

科技與文化工作者： 網路與相關數位科技對台灣漫畫家勞動過程的影響*

劉昌德**

《摘 要》

本文以台灣漫畫家為研究個案，分析近年來數位科技對文化工作者的實際影響。由於當前資本邏輯滲入並主宰文化領域，因此包括漫畫家等文化工作者，應該視為勞工階級來進行研究。本文首先分析當前台灣漫畫家的勞動處境，描繪這群文化工作者的整體勞動條件概況。接著透過對漫畫家的訪談，佐以相關文獻資料，從「去技術化」(deskilling) 及「增權」(empowerment) 兩個對立面向，探討網際網路等數位科技如何重構台灣漫畫家的勞動過程。在增權方面，接近使用網路的低成本特性，讓漫畫家能夠掌握一部份流通工具、增加文化工作者所需的商業聲望。在去技術化面向，網路等數位科技轉化了漫畫家的技術，增加個別勞動的強度，同時擴大了產業預備軍的規模，也使漫畫家的勞動技術稀有性受到挑戰，而可能影響其勞動條件。

* 本文以 2003 年 11 月 30 日在中正大學《第一屆數位傳播國際研討會》發表之論文修改而成。作者感謝本刊匿名評審與研討會評論人唐士哲教授的寶貴意見。

** 作者為美國天普大學博士(Temple University, Ph.D. in Mass Media and Communication)。E-mail: chadliu@hotmail.com

關鍵字：文化工業、科技、勞工、勞動過程

壹、前言與研究目的

漫畫是當前大眾文化工業的一個部門，雖然自 1990 年代以來，文化研究在國內學界的崛起，拓展了大眾文化研究的廣度與深度，但受到社會上把漫畫書視為「幼稚」或「低級娛樂」的傳統觀念影響，漫畫研究在台灣仍處於草創階段、數量稀少，與漫畫的實際廣大流通率不成比例(蕭湘文，2002：p.174；陳仲偉，2002：p.36)。而在這些少數的研究中，即使不乏將漫畫視為文化工業一環的政治經濟分析(如：李衣雲，1996；古采豔，1998；黃雅芳，1998)，但是對產業中最重要的傳播者、同時也是創作者的漫畫家的研究，則屬於鳳毛麟角。再者，因為文化工作者¹不被視作勞工，因此對漫畫家的研究，多半從創作美學與自主權等專業性質出發(蕭湘文，2002：p.176)，而欠缺從勞工角度出發的關照。

另一方面，近年來台灣漫畫家的勞動處境每況愈下。過去政府不當的內容審查制度介入，導致本土漫畫家的創作空間長期以來備受箝制，日本漫畫因而得以長驅直入、佔據約九成的台灣漫畫市場(古采豔，1998：p.58；陳仲偉，2002：p.34)。90 年代前後，香港與南韓的漫畫引入台灣，進一步壓縮本土漫畫的創作空間；經濟的不景氣，使得許多本土漫畫雜誌相繼停刊，更使國內漫畫家的處境雪上加霜。2000 年時，據估計約有 2/3 的漫畫家處於失業狀態；即使是有出版商支持的漫畫家，多數也處於入不敷出的困境(蕭湘文，2002：p.54)。許多漫畫家被迫放棄這份職業，並非因為創作熱情不再，而是無法找到可供謀生的發表園地。

不過 90 年代中期之後包括網路等數位科技的發展，為台灣漫畫家帶來了一線新希望。特別是網路的迅速普及，使得許多無法在出版商控制的平面漫畫書市場上出版作品的漫畫家，紛紛轉戰接近成本低廉的網路世界，透過設立個人網站等方式從

¹ 本文中的「藝術家」(artists)與「文化工作者」(cultural workers)指涉的社會團體並沒有太大差別，但使用文化工作者一詞時，刻意強調該團體的勞動已經被資本滲透，這些勞動者必須經由出售勞動力來謀生——無論販售形式是薪資或外包契約關係。

事創作。部分新進漫畫家則是先在網路上發表個人作品，逐漸累積知名度之後，獲得出版商的青睞，而進一步獲得出版漫畫書籍的機會。

許多論者表達了對數位科技解放文化工作者的樂觀期待，以網路為例，這個虛擬空間提供了漫畫家一個新的發表園地，因此增進了創作自主權，對文化工作者發揮了正面助益的功能(McCloud, 2000; Dean, 2001)。然而從資本積累的角度來看，漫畫家在網路上的創作，屬於「無酬勞動」(unpaid labor) 也分攤了資本家用於宣傳(publicity) 的成本，可能損害漫畫家的權益。再者，電腦繪圖的技術學習、以及電腦繪圖與傳統手繪技巧之間的差異，勢必對漫畫家的創作及繪製過程構成新的挑戰。因此，在進一步分析數位科技對漫畫家勞動過程的影響之前，前述類似「網路烏托邦」式的宣稱，恐怕過於化約與倉促。

本文的目的，在於透過檢視台灣漫畫家的處境，來瞭解近年來數位科技如何影響文化工業中創作者的勞動過程。第貳節的文獻探討，首先分析包括漫畫家的文化工作者的勞工屬性，以及科技發展對其勞動過程的影響。第參節說明本文的研究問題與方法。接著在第肆與第伍節中，先整理分析國內漫畫家當前的勞動處境，然後以「增權」(empowerment)及「去技術化」(deskilling)兩個對立面向，來探討數位科技如何重構台灣漫畫家的勞動過程。經由對台灣漫畫家的個案研究，挑戰盛行的「網路解放勞工」烏托邦論調，並希冀回應與補強馬克思主義中分析科技影響勞動過程的諸理論。另外，也期望能對國內漫畫研究、乃至大眾文化研究中，勞工角度論述的不足之處有所貢獻。

貳、文獻探討

一、文化工作者的勞工特性

由於藝術品環繞著儀式意味的獨特「靈光」(aura) 不同於一般商品(Benjamin, 1969: pp.222-224)，其創作者與作品之間有著難以分割的連結，因此藝術家往往被賦予「專業創作者」角色、與律師和醫生等專業者的地位類似，具有一定創作自由，且多不受企業管理層級的約束。然而，從馬克思主義角度出發，Poulantzas (1975)指出，上述論調漠視不同型態的專業工作者間的差異，並刻意凸顯其作為「第三勢力」，來抹消階級鬥爭的現實(pp.193-197)。他強調，所有新興階級的屬性，必須透過其與資本主義中的兩個基本階級—資產與無產階級—的關係來認識。首先，他按照古典經

濟學與馬克思的分類，將經濟活動分為「生產」(productive)與「非生產」(unproductive)兩類，包括金融、服務、及文化工業等非製造業的勞動，都屬於非生產勞動。這些非生產勞動、例如文化工作者，與生產部門中非體力勞動的「勞心」工作者(mental workers)、例如管理人員，都屬於「新小資產階級」(new petty bourgeoisie)。新小資產階級雖然不擁有生產工具，但是與地主等舊小資產階級(old petty bourgeoisie)相同，都有一定自主權，而往往在階級鬥爭中立場場猶疑不定(pp.209-336)。

但 Poulantzas 的階級分類，卻將勞工階級的範圍縮限地極小，同樣錯誤地膨脹了「中產階級」(Bottomore, 1983: p.334)。其次，生產部門當中的非生產勞動、例如行銷部門，其實與生產勞動一般，都成了集體勞動的一部份、共同維繫了這個體系的運作。第三，在資本主義向社會生活的各個領域擴張之後，資本已然植入各個非生產部門、例如文化工業，並剝削當中的勞動者。因此，無須特別把「勞力\勞心」、或「生產\非生產」的不同形式僱傭工人對立起來，因為他們在當前的壟斷資本主義下，已經沒有太大區別(Braverman, 1974: pp.410-423)。最後，他所歸類的新小資產階級，其中的許多不同組成團體，無論是在階級形成、階級意識、階級鬥爭、乃至於社會生產關係的位置，都非常不同，很難化約成一個相同的階級(Wright, 1985: p.40)。

