

廣電資本運動的政治經濟學

析論1990年代台灣廣電媒體的若干變遷

馮建三

廣電資本運動的政治經濟學

析論1990年代台灣廣電媒體的若干變遷

馮建三

台灣社會研究叢刊—05

台灣社會研究叢刊-05

Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies
Research Series-05 1995

發行人：周 渝

社 長：夏鑄九

總編輯：羅宛文

助理編輯：李佳靜

編輯委員

國內：王振寰、江士林、呂正惠、吳泉源、何春蕪、夏鑄九、陳忠信、陳光興、張景森、傅大為、賀瑞蕃、宮應斌、馮建三、黃毓秀、黃程貫、蔡建仁、趙 剛、錢新祖、錢永祥、鄭村棋、羅宛文

(依姓氏筆劃序)

國外：丘延亮(香港)、陳滋茂(美西)、邢幼田(加拿大)

許達然(美中)、李榮武(美東)

編輯顧問

王杏慶、成露茜、李永熾、吳乃德、吳曉敏、林俊義、高承恕、徐正光、梁其姿、張 復、鄭欽仁

(依姓氏筆劃序)

定價：200 元

請劃撥 0587838-5 唐山出版社帳戶

國外訂購：CHEN LUNG HAO

Mr. Chen Lung-Hao

201, N LA FRANCE AVE., #B, ALHAMBRA, CA, 91801 U. S. A.

發行所：台北市新生南路三段16巷1號

排 版：天翼電腦排版印刷股份有限公司

印 刷 者：優文印刷廠

行政院新聞局出版事業登記證局版台誌字第 5395 號

中華郵政北台字第 2634 號執照登記為雜誌交寄

未經本刊及作者同意不得轉載

廣電資本運動的政治經濟學：析論 1990 年代台灣廣電媒體的若干變遷

馮建三

1. 公共電視 2. 線纜電視 3. 衛星電視 4. 異議收音機

封面：'Big brother, we're watching' (by Dan Thibidoux)

目 錄

目錄	i
表格目錄	iii
報章雜誌及年代書寫說明	v
序言	vii
第一章 再思考「影視帝國主義再思考」	1
前言	
第一節 影視帝國主義的國族、經濟與文化面向	4
第二節 影視科技與影視帝國主義的浮現及擴張	10
第三節 抗拒影視帝國主義：跨國合作？	19
結語 從在地的公共性作起	27
第二章 「開放」電視頻道的政治經濟學	31
前言	
第一節 政治壓力與頻道「開放」	33
第二節 經濟利益與衛星、線纜電視	35
第三節 財團、政黨與電視資源	39
第四節 全球電視文化的資本化	49
結語 調整認知才有策略	59
第三章 公共電視的解構與建構	67
前言	
第一節 什麼是「公共」電視：三種模式	68
第二節 公共電視危機探源：四類因素	76

第三節 台灣「公共」電視的來龍去脈	90
結語 走出階段決定論的框架	118
第四章 異議媒體的停滯與流變之初探：從政論雜誌到 地下電台	123
前言	
第一節 異議媒體的演變與國家機器的管制	126
第二節 異議媒體的演變與市場機能的管制	132
第三節 「地下電台」的崛起及殞落？	139
第四節 從「黨外雜誌」的讀者到「地下電台」的聽眾	151
第五節 「地下電台」的國際經驗：三個模式	158
結語 一些永續異議電台的規範性探討	171
參考書目	177
索引	205

表格目錄

表1.1 台灣影視產品進口值估計過程及估計值，1993	6
表1.2 美國境內戲院電影的流通順序：價格、營收與觀眾資料，1985	11
表1.3 台灣錄影帶租售店、線纜及衛星電視的使用戶數與錄放影機 普及率，1989-1994	14
表1.4 BBC 合製節目佔節目總製作成本比例變動情況，1979-1991	22
表2.1 台、中與華視廣告收入及全部媒體廣告收入及增加率之比 較，1988-1992	46
表2.2 美國有線與無線電視收入、有線普及率，1980-1992	47
表2.3 調頻收音機頻道申請案件分析，依地理區域分，1993.....	61
表3.1 整體美國人及美國公視觀眾的人口學特徵，1988.....	73
表3.2 英國、法國、西德、美國與日本每人每日收看電視分鐘數， 1976-1989	79
表3.3 BBC 之執照費收入與商業部門收入的百分比， 1975-1990	85
表3.4 台灣版公共電視大事記，1980.2.6-1992.10.26	92
表3.5 台灣反電視媒體的具體行事大事記，1989.6-1992.9.21	102
表3.6 廣播電視事業發展基金收入與支出，1986-1991.....	107
表3.7 台灣版公共電視歷年節目經費支出金額與節目委製外購時 數，1984.5.23-1992.6.30.....	108
表3.8 台灣版公共電視的研究成果，1984-1992.....	108
表3.9 英國獨立電視公司納稅比率，1965-1974.....	112
表3.10 英國獨立電視公司收入與支出資料，1975-1990.....	113

表4.1	黨外政論雜誌創刊及查禁或停刊數的對照，1979-1985	130
表4.2	無黨籍及國民黨籍大專院校教師對政論雜誌的評價，1988	135
表4.3	地下電台反體制行動、執政黨行動/抄台理由、在野黨及主流 輿論的反應，1994.2.22-1995.2.6	141
表4.4	大台北地區無線電計程衝突事件，1990-1993	149
表4.5	三家政論雜誌銷數及其訂戶資料，1983.2	153
表4.6	六家地下電台聽眾扣應基本資料，1994.12	153
表4.7	中國時報與聯合報言論版的投書讀者身份及發言比重分析， 1994.12	154
表4.8	義大利、台灣地區與台北縣市收音機電台數量比較，1978/ 1994	162

報章雜誌及年代書寫說明

1. 由於引用報紙及雜誌資料繁多，為節省篇幅，均以最簡易方式表達日期及頁碼或版次，如「1994.10.20:20」指的是「1994年10月20日第20版」。
2. 年代紀元部份，為求一致，無論是國內或國際大事，全部使用西元年號。

序言

一九九〇年代的台灣電視及廣播收音機環境生態，變遷巨大。

電視的變局方面，「線纜電視」非法運作了十多年，最後在一九九三年七月的有線電視法通過以後，暫時取得執照，第一批依據前法而營業的線纜電視業者，名單可望今年底以前公佈。「公共電視台」在一九九〇年正式由行政院推動，歷經波折，至今尚未誕生，但這個脫胎於六年國建計畫項目之一的公視建台過程，已經突顯我國政府電視政策的若干問題，其中之一是電波資源的配用，似乎不見高明。比如，在公視已經耗費巨資，規劃配由其使用的超高頻道以後，政府才宣佈現階段傳輸效果較好的特高頻（七六至八八兆赫），可以作為電視頻道，但這十二兆赫的電波資源，並非公視使用，而是要作為「第四家商業特高頻無線電視網」之用，新聞局並且已經就此展開評審，結果也很有可能在今年底前揭曉。使用超高頻的「衛星電視」，在本地的發展，其迅速與欠缺規範，似乎舉世僅見，從一九九一年十月二十一日香港的衛視中文台開播至今年元月十六日，以台灣作為唯一或主要市場的衛星頻道，已高達二十五個。

廣播收音機發生變化的登場時間，最早應該也是在一九九〇年。當年五月十五日，報端首次出現廣告，敦請大台北地區民眾收聽廣告主對民進黨秘書長張俊宏的現場訪問。一九九二年，正式使用固定頻道，未經申請就使用電波的廣播節目，每日在台北天空飄蕩，並在去（一九九四）年引發連環效應，最多時候，全台灣地區會有近五十家未經申請的「地下電台」存在。在這段期間，政府也陸續開放調幅及調頻的無線電波頻道，從一九九三年底至去年十二月二十四日，共公佈了四次新頻道獲配用者的名單；與此同時，政府也從去年四月至今年一月，對未申設而使用電波的電台，進行取締工作，總計抄台十二

次，其中八次集中在今年元月。

發生在福爾摩莎廣電媒體的變化，似乎不能說是孤立的現象。從流行媒體的零星報導以及學術論文，我們不時可以得知許多國家類同的發展進程。其中筆者能夠讀到的英語文獻顯示，東歐集團以外的歐洲國家，其廣電產權的更替及廣電頻道播送的美國商業節目之比例，近幾年來的變化，在許多方面尤其與台灣接近，差異點在於這些國家的歷史過程所涵育的公共力量較為深入與普遍，因此比較具有規劃及執行廣電政策的能力，是以這些政策所能夠產生的效果，與我國也就不同。最後一點差別是，她們的廣電生態胎動，順序由收音機的改變開始，然後才是電視，而其產生變革的年代則早於台灣五至十五年不等。

異地而並舉，近年來這些不等地理區域的廣電變革，到底應該如何理解？可以如何理解？如書名所示，筆者選取「政治經濟學」作為考察這些現象的認知架構。

景隨英國大眾傳播的政經研究先驅人物梅鐸與戈丁 (Graham Murdock and Peter Golding) 的立場，本書援用的政治經濟學取向，並不只是指科際整合，不只是研究政治過程與市場經濟的互動或交相滲透，它還代表了一個世界觀，具有規範性的內涵 (normative implications)。就其完整的面貌來說，這個政治經濟學取向所要研究的是，為什麼隨著歷史的往前推移，大眾傳播媒體在資本積累及統治意識形態的建構過程，佔據的位置日見顯著，扮演的角色也日見吃重，而如此的趨勢，又為什麼會在不同階級身上，刻度明暗不一的印痕，致而失調並引發衝突與變遷。

不過，輯錄在本書的五篇論文（首篇實際上由兩篇組合而成，詳後），符合前述完整面貌的日程，為時尚遠，它既沒有充份回答為什麼的問題，也沒有觸及意識形態的面向，並且只截取一九九〇年代的台

灣，析論其大眾傳播體系當中的一部份。因此，這些論文最多只是一個尚須後續努力才能補齊的嘗試，它們企圖將資本積累的運動邏輯，置放於世界資本主義經濟體系 (capitalist world-economy) 的動態發展過程，然後探討跨國的廣電資本、台灣的廣電資本及台灣的國家機器，三者如何結盟與衝突（第一章與第二章），其次，它們分析在這三股力量交錯折衝下，究竟存在著多少公共力量與其抗衡，而又產生多少成效（第三章與第四章）。總加起來，本書勾勒了過去五、六年來，廣電資本運動在台灣這塊地理空間所展現的形構。以下再逐次簡述各章論文。

首章論文取材自一篇論文，〈傳播權的內與外：關於文化資本化、新傳播科技與另類播權的若干思考〉（原發表於香港一九九二年六月的「華人地區傳播權研討會」，並被收入會議論文集，將於一九九五年出版；該文亦曾略作修訂後以〈再思考「傳播帝國主義再思考」〉發表於一九九二年十月的《當代》月刊），以及一篇研究報告，《歐洲共同體的 GATT 影視產業政策分析及其對台灣的參考價值評估》。本文根據這兩個來源，刪減幅度較大，並略微增加前二文未發表的材料，它從經濟邏輯（即資本積累的運動），而不是地理空間的移動（即國族文化的存續）的角度，分析一九八〇年代中後期以來，美國商業電視產品利用錄影、線纜及衛星等科技，滲透台灣及歐體的電視系統的內外成因及過程，並評估它所引發的歐體跨國聯手應對美國好萊塢產品，以及台灣、香港及中共的兩岸三地合作製片之提議，可以如何看待。

第二篇論文分析起自一九八九年末以來，持續至今的「開放」電視頻道浪潮。該文認為，這股風浪的攻堅重點，停留在從其新聞的政治表現，批判黨政軍經營的台視、中視與華視問題，相應之下，似乎不再願意勇於面對另一個事實，亦即這三家特高頻電視及新興的線纜與衛星電視，在現有制度安排下，最終都不能脫離商業控制。如此一

來，由於提問的重點不是誰爲了什麼原因，在什麼社會關係下而經營這些電視資源，影視科技發達的不民主現象，可能難以避免，公民身份的萎縮與消費身份的凸顯以及影視雙元結構的出現、鞏固與擴充，也就成爲本地民眾必須面對的險惡境遇。本文並根據這些分析，提出若干原則，規範性地討論台灣電視生態的改造前景。原文發表於《台灣社會研究季刊》一九九四年三月，第十六期，頁七十九至一一八。

作爲「澄社」報告的一部份，〈公共電視的解構與建構〉這篇論文解析三種意義不等的公共電視模式，然後分別從政治、經濟、科技與科層組織等四個因素，說明公共電視制度及公共電視頻道在西歐多個國家及美國，從其誕生以來至一九九〇年代初期的表現與面臨的挑戰及轉變。有了這些知彼的準備，該文切進本地個案，探討爲什麼在歐美的公視模式險象環生之際，台灣的公共電視「節目」反而似乎是要升級成爲公視「頻道」。最後，經由以上剖析，本文雖然質疑國府成立公視頻道的動機與其實際效果，但仍然從規範性立場，就制度上（尤其是財政及人事設計）提出若干討論與建議，期望我們真正能得到較多名實相符成份的公共電視頻道，作爲興革整體電視生態的一部份。原文發表於鄭瑞城等人的《解構廣電媒體》，一九九三年五月，頁三一七至四一〇。

〈異議媒體的停滯與流變之初探〉一文的析論範圍，固然廣汎，但剖析的原點，主要是去（一九九四）年地下收音機電台風潮掀起的過程及社會意義，從中再上下求索並左右縱橫，兼及台灣的政論雜誌及影像攝錄工具，以及海外的公益收音機電台的歷史經驗，冀望這些實例能夠定位、彰顯台灣地下電台的性質。該文論稱，這些電台在內的異議媒體，確實與政治上的反對國府運動，尤其是選舉，難以畫清關係，但因爲收音機具有若干技術特性，使它能夠克服資本及組織科層的某些不民主傾向，致而比較容易取得公民以捐款、雙向溝通與參

加營運等方式，創造較能符應公共領域性質的電子媒體，在較程度上，超脫歷來異議媒體的政治選舉與地理主權觀的限制。本文最後指出，在實踐這個技術上的可能性之過程，關注這個媒體之前景的人士，應該特別注意資本力量如何假手國家機器的侵蝕。原文發表於《台灣社會研究季刊》七週年研討會，一九九五年元月二十二日，修訂後已發表於《台灣社會研究季刊》。

在廣電媒體以外，台灣電影業在近幾年來的演變，幅度亦相當廣泛，值得在此簡單勾勒數筆，作爲提示他日析論的用途。一九八九及一九九四年，台灣演藝人員與資本爲主所拍攝的電影《悲情城市》與《愛情萬歲》，相隔五年，先後得到威尼斯國際影展的最大獎項金獅獎。其間並有多種台資（演藝及製片人員則來自中國大陸與香港）電影分別在法國坎城、德國柏林及日本東京等知名國際影展，陸續得到肯定。與在國際空間的表現，呈現強烈對照，台灣在地空間的電影製片業，從一九八〇年代初期開始顯露的疲態，迄至晚近，並沒有復甦的跡象。最後，爲了因應香港將在一九九七年回歸中共統治的新情勢，國府在二、三年前提出了亞太營運中心的規劃。到了去年，突然傳出該規劃案亦將包括亞太媒體中心的新聞，同年七月底美國麥肯錫(McKinsey)公司並向經建會提出一份草稿報告。到了九月十四日，經建會新聞稿却指出，相關單位籌謀已有三年多的國家電影中心，並無設置必要。次(九月十五日)日，總統李登輝接見甫獲金獅獎的《愛情萬歲》演員，並再度提及社區文化與社區電影院的意義。十八日，百餘位電影藝文人士聯名爲電影中心請命。二十一日，新聞局副局長吳中立至經建會第七五四次委員會報告，席間，經建會翻轉自身十四日的意見，表示將支持電影中心的提案。

用腦說明了這本書的論文大要以後，慣例似乎是容許作者用點心，感懷式地再說一些話，希望不算多餘。

如書名所示，四篇論文都與目前尚在生發的廣電現象相關。我想，除了這是生活環境如此，無法讓人不感應以外，這與新聞或大眾傳播這個現象與教育工作的性質，或多或少也有些關係。但這可能構成另一個問題，也就是對現狀作幾乎是同步的分析，比較無法周延，尤其是台灣在內的許多工業後進國家，經常讓濃厚社會及個人意識交相滲透、鍛鍊，並因而感受焦慮的勞動者，在審度實踐的具體內涵之途徑，面對人手不足而難以適度分工的情況下，必須同時從事一項以上的事務，致使撥付給學術論文的寫作時間，常常捉襟見肘，使得本書的論文，也就記錄長於分析，分析又多過見解；而作者在目睹廣電運作之不合理、紊亂的情況於眼前翻滾時，部份遣詞措字流於氣盛，可能因為沒有溫良恭儉讓的考慮，使其溝通的有效程度，因此減低亦未為可知。但曾經存在的畢竟還是要曾經存在，所以現在結集成冊，除了修正錯別字及語意不清楚的地方，並統一體例與引用書目以外，這些文字表現全數照錄，作為反映當時工作環境的記錄之一。

鄭瑞城老師評論本書第四篇論文時，指出廣汎留意報紙資料，是筆者論述之長，却也是短處。前者，只是動手動剪的功夫，大概也不好說什麼長處；後者却真正打中要害，新聞報導的正確性（鄭老師是少數對此進行經驗研究的人），經常必須審慎對待，但論文寫作又無法不引用，除了研究者自行查對不同報紙的刊載，儘量降低引用的失實程度以外，這個審慎對待的態度，應該可以說也透露了新聞事業與學院研究之間，是存在依存與緊張的關係。與本書論文的寫作同步進展，筆者對媒體及學院兩種方式、兩種不同知識的生產，也進行著若干探討工作，自己也常常為了「以身試法」，測度兩間接觸的過程而在報端撰稿。對許多擁有相同機會的人來說，撰寫時論既是負擔也是特權，既是學習也是傳達自己意見的經驗，而對筆者來說，敲鍵列印胸臆所見，則有時候又添加了一份為研究而作的探索衝動。

但依存與緊張並存，不好說只是媒體與學院兩界所特有，而似乎應該說是社會存在的本質如此。回國近五年，耳聞之外，自己也得到機會參加了學院人士為主的數個團體，對於知識份子所能夠結合共事的項目，以及共事成效，經常受到彼此的情緒、意氣、成員的人際關係與政治判斷的影響，親身略有體會，所以時而懷疑自己沒有定見、優柔寡斷與見不得衝突，不完全能夠掌握良好溝通與批評情境的實質內涵，並因此知道自己在結社與創造共同經驗的道路上，還需要很多的學習與調適。推進具備進步意義的創造活動，不能只求政治立場的同調，情感的交流與循此構築的團結氛圍，同樣也很重要。

最後，對於閱讀、寫作與結社運動的過程，帶給我自己的豐裕與改造，筆者心存感念，希望這些文字能夠作為回饋之一。完成這些自己找上門來的論文，我想要感謝提供寫作契機的鄭瑞城老師（第一與第三章）、陳世敏老師（第一章）、《台灣社會研究季刊》舉辦的創社七週年研討會及社長夏鑄九教授（第四章）與孫秀蕙博士（第二章）。對於政大與淡江的同學，希望各位知道，諸位平日的發問與節日的噓寒問暖，都是讓我不敢怠惰的力量，也希望各位發現，這些資料與說法，至少比上課時候的講述，沒有那麼前言搭不上後語，多少有了一點系統。對於綺雯、銘如與凱亨，還有緣份不滿千日的玠慈，如果察覺我待在家中時間有些太長，只會躲貓貓，如果察覺我只會建議以散步山郊作為娛樂的方式，妳們要趕快說出不滿，我與大多數人組合而成的社會惰性相同，沒有足夠的壓力不會變。對於父母，借用這個機會再請您們相信我真的不是那麼忙，不但沒有睡眠不足，反而是忙裡偷閒爬爬山，閒來無事爬爬山，而且以後也要多花點時間陪您們，散散步說說話。

馮建三

一九九五年二月

第一章 再思考「影視帝國主義再思考」

前言

一九七〇年代末期，資本主義世界經濟體系仍然處於石油危機的震盪餘波，當時的政經情勢低疲，尚未充份開發新興的傳播科技產品。身處這樣的局面之下，傳播學者李金銓在「再思考媒介帝國主義」是否可以適用於台灣的時候，曾經這麼說：「事實擺在眼前，雖然身陷重重的政治與經濟的依附情境，台灣抗拒‘媒介帝國主義’現象的成效，頗有可觀之處。（在台灣政府主控下）美國媒介（對於台灣）的影響能力，刻意地被約制壓低了，而日本媒介的影響力則是微不足道。」（Lee, 1979: 165）^①。另一方面，隨著社會政治運動的勃興，在印刷媒體方面，一九七〇年代中期以降，台灣的社區報刊以及政論性質的雜誌，藉著提供有別於主流報紙的新聞報導及評論，扮演了「另類傳播媒介」（alternative media）的角色^②，當時，它們可以說引發了一股浪潮、蔚為風尚^③。但從一九八〇年代起，情況發生了重大變化，

^①當時，籲求「新世界資訊與傳播秩序」（New World Information and Communication, NWICO）的呼聲尚是響徹雲霄，李氏以台灣、大陸及加拿大作為個案，進一步闡清了（媒介）帝國主義及國家發展等等議題，但也遭致若干質疑（如 Fejes, 1981）。

^②關於‘alternative media’的中文翻譯及相關的概念之討論，參見馮建三（1992c: 184）的^②。

^③本地真正的社區報刊似乎由《美濃週刊》在一九七四年開創（發行八期後停刊，二年後重新發行直至今在），自此以後許多地方也出現了這類型的週報，到了一九七〇年代

不但前述另類媒介趨轉消沉，台灣至今也已經是進口影視產品的大國。

西歐方面，雖然德國著名導演溫德斯 (Wim Wenders) 慨然嘆曰：「在歐洲看電影，等同於在美國看電影，這是事實」(Economist, February 5, 1994: 89-90)。但好萊塢電影支配歐洲電影市場的情況，畢竟長年如此，並非是晚近特有的現象，因為根據可以取得之最早的資料，一九二五年時，好萊塢電影已經襲捲全世界，其中，英德法義等四個歐洲人口最多的國家，分別佔好萊塢海外市場票房的百分之35、10、3與2，加起來剛好是好萊塢國外營收的一半，並且分別是這四個國家當年所播放電影數的百分之95、60、70與65(資料轉載自Tunstall 1977: 284)。但在一九八〇年代中期以後，由於兩個因素，致使美國電影產業的前述優勢，延申至電視產業：(1)歐洲公營電視體系在商業壓力下，必須降低營運成本，亦必須將其節目品味向主流商業電視靠攏，以及(2)有線/衛星頻道及影帶影碟等硬體的擴充速度，遠遠超出軟體供應能力，因此必須找尋比較便宜的節目填塞(參考Waterman, 1993; Wildman and Stephen, 1987)。

短暫十多年之間，中共的經濟改革、美英為首的保守政權持續掌政、東歐集團及前蘇聯的先後解體而有「蘇東波」之說，似乎都在說明世界經濟體系已經進入另一個擴張階段。與此同時，新的傳播資訊科技在這階段所承擔的功能日益明顯，「資訊社會」這樣子的名詞，正也是在晚近十多年出現而成形(Fang, 1991: 149-154; 217-218)，

末期，社區報紙發達的程度，甚至引發了新聞局的「親親」而打算創辦社區報紙「作為溝通政府與民眾的橋樑」(不過，可想而知的是，果真讓新聞局「得逞」，則社區報紙之意恐怕盡失)(分別參見黃森松, 1977; 陳世敏, 1987: 23-4)。政論雜誌方面，晚近的勃興期應該算是起於一九七九年美麗島等十一份週刊先後興起所掀起的浪潮，然而，隨著政治情勢的變化而使得這些雜誌失去議題，以及雜誌本身不能開闢並深化社會問題，這股浪潮似乎最遲在1987年已經接近消聲匿跡(馮建三, 1983; 另見本書第四章)。

而無分「高雅」或「大眾」文化領域的生產、流通及消費活動，也飛快地加速了資本化的腳步。前者方面，一九七七年十二月三十一日至一九九〇年七月三十一日，美國消費者物價指數上漲110%，世界股票指數增加385%，但藝術品指數增加737%(Economist, December 22, 1990, special survey: 7)；後者方面，一九七三年的媒介公司規模，在美日德英的二百大公司排名中，分別只佔1、2、6與7家，但一九八八至一九八九兩年間，歐洲影視業的兼併額達45億歐幣，美國單是一九八七年的廣電兼併額就有99億美金(Sanchez-Taberno. al. 1993: 13-4: 25; 另見Greco, 1993; Ozanich and Wirth, 1993)①。

形勢比人強，在環境已然劇烈變動的情況下，台灣在內的半邊陲或邊陲國家，過去十多年來，其國家機器在國際間的自主性，以及其從事另類傳播活動的民眾之自由程度，相較於一九七〇年代的光景，產生了什麼變化？如果「傳播權」並不是在強調「傳播」本身，而是「讓我們在國境之內與國際之間，皆能取得若干程度的公民身份(citizen-ship)」。換句話說，如果「傳播權」的真正價值，在於賦予我們洞悉外在事務的能力並進而「決定我們自身的生存環境」(Golding, 1991: 48)，那麼，過去十多年來，在文化資本化的擴充及深化過程中(新媒體的引進並運用，是整個資本運動的一環)，第三世界國家(本文尤其是指台灣)所能夠享有的「傳播權」，應該如何評估？

本章以「影視帝國主義」這個概念作為探討這個問題的出發點，

①媒介兼併風潮的目的在於擴大經濟規模，並克服文化消費者的品味之變動所帶來的風險(Turow, 1992)。高雅文化方面的資本化，另見Economist (October 28 1989: 125; March 27 1989: 19-20, 25; October 12 1991: 25-7)、Newsweek (November 25 1991: 40-1)；台灣藝文市場的熱絡散見下列報導，《九十年代》(1992.4: 6-8:)、《自立早報》(1991.2.26: 12; 1991.2.1: 20; 1990.12.5: 1, 12)，以及《藝術家》等美術月刊的報導。另見本書第二章註14。關於兼併及線纜、電信、瓦斯電力等公用器物公司的股權滲透及原因，至今似乎僅見於報章，應該值得專文整理並分析。

因此在第一節先從國族 (nation)、經濟與文化等三個方面分析它的構成內涵。第二節著重在說明，從一九八〇年代末期至一九九〇年代初期以來，為什麼影視傳播科技能夠成為影視帝國主義的擴張利器，而其在不同社會階層的不等擴散，又可以如何理解。第三節則討論各主權國家對於影視帝國主義現象的反應之一(跨國合作拍攝影視節目)，其實很可能是著眼於經濟而有窄化影視文化內涵的危險。

第一節 影視帝國主義的國族、經濟與文化面向

作為流行用語，雖然「國際化、全球化」等字眼，幾乎不可能會是指涉「一個全球文化的漸次隱現」(Smith, 1990)，但用來作為取代「帝國主義」這個比較具有政治意涵的詞彙，這些詞語毋寧說是以其「說故事的迷思」扮演了跨國資本的意識形態化妝師之角色 (Ferguson, 1992; Magdoff, 1992)。因此，以國際化或全球理解資本主義世界經濟體系，可以說是戴上了一種去政治化的 (depoliticised) 眼鏡。

然而，另一方面，「帝國」這個詞本身似乎也往往造成理解的偏失，尤其是在中文，由於該詞涉及了「國」，更經常挑起了「國族」的聯想，致而時人在許多場合談及「帝國主義」的時候，往往只是從地理空間的支配關係，往往只是偏向國族與國族的支配面向之理解，造成的誤導至少可能有三方面。

第一，傾向於將它理解成「帝國」加諸於開發中國家的枷鎖，但却忘了本世紀初「帝國主義理論」出現的時候，乃是出於解釋各個(歐洲)帝國之間的敵對狀態之需要、出於解釋資本主義持續擴張的動力，必然導至的一種國與國的關係。

第二，忽略了國家經濟利益的衝突，發生於核心國家之間的激烈程度，經常嚴重於它們與第三世界的矛盾。以本章討論的影視產品為

例，一九九〇年美國出口 25 億美元至歐洲聯盟 (European Union, 簡稱歐聯) 各國，自歐聯進口不足 2.5 億美元 (Schoonhoven, 1993: 65-6)；一九九一年則出口 37.5 億美元，進口仍然只有 2.5 億 (Media Policy, 1993, November: 5)；一九九二年是 37 億美元對 2.88 億 (Financial Times, 6/7 November 1993, 轉引自 Schlesinger, 1994: 32-3)。與此對照，一九九〇年，美國電視網的節目銷售至亞洲的金額是美金 2 億 (Gandel, 1991)；一九九三年，台灣進口的美國、香港、日本與其它國家的電視及電影產品值，保守地推估是 138.05 億台幣 (參見〈表 1.1〉)。

正因為歐聯各國與美國的影視貿易逆差如此龐大，在法國倡議下，美歐兩集團方始在連年的爭端下 (Filipek, 1992)，於一九九三年十二月十四日同意「關稅暨貿易總協定」(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT) 不在其協定中列進影視等文化產品，也就是歐聯阻止美方影視利益進一步擴大的所謂「文化免議」原則，得到認可，致使 GATT 所主張的「自由貿易」不能完全適用於影視文化產品，而美方作此讓步的代價則是兩個要求得到了歐聯的首肯。第一，歐聯一九八九年以來即已規定本國影視節目比率必須在 50% 以上，美國要求這個比率不包括黃金時段。第二，歐聯接受美國的堅持，開放了衛星電視及光纖有線電視等高科技媒介市場 (Economist, December 18, 1993: 9-10, 61; 中國時報, 1993.12.15: 17)。

第三，未再深究帝國主義現象，不只是一種由外而來的支配，它也是接受國這塊地理空間之內部社會關係的表現 (Sparks and Roach, 1990)，亦即帝國主義現象的存在與運作必然涉及了外來資本、本地資本及國家機器的三邊的聯合或衝突過程，表現在文化品味方面，尤見明顯。比如，許多國家的資產階級對於莫札特 (W.A.Mozart)、普桑 (N. Poussin)、博閣士 (J.L. Borges)、托爾斯泰 (N. Tol-

表1.1 台灣影視產品進口值估計過程及估計值，1993(台幣：億)

項次	估算過程	估計值
(1)	有線+衛星電視節目，據估計，至一九九三年六月，台灣共有約180萬有線電視訂戶，依每戶每月交一至三百元支付海外影視版權，則共進口最低21，最高65，取其平均43為準。	43
(2)	院線電影方面，根據魏玓(1994:37-8)蒐集的業界資料，台北市1992票房是22.4，按一般方式，乘2即為全國票房，因此全年票房以44.8計。台資港片或台港合製之一半票房計為台灣所得，則該年這兩類電影加上台片的票房是(1.3(北市)×3)，據業界估計，國片在台省票房較高，因此全國以3倍計3.9，依此則1992的院線電影，台灣的進口額是44.8-3.9=44.9，1993年的資料無法取得，但該年台產片只剩22部，少於1992的38部甚多，如果加上台資港片、台港合製及台資大陸片，則片數是1992的43部與1993的46部(魏玓, 1994:29)，因此1993台灣的進口電影金額，使其與1992同，以44.9為準。	44.9
(3)	台、中與華視，據政治大學副教授蘇薊親身訪問，每家外片採購額約是1.5-2億，取其平均值1.75乘3。	5.25
(4)	影碟、影帶的外片租售尚無資料可供參考，但假使台灣的影視消費之發展歷程與歐美相若，亦即電影院線的票房在影帶、影碟高普及率下，金額已遠低於影帶租售。由於尚須考慮在家消費與在戲院消費之人口特性不同，因此其台片與外片偏好有別等等因素，現暫時設定1993年這方面的外片消費金額與院線相同，44.9。	44.9
(1X2X3X4)合計		138.05

stoy) 等等「高雅文化」的國際流通，非但鮮少引以為憂，而且經常動用政府預算予以補助或提倡其在境內之流通，重要的原因之一是這些節目有利於他們馴服 (discipline) 國內大眾的文化品位，作為資產階級鞏固意識領導權的一部份業績。但等到國際流通的產品是「流行文化」之節目時，統治階層常透露出鄙視、不安或緊張的氣氛，因為閱聽大眾在這些方面的「水平聯結」，危及了「文化精英享有的文化霸權」(Collins, 1991:229)。「國族認同」與「國族文化」的大蠱之下，乃是政治經濟力量的文化角逐領域、乃是束縛及解放潛能並作的場所，甚至是假傳統圖騰以遮掩現實歧異的手法 (Schlesinger, 1987)。

假使補充以上三個角度，那麼我們對於從地理空間的對抗觀點理解帝國主義現象的習見說法，或許會再作質疑。選取歐洲這塊空間發言的人，如包尼爾 (R. Bonnell) 將歐聯大舉輸入美國影視產品的寫照，比作是「文化與經濟的奴役」(cultural and economic vassalisation) (轉引自 Hayward, 1993:59)，在選取美國這塊空間發言的人眼中，如美國新古典經濟學家諾牡 (Noam, 1991:11)，恰好是其嘲諷的對象，他說，歐洲人對於好萊塢電影文化的恐懼，就好像歐人先前在政治方面與經濟方面恐懼俄國人與日本人的悲情一樣，歐人現在也高喊「好萊塢來啦！」，在此呼號背後是一種「文化悲情」(cultural pessimism)。但究竟是誰的經濟與文化受到損害？好萊塢產品不能窮盡美國文化，正如同牛肉場與三台綜藝節目不能夠全部代表台灣文化，而部份歐洲人之從進口好萊塢得到了利益，就如同台灣的好萊塢電影進口業者亦從中取利。偏重地理空間的支配關係，經常使得帝國主義的經濟及文化面向的支配，以及「誰」的經濟與文化利益受「誰」支配的問題，隱而不顯。

因此，當政治人物以國族主義 (nationalism)，也就是根據特定空間作為其存在與否及存在範圍的一種情懷，作為反對外國勢力的訴

求時，他（她）們往往遭遇來自本國其他利益部門的質疑。最著名的例子來自法國，早在一九八二年，法國文化部長梁傑克（Jack Lang）在聯合國教科文組織（Unesco）於墨西哥舉行的「文化政策世界會議」發表講演，他呼籲各國「組織起來對抗……難道我們的命運就是要成為……利潤王國的奴役？我們至為期望……發起一次真正對抗支配現象的十字聖戰，就讓我們直言不諱，對抗這個金融與智識上的帝國主義」（Mattelart et al., 1984: 14）。這次講演傳回巴黎以後，「《世界報》（Le Monde）却趁機……為文訕笑法國電視的怯懦，不知反省，以及法國電視散發的沉悶無趣」，在法國某些報業的形容下，「社會大眾等於是群起行使其公民投票權（plebiscite），等於是……得到了機會，就所謂唯一專屬於他們的文化」，表示抗議（轉引自 Tomlinson, 1991 中譯本：36）。

不止是庶眾以實際收看行為否定政令修辭，左翼的政經取向社會科學研究者，亦有理論上的辯難，如英國的崗恩（N. Garnham, in Mattelart et al., 1984: 3）問到，法國政府在介入影視文化的生產時，如何處理以下三個難題？(1)若是要介入，則是由公共部門或私人部門承擔影視產業的節目製作等等，(2)如果法國真要挑戰美國，那麼，法國是必須以一己之力，或是設法創造一個更大的經濟及文化圈，循此而挑戰美國？(3)設若影視之政策必然捲入國際這個層次才能湊效，則何來「單一國家」政策？真有此政策，又如何擔保不致僅只是以法國的文化帝國主義更替了美國的帝國主義？

智利阿言德（S. Allende）社會主義政府被美國顛覆以後，曾協助阿言德制定傳播政策的馬特拉夫婦出亡法國，並未因此盲目反美，而是以反資本主義體系的立場，補充梁傑克式論述的不足，他們指出，在「文化認同」的名目下，往往掩飾住了四種實際情況（Mattelart et al., 1984: 17-8）：(1)以配額辦法保護國片，但若無相應的生產政策配

合，一定失敗；(2)只是替國內某些部門創造利益，流於褊狹、自得於傳統而保守；(3)雖然強調本國（故事、演員……）製作，但其敘事風格等却已跨國化；(4)反而流於內部殖民（internal colonisation）的藉口，亦即以特定地理區域、特定社會（精英）階層或族群（ethnicity）之文化內涵，作為整個社會之代表，致而產生偏差，以法國本身來說，其國家的建構就包含了眾多的抑異求同的壓迫過程。

根據這些辨識，則我們對於以「地理疆界」為判準，認定影視帝國主義的現象是「歐洲的」（European）、歐洲各國的或任何「國族的」（national）文化，被「美國的」（American）文化侵略，因而造成了歐洲的、歐洲各國的或任何國族的文化認同（cultural identity）出現了危機，則應該有再作省思的必要。我們或許更會願意以文化之「商業化」作為議論影視帝國主義的判準（McQuail, 1989），它指涉的是主流的美國「式」（Americanised）影視文化的社會意義比較負面，其流行普及的原因，肇始於它片面地側重人類某些感官而輕知性的需求，但却以其結構性的力量，限制了人類的媒介文化經驗，使對立於主流的另一些可能比較具有正面意義的質素，沒有機會得到適當的培育，從而不利於人類社會朝向合理方向發展。套用《文化帝國主義》一書作者湯林森（Tomlinson, 1991）的見解與用語，我們或許應該說，出現在歐聯或其它地方的文化悲情是其（影視）文化資本化以後的「文化損失」（cultural loss），亦即是一種文化想像空間之閉塞、世界觀之被殖民，是人思索前景何在的動力被挫傷，是認識、看世界的方法被侷限致使人類前途除了現在所經驗者外，究竟還另外有些什麼可能的構思空間被萎縮的問題。因此，文化悲情的本質並不在「美國」，而是「商業、商品關係」正好在美國最發達，但也同樣存在於資本主義世界經濟體系的許多國家，影視帝國主義的問題，「並非因為美國民族之價值百般再現於地主國的文化媒介體系，毋寧說是資本主義的消費價

值……在廣告及現存發展取向的肆虐下，更形強化了」，我們必須考量商業原則變成組織影視產銷活動的最重要動力，究竟透過什麼樣的過程而於「全球化」與「地方化」交叉進行滲透 (Sreberny-Mohammadi, 1991: 130, 119)。

第二節 影視科技與影視帝國主義的浮現及擴張

一九八〇年代以來，資本主義世界經濟體系的富國與貧國的差距日形擴大而非縮小，一國之內，「在許多富國與許多貧國，貧富落差也是有增無減」(Townsend, 1993: 3) ⑤，在這個過程，資本主義的生產模式除了遭遇了時間及空間的限制以外，它也必須克服困難，力求將難以納進商品生產邏輯的形象、文化財貨，變成其投資對象。

就電腦與電信等偏向「生產性」的傳播科技而言，雖然它們在各種新的科技領域中，並不是佔據最大研究與發展費用者（以一九八三年美國投資於四大科技類目的研究與發展經費為例，電腦科學是美金149.4億元，物料科學是232.2億元，工程機械人是599.7元，而生物工程則是580.3億元，Ferguson, 1986: 57），但由於傳播科技具有「即時傳輸、不受地理條件限制，並且很容易即可與其它科技產品結合使用而與生活的各個生產及消費領域，發生關係之特性」(Becker, 1983: 104-5)，因此從十九世紀以來，尤其是晚近三十餘年，已經成為科技明星，為資本主義拓疆闢土引作股肱。

另一方面，主要偏作「消費性」的影視產品，誠如麥集歐 (Maggiore, 1990: 12-3) 所說，現在的影像 (image) 產製已經大舉走向數位化，

⑤ Townsend 是研究「貧窮」意義及測量的知名英國行動派學者，以下再補充若干二筆資料。(1)若將全世界國家分成五等分，則一九六〇年最富有的五分之一，其收入是最窮五分之一的三十倍；到了一九九〇年，兩個階級之間的差距已攀至六十倍 (Guardian Weekly, 1992 May 3: 6)；(2)美英日等個別國家的情形及其所得差距加大，亦已反映於新媒介的使用 (Fang, 1991: 204-207, Golding and Murdock, 1991: 29)。

使得相同影像產品能夠得到「瀑布效果」(cascade effects)、逐層獲利 (spin-off) 的可能性，達到極大化 (參見馮建三, 1992 c: 101 記載的《星際作戰》影片的實例，轉引自 Locksley, 1988: 13-4)，詳細瀑布效果的收入帳目，可舉〈表 1.2〉說明。由於影視科技擴大了流通形式，但影視內容却相同，因此線纜或衛星頻道與影帶租售店的興起，並非如流行想法那般能夠使文化多樣化，至少多樣的增加，遠不如流通形式的增加。其次，同一個產品能夠附著在不同形式，反覆穿透時空再三現身，亦使偶像塑造及相關的週邊產品的製造與授權 (licencing) 成為原影視公司重要的利潤來源之一，而這又是影視相關產值增加，但文化內容並未隨而比例多元的一個原因，近年來附加價值獲利最豐的電視影集可能是《飛越比佛利》(Beverly Hills 90210)，共有150種相關產品，並有30個國家取得授權，單是美國的販賣額就有美金2億 (Millichip, 1993) ⑥。

表 1.2 美國境內戲院電影的流通順序：價格、營收與觀眾資料，1985

	A	B	C	D
	有效零售價格/ 一名觀眾：美金	發行商淨收入/ 每部電影：美金	總觀眾數 (估算)	B X C 美金
電影	3.00-5.00	0.75-1.25	5 百萬	3.75-6.25 百萬
按片付費頻道	0.67-1.33	0.30-0.60	1-2 萬	0.3 -1.2 萬
一般有線頻道	0.50-1.00	0.11-0.14	10-15 百萬	1.1 -2.1 百萬
無線電視網	廣告支付	0.04	65 百萬	2.6 百萬
區域無線電視	廣告支付	0.01	45 百萬	45 萬
錄影帶出售	4.17-12.50	1.04-3.12	0.8-2.4 萬	0.832-7.488 萬
錄影帶出租	1.25-2.50	0.31-0.62	48 -96 萬	14.8 -59.52 萬

資料來源：David Waterman，間接引自 Noam, 1991: 30

人們的影視消費時間與影視的支出增加，但未取得相應的多樣性，在此過程，受損者不限於消費個體。事實上，跨國影視資本的自我增殖而使本身寓居繁複不一的科技形式，等於是其資本積累邏輯，更加有效地縱橫世界舞台，而公共政策則在速度上，尚難以體認或尚難以有效同步因應，亦即國家機器的影視政策，似乎較少能夠兼顧而從整體考量，就其財政設計時，仍然只是電影、電視（又常分作線纜、衛星與地表電視）、影帶、影碟租售……等等分開立法追認，亦即國家機器在面對影視帝國的成形及擴張時，鮮見積極導引而只是尾隨（跨國與本地）資本的運動路徑而起伏，其中在電波頻道的「解禁」過程，法國的情況似乎相當混亂，顯示了市場無秩序機能的一個側面。

法國朝野由於對電視應有的走向，欠缺共識，甚至有人諷刺其「國會多數每一改變，新影視法相應而生」（Cayrol, 1991: 190）。一九八五年十一月十九日，出乎意料之外，法政府並未如先前所料地將第一個私營電視台（La Cing）執照給盧森堡的 CLT，而是給社會黨總統密特朗的朋友 Jerome Seydoux 與 Christophe Riboud 60% 股份，義大利電子媒體巨人 Berlusconi 則得到 40%（前引文, p. 198）。然而，一九八六年初保守黨選勝後，旋即在九月三十日完成新法，除私營化公營電視台 TF 1 以外，已將 La Cing 的股權結構作了更動，並增加一家私營電視 M 6。所以，一九八七年開始（前引文, p. 188），法國的無線電視共有六台：公營的 F 2、F 3，以及私營的 F 1、Canal Plus、La Cing 與 M 6。這六家電台除了 Canal Plus 這家按頻道付費而專播電影的鎖碼電視以外，從一九八八至九一年間，其餘五家電視都虧錢，其中 La Cing 虧損過巨而於一九九一年關閉，至一九九二年 F 2 與

F 3 仍然入不敷出，M 6 則因承襲 La Cing 的廣告而略見小利（Le-grand, 1993）。

台灣三台產權及第四家無線私營電視的開放，仍在胎動（參見本書第二章），但似乎可能與法國接近，而與義大利（一九七六年即已從地方台的私營化開始）及德國（迄今仍只有衛星頻道開放私營）不同，更迥異於英國（足以涵蓋英國百分之七十國土的第五頻道於一九九〇年公佈將在一九九五年接受申請，預告與準備時間之長，似可反證公共力量介入電波開放政策的程度頗深）。

除了三家電視台，台灣至遲在二十多年前已出現了營利而公開播放的外國影視節目。一九七二年二月二十一日，《台灣日報》刊載，由於電視停止播放日本摔角節目，「閉路電視正大發利市」，其受歡迎的程度使得未及一個之內，已有報紙標題表示「財局欲課稅 警局要取締」（聯合報, 1972. 3. 16）。不過，由於錄放影機與線纜或衛星電視均尚未問世，這些只能算是前哨戰，新媒體與電影院線、無線電視等固有媒介的肉搏戰，尚未開打。整個影視消費生態的地殼大震動，起於一九七〇年代即將步入尾聲之際。當時，「基隆、瑞芳……乃至台南、新竹相繼出現有線電視，年付一千」（聯合報 1979. 3. 7）。未幾，政府旋首度「全面查禁」有線電視，求能「預防政治性犯罪」（中國時報 1981. 6. 15）；再過三年，影線業者已感受到在台灣俗稱第四台之有線電視的威脅，初次傳出兩造公然對抗的新聞（中央日報, 1984. 1. 28）。到了一九九一年，電影院線宣稱，第四台這個行業，一年在台灣地區高達一三二億的營業額，泰半就是他們的損失（但根據第四台業者自身的估計，其營收是一年只有三二億）（中國時報, 1991. 4. 17: 22），同年九月二十日，電影院線及影帶租售店這二個最受第四台衝擊的行業，甚至罷市而上街頭遊行抗議。有線電視之外，衛星電視也從一九八四年扣關，一九八八年十一月新聞局宣布「小耳朵」合法，一九九一年九

①關於一般的授權條件及授權項目，Millichip (1993: 77) 另有表格說明。一九九四年引起美國與日本劍拔弩張的《獅子王》(the Lion King)，由母公司迪斯奈製造的玩偶、音樂帶等等附加產品，也是 150 種左右 (Economist, February 4, 1995: 62-3)。

月亞衛(STAR)開播；而「音樂電視」(MTV)與「演唱影帶」(KTV)也在其間交替成爲台灣影視娛樂的重要方式，KTV仍在盛行，而MTV則已因爲KTV興起與版權問題而衰退。關於這些不等形式的影視節目之傳輸或呈現的方法，近年來的起落消長關係，參見〈表1.3〉羅列的資料。

表 1.3 台灣錄影帶租售店、線纜及衛星電視的使用戶數與錄放影機普及率，1989—1994

	錄影帶 出租店 (家數)	衛星 (萬戶)	線纜 (萬戶)	錄放影機 普及率 (%)
1989	8000 (最盛期)	10	23 (1985)	—
1990	2400 (1989)	31	54 (1991)	85.4
1992	2000 (1991)	106	60-70	87.7
1994	1750 (2月)	205	205 (6月)	84.0 (1993)

資料來源：本表所列資料，來自以下出處，作者已盡力交互查對各個資料所載數據的一致程度。

主計處，1991：11；聯合晚報，1991.7.30：5；民生報，1985.7.17，1990.5.15：10；中國時報，1989.7.29，1991.7.28，1992.5.2，1994.6.13：17（標緻錄影帶公司）；自由時報，1991.12.5：9；廣告雜誌，1992年4月：50；商業周刊，1991.12.15：27；聯廣行銷研究處，1994。

無論前舉新媒介之間，存在著什麼樣的市場互補或襲奪關係，最重要的是，台灣這些新媒介的消費，實在太過於發達，不但超越其它第三世界的亞洲國家，就算日本、英國等等資本主義已經高度發達的社會，都要望台灣之項背。以衛星接收器爲例，台灣無疑是東南亞地區（包括南韓）最密集的地區（Ingelbrecht, 1992：40；Gandel, 1991：29）。據同一來源相同時間（應是一九九一年）估計，台灣人口數是2100萬，衛星接收器有40萬具（低於我國本身的估計，但爲了

以相同資料來源進行比較，故照錄）；南韓是4400萬，30萬具；印尼18000萬，50萬具；香港600萬，5.4萬具；泰國5700萬，2千具。再以有線電視爲例，英國（人口6000萬）至一九九二年元月的寬幅有線頻道（broadband）戶數是268,812，再加上更新的窄幅有線頻道（narrowband）也只有490,059（Spectrum：23）；日本一九九二年初的134家有線電視經營者，全部訂戶只有45萬（Economist, February 8 1992：65）。

那麼，台灣存在如此巨量的影像素材，(1)到底是怎麼形成的？有哪些因素可能可以解釋台灣部份民眾特別發達的影視感官消費能力？(2)除了KTV以外（由於用作演唱，固應多爲本國歌曲），MTV、有線或衛星電視、錄放影機的觀眾，到底（喜歡、能夠）看些什麼節目？是哪些人在看？由後往前，我們先看第二個問題。

截至一九八〇年代中後期，無論是學術調查或新聞報導，在台灣消費這些新視聽媒介的人，若不是來自收入中上的階層就是知識份子，他們的消費偏好則是西洋或日本等外國產品，不是本地節目。這樣的形態与其它第三世界國家消費新影視產品的類型，並沒有差異。就有線電視系統而言，國外節目佔了所有播出時間的90%（汪琪、鍾蔚文，1988：217, 271），亦有調查發現，日片每日播出四小時，而西洋片、港片及國片則各是三小時（銘報，1988.5.6）；再看影帶出租店，據保守估計，日片、西洋片與香港片至少囊括了50%的片源（范寶厚，1991：100）。從客觀供應面來看，外片所得到的優勢地位已經甚爲可觀，再從消費者的主觀感受觀察，外片的支配狀況更是讓人驚訝。一九八四年的資料顯示，最受歡迎的影帶是英語片（82.72%），其次是日語片（57.30%），國語片只居第三（44.94%）（Wang, 1986：371）。一九八九年初，MTV中心最受歡迎的影帶是西洋片（87.3%），國語片第二，但只居6.0%，另有4.3%與1.3%分別鍾愛香港片與日片（潘

家慶、王石番, 1989 a: 47, 50)。那麼, 是誰在看這些節目? 收入較高與擁有文化資本的人。在台北市及高雅市所作直播衛星使用戶的調查資料指出, 家庭收入在五萬以上者佔 48.8%, 介於四至五萬者又佔了 19.9%, 三至四萬者再佔了 17.2% (二至三萬是 9.4%, 二萬以下是 3.4%, 一萬以下是 1.3%) (潘家慶、王石番, 1989 b: 62)。由於衛星節目來自 (亦播放英語新聞及影集的) 日本的 NHK (當時亞衛尚未升空, 而衛視中文頻道則遲至一九九一年十月方始問世), 初時這些觀眾以「通曉日文之教授、醫生為主」、「很多都是高級知識份子」, 至一九八八年初, 直播衛星接收器的經銷商表示, 裝小耳朵者以「商業界人士居多」, 除了因為經濟地位較高, 他們也想及早知悉財經匯兌等新聞 (丁榮國, 1989: 154-5; 聯合晚報, 1988.3.13)。在土耳其, 一九八〇年代中期的安卡拉中上階級住宅區的影帶出租店, 有 80% 是外語帶, 工人階級則是 50% (Ogan, 1988: 102)。

外國 (尤其是美國) 節目為什麼能夠如此普及? 由此我們又重新回到了第一個問題的探討: 有線電視為核心的新媒體影視消費活動, 在台灣竟是如此蓬勃發展, 超出了所有亞洲的第三世界國家, 已如前述, 其過程是如何形成的?

