

「台灣電視四十週年」回顧與前瞻研討會

理想的電視政策*

不理想的廣電管理機制

蘇正平**

電視政策是廣電政策的一部分，不妨合起來談。

民主國家廣電政策的目的，是希望藉由對媒體結構面（所有權、頻譜分配、電台分佈等）和內容面（誹謗、隱私、公平原則等）的介入管理，促進媒體環境的多元化與多樣化，以確保民主的深化及鞏固。

一個國家的文化政策必須體現在廣電內容的多樣化之中。傳統文化的保存、精緻文化的推廣以及弱勢文化的維護都應該屬於廣電政策的目標。

廣電政策也應該具有產業政策的面向。在數位化以及全球化時代，廣電媒體作爲一項發展迅速的產業，面臨因科技進步和國際競爭而產生的劇烈衝擊，如果都難以生存了，那裡還談得上製作好的節目，因此廣電政策的制訂必須同時考慮媒體產業的發展。

要讓媒體有健康的競爭環境，要充分達到節目內容的多樣化，廣電政策從結構面著手似乎更爲有效。自由放任的廣電政策，不會自然形成多元的媒體結構以及多樣的節目內容。無線廣電媒體的載具是電波，具有最顯而易見的公共性與稀少性，

* 本文轉載自「台灣電視四十週年回顧與前瞻研討會」會議論文光碟版，2002年10月。

** 本文作者蘇正平為現任中央社董事長。

它的分配及使用最容易引發對少數操控的疑慮；有線廣播媒體的載具是光纜等基礎設施，市場一定傾向壟斷。這兩種情況都需要政府的介入，才能校正市場機制的缺失。不過濫用或誤用對廣電媒體的管制權力，也可能束綁了媒體的創造力，反而與民主開放社會廣電政策追求的目標背道而馳。

一九九三年澄社發表第二篇報告「解構廣電媒體」，呼籲建立廣電新秩序，當時他們關心的焦點是威權體制延續下來，由黨政軍主控的廣電結構。經過近十年來「媒體解嚴」的發展，不能說台灣的廣電媒體沒有出現新秩序，但黨政軍媒體的問題並未消失，而新生的財團經營媒體的後遺症則方興未艾。原本定於一尊的輿論市場，經過私營媒體稀釋，呈現一種粗糙的多元。媒體所有者對編輯室的恣意干預以及商業惡性競爭下節目內容的低劣品質，顯示今天台灣廣電政策所面臨的挑戰不會比十年前來得更小。

事實上，這十年來台灣的廣電政策面對日馳千里的媒體發展，可說是瞠乎其後、追趕不及。其中很根本的一個原因是：足以產生良好廣電政策的政治機制並不存在。

把管理廣電的職權擺在行政院新聞局，本來就是配合威權領導的設計。新聞局職司宣傳，把廣電、出版和電影的管理都納進來，就是為了方便宣傳，其目標是媒體內容的一元化，而不是多樣化。在威權體制下，只需要配合宣傳目的的媒體管理並不複雜，所以歷任新聞局長大多出身總統的英文秘書或外交體系，他們的職責早期集中在國際宣傳，黨外勢力興起之後則著重在操控媒體以應付國內政治情勢，對於民主體制下的廣電政策既無能力也無興趣。

隨著台灣的民主發展，媒體改革的呼聲日益升高，新聞局長的強烈政治性，與一個職司公平秩序管制機構之間的矛盾愈來愈明顯。強烈政治性代表不時出現的對立與妥協，而對立恰好又是壓迫妥協的最佳手段。解嚴後廣電開放的失序，與新聞局長更容易受到政治壓力，同時也更容易妥協有絕對的關係。此外，新聞局長因政治因素進退頻繁，也為廣電政策帶來極端不穩定因素。

在政務官對媒體政策陌生又進退頻繁的情況下，廣電政策事實上是掌控在事務官手裏。雖然新聞局也不乏優秀且具有專業的廣電事務官，但整體而言改革熱情不足，在缺乏強有力政策領導的情況下，是很難超越現況管理的格局，甚至落入學者所謂「工具性」、「結構性」和「掌控性」規範失調的陷阱。

政權輪替之後的廣電秩序沒有多大的改變，還有一部分原因是因為以改革廣電結構為主軸的新廣電政策，始終沒有被排上必須優先處理的政治議程。二〇〇〇年

總統大選時被提出來的「新中間路線」傳播政策擘畫宏偉，可是到今天為止，並沒有在新執政團隊核心形成共識而集結出一股要求迅速推動實踐的內生力量，再加上以結構改造為主體的媒體改革在當前政治攻防中獲取戰果的「工具性」並不凸顯，因此不免受到其他政治議題擠壓而延宕。

