
有線電視系統經營公用頻道之思維與實踐：
以新北市有線電視之公用頻道為例

陳靖霖*

摘要

本研究以新北市有線電視經營公用頻道為例，聚焦分析新北市公用頻道活化運用委員會成立後，如何活化公用頻道並促進社區的媒體近用，期望對未來其他縣市之系統業者經營公用頻道提出參考建議。研究方法採用對產、官、學界專家之深度訪談輔以文件分析法，做一、二手資料之相互印證，經研究分析獲得以下結論：第一，經營公用頻道需持續性培養社區民眾的媒體近用能力，並激發其對社區議題的關注；第二，需做到各區系統業者的策略聯盟，或與學校、官方單位、地方組織進行合作，爭取多元化節目來源；第三，需整合、簡化公用頻道管理機制，提昇社區民眾參與意願；第四，公用頻道應積極朝向數位轉型發展；第五，需加強民眾的著作權合理使用教育。經由上述本研究分析出之經營方針建議，可能改善公用頻道經營之既有問題，擴展以「社區近用及媒體自主」為宗旨之公共論述場域。

關鍵詞：公用頻道、媒體近用權、有線電視系統、數位轉型

*陳靖霖為國立臺灣藝術大學廣播電視學系助理教授。聯絡方式：jlchen1111@gmail.com

壹、研究背景與意義

1993 年 8 月 11 日公布之有線廣播電視法（簡稱有廣法）第 23 條便明文規定，「有線電視業者必須免費提供十分之一以上頻道作為公益性、藝文性、社教性等節目使用……至 2016 年，歷經 8 次修正……」（轉引自何吉森，2018，頁 1）。修正後之有廣法對公用頻道的規劃及使用辦法演變為第 41 條「系統經營者應無償提供一個以上公用頻道供政府機關、學校、團體及民眾播送公益、藝文、社教等節目」（轉引自法務部，2018 年 6 月 13 日）。然而，我國公用頻道從立法規範至今已有 28 年的歷程，但根據《109 年新北市有線電視服務品質暨收視戶滿意度調查研究結案報告》顯示，有 13.72% 的收視訂戶表示知道第 3 頻道為公用頻道，在此等收視訂戶中，有 46.92% 看過公用頻道播出的節目。另外，在新北有線電視全體訂戶中，則僅有 5.25% 想把自己拍攝的影片或節目向有線電視公用頻道申請播出（新北市政府新聞局，2020）。顯見社區民眾以及有線電視用戶對於公用頻道的認知，在經歷如此漫長的時間，竟仍存留在似曾相識或完全陌生的情境，其中真正使用過的民眾更是寥寥可數。尤其網路媒體出現後，讓專屬提供社區民眾近用的公用頻道存在價值日漸降低。在主、客觀環境中，公用頻道經營均處於窒礙難行的窘境，就法規設計與政策目標而言，與其起心動念積極結合「媒體近用與社區意識」的良善美意，確有漸行漸遠之感。然而，公用頻道就如公共設施保留地的概念，目的在增進社區民眾訊息活動之便利，屬於社區居民所有權中公用範圍的意涵。因此，社區民眾對於公用頻道的使用，則可視為另類社區意識與文化的再現。基於此，深度探討公用頻道的推廣、營運與管理效益則更顯重要。為彰顯研究對象之代表性，本研究以全國有線電視系統業者樣態與收視戶為數最多的城市：新北市，所經營之公用頻道為範疇進行探索。

目前新北市轄下 29 個行政區，有線電視系統業者可依收視範圍分為 8 大經營區，除了跨區系統業者：全國數位有線電視股份有限公司、大豐有線電視股份有限公司、天外天數位有線電視股份有限公司及數位天空服務

股份有限公司 4 家業者之外，加上原有隸屬在中嘉數位 MSO¹、凱擘大寬頻 MSO、台固媒體 MSO 之系統業者，以及獨立系統業者，共計 13 家有線電視系統業者（請參見附錄一）。新北市有線電視系統的總訂戶數達 1,007,126 戶，已屬全國之冠（NCC，2021 年 5 月 6 日）。雖然有線電視系統原就扮演社區發展與經營的角色，但在此龐大訂戶數據下難免有其發展困境，肇因於新北市公用頻道屬各區獨立經營狀態，雖可彰顯各區特色，卻造成經營上的效率與資源整合之不足，此亦為本研究以新北市公用頻道為案例之主要動機與問題意識。

基於上述動機，如能有效運用新北市有線電視之訂戶數，推動公用頻道於社區的溝通功能與內容交流，必可發揮有線電視與社區合作的關係，同時營造有線電視媒體的社會影響力。因此，從 2019 年 4 月以降，新北市 13 家系統業者為能積極推動新北市公用頻道的活化，並透過各界的宣傳推廣以提昇民眾對公用頻道的使用率，結合了新北市政府，以及世新、臺藝大、輔仁、淡江 4 所設有傳播學院、系的大學，首開臺灣各縣市之例，共同成立「新北市有線電視公用頻道活化運用委員會」，希冀讓公用頻道能真正達到活化、運用之目的，且期待強化新北市公用頻道政策，以落實社區民眾之媒體近用權，並試圖改善各區獨立經營公用頻道之問題（崔至雲，2019 年 4 月 19 日）。其運作機制有別於臺北市的「社團法人臺北市有線電視公用頻道協會」由第三方單位運營，亦區別於高雄市由市政府新聞處主導公用頻道之運營（周怡玲，2010；賴欣圓，2007）。新北市公用頻道活化運用委員會是由區域內之產、官、學界一同攜手合作經營公用頻道。該委員會成立 2 年多以來，應可歸納出具代表性之公用頻道社區經營與節目整合策略，以作為本研究之重要探討面向。因此，期望透過本研究採取的研究方法執行、分析與歸納之結論，對其他區域之有線電視公用頻道經營與發展提出建言。

¹ MSO (multiple system operator) 即多系統經營者，指單一股東及其控制從屬公司與 2 家以上有線廣播電視系統經營者、有線電視節目播送系統，具有控制從屬關係者（公平交易委員會，2016 年 5 月 27 日）。

貳、研究目的與問題

鑒於上述研究背景與意義，本研究目的在於藉由新北市系統業者對公用頻道之經營方法，尤其聚焦分析新北市公用頻道活化運用委員會成立後的經營策略，期望對未來其他地區有線電視系統經營公用頻道提出參考建議。因此，系統業者如何運用產、官、學的三方資源，結合其對社區與校園等面向之經營動能，共同激發新北市民眾將公用頻道逐漸視為其接近探討公共議題的平臺，並形成共享社區資訊的場域，以及確保良好的社區生命力，將為至關重要之命題。因此，本研究提出以下研究問題：

- 一、有線電視系統業者經營公用頻道面臨哪些困境與問題？其中，新媒體對公用頻道又產生何等衝擊？
- 二、有線電視系統業者如何推廣公用頻道，以協助社區民眾提昇媒體近用能力？
- 三、現行有線電視公用頻道的管理辦法與政策，有何待改進之處？

藉此三項研究問題，作為本研究之論述開展基礎，試圖經由以下研究過程，探索未來公用頻道如何以適當的推廣、運營與管理制度等面向之改善，達到更理想的發展。

參、文獻探討

為解決上述研究問題，並拓展後續研究分析以達成本研究之目的，以下文獻探討首先探索重要理論概念，以作為後續研究分析之立基，並進一步探討既有相關文獻，分析以公用頻道為相關主題之論文或期刊等。

一、理論概念探討

本研究綜觀既有文獻發現，有關媒體近用權與公用頻道之關係為大多研究探索理論概念之依據，因此本研究亦對此等理論概念，分為「當代媒體近用權的發展脈絡」、「臺灣公用頻道與媒體近用權的關係」二個面向，於以下進行探討，作為本研究之重要立論基礎。

（一）當代媒體近用權的發展脈絡

1948年聯合國《世界人權宣言》（Universal Human Rights）第19條明訂，人人都有「經由任何媒體」尋求、接受及傳播消息與思想的自由，即言論自由應超越個人或人際層次，而個人或社會不同群體都有權通過媒體來表達意見，此項條文將言論自由的主張與表達意見的管道（媒體）相結合，強調透過大眾媒體表達意見對言論自由規範的重要性，被視為提升了言論自由的規範層次（馮建三，2002；劉忠博、蔡欣怡，2009；Fuller, 1994）。結合上述背景，首先將媒介近用權（rights of access to the media）作為重要概念提出者為 Barron（1967），他研究民眾近用報紙（印刷媒體）的自由之法源基礎，認為1791年的美國憲法第一條修正案²，強調保障言論自由的主張其實並不周延，應需基於意見自由市場的理念，透過媒體提供自由的接近使用，藉此加強民眾接近大眾媒體的言論自由，自此訂定了媒體近用權概念。

而後，美國以媒體近用權概念為立基，於1969年由美國聯邦通信委員會（Federal Communications Commission，簡稱FCC）正式頒布有線電視報告與命令（Cable Television Report & Order）提及近用頻道的功能。1971年，紐約市政府規定該市的有線電視系統申請業者需規劃設立公用頻道，供社區民眾與團體使用，公用頻道自此正式存在於有線電視系統中，並成為美國第一個設置公用頻道的正式法令（陳炳宏，2008）。1972年FCC再對前100名的美國有線電視業者提出，需提供「公共近用頻道」（public, educational, and government access channels，簡稱PEG Channels）的要求，並指出該頻道需供給公共、教育和地方政府使用，並且民眾可透過媒體參與社區公共領域之對話（FCC, 2015, December 9; Kundanis, 1987）。自此，公用頻道也正式被視為可具體實踐媒體近用權的管道，並讓社區民眾有權取得媒體時段，且可自行決定其播出內容。然而，除了美國以外，本研究亦彙集對公用頻道之經營較具代表性的國家，包括德國、加拿大、澳洲等

² 「美國憲法第一條修正案」（First Amendment to the United States Constitution）簡稱為第一修正案（Amendment I）。其明定禁止美國國會制訂任何法律以確立國教；妨礙宗教自由；剝奪言論自由；侵犯新聞自由與集會自由；和干擾或禁止向政府請願的權利（Constitution Annotated, 2021）。

國之作法，如下表 1，以供比較。

表 1：各國對於公用頻道的經營方法

國家 推動 模式	美國	德國	加拿大	澳洲
公用頻道 名稱	PEG Channels	Open Channels	Community Television	Community Television
主管機關	美國聯邦通 信委員會 (FCC)	德國聯邦媒體管 理局協會 (Die Medienanstalten)	加拿大廣播電 視及電信管理 局 (Canadian Radio-television and Telecommunica- -tions Commission， 簡稱 CRTC)	澳洲通訊及媒 體 (Australian Communicatio- ns and Media Authority，簡 稱 ACMA)
經費來源	主要由有線 電視公司提 供經費，其來 源包括有線 電視特許經 營費、會員 費、贈款和捐 款等。	只要使用德國廣 播、電視服務 的閱聽眾均需額外 支付固定費用資 助該頻道。	該頻道為有線 電視公司代表 加拿大公眾管 理的公共信託。 有線電視公司 需將其訂閱收 入的一小部分 用於該頻道之 經營。	該頻道資金多 來自於贊助、 訂閱和捐贈、 會員費、贈款、 商品銷售和出 售時段給節目 供應商。
節目內容與 推廣模式	主要播放系 統業者自製	該頻道主要開放 給民眾自由製作	CRTC 政策規 定，該頻道播出	該頻道是由持 有社區電視許

