

多頻道環境下的電視節目多樣性分析： 以台灣無線電視台與有線電視綜合頻道 為例之比較分析

陳一香*

《本文節要》

本研究基於媒介多元的觀點，試圖以媒介作為一個公共領域的角色加以檢視，整合頻道競爭與節目多樣化的關聯，以及節目品質研究中對節目類型多樣性的比較評估，來探討與比較台灣九家電視綜合頻道在供給面的節目多樣狀況，以及新電台加入的競爭因素對節目多樣性所造成的改變。所謂的節目多樣性，主要是以各電視頻道播出的節目類型與時段分佈作為觀察對象，分析電視節目的垂直多樣性與水平多樣性，以具體的經驗性資料評估台灣電視節目在多頻道環境下的節目表現，是否能在競爭中促進整體節目的多樣性，為閱聽人提供更多元的節目，並且在任何特定時段擁有不同的節目選擇，並較過去更能服務不同階層、少數族群或次文化團體的需求，以此歸納出各電視台在競爭環境下的演變趨勢。

關鍵詞：媒介多元化、節目類型、節目時段、垂直多樣性、水平多樣性

* 本文作者陳一香現為世新大學公共傳播學系副教授；E-mail: sheryl@cc.shu.edu.tw

壹、前言

台灣電視環境自一九六〇年代，台、中、華三家電視台陸續成立之後，雖然三台各有官股在內，但均以營利為目的，加上頻道長期凍結，電視市場一直是三台三分天下的寡佔市場，三家無線電視台不論就資本結構或所呈現的新聞報導及一般性節目內容，不是過於單調貧乏，就是透露出固定的意識型態，媒體表現被社會詬病已久。根據過去對三家電視台新聞節目進行的相關研究顯示，我國弱勢團體如農人，工人，在野黨派，使用電視表達意見的機會，相對較少（鄭瑞城，羅文輝，1988）；從供給面來看，各類型電視節目以大眾娛樂節目比例偏高，公共節目比例偏低，節目之語言比例分配亦難以反映目前的人口結構（蘇蘅，1993）。依此看來，過去由於三台寡佔所招致節目單調貧乏的批評，似乎渴望藉由媒體市場的開放競爭，使得節目內容表現獲得改善，而頻道的增加，也讓民眾在收視選擇與近用媒介的機會上抱持較高的期望。

台灣從民國八十年八月，香港衛視體育台正式在台開播，隨後音樂頻道、中文頻道等五個頻道陸續登台，積極爭取收視率與廣告業績開始，不但提供了彈性的選擇收視機會，也明顯的改變了觀眾的收視習慣（洪平峰，1994）。根據廣電基金的調查發現，近年來在有線電視普及率接近八成的情形下，絕大多數的觀眾已經建立起自己的收視慣性行為。該研究特以電視媒體一天中最重要的收視區段（例如：晚上六點至凌晨零點）為例，研究結果顯示，平日（週一至週五）的收視區段中，除了晚上七點至九點中，約有七成以上（71.3%~75.3%）的受訪觀眾仍以無線台的節目為其主要收視節目之外，其餘時段包括六點至七點（53.7%）、九點至十點（53.1%）、十點至十一點（50.7%）與十一點至凌晨零點（72.4%）等，則已有過半數比比例的收視人口為有線電視的收視群（廣電基金，1999: 2-1-2）。顯見有線電視的出現已大幅瓜分了三台原有的收視人口，也使得各電視頻道的競爭更為激烈。

但是，媒體產品不只是經濟屬性，它還具有社會、政治、文化等屬性，因此，多頻道並不等於多元節目類型，也不等於節目的品質保證。相對於歐美國家所保有的政治多元主義傳統，以及落實在媒介管理上的多元化目標，對於從一元領導的威權統治邁向多元民主的台灣社會而言，頻道與節目數量上的成長並不表示媒體已朝向多元的方向發展，隨著市場競爭的增加，反而使得媒體市場的開放涉及更多有關

多頻道環境下的電視節目多樣性分析：以台灣無線電視台與有線電視綜合頻道為例之比較分析

系統所有權、頻道經營、台灣政黨、本土資本以及外國資本的競爭（黃淑蕙，1998）。

換言之，在一九九三年台灣第一部有線電視法公佈施行後，雖然促使廣電市場開放，增加更多電視頻道，但電視產業的市場秩序並未隨之建立，反而在市場結構改變的情況下，爲了爭相吸引消費者的注意，頻道間的競爭更爲激烈。隨著電視頻道的增加，節目來源的充分或匱乏也成爲影響節目品質的關鍵，電視台在商業壓力之下，不得不大量進口影視商品填補頻道時間，如此一來雖能解決業者對節目的需求，卻也爲國外影視業者提供更多電視產品的新通路，造成產品經濟價值與文化價值之間的衝突。同時，由於衛星電視的發展與外來頻道的增加，在電視國際化的趨勢下，許多研究發現產製的節目，主要傳輸的是商業價值或消費文化，本土文化的真實面並未呈現（Streberny-Mohammadi, 1991）。因此，面對市場開放，電視節目作爲電視產業中最重要資源，其變化是否因爲頻道間的競爭更趨多元，節目表現是否較過去更爲豐富多樣，是轉變中的台灣電視生態，值得探究的重要問題。

綜合以上討論，探討台灣電視節目在多頻道環境下的節目表現，不論就節目類型的變化或節目時段的安排，是否能在競爭中促進整體節目的垂直多樣性與水平多樣性，而頻道屬性的不同，是否在節目多樣性上亦呈現不同的差異，都有待檢證與分析。而隨著市場競爭的增加，進一步探討新頻道加入所帶來的競爭，究竟對節目造成哪些改變，更能透視各電視頻道的出現對整體電視節目多樣性所帶來的影響，也是檢視台灣電視媒體在市場開放下是否更趨多元的重要指標。簡言之，本研究旨在探討以下三個問題：

- （一）多頻道環境下，電視節目的垂直多樣性如何？頻道屬性不同差異性如何？
- （二）多頻道環境下，電視節目的水平多樣性如何？頻道屬性不同差異性如何？
- （三）多頻道環境下，新電台的陸續加入對電視節目多樣性造成哪些改變？

貳、文獻探討

一、多元化的概念界定

在傳播領域，多元化是討論媒介與民主政治的重要理念，Hoffmann-Riem（1992: 49）認爲多元化概念的界定可以從五個面向上掌握其核心意涵，包括(1)意見面向上的多元化，特別是在社會相關議題上涵蓋各種意見與觀點，避免單一力量的影響；(2)個人、團體與機構面向上的多元化，特別是提供少數團體有效表達意

見，近用媒體的機會；(3)議題面向上的多元化，包含各種議題的種類與資訊；(4)空間與區域面向上的多元化，包括從地方、區域、全國到國際等地理區域的含蓋與相關程度；(5)節目種類與頻道類型上的多元化。McQuail 在「媒體表現」(Media Performance)一書中則以專章對其概念加以討論，McQuail (1992: 144-145)以(1)反映(reflection)，(2)近用(access)，(3)消費者的選擇，來評估媒介多元化的程度。所謂「反映」，是指媒介內容反映社會真實，或稱再現真實(representative reality)的程度；「近用」是指社會上各種利益，觀點包括偏差，反對，批判的聲音可以有效表達、近用及被接收到的機會。「消費者的選擇」，指的是消費者享有多樣化的媒介商品及服務，特別是多樣化的媒介型態與媒介內容。比較二者對於多元化概念的界定，所謂「反映」，其實包含了意見、議題與區域面向上的多元化，「近用」則與 Hoffmann-Riem 所指的「個人、團體與機構面向上的多元化」相似，而「消費者的選擇」和「節目種類與頻道類型上的多元化」相符合。

Entman 和 Wildman (1992: 8-9)將多元化進一步區分為產品多元化(product diversity)、意見多元化(idea diversity)以及近用多元化(access diversity)。所謂產品多元化是從公司競爭策略的角度針對媒介產品的設計或安排所做的經濟效益分析；意見多元化則是從媒介與民主政治的角度，對各類社會與政治議題提供各種不同思考的角度、評論與觀點以培養通識的社會公民(a well-informed citizenry)；近用多元化可說是意見多元化的特殊形式，強調歧見異議與另類觀點的呈現，不致因為守門人的某些偏見而被排除在公共領域之外。這三種對多元化的界定說明了媒介多元化在量與質上的差異，產品多元化比較著重商業結構下數量上的多元，意見多元化則強調公共言論種類上的多元，至於近用多元化重視的是意見市場的開放性與言論表達的自由，特別是弱勢族群的近用自由。從以上對於多元化概念的分析，可以發現多元的意義可從競爭與消費的觀點，考慮消費者選擇的多樣性，或從反映的角度探討意見分佈的普遍性，以及是否顧及其他弱勢族群或觀點的意見表達機會與近用媒介的可能。

此外，多元化概念也成為評估節目品質的標準，誠如許多傳播學者所言，數量不等於品質，多數不等於多元，因此頻道多不代表近用情況更多元，節目多也不代表就有多元的節目型態與內容。為了能進一步評估節目品質，Ishikawa & Muramatsu 提出一個品質評估的研究架構，這個架構將媒介體系分為三個層次，分別是系統層次、頻道層次以及節目層次，並將整體社會系統分為國家、社會、閱聽人與專業傳播者四種群體，針對四種群體設定不同的品質目標，再分別設定適合該

群體的相關觀察指標，藉由目標的達成程度來評估其品質。例如從國家層面來看，媒介政策為其主要的分析對象，而國家整合與國家認同則為廣電系統追求的目標；若從社會層面而言，個別頻道的節目內容或整體頻道系統所提供的節目類型、時段安排、節目順序等皆為主要的討論範圍，而以促成政、經、社會、文化的多元化為主要目標；就閱聽人的層面來看，重點在於閱聽人認知與情緒上的使用與滿足；至於專業者的層面，觀察的指標則為專業傳播者的製作價值觀、創意以及技術性資源與設備等（參見圖 1）（Ishikawa & Muramatsu, 1996: 200）。

