**媒體資訊與地方知識：一個文化傳播的研究取向**

《摘要》

資訊社會中的媒介公民權，向來是傳播學者所關切的議題，不同於文本分析的研究進路，本文試圖從批判傳播的途徑，探討影響地方新聞之組織因素。本文分析了203則無線電視台地方新聞並訪談十位媒體專業人士後，發現我國地方新聞的產製是處於一科技結構 (technological structure）之中，全球媒介的影像結構，使地方性的生產處於一個新的階段，本研究顯示，科技場域結構所產生的新奇或社會地方新聞類型，資料顯示上反映出組織監控體制在此一場域的優勢，此一專家知識體系（如由編輯台、自拍主播與警政人員所提監控影片構成），建構了人們對地方的觀點與認知，限制了地方知識之生產機制。

關鍵字：地方認同、產製、電視新聞、媒介

壹、前言

在研究全球廣電科技與文化認同之課題時，英國傳播學者Morley與Robins （1995）等人提出，社會構成的變遷既涉及到社會空間基體的變革，又涉及到主觀上對空間與空間性的體驗及定位的變更，思考這些問題需要一種由地理想像貫穿的社會理論（Morley & Robins, 1995／司豔譯，2001，頁36）。在全球廣電科技匯流的背景下，地方電視媒體為組構地方想像的重要資源，本研究試圖提出一個場域的理論取向，以研究廣電媒體組織的地方新聞產製。

本研究的研究課題是地方電視新聞的產製分析，但是不同於以往電視新聞研究採用文本分析研究進路（呂雅雯、盧鴻毅、侯心雅，2010），本研究試圖以媒體組織的批判研究取向來討論電視新聞產製與地方認同建構之關係，此一研究進路假設電子媒介的地方新聞類型，是在廣電科技、新聞組織及日常生活報導，三者互動的結果（Hamilton, 2002）。

本研究的問題意識為：電子影像作為一種新的文本，在全球傳播的背景下，其對多元文化的影響為何，具體的研究問題則側重於我國無線電視台地方新聞所建構的地方性(locality)。根據社會學家Cresswell的觀點，地方（places）是理解全球性及地方特性互動的主要觀察點。他指出，地方不但圍繞我們，而且是我們藉以間接經驗世界的許多媒介（報紙、電影、音樂與文學）的重要成分（Cresswell, 2004／徐苔玲、王志弘譯2006，頁199），因此對地方電視新聞的產製與呈現之理解，是探討廣電媒體與社會變遷關係的課題之一。

本文所指的地方新聞是以地方為報導主題之新聞，在地域上則指稱非台北市地區的電視新聞報導，報導的類型包括消費、生活及社會新聞等三種類型。本研究認為，地方新聞內容的呈現與電視台在市場中的位置有關的。台視隨著集團一體化的發展，新聞內容有轉化為區域性電視台的趨勢，在新聞表現上可能進一步地與消費式報導結合；民視的地方新聞實踐，反映出比較在地新聞的特質，其知識類型交織於地方日常生活的報導類型。在文化創意產業之產業趨勢下，電視台發展成內容產業之過程，攸關我國電視新聞產業之發展。

貳、文獻回顧

一、建構地方

在全球化的時空背景下，國家的廣電科技政策需進行調整以適應外部環境的壓力（Webster, 1995／馮建三譯，1999），而這樣的政策調整，將會影響到國家內部的社會結構。以我國廣播電視產業為例，我國自施行廣電媒體自由化政策後一直是以市場化為主軸進行廣電體制的調整，如開放衛星頻道的設立及放寬有線電視的市場佔有率等。因此電視作為規範地方日常生活的模式及功能，將因市場機制的導入而產生改變，本文主要是探討在廣電科技自由化的背景下，廣電科技與地方知識傳播之關係，而此一關係如何形塑地方媒介環境。

在廣電科技自由化的背景下，廣電科技與媒介組織為一科技結構交會之場域，媒體內容型態實是鑲嵌於全球廣電頻道科技之中。新聞學者認為，在一個廣電媒體科技自由化（liberation）的風潮下，國內廣電產業管制的鬆綁是否有助於電視產業生產力的提昇，即因著廣電科技的自由化使文化的生產從水平多樣性（增加媒體資源的分布）轉化為垂直的多樣性（以地方性作為一文化生產的標的），這應是一個值得研究的議題（Ryan, 1991）。

電視與居民日常生活的（everyday）經驗相關，全球衛星傳播時代中，地方的生活經驗常與全球影像結構互動、重疊，此部份的論述源自於全球文化理論架構下的文化概念（Hamilton, 2002）。學者Hamilton在泰國華欣鎮（Hua Hin）民眾的日常生活與媒體使用的研究中發現，當地的媒介地方報導與境外輸入的影像（如衛星電視或香港輸入的錄影帶內容），在地方景像上有著分裂的現象。地方的媒體報導仍舊偏向於傳統皇室新聞或地方活動的新聞，但進口的影像卻有著美式消費的色彩。另外Geertz的研究指出，以地方文物的知識所構成的集體行為現象，常具有組構地方民眾集體認同的能力，此一集結形式的意識，也成為人們日常生活溝通的基礎之一，並且形成閱聽人感知世界的知識型態（Geertz, 1973）。但是此一透過地方媒體的中介而建立的框架，在全球化的背景下，隨著區域經濟整合的興起，媒介內容並非單純反映一地的地方認同（Hamilton, 2002），地方媒介的內容也常充斥外來的影像內容，因此在媒介的政經結構下，本研究假設廣電媒體的地方新聞是嵌入（embedding）於全球廣電科技之中，在此結構下本文欲探究的是我國無線電視台地方新聞的產製過程及其影響因子。