	或轉播節目、非營利組織製作之節目、地方政府之公共事務訊息等。強調公共、教育與政府之用途。民眾提供之節目內容包括美食烹飪、民意論壇、海外旅遊錄影等等。有線電視公司會提供民眾簡易型攝影棚製播設備使用，也會有免費拍製課程與設備使用訓練。	節目播出使用。該頻道有附屬工作人員用於免費培訓與協助民眾擔任製作人，並鼓勵其製作節目。	時段的一半必須提供給社區中的民眾製作節目播出。其他時段則多混合播放公共電視和社區服務節目。	可證的電視臺與各種社區團體合作並建立電視節目製作中心，民眾與社區團體會運用這些製作中心及其資源製作電視節目。其製作之節目內容包括教育、藝文、家庭等等面向，並繼續朝多元、創新的方向發展。
--	---	---	---	--

資料來源：整理自陳炳宏（2008）；Canada Radio-television and Telecommunications Commission（2002, October 10）；Canada Radio-television and Telecommunications Commission（2010, April 26）；Kanäle（2014, June）；Linder（1999）；Turner & Cunningham,（2020）。

由上表可看出，不同國家在公用頻道的經費來源上，有重疊之處為有線電視公司需自其使用者訂閱費用中，取一部分繳納特許經營費的方式資助公用頻道，以作為其公共財產使用權的補償（Linder, 1999）。再者，各

國於公用頻道之節目內容與推廣模式上亦有相似之處，包括美國、德國有線電視公司，會提供民眾製播設備與免費影音攝製訓練；加拿大的社區電視除了提供上述資源，也會與地方組織合製節目，產出多元且具代表性的節目；澳洲則更值得他國效法，以社區電視的力量結合社區團體設置電視節目製作中心，亦會提供等同上述他國之公用頻道相關資源。

縱使在公用頻道的運營上，各國略有上述差異，但均不約而同地維繫著公民的媒體近用權，顯見公用頻道的設置就如同公共領域的實質媒體平臺，目的在於試圖改變傳統媒體單向傳播的權力，並提供社區民眾傳統電視媒體所不能滿足之內容，與進一步使用的權利，以實質獲得社會參與的平等機會（Gillmor, Barron, & Simon, 1998）。一如 Habermas（1989）提出的「公共領域」（public sphere），也呼應了上述概念，指出 19 世紀中葉為自由資本主義的頂峰時期，法治國家結構是由憲法所確立，體現一切權力來自於人民，至此國家主體的公眾是把他們的領域看作一種嚴格意義上的公共領域。在此政治秩序基礎上，需保障每個人都有平等的機會獲得「社會報償」（social rewarding）和通過公共領域參與政治組織，而且只有充分實現基本權利，才能確保發揮積極作用。因此，言論自由作為實現個人之基本權利，便建立起了媒體近用權的基礎。換言之，公用頻道必須要倡導公民的媒體近用權，尤其強調、主張公眾的媒體近用權應受保障。

（二）臺灣公用頻道與媒體近用權的關係

在上述各國公用頻道之經營方法中，臺灣沿用了美國對於公用頻道的主張，在司法院大法官（1994 年 9 月 23 日）於釋字第 364 號提及，「一般民眾得依一定條件，要求傳播媒體提供版面或時間，許其行使表達意見之權利而言，以促進媒體報導或評論之確實、公正」。可見媒體近用權並非僅為抽象理念，而是在憲法上人民可受保障的權利。從上述觀點不言可喻，有線電視業者提供公用頻道，原本就是業者的法定義務（朱弘川，2016 年 7 月 11 日）。基於此，臺灣的研究者們亦曾經對在地的有線電視經營公用頻道之媒體近用概念作如下定義，可作為本研究分析過程之參考。石世豪、鄭瑞城、劉靜怡（1999）強調有線電視公用頻道的功能是針對傳播媒

體平臺與通路性質，應依法律規範提供給特定人（社區民眾）使用，以便傳達社區民眾所需求之特定內容，賦予社區民眾優先使用，以享有相同接近或擁有在媒體平臺資訊交流的權利。蘇蘅（2002）再以廣電媒體之近用類型加以認定，認為公用頻道設置的核心價值，可分為機會均等原則（equal opportunities rule）、公平原則（fairness doctrine），以及合理使用頻道原則（reasonable access rule）等三大正向主張，說明社區民眾能擁有公平近用媒體溝通的思維。體現出媒體近用概念運用於臺灣公用頻道相關研究下的發展。

二、相關文獻探討

在上述的理論文獻為基礎下，本研究亦對相關主題之研究文獻進行探索，發現臺灣、國外探討公用頻道之文獻不在多數，學術性論述也不多見，除了部分為碩士論文外，博士論文則付之闕如。但本研究仍竭盡所能地蒐集並分析與公用頻道相關題旨之研究、期刊文獻，以作為後續論述之重要基礎。然而，以公用頻道為題並與本研究旨趣較為相關之研究，經本研究的文獻爬梳與歸類結果，主要可分為「公用頻道之節目內容研究」、「公用頻道之運作模式或推廣研究」、「新媒體對公用頻道的影響研究」。以下就此等面向之文獻作探究。

（一）公用頻道之節目內容研究

以公用頻道之節目內容為研究方向者，有江雅慧（2005）以媒體公共論域理論、多文化主義論說等理論架構出發，運用文獻探討、參與觀察、內容分析、深度訪談為研究方法，試圖對公用頻道節目內涵提出建議。其研究發現包括公用頻道節目來源過度集中、缺乏多元性，且以教學型態內容居多，並有宗教性、置入性節目之問題；弱勢族群在使用公用頻道上仍居弱勢；臺北市公用頻道推廣不足；一般民眾媒體近用難度高；有線電視特種基金未能有效運用；公用頻道與自製頻道之區隔等問題有待釐清。雖然該研究以 2002 年 4 月至 2003 年 10 月之臺北市公用頻道內容作分析，於效度上可能較為不足，但可藉此研究分析結果窺見既有公用頻道經營，尤

其於節目來源與內涵實有其發展困境。然而，陳炳宏（2012）則以「媒體近用」作為重要理論概念，運用內容分析法對 35 家系統業者從 2009 年 7 月至 2010 年 11 月之公用頻道節目內容進行抽樣，共計 250,355 筆節目資料作分析。研究發現，公用頻道有 1/3 以上的時段是播出有線電視業者自行提供之內容；「個人」的節目來源則最少，不符合公用頻道強調之公眾近用精神。由於抽樣範圍較廣，該研究之發現對本研究頗具參考價值，且點出公用頻道之媒體近用與管制機制需確保之問題，亦是本研究需具體探索公用頻道的管理辦法與政策問題，應如何改善之重要動機。

（二）公用頻道之運作模式或推廣研究

而公用頻道之運作模式或推廣研究，則為多數相關研究之取向。楊秀茹（2007）以社區與社區發展觀念出發，整理既有文獻結果發現，透過有線電視公用頻道可教育民眾，也可提昇社區意識、推動社區發展。該研究整理出公用頻道運作效果不佳，是因為政府未對公用頻道節目內容與使用原則定義清楚；有關單位未嚴格執行、要求落實政策；對公用頻道之宣傳不足；業者未充分了解公用頻道的意義與理念，且缺乏地方資源。該研究雖缺乏研究方法之運用，分析結果有信、效度上的疑義，但其對既有研究之爬梳結果，體現公用頻道經營困境與管理政策上仍有問題。同年，賴欣圓（2007）則以媒體近用權探討公用頻道之推廣，運用深度訪談、焦點座談、問卷調查作為研究方法，研究結論顯示受訪者多數認為公用頻道有其提昇社區意識、鼓勵社區參與之價值，不贊同有網路就廢除公用頻道；公用經營困境包括缺乏整體規劃與定位不清、相關資源挹注不足、宣傳及推廣不夠、缺乏完善之組織、內容製作門檻較高、變質為縣政頻道、對業者無足夠動機推動、缺乏落實民眾近用媒體理念、輔導獎勵與監理由不同機關推動等。雖該研究方法運用多元導致聚焦性不足，但其理論框架與結論值得作為本研究後續分析公用頻道之困境與推廣方法參考。

再者，於公用頻道之運作模式或推廣研究中，有部分文獻是聚焦地方之公用頻道案例，與本研究旨趣相符，具高度參考價值。早期包括吳宜羣（1998）是以公用頻道與社區意識和社區發展的關係出發，藉由美國波士

頓、布魯明頓、亞特蘭大市所設立的公用頻道運作中心個案，反思此等集結政府、系統業者、學者專家與社區組織力量所設立的運作中心，在臺灣各地區設置的可能性。該研究結論發現公用頻道運作中心較適切籌組方式為地方政府監督，以社區民眾與團體主導，由系統業者提供專業能力統籌運作，並聘請專家學者為顧問；運作中心可邀集社區公益團體、學校一同規劃節目，系統業者和運作中心製作；節目內容可包含教育節目、社區消息、民間團體、社會福利、一般政府消息；並於執行規劃上需著重法律與行政中立機制。該論文為國內倡導設置公用頻道運作中心之初探性研究，對本研究對象公用頻道活化運用委員會的運作方式帶來較大影響，具有高度價值。後續公用頻道運作模式與推廣文獻多延續自此研究概念，並加以拓展研究面向，包括沈永華（2008）以文獻分析法、修正式德菲法探討臺北市第三部門如何組織、規劃與使用公用頻道。該研究結論提出法制政策面，需要建構非營利組織（non-profit organization，簡稱 NPO）；法制環境、資源提供面，需有技術協助與人才支持；經營發展面，需落實媒體近用權並注重節目內涵；最後，第三部門需與政府部門協力。此研究體現臺北市的公用頻道運作模式，由第三部門較為成功的規劃機制，應可為本研究對象之後續發展參考。同年，彭騰進（2008）運用次級資料分析、文獻與檔案分析法研究宜蘭地區的公用頻道運作，研究結果發現全臺各區應各別成立公用頻道運作中心，並維持其超然獨立地位，且公用頻道應更名為「公眾頻道」，亦需研修「公益性、藝文性及社教性頻道」規定。由於其研究方法是以前手資料作為主軸，較缺乏實踐性，且針對研究對象分析較為失焦，但蒐集之研究結果具參考價值。而周怡玲（2010）透過文獻探討、深度訪談法研究臺北、高雄二市經營公用頻道之差異。研究結論認為公用頻道應獨立於政府部門之外、公用頻道經營應導入「目標管理概念」、推廣應深入社區。該研究將北高二市之公用頻道經營模式作具體分析、整理，可作為本研究對比不同地區經營公用頻道模式之參考。

（三）新媒體對公用頻道的影響研究

另外，隨著近年數位科技的發展，也影響到了有線電視系統業者經營

公用頻道的運作模式，因此本研究也將新媒體對公用頻道之運作模式所帶來的衝擊之相關文獻作以下回顧。曾子庭（2014）從新唐城有線電視內部申播統計資料出發，並運用深度訪談、焦點座談輔以文獻分析，探索臺灣公用頻道的經營與發展。研究結論體現公用頻道之困境，且認為該頻道需作明確定位，從多元性與社區影響尋找存在價值，更須加強公用頻道宣傳、服務性、推廣節目產製課程。最重要的是，表達未來須透過數位匯流，成立公用頻道平臺或可往隨選視訊（video on demand，簡稱 VOD）發展。此研究對公用頻道之既有困境與推廣分析，和對未來之頻道數位化的想像，可為本研究參考。然而，何吉森（2018）更聚焦分析新媒體對公用頻道的近用權之衝擊，該文獻以 2012 年國家通訊傳播委員會（National Communications Commission，簡稱 NCC）研擬修正公用頻道規範為背景，論述因應數位匯流發展，建議加入網站公用頻道專區之設置。並於結論中提出，面對公用頻道與新媒體之競合，系統業者可善用傳播科技給予新媒體更高的互動性、多元性、移動性、接近性等新元素，及社群媒體凝聚與分享的功能，帶給公用頻道新面貌，以發揮社區意識、凝聚社會共識，系統業者可透過產學合作，建立社群、新媒體、公用頻道之平臺。

