

南華大學管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE IN MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

有線電視系統台公益行為之研究-以雲嘉地區為例

A STUDY OF THE PHILANTHROPY IN CABLE TELEVISION SYSTEM

—YUNLIN AND CHIAYI FOR EXAMPLES.

指導教授：褚麗娟 博士

ADVISOR :PH.D CHU LI-CHUAN

研究生：許崑峯

GRADUATE STUDENT : SHEU KUEN-FENG

中 華 民 國 九 十 二 年 六 月

南 華 大 學

碩 士 學 位 論 文

管理研究所

有線電視系統台公益行為之研究—以雲嘉地區為例

研究生：許 崑 峯

經考試合格特此證明

口試委員：褚麗娟

吳 弘 明

朱 美 玲

鍾 燕 宜

指導教授：褚麗娟

所 長：陳 恭 釗

口試日期：中華民國 九十二年 六 月 十二 日

南華大學管理研究所九十一學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：有線電視系統台公益行為之研究-以雲嘉地區為例

研究生：許崑峯

指導教授：褚麗絹 博士

論文摘要內容：

企業公民的觀念及企業社會責任的概念，已漸形成，企業參與及舉辦公益活動的風氣日漸普遍。有鑑於此，本研究針對我國有線電視系統台從事公益行為的現況及相關影響因素，進行探討。

本研究主要運用深度訪談的方式，訪談雲林、嘉義地區之佳聯、北港、大揚、世新等四家有線電視系統業者。與系統台負責人、高階主管及相關部門進行訪談，透過訪談的方式，探討出新的觀點與概念；並輔以文獻檢閱、平面資料的收集，整理過去企業贊助公益活動的相關論文，分析受訪者的相關資料及公益活動的運作情形。

本研究深入剖析有線電視系統台在從事公益行為的現況與相關影響因素，得到研究結論如下：

- 1.動機在於善盡社會責任、回饋地方、落實社區意識以改善社區環境。
- 2.在評估從事公益的準則上，注重其行為的價值與內涵，以及是否與社區關注的公共議題有關。
- 3.從事公益的方式以企業產品贈與為主。
- 4.從事公益的規模上，在金錢方面並沒有固定的支出；在活動的參與及舉辦方面，與企業獲利及高階主管支援度高低、企業人數及客戶數多寡，成正向反應。
- 5.從事公益活動的類型，以社區營造、社區福利及學術教育方面居多。

- 6.從事公益對企業本身最大的影響是，有利於企業形象的建立及凝聚員工向心力；對於受益對象而言，則可改善其生活品質、提升社區意識，並且增加曝光率及知名度。
- 7.對於非營利組織的贊助，主要還是以人力、物力為主。且經由良好的合作模式，建立起長期的合作關係。
- 8.公益頻道的運作現況，分為兩種經營型態。積極參與型，其除了接受社區提供的節目及轉播當地的活動外，也都自製地區性的新聞節目及各種公益、社教、藝文性節目；提供服務型，配合地區活動或節慶，支援拍攝或由相關地方政府組織、社區居民或團體提供節目帶於頻道上播出。

關鍵詞：有線電視、社區

Title of Thesis :

Name of Institute : Graduate Institute in Management, Nan Hua University

Graduate date : June 2003

Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : SHEU KUEN-FENG Advisor : PH.D. CHU LI-CHUAN

Abstract

It has become more and more general that enterprises participate in the philanthropy activities since the concepts of corporate citizens and social responsibility of enterprises were developed. Therefore, this study is to examine the current circumstances of corporate philanthropy, and to probe what influence corporate philanthropy in cable TV business in Taiwan.

Four cable TV enterprises, including Chialien, Peikang, Tayang and Shhsin, were examined by in-depth interview in counties of Yunlin and Chiayi in Taiwan. A new concept was emerged from the interviews with president, executives and related departments. In addition, information collected from interviewees and the operation of the philanthropy activities in the past through literature review were analyzed.

The results were as follows,

1. Corporate philanthropy was to take social responsibility, pay back to local area and fulfill community consciousness to improve community circumstances.
2. Criteria used to assess corporate philanthropy were to emphasis on the value of the behavior and the public issues related to community.
3. A donation of corporate products was the major way of corporate philanthropy.
4. As for the scope of corporate philanthropy, the expenses were not fixed. To participate in and hold the philanthropy activities were positively related to the corporate profits, the support from executives, and the number of employees and customers of an enterprise.

5. The major parts of the philanthropy activities were community building, community welfare and learning education.
6. The major influence of corporate philanthropy on enterprises was beneficial to establish the image of an enterprise and contribute to group cohesiveness. As regards the influence on people who derived benefit, their life quality would be improved, their community consciousness would be increased, and they would become more and more famous.
7. Human and material resources were the major support of nonprofit organizations. Besides, a long-term partnership could be established by the good way of collaboration.
8. The channel operation in corporate philanthropy could be distinguished into two management types. One is to participate energetically in community activities, whatever TV programs were produced by community or cable TV. Another is to provide service for community activities, which included recording support or broadcasting the programs made by local government and community residents.

Keywords : CATV, Community

目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	iii
目錄.....	v
表目錄.....	vii
圖目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的與問題.....	6
1.3 研究範圍與研究限制.....	7
1.4 研究流程.....	10
1.5 名詞解釋.....	11
第二章 文獻探討.....	15
2.1 企業社會責任.....	15
2.2 社區意識的概念.....	22
2.3 社區媒體.....	34
2.4 傳播媒體公益行為.....	37
第三章 研究方法.....	51
3.1 研究架構.....	51
3.2 研究方法.....	52
第四章 個案描述.....	61
4.1 個案基本資料.....	63
4.2 佳聯有線電視股份有限公司.....	66
4.3 北港有線電視股份有限公司.....	70

4.4 大揚有線電視股份有限公司.....	73
4.5 世新有線電視股份有限公司.....	76
第五章 現況分析與相關因素探討.....	81
5.1 從事公益行為的動機與決策.....	81
5.2 從事公益行為的方式、途徑與限制.....	92
5.3 從事公益行為的規模與影響.....	102
5.4 系統台與非營利組織的合作.....	109
5.5 公益頻道運作現況.....	112
第六章 結論與建議.....	118
6.1 結論.....	118
6.2 建議.....	121
參考文獻.....	123
附錄一 有線電視系統業者自製與公益頻道經營及社區服務現況訪談問卷 < A >	128
附錄二 有線電視系統業者公益行為現況訪談問卷 < B >	134
附錄三 有線廣播電視系統經營者營運計畫評鑑制度.....	139
附錄四 我國有線廣播電視法公益行為相關法規介紹.....	149
附錄五 佳聯有線電視節目總表.....	152
附錄六 北港有線電視節目總表.....	154
附錄七 世新有線電視節目總表.....	155
附錄八 大揚有線電視節目總表.....	156
附錄九 行政院新聞局八十三年有線電視區域劃分公告.....	157
個人簡歷	158

表目錄

表 1.1	研究對象一覽表.....	8
表 2.1	企業對部分利害關係人的社會責任.....	19
表 2.2	支持企業履行社會責任的主要理由.....	20
表 2.3	反對企業履行社會責任的主要理由.....	21
表 2.4	社區的分類.....	28
表 2.5	社區意識的意涵.....	30
表 2.6	傳播媒介的分類.....	39
表 2.7	傳播生態構成要素.....	40
表 2.8	公益活動的分類.....	49
表 3.1	問卷〈一〉第一、第二部分題項結構.....	59
表 3.2	問卷〈二〉第三部份題項結構.....	59
表 4.1	我國有線電視發展重要歷程.....	61
表 4.2	我國無線電視台及公共電視台開播時間表.....	63
表 4.3	各系統台相關基本資料.....	64
表 4.4	佳聯有線電視公司沿革及重要紀事.....	66
表 4.5	北港有線電視公司沿革及重要紀事.....	70
表 4.6	大揚有線電視公司沿革及重要紀事.....	73
表 4.7	世新有線電視公司沿革及重要紀事.....	77
表 5.1	影響系統台從事公益行為的內部因素.....	81
表 5.2	民國 90 年台灣地區各縣市人口、土地、收入統計表.....	84
表 5.3	2001 年有線系統前三十大獲利排行榜.....	85
表 5.4	影響系統台從事公益行為的外部因素.....	86
表 5.5	系統台從事公益行為的評估原則.....	87

表 5.6	系統台從事公益行為的類型.....	89
表 5.7	系統台從事公益行為之決策模式.....	91
表 5.8	系統台從事公益行為的方式與途徑.....	92
表 5.9	佳聯有線電視製播之社會福利團體.....	95
表 5.10	世新有線電視的地方人文節目大綱.....	98
表 5.11	世新有線電視關懷弱勢族群節目大綱.....	98
表 5.12	系統台從事公益行為的相關法令限制.....	101
表 5.13	系統台從事公益行為的相關人力資源限制.....	101
表 5.14	系統台從事公益行為的相關財務限制.....	102
表 5.15	系統台從事公益行為的規模.....	103
表 5.16	佳聯有線參與公益活動一覽表.....	106
表 5.17	北港有線參與公益活動一覽表.....	106
表 5.18	世新有線參與公益活動一覽表.....	107
表 5.19	公益行為對系統台的影響.....	108
表 5.20	系統台公益行為對受益對象的影響.....	109
表 5.21	系統台與非營利組織的合作方式與途徑.....	110
表 5.22	系統台與非營利組織合作的結果.....	111
表 5.23	公益（含自製）頻道經營相關內容.....	114
表 5.24	公益頻道開放社區居民參與方式.....	117
表 6.1	系統台公益頻道運作型態相關因素之比較.....	121

圖目錄

圖 1.1	研究流程.....	10
圖 2.1	企業社會責任的基本模式.....	18
圖 3.1	研究架構.....	52
圖 4.1	有線電視未來發展藍圖.....	65
圖 4.2	佳聯有線電視組織架構.....	67
圖 4.3	北港有線電視組織架構.....	71
圖 4.4	大揚有線電視組織架構.....	74
圖 4.5	世新有線電視組織架構.....	78

第一章 緒論

台灣電視發展歷程從最早期只有三家無線電視台到後來有線電視的出現，以及 1997 年第四家無線電視台民視的開播，電視機的普及率不僅高達 99%，有線電視的普及率也有 80% 以上，而看電視亦已成為日常生活中例行的活動之一，只要是電視頻道上播出的節目幾乎隨時都可收看。在閱聽行為方面，是一種文化、習慣易接近性，也是易取得性的重要媒介。

有線電視系統為社區有線電視，其全稱是「社區共同電視」(Community Antenna Television—簡稱為 CATV)，係針對有限的社區提供服務(此處社區乃指以行政區域為劃分)，不對外播送，其傳輸方式以光纖或同軸電纜傳輸訊號用戶，因此也稱為有線電視，而其英文名稱 CATV (Cable Television)，是用線路傳送電視訊息的一種系統；也就是指以鋪設纜線方式，傳播影像、聲音，供公眾直接收視、收聽的系統。

以現況而言，有線電視可說是集報紙、電視、網際網路、公共電信事業於一身的新科技(鍾蔚文，1993)。從長遠的角度來看，有線電視絕非電視而已，在理論上，有線電視也能進階發展成為寬頻雙向的通訊網路，透過此一網路，可以傳送電視節目，以至於個人文件、圖表之類的資訊，其實已是另一種形式的交通網路。

1.1 研究背景與動機

有線電視，在國內的發展起源，最早以共同天線電視出現，一般公認以花蓮的豐濱鄉為最早，約始於民國 60 年代，經歷三十年的演變，從最早的「社區共同天線」、「第四台」至「民主台」的出現，一直到目前合法的有線電視播送系統，雖然其演變期間相當漫長，但有線電視市場結構的巨

大變化，主要在於 80 年代，由於美國三 O 一條款壓力的外在因素，及整個有線電視市場混亂的內在因素下，政府立法對有線電視行業管制於是開始。

台灣媒體產業愈來愈具規模，對國家社會民眾的影響力也愈大，在傳播、資訊、通信與電子等眾多媒體中，有線電視是新興的傳播媒體，可聯結其它通信、電子等媒體的功能，更是在資訊時代裡扮演了多重角色。尤以有線電視系統台與當地服務範圍裡的社區互動密切，對於提昇社區意識與社區參與，更是重要的推動與影響者。若因此能使居民對社區充滿認同感，願意貢獻個人的思想、經驗，以具體行為影響團體，則不論對社區文化、教育與社區總體營造，都將具有相當的影響與貢獻。

有線電視乃脫胎自地方共同天線，發展地方共同天線本來是為了改善地方收視不良的情況，各國有線電視至今仍沿襲此一地方性格。而多頻道的有線電視，兼具反映各地區特色與結合不同地區文化資源的功能，可以反映地方上的意見，呈現與國家立場不完全相同的另類觀點，及多元文化的面相。最重要的是，將有線電視定位為地方媒體，最符合我國傳播環境的需要。我國普遍缺乏地方媒體，在台灣地區的大眾媒介，除了廣播電台以外，多數集中在台北市、高雄市、台中市及台北縣等都市地區（鍾蔚文，民 82）。

從科技的角度，有線系統的規模，也不宜超過五十萬戶，因此，無論就有線電視科技的特性或從歷史角度，有線電視都是一種地方媒體。不過這並不是說，各地廣設有線電視台，就可以保證有線電視發揮地方媒體的功能。既然是地方媒體，有線電視與地方的關係，應該比無線系統更加密切，才能積極服務地方。同時，地方特許有線電視系統享用地方的資源，例如准予其利用公私土地設施埋設管線，有線電視系統一般也必須對地方

有所回報。(鍾蔚文，民 82)

由社區發展的觀點來看，一群人聚居在同一地區內，就會有其共同的需求和共同的問題，例如教育、交通、衛生、治安等；也有個別的需要與問題，如疾病、傷殘、災害、寡居、貧苦等。這些需要與問題，除由政府公部門的積極處理解決外，最直接積極的途徑是社區居民的行動與互助。為使其達到目的，首重在教育社區民眾以自覺、自動、自治的精神，共同貢獻人力、物力、財力，配合政府各部門之施政計劃與財力支援，以增進社區內人民生活條件，改善區內人民生活環境，與生活習慣，提昇生活水準。

近年來，「社區」的議題受到政府及民間各界人士的關注，在政府方面，以行政院文建會「社區總體營造」計劃為首要，主要是以「社區共同體」的存在和意識作為前題和目標，藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力配合社區總體營造所規劃的「產業文化化、文化產業化」、「文化事物發展」、「地方文化團體與社區組織運作」、「整體文化空間及重要公共建設整合」和其他相關的文化活動等方案推動，來建立各地的文化特色。期望因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化、生活品質得以提昇、文化產業經濟再行復甦，進而促使社區活力再現，目的是試圖從文化面與意識面去推動「社區」的實踐，讓地方自主、自動地去發掘或喚起失落的記憶與文化，進而實踐民主社會的理想(鄭凱方，民 87)。

再就企業的社會責任而言，企業參與公益活動已日漸普及，也愈益受到重視，在台灣歷經九二一及一〇二二大地震後，民間企業的慷慨解囊，大量的人力、物力、財力投入救災及復原工程。在另一層面而言，其救災復原的工作，比政府部門更有效率與實質效益。雖然參與公益活動之動機

可能是企業自利與善盡社會責任，但對受益對象而言，似無絕對差別性的。

有線電視是一種地方媒體，或可說是社區媒體。而社區媒體和全國性媒體最大的差別，就在於社區媒體與收視戶之間的關係緊密、互動頻繁，且要求對地方住民的回饋，也非僅是單純的媒介與閱聽人的關係而已。在政府方面，為了確保有線電視業者能回饋地方，也訂下法令加以規範，此法令條文內容，將在後面章節給予介紹。

在談到有線電視公益行為時，大都會想到，提到公益頻道的部分，而忽略了其它的公益活動。雖然在商業化的有線電視中，公益頻道是一個可以表現地方特色的重要頻道，但是除了概念的觀點與認知外，在閱聽大眾方面，其實很少有民眾知道有關公益頻道的資源與使用規定，更無法善加運用此頻道以表達意見或獲得所需的資訊。雖然，民眾本身是否具備節目製播能力是一個問題；但政府及系統業者在公益頻道的宣傳上也沒有積極的作為。而有關公益頻道的法令規範模糊不清，使得系統業者不知如何適從。

觀察現今的有線電視，由於系統業者大多向頻道經營者及節目供應商購買節目，極少自製地區性節目，因此有線電視仍呈現近於全國性媒體的面貌，各系統的節目內容大同小異，無法凸顯地方特色。因此，如何經營及規劃公益頻道，為收視戶提供什麼樣的內容訊息，並增進有線電視與社區的合作關係，在社區意識高漲的今日台灣是值得探討的領域。(鄭凱方，民87)

在國內，關於有線電視的研究文獻為數不少，主體包含探討有線電視的經營策略，企劃行銷與政府及相關法規等，或研究分析閱聽人的滿意度，如劉幼琍(民83)、黃葳葳(民84)、鄧榮坤、張令慧(民84)、彭芸(民86)、吳政彥(民89)等人介紹有線電視及探討經營管理與頻道規劃；楊

孝濂(民84)對有線電視網路規劃與社區意識凝聚的探討、管中祥(民86)所研究的我國有線電視發展歷程中之國家角色分析、楊雅雯(民91)對系統業者邁入寬頻產業之核心資源的研究等。在觸及公益行為方面，也只有少量在探討有線電視公益頻道方面，如吳宜蓁、林振春(民85)、康力平(民87)等人曾探討規劃有線電視公益頻道之策略以提昇社區意識、陳炳宏(民86)、鄭凱方(民87)等人對公益頻道的研究，而很少廣面的探討有線電視系統的公益行為。

統一超商總經理徐重仁指出：「利潤只是企業的营养劑，經營企業多年，更讓我深刻體驗到，企業本身就是社會公器。」於是，徐重仁對7-11經營團隊提出「在地行銷」的指令，希望能以現代化的行銷主題和包裝，重新賦予在地化商品新面貌，而能在兼顧企業成長與獲利同時，達到振興地方經濟的目的。(中國時報，民國92.1.13,第23版)

綜合以上所述，有線電視的重要性與深遠之影響力，而且目前社會大眾對企業的社會責任日益重視，所以，探究有線電視系統台公益行為之現況，提出相關的建議，以使有線電視系統台充分運用企業資源，發揮社區媒體社會責任功能，是為本研究之動機。因此，本研究參考國內外學者對於企業公益行為的定義與看法，將社區媒體即本文所要討論的有線電視系統公益行為定義為：基於企業形象的提昇與塑造，積極擔負起社會責任及其他行銷的目的，並藉由提供金錢、實物或勞務、主辦、協辦、參與關於文化、藝術性、教育性與體育、醫療保健、環保社區事務等活動，以對他人表達善意，對社會作有意義的貢獻。

1.2 研究目的與問題

有線電視系統由於擁有多頻道、立即性、貼近性的社區媒體，小眾媒體的功能外，接收衛星與頻道業者提供的節目，亦成為全國性或全球性的大眾傳播媒體。其在追求商業利益的同時，也應該發揮反映地方性公共事務、調和地方輿論、促進社區地方意識及社區文化提昇等功能。而公益頻道是以社區居民及活動為主要的目標及內容，著重於報導地方的人、事、物，關懷地方的生活品質，並提供無法接近主流媒體的弱勢團體及地區，一個溝通意見的傳播管道，同時呈現不被大眾媒體重視的內容和居民利益。而社區媒體亦為一企業體，更由於產業的特殊性，其社會責任更形重要，所以有線電視系統的參與公益活動與公益行為，對地方社區活動、社區發展影響甚大。

本研究目的在於探討並釐清有線電視公益頻道的意義及內涵，以及從事公益行為的動機與方式。藉以理解我國有線電視公益頻道的經營現況，及公益行為的操作情形，並根據運作時所面臨的困難與問題，建議公益頻道未來的理想運作方式及遠景，以及有線電視系統台從事公益行為的動機與問題，以提供政府及業者參考。

依據以上之研究動機與目的，本研究將以個案深度訪談的方式，探討以下研究問題：

- 1.有線電視系統從事公益行為的動機。
- 2.有線電視系統行為的決策與評估因素。
- 3.有線電視系統從事公益行為的方式與規模。
- 4.有線電視系統從事公益行為的問題及所面臨之問題。

5.有線電視公益頻道的意義及內涵。

6.我國有線電視系統業者公益頻道經營類型。

1.3 研究範圍與研究限制

1.3.1 研究範圍

在研究對象的選擇部份，由於人力、財力之種種限制，無法進行大規模範圍的研究，所以選取雲林縣、嘉義縣市為範圍，進行研究。

而受訪對象，則邀訪受訪有線電視系統台之業務、節目相關部門之主管，或負責公益活動事宜之相關人員，進行深度訪談。所訪談公司營業地區、名稱、訪談對象如表 1.1 所列：

表 1.1 研究對象一覽表

地區	有線電視公司名稱	受訪對象
雲林縣	佳聯	總經理 廖紫岑 副總經理 黃治龍 節目部經理 黃京珠
雲林縣	北港	總經理 李克昌 節目部經理 張智勝
嘉義縣	大揚	董事長兼總經理 黃銘洲 副總經理 鄭春良 節目部主管 陳秋好
嘉義縣 嘉義市	世新	董事長 王玲棟 副總經理 林文涓 副理 鄒耀豫

資料來源：本研究整理

1.3.2 研究限制

本研究屬探索性研究，旨在透過深度訪談，探究有線電視系統台公益行為之現況，並輔以文獻資料，將個案資料加以整理分析，再提出結論與建議。但每一個案因其企業環境的考量，對於公益活動的參與程度均不盡相同，恐無法據此以推論至全面性。除此之外，本研究仍受到以下兩點影響：

- 1.深度訪談偏向質化分析，難免會因受訪者個人主觀意識或企業機密性考量，使得所呈現內容會略有偏差性。
- 2.推論的限制，本研究以雲嘉地區的業者為研究對象，結論恐不足推論至全國有線電視系統台。

1.4 研究流程

在研究主題決定後，擬定觀念性架構，採用文獻分析及深度訪談方法，整理後作出個案資料的描述與分析，再提出結論與建議。其流程如圖1.1。



圖 1.1 研究流程

1.5 名詞解釋

一、有線電視基本架構

基本上，有線電視的架構包含了頭端、分配線網路，以及用戶端三大項目：

1、頭端系統（Head-End）

- (1) 接收天線
- (2) 信號處理設備
- (3) 播放設備

2、分配線網路（Distribution Network）

- (1) 幹線
- (2) 饋線
- (3) 用戶迴線

3、用戶端（User Loop）

- (1) 纜線信號線
- (2) 選台器
- (3) 電視

二、有線電視系統台

本研究所指的系統台，是指有線電視系統經營業者，而有線廣播電視法第二條定義有線電視系統經營者為「依法核准經營有線電視者」。

系統經營者，指以架設纜線方式，建立傳播影像、聲音網路，包括接收微波、衛星、供公眾直接收視的業者。應自行設置連接頭端至客戶間之纜線網路及設備之分配網路線，且依規定向中央主管機關提出申請。

三、公益頻道

公益頻道在本研究中是指有線廣播電視法第二十五條第二款規定之簡稱，而各界對此類頻道，主要都強調其公共性 (Public)、接近性 (Access)、開放性 (Open) 及免費 (Free) 之精神。

我國有線電視公益頻道的概念乃源自於美國，而美國的有線電視地方頻道分為三種，即自製頻道 (Local Origination Channel)、租用頻道 (Leased Access) 及公眾近用頻道 (Public Access Channel)，其中公眾近用頻道俗稱 PEG 頻道 (Public, Educational & Governmental Channels)，由民眾、教育團體或是地方政府提供非營利節目，業者不得干涉任何播出內容 (吳宜蓁，民 85)。

就目前一般系統業者的認知上，我國的公益頻道比較類似美國的地方頻道及 PEG 頻道的綜合，可以由業者自製，也可以接受地方政府或社區團體及個人提供節目，其間包含公益性、藝文性及社教性等節目。

四、非營利組織

非營利組織 (NonProfit Organization，簡稱 NPO) 一詞是美國國內稅法 (Internal Revenue Code，簡稱 IRC) 所採用的名詞。依 IRC 第五〇一條 C 項第三款之規定，在該稅制之下符合免稅條件的慈善組織 (Charitable)，包括教育、宗教、科學等，且必須致力於公共事務利益，而不是為了增加私人利益者，得享有免稅的鼓勵 (Hodgkinson, 1989)。

依我國營利事業所得稅法之規定，將非營利機構定義為：「各種教育、文化、公益慈善機構或團體，且合於民法總則公益社團及財團之組織。公

益社團以人之集合為特點，財團組織則以財產之集合為特點，二者皆為謀合全體社員非經濟性公共利益或社會大眾之公共利益之組織。」

五、HFC

混合光纖同軸（Hybrid Fiber Coaxial, HFC）是一種社區寬頻網路，主要的方法是將原本長距離的同軸電纜線改為光纜，而靠近用戶端的部分仍使用成本較為低廉的同軸電纜，舊網路中的單向放大器更換成具有雙向傳輸功能的雙向放大器。光纜的使用將使有線電視網路的頻寬大增，而衰減、干擾的情況也會減少，視訊傳輸的品質也因而大為提高。接近用戶端的部分使用同軸電纜，將比全部使用光纜較為符合經濟效益，因為此時同軸電纜僅近距離傳輸，衰減的情形不會很嚴重，所以 HFC 的使用可以兼顧傳輸訊號的品質與鋪設成本。

六、Cable Modem

纜線數據機（Cable Modem）是近來非常熱門的一項通訊產品，因為它擁有相當高的頻寬系統，與一般的數據機相較，享有極高的傳輸速率。利用纜線數據機接取網際網路的好處有下列五點：（程予誠，民 88）

1. 用戶一直保持和網際網路接纜的狀態，可立即上網存取資料，而撥接式則需撥接完成，方能上網。
2. 除了上網取資料外，並且可以進行電話、視訊會議及網站的應用。
3. 允許設立虛擬私人網路的公司，能夠允許員工在家中或辦公室接取內部

網路。

4.傳輸速度遠超過撥接式數據機。

5.以全世界有線電視的普及率來看，Cable Modem 的市場可形成相當的經濟規模，足夠吸引投資者。

七、ISP (Internet Service Provider)

網際網路服務提供者 (Internet Service Provider, ISP)，如和信超媒體、台灣電訊、數位聯合等公司均是。

第二章 文獻探討

本研究在探討有線電視系統台從事公益行為的動機及行為模式與影響，所以在文獻探討部份，就企業社會責任及社區媒體與社區意識作一概念性的定義。

2.1 企業社會責任

企業是人的結合體，與人一樣既然生存於目前的社會環境中，便有責任去維護這個環境的健全成長與健康。企業不應等政府立法後再去遵守的消極態度因應。反之，需以積極主動地採取行動，幫助社會健全發展。這些行動包括提供價廉物美的產品、服務或技術、對員工、顧客、股東、社會民眾等能滿足其需求，努力防止公害問題的產生，並積極參與公益活動等。

有了健康的環境、健全的社會，方能讓企業有健全的生存環境。因此企業應擔負起社會責任 (Social Responsibility)，不能以消極的態度應付，而應積極主動出擊，如此方能使企業立於不敗之地。

企業並非孤立於其所生存之社會外，因它們是社會的產物，且由社會所孕育及支持，以達成其特定之意向。唯有當它們能滿足這些意向後，它們才能存活下去。各企業生存於社會環境中，所以有與其外在環境保持良好關係之必要。在 1960 年業耳 (Eells) 曾指出：「大部分公司已表示出應與其營運所在之社會結成一體的需要。」(陳定國，民 86)

當公司愈大時，愈重視社會對它的態度和它可能給予社會之影響力，「敦睦社會」之信條例句如下：(陳定國，民 86)

1. 本公司應贏得及保有客戶、股東、員工、供應商及社會公眾對本公司的有益關切。

張志育（民 87）也在所著「管理學」一書提到，不論如何解析，企業社會責任的興起，與「民生富裕」有絕對的關係。在貧窮的國度中，政府與民眾只需求企業提供就業機會，並促進經濟發展，只要不逃稅、不壓榨勞工，其它方面沒有太多的期許。然而，在富裕的社會中，民眾在溫飽之餘，對生活有更多的需求，並且把這些需求反映在對政府和企業的期許上，而企業的「責任」自然隨之增加。