同樣從馬克思主義出發，Wright (1985)另闢蹊徑、修正階級二分法概念，把不具備生產工具的受雇勞工(wage-laborers)，依照對「組織管理」(organization)、「技術\聲望」(skill/credential)等兩項資產的三種控制程度(完全控制、部分控制、及完全缺乏)，將薪資勞工階級分成九類。其中兩項資產都付諸闕如者，就是「純粹的」無產階級。而經理人與專業工作者，則依照職級或個人經歷，對組織管理與技術聲望資產有不同程度的擁有權；對於兩項資產的控制權高低，決定其勞動自主權與晉身為資產階級的機會大小(pp.86-89)。包括文化工作者的專業勞工，依賴其對技術聲望資產的控制權，來提高自身在勞動市場的交換價值。專業工作者與文化工作者的聲望是稀有資源、可視為一項特別「地租」(rent)；勞工對這項地租擁有程度不同，使得他們的勞動「階層化」、交換價值因而出現高低之別(Wright, 1989: pp.332-333; Harvey, 2002)。文化工作者中的明星擁有較高聲望，因此較能與資本家議價；但另一方面，因為稀有的聲望地租被明星藝術家壟斷，所以多數沒有名氣的藝術家，必須面對惡劣的勞動條件。對比少數明星的光鮮外表與天文數字收入，大多數的文化工作者的收入偏低、工作不穩定、缺乏專業訓練、職業前景不明、往往必須兼差、沒有社會保障，且若非失業、就是工作負荷過重(Miege, 1989: pp.89-90; Cornwell, 1979)。

因為前述藝術品與文化勞動的特性，資本較晚近才滲透文化部門，使得文化工作者的受雇狀態(employment status)，並未完全轉化為薪資勞動(salary-labor)，而多數仍呈現技藝勞工的自由契約(freelance)關係²。但事實上，文化工作者多半是透過經紀人、或者以小公司的型態跟資本家簽約，更準確的來說應該是外包契約(sub-contracting) (Chanan, 1980: p.127)。而這種外包契約的成因，並非因為資本視文化工作者不同於一般勞工而給予的特殊待遇；而是在科學管理與生產線充分發展之前，資本因為還未能精確控制勞動過程，所採取的降低薪資成本的作法(Braverman, 1974: pp.61-63)。受到這種不固定雇用關係的影響，大多數的文化工作者的收入因此遠低於其勞動力付出，而受到嚴重剝削(Miege, 1989: p.94)。

Wright 所稱的技術聲望資產，在 Ryan(1991)的論述中分為兩種：消費市場上能被消費者「辨識」、屬於特定勞工的「商業聲望」(commercial reputation)，及以技術熟練為基礎、只在勞動市場中流傳而消費者無法辨識的「技術聲望」(professional reputation)兩類。約聘藝術家的合約價格高低，端賴其在藝術品市場上的名聲響亮與否，勞動性質趨近於難以量化的具體勞動(concrete labor)，是比較難以任意勞工替代的「個人化勞動」(personalised labor)。但即使如此，他們仍然受限於資本家，因為資方掌握了整個商品生產過程的關鍵，而且擁有這些包括明星等文化工作者所生產商品的所有權與複製權(p.137)。

總結來說，在當前的壟斷資本主義下，文化工作者應該視作勞工階級。文化工作者的勞動特性，並不在於其特有的專業規範或能力，而是由於藝術品的特性，使他們比一般勞工依賴聲望資產。少數擁有商業聲望的文化工作者，可在勞動議價過程中與資本家抗衡；但聲望的稀有性，卻使多數文化工作者遭受更嚴重的剝削，勞動條件較一般勞工還低落。因此，聯合國教科文組織(UNESCO)與國際勞工組織(ILO)早自 1977 年開始，便強調藝術家的勞工角色，並實際研究如何保障文化工作者的經濟權(Cornwell, 1979: p.538; UNESCO, 2001)。

² 不同文化工業的勞工受雇狀態有所不同，例如電影與廣告產業的勞工，大抵是薪資勞工(Miege, 1989: p.92)。另外，文化工業中的不同環節，也會造成受雇狀態的差異，例如創意階段(creative stage)大多為外包契約、而複製階段(reproductive stage)大多為薪資勞動；而創意階段中的構思部門(conception)的外包契約勞工，也比執行部門(execution)來得普遍(Ryan, 1991: pp.105-43)。

二、科技對文化勞動過程的影響

勞動是「人以自身的活動來引起、調整和控制人和自然之間的物質變換的過程」；而勞動過程是「製造使用價值的有目的的活動」，其要素包含了「勞動本身，勞動對象和勞動資料」三者，前者表現為「生產勞動」、後二者表現為「生產資料」(Marx,1867/1991 : pp.201-208)。勞動是一切產品價值形成的來源。在資本主義社會中，勞動的交換價值—薪資低於其使用價值—勞動生產的商品價值，這個透過價值增殖過程所形成的價格差額，就是擁有生產資料的資本家透過掌握勞動產品、而從勞工那兒剝削得來的剩餘價值(pp.211-224)；表現在外，就是資本投入勞動過程的所有成本、低於商品在流通領域—消費市場—的售價。

資本要擴大剩餘價值，主要有兩種方式，分別是延長工作日、增加絕對剩餘價值的生產，以及改進勞動技術與提高生產率、增加相對剩餘價值(pp.555-566)。由於無止盡地延長工作日遭到法律的禁止，因此引進機器與改進生產流程、提高勞動強度，以增加相對剩餘價值，是當前資本主義的特色。資本一方面提高機器速度、並增加同一勞工負責運作的機器範圍，加強了既有勞工的勞動密度；另一方面，新科技也讓資本得以吸納體弱與技巧不純熟的「補充勞動力」，降低了既有勞動力的價值、減少平均的薪資成本(pp.432-457)。

Braverman (1974)分析壟斷資本如何透過科學管理與科技的引入，重構勞動過程、以提高相對剩餘價值的生產。資本引進「科學管理」，將「構思」與「執行」(execution)兩者分離，加強對勞動過程的控制與監督。科技引入除了提高單位勞動的強度以外，還透過切割勞工的技術與知識、將其「去技術化」，增強了這個手腦分離過程的效果，而使無產階級愈來愈不能掌握勞動。他指出：

當前每個工業的勞工，對該工業生產的掌握能力，都比半世紀前、甚至一百年前相同領域的勞工，要來得低落。資本主義的「進展」，似乎只是加深了勞工與機器之間的鴻溝，並使勞工更無法擺脫機器的束縛。(p.231)

近代的數位科技把機器對勞動過程的影響，從過去製造部門中，進一步地往社會生活的各領域延伸。以批判角度研究資訊社會的學者 Webster 與 Robins (1999)指出，近年來的數位科技與網絡社會(network society)想像，其實是延續工業革命以來的「圈地運動」(Enclosures movement)，進一步在全球範圍內，將包括知識與文化等人類生活的所有範疇，都納入資本主義邏輯之內。