另一方面，近年來與公用頻道相關之國外研究，偏向公用頻道於新媒體發展下的價值與功能研究。Hackbarth（2019）藉由文獻蒐集，呈現出社交媒體網站（social media sites，簡稱 SMSs）與影音串流服務（video streaming services，簡稱 VSSs）在近十年內似乎主導了社區媒體與社區民眾的對話，並且威脅著 PEG 頻道之運營機構的發展，作為核心問題意識。該論文透過對美國明尼蘇達州聖保羅市的 PEG 頻道機構：SPNN（Saint Paul Neighborhood Network）進行個案研究，發現縱使在數位時代下，PEG 頻道與 SMSs 或 VSSs 仍有著功能上的差異性。PEG 頻道更為著重地方社區導向的服務與管理，並且其非營利的特質，更具民主與教育的功能意義。該研究透過對 PEG 頻道機構的功能價值分析，為新媒體情境是否可能影響公用頻道的發展之分析過程，提供了公用頻道的營運模式於數位時代下仍有其存在價值的理據。另外，Haywooda、Aufderheide 與 Santos（2021）之研究則探討，在 2020 年的新冠病毒（Covid-19）疫情影響下，美國的社區媒

體組織如何運用 PEG 頻道的各種功能，促進社區恢復韌性。經過 230 份的問卷調查，與對營運 PEG 頻道組織的工作人員作訪談之分析結果發現，PEG 頻道在疫情時代下，除了具備著官方單位與社區的溝通、提供新聞（特別是官方發佈的訊息）的功能以外，還可對教師們、民眾（獨立創作者）在遠端的虛擬平臺中，提供節目製作的錄製技巧等培訓課程。或對欲使用在地公用頻道資源的民眾，提供線上技術的協助，並且供給虛擬的「非接觸式社區」之聚會場合等功能。該研究結論發現，在疫情時代下，公用頻道的功能反而更加彰顯，應可改善美國公用頻道既有的「新聞荒漠」問題，並且可能促進虛擬公共領域的發展。此等研究之分析結果，影響本研究除了將公用頻道的既有運作與推廣模式作探究外，亦需將傳媒的數位化發展趨勢，對公用頻道帶來的困境與可能性於後續內容作分析。

上述文獻多數是以分析公用頻道經營之困境問題為起始，再探索後續推廣、運營辦法，本研究亦參考既有研究的架構，從剖析問題為緣起，擬於研究分析中先對各困境作疏理、分析，再進一步探討公用頻道之經營策略。然而，本研究與既有研究差異之處在於，本研究是以先前研究尚未分析之案例：新北市有線電視經營公用頻道為重要分析對象，尤其在新北市公用頻道活化運用委員會成立之後，讓媒體近用權概念轉變為實踐，應有較務實之研究價值。因此期望透過研究方法的執行與資料搜整，分析出有利於公用頻道的推廣策略。再者，自既有研究結論可發現，公用頻道之經營不僅止於系統業者對公用頻道的經營思維，仍需有公用頻道的管理辦法與政策之精進作為協助，才可能使公用頻道達成有效實踐。因此本研究是以探索公用頻道之經營困境、公用頻道的推廣策略，與公用頻道的管理辦法與政策之精進三大主軸，形成後續研究分析的重要架構。

綜觀上述文獻發現，公用頻道存在的意義大多聚焦於如何提供社區民眾媒體近用的精神。對於社區民眾來說，可能使傳統大眾媒體不再具有單向傳播的疏離感，更可藉此媒體平臺擴展民眾接近使用媒體權，以便讓有意願參與社區相關事務者，享有相同接近或擁有在媒體平臺資訊交流的權利。而對於部分社區小眾來說，也被賦予了運用影音媒體傳播資訊的權利。因此，本研究擬分析有線電視系統業者如何透過提昇社區民眾的媒體近用

概念，以及經營公用頻道的思維與實踐過程，藉此印證上述論述理念。

肆、研究方法

由於有線電視系統經營公用頻道之思維與實踐，從上述既有文獻可發現，目前仍缺乏一種模式，以解決現有公用頻道之經營與發展問題。本研究為求對研究問題之深入且全面的解答，擬自產、官、學面向對公用頻道的經營管理與制度訂定之思維了解出發，故本研究試圖藉由質化研究方法，對學者、業者與官方專家進行深度訪談，並結合新北市有線電視公用頻道活化運用委員會之代表為主要諮詢對象。本研究之重要相關訪談對象共計 6 位，整理如下表 2。

表 2：深度訪談對象

背景	性別	代稱
新北市某家 MSO 經營者；「新北市有線電視公用頻道活化運用委員會」之召集人代表	男	受訪者 A
新北市某家跨區有線電視系統經營者	男	受訪者 B
新北市政府新聞局一級主管	女	受訪者 C
某大學「社區傳播」專業領域學者	女	受訪者 D
某大學「媒體經營管理」專業領域學者	男	受訪者 E
某大學「傳播法規」專業領域學者	男	受訪者 F

資料來源：本研究整理

如上表，本研究之深度訪談對象，主要包括新北市某家具規模及代表性之 MSO 經營者，其亦為「新北市有線電視公用頻道活化運用委員會」之召集人代表（代號為受訪者 A）；與新北市某家具規模及代表性之跨區有線電視系統經營者（代號為受訪者 B），期望透過訪談瞭解目前新北市公用頻道的經營模式與推廣思維。除此之外，再規劃訪談新北市政府新聞局一級主管（代號為受訪者 C），回應地方政府如何面對公用頻道的推廣與現有相關制度的反思。另訪談 3 位對公用頻道運作較為熟悉，並曾參與推

廣新北市公用頻道的學者，包括某大學「社區傳播」專業領域學者（代號為受訪者 D）、某大學「媒體經營管理」專業領域學者（代號為受訪者 E），與某大學「傳播法規」專業領域學者（代號為受訪者 F），期望由學界角度作深度剖析，並綜合整理相關建議。

此外，本研究亦結合文件分析法（Document Analysis）³，彙集官方報告、統計資料、學術研究文獻、新北市各系統業者推動公用頻道的社區經營做法之新聞報導、新北市公用頻道活化運用委員會論壇之會議記錄或相關電子、紙本資料，透過對此等文件之整理、描述、分類、詮釋過程，與深度訪談法之一手資料作相互參照、印證（袁方，2004；Bowen, 2009；Neuman, 2010）。以此為基礎，形成後續研究分析之資料來源，試圖探索產、官、學界對於公用頻道之經營發展思維與想像。期盼經由本探索性研究成果，提供其他縣市推動有線電視公用頻道運作的參考。

伍、研究分析

本研究運用文件分析法、深度訪談法二種研究方法，將所蒐集到的一、二手資料，試圖藉由以下對此等資料的歸納、整理與論述分析過程，適當回答研究問題，並期望對未來有線電視經營公用頻道提出發展建議。

一、公用頻道之經營困境

如前述，大多民眾對於我國公用頻道之認知不足，使用需求性也不高，造成既往經營與發展上的困境。因此要解決有線電視經營公用頻道的當前問題，需先分析公用頻道既有之經營困境及當代新媒體情境下的發展困局，才可能進一步改善公用頻道之經營與推廣狀況。

（一）公用頻道既有之經營困境

綜整既有文獻之結論可發現，臺灣公用頻道存在媒體近用概念尚未普

³ 文件分析法的優點為高效（效度高）、可得性高、成本效益高、文件不受研究者的主觀意識影響、文件內容具準確的參考訊息價值、文件的覆蓋範圍大使得可參考面向也較多；缺點則為缺乏足夠的細節內容（信度低）、有些文件的可檢索性低、文件具有被引用的選擇偏向（Bowen, 2009）。

及、品牌知曉度不足、內容嚴重缺乏且無吸引力、業者推廣意願低落、淪為縣政頻道、缺乏節目提供動機、頻道運作經費有限、缺乏規劃使用管理組織等問題（江雅慧，2005；沈永華，2008；周怡玲，2010；陳炳宏，2012；賴欣圓，2007）。在民眾對媒體近用概念不足，又為了填補內容匱乏的公用頻道情況下，節目來源成為一大疑慮。如陳炳宏（2012）研究結果發現，有 1/3 以上的公用頻道時段是播出有線電視系統業者自行提供的節目，即經營公用頻道的有線電視系統業者本身就是最主要的公用頻道節目來源。其次，第二大為「政府機關」所提供的節目時間占約 3 成，接著是「人民團體」近 1/4 左右，最後「個人」則是占比最小，播出時間僅占 0.12%，由節目來源的類型觀察，離公用頻道強調公眾近用的設立精神仍有一段距離。本研究以新北市有線電視公用頻道為研究對象，經深度訪談分析發現，與既有研究之公用頻道經營困境問題有許多重疊之處。

公用頻道的可利用性沒落實在一般的視聽眾當中，所以大家沒有透過公用頻道進行意見或內容陳述。與其說它缺乏觀賞或運用，倒不如認為它沒有被運用的需求（受訪者 E，2020 年 12 月 8 日）。

在新北市公用頻道活化委員會成立之前都是各自打拼，各有線電視下的公用頻道均被動地等待片源。節目來源可能來自政府、民間，民間的話包含社區、宗教、公民團體、有線電視系統自製節目等，其播出量一直沒法有效控制。而公用頻道節目主要來源是人民團體，再來是政府機關，接著是宗教團體，社區民眾個人類的片源則非常少（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

現在的問題就是來源不足、重播率過高的問題，對民眾來講，取材、製作、後製、播出都是很大的問題。重點是要有人看，才能達到平臺價值，所以相對門檻高。今天做再多弱勢與關懷、社區服務，沒人看就失去很大的意義（受訪者 B，2020 年 12 月 9 日）。

申請辦法裡規定片長 15 分鐘、30 分鐘為單位，對很多要參與的人來說會很困難。民眾大多不夠專業，拍個 10 分鐘以上可能自己看下去都很勉強（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

由上述受訪者的回覆可發現，新北市公用頻道的經營困境，與既有文獻所發現之其他地區公用頻道困境相似，包括民眾對品牌的認知與需求不足、目標群眾較為小眾、節目來源不足且不夠吸引人、民眾亦缺乏使用之專業技能等。並且在新北市公用頻道活化運用委員會成立以前，這些積習已久的缺點均損害著地方公用頻道之發展。因此如何解決這些癥結點，成為新北市有線電視系統業者與主管機關的重要課題，也為本研究分析後續需尋求解決之道的依據。

