

「媒介接近使用權」的實踐—— 初探我國有線電視公益頻道的 規範與問題

吳宜蓁*

摘 要

我國的有線電視法承襲美國公共近用頻道 (Public access channels) 的精神，規定業者「必須免費提供十分之一以上的頻道，作為公益性、藝文性和社教性節目之用。」本文從「媒介接近使用權」的角度出發，初探這個頻道規範的立法背景、精神、以及潛在的問題。

本文亦探討美國近用頻道實行至今的爭論，並且從美國近用頻道的發展狀況，省思我國有線電視公益頻道應採行的方向，並且提供政府有關實行面的建議。

* 作者簡歷 輔仁大學大眾傳播研究所副教授

壹、前言

「媒介接近使用權」(access to the media)的觀念存在已久，但是一直停留在理念的階段。一直到這幾年有線電視興起，電波頻道不虞匱乏之後，這個觀念才算是真正的落實(陳世敏，民81)。我國的有線電視法中有關公益頻道的規定，則進一步為「媒介接近使用權」的實踐提供了具體的法源基礎。

在行政院公佈的有線電視法第廿三條第二款中，明文規定有線電視業者「必須免費提供十分之一以上的頻道，作為公益性、藝文性和社教性節目之用。」這項條款的精神，即在規範有線電視系統經營者釋出若干頻道，以促進公共利益，確保「媒介接近使用權」得以實踐。然而，這項攸關閱聽大眾權利的重要規定，在有線電視業者一片搶奪訂戶市場、或進行購併行動的混亂局勢之下，似乎已完全被漠視，學界也甚少針對這個議題進行討論。

如今，各地區的有線電視營運許可證已陸續發出，合格的業者勢必得展開正統化的經營，以面對主管機關的考核及同區競爭對手的壓力。在合格業者蓄勢待發之時，實有必要針對公益頻道的規範及目前所存在的問題，做全面的討論，以使業者能重視「媒介接近使用權」的議題，並且實地配合執行。

本研究擬從上述的討論出發，針對以下幾項研究問題進行初探性的研究：

- 一、我國有線電視法目前對於公益頻道的法律規範為何？法條制定的背景和精神何在？
- 二、美國公益頻道的規範發展進程為何？可供我國借鏡之處何在？
- 三、我國公益頻道目前的問題何在？這些問題應如何解決，才足以落實「媒介接近使用權」的理想？

本研究針對上述問題，進行法規和相關文獻的蒐集與分析，希望能夠找出有線電視公益頻道的運作意義與問題，提供政府做為增訂公益頻道運用規範的參考。

貳、「公益頻道」的界定

公益頻道在本研究實為一個複雜概念—「公眾接近使用頻道」(public access channels)的簡稱。在美國，地方頻道細分成三種：第一種是地方自製頻道(local origination channel)，由業者自製滿足地方市場需求的節目，因此節目以娛樂和資訊服務為主，頻道可以播放地區性廣告，業者有權製作和刪改節目內容；第二種是租用頻道(leased access)，這是指系統經營者開放出租的商用頻道，每小時的收費標準從五十美元到五百美元不等(Fuller, 1994)。頻道內容五花八門，從保全服務、家庭理財、購物服務、股市行情、新聞、甚至花花公子頻道…等。為避免業者壟斷有線電視頻道上所有的商業用途，法規中規定承租頻道的客戶可以在節目中插入廣告時段，廣告收入屬承租者所有。第三種即是公眾近用頻道(俗稱PEG頻道：public, educational & governmental channels)，由民衆、教育團體或是地方政府提供非營利節目，業者不得干涉任何播出內容(Kundanis, 1987)。

我國由於公益頻道的規範和使用仍處於萌芽階段，不論是業界或是學界都尚未發展出清楚的定義。就目前一般業者的認定，我國的公益頻道比較像是美國的地方頻道以及PEG頻道的混合，也就是公益頻道的節目可以由業者自製，也可以由公益團體或地方政府主動提供，而不是如公眾接近頻道一般，嚴格限制業者只能提供頻道，不得介入節目的內容。