與民生富裕直接相關的兩個因素「教育普及」與「媒體發達」，這兩者讓民眾有機會接觸更多的知識與資訊，建立起自己的價值體系，形成一個價值觀多元化的社會，結果是每個特定族群對政府與企業都有特定的期許，而企業的社會責任也反映這些期許而日趨多元化。

綜合以上的說明，顯示出社會責任是一個抽象而不具體的概念，就責任的對象與內涵等都還有很大的折衝空間。如圖 2.1 所示也只是一基本模式，此一模式引伸出，企業對部份利害關係人的社會責任，如表 2.1 所示。
（張志育，民 87）

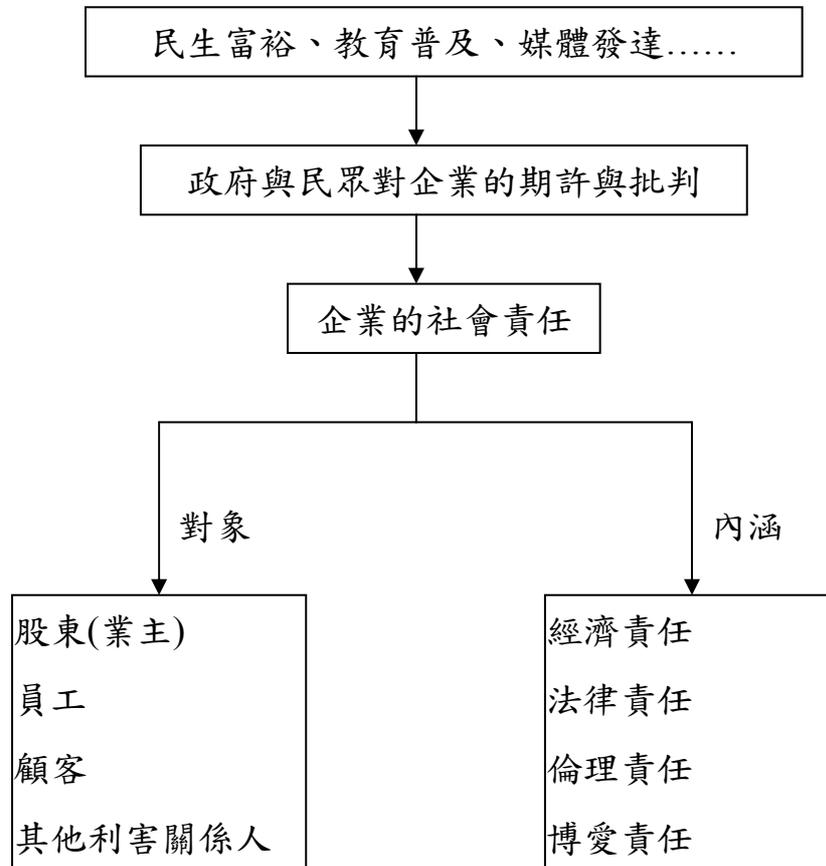


圖 2.1 企業社會責任的基本模式

資料來源：張志育（民 87），管理學：新觀念、本土化、世界觀，台北：前程企管。

表 2.1 企業對部分利害關係人的社會責任

利害關係人	社會責任事項
顧客	確使產品的功能、規格、及其他品質層面符合顧客需求，確使產品不致危害顧客的人身與財產安全，提示足夠且真實的資訊，供顧客在購買前後參考運用。
員工	確使招募過程沒有種族、性別等方面的歧視，確使工作場所不致於危害員工的安全與健康，讓員工享有合理的薪資福利、教育訓練等，讓員工享有公開申訴、言論自由、保障隱私等基本人權。
業主	確使業主可以獲得合理的投資報酬，提示足夠且真實的資訊供業主或投資大眾參考。
政府	遵從各級政府的法令規章及相關管制行動，以合情合理合法的手段進行遊說、行政救濟等活動。
社區	提供就業機會以提升當地經濟生活水準運用各項資源參與社區事務，解決當地各項問題，維護當地的人文社會與自然生態環境。
社會大眾	以守法甚或符合較高道德標準的行為，來形成表率，促使政府與民眾關懷甚或參與過去忽略的事務。

資料來源：張志育（民 87），管理學：新觀念、本土化、世界觀，台北：前程企管。

前面所討論的企業社會責任議題，是抽象而具爭議性的，當然也就會有「正、反」，「優、緩」及「有或無」的問題，本研究將學術界對於此項議題持贊成與反對的意見作一歸納整理如表 2.2 及表 2.3。

表2.2 支持企業履行社會責任的主要理由

理由	內容
社會資源有限	社會資源有限，尤其一些無法再生的自然資源，所以企業有責任去加以保護並有效利用，以解決社會問題，改善社會整體環境。
社會公民與道德良心	企業是「社會公民」之一，理應和其他公民一樣履行各種責任義務，而善盡社會責任是「做好事」，企業應發揮道德良心，付出愛心多做好事。
社會民眾的期望	企業要永續經營，就必須要能滿足社會的需求和期望，而當社會需求與期望改變時，企業必須盡力去消除其間的缺口，才能維持生存。
權責要平衡	權力和責任是相等的，企業擁有可觀的權力，相對的必須對社會義務要有所承擔，否則將會失去現有的權力。
社會體系間的互動	現在社會的複雜，使各體系間有著高度的互動與影響；許多社會問題，如環境污染、貧富不均等，基本上是由企業造成的，企業自然有責任去解決它。
預防勝過治療	企業善盡社會責任可以讓政府減少管制干預，而且社會問題遲早會波及企業，應預先設法防治矯正，以避免成本上升、決策受限等困擾。
長期自利	企業的社會責任及企業利潤是可以共存的，彼此間有互相強化的功能。

資料來源：1.陳仲偉（民 89），社區居民對民營企業參與社區活動態度之研究，逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。

2.本研究整理。

表2.3 反對企業履行社會責任的主要理由

理由	內容
利潤極大化	企業的經營是為了追求最高利潤，各種決策應該為業主謀取最大利潤，而不是解決社會問題。
經營目標混淆	企業參與社會事務，可能沖淡企業對經濟目標的重視，使得經濟性及社會性表現都不佳。
競爭力的降低	企業從事社會公益，必然產生一些參與成本，若將這些成本轉嫁消費者，則競爭力勢必降低。
權力的擴大	企業因經濟活動已成為社會中最有權力的機構之一，若再加上社會活動，使社會權力過度集中於企業，將更難加以制衡。
信任度的不足	企業的主要能力在經濟事務上，且以創造最大利潤為優先，民眾對企業參與社會事務缺乏信任與共識。
缺乏道德性的選擇	道德觀念只有人才有，組織沒有，因此企業組織無法做道德判斷和選擇。
責任與義務無法平衡	義務應永遠和責任平行，而企業對於社會事務只有責任而沒有義務，無法對企業作有效的控制，恐怕衍生許多問題。

資料來源：1.陳仲偉（民89），社區居民對民營企業參與社區活動態度之研究，逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。

2.本研究整理。

2.2 社區意識的概念

這些年來台灣社區的功能及福利社區化、政策性推動下的社區總體營造，民間參與社會福利服務，及弱勢團體的生存權與福利權備受重視。此時除了政府責任受關注外，企業及非營利組織的公益行為更是扮演積極性的角色。而要執行此多元化的福利措施的最佳基石，首推社區，因為社區是家庭的結合，也是社會的基礎。

然而社區的概念是非常多元的，也因為不同的學術領域的學者都從各種層面對社區的意涵進行探討，所指社區意涵非常廣泛，當然就無法用一種很明確、清楚概念來界說。所以，以下將對社區意識的概念進行多方面的探討。

2.2.1 社區的意義

社區一詞是英文（Community）翻譯而來，亦有人譯為共同體。此詞源自拉丁文（Communis），意指同胞或指共同的關係及感覺。在中世紀的歐洲，社區是指一群住於某一地區的夥伴或城市居民。近代雖然社區的性質已較以往複雜和多變化，但社區仍然是以一個地區為基礎。社區是個人最熟悉的周邊環境，其範圍可由鄰居推及同一村里或市鎮。

社區是一個從外國移入的概念，然其實內涵已存在中國社會好長一段時間，如同以往的氏族國家、宗教組織，現代的祭祀圈、生活圈和社區等形式，皆是社區的面貌。一般人對於社區的實質內涵，有如下三點共識：（林振春，民 88）

1. 一定的區域範圍。
2. 具有某種類似背景的人民。

3. 這些人具有某種互動關係。

據內政部 80 年 1 月訂頒之「社區發展工作綱要」第二條對「社區」所下的定義如下：本綱要所稱社區，係指經鄉（鎮、市、區）社區發展主管機關劃定，供為依法設立社區發展協會，推動社區發展工作之組織與活動區域。

社區的解釋範圍相當廣泛，觀點至為紛歧。有的人說明定義、有的人指出任務、有的人提出目的、有的人說的是特徵。社區的解說往往帶有價值成份，更容易激發不同個人各式各樣的描述。

在中世紀的歐洲，社區是指一群居住在某一地區的夥伴或城市居民。在近代，社區的性質雖然更為複雜和變化，但都以一個地區為基礎。社區是個人最熟悉的週遭環境，其範圍可由鄰居擴及同一村里一市鎮或大到國際社區。社區的居民分享共同的利益義務和認同其行為的形式，這是一種整個社區間人與人、人與團體、團體與團體之關係和動力。（楊國德，民 85）

「社區」，原是社會學上的一個專有名詞，後來也被用於行政事務上以及日常生活的言談之中。社會學者研究社區的主要旨趣乃在探討社區的社會性質，從中尋出社會學性的意義。社區具有多方面的社會性質，而不同的社會學者也分別說明了社區的一項或多項社會性質。蔡宏進（民 74）從十一位國外社會學者對於社區所提出的定義中，整理歸納出社區的四項社會性質。

1. 社區是指包括人口、地域及社會關係的社會實體

所謂社會實體可說是具體的社會單位。這種社會單位與家庭（Family）、團體（Group）或結社（Association）等社會單位同樣包含了

人及社會關係的要素。但是其看重的地域要素卻是其他的社會實體所不十分強調的，因而這種地域的要素或基礎可說是社區的特徵之一。這種地域要素可能是指一個村、一個鄉鎮、一個城市或一個都會的地域範圍。

至於社區內的社會關係則是錯綜複雜的，社區的範圍越大，社會關係可能越趨複雜。但在複雜的社會關係中，社區居民之間某種程度的合作關係、共生關係及分工關係等則是構成社區所不可缺少的條件。

2. 社區是一個社區組織單位

社區的另一重要特性是其具有社會組織單位的性質，意指社區是一個內部各部門之間互有密切關係的結合體。社區內某一部門的動作及行為都會隨即影響到其他部門乃至全社區。這種密切的組織關係使其與其他的社會組織體並存於社會中，且能持久不散。

把社會看為是一個社會組織單位的性質，除了因為它包含許多互有密切組織關係的個體之外，也因為這個組織單位能不必倚重外界的支持，而過著某種程度的獨立自主的活動，而另一方面卻又可以自主地與外界相為互動或相為結合。

3. 一個社區是一個社會體系

一個社區的社會體系是指社區中所包含的有關係及有秩序的社會成員、角色、地位、架構、界線、規範、互動結構與平衡概念等。社區內的社會體系是相等明顯的，它所包含的社區份子通常是在有秩序的情況下相互往來及互動。

社區的規範體系大致可分成民俗、民德與法律等不同嚴格程度的類別。這一體系是指用為引導社區內的人之行為方向，以及用來控制行為不使越軌的一套工具。

4. 社區是一個心理文化單位

由於共同地域與人口特性，以及經久過著密切社會生活的關係等因素，遂使社區成為具有共同心理及文化特性的結合體，也卻具有心理及文化單位的性質，一個具有共同心理及文化特性的社區，人們之間通常都有共同的信仰態度、價值觀念、歸屬感覺、理想目標、生活方式及風俗習慣等。

要了解社區的真義與性質，也可由比較社區與大眾社會（Mass Society）的差異而得之。社區與大眾社會在性質上有三點的差異，如下：

- (1) 就地域範圍的差異而言，社區的範圍較小。
- (2) 就心理特徵的差異而言，社區較有共同心理特性。
- (3) 就人際關係的差異而言，社區居民較有親密關係。

2.2.2 社區的分類

不少社會學家曾對人類的社區或其他實體建立類型性的概念，例如 L.C.Johnson (1995) 將較為重要的學者對社區的分類，列舉出下列五位：
(林振春，民 88)

1. Ferdinand Tonnies將社區分為氏族社區和契約社區。
 - (1) 氏族社區 (Gemeinschaft)：以家族為重的鄉村社區，成員有我族感 (We-ness)，注重相互間的連結以及非正式的交往。
 - (2) 契約社區 (Gesellschaft)：以個人為重的都市社區，因特殊目的而結合，注重相互間的契約關係以及正式的交往，是個不講私情的社會。
2. Robert Parke以市中心區 (Concentric-Zones) 的概念，在社區地圖上標示出社區土地使用的情形，如：商業區、住宅區、輕、重工業區、學校，以及不同種族和社經地位者的居住區。
3. Floyd Hunter研究社區權力結構，分為正式的與非正式的權力結構；選舉的與指定的權力擁有者。基本上，若屬小社區，權力常集中在少數人手中；若屬大社區，權力常分散到不同行業的人士手中。
4. Eugene Litwak強調里鄰社區對滿足個人需求的重要性，他將社區分成三種：
 - (1) 流動性社區 (Mobile Neighborhood)：社區居民流動頻繁而快速，個人與制度的關係較為鬆散，但仍維持必要的關係。
 - (2) 傳統性社區 (Traditiona Neighborhood)：社區居民皆長期居住且維持相當的穩定性。

(3) 大眾社區（Mass Neighborhood）：居民缺乏一體感，沒有任何的整合措施，個人缺乏參與的動機和意願，是現代繁忙社會的寫照。

5. Roland Warren將社區看成是一個社會系統，然後依照其功能分成五種不同類型的社區單位：

(1) 生產—分配—消費功能：如商業區。

(2) 社會化功能：如學校。

(3) 社會控制功能：如政府。

(4) 社會參與功能：如社團和俱樂部。

(5) 相互支持功能：如社會福利組織。

另一種是以情感與利益為考量的社區分類，傳統社區以情感為最重要的結合因素，然後情感因素依次遞減，利益因素依次遞增，到了利益社區，則以面對共同的利益，解決共同的問題為考量，如表2.4所示：

表2.4 社區的分類

組織的類型	統合的標準	地理上的基礎	參與的基礎	實例
傳統社區	終其一生，廣泛的社會問題始終受周圍統合和規範所控制。	固定的地理疆界。	人們一出生就是社區的一員。	一個傳統沒有接受過社會都市化及大眾傳播的鄉下村莊。
團結社區	居民有特殊的背景。	有地理疆界的話，則更有效率。	通常人們生活在這個社區是因為他們的背景特點，及自己有意的參與。	洛杉磯的西班牙村、芝加哥的希臘正教、香港的調景嶺及中國城。
鄰里	統合基於地理的接近及特定的小事件。	固定的地理疆界。	人們參與自己所住的地方，並有意和地方打成一片。	城市的任何一個地方，而其中有小學及小型的購物區。
有限能力的社區	某種特殊事件但其影響並非全面性。	固定的地理疆界。	人們選擇參與是因為問題的發生。	人們堅持公車需經過鄰近的學校、反對色情進入社區。
潛在利益的社區	潛在的統合基於發展於個體背景。共有的問題。	不一定要有固定疆界。	團體成員享有共同的問題，但並非所有的人都了解問題。	受環境污染影響者，但還未組織公會。
網路	基於特殊的議題。	不一定要有固定疆界。	個人的背景因素影響了個人的選擇。	如老人網路：老人之間有網路可相互聯絡。
階級	基於共同的生活選擇，因經濟、工作地位不同以區分。	不一定要有固定疆界。	經濟和工作的地位決定了階級關係。	高階級：哪些有幾世代所遺留下的財富。 工人階級：靠勞力過生活。
利益的社區	了解集合行動對問題的重要性。	不一定要有固定的疆界。	人們了解事件後選擇參與。	一個成功的社區組織。

資料來源：林振春（民 88），台灣社區教育發展之研究，台北：師大書苑。

社區的分類，有助於社區教育者了解各個不同社區的特徵，以便採取不同的工作方法，進行社區教育活動。而社區又可綜合成以下五個要素：

1. 有一群人居住。
2. 有一個固定的疆界，畫出社區範圍。
3. 社區是一種共同分享的活動，例如社區讀書會。
4. 社區是由一群關係密切的人群所組成的。
5. 社區認同感（Community Cohesion）是有實質的內涵，由沒有人群互動到人群互動非常密切；由沒有認同感到社區意識強烈。

2.2.3 社區意識

社區意識（Sense of Community）是個人對於所處社區所擁有的一種同體共感，和衷共濟的一體感。此一體感都即是英文中的 our-feeling（我們的感覺）。此一體感植基於個人對於社會的知覺與態度，同時其展現認同、忠誠、關懷、親密與參與等心理作用。它具有促動個人行為的動機功能。其是透過長時間的人與社區的互動所發展之一種概化的情意心理狀態。（林瑞欽，民 89）

以下就各家對社區意識的意涵做一整理列於表 2.5：

表 2.5 社區意識的意涵

作者	年代	社區意識的釋義
費孝通	民 37	是個人對自己生活社區的一種熟悉感，這種熟悉感是時間裡、多方面、經常的接觸中所發生的親密感覺。
林瑞欽	民 83	是社區成員對社區事務與環境所持之共識，這種共識是社會共享之真理，能影響個人的行為，它不但協助個人瞭解還適應社區，並作為社區內與其他成員溝通的目標。
黃富順	民 83	係指社區居民對社區具有歸屬感，此種歸屬感係來自社區居民具有共同的利益、共同服務、共同的問題、共同的需要、共同的居民環境，而且產生共同的意識，此種心理是社區建設的原動力，也是社區發展的基石。
徐震	民 84	是指居住於某一地區的人，對此地區及其鄰人有一種心理上的認同與融合，即所謂的歸屬感 (Sense of Belongingness)；亦即他認為這個地區是屬於他的，而他也是屬於這個社區的，又稱為社區情誼 (Community Feeling)。
林振春	民 85	是指居民對社區具有之認同感，願意對社區的事務盡心盡力並主動參與。社區意識強調一種緊密連結的感情關係，讓每一個成員皆能感受到自己屬於某一個集合體，且感受到自己在此集合體中的重要性。居民有強烈認同感的社區，顯示其社區成員有高度的社區意識，是一個凝聚力強的社區，則此社區由可持續發展。
林芳玫	民 85	應該是從現代社會公民意識的基礎出發，強調的是自主性、多元性、公共連結以反對民主政治的參與。居民應在社區互動的過程中採取主動，參與社區的各項事務，才能形成具有共同行動能力的一群人。

資料來源：1.康力平(民 87)，有線電視公益頻道與民眾社區意識之研究，政治作戰學校新聞研究所論文。
2.本研究整理。

綜結上述，在此引用蔡祈賢（民 85）綜合國內各家學者的意見後，

對「社區意識」的意涵所提出的四點見解：

1.社區意識是社區認知表徵

就認知心理學的觀點，社區意識是個人對於所處的社區，經由感覺、知覺，而建構的一套涵攝情意因素的認知結構系統。

2.社區意識是對社區的情感

就社區發展的觀點來說，社區意識是個人對所屬社區所擁有的一種同體共感，和衷共濟的一體感。

3.社區意識是對社區的態度

社區意識其本質是一種態度。而態度的組成，涵蓋了認知情感與行動三種：

- (1) 在認知層面，則顯示個人對該社區事物、環境所擁有的知覺與信念。
- (2) 在情意層面，則顯示個人對該社區的喜愛程度及各種情緒與感受。
- (3) 在行動層面，則呈獻個人對於社區事務的參與程度。

因此，將社區意識視為個人對社區的態度時，約可包括下列三個元素：

- (a) 社區認知—社區知覺、社區認識。
- (b) 社區情意—社區關懷、社區情誼、社區親和。
- (c) 社區行動—社區參與、社區贊助。

4.社區意識是對社區的認同感

社區的認同(Identify)是居民於參與社區的主要心理因素，有此作為基礎，個人才能誠心樂意參與社區活動，並為社區盡力；同時認同感可使成員視社區為本身的延續，將社區的存廢得失視為是自己的存亡與得失，視社區

的成就為自己的榮譽心。

大體而言，社區一詞具有共同的意涵已無庸置疑，但社區細膩的概念，仍可以從以下三點來分析：(社區發展季刊，民 84)

- 1.側重地理或結構的概念，是一居民共同生活的地區。
- 2.側重心理或互動的概念，是居民生活中相互關聯與依賴的共同體。
- 3.側重行動或功能的概念，是居民互相保衛與共謀福利的集體行動。

由以上的分析可知，社區或許有地理或結構上的範圍，但界限略嫌模糊，反而它比較著重在主觀意念上的傳達，即所謂的社區意識建立，亦即從社會心理學的認知觀點出發，認為社區是個人經由感覺和知覺所建構的一套認知結構系統(林瑞欽，民 83)，社區意識的高低，便是社區凝聚與發展的指標。

然而後現代主義的興起，以及網際網路的普及，一切講求自由化，個人主義化、走中心思想化、超現代和超連結，對於身體導向所建構的思想觀念，均可能被投以質疑的眼光。若從這個質疑與反向的角度來思考，社區意識是否還普遍存在於一般的社區中，值得深思。

而在思索上述問題時，連帶引出的另一個問題是，一直強調具有強化社區功能的社區媒體，是否能多迎合目前社區民眾的需求？在新時代來臨時，媒體社區化是否也有其新的意義，並開發出更寬廣的思考面向，成為媒體與民眾互惠、互利，達到雙贏的結果，這些都是值得深入探討的問題。

2.2.4 社區參與

社區參與的概念，受到西方民粹主義和無政府學說的影響，指涉的是

一種從基層人民群眾發起的，不願受官僚、私利的影響而展開的自主性運動（楊慧琪、郭金水，民 85），此種運動應該由人民積極主動推行，因此社區參與強調的是草根性的，居民自動自發地參與社區事務，而成為社區互動中的主體，逐漸擺脫由政府主導的社區發展計劃。

「參與」是一個人在一團體中，投入個人思想、行為及其他資源，以使團體受到影響，而產生某種預期結果的活動（楊國樞，民 79）。依此定義類推，「社區參與」便是社區成員預期社區的進步與發展，而投入個人有形或無形的資源。林瑞欽（民 83）將社區參與的程度界定成下列八個指標：

1. 我們住的社區若有需我效勞的事情，我會盡力幫忙。
2. 社區居民應參加守望相助的工作。
3. 只要我有空，一定參加社區活動。
4. 我很想有一社區通訊，以增加對社區的認識。
5. 我樂意參加社區中的志願服務性團體。
6. 我樂意分攤社區公共事務所需經費。
7. 我鼓勵家人參與社區的各項活動與事項。
8. 聽到社區中有人發生不幸的事件時，我覺很難過。

社區參與的具體行動則分成五種：

1. 捐助財物。
2. 擔任社區服務工作。
3. 關心、認識、發掘與引導解決社區問題。

4. 從事社區的發展工作。

5. 參與社區事務與活動。

蔡宏進（民 74）認為社區參與是一種主要的社區行動方式，社區居民參與各種社區中的活動，表示其對社區事務的關切與興趣。而社區參與之過程參與之個人而言，也是一個最佳之學習和教育。

根據以上對社區意識及社區參與之探討，可以得知溝通、互動、認同與參與，是社區中的重要本質，因此社區的社會意義有其重要性。而人是群居的動物，社區是個人在家庭之外的重要生活空間與心理歸屬，也是社會國家的重要機制之一，個人要在現代社會中成為一個具有公共素養的公民，就必須先由社區開始，在社區中，可因認同而產生歸屬感；參與而有向心力與榮譽感。

2.3 社區媒體

社區媒體是「小而美」的小眾媒介，其組織特色是設備簡單，人事精簡、樸實而少花招。而這樣的小規模傳播在型態設計是發訊息的縮小，限制受眾的人群，在內容上，舉凡消息報導，事務評論、意見反應或娛樂性題材，都緊扣住閱聽人的興趣，並帶著濃厚的地方色彩，反應特定類型的生活型式，主要以一地域內居民的生活圈為中心（賴國洲，民 85）。而且能在服務的觀點上，不只媒介本身的內容可對當地提供服務，做為社區內的組織之一，媒介組織本身也可直接從事媒介外的服務工作，以增進地方的社會福利。

本質上，社區媒體與主流的大眾媒體有所區別，社區媒體的服務對象是地區的民眾，或是具有特殊旨趣的團體，而非社會全體民眾。為了保護社區人員的利益，促進社區成員的認同，社區媒體與成員的關係，也與主流媒體不同。具體言之，社區媒體是一種民主化的傳播體系，主要以小眾為對象，增加民眾更進一步接近使用媒體的機會。因此，民眾不但可以透過代理人的方式，來管理或經營傳播媒體，更可以由民眾直接來經營，使得民眾同時扮演接收者、傳播者、催化者與媒體管理者多重角色。(杜麗文，民 86)

而目前有報導地方或社區新聞的社區媒體種類很多，諸如社區刊物、雜誌、報紙、廣播、無線電視、有線電視以及網際網路上的電子報，都會報導地方性的消息。雖然這些媒體或許不全然以報導地方新聞、地方消息，但他們對地方及社區新聞及動態的產型與報導，也都佔有舉足輕重的份量。

雖然社區媒體與主流的大眾傳播媒體有所區別，但也有相當程度的相等性。如從事大眾傳播時，受到較多的社會規範與約束，或是道德之制裁及受壓力團體之影響，甚至大眾傳播職業道德的約束。因此，大眾傳播媒體在其事業性及商業性之間所應取得的平衡點，也是值得深入去探討的。

而在大眾傳播媒體當中，又因其傳播技術的不同而有區別，以印刷媒體與電子媒體而分，其兩者間就有許多的相異之處。(蘇衍如，民 87)

1. 經營權不同：

電子媒體和印刷媒體最根本的不同，在於印刷媒體為個人擁有絕對之經營權，而電子媒體，則因頻道有限且頻率為全體國民所有，個人並無絕對之經營權。更因為電子媒體擁有的傳播力量，對國家安全及公共利益有極大影響，所以眾多國家對於電子頻率的管制則較多。

2. 功能不同：

報紙以報導為主要功能，電視則為最重要的大眾娛樂媒介。

3. 購買目的不同：

一般觀眾購買電視機，主要目的為收視娛樂節目，而讀者

訂報主要則為獲得新聞。

4. 時效不同：

廣播與電視在觸發一件事情，傳送立即而輪廓性的報導，藉以宣告事件的發生方面，具有最主要的效用，廣播與電視具有較高的時效性，但是當廣播與電視媒體喚起觀眾的興趣之後，而報紙則負起提供更詳細之內容以及更多相關新聞的任務。

如上所述，傳播媒體與一般企業相較，確實有其特殊之處，而傳播媒體的產業特色，也影響到其各自的經營型態。

另一方面，社區媒體本身也是提供文化活動的重要機構與組織，除了為居民提供各種娛樂內容之外，更可以成為協調與聯絡的設施，民眾透過媒體的仲介，可以擴大接觸的層面，以組合與動員社區資源，包括軟、硬體等，參與及舉辦文化活動；並可以各種型式，如印刷文字或影像等紀錄來呈現及保存，社區內的各種文化資產，進而發揚與傳遞社區文化。

現今的傳播媒體，大都是屬於全國性媒體及商業化媒體。全國性的媒體，其廣泛的傳播範圍，無法強調地方色彩，促使社區發展，很多傳播死角無法克服；而商業化的媒體，以提供娛樂及廣告為主要目的，因此提供的節目內容，娛樂性大於公共服務的功能，所以就無法真正的服務大眾利益。

綜合言之，與主流媒體不同的社區媒體，是一種針對媒體所在地區閱聽眾而服務的小眾媒介，主要的功能在補充大眾媒介的侷限性，或主流媒體在傳播內容上的觀點、意見、價值觀及利益上與地方社區的偏差（魏宏展，民 86）。

2.4 傳播媒體公益行為

無論是大眾或小眾媒體，也不分是全國性或社區媒體，傳播媒體本身就是一企業組織，除了具備企業組織的特性之外，也因其產業的特殊性，比一般企業更具媒介的功能，是訊息傳播的重要管道，因此，傳播媒體在企業從事公益行為中，扮演的是訊息告知、傳達與教育的角色。

