

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

量販新聞、騷動國度：有線電視新聞頻道報導型態的政治 經濟意涵 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 93-2412-H-343-005-
執行期間：93年08月01日至94年07月31日
執行單位：南華大學傳播管理學系

計畫主持人：唐士哲

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理：孫偉傑、陳柏程

處理方式：本計畫可公開查詢

中華民國 97年05月06日

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

量販新聞、騷動國度：有線電視新聞頻道報導型態的政治經濟意涵

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC93-2412-H-343-005-

執行期間：93年08月01日至94年07月31日

執行單位：南華大學傳播管理學系

計畫主持人：唐士哲

計畫參與人員：陳柵容 陳柏程

報告類型：精簡報告

報告附件：出席國際會議研究心得報告及發表論文

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，1年後可公開查詢

中 華 民 國 94 年 12 月 21 日

中文摘要

本計畫以電視新聞的「製作經濟」(production economy)為切入點，探討台灣在一九九〇年代中期至末期，有線電視新聞專業頻道的掘起；並且以英國文化研究學者雷蒙·威廉斯的「流程」概念，檢視新聞專業頻道的資本化邏輯如何體現在製作模式上。本研究主張，台灣的資本勢力在九〇年代與政治勢力所發展的合謀關係，使得有線電視新聞頻道的經營屈從於資本累積的原則。而新聞專業頻道的特殊的市場環境與政經結構所發展出慣例化產製方式(conventionalized practices)。是將頻道時間、報導型態、特定的科技使用等都根植於資本化的原則。新聞資本化前提，使得產製的經濟型態必須依賴特定報導事件的瑣碎化與即興化才能達成新聞頻道的經濟目標，此皆造成電子媒介新聞資訊貶值、超載、與失真等結果。

關鍵字：有線電視、新聞頻道、製作經濟、資本化

Abstract

The project discusses the economic performance of Taiwan's cable news channels in the perspective of production economy. Focusing on the years between the mid-1990s and 2000, during which cable news channels emerged as the major institution of information as well as the major factor of social anomie, the project portrays how the conventionalized practices of cable news production is the consequence of the complicated interlocking of unique market and political factors, and how the principle of capitalization, as the result, penetrated the procedure of news production in many ways. The principle of "trading news in package," the project argues, explains why the news output is characterized by trivialization and improvisation, both caused information overload widely felt by the society..

Keywords: cable TV, capitalization, news channel, production economy

壹、研究緣起

電視製作生態的經濟意涵問題，是本研究探討的焦點。本研究以「製作經濟」(production economy)為切入點，探討特定電視製作生態形成背後的經濟動因。本研究討論的主體是有線電視專業新聞頻道。新聞頻道在台灣的崛起，在早期曾被視為廣電資源解禁的表徵，近年來則因為市場競爭激烈，而使得新聞的品質屢遭質疑，甚至淪為製造媒介亂象的罪魁禍首。本研究主張瞭解現今新聞頻道的表現，必須先由瞭解頻道經營的特定經濟條件開始。新聞頻道由崛起至今的表現，見證了新聞產製邏輯的全然資本化(capitalization)。新聞頻道的經營方式，包括資金的挹注與回收、人員的管理訓練、對時間的效率運用、科技的使用，以及對新聞價值的認定等，充分體現理性的、精明的(calculating)資本累積、轉換原則。本研究主張研究新聞頻道的機構型態對於電視新聞產出的影響，必須回到這套生產體制形成的歷史結構中，凸顯節目流程、報導型態、與特定的傳輸科技使用等共構的製作經濟如何影響新聞機構的經營方式。

貳、研究執行過程與結果概述

本研究的重點區分兩個部份：一是分析新聞頻道崛起的經過；另一個則是報導型態的流程現象所體現的經濟意涵。

一、新聞頻道崛起經過

本研究在這個部份的討論，主要依據的是1994年至2000年間，報紙、雜誌、與相關學術文獻對於相關主體的報導或分析的整理所得。研究參考所用的報紙與雜誌資料，包括聯合新聞資料庫、中時新聞資料庫的關鍵字搜尋，以及綜合類雜誌如《新新聞》、《遠見》、《天下》、《統領》，專業類雜誌如《衛星與有線電視》、《目擊者》、《新聞鏡》等。

