

Week Topic : Media

Presenter : 吳孟珊

ID : M016070011

Date: 2013/5/14

Media

第一節 日本媒體簡介

一、日本媒體的發展與概況

明治維新之後蓬勃發展，起初是以出版品為主，包括報紙、雜誌等，美國占領時期(政策逆轉後)曾限制新聞的自由，並訂定限制言論自由的相關法規，但 1952 年美軍依波茨坦宣言撤離日本後，日本媒體的發展更加快速，尤其在 1980 年代達到日本媒體發展的巔峰，1990 年代受限於外部環境的變動與內部政治改革亦促成了日本媒體的改革，日本媒體從事後監督者→激進監督者→牆頭草→權變心理的監督者質變歷程也表現了日本媒體在政治上的角色，而政治人物對媒體策略的掌握是否真能成功傳達理念進而獲選，以透過媒體手段來達政治目標，我認為政治人物本身的個人魅力是大眾買不買單的關鍵，總之，日本媒體在政治上角色的轉變表現出日本媒體是傳達政治的管道，不可否認媒體的重要性，但媒體對政治的影響力大或小，我認為必須視不同的議題而定，近年來多媒體時代的來臨、廣告商對傳統媒體的投入減少，日本出版業面臨重大危機，日後日本媒體的轉型仍具有研究的價值。

二、日本的主要媒體與特色

日本的主要媒體具有「集團式」的特色，主要是由 Big 5¹為首的新聞集團，皆與報社、電視台、廣播台、雜誌出版品為關係企業，日本媒體業亦展現了 Japan Inc.的特色。

1. 報紙

日本是世界報紙大國，2012 年的報紙發行總量超過 4700 萬份²，且全國性報紙讀賣新聞(*Yomiuri Shimbun*)與朝日新聞(*Asahi Shimbun*)分別是世

¹ Susan J. Pharr, Ellis S. Krauss, "Media and Politics in Japan," (University of Hawaii Press, 1996), pp. 6-19.

² 日本新聞協会トップページ, 2012/10. "新聞の発行部数と世帯数の推移," <<http://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>>.

界付費日報發行量排名的第 1 名與第 2 名³，日本報紙區分為「隸屬集團」的全國性報紙與具「一縣一報」特色的地方性報紙。

全國性報紙有讀賣新聞(*Yomiuri Shimbun*)、朝日新聞(*Asahi Shimbun*)、每日新聞(*Mainichi Shimbun*)、產業經濟新聞(*Sankei Shimbun*)與日本經濟新聞(*Nihon Keizai Shimbun*)5 家，且此 5 家全國性報紙分別隸屬在不同的大集團下，具有報社與電視台的聯合關係，如：讀賣新聞與日本電視台即是關聯企業，隸屬於讀賣新聞集團。

地方性報紙以發行量在 80 萬到 200 萬之間的中日新聞(*Chunichi Shinbun*)、東京新聞(*Tokyo Shinbun*)、西日本新聞(*Nishinippon Shinbun*)、北海道新聞(*Hokkaido Shinbun*)為代表，日本的地方性報紙家數超過 200 家，具一縣一報的特色。

日本報社的家數約莫為 150 家，而日本報刊的發行屬於專賣制，日本 93% 的報紙銷售都是通過「送報上門制度」來實行的⁴，報紙與人民生活的息息相關，可見報紙在日本民眾心中具有一定的地位，且體育報紙在日本也相當具有重要性，日本五大報業集團皆有發行體育報紙，如：讀賣新聞集團的體育報知。

2. 雜誌

日本雜誌的種類相當多元，大致上可區分為總和雜誌(*sōgō-zasshi*)、新聞與娛樂三種型態。總和雜誌(*sōgō-zasshi*)大多為按月發行，主要內容包含新聞、小說、文化、政治、經濟等綜合性的雜誌，以中央公論(*Chūōkōron*)、世界(*sekai*)、株式會社文藝春秋(*Bungeishunjū*)為代表，新聞雜誌大多按星期發行，較受歡迎的新聞雜誌類為讀賣(*shokun asahi*)和朝日(*shokun Yomiuri*)，娛樂雜誌則有八卦雜誌 Focus 和漫畫(*manga*)，而日本漫畫亦是日本大眾文化當中重要的特色之一。

3. 電視台

日本家庭鮮少擁有有線電視(*cable television*)，大多以收看六大無線電視網(*broadcast television*)為主。

³ WAN-IFRA, 2012/11/27. "World Press Trends Report 2012,"

<<http://www.wan-ifra.org/reports/2012/11/27/world-press-trends-report-2012>>.

