新聞」製造機，只是新聞的定義已從「發生過的事」逐漸轉變成「據說所謂發生過的事」，媒體的功能也從傳佈「讀者想知道的事」變成「想讓讀者知道的事」，看似繁花似錦的網路世界，實則步步驚心。
3.主題：媒體巨獸造成的影響及結果	
主要內容	當媒體巨獸已經形成了他完整供應鍊可以獨立運作的時候，自以為可以操控全局的媒體操縱者（作者）發現自己只是這個世界的一部份，這個體制將被無限制的餵養而反噬，導致有些人因此名譽受損、失去工作，有些公司損失商譽或財產、甚至因此造成社會上的不安或國家的動亂，甚至有不肖部落格藉此向業者或名人勒索，民主自由的最後一道防線「第4權」因而陷入這場世紀大劫案。作者也從報業的歷史、社會學的觀點試圖為這樣的現象提出解釋，以前的小報依靠煽動及腥、羶、色的標題提高銷售量，讀者也透過點擊或分享滿足參與時事的需求，更多時候民眾會自詡為「正義使者」，卻是成為以輿論公審及罷凌當事者的加害人，這樣的「貶降儀式」，實則讓心中的野獸重新支配我們；作者也以「認知僵化」及「逆火效應」的心理學理論，向我們說明為何一開始如果接受媒體錯誤的訊息是可怕的事，而部落格的更正啟示也只會剩下表示部落客的謙卑及美

	德，「部落格」將成為新世紀的墮落嘉年華，進行數位的流血運動，最後只餘「過於喧囂的孤獨」。
吉光片羽	1. 網路媒體活動並非邁向真相的過程，而是一種文化的宣洩。p.259 2. 沒什麼比愚蠢的行銷人員跟罔顧事實的部落客齊聚一堂更可怕。p.244
事例簡述 p.169	雪莉.謝羅德 (Shirley Sherrod) 這位黑人女性因為一部她宣揚種族主義的網路影片而失去美國農業部的主管工作，事實上那是有心人士對她演講影片斷章取義的惡意操縱。
思考筆記	「得言不可以不察。數傳而白為黑，黑為白。」當「新聞自由」與「言論自由」被無限上綱而濫用時，面對任何訊息我們都應該學習獨立思考的能力，秉持懷疑的精神，而不要被媒體牽著鼻子走。

「它」來了，請閉眼——《被新聞出賣的世界——相信我，我在說謊：一位媒體操縱者的告白》讀後心得

三、結語－最後的希望

雖然作者面對如何消滅「媒體巨獸」沒有提出完善的解決辦法，但是他希望藉由他的經驗談能使讀者體認到媒體虛偽及濫情造作的現象，雖然他認為「金錢」和「正義」對部落客而言，他們無疑會選擇前者，但他仍舊希望讀者能看透真相，促成媒體改革，最後呼籲：「必須要有人指出國王什麼都沒穿啊！」。

參、心得與省思 - 蛇髮女妖梅杜莎 (Medusa)

梅杜莎成為惡名昭彰的怪物，前往勦滅她的勇士都變成石頭，洞窟周圍到處都是石像……。

「他山之石，可以攻錯。」這本書所說的雖然是美國部落格圈為了爭奪點閱的亂象，以及公關行銷業者如何從其中牟利的媒體文化，不管是在傳統或新興網路媒體，這本書所揭露的手法和現象，仍可為臺灣媒體之借鏡，它引領我們深思，媒體對我們是如何發揮影響力？更帶我們進一步思考，養成「媒體巨獸」的原因到底是什麼？在臺灣的我們，是否也面臨「媒體巨獸」的威脅？