二、媒介中介與地方再現

媒介的內容分析對於理解媒體組織的作為及媒介內容對於地方生活的想像，是具有意義的。如人類學者Geertz以意義網路（web of significance）的概念作為社會真實再現的知識型，在當代社會中，媒介內容的普遍性，使人們的日常生活經驗常是組構（organized）於媒介所傳送出的參照（referential）內容之中。

例如我們在與人聊天時會說你覺得昨天前洋基棒球選手王建民的表現如何，我們不會說你昨天看了那一台電視播送的球賽，而是說你覺得他表現得如何，因此媒介式溝通與人際式溝通，其間的分際常如魚與水般的不可分離。電子媒體透過新聞事件的報導，組織了吾人的日常生活經驗。

以Williams對文化的定義來看，文化領域的建構來自人們日常生活的實踐，因此地方知識的生產涉及了相關文化空間的社會實踐。如建造一個地方博物館展示或製作一個民宿網頁，這些內容如能外顯地方的文化流動（ cultural flow），便能推測地方民眾參與文化生產之活動。再者，從Williams對電視科技與當代中產階級文化實踐的探討之中，可知廣電科技在日常生活上的應用，可以被視為組構當代中產階級生活經驗的形式之一。進一步而言，在媒介科技多樣性的背景下，收看電視使觀眾經驗他與地方事物的關係，並成為地方知識發展的基礎（Wilk, 2002）。一份對大陸台港影音產品的消費研究中，學者Yang（2002）指出，自從大陸開放改革之後，上海民眾的地方認同，在台港影音產品的消費帶動下，漸漸被結構進了一個跨界的文化想像之中，此為廣電科技對地方知識生產的型態之一。

這即顯示出文化作品如影音產品、地方紀錄性文件（如地方新聞）、博物館空間等雖然有差別，在表現形式上卻是互相仿效，它們都在建構一個地方的觀點，這些觀點組織了當代人的文化意識，電視節目因而成為日常生活符號環境的一部份。換句話說，在日常生活與民眾文化認同的接連上，一個地方的文化生產，必然會和諸如地方新聞、廟宇、博物館等等社會中的文化機構（institutes）有關。文化和用以維持生命所需而生產的產品及民生必需品是有所不同的，因為它們只是消費生活必需品，物品離開了公共空間，便進入了私人領域，而非社群意義停留之處；然而，文化機構的內容卻是民眾進入地方生活的文本入口，依據新聞框架的觀點，地域性的廣播媒體內容可被視為地方文化經驗的參照單位（referential units）（Ryan, 1991）。

三、地方新聞組織

地方媒介是指在媒體上地方知識的傳播，傳統上地方媒介是指範圍廣泛的中介傳播的型式，它除了有地域、社群的概念外，還指與主流媒體明顯不同的媒介（孫曼萍，2009），本研究指稱的地方媒介是指，以地方記者反映社區利益（media access initiatives）並且以地方居民日常生活的報導為主，以有別於全國式電視媒體的報導（Howley, 2005）。廣電科技的普及也提供地方團體被媒體報導的機會，在場域的論述下，地方新聞內容的呈現作為一個客觀存在的社會場域，其受訪者呈現的方式相應（topography）了地方記者在文化場域的社會位置，即如果就消息來源背後的社經地位而論，在消息來源近用媒介資源的過程當中，反映出記者在場域中文化資本的多寡，及文化組織在場域中的能動性（DiMaggio, 1991）。因此，從場域之理論觀點探討，地方媒介的知識類型(classifications)是文化場域作用下的結果。如政治記者在全國政治新聞的呈現上，基於記者與政治人物的後續互動，會比較是完整的訪談再現，文化資本較高的受訪者也偏向於以專訪或專題報導之型態播出，但地方新聞則需以畫面的精彩度為主，以配合媒體組織的生產規範。

Bourdieu 就以電視新聞的產製說明此一場域關係。他指出，記者經由他們的職業、他們的訓練、他們的支配權所必然具有的癖好，以及經由職業邏輯，如何選擇在這個特殊的事實裡認為這就是社會的生活，接照他們專業既有的感覺分類，一個非常特殊的觀點（Bourdieu, 1996／蔡筱穎譯，2000，頁54）。此一生產型式，置放在文化生產的脈絡下，類似人類學在田野調查的分析類目（categories）（Tuchman, 1978）。此一知識結構化過程，人類學家透過此一類目來分析田野的資料，以接近他者的文化場域。如果置放在地方新聞的論述架構，可以稱為文化知識的傳播型態（高宗仁，2005）如新聞局利用旅遊頻道將地方人文特色製播成紀錄片，在全球播送，形成地方事件新的分類方式。

因應傳播科技的發展，地方媒體的形態也更為多樣而彈性，這種政策理念的發展說明了廣電科技與全球場域的關係，此一產業趨勢源自於數位電視科技的發展初期，在美國國議會通過的電訊傳播法（Communication Act 1996）協助既有電視台取得免費的頻率使用權（Aufderheide, 1999），增加原有電視台在數位媒體時代中之競爭優勢。這項規定將數位頻譜免費送給美國現有的四家無線電視台，卻沒有引起任何指責或批評。學者Weiser提到，批評FCC這項計劃的人強調，免付費執照的這項協議，使得公眾無法擁有從拍賣掉的頻譜中所得到的資金，更不用說在訊號移轉過程中，所可能面臨的硬體替換成本（Weiser, 2000, p. 18）。但是，在1997年10月的總統諮詢會議上，美國政府成立「數位電視台促進公共利益義務」（Public Interest of Digital Television, PIDTV），以提供加強公共利益的指導方針。例如，PIDTV報告中的第九建議（Recommendation 9），要求數位電視台提供電視的多樣性。它還提到在電視中，內容多樣性是很重要的價值，不管是在節目的設計上、政治論述、雇用人員、或是在產業裡的就業機會（p. 63）。這項建議也建議地方的獨立電視台要與非營利單位合作，以建立內容多元的節目。