雖然這次「政府改造」過程中，廣電管理機構的安排獲得重新審視的機會，但假如遵照研考會目前的規劃將它擺在交通部或科技部底下，廣電管理將停留在技術層次，事務官將繼續領導政策，媒體改革作為社會改革和政治改革的一環，也將難以獲得任何可以察覺得到的熱情與觀照。

公共參與的電視政策與多元電視文化

管中祥*

許多人面對「公共化」主張時，總會問：「台灣需要這麼多的公共電視嗎？」在回答問題之前，我們先反過來問：「台灣需要這麼多的商業電視嗎？」

曾經有不少人期待「黨政軍退出三台」，也有更多人認為「有線電視的多頻道科技特質，將為我們帶來多元的社會」，這兩項主張都和商業化有關，但如今，一個都沒實現。

商業電視解決了什麼問題？

「黨政軍退出三台」的主張的確是解決台灣電視問題的一種作法，但如果天真的以為透過股票公開上市，便能免除政治力量對媒體的操控，無疑是緣木求魚。三台釋股後誰有能力購買股票？答案很明顯，絕不是市井小民的你跟我，到頭來還是那些資本強大的財團可以進入董事會操縱媒體。值得注意的是，台灣的政黨向來與財團關係密切，甚至大型政黨本身便是不折不扣的大財團，誰也無法保證，財團化的大型政黨不會轉個彎、弄個控股公司、找個人頭戶再度控制三台。

商業化無法解決政黨控制電視的問題，那是否能促成多元文化呢？台灣的媒體密度大概是全世界最高的，很少有這麼小的市場規模，卻存在著數十家報紙、九十個以上的有線電視頻道、二百多家廣播電台，五家無線電視台，但問題是，這種巨大、可怕的媒體數量，真的給我們多元的文化或娛樂空間？

雖然從 1993 年開始，政府陸續開放各類電子媒體的經營權，希望透過所有權的開放，讓更多人有機會經營媒體，藉此達到媒介內容多元化的目的。然而，事實並非如此，台灣有線電視的所有權早已落入少數大集團的手中，內容也缺少多元觀點。我們只要用簡單的數學計算便能說明：目前我國有線電視系統業者每天至少提供一五千百個小時以上的節目，而在這一千多小時的節目中，真正專為老人、原住

* 本文作者管中祥為世新大學傳播所博士候選人、傳播學生鬥陣成員。

民、客家族群、特殊品味者、聽障者製作、服務，或促進其與其它社群互動交流的節目卻是寥寥可數。

不患寡而患不均的畸型媒體

多頻道是否就一定有多元觀點的節目與服務？這樣的論述需要進一步思考與批評的。如果以目前台灣資本化、私有化的媒介體質為基礎，是很難透過增加頻道來達多元且普及的節目服務。因為，以市場為導向的經營法則，商業利潤是業者主要的考量因素，換句話說，如何獲得大多數觀眾的青睞，或者，如何喚起大眾的慾望，才是他們關懷的重點，這也就是為什麼影視節目會呈現模仿、抄襲、一窩蜂現象的原因。台灣的媒體其實不患寡，而是患不均。

我們除了商業電視，還需要有更多的公共媒體來矯正這樣的問題。媒體公共化是解決上述問題重要方法，公共化不僅只是期待建立更多的公共媒體，更強調公民參與。雖然不少人指責這樣的主張陳義過高，但不容否認的，以目前台灣最具公民參與精神的公共電視來看，不管是新聞的公正性與深度，或者多元品味節目的提供，以及人民近用權的落實，都是目前商業電視難以項背的。他是引導，也是補充。

公民參與的電視政策才能創造多元文化

「一個公有電視集團的三個不同頻道」的主張，其實只是建立公共化的多元媒體環境的最基本要求，「公共產權」、「公共管理」、「公共近用」、「公共服務」政策原則才是公民參與的電視政策更該追求的理想目標。

台灣在一片民營化的政治正確聲中，傳統的國營企業逐漸走向民營，然而，國營企業的變革並非只有私有化這條路，還可以往「全民依歸、公共服務」的第三條路思考，可惜的是，目前的政策方向卻是以自由化之名，行財團化之實，忽略其他國家行之多年的公、民營對等並存的電視制度。也因此，要解決台灣電視近年來「不患寡而患不均」的問題，電視所有權結構應重新分配，特別是具有公共財特質的無線電視更該強化「公共產權」的規模。

「公共管理」強調的是公民參與原則，包括執照核發、節目規範、費率制定與調整，都需加入公民意見，甚至參與審議。而在有線電視台中已規範的公共頻道，則可仿效美國成立由社會團體、地方媒體、地方政府組成的「公共頻道委員會」共同管理、經營。「公共近用」重視的是人民的傳播權，因此，更正權、答覆權，以