文獻搜尋的主要目標，是詳細瞭解有線電視新聞頻道在這段時間的市場概況、個別新聞台的經營情況，以及新聞頻道在內容、組織型態，以及與組織外部的互動情形。

在市場概況上，本研究發現新聞頻道的經營權，在這段時間內逐漸由單兵獨鬥的獨立頻道型態，發展成為整合型家族頻道旗下的一個分支。1994年至1997年期間，是新聞頻道成立的高峰期，同時也是經營狀況最不穩定的一段期間(見附件一)。這段時間成立的新聞頻道，包括真相、華人衛星新聞、中天、非凡、TVBS-N、東森、環球，以及民視新聞等台。而發生經營危機，或因經營不善而面臨轉手的新聞台，則包括真相、中天、華人衛星新聞、以及環球等。這其中，真相、華人衛星，以及環球等都曾試圖更換經營型態，由原先的純粹新聞頻道轉變為財經專業或綜合台，但最終仍因為不敵收視率與廣告壓力而退場；而中天則

是幾經易主，由原先的台港合資、轉變成為台資，且採訪區域由原先中、港、臺三地轉變為集中於台灣一地。

省視這段時間的頻道成立興衰，可以看出台灣資本主義市場與民主政治發展間的密切關係。有線電視合法化後增加的頻道資源，在這段時間迅速成為本土財團染指的對象。頻道的激增，使得節目的提供迅速多樣化。然而，多元選擇市場的形成，對照的卻是管制市場以服務公眾利益的闕如。有別於有線電視發展之初對於其應該扮演的「地方媒體」的社會期待（鐘蔚文，1993），市場合法化後財團的勢力迅速攻佔原來的節目供應市場。自1993年「有線電視法」通過後，國家對於整個產業秩序與結構的管理，採取自由放任的心態，任由各方資本家勢力彼此對抗，服膺商業化與自由化的市場管理標準，聽任市場機制決定業者的存與亡（馮建三，1995；吳祥寬，2000）。在這段時期，節目頻道的經營或代理，落在少數幾家財團的手裡。

有線電視新聞頻道興起於這一段時期中，成為「廣電資源解放」的表徵，但骨子裡卻也是財團勢力汲汲營營於擴張政治影響力的必然結果。1994年3月，第一家標榜有線電視新聞網的「真相新聞網」開播，仍以提供地方新聞與社區新聞的獨立頻道型態經營。¹但1998年以後新成立或轉型的新聞頻道，包括三立、年代、以及東森新聞S台，則都是頻道集團業者眾多家族頻道的一個分支，而不是以個別的獨立頻道型態經營。

新聞頻道的起落，近因是財團頻道商的整併與瓜分，然而縱使市場競爭激烈，使得新聞頻道維持不易，成立新聞頻道仍然成為一股趨勢。歸咎原因，則與台灣在1990年代的民主政治發展有關。1990年代中期密集舉行的選舉，由鄉鎮市長選舉、立法委員選舉到首屆總統直選，象徵著台灣的政治權利結構進入所謂「民粹威權主義」時期。舊有國民黨政權由上而下控制的「侍從主義」模式，在政治轉型的過程中消失，而新的利益政治體則是統合了地方派系的政治菁英與全國性財團，以國族建構來召喚台灣意識，強調主權獨立、主權在民等民族—民粹的計畫，來整合執政黨與台灣社會的關係，以及調整國家機器的走向（王振寰，1996）。²國家機器統治的合法性，部分便建立在對於新的財團化有線媒體勢力的收編上。

這種收編見諸於當時的政治人物對於有線媒體增播新聞報導的正面態度，以及對於新聞頻道經營主的積極籠絡上。³另外，有鑑於國會生態逐漸發展出兩黨

¹ 〈真相新聞網昨「跑片」開播〉。《聯合報》1994-3-2,6版。

² 王振寰為新的「民粹威權主義」統治機器提供以下的看法：「在國族建構上，對外宣稱主權獨立，召喚全民共識，符合反對運動和社會運動的要求；在政治體制上，對內開放中央民意機構選舉，將地方權力帶進中央，符合反對運動的要求和地方派系利益；在經濟發展上，採取新自由主義的民營化、自由化和國際化策略，符合崛起中資本家的利益。」見《誰統治台灣？轉型中的國家機器與權力結構》，307頁。

³ 經營TVBS—N的年代國際公司董事長邱復生，就因手上握有重量級的頻道，而蒙當時的李登輝總統召見兩次。政治人物對於有線媒體的厚愛，見諸於李登輝在96年的一次電視文化研究委員會的會議中，露骨的指出：「三台比不上TVBS，TVBS有五個頻道，每個小時都播出新聞，如果不讓三台補報，消費者想吃東西，卻沒有東西可吃，三台只有下台關門了。」〈李登輝：電視

抗衡的局面，早期新聞台的節目也開始廣開時論型節目。立法委員、報社資深政治記者，與學者成為這些時論節目的座上賓。且節目也配合當日最新的議題，刻意凸顯對立黨派對於議題的對立看法。新聞搭配時論，使得新聞專業頻道成了執政與在野政治勢力各自表述民主化的「意見市場」。⁴