2.4.1 傳播媒介的功能

大眾傳播媒介對個人與整個社會均產生了重大的影響，它具有探索環境、協調、反應與傳承經驗等作用，也藉由傳播媒介的功能，將俗諺所言的「地球村」、「天涯若比鄰」，在當今的社會中全然的實現。

傳播媒介的功能早期曾由學者拉斯威爾（Lasswell）與萊特（Wright）共同確立，後來又由傳播泰斗施蘭姆（Schram）加以確定為下列四項功能：（蔡念中、張宏源，民 90）

1. 守望的功能

傳播媒介在當今的社會中所扮演的角色，可說是人們的觸角，藉由觸角的延伸，使得我們人類感知社會中的變化。一般來說，個人身處於劇變

的社會，往往無法得知詳細的變化狀況，因此必須藉著將傳播媒介當成是人們的耳目，正如同古時候的軍隊派有「斥侯」與「探子」，以作為搜集環境訊息的前哨人物。

2. 協調決策的功能

在當今的社會，分工細密、組織十分龐大、意見非常多元化，若要建立一致的共識，誠然不是一件容易之事。然而，在民主社會中，政策的決定應經過充分的討論、溝通，才能有一致的看法。

大眾傳播媒介在社會中，正可以扮演提供多元資訊的工具，並可以作為公共論壇，讓各種意見得以抒發出來，供他人參考。

因此，傳播媒介的確具有協調決策（Correlation）的功能，使不同的意見經過充分討論後，得以凝聚成共識。

3. 教育的功能

教育（Education）的功能，又稱傳遞社會文化（Transmit Culture Heritage）的功能。大眾傳播媒介對於提升文化與知識水準，有相當的助益。

傳播媒介的大眾思想與行為的滲透力相當強，從正面而言，媒介可以塑造大眾文化；從負面來說，媒介也會影響到社會與家庭的和諧，因此我們有必要對媒介的內容加以關心。

4. 娛樂的功能

在現代社會中，大眾媒介的內容提供了許多調劑與娛樂人們的訊息。例如說，電視的綜藝節目、流行歌曲、戲劇節目，讓觀眾在忙碌了一天之後，能夠欣賞這些豐富的聲光享受；也提供閱聽人消遣、打發時間的機會。因此，傳播媒介可謂提供了娛樂（Amusement）的功能。

2.4.2 傳播媒介的種類

大眾傳播媒介的發展，是從書籍、報紙開始，然後是雜誌、電影、廣播與電視等媒介相繼出現。是故，從媒介的性質而言，可將之分為所謂的「電子媒介」與「印刷媒介」。通常電子媒介是指運用電子訊號與電磁波傳遞的媒介，包括有書籍、報紙、雜誌等。以表 2.6 簡單地將電子媒介與印刷媒介，在傳統與現代的分類分別列出。

表 2.6 傳播媒介的分類

類別 \ 內容	傳統	現代
印刷媒介	報紙、雜誌、書籍、目錄、出版物、信件、戶外廣告品	電子書、電子報紙、電腦網路、資料庫的多樣化，使得傳統媒介間的分類方式模糊；已是跨媒體加上多媒體的科技時代。
電子媒介	電視、廣播、聯播網、有線電視、衛星電視、電影、錄影帶、唱片、卡帶、資料庫	

資料來源：本研究整理

此外，傳播媒介的分類，僅是讓我們學習者瞭解不同的顯現方式。事實上，在我們的社會中，仍有許多行業在整合媒體、運用媒體，例如廣告業、公共關係業、錄音錄影行業等均是。這些行業，雖然他們沒有直接從事大眾傳播媒介的經營，但他們的工作內容卻與媒介息息相關。（張宏源，民 90）

2.4.3 傳播媒介的生態

所謂「傳播生態」，意即傳播界的產業與關係事務，如同大自然生態環境一樣，有競爭、淘汰、平衡、發展，相互依賴的現象。傳播媒介就生態的觀點來說，是一個生命體，也是整個生命體系的一部分，他與其他社會體系互動，與其他不同媒介互動，也受政經、文化、科技、競爭等外在環境影響，進而影響內在組織結構。所謂「傳播生態」的四項構成元素，即媒體、閱聽人、組織與環境變數。(張宏源，民 90)。本研究綜合四項元素，加以整理成表 2.7。

表 2.7 傳播生態構成要素

類別	意義	對象與影響
媒體 (Media)	整個環境中的所有媒介	電視、報紙、廣播、雜誌等， 印刷媒體、電子媒體
閱聽人 (Audience)	傳播活動的接收者	大眾
組織 (Organization)	為營運而組織的團隊	某報、雜誌或某電視廣播電台等
環境變數 (Environment Variables)	媒體、閱聽人、組織三者所共同存在的空間。	經濟、科技、政治、法律等， 內、外在環境的影響。

資料來源：1.張宏源（民 90），媒體識讀-如何成為新世紀優質閱聽人，台北：亞太圖書。

2.本研究整理。

綜合上面的說法，整個傳播生態大致有以下特性：(張宏源，民 90)

1. 傳播媒介是多元化的，除了傳統上的分成的電子、印刷媒體外，未來有相互整合創新的趨勢。
2. 傳播工作者大都透過組織化，形成媒體組織。
3. 閱聽人雖然眾多，但有區隔化的現象。
4. 影響傳播生態的變數極多，傳播管理者必須注意組織內在與外在大環境的變化，方能維持競爭力。

2.4.4 有線電視系統台的公益行為

前面已談過傳播媒介的功能、分類與其生態，也對社區意識之內涵加以闡述。針對社區媒體在社區中的功能及企業社會責任，也做簡略的敘述，本小節主要探討的部份即為本研究的重點，有線電視系統台的公益行為。

劉幼琍(民83)將有線電視的生態，區分為系統經營業者(系統台)、頻道經營者、節目供應者、訂戶、廣告商、傳播公司、政府單位、電影公司、無線電視及衛星電視。在有線電視的價值系統上，有提供網路傳輸與服務的系統業者、提供內容包裝製作和整合的頻道業者、協調系統業者與頻道業者之頻道代理商，三種勢力相互抗衡。

有線電視系統台指的是，依法核准設置頭端設備、鋪設纜線，直接向公眾提供視聽訊號、收取相關費用的企業。有線電視從非法時期、播送系統，到目前為止，各家有線電視系統台提出的仍是一樣的商品。不同的只是名稱的改變，頻道數的增加，而服務的方式仍沒有太大的改變。所以當各系統台的頻道內容與收費沒有太大的差異時，如何能讓企業獲利保持成長，又能善盡社會的社會責任，就不能將自身定位為「頻道節目」的供應

者而已，而忽視營業區內民眾的種種需求。所以，服務社區民眾，就成為重要取勝之道了。如何參與、執行公益活動的公益行為就成為有線電視系統台的特有「產品」了。

對於有線電視系統台回饋地方的方式，在有線廣播電視法中有兩條訂定之。一是第二十五條第二款，由系統經營者「免費提供專用頻道供地方政府機關、學校、團體及當地民眾播送公益性、藝文性、社教性節目之用。」條文中的「免費提供」是指業者將頻道開放出來，不得向訂戶收費，也不得向節目供應者收取頻道使用費；另一是第五十三條所言，將其每年營業額百分之一的金額，提繳中央主管機關成立特種基金，基金的運用分配為百分之三十用於有線廣播電視之普及發展，百分之四十撥付當地直轄市、縣（市）政府從事與本法有關地方文化及公共建設使用，百分之三十捐贈財團法人公共電視文化事業基金會。

公益行為也有主動與被動，有形或無形的方式等。不管是主動地從事公益活動或被動地配合參與執行；也不論是有形的財務或無形之創意、勞務。若能對他人、社會國家甚或全人類的福祉，做有意義貢獻，或積極參與其相關活動，皆屬之。

2.4.5 有線電視的特性

有線電視藉由電纜線傳輸訊號，不受地理環境干擾，使服務範圍內的收視戶可獲得清晰穩定的畫面，克服無線電視易受干擾、形成收視死角的限制。就有線電視的特性而言，它是區域性的媒體，地方色彩濃厚，且能提供多頻道選擇，具有資訊、服務、購物、雙向傳輸、隔空教學與雙向互動等功能。同時也具備近用性，方便收視戶使用（劉幼琍，民83）。

我國的有線電視發展歷經了所謂「社區共同天線」、「第四台」、「有線電視」等階段，直到民國 82 年 8 月有線電視法公佈後，有線電視系統才正式的擺脫了「非法」的陰影。這十幾年來我們已經可以感覺到線電視帶來的小眾、小社區的傳播特質。我們除了可收看到美、日、英等國家的節目外，同樣也可以欣賞屬於社區性的、鄉土性的節目。

有線電視系統包括頭端各種設備、纜線施工的鋪設人力成本、每個月的頻道購買成本，是一個資本密集的產業。有線電視系統業者初期鋪設網路投資龐大，常需四、五年才能回收，因此訂戶愈多，愈能分攤固定成本，達到經濟規模。過去家庭式經營的電器行也不得不求助於集團的資本，投身進入有線電視產業的地方業者至今恐怕仍賺少賠多，業界陷入不可自拔的競爭環境（馮建三，民 87）。

綜合各方見解，有線電視與無線電視、衛星電視相比較，在其功能與內容上有以下特性：（康力平，民 87）。

1. 區域性媒體：有線電視源起於社會共同天線，原本是為了解決電視收訊不良而設，因此，有線電視的部分頻道還可以為將特定區域的民眾服務。無論就有線電視的演變歷程、節目內容、科技特性，有線電視都是一種區域性媒體。
2. 地方色彩濃厚：有線電視的定位在於區域性的媒體，自然可以針對當地的風土民情與節目需求制訂節目內容與經營策略。而當地民眾也得以透過有線電視瞭解當地的事物，使地方色彩化得以凸顯。
3. 近接使用性：有線電視法規定，必須提供一個以上的頻道作為公益性、藝文性、社教性等節目之使用。這項強制性的規範即在為確保民眾對媒介的近接使用之權利與機會。

4. 雙向互動功能：有線電視之音、視訊皆必須透過纜線傳輸，而纜線的高容量與寬頻的特性可用於媒體與閱聽人之間的雙向溝通與互動，包括隨選視訊、家庭保全、電子信箱、電子教學，甚至可利用纜線數據機連上電腦網際網路。
5. 多頻道選擇：近年來利用光纖線路與壓縮頻道的技術，有線電視可提供的頻道已遠超過無線電視、衛星電視。在多頻道的收視情形下，民眾可針對個人需求加以選擇節目，同時也照顧到特定需要的收視族群。
6. 多樣性的服務：利用有線電視多頻道的特性，專門性的頻道諸如電影台、音樂台、股市金融、綜藝節目、新聞節目、體育節目、地方節目、電視購物等紛紛出現，對特定需求的民眾而言不啻為大福利。

最初的有線電視是起源於為改善無線電視收訊不良的情形而設立。而現今有線電視與無線電視主要的區別在於，有線電視是多頻道且能雙向互動，具備提供地方性媒體服務的功能。

同時，有線電視因提供眾多的頻道數，以及地方化的特性，可以撥出部份頻道作為地方公共論壇的使用，除了解決頻道的不足的問題，區分不同階級和文化品味受眾的傳播，更因其地方化的特點，可設定經由社區意見的交流與溝通，成為社區的公共論壇。（管中祥，民86）

2.4.6 公益頻道之意義

有線電視系統之公益行為中，公益頻道佔了相當重要的角色，所以在這有必要做單獨的介紹與討論。

根據有線廣播電視法第二十五條規定，有線電視系統經營者必須免費

提供一個以上專用頻道，傳送公益性、藝文性、社教性節目。而所謂「免費提供」則是指有線電視系統業者必須將頻道開放出來，不得向訂戶另外收費，也不得向節目製作者收取頻道使用費。

有關於「公益性、藝文性、社教性等節目」的性質與範圍，在法令中並未做出明確的界定。只在「有線電視公益性、藝人化、社教性等節目使用頻道規劃要點」中有如下釋義：

「免費提供之公益性、藝文性、社教性等節目使用之頻道應以服務當地（社區）正當需求為宗旨。其內容涵除應具備公共服務性質、著重當地（社區）相關事務，以及傳達藝術、文化和社會教育意志外，並不得涉及商業或圖利私人之行為。」

我國的有線廣播電視法規定設置公益頻道的觀念，源自於美國的公眾近用頻道。在此引用鄭凱方（民87）所提 Kahin & Neuman (1995)四個相關的領域，以說明支持公眾近用頻道的觀念：

1. 言論自由—近用(Access)可以確保不同的意見能夠在電視上呈現。
2. 媒介教育—近用為個人和小型組織提供一個學習並使用錄影帶和電視的機會。
3. 地方主義—近用藉著促進地方上的傳播，加強地方上的基礎公共建設，如公路和下水道等。
4. 公共服務—近用提供一般電視上不容易看到的資訊性、教育性和文化性的節目。

1984年美國聯邦傳播委員會（FCC）法案形容「公共使用頻道」為：

意見表達者的視聽設備，功能等同於肥皂箱或是印刷傳單。他提供平常無法接近電子媒介的團體及個人一個機會，使他們成為一見事件的消息來源。(引自陳炳宏，民86)

一般而言，美國有線電視系統的地方性頻道大致上可區分為三種：

(1)地方自製頻道：這是由有線電視業者自行製作的，以滿足當地市場需求的節目，因此是以娛樂和資訊服務為主，在頻道當中可播放廣告，而業者有製作與刪改節目內容的權力。

(2)租用頻道：此為有線電視系統業者對外開放的出租頻道，收費標準從每小時五十美元到五百美元不等。至於頻道的內容則五花八門，從新聞節目、家庭理財、電視購物、保全服務、股市行情、甚至花花公子成人節目等。為避免有線電視系統業者壟斷頻道上的商業用途，規定承租客戶可以在節目中插播廣告，廣告的收益屬於承租客戶所有。

(3)公共、教育與政府頻道（吳宜蓁，民85）：俗稱PEG頻道，或稱公眾近用頻道；節目來源是由地方民眾、教育團體，或是地方政府提供非營利的節目，運用此類頻道播送，有線電視業者不得干涉其節目內容。

李秀珠（民85）則認為，美國的公益頻道可分五個種類：（吳宜蓁，民85）

(1)公用頻道：有些人製作了一些很好的錄影帶，但是卻沒地方可播出，例如各大專院校有些科系有實習製作，除了繳交作業外，透過這些頻道

可讓更多人欣賞到這些實習作品。

- (2)租用頻道：例如有些人想要拍攝節目但沒有器材，可透過有線電視的這類頻道提供相關器材，並與使用者商討費用與其他事宜。
- (3)地方自製頻道：即為有線電視系統內的自製頻道。在有線電視許多衛星節目的同質性太高，只有藉這種自製性頻道才能顯出系統特佳，也是有線電視的競爭點所在。
- (4)政府頻道：即報導地方政府有關的政令宣導、議會情形等。
- (5)教育頻道：利用有線電視系統這類的頻道播放學校教學課程或教學影帶節目。

有線電視公益頻道對於凝聚社區意識與促進社區發展的功能，在劉幼琍（民83）提出的公益頻道規劃的六個原則中，也有具體的描述：

- (1) 切合地方所需，以地方上的人、事、物為訴求，俾喚起民眾對所處環境的認同與關懷。
- (2) 落實本土文化，保持地區特色，以避免在不知不覺中遭受外來文化的侵略。
- (3) 發揮地方媒體功能，提供民眾媒體接近權，讓地方民眾對所處社區的各項資訊能有深切的體認，並能發揮地方輿論的力量。
- (4) 反映民眾意見，實踐地方自治：藉由公益性頻道，社區內民眾可以有管道參與公共事務的討論，以培養人民的政治素養。

- (5) 提升社區民眾藝術文化涵養：系統業者提供公益頻道作藝文節目之用，可以提昇民眾的藝文素養。
- (6) 增加民眾接受社會教育的機會。

2.4.7 有線電視的公益活動

有線電視系統的公益行為，除前述公益頻道部份外，仍有許多的公益活動是系統台可積極配合或主動承辦。除了金錢實物的捐獻、獎勵外，有許多的活動取材，可資實用。羅文坤（民87）在公益活動的內容，概分為13類，本研究整理如表2.8所示。

表2.8公益活動的分類

類別	訴求重點	方式(途徑)
生態環保	生態保育、保護環境、資源再生	綠色行銷、世界清潔日、垃圾分類
節約能源	呼籲民眾節約用水、用電、用油	中油、台電的相關活動
交通安全	呼籲民眾發揮駕駛道德、遵守交通安全、尊重公共路權等	路口淨空、共度交通黑暗時期
體能競技	鼓勵民眾參與體育運動	慢跑、馬拉松、籃球賽
藝文參與	文學、音樂、戲劇、繪畫、民俗技藝	文藝季、音樂會、藝文展覽、創作比賽
家庭倫理	家庭和諧、親子關係、孝道倫理、道德重整	孝親月、道德重整、尊師重道

表2.8公益活動的分類（續）

類別	訴求重點	方式（途徑）
人文關懷	濟弱扶貧、關懷少數族群、慈善救助	捐血活動、骨髓移植、飢餓三十、流浪狗之家
社會風氣	端正社會風氣、維護良俗公序	禁菸、戒酒、反毒、掃黑
社區共榮	社區意識、社區和諧、社區繁榮	社區藝文體能競賽、社區髮族服務
教育文化	傳播社會教育、宏揚固有文化	希望工程、文化復興運動、教改運動
國家民族認同	喚起民眾對國家、民族、種族等之認同與肯定	新台灣人運動、愛家更愛國
人類前瞻	前瞻人類未來、關心世界前途	21世紀夢工廠、為21世紀乾杯
特定節日與對象之關懷	特定節日對教師、父親、母親、兒童等特定對象與族群之問候	關懷之內容取材

資料來源：1.羅文坤（民87），媒體對企業形象之影響，台北：民意季刊205期。

2.本研究整理。

第三章 研究方法

本研究屬於初探性研究，根據研究目的，以質性研究取向，包括文獻搜集、深度訪談，輔以量化資料。所謂質性研究取向，是指針對動態且複雜的社會現象，研究者採用多種蒐集資料的方法，加以理解與把握，並將之完整地呈現出來。(杜麗文，民 85)。而有線電視在我國是屬於起步階段，且法令解釋模糊不清，廣電法也接連修改，業者對於本身的社會責任及從事公益行為活動，也都是初創期的摸索階段。由於本研究在瞭解國內有線電視系統從事公益行為的現況及公益頻道的意義及內涵，以及對社區提供的服務，探討的面向廣泛而複雜，因此以質的研究法進行研究較為理想。故本研究以企業訪談為主要資料來源，輔以次級資料收集，以求提出企業從事公益行為之完整觀念結構。

3.1 研究架構

由於本研究以質化研究為主，經由資料的搜集及訪談的結果，希望能了解影響有線電視系統公益行為的內外因素；及實際運作的過程和影響，因此，本研究架構只作為提供研究的參考方向及研究步驟的初步依據。

本研究由「企業外部環境」如有線廣播法及政策的改變、社會責任的履行、社會壓力的形式、社會形象的建立及同業的影響等，「企業內部環境」如長期自利考量、經營者個人動機、回饋社會等，內外雙重影響來思考促成企業體從事公益行為的動機；再透過企業公益行為的行事、途徑、規模等實際運作狀況的分析研究，並進一步解讀企業與地方社區的互動過程、支援合作等方式，了解企業公益行為的實施概況，並能因此評估企業公益對企業與受益對象所造成的影響。

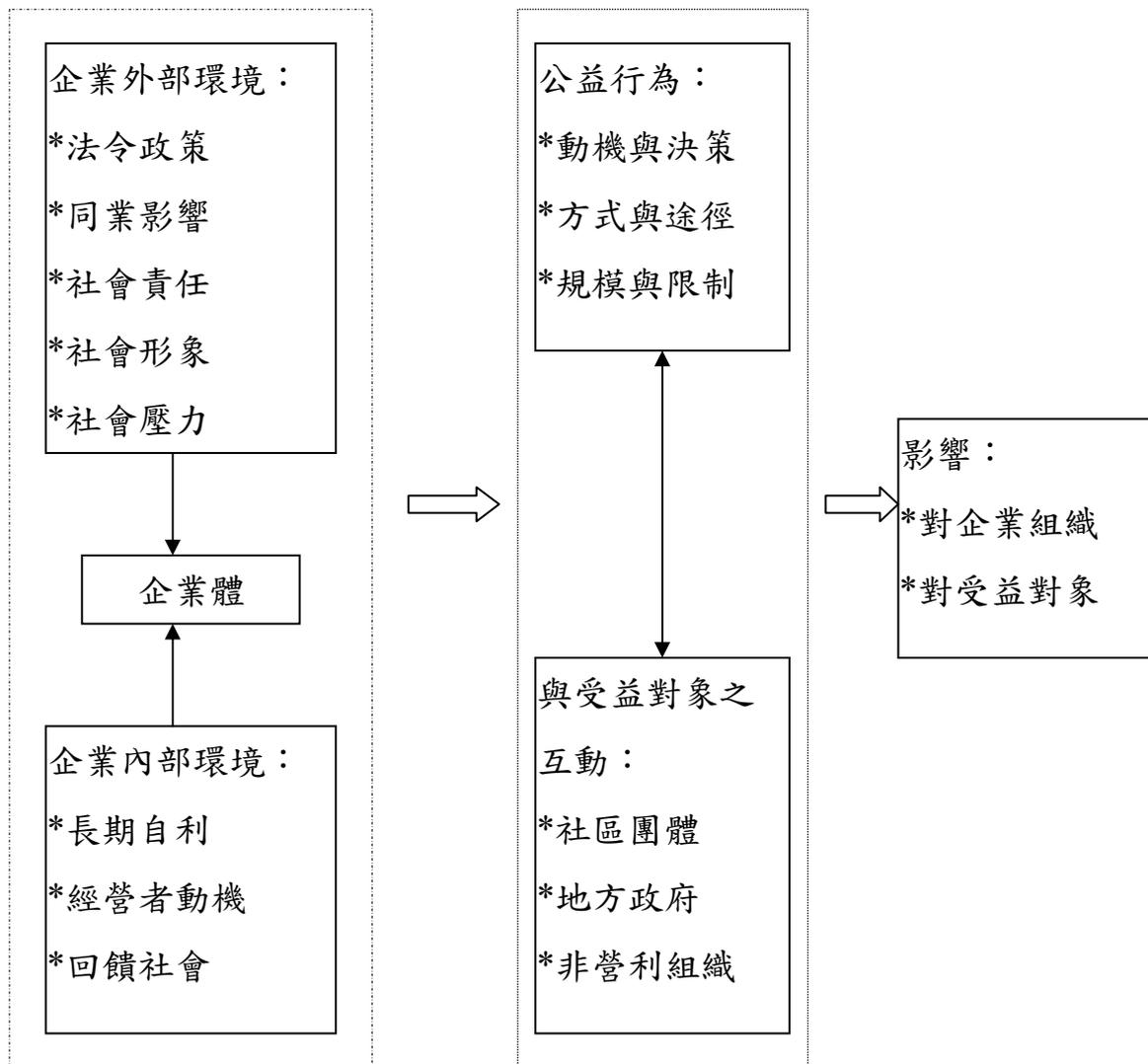


圖 3.1 研究架構

3.2 研究方法

本研究主要使用的研究方法可分成兩個方向：文獻分析、深度訪談。

3.2.1 文獻分析

透過針對論文題目所蒐集相關文獻的探討分析相關內容，採用文獻探討有下列好處（徐宗國，民86）：

1. 文獻裡的概念和其間的關係，可以用來與我們此次研究所得的資料相互參照。
2. 文獻可以作為二手資料的來源：研究作品裡索引用的訪問或，田野調查資料，都可作為二手資料來源。
3. 文獻能刺激我們提問題：可以利用文獻，從中粹鍊出一些問題來問受訪者，或用這些問題引導觀察工作。
4. 文獻可以幫助我們設計理論性抽樣：文獻可以提供我們在發展理論上的一些點子，把一些重要的情境列入研究裡去。
5. 文獻可以做輔助性佐證：可以在文章裡的適當位置，引用文獻以佐證我們的發現。

其缺點在於，如果研究者對問題的知識背景不足，花很長的時間來消化文獻，且可能會太依賴他人的研究分析，減低個人創造力。

為探討有線電視系統公益行為、公益頻道及社區的定義與內涵，本研究對於相關法令、官方文件、現有論文、期刊雜誌、國內相關學術研究文獻及經營案例等作蒐集並整理分析。包括有線電視播放法、新聞局的「有線電視公益性、藝文性、社教性等節目使用頻道規劃要點」、「申設有線電視系統問答輯要」、「有線廣播電視系統經營者營運計畫評鑑制度須知」及「有線廣播電視系統業發展基金收支保管及運用辦法」等。在理論方面，則結合社區與傳播兩個領域的相關文獻，做為社區與傳播媒體關係的理論基礎。

除了以上書面資料，並透過網際網路的查詢以獲得最新資訊，這方面的資料有：全國有線電視的收視戶比例、有線廣播電視發展基金撥付及捐贈事宜，台閩地區各縣市戶數及人口數統計表等，作為深度訪談的參考；

查詢國內各有線電視及公眾進用頻道網站，蒐集公益頻道之節目內容簡介和相關資訊，作為訪談案立即分析之參考依據。

3.2.2 深度訪談

深度訪談(Depth Interview)是希望透過訪談發現一些重要因素，這些因素不適用表面觀察和普通的訪問可以獲得的，深入訪談是一種無結構式的訪談法，也就是訪問的題目是開放的，並沒有受到事先的限制，受訪者可以依問題內容自由發揮（楊國樞等，民78）。深入訪談有其優點：

1. 受訪者可以自由陳述意見，同時在某種程度內又可以加以控制；
2. 訪問彈性大，又可獲得豐富資料；
3. 可以從受訪人的行為、表情語言上，分辨其內容真偽。

在缺點方面：

1. 在時間以及經費的考量下，受訪者人數受到限制，無法進行大量訪問；
2. 訪問結果可能是訪問者的主觀解釋或臆測，並與受訪者的價值觀、背景上的差異，容易產生觀點上的誤解；
3. 訪員本身的素質與訓練要求較高，同時資料難以量化，無法通則化。

本研究在蒐集有線電視系統業者，從事公益行為及運作公益頻道的資料方面，主要是以半結構式訪談（Semi-Structured Interview）的方式。半結構式訪談的定義是訪談者與受訪者之間建立人與人的關係，訪談是互動而有彈性的，不預先強加任何概念，企圖瞭解某種社會結構成員的複雜行為，但是訪談者會事先擬定訪談的主要方向，以引導受訪者回答（Fontana

&Frey, 1994)。這種訪談方式研究者可以在限定的問題主題範圍內，由訪談者自由探索、調查和詢問問題。

1. 實施程序

(1) 擬訂訪談大綱

根據本研究的研究問題，並參考所蒐集國內外有關企業公益行為及有線電視公益頻道之學術性研究文獻，擬訂出公益行為及公益頻道運作與經營之相關問題，送交指導教授評閱後，進行一次前導性研究，以增進公益頻道及企業參與公益活動運作實務的瞭解。

第一次試驗性訪談時間在民國 91 年 12 月，至嘉義市世新有線電視訪問，選擇世新有線電視，是因研究者與該公司業者主管皆為舊識，又因家中收看該系統的節目，且該公司和研究者上課的學校距離很近。不但對其公益頻道的節目內容有較完整的觀察，且對該公司與社區的互動及參與公益活動的內容也有較多的參與機會，當然也可以就節目與公益活動的實例擬訂問題及訪談。訪談的次數有三次，累計談論及研究主題的時數約為四小時，對象為世新集團總裁王連芳，世新有線電視董事長王玲棟、副總經理林文涓、董事劉國欽等。由於受訪者的熱誠協助，不僅在擬訂問題方面有了大綱，也獲得許多有線電視產業現況更深的了解，有線電視系統對於從事公益行為與公益頻道運作之生態現象更有概念。

研究者在第二次試驗性訪談時間在民國 92 年 2 月，至世新有線電視公司副總林文涓家中，感謝他犧牲了兩次假日時間，熱心的接受研究者的訪談，使得本研究的訪談大綱及內容在略作修改後底定。訪談大綱如下：

- (a) 從事公益行為的動機、方式、途徑與規模。
- (b) 從事公益行為的決策與執行。

- (c) 經營公益頻道的組織部門。
- (d) 經營公益頻道的理念與方針。
- (e) 公益頻道節目及經費的來源與預算。
- (f) 與社區互動情形。
- (g) 從事公益行為及經營公益頻道所遭遇的困難與建議。