首先是新傳播科技利於便宜地複製 (錄放影機) 及傳送 (線纜與透過衛星而來的「溢波」) 影像產品, 於是提供了誘因, 致使第三世界國家的小資本家能夠快速而價格低廉地加以「盜錄」行世。這種情形在許多國家均可發現^⑦, 原因似乎不能單純的以使用者貪圖便宜等道

⑦ [在大多數 (第三世界) 國家, 75-80% 的影帶都是盜錄] (Boyd et al., 1989: 18)。在土耳其, 由於盜錄盛行, 其電影院家數從一九七四年的 1755 家減至一九八六年的 550 家 (Ogan, 1988: 100-1)。不過, 美國影片事業協會的調查報告也顯示, 若干資本主義已高度發達的國家, 一九八〇年代中期, 亦有相當高的影帶盜錄率, 如英國 (35%)、西德 (45%) 與荷蘭 (60%) (自主早報, 1990.5.1: 19)。在「溢波」方面, 接壤美國或與美國一水之隔的中南美洲國家 (尤其是加勒比海沿岸), 亦很常見 (Lent,

德感強弱的角度看待, 也不是相關國家機器的行政效能高低可以完整解釋, 我們或許應該說, 這是跨國 (大) 資本、本地 (小) 資本及國家機器三者之間的衝突與聯盟關係, 在新傳播科技暴露之下, 最為清楚明白地展現。

以台灣作為例子, 假設十多年前線纜行業起步的時候, 第四台經營者已經必須給付跨國 (美國) 公司影帶費用, 並將此成本轉嫁於消費者, 則使用的人能夠增加如許快速嗎? 困難顯然將倍增, 因為價格高則有效需求低。雖然在最早的時候, 這些國際資本應當沒有具備預視未來市場的能力, 不至於包藏著這麼深厚的禍心, 算計台灣必定是其傾銷的龐大市場而先行放手他人 (本地第四台或影帶租售業者) 無償錄用其影視節目; 但若就行為效果來說, 則仍不妨視之為跨國資本參以表面上讓人難以察覺的方式, 放長線釣大魚, 驅打開了台灣的新影像市場。事實上, 如果我們回顧企業財團以智慧財產權的援用時機 (timing) 作為壟斷市場之策略的歷史過程 (參見 Slack, 1984, 第八章), 可能會得到一些有趣的觀點。比如, 一九八一年 IBM 進入個人電腦界 (或更早十數年的大電腦) 的時候, 不都是先開放其操作系統或免費供應軟體, 促使使用其機型的人數快速爬升, 在市場上已然攫取了可觀的佔有率之後, 它再祭出智慧財產權, 要求用戶購買軟體嗎? 以此過程比之於台灣影視市場隨著錄影機、影帶租售業及第四台的流行過程, 則似乎能夠讓人得到結論, 認定美國廠商主觀上雖然沒有將其影片免費或傾銷送上台灣, 但就客觀效果來說, 台灣的小商人以未經同意即予翻版的方式流通其影片並從中獲利, 又與美方免費而主動提供有什麼不同? 二者若合符節 (參見本書第二章註 17)。

其次, 我們從台灣的國家機器幾乎從來不真正以外來影像節目充

斥市面為文化上的受制境外力量為問題，而只在智慧財產權的談判中，使之合併於經濟問題而作解決，似可窺知它在跨國及本地影視資本的利益分配過程，其實亦扮演了共犯角色：除了因為盜錄影帶有厚利可圖，因此國家機器的管制成效為之打折扣以外，對於本地業者在這段時間的侵權行為，政府其實是有意或無意地「忽略非法影帶的問題，因為其存在讓它們改善本國廣播環境的壓力，得以舒解」(Boyd et al., 1989: 37)。台灣商控官營的電視結構是執政黨獨攬政權的重要根源，加以興格勢必動搖其統治基礎，因此半掩半開，讓國外節目流通至社會中的比較富裕之階層，無形中實行「文化賄賂」，使其廣續官控商營的可能性，加強幾分。

總之，台灣在資本主義世界體系的半邊陲位置，得失互見，一方面扮演剝奪，另一方面也被人剝奪的角色，從一九六〇年代中期逐漸緊密與此體系結合而有了所謂的「經濟奇蹟」，而就在這個「經濟奇蹟」表現得最為光怪陸離的一九八〇年代以至於今的十多年期間，台灣在新的影視節目之消費上，也出現了另一種堪稱「文化奇蹟」的現象。如果說拉丁美洲國家從一九六四年至一九七六年間的發展策略，基本上都有「恐怖的科學技術至上之訴求」(technological terrorism)的特徵，在社會秩序、經濟效率美名之下，由威權的政治結構作為主導，強力管制民眾的思想、言論及文化表現 (Carnoy, 1984: 199)，那麼台灣也不缺乏這個特徵，並且可能有過之而無不及。問題是，既有「發展」，則必有若干成果往下分潤給特定社會階層；既有文化創造方面的鉗制而使得民眾無所用其心靈或難以施展思想，則至少要能夠讓部份人士得以自求多福，從其它管道滿足其文化消費的需求。口腹之慾及聲色犬馬的消費，正是使得頭腦運動趨向簡單的誘餌。經濟上讓特定階層得到相對之滿足，可以說是以「經濟賄賂」作為手段，維持經濟生產與分配過程不公平的社會，尚能有效運作的重要原因；類同道

理，廣播媒介等影視環境的不忍卒睹，但却藉著甫出現了十餘年的錄放影機、有線及衛星電視，只求滿足若干得有（經濟與文化上的）消費能力的閱聽人，而冀望保持官控商營的台灣三家電視台於不變，則可稱之為文化賄賂^⑧。在這一整個過程裡，台灣的影視生態確是發生了「影視帝國主義」的現象，但如上所言，由於黨國機器與部份人口實際上已經因此等情事之發生而獲利匪淺，因而「帝國主義」這個較具召喚政治回應的詞句，反倒變成了貶義，幾乎已經從台灣的公共論述消失，代之而起的是字義更為正面的「國際化」或「全球化」等修辭，而對於西方的保守學者曾所說的新科技促使了「逆向帝國主義」的出現（即第三世界國家的影視產品回流美國），完全翻轉影視帝國實際上是依賴新科技而得以擴張的論點，在國內學界亦出現支持的聲音^⑨。

第三節 抗拒影視帝國主義：跨國合作？

目睹美國為主的跨國資本，在國際間推進了影視帝國的版圖，相關國家的資本與政府亦亟思回應之道，跨國合作拍攝影視產品則為具體作法之一，從早期的電影合製而發展到較晚近電視節目的共同製作。歐聯各國在這方面的發展比較早，合作範圍與產量亦較多，在台

⑧不過，近來台灣的黨國機器已頗得個中三昧，轉而想要以更為主動的方式，創設「公共電視」作為廣續其執掌台灣電視生態的作法之一（參見本書第三章）。

⑨「逆向媒介帝國主義」(reversed media imperialism) 這個概念最早由安托拉與羅傑士 (Antola and Rogers, 1984) 提出，台灣亦有學者引述其論點而稱「以我國而言，目前已有能力出口影片進行反媒介帝國主義」(潘家慶、王石番, 1989a: 23)。另外，亦有非洲學者認為，利用錄放影機及手提攝影機等技術，文化傳統豐富的國家，可以得到若干空間，更為有利地進行「國際(影像)文化」的交流 (Shija, 1988)。然而，誠如批評者指出，安托拉與羅傑士所說的墨西哥節目，根本只佔美國全部電視廣播時數的 0.5% (Sinclair, 1990: 350-1)，如何能夠稱作「逆向媒介帝國主義」？或許逆向之說，有意或無意間，是拆解「新世界傳播及資訊秩序」之呼聲的意識形態馬前卒 (Roach, 1990)。

灣則是一九九〇年代才告浮現的驅力。

但正如同本章第一節的分析，帝國主義涉及國族、經濟與文化等不同面向，跨國合作亦須從這三個面向考察。

所謂跨國合作，英國廣電協會（BBC）提出的定義如下（轉引自 Light, 1994：80）：

合製是兩造各以若干價值投入，目的是達成一個共同的目標：製作各方均能接受的品質與內容。合製得到的節目，其版權所能享有的利益，均由合製各方共同持有。

然而，跨國製作的電影，尤其是超級大片（blockbuster），其國籍的認定往往並不容易，這個問題過去即已存在，如一九七二年《巴黎最後的探戈》（The Last Tango in Paris）表面上是義法合資，實為義美片（Guback, 1973：365），並且至今仍然如此（Jackel, 1993）。尤其是，誠如何林斯等人（Collins, et. al., 1988：67-8）所說，雖然字面上它指涉的是資金、生產過程（導演、劇本寫作、演員、技術人員……等），乃至於發行流程的協調合作，但很少有案例是合作雙方（多方）在以上程序各自承擔對等比重，而由於在財務資金合作的性質使然，合製（co-production）與預售（presale）之間的界限，已經日趨模糊。但無論如何，由於國籍的認定標準，事實上也就決定了影視配額及國家補助等相關政策的適用與否，因此歐聯一九八九年通過的《廣電指令》第六條從出資人的身份、製片人、劇作者、工作者、演員等等條件，決定什麼樣的影片算是「歐洲作品」；但外國在歐聯國家的子公司製作者是否為歐聯作品，該指令並未規定，而如果是合資，則視情況判定，比如，假使一部電影的75%為法資、25%為美資，而電影之製作未為美方控制，則該電影全部視為歐片，若美資75%而法資25%，則只有25%視為歐片（Filipek, 1992：333-4），歐聯各國對於適用其國籍規定的影片，規範堪稱詳細（EIM, 1987：139-55），尤

其是法國與英國（該二國的法規中譯見《當代》月刊，1994.10）。

主權政府試圖積極定義國籍，以此作為其政策適用的依歸，但似乎沒有能夠長足保障其本國影視資本的利益（見下文）。如果跨國資本對於歐洲國族的穿透力，已經大到可以在相當程度內超越了政治定義，則台灣的特殊情況至現階段仍有利港資（港片視為本國影片）而對台資及大陸資本則不利，是比較曖昧的①。

國籍問題之後，另一個有待思量的難題是，跨國製作往往著眼於經濟因素，往往因此而犧牲了文化自主權，致使合製節目侷限於特定題材或類型（genre），或限制了合作象，先說前者。

影視節目跨國製作的動機，如同其他工業產品，主要是為了經濟因素的考量，它又表現為（1）國外市場的攫取，（2）國外政府補貼的領取，以及（3）降低生產成本，或者，（4）防衛性措施，強化本國（本地區）影視產品對抗外國產品的能力。

就美國而言，前三個考量比較重要，一九六〇年代以來，美國在歐洲許多國家投資拍攝電影，目的是要規避這些國家以配額對外國影片的限制，甚至在歐洲國家沒有妥善規劃電影的國籍時，美國在歐洲投資的影片，往往也得到了歐洲各國原本意在補貼本國影片的津貼，而英國更是美國利用的對象（Guback, 1967：14-5）。另一方面，就電視而言，美國在一九七〇、八〇年代以降，由於節目製作成本（重要原因之一是明星費用）節節高升，致令美國電視業者以跨國合作的方式，作為奪取海外市場的策略（Renaud and Litman, 1985）。西歐諸國合製拍片，最大出發點在於第四個動機，亦即抗拒好萊塢影片，以

① 單是港片國籍的認定，近幾年的爭議包括電視黃金時段可否播放香港連續劇、「金馬獎應否排除港片以獎勵本土電影為主，意見兩極化」（中國時報，1992.3.25）、「外國藝人占1/3，大陸演員也占1/3，本土演員何處容身」（中國時報，1993.6.9），而法國出資、俄國導演，在大陸（包括外蒙）拍片並啟用大陸演員的電影《蒙古精神》，出品於一九九一年，但至一九九四年八月才在修改後得到在台播映許可。

法國為例，早在一九六〇至七二年間，跨國合作的電影就比法國自製者還要多 (Guback, 1973: 360)，近年則由電影延申至電視節目的合製，原因是影視節目需求增加的速度遠超過閱聽人的消費使用及用來製作節目的經費增加額度^①。

在此趨勢下，跨國合作以節省成本，勢有必然。以法國跨國合製的電影數目為例，一九八八、八九與九一年分別是 3、13 與 20 部，增加速度顯著，若包括電視等合製，則一九九一年共參與 83 部，主要合作對象是義大利、西班牙與瑞士 (Clermont-Tonnerre and Zoka, 1993: 46)。英國電視的情況，以 BBC 為例 (表 1.4)，過去十多年的遞增現象，同樣也很清楚^②。

表 1.4 BBC 合製節目佔節目總製作成本比例 (%) 的變動情況，1979-1991

1979	1981	1983	1985	1987	1989	1991
4.5 *	1.4	1.7	2.4	2.1	3.6	3.8

資料來源：Congdon et al., 1992: 86

* 1979 年的合製節目比例最高，原因待查。

① 西歐一九八三年的需求是 11 萬小時，至一九九〇年已超過 40 萬小時 (Diebe, 1993: 8-9)；單就英國來看，則一九八二至九二年間，增加了十倍的電視頻道，節目播放時數則增加六倍 (Congdon et al., 1992: 65)。但用作製作節目的廣告收入或執照費收入，增加較慢，就廣告收入來說，歐洲十八個國家一九八〇至九〇年間，廣告支出佔其國內生產總毛額的比例，從 0.70% 升至 0.91%，而其中電視廣告佔總廣告的比例，則從 15.6% 加至 25.1%，等於是此十年間的電視廣告收入，增加了 2.09 倍 (Sanchez-Tabernero, 1993: 126, 129)，但以廣告為財源的電視頻道在同一時期卻增加了 6.2 倍。以執照費收入來看，同一時期的節目製作成本上漲率 (9%) 高於通貨膨脹率 (7%)。又由於市場上購買節目的頻道增加，相對削弱了買方的議價能力，亦造成外購節目之價格的上揚，如 BBC 與 ITV 競相爭取美片《東門恩怨》的英國播映權，使該片每集價格由 2.9 萬美元漲至 6 萬 (Congdon et al., 1992: 66-8)。

但經濟邏輯推動合製的趨勢下，經常妨礙其他影視文化價值（拍攝風格、題材與合作對象等）的實現。

首先，歐聯國家中，地理幅員及人口規模較小的國家，如荷蘭、比利時、盧森堡等，她們看待美國影片在歐境大肆虐度流通的事實，是否與英法義德等大國相同，不無疑問，她們對於跨國合作拍製影視產品的歐聯政策，亦另有見解。比如荷籍學者余伐思 (Servaes, 1993) 就認為歐聯的電信政策走自由化、解禁之路，但廣電方面則一本「保護主義」的立場，二者看似矛盾，却反映了廣電考量的本質，其實是出於經濟而非關文化，仍然是同質化與零碎化並舉，走向「經濟寡頭化而文化同步化」(economic oligopolisation and cultural synchronisation)，尤有進者，「假使這些小國再不努力研擬連貫的文化政策，則文化入侵者不僅是美國，更還要加上鄰近大國」。

再以英國為例，由於受到語言及文化的影響，最常合作的對象是美國，題材主要集中在比較不涉及社會人文背景的科學性節目，以及高雅藝文表演類型的節目。然而，在合作過程中也經常產生若干負面的影響，以 BBC 的經驗來說，與美國的公視合製節目之後，確實「犧牲了局部的 BBC 編輯控制之權能」，致使「創新實驗機會為之窒息」，「製作可能挑戰觀眾品味的節目，不再嚐試」(Light, 1994: 86, 89)。此外，英國學者梅鐸 (Murdock, 1989) 亦曾反省跨國生產的電視節目，對於該國節目，可能有哪些衝擊，他說，這種類型的節目，如果不是擴大放寬其訴求主題及表現形式（以美國好萊塢為首的簡約人物、動作取勝等），就是縮小集約於再現特有的民族色彩，梅鐸稱之為「英格蘭情調的意識形態」(an ideology of Englishness)。史萊辛格

② 歐聯的跨國合作之整體政策，另有多起，較重要的有「米迪亞方案」(MEDIA, 1991-95)、「歐洲影像」(Eurimage) 與「影視尤瑞卡」(Audiovisual Eureka) (Blin, 1993: 18-9; Clermont-Tonnerre and Zoka, 1993: 45-8; Diebe, 1993: 166-70, 174; Wangermee: 89) 部份中譯摘要見《當代》月刊, 1994, 10 月。

(Schlesinger, 1994: 45-6) 則從另一個方向提醒熱衷跨國合作共創歐洲意識的人，當前歐洲最醒目的特徵是國族主義，或至少說是國族認同的高漲，在此背景下，「相較於國族作為一個傳播社群的吸引力……歐洲意識的訴求，實在無足輕重」。

這些文化價值的扭曲，在台灣可能更明顯，因為不止存在著經濟律令的干擾，我國的政治認同及政權需求等問題，既然比歐盟國家突顯，則跨國合製拍片的文化內涵受其二度扭曲，似可預期甚至已在上演。

影視帝國主義在台灣浮現是一九八〇年代以後的現象，至一九九〇年代則進入擴張階段，在此背景之下，為了經濟誘因而跨國合製節目或電影的條件，已經成形。

首先，伴隨經濟結構轉變、台商投資大陸躍增，以及出超的一大部份來自透過香港轉口大陸的事實，踵繼海外學人杜維明所提「文化中國」的理念（見陳光興與杜的對談，當代月刊，1992.10），最晚在一九九二年初已有接近政府的刊物製作「經濟」共榮圈的報導（亞洲與世界，1992.2: 2-38），提出了「中華經濟共同體」的口號。一九九二年元月五日的《中國時報周刊》創刊號則以「大中華新經濟版圖」作為封面故事。與此同步進行的文化來往也包括了電影的合製，在台資港片之後，一九九三年首度出現3部台資大陸片（魏玟，1994: 29），電影學術界對中台港的合作亦多肯定（陳儒修，1993: 155），而在一九九四年《霸王別姬》、《活著》等台資大陸片在國際影展得獎以後，台灣輿論界似無例外，口徑一致，認為結合中台港的資金、技術與人力，將是開創未來華人電影前景的重要途徑，說是「兩岸三地影業互動，展現「大中華電影圈」美景」（亞洲週刊，1993.5.23: 52-7）。

更為晚近一些的則是電視節目需求量膨脹以後，電影的兩岸三地合製實例，已延伸至電視。最早是至大陸出外景、啓用大陸演員而引

發爭議（如瓊瑤的《夢》，中國時報，1992.1.29至2.22版系列專文），最近則進展到「拉大戰場勢之所趨：從稍早的新聞合作，到目前頗受重視的節目合作——以全球華人社會為目標，是國內電視台亟欲突破的新目標」（聯合報，1994.9.5: 22）。

然而，目已經看到的合作拍攝題材，對於台灣影視產業（的哪一個部門）是否產生了正面的經濟意義？其次，這些合製的影視節目，對於我國透過影像來表現自身的文化關懷或探討公共議題，可能會有或已經產生了什麼影響？比如，假使純粹使用台灣資本，則拍攝關於香港九七的問題，可能性較高，也比較容易客觀；但若是與香港合資，則須打折扣，再要加入大陸資本，則可以說不再可能。最容易被接受的題材之一，很可能是大陸風光或尋奇等類型的節目，這在台灣已有前例（王麗，1991）。假使政治力量不能干預市場機能的不當運作，反倒應和特定政權的需要，則華人合製節目若是能夠進行，亦不能得到公共介入以匡正資本邏輯的惡果，反而是後者必須服從於黨國的權威，使得任何涉及中國大陸、香港或台灣的公共議題或涉及此的戲劇、記錄片等影視文化形式，至此更是必須在不致於冒犯三者任何一方的前提下，才得以製作。諸如此類的景況，在華人黨權通政權而沒有或微弱公共力量的影視節目之生產，可能會更加嚴重，不是減輕。一九九〇年台灣的新聞局出資五十萬美元，請美國的公共電視台為台灣製作了四小時節目，由於不能談政治題目，於是故宮故事就成為最常見的題材（中時晚報，1990.5.29: 8），可以視為這個模式的一個變形註腳。

就合製電影以吸引外人觀賞來說，得到國際獎項的台資大陸片仍然以表現東方民俗奇情、滿足西方人窺密的心情為主要的訴求題材，這個情況與前述英國以「英格蘭情調的意識形態」廣為招來外國觀眾的情況，並無兩樣。電視方面，合製或受港台歡迎的劇碼，至今看來，

仍然還是以古裝俠義片為主，如公視的年度大製作《李娃傳》，以及‘目前可能成為港、台兩地合作的八點檔連續劇，包括了《白衣大士》、《濟公》、《鐘馗》等’（聯合報，1994.9.5：22）。

合作國別方面，台灣與大陸及香港的政治關係，與歐聯各國的實況，性質畢竟相去懸殊，在合製影視節目時，必須參酌的地方更多。比如，東南亞勞工在本地的數量已超過數十萬，糾紛時有所聞，而台灣觀光客至東南亞旅行發生的意外亦見報導，又如南韓的近代歷史過程及政經結構與台灣接近，雙方應有相互吸取經驗的需求，但如果完全牽就經濟因素，偏重與台灣使用相同文字，因而容易相對節省（溝通）成本的大陸與香港合作，勢有必然，與東南亞、南韓及其它國家共同拍影像產品（包括紀錄片或深度新聞片）的可能性，「南方」國度彼此互通有無，進行影視節目的生產及流通的區域合作前景，將會更低。

經濟因素的吸引而突顯特定的合作對象，在台灣弊端可能更多，這是因為本島的國家機器之政權正當性，並非全部來自島內，而是在相當程度之上，考量國外因素多於本國的情況。比如，一九九一年七月，三家電視台在執政黨若干權勢人物授意下，表示一九九二年元旦開播的電視雙語系統，第二語言將為「英語」，其後，一般的進口戲劇節目按此計畫實施，但新聞節目則因英語同步口譯成本過高及為顧及主張方言人士之反彈而取消（自立早報，1991.7.18：18；中國時報，1991.8.10：22；8.30：22；10.21：22）。雖然官方未能如願，但我們從其無意以新科技改善長期的語言政策之偏差，反倒是想要用雙語系統服務島內的國際人士，或以此宣示台灣已進入國際社會，可以洞悉其心態迄未改變。另外，從一九九一年五月一日，新聞局為了加強對美加地區僑界的影響力，並反制中共統戰攻勢，每日以衛星傳送國內新聞至美加地區供華語電視業者選播，一九九三年度之預算為台

幣四千萬元（新聞局書面資料）；對照之下，新聞局在「為加強原住民法律與權益觀念」的功利、教化目標下，才於一九九二年與內政部合籌二百萬元，製作收音機節目，供作地方廣播之用（中國時報，1992.5.2：30）。政治層面已經如此不堪，媒體本身是否可以期待？事實上，三台無意申張本身專業上服務閱聽人的權益、義務，在台視臨時變更原「閩南語」發音的〈嘯阿義·聖阿珠〉為國語，並且拒絕輿論之請託，拒絕以雙語解決此一問題這件事的過程，已可清楚看出（中國時報，1992.3.3：26；3.5：22；自立早報，1992.3.9：15）。電視台偏重外來之英語而低貶本地之方言，除了從其歷年的英語及閩南語電視節目的比例可以得出端倪以外（李金銓，1987：199），我們亦可從它們先後於夜間十時三十分、晨間十時十分（華視），七時三十分（台視）與十一時（中視）以衛星與英國記者以問答方式連線報導、立即傳送美國 CBS 與 ABC 的美語新聞，歷經若干時日（數月至一年有餘）以後，才又在更為冷門的時段十一時十五分、二十分開播客語新聞（一九九二年九月二日），也能得到證據。這些實例顯示，衛星或雙語這些新科技對於維持現存的傳播秩序，甚或擴大本國接受外語節目^①的機會，遠多於改善現存不合理狀態的可能性。

結語：從在地的公共性作起

就西歐十二國組成的歐洲聯盟來說，由於事實上這塊地理空間的人口及經濟力量，總合起來均大於美國，因此自從一九八〇年代中期歐聯公共電視體系的日益受到資本力量的滲透，因而進口美國電視等產品的數額也快速增加以後，歐聯的跨國政府及影視資本也試圖多方

^①早在一九八七年四月六日，台視即已定期購買美國「有線新聞網」（CNN）的節目，每週五天，每日半小時。一九九二年六月一日，華視為了應付新聞競爭壓力，轉向 CNN 訂購全天候的衛星新聞（中國時報，1992.4.20：22）。

因應，方式之一是跨歐洲各國的影視節目的合製與流通，以歐聯執委會 (European Commission) 在一九八九年通過的《廣電指令》為具體政策的代表。另一方面，既然這個物質基礎涉及了美歐不同影視進出口商的利益競合關係，它也就反映在相關學術論述及流行媒介的報導，二者密切出現了這方面的探討，甚至迭有呼聲要把美國「媒介與文化帝國主義」的現象，趕出歐境 (如 Screen Education, Fall 1986; Guardian, 3 October 1989: 11)。

在台灣，關於帝國主義的論述相當欠缺 (對於這方面書籍的檢視，參見筆者專文，自立早報，1994.4.4: 10)，原因可能是雙重的。在國家機器方面，它的存在基本上是冷戰時期的產物，受制美國的程度頗深，因此在眾多同樣對美國具有依附關係的國家，表現了較淺的抨擊美國意見。其次，台灣的經濟結構以中小企業作為主體，無法與跨國公司抗衡，而多只是作為其代理、被其整編進入其生產秩序的一部份，這樣一來，本地資本家與跨國資本的衝突，也就無法突顯至歐聯與美國的程度。然而，本地影視的大舉入超已在近四、五年清楚展現，在這種情況下，它亦透過國族情感的建構及召喚，試圖借助華人血統與「中華文化」，加速在資本驅力下，原本已經小幅度進行的兩岸三地的合作製片範圍。

但是，影視帝國主義現象所彰顯的支配關係，具有多個面向。其中，地理空間的面向雖然不是該現象必須被批判的最重要部份，並且更不應該是唯一的部份，但它確似乎是最為人容易感知的一個面向，造成了對於帝國現象的批判，很快就會陷進地理空間的漩渦，繼而圍繞地理意識的凝煉而打轉。然而，「帝國主義之論述……所昭示的根本問題，遠比民族國家還要深入許多」(Tomlinson, 1991, 中譯本: 334)，影視帝國主義的本質，雖然表面上只長出國族的地理空間及文化認同等問題，但骨子裡却深埋經濟的跨國資本及本地資本的律動基

因。

因此，面對帝國主義以整個世界作為游動的舞台，需要首先對抗的是資本，不是地理空間，也就不是跨國合作，而是如何建構在地的公共空間，然後以此基礎才有可能共進國際空間，對抗跨國資本，「懷抱全球性眼界的抗拒與轉變策略，非得從地方與社區的實體開始，無以起始」(D. Havey, 轉引自 Morley, 1992: 271)。

強調在地影視的公共性優先於跨國合作的必要，也就成為意識上必須肯定的重點，這不但對於面臨歐聯整合壓力的荷蘭、比利時與盧森堡等小國甚具意義，亦即如果這些國家還願意「捍衛其文化認同，則首要之務在於從財務資源及法律規範方面，優先支持各國本身的公共服務電視體系」(Servaes, 1993: 341)，對於台灣，應該也是如此。

第二章

「開放」電視*頻道的政治經濟學

前言

一九六〇年七月，《自由中國》半月刊發表社論，主張解除報禁，到了一九八八年元月，報紙印刷張數、印刷地點與辦報證件的限制，正式解除^①。然而，台灣的報業產權結構，並沒有因為報禁解除而減少特定集團對於報紙的控制，甚至可以說是更為險惡^②。

*這裡所說的電視，以「觀眾」的消費角度作為標準。目前，傳輸影像節目的管道的無線電波傳輸，目前已經開發、利用最廣的部份是稱作「特高頻」(very high frequencies, VHF)，由30至300兆赫；其次是「超高頻」(ultra high frequencies, UHF)，由300至3000兆赫。再者，由於電波的物理特性，以及技術上開發次序先後有別，目前的VHF電波，多數使用地面轉播站將訊傳至觀眾家中，UHF電波則已避開地面轉播，而直接透過衛星往下放送。放送的目標，除了個別家庭或旅館等，直接裝設接收器（台灣稱作大、中央小耳朵）以外，很多是由媒體公司進行二手轉播（關於無線電波的技術問題、國際間的規範與利用，以及電波運用與轉換電波的實際考量，請參見蘇育德，1993；鄭瑞城，1993：3-7，19-21；Curran [1979, 1992：175-212]）。但是，以觀眾看電視的經驗而言，利用VHF、UHF或是媒體，電視都只是聲光兼具的方盒。這個區分具有重要意義，因為要求開放頻道的呼聲，將問題導向頻道數量的多寡，但大多規避了下列問題：觀眾真的在家中方盒子，看到了他/她們需要的節目嗎？如果以一九九〇年代通行的術語，則本文所稱電視，是衛星電視、有線電視與台視、中視與華視的統稱。本文對於「收音機廣播」部份，並未討論，只在第一小節提及。並請參見本書第四章。

①這段期間的斷續議論，雖然大多贊同解禁，但亦提出許多質疑與反詰，正反期望積累之文字編成了《報風圖：報禁開放震盪》，1987.5台北：久大文化。另見筆者寫於一九八七年底的〈報禁解除聲中的台灣資訊環境〉，現收於馮建三（1992c：157-170）。

②台灣至今沒有各方都能採信的「報紙發行量稽核組織」(Audit Bureau of Circulation)。但一九八六年九月一日，《中國時報》宣稱已發行120萬份，十六日，《聯合報》

報紙之後，就是廣播電視。接踵報禁解除的足跡，一九八〇年代末期以來，要求開放線無電波的呼聲，浪潮一天高過一天，是相當值得注意、分析的媒體現象與發展趨勢。這篇論文企圖澄清電波開放的問題及其相關意義，說明改善廣電資源的使用狀態之不民主，不能只著眼於要求增加電視頻道的數量（包括要求釋放台、中與華視頻道），因為事實是（來自海外與本島的）影視頻道數量（包括衛星與線纜頻道）太多，不是欠缺；其次，本文嘗試說明，廣電表現之不民主，官控之外，更有商營問題，也就是（全球）資本主義透過電視科技而積累資本的運作邏輯，因此著眼於開放三台的股份，但不有效變更其商營掛帥而官控為輔的色彩與私人持有的本質，眼界已偏，改善的幅度也就有限。

進一步言之，這篇論文以報禁解除之後的報界生態為股鑿，依下列步驟伸論前述論旨：(1)按照時間順序，簡單鋪陳要求開放無線電波的事件，然後以此作為基礎，(2)試著解釋為什麼會有這樣的呼聲，從中則(3)指出這樣的呼聲，可能並不是很清楚的要求，因此也就呼略了、模糊了問題的重點，其實不應該在於無線電波頻道是否能夠因為「開放」而增加。尤有進者，這樣的籲求，甚至(4)可能重蹈覆轍，致使在商言商或政商齊鳴方式的「開放」無線電波以後，難以讓台灣的廣電環境更加清新可喜，(5)反之，報禁解除以後，報業面臨的新型政商壓

亦自稱發行量為 144 萬份，若以當年台灣地區報份實銷 380 萬份計算，則兩報共佔 69.5%（祝祥、陳國祥，1987：200-3）。一九九二年，兩報的市場閱報率雖然降至五成七三，但總合中時與聯合報系的七家報紙（加上中時晚報、工商時報、聯合晚報、經濟日報、民生報），則一九九二年其閱報率是八成七三（奧美廣告公司，1993：35-36）。台灣報業的私人壟斷程度，全球居次，可能只低於澳洲（截至 1992 年 9 月，News Ltd. 及 Fairfax 兩報系共佔澳洲日報發行量 88.2% [Chadwick, 1993：18]）。報禁解除以後的新興報紙，如《自由時報》，在（土地）資本強力主控下，是否能夠有意義地威脅既有報業生態，尚未可知；即便能夠威脅，新興報紙的言論及意識形態，是否真能表現出進步色彩，仍有待評估（參考，馮建三，1993a）。

力，或許可能重現於廣電事業。簡而言之，政治上的開放措施，真正意義並不是媒體能夠更加自由地運作，而是另有涵意，表示國家機器與市場機能正要以另一種結合方式，一種意識形態上符合生產工具私有的訴求，因此較容易得到受統治者的「積極同意」（active consent）而箝制廣電媒體。結果是，由於認識混淆，本地電視資訊環境的興革運動，也就因而不容易找到立足點，影視媒體的改造，也就步履蹣跚、落後，甚至遙遙無期。

第一節 政治壓力與頻道「開放」

截至一九九二年九月，開放廣電頻道的呼聲，筆者已經蒐集在另一篇論文（本書第三章〈表 3.5〉），現在轉錄摘要、補充記事，並將其後一年的進展，簡略補述於后。

一九九〇年三月，民進黨秘書長張俊宏表示「將竭力突破廣電禁忌」，截至同年九月，「民主之聲」收音機電台陸續在中和、高雄、高屏、三重與潮州等地開播，但似乎沒有持久，這是反對黨首次以「非法」行動設立地下電台。十月，康寧祥在《首都早報》經辦失利以後，申請設立收音機電台，是第一個反對黨員合法申請頻道的動作。十月二十五日，成立於九月二十三日，而以電視解禁運動作為訴求的民進黨全省二十一家民主電視台聯合會，正式開播。

一九九一年二月，民進黨公布電視解禁計畫，七月，「知識界反政治迫害聯盟」與「台灣學生制憲聯盟」以「反對（電子）媒體壟斷」為題舉行座談。然後是一九九二年二月，民進黨的正義連線召開「打破電子媒體壟斷行動策略研討會」，隨即，在這些日漸升高的抗議行動聲中，新聞局多次表示將協調軍方開放無線電波頻道，到了十月十九日，新聞局公佈了地方調頻廣播頻道開放時間表。

接著，一九九三年的二月十五日，立委陳水扁決定提「電子媒體

使用壟斷是否違憲」解釋案；三月八日胡志強表示，將在半年內成立委員會，規畫開放無線電視台的問題。十二日，民進黨表示，該黨將設立黨營電台，49%股份開放認購51%由民進黨本身擁有^③。初春，張俊宏支持的全民收音機電台開播，功率一百瓦，收音範圍為台北盆地^④。四月中旬台灣教授協會，以「媒體改造與自由民主」為題，舉行研討會，主要攻擊標的是電視；緊接著，四月底，新聞局長胡志強表示，三家電視台的股票將公開上市；五月一至三十一日，地區性調頻收音機頻道開放，受理申請；五月三日，交通部宣布，將在半年內開放兩個無線電電視頻道，即76-88兆赫，但將定位為地區電視台^⑤。民進黨立委邱聯輝於六月二十八日又表示，根據日本專家告訴他，台灣尚有六十個電視頻道閒置未用，行政院應將它們還諸全民。九月一日，李鎮源、李應元、蔡同榮、吳樹民等學界、政界與報界等人士，組成「民間傳播股份有限公司」，並展開二十億元的電視台資金籌措工作，該公司表示，三家電視台應該各讓出一個頻道，否則將繼續訴願，以合法手段突顯三台各強佔兩個頻道的不合理。九月十三日，交通部常務次長毛治國在立法院舉辦的公聽會，重申五月三日交長所說，短期內將釋放兩個VHF頻道，並且，還要再開放四個UHF電視台。此外，九月初高雄市長吳敦義宣稱，該市已獲新聞局許可，將設置高市無線電視台^⑥。十一月五日的《中國時報》（五版）報導，民進黨主導

③ 這個決議在一九九三年七月七日由民進黨中常會自行否決，推翻前議。

④ 根據訪談資料，該電台每週播音六日，每日十八小時，經費方面，除了580位台友每月捐贈一百元以外，每月須由電台籌措三、四十萬元，主要應該來自張俊宏，張氏投資在全民收音機電台與民主有線電視台的金額是978萬（《中國時報》，1993.10.10：3），可能是民進黨中央民代中，投資媒體最大的人。另可參考許傳陽，〈FM 90.1效應〉，聯合晚報，1993.8.20；徐建豐，〈全民電台新聲勢〉，黑白新聞週刊，1993.10.17：68-9。一九九三年十二月九日，新聞局公佈得到合法的新調頻電台經營者之名單，包括張俊宏的全民電台，因此他宣佈願意放棄90.1兆赫的使用（《自立早報》，1993.12.10：14）。

⑤ 但據《中國時報》（1993.10.12：4；12.12：6）報導，至十月時，政府已傾向將76-88兆赫，規畫為一個全國性頻道。

的「全國民主聯合無線電視台」，將於十一月十五日開播，收視範圍為本島北部。

至此，知識界及（尤其是）反對黨提出「開放電波」的呼聲，從收音機到電視，算是達到了初步的目標。

但是，在此之前，台灣的廣電頻道真地那麼不開放嗎？長時期壟斷廣電資源並將壟斷所得成果按照已意分配的國民黨黨政軍機器，在反對力量著眼於政治考量而要求開放電波的壓力下，逐步應允的「開放」電波頻道，究竟符合誰的利益？這全要看怎麼定義電視頻道。

第二節 經濟利益與衛星、線纜電視

如果只是就「技術／供應面」定義頻道，那麼，隨著線纜及透過衛星經由超高頻道傳送電訊的技術開發日趨成熟，任何地方，包括台灣，事實上並不欠缺播放影像節目的管道。

這個過程起自全球資本主義體系的核心國家，最先由美國發端，然後是歐洲與日本，晚近則擴散到了台灣在內的若干亞太地區之半邊陲國家。

一九七三年十一月八日，隸屬「時代公司」（Time Inc.）的「家庭票房」（Home Box Office）以紐約為中心，向賓州385個家庭傳送現場曲棍球賽與影片，此舉可能是全美國，應該也是全世界，首次以線纜播放節目，超越了社區共同天線的轉送（relay）與改良視訊之服務（Hollins，1984：122），到了一九九二年，已有572萬（61.5%）

⑥ 這些記事的資料，大多取自大事記次日的《自立早報》。在這段期間，與此配套而主張開放電波的言論有許多，比較典型的例子，可以參見《民生報》的社論「電視頻道增加節目應更好看」（1993.5.16：2），再如張福源會計師的「打破電視壟斷路障重重」（《自立晚報》，1993.6.10：14）。在這股電波浪潮中，《中國時報》也以整版介紹「空中帝國：無線電最新發展簡報」（1993.6.8：23）。這些或許可以看作是「開放電波」的連鼓聲。最後，學術論文也在這個時期，出現多篇（陳世敏，1991；洪建胡／李大地，1992；鄭瑞城，1993）。

美國家庭，在該國三家無線電視網以外，裝訂了有線電視，其中有 94.46% 的頻道數量在三十個以上（衛星及有線電視月刊，1993.9：37，40）。

廣電體系不同於美國，而以非商業方式（亦即產權歸為公共或國家所有）經營電視的西、北與南歐十七個國家，一九八〇年時共有四十一個頻道，到了一九九〇年已經超過一百個（Brants and Siune, 1992：103-104）。日本的廣電結構，接近於英國，一九五三年 NHK 的東京電視台及民營電視台，半年間先後開播，確立了公商並營制；一九八四年是日本的「新媒體元年」（陳淑婷，1992：29，34），因為當年公營的「日本放送協會」（NHK）發射了專作電視之用的衛星，至一九九三年十月，除了利用地表電波傳送節目的電視頻道以外，共有七個利用衛星波段的公營與商營電視頻道。

一九八二年，歐亞的陸橋土耳其只有一個黑白的國營電視頻道，以執照費及少量廣告作為營運基金，一九八九年，增加為三個彩色國營頻道，到了一九九二年底，國營與商營各有六個，都是彩色，另外還有數個衛星頻道準備升空（Sahin and Aksoy, 1993：32）。然後是亞太地區，已有刊物（中國時報周刊，1993.7.3，封面故事）宣佈，「衛星電視進入戰國時代，頻道大爆炸」。該刊報導，至一九九五年，亞太地區將有九百餘個轉頻器在天空上運轉，屆時，「一般」家庭，如果裝設碟子，將可以接受到近百個頻道的影視節目云云。

影視文化隨經濟韻律而起伏，後者提供了前者萌芽與發展的必要條件，以地理區畫分，新影視媒體由中心至半邊陲國家，呈現不均等滲透的態樣，其中，台灣應該是亞太地區中有線（與衛星電視）最為發達的國家，香港、南韓、新加坡，甚至日本都不如台灣的「普及」^⑦。

早在一九七九年（聯合報，1979.3.7），報端即已刊載「基隆、瑞

芳……乃至台南、新竹相繼出現有線電視，年付一千」。未幾，為了「預防政治性犯罪」，政府首度「全面查禁」有線電視（中國時報，1981.6.15）；再過三年，電影院線業者在影片迭遭翻版而流失觀眾眾多的情況下，初次與有線電視業者公開對抗（中央日報，1984.1.28）。到了一九八五年，裝訂有線電視的戶數已有二十三萬，一九九一年是五十四萬，到了一九九三年七月，業者估計在台北市、台中市、台南市、高雄市等人口稠密都會區，有線電視的滲透率，已經達到電視家庭戶數的三至四成，而整個台灣島嶼已有一百五十萬戶左右可以收看有線電視的節目^⑧。在無線方面，在接收跨國（主要是美國、日本、英國、中國大陸與香港）資本的衛星節目多年以後，台灣資本參與或為主的衛星頻道，也排隊陸續進場。最早是一九九三年九月二十八日，以香港無線電視為最主，加入台灣年代電影與福隆公司共同投資的「聯藝無線衛星電視台」開播。然後是純粹台資的「台灣衛星經營者聯盟」向美國的 TDRSS (the Tracking and Data Relay Satellite System, 追蹤與資料中繼衛星系統)，租用了五個頻道，準備在同年底或一九九四年，加入衛星影視播放的行列^⑨；國民黨營事業博新育樂公

^⑦根據 Ingelbrecht (1992：40) 與 Gandel (1991：29) 資料的綜合整理，若以一九九一年元月的資料估計，台灣人口數是二千一百萬，衛星接收器有 40 萬具（低於台灣業者的估計，但為了以相同資料來源進行比較，故照錄）；南韓是 4400 萬，30 萬具；印尼是一億八千萬，50 萬具；香港六百萬，5.4 萬具（經由社區共同天線接收）；泰國五千七百萬，2 千具。到了一九九三年元月，根據陳文（Chan, 1992：31）整理並作確認的資料，亞洲地區能夠接收衛星（STAR TV）節目的家庭戶數，中國大陸是 480 萬，印度 330 萬，台灣 198 萬，南韓 19 萬，香港 30 萬，菲律賓 13.7 萬，泰國 3.2 萬，新加坡與馬來西亞幾近於無。日本至一九九二年一月，共有 134 家有線電視經營者，全部訂戶是 45 萬（Economist, February 8, 1992：65）。

^⑧這些資料都無法可靠的確認(verification)。這裡所引用的數據，參見(馮建三，1992a：108；衛星與有線電視月刊，1993年10月，p.26)。

^⑨這五個頻道是「萬里達」（和信集團，音樂頻道）、「環洋傳播」（吳乃仁、陳天龍，新知頻道）、「國興傳播」（國產實業，日片頻道）、「全國電訊」（購物頻道）與「訊衛公司」（影集頻道）（後兩個頻道，由部份共同天線業者投資）。據估計，透過這個方式使用

司稍後亦行宣布，將租用亞太一號的四個超高頻道，利用衛星於一九九四年六月加入這個行業（大成報，1993.9.9：9）；已在一九九三年十月初完成測試的四個「有線傳播協進會」頻道，亦將在擬定合法之公司名稱，並俟有線電視經營系統暫行管理辦法公佈後，於同年十二月開播（中國時報，1993.10.5：30）。在台灣，截至一九九三年十月，單獨對準台灣的無線電視頻道是五個（三台、空中大學頻道及聯藝），由國外衛星溢波而來的頻道是十五個（日本七個、衛視五個、大陸雲貴台、美國 CNN 與 ESPN 兩台），換句話說，即便不自行播放節目，線纜經營者所能轉送的頻道數已達二十個，如果再加上業者自行播放的節目，則安置有線纜的台灣家庭，他們在日常家居的生活經驗中，突然發現的是，電視頻道怎麼那麼多！而到了一九九四年七月，如果公視如期開播，如果一切按照業者的計畫，則本地（資本）租用而針對台灣播放的衛星頻道，另外至少要增添十三個！

透過以上的簡單描述，大勢已經明朗，並不是「播放」影視節目的「頻道」有所不足，適巧相反，是頻道太多。放在資本主義所推動的科技動態發展過程觀察，由於電波頻道繁多，以及電視接收器每十年左右而更換機型，造成了頻道的貶值。這個開發趨勢，已使英國的菁英刊物預言，「無線電波頻譜……的資產價值（筆者按：英國最近一次的電視使用之地表電波，即 BBC 1、BBC 2 與第四頻道以外的第三頻道〔先前稱作獨立電視網 ITV〕之拍賣費，於一九九一年末決標，總價是英鎊二億三千萬，有效期間是一九九三至二〇〇三年），日愈低落，到其執照期限屆滿時（按：二〇〇三年），可能已不再具有競標的價值」（Economist，September 4，1993：90）。

頻道，包括衛星租金與其它技術性成本（即不包括製作／購買節目的開銷），一個頻道一年大約是四十萬美元（衛星與有線電視，1993年9月：23）。

第三節 財團、政黨與電視資源

台灣目前的無線電視頻道，亦即台視、中視與華視的不盡民主之處，十分明顯而嚴重，主要可以從兩方面探討，(1)電視的「結構面」，亦即電視的「頻率之配用……執照轉移……更換……或所有權集中問題」；以及(2)電視節目的「內容面」，但前者又比後者重要許多，「因為結構面會影響內容面，而內容面實際是反映結構面的本相」（鄭瑞城，1993：59）。

無論是電視頻率之配用、執照之轉移或更換，以及三台最高管理人員總經理，自始至現在都「操縱在國民黨的黨部文宣系統和軍方的政戰系統手裡」（王振寰，1993：109），在這種情況下，三台雖然隱藏著若干民股，但這些民股僅具形式意義而無實質掌控電視走向的權力，而且持有這些民股的人長期沒有更換並與國民黨具有良好關係，因此，電視實質上仍然是（國民）黨國所有。在這種情況之下，再作「民營、黨營、國營……〔而〕作分析比較並無意義……電視所用之特高（VHF）與超高頻（UHF）……均歸政府所用」（鄭瑞城，1993：47）。其次，若就播送電視節目所需的發射機來說，三台的發射機全數位在台北市（前引文，p.48），亦即無線電視方面，除了台北市以外，台灣的地方或地域都沒有發言權，呈現了高度地理倚倚的現象。

但結構面的限制顯然尚不止於黨國之掌控三台，「商業經營」之邏輯，以謀利為另一重大標的，也是無線電視難以民主化的要因，就此而言，台灣的三台與其它社會的商業電視體系，並無兩樣，台灣的特色，在於官控却同時商營而猶能獲取暴利。雖然有此官控商營的特徵，但前引論文，以及其它探討電視之不民主表現的文字，大多集中在展示（選舉）新聞等高度具有爭議性的節目類型之偏差（如林子儀、劉靜怡，1993，尤其是 pp.176-185；孫秀蕙，1993；羅文輝、鍾蔚文，

1992；張錦華，1991；並參見註⑩）。

不過，正由於這些論述著重於剖陳黨國電視結構的不當，它們相對地就無力再彰顯商營與三台娛樂等類型的節目高度同質化、以觀眾為市場消費者而不開發其公民身份等等問題。「對媒介與國家的關係，過度重視；（却忽略了）資本主義私有制對傳播工具的影響」（Golding and Murdock, 1979/1992: 251），不但出現在西方文化研究者身上，亦見於東方傳播學者的論述，雖然這在台灣有其深刻理由。但未認真討論商業經營與電視表現的關係，畢竟未能掌握資本主義體系之電視的屬性，更何況，在線纜及衛星等科技條件，已使國家機器規範電視運作之能力降低之際，欠缺利潤動因與電視節目類型之關聯性探討，更顯得是掛一漏萬。到了這個階段，表面上與政治價值沒有直接關係的電視節目，更加值得我們重視，誠如英國的媒體社會學家莫利（Morley, 1992: 82）所言，「說到電視……沒有任何節目能夠聲稱自己只是提供‘娛樂’而無愧，因為任何節目都透露了關於社會的種種訊息。即便節目的外觀內容似乎再零碎細索不過了……但情況仍然很可能是這個節目的文本結構，已經涵納了許多關於社會態度與價

⑩半邊陸國家如台灣，政黨把持電視資源壓制政治異議，並非新奇之舉。因此，這方面引發批評之處亦較多見，事出有因。畢竟，一九九二年的立委選舉，三台的情況仍然是「壓縮反對勢力的言論空間，大量呈現官方的選舉議題看法，並時時佐以各種冠冕堂皇的口號與圖騰」（孫秀蕙，1993: 100）。一九九三年十月下旬至十一月二十日縣市長選戰的電視新聞表現，偏頗國民黨之處，亦超過先前的不公正程度。參見《中國時報》1993年10月27日二版以近半版、11月1日八版以近三分之二版篇幅報導「民進黨向三電視台下通牒」、「民主台電纜被剪民進黨員昨包圍基隆市府抗議」、「民進黨……指（李登輝）靠電視造勢要求電視台應撥出相對時間給許信良」、「當‘新聞自由’碰上三家電視台……」的新聞，筆者於同報10月30日九版的評論，以及《自立晚報》於同年十一月十日起，連續於二、三版刊登近二週的選戰電視新聞之學界評論；另外，學界社團澄社、新黨與民進黨均曾記錄、分析與批判這段期間的電視新聞（新新聞週刊，1993.11.28: 46,49）。不過，筆者企圖觀察的是，如果用長期的眼光看，三台的政治新聞，儘管違逆資產階級民主的報導形態，仍然存在，但隨著反對國民黨勢力的「壯大」與進入體制，這種不公正的程度，是否將因而減緩？

值的重要訊息」。

除了第四節將再就電視資本化與不民主之關係續作申論以外，本節將以剩下的主要篇幅，闡述新增加的電視頻道，對於既有的台、中與華視資源的使用之不民主，有些什麼意義，亦即台灣俗稱「第四台」與「小耳朵」的電視，在營利作為主導其營運的動力下，在多大程度內，將變更三台結構面之由（國民黨）黨政軍主導的事實？探討這個問題以前，我們似乎應該先行檢視與此相關的另一個問題：這些新增加的電視資源之使用，是不是能夠符合民主原則？亦即就其結構面的產權、地理分佈與節目形態來看，線纜或衛星電視頻道，是不是在多大程度內，與三台的不民主缺失，有什麼不同？

由於可以在台灣接收的衛星頻道，大多均由線纜轉接而來，因此我們可以先行討論有線電視的產權形態。一九九三年十二月十一日（中國時報，12版），合法登記截止後的次日，報載全台灣共有618家第四台。這些數量龐大的有線電視系統，究竟有多少無涉黨派，並無確定資料可供佐證，但可以確定的是，規模越大者與政黨關係愈密切，並且隨著有線電視法及其施行細則的公佈施行及規模經濟要求所帶來的經營壓力漸漸明顯而展開的兼併趨勢，獲勝者應該愈可能是政黨或與財團（的結合）。

國民黨方面，它於一九九二年十二月成立「博新育樂股份有線公司」，投資額四十億，自身是最大股東之外，黨營中央電影公司持股15%，外商United International Holdings則佔15-20%，許勝發的太子投資公司亦參與（雷壹閑，1993a: 182），有線電視法第十九條曾被稱為「博新條款」，因該條原為規定政黨不得經營有線電視，後為國民黨以包裹表決方式刪除；另據《自立早報》（1993.11.7: 14）報導，由於慮及「娛樂事業政黨色彩太濃，對發展並沒有好處」，國民黨持有博新的股份，已由70%降至40%。

民進黨部份，它以民意代表的個人身份經營或投資的有線電視台，至少有 24 家，而民進黨立委彭百顯則為「台灣民主有線電視台全國聯盟」（會員六十餘）的理事長；一九九三年八月脫離國民黨創設新黨的要員之一周荃，整編將近二百家業者，成立「中華民國有線傳播發展協進會」，自任名譽理事長，而以同為新黨創辦人之一的李勝峰為理事長（曾嬌卿，1993：206, 209）。到了一九九三年十月（中國時報，19日：7），已經傳出「第四台已成政商熱門搶手貨……蒐購收視戶每戶價格已喊到逾六千元」。這些只是政黨直接涉入的情況，若再加上與政黨關係良好的財團（如前國民黨立委王令麟的力霸友聯線纜集團，以及與國民黨關係密切的葉明勳子嗣葉文立領軍的和信傳播公司），則能夠獨立在這兩大勢力之外，獨立經營的線纜電視，似乎不會太多。

直接受到不同政黨及財團操控的台灣有線業者，新聞言論的表現，是否能夠比三台持平，還是落入黨同伐異的窠臼，尚待實徵資料檢證^①。不過，即便比較不受台灣黨政影響的跨國公司之香港衛視中文台，雖然迄今仍以台灣為重要客戶，但其節目製作原則，據該公司公關副總裁於一九九二年十一月向筆者表示，在於不觸碰可能會引發電波所及地區之政府不悅的議題。因此，在台灣及大陸都是該台最大主顧的情況下，以認真持平而嚴肅的態度，探討兩地關係的題材，自然也就成為中文台的禁區。除此之外，該台節目的製作規範是「避免地方性、宗教性、政治性與閩南語的笑話」（中國時報，1993.10.2：40；另參見馮建三，1992 a：111-114）。第一個立意針對台灣而來的聯藝衛星電視台（TVBS），黨政關係良好，可以從其開播當天，執政黨與反對黨立委，甚至官員齊集的情況推知（參見 1993 年 9 月 29 日

^①政治大學新聞研究所及交通大學傳播科技研究所碩士候選人林淑媛與林月芬，均以台中（國民黨的）允中有線電視台及（民進黨的）民主台為對象，分析兩台在一九九三年十一月二十日前二週之新聞節目的表現，預計一九九四年六月完成。

台北各報影劇版或影視文化版)。在這種情況下，張艾嘉的「邊緣對談」及李濤的「李濤廣場」究竟能夠發展到何種品味及政治言論、文化尺度的開放，雖然尚待觀察，但似乎不太可能優於衛視中文台。

從以上討論，我們可以說，相較於三台，新媒介本身的民主程度，是有改善，但不宜高估。以現存產權結構來說，三台為國民黨獨攬的事實，在有線電視方面，是有些變異，但政黨與財團已強力介入，亦是事實；並且，日見浮現的兼併壓力，似乎已向有利於政黨與財團的方向移動。其次，中文衛星電視固然沒有直接與台灣黨政掛勾，但言論創新聞禁區的實效，相當有限。最後，更加值得注意的是，在此影視民主空間因為新媒介之引進而限量擴張，甚至只是微不足道的增加之同時，有線及衛星電視本身之引進台灣，却已然另行突顯了跨國資本衝破主權國家之地理藩籬的強大能力所必須正視的問題。

在地理分佈方面，這些新的有線電視雖然打破台北市獨霸台、中與華視的情況，但它們却顯現了另一種形式的地理偏倚，此即原先受《廣播電視法》第十九條之規範，三台必須自製 70% 以上的本國節目（事實上，三台播放外國節目的比例，遠低於這個限度，以台視為例，一九八〇至一九九一年間，購買自外國的節目，最低是一九八四的 7.94%，最高則是一九九一的 17.79%，參見台視，1992：330-341），已經不復見於有線電視，此時是另一種形式的地理偏倚，並且是擴大的偏倚。

對於有線電視湧進大量國外節目，致使自身喪失發言權力，在更大之地理偏倚下，難以掌握有線管道作為抒發本島住民對本地環境之觀感的事實，可以舉有線電視系統的節目類型為例證。由於這一九九三年底，台灣沒有可靠而全面的有線電視收視戶之調查，本文只能以一九九三年十月，台北市文山區的「文山民主台」、「龍揚有線電視台」與「聯群有線電視系統」，以及「松安有線電視傳播網」所提供的四個

節目表，佐以筆者對其中一家系統的親身收看經驗，作為分析依據。扣除台、中、華視、空大教學、節目預告、試播等頻道，這四家系統的頻道（包括相同頻道而重複計算者），總加起來有 139 個，平均每一家業者提供將近 35 個頻道，它們的特色表現為(a)娛樂屬性的節目，走向同質化；(b)不完全是娛樂屬性的節目，製作成本低廉化。另須注意的是，以上兩類節目的重複播放比例，均相當高。

若以四家當中，最具規模（共有 40 個頻道）的一個系統為例，則其娛樂性節目包括了下列 17 個：卡拉 OK 點唱（2 個）、野球拳、運動體育（2 個）、MTV（2 個）、餐廳秀、影片（9 個）。非娛樂性質的節目，佔最大宗的是綜合性頻道（共含衛視中文台、大陸中央台、雲貴台、澳洲、東南亞等五台，以及 NHK 五個台）10 個，其次是個人化的財經股票資訊頻道 5 個，新聞性頻道 4 個（BBC、CNN、台灣的國會及新聞頻道），最後是綜合性、補習班教學、佛教講演、電視購物等 4 個頻道，總計不完全是娛樂性的節目，共有 23 個頻道。

其次，如果以地理區作為畫分標準，則這 40 個電視頻道有 23 個是台灣以外地區透過衛星傳送（包括了衛視中文台、大陸中央台、雲貴台、澳洲、東南亞等五台，以及 NHK 五個台、BBC、CNN、運動體育兩台、MTV 兩台、影片七台），台灣在其電波的覆蓋範圍之內，但並不是其唯一或甚至主要標的地。本地自行播放的 17 個頻道，包括了製作成本低廉或轉錄，以及類似無線電讀的財經資訊、補習錄影帶，再加上若干業者提供的政治性頻道（播放民意代表的議事過程），以及規模更大地區（如台北、台中與高雄）若干當地新聞的採訪。在這種情況下，一九九三年七月通過的有線電視法，要求業者至少自製本地節目百分之二十，並在開播後第三年，將此比率提高至百分之二十五，恐怕於事無補；畢竟，睽諸實情，該款主觀上企圖佐助本地電視的製片能力，難以抵擋實然面的業者之經濟考量，必定往省約製作費的路

途前進：須知，如果依照前舉資料計算，那麼，業者早就已經達成自製率的要求（17 除以 40=42.5%）。但這些成本低廉、製作粗糙的節目固然也是自製，對於改善本地的影視環境，看不出來有什麼助益。更何況，在台灣製作公司的規模多屬中小企業，而經營規模因為惡性競爭不能擴大，經營效率於是低落，再加上支付國外版權帶的成本增加，業者在賺錢第一的壓力下，對於自製節目的要求，至多只能用稍高於購買外片的費用，應付法案節目自製比例的規定。在如此巨大規模的地理空間偏倚下，有線電視原本可能彰顯的本土特色，已是「蕩然無存」而無從發揮（鍾蔚文，1993：431）。

檢討了新電視在台灣的表现，在多大程度、何種意義內，可以視作不同於台、中與華視以後，我們接著檢討有線及衛星電視，對於三台可能產生何種衝擊？三家電視台是不是會因為壟斷電波的能力已遭侵蝕，因此更動它們在政治言論或文化品味的保守態度，轉而趨向開放較大的節目空間，容許意識形態及美學的異端？至何程度？就官控但商營的三台而言，官控是否能夠持續、以什麼方式持續，除了取決於外在之政黨勢力的擱抗過程以外，最重要的是取決於商營的部份，是不是能夠繼續在新媒體的挑戰下，保持營利的能力。如果能夠，則三台現存商業經營的部份，也就沒有改變的必要；反之，如果不能，則三台必須修正其經營管理手法，在此過程則其政治言論及文化品味的尺度，亦將被迫放寬。

那麼，到底新舊電視進入市場競爭以後，舊有三台的廣告營收之面貌，可能如何？我們可以依據現有的台灣及國外資料，預作說明與蠡測。一九八八至一九九二年的五年為例，這段期間是台灣地區有線與衛星電視從無到有，相當「蓬勃」發展的時候（參見本書第一章〈表 1.3〉）。但誠如〈表 2.1〉所示，這五年之間，三台廣告收入增加的速度，遠比其它媒體還要來得快：一九八八年，台灣全部（包括電視）

廣告收入是 375 億，到了一九九二年增加至 701 億，增加比例是 87.12%；而單就電視廣告來看，這兩年的收入分別是 114 億與 227 億，增加比例是 99.79%。若是說有線與衛星電視襲奪了三台的若干廣告營收，則其速度似乎不能說是很快的。

表 2.1 台、中與華視廣告收入及全部媒體廣告收入*及增加率之比較，1988-1992

	1988	1989	1990	1991	1992	1988 年至 1992 年 廣告增加金額
金額 (千萬台幣)						
全部廣告	3746.9	4800.9	4983.8	5465.9	7011.0	3264.1
電視廣告	1135.3	1416.3	1589.8	1792.8	2268.1	1132.8
增加比例 (%)						廣告金額增加比例
全部廣告	27.6	28.1	3.81	9.67	28.27	87.12
電視廣告	27.3	24.8	12.25	12.76	26.52	99.79

* 似為未除佣之廣告收入，除佣金為廣告代理所得，一般為廣告收入之二成。

資料來源：Pocket Guide to Media, 1993, compiled by Ogilvy & Mather, Taiwan, pp. 7-8 (這些數據的原始資料來源是「台北市廣告同業公會統計」)。

其次，台、中與華視的最主要營收，取自廣告費。但根據美國的資料（見〈表 2.2〉），有線電視業者的絕大部份收入來自訂戶繳納的收視費，其次才是廣告。在一九九二年，有線電視已有 61.5% 普及率時，廣告收入佔有線業者總收入的比例是 15.94%，另外的 84.06% 則來自收視月費；在一九九〇年，有線普及率是 59.0% 時，它的廣告收入與無線廣告的比例是 9.57%。我們似乎可以依此數據推論，在美國，無線廣告遭受有線襲奪的程度，尚難稱得上給予無線的三大電視網（NBC、CBS 或 ABC）致命的打擊；事實上，美國無線電視廣告損失比較嚴重的部份，應該不是全國性的電視網，而是地域台（regional）

或地方台（local），因為，除了少數例外，有線電視的地方色彩屬性，相對而言，總是強於無線電視^②。義大利的例子，也許可以從另一個方向，說明有線電視對於全國性電視的衝擊，遠比它對地方媒體的影響，來得要大。就電視廣告佔義大利國內生產毛額之比率來看，一九七〇年是 0.42%，到了一九七六年則跌至 0.30%，然後，由於義大利在一九七六年起，准許私人設置「地方性」商業無線電視台，義大利電視廣告業開始復甦，到了一九八三年，前舉百分比，止跌回升而達到了 0.50%。我們或許應當說，這個增加的部份，除了是新開發出來的廣告客戶以外，都是這些「地方性」電視台，從地方性的收音機與報紙等媒介所奪取的（Tracey, 1988: 15）。

表 2.2 美國有線與無線電視收入*、有線普及率，1980-1992
（*百萬美元）

	1980	1982	1984	1986	1988	1990	1992
有線廣告收入(1)	58	230	595	965	1561	2547	3423
有線收視費收入(2)	2549	4984	7774	10166	13583	17855	21471
有線普及率 (%)	22.6	35.0	43.7	48.1	53.8	59.0	61.5
(1)/(2) (%)	2.28	4.61	7.65	9.49	11.49	14.26	15.94
無線廣告收入(3)**	11416	14423	19310	22026	25635	26616	NA
(1)/(3) (%)	0.51	1.59	3.08	4.38	6.09	9.57	NA

資料來源：衛星與有線電視，1993年，9月：37-40；Sterling and Kittross, 1990：640-641；Advertising Age, April, 1991。

** 包括全美國、地域（regional）與地方（local）電視。

^② 這裡說有線電視的地方屬性較強，但亦須注意，在美國，有線電視頻道雖然增加，但在一九九〇年代初期，這一萬一千家系統，大多由七家公司壟括（Bagdikian, 1992：ix-xiii）。