從節目品質的評估架構圖中，我們發現國家層次的討論，是從整體系統層面探討廣電政策的規劃與設計，比較偏向結構面的觀察。社會層次的分析，則主要從頻道與節目層面，探討節目類型、節目時段與觀點、意見等的多樣化，是媒介多元化概念討論中，傳播學者一再提到的重要多元面向，也是實證研究的主要著力點，比較側重節目內容多樣性的部份，目的在追求廣電媒體公共服務理念的落實，以促成政治、社會、經濟、文化的多元為目標。

隨著近來媒體解禁和傳播管道的增加，奠基於頻道稀有及公共利益前提下的多元化概念，已從原始參照於政治和社會文化的多元化，走向以市場概念為主的多樣化，著重以各種不同價格提供消費者多樣化的產品及服務（McQuail, 1992）。因此，在傳播科技的發展與整合，以及傳播集團的全球化趨勢下，媒體的經濟角色日益重要，強調的是媒介供給面的多元化，亦即增加傳輸新管道以及提供消費者更多的選擇。當傳播領域慢慢轉向藉由市場開放與自由競爭的過程，提供社會大眾更多選擇的同時，相關傳播學者卻開始質疑商業結構的媒體競爭，所帶來的自由與多元，是否真能彰顯多元的價值。相關的實證研究紛紛開始進行對整體廣電節目表現的系統性評估，一方面將多元化的概念操作化，作為評估節目品質的概念架構，另一方面則結合媒體與經濟的觀點，探討媒介表現與市場競爭之間的關係。

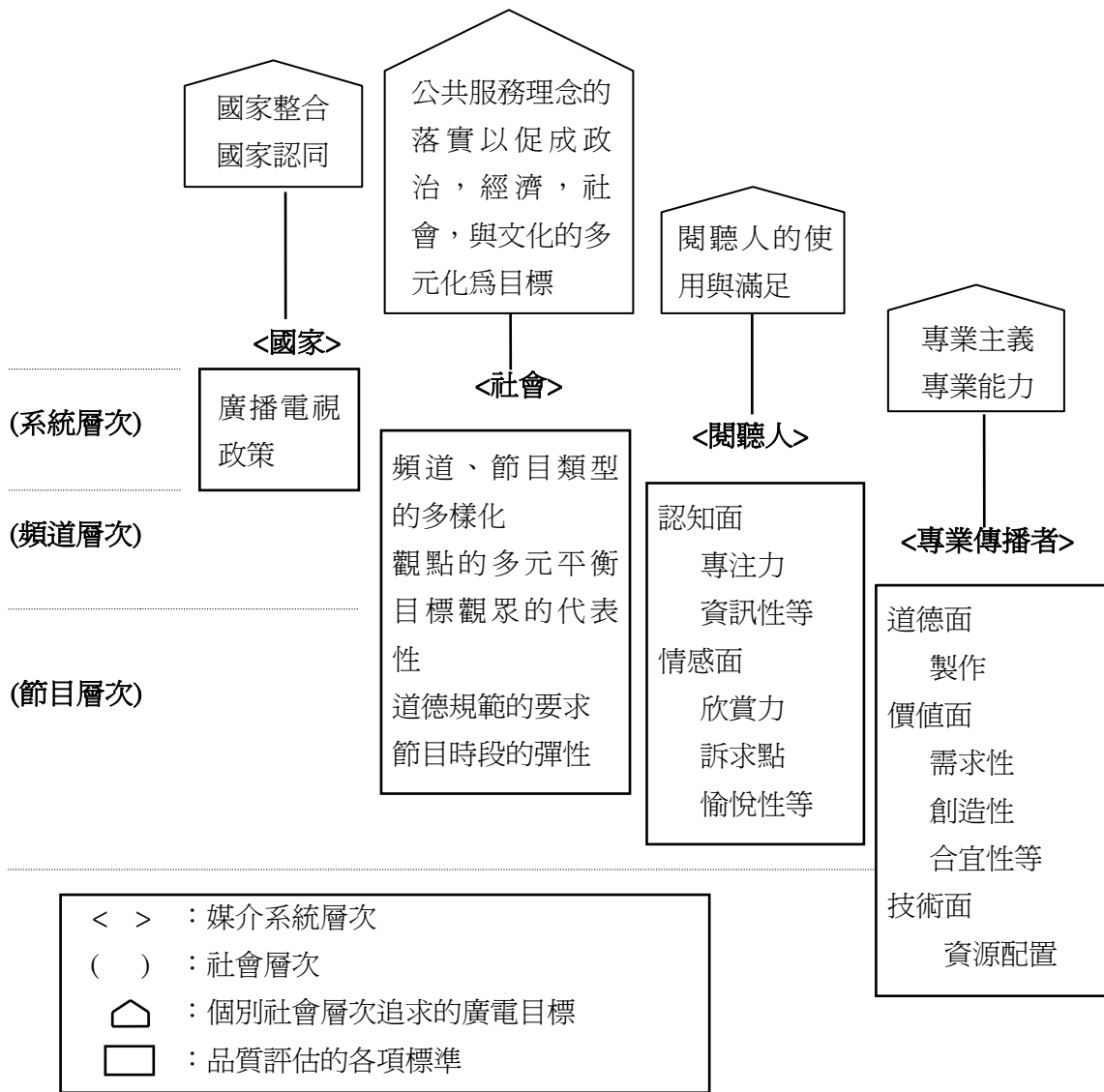


圖 1：節目品質評估的研究架構

資料來源：Ishikawa, S. & Muramatsu, Y. (1996). "Why Measure Diversity?" in Sakae Ishikawa (ed.), *Quality Assessment of Television*, p. 200.

二、多元化的實證研究

（一）節目品質評估研究

日本 NHK 廣播文化研究所（NHK Broadcasting Culture Research Institute）從 1990 年到 1993 年贊助有關電視品質評估的研究，邀請美國、加拿大、英國、瑞典及日本五個國家的學者，從媒介多元化的角度，進行電視節目品質的評估，這方面的研究累積了許多相當重要的文獻，有助於跨國的節目品質比較，瞭解各國節目的共通性與差異性。

日本廣電節目品質的評估研究主要將多元化傳播概念予以操作化，作為發展品質評估的概念架構（Ishikawa, 1996: 96-97），以整體廣電節目為對象，進行系統性的評估。在節目品質研究中，節目類型的多樣程度是評估節目品質的重要指標，以節目類型為分析單位進行的電視節目多元化研究，主要以垂直多樣性與水平多樣性的概念，作為測量節目多元程度的指標，一方面可了解閱聽人在節目類型上的選擇性，還可以進一步探討在特定收視時段的水平多樣性。

該研究以節目類型作為分析單位，從五個國家的二十六個頻道中，找出含蓋所有可能節目分類的十五種不同節目類型，這十五種節目類型混和了節目的形式、種類與節目的訴求對象，再將各個頻道提供的各種節目予以歸類，觀察各種節目類型的分佈狀況。若節目集中在少數幾種類型，則多樣性的程度較低，若節目種類較為分散，則多樣性的程度較高。該研究並發展出一套測量節目類型多樣性的公式，計算其多樣性的指數稱為 *relative entropy*，指數的數值越高，代表多樣性的程度越高，以此來分析各國電視節目的水平多樣性與垂直多樣性。研究發現，以全日的節目多樣性而言，節目多樣指數最高的國家是英國，其次是瑞典，再其次是日本和加拿大，美國則敬陪末座。美國的幾個電視網節目，多將類型集中在戲劇或個人嗜好的節目，相較於其他國家而言，節目集中度較高。在黃金時段方面，各國的節目集中度都升高了，日本是這幾個國家中，黃金時段的節目多樣性最高的國家。另外該研究也發現，各國的公共電視台都對該國節目多樣性的提昇有顯著貢獻，至於商業電視台則是減低了黃金時段的節目多樣性（Ishikawa, et.al., 1996: 256-262）。

在瑞典進行的節目品質研究，則分別對全天節目以及黃金時段節目比較不同頻道之間的差異，結果發現瑞典公共電視頻道 *svt1* 與 *svt2* 的節目內容較為資訊導向，偏重新聞與公共事務節目，商營頻道節目則以娛樂與戲劇性節目為多。若進一步比較不同體制系統的節目多樣程度，不論就全天或黃金時段的節目設計與安排，公共

電視系統較商營系統更為多樣化，此一研究發現，與日本 NHK 針對五個國家的公共電視所做的比較性研究之結果是相同的。從瑞典的研究結果顯示，公共電視頻道節目並未因商業頻道的競爭而更趨向商業化，相反的，激烈競爭的結果，公共電視與商營電視的走向日趨歧異而非輻合，公共電視強調新聞與公共事務節目，商業頻道則加強娛樂型資訊節目（infotainment）、競賽節目（game shows）以及傳統娛樂節目（Hulten, 1995）。

Litman & Hasegawa（1996）在美國所進行的節目多樣性研究，主要是分析美國無線電視網、有線電視網及公共電視系統共二十二個頻道的節目類型多樣性，並同時以 relative entropy 及 Herfindahl Index 兩種多樣指數來評估節目類型的多樣性。研究顯示，美國整體電視節目多集中在電視劇、兒童節目以及個人興趣或嗜好節目三大類，分別佔所有節目的 21.6%、21.3% 以及 15.1%，如果加上第四大類的電影（佔 8.7%），這四大類節目佔了一星期所有節目播出時間的三分之二，也更進一步的說明了電視在美國基本上是一個娛樂為主的媒體，甚於教育、文化或提供資訊的角色。不過值得注意的是，個別頻道的多樣性並不等於整體節目的多樣性，有時個別頻道的節目類型非常狹隘，多樣程度很低，但是由於市場區隔以及產品差異化策略的結果，總和來看，卻提高了整體節目類型的多樣性（Litman & Hasegawa, 1996）。