(2) 正式訪談

(a). 訪談對象

本研究對象為雲林縣、嘉義市、嘉義縣的佳聯、北港、世新、大揚四家有線電視系統業者，進行深度訪談。此四家涵蓋了雲嘉全部區域的經營。

各系統業者受訪名單如下：雲林縣佳聯有線總經理廖紫岑、副總經理黃治龍、節目部經理黃京珠，雲林縣北港有線總經理李克昌、節目部經理張智勝，嘉義縣大揚有線總經理黃銘州、副總經理鄭春良、節目部主管陳秋好，嘉義市世新有線副總經理林文渭、業務部副理鄒耀豫。

(b). 訪談時間

研究者訪談嘉義市世新有線的時間在 91 年 12 月，92 年 2 月起再訪談雲林縣嘉聯及北港有線、嘉義縣大揚有線，92 年 3 月初再訪嘉義市世新有線，每家有線系統業者的訪談時間約為參小時左右，訪談所做資料及所獲得的文字、卡帶資料，經整理後，若發現資料有不足之處，再於 92 年 3 月間與原受訪者進行電話訪談或再次親訪。

(c). 訪談過程

研究者選定訪談對象之後，為對各系統業者在從事公益行為及公益頻

道節目做初步的理解，除了研究者自己收看系統業者的節目，尤其是公益頻道部份，例如世新和大揚；有的從電腦網站，由網頁資料初步了解該公司的簡介及服務內容、節目表等，例如佳聯、北港和世新。為了多了解有線電線系統的經營生態及政策法令的更改等，研究者多方面蒐集、查詢有關的資訊，例如：新聞局及國內其他有架設網站的有線電視系統台的網上搜查；報章、雜誌、書籍的收集研究等。這些資料的充足準備，更有利於訪談時的順利進行，而且受訪者對於研究者用心了解，有心觀察他們公司的努力成果都感到相當高興。

進行訪談之前，研究者都會與受訪對象預約訪談時間，並先告知訪談內容大綱及所需資料。在訪談過程中，受訪者的態度都十分親切，並且十分詳盡地回答各項問題，同時舉出節目案例說明，並提供文字、圖片、照片等資料，研究者也會就事先蒐集的資料發問。此外，研究者會請受訪業者提供贊助公益活動、舉辦社區活動的資料及公司簡介、沿革、組織、公益頻道節目表、節目企劃書、錄影照片、有線電視月刊、平面宣傳廣告等資料。其中有三家都因要再補充資料給研究者，所以都在幾天後，研究者親自再訪受訪者，並取得補充資料。

2. 調查法

調查法方面，本研究採用面對面訪談與電話訪談兩種方式。

(1) 面對面訪談

本研究以面對面訪談方式並根據研究目的與研究問題，以及蒐集之國內外學術資料和政府法令文件，分別就有線電視系統業者從事公益行為及經營自製或公益頻道的理念、組織、人事、經費、節目製作方式、節目來源、內容、行銷、社區服務等方面，參考鄭凱方（民 87）及林宜欣（民 90）的問卷大綱，編訂成正式訪談問卷，以做為面談時之輔助工具。兩份訪談

問卷內容大致區分如下：

有線電視系統業者公益行為現況訪談問卷〈A〉內容區分為四部分：

- (a) 自製頻道的經營管理
- (b) 公益頻道的經營管理
- (c) 社區服務
- (d) 公益行為

有線電視系統業者公益行為現況訪談問卷〈B〉內容區分為八部分：

- (a) 從事公益行為的動機。
- (b) 從事公益行為的方式與途徑。
- (c) 從事公益行為的規模。
- (d) 從事公益行為所面臨的問題與限制。
- (e) 從事公益行為所產生的影響。
- (f) 對非營利組織支持的方式。
- (g) 從事公益行為的決策。
- (h) 公益行為之未來發展。

表 3.1 問卷〈A〉第一、二部份題項結構

內容	自製頻道與公益頻道經營管理部份					
題項	組織與理念	製播設備	製播經費	節目製作	行銷與評估	因難與建議
題數	2	1	2	6	4	1

表 3.2 問卷〈A〉第三部份題項結構

內容	社區服務部份		
題項	開放居民參與	告知社區事務	參與社區活動
題數	2	2	3

訪談之後，亦請業者提供以下資料，以作更周全及深入的分析：

1. 經營理念及現況之簡介。
2. 頻道節目總表。
3. 最近幾期之有線電視月刊。
4. 自製及公益頻道企劃案資料。
5. 自開播以來舉辦之社區活動計劃表。
6. 除了問卷內容的公益頻道及社區活動外從事公益行為的資料。

(2) 電話訪談

電話訪談主要是彌補正式訪談時，所遺漏的問題及受訪者當時無法確定的答覆，或需統計、調閱的資料一時無法提供，事後所做的訪談記錄，以為資料的齊全。正確性做一整體的整理，以使研究結果更具嚴謹性。

有線電視系統業者，對於公益行為的定義及方向，似乎沒有明確的認

知與行為，所以不論是正式訪談時所訪談問題與內容或訪談後資料的補充提供，也都無法詳盡完整地將公司從事過的公益行為、公益活動全部列出。所以研究者在進行資料的彙整、分析、比較時所遇到的問題，也是以電話訪談的方式補足資料。

3. 資料的分析與撰寫

本研究的初級資料包含訪談記錄、訪談問卷、回收問卷、電訪記錄，次級資料則有各系統業者提供的公司簡介、節目企劃案、活動記錄和宣傳海報、有線電視月刊等，此外並從電腦網路上各有線電視系統網站查詢最新相關資料，包括公司願景、宗旨、公司組織架構、節目時間表、自製節目簡介、社區服務、最新消息、相關服務等。



第四章 個案描述

本章將對本研究所選取的四個研究對象：佳聯、北港、大揚、世新四家有線電視系統業者，進行初步的描述。並將我國有線電視發展的過程，作一簡要的背景說明，以利於往後的分析。

我國有線電視發展，自民國 58 年第一家以共同天線電視之名，出現在花蓮縣豐濱鄉，歷經第四台、民主台的陸續成立，民間相關協會也相繼組成。直到民國 82 年 8 月 11 日，正式公布「有線電視法」，才使業者有營運之相關法源依據。表 4.1 為我國有線電視發展歷程中，幾個重要的時程內容。

表 4.1 我國有線電視發展重要歷程

時間	內容	備註
民國 58 年	第一家共同天線電視出現於花蓮縣豐濱鄉。	目的在改善無線電視收訊不良、畫面不清的情況。
民國 62 年	第二家共同天線電視在台灣中部出現。	設立原因與豐濱鄉相同。
民國 65 年	第一家俗稱「第四台」在基隆出現。	屬於違法經營，取締的效果不彰。
民國 68 年	設立「共同天線電視設備」辦法。	
民國 72 年	行政院成立「建立有線電視系統工作小組」	參考各國發展有線電視的經驗開始積極規劃。
民國 73 年 民國 74 年	全國陸續成立了約有 80 家的共同天線業者。	除了改善訊號外，又增加了影帶播放的頻道。
民國 75 年	共同天線業者組成「共同天線設備協會」。	
民國 77 年	第四台的收視戶，增至 25 萬戶。	
民國 78 年	新聞局成立「有線電視法草案研擬小組」。交通部電信總局及電信研究所成立「有線電視系統標準研擬小組」。	

表 4.1 我國有線電視發展重要歷程（續）

時間	內容	備註
民國 79 年	第一家「民主電視台」成立於中和。	節目內容增加了選舉活動、演講、遊行抗爭等報導。
民國 80 年 8 月	「中華民國有線電視發展協會」成立。	
民國 81 年 1 月 30 日	行政院通過「有線電視法草案」。	同年 7 月 16 日立法院三讀通過。
民國 82 年	「有線傳播發展協進會」成立。	
民國 82 年	正式發放「暫行播放系統營運執照」。	全國 619 家取得。
民國 82 年 7 月	立法院三讀通過「有線電視法」。	在美國三〇一條款的威逼下完成立法手續。
民國 82 年 8 月 11 日	「有線電視法」正式公布。	將全國劃分為 51 個經營區
民國 83 年 10 月 1 日~ 11 月 1 日	全國 49 個區共有 204 家業者陸續提出有線電視系統籌設申請。	除了馬祖和台東縣成功經營區外。
民國 85 年 8 月	總計核發 141 張「有線電視系統籌設許可證」。	
民國 85 年	公布「有線電視公益性、藝文性、社教性等節目使用頻道規劃要點」。	
民國 86 年 3 月	發放第一張「有線電視系統營運執照。」	基隆市吉隆有線電視。
民國 88 年 2 月 3 日	修正公布「有線廣播電視法」。	
民國 91 年	共計 62 家有線電視業者正式開播營運。	統計至 91 年 10 月底。

- 資料來源：1. 鄧榮坤、張令慧（民 84），有線電視解讀，台北月旦出版。
 2. 林信鋒（民 88），有線電視，台北：台灣書店。
 3. 行政院新聞局網站，www.gio.gov.tw。
 4. 本研究整理。

有線電視系統台的鼻祖是「共同天線電視」，其設立原因是為改善無線電視的收訊情況，所以無線電視台的開播時程也影響著有線電視的演進，在此也將我國四家無線電視台及公共電視台的開播時間作一整理如表 4.2。

表 4.2 我國無線電視台及公共電視台開播時間表

電視公司名稱	開播時間
台灣電視公司	民國 51 年 10 月 10 日
中國電視公司	民國 58 年 10 月 31 日
中華電視公司	民國 60 年 10 月 31 日
民間全民電視公司	民國 86 年 6 月 11 日
公共電視台	民國 87 年 7 月 1 日

資料來源：本研究整理

4.1 個案基本資料

本節將研究對象的營業地點、資本額、員工人數、營業區域、營業總面積、營業區總行政戶數及目前大約客戶數、負責人等基本資料，彙整如表 4.3。而各受訪系統台營業內容及未來發展部分大致雷同，所以在本節作整理說明，並將其未來發展參照佳聯有線之資料加以整理成圖 4.1。

表 4.3 各系統台相關基本資料

系統台 名稱 內容	佳聯	北港	大揚	世新
營業地點	雲林縣虎尾鎮	雲林縣元長鄉	嘉義縣朴子市	嘉義縣中埔鄉
資本額 (新台幣:億元)	6.527	3	3	6.6
負責人	許恆慈	林憲忠	黃銘洲	王玲棟
員工人數	115	93	70	164
營業區域	雲林縣：斗六市、斗南鎮、虎尾鎮、西螺鎮、土庫鎮、古坑鄉、莿桐鄉、林內鄉、大埤鄉、三崙鄉。	雲林縣：麥寮鄉、崙背鄉、褒忠鄉、東勢鄉、台西鄉、四湖鄉、元長鄉、北港鎮、水林鄉、口湖鄉。	嘉義縣：水上鄉、太保市、朴子市、新港鄉、六腳鄉、鹿草鄉、布袋鎮、東石鄉、義竹鄉。	嘉義市全區、嘉義縣：中埔鄉、民雄鄉、梅山鄉、溪口鄉、竹崎鄉、番路鄉、大林鎮、大埔鄉、阿里山鄉。
營業區總面積 (平方公里)	699.0467	621.7884	1,312.815	1,372.8406
營業區總行政 戶數(戶)	121,084	84,918	86,596	154,887
客戶數(戶)	64000	34000	32000	88000

資料來源：本研究整理

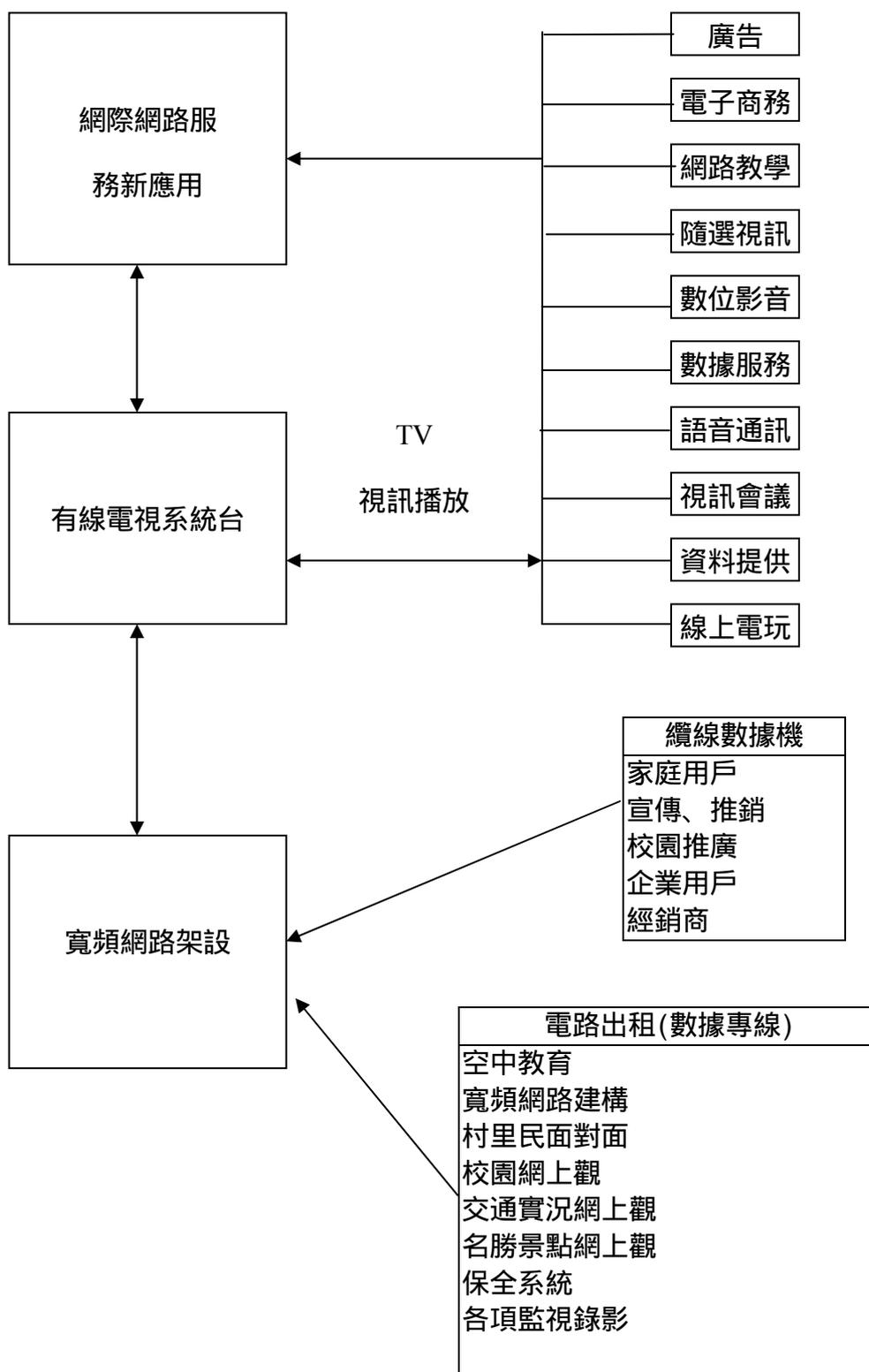


圖 4.1 有線電視未來發展藍圖

受訪系統台目前營業內容大致可分為以下五項：

1. 有線電視系統業務經營。
2. 廣告企劃、製作、播放服務。
3. 網際網路之寬頻雙向傳播。
4. 自製地方性新聞節目。
5. 電纜、電視天線、監視系統之設計、安裝業務。

4.2 佳聯有線電視股份公司

4.2.1 公司沿革

由於政府政策及相關法令之制定，關係著有線電視系統台營運投資及合併的時程，所以接著要介紹各個系統台的公司沿革，可以對照前文所整理的我國有線電視發展歷程，可明顯看出其影響程度。

佳聯有線是由前任雲林縣長廖泉裕先生與各系統業者整合而成立的公司，而合併過程波折不斷是各系統皆然，但最後都能體認合併的必要性與重要性而整合成功，表 4.4 為佳聯有線的公司沿革及重要紀事之整理。

表 4.4 佳聯有線電視公司沿革及重要紀事

時間	內容
民國 86 年	宇造、耀升有線播送系統合併為佳聯有線電視公司。
民國 86 年	新來來、虎尾、雲林民主有線播送系統合併為雲林有線電視公司。
民國 87 年	全面建置頻寬 550MHZ 的傳輸網路。
民國 88 年	佳聯、雲林有線電視公司正式合併為「佳聯有線電視公司」。
民國 88 年	全面鋪設先進的 HFC 光纖混合同軸網路，以光纖取代同軸主幹線。
民國 89 年	正式取得有線廣播電視正式經營執照。
民國 90 年 3 月	通過 ISO9001 品保認證。

資料來源：1.佳聯有線電視公司提供。

2.本研究整理。

4.2.2 組織架構

佳聯有線電視公司最高決策機構為股東大會，由股東大會選出董事 11 位、監事 2 位，成立董監事會，再由董事會選出董事長一人，下設有總經理一人，行政副總經理一人，下轄管四個部門，分別為業務部、節目部、財務部、管理部；工程副總經理一人，其下轄管工程部、資訊部兩個部門。

圖 4.2 為佳聯有線電視組織架構。

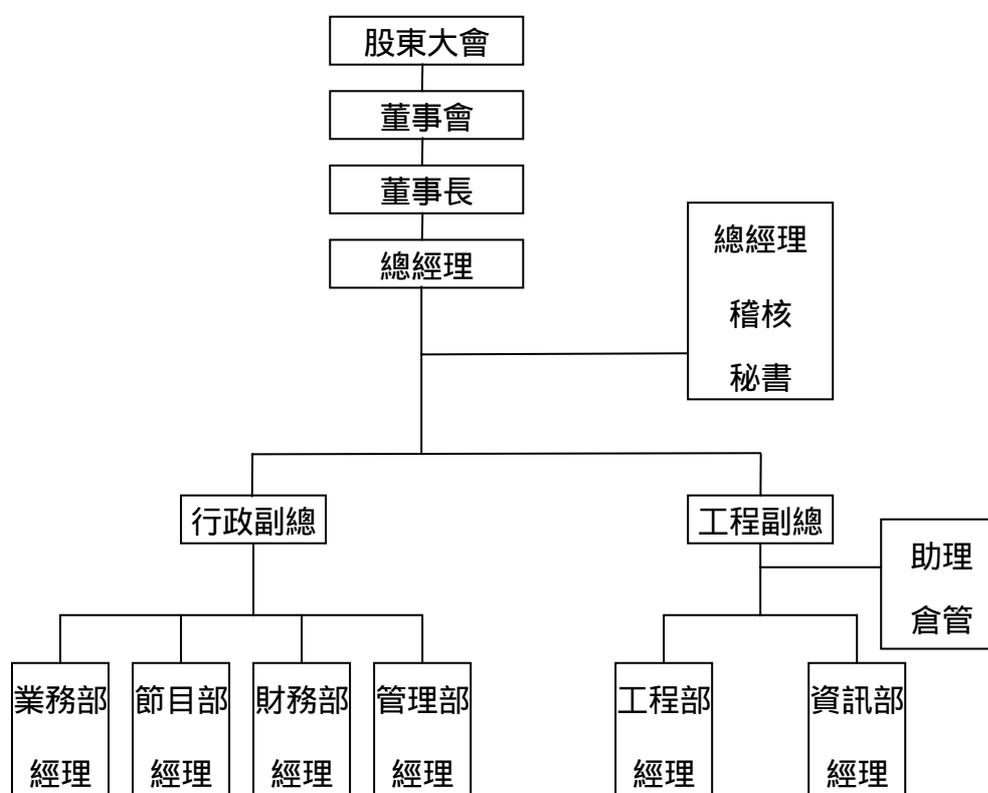


圖 4.2 佳聯有線電視組織架構

4.2.3 經營理念

佳聯有線電視的經營理念在結合地方資源，凝聚地方共識，充分體現民眾各項需求並以深具特色的頻道規劃和節目排程，提供有別於其他有線電視業者的產品服務。並以科技性、未來性、互動性的前瞻眼光隨時掌握產業趨勢，期能適時引入最新的服務。

佳聯在地方公共事務議題、地方新聞製播和地方傳統文化之延續等地方公益的自製性節目特別重視，可能與其負責人及總經理的家族背景有相當關係，現任董事長許恆慈女士是前雲林縣長廖泉裕先生（曾任省議員）的妻子，而總經理廖紫岑女士為其女兒。

廖總經理表示，佳聯有線電視是屬於地方性質的媒體業者，在地方上扮演著資訊與娛樂的提供者角色，基於對地方上的責任與義務，提供雲林縣民高品質的節目與服務品質，一直是其追求的目標。

4.2.4 企業願景

佳聯有線電視從早期的「社區共同天線」、「第四台」、「播送系統」到目前合法的有線電視台，除了收視戶的普及率越來越高，可收看的頻道數目也增加到目前的七十餘台，其在整個發展過程中，在軟、硬體建設方面投注大量金錢物力，無不希望能提供更多元、更高品質的服務給收視大眾。所以其積極在全區網路的建設與改善，並且是第一家通過 2000 年版 ISO-9001 品質認證的有線電視系統台。

未來佳聯除了將持續研發網路相關科技，提供便捷、豐富的資訊服務與娛樂享受外，並將積極投入地方事務的發展工作；地方訊息的即時廣播、積極參與公共事務，努力謹慎的扮演好社區電視台的角色，為創造新雲林而努力。

4.2.5 經營目標

有線電視一直被看好是未來最能結合電腦、家電和通訊三大系統的產業。尤其政府預計在西元 2005 年，全面將電視數位化之後，有線電視不僅在頻道的數量上會有倍數以上的增加，甚至結合電腦、通訊及家電的 3C 功能也能夠水到渠成。屆時民眾不僅能享受坐在電視機前就可以上網購物、遙控所有家電、和遠方朋友透過電視螢幕聊天等，將不再是夢想。

為因應將來通信領域需求做準備，佳聯未來著重於 HFC 環型網路架構的設計研發以提高網路穩定度。並全面建置寬頻雙向網路系統，配合 Set Top Box 的推出及數位機房的建構，使一般民眾能享受到隨選視訊、數位影音及資料提供的互動式網路服務。

未來整體通信產值中，有線電視將佔有極重要的地位，其中雙向纜線數據機將是少數具有和中華電信 ADSL 相抗衡的競爭對手。而有線電視在目前的通訊領域當中，以其擁有光纖寬頻網路的優勢，必能滿足未來升級通訊領域的需求。

目前有線電視結合 VOIP、ISP.....等語音通訊及數據服務正蓬勃發展當中，而結合中部地區五縣市的系統業者所成立的『台灣基礎國際網路公司』，利用所掌握最短距離的通路優勢，在未來的通訊領域發展中，更是潛力無窮。

4.3 北港有線電視股份有限公司

4.3.1 公司沿革及重要紀事

北港有線經營區域地處雲林縣海區，人口密度低，鄉鎮之間的距離遠，早期的共同天線、第四台，都以小區域小規模的方式經營，所以公司的合併及投資建設過程，比其他區域有線電視較為繁瑣。表 4.5 即為北港有線的公司沿革及重要紀事。

表 4.5 北港有線電視公司沿革及重要紀事

時間	內容
民國 78 年 5 月	北港「金馬有線社區共同天線」成立。
民國 78 年 7 月	北港「北港影視」成立。
民國 79 年 3 月	東勢「吉源有線」成立。
民國 79 年 10 月	北港「長虹有線電視播送系統」成立。
民國 80 年 10 月	崙背「一麟有線電視」成立。
民國 81 年 1 月	水林「水林有線電視」成立。
民國 81 年 1 月	口湖「友通有線電視」成立。
民國 81 年 4 月	元長「元長有線電視」成立。
民國 82 年 11 月	北港「北港民主有線電視」成立。
民國 83 年 12 月	金馬、長虹、北港民主、水林、友通、元長、一麟合併為「北港有線電視台」。
民國 84 年 4 月	北港影視、吉源有線合併為「吉源有線電視台」。
民國 85 年 10 月	北港、吉源有線電視台合併為「北港有線播送系統股份有限公司」。
民國 86 年 3 月	「北港有線播送系統股份有限公司」通過核准申設。
民國 87 年 9 月	完成 450 MHz 至 550 MHz 全區擴頻工程。
民國 88 年 10 月	通過交通部 750 MHz 網路第一期查驗（北港鎮、元長鄉、褒忠鄉）。
民國 89 年 2 月	通過交通部 750 MHz 網路第二期查驗（水林鄉、口湖鄉、四湖鄉、崙背鄉）。
民國 89 年 7 月	通過交通部 750 MHz 網路第三期查驗（東勢鄉、台西鄉、麥寮鄉）。
民國 89 年 9 月	正式開播。

資料來源：1.北港有限公司提供。

2.本研究整理。

4.3.2 組織架構

北港有線電視公司最高決策機關為股東大會，由股東會選出董事 9 人，監事 3 人，成立董監事會，由董事會選出董事長一人，下設有總經理一人，副總經理一人，其下轄有五個部門，分別為業務部、管理部、財務部、節目部及工務部。圖 4.3 為北港有線電視組織架構。

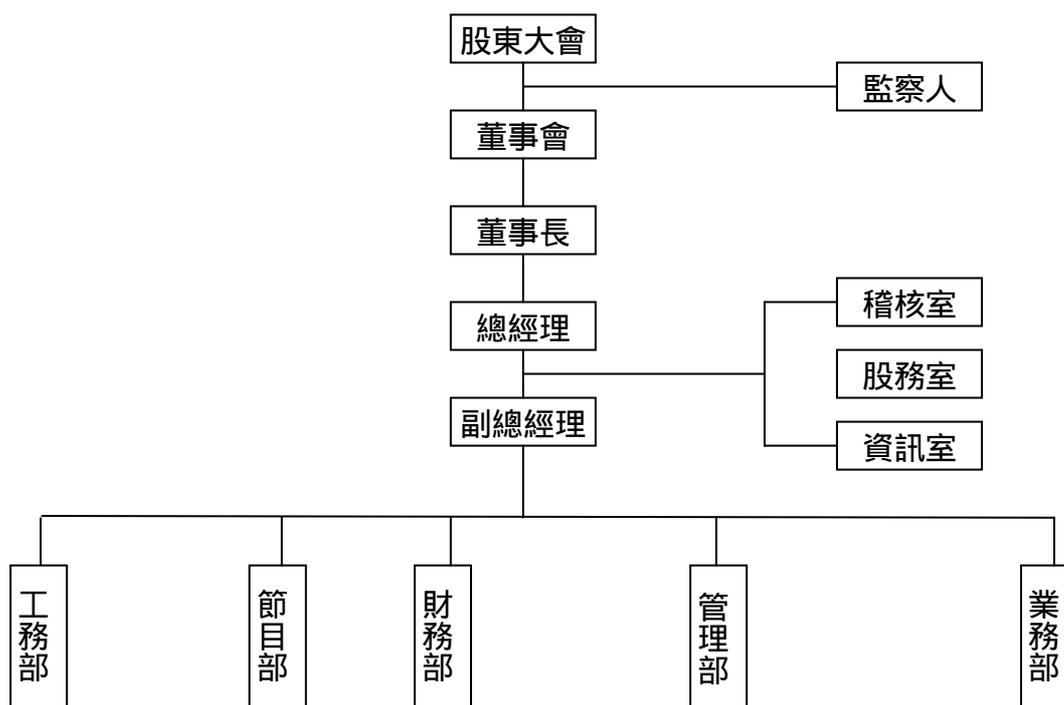


圖 4.3 北港有線電視組織架構

4.3.3 經營理念

北港有線自 85 年 10 月，在雲林縣海區深耕播種，以熱忱的服務精神，專業化的人才、多元化的節目、創新的科技及永續經營的理念，來為本地區民眾建立一多樣化、精緻化、系統化、科技化的有線電視媒體，以善盡媒體對社會應盡的義務與責任。

架設標準的寬頻區域網路，讓收視品質穩定，達到「收視開心、服務細心、我們關心、公司用心、員工同心、大家連心」是北港有線的政策和理念。其體認公司最大資源在於區域內的住戶，所以致力於高品質的服務、多元化的節目組合、多功能的附加價值，使收視戶開心。以完善客戶服務系統及提供最好的工程技術與專業知識，並主動去瞭解、解決客戶的問題與需求，達到客戶的認同與信賴。