以美國為主證，旁以義大利的資料，前段文字已說明有線透過廣告收入的襲奪而影響無線電視網的程度，不宜高估，放在台灣現實情境來看，似乎更是如此。

這是因為台、中與華視都是全國性的電視網，沒有任何地方性附屬電台。在這種情況下，除非目前出現在三台的廣告，地方性商品多於全國性商品，否則廣告量的流失，應該比美國情況輕。其次，台灣線纜電視的普及率，距離美國的六成，還差了一大段，而本地有線業者花用在製作節目的經費比率，亦低於美國同業，其廣告吸引客戶的程度，因此還要低於美國有線業者，殆可想見；首先受到有線威脅的媒介，也許是各地收音機電台與大報的地方版，而不是三台。

對立於有線原本應該具備的地方性色彩，衛星是跨國性質的媒介，電波範圍遍及台灣全境，因此可能對於三台的影響來得大些。尤其是一九九二年五月十八日，衛視中文台購買日本製作的「東京電梯女郎」迷你連續劇之後，衛視與三台的廣告襲奪關係，已然出現。這是因為台灣三台受到法力強制，週一至週五晚間九時至九時卅分，只能播放名為「公視」實則受到國家機器教化需要而製播的冷門節目。於是，三台也就與衛視形成不對等競爭，衛視中文台因此得以吸引台間於這個時段播放廣告（馮建三，1993c）。一九九三年十月十六日，針對台灣開播的衛星聯藝衛星電視台，現場立即轉播本地職棒第四年的冠軍決賽，取得廣告滿檔，獲利豐厚，這個事實似乎顯示，由於衛星超越了有線的空間限制，能夠同時異地傳送節目，因此衛星（尤其是衛星又經由有線系統的傳送）威脅三台的程度，將大於有線電視本身的單一力量，至於日後將會如何演變，必須考量的變數仍有許多，其中最大的一個因素，或許是三台本身的應對策略，如果應對得體，則其廣告業績受到新電視衝擊的程度，可能不宜誇大，但顯然不是這裡所可以逆料的①。

第四節 全球電視文化的資本化

如本文第二節所述，晚近十多年來，新（有線與衛星）電視（UHF）頻道的「開放」，以及舊電視（VHF）頻道股權的重組，並不是台灣獨有；而第三節則指出，這些新舊電視的競爭，雖然日趨激烈，且前者固然無法免除後者衝擊，却沒有一蹶不振。若專以台灣為例，則更重要的是，這二者的競爭，遭受原有之黨政（尤其是國民黨）及財團的框架限制之程度，仍然相當可觀，於是，結構面的控制不符民主原則在先，則新舊電視所呈現的節目內容難以多元、難以讓觀眾得到普同的使用權利，也就事出有因了。

本節則試圖說明，解釋電視科技的潛能難以全部發揮、不盡民主，歸根究柢，可以從全球經濟資本化、商品化的擴張及深化過程，已經滲透到了「文化」產銷領域，找到根源；放在時間順序，則這個過程

①不過，可以準確知道的是，代表台灣資本的有線電視（一九九二年七月通過的有線電視法，禁止外國人擁有本地有線電視的經營權），以及代表跨國公司一個資本的衛星，將因為利益之爭而產生衝突，而在衝突過程中，國家機器可以扮演重要角色，決定影視利益究竟歸屬有線或衛星業者。事實上，早自一九九二年六月，有線與衛星業者的衝突已經白熱化，基本原因是這樣的：衛視是「學生產」單位，目標放在整個亞洲，其中文台目前最大的客戶，固然是台灣，但大陸市場逐漸擴大。除了廣告收益以外，它希望台灣的第四台多付權益金。另一方面，衛視的台灣代理商是和信集團旗下的「衛星媒體行銷公司」（STM），STM的利益在於台灣觀眾喜歡的節目要多，權益金部份則希望「合理」或甚至免費，以方便它推動台灣有線業者為其轉送。因此，一九九二年六月以來，雙方就授權金多寡，以及台灣自製節目的類型與比率，時生齟齬（鍾天青，1993）。另外，關於衛星與有線業者在台灣與三台的潛在利益之爭，可以參見馮建三（1993c, 1993d, 1993e, 1993f），相關新聞對於衛星台的收益，報導並不一致（中時晚報，1992.11.1：9；自立早報，1993.10.16-17：15；中國時報，1993.10.16-17：18）。最後，從某個角度聽測，台灣的黨（國民黨）國國家機器，如果不能抵擋住與具有別之另一個部門之資產階級（如以民進黨為主的開放電視頻道之壓力，這可以視為全國瓜分三台政商利益的動作之一），以及公益力量（如公共電視民間籌備會主張無線商業電視，依現狀言則是三台，必須每年繳交其年營業額百分之十至十四作為一九九四年或將開播之公視的年度經費）對其掌控三台的挑戰，則亦有可能順水推舟，捆綁三台的手腳，使三台在不平等法規限制下（參見聯合報，1993.10.1：22；中國時報，1993.10.2：30），由於不能完全在商言商地競爭，因而流失較多的利益給衛星電視台。

由資本主義世界經濟體系的中央，擴散至（半）邊陲，彰顯了位置不同之社會形構的特徵，亦突顯了新傳播科技的明顯地理空間之偏差（台灣等半邊陲國家，乃至於歐市與日本，其有線及衛星節目節目來自於美國好萊塢等片廠的比率相當高）。就新影像環境的不盡民主而言，其具體表現是人這個主體（subject），其主動參與社群生活的公民身份被壓低，而被動透過消費與社群產生關聯性的色彩日濃。尤有進者，即便是消費過程，（資訊）富與窮者的雙元落差也持續出現，造成了一種類似以影視文化節目賄賂（資訊）富者的現象，致使商政為體的新舊電視秩序，得以持續運作。

影視活動資本化與商品化，最簡單的定義就是，在消費這一端，透過非人際接觸方式而進行影視消費的人數及金額，愈來愈多，其結果則是製造得出了「閱聽人商品」（audience commodity），於是人不僅在生產活動時為資本增殖而勞動，即連非工作的休閒時間，同樣也有大量的時間為了資本增殖而活動（Smythe, 1978）。在生產方面，最大的特徵是相關產業的兼併與集中，以及惡性競爭的活動日漸強烈，以美國為例，一九八〇年代，其媒介公司的報酬率，大底是非媒介部門的兩倍（Picard, 1989：89，表 6.1）。就台灣所有的獨佔事業作比較，則三台獲利率高居所有獨佔服務事業的首位（三台一九九〇年的資本額共是 25.05 億，盈餘是 18.41 億，資本報酬率平均是 73.49%；一九九一年，七大獨佔服務業公司的資本報酬率是 47.07%）（莊春發，1993：30-31）。利潤可觀則吸引資本家透過產權的合併而進一步的理性化其生產過程，於是近數年來，跨國傳播公司的購併，金額越來越大，由一九八九年「新力／哥倫比亞」（Sony／Columbia）集團的三十四億美元，到了一九九三年「貝爾／電信企業」集團（Bell／Telecommunication Inc., TCI）三百三十億美元的兼併案^⑩，並一路由一九八〇年代的歐美而至一九九三年，亦將亞洲捲入風暴之中^⑪。

在這資本滾動的軌跡，電波頻道的開發與使用，也就日見增加，日愈商品化，但是這個現象的形成過程及其後果，對於資本主義世界經濟體系之不同地區的國家而言，不盡相同。首先，就核心地區來看，其國家機器透過廣電市場的「解除／重新管制」（de/re-regulation）之機能，使其資產階級進行有秩序的正規競爭。其次，再看半邊陲國家，其國家機器尚未脫離專制黨國的色彩，因此國內之不同派系的資產階級擱抗而起，爭取主導國家機器的新媒體政治之制定權，這種情形，加上跨國傳播公司的滲透，致使其新的廣電市場進入了「無法無

⑩這兩個年代之間，傳播業界兼併風潮熾熱，除了這兩個知名的案例以外，另三個歷年來金額最大的購併亦在這段期間發生，分別是一九八九年的 Time/Warner 的一百四十億，一九九〇年 McCaw Cellular Communication / LIN Broadcasting 的三十八億，以及一九九三年十月 Paramount/Viacom 的八十一億（Advertising Age, October 18, 1993：54；以及 Economist 一九九三年以下日期的報導 May 22：65-66；June 5：64；September 18：71-72；September 25：73-74；October 9：68；October 16：13-14；October 30：73；November 27：74；December 4：69-71；December 18：62。中國時報，1993.25：46。

關於近十多年來的藝術及「雅俗」（影視）文化的資本化及媒介巨子如梅鐸（Rupert Murdoch）等人的情況，請參見馮建三（1992a：115-116 註 4）所列資料，Economist, July 3, 1993：56；December 11：51；Mattera（1992，該書蒐羅跨國公司傳播巨子的動態，尤見豐富），以及 Communication Research, December 1992（大眾媒介產權全球化專輯）。台灣部份新興影視巨子的資料，請見商業週刊，1993.11.8：36-60。科技融和所可能產生的巨大效益（兼取規模與範疇經濟的要求），以及資本與國家機器之關係的討論，請見（Costello et al., 1989；Chandler, 1990；Economist, October 16, 1993：13-14, 19-23, 92-93）。

⑪這裡指的主要是香港作為基地的衛視李嘉成集團、親中共的馬來西亞華商郭鶴年與梅鐸的媒介股權滲透，簡易資料請見馮建三的〈梅鐸的亞洲足跡〉（自立早報，1993年9月19日：4），中國時報，1993年6月16-17/30日、9月4-14日：11版，財訊，1993年10月：241-5，新聞鏡，1993年9月27日：6-9，以及 Economist, July 31, 1993：13-14, 59-60）。

梅鐸在英國亦展開報紙削價競爭，一九九三年太陽報（The Sun）由 25 減至 20 便士，十月，泰晤士報（The Times）由 45 便士減為 30 便士，他的 BskyB 衛星電視頻道同月由歐洲 32 國延申至非洲南部（新聞界，1993年10月，第 50 期：7）。伴隨產業兼併而來的「理性化」之裁員，參見中國時報，1993年10月12日：38。關於梅鐸集團日漸龐大在英國引起的「恐慌」，參見 Economist, 1993, February 27：65；October 23：72；Evening Standard, September 15, 1993：35-38；Independent On Sunday, September 5, 1993：20；Observer, September 5, 1993：25）。

天] (delegalisation) 的狀態，甚至在丟掉了舊有的法律規範以後，形成了「法外市場」(extralegal market)，「在……半邊陲國家……傳播科技所造成的衝擊，才最為猛烈而直接」，國家機器、跨國大資本與本地小資本取得協同共處關係的時候，則市場結構逐步穩定了下來；最後，在影視產品變成資本獲利來源，對於全球資本主義經濟體系的再生產，重要性增加之際，「許多第三世界國家由於貧窮」，買不起新科技產品，市場也小，反倒因為「國際投資這對他們不感興趣」而「倖免於難」(Sahin and Aksoy, 1993: 31, 34)。

以英國及日本這兩個公共電視體系為主的中心國家為例，她們的有線與衛星頻道的開播，不但斥資龐大，並且在若干年後，猶然承擔了巨額的虧損。日本的第一家商業付費衛星頻道 Wowoo，一九九一年四月開播至一九九三年四月，損失超過其資本額（135 億）將近一倍而達 252 億日圓（桂秀昭，1993: 103; Economist, January 23, 1993: 62-65）。英國方面，第一個全國性商業衛星頻道 Sky 在一九八九年二月升空，然後在一九九一年兼併敵手「英國衛星廣播」(British Satellite Broadcasting, BSB) 而成為 BskyB 衛星公司，總計在虧損了三億英鎊以後，才在一九二年初次得到帳目上的微薄利潤，同年五月，BskyB 旋即又與無線的英國播放廣告的電視公司競標，以三億四百萬英鎊的破天荒巨價，擊敗對手，取得獨家現場轉播英制 Premier League 橄欖球賽五年的權利 (Economist, December 5, 1992: 64)。

英日有線電視在其境內的推展，並不比她們的衛星電視來得順利。一九八二年，英國有線電視業者取得合法地位，到了一九九二年初，只得訂戶三十多萬，即使是最樂觀的估計，也只僅於預測，到一九九七年之時（也就是有線電視問世英國的第十五年），英國的有線電視才可能獲致利潤（林仲量，1993: 40）。日本方面，有線電視的進展

也相當緩慢，至一九九二年初，訂戶仍然只有四十五萬，原因之一是日本政府的電信部門，管制嚴格，「若有兩家公司申請在同一個地區經營有線電視，則他們的營運計畫必須合併」(Economist, February 8, 1992: 65)。

法國在一九八五年由國營轉私營及新開播的三家法國廣播電視頻道，營運最為良好的 Canal Plus，在投資有線及衛星電視的路途，慘遭滑鐵盧，雙雙出現虧損：衛星只是淺嚐即止，但也耗損數百萬美金，而它在涉足有線電視期滿十年（即一九九五年）以前，依據資料顯示，獲得利潤的可能性也很低微、甚至不存在 (Economist, July 11, 1992: 66)。美國著名的「家庭票房」(Home Box Office, HBO) 與「有線新聞網」(Cable Network News, CNN) 也在問世將近五年以後，才能轉虧為盈（王光華，1993: 26）^①。

相對於中心地區之國家機器的強力與有效「重新規範」市場，而新電視媒體經營者投入資本龐大却回收慢的情形，半邊陲國家呈現完全不同的景觀。其中，土耳其可能是最為光怪陸離的一個例子 (Sahin and Aksoy, 1993)。

截至一九八九年，土耳其只有三個國營的電視頻道 (Turkish Radio and Television Corporation, TRT)，播放少量的廣告並收取電視執照費。一九九〇年五月，公司在瑞士，由德國播放，但目標市場設定在土國的「魔盒」(Magic Box) 衛星頻道開播，成為「土耳其

①法國以強力管制廣電等文化事業聞名。Canal Plus 是按片付費的電影頻道，特許執至 1995 年，得到法規的保障，因此賺錢：除了 Canal Plus，其它電視頻道每周最多只能播放三支影片，而且必須院線下片三年之後始能播放。得此特權，Canal Plus 則必須以十分之一收益購買法國自製的影片（法國電影製片業，得自英國國家機器的資助，以一九九〇年代初期為例，還包括德值達二十一德法郎的資助，來自法國文化部年度預算、所有電影院線票房 11% 營收、所有電視 5.5% 營收，以及錄影帶銷售額 2%）(Economist, July 11, 1992: 66; October 16, 1993: 76)。即便如此，法國廣電業與電影業在（美國）商業邏輯下，前景似亦並不光明（孫青、傅鏡平 1993）。

奇第一個私營電視台」，此後兩年內陸續又有兩家商營電視開播，此時，TRT 三個頻道的總收視率只剩下 24%，其廣告收入是土幣 320 億，但私營電視的前兩名已經有 2980 億，致使 TRT 甚至傳出付不起薪水的新聞。短短兩、三年間土國衛星電視大為普及，原因之一是眾多由反對黨控制的縣市政府，自行違法而裝設地方轉播站，從事轉播衛星視訊的生意；而國營 TRT 禁不起一擊，除了受到太多政治與法令的束縛以外，同等重要的因素是不能盡情進口便宜而搞笑效果不惡的好萊塢式節目。就在商業壓力的牽引下，土耳其國內的電視外觀，面貌全非，以前在 TRT 獨霸時代，文化認同總是比較強制、完整而相對穩定，現在則「內神通外鬼」，中上社經地位的土國人士，逐步向國際同儕靠攏，他們的文化認同慢慢走向零碎而變動，取決於消費類型、種族背景、宗教或性別等等 (ibid: 39)。弔詭的是，國營的 TRT 輸了境內，却在政治力強大企圖心的支持下，成為土耳其的政權及主流文化意識形態的擴張利器，自一九九二年四月一日，它以每週七天七十小時的節目，透過衛星向新近脫離前蘇聯而取得獨立的回教國家，大約五千七百萬名觀眾，進行播放。TRT 的工作者說，「電視是土耳其能贏得的最大勝利，可以說，電視會是建立一個土耳其國協的基礎」(自立早報，1992.4.2: 8)。

台灣官控商營的台、中與華視之結構，遭受新電視的衝擊，雖然沒有土耳其純粹官控而不商營者那麼戲劇化，但台灣的有線電視台與土國衛星台相同的是，她們在政治及經濟面的遭遇，均與美歐日同業，大相逕庭。政治方面，台土兩個半邊陲的政黨都直接涉入新媒介的經營，都企圖利用衛星伸展政治及文化影響力 (一九九一年五月一日，台灣的新聞局為了加強對美加地區僑界的影響力，並反制中共統戰攻勢，開始每日以衛星傳送國內新聞至美加地區供華語電視業者選播，一九九三年度的預算為台幣四千萬元) (新聞局書面資料)，已如前述。

經濟方面，相對於美歐日的新媒體業者投入大筆資本，致而先期虧損的情況，土國與台灣的衛星與有線業者，開始營運的初期，就因為無需給付營業稅負及鮮少投入資本製作節目 (因為絕大多數節目來自美國)，所以得有盈餘^①。世界資本主義體系召喚線纜及衛星科技，介入其擴張的過程，對於核心及半邊陲國家的政經意義，雖不相同，但這些新媒體淡化公民身份而迎合消費訴求，以及淺深資訊富者與貧者的雙元結構之差距，致而產生可以名之為影視文化賄賂資訊富者的現

①台灣的新視聽媒介經營者，並非因為汲取先進者的經驗，因此能夠後出轉精而獲致利潤。事實上，這整個過程涉及了台灣 (小) 資本、國際 (大) 資本與 (台灣及美國) 國家機器所共同組成之「共犯結構」(馮建三，1992a: 110-111)。(1)新科技與影視文化產品易於複製的特性，以及(2)資本主義歷史殖民過程所形成的美、日語言與文化品味相對容易為台灣部份民眾接受的優勢 (反之，台灣之漢語言及文化則不易為美、日接受也)，則在這過程另行產生了推波助瀾之勢。其次，組成這個共犯結構的各方，其利益如何分配則尚在進行：此即台灣的有線電視消費市場成形，而服務業所佔美國資本增值的比重亦於此時日漸攀高的一九八〇、九〇年代之交，美國廠商也就適時挾帶該國國家機器的力量，準備抽取租金，於是本地第四台、影帶租賃業者也就與美國影視資本由相安無事的狀態，演變到衝突四起的地步，到了一九九三年七月通過有線電視法前後，達到最高峰 (詳見六至七月的新聞報導)。另一方面，既然台灣大底是這些節目的流通商，而美國則是生產商，則這個衝突也可以視為生產者與分配者之間的衝突。究竟這個衝突是否持續，另須取決於台灣第四台業者將此影帶版權轉讓消費者的可能性，是大是小 (中國時報，1993年10月31日13版及11日38版分別報導，版權費佔每個收視戶五至六百元月收費的五十元及二百元，差距頗大；民生報1994年1月8日12版則報導，年代影視公司說，播送該公司代理之HBO頻道的台灣有線電視業者，須給付每收視戶一百八十元。再者，隨著日本Woowo、Star、Super等付費電影頻道播放之美國節目已溢波至台灣，這場版權經濟收益之爭，已然延伸，日方衛星公司無言，但美國公司已向台灣提出抗議 (中國時報，1993.10.22: 5: 「ESPN抗議第四台侵權溢波問題浮現接面」民生報1994年1月14日: 12標題)。筆者觀察到，關於衛星節目的報導，出現了站在外資立場論事的若干例子，如果不注意妨礙，這可能構成本地心防、意識形態之淪陷，並由此再演變成經濟損失，試看下列報導的標題：「NHK WOWOO的觀眾要割愛了：第四台不能再播未經授權節目」、「白看NHK的日子快要莎叻哪拉了」(中國時報，1993年10月24日: 30; 10月1日: 38)，雖然該報同年7月5日30版曾報導「司院認為播送衛星節目不觸犯著作權」；聯合報同年10月16日22版亦以大篇幅，製作下列標題「頻道趨勢解析：看衛星節目 請你付錢！明年起日本將實施電波的「開放天空」政策，除准許民眾接收外來衛星節目，也要求能收到日本衛星節目的地區付費」。另請參見本文註13，以及黑白新聞週刊第一期 (1993.10.8: 45)，〈衛星電視與文化買辦〉。

象，則核心及半邊陲國家的不民主遭遇是相同的，雖然後者情況可能比較嚴重。

當代資本主義所營造的情境特徵，可以說是「環繞著消費者 (consumer) 身份與公民 (citizen) 身份之認同而展開的競爭」(Murdock, 1993: 527)。後者強調身為主體的人，應該盡其所能，透過媒介所傳遞之資訊等手段，養成洞悉外在事務的能力，求能進而決定我們自身的生存環境；易言之，公民身份必須相應有公共服務性質的媒介作為其資訊來源，但晚近十多年的公共廣電體系却在政商與科技等因素的影響下（參見本書第三章第二節），萎縮了其生存空間，原本商業導向的電視則更有力地將所有的公共事務屬性的節目，多添加幾筆娛樂色彩，「要讓我們每個人娛樂至死」(amusing ourselves to death)

(Postman, 1986)。事實上，渲染人的消費者身份，鼓勵人們以個人的消費解決原本是眾人共有的問題，在資本主義社會當中，無所不在的廣告早已表露無遺 (Williams, 1980)，它兼且發展出了一種消費至上的享樂原則，構成了資本主義的「文化矛盾」(Bell, 1976)，而廣播電視普及以後，更是容許人們足不出戶而在家中完成這樣的消費形態，日復一日，於是產生了「既流動又隱私 (流動的藏私)」(mobile privatisation) 的感覺，終至以符號的消費取代了公共行動的採取，亦即造成了「麻醉負功能」(narcotising dysfunction)。

然後是線纜與衛星科技的問世，雖然這些新媒介具有潛能，可以提供多元品味的節目由小眾、分眾享用，殊不知，前舉新科技推力 (technology push) 在商業制度的支配下，根本無法走脫規模經濟的驅力，以及受眾長期被娛樂節目所約制之後形成的習慣之牽引 (the psychology of mass audience)，因此，以大眾作為訴求對象的大量產製之節目，改變的程度有限 (Neumann, 1991: 13)。身處新媒體時代，大多數社經地位不高或缺文化資本的人，還是偏向消費大量同

質化、娛樂性的節目，而不是消費能夠刺激他們與聞公共事務的訊息 (參見 Waterman, 1986; Waterman and Grant, 1991)；就這些「影像文化消費的貧窮者」而言，高同質性、甚至更多跨國性的節目變成了他們的消費客體，新的有線或衛星電視及其它錄影帶節目，至多是呈現了「節目數量儘管增加，但性質仍然相同」(more of the same) (Tydeman and Kelm, 1986: 179-180)。另一方面，相對於這些數量較多的資訊貧窮者，尚有一批為數較少的「影像文化消費富有者」，他們透過按頻道及按片付費的方式，從有線及衛星電視得到了堪稱豐富的影視節目的選擇權力，在其日常生活得有這些經驗的資訊富有者，於是更是容易認定社會上確實存在著「消費者主權」，新媒體讓他們重新拾回失落於舊電視的主動權，滿足了他們追求多元的尚異品味。這種情況正是英國傳播政經學者崗恩反覆再三、不斷強調的新影視之「雙元結構」(two-tier structure) (Garnham, 1983: 325)，正就是整體社會貧富差距的一部份，而這種不平等的廣電結構得以複製、鞏固的部份原因，則是因為資訊富有者從既有體系得到了影視的「文化賄賂」(馮建三, 1992b: 33-37)。

就早期的衛星頻道而言，在台北市及高雄市所作直播衛星使用戶的調查資料指出，家庭收入在五萬以上者佔 48.8%，介於四至五萬者又佔了 19.9%，三至四萬者再佔了 17.2%（二至三萬 9.4%，二萬以下 3.4%，一萬以下 1.3%）(潘家慶、王石番, 1989: 62)。其次，當時的衛星指的是日本 NHK（亦播放英語新聞及影集），因此這些觀眾以「通曉日文之教授、醫生為主」、「很多都是高級知識份子」，至一九八八年初，直播衛星接收器的經銷商表示，裝小耳朵者以「商業界人士居多」，除了因為經濟地位較高，他們也想及早知悉財經匯兌等新聞 (丁榮國, 1989: 154-155; 聯合晚報 1988 年 3 月 13 日)。五年之後的一九九三年，新電視的消費者雖然大量增加，但決定誰消費什麼類

型節目的最重要因素，仍然是家庭收入、文化資本與住居地區，不同的是，此時並沒有學界調查可供參考，業者自行宣佈的資料，成為唯一比對的依據，詮釋時似應評估其正確程度^⑩。

資本積累的動力，襲捲廣電資源的創造與重分配，由歐美等核心國家、台灣等半邊陲國家^⑪，乃至共產黨已崩解的前蘇聯，以及共產黨仍然掌權的中國大陸，無一可以遁逃^⑫。在這過程，政商利益主宰

⑩以香港為基地的衛視中文台，作為有線電視在台灣滲透的比對標準。一九九三年元月，衛視在台北的滲透率是34%，高雄45%，台中33%，台南是37%；衛視收視家庭的月平均收入是台幣6.4萬，台灣全部家庭的平均是5.9萬；衛視五個頻道中，中文台有170萬收視戶，只在晚間整點搭配國語播出的BBC新聞台只有65.5萬，而全部英語播出的CNN只有35.1萬（衛星與有線電視月刊，1993年10月，p. 26-27）。

⑪比如，墨西哥的媒介集團Televisa，在該國執政黨「制度革命黨」（the Institutional Revolutionary Party, IRP）的羽翼下，長期壟斷了電子資源，在無線電視方面，它擁有三家全國電視網及一家地域性電視網，攫取了95%的電視觀眾，以及80%的電視廣告收入（一九九二年，全墨西哥的電視廣告收入是十億美元）。Televisa提供的回報是新聞報導一面倒向IRP。但這個情勢在墨西哥總統Carlos Salinas主政下，已有變化，《經濟學人》（Economist, May 1, 1993: 72-73）預測，一九九三年六月一日Televisa的兩家全國性電視網，轉移至其它資本家手中以後，將有激烈競爭。關於半邊陲國家在一九九〇年代初，紛紛出現廣電資源重新組合配對的情況，除了本文迄今所引用的資料以外，比較新而方便使用的雜誌是美國娛樂界文字資訊的「聖經」Variety，除非另有說明，否則下文出處均是該刊。土耳其1993.4.12；泰國1991.6.1/6.8/8.3/8.12/9.9；1992.8.10；南韓1991.11.11/1992.10.19/1993.2.15；希臘1990.4.18/1991.5.27/1992.10.5；西班牙1992.1.20/2.3/6.15/6.22/7.13/8.31/993.5.17/6.7/New Statesman and Society, 1992.6.24；葡萄牙1992.2.20；紐西蘭1992.11.30/1993.4.26；澳洲1993.2.1/3.22/5.3；Far Eastern Economic Reivew, 馬來西亞1991.10.24/1993.2.4；Far Eastern Economic Review, 印尼, 1990.6.21。

⑫一九九〇年十一月，前蘇聯由「國家電視廣播委員會」宣布，該國中央電視台所擁有的四個頻道，將改置為四家獨立電視公司，並在「在創作及商務經營上完全獨立」。（自立早報，1991.11月16日：10）。中共對於電視的控制仍然十分嚴格，但在引進外資、從事外貿較多的都會，情況已經改變，只要不立即觸碰政治議題，作生意是可以的。一九九二年十月，非官方的上海廣播電台（東方）成立，應該是大陸第一個私營的收音機頻道，未及半年，這個以人民幣一百萬元貸款設台的媒體，廣告收入已經比原居壟斷地位的上海電台多出40%，隨後，一九九三年元月東方電視台啓播，致使新聞刊物有了如下的報導：「上海的電波頻道出現全新面貌……民眾為之傾倒。北京、廣州等地也落人後，湧現節目競爭和廣播改革新風。與外地節目合作，開拓廣告財源，自負盈虧，加快脫除舊框框」（亞洲週刊，1993年4月18日：44,47）。

了動向，新聞報導化作意識形態，美化了新媒體^⑬，於是新電視科技的潛能不能不被限制，致令其民主使用的前景尚待大力開創。

總結地說，所謂頻道不夠開放的說法，可能產生誤導，因為晚近十年來台灣地區，尤其是都會區並不缺乏輸送影視節目的管道，癥結只在於這些電視文化的表現，不盡民主，其節目的呈現類型，更加突顯了、惡化了影視資源的不合理分配：重洋輕土；厚城薄鄉；量多同質而非多元重異；感官娛樂獨霸而公共事務之節目短缺，或是流於粗糙的文宣（講演等）或議事的轉播。我們可以說，加入了有線與衛星媒體以後，對於原有的電視環境，是產生了一些提示與改進作用，但與此同時，整個電視生態不利於民主的發展的趨勢，亦日漸惡化；既然善與惡本質不同，容不得我們兩相加總而求得一個定量，這個現象，如同資本主義的歷史地位，摧毀了封建專制的政治守舊結構，但其本身却是粗暴而不仁。

結語：調整認知才有策略

台灣社會的政經體制，套用一本同類型書籍當中，允為暢銷的書名之後六字（陳師孟等人，1991），確實是「黨國資本主義」。但是，現

⑬大眾媒介所透露的流行意識形態並不見得有一個統一連貫的內容，但可以確定的是它順應、鞏固現狀與趨勢的成份，遠遠多於質疑與批判。媒介的再現，是如何像辦喜事一般地慶賀新衛星電視的到來，或是憂心忡忡，詳細證據有待蒐集與分析。但依照時間先後，請看：中國時報，1989年7月29日的小標題「日本……民眾付費可收看十五個頻道的節目……台灣用戶……同樣享受」；同年民生報8月10日10版頭題大標「提供資訊有獨到之處觀光界傳播界亟盼開放大耳朵應運而生勿防適應閉塞」；1992年4月26日中國時報周刊的封面是「華人電視地球村」；1993年5月2日中國時報38版的頭條新聞是「有線電視立法後，拍片的有福了」；6月4日聯合報4版的標題是「台北可成為世界中文電視地球村中心」；9月19日亞洲周刊封面專題的導言（頁18）是：「自從到過朋友家一趟後，上海市居民劉小龍人生有了新目標。那天他看了香港傳來的衛星電視後說：『我很興奮……等我賺夠了，我要換……一台……電視機，買衛星天線』；10月31日13版中國時報頭條新聞的標題是「從「單向接收」到「雙向溝通」科技幫大忙節目走向多元化」。

有挑戰這個體制的社會活力，很大一部份，如果不是全部，是背倚原型是資本主義的自由市場意識形態，對準了「黨國」而作戰，於是有了國營企業私營化的呼聲，於是有了所謂「大眾」入股變作股東的說法，於是有了電波頻道愈多愈好，能夠開放「大眾」經營最善。然而，「資本主義」跑去哪裡了？難道它不是一個問題嗎？攻黨國而不及於其連體嬰的另一部份，亦即資本主義，恐怕將要顧此失彼，甚至有滿盤盡輸的危險。美國廣電頻道之「開放」，歐日都有所不如，但後者的廣電表現並不遜於前者。再就美國內部情況來看，一九六八年起始運作的「公共電視系統」，它在政治尺度及品味多元的表現，相較於美國三家無線特高頻電視網，以及其它大小林立的線纜或衛星頻道，並不多讓。政黨國家與私有產權之間，另有空間存在，其大其小則難以一概而論，而必須視社會歷史沿革與當下情境的具體政治實踐之成果而定。在討論開放廣電頻道之時，這些都是值得深思的問題。

談論所有權的控制問題，如果只能提出私有與國有之別，如果單只是在「國有與不當控制」及「私有與民主」之間，畫上等號，其實表徵了論者想像力的欠缺、詞彙與概念的不足，將會因為認知上的偏失而造成實質差池。政黨或國家控制電視，誠然不足為訓，但開放任由私人完全或大部份擁有產權，真能讓電視媒體回復應有的社會公器之角色？更何況，台灣的三家電視，政治與文化上雖然處於封閉而幾無競爭的狀態，但商業上競相角逐的激烈情況，其實並不亞於美國的商業無線電視，這從三台節目的同質性，愈接近晚間與午間黃金時間愈為相像，即可得知。

如果只是談開放頻道，然後拿「大眾」作為幌子，恐怕將要使得現有廣電資源的分配之不合理，更形惡化，不是改善；而究其實，如本文明確指出，就技術層面來說，台灣面臨的問題是電視頻道已經太多，但却表現為電視節目之產銷雙元結構的不民主現象，問題並不在

於頻道不足而必須開放更多。一九九三年五月截止登記的地方調頻收音機電台，大台北地區共有四個頻道開放，但有二十三件申請案，等於是將近六搶一，屏東、台東、花蓮與宜蘭等四個人口不稠密的地區，總共開放了十三個頻道，却只有四件申請案^②，這個例子可以作為註腳，說明任憑市場機制運作，不能讓社會（城鄉）得到均勢的發展；聽任市場邏輯的運作，廣電資源的地理分佈不平均，只是利潤取向所造成的不民主現象之一。

批評黨國，固然應當；以攻擊黨國作為訴求、作為動員支持的策略，以及部份的目標，亦屬可以理解而必須。但是如果把這個策略當成全部的目標，則本地民眾因此而得到的廣電福祇之增進，也就相當有限，甚至可能造成另一種類型的負面作用，廣電資源的私有產權確立後，改革使其符應民主要求的空間，將形萎縮。如果以上所言尚沒有太大的誤差，那麼，如何調整認知，承認頻道開放作為私有工具，其實徒然有利資本積累之用，遠遠不是解決問題的萬靈丹；廣電資源的私有化開放，最多只能充當衝擊黨國的前鋒，但却迎合資本主義的原則。如果真要漸次舒緩並求解決台灣電視之官控商營問題，第一步應該確立這樣的認知，非如此，無法構思策略應有的方向，不要忘了：

②依照人口稠密度，每個頻道的申請與核可案件，形成了正比。也就是人口愈多，申請與核可者愈衆，如〈表 2.3〉提供的資料所示，這正是市場邏輯的必然結果。

表 2.3 調頻收音機頻道申請案件分析，依地理區域分，1993

	人口最稠密地區 (台北)	人口次稠密地區 (高雄、台中、台南)	人口稍稠密地區 (桃園、雲林、新竹、彰化、基隆)	人口尚不稠密地區 (屏東、台東、花蓮、宜蘭)
申請件數	23	23	12	4
頻道開放數	4	6	5	13
每一頻道的申請數	5.75	3.83	2.4	0.31
實際核可件數	4	4	4	1

資料來源：新聞局公告，整理自（李秋明，1993：19；自立早報，1993.12.11：1）

「資本逃避動亂和紛爭，它的本性是膽怯的。這是真的，但還不是全部的真理。資本害怕沒有利潤或利潤太少，就像自然界害怕真空一樣。一旦有適當的利潤，資本就膽大起來。如果有 10% 的利潤，它就保證到處被使用；有 20% 的利潤，它就活躍起來；有 50% 的利潤，它就鋌而走險；爲了 100% 的利潤，它就敢踐踏一切人間法律；有 300% 的利潤，它就敢犯任何罪行，甚至冒絞首的危險。如果動亂和紛爭能帶來利潤它就會鼓勵動亂和紛爭。走私和販賣奴隸就是證明。」

（《資本論》，吳家駒譯，卷一：829）

在其歷史過程，資本的每個毛孔都沾滿了血跡；由物質財貨到文化財貨，因應積累的需求，資本邏輯已經將最沒有必要透過市場關係之貿易而交換的文化產業，最不需要國際化、最應該也最能夠本土自給的文化需求，納入商業殖民的航程^⑤。利在資本在，黑也變成白，「開放」電視頻道與三台競爭、「開放」三台股權，在政客口中與媒體版面，宛如變成改造電視生態的成敗關鍵，照本文分析看來，並不可信。資本跨國而來，踐踏社會公民的法律。

如同任何一篇文章，這篇論文並沒有「具體可行」的方案可以作爲擬定電視政策的依據。但既已認知電視資源私有之商業競爭是現有電視不民主的根源，而台灣目前營造「公」有頻道的社會條件，爲期尚遠，則似乎可以從五個方向考量電視生態的改造問題（參見陳世敏，1991：32-35；鄭瑞城，1993：64-65；王振寶，1993：119-120）：

⑤「國際關稅貿易總協定」(General Agreements of Tariffs and Trade) 自一九八五年以來所展開的談判，焦點之一正是文化產業的在地、國家色彩與跨國流通問題，表現在法律層面則是所謂「智慧財產權」由美國聯合相關社會之得利階層往外推遲。見之於台灣的相關衝突，可以參見自立早報，1993年4月5日第七版整版；中國時報，1993年4月22日，人間副刊。就美國與歐體發生的衝突而言，法國的抗議聲最大，雖然收效不大 (Economist, 1993 September 25: 63; October 16: 76-77)。

(1) 三家特高頻 (VHF) 電視台的產權與經營：台灣省政府所屬的六行庫應該徵收日商擁有的 19.98% 台視股份，使省府掌控 68.93% 股份；中視方面，68.23% 的股份應該立法規定政黨（國民黨）交回公眾之手，或是由國庫編列預算將其購回，華視部份，46.3% 由國防部同袍儲蓄會、黎明文化公司及華視文教基金會持有的股份，應立法規定這些單位交回公眾之手，或是由國庫編列預算將其購回。經此產權重組以後，其餘由國內企業與個人持有的無線電視股份之部份，台視尚有 31.07% 股份、中視尚有 31.72% 股份、華視尚有 13.55% 股份，則每次換發電視台執照時，重新拍賣一次，由此所得之款項則回繳國庫，補償國庫徵收三台非官股所已經預支的經費。股權作此處理以後，三台的高階層主管的任用資格與產生程序，必須另作設計；經營部份，三家電視台應該採取聯合規畫節目流程，而廣告收入同樣採取聯合搭配，由三台均分，不應再作惡性競爭；其次則三台營業（含廣告）收入，應立法抽取合理比例，充作導正台灣電視生態之用，而這個收入則可以作爲預定一九九四年開播的公視之用，或／和支持地方無線電視節目的製作。

(2) 無線地方電視台：如本文第一節註 5 所述，行政院已決定將 76-88 兆赫的特高頻開放供作私人投資，且傾向作爲全國性頻道使用，政院的理由是如此作符合經濟效益。然而，目前三台都是以台北市爲中心的全台性電視，是否應該以經濟邏輯，再作全國而中央之考量，很讓人質疑；其次，全國性電視廣告的市場，將因此而更是呈現惡性競爭，造成資源浪費，亦應合併考量。因此，這個近年或將開放的特高頻電波，仍然以地方性質爲宜，而地方經濟足以支持新電視台運作的區域（如高雄市），以及取自三台的廣告收入之若干，則用以支持經濟能力較弱的地方（如台東），成立地方無線電視台。

(3) 新電視媒體中的有線電視：一九九三年通過的有線電視法，容

許一區五家，似不符合規模經濟的要求，應再作斟酌改善之道；另一方面，政黨財團介入這個行業的情況已相當嚴重，已如第三節所述，如何因應，必須再作討論。最後，該法已經規定有線電視系統經營者，必須交年度「營業額」的百分之三，作為公益使用（其中的三分之二作為地方縣市文化建設用途，三分之一則作為公視經費），這個立法精神應再發揮，比如，或許可以考慮累進稅方式，將政黨經營的、規模愈大的有線業者，課徵額度較高的營業額，作為製作公益或另類影帶的攝製與流通費用^④。

(4)新電視媒體中的衛星電視：首先必須堅持溢波費是否給付、給付額度與幾付方向，主動權應屬於台灣主權的裁量，不能任由衛星發射或擁有國的相關公司依據其需要而（與島內的新媒體事業主合作）決定。在此前提下，所有關於台灣侵犯跨國衛星公司影視節目版權的意識形態，均應先行加以廓清（參見註 13、17），否則將不利前舉原則的為人接受^⑤。

(5)電視從業人員自主意識的養成與養成此一主觀意識之客觀條件、空間的創造。前段所稱取用三台營業額，除了符合社會正義的要求以外，同等重要的是透過這個作法，可以將三台用以憑藉高薪而造成勞工貴族的現象祛除泰半（甚至盡去），此舉也等於是除掉電視人員不求專業自主的結構性客觀條件之一；主觀層面，透過媒體公民教育

^④據報載（中國時報，1993.10.30：42），有近一百家有線業者，似已初步同意將第十三號頻道空出，作為公益頻道，以先到先服務的方式，播出製作人自行拍攝的影帶，開播時間可能是一九九四年六月。但這個預告是否能夠成真，運作是否符應另類（alternative）觀點之要求，尚待觀察；不過，如果要讓它成真而滿足公益，則資金來源是不能不面對的問題。

^⑤對於這個問題，筆者初步的想法是，衛星電視可以分作兩種情況。第一種，台灣不必要求其繳交溢波費的衛星電視，如日本 NHK 的兩台/Wowoo 等，因為它們只是溢波，台灣並不因此而有任何經濟損失。第二種，台灣可以考慮向其徵收廣告受益費的衛星電視，如衛視中文台與聯藝台；或是，日後若出現了衛星按片或按頻道付費的公司，則亦可以考慮向收視戶徵收。

之推行，安排相關課程，期使未來電視從業人員及早面對、思索這類問題。

統合了以上「傳統」電視的問題以後，接著才能推出計畫，按部就班地討論，有無可能以符應社會需求的方式，整合新舊科技的使用：電腦、高解像電視、電信與影視節目透過光纖電纜之融和、雙向溝通的技術特性等等。這些，顯然不是這篇論文所可以處理的了。

第三章 公共電視的解構與建構

前言

「必也正名乎」。名不正而言不順的困擾，在討論關於公共電視的問題時，尤其明顯；因為不同定義的公共電視，涉及了不同的人事及經費等等方面的設計，也產生了互異的社會文化效應。本章先行釐清三種公共電視的模式，接著說明這些名詞雖然相同、但內涵差異巨大的不同公共電視模式，它們晚近十多年來，究竟面臨了什麼樣的挑戰。透過這些知彼的功夫，本文隨即轉而探討在如此背景之下，我國由「政府」主導而創設的「公共」電視，究竟存在著什麼樣的原因、隱藏著什麼樣的意義，而它從無到有的演變過程，又是什麼。最後，本章將以去（一九九一）年八月五日「公共電視台籌備委員會」舉行公聽會以後的「公共電視法草案」為藍本，並追蹤該草案截至本文完成之前的發展，然後加以評估並提出建議（特別是人事與經費方面）。歷經了這些分析，本文期望能夠得出比較符合民主精神與實質的公共電視「台」的雛形，除此之外，更是冀求能夠替未來重組本地整體電視生態，使其符應公共電視「制度」的要求，預留契機。因此，如實說來，本章的寫作旨趣，並不滿足於創造一家新而合乎民主的電視網，而是希望鋪陳改造既有電視結構的張本。當然，能夠達成前項目標，已經不是容易之舉。在此認知下，猶然標舉後項標的，究竟是否好高騖遠

而予人笑柄，尚待我們的社會自行以行動，驗證於來日。

第一節 什麼是「公共」電視：三種模式

依照一般看法，所謂「公共領域」，指涉的是行動者在國家與市場範疇之間，發現了一塊空間，足以讓他（她）在不受政治及商業力量的不當干擾之下，獨立成事。換句話說，公共原則是否存在、以什麼條件存在而適用於何種對象及其適用程度的深淺，涉及政治、經濟與（不同階級之）行動者三造的拮抗及連橫關係^①。電視的表現是否具有公共服務的性質，同樣可以依此關係，細作觀察；根據已經存在的實例，我們按照其適用範圍的大小，分疏得出三個層次的公共電視：上焉者是「大魚模式」的公共電視，次則是「小魚模式」聊備一格，下焉者則是魚目混珠、甚至有欺世盜名的嫌疑，或許可以「蝦米模式」稱之。以下由淺入深，進一步說明這些模式的實質內涵^②。

^①這裡借用的概念，顯然來自哈伯瑪斯 (Habermas, 1991)，而傳播學者崗恩 (N. Garnham, 1986: 45) 也說，「公共服務為標的廣播模式，具體體現了公共領域的種種原則。」美國學者在檢討該國公共電視之問題時，亦曾強調公視不應該以「廣播」定位其價值，而是要表彰其作為「公共領域」的真髓 (Aufderheide, 1991 a) 不過，哈伯瑪斯似乎在相當大程度裡，理想化了這個概念，他並且把資產階級的公共領域，視作「唯一的」公共領域。對此，德國學者 O. Negt and A. Kluge 提出了「無產階級」公共領域以作對抗，內中並特別談及了電視之地位 (參見 Knoedler-Bunte, 1975)。其次，我們也應該強調，截至目前為止，實存的公共廣播並不能符合「公共領域」的原則，但相對於商業體系下的廣播模式，總是符合「公共」精神許多。關於西方學者極力想要保存「公共領域」這個概念作為分析工具，但又需澄清現存公共廣播模式，亦尚非體現公共領域之精神的緊張關係，英國的崗恩前舉文，他與康乃爾的一場辯論，以及標舉「批評之政治經濟學的傳播研究」的高丁及梅輝，俱可見出清楚地陳述。(Garnham, 1983: 20-1; Connell, 1980, 1983; Golding and Murdock, 1991: 22, 25)

^②本文根據現存的狀況而推論公共電視，也就是說，如同「完整的」公共領域尚未出現，因此理想中的公共電視也只能逼近。即便以本文所稱的「大魚模式」之英國公共電視制度，文相贊譽者雖然衆多，仍然存在著不少缺失 (參見馮建三, 1992 c: 77-90)。這麼「好」的電視而只能得到差強人意的評分，反證我們生活的世界，是如何地不符理想、商品化而欠缺人味。1992年5月5日，筆者與郭力昕、陳光興在杭之偏岡下，至立法院與民進黨謝長廷就次年度台灣「公視」預算交換意見。筆者等人原意在向謝委員說明，依當時「公視法」於行政部門草擬的過程，民眾無法得到一個「公共」電視

網，這是因為政府人士對於財政及人事等方面的安排，在許多地方均顯示了「政府」意欲直接管轄的用意。筆者等人因此希望，如果謝委員能夠讓該黨通過決議案，於審核公視之年度預算時，多所監督，甚至凍結建設硬體的額度直至公視法制定完成之後，能夠如此，則或可略減對於行政部門施加較為有效的壓力，庶幾行政權力假公共之名以行事的程度，不致過度令人難堪。出乎意料之外的是，謝委員說，「我們就是要政府電視」。初聞此言，不免覺得突兀，再經考量，不能不承認，從政人物如謝委員的想法，似乎也不能說沒有其現實、甚或理念的依據：在現階段，各色各樣的基金會或法人組織 (如海基會、資訊工業策進會……)，儘管由政府手中接過了納稅人的金錢，但不是大底淪為執政黨的管轄嗎？與其如此，何如在公視成立的最初階段 (如，三年為期)，以「政府」之名，讓這個機構成為至少兩個黨可以責成負責，而使其免於受一黨之制，至社會條件更為圓熟，再易更為「公共」電視。謝氏此番說詞，是否有理，確實可以細作考量。除了在整篇文章交待筆者對於公視的一般想法以外，不妨亦就此問題，提出下列文字，供作參考：現實社會的公共領域雖已臻至，因屬事實，但這並不是說「政黨」就是合法、合理的代理，值得我們託負任何事務 (克實以言，迄今人們習以為常的政黨組織形態及其表徵民意的方式，已經造成了民眾對此種政治結構的反感，西方長年投票率低落，可以作為說明；而 1992 年春夏之交，亞洲有南韓的現代集團首腦鄭周永出面組黨，於選舉中獲致可觀成績，美國亦有民主、共和黨以外的德州富商 Perot 出面挑戰 Clinton、Bush，觀競爭該國總統，一度聲勢浩大。後二項新近情勢，更是說明，在全權交加，無能解決政治、社會問題的傳統政黨，民眾疏離於代議民主之際，竟然亦可對於造成現狀的資產階級成員，抱持不切實際的希望或以之為表達「怨怒」之對像 votes of discontent)，至多，我們只能說這是現有集結、表達民意方式，管道尚僅止於此 (政黨) 之時，權且忍耐。在英國，關於政黨與廣播電視從業人員的專業評判，何者應為負責選舉期間相關報導、分析的主要角色，自由多元派的代表 J.G. Blumler、M. Gurevitch、J. Ives 與 N. Garnham 之間的辯論，或有可以參考的地方 [收於 Mass Communication Review Yearbook, 1980: 728-751。原發表於 Blumler et al., 1978, The Challenge of Election Broadcasting, pp. 67-9; Garnham, N. 1979, Politics and the mass media in Britain: the strange of Dr. Blumler, Media Culture Society (1: 23-34); Blumler, J.G. and Gurevitch, M., 1979, The reform of election broadcasting: a reply to N. Garnham, Media Culture and Society, 1979 (1: 211-9)。]。在台灣，如果全部任由專業人士負責未來公視之「公正」營運，在長期執政黨的文教氣習下，是否可能更為容易淪為黨派的禁脔，亦即這些專業之士「自動」投效於黨、政府的利益，而不真正是「專業」良知的表現，誠然值得再多作思慮。因此，在這種結構之下，如何在專業與政黨 (若有更妥當於政黨的表意形式，自然應採取之) 之間，取得均衡，反倒矛盾地變成了我們眼前這個階段所可能擁有的最不壞選擇？果真如此，則如何在財政與人事方面安排，必須另有規畫，下文將再就此討論。最後，身為主要反對黨的民進黨，如果真要電視對其公平報導，其實不必將希望託寄在「公視」而害其名，廣為有效地著力於闢揚「電視頻道」原本應為公眾所有的理念，因此必須將名為私產的現有三台，從意識及法律上轉成「政府」所有，要求它們對國會負責，不也就足夠了嗎？

1.1 「蝦米模式」的公共電視：以「節目」為單位

起自一九八四年五月二十日，截至目前為止，我國所稱謂的「公共」電視，即是這個模式的代表。它由國家機器（本例由新聞局為其代理）出面，協商現有三家商業電視台交換若干時間，使用其現有傳播設備，放送若干節目與廣告分開進行的廣播。以台灣現制為例，這種模式的公共電視，一個標準公共節目播放之前，先有三分鐘（政令）廣告，然後又有五分鐘（商業）廣告，最後才是二十二分鐘正片。先不就其內容判斷這是否符合前述的公共原則，單就其「形式」而言，這樣子的節目安排而冠以公共電視之名，是否恰當？

現行《廣播電視法》第三十一條第三款規定，「廣告應於節目前後播出，不得於節目中間插播；但節目時間達半小時者，得插播一次或二次」。假使我們不將正片之前的八分鐘（五分鐘政令加上三分鐘商業的）廣告列入計算，則這個節目之時間是二十二分而不及半小時，只是依法而不能插播廣告，這與其它商業節目所需遵守者相同，如何能夠稱作是公共電視的節目？換個方式計算而將正片前的二類廣告盡數納入，則這個節目的長度剛好是三十分鐘，已達插播廣告的條件但未插播，我們可以說這是值得肯定的作為嗎？不能。因為，果真依此計算，則這個公視節目的廣告時間是八分鐘，正片時間是二十二分鐘，二者播出時間的比率是 36.4%，但廣電法同條第一款規定，「電台播送廣告，不得超過播送總時間百分之十五」，廣告量是商業節目合法廣告量的二倍有餘，却稱作是公視節目，似乎道理不通（至於播放廣告的電視台，在特定意義上，仍然可以為公共電視「制度」所容許，是另一個問題，詳見本章〔註 6〕）。

其次，我們再以最初淺層次的「內容」作為衡量標準，這樣子的節目是否可以稱作是公共電視？目前所謂的公視節目，確實不同於現有三台的一般節目，但如果只是以作之師的態度，製作若干知識性、

教育性、文化性的影像訊號，顯然不足以稱作是公視的創舉，因為《廣播電視法》第十七條第一款原本已有如下規定：「新聞及政令宣導節目、教育文化節目及公共服務節目」的「播放時間佔每週總時間……電視電台不得少於百分之五十」。因此，所謂的公視，也只不過符合了現有黨政軍電視台應該遵守的法律規範，前者與後者的不同，只在後者對於本身原應遵守的規範，也是虛蛇委蛇。再退一步論事，在這種公視出現以前，三台從一九七六年開始的「聯播時代」節目之內容，其類型與我們現今所見，幾乎完全相同。當時，晚間九時至九時三十分的三家電視台，在相同時段播出同一個文教性節目，前後達八年五個月，直到我們現有的「蝦米」公共電視正式「命名」誕生為止（朱婉清，1985）。

形式與內容兩不相符而佔用「公共電視」的名位，實在是以欺世盜名的手段，混淆了視聽，大有可能誤導了民眾的認知，折損了民眾支持公視的意願^③。據筆者所知，定期徵用商營電台時段而播出政府出資製作的節目，亦唯有近鄰香港，不過，他們並沒有擅自使用「公共電視」之名，而是逕以「香港電台」（Radio Television Hong Kong, RTHK）相稱^④。

^③顯然，這樣的看法絕對不是筆者的發明，平日對此關心的人士，對於本地政府僭越而妄自冠以「公視」之名，向早即已不以為然。傳播學界之中，並不缺乏這以這種類型的公共電視為「政府電視」（如徐佳士，1984a；潘家慶，1990）；而實務界工作者亦稱這種模式「可以說和「公共電視」完全沾不上邊，只是美其名為「公視」而已」（余思宙，1990：64）。對於建台之後的公視，輿論亦多所質疑是否終將成為另一個政府電視（參見註 23 的 45-65 行）（雖然聲音微弱，尤其是主流媒體，似乎心存建台以播放非商業性質的節目再說，這在下列數天的副刊文章中，表現得更為明顯：中國時報，1992 年 4 月 18 日至 20 日；聯合報，1992 年 4 月 14 日。）

^④香港目前有二家商營電視台，分別是「無線電視公司」（Televison Broadcasts Limited, TVB）與「亞洲電視公司」（Asia Television Limited, ATV），各自擁有二個頻道，一播廣東話節目，另一頻道則播英語節目。香港電台的電視部門截至 1991 年 7 月的一年節目製播量是每週十二小時，絕大多數於黃金時段內（一週七天的晚間七時至八時三十分）利用 TVB、ATV 的中文頻道播出 RTHK 製作的不同節目。其中，TVB 的該年

1.2 「小魚模式」的公共電視：以「頻道」為單位

在惡性商業競爭、以廣告作為財政基礎，而其營運目標在於謀取利潤的數個電視網已經成為基本建制以後，另行出現了擁有本身之製作及輸送影視訊號的電視頻道，美國在一九六七年十一月七日通過法案，成立了這麼樣的一個電視網，是為本模式的代表。截至一九八九年，美國的公共電視網與商業電視網，分別擁有三三八與一〇六二個地方加盟電視台 (Sterling and Kittross, 1990: 633)，(至一九九二年美國公視的地方加盟台數增加至三七三個) 在一九八七年各自囊括 81% 及 4% 的電視觀眾 (另有 14% 則為商業線纜電視所擁有，其中按片付費有 6%) (Carey, 1989: 210)。

我們從羅列於前的資料，可以明白看出，在商業體系環視之下，美國這種一支獨秀的公共電視網成就有限。並且，由於設立之初沒有能夠使用特高頻 (VHF) 的頻道資源，初期的收視戶僅限於若干地區，沒有能夠符合公共電視應該為國境之內所有地區均能接收的原則，而其觀眾組成，初期也因為節目設計未能妥善規畫，沒有滿足全體觀眾一視同仁的要求，反倒偏向了教育程度較高者。這個情況固然在此種公視運作較為成熟以後，得到相當程度改善 (Comstock, 1989: 80) 而真正成為「全民」所用^⑤，但却無法彌補先前已然發生的缺憾 (社會有利階層先從公視獲利)。我國的公視模式即將由「蝦米」蛻變成「小魚」，如何避免美國建台的缺失，應該值得注意。比如，如果公視建台

收視觀眾是 146,0757 人，而 ATV 則是 25,3826 人，同年香港人口約是六百萬 (Hong Kong Yearbook, 1992: 298)。另據 RTHK 製作人謝志峰向筆者表示，該台的節目製作經費取自香港政府，在三十分鐘的時段內，共播廣告八分鐘，廣告收入歸 TVB、ATV 所有。

⑤ 以一九八八年的調查資料為例，「美國公視觀眾的組成，與美國整體人口的外觀，相當接近」(Carey, 1989: 202)。為了讓讀者自行判斷是否「接近」，現將資料抄錄如下 (前揭書, p. 203 (表五)) (另外必須連帶提出的問題是，下列資料所陳述的公視觀眾類型，是否每年均是如此？或是有若干明顯的差異？其次，以本地僅有的公視觀眾調查看來，受益者是高教育的年輕人，亦值得我們注意。(陳世敏、翁秀琪, 1988))：

之後的播放頻道位於「超高頻」(UHF) (即與目前空中教學使用的電波位於同一頻帶)，那麼，對於絕大部份電視家庭來說，既然他們的現有電視機型只能接收傳自「特高頻」頻道的電訊，則如何設計一套辦法，讓他們於現有電視加裝配備、或添購新電視機，以求能夠在最短期間內，同樣收看公視節目，應當必須正視。

雖然杯水車薪、聊備一格，美國這種公視終究比前一種模式進步，就台灣現階段而言，愈是能夠祛除政府不當干預的疑慮，並從三台廣告盈餘取得主要營運資金，則獨立建台的公視愈是值得肯定。反之，如果政府不合理的管制不肯撤離，依舊抱守落伍的態度與作為，企圖假「公」之名，却明作「黨政」之實，則將造成比現有蝦米公視模式更大的災害，更是讓人不堪、更是欺世盜名。