一、梅杜莎正在看著你－媒體的影響力

1938年10月30日晚上，美國的哥倫比亞廣播網播出廣播劇《火星入侵地球》（The Invasion from Mars）。因為逼真音效及模仿目擊現場的新聞快報方式，雖然已在節目中提醒聽眾廣播劇為虛構，但是錯失廣播劇開場白和廣告時段的觀眾，在聽到主持人講到「火星飛碟已停靠地球」的時候，成千上萬的民眾衝出家門，有人手持武器準備和外星人對決，有人收拾家當準備逃亡。第一次世界大戰前後，媒體被認為是萬能的，學者認為媒體的所要散播的訊息就像子彈或針筒一樣，「咻」的一聲就能進入到人體，而閱聽人毫無抵抗能力。「火星入侵」這件事看在現代人的眼中或許覺得不可思議，因為媒體所充滿的各種光怪陸離早已讓我們見怪不怪，現代人的「抵抗力」較之那個大眾媒體初興的年代早已得到大幅度的提升。殊不知其實雖然我們表面上沒有做出什麼誇張的行為，但我們的思想和行動無疑都受到媒體的影響。就像有些人每次看到電視購物頻道，都會不由自主地按下電話號碼，雖然每次都告誡自己不要再聽信那些花言巧語，但家裡還是逐漸堆滿來自購物頻道的各類「生活必需品」。後來有學者發現或許傳媒的影響力或許沒這麼神奇，就出現了「兩級傳播理論」及「創新傳佈理論」。他們認為大眾傳播中的訊息會先達到群體中某些意見領袖，再影響一般大眾，意見領袖就是對某些特定領域較深入了解並有一定公信力的人士，就像我們常在螢光幕上看到各行各業專家；而在社會上如果有一項新觀念或新事物時，人際網路之間的「口碑」，能決定是否接受或拒絕該新觀念，就像現在我們不管是要去一家新餐廳或去看一場電影，都習慣上網搜尋網路上的評價或網友的風評，因此也誕生了許多分享訊息各領域的部落客，也有廠商要求部落客發表對其產品有利的文章，這就是所謂的「部落格行銷」；而媒體的「議題設定」效果，也影響著我們決定哪些事的重要性與否，媒體的傳播效果總是悄悄的滲入我們的生活，決定我們「想什麼？」或「怎麼想？」

我們都需當心身邊所環繞的「媒體漩渦」。

二、無可匹敵的強大—競逐名利的媒體

資本主義帶來了新聞的商業化，市場之手伸入了媒體，傳播行動也因此產生了如馬克思所言「物化」的現象（reification）。麥克馬克思（McManus）提出了市場導向新聞學（market-driven journalism），將閱聽人視為顧客，新聞成為「雙面財」，新聞組織一方面以內容爭取閱聽人市場，另一方面又以閱聽人數字爭取廣告商市場。為了「利益」，以最低的成本爭取最大的市場是理所當然。「過去靠的是人，現在靠的是數字。」收視率或是 CPM（網路文章的利潤計算指標）被奉為圭臬，全天候新聞頻道的興起更意味著記者們必須要快速生產出一則則新聞，以填塞廣闊的新聞時段，新聞專業頻道的所謂「24 / 7」新聞，以人道主義之名大量製造皮相的衝突；或者以預設好的立場及腳本去圈套報導的事件；又或夾評帶議，塑造一個掩飾新聞機構利害關係的「道德標準」。這樣的「大麥克新聞」顯然一點都不營養，速度造就的是一窩風的產業心態。

表 3 大麥克新聞營養成份表

總容量		8 小時
新聞	26	分鐘（6%）
新聞分析	18	分鐘（4%）
夾敘夾議	128	分鐘（30%）
謠傳和諷語	28	分鐘（7%）
亂猜	84	分鐘（20%）
瞎扯亂聊	16	分鐘（4%）
自我吹捧	20	分鐘（5%）
完全的廢話	100	分鐘（24%）