4.3.4 企業願景

北港有線表示，將致力於科技的提昇並擴充現有的服務範圍、做到雙向網路的發展並整合有線電視與其他的娛樂資訊網路等相關媒體科技，提供觀眾完整的資訊服務與娛樂享受、使本地的民眾達到與世界潮流同步流行的地位，而將以企業管理的精神用心經營並在全體員工一條心的努力下大家同心群策群力來追求公司永續經營使公司與員工一起成長，共創有線電視的新天地。

4.3.5 經營目標

二十一世紀是一個寬頻網路世紀，有線視訊與寬頻網路產業之結合發展將廣大客戶群導入節目以外的加值服務是其責任，所以在未來，北港有線將提昇區域網路為雙向網路，並申請電路出租執照，以應未來 3C 產業的結合（電器、通訊、電腦）之目標前進，並充分利用有線系統來推動各種多元化的傳播事業服務，如影像電話、網際網路、遠距教學、保全系統、電玩……等都可透過有線電視的寬頻網路系統來一一實現，所以未來在通訊與媒體公器上所能發揮的貢獻，亦將使得有線電視的未來發展更將扮演一個舉足輕重之角色。

北港有線總經理李克昌先生表示，北港有線今後將不斷成長與進步，並朝向建構一個寬頻城市目標而前進，更將秉持著地方媒體工作者的角色，致力於地方文化事業，以真正落實成為一個屬於地方的有線電視台為地區的發展作出應有的貢獻與服務。

4.4 大揚有線電視股份有限公司

大揚有線經營區域地處嘉義縣西部位置，有海線區域之稱號，是屬於面積大、戶數少、人口密度低的區域，經營條件並不佳。以下將對其公司沿革、重要紀事、經營理念、企業願景及未來經營目標分段敘述。

4.4.1 公司沿革

大揚有線為整合經營區內原有業者而成立的一家公司，現在經營者及高階主管仍大多是原有股東所組成。有關公司沿革及重要紀事，整理如表 4.6。

表 4.6 大揚有線電視公司沿革及重要紀事

時間	內容
民國 85 年 1 月 1 日	世新、上上、民安、大立有線電視台合併成立為「大揚有線電視股份有限公司」。
民國 85 年 5 月 2 日	正式取得新聞局核發之有線電視籌設許可證照。
民國 88 年 7 月	通過第一期工程查驗。
民國 89 年 1 月	通過第二期的工程查驗。
民國 89 年 5 月 20 日	正式開播。

資料來源：1.大揚有線電視公司提供。

2.本研究整理。

4.4.2 組織架構

大揚有線電視股份有限公司最高決策機構為股東大會，由股東會推派代表組成監察人 2 位及董事會 5 位，下設有董事長、副董事長、總經理、副總經理各 1 人。

董事遴選董事長暨總經理黃銘洲、副總經理鄭春良、負責監督整個公司營運狀況，其下轄有五個課別，各為管理課、財務課、節目課、業務課與工務課等課別單位，在此緊密的組織架構中，各職所司、各執其職，上下齊心、分工合作，讓公司日益成長。圖 4.4 為大揚有線電視組織架構。

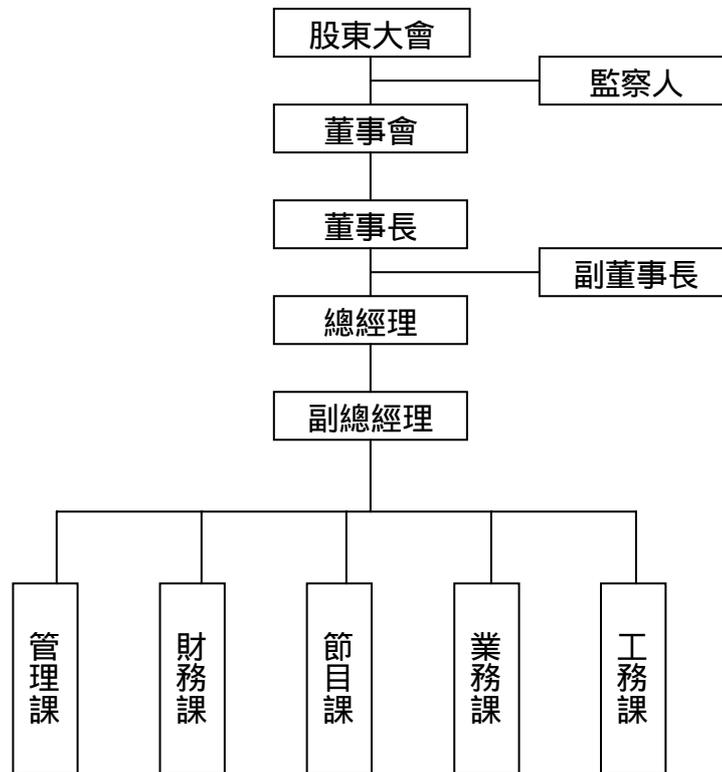


圖 4.4 大揚有線電視組織架構

4.4.3 經營理念

大揚有線以兼具社會教育責任媒體自許，所以堅持貫徹的經營理念如下：

1.滿足民眾的生活需求

有線電視是一個公共傳播事業，它是深入基層的大眾媒體，不僅是傳播的媒介，並具有教化及寓樂的功能，舉凡食、衣、住、行、育、樂等一般生活上的各種訊息，皆可透過有線電視公司網路，到達每位民眾的週遭；因此滿足每位民眾生活上的需求，是一貫的理念。

2.做政府和民間的橋樑

有線電視是一種公共資源，必須擔負起社會正義的重責大任，舉凡政府的政令宣導，以及教化社會公益宣導等，都積極參加，並讓社會大眾享有知的權利，在在顯示出有線電視應有的社會責任與義務。

3.追求永續經營的決心

大揚有線在經營團隊上，力求以務實、負責、認真的態度，對待每一個客戶，要求達到服務高標準，視訊高品質，客戶高滿意度之目標前進。近期並斥資數億元進行老舊網路汰舊換新工程，機房等設備亦全面更新，並有專人二十四小時監控，在教育訓練方面，加強提昇員工基本能力，輔導技術員取得證照，其目的就是為了提供收視戶優質的收視品質。

4.4.4 企業願景

嘉義縣是一個純樸的農漁村縣，大揚有線經營範圍內，其總行政戶數約為八萬六千戶，但因年輕人口外移，與其它縣市相較，確實人口有老少化的現象，因此裝設有線電視的家庭普及率並不高，又由於幅員遼闊工程建設成本也相對較其它縣市高，經營條件較差。

雖然經營條件相較於其他縣市而言並不好，但其仍本著服務社會大眾的理念，致力於社區活動，期待對社區能有正面的教化作用，讓社會能夠更光明、更充滿愛。秉持著一流的收視品質，專業的服務，永續的經營為目標，不斷的追求突破，並整合有線電視與其它的資訊娛樂享受，達到世界潮流同步，共同跨躍世紀” 21 ”。

4.4.5 經營目標

大揚有線在經營的未來目標方面，在理念上以「顧客至上、品質卓越、服務創新」，提供客戶一流之服務品質，並期望做為企業界的前導，走在企業界的尖端，以穩健、踏實、誠信經營，開拓國際視野，為全體員工建立一個優良的工作環境；在品質上以落實 ISO – 9001 品質管理系統，確保服務品質與目標建立及達成。推行全面品質管理，並有效運作品質管理系統，以利持續改善提昇公司之績效及其顧客之利益。

期許在營業區光纖架設率達 100 %，鄉村間皆有光纖電纜，以迎接高速寬頻資訊時代的來臨，做為永續經營的目標。

4.5 世新有線電視股份有限公司

世新有線業務經營橫跨嘉義縣市兩個經營區，網路鋪設涵蓋率已達 95 %，而且全區有線廣播電視系統工程之網路建設業經新聞局及電信總局查驗合格。在本研究個案中，是屬於營運規模較大，客戶數最多的一家公司。其公司團隊成員在有線電視的經營、網路維護皆具備專業的經驗及技術能力。

4.5.1 公司沿革及重要紀事

世新有線電視公司的成立，也跟其他系統台同樣的模式，經由合併再合併，最後是由現任世新有線總裁王連芳在民國 85 年間出面整合而成。以下就其公司沿革及重要紀事整理成表 4.7。

表 4.7 世新有線電視公司沿革及重要紀事

時間	內容
民國 82 年 1 月	「世新視訊股份有限公司」成立。
民國 83 年	世新視訊與大展、宏明、安泰、及百成等四家有線播送系統整合為「世新有線播送系統」。
民國 84 年 7 月	「阿里山民主有線」、「星雲有線」、「新高山有線」、「嘉聯有線」合併為「百樂有線播送系統」。
民國 85 年 5 月	世新、百樂有線播送系統取得籌設許可證。
民國 85 年 9 月	世新、百樂、西茂、諸羅山、嘉聯等五家有線播送系統正式合併為「世新有線電視股份有限公司」。
民國 88 年 9 月	通過全區有線電視系統工程查驗。
民國 89 年 1 月 31 日	取得有線廣播電視系統營運許可證。
民國 89 年 2 月 28 日	正式開播營運。
民國 90 年 3 月	取得交通部電路出租業務籌設許可。
民國 90 年 11 月	取得交通部電信總局第二類電信事業許可證。

資料來源：1.世新有線電視公司提供。

2.本研究整理。

4.5.2 組織架構

世新有線電視公司最高決策機構為股東大會，由股東大會選出董事 5 人，監察人 2 人，成立董監事會，由董事會選出董事長 1 人，下設管理部，其下轄有六個課別，各為業務課、財務課、總務課、節目課、資訊課與工程課。圖 4.5 為世新有線電視組織架構。

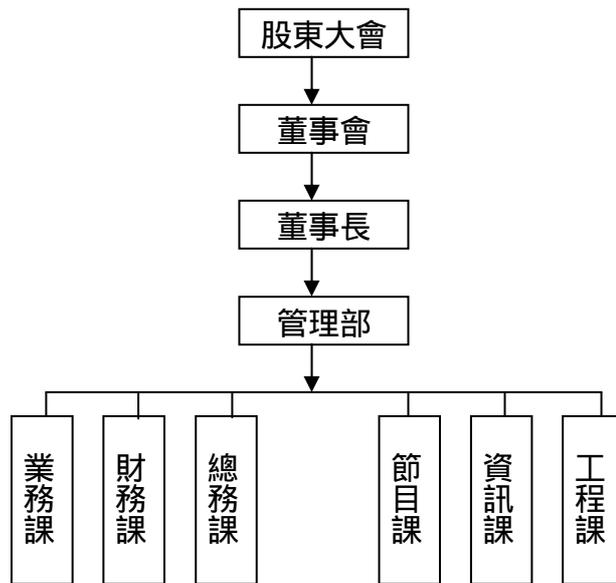


圖 4.5 世新有線電視組織架構

4.5.3 經營理念

世新有線董事長王玲棟先生表示，近年來社區意識的逐漸落實，使得有線電視的發展已成為一股不可抗拒的時代潮流，在知識普及的現代化社會中，國人對於資訊的需求已經愈來愈多元化，舉凡科技、運動、新聞、電影、學術、宗教、文化等活動，透過廣電媒體，都能夠迅速的傳送到每個角落，電視結合了聲光、影像的特性，直接進入每個家庭，成為現代人生活中的必需品，隨著衛星頻道的增加，有線電視台更扮演著地區的傳遞訊息之主要媒介，為地區性最具影響力的傳播媒體。所以未來將秉持著地方文化工作者的角色，致力於地方文化事業工作，以真正落實成為屬於地方的有線電視台。

目前世新電視已成為最具特色地方電視台，其將結合三 C 產業深入各

家庭，並期許領導與提升居民生活品質，以宏觀的經營理念，寬頻網路帶動大嘉義進入資訊科技領域。

4.5.4 企業願景

責任、品質、效率與永續發展是世新有線的管理理念，也秉持此服務精神，主動投入地方性公益、藝文活動等，並加強地方回饋，積極參與地方活動與村里社區座談，增進與社區之互動，進而能促進社區意識的提昇，提高社區參與，並藉以推廣業務。另將透過策略聯盟等方式，強化專業化技術能力，擴大世新有線所推出服務之附加價值，並提供高品質之服務。

4.5.5 經營目標

網際網路、電子商務、行動電話等多項資訊通信科技的蓬勃發展與創新應用，正引領著全球邁入所謂「數位經濟、知識經濟」時代，並提供人與人間一個跨越時空限制的互動模式，然而如何因應時代所帶來的挑戰與契機，以促進人文社會之永續發展，提升民眾福祉與國家競爭力，確是我們必須全力以赴，共同努力的目標。為實現「讓台灣成為永續發展的綠色矽島」之政府施政理念，期許台灣在全球第三大資訊科技製造中心的基礎上，充分掌握「資訊化、全球化、綠生活」的世界潮流，打造富強康樂的科技 Formosa，世新有線配合政府科技發展政策，規劃提供網際網路接取業務，以提供便捷高速之網路服務。

為提供民眾便捷之網際網路生活，世新有線規劃引進國外先進之網際網路接取設備，為符合電信法相關規定，以提供客戶高速之上網服務，並

採用低廉的費率，讓客戶能悠遊於網際網路，進行遠端登錄、電子郵遞、檔案傳送、公共檔案服務、網路論壇、資訊檢索、目錄查詢及其他服務。在頻寬方面，將以高速光纖線路連至國內等各大網路中心，網路通暢無阻，上網不塞車。

綜合以上對四家公司的描述與分析，有線電視系統台的經營已脫離過去第四台時代，正式進入有線電視的階段，並且穩定的成長中。在軟、硬體建設也都投入大量的人力、物力，無不希望能提供更多元、更高品質的服務給收視大眾。而經營理念及目標大致可分為以下五點：

1. 均能體認履行地方媒體的責任與義務。
2. 積極開發週邊服務，並擴展業務收入。
3. 工程技術、節目製作等能力不斷的進步。
4. 設備升級、服務增值。
5. 除了電視視訊播放外，都朝著寬頻網路的開發運用，跨足電腦通訊，提昇服務，創造無限商機的目標邁進。

第五章 現況分析與相關因素探討

研究結果是以四家有線電視系統台訪談問卷的勾選，及其為何勾選的理由解釋加以彙整。加上訪談內容摘要整理，並依據問卷表格的分析，以呈現有線電視系統台公益行為的運作現況並對相關因素加以探討。

5.1 從事公益行為的動機與決策

5.1.1 動機

一、內部因素

企業從事公益行為的動機上，受內部因素影響極大，其內部因素又可分為短期及長期策略性考量。表 5.1 針對受訪系統台訪談資料彙整，並加以文字敘述如下：

表 5.1 影響系統台從事公益行為的內部因素

系統台名稱		佳聯	北港	大揚	世新
		內部影響			
短期策略性考量	提升產品接受度	√	√	√	√
	順應趨勢			√	√
	同業競爭力				
	節稅				
	擴大開發市場		√	√	
長期策略性考量	企業形象及公共關係	√	√	√	√
	取得同業及社區認同		√	√	√
	建立知名度	√			
	增進員工認同			√	√
	徵才				
	促進整體商業環境之發展	√	√	√	√
	提高全面生活品質		√	√	√

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 1 彙整

1. 短期效益

因為受訪的系統台，都經過了一段時間的整併後，成為該營業區內唯一的有線電視系統經營者，所以也就無所謂的同業競爭壓力。也因現在經營區域與環境下、收視戶數，雖然無法達到全國平均水準，但如果對照全國各縣市的土地面積與人口密度及收入（如表 5.2）等因素下，除非整體環境與條件的改變，否則收視戶成長的空間有限，因此，業者為了開發市場而舉辦公益活動的動機並不顯著。

受訪者對於節稅一項，都不認為這是從事公益的動機，而且我國有線電視的演進過程中，業者之間為了搶奪市場的競爭支出、技術設備的不斷更新，導致過去都處於虧損狀態，直到近一、兩年才略有盈餘（如表 5.3）。而系統台除了依有線廣播電視法的規定，提撥當年營業額百分之一之金額，提繳中央主管機關成立特種基金外，會直接用金錢來從事公益，如獎助學金，而不會為了節稅而捐贈。

被視為最有機會橫跨網路、通訊、影視娛樂產業，且具有通路優勢的有線電視業，自從開放以來，不斷處於市場激烈的整併淘汰狀態，也歷經了從地方勢力盤據到財團控制的過程。而有線系統的演進，寬頻技術與多工等技術的進步所帶來的市場潛力，迫使業者必須不斷地投資，來汰換或提升各種電路設備。因此，業者大力鼓吹有線電視將是一台超級強力的吸金機，但是在機器還沒發功之前，有線電視倒比較像是大錢坑，讓太設、和信、東森等財團勢力為此失血嚴重背負龐大負債。不過，今年有線產業似乎捎來春天喜訊，開始擺脫赤字、出現盈餘。（許秀惠，民 91）

所以，節稅及同業競爭的壓力二種內在環境因素，都不是影響系統台從事公益的動機。

有半數業者勾選順應趨勢，這點跟產業類別及社會整體環境演變有關。前文曾討論過，有線電視乃一社區電視，與當地社區互動頻繁，資源交流密集等因素；另一方面，由於民生富裕、媒體發達、資訊獲得、傳達快速，以致社區民眾對政府及企業的要求監督提高。相對的，政府需努力做好社區總體營造的工程，企業要善盡社會責任回饋地方，是大多數民眾的共識。

在從事公益短期效益的考量動機上，一致將提升產品接受度列為最重要。因為若能透過公益行為改善企業形象，而且公益活動內容可藉由影像、聲音的傳播，提高民眾的收視率，提升民眾對系統台頻道編排、節目內容的接受度及服務品質的滿意度，以增加新客戶、擴大市場。

2. 長期效益

為企業的永續經營考量，系統台著重於企業形象及公共關係的建立，以取得同業及社區的認同，並以促進整體商業環境的發展為首要目標。其次，希望經由公益行為能增進員工的認同，加強員工對公司的向心力，以能提昇全面性的生活品質。

整體而言，系統台不以短期商業策略為首要目的，而是以長期宏觀面來思考公益行為，以達到企業長期發展，長期自利的目標。

表 5.2 民國 90 年台灣地區各縣市人口、土地、收入統計表

縣市別	總戶數 (戶)	土地面積 (平方公里)	人口密度 (人/平方公里)	平均家庭 年收入	有線電視頻 道(戶/百戶)
台北縣	1164,418	2,052.57	1,758.90	1,142,103	78.43
宜蘭縣	134,568	2,143.63	217.29	900,896	52.84
桃園縣	521,200	1,220.95	1,443.92	1,165,179	78.65
新竹縣	119,426	1,427.59	312.62	1,144,397	75.52
苗栗縣	148,648	1,820.31	307.99	978,213	67.21
台中縣	402,505	2,051.47	732.29	946,404	63.93
彰化縣	323,331	1,074.40	1,223.01	867,859	53.76
南投縣	153,265	4,106.44	131.94	867,103	68.03
雲林縣	203,751	1,290.84	576.03	896,122	52.46
嘉義縣	157,448	1,901.67	296.25	801,051	45.49
台南縣	328,824	3,016.01	549.30	849,657	55.19
高雄縣	382,320	2,792.66	442.93	825,653	74.77
屏東縣	251,733	2,775.60	327.63	879,138	50.66
台東縣	73,766	3,515.25	69.59	795,255	55.12
花蓮縣	107,869	4,628.57	76.30	955,175	50.10
澎湖縣	28,260	126.86	727.30	780,142	60.89
基隆市	132,196	132.76	2,944.93	1,003,245	81.93
新竹市	115,169	104.10	3,586.06	1,485,881	87.31
台中市	317,310	163.43	6,019.22	1,314,412	75.78
嘉義市	81,262	60.03	4,464.65	1,022,020	83.63
台南市	233,504	175.65	4,217.85	984,029	78.81
台北市	894,763	271.80	9,690.23	1,596,257	82.92
高雄市	506,632	153.60	9,729.35	1,207,456	90.78

資料來源：1.行政院主計處三局統計資料中心，www.dgbas.gov.tw。

2.本研究整理。

表 5.3 2001 年有線系統前三十大獲利排行榜

排名	公司名稱	資本額 (億)	營收 (億)	稅後 純益 (元)	每股 純益 (元)	流動 負債	長期 負債
1	海山	4.00	6.03	1.75	4.38	1.62	0
2	新永安	5.00	6.56	1.43	2.86	1.76	0
3	豐盟	4.60	6.77	1.21	2.63	6.36	1.13
4	群健	2.00	15.00	1.07	5.33	12.19	0
5	三冠王	2.00	6.10	1.06	5.34	6.07	1.03
6	大豐	4.20	4.35	0.93	2.35	1.06	0
7	新頻道	4.18	6.44	0.93	2.22	8.87	2.46
8	西海岸	3.30	3.58	0.85	1.49	2.76	0.90
9	北桃園	3.30	5.77	0.84	2.54	3.24	2.45
10	家和	2.00	4.51	0.78	3.92	3.62	0.97
11	北健	2.00	6.05	0.77	3.86	4.21	2.86
12	振道	2.50	5.13	0.75	2.99	7.30	2.84
13	雙子星	2.00	4.66	0.74	3.70	4.80	1.34
14	興雙和	2.00	3.14	0.72	3.61	2.41	0.11
15	佳聯	6.52	3.86	0.66	1.00	0.78	0
16	北港	3.00	1.96	0.64	2.12	0.75	0
17	新視波	3.50	3.70	0.63	1.81	1.92	0.49
18	天外天	3.60	2.52	0.51	1.44	2.84	9.10
19	大楊	3.00	2.13	0.49	1.64	8.51	2.21
20	三大	3.10	4.96	0.47	1.54	3.94	0.50
21	吉隆	2.86	5.04	0.46	1.63	4.86	0.94
22	世新	6.60	4.12	0.46	0.69	2.88	0.04
23	全南投	4.00	0.16	0.44	1.11	2.22	0.35
24	大新店	3.00	2.34	0.38	1.27	1.54	0.79
25	大屯	3.00	3.36	0.37	1.27	2.66	0.95
26	大平	3.20	2.43	0.33	1.03	2.48	1.14
27	聯禾	4.20	4.11	0.31	0.73	2.37	1.89
28	新唐城	2.00	3.46	0.30	1.49	3.92	0.91
29	南桃園	3.75	12.11	0.29	0.97	0.52	3.40
30	長德	2.00	3.80	0.23	1.13	0.70	8.55

資料來源：許秀惠（民 91），有線電視業賺賠首度大揭露，財訊月刊第 247 期，頁 232~242。

二、外部因素

影響系統台從事公益行為的外部因素，各系統台皆有所差異，茲將其彙整如表 5.4 加以分析。

表 5.4 影響系統台從事公益行為的外部因素

系統台名稱 外部影響	佳聯	北港	大揚	世新
善盡社會責任	√	√	√	√
回饋地方	√	√	√	√
落實社區意識 改善社區環境		√	√	√
支持非營利組織			√	
社會壓力				

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 2 彙整

近些年來，企業在追求利潤之餘，都能體認到「取之社會，用之於社會」的觀念，並不會因為擔心社會施與壓力才從事公益活動。尤其有線電視系統台在建台營業的過程中，使用地方公共、私有資源及設施的機會相當多。系統業者也都能體認出，應與其營運所在社區結成一體，配合當地政府施政的必要性與重要性。所以，系統台在從事公益時，一致以善盡社會責任回饋地方，並落實社區意識、改善社區環境為外在環境的主要影響因素。

系統台從事公益，多以產品提供為主，對於非營利組織的公益行為，都是以免費廣告與播放舉辦活動的訊息，或在公益頻道上播放其活動內容。故為了支持非營利組織而影響系統台從事公益的動機並不明顯。

5.1.2 決策

受訪各系統台，對於從事公益行為決策時的評估因素及公益行為的類別，分別整理為表 5.5 及表 5.6。

一、決策的評估準則與類別

表 5.5 系統台從事公益行為的評估準則

評估準則		系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
內部因素	企業本位立場	行銷目的				
		企業形象	√	√	√	√
		經營者的理念及態度	√	√	√	
		長期自利			√	
		過去經驗				
	企業基本政策	經營基本政策	√	√		
		公益行為之政策		√	√	
		公益行為之資源			√	√
		公益行為之價值	√		√	
	外部因素	NPO 相關因素	NPO 之聲望及評價	√		√
NPO 之屬性及類型					√	√
計劃內容及品質				√	√	√
長期關係之建立			√	√	√	
社會環境之變動		法令規章的限制				
		與企業所在地相關		√	√	√
		社區關注之公共議題	√		√	√
		競爭壓力				
		長期利他	√		√	

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 3 彙整

1.內部環境

(1) 企業本位立場

在系統台的本位立場上，基於經營者的理念及態度，及從事之公益行為所形成的企業形象，不但是評估的重要指標，也是重要動機因素。況且現在經營者大多是從社區共同天線、第四台時期就已從事此行業，對地方社區的感情濃厚，也願意付出。而有些具有參與公職背景者，更重視對地方的回饋。如佳聯有線總經理廖紫岑女士，秉持其父廖泉裕（曾任省議員、雲林縣長）從政多年服務鄉梓，熱心公益的精神。對於公益活動更是熱心參與，貢獻良多。

其它因素，如長期自利、行銷目的或既有經驗，都不是從事公益的考量重點。

(2) 企業基本政策

在企業的基本政策上，不論是經營的基本政策、公益行為的價值、公益行為的政策及公益行為的資源。在受訪系統台中，分別受到半數的認同，以此交叉分析，顯示這四項都是評估時的主要考量，而這也顯示系統台對於公益行為不再只是膚淺的為了促銷、辦個活動或捐錢了事，而能更具體的以公益行為的價值、資源及政策等內涵來評估。

2.外部環境

(1) 非營利組織相關因素

為使有線電視媒體盡到媒介功能與公平性，除了系統台自己主辦的公益活動外，在選擇非營利組織的合作及參與對象上，更要顧及其聲望及評價，若正面則有助於企業形象的提升，而非營利組織的屬性與類型也是考慮因

素之一。當然，其公益行為的計劃內容及品質，可使企業在參與時減少錯誤的機會，這些因素是系統台在從事公益行為選擇合作對象時的考量要素，也成為是否列入長期關係建立之依循。

(2) 社會環境的變動

在社會環境的變動因素而言，對於與企業所在地有關的公益活動，以及是否為所在社區所關注的公共議題，都是系統台在從事公益評估時的重要前提。而這也符合了企業要對所在地回饋及善盡社會責任的意義，以及社區媒體應對社區公共事務的關注與重視。

雖只有半數受訪者，將長期利他列為從事公益時的外部環境評估因素，但普遍認為企業形象的建立及獲利，都會因長期的利他而有正面效應，而且從事公益的目的就是為了利他。

二、公益行為的類型

表 5.6 系統台從事公益行為的類型

系統台名稱 類型	佳聯	北港	大揚	世新
環境教育	7	5	3	3
藝術文化	5	2	5	6
社區福利	2	6	2	4
學術教育	1	4	4	5
社區營造	6	1	1	1
體育活動	4	7	8	2
醫療保健	3	3	6	7
科技研發	8	8	7	8

註：依業者對於公益行為的優先順序，填入 1、2、3……。

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 6 彙整

在參與公益行為類型的順序填選上，難免會受到受訪者及企業經營者主觀因素及近期所辦公益活動或配合團體類型所影響，但整體而言仍可看出系統台在評估從事公益行為時，對於活動類型選擇的順序。

1. 社區營造

民主制度的實施、地方自治的興起，造就社區意識的提升、社區營造的抬頭，在政府、非營利組織及社區民眾的重視推動下，近年來對於社區總體營造，可說不斷地在進行、參與、改造。而在這個項目上，在受訪的有線電視系統台，這個近年來才興起的傳播媒介，都將其列為從事公益時的重要選項。

2. 社區福利與學術教育

在對受訪系統台的整體平均上，社區福利與學術教育是排在社區營造之後的第二順序。做好社區營造後，社區的福利也會相對的獲得。而在學術教育上，若能利用有線電視所具備的方便性、多樣性、普及性與互動性等特性，充分加以開發，定能為社區的空中教育發展帶來良好效果。

3. 環境、藝術、體育及醫療的教育活動

對於環境教育、藝術文化、體育活動及醫療保健的活動，受訪系統台在考量的優先順序上，大多將其列在社區活動之後，顯見系統台在從事公益活動時，較傾向於受益對象的明確性與貼近性。