由於本研究的目的在探討「媒介接近使用權」的實踐，強調的是一般民衆和組織團體的主動參與，因此公益頻道在本研究將特指公眾近用頻道，也就是該頻道的節目是由社會團體、地方政府、教育機構、社區組織或一般民衆所製作提供的非營利性節目。至於由有線電視業者自行製作、沒有社區團體參與的公益節目、藝文節目或新聞節目，將不視為本研究討論的重點。

另外必須一提的是，本研究在討論我國有線電視接近使用頻道的規範發展與現況時，將以「公益頻道」代替近用頻道。原因是前者已成為有線電視業約定俗成的概念，泛指所有提供外界使用的藝文、社教與公益節目頻道。至於在檢閱美國的有線電視規範時，則仍使用「近用頻道」的稱呼，以更貼近「access channel」的原意。

叁、我國有線電視法有關公益頻道之規範

有線電視是以纜線傳送聲音及影像，收視範圍僅限於線路鋪設之地區，因此具有區域經營的特性。而我國有線電視法的精神也明白標示「…提供民衆多元化、專業化之娛樂及資訊服務，進而滿足地區性需求。」

為落實有線電視「區域性」的特質，我國有線電視法第三條規定有線電視的主管機關，除了中央的行政院新聞局以及省（市）政府新聞處之外，另外也包括地方的縣（市）政府。不過有線電視的管理權責從有線電視的營運許可、節目與廣告之管理、收費標準、消費者權利保護到對系統經營者的行政處分等，主要還是在中央主管機關的行政院新聞局，縣（市）政府的主要權責只限於檢查有線電視系統，或是在天災和緊急事件時要求業者停播或指定播送（鄧榮坤、張令慧，1993），這和美國賦予地方政府相當大的職權有極大的不同。

行政院新聞局（1994）編印的「申設有線電視系統問答輯要」中指出，系統經營者回饋地方的方式有兩種：一種是將其每年營業額百分之二的金額提撥給地方政府，作為從事地方文化等公共建設之用；另一種則是依照有線電視法第二十三條第二款所言，由系統經營者「免費提供十分之一以上的頻道，作為公益性、藝文性和社教性節目之用。」條文中的「免費提供」是指業者將頻道開放出來，不得向訂戶收費，也不得向節目供應者收取頻道使用費。由於公益頻道純屬非營利性質，插播商業廣告或節目廣告化的情況也不允許在公益頻道上出現。

據何吉森（1994：97）指出，行政院在研擬有線電視法草案時，考慮到有線電視經營者龐大的資金壓力，若再強制規定業者提供公益頻道，則必然對業者造成相當大的經營壓力。基於鼓勵有線電視業者邁向正軌經營，因此草案中只規定凡是「願免費提供部份頻道作為公益性、藝文性和社教性節目之用者」，可以作為優先取得經營許可的一項要件。不過在送交立法院三讀的過程中，條文修正為「必須」免費提供「十分之一」的頻道。從條文內容的修正可見立法機關對於公益頻道的重視和強制性。

有線電視法對於「公益性、藝文性、社教性等節目」的範圍和性質，並不像廣播電視法一般有清楚的界定（註1）。換言之，有線電視法並沒有針對公益、藝文、社教等節目的內容項目，做進一步的認

定。不過，學者劉幼琍（1994：191）曾對公益頻道提出概括性的定義：

1. 公益性—凡是合乎公共利益、人民生活便利和必須的資訊，不論是來自當地民間公益團體、地方政府機關、或地方服務性機關，均可視為公益性節目來源及素材。
2. 藝文性—凡是有關地方性或全國性之藝術活動、民俗文化展覽及地方民衆製作之藝術作品，均可視為藝文性節目來源及素材。
3. 社教性—凡是有關地方性或全國性之社會教育、教學活動、關懷兒童、老人及其他弱勢團體的節目，以及地方優良楷模的表揚活動等，均可視為社教性節目來源及素材。

另外，劉幼琍認為公益頻道規劃的理念應符合六個原則：一、切合地方所需，以地方的人、事、物為訴求；二、落實本土文化，保存地區特色；三、發揮地方媒體功能，提供民衆媒介接近權；四、反映民衆意見，實踐地方自治；五、提昇民衆藝術文化涵養；六、增加民衆社會教育機會。

