

中華傳播學會 2011 年會「流行文化與娛樂科技、反思新聞置入性行銷」
2011 年 7 月 4-6 日，台灣新竹，國立交通大學

文化霸權之偽善抗衡 ——馬來西亞《星洲日報》的「道德—文化」行銷策略批判（1988-2010）

莊迪澎

摘要

本文從「文化霸權」理論著手，論述作為公共論域的媒體具有為統治階級建構文化霸權和反霸權的雙重性格，並分析馬來西亞《星洲日報》於 1987—2010 年間訴諸「正義至上」和「文化中國」論述的「道德—文化」行銷策略、指出 1987 年的一場肅清異議分子的大逮捕行動與《星洲日報》壯大的關聯，並梳理報社如何巧妙地將這兩個廣告創意人之作結合於多元種族的政治與社會脈絡，營造支持《星洲日報》之道德合法性，進而成功動員讀者對它的大力支持，崛起成為銷量第一的中文報紙。本文亦批判分析「正義至上」和「文化中國」都含有「虛構」與「巧合」的成份，卻因歷史的偶然因素而「建構」成儼然為真的印象。同時，它們也充滿矛盾與張力。儘管如此，「正義至上」與「文化中國」的行銷手段造就了一個壟斷的報業集團，與此同時又發揮維繫國陣種族政治文化霸權的作用。

關鍵字：文化中國、文化霸權、正義至上、星洲日報。

文化霸權之偽善抗衡 ——馬來西亞《星洲日報》「道德—文化」行銷策略批判（1988-2010）

莊迪澎

壹、緒論

馬來西亞是個種族威權國家，報業受到國家機關與嚴刑峻法管制，無法仿效民主社會之同業藉由調查性報導（investigative reporting）確立報紙權威性。身處於回教是官方宗教、七成人口是回教徒的國家，報社亦無法以色腥膻內容突圍。至於報紙之訂價，報社之間已經達成維持相同訂價之共識，雖然偶有訂報優惠之競爭，但不至於形成激烈的削價戰。由於不易採取上述常規性商業手段，在華人人口只有 650 萬（而且有大約兩成不諳中文）的小規模市場裏，中文報紙要在競爭中突圍而出，得採取一種營造某種高於同業之道德形象與姿態的「道德—文化」行銷策略，既讓消費者（讀者）產生「共感共應」之成效，又賦予其營造之道德形象以合法性。

本文探討創刊已 82 年的馬來西亞中文報紙《星洲日報》在 1987 年經歷遭債權人接管、被政府吊銷出版准證之後，如何藉由「道德—文化」行銷策略，超越數十年宿敵《南洋商報》，更於 2001 年將之兼併，崛起成為規模最大的中文報業集團。所謂「道德—文化」行銷策略，意指為自身建立一種崇高的、且與華人安身立命息息相關之道德形象，藉由這種形象營造支持《星洲日報》之道德合法性，成為動員消費人（讀者）購買這份報紙之驅力。

《星洲日報》之「道德—文化」行銷策略分為兩個階段：

（一）1988 年至 2001 年：在 1987 年 10 月受政治動亂波及，遭政府吊銷出版准證而停刊，1988 年 4 月 8 日復刊後，以「正義至上」作為企業標語（後來加入下半句「情在人間」），利用（若非剝削）它作為「受難者」的經歷標榜「敢怒敢言的華人喉舌」之道德形象。

（二）2001 年至 2010 年：業主張曉卿在 2001 年與執政黨攜手，借助國家機關之力強行收購財力比他雄厚的金融業大亨郭令燦控制、旗下出版《南洋商報》及《中國報》等報刊的南洋報業控股，招致知識份子和華人社團強烈反彈，號召「反收購運動」。備受批評的張曉卿訴諸「用中華文化壟斷報業」、對抗西方媒體、發揚中華文化等標榜「文化中國」的論述回應，試圖合理化他在收購行動中之角色。自此之後，「文化中國」論述儼然《星洲日報》的「主旋律」。

訴諸「正義至上」和「文化中國」論述的「道德—文化」行銷策略，乃是巧妙地利用了種族政治的社會現狀，將其與華人之命運和前途捆綁在一塊，不僅暗示一種《星洲日報》之興亡就是華人社會之興亡的關係，也再現某種程度的種族對立關係——民間的華人抗衡執政的馬來人。這種對立關係使到作為一種公共論域的《星洲日報》仿佛具備挑戰執政黨文化霸權的可能性，但放在多元族群社會脈絡中嚴格檢驗，「正義至上」和「文化中國」論述不僅存在著無法化解的內在矛盾與張力，而且看似「反霸權」的論述實際上卻是強化執政黨的文化霸權。

貳、文化霸權：正反勢力之角力

一、文化霸權與公共論域

在意大利哲學家葛蘭西（Antonio Gramsci）的《獄中札記》（Prison Notebooks）裏，「文化霸權」（Hegemony）概念是所有統治階級成功和生存的基礎，一個社會階級的霸權地位表現在兩方面，其一為「宰制」（domination），它往往會加以「清除」甚至以武力去制服的敵對集團，其二為對同類和同盟的集團施以「知識與道德的領導權」（moral and intellectual leadership）（Gramsci, 1971: 57-58）。「領導權」是建立在被統治者對國家產生「積極同意」（active consent），才算建立了擴張性文化霸權（Expansive Hegemony）；喪失這種同意，意味著被統治者脫離了傳統意識形態，不再相信以往所相信的東西，統治階級就不再領導，只是行使高壓武力去宰制。

所謂「同意」，意指一種必須加以經營的「有組織的同意」（organised consent）（同上引：259）；因此，文化霸權的關係必然是一種調教（pedagogic）關係，國家必須同時執行調教的職能，用這種同意的精神去「調教」公民（Mouffe, 1981: 230-231; Gramsci, 1971: 259）。Miliband（1973: 163-164）認為這種調教是通過許多中介機構進行的「大規模的教化過程」（a process of massive indoctrination），而且是「一種持久而不斷滲透的努力」。學校是執行「調教」工作的最重要部門，但還有其他不同的「霸權工具」如教會、**媒體**，甚至建築式樣和街道的名稱，都能使統治階級不只是證明且維持其宰制（dominance）（Mouffe, 1981: 227）。

在奉行議會制度的國家，文化霸權的特點在於將武力和民意結合起來，調解著武力與民意的平衡，並且竭力做到使武力的運用看起來應得到大多數意見的支持，並由所謂公共輿論機關——報紙、協會等——來表達（Joll, 1983: 99）。由此可見，媒體是建構文化霸權的重要場域，尤其是民選議會制度國家，由於選民經由媒體認識參選政黨和候選人，因而媒體與輿論對於政權的取得與維持能產生相當重要的作用。

從文化霸權理論觀之，媒體就是權力精英重要的統治工具，但若從哈伯瑪斯的「公共論域」概念出發，媒體卻又可以成為挑戰統治階級的重要場域。哈伯瑪斯所謂的政治公共論域是從文學公共論域中產生出來，它以公共輿論為媒介對國家和社會的需求加以調節（哈貝馬斯，1999: 35）；有關一般利益問題的批判性公共討論在此得到建制化的保障，形成所謂的「輿論」，以監督國家權力，影響國家的公共決策（曾慶豹，1998: 52）。

公共論域在兩方面體現其「公共性」：一是批判功能，指資產階級因關心攸關自己商業利益和權利的公共機公開的議題，站在理性的立場辯解對公共生活權力的合理對待，與之對抗的即是國家的統治權力；二是言說論辯，指語言不受到公共權威的干擾，把言論的發言交付公眾去處理，例如出版、結社、聚會等（同上引：65-66）。甚至，公共論域這一範疇的發展是建制化與社會變遷的重大動力，它一部份是針對專制統治權力做抵抗，一部份是以理性和批判進行世界觀的自我改造運動（同上引：60）。

文化霸權理論與公共論域概念，對於媒體政治功能的看法似乎對立，但其實不然。文化霸權之建構並非一蹴而成且一勞永逸，而是得持續地建構與經營，不是無法被瓦解的；因此，葛蘭西又從反抗者角度思考，提出「陣地戰」的概念作為一種反抗策略。反抗者應展開長期的「陣地戰」，與社會上的許多集團合作並逐漸促使其意識形態的轉化，從而以本身建構的文化霸權取代舊的文化霸權。作為「公共論域」的大眾媒體就是權力角逐者務必要爭奪的其中一個重要陣地。

儘管媒體受制於統治階級制訂的嚴刑峻法，這並不表示文化霸權階級的大規模教化非得在極權主義的條件下才能進行，它所需的只是不相等的意識形態競爭，即讓某一方有壓倒性的優勢去克制另一方（Miliband, 1973: 164）。易言之，文化霸權階級所做的是削弱媒體的自主性，而不是完全剝奪其自主性。因此，雖然統治階級藉立法約束媒體，但卻也讓媒體繼續維持私人所有（private owned），使媒體處於一種相對自主性的局面（Hartley, 1982: 55），但這不意味著統治階級完全不干預，而是行使所有權控制手段使一些人得以接近使用或經營媒體，另一些人則無法如此。

在馬來西亞這種威權國度，統治集團掌握了佔據媒體這個陣地的優勢，在下一節關於馬來西亞中文媒體的文化霸權／反霸權的雙重性格的討論，恰恰印證了前述這種削弱媒體的自主性卻又不完全剝奪其自主性的手段，以利展開大規模的調教與教化工程。

二、華人社會、中文媒體與霸權爭戰

馬來（西）亞自 1957 年獨立後，由馬來人政黨巫統（United Malays National Organizations, UMNO）主導的 13 黨執政聯盟「國民陣線」（Barisan Nasional，簡稱「國陣」）持續推動以馬來人為主的國族營造（nation-making）議程，著眼於建構民族國家（nation-state），例如教育政策的最終目標是集中各族兒童於以馬來文為媒介語的全國性教育制度中，以及在 1982 年頒佈以馬來人文化和回教為核心的「國家文化政策」。