質言之，在廣電科技自由化的環境中，未來電視地方性的呈現可透過民眾參與紀錄性質的內容或電視節目的方式等較彈性的方式來表現，而非以強制訂定節目清單的方式要求廣電業者配合。

媒介在構成地方生活經驗上的效果是顯著的，但是在廣電科技的影像空間中，國內地方新聞內容是組構於全球新聞場域之中，而廣電科技自由化使這樣的框構過程更為緊密（Morley & Robins, 1995／司豔譯，2001）。隨著全球與地方新聞交流的增加，地方新聞的影像性（visual）愈來愈重要，如地方記者研究指出，地方新聞是否播出往往取決於畫面是否漂亮，而非新聞議題是否重要（Dahlgren, 1995, pp.31-34）。又如世界盃足球賽期間德國章魚保羅的神奇預測能力，也使我國衛星電新聞跟進報導各地動物對世界盃冠軍的預測。本研究認為地方新聞記者的自主性不應僅視為新聞室社會控制脈絡下的實踐，也應將地方新聞記者之採訪實踐置放在場域之理論脈絡下，進行討論。

**參、研究方法與問題**

1. 研究問題

本研究是以電視台媒體組織為研究對象，研究方法是質的論述分析，論述文本之資料來源包括：電視的晚間新聞內容、媒體專業人士及媒體工作人員相關著作論述。本研究主要的研究目的在於探討地方電視新聞內部的生產邏輯，具體的研究問題如下：

（一）、微影像新聞的主要報導類型為何？

（二）、微影像新聞生產的因素及；

（三）、微影像新聞與多元文化的關係為何。

本文所指的地方新聞報導是以地方為報導主題之新聞，在地域上則指稱非台北市地區的電視新聞報導。

1. 研究設計

近來在媒體產製研究中有愈來愈多的研究是採用多重研究法，以廣泛收集研究資料（陳炳宏，2001）。本研究也以多重研究法，以廣泛收集資料，分析新聞組織的內容表現。研究使用的方法之一是針對地方新聞作語言層次的分析，主要在於理解地方記者的新聞產出狀況。本文的第二個研究策略是專家訪談，訪談的策略則是集中於探討新聞主題與新聞組織的關係。最後本文以學者之論述分析，綜合析理出我國地方新聞生產的場域關係，並回應相關的理論觀點。

內容語意上的分析，本研究是以傳播內容「量」的變化來推論「質」的變化，是一種質量並重的研究方法。在方法上注重系統、客觀及定量的方式。在範圍上，不僅分析傳播內容的信息，而且分析整個傳播過程。在價值上，不只是針對傳播內容作敘述性的解說，並推論整個社會文化對傳播過程的影響（Lindlof, 1995）。首先，本研究以民視與台視的電視新聞內容分析，作為地方新聞的類型，此一內容分析的目的在於理解新聞組織的地方新聞產出（Tuchman, 1978）。

如上文所討論，電視地方新聞生產場域可以歸納出實踐、結構及文化等三個方向，準此本研究分析地方新聞產製的三個面向，第一是，新聞組織在產業中的位置，此一面向主要是分析新聞內容的產出；第二，組織主管在新聞產製過程中之介入情形，此一面向著重於新聞管理階層在地方新聞產出所扮演的角色；最後是，科技在新聞產製過程中應用程度，此一面向著重新聞組織如何應用廣電科技傳播地方新聞。

本研究受訪對象為無線電視台的地方新聞及媒介專業人士。研究的主題旨在理解廣電科技自由化對媒體組織的產製型態之影響。在實証資料的收集上著重於地方新聞的產製過程與影響因素，以反映媒體組織在地方新聞的生產組態。因此，本研究的電視新聞分析為民視與台視兩家無線電視台新聞：台灣電視公司無線電視台（以下簡稱台視）及民間全民電視公司的新聞電視台（以下簡稱民視）的內容監看為取樣電視頻道。台視及民視為國內兩個民營的電視頻道，兩者的經營型態為民營電視台，台視為最近民營化之電視台，其電視新聞的發展值得重視。民視則是我國另外一家民營電視台，抽樣取得2009年7月的三、四兩周（不含周六及周日）監看203 則電視新聞；第二種資料收集的方法，本研究進行專家深度訪談，以理清社會文化結構與新聞組織的生產關係，訪談人員請見附錄一。訪談的對象主要為媒體專業人士，包括前地方新聞記者、電視台新聞主管、電子報新聞主編、社會新聞記者及社區傳播工作者等共十位。

**肆、微影像新聞的分析**

地方新聞影像的轉化反映在低階影像成為地方新聞的新題材上，本研究發現有13%的社會新聞（8則）是透過科技影像（如網路或社區監看系統）取得，就Williams（1975）所提出電視流（Flow）的理論而言，此一理論面向研究者試著對廣電媒體組織與社會文化權力之關係，進行集體意識面上的討論，低階影像式的地方新聞生產反映的是媒體組織菁英對於閱聽眾日常資訊生活的之想像，但進一步延伸的問題是：在廣電媒介傳播的架構下，地方記者的生產型態是否產生變遷，而影響地方新聞的製播。

