

南 華 大 學
社 會 學 研 究 所
碩 士 論 文

從電影的全球化生產與消費解構反盜版的迷思與困
境 —— 以台灣的電影商品市場為例

From Global Production and Consumption to deconstruct the difficulty and
confusion of Anti-piracy--the assumption of movie product of Taiwan market.

指導教授 —— 周 平 博士

學 生 曾子豪

2006 年 7 月

南 華 大 學

社會學研究所

碩 士 學 位 論 文

從電影的全球化生產與消費解構反盜版的迷思與困境：

以台灣的電影商品市場為例

研究生：曾子豪

經考試合格特此證明

口試委員：_____

張雅仲

周子

楊弘偉

指導教授：周子

系主任(所長)：蔡丰瑞

口試日期：中華民國 95 年 6 月 23 日

謝辭

總是在最後一刻，總是有好人幫的協助。

在書寫的過程中，總是覺得時間不夠用，但其實已經晃了四年，在這四年中也算是一段很美好的記憶。回想進南華的第一年，爲了愛情總在台北與南華二地奔波，在無法兼顧學業與愛情下，當然也引起了老師的注意或氣憤吧。雖然在研二補修了一大堆課程，但這樣的代價總是甜蜜的，並也認識了一票學弟妹。就這樣子總算在南華定了下來。

在南華的第二年，開始了穩定的學生生活，也逐漸發現周平老師這號人物。只覺得上他的課蠻好玩的，又可以充實對於理論、對於後現代的想像，「冷不防地」來個考驗，這根本是在顛覆我對於學術社群，對於教授的想像。有時候會覺得老師很勇敢，因爲講笑話的能力不是天生的，但能把冷笑話講得如此流暢，大概也找不到第二人吧。或許就是這種氣度，讓我成爲周式弟子

但我一直覺得自己是不肖門徒，沒有爲老師增添任何學術上的助益，論文也是封存了許久，不過老師還真的沒有放棄我，往往從學弟妹那兒得知老師張貼尋人啓示時，心中更是覺得愧對。而在經過一段時間的人生低潮後，總覺得自己有份使命要完成，都花費了四年在南華了，不說拿張 A4 大小的文化產品合格卡來做自我包裝，但也至少要讓自己在這一生命歷程留下一丁點值得咀嚼的小玩意。雖然動作慢了許多，也拖了許久，但沒放棄總是對的，事實上也證明了，人的潛力無窮，努力一定會有代價。

最後要感謝陪伴過我的怡潔、整天守護在我身旁的 Ruby、隨時收容我的芳哲及英文資料庫郁軒，還有一堆在 MSN 列表上的好朋友、好同學，更感謝 PCDVD 網友提供了許多有關台灣影音產業的寶貴意見與資料，使得我的論文增色不少。當然還有好人幫的代表周平老師。雖然我要離開南華了，不過也只是畢業罷了，現在的我要往下一階段前進，有些事與人，對我而言是不會變過的。

曾子豪

2006.7 記於台南老家

摘要

正版與盜版間的戰爭早已持續數十年，善與惡的觀念也隨之同行。在過去的研究中，往往從個人道德倫理、國家整體經濟文化、法律知識風險等觀點，來解釋盜版行為的發生，而業者與官方的態度，也早已把盜版視為一種犯罪行為，甚至是社會問題。但綜觀現今關於盜版的各種論述，往往只想透過加重刑法、落實執法與強化智慧財產權教育的方式來規範人們的行為，並聲稱此方式是反盜版的「重典」，卻都無法回應到或解釋一個最主要的問題——「人們為何消費盜版」。是不肯買正版？還是買不起正版？或是買不到好的正版，進而弱化了買正版的意願與興起使用替代品的想法？

反盜版已經在台灣社會中成熟化為一個被高度重視的議題，其力量也不斷地蓄積，但像買不起正版或買不到好正版這些核心的問題，在反盜版的論述中是被忽略的，且嚴重到不成「問題」，更別說隱藏在商品背後的知識壟斷性、商品剝削性、權力關係與文化同質性等問題。如果無法對症下藥，那麼我們到底在「反什麼」盜版呢？所以，本文首先描述台灣的反盜版行動，是在何種時代氛圍與社會條件下被運作著。其又透過什麼樣的權力論述系統來支持著行動的擴展，最後它又獲得何種成果。進一步地，我們必須來檢視並解構這一系列的論述，其聲稱是否有其正當性與合理性存在，它是否解決了盜版的問題，亦或是透過良善的包裝來尋找代罪羔羊。

最後作者藉由生產與消費的角度來重新看待正版與盜版的關係，因為無論正版或盜版，它都是商品，也是消費行為，更反應了生產結構的問題，不能用簡單的善、惡來二分。事實上正版與盜版的使用者是二個差異化的社群，不過也會有重疊與流動，其消費物，不僅牽涉到價格因素，更是認同、區別，階層化、品味、教育等問題，並經由物的體系再現出人與人的關係。事實上沒有一個可以禁絕盜版的方式，只有透過強化使用正版的基礎與動機，來降低盜版的使用率。雖然這會走向符號消費與炫耀性消費，甚至是加深階級差異，是社會學家最不樂見的方式。但我們也別忘了，布希亞所預視的消費社會，確實是現今的常態，且沒有任一機制可以消弭這已存在的習慣。

關鍵字：盜版、反盜版、電影、生產結構、消費體系、層級

Abstract

The fighting between piracy and copy right has been consisting for more then decades. Hence, the conception of what is right to wrong also in this discussion. In the past, the research always put the moral ethic, states-economy culture, and legal- risk to make explanation for piracy. Even the same idea provide for government and record manufacturers to put the piracy into criminal behavior. But be honestly, we can't even find a one respond for-why people want to buy privacy product? Is it can't afford the price? Either way doesn't want to do? Or simple answer-coz they can't find a good copy right product instead of buying the piracy. All we know is government set a more highly standard to punish people who make copy or even buy that, they also decline it is the way to discipline this issue.

Nowadays Anti-piracy is the main issue for society of Taiwan. The authority of anti-piracy is also surpassing for either can't afford the price or can't find a good product. Otherwise if we ignoring it, how can we penetrate the authority behind customer, monopoly ideology, culture sphere to crystallize the piracy behavior. So that the main point of this research is to describe the anti-piracy action in Taiwan. How does it be active in our society within argument to support this movement? Finally what's the result of this action? Furthermore, we have to retrospective the whole arguments of the general or reasonable existing. To find out is it truly solves the piracy problems or just put the wrong to right idea to punish the non-rational customer.

We criticize the production and consumption to re prosecute the relationship between piracy and copy right. However it is or not piracy it is product, also respond the structure of production. Not only wrong to right can fix this problem. In fact, the user of piracy or not separate two different hierarchies but sometimes combined together depends on user's identity, distinguish, taste, education problems. Honestly, there's no way to ban on piracy, the only way we can do is supply the foundation and motivation of copy right to reduce the user from piracy. Although it will become Conspicuous and Symbol Consumption or remarkable the distinguish within class,

the way sociologist un pleasant with. But don' t forget the consumption society that Baudrillard argued has been our social life now, and no state law can immune the existing habit of human-being.

目錄

第一章 緒論 -----	1
第一節 研究動機與研究問題-----	1
第二節 研究目的-----	6
第三節 研究方法-----	9
第二章 文獻探討 -----	10
第一節 盜版的概述與發展-----	10
第二節 台灣盜版電影影音商品的發展與現況-----	13
第三節 國內盜版的研究-----	23
第三章 台灣反盜版行動的發展邏輯與結果 -----	29
第一節 反盜版行動的生成-----	30
第二節 反盜版的策略-----	37
第三節 反盜版的方式與成果-----	40
第四節 反反盜版的噓聲-----	47
第四章 反省反盜版的不足與局限 -----	52
第一節 反盜版模式的合理性？-----	53
第二節 盜版、票房與損失？-----	55
第三節 科技害慘了電影？-----	63
第四節 加重刑法可以減少盜版？-----	69
第五章 電影的全球化生產與壟斷性消費空間 -----	72
第一節 電影的歷史與好萊塢的掘起-----	73

第二節	好萊塢電影的生產結構-----	79
第三節	著作權法對於生產與消費的束縛-----	86
第四節	台灣電影影音商品市場的區別與認同性分析-----	92
第六章	結論-----	98
研究限制與建議-----		100
參考文獻-----		101

第一章 緒論

第一節 研究動機與研究問題

研究動機

盜版早已行之有年，而反盜版並非近年才有的事，至今正版與盜版間的戰爭早已持續數十年，而善與惡的觀念也隨之同行。不容質疑的，往往在消費力不足、缺乏智財權觀念、法令疏漏與執法不嚴的社會環境下，很容易地形塑出盜版的生存空間。在過去，台灣就在上述因素的營造下，使得盜版行為廣泛地在社會上運作，也因此被西方國家冠上「盜版王國」的封號。在當時，買賣仿冒與盜錄影音商品是常見的現象，消費者可以很容易地從公開的市場上取得盜版的影音商品如錄音帶、錄影帶、CD 唱片與 VCD 影碟。但這不意謂正版業者與政府漠視盜版存在的事實，為了標明自身的正統性，正版業者通常運用雷射標籤、加贈配件（海報）、改版或「品質論述」等作法，來做為區別與打擊盜版的方式。另外在面對盜版情況更別嚴重時，結合各業者的力量，上街遊行表達反盜版的訴求也是可見的。而 1986 年成立的 IFPI 在台分會，更是以「打擊盜錄」作為當務之急；政府單位則是以修改法令、加強查緝盜版、公開銷毀盜版商品來宣示打擊盜版的決心。

80 年代後，台灣的政經情勢產生了變化，整體的傳播與視聽環境正進入重組的階段，外片拷貝數量逐年增加、電影院的經營形態走向多廳複合制、娛樂家庭化的錄影帶出租產業成熟、有線電視的出現，都是此一時期的特色。這不僅意謂著全球的，尤其是好萊塢電影影音商品大舉進入台灣市場，另一方也突顯出民間社會對於影視產品的多樣性與需求性也日益增加。在市場供需的原理與複製科技的普遍發展下，盜版業者自然不會放過這大好的機會和發展空間，除了對電影商品側錄販售外，仿製的膺品

¹ 使用二分法把正版與盜版的使用價值明確地區別開來，一方面強調正版商品品質的穩定與耐用性，另一方面突顯盜版商品品質參差不齊，長期使用更可能造成硬體的損壞。

² IFPI 的全名為 International Federation of the Phonographic Industry。1986 年已為國際 IFPI 為會員的國內 11 家唱片公司開始為 IFPI 台灣分會催生，同年 7 月，國際 IFPI 台灣分會正式成立，命名為「財團法人國際唱片業交流基金會」。http://www.ifpi.org.tw/about-n.htm

被當成正版商品在合法的商家中陳列出售是當時的現況。為此，不僅國內業者氣憤，更連美國商會也多次會同國內廠商一起要求政府單位重視盜版的問題，進而在 1989 年 5 月 25 日，美國政府開始將台灣列入特別 301 觀察名單中，藉由 301 貿易條款來逼迫台灣政府利用公權力強力解決盜版的問題³。

在此一壓力下，台灣政府只好以修正⁴著作權法、提倡智慧財產權及強力取締盜版的方法來對美展現解決盜版的「努力」，以期符合美方的要求。2002 年台灣加入世界貿易組織（WTO），這意謂著朝國際社會與現代化目標邁進一步，當然也必須更遵守著資本主義的遊戲規則，對於智慧財產權相關政策、法律、以及執法行動都須符合國際規定。而在國際壓力、國內經濟條件與結構改變、廠商支持與政府單位重視下，配合著智慧財產權的觀念逐漸地推廣，自 90 年代末期開始，一連串大規模的反盜版與打擊盜版的行動就此展開。

過去對於盜版的研究中反應出以下的觀點，首先從個人行動層次來看待盜版的問題，如個人的道德強度、個人特質對於盜版行為的影響；另外從結構層次則偏重法律與經濟的向度，如法律知識與風險、商品售價對個人盜版行為的影響。而在「反盜版」的官方論述中，經常以法律制裁作為後盾，以國家形象與利益為前導，強調盜版行為破壞自由市場經濟秩序，有損國家形象，更會遭到國際經貿組織的報復與制裁（張小虹，2004：224-225）。在此一論述下，台灣盜版的問題也普遍地被認為是長期以來

³ 美國在 1974 年通過的「美國貿易法」規定，每年 3 月底要向國會提交「各國貿易障礙報告」，指認未能對美國智慧財產權利人與業者提供足夠與有效智慧財產權保護措施，或拒絕提供公平市場進入機會的貿易伙伴，並根據這份報告在一個月內列出「特別 301 條款」國家與「306 條款監督國家」。「特別 301 條款」國家又分為優先指定國家、優先觀察名單與一般觀察名單，其中先對優先指定國家展開調查並進行諮商，若不能達成協議再決定貿易報復措施；名列「優先觀察名單」與「一般觀察名單」的國家則不會面臨立即報復措施。自 1989 開始台灣數次被美國列入觀察名單中，無奈於權力的不對等，及國際的現實局勢，此時台灣政府只好快速地修正著作權法，藉以符合美國的期望，而修正後的著作權法實質上是滿足美國的跨國資本利益，對台灣而言則是接近喪權辱國。

<http://www.china-tide.org.tw/time/anti/history.htm>

⁴ 著作權為智慧財產權的一種，智慧財產權只是一個總稱的名詞，其中還包括商標權、專利權、等，泛指人類精神創作之成果，涵蓋有關人類智慧的一切結晶且能產生財產上的價值。智慧財產權和著作權都是權利的一種，並不是法條，目前我國並沒有專就智慧財產權量身而定的法律，而是由相對的法律規範之，如著作權法，商標法。摘自 <http://www.epochtimes.com/b5/4/5/4/n529087.htm>（馮震宇，1994：14）

「政府漠視與民眾嘗試」所導致的惡果。於是要求政府加重刑法與落實執法，並透過教育與嚴峻的法令來規範人們的行為被視為是改善盜版行為的「重典」。其中像是「支持正版就是尊重智慧財產權，它保障了原創者智慧與努力，而使用盜版就是扼殺創作的動力，也是一種偷竊的行為」的說法，更成為教導民眾的不二法則。似乎我們找到了一個反盜版的論述與改善盜版的方法。不過這真的有用嗎？

根據台灣商用軟體聯盟所公布的全球盜版率調查，台灣從 1994 年的 72% 降低至 2002 年的 43%，2003 年仍維持在 43%，此比亞太地區平均盜版率 53% 低了十個百分點，但與全球平均盜版率 36% 仍然有一段距離⁵；另外針對 2003 年盜版率所作的調查，遊戲軟體為 42%、音樂為 42%、電影則是 44%⁶。盜版率的連年下降顯示了近年來政府強力的查緝與對智慧財產權推行的落實的確有其效果，不過超過四成的盜版率卻也讓我們質疑，目前反盜版的方式—政府落實取締、加重刑法與強化民眾的智慧財產權觀念—能否真正解決盜版的問題？它是一個治本又治標的好方法嗎？而連一向以第一世界自稱，並大張旗鼓地維護地球智慧財產的歐美各國，其本身盜版率也高達 30%，由此盜版的問題並非只是道德水準或法律觀念差異的問題，它是一個普遍存在的現象，且也透露出這種只從經濟與法律觀點來看待盜版的方式的確有檢討的空間。所以除了政府執法心態與民眾的智慧財產觀念外，應有其它重要的原因也影響著消費盜版行為的產生，但卻是被我們所忽視的？

研究問題

作者支持種種為了保護智慧財產所做的努力，畢竟侵權者或盜版商是在不經創作人同意下無償享用其智慧與勞動的成果，更甚者是利用此方式來獲取非法利益，這些行為都使得創作者與投資者的心血得不到應有的回報或鼓勵，進而陷入無人肯投資的惡性循環中。尤其像電影這類型的文化產業，為了保持其本身的再生產，除非藉由政府的扶助與投資，否則透過商業化的經營模式是必定要走的路。所以，即使是阿多諾

⁵ 資料來源：台灣商業軟體聯盟網站〈2003 全球軟體盜版率調查報告中文版〉與〈全球盜版軟體研究〉
http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=151&mod=1&ref_id=109 9/17
http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=103&mod=1&ref_id=104 9/17

⁶ 劉麗堅，2004，遠見雜誌，八月號，p78-79

多所批判的電影工業，要達到他所堅持的純藝術（high arts）電影，在今日的社會也必然面臨到生產、發行與上映的環節，這又得回到商業層次的問題，再者是內含在其中的生產與消費性的議題，不止是商業，也是文化。

所以盜版的問題，應該是一個商業生產體系的問題，更包含文化的問題。但從觀看與分析目前政府「打擊盜版的手段」與「反盜版的方向」看來，一連串的反盜版行動與整個論述的重點是擺放在對於盜版的整肅，形塑出對於盜版的集體印象—品質低劣、偷竊行爲、影響國家形象、促成產業危機，甚至編造更多的妖魔化想像來鞏固正版的地位。作者認爲此種反盜版的方式並無法真正解決盜版的問題，反而是形塑出一套「認識、界定、看待、打擊」盜版的態度與方式，其中更有可能是一種帶有特定立場與利益的區別與認同方式。因此在這種反盜版的立論下，我們從來不去質疑類似像「消費正版必定帶來品質與文化的提升」的假設是否有前提條件與問題，但卻不假思索地相信使用盜版會使得文化創作與經濟體系陷入危機等這種刻板印象推論。

綜觀現今的反盜版論述卻都無法回應到或解釋一個最主要的問題—人們爲何消費盜版。是不肯買正版？還是買不起正版？或買不到好的正版，進而弱化了買正版的意願與興起使用替代品的想法？在 1111 人力銀行與中華保護智慧財產權協會公布的「上班族保護智慧財產權」調查顯示使用盜版品的原因，主因是正作品價錢太貴，其次是沒有那麼多預算可靈活購買、買過正版但更新版不斷發售而無法招架等。（星報，2005/04/24）但像買不起或買不到正版這些核心的問題，在反盜版的論述中是被忽略的，且嚴重到不成「問題」，更別說隱藏在商品背後的知識壟斷性、商品剝削性、權力關係與文化同質性等問題，如果無法對症下藥，那麼我們到底在「反什麼」盜版呢？

談到盜版，其所立基的就是智慧財產權的觀念，但它並不是一個與生俱來或從古至今一直被重視的問題，反而是在特定的時空背景與商量考量下被創發出來的觀點與法律。此一保護智慧創作的制度設計，原初是希望透過法律的保障，帶給創作人合理的報酬，進而激發創作意願。但著作權法並不是漫無節制的保障，其終極目標是在促進整體文化的提升，當公益與私利兩難兼顧時，自惟有捨私利就公益（賀德芬，1987：

1-3)。就我國著作權法的目的，在本法的開頭即第一章第一條：「為保障著作人著作權益，調和社會公共利益，促進國家文化發展，特制定本法」就表明了並須兼顧私人利益與全民福旨。

高崇瑋（2004：9）也認為：「我國立法保障著作權有以上三個目的，而英美等國的著作權理論，也明白表示了希望透過對著作人的權利保護，維持其經濟利益，使之能繼續努力創作，維護國家提升文化的最終目的。」但反觀今日著作權的發展，往往流於經濟性的爭鬥中，更直接把經濟性原則的達成與否視為著作權運行成功的唯一標準。在這實行的過程又有多少是考慮到文化層面？或者只有在利益面達成下，文化面才是有價值？更加諷刺的是，這樣的評判的標準，已普遍存在社會中，而我們更被持續地灌輸這種偏傾的價值觀與意識，並注入罪與罰的觀點。

當然我們不需要去過度解讀或舉極端的例子來驗證，但畢竟像電影本身就是文化與商業二種邏輯共同運作而的商品，缺少任一種是都會失去其原有的價值，甚至是無法運作的，唯有相互配合才能有效地生產並推廣電影此一商品。所以不僅是商業邏輯引導出電影的生產，電影的文化意向更幫助了商業的開展。只是在現實的運作過程中，我們的社會仍持續抱持著純經濟的論點來觀看盜版，認為盜版衝擊了商業的獲利，進而也帶來文化產業的消失。此種說法與歷史的發展和事實是相衝突的，它忽略盜版對於人類文明歷史的發展上是起著普世化的功用的，這種文化上的傳承與散佈是會帶來更大的商機與消費性社會的到來。如果文化的傳承必須以計價系統做為前導，那麼這只會加速文化的停滯與消失，那麼喪失了這文化的作用，那麼消費電影及其周邊商品的經濟性行為還有可能嗎？購買正版還會存在嗎？

在盜版永遠存在的事實下，我們的政府與業者想盡辦法地勸服人們購買正版或者減少對盜版的依賴，但就如同智慧財產權是一個被塑造出來的觀念，消費正版也並非是一種自然而然的行為，它是被創造或被鼓勵出來的需求。事實上大眾在消費商品的同時必然也面對選擇－正版或盜版，但在分析這個決定的同時必定牽涉到生產與消費的問題，回歸到商品與人的關係上，因為消費主體是人，對象物是商品，而非「正版」

或「盜版」等字詞。對於民眾而言，消費任何物品的出發點都是希望我能得到什麼，而非出於支持廠商或創作者的生存。另一方面，無論是商品的設計生產或者廣告宣傳，也都是以此商品能為消費者帶來何種的使用價值與符號價值，進而導引出購買的動作。所以必須使得人對商品產生認同，才能促使消費正版行為的產生。

但在國內的反盜版論述中，卻少見對於消費認同的努力，這種對於正版商品的介紹、認識與市場的教育培養是不足的，更忽略了從產品內容與價格上做努力。反而是希望透過像「落實智慧財產權支持產業升級」等口號性的宣傳，來達到反盜版的企圖。在無法提升或呈顯自身商品優點的情況下，卻又要提醒著人們、要求人們做消費取向上的改變。若國內的「反盜版」行動與論述仍無法跳脫這種慣性，那麼反盜版還會成功嗎？

第二節 研究目的

一 重現並反省國內反盜版的方式與心態

目前我國反盜版的行動與論述投入過多的注意力在政府與消費者身上，嚴峻的法令、強化執法、道德勸說、推廣智慧財產權與妖魔化盜版成為主要的方式。但只要要求政府強烈地查緝與刑法的加重並不會使得盜版消失，改變的只是盜版方式與場域的轉移⁷。另外，加諸於盜版身上「過多的」妖魔化與入罪化，其結論通常是：「盜版阻礙了創新，影響到正版生存空間，更危及國家經濟的發展」。這種單一思考與粗糙的辯證，是不真實的，更有可能是虛假相關的⁸。在譚令蒂（1990）的研究也顯示，加強取締，並不必然提升創作者的創新意願，因為創新是需要有眾多條件共同配合才會達成的。

很明顯地台灣缺乏了這樣的眾多條件配合，尤其在電影影音光碟商品這個區塊，其與著作權的發展更具連帶性。原先我們想像的運作藍圖是：透過法律的保障，廠商

⁷ 由於網際網路的興起，其流通方便，隱密性高，加上電腦科技進度，複製影音產品的門檻降低，費用也低於傳統實體盜版價格，更使得盜版的場域快速轉移至此。

⁸ 以電影市場來講，2003年春節檔期的「007 誰與爭鋒」，原本預估衝破新台幣1億元的票房，實只交出了6510萬元的成績單。而片商認為因為影展樣片提早流入盜版市場，使得該片票房慘遭滑鐵盧，這樣的例子排除造成電影票房不佳的其它可能因素，如電影本身內容品質，人們視聽選擇的多樣化，人們娛樂的多樣化，而直接把盜版與票房視為相關連。

努力創新自己的產品，使其具有競爭力以贏得消費者的信賴，並創造整體國家的進步，進而在生產、消費、再生產中循環運作。但回首台灣的著作權法是歷經美方多次壓力所修正出來的成果，其核心原則是保障資本家與廠商利益的而非消費者，這也使得在生產與消費上出現了不對等的結構性問題。而在好萊塢影片當道的台灣社會中，影片的上映需配合著好萊塢電影全球發行的區域性代理制度，往往影片的版權是屬於單一代理商且只有大的公司才有能力承擔代理的業務，在強力實行著作權法並透過法律保障單一代理的原則下，反而更易造成壟斷的局勢。於是會造成廠商可以不用心於產品的生產與規劃，但消費者卻仍必須遵守法律購買價高而不實用的產品，如此自然形塑出盜版生存の間隙化空間。

所以作者認為這種只從道德、生產與法律觀點看待事物的方式，其反盜版效果是有限的，因為其忽略掉了相當多的個別產業因素，加上這個反盜版的方式是單向的，它迴避了最大的一個問題，即民眾於對消費正版產品最大的考量—品質與售價，無法在這兩個需求上做改進，那麼人們仍就會尋找付擔得起的非法替代品，最終還是無法促使人們養成使用正版商品習慣。

二 從生產與消費的觀點來看待正版與盜版的問題

對於行動與結構的激辯，曾是社會學所關注的議題，對於盜版也存在這樣的探討，從行動因素出發者認為個人的道德、倫理、教育會影響到從事盜版行為的意願，而從結構條件出發者認為國家的文化，法律，經濟水平才是促使人們從事盜版行為的外在因素。事實上這雙方的說法是正確的，也是互補的，人的行為是在行動與結構因素共同影響下所產生的，因此盜版行為也是行動與結構因素二者所共同造成的，不只個人行動會促使盜版行為產生，結構條件所生產出的商品本身，也是影響人們選擇正版的重要因素。但以往對於盜版的研究中，在行動層面我們忽略了消費的議題，而在結構層面卻也偏重於經濟與法律，缺乏文化層面觀點，如此是無法切合問題並解決問題。

在作者看來，正版與盜版並非二分，也非對與錯，這不是一個單一選擇題，但這不意謂盜版無罪，只是我們必須承認正版與盜版是各有其市場存在。作者傾向認為這

是兩個定位不同卻又相互競爭的團體，而民眾會根據許多條件——用途、價格、認同感——來決定消費時的選擇，而在處理盜版的議題若能從生產與消費的角度或許能真正的了解問題所在，因為每人擁有獨特於他人的消費物與消費取向，而每個商品有其各自的產品定位及吸引的對象，這與每人的身份背景、經濟能力、階級地位、教育、等相關連，就如同布希亞在物體系中所提到的：「在現代消費社會中，物的體系形構出人與人彼此的關係」。所以人的消費是具有區別性與認同性的，當然認同的建立牽涉到多個層次，如個人的品味，教育水準，社經身份地位；而物品更呈顯出使用價值、交換價值、象徵價值、符號消費都包涵在其中。

然而我們在觀看盜版問題卻都沒想到這些細緻的問題，更常錯誤地把正版與盜版放在同一個立基點去比較，企圖突顯出盜版是罪惡的根源⁹，其實正版與盜版本身就是二種不同的商品，不應該放在同一位階去比較。正版商品在基本上就具有取得的區隔與限制，並非所有人都有如此的經濟條件與品味能力來使用正版，甚至是同意這套「正、盜」區分的制度，所以相對的替代商品就會出現，且是分「層級」以滿足各階層的需求。但正版商品也沒因盜版的出現而消失，反而需要透過盜版的配合來建立起與它者的區別性和自身的認同性，更是一種神聖性，

本文希望藉由對台灣電影影音商品消費場域的描述，呈顯出台灣的消費者在購買正版商品時面臨的難題，即對於正版商品的不信任與缺乏認同感，如此的現象則是導因於著作權法的制訂與修正所產生的結構性問題。在人與商品無法建立認同關係時，這商品本身是可取代的，而消費者當然也會尋求最快速且低價的方式來獲取替代品，這是造成今日盜版普遍化的原因之一。作者認為，在現行的社會制度與經濟架構下，盜版總有其生存的空間，所以盜版是不太可能被禁絕的。但盜版的使用率卻是可以降低的，所以本文並非找到一個禁絕盜版的方式，而是提供一個可以降低盜版率的方式。

⁹這種把正版與盜版放在同一個立基點去比較的方式常出在現今的反盜版論述中，如電影院的票房不佳常被歸因於盜版 VCD DVD 的盛行。當然我們可以理解，廠商是爲了對抗盜版所採用的說法，但至電影院觀影所帶來視、聽覺上的感受，一定與盜版光碟不同，其售價也不同。但這樣的思維邏輯卻常出現在社會中，並被視爲正常。

強化政府查緝的執行力與增加民眾對於智慧財產權的認識與尊重已為降低盜版找到了方向，但這仍是不足的，且作法與態度上也是有問題，除了對此作修正外，對於增進正版的品質、降低售價、負起培養市場責任等作法來建立起民眾對於正版的認識與使用更是降低盜版使用率的方向，本文也以將作為立論焦點。

第三節 研究方法

本文首先透過文獻分析的方式，自現有報紙、期刊、論文，圖書，網站中收集有關盜版、著作權、反盜版、反反盜版、影音消費商品等相關資料。藉由逐一整理、閱讀與瞭解後，呈顯出以下的內容

1. 勾勒出台灣盜版影音消費商品的歷史輪廓，並探討盜版形成與持續的原因。
2. 分析「反盜版」運動是在何種脈絡與原因下形成，其後發展出什麼樣的權利論述系統來支持著整個反盜版行動的運行。
3. 反省國內反盜版方式的不足處與看待盜版的心態。
4. 從電影全球生產與消費的觀點，重新審視正版與盜版的問題。

第二則是透過小部份的訪談來增加個人對於盜版及台灣影音市場的了解，進而建構出國內正版與盜版影音消費市場的發展模式。尤其在網際網路發達的今日，除了盜版的問題外，事實上也正形塑出一群消費正版，或被編排入電影消費體系的觀眾，所以國內的許多電影網站與討論區持續在為建構正版影音商品而努力著。在此網友們可以獲得最新的商品資訊，並分享自身的使用感受，長久下來，此已形成某種消費模式與空間。就作者自身長期參與其中的觀察所得，透過發言、發問、留言、回覆等方式，可與各地的網友們討論著國內影音商品市場的缺失，雖然討論較缺少學術性的發言，但這也更讓我從消費議題的角度去觀察個人消費的特性與所面對的難題，事實上這是做為學術研究相當珍貴的文本。

另外，作者對於非法下載型的網站與實體盜版販售的網絡也有所掌握，因為作者發現，盜版的運作與正版市場的不足與缺乏彈性有關連。也因此，這二者是相互關連的，除了以此來了解到現今盜版電影的整體發展過程外，正也明白地點出台灣影音商

品市場的缺失所在。在相互對照下，也讓我們明白目前對於盜版與正版的宣稱是有問題的，唯有重新理解才是尋求有效降低盜版的好方法。

第二章文獻回顧

第一節 盜版的概述

一 盜版的定義

「盜版」指涉的是侵害他人智慧財產權中有關於著作權一事，而「著作權意謂權利人得將某著作加以複製之權利」(the right to make copies) (Goldstein 2000: 3) 在我國的著作權法第三條即顯示：「著作：指屬於文學、科學、藝術或其他學術範圍之創作」，其中也明定「著作權：包括著作完成所生之著作人格權及著作財產權」¹⁰。而一般人又常易把盜版與仿冒相混淆，事實上「盜版」與「仿冒」在場域上與法律上是有所區分，仿冒是指盜用他人產品與品牌的符號性價值，如名牌球鞋、皮包、服飾、藥品，這些則是納入商標法中管理。而像書籍、音樂光碟、電影影碟與電腦軟體都分屬現今最常見的盜版商品範圍，其是透過著作權法來管理。唯因應資訊與網路時代的興起，又將盜版行為依其流通方式區分為實體盜版與網路盜版。實體盜版指涉的是從市場上購買實體性的非授權產品；而網路盜版則為透過電腦，並利用網路下載未經授權之商品。

一個較正式的說法，盜版指涉的是在未經著作權人或版權所有人同意的情況下，將其出版物、作品、產品進行複製、錄製、進口，再進而發行、銷售以獲取利益。在牛津英語辭典中對盜版一字的解釋是：「在沒有授權的情況下，佔用或重製他人的工作或發明來獲取利益，並且違反著作權或商標所授與的權利」(OED, 1989；轉引自高崇璋，2004：8)。不過即使不經嚴格的解釋，我們也能明白盜版這名詞所隱含的偷竊與偷用意義，且這行為很普遍性存在於我們的日常生活之中，像書籍、音樂、電影與電腦軟體都分屬現今最常見的盜版商品範圍。在大多數的國家和地區，這種行為被定義

¹⁰著作權法第一章第三條

為違法及犯罪行爲，而我國的著作權第七章更有共 16 條條文載明了罰則¹¹。

二 盜版的起源與著作權的互動

試著追尋盜版的歷史，在人類文明的早期，因為當時並未有複製技術使得文字與產品起大量傳播的功能，也無法引起經濟上對於著作權的爭議，所以無論國內與國外均對著作權不太重視，更無所謂盜版的現象，頂多就只有抄襲的爭議。唯有複製技術問世與發展後，人們的創作才得以大量傳播並被納入商量計價系統中，也才有非法重製的跟隨，進而才會有盜版的爭議出現。而盜版的本質上就是對某一著作品進行非授權性的重製，而說到重製，其立基的工具就是一整套的複製技術，所以盜版與整個複製技術的發明有很大的關連，更準確地，盜版與印刷術的發明有絕對的關連，而著作權法的出現與修正也與盜版有著相對應的互動。