這種「一種語言、一種文化」的政策迄今都未能同化華人，反而引起反彈，更促成華人社會在國家機關之外自成一個由華人社團、華文學校及華文報業構成的鬆散的治理系統，通過創辦和經營華文中小學及推廣各類文化活動抗衡國家的單元化政策抗衡；其中，推動華文教育事業的華人民間組織「馬來西亞華校董事聯合會總會」（董總）與「馬來西亞華校教師會總會」（教總），華人社會不但習慣以「董教總」合稱之，甚至喻之為「民間教育部」。教育學者陳綠漪認為，華人維護華文教育，對政府控制華文教育所作出的反應和鬥爭，是因為有相當大批的華人視華文教育為保持華人文化認同的根本，而作為華文教育運動（華教運動）推動者的董教總，扮演的是抗衡國家文化霸權的角色（房怡諒，2009: 13；安煥然，2010）。

華人社團、華文學校及華文報業彼此依賴，也相互影響，曾任《南洋商報》總編輯的鐘啟章就說：「華文報跟華文教育畢竟是唇齒相依的，息息相關的。如果華文報不去維護華文教育，那也就沒有其他機構可以來維護，對華文報來說是責無旁貸的」（轉引自黃招勤，2004: 87）。因此，就華文教育運動是「反霸權」運動這個意義而言，中文報業必然也具備「反霸權」的性格，儘管它們在不同時期都遭到統治階級不同程度的收編。

然而，馬來西亞迄今尚無關於中文報業與文化霸權的專著。由於馬來西亞國立大學傳播院系的華人學者很少，而且未必有能力讀、寫中文，對中文媒體興趣缺缺，關於中文媒體的學術著述本來就鳳毛麟角。早期的報人大多未經嚴謹的學術訓練，只能憑職場經驗談論一些微觀現象、個人經驗雜談，或是整理史料，缺乏嚴謹的學理分析。雖然有主要來自中國的作者所著的文獻，例如程曼麗（2001）的《海外華文傳媒研究》、（新加坡）崔貴強（2002）的《東南亞華文日報現狀之研究》、彭偉步（2005）的《東南亞華文報紙研究》、趙振祥編（2007）的《東南亞華文傳媒研究》及彭偉步（2008）的《星洲日報研究》，但這些著作大多為以編年史方式陳述報業和報社的演變，對於中文報紙在馬來西亞之處境、定位與角色等方面的論述，不乏與實

際政經脈絡脫節而流於一廂情願的想像。其中彭偉步（2008）的《星洲日報研究》，除了前述缺失之外，還儼然一本對《星洲日報》業主和高層主管歌功頌德之作。

不過，隨著研究所階段的教育日益普及，中文媒體著述稀缺的情況稍有改善，無論是專書、學位論文、期刊論文或是相對嚴謹的媒體評論文章都相繼出現。以中文寫作，但不局限於剖析中文媒體的著述，有莊迪澎（2004）的《強勢首相 vs 弱勢媒體——給馬哈迪的媒體操控算帳》，以政治經濟學途徑耙梳和批判馬哈迪任內如何採取立法與所有權控制的手段，完善執政黨對傳統媒體的宰製與操控。這本著作的重要性在於把媒體視為民主化的制衡機制之一，而不僅僅是特定族群的喉舌而已，由此反思中文媒體在傳統上自我定位為華社喉舌和傳揚華人文化的不足與限制（傅向紅，2008：121）。

傅向紅（2005）的《馬來西亞第十一屆選舉報章新聞分析——從平衡報導原則與把關人理論看七報選舉新聞與報社專業》，以平衡報導原則測量七家各語文報章在2004年大選時的新聞報導的「偏頗程度」，實證研究結果顯示七家報社一致地給予執政黨更多曝光機會，不同語文源流的報紙偏頗指數有差異，但同語文源流報社的偏頗指數卻非常接近。

至於剖析中文報業的著述，有莊迪澎（2003）的另一篇論文《華人社會、中文報業與新聞自由運動——兼論華社對中文報業的「文化事業情結」》。本文不僅論證「新聞自由」始終不是華社關心的主要政治議題，還批判了華人社會對中文報業懷有「自家人情結」與「文化事業情結」，對中文報業總是「愛護有加、批評不足」，而且一如擔心華文學校存亡般，不容中文報紙少一份，把中文報業的存亡視為比新聞自由更為重要的事情。

與本文稍有關聯的文獻，是 Chang（2002）以馬來文撰寫的碩士論文《大眾媒體與國陣文化霸權：主流媒體在 1997 年馬來西亞金融風暴之角色研究》，剖析英文《新海峽時報》、馬來文《馬來西亞前鋒報》及中文《星洲日報》對 1997 年金融風暴的新聞報導如何建構國陣的文化霸權，認為以國陣為代表的統治階級扮演了葛蘭西所謂的「知識份子」的角色，成為文化霸權建構過程中的生產中心，生產、建構及傳播用來在被統治者當中打造「積極同意」的意識。同時，統治階級又宰制了阿圖舍所說的「壓制的國家機器」（Repressive State Apparatus）和「意識形態國家機器」（Ideological State Apparatus），一方面從法規管制和所有權管制雙管齊下限制媒體的自主性，另一方面又使媒體亦臣服於宰制的意識形態（dominant ideology），進而得以動員這些媒體執行大規模的調教與教化工程，又阻遏「反霸權」（counter-hegemony）之浮現與盛行。至此，即使遭逢 1997 年亞洲金融危機，統治階級的地位仍然穩固。

Chang 的研究範圍限於國陣的文化霸權建構，未剖析傳統媒體或新興網路媒體是否存在「反霸權」活動。馬來西亞的「反霸權」可說不曾缺席，例如馬哈迪時代的媒體操控雖然相當成功，但是早期有以大學教授為主的《激流月刊》（Aliran Monthly）和在野黨黨報的意識形態競逐（雖然小巫見大巫），後期的「烈火莫熄」（Reformasi）改革運動則適逢網際網路引入東南亞而催生網路媒體並激化「反霸權」的活躍程度與力度，這也是執政黨在 2008 年全國大選遭逢重挫的原因之一。

本文從「文化霸權」理論著手，論述作為公共論域的媒體具有為統治階級建構文化霸權和反霸權的雙重性格，並以《星洲日報》於 1987—2010 年間訴諸「正義至上」和「文化中國」論述的「道德—文化」行銷策略為個案，剖析 1987 年的一場肅清異議分子的大逮捕行動與《星洲日報》壯大的關聯，指出該報社如何巧妙地將廣告創意人之作結合於多元種族的政治與社會脈絡，營造支持《星洲日報》之道德合法性，進而成功動員讀者對它的大力支持，崛起成為銷量第一的中文報紙。

本文亦批判分析「正義至上」和「文化中國」都含有「虛構」與「巧合」的成份，卻因歷史的偶然因素而「建構」成儼然為真的印象。同時，它們也充滿矛盾與張力。儘管如此，「正義至上」與「文化中國」的行銷手段造就了一個壟斷的報業集團，與此同時又發揮維繫國陣種族政治文化霸權的作用。

叁、中文媒體的文化霸權／反霸權雙重性格

在 2008 年全國大選之前，國陣皆壟斷國會超過三分之二多數席次優勢。雖然人們普遍上將國陣長期執政歸因於選區劃分沒有體現票票等值原則，但是為何選民卻少有大幅度轉向，使不公平的選舉制度發生既能載舟，亦能覆舟的效果？馬哈迪執政期間（1981-2003），歷經五屆大選，雖然曾遭逢兩次慘烈黨爭（1987 年及 1998 年）而使執政黨分裂，壯大在野黨，但國陣的政權始終穩如泰山。

馬哈迪執政期間的一種普遍看法，認為執政黨勝選的四大要素是四個 M（4Ms）：Mahathir（馬哈迪的魅力）、Money（金錢賄選）、Machinery（黨政競選機器）及 Media（操控媒體）（例如 Gomez, 2002: 107; Hwang, 2003: 259）¹，可見媒體對於維繫國陣政權發揮舉足輕重的作用，但其發揮之作用不只是在短短不及十天的競選期內，更多的可能是長期發揮葛蘭西所謂的「調教」作用，進而為國陣建構有利其長治久安的文化霸權。

傳統媒體之所以成為執政黨的夥伴，其一原因是嚴厲的媒體法規賦予政府掌握報社存亡的生殺大權，例如《1984 年印刷機與出版法令》規定，報社必須每年重新申請出版准證，內政部長則全權決定是否批准出版，並可隨時撤銷或凍結出版准證，法院不可置喙。這類媒體法規甚至還發揮了意識形態作用，藉由法律文獻來詮釋何為「正統」（orthodox），何為「異端」（deviance），能使立法行動得到完美的辯解，也保障法律的合法性免遭媒體及壓力團體強烈挑戰。此外，它們也徹底改變媒體業的擁有權結構（莊迪澎，2004：69-71）。

另一方面，由於執政黨掌握決定誰能經營媒體的絕對權力，傳統媒體的所有權幾乎全由執政黨控制，或由與執政黨關係密切的大亨控制。以馬來西亞規模最大的中文報業集團「世界華文媒體集團」為例，掌舵人張曉卿曾任國陣砂拉越州成員黨人聯黨副主席及總財政、擔任兩屆上議員，其弟張泰卿也是人聯黨中委，在 1995 年、1999 年、2004 年及 2008 年四屆大選中當選國會議員。在馬來西亞，伐木是特許行業，張曉卿家族直接或間接控制砂拉越州 198 萬英畝的伐木權，能掌握如此龐大的伐木利益，其與執政黨的密切關係不言而喻。基於這層政經背景，就難以期待他控制的報紙會尖銳批評執政黨。

然而，馬來西亞報業的微妙之處在於它們不會表現得完全一言堂，在非關鍵時刻仍會發表一些批評的聲音，這主要是出自市場考量，畢竟有近半數選民投選在野黨。在這方面，中文報紙承受讀者的壓力可能要比其他同業大，畢竟它們的讀者幾乎都是華人，而種族政治環境造成華人讀者期待中文報章成為華人社會之喉舌，因而會評估哪一份報紙「比較敢講話」、比較能傳達華人的心聲。曾任南洋報業控股董事經理的資深報人黃超明敘述了中文報紙的市場考量及華人讀者對中文報紙的政治要求：「我們的目標是維護華人的利益，華人社會也會支持我們，這樣我們就會有報份……如果