新聞頻道經營者在政黨競爭激烈的年代裡，自然因為「在商言商」的表面中立色彩而坐收漁翁之利。連年密集的選舉，熱鬧的競選活動除了為台灣社會積壓已久的民粹思潮找到宣洩的出口外，有線電視也成為選舉熱錢投注的主要市場。反對黨的候選人政見在無法突破無線電視台的封鎖情形下，將競選造勢的舞台轉而投向有線頻道，而執政黨眼見新媒體的影響力，自然也不會放過應用此媒體的機會。有線電視新聞頻道初期的發展，即看準了密集的選舉所造就的「商機」，頻道系統業者評估的「進場機制」利多，有絕大部分是因為選舉這般政治競賽可資轉化的「經濟價值」。以 97 年縣市長選舉為例，各個候選人動輒數百萬元的電視廣告預算，使得有線頻道在選舉期間，獲得了數十億元的廣告營收。⁵

承上所述，選舉刺激的市場景氣成了誘發新聞專業頻道的「資本化」動因。選舉帶來的利益，不僅在於文宣廣告量上的激增，也在於可成為新聞的事件量上的增加。大量的競選廣告託播、造勢晚會或掃街拜票的新聞在無線台無法收納的情況下，嘉惠的是有線電視新聞頻道。而這些新聞頻道大量的選舉造勢資訊提供除了可以交換為贊助者的廣告支持外，更兌現了代表民主政治落實的「開放論壇」形式的象徵價值。

本研究回顧這段新聞專業頻道的崛起過程，主要是凸顯新聞生產的資本化考量。新聞頻道的籌設幫助業者累積的資本形式，主要體現在以下兩個層面：

1. 相對於戲劇、綜藝節目、電影等類型，新聞節目的產製並不需要大量而持續的資金投入。縱使在初期，新聞的產製需要耗費不少金錢，如硬體設施與轉播設備的擴充，然而這些固定的資本投注在頻道經營步上軌道之後就能穩定回收。新聞的產製不需腳本、不用明星，也比較沒有節目型態固定化後產生的「收視倦怠」困擾。更重要的是，全時的新聞頻道可以利用大量的重播與現場直播充塞時段，降低了節目資源開拓的困擾。
2. 新聞頻道的經營除了財貨資本的考量，也幫助經營業者累積另一種資本

法要改 別讓三台等死》。《聯合晚報》1996-10-4, 3 版。

⁴ 這可由這一段時間一些新聞頻道所開設的時論型節目中窺得：如真相新聞網開發週一至週五晚上時段播出現場直播的「終極引爆」，該節目每天安排兩位不同黨籍的立委搭檔主持節目，企圖藉由持不同黨派立場立委的言詞交鋒，提升節目的可看性與爆炸性。〈衛星新聞為選舉打野戰〉。《民生報》1995-10-19, 37 版。

⁵ 在 1994 年底省市長選舉中，台中的民主台等百餘家的有線電視的業者就組成了「省長選舉報導—全台聯播」，針對有關選情的所有動態作系列報導，這波策略聯盟的聯播行動，不僅提供全省至少 150 萬收視戶廣告達到率的保證，更透過廣告專業代理的方式，與廣告主個別商談廣告價格，此作法可說開了以後新聞頻道「業配」新聞的先路。〈爭搶選舉廣告 第四台出招聲勢大〉。《經濟日報》1994-9-22, 3 版。另外，有關 97 年縣市長選舉，見〈有線電視業 大發選舉財：候選人衝刺加強頻道廣告曝光率 商機高達數十億元〉，《經濟日報》1997-11-25, 34 版。

形式——民意。財團的頻道經營業者如果能推出新聞性頻道或新聞報導，等於掌握了民意的武器在手上，一旦遇上了麻煩，新聞頻道可成為「上達天聽」的言論武器。民意代表、專家學者、市井小民等，皆可以成為頻道主「現聲」的代言人，而達到與黨政高層斡旋政商利益的籌碼。

二、報導型態的流程經濟

本研究的第二個討論主體，是新聞頻道的節目型態所體現的經濟意涵。這個部份的討論，主要集中在頻道的資本化誘因，如何體現在新聞播報流程中，以及傳輸科技如何服膺資本化的需求。

在研究執行方面，本研究測錄了TVBS-N、三立、東森三家新聞台日間新聞時段（早上9：00至下午3：00）各節新聞內容，計一周的時間。並以內容分析方式剖析新聞事件數與現場連線報導次數間的差異。研究並針對個別連線新聞事件的多則連線報導中言詞與影像，進行敘事分析。