從這個觀點出發，近年來的科技發展，尤其是數位科技對資訊的複製能力(reproducibility)，是資本主義邏輯得以深入文化領域、建構文化工業的主要原因。由於每種文化產品的特性不同，因此科技對不同藝術品的複製能力也有差異。Miege (1989)根據文化產品與創作者的連結、及科技複製能力的程度，將文化工業區分成三種類型：1)大量複製、但工作者聲望並未直接涉入者，如收音機、電視機、電腦等傳播硬體設備；2)大量複製、但工作者聲望直接涉入者，如書籍、唱片等；3)難以大量複製、工作者聲望直接涉入者，如劇場表演(pp.21-27)。

新科技引入在製造業勞動過程所造成的影響，也在文化工業中重現，但是會因為上述文化工業類型的不同而有所差異。製造業的機械化裁汰了大量勞動力，許多失業勞工形成大批產業預備軍(industrial reserve army)，拉低了勞工的薪資水平(Braverman, 1974: pp.377-402)。同樣地，傳播新科技的出現也使得某些文化工作者失業，例如電腦排版導致報紙的打字與組版工人大量失業、組版編輯得負責部分原本屬於打字房的工作(Noon, 1993)。相對來說，在前段所稱的第三類文化工業中，雖也有某些工作者，如戲院中的電影旁白，因科技引入而失業，但情況不如前二類嚴重。不過從另一個角度來看，環繞複製科技所構成的明星體系，卻對第三類文化工業工作者造成類似影響。例如，電視轉播導致公眾對表演工作者的需求，可用少數的明星表演者來滿足，使其他非明星表演者的工作機會與收入大幅減少。非明星級的藝術家雖非「失業」，但因多半是契約工作者，文化工業資本無須負擔額外的人事成本，也就形同另一批產業預備軍(Miege, 1989: pp.90-91; Cornwell, 1979: pp.543-545)。

同時，科技使用也在文化工業中加深了工作者之間「勞心\勞力」的分野，複製了構思與執行分離的科學管理方式(Chanana, 1980: pp.131-134)。隨著資本的深化與引入新科技，文化工業的產製過程出現了「創作」與「複製」部門的區隔；更進一步，創作階段的勞動也繼續分化，出現概念預備(preparation)與表現(performance)的分離(Ryan, 1991: pp.107-110)。雖然文化工業的複製階段、及創意階段的執行部門，因為複製科技的引入，而被納入科學管理當中；但相較之下，創意階段的構思部門工作者，仍然保持著類似過去手工業時期、以技藝為基礎(craft-based)的勞動分工，而某種程度地抗拒了科技的重塑。這個部門的勞動過程特色，為相對低階的科技使用、及較具妥協性的管理(pp.110-114)。創意階段以構思為主要工作的文化勞工，能夠具有此一「特權」，是奠基藝術品特有「靈光」仍與創意工作者的個人特質緊密結合，使得這個環節的文化勞動必須是具名的實質勞動，也就是以商業聲望為基礎的產品，才能讓消費者辨識且消費(p.44)。

由於文化勞動的上述特性，讓文化工作者在科技重構勞動過程時，有較大的抗衡能力。其實 Braverman (1974)描述科技在勞動過程的去技術化現象，本來就不是認為對所有勞動都一體是用的。首先，他指出當執行部門勞工的技術瑣碎化的同時，管理階層等概念部門的工作者技能，相對來說可能增加(pp.424-425)。其次，他引用 J. Bright 之企管觀點的自動化研究，指出在機械化(mechanization)剛開始時，勞工對勞動仍有控制權，因此技術有所提升；稍後自動化(automation)逐步登場、機器主宰勞動之後，去技術化的現象才隨之出現(pp.213-223)。

因此，當文化工業還處於自動化剛展開的階段，文化創意工作者藉著其擁有的自主權，對勞動還有一定控制力，也有機會藉科技增加技能。所以，包括文化工作者的專業人士，得以藉由新傳播科技「增權」，進而掌握小部分生產工具、擺脫企業管理控制、並具有更高自主性。但新傳播科技所解放的勞工，往往屬於原本就是「高收入、高自主」的群體(Meiksins, 1998: pp.151-159)；同屬於文化工作者中的多數非明星勞工，能否擁有相同機會，仍大有疑問。

歸納來說，科技引入對生產部門勞動過程造成的影響，包括大量失業、勞工內部分化、去技術化等等，同樣顯示在文化工業的勞動上。但由於資本邏輯與科技還未全面深入滲透這個新領域，因此依照複製技術的難易、及在生產部門位置的不同，文化工作者勞動過程受科技的影響程度也有所差異。其中，創意階段的文化工作者，較能抗拒科技對其權利的傷害，也有透過科技增權的可能。

參、研究問題與方法

經由文獻整理的說明，本文將包括文化工作者視為勞工，並從科技對文化勞動過程影響的理論出發，探究近年來以網際網路為核心的數位科技發展，對於台灣漫畫家勞動過程的影響。透過對本土漫畫家與電腦動畫公司工作者的訪談，並以相關的文獻資料佐證，本文探討下列三個研究問題：

- 一、當前台灣漫畫家的勞動條件概況；
- 二、數位科技的引入與漫畫家的「增權」；
- 三、數位科技的引入與漫畫家的「去技術化」。

受訪者包括四名漫畫家、兩名在電腦動畫公司的工作者；訪談方式包括面對面與電子郵件，時間為 2002 年 8 月到 9 月之間³。訪談的問題項目包括：1) 使用數位科技進行創作的個人經歷；2) 在創作過程中，數位科技所帶來的優點與缺點；3) 網路漫畫的特性，與一般漫畫有何不同；4) 網路漫畫的讀者特性為何，與一般漫畫的讀者有何不同；5) 網路漫畫的創作，是否與一般漫畫書有所不同；以及 6) 網路漫畫取代漫畫書的可能性等。

肆、台灣的漫畫市場與漫畫家

一、漫畫市場概況

在 1950 到 60 年代之間，台灣的本土漫畫工業一度相當興盛；尤其在 60 到 63 年之間，更被稱為台灣漫畫的「黃金時期」。但 1962 年教育部通過《編印連環圖畫輔導辦法》，嚴重打擊了國內漫畫工業（黃雅芳，1998：pp.120-139；李衣雲，1996：p.79）。政治力的介入與違反專業、甚至荒謬的審查標準⁴，大大限制國內漫畫家的創作空間。再者，審查過程的冗長與不確定性，也使得國內漫畫出版商喪失出版國內漫畫作品的興趣（蕭湘文，2002：pp.41-44）。

漫畫審查制度對本土漫畫的長期箝制，反倒為外來的漫畫作品鋪路。同時，本土漫畫家也抱怨政府對於日本漫畫的審查標準遠比國內作品來得寬鬆（洪德麟，1994：pp.120-133；Aiplus，2000：pp.83-87）。因此本地出版商盜印的日本漫畫，在 70 年代之後逐漸地主宰了消費市場。對於出版商來說，直接轉印翻譯過的日本漫畫，既能夠在經濟上節省成本、又能夠免去政治層面的困擾，誘因遠大於推出本土漫畫

³ 受訪對象的資料、訪談時間與方式如下：

受訪者 1：River (2002 年 8 月 21 日)。漫畫家，電子郵件訪談。

受訪者 2：李勉之(2002 年 8 月 16 日)。漫畫家，面訪。

受訪者 3：陳志華(2002 年 8 月 15 日)。漫畫家，面訪。

受訪者 4：賴有賢(2002 年 8 月 14 日)。漫畫家，面訪。

受訪者 5：戰克傑(2002 年 8 月 13 日)。在線上公司總經理特助，面訪。

⁴ 舉例來說，漫畫家山巴曾因其作品中有一隻會說話的狗，而遭到國立編譯館以「小孩子看了會神經病」的理由不予通過（洪德麟，1994：p.122）。

(蕭湘文, 2002, pp.41-44)。根據統計, 從 1976 年 1 月到次年的 8 月間, 國立編譯館共收到 970 件漫畫審查申請, 本土與國外作品的比例約為 6:4; 不過到了 1978 年, 這項比例就倒轉過來成為 4:6, 其中日本漫畫在進口作品中的比例高達九成(上引書: p.43; Aiplus, 2000: p.86)。