在全民記者之時代下，媒體新聞工作者A1以自己的親身經歷來說明此一生產關係之變遷，使用影像的消費者也可成為地方新聞的生產者，進而影響媒體的公共性。

對，那個youtube什麼…新聞變得比較戲謔的、詼諧的，比如說網路：飆車、貓啦、狗啦、小朋友很可愛啦，他們也是有個啟示，因為他們也怕網路新聞的真實性。所以引用youtobe，第一個：授權的問題，打youtube都ok，不會告你侵權。但他們比如說不敢去碰政治的問題，像youtube出來的東西，比如說檳榔西施、開車、或是穿著很辣那些方面的，他不敢用網路上有關政治上的什麼東西，他不敢，因為它的影響力太大了，萬一一個引用錯誤就完蛋了，你一定要賠出你的聲譽來。

另外，影像新聞的普及也影響報紙地方記者的表現評估。以國內電子報為例，地方記者的考績需要納入影像新聞的刊播比率，此一組織產出（output）的結構影響了地方記者過去以文字式獨家新聞的經營。此外，一些地方文字記者的獨家新聞，並不像以往能夠引起電視台新聞記者的跟進，並且引發社會大眾對議題的討論，而形成議題上論述空間（A2受訪者）。

相關研究發現指出，消息來源也是具有媒體資源近用上的差別，如醫院的醫療人員較能享有登上地方媒體受訪的機會（邱玉蟬，2007），而一些民眾的意見往往就需要依賴流行影像來帶動了。

地方記者希望有更大的空間來建立地方新聞的分類方式，相關的研究發現指出，地方記者希望台北編輯台對地方新聞的要求，從獨家觀點報導變成「獨到觀點報導」，也就是有深度的內容取代膚淺的報導（顏聖章，2008，頁15）。

但此一科技結構下的影響是，低成本的微型科技影像取代了常與記者互動的地方團體，成為台北新聞台支配地方記者的工具，近而改變了新聞影像內容與地方記者的關係。每個人都有成名的慾望，在收視率結構下觀察想成名的慾望也轉化了地方知識的生產型態，其內容呈現方式也是較片段而不連續的，而此一媒體環境也漸漸邊緣化了地方新聞工作者的新聞實踐。

事實上，如普普藝術家所稱每個人都有成名的15分鐘（famous for fifteen minutes），低階的電子攝像器材，成為每個想成名的民眾一個工具，雖然電視台不會打出投稿人的名字或教育背景，不過看見熟悉的地理空間被播出，投稿民眾仍然很有成就感，這樣的傳播型態可以促進媒體資源的近用，擴大公共領域的參與，但在新聞影像結構下，地方認同可能產生偏差。

報社的司法記者坦承一大早就收到電視台的同業要相關人員的電話，想使社會新聞的相關人員之聲音或背影上電視畫面，以增加電視新聞的視覺性，但是新聞收視管理的背後，使記者以受訪者的身體表徵，作為收視率保証之想像。理論上，電視媒體作為一個公共溝通的媒介，但是組織外的環境已經產生變化，使地方真實性更為被主管掌控。（A10受訪者）。

綜而言之，我國電視新聞組織溝通型態之變遷，來自於一個在全球網絡流通的廣電新聞影像，此一生產環境是透過組織外部衛星電視新聞頻道的競爭，改變新聞編輯的內部流程，使新奇新聞成為主要的地方新聞型態；另一方面低階新聞畫面的增加，促成實境新聞類型（reality TV）的出現，自拍上傳的地方影像內容也影響了地方電視作為多元文化外顯之科技。學者趙雅麗（2005）指出，視覺化的媒介是新興產業的創作風格之一，地方豐富的文化地景理應成為新聞產業轉向文化產業之契機，以保持地方與區域文化的完整性。但是本研究發現，我國地方新聞內容卻被科技結構所取代，使廣電科技無法與地方日常生活進行連結（communication），以致大型廣電科技欠缺地方溝通之特質，此一現象似乎反思了傳播科技決定論者，對科技進步有助社區建構之過度樂觀的假設。以下針對電視新聞地方感的偏向全球影像結構，歸納出幾點特質：

一 影響微地方新聞的產製因素

電視台對於地方文化價值的標準，可以將媒體的文化資源轉化為地方知識的生產資源，但是整體而言，對於地方文化生活的呈現是明顯不足的（under-represented），就產業環境分析而言，其因素是為因新聞頻道過度競爭下的結果，因此我國地方新聞的生產型態，仍得依賴經營者特定的理念所支持，地方媒介的自主是需要有地方認同意識的媒介支持，才得以實踐。產業環境變遷的原因之一是因為生產場域的轉移，過去的全國電視台自我簡化為台北地區的電視台，著重消費經濟報導的報導，以尋求新聞影像市場的定位，其二，廣電科技微型化（如道路監視器或手機影片、youtube流傳影像）的低階生產效應，進一步弱化地方記者與台北新聞中心的連繫。

低階影像的充斥是產業溝通環境改變的因素之一，也是阻礙地方知識傳播的一個關鍵，廣電學者認為這是個媒體偷窺（media voyeurism）的現象。Calvert指出，媒體偷窺是指透過大眾媒體與網路，提供大眾觀看那些顯然是他人無防備之真正生活的私密影像和訊息，其目的雖然不全然是為了娛樂，並且往往犧牲他人的隱私與溝通討論之權益（Calvert, 2000／林惠娸、陳雅汝譯，2003，頁8）。

二 對多元文化的影響

地區民眾是地方新聞的主要接收者，其新聞內容的品質，攸關其對地方事務的理解及看法，進而影響文化參與（吳秀麗，2002）。本研究在新聞採訪實務上的意義是，廣電頻道的自由化過程對地方新聞內容的影響為何，由上述發現可知，在科技場域的結構下，公民團體在科技資源近用上遠不及警政當局，是地方知識型式無法進入組織產製偏差(bias) 的原因之一。即因著廣電頻道的進一步開放，使得科技與地方傳播關係 日益複雜 地方記者在供稿壓力下，使記者過度偏重警察檢調單位等消息來源，而使生活世界不確定(uncertainty)，其內容過多的新奇新聞，此一因素使生活場域無法完備。

