

## 目次

壹、摘要.....	2
貳、研究及參訪.....	3
1. 海牙專業大學 (DE HAAGSE HOGESCHOOL) 「國際傳播管理研究所」.....	3
2. 烏特列支大學 (UNIVERSITEIT UTRECHT) 「歐洲文化與認同」暑期班.....	5
參、報告本文.....	7
1. 研究背景.....	7
1.1 尋找台灣意象.....	7
1.2 歐盟中的荷蘭.....	9
1.3 媒體、意見領袖與形象形塑.....	11
1.4 荷蘭報業之簡介.....	13
2. 研究問題與目的.....	16
3. 研究方法.....	16
3.1 參與觀察法.....	17
3.2 內容分析法.....	17
3.3 深度訪談法.....	22
4. 研究結果與分析.....	25
4.1 參與觀察法—借鏡荷蘭.....	25
4.2 內容分析法.....	29
4.3 深度訪談法.....	49
肆、結論與心得建議.....	59
1. 結論.....	59
2. 心得建議.....	64
參考文獻.....	68
表格目次.....	70
附錄一：內容分析譯碼表.....	71
附錄二：深入訪談邀請函.....	76
附錄三：訪談大綱.....	78
附錄四：訪談內容紀錄.....	79

## 壹、摘要

國家形象是國家的重要資產，影響著一國國際地位之建立與國家之永續發展。在國家形象之形塑及建構過程中，國際媒體扮演了關鍵性的角色，而意見領袖之觀點與看法亦左右社會輿論之形成。歐盟的崛起及擴大，改變了區域間之權力演變，研究者擬以歐盟之創始會員國—荷蘭為起點，除觀察其成為歐洲競爭力強國之因，另試圖探求該國對我意向之形成及內涵。本研究透過當地全國性四大報業媒體於 2000 年起對我國之相關報導作內容分析，瞭解荷蘭媒體所建構之台灣圖像，並深入訪談不同領域之專家學者，進一步剖析該媒體對我國及陳總統之評介，期以提出我國行銷歐洲之策略，盼能作為我未來推展國際宣傳工作之參考。

## 貳、研究及參訪

### 1. 海牙專業大學 (De Haagse Hogeschool) 「國際傳播管理研究所」

研究者有幸獲服務機關薦送並錄取至荷蘭進行 2006 年專題研究，即著手尋洽有意願指導之專家學者及合適之研究單位。鑒於本年研究主題主要從媒體觀點探求我國家及元首形象為題，跨足政治傳播、公關、行銷等領域及對東亞政治文化之瞭解，並擬從事社會調查研究，因此研究者除聯繫原定之研究機構—阿姆斯特丹大學傳播研究所 (ASCoR) 外，並曾洽繫萊頓大學 (Leiden) 政治學研究所及國際亞洲研究中心 (International Institute for Asia Studies, Leiden University) 等不同領域及專長之學者，最後定奪赴海牙專業大學乃基於以下之考量。

該校位於荷蘭之政治中心—海牙，該市為荷蘭國會及中央政府機關所在地，國際組織、機構及公司企業林立，我駐處亦設於此。高度國際化之環境及當地豐富的行政資源，將有利本研究之資料蒐集及未來深入訪談之接洽及進行。荷蘭境內除傳統 13 所大學外，海牙專業大學 (De Haagse Hogeschool) 屬另一高等教育體制，以實務為取向，強調與產官學密切合作之大學，當可提供研究者對於荷蘭傳播實務之瞭解及訓練。

該校之「國際傳播管理所」(International Communication Management) 設於 2003 年，旨在訓練高階傳播管理人才，學生不乏來自加拿大、中南美、非洲、歐盟其他國家及中國、印尼等新聞、傳播、公關、媒體、行銷等實務背景，為課程討論注入相當多元之經驗及思考。課程設計以國際企業/機構為對象，探討在全球化下，組織之行銷策略應變、公共

關係、跨文化傳播、危機處理、品牌形塑、整合性傳播等議題，課程中除基本理論外，亦安排 Philips、Sara Lee/DE、Unilever、TNT、WWF（世界自然基金會）、Greenpeace（綠色和平組織）、DSM and Akzo Nobel 等企業及非營利組織等提供實務案例分析及趨勢。

研究者於四月中旬抵荷後旋即赴該校報到，依約與該所所長 Marita Vos 博士討論日後指導關係及研究之進行方式。Vos 博士除安排 Chris Aalberts 博士聯合指導有關研究方法與設計外，慨允研究者可自由旁聽任何課程、演講及研討會，並安排專屬之研究桌、電腦，囑屬以訪問學人規格相待，惠予必要協助。研究者得自由進出教職員辦公室，並使用與教職員同等之行政設施及借書證、IC 卡等。研究中期，研究者自備之電腦不幸完全毀損，無法修復，嚴重影響接續訪談之紀錄、資料分析及撰稿等工作，所幸研究單位提供一台筆記型電腦方便研究者隨身攜帶至研究期間結束歸還。

Vos 博士之專長在組織公關之形象政策研究，並任烏特列支專業大學廣告暨傳播學系研究員，有多年之豐富實務歷練，常受邀至歐盟其他國家演講，惟坦承對亞洲不甚瞭解。渠亦提供相關建議書單，要求研究者每週書面報告研究進度，每兩週與會談一次，以掌握研究之進行及所遭遇之困難。研究進行期間，Vos 博士復協助留意荷蘭報紙及 CNN 有關台灣及陳總統之新聞，並主動代為剪輯、口譯，與研究者相互討論，研究者亦提供我國國情簡介資料、陳總統生平及最新圖文集「海洋國家、進步台灣」、「海

洋夥伴及和平追思之旅—陳水扁總統出訪太平洋友邦及教廷紀實」，俾利渠對我國各項建設發展及國家元首有所認識與瞭解<sup>1</sup>。

## 2. 烏特列支大學 (Universiteit Utrecht) 「歐洲文化與認同」暑期班

研究期間，指導教授 Vos 博士建議研究者加強對於歐洲社會之變遷及歐盟之瞭解，有助於分析荷蘭社會對我國形象建構之觀點，遂以海牙專業大學名義薦送研究者出席位於荷蘭中部之烏特列支大學 (Universiteit Utrecht) 進行為期兩週之暑期課程，由該所全額補助此一研習經費 (635 歐元)。是以，研究者同時可借閱該校之豐富藏書，使用該校之學術資源。

該課程以「歐洲文化與認同」(European Culture and Identities) 為題，旨在提升非歐盟國家學生對於當代歐洲社會之瞭解，除介紹歐盟及其下機構外，以及會員國在此一架構下所遭遇之國內衝擊及回應，並從歷史、社會、經濟、文化及政治層面探討歐盟整合後，各國所面臨之國家認同與整合之問題。

該課程對於歐盟整合所帶來之影響、歐盟機制及政策、內部危機及歐盟未來走向等認識，有莫大助益；課程參與者因三分之二來自美國，許多為政治、財經背景研究生及來自中東、南非、越南等法律系所學生，盼對歐盟更多認識，課程討論甚多有關歐盟與美國暨抗衡又合作的關係，意外有助研究者瞭解美國看待歐盟崛起之思維，此一經驗相當寶貴。從美國學生中，發現長期為留學生輸入國之美國，亦體認學子到他國接受文化衝擊、不同思考之必要，近年在學制中強制學生利用寒暑假赴歐洲修習學

---

<sup>1</sup> Vos 博士於 2007 年初起，受聘於芬蘭 Jyväskylä 大學傳播系組織傳播暨公關組，嗣向研究者表達未來有意與台灣公關學界建立學術交流及合作之意願。

分，此一作法確值我國推展國際文教之參考，正當我仍以美國為重點研究區域時，美國及其他國家刻正積極培育歐盟研究人才。

## 參、報告本文

### 1. 研究背景

#### 1.1 尋找台灣意象

猶記 2005 年底、2006 年初，新聞局舉辦尋找台灣意象的票選活動，邀請全民票選最能代表台灣精神與象徵的圖像，期能作為未來台灣國家形象之品牌與識別。為時兩個月之票選活動，超過 78 萬位民眾自發性地參與，選出「布袋戲、玉山、台北 101 大樓、台灣美食及櫻花鈎吻鮭」等五大意象作為最能代表國人心中的台灣圖像。

對照行政院觀光局針對我國入境旅客所做之「2005 年來台旅客消費及動向」調查報告結果<sup>2</sup>，「菜餚」與「風光景色」為吸引來台觀光的主因，主要觀光景點包括「夜市、101 大樓、故宮博物院、中正紀念堂」，最喜歡的景點為「太魯閣、天祥」。

以上兩例顯示國人與外籍旅客對於我國之美食文化與自然風光均頗為肯定，惟國人自豪可代表台灣意象、作為自我認同之圖像，不見得為外國旅客來台觀光之主因。對於外籍旅客來說，吸引他們來台之景點為故宮博物院、中正紀念堂等帶有中國歷史建築風味等地；對於國人，此兩個景點卻非呈現台灣風貌之特色，作為台灣意象之主要代表。

---

<sup>2</sup> 本項調查委託輔仁大學統計系所做，訪問對象針對 94 年 1 至 12 月間入境之外籍與華僑旅客，於桃園中正機場及高雄小港機場進行調查訪問。詳細報告可查閱政府出版品網站 <http://library.tbrc.gov.tw/pdf/20060811101916.pdf> (29/08/2006)

英國行銷專家Simon Anholt認為，國家品牌之建立要素，包括透過「觀光」、「投資與移民」、「出口商品」、「文化與傳統」、「外交與國內政策」，以及「人民」<sup>3</sup>。綜觀許多國家展現其國際形象，各國依據其優勢與不同之利基，形塑與行銷國際形象之方式各有不同。譬如比較常見的，塑造一個知名地標，主打觀光景點以加深世人連結與印象，如法國的艾非爾鐵塔、義大利比薩斜塔及我國近年來主導 101 大樓為世界最高大樓等。第二，以自由民主社會吸納世界優秀人才移民至此的美國，其本身不僅透過移民墊高國家形象，亦透過大眾流行文化之傳播美國化(Americanize)全球。第三，文化傳統與體育呈現一個國家的豐富性、生活水準與國家自尊，如德國的工業、荷蘭的花卉與畜產；有時卻也不免因為歷史因素而難以拋開舊有之形象，如德國納粹<sup>4</sup>。在全球化的時代，國際貿易的流暢，商品往往成為該國家形象之最佳代言，瞬間國家之國際形象享譽全球，如芬蘭的 Nokia、韓國的 LG、Samsung。有謂，而外交是內政的延伸，國內人權指標、公共衛生狀況等，更是國際注目的焦點。國家的人民，包括外交官、政治人物乃至個人等，皆扮演國家「品牌大使」的角色。

由此，我們可以說，國家形象之形塑方式相當多元，一個國家同時可以呈現多樣的面貌，塑造多元的形象。國家可以同時很現代、很先進，也可以同時兼具傳統之美與文化之深邃；國家可以擁有恬靜的

---

<sup>3</sup>Simon Anholt (2004), *Branding Places and Nations*. In Clifton, Rita & John Simmons(eds). *Brands and Branding*. N. J.:Bloomberg Press. 轉引自卜正珉，公眾外交之應用與討論，頁 100-111，2005 年。

<sup>4</sup>筆者暑期於烏特列支大學 (Utrecht Universiteit) 研修「歐洲文化與認同」課程中，德籍教授對班上進行非正式性調查，幾乎所有學生臚列對德國之三個印象中，均不免提到「納粹」，其他如「汽車工業、啤酒、世足賽」等。謹按，該班級 2/3 學生來自美國，其餘來自歐盟其他國家、亞洲如台灣、越南、中東等地。2006 年世足賽於德國舉行，根據歐洲報載，德國甚盼此一國際性活動能改變世人對於德國戰後留給世界之負面印象；對於德國人來說，此一活動不僅凝聚國人士氣，更是二次大戰結束以來，德國人首次可無懼於公開場合舉旗吶喊，真切流露對國家之忠誠與熱愛。



風光與景致，發展傳統產業，亦可以同時與金融商業社會之效率與競爭力達成協調。一本介紹世界地理的法國兒童百科全書（Alison cooper et Anne McRae, 1998），在蕃薯般大小的台灣地圖上，繪者畫著一台象徵資訊科技的電腦及蘭嶼原民的船隻，此可謂法國人眼中之台灣形象—科技島與原住民文化島。

台灣，身處在亞熱帶陸海交際，氣候溫和、物產豐富，50 年來保存了中華文化的精粹，近年來不同族群文化相互融合，並以經濟奇蹟、科技發展和民主價值傲視亞洲。我們期待如何形塑我們的國際形象，呈現給世界什麼樣的圖像與意象？甚麼樣的形象可以讓人即刻聯想到台灣？美食、科技、資訊產業、世界第一大樓台北 101，還是東海岸的山川水秀？我國有無像許多國家一樣，給人清晰可以描繪、建構之圖像，在多數人心中形成共其共識且內涵豐富之意象？台灣作為新興國家，幸運地是，台灣之國際形象並不須有過大的包袱，亦無具體、必定要遵循的模式。台灣形象可以同時建構於美食、世界大樓、自然景觀如綿延的山巒、熱帶海洋、花東縱谷等，或是傳統的原民文化、中華文化、客家等不同族群的文化傳統，抑或是國家政績如民主成果與經濟奇蹟等。當前形塑中的台灣形象，如何呈現在遠方的歐洲大陸？本研究試圖瞭解遙遠的歐洲國家如何看待台灣，並對我當前之國際形象形塑工作提出建議。

## 1.2 歐盟中的荷蘭

地理上來說，歐盟與台灣相距遙遠，然而兩者之關係卻日益密切、日漸成長中。在歐盟 27 個會員國中，我國於 19 國設有代表處，相對地，在台北設有代表機構者亦有 16 個會員國。2003 年 3 月歐盟執委會在台設立「歐洲經貿辦事處」（European Economic and Trade Office），處理與

我國經貿、科技、教育等事務，其地位與歐洲各國駐台代表機構相當。歐盟與我國近來在非政治領域—如經貿、科學、教育、文化等，積極往來與交流<sup>5</sup>，從以下幾項數據可顯示雙方關係日益成長。台灣為 2005 年台灣名列歐盟第 9 大貨物供應商、第 23 大客戶、第 14 名全球貿易夥伴，亞洲第 5 大貿易夥伴，僅次於中國、日本、韓國及印度<sup>6</sup>。在台灣對歐盟之經貿關係上，歐盟為我國第四大貿易夥伴，其中從中國出口至歐盟的總額中，由台商企業生產的部分佔了一至二成。觀光往來方面，2005 年台灣前往歐盟國家之觀光人數，僅佔旅遊市場之 3.5%，然成長人數卻達 10%。同樣地，歐盟前往我國觀光人數亦成長 4.5%<sup>7</sup>。歐盟在外交立場上雖謹守「一個中國」原則，而在有關台海問題，或我申請加入國際組織之提案上，歐盟時而發表其立場與發聲，亦屢有友我聲明出現<sup>8</sup>。

歐盟為世界最大的經濟體之一，擁有 27 個會員國，在國際政治與經濟中扮演舉足輕重角色、在觀光旅遊上每年吸引世界各地絡繹不絕之旅客朝聖。長久以來我們習於美日台的角力結構下，面對歐洲這塊歷史、文化、人文資源薈萃，經濟與政治朝向整合之區域權力演變，我們期待呈現出甚麼樣的台灣意象？歐盟又如何看待太平洋的這顆東方明珠—台灣？

<sup>5</sup>詳見歐盟經貿辦事處網站<http://www.deltwn.cec.eu.int> (29/08/2006)

<sup>6</sup>詳細報告可參見：歐洲經貿辦事處「歐盟及台灣貿易投資概況報告」<http://www.deltwn.cec.eu.int/eutwfactfile2006.pdf>。

<sup>7</sup>詳細資料可參考觀光局網站<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>，2005 年歐盟國家來台觀光人數中，商務旅客佔了 60%、觀光名義 15%、探親 11%。

<sup>8</sup>雙邊關係發展可參閱外交部網站[www.mofa.gov.tw](http://www.mofa.gov.tw)「當前外交政策—我與歐盟關係」。以歐盟部長理事會 (Council of European Union) 為例，在 1996 年台海危機期間以及 1999 年「特殊國與國關係論」提出後，分別在「共同外交暨安全政策下」(CFSP) 架構下呼籲兩岸恢復對談，避免提升緊張之行動及言論。2005 年就台海兩岸農曆春節包機直航表示歡迎，同年三月歐盟輪值主國盧森堡代表歐盟發布有關中國制定反分裂國家法之聲明，重申反對以武力解決台海爭議。歐洲議會 (European Parliament) 方面，2002 年及 2003 年先後通過支持我國成為世界衛生大會 (WHA) 觀察員之聯合決議案，2003 年通過決議，呼籲歐盟部長理事會及各會員國繼續維持歐盟對中國之軍售禁令，2005 年對中國制訂「反分裂國家法」致兩岸緊張情勢加劇及持續部署飛彈威脅表達嚴重關切。