（二）當前新媒體情境深化公用頻道之經營困局

在上述既有經營困境之餘，對公用頻道發展環境更加具威脅的因素，在於當前蓬勃發展的新媒體情境，觀眾逐漸從受眾演變成使用者，對數位媒體的需求與使用率提昇，可能使公用頻道的節目需求與運用更加乏人問津。根據有線電視訂戶數調查發現，有線電視訂戶數從 2011 年統計的 510 萬戶緩步下滑，在 2013 年下降到 497 萬，後來又一路上升，最高峰為 2017 年第四季的 526 萬 9940 戶，但後來隨著網路平臺與影音串流平臺（over-the-top TV，簡稱 OTT TV）業者興起，加上線上盜版內容影響，一路下滑到 486 萬新低（NCC，2020 年 12 月；蘇思云，2021 年 2 月 9 日）。顯見有線電視系統業者的市場，正受到新媒體的蠶食鯨吞，也直接衝擊到由系統業者經營的公用頻道發展。

當前可觀察到，新媒體科技對公用頻道造成衝擊的面向日益擴增，主要有以下幾種現象。首先是上網人口數不斷成長，讓有線電視收視戶流失，更削弱先天發展不良的公用頻道之使用性與重要性；其次則是，媒體近用管道的多重選擇，賦予社區民眾訊息的溝通衍生更高的自由度；最重要的是，網路打破地理限制，讓社區意識去疆界化的認同危機，逐漸促成社區意涵的重新定義，挑戰有線電視社區認同的概念，同時也分散了民眾藉由

公用頻道對社區事務的關注與參與（陳清河，公用頻道在地實踐與創新挑戰論壇會議紀錄，2017 年 10 月 18 日）。雖然公用頻道以非商業為掛帥，但這樣的情境可能讓既有的經營困境更加擴張。

新媒體的增長、普遍性、佔有率及普及率產生了非常有趣的交叉，所以公用頻道自然就不會成為這麼重要的發聲或陳述管道（受訪者 E，2020 年 12 月 8 日）。

因為新媒體或自媒體對於近用權來說較沒障礙，且公用頻道並沒有商業機制，因此這些客群就可能不需要公用頻道的服務（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

新媒體平臺出來後，公用頻道會減少許多年輕客群。因此未來公用頻道若有專屬的新媒體平臺當然很好，但目前臺灣各系統臺都沒有規劃到這個程度，主要是因為缺乏平臺管理人手，也需討論新北市公用頻道的新媒體平臺是由誰做，因為目前缺乏第三方單位作管理，需要時間作規劃、討論（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

如受訪者所述，顯見公用頻道會受制於新媒體，尤其是自媒體的平臺興起，而帶來極大影響。但朱弘川（2016 年 7 月 11 日）卻認為，在匯流的情況下，有線電視也是廣義之下的寬頻事業，就像是寬頻系統下所區分出的各個平臺，我們對公用頻道的想像不能只存在有線電線平臺上，未來是否也能在臉書或網路上收看，以符合多元平臺和公民近用的精神。何吉森（2018）亦指出，新媒體可能帶給公用頻道發展的新面貌，系統業者可凝聚社區意識及透過產學合作，建立社群、新媒體、公用頻道之平臺。由此等論點可見得，雖然新媒體對傳統公用頻道之經營與發展帶來不少衝擊，但若善用或融合新媒體的特性，反而可能幫助公用頻道的媒體近用精神之落實。

在更親民的介面設計、更立即的反應上，也許是有線電視要去思考的。很多系統業者把有線電視內容直接轉換成手機上的內容，做到了活化跟展望，但因為分眾化就變成個人化，而有線電視本身有沒有辦法變成個人化，或許成為它最需要面臨的挑戰（受訪者 E，2020 年 12 月 8 日）。

如果業者將機上盒觀測收視戶狀況的數據開放，讓公用頻道的使用民眾直接觀察到自己申請播放的影片之播放數據，也許可能增加民眾使用公用頻道的吸引力，並且有可能觸及到與網路上不同的觀眾群（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

如上，受訪者亦期待公用頻道的新媒體化甚至個人化，除了可能更佳化使用者體驗（user experience，簡稱 UX），甚至後臺數據也可能形成使用者活用媒體的動力。但也有受訪者認為，縱使在新媒體高度發展的情境下，透過傳統有線電視經營的公用頻道仍有其存在價值，現階段與新媒體應該保持並存狀態。

有線電視目前仍屬社區型媒體，因此透過近用權規範，在大眾媒體上經營公用頻道仍有其必要（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

OTT 是隨選隨看，公用頻道內容無法隨選隨看，而且會受到內容管理、影片長度與排播的限制問題，且版權運用也相對受到限制，加上新媒體有更多 UGC（使用者原創內容，user generated content），使用者較為年輕化，因此只能從公用頻道是以老年人、小孩的分眾來切入（受訪者 B，2020 年 12 月 9 日）。

由此可見傳統的公用頻道與新媒體平臺主要差異為使用者背景，公用頻道更落實於地方與社區的服務，其經營模式與彰顯分眾化、個人化為特性的新媒體還是有一定差距。如下表 3 所整理。

表 3：公用頻道平臺與新媒體平臺溝通模式之差異比較

播映平臺 差異項目	公用頻道平臺	新媒體平臺
主要收視（使用）群	較年長者	年輕族群
上傳方式	較嚴謹、不即時	較開放、快速即時
內容管理	可控性高	可控性低
散布性	有限區域	無限區域
內容製播量	較少	較多
內容吸引力	較溫和	較直接、互動強烈

資料來源：黃守正（公用頻道在地實踐與創新挑戰論壇會議紀錄，2017 年 10 月 18 日）。

經上表分析結合 NCC（2010 年 12 月）的調查報告中，收視公用頻道之頻率調查（請參見附錄二）顯示，「偶爾觀看」者以 60 至 64 歲佔 38.0% 為最高；「經常觀看」者為 65 歲以上佔 5.9% 為最高，突顯較年長者為公用頻道之主要收視群。呼應本研究受訪者 B（2020 年 12 月 9 日）認為，老年人、幼童、弱勢等族群，是公用頻道平臺的目標對象。然而，新媒體平臺的閱聽、使用習慣，會對年紀比較大的老人家或弱勢族群較有衝擊，繼而形成數位落差（NCC，2005 年）。並且，除了收視群具極大差異以外，上表其他分項中均可顯現二類平臺之差異，尤其於製播量、即時性、直接的互動性等，均可見得新媒體平臺與公用頻道之社區傳播的溝通模式有所不同。亦如賴欣圓（2007）研究結論顯示，公用頻道有其提昇社區意識、鼓勵社區參與之價值，不應有網路就廢除公用頻道。

基於上述，以現有傳輸方式提供公用頻道之服務，仍有其存在的價值與必要。再者，從 Hackbarth（2019）與 Haywooda、Aufderheide 與 Santos（2021）的研究中也可觀察到，雖然 VSSs 的 UGC 與公用頻道在民眾的媒介近用功能上，好似有部分的職能重疊性，但其實公用頻道平臺與新媒體平臺，並非為一定的相互對立關係。未來公用頻道的發展，端視其運營組

織如何善加利用既有媒體與新媒體的優點，為公用頻道平臺做到不僅只有提供節目內容上架的功能，還可考慮善用新媒體於社群網站、即時通訊軟體，增加與社區民眾的關係維繫，並可善用對社區民眾的遠距技術支援、培訓等功能，提昇公用頻道之平臺職能，進而增加公用頻道平臺之推廣效能。

二、公用頻道的推廣策略

為解決上述的公用頻道經營與發展之既有困境，本研究聚焦分析新北市有線電視業者經營的公用頻道方法，試圖以其推廣策略為重要分析案例，以作為未來公用頻道之經營與推廣參考。以此案例為依據，起因於前述「新北市公用頻道活化運用委員會」之成立，期望藉此委員會活化公用頻道之經營，增加社區民眾的運用，以解決當前公用頻道問題。受訪者便對公用頻道的活化、運用方法提出以下見解。

2019 年公用頻道活化運用委員會成立以來，最大目的希望新北市 13 家系統業者一起合作，探討各區公用頻道如何活化，做有計劃性與一致目標的推廣，以提昇播出率、推廣片源與承擔教育的社會責任（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

成立公用頻道活化運用委員會，最重要的是整合大家意見一起落實公用頻道的執行與精神。因為這些年來公用頻道的問題是內容不夠豐富，社區參與度也不夠。所以政府也跟業者、社區積極推動，運用公用頻道跟地方社區結合（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

如受訪者所述，為解決既有問題，新北市公用頻道活化運用委員會結合地方政府、13 家有線電視與各社區能量，提出公用頻道之活化、運用辦法，經本研究整理主要以辦理推廣活動，擴展產、官、學的合作出發，試圖拓展公用頻道之節目來源並增加多元性。

（一）辦理推廣活動

新北市公用頻道活化運用委員會成立後，便由 13 家系統業者各自與新北市政府新聞局，以及世新、臺藝大、輔仁、淡江 4 所大學辦理「新北 CH3·城市光影」系列活動，由專業老師教導社區長輩、學生、公務人員等，學習運用各類簡易影音設備拍攝影片（王志誠、周貞伶，2019 年 10 月 16 日；高金次，2019 年 8 月 7 日；黃村杉，2019 年 8 月 27 日；新北市政府社會局，2019 年 8 月 29 日；葉柏成，2019 年 7 月 21 日；葉書宏，2019 年 9 月 6 日；臺灣新生報，2019 年 9 月 27 日）。系列活動讓社區民眾能夠近用媒體，以智慧型手機學習影像製作和剪輯技巧，並教導民眾企劃與創製電視節目，逐步跨越技術門檻，熟識影音節目產製流程，其成品更成為公用頻道的片源之一。

上述內容呼應許傳陽（新北市公用頻道、媒體近用與社區傳播論壇會議紀錄，2019 年 10 月 28 日）提及，社會的行動者常以團體的語言，如空間、時間、行動等類目作為語言行動的出發點，去概念化社會成員不熟悉的事物，此一文化地景的時間性（temporality in landscape）思維，在當今的網路社會進展中漸漸普遍，無形之間逐步建構社區傳播公共性的驅動力。換言之，公用頻道的落實與媒體近用的意義，就須將團體語言融通與社會情境建構畫上等號。由此可了解公用頻道活化運用委員會的設置目的，在於激發社區居民的媒體技能，並期望透過對生活週遭公共議題的重視，例如當地的人文、民俗、弱勢、環保、社區營造等，以及對生態議題的關懷與主張，試圖活化公用頻道以往較為單一化的內容，實際解決現有的內容匱乏與節目來源問題。

除了針對社區民眾舉辦工作坊，公用頻道活化運用委員會還舉行「有線電視從業人員全媒體工作坊」，串聯新北市 13 家有線電視業者共同學習，促進有線電視業者持續精進、善用全媒體工具、數位影音素材運用，製作精良節目回饋觀眾。並辦理公用頻道論壇，蒐集產、官、學者、專家意見，以利新北市公用頻道之經營與發展（崔至雲，2019 年 8 月 17 日；世新大學，2019 年 11 月 8 日；世新大學，2020 年 8 月 19 日；戴慈殷、郭庭禎，

2020年10月31日)。

連續2年舉辦「有線電視從業人員全媒體工作坊」，最大目的是讓從業人員有新的學習，提昇自己以後，也可將新媒體技術帶到地方教導民眾，使其更近用媒體。2年來還前後舉辦「公用頻道、媒體近用與社區傳播論壇」、「公用頻道與社區經營論壇」，藉此等論壇聽到學者、專家、業者與社區代表的意見，作為未來的推廣與經營方針參考(受訪者A，2020年11月19日)。