¹ 有些作者則說三個 M（3Ms），不含馬哈迪（Mahathir）這個 M，例如 Mauzy（2006）、Lim（1991）。馬哈迪引退後，肯定就只有三個 M 了。諷刺的是，由於他在 2006 年以後一再高分貝批評其繼任者阿都拉巴達威（Abdullah Badawi），這個 M 反而成了執政黨在 2008 年大選的票房毒藥。

你的編務方針不對的話，華人不會支持，再怎麼努力去做也很難，例如當初《通報》盡很大的努力，嘗試打開銷路，可是都沒有辦法」（轉引自黃招勤，2004：45）。

與此同時，由於中文報紙的影響力所及僅限於華人，在一般情況下不至於動搖政權，中文報紙因而享有比英文和馬來文同業稍大的報導與評論空間，執政黨則樂得以此作為粉飾新聞自由的民主櫥窗。² 中文報紙的微妙處境使它具備產生「反霸權」之可能性，但它始終受制於嚴厲的媒體法規，而且業主都是和執政黨關係密切、依賴國家機關汲取龐大商業利益的資本家，絕不會愚蠢地逾越界限。他們對政府和執政黨的批評往往不會碰觸最高層級領導人，而是止於公務員及權限較小或大勢已去的部長，所批評之事也不會動搖執政黨的權力基礎。

因此，值得進一步檢驗的是，中文報業可能具備雙重的文化霸權性格：一方面礙於主要讀者群（華人）對它作為「華人喉舌」的期待（這關乎報紙銷量），中文報業在某個程度上扮演抗衡（馬來人主導）的國家文化霸權，但另一方面卻繼續作為國陣建構文化霸權的調教與教化的工具，成為官方言說的喉舌，尤其是在執政黨面臨權威危機時維護執政黨。就後者而言，曾麗萍（2009：163-165）發現，在1998年攸關馬哈迪政治生命存亡的「烈火莫熄」改革運動爆發不久，《星洲日報》及《南洋商報》的社論和署名評論都唱和官方立場，否定這場群眾運動及為馬哈迪背書。

肆、茅草行動與「世界華文媒體集團」之崛起

馬來西亞是世界中文報業的發源地，自《察世俗每月統紀傳》在1815年創刊，中文報業經歷了將近兩百年光景，而孫中山於1910年在檳城創辦、今年慶祝創刊百年的《光華日報》是全球現存最古老的中文報紙。年資僅次於《光華日報》的中文報紙是1923年創刊的《南洋商報》及1929年創刊的《星洲日報》。

《星洲日報》乃由「萬金油大王」胡文虎在新加坡創辦，馬新分家後，馬來西亞政府在1970年代初啟動報業股權「馬來西亞化」（Malaysianization）作業，逐步把新加坡人控制的股權轉到馬來西亞人手上。1982年8月2日，胡文虎後人將由盛而衰的《星洲日報》轉售給馬來西亞華商林慶金，但僅僅五年之後《星洲日報》就在1987年9月3日遭債權人接管（古玉樑，2005：132-138）。

1987年，教育部堅持派遣不諳中文的教師到華文小學出任副校長等行政職位，華人社會因擔憂華文小學「變質」而極力反對。董總、教總、民主行動黨（在野黨）、馬華公會（執政黨）及民政黨（執政黨）等朝野黨團罕見地攜手，於1987年10月11日在吉隆坡天後宮舉行抗議大會，巫統青年團在10月17日舉行另一場大集會反擊，會場出現許多排華布條，包括書寫「以華人的血清洗克利斯劍」，瀰漫著劍拔弩張的氣氛。後來，吉隆坡市區發生一宗軍人（馬來人）向行人開槍，造成一死（馬來人）二傷（華人）事件，更引發對發生種族衝突的恐慌。至此，馬哈迪政府在10月26日援引《1960年內部安全法令》發動代號為「茅草行動」（Operasi Lalang）的大逮捕行動，扣留106人及吊銷英文《星報》（The Star）、中文《星洲日報》及馬來文《祖國報》（Watan）的出版准證。

《星洲日報》先遭債權人接管，後遭政府查禁，堪稱屋漏偏逢連夜雨，但後來的際遇反而說明它因禍得福。自1970年代開始，《南洋商報》的銷量一直與《星洲日

² 《星洲日報》前執行總編輯廖慶曾也坦承道：「英、馬來文報紙言論影響馬來政黨的選票，只要英、馬來文報紙依據政府意旨行事即可保住政權。讓華文報刊登更多反對黨新聞甚至批評政府施政的文章，在某種程度上成為政府粉飾新聞自由的民主櫥窗」（轉引自彭偉步，2008：250）。

報》保持著十比七的優勢（古玉樑，2006：74），但因找到買主張曉卿而在 1988 年 4 月 8 日復刊後，《星洲日報》卻宛如浴火鳳凰，每年的銷量均以大約 15% 的速度遞增，並於 1992 年首次超越《南洋商報》（彭偉步，2008：41），成為銷量第一的中文報紙。超越《南洋商報》之後，張曉卿不斷擴展媒體版圖，1993 年收購《光明日報》，以及在他有龐大伐木利益的巴布亞新磯內亞創辦英文報紙《國民報》（The National），兩年後又收購香港明報企業。2000 年，張曉卿將媒體版圖擴展到柬埔寨，創辦《柬埔寨星洲日報》。2006 年，張曉卿進軍印尼，收購有四十年歷史的華文《印度尼西亞日報》，並易名為《印尼星洲日報》。

張曉卿最具爭議性的兼併行動，是在 2001 年配合執政黨馬華公會，憑著首相馬哈迪支持而迫使金融業大亨郭令燦將當時規模最大的中文報業集團、《南洋商報》及《中國報》的業主——南洋報業控股——脫售給他們。張曉卿在華人社會的反對聲中否認參與收購行動，但往後幾年，馬華公會分批將手上股權讓渡給張曉卿，直到 2006 年張曉卿「正式」成為南洋報業的大股東。張曉卿後來將星洲媒體集團、南洋報業控股及香港明報企業合併成「世界華文媒體集團」（世華媒體集團），並於 2008 年 4 月 30 日在馬來西亞及香港同步上市。世華媒體集團在馬來西亞控制《星洲日報》等四家主要中文報章及 19 種雜誌，中文日報讀者群佔有率高達 93%（Media Chinese International Limited，2009：22）。

伍、從「正義至上」到「文化中國」

《星洲日報》在 1988 年復刊之後，訴諸一種緊扣當時政治經濟與文化脈絡的「道德—文化」行銷策略，為自身建立一種崇高的、與華人命運休戚與共、能讓消費者（讀者）易於產生「共感共應」成效的道德形象，再藉由這種形象營造支持《星洲日報》之道德合法性，成為動員消費人（讀者）購買這份報紙之驅力。

《星洲日報》之「道德—文化」行銷策略可以分為兩個階段：

一、正義至上（1988-2001）

特殊的族群政治模式與氛圍導致華人社會對待中文媒體有兩種根深柢固的情結，一是「自家人意識」，一是「文化事業情結」。「自家人意識」令華人社會把中文報業視如自己家族成員那樣，這種意識很容易萌生被他族迫害的心理，產生一種同仇敵愾的內聚力。當鎮壓媒體的事情發生在中文媒體業時，被他族迫害的心理狀態霎時浮現，原來是「國家機關 vs 公民社會」及「國家機關 vs 新聞自由」的衝突，竟然很「自然」地變成「馬來人政權 vs 華人」的衝突，急於要去捍衛它的心態也總是不經意地流露出來（莊迪澎，2007）。

兼任內政部長的馬哈迪於 1988 年 3 月在國會公佈「茅草行動」白皮書時，指責被令停刊的三家報紙「故意突出敏感課題」，「為個別族群利益鬥爭，而罔顧它對族群和諧、公共秩序及國家安全造成的後果」（莊迪澎，2004：66）。這個「罪名」陰差陽錯地為《星洲日報》停刊前的企業口號「華人的報紙」背書，「確認」了《星洲日報》是為華人權益鬥爭和犧牲的報紙；《星洲日報》也因勢利導，藉此為本身的企業形象「加持」。

1989 年 4 月 8 日，《星洲日報》復刊一周年時，以「正義至上」的口號自我標榜為一份為華人社會仗義執言的報紙，展開了歷時超過 20 年的企業形象工程。當天，《星洲日報》以封面、第二版及第三版全版六個大字「謝謝正義支持」感謝讀者與商業朋友對該報的支持（歐銀釧，2008：95），封面報頭《星洲日報》四字的右上角也

印上「正義至上」的四方形篆刻印記。位於繁忙交通圈旁的報社建築物，也以燈管招牌展示「正義至上，情在人間」四個大字。往後 20 多年來，《星洲日報》在各種場合皆經常性地重複「正義至上」的宣傳口號。³

除了這些廣告宣傳文案，《星洲日報》提到停刊經歷時，都是以一種積極、正面的道德語言提出，既自詡為正義事業而成為犧牲者，又描述派報人和讀者的不離不棄是感念它們的正義感；例如 2008 年配合 85 周年報慶而出版《星洲日報——歷史寫在大馬的土地上》，前言寫道：「……更因**勇諫**政府對華文教育的不當政策，在 1988 年的「茅草行動」中遭到停刊的厄運……」（歐銀釧，2008：5。筆者加粗）。⁴ 集團總編輯蕭依釧於 2007 年在「世界華文傳媒論壇」上也向各國同業說道：

近半個世紀以來一直是《星洲日報》編輯部領航人的資深報人劉鑒銓，經常提醒同仁：「無論頭頂的壓力多重，維護華文是我們的最後防線，絕不能退後半步。」**1987 年，《星洲日報》就是因為堅決維護華文教育而被禁止出版五個半月。**（蕭依釧，2007.08.20。筆者加粗。）

「正義至上」的另一種宣傳論述，是訴諸消極、悲情的，藉著發表資深職員、前職員、讀者追憶或敘述員工在停刊期間的刻難與堅持的小文章，以強化受難者形象。在它面對批評時，尤其頻密訴諸悲情論述，例如在 2001 年 6 月 5 日正值「反收購運動」高峰時期，發表署名「雪泥」的所謂前職員為該報辯護的文章，寫道：