在西元 1450 年德國的葛登堡發明了活版印刷術，在印刷術發明運用後，就對文字的傳播的方式與速度起著重大的改變，進而使得出版商獲得利益；16 世紀起一部分出版商更要求國王賦予特權，使得出版商可不經作者同意任意出版甚至刪改作品內容。但隨著國王制度的崩壞，也使得出版商壟斷獨占的特權面臨崩潰，連帶地促成著作權的誕生（永田真理，1994：11-14）。1709 年「安妮女王法案」的通過被視為世界的第一部著作權法；藉由授予作者及購買其手稿的出版商，在發行的 28 年內享有專屬出版其著作的權利，在屆滿 28 年後著作權即告消滅，任何人都能複製這項著作。安妮法案的通過雖主要重點仍是對圖書貿易獨占利益的維護，但此法案把原屬出版商同業公會所享有的永續特權抽出，改變了原本存在於作者、出版商以及讀者之間的利益分配狀態，使得圖書商品的創造有了介入市場並要求自身利益的機會。（Feather，1994；轉引自王維菁，1997：10）（Goldstein 2000：69-70）。

自此，無論是出版商或是著作人，大量複製與拷貝成了獲利的手段與動力，這也成了推動資本主義成長的因素。然而在需求與獲利的驅使下，盜印、翻印的書籍與文章自然也不缺席，更甚者將坊間比較暢銷的書籍照抄一部或全部，改頭換面，重新出

¹¹著作權法第七章罰則 第 91 條至 103 條

版；有的美其名曰：「節錄」或者「文摘」，有的乾脆就省去了這一道麻煩手續，而另成一本外表有異，內容無殊的「新著」（聯合報，1954/06/01）。1960年後，乾式複印機的發明使得複印更為方便，價格更為低廉，只要用十分之一的價錢即可複印一冊，大量複印更有折扣可以談（賀德芬，1994：68）。因此，流行的通俗作品。如金庸、古龍的武俠小說，三毛、瓊瑤的作品，都曾鬧出「抓盜印」，西書的翻印更是在著作權法採取註冊保護主義¹²的時空環境下，呈現無法可管的狀況，屢屢遭受美國書商的抗議。對此，美國凱塞教授，則在1969年曾出版「台灣的盜印」一書，揭發我國盜印、翻版的情況（張櫻琴，1987：159-164）。

而這也促使台灣的著作權法在商業考量與國際壓力下面臨不斷地修正的命運。王維菁（1997：50）認為台灣著作權法制的發展，隨著傳播媒介形式的轉變而所有不同。最早的主角是防制圖書出版業侵受盜版的侵襲，到了西元1985年，隨著影視產業的蓬勃興起，人們對於音樂與電影的需求性大增，連帶地這區塊也成為盜版業者極力吞食的市場，著作權法也因應此一情勢而修改。隨後新影視產業、傳播新科技的著作權問題成為著作權法規範發展的重心與主軸。事實上，著作權法的修改並非一個必然的歷史發展，而是基於商業價值下的產品流通與保護，往往是透過國與國的貿易談判架構，進而落實到著作權法的修訂。

當然它原先的預設是雙邊對等互惠，不過這並非常態，強權國家往往透過多邊談判與經濟強勢掌握著優勢談判籌碼，進而將大量的文化商品進軍全球各地，甚至破壞當地原有的文化產業脈絡，進而造成文化殖民的現象。當然台灣著作權的發展正印證了此一現象，其過程是充滿著權力不對等的關係，也是一種霸權心態的壓制¹³。每每運用貿易報復的手段來促成著作權法的修改，而非一種內發式，合於台灣產業需求的發聲，因為也讓現有的著作權法缺少了運作上的社會基礎與條件。

¹²指創作者其作品必須在台灣登記註冊才能受到著作權法的保障

¹³在美國為了保護其剛起步的出版業，曾經也利用註冊保護主義的方式來避免歐洲出版業的入侵，並聲稱其作法是為了對抗強權所應採行的，唯美國的出版業與視聽產業朝向跨國發展時，卻要求它國必須取消註冊保護主義的規定，才採創作保護主義。

第二節 台灣盜版電影影音商品的發展與現況

『昔日，台灣被稱為海盜王國，無所不盜，專門仿冒名牌商標，今日，盜版業也建立起「台灣接單，大陸製造，全球行銷」的靈活運籌能力，幽靈競爭者蛻變成「鬼魅產業」。拜科技之賜，寬頻普及與燒錄便捷，數位化快速複製的特性，更助長這一波盜版成長，任何人都可以在家裡輕易下載、燒錄盜版光碟，消費者成了共犯結構的一員。當音樂、電影與軟體產業都不支倒地，一年內損失近新台幣 300 億元，甚少人察覺到，盜版業成長 10%，就會吃掉科技產業五千多個工作機會。』（江逸之，2004：74）

以上是 2004 年 8 月號遠見雜誌為國內盜版情況所作的分析，雖然其內容仍脫離不了以經濟與法律觀點來看待盜版問題，但也突顯出盜版的現象確成為國人消費文化中的一環，甚至其自身更發展成為一種跨國分工「產業」。張小虹（2004：224）更認為：「複製科技的進步加上經濟全球化的助瀾，以『中港台』為核心的仿冒盜版工業，早已是以全球為範圍、高產值低風險的活躍經濟活動」。中華保護智慧財產權協會會長魏憶龍也指出，目前盜版品通常都是台灣接單，大陸製作，然後行銷全球，台灣光是銷售盜版的外匯金額便有 40 億元，根本抓不勝抓（星報，2005/04/24）。

科技、電影與盜版

盜版並非是 21 世紀才有的現象，早在印刷技術及正版的出現後就一路跟隨，更在複製科技的擴展與新傳播科技場域的出現後，盜版所影響的範圍也由傳統的圖書出版業擴大到影視與科技產業中，例如像音樂、電影影音商品、電腦軟體也都面臨盜版的問題。但無論盜版身處在那個領域中，新科技的發明與盜版的行為確實是存在關聯性的，尤其在進入數位化的時代更是如此，高崇瑋（2004：9）就提到：「在過去，大量的非法重製需要某個程度以上的資金和技術，但是在資訊數位化之後，一切都隨之改觀了。」

雖然科技的進展也連帶地讓盜版行為更加快速與簡便化，但也不能因此否定科技帶來的貢獻。就電影產業的特性而言，電影從一開始就是透過科技的發展才能得以被呈現，並開創出它的影響力。回顧到一百多年前，法國的盧米埃兄弟在 1895 年公開

放映短片被視為電影的發明與開始，在過去這一百多年的歷史中，電影的形式從默片到有聲、從黑白到彩色、從類比到數位，再再都顯示了電影因應科技而誕生，也隨著科技的進展而茁壯與轉變，並且承載了教化與文化傳達的功能（李天儀，2005）。雖然在特定時期也略帶有傳達消息與意識型態的控制，但電影成為人們生活娛樂的主要來源這點是不容質疑的，大家齊聚在電影院中觀賞電影並解決或逃避當下的苦悶是成為主要的娛樂活動。不過隨著時代與科技技術的轉變，電影的發展也略有不同。其實在電影「新天堂樂園」一片就點出這樣的困境，上電影院不再是觀看電影的必要場地，而看電影不再是人們唯一的休閒選擇，它呈顯出電影院在科技與時空環境變遷下所面臨的挑戰，而電影也從電影院中解放出來，逐漸走到戶外或者進入家庭。

雖然在現今社會中，電影仍是極為普遍的娛樂商品，但電影院已不再是焦點所在。從 1960 年代後電視、錄放影機與錄影帶的發明上市後，其流通性的擴展與價格日漸平民化，也使在家庭中觀賞節目或電影成為可能，不但不受時間、空間的限制，而且更為舒適（賀德芬，1994：291）。另一方面，人們能方便且自由的掌握自己居家影音娛樂的時間，處理觀看時間及使用各種不同影音產品的自主權（胡綺珍，2003）。甘龍強（1988：9）更認為：「電視的發明與電視機普及，使得電影以另一種方式深入家庭，而錄影機的發展則使得電影的利用更為方便也更為頻繁」。1976 年台灣開始引進錄影機，1983 年一月經濟部提出「錄放影機工業輔導措施」，試圖降低錄影機價格，1984 年錄影機降價，而台灣的錄影帶出租店於同年成長至歷史的最高點，達 8000 家之多。加上港劇甚為風行，以致戲院觀眾人數減少一半以上（整理自台灣電影筆記網站：台灣電影史）。由此看來，這種隨著科技發展所帶來的便利性，正逐漸改變電影發行與觀看的型式和場合，當然也包括盜版的運行方式與空間。

影視環境與盜版

除了科技所帶來的複製技術給予生產盜版的條件外，也必然具備一個有利於盜版運作的環境，否則其無法解釋為何現今的複製技術更加快速、精進，但盜版率持續下降。台灣在 1987 年解嚴後，影視工業在 80 年代政經氛圍改變及政治力大量撤守後，搖

身變為純粹的經濟商品（鄭志文：2000），加上無線電視與廣播媒體的開放、有線電視（第四台）的誕生、西片拷貝數量限制逐年遞減、新複合式多廳戲院的出現、MTV 商店的出現，更擴大了對於影片供給的必要性與需求性。另一方面，從各國，尤其是美國好萊塢影視產業的蓬勃發展看來，電影產業為了擴大其自身的發展與獲利，以跨國資本集團的方式進軍各國市場行銷電影成為主要手法。其中像是錄影帶，雷射影碟，電影版權授權就成為當時跨國影視集團拓展海外市場的重要利器，於是更多的國外電影商品輸入台灣是必定的。

原來好萊塢電影就占有台灣的電影市場不少比例，在 80 年代後，由於台灣社會的影視環境的變化，對於西片的限制逐漸降低，加上商業利潤的考量，美國的好萊塢電影與節目更大量地進入台灣社會中。從發展「國片」的角度看來，這確實是重創，但若從消費的角度，無論是國片或者是洋片，都只是消費品中的一種選擇。以此觀點看來，好萊塢電影的大量進入台灣剛好補足了人們對影視產品這個區塊的需求與期待，而像對影碟，錄影帶等家庭影音娛樂的需求反而是開拓出更大的電影市場。

但在盜版市場早已存在、影片代理體制的不健全、人民尚無智慧財產觀念，加上經濟條件尚不足以支持正版的情況下，都使得整體電影產業在經濟收入上蒙受打擊。雖然當時的視聽環境正從單元轉變成多元紛呈，但並未有一個管理的機制與力量存在也是事實，所以侵權的現象不僅存在盜版業者與民眾，就連正版業者也不時會出現侵權的作法。因此民眾除了可以輕易地在公開的市場上買到盜版業者自行發行的非授權影碟產品外，正版業者販賣非授權商品或是侵權行為也是常見，例如出租店業者不僅租售正版影碟，也會在非授權的情況下自行重製影帶出租給顧客，或者盜錄未下檔的院線電影翻考成錄影帶出售、出租更是常有的事。

而在台灣剛起步的有線電視業者（俗稱第四台）為了擴展頻道的內容與吸引收視戶，也是經常盜播節目與電影，1980 年更發生全面盜錄春節檔國片一事，引起片商與錄影帶業者的強烈不滿。為此，片商與錄影帶業者更走上街頭進行抗議，懇請新聞局能強加取締（部份整理自台灣電影筆記網站）。所以當時的盜版並非只是單純屬廠商與

消費者間的戰爭，在這特殊的年代中，在消費社會與傳播產業剛起步的社會中，盜版的情況是存在每個角落之中，這是一場碟對碟的戰爭。即使錄影帶在 1985 年走入簽約制度後，仍因為結構性的因素出現「A 拷」、「B 拷」¹⁴的情況，但以當時的脈絡看來，這種「A 拷」、「B 拷」的行為是被默認與有條件接受的（王維菁，1997：50）。這也意識著在觀看盜版的同時並非只單就字面意義就進而善惡的二分對立。它必須放進整個時代的脈絡中來觀看當然這種「盜印」、「盜播」、「盜拷」的情況。

不過不可否認的，盜版的出現除了價格低廉吸引人外，也與政府執法不力有關（聯合報，1981/02/20）。何東洪、張釗維（2000，197）認為：「台灣的國家政權，持續地在意識形態上監控、威嚇、打壓又鼓勵音樂及其它文化藝術創作的同時，卻沒有在法律層次善用國家機器保障業者的版權利益。如此，國家機器的運作所帶來的空隙便是翻版業的生存空間。其導致的結果則是美國影視商品進入台灣後，不斷地透過政經的力量，迫使台灣政府開始重視智慧財產權的施行，並希望藉由國家機器的力量消除盜版業者，以保障美國的利益。」

不過值得注意的是，盜版雖然是侵害了他人的財產與著作權，且一直以來也都被視為是犯罪的行為，但在當時的特殊視聽環境條件下，其帶來的絕不只是經濟性的罪與罰，胡綺珍（2003）就認為翻版（盜版）瓦解了消費階級意識的層級分化，使得原本屬於少數人的娛樂能普及到民間社會中，同時創造出影音消費主義的新型態。德國大導演沃克雪朗多夫（Volker Schöndorff）表示盜版雖不值得提倡，但客觀地說，也有積極意義，在許多影片無法通過正常途徑呈現給觀眾的前提下，盜版片讓我們了解了世界電影，促進了交流（勞動報，2005/06/20）。所以在拋開經濟性的爭議後，其實盜版從另一角度看來盜版反而促進了文化上的交流。

¹⁴ 「A 拷」是指即權利人或發行商自行重製或拷貝影音商品、移轉所有權交下游出租業出租之情形。「B 拷」係權利人僅提供一份合法重製物，告知影帶出租業，可視市場需求，隨時重製、出租之情形，由於此等 B 拷之提供、告知，往往都是口頭進行之方式，下游業者，也常在非授權的情況下，自行拷貝影音商品進行出租與出售。提供者究有無授權之權利？有無此提供授權之事實？往往事後發生爭議時，出租店無法提供任何書面證據，進行抗辯，成為實務上最棘手之問題。當出租業無法提出任何證明時，就可能有本法第九十一條盜錄盜版光碟（公訴罪）或第九十二條侵害出租權之問題。則是下游業者，在非授權的情況下，自行拷貝影音商品進行出租與出售。

另外從何東洪、張釗維（2000：160-162）對音樂市場的研究看來，翻版與膺品¹⁵除了撲向國台語唱片外，外國音樂更在無代理商引進與「著作權註冊保護主義」的因素下，使得盜版西洋音樂的速度，幾乎與美國的流行音樂同步發行。有趣的是，當時某些唱片行本身就發行翻版唱片，試圖建立起品牌認同與符號價值，不過我們卻以現在的理性化市場機制來看待以前的盜版業者，因而漠視了盜版行事運作和 80 年代後所謂正版業的關係。相對的，在電影商品市場也是如此，當時的正版業者並沒有因為盜版猖獗而棄守台灣的電影市場，也沒讓整個產業發展陷入停滯，反而是引進更多的電影商品來培育市場的需求與發展。而在這之前，我們現今視之為當然的合法，並高舉反盜版旗幟的正版業者，事實上也從事著盜版行為，等到公司具特定規模後才轉而合法代理影片，甚至投資拍片。所以在觀看盜版這個議題時，除了經濟性的觀點外，也必須有一個歷史縱向性的詮釋，更別忘了內含在其中的文化功能。

消失或轉移？

90 年代以前盜版仿冒商品充斥公開市場是一不爭的事實，但在 90 年後，緒如 80 年代的環境條件已不在，尤於更受到美方 301 條款的壓力，政府開始加強了查緝的行動，並使得盜版率一度降到 10% 以下（經濟日報，2003/12/10）。盜版商品已大量地從公開市場上大幅撤離是一個事實，現今我們已很難在合法影碟店或賣場買到非授權的影碟。即使是公開販售，也只能在夜市或小部分的電腦商場才能見其蹤跡，且這也大多採取遊走法律邊緣的流動式自助消費¹⁶。這是一個很明顯對比，也是很具大的轉變，無

¹⁵依何東洪、張釗維(2000：160)的區分，翻版及膺品指的是音樂成品的非授權複製，差別的是翻版在外觀上擺明了意圖，會加上翻版商的 logo 及一些解說，而膺品則是全然複製，讓人無法分辨真偽。

¹⁶目前仍存在於公開市場上的盜版品集散地，大多以夜市和電腦商場為主，但仍都以游擊戰的方式逃避警方的查緝，其銷售的方式大致上分為二種，一種是公開陳列商品，標定售價，在桌上放置一個收銀筒，由顧客自行付帳找零，看似無人管理的攤位，其實有店員在旁監視，但他們不會承認自己與此攤位的關係，藉以此方式來逃避法律的規範，此方式常見於台灣的夜市中。另一種是在路旁擺上一桌子，桌上陳列出各式軟體的目錄，由顧客自行挑選，選定後老版再由它處的倉庫取出商品買賣之。

¹⁶根據美國國際智慧財產權聯盟（IIPA）2004 年發布的調查數據顯示，我國去年電影盜版率為 44%，在「特別三〇一名單」優先觀察的十七個國家中，猖獗的情況遠超過南韓與多明尼加的 20%、保加利亞的 25%、以及巴西與波蘭的 30%。台灣華特迪士尼總經理曾文泉表示，當今電影盜版率高於唱片、商用軟體、遊戲軟體、書籍，並且沒有明顯下降的趨勢。「44%還是低估了，這個數字忽略了網路盜版，」。陳宗怡 2004，〈電影，膽顫心驚〉，《遠見雜誌》，208 期

論政府單位對於法令的建立與落實是基於主動或者被動的心態，查緝行動的執行對於盜版產生不小的阻遏作用，這也使得實體盜版的市場與空間大幅地縮小。但盜版是否真的徹底消失嗎？

我想除非人們不再觀賞電影或者人人都買得起正版，否則盜版的行為仍會存在，只是場域產生了改變。國內電影發行商表示：「盜版無所不在，台灣的盜版從來沒有絕跡過！」（聯合報，2004/10/14），再從警方屢屢查獲盜版工廠或是仿冒商品的情況看來更支持了這論點，整個市場對於盜版的供給與需求仍是存在的，消費盜版仍占有不小的比例¹⁷，不同的是盜版的銷售方式靈活了，且場域從檯面上轉變成地下化。據陳永順的觀察，目前台灣的盜版商依發貨路線區分，主要有兩種。一種是透過下游的分銷商，直接發貨給在各夜市、電子商場的攤販。一種是透過地下影片出租業者，直接依客戶電話、網上訂貨，送貨到家（聯合報，2003/01/13）。尤其在網際網路的興起後，不少盜版業者在網路經營盜版生意，主動寄發廣告電子郵件（聯合報，2004/10/14），消費者可以直接由網路下訂盜版商品，並由郵政系統或宅配業者送貨到家，一來消費者方便取得，盜版者也藉此逃避法律的追查。

新勢力的興起?

在數位化時代中，商品走向數位化的結果，除了帶來使用上與攜帶上的便利性外，隨之而來的則是更嚴重、快速、便利的非法複製問題。李欣蕙（2002）認為隨著數位科技的快速發展，消費者不當使用電腦的行為越來越多。像是不斷改良的 MP3 壓縮技術、低價且日漸普及的燒錄器、簡單易學的燒錄技術，都使得製作盜版或是從網路下載 MP3 變得輕而易舉。尤其電腦科技快速進步的情況下，燒錄機成為費用便宜的普遍電腦設備之一¹⁸，配合著網際網路的興起，其傳輸速度快、隱匿性高、責任風險低，更

¹⁷根據美國國際智慧財產權聯盟（IIPA）2004 年發布的調查數據顯示，我國去年電影盜版率為 44%，在「特別三〇一名單」優先觀察的十七個國家中，猖獗的情況遠超過南韓與多明尼加的 20%、保加利亞的 25%、以及巴西與波蘭的 30%。台灣華特迪士尼總經理曾文泉表示，當今電影盜版率高於唱片、商用軟體、遊戲軟體、書籍，並且沒有明顯下降的趨勢。「44%還是低估了，這個數字忽略了網路盜版，」。陳宗怡 2004，〈電影，膽顫心驚〉，《遠見雜誌》，208 期

¹⁸以作者個人經驗，1999 年底 6 倍數的電腦 CD 光碟燒錄設備仍將近萬元，普通單片空白 CD 燒錄光碟價位約在 18 元。2004 年底電腦 CD 光碟燒錄設備已達 52 倍，但價錢卻不到 1500 元，普通單片空白 CD

在寬頻加大與承租費用下降的情況下，使得許多盜版行為轉而利用網際網路來進行。個人成為盜版的使用者、傳播者，更可能是製造者。這點是相當恐怖的，在過去擁有影音生產複製技術與工具是特屬於某個廠商，其存在著很高的進入門檻，但電腦科技與網際網路的發展卻扭轉了這點，每個人均可能是潛在的盜版者或盜版商。

很明顯的網路盜版成為現今盜版的主流，甚至影響到實體的盜版業者，更別說是對正版業者的殺傷力有多深。李瑋就指出，在過去，政府執法機關還有可能積極出擊，現在的網路無遠弗屆，來自四面八方成千上萬的匿名使用者，利用網路平台交換各式各樣的檔案，警方再也無法一一擊破與追查（遠見 2004）。而從統計數據也明白顯示出，自從網路下載風潮興起後，台灣音樂市場的年產值從 1997 年的 123 億，萎縮成 2003 年的 45 億，而國際唱片交流基金會更把台灣列入全球十大盜版國家（江逸之，2004：88）。另外在電影市場方面，電影未在戲院上映前，盜版電影先行流傳而造成轟動是常有的事。2003 年春節檔期上映 007 系列電影「與誰爭鋒」一片，影片不但在未上映前就有盜版出現，業者更在影片放映片頭印上「陳定南¹⁹來捉我」等挑釁字句（宋漢歲，2004：92）。對於盜版電影透過的網路流傳的現象，美國電影協會總裁倫提指出，盜版電影中高達 80% 是拷貝自戲院攝錄的版本（經濟日報，2004/06/27）。尤其在 P2P²⁰傳輸技術的出現後，轉變了檔案分享的主從關係，下載者不再只是受害者，更是提供者。不僅下載速度更快，查緝的難度也加大了，其具大的影響力使得廠商蒙受更大的損失，這也更讓業者感到頭痛。相對的，反擊盜版的聲浪更是加大了，甚至向政府提出違反著作權法改採公訴罪要求，當然這也促使一連串反盜版運動的開展。

燒錄光碟價位卻已降到 5 元。2004 年底高容量的 DVD 燒錄器已達 16 倍數，價錢卻不到 4000 元，普通單片 DVD 空白燒錄光碟也降至 15 元

¹⁹ 陳定南為中華民國法務部長

²⁰ 過去網路下載或網路盜版的模式是以某台電腦作為主機，到各別電腦再連線至此主機抓取資料。此種方式在頻寬固定的情況下，多人同時抓取會降低連線的品質與速度，主機也可能無法負荷導致當機。提供者若是以此分享未授權的歌曲與電影，是有被警方查獲的可能性存在。此以 FTP 的型式存在居多。而 P2P 的下載方式則是透過軟體將分享資料切割為小型的檔案，先由一人當主機，待其它下載者連線後，再由軟體分配下載的小型檔案。每位下載者各取一小部份，下載者不再只從主機獲取資料，而是從所有的連線下載者電腦上取得資料，如此每位連線者即是提供者也是下載者，且連線者愈多，傳輸速度愈快，也把主與從的關係降至最低。警方往往只能查獲提供網址的討論平台或會員資料，而無法確定誰是提供者與下載者

作者認為對於網路盜版的研究是重要，因為它是引發一串反盜版運動的主要因素，尤其網路的交換下載行為對於唱片產業算是最為直接的衝擊，然而我們是否應該把盜版行為對於音樂產業的侵害等同於對電影產業的影響或預期影響呢，進而忽略掉個別產業結構上的不同而必定產生不同的結果？若把場域移轉到電影影音光碟產業，盜版的影響性真的如此巨大嗎？從音樂產品看來，現今網路盜版對於音樂產業的侵權行為主要指涉的是把一張專輯在轉換成 mp3 格式後進行散佈，由於音樂 CD 在轉換成 mp3 格式後其容量約為原來的十分之一，而整張 mp3 專輯檔案大小也大致在 50—60MB，使其在網路上的傳播是快速且容易的。加上在壓縮過程中若操作無誤的話，音質並不會有太大的折損，且可搭配家用娛樂設備來使用。而近年來 mp3 的興起，更迅速地成為流行的指標，其中蘋果電腦公司更靠著 i-pod 數位音樂播放器，帶來巨大的獲利。

相較於唱片，電影的影像檔顯得巨大許多，一般一部 VCD 電影仍在 1300MB，是一張 mp3 專輯的 20 倍大；而目前普遍主流的 DVD²¹光碟，其電影檔案大小更達 4000MB，有的更高達 7500MB，至少是一卷 mp3 專輯的 100 倍大。即使轉換成易於傳輸的 AVI 檔至少也達 700MB 以上，所以在傳輸上是相當耗時的。李瑋就指出，「由於技術問題尚難突破，電影檔案較大，下載時間很長，一般網友是較沒耐心等上幾個小時下載影片（遠見 2004）。」再者，電影檔案在經壓縮後會使得本身就不算清晰的 VCD 影像會變成十分模糊，而現今成為主流的高品質 DVD 影像，在壓縮後其畫質上也會大打折扣，此舉實在不符合電影欲透過影像傳達出的美感、娛樂性與藝術性。

更甚者，如反盜版行動所聲稱侵害電影產業的盜版影片，絕大部份是盜版業者雇用人員，利用小型 V8 攝影機在戲院內進行偷拍或側錄的而得的版本。現今網路上流傳的也是這類型的電影檔案，這些與院線同步或搶先上映的盜版電影其畫質經常是模糊到無法判別，觀眾晃動的頭、身體、笑聲等一同「入鏡」的<特殊效果>更是常見的。

²¹ DVD(Digital Video Disc)包含數位影音光碟與數位多功能碟片兩種意義，其外型大小與上一代的 VCD 相同，但資料儲存密度更高，使用在於電影影片上，可使影片解析度可以提高到 720*480，並且可內建 32 國字幕與 8 種語言，加上又有多聲道音效的，是目前常見的一種影音儲存光碟

且這些壓縮過後的影像檔案，只能利用電腦配合特殊的播放程式來觀看，而一般的螢幕也大多在 15—19 吋，較難達到家庭娛樂的便利性。若使用大尺寸的高科技液晶電視或電漿電視，在影像檔案不清晰的基礎下，強行放大影像反而更使影像模糊化。如此粗糙的商品被看成是產業殺手，並認為是威脅到投資數千萬設備的電影院生存，那麼這到底是盜版的問題，還是電影產業有待改進呢？

平心而論，就其電影產品特性和目前電腦與網路科技技術看來，網路盜版對電影工業的威脅與傷害並未像唱片產業那般嚴重。因為電影是一整部觀賞的消費程序，不像唱片可抽離成單一歌曲來聆聽，且台灣的電影市場早被強調聲光特效的好萊塢電影佔據 9 成以上，這種強調電腦特效的娛樂片很難在透過網路的傳輸突顯出它的特性。即使現今即將開放的網路線上電影機制其所販賣的也僅止於便利性，且這其中還有許多網路硬體建設必須解決。

這些都是很實質性的問題，但在討論盜版問題時都被刻意忽略，甚至連個人的電腦資訊能力與盜版影片取得管道的問題也是不重要的，似乎把人人都假定成是電腦高手，只要連上網路，盜版影片就隨手可得。對此，卡維波就指出這樣的疑問，「到底網路下載影片究竟是對好萊塢造成威脅？還是只影響原本就不會花錢看電影的特定族群？」（中國時報，2005/04/17）若在不思辨這些問題，就直指網路盜版對電影工業的打擊是強大的，更把整個反盜版的注意力放在網路盜版上，且透過各種方式來促使政府打擊網路盜版，那麼反盜版還會有任何真實的作用嗎？

實體盜版的全球流動與反撲

對於網路盜版的興起，我們應該把它視為是整體盜版方式中的一環。事實上傳統的實體盜版並沒有因此而消失，若把視野角度拉到區域化與全球化這角度來觀看，更容易看清這種實體盜版的流動性。早期，台灣是盜版光碟的製造與出口國，電影及錄影著作保護基金會執行長郭戎就指出：「全世界數位光碟生產市場，台灣就占了六成，說起來雖值得驕傲，但也因為台灣技術成熟，反而被不肖商人利用，由國外帶進熱門

電影母片，在國內大量複製，透過香港轉運，低價銷往中國大陸及東南亞。」(聯合報，1999/09/15)

不過隨著台灣整體經濟、法律與社會環境的轉變，爲了規避查緝，原本支援盜版事業的大型壓片工廠早已外移至中國設廠發展，從事販售盜版光碟的李先生就指出：「這些隱身在中國沿海地區的盜版工廠，有著與正版工廠一樣的機器設備，生產出的盜版商品在品質上與正版商品差距不大。而更多的盜版光碟更是經由合法的大型壓片工廠私下代工製成，只要握有原版母帶，大量複製是可行的。」目前尚存在台灣的則是接單後生產的小型燒錄機家庭工作坊，業者可以在接獲訂單後，再進行燒錄，只要幾分鐘就可燒一片，這種燒錄工作室每年也可生產出數以百萬計的盜版光碟(民生報，2005/02/04)。

以現今中、港、台盜版事業的發展看來，近幾年中國大陸已變成生產盜版電影的主要產地。而近年來，警方查獲的盜版電影商品，也大多是在大陸製作完成後，轉運至台灣販售(聯合報，2005/10/17)。在筆者的接觸下發現，這些從大陸運往世界各地的盜版電影，除了少數是爲了符合流行效應的不清晰偷拍版電影外，更多數是拿正版母帶進行翻拷的高畫質 DVD 版本，不再是我們傳統定義下的劣值品，次等品。更加詭異的是，由於消費者需求上的拉抬，使得盜版市場出現多家廠商相互競爭，爭食市場的情況。這些廠商爲了吸引消費者的光顧，開始把盜版 DVD 光碟，配置上精美的包裝，除了是模仿正版的印刷外，更開始踏入自行設計的商品製作流程中，各家盜版廠商除了比低價也比品質，甚至可說是超越台灣正版商品的品質，而當地的售價約台幣 30-40 元，精裝版本約爲 70 元。

這種價格與品質上的優勢確實是目前盜版影音商品吸引人們之處。除了供應中國大陸的龐大內需外，在地理位置上鄰近的台灣與香港也受之影響，不僅觀光客至大陸旅遊將它當作紀念品帶回外，透過走私、郵寄、快遞的方式運送到台灣使用或販賣更

是眾多。例如這幾年台灣觀眾對於日劇與韓劇的瘋狂，卻因為代理權、代理金與商業市場考量的問題，使得正版業者不願進口這些影片，而盜版電影商品正好補上這一缺口，供應此類的需求。

所以，台灣的盜版市場除了場域從實體走向虛擬之外，盜版的生產與消費也進入全球化的流動與交流中，從台灣出走到控管較寬鬆的中國，但產品仍透過各種管道回銷到台灣社會。如今的盜版已經走出過去的次等品印象，打破了原版與盜版間的固定疆界，使得真假的界限模糊化了。「所謂的原真（authenticity）於機械複製的時代下，已不復存在，反之，這世界充斥著可被置換的物體（the displaced object）。」（胡綺珍，2003：9）加上全球影片代理制度的結構性條件限制，讓盜版工業彈性地了解當地市場的需求，因此找到了銷售空間。但我們的政府與業者仍把注意力放置在網路盜版，未能注意到實體性盜版的反撲與威力。

第三節 國內盜版的研究

盜版問題是近來許多研究者與實務界人士關心的話題之一，當然這也反應了盜版做為人民日常生活行為是事實。國內目前對於盜版的研究是多元的，且一直在嘗試著從各種角度對於問題進行展現和討論，包括作者也希望透過社會學所培育的觀點，補足此領域中尚未被研究的部份，或檢視可能有問題的立論。由於盜版的範圍遍及書籍，音樂，電影，軟體等各領域，而每個領域的研究也因其所處的環境與產業特性的不同，必然產生不同結果，如此更有套用性的問題。但現今的研究往往把所有的盜版現象視為單一問題，也認為有一共通的解決方法可以禁絕盜版。筆者認為在處理盜版問題時，必須視各別產業特性與所處的社會條件進行論述與分析。例如，對音樂盜版的研究就無法完全符應在電影的領域中，不過觀看的方式與角度倒是可以借鏡的，所以我們仍可以把已有的研究或相關理論可歸納為幾個主軸或是對盜版所採行的研究態度進行分類

視為盜版為犯罪行為

此類的研究往往是從財產權、國家法律、形象、著作權保護等條件來定義盜版行為。而對於盜版的第一個印象當然就是一種侵占或侵權，陳櫻琴（1987）就認為偷竊財物，在道德上不忠、在法律上不法，是受訾議處罰的；盜印別人的著作，豈不也是偷竊行為，在道德及法律上都觸犯禁忌的。尤其，隨著資訊科技的發展與網際網路的普及，音樂與電影光碟盜版的問題也逐年嚴重，影音盜版影響到的不僅是權利人團體，也包括影音業者及創作者之生存，亦攸關我國智慧財產之發展，更常成為我國在國際貿易諮商上的重要課題（邱奕傑，2005）。為此楊宏英（1997）認為盜版的盛行，將阻礙研發與創新動力，所以應由國家以法律提供保護，如此才能不復再蒙「海盜王國」之譏。再者從智慧財產權的觀點出發者更是支持此一論點，尤其在全球鼓吹「知識經濟」的風潮下，對於智慧財產的保護更成為企業獲利的關鍵。

劉東發（2003）就認為知識經濟可將智慧的結晶轉變為企業生產力與國家競爭力的提升，而智慧財產權更是知識經濟時代中最具有生產力的資產，所以侵害智慧財產權案件可謂新型態犯罪行為。且從實際經驗中得知，盜版業者利用光碟產品，能於短時間大量複製進而牟取不法利益，如不及早因應，勢必造成全面泛濫，將我國多年極欲洗刷「盜版王國」之努力毀於一旦。對此，馬傲秋（2004）也有同樣的想法，認為在知識經濟時代，包括音樂、電影、軟體與圖書等文化產業已成為競爭優勢之關鍵來源，而智慧財產權相關法規正扮演保護無形資產之重要角色，故極需健全之法制予以保護，並加強民眾對著作權之認識，宣導使用盜版亦為犯罪行為之觀念更為當務之急的必要工作。

