

一個地方頻道的興衰： 全球資本與地方文化的消長*

管中祥 陳伊禎**

《摘要》

全球化的傳播活動牽涉文化與經濟意涵，一方面，文化透過跨國性的媒介四處流動，但同時跨國資本也是驅動文化流動關鍵動力。文化的生產有其相對應的經濟制度，在全球資本運作的邏輯與壓力下，一但經濟體制及其運作考量的是單純利潤積累，而非在地文化的多元再現，那麼具有在地特質的文化是否仍有生產的可能？本研究將「大新店民主有線電視台」的發展置於全球化的脈絡下觀察發現，全球資本的運作雖然未必會帶來文化同質，但卻也不像樂觀主義者所認為的全球化將促文化的多元流動。

關鍵字：有線電視、全球化、全球地方化、地方節目、地方文化

* 本文原發表於2002年6月由世新大學主辦「傳播與社群發展研討會」。感謝匿名評審的寶貴意見。

**管中祥為世新大學傳播研究所博士候選人，email: benla@tpts5.seed.net.tw
陳伊禎為世新大學傳播研究所碩士生，email: meowchen@edirect168.com

壹、前言：全球化形塑了什麼樣的文化形貌？

溝通／傳播(communication)是一種人際互動與意義交換的過程，人們在符號交換的過程中，共同創造、修正，並且改變我們賴以維繫的共享文化(Carey, 1989)，Carrey 強調「溝通即文化」(communication as culture)的觀點，溝通可以在人群中建立同一性，提供行為人所需的社會認可，維繫社會的持續，建構次序，「再現」共有信念。不過，文化的共享與流動不必然只是尋求文化的同一性，個體原有的殊異性，也可以藉由溝通的過程以顯現及了解彼此的差異。

印刷術發明後，符號形式傳送的过程愈來愈倚賴媒介工業的科技設備和機構，溝通的形式與工具逐漸從單純的面對面的語言表達轉向中介性的媒體使用，例如，電視這一項科技包含了各種不同的影音符號系統及語言符碼，透過電視媒體，我們能進一步的對其所傳送的内容進行理解，甚至和電視當中的說者進行互動，換句話說，現代社會的文化形成與傳遞已是大眾傳播的中介過程(Stevenson, 1995)。特別是資訊科技的發展，重新調整了時空的距離(time-space distancing) (Giddens, 1984)，也是形成全球化的重要特徵。訊息的傳遞與交換突破了傳統時間與空間的觀念，讓人們在其所在便能接觸到遠方的資訊與文化。時空延展程度已經超過以往任何時代，在地與外地彼此之間在社會形式及事件的關係也跟著延伸(stretched)，全球化指涉的便是這樣的過程，將不同社會脈絡或區域間的各種模式連結，發展成一個橫跨地球表面所致此交錯的整體(Giddens, 1997；轉引自劉維公，2000)。

因此，全球化是一個傳播性的概念，文化及象徵符號也同時透過跨國性的媒介四處流動。不過，驅動文化流動並不是單純的媒介，還牽涉到跨國資本的作用，Jameson 指出，全球化的傳播活動交遞地掩蓋文化與經濟的意涵(Jameson, 1998)。

全球化的過程產生了文化「趨同」與「趨異」的爭論，趨同論者認為，所有社會都正在以不同速度走向同一個點，現代性的結果將會導致文化同質；趨異論者則是強調不同地區有著通向“現代性”的不同道路，全球化不但不會造成文化同質，地方文化甚至可能因此建構全球的文化多元性(Robertson, 1992)。不論全球經濟的流動或傳播科技的變化是否會帶來文化同質，或者地方文化會因此出頭天，不容否認地，全球及地方文化的形成與發展已受到全球資本主義變化的影響。然而，文化的生產有其相對應的經濟制度，在全球資本運作的邏輯與壓力下，一但經濟體制及其運作考量的是單純利潤積累，而非在地文化的多元再現，那麼具有在地特質的文化是否仍有生產的可能？

傳統上，有線電視被定位為地方媒體，主要是因為有線電視透過線纜傳播，致使其傳輸範圍不若無線電波廣泛，因而在節目的設計上，不必全然針對全國性觀眾的口味，部份頻道亦可配合地方民眾生活需要來設計，所以，不論在新聞內容、節目風格、甚至在語言的使用上都可配合當地的風土民情（劉幼琍，1994）。即便在技術上已經朝向聚合式的電信形式，但在台灣的有線電視法制仍將其視為地方媒介。我國法令的規範上，亦對有線電視系統的涵蓋區域有所限制，有線電視法中也針對審議委員、費率審查、節目管理、營業稅收等方面作出必須符合地方特性的相關規定。

不過，近來年隨著全球資本運作的影響，台灣的有線電視政策走向解禁之途，例如，新聞局在有線電視修法的相關說明中便指出：「因應傳播科技的變革，並兼顧『自由化』、『國際化』開放政策之可能影響…宜適度開放外人投資比例，以吸引外資及技術，進而協助我國網路基礎建設，並符合我國 WTO 談判承諾。」（新聞局，2000），也因此，原本單純由國內資本主導的有線電視生態產生改變，不僅所有權結構日漸朝向集中化發展，跨國資本也能堂而皇之地進駐本地市場。這樣的變化甚至連包括強調民主精神與在地主義的「民主台」，亦無法自外於這股風潮，紛紛遭到併購，逐漸成為跨國集團的一部分。進一步來看，媒體政策的解禁與全球資本的運作，對於原本被期待為在地文化生產的有線電視會產生什麼樣的影響？亦即，有線電視背後的跨國資本在利潤的選擇與考量下，不具利潤的在地文化產品是否會成了跨國資本集團的捨棄對象？具文化再現及社區溝通的在地媒介將會受到什麼樣的全球化後果？而若是產生這樣的變化又如何回應樂觀主義者所言「全球化會產生文化多元」的說法呢？

為了回答上述的問題，本研究將以新店區的有線電視--「大新店民主有線電視」自製節目的興衰為例，將其置於在有線電視法制變遷的脈絡下，透過深度訪談、官方文獻及資料分析，討論全球資本與地方文化的消長關係。

貳、資本全球化與文化全球化的爭議

「文化」與「經濟」這兩個具豐富意涵的概念是全球化時代中重要的爭論議題，關心的焦點大多集中在：全球性的資本運作對文化的形貌將會造成何種影響？經濟全球化是否會造成文化同質？

文化主義者 Barker 認為，隨著全球化進程的時空壓縮，文化不但不會同質，各地人民反而有更多的機會接觸到不同的文化，人們所認同的文化便不再只是單一國

家或世界文化，而是一種全球過程與跨國的文化關係 (Barker, 2000)。長久以來，文化一直侷限於某特定地區內的一個概念，「文化」這個概念因而表達了特定地區的生活意義累積，並展現了該地的特質，不過，全球化的興起動搖了長久以來對文化的看法，因為這種多元化在破壞侷限於一地的意義積累同時，更將我們向來視文化和其生產地區之間密不可分的關係摧毀。這樣的改變主要是因為技術的發展與人類的流動往來，遠方及多元的文化不再是遙不可及，就如同符號和商品，會經由電視、廣播、超級市場，以及購物中心進入到我們的生活當中(Tomlinson, 1999)。同時隨著人口遷徙及電子媒體的發展，更讓文化有了接觸及混合的機會，也使得文化必須跳脫只是整體生活型式的傳統觀念。

Tomlinson 擴大 Clifford「旅行文化」(traveling culture)的觀點來說明他對文化全球化的看法。所謂的「旅行文化」是將文化從傳統的地域觀念抽離出來，Clifford 強調文化並非是一種固定於某一特定區域的僵化教條，認為應將文化意義的組成視為「沒有特定地域性的實踐和習慣」，因此，文化是沒有地域性的概念，因為文化的意義是「不停遷徙」的人所賦予的，並藉著「文化」間的流動和連繫所激發出來的(Tomlinson, 1999)。Tomlinson 也認為，文化形成雖然具有旅行的特徵，是流動與混雜，但如今流動的方式則是藉由技術傳散到世界各地，形成一種「去領域化」(deterritorialization)的現象，亦即各地的人們雖然因為政治與經濟上的限制，以及在現實體系的因素，必須「固守一地」，但文化亦會透過傳播媒體在內的各種方式進入到人們固守的領地。

