

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

馮建三

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

馮建三

台灣社會研究叢刊-05

Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies
Research Series-05 1995

發行人：周渝

社長：夏鑄九

總編輯：羅克文

助理編輯：李佳靜

編輯委員

國內：王振寰、江士林、呂正惠、吳泉源、何春桂、夏鑄九、陳忠信、陳光興、張景森、傅大為、賀端華、甯應斌、馮建三、黃毓秀、黃程貫、蔡建仁、趙剛、錢新坦、錢永祥、鄭村棋、羅克文
(依姓氏筆劃序)

國外：丘延亮(香港)、陳滋茂(英西)、廖幼田(加拿大)
許達然(美中)、李榮武(美東)

編輯顧問

王杏慶、成露茜、李永熾、吳乃德、吳曉敏、林俊義、高承恕、徐正光、梁其姿、張復、鄭欽仁
(依姓氏筆劃序)

定價：200元

請劃撥 0587838-5 唐山出版社帳戶

國外訂購：CHEN LUNG HAO

Mr. Chen Lung-Hao

201, N LA FRANCE AVE., #B, ALHAMBRA, CA, 91801 U. S. A.

發行所：台北市新生南路三段16巷1號

排版：天翼電腦排版印刷股份有限公司

印刷者：優文印刷廠

行政院新聞局出版事業登記證局版台誌字第6395號

中華郵政台北字第2634號執照登記為雜誌交寄

未經本刊及作者同意不得轉載

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

馮建三

1. 公共電視 2. 線纜電視 3. 衛星電視 4. 異議收音機

封面：'Big brother, we're watching' (by Dan Thibidoux)

目錄

目錄 i

表格目錄 iii

報章雜誌及年代書寫說明 v

序言 vii

第一章 再思考「影視帝國主義再思考」 1

前言

第一節 影視帝國主義的國族、經濟與文化面向 4

第二節 影視科技與影視帝國主義的浮現及擴張 10

第三節 抗拒影視帝國主義：跨國合作？ 19

結語 從在地的公共性作起 27

第二章 「開放」電視頻道的政治經濟學 31

前言

第一節 政治壓力與頻道「開放」 33

第二節 經濟利益與衛星、線纜電視 35

第三節 財團、政黨與電視資源 39

第四節 全球電視文化的資本化 49

結語 調整認知才有策略 59

第三章 公共電視的解構與建構 67

前言

第一節 什麼是「公共」電視：三種模式 68

第二節 公共電視危機探源：四類因素 76

第三節 台灣「公共」電視的來龍去脈	90
結語 走出階段決定論的框架	118
第四章 異議媒體的停滯與流變之初探：從政論雜誌到 地下電台	123
前言	
第一節 異議媒體的演變與國家機器的管制	126
第二節 異議媒體的演變與市場機能的管制	132
第三節 「地下電台」的崛起及殞落？	139
第四節 從「黨外雜誌」的讀者到「地下電台」的聽眾	151
第五節 「地下電台」的國際經驗：三個模式	158
結語 一些永續異議電台的規範性探討	171
參考書目	177
索引	205

表格目錄

表1.1 台灣影視產品進口值估計過程及估計值，1993	6
表1.2 美國境內戲院電影的流通順序：價格、營收與觀眾資料，1985	11
表1.3 台灣錄影帶租售店、線纜及衛星電視的使用戶數與錄放影機 普及率，1989-1994	14
表1.4 BBC 合製節目佔節目總製作成本比例變動情況，1979-1991	22
表2.1 台、中與華視廣告收入及全部媒體廣告收入及增加率之比 較，1988-1992	46
表2.2 美國有線與無線電視收入、有線普及率，1980-1992	47
表2.3 調頻收音機頻道申請案件分析，依地理區域分，1993	61
表3.1 整體美國人及美國公視觀眾的人口學特徵，1988	73
表3.2 英國、法國、西德、美國與日本每人每日收看電視分鐘數， 1976-1989	79
表3.3 BBC 之執照費收入與商業部門收入的百分比， 1975-1990	85
表3.4 台灣版公共電視大事記，1980.2.6-1992.10.26	92
表3.5 台灣反電視媒體的具體行事大事記，1989.6-1992.9.21	102
表3.6 廣播電視事業發展基金收入與支出，1986-1991	107
表3.7 台灣版公共電視歷年節目經費支出金額與節目委製外購時 數，1984.5.23-1992.6.30	108
表3.8 台灣版公共電視的研究成果，1984-1992	108
表3.9 英國獨立電視公司納稅比率，1965-1974	112
表3.10 英國獨立電視公司收入與支出資料，1975-1990	113

表4.1	黨外政論雜誌創刊及查禁或停刊數的對照，1979-1985...	130
表4.2	無黨籍及國民黨籍大專院校教師對政論雜誌的評價，1988	135
表4.3	地下電台反體制行動、執政黨行動/抄台理由、在野黨及主流 輿論的反應，1994.2.22-1995.2.6	141
表4.4	大台北地區無線電計程衝突事件，1990-1993.....	149
表4.5	三家政論雜誌銷數及其訂戶資料，1983.2	153
表4.6	六家地下電台聽眾扣應基本資料，1994.12.....	153
表4.7	中國時報與聯合報言論版的投書讀者身份及發言比重分析， 1994.12.....	154
表4.8	義大利、台灣地區與台北縣市收音機電台數量比較，1978/ 1994	162

報章雜誌及年代書寫說明

1. 由於引用報紙及雜誌資料繁多，為節省篇幅，均以最簡易方式表達日期及頁碼或版次，如「1994.10.20:20」指的是「1994年10月20日第20版」。
2. 年代紀元部份，為求一致，無論是國內或國際大事，全部使用西元年號。

序 言

一九九〇年代的台灣電視及廣播收音機環境生態，變遷巨大。

電視的變局方面，「線纜電視」非法運作了十多年，最後在一九九三年七月的有線電視法通過以後，暫時取得執照，第一批依據前法而營業的線纜電視業者，名單可望今年底以前公佈。「公共電視台」在一九九〇年正式由行政院推動，歷經波折，至今尚未誕生，但這個脫胎於六年國建計畫項目之一的公視建台過程，已經突顯我國政府電視政策的若干問題，其中之一是電波資源的配用，似乎不見高明。比如，在公視已經耗費巨資，規劃配由其使用的超高頻道以後，政府才宣佈現階段傳輸效果較好的特高頻（七六至八八兆赫），可以作為電視頻道，但這十二兆赫的電波資源，並非公視使用，而是要作為「第四家商業特高頻無線電視網」之用，新聞局並且已經就此展開評審，結果也很有可能在今年底前揭曉。使用超高頻的「衛星電視」，在本地的發展，其迅速與欠缺規範，似乎舉世僅見，從一九九一年十月二十一日香港的衛視中文台開播至今年元月十六日，以台灣作為唯一或主要市場的衛星頻道，已高達二十五個。