以上是國內研究者對於盜版的基本態度，把盜版視為一種犯罪行為，此種觀點也是國人在觀看盜版時最為普遍的心態，並且希望透過政府的力量，嚴格執法來取締盜版以保障創作人或所有權人的利益。張建堯（2004）的研究發現，法律對於盜版行為的處罰，皆會對於非法下載行為有影響，所以積極督促各國政府防制非法盜版行為可能是一個較有效的動作。而趙雯蕙（2005）對於 P2P 下載的研究中發現若不借助國家之力量制定法令進而拘束 P2P 業者之行為，其並無法有效改善網路中的盜版問題。但

也認為在保障著作權之同時，也應思考如何兼顧社會大眾之權益，試圖從不同的權利訴求中尋找一平衡點，才能有效解決非法下載行為之問題。為此謝亨莉（2003）也認為由於消費需求及願付費價格是有一極限的，所以對廠商並不是極大化著作權保護，而是選擇一適度的著作權保護，因為容忍有限盜版行為是爭取獲利提升所可採行的策略。

當然盜版的長期並普遍存在是一種事實，對於侵權一事也是確實存在，而對於創作著與投資者的傷害更是龐大，往往幾年的心血就在複製科技的運作下消失了。然而新科技的盛行是必然的，這種複製技術只會更快更精進，費用更低，不可能因為盜版而停滯對於新科技的研發，且科技是中性的，它的運用存乎在於人的信念之中，於是這問題得回到人的身上來找尋答案。所以更多的研究者進一步地想試著去理解人們從事盜版行為的因素，並找出是何種原因的驅使影響著人們從事侵權的行為，這個問題包括了二種層面—結構因素與個人行動。

結構條件

它是指從國家文化、教育、所得、產業結構、法律等觀點來對盜版行為進行研究。翁煌哲（2002）認為以往的研究說明盜版反映了如國民所得與產業結構等因素在內。在謝亨莉（2004）的文章就提到一國的盜版可能與國家整體的社會及經濟條件有關。另外，陳韻如（1999）的研究也發現台灣學生家庭經濟情況較好的人，在態度上較支持軟體正版行為，在成文規範方面，台灣學生的軟體盜版意圖較會受到法律規範的影響。而把這種結構因素對於個人行為的影響，放置在各國盜版率的排行也符合這樣的邏輯。從各國盜版率的排行看來，盜版率高的幾乎都是落後的國家，或者是共產主義的國家，而盜版率低的則是以歐美國家為主。

因而對於智慧財產權一直存在著這樣的討論，「為何已開發國家，積極抓盜版、保護智慧財產權？而開發中國家，卻不喜歡論及智慧財產權保護呢？」謝銘洋表示：因為已開發國家是文化、技術的輸出者，保護智慧財產權，重視品牌，可提高附加價值，從實體商品擴大到無形商品，都可以因授權而獲利。就落後國家或開發中國家而言，

運用既有的技術和資源作為國家發展的工具是必要的，若事事都要講求授權與付費，那麼將無法擺脫落後的地位，所以比較傾向將智慧財產權認定是公共財（經濟日報，2004/07/15）。這種因應當下社會發展所產生出的價值觀差異就很明顯地呈現出來。

個人行動

不過這種對於結構因素所帶來的影響，仍無法真正回答「人們為何從事盜版活動」。所以接續對於盜版的研究開始去問：「人們從事盜版行為是否有受到個人因素的影響？」若是，這個人因素又是為何？這個取向的研究者都希望能找尋出影響人們使用盜版的個人內在因素，並提出建議能有效減低盜版的傷害。

個人道德水準

在方武祥（1995）的研究中，直接把盜版當做不道德行為觀念中的選項之一。而唐日新（1996）對於軟體盜版因素的探討中得出道德水準、價值和軟體盜版意圖有明顯的關係，道德水準與價值愈高，使用盜版的意圖就會愈低。同樣的，李欣蕙（2003）對音樂盜版的研究也呈顯出道德強度、消費者所知覺到的風險與音樂盜版的整體態度是有相關連性的，道德強度及消費者所知覺到的風險愈高，對於使用盜版的機率是相對性降低的。翁煌哲（2002）援引道德強度模型，檢測消費者的道德判斷與盜版意圖，其研究發現道德強度可以解釋道德決策過程，同時公平感受亦對盜版意圖有顯著影響。鄭鳳儀（2004）從操縱個人情境、價格情境、同儕情境等變項下均顯示道德因素也與盜版意圖有關連。周科鈞（1996）的研究則表明盜版行為本身的特性（道德強度）、過去經驗與情境因素在盜版決策過程中也具有相當程度的影響力。

個人倫理

高崇瑋（2004）認為在出版品內容數位化後，盜版的情況比過去更加嚴重，使用盜版者的行為動機也不能只化約成是經濟或道德上的考量，還有使用者合理化本身行為的態度，這與個人的倫理認知有關連。蘇雅嵐（2004）則指出在消費倫理方面和知覺風險與侵權產品消費意圖間確實存在顯著關係，消費者倫理信念愈不堅守之及知覺風險愈低之消費者，其消費侵權產品之意圖愈高。相對的陳品錚（2004）所研究 P2P

的使用行為方案，發現探討不同方案下在不同情境下，人們的倫理決策行與模式核心部份皆獲得驗證。

結合個人行動與結構條件

在描繪出造成人們使用盜版的內外因素，有些研究者也警覺到單一個別因素是否就會造成人們使用盜版的動力，個人行動與結構條件是否會產生相互的影響性，這對於解釋人們使用盜版的成因是否能更為精確？此類的研究更進一步地去注意到盜版行為的產生不僅是單一因素的影響，而是要放在個人行動與結構條件配合下才會促成盜版的產生。若從簡單的市場供需環節看來，除了國內盜版業者的猖獗，消費者的購買也是造成盜版的其中一個因素（吳宏庭，2002：9）。同時呂智忠（2003）也支持這種論點並認為，雖然超額利潤導致盜版商從事盜版製造與買賣，然而消費者才是促使不法商人生產仿冒產品背後的真正力量。並進一步指出所有的消費者行為雖含有不可或缺的倫理成分，但個人的倫理信念與行為又深受所處社會或國家文化特質的影響，這是一種相互影響與循環性的。在趙宇慧（2005）研究也顯示出相同的觀點，個人的消費道德與倫理信念行為是深受到所處的社會或國家文化特質的影響進而落實在購買仿冒品行為上。

從生產與消費的觀點

從「反盜版」的行動中，讓我們看到了廠商在經濟市場上所面對的困境，然而在對付盜版時，卻只講求從法律與經濟觀點出發，而議題總是圍繞在保護與制裁。從上述的盜版行為相關研究中可以發現，研究者試著從道德倫理、國家經濟與法制面來解釋盜版行為，並提供了各種可能的方式，期能降低或消除對於盜版的使用。若把以上的觀點放在檢視促成盜版因素的上，那麼這些論點都是可以成立的，不過卻也是不足的。原因在於這些對於盜版的研究一直處在一種假設中，往往只把對盜版的注意力放置在消費者的身上，希望找出可能影響到消費者侵權的因素，但這樣的假設是有盲點與致命的，因為它在未研究前已經把促成盜版行為的因素直接歸類到消費者身上，並認為這是消費者的問題，而忽略了去檢視原本所假設的正版是否也可能是問題所在，

使得我們不知覺地陷入「正版神話」的迷思中，更別說驚覺到整個生產業結構或許也是引發盜版行爲的因素之一。

加上過去的研究中很少也把盜版當成一種消費行爲來看待，當然其所提出的解決辦法又繞回了以法律和道德面爲主。爲此我們反而忽略了一個簡單的議題—消費，即商品與人之間的關係。無論是正版與盜版，若是牽涉到購買或使用，那麼這就屬於消費行爲，二者都是人們透過消費的過程來滿足個人需求與利益。特別是作爲一連串的消费行爲中，即使是盜版，消費主體也會在消費的過程對於商品產生某種特別的認同感。而從吳宏庭（2002：3）對於音樂產品與盜版的研究顯示，音樂唱片的「產品品質」關係著消費者是否採取購買盜版及燒錄的行爲，購買音樂產品所產生的消費快感、自我的建立，都是消費者對於產品購買的原因。同樣地李欣蕙（2003）也表達相同的觀點，在測試了消費者的偶像崇拜程度對於盜版的態度，發現了購買盜版唱片的整體態度和購買偶像的盜版唱片的意圖有顯著的負相關，消費者偶像崇拜及對音樂產品的滿意度才是促使消費正版的原因。

所以在我們消費的場域中，對於商品所建構起的認同感是影響到我們選擇盜版或正版的因素之一。從消費層面看來，產品的品質與特性是吸引消費者購買的必備條件，正版商品不會因爲擁有正版的頭銜，而促使民眾產生購買的行爲，消費者從來不是爲了支持正版而去買 CD，而是因爲喜歡這張音樂內容而消費（數位時尚，2004：8月號）。希望從商品獲得什麼才是主因，當然這牽涉到個人的品味與經濟地位差異、同時也是一種自我展現與身份認同的方式。然而 Bourdieu 的《區別》更提醒著我們：「消費活動、品味與生活風格，仍然是身份地位的戲局，而且是極爲認真嚴酷的戲局。」（朱元鴻，2000）

對於目前國內盜版的問題，我們習慣認爲法律可以解決一切，如此的作法背離了生產與消費間的原則，這也使得人們忘卻了重新以生產與消費議題來看待盜版問題的可能性。從周建輝對於電影市場的研究更說明了，以傳統爲生產導向的電影經營方式似乎越來越顯得力不從心，而必須重視到消費者行爲上的區隔化特性。吳肇展（2000）

也認為在消費市場上存在著市場與利益的區隔性，業者必須提出不同的行銷策略來因應消費者的需求型態。這樣的見解其實也讓我們確信從生產與消費的觀點或許是一個不錯的新方式，因為它能更貼近觀察每一位消費者、正版與盜版使用者在其選擇上所考量的因素。所以當我們來看待盜版行為時，若從生產與消費的角度，能更能趨近於掌握消費者的態度與心態，也更容易針對問題核心來理解盜版。

第三章 台灣反盜版行動的發展與邏輯

在回顧了各種對於盜版的研究後，我們必定會很好奇，台灣的這一波反盜版活動呈顯出一個什麼樣的內容與色彩？對此我們的社會，又是如何來看待這場對立與對抗已持續了數十年的戰爭？在本章第一節，將著重在論述近幾年國內反盜版行動的發展情況及條件，是什麼樣的社會氛圍使得反盜版的氣勢逐漸高漲，而相較於過去的經驗，目前的反盜版行又是憑藉著什麼的條件使得它能成為當下社會的主流論述，進而成為時代精神。接著在第二節，將沿續展示反盜版行動所採取的策略及其造成的影響，包括空間上的氛圍。在本節將會看見整個反盜版行動是透過那幾種權力論述，來形成一套對於盜版的態度與看法，進而影響到全體社會對於盜版的觀感，最後促成了整個反盜版的風氣。且當下的反盜版的行動也自認為找到了幾個能夠防堵/阻絕盜版，甚至是消滅盜版的方式。

它的運作給了我們什麼，是否達成了原先設定的目標？對於盜版又有多大的壓制性？當然這是反盜版行動所立定的目標與自我期許，而在密集地實施了幾年後，我們是必須對其過程、手段與結果做更進一步地反省，反盜版行動所採行的方式真的是走在一條對的道路上嗎？或者是否又有其更為可行的方式呢？所以在第三節我們就必須去檢視此種方式的合理性與方向性，回到其原本的立論假設、論述、意識型態與手法，觀看其是否有不足與侷限性存在。而對於這些檢視，又有何觀點可以幫我們更加地釐清問題所在，在第四節我們將會對這做介紹。

第一節 反盜版行動的生成

反盜版風潮

唱片界有史以來最大規模的街頭抗議活動「404 反盜版大遊行」，理性登場，主要抗議訴求是「盜版猖獗、音樂將死」，向社會大眾做出沉痛地呼喊：「別再買盜版了！」（星報，2002/04/05；聯合報，2002/04/05）

歌手李玟，爲了 404 反盜版大遊行專程返台以實際行動支援這項重要活動。她激動的說：「這次是整個台灣唱片業生存的重要關鍵，不管再忙，我要排除萬難回來，跟大家一起反盜版、打擊盜版。」（聯合報，2002/04/04）

IFPI 提出「專責警力、打擊盜版」、「訂公訴罪、嚴懲不法」、「光碟條例、確實執行」和「網路立法、盡速完成」四大訴求。（聯合報，2002/04/05）

環球、派拉蒙、福斯、華納、迪士尼等美商八大電影公司與台北市、高雄市、台灣省三大戲院工會。包括百視達、亞藝影音、萬視通、阿波羅等錄影帶連鎖店也將暫時休息，以表達對反盜錄的支持。電影人、片商、戲院業者及錄影帶業者頭綁抗議白布條走上街頭，參加「404 反盜版大遊行」，爲自己的生存權請命。（民生報，2002/04/05；聯合晚報，2002/04/03）

游錫堃院長以親自出席表達支持立場，並提出具體回應。他強調全球化時代來臨，知識經濟相對重要，盜版行爲將會使我國失去與國際競爭的能力，他 100% 支持反盜版活動，只要他在行政院一天，就要加強取締盜版，以保障智慧財產權。（經濟日報，2002/04/05）

以上是 2002 年 4 月 4 日國內反盜版行動的些許片段，這不是反盜版行動的開始，更不是一個完美的結束，至今正邪對立的戰爭仍在持續中，而盜版率更隨這樣的戲碼起起浮浮。但就其整體觀感而言，此次的反盜版行動是歷年來規模最大、業界最爲團結的一次，其真正打響了「反盜版」這個口號，而訴求也最受到政府單位的重視。行政院長游錫堃不但參加此次的活動，並隨後宣示三點打擊盜版的作法：「一是成立專責警力一百名；二是修改著作權，加重刑罰，並擴大公訴罪範圍；三是確實執行光碟管

理條例，從源頭打擊盜版（聯合報，2002/4/05）。同年5月1日法務部更配合行政院推動「保護智慧財產權行動年」計劃，與經濟部 and 台灣商業軟體聯盟等單位、團體共同進行了歷年規模最大「2002 企業反盜版行動」（經濟日報，2002/04/05）。

然而若要把「404 反盜版大遊行」，解釋為促成台灣社會正式重視盜版氾濫一事，其實有點誇大其詞，或許我們可把此次的大遊行視為歷年反盜版活動效應的總成績單。在這之前已有各式大大小小的反盜版活動為此鋪路，最為常見的就是藝人為產品的代言兼反盜版活動。再來則是像1999年9月IFPI聚集了周華健、庾澄慶、吳宗憲、柯受良、張宇、陶晶瑩等五十位知名歌手在南港101舉行「終結盜版、捍衛正版」的誓師大會（民生報，1999/09/02），把個人的行動拉拔到團體戰的方式來進行反盜版，希望引起社會更大的重視。更甚者在2000年7月由BSA台灣商業軟體聯盟、IFPI財團法人國際唱片業交流基金會、IPAPA中華民國資訊產品反仿冒聯盟、MPA財團法人電影及錄影著作保護基金會所組合的「台灣智慧財產權聯盟」正式向盜版宣戰，更顯示著反盜版的行動已從各領域開始串聯起來。

這種長期積累起來的反盜版風氣，一方面除了透過藝人與業者以「受害人」的身份，提醒著社會大眾，要認知到盜版對於創作人與投資者的傷害；另一方面串連各產業組織，起身共同反盜版的手法也成為引發政府重視的策略之一。台北市戲院公會理事長楊翌平就表示說：「台灣盜版光碟問題早就浮上檯面，但當時片商（尤其是西片商）以為政府會有效取締並沒有團結打擊，未料取締不力，盜版坐大，影響如滾雪球般，危害電影、戲院、錄影帶出售與出租業等。」（聯合報，2002/03/28）只不過今日「反盜版」的處境比十年前還要艱困卻是事實，因為十年前對抗的只有一種盜版，今天社會環境改變了、加上科技翻新，要對抗的「盜版」模式變多了，「一是傳統的盜版、二是夜市的盜版，三是校園郵購的CD燒錄機的盜版，四是MP3的數位傳輸機的盜版。」（民生報，1999/08/18）這場仗肯定是苦戰。

接續「404 反盜版大遊行」後，台灣社會雖然沒有再出現如此規模龐大的反盜版行動，但接續而來的小規模、延續性的反盜版訴求卻是沒停過，手法也與之前相差無幾。

首先藝人與業者以「受害者」的身份聯手反盜版，並協助政府擔任「反盜版教育大使」，再者，各商業領域基金會團體，搬出自行調查的盜版統計數據，來強化反盜版的必要性，最後由商業性的跨國基金會組織，援引美方的力量直接對台灣政府施壓，尤其在每年公佈 301 名單的前夕，美方人士拜會台灣政府官員、民代是常有，甚至是公開的事。

另外在每年 301 名單公佈的前夕，政府單位總是會以較積極的行動，展開對盜版行為的撲殺與取締，以示其對法律與商業利益維護的決心。這些已成爲我們習以爲常的戲碼，每年都持續上演著，且「保護智慧財產，保障創作者心血」的口號，一再地高掛在我們的日常生活領域中，並且無時無刻地進行著反盜版的「預演」。反盜版的字眼可說是直接烙印在台灣社會的各領域中，它變成了一種信念、時尚、進步的觀點，但也同時是有錢、有閒的資本階級向善良社會哭訴，並向盜版商要回主控權戲碼的過程

反盜版風潮生成的因素與條件

那麼是什麼因素導致一波又一波的反盜版行動能持續運行著，並從 2001 年開始，盜版的議題逐漸地被重視，且形成像 404 這種大規模的遊行，最後促成了一場由「產、官、學」界結合而成的反盜版行動？回歸到一個市場交易的機制，陶在樸認爲：「反盜版的第一個推動力是經濟性，由於盜版不用付出版權與研發費用，只需對產品進行重製，所以能以極低的價格來販售，但其低價性就直接影響到了正版的銷售。」（中國時報，2002/05/07）這種對於商業利益的嚴重侵害，不僅讓業者的預期獲利減少，甚至出現虧損的情況，尤其當盜版持續存在時，侵權的風險性也會變高，更可能引發產業的惡性循環。

IFPI 理事長李瑞斌表示，「台灣過去的盜版市場一直控制在 15% 左右，但從 1998 年起，盜版業者大肆活躍，市場上盜版的比例竟高達 36.5% 以上，依此數字推算，台灣唱片市場一年就被盜了高達 109 億 5 千萬元。」（聯合晚報，1999/09/01）台北市戲院公會理事長楊翌平表示：「盜版光在 2001-2002 這兩年來，對台灣電影業造成的相關損

失就高達 13 億元，且全省戲院由五百多家減少到剩不到 160 家。」(聯合報，2002/03/28) 另外，根據台灣商業軟體聯盟的統計，1995 年至 1998 年，聯盟取締盜版軟體的件數達 405 件，查扣數量達 53 萬片，盜版價值達 1509 億元。(經濟日報，1999/03/10) 而國內四大反盜版團體估計，1998 年因盜版盜錄受損嚴重，換算市價金額高達 1,800 億元，1999 年更將突破 2,000 億元。(經濟日報，1999/09/08)

在面對此一情勢下，台灣的盜版情況的確使得各個領域的投資者與創作者承擔巨大經濟損失的風險，因此創作者與投資人除了訴諸法律的援助保障外，透過「自力救濟」的方式就化身成一波波的反盜版活動。不過這兒仍有個值得再思量的因素，盜版的長期存在原本就是一個公開的事實，而創作者與投資者也必然知道此一影響獲利的投資障礙存在。雖然它是不合法的，廠商並非默視盜版的存在，但就過去的經驗看來並沒有絕對的力量可以禁止此事發生。不過，有盜版行為的出現，不見得就會促成反盜版的各式活動，所以反盜版行動的運行必須視每個社會當下的情況而定，必須有社會基礎才得以推動運動。

長久以來，在面對盜版存在且無力量禁絕的事實情況下，正版與盜版廠商之間早已存在著一種不成文的「默可」機制。一方面是當國家與社會因經濟力不足，易導致長期消費盜版的情況是可能的，這點在今日的某些落後國家就可實證，而台灣當然也經歷過這時期。即便在一個已開發國家中，也非人人都可以消費得起正版，所以「適度的」默可盜版的存在是必要的。另一方，就其目的性看來，容忍有限的盜版行為更可視為一種進行價格歧視的有效方式，是廠商為爭取獲利進一步提升所可採行的策略。(謝亨莉：2003)

不過默可並非認同，這種對於盜版的容忍是有其限度的，除了對於盜版率的估算外，盜版的容忍率也是漸被重視。在周沂萍(2004)的研究就發現：「對於音樂光碟盜版風險容忍率，東歐為 49.07%；美洲為 46.17%；亞洲為 43.78%；西歐為 11.22%，表現在電影光碟盜版風險容忍率，亞洲為 62.34%；美洲國家為 62.66%。」所以當社會的盜版率超過容忍率或社會有需求但正版卻銷售率過低時，彼此間的戰爭就會立即檯面

化。而歷年來反盜版行動的出現，幾乎都是在盜版率高到讓業者無法容忍的時刻，於是一連串的反盜版行動就順勢展開。

尤其從 90 年代末期開始，東亞金融風暴與全球景氣持續低迷，都大大地影響到台灣整體經濟力的表現。相對的，這一時期的國人平均消費力是大大地消退的²²，這也剛好就擠壓了人們購買正版商品的條件與數量，更驅使著人們轉往盜版市場尋求廉價的替代品。加上整個電腦資訊產業的發達與網際網路在 90 年代末期的興起，正巧促成了網路非法下載的風潮，使得個人搖身一變成爲了盜版的享受者、製造者、傳輸者。面對正版銷售量下降所導致的獲利降低，但盜版率卻節節升高的情況下，網路所帶來的侵權行爲讓正版業者與創作者更加氣憤。李瑞斌（遠見，2004：78）指出：「網路盜版的殺傷力，成爲壓死台灣唱片業的最後一根稻草，非授權的網路下載已占盜版行爲的三分之一」。於是整個娛樂產業就在實體盜版與網路下載雙雙侵蝕下，再也承受不起既有的「生產—消費—再生產」循環模式，一場歷年來最大規模的反盜版行動就此部署並一步步展開。

時代氛圍

2002 年 4 月，由音樂界與電影界所發起反盜版大遊行，除了突顯出台灣盜版問題嚴重外，也使得台灣吹起新一波的「反盜版」運動！各種反盜版的造勢與活動接踵而至，各家廠商、藝人、無不想盡辦法宣傳「反盜版」此一消費價值觀，並要求政府正視盜版的嚴重性。在此，「支持正版，打擊盜版」成爲廣爲人知的口號，並且認爲「反盜版」的觀念必須從教育紮根，如此我們才能養成尊重智慧財產權的習慣。整體而言，智慧財產權的推廣與執行再度被重視，此時「反盜版」不僅是消費上的認同符碼，更是政府打擊犯罪與推行文化政策的方式之一。

然而這樣的遊行與造勢活動在現今的台灣已常見，過去藝人、業者、團體組織也曾高呼過反盜版的訴求，不但次數不輸現今，且訴求更爲簡單，但爲何只有現在的呼籲與抗爭才產生效果？不僅反盜版的議題被重視了，重要的是，政府單位一改過去消

²²從經濟部統計處所公布的（消費者物價變動率）看來，自 2001 開始呈現負成長。由（國家經濟成長率）看來，自 2001 年爲負 2.2，2002 2003 雖呈現正成長，若都低於 4。由（消費者物價年增率）看來，

極的態度，正式地面對盜版的問題。行政院除了宣佈 2002 年為「保護智財權行動年」外，更動員了經濟部、教育部與法務部的力量，一方面舉辦反盜版的宣傳活動，另一方面也著手打擊此類的犯罪行爲。相信這樣的轉變不是一場遊行可以達到的，它應該有一個更寬廣的時代氛圍與社會基礎才得以促成此事，我想我們應該可以經由以下幾點，來了解盜版議題能成功被動員的前提條件。

(一)、國內產業結構的改變與升級

回首戰後五十年台灣工業經濟發展，在缺乏豐富天然資源與技術研發條件下，「模仿」與「拷貝」為台灣在早期全球的依賴分工體系下找到自己的生產位置，這樣的「拷貝」文化是台灣經濟與社會發展不能抹滅的特殊歷史（張維修，2001）。不過隨著時間的轉移，台灣在 80 年代後的產業結構面臨轉變，以資本、技術密集的電子科技產業在政府的培育支持下順勢興起，並在 90 年代成為引導台灣經濟成長的動力，且放置入全球化的競爭與合作環境中。但到 90 年代末期，在全球景氣低迷與 OEM 毛利下降的情況下，特別是面對中國大陸經濟體的開放，無論是傳統與高科技產業都不得不進行產業外移或升級，所以從代工走向研發的思維就開始被推動著，因此更加大了對於實質專利與創新保護的需求。

黃建南更是覺得盜版的對象其實不只限於娛樂、影劇人士的作品，更延伸到包括高科技領域，若沒有智慧財產的保護，用長時間創發出來的東西，很可能在一夜之間被人抄走。（商業周刊，2002：78）賽門鐵克總經理史秀蓉則認為，台灣現正由製造導向轉為以軟體、服務為經濟發展主軸的階段，而智慧資產則是蛻變轉型的關鍵。對於正在起步的台灣軟體產業來說，一個妥善保護創新智慧資產的環境，才能確保未來台灣軟體產業進一步茁壯的利基（經濟日報，2003/06/12）。

尤其近年在產業界興起的「文化創意產業」與「知識經濟」風潮，使得知識變成重要的資本，知識變成是有價的，它不止是企業創新的動力，最後更能轉化成高利潤的商品出售。相對的這種對於知識保護的機制就愈形重要，所以像商標法，專利的申請就成為企業能否早先一步發展的關鍵，而著作權的保護也就成為文化與娛樂事業的

核心。另外在政府新一波的六年國家發展計畫中也可以發現，「兩兆雙星」產業是一個政策性的願景，「高科技」與「數位內容產業」將成為未來發展的目標與方向。但要發展這麼龐大與高附加價值的產業，若沒有一個保護的機制與環境，這些願景也將化為空談，政大智慧財產權研究所所長劉江彬就認為，「如果政府不建構保護智慧財產權的環境，投資會被立刻抄襲，那麼誰還會投資數位內容產業？」（遠見，2004：85）

從以上的因素看來，一個產業的發展除了給予資金和技術的研發外，對於保護其生產出的商品也是一門大學問。加上國內在整體產業在面臨全球化與數位化的競爭環境下，走向研發是一個明確的方向，此舉也進而帶來了保護自身技術與創新價值的迫切需求。同時在全球化競爭的時代，增加了許多與世界接軌的機會，這也面臨了必須遵守西方世界早已建立的遊戲規則，例如北城律師事務所律師嚴裕欽表示：「在加入 WTO 之前，日劇或是公共版權的 DVD 販售不受約束，但是台灣在 2002 年 1 月 1 日加入 WTO，所有 WTO 會員國的著作物皆受保護，即使影片 DVD 在台灣根本沒代理商或發行商，只要販賣未經授權的商品就算違法，所以對於智慧財產權的要求只會愈來愈嚴格，而重視智慧財產權成為了當下的時代精神。」（聯合報，2004/07/10）

（二）、著作權法的數度修改

從第二章對於盜版歷史的介紹就顯示了，當正版出現後，盜版就一路尾隨，但為了保障自身的利益，訂定維護商業運作的法律就被創發出來。當然在這個互動的過程中，盜版一直是較為彈性與活躍的，著作權法往往居於被動的地位，並隨著盜版領域的轉移再做出修改。1709 年「安妮女王法案」的通過被視為是世界的第一部著作權法，其後各國的著作權法也紛紛成立且都歷經數次修改，不過對於著作權的重視其實是反應著當下社會的需求，其中牽涉到國家的經濟表現、產業結構的需求、盜版的方式、盜版率、人民對於智慧財的重視。所以即使像歐美國家也是在近 50 年才開始重視到智慧財產的重要性。相同的，我國早在清末宣統二年（1910）制定相關著作權法令，民國 17 年國民政府也頒布了一部著作權法，但在社會不重視，產業條件不配合，加上政府相關單位的漠視下，盜版就一直持續地「放置著」。法令終歸止於法條，並沒有實行

的社會條件和基礎。

但當台灣的經濟體從農業、工業逐漸轉變成以服務業和科技業等創新產業為主時，不僅代表了整體社會消費力的改善，也反應在人們對於消費品需求的轉變，現今社會的生產物與消費品的需求都與以往不同了，漸漸地提升到數位科技與文化產品的層次，所以對於法令的需求與執行才有一個必然的推力存在。也因此我國從民國 17 年施行第一個著作權法以來，至今已經歷 13 次修法²³，雖然這裡頭有很明顯的權力機制運作²⁴，尤其 80 年代後，美國政府常以 301 特別條款迫使台灣修改著作權法。先不論這樣的被動性修法產生了何種的後遺症，但不可否認的這樣的機制倒也創造出一個執法的根據與壓力，使得台灣間接建立起一套制裁盜版的嚴格法律，一改過去執法無據的尷尬情況。

對此，台灣反盜版基金會執行長郭戎表示，在 404 反盜版大遊行後政府加派專職警力取締，但抓不勝，因為警察抓到盜版，由於仍屬告訴乃論，著作權人不告，盜版者可能關幾天就被放出來，如果不靠立法，將盜版列為公訴罪，當然容易「縱虎歸山」（聯合報，2003-01-13）。而在 2002 年加入 WTO 後，在平等互惠貿易的條件下，對於智慧財產權的重視與執行，其標準必定與世界各國同步，台灣能否確實執行反盜版變成溶入國際社會的條件與籌碼。此後，透過國家機器的力量，更嚴厲地來打擊盜版行為成為必定的政策²⁵。

第二節 反盜版的策略

從上節我們看到結構性條件讓反盜版的行動有著運作的空間，然而空有反盜版的

²³分別為民國 33、38、53、74、79、81、82、87、87、90、92、93 年，資料來源：經濟部智慧財產局網站

²⁴例如著作權法在 1985 年 7 月間修訂公布，最大的變革是把國內的著作物「註冊保護主義」改為「創作保護主義」，但對外國人的著作仍維持註冊保護主義，為此美方在「中美智慧財產權談判」中向我國提出強烈的抗議，甚至揚言要取消優惠關稅，政府基於國家整體利益的考慮，避免影響對美出口貿易，隨後宣布對美國著作權保護的政策享國民待遇（張櫻琴 1987：164-165）。其它國家則在 1998 年 1 月 21 日修正「著作權法」，全面廢止著作權登記制度，才落實創作保護主義

²⁵過去，盜版行為屬於告訴乃論，未來若改為公訴，即是一種藉用國家機器的力量，主動打擊盜版政策。

²⁵滾石唱片傳出財務危機，分析主要原因，還是和盜版有關 摘自大紀元 004/6/18

結構條件是不足的，因為盜版行為是結構與行動相配合下所引發的行為。相對的，反盜版除了結構條件的允許外，也須改變消費者的行為，如此才能使盜版行為減少或消失。那麼又是透過什麼方式來宣傳反盜版的概念，進而喚醒消費者重視盜版嚴重等問題？或者是什麼方式來說服民眾並使得他們自覺有必要參與其中？

其實從整個反盜版行動開始，論述的建構是一關鍵，這是一個很成功的策略，因為它明顯地界定出主流價值與規範，何謂高尚與低俗，這樣的論述不僅是一種道德倫理的喚醒，也是意識型態的建構。在這些論述下，正版與盜版逐漸地被歸類、區分、進而轉變成某種的消費價值，讓人產生了信仰，產了一套識別的標準，更導引個人行動的產生與改變。在此我們從過往的資料中區別出以下三點重要的策略

(一)、從國家進步與產業升級

對於智慧財產權一直有存在著這樣的討論，「為何已開發國家如美國，積極抓盜版、保護智慧財產權？開發中國家如大陸，卻不喜歡論及智慧財產權保護呢？」謝銘洋提供了一個很實在的看法，他表示：「因為已開發國家是文化、技術的輸出者，保護智慧財產權，重視商品品牌，可提高附加價值，從實體商品擴大到無形商品，都可以因授權而獲利。」（經濟日報，2004/07/15）所以站在已開發國家的立場，如果不保護智慧財產權，在沒有獲利的情況下則會抑制了研究發展的動機，對整個社會與國家反而是有害的，台灣微軟公司總經理邱麗孟表示，台灣若能尊重並保護智慧財產權，軟體產業才會進一步增加研發投資、刺激企業創新及增強其競爭力，並為軟體業進入國際舞台厚實資源及基礎（經濟日報，2003/06/12）。但就落後國家或開發中國家而言，運用既有的技術和資源作為國家發展的工具是必要的，所以比較傾向將智慧財產權認定是公共財，如此將為個人與社會帶來福祉，更可借用新興的科技帶來國家的進步與成長。（陳韻如，1999：17）。

所以使用盜版雖被認為是不合法，但在社會發展的某時期卻是可以被接受與原諒的。不過當社會發展到某一程度，再度使用盜版不會違反了社會的規範，更反而侵蝕了社會進一步發展的動力。因此使用與購買正版則被視為是一種進步、文明，現代化

的表徵，也是邁入先進國家所需要的基本條件。陳水扁總統在接見著作權人協會代表時就表示過，只要有盜版就不是文明國家，盜版愈多，就愈不文明，相信台灣絕不是盜版國家，而是文明的國家。（星報，2005/06/07）