表 3.1 整體美國人及美國公視觀眾的人口學特徵，1988

人口學特徵	十八歲以上美國人口比率%	十八歲以上公視觀眾比率%
性別 男	47	50
女	53	50
年齡 18-29	28	26
30-44	30	31
45-59	20	20
60+	22	23
收入 15000 以下	22	19
- 24999	18	18
- 34999	17	18
35000 以上	29	32
種族 白人	85	88
黑人	11	10
中南美洲後裔	6	4
教育 初高中以下	21	15
初高中	35	38
讀過大學	22	22
大學	22	25

資料來源：Carey, 1989: 203

1.3 「大魚模式」的公共電視：以「制度」為依歸

西歐與北歐國家的電視，其節目的整體表現，均具有公共服務的精神，但它們境內的數個電視頻道，並非盡數以執照費作為營運資金。換句話說，這些地方的電視台，即便播放了廣告，仍然發揮了「公器」的特質，在相當大程度內，排除了商業力量對於節目產製及放映編排的不良影響^⑥。英國與西德分別是兩個例子，代表公共電視「制度」之下，對於廣告播放方式的不同安排，從而具有效果高低之別。

英國目前擁有四個電視頻道，二個屬於不播廣告而依靠執照費營運的「英國廣播協會」(British Broadcasting Corporation, 以下簡稱BBC)，另二個固然均播廣告，但依其法律規定，只有一台(「獨立電視公司」Independent Television Company, 以下簡稱ITV)得有廣告盈餘，並且必須將此盈餘提撥部份，充作雖然播廣告却因為其節目本旨在於鼓勵創新、引發議論而不可能自行取得足夠廣告金額的另一家電視網「第四頻道」(Channel 4, 以下簡稱C4)使用(參見Blanchard and Morley, 1982)其詳細提撥金額見本章註31)。英國的作法等於是讓得到特許的人，擁有從廣告取利的壟斷權力，但也因為賦

⑥播放廣告而仍然可以具有「公共服務」的精神及表現，這也就是塞史德所謂的「商業的公共廣播」(commercial public broadcasting)的意思(Sepstrup, 1989: 32)。不過，筆者尚須進一步廓清塞氏並未觸及一個重要分野：播放廣告的電視，就節目表現而言，在特定條件安排下，確實可以無礙於公共服務精神的實現；但若就「資本累積」的作用來說，則播放廣告的電視頻道，依舊是不折不扣的「商業」電視，從而有助於平順資本累積的過程或減少其部份阻力，這是因為(1)它仍然透過商品的展示，替多種財貨的生產者扮演了促銷與流通的功能，(2)廣告所能發揮的意識形態作用，必然還是資本主義之符號支配的一部份。就現實的策略意義來說，明辨這個差別也十分必要：完全排除廣告於台灣的電視之外，非但將遭受莫大阻力而更是滯礙難行，並且外在生產體系沒有變化的情況下，這些廣告也必然投入線纜或衛星電視體系的懷抱。然而，依據人類已有的事例，允許播放廣告，但將其置放於安排良好的架構之中，依然可以得出大體符合公共服務精神的廣播電視體系。如果以史麥基的分析概念來說，播放廣告與不播放廣告之公共服務性質的電視頻道、節目，其差別在於前者製造得出了「閱聽人商品」(audience commodity)而後者則否(Smythe, 1978)。

予其獨佔權力，故能責成其一定作為，使四個電視頻道在財源不重疊的情況下，毋須進行不必要的惡性競爭。西德的公營第一(ARD)及第二(ZDF)電視台，以特定方式容許這二家公營電視台播放廣告以補充其營運資金^⑦，由於這樣子的廣告屬於獨佔性質，並且佔其總收入的比例輕微，因此無虞妨礙其公共服務的原則^⑧。

這二種播放廣告但其表現依然符合公共服務要求的電視制度，主要特徵有二。一個是在相同時段，安排不同類型的節目，讓觀眾可以自行選擇。西德二家電視台自一九六三年即已達成協議，共同起草節目時間表，俾使彼此節目類型交錯進行(新聞局, 1990: 216)。英國更是如此，BBC第二台與播放廣告的C4分別在一九六四年及一九八二年創設時，已經清楚定位，目的原本在與現有電視台有所區別。其次，公營電視制度的節目多元程度，總是強過商業制度，其中，英國的模式更是能夠得到最為多元的節目產出(Blumler et al., 1986)。

經由以上的討論，我們可以說，關於「什麼」是公共電視的議論，從最低層次到最高層次的演變，基本上可以看成是「量」變至「質」變的跳躍過程。以單一「節目」來看，即便是非常商業化的電視台，也可能偶一為之而「壞竹出好筍」地製作得出符合公共理念的內容，但這總歸是滄海一粟，顯然不可取。其次，在數個商業電視網包夾的環境裡，因為某種因素而以後出轉精的姿態，出現了一個具有獨立「播

⑦西德規定，這二家公營電視台，每日平均只能播出廣告二十分鐘，必須於週一至週六的晚間六時至八時，分成三至四段集中播出；廣告與廣告、廣告與節目之間必須另以圖片隔開，並且不得為宗教或政治上之宣傳。週日及假日則不能播出廣告(新聞局, 1990: 236-237)。

⑧以一九八八年為例，西德各邦電視台的總收入是55,8980,5027馬克，其中廣告收入是9,2481,0895馬克，佔總收入16%強(新聞局, 1990: 238-239)。但自1984年西德容許私人經營電視頻道以後，這種公營制度固然尚可依恃，但所受威脅已漸次顯現。英國模式亦然，尤其是一九九六年以後，會是如何變局固然未可分毫不差地臆測，但一九九二年四月九日該國保守黨連續第四次以超過半數國會席次組閣的情況看來，BBC前景堪憂(關於西德、英國等地的公共廣播制度的危機，參見本章第二節)。

送」及「製作」節目，並且不以謀利為目的之電視網，其節目內涵固然以公共服務為標的，却終歸必須生存於漫天商業氣息的電視結構，它所能夠發揮的公視精神，極其有限。最值得營造爭取者，則是一種公視「制度」，其下，固然仍有商業廣告的存在、固然國家機器的控制色彩無法盡數祛除，但在可取程度之內，數個電視廣播網所製播的節目，符合公共服務之信念者，可以達到較高水平。

第二節 公共電視危機探源：四類因素

嘗有學者認為，與其孜孜矻矻尋求（大眾）傳播理論的建立，不如直指社會，追問其政經與社會文化之結構，則傳播的理論亦在其中（Golding and Murdock, 1978）。類同道理，從抽象層次來看，我們也可以說，從一九七〇年代末期以來日漸明顯的公共電視危機（JOC, 1978），實際上是整個電視、乃至整個影視及社會文化環境的危機，而其主要根源之一，在於當前資本主義生產模式試圖擴張它的利潤來源與深化它的控制能力。因為公共電視制度是公共領域的一個形式，先天原本與利潤邏輯與政治強制不能相容，因此，公視也就成為資本主義行進過程的路障、成為政商勢力必欲去之而後快的對象。如果從比較具體的層次再作觀察，無論是「小魚」（美國）或「大魚」（西歐）的公視，它們自成立至今所遭遇到的挑戰，可以說是西歐公視「制度」面臨變成公視「頻道」的窘境，而美國公視頻道則有再遭受淡化的命運，這些局面是「科技、政治、經濟與僵化之科層組織」等四個因素的綜合表現，本節即援此作為分析公視危機的次序。至於台灣獨有的蝦米公視刻正往前挪動，在最佳情況下，即將蝦跳成為美國式的公視，表面上看來似乎違背了資本假政商自利的運作邏輯，但實質又是如何，是否金玉其外而敗絮其中？針對這個問題，本章將在第三節作更為精細的討論與評估。

2.1 新傳播科技與公共電視

「資本主義生產模式風行社會以後，其財富的表現就在於『堆積如山的商品』」，馬克思在《資本論》正文的起始，如此寫著。就影像的電子傳輸技術而言，我們不妨順勢而說，「堆積如山的商品」具體呈現為衛星與線纜頻道的跳躍增加。一九八〇年，西、北歐十七個國家^①共有 41 個電視頻道，其中只有 5 個為商營，公營則有 36 個。到了一九九〇年，公營電視雖然也有小幅度增加（多了 4 個），但最炫人耳目的還是商營電視頻道（多了 31 個，其中許多是全國性的衛星電視）。如果再加上必須額外付費始能觀看的特定品位之線纜及衛星節目，則這些國家的電視頻道已經超過了一百之數（Brants and Siune, 1992：103-104）。

為什麼過去十多年來，尾隨美國這個全球資本主義經濟體系龍頭之後，歐洲地區的新影視消費頻道膨脹地這麼迅速？我們必須先行研究這個問題，因為這事關吾人對於歷史進展方向的評估，以及據此而發的行動。簡短地說，這是由於傳播科技能夠更為快速地在不同地理空間襄助資本的累積（比如，透過衛星輸送，《蝙蝠俠》、《忍者龜》、《終極警探》等等影視節目，同步出現於美國、日本與西歐而達到資本家快速賺取利潤的目標），但就在這個累積過程，資本主義原有的各種形式之財富分配的不平均，却又因為這些科技的引進乃是在「市場機能」主導下的產物，遂爾更形擴張、強化。以影視文化的消費而言，這非但代表了能夠按片付費的家庭、僅能夠觀看基本有線電視的家庭、甚至尚且無法收看有線電視的家庭，他們之間的差距愈拉愈大，這同時也表示原有的「公共文化」在閱聽人生活中，扮演了愈來愈淡薄的角色，觀眾乃是社會公民的身份（citizenship）愈來愈不成其形，

^①指英國、法國、德國、義大利、西班牙、荷蘭、葡萄牙、瑞士、奧地利、芬蘭、瑞典、挪威、希臘、盧森堡、丹麥、愛爾蘭、比利時。

終至於只能是消費者 (consumer)，以物質財貨的消費取代了對於社會事務的參與，自身命運任由外在力量擺弄^⑩。

換句話說，既然歐洲地區過往十年的公營電視頻道增加有限而商業頻道大舉擴張，這就造成了「公共電視」在西、北歐國民的影視生活比重，相對降低了許多。尤有進者，由於各國收看電視時間的增加幅度，遠不及這些電子頻道的增加速度，我們從〈表 3.2〉可以知道，在一九七六至一九八九年間，法國與英國人收看電視的時間增加最多，但也只是 1.8 及 1.4 倍^⑪。既然如此，原已存在的「粥（頻道）多僧（看電視時間）少」的問題，也就愈發嚴重，逼使公營電視採行了更多的商業電視之營運策略、節目形式，以求搶奪觀眾的時間，如此一來，公共電視的「制度」也就漸漸難以維持。

在美國，有線及衛星電視對於公共電視的衝擊，表現為另一種說法。從一開始，在純然是商業體系的電視環境中經營公視頻道，便經常遭人質疑這樣的公視是否真正能夠服務所謂的「特定觀眾」(specialised audience)、而這些特定觀眾又是什麼（分眾、小眾、或是具有特殊特殊品位的群體？）(Millard, 1976)。等到新電子科技發達之後（美國 1980 年的線纜電視普及率略低於 20%，到了一九九一年已經接近 60%），主張市場力量的人更是振振有詞地指出，即便在公

^⑩無庸諱言，在哲學思辨這個比較大的格局裡，筆者影隨的是霍克海默與阿多諾 (M. Horkheimer and T. Adorno) 的「文化工業」觀 (Nicholas Garnham 在 *Media Culture & Society* 這本期刊一九八三年元月號的編者言說，前二人所代表之法蘭克福學派在英國遭受的批評，來自於伯明翰「當代文化研究中心」的詮釋，未必可以盡信)。這樣的格局顯然無法與所謂的「後現代」、「資訊社會」這種說法相容，筆者只在編譯的書籍 (馮建三, 1989) 與若干論文 (Fang, 1991; 馮建三, 1992c)，就相關於此的問題有所爬梳及觸及，若有能力，日後將就此再作細論。另外，主張市場機能才是提供充份而多元（不是多量）資訊，在印刷技術處於翻新階段 (1880-1918) 而報業漸興，以及廣播初起運作的一九二〇年代均曾出現，雖然歷史證據已經可以指明「市場機能」只能製造「報業、媒體大亨」的自由，而不是養成公民的素養，但類似的意識形態卻依然再現於現今的新傳播科技 (Murdock, 1992: 21-22)。

^⑪日本人看電視時間反倒是減少，頗值玩味。

表 3.2 英國、法國、西德、美國與日本每人每日收看電視分鐘數
1976-1989

	1977	1983	1985	1987	1989
英國	152 (1978)	179	185	216	226
法國	n.a.	130	128	n.a.	239
西德	125	117	133	150	152
美國	367 (每戶)	n.a.	415 (每戶)	n.a.	n.a.
日本	207 (1976)	n.a.	180	n.a.	n.a.

資料來源：BBC Handbook, 1979: 33; (London) Times, January 10 1989: 8; Economist, September 17 1989: 110; Economist Publications, 1989: 84; Lange, et. al., 1989: 12; 蘇進添 1990: 145。

視未出現之前，存在著這類特定觀眾，而美國當時的商業廣播電視沒有能夠提供這些服務，但現在已經有了如此多量的「窄播」(narrow casting) 線纜及衛星頻道，足以服務這些「特定觀眾」，為什麼還需要公共「廣播」電視系統^⑫？諸如此類的看法，除了是站在商業電視的

^⑫Sola Pool (1983) 自然是這一類主張的「教父」，他認為科技條件的進展，已經打破印刷、電子媒介的原有界限，應該讓市場力量主宰各種新興媒體的營運。Sola Pool 於 1984 年辭世之後另成一書，於 1992 年 7 月由卜大中譯為中文（《第八類接觸》，時報出版社），是任何不信任市場機能的人，必須注意回應的近況。而 Gallagher (1989) 可能是新媒體業者當中，甚市場派而吶喊美國（新及傳統）電視乃是舉世最佳的代表。1992 年 5 月，力主新媒介既已當道則美國政府不應當再增撥撥款項支持其公視的人，以美國專欄作家 George Will 為代表，他說美國版的公視非但收視人數少，並且由於其觀眾「來自中上階級」，如果國家再以貼補，不會是以稅收「劫貧濟富」(Economist, May 30, 1992: 41)。如果本文（註 5）羅列的資料無誤，並且長年如此而不是異例，則 Will 顯然是無的放矢。（另外，主張公視或可能造成「劫貧濟富」情事的人，最好也一併攻擊如土地投資、賦稅不公、政商連結等等更是劫貧濟富的現象，以此才能證明反對公視者的沒有偏私、真誠）但台灣往美國路線邁進而有所謂的公視頻道之後，是否能夠使得其觀眾的組成，比率遍及於各個階層呢？據現有趨勢來看，似乎不容易，因此 Will 說之於美國的公視固然尚難適用於美國，適用於台灣則或有相當大可能，這就是後文第三節將談及的「文化賄賂」問題。此外，舉例等高科技作為滿足「分眾、小眾、

本位，唯恐公視與其爭奪觀眾收看時間，因此必欲去公視而後快以外，它也僅止於由「生產力」的觀點研究科技，並沒有釐清特定「生產關係」之內，聽任科技遵循市場機能所將出現的種種問題（馮建三，1992c：33-52）。

2.2 政治權力與公共電視

相較於報紙等印刷媒介，收音機與電視等電子媒介受到國家機器較多的管制，一般常見的理由有兩種：(1)電子媒介的影響力較大，以及(2)電波資源相對有限，利用這種資源傳出的訊息雖然如同空氣、陽光，任何一人對它的消費不會危及他方的消費權力，但就佔有這份資源的所有者而言，他却排除了別人同時於相同地區使用的權力。因此，電波資源具有「準公共財」('ecommon pool' goods) 的性質 (Muggan, 1991: 203; 並參考鄭瑞城, 1993)，賦予了國家介入廣電營運的(意識形態上的)合理、正當性。

國家對於電視的管制，可以分作兩大方面加以探討：一是微觀而對於電視內容所作的要求，再就是宏觀而相對於市場機能所產生的作用。本章以公視為題，因此只須就後項發揮^⑩。英國的(公共)電視制度，是「資本家與國家利益所達成的協議形態，充其量不過是極其有限的權力分立。」(Williams, 1974; 馮建三譯, 1992: 49)，但由於英國的歷史發展過程、階級結構均較特殊，因此其制度，「並非西歐國

特殊品位觀眾」需求的主張，同樣存在於台灣，參見郭冠英，1992，〈公視補助的保守派觀點〉，《廣告》雜誌，8月號，頁164-165。

⑩相對於報紙，各國有關電視內容之規範嚴峻許多，以「性、暴力」及(選舉時)政治言論(如美國的「公平原則」(Fairness Doctrine)、英國選舉政黨時段的分配及報導的分寸)最為明顯。其次，作為任何新聞媒體的最重要消息來源，政府也在很大程度內影響、左右了(電視)媒體的內容走向。再者，政府通常也是極大的廣告客戶、公關推動人。最後，各國政府往往約束其電子媒體對特定議題的報導，以英國為例，最明顯的是關於「北愛爾蘭(共和軍)」的新聞，尤其是一九八〇年代柴契爾夫人出任英國首相之後的言論緊縮 (Murdock, 1991)。

家最典型的範例」，反倒是法國與義大利所採取的技術規範，由國家直接立法管制，並對廣播節目的生產過程直接規約，更為接近常態^⑪。

很明顯，在公視盛行的歐洲，「國家」力量也常有越線致而折損「公共」色彩的情事；但這種打了折扣的公視畢竟還因為這些社會的市民力量比較強大、尚有政黨及派系的拮抗，大抵還算相對保持了公共的精神。就政治勢力對公視的具體滲透手段來看，政府總是可以由施加外部壓力(直接干預節目製作、執照費用的調整、高級人事任命等等)與內部壓力(昇遷遲速、官方政策宣示、內參與集會示警等等)，以此達成約束公視運作的目的 (Etzioni-Halevy, 1987)。不過，國家機器對公視最大的打擊，還在於引進、結合市場機能，使商業力量凌駕一切而迫使公視不能不有所回應，終至褪去公共色彩而比同於商營電視；換句話說，等到政治勢力串連了經濟誘因，公視危機也就暴露無遺。一九八〇年代新保守主義登台，波及公視，以英國為例，類如柴契爾夫人擔任首相期間，試圖以強大的國家機器 (strong state)，打破 BBC 與 ITV 所擁有的雙元結構，造就電視的「自由市場」(free market)，正是政經聯手摧殘公視的最佳注腳 (Gamble, 1988) ^⑫。

在公視「制度」的歐洲，政治權力對於公視的為害，在於逼迫公視屈服、然後聽命於市場邏輯。在美國這種商業電視是主流的地方，政治權力對於公視「頻道」的弊端，主要表現於(1)以捐贈給公視頻道

⑪法國政府對於大眾媒介的介入，在歐洲應是異例，比如，西方資本主義社會中，由國家出面成立、並且頗具規模者，也唯有「法新社」(Agence France Presse, AFP)。在電視頻道的經營方面，法國的「政治與廣播電視是分不開的」，更是「忌名昭章」(新聞信[廣電基金會發行]，1991.10: 3; Economist, July 11 1992)。

⑫不過，英國保守黨政權在一九八二年推出的「第四頻道」(Channel 4) 電視網，一般認為相當能夠符應公共服務的精神，主要在於這是一個汲取 ITV 廣告收入作為其營運資金，而其節目在鼓勵創新、實驗，服務弱勢品位有關。保守黨初期掌政的這個良善業績，到了一九八〇年末已經再難保持，至一九九六年該國 BBC 的結構可能也會再生變化。

年度預算的高低，影響其節目走向或迫使其向民間或商界募款，致而財政毫無獨立可言 (Economist, May 30 1992: 41)；(2)在美國公視成立之初，以迅雷不及掩耳的速度，宣布公視網開始運作，致使公視定位不清而種下今日搖擺沒有前景的局面 (Katz, 1989)。

一九六〇年代，美國除了有許多團體（如卡內基基金會發表報告、福特基金會撥一千萬美元）致力於倡議成立「公共電視網」以外，更有聲勢浩大的反現有電子傳播體系的「抗議運動」(Barnouw, 1975: 391)。在諸如此類的氣氛中，商業色彩的電視（及收音機）成爲眾矢之的。眼見及此，當時的美國總統詹森，突然跳上了推動非商業性電視運動的列車，要求國會快速通過（一九六七年十一月七日）法案以正式成立公視。就在美國民眾尚且沉醉於公視終算誕生的欣慰時，詹森旋又提名曾經是陸軍要人、歷任「通用動力」(General Dynamics) 公司總裁的培士 (Frank Pace) 作爲公視首任執行長，而培士亦表示他將研究如何利用公共電視，作爲控制暴動之用；現在，一度熱情擁抱公共電視的支持者，不免納悶「這下子公視豈不要被詹森擁抱至死？」(Barnouw, 1975: 398-399)。究其實，日後美國公視的發展確實問題層出，不但尼克森、雷根之流的總統明白要求公視少碰公共事務，電台本身爲了不去觸怒政府這位衣食父母，若還能夠有任何調查性的報導，也「只是例外而已」(Kellner, 1990: 203)。

以美國而言，我們似乎可以從歷史證據推知：公視的成立乃是政治力量收編、懷柔了民眾對於現有的商業電視體制的強烈不滿，拆除了引暴電視結構的導火線，延長了統治階層壟斷電視作爲謀取利潤、政治控制的命脈。

2.3 商業壓力與公共電視

永無休止找尋投資對象，在其過程中將生活各個領域商品化，是

資本主義生產體系的律令。原先阻却資本滲透的西、北歐「公共」廣播制度，起自一九五四年英國的容納 ITV 之成立、繼之有一九七六年義大利地方商業電視台林立，然後一九八四年及一九八五年西德、法國相率開放了空中頻道，提供商賈進軍電子文化的管道，到了現今，儘管這些地方的電視之表現，尚且較諸北美及許多第三世界國家的電視，更能符合公共服務的要求（尤其是英國），但它們的廣電體系已不再是潔白而不受商業利益的感染，也是不爭的事實^①。迄至一九九二年爲止，英國公共廣電體系所受衝擊，在義法德等人口在六千萬的國度裡，相對而言，確是較可忍受，現以該國作爲例子，探討公視「制度」商業化的過程及其意義，而如果英國都已如此，則其它國家的景況，或許可以說是思過半矣。

直到晚近，藉著特殊的制度設計，英國商營電視固然播放廣告，但並不能說這些商業電視台沒有公共服務的表現（尤其是開播於一九八二年的「第四頻道」；參見本章註 6 及 1.3）。在這種情形下，英國播放廣告但仍具公共服務色彩的兩個電視頻道 (ITV 及 C 4) 以及不播廣告的 (BBC) 之漸失公共服務精神的過程，略有不同。就 ITV 與 C 4 而言，一九八〇年末稍所通過的《廣播法》(the Broadcasting Act) 顯示，先前它們彼此所不存在的競爭關係、並且因爲無須競爭而可以調撥資源服務公眾的行事，部份將被迫取消。其次，由於英政府改變了給予電視執照的辦法，捨棄了先前沿用既久的「合理標」(亦即是否

^①英國是所有西、北歐國家中，相對上最能符應公共服務之表現的意思，指的是其節目產出的多元（不是多量）程度，持此看法的學院人士相當多（如 Blumler et al., 1986; Collins et al., 1988: 1; Paulu, 1981）。關於這些地方的公視制度商業化以獲的「惡形惡狀」，法國方面參見 Financial Times November 27 1985; Economist, May 24 1986: 70, June 21 1986: 62-3, February 28 1987, April 11 1987, October 14 1989: 121-2, July 11 1992: 66。義大利方面參見 Richeri, 1990; Schlesinger, 1990。西德方面，Holtz-Bacha, 1991。西、北歐的整體情況，Siune and Truetschler, 1992; Nowell-Smith, 1989; McQuail and Siune, 1986。

核發電視執照，取決於申請者所提出的節目製播計畫，以及該申請者過去的節目製作表現，改成「最高標」為原則（亦即是否核發電視執照，無關乎申請者是否具有製播節目的能力、意願，或申請者過去的表演記錄，而完全視申請者提出的標金高低而定）。經過這個轉折，一九九三年元旦開始而取得另一個十年（一九九三～二〇〇二）電視頻道經營權的新執照擁有者，很有可能以降低製作節目的費用等等方法，彌補因為最高標而多支出的成本。除此之外，這兩家頻道也已經直接面對了有線及衛星電視的競爭，而最遲在一九九五年底，因為英國政府計畫核准「第五頻道」（Channel 5）之設立申請，屆時它們又得另行面對這個新的威脅^①。

就 BBC 旗下的兩個電視網來看，由於它們的營運特許狀要到一九九六年方始屆滿，因此英政府目前所推動的電視革命，尚未直接衝擊其營運。然而，這並不是說 BBC 絲毫沒有受到大環境崩動的影響，事實上，自從 ITV 開播以來，BBC 是不是日愈商業化，可以從二個層面來看：(1) BBC 的收入來源，以及(2) BBC 的節目內容。除了海外收音機廣播部門由英國外交部支付營運費用，BBC 的收入主要由執照費與該機構的商業部門之營運所得 (BBC Enterprises Ltd., 一九六〇年成立，一九八六年合併 BBC Publications) 組成，過去十五年來二者比率的變化，可以視為在執照費收入不足的經濟壓力下，BBC 以商業策略所作回應的強度。我們從〈表 3.3〉可以看出，商業所得佔 BBC 全部收入的比例，從一九七五年的 3.30，幾乎年年爬昇，到了一九九〇年已經高達 14.51%。

① 不過，在這種各方角逐的混亂局面，英國民眾的意願、他們的經濟能力是否真能支持商業利益的出現？似乎不無疑問。比如，遠至一九九二年元月，該國的有線電視寬頻訂戶只有 268812 (Spectrum, 1992 Spring: 23)，顯見英國對於這些新媒介的有效需求不足。其次，「第五頻道」的營運執照開放申請以來，至一九九二年六月，只有一家公司探路，顯見資本家對此亦不看好 (Economist, 11 July 1992: 53)。

表 3.3 BBC 之執照費收入與商業部門收入的百分比 (%)

年度 (至該年三月三十一日)	總收入 (百萬英鎊)	執照費收入佔總收入*百分比 (%)	商業部門收入佔總收入*百分比 (%)
1975-1976	151.4	96.70	3.30
1979-1980	478.3	89.46	10.54
1985-1986	1084.1	90.28	9.72
1989-1990	1446.8	85.48	14.51

資料來源：BBC Annual Report, 1976: 1981: 1987: Guide to the BBC 1990

*執照費收入指未扣除徵收過程時耗用的行政費；商業部門收入指營業總額，不是利潤。

BBC 增加商業部門的收入，根源在於執照費收入難以及時而充份地反映它的營運需求。在財政壓力之下，BBC 也試圖利用新科技（衛星）販賣、再次利用其節目於海外市場，一九九一年三月它開始在歐洲地區以向訂戶收費的方式，提供影像；同年十一月則進入亞洲，以播放廣告的方式支持其一天二十四小時的「服務」。BBC 或許會說，這些海外舉措容或傷害了它在英國境內的公視原則（觀眾普同共享而不是特別付費的人才能使用、不播廣告而淪為替商業利益說項），但畢竟也是不得不有的應變策略，並且也是維持其在英國繼續維持公共服務的作法。實情是否如此，或者就如主張徹底解除廣電管制而聽任市場帶領之《經濟學人》所預測，「這乃是一葉知秋、見微知著 (the thin end of the wedge)」，告示了 BBC 公共服務宗旨的淪陷？前事不可忘：紐西蘭的公視開始播放廣告之初，也只讓廣告收入佔其總收入的 10%，但現在却已是 95% (Economist, 15 June 1991: 65) ②。

② 財政壓力也讓 BBC 難以放手一搏，它甚至必須設法擱置人事、節目製作費用，在開源

其次，BBC 的節目內容是不是逐漸商業化？這是比較難以明確察知的問題。不過，爲了保有 50% 左右的收視率^①，以此作爲徵收電視機執照費的正當性，BBC 確實必須隨時注意 ITV 及 C4 的動態，既然如此，則 BBC 在節目形態及播出流程的設計方面，應該也就容易比同於播放廣告的兩家電視網了。

美國公視頻道歷年取自工商業界的款項，佔其總收入的比率，從一九七五年的 5.8% 躍增到了一九八七年的 15.1% (Carey, 1989: 209)，及近年的 16% (Aufderheide, 1991b: 61)。乍看之下，財團對於公視的營運比重，遠不如政府及一般基金或社區居民之捐贈；然而，「財團的錢通常直接用於特定節目的製作與包裝（納稅人經由政府給付的錢用於公視的基本開銷，社區居民的捐款則由地方電台自由支用）。如此一來，工商界反倒變成了公視節目製作過程中，最具影響力的單位。」(Aufderheide, 1991b: 62)。至於這些資本家捐贈經費的目的，不外乎利用「公」視裝扮、粉飾自身的公益形像，其中最具諷刺性的例子發生在一九七〇年代初期。當時石油公司爲了沖淡社會大眾因爲石油危機而起的責難，於是大筆贈款公視以求移轉視聽，其致金的程度幾乎到達控制公視的地步，公視也因此爲人戲稱是「石油電視

之外，從節流方向應付既費窘迫的窘境。最近的例子是，一九九一年元月十四日英國內政部 (Home Office, 主管廣電事務) 宣布，自該年四月一日起 (英國執照費徵收起始計算日)，BBC 的彩色電視機執照費由前年的 71 調至 77 英鎊，調幅 7.9%，低於 10.9% 的通貨膨脹率 (即便隨其調整也是不敷使用，何況不如!)；緊接著，該部要求 BBC 在一九九六年其營運特許狀的期限屆滿前，刪減營運經費 1 億 3 千 1 百萬英鎊。聞訊此言，BBC 的執行長表示，既已如此，則 BBC 在三年內將裁員 2800 名並凍結人事，他並預測同一期間內 BBC 的節目製作費將削減 10% (但官方表示 BBC 應再多砍掉 5%，而 BBC 的商業營運應在此期間內再多進額外的 7 千 2 百萬英鎊) (Times, January 15 1991: 2; Guardian, January 15 1991: 4)。

^①筆者掌握的資料有限，只能舉 1985-86、1987-88 的數據爲例。前者 BBC 的二個電視網是 47%，ITV 與 C4 是 53%；次年則 BBC 減回 2% 而爲 49%，ITV 及 C4 則是 51% (BBC Annual Reports & Accounts, 1987-88: 67-68)。

公司」(Petroleum Broadcasting System, 筆者按：取其英文縮寫亦爲 PBS，與公視的英文縮寫相同) (Kellner, 1990: 202)。美國公視常自詡其營運基金多元，以此可以較爲獨立運作，其實不然，問題出在所謂的資金多元，其實是資金來源不穩定而予財團有機可趁。

2.4 科層組織與公共電視

在排除了不當的政治及經濟干擾並取得「流通」電子訊號的頻道以後，爲了要在最大範圍之內，「生產」多元 (不等同於多量) 的影視文化品位並負創新、實驗之責，公電視網尚須設計得出適格的科層組織形式。一方面，公共電視必須善用「規模經濟」(economics of scale) 的特性，透過組織的擴張而降低製作節目的成本，並期求能夠將順此而省約的資金，轉而再投入於開發他種類型的影視品味以得到「範疇經濟」(economics of scope) 的效益^②。另一方面，公共電視也必須知曉，組織無邊的膨脹將可能重蹈「彼得定律」因人設事的陷阱，亡失了照顧「公共」利益的原則而淪落爲自身科層利益的辯護。因此，兼求大組織的經濟優點與小組織的彈性靈通，也就成爲發揮公共電視精神的巨大挑戰。具體而言，這也就是(1)如何讓專業精神落實而不流於「作之君作之師」(paternalistic) 的專業暴力、精英由上而下的強勢指導作爲；以及(2)公視節目的「取得來源」問題。就前項目標來說，這是公視如何在其專業素養與政治經濟勢力之間求取平衡而回應不同民眾的需求。就後項目標來說，又可分作兩方面探討：以編製內外作爲標準，公視節目應以多少比率的編製內製作、多少比率的編製外製作最爲恰當？以地理區域作爲標準，應該有多少地方製作與播放系

^②強調後福特、後現代的「新時代」之說，以爲「規模經濟」的重要性已經爲「範疇經濟」的講求所取代。殊不知這是一誤解，參見〈新時代？後現代與後福特時代〉，《當代月刊》，1989年11月(現收於馮建三，1992c)。更詳細的辨說則見 Chandler, 1990; Costello et. al., 1989。

統、製作與播放多少時數才是最好？編制內的比率大、製作與播放中心愈是集中，則公視組織亦大，反之則小。

前述的公視難題，在英國表現地再明白不過。中央化的科層組織產製了堪稱多元的電視節目之優點，與君師的僵化專業態度之缺失，同時並存。以 BBC 兩個電視網為例，除了新聞性節目由於其特性而必然是內製以外，其它娛樂、文化類型等沒有時間約制的節目，也幾乎全部是 BBC 編制內員工所生產（扣除購自國外以及開放大學的教學節目，BBC 每年播出時間略多於一萬小時，其中編制外的製片人生產的時數不足六百小時，參考 Tunstall, 1983: 224; Economist, February 3 1990: 31）。其次，以一九八一～一九八二年為例，BBC 編制內節目是九九六八小時，其中首都倫敦地區「製作」了五二七〇小時（佔 52.87%），其它地方製作了四六九八小時（47.13%）。倫敦製作的節目於英國全國各地均可看到，但地方製作的節目只有一六一九小時於全國播出（其中，種族不同於央格魯·薩克遜人而於過去一千餘年相繼為其佔領、併合的蘇格蘭、威爾斯與北愛爾蘭等三個地區佔了二九四小時，另外尚有一二八二小時則由央格魯·薩克遜人大本營的英格蘭第二、三、四大城製作，英格蘭的另五個城市再製作剩下的四十三小時）。只在前述十一個地理區製作及區播出的節目合計三〇七九小時（蘇格蘭、威爾斯與北愛爾蘭等三個地區共佔一一六九小時，剩下的一四一〇小時大抵平均分配於英格蘭的八個城市）。BBC 的節目內外製比率及其地理區分布是否（不）合理，容或因為比較標準的差異而見仁見智（比如，美國公視系統立法正式開播之前，在一九六六年已經有一一四個教育性地方電視台，一九八九年更到達三三八個，顯見應合於美國政府的聯邦分權制 [Sterling & Kittross, 1990: 633]，相形之下，BBC 集權了許多；不過，若以台灣為例，則顯然 BBC 模式是分權的）。只是，BBC 對照英國播放廣告的二家電視網，

則它特出之處在於：(1)相較於「獨立電視網」(ITV)，英格蘭的地區性節目多元程度，稍有遜色。ITV（不含倫敦地區）在英格蘭有十個製作及播放中心，BBC 是八個；ITV 這些中心每週製播本身節目八至十小時，BBC 則是三至四小時 (Tunstall, 1983: 218-9)（但 ITV 一如 BBC，節目大抵均為內製）；(2)相較於「第四頻道」(C 4)，BBC 外製節目稀少，不若 C 4 在立台伊始即已規定其節目至少應有 25% 外購（但 C 4 沒有地區性播放網）。

BBC 科層組織在其本國之內的相對僵化，加上其第一任執行長 (Direct-General) 雷士 (John Reith) 「忝不知恥的君師心態」的遺風，放言「我們顯然是要給公眾我們所認為他們需要 (need) 的東西，而不是給予他們想要 (want) 的東西」(Murdock, 1992: 28)，構成了 BBC 最為人垢病之處（參較 Madge, 1989）。知悉這層背景之後，我們就不難理解，為什麼傾注全力抗拒政治經濟壓力、並且知悉在現存社會關係之下引進新科技的結果將對公視理念造成戕害的文化工作者，他們既要捍衛 BBC，使其免於續受政經不當的衝撞，却也大聲疾呼而強力抨擊現存的公共電視形式。這種走避非楊即墨的焦慮情結，在下列這段話表露無遺，「捍衛公共服務廣播的人，如今察覺他們乃是手足錯置，因為他們宛若是支持著科層組織相當僵化而又是國家機器掛帥的傳播體系，而路人皆知，諸如此類的傳播體系絕非「公共領域」理念的展現。非但如此，捍衛現有公視之士似乎也忽略了新傳播科技或許可能發揮的無邊潛能，足以超越國家機器介入這這條死胡同，引領我們進入更為理想的「公共領域」」(Golding and Murdock, 1991: 25) ①。

①西、北歐主張「真正」公視的人，他們對於現有公視組織的運作實況之矛盾心情（除本引文之外，亦請參見註1），其實同樣見諸西方左翼社會學科人士對於「國家」(state)與社會形構關係的討論 (Frankel, 1983)。但正如同究竟合種形式的國家才真正能夠符合社會主義的理念，畢竟只能從原則確立而於實踐過程中，自行加以修正。

所謂公共電視危機，追本溯源，在於資本主義的生產模式具有一股驅力，總是企圖將各種人際事務化作商品關係，將人解消為被動的消費者而剝奪其參與「公共領域」生活的角色；作為公共領域的一種形式，公視違反了資本主義這個經濟邏輯，因此自其存在以來，原本未曾安然無憂。一九八〇年代，資本主義極力嚐試掙脫過去近二十年來的低迷，於是挾新興傳播科技的便利，一方面開拓新的閱聽人商品，他方面用以侵蝕先前屬於公視的閱聽人公眾，以此作為依據，然後斷絕公視在政治上取得寡佔電波資源的合理性，同時質疑公視在經濟上課徵足敷其使用之執照費額度的必要性。再者，新科技也藉著它所能達到的「分眾、小眾」效果，散布其意識形態上的迷霧，將民眾對於現有公視組織形態的僵化之不滿情緒，召喚了出來。新的傳播媒介，往前邀約了政治經濟勢力，向後牽引出了科層組織的問題，猛力衝擊著西、北歐國家的公共電視制度。

第三節 台灣「公共」電視的來龍去脈

一九八〇年代的台灣，相對於美國、西北歐國家，可以說是異像環生。就經濟事務而言，台灣非但沒有如同這些世界資本主義經濟體系的核心國家之停滯、衰退，她反倒是持續記錄了高度的經濟成長與外匯累積。與此「經濟奇蹟」同步發展，台灣的電視也出現了「違反潮流」的現象，這就是說，歐洲的公共電視制度或美國的公共電視頻道，晚近十多年所經歷的危機（參見第二節）不僅沒有重見於台灣，

爭取與確立，因此強調「真正」公視尚未存在的人，往往也無法超越原則的陳述而具體傾訴真正的公視是什麼。比如，政治理論家開因 (Keane, 1991: 127, 150) 在論列「公共服務媒介」的建立時，也只能說這樣的媒介，「先要能夠排除當代國家權力的各種檢查舉措」，「其次則要重新界定如何才是公共服務的模式：非國家所有的多元媒介，免除國家與市場的雙重檢查。」原則之確立不難，如何底定策略而遞次逼進之，才是難事。

我們反倒是「逆向反動」而於一九八〇年初由當時的行政院長宣告將「成立公共電視台」，並且在一九九〇年組成「公共電視籌備委員會」，聲稱一九九四年以自身擁有的頻道開始播放節目，其大事記如〈表 3.4〉。

我國在經濟上顯現的異像，若以華勒斯坦的架構解釋 (Wallerstein, 1979)，則是「蝌蚪哲學、以鄰為壑」^②，稱不上有何神祕之處。那麼，台灣公共電視為什麼在這個時候誕生而不是更早或更後？本節先行試著回答這個問題，然後交待公視獨立建台的重要演變過程及表現，最後以公共電視法草案的討論作為終結。

②華勒斯坦的資本主義世界體系理論認為，一個半邊陲國家在這個體系中往核心移動的過程，「只是在國家 (state) 這個層次上的調適，是資本主義傳統「狗咬狗」的把戲。這談「不上」是「發展」，而只是成功攫取世界剩餘。」華氏接著說，「我們不一定要認為這是唯一的道路，更談不上這是可取的一條路而退自名以「成長、進步與發展」。最後，他引述陶尼 (R. H. Tawney) 在《論平等》(Equality) 一書的一段話，表示這段話不僅可以用於個人在不平等世界中的景況，放在國與國之間的關係，同樣適用。這段話是：

「雖然側身不便利的環境，才智較為聰明的蝌蚪是有可能告訴自己稍安勿躁，因為它們總是可以想到一語事實：同伴的大多數就將這樣終其一生，永遠就是蝌蚪，但總有幸運的一批，有朝一日，它們的口肚必將變大，然後敏捷地跳上陸地，回首向先前故友蛙鳴蛤蛤，說是它們因著這些長處、因著那些手段，因此得以從蝌蚪蛻變成爲青蛙。對於社會抱持著如是的概念，不妨稱之爲「蝌蚪哲學」(the Tadpole Philosophy)，在其之下，社會性的罪惡，如果連能夠讓人得到安慰，也就剩下「超絕的個人，可以成功地走避社會性罪惡啊」之類的想法。……試問，抱持這麼樣的態度，又會對人生抱持何等的看法！這豈非是說，在生而不平等的各種環境、社會，才智之士往上攀升的機會居然尚有平等可言！果真能夠如此，這豈非是說，人類大眾的地位永遠合當如此，再自然不過，而文明也者，唯有免脫這種宿命始克能夠！這豈非是說，秀異權柄之使用，再高貴也只能是推擠舉爬上岸，但鯁口不談，視而不見，知而不想自己方當登陸之時，正是衆多同伴行將滅頂之日！」

華勒斯坦的結論是，如果不作蝌蚪，就不要只想從這個體系得利，而是要整個地改變這體系 (Wallerstein, 1979: 101)。

表 3.4 台灣版公共電視大事記，1980.2.6—1992.10.26

年 月 日	大事記
1980. 2. 6	行政院長孫運璿於中小學教師自強愛國座談會提出建立公共電視台的構想。他表示「應在目前三家電視台之外，再成立一家公共電視台，負責製作沒有廣告的社會教育節目，以配合國家政策與教育的需要。」
1982. 6	新聞局成立「廣電未來發展研究委員會」，研擬了一份公共電視計畫草案，主張以 6.6 億先成立製作中心，後遭放棄（張繼高的提案）。
1983. 8.25	新聞局草擬「中華民國第一階段公共電視節目製播計畫」
10.18	行政院核定「中華民國第一階段公共電視節目製播計畫」：節目以委製方式行之，每年播國內外節目 650 小時，使用三家電視台頻道，制衡商業電視。每台每週提供 5 小時，不另支付播映費用。
1984. 1. 1	「廣播電視事業發展基金條例」開始施行。第六條第一款規定該基金用於「優良公共廣播、公共電視節目之製作」。
2.16	行政院令新聞局成立「公共電視製播」小組，初由該局國內新聞處兼任相關工作，並另聘五人組成之。首任執行長為當時新聞局國內處長朱宗軻兼任，下設副執行長、秘書各一人，並有國內節目科、國外節目科與行政科。
1984 5.20	所謂的第一個公視節目「大家來讀三字經」在中視頻道播出。
1985. 2. 1	「公視製播小組」脫離新聞局國內處，由新聞局參事劉侃如專兼執行長，新聞局並另派四人專任、二人兼任，並聘五名專職人員。

1986. 6.14	行政院核示「第二階段播映計畫」，將「公視製播小組」納入「財團法人廣播電視事業發展基金」，新聞局同意以年度公共電視製作費捐助前項基金，指定作為公視發展之用，並由該局監督。該基金董事長為新聞局長。
12.24	廣播電視事業發展基金第一屆董監事舉行第六次會議，修改基金準則與人事，正式將公視製播小組併入，該小組並易名為「公共電視節目製播組」，由基金副執行長劉侃如兼任組長，下設副組長一人，節目與行政二科。
1987.12	新聞局提出「中華民國公共電視台設台計畫草案」（首次）
1988. 9.	交通部與國防部協調後同意讓出 4 個 UHF 頻道，供作公視使用。重新走向 1984.4.21 已提及之議案。
12	新聞局確定建台方案。
1990. 1	新聞局成立「公共電視建台籌備工作小組」
6. 3	新聞局宣布成立「中華民國公共電視台籌備委員會」
8	公視籌委會名單公布。籌備委員共 22 人，包括主任委員一人陳奇祿（曾任文建會主委）；常務委員八人（政治大學新聞系教授徐佳士、文化大學傳播學院院長王洪鈞、民生報總主筆張繼高、藝術學院副教授林懷民、清大物理系教授沈君山、大法官楊日然、聲樂學家申學庸、新聞局長邵玉銘）；委員十三人（中國時報資深主筆楊乃藩、清華大學人文社會學院院長、中研院近代史所所長張玉法、故宮博物院副院長江兆申、中山大學文學院院長余光中、師大英語系教授楊萬運、中華經濟研究所所長于宗先、前駐韓大使薛毓麒、師大教育心理系教授黃堅厚、台中體專校長簡曜輝、教育部長毛高文、文建會主委郭為藩、作家葉石濤）。副秘書長由新聞局官員張平出任。

- 7 公共電視台土地購置預算 3 億 2264 萬元遭立法院刪除。
- 7.27 行政院核準新聞局設立公共電視台一案：新聞局成立「中華民國公共電視台籌備委員會」，籌備期間預計為 1990 年 7 月至 1993 年 6 月，籌設經費台幣 34.5 億元，由新聞局逐年編列。
9. 籌委會成立公視法起草小組，楊日然（大法官）及徐佳士（政治大學新聞系教授）為召集人，林子儀（台灣大學法律系副教授）、許志雄（國策中心研究員）、翁秀琪（輔仁大學大眾傳播系副教授）、許宗力（台灣大學法律系教授）、蔡明誠（政治大學法律系副教授）及遲琛（新聞局廣電處處長）為成員。
- 10 由於景氣低迷，三台「希望公視退出晚間九點或十一點節目時段，以便三台經營節目時段更具彈性」。
- 11 一半以上的公視籌委醞釀辭職，因恐有作新聞局的橡皮圖章之嫌。
1991. 1. 現任我國駐新加坡辦事處副代表王曉祥出任公視籌委會秘書長。
6. 公視法草案完成（計八章 69 條）。
- 6.22 立法院要求公視法相關法規未通過前，不得動用 1992 年度經費（19 億 2440 萬）
- 7.16 立法委員周荃舉辦公視法草案公聽會。筆者協同郭力昕、陳光興前往參加，逐條就該草案提出修正意見。
8. 5 公視籌委會舉辦二場座談會。
1992. 2.24 公視製播小組人員預定在 1993 年 6 月前分三階段納入公視籌備委員會編製
- 4.24 新聞局舉辦「座談會」。與會人士大底分成兩類，一為由立法委員周荃提請新聞局邀請的名單，其意見主要

在於公視既已大有成為政府電視的可能，則現有建台工作應更審慎、甚至暫停俟公視法通過以後再議，這類與會人士的背景多是大學院校新聞大眾傳播系所具有批判力的教員；另一則由公視籌委會提請新聞局邀請的名單，其意見主要是不管是否為公視，只要有一個不播廣告而可以增加（高雅）影視文化節目之製播的機會，則為了避免夜長夢多，現有建台工作如果不能加速，亦不應減緩，這類與會人士的背景多為影視工作者（以公視之名而以政府電視行文化賄賂之過程，可能受益的一群人）。

5. 5 筆者協同郭力昕、陳光興前往立法院與謝長廷「溝通」。
- 5.12 《當代》月刊、自立早報、社文聯於台大校友會館舉辦「當前公視危機座談」。
- 5.21 行政院新聞局召開第二次協調會，修訂「公視法草案」。明訂主管機關為新聞局，公視董事不必經立法院同意、亦無須總統聘任，而直接為行政院長任命即可。據稱，公視董事不經立法院同意，原因是行政院法規會及人事行政局認為，憲法只規定行政院長及審計長須經立法同意，如公視採取類似程序，為違憲。主計處認為，若依草案而行政院只能加註公視預算之意見，不能刪減，不符預算法（見中時晚報 1992 年 5 月 21 日第 4 版賴丕遠的報導）。
- 6.19 新聞局表示，公視製播小組 14 名專業人員改為分 2 梯次於 1993.1 納編。
- 5.26 公視預算 1993 年度 15 餘億通過，但必須先執行三項前提條件：(1)籌委會及未來董事會等人事組成應超越黨派；(2)行政院應於立法院下會期開議前將公視法草案送請立法院審議；(3)公視籌委會應重新改組即起擴大社會參與。

8. 3 筆者趁便前往台東社教館以「公共電視是什麼？」為題，發表講演。參加的台東市民不逾十名，聽眾反映是「我們要這樣的電視幹什麼？」、「徵收三台經費作為公視之用？太天真了罷！」。
8. 7 對於所謂公視建台過程非常熟稔的趙天楨（於6月24日，7月4日、26日相繼於工商時報、台灣時報與民生報發表「公視何在？」、「公視考卷」及「也談‘委員會’的問題」；在此之前趙氏發表的相關文章收於註24的38至44行），聞悉新聞局將於8月10日邀請大學院校新聞大眾傳播科系教師餐聚，以為行政院將為已遭篡改之公視法草案（即本表5月21日的記事）預作功夫，爭取支持，趙氏心中雖不以為然，但亦無可如何。
- 8.10 新聞局邀約新聞大眾傳播科系及其它學門之教師餐聚，據與會人士稱，席間似只掠過了公視在內的許多話題。這種餐會似是新聞局的例行公事。
- 9.10 行政院無異議通過「公共電視法草案」，將於近日內送立法院審議，此案與1991年6月占公視法規小組所提草案最大的不同，一如本大事記1992.5.21所載。
- 10.17 公共電視法草案進入立法院內政、交通與教育聯席會一審。
- 10.20 據悉，公視籌委會成員之一林懷民於今日寄出存證信，辭去籌委身份。
- 10.26 政治大學傳播學院十八位專任教師聯名發表〈一封公開信：我們期望公視實至名歸〉（收作附錄文件），中央日報、自由時報與自立早報均原文刊登，聯合報節錄大部份，大成報作成頭條（並以紙上座談方式登錄四分之三版關於公視的言論）。

資料來源與說明：●。

3.1 公共電視建台原因：一箭四鵰？

不滿意官控商營電視現象之公正市民，比比皆是，對於他們而言，如果能夠名實相符，則即將獨立建台的公視不啻是「千呼萬喚始出來」的進步舉措。不過，對於向來想要以君師之父權（paternalistic）作法擁有電視台的國家機器（state）而言，目前的公視也大有能是其「一償夙願」的時機。不但如此，如果公視現在獨立建台，似乎也可以連環地達達到三方面效果：(1)透過文化賄賂；而(2)延續官控商營的電視結構；並構成(3)佔用頻道的實際效果。下文即針對前舉命題進行細部解剖，跨前一步分析其含義。

所謂公視現在建台可以讓國家機器「一償夙願」，也就隱含著(a)這個公視雖然還是政府主控但將有別於現有三台；(b)目前（一九八〇年代以來）是過去三十年來國家機器達成此一目標的第一個良好時機。

在政府主控之下，這個新的電視網由於背負著「公共」之名，賦予了民間力量較多的爭取籌碼，因此理應可以得到較大但有限的相對自主性及獨立空間。除此之外，此一新電視台與現有三台最大的不同，依據公視法草案及民間人士對該草案的討論（詳3.3），應該是其財源並不取自廣告收入。這一個狀似無足為奇的經濟規範，如果再作分析，却大有文章。我國初成立電視台之時，依照台灣內部條件及非經濟性因素，應該得出的是類似英國父權模式的電視表現。畢竟，有利於創建該模式的條件，諸如「相對一致的文化傳統、狹小的地理幅員及統治精英份子所具有的強烈作之師心態」（Williams, 1974；馮建三中譯：48-9），存在於台灣的濃度遠比英國來得濃郁。但這些內部條件却缺乏經濟因素的配合，如國家機器本身毫無資金可供差使，致令其完全以官控商營方式經營電台的主觀意願，「功虧一簣」。具體而言，一

●據筆者有限的了解，目前的公視籌委會似乎沒有本身歷年行事的記要。這些資料取自各種筆者所可能取得之任何來源，包括了報紙、雜誌、官方簡報及文書。

九六二年台視開播乃至一九七〇年代初期另二家電視台創立的台灣，非但國家機器尚無充份財力以撥款方式設台，甚至出現資本家在三邀四請的情況下才勉為其難地出資「共襄盛舉」；如果以民眾繳交執照費的方式建台，雖非不可行，但可能阻却了民眾購買電視機的意願而對當時方正起步的電子工業不利；更重要的或許是，在台灣經濟正待「起飛」的時刻，工商業界需要影視廣告作為其行銷管道。在這種矛盾的局面下想要發展電視，則就國家機器的立場論事，官控但商營也就成為唯一的選擇；但正因為這是一種矛盾的結合，所以自有電視以來，位居國家機器領導中央的統治階層，向來也就對於三台商業行為脫軌過度時，罵不絕口，並且今烈於昔（相反地，三台政治文化表現之保守，却非但不為其呵責，反倒為其贊賞）^④。晚近十多年以來，經濟

④在一九六〇年代初期開辦電視，依有限資料看來，應非台灣資產階級的主動意願（葉明勳，1992）。張繼高（聯合報，1992.4.14：副刊）也說「蔣中正氏乃令省主席周至柔負責，周氏動員了省屬行庫及部份本省財團投資……」，既「動員」則非自動也。

統治精英的父權心態而厭惡商業邏輯，由蔣介石於一九五三年的談話可知，他說「廣播如果商業化，其所傳佈的商業新聞和廣告，則弱一般消費者對於商品的選擇能力，並助長獨佔資本的氣勢。廣播如果市儈化，更將迎合一般群眾的低級趣味，傳佈頹廢頹廢的音樂和樂曲，那損害國民的心理健康的影響更大了。」一九七〇年（？），「目前電視廣播……商業……時間居多……對於青少年心理，往往產生不良影響，教育部應對電視節目負責逐日審查。」（引自李贇，1973：301-2）。這種心態迄今未嘗稍減，甚至猶有過之。比如，今（一九九二）年六月一日，行政院長郝伯村在文化復興總會發言，表示對於「電視低俗化感門相當憂心」之後，該會會長，也就是現任總統李登輝先生亦但同意，他更是立刻指示專業研究。次日，三台高層主管也都信誓旦旦，表示如果確實如此，一定研究改進（中國時報，1992.6.2：6.3：22），同年八月二十二日則文化總會成立「電視文化研究委員會」，本源於此。

至於其它民間、學院份子反對商業電視，但又傾向於以父權模式作為其替代方案的例子，歷來不乏其人。較早的記錄是李贇教授本人多年來就此寫就的論文、書籍，以及李氏書中所引的資料（如李贇，1973：5-6；237-241；402-403）。較近的例子則以今（一九九二）年三至四月中旬台北許多家報紙幾乎不分政治立場地要求公視建台不能再延，父權、惡商及對高雅（或民俗）文化的觀懼，將他們統一了起來。為什麼報端以如此違反常態的作法而口徑一致？從需要面來看，這可能是因為公視籌委會秘書長王曉祥氏的超強遊說能力有關。從供給面來說，撰寫這些支持公視立即建台文稿的人，全部不是新聞採訪線上的記者，而是非編制內的自由作家或報社主筆，公視這個名詞對於他們有天然的吸引力，因此撰文支持並不違反其立場。（3月31日自立早報4

版、石靜文：「開創公共電視的一片藍天」；4月4日自立晚報3版、王曉祥：「迎接一個媒體新秩序的時代來臨」；4月8日自立早報、社論：「願公共電視順利完成立法與建台」；4月10日台灣新生報5版、賀然：「籌設公視不容緩」；4月11日民衆日報2版、社論：「期盼公共電視實現民主的建台觀念」；4月12日大成報10版、陳樹熙：「別用經濟效益衡量文化良心」／民生報2版、社論：「公視大樓與公視法」；4月13日中華日報11版、謝鵬雄：「為公共電視台請命」；4月14日聯合報副刊、張繼高：「為什麼需要公共電視？」；4月15日中央日報2版、社論：「對於公視應有的認識與期望」／台灣新生報2版、社論：「公視不能老當無幾爛牛」／台灣新生報9版、樂莖軍：「公視建台不容改變」；4月18-20日中國時報人間副刊：「美麗新世界——電影類、美術類、音樂類（「從哨吹到雙簧管」、攝影類（「看的方法」）（座談）／余光中「文化，是國民的權利」／王曉祥「尊重文化人」）另一批也主張建立公視，但對於其程序及其在現狀下能否獨立建台的自由作家，也在稍後撰文對此質疑。（4月19日中國時報人間副刊談話：「應該不是妄想」；4月20日中國時報人間副刊郭冠英：「公視如磁石」；5月18-19日中國時報人間副刊李所恩：「公視仍在否？」；5月21日自立早報14版「那隻手來扣開公視頻道？」（座談）；5月22日中國時報人間副刊談話：「欲速則不達：美國公視建台記」；5月25日中國時報人間副刊郭力斯：「誰需要公視？」；6月2日自立早報5版、李所恩：「是決心誤會？還是誤會決心？」）如此多量而密集地就單一主題撰文，反映我國社會對於電子媒體的關注、不滿的強度已經加強許多，相較於台灣廣電媒體於1970年6月因立法委員之質詢方始首度得到廣泛注意的情形，（徐恩普1976：104）已經不可同日而語。其它對於公視是否能夠脫離「政府」而運作的質疑報章雜誌論文，大多發表於相關單位就公視事務有所行動之後，如1990年初「公共電視建台籌備工作小組」成立不久後，而翁秀琪於自立晚報發表「要公共電視不要政府電視」（2月15日）、中國時報3日16日以整版四篇專訪文章表示「政府偷錢，出賣人民的公視？」等等；同年公視購地預算遭刪除時，自立早報由多位記者輪流撰寫系列文章「褪去黨政外衣還給公視真面目」（1990年7月6-12日，七篇）；1990年11月初傳出一半以上的公視籌委會離職，因恐有件新聞局的橡皮圖章之虞的消息傳出以後，相繼有多篇「趁機」聲援及順勢討論相關問題的專文（曹鏡元：「我們的公視在哪裡？」系列報導，中國時報，11月22-28日；天下月刊，「公視幕後：誰在導？如何播？」12月：78-95；鄭瑞斌：「讓「公視」名副其實」，中國時報12月17日；中國時報1992年1月6日11版、座談：「如何建立真正屬於大眾的公共電視台」2/3版面；曾煥輝，「公共電視台會變成政府電視台？——政府主控下的公視人事案」，財訊月刊1992年2月：159-164）。除此之外，由於1990年7月新聞局表示將逐年編列公視建台預算而遭立法委員周荃等人接續二年（1991年6月及1992年5月下旬）強力阻止，報端對此亦有置語，但1992年（也就是離政府所公布之公視開播期已又更近了些）的報導篇幅與反對行政部門的言論強度，已經減弱。在這些隨著政治議場而刊載的新聞、評論以外，另有一些新聞性較弱的文章，如中國時報人間副刊1991年7月22-26日系列專文、1991年11月6日趙天樞：「公共電視與政府」等。至於最早對政府主導而使用「公共」名詞表示不滿而發為文章的學院人士，可能是徐任士（1984b）所言：「許我們應該坦坦白白這樣做，捨去「公共」這個名號，叫做政府電視」。