另外，Croteau 等人針對一項有關美國公共電視節目內容多元化的研究，檢視公共電視提供閱聽人那些不同的節目類型？Croteau 等人以公共電視晚間六點到十二點的電視節目類型為分析對象，研究發現最基本的三種節目類型為公共事務節目、非公共事務節目以及地方性節目，其中二分之一以上的晚間節目為全國性的非公共事務節目包括戲劇、音樂、舞蹈等，全國性的公共事務節目約佔百分之三十三左右，至於地方性節目只佔了百分之七點三，顯示地方性節目製作經費的匱乏（Croteau, et.al., 1996）。

（二）市場競爭與媒介內容多樣性研究

媒介產業由於進入障礙高，多半屬於寡頭壟斷的局面，媒介市場的競爭程度與媒介內容的多元與否一直有著密切的關係，也成為學者關心及研究的焦點。

在電視產業方面，相關學者針對市場結構與節目多元與否之間的關係進行研究。學者 Dominick & Pearce（1976）以美國三大電視網每年秋季黃金時段首演的娛樂節目型態進行分析，這項研究結果發現，從一九五三到一九七四年整體節目內容的趨勢以冒險動作片（action adventure）、情境喜劇（situation comedy）一般戲劇

(general drama)、電影(movies)、綜藝節目(variety shows)為主。同時自一九五七年開始，冒險動作片成爲黃金時段的主流節目，佔據大部分的播出時間，也使其他類型的節目比例降低，率先推出冒險動作片的 ABC 國家廣播公司亦引起其他兩家廣播網 NBC 與 CBS 的仿效，形成寡占市場中「遵循領導者」的普遍現象。此外，三家廣播公司在同一年內很少更動主要節目內容，季與季之間均呈現高度的穩定性。節目內容亦傾向集中在少數幾種類型，三家電視公司的節目內容也逐年呈現同質化的趨勢。同時當某一節目類型逐漸受歡迎，在黃金時段的播出時間增多時，三家電視公司彼此之間會更加平均分配這個時間，而達到三台均衡的狀態。

學者 Litman (1979) 針對美國三大電視網選擇一九七四至一九七八年間進行的節目多樣性分析，則以「垂直多樣性」與「水平多樣性」兩種方式來分別測量多樣性的概念。Litman 的分析結果顯示，三大電視網在一九七六年之前，ABC 收視率一直都在 NBC、CBS 之後，但在一九七六年 ABC 做了一系列改變後，使得 ABC 的收視率竟達三台之冠，此一改變迫使其他兩台急起直追，採取許多改革以提高收視率，Litman 認爲一九七六年的變動，導致市場趨向競爭，因此節目的多樣性隨之增高，爲收視觀眾帶來更多的選擇。

早期有關市場競爭與電視節目多樣性的研究，得到的結論大多爲寡佔造成產品同質化，競爭可提高產品多樣性。然而根據 Horwitz (1991) 研究傳統電視與有線、衛星電視等新媒介交互關係，其結論則認爲，就新興電視節目的市場而言，競爭機能事實上是使節目更欠缺多元的特色，而非增加多樣化。Aufderheide (1992) 也指出，有線電視因受制於商業壓力，節目設計必須以爭取最大多數閱聽人的收視才能吸引廣告商的注意，閱聽人實際上扮演的是消費者的角色，而非公眾的身份，因此儘管有線電視的頻道眾多，但其商業本質卻難以爲公眾創造新的參與機會，提供多元的消息來源，也無法帶來創新的聲音、觀點或選擇。

國內李秀珠與江靜之(1998)的研究發現台灣有線電視的出現，雖然打破無線電視寡佔的市場結構，但有線電視對三台的衝擊並未使三台節目朝更多元化的方向發展，只是增加播出時間及數量，電視台仍以大多數觀眾偏好的節目類型爲主要選擇。李秀珠(1998)並進一步從組織生態學的觀點，以區位重疊程度來分析無線電視與衛星電視的競爭情況。該研究以電視節目類型作爲分析衛星電視對無線電視台影響之基礎，認爲不同類型的節目會吸引不同的觀眾群，因此節目內容包含愈多種不同類型的節目，而這些類型的節目比例愈平均，則其節目區位寬度大，反之，如節目內容集中在少數幾種類型上，則其節目區位寬度小。研究發現在 1993 年有線

電視合法化之後，隨著市場競爭的加劇，國內三台的節目寬度開始縮小，三台從過去寬區位態勢，漸漸減少其區位寬度。爲了有效利用資源以求取生存，三台不得不放棄某些不專長的節目類型，而專心經營其較有把握的節目類型。

李秀珠、江靜之的研究證實了市場競爭與節目多樣性之間的負向關係，台灣有線、衛星電視雖打破三家無線電視台寡佔的市場結構，但競爭的增加並未促使三台製作更多樣的節目，反而是複製過去成功與受歡迎的節目類型，以迎合大多數口味的節目面對競爭，造成節目多樣性不增反減的現象。

劉幼琍（1997）進一步分析多頻道電視環境的競爭與節目多樣化之間的關係，針對國內四家無線電視台與四家有線電視綜合頻道的節目表進行內容分析，研究結果發現這兩種媒體常播的五種節目類型依序爲新聞氣象、連續劇、綜藝歌唱、談話性節目、卡通；兩者皆以新聞氣象播出的時數最多。同時，該研究亦證實，三台節目並未因市場競爭而增加節目的垂直多樣性，黃金時段的水平多樣性也未因有線電視的衝擊而明顯增加。

三、研究文獻與本研究之關聯

檢視以上相關的文獻資料發現，在節目多元化的評估方面，節目類型是一個重要的觀察對象，特別是在多頻道的廣電媒體環境中，節目類型與頻道關係相當密切（Webster, 1986），因此，不論是探討廣電市場競爭與節目多樣性的文獻，或是以多元化爲準則，評估節目品質的相關研究，都是以節目類型作爲分析單位，進行探究。進一步檢視國內有關廣電節目表現的實證研究發現，在以節目類型與節目時段爲觀察指標的多樣性研究中，主要的研究取向都著眼於市場競爭與節目多樣性之間的關聯，藉此歸納出電視台在競爭環境下節目多樣性的變化趨勢（李秀珠，江靜之，1998；劉幼琍，1997）。或者是依據節目類型及收視率結構分析，來描繪多頻道環境下的頻道經營、節目內容或編排策略的規劃（魏美凌，1995；胡堯廷，1997；鍾起惠、陳炳宏，1999；張依雯，1999）。

本研究對國內電視頻道所進行的節目多樣性探討，試圖以媒介作爲一個公共領域的角色加以檢視，整合頻道競爭與節目多樣性的關聯，以及品質研究中對節目類型多樣性的比較評估，來探討與比較台灣九家電視綜合頻道在供給面的節目多樣狀況，以及新電台加入的競爭因素對節目多樣性所造成的改變。對於節目多樣性的觀察指標選擇，即參考以上文獻所採用的節目類型與節目時段兩個指標，藉以描述整體節目的多樣性，並比較各個電視頻道在節目多樣性的表現。而在探討個別電台加

多頻道環境下的電視節目多樣性分析：以台灣無線電視台與有線電視綜合頻道為例之比較分析

入對節目多樣性所造成的改變時，除了探討對整體節目內容多樣性所造成的改變之外，還進一步延伸探討哪些電台加入，增加節目多樣性，哪些電台的加入減少節目多樣性，以便了解各個電台的存在對節目多樣性的貢獻。

參、研究方法

本研究從多元觀點，探討電視節目多樣性，所謂的節目多樣性，主要是以各電視頻道播出的節目類型與時段分佈作為觀察對象，分析電視節目的垂直多樣性與水平多樣性，目的在了解不同的觀眾是否可以找到自己所需的節目類型，並且在任何特定時段擁有不同的節目選擇，以此歸納出各電視台在競爭環境下的演變趨勢。

一、媒體選擇

為了探討多頻道環境下的電視節目多樣性，以及新電台的加入對節目多樣性的改變，並比較不同電視台間的多樣性差異，本研究在媒體的選擇上，必須能同時涵蓋無線電視與有線電視的部份。本研究在無線電視方面，選擇台、中、華三台，民視以及公視共五個頻道進行分析。在有線電視方面，選擇 TVBS、超視、東森綜合台以及衛視中文台四個頻道進行分析，這四個頻道在有線電視頻道中收視率較高，都以台灣地區為主要市場進行節目的規畫與設計，有其自製節目，而非完全靠進口節目支撐的綜合台，較能涵蓋各種不同的節目類型，因此較具代表性。總計在媒介選擇方面共選擇九個電視台，無線電視部份為台視、中視、華視、民視及公視，有線電視部份為衛視中文台、TVBS、超視、及東森綜合台。此外，再根據媒介所有權的歸屬，以及商營、非商營的特性，將九個頻道區分無線電視商業台，有線電視商業台，以及公共電視台。

二、時間抽樣

本研究的抽樣範圍從民國七十五年開始到八十八年第一季為止，其中涵蓋了無線三台時代的寡占期，衛視中文台以及 TVBS 等頻道陸續開播後的競爭期，乃至晚近公共電視與第四家無線電視台（民視）加入市場後，多頻道競爭激烈的階段。由於電視節目更替大多以季為單位，因此本研究將一年分為四季，每季隨機抽取一個月份，每個月份抽取第二個星期為分析樣本。在分析年度的選擇上，本研究以七十五年樣本為寡占時期的代表，以八十年代的樣本為解嚴後，邁入競爭之前的代表，有線電視頻道陸續加入之後，為顧及電視節目表在報紙上出現的時間以及節目的穩