三、決策的模式與主責單位

表 5.7 系統台從事公益行為之決策模式

相關因素		系統台名稱			
		佳聯	北港	大揚	世新
活動規模	大型	1	1	1	1
	中型	2	1	1	1
	小型	3	2	2	2
歷時長短	長期	1	1	1	1
	短期	2	3	2	1
活動顯著性	強	1	1	1	1
	弱	2	2	2	2
參與人員	多	1	1	1	1
	少	3	2	2	2
過去經驗	有	1	2	2	1
	沒有	1	1	1	1

註：1.執行單位及高階主管；2.單獨決策；3.分散決策

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 4 彙整

1. 執行單位與高階主管

由於受訪系統台都沒有設公關部門或基金會，也沒有專職人員來負責企業的公益活動。所以在公益活動的規模屬於大、中型，時間歷時較長，活動顯著性強及參與人員多的情形下，幾乎都是由執行單位及高階主管來決定，如果是過去沒辦過的活動也是如此。且多數由執行單位提報，再由高階主管做最後的決策。

2. 單獨與分散決策

活動規模屬於小型、短期性及參與人員較少、且活動性弱的，則由各負責部門主管單獨決策，定案後報備高階主管即可。若需多部門配合，由各

部門分散決策，而後由執行單位執行。

3.主責單位

因為受訪系統台，都沒有設專責單位以負責執行公益活動，故從事公益時主要的負責單位，端視活動內容性質而定，多數由節目部及業務部承辦，工程部門給予協辦。

5.2 從事公益行為的方式、途徑與限制

5.2.1 公益行為的方式

企業從事公益行為所採取的方式、服務內容及途徑，將會影響受益對象的受益程度、範圍及規模。所以深入了解系統台從事公益行為的方式與途徑，並加以整理分析，更顯重要。表 5.8 為受訪系統台從事公益行為的方式與途徑之彙整。

表 5.8 系統台從事公益行為的方式與途徑

方式與途徑		系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
方式	金錢贊助	企業財力贊助	√	√		√
		舉辦募款活動				
	實物贈與	企業產品	√	√	√	√
		非企業產品	√			
	企業志工				√	
	服務技術的提供				√	
途徑	自行承辦		√	√	√	√
	透過非營利組織				√	
	與其它企業合作			√	√	

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 7 彙整

一、金錢贊助

受訪的系統台都不以舉辦募款活動的方式，而採取直接金錢的贊助。為了回饋地方、協助需要幫助的學童，佳聯台自民國 91 年起，世新台自民國 86 年起，設立「清寒獎助學金」提供營業區內清寒家庭成績優良的國、高中同學，鼓勵學童在艱困的環境中仍然要力爭上游。而北港台已編列預算，92 學年度起也要開始實施。

由於近年來經濟景氣低迷，失業率年年增，尤以鄉鎮農村為甚，佳聯台有鑑於此，自民國 92 年每年編列新台幣 16 萬元補助營業區內貧困國小學童營養午餐費。

世新有線則對社區活動中心、老人會館及家中領有殘障手冊的收視戶，採取收視費七折的實質現金回饋。

二、實物贈與

受訪系統台從事公益行為的方式以實物贈與為主，其中大多以企業產品為贈與內容，有線電視的企業產品，就是頻道節目的供應，經由纜線來傳輸訊號，輸出影像、聲音供末端收視戶收看，並透過光纖網路提供雙向互動的資訊交流。故有線電視系統台在從事公益活動時，透過頻道製作節目供社區民眾參與、收看成為最主要的方式。所以本節將用較大的篇幅，介紹受訪公司實際提供製作的節目內容及目的。

1. 佳聯有線電視公司

佳聯有線電視在服務地區節目有如下四大項：

(1) 製作介紹地方人文發展節目

有線電視是社區生活圈中重要的大眾傳播設施，肩負社會教育及地方文化宣導之社會責任。佳聯有線電視籌劃製作介紹屬於雲林地方人文發展

的節目，以提升社區民眾生活品質以及人文素養。其內容包括：鄉土文化、地方特色、人文發展及人物報導等具有正面性教育之節目，其節目名稱為「用心看雲林」。

每單元的節目長度為 30 分鐘，其內容大綱為透過媒體報導，讓民眾知道社會上總有一群為文化、為社會公益默默貢獻付出的人。藉由節目深入訪談，介紹他們的奉獻事蹟、想法與理念，讓每位觀眾知道，也藉以拋磚引玉，希望群起仿效，一起為地方發展盡心力。

(2) 製作關懷地方弱勢族群節目

有線電視屬於地區性之大眾傳播媒體，除提供網路視訊服務民眾與營利外，更負有宣導傳播之社會責任，尤其結合地區力量，與民眾建立良好互動關係，更是企業永續經營之基礎。有鑑於此，為配合雲林縣政府積極推動地方發展，執行社會福利政策，佳聯有線電視籌畫製播「關愛故鄉」節目，以介紹雲林縣內各社會福利團體之發展與活動狀況為主要方向，讓民眾深入了解與關懷地方上的弱勢族群。其節目之目的如下四點：

- (a) 以影像記錄雲林縣內社會福利團體的活動情形，讓本地及外地人更瞭解雲林縣內目前對相關弱勢族群所提供的各項服務內容，相當具有宣傳及保存效益。
- (b) 發揮地方媒體功能，提供與民眾有關之生活福利措施訊息，使民眾對目前社會福利政策有更深切的了解。
- (c) 以地方上所發生的人、事、物為訴求，喚起民眾對所屬環境的關懷與認同。
- (d) 善盡地方媒體責任，以影像方式忠實記錄地方人事物。

每單元的節目長度為 25 分鐘，播出頻道及方式同於地方人文發展節目，都是在公益頻道第 54 頻道播出。而製播的社會福利團體名稱、服務

項目如表 5.9。

表 5.9 佳聯有線電視製播之社會福利團體

團體名稱	服務項目
雲林縣老人長期照顧協會	老人居家服務
雲林縣聽語障福利協進會	聾啞福利服務
雲林縣復建青年協進會	肢體殘障青年福利服務
雲林縣啟智協會	智障者福利服務
雲林縣聲暉協進會	聽障者福利服務
雲林縣脊髓損傷者協會	脊髓損傷者服務
雲林縣殘障福利協會	殘障青年福利服務
雲林縣康復之友協會	精神病患福利服務

資料來源：本研究整理

(3) 製作地方新聞報導節目

目前國內無線電視台的新聞取向，仍偏向集中於都會區。一般民眾對地方新聞深切的需求，無法從中得到滿足。有線電視以其本身地方傳播媒體的特性，正可以適切地滿足民眾對地方新聞的需求。

佳聯體認有線電視並非只是電視娛樂的另一種型式，他更是未來溝通及資訊網路的重要管道。所以，「雲林新聞網」的成立，正是佳聯有線電視積極深入地方之理念的起步。且其深信，善加利用有線電視系統，製作符合雲林縣地方需求與利益的新聞節目，使民眾能藉由新聞性節目積極涉入參與地方事務，增進民眾對雲林地方的了解與福利，凝聚地方共識。每天的節目長度為 30 分鐘，在第 12 頻道佳聯地方台播出。

(4) 製作地方時事論壇節目

佳聯為了讓民眾了解地方各項建設，並喚起民眾對公共事務的關心及參與，進而促進地方之繁榮，而製播屬於地方事務論壇節目，節目中邀請民意代表、地方政府首長及村里長等地方人士，暢談地方事務發展與政策

推行。每單元的節目長度為 30 分鐘，在第 12 頻道佳聯地方台播出。

2.北港有線電視公司

北港有線電視的地方新聞節目是與佳聯有線電視連線的方式，而在自製公益節目部分，目前有以下四個節目：

(1) 健康有約

製作此節目的最主要目的，就是讓民眾能夠透過北港媽祖醫院主治醫師的介紹，瞭解各種疾病的病徵及預防之道。節目每集均設定不同的內容主題，由媽祖醫院專科醫師根據主題來闡述各種不同的疾病。每集節目長度為 120 分鐘，每週一次於第 11 頻道北港地方一台播出。

(2) 法律漫談

為使社區民眾適度地認識法律，北港有線電視請合格執業律師開闢此節目。節目長度 120 分鐘，每週播出一次，節目分兩段進行：前半段由律師講述法律常識，後半段開放民眾 CALL IN，針對民眾所提出的一些問題，將艱澀的法律知識，以淺顯的話語，融入生動的例證，讓民眾了解因應之道。

(3) 心靈法雨

由圓本法師其平易近人的形象及親切的口語，將艱深的佛學及處世觀念，轉化為平易近人的道理，以教化人心。節目長度 120 分鐘，每週一次在第 11 頻道北港一台播出。

(4) 雲林風情話

節目中透過主持人的介紹，觀眾可以很清楚地欣賞到雲林之美，由於雲林縣是一個民風純樸的縣份，許多地方仍保有非常多傳統生活及工作方式，這些都是相當寶貴的地方資源。節目長度 60 分鐘，每週三次（含重播

2 次) 在第 11 頻道北港一台播出。

3.大揚有線電視公司

地方新聞節目與世新有線電視連線,於第 12 頻道每晚九點至九點半的黃金時段,詳實報導其它頻道不易觸及的社區新聞,藉以滿足民眾對地方事求知、求新的需求及權利。

為服務地方社區,大揚有線電視製播了「生命學苑 - 生活加油站」,來關懷地方上弱勢的族群。這是一個談話性的節目,節目是由嘉義縣生命線的成員與義工共同來關懷社會問題。每集一小時,每週日十點,於 12 頻道首播,下午三點及七點重播。

4.世新有線電視公司

有線電視是社區文化生活圈重要的溝通媒體,對於提升民眾生活品質,肩負重要責任。世新公司為盡企業社會責任,對地方做最好的回饋,積極製作優良節目,提供民眾有關鄉土文化、地方特色、人文知識及生活資訊等各類節目,讓社區民眾藉由有線電視直接獲取教育文化、休閒娛樂等正面性的知識。在此將其服務地方社區節目分為四種類型如下:

(1) 地方人文發展節目

世新有線身為地方媒體,體認到有責任關懷地方人、事、物之動態,並用心製作出一系列對社區改造、人文發展之教育文化節目,以喚起民眾對生活週遭環境、人事物的關注。其製作的節目名稱、內容與節目長度,簡述整理如表 5.10。

表 5.10 世新有線電視地方人文節目大綱

節目名稱	內容大綱	節目長度 (分鐘)
嘉義大廟口	記錄社區營造的特色及發揚愛鄉愛家的精神。	55
諸羅山之戀	為社區人文關懷系列，特別是弱勢族群的關懷及喚起社會的愛心。	25
九年一貫課程	配合推動教改，製作生動活潑、傳承多元鄉土文化之課程。	10
校園報導	呈現校園青年學子的多元技能學習及特殊校園風情記錄。	25
公益專案活動	提倡戶外健身運動，如：登山、慢跑、健行、高球賽等，推動強身健康的體育文化。	120-300

資料來源：本研究整理

其中大嘉義廟口曾獲得新聞局評選為優良社教節目的「社會建設獎」，而其社區營造系列，也獲得「金視獎」的社教文化節目及節目企劃入圍。

(2) 關懷地方弱勢族群

在針對弱勢族群所製作的節目，大致可分為如表 5.11 所列三項。

表 5.11 世新有線電視關懷弱勢族群節目大綱

節目名稱	內容大綱	節目長度 (分鐘)
諸羅山之戀	關懷系列 - 若竹兒點燈。	30
愛心活動系列	與東森電視台合辦愛心嘉年華。	180
關懷弱勢愛心報導	脊髓損傷協會 - 躍動人生舞台，向輪椅說 BYE - BYE。	60

資料來源：本研究整理

(3) 地方新聞報導

自民國 85 年起製播「世新地方新聞」，完整的提供給民眾想知道的地方資訊，於每日固定時段播出，內容報導有關地方人、地方事及相關政治、文教、警政、產業、環保、醫療等之發展，以滿足民眾之需求。

「世新新聞」除了於第 12 頻道每日固定時段播出外，接續重播十餘次，以提供無法準時收看之民眾，滿足其關懷地方鄉土時事之需求。

(4) 地方時事論壇

世新有線為配合地方政府機關政令的宣導及民眾關心時政的需要，開闢「市民廣場」現場 CALL IN 節目，製作內容包羅萬象，主要是針對地方政府政策的推行及民眾關切的生活問題，提供一條讓民眾與市政最直接的溝通管道，也是民眾與主管單位溝通最直接的一個節目。節目長度為 120 分鐘，每週製播一集，於第 12 頻道播出。

三、企業志工與服務技術的提供

雖然受訪企業均表示已有員工自願參與公益活動，但因沒有類似社團加以整合，而活動多是短暫非常態性，且大都在上班時段進行，所以企業志工並未發揮明顯的貢獻。

企業志工無法充分給予輔導與配合，同樣的，服務技術的提供如人力服務、管理技術諮詢及資訊工程等，相對無法善加利用。

5.2.2 公益行為的途徑

一、自行承辦

受訪系統台全數認為由企業自行承辦為可行途徑，有線電視系統台

本身就是一傳播媒體，對於宣導、報導、表演活動、晚會等的製作企劃，都有相當的經驗，而且在人力、物力上要自行承辦活動，並不困難。除了可以充分掌控公益行為的主題內容及方向、累積公益經驗、增加員工向心力及參與感、提升社區民眾對企業的好感外，對於「有線廣播電視法」所規定「有線廣播電視系統經營者營運計劃評鑑制度」(如附錄三)的評鑑評分表「客服」項目中對系統台是否回饋地方、舉辦慈善活動、主辦及協辦地方公益活動等，都明訂評分標準，所以系統台自行承辦公益活動對於每三年評鑑一次的評鑑結果也會有加分效果。

二、 與其它企業合作或透過非營利組織

為了資源的交流支援與最大化的需求下，系統台在選擇與其它企業合作的對象上，仍是與非同一營業區的同業為主。

透過非營利組織舉辦的部分，只有大揚有線用此方式，可能與其自行製播的經驗與能力有關。而其他系統台，大多具有活動及節目製作獨自企劃執行之經驗與實例。

5.2.3 公益行為的限制

在企業從事公益行為的相關限制方面，將其分為法令上、人力資源方面及財務上三方向來分析。

一、 相關法令的限制

在相關法令限制上，主管單位的法規及企業內部規章這兩部分，如表 5.12 所顯示，所有受訪企業，都認為不受影響。這與受訪系統台都沒有成立企業所屬的基金會，不會接觸到有關條文之法令規章，可能有關。但在政府的激勵措施及行政措施方面，半數認為有些關聯。

表 5.12 系統台從事公益行為的相關法令限制

因素 \ 系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
主管單位之法規				
政府激勵措施	√	√		
企業內部規章				
政府行政措施		√		

註：未填答者表示無

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 8 彙整

二、人力資源的限制

有線電視系統台在從事公益行為的方式上，除了金錢贊助外，大都以企業產品 - 頻道節目供應的方式，且執行時間大多在上班時間內。所以，企業員工多數將其當是工作的職責，較少有員工志願參與不足及激勵措施不足的問題。倒是因為沒有成立公關部門及基金會等從事公益的專責單位，故偶而會有負責活動的執行人員有限的情況，如表 5.13 所示。

表 5.13 系統台從事公益行為的相關人力資源限制

因素 \ 系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
負責活動的人力有限		√	√	
員工志願參與不足				
員工激勵措施不足	√			

註：未填答者表示無

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 9 彙整

三、財務的限制

如訪談結果之表 5.14 顯示，受訪的企業都表示並不會因為受益單位的不同，而有不同的相對限制，也多認為稅賦法規與贊助單位間互相比較的因素，並不會影響財務贊助的限制。但北港及大揚兩家公司，認為企業的獲利情形對於公益行為多少還是有些許的限制，而佳聯及世新則不認為獲利的多寡會影響其從事公益行為。

表 5.14 系統台從事公益行為的相關財務限制

因素 \ 系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
稅負法規	√			
盈餘獲利		√	√	
比較其它贊助單位而定				√
比較受益單位而定				

註：未填答者表示無

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 10 彙整

5.3 從事公益行為的規模與影響

在分析公益行為的規模上，將略分為實質金額編列與舉辦公益活動參與程度兩方面；而從事公益行為的影響面而言，又區分為對企業本身及受益對象的影響。

5.3.1 公益行為的規模

受訪的系統台，在實質金錢部分，無論是以固定金額或以盈餘比例的

方式都無編列。但都持續不定期的參與或舉辦各類的公益活動，如表 5.15 所列及以下的詳細說明。

一、無固定金額

在系統台從事公益行為的規模上，對於金額方面，受訪者都表示無一定的規模。但各部門都會編列相關項目預算，以配合公益頻道、社區服務節目及金錢贊助等相關的公益活動開支。

表 5.15 系統台從事公益行為的規模

系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
規模				
佔盈餘的百分比	x	x	x	x
固定金額	x	x	x	x
常態性的公益活動	x	√	x	√
不定期參與公益活動	√	√	√	√
不定期舉辦公益活動	√	√	√	√

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 大綱三彙整

二、不定期的舉辦、參與公益活動

受訪的系統台，都強調本著「取之社會，用之於社會」的理念，善盡社區媒體的社會責任，積極舉辦或參與地方慈善單位、弱勢團體所舉辦的各項活動，對於社會公益活動及社區工作的參與，向來是不遺餘力。

1. 不定期舉辦公益活動

系統業者所舉辦的公益活動，若不論規模大小、時間長短或參與人數多寡等皆予以細述，則略顯繁雜，因此僅列舉各系統台幾個代表性案例來介紹。

(1) 佳聯小小主播親子研習營

佳聯有線電視在 2001 年舉辦第一次的小小主播親子研習營，反應熱烈，原來預計招收 100 名額，最後不得不增加名額至 130 位，以回應社區民眾的熱情參與。所以 2003 年將再舉辦，其目的、方式及預期效益如下：

(a) 活動目的：為回饋地方，提供益智性的親子活動，於週休二日之際，提供佳聯有線的錄影製作設備及會議場地，供雲林地區國民小學一至六年級的小朋友，實際參與新聞的製作及播報，使一般民眾了解並認識有線電視，提供學校多元教育方式及地方相關活動訊息，促進文化與教育事務發展。

(b) 活動方式：

i) 小小主播親子研習營：由家長陪著小朋友一起參與一系列的研習課程。

ii) 小小主播新聞頻道：凡是參加活動的小朋友，由公司負責培訓，坐上主播台播報新聞，並於 54 頻道播出。其播報內容以社區文化活動及活動訊息為主。

iii) 最佳小主播票選活動：除了在 54 頻道中持續播出小主播播報片段外，並於月刊中刊登每位小朋友的宣傳照及個人基本資料，以供觀眾查詢決定心目中最佳小主播人選。

(c) 預期效益：

i) 培養小朋友對新聞內容之正確判斷及表達能力。

ii) 提供正當課外研習活動，促進親子互動。

iii) 認識有線電視，促進地方媒體與社區互動。

iv) 帶動地方民眾關心地方活動訊息，推動地方文化相關事務發展。

(2) 佳聯美少女票選活動

為提供雲林縣美少女們展現才藝、表現自我的機會。2003 年佳聯有線首次舉辦此活動。參加的美少女們將有機會參與錄製佳聯電視節目、平面廣告，擔任節目主持人及廣告模特兒。也藉由開放觀眾票選，促進與收視戶之互動及社區參與感。

(3) 世新有線電視公司，也舉辦過小小記者電視研習營，其主要是偏重交通安全的宣導。另外還有世新盃慢跑活動、世新盃高爾夫球比賽、登山活動、社區廟口踢踢樂、趣味球賽、中秋節聯歡晚會、園遊會等活動。

(4) 北港有線電視公司的「傳動每個人 - 大家鬥陣來捐血」。

(5) 大揚有線電視公司的「社區 KTV 歡樂會」。

2.不定期參與公益活動

這個部分可說是受訪的有線電視系統台，積極不斷進行的公益行為。在此也列舉幾個代表性的例子。

(1) 佳聯有線在 2003 年將協助配合雲林縣政府推廣觀光事業，如「螺陽文化節」，協助縣政府舉辦各項觀光推廣活動；並配合農業局促銷推廣活動，家扶中心的相關活動及訊息宣傳，都積極給予協助。除此之外，本研究將佳聯曾參與公益活動的幾個案例資料整理成表 5.16。

表 5.16 佳聯有線參與公益活動一覽表

時間 (年)	地點	活動名稱	活動內容
2000	虎尾	「關懷、希望、雲林情」 愛心園遊會	愛心園遊會、義診、 歌舞表演、義賣活動
2001	虎尾	「迎春送暖」聖誕聯歡晚會	地方團體義演、資源 回收活動、分送聖誕 禮物、佳聯獎學金頒 發
2002	虎尾、斗南 斗六、西螺	佳聯社區聯合義診	社區義診、健康講 座、疾病預防宣導
2002	斗南	校園博覽會	校園博覽會、反毒宣 導演唱會
2002	虎尾	老歌演唱會	懷舊老歌演唱會
2002	土庫	「歡喜看大戲」歌仔戲公演	台灣歌仔戲公演 、佳聯獎學金頒發

資料來源：本研究整理

(2) 關於北港有線近兩年來參與的公益活動，舉例整理列表如表 5.17。

表 5.17 北港有線參與活動一覽表

時間 (年)	地點	活動名稱	活動內容
2001	北港	用創意突破經濟不 景氣	黃健豪博士演講
2002	北港	管風情	國立台灣師範大學管樂隊2002年寒 假巡迴演出
2002	北港	我愛河川淨堤所 租稅宣導活動	我愛河川淨堤所、親子彩繪風箏比 賽、童玩趣味遊戲、兌換紀念品
2002	北港	做大戲、謝平安	台灣歌仔戲公演
2003	北港	樂光森林	國立台灣師範大學管樂隊2003年寒 假巡迴演出

資料來源：本研究整理

(3)大揚有線因其營業區屬於沿海的農漁鄉鎮，除了配合地方政府的活動參與及政令宣導外，對於社區活動、廟會、祭祀等活動，也都積極參與配合錄影、轉播等。

(4)凡是對社區民眾具有正面意義的活動，或是對社會有幫助的義行，世新有線電視表示都會積極的參與。在此將世新有線近幾年參與的公益活動，其參與人數超過萬人以上的項目，整理如表 5.18。

表 5.18 世新有線參與公益活動一覽表

時間 (年)	地點	活動名稱	活動內容
1999	朴子、 太保	山海連線-祈福迎千禧	晚會
2000	朴子	迎向彩虹-預約一個美好的 明天	為興建老人重殘中心募款
2000	嘉義市	萬心揚愛園遊會	大型園遊會、表演活動
2001	嘉義市	防治肺結核，全家總動員	肺結核防治小天使徵選、 防治宣導、義診
2001	民雄	打貓大士爺-民雄祈普贊	普渡晚會、祈福晚會
2002	竹崎	竹崎、中秋、歡樂圓	結合鄉土文化、觀光、促 銷產業系列活動
2002	民雄	慈悲大士爺-祈福大寶島	消障祈福迎神活動、民雄 風華祈福晚會、攝影比 賽、文物展
2002	梅山	旭昇諸羅梅山	文化藝術、觀光、農產品 促銷系列活動

資料來源：本研究整理

三、常態性的公益活動

政令宣導及地方社區與社團活動的宣導是受訪系統台常態性的公益行為，例如佳聯、世新有線每年二期的清寒獎助學金、世新每年配合縣市政府協辦跨年晚會活動、北港有線的贊助捐血活動與宣傳及北港讀書會等公益活動。

5.3.2 公益行為的影響

一、對系統台的影響

表 5.19 公益行為對系統台的影響

系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
策略性公益行為的建構		√		√
反應獲利				
有利企業形象	√	√	√	√
凝聚員工向心力	√		√	√

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 11 彙整

1. 有利企業形象及凝聚員工向心力

受訪系統台均認為企業從事公益有利企業形象，如先前所探討的，且大多相信其對凝聚員工向心力的助益，因為員工不但藉由公司的公益行為更了解公司，也會以身為公司的一份子感到榮耀，對自我產生正面的價值感，相對的也會降低了員工的流動率。

2.不重視策略性公益行為的建構

由於有線電視系統台，大都是近兩年來才在人事、營運等較穩定也較具規模，所以目前只存著先善盡媒體社會責任及回饋地方的想法，未來再逐步的建構策略性公益行為的雛型。

二、對受益對象的影響

表 5.20 系統台公益行為對受益對象的影響

系統台名稱 影響	佳聯	北港	大揚	世新
組織健全發展				√
知名度的提升	√	√	√	√
改善生活品質	√	√	√	√
提升社區意識	√	√	√	√

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 12 彙整

由表 5.2 得知系統台對受益對象的支持與贊助，最主要的是能改善受益對象的生活品質及提升社區意識。也因為從事公益的企業是傳播媒體，對於受益對象也能提升其知名度及曝光率，如此，不但能使社會大眾更快認識該團體、該社區，帶動優質風氣、溫暖社會；並能增加社區民眾的社區意識與社區參與等的正面意義。

5.4 系統台與非營利組織的合作

彙整受訪系統台與非營利組織的合作方式與途徑（如表 5.21）及其合作的結果（如表 5.22）後顯示，經由人力、物力的長期合作將有利於彼此合作模式的建立。

5.4.1 合作的方式與途徑

表 5.21 系統台與非營利組織的合作方式與途徑

方式與途徑		系統台名稱	佳聯	北港	大揚	世新
方式	贊助支持	財力	√			
		物力	√		√	√
		人力	√	√	√	
	資源交流		√		√	
途徑	直接由企業基金會負責					
	公關部門負責					

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 13 彙整

一、合作方式

系統台與非營利組織的合作方式主要還是以人力及物力的贊助支持為最常使用的方式。

一般而言，非營利組織對於從事公益活動往往具有相當的經驗與專長，也是系統台得以學習之處。所以，資源的交流也是系統台和非營利組織合作的另一種方式。

二、合作途徑

由於受訪系統台都沒有成立基金會及公關部門，所以都由高階主管及執行部門來接洽及承辦，至於是否會主動尋找合作或贊助的對象，半數是屬於被動的角色。對於主動接觸的非營利組織，也會進一步的評估其服務內容、組織屬性，對於營業區內的團體則優先考量。

5.4.2 合作的結果

表 5.22 系統台與非營利組織合作的結果

系統台名稱 結果	佳聯	北港	大揚	世新
長期夥伴關係的建立	√	√	√	
自行成立基金會				
合作模式的建構	√	√	√	√
員工成為 NPO 之志工				

資料來源：本研究訪談問卷 < B > 表 14 彙整

一、合作模式的建構

受訪系統台一致認為經由與非營利組織合作的結果，能更進一步形成與其往後合作模式的建立。也能使系統台較清楚參與公益的內容與形式，以取得資源交流，達到公益行為的實質成果。但對於好的非營利組織，雖然已接受其它企業支持，受訪系統台都表示仍會給予支持。

二、長期夥伴關係的建立

良好的合作模式會影響雙方長期夥伴關係的建立，這是受訪系統台大多數的看法，如果系統台能利用本身企業產品對於非營利組織的支持與贊助，增加社會民眾對其服務內容的認識及組織的曝光率，而企業本身也得到民眾公益形象的建立。使得雙方能以長期的眼光來建立合作模式，將是企業與非營利組織雙贏的局面。

而由於有線電視系統台的產業特殊性，在從事公益行為上，較不會與其它企業做比較與區隔。但對於新的方案，大多會定期的做評估，以建立長期合作為目標。

5.5 公益頻道運作現況

民國 82 年 8 月公布的「有線電視法」第二十三條第二款，明文規定有線電視業者，「必須免費提供十分之一以上的頻道，作為公益性、藝文性、社教性等節目使用。」其精神在規範業者釋出頻道以促進社區利益，落實社區民眾的媒體接近使用權。而在實際運作後，面臨了製作節目的設備、人才及題材不足、地方政府與民間團體配合度不足且公益頻道的定義與特性認知模糊等問題，況且有線電視所播放的頻道數平均在 70 個以上，若依法則要有 7 個以上的公益頻道，其與實際情形落差太大，要按法執行也確實不易。所以，此條法規在民國 88 年 2 月 3 日所公布的新修訂「有線廣播電視法」中，將「免費提供十分之一以上的頻道」中的「十分之一」刪掉，改為「免費提供一個以上」。

台南縣南天有線台認為十分之一的公益頻道太過龐大，他們目前只做一個自製節目頻道就快應付不過來，節目量都嫌不足，如果說真要開到十分之一的頻道量，則節目來源真不知要從何而來；從另一方面來說，南天有線認為，當然可以開關十分之一的頻道擺著，沒有節目就空著頻道，但是這樣的作法祇是浪費頻道空間而已，以目前有線電視電纜的頻寬而言，從頻道商而來的節目源都已經無法全部播出，因此空著大量的公益頻道，對於收視戶的權益也有影響，更可能受到訂戶的抗議。（鄭凱方，民 87）