但是，較特殊的地方新聞類型是，結合個人生活體驗之社群性的地方新聞。就本研究的發現而言，媒體的社會資本結構是影響此一報導型態的因素。比較值得注意的是在文化團體與媒體近用的研究問題上，研究發現顯示民視記者在公民近用的議題，比較是屬於組織式社團近用，在社區/群傳播的相關理論概念下，組織式社團近用，是否在地方新聞場域是記者近用性較高者，值得進一步地廓清。

對於社區/群傳播的研究，本研究指出在新聞產制的理論脈絡下，電視台地方觀點面對衛星電視新聞頻道競爭的重要性。在衛星電視新聞的競爭下，研究指出無線電視台的新聞時段固定，而有線電視台（衛星新聞頻道）則有二十四小時播出的新聞，其中更有較大篇幅的地方新聞，在分眾消費的觀念下，地方民眾喜歡看到和自己相關的訊息，在地方新聞收視的競爭上，顯然有線（衛星新聞）電視台佔了優勢（顏聖章，2003，頁23）。

**伍、結論**

此一微影像新聞建立了電視台處理地方新聞的原則，而此一地方新聞的生產規制，構成地方新聞的採用原則，因而使地方新聞看似地方發生的事件，實則是在媒體管理菁英與地方新聞記者的對話失去了溝通能力之下發生。

從廣電科技與生產場域之概念出發，本文的研究目的在於探討資訊社會下廣電科技在建構媒體公民權上的功能與限制，整體而言，依賴大型廣電科技來傳播地方新聞，在日常生活與傳播的架構下，地方新聞的內容產製被崁入於一科技的權力結構之中（簡妙如，2003）。就此一個案而言，我國地方知識的低度呈現，源自廣電科技的自由化，使廣電媒體組織外廓（outskirt），改變了以往台北編輯台與地方記者之溝通型態，而這樣的台北新聞組織的監控型式，因著真人實境電視的崛起而得以實現（Calvert, 2000／林惠娸、陳雅汝譯，2003）。相關的研究發現指出，廣電科技的自由開放並沒有使地方新聞工作者的報導更為便利，相反地科技場域下的地方新聞，呈現的是一種科技框構式的組織結構（structure），此一科技支配主要來自衛星新聞頻道的興起、主管對收視率追逐及微型影像內容的充斥。此一科技結構支配了地方感的新聞用語（Morley & Robins, 1995／司豔譯2001）。簡而言之，我國地方知識的生產場域，面對的是一個科技所形成的結構，以致地方新聞呈現進入了一科技結構(techno-cracy)的場域之中。

我國廣電媒體的自由過程，雖增進了地方知識的產製空間，但終究受困於高度競爭的衛星新聞頻道的市場中，就本研究的理論脈絡而言，收視率政權影響了組織內部之溝通型態，此一因素使地方媒體植基於（embedding）全球新聞影像結構，使地方圖像趨於社會新聞化，並也壓縮了地方知識的正常呈現，此舉使科技式影像與媒介組織產生了關聯，使地方新聞的文化生產依附於此一科技結構之下，形成地方知識生產上的 “結構”，並轉化成為地方知識生產的規律 （routine）（Tuchmann, 1978）。

媒體組織在規範上（normative）應是國家的文化政策之一環，但是在科技結構因素的影響下，此一政策規範的合理性，在廣電媒介傳播之架構下似乎正在轉化。簡言之，全球化過程下的地方新聞產製環境，使地方多元報導被組織進科技結構之中，此舉影響了地方廣電新聞的呈現，此地方新聞的分類方式，就本研究而言，地方新聞的多元性是與電視台在市場中的位置有關的，就社區傳播的觀點論之，此一生產環境的變遷，對於社區/群傳播的確認了微影像在地方新聞中的準知識型態，此一現象反映了媒介科技一體化的跨媒介經營邏輯影響了地方新聞的呈現(presences)。

**陸、研究建議與限制**

本研究的主軸是側重於我國無線電視台在廣電媒體自由化風潮下，電子媒體在地方新聞產製的組態，地方新聞與傳播內容的多樣的有其重要性及相關性，從媒體傳播訊息過程討論多元文化的呈現，提及尊重的精神是社會發展的基本原則，也是多元文化所重視的態度，就廣電媒體政策上的多元文化而言，核心價值(core value)至少應包括文化近用上的平等此一標準(郭良文、林素甘，2010)。

但研究發現，從電視新聞產製的角度觀察，廣電科技成為轉化地方新聞記者媒介實踐之基礎，被結構化的新聞場域造成我國地方知識呈現的偏差， 此一生產上的偏向，包括（一）、對地方日常生活的低度感應；（二） 地方新聞記者自主性弱化；（三） 地方新聞以奇聞內容為主。

研究發現顯示，廣電科技所產生的媒體變遷，使新奇或社會新聞成為地方新聞的主要類型，地方電視新聞的生產邏輯在於呈現地方特異的文化風格，特異式地方新聞的型態，反映出場域中定義地方新聞的優勢地位，在廣電科技自由化的背景下，地方知識的傳播是以台北新聞菁英想像下的地方來進行。