廣播收音機發生變化的登場時間，最早應該也是在一九九〇年。當年五月十五日，報端首次出現廣告，敦請大台北地區民眾收聽廣告主對民進黨祕書長張俊宏的現場訪問。一九九二年，正式使用固定頻道，未經申請就使用電波的廣播節目，每日在台北天空飄蕩，並在去（一九九四）年引發連環效應，最多時候，全台灣地區曾有近五十家未經申請的「地下電台」存在。在這段期間，政府也陸續開放調幅及調頻的無線電波頻道，從一九九三年底至去年十二月二十四日，共公佈了四次新頻道獲配用者的名單；與此同時，政府也從去年四月至今年一月，對未申設而使用電波的電台，進行取締工作，總計抄台十二

次，其中八次集中在今年元月。

發生在福爾摩沙廣電媒體的變化，似乎不能說是孤立的現象。從流行媒體的零星報導以及學術論文，我們不時可以得知許多國家類同的發展進程。其中筆者能夠讀到的英語文獻顯示，東歐集團以外的歐洲國家，其廣電產權的更替及廣電頻道播送的美國商業節目之比例，近幾年來的變化，在許多方面尤其與台灣接近，差異點在於這些國家的歷史過程所涵育的公共力量較為深入與普遍，因此比較具有規劃及執行廣電政策的能力，是以這些政策所能夠產生的效果，與我國也就不同。最後一點差別是，她們的廣電生態胎動，順序由收音機的改變開始，然後才是電視，而其產生變革的年代則早於台灣五至十五年不等。

異地而並舉，近年來這些不等地理區域的廣電變革，到底應該如何理解？可以如何理解？如書名所示，筆者選取「政治經濟學」作為考察這些現象的認知架構。

景隨英國大眾傳播的政經研究先驅人物梅鐸與戈丁 (Graham Murdock and Peter Golding) 的立場，本書採用的政治經濟學取向，並不只是指科際整合，不只是研究政治過程與市場經濟的互動或交相滲透，它還代表了一個世界觀，具有規範性的內涵 (normative implications)。就其完整的面貌來說，這個政治經濟學取向所要研究的是，為什麼隨著歷史的往前推移，大眾傳播媒體在資本積累及統治意識形態的建構過程，佔據的位置日見顯著，扮演的角色也日見吃重，而如此的趨勢，又為什麼會在不同階級身上，刻度明暗不一的印痕，致而失調並引發衝突與變遷。

不過，輯錄在本書的五篇論文（首篇實際上由兩篇組合而成，詳後），符合前述完整面貌的日程，為時尚遠，它既沒有充份回答為什麼的問題，也沒有觸及意識形態的面向，並且只截取一九九〇年代的台

灣，析論其大眾傳播體系當中的一部份。因此，這些論文最多只是一個尚須後續努力才能補齊的嘗試，它們企圖將資本積累的運動邏輯，置放於世界資本主義經濟體系 (capitalist world-economy) 的動態發展過程，然後探討跨國的廣電資本、台灣的廣電資本及台灣的國家機器，三者如何結盟與衝突（第一章與第二章），其次，它們分析在這三股力量交錯折衝下，究竟存在著多少公共力量與其抗衡，而又產生多少成效（第三章與第四章）。總加起來，本書勾勒了過去五、六年來，廣電資本運動在台灣這塊地理空間所展現的形構。以下再逐次簡述各章論文。

首章論文取材自一篇論文，〈傳播權的內與外：關於文化資本化、新傳播科技與另類播權的若干思考〉（原發表於香港一九九二年六月的「華人地區傳播權研討會」，並被收入會議論文集，將於一九九五年出版；該文亦曾略作修訂後以〈再思考「傳播帝國主義再思考」〉發表於一九九二年十月的《當代》月刊），以及一篇研究報告，《歐洲共同體的 GATT 影視產業政策分析及其對台灣的參考價值評估》。本文根據這兩個來源，刪減幅度較大，並略微增加前二文未發表的材料，它從經濟邏輯（即資本積累的運動），而不是地理空間的移動（即民族文化存續）的角度，分析一九八〇年代中後期以來，美國商業電視產品利用錄影、線纜及衛星等科技，滲透台灣及歐體的電視系統的內外成因及過程，並評估它所引發的歐體跨國聯手應對美國好萊塢產品，以及台灣、香港及中共的兩岸三地合作製片之提議，可以如何看待。

第二篇論文分析起自一九八九年末以來，持續至今的「開放」電視頻道浪潮。該文認為，這股風浪的攻堅重點，停留在從其新聞的政治表現，批判黨政軍經營的台視、中視與華視問題，相應之下，似乎不再願意勇於面對另一個事實，亦即這三家特高頻電視及新興的線纜與衛星電視，在現有制度安排下，最終都不能脫離商業控制。如此一

來，由於提問的重點不是誰爲了什麼原因，在什麼社會關係下而經營這些電視資源，影視科技發達的不民主現象，可能難以避免，公民身份的萎縮與消費身份的凸顯以及影視雙元結構的出現、鞏固與擴充，也就成爲本地民眾必須面對的險惡境遇。本文並根據這些分析，提出若干原則，規範性地討論台灣電視生態的改造前景。原文發表於《台灣社會研究季刊》一九九四年三月，第十六期，頁七十九至一一八。

作爲「澄社」報告的一部份，〈公共電視的解構與建構〉這篇論文解析三種意義不等的公共電視模式，然後分別從政治、經濟、科技與科層組織等四個因素，說明公共電視制度及公共電視頻道在西歐多個國家及美國，從其誕生以來至一九九〇年代初期的表現與面臨的挑戰及轉變。有了這些知彼的準備，該文切進本地個案，探討爲什麼在歐美的公視模式險象環生之際，台灣的公共電視「節目」反而似乎是要升級成爲公視「頻道」。最後，經由以上剖析，本文雖然質疑國府成立公視頻道的動機與其實際效果，但仍然從規範性立場，就制度上（尤其是財政及人事設計）提出若干討論與建議，期望我們真正能得到較多名實相符成份的公共電視頻道，作爲興革整體電視生態的一部份。原文發表於鄭瑞城等人的《解構廣電媒體》，一九九三年五月，頁三七至四一〇。