過去台灣屬於未開發中國家，沒有太多能力負擔巨額的權利金，但爲了建設現代化國家，不得不置著作權於不顧，引進西方先進的技術和知識（賀德芬，1987：5）。但如今台灣已是已開發中國家，更是智慧財產的輸出國，台灣近期日益重視創新、研發，逐漸從文化、技術輸入者，轉變爲文化、技術輸出者，這種不尊重的行爲會直接地阻絕了國內廠商努力創新的動力，間接地影響到整體國家的經濟發展。謝銘洋認爲，國內以中小企業居多，中小企業如果投下資金，卻無法回收，可能就玩完了（經濟日報，2004/07/15）。而盜版業愈蓬勃發展，會大幅減少政府的稅收，還會衍生出嚴重的社會、教育與文化問題（江逸之，2004：86）。最後更可能招致先進國家的貿易報復，而美國長年以 301 條款施予台灣政府壓力也立即證明此論點的。

（二）、創新與偷竊

對於反盜版行動的開展，一個口號或者信念是必要的，於是像「支持正版就是尊重智慧財產權，它保障了原創者智慧與努力，而使用盜版就是扼殺創作的動力，就是一種偷竊的行爲」這種簡單且二分概念就被大大地運行著。尤其在一個重視「文化產業」及「知識經濟」的時代，人們相信創新是使得企業永續經營的不二法門，拷貝則是竊取別人的知識財產，是不道德且不應該的行爲。這種正版與創新、盜版與偷竊的二分思維被成功地扣連在一起，使得論述易於轉變成行動，進而形成一種正當的消費價值觀。

在反盜版的行動中，這樣的觀點和策略一直被運行著，它成爲了宣傳的核心，因爲「盜版即偷」的觀點被建構出來了，不只廠商用它來做爲反制的策略，連政府單位出資拍攝的宣導短片也是以此作爲訴求。例如法務部在查緝盜版的廣告中，就運用了「盜版軟體」與「牢房」這二點，輕易地成爲了因果關係，如此說明了使用盜版即偷，偷即是罪的觀點，來試圖建立起消費者使用盜版即是犯罪行爲的觀念。並且進而強化

其可能造成的結果，如盜版造成多家音樂公司倒閉²⁶、盜版造成電影院觀影人數減少、盜版行為更造成工作機會減少，不僅危害別人，將來更會危害到自己²⁷。

(三)、入罪化成社會問題

盜版原先是屬於經濟領域的問題，其對於創作者或所有權人的侵害也是反應在經濟層次上的，而反盜版活動的興起也是立基於此條件。其嚴重性除了侵害所有權人的心血外，更多盜版業者更把它當成商品來謀利販售，進而影響到正版商品的銷售。然而，變成商品來販售必定牽涉到生產與販售，但在法令的禁止下，其必然以地下化的型式展現著。而能長期掌控這管道者唯有黑道犯罪組織，實際上盜版事業的經營者也多為黑道犯罪組織，現今更是透過吸納中輟生與不良少年的方式進行販賣，一方面培養新黑道的勢力，二來在被查獲時也能降低刑責。唐秀麗認為：「台灣盜版市場因工作輕鬆、獲利高，早已成為幫派份子爭奪分食的大餅，但盜版市場也帶來社會犯罪問題，例如幫派介入、毒品、色情光碟等，而犯罪年輕化，操控青少年在夜市販賣盜版光碟等，更令人隱憂」。(聯合報，2004/05/26) 在程敬閏(2004)研究就指出青少年參與幫派活動的型態上，販賣「盜版光碟」為其獲取收入的方式之一。

於是盜版不僅是牽涉到侵權的經濟性問題，更是培養犯罪勢力的溫床，它進化到了社會問題的層次，曾任台灣 EMI 的總經理洪迪表示，「早年，抓盜版，是抓地攤、抓工廠，對象還比較單純。現在，盜版的背景，因為盜版有利可圖，已是一個跨國性的犯罪集團在操縱，要掃蕩這樣一個有組織，更需要一些對黑社會、犯案手法清楚的警界專業人士的投入。」(民生報，1999/11/05) 因此擾亂社會安定秩序的潛在力量是必須被消滅的，於是反盜版也等同順勢降低了社會問題的發生，成了安定社會的力量。所以政府在對付盜版問題時，經常是透過跨部會的運作方式(經濟部、法務部、警政署、教育部)來解決盜版在各領域所造成的衝擊。

第三節 反盜版的方式與成果

²⁶滾石唱片傳出財務危機，分析主要原因，還是和盜版有關 摘自大紀元 2004/6/18

²⁷ 2000年時，盜版行為已在歐盟奪去一萬七千一百二十個工作機會，國內生產毛額每年因此減少74億美元(李瑋，遠見：108)

由於盜版的侵害是一種全面性的，而受影響的範圍更是遍及各產業，以致於正版與盜版的戰爭一直持續著。就個別廠商而言，為了抵抗盜版的入侵，透過改變商品包裝與加贈贈品的方式是最常見的第一道手法，但這種老舊的方式卻反而變成盜版業者吸引顧客上門的方式。於是我們經過發現，盜版商品在包裝上有著更多不同的變化甚至是「加料」的情況，例如以盜版音樂 CD 而言，不但替唱片公司印製全新的宣傳封面，「雙專輯」或「雙歌手」合併成在一張專輯裡的加料情況是普遍的。為此，正版業者只好再想出更多防盜版的方式，這其中包含透過科技技術來保障自身的產品，但如此的方式顯然是無法抵擋盜版的攻勢，正所謂「道高一尺，魔高一丈」，這些藉由科技來防護自身產品的作法，往往在短時間內就會遭到破解，所以反盜版仍然面臨著很大的挑戰。

既然，從小層面著手並無法改善盜版的情況，於是透過改變整體環境的思維就運應而生，而現今反盜版行動所追求的改變也正是在此一部分。在過去，台灣盜版猖獗的主因一直被認為有三點，其一罰責太輕，二是民眾沒有智慧財產權的觀念，三是政府單位的漠視，所以從這二方面來改善一直被認為是反盜版的最佳的方式。陳秀男認為，解決盜版其治本的方法，消費者應有尊重智慧財產權的道德觀念，拒絕購買盜版商品，而治標的方法，則建立一個制度完整，具有公信力、公權力夠的執行制度及執行單位，其制裁的刑罰必須具有嚇阻作用。(民生報，1991/03/02)而為了達到嚇阻作用，除了政府的強力執法外，高刑責也將是一大助力。

提高罰責

盜版業之所以能長期存在於社會中，除了來自於消費者的需求外，高額的利潤，絕對是吸引著不法業者相繼投入此種作為的主要因素。然而高額利潤是一個誘因，但仍要有其它因素的配合才會促發盜版的行。那麼其它因素是什麼呢？首先是技術與進門檻的問題，以電影產業為例，一部電影的出現其必須至少經過製片、發行、上映等三個過程，但投入最多費用的卻是在製片這環結上。雖然重製是生產過程中最末節的動作，且成本是最低廉的，但投資在拍攝與發行的費用，卻必須依靠每一張合法重製

的商品上來回收，並賺取利潤。然而盜版就不同了，它原來就是在未經著作權人或版權所有人同意的情況下，將其出版物、作品、產品進行複製、錄製、進口，再進而發行、銷售以獲取利益，所以其重點是在於將產品進行重製，但卻不必付出龐大的研發費用或權利金，自然能以超低價進行促銷。加上重製這個動作本身並非高門檻的技術，尤其以現今電腦普及化的情況看來，只要在掌握母帶的情況下，個人性的重製不僅簡易且費用也低廉，所以在掌握重製與買賣管道後，就等於達成第一步。

在解決技術的問題後，若盜版所面臨的處罰不高，那麼嚇阻作用也形同消失，於是盜版行為就會生成。以警方的查緝盜版而言，在無當場查獲販賣者的情況下，往往以沒收盜版物品成爲最主要的方式，但重製費用的低廉，即使被沒收幾千、幾萬卷盜版影碟，並不會對盜版業者造成太大的損失。在經短暫時間的重製準備後，大批的盜版影帶再次重現在市場上，且因利潤極高，之前被查獲而損失的成本部份也能賺取回來。即使盜版業者被查獲了，面對的法律處罰也不高的。國際唱片交流基金（簡稱 IFPI）就指出，在循法律途徑解決共告發了一百餘件盜錄案中，只有十個被告坐牢，其他不是僅判易科罰金，就是判以緩刑，對盜錄業者而言根本產生不了嚇阻的作用。而被判刑的盜錄業者有的僅坐牢幾個月，出獄後就「又是一條好漢」，繼續從事盜錄行業，完全沒有將這種處罰放在眼裡。（經濟日報，1988/06/26）

而以當時普遍性的情況，盜版業者若獲判六個月以下有期徒刑，皆准予易科罰金，這無異向社會表明侵害著作權的代價低廉，且付出少數的犯罪成本即可坐享暴利，因而盜版商品充斥市面。再反觀著作權人爲了追究刑責，必須支出鉅額費用調查，蒐證、進行訴訟，而勝訴的結果只是一紙易科數千元的判決。（民生報，1989/08/10）再者，在我國的司法基礎下，對於盜版的處罰是以連續犯「數罪併罰」的觀念，頂多加重二分之一刑期，所以盜版一片跟多盜版 1,000 片的罰責是一樣的，而不像是美國的一罪一罰。（經濟日報，2004/10/21）這種低罰責的制度，也讓台灣成爲全球盜版的輸出中心之一。在這種情況，提高刑罰的訴求就成爲反盜版行動持續堅持的想法之一，並且在每次大大小小的反盜行動與相關報導中皆可看見此標語，近年來，把盜版提升到「公訴

罪」的要求，更是成為反盜版行動的重要目標之一。

然而要提高處罰的刑責，其方式即是透過修法的動作，這當然就是指向著作權法，當然單靠業者的反盜版力量並不足以改變現況，否則反盜版行動也不會數十年來都以此為目標之一。嚴格說起，在整個反盜版的過程中，西方勢力的介入，尤其是美國的壓力，反而是促使政府轉以積極態度重視盜版問題的關鍵。從我國著作權法修法的歷史看來，自民國 17 年頒布以來，至今已經歷了 13 次的修改，然而這 13 次的修改不僅是反應了當下社會的現況，這其中包含著反盜版的力量，當然更也是一次次國際貿易談判與角力的過程。尤其在 80 年代後，美國時常以 301 貿易條款來檢視台灣政府反盜版的成果，並以此成果來確定是否把台灣列為名單中的一員，進而進行貿易制裁。而在台灣對美國的高依存度下，這些貿易制裁的動作除了迫使台灣政府開始掃除盜版行為外，當然在法令上也必須符合反盜版的行動與方向。

於是除了早期通過的以「創作保護主義」取代「註冊登記保護主義」，在 2002 年的反盜版大遊行後，著作權法更是經過二次重大的修改。2003 年 3 月行政院版的「著作權法修正草案」將重製與販賣、出租盜版光碟的行為由現行的告訴乃論納入非告訴乃論的範圍，也就是一般所稱的公訴罪。並大幅提高民事賠償的上限由原先的新台幣一百萬元提高至五百萬元。對於為銷售或出租而盜錄盜版光碟的重製常業犯，則提高其刑責至最高五年有期徒刑、罰金則由現行四十五萬元提高到八百萬元。並增訂海關可主動查扣侵權嫌疑物的規定。（聯合報，2003/03/27；聯合晚報，2003/03/26），此舉對日益猖獗的「販售盜版片」行為有更大的嚇阻作用。

而在六月立法院審核通過的新版著作權中也大致維持行政院的版本，但更把常業犯更提高為 7 年以下徒刑法中。並且在尊重智財權有其地域授權概念下也增訂「代理商條款」，禁止真品平行輸入，因為在智財權概念中必須經「合法授權」才能被稱為真品，沒有授權而自行進口的商品並不算智財權上的「真品」。（民生報，2003/06/07 聯合報，2003/06/07）。不過為了避免成大學生 MP 3 事件重演，或大學生影印書籍觸法非意圖營利者，只要發現散佈重製份數在五份以下，侵害金額在三萬元以下者，均不處

罰；超過此限，得處兩年以下有期徒刑、拘役、或科或併科七十五萬元以下（聯合報，2003/06/07）。此後不能再以「不知是盜版品」作為免責的藉口。

然而這樣的法令改進，對業者而言是不足的，對此、發行好萊塢八大影片光碟的得利影視公司總經理陳清標表示，「政府採用重罰重刑，再以公訴罪起訴，應該可以達到遏止盜版光碟猖獗的目的。」（經濟日報，2003/06/07）IFPI 理事長李瑞斌也希望能再強化罰責，認為此次被戲稱為「三五牌」的新著作權法（意指重製份數三份、金額 5 萬元以上，才有刑責）是一大疏失，「以竊盜罪為例，偷一塊是偷，偷 1 萬也是偷，法令沒有理由做這樣的區分。」（經濟日報，2003/12/10）美國商會執行長魏理庭更認為此著作權法，因取消刑責下限，又未納入防盜拷措施及海關邊境措施，有必要再次修法。（聯合報，2004/08/07）

於是在 2004 年的 8 月分，立法院再對著作權法進行修正，除了再加重罰責，並新增「防盜拷措施」，「海關主動查扣權」「取消意圖、非意圖營利區別」刪除「非意圖營利」3 萬、五份、五件的條件，只要擅自以重製方式侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役或併科新台幣 75 萬元以下罰金；意圖銷售或出租而擅自以重製方法侵害他人著作財產權者，處六個月以上、五年以下有期徒刑，得併科 20 萬以上、200 萬以下罰金。不過修法也特別明定，著作合理使用，不構成著作權侵害。（經濟日報，2004/08/25）

促請政府查緝盜版

在過去政府單位對於反盜版的努力並非沒有功效，往往雷厲風行的取締都立即獲得不錯的成效，不過也經常是三分鐘熱度或表面性的宣傳手法，以致於盜版業者與民眾均養成「避風頭」的反射動性，往往了解到當政府查緝行動開始時，最好是配合政府的政策，等時間一過，或者執行另一政策時盜版的行動又得以安全地進行，加上過去的法令是屬於「告訴乃論」，也沒有專屬的查緝小組，往往是在業者自行舉發時，才由當地的基層警力會同正版業者進行糾查行動，這也意謂著台灣在執行取締盜版的公權力上，向來是非常「弱勢」的且不主動的。張建堯（2004）就認為傳統進行道德勸

說對於減少使用者下載盜版音樂可能幫助不大，唯有積極督促各國政府防制 P2P 盜版下載行為可能是一個較有效的動作，所以政府執法的態度與力度一直是被認為是影響盜版存在與否的關鍵。

然而在上一節提到了，由於台灣的產業有著升級轉型上壓力和需求，所以政府就在 1999 年於經濟部管轄內成立智慧財產局職掌專利權、商標專用權、著作權、積體電路電路布局、營業秘密及其他智慧財產權政策、法規、制度之研究、擬訂及執行事項。加上台灣連續 8 年處於美方的 301 優先觀查明單中，且為了因應美方每年以 301 條款的威脅，對於加強打擊盜版似乎是台灣和美國在自由貿易談判上的有利籌碼。為此行政院更把 2002 年訂為保護智慧財產權行動年，要求政府各部會、民間企業及學校教育團體，以實際行動大力查緝盜版、仿冒。而在同年 404 反盜版大遊行中，行政院長更是親身參與，並宣布三點打擊盜版的作法 一是成立專責警力一百名；二是修改著作權，加重刑罰，並擴大公訴罪範圍；三是確實執行光碟管理條例，從源頭打擊盜版

接著內政部警政署於 2002 年 3 月 18 日責由保安警察第二總隊調派警力 100 名，採任務編組成立保護智慧財產權專責警力，專責查緝盜版光碟工作，並於 2003 年 1 月 1 日再由保四、保五總隊各支援 100 名、120 名，合計 220 名，成立保護智慧財產權警察大隊，配合經濟部智慧財產局全面取締侵害智慧財產權案件，務求從盜版源頭斷絕（劉東發，2003）。而在 2002 年 5 月 1 日，更由法務部、經濟部和台灣商業軟體聯盟等單位、團體共同進行了歷年規模最大「2002 企業反盜版行動」。此外行政院長游錫堃更公開宣示「三不一要」：除了不買不賣不製造盜版光碟外，更要檢舉盜版，於是一舉把檢舉盜版光碟工廠獎金提高到 1000 萬元，而美國電影協會也順勢設立一萬美元的檢舉獎金。而接任的行政院長謝長廷強調：「只要政府持續取締，大家不買仿冒品，就能讓仿冒者破產。」他也提醒民眾不要購買違法盜版品，否則就是共犯。（聯合報，2003/04/20 經濟日報，2005/08/03）

另一方面，在面對網際網路興起後所帶來的下載行為，使得各產業損失慘重，而

政府在取締實體盜版行為後，更也注意到這現象的嚴重性，於是頒布「加強網路侵權實施方案」，而檢警調部門也把取締網路侵權列為重點工作，使得原本提供「直接下載」的侵權網站在近幾年紛紛關閉，在 2001 年由於公權利的展現，更引發了「成大 mp3 事件」，其後更是引起社會的關注與討論，而目前網路下載行為絕大部份都採取 P2P 的傳輸方式，網站也都純粹以 P2P 平台的方式殘存著。當然這類型的訴訟與取締工作也持續進行中，日前 KURO 網站遭到判決起訴就是其中一例。雖然此類的盜版方式更為散落與去中心化，而所帶來的傷害也不見得比以前小，但這種經由政府取締把盜版行為由公開轉而地下化的事實，也表明了政府在防止盜版行為擴大的努力上確實有展現出效果來

綜觀近年幾打擊盜版的成果，雖說仍有努力進步的空間存在，尤其面對網路下載這種全球性流動的盜版技術在查緝是困難的，但就整體表現而言對於盜版行為的壓制是有一定成果的，保二總隊指出，從 2002 至 2004 二年來取締侵害智慧財產權及商標法成果豐碩，2002 年間共查獲 2017 件，逮捕移送 1025 人，查獲的金額高達 66 億 2400 元。2004 年到 9 月為止，共查獲 953 件侵權及商標法案件，移送 786 人，查獲侵權金額高達 77 億 3200 萬元（聯合晚報，2004/10/13）。而台灣 2003 年的盜版率又比 2002 下降 10%，降幅為全球之冠。（經濟日報，2003/07/11），對此蔡練生更進一步表示，2005 年台灣在查緝仿冒、打擊盜版、加強防制網路侵權、健全智慧財產權法制等方面都有進展，獲得國際肯定。且根據商業軟體聯盟（BSA）去年發表的報告，台灣在「有效阻止、牽制與根絕軟體盜版的政策上」，是一個採取重大步驟並有效降低盜版率的國家。（經濟日報，2006/01/21）

不過仍有一點必須區分，整體率的下降政府的執法是一大因素，但也別忘了正業者在對於緝查盜版上也是積極的，這種警方與業者連手打擊盜版的模式事實上已存在許久，經濟部智慧財產局盧文祥副局長表示，權利人團體在打擊盜版的行動必須要主動出擊維護自我權益，並積極與政府密切合作，才能達到事半功倍的成果。（經濟日報，2003/06/12），而在今日對於盜版行為處以重罪與重罰後，這種警方與業者連手打擊

盜版的模式，更是往後取締盜版上的重要手法。

小結

「反盜版」行動在台灣社會中已存在許久，不同以往的是，現今大環境的需求使其具備了運動開展的必要條件，加上業者、政府、法令、多重論述導引下，確實已營造出來不少的反盜版成效，同時也是一種消費上的認同。但經過多年的努力下，台灣的總體盜版率仍停留在 43%，而西歐與美國的盜版率也達 30%，面對如此的情況，也讓我們藉此反省，過去這種從經濟與法律觀點來看待盜版、界定盜版的作法是否合適，它是否真的能解決盜版的問題？或者純粹是為個別利益，而以文化包裝的方法進行實際的肅清行動？因此筆者質疑現今這種從經濟與法律的觀點，來看待盜版行為的作法根本無法解決問題，原因在於，這類型的觀點往往是一種單向的要求過程，藉由加重刑罰與加強取締的方式，是否真的能使得原本購買或享用盜版的人們轉而購買起正版？我們也許應該跳脫傳統的觀點，回過頭來重新審視正版與盜版之間的問題，因為當我們從經濟與法律觀點出發時，很容易把正版商品視為神聖化的，因而忽視了正版商品其本身所隱含的問題，也看不清楚生產結構所帶來限制，這也是資本主義運作方式引發的問題。對此，一種有別於「反盜版」的「反反盜版」觀點，也在反盜版的訴求中相應出現，從較為批判且巨觀的角度來看待盜版的問題。

第四節 反反盜版的嗆聲

立論與觀點

自從 2001 年 4 月爆發成大 mp3 事件²⁸後，對於智慧財產權的爭議正式引爆，除了國內原有的反盜版行動外，更激發出「反反盜版」的議題。然而「反反盜版」這個名

²⁸ 2001 年 4 月 11 日台南地檢署檢察官陳昆廷率同警方搜索成功大學學生宿舍，發現多名學生的電腦中有從網際網路重製流行音樂，認為學生觸犯著作權法重製罪嫌，因此當場查扣十四台學生個人電腦。但此舉卻引發成大學生強烈不滿，認為檢察官挑軟柿子吃，而 IFPI 台灣國際唱片交流協會，為了遏阻校園盜拷音樂片不法歪風，堅持對此十四名學生提出告訴並求償。8 月 17 日，教育部與 IFPI 聯合舉行記者會，IFPI 以學生必須登報道歉作為同意和解的條件。此事件被稱為成大 mp3 事件，其後更引發了對於著作權與智慧財產權的相關討論

<http://forums.chinatimes.com.tw/special/mp3/main.htm>

詞常常被直接拿來與「反盜版」相對比，也因此使得「反反盜版」容易被簡單區解為反對「反盜版」，進而被歸類於贊成盜版，更不幸的是被污名化為認同與支持「盜版無罪」，至此在善惡二元對立的架構下，勝負早就已被區分與安排。其實反反盜版所反對的正是建構在正版與盜版身上的粗糙二元判別邏輯，希望在對盜版與正版的討論上，加入更多元的思考方式與空間，認為對於盜版的看法不應該只是以罪或偷的概念來看待，而是要納入更多思維觀點。在指責人們從事侵權行為並以入罪化的方式來看待時，要否應該要先弄清楚是何種因素誘使或迫使著人們從事法律上的犯罪行為，而其中包括「保護創新」、「知識權共享」與「著作權法與帝國主義」等議題都成為日後討論的焦點。

而檢視反反盜版行動興起的過程與歷史，就可發現其到來與當下社會的受宰制性有關，尤其是受資本主義運作方式的宰制。2001年我國續列入美國綜合貿易法特別301優先觀察名單列中，因應此壓力，政府為了從名單上除名，行政院於是把2002年定為推動「保護智慧財產權行動年」，法務部更於一月份開嚴格執行「保護智慧財產權行動年查緝專案計畫」，指示檢察機關指揮警調單位大力掃蕩侵害智慧財產權案件，包括盜版光碟、盜版書、拷貝著作書籍等犯罪案件（聯合報，2002）。3月份結合法務部、經濟部與台灣商業軟體聯盟，共同進行順勢推動歷年規模最大「2002企業反盜版行動」並明訂5月1日起與法務部配合開始嚴格調查執法（經濟日報，2002）。而行政院長更在404反盜版大遊行上做出反盜版的宣誓並承諾研究修正著作權法、擴大公訴罪範圍並加重刑責、嚴格執行光碟管理條例（經濟日報，2002）。

為此由世新、東海、中興、政大、台大學生組成的「新社會學生鬥陣」²⁹等團體於5月四日在台大門口發起反「反盜版」抗議活動。反對政府在美國特別301的壓迫下，將非營利侵權行為納入公訴罪。並提出「反對301，知識要分享」、「重建新五四，台

²⁹新社會學生鬥陣包括東海台灣文化研究社、東海人間工作坊、中興黑森林、台中健康暨管理學院、世新草根工作室，另有行動聲援單位包括工人立法行動委員會、台灣新社會協進會、台灣公屋運動工作小組、南投酒廠學生工作小組、原住民族部落工作隊、飛魚雲豹音樂工團、原住民族電子週報、台大大新、北大青年、政大種子、輔大黑水溝，等共同參與。

灣要尊嚴，拒當美國狗」、「反改公訴，取消刑罰」等訴求（經濟日報，2002）（經濟日報 2002）（星報 2002）。而 2002 年 5 月 25 日由跨校學生團體共同組成的「傳播學生鬥陣」、「新社會學生鬥陣」，更發動了「反反盜版」的遊行抗議，其中「反公訴」、「反美帝」也是主要訴求重點。

相對於「反盜版」行動，「反反盜版」也注視到盜版的問題，但它所看到的不再是表面式的善與惡，偷與罪的觀點，而一個更深層的結構問題，即在勸服大家消費正版前，正版是否有被消費的空間與條件？而又是什麼機制使得人們無法消費得起正版呢？於是反反盜版從反省資本主義的運作方式上，發現了幾個關鍵議題，唯有在釐清這些觀點後，反盜版才有意義。尤其當我們在為個人財產、個人創作進行保護時，其實容易忽視了資本主義制度，往往藉由向外擴充市場的方式來保持自身的持續運行。連帶的，透過影響當地國家的法律與經濟政策制定來確保自身的利益成為不二法門，但這也帶來了跨國經濟壟斷與文化霸國中心主義的問題，更形成剝削的形勢。這使得「反反盜版」行動認為目前對於盜版的判斷標準是值得商榷的，所以必須先從對資本主義本質性的批判做起，如此才能釐清問題的核心。於是他們從著作權與智慧財產權的歷史著手，呈顯出其與資本主義的共謀關係，進而揭露出反盜版論述的虛假性與矛盾性。

一、創新 = 壟斷?

在反盜版的力量中，無論是業者或者政府單位通常會聲稱，保護智慧財產會提升創作與創新的動力，似乎保護智慧財產與創新是互為因果的。當然我們同意保護的必要性，同時為了誘發創新的出現，保障創新者的私人報酬率高於社會報酬是必要的。但若陷入這種一廂情願的說法中可能是危險的，因為在保護創新的同時也必須注意到壟斷問題及其造成的代價。尤其在於現代的社會中，創新除了被鼓勵外，同時也進化為一種專利，也因此創新能在受保護的情況下轉變成可獲利的商品，所以創新變成是有價的勞動方式，是可以帶來利益甚至是高報酬。但是專利除了保障獲利的可能外，

同時也是兼具排它性與壟斷性的可能。賴鼎銘就認為，專利當然是保障創新的重要手段，但弔詭的是，過多的保護卻有可能演變成獨佔。(聯合報，2002)

而為了達成這種永久性的保障，於是創新者經常會透過各種立法遊說來強化創新的保護性，進而換取更大的利益回報，例如遊說通過「波諾著作權保護期間延長法案」(Sonny Bono Term Extension Act)就把著作權保護期間，從作者死後 50 年延長為 70 年，若所有權人是公司，保護期間從出後 75 年延長到 95 年，結果就幫助了像微軟、迪士尼等公司等大企業，而世人卻倒了大楣(經濟日報，2004/04/20)。也因此，這種保護性的背後往往帶有獨占的性格，若過於強大保護，反而造成了合法的壟斷性，更佳容易反過頭來阻礙了社會的進步，更可能塑造了進入自由市場的障礙。楊少強更認為當政府保護創新者不遺餘力，卻也間接把它們塑造成市場的壟斷力量(工商時報，2000)，於是「創新者的利益」與「社會大眾的利益」就在此相互拉扯。

二、誰的智慧，誰的財產？

馮震宇(1994：18-20)認為智慧財產權其所代表的就是人類智慧結晶與勞動的成果，所以透過智慧財產權法針對不同的智慧財產加以規範、保護，將會鼓勵公開與創造，有助於社會的進步。當然這樣的想法是合理的，也不失為創發社會文明進步的動力，不過現實的世界往往並不會如此單純出現。蔡建仁(1997)就表示，知識財產權私有化之後，可以說是對人類文明的創傷，因為原本屬於人類共同擁有的文字、知識、文明等具傳承性質的文化符號，變成是可以被歸類為私人所有。雖然文字的組合或者產品的創作是端視個人的努力，但現今社會的商業規則與運作體系卻單獨放大了私有化這點，而忽略了這其中更是承載著先人的智慧與努力。

更何況任何的創作物絕不可能在空白的文化中獨自開創出來，而在站在前人肩膀上，利用人類社會的共同文化傳承，加上一點創意而產生(經濟日報，2004/04/20)。如今智慧財產權一方面聲稱其目的為促進人類文明的進步，但保障經濟利益又成為手段，而這手段剛好反過來掐住了人類文明進步的喉頭(DJ Ronald，2003/06/09)。所以知識財產權轉變成並非以保護知識或是智慧本身為主，而是把智慧當成保護財產，而更

為弔詭的一件事，這些創意財產的所有人還脫離了創作人所有，越來越集中在資本家手中。

若從商品生產的角度看來，在現今資本主義體系下，一個商品的產生，必定是經由龐大的分工體制所產生，如一部電影的誕生絕非是導演和演員雙方就可開創而出，而是一層層細膩且分層分化的分工體系，包括一開始的資金募集、機器道具的準備、幕後人員的協助、導演的創意、演員的技巧、影片的後製、發行和上映安排，都體現了現今社會中分工的重要性。但從馬克思的「異化」理論看來，這種分工不但是現代社會的特點，其更造成了勞動者與商品本身是分離的事實。即使時代已經不同，而智慧財產權本身是一種智力勞動而非只是單純停留在身體勞動，但只要其所創作出來的作品若成為商品並進入市場銷售，則必定又得回到資本主義的運作邏輯，所以其核心是不變的，商品的所有權是屬於資本家的，而非創作者，其剝削的事實必然也存在。

因此，在現今著作權的概念下，產品被視為是雇主的財產，雇主擁有員工一切勞動成果劉昌德（劉昌德，2003）。劉宇凡（2000）也同意這樣看法，他認為目前的智慧財產權法不僅沒有保障發明人或創作者本身，而且實際上使資本家對發明人或創作者的盜竊變成合法，尤其使資本家借此壟斷知識來謀取暴利。於是保護智慧財產脫離了原初的社會集體期待，反盜版不但無法確切的保障創作人的作品，更容易成了掩蓋資本家取得利益的文化包裝手段。

小結

「反反盜版」的議題雖然沒得到社會太大的回響，這也可能是因為其立場被污名化支持盜版，但其立論卻也說明了人們並非不得懂買正版或不肯買正版，而是正版的價格太高，使得人們轉而求取價格付擔得起，但品質還可接受的次等商品，或者更是直接進行免費性的網路下載以示對於現今體制的反抗。不過這種從「保護創新」、「知識權共享」與「著作權法與帝國主義」入手，來解構資本主義生產方式卻也間接點出了一個很重要的問題，即在商品交易體系背後的生產結構問題。這更突顯了反盜版行動向來以法律與經濟論點來評判盜版時會有內在的局限性，而透過加重刑法和嚴格取

締等作法，是否又能切中這源自於商品交易體系背後的生產結構問題所形成的盜版現象，確實是值得再次考量的。

而從反盜版到反反盜版論點的省思下，可以讓我們看到了思維邏輯下所形塑出對於盜版的觀點。這並非是混亂的，反而是有趣的，因為它呈顯出人們在現實社會中，當面對事物的衝突下有著屬於自己一套的應對活動，其中更是發展出合適自身的論述活動，當然這其中也有許多問題被包裝，被迴避了，接下來我們將試圖去解構這一份。

第四章 對於反盜版的分析與反省

整個反盜版的行動是持續地在台灣社會進行著，而最近這一波的反盜版行動也已運行有五年以上的時間。從盜版率的數據看來，在一連串的反盜版行動與政府的查緝下，整體的盜版率是有明顯下降的，不過各產業的盜版率一直停留在 40% 左右也是事實。雖然有業者強調若政府能持續執法，盜版率應該能降低到 40% 以下，但這也意謂了在反盜版的路上是有其阻礙的，這個阻礙除了現有的各種盜版行為與政府執法的決心外，是否也應該反省到反盜版的觀點與方式本身是存有問題的？

綜觀過去的反盜版行動，明顯地是從經濟性的觀點出發，不過這是合情合理的，畢竟當自身的權力與利益遭受侵害時，反抗是正常的，也是必須的。但任一行動的開展必定牽涉著到一套核心價值與態度的展現，去檢視當中的意識型態與價值體系就變得十分重要。若這樣的意識型態與價值體系是切中問題核心並能解決問題，那麼這是值得我們學習與推廣的，但若反盜版的方式是牽涉到一整套對於「認識、界定、看待、打擊」盜版的態度與方式，不但無法打擊到盜版，反而是形成一種帶有特定立場與利益的區別和認同方式。所以我們不希望在我們支持反盜版的同時，這些特定的核心價值已經主宰了我們的行動方向，進而成就出不切實際的作法，而當筆者在觀察反盜版行為時就發現了這樣的問題，這不僅讓整個反盜版行動失去了合理性，就連正當性也逐漸消失，更別說能落實一個低度盜版存在的社會。

第一節 反盜版模式的合理性？

回顧反盜版的發展，促成現今反盜版的主因，是來自於資訊科技與網際網路興起後所出現的非法下載行為，這些非法下載行為不僅大大地提高了盜版率，也打破了彼此默認下的忍受界線，更使得廠商出現倒閉的現象，甚至是影響到整個產業的發展。經濟部智慧局著作權組組長陳淑美指出，「近年來受到網路盜版的衝擊，唱片銷售額從民國 86 年的 123 億元，降至民國 92 年的 45 億，發片量銳減，各家唱片公司瀕臨關門、合併的困境，詞曲作家失去授權商機，相關零售通路嚴重蕭條。」(經濟日報，2004/10/13) 加上相對應的法規立法，總是落後在盜版之後，即使有了完善的法令也面臨執行力的問題，所以來自產業界的自立救濟蘊應而生。

