

## 「媒體近用權」在公用頻道的實踐性 ——從系統經營業者和使用民眾的角度看

報告人：鄧青雲

記錄：蔣與弘

### 問題與討論

仁：建議把圖放到結案報告中會比較清楚。

琪：有「百分之五十的人不知道」，五十的數字是從哪來的？

青雲：國家通訊委員會 2008 年台北市做的。

琪：如何獲利？

青雲：完全沒有。因是強制設立也無法收取任何費用，每年系統業者還要劃撥經費去經營頻道。台北市比較好，

琪：受訪者目前沒有確定，或可把受訪者分類成「已經近用」、「沒有近用」；近用原因、有否持續近用等，如此或可找到系統或系統業者可以改進的地方，也可以找出有效經營方法與策略，因為這部份要從使用民眾與一般觀眾來看。

仁：「沒有近用」的民眾要怎麼問。

琪：可以問公用頻道的必要性與重要性。

青雲：我根本不知道我的研究價值。

張：有啊，不過可能需要一些前因後果、歷史淵源，這樣價值就出來。

仁：你們是台灣「唯二」對這個議題有興趣的，還有半個是安邦。

張：這部份需要有歷史背景的了解。媒體近用這個源自於西方（美國）的概念，在這三十年在地化時產生了些質變，曾有老師這幾年做量化研究，但沒有討論在地脈絡的層面，無法跟台灣傳播史構連。台北市九家頻道其實都屬中嘉集團，媒體近用部分在台灣長出了一條有趣東西，就是與地方新聞網結合產生共構新聞頻道，台北市有一個台北市新聞網底結構。

盧：花蓮的還在，洄瀾新聞。

**張：**在地的地區新聞整合名義上是媒體近用的落實，實際上是跟地方派系的結合，讓地方派系產生均衡作用。這變遷分成好幾個階段。後因 2000 年後全台有線電視業者被財團大量併購，第一件事情就是裁撤地方新聞台，現在看到的電視樣態都是財團接手的結果（2003-2008），媒體近用的作用、與地方的連結等等都被財團切斷了，於是造成了地方新聞的沒落。

另外，這個題目有趣之處就是現在該怎麼辦？在台灣還存在嗎？是否可能產生「社會企業」的運作模式？有無可能與 cc、學校教育、當地社區營造等結合？這個題目在地方非常有意義的，要離開台北市才能做出意義來。台灣真正有線電視的發源不是在台北市，是離開都市、比較偏遠的地方開始的。