在歐盟國家中，鑑於各會員國之民族、文化、歷史背景、官方語言、各國產業結構、經濟水準差異甚大，本研究在有限之研究時間及經費下，擬以荷蘭為研究國，作為我國在歐洲形象形塑研究之起始。

荷蘭為歐盟 6 個創始國之一，歷史上與台灣有所淵源、地理面積大小與我國相當、人口密度在歐洲亦屬高密度國家，位居交通重要樞紐，經濟、社會及民族性和與台灣一樣，與海洋文化密切。商務上，荷蘭為台灣在歐洲之第二大貿易夥伴，台灣亦為其在亞洲第二大貿易夥伴。荷蘭英語教育成功、英語通行，境內外籍人士工作、旅居之比例相當高，相對於法、德等，可謂係進入歐洲難度較低之國家。是以，在探索台灣於歐洲之國際形象之際，荷蘭及其國際形象之推展經驗可為我國研究之重要參考點與起始點，俾利未來行銷於歐洲其他國家之借鏡。

### 1.3 媒體、意見領袖與形象形塑

根據 M. Kunczik，一般人對一國國情、國家形象之資訊來源，包括在校所受之教育、書籍、電影媒體等以及周遭之親戚、朋友等。教育、旅行、個人對於異國文化之接觸等對於一國國情、國家形象之建構亦有所幫助。其中，媒體可能是影響最大之形象建構者 (Kunczik, 2003:118)。的確，因為國與國之間地理、歷史文化、語言與社會制度之隔閡，加上一般人對於國際事務的背景或脈絡難以短時間熟稔之限制，媒體快速發展，且資訊科技日新月異下，國際新聞之曝光率大為提高，而媒體所提供之國際新聞不免成為大部分人形塑一個國家及元首形象的主要資訊來源。因此，某一方面來說，媒體主宰了公共輿論及一般民眾對於世界的看法與印象。

然而，在這麼多的國際新聞中，什麼樣的新聞與國家消息可以佔據有限的媒體版面？在Galtung and Vincent的研究中，他們將世界分為四個區塊<sup>9</sup>，發現舉凡與菁英國家、人物、特殊事件或是愈負面消息的新聞愈傾向出現在媒體中，成為「新聞」。很多研究顯示，絕大多數的國際新聞被西方國家所掌控，如同我們所看到，大部分的新聞來源出自CNN、BBC、路透社、法新社、美聯社等英、美、法等強勢媒體之報導，而這些先進強國在第三世界國家所獲得的報導篇幅也比其他國家多。有關第三世界之不公平報導，不僅出現「量不足」，還有「質不佳」的情形(林家如, 2000:9-11)。

除了媒體以外，有哪些形塑國家形象之其他因素存在？我們亦透過周遭朋友認識異國，特別是當我們欠缺市面上的資訊管道、無法親臨這個國家的時候，我們透過朋友的居住經驗或旅遊閱歷來認識陌生的國度。

根據北卡羅萊納州州立大學Robert Entman的解釋，政府部門通常是操縱事件框架的發起者，經過框架化後的訊息再透過政治菁英或大眾媒體的報導傳播給公眾，過程中，社會上的其他菁英（意見領袖）也爭取對事件框架的詮釋地位<sup>10</sup>，因此除了媒體以外，意見領袖的看法對於普羅大眾來說，亦有發揮影響力，成為渠等形塑他國印象之因素之一。Lachapelle指出，一般人寧可選擇多數人有共識的答案，而不願堅持一己可能是正確的見解。此顯示人們似乎寧願順從社會期待，而支持意見領袖的意見(Lachapelle, 2003:85)。因此，本研究中不僅盼望透過荷蘭媒體來認識台

---

<sup>9</sup>第一個世界包含西方國家，第二個世界包含俄國與東歐，第三個世界係指發展中或未開發國家，如拉丁美洲、非洲、印度及西亞等，第四個世界包括東亞及東南亞。

<sup>10</sup> Entman, Robert M.(2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago:the University of Chicago Press。轉引自卜正珉，公眾外交之探討與應用—各國經驗對台灣的啟示，頁 162-163。

灣形象如何被建構，也將透過荷蘭社會之意見領袖來認識他們眼中的台灣。

此外，在國家形象中，國家元首亦屬於建構形象中「人」的因素之一，尤其當此一領導人成就分外卓越或有負面新聞纏身時，相關新聞報導更是經常出現。是以，本研究亦將現任陳總統水扁納入國家形象研究之內涵中。

#### 1.4 荷蘭報業之簡介

雖然荷蘭的人口（約 1,600 萬人，荷語人口含北比利時，共約 2,100 萬人）比台灣少，荷蘭報業媒體之競爭相當激烈。回顧近年來荷蘭媒體發展之沿革，20 世紀直到 1960 年代中葉以來，荷蘭媒體生態與當時普遍出現於社會之「柱式化」（pillarization）現象息息相關，意即個人所屬之宗教團體如喀爾文、天主教、社會主義與自由教派亦決定了就學的學校、住宅社區、參與的工會等，甚至視聽之媒體亦不例外，當時之媒體各擁其宗教派別，亦與政黨關係緊密。1960 年代末期，此一社會結構隨著宗教解放、意識型態崩解，以及外國媒體的進入而改變。如同許多歐洲國家，荷蘭媒體環境隨著讀者習慣、電子媒體的傳播與本身財務狀況惡化而有所更迭(Brants, 2004:145-147)。

荷蘭報業近 20 年來有很大的變化，不僅全國整體報業發行量驟降，地方報發行量也下降，地方報與全國報的比例約為 45:55（2002 年）。荷蘭報業在 1970 年代及 1990 年代時期分別出現合併現象。目前三家報社擁有 90% 的市場佔有率，其中 7 家報紙掌握在 2 家報社手中。荷蘭之報業中，全國性報紙有 8 種、地方報高達 21 種，另有 2 種免費報、3 種專門報，共

計 34 種報紙。除了「Het Financieele Dagbla」為唯一的財經報，「*Het Parool*」雖然以阿姆斯特丹都會區為主，仍被列入全國性報紙，其他 6 家報紙依其發行量依次為：「*De Telegraaf*」(850,000)、「*Algemeen Dagblad*」(395,000)、「*De Volkskrant*」(350,000)、「*NRC Handelsblad*」(270,000)以及「*Trouw*」(112,000)。*De Telegraaf*與*Algemeen Dagblad*之讀者多為一般大眾<sup>11</sup>。讀者多半為教育程度較高者之菁英報，如*De Volkskrant*過去所屬天主教教派，現已轉型為左派份子之菁英報；*NRC Handelsblad*晚報為兩家自由-保守報之合併。此外，近年在火車上供人自由取閱的兩大免費報，「*Metro*」為瑞典公司之姊妹報社所發行，「*Sp!ts*」同為*De Telegraaf*報社所發行，均針對通勤者提供當日之新聞大要（消息來源為荷蘭之通訊社ANP）。茲將荷蘭報業之發行量及相關資訊列表如下：

---

<sup>11</sup> Sanna Buurke ,*the Dutch Media Landscape*, 數據摘自歐洲新聞中心（ European Journalism Center）[Http://www.ejc.nl/jr/emland/netherlands.html](http://www.ejc.nl/jr/emland/netherlands.html)。

荷蘭全國性報業發行人一覽表<sup>12</sup>

	發行人	報紙特色與立場	發行者	性質
Metro	345,000	火車報，新聞來源為通訊社 ANP	瑞典 BasisMedia 公司	免費索取
Sp!ts	380,000		De Telegraaf	
Het Parool	90,000	僅在阿姆斯特丹發行之晚報	Vlaamse Persgroep 等	
Het Financieele Dagblad	60,000	荷蘭唯一之財經報	The Financiële Dagblad BV	內容以金融、股市、財經新聞為主，亦有政治社會新聞
De Telegraaf	850,000	中間偏右	Telegraaf Media Groep (TMG)	荷蘭第一大報
Algemeen Dagblad	395,000	中間	PCM Uitgevers B. V. (PCM)	
De Volkskrant	350,000	中間偏左		被視為菁英報，以政治新聞及政論分析為主
NRC Handelsblad	270,000	自由-保守，晚報性質		被視為菁英報，政經新聞為主
Trouw	112,000	荷蘭改革派		報導以健康、教育、宗教及環境為主

(研究者資料整理自 Brants, 2004; Sanna Buurke, 2000)

<sup>12</sup> The circulation of the Dutch newspapers obtained from books and websites vary, therefore, the researcher decided to inquire directly from each newspaper press. However, in the emails inquiring their circulation of De Telegraaf, De Volkskrant, NRC Handelsblad and Het Financieele Dagblad had not been replied by the time this paper was finished. Perhaps it is indicated on their Dutch websites, which the research could not tell.

## 2. 研究問題與目的

本研究定位為一探索性研究，欲瞭解台灣與陳總統在荷蘭之國際形象內涵之建構，期透過蒐集並分析荷蘭媒體及意見領袖對我形象之形成與建構，瞭解荷蘭傳媒生態、風格，俾利未來進一步加強我國國際宣傳策略之參考。

## 3. 研究方法

任單一研究方法將有其不足之處，本研究為補足此一瑕缺，併採量化與質化之三種研究方法，期能周延地蒐集當地對於台灣及陳總統之意象資訊，並見習荷蘭本身如何在歐洲、乃至全球市場中自我行銷與宣傳。

第一，採取「參與觀察法」，筆者在荷蘭海牙六個月生活、進修與討論，與當地荷蘭人、歐盟其他國家成員互動、交換意見，充分利用海牙此一國際城市之國際特色，參訪學術機構及國際組織，觀察當地媒體及外國媒體，蒐集台灣在荷蘭人心中形象，並見習荷蘭如何包裝自己，行銷全球。

第二，「內容分析法」之運用，在學術上被視為量化方法之一，經常應用於質性之媒體內容，如報章雜誌等，將質化之報導內容以數據之量化方式呈現分析結果。擬選取荷蘭四大全國性報紙作內容分析，期以瞭解荷蘭媒體關心的台灣議題，以及其傳達之立場。

第三，「深度訪談法」在研究方法上屬於非正式（informal）之質化研究方法，深入訪談法運用開放而非結構式提問大綱進行，由筆者建立談話之方向，向受訪者提問。透過對意



見領見之深度面訪，蒐集他們對台灣與陳總統形象之認知、看法與立場，並比較自媒體所得之台灣與陳總統形象之差異。

### 3.1 參與觀察法

「參與觀察法」為研究者本身在情境當中之一種研究方法，透過自身參與其中之角色及運用觀察能力，除熟悉當地人之文化觀點、蒐集荷蘭人心中之台灣意向、觀察荷蘭媒體生態及社會變遷，更積極把握與當地荷蘭人、歐盟其他國家成員互動、交換意見之機會，並參訪學術機構及國際組織，見習荷蘭如何在歐陸中提升其重要性，發揮影響力，吸引全球資金及人才，包裝自己，進而行銷全球。

### 3.2 內容分析法

此一研究方法旨在瞭解荷蘭四大報業之特色與報導取向，如讀者特色、發行人、報業風格等；分析荷蘭四大報對我國及陳總統之報導，如報導量、報導議題、興趣、立場評價等。觀察不同年代及特定重大事件之發生對於報導量之影響；觀察四大報所報導之議題趨勢，各家報紙是否有特定之關注焦點與興趣以及四大報對於台灣現狀及對陳總統之國家認同之認知與立場。

#### 3.2.1 樣本之選取

在前述之荷蘭 7 家全國性報紙中，本研究經比較各報特色與立場、讀者群、發行人後，擬選定 4 家報紙- De Telegraaf、De Volkskrant、Het Financieele Dagblad, 以及 NRC Handelsblad 作為研究對象。理由如下：

## 1. 荷蘭菁英報--De Volkskrant 與 NRC Handelsblad

經筆者文獻蒐集，並諮詢荷蘭友人，均一致表示 De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 為荷蘭社會所謂之「菁英報紙」(elite newspaper)，如美國之紐約時報、華盛頓郵報，報導內容具有深度，讀者多為受過良好教育程度者，兩者之讀者性質群頗為相似。不過，前者為日報，後者為晚報<sup>13</sup>。透過此二報紙，將可一窺荷蘭具有決策影響力之菁英群所關注之台灣議題。

## 2. 荷蘭第一大報-De Telegraaf

以發行量來說，De Telegraaf 為荷蘭第一大報，高達 80 萬份的發行量，該報特色為彩色圖片多，符合大眾口味，文字篇幅較少，選擇此報原因之一為探求荷蘭一般大眾所關心之台灣議題，相對於 De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 以知識份子為主，De Telegraaf 之發行量普及，影響範圍廣泛。

## 3. 荷蘭唯一之財經報-Het Financieele Dagblad

儘管 Het Financieele Dagblad 之發行量非最亮眼，在風格上亦不是 De Volkskrant 或 NRC Handelsblad 之競爭對手，本研究在考量下仍將其列入。理由之一，在沒有外交關係下，台灣與歐洲之往來主要以經貿為主，荷蘭為台灣在歐洲第二大貿易夥伴，台灣亦為荷蘭在亞洲第二大貿易夥伴，台、荷本身都是高度依賴貿易、出口之國家，因此 Het Financieele

---

<sup>13</sup> 荷蘭的晚報與台灣的晚報性質不同，荷蘭晚報之張數與日報相同，內容一樣詳盡、有深度。很多上午無暇閱讀日報上，會選擇訂購晚報詳讀當日新聞。

Dagblad 作為財經、貿易之專報，雖然報導內容亦含括政治、社會發展消息，理當反應荷蘭在商貿之關切，以及對台灣貿易之興趣，讀者群也多是關切經貿之經理人、銀行家及政界等人士。

由於筆者在荷語上之限制，無法直接閱讀第一手之荷文報導，本研究必須借助我國駐處新聞組轉譯為英文之二手摘要報導作為研究資料。該摘要文獻之第一手資料來自有關台灣、陳總統、中國或美國等荷文每日各大報、雜誌，經過剪報後摘譯為英文<sup>14</sup>。這些文章之類型包括一般報導、評論、社論、深度訪談等。自 2000 年迄今之報導已有一段時日，為了資料保存之故，有的經掃描已收錄於光碟片上，有的經過剪貼、影印已無法一窺原文報導之篇幅、報導來源或插圖，有的仍附原文報導。因為資料之完整性不一，本研究在內容分析之類目設定亦一併納入考量，在此先予敘明。

樣本選定範圍上，本研究設定四大報，以紙本方式尋找內文以台灣或陳總統為主題者，有台灣或陳總統字樣，卻非為該文章之主題者，則不屬抽樣範圍。文章形式不限於報導、評論、社論均列入研究範圍。

在抽樣時間範圍上，因為陳總統自 2000 年 5 月上任迄今研究期間，共計 6 年整，因考慮研究人力及時間，擬採每 2 年為間距之抽樣，設定抽樣之文章時間為 2001、2003、2005 等三個整年，以及 2006 年 5 月止。2000 年未抽樣之原因在於當年前 4 個月仍為競選期間，陳總統尚未就任且新聞中亦有對其他候選人報導，有關陳總統之報導數量恐將受擠壓效應。至於 2006 年 5 月止，雖然僅有 5 個月之抽樣，不足與前 3 年作比較，不過此時

<sup>14</sup> 資料蒐集來源，包括火車報 Metro 與 Sp! Its 報紙。為了更瞭解本研究所仰賴之二手資料形成過程，筆者於 9 月 7 日親訪主譯者之一 Melton Tseng 先生（荷籍人士），洽詢渠等剪報篩選過程與逐譯之標準。渠表示，如果屬於重要之政治性報導，則逐字翻譯，其餘則摘譯。

正值筆者於荷蘭期間，鑒於對當地報章雜誌及媒體新聞之近性，亦同時可觀察在地社會之氛圍，思量後仍納入抽樣時間之範圍。

### 3.2.2 類目系統與譯碼

本研究將文章內容分為 8 項類目（附錄一，頁 71）作分析，除了報紙之基本資料，如名稱、年代外，其他包含文章之主題、內容評價、議題類別、台灣現狀之立場與總統之主張。根據 Stacks(2002:109), 內容分析之類目可分為顯性與隱性兩類，本研究之分析亦包括此二類目：隱性及顯性，前者需要加以判斷與歸類，旨在處理訊息背後之意涵，包括每篇文章之「主題」判斷、歸屬「議題」類別與報紙「評價」等；顯性類目，則為「報紙名稱」、「文章刊出年代」、論及有關「台灣現狀」之字眼等（如事實上獨立，或是屬於中國的一部分等）可以直接歸類之資訊。