即便如此，文化的混種特色也會因著地區的差異而有所不同。Tomlinson 強調，地域及傳統的不同，促使個人參與日常生活經驗的「生活文化」，也為一種反對力，是真正「豐厚」文化的元素(Geertz, 1973；轉引自 Tomlinson, 1999)，並進一步保存了文化的差異性，使得邁向單一資本文化的速度減緩。在本土的環境中，人們因不同的風俗和偏好，不論是對宗教傳統的堅持。或是對本土產的愛好，都展現了不同文化對單一文化的抗力。因此，Tomlinson 強調，全球文化的流通不是一個單一及線性的決定過程，而是一系列重疊、相互決定、複雜及混沌的多種因素制約，應該拒絕文化是一種「純粹、內在一致性、真實、在地文化」的印象，即便文化和在地之間存在某種連結，也不意味著文化必須偏狹、純粹，或是否認外來文化對該文化實踐和經驗的影響，因為所有文化事實上均從不同的接觸中，獲取不同的文化成分，而這些成分逐漸成為該文化的一部分(Morely & Robins, 1995)。這正是 Tomlinson 所強調的：全球化的確造就了許多過去無法想像的物質流動，但它對文化的真正影響

是促成了地域自身轉變。

由是觀之，文化的流動不必然是一個由強往弱流的單行道，也不是一個同質化的簡單法則，而是一種「混種」(hybridization)與「流動」(flow)，在我們日常生活中，緣自於不同區域、混雜不同特質的文化產品早已司空見慣，當一個經由相互作用的新文化產生後，就沒有所謂「他者」(others)的存在，因此，中心—邊陲的區分是不足以說明複雜、相互影響的文化過程(Barker, 2000)。

這樣的說法，當然不會得到「文化帝國主義」者的認同，他們認為，文化是全球資本主義再生產的結果，這將導致西方的商品、價值觀、生活型態向全球全面輸出。

從政治經濟學的角度來看，全球化指的是資本的空間聚集，它由跨國產業與國家主導，轉換了資源與商品（包括傳播與資訊）的流動空間(Mosco, 1996)。資本主義全球體系不只是技術、資金和管理方式的一體化，它還包括一系列市場運作遊戲規則、文化符號和行為價值系統的一體化，文化商品促成了全球資本主義新的利益形態。因此，有人批評，全球化是單一文化的輸出品，在此同時，意味著人類多元文化的死亡（Ricklefs, 1998；轉引自 Croteau & Hoynes, 1999）。

新的資訊傳播技術大大地降低了跨文化傳播的成本，再加上傳播技術克服了時間和空間的限制，使得媒介經營突破原有的地域範圍，朝向全球性發展，也因此，跨國傳播集團和媒介產品市場的興起提供了全球性企業框架與市場範圍。然而，全球性的媒介市場並非中立存在，後面隱藏許多西方價值，如個人主義、消費主義、享樂主義和商業主義。同時跨國集團藉由母國的協助，輸入它國的不僅是資本與商品，還包括管理制度以及消費主義(Nordenstreng & Schiller, 1979)。換句話說，跨國公司將大多數社會和政治活動轉換為經濟活動，文化也成了商品的一種，如果跨國公司的「文化」有任何的獨特性，那就是「全球性」的消費主義，各國的文化早晚會消失在「消費」最高原則上(Miyoshi, 1998)。因此，輸入的文化未必就是美國的霸權主張，但消費主義卻能破壞許多地方固有的思維模式與生產方式，建立並保障資本主義體系的運作，這也是一種文化同質的現象。

換句話說，文化同質的觀點並不必然是一種美國化的文化結果，更是資本主義所發展而出的消費文化。Fridman 便指出，1960 年代以後，文化帝國主義的思考就趨向將全球化的批評鎖定於文化範圍內，並將其過程視為「帝國主義秩序本質的一部分」，使得美國的價值觀、消費物品、與其生活方式廣為流傳到其它地方。(Fridman, 1994)

事實上，此一過程也同樣是一種去領域化的結果，電視是一種新的權力控制機制，雖然人們散居於世界各地，但卻被緊緊的連繫在一起，Mathiesen 將其稱之為「同觀樓」(Synopticon)現象(Bauman, 1998)。亦即，即使觀看者的身體留在原地、彼此距離遙遠，但觀看的動作本身把全世界各地的觀眾連結在一起—至少在精神上，把他們都引領到電子空間，只有少數人才能成為被觀看者(the watched)，世上的大多數人都是觀眾(watcher)。更重要的是，這些被觀看的少數者也成了多數人景仰與仿效的榜樣，雖然，地方的人在地物理空間，觀看著全球的文化景觀，但地方媒體原有的在地文化生產與溝通的功能也隨之遭到戕害。也因此，在資本主義的世界體系運作中，跨國資本藉由媒體提供的影像和訊息，根植於人們的信念，創造並加強與閱聽眾的連繫，深化對整個系統中事物的固定想法。不過，最被批評的並不僅是資本主義所形成的結構與全球政治經濟，資本主義同時也定義了全球文化的整個過程，亦即是在商業包裝的媒體產品下，隱含資本主義與消費主義所提倡的文化價值。日常生活的文化完全改變，而這樣的影響著實地展現出經濟與文化霸權的生產邏輯及生活方式，是發展中國家唯一能跟隨的發展途徑(Schillier, 1979)。

這樣的想法雖然具有一定解釋與批判能力，但發展中國家若只有一條選擇的道路卻也未免悲觀。無庸置疑的，在現代社會中借重商業文化的經驗是相當重要的趨勢，但是否就能因此斷言，霸權式的「同質性」全球化正在萌芽呢(Tomlinson, 1999)？

進一步來看，仍有人樂觀的認為，傳播科技的發展與市場機制反倒有可能為地方文化走向全球帶來一線希望。即便是資本主義的擴張也會考慮到利基市場及區域的需要，在全球化的進程中，地方的文化也可能流通全球(Roberston, 1992)。跨國集團會採取「兩手策略」(two-pronged)，一方面塑造國際品牌與巨星，同時也考慮到各地的文化差異，啟用欲進入地區的文化特色與藝人，作為市場區隔的行銷手段(Croteau & Hoynes, 1999)。另外，好萊塢的產品也不見得能獨步全球，例如，中南美洲與中東便不是美國的天下，巴西也有自己獨特的影視文化生產系統，不僅在中南美洲大受歡迎，甚至還外銷到中國等其它國家。

Robertson 提出的正是「全球地方化」(glocalization)的觀點，全球化與地方化是辯證的關係，亦即，全球化並非只是歐美強勢文化同質化的過程，也包括了其他在地特殊文化向世界散播或抗爭其價值，象徵意涵的異質化作用(Robertson, 1992)，事實上，這個概念源自於日本為適應不同地方特徵的耕種技術，如今已經被普遍使用在跨國行銷上，他是指所有全球範圍的思想和產品都必須適應當地環境的方式，因此，必須將這種思維與認為世界文化正在迅速走向同化的觀點加以對照。Robertson

的重點在於，現實的全球化發展中很難有單一的世界觀和價值邏輯支撐整個不斷往前辯證的體系，這也是全球化可能具有多元內涵之處。不過，這個論點並未隱藏住文化商品化或霸權支配的背後邏輯，因為目前的全球化過程中並未真正徹底實踐普遍化和特殊（在地）化互為牽盪的實質（周桂田，2000）。

因此，這樣的辯證關係也反應在全球資本主義的進程上。全球資本主義既促進文化同質性，又促進文化異質性，而且既受到文化同質性的制約，又受到文化異質性的影響。無論如何，資本主義的發展是靈活的，會隨著不同的市場而變形，差別和多樣性的形成與鞏固是當代資本主義一種本質要素，它被越來越多樣的（不同民族文化、種族、性別、社會階層的）微型市場所包圍，與此同時，在經濟慣例越來越具全球普遍性的背景下，微型行銷(micro-marketing)便隨之而生，這主要是因為，資本主義必須使自己適應人類生活的文化性，而這即是現實世界將全球與地方連結起來的形式。

事實上，「全球地方化」展現了「全球化」與「地方化」的辯證關係，不但否定了兩者截然對立說法，同時也意味著兩造相互滲透的可能。全球化與地方化在邏輯上一方面是普遍的特別化，另一方面是特別的普遍化，形成弔詭的發展狀態。前者意指全球同質、趨於同一內涵的行動普及於世界各地，好萊塢電影或 WTO 皆是最後的例子，相對於此，特別的普遍化關係到區域或地方特質的異質性或多元性，能演化為全球所普同接受的現象（周桂田，2000），亦即，在全球化成為世界共同發展的趨向時，各地的地方文化亦會形成一種反全球同質的力量。換句話說，全球化帶動了多元主義，而這也成了全球普遍化的核心，這也是全球主義的一種特徵。因此，我們可以將全球化設想為一個過程，除了我們所知道的經濟面向外，它還包含了全球場景中造成的非均衡的運動和其它行動者，它們對全球狀況有不同的形式，因而對世界體系的結構既發起挑戰，也加以建構，也就是說，全球化與在地化並非割裂、對立的兩面，只依循其各自的邏輯進行運作，相反的，它們是互為辯證的橫向、縱向動態，相生而存(Robertson, 1992)。