定性，則以新頻道進入年度當季的下一季作為挑選樣本年度的參考依據。分別抽取八十一年、八十二年、八十五年、八十六年、八十七年為新頻道進入的關鍵年度，公視由於開播時間較晚，為增加公視節目樣本數量，因此多抽了八十八年的第一季。總計本研究共抽取九個年度為樣本年度，分別為七十五年、八十年、八十一年、八十二年、八十三年、八十五年、八十六年、八十七年及八十八年的第一季。九個年度共抽取一百七十個星期，其中台中華三台共九十九個星期，民視七個星期，公視兩個星期，衛視二十五個星期，TVBS 十八個星期，超視十三個星期，東森六個星期。

三、內容分析

本研究以民生報影劇版的電視頻道節目表進行內容分析，以每一個節目為一個分析單位，在節目表的編碼上，以早上六點到晚間十二點播放的節目為主要分析範圍，所有節目表上列出的節目都要分析，予以編碼。資料登錄以 SPSS 8.0 版的格式輸入，以方便資料的管理與查證，以及相關的統計工作。由於樣本為跨時取樣，有些節目因年代久遠，或未曾聽聞，很難從節目名稱判斷其節目類型，還必需藉由相關資料的輔助才能判斷該節目所屬之節目類型。

在節目類型多樣性的研究中，最複雜且較爭議的部份就是節目類型的分類標準以及分類的數目，而不同的分類方法也往往造成不同的研究結果。有關節目類型的分類，少至四、五種，多達二十幾種，分法各有不同。有些節目分類方式，只將電視節目作大致性的歸類，每一類別下都涵蓋許多相關的節目，例如「社教類」節目，這個項目下就可能包括了婦女節目、公共事務節目、新知介紹性節目以及教學性節目等，但這些不同節目之間其實有其差異性，但因節目歸類方式過於粗略，反而看不出不同頻道之間的節目差異性。進一步比較國外與國內節目的分類差異可以發現，基本上國外節目中提及的「少數族群節目」與「嗜好或個人興趣節目」兩類，在國內相關的節目分類中很少獨立出來成為一類，而是歸類在其他節目類型之下。本研究旨在分析無線電視與有線電視綜合頻道節目類型多樣性的差異，因此對於電視節目的分類必須能同時涵蓋無線電視與有線電視的節目類型，同時為了突顯不同頻道在節目類型上的差異，電視節目的分類必須較為細緻。有鑑於國內的公共電視頻道已陸續製作規劃探討少數族群的節目，若從近用媒介內容的角度觀察，電視節目內容中是否適當呈現少數族群的聲音，是評估近用多元的重要訊息，因此本研究亦將「少數族群節目」列入節目類型中。有線電視頻道節目中也經常出現訴求

有關個人興趣或嗜好之類的節目，本研究則依其節目表現的差異（指導性或介紹性），區分為「指導性技藝節目」，或「休閒／娛樂／旅遊」的介紹。

本研究在參酌相關文獻對節目類型的分類，並透過預試與反覆討論後，將電視節目，依其形式、內容、訴求對象或節目產地加以綜合整理，共分為三十類，分別是：新聞氣象、新聞雜誌性節目、時事性訪談節目、時事評論、藝術文化、風土民情、少數族群節目、地方戲劇、宗教節目、婦女生活教育、社教／公共事務性節目、指導性正規教學節目、指導性語文教學節目、指導性技藝節目、卡通／動畫、兒童節目、知識或資訊性節目、休閒／娛樂／旅遊、財經股市、紀錄片／紀錄報導、電視劇、電影、影集、綜藝歌唱、競賽／益智遊戲、軟性訪談節目、體育節目、流行娛樂資訊、靈異節目、其他。另外為方便作進一步的資料處理，本研究將以上三十種節目類型再作合併，歸類為八大類型，分別是新聞性節目、文化性節目、教育性節目、兒童性節目、知識／資訊節目、戲劇性節目、娛樂性節目及其他。

電視節目時段的分配反映了電視台整體的節目編排策略，一般而言，美國電視網將黃金時段訂為 20:00-23:00 (Howard & Kievman, 1983)，但是參照台灣的情況，則將黃金時段提前一個小時，從晚間七點開始。主要是因為過去無線三台所建立的收視習慣，加上一般民眾的作息時間所致。通常三台晚間七點到九點多為電視新聞與連續劇時間，九點過後到十一點的時段，各台的節目差異較大。有線電視加入市場競爭後，對於黃金時段的節目編排與無線電視有所差異，為能有效比較二者的差別，可將黃金時段進一步分為黃金時段一與黃金時段二。因此，本研究採取劉幼琍（1997）對節目時段的分法，將一天分成七個時段，分別是上午時段（19:00-21:00）中午時段（12:00-14:00）、下午時段（14:00-17:00）、傍晚時段（17:00-19:00）、黃金時段一（19:00-21:00）、黃金時段二（21:00-23:00）及夜間時段（23:00 以後）。

以上七大時段分法，主要是根據一般觀眾收視習慣以及一天中幾個主要的收視高峰，加以區隔，目的在檢視不同的收視率時段，各電視台所提供的節目多樣程度。但是，如果從水平多樣性的意義來看，水平多樣性強調的是閱聽人在任何一個時間點收看電視時，所能擁有的節目選擇多寡。用七大時段加以區隔時，每一個時段的時間長度不等，黃金時段一（19:00-21:00）的時間長度為兩小時，上午冷門時段（6:00-12:00）的時間長度長達六小時，時間過長，難以符合水平多樣性從任何一個特定的時間點切入，觀察節目多樣性的意義。因此，本研究對節目時段採用另外一種分法，以每半個小時為單位，從早上六點到夜間十二點共分為三十六個時

段，藉此檢視每半個小時節目的水平多樣性。希望透過以上兩種不同的時段分類，了解各種節目類型出現在特定時段的水平多樣性差異。

本研究對節目時段的分類，總共分爲兩種情況：

1. 依七個時段來分，七大時段的分類方法參考表 1。
2. 以每半小時爲一個時段，從早上六點到晚上十二點，共分爲三十六個時段。

表 1：電視節目七大時段之分類方法

類 別	時 段	長 度
早上時段	6:00-12:00	六小時
中午時段	12:00-14:00	兩小時
下午時段	14:00-17:00	三小時
傍晚時段	17:00-19:00	兩小時
黃金時段一	19:00-21:00	兩小時
黃金時段二	21:00-23:00	兩小時
夜間時段	23:00-24:00	一小時

四、預試與同意度測試

本研究採取電腦編碼方式，由編碼員根據電視節目表的內容，將相關資料直接輸入電腦。這套電腦編碼方式經過兩次預試，第一次由兩位編碼員就台視、中視、華視之節目表，進行電腦編碼工作，主要目的在檢視編碼程序的可行性，以及節目歸類判斷的正確性，同時偵測編碼過程中可能出現的難題。第一次預試結果，在節目基本資料如節目起始、結束時間、台別、台性等基本資訊的判斷上，同意度爲百分之百，在節目類型的歸類上，同意度爲 0.92，信度爲 0.96。

第二次預試由兩位編碼員就七家電視台之節目表進行編碼。這七家電視台分別爲台視、民視、公視、衛視中文台、TVBS、超視以及東森綜合台。由於第一次預試已經做過無線三台的節目分析，而三台的節目形式較爲類似，因此第二次預試只挑選台視作爲代表。第二次預試結果節目類型的同意度爲 0.95，信度爲 0.97。

五、節目多樣性的測量

Litman (1979) 在分析一九七四年至一九七九年美國三家電視網的競爭與合作關係時，提出以 HI 值 (Herfindahl Index) 來評估節目的垂直多樣性與水平多樣性。它的計算方式即是將各類型節目之比例平方後加總，如果 HI 值的數字越高，表示節目類型越集中，多樣性越低。反之，當 HI 值的數字越小，表示節目類型越分散，多樣性越高。

本研究將電視節目分類為三十種類型，垂直多樣性是指三十種節目類型的分佈狀況。三十種節目類型的分布越平均，則垂直多樣性越高；三十種節目類型的分佈，若集中在少數幾種類型，則垂直多樣性越低。水平多樣性是指特定時段中，閱聽人可以選擇的節目多寡。本研究對節目時段的分類有兩種，一種是將一天的播出時間分為七個時段，另一種則以每半個小時為區隔，共分為三十六個時段。水平多樣性是指在固定時段中，三十種節目類型的分佈狀況，分佈情況越平均，水平多樣性越高，反之，則越低。

肆、研究發現

一、整體節目類型的垂直多樣性

就九家電視台整體節目類型分佈來看，表 2 列出了三十類節目類型中，各類節目的播出時數百分比，我們可以發現，歷年來節目類型分佈主要集中在電視劇 (23.32%)、新聞氣象 (17.35%) 這兩種類型，其次是綜藝節目 (9.27%)、卡通動畫 (7.81%)、社教或公共事務節目 (4.37%) 以及流行娛樂資訊 (3.25%) 這四種類型。以上列舉的六種節目類型佔了所有節目類型的三分之二 (65.37%)，而剩下的二十四種類型只佔了所有類型的三分之一，其中又以少數族群節目所佔的比例最低。若我們將表 2 的三十種節目類型作進一步分類，將所有節目類型整合為八種類型，從表 3 可以看出八種節目類型的分佈狀況。這八種節目類型分別是新聞性節目 (包括新聞氣象、新聞雜誌、時事訪談、時事評論)、文化性節目 (包括藝術文化、風土民情、少數族群節目、地方戲劇、宗教節目)、教育性節目 (正規教學節目、語文教學節目、技藝節目、婦女生活教育、社教或公共事務節目)、兒童性節目 (兒童節目、卡通動畫)、知識資訊性節目 (包括知識或資訊介紹節目、休閒娛樂旅遊、財經股市、紀錄片 / 紀錄報導)、戲劇性節目 (包括電視劇、影集、電