及任何觀眾表達意見的制度必須更加落實，同時，執照核發時須考量多元社群需要，保障閱聽眾的文化權。另一方面，爲了要矯正「台北看天下」的媒體心態，並保存與再生台灣地方文化的多元特質、讓地方的民眾得以近用媒體，則需強化有線電視的地方特性，鼓勵有線電視製作在地節目，並加強地方人士參與有線電視的相關政策過程。

當然，商業電視是一種媒體的經營與表現，自有其存在的重要價值，現實上也無法要求每個電視經營者都能符合公共精神，也因此電視制度設計更該將「公共服務」視爲整體媒體政策的基本精神。雖然近年來不少人提出，以美國 FCC 作爲台灣媒體改革的目標，但 FCC 僅是個執行者，在廣電制度的目標上若缺乏公共服務的精神，仍高舉「自由化」的大旗，台灣媒體的亂象與傾斜將會依然存在。

媒體不只是產業更是文化

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。一個以「產業」發展爲目標的傳播政策，在實際的管理組織及法規的設計上，考量的是如何方便資本的進出與擴張，相對而言，文化多元與媒介近用則是聊備一格的裝飾品，甚至是妨礙利潤獲取的障礙，成爲媒體資本家亟欲剷除的對象。然而，如果，我們的生活脫離不了媒介，如果，我們需要透過媒介來擴大生活的視野；如果，我們需要經由媒介作爲了解社群與自我認同的中介物，那麼，就必須確立「文化」爲媒體使用與經營的基本價值，文化多元就應該成爲傳播政策的根本目標，公民參與則是多元電視的必要過程。多一點公共，少一點私利，台灣會更多元！

理想的電視政策

李永得*

一、媒體文化惡質化的根本因素

台灣媒體文化愈來愈惡質化，已成為國家的亂源、社會的公害。民眾的批判聲愈來愈強烈，自發性的民間監督及自律團體相繼成立，官方的罰款大刀愈舞愈猛，但是媒體依然故我；從長期來看，看不到向上提昇的力量。

問題究竟在那裏？有人說，是媒體從業人員專業素質低落。有人說，是媒體老闖視媒體為牟利工具，欠缺文化使命或公共責任感。有人說，有什麼樣的社會就有什麼樣的媒體。有人說，是整個教育出了問題。有人說，是惡質競爭的結果。病因的種種診斷都有其依據，也都有其正確性，但如果要探索病像的根本肇因，我的觀察結論是：廣電資源的結構與秩序失衡所致。

廣電產業之不同於其他產業，主要是其他產業以經濟性為其存在的價值，而廣電媒體深入家庭，以潛移默化的方式，塑造公眾對其所處的社會及世界的認知及價值觀。因此，廣電資源的結構與秩序，必須更合理嚴謹的規劃，才能符合全民公眾的利益。

二、「理想」的廣電文化願景

要談「理想」的電視政策，要談「結構與秩序」的合理規劃，我們對「理想」的認知必須要很清晰，而且要儘可能取得公眾的共識。

我嘗試提出下列「理想」圖像，供大家批評與討論：

- (一) 提供創新和多元的高品味、高品質娛樂及資訊節目。
- (二) 提供豐富且正確客觀公正完整的新聞、時事和教育性節目。
- (三) 反應主流和小眾品味，幫助創造社會的凝聚力和少數族群的歸屬感，形塑多元文化的內涵。

* 本文作者李永得為現任公共電視台總經理。

- (四) 維護國家的文化並支持本國影像文化產業的強大製作基礎。
- (五) 提供國際文化雙向交流的窗口。
- (六) 確保所有人可接收到所有類型的節目及服務，尤其是較貧窮與弱勢的族群。
- (七) 適度的競爭環境，讓私營媒體可產生合理的利潤，以促進經濟發展並重視創新與創意。
- (八) 提供國民創意及意見交流的平台。