雖然有線電視法自民國 82 年公布至今有 10 年時間，距離第一家取得有線電視系統營運執照，也有 6 年光景。但系統業者對於公益頻道的認定仍模糊，且新聞局的定義也從寬解釋，因此在運作上就顯得無所適從。儘管如此，在受訪的系統業者，大多把經營的宗旨定位成地方性媒體，為社

區生命共同體的一員，所以在社區活動的報導、社區議題的關懷、社區問題的探討等，都能積極的參與及提供服務。為獲得地方資源，以利社區媒體的運作，更注重與社區居民的互動。加強地方人脈和關係，並策劃各項社區服務。

基於上述前提下，受訪的有線電視系統業者，大多依照過去的經驗，同業之間的模仿與學習，憑著理念以摸索如何規劃及運作公益頻道。且將公益節目併入自製頻道之中，及在自製頻道中包含公益頻道的運作，其內容分為系統本身自製的部分及開放給社區免費使用頻道時段；或是與地區性事務有關聯的節目。而所謂「社區免費使用的部分」包含了各級政府的政令宣導、公益宣導帶，及非營利組織、社區民眾、團體與廟宇等提供的節目。

在公益頻道運作現況，依受訪系統台中，可明顯的分出兩種模式：1. 積極參與型：如佳聯、世新二家。其除了接受社區提供的節目及轉播當地活動外，本身擁有節目製播設備，成立節目企劃製作部門，自製地區性的新聞節目及各種公益、社教、藝文性節目。2. 提供服務型：如北港、大揚二家。配合營業區內的地區活動或節慶，由系統台本身支援拍攝，或由社區居民、團體提供節目帶，於頻道上播出。

5.5.1 自製公益頻道部分

以下將就受訪系統台的自製頻道與公益頻道經營現況，依研究訪談資料，整理分析如下幾點：

一、經營原因

無論是「有線電視法」或新修訂的「有線廣播電視法」，都對公益頻道的概念和做法採從寬認定，造成業者一知半解，以致對公益頻道與公益節目的認定各有他們一套的說法，並依照自己的定義來進行運作。以下就訪談系統台經營公益頻道重視程度的順序排列如下：

1. 促進社會公益；發揚社區文化、關懷社區事務。
2. 發揮媒體雙向溝通特性。
3. 照顧弱勢族群。
4. 符合法律規定。

其它如北港電視表示，其重視對於提升民眾在醫學衛生及生活法律方面的議題，倒是沒有因為要提升業績以增加商業利益而為。

二、經營頻道部門、設備、經費來源及頻道數

對於公益（含自製）頻道的經營相關內容整理如表 5.23 所示。

表 5.23 公益（含自製）頻道經營相關內容

系統台名稱 內容	佳聯	北港	大揚	世新
部門別	節目部	節目部	節目部	節目部
員額（人）	8	1	2	18
相關設備	有	租用	有	有
頻道數	3	3	2	4
每年編列預算 （大約值：新台幣）	600 萬	500 萬	0	1400 萬
經費來源	公司支付	公司支付	公司支付	公司支付

資料來源：本研究整理

三、節目內容與來源

在節目內容及來源方面，積極參與型的兩家受訪系統台，除了接受社區團體提供的錄影帶及地方活動轉播外，業者自己還會企劃製作屬於該地區或系統本身持有的節目，同時會更積極參與社區事務。這兩家業者都有共同幾點特性：有人口較密集的經營區、經營範圍大、收視戶較多。也都有自行製作幾個較受歡迎的節目，如新聞報導、專題報導、教育文化及社區資訊等。

而提供服務型的系統台，主要配合當地節慶、習俗及地方機構團體活動，錄製或接受錄影帶，不定期在公益頻道上播出。新聞報導與其它系統合作，偶而會自行製作專題報導節目。而對於幾個較受歡迎的自製節目，如宗教命理、綜藝娛樂則是外製或其它社區團體提供。

對於頻道節目的廣告行銷方面，都採取在電視上以跑馬燈及打出節目表字卡或字幕的方式。而有編印有線電視月刊的佳聯、北港兩家，都會將節目表印在月刊上。而佳聯、世新兩家會在其網站上公布最新消息及頻道節目表。

四、困難與建議

無論是已投入相當的金錢與人力的參與型系統業者，或服務型業者，其所面臨的困難及所提出的建議，大致上是相同的，其內容如下：

1.困難點：

- (a) 人才問題 - 專業製作及攝影人員缺少，且因處地區偏遠，人才難尋。
- (b) 經費問題 - 所需投入的人力、物力龐大，單靠業者本身支付，有些吃力，且無力製作大型而優質節目。

- (c) 取材不易 - 節目量消化大，題材不易找是共通的問題。
- (d) 地方資源缺乏 - 有些營業區所在處缺少學校及社團的支援。

2.建議事項

- (a) 政府每年向系統業者徵收的公益特種基金，應全數或部分補助業者製播公益頻道。
- (b) 各系統應摒棄門戶之見，共同合作製播自製頻道節目。
- (c) 相關政府單位，應多重視較偏遠地區的系統台及社區民眾，並提供相關資訊與資源，以協助提昇服務品質及社區民眾的福利。
- (d) 應明確規定公益頻道的內容、範圍及認定細節。

5.5.2 社區服務部分

有線電視是社區媒體，而公益頻道是屬於社區性的性質，其著重於地方的人、事、物，同時應開放給社區的居民及團體免費使用，然因有線電視的本質是商業化的企業組織，且在我國尚屬初步發展階段，公益頻道開放給社區使用的層次有限。但受訪的系統台大多為了與地方建立良好關係，塑造本身的公益形象，便於架設纜線網路及收費紛爭的協調，爭取更多收視戶的支持，都會讓社區民眾以各種不同層次的方式參與公益頻道節目的製作。其內容如表 5.24。

表 5.24 公益頻道開放社區居民參與方式

系統台名稱 內容	佳聯	北港	大揚	世新
使用製播設備	免費(限公益)		免費(限公益)	酌收維護費
提供節目構想				
Call in	√			√
提供錄影帶	√	√	√	√
自行製播			√	√

資料來源：本研究整理

在系統台的自製頻道及公益頻道能為社區居民提供哪些本地的生活資訊方面，在受訪業者大都認為有以下幾點：

1. 提供地方政府及民意機關新聞。
2. 提供社區內各社團組織活動內容。
3. 報導地方公共建設及鄰里新聞。
4. 社區環境問題的改善。
5. 社區資源交流、商品消費資訊。
6. 地方文史及風俗習慣的了解。

第六章 結論與建議

本研究主要在探討有線電視系統台之公益行為，並以雲林縣、嘉義縣市地區為研究範圍。主要在瞭解有線電視系統台從事公益行為及公益頻道經營現況與相關因素，並根據相關研究與文獻進行歸納與整理。

本章分為兩個部分，第一節為結論，旨在依據研究分析結果以說明本研究的主要發現。第二節為建議，主要在闡述對有線電視系統業者及政府相關部門，以及後續研究者所提出的部分個人淺見。

6.1 結論

本研究深入探究有線電視系統台在從事公益行為的動機、影響因素、決策過程、方式與途徑、規模及影響，以及公益頻道的運作現況。針對本研究所提出的研究問題及目的，根據文獻及與受訪系統台進行深入訪談後所得結果，論述如下：

一、從事公益行為的動機

1.以企業內部環境為考量，傾向於「長期性商業策略」及「長期自利」。

而為企業的永續經營為考量，又以企業形象及公共關係的建立、取得社區的認同、促進整體商業環境之發展、提高生活品質及增進員工的認同為主要影響因素。

2.以企業外部環境為考量，傾向於善盡社會責任、回饋地方、落實社區意識與改善社區環境。在評估是否從事公益行為分為內外部兩方面：

(1) 內部環境影響因素上，企業居於本位立場，會以經營者的理念、態度及企業形象為重；而在以企業的基本政策，則會以公益行為的價值、資源及政策為主要考量因素。

(2) 外部環境因素，著重於企業所在地相關之社區所關注之公共議題，

其次才是合作對象的評估。

二、決策與評估因素

1.在決策模式中，其活動規模屬於大型、中型，歷時較長，活動性顯著及參與人員多的情況下，幾乎都由執行單位與高階主管共同決定。

三、方式與規模

1.有線電視系統台從事公益的方式，用金錢贊助的情況較少，以實物贈與的情況居多，其中又以企業產品為主，亦即頻道節目的供應，且大多是自行承辦，少與其它企業或非營利事業組織合作。

2.規模上分成兩方面：

(1) 在金錢方面，目前系統台大多沒有固定金額的預算或編列。

(2) 參與及舉辦活動方面，會受到企業營業狀況、高階主管的支持度、企業編制員額及客戶數多寡有關。基本上，企業獲利較高、高階主管的支持度高、企業人數多、客戶數多及規模愈大者，愈傾向於多主辦或參與公益活動。

四、影響及問題

1.對系統台本身最大影響是，有利於企業形象的建立及凝聚員工向心力。

2.對於受益對象而言，則可獲得生活品質的改善、提升社區意識及知名度的提高等好處。

3.有線電視系統台與非營利組織的合作方式，主要是以人力、物力及資源的交流，而經由合作模式的建構，均能建立起長期夥伴的關係。

4.影響系統台從事公益行為之問題如下：

- (1) 政府激勵措施不足。
- (2) 業者沒有成立專責單位。
- (3) 盈餘獲利及高階主管的態度。

五、公益頻道的意義及內涵

整體而言，因為有線廣播電視法中對公益頻道的概念和做法採從寬認定，在受訪的有線電視業者幾乎都無法對公益頻道的概念有明確的了解，規劃時也沒有明確可循的依據。而大多以經營者本身的理念來主導公益頻道的運作，且將自製頻道與公益頻道合併經營，其方式是在自製頻道中也播放公益性質的節目，其中包括自行製作或外包製作，或政府組織、社區團體、社團或廟宇等提供的錄影帶播出。

為突顯系統台自己的特性，與其他系統或全國性媒體作區隔，並塑造企業公益形象。系統業者在運作公益頻道的理念上，都是本著社區媒體的立場，注重與地方政府、相關組織及地方民眾的互動關係。

六、公益頻道經營類型

將受訪系統台在公益頻道的運作現況，作整理分析後，區分出兩種經營型態：

- 1.積極參與型 - 其除了接受社區提供的節目及轉播當地活動外，本身擁有節目企劃製作能力與經驗，製播設備齊全。均自製地方性的新聞節目及各種公益、社教、藝文性節目。
- 2.提供服務型 - 配合營業區內的地區活動或節慶，由系統台支援拍攝，或由相關地方政府機關、社區居民或團體提供節目帶於頻道上播出。

本研究發現，在受訪的有線電視系統台經營公益頻道的兩種型態上，

在其資本額、員工數及客戶數三個因素的數字上，積極參與型的系統台都明顯的高於提供服務型，如表 6.1。也對應了前段公益行為的分析上，從事公益行為的規模部分，在參與及舉辦活動的次數及規模上，會受到企業獲利、員工人數及客戶數等影響。

表 6.1 系統台公益頻道運作型態相關因素之比較

系統台名稱 相關因素	積極參與型		提供服務型	
	佳聯	世新	北港	大揚
資本額（億元）	6.529	6.6	3	3
員工數（人）	115	162	93	70
客戶數（萬）	6.4	8.8	3.2	3.4

資料來源：本研究整理

6.2 建議

綜合上述的研究結果，本研究從有線電視系統台公益行為的觀點上，提出以下建議，提供政府部門、有線電視業者以及社區團體、學術界，作為如何使有線電視系統業者扮演好企業公民與社區媒體的角色之參考。

一、政府部門方面

- 1.訂定獎勵措施，以鼓勵有線電視系統業者多從事公益活動。
- 2.將系統業者每年提撥當年營業額百分之一之金額，部分提撥給系統業者，以實質獎助其公益活動。
- 3.明定公益頻道的內容定義與使用細節，使業者有所適從。
- 4.多宣導公益頻道的使用觀念，使一般團體、民眾了解，進而能充分運用。
- 5.政策執行要確實，成立管理公益頻道機構或組織以監督業者。

二、有線電視系統業者

- 1.主動、積極的開展地方資源，發掘人才並尋找合作對象，參與社區活動，與社區形成一生命共同體。
- 2.與地方政府與非營利組織密切合作。
- 3.宣導公益頻道的概念，並方便民眾使用公益頻道。
- 4.有關社區的題材，應多方的尋找與開拓。

三、社區團體及非營利組織

- 1.積極主動和系統台接觸，以爭取合作的機會。
- 2.宣導組織公益行為的動機與內涵。
- 3.與系統業者建立長期互動合作的關係。

四、對後續研究者之建議

本研究屬探索性研究，以深度訪談及文獻探討為主要研究方法，而且限於人力、物力與時間之限制，無法對較大之地域進行全面性研究調查，因此僅針對雲林縣、嘉義縣、嘉義市的系統業者進行個案研究，而且研究範圍大部分屬於農、漁業產業為主的鄉村地區，研究結果恐會受城鄉差距之影響。爾後若有後續研究者，可針對較大之研究區域進行調查，並以精確之抽樣方法尋找樣本；且研究內容可擴大至社區內民眾之抽樣訪談，並與其它相關之傳播媒體，逐一比較其公益行為對提升社區意識、社區參與之功能。

參考文獻

壹、外文部分

1. Aufderhelde , P . (1992) Cable Television and the Public interest .Journal of Communication .
2. Bank , M .J . & Porter , G . S . (1987) Perception of Cable Public Access . paper
3. D.K.and Estes ,N. (1995) Presented at the Annual Meeting of the Eastern Communication Association . Castle ,.High - performance learning . Thousand , Oaks , Ca ; Corwin press ,Inc .
4. Clark,D. (1987) .The concept of community education. in Allen,G,Bastiani, Martin ,I , & Richards ,J .K . (eds) Community Education:An agenda form. England:Oper University press.
5. Fuller ,L. K. (1994) Community Television in the United States . Westport ,CN Greenwood Press .
6. Hiemstra ,R. (1972) The Educative Community .Lincoln ,Nesbraaska : Professional Educators,Publication,INC.
7. Hodglinson ,V .A . (1989) , "Key challenges facing the nonprofit sector . In V .A . Hodglinson , & R . W. Lyman , Ceds ".The fucture of the nonprofit sector : Challenges And prolicy consideration. San Francisco : Jossey –Bass.
8. Johnson,L.C (1995) .Social work practice: A generalist approach (5th ed) .Needham Heights ,MA : Allyn and Bacon.
9. Kundanis , R .(1987). Public Access Cable Television and the Public Interest : A Survey of Local Cable Programmers and an Examination of the Cable Communication Act of 1984 .Unpublished Doctoral isseratation .University

Of Tennessee .Knoxville ,TE .

10. Philip , V . (1995). Five essential valves for designing distance outreach materials for adult learners .Adult learning , 7(1)

貳、中文部分

- 1.社區發展季刊社論(民 84)。 從社區發展的觀點，看社區、社區意識與社區文化。社區發展季刊，第 69 期，頁 1~4。
- 2.吳宜蓁(民 85)， 有線電視公益頻道規劃與社區意識的提昇，台北：電視文化研究委員會。
- 3.吳政彥(民 89)， 有線電視播送系統經營績效之研究，國立台北大學都市計劃研究所碩士論文。
- 4.吳翠珍(民 84)， 有線電視系統在隔空教育上的應用 - 介紹美國加拿大與英國的概況，教學科技與媒體，第 23 期，頁 17。
- 5.杜麗文(民 86)， 傳播媒體與社會-以台北地區新興廣播電台為例，師大社會教育研究所碩士論文。
- 6.林亦堂(民 86)， 英美有線電視執照核發程序及設立標準之研究，台北電視文化研究委員會。
- 7.林芳玫(民 85)， 地方新聞與社區參與，收錄於蘇蘅編：台灣地方新聞，國立政治大學新聞系。
- 8.林宜欣(民 90)， 台灣企業公益行為之研究：以電子類企業組織為例，南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
- 9.林信鋒(民 88)， 有線電視，台北：台灣書店。
- 10.林振春(民 85)， 社區學校化，社區總體營造與社區文化發展，收錄：社區學校化，頁 155~193，台北：心理出版社。

- 11.林振春(民 88), 台灣社區教育發展之研究, 台北:師大書苑有限公司。
- 12.林瑞欽(民 83), 社區意識的概念-測量與提振策略, 社區發展研究學刊, 第一期, 頁 1~21。
- 13.林瑞欽(民 89), 社區意識的概念-測量與提振策略, 新台灣社區發展學術叢書社區篇, 頁 13~41, 台北市:中華民國公益活動促進會。
- 14.徐宗國(民 86), 質性研究概論, 台北:巨流圖書。
- 15.徐震(民 84), 論社區意識與社區發展, 社會建設第九期, 頁 4~12。
- 16.康力平(民 87), 有線電視公益頻道與民眾社區意識之研究 - 以新竹市場振道有線電視系統之公益頻道節目為例, 政治作戰學校新聞研究所論文。
- 17.張志育(民 87), 管理學:新觀念、本土化、世界觀, 台北:前程企管。
- 18.張宏源(民 90), 媒體識讀-如何成為新世紀優質閱聽人, 台北:亞太圖書出版社, 頁 19~31。
- 19.許秀惠(民 91), 有線電視業賺賠首度大揭露 - 五大勢力漸漸出現慘勝局面, 數位化帶來賺錢新希望, 財訊月刊, 第 247 期, 頁 232~242。
- 20.陳炳宏(民 86), 從閱聽人變製作人-屬於觀眾的公共使用頻道, 收錄於有線電視與觀眾, 台北:廣播電視事業發展基金。
- 21.陳淨見譯(民 86), 有線電視的市場競爭, Leland L.Johnson 原著, 台北:五南圖書出版有限公司。
- 22.陳仲偉(民 89), 社區居民對民營企業參與社區活動態度之研究, 逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。
- 23.程予誠(民 88), 新媒介科技論, 台北:五南圖書出版有限公司。
- 24.游舒惠(民 90), 企業參與公益活動與公益行為之研究, 國立政治大學企業管理系碩士論文。

- 25.馮建三(民 87)，大媒體，台北：元尊文化。
- 26.黃富順(民 83)，加強社區意識，建立祥和社會的途徑-社區成人教育，社區發展研究學刊，第一期，頁 50。
- 27.黃葳葳(民 84)，瞄準有線電視市場，台北：廣電基金出版。
- 28.費孝通(民 37)，鄉土中國，上海市：觀察社出版。
- 29.楊炳章(民 83)，企業贊助公益活動行為之研究，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 30.楊國樞等(民 78)，社區及行為科學研究法(上)、(下)，台北：東華書局。
- 31.楊國德等(民 85)：社區學校，中華民國社區教育學會主編.台北：心理出版社。
- 32.楊雅雯(民 91)，有線電視播送系統業者邁入寬頻產業之核心資源分析研究，國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 33.楊慧琪、郭金水(民 85)，社區參與的溝通行動理論初探 - 以澎湖二崁為例，台北師院學報，第九期，國立台北師範學院。
- 34.管中祥(民 86)，我國有線電視發展歷程中的國家角色分析，國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 35.蔡宏進(民 74)，社區原理，台北：三民書局。
- 36.劉幼琍(民 83)，有線電視經營管理與頻道規劃策略，台北：正中書局。
- 37.鄭凱方(民 87)。我國有線電視公益頻道經營之研究，國立台灣師範大學社會教育學系碩士論文。
- 38.鄧榮坤、張令慧(民 84)，有線電視解讀，台北：月旦出版社股份有限公司。

- 39.盧非易(民 84) , 有線 (限) 電視無線 (限) 文化 , 台北 : 幼獅文化。
- 40.盧冠成(民 91) , 從多元化的角度比較點與我國有線電視法之沿革 , 世新大學傳播研究所碩士論文。
- 41.賴國洲(民 85) , 小規模傳播理論試擬 , 社區發展季刊 , 34 期 , 頁 42~51 , 中華民國社區發展研究中心 , 台北 : 社區發展雜誌發行。
- 42.魏宏展(民 86) , 以非營利取向社區媒體做為都市社區傳播與社區發展之可能性研究-以全景社區廣播電台為例 , 國立政治大學廣告學系學士論文。
- 42.羅文坤(民 87) , 媒體對企業形象之影響 , 台北 : 民意季刊 205 期。
- 43.蘇衍如(民 87) , 大眾傳播媒體贊助公益活動決策及其影響因素之研究 , 輔仁大學大眾傳播研究所。

參、網站部分 :

- 1.新聞局網站 : www.gio.gov.tw
- 2.交通部電信總局 : www.dgt.gov.tw
- 3.佳聯有線電視股份有限公司 : www.cltv.com.tw
- 4.世新有線電視股份有限公司 : www.cyceatv.net.tw
- 5.三大有線電視股份有限公司 : www.stdtv.com.tw
- 6.嘉義縣政府 : www.cyhg.gov.tw
- 7.嘉義市政府 : www.cabcy.gov.tw
- 8.雲林縣政府 : www.yunlin.gov.tw
- 9.行政院主計處 : www.dgbas.gov.tw

附錄一 有線電視系統業者自製與公益頻道經營及社區服務現況訪談問卷〈A〉

有線電視系統業者自製與公益頻道經營及社區服務現況訪談問卷〈A〉

_____有線電視：

您好，這是一份有關有線電視系統業者目前的公益頻道運作及社區服務現況的訪談問卷，目的在了解有線電視系統業者的公益頻道及社區服務概況與困難，期能對公益頻道及公益行為提出具體的建議。問卷內容僅供作學術研究之用，不移作他用且絕對保密，因此請您放心回答，非常感謝您的協助。 敬祝
萬事如意！！

南華大學管理研究所
指導教授：褚麗絹博士
研究生：許崑峯 敬上

◆ 貴公司提供的總頻道數是 _____ 個

一、自製頻道運作現況

1. 貴公司的經營自製頻道的原因是(可複選):

- 發揚社區文化，關懷社區事務 發揮媒體雙向溝通特性
促進社會公益 照顧弱勢族群 符合法律規定
提昇收視業績，增加商業收益
其他(請填寫)_____

2. 貴公司有無編制經營自製頻道的部門，以負責進行自製頻道的規劃？

- 無
有，請填部門名稱_____，該部門員工數_____人

3. 貴公司自己擁有節目製播設備(可複選):

- 無 租用
有：攝影棚 相關設備(攝影機、字幕機，剪接機···)

4. 貴公司的自製頻道數是_____個。

5. 在自製頻道的運作中，大約編列多少經費預算??_____萬台幣

6. 自製頻道經費來源：公司本身支付 地方政府資助

社區團體、居民捐贈 其他(請填)_____

7. 自製頻道一週各類型節目個數:(可複選)

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填)_____個

8. 各類型節目一週播放次數(以首播計算):

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
 兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
 宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填_____個

9. 各類型節目一週播放時數(以首播計算):

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
 兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
 宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填_____個

10. 自製節目一天節目量：一天八小時播三次 一天六小時播四次

一天四小時播六次 一天_____小時播_____次

11. 自製頻道節目來源，請在格子內打勾(可複選)

節目類型	來源				
	內製		外製		
	自行製作	與其他系統合作	地方政府提供	社區團體提供	社區民眾提供
新聞報導					
專題報導					
公共服務					
兒童節目					
綜藝娛樂					
教育文化					
宗教命理					
社區資訊					
其他(請填)					

12. 如何讓觀眾知道自製頻道的節目:(可複選)

無

有:(1)在電視上告知：跑馬燈 打出節目表字卡或字幕

播出節目內容宣傳短片 其他(請填)_____

(2)印製節目表：印在有線電視月刊上 刊登在社區報紙或雜誌上

公布在網際網路 其他(請填)_____

13. 有線電視月刊之發送方式:(可複選)

無編印 寄送到各訂戶家中 放置於社區內各商家及公共場所

自行到公司門市取閱 其他(請填)_____

14. 如何得知觀眾對自製頻道的意見和反應:(可複選)

目前沒有調查 公司定期電訪收視戶 觀眾主動打電話或傳真

月刊上的問卷回函 網路上設置意見信箱

其他(請填)_____

15. 最受觀眾歡迎的自製頻道節目類型：(可複選)

節目類型	來源				
	內製		外製		
	自行製作	與其他系統合作	地方政府提供	社區團體提供	社區民眾提供
新聞報導					
專題報導					
公共服務					
兒童節目					
綜藝娛樂					
教育文化					
宗教命理					
社區資訊					
其他(請填)					

16. 目前經營自製頻道所面臨的困難與建議：

困難：

建議：

二、公益頻道運作現況：有線電視法中規定，「有線電視節目業者必須免費提供一個以上的頻道，作為公益性、藝文性和社教性節目之用。」根據此項規定，貴公司的公益頻道運作情形如何；或您認為在自製頻道中，有哪些部分是符合此項規定，請填寫以下題目，謝謝。

1. 貴公司的經營公益頻道的原因是(可複選)：

- 發揚社區文化，關懷社區事務 發揮媒體雙向溝通特性
促進社會公益 照顧弱勢族群 符合法律規定
提高收視業績，增加商業收益
其他(請填寫)_____

2. 貴公司有無編制經營公益頻道的部門，以負責進行公益頻道的規劃？

- 無
有，請填部門名稱_____，該部門員工數_____人

3. 貴公司的公益頻道數是：合併於自製頻道中 另獨立成_____個頻道

其他(請填)_____

4. 在公益頻道的運作中，大約編列多少經費預算？_____萬台幣

5. 公益頻道經費來源：公司本身支付 地方政府資助

社區團體、居民捐贈 其他(請填)_____

6. 公益頻道一週各類型節目個數(複選):

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
 兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
 宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填_____個

7. 各類型節目一週播放次數(以首播計算):

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
 兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
 宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填_____個

8. 各類型節目一週播放時數(以首播計算):

新聞報導_____個， 專題報導_____個， 公共服務_____個，
 兒童節目_____個， 綜藝娛樂_____個， 教育文化_____個，
 宗教命理_____個， 社區資訊_____個， 其他(請填_____個

9. 公益頻道節目來源，請在格子內打勾:(可複選)

節目類型	來源				
	內製		外製		
	自行製作	與其他系統合作	地方政府提供	社區團體提供	社區民眾提供
新聞報導					
專題報導					
公共服務					
兒童節目					
綜藝娛樂					
教育文化					
宗教命理					
社區資訊					
其他(請填)					

10. 如何讓觀眾知道公益頻道的節目：

無

有:(1)在電視上告知:跑馬燈 打出節目表字卡或字幕

播出節目內容宣傳短片 其他(請填)_____

(2)印製節目表:印在有線電視月刊上 刊登在社區報紙或雜誌上

公布在網際網路 其他(請填)_____

11. 如何得知觀眾對公益頻道的意見和反應(可複選):

- 目前沒有調查 公司定期電訪收視戶 觀眾主動打電話或傳真
月刊上的問卷回函 網路上設置意見信箱
其他(請填)_____

12. 最受觀眾歡迎的公益頻道節目類型:(可複選)

節目類型	來源				
	內製		外製		
	自行製作	與其他系統合作	地方政府提供	社區團體提供	社區民眾提供
新聞報導					
專題報導					
公共服務					
兒童節目					
綜藝娛樂					
教育文化					
宗教命理					
社區資訊					
其他(請填)					

13. 目前經營公益頻道所面臨的困難與建議:

困難:

建議:

三、社區服務部分

1. 節目製播設備有無開放社區民眾、團體使用?

- 無
有: 免費提供 酌收器材維護費 其他_____

2. 社區居民或團體參與公益頻道運作的方式(可複選):

- 無 提供節目構想意見 CALL-IN
居民或團體提供錄影帶在公益頻道上播放 居民或團體自行製播
其他(請說明)_____

3. 貴公司有無編制社區新聞工作小組?

- 無 有

4. 您認為貴公司的節目能為社區居民提供哪些本地的生活資訊?(可複選)

- 無 鄰里新聞 地方政府及民意機構新聞 地方公共建設報導
社區環境問題改善 社區內各社團組織活動 地方文史、風俗
社區資源交流、商品消費資訊
其他_____

5. 貴公司是否曾為社區居民舉辦活動?