1987 年國民黨政府宣布解嚴, 為台灣的漫畫創作者重新開啟一線生機, 因為長達 25 年之久的漫畫審查制度, 也在同一年廢止。政治力量的干預逐漸消退後, 國內新一代的漫畫家得以享有較為自由的創作環境, 而開始於八十年代末期嶄露頭角。在這一段或可稱之為本土漫畫「新浪潮」的本土漫畫復甦時期, 報紙發揮了相當大的助力(黃雅芳, 1998: p.66)。首先, 民主化運動的茁壯、逐步打破政治禁忌, 使得政論漫畫的空間大為增加, 例如魚夫、二馬等漫畫家, 便是這一波政論漫畫的主要代表人物。其次, 報禁解除後報紙大量增張, 也提供漫畫創作者更多的發表園地。由於報紙副刊版面的擴充, 許多新一代漫畫家藉著單格或四格漫畫竄起, 例如敖幼祥、蕭言中與朱德庸等人。

同時, 隨著經濟發展與政治的民主化, 台灣的大眾文化也愈趨多元。漫畫從「不登大雅之堂」的「囡仔冊」, 成為一般大眾都能接受的流行文化的一部份, 市場也逐步成長。國內的漫畫每月生產量從 1980 年的 50 萬冊, 成長至 1992 年的 250 萬冊; 另一方面, 市場銷售額也從 1980 年的每月 1000 萬元, 膨脹至 1996 年的每月 2 億元。換句話說, 九十年代台灣漫畫市場的約達每年 3000 萬冊、24 億元的規模⁵(蕭湘文, 2002: p.57)。一般而言, 一本暢銷的本地漫畫作品的銷量可以達到約 10 萬冊, 而日本進口的漫畫則可達 20 萬冊(黃雅芳, 1998: p.75)。

雖然台灣的漫畫市場於八十年代間穩定成長, 但是由於九成左右的市場為日本作品所鯨吞, 本土漫畫家的工作處境並未因此獲得大幅改善。在九十年代, 國內的漫畫工業依舊大量依賴進口作品, 市場消費大宗也仍以日本漫畫為主。除了日本作品之外, 香港與南韓的漫畫也進入台灣市場。根據 1997 年的一項估計, 台灣的漫畫市場上, 只有 6.1%是本土作品, 日本漫畫則佔了 90.8%, 另外香港與南韓的產品則分別有 2.2%與 0.8%的市佔率(古采豔, 1998: p.58)。另外兩項分別於 1994 年與 2000

⁵ 由於缺乏官方或其他單位的正式統計資料, 本文所引用數據是各項相關研究的估計數字, 因此彼此數字有些出入。舉例來說, 黃雅芳(1998)所估計的台灣漫畫市場的規模為年銷售量 5000 萬冊約、營業額 40 億元(p.72)。

年的調查也顯示，台灣的漫畫讀者群中，九成以上習慣閱讀日本漫畫，而習慣閱讀國內作品則只有不到一成的比例(陳仲偉，2002：p.34)。

另外，在九十年代下半葉，整體經濟景氣的下滑，也使得漫畫市場的成長出現停滯、甚至衰退。根據出版商的估計，九十年代之間，台灣的漫畫市場銷售額大約減少了約35%(洪德麟，2000)。因此，近年來許多國內出版商為了降低風險與成本，紛紛「轉型」成為日本代理進口商、縮減自製的比例，使得國內漫畫家的出版機會大為減少。以合計佔有國內市場97%的六大漫畫出版商來說⁶，1997年代理日本漫畫的數量，都佔了各公司總出版量的絕大多數，比例從76.4%到94%不等(古采豔，1998：pp.58-59；128-129)。另外，從六家業者所出版的漫畫週刊雜誌來看⁷，日本作品也佔了大宗。根據調查，所有的漫畫週刊都擁有日本漫畫的代理權，但卻只有少數提供國內漫畫家發表園地(Jo-Jo，2000：pp.163-164)。從篇數來看，所有漫畫週刊的作品中，大約只有不到三成為本土漫畫，而日本漫畫則佔了約六成五、其餘則為香港與南韓作品(古采豔，1998：pp.132-133)。

二、漫畫家勞動條件概況

如上節所述，國內的漫畫創作在八十年代以前，受到漫畫審查制相當程度的壓制。由於缺乏漫畫創作自由，本土的漫畫工業發展呈現停滯，同時也導致日本漫畫的大舉「入侵」⁸。由於政治力量長達二十餘年的箝制，許多漫畫家為了生計問題放棄了創作，有些漫畫家轉型成為畫家(如：山巴)、有些成了出版商(如：王朝基)、還有一些則乾脆轉行(如：徐麒麟)。另外，香港的出版商則相中某些台灣漫畫家(如：陳海虹)，跨海禮聘至香港發展(洪德麟，1994：pp.121-133)。由於創作環境日趨惡劣，在七十年代間的國內漫畫家數量，大約僅有40人左右，而且大多數是兼職創作者(蕭湘文，2002：p.30)。

在1987年漫畫審查制度廢止之後，本土漫畫家的創作環境有所改善、工作機會也稍見增加。但是由於盜版猖獗，許多漫畫家的經濟權益也間接受到影響。直到1992年著作權法通過後，出版商才開始培養國內漫畫家。以當時最大的漫畫出版社東立為

⁶ 分別為：東立、大然、長鴻、尖端、時報、與青文六家出版社(古采豔，1998：p.57)。

⁷ 一般來說，八十年代末到九十年代間，漫畫週刊的銷售量要比許多單行本來得好。部分漫畫週刊雜誌的銷量——例如1989年的《少年快報》——每期可達23萬冊(Jo-Jo，2000：p.163)。

⁸ 台灣漫畫史研究者洪德麟(1994)強調，日本漫畫並未「入侵」台灣，因為在早期是台灣出版商在未經授權的情況下「盜用」(p.136)。

例，1991 年的簽約漫畫家有 25 名，到了 1996 年增加為 70 名、次年再成長至 90 名(上引書：pp.30-31；古采豔，1998；李衣雲，1996：p.98)。在 1999 年，估計國內約有 250 名漫畫家，平均每家出版社約有 20 名左右的簽約創作者(蕭湘文，2002：p.31)。漫畫家工會(正式名稱為「台北市漫畫從業人員職業工會」)在 1997 年創會之初的會員數為 70 名，2002 年則增加至 200 名(受訪者 4)。

由於經濟景氣的衰退，九十年代末期台灣漫畫家的工作機會也隨之減少。根據業者的說法，漫畫出版商 2001 年的收益比前一年要大幅衰退了六成左右。因此，業者紛紛資遣員工、縮減出版量(修淑芬，2001)。漫畫家工會理事長賴有賢表示，大約有八成的漫畫家在 2000 年之後放下畫筆、轉行另謀生計(受訪者 4)。能夠單單靠著漫畫創作、不另外兼職維生的漫畫家，估計不超過 50 位。同時，大約有三分之二的漫畫家是處於失業狀態(蕭湘文，2002：p.54)。由於是契約工作者，因此台灣的漫畫家缺乏一定的工作保障，即使失業也無法領取資遣費或失業補助金。