分析與譯碼過程中，首先先判斷文章「主題類目」（main topics）分為「台灣」或「陳總統」，之後判斷文章的「議題類別」（issues），屬於台歐關係、台灣社會，抑或是兩岸關係之報導，其下更有細目之分類。以「台歐關係」為例，「子議題」包含軍購、文化宗教體育交流、荷蘭殖民時代、歐盟決議案、政治外交、經貿等。譬如一篇有關荷蘭殖民台灣時期文物在台展出的新聞報導，在主題類目中，將被歸為「台灣主題」類別，議題類別屬於「台歐關係」，子議題則歸於「荷蘭殖民時期」之報導。

關於文章內容中同時提及台灣與陳總統者，則以文章之主旨為斷，不過被提及之「次主題」也會在譯碼中呈現在「議題」中，因為形象之建構，不僅受文章主旨之影響，附帶著墨之內容亦會影響讀者的觀感。連帶一提，如果有許多不同議題（issues）同時在文章中被觸及，為簡化譯碼

之謬誤，僅將主要之議題作譯碼之處理。舉例來說，一篇文章以台灣政局為主題，文章中另觸及陳總統之領導與應變能力、陳總統最新之民調統計、對於第一家庭成員之描述等「次主題」，此時先挑出「次主題」為何，再予以歸類。

此外，每一篇文章中均嘗試判斷報紙的評價立場，瞭解荷蘭報紙中「評價類目」中有四個選項，包括「批評」（criticizing）、「中立」（neutral）、「支持」（supporting）立場及「無法判斷報導立場」。「批評立場」包括文章內容有貶抑、反對之態度。「中立立場」係指報導單純描述事件的因果關係，未予以評價，或文章內容同時呈現批評與支持之論點。「支持立場」意指報導內容呈現正面、強化或讚賞之態度。

### 3.2.3 研究限制

#### 1. 二級資料之使用

荷蘭社會雖然英語通行，然因官方語言為荷語，主要平面及電子媒體亦為荷語，圖書館及書店之書籍亦以荷語為大宗；筆者在不諳荷語下，進行我國家國際形象之研究，在資料蒐集、閱讀理解與文獻範圍上有一定之限制，因此所援用之二級資料之正確性更形重要。

幾乎大部分之二級資料均為摘要形式，無附原文報導者，難以辨識報導長度、來源（購自通訊社或是來自特派員、報社記者親自採訪）。有些輔佐文字報導之插圖或照片在剪報過程中被省略者，亦無法作分析。此外，雖然譯者英、荷語造詣俱佳，且力求忠實逐譯，畢竟就筆者來說，無法直接閱讀荷文之抱憾，不免有礙掌握或理解荷語社會如何詮釋、形塑有關台灣之用詞與語調。

## 2. 譯碼與信度

根據 Stacks (2002:116), 內容分析法最好由兩位研究者共同譯碼, 或是由一位譯碼者分別於不同時間進行兩次譯碼。鑑於研究者為此研究之唯一譯碼者, 為求提高譯碼信度, 首先確認譯碼表之編排反映差異性, 並力求譯碼方式一致, 然後抽樣、重複譯碼, 以降低信度可能過低之情形。

## 3.3 深度訪談法

本階段之研究係針對意見領袖進行質性研究之深度訪談。鑑於一般荷蘭大眾對於台灣或陳總統認識不深, 如作廣泛性之普查, 所得到之表面印象與一些統計數據, 將難以繼續探究; 若要得知大眾對台印象, 此部分在第二階段之媒體研究中, 已可獲得解答及推論。因此第三階段擬以深入訪談方式, 就對台灣或陳總統已有一訂程度之認知的意見領袖探求更深層、更完整之意象瞭解。本研究方法旨在瞭解荷蘭之意見領袖如何建構他們對台灣與陳總統之印象、看法與立場; 研究影響意見領袖建構國際形象之因素並請益行銷台灣於荷蘭或歐洲之策略與方法。

### 3.3.1. 訪談對象

本研究之訪談對象設定為荷蘭社會之意見領袖, 不必然為荷蘭裔, 如果在荷蘭已居留一段時間, 熟悉荷蘭文化與社會者均可。根據 Hertz 與 Imber (1993) 對「菁英」族群之觀察, 菁英族群容易築起藩籬、工作忙碌, 在社會科學的調查研究上不易接觸與接近, 若要對菁英份子採取量化問卷之研究方法較不可行 (W. Lawrence Neuman, 朱柔若譯, 2000, 頁 624; 胡志亮, 頁 49)。是以, 「深入訪談法」仍為較適合此一受訪對象之研究方法。

為反映荷蘭社會不同領域之聲音，並展現可能之多元思考，訪談對象之背景涵括荷蘭社會學界、商界、非政府組織、公關公司等不同領域，並透過「滾雪球」方式在訪談中，邀請受訪者建議其他之適當受訪人選。

### 3.3.2. 訪談進行

由於訪談對象對於台灣或陳總統已有某程度之瞭解，筆者在訪談日前，不再給予任何有關訪談主題之書面相關資訊，以免誘導受訪者之回答。在每次訪談前，筆者先發送電子郵件（附錄二，頁 76）介紹本研究計畫之執行、主題、目的、指導教授、經費來源以及未來研究報告將會送審、上網公告等處理。文末，並附加筆者在台灣及荷蘭之聯絡方式、所屬單位、學歷等，以取得受訪者之信任，並便於聯絡或確認之用。在每次訪談前一週，筆者再度以電子郵件提醒對方並致謝。

為爭取受訪者之回應及受訪意願，研究者完全配合受訪者所提出之訪談時間、日期及地點，受訪者多就近選擇自己工作或住所之處，研究者自費搭乘火車往返，以讓受訪者在渠等感到自在環境下接受訪談，並視受訪者之語言能力擇以中文或英文進行訪問，期能在最自然情境下蒐集到詳盡資訊。訪談進行中，研究者基本上依循訪談大綱，惟就受訪者個別專長之領域，另請教進一步之相關問題。

為感謝受訪者無償接受長時間訪談，研究者視受訪者對台灣及陳總統之了解程度不等，於訪談束時致贈陳總統最新圖文集「海洋國家、進步台灣」或「中華民國第十一屆總統副總統就職紀念郵票專冊」，以表謝意，並進行我國發展及元首之國際宣傳。

### 3.3.3. 訪談大綱

訪談內容之大綱以前所作之內容分析類目為主要架構，包括台灣社會、歐洲事務、兩岸議題、總統施政、個人特質、社會與政治參與等面向，並詢以對我國行銷工作之評介及策略建議，依序向受訪者訪問對台灣及陳總統之了解與觀察，問題模式之設計採形象評估模式之「形象理論」為參考，先探求受訪者對台灣及陳總統之印象與熟悉度、次求看法及偏好，最後探詢定位與立場（Vos & Schoemaker, 2005:43）。訪談大綱（附錄三，頁 78）主要包括以下四項：

1. 印象及熟悉度：對台灣及陳總統意象之形成與瞭解程度。
2. 看法與偏好：對台灣社會、歐洲事務、兩岸關係之觀察與立場態度。
3. 定位：如何詮釋台灣之現況及陳總統之主張。
4. 行銷台灣及陳總統之策略與建議。



## 4. 研究結果與分析

### 4.1 參與觀察法—借鏡荷蘭

荷蘭是台灣在歐洲的第二大貿易夥伴，亦是投資台灣第一名的歐洲國家，歷史上荷蘭亦為台灣最早接觸的歐洲國家之一，加以荷蘭之人口、面積與我相近，不論在情感上、經貿往來、文化層面上，荷蘭均與我關係密切，因此近年我國在許多政策制訂及研究時，常以荷蘭為借鏡。

研究者於研究期間積極觀察，並請益當地人士有關近年荷蘭社會之演變，以嘗試比較與我國相同與差異之處，試圖瞭解荷蘭何以能在有限資源中成為歐洲競爭力強國之若干原因。謹以荷蘭近年之社會變遷、國會選舉及國際文教等為例，提出近年觀察及可供我參及之處。

社會變遷方面，荷蘭社會向以自由、開放、包容著稱。先天上，荷蘭之地理位置甚具優勢，與德、法、英等強勢國家相近，距離歐盟總部—布魯塞爾僅約有 1 時多之火車車程，境內交通網絡普及、便利且快速，國際航班及鐵路眾多，最大港口鹿特丹位萊因河出口，此一陸、海、空方面之交通優勢為高度仰賴航線與外界往來之我國所不及。

惟如果境內沒有高度國際化及普及之英語教育，荷蘭亦難以成為進入歐陸之重要門戶。研究期間，很驚訝地發現，荷蘭雖有荷語為官方語言，民眾無論年齡、教育程度或工作階層，其英語口語能力均流暢無比。荷蘭可謂歐陸國家中國民英語能力最佳之國家，此點誠然成為眾多國際人士前來經商、求學、工作或開會之吸引力之一，許多知名之國際組織及公司亦選擇設立於此。荷蘭在後天積極營造國際化環境，堪為我國可學習之處。

此外，荷蘭深知身處列強之中，小國必須團結之道理，其與比利時、盧森堡亦在歐盟外，另組荷比盧區（BENELUX），在文化、交通、經濟、學術、觀光新聞媒體等各方面密切合作，創造互利共榮的局面。

荷蘭國內社會近年亦發生重大變革與危機。根據NRC Handelsblad 報導，荷蘭自 2003 年起，成為西歐國家中唯一移出人數（emigrants）超過移入人數（immigrants）之國家。以 2005 年為例，12 萬人移出，9 萬人移入，國家整體人口呈現下降趨勢。雖然移出人口以 55 歲以上為大宗，近來中壯年等生產力人口亦出現外移趨勢，經濟成長率趨緩。由於境內宗教、種族問題升起，以及近年陸續發生兩起重大治安事件<sup>15</sup>，使得原本講求開放、包容之荷蘭社會反趨保守。此一保守態度反映在民眾對外國人之態度、媒體新聞報導、政府對外國人之管制及國家之移民政策等。以移民政策為例，荷蘭政府去年除大幅提高移民簽證費用、強制繳納保證金、要求移民者必須事先在母國習得荷語，以利未來融入荷蘭社會，另一方面，為提升移民人口素質，荷蘭政府並以薪資為門檻，加速核准高所得及知識移民之申請。

在國會選舉方面，由於荷蘭人民信仰及國家外交政策仍重視人權、民主自由等普世價值，因此國會在台荷無邦交關係下，仍做出有利於我之決議或提案，如 2003 年 12 月荷蘭眾議院通過反對歐盟解除對中國武器禁運之決議，2005 年 10 月國會通過支持台灣成為世界衛生組織（WHO）觀察員之提案等，此等決議可見歐盟國家對於普世價值之立場，可作為我與歐盟國家聯繫之最佳利基。荷蘭國內小黨眾多，一黨難以執政，向以聯合內閣為主流，2006 年 11 月 22 日國會全面改選，基民黨（CDA）雖仍維持最大

---

<sup>15</sup> 一為荷蘭國會議員，另一位為知名導演。

黨，勞工黨 (PvdA) 次之，極左派之社會黨 (SP) 躍為第三大黨，向與我友好親近之自由民主黨 (VVD) 退居第四；與我相當友好且多次訪台之自由民主黨 (VVD) 范巴倫議員 (Hans van Baalen) 去年當選眾議院外交委員會主席，此一契機當為把握，積極開拓與荷蘭國會之關係，如成立「國會台灣連線」或「友台小組」等。鑒於我國向與右翼政黨關係較近，如「基民黨」或「自由民主黨」，此次大選後顯示左派勢力崛起，我亦應嘗試與左派政黨接觸，以獲取國會中他黨之支持。

研究期間，常見荷蘭政府網站公告出訪中國之招商團，中國所舉辦之「China Festival」，以藝術、文化、表演、民俗文物、飲食等亦吸引眾多人潮駐足。荷蘭位於海牙之外交研究院 Clingendael 亦於去年 10 月成立亞洲研究所 (CAS, Clingendael Asia Studies)，旨在研究亞洲之政經發展、區域安全等情勢，盼藉此提升與東亞之關係；去年孔子學院 (Institute of Confucius) 亦於海牙成立，以上均顯示荷蘭對亞洲區域之重視，已從經貿關係擴展至政治、國防安全及哲學文化等領域。

同時荷蘭本身亦積極開拓教育國際市場，儼然將公眾外交之觸角延伸至學術交流之場域。以國際文教為例，荷蘭近年大力推廣國際教育，開設英語課程，招收國際學生，以各式獎學金吸引開發中國家傑出青年學子赴荷。一方面補足其國內在高等教育經費上之拮据，另一方面也促使學術環境之國際化，更帶來豐富之周邊收益，如觀光旅遊、租賃事業、國家形象之推廣、未來留學生返國對荷蘭之認同及情感等。據研究者觀察，荷蘭之外籍學生招生中，以中南美洲及亞洲之學生為眾，其學費相較英、美低廉許多，復能提供英語教學及歐陸豐富之資源環境，確吸引不少國際學生前來，我國赴荷留學生人數亦每年攀升。另從荷蘭駐台辦事處積極舉辦講

座、設立多種獎學金、提供教育諮詢、建立留荷學人資料庫、每年固定邀請留荷校友餐敘等，可見荷蘭有意深耕此一國際教育市場，積極經營台灣之高人力素質市場。

就此，台灣身處東亞區域，多元文化、豐富之學術資源及難得可貴之華語環境亦是我國推廣國際文教之一大利器，透過獎學金之設置、各式研究獎助等計畫，亦可吸引歐洲學者與學子來台，及早培養渠等對台之情感，日後對台之立場將更為友好。

## 4.2 內容分析法

### 4.2.1. 整體結果

#### 1. 不同年份之報導量

綜觀所得之分析結果，首先先檢視時間分佈、四大報紙及不同主題下之結果分佈情形。在稍後的分析，分別就台灣議題與陳總統議題討論，看時間因素、不同報紙，什麼樣的議題獲得重視，以及各報之報導偏好。

本研究所取得之樣本共計 129 件（表 1-1），前 3 年報導量大同小異，平均每年不超過 41 件，2006 年前 5 個月共計 11 件樣本。在此不推論 2006 年的 11 件樣本佔了當年 5/12 的樣本數，而導出 2006 年總數為 26 件之推算，因為報導量的多寡有時隨著特定事件、爭議話題之出現而在某段時間有極高的曝光率，因而總數量可能會高於按比例之估算<sup>16</sup>。

表 1-1: 不同年份對我國之報導量

年份	份數	%
2001	41	31.8
2003	39	30.2
2005	38	29.5
2006 年 5 月止	11	8.5
總數	129	100.0

<sup>16</sup> 2006 年 5 月下旬有關指控總統身邊幕僚及家人涉案之新聞爆發時，以及 9 月 9 日紅衫軍等街頭抗議等，國際媒體如 CNN、BBC、路透社以及其他國際媒體持續關注此一相關議題，相關報導量相對增高。2006 年下半年荷蘭的全國新聞中(NRC Handelsblad, Financieele Dagblad, etc.)，有關陳總統個人之報導亦有明顯增多。譬如 9 月 9 日在荷蘭財經報“Het Financieele Dagblad”，以“陳總統之個人魅力正在消失中”為標題（Show man losing his magic）報導最近的事件對陳總統政治生涯之影響。

## 2. 四大報之新聞報導量

表 1-2 顯示，各年份之報導量中各大報所分佈之情形。NRC Handelsblad 之報導量（49 篇）最大，其次為 De Telegraaf（35 篇）、De Volkskrant（34 篇），報導量最少的財經報 Het Financieele Dagblad（11 篇）。復對照各報之發行人量，財經報 Het Financieele Dagblad 發行人量最少，對台灣及陳總統之報導量也是在四報之末，另一方面，NRC Handelsblad 之發行人量在四大報中排行第三，相對上對於台灣及陳總統之報導卻最多；發行人量高達 80 萬份的 de Telegraaf 對台灣及陳總統之報導不必然最多。由此可知，報紙「發行人量」與對台灣及陳總統之「報導量」不見得成正比，第一大報之讀者或許最多，惟 NRC Handelsblad 讀者接觸到台灣議題之頻率卻較高，另一方面亦可推論 NRC Handelsblad 可謂對台灣議題興趣最高者之報紙。