由以上可見新北市公用頻道活化運用委員會成立二年多以來，對公用頻道的內容活化與倡導多元族群運用所盡之心力。除了以上系列活動外，新北市有線業者均各自努力，投入頗多資源針對各經營區之樂齡、志工、新住民、學生等不同年齡族群，舉辦媒體識讀活動，嘗試推廣公用頻道，傳播文化、數位平權觀念(周鴻均，新北市公用頻道、媒體近用與社區傳播論壇會議紀錄，2019年10月28日)。雖然新北市有線電視業者已透過集思廣益，戮力爭取公用頻道之推廣，但針對活化與推廣面向，經本研究整理，眾受訪者仍提出以下未來可精進之建議。

公用頻道要吸引小眾或分眾，重點是要讓觀眾有期待性，需要用帶狀節目規劃思考，找一些大眾接受度高一點的議題；或跟某學校、社團一起辦活動產出影音內容，具延續性、帶狀性，觀眾才会有期待，才有辦法推廣品牌知名度與價值性。內容則是回歸在地的議題是最好辦法(受訪者B，2020年12月9日)。

強化推廣社區跟地方團體對影音工具的培訓，到成品足以在公用頻道上足以被觀賞的程度，學習課程至少要4次以上。要從策劃，再進行拍攝、後期的學習(受訪者E，2020年12月8日)。

有線電視已辦很多活動來教社區居民製作影片，但要加強族群擴展、

延續辦理的活動與服務，讓民眾有影音產製能力。現有活動大多針對老人，其實也可針對新住民、勞工族群、社區大學、非營利組織等或部分無法善用媒介的弱勢族群擴展，讓他們產製自己族群的故事，培養其媒體素養與識讀能力。另外，中年婦女的教育程度、媒體使用能力也很好，應該可為公用頻道注入不少內容（受訪者 D，2020 年 12 月 3 日）。

因此，要增加公用頻道的品牌認知與節目來源，除了既有活動需持續舉辦，重點需思考活動的延續與進階學習的可能，使民眾可創作出具在地或族群文化特色的有水準影片，並可擴展至現有族群以外的範圍，以達到既深且廣的效果。

（二）擴展產、官、學的多元合作

欲使公用頻道更加活化，除了上述深入社區的媒體識讀與攝製能力之教學活動需拓展，對產、官、學界的影音內容徵件或協助製作，都可能進一步增加節目來源與公用頻道的品牌推廣。

像費率審查委員會或基金委員會，都很鼓勵業者能跟轄內學校，尤其是有傳播學院的學校合作，讓學生多一些舞臺能夠揮灑，並能跟地方有充分的結合（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

現在公用頻道與大學畢業展的合作已不錯；或可往高中端延伸，結合大傳領域的社團，讓網路世代的小孩用手機拍攝作品，不只可以讓其更了解社區，從做中學媒介素養，甚至製作節目到公用頻道播（受訪者 D，2020 年 12 月 3 日）。

公用頻道活化運用委員會去年因疫情，轉而向學術團體單位徵件，以「我的家鄉」系列影片投件至公用頻道，從他們的視角紀錄其家鄉故事。此系列影片於新北市各區之有線電視公用頻道進行聯播（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

由上述可見，要成功推廣公用頻道，系統經營者可透過與社區、大專院校等組織或團體合作，尤其是與設有傳播科系學校作「策略聯盟」，為雙贏的合作模式（周怡玲，2010；賴欣圓，2007）。當前新北市公用頻道具體作法為與各自經營區之學校徵件，主要是與公用頻道活化運用委員會合作的世新、臺藝大、輔仁、淡江等四所設有傳播學院、系之大學，徵集各校學生的在學時期作品到畢業製作。後續甚至可向下扎根至國高中小學，使公用頻道近用精神擴大。然而，除了與學校合作，以下受訪者提出系統業者與新北市政府的合作案例，也為公用頻道的節目內容增添不少活水。

有線電視業者與公部門合作拍攝「防疫動健康」節目，於公用頻道播出，讓防疫期間不能出門的民眾，尤其是老人收視群能夠看公用頻道在家運動、練功、跳舞等。也與新北市政府教育局合作「停課不停學」節目，預防小朋友若有隔離問題不能上學，在家也能收看學習。另與新北地檢署合作拍攝 10 集的法律常識影片，以公共論壇的形式呈現，讓民眾學會保護自己。讓不同年齡層都可收視，且節目都富含教育意義（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

目前為止，大部分的地方政府內容，精神上都還是符合政府資訊、公益活動、社交活動等。從前幾年開始，政府與業者合作從合製到委製，也推動很多新北市特色影片系列，譬如小學堂、新北美食、新住民系列。後來也跟學校合作，將具地方特色的內容，提供到公用頻道使用（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

中老年人、幼童、弱勢等族群是目標，應該要做分眾。可以結合課後輔導或親子的內容，做成帶狀的線上課輔教學，並結合市府或 NGO（非政府組織，non-governmental organization）投入，就會有人看。或跟區域醫院結合，做論壇談養生、健康的內容，老人家是會想看的（受訪者 B，2020 年 12 月 9 日）。

從既有研究發現，公用頻道以系統業者與地方縣市政府使用率較高，但由於公用頻道之節目內容應符合公益性、藝文性與社教性，該頻道資源應為全民共享，因此多數研究結果均反對公用頻道由縣市政府主導，或作為政府包裝管道（周怡玲，2010；陳炳宏，2012；賴欣圓，2007）。但經以上受訪者所述，以新北市公用頻道為例，系統業者與市府積極投入聯合產製節目的方式，帶動社區關懷與營造的氣氛，且著重於教育內容的製播，回歸提倡社教影片的本質，反而可能精進公用頻道之內容。另外，系統業者與 NGO、NPO 或其他地方組織的合作，也可帶來具公益價值的多元類型影片，體現出與地方政府或組織合作，亦可能改善公用頻道片源的多元度不足問題。然而，若要進一步提昇片源質量與多元度，與官方或民間單位辦理的影片競賽合作，則是較為理想方法。

可跟官方或民間辦理影視獎項的團體合作，徵件規則列入：需將優秀作品在公用頻道播出，就會有更多優秀內容（受訪者 D，2020 年 12 月 3 日）。

今年跟「鑫馬獎」全國大專院校影片競賽結合，該競賽產出的前十強影片由鑫馬獎執委會授權新北市公用頻道播出，播出後反應非常好。之後執委會又授權其他參賽影片播出，使今年公用頻道增加不少影片量。也體現大專院校學生的高創作能量（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

新北市政府持續舉辦新北市紀錄片獎、新北女力、校園廣告人，希望讓很多年輕人有揮灑舞臺。跟公用頻道精神很符合，所以主辦單位也會在受理時，主動告知投稿學生，影片會放到公用頻道（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

若思考公用頻道的永續經營，與影音競賽之主辦單位的長期合作情況下，除了該影片內容會有較具在地性的議題表現，還可深化公用頻道內容，且讓創作者有更多平臺展現作品。亦可透過影片播出後的媒體識讀實踐過

程，培養在地民眾對媒體內容的判讀能力。站在公用頻道所具備的教育本質來看，若要更加落實並推廣媒體近用概念，還可朝以下受訪者提出之方向努力。

新北市公用頻道可跟其他縣市的系統臺合作；或分北、中、南的地方業者做區域串連合作，增加影片共享，這樣公用頻道內容會更加豐富。未來也可跟學校或公民團體、記者等合作，公用頻道釋出部分時段給這些對象經營、管理與排播，讓民眾充分利用（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

公用頻道可思考：第一，跨區經營或合作聯播，甚至不同地區的學校或製作單位，都可鼓勵其投件。第二，有線電視金視獎入圍或得獎節目，大多只在地方頻道播出，如果主管機關覺得適合的作品，也可討論置於全臺各區的公用頻道播放。第三，公民新聞平臺，其內容多來自全國約 1 萬位的公民記者製作影音新聞，這些片源都可以討論放置於公用頻道（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

公用頻道活化運用委員會，可以號召大學生帶領年紀比較小或高齡或小眾族群，一起創作符合在地特色內容。尤其是議題性較強的影片，可辦映後座談或到國高中小的教室播放，做成媒體素養課程。這些影像人才培育班、創作工作坊，能持續是最重要的（受訪者 D，2020 年 12 月 3 日）。

如受訪者所述，經營公用頻道可再朝上述幾個方向加強，以擴展媒體近用的可能性。像是系統業者間的策略聯盟或聯播、與公民新聞平臺作策略聯盟、部分時段經營管理社區組織化、與大專院校合作辦理向下扎根培訓班。從上述研究分析發現，目前有線電視系統業者經營新北市公用頻道，隨著公用頻道活化運用委員會成立後，無論是品牌或影片來源質量，均相對以往有所改善，後續可透過上述較具體之作為，試圖解決既有之新北市公用頻道經營問題，也可為其他縣市經營公用頻道參考。

三、公用頻道的管理辦法與政策之精進

由既有研究可觀察到，公用頻道之組織管理辦法與政策亦有部分問題尚待解決，包括缺乏完善的組織管理辦法；政府資金需有更多挹注；著作權合理使用問題等（江雅慧，2005；沈永華，2008；周怡玲，2010；曾子庭，2014；彭騰進，2008；賴欣圓，2007）。以下試圖分析與探討公用頻道的管理辦法與政策之精進方法。

（一）缺乏完善的組織管理辦法

首先，公用頻道位置定頻於第 3 頻道，位置冷門，宣傳需耗費更大心力（周怡玲，2010）。在這種先天條件不良，加上後天節目內容不足、不夠吸引人的情況下，勢必造成品牌熱度低的問題。

其實沒人看有很多的原因：第一，內容可能就不吸引人；第二，頻道位置觀眾根本就轉不到第 3 頻道。其實未必要在第 3 頻道，如果調整至其他較熱門頻道，可能會比較多人觀看（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

目前公用頻道的知名度與收視率較低，因此很難產生太大影響力。業者都很希望將這個頻道大力推動，若把公用頻道從第 3 頻道移至較好的頻道，也許就會有比較多人知道這個平臺（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

無論是次級資料或受訪者意見，均明確指出頻道位置的不足，也直接導致公用頻道的品牌推廣問題，此為需立即精進之癥結點。另一方面，臺灣各地之公用頻道經營思維與方法不盡相同，像臺北市是成立第三方的「社團法人臺北市有線電視公用頻道協會」，獨立於政府部門之外經營公用頻道。高雄市是以有線電視的特種基金款項支應，由高雄市政府新聞處主導公用頻道之運營（周怡玲，2010；賴欣圓，2007），而新北市則是由 13 家業者各自經營，形成較為特殊且多元化的局面。

高雄縣、市合併後有 5 家系統臺：港都、慶聯、鳳信、南國、新高雄，公用頻道是以每年招標方式，這 5 家都可競標，由單一系統承接，在高雄各區看到的公用頻道內容都一樣，都是在地內容。像新北市 13 家則是各做各的，各自排播，不同系統的公用頻道會看到不同內容，只有部分時段是市政府排定的統一內容。臺北市是有第三方作公用頻道的運營管理（受訪者 B，2020 年 12 月 9 日）。

臺北市是由系統業者委託民間單位統一管理各區公用頻道，作共同經營、播出；新北市因為有 13 家系統業者，是全臺灣各縣市最多的，不同系統有不同的經營模式，要作整合不太可能，而且整合可能會失去某些地方特色內容，所以新北市公用頻道是各家自行排播自己的內容，只有部分時段有作聯播（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

新北市現在才慢慢形成集團化的趨勢，過去臺北縣大部分都是獨立系統，各地都有各自的特色，所以有它的特殊點。整合雖有好處，但也可能統一化，會失去地方特色（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