⁴ 中文百科在線，〈日本傳媒業〉，2012 年 1 月 17 日，

<<http://www.zwbk.org/MyLemmaShow.aspx?zh=zh-tw&lid=22767>>。

六大無線電視網分為以日本放送協會(*Nippon Hōsō Kyōkai, NHK*)為主的公共媒體，NHK 在二戰後至 1985 年間，曾一度主導政治相關的報導並提供新聞，以較枯燥乏味的敘述性方式、確保中立立場來播報，另外五家則是與集團關聯的民間放送，以日本電視台為中心的 NNN·NNS，是讀賣新聞的關係企業；以 TBS（東京放送）為中心的 JNN，是日本第一個電視聯播網也是每日新聞的關聯企業；以富士電視台為中心的 FNN·NNS，是富士產經集團的核心企業之一；以朝日電視台為中心 ANN，是朝日新聞的關係企業；以東京電視台為中心的 TXN，是日本經濟新聞的關係企業。

4. 廣播台

日本廣播電台分為半官方性質的日本廣播協會（NHK）和 4 大系列民營電台（111 家），同樣具有集團式的特色，平均每天播音 22 小時以上，聽眾族群大多為家庭主婦和退休族群，透過廣播台來傳遞主要政策理念的效果較電視節目差，但振奮人心的口號則具有一定的影響力。

三、日本媒體的功能

1. 及時且確實傳遞訊息的能力

Lincoln 提及二戰後日本社會具有避免不確定性的特色⁵，因此人民具有高度的情報需求，進而促使日本媒體的分析與調查能力，提供不誇飾，但積極反映實情的優質報導，因此日本的報導具有一定的可信度，記者養成部分著重專業知識和冷靜態度，能在天災發生時避免群眾恐慌。

2. 監督者的角色

第四權理論強調新聞媒體在現代民主社會中所扮演的角色，作為一種政府三權以外的第四權力組織，以監督政府、防止政府濫權為目的，因此第四權理論又稱為「監督功能理論」，強調媒體作為一監督政府的角色，但在戰後至 1980 年代的日本媒體在醜聞、弊案上扮演著一個「事後監督者」的角色，如：1948 年的昭和電工融資案是由美國媒體率先揭發、1954 年的造船疑案是由檢察官主動對佐藤榮作等高及政界人物提出偵查，其他一些規模較小的疑案幾乎都是由新聞界主動揭發或是當事人形跡敗露才引發社會關注，此時期最大的醜聞 1973 年的洛克希德案被揭發也只是

⁵ Edward J. Lincoln, "Arthritic Japan: The slow pace of economic reform," (Washington, D.C.: Brookings institution Press, 2001), pp. 129-130.

偶然⁶，Pharr& Krauss 也提出此時的日本媒體像是個旁觀者(spectator)，對社會與國家的影響力有限，但比較值得讚許的則是此時以 NHK 為主在新聞報導上的中立性⁷。

日本媒體的功能在 1990 年代日本媒體改革之後產生質變，從傳遞及時且正確的消息到徹底窺探的狗仔，從報喜不報憂轉為報憂不報喜，身為監督者的媒體在監督這項角色也有不同的轉變，有別於事後監督者，以現今來看媒體改革後的日本媒體具有權變心理的特色。

第二節 日本媒體改革

一、日本媒體的轉變

1. 電視型態的改變

1985 年，電視型態的改變，NHK 從簡單敘述新聞內容(hard news)到 News Station，以專業分析與評論新聞的方式(soft news)，當時著名的主持人為久米宏(Kume Hiroshi)，而其他的電視台也以比較輕鬆的型態與 NHK 競爭，為因應大眾偏好，日本媒體著重在生活相關的報導，如：體育、犯罪、娛樂，使得電視媒體與廣播媒體的節目更加多樣化⁸。

2. 網際網路的興盛

1995 年日本網路的元年，網際網路的興盛加上年輕人對時事的冷感，使得日本媒體面臨大危機，報紙、雜誌與刊物等印刷品面臨科技日新月異的挑戰，網際網路的普及，使得媒體更加多元化，印刷品的生產金額與從業人數受網際網路衝擊而年年銳減⁹，日本第 1 大報也是世界第 1 大報的讀賣新聞也在 2011 年跌破付費日報發行量千萬份大關¹⁰，雖然全盤印刷業不景氣，日本報業仍由值得信賴的全國性的大報社提供報導，作為

⁶ 許介麟，《日本現代史》（臺北：三民書局股份有限公司，1991 年），頁 275-291。

⁷ Susan J. Pharr, Ellis S. Krauss, “Media and Politics in Japan,” (University of Hawaii Press, 1996), pp.19- 34.