表 1-2：四大報對我國之報導量

報紙\年份	2001 年		2003 年		2005 年		2006 年		Total	%
De Telegraaf	12	29.3%	15	38.5%	6	15.8%	2	18.2%	35	27.1
De Volkskrant	13	31.7%	9	23.0%	11	28.9%	1	9.1%	34	26.4
Het Financieele Dagblad	3	7.3%	3	7.7%	4	10.5%	1	9.1%	11	8.5
NRC Handelsblad	13	31.7%	12	30.8%	17	44.7%	7	63.6%	49	38.0
總數	41	100%	39	100%	38	100%	11	100%	129	100.0

### 3. 報導主題

有關報導主題之分佈，129 份樣本中，有 122 份以台灣為主題，相當於所有樣本的 94.6%，其餘 7 份樣本以陳總統為主題。由此可見，荷蘭報紙對於台灣整體之關注焦點大於對陳總統個人。

在年份之分佈情形，122 份以台灣為主題之報導中，前 3 年之分佈頗為接近，可說荷蘭報紙每年對台灣議題之報導量差距不大。在以陳總統為主題之報導上，雖然總數不過 7 份，不同年份之差距不大，2001 年輔上任之次年及 2005 年連任之次年均有相關之報導外，2003 年則完全未有以「陳總統」為主題之報導。在表 1-3, 我們可以看到不同主題之報導數量，以及在各年份之分佈情形，以下將更細目檢視在台灣主題下，究竟為哪些面向的議題獲得荷蘭媒體的關注與報導興趣。

表 1-3:對台灣及對陳總統之報導量

年份\主題	台灣		陳總統		總數	
	份數	%	份數	%	份數	%
2001	39	32.0	2	28.6	41	31.8
2003	39	32.0	0	0.0	39	30.2
2005	34	27.9	4	57.1	38	29.5
2006	10	8.2	1	14.3	11	8.5
總數	122	100.0	7	100.0	129	100.0

#### 4. 主題評價

在內容分析中，其中一項類目為荷蘭媒體對於台灣或陳總統之評價，以瞭解四大報紙在報導台灣或陳總統時，是否有特定立場，以及這些立場是否受到時間遞移而改變。

表 1-4 首先我們可以明顯看到中立立場佔了多數(68.2%)，24 %的荷蘭報導呈現正面評價、支持或讚賞的態度，不到 10% 的報導呈現負面、批評、貶抑或不認同的立場。此似與大部分的樣本文章為報導，而非評論性文章或社論有關，記者多以中立立場敘述事件之肇因、演變過程及因果關係，較少在文中表示個人評價或報社立場。另一方面或可說，荷蘭媒體在報導時，多以較客觀、中立方式陳述，而非添加過多之褒貶意見



表 1-4: 不同年份之報導評價

	2001 年		2003 年		2005 年		2006 年		Total	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
批評	5	12.2	3	7.7	1	2.6	1	9.0	10	7.8
中立	27	65.9	26	66.7	29	76.3	6	54.5	88	68.2
支持	9	22.0	10	25.6	8	21.1	4	36.2	31	24.0
總數	41	100.0	39	100.0	38	100.0	11	100.0	129	100.0

比較四大報之報導評價，De Telegraaf (57.1%)、De Volkskrant (82.3%) 及 NRC Handelsblad (75.5%) 等三報大致秉持中立立場，財經報 Het Financieele Dagblad 約有 63.6% 的報導比例表達支持立場。綜上，荷蘭四大報紙媒體對於台灣及陳總統新聞多持中立立場 (68.2%)，持相對負面批評之報導立場僅達 7.8%。

表 1-5: 四大報之報導評價

	De Telegraaf		De Volkskrant		Financieele D.		NRC H.		Total	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
批評	2	5.7	3	8.8	1	9.1	4	8.2	10	7.8
中立	20	57.1	28	82.3	3	27.2	37	75.5	88	68.2
支持	13	37.1	3	8.8	7	63.6	8	16.3	31	24.0
總數	35	100.0	34	100.0	11	100.0	49	100.0	129	100.0

#### 4.2.2. 台灣主題

##### 1. 報導議題與年份事件之關係

表 2-1, 我們將台灣議題細分為三個面向來看<sup>17</sup>, 包括「台歐關係、台灣社會、兩岸關係」等, 在荷蘭媒體對台灣之報導中, 最受關注者為「台灣社會」, 其次為「兩岸關係」, 最後為「台歐關係」。在各議題方面, 2001 年有關「台歐關係」之報導量最高, 「台灣議題」在 2003 年報導量最高, 「兩岸關係」之高峰則落在 2005 年。在此, 我們提出疑問: 年份與報導量之關係, 是否因某年份、事件之發生而促使報導量激增?

從報導內容觀之, 2005 年中國通過「反分裂國家法」, 以及台灣執政黨領袖連戰、宋楚瑜等人先後訪問中國, 均引起荷蘭媒體很大之關注。該年對於兩岸事務之報導 (65.6%) 明顯比 2003 年之報導量 (9.4%) 多, 亦佔該年所有對台灣之報導之一半以上。

對於台灣社會之報導量在 2003 年呈現大幅度增加, 其中以當年發生嚴重之 SARS 事件, 台灣疫情之嚴重、台北市人人強制戴口罩之畫面與之後台灣被 WHO 解除管制等消息均使得當年度之報導量異於其他年份之因。

表 2-1: 三大議題之報導量

年份 \ 議題	台歐關係		台灣社會		兩岸事務		總數	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
2001	10	45.5	24	33.3	7	21.9	41	32.5
2003	7	31.8	29	40.2	3	9.4	39	31.0
2005	4	18.2	11	15.3	21	65.6	36	28.6
2006	1	4.5	8	11.1	1	3.1	10	7.9
總數	22	100.0	72	100.0	32	100.0	126	100.0

<sup>17</sup> 以台灣為主題 (topics) 之報導計有 122 份, 惟非以台灣為主題 (即是以陳總統為主題, 但論及台灣議題者), 但次主題論及台灣者, 則一併收錄, 並在台灣議題 (issues) 下進行分析, 有關台灣議題 (issues) 之報導數共計 126 份。

## 2. 四大報之報導興趣

承接上面不同議題之報導量，表 2-2 可呈現不同報紙之不同關注焦點與先後順序。對於 *De Telegraaf* 與 *Het Financieele Dagblad*，他們的首要與次要報導議題為台灣社會、台歐關係；對於兩種菁英報紙 *De Volkskrant* 與 *NRC Handelsblad*，他們的首要與次要報導議題為台灣社會、兩岸事務。四大報紙之共同焦點均以台灣社會為首，惟次要焦點則各異。

由此可見，*De Telegraaf* 為第一大報，為滿足、迎合一般大眾之興趣與關注議題，傾向於報導與荷蘭人、荷蘭社會切身相關之台歐事務議題。相較於讀者以菁英份子為主 *De Volkskrant* 與 *NRC Handelsblad*，涉及東亞區域之安全與穩定之兩岸議題等國際新聞，較獲得重視。

表 2-2: 四大報對於台灣三大議題之報導

議題\ 報紙	De Telegraaf		De Volkskrant		Financieel e D.		NRC H.		總數	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
台歐關係	9	25.7	4	12.1	2	18.2	7	14.9	22	17.5
台灣社會	20	57.1	20	60.6	8	72.7	24	51.1	72	57.1
兩岸關係	6	17.1	9	27.3	1	9.1	16	34.0	32	25.4
總數	35	100.0	33	100.0	11	100.0	47	100.0	126	100.0

表 2-3 中，就三大次主題之報導內容進行更深入分析。在「台歐關係」中，以「商務、經貿、投資」議題（36.4%）最受關注，其次為「政治外交」、「文化、宗教、體育」、「軍購、軍事合作」（各佔 13.6%）等議題。在「台灣社會」中，以「公共衛生、天災、SARS」（20.8%）最受關

注，其次為「政府治理、公共政策、公投」（18.1%）。在「兩岸關係」上，有關兩岸之「政治、協商與對話」（37.5%）報導最多，「國防、軍事演習、反分裂國家法」（31.3%）次之。

表 2-3: 三大議題下「子議題」之報導量

		份數	%	Total	%
台歐關係	軍購、軍事合作	3	13.6	22	17.5
	文化、宗教、體育	3	13.6		
	荷蘭殖民時代	2	9.1		
	歐盟決議案	2	9.1		
	政治、外交	3	13.6		
	貿易、商務、投資	8	<b>36.4</b>		
	其他	1	4.5		
台灣社會	經濟、貿易、投資	4	5.6	72	57.1
	外交、非營利組織	3	4.2		
	政府、公投等	13	18.1		
	歷史、生活、自然、觀光、體育等	7	9.7		
	電影、音樂、藝術、媒體、名人等	11	15.3		
	國防、軍購	9	12.5		
	政治、黨派、選舉	7	9.7		
	公共衛生、SARS、災害	15	<b>20.8</b>		
	其他	3	4.2		
兩岸事務	貿易	3	9.4	32	25.4
	政治、協商、兩岸對話	12	<b>37.5</b>		
	雙邊交流、直航等	6	18.8		
	國防、軍事演習、反分裂國家法	10	31.3		
	其他	1	3.1		
總數				126	100.0

表 2-4，我們檢視四大報對於「台歐關係」中各個子議題之報導。在 De Teleraaf、De Volkskrant 以及 Financieele Dagblad 三報中，各報主要的關注是有關台歐之間的「商務、貿易及投資」，在 NRC Handelsblad，報導最多的則是在台歐之間的「文化、教育、體育」及「歐盟決議案」方面。是以，在台歐關係方面，荷蘭報紙最關切台灣與歐洲/荷蘭間之商務新聞，此一結果與當前台歐欠缺正式之邦交下，歐洲在經濟上與我高度往來，政治上卻選擇保持一定距離之現象不謀而合。然而，媒體對於雙邊在文化、宗教、體育競賽方面等交流，不因官方無邦交下而降低其報導興趣，此為我拓展國際形象可使力之空間。

表 2-4: 四大報對於「台歐關係」之報導

		De Telegraaf		De Volkskrant		Het Financieele Dagblad		NRC Handelsblad	
		份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
台 歐 關 係	軍購、軍事合作	2	22.2	1	16.7	0	0.0	0	0.0
	文化、宗教、體育	1	11.1	0	0.0	0	0.0	2	<b>33.3</b>
	荷蘭殖民時代	1	11.1	0	0.0	0	0.0	1	16.7
	歐盟決議案	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	<b>33.3</b>
	政治、外交	1	11.1	2	33.3	0	0.0	0	0.0
	貿易、商務、投資	3	<b>33.3</b>	3	<b>50.0</b>	1	<b>100.0</b>	1	16.7
	其他	1	11.1	0	0.0	0	100.0	0	0.0
<b>Total</b>		9	100.0	6	100.0	1	100.0	6	100.0

表 2-5, 四大報對於「台灣社會」之議題著重的焦點各不同。整體來說, *de Telegraaf* 與 *De Volkskrant* 報導最多的為「台灣公共衛生、天災與 SARS 期間」的新聞。在 *Het Financieele Dagblad* 與 *NRC Handelsblad*, 此兩大報對於台灣政府、公共政策、法律制訂與公投等相關政府公共行政與治理的新聞報導最多。

表 2-5: 四大報對於「台灣社會」之報導

議題/四大報		De Telegraaf		De Volkskrant		Het Financieele Dagblad		NRC Handelsblad	
		份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
台灣社會	經濟、貿易、投資	0	0.0	0	0.0	2	25.0	2	8.3
	外交、非營利組織	1	5.0	1	5.0	0	0.0	1	4.2
	政府、公投等	2	10.0	2	10.0	3	37.5	6	25.0
	歷史、生活、自然、觀光、體育等	2	10.0	2	10.0	2	25.0	1	4.2
	電影、音樂、藝術、媒體、名人等	4	20.0	3	15.0	1	12.5	3	12.5
	國防、軍購	3	15.0	2	10.0	0	0.0	4	16.7
	政治、黨派、選舉	1	5.0	2	10.0	0	0.0	4	16.7
	公共衛生、SARS、災害	5	25.0	8	40.0	0	0.0	2	8.3
	其他	2	10.0	0	0.0	0	0.0	1	4.2

總數	20	100. 0	20	100. 0	8	100. 0	24	100. 0
----	----	-----------	----	-----------	---	-----------	----	-----------

表 2-6 呈現四大報對於「兩岸事務」方面之報導興趣，De Telegraaf、De Volkskrant 與 Het Financieele Dagblad 對於兩岸之「政局變化、協商對話」等報導最多，De Telegraaf 與 NRC Handelsblad 則報導較多有關中國在東南沿海的軍事演習、2005 年通過的「反分裂國家法」。

表 2-6: 四大報對於「兩岸事務」之報導

議題/四大報		De Telegraaf		De Volkskrant		Het Financieele Dagblad		NRC Handelsblad	
		份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
兩岸 事務	貿易	1	16.7	0	0.0	0	0.0	2	12.5
	政治、協商、兩岸對話	2	<b>33.3</b>	4	<b>44.4</b>	1	<b>100.0</b>	5	31.3
	雙邊交流、直航等	1	16.7	2	22.2	0	0.0	3	18.8
	國防、軍事演習、反分裂國家法	2	<b>33.3</b>	2	22.2	0	0.0	6	<b>37.5</b>
	其他	0	0.0	1	11.1	0	0.0	0	0.0
總數		6	100.0	9	100.0	1	100.0	16	100.0

## 5. 台灣的現狀

本研究對於荷蘭媒體如何看待台灣的現狀甚感興趣，所謂的「維持現狀」近年來不僅在國內一再被重申，在國際社會中，歐盟、美、日等國也一直盼能確認此一狀態之維持。可惜的是，在內容分析的研究過程中，發現荷蘭報紙中對此議之討論或提及並不常見，129 份樣本中，僅有 9 份明示台灣之現狀，其中 1 份指稱台灣為民主國家（democracy），其餘 8 份清楚指出台灣為實質上獨立的國家（independent country），擁有自己的政經結構、文化與歷史等<sup>18</sup>。在一些報導中，儘管有記者提及「台灣為中國叛逆的一省」，亦指出此為北京之用語，舉例來說，「*according to Peiking, Taiwan is a renegade province*」，本研究對於此類報導不視為該報對台灣現狀之詮釋或立場。

接下來，我們亦以同樣的分析模式來看荷蘭媒體對於陳總統之報導，

### 4. 2. 3. 陳總統主題

雖然以陳總統為報導主題（main topic）之文章僅有 7 篇（見表 1-3），不過以陳總統為次主題（secondary topic）則有 24 篇，總計 31 篇報導為分析荷蘭媒體形塑陳總統形象之樣本。

表 3-1, 我們可以看出有關陳總統的報導，在議題面向及年份間之分佈。其中，陳總統之行政領導能力最受矚目（19 篇），其次為陳總統個人之特質、屬性（8 篇）。為期約 3 年半的時間，大多數的報導集中在 2001

---

<sup>18</sup> 摘錄部分報導，原文如下“Taiwan is in fact independent” (NRC Handelsblad, 11/01/2005), “Taiwan is a democratic country with an own political and economic structure, culture and history” (NRC Handelsblad, 09/03/2005), “the de facto independent island state” (NRC Handelsblad, 13/05/2005), “Taiwan is a de facto independent state for at least fifty years” (NRC Handelsblad, 07/06/2005).