由上述可看出臺灣公用頻道的經營特色各地有所差異，但就新北市來說，因為系統業者經營分區較多，加上各地均有其特色，因此目前仍以各自經營公用頻道為主，並且在公用頻道活化運用委員會達成營運的共識，反而操作得更加靈活。但如文獻探討所述，從吳宜蓁(1998)到彭騰進(2008)等 10 多年來之公用頻道相關研究，均建議設立區域公用頻道運作中心，整合業務推動與資源。本研究受訪者亦提出類似想法。

未來可考慮先在新北市的各大區域作統整，成立區域運作中心，並且模仿現行高雄市做法，作區域內的年度招標，讓每家系統業者都有機會爭取經營該縣市公用頻道。本來由地方政府為監督單位，則可考慮委託公用頻道活化運用委員會監督；並且可考慮做公用頻道之臺標，打出品牌，讓民眾更認識這個平臺（受訪者 B，2020 年 12 月 9 日）。

受訪者提出之設立區域公用頻道運作中心建議，確實為較理想的精進方向，可能改善新北市有線電視公用頻道單打獨鬥的情況。可惜產、學界一致認同對運作中心設置的想法，20 多年來卻遲遲未見成立。在現行仍缺乏區域公用頻道運作中心情況下，與此攸關的是公用頻道的申請程序問題。現有申請程序仍需符合「新北市有線電視公用頻道播送辦法」，其中包括需符合藝文性、公益性、社教性，以及節目長度限制等相關規範，但是其定義卻因為系統業者各自獨立經營公用頻道，導致見仁見智的狀況。本研究受訪者提出以下解決辦法。

未來新北市公用頻道申請方式，也許各家業者可討論如何更簡化，若未來有統一窗口管理，系統業者每一段時間作輪職，統一蒐集節目來源，讓新北市各區的內容都作聯播，就可能增加節目來源與管理效能，並達成更多共識（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

由此可知，雖然由各系統業者獨立經營公用頻道，有可能各自精彩並體現在地特色，但公用頻道當前最大問題仍為節目來源的質、量問題，若區域公用頻道運作中心成立，便可能集中各系統業者能量，加速申請程序簡化，提昇更大的效益，進而改善組織管理問題。經此分析結果，仍建議後續在地方政府帶領下，推動有線電視業者們成立區域公用頻道運作中心，才能實質幫助到公用頻道之管理。

（二）缺乏經費補助挹注

既有文獻與本研究受訪者均提及公用頻道的管理經費不足問題。於政策面向之改善方法上，既有研究提出直轄市、縣（市）政府被撥付的 40% 「有線廣播電視事業發展基金」（以下簡稱有廣基金）⁴應作為推動公用頻

⁴ 有線廣播電視事業發展基金，又稱有廣基金，是依據有線廣播電視法第 53 條及預算法規定，於 2001 年成立此特種基金。該基金以指定由有線廣播電視系統經營業者提撥營業額 1% 為特定收入來源，供辦理特定政務所需。主要任務是依規定促進有線廣播電視之普及發展，撥付地方政府從事與有線廣播電視法有關之地方文化及公共建設，以及捐贈財團法人公共電視文化事業基金會（行政院主計處，2010 年 8 月 24 日）。

道之經費補助來源之建議（江雅慧，2005；沈永華，2008；周怡玲，2010；曾子庭，2014；賴欣圓，2007）。對此，本研究受訪者亦提出相似看法。

如果可以得到中央或地方政府的專款專用挹注，像是以公用頻道為名義，作宣傳或競賽活動補助，特別是舉辦校園的徵件比賽，就可能提供競賽平臺增加學生或民眾產製動力（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

雖然地方政府的專款專用補助，確實可能幫助公用頻道推廣，但根據早期「有線廣播電視公益性、藝文性、社教性等節目專用頻道使用規劃要點」規定，公用頻道應由系統經營者自行或委託非營利之組織依本要點規劃、經營（NCC，2016 年 10 月 13 日）。此要點已直接將公用頻道的經營，視為系統業者的份內任務（彭騰進，2008）。雖目前此要點已廢除，但現有「有線廣播電視系統經營者公用頻道之規劃及使用辦法」仍表明，系統經營業者應依本辦法訂定公用頻道設置及管理計畫（全國法規資料庫，2016 年 10 月 13 日），體現公用頻道之經營，仍為系統業者的義務。基於此，本研究受訪者提出以下見解。

怎樣將有廣基金充分運用？協助公用頻道是一個方向，目前新北市有著重這個方向，所以很多案子會運用有廣基金跟社區、地方或學校作結合，透過各種行銷方式找到一些好的影片，進而豐富公用頻道內容。但特種基金的精神是既然要由業者提撥，使政府落實到地方服務，要再撥回給業者，前後有點衝突（受訪者 C，2020 年 11 月 30 日）。

有線電視需經營公用頻道是落實在有線電視法，早期是業者獲得營運許可的條件；現在則成為有線電視的義務。原因在於有線電視的建置會使用到公用馬路鋪設線纜，並且需要拿到營運的特許執照，因此被規範得較為嚴格。所以公用頻道的營運或推廣是否應該來自於特種基金？應該還是要看地方政府如何使用（受訪者 F，2020 年 11 月 19 日）。

由此可見，既有文獻所提出的推廣或經營公用頻道，可透過有廣基金之專款專用補助的建議較不符現實，是因為系統業者有使用到公用馬路鋪設電纜，因此需提撥部分資金來源回饋社會，並且需符合公用頻道規劃與使用辦法中，將公用頻道經營視為系統業者份內任務之精神。但如前述，近年新北市政府透過有廣基金，結合在地社區、組織或學校等，持續舉辦各類影音競賽與影展，並後續將優秀影音作品挹注至公用頻道，也許更可精進當前公用頻道影片來源不足之問題，也可能進一步幫助公用頻道之推廣。

（三）著作權侵權與合理使用問題

最後，公用頻道上的影音內容著作權與合理使用問題，為大多既有研究提出需改善的重要議題。周怡玲（2010）於其研究結論指出，民眾或公民團體為了近用媒體，若製作的影音內容有使用到音樂，卻沒取得著作人之授權恐有觸犯著作權之問題，恐怕會讓民眾對公用頻道託播申請望之卻步。曾子庭（2014）也提出，政府機關推展媒體近用的同時，更需加快對公用頻道的版權定義之合理使用⁵規範。顯見影音版權問題，也是公用頻道推展的一大困境。

公用頻道很多片源都因為版權而無法播出，尤其是社會團體或個人製作者沒注意音樂版權需獲得授權的問題。所以業者們一直希望主管機關，能夠針對公用頻道的片源之音樂版權作適度開放，因為公用頻道為社區頻道非商業頻道，沒有商業行為，因此希望能夠放寬（受訪者 A，2020 年 11 月 19 日）。

誠如著作權的合理使用精神，「基於政府公務、司法、教育、新聞傳播、公益等目的或個人、學術、視聽障礙者使用或公開場所展示等用途，

⁵ 著作權的合理使用是指，「著作權以外之人，對於著作權人依法享有之專有權利，縱使未經著作權人同意或授權，仍得在合理範圍內，以合理方法，自由且無償加以利用之主張」（轉引自全國法規資料庫，2019 年 5 月 1 日）。

可以依上揭原則主張合理使用」(轉引自臺中市政府警察局第三分局, 2017年12月4日)。因此, 如上述受訪者所言, 因公用頻道為非商業頻道, 屬於公益、教育等目的, 理應可主張著作權合理使用之規範。但受訪者 F(2020年11月19日) 卻認為, 「著作權無論營利或非營利其實若被侵犯, 著作人都可主張侵權」。若依現行我國著作權法來看, 公用頻道中影音作品的著作權合理使用定義則仍需精進。

申請人的內容有著作權問題比較難處理, 但也不是沒有放寬機會。雖然著作權人協會認定是公播, 就應該付費; 但有些公用頻道內容因為是記錄的活動, 經協議後, 有一點彈性, 在特定範圍就不去認定。但目前還沒有辦法為公用頻道的著作權合理使用作定義, 是因為申請者來自太多種類, 有些是學生、有些是社團、有些是營利或非營利組織, 如果可以整合一些意見, 新北市政府也願意反映給中央。只是目前業者也覺得蠻難整合, 這會造成實務上的困境(受訪者 C, 2020年11月30日)。

由此可見, 當前對於公用頻道的著作權合理使用規範之界定仍有困難, 因此目前只能加強對影片的製作方做教育。從公用頻道的工作坊或論壇努力著手, 精進民眾的影音著作權法教育, 使得社區民眾在實踐媒體近用精神的同時, 也需了解到媒體使用與引用的合法性, 才是當下較理想的方法。

只能加強投件者使用非版權音樂的教育訓練; 或在公用頻道網頁上提供免費授權音樂的資源, 讓投件者可以無償使用(受訪者 F, 2020年11月19日)。

對一般民眾來說, 不見得清楚是否產生侵權。對被委託經營公用頻道的有線電視業者來說, 也必須以簽切結的方式, 讓所有著作權疑慮都由刊登者認定。因此就推展公用頻道的運用來說, 應著重著作權的概念是否能落實於一般的公民教育裡(受訪者 E, 2020年12月8日)。

承如上述受訪者的建議，未來新北市公用頻道活化運用委員會可思考將著作權的合理使用概念，納入公用頻道之推廣過程，進而增加民眾或創作者對於相關法律的知識水平。期望透過以上本研究對於公用頻道的管理辦法與政策，從現有問題以至於如何精進之分析，使公用頻道得以改善積存已久的問題，並且達到活化與運用的可能。

陸、研究結論

媒體近用權為本研究之重要論述基礎，因此在公用頻道之經營上，有線電視業者理應抱持著更加積極的態度與思維，著重如何激發其目標群眾，包括社區民眾、老年、弱勢群體等，從加強爭取自身的媒體近用權利角度出發，促使其也有相同接近、主動運用影音內容於公用頻道發聲的能力與權利，令此大眾媒體中的公眾平臺達到活化與內容多元化交流之目的，此亦為本研究之重要旨趣。然而，本研究雖透過以上對一、二手資料之交互印證與分析過程，已逐一回答研究問題，但經本研究分析發現長年來公用頻道積習已久的問題與新問題，仍未因產、官、學界長期的關注與努力而有大幅改善。希冀經上述本研究之分析結果，對於有線電視系統經營公用頻道方法，仍可梳理、推演出以下較為實際的幾項重點結論與建議，謀求未來可突破重重困境，並進一步達成本研究之目標旨趣。

一、培養社區小眾媒體近用能力並關注在地議題

目前全國各地有線電視業者在面對每年的費率審查時，業者對公用頻道的推廣皆會納入其中，尤其新北市政府對此項目特別重視。因此業者經常在其服務區中，採取各類主動辦理社區活動的方式，培養民眾媒體近用能力。從本研究分析過程可發現，公用頻道不同於新媒體平臺之個人化特性，推廣需從社區小眾的投入往外擴展，才可能達到公用頻道的活化。不言而喻，系統業者如何善用村、里民辦公室的功能，透由業者舉辦活動宣傳或節目製作培訓，讓社區民眾願意主動關心社區環境、文化和地方創生等議題，藉由民眾於活動過程訓練其媒介近用技能，激發居民建立共同關注議題到可能產製在地故事，當是永續經營公用頻道最有效的路徑。