資料來源：Rosenberg & Feldman (2008: 197)。

「它」來了，請閉眼——《被新聞出賣的世界——相信我，我在說謊：一位媒體操縱者的告白》讀後心得

資訊篩選的唯一原則只剩速度，新聞變成每日推陳出「新」的商品，陷入了法蘭克福學派所批判的文化工業（cultural industry）邏輯，即為了符合成本效益，只好用虛假的個別化（pseudo-individualization）和零件交換性（part interchangeability）來掩飾標準化，所以不管在傳媒或網路，新聞總是「大同小異」，「異」的其實只有主播和廣告，我們以為媒體的競爭會帶來多元，但當競爭是受限於同樣的條件與框架（相同的廣告主或收視率），競爭就會產生同質化的結果，被視作「公共領域」的新聞將陷入「再封建化」的危機，我們曾經以為網路可以改善被商業污染的傳統媒體帶來的亂象，但事實上當我們讀完這本書，再看到網路上的「病毒式行銷」及「三星寫手門事件」，會發現一切並不樂觀。「部落格的存在是為了獲利的商業行為」，自法蘭克福學派批判大眾媒體成為「文化工業」以來，媒體擺盪在社會公器與私人商品的雙元性辯論迄今仍未有定論，但確定的是，我們應該已經吃了不少沒營養的「大麥克新聞」下肚了。

三、僵化的石像－臺灣媒體之我見

我們曾經對新聞媒體抱著「羅賓漢」的幻想，認為它能揭露社會的不公不義，彰顯「第4權」的功能。我們也以為如雨後春筍成立的各家新聞台，會在自由競爭下為閱聽人帶來更優質的報導。但事實上，我們都知道臺灣主流媒體的素質，在商業化的惡性競爭之下日益沉淪，不管是政府或企業，大家都只把媒體當成「傳聲筒」而非「社會公器」，媒體最後淪為宣傳的工具，而「閱聽人」則成為「腦殘式新聞轟炸」（bombarded by brain-dead news）的受害者，中國時報前資深記者黃哲斌曾說：「政府與大企業的手，直接伸進編輯台指定內容，這是一場狂歡敗德的假面舞會；花錢買報紙的讀者，卻不知道自己買了一份超商 DM 與政府文宣」，不管是「造假」還是「煽動」，「一窩蜂」還是「瞎起鬨」、「抹黑」或「造神」，這些負面的詞語都成為我們對新聞媒體的印象，「追求精確是困難

的，搶得先進容易的多」，競逐的媒體沒太多時間查證，「置入式行銷」對廣告主和媒體業者來說是互利的雙贏策略，於是「新聞綜藝化」、「報導廣告化」成為常態，「客觀中立」淪為口號，「知」的權利成為偶爾需要擦脂抹粉的媒體遮羞布。臺灣媒體上空籠罩重重陰霾，希望的曙光何時才會到來？

四、結語：期待勇士的出現

「為何媒體產生亂象」或「如何改善媒體亂象」均是大哉問，相關研究汗牛充棟，「謊言重複千遍，就成為真理。」接下來該思考的是，為了不要成為媒體「麻醉負功能」下僵化的閱聽人，下一步該怎麼做？

肆、啟發與行動 - 大衛與巨人歌利亞 (David and Giant Goliath)

大衛用手從囊中掏出一塊石子來，用機弦甩去，打中非利士人的額，石子進入額內，他就仆倒，面伏於地。

「水能載舟，亦能覆舟。」本書主要目的是提醒讀者要小心網路媒體在商業化體制下所帶來的不良影響，他認為「從網路媒體得到的知識大多空洞貧乏，資訊也大多是錯誤的。」歷史告訴我們，媒體革新雖然會帶來新的問題，但卻也帶來希望，就像活字排版的印刷術革命，造就了文藝復興的光輝；數位時代的來臨對資訊傳播是一大變革，誠如作者所言，有人會將本書當作操縱者的指導手冊，但他更希望他的自白能使被公諸於世的小花招失效，一切的潛規則也能被攤在陽光下檢視，使社會免於「媒體巨獸」的傷害，我們也可以思考，如何乘舟而行不為水所覆？媒體所言是否皆不可信？而我們如何迎戰「媒體巨獸」？