《星洲日報》停刊的 5 個半月期間，好些記者、編輯人員和各部門的員工，都一致盼望有重見天日的一天，大家都緊守在各州、各區的辦事處，體現了為新聞自由、為言論自由而不懈持守的精神。**他們個個束緊腰帶，自己少吃以讓家中大小不會太餓。**（轉引自歐銀釧，2008：182。筆者加粗。）

2006 年，面臨後續的「反壟斷運動」的批評時，《星洲日報》發表該報高級廣告營業專員舒慶祥的文章《怎能如此對待〈星洲日報〉？》，寫道：

我瞭解了公司業務被外人接管的痛苦；一聲令下，出版准證被收回，我面對了生活斷炊，一時徬徨無措的窘境。……1988 年 4 月 8 日，星洲日報重生，員工上下一心，力爭上游，才打拚出今天的局面。（舒慶祥，2006.11.03）⁵

³ 即便到了 2004 年，《星洲日報》集團總編輯蕭依釧到電台宣傳公司上市，也不忘教條式地宣導「正義至上」。她於 2004 年 9 月 27 日在該報《溝通平台》欄發表短文《辦報理念不變》，自述上電台節目受訪時這麼說道：「這些年來，《星洲日報》和《光明日報》的發行量和讀者人數，都一直穩健地增長。這說明兩報的辦報理念和編務方針，受到社會和讀者的肯定和認同。不論有沒有上市，《星洲日報》都會堅持「正義至上，情在人間」的理念」（劉鑒銓編，2004：67）。

⁴ 類似例子比比皆是：該報首席執行員許春在 2009 年的一場 80 周年報慶宴會上致詞說：「1988 年，星洲日報更因在華文教育問題上**勇敢進諫**，而在政府的「茅草行動」中，遭到被迫停刊的厄運」（星洲日報，2009.09.23。筆者加粗）。又如該報柔佛州採訪主任林明華在 2008 年的一篇文章中寫道：「1988 年 4 月 8 日，被令停刊 5 個月 11 天的《星洲日報》復刊，這些派報朋友完全不顧另一報社『不准派回《星洲》，否則將受到對付』的警告，都義無反顧地把《星洲日報》派到她原有的讀者手中。今天回想起來，派報朋友當年的這種『義氣』，仍然讓我感動不已」（林明華，2008.07.18）。

⁵ 另有一例是柔佛州高級採訪主任林明華於 2004 年 5 月 10 日發表的《17 年前，17 年後》，寫道：「和同在報社工作的太太回到家，冷靜下來，思前想後，這才暗暗心慌。婚後 2 年才迎來第一個孩子（那時

與此同時，《星洲日報》業主張曉卿則不時在重大場合發表文辭雋永、大義凜然的演講或聲明，彰顯正義形象，例如 1998 年 5 月，遭 1997 年亞洲金融風暴波及的印尼發生嚴重排華暴動，將近兩個月後，張曉卿在《明報》發表一篇被形容為「充滿激情」的文告《印尼暴民排華事件的啟示和省思》，將這場悲劇評為對世界文明是一種公然挑戰和揶揄、對人類良知與正義的踐踏，並批評中國「眼看著出嫁的女兒因被搶奪和欺凌而伸出她們無助的雙手時」，「漠然關上家門」。張曉卿更表示：「我們即使無力阻止悲劇的發生，但是我們應該從理性的思判中挺身而出，替印尼華人說幾句公道話。」（鄭昭賢，2007.11.15）

停刊的經歷及後來的「正義至上」宣傳論述，激化了華人社會對《星洲日報》的同情和支持，令它在短短四年內首次超越宿敵《南洋商報》，崛起成為銷量第一的中文日報。根據馬來西亞發行審計機構（Audit Bureau of Circulations Malaysia）的銷售量統計數字，《星洲日報》在 1988 年 12 月的銷售量已突破 10 萬 3000 份，到了 1990 年 10 月 23 日，印刷量就突破 20 萬 3000 份（彭偉步，2008：45）。《星洲日報》一名深受高層寵愛和提攜的資深記者的一篇文章，印證該報深諳善用 1987 年的悲情爭取支持之道：

那年《星洲日報》剛從 1987 年茅草行動中慘遭封閉的厄運中重生，帶回來「十八年後又是一條好漢」的烈士形象。「正義至上」是該報重生以後的理念與口號，這口號喊起來只把華社聽得熱血沸騰，從此該報在民族的歷史和文化進程中真正舉起了自己的旗號；報章銷量激增之餘，《星洲日報》作為人民喉舌以及華族文化傳承者與發揚者的角色也獲得普遍的認同。（黎紫書，2004：7。筆者加粗。）

「正義至上」的凜然與悲情，何以如此輕易引起「共感共鳴」？把這個問題放在馬來西亞華人社會自 1970 年代遭逢的政治與經濟挫敗之脈絡中考察，就不難理解了。祝家華（1994：138-152）將 1960 年代稱為「鬥爭吶喊期」，是馬來西亞華人「民族先天困境的強化及政治反對的掀起」之時期，平權運動激烈；但是，1970 年代卻是華人在「後天困局的形成及經濟的衝擊中」苦尋出路不果的「彷徨苦悶期」，在政治上華裔原本高昂的鬥爭氣勢可說完全被 1969 年「五一三」種族衝突的陰影所消磨掉。1980 年代則是「尋路挫敗期」，華團再次積極於政治鬥爭，嘗試通過與華人為主的執政黨和在野黨「三結合」，凝聚政治力量以求突破困境，但最終還是變成幻影。

這種挫敗感甚至也在文藝圈裏瀰漫，文學評論家張光達如此描述文藝圈的氛圍：

即便詩人，無論是用詩來抒發悲憤的心情，或藉詩來一輪政治局勢的傾斜，詩人紛紛揚棄隱喻象徵的筆法，用一種明朗寫實的筆調，表達他們感時憂國的時代面貌……詩中表達了心中的複雜深刻感受，交織著悲憤、無奈、恐懼、失望、不滿、憂慮、苦悶等情緒。（張光達，2009：30）

諷刺的是，許多讀者也許並不知道，「正義至上」的口號乃《星洲日報》聘請廣告公司構思、設計的廣告宣傳與行銷方案。構思此廣告專案的創意總監在 12 年後出版

才 3 個多月大），以及動用了我們所有的積蓄才買下第一所房子（才剛剛開始供期）的喜悅，一下子化成了苦澀，心情掉下了谷底」（劉鑾銓編，2004：168）。

的著作揭糞了，「正義至上」口號不只意在利用 1987 年的遭遇爭取同情，也藉此打擊對手。這名廣告人追述道：

經過領導層與當時我擔任中文創意總監的廣告公司溝通之後，星洲日報果敢的打出「正義至上，義不容辭」的旗號，堂堂復刊。復刊號頭版，更史無前例的刊登了全版紅底墨字廣告，「謝謝大家正義支持」；接下來更在內頁刊登一系列以「正義至上，義不容辭」為主題的全版廣告，闡明星洲日報的辦報精神與理念。配合市場行銷的努力和編輯內容的加強，成功的塑造了「星洲日報，正義至上」這深入民心的形象，使星洲日報成為目前馬來西亞第一中文日報。

星洲日報復刊定位和廣宣賣點的成功，大大有賴於成功利用一個認知事實（Perceived Truth），即星洲日報被禁，是由於它敢怒敢言，尤其是敢為華社和華教仗義執言。而星洲日報在自我定位的同時，更為對手反定位：「我被禁，是因為敢於仗義執言；你們沒有被禁，不就證明了你們不敢仗義執言嗎？」在當時的環境和氣候，這個認知和定位，肯定為星洲日報爭取到很多同情、支持與認同。（游川，2000：145-146。筆者加粗。）⁶

二、「文化中國」（2001-2010）

若說「正義至上」是《星洲日報》復刊後開展的第一波「造神」工程，那麼在 1990 年代後期開始營造的「以中華文化壟斷報業」及「文化中國」的論述應可稱為第二波「造神」工程。2001 年，張曉卿回應參與收購南洋報業控股、試圖壟斷中文報業的批評時，祭出「以中華文化壟斷報業」這句話，堪稱以「文化中國」為想像的第二階段「道德—文化」行銷工程正式揭幕。然而，自「花蹤文學獎」於 1991 年創辦時祭出「海水到處有華人，華人到處有花蹤」這句標語開始，這個工程已經啟動了。

從「正義至上」過渡到「文化中國」，是因應時局變遷需要。馬哈迪在 1991 年提出「2020 年宏願」（Vision 2020）之後，華人被壓抑的經商機會突然大增，發展主義的政治基調令馬哈迪大幅度調整其民族主義主張。馬哈迪實行經濟、教育和文化的自由化政策，讓非土著享有更大的參與空間，最終讓政府有效地結合各族群的優勢，向國際競爭的方向前進。華巫關係進入史無前例的黃金期（何國忠，2007：177）。

在族群關係相對融洽的情境中，繼續硬銷（hard sell）「正義至上」顯然與主旋律格格不入。此時的《星洲日報》改以溫情、感性的文化手段為主，於是原來的「正義至上」口號加入一句「情在人間」。「情在人間」也是廣告創意人的產品，意在「利用現在大家更關心的民生與民瘼課題，來表現出星洲日報溫情與感性的一面」（游川，2000：155）。同一名廣告創意人陳述道：

⁶「對手」是指《南洋商報》。為《星洲日報》打造「敢為華社和華教仗義執言」的形象能為對手反定位，有一個游川沒有說明的背景，就是《南洋商報》在 1980 年代中期進行股權重組時，為了符合股權本土化政策，由政府的投資臂膀國企有限公司（Pernas）收購了 30% 的控制性股權，造成《南洋商報》不再是華人而是馬來人的報紙的印象。《南洋商報》業主南洋報業控股雖然在 1988 年上市，但大股東仍是馬來人企業家旺阿茲米（Wan Azmi Wan Hamzah），直到 2000 年才由華人大亨郭令燦控制的豐隆集團收購（莊迪澎，2002：175）。當《南洋商報》仍由馬來人企業家控制時，《星洲日報》趁機大作文章；資深報人葉觀仕曾敘述道：「……有一陣子《南洋商報》賣給馬來人，《星洲日報》就天天發傳單說，這個已經不是華人辦的報紙」（轉引自黃招勤，2004：45）。以當時族群關係相對緊張的社會背景，這對《南洋商報》是頗有殺傷力的。