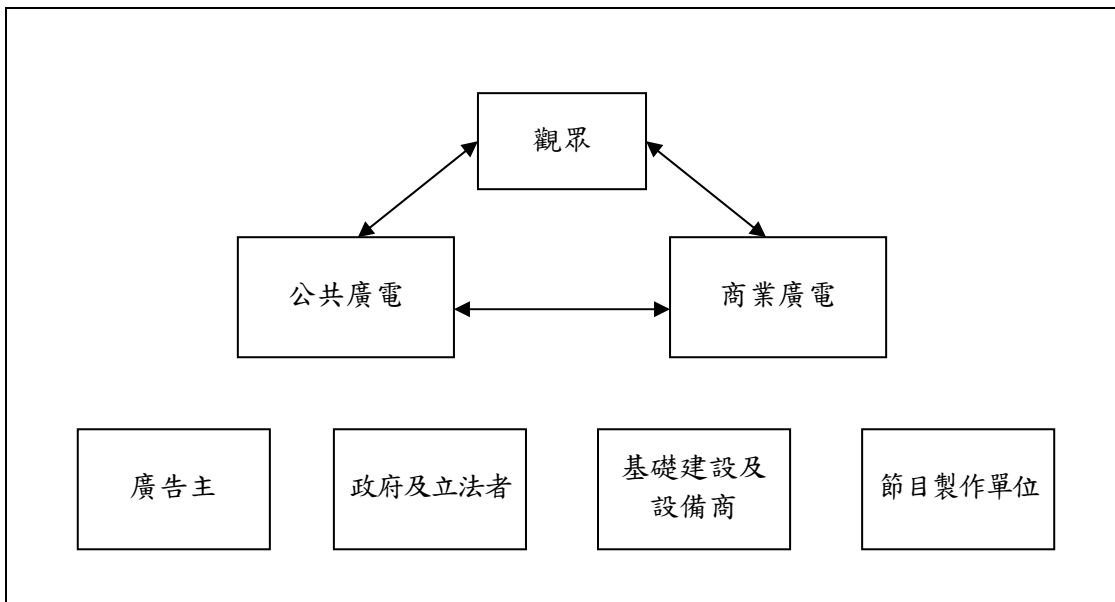
三、如何建構實踐理想的環境

如果「理想」的藍圖取得了共識，接下來就依據藍圖進行結構與秩序的調整。上述「理想」大致可拆解成二大類，一是政府應積極介入者，一是政府完全不宜介入者。根據這二大類進行下列結構性的調整：

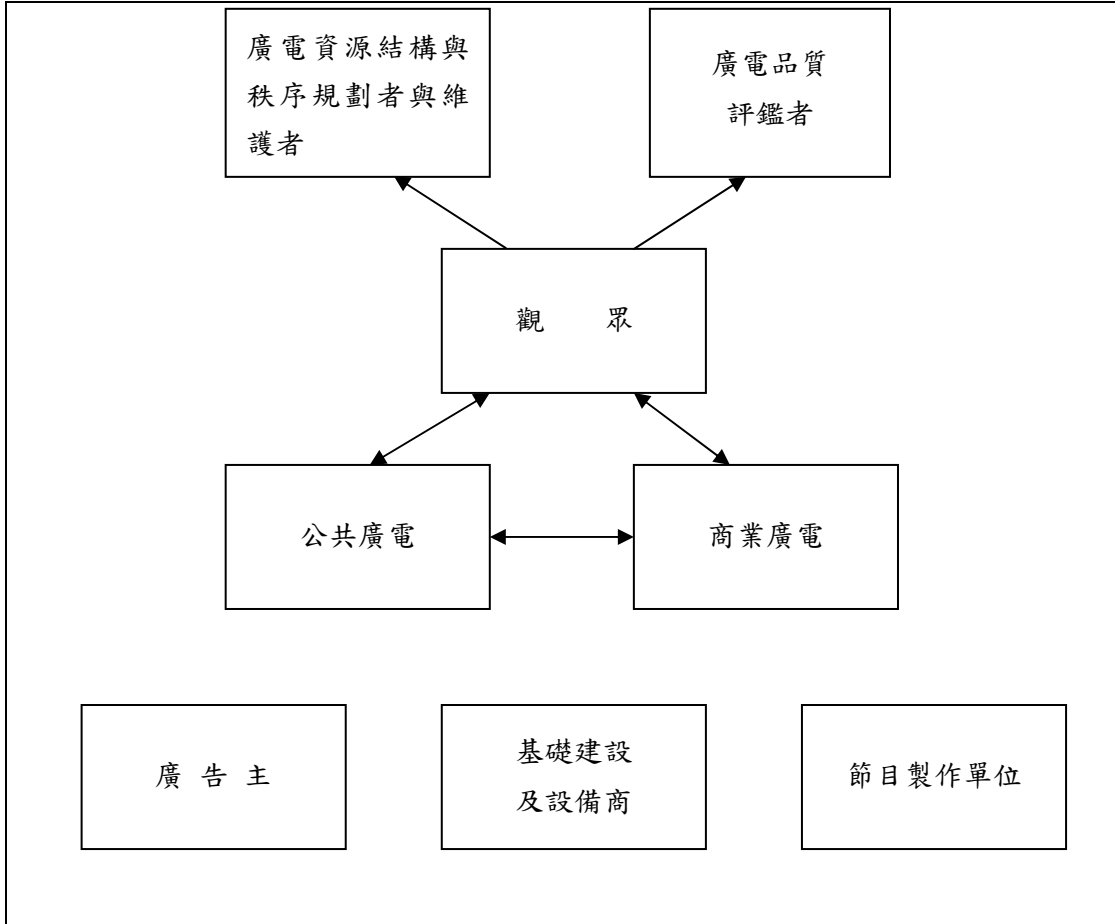
- (一) 廣電生態參與者角色的調整。
- (二) 廣電市場競爭環境的調整。
- (三) 公眾對節目品質評鑑機制的建立。(以上如圖說明)