〈異議媒體的停滯與流變之初探〉一文的析論範圍，固然廣汎，但剖析的原點，主要是去（一九九四）年地下收音機電台風潮掀起的過程及社會意義，從中再上下求索並左右縱橫，兼及台灣的政論雜誌及影像攝錄工具，以及海外的公益收音機電台的歷史經驗，冀望這些實例能夠定位、彰顯台灣地下電台的性質。該文論稱，這些電台在內的異議媒體，確實與政治上的反對國府運動，尤其是選舉，難以畫清關係，但因爲收音機具有若干技術特性，使它能夠克服資本及組織科層的某些不民主傾向，致而比較容易取得公民以捐款、雙向溝通與參

加營運等方式，創造較能符合公共領域性質的電子媒體，在較程度上，超脫歷來異議媒體的政治選舉與地理主權觀的限制。本文最後指出，在實踐這個技術上的可能性之過程，關注這個媒體之前景的人士，應該特別注意資本力量如何假手國家機器的侵蝕。原文發表於《台灣社會研究季刊》七週年研討會，一九九五年元月二十二日，修訂後已發表於《台灣社會研究季刊》。

在廣電媒體以外，台灣電影業在近幾年來的演變，幅度亦相當廣泛，值得在此簡單勾勒數筆，作爲提示他日析論的用途。一九八九及一九九四年，台灣演藝人員與資本爲主所拍攝的電影《悲情城市》與《愛情萬歲》，相隔五年，先後得到威尼斯國際影展的最大獎項金獅獎。其間並有多種台資（演藝及製片人員則來自中國大陸與香港）電影分別在法國坎城、德國柏林及日本東京等知名國際影展，陸續得到肯定。與在國際空間的表現，呈現強烈對照，台灣在地空間的電影製片業，從一九八〇年代初期開始顯露的疲態，迄至晚近，並沒有復甦的跡象。最後，爲了因應香港將在一九九七年回歸中共統治的新情勢，國府在二、三年前提出了亞太營運中心的規劃。到了去年，突然傳出該規劃案亦將包括亞太媒體中心的新聞，同年七月底美國麥肯錫(McKinsey)公司並向經建會提出一份草稿報告。到了九月十四日，經建會新聞稿却指出，相關單位籌謀已有三年多的國家電影中心，並無設置必要。次(九月十五)日，總統李登輝接見甫獲金獅獎的《愛情萬歲》演員，並再度提及社區文化與社區電影院的意義。十八日，百餘位電影藝文人士聯名爲電影中心請命。二十一日，新聞局副局長吳中立至經建會第七五四次委員會報告，席間，經建會翻轉自身十四日的意見，表示將支持電影中心的提案。

用腦說明了這本書的論文大要以後，慣例似乎是容許作者用點心，感懷式地再說一些話，希望不算多餘。

如書名所示，四篇論文都與目前尚在生發的廣電現象相關。我想，除了這是生活環境如此，無法讓人不感應以外，這與新聞或大眾傳播這個現象與教育工作的性質，或多或少也有些關係。但這可能構成另一個問題，也就是對現狀作幾乎是同步的分析，比較無法周延，尤其是台灣在內的許多工業後進國家，經常讓濃厚社會及個人意識交相滲透、鍛鍊，並因而感受焦慮的勞動者，在審度實踐的具體內涵之路途，面對人手不足而難以適度分工的情況下，必須同時從事一項以上的事務，致使撥付給學術論文的寫作時間，常常捉襟見肘，使得本書的論文，也就記錄長於分析，分析又多過見解；而作者在目睹廣電運作之不合理、紊亂的情況於眼前翻滾時，部份遣詞措字流於氣盛，可能因為沒有溫良恭儉讓的考慮，使其溝通的有效程度，因此減低亦未為可知。但曾經存在的畢竟還是要曾經存在，所以現在結集成冊，除了修正錯別字及語意不清楚的地方，並統一體例與引用書目以外，這些文字表現全數照錄，作為反映當時工作環境的記錄之一。

鄭瑞城老師評論本書第四篇論文時，指出廣汎留意報紙資料，是筆者論述之長，却也是短處。前者，只是動手動剪的功夫，大概也不好說什麼長處；後者却真正打中要害，新聞報導的正確性（鄭老師是少數對此進行經驗研究的人），經常必須審慎對待，但論文寫作又無法不引用，除了研究者自行查對不同報紙的刊載，儘量降低引用的失實程度以外，這個審慎對待的態度，應該可以說也透露了新聞事業與學院研究之間，是存在依存與緊張的關係。與本書論文的寫作同步進展，筆者對媒體及學院兩種方式、兩種不同知識的生產，也進行著若干探討工作，自己也常常為了「以身試法」，測度兩間接觸的過程而在報端撰稿。對許多擁有相同機會的人來說，撰寫時論既是負擔也是特權，既是學習也是傳達自己意見的經驗，而對筆者來說，敲鍵列印胸臆所見，則有時候又添加了一份為研究而作的探索衝動。

但依存與緊張並存，不好說只是媒體與學院兩界所特有，而似乎應該說是社會存在的本質如此。回國近五年，耳聞之外，自己也得到機會參加了學院人士為主的數個團體，對於知識份子所能夠結合共事的項目，以及共事成效，經常受到彼此的情緒、意氣、成員的人際關係與政治判斷的影響，親身略有體會，所以時而懷疑自己沒有定見、優柔寡斷與見不得衝突，不完全能夠掌握良好溝通與批評情境的實質內涵，並因此知道自己在結社與創造共同經驗的道路上，還需要很多的學習與調適。推進具備進步意義的創造活動，不能只求政治立場的同調，情感的交流與循此構築的團結氛圍，同樣也很重要。

最後，對於閱讀、寫作與結社運動的過程，帶給我自己的豐裕與改造，筆者心存感念，希望這些文字能夠作為回饋之一。完成這些自己找上門來的論文，我想要感謝提供寫作契機的鄭瑞城老師（第一與第三章）、陳世敏老師（第一章）、《台灣社會研究季刊》舉辦的創社七週年研討會及社長夏鑄九教授（第四章）與孫秀憲博士（第二章）。對於政大與淡江的同學，希望各位知道，諸位平日的發問與節日的噓寒問暖，都是讓我不敢怠惰的力量，也希望各位發現，這些資料與說法，至少比上課時候的講述，沒有那麼前言搭不上後語，多少有了一點系統。對於綺雯、銘如與凱亨，還有緣份不滿千日的玠慈，如果察覺我待在家中時間有些太長，只會躲貓貓，如果察覺我只會建議以散步山郊作為娛樂的方式，你們要趕快說出不滿，我與大多數人組合而成的社會慣性相同，沒有足夠的壓力不會變。對於父母，借用這個機會再請你們相信我真的不是那麼忙，不但沒有睡眠不足，反而是忙裡偷閒爬爬山，閒來無事爬爬山，而且以後也要多花點時間陪你們，散散步說說話。