在節目製作單位方面，有線電視法採取從寬認定，凡是內容符合公共利益、社會教育、公共服務等要求，不論製作單位是系統經營者、頻道經營者、或是如美國的 PEG 頻道、由公衆、教育團體、地方主管機關等所提供的節目，都可以接受。新聞局在「申設有線電視系統問答輯要」（1994：8）中的說明為：

系統經營者可以自行租購或製作節目，或是開放給社區民衆、學校機關、藝文社團、公益團體、或是任何節目製作供應單位等製播節目。凡節目內容及申請使用程序符合其營運計畫中有關公益性等節目頻道之規劃理念和使用原則，系統經營者均不得拒絕且應免費播送。至於營運企劃書中如有規劃至播設施提供他人或團體使用，則依照系統經營者所訂定之辦法，可以是免費，亦可以是在收取合理費用之情形下使用。並且，免費提供頻道係屬於公共服務性質，系統經營者不得將此成本轉嫁訂戶。

此外，新聞局對所謂「十分之一」的計算方式也採取從寬解釋，以系統業者已規劃使用的頻道數為計算基準，而非以系統技術上可以使用的頻道計算（何吉森，1994），以減輕業者的負擔。

根據新聞局廣電處的說法，在公益頻道的運用和節目的製作上，業者可以採三種作法(1)租購社會團體的節目錄影帶；(2)自製節目；(3)

開放給社區公益團體使用。惟公益頻道的節目不得由頻道供應商供應，以免造成頻道壟斷或是利益輸送的情形；業者也不得在公益頻道上播送商業廣告，但是可以代播不收費的公益廣告。目前新聞局在核發營業許可證與業者面談時，會向業者說明公益頻道實施的兩大原則，要求業者簽訂承諾書，這兩個原則是：(1)先到先得；(2)不准被特定團體所壟斷，每個團體每次的使用時間以三小時為限。

肆、美國有線電視近用頻道的規範發展與現況

一、近用頻道的發展背景

從六〇年代末期到七〇年代初期之間，有線電視成為美國一個非常重要的新興媒體，而此時也正是報業走向社會責任論的階段，社會上到處可聽到加強公共參與的呼聲，再加上這個時期正逢消費者運動興起、民權主義亦成為社會關注的焦點（Kundanis, 1987）。因此，整個大環境的變革促成了公益頻道概念的萌芽。

Johnson (1991) 認為 access 的概念植基於兩個美國長久以來的傳統：一是地方民主的風氣，激發民衆直接表達意見的意識；二是六〇年代起高漲的激進主義和科技的烏托邦主義，部份人士因此鼓吹加強人對媒介的主控力量。

在時代背景的影響下，大眾輿論紛紛主張有線電視的頻道必須有若干比例是交由公眾來管理和使用。當時由於許多不同的團體，如：公共電視台、有線電視業者、宗教團體、民間團體、基金會、律師組織、學術界、以及弱勢團體等，都紛紛表示有必要在有線電視設立一般民衆可以使用的頻道。美國有線電視的近用頻道，便在時代的趨勢和社會輿論的壓力下因應而生。

近用頻道的法源基礎是憲法第一條修正案所保障的言論自由。最高法院在一九六九年「紅獅廣播公司案」(Red Lion Broadcasting v. FCC) 的判例中，正式賦予民衆使用媒介的權利 (Fuller, 1986)。聯邦傳播委員會 (Federal Communications Commission, 以下簡稱 FCC) 隨即於一九七〇年發表設立接近頻道的五大目標，這五大目標也促成 FCC 在兩年後頒布的有線電視法中，納入有關近用頻道的規定：