本研究主張新聞現場是新聞頻道的資本化經營策略中不可或缺的一部份。在現今眾多類型的節目中，電視新聞無疑是常態播出的電視節目中最刻意彰顯現場特性的節目類型。特別在微波或衛星傳輸科技運用於新聞製作後，新聞播報克服了傳統錄影畫面無法現場播出的限制，也成了電視新聞「量產」的必要條件。

利用微波或衛星立即傳輸報導現場畫面，並使得現場記者、攝影棚主播，以及閱聽眾同在一個時間點播報與接收訊息這種作法始於1970年代（Yoakam & Cremer, 1989）。當時，有一些美國的地方電視台率先使用微波的方式傳送新聞畫面，且在大幅簡化新聞後製作業（如剪輯、過音，或文字稿修飾）的狀況下，將新聞畫面直接播放。1980年代以後，衛星新聞蒐集技術（satellite news gathering）更取代微波，被大量的使用於地方電視台的新聞播報中。利用地面行動的發射器，將特定影音訊號由事件現場上鏈至Ku頻衛星，並下鏈至地面接收站且立即播出，使得「地方」新聞因這項技術的使用，而大幅擴展了採訪涵蓋的範圍。許多地方電視台更藉由與其他地方電視台發展的策略聯盟，將當地的新聞報導藉由衛星傳輸方式與其他鄰近的地方電視台資源共享。⁶此舉對於自1950年代以來就獨大的三家全國電視網的晚間新聞構成了不小的威脅（Lacey, Atwater & Powers, 1988）。

而「新聞現場」因為有線或衛星電視新聞專業頻道的出現，更跨越國界，成為全球普同的視聽經驗。CNN的24小時全天候新聞報導模式，使得電視新聞由眾多節目中的一種類型成為自成一格的專業頻道，從而也使得新聞現場跨越國界的限制。以1991年波灣戰爭為例，CNN全天候在其「頭條新聞」（*Headline News*）頻道中報導前線的戰事，甚至在螢幕上直播美國轟炸機轟炸巴格達的空照畫面，使得這場戰爭成了名副其實的「實況戰爭」（the “real time” war）（Thussu, 2003; Bennett, 2003; Boyd-Barrett & Rantanen, 1998）。所謂「CNN化」（CNNization）

⁶ 根據Lacey, Atwater & Powers的統計，全美截至2001年止，約有74%的地方電視台加入這種衛星新聞交換的聯盟；而約有51%左右的地方電視台擁有SNG車的設備。

的新聞播報模式，近年來也成為全球各地企圖模仿與競爭的對象。

相較於美國，台灣的現場連線新聞發展較晚。使用SNG技術於新聞報導中肇始於1993年的台視，在早期這項科技的使用，曾夾雜了一些電視台管理階層對於這項科技是否符合成本效益的質疑。畢竟現場連線時間有限，但耗費的軟硬體資源比一般錄影事後播出的新聞要多。在無線台區段新聞中，現場連線的報導顯然誇耀的性質大於其成本效益。⁷

新聞頻道由於短期內出現太多的競爭者，使得這項技術承擔了不少惡性競爭的原罪。以市場規模而言，目前七家專業新聞頻道的新聞來源或服務範圍，並沒有因衛星傳輸科技的便捷，而擴大到台灣以外的地區。以新聞來源來說，除了極少量的跨國連線報導，目前所有新聞專業頻道，主要的新聞來源仍舊集中於幅緣甚小的台灣一地。因此新聞專業頻道間的競爭，往往不在發掘新聞議題的廣度或議題報導的深度上，而在於對新聞議題的反應速度以及炒作議題的能力上。

這種競爭的環境，又因為新聞報導的頻道化，而加重了現場連線新聞的重要性。所謂「CNN化」的全時新聞播報模式，強調的是新聞來源的不中斷。新聞的高度量產化成為頻道生存與運作的基本原則。這個原則對於新聞來源有限，且採訪人員編制並不充裕的新聞機構而言，成了亟待克服的問題。速成又具有產製彈性的現場連線報導，就成了解決這個問題的對策。

本研究以流程的概念來討論探討「新聞現場」與新聞台的資本化經營間的關係，主張以現有各家新聞專業台發展出來的「整點新聞」播報模式來看，個別新聞報導呈現背後，是整體新聞播報的「流程」問題。換句話說，重點在於新聞現場在整體影、音與敘事過程中扮演的功能，以及靈活運用新聞量產以填補電視時間的需求。因此新聞現場放在整個影、音敘事流程中，服膺了電視作為一商業機構所欲達成的收視目標。