馮建三

一九九五年二月

第一章 再思考「影視帝國主義再思考」

前言

一九七〇年代末期，資本主義世界經濟體系仍然處於石油危機的震盪餘波，當時的政經情勢低疲，尚未充份開發新興的傳播科技產品。身處這樣的局面之下，傳播學者李金銓在「再思考媒介帝國主義」是否可以適用於台灣的時候，曾經這麼說：「事實擺在眼前，雖然身陷重重的政治與經濟的依附情境，台灣抗拒‘媒介帝國主義’現象的成效，頗有可觀之處。（在台灣政府主控下）美國媒介（對於台灣）的影響能力，刻意地被約制壓低了，而日本媒介的影響力則是微不足道。」（Lee, 1979: 165）^①。另一方面，隨著社會政治運動的勃興，在印刷媒體方面，一九七〇年代中期以降，台灣的社區報刊以及政論性質的雜誌，藉著提供有別於主流報紙的新聞報導及評論，扮演了「另類傳播媒介」（alternative media）的角色^②，當時，它們可以說引發了一股浪潮、蔚為風尚^③。但從一九八〇年代起，情況發生了重大變化，

①當時，蕭友「新世界資訊與傳播秩序」（New World Information and Communication, NWICO）的呼聲尚是響徹寰宇，李氏以台灣、大陸及加拿大作為個案，進一步闡清了（媒介）帝國主義及國家發展等等議題，但也遭致若干質疑（如 Fejes, 1981）。

②關於‘alternative media’的中文翻譯及相關的概念之討論，參見馮建三（1992 c: 184）的^②。

③本地真正的社區報類似乎由《晨濃週刊》在一九七四年開創（發行八期後停刊，二年後重新發行直至今在），自此以後許多地方也出現了這類型的週報，到了一九七〇年代

不但前述另類媒介趨轉消沉，台灣至今也已經是進口影視產品的大國。

西歐方面，雖然德國著名導演溫德斯（Wim Wenders）慨然嘆曰：「在歐洲看電影，等同於在美國看電影，這是事實」（Economist, February 5, 1994：89-90）。但好萊塢電影支配歐洲電影市場的情況，畢竟長年如此，並非是晚近特有的現象，因為根據可以取得之最早的資料，一九二五年時，好萊塢電影已經襲捲全世界，其中，英德法義等四個歐洲人口最多的國家，分別佔好萊塢海外市場票房的百分之35、10、3與2，加起來剛好是好萊塢國外營收的一半，並且分別是這四個國家當年所播放電影數的百分之95、60、70與65（資料轉載自Tunstall 1977：284）。但在一九八〇年代中期以後，由於兩個因素，致使美國電影產業的前述優勢，延申至電視產業：(1)歐洲公營電視體系在商業壓力下，必須降低營運成本，亦必須將其節目品味向主流商業電視靠攏，以及(2)有線／衛星頻道及影帶影碟等硬體的擴充速度，遠遠超出軟體供應能力，因此必須找尋比較便宜的節目填塞（參考Waterman, 1993；Wildman and Stephen, 1987）。

短暫十多年之間，中共的經濟改革、美英為首的保守政權持續掌政、東歐集團及前蘇聯的先後解體而有「蘇東波」之說，似乎都在說明世界經濟體系已經進入另一個擴張階段。與此同時，新的傳播資訊科技在這階段所承擔的功能日益明顯，「資訊社會」這樣子的名詞，正也是在晚近十多年出現而形成（Fang, 1991：149-154；217-218），

末期，社區報紙發達的程度，甚至引發了新聞局的「觀戰」而打算創辦社區報紙，作為溝通政府與民衆的橋樑（不過，可想而知的是，果真讓新聞局「得逞」，則社區報紙之意恐怕盡失）（分別參見黃森松，1977；陳世敏，1987：23-4）。政治雜誌方面，晚近的勃興期應該算是起於一九七九年美麗島等十一份週刊先後興起所掀起的浪潮，然而，隨著政治情勢的變化而使得這些雜誌失去議題，以及雜誌本身不能開展並深化社會問題，這段浪潮似乎最遲在1987年已經接近消費臨終（馮建三，1983：另見本書第四章）。

而無分「高雅」或「大眾」文化領域的生產、流通及消費活動，也飛快地加速了資本化的腳步。前者方面，一九七七年十二月三十一日至一九九〇年七月三十一日，美國消費者物價指數上漲110%，世界股票指數增加385%，但藝術品指數增加737%（Economist, December 22, 1990, special survey：7）；後者方面，一九七三年的媒介公司規模，在美日德英的二百大公司排名中，分別只佔1、2、6與7家，但一九八八至一九八九兩年間，歐洲影視業的兼併額達45億歐幣，美國單是一九八七年的廣電兼併額就有99億美金（Sanchez-Taberner. al. 1993：13-4；25；另見Greco, 1993；Ozanich and Wirth, 1993）^④。

形勢比人強，在環境已然劇烈變動的情況下，台灣在內的半邊陲或邊陲國家，過去十多年來，其國家機器在國際間的自主性，以及其從事另類傳播活動的民眾之自由程度，相較於一九七〇年代的光景，產生了什麼變化？如果「傳播權」並不是在強調「傳播」本身，而是「讓我們在國境之內與國際之間，皆能取得若干程度的公民身份（citizen-ship）」。換句話說，如果「傳播權」的真正價值，在於賦予我們洞悉外在事務的能力並進而「決定我們自身的生存環境」（Golding, 1991：48），那麼，過去十多年來，在文化資本化的擴充及深化過程中（新媒體的引進並運用，是整個資本運動的一環），第三世界國家（本文尤其是指台灣）所能夠享有的「傳播權」，應該如何評估？