影)、娛樂性節目(軟性訪談、靈異節目、流行娛樂資訊、競賽益智遊戲、綜藝歌唱、體育節目)及其他(包括購物促銷節目及其他無法歸類的節目類型)。從表 3 八大類型節目的播出時數百分比可以發現,八大類中以戲劇性節目(電視劇、電影、影集)高居首位,佔 29.39%,新聞性節目與娛樂性節目居次,分別佔了 20.59% 和 20%,而知識、文化或教育性節目所佔比例都不超過百分之十,尤其是文化性節目只佔 4.94%,敬陪末座,顯示電視節目仍然以娛樂功能為主,教育文化的目的並未受到重視。

表 2:各類節目的播出時數百分比(三十類節目類型)

	播出時數		播出時數
新聞氣象	17.35	兒童節目	1.57
新聞雜誌性	1.35	知識或資訊介紹	1.92
時事性訪談	1.56	休閒娛樂旅遊	1.16
時事評論	0.33	財經股市	1.96
藝術文化	0.81	紀錄片-紀錄報導	0.74
風土民情	0.96	電視劇	23.32
少數族群	0.24	電影	3.07
地方戲劇	1.37	影集-影片	3.01
宗教節目	1.56	綜藝節目	9.27
婦女生活教育	0.78	競賽益智節目	1.76
社教性或公共事務	4.37	軟性訪談	2.51
指導性-正規教學	1.75	體育節目	2.82
指導性-技藝	0.80	流行娛樂資訊	3.25
指導性-語文教學	0.46	靈異節目	0.40
卡通動畫	7.81	其他	1.75

表 3：八大類型節目的播出時數百分比

節 目 類 型	播出比例
新 聞 性 節 目	20.59
文 化 性 節 目	4.94
教 育 性 節 目	8.16
兒 童 性 節 目	9.37
知 識 - 資 訊 性 節 目	5.78
戲 劇 性 節 目	29.39
娛 樂 性 節 目	20.00
其 他	1.75

另外，以所有電視台各年度節目類型垂直多樣性的 HI 值來看，從表 4 各年度 HI 值的列舉可以發現，民國七十五年戒嚴時期，三台節目類型的分佈較其他年度分散，HI 值最低，垂直多樣性最高；民國八十一年衛視中文台加入後，電視劇數量大幅增加，從八十年的 18.56% 增加到八十一年度的 26.89%，也使得八十一年度的 HI 值成為九個年度中的最高值，垂直多樣性最低；另一個值得注意的是，民國八十五年的 HI 值僅次於七十五年三台時代的 HI 值，是解嚴以後從八十年到八十八年第一季這段期間，節目類型多樣性最高的年度。主要原因是從八十五年開始，新聞氣象節目的比例較前三個年度提高約 4%，為 18.28%，相對的，電視劇的比例則較前三個年度降低了 3% 到 5%，為 21.75%。另外，財經股市及軟性訪談節目則較前三個年度大幅增加約 3%，使得節目類型的集中現象趨緩，而提高了垂直多樣性的 HI 值。而八十五年的多樣性變化，若對照個別電台在各年度的節目表現，可以發現主要的改變來自 TVBS 從八十五年開始大幅增加新聞節目的比例，從八十三年度的 7.33% 增加到八十五年的 24.88%，同時大幅降低電視劇的比例，從八十三年度的 34.70% 降到八十五年的 3.45%，另外軟性訪談節目從八十三年度的 7.73% 提高到八十五年的 16.75%，財經股市節目則從八十三年度的 0.32% 提高到八十五年的 13.67%。

此外，表 4 也顯示了整體節目類型歷年來的消長，其中新聞節目所佔百分比呈現逐年緩步上升的趨勢，訪談性節目（包括時事性訪談以及軟性訪談）與財經股市節目亦增加快速，特別是卡通動畫節目更是呈倍數成長，到八十七年已成為僅次於

表 4：所有電視台歷年各類節目播出時數百分比（三十類節目類型）

	75年	80年	81年	82年	83年	85年	86年	87年	88年
新聞氣象	10.83	20.37	15.72	14.54	14.65	18.28	19.23	19.45	18.22
新聞雜誌性	2.64	1.14	1.03	0.96	0.77	1.03	1.49	1.82	1.70
時事性訪談	0.19	0.64	0.16	0.51	1.12	2.15	2.16	2.55	2.65
時事評論	0.24	0.29	0.19	0.19	0.16	0.17	0.39	0.69	0.22
藝術文化	1.01	0.98	1.01	1.07	1.15	0.50	0.44	0.56	1.76
風土民情	0.17	0.92	1.75	1.26	1.23	0.87	0.76	0.78	0.66
少數族群	0.05	0.08	0.19	0.02	0.04	0.11	0.19	0.57	0.88
地方戲劇	4.00	2.51	1.20	1.05	1.45	1.24	0.99	0.89	1.45
宗教節目	2.51	1.80	1.36	1.57	1.75	1.39	1.88	1.19	1.18
婦女生活教育	2.53	0.78	0.87	0.47	0.22	0.11	0.95	1.10	0.83
社教性或公共事務	11.40	7.52	6.39	5.96	5.35	3.30	2.25	2.09	2.53
指導性-正規教學	4.41	1.64	1.04	1.45	1.54	2.49	1.77	1.31	1.28
指導性-技藝	1.03	0.31	0.51	0.64	0.69	0.63	0.39	1.44	1.75
指導性-語文教學	0.40	0.32	0.29	0.30	0.54	0.39	0.58	0.53	0.72
卡通動畫	5.36	4.81	5.59	5.65	6.93	8.41	8.44	10.75	9.76
兒童節目	1.75	2.94	2.90	1.60	1.75	1.17	0.97	1.05	1.55
知識或資訊介紹	2.17	1.10	0.92	1.70	1.43	2.37	1.65	2.48	3.72
休閒娛樂旅遊	0.25	1.14	1.56	1.44	1.00	1.57	1.20	0.80	1.25
財經股市	0.00	0.00	0.52	0.68	0.88	3.67	4.00	2.57	0.62
紀錄片-紀錄報導	0.64	0.18	0.51	0.42	0.54	1.02	0.92	0.84	1.42
電視劇	19.00	18.56	26.89	24.73	24.94	21.75	24.47	22.52	23.90
電影	4.54	4.90	3.25	4.10	4.56	1.94	2.30	2.24	2.10
影集-影片	6.72	4.08	4.72	3.32	2.17	2.46	2.38	2.00	3.33
綜藝節目	9.28	11.83	11.06	12.57	11.37	9.22	7.65	6.77	5.77
競賽益智節目	3.84	2.31	1.56	1.77	1.87	1.23	1.33	1.80	1.76
軟性訪談	0.00	0.48	0.57	0.97	1.71	4.06	4.17	3.39	3.37
體育節目	1.69	6.45	3.63	3.03	3.36	3.36	2.31	1.66	0.62
流行娛樂資訊	2.36	0.27	3.03	6.10	4.99	2.36	2.39	3.40	3.17
靈異節目	0.00	0.00	0.00	0.09	0.24	0.92	0.70	0.45	0.44
其他	0.96	1.62	1.57	1.81	1.60	1.81	1.64	2.29	1.40
HI	0.0879	0.1098	0.1248	0.1149	0.1133	0.1064	0.1187	0.1129	0.1124

電視劇與新聞節目的第三大節目類型。然而地方戲劇、社教或公共事務性節目、電

多頻道環境下的電視節目多樣性分析：以台灣無線電視台與有線電視綜合頻道為例之比較分析

影、影集和體育節目則呈現逐年衰退的現象。其中社教節目的減少，主要是因為從八十五年七月開始，三台可自由安排節目在晚上九點到九點三十分的時間播出，無須再配合政策播出社教節目，因此社教節目從民國七十五年的 11.4% 開始逐年減少至八十七年的 2.09%；至於電影、影集和體育節目則因有線電視專業頻道的發展，不再為綜合性頻道所採用。

此外，以台、中、華三台歷年來節目類型的百分比與垂直多樣性來看，三台 HI 值曲線的變化不大，均以七十五年戒嚴時代的 HI 值最低，亦即節目多樣性最高，有線電視陸續加入後，三台節目的垂直多樣性並沒有很大的變化，但是三台在社教性節目、電影、影集所佔比例則呈現逐年下滑的趨勢，卡通動畫比例則逐年增加。台視從八十六年、八十七年開始增加財經股市節目，中視則是在電視劇的比例上逐年升高，中視節目的多樣性表現是越來越不多元，至於台視和華視的表現則較為一致，沒有太大的變化。

民視的樣本從八十六年第三季開始到八十八年第一季為止，總共有七個星期，民視是九個電視頻道中，新聞氣象節目比例最高的電視台，新聞的比例高達百分之三十以上，其次是電視劇，所佔比例約在百分之二十五上下，以上兩種節目類型合計共佔所有節類型的百分之五十以上，由於節目類型大量集中在少數幾種類型，因此 HI 值偏高，雖為無線電視台，但是 HI 值數字與有線電視綜合頻道不相上下。

至於有線電視頻道方面，衛視中文台整體節目類型的多樣性變化，由八十一年的高度集中在電視劇類型（佔所有播出時數的二分之一），HI 值高達 0.2999，隨著節目類型集中現象趨緩，HI 值也逐年下降，到八十六年降到最低點為 0.1557，但是八十七年開始 HI 值似乎又有往上走的趨勢，又開始朝向集中在某些類型的方向發展。