以民視、台視的晚間新聞為例的研究，地方新聞記者建構出的地方電視，是一多重因子影響的地方媒介景觀（Hamilton, 2002），此一地方新聞生產環境之構成，對社區/群傳播的影響並非單面向，或者潛藏再社區化的可能，本研究建議未來媒介行動者（media advocacy）面對著電視消費內容集團化的問題，如台視主要的地方新聞類型是以消費為主，此一發展有建構地方文化民主的可能或者只是全球消費生活的擴張，值得深思；另一方面，以民視為例，地方新聞記者與組織性社團所建構出的地方電視新聞，其現階段的內容雖然較為零瑣，但此一現象可以被視為地方媒介之初構，此一傳播型態，在民營電視台的生態中，對民眾社會參與的影響，需要更多的無線電視新聞內容的分析，以更理解地方知識的生產型態。

未來的研究建議，民營電視台在媒體與地方市民團體之結構關係是否因地方文化產業的導入而改變。舉例而言，媒體主管為經營其閱聽眾之市場，如電視台周未的綜藝節目，是否影響地方的新聞自主性，或地方的新聞型態，獨家新聞又如何來定義等，以上的問題仍有待進一步研究及理清。

最後，地方媒體的內容如生活新聞內容，即公民組織與生活新聞如何結合成地方文化生產領域（吳秀麗，2002），在台灣社區運動的實踐上其作用為何，是地方新聞產業之發展方向，本文建議除了探討廣電科技對組織環境的影響外，未來研究可思考廣電科技在地方新聞建構上所扮演的角色。

地方知識生產的生產環境分析，其研究目的在於理解當今社會下的本體安定（ontological security）之發展與變遷（Giddens, 1990），Giddens認為，在全球化的時代中知識的生產一方面沿著全球的面向生產；另一方面則倚靠地方的路線進行修正，形成在地轉化—一種認同式政治（identity politics）（Melucci，1996）。但是本研究的發現卻顯示，就電視新聞的產製而言，地方知識的生產被包裹在一個科技場域中，政府廣電部門從文化領域之中去除監理角色之後，取而代之的是台北新聞主管之收視率管理，進而影響地方新聞的正面呈現。本研究個案顯示，科技場域結構所產生的新奇或社會地方新聞類型，資料顯示上反映出組織監控體制在此一場域的優勢，此一專家知識體系（如由編輯台、自拍主播與警政人員所提監控影片構成），建構了人們對地方的觀點與認知，限制了地方知識之生產機制。

在廣電政策的建議上，自民國90年代中期起我國廣電科技自由化的政策方向，實是將地方記者的媒介實踐邊緣化，其政策改善（remedy）之道，在於擺脫大型廣電科技之宿命式影響，轉而推動小型媒體報導之實踐，以改善廣電媒介的外部環境，如推動有線電視金視獎之活動與增加公民影音平台之建構。其次，就政策面向的討論上，對電視地方新聞播出的保障，已經屬於在地知識的生產實踐問題，有必要進一步地思考媒介的形態，如學者馬傑偉指出弱勢團體如何運用不同方式的視覺文本如展示、紀錄片等，以獲得賦權，是公民增進其文化權力的方式（馬傑徫，2009，頁197）。我國地方廣電新聞的生產型態也應有新的思維，如加強電視台與地方博物館合作製播節目，才能降低電視台對外部影像結構的依賴。

**參考書目**

〈金獎缺失 台視算帳〉，《中央社》。（2010年7月14日）。取自http:// [www.cdns.com.tw/20100714/news/sys1/](http://www.cdns.com.tw/20100714/news/sys1/) 。

王正方（2010年10月5日）。〈收視率不應是劣質節目的藉口〉，《聯合報》，A16 民意論壇版。

王泰琍、周慧儀、羅文輝（2010）。〈台灣國際電視新聞的小報化〉，《傳播與社會學刊》，13: 75-108。

司豔譯（2001）。《認同的空間：全球媒介、電子世界景觀和文化邊界》。南京：南京大學出版社。（原書D. Morley & K. Robins[1995]. *Space of identity.* London, UK: Routledge.）

呂雅雯、盧鴻毅、侯心雅（2010）。〈再現貧窮：以電視新聞為例 〉，《新聞學研究》，102: 73-112。

李天鐸（2003）。〈跨國傳播集團在華語地區影視市場的經略脈絡〉，金冠軍、鄭涵（編），《全球化視野：傳媒產業經濟比較研究》，頁156-180。上海：學林出版社。

李光輝（2002）。〈陣痛不斷的電視媒體〉，《廣告雜誌》，136: 86-88。

李政忠（2003）。〈以連結觀點思考媒體業者在全球化趨勢中的經營策略〉，《新聞學研究》，75: 1-36。

李國榮（2005）。《網路經濟下的台灣數位化無線電視發展研究》。世新大學傳播研究所碩士論文。

何明修（2005）。《社會運動概論》。台北：三民書局。

何穎怡譯（1993）。《探索新聞》。台北：遠流出版公司（原書Schudson, M. [1978]. *Discovering the news: a social history of American newspaper*. New York, NY: Basic Publications.）

吳秀麗（2002）。《地方新聞中的地方圖像：台南報紙新聞頭版的內容分析》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。

林本炫（2003）。〈紮根理論研究法評介〉，齊力、林本炫（編），《質性研究方法與資料分析》，頁171-200，嘉義：南華大學。

林惠娸、陳雅汝譯（2003）。《偷窺狂國家：媒體、隱私權與現代文化中的偷窺現象》。 台北：商周出版。（原書Calvert, C. [2000]. *Voyeur Nation*. New York, NY: West-view Press.）

邱玉蟬（2007）。〈醫病形象的媒體建構—醫療糾紛抬棺抗議新聞分析〉，《新聞學研究》，93: 41-81。

高宗仁（2005）。〈關於我國文化資本形成情況的綜合考察〉，《中國文化產業評論》，3: 153-177。

馬傑偉（2009）。〈視覺社運：艾曉明、卜衛對談〉，《傳播與社會學刊》，10: 197-212。

徐苔玲、王志弘譯（2006）。《地方》。台北：群學出版社。（原書Cresswell, T. [2004]. *Place: A short introduction*. London, UK: Blackwell Publishing.）