全球地方化的觀點認為文化的形成不是一灘死水，文化的流動並不是一種由強往弱的流動過程，文化除了具有混血的特徵外，在地的文化亦可以透過媒介全球化的過程擴散到世界各地。進一步來看，全球地方化的概念也同時關照「生產」與「流動」的關係，亦即，在全球化的進程中，將會生產與全球化對抗的地方文化，或者，資本主義的力量會為適應不同市場的現實而生產與地方有關的文化，無論是什麼原因，地方文化面對全球化並不是束手待斃，而是會更積極地流向全球。不過，「流動」

的先決條件是必須「生產」，如果在地文化的生產受到限制，那麼，文化多元的榮美之景，是否仍像 Robertson 的樂觀主義者所頌讚的一般？以下將從「大新店民主有線電視」的自製節目發展歷程重新檢視上述的分析。

參、我國有線電視法制與全球化的關係

1994年2月，新聞局公佈「有線電視申請須知」後，經六梯次公告，全國共有229家業者提出申請，審查後計核發156張籌設許可證（行政院新聞局，2000）。短短幾年內，台灣有線電視所有權產生極大的改變，1993年底611家第四台業者取得暫行播送系統的營運執照，但最後獲得籌設許可的系統業者剩下156家，不過，根據新聞局於今年的最新統計，目前有線電視系統業者只有63家（行政院新聞局，2002）。

面對台灣有線電視業日益集中化的現象，陳炳宏(1999)認為除了部分業者由於無法或不願負擔合法化所導致的系統軟體與硬體升級的龐大資金壓力，決定獲利了結而退出市場外，主要原因有二：一方面在於現有系統間的合併與整合，藉以降低營運成本及強化資金來源，以因應合法經營環境的挑戰；另一方面則是由有意介入媒體產業的企業集團，以鉅額資本投資「相誘」，迫使舊有業者出讓持股或全數轉讓，將所有權與經營權交到集團手中，讓集團透過合併的系統以「蠶食鯨吞」台灣有線電視市場。這樣的說法點出了台灣有線電視集團化的原因與過程，在規模經濟與獲利的考量下，前者為獨立業者的自救模式，後者則為財團擴張版圖的主要手段。

然而，不論是何種規模的擴張，皆不能忽略法規的放鬆管制是造成台灣有線電視壟斷的重要因素。國家的角色與權力未必會在全球資本過程中消失，還積極地扮演加速經濟全球化的推手角色（里斯本小組，1999；張世鵬中譯，2000）。因此，國家在國際資本利潤的驅動下，積極地促成跨國的經濟活動，換句話說，國家並不是全球化過程的犧牲者，反倒是全球市場的主要建造者(primary architects)。

台灣的有線電視法規的沿革便體現了這樣的說法。

1993年7月，原本被國家機器視為對立性非法媒體的第四台，在各方力量角逐及美國「三〇一條款」的推波助瀾下，順利完成立法，同年11月9日新聞局發布實施「有線電視節目播送系統暫行管理辦法」，受理有線電視法通過前既有業者（社區共同天線及第四台業者）的營運登記。97年3月交通部頒發第一張有線電視系統的營運執照，台灣的有線電視正式走入合法營運的階段。通過實施的有線電視法雖然為非法的地下媒體找到了遊戲規則，但另一方面卻使得台灣的有線電視媒體走向商

業化與私有化的道路，並忽略了其原有社區公共性的特質（管中祥，1997），同時也無法有效解決所有權集中、消費者權益受損、衛星電視節目等相關問題（新聞局，1997）。

這個實施沒多久的有線電視法，到了 1997 年新聞局認為部分條文有窒礙難行之處，不足以因應實際需要，開始著手修法。行政院修正通過的有線廣播電視法於 1998 年 1 月 3 日送立法院審查，隔年 1 月 15 日立法院三讀通過，同年 2 月 3 日總統公布施行。依據新聞局(1999)的說法，此次修法的原因除了舊法未盡完善，形成有線電視系統未來發展瓶頸，以及主管機關輔導與管理盲點外，還因為傳播科技發展快速，科技及工程技術之變革已迅速改變了有線電視產業風貌，傳播媒體產業結構亦急遽變化，原有法律條文與現實需求相去太遠，必需予以研修；另一方面，為了配合行政院推動之「國家資訊通信基本建設」(NII)之整合網路計畫，並掌握科技之脈動以邁向亞太媒體中心目標，以塑造自由化與國際化之傳播發展環境亦為當務之急，有必要從技術面及經營面來探討有線電視法之修正。

在此修法目的的前提下，1999 年版的有線廣播電視法具有允許跨業經營固網業務、吸引外資投入網路建設、放寬跨媒體經營之限制、防止壟斷經營、授權地方政府管理、重視消費者權益保護的多項特色（洪瓊娟，1999）。

2001 年 1 月，立法委員穆閩珠等人提案修改「有線廣播電視法」，刪除原法第十九條股權分散的限制，並放寬外人投資上限到 60%，雖然，在「傳播學生鬥陣」¹、「媒體觀察基金會」等團體的抗議下，該法案重新審查，不過，同年 5 月的朝野協商中仍然強行通過了第十九條有關所有權規範的重要條文。立委們當時所持的理由在於：「促使有線廣播電視事業健全發展，迎接國際化、自由化及大媒體潮之來臨及

1 2001 年初在東森集團的運作下，企圖將妨礙產業整合的「眼中釘條文」--有線廣播電視法第十九條全部量身修改，「傳播學生鬥陣」發起「我們要第十九條」的連署聲明，聯合社運團體，抗議財團主導刪除股權結構限制條文。雖然該條文得到立法院的覆議，但 200.5.14 在立院朝野協商，仍將此規定刪除，足見有線電視集團對於立法院的強大影響力，傳學鬥憤怒地指出，「沒有十九條，立委愛財團！」，台灣有線電視修法向來由財團主導，從非法第四台就地合法開始，有線電視財團已經習慣先造成非法事實，再企圖修改法規，將非法事實就地合法，而財團經營素來以營利為己務，以斷訊、併頻、換頻為手段，從事產業上下游整合，全然忽視收視戶權益；更忽視電視的文化事業本質。對於例年來有線電視修法程序，傳學鬥批評是：「暗地修法，就地合法，積非成是，財團勝利，文化挫敗」，更強調有線電視不只是產業，更是文化，因此主張國家在媒體政策上必須「節制私人資本、發揚公民文化」。有關傳學鬥所主導的「我們要十九條」抗議活動，請參看傳學鬥網站：<http://go.to/SCSTW>。

國際媒體之競爭…因此，主張放寬有線廣播電視之股權限制與外國人投資比例。」

這樣的說法重視的是如何讓有線電視「產業」更具競爭力，無獨有偶地，新聞局長蘇正平也曾經公開表示，如果從科技特性及促進「產業」發展的角度來看，第十九條的限制確實有討論的必要。其實，新聞局（2000）在廣電政策白皮書中早就指出：

「因應傳播科技的變革，並兼顧『自由化』、『國際化』開放政策之可能影響…宜適度開放外人投資比例，以吸引外資及技術，進而協助我國網路基礎建設，並符合我國WTO談判承諾。」

顯然的，在全球經濟發展的趨使下，傳播政策的思考方向，已經逐漸脫離文化形成、公民參與，或者意識形態控制的主軸，轉而將其視為經濟性產業，強調傳播產業的發展能否提高產值、帶來利潤，因此，也使得傳播法規越來越傾向經濟法的特色。而經濟法就是國家為調整其與各系統的經濟關係，所制定的法律規範，正是國家組織、領導和管理經濟的重要工具（儲有德、唐叔，1994；轉引自汪欣潔，1998）。

全球化雖是促動政治、經濟、社會變遷的重要力量，並且重新形構了現代社會與世界秩序，面對新的變局，但國家並未如大前研一（1995；李宛蓉中譯，1996）等人認為會因此消失，相反的，國家主權本非絕對，必須隨時重新調整才能適應。傳統國家主權觀念因而面臨新的挑戰，領土的觀念逐漸縮水，國家的定位轉化為複雜國際網路中資源集散者的角色（Murphy, 1996；轉引自 Held, 1999）。換句話說，國家並未在全球化的過程中消失，為了能求得更大的經濟成長，國家會主動尋求有效的跨國合作機會，國家從原來新自由主義者所強調的「最小政府」，轉變成發展中國家經濟擴張促動者的角色，以催化新的全球或區域經濟的形成。