- (一) 透過大眾媒介提昇市民參與和社區對話；
- (二) 促進電視節目來源的多元化；

- (三)提昇電視的教育功能；
- (四)增加地方政府的資訊服務；
- (五)增加一般民衆接近媒介的機會（Goss，1978，轉引自 Vaughn，1988）。

二、近用頻道的法規演變

一九七二年，FCC 正式頒布「有線電視報告與命令」（Cable Television Report and Order），報告中表示，近用頻道的功能是提供民衆透過大眾媒體參與社區對話的機會（Kundanis，1987：48）。其規定是要求全美排名前一百大的系統經營者必須提供四種近用頻道、教育頻道（educational channels）、政府頻道（governmental channels）、商業租用頻道（leased access channels）、以及公衆使用頻道（public access channels）。其中對於近用頻道的使用規定是（Fuller，1994）：

- (一)各有線電視系統至少要有一個非商業性質的近用頻道；
- (二)至少要維持一個永遠免費使用的近用頻道；
- (三)系統業者必須負責提供給有意使用頻道的公衆最基本的器材和設備；
- (四)頻道使用者借用攝影棚的時間在五分鐘以內不得收費，超過五分鐘以上得酌收製作成本費。
- (五)除了第六項所指的使用原則之外，系統業者不得干涉近用頻道的任何節目內容；
- (六)系統業者必須遵守下列近用頻道的使用原則：
 1. 民衆使用以「先到先得、一視同仁」（first-come, first-served, non-discriminatory basis）為原則；
 2. 節目內容不得包括促銷商品和服務的廣告，也不得播出公職候選人的競選廣告；
 3. 節目內容不得包括與彩券有關的訊息；
 4. 不得播出色情和猥褻的內容；
 5. 允許民衆調閱使用頻道者之姓名住址等個人資料，這些資料必須保存兩年；
 6. 有著作權的影帶必需事先處理清楚，以使系統業者免於毀謗或侵犯著作權等刑責。

四年後，FCC 將原來有關近用頻道的規定修正為「凡訂戶數在三千五百以上的系統業者，均得提供四種近用頻道—教育、公衆、政

府以及出租頻道」，惟如果沒有全額的需求量（full demand），這些近用頻道亦可合併成單個共享的頻道（Kundanis, 1987: 50）。

遺憾的是，FCC 有關近用頻道的規定並沒有得到美國最高法院的支持。在一九七九年的一項判例中（FCC v. Midwest Video Corp），最高法院將有線電視和報紙相提並論，認定系統經營者的權利也應受到憲法第一條修正案的保護。最高法院指出，FCC 要求系統經營者提供免費頻道的規定缺乏法律權限，因此判定系統經營者勝訴。到了一九八一年，雷根政府採行解除管制政策（deregulation），掌管有線電視營運許可的主管機關也從聯邦委員會轉移到地方政府（Vaughn, 1988）。在一片解除管制的呼聲中，堅持近用頻道規定的聲音便逐漸削弱了。

另外就大環境而言，美國的經濟情況到了八〇年代大量改善，有線電視節目頻道的數目不斷增加，近用頻道佔用頻道資源使業者得不到經濟收益，加上家庭錄影機的普及，對有線電視的經營造成威脅，種種因素促使有線電視業者重新思索釋出近用頻道的價值（White, 1988），抵制的力量便逐漸加大。

一九八四年，美國通過有線傳播政策法（The Cable Communication Policy Act），明文規定有線電視法的目的在「確保並鼓勵有線電視對大眾提供多元的資訊來源及服務」（Baldwin & McVoy, 1988，轉引自鍾蔚文，1993）。有鑑於上述最高法院的主張，新通過的有線電視法中，有關「公眾接近」的議題，不再由 FCC 主導，轉而由地方系統自行監督。

有線法中兩項和公眾近用頻道有關的規定是（一）規定地方政府可要求有線電視系統經營者需撥出部份頻道，作為 PEG 頻道使用，系統經營者對這些頻道節目的內容無權干涉；（二）系統頻道數超過 36 者，必須釋出十分之一的「社區近用頻道（community access channels）」，供民眾、教育機構和政府使用，這些頻道統稱為「PEG（public, educational & governmental）頻道」，經營者同樣無權干涉頻道的內容（Watkins, 1987: 462）。