就算非常幸運地還能與出版商簽約創作，許多漫畫家的收入與其付出卻明顯地不成比例。在漫畫家中屬於「明星級」的創作者，主要收入來自版稅⁹，一般約可自漫畫銷售中抽取 8%到 12%不等的權利金(受訪者 4)。這些漫畫家的月收入大約為 15 萬元到 25 萬元之間。但在扣除助理薪資與其他必要支出之後，真正的收入並不豐厚(蕭湘文，2002：p.54)。明星漫畫家如此，其他剛入行、或者是尚未闖出名號的漫畫家，收入就更為微薄。

除了工作不穩定、以及收入偏低之外，漫畫家還缺乏社會保險的保障。由於漫畫家屬於自由契約工作者、沒有一定的雇主，因此根據相關規定，無法參加勞工保險與全民健康保險。為了保護與改善自身的權益，部分漫畫家因而於 1997 年創立漫畫家工會(受訪者 4；黃雅芳，1998：p.89)。另外，除了東立與大然兩大出版社開設訓練課程之外，大多數出版社並未提供漫畫家足夠的在職訓練與進修的機會。絕大多數的漫畫家只能夠從做中學，或經由人際關係與其他漫畫家交流經驗(黃雅芳，1998：p.88；李衣雲，1996：pp.101-103)。

漫畫家與出版社之間的契約關係，基本上可以分為兩類。對於剛出道的漫畫家來說，第一種的長期「經紀約」(或稱為「人約」)，是比較常見的狀況。一般來說，這類的契約為期約為五年；出版社在這段期間內，擁有漫畫家所有作品的出版權，另外也提

⁹ 剛出道的漫畫家，通常則是以稿費計酬(黃雅芳，1998：p.88)。

供一定的稿費¹⁰。同時，出版社也負責所有的宣傳與行銷工作。第二種則是短期的「作品約」，也就是出版社只擁有漫畫家某項作品的出版權。通常已經出名的漫畫家較偏好後者，因為版稅收入會比前者的收入多(蕭湘文，2002：p.56；黃雅芳，1998：p.88；李衣雲，1996：pp.99-104)。

至於工作內容方面，台灣漫畫家一般而言往往工作量繁重、工時長、且工作環境並不理想。出版社為了漫畫週刊的版面，通常要求菜鳥漫畫家必須在 20 天之內，完成一篇短篇作品。在截稿壓力之下，漫畫家常常是剛完成一篇作品，就得開始繪製下一期雜誌所需要的另一份稿子。另一方面，由於收入不足以負擔必要的助理薪資，成名的漫畫家則必須面對助手不足的困擾(古采豔，1998：pp.147-149；李衣雲，1996：p.102)。例如以水墨畫技在日本揚名的鄭問，就因為在台灣無法供養足夠的助手數量，而改赴香港成立工作室。另外，漫畫家林政德也因為助手問題，而半途停止其成名作 Young Guns 的創作(黃雅芳，2000：p.33)。

整體來說，台灣漫畫家的勞動環境不佳、收入偏低、而且工作狀況極為不穩定。由於日本等國外作品的大量進口，使得本土創作者的工作機會遭到剝奪。因此，許多漫畫家必須尋找第二份兼職工作，來維持一定收入。同時，他們也缺乏一般勞工必備的社會保險，以及基本的工作訓練、而必須自行尋求進修管道。再者，漫畫家的工作時間不固定，在面對截稿壓力時往往超時工作。另一方面，與日本及香港的漫畫家相較，台灣的漫畫創作者相當缺乏助理、以及編輯等的技術與行政支援。

伍、網路與相關數位科技對漫畫家的影響

國際網路在九十年代中期的興起與普及，吸引了不少國內的漫畫家與漫畫出版社。在一方面，在漫畫出版市場為日本作品壟斷的情況下，本土漫畫家發現使用成本相對低廉的網路，可以作為另一個發表管道。因此，許多知名的漫畫家，紛紛設立個人網站、在網路上發表作品¹¹。另一方面，出版社以及其他商業網站，則架設「虛

¹⁰ 除了稿費之外(見註釋 7)，部分出版社還曾經給予新人漫畫家固定薪水；但薪資並不高，一般月薪約 1 萬 2000 元到 2 萬元之間(李衣雲，1996：p.103；黃雅芳，1998：p.88)。

¹¹ 例如：敖幼祥 (<http://www.readingtimes.com.tw>)、賴有賢(www.maxcomic.com.tw)、李勉之 (<http://www.amin.com.tw>)、游素蘭(<http://pureysl.idv.tw>)、蔡志忠 (<http://tsai.eauthors.com.tw>)、鄭問(<http://arrons.39m.net>)、以及魚夫(<http://www.ettoday.com/yufu>)。

擬漫畫店」，嘗試在網路空間以漫畫內容服務營利的可能性。雖然在 2000 年的達康泡沫風潮中，許多這一類的商業網站也紛紛中箭落馬¹²，但仍有部分網站持續營運，例如「老貓網路漫畫日報」、「卡漫立得」、「東立漫遊網」等¹³—後兩者在 2002 年都宣稱其會員數超過 1 萬名(陳芝宇，2002)。

一、增權

對於漫畫創作者來說，網路提供了一個新的流通管道，同時與平面媒體相比，也是一個新興的消費市場。本小節討論網路對於漫畫家的正面助益、也就是「增權」的功能，主要包括四個面向：收入來源的增加、對生產工具的控制、提升技術、聲望資產、以及打開全球化市場的可能等。

(一)新的收入來源

網路空間首先為漫畫家創造了另一個收入來源，與商品循環只有一天的報紙相比，網路上的漫畫較為不受時間限制。漫畫家將作品上載網站後，就可以供使用者隨時點閱；而不似報紙上刊載的漫畫，讀者較難閱讀前日的作品。因此網站就如同漫畫家作品的「資料庫」，所存放的「過期產品」可持續「販售」。如此一來，漫畫家可以將原來已經刊登於報紙、領取過稿費的作品，再一次向商業性的漫畫網站投稿、或者放在自己的個人網站上收費閱覽。受訪者 2 與受訪者 3 都表示會將過去的作品再一次「轉售」給漫畫網站，而增加一筆收入。

不過，一般來說網站給的稿費並不豐厚，大約每則四格漫畫只有 1000 元的稿費(受訪者 2；3)。因此，網路上的收入還不足以養活漫畫家。即使在網路使用相當普及、並且已經有一定收費機制的美國，網路漫畫家仍無法成為專職工作。以美國漫畫家 Steve Conley 為例，2000 年時其漫畫網站 Astounding Space Thrills 每個月約有 1,400 美元的收入(連同廣告與周邊商品銷售等)；這樣的收入水平並不足以謀生，因此他仍須兼差工作(Dean, 2001)。台灣網路使用者的「免費使用」習慣，導致網路收費機制

¹² 其中較著名的例子是「漫畫天堂」(Mangaland)的起落。此一商業網站開站之初與許多知名漫畫家簽約，希望能夠成為台灣最大的漫畫入口網站。然而只經過了半年，在燒錢速度令投資企業無法負荷之後，隨即於 2000 年 9 月宣布關站(蕭湘文，2002：p.69)。

¹³ 老貓網路漫畫日報(<http://www.iwant-comic.com>)1999 年設站，卡漫立得(<http://www.cor.com.tw>)與東立漫遊網(<http://www.comicplay.com.tw>)則分別於次年與 2002 年設站。