不過，媒體不僅具有科技及產業的形式，更負載了大量的內容與文化，不同的內容提供者與提供目的，會形成不同的媒介文化與社會文化。當國家將媒體政策視為純粹為獲利產業政策的思考，對其所負載的內容--文化又會何產生何種影響？

肆、大新店民主有線電視的發展分析

「大新店民主有線電視股份有限公司（簡稱大新店民主）」前身為1993年7月成立的「新店有線電視台」，1994年6月取得經濟部經營執照，更名為「大新店民主有線電視播送系統股份有限公司」。該公司成立時的資本額約一千萬，共有工程、業務、財務、節目等四個部門。

一、大新店民主自製節目的源起

大新店民主的成立和許多 90 年代初期興起的有線電視民主台一樣，主要是爲了打破國民黨政府長期對媒體的壟斷，造成反對意見的扭曲或封殺，因而透過設立非法的有線媒體，傳達有別於三家無線電視台的主流意見，當時除了曾代表民進黨參選台北縣議員的前董事長黃林銘投入籌設工作外，還包括民進黨的高挺區、黃煌雄等公職人員（民眾日報，1997.3.8.15）。

…早期也覺得，每一項的街頭運動，最大的障礙是在媒體，媒體扮演著關鍵性的角色，也是非常重要的角色，…當時有個好時機…

（黃林銘，第一次訪談）

那時想打破言論自由，對台獨人物影響非常大，但是之後算是一切都開放了，比較沒又必要，就比較沒落了…

（高挺區，第一次訪談紀錄）

民主台的形式和其它的非法第四台一樣，都是透過線纜和錄影機播出節目播放系統，1990 年 2 月第一家民主台「中和民主台有線電視台」順利開播後，民進黨公職人員紛紛投入有線電視的經營。民主台不久便在台灣各地有如雨後春筍般的快速成長。這些電視台的投資額大約在 500 萬至 1,500 百萬之間，成立初期便必須解決財政收入的危機，經營者多半爲黨工、公職人員或錄影帶販售商出身（自立早報，1990.8.8: 20）。

民主台的成立，可視爲民進黨媒體改造運動的策略之一，除了能結合各地方台及小眾媒體工作者的資源，在軟體節目的供應上相互支援，另一方面，民主台的成立也成爲民進黨傳播意識型態的重要通道，並藉由結盟的方式，在該黨公職人員的選舉中，扮演政治宣傳的角色。

民主台平時以提供民進黨的資訊，提升民進黨的形象爲主，同時不加剪接地播出立法院院會的實況，呈現民進黨立委問政、與官員激辯，肢體抗爭等多樣面貌，與三家電視台偏頗且有限的國會新聞報導有所區別，此類內容不但受到歡迎，也吸納了許多具有共同理念的人紛紛裝機。

除了政治頻道和自製新聞外，民進黨的本土性格也反映在民主台的節目內容上，例如，在語言的使用上，包括了閩南及客家族群的母語，同時爲突破軟體製作上的困境，部份業者著手製作具備本地特色的節目以吸引顧客，也有業者也製播地

方論壇節目，鼓勵民眾參與地方公共事務，反應人民的聲音也是民主台的特色之一（管中祥，1997）。

大新店民主雖然強調「民主」的理念，但經營初始並不像一般民主台以製作地方新聞或播放議會問政及街頭運動錄影帶作為宣揚民主的手段，反而先成立節目部製作地方文史節目。之所以會選擇以「地方文史節目」而非「新聞」作為宣揚民主的策略，一方面是因為當時的節目部經理其過去的工作經驗大多偏向節目製作而非新聞，另一方面經營者認為從地方文史節目作起，不但可以了解地方、紮根地方，架構一個具有社區主義的有線系統，發揮有線電視地方媒體的精神，同時也能夠藉由地方節目的製作，強化大新店地區地區民眾對社區的認同。

…以前民主台很多都播放街頭抗爭，放議會問政（錄影帶）、播地方新聞，我覺得那些都是臨時作的，沒有什麼特色，要和別人都一樣，就是要走出你的特色。那時候我就覺得新店這一個環境，全國族群最多元化，客家人啦、烏來的原住民啦、閩南人啦、外省族群，全台灣外省族群最多的當然在多元化的環境中自省，便能產生多元化的社會，和多元化的歷史…

（黃林銘，第一次訪談）

那時候我進來主要的任務是因為總經理覺得他有一些理想、期望，希望作一些事情強調社區主義、強調族群發展的一個媒體。他本身參與一些黨外活動，是文山會的會長，所以有一種強烈的使命感，就是希望地方的耕耘跟扎根。

（夏聖禮，第一次訪談）

1996年大新店民主節目部成立後，隨即展開地方節目的製作。初期在大新店民主的辦公室內設立一個十五坪大小的攝影棚，在只有兩部業務級單眼攝影機的簡單設備以及節目部經理過去在光啓社的同事協助下，開始製作地方節目，每集節目製作費大約5,000至10,000元。

由於節目部經理並非成長於新店，並且第一次接觸有線電視的工作，所以製作初期的節目內容大多是新店、烏來地區的風景、活動介紹，只是單純的製作節目，並未強調社區主義的觀念。不過，為了更了解大新店地區的歷史與發展，節目部人員便開始與文史工作者接觸，一方面蒐集地方的文史資料，並受到拳山堡文史工作室李順仁夫婦的影響，重新思考製作地方節目的態度與方式。

…我們的思考方向就是希望有線電視公司建構的不只是消費者的消費行為，媒

體他可以影響地區文化，應該是比較接近配合地區背景人文的…我在地方上作節目，如果說我對地方上發展的歷史不了解的話，會進行不下去。有時候會需要多了解文獻，資料蒐集、拍攝的經驗多了，本身也對這些東西有興趣啦…

（夏聖禮第一次訪談）

1996 年至今，大新店民主製作的節目可以分為下列幾類：

- 1.地方文史類：這一類節目如「街頭巷尾」、「紀事版圖」等，內容主要關於文山地區地方文化、歷史的介紹導覽，針對特定主題深入去作探討；而文山紀事則是以人為主。
- 2.社區服務類：包括「里民大會」、「里的代誌」等節目，除了定期拍攝每個里的里民大會外，還分別對每個里的風土人情、生活資訊介紹導覽。另一種選舉節目則邀請新店市市長、市民代表，以及參與地方選舉的候選人上節目發表政見以及政治辯論等。
- 3.休閒育樂類：節目如「一元遊新店」、「超級拍賣王」、「四輪天地」、「溫泉 e 世代」等，此類多以現場 CALL-IN 形態，民眾可透過電話與主持人直接互動，例如：一元遊新店是以新店資訊為猜題題目，以遊戲問答方式進行，而超級拍賣王則是居民二手物品在節目中進行喊價拍賣。
- 4.公關類：「與民有約」這一類節目是邀請市民代表、市府人員、議員到節目中發表政見或施政報告等，因為經費來源自市代會，根據受訪者所述，類型較偏屬於公關類的節目。

在以上眾多自製節目中，地方文史類的「街頭巷尾」多年來一直獲得不少獎項的肯定，自 1997 年開始，連續三年獲得有線電視金視獎教育文化類特優，1999 年另亦獲得最佳剪輯獎；2001 年再得新聞局社會建設獎；1998 年，「街頭巷尾」系列中的「走過瑠公圳」獲行政院文建會優良地方文化紀錄影帶佳作獎。其他節目如 1999 年「一元遊新店」獲金視獎綜藝節目獎第一名，「大新店新聞」則獲得新聞主播獎第一名。

二、大新店地區有線電視的結構轉變

隨著法規及整體經營環境的改變，新店地區的有線電視此時也發生變化，從第四台時代的 30 多家逐漸減少，到了 1995 年新聞局公佈第二梯次有線電視系統申請結果，新店地區計有「大新店民主」、「新唐城」、「文山」、「北新（熊貓）」四家通過

初審得以繼續經營（聯合報，1995.8.11:19）。1998年7月，台北縣政府新聞處公佈的資料指出：新唐城申報的訂戶有35,000多戶、「文山有線」則是15,000戶；「新城（熊貓）」則有10,000戶左右，而「大新店民主」只有5,000多家訂戶（自立早報，1998.7.21:15）。