本章以「影視帝國主義」這個概念作為探討這個問題的出發點，

④媒介兼併風潮的目的在於擴大經濟規模，並克服文化消費者的品味之變動所帶來的風險（Turow, 1992）。高雅文化方面的資本化，另見Economist (October 28 1989：125；March 27 1989：19-20, 25；October 12 1991：25-7；Newsweek (November 25 1991：40-1)；台灣藝品市場的熱絡見下列報導，《九十年代》(1992, 4：6-8)；《自立早報》(1991.2.26；12；1991.2.1：20；1990.12.5：1, 12)，以及《藝術家》等美術月刊的報導。另見本書第二章註14。關於兼併及媒體、電信、瓦斯電力等公用器物公司的股權滲透及原因，至今似乎僅見於報章，應該值得專文整理並分析。

因此在第一節先從國族 (nation)、經濟與文化等三個方面分析它的構成內涵。第二節著重在說明，從一九八〇年代末期至一九九〇年代初期以來，為什麼影視傳播科技能夠成為影視帝國主義的擴張利器，而其在不同社會階層的不等擴散，又可以如何理解。第三節則討論各主權國家對於影視帝國主義現象的反應之一（跨國合作拍攝影視節目），其實很可能是著眼於經濟而有窄化影視文化內涵的危險。

第一節 影視帝國主義的國族、經濟與文化面向

作為流行用語，雖然「國際化、全球化」等字眼，幾乎不可能會是指涉「一個全球文化的漸次隱現」(Smith, 1990)，但用來作為取代「帝國主義」這個比較具有政治意涵的詞彙，這些詞語毋寧說是以其「說故事的迷思」扮演了跨國資本的意識形態化妝師之角色 (Ferguson, 1992; Magdoff, 1992)。因此，以國際化或全球化解釋資本主義世界經濟體系，可以說是戴上了一種去政治化的 (depoliticised) 眼鏡。

然而，另一方面，「帝國」這個詞本身似乎也往往造成理解的偏失，尤其是在中文，由於該詞涉及了「國」，更經常挑起了「國族」的聯想，致而時人在許多場合談及「帝國主義」的時候，往往只是從地理空間的支配關係，往往只是偏向國族與國族的支配面向之理解，造成的誤導至少可能有三方面。

第一，傾向於將它理解成「帝國」加諸於開發中國家的枷鎖，但却忘了本世紀初「帝國主義理論」出現的時候，乃是出於解釋各個（歐洲）帝國之間的敵對狀態之需要、出於解釋資本主義持續擴張的動力，必然導至的一種國與國的關係。

第二，忽略了國家經濟利益的衝突，發生於核心國家之間的激烈程度，經常嚴重於它們與第三世界的矛盾。以本章討論的影視產品為

例，一九九〇年美國出口 25 億美元至歐洲聯盟 (European Union, 簡稱歐聯) 各國，自歐聯進口不足 2.5 億美元 (Schoonhoven, 1993: 65-6)；一九九一年則出口 37.5 億美元，進口仍然只有 2.5 億 (Media Policy, 1993, November: 5)；一九九二年是 37 億美元對 2.88 億 (Financial Times, 6/7 November 1993, 轉引自 Schlesinger, 1994: 32-3)。與此對照，一九九〇年，美國電視網的節目銷售至亞洲的金額是美金 2 億 (Gandel, 1991)；一九九三年，台灣進口的美國、香港、日本與其它國家的電視及電影產品值，保守地推估是 138.05 億台幣 (參見〈表 1.1〉)。

正因為歐聯各國與美國的影視貿易逆差如此龐大，在法國倡議下，美歐兩集團方始在連年的爭端下 (Filipek, 1992)，於一九九三年十二月十四日同意「關稅暨貿易總協定」(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT) 不在其協定中列進影視等文化產品，也就是歐聯阻止美方影視利益進一步擴大的所謂「文化免議」原則，得到認可，致使 GATT 所主張的「自由貿易」不能完全適用於影視文化產品，而美方作此讓步的代價則是兩個要求得到了歐聯的首肯。第一，歐聯一九八九年以來即已規定本國影視節目比率必須在 50% 以上，美國要求這個比率不包括黃金時段。第二，歐聯接受美國的堅持，開放了衛星電視及光纖有線電視等高科技媒介市場 (Economist, December 18, 1993: 9-10, 61; 中國時報, 1993.12.15: 17)。

第三，未再深究帝國主義現象，不但是一種由外而來的支配，它也是接受國這塊地理空間之內部社會關係的表現 (Sparks and Roach, 1990)，亦即帝國主義現象的存在與運作必然涉及了外來資本、本地資本及國家機器的三邊的聯合或衝突過程，表現在文化品味方面，尤見明顯。比如，許多國家的資產階級對於莫札特 (W.A. Mozart)、普桑 (N. Poussin)、博爾斯 (J.L. Borges)、托爾斯泰 (N. Tol-

表1.1 台灣影視產品進口值估計過程及估計值, 1993(台幣: 億)

項次	估算過程	估計值
(1)	有線+衛星電視節目, 據估計, 至一九九三年六月, 台灣共有約 180 萬有線電視訂戶, 依每戶每月交一至三百元支付海外影視版權, 則共進口最低 21, 最高 65, 取其平均 43 為準。 釣釣	43
(2)	院線電影方面, 根據魏鈞 (1994: 37-8) 蒐集的業界資料, 台北市 1992 票房是 22.4, 按一般方式, 乘 2 即為全國票房, 因此全年票房以 44.8 計。台資港片或台港合製之一半票房計為台灣所得, 則該年這兩類電影加上台片的票房是 (1.3 (北市) × 3), 據業界估計, 國片在台省票房較高, 因此全國以 3 倍計 3.9, 依此則 1992 的院線電影, 台灣的進口額是 44.8 - 3.9 = 44.9, 1993 年的資料無法取得, 但該年台產片只剩 22 部, 少於 1992 的 38 部甚多, 如果加上台資港片、台港合製及台資大陸片, 則片數是 1992 的 43 部與 1993 的 46 部 (魏鈞, 1994: 29), 因此 1993 台灣的進口電影金額, 使其與 1992 同, 以 44.9 為準。	44.9
(3)	台、中與華視, 據政治大學副教授蘇衡親身訪問, 每家外片採購額約是 1.5-2 億, 取其平均值 1.75 乘 3。	5.25
(4)	影碟、影帶的外片租售尚無資料可供參考, 但假使台灣的影視消費之發展歷程與歐美相若, 亦即電影院線的票房在影帶、影碟高普及率下, 金額已遠低於影帶租售。由於尚須考慮在家消費與在戲院消費之人口特性不同, 因此其台片與外片偏好有別等等因素, 現暫時設定 1993 年這方面的外片消費金額與院線相同, 44.9。	44.9