難以建立，讓台灣漫畫家更難透過網路獲取報酬(受訪者 2；3；4)。即使知名度頗高的網路動畫 訐譙龍，一度嘗試小額收費，但也因無法奏效而隨即放棄(受訪者 5)。

再者，達康泡沫化之後，使得商業漫畫網站經營陷入困境，更對網路漫畫的商業化發展產生負面效應。尖端出版社的負責人張鼎釧就表示，2000 年之後網路漫畫的商機已經愈來愈黯淡(賴有賢，2001)。另一方面，網路頻寬與速度的限制，也造成漫畫、尤其是長篇的連環漫畫，在網路上推廣的障礙。一項 2001 年的調查顯示，台灣的漫畫讀者群仍舊偏好閱讀傳統的漫畫書、而非網路漫畫(蕭湘文，2002：p.70)。在種種負面因素的影響下，從網路起家的受訪者 1 對於網路漫畫的前景也抱持悲觀態度。不僅許多商業漫畫網站倒閉，同時部分入口網站也停止提供漫畫家使用免費空間。因此，較有知名度的網路漫畫家陷入兩難：一則是繼續自力經營個人網站、承擔血本無歸的風險；另一則是與大企業合作，放棄對個人網站的絕對控制權。Steve Conley 就表示，

建立網站的收費機制，代表你必須依靠外界的技術支援與商業交易體系。除非漫畫家願意下海處理每月可以高達數以萬計的交易，包括記帳、繳款、退貨、以及對付詐欺等，凡事自己來，否則只要想收費，就非得找其他公司協助不可。然後，這些大公司將會一步步地把你的網站的利潤吃乾抹淨。(Dean, 2001)

(二)生產工具的部分控制權

因為漫畫家等文化工作者目前對於網路還有一定的控制權，因此 Conley 才會有上述對於付費機制入侵的擔憂。由於網路近用成本的相對低廉，因此多文化工作者投注了相當心力在網路之上。Conley 強調，

我們擁有了這項全新的、劃時代的流通管道 從此我們可以跳過中間商與出版社的剝削以及政府的箝制，直接把作品呈現給電腦前的讀者。(Dean, 2001)

對於不被出版社所青睞的知名度較低、或剛入行的漫畫家來說，網路是他們得以公開發表作品的一個重要園地。受訪者 1 最初就是因為沒有出版社願意出版他的作品，因此才「被迫」先在網路上發表創作。他從 1999 年 4 月起，在入口網站新浪

網架設個人網頁¹⁴。隨後他的作品轉寄率愈來愈高、闖出一定名號之後，東販出版社便與他簽約出版漫畫單行本。截至 2002 年為止，他的 5 本漫畫都是由其線上作品集結而成。

(三)聲望資產的累積

對於菜鳥漫畫家來說，網路的另一個優勢是低廉的「宣傳」功能。除了架設個人網站能夠達到不特定的網路使用者以外，透過讀者自發的電子郵件轉寄，漫畫作品如同獲得免費的廣告與推廣。以 flash 動畫業者在線上公司所創作的 訐譙龍 為例，就從網路使用者的電子郵件轉寄行為中獲益良多。依據該公司的估算，透過這種人際網絡郵件轉寄的「病毒式傳播」，使得知道「訐譙龍」的人數大約是該公司網站參觀者的 3 倍以上。同時，雖然轉寄是一種免費宣傳，但是因為不是業者「老王賣瓜」，所以往往還比付費的廣告來得有效(受訪者 5)。

在市場蕭條、出版機會減少的情況下，不只剛出道的菜鳥樂於透過網路來累積知名度，許多已經成名的漫畫家也利用網路維繫原有的讀者群基礎。以《Miss 阿性》打下基礎的李勉之，在 2000 年架設了個人網站 Amin Channel。他的著眼點，首先在於維持本身的作品創作，以免遭讀者遺忘：

對大企業來說，網路是一個後勤服務的單位。目前我們的定位也是類似這樣。我在網路上放我的東西，讓人家知道我還存在，使用者只要在入口網站鍵入我的名字就可以找到我的網站，在網站裏你也可以寫信給我，我也放上新的東西。(受訪者 2)

再者，架設網站的另一個功能，則是獲得讀者的立即回饋。因此，漫畫家可以從讀者的直接反應中，探索未來的創作走向。

(四)全球化的新機會

網際網路便利的全球連結能力，也為漫畫家帶來新的工作契機。對於台灣的文化創作者來說，圍繞著網路所形成的「中華文化圈」，創造了許多可能的工作機會。舉例來說，受訪者 3 便透過電子郵件的自我推薦，與中國廣州的《南方都市報》接觸、於 2002 年開始在其版面發表作品。有別於過去必須以快遞郵件或傳真等方式的交稿形式，他每週在中國《南方都市報》的稿件，都是以電子郵件傳送；既節省時

¹⁴ 2000 年 3 月，River 改與另一個大型入口網站奇摩站合作；隨後，奇摩站在 2001 年 11 月為跨國入口網站業者雅虎(Yahoo)購併。

間，也省去了國際郵件或電話的費用。同樣地，受訪者 2 也是以電子郵件的方式，每個月傳送約 70 篇作品給香港的《玉皇朝》漫畫網站¹⁵。漫畫家與跨國漫畫業者合作，當然不是因為網際網路的普及才開始；但是，網路的低廉成本與便利性，有助於這類跨國契約的形成、以及降低漫畫家尋求合作機會的成本。

二、去技術化

網路與數位科技對於漫畫家創作過程的影響，可以分成兩個面向。首先是為了創作網路漫畫，漫畫家必須使用以電腦為主的數位化科技來繪製作品。漫畫生產過程中的技術，因此產生轉變—過去的手繪與印刷等「類比」技術，部分被數位化科技取代。其次，則是為了配合網路與其他數位科技市場與技術層面等層面的需求，漫畫家的創作因此方向與方式因此出現轉變，而使得勞動過程也因此受到衝擊。本小節分別從技術的改變、工作負擔的增加、創作方向與內容的轉變、以及產業預備軍形成等等，來探討數位科技對漫畫家勞動的「去技術化」或「降級」(degradation)等負面影響。

(一)技術的轉變

引進數位科技，可以徹底改變漫畫的創作過程。數位技術的學習與適應，是創作者面臨的第一個問題。不過，作為契約中「雇主」一方的出版業者，並未提供「勞方」的漫畫家任何相關的訓練，因此漫畫家必須自行設法學習數位繪圖技術。這個問題並不只有漫畫家會遭遇，而是所有的文化工作者的共同問題。一般來說，文化工業的資方雖然積極引進數位科技來降低成本、提高生產力，但卻極少提供勞方相關訓練。他們的基本態度，是將其視為員工的必備條件，因此勞工必須在受聘僱之前，便透過正規教育、個人自修、或從過去的工作經驗中獲取相關的技術，而且文化工作者必須自行負擔學習這些技術所需的硬軟體設備費用(ILO, 2002)。以台灣的漫畫家來說，通常也都是自己掏腰包購買電腦設備，並且自修學習數位繪圖技術，例如受訪者 2 便是如此。他認為這些技術將有助於其漫畫創作，因此便積極更新電腦設備，以使用電腦完成整個創作過程—從線條繪製、上色、到填入對白與文字—為學習目標。

比起傳統上使用紙筆進行創作的方式，漫畫家一般認為電腦繪圖比較「沒那麼直接」(受訪者 2)。不過，一方面由於創作者仍舊熟習傳統技術，另一方面電腦繪圖

¹⁵ 「玉皇朝」(<http://kingcomics.com>)由香港知名漫畫家黃玉郎創立。

也還有其侷限性、並無法適用於所有型式的漫畫風格，因此許多使用電腦繪圖的漫畫家，依然常常回到畫桌前以傳統方式作畫(ibid; Dean, 2001)。數位科技對於漫畫家傳統畫技的「去技術化」現象，至少到目前為止，還並不那麼明顯；比較容易被取代的部分，主要集中在部分較為「工具性」的技術，例如背景的著色等等。

