

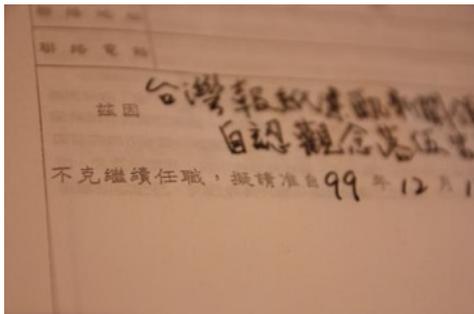


別上當！當新聞不再是新聞

2011-01-02 記者 陳雅甄 報導



中國時報資深記者黃哲斌於去年十二月十二日主動向報社請辭，離開待了十六年多的工作崗位，隔日黃哲斌便在個人部落格中發表了一篇名為「乘著噴射機，我離開《中國時報》」的文章，抗議政府以及企業藉由預算而對新聞內容加以干涉，並發起一項「反對政府置入性行銷」的公民連署活動，引發社會大眾對於「媒體置入性行銷」以及「業配新聞」問題的熱切關注與回應。



「台灣報紙業配新聞領先國際潮流，自認觀念落伍告老還鄉。」
 在對《中國時報》遞出的辭呈中，黃哲斌以幽默的文字內容，
 諷刺台灣報紙業配新聞存在的問題。（圖片來源／黃哲斌部落格）

「置入性行銷」的概念即是廣告主經由付費給媒體業者後，將行銷事物策略性地出現在既存媒體之中，透過大眾傳播的廣大影響力來達到廣告宣傳的效果，是一種意圖降低觀眾對於廣告抗拒心理的巧妙行銷手法，閱聽人不一定會發現「廣告」的存在。而置入性行銷大多出現在影視產業，觀眾可以在許多戲劇節目及電影中看到蛛絲馬跡，置入的產品可以是演員或主持人身上的配件、一旁的道具擺設等等，當閱聽人觀賞節目內容的同時，產品的資訊也相對地得到曝光。

假新聞真廣告 業配侵蝕媒體業

然而，隨著媒體產業的快速發展，傳統媒體與新興媒體競爭激烈，尤其是網路媒體加入搶食閱聽人大餅的戰局，讓平面媒體難以生存。於是新聞產業也開始出現置入性行銷，政府及企業只要透過預算就可以控制新聞內容，將宣傳事物包裝成新聞的形式報導，產生所謂的「業配新聞」（意指「新聞部」與「業務部」配合），接受廣告主的要求而分配記者去相關單位採訪報導。

「政府與企業向媒體買業配新聞，與記者主動去採訪是兩種不同的東西。」黃哲斌認為兩者間的界線要區分清楚，新聞就是新聞，廣告就是廣告。他描述過去曾經發生過報紙編輯台已決定要放上某版的頭條新聞，但在稍晚時間被相關單位要求買業配刊登那則新聞成為頭條，使得原本具有報導價值的新聞頓時間淪為以價格決定的商品。會造成這樣畸形的現象，「除了各類媒體的競爭以及新媒體的崛起之外，有時候業配也關係到經營者的身分和想法，以及他對於新聞理念的了解程度與是否願意堅持。」曾任公共電視台總經理，現任中正大學傳播學系的副教授胡元輝如此說道。

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。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



「讓新聞歸新聞，廣告歸廣告！」

2010年12月17日民眾聚集在北一女學校前，
呼籲政府改善置入性行銷新聞現象。（圖片來源／中央社）

同樣的訊息以不同的媒體形式傳播，對於閱聽人則會產生不一樣的傳播效果，人們普遍相信新聞本身的真實與公正性，這也成為廣告主漸漸將廣告包裝成「新聞形式」的原因。「我會疑惑這種東西為什麼會成為新聞，可是當時沒有懷疑過這可能會是業配。」就讀交通大學傳科系大二的學生許雅筑，說明自己在還不知道有業配情況發生時的新聞閱聽經驗，「比起廣告的形式，我覺得新聞的形式真的比較容易讓人去相信它。」

早期的工商新聞廣告，是藉由廣告部的工商記者所撰寫，且廣告刊登版面的位置清楚、固定，所以讀者可以對新聞及廣告的分別有明顯地判斷。然而，現在廣告與新聞之間的判斷界線卻越來越模糊。

這也顯示了新聞本身所具的公信力與公正性受到嚴重地威脅與質疑，因為新聞已演變成「用金錢」就能買得到的東西，廣告主藉著閱聽人對於新聞媒體專業自主能力的信賴，意圖與媒體共謀，強迫不知情的民眾在不自覺下接收廣告訊息。

記者變業務 編輯權力守不住

「在我離開的三、四年前，那時候所謂的媒體守門人還有權力可以將廣告與新聞之間的紛歧隔開，頂多就是內部關起門來大吵一架，可是會漸漸發現吵架的效果越來越小。」對於媒體間業配市場的興起與坐大，黃哲斌說明離開報社的原因是由於那條抵抗防線的消失，業配新聞的數量越來越多，記者就像是兼差業務員身分般地對外拉廣告；另一方面則是記者的專業判斷與道德良知受到壓迫，剝奪記者們正常努力採訪新聞的發表空間，就連編輯台的權力也受到限制。「表面上是收買一則新聞，事實上是收買一整個媒體，讓我們都變成了共犯，在裡面是沒辦法公開反對、批判業配新聞，頂多只能關起門來，拍拍桌子，但做業配的還是繼續。」黃哲斌擔心若不即時對業配有所危機意識，則會漸漸讓業配變成是一種體制化和合理化的行為。