上的「奇蹟」暫時解決了國家機器財政上自作東家的困難，於是它躍居抬面而呼盧喝雉、邀約具有同等君師態度的民間（包括學院）人士共同為催生由其主導之公視的出現。（徵收執照費也是其考慮的一種方式，但將相對損及其發言的能力，並且也將遭遇到觀眾較大阻力，如南韓的例子）不僅此也，國家機器一償夙願的主觀想法，更可以連環產生客觀的效應，發揮電視文化賄賂的作用。

所謂電視的文化賄賂，其發生的基本原因是台灣三十年來的官控商營之電視環境非常惡劣^②，但掌握「全面」改革電視環境契機的國家機器，却因為全面改革將減損它以電視作為政治工具及謀利的能力，因此無意從事之；但是，電視表現長期以來不如人意，勢必引發民眾的不滿而要求改善。面臨這個壓力，最符合國家機器利益的作法是設法以各種方式，在最大可能程度之內，滿足這個階層的人對於影視節目的需求，但又不至於動搖它對現有三台的控制。在這個過程，由於受益的群體只是社會中的部份人口，並且很可能以中上階層的電視文化品味為主，因此稱作「文化賄賂」，可以再分作兩個類型續作探討。第一個類型在時間順序上，出現的比較早，但並不是國家機器的主觀行事，而只是客觀存在的現象。最明顯的例子是俗稱第四台的有線頻道或衛星頻道在我國「普及」的程度。截至一九九〇年代初期，相較於電視制度屬於公營的國家（如日本、英國等）、或是相較於與台灣同屬（半）邊陲地區的國度（如南韓、香港等），這些新媒體在

^②根據一九七三至七五年一項對 91 個非共產之開發中國家的廣播系統所作的調查，產權完全為政府所有者為 41%，私人者 4%，公共單位者 21%，後二者合併者 7%，前二者合併則為 27%。在其日常營運方面，純由政府出資的國家佔 10%，純由廣告支持者只有 2%，採和前二者的是 37%，採和前二者及執照費者佔 34%，執照費及政府是 5%，其它方式是 7% (Katz and Wedell, 1978: 47, 50)。至於台灣，即便將中視列入私人經營範圍，則政府亦擁有 67% 電視；至於日常營收則幾乎百分之百取自廣告（不過，前列 Katz and Wedell 的資料沒有將電視與收音機分開計算，因此台灣的電視產權與營運資金之來源是否特殊，還不能斷定）。

台灣的普及率是總家庭戶數的 10-20%，這個比率高出前舉類型的國家不少。為什麼如此？以文化賄賂的觀念解釋，這是因為我國經濟或文化優勢的階層（集中於都會區居多），利用了過去十多年來的新科技之發達，以自求多福的方式，繞過對於三家電視施加壓力的途徑，「另闢蹊徑」而相對豐富了自身的收視機會^③。但第四台等客觀存在的文化賄賂情事，雖然大致符合黨政軍的利益，但畢竟另外帶來了國家機器不願見到的副作用（如色情片、版權壓力、反對黨製作的政治性節目等等）。肇因於此，因此出現了第二個類型的文化賄賂，此即過去十多年來，國家機器易被動為主動，逐漸強化以政府主導所謂公共電視的建台，如果按照其如算盤運行，那麼公視非但可以憑藉「剷除通俗文化的專制，……使傳統民間藝術順利攀登現代媒介」的能力，滿足弱勢藝文的生產者與消費者的需求（徐佳士，1984 a），國家機器更是可以同時強化其討好高品味人士的效果而不致於出現違逆教化目標的節目。

公視的出現，讓統治階級得以主動行使文化賄賂，暫時杜絕作為影像「消費者」的不盡意，因此能夠維護了三台官控商營的整體既得利益^④。然而，消費者之外，影像的「生產者」同樣心懷怨懟。雖然其遠景不明、難以稱好，但利用電子器材作為「另類媒介」（alternative media）的運動，起自一九八〇年代中期已經持續拍打三家電視台，內中包括了對於三台及收音機頻道資源的壟斷之質疑與實際行動的挑戰^⑤，現將反電子媒體之大事，摘要如〈表 3.5〉。

^③關於本段落所談現象的實證資料及「電視文化賄賂、有線及衛星等新傳播科技、電視制度、國家機器、國際資本與本地資本之間的動態關係」，參見馮建三，1992 b: 33-37。

^④或許有人說，有線、衛星電視不是奪走了三台的觀眾嗎？焉可說是有線、衛星的開放無損於三台？對此筆者要再作二點說明：(1)至亞衛一九九二年入夏以來的表現為止，三台並未見得因為新媒介而損失廣告客戶，因此說不上二者有利害的衝突，電視公司競相爭取的畢竟是具有廣告價值的「閱聽人商品」而不是單純的「閱聽人」（參考 Smythe, 1978）；(2)即便三台有所損失，這也是不同資本團體之間的爭奪。

表 3.5 台灣反電視媒體的具體行事大事記，1989-1992

年 月 日	大事記
1989. 6	由於不滿台灣電視處理大陸六四事件手法，深具批判力的一群人於十天內集體製作了「歷史如何成爲傷口」錄影帶（自立早報副刊 1989 年 9 月 19 日）
11. 30	台北縣長候選人尤清競選總部首度違法播放「民主進步電視台」
1990 1. 3	高雄縣長余陳月瑛指示高縣政府成立電視台與電台，沒有結果。
2. 12	台北縣長尤清與新聞局交涉成立交通電台，預算遭縣議會刪除。
3. 1	「民主之聲」開播，民進黨秘書長張俊宏表示「將竭力突破廣電禁忌」。之前
2. 28	於中和試播，其後，3.24 起至 10.20 分別於高雄、高屏、三重、潮州開播。
3. 31	吳樂天籌設之「民主之聲電台」，發射器材於陽明山遭查禁。
5. 6	數名學生至華視噴漆抗議軍方資本操縱華視（1991 年 7 月 29 日獲宣告無罪）
5. 15	「民主之聲廣播電視台」與「台灣之聲調頻廣播電台」刊登四分之一版廣告，「請大台北地區民眾注意收看收聽。播出時間今日晚上八至十二時。現場實況轉播

訪問民進黨中央黨部秘書長張俊宏先生談：「民進黨爲什麼要參加國是會議」。

8. 24 台北縣縣長尤清表示，對於取締或勸導有關各種違法播放系統，概由縣政府上級機關自行辦理；台北縣政府不接受委辦。尤清的理由是，這些違法之舉實是突破三台壟斷不得不有的表現。
9. 初 民進黨秘書長張俊宏表示與香港聯繫，準備租用亞衛一號開播頻道。
9. 23 民進黨全省 21 家民主電視台成立聯合會，決定發起電視解禁運動。
10. 25 「台灣民主有線電視台」開播。
11. 1 民主有線電視台全國聯盟理事會決議，對於國民黨取締，採「一動不如一靜」方式。
11. 9 台北縣議會不准民主電視台至議會堂錄影錄音。
11. 27 頭版半版吳樂天刊登「爲許信良辦公室推動廣電解禁之聲明」廣告。
- 1991 2. 28 民進黨公布電視解禁計畫。
7. 7 「知識界反政治迫害聯盟」、「台灣學生制憲聯盟」以「反對（電子）媒體壟斷」爲題舉行座談。
8. 16-20 第一次（電子）「小眾（另類）媒體」研習營於台北市文山區大春山莊舉行。
10. 1 吳樂天的「台灣之音」刊登半版開播啓事，聲稱「吳樂天談天下事」前後十五集錄影帶，共售出 378 萬卷。
1992. 1. 10 連合會以電波干擾華視新聞頻道並表示將繼續爲之、擴及三台。
2. 1 連合會的部份發射機爲新聞局查獲。

●電子地下媒體的出現，是抗議整體廣電結構的一個表現（參見歐陽等人，1992；翁秀琪，1993）。另外，1990 年郭力斯將其三年來的寫作結集出書，是第一本專以電視爲對象寫就的評論文集，可以視作是台灣社會不滿電視表現之強度的一個指標。

2. 15 連合會開始於自立報系、自由時報刊登「挑釁」執政黨壟斷電波之半版廣告並宣稱將連續刊登十四日。
2. 29 民進黨的立法委員、國大代表之正義連線召開「打破電子媒體壟斷行動策略研討會」，公布現有電波頻道的使用情況、表示將於國代會議期間提出「電子頻道公平使用」、「政黨不得經營營利事業和電子媒體」。
3. 8 正義連線發起「反電子壟斷彩繪華視行動」，活動中有100餘人與警方發生數度衝突。
7. 16 電影資料館與清大文化研究研討會合辦（電子）另類（小眾）媒體座談會。
7. 25 反主流映像工作小組以四週時間，分別在台北市與高雄市舉辦「邊地發聲：社會運動記錄片展」。為期四週。
9. 1 報載（如自立早報九月二日四版）「台灣教授學會」成立監督電子媒體小組，從九月間展開收錄三台新聞、並監督三台的實驗計畫。
9. 21 連合會於報端（如自立早報一版）刊登廣告，表示二十三日起，將以「精進的技術」、「不定期播放」節目，以「實現民主理念，申張社會正義。」不過，一如連合會前此之舉動，有人認為這是吳樂天為個人利益而有的動作。

資料來源：作者整理，一九八九、一九九〇年之資料，部份取自台灣人權促進會（1990：263-265）。

面對來自影視消費及生產雙方面的抗爭，統治階級為了繼續其三台的電子霸權，不得不因應變動而調整、隨時視情況而進入讓步、解構、重構的過程，怎麼退讓呢？消極以言，不侵害其對三台的主導控

制為原則，積極以言則需(1)適時讓渡邊緣的資源，(2)散布「政治力退除而市場機能專擅」即為進步的意識形態（其結果則有如報禁開放之後的景況，與黨國同心的報業資本對於報紙的控制，相較報禁開放之前，更是「義正詞嚴」（馮建三，1992c：157-170）。關於前者，我們從一九八八年末稍新聞局先開放小耳朵、一九九二年八月一日起開放中、大耳朵，以及準備先通過有線電視法以使第四台合法化、後通過公視法，都可以看出國家機器乃是將比較不重要的電子媒介先行祭出，試圖逐步淡化三台所遭受的挑戰之邏輯。關於後者，即國家機器無法專就新的媒體打轉之時，則是推出公視，求能先行築巢架屋、佔住（UHF）頻道，達到阻礙他人進入的實效；繼之，新聞局也在今年初陸續放話，表示收音機的頻道開放在即，以此散播（政治）「開明」的表象而迴避真正問題在於商業力量的膨脹及隨之而來的桎梏。

3.2 公共電視建台歷程及其表現：水到渠成？圖窮匕現？

在台灣由政府發動而建立公共電視，或許是一種異化的行為。理由淺顯：三家電視台均由廣義的國家機器控制，如若只是要有另一個不播廣告的電視頻道，大可轉化其中之一即可，為什麼還要如此大費周章？只有在二種情況下，前舉理由不能成立。其一，建台理由不只是在得到一個不播廣告的頻道，而是如（3.1）所述各點。其次則是三台不再是政治力量可以左右，而是涉及到了黨國以外的資產階級（亦可包括黨國機器本身的若干組成部份，因其本身亦為資產階級之一員）之利益，致使國家機器亦再難、或是無意就產權歸屬這個重大問題發號施令。

筆者藉前段文字突顯我國公視的疑義，既已表達此一認知，下文則權且以首次有行政院長（孫運璿）明確表示創建公視之意願作為起點（一九八〇年二月六日），至今（一九九二）年九月十日行政院新聞

局召開公視法草案第二次協調會為止的十三年間的相關發展，作一回顧與評析（參見〈表 3.4〉）。

從一開始，公視建台意願的表示就已經強烈顯露其色彩。孫氏說公視目的在於「配合國家政策與教育的需要」，而說話的場合是中小學「自強愛國座談會」。事過四年而「公共電視製播小組」成立（一九八四年二月十六日），其執行長赫然是政府官員新聞局國內處長朱宗軻；次年該小組雖然脫離國內處，但其執行長依然是政府官員新聞局參事劉佩如；一九八六年底該小組易名「公共電視節目製播組」，雖然改隸財團法人廣播電視事業發展基金，但不僅該基金由新聞局管轄，該組本身之組長依舊是劉氏。在公視未進入獨立建台之前，很明顯，所謂「公共」電視節目的製作，完全是「國家機器」的附庸。然後是建台的各項工作，分作三大部份。先是新聞局宣布公視籌委會（決策單位）的委員名單（一九九〇年六月）、正（副）秘書長（執行單位）（一九九一年元月），以及公視法案的草擬（一九九一年六月公視法草擬小組提出、一九九二年九月十日行政院第三次修訂）。決策單位的二十二位委員現任官員四名、卸任官員二名、大專學院教師或研究人員十一名、資深報業主筆二名、高雅藝術工作者二名、其它類別一名。從其組成看來，這些成員應該已經會自動地合於國家機器推行其教化的目標，但新聞局猶然不肯放心，逼使二十二名籌委中的過半數以上，於一九九〇年十一月、上任未滿五個月即曾表示，他們不願作橡皮圖章。政府對於決策單位的自主權力不予尊重，則它會直接以現任外交人員（王曉詳）及新聞局官員（張平）作為執行單位的正副手，也就無足為奇。最後是法案的草擬，據參與其事者表示，立法小組於一九九一年六月提出的法條已經是幾經折衝之後的最低可接受底線，雖然如此，一九九二年五月國家機器仍然覺其失之於寬而「於法不合」，準備將草案不明訂主管機關及規定董事會成員、執行長人選須經立法院

同意之不失合理的作法，盡數抹煞。行政院決議要求新聞局作為主管公視的機關、並要求前舉重大人事的任命只需行政院長核可而無需立法院行使同意權。

人事已然如此不堪，那麼過去八年多來，公視製播組花費了二億多元委託國人製作及向海外採購總計五千多小時的節目^④，表現如

④這些數字均為「估計」，並且不包括公視的行政、人事、建台購置土地等等費用。台灣的三家電視公司的各種資料（年度廣告及其它項目收入，人事、節目製作支出，各種類型節目的製作成本、內外製比率及其成本，器材採購，業務推廣，研究發展及影帶資料的保存、整理，演藝、新聞編採、工程、行政及其它工作項目之員額及其薪資水平各是多少……等等），向來無法讓公眾方便取得（說不定三台本身也沒有這些資料，或有但沒有整理而也就有等於沒有），在這種情況下，現有的公視資料又是如何呢？〈表 3.6〉與〈表 3.7〉所呈現的資料，是筆者向公視籌委會的熱心人士請教及查閱若干文書所僅能得到的部份。觀一知十，即便這些理應毫無機密可言、不必要保密的資料，都已經如此難以得到，其它資訊之情況，可想而知。須知，這些資料非但只是有無的問題，如果有而難見公視各相關單位的檔案，則有等於無；資料必定需要經過系統性地整理及呈現周知，才有意義可言，如若各司單位（公視）對此毫不在意、無人聞問或無意願、能力聞問，誰又能夠？如若公視單位沒有責任編纂這些資料，誰又該負責？

表 3.6 「廣播電視事業發展基金」收入與支出*（台幣：百萬），1986-1991

起迄年月日	收入	支出
1984.5.23-1985.6.30	NA	NA
1985.7.1-1986.6.30	69.75	0.24
1986.7.1-1987.6.30	NA	NA
1987.7.1-1988.6.30	274.91	194.56
1988.7.1-1989.6.30	307.58	221.76
1989.7.1-1990.6.30	348.21	261.78**
1990.7.1-1991.6.30	345.27	370.65(新聞局撥款 315.36)
五年總計(亦即不含 1984、1987 年)	1345.72	1048.99
1991.7.1-1992.6.30	1924.00 (新聞局撥款)	
1992.7.1-1993.6.30	1500.00 (新聞局撥款)	

資料來源：公視籌委會提供；NA：資料不可得。

*經費的收入除了，(1)三台根據「廣播電視事業發展基金條例」繳交的特別稅；(2)新聞局的年度預算之外，未知是否尚包括(3)販賣公視節目帶的收益。

**據鄭瑞城（中國時報 1990 年 12.17）估算，1985.6.30-1990.7.1 新聞局已撥款 9.806 億給公視使用。

何？有沒有「不以人廢言」、不以人事背景的不健全而妨害節目的公正良善？雖然缺乏可以直接為本文徵用的研究^⑩，但以披露於報端的公

表 3.7 台灣版公共電視歷年節目經費支出金額與節目委製外購時數

起迄年月日	經費(百萬：台幣)			節目(小時)		
	國內 委製	國外 採購	合計	國內 委製	國外 採購	合計
1984-5.23-1985.6.30	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1985.7.1-1986.6.30	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1986.7.1-1987.6.30	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1987.7.1-1988.6.30	NA	NA	190	489.5	253.0	742.5
1988.7.1-1989.6.30	182	20	202	523.5	232.0	755.5
1989.7.1-1990.6.30	NA	NA	NA	579.0	183.0	762.0
1990.7.1-1991.6.30	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1991.7.1-1992.6.30	NA	NA	288.77	NA	NA	780.0

資料來源：新聞局 80 年度預算書：7；新聞局 81 年度預算書：27(原資料應該只計算了半年度，筆者乘二處理之)；新聞局 82 年度預算書：25；新聞局 82 年度預算編列概況說明；新聞信(廣電基金會發行)1988.9:1。

NA：資料不可得，公視相關高層主管認為這些資料是「機密」而不願提供。

⑩據筆者有限的了解，即便包括一般出版品，公視開播以來迄至於今(1992年7月)，它的研究成果也不能算多，如〈表 3.8〉。

表 3.8 台灣版公共電視的「研究成果」，1984-1992

年 月 日	出版內容
1984-1988	未見出版品。(?)
1988 5	公視專題報告「公共電視收視行為及收視意見調查」(陳世敏、翁秀琪)出版廣電基金開始發行「新聞信」(月刊)、提供部份公視資訊。
11	「公共電視」季刊由「公共電視節目製播組」開始發行(此期刊甚少刊載本身之基本資料)。
1989 2	公視專題報告「國小、國中和高中學生的公視收視行為、滿意程度和休閒活動區隔化分析」(翁秀琪、陳世敏)出版。
8	公視專題報告「公共電視新聞性節目收視行為及其歸劃方向之研究」(楊孝潔、王萬音)出版。
8	「公共電視」改為月刊。
9.20	公視徵求「精神標語」「公共電視是什麼」活動收件截止。共有 16500 件投稿，取 11 句佳作。
12	公視專題報告「公共電視節目質的評估研究」(翁秀琪)出版。(pp. 92-5, 列了 19 點結論，供作公視借鏡。「公視一定要……」)
1991 12.31	公視委託蓋勒普公司完成一份「台灣地區民眾生活習性調查：觀眾收視行為探討」。
1992	迄 9 月 29 日尚未見到出版品。(?)

視新聞，我們似乎可以明確察知過去八年來，公視節目至少有二大方面的問題，值得注意。

第一，承續統治階層之意識形態而奉傳統中國情懷為最大之正統，相對之下，台灣本地素材顯得難登「大雅之堂」。對比最為強烈的一個例子是一九九一年十一月四日起播十週、每週一小時的《歲月中國》系列，計耗資一千餘萬台幣(中國時報，1991.11.2:22)。但幾乎與此同時播出的(台灣)《人間燈火》系列(十三集、每集三十分鐘、十月二四日開播)，却是負責製片的傳播公司「每集平均虧損三十萬元左右」(新新聞，1991.11.4)。另外，公視以八百萬拍十集《李娃傳》，可爭議者，應該不是若干電視界人士所指責，認為李娃傳「越線經營」具有大眾風味的節目已違反公視原則(中國時報，1991.3.17:25)。事實上，李娃傳顯露的問題，應該是如此大手筆的投資，為什麼竟會捨近(本地的現代題目)求遠(大陸的古代劇碼)？

第二，表現題材與言論尺度的限制仍不合理，未脫官方控制。無論是「道德」方面的題材，如一九八八年夏季播出的《人之初》性教育的系列節目(聯合報，1988.9.5)；「社會經濟」題材，如一九九〇年七月播出《風和草的對話》有一單元，因為「涉及暴露社會的貧窮和黑暗面……遭停播」(民生報 1990.7.8:社評)；或是「政治性」題材，甚至有論者指其為「低劣的政治宣傳……包著粗燥學術外交的莒光日」(趙天楨，1991)。

在這二大缺失之下，如果要求公共電視致力於挖掘、深入探討公共論題與文化品味，並責成它反省道德尺度及其爭議性這些原本公視應責無旁貸的職掌，豈非緣木求魚？但如果不責成公視就此有所擔當，公視要來又有何用？

以上關於過去八年來公視節目的評議容或流於主觀、不公允，果真如此，則前文的斷章取義、片面之詞自然不能無過。但另一方面，

任何一位研究者，即便刻意前往張羅資料（對此，筆者固然不是憚盡智竭，但略可說是未虧職守）、想要更為精確地勾勒公視的表現，恐怕也是事有不能。其間關鍵，在於我國迄今仍然欠缺各種廣電媒體的基本資料與研究素材，仍然沒有合理流通資訊的程序，欠缺這些材料則有如廣電歷史的不存在，造成了資料、知識的控制，杜絕了旁人的監督與批評之可能，這也如同罹患傷痛的病人不肯讓醫師知悉或隱藏其病歷，致使病況惡化而難以診治。在這一方面，公視的表現略比現有三大台好一些，但總有五十步笑百步之譏（註②，並參見③）；在這種情況下，外界的評論如果失實，也是必然。

總之，獨立建台之後的台灣公視，表面上與美國十分相似，它們都是在三大商業電視虎視眈眈之下，膽顫心驚地運作。但究其實，兩國公視仍有巨大差異：美國起於民間而為政府收編，但其表現多少還能夠保留地方風味，並相對獨立於政府之外（參見 2.2 及 2.4）；我國則由政府推動而遭遇到部份民意代表、報紙及學院人士的懷疑，但隨著政府的「不動如山」，部份這些原本心存狐疑的力量，到了公視籌委會成立之時逐漸減弱而終於以消極（有一個不播廣告的電視網也就是了）、迭有怨語（抗議淪為新聞局的橡皮圖章）的方式，與國家機器妥協（不過，抗議政府之實而名以公視的聲音，固然存在而強弱不等，但公視建台一事，只因披上了「公」的外裝，也得到了可觀的支持）

（以上資料參見④）。至於台灣版公視在獨立建台以後，是否在節目表現及其它方面（如本身各項資料的編纂、公布、流通及兼顧地方色彩）也能夠達到「公共服務」的要求，雖然現時即已逆料並不公允，但如若日後之運作徒然為現狀的延伸，那麼，根據記載於前段的情況看來，我們很難寄予任何樂觀的期望。

3.3 論「公共電視法草案」：逆來順受？假戲真作？

公視法草擬小組於一九九〇年九月成立，次年六月擬就八章共六十九條的草案。其後，立法委員周荃（七月十六日）及公視籌委會（八月五日）相繼舉辦三次公聽會，修訂了若干支節文字。歷經這個簡速過程的公視法草案，容或尚未能夠充份鋪陳公視財經人事的基礎以發揮公共服務的精神，但究竟有其進取之處（參見鄭瑞城，1991）；問題在於，即便如此一個最低標準的公視草案，猶然不見容於國家機器而在送請行政院院會內部審議時，再次橫遭嚴重斬傷（參見〈表 3.4〉的最後第四則記事）。面臨這種粗暴局面，所謂的公視，棄之不為可惜；如若意欲繼續扛舉公視之名，那麼，恢復原起草小組的條款已是最低調的要求，如果無法達到這點，則較諸蝦米模式，它更是欺世盜名；如果再需更進一步，從其它國家公視經驗借鏡取鑑，為我國公視求得更為可取的運作架構，那麼原草案亦尚有值得斟酌的地方，請從公視的財政基礎談起。

除了創立基金以及迄至獨立建台，並且開始正式以自有之頻道播放節目之前所耗用的經費以外，公視的財源，應該求其穩定而不致受到政治當局掣肘，但同時它亦應預見完全委由專業人員而不加聞問，也有可能流於專業的父權粗暴行止。依此考量出發，則公視法草案第二十八條將公視日常營運之經費來源定由政府之年度捐贈為主體，並不允當。相反地，在最理想的情況下，最為妥適的公視財源設計應該是(1)從相關於電視的電子媒體取得公視的主要運作資金，其次才是，(2)政府年度預算及國內外法人與自然人之捐贈等等。

相關於電視的電子媒體，首先是現有的三家「廣播」電視台，再則是新興的第四有線與衛星「窄播」電視台，目前它們均以商業取錢邏輯作為經營原則，在此情況之下，此二類電台具有相互襲奪（廣告）利潤與收入的關係，廣播榮則窄播枯，反之亦然。它們既然不以公共服務為本意，並且佔用了公共電波或具有區域壟斷的特性，排除了他

人使用相同資源的機會，則以其利潤作為挹注公視之用，於理有據；廣播之電視利潤高則應給付公視的金額高，相對地，如若現時之窄播利潤低則可以暫時不用給付或低額給付，果真有朝一日而二者關係逆轉，則給付之高低自然隨而對調。確立這個徵取公視財源之原則以後，另有二項情事值得注意：(1)防止三台及有線衛星台以轉投資或其它不當手段耗用其收入，致使利潤轉低或無存而不能用作公視的財源；(2)如果前舉預防措施已然實行而商業之廣播或窄播電視台尚無利潤，則政府預算與國內外法人與自然人之捐贈始可以變作公視在該年度的主要經費來源。目前，我國的公視法及有線電視法均尚未完成立法程序，衛星電視部份（如香港資本為主，並有英國與中共入股的「亞洲衛星電視公司」(STAR)）雖已開始播放台灣廣告但亦未見處置條款，如果於現階段及時加以規範，確立實例，應該可行；在現有三家電視台方面，則我國《廣播電視事業發展基金條例》第四條第二款已對徵收三台利潤有所規定，唯一必須修正者只是抽取其利潤的比率及該基金的運用方式（目前法定「盈餘提撥」的比率，最高只為10%，實屬偏低，參見①）。

①電視台使用「公共」資源，理應擔負義務。在這方面，英國的成果比較合理。該國四家電視網，二家不播廣告，二家播放廣告，但由於特定的「財務」安排，四家電視均稱符合「公共服務」的要求。他們的作法是，播放廣告的二家電視公司，事實上只有一家賺錢（即「獨立電視公司」），並且賺得的錢，除了繳交「一般公司稅」以外，必須以「專款專用」的方式，提撥極大的比率，支持另一家播廣告但不賺錢的電視公司（即「第四頻道」），相關資料參見〈表3.9〉。

表3.9 英國獨立電視公司納稅比率，1965-1974* (m: million, 百萬英鎊)

年代	廣告收入	特別稅稅率
1965-1969	82.6 (m)	1.5 (m) 以下免稅、1.5-7.5 (m) 25%、7.5 (m) 以上 45%
1970-1974	93.3 (m)	2 (m) 以下免稅、2-6 (m) 20%、6-9 (m) 35%、9-12 (m) 40%、12-16 (m) 45%、16 (m) 以上 50%

資料來源：Lord Annan, 1977.3, Report of the Committee on the Future of Broadcasting, London: HMSO, pp. 172, 176-177

現舉一則實例，具體說明前述原則。英國一九八〇至一九八五年間，唯一得到利潤之播放廣告的電視公司是「獨立電視公司」(ITV)，它由十四個製片公司組成、編制內節目製作九成以上，並由十五個播出電台共組成一個電視網。假設這家公司每年的收入以100單位計

*獨立電視公司自一九五五年營運開始後，前二年虧損，自一九五七年開始得有盈餘，到了一九五八年，除了償清前期負債以外，利潤更累積到了三千萬英鎊，此後數年間，稅前（一般公司稅）利潤更是維持在資本投資額的130%。在如此重利下，英國還有「特別稅」(levy) 的徵收，一九六五年開始實行。一九七五年開始，該台廣受壓力，繳交了更多的稅賦而降低了實得之利潤，這也就是特別稅的源起，該台的各家節目製作公司在提交安南委員會 (Annan Committee) 的書面意見中，曾說，「給付財政部的特別稅，目的在向全民表達，我們向公眾提交一定成數的利潤，是因為我們得到了特權，使用了稀有的全國性商品」(Paulau, 1981: 116)，其後英國獨立電視公司的稅金如〈表3.10〉。

表3.10 英國獨立電視公司收入與支出資料，1975-1990

五 年 六 月 三 十 日	一般公 司稅 (%)	特別稅 (levy) (%)	支持 第四 頻道 費* (%)	淨利潤 (%)	節目 製作 費 (%)	發射 器材 (%)	其它 費用 ** (%)	合計 (%)	得自廣 告收入 的比率 *** (%)	總收入 金額 (億英鎊)
1975	5	12	—	4	67	9	3	100	98	1.62
1980	4	11	—	4	69	5	7	100	98	4.32
1981	3	7	—	3	61	5	21	100	98	5.50
1982	3	7	4	3	60	5	18	100	98	6.80
1983	2	2	12	2	57	6	19	100	97	7.65
1984	3	3	16	4	48	6	20	100	96	9.30
1985	3	1	17	3	50	6	20	100	95	9.85
1980-1985	年平均 (%)									
	3	5.167	8.167	3.167	57.5	5.5	17.5	100	97	7.237
1986-1989	資料尚未取得									
1990	特別稅1億3千4百萬英鎊									

資料來源：Paulau, 1981: 125; Television and Radio 1976: 1980: 1981: 1982: 1983: 215; 1984: 145; 1985: 167; 1986: 178; Economist, May 19 1991, "TV franchise"

* 1982年11月方始開播，故本年所得偏低。

** 「其它費用」包括了人事行政及資產折舊等項目。

*** 廣告以外的收入，包括了利息、出版品及電視節目海外銷售所得，但以最後一項佔最大部份。

算，則其製作節目、人事行政等等各項花費，平均每年是 80.5 單位，它的平均年利潤是 3.167 單位，其餘的 16.334 單位則是(1)繳交給另一個播廣告但設台用意原本不在盈利的「第四頻道」使用；(2)繳交國庫的一般公司稅與特別稅（各年的詳細稅賦資料及營收，參見註①的〈表 3.9〉、〈表 3.10〉）。由於本國台、中及華視的節目多屬外製且幾乎全部沒有地方性產製播出與行政等等支出，因此其必要的營運成本一定低於英國的 ITV，而未來的公視由於擔負遠比三台更具意義的影視（雅俗）文化之責任，因此其必要的營運成本可以比照英國的 ITV。據此估算，則我國現有電視台的合理成本低於 ITV 的 80.5 而可以定為略低的 75 單位，而公視則使其定為 80。三台之成本為 75，則稅前利潤為 25，令其保存 5（已高於英國的平均數 3.167 甚多），而 20 則以法律規定，使之專款專用而撥作公視的年度基金，三台共得 60（ 20×3 ）。既如此，公視另有 20 單位的收入（ $80 - 60$ ）尚無著落，則可從有線、衛星電視的稅收及政府年度預算、國內外社團法人與自然人之捐贈聯合取得，如果有線及衛星電視等初期沒有利潤，則政府預算可佔公視所需 80 單位的 20 單位。

假使前段計算方式合理，則公視每 100 單位的營運成本，應有 75%（60 單位除以 80 單位）取自三台的稅前利潤，另有 25%（20 單位除以 80 單位）取自政府年度預算為主的各種來源。

經此設計之後，長處有二。其一，國家機器的主計單位，可以符合出金則需監管的原理，它可以在 25% 的額度內每年自為伸縮，責成公視組織善盡職掌。另一方面，既是專款專用，國家機器不宜再低貶公視為其本身的建制單位而要求公視最高權力組成完全由其自身任命。在人事權力方面，另以國家機器的中央主管單位督理公視業務，並不允當，應賦予其董事會（Board of Governors）充份自治權限；如若不然而非有主管單位不可，則行政院即將成立的「文化部」而不

是「新聞局」，才應該是有司主管，草案中任何原本涉及新聞局的字眼，應該易換為文化部。其次，董事會的成員宜從積極與消極兩方面分開釐定其組成原則。就積極面而言，董事會應該改進而不是反映社會現有權力組成的不均衡關係，比如，女性、原住民、勞工等「顯然」是弱勢的社會階層，應在董事會中得到有效程度的代表。就消極面而言，董事會應該防阻已經握有可觀社會資源的團體再行假借公視擴張或鞏既有狀態，比如，出任董事的人，宜規定，(1)不具有（比如，100 大）財團的身份；(2)未曾在第二屆中央民意代表選舉得票超出 5% 之政黨，擔任重要黨職（至於何謂重要黨職則可另定）；(3)未曾出任政府若干職等以上的公務職位等等。執行這些消極規定時，如果只能得到形式上效果，無法取得實質意義，或甚至產生反效果，則這些消極規定可再作計議。比如，由於台灣執政黨獨攬社會及人事資源已久，即便明文規定出任董事的人選不得具備黨務要職，執政黨亦可能再以他法滲透、安排人事，致使董事會形式上未有政黨要員出掌，但實際上却如假包換地是自動受命於黨意，遂讓消極規定的精神盪然無存。果真可能出現這種局面，則不妨設定一段期間，使政黨在董事會所扮演的角色，通體透明，令其作為無所遁形而稍能對公眾負責。此時，政黨代表在整個董事會的比例，仍應再作斟酌，而似乎不宜逾越有效票決數的一半；若 11 票即已足夠於董事會作成政策性決議，則董事會的各個政黨代表至多應為 5 名。

前列董事及其下之執行日常業務的（副）總經理，他們的任期應該明定不得超出一定期限而最長以兩任為宜，而前段述及之適用於董事會組成的消極規定，亦應適用於（副）總經理人選之任命。

政治經濟方面的問題既已得到合理設計的舒解，其次則應從科層組織的因素考量如合儘量逼近公視的理想。如本文 2.4 所述，公視除了應該以較大比例的編制內中央化之節目生產，求能發揮「規模經濟」

的特性以外，它還得在合理範圍內將地方性節目的製作與播放納入規畫。西、北歐這些公視制度為主的國家，近年來固然多了外製節目的比率，但總還是以內製為主（英國公布於一九九〇年末的廣播電視法要求至一九九六年前，BBC 的外製節目比率應達 25%，亦即再多，內製依然有 75%）；再看美國這個商業經營電視為主的地方，其三大電視網長期以來，一直想要從外製單位手中取得內製節目的權力，原因也在於生產與行銷能量的合一，對其有利（Economist, April 6 1991: 59-60）。以我國情形而言，獨立傳播公司的外製，其實只對壟斷頻道的三台有利，但對整體節目品質與節目多元化的提昇，並無裨益（黃黎明，1991；馮建三，1992 b: 251-7）。然而，對於節目的來源及地方電台之節目製播，公視法草案並未提及。美國的地方電視台林立，也許，這並不是兼顧規模經濟及組織彈性的最佳選擇，即便如此，參照英國的社會經濟能力及地方電台之組成，則台灣公視亦「應」設有三至四個地方節目的製作單位及地方的播出頻道。（每個地方電視單位，應該製播多少時數的節目則可另作設計）能夠如此施行，則是率先服務公眾而作為商營官控電視台的模範，其次，地方電台的設置更是能夠發揮現代電視雙語科技的功能，在客語人士居多的地方，不妨以國語為主聲道而副以客語，閩南人口多則副以閩南語。不過，這並不是說全國性的節目無需有雙語服務，這只是說節目語言的安排，可以因為地方性電視台的出現而得到更好的處置。在內外製方面，不妨加列條文如下：「新聞性節目以外，公視節目由公視台本身製作的比率不得低於 70%，外購比率不得高於 30%」。此外，內製固然可以滿足規模經濟的要求，但如果公視管理階層著眼於將人員納編，藉以作為管制從業員自主性的手段，則將使內製意義大打折扣，預防之道，在於強化公視自主工會的組織，甚至可以考慮在一定期間內，總經理的任命應由公視工會行使複決權。最後，為了以公視培養本地自製節目的能力，

公視法亦應增列相關規定（如本地產製節目不得低於非新聞性節目總額的 90%，國外節目不得高於 10%）。

善加規畫節目來源，固然是公視避免科層組織僵化的方法之一，但這還是僅止於從「供給面」論事，要在更大程度內拉近組織與公眾的關係，則強化公視的研究（電視制度、觀眾……等等）能力及圖書館功能，以及定期由公視管理人員至地方與民眾舉行座談，顯然更是知己知彼知觀眾的不二法門。公視法草案已對此有所規範，但仍有不足，如並未要求公視永久保存其節目帶。事實上，以現有科技條件論事，前項要求決非難事，若以光碟存之亦不致有空間不足等問題；公視非但應就此善加存放我國影像的記錄，它更是要更上層樓，設法主動以特定程序、條件，接受外界所捐贈或自行購買值得保存的影像記錄。比如，自一九八〇年代中期以來，台灣社會發生了各種運動，已有若干民間團體或個人就此作了歷史見證而三台對此沒有存放者，公視應可考慮逐年購進保存、流通；就此目的而言，公視應以何種方式與社會上其它單位（如電影圖書館）合作以求達到最有效地作業，亦是應注意的地方。

確立前述原則並不難，如何底定策略而逐次進逼之，才是難事。本文的寫作者對此未敢奢言，但日常工作與此有關、認知此問題的人總該多盡一份職責，應該將這些情事透過各種管道讓更多人知悉並發為行動向民意代表（尤其是立法委員）及行政單位表達意見。供職媒體（尤其是公視立台並不影響其利益的報紙）的文化工作者，也應就此多方盡力，適時組織文稿發為輿論壓力，盡其社會公器的責任。最後則是與目前之公視籌委會業務相關的人，雖然是人在其位，言論多所不便，但若集體行事，却正對於國家機器有意假公共之名而行政府之實、對於日後可能發生之政經及科層組織之問題，產生另一種不可或缺的影響力。緣此，則現有公視籌委會的二十二位成員應該集體

行事，聯合向民眾表示公視已經變質，並退出該會以作為嚴正的抗議與負責，能如此則必可吸引媒體的注意，報導、評論及反省相繼隨之；公視籌委會的高階主管（如秘書長）亦可真誠向其同僚徵詢意見，作為向政府傳達從業人員之想法的依據，表示依公視法草案則專業工作者難以發揮；總之，公視的專業人員理應替本身爭取更高尊嚴的工作環境，能如此則社會公益已在其中，挺身而出，不必只是聽由外界敲邊鼓。^⑩

結語：走出階段決定論的框架

公共電視的模式有三種，最為可取的是公共電視「制度」、公視「頻道」次之，我國獨有的先播八分鐘廣告，然後再二十二分鐘連續播出節目，若以公視之名相稱，實在是欺世盜名，雖然我們的政府已經如此相稱八年有餘。晚近十多年，前二種公視模式均發生危機，但這並不是說公視的精神或組織形式不再值得保存，正好相反，以市場機能作為推動電視進展的商業邏輯，夾帶政治力量作為後盾，如若未受有效阻攔，則社會上下階層之影視文化消費的兩極分立，以及電視文化之麻思（mass）同質化，狀似矛盾但實為一體之兩面的現象，勢將加速進行。賀維茲（Horwitz, 1991）專研美國憲法第一修正案、傳統的特高頻（VHF）或超高頻（UHF）電視、以及有線與衛星電視等新媒介的交互關係，他的結論是，「證據顯示，就這些新興電視節目的市場而言，競爭機能事實上是使其節目更為欠缺多元化、不是增添。」（前舉論文，p. 52）。這也就是為什麼在西、北歐等以公視「制度」為其電視節目依歸的國家，在七種不滿他們現有之公視表現的團體當中，只

^⑩余永真以公視成員名義於新新聞週刊（1992.7.26-8.1）發表「養女命苦婆婆多，難民逃命上錯船：一名公視成員的心聲與觀察」，如果確有此人且其人確為公視成員，則是本文所稱「挺身而出」的一種方式。

有一種人主張市場機能而標舉所謂消費者主權說，但其它六種人則可以說是「形成了逆向式的聯盟」，這六種人共同點在於「憎惡公共傳播（體系）的私有化」（Syvertsen, 1991: 95）。我們還可以說，前六類人另有一個共同點應該是，他們都會贊同以新的傳播科技作為舒解公視之科層組織僵化程度的良藥之一（如增加地方頻道），畢竟，這些新的技術對於影視文化之生產乃是勞力密集一事，難以改變，但它們確實可以有效改進現有影視節目的流通方式。有線輸送或衛星頻道就好比是輸水管道，影視節目則是水，水管多而水源不足，於饑渴的解除，毫無用處；水管雖多但人的用水量總有定額，多喝無益；開發水源並改進水質，佐以因地制宜而適合適量的水管，才是正途。

在台灣這麼一個威權體制的國度，走向自由化的深層意義，或許是政治及經濟勢力以更為融洽的方式結合^⑪，在如此走勢下，國家機器自任導演，試圖以民眾的稅金而不是既有商業電視台的收入作為張本，指揮所謂公視的成立，可以說是「恰如其份」而無足為奇。了然於此，有心追求改革現有電視結構的人，也就不應該再有「與人（政府）為善」的態度、不能再奢望國家機器的文官（functionaries）以

^⑪這似乎是一個已經不證自明的現象，一九九二年夏季以來的一些事件，如「國泰人壽南京東路土地案」（見中國時報六月二十七日以降的系列報導）、稍後發生的「二次土改案」，以及「五大豪商投奔國民黨企業轉職立法院」（商業週刊，1992.8.16: 20-32），已可顯見這個命題已為眾所知悉。再從晚近出版品看來，這個命題也絕非子虛。比如，今（一九九二）年至少有二本關於政經結合的新聞體裁書籍問世（蘇子琴等，1992；徐瑞希，1992），顯見注意時事發展的媒體工作者亦有見於此。其次，除了一些「在野」大企業家對於政治過程的影響以外，「在朝」的國家機器一份子如監察院副院長林榮三、立法院副院長沈世雄亦都以財力雄厚見長。另外，民進黨於一九九二年七月爆發初選選區問題時，涉入其間的林文郎在報端斷續刊登了幾份聲明（尤其是第三份，見自立晚報八月四日），顯見作為整體之資產階級對於自身的信心，不願「屈服」的心理，已然非常露骨。大企業本身所支持的知識團體「國家政策中心」也在一九九二年六月二十日以「企業社會倫理與合理政商關係之演變」這個中性的主題，與工商建研會主辦了討論會，共發表論文三篇（分別刊載於自主早報，1992.6.25-6.26: 6.29-30）。

開明專制的作法，清理得出一片「公共領域」供時人游哉其中；畢竟，與虎謀皮非但枉費心機，也可能遭受虎噬。其次，我們也毋須嗟嘆政治、社會經濟權力的結構沒有改善以前，公視沒有出現的可能，聽任如此態度橫流，不落入犬儒諷世者幾希？平實以觀，爭取符合理想境界之公視，使之既沒有政治經濟的不當壓力、復無僵化科層組織及父權意識的作梗，並能善用新的傳播科技，其本身就是政經社會權力角逐的一環。合理公視（制度）的出現與政經社會權力，本來相互連屬，攻其首而尾不得不從，擊其尾而首無法不應。最後，革新的路途必然遙遠，無法朝夕奏功、也不宜強調短期即要收穫，否則正將招致失意之情而阻礙求變的意志與行動。如此看來，如何跳出任何形式的決定論，設法在最大可能範圍內將國家機器發動的公視建台之允諾「假戲真作」，以子之言攻子之行，應該是意在改良電視結構之人士最須合力共赴的目標。（電視權力結構的改變，相較於其它產業所涉及之權力結構的更易，其實已經容易不少，原因在於電視節目的產銷所影響到的利益單位，大抵只在國內，而其它產業由於牽連了國外投資者及海外市場的因素，是以比較難以在國境內求得解決。）

附錄文件

一封公開信：我們期望公共電視能夠實至名歸

台灣進入電視時代已經三十年。其間，很少聽聞任何人以我們的電視台為榮，相反地，憂心者比比皆是，並且於今尤烈。今年六月一日，行政院長郝柏村在文化復興總會表示電視之低俗讓人難忍，身兼該會會長的李登輝總統同表痛心之後，在八月二十八日成立了「電視文化研究委員會」，目的正是期望導正我國電視的走向。

在這樣的歷史背景之下，目前正在立法院審議的《公共電視法》草案，尤其具有時代意義。如果能夠制定良好的法律，那麼，我國民眾至少能夠期待得到一家新的電視網，提供符合公共服務精神的節目；反之，如果法律的具體規範有所失誤，那麼，社會大眾將只能得到徒具虛名的公視。

我們側身新聞傳播教育學界，無所仗求，只願秉持專業良知，公開向社會大眾報告長期以來，我們對於公共電視獨立建台的過程，以及我們對於《公共電視法》擬議過程的觀察記錄與思慮。

民國六十九年，行政院表示將創建公視，四年之後開始以公視之名，徵用三家電視的特定時段播放節目，每週十五小時。除了節目連續播映，不與商業電視相同之外，這個階段的公視，未能完全揚舉公共服務的理念。民國七十九年，公視進入新的階段，當年六月與九月「公共電視籌備委員會」與公視法草擬小組相繼成立。去年六月公視法草案完成，七月與八月立法院及籌委會就該案共舉行三次公聽會以後，由籌委會於十月送交行政院審核。這個草案並非盡善盡美，但尚可讓人接受。關於公視的預算，它規定政府年度捐贈將是主要財源，但不能刪減公視所提額度，以此作為公視財政自主的屏障；關於公視的人事，它規定董事會成員在行政院提名以後，應由立法院同意，並敦請總統任命，以此確認公視乃相對獨立於行政院、並具崇高社會地

位；又為突顯公視的自主精神，原草案以公視為獨立法人，未定主管機關。

今年九月十日行政院完成原草案修正工作，並已移送立法院審議中。經過政院修正以後，原草案尚可讓人接受的公視精神，再次遭受貶抑：公視年度預算必須由新聞局編列審議，董事人選直接由行政院長聘任而毋須立法院同意，新聞局成為公視主管機關。事理已經非常明顯，如果行政院的公視法草案獲得通過，我國絕對無法擁有一名實相符的公共電視。為此，我們鄭重敦請立法委員善盡職責，為社會大眾制定合理的《公共電視法》，使我國的公共電視能夠得到健全的發展基礎。對於這部公共電視法，我們的主張如下：

- (1)人事方面：最低限度應該恢復原草案的規範，即由行政院提名董事人選，立法院大會行使同意權，總統任命。
- (2)財政方面：最低限度應該恢復原草案的規範，但目標應放在向現有三家電視台徵收無線電波使用費，作為公視最主要的財源，其次才是政府與其它團體或個人的捐贈。未來，亦可衡量情況，開徵有線電視的地區壟斷權利金，挹注公視營運經費。
- (3)主管機關：以恢復原草案的規範最為適宜，不設主管機關，否則，亦應將主管機關規劃於文化導向的部會。

民國八十一年十月二十日政治大學傳播學院專任教師

連署人：王石番 李瞻 吳翠珍 林芳玫 翁秀琪 孫秀蕙 郭力昕
 彭芸 馮建三 潘家慶 鄭自隆 鄭瑞城 臧國仁 盧非易
 蔡琰 鍾蔚文 謝瀛春 羅文輝

第四章

異議媒體*的停滯與流變之初探： 從政論雜誌到地下電台

前言

「收音機會是我們能夠想像的最美妙的公共傳播體系，巨量的頻道……可以讓聽眾不再只是收聽，而且讓他們能夠說話，不再只是孤立聽眾，而是串連聽眾……這是會讓人當作烏托邦看待的提議……我知道……但……我們的任務……就是要持續不斷的提議……」

——B. Brecht, 1930/1979/1983.

根據楊碧川（1988）輯錄的史料，收音機廣播首次見於台灣，始自一九二八年十二月二十二日的「台北廣播局」之開播。在過去六十多年的廣播史上，作為大眾媒介的一個形式，收音機從來沒有超越台

*什麼是異議媒體？乍看之下很容易回答的問題，其實很難概括認定。但若以本文提及的媒體即屬異議，而為「列舉式的」認定，又無法凸顯「異議」的特質。因此，本文以「政治反對（國民黨）之運動及政治選舉」為主軸，判定為了這個目的而創辦，或日後與此目的連結的媒體，是為異議媒體當中的主流；其次，其異議內涵並非「政治反對運動及選舉」所可窮盡，亦即它不直接以國家機器所展現的權力關係，作為批判對象，但其創辦大多又與主流異議媒體出現的時機，存在時序的先後關係，是為異議媒體當中的旁支。主流及旁支異議媒體的關係，可以舉年祖環（1986：90）的觀察作為說明，他在論及一九七七、七八年間的鄉土文學論戰時，指出除了文學雜誌、報紙副刊、出版社與電影以外，該論戰的一小支傳播通道，「與台灣黨外政治運動有合流的關係……《前進》、《生根》等黨外雜誌……或多或少也提供鄉土文學運動者的思索反省密度。」

灣政治權力當局的控制之外^①，這個為建制單位整體控制的情況一直到最近幾年才發生變化，出現了裂隙，尤其是在蘊釀及寫作這篇論文的期間，無線收音機廣播的生態，更是加速地即將進入另一個階段。

這個新的階段，源生自什麼樣的背景，可能會往什麼方向演變？由完全生疏而漸至熟稔，筆者對於收音機作為一種異議媒體的探討，起自現實關懷，並沒有將它當作是與政治策略完全無關的腦力勞動。因為這股驅力，本文的論述也就試圖在特定時空內，盡力往縱往橫蒐尋，取用本地及境外的類似例子，作為參與無線電收音機生態的演變方向的動力之一小部份。

首先，收音機這個最早為世人運用於公共傳播的電子媒介，它在台灣的歷史沿革與當下的轉變，是整體環境胎動的一部份，尤其是與政治異議份子（指挑戰國民黨政權的政治力量）冀望開辦「地下電台」作為其選舉工具的意圖，無法分開考察，雖然地下電台誕生之後的發展內容，似乎不是單純的政黨選舉機器所可以完全涵概，而其最後歸宿與其對收音機生態結構的影響，究竟會以什麼樣的面貌沉澱，仍然有待時間考驗（雖然很有可能在相當短暫的期間內，即有可能塵埃落定）。

其次，即便往前回溯，只從戰後的台灣社會探源，當前這個俗稱「地下電台」的現象所彰顯的意義，並非沒有前例，尤其是一九七〇

①一九四七年的二二八事件可能是唯一的例外，同年三月二十九日紐約時報記者 Tillman Durdin 曾作如下報導：「住在打狗 (Takao) 近鄰屏東 (Pingtung) 的兩名外國婦女說……沒有武裝的福爾摩沙人三月四日和平接管該縣行政事務，並使用地方收音機電台呼籲不要使用暴力」，謝謝程宗明提醒筆者收音機在這段期間，是曾脫離國家機器的掌控，以上資料由他提供。另外，根據林修旭 (1984: 35, 104-5, 107) 輯錄的資料，亦有下列記載：「(二月二十八日) 下午二時，台北市民……匯聚新公園……會中市民提案佔領電台……獲得支持。一群市民隨即佔領公園內的電台」、「三月三日上午，三民主義青年團與嘉義市參議會，聯合舉辦市民大會……組織「防衛司令部」……下午，防衛司令部……佔領了嘉義廣播電台」，以及「(三月五日) 午後……「防衛司令部」乃利用嘉義廣播電台……廣求援軍……」。

年代中期至一九八〇年代中期，此起彼落的「黨外雜誌」，足以比擬一九九〇年代初、中期的這股異議媒體的風潮，或許約略可以稱作是地下電台的印刷版本。黨外雜誌之外，其它時期所曾出現的政論雜誌之發展沿革，一九八〇年代中期以來，錄影技術這樣的生產工具相對普及以後，它所製作的政治異議節目影像帶，亦透過雜誌出版品的發行方式與線纜電視系統的若干頻道，有限度的流通，這些媒體的經驗，或多或少或直接或間接，都能照亮現今地下電台的意義。

最後，如果比對國際間所能夠找到的實例，一九七〇年代中期起自義大利然後蔓延至法國、比利時等歐陸國家的「自由電台運動」(free radio movement)，展示了國家機器長期掌控的電波資源，在面對挑戰時，可能會展示的回應過程及後果，似乎以讓人驚訝的相近風格與路徑，預見了當前台灣地下電台所掀起的浪潮，可能寓居的結局之一。相應於自由電台運動，非商業的社區收音機在美加等英語系國家，以及在丹麥、瑞典與挪威北歐國家的發展軌跡，乃至於日本的「迷你調頻」風潮，甚至拉丁美洲與菲律賓的革命性收音機的（短暫）經驗，都可能浮現了台灣地下電台的影跡。

如果歷史並非一成不變，而是在發展中展現其特有的形構，則以上這些本地與境外的異議媒體之際遇，也就不能說必然會重複見諸一九九〇年代台灣異議電台的未來動向。然而，在日益資本化的媒體生態下，地下電台是否能夠脫逸其限制、是否能夠永續存在、以什麼形式存在而展現什麼樣的內涵，其可能的變異範圍有多大，似乎亦不太容易超越這些不等異議媒體的格局，就此來說，結合理論與實例的分析，從中規範性地探討本地（異議）媒體的出路，至少應該說是小有必要了，雖然完整理解異議媒體的社會意義及相關論題，需要更多未來的研究成果，才能補齊。

第一節 異議媒體的演變與國家機器的管制

論及戰後台灣的政治異議媒體，最早必須追溯至一九四七年十月二十五日創辦的《公論報》，以及一九四九年十一月二十日創刊的《自由中國》半月刊。這兩份出版品分別從執政黨外內，批評時政，最後則共同因為涉身反對黨的籌辦而被迫易手及停刊。先看自由中國半月刊這個刊物的創辦，它源起於國民黨知識份子所欲進行的內部自我改革，一方面反共，另一方面則監督國民黨的當權派。就此色彩而言，該刊與幾乎晚了二十年（一九六八年元月）才創辦的《大學雜誌》，並無差別。

這兩份雜誌的差異，在各自創刊兩年以後，逐漸清楚顯露。大學雜誌在一九七〇年伴隨蔣經國出任行政院副院長，準備接掌政權的過渡階段，向內發展而成爲不具異議色彩的刊物（王杏慶，1992），發行持續至一九八〇年代後期。自由中國則往外開拓，在第六卷亦即一九五二年以後，由於國際情勢轉至對國民黨有利，而國民黨在台灣內部亦已完成了鞏固政權的佈署，至此，「《自由中國》的自由主義……才在台灣扮演其異議意識形態 (dissident ideology) 的角色」（錢永祥，1988：72）。然而，當時的國民黨既然已有實力走向整體的威權政體，就邏輯上言，已不再可能容許政治異端自擁媒體對其公然挑戰，若說尙肯容許，則或許是異端所代表的這股言論力量，畢竟還沒有意識或尙未發爲行動想要取代此一威權政體，因此可爲其節制所致，等到異端不再只是坐而言，不再單音高唱而是有了串連的意圖之後，情況將有變化。考察自由中國的發展軌跡，自一九五七年才積極討論反對黨問題，然後在次年「今日的問題」十五篇社論中，以〈反對黨問題〉作結，並在這段期間開始，透過邀約在自由中國撰稿與合辦地方選舉座談等方式，陸續與多名地方政治領袖展開接觸而展開新反對黨的籌

備（前引文，pp. 85-9），到最後（一九六〇年九月四日），刊物主事者雷震被警備總部以叛亂罪名逮捕，致使雜誌只能停刊的史實看來，多少已揭露了自由中國及往後的異議媒體、政治反對運動、政治選舉與國民黨的關係之原型。

公論報在這段期間遭受的打壓，未曾間斷，到了組織新黨的問題爆發，雷震下獄以後，則國府予以最後的致命一擊。楊錦麟（1993：345-366）在《李萬居評傳》述及，早在一九五九、六〇年之交，李氏投身組黨活動之前，國民黨就已經透過各種手段，企圖封鎖公論報，比如不准政府在公論報刊登廣告（當時政府幾乎是報紙的唯一廣告收入來源）、不准政府機關及各種公營企業購買該報，並且不准報攤展售公論報等。這些壓抑雖然不能達到使公論報關門的目的，但却迫使李萬居爲了維持報紙的營運，在一九五九年十月採取增資方式，致予國民黨有機可乘。當時，國民黨唆使其黨員、台北市議會議長張傳祥融資介入，趁機改組報社人事組織，並於法院判決後，接掌在一九六一年三月五日正式脫離李萬居之手的公論報，使其亡失異議立場。