在那「國泰民安，歌舞昇平」的太平盛世，人人都分享到經濟大蛋糕。大多數的華人都抱著「別晃這艘船」的心態，希望保持現狀就好，別再去搞什麼正義鬥爭了，免得闖出什麼亂子來，搞到大家沒口安樂飯好吃。因此，「正義至上，敢怒敢言」不只很難再引起共鳴，也給自己很大的壓力感與沉重感。

經過多番思考，我建議打出「星洲日報：正義至上，人間有情」的旗號（後來經過討論，改為「情在人間」），**利用現在大家更關心的民生與民瘼課題**，來表現出星洲日報溫情與感性的一面，並以這條「線」串聯主報的正義、副刊的活力與趣味，以及地方版的親民，全面呈現出星洲日報正義至上的理性與感性合一。星洲日報一系列的溫情活動如「飢餓 30」救助全球苦難兒童、「松鶴之夜」，以及「情義人間 70 年文藝大匯演」等，就是最有情有義的表現。（游川，2000：155-157。筆者加粗。）⁷

雖然一硬一軟，但前後一脈相承，林春美（2004）敏銳地察覺到「花蹤文學獎」的形象不僅源自於「茅草行動」，而且強化了華人經歷的這場血淚歷史：

從「星洲日報文學獎」到「花蹤文學獎」，格局一改而致宏闊，形象一轉而變崇高。它不再只是頂著一家報紙所賦予的榮光，而是一個民族的命脈之所繫、衆望之所歸。而這種格局的轉變之所以那麼「順利」，也與當時星洲日報的文化形象密切相關。**這個形象，誕生於 80 年代末馬來西亞語言（再度）政治化的一場事故。**

死後復活的烈士，帶著他為民族語言、教育及文化滴血奮戰的艱苦「履歷」，毅然舉辦一個「華人之所宗」的鉅金重獎，此舉自然深具感染力。而經過一段時日的意義開鑿與加碼，**星洲日報在頒獎禮前夕更是把花蹤獎座擺於華人在大馬血淚歷史長途某處**，使其里程碑之作用與企圖更加「立體」起來。……**花蹤「文學獎」不再是對文字競技結果的獎賞而已，它更是——而且首先是——民族道德的金身。**（筆者加粗。）

「文化中國」是因應 1990 年代「去政治化」的氛圍，也是因應中國改革開放成果彰顯，各國對其龐大市場趨之若鶩之國際新時局。馬哈迪僅在 1990 年代就訪問了中國四次，是最頻密訪華的首相，華人到中國投資不再是敏感的課題，商業或政治以外的往來，也越來越密切（何國忠，2007：181-182）。《星洲日報》的「道德—文化」行銷策略，到了 2001 年以後，重點幾乎是聚焦在中國，而不再是馬來西亞本土。

《星洲日報》較有系統且頻密地祭出張曉卿的「文化中國」（與華人民族主義）論述，應是 2001 年以後的事。2001 年「反收購運動」期間，張曉卿面對與執政黨暗渡陳倉併吞南洋報業控股的批評，他控制的香港《亞洲週刊》及《星洲日報》同時刊登一則問答式「專訪」文章幫他解套，「引述」張曉卿說了一段後來常被評論人引用來批評他的句子：

⁷ 《星洲日報》從來沒透露「正義至上，情在人間」乃廣告作品，反而時時以它儼然是該報特質之反映的姿態陳述這個口號，例如在配合 2008 年報慶的專書寫道：「……復刊時的口號是『正義至上』；在慶祝 70 周年時，大家重新檢討，認為這個口號太剛強，所以決定讓這份報紙剛柔並濟。『正義至上』是辦報的理念，可《星洲日報》同時也做很多愛心工作，遂在 1999 年正式把口號易為：『正義至上，情在人間』」（歐銀釧，2008：141-142）。

如果說我要壟斷華文報業，我最希望由優秀的中華文化來「壟斷」報業，全力維護華人應有的權益，喚醒東南亞的中華之魂。（丘啟楓，2001：53）⁸

在 2006 年「正式」兼併南洋報業控股時，張曉卿發表題為《收購南洋報業•建構中文媒體網絡》的聲明，再次以「發揚中華文化」和「維護華人權益」的論述合理化其兼併行動：

我們以行動來印證我們積極參與華文報業承擔發揚中華文化的意願；我們希望繼續壯大華文媒體事業，建構一個一華人為主的中文媒體網絡，全力維護華人讀者應有的權益，替他們立言請命，讓這個社群的聲音和觀點能夠傳播下去，從而贏得別人的注意和尊重。（張曉卿，2006.10.18）

宣揚中華文化、民族最後防線、思考中華文化前途、為華社請命、為華人發聲等言說，成了近十年來張曉卿在報慶、年宴及國際中文報業盛會場合上演講的陳腔濫調。⁹ 配合「文化中國」論述而展開的行動，是與 1998 年聲援印尼華人異曲同工的救援活動，例如 2005 年發起捐助中國山區和農村的貧困學生的「星洲日報讀者愛心助學計劃」¹⁰、2008 年發動讀者為中國四川汶川「5.12 地震」抗震救災捐款，捐贈總額超過八千萬人民幣（戰翠萍，2009.06.17）、動員馬來西亞華文教師到柬埔寨教學，等等。

「正義至上」與「文化中國」論述前呼後應，前者的基調是利用為「我們（華人）」講話而被「他們（馬來人）」關掉的悲情，後者則推銷夢想，讓華社編制「苦盡甘來」的美夢，憧憬隨著中國之崛起，「我們（華人）」終將出人頭地，強大起來。無論悲情，還是美夢，這套行銷策略賣的都是「自己人」的感情。

陸、討論與結語

回顧《星洲日報》從復刊到崛起成為中文報業巨無霸，訴諸於「正義至上」與「文化中國」的「道德—文化」行銷方案，委實是極為聰明的策略。無論是復刊初期的政治悲情，抑或後期的文化溫情，在當時的社會情境裏，都能讓支持《星洲日報》成為最政治正確的舉措。從「正義至上」到「文化中國」，都反映了《星洲日報》決策者審時度勢的能力，巧妙地將《星洲日報》的形象塑造工程結合於政治現狀與時局變遷，以達到事半功倍之效。若嚴格檢驗，作為一種宣傳與行銷手段，無論「正義至

⁸ 這篇題為《報人雄心烈，不懼流言急》的專訪稿，分別在《亞洲週刊》第 24 期（2001.06.11-17）發表及 2001 年 6 月 8 日的《星洲日報》轉載。

⁹ 例如：2009 年 10 月 16 日，張曉卿以世界中文報業協會會長的身份在中國重慶「世界中文報業協會第四十二屆年會」上致詞說「世界中文報業應抓住機遇，既喚起新的新聞激情，也促進中華文化的崛起和軟實力的提升」（張曉卿，2009.11.01）；2010 年 2 月 26 日，張曉卿在已被他兼併的南洋報業集團的新春團拜會上致詞時說「企業的結盟併購，尤其是報紙，絕不等同於壟斷。我沒有壟斷華文報紙的能力。我只有擔心文化的式微」（星洲日報，2010.02.26）等等，在《星洲日報》網站和《亞洲週刊》網站以「張曉卿」為關鍵字檢索，即可找到許多例子。

¹⁰ 至 2009 年初，受惠學生共有五萬人次。從 2007 年起，這項愛心助學計劃擴展至柬埔寨，助養近 300 名貧困學生（星洲日報，2009.01.15）。

上」或「文化中國」都含有「虛構」與「巧合」的成份，但卻經由歷史的一些偶然因素而「建構」成儼然為真的印象。同時，它們也充滿矛盾與張力。

一、「正義至上」的「虛構」與「巧合」

《星洲日報》在 1987 年背負「為個別族群利益鬥爭」的罪名而停刊，儼然印證它是最敢怒敢言的中文報紙，但實際情況不見得如此。黃國富（2002）以「華小高職事件」為個案研究馬來西亞華文報紙與族群認同建構的關係，發現中文報紙的社論（或社評）與評論都流露出強烈的族群意識，新聞的選擇與編排也明顯偏向華社；《南洋商報》的一篇社論甚至相當尖銳批評執政黨政要玩弄種族主義：

巫青團大會強詞奪理的把華小升職問題的本質加以歪曲，風馬牛不相及的硬扯為挑戰馬來人的尊嚴，把教育行政問題與少數社群的請願擴大渲染為種族問題，只能說是機會主義政客的一貫手段，不幸竟然有國家領袖級的政治人物涉及這種混水摸魚的事，誠然令人痛心之至。……國家領袖要培養泱泱氣度，應從少談「我們、你們」，多說「咱們」開始。（轉引自黃國富，2002：150）。

這個發現不難理解，畢竟華人期待中文報紙成為華人社會之喉舌，會傾向支持他們認為較能維護華人權益的中文報紙，而 1987 年「華小高職事件」攸關華文小學存亡，中文報紙若不密切跟進，猶如自尋死路。至於《星洲日報》為何成為清算對象，時任《星洲日報》業務總經理的古玉樑認為，原因可能包括：（一）當時《星洲日報》已因財務困境而被債權人銀行接管，政府認為對付經營欠佳的報館，可減少外面的指責；（二）當時以文教為主的《星洲日報》給人的印象是比較中立和敢怒敢言的報章，似乎在言論上敢替華社發言（黃凌風，2007.10.26）。

然而，另一個更關鍵的原因是，馬哈迪勒令報紙停刊是想「殺雞儆猴」，但不可能因此拿石頭砸自己的腳，讓國營企業和黨營企業蒙受巨大的經濟損失，所以三家被處罰的報社都不是國營企業和黨營企業。反之，停刊報紙的主要競爭對手卻恰恰是國營企業和黨營企業控制的媒體：《星洲日報》的主要對手《南洋商報》當時的大股東是法定機構——國家企業公司（Pernas），《星報》的主要對手《新海峽時報》，以及《祖國報》的主要對手《馬來西亞前鋒報》都是巫統的黨營企業。¹¹