台灣新聞專業頻道創立初期，頻道主管強調新聞從此已進入「野戰時代」。⁸新聞專業頻道的產生既已讓新聞播報掙脫時段的限制，如何在高度循環重複的報導中，設法藉由一些機巧降低觀眾的收視倦怠，甚至更積極的創造一些閱聽眾的收視期待，就成了製作上考量的重點。

目前大部分專業新聞台都採用的「整點新聞」模式，就可看出新聞台如何藉由流程創造收視動機。當固定的採訪人員編制，配合固定採訪器材，必須產出足以填充每天超過16小時新聞播報的內容，同時設法降低在每節新聞裡，重複播出錄影新聞內容的比率，藉由大量的現場連線報導來創造一些「意外」的旨趣，並設法使得這些意外成為觀眾對於「接下來將要發生什麼」產生期待，就成了新

⁷無線台剛開始使用SNG技術採訪新聞，仍然只停留在少數重大新聞的採訪播報上，如劫機、押送現行犯、重大交通事故等。以無線台新聞播報時段每日固定四節（晨、午、晚、夜）的作法而言，新聞事件正巧發生在新聞播報時段的比率並不大，所以SNG採訪只偶爾在常態節目或廣告中以插播的方式出現。以台視為例，初時投入上億資金擴充SNG的軟硬體設備，以及租用衛星的作法，回收的效益多寡頗受到一些質疑。見〈劫機救了SNG？台視前晚新聞發揮高機動力，扭轉內部疑慮〉。《聯合報》1993/11/7, 22版。

⁸1995年TVBS成立初期，總經理李濤表示，將「正在發生的新聞」呈現在電視畫面上，代表著「新聞已進入野戰時代」。見〈衛星新聞為選舉打野戰〉。《民生報》1995-10-19, 37版。

聞現場在整個播報流程裡最重要的功能。其中，播報時間的長短、何時連線，以及該有多少次連線等策略考量，都可以彈性的納入每個小時重複播報流程中，活化新聞因高度重複而可能造成的收視倦怠。

這種使得新聞呈現看似隨機，且播報方式看似隨手拈來，缺乏計畫的形式，其背後必須配合的是整套新聞產製作業的彈性化。整點新聞採用的製作模式，相較於傳統的區段式新聞報導，必須更為有效縮減新聞製作的時間。當傳統區段式的新聞報導嚴守採訪、製作、播報三個環節的區分，並且強調守門過程對於個別新聞的內容以及播報程序的掌控，整點新聞必須遷就全時播報的機制，將採訪與製作的後製品質控管過程，大幅度簡化。更甚者，將「正在發生的新聞」直接在螢幕上播出，意味著採訪與製作兩個環節的彈性化。

本研究由分析新聞事件與報導的次數中發現，在每日產出連線報導最密集的日間六個小時中（早上 9 點至下午 3 點），平均現場連線新聞的則數達 13.1 則，而事件數平均則是 6.1 則。相除之下，單則新聞事件的現場連線次數平均是 2.2 則。⁹這個數字呈現的，是現場連線報導如何巧妙利用進行中的事件，讓新聞編輯台可以依時段的需求而操作成為不同新聞時段中的個別報導。對編輯台的編輯流程而言，「一個現場」不等同一則報導，而是在片段的播報流程中不時出現的「最新情況」(updates)。

而藉由對單一事件產出的連線報導作進一步的敘事分析，本研究主張「現場」在新聞敘事的策略上，扮演著將單則新聞事件「發生化」的重要角色。由單一事件在不同時間點的現場報導中鋪陳事件的「發生過程」，間續的醞釀對該則事件的關注。每一個「最新情況」，除了呈現事件的最新進展外，也可摻進稍早提及的細節與畫面。一則新聞「事件」經過這樣序列化的拆解後，成了多則不確定的、隱含多種可能性的現場報導。這種策略除了凸顯新聞事件突發、不可測的戲劇性，也企圖藉由影像、口語陳述的未完成，將觀眾的收視動機策略的延伸至下一個時段的新聞報導中。

以流程來解釋這種現象，可清楚呈現在台灣有線電視新聞台新聞敘事建構的經濟意涵。現場連線報導扮演起將一則事件**流程化**為數則報導的功能。威廉斯主張電視內容呈現的流程有其經濟的考量，意即為觀眾創造「看下去」的衝動。這種流程的「經濟」意涵，有著機構內部與外部的經營考量。延伸威氏的看法，本研究主張整點新聞的現場連線報導投合了幾種新聞機構創造有利經濟條件的立場，除了收視率的競爭與閱聽眾持續收視的維持之外，尚有提高新聞產能以填補時間，以及增加新鮮素材的來源與運用範圍等考量。新聞報導流程儘管看似隨機，猶如在「外面」發生了什麼事後，可以在最快的時間點，以現場畫面插入正在播報的新聞序列中。但究其實，單則新聞事件的流程化，主要卻是由上述新聞單位「內部」所衡量的經濟條件因素所定奪。新聞事件因為流程，使得報導的速度、次數與播報節奏成為衡量報導標準的指標。

