



## 大誌有大志 街友真受助？

2011-01-02 記者 羅文婕 報導



去年在台灣創刊的大誌雜誌，主打社會企業的口號，以讓遊民販售的方式，一方面提供讀者涵蓋國際時勢等的資訊，一方面也能提供遊民工作機會，讓他們能「重新取得生活的掌控權」，不過自發行以來，雖然宣傳上主打著「提供遊民工作機會」，但運作方式卻導致爭議不斷。



獲得英國版權的台灣版《大誌》雜誌，與英國企業結構不同，卻有著一樣的名字。(攝影／羅文婕)

### 標榜街友自食其力 通路卻相斥

社會企業 (social enterprise) 起源於英國，主要是指一種將營運所得用於追求社會目的，而非私人營利的一種企業型態，雖然確切對於社會企業的定義，其實是因國家和地區而異的，不過普遍來說，大部分的人都認同社會企業，其對於社會都具有特定的正面效果，其中之一就是：為弱勢族群提供真實的工作環境，提高他們的工作能力，最終能自食其力生活，讓弱勢族群能靠著自己的力量融入社會。

源於英國的大誌 (the big issue)，當時由 Anita Roddick 和 John Bird 在 1991 年共同創立，這份雜誌最特別的地方，就是由培訓過的街友來販售，並非鋪貨至書店等一般通路，創辦人 John Bird 的認為：「與其給魚、不如教他釣魚 (a hand up not a handout、working not begging)。」希望藉由這樣的銷售管道，讓街友能自食其力，進而利用這些賣雜誌的利潤來改善生活。發行了 18 年的大誌除了英國本土依地區有分不同的版本之外，在世界各地也有其他國家發行，台灣在 2009 年得到官方授權，成為了繼日本、澳洲等，在世界發行該雜誌的第九個國家。

在台灣由大智文創取得代理權的大誌，在創立初期至今都主打著幫助街友，成為社會企業等名號宣傳。官網上文字是這麼描述的：「這是一本給流浪在街頭的人們所販售的刊物，透過一個可以自食其力的機會，重新掌握生活主導權。」而關於雜誌本身想傳達的內容，大誌執行企劃王嫻霖表示：「除了希望提供街友一個工作機會外，大誌主要是希望透過雜誌對讀者說話，內容是豐富且多元化的，無論是知識上、常識上、抑或心智上，透過閱讀大誌雜誌，皆會有不同的收穫。」

媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物



在日本街頭的雜誌販售員。(圖片來源/ [daylife.com](http://daylife.com))

大誌一本售價一百元，工作人員於台北地區選出前三十大捷運站出口，將販售人員安排駐點販賣，有意願販售的街友在經過培訓之後，可以先得到公司免費贈送的十本雜誌試賣，接下來街友們可以早上到華山公園，以一本五十元的價格批貨；因此，一本一百元的雜誌，街友與出版商都各獲利五十元。但大誌在台北以外地區鋪貨的方式並非由遊民販售，而是一般的超商與書店等一般通路，這個與英國不同的銷售方法，因而引起了些許爭議，對此，王嫻霖說：「由於未來可能會發展到外縣市，在初期，我們需要讓更多人認識大誌雜誌，並養成他們的閱讀習慣。」她也表示在今（2010）年六月的時候，大誌已經撤銷外縣市的超商通路了。不過過期的大誌其實在全台灣皆有特約店家販售，王嫻霖表示，這些店家都是主動與雜誌社聯繫的，是作為雜誌的推廣站。

這本雜誌在英國經營了 18 年，擁有固定數量的讀者群，但這樣標榜社會企業的刊物在台灣，真有辦法如它主打工宣所說的，讓有意願工作的街友得到一個自營生計的機會嗎？



穿著橘色背心的台灣街友雜誌販售員。(圖片來源/ [tbsa.mac.to](http://tbsa.mac.to))

### 內容須加強 效果待思考

在英國，大誌是一個有完整結構的社會企業，除了雜誌本身的公司之外，還有基金會在負責管理雜誌收益，並提供資金協助小販，及辦理相關活動等等，但是在台灣，大誌目前是由出版商發行的情況下，撇開發行內容不說，若針對大誌本身營運方式來講，目前仍缺背後整體企業的经营管理，真正能透過賣雜誌，使遊民得到穩定收入的這份力量是有限的，不過也有讀者反映，雜誌本身的內容確實相當多元，涵蓋名人專訪、藝文消息、國際新聞等等。每月固定會購買大誌雜誌的交大電子所博士生劉家宏表示，大誌有著許多其他雜誌沒有的特色，如世界各地的新聞報導等，這是連電視媒體都相當不足的部分。

但是對於整體內容部分卻定位不足，在資訊的選擇、編排及企劃上有待加強。只有買過一期的交大傳播所張同學，在看完雜誌後認為：「雜誌沒有企劃，缺乏以一貫之主題，整本從頭讀到尾

，還是無法說出這期在講些什麼。資訊實用度不高，因為沒過濾，所以有的沒的都一起寫了，讀完不知道為什麼要放這段。」對於這本雜誌有沒有辦法幫助到遊民，她說：「內容很待加強。雖說主要目的是幫助遊民，但內容不佳不會讓人想回購，買大誌的動機比買口香糖或抹布還微弱，也沒辦法長期幫助遊民。」傳科系學生張宇翔則是認為：「雜誌裡的內容感覺都很時髦，是一本很具有都會感的雜誌，有些給人的感覺太台北了，所以若要推廣並融入到外縣市會有點難。」



英國版的大誌雜誌。(圖片來源/ [bigissue.com](http://bigissue.com))

王佩霖表示：「街友販售員招募至後期有些微的瓶頸，街友間口耳相傳，有人可能說很難賺，有人可能說很好賣，部份街友就會帶著過高的期望前來，但是事實上，販售雜誌一開始都是辛苦的。」實地走訪位於台北捷運市政府，當晚是聖誕夜，百貨公司附近擠滿了購物的民眾，「一本一百！一本一百！」一名販售大誌的街友在路邊喊著，但沒有人停下來。而照著雜誌標示的地點，走到台北車站捷運站，卻沒看到任何販售雜誌的街友，雖然有固定的販售據點，卻無固定的販售時間，加上書店、網購與讀者訂閱也是該誌的購買管道，因此增加了向遊民購買的困難度。

以街友販賣作為特色的大誌雜誌，至今已在台灣一年多，與英國企業結構不同，卻掛著與英國該雜誌同樣的名字，但實際上能真正幫助到多少街友，幫助效果如何，仍然是充滿理想性宣傳口號的背後，值得思考的問題。



#### 恐怖情人 當深愛變成殺害

近年來，情殺案件頻傳的現象，來自於社交媒介轉換、媒體的連鎖效應及教育體制的根源，情感問題是大眾關注且必須學習的議題。

#### 多元創意 單一主題同人展



臺灣的同人誌販售活動日益興盛，更出現限定特定主題的「單類型同人誌販售會」，顯示同人活動的多樣面貌。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by DODO v4.0