2001 年 6 月 21 日是馬華公會召開特大議決收購南洋報業的前夕，馬哈迪在一場記者會上承認，他批准馬華公會收購南洋報業，並猛烈抨擊南洋報業旗下的《南洋商報》及《中國報》反政府，突出報道「極端」觀點，例如在 2000 年的一場州議席補選期間炒作《華團大選訴求》議題，煽動華人社會憎恨政府，造成執政黨候選人敗北

¹¹ 《星報》雖然是國陣成員黨馬華公會所控制，但是在「華小高職事件」中，馬華公會和華人社團及在野黨站在同一陣線，已激怒巫統；而且，《星報》當時的董事局主席是第一任首相東姑阿都拉曼（Tunku Abdul Rahman），他在巫統主席和首相任內，曾於 1960 年開除馬哈迪的黨籍，以及在 1970 年查禁馬哈迪的著作《馬來人之困境》（The Malay Dilemma）。東姑阿都拉曼自 1975 開始，每逢星期一都在《星報》寫專欄針砭時政，成為最受歡迎的專欄；在馬哈迪主政期間，他也尖銳批評馬哈迪的施政。《星報》在 1988 年復刊時，東姑阿都拉曼已辭去董事局主席的職務，其專欄亦告停止，估計是兼任內政部長的馬哈迪開出的復刊條件。1976 年創刊的《祖國報》，創辦人基爾佐哈里（Khair Johari，1923-2006）是東姑阿都拉曼密友、第一任教育部長、三朝政府元老及巫統元老。馬哈迪被前任首相欽點為接班人時，是三名可能候選人當中資歷最淺者；他在 1981 年接任巫統主席之後，面對黨內多股勢力圍剿，其中一股勢力就是元老派。

（莊迪澎，2004：106）。馬哈迪這番言論卻儼然證成在代表華社權益的《華團大選訴求》議題上，《南洋商報》和《中國報》比《星洲日報》更能表達華社的聲音、更加「正義」，這不啻為對「正義至上」口號之嘲諷。

其次，儘管復刊後以「正義至上」的口號自詡為敢為華社和華教仗義執言的報紙，但在1988年4月8日的復刊獻詞中，《星洲日報》社長張曉卿卻如此說道：

本報這次能夠排除萬難，恢復出版，本人雖然盡了一點棉力，**但是當局的諒解乃是關鍵所在。**（張曉卿，1988.04.08。筆者加粗。）

總編輯劉鑒銓的獻詞甚至還為政府辯解：

在當時的情勢下，本報可在下列兩條途徑中選其一：一、依法進行抗辯，要求法庭審判。**二、接受政府的決定，相信政府沒有濫用權力。本報選擇了第二項途徑**，理由是顯然的：我國是實行議會民主制的國家，政府是在普選中得到人民信託而治理國家的。它在任期間有權力依法採取任何認為適當的行動。（劉鑒銓，1988.04.08。筆者加粗。）

政府展開「茅草行動」時，《馬來西亞前鋒報》贊揚政府為了國家安全而展開了一個適時的行動（Chang，2002：96）。《星洲日報》的兩篇復刊獻詞，不僅等於承認《星洲日報》確實犯錯，也呼應《馬來西亞前鋒報》的立場及承認大逮捕行動和吊銷報社出版准證的合法性。而且，復刊後的《星洲日報》實際上是規劃以「軟性」內容和改為彩色印刷吸引讀者，以「星洲媒體集團訪問學者」的身份到《星洲日報》總社考察的中國暨南大學新聞與傳播學院講師彭偉步在《星洲日報研究》中有敘述：

雖然復刊達到了預期銷售接近8萬份的目標，但是此後一年多中，銷量沒有得到突破……。爲了尋求突破，**報人意識到，隨著馬來西亞經濟的發展，讀者希望接觸到娛樂等軟性信息，於是改變辦報手法，注重提高人民生活素質及傳播體育娛樂文化**，進行全面改版。1988年6月13日開始，《星洲日報》實行全國版及地方版彩色化。（彭偉步，2008：42。筆者加粗。）

一言以蔽之，停刊前的《星洲日報》不是唯一敢怒敢言的中文報紙，但政府加諸於它的罪名不料卻賦予它儼然「烈士」的崇高形象。若說這是一個「美麗的誤會」，那麼復刊後的《星洲日報》以「正義至上」的姿態示人，則是一種刻意的謊言，因為其已淡化尖銳的政治新聞，改以軟性內容及彩色外觀吸引讀者。下一節將論證，隨後祭出的「文化中國」論述，不但是它「去政治化」的寫照，亦是它既被執政黨收編，又為執政黨執行收編任務的結果。

二、「文化中國」的收編與被收編

《星洲日報》集團總編輯蕭依釗於2002年在世界中文報業協會第35屆年會中對全球同業說了以下這番話：

我個人喜歡「文化中國」這個概念。在這文化範疇內，**沒有政治鬥爭，沒有意識型態的分裂**。就像《星洲日報》主辦的《花蹤文學獎》，它得到了全世

界華文作家、文化人的鼎力支持，大家已將它視為有助於推動世界華文文學發展和屬於全球華人的文學獎。（轉引自何國忠，2007：180。筆者加粗）

「沒有政治鬥爭，沒有意識型態的分裂」之說，若非論者之盲點，就是一廂情願地「去政治化」。《星洲日報》大搞「文化中國」之宣傳，固然與中國在 1990 年代開始驗收改革開放成果，準備崛起成為世界大國的國際氣候有關，但《星洲日報》立足於馬來人占多數、華人與中國的聯繫不時仍會被馬來人政客炒作的多元族群社會¹²，若非執政黨出於經濟發展需要而調整中國政策，並試圖藉親中態度收編國內華人社會和鞏固政權，《星洲日報》不可能肆無忌憚地宣導「文化中國」論述。

由於馬來亞共產黨自 1948 年就展開武裝鬥爭，馬來西亞政府早期（1957-1970）對中國充滿猜疑甚至有時敵對，第二任首相拉薩（Abdul Razak bin Hussein Al-Haj）在 1973 年與中國建交，兩國外交關係正常化（Shee, 2004：59），但馬來西亞人仍不能訪問中國。馬哈迪在 1981 年就任第四任首相後，1985 年首度訪問中國，開啟中國政策的第三階段（同上引：61），兩國關係有重大突破。隨著馬來亞共產黨在 1989 年與馬、泰政府簽署和平協議，結束武裝鬥爭後，馬來西亞政府允許人民自由訪華，而且頻密釋出向中國示好的政策。¹³馬哈迪任內曾四度訪問中國，而自 1990 年代以降，中國國家主席、國務院總理等高官也頻密訪馬。

馬來西亞向中國靠攏，與經濟環境的變遷息息相關。1980 年至 1989 年間，由於寮國、越南，以及更為顯著的中國，成為本區域更為豐富的積累地點，馬來西亞在全球外商直接投資的百分比從 2.3% 劇降至 0.7%（Hilley, 2001：55）。在這種背景下，馬哈迪時代（1981-2003）的中國政策以經濟合作為主調，在政治與戰略方面則持模稜兩可的態度（Shee, 2004），以從中國的崛起與龐大市場中獲益匪淺。¹⁴

以經濟為主調的中國政策，與馬哈迪在 1990 年代營造歌舞昇平的國家發展氛圍一脈相承。渡過 1980 年代中後期權威危機的馬哈迪，在 1991 年 2 月推展「2020 年宏願」，雄心壯志朝先進國發展、淡化同化政策、珍惜多元語文與多元文化、強調「族群團結」乃進步的先決條件、提出打造「馬來西亞國族」（Bangsa Malaysia），甚至在 1996 年通過巫統控制、當時銷量最大、以炒作種族課題而惡名昭彰的馬來文報章

¹² 其中一個例子：在 1987 年巫統黨爭中遭馬哈迪挫敗，過後另立「46 精神黨」（Semangat 46）的東姑拉沙里（Tengku Razaleigh Hamzah）曾在 1993 年批評華商到中國投資：「華商蜂擁到中國投資時，應該照顧到馬來人的感受，這些商家應該把賺到的財富留在國內投資。」1994 年 5 月，他又說華人到中國投資將使華人對國家的效忠受到質疑（彭偉步，2008：171）。現年 73 歲的東姑拉沙里是巫統元老，是迄今任期最長的國會議員（1974 年至今），曾在馬哈迪政府擔任財政部長和貿易與工業部長。

¹³ 政策詳情可參考 Shee, Poon Kim (2004). The political economy of Mahathir's China policy: Economic cooperation, political and strategic ambivalence. *Ritsumeikan Annual Review of International Studies*, 3: 59-79, 以及何國忠（2007）。〈全球化話語下的馬來西亞華人與中國〉，何國忠（編），《全球化話語下的中國及馬來西亞》，頁 169-187。吉隆坡：馬大中國研究所。

¹⁴ 在馬中兩國的經貿往來中，馬來西亞獲益比中國大。馬哈迪任內，兩國貿易往來從 1981 年的 2 億 8900 萬美元增加至 1987 年的 5 億 5700 萬美元，再增加至 1988 年的 8 億 7700 萬美元，並於 1990 年達到 11 億 8300 萬美元。後冷戰時期，馬中雙邊貿易持續成長，1991 年，兩國總貿易額達到 13 億 3000 萬元，在 1998 年劇增至 42 億 6000 萬美元。從 1992 年至 2001 年，馬中雙邊貿易翻了超過六倍，從 14 億 7500 萬美元增加至 76 億美元。到了 2002 年，馬來西亞首次超越南部鄰國新加坡，成為中國在東協（ASEAN）最大的貿易夥伴。其時，中國到馬來西亞的總出口額達到 50 億美元，而從馬來西亞的總進口額則有 93 億美元，貿易逆差達 42 億美元。從 1996 年至 2002 年，馬來西亞對中國貿易成長了四倍，從 36 億美元增加至 143 億美元，2003 年甚至增加至 201 億美元（Shee, 2004：61）。

《馬來西亞前鋒報》（Utusan Malaysia）宣稱為了實現「馬來西亞國族」的目標，應該放棄同化政策，開始不分種族與宗教彼此接納。在此背景下，政府處理非馬來人（主要是華人）的語言和教育課題相對寬鬆，營造了在野的民主行動黨稱之為「小開放」（minor liberalization）的政治氣氛（Hwang，2003：210；Lim，2008.03.05；Ooi，2001：105）。