年（45.2%）及 2005 年（32.3%），比起 2003 年對陳總統的報導只佔了 9.7%，2001 年及 2005 年的報導明顯很多。推測此兩年份均為陳總統上任後的第一個完整執政年，媒體持續關注陳總統執政後之表現，前者為第一任期就任後的翌年；2005 年則為其第二任期的翌年。在個別議題的報導—陳總統的「行政領導」、「社會與政治參與」、「個人屬性」，2001 年及 2005 年也呈現最多的報導量。

表 3-1:不同年份對陳總統議題之報導量

議題\ 年份	行政領導能力		社會及政治參與		個人屬性特質		總數	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
2001	6	31.6	2	50.0	6	75.0	14	45.2
2003	3	15.8	0	0.0	0	0.0	3	9.7
2005	6	31.6	2	50.0	2	25.0	10	32.3
2006	4	21.1	0	0.0	0	0.0	4	12.9
總數	19	100.0	4	100.0	8	100.0	31	100.0

表 3-2, 分析四大報之報導，我們可以發現荷蘭媒體對於陳總統之關注焦點首重渠之行政領導能力，菁英報 NRC Handelsblad 對陳總統有較多元面向之報導，第一大報 De Telegraaf 及財經報 Het Financieele Dagblad 表現對陳總統個人特質的興趣。

表 3-2: 四大報對於陳總統議題之報導量

議題 \ 媒體	De Telegraaf		De Volkskrant		Financieele D.		NRC H.		Total	
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
行政領導能力	3	60.0	7	58.3	1	100.0	8	61.5	19	61.3
社會及政治參與	0	0.0	1	8.3	0	0.0	3	23.1	4	12.9
個人屬性特質	2	40.0	4	33.3	0	0.0	2	15.4	8	25.8
總數	5	100.0	12	100.0	1	100.0	13	100.0	31	100.0

在表 3-3，我們可以更詳加瞭解在陳總統之「行政領導能力」，哪一方面之能力受到荷蘭媒體的關注。陳總統受到最多探討之能力為對於「兩岸關係」的處理（52.6%），其次為「外交、出訪、爭取參與國際組織」（15.8%）及陳總統任內矢志要推動的「憲政改革」（15.8%）。相對上來說，陳總統對於危機、近日家人親信案件之處理或是在經貿等議題之領導能力分別僅佔荷蘭媒體 5.3% 的報導比率。

四大報對於特別個別議題之報導方面，De Telegraaf 對於陳總統之報導在議題面向上分佈較為平均，分佈在「兩岸事務」、「外交事務」、「憲政改革」方面；De Volkskrant 及 NRC Handelsblad 對於陳總統的「兩岸事務」領導能力上呈現顯著的關注。

表 3-3: 四大報對於陳總統「行政領導能力」之報導

子議題\媒體	De Telegraaf		De Volkskrant		Het Financieele Dagblad		NRC Handelsblad		Total		
	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	
行政 領導 能力	兩岸事務	1	33.3	4	57.1	0	0.0	5	62.5	10	52.6
	危機處理、醜聞	0	0.0	1	14.3	0	0.0	0	0.0	1	5.3
	外交關係、出訪、爭取參與國際組織	1	33.3	1	14.3	0	0.0	1	12.5	3	15.8
	經貿議題	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	12.5	1	5.3
	憲政改革	1	33.3	1	14.3	0	0.0	1	12.5	3	15.8
	民意調查	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	其他	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	5.3
總數	3	100.0	7	100.0	1	100.0	8	100.0	19	100.0	

至於陳總統在「社會及政治方面之參與」，第一大報 De Telegraaf 及財經報 Het Financieele Dagblad 完全沒有著墨，表 3-4 呈現荷蘭菁英報 De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 在報導陳總統在社會及政治參與上，有 2 篇探討選情，1 篇探討 319 槍擊案件，1 篇為其他方面的議題。

表 3-4: 四大報對於陳總統「社會及政治參與」之報導

子議題\媒體		De Volkskrant		NRC Handelsblad		Total	
		份數	%	份數	%	份數	%
社會 及政 治參 與	慈善及志願 服務	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	文化及體育 活動	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	成就、榮譽	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	選舉、競選 活動、黨務	1	100.0	1	33.3	2	50.0
	319 槍擊事 件	0	0.0	1	33.3	1	25.0
	其他	0	0.0	1	33.3	1	25.0
總數		1	100.0	3	100.0	4	100.0

有關陳總統個人屬性、特質方面之報導，除了財經報 Het Financieele Dagblad 未加以報導外，共計 8 篇報導主要集中在陳總統「個人價值、哲學、信念」之面向。即使如此，推論荷蘭媒體對於陳總統領導國家深具影響之個人價值、信念與哲學的關心程度大於與施政領導能力較無關連私生活，如家庭、婚姻等議題，此點似與國內媒體熱中報導政治人物之私生活相異。

表 3-5: 四大報對於陳總統「個人屬性與特質」之報導

子議題\媒體		De Telegraaf		De Volkskrant		Het Financieele Dagblad		NRC Handelsblad		總數	
		份數	%	份數	%	份數	%	份數	%	份數	%
個人特質屬性	教育、成長背景	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	家庭、生活、婚姻	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	價值、生活哲學、理念	4	0.0	3	0.0	0	0.0	1	0.0	8	100.0
	其他	0	0.0	0	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總數		4	100.0	3	100.0	0	100.0	1	100.0	8	100.0

### 陳總統對台現狀之主張

如同前所提對於台灣現狀之認定，本研究對於荷蘭媒體如何詮釋陳總統對台現狀之主張亦感興趣。在 129 篇報導中，有 15 篇提到陳總統對台現狀之主張為「台灣是一個獨立的國家」<sup>19</sup>。

相較於陳總統在 2000 年競選總統時，實際上採取「中間路線」而非主張「台獨路線」，就任後，陳總統亦未在公開場合倡議獨立。在 2000 年總統就職演說中，「四不一沒有」承諾不會宣布台灣獨立。然而，對於荷

<sup>19</sup> 摘錄若干節談到陳總統之對台主張之報導，原文如下“on the condition that Chen takes distance from his separatist program”(Volkskrant, 31/01/2005), “Chen is known for his sympathies for independence”(De Telegraaf, 15/03/2005), “Chen has been an outspoken proponent of independence for Taiwan until he took office” (NRC Handelsblad, 05/01/2001), “Chen used to strive for independence”(Volkskrant, 24/04/2001), “Chen is of the opinion that Taiwan is de facto independent” (NRC Handelsblad, 27/02/2006).

蘭媒體而言，儘管有的報導區別陳總統就任前、後在公開場合中對台現狀主張之差別，有些媒體仍將「陳總統」與「台獨」主張之印象劃上等號。

#### 4.2.4 小結

在內容分析研究法中，針對荷蘭四大報紙媒體 2001 年、2003 年、2005 年及 2006 年五月止進行報導內容之分析，總計 129 篇抽樣文章中，超過 50% 以上之報導對台灣及陳總統之議題採中立立場，24% 的荷蘭報導呈現正面評價的態度，7.8% 的報導採負面立場。

儘管 2001、2003、2005 年報導量之差異不大，在個別議題上，仍然可以看出特定年份之報導量有增多的趨勢，此可歸因於當年所發生之特別事件引起荷蘭媒體集中的關注，如 2003 年北台灣爆發 SARS 疫情、2005 年中國通過反分裂國家法，以及我國反對黨領袖先後赴中國訪問，都使得該年度該面向的報導增加。以台灣為主題計有 122 篇，以陳總統為主題計有 7 篇，荷蘭媒體顯然對於台灣議題之關注大於對於台灣元首個人。

四大報中，對台灣最多報導者為菁英報 NRC Handelsblad，第二為荷蘭的第一大報 De Telegraaf，其次是 De Volkskrant，報導量最少為 Het Financieele Dagblad。由於本研究未能比較報導篇幅與深度，因此上述之比較僅為各報文章量之比較，並無法從報導內容之深度、篇幅長短，進而分析出各報對於台灣議題或現象瞭解之深淺、判斷正確與否，

比較報紙發行人量與上述之報導量，本研究得知兩者並非呈現正相關。意即，荷蘭第一大報 De Telegraaf，發行人量最大，對台灣之報導總數並不

一定最多，反而是發行量名列第三的菁英報 NRC Handelsblad 最關心台灣議題。

荷蘭四大報中對於台灣主題所作之報導，顯然以「台灣社會」之議題最多。De Telegraaf 為第一大報，為滿足、迎合一般大眾之興趣與關注議題，傾向於報導與荷蘭人、荷蘭社會切身相關之「台歐關係」方面的議題。相較於以菁英份子為主要讀者之 De Volkskrant 與 NRC Handelsblad，涉及東亞區域之安全與穩定之兩岸議題等國際新聞，雖然距離切身利益看似遙遠且不易理解，卻較獲得重視。

在「台歐關係」中，「商務、經貿、投資」（36.4%）最受關注；在「台灣社會」中，「公共衛生、天災、SARS」（20.8%）最受關注，符合先進國家傾向從負面消息去瞭解、報導新興國家之報導理論；在「兩岸關係」上，賴以決定區域安全與穩定之兩岸「政治、協商與對話」（37.5%）報導最多。

在台灣現狀之認定方面，僅有 9 篇報導在文中提及對此之立場（1 篇來自 De Telegraaf, 另外八篇來自 NRC Dagblad），均認為台灣為獨立、民主的國家。整體來說，大部分荷蘭媒體並不特別討論此一議題，即使觸及，沒有任何一家報紙之報導仍認為台灣為中國的一省。

在陳總統之報導方面，2001 年及 2005 年媒體對陳總統之報導最多，且多集中在對其行政領導能力之關注（計有 19 篇）。菁英報 De Volkskrant 與第一大報 De Telegraaf 對於總統之報導多集中在「行政領導能力」及「個人特質屬性」方面，NRC Handelsblad 對於陳總統之「領導能力」與「社會政治參與」較為關注。

陳總統最受探討之領導能力為對於「兩岸關係」的處理 (52.6%)，De Telegraaf 對於陳總統之報導在議題面向上分佈較為平均，分別在「兩岸事務」、「外交事務」、「憲政改革」方面，與其報紙風格必須滿足一般讀者群有關；De Volkskrant 及 NRC Handelsblad 對於陳總統的「兩岸事務」領導能力上呈現顯著的興趣，驗證其菁英份子居多之讀者群對於國際新聞較為關注之理論。

陳總統在「社會及政治方面之參與」，第一大報 De Telegraaf 及財經報 Het Financieele Dagblad 對此完全沒有著墨，菁英報 De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 報導陳總統在社會及政治參與上分佈在「選務、黨務活動」及「319 槍擊事件」之討論。

有關陳總統個人屬性、特質方面之報導，除了財經報 Het Financieele Dagblad 未加以報導外，共計 8 篇報導全集中在陳總統「個人價值、哲學、信念」等決定國家領導人之領導風格之個人價值、信念，而非與其施政領導能力較無關之私生活，如家庭、婚姻等議題。

有關陳總統對台之主張，有 15 篇提到陳總統對台現狀之主張為「台灣是一個獨立的國家」，實際上陳總統在 2000 年就任後未曾在公開場合倡議獨立之主張，然而，對於荷蘭媒體而言，「台獨」主張仍為渠等對陳總統之部分形象認知。



### 4.3 深度訪談法

研究者在荷蘭研究期間嘗試尋找適合的受訪者，無疑地，身處國外欠缺長期經營之人際網絡下，短時間要取得符合受訪條件者之首肯同意，學界、國際組織表達善意回應，商務界之可近性難度最高。透過電子郵件，研究者函請幾個大城市商會提供合宜名單人選，如阿姆斯特丹、海牙等、鹿特丹等商會、VNO-NCW（成員為荷蘭大公司之商會組織），以及幾個與台灣有商務往來的企業，如飛利浦（Phillips）、聯合利華（Unilever）及荷蘭經濟部綜理台灣事務的承辦人等，全部石沈大海，縱有回音者，亦坦承正值工作業務旺季，愛莫難助。在訪談研究進行過程期間，雖輔以滾雪球方式推薦名單，惟推薦對象不是不全然符合本研究所設定之條件，便是受推薦者人在歐洲，卻不在荷蘭境內<sup>20</sup>。

是以，本研究計訪談 5 位符合研究條件之受訪者（見表 4-1 受訪者名單），包括商界、學術界、亞洲政治、非政府組織及公關界。其中有 2 位具華裔背景、2 位為荷蘭背景，1 位為歐洲裔人士。5 位中，有 3 位未曾到過台灣，但均表示今年即將到訪台灣，有 4 位曾至中國。

訪談時間與地點、受訪者職稱及背景簡介如下表所列。訪談內容的紀錄收錄於附件（附錄四，頁 79），內容包括他們對台灣的意向、對總統的意向，以及對台灣行銷歐洲的建議。由於受訪者均為其領域中之佼佼者，不必然願遵循筆者所提問之問題脈絡，訪談中未能「有問必答」。

---

<sup>20</sup> 鑑於本研究之深度訪談內容較為繁瑣且深入，需要足夠的時間與安靜的訪談環境，且為達受訪條件的一致性，「電話訪問」在此研究中不予採用，尤以意見領袖為對象時。

表 4-1: 「深入訪談法」之受訪者名單  
(按受訪時間順序排列)

領域	姓名	職銜	訪談地點	背景	是否到過台灣與中國
商界	不具名	企業負責人	鹿特丹 (Rotterdam)	台商，在荷蘭從事貿易 20 年，已歸化為荷蘭人，亦前往大陸經商。	是
學界	Jeroen de Kloet	阿姆斯特丹大學傳播系教授	阿姆斯特丹 (Amsterdam)	荷蘭人，從事文化研究，曾先後陸續於中國、香港從事研究多年	未曾到過台灣，盼於 2007 年至台灣，從事兩岸三地之文化研究比較。
學者	吳德榮 Tak-Rong Ngo	萊頓大學漢學系教授	萊頓 (Leiden)	香港出生，於香港、英國受教育，澳門、菲律賓成長，1995 年甫至荷蘭迄今，教授有關東亞政府與政治課程。	是
非政府組織	Marino Busdachin	UNPO 秘書長	海牙 (The Hague)	東歐人，早年移民義大利，曾旅居美國，服務於聯合國組織等。	未曾到過台灣及中國，訪談時表示受民主基金會之邀，即將訪台。
公關公司	Fred Sanders	合夥人	海牙	荷蘭人，新聞界 25 年之資歷，曾任荷蘭第一大報 De Telegraaf 記者，並派駐布魯塞爾。與現任荷蘭駐台胡浩德 (Menno Goedhart) 代表為舊識。現任職知名公關公司 PSZV，且為歐洲記者協會 (AEJ) 荷蘭聯絡人。	曾至中國觀光，未曾到過台灣，訪談時表示即將以私人行程訪台。

### 4.3.1. 台灣主題

#### 1. 有關台灣之消息來源

訪談中發現，受訪者中具有閱讀中文能力者表示，他們時常從網路上閱讀中文電子報獲取台灣的第一手消息；無法閱讀中文的受訪者，且未造訪過台灣，有關台灣訊息之取得，則受到在台友人之經驗轉述所影響，包括同事、朋友及指導學生，其次是媒體，如有關台灣之新聞報導、歌手、流行音樂、電影導演等大眾文化傳播。

受訪者從當地媒體獲取台灣消息之來源，主要包括荷蘭報紙de Vokskrant、NRC Handelsblad，以及國際媒體BBC、CNN等。另外，吳教授德榮表示，我駐處所提供之「Taipei Journal」亦為渠獲取台灣相關消息之來源之一，顯示我政府文宣對於海外僑胞維繫與僑居地之熟悉，仍扮演一定之重要角色。

#### 2. 形塑中之台灣印象

受訪者論及對於台灣的印象，包括台灣是個富裕的國家、具有先進的高科技產業、怡人的風景、乾淨如新加坡，比起兩岸三地，更具人情味。印象中的台灣人很勤奮、聰明。

被問及印象中歐洲媒體對台灣之報導，受訪者的回答包括，台灣國會議員的肢體衝突、SARS、921 地震、1996 年台海危機、2000 年總統大選及兩岸飛機直航等。

#### 3. 荷蘭媒體對於台灣的關注

受訪者表示，比起對於其他亞洲新聞之報導，如中國、日本及印尼，荷蘭媒體相對上較少報導台灣。其中一位受訪者指出，台灣複雜的政經情勢在荷蘭甚難引起注意，再者，對於荷蘭媒體及讀者而言，短時間內也不易理解。另一位受訪者表示，荷蘭媒體這幾年愈來愈封閉，而讀者的興趣亦然，荷蘭媒體不像國際媒體 CNN、BBC 或路透社一樣，對於國際新聞予以相當的關注。

受訪者均表示，有關台灣的商務新聞定可引起荷蘭人的注意，此一觀察與內容分析法的發現一致，在「台歐關係」的新聞方面，經貿、商務的消息報導最多。

“我相信有關台灣經貿方面的新聞會吸引荷蘭人的注意，也會是他們最感興趣所在；荷蘭人非常重商……。”（*Marino Busdachin* 秘書長）

“整體來說，有關台灣經貿商務的新聞最能引起荷蘭社會的注意。…另一方面來說，如果台灣整天都被放在頭版新聞，也非好事，不是嗎？”（*Sanders* 先生）

#### 4. 對於台灣時局之看法

受訪者雖肯定台灣傳統、文化，卻表達對於台灣當前政局的憂心，認為國內充斥謠言，建陳政府須與民間合作，並大刀闊斧發揮領導能力。

#### 5. 對於兩岸問題的看法歧異

受訪者對此一議題之看法歧異。某位受訪者表示，渠以門外漢的角色評論，兩岸的紛擾，猶如中東永不止息的戰亂。另位受訪者表示，在維持現狀下，即經濟上兩岸互動頻繁，政治上呈對立，終將導致台灣被中國吞併。有位受訪者主張兩岸應在經貿往來上更加頻繁，甚至讓中國直接在台投資，受台灣規範之管制，若兩岸經濟交織緊密下，即使戰爭爆發，亦將