TVBS 在八十二年九月開播，剛開播時的節目類型大量集中在電視劇及流行娛樂資訊，各佔 43.04% 及 24.05%，到了八十五年電視劇急遽減少，新聞氣象則大量增加到 24.88%，財經股市與軟性訪談節目亦分別大幅提升，使得八十五年成為節目多樣性最高的一年，HI 值降到 0.1284；到了八十七年電視劇的比例再度增加到 25.34%，使得 HI 值又有微幅上揚的趨勢。從各年度的 HI 值走勢，可以發現該台節目的多樣性變化，從不多元走向多元，再往不多元的方向發展，與衛視中文台的趨勢類似。

至於超視，從八十五年以來節目多樣性的變化不大，主要以電視劇、新聞氣象以及卡通動畫三種類型為主。東森綜合台的分析樣本只有六個星期，與超視比較起

來，東森節目類型的分佈狀況較為平均，HI 值較超視低了許多。公視由於開播時間較晚，本研究只分析了兩季的樣本，公視在各種節目類型的分佈上最為平均，HI 值是九個電視頻道中最低的，進一步檢視該台節目類型的播出比例發現，公視在兒童節目、藝術文化與紀錄片—紀錄報導這三種節目類型的播出比例，明顯高於其他八家電視頻道，而這幾種節目類型也往往是其他電視頻道的冷門節目，形成與其他八家電視頻道互補的狀況。

以上九家電視綜合頻道，若進一步依據其頻道屬性分為無線四台、有線四台與公共電視三種系統，作歷年來節目多樣性的比較，圖 2 顯示，八十五年之前，有線四台的節目多樣性明顯的低於無線四台的表現，但是從八十五年開始有線四台的 HI 值急速下降，接近無線四台的水準，反而無線四台的 HI 值有緩步上揚的趨勢。至於公共電視的節目多樣性則遠高於其他八台的表現。

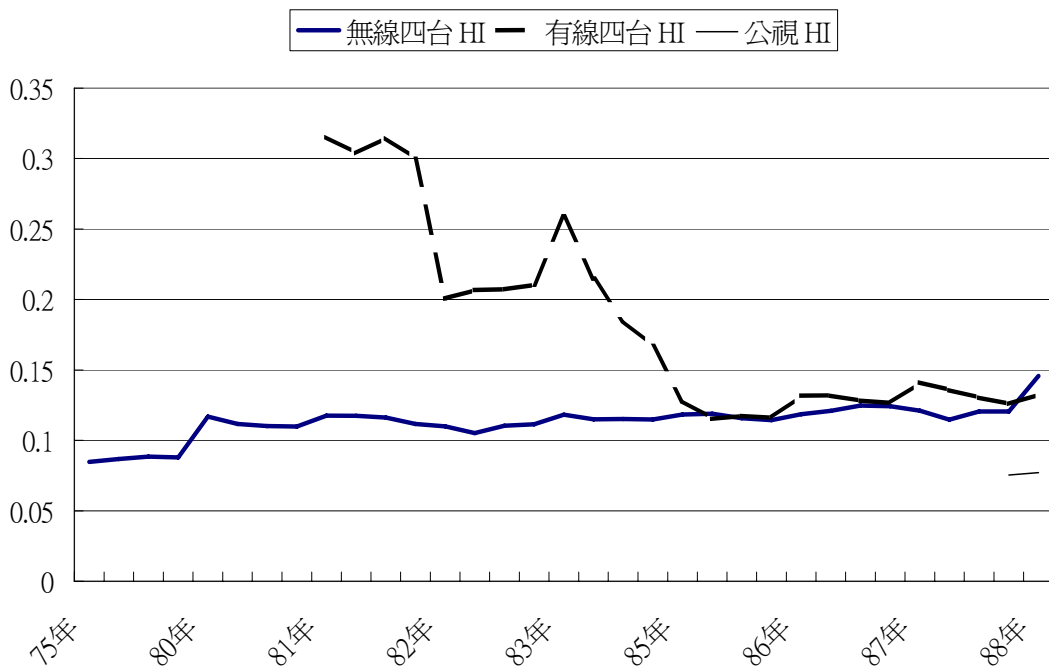


圖 2：有線四台、無線四台、與公視歷年播出時數 HI 值

二、整體節目類型的水平多樣性

在節目的水平多樣性方面，以七大時段來分，研究發現在七個不同時段中，三十種節目類型的分佈狀況並不平均。如果將七大時段中各個時段的 HI 值以曲線描

繪出來，圖 3 顯示在一天中有兩個節目集中程度最高的時段，第一個高峰是中午十二點到下午兩點這個時段，該時段的節目則主要集中在新聞氣象（23.41%）、電視劇（30.91%）以及綜藝節目（16.92%），這三種節目類型共佔百分之七十左右，其他的節目類型都不超過百分之四，顯見中午時段的節目集中程度。第二個高峰是晚間七點到九點的黃金時段，這個時段是收視率最高的時段，但在節目類型的分佈上卻大量集中在新聞氣（30.43%）及電視劇（38.81%）兩種節目，二者共佔將近百分之七十，是七個時段中，HI 值最高，節目多樣性最低的時段。而一天中節目多樣性最高的時段是下午兩點到五點的時段。該時段的節目型態較為分散，除了電視劇佔了將近百分之二十三，比例最高外，其他則分散在卡通動畫（8.91%）、社教公共節目（7.6%）、綜藝（6.5%）、體育（7.14%）、流行娛樂資訊（6.44%）及影集 / 影片（4.29%）等節目。至於九點到十一點的次要黃金時段，是一天中收視的第二高峰，但這個時段的節目多樣性比主要黃金時段七點到九點的節目多樣性高出許多，HI 值只有黃金時段一的二分之一。該時段仍以電視劇（31%）為主流，其次是綜藝節目（16.66%），而這個時段也是談話性節目較多的時段，時事性訪談與軟性訪談合計約佔百分之九，其他則是電影、影集以及新聞節目。

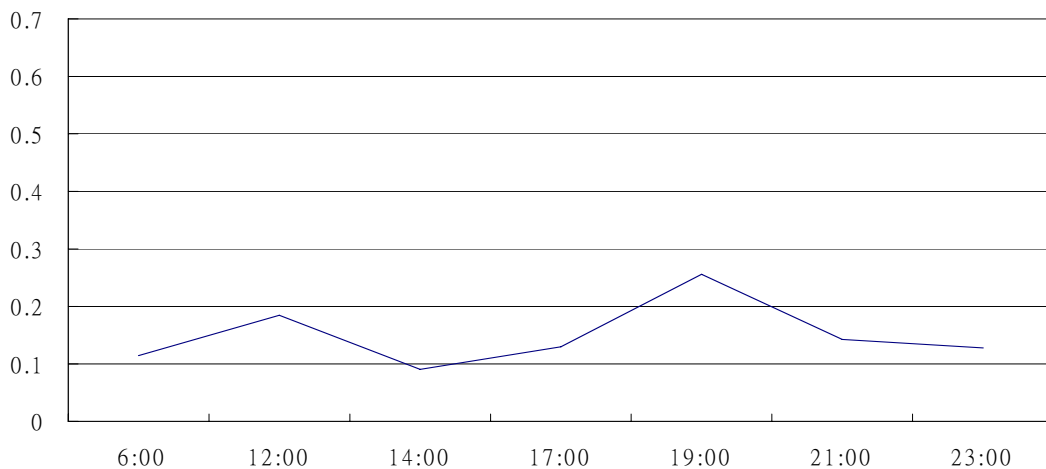


圖 3：七大時段的 HI 值曲線

以上七大時段的分法，主要是以收視習慣為考量所進行的分類，但是水平多樣性的意義是指任何一個時間點上，電視台所能提供給閱聽人的節目選擇程度，因此本研究進一步將時段細分，以半小時為一單位，從早上六點到晚上十二點，共分為三十六個時段，並將三十六個時段中各時段的 HI 值以曲線繪出，可以更細緻的觀

察每半小時的節目變化。

從圖 4 中我們可以發現一個有趣的現象，那就是某些節目類型在特定時段的集中度特別高，也就是說節目多樣性在某些特定時段出現高點，呈現幾個峰期的現象。表 5 顯示節目類型集中的高峰期有七個時段，除了五點到五點半是卡通動畫以外，主要的節目類型不是新聞氣象就是電視劇，這兩種節目所佔比例都高達百分之五十以上。值得注意的是在高峰期五以及高峰期六之間，也就是在晚上七點半到八點這個時段，相對於前半小時與後半小時而言，節目類型呈現了短暫的多樣現象，這是因為各類型節目在改變當中，新聞節目不再佔那麼高的比例，相對的，電視劇與綜藝節目出現了。