與此同時，馬哈迪政府頻密使出討好華人社會的動作。隨著馬來西亞解除訪華限制，馬中雙邊貿易及高官互訪在 1990 年之後顯著增加，政府開始強調、宣導所謂的「文明對話」，並在 1995 年 3 月催生「回（教）儒（家）對話」國際研討會、1997 年在馬來亞大學成立「文明對話中心」（Hwang，2003：249-250）。1994 年，時任副首相兼財政部長安華依布拉欣在馬來亞大學華文學會活動上揮毫，寫下「我們都是一家人」七個中文字，頓時成為中文報紙的封面照片及為人津津樂道之事。

這類「小開放」手段得到華人的正面回報，華人為主的在野黨民主行動黨在 1990 年大選贏得 20 個國會議席，但在 1995 年和 1999 年大選卻少了一半，分別只贏得九個和十個國會議席，而其宿敵、執政集團成員黨馬華公會卻分別贏得 30 個和 29 個國會議席。這個局面與馬哈迪藉親中國姿態討好華人不無關係。馬哈迪在 1998 年以莫須有罪名將安華革職和逮捕之後引發盛大「烈火莫熄」（Reformasi）改革運動，傳統上支持巫統的馬來人選民倒戈支持在野黨，華人選民成了決定執政黨成敗的「關鍵少數」。馬哈迪在 1999 年 8 月訪問北京，推動中馬兩國的文化聯繫，希望藉此贏得華人社會的支持，以彌補將安華入罪而流失的馬來人選民的支持（Shee，2004：65）。同年 11 月舉行大選時，馬哈迪適時利用中國總理朱鎔基的國事訪問及對馬中新貿易協定所發表的公開聲明，傳達國陣犒賞華人社群的訊息（Hilley，2001：261）。

由此可見，擁抱中國不只在經濟上符合官方利益，在政治上也能轉移華人對國內種族不平等政策之不滿，有利於執政黨維持統治地位。然而，不平等政策並無實質改變，例如 1970 年開始執行優先扶持馬來人的「新經濟政策」（New Economic Policy）在 1990 年期滿後，取而代之的「國家發展政策」（National Development Policy）仍然延續新經濟政策的精神。在教育政策方面，華文小學「只減不加」的不成文政策及所得教育撥款微不足道的現狀亦無改變。1999 年全國大選前一個月，2098 個華人社團聯署《馬來西亞華團大選訴求》，馬哈迪委派國陣的三個華人為主的成員黨黨魁宣示「原則上接納《訴求》」，但是大選結束後一個月，馬哈迪在電視上發表元旦獻詞時，卻高調批評華團大選訴求工委會，將他們與「共產黨」和一個闖軍營搶奪軍火的回教異端組織相提並論。巫統還通過一連串文攻武嚇迫使訴求工委會「擱置」訴求。¹⁵

英國殖民統治馬來亞時，為了阻遏各族群集結力量反殖而採取各族群「分而治之」（divide and rule）政策，造成族群分化，彼此牽制。國陣的治理手段也蘊含「分而治之」色彩，誠如馬來人在 1999 年倒向反對勢力時，藉討好華人抵消馬來人倒戈的選舉效應，反之亦然。國陣對外向中國示好，對內訴採取討好華人但口惠而實不至的動作，營造華人地位改善、前景大好的假象，藉此疏導華人對不平等政策的不滿與怨懟，大大降低了三大族群攜手反抗的風險。《星洲日報》自「花蹤文學獎」以降長期營造「文化中國」圖騰，一方面是趕搭親中政策之列車，趁勢自我包裝成一份饒富民

¹⁵《馬來西亞華團大選訴求》的內容涵蓋華人在政經文教領域權益議題，同時主張政府尊重民主人權、恢復司法獨立、新聞自由、鏟除貪污和關注弱勢族群等全民議題，但馬哈迪卻認為這是「看准由馬來人領導的政府已經衰弱，而開始提出種種非分的索求」。馬哈迪「怒斥」訴求工委會後，巫統青年團和巫統控制的馬來文報紙開始展開文攻武嚇，並到訴求工委會辦事處所在的雪蘭莪中華大會堂示威，粗野地以食指指著訴求工委會秘書謝春榮的鼻子罵，甚至恫言火燒隆雪華堂建築物。最後，訴求工委會礙於政治壓力而被迫宣佈「擱置」其中七項訴求（郭華盈，2006.07.25）。

族感情的報紙，另一方面則唱和執政黨的親中與「開明」宣傳，以「去政治化」版本的「文化中國」消弭華人對不平等政策的不滿情緒。由評論人組成的「維護媒體獨立撰稿人聯盟」曾尖銳地批評道：

「面向全球」與「發揚中華文化」的口號，符合張曉卿個人的跨國商業利益和文化形象，卻吊詭地與馬來西亞執政黨團在政治上排擠非馬來人的議程形成共謀作用。這條文化與經濟昌盛之途，竟是馬來西亞華人爭取政治權益的死胡同，形成張氏媒體帝國只敢在國外放話，不敢在國內張聲；對內談文化，對外批歧視的尷尬局面。（維護媒體獨立撰稿人聯盟，2007.04.26）

《星洲日報》的「大中華」或「文化中國」論述為人所詬病的另一點，是模糊了華人身為「公民」的身份認同。1996年已有論者非議「花蹤文學獎」的宣傳口號「海水到處有華人，華人到處有花蹤」是一種迴避馬來西亞華人身份認同、自我放逐的大中華沙文主義意識形態：

「華人與海水」所欲塑造的意識形態與其說是在製造一種國際性華人文學獎項的假象，毋寧說它在刻意逃避「大馬華人」這一種身份認同。究其實，我們已不再是「海水所到之處的華人」那樣一種移民性質的「海外華人」，我們口操馬來腔華語，吃著辛辣近似於馬來人的食物，實際上已是道地的土產華人。若要認同於「海水」——如此具有大中華沙文氣息的意識形態，無疑等於宣判整體華族的自我放逐。（花非花，1996：45）

2007年，另一位評論人也對《星洲日報》的「大中華」論述提出相似的批判：

這樣狹隘的「大中華」論述與民主背道而馳，只因為它不負有政治使命。看到國家惡法的限制而不敢嘗試挑戰，就是放棄了具有積極意義的公民權，由公民退化到「庶民」。因為不敢追求政治公義，就辜負了廣泛民主參與的理想。美其言曰「舉重若輕」，說穿了不過是「避重就輕」。

我國獨立50年了，華人在建國過程中的貢獻奠定了我們在這個國家的公民身份，有何理由我們還要訴諸「中華魂」，結果反而造成「返祖現象」，在精神意識上回到祖先當年的「僑民」身份？（唐南發，2007.06.15）

這種批評並非無的放矢，2006年中國《廣西日報》一篇報導引述張曉卿的答話內容，對於其他同樣是土生土長、國家認同已無疑問的馬來西亞華人而言，確實會產生「時空錯亂」的感覺。這篇報導其中三段如此寫道：

張曉卿先生告訴記者，他喜歡張明敏的歌，尤其喜歡那句「**洋裝雖然穿在身，我心依然是中國心……**」

……張曉卿笑著對記者說，「每一次到中國來，我都要帶子孫一起來。我要讓我的子孫從心裏知道：他們生長的國家雖是馬來西亞，但中國是他們的根。這一點不能忘記，也不應該忘記……」「您的兒女每次回中國都和您有同樣的感受嗎？」記者問道。

「他們和我一樣，**感覺自己似乎不是出國，而是回家。**」（林湧泉，2006.09.26。筆者加粗。）

就操作華人民族主義情緒而言，「正義至上」和「文化中國」雖然一脈相承，但是無論放置到仍然採行種族分權治理模式的馬來西亞社會，或是放置到華人社會裏，「正義至上」與「文化中國」之間無法化解的內在矛盾與張力頓時顯現。「正義至上」暗喻著一種「華人 vs 馬來人」的族群對立關係和華人反抗欺壓的道德勇氣，強化種族之間的敵我意識；而「文化中國」暗喻的卻是馬來人主導的政府對華人／中國的態度的大轉變，族群關係水乳交融的氛圍。此外，「文化中國」或「大中華」論述都隱含著對「馬來西亞華人」與公民身份的自我放逐，對照華人早已在此安身立命、有明確「馬來西亞公民」之身份認同，且具有不同文化背景的現實，這又是另一重矛盾與張力。

若說「正義至上」與「文化中國」在政治上還有共同的作用，就是維繫（倘若不是強化）國陣既有的族群政治模式，因為「正義至上」的隱喻只會不斷地提醒、強化華人社會面對其他族群（尤其是馬來人）時的「敵我意識」，與巫統宣導的以非馬來人（尤其是華人）為假想敵的馬來人民族主義相對應。對比 1998 年「烈火莫熄」改革運動以後的新政治氛圍，這套種族政治已然過時，但卻是國陣政府及其族群政策取得合法性的基礎，畢竟國陣三個主要成員黨就是以馬來人、華人和印度人為本位的種族政黨，「敵我意識」之存在方能讓他們以「族群代言人」的姿態維繫權力基礎。「正義至上」與「文化中國」的行銷手段造就了一個壟斷的報業集團，與此同時又發揮維繫國陣種族政治文化霸權的作用。

參考書目

- 古玉樑（2006）。《528 南洋報變大揭密——我在南洋 133 天》。吉隆坡：大眾科技。
- 古玉樑（2005）。《胡文虎報業王國——從興盛到衰落》。吉隆坡：文運企業。
- 丘啟楓（2001）。〈報人雄心烈，不懼流言急〉，《亞洲週刊》，15（24）：52-54。
- 安煥然（2010.09.24）。〈讀華文，搞華教〉，《星洲日報》（網路版）。上網日期：2010 年 11 月 20 日，取自 <http://opinions.sinchew-i.com/published/date/20100924/10>
- 花非花（1996）。〈除了熱鬧，還可以有什麼？——略論我們需要什麼樣的文學獎〉，《資料與研究》，19：44-47。
- 何國忠（2007）。〈全球化話語下的馬來西亞華人與中國〉，何國忠（編），《全球化話語下的中國及馬來西亞》，頁 169-187。吉隆坡：馬大中國研究所。
- 房怡諒（2010）。《多元實踐的困境——從種族政治的發展看華教運動的轉變》。世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 林明華（2008.07.18）。〈我和派報人〉，《星洲日報》（網路版）。上網日期：2010 年 11 月 20 日，取自 <http://search.sinchew-i.com/node/173125?k=停刊>
- 林春美（2004）。〈如何塑造奧斯卡：馬華文學與花蹤〉，《人文雜誌》，24：74-83。
- 林湧泉（2006.09.26）。〈馬來西亞常青集團主席張曉卿先生：海外華商中國心〉，《廣西新聞網》（中國）。上網日期：2010 年 11 月 30 日，取自 <http://www.gxnews.com.cn/staticpages/20060926/newgx451895e4-843155.shtml>
- 哈貝馬斯（1999），曹衛東、王曉珏等譯。《公共領域的結構轉型》。上海：學林出版社。