不到一年之間，自由中國與公論報相繼消失於政治壓力。但值得探索，而迄今似乎尙未見到回溯重構的是，它們所涵育的讀者群所表徵的異議力量，在失去了資訊管道以後，是否就此萎縮甚至消沉，或只是沉潛蓄積，伺機而動？這裡先就其讀者數量作初步推估。據祝萍與陳國祥（1987：48-9）引用的資料，一九五二、三年的公論報發行份數分別是 5570 與 4550 份，各佔該年全國報紙銷售數的 1.98% 與 1.35%。該報在面臨停刊命運前夕（一九六〇年九月），發動組織新黨的人士，曾經爲其發起募款活動，一週內（後因國民黨中傷而無法持續）得 50 萬元（楊錦麟，1993；祝萍與陳國祥，1987 均曾引用這筆資料），其時待遇最優厚的官營新生報的記者，依劉一民（1989：40, 98）所述換算，日薪約在 30 元，因此大約等於是 16,667 日的記者所得。以同

樣方式計算，一九九四年七月三十日十四家地下電台同時被抄當晚，台灣之聲一家電台募得 1000 餘萬的款項（見次日各報新聞），約合 10,000 日的記者所得（但現今的台灣人口數，已經是公論報時代的兩倍左右）。這兩個數字固然無法精確傳達相距三十餘年，兩個時代的異議媒體閱聽人之數量，但作為公論報與自由中國時代，台灣已有為數頗眾的異議媒體力量之反證，則似乎尚能接受。

兩份出版品消失以後，再有吻合本文指稱之異議媒體出現的時機，相距已有十多年。其間原有異議媒體的讀者群，是消失或只是轉換而另行找尋其它讀物？創刊於一九五七年十一月五日的《文星》雜誌，在一九六一年十一月第 49 期以後，開始由李敖接手主編，除相繼引發與胡秋原及東西文化論戰官司以外，亦逐漸觸及現實政治而最終於一九六五年十二月被政府強迫停刊，這本刊物、一九六三年八月創刊的《中華雜誌》與一九六八年問世的大學雜誌，雖然不是本文指稱的異議媒體，但其讀者與自由中國與公論報的讀者，關係究竟若何？是否有若干承繼或轉換？應該再作追索，以便能夠了解異議媒體的存在基礎，亦即反對派的政治活躍份子在他们原來支持的媒體消失或色彩轉換以後，數量會是繼續積累或斷層耗損？

自由中國與公論報展現的台灣異議媒體模式是，政治反對份子起而行動（從事選舉）前即被撲殺，連帶其出版物亦失去附著而停刊。這個情況到了《台灣政論》發刊時，稍有變化，成為從政人物為了選舉而開辦媒體，發行數次而證明讀者眾多，然後在選舉前夕為政府取締。台灣政論於一九七五年九月創辦，正值立法委員選舉前，首期再版五次，而十二月出版的第五期已至選舉月份，政府以該期〈兩種心向〉、〈早日解除戒嚴〉等文觸犯出版法及內亂罪為由，予以停刊（不過，據稱該期銷售達五萬份）。一九七六年沒有選舉，未見新政論雜誌創刊。一九七七年七月縣市長選舉前，《這一代》問世，但到了十月，

即選舉前一個月，就因社論〈特權向法律挑戰〉被停刊一年。一九七八年四月，國府禁止登記新雜誌一年，一九七九年三月禁令解除後，並未有人申請，原因可能是聲請書中規定雜誌的發行旨趣，必須包括「宣揚反共國策，激勵民心士氣」等內容，難以為異議人士接受有關。比如，日後擔任台中民主有線電視台董事長的吳哲朗，一九七九年四月計畫申請《春雷》雜誌的執照，但因不願加入前述字樣遭駁回後，干脆就從同一月份二十七日起，逕自發行不定期（三至五天）刊物《潮流》（現任立委陳婉真為主持人之一），以省議會為主要報導對象（陳國祥，1979：32）。潮流出版至 46 期，由於印刷公司負責人楊裕榮及雜誌交印人陳博文為警總逮捕，從八月八日停刊。但值得注意的是，由於該非法地下刊物在出版後，「廣為流傳，在全省各地公然出售」（包斯文，1979：39），或許已鼓舞了大量政論雜誌尾隨其後，一波接一波地出現，如《八十年代》於六月創刊，至《美麗島》達到發行的最高峰。美麗島於雜誌解禁當年的八月創刊，銷數一度達十萬份左右，並於全省多處設立據點進行串連，為選舉作準備，最後於十二月爆發美麗島事件，被勒令永久停刊。從此以後，政治強制力仍然還是透過查禁、扣押、沒收，乃至於盯梢印刷廠及書報攤等雜誌發行據點，但不再能夠有效管制黨外雜誌的出版及有限度的流行於異議份子之間，〈表 4.1〉所登錄的資料，可以作為佐證。一九七九年創刊 11 本，查禁 9 本，此後每年均有 5 本名稱不同，但負責人很可能相同的雜誌發行，而歷年積累下來而能夠存續營運的雜誌，亦不見減少，至一九八五年，雖然該年的查禁，造成出刊的 346 期當中，有 58.7%（203 期）被禁，財務損失達 3000 萬元，但市面仍有 21 本使用不同名稱的異議政論雜誌流通。

在查禁黨外雜誌的同時，由一九八三年七月十三日起，政府機關連續數年實施「順風專案」，並開始查扣非法錄影帶及非法播映系統

表 4-1 黨外政論雜誌創刊及查禁或停刊數的對照*，1979-1985

至該年年底	創刊數	同年已停刊或 遭查禁數	最多積累存續數
1979	11	9	2
1980	7	4	6
1981	10	6	10
1982	7	4	13
1983	6	5	14
1984	23	19	18
1985**	無此項資料	無此項資料	21

資料來源：馮建三，1983：17-18；歐陽聖恩，1986：79-83；賴永忠 1993：自立晚報，1985.12.16：2版。

*：這些資料均為個人蒐集，並非官方或雜誌社之統計，可能不完備。

**：至 1985 年 12 月 8 日，原始記錄是當年共有 11 家黨外雜誌出版 19 種雜誌，加上《縱橫》與《雷聲》，共 21 種雜誌，出版 346 期，查禁 203 期。財務損失 3000 萬。

(第四台)，但官方的管制似乎鬆疲，未見特定的政治意圖。官方由消極轉至積極查禁的關鍵期，似乎是一九八九、九〇年之交，當時第四台這個電子媒體的若干業者，公開與政治反對運動及選舉產生結合關係，真正成為本文定義之下的異議媒體，以下的時間順序資料，應該可以作為這個觀察的佐證。有線電視首次在「特定時候」、「特定一個頻道」及「特定組織所屬的系統」，正式為反對黨競選及播放政治影帶的記錄，分別是一九八九年十一月三十日、一九九〇年二月二十八日及十月二十五日（詳細的反對商控黨營之廣電生態的大事紀，參見本書第三章〈表 3.5〉，亦見翁秀琪，1993：475-84），而新聞局所提供的資料顯示（轉引自翁秀琪，1993：471-2），一九九〇至九三等四年期間，政府各級單位共以 2601 萬元用於第四台的取締工作，而在此之前

似乎未見以此名目編列的專項預算；此外，自一九八七年七月至一九八九年十二月的二年半期間，各級政府機關共取締第四台的 44 件發射台、26 件架線及剪除 12651 公斤線纜與沒入 1146 個強波器；但從一九九〇至九二的三年期間，以上的對應數字却高達 222 件、154 件及 575076 公斤與 45101 個，第四台正式為反對黨所用而成為異議媒體以後，在當時所引發的效應是，國家機器分別以 5、5.9、45.5 與 39.4 倍的暴力，壓制其營運。

以上說明，無法完全證明作為反對運動一部份的異議第四台，是否因其異議遭忌，致而引來執政黨的鎮壓，因為在同一段期間，台灣因面臨美國及本國影視業要求取締未經授權即播放影像產品的壓力甚巨，使得國家機器不作回應（強化取締工作）即無法緩和不同資本部門之間的利益衝突。國家取締第四台，原因不外(1)經濟壓力（智慧財產權的糾紛），或是(2)政治考量。假使要精確分析這兩個因素孰輕孰重，必須將遭取締者與未遭取締者的政治背景（及，如果可能的話，未經授權使用影像產品的程度）列入比對，才能知曉（就此目的而言，如果官方未作此記錄，則新聞報導亦可作為認證的參考）。

伴隨著著作權法於一九九二年六月完成大幅度修訂、十二月國民黨黨營博新公司成立並以營運第四台為主要目標，以及一九九三年七月通過有線電視法，取締第四台的政經考量與正當性，逐漸減褪。

從黨外雜誌到第四台，國家機器作為圈限異議媒體運作的壓力，儘管失去實際作用，但就在這個過程，升高其強制而外顯的暴力，配合主流輿論的塑造，矛盾但更為清楚地將自己清楚暴露為可見的攻堅對象，使得攻擊國家機器的人與事之一切或真或假、或言之成理或徒然只是叫囂的批評文字（就媒體而言，台、中與華等三家電視台是最明顯的被批評目標），成為最具有賣點的銷售「商品」。最好的例子是一九九四年底的選舉新聞之商品化，主流印刷媒體（聯合、中時與自

由三大報系) 夾其財勢而與新興的跨國衛星公司及島內三大政黨的有線系統合作, 製播選舉新聞及議題評論 (詳細資料參見 1994 年 12 月《財訊》頁 192), 《中時晚報》也首創印刷媒體連續 42 天逐日監看三台選舉新聞的記錄。諷刺的是, 在這過程中, 先前供輸非主流政治 (包括選舉) 新聞的多數規模較小的報紙 (如自立、民眾與台時), 此次反而不是三台以外電子媒體的合作對象 (原因可能是財力, 也可能是合作之產品與本身原有產品的特色, 並無區隔), 而這些規模較小的報紙在整體選舉新聞結構的地位, 亦見減弱 (日後這個情形是否持續成趨勢, 深具意義, 值得觀察)。

一九八〇年代至今, 台灣的選舉新聞, 年復一年, 成為各方同質炒作的商品, 但弔詭的是, 就在國家機器為商品 (選舉新聞) 創造了生存與繁榮的空間之同時, 它也吸納了異議及主流媒體的資源, 使其投入選舉新聞之商品的生產與傳輸, 相當程度上阻絕了選舉政治範疇以外的議題, 進入媒體的討論內涵。在這個過程, 更受影響的或許是異議媒體, 因為它所能夠得到的閱聽大眾之數量, 在主流媒體的瓜分下, 趨向分散零碎, 限制了其發展空間及格局, 至於異議媒體是否在此壓力下, 會辯證式地捨棄選舉及政治領域等內容, 另行開拓性別、階級環境、身體、知識、生態、種族、國際及城鄉等等方面的差異所形成之權力關係, 成功地找到新的運轉方向, 就是後續節次的討論目標。

第二節 異議媒體的演變與市場機能的管制

前段述及, 一九七九年國府解除新雜誌登記禁令的意義, 基本上可以視作國家機器不再能夠有效管制異議雜誌的象徵。此後, 因為政治反對路線的分歧, 造成異議言論的各個生產單位無法相互協調, 於是走進市場機能的管制, 亦即生產過程陷入無政府狀態: 一方面儘量

縮短生產週期, 期望借此刺激讀者求新求速的口味, 以便推廣銷路, 另一方面却又因為讀者偏好, 原本不容易掌握, 於是趨向跟進與模仿, 每當市場上出現暢銷品味或內容, 無論是因為策畫成功或純粹只是意外, 短時間內就引發競相角逐的熱潮, 以致於造成言論內容及表現手法等同質現象。然而, 這兩個誘使生產者擴充產能的因素, 過了一段時間以後, 却逆向而行, 一方面升高異議媒體的經營成本, 再則是加速折損讀者品味, 兩相加總互乘, 生產及消費面同時發生了限制了異議言論廣度及深度的效應, 最終甚至使其消失。

賀照緹整理當時的資料, 發現一九八二年起對抗國民黨的政治反對運動, 已浮現群眾路線與議會路線之爭。到了次 (一九八三) 年三月十四日《前進》率先推出「週刊」形式, 並據說在一個月賣出五萬本以後, 便有六本黨外雜誌跟進, 從月刊亦轉為週刊。經過這個轉變以後, 取其平均數計算, 每個月的生產成本 (人事費及稿費, 月刊以週刊的三分之一估算) 立刻從 10.7 萬 (月刊) 增加至 26.8 萬 (週刊); 此外, 由於編採及評論人員等生產者的數量擴充速度, 顯然無法在短期內相應成長, 人手不足的情況, 使得雜誌社開發及策畫其內容的可能性, 再次降低, 跟著流行走竟然成為唯一的道路。各種相近甚至相同的訊息, 無法查證或是沒有查證的評論、內幕新聞與聳動新聞, 重複出現的比例隨而增加。以「蔣家祕辛」為例, 一九八四年六月二十三日至七月二十七日, 就有五家週刊以它作為封面故事 (賀照緹, 1993: 27-8, 36)。歐陽聖恩 (1986: 137) 曾以台灣政論 (1974.8-12)、美麗島 (1979.8-12)、八十年代系統 (1979.6-1984.12.22)、深耕系統 (1981.6.1-12.31) 與前進系統 (1983.3.14-1984.12.31) 等先後時期的黨外政論雜誌為對象, 分析它們刊載「內幕報導」的比例, 赫然發現依序是 0%、1.2%、6.7%、8.1% 與 14.9%, 求刺激讀者某些特定口味, 但沒有開發其它可能性的情況, 確實「與時俱進」, 至一九

八三年春季逐漸走入高峰。在讀者方面（每期需有八千本左右才能讓週刊保持平衡），短期內想要相應擴充，使讀者數量能夠支撐產能至少已然增加四倍的異議言論數量，是否可能？以後見之明作結論，答案是否定的。更何況實際上由於雜誌的增加量，可能不只四倍，而是十倍以上，參見〈表 4.1〉所載一九八二至八四年間黨外雜誌數量的變化。

到了一九八五年四月中旬，政府在七天內查禁九本黨外雜誌之後，黨外雜誌編輯人聯誼會舉辦座談，共有一百多名雜誌主持人及讀者參加，並且都體認到了「週刊過於飽和，市場壓力巨大」。但到底如何回應這個困境，則與會人士似乎意見分歧，若干與會編輯人建議雜誌內容應該節制、注重事實而不要淪為個人工具；另一方面，另有人採取對立的看法，認為黨外雜誌的功能在於宣傳、組訓與籌措財源。於是，異議媒體的負責人儘管都已經意識到問題的存在，也因為官方刺激而集會協商，但對「今後言論方向」仍然是「各說各話」，自然也就沒有能夠形成規劃市場的共識（民眾日報，1985.4.21：2；台灣時報，1985.4.21：2；歐陽聖恩，1986：139）。越一年至一九八六年八月，時事評論家南民（王杏慶）已觀察到，由日後的民進黨多位政治人物掛帥、李敖個人持有、國民黨正式掌控與暗中支持的「黨外」雜誌，再加上若干具有「商人性格」的黨外雜誌，數量繁多且色彩雜亂，已經讓「不直接介入黨外運動的人……看不懂」什麼是黨外雜誌。一九八八年四月，一項針對 38 所公私立大學專任教師 724 人所作的調查發現（張明賢，1989），在 12 項似乎可以用來作為測量媒體在其閱聽人心目中之地位的指標，有兩個值得注意的結果：(1)國民黨籍教師與無黨籍教師，對於報紙與電視表現的評價，相差很大，前者大多肯定（除了第 7 項），後者大多否定，除了第 10 與第 11 項；(2)但這個差異卻沒有表現在政論雜誌的評價，亦即無分黨籍，有六成多的大專教師都認為它的分析不客觀而偏倚、沒有平衡報導、也不精確無誤（第 3、

6、9 與 12 項，各項指標及國民黨及無黨籍教師的填答細部資料，請見〈表 4.2〉。這個結果或許可以作為一個反證，顯示在比較可能同情政論雜誌的讀者群中（無黨籍學院教師），政論雜誌的形象亦不見妥當，沒有公信力（credibility），在這種情況下，閱讀黨外政論雜誌的人口逐漸流失，並不意外。

表 4-2 無黨籍及國民黨籍大專院校教師對政論雜誌的評價，1988

	國民黨籍 N=396 %	無黨籍 N=300 %
1 不同意報紙的分析客觀、不含偏倚	47.7	62.3
2 不同意電視的分析客觀、不含偏倚	37.7	57.8
3 不同意政論雜誌的分析客觀、不含偏倚	68.6	67.7
4 不同意報紙對各觀點平衡報導	48.0	60.5
5 不同意電視對各觀點平衡報導	41.7	57.6
6 不同意政論雜誌對各觀點平衡報導	62.1	64.0
7 不同意報紙報導精確無誤	51.0	60.9
8 不同意電視報導精確無誤	39.4	55.7
9 不同意政論雜誌報導精確無誤	62.8	62.8
10 不同意報紙的題材值得報導	29.4	44.9
11 不同意電視的題材值得報導	20.2	33.3
12 不同意政論雜誌的題材值得報導	44.6	40.6

資料來源：張明賢，1989：50-1，60-1，71。

以「紅」（政治立場）為主要訴求的媒體，掉進產銷俱亂的市場而不克自拔，最後終底於覆亡的過程的同時，另有兩股動向有別的雜誌

同步湧動，一股來自異議媒體的對立面，即主流媒體的派生雜誌，另一股則是本文所稱的旁支異議媒體。

第一類雜誌在異議媒體開疆拓土，找到什麼樣的言論能夠得到讀者青睞、什麼樣的言論尺度已經能夠為政治權威當局接受以後，亦進入政論或時事的資訊市場，以開明的保守甚至偶或前進的姿態，承襲了若干原異議媒體的內容，這個情況或許就是「另類媒體」在議題建構過程中，經常溢效至主流媒體的一個例子（參見 Mathes and Pfetsch, 1991）。這類雜誌的代表刊物或許是兩大報系先後出版的《時報雜誌》週刊（1980.1-1985.12）與《中國論壇》（1975.10-1992.10）（關於中國論壇的深入分析，見陳重生，1992）、《聯合月刊》（1981.8.1-1988.1）。除了跟進已被顯露出來的市場以外，這些刊物的創辦目的之一應該是聯合報系創辦人王惕吾，針對聯合月刊的發刊所作的解釋：「以這月刊作為報紙篇幅的延長，由此儲備人才，以備將來篇幅限制取消後可以立即有可用之才……況且……報紙與雜誌的功能常是互補……（如）……抗戰之前輿論上對知識份子產生重大影響的《晨報》與《獨立評論》」（轉引自賴永忠，1993：621），兩大報日後又出版了《美國新聞與世界報導》（同步逐譯美國的週刊 US News and World Report, 1986.9.20-1990.8）與《時報新聞》周刊（1986.6.1-1987.7），就市場接受力來說，均告失敗。

第二類雜誌雖然不直接出於選舉需要或政治領域的考慮，但其內容所呈現的政治及文化等方面的價值取向，大多顯現對正統的不滿與挑戰。依照時間順序，最先是《夏潮》（1976-1978），該刊後來（1983.2-1984.11）復刊為《夏潮論壇》，然後接續有《人間》（1985.11-1989.9）、《文星》（1986.9-1988）、《南方》（1986.10-1988）、《台灣新文化》（1986.9-1991）、《台灣春秋》（1988.10-1990.5）、《五月評論》（1988.5-1988.12，四期）、《新文化》（1989.3-1990）與《實踐筆記》（1990.

1，半月刊，只出版四期）。一九九〇年代伊始，這些出版品已告走出舞台，發行收入不敷所出，應是主要原因。雖然《中華雜誌》（1963.8.16-1992.8）創辦人胡秋原說該刊停辦是因為「同仁……無人願意接辦」，但如果不是中華「一個月相差四萬元」所顯示的讀者群不足的因素，又為什麼會有人不願接辦？夏潮論壇亦因「被禁及財務困難……而自動停刊」（歐陽聖恩，1986：73），南方的呂昱則每期虧損五萬元（賴永忠，1993：637）。

至一九九四年底，若干先前曾經是黨外雜誌時期的重要編輯或作者，但問世以來，更為強調專業形象，而其運行比較受市場機能控制的雜誌，似乎只剩下政治新聞為主的週刊《新新聞》（1987.3.12-）。至於一九九三年十月八日創刊的《黑白新聞週刊》，由前曾支持台灣春秋的辜寬敏挹資，彷彿重返昔日黨外雜誌的重紅（支持特定政治人物及台灣獨立立場）色彩，就生產與消費的控制來說，比較接近約翰笙（Johnson, 1972）所說的「贊助人-侍從」（patron-client）的關係，而不是訴諸市場機能的節制。《新國會》（無黨籍林正杰，1993.9-）與《國會雙週刊》（民進黨蔡同榮，1993.4-）的內容及取向繁複有別，但均由在野公職人員創辦。《海峽評論》（1993.1-）則與《台灣評論》（1992.10-1993.10，1994.3重新出版）均為意識形態主導的刊物，分別強烈主張台灣應與中國大陸統一及獨立。《澄社報導》（1992.2-）與《教授論壇》（1991.1-）則由成員頗多重疊，但團體形象似有區隔的學院知識份子發行。它們集結重刊澄社及台灣教授協會會員，已在報刊發表的時事政論短文，以此作為降低生產成本的方式，然後在出版以後，按月郵寄索閱或捐款支持其立場的讀者。

在黨外政論雜誌走進黃昏的同時，一九八六年十一月三十日的桃園機場，因為前省議員、桃園縣長、民進黨主席許信良，在未經國民黨許可而執意返回台灣之時，發生了警民衝突事件。當時的「綠色小

組……游擊……式影像記錄……發揮另類影帶最大的社會效果……並鼓勵其他……人……投身另類影帶……短期間成就另類影帶眾家爭鳴的盛況」(廖素霞, 1994: 58-9), 但隨著綠色小組無法對外發行影帶(賀照緹, 1993: 65), 這個盛況在一九九〇年八月可以說已經結束, 其後以影像作為異議訴求的媒介, 只能說是零星而偶發, 它能夠產生的異議內涵, 雖然確實不再侷限於選舉或對國民黨國家機器的抨擊, 但其流通形式與書籍已相去不遠^②。

就生產及流通所需投入的資本來說, 影帶科技比雜誌等印刷媒體還要高, 如果印刷版本的黨外政論雜誌已無法生存, 則影像版的黨外雜誌似乎應該說是更缺乏存續的空間了^③。更何況驟然從威權國家機器解放出來的台灣的社會條件, 還沒有足夠時間孕育發展, 存在於南非、尼加拉瓜、美國與巴西等許多國家的支持另類影帶的資源(如宗教單位、大學院校、法令及國際團體, 參見馮建三, 1992c: 181-3), 尙未充份運用。以電子科技作為異議媒體的可能性, 至今主要還是在野黨對抗國家機器的過程中才能存在, 尤其是在一九九四年底的省市長選舉期間^④。至於它是否能夠永續發展, 是否能夠超越以國家機器

②關於以錄影帶作為異議媒體的討論, 鮑志雄、洪米貞、莊佩瑤、林文暉等人編(教誠, 等人, 1992)的文集, 提供了一些第一手訪談及從事者親身說法的資料, 賀照緹(1993)以「綠色小組」作為個案, 透過參與觀察, 深入提供該團體成員與政治及社會異議運動的關係, 並檢討了它的內部運作, 廖素霞(1994)則集中於討論一九八六至九二年間的社會運動及另類影帶, 更週延地整理了這段期間的社會運動及另類影帶的編目、分類及大事紀要。

③一九九三年七月通過的《有線電視法》, 在若干不合理條文中, 卻有兩個較為進步的規範, 一個是業者必須提交百分之三「營業額」作為地方政府的文化建設及捐贈可能開台營運的「公共」電視台之用, 另一個則是業者必須撥百分之十額道作為「公益」用途。但法律只提供架構, 讓受其規範對象在實踐過程, 摸索建構體現前二條文精神的具體作法, 這兩個規定是否對(不止於政治, 而是文化等面向的)異議表意, 會有幫助, 仍待觀察, 但請參見筆者短評〈有「限」電視〉(自立早報, 1994.7.9: 4)。

④參見《財訊》1994.12月, 「電子媒體天驚變」專輯, 頁184-232。其中電視方面, 比較具有意義的是台中民主有線電視台推動的「省長選戰新聞——全台聯線」, 由該台從一九九四年十一月一日至十二月二日, 逐日每週一至週六中午十二時以前, 完成選舉新

的權力關係作為對抗之對像, 則是引導下一節討論「地下電台」的主軸。

第三節「地下電台」的崛起及殞落？

「是不材之木也, 無所可用, 故能若是之壽。」

——莊子人間世第四。

一九九〇年起, 綠色小組及其它反主流影像的小眾媒體, 淡出異議媒體的舞台, 與此同一階段, 收音機與其擦身而過, 然後迅即大步邁進, 躍升成為最主要的對抗建制電子媒介的流星(參見本書第三章〈表 3.5〉及第二章註⑤輯錄的資料)。

前省議員、民進黨祕書長, 現職立法委員的張俊宏, 應該是實際有效使用收音機作為反對運動用途的第一人。一九九二年初, 他先以只有 25 瓦功率(另一說則是七月, 功率 200 瓦)的簡易發射器, 從其立委辦公室內開播(自立早報, 1994.3.16: 14; 4.16: 14), 次年二月一日則已使用「價值將近四百萬」「坐華航進來的」300 瓦發射器材播音(中國時報, 1993.2.1: 22), 並在同年十二月七日取得第一批中功率調頻頻道, 於一九九四年十月一日正式以 3000 瓦發射器, 每日節目 24 小時地合法試播。

不過, 真正引發候選人以開辦收音機電台作為競選之用的觸媒, 來自亦曾租用張俊宏頻道的許榮棋。許氏的「台灣之聲」(一九九三年

聞及小專題共 30 分鐘, 以跑帶及衛星傳輸方式, 隔日每晚九時至九時三十分作第一次播出(其它時間的重播則視情況由各台取捨)在各地民主有線電視為主的系統播出, 預計達到家庭戶數 200 萬戶以上(實際情況並無可靠調查可供確證)。另據該台新聞部主任李永萍表示(1994.12.10 作者面詢), 願意在這個新聞節目播出期間, 付費五萬元作為使用該節目帶(每 30 分鐘平均 1000 元左右)的版權金的業者, 並不踴躍, 而如果選舉這種比較具有市場「賣點」的異議節目, 都已無法得到業者首肯, 則其它更為耗費成本及時間的文化或其它面向之權力關係的異議影像節目, 似乎更難期望業者把资金投入共同製作了。

十一月開播)，加上計程車及「扣應」(call in)形式的大量使用，引起各政治勢力及社會的全面注意並跟進（呂松庭，1994）。惟與一九七九年以來的政論雜誌連綿近十年的風潮不同的是，緣於其科技屬性，政治暴力持有者（國家機器）幾乎能夠完全有效壓制收音機廣播的使用，至於是否壓制，則取決於國家對以下三個行動單位的評估——

(1) 國家機器本身的內部流派之對抗意志與力量，以台灣言，就是國民黨認為民進黨與新黨是否足以阻礙它的行動。這又涉及國民黨本身的意志是否齊一，以及民進黨與新黨是否認為有必要及兩黨擁有多少實力反對國民黨領導之國家機器的行動；

(2) 社會部門當中的直接關係者之對抗意志與力量，亦即地下電台的播音內容是否直接挑戰國家機器的法律與秩序，抑或是從其它領域（如文化）的權力現象入手，因此得以在不赤裸裸刺激政治暴力合法擁有者的情況下，暫時免除受其攻擊的危險？或是受其攻擊時，是否得有能力有效地抵抗或阻止國家機器的行動；

(3) 社會部門當中的輿論反應，由於電子媒體由國民黨掌控，而地下電台的興起既多直指國民黨而作批判，亦凸顯廣電資源受其壟斷的不合理，因此就此議題而言，電子媒體無法具備輿論意義，在這個情況下，主要印刷媒體的反應，成為評估黨國機器的電波政策是否合理的輿論指標。以環繞地下電台的論述來說，爭議的焦點應該包括：

(A) 開放的電波數量是否足夠？

(B) 決定誰能使用電波的過程與標準是否公平？以及，最重要的，但輿論却最沒有反省的，

(C) 產權形態是應該公共經營而為公民集體持有、各級政府所有，或是私人為商業動機而持有？而這些不等形態的新開設電台，其財源又應該如何籌措才能夠不致彼此干擾而負面影響彼此的營運績效？由於輿論對這些議題幾乎完全未作處理，沒有提供

公共論壇就此集思廣議，則在照下文（第五節）述及的國際（尤其是歐陸自由）電台運動時，我們或許能夠領會一個事實及一個危險。事實是轉型中的台灣威權國家機器威權仍在，而民間力量其實尚弱；危險則是，由於沒有充份討論(C)這裡所列的議題，我們可能再次目睹讓商業力量收割彼邦自由電台運動之果實的歷史，異地隔時而重演於當今台灣的地下電台。

以下先將過去一年來，環繞地下電台而生的執政黨、在野黨、地下電台與輿論之反應，按時間順序作成〈表 4.3〉，並次第依序討論。
表 4-3 地下電台反體制行動、執政黨行動／抄台理由、在野黨及主流輿論*的反應，1994.2.22-1995.2.6

月 日	地下電台反體制行動	執政黨行動／抄台理由	在野黨反應	輿論
2.22	數百輛計程車聽台灣之聲至財政部抗議保險費問題。	3.11 台北地檢署偵察許榮棋等四人。	沒有	稍不利
4.12	三月以來陸續有新地下電台開播，共四台。	新聞局罰鍰或警告。	沒有	
4.21	4.12 台灣之聲電召百輛計程車包圍國民黨中央黨部。	台北地檢署抄台灣之聲、多家電台遭電波干擾煽惑他人犯罪。第一次抄台。司法單位主導。	民進黨立委周伯倫開記者會表將副中廣預算／中央黨部及立院黨團強烈譴責。	稍有利
5.14	(因 4.12 事件) (未見特別行動)	台北地檢署公訴許榮棋等五人。	沒有。	
7.22	(因許榮棋傳喚不至) (未見特別行動)	警方逮捕許氏歸案。	陳水扁、顏錦福與周伯倫保釋許氏／立委黨團並譴責。	稍利／ 稍不利

- 7.30 (大陸與台灣主管兩岸事務官員本日開始於台北會談) 全國地下電台數目已經增加至 14 家。
- 新聞局抄全國十四家地下電台/非法播音,維持廣電秩序、法律尊嚴、合法業者權益。第二次抄台,新聞局第一次主導。
- 民進黨中央開記者會抨擊並表示若再封殺將自辦電台/北市議會黨團譴責/北縣長楊言警力將不配合/多位立委促全面開放頻道並在過渡期准地下台合法化。新黨肯定依法查辦。
- 利/稍不利
- 8.1 地下電台業者抗議取締在新聞局前與警方流血衝突/8.2 獨立放送頭等六家電台成立「民間電台聯合會」,表將集中聯播及抄一台換一台。
- 譴責暴力,表示強力取締到底。
- 民進黨:人民有抵抗權,但應避免以暴易暴。若國民黨繼續壟斷則地下電台不斷。新黨:抄台不妥,但 2 日趙少康指陳水扁保許榮棋應負責。
- 不利
- 8.3 (新聞局抄台科員張台安被砍/但日後查與抄台無關)
- 促嚴懲暴徒,持續抄台。4 日,連戰表示抄台「不竟全功,不得停止」。
- 譴責暴力並抗議國民黨以此抹黑民進黨/8.6 邀新聞局長與業者座談/民進與新黨指國民黨壟斷電波是問題根源。
- 不利

+

- 8.31 (板橋地檢署指台灣凌晨 (板橋地檢署指台灣之聲與群眾之聲播音內容涉嫌煽動他人犯罪及侮辱公署罪,率千餘警力取締之)。
- 同前/國民黨有立委要求更嚴格取締,否則凍結警政預算。第三次抄台,司法單位主導。
- 民進黨表應發還器材且須一個月內善意回應否則自辦電台/尤清為 9.3 之北縣政府電台口試,圖予新聞局好印像,故表諒解,並疏通群眾。
- 純報導
- 11.4 持續未經申請而使用電波。
- 新聞局本日發函要求 16 家電台 7 天日停止播音否則抄台(後未抄)。
- 中央黨部 11 日舉行座談(21 家參加):民間電台非民進黨附庸/廣電源重分配/譴擬抄台並將遏止/速組電台聯盟,讓言論空間。
- **
- 12.22 全民計程車司機戴正昌被殺在德惠街設靈堂公祭。
- 毀計程車 20 輛以上。抄台灣國。第四次抄台,新聞局與司法單位聯合指揮。重申「不竟全功,絕不中止」。
- 警方反應過渡,陳師孟至現場,各報指責陳水扁指政策應合理但若中央取締,北市,會配合。新黨 26 日表示支持新聞局開放政策,該黨電台即日起全部停播。
- 一面倒,不利

12.30	行政院副院長徐立德約集調查局長、國家安全局長、新聞局正副局長、交通部長、法務部次長，宣示元旦後全面抄台決心。			
1995 1.3	官方指涉嫌聚眾糾事。	抄寶島新聲。新聞局與司法單位聯合指揮。第五次抄台。	陳水扁指應讓地下電台合法，但支持警方依法辦事。	報導／不利
1.6	官方指非法播音。	抄寶島新聲及新思維。新聞局與司法單位聯合指揮。第六次抄台。	民進黨不滿／指應開放所有頻道／公佈審議標準。新黨指新思維與其無關。	報導
1.10	寶島新聲集眾1500人立法院抗議抗議客家文化遭漠視。	政院秘書長表將意見上轉院長連戰。第七次抄台。	民進黨立委葉菊蘭、彭百顯等表將要求新聞局解釋。	無／淡化
1.9			民進黨國代鄭寶清、立委李進勇指新聞局取締電台為違憲，要求監院彈劾胡志強。	報導
1.11	新思維不開門，寶島新聲開門，均被抄，後者損失較重。第八次抄台。	新聞局主導續抄台，並投書中時回應，表示連日抄台合於情理法。	未見媒體報導。	報導比昨日多
1.12	台中與高雄六家電台被抄第九次抄台。	新聞局主導，非法使用電波，未申請搜索票。	民進黨高市議會黨團指違憲違法。	更多報導

1.14	再抄新思維、大台北電台（未播音被抄）	新聞局主導，理由不詳。第十次抄台。	未見反應。	未報／報導
1.16	台灣國、真理之聲與蕃薯台等八家再被抄（未播音被抄）。	新聞局主導。違法播音。第十一次抄台。		擴大報導
1.21	嘉義台灣之聲與高雄蕃薯台等四家再被抄	新聞局主導。第十二次抄台。	民進黨立委蔡同榮、朱星羽至現場，報載朱星羽跪地聲援三小時未獲回應。	報導
1.23	許榮棋等人開始在美國華盛頓絕食抗議。			無報導
2.6	台北的寶島新聲主播，台灣國、真理、太平洋、基層之聲、朝代、群眾、台中望春風、嘉義台灣之聲及高雄蕃薯之聲於上午十至十一時聯播抗議。	國府曾詞上仍表示將取締，惟前述電台仍有多台連線於週一至週六中午十二時至下午一時聯播改造媒體的對談節目，至二月十八日仍然播音不墜。	電子通訊網路持續出現關於美國台人的抗議活動新聞及美國若干公益電台的近況	無報導

* 指中國時報與聯合報次日的新聞報導及評論，若有二個反應，則前為中時，後為聯合。

** 本日未見官方抄台行動，兩報未特別報導，惟聯合報於11月9/10/11日均有相關報導及評論，大多不支持抄台。

台灣之聲與南台灣之聲早在一九九三年十一月即已開播，與官方維持相安無事的關係。翌年二月因計程車包圍財政部引發事端，司法單位二十天後開始偵察（公訴又晚了近三個月），並在四月指台灣之聲廣播內容「煽惑犯罪」，展開第一次抄台，但此時已開播的南台灣之聲、寶島新聲與綠色和平，仍能播音不墜，換句話說，許榮棋傳神的說法，「電波是在空中跑的，人民「捉下來用」有何不可」（蘭薰，1994），

在這個階段至第二次抄台前夕（一九九四年七月底，電台數量已增加至 14 個），仍然未受到政府的強烈反對。許榮棋及後來的電台被抄，主因不是私用電波，而可能是肇因於使用電波進行直接挑戰國家機器的威權，並招惹其官員，使不勝其擾，中國時報（1994.8.2：5）記者張景為在群眾聚集新聞局發生抗議衝突的次日，有如下分析：「社會抗爭事件及地下電台在其中的角色，不斷成為行政院會中輿情報告的題材，不少部會首長除了抨擊此一現象，並抱怨自己家中電話遭到地下電台公佈而遭騷擾。由於此一問題不斷被提出，連戰……因此多次指示相關權責單位要徹底執行公權力。」經此事件以後，國民黨內部長期以來，以軍事安全及其它理由扣用電波的國防部、司法院、交通部、新聞局與情治單位，先前對於鎮壓地下電台的歧見與對法律條文解釋的差異^⑤，從此不再存在，國府意志已經凝聚，是否行動，什麼時候行動，而是否能夠竟功，端視在野黨（及其電台支持者）及輿論的反應了^⑥。

如〈表 4.3〉記錄，與執政黨相同，民進黨對台灣之聲的反應，也是到了抄台之後才有較明顯的行動，但除了只在原則上宣示「（國民黨政軍）退出三台（及收音機）產權與經營以外，並無有效的具體行動能夠實現這個原則，甚至其重要人物的前後態度，判若涇渭。如台北縣長尤清在第二次抄台時，對於警方未照會他就配合新聞局取締，

⑤ 參見陳鳳馨（聯合報，1994.7.31：2）、李作平（中國時報，1994.7.31：3）、周美里、尚毅夫（均見自立早報，1994.8.6：3）的分析與報導。

⑥ 升高言論並使其刺激以吸引聽眾，似乎又與前文所述之政論雜誌發展至一九八〇年代中期的情況略有相仿，許榮棋曾表示 call in 的設計也是基於這個考慮（呂松庭，1994）。或謂不作此廣播內容則不致遺忌，而可以在不受注意下延長並厚植地下電台的生命力？這個想法是否可取，至少必須先(1)分析當時各電台的廣播內容及受歡迎程度的差異，(2)頻道開放以後，合法與未申設者的利益必生衝突，國家機器不可能不受此壓力，因此取締後者實事所必然，比利時已有先例（Noam, 1991：177-8）。要之，即便播音內容未涉政治，則最多似乎只能說是地下電台的存在，時間會長一些而已。

大表震怒，但一個月後在第三次抄台時，由於該縣申設電台的口試在即，因此無意得罪新聞局，於是協助警方疏通民眾，事後獲悉申請案未獲通過後，尤清據報又「激動的以……‘混蛋’怒斥新聞局」，並「警告……考慮自行裝置一台在縣府……看看新聞局敢不敢取締」（自立早報，1994.9.7：2），事後却不見下文，亦未見由此提出與中央分享社區電波權的主張。陳水扁在許榮棋被捕當天，協同其它立委為其作保，為此亦遭新黨台北市長候選人趙少康抨擊，但當選台北市長以後，論調持平，對於他間接捐贈 40 萬創辦的寶島新聲（自由時報，1995.1.4：3）被抄台，亦復如是。

在一九九四年七月三十日聯抄十四家電台以前，政府意志尚未完整成形，輿論亦大致上對於地下電台採取同情立場，甚至在較邊緣的版位還出現了「弱勢族群地上沒電台，地下電台是他們真實可靠的管道」、「地下電台給灰黯的城市增添亮光」、「地下電台考驗民主政治的智慧／小市民的‘地下’聲音」（中國時報，1994.4.28：11；7.26：11；7.27：39，均為該版主文之標題），直至八月三日新聞局科員張台安遇刺，情勢短暫逆轉，地下電台再次被強烈與街頭犯罪構連成對（如聯合報四日二版的「黑白集」說：「對政府管制電台……反感……對地下電台……同情或理解……但……所有……人均應……聲討這種醜陋卑鄙的暴行！」）。然後直到選舉前夕，正反面陳述及評論交加^⑦，

⑦ 單以《中時晚報》為例，選前一個月期間，就有十則相關報導及評論（平均三天一則），均見五、六兩版，其標題或內文均無明顯政治傾向：

月 日	標題
10.27	call in 風，席捲第四台
10.29	搞不搞地下電台？新黨很「矛盾」……新思維試呼聲……
11. 4	港都……社區電台地下電台如雨後春筍……
11. 5	新思維號召 新駕駛明警師／監聽地下電台 預防暴力擴散……
11. 7	趙少康打游擊主攻地下電台／朱高正猛上 call in
11.11	電話鈴響官員怕怕：聊了半天，才知自己在 call in 線上

但大底仍表反對抄台（如聯合報十一月九至十一日），而在野黨派亦因為選舉當前，認為電台可以作為文宣利器，每每適時抨擊國民黨並作態護台。但隨著選舉結束，國民黨、民進黨與新黨於政治收益上均有所得，電台的選舉效用亦已不再，在野黨無復得有訴求，較少能夠動員輿論支持反抄台，而十二月二十二日發生全民計程車戴正昌被殺案件之後，輿情急轉直下，從對被害之計程車團體之不滿，延伸至對台灣國電台與整體地下電台的妨害，乃至於不安氣氛的塑造¹¹，由此進

11.18 政治季節裡 CALL IN 成主角：草根式表達的方式可能疏漏百出但讓人更認識台灣社會

11.21 整版由羅傳賢、張茂桂、莊淇銘談 call in

11.28 地下電台佔盡空中優勢……

①雖然保守而威權的人、團體與媒介，經常透過「法律與秩序」(law and order) 的訴求，完成鞏固、強化甚至推進其威權的目的，但類如全民計程車的例子，媒體報導大多不利於受害團體（全民計程車，其成員被殺一人），而不是譴責加害人（油車幫份子），似乎罕見。筆者這段結論固然尚待更多內容及論述分析才能厚實，但並非走馬看花似地觀察。事實上，除了自由時報以外，不僅自認較具專業水準的兩大報沒有遵守基本的形式平衡報導，自立、民衆與台時等報紙也未有此表現，並且似乎也沒有即時提出對立 (oppositional) 論述（三則外稿的例外：自立早報 12 月 29、30 日 19 版及 31 日 5 版之短評）。再如聯合晚報編輯選的筆者撰稿，筆者恰於事件發生當日早上（12 月 21 日）以〈相應：電子民主，可以俗又大碗〉為題傳進報社，後來該報未依一般並非不常見的例子在三、四天刊出，而是在十五天以後的元月六日（21 版）刊載，題名改為〈你相應，大家一起來 CALL IN……電子民主，資訊生活與社會資源〉，雖然亦很妥當，但只處舉這個例子的用意，在於反證德惠街事件爆發以後的輿論氣氛，對地下電台相當不利，註定使正面肯定電台相應的稿文，必須延後刊登。

其次，中國時報 11 版於 12 月 25 日刊登張茂桂的〈德惠街殺人事件的省思〉，站在計程車司機立場，以階級角度評述本案，但據稱報業主不滿，故 12 月 30 日刊出半德蓉的〈社會正義不是「負負得正」〉，以「法律與秩序」觀點駁斥張文（據羊文是報社邀稿或自行投稿，無法得知），張氏復似曾回一文，報社未刊。然後一星期之後，即一九九五年元月五日相同版位刊出李金鎔的〈邊緣人更需要媒介的關懷與了解〉，以婉轉語氣，規勸傳播從業人員應有更大襟懷，體會計程車等弱勢行業。

最後，設若全民黨是單純的「法律與秩序」的問題，但媒體就該案的報導，連帶抹黑了地下電台，應該說是可供批評的。因為計程車行業本身基於業務需要，自有法律許可使用的無線電系統，致遇同伴與人衝突而以此電波聯絡，聚集生事的狂例，即曾存在（見〈表 4.4〉），媒體未就此報導與評述，卻使之與地下電台相連，顯然對電台的發展不利。最戲劇性呈現這個情形的例子或許是二十五日《台灣國之聲》被抄當天，聯合晚報 14 版刊出〈公權不張無線電暴力走了樣〉的近半版座談紀錄，並配 143 平方公

入新階段。十二月二四日小功率電台通過 46 件，其中與民進黨關係近者 18 件，國民黨 10 件（中國時報，1994.12.25:22），拆解了部份民進黨反對抄台的引信，而新黨表示為支持新聞局的開放政策，二六日宣佈暫停播音，提供國民黨政府本來已宣示強力抄台的決心，一股額外驅力。

此後，原本效能就不高的群眾集結壓力，已更加不可能作為對抗國家機器的法制暴力之手段。

短暫一年之間，國家機器的三個主要政黨，就其行為的效果評斷，可以說是各有盤算，聯手窒息，或至少說是遲延了收音機電台作為公益使用的廣度與深度的可能性。國民黨的策略是「棄卒保帥」：舊有的中廣等收音機資源大致沒有被成功挑戰，但開放先前未被（合理）使用的電波却正好能夠贏得若干輿論支持，兼可分化反對壟斷電波陣營中，原本就沒有嚴格組織之力量，再者，國民黨畢竟亦取得了新開放電波的一部份。民進黨的整體態度或許是「得隴望蜀」，由於實存地下電台大多與其公職人員有關，因此申請電波而合法取得執照以後，事實上在這部份有限的電波配用，已經取得優於國民黨與新黨的收穫，

分大漫畫，一家人瑟縮於牆角狀甚恐慌，窗外警民對峙，已有汽油蛋打破窗戶搥了進來，另一屋偶桌上的收音機正播音「親愛的 CALL IN 聽友，我們把市區變成「殺戮戰場」了，而這並不只是聯合晚報專有的言論表達，而是當時意見氣氛似乎正是如此，唯一尚敢於使用「CALL IN」字樣者，非常諷刺，是商業廣告：「CALL IN 刷刷刷 中獎連連發」、「聯合信用卡百萬 CALL IN 大樂透」、「發財熱線」（中國時報 1994.12.26 頭版半版廣告）（另參見註②）。

表 4.4 大台北地區無線電計程車衝突事件，1990-1993

年份	件數	涉及計程車數
1990	5	160 輛以上
1991	1	10 輛以上
1992	3	110 輛以上
1993	3	數十輛，兩電台集體械鬥，司機與捷運工人互毆

資料來源：都市交通期刊，轉引自謝欣豫，1994.8.17 中時晚報 10 版製表

至於原有之更多電台資源的重分配而言，民進黨既然實力未逮，只能吞忍而不妨留待他日，俟機再作要求。新黨則或許是「以退為進」保存實力，原因是多方面的，或許自限於選前的「法律與秩序」形象而在此時刻可以再作強化，也有可能是固守現法對於新黨的廣電實質利益可以損失最少（這段期間的地下電台，意見傾向新黨者，明顯少於民進黨），或許也因為另有非該黨直接經營，但為其黨籍民意代表主持的新思維電台尚可運作於新黨最主要的支持區域（台北市）。

地下電台，如同十年前的黨外雜誌編聯會，雖然在國民黨大抄台之後（八月一日，六家）及選舉期間（十一月十一日，二十一家）與連續抄台之後（一九九五年二月六日），曾經齊聚聚首，但似乎並沒有產生任何效果。此外，由於各家電台物質條件高低不齊，主觀認知似乎亦有分歧，因此處於單兵與國家機器對抗的局面，難以成事，如《群眾之聲》一九九五年元月三日在三台晚間新聞出現，表示聽令不播音是因為缺財源，擔心被抄以後較難復原，嘉義《蘭潭之聲》與嘉義《台灣之聲》亦有衝突情事傳出（自立早報，1995.1.6：11）。主流報紙方面是否已斷絕反抄台的討論空間^⑨，顯得曖昧，但可以確定的是，報紙也未以此議題值得大加討論只由外稿評述且經常由編輯正配負，抵消效果^⑩，因而並無積極探討的企圖，所以即使偶爾批評國民黨之政策，

⑨如〈空中電波幾時能遠離政黨〉（馮建三）與〈抄台行動於理難立足〉（許木真）分別為《聯合報》（1994.12.25：11）、《中國時報》（1995.1.9：11）言論版外稿主文的標題，但後文作者使用筆名，或稱是「新聞工作者」，如果是該報主筆之一，則更可印證主流報紙未封閉反抄台之討論。〈請讓地下電台就地合法〉（民進黨立委蔡同聲）及〈公益電台等待出頭天〉（馮建三）則分別在《中國時報》意見廣場版面刊出（1995.1.14，1.15）。

⑩如《聯合報》（1995.1.1：11）刊登廣電業者建議「嚴格管制電台發射器……（及）藉由……市場……產生……鉤制……作用」（內文）及同報次日六版記者的「地下電台，告訴我法律常識」（標題）；以及〈民衆新聲沒有宣洩管道 抄台無助新廣電秩序建立〉、〈地下電台擾亂民衆生活 抄台有助收訊的管道暢通〉（標題）（聯合報，1995.1.7：11）。

亦屬杯水車薪。

在野黨反對國民黨抄台的實力，原本不大，歷經選舉及新頻道獲分配以後，內部更因此產生反抄台力量的分化，而此時輿論已逐漸將抄台事件當作一般新聞處理，地下電台的意義更難凸顯，在面對國家暴力的連續鎮壓而不留餘地的情況下，電台所能召喚的民間活力，用於應付即時的抄台陰影與困境，都有所不及，若說在此局面，電台還能超越國家機器的範疇，構思未來的發展前景，使如何不致於重蹈十年前黨外雜誌不亡於國家暴力而銷路在市場的無秩序生產，可能已經是非份的期待了。

第四節 從「黨外雜誌」的讀者到「地下電台」的聽眾

「市井小民有話要說，而且居然是重要的話要透過廣播來說，這樣的想法為人接受的速度，非常緩慢。果真市井小民使用廣播表達他自己的意見，毫無遮攔而話語並不修飾，那可真幾乎是所有良好社會秩序形將瓦解的癡兆了。」

——D. G. Bridson, 1971 / 《主與僕》。

轉引自 Crisell, 1986：181.

然而，地下時期的這些新興電台雖然大多興起於政治選舉動員的需求，並且也亡失於國家機器的政治暴力，不過這並不是說在一九九五年密集抄台之前「承平」運作的一年左右期間，它們的廣播內容全部侷限在狹隘的當下政治或選舉領域，事實上，雖然似乎沒有人能夠在這段時間從事全面的地下電台收音調查，但是有一些資料能夠間接佐證^⑪它們確實在沒有廣告收入下，提示了、見證了甚至擴充了六十

⑪請參見以下資料對地下電台創辦過程（人）的報導及收聽經驗描述：陳昭如，1994：《中國時報》，1994.7.27；人間副刊；《中時晚報》，1994.11.1-4 連續四天的副刊專文；《新新聞》，1994.11.6/11.13 兩期；《卓越》與《財訊》月刊 1994 年 5 月號；《黑白新聞週刊》，1995.1.15：65-70；《聯合文學》，1995 年 3 月號。

五年前布萊希特 (Brecht, 1930) 對收音機正面可能性的肯定：可以低廉製播，因此能夠免除受到商業控制，呈現較多樣化的節目結構，以及聽眾扣應 (call in) 及至電台參與等經驗所帶來的脫除疏離與產生力有所出 (empowering) 之氛圍。

因此，本節的重點擺放在從電台聽眾的扣應分析，反襯收音機被抄台前的過往表現，在一些時候應當能夠視為某種形式的「代議式的參與民主」與公共領域原則的體現 (Jakubowicz, 1990: 335)，而不全部徒然是政黨的宣傳或組織工具。至於這樣的「一些時候」究竟在什麼條件下，始有常態存在的可能，則是本文最後一節預定探索的課題。依照時代順序，我們先將一九八三年的政論雜誌讀者和一九九四年的地下電台聽眾扣應與一九九四年報紙讀者投書的基本資料，作成〈表 4.5〉、〈表 4.6〉與〈表 4.7〉。

這些公民透過雜誌的訂閱及主動與媒體接觸，顯現他們是資訊活躍份子，而認知經常與實際行動相關，因此他們往往也是政治上比較積極的人，或許從三家政論雜誌訂戶均有八成以上曾經勸人投票這個事實看出 (表 4.5)，因為，根據陳義彥、鄭清芬及廖達祺對一九八〇年底選舉期間的台北市民、北市大學生及桃園縣選民所作調查，選舉期間曾勸人投票的比例分別只是 26.0%、31.3% 與 32.6% (馮建三，1983: 65, 〈表 4.10〉)。

在主動追逐資訊與政治參與這個相同點之外，這三類閱聽人及其媒介所彰顯的意義，可以討論如后。

表 4.5 三家政論雜誌銷數及其訂戶資料，1983年2月

雜誌	銷數 千本	男女		省籍		黨籍		喜讀中共新聞		懼中共潛在威脅		以三民主義自豪		曾勸人投票	
		男	女	本省	外省	國新	黨新	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
80年代	19.0	77	5	76	5	34	47	1	1.2	5	6.3	18	26.5	71	87.7
深耕	8.5	175	8	167	16	41	130	0	0.0	11	6.1	28	20.3	159	88.3
中華	2.5	316	22	101	237	237	88	41	12.2	66	19.8	223	71.9	268	80.7
合計	30.0	568	35	344	258	312	265	42	7.0	82	13.6	269	44.6	798	82.6

資料來源：銷數資料取自鄭傑光，1982；其餘取自馮建三，1983。

表 4.6 六家地下電台聽眾扣應基本資料，1994年12月

電台	收聽 時數 (1小時)	扣應人數		性別		使用語言			說話語調			回應 人數**	平均 長度 (秒)	佔節目 長度比 例(%)
		男	女	國語	台語*	並用	平常	激動	交叉					
全民	9	3.1	2.1	1.0	0.7	1.9	0.6	2.2	0.4	0.4	2.2	112	16.2	
綠色和平	18	7.6	5.0	2.6	1.1	5.2	1.2	6.7	0.2	0.6	2.4	98	24.1	
寶島新聲	19	8.3	6.4	1.9	2.8	4.5	0.9	7.0	0.8	0.4	3.3	148	39.1	
群眾	9	11.0	9.3	1.7	0.9	6.8	3.3	7.1	0.8	2.2	5.5	128	39.3	
台灣國	9	17.4	11.4	6.0	2.3	1.0	15.4	1.1	0.9	12.1	143	61.7		
新黨***	19	10.5	7.7	2.8	9.7	0.6	0.2	8.3	1.4	0.8	3.8	181	47.8	
合計	83	9.4	6.8	2.6	3.9	4.4	1.0	7.7	0.9	0.7	4.3	141	36.9	

資料來源：1994.11.26/30 (選前)；12.14/17 (選後) 等四天等距抽樣共 83 小時的收聽記錄。

* 包括一小時的客語收聽。

** 指扣應者是針對節目主持人或其它扣應者所說的話之反應而扣應。

*** 選前取新思維電台，選後取新台北電台。

**** 感謝下列人士協助本表的資料蒐集與登錄：馮瓊慧，以及政治大學新開系所與廣電系同學蔡銘育、古家瑜、官智輝、黃雅婷、郭晏銓、劉昌德、羅慧雯、洪貞玲、管中祥、蕭景騰、郭瓊俐、黃淑綾、藍麗娟、蔡毓慈、劉世澤、尤瑞琦、黃

一平、郭育滋、洪秀碧、孫秀英、王浩威的協助。陳光興慷慨地提供資料，幫助很大，亦伸謝忱。

表 4.7 中國時報與聯合報言論版的投書讀者身份及發言比重分析，
1994 年 12 月

	學院知 識份子	政治 人物	報社 人員	其它 讀者	中小 學教 師	公務員	專業人 士	資本 家	無從 判斷	1 4 天台 計	一 天 平均	
投書則數(N)	39	14	14	69	13	17	9	4	13	3	195	13.9
使用面積(%)	32.5	8.8	6.7	30.7	6.2	2.9	1.2	3.8	2.1	100	—	—
平均面積(%)	0.84	0.62	0.48	0.44	0.39	0.36	0.32	0.3	0.29	0.7	0.51	—

資料來源：取 12 月第四個星期（12 月 19 至 24 日）七天的報紙作分析。

無線電子媒介的特色之一，表現在它解決了印刷媒體（如雜誌）的發行問題，亦無須聽眾額外花費就能夠接收其廣播內容，因此就數量來說，地下電台能夠達到的人數，一定遠超過先前的黨外雜誌。後者人數以〈表 4.5〉資料乘 10 倍（因為政論雜誌不止三本，而一本雜誌的流通常在一人以上）計算，約為讀者群 30 萬（一九八三年全台灣地區）。前者人數的情況是，根據一九九四年八月大學抄台後的 1690 人之調查發現，有 44% 的大台北地區民眾收聽過地下電台節目，其中有 20% 左右是在家中與自有車輛等可以自行控制的環境中主動選擇收聽（民生報，1994.8.11：18）；另有一項選舉期間，以 1016 個台北市合格選民為對象所作的調查發現，有 29.4% 的選民曾經從地下電台收聽選舉新聞（中時晚報，1994.11.6：2），依此有限資料推論，若說過去一年內，台北縣市六百餘萬人口當中，有潛在的聽眾大約 264 萬與主動接觸的聽眾 53 萬，可能尚屬可信。其次，若是比較這些異議媒體的堅定使用者，則最明顯的是性別的變化，就雜誌來說，男女訂戶的比是 15.8：1，而電台的扣應男女聽眾比是 2.6：1，差距達 6 倍以

上，收音機不一定是組訓工具，但至少用來召喚女性參與公共生活，效果比雜誌好，而如果在父權體系之下，女性的政治態度傾向保守，則地下電台所具有的滲透或顛覆潛能，更見可觀^①。

就異議媒體的使用者的省籍特色來說，十二年來的變化，對比頗為明顯，可作二點說明。第一，台籍異議媒體的省籍色彩減淡，然而，第二，大陸籍異議媒體的省籍色彩却似乎反倒添濃。

一九八三年的《深耕》及《八十年代》訂戶，台省與外省比是 11.6：1。如果容許我們以扣應所使用語言作為區分標準，以使用國語者為外省，而台（客）語為台省，則地下電台的台省與外省扣應人數比，最高是《群眾之聲》的 7.5：1，最低是《寶島新聲》的 1.6：1，這些異議媒體之使用者的省籍色彩，被沖淡 1.5 至 7.2 倍左右。另一方面，假使從喜讀中共新聞、懼中共潛在威脅及以三民主義自豪的人數來看，當年《中華雜誌》的讀者的政治態度應該比較接近現今的《新思維》電台扣應者，但其讀者的台外省比例變化，從中華雜誌的 1：2.3，增加至新思維的 1：16.2，躍升 7 倍多，這個情況與前一組相對照，恰成反比例。為什麼兩類異議媒體的使用者的省籍變化方向，背道而馳？或許是能夠流利且願意使用台（客）語的新思維電台的本省籍聽眾，人數少於其原籍，因此這裡記錄的外省籍聽眾人數被膨脹；其次，這個情況或許與一九九四年底台北市長選舉的新黨候選人趙少康保衛大中華訴求策略，激發部份外省籍人士的危機感不無關聯，而新思維電

①另據聯亞公司一九九二年的調查，收聽收音機的人口（15-55 歲）比率是 56%，其中男性 58%，女性 54%（勤腦，1993，205 期：25）。寶島新聲電台亦曾在一九九四年十月作過調查（抽樣台北市民 215 人電話訪問），發現只有 59 人從未聽過地下電台（27%），47 人不常聽（22%），亦即常聽地下電台的人高達 53%，在性別方面，同一份電話顯示常聽該台、台灣之聲或綠色和平者有 80 人，其中女性佔 43.4%，大專程度以上 49.4%，而 50 歲以上聽眾是 19.8%；一九八三年二月所作的《深耕》及《八十年代》兩本政治立場與前三電台接近的雜誌，其女性讀者 13 人佔總答本項資料的讀者 265 人的 4.9%，大專以上者是 47.5%，而 50 歲以上是 20%（馮建三，1983）。

台扣應人數大多使用國語，只是當時這個現象的一部份。

再看報紙讀者投書及電台扣應所容納的參與人數，如果偏低估計，一台每天以播音十二小時算，一小時有 9.4 人扣應而由媒介訊息消費者成為媒介訊息生產者，則一天每台可以容納 113 人扣應。現今得有能每天提供一個版面作為讀者投書的《中國時報》與《聯合報》，扣掉內稿及約稿（假設學院知識份子的稿件全屬約稿，而且其它稿件均為投書），則其容納參與的程度是每天 10.1 人。但電台扣應及報紙投書所顯示的差別意義，不單只是數量這個面向的差距有十三倍，而且也是參與品質的分野，前者是雙向的來往，並且不因身份之差別而得到不等待遇，扣應的人幾乎沒有，也不太可能有被拒絕的情況，每個人並且平均得到 141 秒的發言時間，至於扣應者使用的時間是長於或短於平均數，通常在聽眾本人的意願，較少是在主持人未經預告下就打斷，而在一個小時平均 9.4 人的扣應中，有 4.3 人（45.7%）是聽了節目主持人或其它扣應的人之發言以後，即刻給予的回響。報紙的讀者投書的主動權，很大一部份掌握在編輯及報社政策手中，因為這不但涉及文字能力的考驗，而且也因為投書費工費時又較遲才能知道是否見用，因此阻絕或較不能鼓勵讀者的主動性；此外，投書者身份的差異也造成讀者反應是否被接受，以及所獲得的發言篇幅之多寡，兩大報在言論版發言的十種身份，就每篇文稿所佔版面的比率來說，只有學院知識份子（0.84%）與政治人物（0.62%）得到高於平均水準的篇幅待遇（0.51%），報紙刊登的投書，較諸電台，比較容易是單向的來往及因身份之差別而得到等差待遇。

最後，異議媒介本身並不是同質化的單一體，非但一九八〇年代的政論雜誌如此，一九九〇年代的地下電台，大致上也呈延續了這個分野及媒介類型，最大的差異表現在對於中國大陸的政治立場。如一九七九年七月創刊的《疾風》雜誌人士，不但在創刊之前，曾經成立

「反共愛國勤奸委員會」（同年元月二十四日，黨外至高雄遊行聲援余登發的後兩天），也在九月包圍《美麗島》創刊酒會會場，致而引發中泰賓館事件，該雜誌更在次年初攻擊中華雜誌生訟而後於一九八〇年八月連同八十年代均被停刊。十多年後的地下電台傾向新黨者，是否存在疾風與中華之間的差別，較難察知，但在統獨立場與新黨對立而主張台灣獨立的五家電台中，《全民》、《綠色和平》、《寶島新聲》、《群眾》與《台灣國》之間，確實有同有異。一方面，若就其聽眾使用的語言、男女比例及扣應語調的輕重急緩，固然比較不能呈現彼此的差異，但另一方面若是以比較能夠顯示聽眾參與的熱度與特質，亦即反應了聽眾心目中的媒介形象的三個指標來看，也就是比對五家電台的每小時扣應人數、扣應者是否為回應他人，以及扣應時間佔該節目時間的比例，則這五家電台反對國民黨體制的色彩，恰好成為鮮明印記。張俊宏擁有而在新聞局開放中功率電波時，就得到執照的全民電台（一九九三年十二月九日），比較溫和，扣應人數是每小時 3.1 人，其中 2.2 人為回應，佔節目總時間 16.2%，其次是一九九四年九月六日亦取得中功率執照的綠色和平，而色彩接近前者但中功率及小功率（一九九五年十二月二十四日）兩次均未獲通過的寶島新聲居第三，開播較晚而無意（或無資本）申請執照、由主張勞工路線、創辦《群眾雜誌》的前礁溪鎮鎮長、前《台灣政論》編輯張金策創立的群眾之聲的扣應人數已上升至一小時 11 人，但宗教色彩強烈且於一九九四年十二月二十五日被抄台的台灣國電台更高達 17.4 人扣應，而其時間已佔節目的 61.7%。

這些不等的扣應，究竟談了什麼話題，怎麼談法，呈現什麼觀點，仍待後續分析，惟確知的是，從政論雜誌的讀者到地下電台的聽眾之間，應該不止是資訊、政治異議及活躍份子的延續與擴張，而且也涉及了異議資訊的生產者及產品使用者的關係，亦發生了相當程度的改

變。另一個饒富社會意義的是，政論雜誌與地下電台的創辦人及其訊息生產者，二者身份在多大程度上是重疊的？這個問題，有待日後探討。

第五節 「地下電台」的國際經驗：三個模式

「收音機並未離我們而去……只是鮮見關於收音機的批判性眼光……晚近……人們對收音機的興趣已見‘復甦’，原因有大有小，就其小而言，是因為收音機廣播等等另類傳播形式已告浮現，就其大而言，則必須歸因於科技、經濟、權力與文化生產在全球之間、在本地之內，刻正轉變與鞏固。」

——J. Berland, 1993: 209.