(1X2X3X4)合計

138.05

stoy) 等等「高雅文化」的國際流通, 非但鮮少引以為憂, 而且經常動用政府預算予以補助或提倡其在境內之流通, 重要的原因之一是這些節目有利於他們馴服 (discipline) 國內大眾的文化品位, 作為資產階級鞏固意識領導權的一部份業績。但等到國際流通的產品是「流行文化」之節目時, 統治階層常透露出鄙視、不安或緊張的氣氛, 因為閱讀大眾在這些方面的「水平聯結」, 危及了「文化精英享有的文化霸權」(Collins, 1991: 229)。「國族認同」與「國族文化」的大羈之下, 乃是政治經濟力量的文化角逐領域、乃是束縛及解放潛能並作的場所, 甚至是假傳統圖騰以遮掩現實竄異的手法 (Schlesinger, 1987)。

假使補充以上三個角度, 那麼我們對於從地理空間的對抗觀點理解帝國主義現象的習見說法, 或許會再作質疑。選取歐洲這塊空間發言的人, 如包尼爾 (R. Bonnell) 將歐聯大舉輸入面美國影視產品的寫照, 比作是「文化與經濟的奴役」(cultural and economic vassalisation) (轉引自 Hayward, 1993: 59), 在選取美國這塊空間發言的人眼中, 如美國新古典經濟學家諾杜 (Noam, 1991: 11), 恰好是其嘲諷的對象, 他說, 歐洲人對於好萊塢電影文化的恐懼, 就好像歐人先前在政治方面與經濟方面恐懼俄國人與日本人的悲情一樣, 歐人現在也高喊「好萊塢來啦!」, 在此呼號背後是一種「文化悲情」(cultural pessimism)。但究竟是誰的經濟與文化受到損害? 好萊塢產品不能窮盡美國文化, 正如同牛肉場與三台綜藝節目不能夠全部代表台灣文化, 而部份歐洲人之從進口好萊塢得到了利益, 就如同台灣的好萊塢電影進口業者亦從中取利。偏重地理空間的支配關係, 經常使得帝國主義的經濟及文化面向的支配, 以及「誰」的經濟與文化利益受「誰」支配的問題, 隱而不顯。

因此, 當政治人物以國族主義 (nationalism), 也就是根據特定空間作為其存在與否及存在範圍的一種情懷, 作為反對外國勢力的訴

求時，他（她）們往往遭遇來自本國其他利益部門的質疑。最著名的例子來自法國，早在一九八二年，法國文化部長梁傑克（Jack Lang）在聯合國教科文組織（Unesco）於墨西哥舉行的「文化政策世界會議」發表講演，他呼籲各國「組織起來對抗……難道我們的命運就是要成為……利潤王國的奴役？我們至為期望……發起一次真正對抗支配現象的十字聖戰，就讓我們直言不諱，對抗這個金融與智識上的帝國主義」（Mattelart et al., 1984：14）。這次講演傳回巴黎以後，「《世界報》（Le Monde）却趁機……為文詆笑法國電視的怯懦，不知反省，以及法國電視散發的沉悶無趣」，在法國某些報業的形容下，「社會大眾等於是群起行使其公民投票權（plebiscite），等於是……得到了機會，就所謂唯一專屬於他們的文化」，表示抗議（轉引自 Tomlinson, 1991 中譯本：36）。

不止是庶眾以實際收看行為否定政令修辭，左翼的政經取向社會科學研究者，亦有理論上的辯難，如英國的崗恩（N. Garnham, in Mattelart et al., 1984：3）問到，法國政府在介入影視文化的生產時，如何處理以下三個難題？（1）若是要介入，則是由公共部門或私人部門承擔影視產業的節目製作等等，（2）如果法國真要挑戰美國，那麼，法國是必須以一己之力，或是設法創造一個更大的經濟及文化圈，循此而挑戰美國？（3）設若影視之政策必然捲入國際這個層次才能奏效，則何來「單一國家」政策？真有此政策，又如何擔保不致僅只是以法國的文化帝國主義更替了美國的帝國主義？

智利阿言德（S. Allende）社會主義政府被美國顛覆以後，曾協助阿言德制定傳播政策的馬特拉夫婦出亡法國，並未因此盲目反美，而是以反資本主義體系的立場，補充梁傑克式論述的不足，他們指出，在「文化認同」的名目下，往往掩飾住了四種實際情況（Mattelart et al., 1984：17-8）：（1）以配額辦法保護國片，但若無相應的生產政策配

合，一定失敗；（2）只是替國內某些部門創造利益，流於狹隘、自得於傳統而保守；（3）雖然強調本國（故事、演員……）製作，但其敘事風格等却已跨國化；（4）反而流於內部殖民（internal colonisation）的藉口，亦即以特定地理區域、特定社會（精英）階層或族群（ethnicity）之文化內涵，作為整個社會之代表，致而產生偏差，以法國本身來說，其國家的建構就包含了眾多的抑異求同的壓迫過程。

根據這些辨識，則我們對於以「地理疆界」為判準，認定影視帝國主義的現象是「歐洲的」（European）、歐洲各國的或任何「國族的」（national）文化，被「美國的」（American）文化侵略，因而造成了歐洲的、歐洲各國的或任何國族的文化認同（cultural identity）出現了危機，則應該有再作省思的必要。我們或許更會願意以文化之「商業化」作為議論影視帝國主義的判準（McQuail, 1989），它指涉的是主流的美國「式」（Americanised）影視文化的社會意義比較負面，其流行普及的原因，肇始於它片面地側重人類某些感官而輕知性的需求，但却以其結構性的力量，限制了人類的媒介文化經驗，使對立於主流的另一些可能比較具有正面意義的質素，沒有機會得到適當的培育，從而不利於人類社會朝向合理方向發展。套用《文化帝國主義》一書作者湯林森（Tomlinson, 1991）的見解與用語，我們或許應該說，出現在歐聯或其它地方的文化悲情是其（影視）文化資本化以後的「文化損失」（cultural loss），亦即是一種文化想像空間之閉塞、世界觀之被殖民，是人思索前景何在的動力被挫傷，是認識、看世界的方法被侷限致使人類前途除了現在所經驗者外，究竟還另外有什麼可能的構思空間被萎縮的問題。因此，文化悲情的本質並不在「美國」，而是「商業、商品關係」正好在美國最發達，但也同樣存在於資本主義世界經濟體系的許多國家，影視帝國主義的問題，「並非因為美國民族之價值百般再現於地主國的文化媒介體系，毋寧說是資本主義的消費價