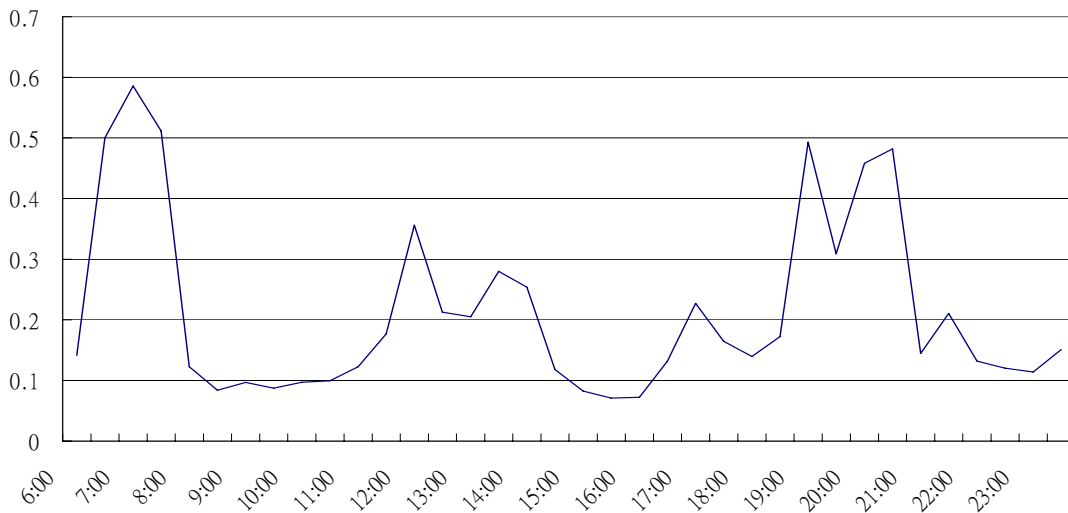


圖 4：以半小時區分的 HI 值曲線

表 5：36 個時段中節目多樣性高峰期的分佈

	時段	高峰點	最高點的節目類型	所佔比例
高峰期一	6:00-8:00	• 7:00-7:30	新聞氣象	76.06%
高峰期二	11:30-12:30	• 12:00-12:30	新聞氣象	54.56%
高峰期三	13:00-14:30	• 13:30-14:00	電視劇	50.89%
高峰期四	16:00-18:00	• 17:00-17:30	卡通動畫	43.62%
高峰期五	18:30-20:00	• 19:00-19:30	新聞氣象	68.74%
高峰期六	19:30-21:00	• 20:30-21:00	電視劇	66.52%
高峰期七	21:00-22:30	• 21:30-22:00	電視劇	38.12%

從這七個峰期的分布與所佔比例最高的節目來看，頗為符合一般人的作息及長久以來培養的收視習慣。新聞氣象都在固定的早上、中午、晚上以及夜間時段播出，電視劇則是配合婦女收視群的生活節奏，固定在上、下午及晚間特定時段播出。至於傍晚五點左右則是小孩陸續回家的時間，該放一些卡通節目讓他們安靜下來，因此這時候卡通動畫佔了最大的比例。至於開機率最高的晚間七點至九點黃金時段則是電視劇與新聞氣象的天下，自從有三家電視台以來就是這樣了，沒什麼好爭的，儘管其他幾家綜合頻道的陸續出現，似乎也不容易改變既定的模式，大部分的媒體在幾個主要時段仍是追隨三台的節目編排方式，並沒有太大的突破。

如果以各台歷年來各時段 HI 值的變化來看，台、中、華三台在幾個固定時段上如早上、中午、傍晚及晚上黃金時段都各有幾個明顯的節目集中度高峯，歷年來三台表現非常一致。民視的水平多樣性曲線也與三台類似，不過三台黃金時段的高峯在晚間七點至七點半之間，民視則提前在六點到六點半之間出現。有線電視 TVBS 的水平多樣性也和四家無線電視台相近，只是該台早上七點到八點時段並未像三台一樣有明顯的集中現象。衛視則是所有電台中，唯一較缺乏明顯的節目集中高點的一台，也是水平多樣性最高的一台。

進一步比較有線四台、無線四台與公共電視三者在水水平多樣性的差異，圖 5 顯示，在大部分的時段，有線四台的水平多樣性是較高的，在任何時段上較能提供多樣的節目類型。公共電視的水平多樣性在圖 5 中表現的似乎並非那麼多元，主要是因為公視的分析樣本只有兩季，因此節目類型在時段上的變化不大，難以和無線四台及有線四台累積多年的樣本作公平的比較。反之，三台累積多年所得的樣本數

量，在節目時段的編排上並無太大的差異，在幾個固定的時段上，歷年來三台表現非常一致。

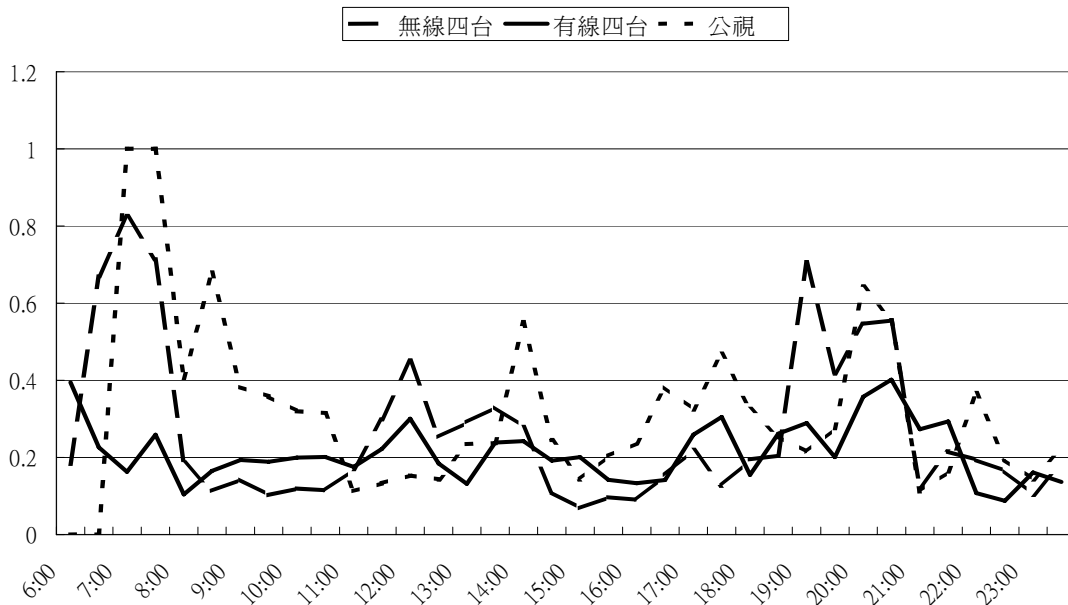


圖 5：無線四台、有線四台、與公視 HI 值比較

進一步比較有線四台、無線四台與公共電視三者在水平多樣性的差異，圖 5 顯示，在大部分的時段，有線四台的水平多樣性是較高的，在任何時段上較能提供多樣的節目類型。公共電視的水平多樣性在圖 5 中表現的似乎並非那麼多元，主要是因為公視的分析樣本只有兩季，因此節目類型在時段上的變化不大，難以和無線四台及有線四台累積多年的樣本作公平的比較。反之，三台累積多年所得的樣本數量，在節目時段的編排上並無太大的差異，在幾個固定的時段上，歷年來三台表現非常一致。

三、新電台加入對節目多樣性所造成的改變

在整體節目類型方面，究竟新電台加入所帶來的競爭，是否能增加既有三台的節目多樣性？爲了方便了解各台的存在對三台節目類型多樣性的貢獻多寡，我們將各台的 HI 值減去三台的 HI 值，而爲了得到各台相對三台變化上的百分比，上述差異值並除上三台的 HI 值，而得到各台相對應三台的 HI 改變百分比。

我們將個別電台加入，對三台節目垂直多樣性與水平多樣性的 HI 值做一比較

多頻道環境下的電視節目多樣性分析：以台灣無線電視台與有線電視綜合頻道為例之比較分析

對照，表 6 顯示，在垂直多樣性方面，公視、東森、TVBS 相對於三台而言，其 HI 值的差異平均值皆為負值，顯示這些頻道的加入，提供了較三台更多不同的節目類型。至於民視、衛視和超視的加入，反而減少了節目的垂直多樣性。但是在水平多樣性方面，各個新電台的加入，都較能在各個時段提供不同於三台的節目類型。因此各電視台相對於三台 HI 值的差異平均值皆呈現負值，其中又以公視、東森、衛視和 TVBS 對水平多樣性的貢獻最大。

表 6：各電台加入相對於三台節目類型 HI 值的百分比平均值

	民視	公視	衛視	TVBS	超視	東森
垂直分析	7.97	-30.67	0.78	-2.97	6.72	-6.77
水平分析	-7.36	-26.99	-14.34	-12.51	-2.32	-16.29

若進一步比較各台在垂直多樣性與水平多樣性的 HI 值差異，我們發現公視在垂直多樣性與水平多樣性的 HI 值皆呈現最高的負值，對既有三台的節目而言，分別在垂直多樣性上增加 30.67%，在水平多樣性上增加了 26.99%；顯示該台對三台原有節目多樣性的增加，貢獻最大。至於衛視雖然在節目的垂直多樣性並未有別於三台，但是在時段的安排上卻能有別於三台，提供不同的節目選擇，相對於三台而言，水平多樣性增加了 14.34%。和衛視一樣，民視相對於三台的垂直多樣性 HI 值為 7.97，但是水平多樣性的 HI 值卻是 -7.36，亦即民視的加入，並未增加更多有別於三台的節目類型，但是平均而言，在相同時段，卻能提供不同於三台的節目選擇，相對於三台的水平多樣性而言，增加了 7.36%。

整體而言，有線電視綜合頻道面對無線電視台的節目競爭時，在節目類型的規劃上，大多採取類似無線電視台的做法，因此垂直多樣性的增加不大。但是在時段的編排策略上則有一些時間上的區隔。例如晚間新聞時段，有線電視綜合頻道仍採針鋒相對策略，以新聞節目與無線電視台競爭，但在時間安排上則提前到晚間六點或六點半播出，避免和三台直接競爭。在黃金時段的戲劇節目播出時間上也採取了將節目時間往前移動或延後結束的方式，吸引不同的收視觀眾，因此新電台相對於原本的三台而言，均增加了節目的水平多樣性。