而從整個反盜版模式的興起看來，它集結了來自唱片、電影、電腦軟體等多方業者的力量，塑造出一種團結與悲情的氛圍，透過抗議遊行的方式，直接向大眾發聲表達盜版的嚴重性，期以促成社會重視反盜版的議題，更希望獲得政府單位的重視和保護。而各領域的利益團體也順勢成為規劃此一行動的導引者，更不時援引美方的力量，在中美貿易談判桌上或直接藉由 301 貿易條款的報復，週期性地向政府施壓也是每年必定上演的戲碼，而台灣的反盜版行動就在這種商業的邏輯與貿易報復陰影下推動著。

近幾年的反盜版行動，愈來愈把規模層次從個人拉高到團體，甚至是跨產業的方式，像 404 反盜版大遊行就是一次集合音樂、電影、電腦軟體產業的模式。這樣的方法雖然能以人數營造出團結感，把盜版嚴重的問題導引出來，進而引起社會和制法單位的重視，但若仔細地分析這樣的聚合模式其實是存在問題的。首先是每個產業受到盜版衝擊的程度是不相同的，像唱片業所受到的侵害鐵定比電影產業來得慘重，但拿整體的盜版率來套用解釋個別產業受到的傷害，往往容易變成一種被操縱的反盜版需求與想像，進而模糊掉了反盜版的意義與合理性。尤其當這樣的反盜版行動又承載著定時的評價壓力與報復恐懼，政府的努力往往的被動式的，而評價機制總是在美方，此處又面臨著二國價值觀上的不同，對於處罰的方式或者盜版率的認知往往不同。對此經濟部智慧財產局局長蔡練生就感慨，「由於國際間沒有統一採行的盜版率計算公

式，美方動輒以反盜版團體自行計算的盜版率數據，指責我方查禁不力，實有欠公正客觀的考量。」（經濟日報，2003/07/24）

再來反盜版行動往往把各產業的盜版問題，視為是同一層次的盜版現象，進而防制的方式與手法都相同，然而盜版行為的發生，除了個人的行動層次的因素外，個別產業結構本身的問題，例盲目投資、過度宣傳與包裝成本，所導致的訂價偏高，也是促成盜版的主因之一。所以盜版的問題也必定和各個產業條件和商品特性有關連，若把各領域的盜版問題都視為一致，且認為透過相同的方法可以解決任一產業的盜版問題，那麼不但無法看見形成盜版問題的真正原因，其所用來防範的方法也必定無法切合各產業的需要。最後變成一種表面性的宣傳手法，而解決盜版的終極目標必然無法達成，於是只好再聲稱盜版率提高，再訴求更嚴格的反盜版手段，如此惡性循環下去，但問題依舊存在。

在整個反盜版的運行上我們大概上只看到二個主要的訴求，一是提高刑責與罰金來嚇阻盜版，二是要求政府加強查緝的決心與毅力以落實取締盜版的工作，除此之外就真的沒有任何主張與動作了。彷彿盜版的問題是出自於消費者與政府的因素，只要把守住這二點，似乎盜版就會自動退卻，完全忽略了自身不但是此一運動的主角，除了受害者的角色外，更有可能是問題所在。政大智慧財產權研究所所長劉江彬就表示：「智慧財產權的保護，不能只靠政府來做，除了從基礎教育著手，深植智財權的觀念外，企業也應有新的營運模式。」（經濟日報，2003/10/08）然而我們卻沒有看見廠商針對市場的培育推廣計劃，也沒有看見太多業者從自身的問題檢討起，更沒有因應科技社會的到來採取新的營運方式，就等著政府與消費者做改變，這樣子可能嗎？

而著作權法在經過 2003、2004 年二次的翻修後，提高刑責與罰金來嚇阻盜版這點已經達成。而在台灣自身產業轉型需求、每年的 301 貿易報復壓力與 2002 年加入 WTO 後，政府在反盜版上所扮演的角色，雖說未到達積極查緝盜版的境界，但消極查緝的盜版的心態是逐年退卻的。如此，盜版的現象還是存在，那麼難道又得制定更加嚴格的法令，成為一部領先全球的保智法典，緊接著又以更大的壓力來迫使政府積極面對

才是要做的事嗎？在業者眼中，似乎問題都是出在別人身上。

第二節 票房、盜版與損失

在反盜版的行動中，我們經常可以發現幾種對於盜版電影市場的描述，當然這些描述都與票房損失相關連，首先較小範圍的是對於台灣盜版電影市場的現象描述，例如由皮爾斯布洛斯南主演的「誰與爭鋒」台灣地區排定 2003 年 1 月 31 日除夕上片，但這部片子的盜版 VCD 在 1 月 10 日已在台灣各地夜市搶先「上市」(聯合報, 2003/01/13)，使得本片的台北票房只有六千多萬，電影院業者宣稱比預期的票房少了一半。而同年的歌舞片「芝加哥」也慘遭同樣的命運，其台上映時間是 3 月 14 日，但在 2 月份時就已出現由中國大陸流入的盜版光碟在夜市裡銷售(聯合晚報, 2003/02/20)。同樣的 2004 年底紅遍中國大陸的「天下無賊」，在還沒於台灣上映前，早就已經在網路上流傳多時(聯合報, 2005/01/15)。另外像台灣還沒正式上片的「未婚妻的漫長等待」、「登峰造擊」、「盧安達飯店」、「偷情」等電影，網路上全都看得到。

另一個，也屬常見的描述，即是對個別或整體盜版率數據的呈顯。例如片商曾對 2002 年上映的動畫電影「星際寶貝」做過盜版率的推估竟高達 54%，換句話說，看過「星」片的觀眾中，100 人中有 54 人是看盜版光碟或從網路下載。另外根據 AC 尼爾森的調查，2003 年暑假檔的「魔鬼終結者 3」與「海底總動員」均受到盜版嚴重波及，看過這部電影的觀眾，只有不到 3 成是進戲院觀看的，且兩部大片在上映未滿一星期，全台地區盜版已超過 6 成。而 2003 的「海底總動員」在受 SARS 影響下，使得台灣地區比美國晚約三個月才上片，因為使得市場的盜版率達 65%，對此片商透露，只要是票房強片，盜版率幾乎都在 50%到 60%之間。(聯合報, 2004/04/12；星報, 2003/09/21) 對此電影及錄影著作保護基金會(MPA)執行長郭戎更表示，「2003 年台灣的實體盜版率高達百分之四十四，讓片商損失十三億元票房。」(聯合報, 2005-01-15)

有了以上二種實際盜版的情況，說明了在台灣電影市場中，盜版的情況除了愈形嚴重外，盜版的時間性也發生了轉移，相對的也就更容易看出盜版對於票房的影響及對電影產業造成的損失。過去的盜版影片透過轉拷正版錄影帶與影碟後進行販售；

這幾年轉變成盜版業者在電影上映時，藉由在戲院內偷拍盜錄的方式取得影片，進而發行販售謀利；現今則更進一步利用電腦科技與網際網路，打破了電影全球分區播放上的時間差，使得盜版電影能領先電影院上映的情況經常出現，當然這其中透過網路流傳更是最主要的方式，甚至連原本實體盜版業者的生意也受到影響。根據一份美國電影協會的調查報告顯示，在 2005 年，盜版造成美國電影協會會員公司損失 61 億美元的收入，在台灣則佔 2 億 5,500 萬美元，且其中一半以上的損失，是由網路盜版所造成，世界各地的製片商、放映商和發行商的損失更為嚴重。（星報，2002/03/28）

對此，電影戲劇公會理事長廖治德更進一步地表達盜版與產業的關連性，認為盜版問題嚴重不僅是影響台灣娛樂產業從業人員，從光碟壓製場、電影製作、發行商到電影院服務人員，如果台灣民眾持續購買盜版 DVD、VCD，勢必會造成龐大失業人口。（經濟日報，2006/05/17）。顯示盜版電影不僅對於當下票房造成損失，更會間接影響到其它的相關的事業體，尤其電影工業作業娛樂事業的母體，若電影做不下去，DVD、錄影帶甚至電視市場都會跟著萎縮（星報，2002/03/28）。所以在遠見雜誌的報導就指出，2000 年時，盜版行為已在歐盟奪去一萬七千一百二十個工作機會，國內生產毛額每年因此減少 74 億美元（遠見 2004）。

從反盜版行動的聲稱看來，盜版對於電影產業的侵害是存在的，而盜版的模式已變成一種習性化的展延，消費者可在夜市或網路上，自由地獲得這些盜版資源。再者，從展示盜版的現象與盜版率的統計看來，其不但能引起社會對於盜版的注意，以數據化的方式呈顯出盜版的嚴重性，更能用來佐證盜版對於電影票房的侵害，並認為網路下載與偷拍電影等盜版行為是造成戲院票房不佳的原兇，進而對於整體電影產業是有顯著侵害的。事實上，這樣的論述方式確實給予了反盜版行動的合理性與正當性，有著盜版的現象與數據化的統計，自然會讓人們相信損失是必然的。不過，從傅科對於「論述與權力」的研究看來，除了權力是散落式的微權力外，透過論述來進行個人權力與慾望的展現，更是一種包裝精緻的手法。所以，我們也不得不小心反盜版行動所聲稱的這一套立論，自然地，對於這些數據化聲稱，也都必須小心地檢視是否合乎邏

輯或者真正具有合理性呢？

現今，當我們在觀看反盜版的報導或行動時，很明顯地習慣把票房的表現與盜版的情況做關連性的聲稱，認為當有盜版情況出現時必定會影響到電影票房的表現，尤其是影片仍未在台灣上映，但卻已有盜版影片流傳時，更對電影票房是一大影響。然而，展示這些盜版情況與盜版率的用意，是用來合理化反盜版行動的必要性，如此我們就必須警覺進行這樣的連結聲稱，是否有其直接證據的或合理的相關連性。因為光拿盜版率是無法充分顯示盜版與票房二者有所關連，到底盜版的使用者是那些原本就沒能力購買，或購買能力不足而影響到使用正版意願的人們，還是讓原本買有能力購買正版，但投機地轉向盜版的人呢？

在未能釐清這些問題前，只是光用票房成績的好壞來認定盜版電影的功過，事實上也不符合能直接認定的證據，更別談其是否侵害到了整個電影產業的發展。因為在娛樂管道愈來愈多元化的台灣社會，影響到票房成績的更有可能是其它的因素，像是家庭娛樂化下的電視、影碟、有線頻道的出現，都搶走了不少上戲院的人口。加上汽車及旅遊產業的發展，都有使得人們把休閒的方式和時間更分散化了，但為何光拿盜版來認定呢？這本身就隱含著一種論述上權力關係，更是一種被刻意組合過後的言論呢？

正版與盜版的差異化

讓我們回過頭來思索此一問題，盜版品是個什麼樣的東西？它與正作品又存在著何種的差異化？通常，我們很容易就認定盜版是對於正版的侵害，是一種偷竊或者不道德的行為，不過有趣的是，在消費盜版之前，其實早就存在一個二分的構架，而盜版的出現只是再度確立了對與錯，真與假的運行邏輯。而盜版對於正版的跟隨與擬仿，也意謂著盜版品是替代品，它不可能成為真品，只是一種經濟條件的限制下的暫時性商品，正版的地位仍是崇高與神聖的。就如同市面上眾多的仿冒 LV 包包，使用者只是暫時借用並享受那符號所帶來的快感與愉悅，而非就此認定仿冒與正品是相同物件。相對的，使用盜版電影並不影響到正版電影商品原初的地位，反而是更為確立的彼此

的不同，這不但從物品的本身來判別，更是透過物品所隱含的文化品味與身份地位建構來強化了這點，畢竟在一個消費社會，人們往往透過商品來確立自我的認同與獨特品味。

再著，我們對於盜版品的定位通常是次等的、劣質的、用過即丟、無收藏價值，往往是透過犧牲品質的方式來降低進入的價格門檻³⁰，或者在追求快速便利的情況下所造就的商品，或者是在不花錢的情況下，才會使用的商品。從盜版電影商品的實際情況看來，這些被聲稱影響到票房，進而瓦解整體產業的盜版電影，若在影碟尚未發行的情況下，其產生必定是源自於戲院內的側錄偷拍。普遍的情況是盜版業者雇用人員，利用暗藏的 V8 攝影機在戲院裡直接進行偷拍，更進一步者則是買通戲院人員，直接拿取「菲林母帶」進行轉拷，另外像是從電影公司流出的試看帶也是常見，後二者通常被稱為清晰版的盜版電影。然而這些盜版電影真的能與正版商品做比較嗎？

若有實地接觸過這些「搶版³¹」電影，就會發現其畫質是模糊不清、節目不全、粗製濫造，完全表現不出電影的娛樂效果，有時銀幕下方還可看到電影院裡人頭晃動的景象，甚至「加料」現場觀眾的笑聲當配樂的更為常見。即使所謂的清晰版盜版影片，其也只具有 VCD 的水平，但在字幕與影片的完整性上均是無保障的。所以像「芝加哥」的盜版光碟質感非常差，不但影像跳動，音效聽不清，且還有幾大段未偷錄到，觀眾會看得「霧煞煞」（經濟日報，2005/07/11）。而「大支佬」的盜版光碟更是短少十分鐘，使得觀賞者有看沒有懂，進而產生批評「大」片深奧難懂的趣聞（星報，2003/10/29）。

對於這類型的盜版電影，因為多為戲院偷拍的畫面，不但畫質差、音效差、翻譯更是讓人不敢恭維，甚至還有觀影者的人頭與身影，對此，片商通常表示並不擔心會影響票房，（民生報，2006/05/19）。福斯電影公司台灣總經理涂銘就表示，「這些盜版帶質感非常差，結果看了盜版帶的人在被吊足胃口、鉤得心癢癢後，所以一點也不擔心

³⁰ 一般付費性的盜版商品，如在夜市可尋得的盜版電影，其價格約在 100 元，這與一般電影院的票價相比較約便宜一半以上，大大地降低了付費欣賞的門檻。

³¹ 指涉側錄式的盜版電影，即影片剛在戲院上映時，透過 v8 攝影機進行的側錄，此種盜版電影通常拿來與電影院作競爭，是一種搶先上市的影碟，故名搶版，但其畫質普遍都不佳。

會衝擊票房，所以還是進戲院看大銀幕，才能享受聲光效果之娛。」（聯合晚報，2003/01/13）再者像「英雄」在台上映時，盜版電影光碟雖然已經先行流傳，但並沒有衝擊到票房，導演張藝謀就認為：「影迷走進戲院才能享受聲光音效帶來的震撼性，而看盜版帶完全〈沒勁兒〉」。真的情況確實是如此，不要說進戲院，連拿正版影碟都可以比較出和盜版光碟的差異在那兒。

尤其台灣 9 成以上的電影市場遭好萊塢電影支配的情況下，片商或戲院業者為求商業生存考量，往往只會引進國外已賣座、大卡司、大明星、大成本的電影。加上近年來的好萊塢電影，都以強調電腦後製特效，著重在視覺與聲光效果絕佳的影片為主，往往消費者只能買票進電影院，或者家中有一整套昂貴視聽設備，配合高畫質的 DVD 影碟，才能體驗這類型影片的賣點。有趣的是，盜版電影光碟根本不具這樣的效果，但卻被聲稱影響了票房，加上正版與盜版原本就屬不同層級的商品，一是投資數千萬元的電影院設備，擁大 300 吋以上的大螢幕和多聲道環繞音響，加上高清晰的原版菲林母帶；另一端則是從網路下載得來或從夜市購得的盜版電影，配合家用的電腦螢幕及兩聲道的音響，畫質模糊不清，字幕翻譯素質不良。但這兩樣差異性十足的商品，卻習慣被置放在同一位階來比較，且盜版竟然被認定是勝出的，實在是很諷刺的一件事。事實上，何種較為優異？

盜版電影是否真如業者所言，足以影響到票房，甚至是撼動電影產業的發展？由以上的對照，呈顯出一種值得我們深思的問題，這些業者通常也是肩負起反盜版行動的人士，其明知盜版品質不佳，根本無法滿足或吸引消費者，且認為要享受影音的震撼與電影的美感，仍是要回到電影院或購買正版影音商品，甚至連法務部拍攝的反盜版廣告，也開始以盜版商品無法兼具流行性與娛樂性作為訴求重點³²。但另一方面，卻又不斷地以盜版數據來認定票房收益的下降是盜版行為造成的，甚至把電影院倒閉原因怪罪於盜版，更暗示將來還有可能危及整體產業的發展，而對於台灣剛起步的文化

³² 在過去法務部的拍攝的反盜版廣告主要是以罪與罰的觀點來規訓盜版的流通與潛在的危機，而今年開始一系列的反盜版廣告開始以年輕族群為目標，並以使用盜版損及品味與流行性為述求，試圖以〈酷〉、〈遜〉等字眼來強化使用正版的必要性

也是一項警訊。顯然有一方的陳述是昧於事實，或者根本找錯了兇手。說穿了，這不是一場反盜版的活動，而是一場污名化的佈局，在此，盜版因為盜用別人智慧財產的事實，當然成了最佳的代罪羔羊人選。

損失是否真正存在？

不過下載行為確實存在，而盜版確實也是狹義上的偷竊行為，尤其現今對於電影的投資都必須經由票房或者版權費用來回收，若電影院沒有票房收入，更會影響到後續和下游廠商商談授權與版權費的議價籌碼，當然就無法回收拍片的成本，而電影的再生產機制也會受到影響。要說盜版不會影響到票房的收益，是否太過牽強呢？其實在討論這問題前，必須要釐清一個分別，到底下載或購買盜版電影的使用者是那些消費群體？是從來就不會上戲院消費，也不會購買正版影碟的人，還是真的就吸納了原本上電影院或買正版的那群人？在對盜版與票房對連結性宣稱時，就得必須先證明這點，

但至今在反盜版的論述中卻看不見這樣的嚴謹性，反而天真地認為，查獲的盜版商品就等同是損失，所以在查緝盜版時，其列舉出的廠商損失金額都很巨大，但這其實是錯誤百出的估算方式。一方面在損失的估算上，每每以查獲盜版的數量，配合正版的價格來總合統計；另一方面，也過度樂觀地認為要是沒有盜版，廠商將會增加這些收入。這樣的思維都是忽略了盜版的邏輯性與消費性，也看見反盜版的心態是如此地故步自封，欠缺對於核心問題的認識，當然也就無法針對問題本身做改進。事實上，若能付擔得起正版的價格，幹麼要買盜版，而盜版也往往是以低價來銷售，也因此才有售出的機會。

或者如此來反證，若之後都不存在任何的侵權行為，也無任何盜版商品可以購買，但在正版價格與品質不變的情況下，那麼原本消費盜版商品的這群人就會選擇購買正版嗎？筆者認為，對於一位享用盜版侵權商品的消費者而言，其選擇盜版商品無非就是貪圖其方便性、廉價或無償使用性，若盜版商品的價格跟正版相同，那誰還願意買

沒有保障的劣質盜版商品呢？所以盜版業者也基於價格因素，才有機會販售劣質的盜版商品。事實上盜版是一種低層次經濟行爲，這群使用盜版商品的人士大部份是在進行一種邊緣性的經濟活動，甚至裡頭也充斥著詐騙的行爲³³，而盜版商品的低價性或無償性，剛好讓這群人得以享受到高科技或者高娛性的產品。所以，這種需求性仍在，只是價格因素是個門檻，所以也無從消費起正版。

筆者認爲：消費者在購買正版前是有諸多考量的，例如此商品對於自身需求的急迫性、個人經濟能力的高低，尤其對於這些原本就使用盜版商品的人士而言更是如此。所以想藉由法律的逼迫，讓原本消費盜版的這群人轉而購買正版，這在推動上實在沒有保證性，且也不必然會發生，最後頂多是採取棄守的態式，因爲這群人本身就沒花錢的意願與能力，而使用只是基於低價或無償罷了。更何況電影商品是一種生活調味品而非必需品，並沒有使用上的急迫性，若阻絕了盜版的流通，我想轉而購買正版是少數，絕大部份是乾脆棄守這類型的商品，反正在現今的社會生活中，並不只有電影這一項娛樂性的產品，仍有其它的娛樂性活動可供選擇。

事實上這樣的棄守，反而對電影產業是一種更大的傷害，因爲電影是一種文化的商品，必須藉由長期培育才足以養成觀看的氛圍與市場。或許改變成一種的想法，把盜版作爲吸納使用者的一種市場培訓機制，等習慣養成後，這些都是正版的潛在客群，且這樣的方式確實一直存在於各類型商品的行銷手法中，而實際上也產生了功效。當然這不意味著合理化盜版的使用，而是每項商品總有其行銷與訴求的對象，就像藝術電影往往是以中產或知識圈爲其行銷的對象，而好萊塢電影則是以普羅階級或大眾市場做爲吸納對象，二者因爲其定位原本就不同，所以並不會因爲吸納不到對方的觀眾而感到挫敗。相對的任何一項電影產品，包括周邊商品，都有區隔化的行銷與購買對

33 買到魚目混珠或空白盜版光碟是時有所聞的事，由於這些攤位是流動出現，不曉得真正業者是誰，事後也無法上門換片，所以，受騙吃虧之後，才深深體會到還是買原版光碟才有保障。2003-02-21/聯合報

象，而正版商品或許會因為盜版而減少其自身的價值，但這損害並不是侵害性的，反而具有巨大的吸納性。畢竟正版商品仍有其主導的地位，而盜版只是享受那末端的重製效益，存在於正版商品體系內的區別化品味建構，才是現今商品的核心之處。

票房與商品

不過現今電影的票房滑落是一事實，若不是盜版的因素又是如何呢？筆者認為這一問題是長期因素，且與正版自身商品的價值有關連。正版業者想要回復或提升其票房收益，應該是重視自身商品的問題才是。一個優秀的電影工業本身必須具備一個不斷創造性的主動力量，運用市場的彈性，引領觀眾，不使其僵化，而近期好萊塢則是缺乏這種開創性的態度與活力(黃聰洲, 1996)。電影網站³⁴分析師潘德亞(Gitesh Pandya)更認為，「現今票房不佳仍是由於好萊塢不斷炒冷飯，推出許多重拍和續集影片，讓許多觀眾倒足胃口。加上票價上漲，且新片上映不久就推出DVD，如今已有愈來愈多觀眾不進戲院看電影。」(經濟日報, 2005/07/11)台北市片商公會理事長王應祥也提到，台灣的電影票價已是全球第二高的，高票價走向，已對電影產生負面影響，除了超級強片的票房可以維持不墜外，中上影片的票房都受制於高票價而起不來。(民生報, 1996/10/18)。尤其現今的電影市場，電影觀眾的平均年齡下降，是全世界電影工業的趨勢(吳其諺, 1993: 16)，所以年輕的觀眾是票房最主要收入來源。而在台灣上映的電影，在長期偏好明星制與電腦科幻特效後，事實上也等於是鎖定年輕化的市場，但卻排斥了其它可負擔得高票價的消費族群，但高票價反而讓這群戲院常客逐漸流失。

再者，一個明顯的情況，通常在某一影片賣座或得獎後，就會出現「一窩風」搶拍的情況，於是市場上就會充斥著同樣類型結構的電影來迎合觀眾的新鮮感。這種跟風、抄襲、因循的作風，都將具有發展潛力的題材，做強暴式的剝削，將觀眾的興趣打亂，終導致市場的低迷，而走進空前的危機中(吳其諺, 1993: 17)。例如李安導演的《臥虎藏龍》在國際成名後，爭相倣效的情況就開始產生，一系列溶合中國愛情與

³⁴ BoxOfficeGuru.com

武打元素的電影也就群起出現，而這些影片往往是想趁著觀眾的新鮮感還沒退去時搶先上場，自然會因為製作時間倉促而使得品質粗糙濫造。雖然透過廣告與文宣的強力放送或許還能吸引觀眾上門，不過當觀眾發現被蒙蔽與上當，之後就會對電影產生戒心，第二次、第三次後，上當的機會就不大了。

在台灣，電影仍是被當作娛樂的主要方式之一，「不過觀眾對電影的品質要求也越來越高，導演和明星不是唯一的票房保證，口碑才是電影是否賣座的重要原因」（莊朝欽，1994）。尤其在一個消費時代中，不僅可供選擇的商品眾多，商品資訊更是逐漸透明開放，由於選擇權在消費者手中，所以在進行消費之前必定比以往更有考量的空間，就連所謂的下載行為，也並非每部電影或歌曲都會被下載，甚至下載者還會用「占用硬碟空間」，或「降低個人品味」等因素來回絕對於爛電影的下載與觀賞。而戲院消費者的流失，不正也是預告一個更多元性，靈性消費時代的來臨，當然這也是給予了戲院業者一種反思的機會，如何把客戶拉回戲院才是重點！

第三節 科技害慘了電影？

由於複製技術的發展，除了增進傳播的便利性外，相對的也引發盜版的問題，加上現今電腦科技發達與網際網路的興起，更使得盜版行為轉向個人化與快速化。對此，自然使得現今的電影產業對科技存在著戒心與憂心，為了防制盜版，其不但透過立法來反制侵權的行為，業者更與政府合作來查緝實體與網路盜版。其實盜版問題的本身就是源自於科技，或許我們可以把盜版問題看成是一種對於科技所採行的態度。在反盜版的論述中，科技害慘了電影，尤其是把科技運用到複製技術與網路下載的行為上，更是對電影整體產業的侵擊。這是否也預示了電影與科技的關係就此凍結，進而成為對立的局勢呢？

電影與科技的矛盾

這個問題的確有點棘手，不過這似乎又是一把雙面刃，就如同水能載舟，也能覆舟。稍為回想一下電影發展的歷程，就明白地訴說著電影與科技間的互動。如果沒有

現代工業提供光、電、聲、化等方面的先決條件，沒有感光膠片、光學鏡頭，攝影機、放映機等配套設備的問題，就不可能有電影的誕生，電影的發展與科技的進步是存在鮮明的對應關係（張鍵，2002：143）。而從電影由黑白轉而彩色，由無聲到有聲，再到電影的製作均需運用到科技技術，尤其現今的電腦特效更讓電影的表達力更加豐富，電影與科技這種相輔相乘的態勢，似乎科技對於電影是一種助力。（Wasko，1999）就認為電影本來就是一種科技，而電影工業在它的發展歷史中，也不斷地致力於科技的再開發與利用，那麼這層關係是否會在盜版侵襲後產生變化，或許藉由電影與科技二者的互動歷史就可以讓我們明白電影對於科技的矛盾心態。

一個很明顯的例子即是承載影片的工具，當錄影帶出現後，其將電影更全面性的帶往世界的各角落，但隨之而來的盜錄問題也困擾著電影業，於是興起了一連串保護的動作，於是防盜技術更強的 VCD³⁵ 影音光碟被研發了，這等於幫電影工業打了強心劑，除了歌頌影音光碟取代錄影帶是一必然趨勢外，並認為將來光碟普及後，由於製作精密，不再有盜版問題，對消費者與業者都是一大保障（聯合晚報，1995/01/05）。然而好景不常，新科技的效用只維持了一段時間，在 VCD 影碟及影音光碟（VCD）機普及後，這套技術更被盜版業者破解與運用，盜版 VCD 電影日益猖獗，且盜版的情況反而因光碟的便利性大大地提升。美國電影協會亞洲區反盜版部門主管史壯指出，「VCD 在體積上非常容易挾藏，將來一定會成為出口問題」（經濟日報，1996/06/19），於是對於 VCD 的期望轉變成厭惡。

對於 VCD 遭到盜版後，90 年代初期一種更新的 DVD³⁶ 儲存技術被發明出來，並在 90 年代中期投入保護電影的任務中，為此電影產業自覺找到了救星，更認為將可一舉解決 VCD 遭到盜版的命運。然而這樣的幸福並沒有維持很久，技術的流傳與普及是一事實，侵害與否只是時間性的問題，至今 DVD 燒錄機都已成為個人電腦的標準配備，copy 的成本甚至小於 10 元。不過產業界似乎仍沒有學得與科技共榮共存的想法，仍在

³⁵ 為一種數位的儲存技術，單片影音光碟能提供 60 分鐘的影片儲存，其解析度為 320*240

³⁶ 一種容量更大的儲存技術，規格共分為 DVD5、DVD9、DVD10、DVD18，有著 4.7G 至 17G 的容量，而容量最小的 DVD5 就能承載 720*480 的高畫質影片，並提供多聲道的音樂系統及 8 種語言與 32 國字幕。但光碟的大小與 VCD 相同，是目前最為主要的儲存工具。

積極地利用新的科技技術來發展自身並抵抗盜版的侵害，仍想永遠處於主導的地位。所以不斷透過研發更新的儲存技術，更精進的防拷技術來應付複製技術的擴張，如今更是相藉由「紅光」與「藍光」的技術，再想以科技來對抗盜版的侵襲，但被破解只是時間的問題。

所以電影在看待科技的態度上一直處於一種自我矛盾的循環中，一方面透用科技來擴展自身的發展，但一方面又對新科技的挑戰充滿戒心。不過矛盾的是，在失望之餘又回過頭求助更高的科技技術，想從科技身上找出順服科技、反制盜版的方式，來獲得暫時性的解救，如何一再地循環下去。事實上這樣的結果是可以預見的，而這只是更突顯電影產業對於掌控科技上所處的自大與自我矛盾心態。

電影與新科技的對抗

其實這種電影業與科技的戰爭早就存在，而在電影與科技對抗戲碼中，盜版只是最近的一例，對電影這種對於科技心存排斥的態度，在過去也曾經發生在電視、錄影帶、有線電視身上。從歷史發展的結果看來，電影與新科技的態度，起先往往是持反抗的態勢，但隨後相互依存的發展。而循著這樣的發展脈絡或許可以讓我們了解到電影與新科技間的互動，或許讓我們能採循一種看待盜版的合適觀點。

若說電影是把人從家中拉到戶外，那麼電視的出現則再是把人從戶外引回家中。1930年代末期，電視機的出現，雖然電影業曾加以嘲笑，但是到了1940年代末期，電視正式獲得企業化的播映許可，好萊塢已發現情勢極為不利。於是電影遇到強勁的對手，並展開一場爭奪戰。對於這種新科技，其也能傳達聲音與影像，更能在電視上收看電影，然而卻不用像觀賞電影一樣整裝外出、買票進場，節省了時間與金錢上的支出。而在觀賞時，因為是身處在自己家中，也大大提升了舒適性與便利性（曾西霸1998）。所以對大多數西方資本主義國家而言，電影觀眾約在1946年達到高峯；之後看電影的人數便年年下滑。到了1953，幾乎半數以上的美國家庭都有電視機後，觀眾的人數更僅達1946年的一半（Graeme, 1997: 32）。

到1950年，好萊塢幾乎投降。然而危機就是轉機，存乎於當下的一個念頭。就在

這個時候，電影業知道電視是無法壓制的，於是轉向與電視展開競爭，電影開始找尋新的題材與拍攝風格，例如停止拍攝低成本、劣品質的 B 級影片，集中財力和人力專門拍攝大場面、大卡司、內容充實的高品質電影。（劉藝，1982：281）再者則投注在新技術設備的研發與使用，例如大銀幕³⁷與環繞音效的使用，強化了電影在視覺與聽覺效果上的特殊性。所以像目前常見的超寬螢幕鏡頭與設備就是在此時創建出來，它能使拍攝的場景大大地擴展與提升，溶入更多的人物與背景影像。

因而，像是史詩賣座大片「魔戒三部曲」或者各式戰爭片中，那種萬馬奔騰與眾戰士廝殺的大場景，都得利用此一設備才能展現出來。此舉不僅讓導演有更佳的表達空間來強化故事內容，也讓觀眾更容易進入電影的奇幻世界中。如此也更新一步地區隔出與電視的距離，因為這些都是電視無法呈現的視覺效果。程予誠〈1993〉就認為好萊塢早期對抗電視的武器是〈尺寸〉和〈技術〉，電影開始尋求寬銀幕、音響、彩色的突破，使得電影與電視產生明顯區隔，於是終於找回了觀眾。

同時，電視與電視台數量的增加往往需要更多節目與影片來吸引觀眾，於是電影和電視必定又再度結合在一起。雖然這個結果並非出於電影工業的自願，但此時的娛樂環境已不再被電影壟斷是一大事實，且把影片播放權賣給電視台反而有助於電影工業的再生產，於是各大電影公司紛紛把各式舊片與排不上檔期的新片賣給電視公司。例如哥倫比亞電視網，以 5300 萬美金，購得米高梅公司五十一部舊片和十八部新片的電視播映權，美國國家電視網也以 2000 萬美金和 1900 萬美金，向哥倫比亞公司與二十一世紀福斯公司購買舊片〈曾西霸 1998：143〉。

事實上在新的科技加入時，電影工業都呈現出自大的抵抗心態，或者在不知所措的情況下採取反盜的舉動來確保舊有的利益與地位。所以不只是電視，像是錄影帶與錄影機剛問世時，美國兩家大電影製片商和發行商即對新力索尼生產的錄影機提起了法律訴訟，他們聲稱，新力索尼生產的這種設備能夠讓消費者做出侵犯著作權的事情。

³⁷ 此時接續推出了新藝綜合體，新藝神奇體，新藝拉瑪體，汎視體，超視體，特藝拉瑪體，通視體，等有別於標準銀幕（1 比 1.33）的特殊銀幕，主要是讓觀眾感覺電影場景與視覺效果上的變化。（劉藝，1982：282）

而美國電影協會主席傑克瓦倫提大聲疾呼這樣的機器將會讓市場徹底瓦解：「…（諸位）也能明白這成百上千萬的磁帶導致的後劇院市場的蕭條，將會對我國富有創造性的社群的未來產生不利的衝擊。這是常識和基本的經濟學問題。（聯合報 2005-09-10）」