新唐城成立於1992年，原為「唐誠有線播送系統」，1994年7月整合新店地區「尚美」、「祥特」、「新店碧潭」等三家業者，正式更名為「新唐城」，「新唐城」和「文山有線」同屬東森集團經營系統，但由於「新唐城」和「文山有線」客源重疊，1998年東森便將「文山有線」併入「新唐城」，雖然表面仍維持兩家系統經營，但「文山有線」的客服部門及部分單位則與「新唐城」共用同一辦公大樓。

前立委羅福助家族是「熊貓有線電視」的主要經營者，1995年以「北新有線電視籌備處」之名取得籌設許可後，改組為「熊貓台有線電視籌備處」，不過，「熊貓」成立時設備相當簡陋，沒有機房，節目訊號則向鄰近系統業者租借，在技術方面與新唐城合作，提供相關設施，並未真正開台。該公司成立初期為招攬客戶推出「一戶一年一塊錢」的行銷活動，訂戶曾超過10,000家，最後將客戶賣給新唐城，獲得約2億資金後，結束營運。

大新店地區的有線電視系統經過幾年的整併後，到了1999年只剩下東森集團的「新唐城」及獨立系統「大新店民主」兩家。

雖然在財團有計劃的收併、整合下，許多民主台因為大環境的改變，調整經營理念，不再播放「民主節目」，或者，早已被財團併購，「民主電台」日漸減少，不過，由於股東們的堅持，大新店民主台成了當時北台灣碩果僅存的民主台（民眾日報，1997.3.8:15）。不過，依據新聞局（2002）的統計，大新店民主申報的訂戶數為31,004戶，相較於競爭對手「新唐城」的48,121戶，少了將近三分之一的數量，1998年投資完成後，一直到2000年，每月仍虧損一、兩百萬，在長期虧損的壓力下，大新店民主不得不改弦易轍，跨大改組，也因此面臨財團及外資介入的命運，這種原與「新唐城」雙雄並立的局面在2000年開始產生變化。

1999年大新店民主開始與其它經營者接觸合作事宜，2000年便有包括太平洋、和信、以及卡萊爾等國內外有線電視集團相繼與其洽商，最後則由太平洋投資共同經營。較特別的是，原本的競爭對手--「新唐城」也從2000年8月開始與「大新店民主」有了合作的關係。

大新店民主的所有權變化，與台灣有線電視法制的轉變有著密切相關，特別是「太平洋聯網」的加入經營，突顯了外國資本入主台灣有線電視的現實。

事實上，外資在台灣開放有線電視以來，便汲於尋找以技術與資本進入有台灣市場（戴伯芬，2000）。不過，93年通過「有線電視法」規定，有線電視經營者「應具備本國公民身分，外國人不得為有線電視系統之股東」，外人投資並不若現在方便。在此限制下，外資便透過與本地資本合作的方式進入系統經營。

「美台電訊」、「台華公司」與「菲利浦」是有線電視法通過前後最積極的三家外資公司，「美台電訊」是「時代華納」與台中長億、興農集團合資的公司，而「台華」是由 AT&T 與長億合作，「菲利浦」則是聯合太平洋電纜、三商行、聯合光纖投資公司。這三家外資公司在有線電視播放系統申請時合計提出了 44 家申請案，卻只有 26 家通過，成功率僅 59.1%（戴伯芬，2000）（表一），遠低於同時期本地財團申請的通過率。其後，這幾家外商公司在法規限制、市場不穩定以及輿論壓力下陸續撤出本地有線電視所有權的經營，但外資仍與本地系統業者保有技術的合作關係。

表一 有線電視發展初期外資活動狀況

外資集團名稱	投資計劃	結果
台華公司	由時代華納轉投資的鼎盟公司與長億集團合資成立台華公司，華納持股高達 49%，並提出 18 件籌設申請案	第一次申請全軍覆沒，時代華納撤資，台華宣佈解散
美台電訊	提出 21 件籌設申請案	通過 18 件籌設許可，但與系統合作計劃因後來系統的市場變化太大而無疾而終
菲利浦集團	提出 5 件籌設申請案	通過 3 件籌設許可，但在評估市場後退出

戴伯芬(2000): 媒體產業的全球地方形構—台灣有線電視的政治經濟學分析: 頁 190

不過，限制外資入境的大門並未關閉太久，台灣政府在考量國內產業需求及加入 WTO 的企望下，重新修改有線電視法制，大開外人投資大門。1997 年新聞局為符合實際經營需要，開始著手修法。1999 年 1 月 15 日立法院三讀通過有線電視法修正案，在所有權方面有了較大的改變，一是取消舊法第 20 條中外國人不得為有線電視系統之股東的限制，開放外國人直、間接持有系統經營者之股份最高不得超過系統經營者已發行股份總數 50%；另一面則是刪除舊法第二十條中規定新聞紙、無線電視或無線廣播事業或該事業之董事、監察人、經理人不得為有線電視之申請人、董事、監察人、經理人的條文，允許跨媒體經營。

1999 年有線電視法的修改，為外資找到進駐的空間，2001 年立法院再度修法，將外國人直接及間接持有系統經營者之股份的上限提高至 60%，同時也放棄股權分散的原則，同意單一個人或集團可以持有有線系統的所有股份。

事實上，自從有線電視法在 1999 年大幅放寬經營限制後，外資在台灣有線電視的活動顯得明顯且活絡，包括梅鐸的新聞集團、微軟、荷商霸菱亞太通訊媒體基金、香港錦興集團（Hanny）、美商卡萊爾、新加坡匯亞財務集團相繼直接（或間接）地投入台灣有線電視產業的經營，另一方面各集團間也採取交換股份、共同投資、建立策略聯盟的合作方式（表二）。表面上，台灣的有線電視系仍存在四大集團經營的局面，但由於彼此間的多種合作形式，也使得真正的股權關係得曖昧不明。

表二 臺灣四大有線電視系統台版圖分析

	東森媒體科技	和信集團	太平洋聯網	台灣寬頻
有線電視系統台家數	12 家	29 家	12 家	5 家
涵蓋用戶數	88 萬	74 萬	55 萬	24 萬戶
外資股東	微軟、衛視	新加坡匯亞財務集團等	荷商霸菱亞太通訊媒體基金、香港錦興集團(Hanny)等，傳與美商卡萊爾接觸	美商卡萊爾(凱雷投資集團)
外資活動與所有權變化	1.2000.11 太電集團投資東森，旗下太平洋衛視合併東森東豐衛星成立新公司 2.2000 東森媒體科技併賺亞太線上，東森寬頻電信與卡萊爾集團策略聯盟；太平洋衛視公司策略聯盟合作，成立直播衛星電視(DTH)及數位化互動電視增值服務。新公司資本額訂為 2 億美金，雙方股本比例各為 50%	1.2001.5.和信與衛視共同成立控股公司 2.2001.8.太平洋讓出高雄鳳山，和信以台北縣中永和有線電視系統交換 3.2001.6.開曼群島商怡星投資和信集團旗下吉隆等十家有線電視業者	1.2001.2.和信集團與太平洋聯網科技簽訂系統經營權交換 2.2001.8 與東森媒體科技策略聯盟成立直播衛星電視(DTH)及數位化互動電視增值服務	1.2001.6 卡萊爾集團投資獨立系統群健有線 2.2001.11 和亞太線上結盟，共推網路業務

本研究製表整理，資料來源劉于禎，2001、賴綾章，2001、台灣有線視訊寬網

路發展協進會，2001 以及各大報。

大新店民主也就在這樣的背景下產生所有權結構的變化，不但外商色彩濃厚的太平洋集團挹入資金，同時也與東森旗下的「新唐城」有了某種的合作關係。不過，大新店民主的股權變化也使得曾受多方肯定、引以為傲的地方自製節目產生了極大的轉變。

三、大新店民主自製節目產量及類型變化

由於大新店民主訂戶數較少，為了能讓新的業主願意投資，並且能在與「新唐城」合作後，取得營運的主導權，因此，正式合作之前，大新店民主為要創造一些有利的條件，便開始調整內部運作。

…（民國）89 年兩邊在談了，所以節目上的東西都差不多停下來，當然總經理看看從那一年，是不是接點外面的東西做，過去，黃總在的時後，他也一直跟我提啦，你們節目部是不是要想辦法，看是不是做點營利方面的事情，這樣也比較好談…