二、節目來源需擴展多元合作觸角

擴展公用頻道與產、官、學界合作，當能改善片源與類型匱乏的燃眉之急。因此可做系統業者間的內容共享或聯播，並與設有傳播科系之學校締結策略聯盟，上架學生作品，且合作舉辦工作坊，以向下扎根，亦可與官方單位、NGO、NPO 或地方組織合作，投入產製社區關懷與營造之節目。再與較具在地特色的影片競賽主辦單位合作，爭取片源，甚至可將公用頻道部分時段，委由上述社區組織經營管理。藉此等合作策略，方能改善公用頻道歷來的內容問題，並加速與社區的共存共榮，進而提昇品牌價值。

三、整合管理機制提升民眾參與意願

臺灣公用頻道之經營管理，各地方有其辦法。各縣市之公用頻道管理，大多缺乏區域內部業者們的能量匯聚。新北市因為擁有臺灣最多，共 13 家的系統經營方，經營範圍又廣，近二年雖成立公用頻道活化運用委員會凝聚共識，但由於仍是多頭馬車，要由單一業者整合諸多系統業者能量，對公用頻道作統一化管理，仍較為困難。經本研究分析過程，建議未來可考慮由地方政府推動，讓各系統業者都有機會爭取經營該縣市之公用頻道，形成單一窗口管理機制。較適切的作法，則仍需如本研究所蒐集之相關學者與業者的說法，由地方政府管理、籌設區域公用頻道運作中心，以加速程序簡化，可提昇更大效益，進而增加社區民眾投件意願。

四、公用頻道應朝向數位轉型發展

如研究分析呈現，公用頻道與新媒體平臺有本質上的差異，由於公用頻道之觀看族群與使用之個人或群體，主要為老年、弱勢群體、社區民眾等，因此公用頻道與大眾傳播媒體的主流內容確有本質上的區別，更與當前 OTT TV、UGC 等媒體之科技世代使用者有所區隔，甚至有不少的數位落差產生。但隨著近年新媒體與媒介的發展越趨普及，公用頻道經營者應多加思考，可透過 FB、IG 等社群網站或 Line 等即時通訊平臺，作為公用頻道與其觀看或使用族群間的重要互動、通溝工具，使該族群得以善加應用各互動媒體之相關功能，例如自行上傳影音資料等，並經由互動平臺之

投票競賽、抽獎等相關行銷活動，進一步帶動公用頻道之使用者慢慢習得數位媒介傳播的能力。於此情境下，數位落差問題將可能逐步獲得改善。再者，系統業者經營之公用頻道亦應順勢而為，積極思考數位轉型發展，可朝向 IPTV（internet protocol television）、VOD 或 OTT TV，甚或是提倡更注重 UX 之影音社群網站等平臺建置邁進，以貼近當代使用者需求，應可加速落實各群體之媒體近用權。

五、加強著作權合理使用教育

理論上在非營利運用之前提下，於公用頻道播放內容中部分使用他人的著作財產權，在一定條件下應可列為「合理使用」範圍，可惜現階段我國公用頻道內容對於著作權合理使用之定義仍相對模糊。未來公用頻道之著作權使用法規，相關權責單位應順應時勢作變化，建議可採用 2001 年在美國成立的 Creative Commons 組織，所提出「保留部份權利」（some rights reserved）的相對思考與作法，利用公眾授權條款的「創用 CC」⁶概念，教導社區民眾挑選出最合適自己作品的授權條款（姓名標示、非商業性、禁止改作，以及相同方式分享），處理授權議題。亦即，民眾在完成作品上架時可透過簡易的方式，自行標示原作者姓名於其作品上，如此作法對於非營利目的公用頻道使用範圍，在標註後也能免於相關刑責。或可由地方政府委託專業組織，主動介入協調著作集體管理團體，對於非營利之視聽著作使用予以減免優惠，鼓勵更多內容在公用頻道上流通。但仍須由地方政府指導，透過業者對公用頻道的節目製播、工作坊或論壇之努力，加強民眾的影音著作權之合理使用教育，如此才能雙管齊下，在改善著作權之非營利合理使用範圍之餘，亦增加民眾的媒體近用教育。

綜上，媒體屬公眾信託的產物，因此在主流媒體基於滿足商業、政治、宗教乃至教育文化需求之外，亦應考量與保障社區小眾或是弱勢族群近用媒體的權利。為能深化公用頻道成為「社區近用及媒體自主」之公共論述場域，各地方政府與有線系統業者應整合經費與資源共同投入具體作為，

⁶ 創用 CC (Creative Commons) 臺灣稱為「創用 CC 授權條款」，取其授權方式便於著作的「創」作與使「用」之意 (CC 臺灣社群，2019 年 5 月 17 日)。

成立與本研究聚焦分析對象「新北市有線電視公用頻道活化運用委員會」等相似的策略聯盟之合作模式，除了可結合在地的各方之力，藉由委員會推動各項訓練、社區活動，讓公用頻道與社區民眾相互依賴，透過有線電視的影響力引領社會關注，確實有利於多元節目來源的取得與整合。順此推論，社區民眾樂於使用公用頻道將指日可待。

柒、研究限制與建議

本研究之探索範圍聚焦於新北市有線電視經營公用頻道之案例，雖已針對產、官、學界代表進行深度訪談，但新北市共有 13 家有線電視系統業者，然而本研究礙於時間、人力與篇幅限制關係，不免在訪談對象的數量仍有不足，也許有效度上的研究限制問題。並且，針對新北市的公用頻道之研究，因具在地之先天條件限制，也許難以推及比較與其他縣市之公用頻道經營實踐差異，亦較難達成對其他縣市之公用頻道困境改善與發展進程等研究分析表述，因此仍待後續研究對此內容作補足。但本研究以新北市公用頻道為例，主要欲分析公用頻道活化運用委員會成立後，所落實的改善舉措，因此聚焦訪問推動該委員會之具代表性產、官界受訪者，及其相關策略聯盟學界之代表，故於一手研究資料較具可信度。

再者，公用頻道活化運用委員會成立時間僅二年多，經本研究蒐集相關資料了解到，該委員會是借鑑、承襲先前產、官、學界對公用頻道之改善論述與研究結果，並且加入委員會中專家、學者、官方等之想法作執行規劃改進。因此，該委員會應為當前新北市推動公用頻道經營發展之最代表性研究對象。雖可能比起其他縣市之公用頻道經營來說，未必為最佳發展路徑，但理應透過本研究，可提供其他尚未對公用頻道經營具完善想法與建置的縣市、地區一個具參考價值之案例。然而，該委員會成立時程較短，導致本研究僅能從具代表性且參與該委員會運作的產、官、學界代表之質化研究深度訪談過程中，獲悉相對以往而言的公用頻道「活化」策略。建議後續研究，若欲以新北市公用頻道作為研究對象，可待新北市公用頻道活化運用委員會更加發展後，再運用量化之內容分析法以新北市各家公用頻道之節目來源作為統計樣本，以分析出經新北市公用頻道活化運用委

員會推廣前、後的具體「活化」效果之量化數據差異。並且可與新北市有線電視業者合作，運用調查法調查社區民眾對新北市公用頻道活化運用委員會辦理推廣活動的感受與想法，以獲得推廣效果之實證數據，突顯成立委員會作為推廣方法的實質效益。

未來研究建議也可朝其他縣市較具系統化之公用頻道經營策略或政策精進方向，做個案分析或多重個案比較分析，應可更加完善公用頻道之經營思維與實踐研究。另外，若新媒體與媒介應用更加普及，使得數位落差趨於改善，則公用頻道於數位化下的媒體經營模式或使用者分析研究，亦為未來相關研究可關注之重要議題。

參考文獻

- CC 臺灣社群（2019 年 5 月 17 日）。〈創用 CC 是什麼？〉，《CC 臺灣社群》。取自 <https://ti-wb.github.io/creativecommons-tw/explore.html>
- NCC（2005 年）。《科技匯流後的衝擊》。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/07121/472_4281_071210_2.doc
- NCC（2010 年 12 月）。《有線廣播電視系統公用頻道使用概況調查》。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/content.aspx?site_content_sn=2462
- NCC（2016 年 10 月 13 日）。《有線廣播電視公益性、藝文性、社教性等節目專用頻道規劃要點》。取自 <https://reurl.cc/5o8WZG>
- NCC（2020 年 12 月）。《各有線電視系統訂戶數統計表（109 年 12 月）》。取自 <https://reurl.cc/NXGQj5>
- NCC（2021 年 5 月 6 日）。《110 年第一季有線廣播電視訂戶數》。取自 https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&cate=0&keyword=&is_history=0&pages=0&sn_f=46023
- 公平交易委員會（2016 年 5 月 27 日）。《公平交易委員會對於有線電視相關事業之規範說明》。取自公平交易委員會網站 <https://www.ftc.gov.tw/law/LawContent.aspx?id=FL011942>
- 王志誠、周貞伶（2019 年 10 月 16 日）。〈「新北 CH3・城市光影」公用頻道推廣〉，《Yahoo 新聞》。取自 <https://reurl.cc/mq35gV>
- 世新大學（2019 年 11 月 8 日）。〈世新大學邀產官學談公用頻道結合社區傳播 盼落實多元化發展〉，《ETtoday 新聞雲》。取自 <https://www.ettoday.net/news/20191108/1575316.htm>
- 世新大學（2020 年 8 月 19 日）。〈「直播+X」能為業者開創新收入來源 新北有線業者在世新找答案〉，《ETtoday 新聞雲》。取自 <https://www.ettoday.net/news/20200819/1787981.htm>
- 司法院大法官（1994 年 9 月 23 日）。《釋字第 364 號解釋》。取自 <https://cons.judicial.gov.tw/jcc/zh-tw/jep03/show?expno=364>

- 石世豪、鄭瑞城、劉靜怡（1999）。《傳播媒體結構管制規範之價值體系》（國科會專題研究計畫，NSC 88-2412-H-004-022）。臺北市：政治大學新聞學系。
- 全國法規資料庫（2016 年 10 月 13 日）。《有線廣播電視系統經營者公用頻道之規劃及使用辦法》。取自
<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?media=print&pcode=P0050048>
- 全國法規資料庫（2019 年 5 月 1 日）。《著作權法》。取自
<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawSingle.aspx?pcode=J0070017&flno=65>
- 朱弘川（2016 年 7 月 11 日）。〈公用頻道經營之未來〉，《卓越新聞電子報》。取自 <https://www.feja.org.tw/38634>
- 江雅慧（2005）。《我國有線電視系統公用頻道節目之研究：以臺北市公用頻道為例》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 行政院主計處（2010 年 8 月 24 日）。《有線廣播電視事業發展基金》。取自行政院主計處網站
<https://www.dgbas.gov.tw/public/Attachment/78311652771.pdf>
- 何吉森（2018）。〈新媒體衝擊下有線電視公用頻道近用權之實踐與挑戰〉，《NCC News》，11（9）：1-5。
- 吳宜蓁（1998）。〈有線電視公用頻道與社區意識：描繪一個「公用頻道運作中心」的藍圖〉，《新聞學研究》，56：219-235。
- 沈永華（2008）。《第三部門使用公用頻道之探究：以臺北市公用頻道為例》。政治大學行政管理碩士學程學位論文。
- 周怡玲（2010）。《有線電視「公用頻道」經營模式與社區意識之研究：以北高兩市為例》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 法務部（2018 年 6 月 13 日）。《有線廣播電視法》。取自法務部網站
<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050008>
- 袁方（2004）。《社會研究方法教程》。北京：北京大學出版社。