⁸ Masaki Taniguchi, “Changing Media, Changing Politics in Japan,” (World Congress of the International Political Science Association, 2006), pp. 3-6.

⁹ 日本經濟產業省, 2007-2011. “經濟產業省生產動態統計”，紙・印刷・プラスチック・ゴム製品統計年報，<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/seidou/result/ichiran/08_seidou.html#menu8>.

¹⁰ International Federation of Audit Bureaux of Circulations (IFABC), “National-Newspapers_total-circulation_IFABC_17-01-13,”2012, <<http://www.ifabc.org/resources/data-reports%2065/data-reports-65>>.

社會共同了解的基礎，但近來年輕族群對報紙的冷感，只願透過免費的網路新聞，如：雅虎新聞來了解時事，而日本的雅虎新聞九成皆是來自全國性大報社所提供，大報社優質報導其實是相當費錢費力的，卻淪為免費的電子新聞，而地方性的小報社則面臨生存危機，倘若喪失地方監督行政的力量，可能導致貪腐行為更加猖獗。

3. 經濟問題

日本泡沫經濟後的不景氣，再加上日本媒體的多元化、廣告媒體的多樣性，網站的宣傳效果更佳，使得廣告劇減，廣告商減少發給傳統媒體(如：報紙、電視)的廣告量¹¹，使得以廣告為收入來源的媒體面臨重大危機，日本一些老字號雜誌休刊、出版社接連倒閉，甚至子公司的赤字，連帶影響母公司的營運，迫使日本媒體只能積極朝多媒體之路發展，如：2010年3月成立日本電子書籍出版社協會，以紙張與數位共存為目標，身為日本大報之一的日本經濟新聞亦在2010年4月開始發行收費電子報，是日本大報首次嘗試，而目前電子書普及速度還未知，畢竟仍有大多數族群喜愛實體書的真實感，出版業的新出路為何?仍有繼續考究的價值。

4. 政治改革

泡沫經濟促成的1993年的政治改革，其中以選舉制度的改革影響最深遠，橋本龍太郎與小泉純一郎的經濟改革亦大大顛覆日本傳統的改革方式，同時也促使日本政治人物增加在媒體上的曝光率，將媒體作為宣傳政黨或自身理念的工具。

二、日本媒體在政治上的角色

1. 事後監督者到激進監督者

日本媒體具有自身的政治偏好，以電視台為例，NHK與東京電視台較中立，TBS與日本電視台較偏右，富士電視台與朝日電視台則較偏左，而政黨也有替自己發聲的管道，如日本共產黨的しんぶん赤旗(*Shimbun Akahata*)，自1985年電視型態的改變，1990年代國際政治事件，如：天安門事件、柏林圍牆倒塌、波斯灣戰爭、國內瑞克魯特醜聞引起民眾對政治的關注，並反映在收視的節目偏好上，再加上1990年代的選舉制度改變，加速政治娛樂化(*Entertainer-ized Politicians*)¹²，政治人物受邀參加

¹¹ Dentsu, 2008-2012. “Advertising Expenditures in Japan,” Advertising Expenditures Report 2008-2012, <http://www.dentsu.com/books/pdf/expenditures_2008.pdf>.

¹² Masaki Taniguchi, “Changing Media, Changing Politics in Japan,” (World Congress of the

廣播節目與電視錄影，分別以田中真紀子與小泉純一郎為代表，尤其是小泉純一郎，不僅累積了高人氣，也成功的運用媒體來打選戰(三次連任日本首相)與推行政策(郵政民營化)，選民亦採用媒體來做為一個搜集政治相關資訊的來源，故政治人物藉此增加曝光率來宣傳理念，且觀眾期待看到政治人物具批判性的言論，也引起了 90 年代後的日本媒體，只要逮住醜聞或錯誤就大舉抨擊的「激進監督者」角色，Pharr& Krauss 也將此時的日本媒體稱為看門狗(watchdog)¹³。

但也有學者指出節目的收視族群偏向主婦和退休的年金族，節目內容本身就會遷就於這些族群，若外交等重大議題並不一定被主要收視族群所接納，但不可否認的，日本媒體確實可以讓大眾增加對政黨與政治的了解¹⁴，做為一個搜集政治相關資訊的來源，認為媒體仍有一定的影響力存在。