似乎好萊塢對這項新科技革新的態度同樣顯現出精神分裂的傾向（Wasko, 1999）。然而在電視，錄影機，錄影帶大量進入家庭生活後，電影工業開始意識到鎖國政策反而不利於自身的發展，於是一改過去抵抗的態勢，不但把大量舊片的發行權賣給錄影帶業者賺取權利金外，電影公司自行成立發行公司更是常態。若不是 1948 年的違反「反拖拉斯法」判決，這種垂直整合，近而壟斷的現象會更形嚴重。George Mair 在「討論家庭電影票房頻道」一書中就有一段很切要的例子：

好萊塢從未好好掌握新科技的重要性。它對抗有聲電影、對抗彩色電影、對抗廣播、對抗電視、對抗有線電影、然後是最近的，對抗錄影機與家庭錄影帶。好萊塢最終從這些種種新科技身上都獲得了好處，但是那只是在它無法幹掉他們之後才發生的。好萊塢總是將新的作業方式看做是一種威脅，而非一個機會。（George Mair 轉引自 Wasko, 1999：27）。

事實上，舊片原本就不太可能重覆上映，若不是有錄影帶的幫助，這些影片都將被堆放在倉庫之中。況且在電影院數量與上映的管道大大落後電影製片數量的情況下，也只有一些強檔的新片才能排入電影院的檔期，而錄影帶的發行剛好讓這些影片可以順利進入市場，並且電影公司也能因此回收資金，所以這二者是相互依存的體系，也吸納了或培育了更多觀影的人口。而隨著家庭錄影帶事業的成長，一個特殊的工業結構也成形了。且出租和經銷的利潤則呈驚人的等比級數增加。到 1987 年，營收已達 74 億 6000 萬美元，遠遠超過電影院的票房收入。因此，到了 1998 年時，迪士尼片廠當時的總經理 Jeffrey Katzenberg 改口稱錄影帶零售出租業是「好萊塢的大使」，並且特別提到，錄影帶跟電影的發行商之間，並非競爭者而是「總體作戰的盟友」。（Wasko, 1999：238-240）

由以上可得知，電影與科技的關係，不僅是相互依存，也能創造出更大的商業利

益來供應電影工業的再生產。所以現今的電影做為商品，最大的特色就是「一魚多吃」，票房，DVD，錄影帶、電視播映權利金等全部都有的賺，DVD 收入早成為主要收益，超越票房的情況亦日漸普遍（大成報 2005-07-12）。同時它也是預示了一種消費習慣與消費型式的轉變，不僅消費電影的管道變得多元，且隨著各式影音設備的日新月異，以及觀眾觀影習慣的改變，個人電影院的可行性也越來越大，觀眾在家隨自己的意願看電影，再也沒必要進電影院，也不無可能（聞天祥 2003：28）。

而在台灣的情況也是如此。60 年代後，電視台相繼成立，電影市場更形縮小，一方面，固然打擊了電影工業；但是由於電視節目的內容，相當貧乏粗糙，又經有關當局的檢查過瀘，往往喪失了視聽娛樂應有的趣味及光彩。電影工業在這種「產品差異化」的情況下，反而發展出電視無法取代的娛樂功能，同對面對電視的競爭，也讓電影的製作有了提升品質的動力（吳其諺，1993：17）。1979 年台灣每千戶電視機的擁有率已經超過 1000，到了 80 年代更急遽增加，家庭普及率約為百分之 96，電視是國民主要休閒活動（林嫻如，2000：38）。配合上 1976 年台灣開始引進錄影機，1984 年錄影機降價，而台灣的錄影帶出租店於同年成長至歷史的最高點，達 8000 家之多，戲院不再是電影收益的唯一來源，它只是一部份。

雖然這看似對電影業是一種威脅，但事實上並不然，錄影帶革的是電影觀賞方式的命，而不是革電影的命（詹宏志，1985）。它只是一種消費習慣的改變，人們改以另一種方式來消費電影，而對於電影的熱忱卻是持續加溫的。另外，像是在 80 年代興起的 MTV 影城及有線電視，都讓電影工業的發展更加活躍。雖然也帶來盜版的問題，但卻反而促成電影院進行自我的大改造，紛紛邁向複合式與多廳制的經營模式，更貼近消費者的需求，也因此養成了更多「看電影」³⁸的人口，且並沒有如當初所預測的造成電影工業的消失。而以好萊塢電影在台灣成為主流並寡占了 9 成以上的市場，似乎也打破了「盜版愈多，傷害愈大」的假設，

³⁸ 有些研究會把進電影院看電影，與利用電視看電影作區分，認為二種環境及視覺效果會造成不同的觀影觀感，但若放在消費的層次上，他們仍是在消費電影這個商品，仍是可以放入一系列的消費體系中來討論。

所以電影與盜版的關係，仍可視為是電影對一種新科技的態度，因為盜版本身也就是代表著一種消費，它能在社會中成爲一種文化、慣習，甚至是一種集體行爲，必然反應出人們對於當下消費商品與消費環境的不滿與期望。我們如何來否定這群盜版常客將來不會被吸納進入整體的消費體系中呢？若不從經濟性的觀點來審視，它對於電影在文化上的傳播與積累都是有貢獻的，而筆者認爲這樣的情況，早就已被編制入整體的電影消費商品體系之中。且新的消費模式的是區隔化、更便利快速、個性化、多元化的。

第四節 加重刑法可以減少盜版？

加重刑法的論點與成果

在面對盜版嚴重的態勢，看在正版業者眼中更不是滋味，這不僅是對於自身創作與利益的侵害，同是也代表偷竊行爲的猖獗與逐漸的自我合理性，相對的必須採取自救的反制行動。但在過去的取締經驗上，因爲屬於告訴乃論，所以警方在查獲盜版人員時，若業者無法在法定時間內提出告訴，往往就等同放棄告訴。即使適時提出告訴，業者又得支出鉅額費用調查，蒐證、進行訴訟，而勝訴的結果只是一紙易科數千元的判決（民生報 1989-08-10）。IFPI 秘書長李瑞斌表示，盜版被抓到的刑責，不是易科罰金、就是緩刑者居多，罰金最多三萬到五萬元，對盜版業者來說，無法發揮嚇阻作用（民生報 2002-03-20）。而被判刑的盜錄業者有的僅坐牢幾個月，出獄後就「又是一條好漢」，繼續從事盜錄行業，完全沒有將這種處罰放在眼裡（經濟日報，1988-06-26）。，這也意謂著盜版業者所受到的處罰過於輕微，才會使得盜版的買賣行爲接連發生，於是，加重刑罰的思維一直存在於整個反盜版的行動中。

對此，國際智慧財產聯盟會長史密斯就表示「實務經驗告訴我們，只有加重刑罰才能發揮嚇阻效果，」。理律法律事務所顧問宿文堂舉出實例來支持這樣的說法，認爲國內法令雖本身已有長足進步，但目前行政救濟程序冗長，「等訴訟結束，保護期限也拖完了」，加上智財侵權損害認定困難，法定賠償金額又往往與事實差距過大，未來應

採即時救濟、禁治令等制度，並配合國際趨勢，權利人不須負損害的舉證責任，才能提供更好的保障（經濟日報 2003-12-10）。因而這種加重刑罰的觀點最終促成了對於盜版改採公訴罪的推動。而在歷經反盜版行動長年向社會發聲下所形成的教育效應，加上業者及利益團體的立法遊說，而政府又面臨美方的貿易報復壓力下，於是這種把盜版改為公訴罪的要求，終於在 2003 年的立法上得到了回應。

在此次的修法中將重製與販賣、出租盜版光碟的行為由現行的告訴乃論納入非告訴乃論的範圍，也就是一般所稱的公訴罪。而重製常業犯，則提高其刑責最高到 7 年、依情節重大罰金最高到八百萬元。民事賠償的上限由原先的新台幣一百萬元提高至五百萬元（聯合報 2003-03-27 聯合晚報 2003-03-26）。2004 年的 8 月分，立法院再對著作權法進行修正，除了再加重罰責，並新增「防盜拷措施」、「海關主動查扣權」、「取消意圖、非意圖營利區別」，刪除去年訂定的「非意圖營利」3 萬、5 份、5 件的條件，只要擅自以重製方式侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役或併科新台幣 75 萬元以下罰金；意圖銷售或出租而擅自以重製方法侵害他人著作財產權者，處六個月以上、五年以下有期徒刑，得併科 20 萬以上、200 萬以下罰金。不過修法也特別明定，著作合理使用，不構成著作權侵害（經濟日報 2004-08-25）。

加重刑罰的原理

以上的二次修法，可看成是反盜版行動在經長期努力下最為豐收的二年。不過也意謂著，加重刑罰的要求在達到處罰販賣者與製造者後，也開始將適用範圍擴大到消費者身上，對於日益猖獗的「販售盜版片」行為有更大的嚇阻作用。雖然另外也給予了〈合理使用〉作為促進文化流通的保障，但卻沒有明顯可見的規範，如何合理又合法變成是一種自由心證。但似乎我們都相信經由國家機器下的警察與司法運作就能阻絕盜版的運行，或者說它是一種思維，並透過權力機制的展現，讓國家機器負起反盜版的重責大任。當然我們可以理解這種以罪和罰的觀點來看盜版行動，其實是想藉由法律的嚇阻作用來禁絕盜版行為的產生，不過要注意的是，這樣的作法真能促使人們就此轉而消費正版嗎？而這又和實際場域的消費行為有何關連呢？

當然這又得回到檢視反盜版的核心思維，在反盜版的認知中，對於侵權行為的產生來源自於個人對於當下環境及受到的罪罰輕重而定。例如像對毒品的買賣，當國家或對毒品採取高緝查，而法律採取高罰責的態度時，會使得一般民眾不敢從事這類的買賣行為，這也意謂著製造者與消費者會端視當下的情況來規範自身的行為模式。於是這樣的思維就被轉移運用到防制盜版身上。事實上，這種高壓性的取締方式也曾存在台灣社會中，回想起過去那種滿街盜版商品的時代，還真的是只能在記憶中找尋。如今的台灣社會卻實已不復見盜版商品公開陳列販售的現象，這當然得歸功於政府的取締。所以加重刑責與加強政府查緝確實有效果，當然在面臨盜版嚴重的情勢下，期望靠由政府來提供保障的呼聲也再度興起。

然而我們也不要忽略了，現今盜版的現象也不再是過去這種集團式的運作方法，反而是一種打游擊戰，散落化、個人化、網路匿名、全球化的運行方式。如今利用單一國家的警察權與司法權來禁絕盜版，是否能再收其功效？甚至天真地認為，能在網路的世界中建構起一道防火牆，而無視於客觀環境的變異。我想除非政府真的很重視盜版的問題，投注全台所有的警力與司法資源來查禁盜版，而我們的產業也是百分百以智慧財來獲取收益，否則再以加重刑罰的心態來阻絕盜版是不會成功的。且事實上我們並沒有這樣的社會條件，包括整個法條的制定與鼓吹，其實是處於被動的情況下進行的，主要也是回應美方的要求。而取締警力也是有限，除了支援智慧財產局的 220 名警力外，網路盜版的部分則交由電信警察來查緝，但編制人數也才 100 人³⁹，以此要掌握全台的網路盜版流動，甚至是無疆界的 BT 下載，都難是困難重重。

然而我們是否必須把文化商品等同毒品一樣來看待，強調只能用加重刑罰的方式來改變目前的情況？尤其是著作權的核心概念，其實是由「公共利益」以及「個人利益」互相交錯而生的綿密網絡（Goldstein 2000：19）。但對目前的作法，石世豪認為，保護智財權是大家的共識，但政策制訂時面臨到資源取捨及分配的問題，以及各國不

³⁹ 1998 年電信警察編組成立，成員從保一、二、四、五警力抽調組成，合計共一百人，分北、中、南三區中隊，其主要任務為稽查協助無線電台、廣播電台之電波傳送及管制電信器材之使用，而取締網路盜版與網路犯罪則為兼任任務之一。資料來源：電信警察全球資訊網 <http://www.npatpc.gov.tw/>

同的文化、價值背景。若將著作權保護訴諸公訴罪，手段太過強烈，功效反而有限，只會激起民眾反彈，功效反而有限，是最糟糕的解決方法。（民生報 2002-06-12）。律師陳佳俊也在「智財權反思」專刊中聲援指出，藉由公訴罪與通過光碟管理條例⁴⁰來防制盜版算是破了全世界紀錄，沒有一個國家像台灣一樣採取同等嚴厲的手法，等於是創造另一種台灣奇蹟（聯合晚報 2002-05-04）。再者，在數位科技發展得如此快速的年代，法律更新的速度，永遠趕不上科技的腳步；然則，傳統業者要思考的是人性與科技不可被限制的「終極法則」，放棄一味依靠法律制裁盜版的觀念，才有辦法找到新的發展模式。（民生報 2005-07-28） /

所以光是直接取締，效果有限，這也直接反到在盜版率降至某一程度後就很難再改善了，甚至連歐美國家也都仍有 30% 的盜版率，所以這其中必定存著更大的影響因素。而要改善盜版行為就應該是找出更核心的因素，對此進行改善，而非把消費者當成罪犯一樣地審視。筆者認為問題點仍是要回到商品上，回到生產與消費的討論上才能有效地解決此一問題。所以像台北的欣欣晶華影城，在 2002 年時發現了票房衰退的現象，則開始大幅進行改裝，引進新的視聽設備，改為小廳式的播放模式，讓消費者能有多種選擇，反而使總業績上升了兩成左右（星報，2003-03-27）。而發行電影「英雄」的得利影視公司也改採超低價來刺激市場買氣，也獲得絕佳的銷售成績，這都證明了只要產品品質良好，售價能符合一般大眾的負擔範圍，即使不出動警察與司法的力量，也能自然地減低盜版的使用率。

事實上加重刑罰與加強取締只是方法之一，但不保證能適用於每個環境與階段，富爾特科技總經理劉雙華表示：防止盜版最好的方法並非一直抓盜版商，應該以低價與盜版商抗衡才有實質效果，先設計合理的行銷方案，降低消費者的負擔，再透過執法單位取締盜版，會是較可行的方法。（星報，2005-04-24）。春暉電影公司負責人陳俊榮也深有同感地表示，現在戲院的設備都很好，電影觀眾沒有流失的理由，唯一的關鍵在於電影票價太高，因此，如果大家能達成降價的共識，對於吸引電影觀眾回流應

⁴⁰指嚴格管制生產光碟所需特殊原料與刻版機之進口，從源頭防杜個人拷貝

該是很有助益的（1996-10-18/民生報/15版）。所以這種從產業自身改變的方式才是真正合乎於民眾的期望與針對問題來解決盜版的問題。

第五章 電影的全球化生產與壟斷性消費空間

從上一章的討論讓我們了解到國內反盜版的策略，並藉由適度的分析，引出了其意識型態及純經濟觀點的反盜版方式所內含的危機。另一方面，筆者認為現今觀察與理解盜版的觀點，小從個人道德倫理大到從國家經濟、法律、形象都有其貢獻度，往往這些因素也足以解釋為何人們會從事盜版行為。不過這些論點仍有其不足之處，導因於這些論點對於正版的假設太過於理性化與神聖化，因而其得出的結果直指盜版行為是出乎於使用者的因素，即使是論述到結構條件對於到個人行動的影響，以目前研究的觀點上也是偏向從國家文化，經濟條件，社會法律等面向去理解盜版行為，而忽略從產業的體制本身去了解盜版行為的可能，原先被假定的廠商與商品可能是有問題，進而才影響到消費者的意願與能力，也才更進一步地引發盜版的行為，因此現今對於盜版的理解是有其局限性存在。

所以現今的反盜版行動與對於盜版的研究都忽視了盜版行為的主要動機，作為一位消費者其所在意的絕對不是侵權與否，並不會想刻意藉由消費盜版品來產生對於正版品侵權的事實，而是希望在買賣的市場中找尋到自己想要卻又付擔得起的商品。既然價格因素是引發盜版行為最為重要的關鍵，那麼是否也意謂了人們並非不肯花錢在投資正版商品上，而是付擔不起正版高額的費用，所以才進而尋找低價的替代品。在此一情況下，人們無法付擔電影票或出租影碟的高額費用，進而轉消費起價格低廉但卻品質低落的偷拍版電影，那麼從何處入手才能理解到引發盜版行為的核心問題呢？

筆者認為會產生盜版行為的原因有二點，一是在於消費者買不起正版商品，若放在電影商品上這個面向上來談，其與電影本身的產業結構有相當大的關連，要理解這脈絡必須去檢視現今電影商品或電影工業的生產過程，因為這整套的生產過程決定了商品的價格，且是一個過高而降價空間有限的價格，當然這也使得盜版品找到一個立基的空間。第二是消費者買不到好的正版商品，這又與台灣的著作權法和影片代理體

系有關係，尤其現今的盜版事業已模糊化了真品與膺品的界線，這又使得消費者在消費決策的過程中轉而選擇盜版的機率大增，而透過以下的章節將會明白且詳細論述以上的觀點。

第一節 電影的發展與好萊塢的掘起

電影的發展與文化性

電影的發展源自於攝影術的運用，但因為影像的動作必須依賴一連串單一靜照的連續出現，所以電影的開展一直到攝影機、印片機、放映機等設備的發明，影像才被正式地展現出來（Bordwell & Thompson，1996：496）。而在 1895 年 12 月 28 日，法人路易·盧米埃（A. M. Louis Lumiere）兄弟就在巴黎的大咖啡館（Grand Café）用自己研製的「電影放映機」放映 12 部影片。雖然當時的電影只是被動地攝錄真實的生活，且放映的時間也只要一、兩分鐘，但這種第一次從布幕上看見自己身影的創舉，讓觀眾無不大呼驚奇，而盧米埃也贏得了世界性的成功與聲譽，並被後來者稱「為電影之父」，人們也就把這一天視為電影的誕生之日。（張鍵，2002：4）

其後電影的發展更在梅里愛（Georges Melies）、格里菲斯（David L. W. Griffith）等人的接續開展發展出不同的拍攝技巧，而各國也因其自身國家經濟、社會文化條件的影響下成就了各具特色的影片風格。如德國的表現主義學派，法國印象主義與超現實風格，蘇聯的蒙太奇運動、詩電影、散文電影，義大利的新現實主義電影，好萊塢的戲劇化電影，此起彼落，異彩紛呈，匯成了世界電影的多元性格（張鍵，2002：7-19 聞天祥，2003，22-23）。但多元的電影風格與取向並不意謂各個國家的電影均有良好的發展與市場，且保證影片能均衡地在全球播放與流動。像近年來在國際影壇被評價為藝術成份極高的台灣電影，卻始終是個小眾市場，甚至連發行與放映的空間都被排擠到最邊緣，而找不到肯上映的戲院更是經常發生的事。但反觀被批評為世俗化娛樂與空洞化內容的好萊塢電影，卻是持續地獨霸全球的電影市場，而好萊塢電影，似乎已成為電影的代名詞。所以無論電影品質的好壞、風格取向，接受商業市場的考驗是必要的。

不過值得注意的是，在這種看似相互對立與競爭的電影藝術風格中，其也有著互動的過程。各國電影風格的發展不但反應了其自身文化的特色，同時也不斷吸納它國，尤其是好萊塢電影的特點，進而更是與力抗好萊塢的跨國發展與壟斷有著密切的關連。美國電影自從古典好萊塢時期⁴¹開始，拍攝電影就變成了一系列的準則，拍攝的方式與敘述手法成爲一種典範，更是一種標準化的生產過程，至今各式的好萊塢類型電影仍是獨霸全球電影市場的利器，而其所創立的影片風格、拍攝技巧、營運方式更是被模仿。今日許多的拍攝電影的教科書會這樣寫著：「對於所有有野心的電影工作者來說，最重要的就是在你打破規則前，先將它們學得滾瓜爛熟。學習正確的拍電影之道、學習觀眾看得懂的拍片手法、學習怎麼感動觀眾。沒錯，在打破現有的準則很重要，但在打破之前，先要懂得正確的方式。」(The Five C's of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques Simplified, 轉引自李達義, 2000: 4)

因而各國電影工業的發展，除了源自於本身的社會文化外，更不時觀察並模仿著好萊塢發展模式。學者 Crofts 指出現今各國回應好萊塢的三種方式：模仿、競爭和區隔藉由些許的改變〈黃崇岳, 2003: 4〉。所以像歐陸的電影工業，配合自身文化的特色來發展屬於自己的電影工業，雖然被歸類於偏向於藝術性質，但也不時地引進好萊塢的製作模式與行銷手法，進而與好萊塢電影在國內與國際市場上一較高下。另一方面，好萊塢電影的發展模式，拍攝技巧，創意展現也吸納來自歐陸電影的歷史傳統與內容，其中許許多多的歐陸電影人材，更被挖掘與吸納到好萊塢發展。

雖然各個國家想盡辦法來改變好萊塢獨霸全球電影市場的情況，然而好萊塢電影的優異之處，並非其影片在全球電影市場占有率的多寡，充其量它只是反映了影片類型受歡迎的程度罷了。放在生產與消費的層次而言，它成功地捉住了潮流，迎合人們的口味，並且在一次又一次地拍攝過程中，添加了新奇的手法與技術，實現了看似爲真的夢想。除了做爲純粹的消費性娛樂商品外，它的特殊之處在於內含著文化的再生產，更隨著影片的全球性傳送，將這種內化在電影中的社會文化，價值體系，流行品

⁴¹ 所謂古典好萊塢時期又稱爲片場時期，指的就是電影公司除了擁有自主的製片場外，又控制著發行與上映的主要管道，意謂著完全控制著整個電影工業的發展。

味的傳播變成一種侵襲。加上隱藏在商品交換體中的權力、文化殖民與文化詮釋都易形成壓制性更高的文化霸權現象，進而弱化了自身文化的認同與發展，也使得各國為之擔憂。

恐怖的是，這種文化的傳播是如此地自然與娛悅，看似為一種大眾文化的全球流動。為此法蘭克福學派的特別警示著我們，文化已經變成被商業體制操控的一種經濟或工業活動。而阿多諾更是在《啓蒙運動的辯證》中提出「文化工業」一詞，認為文化工業是指：「憑藉現代科技手段，大規模地複製和傳播商品化的、非創造性的文化產品的娛樂工業體系，它通過大眾傳播媒介來欺騙大眾，行使意識形態的統治功能。」（衣俊卿，2004）當然為了說服觀眾繼續消費下一部電影，每部電影都會顯現出不同的風格與結果才會有賣點，即使是運作長久的類型電影，也能在標準化的劇本與生產過程中，以些微的改變帶來不同的感受，而現今的文化工業運作核心即在此。

藉由創造出各式各樣的電影人物形象及觀點，使得觀眾能在觀影的過程中獲取合乎自己想像需求的角色。隨後人們更可在一系列的眾多商品體系內，補強個人品味與形象的建構，例如收藏各式的周邊商品，像是電影光碟、海報或印有各式圖像符號的 T 恤、馬克杯上的圖騰，都代表了認同的延續與區別，因而創造出有別於他人的個體獨特性。即使它的運作確實符合阿多諾所謂的「假性需求與獨特性」，但這個商業體系的運行是很縝密的，常常讓人忘了自身已被吸納進整體的商業經濟運作體系中，也自然使人不疑需求的真假，甚至更缺乏一種主體與自覺性的認知。於是透過標準化生產，配合微量改變，所創造出的各式小玩意，甚至是不完美的作品⁴²，也都成為一種強化自身個性化的工具。

而現今所謂的文化產業，熱衷於對「創意」的需求，其實正也是投射出這種個人認同與區別的重要性，即使是虛假性的，也在各式的包裝、行銷、明星制、符號消費中被淹沒了。從每年的奧斯卡金像獎頒獎典禮受到注目、包裝行銷與影響的事實看來，好萊塢獨霸的情況只會延續下去，不過筆者認為好萊塢的發展並不僅是表面的粗糙且

⁴² 即製作過程中未符合標準化流程的失敗、缺陷作品

內容空洞的娛樂事業，否則各界也不會懼怕於它的威力。它是一系列經過仔細計算的生產體系，不但在早期已開始產業內部的垂直整合，近年來更與媒體產業，形成橫向的連結，共同創作出一個結合娛樂與傳播的全球經濟體，並且透過貿易談判在各國的電影市場上創造出壟段性的消費條件，使它能擊敗各國的電影事業體成為主宰全球市場的電影工業。而以目前的情況看來，好萊塢確實是巨人，且沒有任何的勢力能影響好萊塢電影的強勢地位，這也包括盜版。

好萊塢的掘起與手段

通常我們對於好萊塢的印象在於它的高度娛樂性與全球化行銷，甚至主宰了全球的電影市場，然而這樣的發展是漸進的，除了自身電影工業的開創與極大壟斷外，透過無數的貿易談判、國家權力的支撐、對於現實局勢的運用，才成就了現今好萊塢電影的地位。把時間拉回到一百年前，美國電影的發展初期只是在真人表演的舞台劇中提供串場娛樂的功用，而當時的大部分戲院是穿插地上演著這種綜合性的表演，等到人們對於這種新科技著迷後，才有專門播放電影的電影院產生。那麼，最先將電影做商業放映的國家也並非是美國，而是法國。在 1990 年代初期，法國每週還賣給美國 12 部電影，1914 年之前美國拍攝電影與電視的科技產品均由進口而來，一直到第一次世界大戰爆發前，法國一直寡佔世界電影市場的七成。雖然世界三個主要電影核心國分別是法國、義大利、美國，但海外的市場其實是由法國與義大利所掌握，美國電影的收入仍是依靠國內市場。（黃崇岳，2003：19；Wasko，1997：28；Miller，2003：37）

不過，美國在此時期雖未能居全球電影工業之首，但競爭的態勢未曾停過。在 20 世紀的頭十年裡，由愛迪生公司及 Biograph 公司所合組的「電影專利公司」，就利用各種壟斷性的方式⁴³阻止當時支配美國市場的外國電影進口。1913 年好萊塢在洛杉磯建立，加上氣候與稅金因素，1915 年後，各大電影公司紛紛遷往此處發展並相互競爭。而在美國電影工業的產量增加後，除了從國內市場回收拍片的成本外，也開始前赴歐洲國家設立據點發行影片，除了增加海外市場的市占率外，也增加營收的管道。不過

⁴³ 在 1910 年時被美國法院判定違反反托辣斯法

真正給予好萊塢機會的是二次世界大戰的爆發，由於戰事的因素造成歐洲各國製片業不是關閉就是放緩了製片速度，此舉也促成了全球電影工業的洗牌。相較於未受到戰火波及的美國電影工業，正好利用此一機會廣設海外發行部門，把影片行銷至世界各國，取代了法國、義大利原先所佔據的電影市場，更打下日後蠶食各國電影市場的基礎。

在 1915 年，美國影片出口長度由原先的 3600 萬呎劇增至 1 億 5900 萬呎；到了大戰結束時，美國電影佔了全球市場 85%，及國內市場的 98%。(Wasko, 1997: 28) 1919 年之後，電影的海外營收已列入了好萊塢的預算帳目之中。加上戰爭結束之後，盟軍強制拆離了軸心國家的電影製片機構，使得各國延緩了保護本國影片的立法，好萊塢影片也就傾瀉進入了這些國家，至此美國開始扭轉了原本居於落後的地位。1920 年代的好萊塢，電影事業全面改觀，電影不再是少數人，以有限的經營方式推展的，而是需要精密的組織、嚴密的系統完成製作，結合各地的放映戲院，形成電影的上映網路，製片方向也自然導向商業化，電影事業很快地傳到世界各地(葉龍彥, 1997: 61)。到 1930 年代，海外收入已經占了電影成本回收的三分之一到一半，1939 年好萊塢供應了全世界映演電影量的 65%。到了 1990 年代，美國提供了全世界電影供應量的百分之八十以上。(Miller, 2003: 38-39)

事實上，從沒有任何一個國家的電影工業能像好萊塢這樣，僅靠國內的收益就能回收拍片成本，且還能有盈餘。然而這樣的向外出口並非純粹增加收益，一來是 50 年代末期好萊塢的生產結構面臨了「反托拉斯法」的制裁，在美國境內，通過生產、發行與映演產權的垂直整合，已經是法所不容，但就全球層次來說，則無法律規範可言。(Miller, 2003: 40) 於是向外出口變成是延續壟斷的好工具，而好萊塢也需要如此的壟斷行銷方式，才能支撐其日益高漲的拍片成本及眾多產製影片的壓力，這是好萊塢一直以來所信仰的生產與再生產方式。尤其在面臨電視、錄影帶、有限電視及更多元的娛樂產業時，電影院人口的逐年流失，向外出口發展更是必要的。

馮建三(1999)提到：好萊塢電影的發展，不止是國內金融資本的大量奧援外，

美國政府更透過外貿法案與賦稅手段，也對電影業提供了可觀的協助。另外，好萊塢電影工業也會透過許多遊說團體，促使美國政府利用貿易談判的方式，讓美國的電影商品進入全球的電影市場，而台灣則是最好的例子之一。這樣看似一帆風順的發展，「經濟自由化」實屬功不可沒，然而這「自由」是相當詭譎的，因為往往在藉由全球化與自由化的口號，使得自身的產品打入各國市場。但跨國資本集團式的經營模式，使得這些結構龐大的好萊塢的電影公司，其本身就形成一股阻絕新進者的力量，但仍不斷地利用合作或聯盟的方式再次強化自身的寡占性，進而造成壟斷或寡占的事實，甚至是透過種種行動阻止其它廠商的競爭。

Miller (2003) 認為：80 年代以來美國娛樂事業的反托拉斯簡直是一大笑話，電影與相關產業緊密連帶有增無減，形成一股更大的勢力操縱著美國的娛樂市場，並以此力量來深化對國外市場的控制性。而這樣的情況也預示了改變面臨了重大的阻礙，拍片的平均成本的不斷上升，使得電影事業的進入門檻增高，最後由數家資本雄厚的跨國影視集團掌控大部分的電影產業，其中包括製片、發行、上映、行銷，存在著自由競爭的進入障礙，尤其當市場被寡占或聯合壟斷時，也就喪失了原本競爭與著作權法的立意。

如此，市場的秩序就建立在資本家與業者的良心與意識上，而消費者更加承擔著生產風險，包括所有錯誤決策、浪費、不專業性所造成的損失均由消費者來承擔。於是電影商品的價格中，不但包含合理的生產成本與利潤，更有不合理的壟斷價格與其它電影生產損失。所以正版商品愈來愈昂貴，但品質卻不見得提升，且也遠離了人們的購買能力。在下節，我們更將細部來討論生產結構影響到消費意願此一問題。

第二節 好萊塢電影的生產結構

往往一件商品從生產到消費有一定的流程與步驟，而電影做為一產品，或者是文化商品也必定有其一系列的生產過程及行銷方式。而好萊塢電影能夠支配全球的電影市場，除了其高度的商業與娛樂性外，更必須從其影片的生產流程與結構來端視才能理解其中的奧妙。最早的時候，電影被當成是科技和機械文明的產品，但很快地它變

成一門可獲利的商品，最後，電影變成了一個以工業大量製造和大量發行爲主的體系。

（Joanne，2001：27）爲了要實現大量生產的可能，分工成爲最好的辦法，所以在現今的電影工業中被區分爲三大主要部門：製片、發行與上映。林嫻如（2000）就提到電影的生產流程大致爲，透過製作機構將作品拍攝出來，再交給一個總體行銷的發行機構，然後把作品交到映演機構，最後進入消費的場域。當然在這三大區塊中，每個部門又是必須做更爲精練的分工切割，但其最終目的是要讓電影能最快速、最低成本地生產出來與銷售出去。

在好萊塢電影工業的發展歷史中，製片部門一直占重要的位階，現今常被談論到的<八大>電影公司就是此時期的產物，包括米高梅、20世紀福斯、華納兄弟、雷電華、派拉蒙等五大片場，及環球、聯美、哥倫比亞等三小片場⁴⁴。這<八大>電影公司都有專屬於自己的製片部門，它是生產電影的主要場所，想要了解這部門的特色與演變，「古典好萊塢時期」是關鍵的影響。所謂的古典好萊塢時期，又稱爲「片場時期」，是指美國電影產業從1930年正式進入有聲電影，到1960年爲止。這段時期美國電影人口與戲院數不斷成長，爲了因應對影片的需求，提高產量成爲各大電影公司的首要目的，於是製作電影的流程開始標準化，即電影製作上開始採行高度分工，由專業的人員來負責影片的製成。（黃崇岳，2003：21）而從電影尚未開拍前的資金、劇本、導演、製片、演員的選擇，到開拍中的場景、道具、燈光、拍攝進度，及拍攝完成後的發行與放映都被納入一套標準化的程序中，並經由逐次的拍攝經驗及影片銷售情況再精練出電影的類型與更細緻的標準化分工。

這也意謂著，幾家大製片場控制當時電影工業的發展，且爲了確保投資拍攝的影

⁴⁴ 在經過半世紀的發展後，八大的成員也面臨倒閉、併購、被併購、及新成員加入的情況。今天八大變成一種俗稱，事實上大的電影公司只有七家，也就是目前美國電影協會（MPAA）的7個成員：索尼影業（Sony/Columbia）、福斯（20th Century Fox）、迪士尼（Disney/Buena Vista）、華納（Warner Bros.）、派拉蒙（Paramount）、環球（Universal）、米高梅（MGM/UA）。

片能順利上映，五大電影公司更經營著戲院，形成直接擁有電影工業三大流程的垂直整合企業。事實上在片場時期所形構出的幾個特點，對於日後好萊塢電影的發展有著長遠的影響，也影響到電影製作的手法與型式，不過卻也造成盜版的潛在遠因