如此一來，報導與事件關係必須被重新界定。如果在傳統的區段式新聞報導裡，單則報導處理的基本單位是單則事件，而整節新聞報導是由這些個別獨立且

⁹目前新聞台的採訪作業有兩次截稿時間，分別提供中午 12 點與晚上 6 點的新聞報導。因此早上 9 點至下午 3 點間，是新聞採訪最密集的時段。

完整的新聞事件串連起的影像與聲音敘事所構成，有線電視新聞台現場連線新聞的使用，則是意圖打破了「報導」與「事件」的對稱原則。現場連線報導除了可以在單一的時間點上彈性延伸或縮短對於單則事件的報導，也可以將單則事件的呈現打散在不同的時間點，成為出現在每節整點新聞裡破碎但序列化(serialized)的事件陳述。

參、研究執行自評

本研究執行期間，計畫中是完成兩個有關頻道資本化經營的分析。第一篇是針對新聞頻道在 90 年代中期崛起過程的歷史分析；第二篇則是以流程的概念分析電視新聞現場的經濟意涵。其中第一篇論文在籌寫階段，由原先的問題意識發展，累積大量的文獻資料，但文獻整合不易，且在搜尋、分析資料的過程中，又陸續發展出一些新的問題面向，包括頻道的經營權轉移，以及選舉期間各台選舉廣告拖播、造勢新聞的「業配」報導等作法，仍有待進一步瞭解。且這些與本研究關切的頻道資本化經營動因，有密切的關係。其中，目前各加新聞台的業務配合新聞，由於這方面的文獻資料不易搜尋，研究者希望藉由相關業者的深度訪談方式，補足文獻資料之不足處。因此這一部份的分析，將待內容完備後，擇期發表。

另外，以流程的概念分析電視新聞現場的經濟意涵的部份，本研究已完成較詳細的分析結果，並將結果整理成〈電視現場的經濟意涵〉一文，目前已投稿至《廣播與電視期刊》，該文已進入複審階段。

參考文獻

- Bourdieu, P.著；林志明 譯（2002）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。
- Polani, K.著；侯利宏譯（2000）。〈經濟：制度化的過程〉。收錄於許寶強、渠敬東選編，《反市場的資本主義》（pp.33-63）。香港：Oxford University Press.
- 王振寰（1993）。〈廣播電視媒體的控制權〉。收錄於鄭瑞成等合著，《解構廣電媒體：建立廣電新秩序。》台北：澄社報告。
- 王振寰（1993）。《資本，勞工，與國家機器：台灣的政治與社會轉型》。台北：台灣社會研究叢刊。
- 王振寰（1996）。《誰統治台灣？轉型中的國家機器與權力結構》。台北：巨流。
- 鐘蔚文（1993）。〈有線電視〉。收錄於鄭瑞成等合著，《解構廣電媒體：建立廣電新秩序》。台北：澄社報告。
- 吳祥寬（2000）。《政治、金權、線纜：台灣有線電視的政治經濟分析》。國立中正大學電訊傳播所碩士論文。
- 馮建三（1995）。《廣電資本運動的政治經濟學：析論 1990 年代台灣廣電媒體的若干變遷。》台北：台灣社會研究叢刊。
- 陳鳳英 陳惠文（1998）。〈揭開電視台叩應大戰內幕〉。《新新聞》，560。
- 隋安德（1998）。〈不要讓 SNG 變成 Super No Good〉。《目擊者》，5：48-51。
- 詹慶齡（1998）。〈SNG 應以「人」為本〉。《目擊者》，5：52-53。
- 〈真相新聞網昨「跑片」開播〉。《聯合報》，1994-3-2,6 版。
- 〈爭搶選舉廣告，第四台出招聲勢大〉。《經濟日報》，1994-9-22, 3 版。
- 〈無商不成理，非凡果然不凡〉。《民生報》，1995-3-2，37 版。
- 〈國民黨十四全會，三台實況轉播開閉幕，TVBS 全程轉播兩天會議〉。《民生報》，1995-8-22, 13 版。
- 〈衛星新聞為選舉打野戰〉。《民生報》，1995-10-19, 37 版。
- 〈衛星新聞為選舉打野戰〉。《民生報》，1995-10-29, 37 版。
- 〈衛星頻道看重新聞性節目：欲藉此鍍金，提高說話份量〉。《經濟日報》，1996-1-9,19 版。
- 〈李登輝：電視法要改，別讓三台等死〉。《聯合晚報》，1996-10-4, 3 版。
- 〈心情影印機：新聞現場〉。《民生報》，1996-10-21, 15 版。
- 〈現場直播全是高檔貨：今年新聞戰 SNG 領風騷〉。《聯合報》，1996-12-27, 22 版。
- 〈無線新聞網，火線大進擊〉。《聯合晚報》，1997-4-15, 10 版。
- 〈有線電視業，大發選舉財：候選人衝刺加強頻道廣告曝光率 商機高達數十億元〉。《經濟日報》，1997-11-25, 34 版。
- 〈揭開電視台叩應大戰的內幕〉。《新新聞》，第 560 期。
- 〈有線頻道前景無限〉。《經濟日報》，2002-2-6,44 版。
- 〈弱智媒體，大家一起來誤國〉。《天下雜誌》，2002 年 4 月的專號。
- 〈媒體監督，成為社運新戰場〉。《中國時報》，2003-10-12, A8 版。