另一個可能產生去技術化效果的面向，在於漫畫家的「整體技術」被零碎化的可能。舉例來說，由於台灣本土漫畫工業長期的衰頹，使得漫畫家必須尋求其他可能的工作機會；而近期隨著網路興起而茁壯的線上遊戲產業，正是漫畫家另一個戰場。許多線上遊戲的製造商，找來漫畫家負責其遊戲角色的造型設計、以及整體美術指導等工作。但因遊戲業者所需要的技術主要集中在設計與繪圖部分，因此過去漫畫家其他的技能，例如頁面構圖、故事編寫等等，在不被重視的情況下，也就慢慢喪失(受訪者 2)。

1. 工作負擔的增加

馬克思在《資本論》當中描繪十九世紀的工廠中，資方如何透過引入新機器的，擴大個別工人操作機器的範圍，並且加強了藍領勞工的勞動強度。網路與相關的數位科技，對非藍領的創意階段工作者，同樣具有這樣的效果。漫畫製作的數位化，可以視為創意階段工作的「標準化」。對於資本家來說，過去文化產製過程中的創意階段，由於充滿了勞動者個別的「實質勞動」(concrete labor)、難以轉化成可以簡單量化的「抽象勞動」(abstract labour)，所以必須賦予勞工一定的自主權，而較難從中剝削勞動的剩餘價值(Ryan, 1991)。如今數位科技使得漫畫創作有了更為統一的製作技術，漫畫家的實質勞動能夠較容易地轉化成簡單的抽象勞動，也就能夠進一步加強對剩餘價值的剝削，創造更多的利潤。由於創意階段的勞動強度透過數位科技被增強，同時也被量化，所以創意階段的工作者必須負責更多的工作，包括過去屬於複製階段的事務。

具體來說，漫畫家以電腦創作之後，出版社就可以節省下不少「後製」工作的成本。以目前的狀況而言，過去漫畫家交稿之後，出版社必須負責填入文字及美編工作。而在數位化之後，漫畫家的完稿就已經包含了這些工作，出版社也就省下了這筆成本。這在一方面來看，是漫畫家可以更大程度地掌控他自己的作品¹⁶；但從另一個角度來看，則是漫畫家必須負責更多的工作。由於漫畫家在創意階段已經完成

¹⁶ 受訪者 2 表示，「[過去]你有時候會不喜歡編輯選定的字型或效果。...現在你可以自己控制字型與文字效果...但是另一方面，你的確要花比較多時間在這上面」。

了部分複製階段的工作，因此出版社可以減少部分打字員以及編輯的工作，也就降低了一些人事成本。未來如果網路漫畫市場能夠成形，目前後製階段包括印刷部分的工作將被取代；漫畫家因此可能必須負責有關檔案與網路等軟體格式相容等工作，而增加許多過去並非「創作」的勞動量。

2. 內容的影響

在數位技術的標準化影響下，漫畫家不僅僅負擔了部分過去屬於文化產製「複製階段」的工作，同時也影響了漫畫產品的「規格」。為了在網路上呈現作品，漫畫家在創作時會以網頁規格為考量。例如 Conley 就表示，他的作品大小與型式，會以網站與電子商務的需求為基本考量；其四格漫畫的寬度，就會設計與網路廣告 banner 的大小相符；盡量使用彩色，以吸引網路使用者；也會採用比較流行的檔案格式、檔案也不宜太大等等(Dean, 2001)。台灣的漫畫家在創作網路漫畫時，也會有類似的考量。由於網路傳輸速度的限制，網路漫畫通常以單格與四格的型式為主，較少見長篇故事。其次，網路漫畫也多半是彩色的，因為漫畫家認為網路使用者已經習慣點閱彩色的內容(受訪者 3；4)。

由於網路特性、及隨之而來的引進數位科技的技術轉變，漫畫家創作的方向也會受到影響。首先，近期興起的 flash 動畫軟體，吸引了許多漫畫家轉而投入電腦動畫的創作。過去，動畫的製作相當複雜、必須耗費龐大成本，因此仰賴公司企業的奧援、個人創作者難以獨力完成。但在 flash 技術出現之後，其成本相對低廉，使得個人得以自行製作網路動畫短片。另外一般漫畫家也發現 flash 要學習上手並不困難，通常只要約一星期的時間即可。因此，許多漫畫家開始轉而創作動畫(受訪者 4)。而且漫畫家在繪製漫畫時，也會考慮未來是否能夠將這些作品轉化成 flash 動畫，而對其創作方向產生影響(受訪者 3)。

除了技術之外，網路媒體使用者的特質，也會影響漫畫家的創作方向與畫風考量。由於網路使用者一般集中在年輕族群，如學生與青壯年上班族，跟平面印刷市場的漫畫書讀者集中在中小學生不同。因此漫畫家在創作網路漫畫時，也會有不同的考量。一般來說，政論諷刺、幽默笑話、以及都會男女的愛情小品等種類在網路上較受歡迎；而嚴肅的素材或者悲劇等故事，則比較不受網路使用者青睞(受訪者 1；3)。而對於平面的漫畫書市場來說，政論漫畫與愛情故事，反而不是市場主流，因為無法受到兒童的喜愛。而且政論漫畫由於時效性的關係，得以在立即性的網路上快速流通，而較難在生產過程冗長的印刷市場成為主要類型(受訪者 3)。

3. 產業預備軍的形成

在達康泡沫化之前，台灣主要的入口網站如雅虎奇摩與蕃薯藤等，不但提供免費的網路空間給漫畫創作者，而且還有部分漫畫家可以拿到些微的稿酬。但是在網路景氣下滑之後，絕大部分的漫畫家在網路上的創作，都成了「免費勞動」(unpaid labor)。而且部分的入口網站還要求漫畫家必須簽訂合約，承諾按時更新其網頁內容，否則便收回所提供的空間(受訪者 4)。在這種缺乏實質經濟回饋的情況下，網路漫畫家的處境成了「只有義務、不享權利」。但是因為有像 River 這樣從網路起家的少數成功例子，因此許多新人願意無償地繼續在網路上創作。受訪者 3 清楚地解釋了這些新人的焦慮：

我剛進入這一行時，也都不在乎錢的問題，只要求有曝光的機會。所以我可以完全理解這些新人的考慮。因為入口網站的使用者非常多，新人當然願意犧牲一些權益，好爭取在這些地方曝光的機會。 [這些新人希望]有些出版商或廣告商也許會喜歡我在網路上的作品，因此獲得其他的工作機會。然後就可以從這些地方要回來[過去的犧牲]。

不僅新人如此，網路業者對於知名漫畫家的作品，通常也不提供酬勞。受訪者 2 曾經與中華電信 Hinet 及東森洽談合作事宜，但兩家業者都不願意給付稿費。相反地，他們都認為在這樣的合作案當中，是漫畫家獲得了發表機會、佔了便宜。雖然這些業者其實是透過漫畫家提供的內容，得以向廣告商或使用者收費。因此漫畫家在這樣的關係中，一直處於劣勢的地位。受訪者 1 抱怨入口網站往往只考慮網頁的 page-view，而忽略創作者的需求，例如一定的軟體技術學習等。

網路提供漫畫工業一個產業預備軍的形成場域，因為無論是網路業者還是出版社，都沒有花費太大成本在網路漫畫之上。同時，能夠在網路上揚名立萬，也代表了一定的市場利基。因此出版社與這些網路新人簽約，也減少了相當程度的行銷成本、並且降低投資風險。而新人之所以願意接受這樣的剝削關係，著眼點即在於網路可以為他們累積「技術、聲望」資產。網路所構成的產業預備軍，可以有效拉低業者的薪資成本，並且提供新的流行產品類型。