值……在廣告及現存發展取向的肆虐下，更形強化了」，我們必須考量商業原則變成組織影視產銷活動的最重要動力，究竟透過什麼樣的過程而於「全球化」與「地方化」交叉進行滲透（Sreberny-Mohammadi, 1991: 130, 119）。

第二節 影視科技與影視帝國主義的浮現及擴張

一九八〇年代以來，資本主義世界經濟體系的富國與貧國的差距日形擴大而非縮小，一國之內，「在許多富國與許多貧國，貧富落差也是有增無減」（Townsend, 1993: 3）^⑥，在這個過程，資本主義的生產模式除了遭遇了時間及空間的限制以外，它也必須克服困難，力求將難以納進商品生產邏輯的形象、文化財貨，變成其投資對象。

就電腦與電信等偏向「生產性」的傳播科技而言，雖然它們在各種新的科技領域中，並不是佔據最大研究與發展費用者（以一九八三年美國投資於四大科技類目的研究與發展經費為例，電腦科學是美金149.4億元，物料科學是232.2億元，工程機械人是599.7元，而生物工程則是580.3億元，Ferguson, 1986: 57），但由於傳播科技具有「即時傳輸、不受地理條件限制，並且很容易即可與其他科技產品結合使用而與生活的各個生產及消費領域，發生關係之特性」（Becker, 1983: 104-5），因此從十九世紀以來，尤其是晚近三十餘年，已經成為科技明星，為資本主義拓疆闢土引作股肱。

另一方面，主要偏作「消費性」的影視產品，誠如麥奎歐（Maggiore, 1990: 12-3）所說，現在的影像（image）產製已經大舉走向數位化，

⑥ Townsend 是研究「貧窮」意義及測量的知名英國行動派學者，以下再補充若干背景資料。(1)若將全世界國家分成五等分，則一九六〇年最富有的五分之一，其收入是最窮五分之一的三十倍，到了一九九〇年，兩個階層之間的差距已膨脹至六十倍（Guardian Weekly, 1992 May 3: 6）；(2)美英日等個別國家的情形及其所得差距加大，亦已反映於新媒介的使用（Fang, 1991: 204-207, Golding and Murdock, 1991: 29）。

使得相同影像產品能夠得到「瀑布效果」（cascade effects）、逐層獲利（spin-off）的可能性，達到極大化（參見馮建三，1992 c: 101 記載的《星際作戰》影片的實例，轉引自 Locksley, 1988: 13-4），詳細瀑布效果的收入帳目，可舉〈表 1.2〉說明。由於影視科技擴大了流通形式，但影視內容却相同，因此線纜或衛星頻道與影帶零售店的興起，並非如流行想法那般能夠使文化多樣化，至少多樣的增加，遠不如流通形式的增加。其次，同一個產品能夠附著在不同形式，反覆穿透時空再三現身，亦使偶像塑造及相關的週邊產品的製造與授權（licencing）成為原影視公司重要的利潤來源之一，而這又是影視相關產值增加，但文化內容並未隨而比例多元的一個原因，近年來附加價值獲利最豐的電視影集可能是《飛越比佛利》（Beverly Hills 90210），共有150種相關產品，並有30個國家取得授權，單是美國的販賣額就有美金2億（Millichip, 1993）^⑦。

表 1.2 美國境內戲院電影的流通順序：價格、營收與觀眾資料，1985

	A	B	C	D
	有效零售價格/ 一名觀眾：美金	發行商淨收入/ 每部電影：美金	總觀眾數 (估算)	B X C 美金
電影	3.00-5.00	0.75-1.25	5 百萬	3.75-6.25 百萬
按片付費頻道	0.67-1.33	0.30-0.60	1-2 萬	0.3-1.2 萬
一般有線頻道	0.50-1.00	0.11-0.14	10-15 百萬	1.1-2.1 百萬
無線電視網 廣告支付		0.04	65 百萬	2.6 百萬
區域無線電視 廣告支付		0.01	45 百萬	45 萬
錄影帶出售	4.17-12.50	1.04-3.12	0.8-2.4 萬	0.832-7.488 萬
錄影帶出租	1.25-2.50	0.31-0.62	48-96 萬	14.8-59.52 萬

資料來源：David Waterman，間接引自 Noam，1991: 30

人們的影視消費時間與影視的支出增加，但未取得相應的多樣性，在此過程，受損者不限於消費個體。事實上，跨國影視資本的自我增殖而使本身寓居繁複不一的科技形式，等於是其資本積累邏輯，更加有效地縱橫世界舞台，而公共政策則在速度上，尚難以體認或尚難以有效同步因應，亦即國家機器的影視政策，似乎較少能夠兼顧而從整體考量，就其財政設計時，仍然只是電影、電視（又常分作線纜、衛星與地表電視）、影帶、影碟租售……等等分開立法追認，亦即國家機器在面對影視帝國的成形及擴張時，鮮見積極導引而只是尾隨（跨國與本地）資本的運動路徑而起伏，其中在電波頻道的「解禁」過程，法國的情況似乎相當混亂，顯示了市場無秩序機能的一個側面。

法國朝野由於對電視應有的走向，欠缺共識，甚至有人諷刺其「國會多數每一改變，新影視法相應而生」（Cayrol, 1991: 190）。一九八五年十一月十九日，出乎意料之外，法政府並未如先前所料地將第一個私營電視台（La Cing）執照給盧森堡的 CLT，而是給社會黨總統密特朗的朋友 Jerome Seydoux 與 Christophe Riboud 60% 股份，義大利電子媒體巨人 Berlusconi 則得到 40%（前引文，p. 198）。然而，一九八六年初保守黨選勝後，旋即在九月三十日完成新法，除私營化公營電視台 TF1 以外，已將 La Cing 的股權結構作了更動，並增加一家私營電視 M6。所以，一九八七年開始（前引文，p. 188），法國的無線電視共有六台：公營的 F2、F3，以及私營的 F1、Canal Plus、La Cing 與 M6。這六家電台除了 Canal Plus 這家按頻道付費而專播電影的鎖碼電視以外，從一九八八至九一年間，其餘五家電視都虧錢，其中 La Cing 虧損過巨而於一九九一年關閉，至一九九二年 F2 與