廣電參與者生態圖

A、



B、



四、政策方向的建議

- (一) 維護公共廣電與商業廣電資源的均衡。
- (二) 維護商業廣電適度競爭與觀眾多元需求的均衡。
- (三) 維護節目品質品味之評鑑與新聞自由、創作自由之間的均衡。
- (四) 維護公眾公平收視權與傳播科技發展的均衡。

五、結論

結構性資源與秩序的重建，當然有很多阻力與爭議，廣電文化的「理想」之共識形成過程也會有很多不同的意見；但如果我們認知廣電文化對國家社會的影響不小於教育、文化兩部會的總合，就應拿出魄力、遠見採取行動進行改革。

台灣電視四十年回顧與前瞻

袁志業*

1. 產業界所遭遇的問題

1.1 媒體過度密集、使整體產業進入惡性循環

一位外國朋友曾經大力的誇讚我們電視上的成就，他表示一個只有兩千多萬人口的地區，居然在短短的十年內，能從三個電視頻道發展成一百多個頻道，並且將有線電視的普及率從零推到超過百分之八十，這真是世界各國難望其項背的發展啊！但是，這種誇讚聽在從業人員的耳中，真是有如寒天飲冰水、冷暖自知。

台灣地狹人稠、資源有限，而且內需市場的能量還相當有待開發；美國雖然有相當於台灣的媒體供給量，但是他的廣告市場卻是台灣的 87 倍，試想在如此激烈競爭的市場中，如何能有良性的發展循環？如何能有更多的人才能前仆後繼的投入一個無法回收的行業呢？

1.2 惡性競爭造成價格機制的崩盤

因為媒體數量眾多，所以生命力堅強的台灣人就使出渾身解數，在這媒體充斥的競爭夾縫中尋找生存機會，經濟又不景氣，所以能怪誰呢？媒體的價格只好永無止境的向下延昇，「殺價」變成唯一的手段。過去媒體壟斷的時代，廣告價格不合理，無法反映市場的需求狀況；如今，媒體過度開放卻變成無法反映合理媒體成本，在低於成本的競爭環境下，如何期待媒體有高標準的文化表現呢？所謂的保證收視率（CPRP），在廣告代理商之間不但建立一個最佳避風港，更建立了一個必須無限殺價的機制，因為代理商每年也承受著客戶的比稿壓力，為了避免客戶流失，只好逐年將媒體的購買成本向下修正；更有客戶乾脆自行購買，反正只要有收視率及購買成本，又何必在乎廣告的購買專業呢？

* 本文作者袁志業為現任衛視中文台總經理。

1.3 壟斷的收視調查市場、使參考數據變成絕對值

許多社會賢達人士說媒體不應該只看收視率，可是除了每天都有媒體的驗屍報告外，我們絕大多數的客戶都以收視率為媒體的貨幣匯率，尤其客戶看的都是廣告每分鐘的收視率，電視人怎麼可能投資在廣告時段上啊！原來連廣告時段的收視率也變成電視人的責任了。統計分析本來只是一個參考值，但是在環境的引導下，目前已經變成了最重要的指標數字，電視業者能不重視這個調查嗎？市場上又沒有第二家具有公信力的選擇，在這樣的環境下，讓電視業者如何和客戶爭論收視調查只是參考數據呢？而客戶所購買到的數字真的能反映消費者的消費能力嗎？

1.4 製作環境的惡化、造成國際競爭力的低落

因為媒體多，收視率分散，業者的收入有限，所以能投資在節目製作的經費上也就比較拮据；經費少，無法表現好的創意，優良的製作人為何會投入這樣一個智慧密集的夕陽工業呢？經費少、人才不足、競爭環境惡劣這些也許都能克服，但是拍片的場景就無法取巧了。台灣土地成本高昂，自然景觀有限，依賴目前的攝影棚規模，完全用佈景拍攝，這樣的節目製作讓我們如何和國外的大型製片比較？國內市場有限，又缺乏國際競爭力，有多少人願意砸入大筆的資金而不期待回收呢？