陸、結論

透過對台灣漫畫家的個案研究，本文檢視了九十年代中期以來網路與數位科技對於文化工作者之勞動過程的影響。作為文化工業中的勞工，台灣漫畫家的勞動條件並不

理想。他們缺乏工作機會，沒有社會保險，欠缺工作訓練，同時也缺乏必要的行政與助理支援。在這樣的環境下，漫畫家的收入並不理想，而且還得面對工時不穩定、有時得超時工作或趕稿的壓力。

網路等新科技的出現，為改善台灣漫畫家的勞動條件帶來一線希望。總結來說，網路的「增權」作用，主要圍繞著其接近成本相對低廉的特性、使漫畫家得以成為「出版個體戶」(self-publishers)的功能之上。網路使用逐漸普及，意味著網路漫畫的潛在讀者數量愈來愈大。因此雖然網路帶來的收益並不足以養活職業漫畫家，但是卻可以為這些創作者帶來一些工作機會，以及累積其知名度、也就是文化工作者最重要的「技術\聲望」資產。但是另一方面，網路則在為新人漫畫家創造許多相對低成本的發表空間的同時，也為漫畫工業創造為數眾多的產業預備軍，進一步降低了出版商的成本支出。同時網路與相伴的數位科技，也轉化了漫畫家的技術，進而影響了其創作的型式與內容取向；而漫畫家所需的部分傳統技巧，也在這樣的過程中流失。

文化工作者仰賴作品「靈光」與個人知名度的特性，使得網路似乎成為少部分漫畫家成名的另一條捷徑。但是，資本家依然掌握著廣義生產工具—包括生產與流通—的控制權。同時科技以外的其他因素，包括本土市場的景氣與進口漫畫的宰制，也一直對漫畫家的勞動條件有著直接的影響。這使得網路在漫畫家勞動過程改變中的角色，隨著勞資關係與市場變化而擺盪猶疑，往往視不同勞動者的使用而定。

參考書目

- Alplus (2002)。 火之七日間—台灣篇 。 傻呼嚕同盟編，《動漫 2000》。台北：傻呼嚕同盟。
- Jo-Jo (2000)。 世紀末台灣動漫畫環境大體檢：漫畫出版業界之章 。 傻呼嚕同盟編，《動漫 2000》。台北：傻呼嚕同盟。
- Marx, K. (1867). Capital. 中共中央馬克思、恩格斯、列寧、斯大林著作編譯局譯(1991), 《資本論第一卷》，第一版第六刷。。北京：人民。
- 古采豔(1998)。《台灣漫畫工業產製之研究：一個政治經濟觀點》。國立中正大學電傳所碩士論文。
- 李衣雲(1996)。《斷裂與再生：對台灣漫畫生產的初探》。國立台灣大學社會所碩士論文。
- 賴有賢(2001, Jan. 12)。 漫畫 e 化、未來化、全球化 [Online]。 Available:

- <http://www.maxcomic.com.tw/>.
- 洪德麟(1994)。《台灣漫畫四十年初探》。台北：時報。
- 洪德麟(2000)。圖像世紀前台灣漫畫史的回顧與展望。在林泊佑(編),《台灣漫畫史特展》,頁 20-33。台北：國立歷史博物館。
- 修淑芬(2001, Nov. 6)。冷鋒過處 漫畫業績狂落 6 成。《中時晚報》[Online], Available: <http://www.chinatimes.com/>.
- 黃雅芳(1998)。《台灣漫畫文化工業初探》。國立台灣師大社教所碩士論文。
- 陳仲偉(2002)。網際網路與動漫社群的再現：網際網路是否帶來動漫畫社群新的可能性？。《當代》, 181：34-59。
- 陳芝宇(2002年3月15日)。線上漫畫 e 路發。《聯合報》(缺版面)。
- 蕭湘文(2002)。《漫畫研究：傳播觀點的檢視》。台北：五南。
- Benjamin, W. (1969). The work of art in the age of mechanical reproduction. In H. Arendt (Ed.), *Illuminations*, (pp. 217-251). (H. Zohn, Trans.). New York: Schocken Books.
- Bottomore, T. (1983) (ed.). *A dictionary of Marxist thought*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Braverman, H. (1974). *Labor and monopoly capital: The degradation of work in the twentieth century*. New York: Monthly Review.
- Chanan, M. (1980). Labour power and aesthetic labour in film and television in Britain. *Media, Culture and Society*, 2, 117-137.
- Cornwell, S. (1979). The social and working conditions of artists. *International Labour Review*, 118 (5), 537-556.
- Dean, M. (2001). Steve Conley 's astounding cyberspace thrills. *The Comics Journal*, 232.
- Harvey, D. (2002). The art of rent: Globalization, monopoly and the commodification of culture. In L. Panitch & C. Leys (Eds.), *Socialist register 2002: A world of contradictions* (pp.93-110). London: Merlin.
- International Labour Organization (2002). *Social dialogue*. Retrieved August 1, 2002, from <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sectors/media.htm>.
- McCloud, S. (2000). *Reinventing comics: How imagination and technology are revolutionizing an art form*. New York: Perennial.
- Meiksins, Peter (1998). Work, new technology, and capitalism. In R. McChesney, E. Wood, J. Foster (Eds.), *The political economy of the global communication revolution*

- (pp.151-164). New York: Monthly Review Press.
- Miege, B. (1989). The capitalization of cultural production. New York: International General.
- Noon, M. (1993) Control, technology and the management offensive in newspapers. *New Technology, Work and Employment*, 8(2), 102-110.
- Poulantzas, N. (1975). *Classes in contemporary capitalism*. (D. Fernbach, Trans). London: NLB.
- Ryan, B. (1991). *Making capital from culture: The corporate form of capitalist cultural production*. Berlin; New York: de Gruyter.
- UNESCO (2001). Recommendation concerning the status of the artist [On-line]. Available: http://www.unesco.org/culture/laws/artist/html_eng/page2.shtml.
- Webster, F. & Robins, K. (1999). *Time of the Technoculture*. London; New York: Routledge.
- Wright, E. (1989). Rethinking, once again, the concept of class structure. In E. Wright (Ed.), *The debate on classes* (pp.269-348). London: Verso.
- Wright, E. (1985). *Classes*. London: Verso.

Technology and cultural workers: Influences of the Internet and Digital Technologies on Taiwanese cartoonists

Chang-de Liu*

ABSTRACT

Through a case study on Taiwanese cartoonists, this paper analyzes the influences of the Internet and digital technologies on cultural workers' labor process. Because the capitalist mode of production has dominated the cultural field, artists have become workers in the service workers in the service sector. First, this study provides an overview of the market structure of the comics industry and working conditions of cartoonists in Taiwan by reviewing related literature. Second, through interviews with cartoonists and analyses of secondary sources, this paper examines how the labor process of cartoonists is restructured by the Internet and other digital technologies, in terms of two opposite dimensions: "empowerment" and "deskilling" aspects. On the one hand, the relative low cost of accessing the Internet enables cartoonists to control, to a certain degree, the means of distribution. Cartoonists, thus, can enhance their commercial reputations and improve their power in bargaining with publishers. On the other hand, digitalization helps capitalists to reduce the amount of employers and to intensify the works of laborers. Meanwhile, the huge amount of "industrial reserve army" on the Internet also threatens the economic rights of cartoonists.

Keywords : Cultural workers, labor process, technology.

* chang-de Liu receives his ph.D.degree in Mass & Communication of temple Vniversity.

E-mail: chad liu@hotmail.com