- 高金次(2019年8月7日)。〈大豐有線電視「新北 CH3・城市光影學堂」板橋開課〉，《蕃薯藤新聞》。取自
<https://n.yam.com/Article/20190807739735>
- 崔至雲(2019年4月19日)。〈開啟影像新創作 新北公用頻道活化運用委員會在世新成立〉，《ETtoday 新聞雲》。取自
<https://www.ettoday.net/news/20190419/1426281.htm>
- 崔至雲(2019年8月17日)。〈邁向全媒體時代 新北有線業者在世新共進向前〉，《ETtoday 新聞雲》。取自
<https://www.ettoday.net/news/20190817/1515131.htm>
- 陳炳宏(2008)。《美國有線電視公用頻道營運與管理參訪報告》(96年度有線廣播電視事業發展基金出國計畫)。臺北市：行政院新聞局。
- 陳炳宏(2012)。〈由有線電視公用頻道檢視電視使用權的在地實踐：50年來臺灣媒體近用權的反思〉，《中華傳播學刊》，22：99-130。
- 彭騰進(2008)。《有線電視「公用頻道」運作模式之探討》。佛光大學傳播學系研究所碩士論文。
- 曾子庭(2014)。《有線電視公用頻道之研究》。世新大學廣播電視電影學研究所碩士論文。
- 馮建三(2002)。〈人權、傳播權與新聞自由〉，《國家政策季刊》，1(2)：117-142。
- 黃村杉(2019年8月27日)。〈紀錄城市光影 教導社區民眾輕鬆製做生活影片〉，《臺灣好新聞》。取自 <http://www.taiwanhot.net/?p=742566>
- 新北市政府社會局(2019年8月29日)。〈銀光記憶寶盒升級版 長輩學習用手機拍片「新北 CH3・城市光影」阿公阿嬤學會嗨翻天〉。取自新北市政府社會局網站
<https://www.ntpc.gov.tw/ch/home.jsp?id=28&dataserno=201908290026>
- 新北市政府新聞局(2020)。《109年新北市有線電視服務品質暨收視戶滿意度調查研究結案報告》。新北市：新北市政府新聞局。
- 楊秀茹(2007)。〈加強有線電視公用頻道之社區應用推廣〉，《研考雙月刊》，31(1)：102-109。

- 葉柏成(2019年7月21日)。〈新北 CH3·城市光影學堂記錄雙溪之美〉，
《民眾日報》。取自
<http://www.mypeople.tw/index.php?r=site/article&id=1616889>
- 葉書宏(2019年9月6日)。〈新視波 CH3 城市光影 前進永和社區教爺
奶 輕鬆 做 影片 〉，《中時新聞網》。取自
<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20190906005921-260405?chdtv>
- 臺中市政府警察局第三分局(2017年12月4日)。《何謂著作權的合理
使用》。取自臺中市政府警察局第三分局網站 <https://reurl.cc/7yj1KD>
- 臺灣新生報(2019年9月27日)。〈「新北 CH3·城市光影」公用頻道
推廣手機製作影片課程 教導五股公所記錄影像〉，《臺灣新生報》。
取自 <https://reurl.cc/6y0O85>
- 劉忠博、蔡欣怡(2009)。〈從世界人權宣言第十九條出發：傳播權文獻
蒐集與分析(1948-2008)〉，《新聞學研究》，98：245-274。
- 賴欣圓(2007)。《從媒介接近使用權來探討有線電視公用頻道之推廣研
究》。世新大學廣播電視電影學研究所碩士論文。
- 戴慈殷、郭庭禎(2020年10月31日)。〈「公用頻道與社群經營論壇」
在世新！探討傳播與社區經營發展〉。取自世新大學網站
<https://www.shu.edu.tw/Spotlight.aspx?from=06&sID=27768>
- 蘇思云(2021年2月9日)。〈有線電視剪線潮難擋 去年第4季訂戶數
創統計新低〉，《中央社》。取自
<https://www.cna.com.tw/amp/news/firstnews/202102090177.aspx>
- 蘇蘅(2002)。〈公民 vs 消費者：媒體近用與普及服務〉，政治大學傳播
學院研究暨發展中心編《千禧傳播法制的回顧與前瞻》，頁 97-138。
臺北市：政治大學。
- Barron, J. A. (1967). Access to the press: A new first Amendment Right, *Harvard Law Review*, 80, 1641-1678.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.

- Canada Radio-television and Telecommunications Commission (2002, October 10). *Broadcasting public notice CRTC 2002-61*. Retrieved from <https://crtc.gc.ca/eng/archive/2002/pb2002-61.htm>
- Canada Radio-television and Telecommunications Commission (2010, April 26). *ARCHIVED: Broadcasting notice of consultation CRTC 2009-661*. Retrieved from <https://crtc.gc.ca/eng/archive/2009/2009-661.htm>
- Constitution Annotated (2021). *First Amendment*. Retrieved from <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-1/>
- FCC (2015, December 9). *Public, educational, and governmental access channels*. Retrieved from <https://www.fcc.gov/media/public-educational-and-governmental-access-channels-peg-channels>
- Fuller, L. K. (1994). *Community television in the United States westport*. CA: Greenwood Press.
- Gillmor, D. M., Barron, J. A., & Simon, T. F. (1998). *Mass communication law: Cases and comment (6th ed.)*. CA: Wadsworth.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. UK: Cambridge.
- Hackbarth, T. (2019). *Round PEG in a Square Hole? Defining community media for the Digital Age*, Master's thesis. Canada: Concordia University.
- Haywooda, A., Aufderheide, P., & Santos, M. S., (2021). Community media in a pandemic: Facilitating local communication, collective resilience and transitions to virtual public life in the U.S.. *Javnost - The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3899917
- Kanäle, B. O. (2014, June). *Open channels in Germany*. Retrieved from <http://bok.de/wp-content/uploads/2014/06/Offene-Kan%C3%A4le-engl.pdf>

- Kundanis, R. (1987). *Public access cable television and the public interest: A survey of local cable programmers and an examination of the cable communications act of 1984*, Unpublished doctoral dissertations. Knoxville: University of Tennessee.
- Linder, L. R. (1999). *Public access television: America's electronic soapbox*. Santa Barbara: Greenwood Publishing Group.
- Neuman, W. L. (2010). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. UK: Pearson.
- Turner, G. & Cunningham, S. (2020). *The Australian TV Book*. UK: Routledge.

附錄一

新北市 13 家有線電視系統服務區與訂戶數表（110 年第一季申報戶數）

系統名稱	所屬集團	經營區域	110 年 Q1 訂戶數	占比
臺灣數位寬頻有線電視股份有限公司	大豐有線電視股份有限公司	板橋、土城區	71,152	7.06%
大豐有線電視股份有限公司	大豐有線電視股份有限公司	跨區業者（中和、永和、樹林、三峽、鶯歌區）	117,600	11.68%
新視波有線電視股份有限公司	中嘉網路股份有限公司	永和、中和區	135,113	13.42%
家和有线電視股份有限公司	中嘉網路股份有限公司	三峽、樹林、鶯歌區	68,168	6.77%
數位天空服務股份有限公司	中嘉網路股份有限公司	跨區業者（板橋、土城區）	40,789	4.05%
全聯有線電視股份有限公司	凱擘大寬頻公司	三重、蘆洲、八里區	76,154	7.56%
新唐城有線電視事業股份有限公司	凱擘股份有限公司	新店、烏來、深坑、石碇、坪林區	44,833	4.45%
大新店民主有線電視股份有限公司	浩鳴股份有限公司 (獨立業者)	新店、深坑、石碇、坪林、烏來區	41,772	4.15%
永佳樂有線電視股份有限公司	台固媒體股份有限公司	新莊、五股、林口、泰山區	147,603	14.66%
紅樹林有線電視股份有限公司	獨立系統業者	淡水、三芝、石門、金山、萬里區	58,487	5.81%

觀天下有線電視事業股份有限公司	台固媒體股份有限公司	汐止、瑞芳、雙溪、平溪、貢寮區	65,415	6.50%
天外天有線電視股份有限公司	李林投資事業股份有限公司（獨立業者）	三重、蘆洲、八里、新莊、泰山、五股、淡水區	67,675	6.72%
全國數位有線電視股份有限公司	聯網數位科技股份有限公司（獨立業者）	跨區業者（板橋、三重、新莊區）	72,365	7.19%
合 計			1,007,126	100.00%

資料來源：NCC（2021 年 5 月 6 日）。

附錄二

收視公用頻道頻率

	從來沒有看過		觀看過一兩次		偶而觀看		經常觀看		總計	
	人 數	百分比	人 數	百分比	人 數	百分 比	人 數	百分 比	人 數	百分比
	264	32.0%	336	40.7%	195	23.6%	30	3.6%	825	100.0%
男性	126	29.8%	179	42.3%	101	23.9%	17	4.0%	423	100.0%
女性	138	34.3%	157	39.1%	94	23.4%	13	3.2%	402	100.0%
15-19 歲	33	33.0%	42	42.0%	22	22.0%	3	3.0%	100	100.0%
20-24 歲	18	40.0%	17	37.8%	8	17.8%	2	4.4%	45	100.0%
25-29 歲	21	39.6%	22	41.5%	10	18.9%	0	0.0%	53	100.0%
30-34 歲	28	34.6%	33	40.7%	15	18.5%	5	6.2%	81	100.0%
35-39 歲	21	32.3%	29	44.6%	14	21.5%	1	1.5%	65	100.0%
40-44 歲	33	34.0%	40	41.2%	21	21.6%	3	3.1%	97	100.0%
45-49 歲	26	29.5%	40	45.5%	18	20.5%	4	4.5%	88	100.0%
50-54 歲	31	30.4%	40	39.2%	26	25.5%	5	4.9%	102	100.0%
55-59 歲	24	31.6%	26	34.2%	24	31.6%	2	2.6%	76	100.0%

60-64 歲	12	24.0%	18	36.0%	19	38.0%	1	2.0%	50	100.0%
65 歲以上	17	25.0%	29	42.6%	18	26.5%	4	5.9%	68	100.0%
不識字及未入學	7	36.8%	7	36.8%	5	26.3%	0	0.0%	19	100.0%
國小	8	20.0%	21	52.5%	9	22.5%	2	5.0%	40	100.0%
國中、初中	19	28.4%	25	37.3%	20	29.9%	3	4.5%	6	100.0%

資料來源：NCC（2010 年 12 月）

Thinking and Practice of Operating Public Channels in CATV Systems : Taking the Public Channel of New Taipei City CATV Systems as an Example

Ching-Lin Chen

Abstract

This research takes the public channel of New Taipei City Cable TV as an example, focusing on the analysis of activating and promoting the public channel after the establishment of New Taipei City Public Channel Activation and Utilization Committee, hoping to make suggestions for the operation of public channels in other counties or cities. The thesis uses in-depth interviews with industry, government, and academic experts. Also, it combines document analysis to explore how to promote the access to media in the community. After the analysis of this research, the following conclusions are obtained: First, the operation of public channels needs to continuously cultivate the community's media accessibility and stimulate their attention to community issues. Second, it is necessary to achieve strategic alliances among cable TV operators in various districts, or cooperate with schools, official units, and local organizations to win program sources. Third, it is necessary to integrate and simplify the management mechanism of public channels to increase the willingness of the community to participate. Fourth, public channels should be actively developed towards digital transformation. Fifth, it is necessary to strengthen the education of the people on the fair use of copyright. Based on the mentioned above, it is hoped to improve the existing problems of operating public channels in cable TV systems.

keywords: Public channels, the right of access to the media, cable television systems, digital transformation