在國際環境裡，「地下電台」現象的存在，由來已久，此即各個國家在戰時或平時，透過電波頻譜中的低頻或特低頻，對鄰國或敵國宣傳，但彼此並未首肯之，而是時常以電波干擾或取締本國民眾的收聽 (Short, 1986)，直至前東歐集團已經崩解五年的現在，美國出資的「自由歐洲電台」(Radio Free Europe) 也沒有完全放棄對前所謂的共產黨存政權進行「民主教育」改造的企圖，反而能夠藉著將播音中心從德國慕尼黑東移至捷克布拉格，縮減預算，預定從一九九三年的2.1億降至一九九五年的0.75億美元 (Forbes, September 26 1994: 25; December 20 1993: 61)。我國政府也由新聞局編列預算，長年委託中央廣播公司及國民黨營的中國廣播公司海外部對外播音，目前則可能擴大辦理，以「中央廣播電台設置條例」作為設立國家電台的依據，合併前二者的業務，開辦經費六億元預定全額由新聞局補助 (聯合報，1994.12.15: 6)。

簡短作前段之敘述，目的在說明，未得相關主權國家之許可而擅自廣播，從一九三〇年代至今，存在已有六十多年。現在這個相同的

國家機器，却經常反身向內施壓，禁止境內公民進行它在國際間所作的「地下電台」的發聲行動，難免略有「只准州官放火，不准百姓點燈」的味道^①。

假設再比擬資料所及國家的情況，則我們又可以發現，國家機器壓制百姓使其不能點燈（進行地下電台的活動）的效率，如第三節所述，台灣政府可能屬一屬二，直到最近才出現成功點燃的例子，對照之下，國際間的地下電台「百姓點燈」活動，使用收音機傳播建制國家機器所不樂見而經常想要管制的資訊，時間早了許多，方式也頗為多樣。當前台灣地下電台在轉型至合法的公益電台途中，仍然只能慮及以聽眾捐輸為最主要或唯一經費來源，不但不是「一條新的路」，不但「在世界上……」不「是創舉」（謝金蓉，1994），而且事實上已經遲到，甚至這些電台在規劃其財源時，可能會因為遺忘了聽眾捐輸以外的可能性之情況下，致而增加其財務的不穩定性，亦未為可知。

以廣播功能乃在反對建制政權，甚至政體為準，則國際間的地下電台運動，至少已經出現三種模式，再按其運作之穩定程度，由低至高，分別是：(1)爆發力強，因應特殊情勢，但比較難以持久，往往在（未）完成其特定階段的工作後，即告消失；(2)興起於對抗國家機器對電波資源的全面壟斷，但經常容易在未能防範商業利益的滲透力之下，對抗國家機器的公民力量，反倒等於是弔詭地為資本利益開道，(3)興起於第二次世界大戰之後，雖然由政治異議人士發起，但並不起因於選舉，也不侷限在現存政黨的爭鬥，這類電台從特定社區而擴展至本國其它地方，但其運作過程，經常必須在國家機器及市場機能之時緊時鬆的壓力下，警戒而生。

^①一九九四年八月一日 (聯合報: 3)，南被抄家的地下電台與群眾至新聞局抗議，發生流血毀車衝突，民進黨立委許國泰、趙錫姓曾戲稱，「為示「公平」起見，新聞局應立即「大義滅親」強力取締「自由中國之聲」和「亞洲之聲」兩個「地下電台」。

這些不等模式的電台，雖然距離完善境界尚很遙遠，但較諸主流的商業科層廣播公司，它們在鼓勵聽眾參與、提高電台組織的內部民主程度及增加組織效率等方面 (cf. Hochheimer, 1993; Jakubowicz, 1993)，均有可觀之處，以下依序討論這三類「地下電台」。

第一種可以舉一九八六年二月下旬的菲律賓為例。當時，「收音機、電視機、摩托車、隨身聽、電話、火腿族、市民線民、錄放影機、流動的人群」配合電台的運作，形成了對抗馬可士政權的通訊網 (Brisbin, 1988: 62)，但這個模式雖然在四天內 (22 至 25 日) 使柯拉容 (Cory Aquino) 接任總統的過程，減少了流血傷亡，但就對非國廣電秩序的衝擊來說，「這場革命性行動之後，少有可供羨慕之處」 (ibid.: 63)。另外，在拉丁美洲一些國家，如古巴、尼加拉瓜與厄瓜多爾，在從事普羅革命，企圖將其本國與美國資本逐出的過程，亦曾有效使用收音機 (Frederick, 1986)，但這類電台的問題出在內部運作難以民主，而且革命後很快就被變作黨的收音機 (Raboy, 1993: 130)。

就美國來說，雖然頻道眾多，但一直到了現在，其境內還是存在很多規模很小，通常不具備太大傳播意義而只是渲洩不滿，使用低功率，並且可以快速移動的器材 (多為業餘科技愛好者或政治活躍份子使用)。由於逃避電檢的方法很多 (如器材便宜可合法購買)，除非有人檢舉或是有人作特定政治訴求引來公訴，盜用電波者很少被處罰，據估計美國一年只有 20 起非法電波查禁事件，只為全部盜用者的一小部份 (Strauss, 1993: 125; 另參考 Hoffman, 1993; Leplae, 1991)。此外，美國至今也仍還存在與台灣地下電台相近的廣播，如找到電波就用而未向政府申請的美國舊金山解放電台 (Liberation Radio, 使用 93.7 兆赫)，於一九九四年中開播，並在七月六日晚間〈叛亂之聲〉 (Voice of Rebellion) 兩小時的節目中，第一次開放扣

應，共得六名聽眾 (Reclaiming Radio Waves, 1994 September/October)。一九四七年的二二八事件 (見註①) 期間，本地曾短暫出現這類電台，而去 (一九九四) 年台灣之聲播音，引發計程車及其它聽眾聞訊而包圍財政部以後，參謀總長劉和謙曾說，「地下電台這種搞群眾運動的方法，簡直就是在搞都市游擊戰」 (陳昭如, 1994: 135)，但這個指控誇大了地下電台的能力，因為本地現實環境畢竟難以提供革命性電台的存在基礎。

其次是歐陸的拉丁語系國家，於此，論及非商業、自主的地方收音機電台，全然與央格魯薩克遜族裔的英美加模式不同 (詳後)。法農 (Frantz Fanon) 曾在阿爾及利亞提及：「剝那之間，正與法國抗爭，爭取從法國殖民宗主國獨立的阿爾及利亞人，猛然發現收音機如同武器，都是爭取獨立的必要工具」，這個想法稍後擴散至加國法裔為主的加拿大魁北克獨立份子，再影響了義大利與法國 (Lewis and Booth, 1989: 139)。

大在約二十年前，許多義大利異議團體都很想與革義國的資訊環境。因為至當時為止，義大利的廣電主角 Raido Audironi Italiana (RAI)，在政治上全部由親右翼的基民黨掌控，新聞偏袒很嚴重，不但未能合理傳達地方上對共黨的強烈支持，不滿義共的青年極左派也難以在 RAI 露臉發聲。在地理區方面，RAI 鮮少照顧地方需求而逕自耽溺於都會首善區的品味；就其專業及經營能力來看，問題也很多，比如，RAI 直到一九七七年才引進彩色電視，雇員繁多、預算豐沛卻沒有能夠提供對等服務，以一九八九年為例，員工達一萬四千人，預算是 17 億美元但仍有赤字 1.86 億 (Noam, 1991: 151)，但人口與經濟力接近義大利的英國，其 BBC 在一九六九年已全部轉入彩色播放，而一九八九年的總收入大約是 15 億美元，並無赤字情事 (Facts and Figures BBC, 1993)。

一九七四年十一月起，一群由學生、工人及傳播專家合作組成的隊伍率先在北部大城波隆那（50 萬人）設立《波隆那全民近用電台》（Radio Bologna per l'Accesso Pubblico），接連數週非法廣播，企圖「加速資訊體系的興革，並向民眾展示地方分權以及非常便宜的成本即可近用電台的可能性」，電台播音雖然是地方性質，但隨後浪捲的風潮影，響遍及義大利全境，至一九七八年六月，據官方調查，全義大利的收音機廣播網的加盟及地方獨立電台的數量已達 2275 家（它與台灣電台數量的對照，參見〈表 4.8〉）。

表 4.8 義大利、台灣地區與台北縣市收音機電台數量比較

地區	義大利		台灣地區全部		台北縣市*	
	合法	地下	合法	地下	合法	地下
日期/年月日	1978.6		1994.12.3		1994.12.3	
性質	合法	地下	合法	地下	合法	地下
電台**總數	2275***	383	49	64	24	
一家平均服務人數	24727	48611 @		56818 @		
一家平均服務面積****	132	83.3 @		26.4 @		

資料來源：Sanchez-Taberner et. al., 1993: 47；鄭瑞城，1993: 33-46；相關剪報資料。

*面積 2322 平方公里，人口以 500 萬計，惟應注意，這些電台當中，似不乏播音短暫者，同時存在而運轉的地下電台數，應少於這裡的數字很多；

**公/私/社區的調頻/幅（短波不計）均計算在內；

，1990 年已達 2512 家；*平方公里；@均為合法與地下電台合計。

非常反諷，波隆大左翼等進步力量，看準了「罕見的社會張力歷史時期」，意欲向政府施壓，讓電台事權分化，「沒有想到却給商業力量大開方便之門」，有財力的人只要找到電波就能設台，直到塞滿 FM 波段為止，結果是其中絕大多數是「商業性質的，是音樂商、電器商

及出版業的延伸」，是能夠得到銀行團背書的大商家（Lewis and Booth, 1989: 140-2）。至此，義大利整個收音機電台的結構，不但因為欠缺公權力規劃而造成「產權的多元化、原創收音機形式、地方文化與民主控制，付諸東流」（ibid.: 147），而且其最大電子媒體集團（尚經營旅館、職業隊隊等其它行業）「芬尼維斯特」（Fininvest Group）正是在這段期間運勢崛起（Schlesinger, 1990），其總裁貝魯西卡尼（Silvio Berlusconi）更在一九九四年四月出任義大利聯合內閣總理九個多月。一九七五年公營電台佔了義大利收音機十五歲以上聽眾收音時間的 95%，但至一九九〇年，這個數字下降到只剩下 46%（Sanchez-Taberner et. al., 1993: 108）。

在法國，雖然「國會多數每一改變，新影視法相應而生」（Cayrol, 1991: 190），但直到一九七〇年代末期，廣電秩序仍然為國家完全控制，它被打破亦與左翼有關，但最後也是被商業力量收編。由於在一九六八年的五月學運，法國的邊陲電子媒介 RTL 及 Europe-1 曾詳細報導警方動作，且一九七三年創立的《解放報》（及其它印刷媒介）也大致如實報導了一九七〇年代初期的社會抗議活動，因此「鮮有法國知識份子或政治活躍份子會將收音機視作組織工具」，這個情況因為三個原因出現了轉變：(1)左派在義大利地方收音機爆炸初期獲得之成功，(2)當時右翼政權強力而又笨拙地鎮壓反對運動，以及(3)生態黨恰在此時參選，收音機符合他們的信仰（少數人即能自行操作、容易分權）。

開創第一家地下電台的是 A. Lefebure，他在倫敦學習相關的技術，並曾在 KPFA（詳後）擔任義工。回法國以後，一九七七年三月日後曾出任環境部長的 Lefebure（Miller, 1992: 266）陪同生態黨候選人參加電視選舉座談，挾帶小型發射器於手提包內，利用機會將設立 Radio Vertd 的音訊透過該電視網（TF 1，當時法國四大電視網之

一) 傳出,震動法國,他並在九月與同僚成立組織 (Association pour la Liberation des Ondes, ALO), 指出應「避免義大利的資本主義無政府狀態」,但由於 ALO 仍接受廣告(每小時五分鐘),引起更左人士的批評,更左人士並在次年六月組成「非商業自由電台全國聯盟」(FNRLNC)。

支持 FNRLNC 哲學而開辦於一九七七年七月的 Radio 93 認為「收音機是特定團體的表意工具,如果這個團體不存在,收音機也可以消失……」。既然如此,它的節目都是現場播出不錄音,沒有節目表,由扣應者引導主題的進行。它的台址在巴黎北郊,服務外籍勞工,起初不定期播音並移動台址以避免被逮捕,在聽眾辯論等支持進入後步入正軌並增加功率,往往在讓聽眾進行空中辯論以後,隨即號召與議題有關的行動,於一九七八年四月二十九日被抄台,其它地下電台馳援並借其設備以示支團結。次日,許多知名之士均 call in 或親至現場表示支持,包括德勒茲 (Gilles Deleuze) 與與加塔里 (Felix Guattari) 等人,其活動在五月一日得到報端廣汎報導,為電台贏取了輿論。歷經中央與地方政府的對立,以及隨之而來的抄台與護台行動^①,最

①如一九七八年內許多電台以稀奇古怪的名字,表達否定傳統、尋找新形式的決心,同時干犯警方取締的危險。通常負責干擾這些非法電波的政府單位 (TDF),睜一隻眼,並不採取行動,以此表示並不真正反對這些電台,並以消極方式向中央政府抗議。一九七八年十二月,為了聲援即將被政府解僱的二萬鋼鐵工人,開播了 Radio SOS Emploi,每天播音 45 分鐘,持續 9 個月。雖然 SOS 本來是為了支持罷工而設置,但有了時段以後,詩、音樂、地方史、戲劇……都相繼進入廣播內容。組織 SOS 的人聲稱,其它自由電台都由「知識份子」發動,SOS 則是「法國第一個勞工階級的收音機」。一九七九年二月有兩個與左翼政黨有關的電台升空,一是體制內廣電人員罷工而十家地下電台聯合傳送罷工者製作的錄音帶後,社會主義黨工會 CFDT 的廣電分部亦從地下電台習得技術,並開辦 Radio Franche,另一個是共產黨工會 CGT 出資也在 Longwy 設立的 Radio Lorraine Coeur d'Acier (RLCA),它的發射機架設在市内教堂尖塔,由市長親自主持開播典禮,發射功率 300 瓦,8 am-10 pm 播音,但在 7-7:45 pm 停止以免干擾 SOS。保守黨主政的中央政府大怒,不再坐視,先是派遣直升機前往取締,但卻被地方市府下令不得飛越其領空,中央政府於是直接從巴黎遣警力協助 TDF 接管 Longwy 近鄰的電視轉播站,並自五月起,由該轉播站展開干擾 RLCA 的作

後却以徹底商業化作結^②,直至可用電波佔滿為止,尤其是巴黎(至一九八一年十二月有 113 個 FM 台,最遲至一九八六年初,巴黎地區同情左派的電台消失一空)(Lewis and Booth, 1989: 148-57),一九九〇年法國的公共、城市與私營收音機電台共是 1610 家,而英國只有 161 家,德國亦祇擁有 165 家 (Sanchez-Tabernero et al., 1993: 46)。

法國的收音機隨政黨興替而變新貌,最後演變成私營電台大為盛行的結果,固然不是當時行動者能夠預見,但這種重蹈義大利覆轍的情況,亦即兩地對抗資本運動及國家機器的進步力量,短暫地使用了抗爭果實之後,很快就被資本積累的動力吞沒,而這整個過程,或許「已經在很重要意義上……預示了整個較大歐洲的發展趨勢。法國的過程……提供了豐饒的機會,讓我們預見歐洲廣電政治與實務的未來」(Miller, 1992: 261-2),法國開放電波的政策之失敗,由三方面可以看出:(1)雖然耗費時間使軍方交出頻道,但地方電台的所在地根本不是計畫性產物,(2)部會首長無能有效管理電波,無能管理在「自由化」環境下運作的新電台,(3)最糟的是,非商業的社區形態收音機廣

業,未被干擾播音的 SOS 則號召聽眾支持,一小時內來了 1500 人,警棍、瓦斯槍齊下,群眾反抗,鄰近商家遭殃,共 25 人受傷,其中 15 人為員警。到了秋天,隨著鋼鐵工人解雇案達成協議,SOS 與 RLCA 在該年底停止播音。據 Nancy 大學社會學系的學生調查,Longwy 有 22% 居民定期收聽 RLCA,並在政府干擾前達到 45% (Lewis and Booth, 1989: 142-52)。

②一九八一年的法國新政府先特准同意不播廣告,且不結成聯播網的地方電台 (private local radio, RLP) 設立,並提供創辦款項規給規模較小的電台,經費則取自「提撥地方廣電之表達」基金,而這筆基金則從電視及其附屬電台 (peripherique) 的廣告收入徵收。但到了一九八二年,由於市調發現電台是賣商品給 15-34 歲人口的良好媒介,廣告商也就主動出擊,壓迫密特朗政府放寬限制,商業化之路從此開展,大致過程是地方子台在取得營運許可以後,使用母台的節目格式 (format),並從中取得技術協助與訓練與播放曲目名單,母台則統管廣告事宜並抽取一定比例的地方廣告營收,地區 (regional) 與全國性 (national) 廣告營收則全歸母台所有 (Lewis and Booth, 1989: 152-57)。

播，失去了發展的契機，至一九八九年，法國餘有 200 個左右的社區電台，雖然從國家得到少量的象徵性資助，但財務上還是都很困難 (ibid. : 272-5)。

比利時的自由電台運動於一九七八年三月由 Radio Eau Noire 發難，動機是爲了 Couvin 人反對在當地興建水庫，未久，眾多電台林立並組成「自由天空」(Freedom of the Air) 聯盟，要求政府承認他們的存在，但馬特拉與皮馬 (Mattelart and Piemme, 1980 : 325) 指出，整個運動尚未正式登場，就立刻面臨了來自兩方面的威脅：「商業化與權力政治之運作」。就商業利益而言，流行音樂電台蠢蠢欲動，伺機待發；就政治壓力來說，比國各政黨游走兩間，「想要額外擁有一個不怎麼花錢的選舉宣傳機器，雖然他們明白，不能讓這些電台自陷於‘同仁收音機’ (ghetto radio) 而只訴求特定目標的境地」。比國地下電台分成兩類，總數最多時曾達一千餘家，一種是政治、文化訴求的非營利電台，另一類則屬於商業性質，前者於一九八一年合法化，但商業台仍然處於非法狀態，引起公益電台不滿，要求政府取締它們 (Noam, 1991 : 177-8)。

緊接歐陸義法比等自由收音機運動，日本的「迷你調頻」(Mini FM) 運動在加塔里接受日人訪問稿在日本刊出後，亦告出現，起自一九八一年八月。這些電台成爲播音範圍內居民的聚會場所，並進而成爲「一個觸媒空間」，刺激新的另類雜誌、社團……等等的成立及運作 (在都會地區中，居民關係較淡，這個模式較難推行)，至一九八三年六月，這個性質的迷你電台已有七百多家 (Kogawa, 1993)。Kogawa 認爲，這種按法規只能在五公里範圍內播音的電台，正是因爲欠缺商業吸引力，才能讓日本的自由收音機運動與社區之結合，能夠免受染指 (p.94)，而且雖然日本電信部受此刺激而考慮修改法律，但 Kogawa 判斷，在經濟趨勢、科技進展及一個要求相對民主秩序的社會情

境如日本，除非出現一個「極端反動的政府」，否則日本的自由收音機運動，必將是一個長存的社會運動，「是從內部破壞這個支配系統的一個基進可能性」(p.96) ⑩。

與歐陸相較，英國的地下電台運動大多是流行音樂的商業色彩，始自一九六〇年代 (Chapman, 1993)，政治異議者雖然曾以收音機作爲工具，但並未成功 (Hind and Mosco, 1985)，其原因却又不是前已述及的法國與義國之商業力量之收割，而是英國迄今的電波管制，與德國相類，仍然較有秩序 (參考前引英德法義的電台數據資料，以及 Barbrook, 1985, 1987, 1992)。

地下電台的美國模式，主要並非前文已提及的舊金山解放電台，而是因爲早在一九四五年，聯邦傳播委員會 (Federal Communication Committee, FCC) 即已規定，八八至一〇八兆赫電波中，應有 20 個調頻 (FM) 頻道作爲非商業性質使用 (Lewis and Booth, 1989 : 25) ⑪，政治異議份子因此得以透過合法手段擁有頻道。目前這種非營利使用的電台共佔全美電台數的八分之一，其中大專院校的校園電台又佔四分之三，其餘四分之一又有大部份屬於「全美公共收音機聯盟」(National Public Radio, NPR)，剩下的才是本文指稱的異議電台，在美國的名稱是「社區電台」(community radio)，約佔全美廣播電台總數的百分之一，經營這類電台的人均自覺地將自己定位爲社區運動之工具，且電台的社會政治目標清楚，就是要「讓人們動起來，改變他們的意識」(move people and change their conscious-

⑩雖然收音機因其特性，總不時「敦促我們想像，究竟如何而可以讓收音機永恆存在，作爲跨國化過程的另一個選擇？」(Mattelart and Piemme, 1980, 間接引自 Lewis and Booth, 1989 : 192)，但 Kogawa 的判斷，確屬相當樂觀，該文未註明原寫作時間 (但應在一九八四年以後)，然而，如法義的例子顯示，除非日本政府如同德國或英國一般地固守，不開放電波，或師法美國 (見後文) 而將特定波段劃作非商業使用，否則文中提及的迷你電台，如今安在，總讓人擔心。

⑪另有資料說是 88.1 至 91.9 兆赫全數作爲非商業使用 (Hind and Mosco, 1985 : 89)。

ness),既不同於商業主流,亦有別於美國的公共收音機電台(Barlow, 1988: 83; Raboy, 1993: 130-1)。美國社區電台在一九七五年成立聯盟,並在一九八〇年代中期與 NPR 達成協議,由 NPR 集中於服務較大的範圍,而社區電台則集中在 100-3000 瓦的電波(太平洋基金會的電台除外,見後文),至今雙方已具互信基礎,較易統合資源,不使浪費而能夠用於公益廣播(Barlow, 1988: 99)。

全美最早,亦屬全球第一個具有政治異議色彩,營運經費大多取自聽眾捐輸的社區電台是柏克萊的 KPFA,創辦者是第二次世界大戰期間的政治犯 Lewis Hill 及其同僚,一九四九年四月開辦,隔年八月正式開播,其內部組織可說是一種「接受科層規範的個人主義風格」

(bureaucratically regulated individualism) (Downing, 1984: 83),內部各項工作也讓職工都能學習、參與,所以,「幾乎 KPFA 的所有技術人員也都能夠製作節目,而許多節目製作人也都相當了解技術事務」(ibid.: 84),迄今管理 KPFA 的太平洋基金會(the Pacific Foundation)除了它之外,另在洛杉磯(KPFC)、休士頓(KPFT)、華盛頓特區(WPFW)及紐約市(WBAI)擁有 FM 電台(後者規模最大,一九八〇年代中期的年預算 80 萬,15 全職員工,200 志工,固定聽眾 15 萬人,Barlow, 1988: 83)⑩,咸認為這個機構「具有潛能,成為美國最大影響力的另類大眾媒介」(Spark, 1987: 577)。

加拿大類似性質的電台,以擁有百萬人口的溫哥華《互助電台》(Co-op Radio)最知名,由於該市的主流媒介的產權所有人與溫市兩

⑩WBAI 的設台頗具傳奇性,此即紐約巨富 Louis Schwitzer 由於對太平洋基金會電台節目的印像很好,因此一九五九年就將他位於紐約市中的新 WMA 電台捐贈該基金,並重新命名為 WBAI,然後從一九六〇年開播(Georgakas, 1990)。但關於哪家電台的規模較大,則另有資料指出, KPFA 更見規模,以一九八六年為例, KPFA 的預算即達 100 萬美元,其中 80% 取自聽眾捐款,並有全職人員 22 人,志工 250 人(每年至少服務四個月,每個月至少服務 20 小時)(Lewis and Booth, 1989: 117)。

大報紙,關係密切,並且其廣電生態亦走完全商業的路線,而來自美國的電視盜波,亦長驅直入溫市。因此,一九七四年三月該電台向加國政府申請設立時,就明白表示要作「這些主流媒介之外的一個基進的另類出口」。有趣的是,這個基進立場不但得到官方認可,更為官方認為是「可欲的」,說該電台代表了一種「有計畫的社區近用模式」。社員費、捐贈或聽眾響應特定節目的募款活動,為電台最大收入來源,但接受廠商贊助,只是額度不能超過節目製播所需經費的百分之十。至一九八〇年代中期,電台每日播音 20 小時以上,並印製 45 頁的志工手冊,敘述電台宗旨、歷史、募款、公關、法律……及 200 個以上志工的權利義務等,全職人員 4.5 人,分別負責(1)經營管理、招募社員、公關;(2)監管節目、職訓、社區參與;(3)志工協理;(4)會計;(5)技術協理則為兼差,器材維修與發展(Lewis and Booth, 1989: 124-32)。

惟應正視的是,這些具有進步性格的美國社區電台,並不是一成立以後就天下太平,而是經常(尤其是在保守黨的雷根執政時期)經常遭到右翼組織攻擊,如「媒介正確性組織」(Accuracy in Media)的非難,指其廣播內容「骯髒、主張共產主義、種族歧視」,並遊說 FCC 取消其執照。另外,在實踐其基進立場時,電台面臨外部政經壓力與理念詮釋的衝突,內部民主及組織紀律的乖隔……等問題時,亦須不時在摸索與創新,以及守成堅持之間,判斷調整,與時變動而猶須持恆⑪。

⑪對這些問題進行原則性及理論性考察的文獻,可以參考 Hochheimer (1993) 及 Jakubowicz (1993)。學院人士透過內部訪談而編述的具體衝突及解決方案之實例,見 Downing (1984)。兼領全面視野及實際經驗的反省及研究,則有參與發起溫市互助電台的 Simon Fraser 大學教師 Liora Salter 之分析可供參考,她認為互助電台的主事者抱持三種互有衝突的理念:(1)強調「階級」者:自詡為深入挖掘經濟關係的記者,電台應該避開「即時新聞」,因為它服務的是資本主義,反之,電台應該提供新聞分析而讓決策透明為人知曉,並協助政治活動之進行。然而,Co-op 的社員基本上以中產者居多,

在美加之外，性質接近台灣地下電台者，似乎只有玻利維亞的礦工電台，且歷史久遠，是第三世界國家的異數，也是拉丁美洲諸國中唯一的例外。

一九五二年玻國新政府將礦業國有化、開始進行土改並賦予全民選舉權後，由礦工捐輸月費支持營運的電台，如雨後春筍般地擴散 (Fox, 1988: 27)，礦工收聽這些電台是其生活的部份，從身旁瑣事到國際政治，都是他們抗拒主流文化的一部份，對於玻國礦工來說，收音機是「基進甚至是革命的政治信念」的工具 (O'Connor, 1990: 102)。平時，電台是工會及其成員的橋樑、是礦工及礦區民眾的日常文化之部份，及至危機到來，電台亦搖身一變，成為反抗軍事政變的聯絡網路，宣布組織決策並讓工會幹部及成員、婦女與學生提供意見，等到軍事統治後，它們再轉入地下集結，如一九八〇年軍事政變後，就有二十三家礦工電台連線，持續以「民主播音網」(a chain of democracy) 與軍政府周旋直至被抄台消滅 (ibid.)。然而，武力並不真正能夠永遠鎮壓將電台的發聲，主要原因有五個 (O'Connor, 1990; Lewis and Booth, 1989: 176)：(1)礦工極具集體意識，(2)具有佔盡優勢的口語文化源流 (Aymara, Quechua 語仍廣為使用)，(3)各礦區都地處偏遠，(4)礦工自知其經濟地位重要 (人口只佔玻國 3.4%-9%，但佔玻國所有外匯收入的三分之二以上)，(5)高度的政治自覺 (所有勞工中最基進者)，而且 (對總工會) 具有大影響力。

在承受官方的分化、轟炸、暗殺、罰金與苦刑等政治與軍事暴力

而該台也沒有與工會發展出持續且有效的關係；(2)強調「參與」者：認為參與本身就具有基進之效果，應提供市民訓練及近用廣電設施的機會，電台應議題導向，挑戰主流媒介的公共事務觀。但這個觀念流於將聽眾設定為截然劃分的團體，「公眾」徒然變成只是一個「總合」而非各方交流的場域，隱藏其後的是自由多元主義者的想法；(3)強調「過程」者：認為主流媒介孤立聽眾，將聽眾當作商品，沒有提供足夠的反應機會，因此另類媒介更應重視電台的內部民主結構 (轉引自 Lewis and Booth, 1989: 124-32)。

以外，在承平時期的「國家總企圖透過引進更多的商業媒介產品，削弱礦工電台的傳播效能」，何況它們仍須面對資金不足、設備老舊而需與現代化之商業電台競爭的壓力，而「最大的威脅……則是連年的經濟危機及政府決定拆遷大批礦場的決定……大多數的小電台因而關閉」。至一九八八年六月，仍有九家礦工電台還在積極運作，全職員工最少者二名，最多者二十一名，平均十人左右 (O'Connor, 1990: 107-8)。

結語：一些永續異議電台的規範性探討

「過度強調地方色彩 (localism) 將導致對抗現行秩序之力量的零碎化……地方色彩可能是意識形態上的一個煙幕彈，無論就社區或就商業來說，均無意義，差別只在商業動機往往使其力足以超脫法律規範，(譯按：使節目無視於法規之地方取向的要求，而逕自) 為了經濟規模的要求而串連成地區性或全國性網路……而社區活躍份子卻只能受其本身意識形態的羈絆與財政上的限制，在地方色彩的限度內打轉」

——Lewis and Booth, 1989: 188.

異議媒介的受挫及發展史上，國家機器一直以強大暴力肆行鎮壓，在此過程使得直接從事異議媒介運動及其關懷者，莫不以對抗國民黨為主要或唯一壓力來源 (比之於對台、中與華視的批判，亦同，見本書第二章)，這並無不可理解之處。然而，完全關注短期的政治暴力之肆虐，却不及於隨時滲透、如水銀瀉地般無孔不入的長期的資本積累之約制，在這個資本增殖已經愈來愈倚重媒介等文化產業的時代 (也就是後工業或資訊社會的說法) (如, Schiller, 1994)，可能得到的結果，往往適得其反，非但較難營造較合理的廣電環境，反而有可能陷進另一種跨國影響的商業同質化局面，如前文所述的義大利與法

國收音機生態。

從事電子媒體改造的人或團體，如果篤信政治攻堅是為上策，則這個信仰可能是有偏差的，因此是一種意識形態。或者，這也有可能只是權宜策略，認為社會的發展有其階段性，認為政治的限制必須先行祛除，然後讓市場機能進入廣電環境作為規範的力量，而等到市場機能出現缺失時，再由政治力矯正才是正途。果真如此，則這個預設正是發展理論中，現代化論述的廣電版本，殊不知資本主義的世界經濟體系當中，核心及（半）邊陲地區進入這個體系的時序（timing）並不相同，也造成了各個社會形構無法彼此複製的事實；更何況即便是核心國家，其政經力量聯手並舉壓制社會活力的過程，也是隨時空條件的差異而互作不等組合。因此，從核心到（半）邊陲國家，若要因革社會結構，都不應分開應對，只能同時籌謀。

在此考量下，拋開非市場機能即為國家威權管制的思考限制，另尋可用的概念並在實踐中，認知廣電改造一如各種社會興革，若要求短期收功，反倒可能原地跑馬、功有唐捐而俾益有限。至此，深化這個認知應該是當務之「急」了。哈伯瑪斯（J. Habermas）倡議多年的「公共領域」（public sphere）概念，此時應該正有其時宜之功，近年西方學界論述媒介時，亦廣為引用，而在學人（Brown, 1994）譽為整理的最好的一篇論文中，倫敦大學高德史密斯學院（the Goldsmith College）傳播學院教授柯蘭（Curran, 1991）開宗明義地說，關於媒介的自由主義者的評論，根源於當年媒介流通量還不大，且這些媒介多屬政治性出版品的十七、八世紀，彼時掌控國家者是為數不多的地主菁英，如今條件變異雖然巨大，但這派人士的見解，却「仍然毫無反省批判地一直重複出現」，殊不可理解，所以，「現在該是讓這些論說莊嚴走進墳場的時候了」（a decent funeral）（p.82）。與此相對，哈伯瑪斯的公共領域概念，固然尚有缺失，「但對於民主社會中，媒介

的角色若何，仍然是一個強有力且引人注目的觀點（vision）」（p.83），在這樣的公共領域中，媒介是一個解放的力量，具體功能之一是作為「代議工具」（an agency of representation），是「要帶動市民社會」（invigorates civil society），「協助各個集體組織（collective）動員其支持者，幫助他們傳達具有實效的抗議意見並開拓與推廣另類方案」。這樣的看法與「後現代」之說全然不同，因為後現代常將「媒介消費等同於政治活動，以為個人私自持有政治上的見解，也就與政治上的活躍無異」（pp.102-5）。

就本地民眾的媒體經驗來說，部份地下電台在過去一年不到的表現，相對地貼近於柯蘭筆下的公共領域之媒介。以後見之明論事，則這個表現有一部份應該歸因於收音機科技的特性，不僅只是即時、強制、只動用耳朵因此容許其它行動同時進行等等物理、感官與消費面向的特性，而且更是收音機的科技及與其相關的資本特性。調幅與調頻收音機分別只使用 0.009 與 0.2 兆赫電波，電視則需 6 兆赫（鄭瑞城，1993：7），而高畫質電視是 24-30 兆赫，耗用較多電波也就意味著較昂貴的軟硬體生產設備與成本，因此容易走向超高中央化，亦即壟斷、大型政治機器的禁書、支配人們使其意識在無意識中符合常規、求同順服而壓制人心，反之則是趨向細微化，亦即創造了集體取用媒介的可能性、真正是溝通工具、數量龐大而大眾可用，並且少數弱勢族群亦可自由、自行經理以滿足其欲望（Guattari, 1978）。

問題在於，科技特性使收音機可能比較可以不被資本支配，並不足以確保資本不在對其有利的時機利用收音機作為增殖的工具，尤其是在台灣的有聲出版品市場擴充急速（去年平均每天出唱片兩張），以及流行音樂市場的快速跨國公司化的情況下（中國時報，1995.1.3-4：22），若是日後出現驅力壓迫開放更多頻道、轉換現有頻道或聯結地方台成為全國網而使更多的收音機變成音樂公司的促銷工具，並非完全

不可想像的前景^②。

於是，正如同自由收音機運動作為一個特定時期的社會現象，其每日存在就具有強有力的意義，所以台灣的地下電台也正面臨「如何而可讓它永續存在」的問題（Mattelart and Piemme, 1980：326）。

但地下電台由於新聞局的抄台，傾力防範抄台或抨擊抄台及其背後的國民黨國家機器，已幾乎耗盡精神，還會、還能、還願意去考慮這個問題嗎^③？地下電台難道真會只是一九九四年的流星，乍起乍落？其實，只要電波不被佔滿，而事實上政治力是可以管制電波，不使完全被佔滿，則現今的地下電台東山再起，冉冉上升而終成恆星，並非不可能。責成鎮壓電台的國家機器，妥善保管社會的電波資產，不使旁落於私人謀利的工具，一定是「與虎謀皮」而不可能嗎？這需要理性的討論與評估空間。

要之，如果本地政治環境已經多少開創了一些理性討論空間，而新傷電子媒體的暴力不再只是國家機器，而更是資本利益的窺視，那麼，現在國家機器的不完全開放電波，以及繼續對主要而龐大的廣電

^②本文初稿完成以後，另有兩則新聞報導與此契合，值得追蹤注意其發展。據報導（中時晚報，1995.2.5：20），已有跨國公司將從一九九五年三月中旬，利用七個衛星頻道對準亞洲「二十五至四十歲的人」，一天二十四小時播放調頻音樂，而主持人講話的時間將「降至最低」，也不播報新聞與氣象。並且，既然衛星使用超高頻資源，一般收音機無法接收，該跨國公司也就準備打出「共享廣告資源」的口號，想要吸引台灣目前正大舉開放的地方電台，吸引它們以結盟加入的方式，與它形成聯播網，開拓廣告市場。在高雄（聯合晚報，1995.2.12：5），第一家取得中功率、電波達到台南的《大眾電台》據說已經形成「大高雄熱門話題，流行旋律不談政治，讓你輕鬆一下」（小標），「新新人類，隨 Kiss 99.9 頻道起舞」（主標），該電台經過市場調查後，將其主要聽眾設定在「十五至三十四歲的女性」，以 65% 的音樂為主。

^③并銘洲訪問電台的相關人士，其中《群眾之聲》負責人張金策表示，「未來將朝弱勢聯盟的公益電台目標邁進，但短期內因各團體對社會政治的認知差距過大，共同經營公益電台並不可行」；《寶島新聲》發言人楊英杰則說該台「不在乎是否能夠永遠存在」，雖然「成立公益電台……是長期目標」；《真理之聲》與《台灣國之音》主持人王秀蓮則說，「只要有佛教徒存在，這類電台即不會消失……群眾會支持我們」（立報，1995.2.8：3）。

資源的壟斷，是否在換個方式審度時，反而有一點可能很弔詭地蘊藏著一些正面意義，等待開發？亦即如果全部釋放電波或讓現有地下電台全部就地取得執照，是不是會出現兩種可能性？(1)電波迅即被商業用途佔滿，(2)社區小功率電台林立而各成部落主義的奉行著，未能及時整合下，給予（跨國）資本利益有機可乘，如同本文結語起首所引的那段話所述。

開放電波只是一個形式的祈使陳述，重要的實質內涵應該是「開放給誰，產權形態是公共所有、私人持有或以多少比例混和，財政基礎如何設計，用來作些什麼用途」。推進興革廣電秩序的社會力量，在擊舉「黨政軍退出廣電媒體」的大旗之同時，是否應該亦對這些問題進行評估，使之作為動員社會能量的一部份，弔詭地讓黨政軍抵擋財團的滲透，爭取時間，在廣電媒體產權尚未淪落為難以逆轉的私人手中之前，往公共領域的方向回復^④？

^④比這些更具體的一些建議及討論，筆者已另文發表，見自立早報（1994.4.23：4：5，21：4：12.10：5；1995.1.7：5：1.14：5）及中國時報（1995.1.15：11）。這些文字未提及廣電基金會與收音機電台之關係等相關問題，以及丹麥、挪威與瑞典（Jauert and Prehn, 1994）對社區公益電台的財政設計，但若要提出比較周全的討論，這些顯然都必須列入考量。

參考書目

一、中文部份：

- 丁榮國 (1989) 《中共運用直播衛星對台統戰可能性之研究》，政治作戰學校新聞研究所。
- 王光華 (1993) 〈HBO vs. Canal+：付費電視的兩大山頭〉，《有線電視》，三月：26-28。
- 王振寰 (1993) 〈廣播電視媒體的控制權〉，收於鄭瑞城等人，《解構廣電媒體》，頁 75-128，台北：澄社。
- 王杏慶 (1992) 〈《大學雜誌》與現代台灣：一九七一至一九七三年的知識份子改革運動〉，收於《台灣民主自由的曲折歷程》，澄社(編)，頁 375-394，台北：自立晚報出版社。
- 王麗 (1991) 〈台灣電視中的‘中國’〉，《自立早報》，十一月十三至十五日，19 版。
- 史為鑑 (1981) 《禁》，台北：四季出版社。
- 包斯文 (1979) 〈潮流？暗流？〉，原載《時報週刊》海外版 91 期，收於包斯文，1980，頁 37-45。(1980) 《黨外人士何去何從？》，台北：四季出版公司。
- 台灣電視公司 (1992) 《台視三十年》，台北：台灣電視公司。
- 台灣人權促進會 (1990) 《台灣人權報告，1987-1990》，台北：台灣人權雜誌社。
- 主計處 (1991) 《影歌劇事業及健身遊藝業調查報告》，台北：行政院主計處。
- 朱婉清 (1985) 《電視聯播時代：內容與分析》，台北：幼獅文化公司。
- 江冠明 (1992) 〈一份非主流影像傳播的觀察〉，《自立早報》，一月三至五日，19 版。

- 汪琪、鍾蔚文 (1988) 《第二代媒介：傳播革命之後》，台北：東華書局。
- 吳家駟 (譯) (1990) 《資本論》第一卷，(原著 Karl Marx, The Capital)，台北：時報出版社。
- 李祖琛 (1986) 《七十年代台灣鄉土文學運動析論》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 李明水 (1986) 《台灣雜誌事業發展史》，台中中興新村：省政府。
- 李瞻 (1973) 《比較電視制度——兼論我國電視發展之方向》，政治大學新聞研究所印行。
- 呂松庭 (1994) 《台灣之聲：許榮棋傳奇》，台北：大村出版社。
- 呂傑華 (1990) 《我國報紙讀者投書行為之研究》，文化大學新聞研究所碩士論文。
- 李金銓 (1987) 〈電視文化何處去？〉收於《政治的新聞，新聞的政治》，台北：圓神，頁 179-210。
- 李泳泉 (1992) 〈以影像與土地訂約〉，收於敦誠等人，1992，頁 91-101。
- 李秋明 (1993) 〈新電台呼之欲出〉，《廣播月刊》，七月，頁 19。
- 余思宙 (1990) 〈走向公共電視台〉，《廣播與電視》，五十五期，三月：62-64。
- 林啓旭 (1984) 《台灣二二八事件綜合研究》，Long Island City, NY：台灣公論報社。
- 林子儀、劉靜怡 (1993) 〈廣播電視內容之規範與表現〉，收於鄭瑞城等人，《解構廣電媒體》，頁 129-216，台北：澄社。
- 林仲量 (1993) 〈英國有線電視網路經營現況〉，《廣告雜誌》月刊，元月，頁 39-41。
- 洪瓊娟、李大塊 (1992) 〈真實與謊言之爭：廣播頻率分配、使用之現狀及未來走向〉，《新聞局八十一年度研究報告彙編》，頁

- 135-183。
- 洪春柳 (1983) 《中美斷交後國內政論內容分析——「黃河」、「中國論壇」、「八十年代」分析比較》，文化大學政治研究所碩士論文。
- 韋政通 (1985) 〈三十多年來知識份子追求自由民主的歷程〉，收於《台灣地區社會變遷與文化發展》，台北：聯經出版社，頁 341-380。
- 南 民 (1986) 〈台灣的真假黨外雜誌〉，《九十年代》月刊，八月：27-29。
- 祝萍、陳國祥 (1987) 《台灣報業演進四十年》，台北：自立晚報出版社。
- 徐恩普 (1976) 《我國廣播電視法制定過程的研究》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 徐瑞希 (1992) 《政商關係解讀》，台北：遠流出版社。
- 翁秀琪 (1993) 〈台灣的地下媒體〉，收於鄭瑞城等人，《解構廣電媒體》，頁 441-518，台北：澄社。
- 孫秀蕙 (1993) 〈三台如何報導二屆立委選舉新聞〉，發表於「媒體改造與自由民主」研討會，台北：台北教授協會，四月二十五日，頁 81-132。
- 孫潔如 (1993) 〈衛視 Made in Taiwan 節目一年有成〉，《電視週刊》，六月二十一日：108-111。
- 孫青、傅鏡平 (1993) 〈1992 法國電視大事紀〉，《公共電視》月刊，元月，頁 15-19。
- 徐佳士 (1984 a) 〈我國電視能夠「公共化」嗎？〉，《天下》月刊。
- (1984 b) 〈不是「公」眾「共」享的電視〉，收於政治大學新聞研究所編《媒介批評》，台北：商務印書館，頁 175-176。
- 桂秀昭 (1993) 〈衛星電視王國大夢破碎〉，《電視週刊》，六月二十一日：98-106。

- 陳世敏 (1987) 《媒介文化》，台北：久大。
- (1991) 〈國家與廣電頻道使用權之分析：論「有限頻道，無限使用」〉，新聞學研究，45：25-37。
- 陳世敏、翁秀琪 (1988) 《公共電視收視行為及收視意見調查》，台北：廣播電視事業發展基金會。
- 陳師孟、林忠正、朱敬一、張清溪、施俊吉、劉錦添 (1991) 《解構黨國資本主義》，台北：澄社。
- 陳淑婷 (1992) 《公共電視制度發展困境及因應策略之研究：以日本放送協會 NHK 為例》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳儒修 (1993) 《台灣新電影的文化經驗》，台北：萬象圖書公司。
- 陳昭如 (1994) 《Call in! 地下電台：台灣新興社會文化現象及迷思》，台北：日臻。
- 陳重生 (1992) 《中國論壇有關台灣政治發展的言論分析：1976-1990》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳夢梅 (1989) 《新新聞雜誌讀者使用動機與滿足之研究》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳國祥 (1979) 〈台灣的地下刊物——「潮流」之探索〉，原發表於《大時代》創刊號，收於包斯文，1980，頁 27-35。
- 張明賢 (1989) 《我國大眾傳播媒介政治公信力研究：以報紙、電視與政論雜誌為研究對象》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 張裕亮 (1985) 《文星雜誌有關中西文化論戰問題之言論分析：並論近代思想史上關於中西文化問題之言論》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 郭力昕 (1990) 《電視觀察與媒體批評》，台北：時報出版公司。
- 張錦華 (1991) 〈電視新聞：客觀？意識形態？——以七十八年台北縣長選舉為例〉，發表於台灣電視文化探索學術討論會，台北，五月。

- 張碧華 (1989 a) 〈台灣 80 年代的街頭史詩：王智章談反叛媒體〉，原刊於《首都早報》，收於敦誠等人，1992，頁 142-153。
- (1989 b) 〈反對運動的新據點：鄭文堂、林柄煌談另一種電視〉，原刊於《首都早報》，收於敦誠等人，1992，頁 155-161。
- 范寶厚 (1991) 《台灣地區錄放影帶出租業經營問題研究》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 國民黨文工會 (1974) 《三電視台外製節目與內製節目現況及其與廣告客互關係之比較研究》，台北。
- (1978) 《廣播電視節目及廣告之檢討與改進》，台北。
- 賀照緹 (1993) 《小眾媒體、運動文化與權力》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 敦誠等人 (鮑志雄、洪米貞、莊佩瑤、林文珮編) (1992) 《邊地發聲：反主流影像媒體與社運記錄》，台北：唐山。
- 馮建三 (1983) 《政論雜誌讀者型態的比較分析》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- (1989) 〈資訊化社會——問題與幻影〉(編譯)(原著 The Information Society: issues and illusion, by David Lyon, Oxford: Polity, 1988)，收於《未來的省思》，頁 5-45，台北：駱駝出版社。
- (1990) 〈影像文化的政治經濟研究：一本書的聯想〉，《新聞學研究》，第四十四期，收於馮建三 (1992 c)。
- (1991) 〈小眾媒體是什麼？由四個外國的實例，省視本地的狀況〉，原刊於《當代》月刊，1991 年 9 月，後收於敦誠等人 (1992) 及馮建三 (1992 c)。
- (1992 a) 〈再思考「傳播帝國主義再思考」〉，《當代》月刊，十月，頁 98-121。
- (1992 b) 《文化、賄賂、脫衣秀：解讀資本主義的傳播符碼》，台

- 北：時報出版社。
- (1992 c)《資訊、錢、權：媒介文化的政治經濟研究》，台北：時報出版社。
- (1993 a)〈閒話報紙與土地〉，《自立早報》，副刊，四月十二日。
- (1993 b)〈公共電視〉，收於鄭瑞城等人《解構廣電媒體》，頁317-410，台北：澄社。
- (1993 c)〈亞衛席捲台灣的祕密——青天霹靂：台灣衛星電視二十年〉，《財訊》，元月，頁190-196。
- (1993 d)〈兒子打老爸：第四台、衛視與版權〉，《有線電視月刊》，六月，頁14-15。
- (1993 e)〈衛星、台灣奇蹟與版權〉，《自立早報》，八月三十日，四版。
- (1993 f)〈職棒、跨國公司與衛星電視〉，《新國會》月刊，十一月。
- (1994)〈「開放」電視頻道的政治經濟學〉，《台灣社會研究季刊》，16期：79-118。
- 曾熾卿(1993)〈有線電視是新政商綜合體〉，《財訊》，八月：205-209。
- 楊碧川(1988)《台灣歷史年表》，台北：自立晚報出版部。
- 楊錦麟(1993)《李萬居評傳》，台北：人間出版社。
- 莊春發(1993)〈電視媒體市場面面觀〉，發表於「媒體改造與自由民主」研討會，台北：台灣教授協會，四月二十五日，頁19-33。
- 新聞局(作者不詳)(1990)〈論西德第一電視台之公營性質與其對我國籌設公共電視台之借鏡〉，《新聞局七十八／七十九年度研究報告彙編》，台北：新聞局。
- 奧美廣告公司(Ogilvy & Mather)(1993) Pocket Guide to Media in Taiwan，台北。
- 雷壹閑(1993 a)〈國民黨經營有線電視內幕大曝光〉，《財訊》，二月：

- 181-185。
- (1993 b)〈財團與派系全力搶攻有線電視：「博新」雷大雨小，「和信」蠶食市場〉，《財訊》，八月：210-214。
- 葉明勳(1992)〈為有源頭活水來：賀台視創立三十週年〉，《中國時報》，四月二七日，4版。
- 廖素霞(1994)《台灣社會運動與另類影帶之研究》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 黃森松(1977)《寂靜的小鎮》，高雄：德馨室出版社。
- 黃黎明(1991)〈台灣電視節目品質提昇的瓶頸——獨立製作生存空間的省思〉，邁向二十一世紀電視學術研討會，台北：中華電視公司。
- 潘家慶(1990)〈公共電視？政府電視？〉，《遠見》，七月，頁85。
- 潘家慶、王石番(1989 a)《音樂電視與休閒文化關聯性之研究》，台北：文化建設委員會。
- (1989 b)《直播衛星與通俗文化關聯性之研究》，台北：文化建設委員會。
- 趙天楨(1991)〈領回我們的女兒！「公視」十年的回顧〉，自立早報，一月三至四日，19版。
- 劉一民(1989)《記者生涯三十年》，台北：傳記文學出版社。
- 劉靜怡(1993)《有線電視系統分區獨佔原則之研究》，台灣大學法律學研究所碩士論文。
- 歐陽聖恩(1986)《無黨籍人士所辦政論雜誌在我國政治環境中角色功能之研究》，文化大學政治研究所碩士論文。
- 鄭瑞城(1991)〈民眾使用電視媒體權應予補強——由公視法草案談起〉，《中國時報》，十一月三日，4版。
- 鄭瑞城等人(1993)《解構廣電媒體》，台北：澄社。

- (1993)〈頻率與頻道資源之管理與配用〉,收於鄭瑞城等人,《解構廣電媒體》,頁1-73,台北:澄社。
- 鄭傑光(1982)〈誰來看我:國內政論雜誌銷售量調查分析〉,《時報雜誌》,一一六期,二月,頁12-13。
- 聯廣行銷研究處(1994)《和信全市場傳播情報1994》,編印日期五月,調查完成日期四月二十五日。
- 賴永忠(1993)《台灣地區雜誌發展之研究》,政治大學新聞研究所碩士論文。
- 錢永祥(1988)〈自由主義與政治秩序:對自由中國經濟的反省〉,《台灣社會研究季刊》,一卷四期,頁57-99。
- 鍾天青(1993)〈香港衛視與台灣和信交惡內幕〉,《電視週刊》,五月三日:46-53。
- 鍾蔚文(1993)〈有線電視〉,收於鄭瑞城等人,《解構廣電媒體》,頁411-439,台北:澄社。
- 謝金蓉(1994)〈祇差五千萬,就可把綠色和平變成人民電台〉,《新新聞》,12月25日,頁94-5。
- 魏均(1994)《台灣電影產業的政治經濟學分析,1989-1993》,政治大學新聞研究所碩士論文。
- 魏吟冰、戴伯芬、淑慧(1991)〈台灣反主流影像媒體的歷史觀察〉,收於敦誠等人(1992)。
- 羅文輝、鍾蔚文(1992)《報紙與電視如何報導民國八十年的第二屆國代選舉》,亞洲協會專題研究報告。
- 蘇子琴等人(1992)《錢與權:透視台灣政商關係》,台北:新新聞雜誌社。
- 蘇進添(1990)《日本新聞自由與傳播事業》,台北:致良社。
- 蘇育德(1993)〈電視頻道的劃分與使用〉,發表於「媒體改造與自由

- 民主」研討會,台北:台灣教授協會,四月二十五日,頁9-18。
- 蘭薰(1994)〈從地底冒出的舌榮蓮花:地下電台系列〉(共五篇),四月十六至二十日,《自立早報》,14版。
- 二、英文部份
- Alexander, Alison, James Owers and Rod Carveth (eds.) (1993) *Media Economics: theory and practice*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Annan Report (1977) *Report of the Committee on the Future of Broadcasting*, London: HMSO.
- Antola, L. and Rogers, E.M. (1984) 'TV flows in Latin America', *Communication Research*, 11 (2):183-202).
- Aufderheide, Patricia (1991 a) 'Public television and the public sphere', *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (2: 168-183).
- (1991 b) 'A funny thing is happening to TV's public forum', *Columbia Journalism Review*, November/December: 60-63.
- Bagdikian, H. Ben (1992) *The Media Monopoly* (3rd edition), Boston: Beacon Press.
- Baranski, Zygmunt G. and Robert Lumley (eds) (1990) *Culture and Conflict in Postwar Italy: essays on mass and popular culture*, NY: St. Martins Press.
- Barbrook, Richard (1985) 'Community radio in Britain', *Radical Science Journal*, 16:53-78.
- (1987) 'A new way of talking: community radio in Britain', *Science as Culture*, pilot issue: 81-129
- (1992) 'Choice or participation? British radio in the 1990 s',

- Science as Culture, 15:240-262.
- Barlow, William (1988) 'Community radio in the US: the struggle for a democratic medium', *Media Culture and Society*, 10: 81-105.
- Barnouw, Erik (1975) *Tube of Plenty: the evolution of American television*, NY: Oxford University Press.
- Becker, J. (1983) 'Contradictions of informatisation of politics and society', *Gazette*, 32:103-118.
- Bell, Daniel (1976) *The Cultural Contradictions of Capitalism*, NY: Basic Books (趙一凡等人中譯, 1990, 台北: 久大/桂冠出版社。)
- Berland, Jody (1993) 'Contradicting media: toward a political phenomenology of listening', in Strauss and Mandl, pp. 209-217.
- Blanchard, Simon and David Morley (1982) *What's This Channel Fo(u)r? an alternative report*, London: Comedia.
- Blin, Bernard (1993) 'The changing face of television', in Pragnell, pp. 15-22.
- Blumler, Jay G. (ed) (1992) *Television and the Public Interest: vulnerable values in West European broadcasting*, London: Sage.
- Blumler, Jay G. and Michael Gurevitch (1979) 'The reform of election broadcasting: a reply to N. Garnham', *Media Culture and Society*, (1:211-219).
- Blumler, Jay G., Michael Gurevitch and J. Ives (1978) 'The first principle last', in *The Challenge of Election Broadcasting*,

- Leeds: Leeds University Press, pp. 67-69.
- Blumler, Jay. G., Malcolm Brynin, and T.J. Nossiter (1986) 'Broadcasting finance and programme quality', *European Journal of Communication*, 1 (3:343-364).
- Blumler, Jay. G. and C. M. Spicer (1990) 'Prospects for Creativity in the New Television Marketplace: evidence from program-makers', *Journal of communication*, 40(4:78-101).
- Boyd, D.A., J.D. Straubhaar and J. A. Lent (1989) *Video-cassette Recorders in the Third World*, London: Longman.
- Brants, Kees and Karen Siune (1992) 'Public broadcasting in a state of flux', in Karen Siune and Wolfgang Truetzschler (eds), *Dynamics of Media Politics: broadcast and electronic media in Western Europe*, London: Sage, pp. 101-116.
- Brecht, Bertolt (1930) 'Radio as a means of communication: a talk of the function of radio', Armand Mattelart and Seth Siegelaub (eds.), 1983, *Communication and Class Struggle 2: liberation, socialism*, NY: IG/IMMRC, pp. 169-70 (1930 初次以德文發表, 英譯首度由 Stuart Hood 完成而刊印於 1979/80 的 Screen) .
- Brown, Duncan H. (1994) 'The academy's response to the call for a marketplace approach to broadcast regulation', *Critical Studies in Mass Communication*, 11:257-73.
- Brisbin, David (1988) 'Electronic revolution of the Philippines', *Journal of Popular Culture*, Winter, 20 (3: 49-64).
- Burgelman, Jean-Claude and Caroline Pauwels (1993) 'Audio-visual policy and cultural identity in small European states:

- the challenge of a unified market', *Media Culture and Society*, 14(2).
- Campbell, Duncan and Nigel Townson (1988) 'Radio wars', *New Statesman and Society*, 16 December, pp. 14-15.
- Carey, John (1989) 'Public broadcasting and federal policy', in Newberg, P.R. (ed.), *New Directions in Telecommunications Policy, Vol.1: telephony and mass media*, pp. 192-221, London: Duke University Press.
- Carnoy, Martin (1984) *The State and Political Theory*, NJ: Princeton University Press.
- Cayrol, Roland (1991) 'Problems of structure, finance and program quality in the French audiovisual system', in Blumler, Jay G. and T. J. Nossiter (eds), *Broadcasting Finance in Transition*, Oxford University Press. pp. 188-213.
- Chadwick, Paul (1993) 'The knowledge lost in information', *Index on Censorship*, January:17-23.
- Chan, Joseph Man (1993) 'Satellite television and the infosphere: national responses and accessibility to STAR TV in Asia' (unpublished manuscript).
- Chandler, Alfred D. Jr. (1990) *Scale and Scope: the dynamics of industrial capitalism*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Chapman, Robert (1993) *Selling the Sixties: the pirates and pop music radio*, London: Routledge.
- Cirino, Robert (1987) 'An alternative American communications system', in Lazere, Donald (ed.), *American Media and Mass*

- Culture*, Berkeley: University of California Press (本文初次發表於 1977, *College English* 38 (8))
- Clermont-Tonnerre, Antoine and Negar Zoka (1993) 'The development of European cinema in the last ten years', in Pragnell, pp. 41-47.
- Corbett, John (1993) 'Radio dada manifesto: an excoriation with six histories', in Strauss and Mandl, pp. 71-84.
- Crisell, Andrew (1986) *Understanding Radio*, London: Methuen.
- Collins, Richard (1991) 'National culture: a contradiction in terms', *Canadian Journal of Communication*, 16: 225-238.
- Collins, Richard, Nicholas Garnham and Gareth Locksley (1988) *Economics of Television*, London: Sage.
- Congdon, Tim et al. (1992) *Paying for Broadcasting: the handbook*, London: Routledge.
- Connell, Ian (1980) 'The political economy of broadcasting: some questions', *Screen Education* (37:89-100).
- (1983) 'Commercial broadcasting and the British left', *Screen*, 24 (6:70-80)
- Costello, N., J. Michie and S. Milne (1989) *Beyond the Casino Economy: planning for the 1990s*, London: Verso.
- Curran, Charles (1979) *A Seamless Robe: broadcasting philosophy and practice*, London: Collins (馮建三中譯, 1992, 《統理 BBC: 英國廣播協會的蛻變歷程》, 台北: 遠流)。
- Curran, James (1991) 'Mass media and democracy: a reappraisal', in James Curran and Michael Gurevitch (eds.), pp. 82-118.