2. 激進監督者到牆頭草

日本媒體被視為是連接公民與政治人物的橋梁，1990 年代受外部環境與內部政治改革漸漸促成日本媒體成為政治上的工具，政治人物看重媒體(特別是電視台 wide show)的效果，因此產生了媒體對政治人物巴結，成為一隻哈巴狗(lapdog)¹⁵或者是說日本政府與媒體是共謀者，但日本媒體得鞏固他的收視族群做好一位監督者的角色，使得日本媒體成為「牆頭草」，Pharr& Krauss 認為此時期的日本媒體為對民眾是一隻看門狗，對政府是一隻哈巴狗，日本媒體具支持性與批判性，結合看門狗與哈巴狗的騙子(trickster)¹⁶。

3. 牆頭草到權變心理

在政治議題的表現上，日本媒體就像牆頭草，但是面臨環境、賑災議題時，日本媒體表現出真正監督者的角色，具備視議題而定的權變心理，日本媒體在面臨災害威脅安全時，能充分發揮「真正監督者」的角色，以 2011 年 311 大地震為例，NHK 報導平實、冷靜，沒有出現煽動言詞，比較不會加劇恐慌，一改日本媒體的牆頭草風格，認真的報導、堅守崗位，NHK 也在 311 起連續五天平均收視率約為 27%的高收視。

International Political Science Association, 2006), pp. 7-14.

¹³ Susan J. Pharr, Ellis S. Krauss, "Media and Politics in Japan," (University of Hawaii Press, 1996), pp.19- 34.

¹⁴ Masaki Taniguchi, "Changing Media, Changing Politics in Japan," (World Congress of the International Political Science Association, 2006), pp. 20-40.

¹⁵ Ibid

¹⁶ Ibid

三、日本媒體的政治影響力

而政治人物對媒體策略的掌握是否真能成功傳達理念進而獲選，以透過媒體手段來達政治目標，我認為政治人物本身的個人魅力是大眾買不買單的關鍵，以目前來說，運用媒體策略最成功的莫過於小泉純一郎¹⁷，小泉的高人氣讓他連任三任的日本首相與成功推行了郵政民營化改革，繼任小泉的首相則較不具有如此鮮明的個人魅力，故要透過媒體來傳達政治理念，政治人物本身的個人魅力是民眾買不買單的關鍵。

日本媒體在政治上角色的轉變表現出日本媒體是傳達政治的管道，不可否認媒體的重要性，但媒體對政治的影響力大或小，我認為必須視不同的議題而定，以集團式特色存在的日本媒體與日本政治的關係較為密切，卻又必須達到監督者的使命，使得日本媒體在政治議題上的兩難，甚至出現牆頭草的情況，如此看來媒體是政治的工具，一項發聲管道，影響政治的能力沒有預期來的高，但就環境與賑災議題而言，日本媒體扮演一積極監督者的角色，如：311 後的核災問題，邀請相關專家進行精闢的解說與評論員專業的分析，指出日本政府的職責，甚至批判政府的部分作為，我認為日本媒體對政治的影響力需視議題而定，在議題的基準上才能比較媒體對政治的影響是大還是小。

¹⁷ Ikuo Kabashima, Gill Steel, *Changing Politics in Japan* (New York: Cornell University Press, 2010), pp. 79-85.

參考資料

1. Ikuo Kabashima, Gill Steel, *Changing Politics in Japan* (New York: Cornell University Press, 2010), pp. 61-85.
2. Susan J. Pharr, Ellis S. Krauss, "Media and Politics in Japan," (University of Hawaii Press, 1996), pp. 6-34.
3. Ellis S Krauss, *Broadcasting Politics in Japan: NHK and Television News*, 2000.
4. Freeman, Laurie Anne, *Closing the shop: information cartels and Japan's mass media*, 2000.
5. Ellis S. Krauss, "The Press and Reform in Japan," (*The International Journal of Press*, 2002), pp. 57-78.
6. ELLIS S. KRAUSS and BENJAMIN NYBLADE, "Presidentialization' in Japan? The Prime Minister, Media and Elections in Japan," (Cambridge University Press, 2005).
7. Masaki Taniguchi, "Changing Media, Changing Politics in Japan," (*World Condress of the International Political Science Association*, 2006), pp. 1-45.
8. 劉黎兒，《日本現在進行式》（台北：時報文化出版企業股份有限公司，2011 年），頁 46-52, 136-141, 142-146。
9. 許介鱗，《日本現代史》（臺北：三民書局股份有限公司，1991 年），頁 275-291。