2. 產業所需要的機制

2.1 生產面的組合

節目製作就像工廠的生產線，需要熟練的人工、精密的設備以及其他的配合條件，才能生產出有競爭力的產品向消費者推展。台灣的電視產業可以說是世界上競爭最激烈的環境，因此如何建立有效率的生產線更是大家所關注的課題。

2.1.1 人力資源

廣電事業開放的較晚，使得專業人員的素質難以和國外競爭，再加上市場有限，使得人力資源難求。開放後，因為競爭過於激烈，而經濟又不景氣，因此在中國大陸強大的市場吸引下，又使我們的優秀人力不斷流失，如此發展下去，不知道要到哪一天才能改善目前的困境。教育是個方式，但是更重要的是能提供人才的發展機會。為何電視業者不能提供更好的訓練課程？在目前這個極端擁擠的市場中，存活已經是奢侈的，如何再要求他們去負擔國家興亡、培育未來的責任呢？等競爭的壓力降低或市場的胃納擴大，也許電視業者就有能力來思考如何肩負這些重大的責任了吧。

2.1.2 製作資源

先不要說機器設備等小問題，剛才提到的場景難題，以目前各地空置的工業區而言，如果這些廠房或空地能提供電視業者各項優惠的使用辦法，成立一兩個好的、非營利的拍片基地，將可以有效的提昇我們的製作資源。更積極的做法可以效法南韓政府的方式，提供業者投資減免等稅務優惠辦法，以吸引更多的企業投入電視節目的製作領域，如此一來因為有相當的生產能量，自然就能提昇國內的節目製作能力了。

2.2 市場面的組合

有了製作能力還需要好的市場環境，對有線電視業者而言，其收入來自兩個方向，一是廣告收入，一是節目授權費收入。廣告收入由市場的供需關係決定，而授權費則決定於國內法令和國際市場通路。

2.2.1 國內市場

國內市場方面最重要的就是有線電視頻道授權費的問題，頻道授權費的多寡直接影響經營者的節目投資意願，有線電視的收視費從民國 86 年至今不曾改變，製造了現在的不合理現象。以目前消費者可收看的頻道而言，收視費用應該絕對高於目前的 600 元一個月，沒有人願意忽視消費者的選擇權，但是使用者付費不是世界的潮流嗎？在分級付費的理論中，政治人物總希望能先減低消費者的基本負擔，但是現實的環境下，為何電視業者就應該成為政治考量的犧牲品？所謂循序漸進的方法不是應該架構在目前既存的事實上，以目前的收視費用為基本費用，再以付費頻道來開拓新的消費選擇，使未來消費者真正的有權利選擇自己想要的頻道組合。

2.2.2 國際市場

在國際市場中除了頻道授權外，還有節目個別授權的項目。東南亞地區華人遍佈，如果政府能運用外交機制積極協商輔導國內業者的對外輸出，相信我們的頻道業者一定能開拓出一片天地，以補足國內市場規模不足的先天缺陷。其實政府在對其他產業的外銷輔導上不遺餘力，如果也能分配部分資源，輔助國內業者的資訊取得或建立聯繫管道，相信會對國產節目的輸出有極大的幫助。

2.3 資金面的組合

傳統的金融市場只能認定有形資產，可是在這個知識爆炸的時代中，無形的智慧財產權已經遙遙的超越了有形資產的價值。如果金融市場能考慮建立機制來支持

智慧財產的發展，除了能提昇我國的相關產業競爭力外，更能藉由金融相關規定來建立產業面的秩序，使電視產業更上一層樓，達到立足台灣，放眼天下的目的。

2.3.1 資本市場

雖然政府已經開放媒體業者的公開發行機制，但是對於執照的轉讓或合併的若干限制，卻使得業者不容易建立所需要的經濟規模，以達成公開發行或上市的目的。另外產業相關基金因為缺乏媒體專業基金經理人，使得不了解媒體的經理人不知如何運用其豐沛的資金動能，投入一個具有開創潛力的行業。以唱片為例，台灣是華語世界中的領導者，如果國內能有相關的基金贊助或投入此一產業，今天就不至於多數被國際公司併購，而能成為台灣另一項具有競爭力的產業了。

2.3.2 融資管道

在美國，一個有想法的人可以憑藉著個人的創意或計劃向銀行借貸到一筆可觀的資金，因此許多人的美夢能成真，而台灣卻不能。如果國內的金融機構能更了解電視產業，不但能協助許多有想法的創意人實現夢想，更能為蕭條的金融產業創造另外一個獲利的空間。