一、政策溝通新時代

大眾媒體是現代社會中連繫政治領域和公眾之間的重要管道，以往一個典型的新聞是先出現在報紙，然後是電視，但在網路時代，新聞往往會在傳統媒體與網路間相互流動，網路成為新聞記者在最短時間內確認民意的管道，傳媒也大量採用網站以及線上服務來取得新聞資訊，與被壟斷資本主義入侵的傳統媒體相較，網路更能保障的公共領域的普世性（Universality）與平等性（Equality）。凱勒（Kellner）就認為，網路能拓展公民政治參與；「審議式民主」（deliberative democracy）的思潮喚醒了沉默的大眾，當大眾轉化為關心國家政策及社會議題的「公民」，政府也必須面對新傳播科技及政治思潮所帶來的衝擊，從前政府依賴傳播媒體為政策行銷或危機處理管道，但今時不同往日，政策溝通不只是政令宣導，媒體也不只是「宣傳」或「教化」的宣導工具，近年來臺灣的「網路公民」（netizen）多利用網路社群（如臉書、PTT）參與線上討論、訴願及抗爭，不但可影響民意，甚至挑戰政治議題，今後政府應將網路視為相互溝通的新管道及平台，除了利用網路搜集及了解輿情、爭取大眾對政府施政方向的肯定和認同，更能以公開透明的資訊，誠實平等的態度、活潑的語言及平易近人的方式，讓公民也有參與政策制訂與修正過程的可能，發揮新時代的政策溝通能量。

二、媒體的進擊

「新聞學的問題在於公眾已經瓦解，公眾消失在新聞學中。」大眾傳媒的私有化及商業化帶來了許多亂象，影響社會甚鉅，對這樣的現象，無論是學界或業界及一般大眾均出現檢討的聲浪。臺灣2012年的「反媒體壟斷巨獸」運動以及臺灣媒體觀察教育基金會等相關民間團體的成立都說明著大眾對於「媒體」作為社會公器的需求更為迫切，因應時代潮流及需求，政府也已在2006年成立國家通訊傳播委員會（NCC）以確保通訊傳播市場有效競爭，保障公眾利益，促進通訊傳播發展。而前述「審議式民主」的思潮也促使了「公共新聞學」（public journalism）的興起，認為新聞界應重新找

回「公眾」而不是服膺「市場」，媒體及記者的責任在於喚起大眾對公共議題的關注，記者應放棄不必要（或形式上）的客觀及價值中立，扮演主動的角色，為市民發掘問題以及說明來龍去脈，而網路的發達，更實現了麥克魯漢「人人成為出版家」的預言，意即人人都可以打造自己的媒體，補充大眾媒體的不足與糾失；同時，公民記者（citizen journalist）和獨立媒體的出現也打破以往遭傳統媒體壟斷的訊息市場，他們用有別於以市場利益為優先的觀點帶給閱聽人不同的訊息及視野；目前主流媒體多受私有市場把持，但我們仍期盼媒體能秉持獨立自主的精神及專業倫理來報導真相。2014年的普立茲獎頒給了美國「華盛頓郵報」及英國「衛報」，因為他們根據揭秘者史諾登（Snowden）提供的機密文件所做的監控事件報導引發各界的廣泛關注，在美國社會引發激烈討論，並促使美國總統歐巴馬（Obama）做出限制政府監聽權限的決定。無論是媒體的「自律」或「他律」，我們都希望臺灣的傳播生態更趨健全，讓公民傳播權利充分實踐，讓每個人都能自由地尋求、接受、傳遞消息和思想。