- 無 有，請勾選下表(可複選)

活動類型				
	婦女	青少年	老人	全體居民
遊戲競賽				
歌唱演藝				
體育活動				
跳蚤市場				
其他(請填)				

6. 上述活動有無製作成節目播出?無

有，請在格子內打勾(可複選):

活動類型				
	婦女	青少年	老人	全體居民
遊戲競賽				
歌唱演藝				
體育活動				
跳蚤市場				
其他(請填)				

7. 哪一類型活動最常舉辦?(可複選)

- 遊戲競賽 歌唱演藝 體育活動 跳蚤市場
其他(請填寫)_____

四、除以上公益頻道及活動外，貴公司還從事有哪些公益行為?(請詳述)

◆ 問卷到此結束，感謝您撥冗回答!

並懇請貴公司提供以下資料各乙份:

1. 經營理念及現況之簡介
2. 頻道節目總表
3. 最近幾期之有線電視月刊
4. 自製及公益頻道節目企劃案資料
5. 自開播以來舉辦之社區活動計畫表

以做更周全之深入分析。再次感謝您的協助!

附錄二 有線電視系統業者公益行為現況訪談問卷〈B〉

有線電視系統業者公益行為現況訪談問卷〈B〉

_____有線電視：

您好，這是一份有關有線電視系統業者目前從事公益行為內容的訪談問卷，目的在了解有線電視系統業者從事公益行為概況與困難，期能對公益行為規劃提出具體的建議。問卷內容僅供作學術研究之用，不移作他用且絕對保密，因此請您放心回答，非常感謝您的協助。 敬祝
萬事如意！！

南華大學管理研究所
指導教授：褚麗絹博士
研究生：許崑峯 敬上

一、請問貴公司從事公益活動的動機及決策為何？

表 1：內部因素

企業公益行為 之內部影響	短期策略性考量					長期策略性考量						
	提升產品接受度	順應趨勢	同業競爭壓力	節稅	擴大開發市場	企業形象及公共關係	取得同業及社區認同	建立知名度	增進員工認同	徵才	促進整體商業環境之發展	提高全面生活品質
請勾選												

表 2：外部因素

企業公益行為 之外部影響	善盡社會責任	回饋地方	落實社區意識 改善社區環境	支持非營 利組織	社會 壓力
請勾選					

表 3：決策之評估準則

評估準則	內部因素								外部因素									
	企業本位立場				企業基本政策				NPO 相關因素				社會環境之變動					
	行銷目的	企業形象	經營者的理念及態度	長期自利	過去經驗	經營基本政策	公益行為之政策	公益行為之資源	公益行為之價值	NPO 之聲望及評價	NPO 之屬性	計劃內容及品質	長期關係之建立	法令規章的限制	與企業所在地相關	社區關注之公共議題	競爭壓力	長期利他
請勾選																		

表 4：決策模式

決策模式	活動規模			歷時長短		活動顯著性		參與人員		過去經驗	
請填答 (1、2、3)	大型	中型	小型	長期	短期	強	弱	多	少	有	沒有

決策分析分：執行單位&高階主管共同決策：1 單獨決策：2 分散決策：3

表 5：要負責單位

主要負責單位	公關部門	企業成立的基金會	員工社團	中介組織	其它(請說明)
請勾選					

表 6：類型

公益行為的類型	環境保育	藝術文化	社區福利	學術教育	社區營造	體育活動	醫療保健	科技研發
請選填								

註：請按優先考量的順位，填入 1、2、3、、、。

二、請問貴公司從事公益活動的方式、途徑與相關限制為何？

表 7：方式與途徑

目的 行銷	方式				途徑				
	金錢贊助		實物贈與		企業 志工	服務技 術的提 供	自行 承辦	透過非營 利組織	與其他企業 合作
企業 財力 贊助	舉辦 募款 活動	企業 產品	非企 業產 品						
請勾選									

表 8：法令上的限制

相關法 令限制	主管單位 之法規	政府激勵 措施	企業內部 規章	政府行政 措施	其他(請說明)
請勾選					

表 9：人力上的限制

人力上 的限制	負責人有限	員工志願參與 不足	員工激勵措施 不足	其他(請說明)
請勾選				

表 10：財力上的限制

財力上 的限制	稅負法規	盈餘獲利	贊助單位競 爭比較	受益單位競 爭比較	其他(請說明)
請勾選					

三、請問貴公司從事公益活動的規模與影響為何？

1. 佔盈餘的百分比？答：_____ %
2. 每年固定金額支出？答：是，_____萬元；否
3. 有否常態性的公益活動？否；是，例如：_____
4. 會不定期的參與公益活動？否；是，例如：_____
5. 會不定期的舉辦公益活動？否；是，例如：_____

表 11：對企業本身的影響

對企業的影響	策略性公益行為的建構	反應獲利	有利企業形象	凝聚員工向心力	其他(請說明)
請勾選					

表 12：對受益對象的影響

對受益對象的影響	組織健全發展	知名度的提升	改善生活品質	提升社區意識	其他(請說明)
請勾選					

四、請問貴公司與非營利組織支持的方式為何？

表 13：方式與途徑

合作的方式與途徑	贊助支持			資源交流	直接由企業基金會負責	公關部門負責	其他(請說明)
	財力	物力	人力				
請勾選							

表 14：合作的結果

合作的結果	長期夥伴關係的建立	自行成立基金會	合作模式的建構	員工成為 NPO 之志工	其他(請說明)
請勾選					

五、公益行為之未來發展？

1、是否曾主動尋找合作或公益贊助的對象？

- 是 否

2、是否曾主動宣揚企業公益行為的理念及接觸管道？

- 是 否

3、對於主動接觸的非營利組織之態度？

- 只要主動即接受
進一步評估
轉介其它企業
拒絕

4、對於知名度不高的合作對象的考慮因素？

- 與所在地是否相關
與產品是否相關
服務內容
未來發展
組織成員

5、對於已接受其它企業支持之非營利組織的態度？

- 只要是好的組織，仍繼續支持
資源不重複，不再支持
只要有人做便不做

6、對於公益行為的長期發展？

- 以過去的經驗為，做為下年度的預算
定期會再評估新的方案
以建立長期合作為目標

7、在公益行為上是否強調与其它企業做相當程度之區隔？

- 非常重視
還好
沒必要

附錄四 我國有線廣播電視法公益行為相關法規介紹

我國有線廣播電視法公益行為相關法規介紹

如前所述，有關我國有線電視公益行為釋義與規範的相關法規著實不多。早先僅有民國82年公佈實施的「有線電視法」，後於民國85年行政院新聞局再制定了「有線電視公益性、藝文性、社教性等節目使用頻道規劃要點」，又於民國88年新修訂「有線廣播電視法」，以為運作之參考依據。相關條文與規定如下：

有線廣播電視法(民國88年2月3日修正公佈)

第 一 條 為促進有線電視事業之健全發展，保障公眾視聽之權益，增進社會福祉，特制定本法。

第 七 條 遇有天然災害緊急事故時，主管機關為維護公共安全與公眾利益，得通知系統經營者在該地區停止播送節目，或指定其播送特定之節目或訊息。

前項原因消滅後，主管機關應即通知該系統經營者回復原狀繼續播送。

第一項之天然災害及緊急事故應變辦法，由中央主管機關定之。

第二十五條 申請籌設、營運有線廣播電視案件符合下列規定者，審議委員會得為許可之決議：

1. 申請人之財務規劃及技術，足以實現其營運計畫者。
2. 免費提供專用頻道供政府機關、學校、團體及當地民眾播送公益性、藝文性、社教性等節目者。
3. 提供之服務及自製節目符合當地民眾利益及需求者。

第四十條 節目內容不得有下列情形之一：

1. 違反法律強制或禁止規定。
2. 妨害兒童或少年身心健康。
3. 妨害公共秩序或善良風俗。

第五十三條 系統經營者應每年提撥當年營業額百分之一之金額，提繳中央主管機關成立特種基金。前項系統經營者提撥之金額，由中央主管機關依下列目的運用：

1. 百分之三十由中央主管機關統籌用於有線廣播電視之普及發展。
2. 百分之四十撥付當地直轄市、縣（市）政府，從事與本法有關地方文化及公共建設使用。
3. 百分之三十捐贈財團法人公共電視文化事業基金會。
第一項特種基金之成立、運用及管理辦法，由中央主管機關定之。

有線電視公益性、藝文性、社教性等節目使用頻道規畫要點(行政院新聞局，民85)

1. 規畫內涵:依據有線電視法第二十三條第二款免費提供之公益性、藝文性、社教性等節目使用之頻道 (以下簡稱此類頻道)應以服務當地(社區)民眾、滿足當地(社區)正當需求為宗旨。其內涵除應具備公共服務性質、著重當地(社區)相關事務，以及傳達藝術、文化和社會教育意念外，並不得涉及商業或圖利私人之行為。
2. 規畫依據:此類頻道之規畫應提出其符合當地(社區)正當需求之相關佐證資料。例如市場調查、意見領袖、焦點團體訪談結果等。
3. 規畫原則:
 - (1) 對於此類頻道及時段採全部開放及「先登記先使用」之原則。登記使用對象包括機關、學校、當地(社區)民眾、藝文、公益團體及任何節目供應事業。登記之節目符合頻道規畫內涵者，系統經營者均應免費播送。系統經營者得依其節目內涵屬於安排於適當之此類頻道播送，並不得變更其登記使用之時段。對於無人登記使用之頻道時段，系統經營者得另行規畫編排合於此類頻道內涵之節目。
 - (2) 對於此類頻道，系統經營者應訂定使用規則，並與使用者訂定使用合約，要求使用者事前告知節目內容，對於違反法律強制或禁止規定或不符第一點規畫內涵之節目，系統經營者得拒絕播送。
 - (3) 系統經營者不得將經營此類頻道之成本轉嫁訂戶，並應將規畫所需費用詳列於營運計畫之財務結構中。

- (4) 此類頻道應由系統經營者自行規畫及經營，不得委託他人或授權頻道業者代為經營。
 - (5) 此類頻道中不得播送商業廣告，但免費播送公益廣告者，不在此限。
 - (6) 同一機關、學校、團體、事業或個人登記使用此類頻道，一週內以七小時為限。同一日內連續使用者，不得超過三小時。
 - (7) 為鼓勵推廣使用此類頻道，系統經營者宜規畫基本必要之製播設施免費提供他人使用。
4. 此類頻道之規畫為系統經營者營運計畫一部份，其規畫內容及變更均應報請行政院新聞局核定。系統經營者應將此類頻道之執行情形保存，以作為有線電視審議委員會評鑑之用。

在民主法治的社會，法令不僅是一種規範，也是刑事的圭臬與指引。就有線電視公益行為的規劃而言，法令的規定也載明了有線電視「應有」扮演的角色、功能與責任。

附錄五 佳聯有線電視節目總表

CH	類別	節目名稱	CH	類別	節目名稱
2	宗教	人間衛視/慈濟	45	西片	HBO
3	綜合	東森綜合台	46		衛視西片台
4		霹靂衛視	47		AXN
5		民視	48		CINEMAX
6	購物	全景購物	49		東森洋片台
7	綜合	華視	50	體育	ESPN
8	購物	全景購物	51		衛視體育台
9	綜合	中視	52		緯來體育台
10	購物	東森購物	53	綜合	公共電視
11	綜合	台視	54		圖林新知台/活動快訊
12		佳聯地方台/MTV	55		信吉現場 call in
13	叩應/音樂	叩應/衛視音樂	56	卡通	東森幼幼台
19	限制級	定址鎖碼頻道	57		迪士尼卡通
20	綜合	台藝衛視	58		卡通頻道
21	國片	衛視電影台	59	財經/綜合	股市上盤/超視
23		緯來電影台	60		股市下盤/TVBS-G
24		東森電影台	61	財經	股市全盤
25	綜合	衛視中文台	62		非凡一台
26	音樂	台灣音樂頻道	63		非凡二台
27	綜合	八大第 1 台	64	日系	緯來日本台
28		八大綜合台	65		國興日片台
29		三立台灣台	66		JET
30		三立都會台	67	體育	國家地理頻道
31		八大戲劇台	68		DISCOVERRY
32		緯來戲劇台	69	綜合	知性台
33		中天資訊台	70		歐棚衛視
34		中天娛樂台	71	股市	中華財經台
35		MUCH TV	72		SBN 財經台
36		購物	全景購物	73	教育
37	綜合	ERANEWS	74	綜合	國衛
38		TVBS	75		緯來綜合台
39		TVBS-N	76	華藏佛教台	
40	新聞	東森新聞台	77	宗教	蓬萊仙山
41		真相新聞網	78	日系	NHK
42		三立 SET 電視台	95	資訊/教育	節目表/空大
43		民視新聞台	96	新聞	東森新聞 S 台
44		環球電視台	97	綜合	太陽衛視/大陸中央台

附錄五 佳聯有線電視節目總表

CH	類別	節目名稱	CH	類別	節目名稱
2	宗教	人間衛視/慈濟	45	西片	HBO
3	綜合	東森綜合台	46		衛視西片台
4		霹靂衛視	47		AXN
5		民視	48		CINEMAX
6	購物	全景購物	49		東森洋片台
7	綜合	華視	50	體育	ESPN
8	購物	全景購物	51		衛視體育台
9	綜合	中視	52		緯來體育台
10	購物	東森購物	53	綜合	公共電視
11	綜合	台視	54		圖林新知台/活動快訊
12		佳聯地方台/MTV	55		信吉現場 call in
13	叩應/音樂	叩應/衛視音樂	56	卡通	東森幼幼台
19	限制級	定址鎖碼頻道	57		迪士尼卡通
20	綜合	台藝衛視	58		卡通頻道
21	國片	衛視電影台	59	財經/綜合	股市上盤/超視
23		緯來電影台	60		股市下盤/TVBS-G
24		東森電影台	61	財經	股市全盤
25	綜合	衛視中文台	62		非凡一台
26	音樂	台灣音樂頻道	63		非凡二台
27	綜合	八大第 1 台	64	日系	緯來日本台
28		八大綜合台	65		國興日片台
29		三立台灣台	66		JET
30		三立都會台	67	體育	國家地理頻道
31		八大戲劇台	68		DISCOVERRY
32		緯來戲劇台	69	綜合	知性台
33		中天資訊台	70		歐棚衛視
34		中天娛樂台	71	股市	中華財經台
35		MUCH TV	72		SBN 財經台
36		購物	全景購物	73	教育
37	綜合	ERANEWS	74	綜合	國衛
38		TVBS	75		緯來綜合台
39		TVBS-N	76	宗教	華藏佛教台
40	新聞	東森新聞台	77		蓬萊仙山
41		真相新聞網	78	日系	NHK
42		三立 SET 電視台	95	資訊/教育	節目表/空大
43		民視新聞台	96	新聞	東森新聞 S 台
44		環球電視台	97	綜合	太陽衛視/大陸中央台

附錄六 北港有線電視節目總表

頻道	屬性	名稱	頻道	屬性	名稱
02	新聞	CNN	53	綜合	公共電視台
03	日系	NHK	54	綜合	霹靂衛視
04	財經	非凡一台	55	綜合	東風衛視
05	綜合	民視	56	洋片	好萊塢電影
06	廣告	工商服務頻道	57	洋片	衛視國片台
07	綜合	北港綜合台	58	洋片	AXN
08	綜合	華視	59	洋片	HBO
09	購物	東森購物	60	洋片	CINEMAX
10	綜合	中視	61	體育	ESPN
11	自製	北港地方一台	62	體育	緯來體育台
12	綜合	台視	63	體育	衛視體育台
13	購物	生活元素	64	體育	Z 頻道
17	成人	定址鎖碼(彩虹頻道)	65	卡通	迪士尼頻道
18	綜合	中天資訊台	66	卡通	東森幼幼台
19	民俗	台藝頻道	67	財經	股票上盤/全盤
21	日系	國興衛視	68	財經	股票下盤/好消息頻道
22	綜合	北港地方二台	69	綜合	知性台
23	日系	緯來日本台	70	綜合	歐棚衛視
24	日系	JET 日本台	71	財經	中華財經
25	購物	全景購物	72	財經	SBN 財經
26	音樂	台灣音樂台	73	財經	華爾街財經
27	綜合	GTV 第一台	74	財經	恆生財經
28	綜合	GTV 綜合台	75	財經	運通財經
29	綜合	三立台灣台	76	財經	台灣衛視
30	綜合	三立都會台	77	民俗	蓬萊仙山
31	綜合	GTV 戲劇台	78	成人	定址鎖碼(新穎頻道)
32	購物	全景購物	79	財經	衛普一台
33	綜合	超視	80	財經	華人商業台
34	廣告	工商服務頻道	84	佛教	華藏佛教頻道
35	綜合	MUCH TV	85	戲劇	緯來戲劇
36	綜合	TVBS-G	86	教育	空大
37	綜合	ERANEWS	87	卡通	Cartoon Network
38	綜合	TVBS	88	綜合	環球綜合台
39	新聞	TVBS-N	89	新知	旅遊探險頻道
40	新聞	東森新聞	90	宗教	人間衛視
41	新聞	中天新聞	91	宗教	慈濟大愛
42	新聞	民視新聞	92	音樂	Channel V
43	新聞	SETN	93	音樂	國衛/圍爐 KTV
44	國片	衛視電影台	94	綜合	MTV/天天樂 KTV
45	國片	緯來電影台	95	綜合	真相財經/歌神 KTV
46	國片	東森電影台	96	綜合	新朝日/純玲 KTV
47	綜合	衛視中文台	100	宗教	佛教衛視
48	洋片	東森洋片	101	宗教	法界衛星
49	音樂	台灣音樂台	102	財經	非凡二台
50	綜合	緯來綜合台	103	新聞	東森新聞 S
51	新知	DISCOVERY	104	綜合	中天娛樂
52	新知	國家地理頻道	105	綜合	東森綜合台

附錄七 世新有線電視節目總表

頻道	節目內容	頻道	節目內容
2	可切換縣議會(原霹靂)	51	JET 日本台
3	地方頻道(信吉)	52	國興日本台
4	現場 CALL IN(展昭)	53	公共電視
5	民視新聞	54	TVBS-G
6	民視	55	公益頻道
7	華視(東豐)	56	HBO
8	東森購物頻道	57	CINEMAX
9	中視	58	好萊塢影片台
10	地方頻道+購物頻道	59	NHK
11	台視(東豐)	60	鎖碼(彩虹)
12	世新新聞+地方頻道	61	鎖碼(新穎)
13	生活頻道	62	AXN
17	龍祥電影台	63	東森洋片台
18	東森幼幼台	64	東森綜合台
19	台藝	65	霹靂(原好消息)
20	TNT	66	緯來綜合台
21	股市	67	中天娛樂台
22	股市	68	緯來體育台
23	東森電影台(原緯來電影台)	69	知性台
24	東森戲劇台	70	歐棚
25	全景購物頻道	71	中華財經
26	台灣音樂台	72	SBN 財經
27	八大綜藝台	73	華爾街財經
28	八大綜合台	74	恆生財經
29	三立台灣台	75	運通財經
30	三立都會台	76	台灣衛視(原 Channel V+MTV)
31	八大戲劇台	77	蓬萊仙山
32	全景購物台	78	衛普電視(原非凡 2 台新聞台)
33	超視	79	法界衛星
34	緯來電影台	80	非凡-2 新聞台(原朝日)
35	衛視電影台	81	Z 頻道
36	衛視西片台	82	華衛商業台(原年代 MUCH)
37	衛視中文台	83	佛教
38	TVBS	84	纜線數據機頻道
39	TVBS-N	85	纜線數據機頻道
40	東森新聞台	86	纜線數據機頻道
41	中天新聞台	87	大愛
42	三立 SET 新聞台	88	人間
43	購物頻道	89	REAM 新聞台(原年代財經)
44	緯來戲劇	90	非凡 1 商業台
45	鄉土頻道+台音	91	中天資訊
46	國家地理頻道	92	好消息
47	ESPN	93	CNN
48	衛視體育台	94	年代 MUCH
49	DISCOVERY	95	東森新聞 S 台
50	緯來日本台	96	空大+股市(空大優先)
100	華藏衛視	101	真相新聞台
		102	環球電視台

附錄八 大揚有線電視節目總表

頻道	節目內容	頻道	節目內容
02	上盤+真相	52	JET 日本台
03	下盤+動物	53	公共電視台
04	全盤	54	慈濟大愛台
05	民視無線台	55	東風衛視
06	電視購物台	56	ESPN
07	華視	57	衛視體育
08	大揚台+MTV	58	緯來體育
09	中視	59	國家地理頻道
10	東森購物 1 台	60	DISCOVERY
11	台視	61	HBO
12	大揚台	62	CINEMAX
13	霹靂衛星	63	AXN
17	鎖碼(新穎)	64	衛視西片台
18	鎖碼(彩虹)	65	中天娛樂台
19	台藝衛星	66	蓬萊仙山
21	阿穀俱樂部	67	東森戲劇台
22	衛視電影台	68	歐棚衛星
23	東森電影台	69	迪士尼卡通
24	龍祥電影台	70	TNT
25	緯來電影台	71	佛衛
26	台灣音樂台	72	中華財經
27	GTV 第一台	73	非凡一台
28	GTV 綜合台	74	非凡二台
29	電視購物台	75	運通財經
30	三立台灣台	76	SBN 財經台
31	GTV 戲劇台	77	衛普一台
32	三立都會台	78	衛普二台
33	大揚台	79	華爾街財經
34	節目表	80	公益頻道
35	電視購物台	81	公益頻道
36	中天資訊	82	華藏
37	ERANEWS	83	NHK
38	TVBS	84	新朝日
39	TVBS-N	85	東森幼幼台
40	民視新聞台	86	寬頻
41	中天新聞台	87	法界衛星
42	SET 新聞台	88	人間衛視
43	東森新聞台	89	V 頻道+中央
44	Z 頻道	90	超視
45	MUCH TV	91	太陽衛視
46	緯來戲劇台	92	東森綜合台
47	緯來綜合台	93	東森洋片台
48	東森購物台	94	TVBS-G
49	衛視中文台	95	V 頻道
50	緯來日本台	96	兒百+空大
51	國興衛視	97	GOOD TV

附錄九 行政院新聞局八十三年有線電視區域劃分公告

縣市	公 定 區域數	公告之服務範圍
台北市	5	大安：文山區、大安區。 中山：松山區、大同區、中山區。 萬華：中正區、萬華區。 內湖：信義區、南港區、內湖區。 北投：士林區、北投區。
台北縣	8	板橋：土城市、板橋市。 新莊：泰山鄉、新莊市、林口鄉、五股鄉。 中和：永和市、中和市。 三重：蘆洲鄉、八里鄉、三重市。 淡水：三芝鄉、石門鄉、金山鄉、萬里鄉、淡水鎮。 新店：深坑鄉、石碇鄉、烏來鄉、坪林鄉、新店市。 瑞芳：平溪鄉、雙溪鄉、貢寮鄉、汐止鎮、瑞芳鎮。 樹林：三峽鎮、鶯歌鎮、樹林鎮。
基隆市	1	中正區、信義區、中山區、安樂區、七堵區、暖暖區、仁愛區。
桃園縣	2	北區：桃園市、龜山鄉、蘆竹鄉、八德鄉、大園鄉。 南區：中壢市、平鎮市、楊梅鎮、龍潭鄉、新屋鄉、觀音鄉、大溪鎮、復興鄉。
新竹市	1	東區、北區、香山區
新竹縣	1	竹北市、新豐鄉、湖口鄉、新埔鎮、關西鎮、竹東鎮、寶山鄉、北埔鄉、峨眉鄉、芎林鄉、橫山鄉、尖石鄉、石峰鄉。
宜蘭縣	1	壯圍鄉、頭城鎮、礁溪鄉、員山鄉、宜蘭市、蘇澳鎮、冬山鄉、五結鄉、三星鄉、大同鄉、南澳鄉、羅東鎮。
苗栗縣	2	北區：竹南鎮、頭份鎮、造橋鄉、三灣鄉、南庄鄉。 南區：頭屋鄉、後龍鎮、獅潭鄉、泰安鄉、苗栗市、西湖鄉、苑裡鎮、銅鑼鄉、三義鄉、公館鄉、大湖鄉、卓蘭鎮、通宵鎮。
台中市	1	北區、中區、西屯區、北屯區、東區、南區、西區、南屯區。
台中縣	3	豐原：和平鄉、豐原市、新社鄉、東勢鎮、石岡鄉、潭子鄉、后里鄉、神岡鄉、大雅鄉、外埔鄉。 沙鹿：大肚鄉、龍井鄉、梧棲鎮、清水鎮、大安鄉、大甲鎮、沙鹿鎮。 大里：烏日鄉、霧峰鄉、太平鄉、大里市。
彰化縣	2	彰化：和美鎮、鹿港鎮、秀水鄉、芬園鄉、縣西鄉、伸港鄉、花壇鄉、福興鄉、彰化市、埔鹽鄉、大村鄉。
雲林縣	2	斗六：斗六市、古坑鄉、林內鄉、土庫鎮、大埤鄉、虎尾鎮、莿桐鄉、西螺鎮、二崙鄉、斗南鎮。 元長：麥寮鄉、台西鄉、東勢鄉、崙背鄉、褒忠鄉、四湖鄉、北港鎮、水林鄉、口湖鄉、元長鄉。
南投縣	1	中寮鄉、南投市、集集鎮、名間鄉、鹿谷鄉、竹山鎮、信義鄉、水里鄉、國姓鄉、魚池鄉、仁愛鄉、埔里鎮、草屯鎮。
嘉義市	1	東區、西區。
嘉義縣	2	大林：大林鎮、民雄鄉、溪口鄉、中埔鄉、竹崎鄉、梅山鄉、番路鄉、大埔鄉、阿里山鄉。 朴子：布袋鎮、六腳鄉、東石鄉、鹿草鄉、朴子鎮、太保市、義竹鄉、水上鄉、新港鄉。
台南市	2	北區：北區、安南區、安平區。 南區：西區、中區、東區、南區。
台南縣	2	下營：新營市、鹽水鎮、下營鄉、柳營鄉、後壁鄉、白河鎮、東山鄉、六甲鄉、官田鄉、佳里鎮、麻豆鎮、西港鄉、七股鄉、將軍鄉、北門鄉、學甲鎮。 永康：新化鎮、善化鎮、新市鄉、永康鄉、仁德鄉、歸仁鄉、開廟鄉、山上鄉、大內鄉、玉井鄉、南化鄉、左鎮鄉、龍崎鄉、安定鄉、楠西鄉。
高雄市	2	南區：新興區、前金區、苓雅區、小港區、前鎮區。 北區：左營區、楠梓區、三民區、鼓山區、旗津區、鹽埕區。
高雄縣	2	鳳山：林園鄉、大寮鄉、鳥松鄉、仁武鄉、大樹鄉、大社鄉、鳳山市。 岡山：梓官鄉、橋頭鄉、燕巢鄉、田寮鄉、阿蓮鄉、路竹鄉、湖內鄉、茄萣鄉、永安鄉、彌陀鄉、岡山鎮、美濃鎮、旗山鎮、內門鄉、杉林鄉、六龜鄉、茂林鄉、甲仙鄉、三民鄉、桃源鄉。
屏東縣	2	屏東：長治鄉、鹽埔鄉、高樹鄉、九如鄉、霧台鄉、萬丹鄉、里港鄉、麟洛鄉、瑪家鄉、新園鄉、三地鄉、內埔鄉、泰武鄉、屏東市。 新埤：潮州鎮、恆春鎮、獅子鄉、萬巒鄉、牡丹鄉、春日鄉、佳冬鄉、枋山鄉、南州鄉、崁頂鄉、滿洲鄉、來義鄉、東港鎮、竹田鄉、枋寮鄉、林邊鄉、車城鄉、琉球鄉、新埤鄉。
花蓮縣	2	花蓮：花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉。 玉里：富里鄉、卓溪鄉、玉里鎮、壽豐鄉、鳳林鎮、萬榮鄉、瑞穗鄉、光復鄉、豐濱鄉。
台東縣	3	台東：台東市、金峰鄉、太麻里鄉、大武鄉、達仁鄉。 成功：成功鎮、長濱鄉、東河鄉、綠島鄉、蘭嶼鄉。 關山：關山鎮、鹿野鄉、延平鄉、海端鄉、池上鄉、卑南鄉。
澎湖縣	1	馬公市、湖西鄉、白沙鄉、西嶼鄉、望安鄉、七美鄉。
金門縣	1	金城鎮、金湖鎮、金沙鎮、金寧鄉、烈嶼鄉、烏坵鄉。
連江縣	1	南竿鄉、北竿鄉、東引鄉、莒光鄉。
合計	51	