翁秀琪（2008）。〈公共媒體如何問責〉，《新聞學研究》，96: 187-213。

孫曼蘋（2009）。〈公民新聞2.0：台灣公民新聞與新農業文化再造形塑之初探〉，《傳播與社會學刊》，9: 153-180。

陳炳宏（2001）。〈電視新聞產製與及其影響因分析〉，《傳播產業研究》，頁271-311，台北：五南圖書出版。

陳韜文（2003）。〈不開放不足以成文化：關於全球化中媒體保護與開放的分析〉，金冠軍、鄭涵（編），《全球化視野：傳媒產業經濟比較研究》，頁530-551。上海：學林出版社。

郭良文、林素甘（2010）。〈從參與式觀點反思蘭嶼數位典藏建置之歷程〉，《新聞學研究》，102：151-176。

黃暖雲（2006）。《台灣偶像劇之優勢資源與產製策略分析》。中正大學電傳所碩士論文。

黃德琪、王曉晴（2000年5月）。〈有線電視的戰國時代〉，《廣告雜誌》，125: 110-112。

黃慧敏（2005年11月28日）。〈姚文智：擺脫口水讓真實的台灣綻放出來〉，《中央社》，取自: <Http://epochtimes.com/b5/5/11/28/n1135622.htm>.

馮建三（1998）。《大媒體貳：媒體社會運動》。台北：元尊文化出版社。

馮建三譯（1999）。《資訊社會理論》。台北：遠流出版社。（原書：Webster, F. [1995]. *Theories of the information society*. London, UK: Blackwell Publisher.）

楊起鳳（2010年9月6日）。〈台視向宥勝招手 黃少祺轉台中天〉，《聯合報》，C3版。取自: http://udn.com/NEWS/ENTERTAINMENT/ENT7/5830919.shtml

楊慧瓊（2009）。〈農民的話語權問題—用話語分析的方法透視〉。《傳播與社會學刊》，4:51-74。

趙偉妏、陳晏茵、陳秉逵等譯（2009）。《媒介、文化與社會理論》。台北：韋伯出版社（原書 Stevenson, N. [2002]. *Understanding media cultures: Social theory and mass communication.* London, UK: Sage Publications.）

趙雅麗（2005）。〈什麼是意義經濟？當代社會中意義本質與意義產值的交鋒與辯證〉，《淡江人文社會學刊》，24: 17-32。

蔡筱穎譯（2000）。《布赫迪厄論電視》。台北：麥田出版社。（原書 Bourdieu, P. [1996]. *Sur La television suivi de L’Emprise du journalisme.* Paris, FR: Liber-Raisons d’Agir.）

簡妙如（2003）。〈全球化的更真實狂熱：真人實境節目的心理技術〉，《新聞學研究》，94: 1-60。

顏聖章（2003年9月5日）。〈電視地方新聞如何在新聞產製過程中出現〉。取自：「中華傳播學會網站」<http://ccs.nccu.edu.tw/history_paper_content>.php.

邊明道 陳心懿譯（2005）。《傳播政策基本原理—電子媒體管制的原則與過程》。台北：揚智出版社。（原書Napoli, P. M. [2001]. *Foundations of communication policy: Principles and process in the regulation of electronic media.* New York, NY: Hampton Press.）。

Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism.* London, UK: Verso.

Aufderheide, P. (1999). *Communications policy and the public interest: The Telecommunications Act of 1996*. New York, NY: Guilford Press.

Barnett, C. (1998). The contradictions of broadcasting reform in post-apartheid Africa. *Review of African Political Economy*, *25*(7), 551-70.

Boyd-Barrett, O. (1998). Media imperialism reformulated. In D. Thussu (Ed.), *Electronic empires: Global media and local resistance* (pp.120-134) New York, NY: Oxford University Press.

Browne, D. (1990). Aboriginal radio in Australia: From dreamtime to prime time. *Journal of Communication* ,*40*(1),111-120.

Castells, M (1996). *The Power of Identity*. London, UK: Blackwell.

Catalbas, D. (2000). Broadcasting deregulation in Turkey: Uniformity within diversity. In J. Curran (Ed.), *Media, organizations in society* (pp.127-148) London, UK: Arnold.

Chin, S. (1997). Broadcasting and new media policies in Taiwan. In A. Sreberny-Mohammadi, D. Winseck, J. McKenna & O. Boyd-Barrett (Eds.), *Media in global context* (pp.78-94) London, UK: Arnold.

Crane, D. (1994). Introduction: The challenge of the sociology of culture to sociology as a discipline. In D. Crane (Ed.), *The sociology of culture* (pp.1-20) Cambridge, MA: Blackwell Publishers.

DiMaggio, P. (1991). Constructing an organizational field as a professional project: U.S. Art Museums, 1920-1940. In P. DiMaggio & W. Powell (Eds.), *The new institutionalism in organization analysis.* (pp.267-292) Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: Citizenship, democracy, and the media.* London, UK: Sage Publications.

Fourie, P., & De Jager, R. (1998). Global Media: South Africa in A. Albarran and S. Chan-Olmsted (Eds.), *Global Media-economics* (pp.217-232) Ames, Iowa: Iowa State University Press.

Geertz, C. (1973). *The interpretation of culture.* New York, NY: Basic Books

Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Hamilton, A. (2002). The national picture: Thai media and cultural identity. In F. Ginsburg, L. Abu-Lighod & B. Larkin (Eds.), *Media worlds: Anthropology on new terrain* (pp. 152-169) Berkeley, CA: University of California Press.