FCC 並未清楚界定何謂 PEG 頻道，但是這些保留的頻道大致包括：（1）任何民眾均可使用的「電子肥皂箱」頻道（“electronic soap-box” channels）；（2）播放市政府會議或公告的頻道；（3）由地方學校製作的教育節目。此外，地方政府也可以要求系統經營者必須提供節目製作的設備、攝影機等，供作 PEG 頻道使用，同時，業者不准更動或控制（editorial control）PEG 頻道播出的內容，此規定是為了

確保這些頻道內容的多元性與自主性，並要求提供節目的單位為內容負責。也因此，法案中排除了業者在該頻道的內容觸犯刑責（如：毀謗、觸犯隱私、猥褻）時的法律責任（Watkins, 1990）。一般而言，PEG 頻道中的教育頻道和政府頻道是分由學校與地方政府所使用，而公共近用的頻道則由系統經營者、地方政府或非營利組織所負責。由於近用頻道的功能有如公共論壇，因此無論負責的單位是誰，都無權更動裡面的任何內容。

新頒布的有線電視法重新強調近用頻道的重要性，同時支持地方政府的管制權。可以說，新法的意義是加強了有線電視業者（cable operators）、地方政府以及有線電視節目供應者（cable programmers）三方面的連結關係（Kundanis, 1987: 196）。

伍、媒介政策模式與媒介接近使用權的爭論

然而，一九八四年的新法公佈，並不意味「公共近用（access）」的爭辯就此罷休。事實上，之後的幾項判例顯示各州法院對這個概念的認定仍有歧見。法院的判決有些是站在法規那一邊，強調保障民眾接近使用媒介的權利；有些卻是保障系統經營者的出版自由。

事實上，法律判決的爭議點是在於：究竟哪一種媒體的政策模式適用於有線電視？是報紙、無線電視、或是公共電信設備？如果是採用報紙模式，法律不能強制規定報紙釋出公眾使用版面，否則就是干涉報紙經營者的出版自由（Miami Herald v. Tornillo, 1974）。如果採用廣播模式，由於廣電媒體頻道稀有的特性，基於公平法則（Fairness Doctrine），可以立法保障頻道使用者的多樣性（Red Lion v. FCC, 1969）。然而有線電視是否被認定是無線電波，至今累積的法院判例也尚未達成共識（Kundanis, 1987: 71）。

從一九八四年通過的有線電視法中，隱約可見公共事業政策模式的精神（鍾蔚文, 1994）。由於公共通訊設備容易流於少數集團的壟斷，因此必須由地方政府加以管制，防止其成為特權事業。儘管如此，公共事業政策模式仍然沒有被所有的法院採納為判決的根據。例如在一九八七年的一項判決中（Erie Tele-communications, Inc. v. City of Erie, 1987），賓州的聯邦地方法院認為公益頻道保障了有線電視的閱聽人傳播意見的自由，而且這項表達的管道只佔了所有有線電視頻道的十分之一，對業者本身在憲法第一修正案所保障的權力，只造成小小的侵犯而已。但是在同一年（Group W. Cable Inc. v.

City of Santa Cruz, 1987), 加州聯邦地方法院卻通過全然不同的判決：法官認為有線電視並不像無線電視，不能以頻道稀有的理由來加以規範，因此所謂保留公共接近的頻道，是對有線電視不合理的嵌制 (Watkin, 1990: 463-464)。

在學術研究方面，Kundanis (1987) 以隨機抽樣法詢問全美地方有線電視節目製作人的意見，發現公共事業模式受到大多數製作人的認同。受訪的製作人多認為：(1) 公眾利益應超過系統業者的經營權利；(2) 執照審核制度最能保障公共利益的實踐；(3) 公共利益的頻道應與其他有線電視的節目頻道有所區分。

在執行層面上，聯邦政府迄今尚未對 PEG 頻道提出進一步的規範，因此 PEG 頻道的規範與執行仍然停留在各地方政府「各自為政」的階段。大致說來，各地方政府仍然將接近頻道視為頒發有線電視營業執照的一項標準。系統經營者為了在激烈的營運許可競爭中脫穎而出，也傾向以提供近用頻道作為公共關係策略，以便取得執照核發單位和地區民衆的好感 (White, 1988)。除了公共使用的頻道外，有些系統業者也提供所謂的「主題頻道」(theme channels)，供社會上的一些團體 (如少數族裔、女性、黑人) 製作屬於他們自己的節目 (Katz, 1985)。不過近用頻道的數目和內容認定，大多由業者和證照核發機關協商後決定，有些地方有專屬的 PEG 頻道，有些地方的 PEG 頻道是和業者的自製頻道 (local origination) 合併在一起 (Mrvica, 1992)。