一 類型電影

1930年代，好萊塢電影正式進入有聲電影時代，但由於器材被二家公司掌控，使原本就被少數公司掌握的電影工業，變得更加集中化，加上為了因應市場對於影片的大量需求，電影的標準化生產成為必要的方式。這樣的發展使得電影逐漸走向單一化，且每家片場都試圖重拍過去票房成功的作品，並藉由小部份的改變，讓同一部影片看起來不一樣，如此也促成了類型電影的問世（李義達，2000）。簡單來說，類型電影就是依據電影的劇情特色來做為區分，例如西部片類型、歌舞片類型、喜劇片類型、愛情片類型、黑幫片類型、戰爭片類型等、恐怖片類型等。各式影片都可被區分為某一類型，且片商在行銷電影時也常以「類型」，作為吸納特定影迷或簡介影片特色的手法。

在各類型式的影片中，都包含了一個特定的角色性格，如男性的鋼強與事業心，女性的柔弱與家庭觀，事實上這都是一種性別角色配置與社會化的過程。再者，劇情結構也是如此，例如或者壞人終將無法得逞或最後改邪歸正，而好人總在經歷磨難後贏得最後勝利。事實上它跟所謂的跟風，或一窩蜂拍攝的電影極相似，不過類型電影不同之處是在於它是經過長期統計測試下所發展出來符合觀眾口味的電影。透過每年四百至七百部的製片量統計出各票房報表，片場工作人員可以清楚瞭解到觀眾愛看什麼，以及有機會不斷試驗出適合觀眾口味的電影，甚至戲院經理有權參與劇本能否攝的會議，事實上類型電影是古典好萊塢時期最重要的電影現象。（李義達，2000：36-38）

尤其，在古典好萊塢時代，大片廠掌握了大部份影片的拍攝量，另一方面為了滿足市場的強大需求，當然它不可避免地走向標準化與大量生產一途。但奇妙之處在於，透過小部份的改變，讓每一部電影看起來不一樣，並讓觀眾自願買票進場，或者讓觀眾感覺神似增加對影片的信任感，但又創造出不同以往的觀影感受。而它的成功發展

和好萊塢片場制度、明星制、電影作者論及整個電影工業體制都有密不可分的關係。現今，這些從片廠時期就生成的特點，包括大量且格式化生產、類型電影、明星制都持續地承傳下來，不過卻在娛樂多元化與全球化的電影工業中，反倒形成不小的問題。

今日拍攝電影的成本日漸增高，這不僅讓進入的門檻提高，阻絕新競爭者的出現，也讓這些大電影公司在投資拍攝前，更加謹慎，甚至是保守。於是對於類型電影的過度信仰與依賴，和對新題材缺少信心的情況下，造就了電影公司在創作上的保守風格，以確保投資能夠回收，或減少損失，避免慘賠。所以用新瓶裝舊酒的方式，重拍舊片或發行舊影片比比皆是，且只敢投資於舊的題材上，如此也造成觀影人數的減少，因為觀眾不想再花大錢進戲院看相同情景與結局的電影。

加上在第四章提及的，電影公司為了與電視公司競爭，紛紛改採大成本，大卡司的製作方式期開創新局。這在當時確實取得不錯的成績，也喚回了觀影的群眾，但這不代表這模式，可以套用在任何時期與電影之中。顯然的，起初觀眾樂於享受震撼性的影音效果，但當所有的影片都以趨向於此，而拍攝方式也流於以電腦特效做為影片賣點時，花大錢不見得有成果。尤其好萊塢公司一直被批評是「製作成本浮濫，缺乏效益與不夠穩定的管理」（Wasko, 1999: 125），更當面臨影片內容空洞，劇情毫無吸引力的影片也以電腦特效來包裝時，更是電影品質的重傷。最後，民眾也開始更謹慎地來挑選需要花錢的影片，一種惡性循環的機制也開啓運轉。

二 明星制

上一段，我們談到好萊塢片廠制度與類型電影的成形，當然我們也不能忽略了明星在其中扮演的角色，明星制可屬推動好萊塢電影事業的大功臣之一。在當時競爭激烈的狀態下，往往某一明星就屬於個別片廠所有，所以明星成為一種可以區隔各家電影的指標。加上明星所投射出來的完美形象，更藉由其在電影所扮演的角色，更加散發出迷人及個人化的想像。雖然這是被巧妙地創造出來，但由於這正合乎人們的夢想，例如美感、豪華消費、才華洋溢、英雄作為、事實上它正投射出當下社會所正視的價值觀點及追求的梦想，所以明星成了特別化商品的重要工具。而好萊塢往往也願意花

上 10 年左右的時光，去培養一個巨星（曾西霸，2001）。而這樣的作為也實際地被運行在現今的電影工業與商品代言上。

往往在任一電影中，若有明星的加持，它已成功吸納著某群影迷，更是造成話題，引人注目到電影本身的絕佳行銷工具。當然明星並非是被動性的工具，只是若光強調所謂的演技，並不足支撐做為明星的社會功能，它是一整套的價值培訓體系，在電影中，「觀眾進戲院就是為了看明星，明星的外型和銀幕性格是吸引成千上萬影迷的絕對要素，如果明星剛好會演戲，那算是附贈品。」（李達義，2000：67）在生活中，它標示了消費社會的到來，名牌、豪宅、禮車、全球流動，從頭到腳都是符號，更被注視，一個少量生產卻大量消費的指標與被想像的人物。

就明星本身，為了做為引領流行風潮的指標人物，並在眾明星及競爭激烈與淘汰快速的表演舞台中被接受，種種的炫耀性及符號性消費是一種延續明星生命的過程，於是高片酬或代言費用就成為最基本的工具。當然這是一種相互利用與幫助的過程，明星不可能平白無故地擁有高身價，而電影公司也不會白白付出數千萬的片酬，這是一個逐漸積累的過程，不過邀請大明星擔任電影演員，花大錢是必定的。這種對於明星的依賴與藉之帶動更多影片收入方式一直被信仰著，過去是如此，現今更是。如今，好萊塢一線紅星接拍一部電影片酬動輒超過兩千萬美元，明星的價碼愈來愈高漲，使得電影公司逐漸支付大筆的費用在電影明星的薪資上，此舉雖然肯定明星的價值與地位，但並不保證票房也能如此亮眼，有些更是慘賠收場。

這樣的警訊當然也被查覺到，根據「娛樂週刊」（Entertainment Weekly）報導分析，部份開出高價片酬的好萊塢大明星，其實並不值得這個片酬，這些被片商認為「價碼過高」的明星包括金凱瑞、妮可基嫻、威爾法洛、艾迪墨菲等（大紀元 2006/05/04）。其實一部電影能否賣座，明星確實是重要的一環，但仍必須要有各方面的配合，才能經由明星制引入更多的票房成績。然而好萊塢電影的依賴已經成習，往往認為明星就是票房的保證，就現實的電影產業運作而言，電影創就了明星，但也更需要明星的加持。於是過度依賴明星制，尤其是大明星的情況下，付出的片酬會愈來愈高，最後拍

片變成一種賭注，不是大賺就是慘賠，若是票房開高，則歸功於明星與電影公司，若是票房慘綠，至少還有盜版可當作藉口！

事實上，若真的有所謂的損失出現，表面上由電影公司來承擔，但實際上是透過往後的其它電影，間接地從票價或周邊商品價格轉嫁到消費者身上。所以在台灣的電影消費市場中，電影院的票價並不常見彈性的調降，電影票價只漲不跌，而遇到高成本的強片時，票價反而以成本考量為藉口立即小漲，但消費者卻無法因看到爛片而得到補償，有的只是收藏票根做為紀念。而最常見的降價活動，也只是配合著影城周年慶或特殊紀念日，且降價時間只維持數周，並非是長期或依影片品質好壞的彈性票價方案。另外在出租業更是如此，價格只是依影片的新舊做區分。而零售市場也是如出一轍，往往新片的 DVD 影碟售價在 500-700 元，而價格落在 200-300 元的，則是數年前的舊影片，實屬清庫存之用的售價，當然更有 100 元左右的低價 DVD 影碟，不過大部份均是 B 級電影或數十年前的舊片。

事實上消費者無從對票價做抑制，且在付給明星的片酬日益提升的情況下，這些成本通通反應在商品的價格上，當然這是一個轉嫁的過程。另外在影片的發行代理上，經常出現整套⁴⁵出售或搭售的不合理現象，也間接證實了這種轉嫁的過程與消費權利受電影公司宰制的情況。其反應出的，就是商品價格高到消費者所能負擔的極限，甚至是不合理的情況，於是不上戲院、減少消費盜版的比率，跟隨盜版率上升，這也是另一個惡性環循。

三 垂直整合的市場

「電影製作出來就是要創造利潤，不是要做出成藝術品，只要是可創作更多財富的舉動，永遠都可以被考慮接受。」(Wasko, 1999: 72)

事實上，電影一開始從小型的公司發展至今日的龐大規模，其主要的信念仍是著眼於商業利益上，所以任何能增進企業利益，又不違反法律規範的行為都會被採用著。在古典好萊塢時期，電影公司為了極大化自身的利益，除了成立製片部分拍攝影片外，

⁴⁵ 指利用強片搭配一系列 B 級電影出售的強制性買賣，以補足電影公司的虧損

如何把影片順利地銷售出去也是重要的，所以各大電影公司紛紛進行製作、發行與上映的垂直整合，一來可以阻擋新競爭者的進入，二來更可以控制整個電影市場，最後達成極大化利益的目標。以當時的製作廠而言，雖然沒掌控超過六分之一的戲院，但卻控制了大部分的首輪戲院，所以在美國二十大城市中，一百六十三個首輪戲院即被五大片廠擁有了一百二十六個，如此不但帶來收益，也決定了影片的整體趨勢和手法。（黃崇岳，2003：21-22）

看著垂直整合模式的獲利情況，最終，這些片廠也明白一點，爲了讓自身的產品得到最大的收益，不僅得控制整套生產流程，讓影片在自家的戲院上映，若能在全美的戲院輪映才是真正獲利所在。且個別的製片場也無法供應一整年的戲院檔期，於是相互合作的模式又再度現身，於是整體電影產業遭少數公司壟斷的局勢更加嚴重。當然這樣的壟斷模式也引起不滿，最終在 1948 年美國最高法院以違反「反拖拉斯法」判定八大公司必須分離製片、發行與上映的體系。此後更在娛樂多元化後，片廠時期在 60 年代走入歷史。

然而這樣的情勢並沒有終結電影產業垂直整合的意圖與效應，透過與異業結盟及控股公司等彈性且隱藏的方式，壟斷仍是延續的。通常透過經濟自由化下的貿易談判手段，使得大量的影片在全球銷售，更把垂直整合的手法移植在各國市場中。尤其在走向消費社會後，原本以生產（製片）主導電影產業的優勢不在，映演、發行反倒成爲電影產業的軸心，進而決定電影類型的拍攝走向。這不僅讓好萊塢掌握了進入國際市場競爭賽的 vip 門票，事實上也等於把全球市場納入其垂直整合的範圍，且又能避免反拖拉斯法的制裁。更在 80 年代後期的大媒體潮中，「好萊塢逐漸被納入一個涵括電台、電視、電影、出版、網路、衛星的全球性傳播集團的一部份。進入 90 年代歷經購併浪潮的美商八大，不僅形成了超級媒體帝國，其全球行銷作業也已臻成熟。」（卓珊，2004：51-52）一群大怪獸已形成，並橫行在我們的日常生活之中，主宰著我們的消費行動與條件。

雖然這一切看似爲自由買賣的商業行爲，但我們也不容忘記這背後的運作機制，

市場根本是由少數電影公司或代理公司所寡占，這不符合經濟學上對於自由市場的定義，也無多家廠商相互競爭且能自由進出的事實，自然的也不合適再用自由經濟來看待，這實為壟斷的情勢的延續。然而是誰合理化了這些現象，並視之為當然？

第三節 著作權法對於生產與消費的束縛

著作權法的立意、修法與變質

在 19 世紀中葉，美國當時是書籍淨進口國，為了保護自己的印刷商，出版人或作者賺取利潤，因此無意延伸其國內保護法律於外國作品。而在國際著作權條約商談時，美國拒絕保護外國文學作品，此時的美國是反帝國主義的大將，但放在今日，這正是美國所大力抨擊的剽竊之舉。（ Miller，2003：46 ） 有如此大的轉變並非是美國順應世界的潮流，而是當美國的文化產業茁壯到足以滿足國內市場所需，並能在國際市場與強勁的歐美國家競爭時，美國馬上就學起了那套曾被對待過的方式，以媳婦熬成婆的邏輯，反過來要求各國依其規範運行，甚至透過貿易談判，在各國量身打造合適美國商業利益的法律。過去在書籍是如此，現今影視商品也是，而高科技領域更是如此。

對於智慧財產權的重視已經成為當下企業的精神與核心價值，但這其實是個二難的選擇或是一套「共犯結構」。就企業本身，當這個規範已經被強國落實與運行時，唯有跟隨此一觀點，並化身為自身的價值，才能在世界分工體系得到訂單，得到生存的機會。但落實的結果反而更讓自身無法思維這其中的是與非，更落入被掌控的結構之中，也就不可能有何扭轉的動機，因為這個結構太過於龐大，價值體系又是如此強勢與排它。甚至當自身強到大可以宰制對方的同時，獲得最大的利益成為主要的考量。

在現今的台灣社會中，我們不斷鼓吹的保護智慧財產權的立即性與重要性，並形構成像「支持正版就是尊重智慧財產權，它保障了原創者智慧與努力，而使用盜版就是扼殺創作的動力，就是一種偷竊的行為」這種二分法的判定口號與準則。但我們卻忘了透過法律保護的用意在那？及對保護的對象是誰？甚至不假思索地認為，此法的立意純粹是在建構一個對等與公平的商業交易機制，而忽略了其背後運作的權力機制及特定利益取向。它確實被包裝得相當完美，在貿易自由化的情勢下，使得壟斷性的

生產機制透過法律的合法保障，延續到各個國家之中；在創意產業的要求下，它成爲一種可以放置在任一文化產業的規範，但沒有人提及它的社會基礎爲何，也沒人在意它可能造就的影響，一切都是正面的，也是商業的。

回首台灣著作權法的修定，當我們仍以「註冊保護主義」保護自我文化產業發展時，美國就率先各國突破這點。在 1985 年，隨著台灣只對「本國作品」改以「創作保護主義」時，美國就以關稅報復作爲威脅，而早其它國家三年的時間得到此一權力。

（張櫻琴 1987：164-165）往後台灣的著作權法修正，美國都「適時」扮演重要的推力，並透過「保護智慧財產權」、「加速國際化競爭」等權力論述的支撐著，事實上台灣政府並沒有多大抵抗的籌碼，而台灣社會也沒發出「聲音」，相較於各國，這是奇特的現象。事實上，除了台灣之外，世界各國均面臨了美國的強大貿易壓力，即使小國無力來抵抗外來文化商品大量輸入的事實，但至少本國的著作權法是貿易談判的重要籌碼，或者是展現國家意志的法令，像歐洲國家更是拒絕把文化產業納入貿易談判，以保全自身文化的獨特性與延續性。

然而問題更不在開放與否，而在於修改後的法令，其用意可否促成對於產業的保障或者創造出一個公平競爭的環境，而非保障個別國家商品的全球流通及跨國企業利益，促進國內產業與社會的利益仍是著作權法的立意最終目的所在。而爲了達到此一最終目的，法令的運作就必須有其社會基礎，就像反盜版行動也是由眾多社會條件與氛圍的支持才得以運行，尤其法律規範的是消費者，更是調配個別產業運作的秩序，若法律中所保障的利益與對象，不是以當下社會的產業爲主，也非以行動者的習慣做爲考量，那麼何來運行的基礎與支持，也更別談最終目的，充其量只是符應個別利益的惡法。

原本，在盜版橫行的時代中，爲了培植自身產業的發展並讓創作者的努力得到回報，於是我們制定了著作權來提供的保障並作爲規範，但要促成「投資、創作、利益」三者並行，顯然要有眾多的前提假設與條件才會達成。如果法令給予了過多的保障，在某些情況下反而減損了創作與投資的動力，因爲當一個壟斷性市場出現並受法律制

度保障時，不必競爭與創作也可以獲利，甚至更多的利益，那麼等於失去了立法的美意與當初立法的目的，事實上國內的著作權法在幾經修正後，正處於這樣的尷尬情境，不但脫離了社會需求，更成爲了附屬於強權的法令。

影片代理制度與垂直整合

以電影產業而言，無論是那個國家的電影工業，都把影片出口視爲是回收成本、賺取利潤的手法之一，尤其當影片無法在國內市場獲得重視時，把影片銷售到外市場不但爲電影賺取利潤，也能提升影片、導演、演員的國際知名度。但當影片透過貿易或進口配額的方式出國到它國時，其憑藉的不僅是影片的內容及電影公司的全球行銷能力，影片的代理制度更是關鍵，這是一系列的全球分工環節。唯有透過代理制度，才能將版權授權給當地的代理商，也才能取得權利金，而影片也才可在當地展開發行與上映的動作。然而依據代理的設計，代理商與發行商往往只有一家，或者在競標後由得標的單一廠商承攬這樣的業務，此時當然需要有法律來保障廠商的商品不被盜版商盯上，否則當盜版影片滿街跑時，廠商付出的巨額權利金等於白白損失了。而我們的著作權制度確實也做到這點，保護著這家獨一無二的廠商，公司只要通過合適的行銷計劃、能力與時機，往往就可回收成本並達到賺取利潤的可能，但這樣的美意卻因代理制度的設計與著作權法的過大保護，使得實際的發展並非如此。

早期，當台灣的影視環境逐漸走出盜拷、盜播後，影片代理的市場也就熱絡了起來，像《協合》、《勇士》、《皇統》，《迅碟》、《嘉通》、及近年的《得利》影視都是具代表性的公司。而在自由化的市場下，公司相互競爭代理同一影片的結果，卻變成了一種非理性的價格大戰，在影片的上游市場由好萊塢把持，及對影音市場發展看漲的時代環境中，各家公司往往爭相捧著大筆的代理金求購影片，但高代理金最終仍是反應在商品的售價上，於是必然由下游的出租業與放映業，及最末端的消費者共同承受。對此，王維菁（1997：127）就提到「在版權化前，下游流通業者(台灣的中小資本)通常獨佔了大部分影視市場的利潤，頂多支付固定的影片成本，此時影視產品消費價格通常也較低，對消費者的消費也較有利；但在版權化後，下游流通業者面對龐大的授

權權利金以及高漲的影片費用成本，影視市場的利潤大量回流到跨國影片集團與台灣代理商手中。」也因此，戲院的票價與影碟的租售價是處於漲價的態勢。

有競爭的出現，也必然存在廠商退場的情況，尤其在面臨經濟景氣變化及公司營運擴展太快或投資決策錯誤後，代理商的市場也由多家競爭轉變成由少數經營的狀態，且在大者恆大的資本發展邏輯下，由少數競爭變為壟斷的情況也會出現，所以像得利影視公司就取得好萊塢八大電影公司中的七家影碟代理權。然而在完成單一分工領域的整合後，爲了取得更大的利益與市場，仿倣好萊塢電影產業的垂直整合成爲絕佳的方式。所以當中環集團於 1998 年入主得利影視後，使得中環集團旗下除了電影製作，還有得利的代理發行，華納威秀的連鎖戲院，以及亞藝影音的家庭娛樂連鎖通路，目前全台有 110 家分店，規模僅次於百視達，爲影音出租業第二大通路。（經濟日報，2006/02/07）然而，這種足以達到規模經濟的運作模式並沒有使得產品的售價降低，反而使得市場由少數廠商所壟斷，並試圖經由更大的垂直整合方式獲取絕大的利益。

一個可見的現象，在進行完上、中游的垂直整合後，作爲影視產業下游的出租業體系也面臨重組的命運。在過去，台灣的傳統影碟出租店曾到達歷史記錄的 8000 家，後來在整體經濟環境與娛樂產業的多元化後，數量維持則在 3000-2000 家，但在這幾年則又衰減到只剩 1000 家左右。當然，這樣的事實被來拿當作反盜版的論述之一，往往被認定爲：「因爲有盜版的出現，加上民眾自行複製影片保存並分送給親朋好友觀看，所以導致店家倒閉，這是個危及產業發展的警訊」。不否認的，盜版確實讓影碟出租業者面臨危機，也可能是造成倒閉的原因之一，但矛盾的是，像是百視達、亞藝、萬視通、佳視得這類型的連鎖出租體系的一一出現也是事實，並且有展店的家數呈現成長的力道，難道這些連鎖出租店就不受盜版的侵襲？

事實上在這兒體現的是盜版被拿來作爲「代罪羔羊」，進而掩護產業進行拖拉式垂直整合所造成的問題。在企業整合完上、中游後，也主宰了電影商品價值制定的絕對權力，而傳統影碟出租店從 3000-2000 家衰減到只剩 1000 家，主要的問題是出在中游代理商對於下游出租店業者，在影片授權金與利潤分配上的不合理提升。在過去，出

租店業者爲了取得影片的供給，必須與代理商或發行商簽約，並繳交數萬至數十萬的權利金以確保彼此的合作關係，而影片的出租利潤則依一定比例分配或由出租業者直接買斷，但在中上游整合壟斷的現今，不僅出租店繳出的權利金提升到數十萬至上萬萬，每支影片，也必須預先支付 1000-1500 元的費用給廠商，最後廠商甚至宣佈這些影片的擁有者並非出租店。如此，店家不是提高影片的出租價格來彌補收益，就是在負擔不起簽約金的情況下結束營業，事實上這就是國內正版影碟的消費環境。

正版神話

在了解過正版產業環境的變化後，或許我們應該從實際的消費案例中，看看消費者面對的是一個什麼樣的消費商品，是什麼因素所造成的，其又造成了什麼影響？在現行的著作權法中，非但保障了此影碟商品在台灣發行的權利，更是具排它性。這意謂著只是任一影片在國內是有人代理的，那麼法律必得保障其獨一性，那麼國外發行的相同影碟商品將不能進口，是被禁止輸入的。這種合法正版影碟平行輸入的問題自 1993 年就已出現，但至今問題仍在，且長期以來被當成盜版來看待。而民眾會熱愛這種「水貨」影碟的原因在於，影碟商品中有一個長期存在的現象，以同一部電影而論，國外影碟的製作品質往往較爲精良，加上國內的電檢標準較國外嚴格，所以國內的電影常有遭剪片的情況，「像第六感追緝令，水貨影碟至少多了五分鐘以上的精彩鏡頭」（聯合報 1992/10/18），這也是吸引人們購買之處。加上電影在全球市場的行銷有其時間差，往往美國上映後半年，台灣才剛要上映，但影碟已經美國市場中發行，於是先於國內院線上映的情況是常出的，但這些都是屬合法且正常的現象。

於是就在法律的規範下，高品質且精良的合法影碟被視爲是危禁品，往往被海關人員視盜版商品而遭到查扣，而台灣的電影業者也往往在利潤的考量下，爲了不讓這些影碟早先一步進入台灣市場因爲影響到票房數入，也支持認定這些「合法水貨」爲非法侵權。（民生報 1992/10/22）反觀取得發行權的國內廠商，在法律的保障下使得競爭成爲非必要的，於是對於產品的品質把關就取決於廠商的道德良心，往往在時間與成本的考量上，品質良莠不齊的影碟就充斥在市場。例如仟淇影音公司所發行的影碟

《王牌冤家》被視為是有史以來製作最粗糙的 DVD 之一，畫質比盜拷片更像盜拷，音效更是慘不忍睹。而由張曼玉主演的《錯的多美麗》其標榜的高畫質與 5.1 環境音效，卻是以全螢幕，2 聲道的變調方式來展現，在與香港發行的版本對照後，展現出的畫面構圖竟少了二分之一⁴⁶。

像《綁架愛情 100 天》、《空中殺陣》、《娜娜》、《神鬼制裁》、《蝴蝶效應》、《寶萊生死戀》、《寶尾島風雲》、《赤色追緝令 2》、《玩命 911》、《天蛾人》、《終極殺陣三》、《無間道》、《外出》、《後備甜心》、《德州電鋸殺人狂》、《天下無賊》、《軍火之王》、《深入絕地》、《鬼戀人》，都被評為不是畫質奇差就是音效出問題的影片⁴⁷。而《記憶拼圖》一片則更為誇張，廠商為了怕觀眾看不懂劇情，竟自行剪片成「重整版本」，實際上早就扼殺導演精心安排的創意與表達的意念。而不少的影迷紛紛更以「地雷片」來形容這些影片的品質，更對許多不用心經營的業者奉以「天王」的稱號，這樣的商品品質當然無法鼓勵著人們花錢購買正版，而既然正版的品質與盜版相差無幾，轉而使用盜版，或者不買正版的人也就變多了。現今更有少數不肖業者，不但不肯對產品的品質做改進，更是抓住法律保障與排它性這點，透過「釣魚勒索」的手段⁴⁸，專門抓取販賣進口影碟的人士，往往消費者或店家為了避免費時費力的法律訴訟過程，只能以花錢的方式與不肖業者達成和解。

事實上，這一套法律制度的設計立意，是源自於保障影片出口國的利益，尤其為了使好萊塢影片能在全球電影市場中順利銷售，以賺取大筆的權利金，所以透過法律保障其排它性成為必要。另外全球化的到來後，影片的全球放映時程，面臨不小的衝擊，也使盜版的流傳更加快速，因而著作權法的設計與影碟區碼的強行套用都發揮了抑制性的作用。但這些並非以消費者為做考量，更限制了自主發展的可能性，然而這

⁴⁶ 由於現今的影片大都是以 16:9 的寬螢幕顯示比例呈現，但在節省時間與成本的考量下，發行公司往往以直接切除左右影像的方式，製成 4:3 的顯示比例，以符合家用電視規格，但粗糙的手法不僅讓影像變形，更破壞了導演所希望表達的概念與整體美感，而經常裁切掉了影片中的人物更是常有之舉。

⁴⁷ 資料整理自 pcdvd 網站影片討論區 <地雷片公告>

<http://forum.pcdvd.com.tw/showthread.php?t=408413&highlight=%A6a%B9p>

⁴⁸ 即影音公司派遣人員至各大影音商店或網路商店，經由假裝成顧客的方式先一探虛實，若有所發現，隨即以查獲盜版的名義，連絡當地警員進行查扣。通常影音公司會以數萬或數十萬的金額來誘導當事人和解，而影音公司光利用此一方式就足以賺進不少收入。

就是我們信仰的正版，一方面不肯用心經營，只想在短時間內爭得最大獲利，另一方面又把盜版的責任怪罪在消費者與政府身上，彷彿盜版行為與廠商自身的關係是斷裂的，而所有的錯都是別人造成的。而台灣的消費者在這制度中，更是面臨不公平的待遇，一來面對高價卻粗糙的正版商品，二來在代理制度與法律過度保障下，更是無其它的選擇，於是在買與不買間形成自我矛盾的現象，最後若導致盜版行為，更可能被視為是全民公敵。

第四節 台灣電影影音商品市場的區別與認同性分析

在台灣的電影影音市場中一直存在著三個類別的發展，一種高價位、重品質的高階市場，一是中產的普羅消費，一種是以犧牲品質換取低價支付或無償使用的地下化盜版市場。但筆者認為不合適用簡單的三分模式——上層社會、中產階級、下層社會——來做區分，也不說階層 (strates)、等級 (categories)、社會階級 (classes sociales)，而是採用布勞岱爾 (Braudel) 所稱的「層級」(hierarchies) 分類邏輯。布勞岱爾認為：「雖然任何一個有相當規模的社會裡，都存在著階層、等級乃至種姓和階級。不論階級是否已經外化，就是說，不論它們是否具有清醒的階級意識，它們都處在永不休止的階級鬥爭中。」(Braudel, 1999: 399) 人們身處在這三個層級中，除了在當下的層級與同層級的人競爭外，這個層級架構也存在著流動的事實。例如工人轉變成資本家，而資本家又與同層級的資本中競爭。

作者在此處採用「層級」觀點，目的是想突顯正版與盜版，有著各自使用者和信仰者，且是二個差異化的社群，不過社群中的人們並非固不變，其有著相互重疊與流動性。或者我們可以正版與盜版看成二個相互競爭的區塊，人們依其當下的自身條件及對消費物的喜愛做出選擇，它不僅牽涉到價格因素，更是認同、區別，階層化、品味、教育等問題，並經由物的體系再現出人與人的關係。同時也反應在人們的消費商品變化上，三種層級各自吸納了獨特的消費物與人們，並形成各自的認同感，但重要的是人們會在這三個層級中隨意移動，消費的對象物不斷地在改變。例如從盜版轉變成平裝正版，再從平裝正版轉變成精裝正版，反之也可證。

傳統上我們會認為盜版行為侵害到整體產業的發展，畢竟票房及權利金的收入，乃是維繫電影工業發展的重要手段，進而促成電影工業的再生產，或者是文化創意產業的永續經營。但我們也必須考量到一點，電影這種文化創意產業或者文化工業，其不只是商業層次的運作，更是依附在文化的吸納上，或者是阿多諾所言，必須製造出文化工業上的「個體性」與「假需求」。若只看成商業性質，那麼又要如何解釋人們對於個別電影類型的喜好與排斥呢？所以對於盜版，我們不妨把看成它是一種「以文化作為吸納，進而培育商業消費的手段或過程」，或者是以無償使用的方式來吸引更多潛在的消費人口，甚至打破了階級差異所帶來的文化落差。

原因在，消費並不是一個主動的過程，正版也不會因其具有正統合法地位就獲得銷售的保證，而是透過相當多的設計、口號、論述建構、將人們的需求誘發出來，甚至是假性需求。所以在消費社會，「廣告」被看成是行銷中相當重要的工具，它不僅告訴消費者我們有什麼，更是在教化消費者需要什麼，並塑造出使用時的娛悅感、成就感，進一步地藉由符號的操弄達到認同與區別。再者，筆者認為，盜版市場只是吸納了原本就「消費不起正版」或「根本不會消費正版」的族群，藉由犧牲品質的方式換得價格上的折扣，以填補對於影音產品的需求，或者把免費使用當作是「意外收獲」。

往往反盜版人士會質疑地問：消費盜版不也是對於正版的的需求，有需求就代表也喜愛或認同消費物本身，怎麼能說使用盜版不是對正版的損害呢？甚至更直接以「付擔不起就不要用，或者覺得爛幹麼還用」等字句來攻擊盜版者使用者。事實上，若無盜版的存在，並不必然使得這群人轉而消費正版，因為其考量的並非正版或盜版，而是對於消費物的售價、品質、需求性、喜好認同程度的綜合性考量下，並無大過於付費意願時，購買正版是不存在的。而使用盜版是立基於低價與免費使用這二點上，與喜好或認同還有一大段路要走。

但筆者不否認，正版與盜版的使用群體有其重疊的部分，也會有投機份子在其中，並在盜版與正版中跳躍選擇，尤其在法律風險小的情況下，會轉而使用盜版或購買盜版。但若因此認為透過嚴峻法令與嚴格執法，就能使逼迫盜版行為被禁絕，轉而改買

正版，那真是異想天開。問題仍是要回到正版本身，是否有足夠的條件讓人喜愛或認同，事實上這是最為基本，但在我們的消費環境中卻是最被忽略的一環。不過若把使用盜版做無罪論斷，也不做道德性的勸說，那麼會不會所有的人都跑向使用盜版？畢業免費的東西總是不嫌多，但長久而言對整體產業總是會有傷害？

作者認為這種情況是不可能產生的，因為盜版不會先於正版出現，一定是有了正版後，盜版才會出現。事實上，盜版是對於正版的一種模仿，盜版本身就是作為一種替代品，並不會因為走向精緻而反過來變成正版，這裡頭有一套合法性與正統性的認定機制行使著並區隔著。反倒是盜版的出現，建立了一種明確的評判標準，標示著一種好的，合法的，正統的價值存在，對於人們而言，這是一種更值得追求的價值。就如同購買名牌仿冒品皮包，也是在於本身經濟條件不足的情況下，所採取的替代方式，但隨著自身條件或層級的改變，必然也會反映在消費物上的取向。因為在現今的消費體系中，不僅是交換價值與使用價值，更是對符號價值的操弄，其展現的不僅是階級的認同，更是一種區別自我與它人的工具。顯現出如同布希亞所憂慮的一種「物體系」的連帶依存，人的關係是透過物的排列與連帶來加以展現。當然這與個人的經濟能力，價值觀，品味建構都有關連。所以只要是消費，無論是付費或無償的，正版或盜版，都被編制與吸納入資本主義的消費體系中。

正版市場

從電影透過科技的力量問世後，就不斷地創造出各種拍攝技術，除了帶來不同的電影文本詮釋方式外，科技的精進更開創出震撼性的視覺效果，更使得人們的夢想或想像可藉由一張票或少許的費用得到實現。而在現今的生活中，實現夢想或想像的管道多元了，過去所依存的特定空間，被解放成一個較可自我掌握的場域，電視、錄影帶、影碟、有限電視，都意謂著消費電影的多元性與型態的改變。雖然在一開始被認為是搶奪電影人口，並阻礙電影工業發展的競爭對手，但其後卻都證明了這些反而是電影公司新收入的重要來源。卓珊（2004：51）就提到，「新傳播媒介對戲院消費帶來威脅，但卻是製片業與發行業的利多消息，八大公司迅速擴展經營觸角。」所以，新

科技也幫助了電影工業的再成長，更吸納了更多觀影的人口。

從歷史上看來，好萊塢不僅僅是對電影製作、發行與映演的垂直整合倍感興趣，對於電影之外的其它各種媒體與商品型式，向來都是不遺餘力地投入。它結合了行銷，商品販售，主題樂園及其它形式的媒體，換句話說，好萊塢不是僅止於代表電影工業，而是跨越了傳統的產業界線，而從事於跨產業的活動。(Wasko, 1999: 25) 事實上在歷經 80 年代的大媒體潮與 90 年代的併購風潮後，好萊塢不僅成爲了超級媒體帝國，其全球的行銷能力與產銷體系都是競爭優勢。(卓珊, 2004)