F3 仍然入不敷出，M6 則因承襲 La Cing 的廣告而略見小利（Le-grand, 1993）。

台灣的三台產權及第四家無線私營電視的開放，仍在胎動（參見本書第二章），但似乎可能與法國接近，而與義大利（一九七六年即已從地方台的私營化開始）及德國（迄今仍只有衛星頻道開放私營）不同，更迥異於英國（足以涵蓋英國百分之七十國土的第五頻道於一九九〇年公佈將在一九九五年接受申請，預告與準備時間之長，似可反證公共力量介入電波開放政策的程度頗深）。

除了三家電視台，台灣至遲在二十多年前已出現了營利而公開播放的外國影視節目。一九七二年二月二十一日，《台灣日報》刊載，由於電視停止播放日本摔角節目，「閉路電視正大發利市」，其受歡迎的程度使得未及一個之內，已有報紙標題表示「財局欲課稅 警局要取締」（聯合報，1972.3.16）。不過，由於錄放影機與線纜或衛星電視均尚未問世，這些只能算是前哨戰，新媒體與電影院線、無線電視等固有媒介的肉搏戰，尚未開打。整個影視消費生態的地殼大震動，起於一九七〇年代即將步入尾聲之際。當時，「基隆、瑞芳……乃至台南、新竹相繼出現有線電視，年付一千」（聯合報 1979.3.7）。未幾，政府旋首度「全面查禁」有線電視，求能「預防政治性犯罪」（中國時報 1981.6.15）；再過三年，影線業者已感受到在台灣俗稱第四台之有線電視的威脅，初次傳出兩造公然對抗的新聞（中央日報，1984.1.28）。到了一九九一年，電影院線宣稱，第四台這個行業，一年在台灣地區高達一三二億的營業額，泰半就是他們的損失（但根據第四台業者自身的估計，其營收是一年只有三二億）（中國時報，1991.4.17: 22），同年九月二十日，電影院線及影帶租售店這二個最受第四台衝擊的行業，甚至罷市而上街頭遊行抗議。有線電視之外，衛星電視也從一九八四年扣關，一九八八年十一月新聞局宣布「小耳朵」合法，一九九一年九

●關於一般的授權條件及授權項目，Millichip（1993：77）另有表格說明。一九九四年引起美國與日本創意糾紛的《獅子王》（the Lion King），由母公司迪斯奈製造的玩偶、音樂帶等等附加產品，也是 150 種左右（Economist，February 4，1995：62-3）。

月亞衛(STAR)開播；而「音樂電視」(MTV)與「演唱影帶」(KTV)也在其間交替成為台灣影視娛樂的重要方式，KTV 仍在盛行，而 MTV 則已因為 KTV 興起與版權問題而衰退。關於這些不等形式的影視節目之傳輸或呈現的方法，近年來的起落消長關係，參見〈表 1.3〉羅列的資料。

表 1.3 台灣錄影帶租售店、線纜及衛星電視的使用戶數與錄放影機普及率，1989—1994

	錄影帶 出租店 (家數)	衛星 (萬戶)	線纜 (萬戶)	錄放影機 普及率 (%)
1989	8000 (最盛期)	10	23 (1985)	—
1990	2400 (1989)	31	54 (1991)	85.4
1992	2000 (1991)	106	60-70	87.7
1994	1750 (2月)	205	205 (6月)	84.0 (1993)

資料來源：本表所列資料，來自以下出處，作者已盡力交互查對各個資料所載數據的一致程度。

主計處，1991：11；聯合晚報，1991.7.30：5；民生報，1985.7.17，1990.5.15：10；中國時報，1989.7.29，1991.7.28，1992.5.2，1994.6.13：17（標緻錄影帶公司）；自由時報，1991.12.5：9；廣告雜誌，1992年4月：50；商業周刊，1991.12.15：27；聯廣行銷研究處，1994。

無論前舉新媒介之間，存在著什麼樣的市場互補或襲奪關係，最重要的是，台灣這些新媒介的消費，實在太過於發達，不但超越其它第三世界的亞洲國家，就算日本、英國等等資本主義已經高度發達的社會，都要望台灣之項背。以衛星接收器為例，台灣無疑是東南亞地區（包括南韓）最密集的地區（Ingelbrecht，1992：40；Gandel，1991：29）。據同一來源相同時間（應是一九九一年）估計，台灣人口數是 2100 萬，衛星接收器有 40 萬具（低於我國本身的估計，但為了

以相同資料來源進行比較，故照錄）；南韓是 4400 萬，30 萬具；印尼 18000 萬，50 萬具；香港 600 萬，5.4 萬具；泰國 5700 萬，2 千具。再以太有線電視為例，英國（人口 6000 萬）至一九九二年元月的寬幅有線頻道（broadband）戶數是 268, 812，再加上更新的窄幅有線頻道（narrowband）也只有 490, 059（Spectrum：23）；日本一九九二年初的 134 家有線電視經營者，全部訂戶只有 45 萬（Economist，February 8 1992：65）。

那麼，台灣存在如此巨量的影像素材，(1)到底是怎麼形成的？有哪些因素可能可以解釋台灣部份民眾特別發達的影視感官消費能力？(2)除了 KTV 以外（由於用作演唱，固應多為本國歌曲），MTV、有線或衛星電視、錄放影機的觀眾，到底（喜歡、能夠）看些什麼節目？是哪些人在看？由後往前，我們先看第二個問題。

截至一九八〇年代中後期，無論是學術調查或新聞報導，在台灣消費這些新視聽媒介的人，若不是來自收入中上的階層就是知識份子，他們的消費偏好則是西洋或日本等外國產品，不是本地節目。這樣的形態与其它第三世界國家消費新影視產品的類型，並沒有差異。就有線電視系統而言，國外節目佔了所有播出時間的 90%（汪琪、鍾蔚文，1988：217, 271），亦有調查發現，日片每日播出四小時，而西洋片、港片及國片則各是三小時（銘報，1988.5.6）；再看影帶出租店，據保守估計，日片、西洋片與香港片至少囊括了 50% 的片源（范寶厚，1991：100）。從客觀供應面來看，外片所得到的優勢地位已經甚為可觀，再從消費者的主觀感受觀察，外片的支配狀況更是讓人驚訝。一九八四年的資料顯示，最受歡迎的影帶是英語片（82.72%），其次是日語片（57.30%），國語片只居第三（44.94%）（Wang，1986：371）。一九八九年初，MTV 中心最受歡迎的影帶是西洋片（87.3%），國語片第二，但只居 6.0%，另有 4.3% 與 1.3% 分別鍾愛香港片與日片（潘