陸、我國公益頻道規範的問題

我國有線電視法對於公益頻道的規定，基本上承襲美國公眾近用頻道的精神，因此對頻道的數量、提供方式、以及頻道的基本內容均做了強制性的規定。然而或許是法案制定時考量國情不同，同時顧及有線電視業者的生存壓力，因此在執行上並不像美國的近用頻道般訂出嚴格的規定。然而公益頻道目前簡略的規範，至少存在下列幾項問題：

一、有關「免費提供」頻道的規定：

係指有線電視經營者只需將頻道提供出來，不須提供製作費用，也不得向訂戶或節目提供者收取頻道使用費。然而由於規定並不明確，執行時必然有含混之處，例如：業者可否酌收設備使用費？此頻道

之節目可否插播公益廣告或宣導短片？以「先到先得」法則規定，會不會形成另一種頻道壟斷？諸多問題，若無周詳的規劃，將造成未來頻道資源的浪費和增加業者的負擔（何吉森，1994）。

二、有關節目來源的問題：

目前行政院新聞局並不同意將公益頻道交由頻道經營者經營，而希望由系統經營者自行製作節目、或開放此頻道給民間團體和民衆製播公益節目。但是由業者自行製作節目，等於公共資源為業者所佔，實則失去近用頻道的意義；況且公益頻道的節目無法收費，對業者的誘因非常有限。另一方面，由民間團體和民衆提供節目，如果沒有完善的觀念宣導，則這個頻道資源很難被他們所知。加上節目製作成本高昂，沒有設備和技術，一般民衆還是無法「攀上媒介的邊」。如果這些問題不解決，很可能會造成未來公益頻道閒置不用，或是大多被業者的自製節目佔據的情況。

三、公益頻道的管理：

前面提到，地方政府對於系統業者的營運和節目管理缺乏直接監督權，而中央主管機關—行政院新聞局—又勢必無法有效監督各地區有線電視公益頻道的執行情況，因此不難想見未來對公益頻道的規範效果將大打折扣。

有線電視第二十三條第三款也規定另一項營運許可之條件，即「有線電視提供之服務符合當地民衆利益及需求者」。至於屆時公益頻道是否能達成「符合當地民衆利益及需求」的目的？如何評估頻道執行的成效？這些都是問題。我們或可間接由有線電視法施行細則第十五條找到解答。該施行細則規定審議委員會必要時得以舉行公聽會、委託其他機構辦理民意調查、邀請申請人面談或到各經營地區訪談等方式，評估系統經營者提供的服務，是否符合當地民衆的利益及需求。此外，有線電視法第三十一條也規定，審議委員會每二年需評鑑系統經營者的營運計畫執行情形，評鑑成果不良者需限期改善。不過，這些評估的權責仍在審議委員會而非地方縣市政府，未來是否能確實評估各不同地區的有線電視系統的表現，仍有待觀察。

有線電視的架設以社區為單位，與社區發展息息相關，因此有線電視法第四十四條有「回饋地方」的規定，由系統經營者每年提撥當地的直轄市或縣（市）政府，做為地方建設之用（註2）。未來或許這些經費可以專款專用的方式，由地方主管機關做為鼓勵社區民衆和

地方團體製作公益節目之用。

柒：結論與建議

本研究以「媒介接近使用權」的觀點，初探我國有線電視中有關公益頻道的規範，並且檢閱美國近用頻道的發展歷程，從比較中探尋我國公益頻道規範所隱含的問題。

本研究發現，美國的近用頻道規範，執行至今已近廿年，然而由於執法單位都是各地方政府，因此難以歸納出全國一致的標準與執行成效。近用頻道於今反倒成為各系統業者為爭取營運執照而採行的一種策略，就樂觀面而言是業者自動自發，與社區進行互惠合作的一種經營策略；就悲觀面而言，則因聯邦政府對近用頻道的執行方式，沒有統一的審核標準，使得若干業者不願意配合，甚至質疑近用頻道規定的合理性，使得近用頻道的實行效果大打折扣。