業配新聞氾濫，威脅的不只是新聞本身，也是新聞記者們的生涯，「這樣的情形會對記者造成人格分裂以及心靈上的傷害。」胡元輝對此表示：「媒體工作者離開他的職場，大多數情況都是有自己新的生涯發展，但是黃哲斌事件反而是出於被迫才不得不離開的。」其實不只是記者，公關廣告界的從業人員也不見得贊成業配新聞的作法。黃哲斌便舉例，曾經有從事公關公司的朋友向他透露，自身是非常不同意業配新聞的存在，原因是自從政府部門知道可以輕易地用錢購買業配新聞後，反而就不再那麼重視廣告本身的創意與投入心力。

「當我知道了業配新聞這樣的情形，的確對於將來當記者的想法打了一點折扣.....不過，我還是會想當記者。」未來想從事體育記者行業的許雅筑如此說道，對於在將來報考記者可能會遇到的業配困境，她思考了一下，說：「如果我是一個新人的話，可能會先進去看看裡面的環境如何，再決定是否要留下來，若是沒辦法折衷的話，也許就會辭職。」

事實上，除了平面媒體，電視台也一樣存在著業配新聞的情況。一名不願透露姓名的某電視新聞台的編輯主管表示：「廣告主現在越來越聰明了，知道一般的電視廣告比較沒有收視效果，就想將它變成是以新聞的方式呈現。」這名編輯主管坦承電視台的確會透過業務部門與廣告主的接觸，再由業務部與新聞部合作，控管業配單數量與工作登記。新聞部主管簽訂所謂的「業配單」分配給專門跑「業配新聞」的記者，由他們自行拿捏尺度，而這類記者則大多被編在機動性高的採訪路線。「像是新聞畫面旁的跑馬燈，我承認裡面多少有一些是業務部的廣告訊息，但是我們也不會做得太露骨，畢竟NCC會處罰。」對於置入性行銷的訊息出現在新聞版面以及時段中，電視

台始終遊走在法規邊緣。



「這是新聞？還是廣告？」

(圖片截自YouTube，製圖／陳雅甄)

置入性行銷的壓力甚至也影響到了非營利的公共電視。胡元輝談述自己擔任公共電視台總經理的經驗，他說任期的這三年期間，也曾經遇到想藉由公視的公正立場來做宣傳的情形，如有立法委員希望公視能製作一些節目或者是新聞採訪。「新聞部覺得沒必要，所以最後是拒絕了，這難免會讓那些人感到受挫，當然會有一些反彈，但是我們這邊也有必須遵守的原則，畢竟公共電視沒有廣告，這種事情的發生算是少數個案，不過過程還是要妥善溝通。」胡元輝表示。

新聞自由受保障 媒體理應自律

在各方的質疑與抗議之下，日前新聞局正式在行政院院會提出《政府機關政策文宣規畫執行注意事項》，規定政府不得購買業配新聞以及置入性行銷，並呼籲中央及地方機關相配合。胡元輝對此持保留態度，他表示，這項政策是否能夠被貫徹，還需看執政者的決心，並且建議政府應要有法制化的規定，還要有對於商業置入性行銷的適度明文規範。

就如同匿名的電視新聞台編輯主管所說：「以市場機制來說，在好的大環境下，廣告是供過於求的，其實就算沒有政府的業配新聞，廣告的份額和空間還是會被其他商業廣告需求所填滿。」他認為電視台有自己的生存管道，並不一定得靠政府的新聞才活得下去，以政府目前的回應似乎還是沒辦法做到周全。而這名編輯主管也提出與現今多數人撻伐業配新聞的不同看法，他認為社會大眾太快為業配下定論：「不要在這個問題尚未深入檢討的時候，就馬上定位業配是十惡不赦、罪大惡極、違反崇高的新聞理念！我想，這些相關人士都是系出同門，關於業配新聞是可以多方坐下好好檢討的，討論出一條合理的界線。」

有豐富媒體管理經驗的胡元輝也承認，「傳媒的工作者很辛苦，傳媒所有人也有他經營上的困難。」但他強調，身為媒體所有人理應知道，新聞具有的真實、公正客觀的特質，本就不該與廣告混為一談，「他有他不可推卸的責任，應該要有所自律。而社會大眾也應唾棄有關新聞置入性行銷的現象，直接向相關單位表達不滿。」胡元輝表示閱聽人應持續監督政府、企業以及媒體，抑止這樣的媒體亂象惡化下去。

《憲法》第十一條規定，人民有言論、講學、著作及出版之自由，新聞自由亦屬保障範圍；且對於依法登記的報社、雜誌社、通訊社、電視台與廣播電台等銷售本事業行為是不徵收營業稅的。這是公眾對於媒體的一種社會公器想像，否則法律也不會給予媒體這麼大的權限。因此，媒體更要藉著自身的專業判斷與大眾給予的權力，做好監督政府的角色，公正性報導新聞以及真實事件，並揭露社會的不公，媒體應是引領社會走向良好風氣，而非成為一種製造社會亂象的來源。「現在已經有很多人開始會試著去分辨業配，我覺得這就是一個開始。」黃哲斌說道。



那些年 爸爸與芭樂的回憶

在阿爸生日那天，摳摳憶起爸爸與芭樂的故事。

變化自如 幕後的聲音演員



資深配音員蔣篤慧，娓娓道來身為臺灣配音員的酸甜苦辣。