- 星洲日報 (2009.09.23)。〈星洲 80 週年柔佛州報慶晚宴 許春：監督政府政策 媒體權利應獲維護〉，《星洲日報》(網路版)。上網日期：2010 年 11 月 30 日，取自 <http://search.sinchew-i.com/node/410121?k=停刊>
- 星洲日報 (2009.01.15)。〈蕭依釗：塑造有情社會 星洲扶貧濟困不間斷〉，《星洲日報》(網路版)。上網日期：2010 年 11 月 20 日，取自 <http://search.sinchew-i.com/node/268694?k=蕭依釗>
- 祝家華 (1994)。《解構政治神話：大馬兩線政治的評析 (1985-1992)》。吉隆坡：華社資料研究中心。
- 唐南發 (2007.06.15)。〈同床異夢的「中華魂」與公民身份〉，《東方日報》(馬來西亞)。
- 莊迪澎 (2007)。〈中文媒體業、華人(公民)社會與文化領導權〉，祝家華、潘永強(編)，《馬來西亞國家與社會的再造》，頁 277-296。吉隆坡：新紀元學院、南方學院、雪華堂。
- 莊迪澎 (2004)。《強勢首相 vs 弱勢媒體：給馬哈迪的媒體操控算帳》。吉隆坡：破媒體傳播事業社。
- 莊迪澎 (2003)。〈華人社會，中文報業與新聞自由運動——兼論華社對中文報業的「文化事業情結」〉，《人文雜誌》，6：14-25。
- 莊迪澎 (2002)。〈媒體擁有權與新聞自由——從馬華公會收購南洋報業談起〉，《看破媒體》，頁 172-178。吉隆坡：破媒體傳播事業社。
- 郭華盈 (2006.07.25)。〈抨擊「訴求」像共產黨 馬哈迪今天重申立場不變〉，《獨立新聞在線》。上網日期：2010 年 12 月 15 日，取自 <http://www.merdeka.com/news/n/2188.html>
- 崔貴強 (2002)。《東南亞華文日報現狀之研究》。新加坡：華裔館、南洋學會。
- 傅向紅 (2008)。〈越界與想像：回顧媒體系的學術與民主實踐〉，《新紀元學院 10 周年紀念特刊》，頁 121-124。吉隆坡：新紀元學院。
- 傅向紅 (2005)。〈馬來西亞第十一屆選舉報章新聞分析——從平衡報導原則與把關人理論看七報選舉新聞與報社專業〉，《新紀元學院學報》，2：133-159。
- 張光達 (2009)。《馬華當代詩論——政治性、後現代性與文化屬性》。台北：秀威資訊。
- 張曉卿 (2009.11.01)。〈中文報業的挑戰和機遇〉，《亞洲週刊》(網路版)。上網日期：2010 年 12 月 15 日，取自 http://www.yzzk.com/cfm/Content_Archive.cfm?Channel=tt&Path=2217677212/43tt1.cfm
- 張曉卿 (1988.04.08)。〈我們開始新的長征——星洲日報復刊有感〉，《星洲日報》，1 版。
- 黃凌風 (2007.10.26)。〈茅草行動改變中文報業生態：南洋的沒落，張曉卿的崛起〉，《當今大馬》。上網日期：2010 年 11 月 21 日，取自 <http://www.malaysiakini.com/news/74046>
- 黃招勤 (2004)。《西馬來西亞華文報之發展與困境—多族群環境中報紙角色和功能的轉變》。台灣世新大學傳播研究所碩士論文。
- 黃國富 (2002)。《馬來西亞華文報紙與族群認同建構——以「華小高職事件」為例》。台灣中國文化大學政治研究所碩士論文。
- 彭偉步 (2008)。《〈星洲日報〉研究》。吉隆坡：星洲日報。
- 彭偉步 (2005)。《東南亞華文報紙研究》。北京：社會科學文獻出版社。
- 程曼麗 (2001)。《海外華文傳媒研究》。北京：新華出版社。

- 曾麗萍 (2009)。《西馬來西亞華文報業發展的政經分析 (1880-2008)》。世新大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。
- 曾慶豹 (1998)。《哈伯瑪斯》。台北：生智文化事業有限公司。
- 游川 (2000)。《廣告：說真話的謊言》。吉隆坡：大將。
- 趙振祥編 (2007)。《東南亞華文傳媒研究》。北京：世界知識出版社。
- 維護媒體獨立撰稿人聯盟 (2007.04.26)。〈媒體帝國的文化論述策略〉，《獨立新聞在線》。上網日期：2010年11月30日，取自 <http://www.merdeka.com/news/n/3925.html>
- 鄭昭賢 (2007.11.15)。〈98年印尼排華大暴動〉，《東南亞華人——鄭昭賢部落格》。上網日期：2010年11月20日，取自 <http://southeastasiachinese.blogspot.com/2007/11/98.html>
- 黎紫書 (2004)。《花海無涯》。吉隆坡：有人出版社。
- 劉鑾銓編 (2004)。《星洲日報〈溝通平台〉1新聞背後》。吉隆坡：星洲日報。
- 劉鑾銓 (1988.04.08)。〈新的開始，舊的延續〉，《星洲日報》，3版。
- 歐銀釧 (2008)。《星洲日報——歷史寫在大馬的土地上》。吉隆坡：星洲日報。
- 蕭依釗 (2007.08.20)。〈遊走鋼索 維護和諧——夾縫中的華文媒體〉，《中國新聞網》。上網日期：2010年11月20日，取自 <http://big5.chinanews.com.cn:89/hr/kong/news/2007/08-20/1005900.shtml>
- 戰翠萍 (2009.06.17)。〈山東，我來遲了——訪馬來西亞常青集團主席張曉卿〉，《中國新聞網》。上網日期：2010年11月20日，取自 http://shandong.chinadaily.com.cn/m/shandong/c/2009-06/17/content_8294544.htm
- Chang, Teck Peng (2002). *Mass media and the hegemony of Barisan Nasional: A case study of the role of the mainstream media during 1997 financial crisis in Malaysia*. Unpublished thesis submitted to Institute of Malaysian and International Studies (IKMAS), Universiti Kebangsaan Malaysia, for the degree of Master of Philosophy (M. Phil).
- Gomez, E.T. (2002). Political business in Malaysia: Party factionalism, corporate development and economic crisis. In E. T. Gomez (Eds.). *Political business in East Asia*. London: Routledge.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. London: Lawrence and Wishart.
- Hartley, J. (1982). *Understanding news*. New York: Methuen.
- Hilley, J. (2001). *Malaysia: Mahathirism, hegemony and the new opposition*. London: Zed Books.
- Hwang, In-Won (2003). *Personalized politics: the Malaysian state under Mahathir*. Singapore: ISEAS.
- Joll, J. (1983). *Gramsci*. London: Fontana.
- Lim, Kit Siang (2008.03.05). More seats won by MCA will only result in worsening Umno political hegemony. Retrieved Nov 30, 2010, from <http://blog.limkitsiang.com/2008/03/05/more-seats-won-by-mca-will-only-result-in-worsening-umno-political-hegemony/>
- Lim, Kit Siang (1991). *The Dirtiest General Elections in the history of Malaysia*. Petaling Jaya: Oriengroup Sdn Bhd.
- Mauzy, D.K. (2006). The Challenge to Democracy. *Taiwan Journal of Democracy*, 2(2): 47-68.
- Media Chinese International Limited (2009). *Annual report 2009*. Kuala Lumpur: Media Chinese International Limited.
- Miliband, R. (1973). *The state in capitalist society*. London: Quartet Books.

- Mouffe, C. (1981). Hegemony and ideology in Gramsci. In T. Bennett (Eds.), *Culture, ideology and social process: a reader* (pp. 219-234). London: Open University.
- Ooi, Kee Beng (2001). New crises and old problems in Malaysia. In Ho Khai Leong & James Chin (Eds.), *Mahathir's administration: Performance and crisis in governance*. Singapore: Times Books International.
- Shee, Poon Kim (2004). The political economy of Mahathir's China policy: Economic cooperation, political and strategic ambivalence. *Ritsumeikan Annual Review of International Studies*, 3: 59-79.

The Hypocritical Counter-Hegemony
-- A Preliminary Critique on *Sin Chew Daily*'s "Ethical-Cultural"
Marketing Strategy (1988-2010)

CHANG Teck Peng

Abstract

Based on Antonio Gramsci's Hegemony theory, this article argues that the media, as the public sphere, does not only function as an apparatus to construct hegemony for the ruling class, but also as a realm of counter-hegemony. This article analyses as to how *Sin Chew Daily*, a leading Malaysian Chinese newspaper which had its publication permit suspended in 1987, has created a so-called "ethnic-cultural" marketing strategy out of its painful experience, and successfully turned itself into the best-selling Chinese daily in Malaysia. Under this marketing strategy, the discourses of "Integrity Above All" and "Cultural China" were manipulated from 1988 through 2010. This article analyzes critically the "fictitiousness" and "coincidentalness" of these two discourses, while arguing that both have been "constructed" as a fact attributed to historical factors. This article argues also that the two discourses are fraught with conflict and tensions. Be so as it may, a marketing strategy as such has successfully produced a Chinese media giant that not only monopolizes the industry, but also serves to maintain the hegemony of the ethnic-based ruling coalition in Malaysia.

Keywords: Cultural China, Hegemony, Integrity Above All, *Sin Chew Daily*.