- 〈關電視一天，民間發起全國連署〉。《聯合晚報》，2003-12-13, A1 版。
- 〈縣長遭槍殺 官邸現場 SNG 車群聚 棚內棚外演出默契接力賽〉。《民生報》，1996-11-22, 12 版。
- 〈TVBS、超視搶三台飯碗〉。《民生報》，1995-10-05，37 版。
- 〈有線電視新聞頻道延伸戰線〉。《經濟日報》，1996-9-28, 11 版。
- 〈主播記者 換跑道；有線 無線 亂了線〉。《民生報》，1007-1-11, 10 版
- 〈力霸友聯 U2 台 七月加入戰局〉。《民生報》，1996-6-27, 37 版。
- 〈利多刺激 新聞專業頻道看好〉。《聯合報》，1998-12-29, 26 版。
- 〈為了總統一句話 這口氣忍不下〉。《聯合晚報》，1996-11-02, 10 版。
- 〈兩岸新聞熱戰 有線、無線過招〉。《聯合報》，1996-5-19, 22 版。
- 〈TVBS 添裝備 要搶新聞如艦隊〉。《民生報》，1998-7-22, 2 版。
- 〈有線電視這一年：誰是廣告贏家？〉《聯合報》，1995-12-26, 22 版。
- 〈辜汪會新聞戰 TVBS-N 又打漂亮仗〉。《聯合報》，1998-10-19, 26 版。
- 〈新聞播報 一天 100 小時〉。《民生報》，1997-04-06, 12 版。
- 〈搶新聞 有線電視最搶眼〉。《聯合晚報》，1997-08-10, 2 版。
- 〈向現實低頭 環視大裁員 轉型綜合台〉。《星報》，2000-02-17, 4 版。
- 〈東森 FNG 曝光 新聞戰線地下化〉。《聯合報》，1999-08-02, 26 版。
- 〈中天本土化 廣徵新聞尖兵〉。《星報》，1999-10-23, 72 版。
- 〈新春新氣象 新聞頻道大改版 SETN 全天播新聞〉。《民生報》，2000-01-29, 21 版。
- 〈二〇〇一年電視新聞亂！亂！亂！叩應台台有政黨黑手斬不斷〉。《聯合報》，2001-12-27, 29 版。
- 〈總統指導新聞，電視台：專業第一〉。《聯合報》，1998-02-12, 3 版。
- 〈追逐小柯 有線新聞跑得快〉。《聯合報》，1998-7-4, 26 版。
- 〈文化新聞擺第一 犯罪新聞排最後：李登輝希望三台自律 引發反響〉。《民生報》，1998-02-12, 01 版。
- 〈對李總統批判電視新聞的省思〉。《民生報》，1996-10-06, 2 版。
- 〈爭搶選舉廣告 第四台出招聲勢大〉。《經濟日報》，1994-09-22, 03 版。
- Anderson, C. (1994). *Hollywood TV: The studio system in the fifties*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimension of globalization*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (1986). Introduction: Commodities and the politics of value. In A. Appadurai (ed.), *The social life of things: Commodities in cultural perspectives* (pp. 3-59). Cambridge: Cambridge University Press.
- Barnouw, E. (1968). *The golden web*. New York: Oxford University Press.
- Baughman, J. (1985). *Television in the 'Golden Age': An entrepreneurial experiment*.

The Historian, XLVII, 175-194.