我國有線電視的公益頻道才剛起步，比美國整整晚了廿年。如何能使政府立法的美意能真正落實，且獲得有線電視業者的配合，這個問題，值得有線電視的主管機關重視。

另一方面，有線電視的公益頻道，提供一般民衆接近並且使用媒介資源的機會，這個寶貴的頻道資源，儘管已經有有線電視法的保障，但是政府並未積極展開宣導的工作，因此，一般民衆和社區團體，幾乎都不知道有這個媒介管道的存在（吳宜蓁，1996）。

政府為公益頻道立法的精神固然值得肯定，若不加以宣導頻道資源的使用方式，則「媒介接近使用權」的理想將難以落實。

本研究建議政府應及早進行宣導工作，告知民衆和弱勢團體如何使用公益頻道。宣導的方式可以仿照一般公共政策的宣導方案，用生動活潑的手法，拉近公益頻道與民衆團體的距離。政府也應責成有線電視業者，應該廣為告知訂戶有關公益頻道的資訊。同時，應明白訂出民衆使用的節目和系統業者自製節目的比例，以免業者提供的節目侵略到屬於一般民衆的頻道空間。

註 釋

註1：廣播電視法第十六條規定，廣播、電視節目分為四項：新聞及政令宣導節目、教育文化節目、公共服務節目、大眾娛樂節目。各項節目在施行細則中則有明文規定：教育文化節目是「以

發揚中華文化，推廣社會教育，輔助學校教學，啟發兒童智能為目的」；公共服務節目是指「氣象報告、緊急通告、公共安全及其他有關社會服務等事項之節目」；何吉森（1994）認為，有線電視因無節目型態比例之限制規定，因此無細分的必要。
註2：另外，業者也必須提撥當年營業額的百分之一給公共電視使用。因此業者每年的回饋金額為營業額的百分之三。

參考書目

一、中文部份

- 何吉森（1994）。有線電視法解析。台北：何吉森。
- 吳宜蓁（1996）。有線電視公益頻道規劃與社區意識提昇之研究。電視文化研究委員會專案研究報告。
- 鄧榮坤，張令慧（1993）。有線電視解讀。台北：月旦。
- 劉幼琍（1994）。有線電視經營管理與頻道規劃策略。台北：正中。
- 鍾蔚文（1993）。「有線電視」。 解構廣電媒體。台北：澄社。頁411至440。
- 申設有線電視系統問答輯要，1994年5月。行政院新聞局編印。

二、英文部份

- Erie Tele-Communication, Inc. V. City of Erie, 659 F. Supp. 580 (W.D. Pa. 1987)
- Fuller, L. K. 1984. Public Access Cable Television: A Case Study on Source, Content, Audience, Producers, and Rules-Theoretical perspective. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Massachusetts, (University Microfilms International No. 84-10, 285).
- Fuller, L. K. 1994. Community Television in the United States. Westport, Greenwood Press.
- Johnson, F. August 1991 Exploring historical roots of access. Community Television Review, p. 4.
- Katz, D. 1985, May-June. 'Community access television: A social service resource. Social Work. pp. 267-271.
- Kundanis, R. 1987. Public Access Cable Television and the Pu-

blic Interest: A Survey of Local Cable Programmers and an Examination of the Cable Communications Act of 1984. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Tennessee. Knoxville, TE.

Miami Herald V. Tornillo, 418 U.S. 241 (1974).

Mrvica, A. R. 1992. Community Evaluation of Public Access Cable Television: 5 Case Studies. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Massachusetts. (University Microfilms International No. 92-33, 117).

Vaughn, S. N. 1988. Local Origination / Public Access and the Orange County Cable Association: A Functional Analysis in cable Television. California State University, Fullerton, CA.

Watkins, J. J. 1990. The Mass Media and the Law. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

White, C. F. 1988. Eye on the Sparrow: Community Access Television in Austin, Texas. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Texas at Austin.