傷及中國地方及中央政府。台灣應該主導與對岸的互動，去影響大陸地方及中央政府。

“台灣太畏懼中國。從長遠看來，即使台灣宣佈獨立，未來仍無法改變與中國近鄰的事實。因此，避免與中國往來並非解決之道，台灣應主導與對岸的互動。……。”

(吳德榮教授)

## 6. 荷蘭社會視台灣為事實上獨立的國家

受訪者一致表示，荷蘭大部分的人認知台灣為獨立的國家。有受訪者提議，國名應公投決定，此一決定方式在歐洲亦會被視為民主的程序。

“我認為國家的名字應該由公投決定，在歐洲亦會被視為民主的程序……。” (Marino Busdachin 秘書長)

有受訪者指出，荷蘭人是個務實的民族，不管台灣獨立或兩岸統一，台灣求得生存空間相形更重要。

### 4.3.2. 陳總統主題

#### 1. 對總統的印象—不同時期的角色

受訪者間對陳總統的熟悉度有很大程度的差異。研究發現，受訪者造訪過台灣或是源於華人社會者，對於總統有一定程度的熟悉。他們對總統的印象有的始於 1979 年美麗島事件開始，有的對總統 1994-1998 年台北市長任期，乃至於總統任期。從事文化研究的受訪者坦承對於陳總統的陌生。

“我對陳總統沒有印象，如果他現在坐在我對面，我也認不出來。” (De Kloet 教授)

## 2. 高度肯定陳總統的個人特質

有關總統個人特質方面，受訪者對陳總統的主要印象為年輕、有活力、品行良好、正直與勤奮。

## 3. 對於市長任內讚譽有加，但認為元首任內之表現很失敗

受訪者對於陳總統在台北市長任內大力改革公務人員的服務態度與交通建設給予高度肯定，惟對擔任總統以來之表現卻非與同等之評價。有位受訪者對於陳總統之表現與成就不予置評，表示尚待時間之考驗方能評斷，另一受訪者批評總統任內表現很失敗，認為陳總統並未革新國民黨時期所遺留的作風，令支持者失望。

“我認為陳總統這兩任做得很失敗，台灣刻與時間賽跑，過去 6 年陳總統未能將台灣帶領至新的境界，亦未能為台灣帶來新願景。當前台灣社會運作的秩序仍為威權體制下的產物。……陳總統應該關注台灣社會中的法治、民意等問題。有關陳總統矢志推行的憲政改革，將留待剩餘任期再評斷其成敗。”（吳德榮教授）

## 4. 對陳總統之期待

受訪者表示，陳總統是第一位在野黨出身之總統，人民寄予厚望，並嚴厲監督。一位受訪者表示，陳總統象徵過去政黨的輪替，人民期待他大力改革、振興政治、社會與這個國家。一位受訪者提醒陳總統，小心運用手上的金錢與權力。

### 4.3.3. 在歐洲/荷蘭宣傳與行銷台灣

#### 1. 台灣對歐洲的意義

受訪者指出台灣在東亞的戰略與貿易重要性，如果崩解或受到危及將影響全球，建議應先提高歐洲對台灣的興趣，並認知到台灣的重要性。

“歐洲未能注意到台灣的戰略重要性。一方面因為台灣未能傳達此一訊息，亦未嘗試創造此一訊息。台海如果發生戰爭，將會危及歐洲在中國及東亞的投資，美國半導體業將崩解，進而影響歐洲。可惜，歐洲人未能有此意識，無法體認到台灣的重要性”（吳德榮教授）

有受訪者呼籲台灣應該對等給予歐盟事務投注更多的關注。

“某方面來說，我認為台灣對歐洲沒有期待，並不重視歐洲這塊區域。我期待台灣的外交政策上能有所改變。”（*Marino Busdachin* 秘書長）

## 2. 對當前我國形象策略之評介

受訪者指出，台灣在國際宣傳上不夠積極，印象中駐歐代表多為屆齡退休人士，且我對歐之宣傳工作似傾向把重點擺在英國。有受訪者稱，台灣需要正視內部認同問題，目前內部分裂與國人對於國家認同不一有關，此一問題影響著外面的人如何看待台灣人，也左右了台灣與世界的溝通，

## 3. 加強公眾外交之行銷

受訪者建議加強公眾外交之運用，如透過現有之華語學校、眾多設於荷蘭當地之國際組織、觀光推廣、學術交流、文化藝術、體育等方式行銷台灣。

受訪者建議可從現有的華文學校中既有之學生著手，因為這些學生本身在學習語言過程中即對台灣或亞洲抱有高度的興趣。

“除了由政府層級外，我建議非政府層級也有很多開拓的空間。政府只有一個，而且能力有限，但是民間活力無窮，而且影響的層面廣大。”（受訪者一）

以荷蘭海牙此一國際性都市為例，超過 40%以上的居民為外籍人士，受訪者建議可以善用該市為數眾多之聯合國組織或非營利組織，譬如安排總統獲贈民主成就或特殊貢獻的獎項。另外，透過文化與體育活動之宣傳，乃為針對一般人最快、最普及及可近性最強之宣傳方式。

在提倡觀光方面，儘管歐洲文化豐富、旅遊資訊充足，有受訪者指出，有些退休的歐洲人士畢生遊遍歐洲後，會希望看看不一樣的風光，而台灣對他們來說具有相當的吸引力。有位受訪者強調台灣美麗的自然風光，與歐洲大為不同的景致，如國際級的東部縱谷、熱帶海洋等，極具吸引歐洲旅客的潛力。然而，台灣觀光旅遊資訊的可近性及費用尚待改善。

“我建議在觀光方面，我們世界級的縱谷、南台灣的熱帶海洋等景觀，以及具有中華文化的故宮博物院，新興的信義計畫區也深具吸引力。……我遇到很多海外華裔很想至台灣觀光，卻苦無足夠的資訊。”（受訪者一）

學術上，受訪者非常推薦台灣豐富且多元的研究資源，相當適合知識份子前來進行台灣議題方面的研究。

“從研究的角度來說，台灣是個有趣的地方，你可以在那裡找到有關環保、族群、民營化、殖民、全球化以及移民方面的議題，台灣本身有太多豐富的議題可供討論與探索，事實上許多歐洲大學也表達了高度的興趣。從人文社會科學的觀點看來，台灣不僅是資源的寶島，更是做研究的寶島。”（吳教授德榮）

有受訪者建議與其單打「台灣」名號，不如從東亞的架構下推銷台灣。當歐洲對於亞洲的興趣愈來愈高，此一行銷策略自然會吸引至台灣的



目光。有受訪者指出，2008 年中國希冀在舉辦奧運時改變國家形象，亦是有利行銷台灣的時機。

“當中國在 2008 舉辦奧運之際，我相信台海兩岸的緊張關係會和緩。中國應該會改善他們的人權，對於台灣或是陳總統都是一個很好的契機。”（*Marino Busdachin* 秘書長）

#### 4.3.4. 小結

本節中，商界、學術、非政府組織及公關等不同領域之意見領袖分享他們對台灣與陳總統的一些想法與觀察，謹整理要點如下。

1. 大部分的印象與熟悉度的形成仰賴個人與台灣接觸的經驗，包括個人曾經來台觀光、周遭友人的經驗、台灣的大眾文化或是媒體報導。資訊的管道不僅為荷蘭當地的媒體，尚包括國際媒體，如 CNN、BBC、國際通訊社等，以及我國當地的駐處。拜網路科技之賜，網路電子報有別於國際新聞，為華文閱讀者提供了第一手、更深層的台灣消息，國界因此逐漸模糊，台歐間的距離也愈加縮短。
2. 解讀荷蘭新聞中台灣消息篇幅甚少的現象，除了荷蘭新聞近年來趨向在地化與封閉，對於國際新聞報導篇幅降低外，荷蘭人本身對於台灣社會及歷史背景的不瞭解也阻礙了媒體報導的興趣與頻率，惟荷蘭社會普遍認知到台灣為一事實上獨立的國家。
3. 對於台灣時局，受訪者表達憂心之意；面對兩岸的僵局，受訪者之意見分歧，有主張不僅要三通，更要擴大兩岸經貿上之交織，有憂心台灣經貿上過度倚賴中國，當有吞併之虞。

4. 有關陳總統的形象之建構，受訪者對於陳總統的瞭解程度、熟悉台灣的時間長短影響其對陳總統之看法。訪談發現，沒有華人背景的受訪者對於陳總統的瞭解有限，對於陳總統之議題不若對台灣議題感到興趣與熟悉。
5. 整體來說，受訪者對於陳總統擔任市長期間之肯定高於擔任總統一職，惟陳總統為第一位出自在野黨之國家元首，本身即具時代意義，仍期待渠於最後任期有所表現。對照受訪者對台灣及陳總統形象之認知，台灣形象的建構或可提高國家元首的能見度，惟對於關心公眾文化甚於政治、公共事務者，不必然吸引他們認識國家領導人。
6. 有關台灣於歐洲之行銷與推廣，國人需先解決內部認同的問題，另一方面加強歐洲對台灣的興趣，並增進歐洲對於台灣在東亞架構下之經濟與戰略重要性之瞭解。
7. 除了官方既有的外交推展外，積極加強公眾外交之運用，透過觀光、學術交流、與國際組織之合作等提高台灣在國際社會的能見度，全面推展我國之國際生存空間。

## 肆、結論與心得建議

### 1. 結論

本研究旨透過荷蘭觀點——當地全國性報紙與意見領袖，探索台灣及陳總統之國際形象建構及我宣傳策略之效益。在「內容分析法」中，取得 129 件樣本，分析自 2000 年政黨輪替後，針對 2001 年、2003 年、2005 年及 2006 年至五月止，長達近三年半時間之量化資料。由此瞭解荷蘭四大報業之特色與報導取向，對我國及陳總統之報導在報導量、報導議題、立場等變化，並觀察不同年代及特定重大事件之發生對於報導量是否產生影響，以及四大報目前對於台灣現狀及對陳總統國家認同之認知與立場。

在「深入訪談法」中，因係面對面之親訪，且對象均為熟悉台灣社會之菁英份子<sup>21</sup>，訪談之題綱架構雖以前揭「內容分析法」為基礎，惟為補足量化研究所無法呈現之深度訊息，此一深入訪談中特探求更多現象背後之詮釋及受訪者之個人觀點。除瞭解渠等意見領袖如何建構對台灣與陳總統之印象、看法與立場，研究影響意見領袖建構國際形象之因素，並請益行銷台灣於荷蘭/歐洲之策略與方法。謹將研究結果臚列如下：

#### ● 重大事件影響對台灣之報導量

研究顯示，荷蘭媒體每年對台灣之總報導量差異不大，惟從報導議題與年代的分佈，可以看出特定議題的出現會導致當年的報導量有增加的趨勢，特殊事件的發生提高台灣在媒體的曝光率。譬如：「台灣議題」在 2003 年報導量最高，「兩岸關係」之新聞高峰落在 2005 年。回顧 2003 年

---

<sup>21</sup> 荷籍指導教授 Dr. Vos 稱以，荷蘭社會重視平等與去階級化，避免在邀訪函及問卷中出現「菁英」兩字，改以「意見領袖」之中性字眼為佳。

對於台灣社會之報導量，因當年發生嚴重之 SARS 事件，台灣疫情之嚴重、台北市人人強制戴口罩之畫面，與之後台灣被 WHO 解除管制等消息均使得當年度之報導量異於其他年份之因。

又如 2005 年中國通過「反分裂國家法」，以及台灣執政黨領袖連戰、宋楚瑜等人先後訪問中國，均引起荷蘭媒體很大之關注。該年對於兩岸事務之報導（65.6%）明顯比 2003 年之報導量（9.4%）多，亦佔該年所有對台灣之報導之一半以上。在與意見領袖之深入訪談中，受訪者印象所及荷蘭媒體曾作之台灣報導，亦為令人印象深刻之大事件，包括 1996 年台海危機、2000 年總統大選、921 大地震、2003 年 SARS 爆發等。

此一研究發現顯示，議題設定對我媒體曝光率有一定影響；當有關我重大議題或事件出現時，把握時機及掌握議題均可提高我國際能見度。然而，由於期待國際重視中共破壞亞太區域和平之議題，如過度強調台灣遭受在中國飛彈攻擊之驚爆，亦有窄化我國際形象之虞，對於我觀光業亦形塑危險、動盪、不安定之不利形象<sup>22</sup>。

#### ● 台灣形象建構於多元議題之內涵

研究顯示，荷蘭媒體對我台灣社會本身抱以高度之興趣，超過一半的報導為相關台灣社會方面的議題。在報導議題的統計上，「台灣社會」（57.1%）被報導比例最高，「兩岸事務」（25.4%）次之，「台歐關係」的報導則數居末（17.5%）。

「台灣社會」議題上，「公共衛生、災難、SARS 等」議題最受矚目，其次為「政府、公共政策、法律制訂與公投」議題與「電影、音樂、藝

<sup>22</sup> 據我駐處表示，因兩岸關係緊張，曾有荷蘭人去電詢問至台灣旅遊安不安全。

術、媒體、名人」議題等；「兩岸事務」間的「政治、協商與對話」與「軍事演習、反分裂國家法」備受矚目；「台歐關係」中以「貿易、商務及投資」（36.4%）最受關注。

在深度訪談中，受訪者亦建議我國在歐行銷策略應超越政府層級，多針對一般人所感興趣的大眾文化，如體育、音樂、藝術表演等著手。

### ● 發行之迷思與策略

比較四大全國性報紙，對我國新聞報導最多者為 NRC Handelsblad(38%)，其次為 De Telegraaf (27.1%)，De Volkskrant 居第三(26.4%)，比較上，報導最少者為 Het Financieele Dagblad (8.5%)。研究發現，新聞對我報導量與該報之發行之量未成正比，換言之，De Telegraaf 為荷蘭的最大報，NRC Handelsblad 對於台灣的報導卻是最多。

本研究認為應打破以「發行之量」至上之唯一思維，對於某些大眾化之議題，如體育、藝術文化、國際文教、衛生等，廣大民意可發揮巨大之影響力，「量」、「質」同步之動員方式去操作議題、形成壓力，促使官方改變態度或影響視聽等，如具有 80 萬份發行之第一大報 De Telegraaf，其超過 80 萬的發行之量甚至大於美國華盛頓郵報之規模，將能帶來最大的能見度。而菁英報 De Volkskrant、NRC Handelsblad 對兩岸議題相當關注，有關中國對我外交封鎖、飛彈攻擊、排擠我國國際生存空間等新聞，透過渠等之宣傳將可觸及有實際決策權之意見領袖。

再者，荷蘭緊鄰比利時及德國，媒體收聽及視訊易受鄰國干擾及影響。包含北比利時在內，荷語人口總計 2300 萬人。本研究之荷蘭四大全國報業亦在德國發行之銷售。是以，荷語媒體之實際閱聽人口不可小覷。

## ● 菁英報側重兩岸問題，一般報紙重視台歐關係

有關報紙的報導偏好，De Telegraaf 與 Het Financieele Dagblad 對與歐洲利益有關的「台歐事務」較感興趣，他們的報導事實上也較符合大部分讀者的興趣。比較下，De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 對於「兩岸議題」著墨較多，反映其讀者群以知識份子為眾，對於國際新聞較為關切。就此推論，不同報紙的讀者群將會對台灣產生不同的形象認知，譬如，De Volkskrant 與 NRC Handelsblad 的讀者對於台灣處於兩岸緊張關係之現況將較為熟悉，而 De Telegraaf 及 Het Financieele Dagblad 讀者對於台灣與歐洲往來等議題將較不陌生。

## ● 重視陳總統之兩岸問題領導能力

以陳總統為報導主題 (main topic) 之文章僅有 7 篇，以陳總統為次主題 (secondary topic) 者則有 24 篇報導，總計 31 篇報導為分析荷蘭媒體形塑陳總統形象之樣本。

對於陳總統之報導，以 2001 年及 2005 年的報導最多。其中，陳總統的「行政領導能力」最受矚目，又以陳總統在「兩岸關係」之處理探討最多 (52.6%)。其次為「外交、出訪、爭取參與國際組織」(15.8%) 及陳總統任內矢志要推動的「憲政改革」(15.8%)。而荷蘭媒體對於陳總統在危機處理、家人親信被控涉案等新聞之關注僅有 5.3% 的報導比率。以報紙之報導興趣而言，De Telegraaf 因其報紙風格為滿足一般讀者群之需求與興趣，對於陳總統之報導在議題面向上分佈較為平均。De Volkskrant 及 NRC Handelsblad 對於陳總統的「兩岸事務」領導能力上呈現顯著的興趣。