- Boddy, W. (1993). *Fifties Television*. Urbana & Chicago: The University of Illinois Press.
- Boyd-Barrett, O. & Rantanen, Terhi (eds.). (1998). *The globalization of news*. London: Sage.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Derrida, J. & Stiegler, B. (2002). *Echographies of television*. (translated by J. Bajorek). London: Polity Press.
- Ellis, J. (1982). *Visible fictions: Cinema, television, audio*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Elsner, M. Muller, T. & Spangenberg, P. M. (1994). The early history of German television: The slow development of a fast medium. In H. U. Gambrecht & K. L. Pfeiffer (eds.), *Materialities of communication* (pp.107-146). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Feuer, J. (1983). The concept of live television: Ontology as ideology. In E. Ann Kaplan (ed.) *Regarding television: Critical approaches*. (pp. 12-21). LA: University Publications of America, Inc.
- Fisher, D. E. & Fisher, M. J. (1996). *Tube: The invention of television*. Washington, D.C.: Counterpoint.
- Fry, T. (1993). Introduction. In T. Fry (ed.), *RUA TV? Heidegger and the televisual*. (pp. 11-24). Sydney: Power Publications.
- Gorman, L & McLean, D. (2003). *Media and society in the Twentieth century*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Gurevitch, M. (1996). The globalization of electronic journalism. In J. Curran & M. Gurevitch (eds.), *Mass media and society* (pp,204-24). London: Arnold.
- Harvey, D. (1989). *The Condition of postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.
- Heath, S. & Skirrow, G. (1977). Television: A world in action. *Screen*, 18(2): 7-59.
- Heidegger, M. (1962). *The question concerning technology and other essays*. New York: Harper and Row.
- Jhally, S. (1982). Probing the blindspot: The audience commodity. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 6(1-2), 204-209.
- Jhally, S. & Livant, B. (1986). Watching as working: The valorization of audience consciousness. *Journal of Communication*, 36(1), 124-142.
- Lacy, S., Atwater, T., & Powers A. (1988). Use of satellite technology in local television news. *Journalism Quarterly*, 65(4), 925-930.
- Lash, S. (2002). *Critique of information*. London: Sage Publications.
- Lee, M. J. (1993). *Consumer culture reborn: The cultural politics of consumption*.

- London & New York: Routledge.
- Luhmann, N. (2000). *The reality of the mass media*. Cambridge: Polity Press.
- Marriott, S. (2000). Election night. *Media, Culture & Society*, 22: 131-148.
- Marriott, S. (1996). Time and time again: 'live' television commentary and the construction of replay talk. *Media, Culture & Society*, 18: 69-86.
- Meehan, E. (1994). Conceptualizing culture as commodity: The problem of television. In H. Newcomb (ed.), *Television: The critical view*, 5th edition (pp.563-572). New York & Oxford: Oxford University Press.
- Molotch, H. & Lester, M. (1974). News as purposive behavior: On the strategic use of routine news, accidents, and scandals. *American Sociological Review*, 39: 101-12.
- Spiegel, L. (1992). *Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Sturken, F. (1990). *Live television: The Golden Age of 1946-1958 in New York*. Jefferson, NC: McFarland & Co..
- Tang, S. (2003). Truth and time in television news: A critique of live reporting. Presented paper at the Hawaii International Conference of Social Sciences. June 12-14, Honolulu, Hawaii.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- Tuggle, C. A. & Huffman, S. (2001). Live reporting in television news: Breaking news or black holes. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 45(1), 335-344.
- Vianello, R. (1985). The power politics of 'live' television. *Journal of Film and Video*, 38, 26-40.
- Yoakam, R. D. & Cremer, C. F. (1989). *ENG: Television news and the new technology*. New York: McGraw-Hill Publishers.

有線電視新聞頻道興衰

(本研究整理)

* 依成立時間先後順序排列

真相新聞網	1994年3月	開播
	1998年3月	裁撤新聞部，改名「真相電視台」
	2000年11月	轉型為「TNN財經台」
中天	1994年11月	開播
	1997年	爆發經營權之爭，港資退出，由和信接手經營權，加強台灣新聞
華人衛星新聞網	1995年1月	開播
	1998年6月	轉型為SKY綜合台
非凡衛星台	1995年3月	成立，財經專業報導為主
TVBS-N	1995年9月	開播
東森新聞台	1996年7月	開播（屬綜合台）
	1998年1月	由原力霸友聯U2轉型為新聞台
	2002年12月	另成立東森新聞S台
	2005年7月	東森新聞S台換照未通過，停播
環球新聞網	1997年4月	開播
	2000年1月	爆發經營權之爭
	2003年9月	爆發財務危機，有民進黨背景的董事長張俊宏宣布交出環球經營權
民視新聞台	1997年5月	開播
	2003年9月	董事長蔡同榮交出經營權
三立新聞台	1998年3月	由原都會台轉型
年代新聞台	2000年5月	由原「生活產經台」轉型