（夏聖禮，第一次訪談紀錄）

…因為這些題目的確是比較花時間，既然也沒有人、經費不是很夠的情況下，同時公司的營運策略改變，他必須有錢，作一些營利上面的，譬如說我們要去接一些外面的 case 來作，所以都會想到要怎麼增加營收……所以他們常常問我呀，我們要去作賺錢的東西，還是要作所謂公益的這些，我說如果公司現在很清楚的這樣的一個發展策略，那我們大概就是作…先可以求生存麻對不對…

（夏聖禮，第一次訪談紀錄）

因此，在與新業主合作之前，新唐城內部便試圖調整節目部的定位，考慮將原本強調社區主義的製作目的，轉為營利的功能，而這樣的定位在新的經營者正式進入後更為明顯。

事實上，經營者的改變也影響了大新店民主原有的經營目標，包括黃林銘在內的多位具有「在地」與「民主」意識的投資者，先後退出經營，大新店民主重新調整人事結構，因此，原本極為濃厚的「民主台」色彩，也免不了追隨「前輩」的腳步，將獲利視為重要目標。

調整人員編製，減少人員支出是企業節省成本，進而獲利的常見方式，2001 年

1月雙方正式合作後，新的經理人便提出縮減人力的要求，節目部從原來的21人裁撤6人，只剩下15人。

除了人力縮減外，原本單純製作節目的節目部也被要求增加公司盈收的任務，因此，轉而向其它相關單位外包節目製作，以獲取利潤。2000年開始，節目部在新店市代會提供經費下，製作「與民有約」節目，定期邀請新店市市民代表參加發表政績。2000年10月，大新店民主首次標到國防部保防專題的節目，共計17個單元，其後陸續向文建會、台北縣政府承攬相關業務，增加公司收入。

…節目部在八十九年已經慢慢地定位成說，你今天除了地方上的一些東西，有關製作的部分，你就要走向外面的市場…

(夏聖禮，第二次訪談)

新的經營者正式加入後，「節目部」定位越來趨向「業務部」的工作，每年必須負責1,200百萬的業績收入，這對已被裁員的節目部無疑是雪上加霜，間接的影響節目部的工作。

…在這種轉變的過程中，我發現就是說，我不曉得怎麼去招喚他們(按：員工)，怎麼樣去帶他們，因為今天公司有營業上的壓力，他們所感受到的是那一種壓力，不是說我今天一定要去做一個什麼地方的節目，我花在這個地方，他就跟我講「經理啊，我這樣來做，兩三個月下去我沒有業績耶」

(夏聖禮，第二次訪談)

也因此，節目的製作量與類型在2000年開始產生明顯的變化。表三、表四的統計顯示出大新店民主各類自製節目的消長關係，除了1999年節目量較少外，自製節目量逐年中增加，不過，2000年的自製節目量雖然高達65集，但根據受訪者表示，37集的「台灣風雲」以及後來更名為「先腳跡」的21集節目，是由公司的某位顧問製作、主持，一開始只有5--10鐘，後延長至30分鐘，公司只要定期在棚內拍攝，主持人領的是公司原已支付的顧問費，所以幾乎沒什麼成本可言，換句話說，從2000年開始，大新店民主就沒有投資多少經費在自製節目上。

表三 大新店民主有線電視各類節目總計

		1996	1997	1998	1999	2000	2001	小計	總計
地方文史類	街頭巷尾	17	43	13		3	9	85	153
	紀事版圖	8						8	
	台灣風雲					37		37	
	先腳跡					21		21	
	文山紀事						2	2	
社區服務	里民大會			25				25	52
	里的代誌			11				11	
	選舉節目			11				11	
	客戶交流道				5			5	
休閒育樂類	一元遊新店				3			3	17
	超級拍賣王				6			6	
	理財專線				1			1	
	四輪天地				1			1	
	溫泉 e 世代				6			6	
公關類	與民有約					4	25	29	29
	小計	25	43	60	22	65	36	251	

本研究整理製表

表四 大新店民各類自製節目變化表

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
地方文史類	25	43	13	0	61	11
社區服務	0	0	36	5	0	0
休閒育樂類	0	0	0	17	0	0
公關類	0	0	0	0	4	25

本研究整理製表

另一方面，大新店民主製作的「地方文史」、「社區服務」、「休閒育樂」等類型的節目集中在 2000 年以前，2000 年開始，不但「地方文史」節目選擇成本較低的製作方式，同時，停止「社區服務」及「休閒育樂」節目的製播以減少整體的製作成本。不過，此時大新店民主台的節目部也逐漸承受業績的壓力，經理人開始要求節目轉向製播可以獲利，因此，在上述類型的節目量趨向減少的同時，新店市代會補助的「與民有約」節目則開始製播。

2001 年，「公關類」的「與民有約」成了節目部製作播出最多的節目類型，而「地方文史類」則新製作了以地方人物為主的「文山紀事」，但「街頭巷尾」節目則因製作成本太高，僅製作一集「香魚的故事」，其它的則是由過去的節目帶重新剪接播出。雖然，節目部製作的地方自製節目日漸減少，但卻轉型為「製作公司」承包政府機關或其它民間團體的宣導短片與活動紀錄，截至 2002 年止，大新店民主台節目仍持續外包節目製作。

事實上，大新店民主台經營定位的改變也反應了台灣有線電視產業的問題。原定位為宣揚民主理念、發揚「社區主義」精神的大新店民主台，面對現實經營的壓力不得不重新改組，接受大資本集團的資本入股與合作，然而，股權結構的改變，卻也使得原本具地方特色的自製節目，在新的經營者的業績要求下，不但減少製作量，同時得轉型為製作公司，製作可獲利的外包節目。

現在完全是市場面的關係，所以完全沒有其它的…，就是用服務市場的一種觀念、做法，在目前是這樣子的…所以這就是很清楚，就是營利事業…從企業管理或整個財務上來看，當然是沒錯的，但是相對的就是說，有些東西就脫離了，脫離了一個地方媒體跟一個地區的這種很貼近的關係，那我現在感覺到就是說，常常在處理一些住抗啦、抱怨啦這些，包括你處理這些東西運用的公關，所有的關係，都在消彌這些負面的關係。

（夏聖禮，第一次訪談記錄）

四、國家的兩種政策

將大新店民主的轉變，放入我有線電視法制的演變脈絡理解，更能突顯其與整體政治經濟的關連性。國家機器偏向的是透過有線電視法的修定，進而建立一個適合全球經濟趨向的市場環境，而非強調強化有線電視的社區公共論壇的角色，以提昇社區意識及促進民主的發展（管中祥，2000）。然而，國家為何有如此的思考與作為呢？

…新聞局因應傳播科技的變革，並兼顧「自由化」、「國際化」開放政策之可能影響，對於有線電視應作一階段性調整及放寬，刪除有關無線電視、無線廣播事業、報紙事業及其經營者不得跨業經營有線廣播電視事業之規定。

(行政院新聞局，1999)

從新聞局的說法來看，有線電視法制的轉變是為因應加入國際貿易組織，以及全球科技與資本發展的需要所作的調整，根據這個目的，政府一方面推動總體經濟的調整，另一方面則利用其政策工具與政策網路來改變既有環境。因此，逐步放寬對有線電視所有權的管制，開放外人投資、允許跨媒體經營，並取消股權分散的限制。這樣的改變不僅開啓了跨國資本進入台灣的大門，同時也使得有線電視產業所有權日漸集中。

不過，國家在因應科技發展及全球經濟需要的同時，在政策及法規的設計上放寬經營的限制，卻忽略了有線電視原有的地方化、社區化特性。

有線電視立法完成後，新聞局為獎勵有線電視播送系統，及廣播電視節目供應事業自行製作發揮社會教育及服務功能之有線電視節目、錄影帶節目，於1996公佈了年「優良有線電視節目暨錄影帶節目獎勵要點」及「報名須知」，並於同年6月舉行頒獎典禮。這個獎項便是「金視獎」的前身。

「金視獎」設立的目的是希望透由競賽方式，獎勵有線電視工作者能夠結合社區相關資源，關懷鄉里、反映地方動態，製作相關的地方性節目(新聞局，2000)。獎勵對象包括系統業者及頻道節目的製作，在有線電視系統自製節目頒發的獎項包括：社區服務節目、新聞報導節目、專題報導節目、社區論壇節目以及教育文化節目等，其中社區服務節目的設立是強調：有線電視自製節目能夠「以凝聚社區向心力，結合社區脈動，服務社區」。連同1996年所舉辦的「優良播送系統獎勵」在內，一共舉辦五屆的獎勵活動。雖然，在新聞局九十年度施政計劃中仍將金視獎列為「獎勵優良電視節目及傑出人員及輔導廣播電視事業與其團體」的獎勵方案，不過一直到2002年6月，金視獎並未繼續舉辦²。