因此，菁英報不僅在台灣主題上重視兩岸新聞，在對陳總統之行政能力上，亦對其兩岸問題之領導能力較感興趣。

綜觀陳總統執政六年多，致力於讓台灣「站起來、走出去」，共計 12 次之出訪，創下為我國有史以來首位元首訪歐之紀錄<sup>23</sup>，受到國際媒體矚目，國家元首出訪對於提升我國國際能見度及新聞曝光確有助益。對照受訪者之回答，渠等對陳總統之印象亦以對國家元首之施政領導表現為主，而非在個人特質上或政治、社會上的參與。

### ● 認知台灣為一獨立的國家

在內容分析的研究過程中，發現荷蘭報紙中對台灣現狀問題之討論並不多，129 份樣本中，僅有 9 份明示台灣之現狀，儘管台荷間無正式邦交關係，荷蘭媒體在報導中卻指陳台灣為一事實上獨立國家之現狀，並無媒體報導認為台灣為中國的一部份或一省。同樣在訪談研究時，受訪者亦表示大部分荷蘭人認知上認為台灣為一獨立國家。

至於陳總統對於國家現狀之主張，在 129 篇報導中，有 15 篇提到陳總統對台現狀主張為「台灣是一個獨立的國家」。雖然陳總統自 2000 年上任後至本研究期間結束前，不再公開宣示台獨立場，台獨仍主張為荷蘭媒體對陳總統之部分印象。

### ● 在東亞架構下加強公眾外交行銷台灣

正值歐洲對亞洲之興趣大為提升之際，受訪者建議在東亞架構下行銷台灣於歐洲，先提高歐洲對台的興趣，進而認知台灣的重要性。除了官方既有的外交推展外，積極加強公眾外交之運用，善用當前習華文風潮、觀

<sup>23</sup> 2005 年 4 月「和平與追思之旅」訪問教廷及義大利，出席教宗若望保路二世葬禮彌撒；2006 年 5 月過境荷蘭阿姆斯特丹 Schiphol 機場。

光、文化、體育、學術交流、與國際組織之合作及 2008 年北京興辦奧運重視國際視聽之際等，提高台灣在國際社會的能見度，全面推展我國之國際生存空間。

## 2. 心得建議

### ● 重視歐盟影響力之崛起

因著歐盟之整合及東擴，在國際事務上逐漸發揮影響力，歐洲各國當前在許多政策制訂及執行上均在歐盟架構下進行，因此我國於歐洲工作之拓展勢需對歐盟模式有所體認與洞悉，建議除以美、日、英為宣傳重點之模式，亦積極拓展與歐陸國家之關係、加強媒體工作、第三軌道外交及民間交流。

### ● 協助歐盟對亞洲事務之參與

歐盟對亞洲之關注焦點及往來多集中於經貿關係，然歐盟近年在許多層面均顯示其對亞洲興趣之提升，其亦盼在亞洲事務上有更多之參與。我國在民主、自由及人權等普世價值上與歐盟有共同利益，亦可以此為利基，提升區域之往來及交流或成為聯繫東亞之橋樑。

### ● 建立與荷蘭國會更繁密之往來

荷蘭去年國會全面改選後，極左派之社會黨躍升為第三大黨，我除賡續經營與我友好之右翼政黨的關係外，亦應積極拓展與左派政黨之往來。與我友好且多次訪台之范巴倫議員（Hans van Baalen）甫當選為眾議院外交委員會主席，我應把握此一契機於促成荷蘭國會成立「國會台灣連線」或「友台小組」。



- **積極獎助台灣研究，補助專家學者及學子來台或互訪**

研究顯示，曾經來台者，對於我國政經情勢、國際地位等較為同情且瞭解；當今亞洲崛起，歐洲學界不乏對台灣、兩岸問題有高度興趣者。建議大幅獎助研究計畫補助學者及專家從事台灣研究，培養對台灣研究之學術人才，未來渠等當可為我在國際發聲，並形成學術圈之台灣研究社群。鑒於研究漢學人口增加，我國具有繁體文之優勢，及治安良好、費用低廉、文化多元等環境，亦能吸引許多年輕學子來台學習，培養未來為我代言之民間外交大使<sup>24</sup>。

- **爭取舉辦國際會議與活動之機會，提高媒體能見度及知名度**

荷蘭本身之自然景觀不若北歐峽灣、湖泊之壯麗，人文藝術資產亦無義大利、法國之富足，然其積極爭取為各種國際會議、締約簽署之地點，如馬斯垂克條約，不僅提升其城市知名度，繁榮地方經濟收益，促進觀光，令人印象深刻。我國位處東亞重要樞紐，交通便捷，城市 e 化完善，亦可爭取作為亞太會議、活動或媒體中心之重要據點。

- **加強與國際組織之聯繫與合作**

荷蘭境內有許多以人權、環保、文化為旨之國際組織，我可與渠等積極合作，創造議題，吸引當地社會之注意與參與，贊助其活動舉辦，或籌設不同獎項或講座，邀請我國人士受獎或安排知名人士演講，以宣傳我國，並增加能見度。

---

<sup>24</sup> 據萊頓大學漢學系吳德榮教授告稱，近年申請人數暴增，每年入學人數超過百人，校方每年派遣 20、30 位學生至北京交換學生，來台者僅為個位數。

## ● 整合民間資源，形塑多樣風貌之台灣

除了賡續突破政府層級之關係外，荷蘭社會非常熱衷藝術、文化、體育（如足球）等非政治意涵之生活層面，我國之電影藝術及歌曲，如李安、侯孝賢等導演及周杰倫、伍佰、阿妹等歌手，即受到當地影視、流行音樂愛好者及文化研究學者之注意，甚至為此欲訪台研究。我國當致力呈現台灣社會之多元面貌，鼓勵藝術團體表演、體育競賽等，吸引國際媒體報導及民間社會之注意與關心。

## ● 洽繫荷蘭媒體專訪

陳總統自 2000 年上任以來迄 2007 年 3 月初止，共計接受過 10 次的歐洲媒體專訪，主要以德、英為主之電子及平面媒體，其他歐盟國家還有法國、義大利等。是以，在歐盟 27 個會員國當中，我國在歐洲媒體之能見度仍有大幅突破之空間。

表 5-1:2000 年 5 月以來歐洲媒體對陳總統之專訪<sup>25</sup>

	媒體	國家
2007/3/2	德通社	德國
2006/11/3	金融時報	英國
2006/5/17	歐洲新聞電視台	歐洲
2006/4/18	費加洛日報	法國
2006/3/14	法蘭克福廣訊報	德國
2005/10/18	「快訊」雜誌	義大利
2005/10/7	路透社	英國
2005/8/9	勞動報	俄羅斯
2005/5/10	南德日報	德國
2003/12/17	金融時報	英國

<sup>25</sup> 共計德國 3 次、英國 3 次及義大利、法國、俄羅斯及歐洲聯合台各 1 次。表格由研究者資料整理自總統府網站[www.president.gov.tw](http://www.president.gov.tw)歷年新聞稿。

如前所述，荷蘭其第一大報 De Telegraaf 之 80 萬份發行量甚至超越美國華盛頓郵報之規模；荷蘭緊鄰比利時及德國，包含北比利時在內，總計 2300 萬人之荷語人口，荷語媒體之實際閱聽人口不可小覷。加以境內國際組織林立，旅居人士眾多，有關我國之新聞實際亦可觸及當地之國際人士。另，菁英報 De Volkskrant、NRC Handelsblad 之發行量雖較少，讀者多為高知識水準之意見領袖，對兩岸議題非常關注，報導分析亦相當深入，惟消息來源多來自駐北京或上海之特派員。建議我可就適當時機、管道及議題接受/安排荷蘭媒體之報導，避免國際媒體長期受北京觀點影響。

## 參考文獻

### 中文

1. 卜正珉，公眾外交之探討與應用—各國經驗對台灣的啟示，行政院新聞局 94 年度研究發展報告，2005 年。
2. 林家如，分析柯林問時期美國菁英媒體之兩岸新聞媒體報導—以紐約時報及華盛頓郵報為例，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2000 年。
3. 林俶如，美國媒體對「特殊國與國關係論」報導之內容分析與立場傾向研究—以紐約時報、華盛頓郵報、華爾街日報及洛杉磯時報為例，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2001 年。
4. 張秋康，分析美國菁英媒體對「911 恐怖攻擊事件」的新聞報導—以紐約時報與基督教科學箴言報為例，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2002 年。
5. 胡志亮，總統形象建構之研究—以陳水扁總統新聞幕僚為例，世新大學傳播學系碩士論文，2002 年。

### 英文

Berkofsky, A., Setting Course by the Trade Winds, Taiwan Review, 56(6), 2006, June:pp. 20-27.

Brants, K., the Netherlands, The Media in Europe, Sage, 2004. pp. 145-147.

Cooper, A & A. McRae, Atlas du Monde, France Loisirs, 1998.

- Dicken, P., *Global Shift*, Chapman, 1999。
- Kunczik, M., *Stats, international organizations, and the news media: problems of image cultivation*, *Political Communication in a New Era*, Routledge, 2003.
- Lachapelle, G., *Political communication and personal influence*, *Political Communication in a New Era*, Routledge, 2003.
- Mark Mazower, *Dark Continent: Europe's Twentieth Century* (London: Penguin Books, 1998) , "Preface" and "Epilogue: Making Europe" , pp. ix-xvi, pp. 402-410.
- Mcnaair, B., *An introduction to Political Communication*, Routledge, 1995.
- Morgan, G., *Images of organization*, Sage, 1990.
- Otte, J. e. o., *Setting up a strategic communication plan*. Lemma, 2003.
- Robert Kagan, *Of Paradise and Power: America and Europe in the New World Order* (New York: Alfred A. Knopf, 2003) , pp. 3-11 and pp. 85-103.
- Stacks, D. W., *Public Relations Research*, Guilford, 2002.
- Vos, M. F., *the Corporate Image Concept: a strategic approach*, MF Vos, 2000.
- Vos, M. & Schoemaker, H., *Integrated Communication*, Lemma, 2005.

## 表格目次

表 1-1:不同年份對我國之報導量 .....	29
表 1-2:四大報對我國之報導量 .....	31
表 1-3:對台灣及對陳總統之報導量 .....	32
表 1-4:不同年份之報導評價 .....	33
表 1-5:四大報之報導評價 .....	33
表 2-1:三大議題之報導量 .....	34
表 2-2:四大報對於台灣三大議題之報導 .....	35
表 2-3:三大議題下「子議題」之報導量 .....	36
表 2-4:四大報對於「台歐關係」之報導 .....	37
表 2-5:四大報對於「台灣社會」之報導 .....	38
表 2-6:四大報對於「兩岸事務」之報導 .....	39
表 3-1:不同年份對陳總統議題之報導量 .....	41
表 3-2:四大報對於陳總統議題之報導量 .....	42
表 3-3:四大報對於陳總統「行政領導能力」之報導 .....	43
表 3-4:四大報對於陳總統「社會及政治參與」之報導 .....	44
表 3-5:四大報對於陳總統「個人屬性與特質」之報導 .....	45
表 4-1:「深入訪談法」之受訪者名單 .....	50
表 5-1:2000 年 5 月以來歐洲媒體對陳總統之專訪 .....	66

**附錄一：內容分析譯碼表**

Sample Number: \_\_\_\_\_

**1 Year of Report**

01 Year 2001

02 Year 2003

03 Year 2005

04 Year 2006

**2 Name of newspapers**

01 De Telegraaf

02 De Volkskrant

03 Het Financieele Dagblad

04 NRC Handelsblad

**3 Main Topic of the article**

01 Taiwan

02 President Chen Shui-bian

**4 Evaluation on the whole**

01 criticising (deflating, disagreeing)

02 neutral (a balance of criticizing & support, or no obvious stand)

03 supporting (reinforcing, praising)

04 cannot determine

## 5 Issue (s) on Taiwan

01--not discussed

02—In relation to European affairs

1. Arms purchase, military cooperation
2. Cultural and religion exchanges, sport tournaments
3. Dutch Colonization
4. EU resolutions related to Taiwan
5. Politics, diplomacy
6. Trade, commerce, foreign investment
7. Others

03- Taiwan Society

1. Economics, trade, stocks, foreign investment, finance, enterprise
2. Diplomacy, NGO participation
3. Government, policies, law enactment, referendum
4. History, life, nature, tourism, sports
5. Movie, music, art, media, celebrities
6. National defense, arms purchase



7. Politics, parties, politicians, elections
8. Public health, SARS, natural disaster
9. Others

04- In relation to China affairs

1. Trade
2. Politics, negotiations, dialogues
3. Social and cultural exchanges, marriage, direct flight, tourism
4. National defense, military exercise, anti-succession law
5. Others

**6 The status quo of Taiwan**

01 De facto independent nation

02 Renegade province of China

03 Part of China

04 Political entity

05 Others

06 Can not determine

07 Not discussed

**7 Issues (s) on President Chen**

□□□ 01--not discussed

□□□ 02-Administrative Leadership

1. China Affairs
2. Crisis management, Scandels
3. Diplomatic ties, foreign trips, bid for international NGO organizations
4. Economics, finance & trade
5. Constitutional reform
6. Polls
7. Others

□□□ 03--Social and Political Involvement

1. Charities, volunteer work
2. Cultural activities, sports participation
3. Achievement, honors, recognition
4. Elections, campaign events, party affairs
5. 329 Gunshot incident/329 relevant judicial verdict
6. Others

□□□ 04--Personal Attributes

1. Education, background of growth
2. Family life, family members, marriage

3. Personal ethics, philosophy, belief

4. Others

## 8 Assertion of President Chen' s Positioning of Taiwan

01 De facto independent nation

02 Remaining the status quo

03 Reunification with China

04 U Model, 2 Koreas Model

05 Others

06 Can not determine

07 Not discussed

## 附錄二：深入訪談邀請函

Dear Opinion Leaders:

My name is Pei-Ling ( Pamela ) Chiang, and I am a civil servant in the government of the Republic of China ( Taiwan ) , currently here in The Hague conducting a research on the image of Taiwan and that of the incumbent President Chen Shui-bian in the Netherlands. Over the past months, I have been doing a content analysis of the four national Dutch newspapers of how they perceive Taiwan ; in the second phase, I would like to do in-depth interviews with opinion leaders in different fields in this society.

Your name has been highly recommended and that your expertise and experience in such issues as an opinion leader are treasured as helpful and influential in this research. Therefore, I would like to request the honor of having a 40-minute long interview with you at your convenience of time, date and place.

This research is one of the yearly-sponsored projects by the Personnel Administration of Executive Ministry in Taiwan. However, you can be assured that it is conducted independently and that the results are only used for the policy reference to the government of Taiwan and will be open to the public in a Chinese version at the website of the “Official Publication Echo Network” (<http://open.nat.gov.tw/OpenFront/index.>). Your name will not be mentioned in the final report without your permission.

Attached is an overview schedule for your better comprehension of the main topic of this interview. I look forward to hearing from you and to consulting your opinions.

Thank you once again for your time!

Sincerely yours,

Pei-Ling (Pamela) Chiang

=====

**--Contact in the Netherlands**

Mobile: 00+31 (0)611-454-898

E-mail: [ha-peiling@mail.taipei.gov.tw](mailto:ha-peiling@mail.taipei.gov.tw)

Supervisor: Dr. Marita Vos

Master Program in International Communication Management (MICM)

the Hague University of Professional Education

**--Contact in Taiwan**

Office: 00+886(0)2-2320-6453

Office of the President of Republic of China (Taiwan)

E-mail: [plchiang@mail.oop.gov.tw](mailto:plchiang@mail.oop.gov.tw)

Website: [http:// www.president.gov.tw](http://www.president.gov.tw)

LL.M. (Master of Laws) in National Chengchi University

B.A. in Sociology in National Taiwan University

### **附錄三：訪談大綱**

The interview consists of the following four parts in getting to understand your impression, perception and position of Taiwan and President Chen Shui-bian.

1. How do you form the knowledge and impression of Taiwan and those of President Chen Shui-bian.
2. In what aspects do news reports on Taiwan and President Chen especially call your attention; how do you comment on how they are perceived in the Netherlands/Europe in general.
3. How would you position Taiwan in terms of its status quo and President Chen as a leader of Taiwan.
4. Suggested approaches given for presenting Taiwan and President Chen in the Netherlands.