三、優質的閱聽人

「若讀者對新聞的要求標準開始質重於量，網路媒體的生態就會隨之改變，操縱者和行銷人員就無法再為所欲為」，作者認為，一個聰明的讀者應該會自問：「我需要這些資訊做什麼？」這是「最光明的時代，也是最黑暗的時代」。媒體巨獸充滿詭詐和謊言，但我們不能悲觀因噎廢食，選擇不聽不看，卻也不能樂觀的將媒體的訊息照單全收，現代大眾花費在媒體的時間佔日常生活作息的比例越來越高，除要了解媒體只是鏡花水月，記得抬頭和真實世界互動，也要提升「媒體素養」（Media Literacy），對媒體有足夠的認知來評估、判斷及選擇從媒體上所接收的訊息，世界多國如美、英、日早已將「媒體素養」納入正式課程，教育部在2002年也推出《媒體素養政策白皮書》，希望形塑國家與社區文化品味的媒體公民；

霍布斯（Hobbs）指出：「媒體素養不是新的學術領域，媒體素養也不是只跟電視有關，這是資訊時代的素養」，面對數位時代，優質閱聽人也應與時俱進，

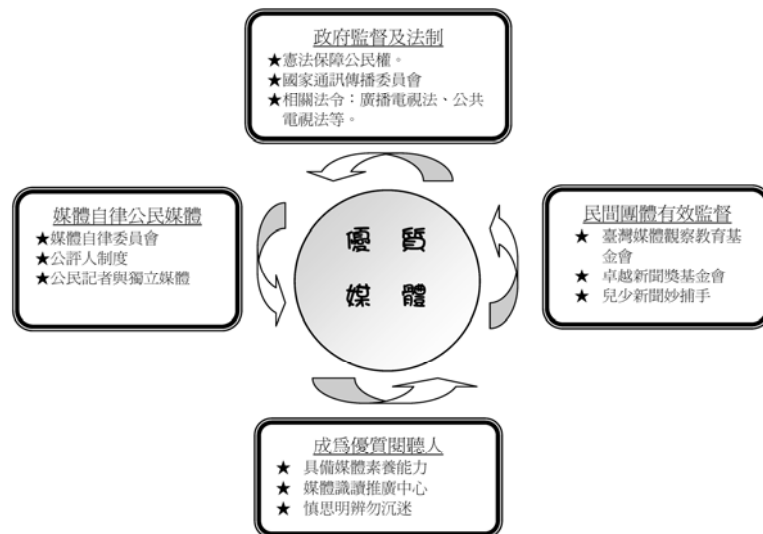


圖 1 打造優質媒體四面向

資料來源：筆者自行整理（表列內容為相關團體或重點）。

美國也對網路媒體素養（Internet literacy）設計出 Cyber-SMART 課程，面對花團錦簇的網路世界，我們都應期許自己能提升媒體素養，看透隱藏在糖衣之下的毒藥，成為新時代的優質閱聽人。

伍、總結—黑夜給了我黑色的眼睛，我卻用它尋找光明

希臘神話中的神祇總是帶著人性的缺陷，但在聖經中，雖然人是軟弱的，但卻有上帝所賦予向善的渴望和力量，能以小博大，化弱為強，烏雲背後總有陽光，優質媒體並非遙不可及的夢想；「我懷抱著滿心期許來清空這堆被廢棄、淘汰的殘骸，但願有助於建立起新氣象」，這是

作者最後對我們的期許，當我們願意停止餵養媒體巨獸，它就會開始衰弱、失去生氣。讀完此書，引導我思考了媒體亂象背後的成因，也對臺灣的媒體亂象有更深入的了解與認識，媒體巨獸的養成背後有許多複雜的原因，但盼能從政府、媒體業者、公民團體、閱聽人方面能多管齊下，打造優質的媒體環境，保障公民「知」的權益；身為一個資深鄉民，我對這本書所述網路亂象我亦心有所感，或許無意中我們也做了像此書背頁所說：「被鎖進新聞的漫天大謊中成為共犯」的事情，躲在電腦背後，針對毫無根據的網路爆料瞎起鬨、分享轉載無意義的廣告文章、對反感的文章留下情緒性的言論，「就像一片孤葉，不會未經整個大樹的默許就枯黃，作惡者胡作非為的背後，並非沒有你們大家隱匿的允諾。」身為閱聽人的我們不應對當前的媒體亂象撇清責任及閉眼不看，而應檢討並提升自身的媒體素養，對媒體發展投入更多的關注；最後，引用小說《1984》中的一句話作為結語：「如果有希望，那就在群眾身上。」願我們不畏「浮雲遮望眼」，而是讓媒體成為我們拓展視野、打開世界之窗之助力。