2.3.3 政府輔導

創作人所需要的不是一筆輔導金的支援以及若干的限制及要求，而是更寬廣的銷售管道和健全的市場機制。與其投入大筆的資金來輔導製作，不如以公共資產來成立銷售管道，使各項創作有發表及銷售的通路。例如在北、中、南，設立國片專映中心，或無線電視專門播放本土自製節目時段等相關措施，有了固定銷售管道，個人的能力表現就能決定應有的回報了。每年數億元的電影輔導金預算不就是最好的釣魚竿成本嗎？

3. 政府的理想角色

3.1 圖利他人

政府的角色不就是為了創造人民共同福祉嗎？不傷害全民利益而又能圖利他人的政府不就是大有為的政府嗎？如果政府不能圖利電視產業的發展，那廣電政策的目的又何在？所有的產業政策不都是為了促進該產業的競爭力而設定的，而電視產業所看到的政策都是各項規範，卻無法看到促進產業發展的條例，如果政策能更注重產業的獲利能力而不是一味的要求電視成為政府的宣傳工具，那我們的國際競爭力必能大幅的提昇。

3.2 協助而不是介入

產業的經營需要的是健全的市場，合理的競爭能創造業者的新動力，適當的政策規劃能擴大整體產業的市場規模；政府過度的干預反而會影響市場的發展機制，但是並不代表政府應該放任市場，使電視產業走向萬劫不復的惡性循環，過度競爭只會敗壞整體社會風氣，為下一代製造不可收拾的社會現象。政府能給予業者的協助就是在政策制定時以整體市場為最大考量，不單考量觀眾權益，同時也顧慮業者的發展機會及生存空間。市場的健全需要政府具有前瞻性的法規規劃，並提供相關資訊或資源以創造國家之最大利益。韓國的電視產業就是政府協助產業發展的最佳實例，更不用提到美國對世界各國文化輸出的案例。

3.3 開拓寬廣的市場機會

開拓機會並不是開放更多的電視頻道，而是開創不同的市場機制。例如有線電視頻道已經過度競爭，政府可以引導或主動投入互動電視或點選服務，創造不同的競爭本質，使業者避免惡性競爭所導致的市場混亂結果，終究電視的惡質化是對廣大的民眾長久、深遠的負面影響。

4. 理想的管理機制

4.1 重建市場新秩序

審慎立法，使每條法令都確實可行，不但要不傷害市場的發展機會，更要能被有效的執行，以杜絕不肖份子的投機心態。過去立法從嚴，執法從寬的方式使遵循法律者失去商機，而違法者卻能從中取利，這種情況是變相的鼓勵民眾藐視法紀，相信不是我們政府所樂見的。

4.2 有限資源服務精緻文化及少數需求

社會中的少數或弱勢族群是需要被注重的，精緻文化是需要保存的，但是這些責任都不是商業機制中可以有效照顧到的，政府的資源有限，但是對文化的發展卻是責無旁貸的。以目前政府所擁有的無線電視而言，不能照顧少數需求或精緻文化，是否有與民爭利之嫌？

4.3 商業競爭回歸市場

滿足了少數需求，提供了足夠的精緻文化的發展空間，其他的部份就應回歸市場本質。回歸市場不代表無限制開放，相反的是應該在有限的市場胃納考量下，適度開放公平競爭的空間，減少政府直接干預創意發展或是市場機制，使有能力的合

法業者得到合理的成長環境。

4.4 法律與道德

法律是最基本的要求，而道德是高標準的目標。政府的立場應該是提供業者依循的標準，而不是要求業者都必須達到道德良心的規範。因此只要法律許可，不論是政府或任何團體都不應以本位主義而要求業者高標準的目標，造成執法不公或選則性執法，形成不公平競爭。

4.5 管理委員會應更具市場代表性

目前的評鑑或審議委員會是否具有合理的市場代表性，對業者而言有極大的影響，如果委員們所訂立的目標是過於理想化的，那國家的整體資源極可能錯置。虛耗人力及物力來追求不可達成的目標，只會減弱產業的國際競爭力，進而使本土文化受到外來文化的侵略，而喪失自我的發展空間。因此委員們的成立，至少多數人應該在過去或現在，擁有相當程度的市場經驗，才足以代表產業的發展，設立合理的政策目標。

5. 政策的方向

5.1 重整媒體市場

媒體的混亂是不爭的事實，媒體應對這種混亂負部分的責任，但重整市場卻是政府責無旁貸的。負責任以及非政治化的政策制定，對媒體的發展有決定性的影響。媒體開放是必須的，但是應該有一定的門檻；以台灣的消費能力來判斷應有的媒體數量是專業的考量，以執政者的喜好來決定媒體的經營是政治化的行爲。泛政治化的行爲只會製造更多的混亂和不安，而專業的考量卻能提昇國家的整體競爭力。我們期望政府政策的制定是前瞻的，是考量長遠發展的，是能夠爲我們下一代製造更好的環境的，而不是短視的，缺乏專業判斷的，甚或是製造國家亂源的。因此個人衷心的期盼政府能引進更多的專業人才參與政策的制定，或以更開放的態度舉辦公聽會來制定一套前瞻、可行的媒體政策白皮書，將我們的廣電媒體推向良性的競爭循環，創造國家的百年大業。