「金視獎」雖然只舉辦五次，但這卻是主管機關對系統業者唯一的正式獎勵，由系統業者輪流舉辦的方式也讓系統業者彼此互動交流，不僅得獎的業者會以此作

2 經本研究詢問新聞局相關官員，「金視獎」的停辦主要是因為蘇前局長正平為籌辦一個新的權威性的台灣普立茲獎，所以將一些較不知名度的獎項停辦，以挪出經費來籌辦台灣普立茲獎，短期內金視獎不會再舉辦。

為系統的宣傳賣點，同時成為公司是否願意製作地方節目的考量因素，同時也是系統業者招攬客戶的一項利多。

而且這樣有些節目大家比較會知道，像是我們民主電視台啊，大家會比較知道，而且有時大家也比較會認同…

（高挺區，第一次訪談記錄）

…對我的意義來講，反而是蠻好的，反而讓我不斷地去想一些事情，那種肯定多半都是對一個團隊的肯定，所以公司來講的話，它做這個事情好像還蠻有意義的喔…

（夏聖禮，第二次訪談記錄）

…節目部就要面臨一個很重要的問題，如果沒有拿到金視獎，節目部就裁掉了，現在是賺不到錢，節目部也不見了，你那個地方社區媒體、功能，已經逐漸轉了、變了，基本上已經跟社區之間那種關係已經變了…

（夏聖禮，第三次訪談記錄）

相較於以經濟利潤為思考的而作的政策改變，台灣政府對於有線電視在社區文化發展上的獎勵仍有很大的改進空間，不僅地方政府公務人員對「有線電視做為地方性媒體」功能的認知有限（楊雅玲，1999），中央政府在相關法規的制定上，不如對所有權放鬆管制般的積極。例如，為能推動公益頻道的執行，行政院新聞局制定了：「有線電視系統申請須知」、「申設有線電視系統問答輯要」、「獲得許可之契約書」以及「有線電視公益性、藝文性、社教性等節目使用頻道規劃要點」等相關的規定。雖然制定了公益頻道的相關執行辦法，但卻缺乏相關的獎勵措施，以及政策的宣導，民眾不但不知自身有此權益，同時也為系統業者帶來額外的負擔，有損其執行意願（管中祥，1997）。

另一方面，有線電視法中也規定特種基金的徵收以作為「統籌有線廣播電視之普及發展，與撥付當地直轄市、縣（市）政府，從事與本法有關地方文化及公共建設使用」。然而，雖然該法在 1993 年便已定訂，但一直到 2001 年 6 月 28 日新聞局才通過「有線廣播電視事業發展基金收支保管及運用辦法」，作為實際徵收的施行依據，換句話說，有線電視法通過 8 年來並未實際徵收這筆款項，當然特種基金無法用於獎勵有電視系統製作有地方文化的節目上。

結論：沒有生產，如何交流？

「全球地方化」(glocalization)的觀點強調全球化與地方化是一種辯證的關係，亦即，全球化並非只是歐美強勢文化同質化全球的過程，也包括了其他在地特殊文化向世界散播或抗爭其價值，因此，全球化包含普遍主義特殊化跟特殊主義普遍化這兩個主義互相交互的過程(Robertson, 1992)。Robertson 點出了在現實的全球化發展中很難有單一的世界觀和價值邏輯支撐整個不斷往前辯證的體系，這也是全球化可能多元內涵之處。他甚至強調，幾個世紀以來，長期全球化最普遍的特徵就是相對化(Robertson, 2002)。

在此前提下，地方的、種族的和比較私人性的傳播媒介不但有助於維持持久的文化認同和文化自主權，同時仍亦有機會透過跨國性媒介，將地方的文化傳遞到其它國家，然而，這樣的說法似乎過於樂觀，當跨國資本介入地方媒介後，追求的若是如何獲利而非文化考量，改變將不只是所有權結構，還包括文化生產的類型。

表五說明了大新店民主有線電視自製節目的生產與整體環境的關係。

1993 年通過「有線電視法」中明確限制外國人不得為我國有線電視系統的股東，當時，雖然有美台電訊、台華與菲利浦等三家外資公司投資有線電視播放系統，不過，因法令的限制、市場混亂以及社會的反彈，這三家公司相繼退出有線電視系統經營，只與本地業者保有技術上的合作關係。

有線電視法通過的同時，大新店民主有線電視成立，該台於 1996 年成立節目後便開始自製節目的生產，本著民主台背景與社區主義的精神，製作了一系列的大新店地區地方文史節目，不僅節目量逐年上升，也多次獲得相關單位的獎勵。此時台灣有線電視環境集團化的問題並不若現今明顯，大新店地區也曾出現卅多家的第四台業者競爭的局面。

不過，有線電視的自然壟斷性也使得有線電視朝向集團化的發展方向，然而，傳播政策在所有權結構上的解禁，卻加速了媒體壟斷及外資進駐的方便性，1999 年及 2001 年有線電視法在全球資本體系的壓力下有了重大的修正，原本抱持觀望態度的外國投資者，在極短的時間內紛紛投入台灣有線電視產業的經營，集團間交換股權的各種策略聯盟手段屢見不鮮，表面上是各家集團分別經營的形式，但實際上則逐漸朝向合作的形式邁進。相對於國家對在媒體解禁的積極態度，對於有線電視在地方文化生產的鼓勵卻是聊備一格，不論是特種基金的徵收與提撥，或者是相關獎項的頒發，都不如所有權的開放及引進外資一般地受到重視。

表五 外資與大新店民主自製節目

有線電視環境變遷					大新店民主的發展變化		
時間	有線電視法制	國內有線電視家數	外資活動	新店地區有線電視系統家數	大新店民主有線電視大事記	大新店民主有線電視自製節目量*	
1993.7	立院三讀通過「有線電視法」，限制外資投資有線電視		93年通過「有線電視法」中規定，有線電視經營者「應具備本國公民身分，外國人不得為有線電視系統之股東」，外人投資並不若現在方便。在此限制下，外資便透過與本地資本合作的方式進入系統經營。原有美台電訊、台華公司與菲利浦等三家外資公司在有線電視播放系統申請時合計提出了44家申請案，卻只有26家通過，成功率僅有59.1%，相繼退出台灣有線電視系統所有權經營	1995年之前，大新店地區的有線電視經營者高達30多家	新店有線電視成立		
1993.12	行政院公佈「有線電視節目播送系統暫行管理辦法」	611家有線播送系統業者取得登記證營運			與AT&T簽訂合作計畫		
1994.2	新聞局公共有線電視申請須知	經六梯次公告，共有229家提出申請，審查後計核發156張籌設許可證。			1994.6，第二梯次取得經濟部執照，名為大新店民主有線播送系統股份有限公司		
1996					4家		25
1997							43
1998					60		
1999.1	立院修正「有線廣播電視法」開放外資直接、間接投資不得超過50%，並開放跨媒體經營		1.1999.11.微軟投資和信超媒體10億元 2.1999.11，美國資本國際、亞洲基建基金公司投資東森媒體科技 3.1999.11.東森也已宣佈引進二 4.十七億外資，包括美國資本國際公司(Capital International)，以及亞洲基建基金(AIDEC)旗下的公司	2家	獲新店經營區有線電視系統經營執照。同年3月全區開播。	22	
2000			2000.11.太電集團投資東森媒體科技合資成立新公司	大新店民主與新唐城開始合作關係		61	
2001.1	立院再次修正「有線廣播電視法」，開放外資直接、間接投資不得超過50%，並取消同一集團及個人持股比例的限制。	63家	1.2001.5.衛視新聞集團與投資和信集團成立控股公司 2.2001.5.卡萊爾集團投資台中群健有線電視 3.2001.6.開曼群島商怡星投資和信集團旗下吉隆等十家有線電視業者 4.2001.8.衛視集團投資台中群健有線電視 5.2001.11 卡來爾集團投資亞太線上			11	

* 大新店民主的「與民有約」雖然是自製節目，但因公關目的及其經費由地方政府為宣傳所作的補助，因此未將其列入本表。

本研究製表整理

然而，在整體政策環境的變化牽動著在地有線電視系統的經營策略與方針，如前所述，2000年開始，大新店民主的經營也有了重大的改變，由於不堪長期虧損，該公司放棄原有「獨立系統」、「民主台」的身份，轉向外資與本國大集團合作。因此，秉持社區主義與民主理念，製作許多地方文史節目的節目部自然受到嚴重影響，不僅人員遭到裁撤，同時背負業績壓力，開始向外承包節目製作以獲取利潤，因此選擇成本較低的製作方式，2001年與地方文化相關的節目則急速驟減。