參考資料

一、中文部分

1. 《聖經》
2. 萊恩·霍利得（2013）《被新聞出賣的世界：「相信我，我在說謊」，一個媒體操縱者的告白》。臺北：臉譜出版社。
3. 陳德中（譯）（2009）《希臘神話故事》。臺北：好讀出版社。
4. 宋偉航（譯）（2000）《數位麥克魯漢》。臺北：貓頭鷹出版社。
5. 喬治·歐威爾（1991）《1984》。臺北：志文出版社。
6. 李金銓（2005）《大眾傳播理論》。臺北：三民出版社。
7. 翁秀琪（2011）《大眾傳播理論與實證》。臺北：三民出版社。
8. 康士哲（2005）。《在速度的廢墟中挺進：電子媒介新聞的唯物批判觀點》，《新聞學研究》，84:79-118。
9. 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》12月號。
10. 施盈廷（2003）。《資訊時代的新聞概念：小寫新聞的誕生》，《資訊

「它」來了，請閉眼——《被新聞出賣的世界——相信我，我在說謊：一位媒體操縱者的告白》讀後心得

社會研究》，4：181-210。

11. 鍾起惠（1998 年）。〈新聞產製市場理論的檢視：京華城觀光休閒購物中心動土事件之個案分析〉，中華傳播學會年會論文。
12. 鄭作彥（2010）。《慢下來，多想一點吧：評介「沒時間思考：媒體速度與 24 小時新聞循環的威脅」》，《新聞學研究》，104：247-258。
13. 洪貞玲、劉昌德（2004，1）。《線上全球領域：網路的潛能、實踐與限制》，《資訊社會研究》，6：341-364。
14. 楊意菁（2013）《網路意見的新聞再線與公眾想像：「網友說」新聞的內容與論述分析》，《中華傳播學刊》24：119-164。
15. 鄭如雯（2003）。《啥麼都不驚-更需要網路媒體的素養》。公共電視、民生報 2003 年媒體教育系列講座第 4 場講義資料。

二、英文部分

1. Rosenberg, H. & Feldman, C. S. 《No time to think: The menace of media speed and the 24-hour news cycle》 p.197, New York: Continuum.2008.
2. Hobbs, R. (1998). Building citizenship skills through media literacy education. In M. Salvador & P. Sias (Eds.), The public voice in a democracy at risk (p. 57-76). Westport, CT: Praeger.
3. Teicher, J.(1999) An action plan for smart internet use. Education Leadership, 5(5), p.70-74.
4. Harvey Molotch; Marilyn Lester, News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals, American Sociological Review, Vol. 39, No. 1. (Feb., 1974), pp. 101-112.
5. Chris Fuchs <Freedom,Fried.>, 外交政策 (Foreign Policy) 2 月號。

三、網路資料

1. 維基百科 Wikipedia
2. 黃哲斌部落格。《圖解》第一次買新聞就上手
<http://blog.chinatimes.com/dander/>
3. 媒體識讀推廣中心 <http://www.tvcr.org.tw/>
4. 媒體素養教育政策白皮書
<http://data1.naer.edu.tw/filedownload/mediawb.pdf>
5. 陳順孝部落格。阿孝扎記：打造自己的媒體
<http://www.ashaw.org/2011/04/blog-post.html>
6. 獨立評論@天下 <http://opinion.cw.com.tw/>