因此，包括電影尚未開拍前演員的挑選、投資預算或拍攝期間的任何動作，都可成爲爲電影宣傳的工具，且這是全球性。而依附在電影本身的許許多多的小道消息及明星八卦，都成了可供先行消費的物品。在電影上映前，許許多多的授權商品早已在廣告中頻繁出現，例如麥當勞速食經常與電影搭配，推出應景的玩具，連可樂杯與套餐都溶入了消費性的符號。在電影上映後，並不單只是電影商品本身，眾多的系列商品，周邊商品早已等待著大眾的擁抱。就影片本身而言，也進入一層層的分類體系，劃出選擇的自由。

搶先觀看者則自動進入電影院的系統，享受絕佳的視覺與音效的震撼，但即使是電影院，也是有所分別，高階的 vip 戲院，有附加的飲料與更舒適的觀影空間，強調以高票價來換取高享受。再來則是一般的戲院提供眾多的普羅大眾進行消費，最後則是二輪戲院，以較低的票價來吸引較低消費的電影院族群，或補足因時間因素未能趕上首輪的影迷。然而電影公司吸金的腳步並未中止，等影片在全省電影院的巡迴告一段落後，隨即又開始另一輪的行銷大戰，錄影帶、VCD、DVD 影碟提供了無數的家庭，在更自在的場域中享受電影所帶來的娛悅，且此一區塊的商機愈來愈龐大，甚至逐漸超越原本用來判定票房高低的電影院市場。

這些看似獨立的消費物，不僅吸納著個自的客群，其實這些客群也是有相關連的。例如在電影院享受過影片後，所謂的影迷爲了強化自己對於某個議題、故事、明星的

迷戀與認同，會自動地進入收藏影碟的序列中，事實上就做為「一次性消費」⁴⁹的電影而言，這種符號消費的特性更明顯強烈。而有趣的是，透過影片的全球代理制度，不僅讓影片能進入全球的行銷市場，更在影碟分區生產的情況下，同一部電影商品及其周邊產品也會有不同的造型變化，但這卻創造出個性化與獨特化商品的假象，使人們沉醉於享受這小小變化之中，並以收集各式各樣的商品，完成此一系列的拼湊。在筆者所觀察過的消費行為中，即便只是在商品的包裝上做細微改變，也會被認定是不同的商品，往往都被當成是個別化的商品，被消費、被珍藏，熱衷於追求全系列商品的人們不在少數，而有更多是在經濟能力不足的情況下才被迫放棄。

當然電影公司也更積極創造此一效應，於是當一部電影發行時，往往會有出租版，零售的平裝版、精裝版、特別版問世。像近年來票房亮眼的「魔戒三部曲」，先是有出租版，隨後有平裝的「劇院版」及「加長版」，再來則發行精裝的「導演版」及超級精裝的「贈品導演版」，最後更在三部曲上映完後，發行了「平裝集合版」與「精裝集合版」。當然手握版權的電影公司並不會因此作罷，常常會在電影上映的數年後，推出所謂的「紀念版」或「數位版」，例如，迪士尼公司出版的玩具總動員電影，則在十年後的今日推出了「十週年雙碟 DTS」。事實上，這種再版上市的影碟，其主要電影內容並無改變，頂多加入導演講評及更多幕後花絮，並配合新的封面設計或附加贈品的方式，讓影碟變成另一種新的商品，可算是電影公司「撈錢」的手法之一。但最後它總能吸納到專業的收藏家與新的消費客群

最後電影更把版權賣給了電視頻道，滿足另外一客群。當然在這一系列流動中，電影本身及其周邊商品早就進入文換的體系，在正版的場域中，商品與人的關係，除了使用價值外，更增添了無數的符號消費或炫耀性消費，而樂在其中的人們，更被吸納入這個整體商業體系之中，消費物創造出一系列的消費取向，也編排著人與人間的關係。在此同時，我們被訓育著，被培養著，所以出於個人選擇，我們竟然相同的品

⁴⁹ 電影是一整部觀賞的連續過程，影片是無法像音樂一樣做抽離，必須花費二個小時的觀賞後才能明白電影的意含，也因為時間因素，使得電影並無法像音樂一樣做重覆的播放與觀看，大部份的觀眾只會對同一部影片做一次性的觀看，唯有特別喜愛者才會做第二次或第三次的觀賞動作。

味，然而這對於一般人而言，是不易去理解阿多諾所謂的「假性需求」，更無法去體會商品內所隱藏的文化壟斷及文化工業的操弄性，因為這一切編排得太過於自然與完美！

而做為一名受過社會學訓練的學生，雖然明白此一生產與消費體系的運作方式，也明白這種「需求的虛假」。但在揭開廣告行銷的面具後，面對有趣及眾多的商品，事實上也很難不溶入其中，尤其是一系列的商品正也編排著人與人間的關係。

盜版市場

盜版確實是一種侵權行為，甚至被拿來當成是非法商業行為，這樣努力於此的研發人員或投資者都是損失。但由於我們的社會長久以來是用經濟與法律的觀點來評論與看待盜版，反而忘卻了有其它種看待盜版的可能性，也抹除了可能的貢獻。所以，即使是認定盜版影響到文化產業的沿續性，其實也是以一種內含著商業的邏輯來看待，其核心論點為當經濟力被保障時才能進而累積文化，但這其實是倒果為因的。因為文化早在商業，早在資本主義形成之前就存在，反而是資本的累積時常借重文化的力量，是文化開創資本積累的可能。

回想過去，當印刷術出現後，雖然有正版圖書業者存在，但文字的大量傳播反而是倚重盜版的，間接使得人們養成了對於文字及文化的需求與熱愛，更使得整體的出版業持續擴大，反而促進正版的成長。其實使用盜版，購買盜版其本身不也是一種消費行為嗎？若只是因為違反了商業體系認定的價值，而加以否定盜版所帶來的文化傳播與貢獻，是否太過於牽強。況且商業體系是以文化做為其核心與賣點，若無法使得文化傳播帶有普遍性，那麼商業何來存在呢？

在盜版的場域中，其與正版相同，也是有著不同的取向與層級，所謂付費性的盜版、無償性的盜版及下載性盜版。事實上，使用者並非是為了養活盜版商或故意侵害創作人的權益而採取盜版行為，而是在無付費能力或付不起足夠費用下，所採行的變通方式。事實上這種只存乎使用價值的盜版，能否算是侵害到正版呢？就盜版商品而言，雖然也開展出多樣化的種類，從最粗糙的偷拍電影到最細緻的膺品影碟，及最簡便的下載性盜版，都讓使用者享受在其中，並可能以之建構出人際關係網絡。但這是

否就代表了正版價值的消失，而讓大批的消費者轉而使用這種不付費的行為？

在一個消費社會中，符號價值才是重心，使用價值只是最基本，也是最弱勢的考量因素。在消費盜版的同時，當然是滿足了使用價值，但也就僅止於此，雖然有可能也具有交換價值，但卻是少量的，因為這種交換價值是有時間性的。往往我們可以看見二手正版影碟的交換買賣，但一份盜版影碟只有在初期，在人們新鮮感或便利性的考量下，它是可以被買賣的，但之後呢？當正版影碟上市且普及後，盜版的交換價值就消失了。所以消費盜版欠缺像正版商品的諸多樂趣，往往只停留在使用價值，及少許的交換價值，談不上符號及炫耀性消費，更不被編排入消費商品所附加的人際關係中。

尤其當我們的社會早就賦與其罪惡感與懲罰性時，人們並不會以此行為為榮，也因它本身並不帶有社會賦與的價值性存在，所以只會當作是替代品或用過即丟的商品。那麼，這對於充斥著各式消費風格的正版商品又有何影響性呢？如果真有影響，正版因此被打敗了，而整個產業消失了，那不就代表正版竟然只有使用價值，這樣算不算值得慶祝的事，因為這表明了消費社會中，社會學家所擔憂的問題，包括假需求、符號性消費的後遺症、過度生產與浪費是不存在的，至少在台灣社會是如此的。

第六章 結論

本文並非是尋求一個禁絕盜版的方法，因為盜版不可能被禁絕。不過這不代表本文是變相鼓勵盜版或認同盜版行為，而是看待盜版問題時，也必須著重到盜版具有的社會與文化功能，所以，本文尋求的是一個可能降低盜版的概念與作法。但在此之前我們必須要重視檢視過去對於正版與盜版的定義，因為作者發現這裡頭有太多的刻板印象、偏見、道德規範、善惡二元操弄，塑造著正版的神聖性與對盜版的污名化。作者相信這些是可以被重覆檢視與測試的，而在還原其用意與面貌後，我們才可以認清保護的作用為何，及保護的對象是誰。

在過去，對於盜版的概念與研究中，往往是從個人道德倫理、社會經濟條件與法律的觀點出發，而業者與官方的態度往往把盜版視為犯罪行為。這些均是立基於商業

模式與脈絡來看待盜版行爲，其結論當然是把盜版視爲腫瘤，必須盡早切除，免得整體產業與國家形象受到傷害。所以盜版成爲當下社會發展的阻礙，而新一波的反盜版行動，也在產業與法律條件的支持下運作著，並要求透過「加重刑法」與政府「強力執法」的方式來降低盜版率，甚至是禁絕盜版行爲，整個反盜版的方向與手段更是往這一極端走去。

不可否認的，「加重刑法」與「強力執法」確實是一帖猛藥，往往政府的查緝確實使得盜版率下降了，但盜版行爲的出現，真的只是單純因爲消費者的行動與政府的控管不當嗎？然而，在整個反盜版行動中，不斷地利用各式的口號與權力論述的操弄，讓人們相信這點，更在國家進步與產業升級的社會基礎上，配合著「知識經濟」與「文化產業」的風潮，提示著人們創新與保護的關連性與重要性。於是「支持正版就是尊重智慧財產權，它保障了原創者智慧與努力，而使用盜版就是扼殺創作的動力，就是一種偷竊的行爲」這類型的概念就被我們信仰著。但在此同時，我們仍舊搞不清楚著作權法的立意與保護的對象爲何，甚至當它做爲服務特定國家廠商與資本家時，我們卻得意地認爲這是「經濟自由化」與「全球化」的趨勢，而台灣終於站上國際舞台。如此，忘卻了法律的制定與施行，必須符應當下產業的實際需求，最終是促進整體社會的利益和價值，才能有其長久運行的基礎與效果。

所以，我們必須對反盜版行動做拆解，並重新解構出裡頭的意含，把包裝在論述下的權力結構呈顯出來，讓正版的合理與侷限性，盜版的罪惡與功能性，通通呈顯出來。去除掉虛假的神聖性與不合理的污名化投射，在一個對等的平台上做比較，如此才能確實地理解到，人們行使盜版行爲的核心因素爲何，是投機性的不肯買正版？還是買不起正版？或買不到好的正版，進而弱化了買正版的意願與興起使用免費替代品的想法？在搞清這一切後，我們才可以依情況得出解決的方式，最後增進對於正版的消費。

作者認爲，若使用正版是一種消費行爲，那麼使用盜版也是，而要了解其互動並查覺出盜版行爲的推力，就必得要回到生產結構之內，事實上也正因這個生產結構出

現了問題，才使得人們愈往盜版的場域靠攏。若不了解問題的核心所在及解決的方向，僅是以取締的方式來禁絕盜版行為，不但有執行上的困難，也是一種以霸權方式，來迫使一個沒有社會建構的概念加以運行罷了，在實質成效上，並不會使得人們改變以往的消費物取向。

人是行動的主體，但主體的意識往往受到結構環境的影響，而盜版行為也是如此，不僅是人的決定，也是受到消費物及背後運作體系的吸引著。在消費社會，我們面臨了更多誘發的需求，而我們所消費之物正也展現了人與人的關連。事實上，正版與盜版都是消費的選項之一，但並不代表盜版就具有毀滅產業的能力。相對的，正版與盜版分屬二門不同的消費領域，人們在其中依其身份、品味、社經條件、需求性，在其中流動中。即使盜版一路跟隨正版，對於正版極盡仿效，但卻始終只是個替代品的角色。而盜版的出現，不也標示著正版所擁有的合法性與正統性地位，這是二門相互對立、競爭、利用、互惠的場域。

研究限制與建議

- 1 由於產業結構的不同，加上產品的特性也相異，本文的研究觀點雖可當作借鏡，但結論無法全然套用在音樂與電腦軟體也同等遭受到盜版侵害的領域上。尤其各別產業所面對的盜版情況與因素均不同，若強行套用可能是一種傷害。
- 2 在筆者研究的過程中發現，深入訪談，亦是一種可接續本研究的方式，例如在本文提及的台灣電影產業發展的過程中，今日我們視之為當然的正版業者，自然也兼負起反盜版行動，但這是一個轉變的過程，在過去並非如此，放在台灣影視環境發展的歷程上看來，更是一種身份轉變的進程，就如今天攻佔全球市場的美國，當初也是個反帝國主義的大將。相信若能細談此一部份，更能為智財權爭議、台灣影視產業發展與盜版文化研究，帶來更佳豐富的文本內容，並對台灣電影產業與盜版的發展能有歷史性的掌握。

【參考文獻】

- Baudrillard Jean 著，林志明譯，1997，《物體系》，台北：時報。
- Braudel Fernand 著，施康強、顧良譯，1999，《15 至 18 世紀的物質文明、經濟和資本主義卷二—形形色色的交換》，台北：城邦。
- Bordwell David & Thompson Kristin 著，曾偉禎譯，1996，《電影藝術—形式與風格》，台北：美商麥格羅。
- Graeme Tumer 著，林文淇譯，《電影的社會學實踐》，台北：遠流。
- Wasko Janet 著，魏均譯，1997，《資訊時代的好萊塢》，台北：遠流。
- Hollows Joanne & Jancovich Mark 編，張雅萍譯，2001，《大眾電影研究》，台北：遠流。
- Goldstein Paul 著，葉茂林譯，《捍衛著作權：從印刷術到數位時代之著作權》，台北：五南。
- Vaidhyanathan Siva 著，陳宜君譯，2003《著作權保護了誰?》，台北：商周。
- Miller Toby 著，馮建三譯，2003，《全球好萊塢》，台北：巨流。
- 方武祥，1995，《不同背景的大學生對電腦不道德行為觀念之研究》，彰化：大葉大學資訊管理研究所碩士論文。
- 王維菁，1997，《著作權與台灣影視產業的政治經濟分析》，台北：世新大學傳播所碩士論文。
- 甘龍強，1988，《電影著作權》，台北：蔚理法律出版社。
- 朱元鴻，2000，〈文化工業—因繁榮而即將作廢的類概念〉，《台灣產業研究》，第三期：11-45，台北：遠流。
- 江逸之，2004，〈唱片，變臉求生〉，遠見雜誌，218 期，88-90。
- 何東洪、張釗維，2000，〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡〉，《台灣產業研究》，第三期：149-224，台北：遠流。
- 吳宏庭，2001，《音樂產品之消費價值與消費倫理對盜版/燒錄購買行為關係之研究》，高雄：第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。

- 吳其諺，1993，《低度開發的回憶》，台北：唐山。
- 吳漢東，1996，《著作權合理使用制度研究》，北京：中國政法大學出版社。
- 吳肇展，2000，《國語歌曲唱片消費者利益區隔與消費行為之研究---以台北市國中以上學生為例》，新竹：交通大學經營管理研究所碩士論文。
- 呂智忠，2003，《國家文化特質與消費倫理信念對消費者採購仿冒品行爲之影響》，台東：東華大學國際企業研究所碩士論文。
- 宋漢歲，2004，〈電影，膽顫心驚〉，遠見雜誌，218期，92-94。
- 李天礪，2005，〈序二〉，《跨世紀台灣電影實錄 1898-2000 上冊》台北：文建會。
- 李欣蕙，2002，《青少年音樂盜版行為因素之探討》，台北：政治大學國貿所碩士論文。
- 李達義，2000，《好萊塢·電影·夢工場》，台北：揚智。
- 李瑋，2004，〈智慧保衛戰開打〉，遠見雜誌，218期，108-112。
- 卓珊，2004，《創新與管理：台灣電影產業的結構探索》，台北：輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 周沂萍，2004，《影音光碟盜版風險之研究－估計盜版國家容忍率》，台北：政治大學風險管理與保險學系碩士論文。
- 周建輝，1986，《電影市場之區隔化研究--以台北市區學生為例》，新竹：交通大學管理科學研究所碩士論文。
- 周科鈞，1996，《電腦軟體盜版行為之結構性分析》，台北：台灣大學國際貿易學系碩士論文。
- 季方平，2004，〈盜版軟體猖狂 魔咒何時能破〉，新台灣週刊，440期。
- 林嫻如，2000，《90年代政經變遷中的台灣電影工業》，台北：中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 邱奕傑，2005，《台灣地區影音著作盜版率之研究》，台北：政治大學統計研究所碩士論文。
- 洛可可，1999，〈從 MP3 看唱片盜版的問題〉，音樂月刊，202期，116-117。

胡綺珍作，張秀敏譯，2003，〈VCD 世代或失落世代？香港 VCD 現象的矛盾性〉，《傳播與管理研究》，第 3 卷，第一期：1-13，嘉義：南華大學傳播與管理研究所。

唐日新，1996，《軟體盜版的因素探討》，桃園：中央大學資訊管理研究所碩士論文。

翁煌哲，2002，《以道德強度模型檢測道德判斷與軟體盜版意圖》，嘉義：中正大學企業管理研究所碩士論文。

馬傲秋，2004，《我國盜版問題之研究-以法制面為中心》，新竹：交通大學科技管理研究所碩士論文。

高崇璋，2004，《網路盜版行為研究》，台北：世新大學資訊傳播所碩士論文。

張小虹，2004，〈假名牌、假理論、假全球化〉，《台灣社會研究季刊》，第 54 期：219-252。

張建堯，2004，《點對點檔案分享軟體使用行為—台灣與大陸之比較研究》，台北：東吳大學企業管理研所碩士論文。

張健，2002，《影視藝術欣賞》，台北：五南。

張健一，1993，《著作權保護：廠商最適與社會最適行為之比較》，台中：中興大學經濟研究所碩士論文。

張櫻琴，1987，《認識智慧財產權》，台北：聯經。

莊朝欽，1994，〈台產電影的兩極化走向〉，《當代中國電影》，台北：時報。

陳品錚，2004，《點對點環境下檔案分享行為之倫理決策探討》，台北：東吳大學企業管理學系碩士論文。

陳韻如，1999，《軟體盜版因素之研究：臺灣、美國二國比較》，嘉義：中正大學資管所碩士論文。

曾西霸，1988，《走入電影天地》，台北：志文。

曾西霸，2001，《電影時代》，南投：文化局。

游士賢，2004，《台灣電影產業生存策略 2004-2006》，台北：政治大學經營管理碩士學程

程予誠，1993，《現代電影學》，台北：五南。

程敬閔，2004，《青少年加入幫派之危險因子、情境脈絡與幫派生涯歷程之研究》，嘉義：中正大學犯罪防治研究所博士論文。

賀德芬，1987，《著作權面面觀》，台北：幼獅。

賀德芬，1994，《文化創新與商業契機》，台北：月旦。

馮震宇，1994，《了解智慧財產權》，台北：永然。

黃建南，2002，〈盜版是低層次經濟〉，商業周刊，756期，78。

黃崇岳，2003，《好萊塢電影產業分析—產業矩陣分析法之應用》，台北：政治大學企業管理研究所碩士論文。

黃聰洲，1996，〈若隱若現的國片危機〉，《電影·電影人·電影刊物》，台北：自立晚報社。

楊宏英，1997，《著作權法上抄襲之研究》，桃園：中央警察大學警政研究所碩士論文。

葉茂林，1999，《編採人員 VS 著作權法》，台北：永南。

葉龍彥，1997，《台北西門町電影史》，台北：文建會。

詹宏志，1985，〈誰謀殺了電影〉，《焦雄屏看電影·好萊塢系列》，台北：三三書坊。

聞天祥，2003，《影迷的第一堂課》，台北：幼獅。

趙宇慧，2005，《不同地區華人之消費倫理信念對購買仿冒品行為之研究》，台東：東華東華大學國際企業學系碩士論文。

趙雯蕙，2005，《P2P 軟體對著作權之侵害問題研究》，新竹：交通大學科技法律研究所碩士論文。

劉東發，2003，《保安警察第二總隊專責警力查緝盜版光碟工作之研究》，台北：中國文化大學政治學研究所碩士論文。

劉藝，1982，《電影藝術論集》，台北：皇冠。

鄭志文，2000，《台灣影視工業競逐區域中心下的政府思維》，台北：輔仁大學大眾傳播所碩士論文。

鄭鳳儀，2004，《消費者道德意圖影響因素之探討-以大學教科書盜印為例》，台北：銘

傳大學管理科學研究所碩士論文。

謝亨莉，2003，《網路外部性、著作權保護及軟體廠商最適訂價策略》，台北：政治大學財政研究所碩士論文。

謝銘洋，1995，《智慧財產權之基礎理論》，台北：翰蘆。

譚令蒂，1990，〈取締仿冒品對廠商創新意願的影響〉，《現代經濟探討叢書》，台北：中研院

蘇雅嵐，2004，《消費倫理與知覺風險對侵權產品消費行為之影響》，台中：國立中興大學行銷學系碩士論文。

報紙資料

中央社，2005，〈各盜版率全球降最多 美肯定台灣 改一般觀察〉，《星報》，06/07，26 版。

王保憲，1992，〈平行輸入不成〉，《聯合報》，10/18，22 版。

王建宇，2006，〈三度送審 任務 3 大陸過關〉，《民生報》，05/19，D2 版。

王惠萍、麥若愚、褚明仁，1996，〈高票價成票房大敵 片商與院商主張造福影迷 吸引觀眾回流〉，《民生報》，10/18，15 版。

王傳聰，2002，〈企業軟體智財權教戰行動 明登場〉，《經濟日報》，04/08，14 版。

王傳聰，2003，〈反盜版 數字會說話〉，《經濟日報》，06/12，39 版。

卡維波，2005，〈平實看待 BT 軟體〉，《中國時報》，04/17。

史榮恩，2000，〈合法軟體站起來齊聲討伐大補帖〉，《民生報》，10/17，D5 版。

台北訊，1988，〈唱片盜版帶野火燒不盡 業者促當局採嚴刑重罰〉，《經濟日報》，06/26，09 版。

台北訊，2002，〈訴諸公訴罪 手段太激烈〉，《民生報》，06/12，A4 版。

本報訊，1989，〈趙少康昨提書面質詢 逮到盜錄 別再易科罰金〉，《民生報》，08/10，10 版。

本報訊，1992，〈影碟平行輸入協調會今舉行〉，《民生報》，10/22，10 版。

- 本報訊，1996，〈華爾街日報分析下一次「中」美貿易糾紛盜版 VCD 將是導火線〉，《經濟日報》，06/19，03 版。
- 朱學恒，2005，〈錄影機、P2P 科技有罪的荒謬〉，《聯合報》，09/10，A15 版。
- 牟玉珮，1999，〈仿冒光碟片 清點逾十二萬片〉，《聯合報》，09/15，19 版。
- 吳明娟，2002，〈全省影院昨也熄燈抗議 反盜不分南北 影帶業者也加入聲援〉，《民生報》，04/05，CS2 版。
- 李娟萍，1991，〈不要做偷聲音的人〉，《民生報》，03/02，26 版。
- 李娟萍，2003，〈台灣盜版降幅 全球第一〉，《經濟日報》，07/11，6 版。
- 李娟萍，2003，〈製造販售盜版光碟 改列公訴罪〉，《經濟日報》，06-07，4 版
- 李娟萍，2004，〈美商會促速修著作權法〉，《經濟日報》，08/07，A7 版。
- 李娟萍，2004，〈智財權養生館正視網路侵權危機〉，《經濟日報》，10/13，A7 版。
- 李娟萍，2005，〈謝揆：盜版就像開走別人的車不付錢〉，《經濟日報》，08/03，A7 版。
- 李娟萍，2006，〈LEK 盜版報告出爐台灣影業 去年損失 2.5 億美元〉，《經濟日報》，05/17，A13 版。
- 李娟萍，2006，〈美電影協會 亞太掃盜版〉，《經濟日報》，01/21，A7 版。
- 李順德，2003，〈反盜版 游揆踢館〉，《聯合報》，04/20，D2 版。
- 李順德，2003，〈政院通過著作權法修正〉，《聯合報》，03/27，6 版。
- 李盛雯，2006，〈中環集團 打造跨國影音霸業〉，《經濟日報》，02/07，A10 版
- 沈明川、孔令琪、陳珮琦，2004，〈反盜版有成 台灣沒代誌〉，《聯合晚報》，10/13，3 版。
- 林文婷，2002，〈學生鬥陣反反盜版〉，《星報》，05/05，18 版。
- 林巧雁，2004，〈擅自破解防盜拷 罰〉，《經濟日報》，08/25，A7 版。
- 林延洲，2005，〈影音讚 DVD 收益比票房還賺〉，《大成報》，07/12，A6 版。
- 林杰兒，2003，〈史密斯：加重刑罰 嚇阻仿冒〉，《經濟日報》，12/10，8 版。
- 林杰兒，2003，〈唱片業者 e 起受害〉，《經濟日報》，12/10，8 版。
- 林杰兒，2003，〈盜版可易科罰金 難嚇阻〉，《經濟日報》，10/08，8 版。

- 林杰兒，2004，〈盧文祥 將法學融入生活〉，《經濟日報》，10/21，A7 版。
- 林欣若，2004，〈不盜美片 盜亞洲片？〉，《聯合報》，10/14，A12 版。
- 林欣若，2004，〈公版 DVD 撿便宜剩今天〉，《聯合報》，07/10，D2 版。
- 林信昌，1999，〈去年軟體被盜版損失達 1 億美元〉，《經濟日報》，03/10，27 版。
- 林信昌，1999，〈盜版損失 今年將逾 2,000 億元〉，《經濟日報》，09/08，26 版。
- 林益民，2002，〈今年 保護智財權行動年〉，《聯合報》，03/13，3 版。
- 林意玲，1981，〈且看街頭的文化贓物〉，《聯合報》，02/20，12 版。
- 林聰毅，2004，〈戲院內盜錄電影美將判刑〉，《經濟日報》，06/27，5 版。
- 邱素惠，2002，〈盜高一尺 咱們更要高一丈〉，《星報》，04/05，1 版。
- 邱素惠、賴怡鈴、林佳宏，2002，〈驅趕盜版 偶有話要說 政府幫幫忙 歌迷捧捧場〉，《星報》，04/05，2 版。
- 侯吉諒，2005，〈科技、人性、法律〉，《民生報》，07/28，A4 版。
- 姜玉景，1999，〈IFPI 反盜版 歌手 齊怒吼〉，《民生報》，09/02，16 版。
- 姜玉景，1999，〈IFPI 向盜版宣戰〉，《民生報》，08/18，22 版。
- 姜玉景，1999，〈反盜行動組 系列一〉，《民生報》，11/05，16 版。
- 唐在揚，1995，〈光碟時代來臨〉，《聯合晚報》，10 版，01/05。
- 唐在揚，2003，〈下月才上映芝加哥 盜版亂舞〉，《聯合晚報》，02/20，3 版。
- 唐在揚，2003，〈豪氣壯闊 唯有真英雄〉，《聯合晚報》，01/13，17 版。
- 唐在揚、王筱瑞，2002，〈404 反盜版大遊行 明午錄影帶連鎖店也停業〉，《聯合晚報》，04/03，18 版。
- 唐秀麗，2004，〈盜版高獲利 犯罪年輕化〉，《聯合報》，05/26，B4 版。
- 張婉珍，2002，〈反盜版 游揆宣示三大行動〉，《經濟日報》，04/05，2 版。
- 張蕾，2005，〈好萊塢不想跟我合作〉，《勞動報》，06/20。
- 梁岱琦，1999，〈台灣唱片市場一年被盜百餘億〉，《聯合晚報》，09/01，10 版。
- 許昌平，2005，〈規避檢查 光碟盜版家庭化〉，《民生報》，02/04，A4 版。

- 許金龍，2003，〈著作權法修正下載 MP3、影印五份以下不罰〉，《聯合報》，06/07，A13 版。
- 許峻彬，2002，〈反反盜版學生吶喊〉，《經濟日報》，05-05，4 版
- 陳民峰，2003，〈著作權法修正〉，《民生報》，06/07，A1 版。
- 陳永順，2003，〈盜版 VCD 片頭赫見「陳定南來抓我啊」〉，《聯合報》，01/13，3 版。
- 陳秀蘭，2002，〈非營業侵權行爲擬列公訴罪〉，《經濟日報》，04/04，1 版。
- 陳香蘭，2002，〈反反盜版、反美帝 台大發起新五四〉，《聯合晚報》，05/04，3 版。
- 陳敏鳳，2003，〈租賣盜版光碟改公訴〉，《聯合晚報》，03/26，7 版。
- 陳嘉寧，2005，〈盜版光碟 空運來台〉，《聯合報》，10/17，C2 版。
- 陳蘭青，2002，〈K 盜版不分你我!片商 戲院放下競爭共同抗爭〉，《星報》，03/28，2 版。
- 陶在僕，2002，〈反盜版的深層結構〉，《中國時報》，05/07。
- 項貽斐，2004，〈電影盜版 滿街跑 去年搶走 14 億〉，《聯合報》，04/12，D2 版。
- 黃美真，2005，〈正版太貴 盜版猖獗?〉，《星報》，04/24，C4 版。
- 楊少強，2000，〈創新保護熱過頭 大眾權益何在?〉，《工商時報》，4/19。
- 葛大維、劉衛莉，2002，〈反盜版戲院罷演〉，《聯合報》，03/28，27 版。
- 葛大維，2003，〈盜版 隨著廣告夾報走入家庭〉，《聯合報》，01/13，3 版。
- 葛大維、項貽斐、林欣若、童一寧，2005，〈BT 下載電影猖獗〉，《聯合報》，01/15，A5 版。
- 廖玉玲，2005，〈好萊塢票房 20 年來最慘〉，《經濟日報》，07/11，A10 版。
- 劉道捷，2004，〈保護的界限〉，《經濟日報》，02/20，2 版。
- 劉衛莉，2002，〈李玟打擊盜版永不妥協〉，《聯合報》，04/04：25 版。
- 劉衛莉，2002，〈影音業反盜版 7000 人上街頭〉，《聯合報》，04/05，1 版。
- 賴珮如、苗君平、黃寅，2003，〈逢甲商圈盜版 「丟臉丟到國外」〉，《聯合報》，02/21，17 版。
- 賴鼎銘，2002，〈智財過度保護 蒼生受苦〉，《聯合報》，5/01：15 版。

應未遲，1954，〈藝文壇外照抄無誤〉，《聯合報》，06/01：06版。

嚴婷婷，2003，〈欣欣晶華合則兩利〉，《星報》，03/27，17版。

蘇詠智，2003，〈盜版大隻佬 有看沒懂〉，《星報》，10/29，2版。

網路資料

衣俊卿，2004，新馬克主義的文化批判理論及啓示

<http://culstudies.softall.com.cn/rendanews/displaynews.asp?id=2639> 2004.05.16

大紀元，2004，301條款與306條款。2004/5/4

<http://www.epochtimes.com/b5/4/5/4/n529087.htm>

經濟部智慧財產局，歷年著作權法相關法規資料，

http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_law/copyright_law_3.asp (2004/9/17)

張維修，2001，你我都是拷貝英雄。

www.inter-asia.org/critical-server/columns/copyhero.htm (2001/4/19)

大紀元(2004)盜版侵蝕 唱片業不景氣 大小公司都苦撐。

(2004/6/18) <http://www.epochtimes.com/b5/4/6/18/n572096.htm>

劉昌德，2003，被偷偷賣掉的作者權，破報復刊，264期。

<http://www.twblog.net/archives/000526.html> (2004/9/10)

蔡建仁，1997，什麼是全球化，1997/3/14

<http://intermargins.net/intermargins/YouthLibFront/YouthSubculture/AgainstIntellectualProperty/p202.htm>

劉宇凡，2000，盜版盜版 誰盜誰的版？，先驅，第55期

<http://intermargins.net/intermargins/YouthLibFront/YouthSubculture/AgainstIntellectualProperty/p104.htm> 2004/9/17

R.kai，2004，顧客永遠是對的 防拷音樂 CD 進化中，數位時尚@live 雜誌，8月號

[http://www.coolloud.org.tw/news/database/interface/detailstander.asp?Sort2=智財權
&Writer=&Sort=\[財經\]&auto_source=&ID=98999&db_table=](http://www.coolloud.org.tw/news/database/interface/detailstander.asp?Sort2=智財權&Writer=&Sort=[財經]&auto_source=&ID=98999&db_table=) 2001/9/11

從電影的全球化生產與消費，解構反盜版的迷思與困境——以台灣電影商品市場為例

2003 全球軟體盜版率調查報告中文版，台灣商業軟體聯盟網站

http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=151&mod=1&ref_id=109 9/17

全球盜版軟體研究，台灣商業軟體聯盟網站

http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=103&mod=1&ref_id=104 2004/9/17

台灣電影史，1991～2000 台灣電影筆記網站

http://movie.cca.gov.tw/HISTORY/taiwan_00.asp?category=1&s=1991&e=2000 2004/9/18

DJ Ronald 智慧財產權還是霸權

<http://www.twblog.net/archives/000477.html> 2004/9/10

顏伶如，〈金凱瑞妮可基嫻等被認為片酬過高〉，大紀元，5月4日

<http://www.epochtimes.com.tw/bt/6/5/4/n1307476.htm> 2006/07/15

PCDVD 論壇影片討論區〈地雷版出租片公告〉

<http://forum.pcdvd.com.tw/showthread.php?t=408413&highlight=%A6a%B9p>