Hall, S. (1997). The centrality of culture: Notes on the cultural revolution of our time. In K. Thompson (Ed.), *Media and Cultural regulation* (pp. 207-238) London, UK: The Open University.

Heo, C., Uhm, K.Y., & Chang, J.H. (2000). South Korea.In S. Gunaratne (Ed.), *Handbook of the media in Asia* (pp.611-37) London, UK: Sage.

Howley, K. (2005). *Community media: People, places, and communication technologies.* Cambridge, UK: Cambridge University Press.

King, D., & Mele, C. (1999). Making public access television: Community participation, media literacy and the public sphere. *Journal of Broadcasting and Electronic Media,* *43*(4), 603-23.

Kraidy, M. M. (1998). Broadcasting regulation and civil society in Postwar Lebanon. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, *42*(3), 387-400.

Kuhn, R. (2000). Squaring the circle? The reconcilization of economic liberalization and cultural values in French television. In J. Curran & M.J. Park (Eds), *De-westernizing media studies* (pp.324-34) New York, NY: Routledge.

Krauss, E. (1996). Portraying the state: NHK television news and politics. In S. Pharr and E. Krauss (eds), *Media and Politics in Japan* (pp. 89-130) Honolulu, Hawaii: University of Hawaii Press.

Lindlof, T. R. (1995). *Qualitative communication research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Mattelart, A. (2000). *Networking the world.* Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Majone, G. (1989). *Evidence, argument, and persuasion in the policy process.* New Haven, MA: Yale University Press.

McGuigan, J. (2002). *Culture and public sphere.* London, UK: Routledge.

McDowell, S. (2001). The Un-sovereign Century: Canada’s Media Industries and Cultural policies. In N. Morris & S. Waibord (Eds.), *Media and Globalization* (pp. 117-132) New York, NY: Rowman and Littlefield Publishers.

Ryan, C. (1991). *Prime time activism: Media strategy for grassroots organizing.* Boston, MA: South End Press.

Saito, S. (2000). Japan. In S. Gunaratne (Ed.), *Handbook of the media in Asia* (pp.561-587). London, UK: Sage.

Straubhaar, J. (2001). Brazil: The role of the state in world television. In N. Morris & S. Waibord (Eds.), *Media and Globalizatio*n (pp. 133-155). New York, NY: Rowman and Littlefield Publishers.

Su, H., & Chen, S. Y. (2001). *Class, genre, and the viewing behavior of domestic and foreign programming in Taiwan.* Paper presented at the annual meeting of the Conference of Digital Communication and Telecommunication, Chia-Yi, Taiwan.

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality.* London, UK: Collier Macmillan Publishers.

Thussu, D. K. (2000). *International Communication—continuity and change*. London, UK: Arnold.

Weiser, P. (2000) Promoting informed deliberation and a First Amendment doctrine for a digital age. In S. Chambers & A. Costain (Eds.), *Deliberation, democracy and the media* ( pp.11-26). New York, NY: Roman and Littlefield Publishers.

Williams, R. (1975). *Television, technology and cultural form.* London, UK: Routledge.

Wilk, R. (2002). Television, time, and the national imaginary in Belize. In F. Ginsburg, L. Abu-Lighod & B. Larkin (Eds.), *Media worlds: Anthropology on new terrain* (pp.171-186) Berkeley, CA: University of California Press.

Yang, M. M. (2002). Mass media and transnational subjectivity in Shanghai: Notes on re-cosmopolitanism in a Chinese Metropolis. In F. Ginsburg, L. Abu-Lighod, & B. Larkin (Eds.), *Media worlds: Anthropology on new terrain* (pp.189-210) Berkeley, CA: University of California Press.

Yeap, S. B. (1994). The emergence of an Asian-center perspective: Singapore’s media regionalization strategies. *Asia Media*, *21*(2), 63-72.

討題上域的規章在費或

**附錄一：本研究受訪人員資料**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 編號 | 性別 | 年資 | 工作現況 | 受訪時間 |
| A1 | 男 | 15年 | 電子報主編 | 2010.07 |
| A2 | 男 | 15年 | 電視台地方記者 | 2010/04 |
| A3 | 男 | 5年 | 曾任地方記者 | 2010/08 |
| A4 | 男 | 10年 | 衛星電視新聞主管 | 2010/08 |
| A5 | 女 | 12年 | 前電視新聞主播 | 2009/06 |
| A6 | 女 | 10年 | 傳媒公司主管 | 2009/06 |
| A8 | 男 | 3年 | 社區傳播工作者 | 2010/05 |
| A9 | 男 | 10年 | 民視節目部研究員 | 2010/06 |
| A10 | 男 | 12年 | 中國時報司法記者 | 2010/06 |

資料來源 ：本研究整理

**Media information and local knowledge: a cultural communication approach**

### ABSTRACT

Employing with a media production approach, the paper examines the role of broadcasting technology on the production of local television news in Taiwan. There is evidence to show that the state sought to create an efficient television production market that integrated both national and an Asian regional television system in the early 2000s. However, the liberalization of broadcasting technologies has transformed the presentation of local TV news. With an analysis of television local news and in-depth interviews, the author illustrate that there is strong degree of TV news presentation and the television’s cultural proximity and argues that the autonomy of local television reporters has been undermined by the process of regionalizing TV market.

Comparing with relevant theoretical concepts, such institutional constraints come from the organizational internal factors. In terms of promoting media production, the constrain mainly come from a competing television news market brought by the over-crowed satellite broadcasters; more importantly, the ongoing supply of video materials uploaded by the amateur video makers, which has substituted the local reporters’ works.

**Keywords**: broadcasting technologies, local identity, production, TV news