全球化時代的文化傳播透過技術發展、政策解禁、經濟流動，可以達成文化多元的面貌，但也可能因著經濟流動的傾斜、生產目的利潤化而造成文化單一的現象，事實上，文化的生產必然需考量到國家的內部生產以及其與外部的互動型式，特別在經濟全球化的時代，或多或少都將受到全球資本運動的影響。另一方面，傳播工具的發展也讓外部的資訊得以快速的傳入境內，但卻不必然能以平等向外流動。因此，地方文化雖然在大型傳播體集團的經營策略中佔據重要位，這些企業也會尋求將全球營銷與地方消費者結合起來。但地方文化如何能在媒體中保有生產與流動的能力是一個必要的前提，也是文化能否多元的關鍵所在，如果，地方文化無法平等進入有線電視和微波系統等新的通道，那麼文化多元的期待仍是空談(Morely & Robins, 1995)。

當然，對 Robertson 而言，全球化並非造成一個死板且完全相同的世界，而是一個複雜的社會和現象狀況，因為全球化的過程不但帶起了反全球化的力量，靈活的資本主義也會因應不同市場狀況伺機而動，因此，全球化也是一種不同趨勢和力量間，相互抗衡的「對話與辯證」過程(Tomlinson, 1999)。不過，就如同 Robertson 與 Tomlinson 所提醒的，關於全球化的討論必須將地區經驗的了解一起併入考量，而本土文化實踐和生活方式也必須在全球化的架構下評估，然而，本文在台灣有線電視發展的經驗中，雖然頻道上呈現的未必就是全球景觀，但地方媒體原可以擔負的文化生產與在地溝通的功能，卻明顯受到全球資本的影響。誠然，文化的形成不是一灘死水，必然是流動與混血，但以利潤為導向「流動」或「混血」不必然會帶來文化的多元，相反的，在利潤的選擇與考量下，不具利潤的文化產品卻往往成了跨國資本的捨棄對象。就如同 Jameson (1998)所強調的，全球化的趨力下，大多數的地方性產品，不是被扭曲的面目全非，就是被排擠到市場之外，甚至無法生產。換句話說，市場／利潤在全球化下的文化流動中扮演著重要角色，不僅篩選的通道，也是決定文化產品能否生產的關鍵。大新店民主有線電視的例証說明了，本國有線電視產業在跨國資本及本國大集團的進駐後，確實使得在地的文化生產面臨到嚴重

的打擊，而這樣的變化同時也說明了，全球資本的運作雖然未必會帶來文化同質，但卻也不像樂觀主義者所認為的全球化將促文化的多元流動。

訪談對象

- 高挺區：大新店民主有線電視前董事長
黃林銘：大新店民主有線電視前總經理、前董事長
夏聖禮：大新店民主有線電視節目部經理

參考書目

中文部分

- 大前研一(1995)。《民族國家的終結》，李宛蓉譯（1996），台北：立緒。
- 台灣有線視訊寬頻協進會（2001）。《台灣有線電視產業的努力、進步與貢獻》立法院公聽會該會報告資料，2001.2.16。
- 汪欣潔（1998）。《政府規範外國投資電信事業之研究》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 周桂田(2000)。〈全球化與全球在地化－現代的弔詭〉 <http://www.ed.tku.edu.tw/develop/FutureCh/Default.htm>
- 洪瓊娟（1999）。〈邁向合法之路〉，「第一屆有線視訊寬頻網路研討會」。
- 陳炳宏(1999)。《台灣有線電視產業集中度研究》，國科會計劃編號：NSC 88-2418-H-003-005
- 新聞局 2002。《全國總訂戶數、同一行政區域系統經營者總家數及全國系統經營者總家數》，<http://www.gio.gov.tw/info/radiotv/new/board17.htm>。
- 新聞局（2000）。《八十九年廣播電視白皮書》，台北：行政院新聞局。
- 新聞局（1998）。《有線電視法修正草案總說明》，台北：行政院新聞局。
- 新聞局（1997）。《廣播電視白皮書》。台北：行政院新聞局。
- 楊雅玲（1999）。《寄盼有線電視扮演地方守望者》，中國時報：1999.11.18。
- 管中祥（2000）。〈全球化解禁風潮下的國家角色分析--以我國有線廣播電視法規變遷為例〉，「第二屆兩岸傳播媒體邁入廿一世紀研討會」，台中：朝陽科技大學。
- 管中祥（1997）。《我國有線電視發展歷程中的國家角色分析》。台北：國立政治大學新聞研究所碩士論文。

- 賴綾章 (2001)。《覬覦有線電視網路跨足電信商機，國內外財團紛搶進》，
<http://www.ithome.com.tw/>
- 劉維公 (2000)。〈「文化全球化」社會學研究初探〉，《台灣大學社會學刊》，28:189-228。
- 劉于禎 (2001)。《群雄割據的有線電視市場大整合，業者擬藉合併、策略聯盟尋生
機 (上)》，<http://www.ithome.com.tw/>
- 劉幼俐 (1994)。《有線電視經營管理與頻道規劃策略》。台北：正中書局。
- 戴伯芬 (2000)。《媒體產業的全球地方形構－台灣有線電視的政治經濟學分析》，台
北：國立台灣大學博士論文。

報紙：

- 《民眾日報》(1997年3月8日)。〈民主電視台需要您的呵護 大環境改變 民主節目漸次調整〉，第15版。
- 《自立早報》(1998年7月21日)。〈三重、新店 四家有線電視系統將斷訊 今光、新唐城、熊貓、文山等四家將於27日停播 六至八萬收視戶受影響〉，第15版。
- 《自立早報》(1990年8月8日)。〈廣電處查獲台中第四台〉，第20版。
- 《聯合報》(1995年8月11日)。〈金馬影展首批片單公布 有線電視第二梯次申設初審完成〉，第22版。

英文部分

- Barker, C. (2000). *Cultural studies: Theory and practice*. London :SAGE
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequence*. Cambridge: Polity Press
- Carey, W. J. (1989). *Communication as culture:Essays on media and society*. New York: Routledge.
- Croteau, D. & Hoynes, W. (1999) *Media/society: industries, images, and audiences*. Cambridge: Polity Press.
- Fridman , J. (1994). *Cultural identity and global process*. London: Sage.
- Giddens, A.(1984). *The Constitution of society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Held, D. (1999). *Global transformations: Politics, economics and culture*. London & Oxford: Polity.
- Jameson, F. (1998). Notes on globalization as a philosophical Issue. In F. Jameson & M. Miyoshi (eds.). *The cultures of globalization*, (pp. 54-80). Durham & London: Duke

- University Press.
- Miyoshi, M. (1998). Globalization”, culture, and the university. In F. Jameson & M. Miyoshi (eds.), *The cultures of globalization* (pp. 247-272). Durham & London: Duke University Press
- Morely, D. & Robins, K. (1995). *Space of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London: Routledge.
- Mosco, V. (1996). 馮建三譯(1998),《傳播政治經濟學－再思考與再更新》,台北：五南。
- Nordenstreng, K. & Schiller, H. (eds.) (1979). *National sovereignty and international communications*. Norwood, NJ: Ablex Publications.
- Schiller, H. (1979). Transnational media and national development. In K. Nordenstreng & H. Schiller (eds.), *National sovereignty and international communications*. Norwood NJ: Ablex Publications.
- Stevenson, N. (1995). *Understanding media cultures/social theory and mass communication*. London: Sage
- The group of Lisbon (1995). *Limits to competition*. , 張世鵬中譯, 北京：北京中央編譯出版社。
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London: Sage Publications.

The Decline of a Local Cable TV Channel: The Relations between Transnational Capital and Local Culture

Chung-Hsiang Kuang & Yi-Zhen Chen*

《ABSTRACT》

This study tries to explain the cultural and economic implications of communication in the context of globalization, in the case of “The Cable Giant.”

Although the operation of global capital does not necessarily bring about cultural homogeneity, it doesn't mean the multiple and free flow of culture in this case, either. Culture is distributed through the transnational media, so does capital that serves as the main power of culture's globalization. If the profit accumulation is the operating principle of economic system under the pressure of global capital flow, rather than the diversified representation of local cultures, the possibility of local culture productivity will be in doubt.

Keywords: cable TV, globalization, glocalization, local culture, local program

* Kuang, Chung Hsiang is Ph.D. candidate of Shih-hsin University; Chen, Yi Zhen is master student of Shih-hsin University.