- Curran, J. and M. Gurevitch (eds) (1991) *Mass Media and Society*, London: Edward Arnold.
- Davis, Howard and Carl Levy (1992) 'The regulation and deregulation of television: a British/West European comparison', *Economy and Society*, 21 (4:452-482).
- Dery, Mark (1993) 'Jammers, spookers, and scramblers: information war in the ether', in Strauss and Mandl, pp.253-258.
- Dibie, Jean Noel (1993) *Aid For Cinematographic and Audio-Visual Production in Europe*, London: John Libbey.
- Downing, John (1984) *Radical Media: the political experience of alternative communication*, Boston: South End Press.
- Drijvers, Jan (1992) 'Community broadcasting: a manifesto for the media policy of small European countries', *Media Culture and Society*, 14:193-201.
- Dyson, Kenneth and Peter Humphrey (eds) (1990). *The Political Economy of Communications*, London: Routledge.
- Economist* (weekly), various issues.
- Emanuel, Susan (1993) 'Cultural TV: western Europe and the US', *European Journal of Communication*, 8(2:131-148).
- Etzioni-Halevy, Eva (1987) *National Broadcasting Under Siege: a comparative study of Australia, Britain, Israel and West Germany*, London: Macmillan.
- Fang, Chien-san (1991) 'Perspectives on the idea of the "information society"', 《新聞學研究》, 第45期, 頁183-231.
- Fejes, F. (1981) 'Media imperialism', *Media Culture and Society*, 3(1:281-289).

- Ferguson, Marjorie (1986) *New Communication Technologies and the Public Interest*(ed), London: Sage.
- (1990) *Public Communication* (ed), London: Sage.
- (1992) 'The mythology about globalisation', *European Journal of Communication*, 7:69-93.
- Filipek, J. (1992) 'Culture quotas: the trade controversy over the European Community's broadcasting directive', *Stanford Journal of International Law*, 28 (2: 324-370).
- Fox, Elizabeth (ed) (1988) *Media And Politics in Latin America: the struggle for democracy*, London: Sage.
- (1988) 'Media policies in Latin America: an overview', in Fox (ed), pp.6-35.
- Frankel, Boris (1983) *Beyond the State? Dominant Theories and Socialist Strategies*, London: Macmillan.
- Frederick, Howard (1986) 'The radio war against Nicaragua', in *Communicating In Popular Nicaragua*, Armand Mattelart (ed), NY: International General, pp.70-81.
- Gallagher, Ray (1989) 'American television: fact and fantasy', in Veljanovski, pp.178-208.
- Gamble, Andrew (1988) *The Free Economy and the Strong State: the politics of Thatcherism*, London: Macmillan.
- Gandel, C. (1991) 'Poor ratings for US TV shows in Asia', *Asian Advertising and Marketing*, February: 28-31.
- Garnham, Nicholas (1979) 'Politics and the mass media in Britain: the strange case of Dr. Blumler', *Media Culture Society*, (1:23-34).

- (1983 a) 'Public service versus the market', *Screen*, 24 (1: 6-27).
- (1983 b) 'Toward a theory of cultural materialism', in *Journal of Communication*, spring: 314-329.
- (1986) 'The media and the public sphere', in Golding, Peter, Graham Murdock and Philip Schlesinger (eds), *Communicating Politics*, England: Leicester University Press, pp.37-53.
- Gazette (1992) a special issue on 'media system in transition', Vol. 49, (1/2).
- Georgakas, Dan (1990) 'Pacific Foundation', in Buhle, Mari Jo, Paul Buhle and Dan Georgakas (eds), *Encyclopedia of the American Left*, London: St. James Press, pp.549-550.
- Golding, P. (1991) 'Whose world, what information, which order? Rethinking NWICO in the 1990 s', *Media Development*, 38 (3: 46-49).
- Golding, Peter and Murdock, Graham (1978) 'Theories of communication and theories of society', *Communication Research*, 5 (3:339-356)
- (1979) 'Ideology and the mass media', in *Ideology and Cultural Production*, edited by Michele Barrett et al., 中譯收於馮建三 (1992 c:223-254).
- (1991) 'Culture, communications, and political economy', in Curran, J. and M. Gurevitch, pp.15-32.
- Goodwin, Peter (1994) 'You can't always GATT what you want', *TV World*, February: 33-4.

- Greco, Albert N. (1993) 'Publishing economics: mergers and acquisitions in the US publishing industry: 1980-89', in Alexander et. al., pp. 205-224.
- Guattari, Felix (1978) 'Popular free radio', in Strauss and Mandl (eds), pp.85-89.
- Guback, Thomas H. (1967) 'American interests in the British film industry', *The Quarterly Review of Economics and Business*, 7(2:7-21).
- (1973) 'Film as international business', in *Communication and Class Struggle*, volume I: capitalism, imperialism, pp. 359-366, NY: International General (本文曾以節版刊印於 *Journal of Communication*, 1974, Winter).
- Habermas, Jurgen (譯者 Thomas Burger) (1989) *The Structural Transformation of Public Sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*, Cambridge, Mass.: MIT Press. (德文出版於 1962 年。)
- (1991) 'The public sphere', 原以 (1964) 德語百科全書文章出版，英譯首次出版於 *New German Critique* (1974)，本處引自 Mukerji, C. and Michael Schudson (eds), 1991, *Rethinking Popular Culture*, Berkeley: University of California Press, pp.398-404.
- Hayward, Susan (1993) *French National Cinema*, London: Routledge.
- Hind, John and Stephen Mosco (1985) *Rebel Radio: the full story of British pirate radio*, London: Pluto.
- Hochheimer, John L. (1993) 'Organizing democratic radio: issues

- in praxis', *Media Culture and Society*, 15: 473-86.
- Hoffman, Abbie (1993) 'Guerrilla radio', in Strauss and Mandl, pp.299-301.
- Hollins, Timothy (1984) *Beyond Broadcasting: into the cable age*, London: BFI.
- Holtz-Bacha, Christina (1991) 'From public monopoly to a dual broadcasting system in Germany', *European Journal of Communication*, 6:223-233.
- Horwitz, Robert B. (1991) 'The first Amendment meets some new technologies: broadcasting, common carriers and free speech in the 1990 s', *Theory and Society*, 20:21-72.
- Hulten, Olof and Kees Brants (1992) 'Public service broadcasting: reactions to competition', in Siune and Truetzschler, pp. 101-116.
- Ingelbrecht, M. (1992) 'Asia switches on the set', *Asian Business*, February: 38-42.
- Jackel, Anne (1993) 'Whose film is it anyway?', *Media Policy*, November, pp.7-8.
- Jakubowicz, Karol (1990) "'Solidarity' and media reform in Poland", *European Journal of Communication*, 5:333-353.
- (1993) 'Stuck in a groove: why the 60s approach to communication democratization will no longer do?', in Splichal, Slavko et al. (eds), *Communication and Democracy*, NJ: Ablex.
- Jauert, Per and Ole Prehn (1994) 'Local radio policy in Europe and Scandinavia', *Nordic Review of Nordic Media and*

- Communication*, 1:137-163.
- JOC (Journal of Communication) (1978) 'Western European broadcasting in transition', *Journal of Communication*, Summer: 47-118.
- Johnson, Terence J. (1972) *Professions and Power*, London: Macmillan
- Katz, Elihu and George Wedell (1978) *Broadcasting in the Third World: promise and performance*, London: Macmillan.
- Katz, Helen (1989) 'The future of public broadcasting in the US', *Media Culture and Society*, 11 (2):195-205.
- Keane, John (1991) 'Public service media?', in Keane, John, *The Media and Democracy*, Cambridge: Polity, pp.115-162.
- Kellner, Douglas (1990) *Television and the Crisis of Democracy*, Boulder: West View.
- Knoedler-Bunte, E. (1975) 'The proletarian public sphere and political organisation', *New German Critique*, No.4:51-75.
- Kogawa, Tetsuo (1993) 'Free radio in Japan: the Mini FM boom', in Strauss and Mandl, pp.90-96.
- Lange, A. and Jean-Luc Renaud (1989) *The Future of the European Audiovisual Industry*, Manchester: Manchester University Press.
- Legrand, Emmanuel (1993) 'The price is never right', *TV World*, November.
- Lent, J.A. (1991) 'The North American Wave: communication technology in the Caribbean', in *Transnational Communications: wiring the Third World*, G. Sussman & J. A. Lent

- (eds), London: Sage, pp.66-102.
- Lepale, Xav (1991) 'Mutiny on the airwaves, or, how to be a radio pirate', in Paper Tiger Television Collective (ed.), Roar! the Paper Tiger Television Guide to Media Activism, NY: Paper Tiger Television Collective, pp.54-6.
- Lewis, Peter M. and Jerry Booth (1989) *The Invisible Medium: public, commercial and community radio*, London: Macmillan.
- Light, Julie (1994) 'Cooperation and compromise: coproduction and public service broadcasting', *Screen*, Spring 35 (1:78-90).
- Locksley, G. (1988) *TV Broadcasting in Europe and the New Technology*, Brussels: EEC.
- MacQuil, Denis and Karen Siune (eds) (1986) *New Media Politics: comparative perspectives in Western Europe*, London: Sage.
- Madge, Tim (1989) *Beyond the BBC: broadcasters and the public in the 1980 s*, London: Macmillan.
- Maggiore, M. (1990) *Audiovisual Production in the Single Market*, Brussel: EEC.
- Mathes, R. and Pfetsch, B. (1991) 'The role of alternative press in the agenda-building process: the spill-over effects and media opinion leadership', *European Journal of Communication*, 6: 33-62.
- Mattelart, A. and Piemme, J.M. (1980) 'New means of communication: new questions for the left', *Media Culture and Society*, 2:321-38.

- Mattelart, A., X. Delcourt and M. Mattelart (translated by David Buxton) (1984) *International Image Markets: in search of an alternative perspective*, London: Comedia.
- Mattera, Philip (1992) *World Class Business: a guide to the 100 most powerful giant corporations*, Henry Holt and Co..
- MCS (Media Culture Society) (1983) 'Public service broadcasting: the end', special issue, 5(3/4).
- Millard, Steve (1976) 'Specialised audience: a scaled-down dream?', in Douglas Cater and Michael J. Nyhan (eds), *The Future of Public Broadcasting*, pp.185-199, NY: Praeger.
- Miller, James (1992) 'From radios libres to radios privees: the rapid triumph of commercial networks in French local radio', *Media Culture and Society*, 14:261-279.
- Millichip, Jane (1993) 'A licence to print money', *TV World*, May:73-77.
- Morley, David (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge. (馮建三中譯, 即將由台北遠流公司出版。)
- Mulgan, G. J. (1991) *Communication and Control: networks and the new economies of communication*, Cambridge: Polity.
- Murdock, G. (1980) 'Authorship and organisation', *Screen Education*, 35:19-34.
- (1989) 'Televisual tourism', in C.W. Thomsen (ed.), *Cultural Transfer or Electronic Colonialism?*, Heidelberg: Carl Winter-Universitätsverlag, pp. 171-183.
- (1990) 'Redrawing the map of the communication industries: concentration and ownership in the era of privatisation', in

- Ferguson, pp. 1-15.
- (1991) 'Patrolling the border: British broadcasting and the Irish question in the 1980 s', *Journal of Communication*, 41(4): 104-115).
- (1992) 'Citizens, consumers, and public culture', in *Media Cultures: reappraising transnational media*, Michael Skovmand and Kim Christian Schroder (eds), London: Routledge.
- (1993) 'Communication and the constitution of modernity', *Media Culture and Society*, 15: 521-539.
- Neuman, W. Russell (1991) *The Future of the Mass Audience*, Cambridge University Press.
- Negrine, Ralph and Papathanassopoulos, S. (1990) *The Internationalisation of Television*, London: Pinter.
- Noam, Eli (1991) *Television in Europe*, Oxford University Press.
- Nowell-Smith, Geoffrey (ed) (1989) *The Broadcasting Debate 2: the European experience*, London: BFI.
- O'Connor, Alan (1990) 'The miners' radio stations in Bolivia: a culture of resistance', *Journal of Communication*, 40 (1: 102-110).
- Ogan, C. (1988) 'Media imperialism and the videocassette recorder: the case of Turkey', *Journal of Communication*, 38 (2:93-106).
- Ozanich, Gary W. and Wirth, Michael O. (1993) 'Media mergers and acquisitions: an overview', in Alexander et. al., pp. 115-133.
- Papathanassopoulos, S. (1990) 'Broadcasting and the European Community: the Commission's audiovisual policy', in Dyson & Humphrey, pp.107-24.
- Paulau, Burton (1981) *Television and Radio in the United Kingdom*, London: Macmillan.
- Picard, R.G. (1989) *Media Economics: concepts and issues*, London: Sage. (馮建三中譯, 1994年台北遠流公司出版。)
- Postman, Neil (1986) *Amusing Ourselves to Death*, London: Methuen.
- Pragnell, Anthony (1993) *Opening up the Media: 1983-1993, challenges and responses during the Institute's first ten years*, Manchester University: the European Institute for the Media.
- Raboy, Marc (1993) 'Radio as an emancipatory cultural practice', in Strauss and Mandl, pp.129-134.
- Renaud, Jean-Luc and Barry R. Litman (1985) 'Changing dynamics of the overseas marketplace for TV programming: the rise of international coproduction', *Telecommunication Policy*, September: 245-257.
- Richeri, Giuseppe (1990) 'Hard times for public service broadcasting: the RAI in the age of commercial competition', in Baranski and Lumley, pp. 256-269.
- Roach, C. (1990) 'The movement for a NWICO', *Media Culture and Society*, 12:283-307.
- Sahin, Haluk and Asu Aksoy (1993) 'Global media and cultural identity in Turkey', *Journal of Communication*, 43 (2:31-41).
- Sanchez-Tabernero, Alfonso et. al. (1993) *Media Concentration*

- in Europe: commercial enterprise and the public interest, Manchester University: the European Institute for the Media
- Schafer, R. Murray (1993) 'Radical radio', in Strauss and Mandl, pp.291-298.
- Schiller, Dan (1994) 'From culture to information and back again: commodification as a route to knowledge', *Critical Studies in Mass Communication*, 11: 92-115.
- Schlesinger, Philip (1987) 'On national identity: some conceptions & misconceptions criticised', *Social Science Information*, 26 (2: 219-64).
- (1990) 'The Berlusconi phenomenon', in Baranski and Lumley, pp. 270-285.
- (1994) 'Europe's contradictory communicative space', *Daedalus*, 123(2:25-52).
- Schoonhoven, Richard (1993) 'National and international production and coproduction', in Pragnel, pp. 65-72.
- Sepstrup, Preben (1989) 'Implications of current developments in west European broadcasting', *Media Culture and Society*, 11 (1:29-54).
- Servaes, J. (1993) 'Beyond "Europe 1992": communication and cultural identity in small nation states', *Telematics and Informatics*, 10(4: 321-344).
- Shija, W.M.F. (1988) 'The role of video in enhancing intercultural communication: a challenge for culturally high-context countries', *Howard Journal of Communications*, 1 (2:12-26).

- Short, K. R. M. (ed) (1986) *Western Broadcasting Over the Iron Curtain*, London: Croom Helm.
- Sinclair, J. (1990) 'Neither West nor Third World', *Media Culture and Society*, 12:243-260.
- Siune, Karen and Wolfgang Truetschler (eds) (1992) *Dynamics of Media Politics: broadcast and electronic media in Western Europe*, London: Sage.
- Slack, J. (1984) *Communication Technology and Society*, NJ: Ablex.
- Smith, A. (1991) *The Age of Bothmoths: the globalisation of mass media firms*, NY: Priority Press.
- Smith, A.D. (1990) 'Towards a global culture?', *Theory, Culture and Society*, 14:171-192.
- Smythe, W. Dallas (1978) 'Communications: blindspot of Western Marxism', *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3:1-28). (馮建三中譯,《島嶼邊緣》季刊,第四期,1992年7月。)
- Sola Pool, Ithiel de (1983) *Technology of Freedom*, London: Harvard University Press.
- Spark, Clare (1987) 'Pacifica radio and the politics of culture', in Lazere, Donald (ed), *American Media and Mass Culture*, University of California Press, pp. 577-590.
- Sparks, C. and Roach, C. (1990) 'Farewell to NWICO?', *Media, Culture and Society*, 12:275-281.
- Spectrum (the quarterly magazine of the Independent TV Commission) various issues

- Sreberny-Mohammadi, A. (1991) 'The global and the local in international communications', in Curran, J. and M. Gurevitch, pp.118-138.
- Sterling, C.H. and J.M. Kittross (2nd edition) (1990) *A Concise History of American Broadcasting*, California: Wadsworth.
- Strauss, Erwin S. (1993) 'Pirate radio pirates', in Strauss and Mandl, pp. 123-128.
- Strauss, Neil and Mandl, Dave (eds) (1993) *Radiotext(e)*, NY: Columbia University (editorial office).
- Syvertsen, Trine (1991) 'Public television in crisis: critiques compared in Norway and Britain', *European Journal of Communication*, 6:95-114.
- Thomass, Barbara A. (1994) 'Commercial broadcasters in the member states of the European Community: their impact on the labour market and working conditions', *European Journal of Communication*, 9:25-46.
- Thomsen, Christian W. (1989) (ed.) *Cultural Transfer or Electronic Imperialism: the impacts of American television programmes on the European TV*, Heiderberg: Carl Winter Universitätsverlag
- Thompson, Kristin (1985) *Exporting Entertainment: American in the world film market, 1907-1934*, London: BFI.
- Tomlinson, John (1991) *Cultural Imperialism*, 《文化帝國主義》，馮建三中譯，1994，台北：時報。
- Townsend, Peter (1993) *The International Analysis of Poverty*, London: Harvester Wheatsheaf.

- Tracey, Michael (1988) 'Popular culture and the economics of global television', *InterMedia*, 16 (2:9-25).
- Trotsky, Leon (1926) 'Radio, science, technology and society', in Strauss and Mandl (1993), pp.241-252.
- Tunstall, Jeremy (1977) *The Media Are American: Anglo-American media in the world*, London: Constable.
- (1983) *The Media in Britain*, London: Constable.
- Tunstall, Jeremy and M. Palmer (1991) *Media Moguls*, London: Routledge.
- Turow, Joseph (1992) 'The organizational underpinnings of contemporary media conglomerates', *Communication Research*, 19 (6:682-704).
- Tydemann, E. and Kelm, E.J. (1986) *The New Media in Europe*, London: McGraw Hill.
- Veljanovski, Cento (ed) (1989) *Freedom in Broadcasting*, London: Institute of Economic Affairs.
- Venturelli, Shalini S. (1993) 'The imagined transnational public sphere in the European Community's broadcast philosophy: implications for democracy', *European Journal of Communication*, 8 (4:491-518).
- Wallerstein, Immanuel (1979) *The Capitalist World-Economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- (1984) *The Politics of the World-Economy: the state, the movements and the civilisations*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Wang, G. (1986) 'Video boom in Taiwan: blessings or curse',

- Third Channel, 2(1:365-397).
- Wangermee, Robert (1993) 'The European institutions and broadcasting', in Pragnell, pp. 75-89.
- Waterman, David (1986) 'The failure of cultural programming on cable TV: an economic interpretation', *Journal Of Communication*, 36 (3:92-108).
- (1993) 'World television trade: the economic effects of privatization and new technology', in Noam, Eli M. and Joel C. Millonzi (eds), *The International Market in Film and Television Programs*, NJ: Ablex, pp.59-82.
- Waterman, David and Grant, August (1991) 'Cable TV as an aftermarket', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35 (2:179-188).
- Wildman, Steven S., and Stephen E. Siwek (1987) 'The privatization of European television: effects on international markets for programs', *Columbia Journal of World Business*, Fall, pp.71-76.
- (1988) *International Trade in Films and TV Programs*, Washington: AEI.
- Williams, Raymond (1974) *Television: technology and cultural form*, London: Fotana (1990 由 Routledge 重印, 馮建三中譯, 1992, 《電視: 科技與文化形式》, 台北: 遠流)。
- (1980) 'Advertising: the magic system', in *Problems in Materialism and Culture*, London: Verso, pp.170-195.
- Woldt, Runar (1993) 'Internationalisation of the European programme market—opportunity or burden?', in Pragnell, pp. 111-125.

索引

- | | | | |
|------------|---------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| 二劃 | | 中共 | |
| 丁榮國 | 16,57,177 | ix,xi,2,26,51,54,58,112,153,155, | |
| 二二八事件 | 124,161,178 | 177 | |
| 人間 | 62,99,109,136,139,151,182 | 中共統戰 | 26,54 |
| 人間副刊 | 62,99,151 | 中時晚報 | |
| 人間燈火 | 109 | 25,32,49,95,132,147,149,151,154, | |
| 八十年代 | 129,133,155,157,179 | 174 | |
| 力有所出 | 152 | 中國時報周刊 | 24,36,59 |
| 力霸友聯 | 42 | 中國論壇 | 136,179,180 |
| 三劃 | | 中華文化 | 28 |
| 于宗先 | 93 | 中華民國有線傳播發展協進會 | 42 |
| 口語文化 | 170 | 中華經濟共同體 | 24 |
| 土耳其 | 16,36,53,54,58 | 中華雜誌 | 128,137,155,157 |
| 土耳其國協 | 54 | 丹麥 | 77,125,175 |
| 大中華電影圈 | 24 | 五月評論 | 136 |
| 大成報 | 38,96,99 | 互助電台 | 168,169 |
| 大家來讀三字經 | 92 | 內政部 | 27,86 |
| 大眾文化 | 3 | 內部殖民 | 9 |
| 大眾電台 | 174 | 內亂罪 | 128 |
| 大陸中央台 | 44 | 內幕報導 | 133 |
| 大學雜誌 | 126,128,177 | 內製 | 87-89,116,181 |
| 小功率電台 | 149,175 | 六四事件 | 102 |
| 小耳朵 | 13,16,31,41,57,105 | 公平原則 | 80 |
| 四劃 | | 公民 | |
| 中央日報 | 13,37,96,99 | x,3,8,40,50,55,56,62,64,77,78,140, | |
| 中央民意代表 | 115 | 152,159 | |
| 中央電影公司 | 41 | 公民的身份 | 77 |
| 中央廣播電台設置條例 | 158 | 公共文化 | 77 |
| | | 公共電視台 | vii,25,67,91-94,99,178,182 |
| | | 公共電視台設台計畫草案 | 93 |
| | | 公共電視台籌備委員會 | 67,93,94 |

- | | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------|-----------------------------------|------------------------------|---------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 公共電視法草案 | 67,91,96,110 | 文化復興總會 | 98,121 | 加勒比海 | 16 | vii,33,34,40,42,49,68,69,102-104, |
| 公共電視製播 | 92,106 | 文化悲情 | 7,9 | 加塔里 | 164,166 | 119,134,137,139-146,148-150,159 |
| 「公共電視製播」小組 | 92 | 文化損失 | 9 | 包尼爾 | 7 | 民間傳播股份有限公司 |
| 公共領域 | | 文化賄賂 | 18,19,55,57,79,95,97,100,101 | 北愛爾蘭 | 80,88 | 民間電台聯合會 |
| xi,68,69,76,89,90,120,152,172,173, | | 文化與經濟的奴役 | 7 | 半邊陲國家 | 35,36,40,50-53,55,56,58,91 | 生根 |
| 175,185,192,193 | | 文化認同 | 8,9,28,29,54,187,200 | 司法院 | 146 | 申學庸 |
| 公信力 | 135,180 | 文化霸權 | 7,20,83,189 | 古巴 | 160 | 白衣大士 |
| 公視 | | 文星 | 128,136,180 | 另類媒介 | 2,101,170 | 石油電視公司 |
| vii,x,23,26,38,48,49,63,64,68-73, | | 日本 | | 另類傳播媒介 | 1,101 | 石靜文 |
| 76,78-83,85-101,105-112,114 | | xi,1,5,7,12-16,34-38,48,50,52,53, | | 史萊辛格 | 23 | |
| -122,183 | | 55,57,59,64,77-79,100,125,166, | | 台中望春風 | 145 | 六劃 |
| 公視法草案 | | 167,180,184 | | 台北廣播局 | 123 | 交通部 |
| 94-97,106,111,116-118,121,122, | | 日本放送協會 | 16,36,44,55,57,64,180 | 台灣日報 | 13 | 34,93,144,146 |
| 183 | | 日本電信部 | 166 | 台灣民主有線電視台全國聯盟 | 42 | 全民計程車 |
| 公論報 | 126-128,178 | 比利時 | 23,29,77,125,146,166 | 台灣社會研究季刊 | x,xi,xiii,182,184 | 143,148 |
| 公營電視 | 2,12,75,77,78 | 毛治國 | 34 | 台灣政論 | 128,133,157 | 全美公共收音機聯盟 |
| 厄瓜多爾 | 160 | 毛高文 | 93 | 台灣春秋 | 136,137 | 167 |
| 反共愛國鋤奸委員會 | 157 | 王令麟 | 42 | 台灣時報 | 96,134 | 全球化 |
| 反電子壟斷彩繪華視行動 | 104 | 王石番 | 16,19,57,122,183 | 台灣國 | 143,145,148,153,157,174 | 4,10,19,51 |
| 太平洋 | 145,168 | 王杏慶 | 126,134,177 | 台灣教授協會 | 34,137,182,185 | 印尼 |
| 太平洋基金會 | 168 | 王秀蓮 | 174 | 台灣評論 | 137 | 15,37,58 |
| 太陽報 | 51 | 王洪鈞 | 93 | 台灣新文化 | 136 | 同仁收音機 |
| 尤清 | 102,103,143,146,147 | 王振寰 | 39,62,177 | 台灣衛星經營者聯盟 | 37 | 166 |
| 巴西 | 138 | 王惕吾 | 136 | 台灣學生制憲聯盟 | 33,103 | 地下電台 |
| 巴黎最後的探戈 | 20 | 王曉祥 | 94,98,99 | 外製 | 87-89,107,114,116,181 | vii,x,33,123-125,128,139-144,146 |
| 戈丁 | viii | 王麗 | 25,177 | 尼加拉瓜 | 138,160 | -164,166,167,170,173-175,180,185 |
| 文山民主台 | 43 | 五劃 | | 尼克森 | 82 | 地方色彩 |
| 文化工業 | 78 | 世界報 | 8,136 | 布拉格 | 158 | 47,110,171 |
| 文化矛盾 | 56 | 世界資本主義經濟體系 | ix,90 | 打狗 | 124 | 好萊塢 |
| 文化免議 | 5 | 以退為進 | 150 | 民主之聲 | 33,102 | ix,2,7,21,23,50,54 |
| 文化奇蹟 | 18 | 代議工具 | 173 | 民主播音網 | 170 | 安卡拉 |
| 文化品味 | 5,45,55,100,109 | 代議式的參與民主 | 152 | 民生報 | 14,32,35,55,59,93,96,99,109,154 | 16 |
| 文化帝國主義 | 8,9,28,202 | 加拿大 | 1,161,168 | 民眾日報 | 99,134 | 安南委員會 |
| 文化部 | 8,53,114,115 | | | 民進黨 | | 113 |

178,182-184	余契爾夫人	80
有線電視法	吳乃仁	37
vii,41,44,49,55,59,63,105,112,131,138	吳中立	xi
朱宗柯	吳家驊	62,178
朱門恩怨	吳敦義	34
朱星羽	吳樂天	102-104
朱婉清	吳樹民	34
江兆申	呂松庭	140,146,178
羊憶蓉	希臘	58,77
自由中國	忍者龜	77
自由中國之聲	李永萍	139
自由天空	李作平	146
自由主義者	李所思	99
自由市場	李金銓	1,27,148,178
自由貿易	李娃傳	26,109
自由電台運動	李祖琛	123,178
自由歐洲電台	李敖	128,134
自立早報	李勝峰	42
3,16,26-28,34,35,41,49,51,54,58,61,62,95,96,98,99,102,104,119,138,139,146-148,150,175,177,182,183,185	李登輝	xi,40,98,121
自強愛國座談會	李進勇	144
西班牙	李萬居評傳	127,182
西德	李嘉成集團	51
七劃	李應元	34
作之君作之師	李鴻廣場	43
余光中	李贄	98,122,178
余思宙	李鎮源	34
余陳月瑛	沈世雄	119
余登發	杜維明	24
余伐思	沈君山	93
	汪琪	15,178
	「貝爾／電信企業」集團	50
	八劃	
	亞太營運中心	xi

亞洲之聲	159	社區報紙	1,2
亞洲週刊	24,58	社區電台	147,166-169,185,196
亞洲電視公司	71	社區電影院	xi
亞洲衛星電視公司	14,37,112,188	芬尼維斯特	163
卓越	151	邵玉銘	93
和信集團	37,49	邱聯輝	34
和信傳播公司	42	阿多諾	78
周伯倫	141	阿言德	8
周美里	146	阿爾及利亞	161
周荃	42,94,99,111	非商業自由電台全國聯盟	164
尚毅夫	146	九劃	
彼得定律	87	前進	45,123,133,136
拉丁美洲	18,125,160,170	南方	26,136,137
杭之	68	南非	138
林子儀	39,94,178	南韓	14,15,26,36,37,58,69,100
林文朗	119	叛亂之聲	160
林正杰	137	哈伯瑪斯	68,172,193
林啓旭	124,178	威尼斯	xi
林榮三	119	威爾斯	88
林懷民	93,96	屏東	61,124
松安有線電視傳播網	43	帝國主義	ix,1,3-5,7-10,19,20,24,28,29,181,202
波隆那全民近用電台	162	後現代	78,87,173
法外市場	52	政治大學	6,42,93,94,96,122,153,178-181,183,184
法律與秩序	140,148,150	政治大學傳播學院	96,122
法國	xi,5,8,9,12,13,21,22,53,62,77-79,81,83,125,161,163,164,165-167,171,179	政論雜誌	x,2,123,125,128-130,133-135,137,138,140,146,152-154,156-158,180,181,183,184
法新社	81	春雷	129
法農	161		
知識界反政治迫害聯盟	33,103		
社區文化	xi		
社區公益電台	175		
社區共同天線	35,37		

星際作戰	11	香港	
柯拉容	160		vii,ix,xi,5,15,21,24-26,36,37,42,
柯蘭	31,172,173,189,190,192,202		51,58,59,71,72,100,103,112,184
洪瓊娟/李大塊	35	香港電台	71
活著	24	十劃	
玻利維亞的礦工電台	170	倫敦	88,89,163,172
美濃週刊	1	原住民	27,115
美國		夏潮	136,137
	viii,ix,x,xi,1-3,5,7-12,16,17,19,	夏潮論壇	136,137
	21,23,25,27,28,35-38,46-48,50,53,	夏鑄九	xiii
	55,58,60,62,68,69,72,73,76-82,86	孫秀蕙	xiii,39,40,122,179
	-88,90,99,110,116,118,131,136,	孫青	53,179
	138,145,158,160,167,168,169	孫運璿	92,105
美國新聞與世界報導	136	家庭票房	35,53
美國憲法第一修正案	118	徐佳士	71,93,94,99,101,179
美麗島	2,129,133,157	徐恩普	99,179
胡志強	34,144	徐瑞希	119,179
胡秋原	128,137	恐怖的科學技術至上之訴求	18
范寶厚	15,181	時代公司Time	5,35,51,79,83,86
英格蘭情調的意識形態	23,25	時報新聞	136
英國		時報雜誌	136,184
	viii,8,10,13-16,20-23,25,27,36-38,	時機	17,97,123,128,172,173
	40,51,52,57,68,69,74,75,77-81,83	桂秀昭	52,179
	-86,88,97,100,112-114,116,161,	泰國	15,37,58
	165,167,178,189	泰晤士報	51
英國廣電協會		消費者	3,15,17,40,55-57,77,90,98,101,119,
	20,22,23,38,44,58,74,75,79,81,83		156,198
	-86,88,89,116,161,189,196	海峽評論	137
英國衛星廣播	52	挪威	77,125,175
要帶動市民社會	173	特別稅	81,107,112-114,190
音樂電視	14,15,44,183	特定觀眾	78,79
風和草的對話	109	特高頻	vii,ix,31,60,63,72,73,118
飛越比佛利	11		
首都早報	33,181		

疾風	156,157	國家機器	
真理之聲	145,174		ix,xi,3,5,12,17,18,26,28,33,40,48,
祝萍	32,127,179		49,51-53,55,70,76,80,81,89,97,98,
窄播	79,111,112		100,101,105,106,110,111,114,117,
紐西蘭	58,85		119,120,123-126,131,132,138,140,
紐約時報	124		141,146,149-151,159,165,171,174
翁秀琪		國泰人壽	119
	72,94,99,102,108,122,130,179,180	國族	
財政部	113,141,145,161		ix,4,7,9,20,21,24,28,41,165,188,
財訊	51,99,132,138,151,182,183		191,193,195,198,199,200,202-204
逆向媒介帝國主義	19	國族主義	7,24
迷你調頻	125,166,195	國會雙週刊	137
郝伯村	98	國際化	4,19,62
馬克思	77	基層之聲	145
馬來西亞	37,51,58	執照費	
馬特拉夫婦	8		22,36,53,74,81,84,85,86,90,98,100
馬特拉與皮馬	166,167,174	崗恩	8,57,68,69,186
高雅	3,7,16,23,95,98,106	康寧祥	33
高雅文化	3,7	張台安	142,147
高雄蕃薯之聲	145	張平	93,106
十一劃		張玉法	93
動腦	155	張艾嘉	43
參謀總長劉和謙	161	張金策	157,174
商品化	49-51,68,82,131	張明賢	134,135,180
商品關係	9,90	張俊宏	vii,33,34,102,103,139,157
國民黨		張茂桂	148
	35,37,39-43,49,63,103,119,123,	張景為	146
	124,126,127,131,133-135,137,138,	張傳祥	127
	140-143,146,148-151,157,158,171,	許銘洲	174
	174,181,182	張錦華	40,180
國防部	63,93,146	張繼高	92,93,98,99
國家政策中心	119	得隴望蜀	149
國家電影中心	xi	教授論壇	137
		曹鏡元	99

梁傑克	8	陳水扁	33,141-144,147
棄卒保帥	149	陳世敏	2,35,62,72,108,180,xiii
梅鐸	23,51,68,viii	陳光興	24,68,94,95,154
深耕	133,153,155	陳奇祿	93
異議媒體		陳昭如	151,161,180
x,xi,123-128,130-134,136,138,		陳重生	136,180
139,154,155		陳師孟	59,143,180
異議意識形態	126	陳國祥	32,127,129,179,180
第五頻道	13,84	陳婉真	129
第四台		陳淑芬	36,180
13,17,41,42,49,55,100,101,105,130,		陳義彥	152
131,147,182		陳鳳馨	146
第四家商業特高頻無線電視網	vii	陳儒修	24,180
第四頻道	38,74,81,83,89,112,114	陳樹熙	99
終極警探	77	陶尼	91
莫札特	5	麥肯錫	xi
莫利	29,40,74,186,197	麥集歐	10,196
莊子	139	麻醉負功能	56
莊洪銘	148		
荷蘭	16,23,29,77	十二劃	
規模經濟	41,56,64,87,115,116	傅鏡平	53,179
許志雄	94	博新育樂公司	37
許宗力	94	博新條款	41
許信良	40,103,137	博閣士	5
許勝發	41	報紙發行情報核組織	31
許榮棋	139,141,142,145,146,147,178	媒介正確性組織	169
這一代	128	媒介帝國主義	1,19
連合會	103,104	媒體公民教育	64
郭力昕	68,94,95,99,102,122,180	彭百顯	42,144
郭冠英	80,99	悲情城市	xi
郭為藩	93	敦誠	99,102,138,178,181,184
郭鶴年	51	普桑	5
閉路電視	13	普羅革命	160
陳天龍	37	智慧財產權	17,18,62,131

曾熾輝	42,99,182	4,19,23,25,32,33,45,54,55,59,60,64,
朝代	145	74,78,80,90,105,109,126,137,171,
湯林森	8,9,28,202	172,180,viii
無法無天	51,52	愛情萬歲 xi
無產階級	68	新力/哥倫比亞 50
無線電視公司	71	新文化 136
盜錄	16,18	新世界資訊與傳播秩序 1
華勒斯坦	91	新加坡 36,37,94
著作權法	131	新生報 99,127
菲律賓	125,160	新思維 144,145,147,150,153,155
賀然	99	新國會 137,182
賀照緹	133,138,181	新新聞 40,109,118,137,151,180,184
賀維茲	118,194	新新聞週刊 40,118
超高頻	vii,31,35,38,39,73,118,174	新聞局
鄉土文學運動	123,178	vii,xi,2,13,25-27,33,34,54,61,70,
順風專案	129	75,92-96,99,102,103,105-108,110,
馮建三		115,122,130,141-147,149,157-159,
xiii,1,2,11,31,32,37,42,48,49,51,55,		174,178,182
57,68,78,80,87,97,101,105,116,122,		新黨
130,138,150,152,153,155,181,189,		40,42,127,140,142-144,147-150,
192,197,199,201,202,204		153,155,157
黃金時段	5,21,71	楊乃藩 93
黃堅厚	93	楊日然 93,94
黃森松	2,183	楊英杰 174
黃黎明	116,183	楊萬運 93
黑白新聞週刊	34,55,137,151	楊碧川 123,182
十三劃		楊錦麟 127,182
傳播科技		歲月中國 109
ix,1,4,10,16,17,42,50,52,77,78,89,		溢波 16,38,55,64,169
90,101,119,120		溫哥華 168
傳播權	ix,3	溫德斯 2
奧美廣告公司	32,182	準公共財 80
意識形態		獅子王 12
		瑞士 22,53,77

- 瑞典 77,125,175
 當代月刊 ix,21,23,95,181
 經建會 xi
 經濟奇蹟 18,90
 經濟賄賂 18
 經濟寡頭化而文化同步化 23
 經濟學人 58,85
 義大利 12,13,22,47,48,77,81,83,125,161
 -165,171
 群眾 98,133,143,145,146,149,150,153,
 155,157,159,161,165,174
 群眾之聲 143,150,155,157,174
 群眾路線 133
 葉文立 42
 葉石濤 93
 葉明勳 42,98,183
 葉菊蘭 144
 葡萄牙 58,77
 解放報 163
 解放電台 160,167
 解除/重新管制 51
 資本化 ix,3,9,41,49-51,125
 資本主義 ix,1,4,8-10,14,16,18,32,35,38,40,
 50-52,55,56,59-61,74,76,77,81,83,
 90,91,164,169,172,180,181
 資本家 16,28,50,58,77,80,84,86,98,154
 資本論 62,77,178
 資本積累 12,58,61,165,171,viii,ix
 資訊社會 2,78,171
 雷士 89
 雷根 82,169
 雷登開 41,182
 雷聲 130
 電視文化研究委員會 98,121
 電腦 10,17,65
 十四劃
 嘉義台灣之聲 145
 夢 25,95,179,180
 實踐筆記 136
 廖素霞 138,183
 廖達祺 152
 演唱影帶 14,15
 福隆公司 37
 綠色小組 137,138,139
 綠色和平 145,153,155,157,184
 趙少康 142,147,155
 十五劃
 劉一民 127,183
 劉靜怡 39,178,183
 噶阿義·聖阿珠 27
 廣告 vii,10,11,13,14,22,32,36,45-49,52
 -54,56,58,63,64,70,72-76,80,81,83,
 85,86,88,92,95,97,98,100-105,107,
 110-114,118,127,149,151,164,165,
 174,178,181,182
 廣電指令 20,28
 廣電基金會 81,108,175
 廣電基金會發行 81,108
 廣播法 83
 廣播電視事業發展基金條例 92,107,112
 廣播電視法 43,70,71,116,179
 影視帝國主義 1,3,4,9,10,19,24,28
 影視雙元結構 x
 德勒茲 164
 德國 2,13,53,68,77,158,165,167,xi
 德惠街 143,148
 慕尼黑 158
 樂莛軍 99
 歐洲共同體 ix
 歐洲聯盟 5,27
 歐陽聖恩 130,133,134,137,183
 歐聯執委會 28
 澄社 x,40,137,177-180,182-184
 澄社報導 137
 潮流 90,129,177,180
 潘家慶 16,19,57,71,122,183
 範疇經濟 51,87
 蔣家祕辛 133
 蔡同榮 34,137,145,150
 蔡明誠 94
 蝙蝠俠 77
 蝌蚪哲學 91
 衛星電視 vii,ix,5,6,13-15,19,31,36,37,41-43,
 45,46,48,49,51-55,57,59,64,74,77,
 78,84,101,112,114,118,179,182
 衛視中文台 vii,42-44,48,58,64
 論平等 91
 鄭清芬 152
 鄭瑞城 x,xii,xiii,31,35,39,62,80,99,107,
 111,122,162,173,177-179,182-184
 鄭寶清 144
 閱聽人商品 50,74,90,101
 墨西哥 8,19,58
 十六劃
 歷史如何成為傷口 102
 澳洲 32,44,58
 獨立電視公司 58,74,112,113
 盧森堡 12,23,29,77
 積極同意 33
 蕃薯台 145
 諾社 7
 賴永忠 130,136,137,184
 遲琛 94
 錢永祥 126,184
 錄放影機 13-16,19,160
 霍克海默 78
 龍攝有線電視台 43
 十七劃
 戴正昌 143,148
 濟公 26
 縱橫 x,12,130
 聯合文學 151
 聯合月刊 136
 聯合國教科文組織 8
 聯合晚報 14,16,32,34,57,148,149,174
 聯合報 13,25,26,31,32,36,49,55,59,71,96,
 98,99,109,136,145-148,150,154,
 156,158,159
 聯邦傳播委員會 167
 聯亞公司 155
 聯群有線電視系統 43
 聯播時代 71,177
 聯藝衛星電視台 42,48
 薛毓麟 93

謝志峰	72	蘇衛	6
謝金蓉	159,184	議會路線	133
謝長廷	68,95	警備總部	127
謝鵬雄	99	鐘道	26
輿論		鐘蔚文	39
24,27,71,117,131,136,140,141,146		黨外雜誌	
-149,151,164		123,125,129-131,133,134,137,138,	
鍾天青	49,184	150,151,154,179	
鍾蔚文	15,45,122,178,184	黨外雜誌編聯會	150
十八劃		黨國資本主義	59,180
瀑布效果	11	二十一劃	
簡曜輝	93	蘭潭之聲	150
職棒	48,182	蘭薰	145,185
舊金山	160,167	霸王別姬	24
雙元結構	55,57,60,81,x	A	
顏錦福	141	ARD	75
魏理鈞	6,24,184	Accuracy in Media	169
十九劃		Adorno	78
瓊瑤	25	Agence France Presse, AFP	81
羅文輝	39,122,184	Allende	8
羅傳賢	148	Annan Committee	113
邊陲國家		Aquino	160
3,35,36,40,50-53,55,56,58,9,172		Asia Television Limited, ATV	71
邊緣對談	43	Association pour la Liberation des	
關稅暨貿易總協定	5	Ondes, ALO	164
二十劃		audience commodity	50,74,90,101
寶島新聲	144,145,147,153,155,157,174	Aufderheide	68,86,185
蘇子琴	119,184	Aymara	170
蘇育德	31,184	B	
蘇東波	2	B. Brecht	123
蘇格蘭	88	BBC	

20,22,23,38,44,58,74,75,79,81,83	Chapman	167,188
-86,88,89,116,161,189,196	citizen	
Barnouw	82,186	x,3,8,40,50,55,56,62,64,77,78,140,
Becker	10,186	152,159
Bell	50,56,186	Clermont-Tonnerre and Zoka
Bell/Telecommunication Inc.,	50	CNN
Berlusconi	12,163,200	Collins
Beverly Hills	11	community radio
Blan-chard and Morley	74	147,166-169,185,196
Blumler	69,75,83,186-188,191	Comstock
Bonnell	7	Congdon
Borges	5	consumer
Boyd	16,18,187	3,15,17,40,55,56,57,77,90,98,101,
Brants and Siune	36,77	119,156,198
Bridson	151	Costello
Brisbin	160,187	cultural and economic vassalisation
British Satellite Broadcasting, BSB		7
	52	cultural identity
Brown	172,187	8,9,28,29,54,187,200
BskyB	51,52	cultural loss
C		9
call in	140,146,148,152-157,161,164	cultural pessimism
Canal Plus	12,53	7,9
capitalist world-economy	ix,90	Crisell
Carnoy	18,188	151,189
cascade effects	11	Curran
Cayrol	12,163,188	31,172,189,190,192,202
CFDT	164	C 4
CGT	164	74,75,83,86,89
Chadwick	32,188	D
Chan37,51,74,81,84,87,186,188,199,204		delegalisation
Chandler	51,87,188	51,52
Channel 4	38,74,81,83,89,112,114	Deleuze
		164
		de/re-regulation
		51
		Diebe
		22,23
		Downing
		168,169,190
		E
		economic oligopolisation and
		cultural synchronisation
		23

economics of scale		Gamble	81,191
	41,56,64,87,115,116	Gandel	5,14,37,191
economics of scope	51,87	Garnham	8,57,68,69,186
ESPN	38,55	ghetto radio	166
Economist		Golding	viii
	2,3,5,12,15,37,38,51-53,58,62,79,	Guardian	10,28,86
	81-85,88,113,116,190	Guattari	164,166
empowering	152	Gurevitch	69,190,192,202
Etzioni-Halevy	81,190	H	
European Commission	28	Habermas	68,172,193
European Union	5,27	Havey	29
extralegal market	52	Hayward	7,193
F		Hind and Mosco	167
FM	162	Hochheimer	160,169,193
Fairness Doctrine	80	Hoffman	160,194
Fang	2,10,78,190	Hollins	35,194
Fanon	161	Holtz-Bacha	83,194
Federal Communication		Home Box Office	35,53
Committee, FCC	167	Home Office	27,86
Fejes	1,190	Horwitz	118,194
Ferguson	4,10,191,198	I	
Filipek	5,20,191	IBM	17
Financial Times	83	Ingelbrecht	14,37,194
Fininvest Group	163	internal colonisation	9
Fox	170,191	ITV	22,38,74,81,83,84,86,89,113,114
Frankel	89,191	J	
Frederick	160,191	J. Berland	158
Freedom of the Air	166	Jackel	20,194
free radio movement	125,141,166	Jakubowicz	152,160,169,194
G		Johnson	137,195
GATT	ix,5,192		
Gallagher	79,191		

K		Maggiore	10,196
KPFA	163,168	Mathes and Pfetsch	136
KPFFK	168	Mattelart	
KPFT	168		8,166,167,174,187,191,196,197
KTV	14,15	Mattelart and Piemme	166,167,174
Katz	82,100,195	McKinsey	xi
Katz and Wedell	100	McQuail	9,83
Keane	90,195	Millard	78,197
Kellner	82,87,195	Miller	163,165,197
Kluge	68	Millichip	11,12,197
Kogawa	166,167,195	Mini FM	125,166,195
L		Mobile privatisation	56
La Cing	12,13	Morley	29,40,74,186,197
Lang	8	Mozart	5
law and order	140,148,150	Mulgan	80,197
Lefebure	163	murdoch	51
Le Monde	8,136	Murdock	viii,23,51,68
Lent	16,187,195	N	
Leplae	160	NHK	16,36,44,55,57,64,180
levy	81,107,112-114,190	NWICO	1,192,199,201
Lewis and Booth		narcotising dysfunction	56
	161,163,165,168,170,171	nation	
Liberation Radio	160		ix,4,7,9,20,21,24,28,41,165,188,
Light	20,23,196		191,193,195,198-200,202-204
Liora Salter	169	nationalism	7,24
localism	47,110,171	National Public Radio, NPR	167
Locksley	11,189,196	Negt	68
M		Neumann	56
MTV	14,15,44,183	Noam	7,11,146,161,166,198,204
Madge	89,196	O	
Magdoff	4	O'Connor	170,171,198
		Ogan	16,198

P		Roach	5,19,199,201
paternalistic	87,97	S	
PBS	87	STAR	14,37,112,188
Paulau	113,199	Sahin and Aksoy	36,52,53
Petroleum Broadcasting System		Sanchez-Tabernero,	22,199
	86,87	Schiller	171,200
Picard	50,199	Schoonhoven	5,200
Postman	56,199	Sepstrup	74,200
Poussin	5	Servaes	23,29,200
public sphere		Shija	19,200
68,69,76,89,90,120,152,172,173,		Short	158,201
175,185,192,193,xi		Silvio Berlusconi	163
Q		Sinclair	19,201
Quechua	170	Siune and Truetzschler	83
R		Slack	17,201
RAI	161,199	Smith	4,83,198,201
Raboy	160,168,199	Smythe	50,74,101,201
Radio Audironi Italiane	161	Sola Pool	79,201
Radio Bologna per l'Accesso		Sony/Columbia	50
Pubblico	162	Spark	5,168,201
Radio Eau Noire	166	Spectrum	15,84,201
Radio Franche	164	Sreberny-Mohammadi	10
Radio Free Europe	158	Stephen	2,193,204
Radio SOS Emploi	164	Sterling and Kittross	72,88
Radio Television Hong Kong,		Strauss	
RTHK	71	160,186,189,190,193-195,199,200,	
Radio Vertd	163	202,203	
Reith	89	Syvertsen	119,202
Renaud and Litman	21	T	
reversed media imperialism	19	Tawney	91
Richeri	83,199	TDF	164
		TDRSS	37

technological terrorism	18	Wowoo	52,64
Televisa	58		
TF 1	12,163		
The Last Tango in Paris	20		
the Lion King	12		
The Sun	51		
the Tadpole Philosophy	91		
The Times	51		
timing	17,97,123,128,172,173		
Tolstoy	5,7		
Tomlinson	8,9,28,202		
Townsend	10,202		
Tracey	47,203		
Tunstall	2,88,89,203		
Turkish Radio and Television			
Corporation, TRT	53		
two-tier structure	55,57,60,81,x		
U			
UHF	31,34,39,49,73,93,105,118		
V			
VHF	31,34,39,49,63,72,118		
Variety	58		
W			
WBAI	168		
WPFW	168		
Wallerstein	91,203		
Wang	15,23,203,204		
Waterman	2,11,57,204		
Wenders	2		
Wildman	2,204		
Williams	56,80,97,204		