#### 附錄四：訪談內容紀錄

##### *Part I — Images of Taiwan*

##### *1. Impression and Familiarity*

##### ◆ Taiwan impression or experience

Businessman X,

*“I came to the Netherlands when I was 36 years old, just to register a company here, and never thought I would have stayed here for 20 years since then. When my parents were alive, I went back to Taiwan quite often, but on the average, I go back to Taiwan once a year and learn of Taiwan news from people there.”*

Professor de Kloet,

*“My impressions of Taiwan include Taiwanese MP’ s fights in the parliament, which contradict my impression of Asians’ moderate personality and it is not seen in the Dutch parliament either. As my interest is mainly in cultural studies, my knowledge of Taiwan comes from Taiwanese film directors like Ho Hsiao- , Tsai Ming-liang, Ang Lee, and Taiwanese singers such as Wu-bai, A-mei, Jay Chou, etc. I also have some Chinese friends with whom we discuss about Taiwan ”*

Professor Wu,

*“ 20 years ago, I paid my first visit to Taiwan and it was still ruled by the martial law during that time. The last time I visited Taiwan was in June 2005, on the average I visited Taiwan once two years, every stay I spend 3 to 6 months there. Over the*

*past years, I have different impressions of Taiwan at different times, it is hard for me to say what Taiwan impression brings to me. However, having lived in China, Taiwan and Hong Kong for a period of time, comparing these societies with a Chinese culture background, I like Taiwan best for the relation between the people and the society itself.*

**Director Marino Busdachin,**

*“I have never been to Taiwan, plan to go there this November, but have a lot of friends due to my work at UNPO. I have never been to China either, because I have been put in the blacklist by the Chinese government, they do not issue a visa to me. In my impression, Taiwan is a rich country, advanced in high-technology.”*

**Mr. Sanders,**

“My impression of Taiwan is with beautiful nature, clean streets like Singapore. When I was a journalist, I had written articles on Taiwan and China affairs.”

◆ the Main source of Taiwan information

**Businessman X,**

*“I don’ t read Dutch, therefore, the newspapers I often read are the China times, Freedom Press, the United Times online, all of which are online Taiwanese newspapers. I also watch BBC and CNN for information on Taiwan.” ( at home they subscribe De Volkskrant and NRC Handelsblad for their daughter who reads Dutch)*

**Professor de Kloet**



*“The Dutch newspapers I often read are De Volkskrant, NRC Handelsblad, and my news source of Taiwan comes from my Chinese friends here, most of whom are cultural studies intellectuals.”*

**Professor Wu,**

*“ I often read Metro, if any issues arouse my interest, I look for De Volkskrant and NRC Handelsblad for further reports. I also read the China Times, People’ s Daily online, and the newspaper (after having confirmed with the Office, it should be Taiwan Journal) sent regularly by the Taipei Representative Offices for news on Taiwan. There are some Taiwanese students in our PhD program, with whom I discuss Taiwan issues as well.”*

**Director Marino Busdachin,**

*“ We update the news of our members (Taiwan is one of the founding members) routinely with a confirmation and selection on our website, which is also my information source of Taiwan. BBC and the Financial times ”*

**Mr. Sanders,**

*“I had never been to Taiwan before, but will do so this November. As a journalist of international affairs column and as a correspondent in Belgium before, I had travelled very often and also had been to China before. The Dutch ambassador in Taiwan now used to my colleague in the Ministry of Economic affairs. I usually read five newspapers every day, including De Volkskrant, De Telegraaf, Het Financieele Dagblad, NRC Handelsblad, and Algemeen Dagblad.”*

## 2. Perception and Preference

◆Relation between Taiwan and Europe or the Netherlands

Professor de Kloet,

*“There has not been too many reports on Taiwan, compared to news on South-East Asian countries, I think because of the muslim belief there, this region has attracted more attention in the Netherlands...Talking about the media in the Netherlands, none of the Dutch media is international like BBC, CNN or Reuters; I think Dutch media are more inward. ”*

Professor Wu,

*“ The Dutch media seldom have coverage on Taiwan, from my experience interacting with Dutch opinion leaders, they regard the situation of Taiwan from a sympathetic perspective, which is related to the dependent role the Netherlands has played in the international community. As for the recent scandals and rumors arisen all over in Taiwan, I suppose the Dutch people without a relevant interest, they will not be interested and also have difficulties in comprehending all the contexts. In the Dutch society, a little event, compared with the scale of an event involved happens in Taiwan, may become big news here. There is more news on Indonesia is because the Dutch historic colonization there, the other reason is that there are still a lot of Indonesians in this society that they have rights for votes... ”*

Director Marino Busdachin

*“For Dutch people, I believe business news on Taiwan will attract their attention and interest most, Dutch people are very*

*much commerce-oriented, but generally there is not much news on Taiwan in the Netherlands... Europe is not America, what you are used to such as doing the lobbying in the parliament is not useful here. It is more complicated in Europe; money is not the only thing they value here, education, manners, fun and quality of life are given much concern here. In Europe, histories, culture and food can be very different among different countries, such a phenomenon is also reflected on politics too.”*

**Mr. Sanders,**

*“As a whole, issues on Taiwan business give rise to interest to the Netherlands most. I would say that people in the Netherlands government know of the strategic importance of Taiwan. Comparing now to the past, Dutch news have become more concerned with local news, which was not the case years ago. Despite that recent alleged scandal news in Taiwan, there has not been too much coverage in the Netherlands other than only one article I have read. On the other hand, it will not be good if Taiwan all the time hits the headlines, doesn’ t it? ”*

**◆Observation of the Taiwan society**

**Businessman X,**

*“The Dutch news reports about Taiwan over the past two years I have in mind are issues like SARS, the new representative delegation at EU office, 921 earthquake, the crisis between Taiwan and China in 1996, President Chen’ s first term in 2000, and the MP’ s flights in the parliament. ...I think Taiwan can play a better role, especially in economics, which is correlated with politics too. Taiwanese people are intelligent and diligent,*

*though Taiwanese companies are more medium-scale, but more flexible than those Korean ones. It requires more collaboration and the leadership from the government is very important. ”*

**Professor Wu,**

*“ With regards to cultural characteristics, customs, and traditions, Taiwan stands first among all Chinese societies. However, concerning the social stability at the moment, the situation in Taiwan is most troublesome. The problem is that Taiwan is being in a state of domestic disputes and quarrels now, putting aside the crucial issues such as economic transformation, survival in the international community, etc. I am very pessimistic about Taiwan politics.”*

**Director Marino Busdachin,**

*“Diplomats here are all too serious, constrained and too well-mannered, I think they can be more relaxed when interacting with Europeans. In some ways, I feel Taiwan is not asking much from Europe, doesn’ t consider Europe favourable, I look forward to the changes in the foreign policy of Taiwan.”*

**◆Thoughts for issues of Taiwan and China**

**Businessman X,**

*“The direct flight between China and Taiwan had been reported here on news. The status quo of Taiwan and China is that we keep on commercial trade exchanges while a lot of cross-strait marriages continue take place. Maintaining the status quo, interacting in trade and politically being isolated will lead to*

*the fact that some day Taiwan will be absorbed into China and that Taiwan will disappear on earth.”*

Professor de Kloet,

*“The disputes between Taiwan and China seem to me like those between Israel and those middle-east countries. We outsiders are tired of hearing them.”*

Professor Wu :

*“ In my opinion, the situation of China and Taiwan insisting on its own statements will not work out any foundation or acceptable solutions. Instead, this will result in a solution using violence in the end, and both parties are just waiting for the moment. I suppose there should not only be direct flights, but also direct commerce between Taiwan and China. I am in favour of allowing Chinese investment to Taiwan, which will lead to an intertwined state of the economy of Taiwan and China. The biggest advantage is that once the war breaks out, it harms the cabinet of China as well as its municipalities. Create an environment where Chinese commerce is governed in Taiwan judicial system, attracting the investment from China to Taiwan little by little.*

*For the time being, Taiwan has too much fear over China. From a long-term perspective, even if Taiwan claims independent in the future, being geographically close to China is a fact that will never be changed. To avoid interacting with China is not a solution, instead, Taiwan should take the initiative to interact with China in a normal way.*

*Between reunification and independence, Taiwan should contemplate on another alternative, that is “beyond historic time and space” experience. Middle-east and eastern European countries have been troubled by the “nation-state” ideas; UN is not functioning and thus creates more problems than it can have solved, “nation-state” is not necessarily the best or the only choice for Taiwan.” (the researcher further consulted Prof. Wu on what the best choice he thinks is for Taiwan, Wu responded in a smile, “I am looking for the answer as well.” )*

### 3. Position

◆As a whole, how does the Netherlands view Taiwan?

**Businessman,**

*“In the Netherlands, many people know about Chiang Kai-shek and acknowledge that Taiwan as an independent and democratic country but they do not know clearly about our history as well as the relation between Taiwan and China. I think the name of a nation should be determined by the referendum, which is regarded democratic procedure in Europe.”*

**Professor de Kloet,**

*“Most Dutch people regard Taiwan as an independent country.”*

**Professor Wu,**

*“ General Dutch people have no concept of what the status quo of Taiwan is, and do not consider it important. People who have a basic knowledge suppose that what matters most is to maintain a*

*surviving situation, regardless of being reunified or independent. Dutch people are very pragmatic.”*

**Director Marino Busdachin,**

*“The Netherlands is a very Americanized country compared to many other European countries, they speak English, watch American movies, listen to American music and eat junk food like Americans. But when it comes to politics, they are different. Generally, people in Europe know Taiwan is not part of China, but think that there is nothing wrong that China has the right to claim Taiwan.”*

**Mr. Sanders,**

*“Most people in the Netherlands are aware that Taiwan is an independent country.”*

## *Part II — Images of President Chen*

### *1. Impression and Familiarity*

◆ **When did you start to notice Chen? What are your impressions?**

**Businessman X,**

*“I am very much impressed by his foreign visits abroad and the aides he’s employed around him. I’ve been travelling a lot on business, therefore I know how tired it might be on a long journey over hours. As for his aides, they are smart people, but not necessarily with high integrity.”*

**Professor de Kloet,**

*“I have no impressions of President Chen at all, if he were to sit in front of me now, I wouldn’ t be able to recognize him either.”*

**Professor Wu,**

*” My impression of Chen started from the Formosa Incident, in which he was a maritime lawyer. I was very much impressed with him when He was a Taipei City Mayor, at time he had accomplished a lot and received recognition from the public. When he was first being elected as the 10<sup>th</sup> president, everyone had high expectations of him, for it significant moment of the transfer of power between political parties in 2000 over the past 50 years.”*

**Director Marino Busdachin,**

*“I first noticed President Chen when he took office in 2000, but I have come to know some Taiwanese back in the 90’ s. I feel he is a young and vibrant person. Before, my impression of Taiwan was primarily from the KMT party.”*

**Mr. Sanders,**

*“I came to notice President Chen when he was elected as President in 2000. ”*

## 2. Perception and Preference

◆What are your observations of Chen’ s administrative leadership, social and political involvement or personal attributes?

**Businessman X,**



*“For me, he is a person of good deeds, hard-working, justice and integrity. When Chen served as a Taipei City Mayor, he totally changed civil servants’ attitude which used to have a bad reputation before. Also, his accomplishment in the infrastructure of Taipei Mass Rapid Transit System (MRT in short) was to be reaffirmed. I had high opinions of him when he was in office as a Taipei City Mayor. As a President, the accomplishments cannot be seen that quickly and apparently compared to his role as a Mayor. His integrity is undoubtedly trustworthy.”*

**Professor Wu,**

*“I consider the two terms in office as big failures. As Taiwan is running with time, in the past 6 years, Chen did not elevate Taiwan to a new stage nor did he provide new ideas or visions for Taiwan. The rules governing Taiwan now still are those ashes and poisons left by the authoritarian regime of the past. Concerning recent alleged scandals, I think it does not matter whether there are scandals or not, what matters is the procedure of dealing with these scandals. In western countries, these allegations should be left to judicial institutions for investigation, not through the media. Chen should dwell upon issues of legal orders, public opinions in Taiwan society. With regard to the constitutional reform proposed by Chen, we will evaluate this in his remaining years in office.”*

### 3. Position and Expectations

**Businessman,**

*“My suggestion for President Chen in office is that be cautious of the two things in his hand—power and money.”*

**Professor Wu,**

*“ I have suggestions for the reform of Taiwan society, first of all, for the phenomenon of the media, Chen should thoroughly sweep clean, stop the rumor all over; secondly, back to the judicial system, implement the “detection not public principle” .”*

### Part III—Promoting Taiwan in Europe

#### ◆ the Significance of Taiwan to Europe

**Businessman,**

*“ Enhancing their interest in Taiwan first. The maximum flight time for Europeans to go travelling is about 10 hours, and it is such a long way to Taiwan. Moreover, after a long flight to Taiwan, what can Taiwan offer? Is it cheaper than the price in Thailand or Bali islands? Our tourism is developed from a perspective of the Taiwanese recreation style, which is very different from European style on vacation.”*

**Professor Wu,**

*“ The strategic importance of Taiwan in east Asian has not been perceived in Europe, because Taiwan has not delivered the message nor did Taiwan try to create it. If the war between China and Taiwan breaks out, Japan and the U.S.A get involved, such a large-scaled regional war will have a big impact on the*

*Netherlands, not only on the Dutch investments in Taiwan, but also their investments in China and east Asia, which will influence the world economy. If Taiwan gets involved in the war, half of the semi-conductor industry in the U.S.A. will collapse, which will shake Phillips. Since Europeans have no ideas of such a connections, they can not recognize the importance of Taiwan to Europe.”*

◆ How to improve ties on an official and non-official level?

Businessman,

*“Rather on the government level, I suggest there’s a lot to do from non-government level. The government is limited and only one, but there is a lot to do locally and the influence spread in local is huge. For example, through the numerous Chinese language schools here, there are about 50-60 students each year, many of which are Dutch people. After they finish the course, they want to go travelling in Taiwan. Besides, increase the exposure of our performance art here, such as music, films, dance, etc., after they see the big difference from their European culture, they will want to visit Taiwan.”*

Professor Wu,

*“ In my opinion, Taiwan is not active enough in international propaganda and the Representatives Offices in Europe are not active either, most of the ambassadors are about to retire. In contrast, those appointed by the China government in Europe are well-qualified.*

*From a research perspective, Taiwan is a rather interesting place, there you can find issues in environment, ethnic groups, privatisation, colonization, globalisation as well immigrant problems. There are so many abundant issues to discuss and explore in Taiwan, which in fact many European universities have much interests in. From humanities point of views, Taiwan is not a Formosa in resources, but also in research topics.*

*Nevertheless, all the resources from Taiwan are being put in the U.K., for the continental Europe, without sufficient resources, Taiwan studies has become a dispensable organ. Moreover, the field of Taiwan studies is quite small, people who devote themselves to it will have difficulties looking for jobs in the future, which will certainly hinders people from doing research on it. Since Taiwan is not a recognized country by EU, researchers who study Taiwan can not get subsidies from EU.”*

#### **Director Marino Busdachin**

*“In some ways, Taiwan seems shy in promoting and proposing itself internationally. I suggest it is effective to promote Taiwan through cultural activities, sports, commerce to in the European society and these will put Taiwan in a better light. There are lots of NGO’ s in Europe that grant awards annually, which are good ways for Chen to enhance his visibility here.”*

#### **◆Suggestions for Strategies or Approaches**

##### **Businessman X,**

*“In tourism, I suggest focusing our nature in the east coast where there is a world-class gorge and the south coast where is*

*noted for its tropical beaches, and the ancient Chinese antiques in our Palace Museum; also the new district in Taipei city is attractive too. By the way, our MRT is the world class, Europeans will be amazed at how clean, fast, and comfortable our transportation is. I've met a lot of overseas Chinese (not Taiwanese here), who want to travel in Taiwan but have no access of enough information."*

**Professor Wu,**

*"First of all, let Europe understand Taiwan's strategic significance and its economics strengths. Enhance the importance of Taiwan first, make itself felt in Europe, and market it to the world. I think the approach to present Taiwan is very important too, make cooperation with different kinds of institutes, set the agenda on East Asia, rather than on Taiwan, which alone will be harder to catch people's eyes."*

**Director Marino Busdachin**

*"First, Taiwan needs to be clear about his own identity, then emphasizing on its democracy and civil society. Select people who have European backgrounds can be an important aspect in promoting Taiwan in Europe.*

*By 2008 when China hosts Olympics, I believe the tension between China and Taiwan will be on the decrease, they should improve their human rights condition and it's a good opportunity for Taiwan, which will benefit President Chen too.*

*Also, a lot can be done via EU parliament. There are hundreds of ways, for example making advantage of some elite newspapers such*

*as the Herald Tribune. Getting people to sign up, attracting attention from the public, little by little, it works in bringing Taiwan to people here. ”*

**Mr. Sanders,**

*“In Europe, there are many retired people who have been to all over Europe and now are interested in Asia. I think Taiwan can target this kind of group in tourism. As for promotion work in politics and economics, I preserve my opinions at the moment.”*