5.2 提昇國際競爭力

流行音樂創下了傲人的成就，到今天依然領導著華語流行音樂，我們的藝人和製作人是那麼的優秀，難道電視人就不能追隨他們的腳步嗎？憑藉著音樂產業領先的優勢，對國際社會輸出電視節目不但不是夢，而且是有利可圖的；韓片在台灣的

流行證實了跨越文化的隔閡是可行的，政府及同業先進們應該一起追求及創造我們共同的未來市場，而不是閉關自守，坐以待斃。相信在政府的引領下，電視人可以追隨著電子產業的腳步，為我們的外匯收入再創下一篇輝煌的紀錄。

數位科技下的電視發展*

在「台灣電視四十週年」回顧與前瞻研討會中，針對科技的主題，分別有吳嘉輝、虞孝成、劉靜怡、蔡志宏、林孝成等多位學者，分別從「電視科技發展」、「數位化與法規管制」以及「數位化的未來」等角度提出意見。在電視科技發展上，吳嘉輝從服務的角度上來看，認為未來電視科技是要走向互動隨選的服務，而以互動的收費方式，了解消費的群眾在哪裡。技術走向數位化的基礎就是用不同容量的平台來相互整合，提高影音服務的絕對品質，壓縮的技術也可以有效地運用頻譜資源，所以未來將呈現一個跨業的多媒體型態。互動隨選的服務類型則可歸為五大類，分別是「線上服務」、「接續服務」、「互動服務」、「隨選服務」、以及「個人通訊服務」。

虞孝成從「數位化與法規管制」的角度評析，數位化的品質不斷進步，頻寬加大，頻道也跟著增多，在其主管機關的變化上，由於資訊接收方便，管制的方法也應隨之調整，所以在管制上不介意媒體整合，不應該用過去的業務給予執照，應贊成跨媒體的整合。要鼓勵競爭開放市場，也允許 RTV、報紙等媒體整合，但為了避免壟斷，會有一些配套措施防止壟斷情況的發生。

劉靜怡則認為，法律如果沒有辦法提供適當的平台，科技就要設法在這個平台上順應改變。電信主管機關和新聞局的立場是否該調整而朝一元化？主管機關是不是能夠獨立處理專業的問題？都有待討論。在法規的整併上，劉靜怡以四點來作討論，一是執照方面，二是內容管制，三是在視聽產品上，消費者的福利在哪？四是法律制度應只是一個平台，一個讓人生活愉快方便的平台，不見得要從上而下管制。

另外，蔡志宏則從技術面和產業面來談電視所要面臨的衝擊。他提出了四點，第一是電視和電腦的進步所帶來的影響，二是無線電視數位化所帶來的影響，三是有線電視的進展。目前所遇到的問題是，在網路上的視訊服務的使用中，HI-Channel 使用最多，而 MOD 的爭議最大，因此許多科技人想要打破既有的美制

* 本文由政大「廣播與電視」期刊編輯助理陳俊宏整理為文，原文請參閱「台灣電視四十週年回顧與前瞻研討會」論文光碟「圓桌論壇」部分。

和規範來服務大眾，不過又要回到法律制定的問題上。而在商業的機制下，市場也必須訂出一個標準，才不會爭議過多，不論無線或是有線電視都將步入數位，那麼這將是額外的內容，成爲電視的附屬，或是有其它的電信服務。

最後，在關於無線電視數位化未來上，根據林哲男的說法，2002年6月台灣西部已有5處設有數位的節目。電視數位化後的好處，對於消費者來說，是提供一個有高品質、高畫質、並可以接收各種資訊的新式媒體服務。業者將朝著傳輸數位、內容多元、節目數位、播送數位等方面來努力。數位電視將來也會發展出三種格式，一是標準，二是增強的概念，三是高解析。林哲男指出，台灣的法規源自美國，後來改爲歐洲規格，乃在於其格式設計上方便行動接收，增強更多的功能。而數位電視爲電視相關法規上所帶來的影響，在於將促成三法合一，必載頻道對設置，小地區用單頻網、大地區用多頻網等相對性的變化。林哲男最後指出，台灣東部也將有數位電視的進入，此一發展對於全台數位化的發展，成爲一象徵性的里程碑。