此外，如果將個別電台加入，對所有電台節目的垂直多樣性與水平多樣性的 HI 值做一比較對照，表 7 顯示，在垂直多樣性方面，中視、民視、衛視、超視的 HI 值皆為正值，亦即這幾個電台的存在，並未增加所有電台的整體的垂直多樣性，反而減少其多樣性。在水平多樣性方面，超視、民視和中視仍是所有電台中對各時段

的水平多樣性貢獻最少的電台。公視則是所有電台中，對節目的垂直多樣性與水平多樣性的增加，貢獻最多的一台。值得注意的是衛視的節目表現，該台的加入並未有效增加整體節目的垂直多樣性，但是對於水平多樣性的增加，卻僅次於公視的表現，亦即相對於其他電台而言，在各時段提供更多不同於其他電台的節目類型。

表 7：各電台加入相對所有電台節目類型 HI 值百分比平均值

	台視	中視	華視	民視	公視	衛視	TVBS	超視	東森
垂直分析	-4.03	0.06	-5.56	4.28	-17.80	0.93	-2.50	5.86	-3.41
水平分析	-1.39	1.29	-1.99	2.47	-15.77	-10.67	-4.31	4.84	-4.99

從以上各電台加入對節目垂直多樣性與水平多樣性所帶來的變化，有以下幾項重點發現：

1. 新電台的加入，對節目的垂直多樣性增加不大，但大多增加了節目的水平多樣性，亦即在節目時段的安排上，能增加更多的選擇。
2. 相對於台、中、華三台而言，公視、TVBS 和東森的加入都提高了三台節目的垂直多樣性與水平多樣性。其中又以公視對節目多樣性的增加，貢獻最大。
3. 相對於所有電台而言，中視、民視和超視的存在反而減少了整體節目的垂直多樣性與水平多樣性。

從以上各台加入對節目多樣性增減的影響，可以發現公視的加入不論相對於三台或所有電台而言，都大幅提昇了節目的垂直多樣性與水平多樣性。這也意味著媒體所有權結構背後代表的商業力量與公共力量對節目多樣性的影響，顯然，公營體制的公共電視在節目多樣性的表現，遠甚於商營電台的表現。

伍、綜合討論

從整體節目類型的垂直多樣性來看，我們發現在三十種節目類型中，九家電視台的節目類型主要集中在電視劇、新聞氣象、綜藝節目與卡通動畫這四大類，以上四類節目合計的播出比例為 57.75%，將近佔了所有播出節目的三分之二，顯示國內九家電視綜合頻道的節目內容大量集中在少數幾種特定的節目類型。這項發現與其他學者所做相關研究結果頗為一致，例如劉幼琍的研究歸納出無線電視與有線電視

常播的五種節目類型依序為新聞氣象、連續劇、綜藝歌唱、談話性節目及卡通（劉幼琍，1997: 255）；李秀珠、江靜之（1998）針對無線三台的節目類型研究，結果顯示無線電視台節目播出比例最高的仍以新聞、連續劇與綜藝節目為主。

從九家電視台整體節目類型的變化來看，新聞氣象節目播出時數百分比在逐年增加當中，以叩應型態出現的時事性訪談節目，是近來流行的一種節目類型，播出比例亦是逐年增加，尤其是軟性訪談節目的成長更快。卡通動畫是另一個成長快速的節目類型，八十七年的播放比例為 10.75%，是七十五年的兩倍。財經股市節目則從不到一個百分點增加到八十六年的四個百分點，也是呈現增加的趨勢。此外，流行娛樂資訊以及知識或資訊介紹節目在衛視、TVBS、及民視陸續加入後，其播出比例也較三台時代增加許多。顯然新電台加入後相對於原有三台而言，所增加的節目類型除了卡通類型以外，大致上以資訊類節目的增加為主。特別值得注意的是這些以資訊為訴求的節目，不論是新聞、訪談或財經節目都在資訊提供之外添加更多娛樂的成份，資訊娛樂化（infotainment）的傾向相當顯著。

至於地方戲劇、社教或公共事務節目、正規教學節目、電影、影集、體育以及綜藝節目則呈現逐年衰退的現象。以上這幾類比例減少的節目類型，除了電影、影集、體育節目、有其專業的有線電視頻道播出，因而降低其播出比例之外，大型綜藝節目則因受限於製作成本較高，在有線電視頻道的發展有限。其他如地方戲劇、社教性節目或教學節目，則因不符合商業價值未能受到商業性頻道的青睞。特別是逐漸沒落的地方戲劇包括歌仔戲、布袋戲、平劇等節目，雖然布袋戲已有專業頻道播出，但歌仔戲和平劇等地方戲劇並未隨著頻道擴增，而得到較多的播出機會，反而在商業體制的節目環境中逐漸消失。

少數族群節目則是在三十種節目類型中，普遍受到忽略的類型。本研究發現，少數族群節目歷年來都是播出比例最低的節目類型，三台歷年來的播出量都不到百分之一，公視開播後播出比例約佔百分之四，是所有電視台中播出比例最高的一台。顯然，在商業體制運作下，不論是有線電視或無線電視所增加的節目類型，多偏向娛樂化與商業化，少數或弱勢族群節目由於不具商業利益與消費價值，並未因此受到更多重視與平等待遇。雖然公視的存在確能對節目多樣性作較多的貢獻，但面對上百個商營頻道提供的大量娛樂內容，他們近用媒介的機會仍然非常有限。此種節目發展趨勢，可能使媒體公共領域的角色更形萎縮，弱勢族群的權益也難以從電視頻道開放過程中獲得保障。

因此，就供給面的多元來看，一般以為廣電頻道的釋放，閱聽人可以較過去有

更多元的選擇，事實上並不盡然。本研究以節目類型與時段分配作為供給多元的指標，檢視九家電視綜合台的節目表現，結果發現無論有線電視台或無線電視台的節目類型，都大量集中在少數幾種特定的節目類型，在黃金時段節目的集中化現象更為明顯，且被大量同質性高的節目類型所壟斷，使得一些收視競爭力不強（收視率不高）的節目，往往被業者排除在外。若進一步比較各電台對節目多樣性的貢獻，研究發現新電台的加入，對節目的垂直多樣性增加不大，但大多增加了節目的水平多樣性，亦即在節目時段的安排上，較能增加更多的選擇。公視則是所有九家電視台中對節目類型的垂直多樣性與水平多樣性貢獻最多的台。顯然，其他商業電視台的增加，雖在時間的橫向面提供更多收視選擇，但也同時提供更多相同的傳播內容（more of the same），以非商業媒介出現的公共電視，由於較不受制於自由市場競爭的牽制，反而較能彌補商業媒介的缺憾。不過，受限於公共電視開播時間較晚，本研究中公共電視的節目樣本只有兩週，與其他頻道的節目數量相比少了許多，樣本的代表性較為不足，日後可增加公共電視的節目樣本做持續的觀察。

媒介多元化的意涵豐富，不但是一個與時俱進的概念，也是一個質量兼備的概念，本研究參考 Litman 提出的垂直多樣性與水平多樣性的概念，從節目類型著手，進行節目多樣性的量化分析。為了能涵蓋各種不同的節目類型，對電視媒體的挑選主要以綜合台為主，而捨棄以特定節目類型播出的專業頻道。這種媒體選樣設計的考量，固然較能從時間的縱向面探討一系列頻道所能提供的節目類型與數量，亦即垂直多樣性的意義。但若從時間的橫向面，觀察特定時間內觀眾所能接觸到的節目選擇，顯然只以綜合頻道探討觀眾在收視上的水平多樣性，較難以彰顯多頻道環境下電視節目收視的水平多樣性意義，也是本研究在探討電視節目水平多樣性時一個比較大的限制。

另一個值得討論的問題是節目多樣性與收視率的關係。在本研究的水平多樣性分析中發現，水平多樣性較高的兩個時段，如早上六點到十二點及下午兩點到五點這段時間，雖然水平多樣性最高，但相對的這段時間的節目收視率卻是最低的，而晚上黃金時段七點到九點這段時間的水平多樣性最低，但卻是節目收視率的高峰。換句話說，節目多樣性和收視率之間究竟關係如何，特別是對商業電視而言，節目多元的目標如何與收視率的要求取得平衡與協調，是未來值得思考的研究方向。

過去國內多元化的實證研究，大多探討的是競爭的增加，是否會使節目更多樣，但並未細究各頻道在競爭情況下，對節目多樣性的影響。因此，為彌補這個缺憾，在本研究中則進一步追問當競爭增加的時候，新增加的頻道對既有電台的節目

而言，帶來的是多樣性的增加或減少？究竟是哪些頻道的加入促進了整體節目的多樣性，哪些頻道的出現減少了節目的多樣性？藉由這些問題的提出，更精確的掌握與評估各電視台在節目多樣性的表現與貢獻。因此，在評估整體電台的經營與節目表現上，除了電視台經常倚賴的收視率指標外，電視業者、主管機關或審理機構還必須嘗試建立有關節目品質的評估、節目多樣性的評估、以及節目供應來源多樣性評估等各種多元的評估標準與方法，對電視經營與節目表現作多角度、多面向的探討，才是彰顯多元精神，實踐多元價值的所在。

參考書目

- 李秀珠、江靜之（1997）。「市場競爭與節目多樣性研究」。第五屆電視電影錄影國際學術會議。台北：輔仁大學傳播系與中華民國傳播藝術學會。
- 李秀珠（1998）。「市場競爭對台灣無線電視之影響」。《廣播與電視》，第 3 卷第 4 期，頁 143-162。
- 胡堯庭（1997）。「有線電視綜合性頻道對無線電視在節目策略上之研究」。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 洪平峰（1994）。《電視生態學——衛視（STAR TV）與我國電視生態之關聯性》。台北：黎明文化事業公司。
- 徐佳士（1997）。「文化傳播媒體」，見沈清松、周添城、陳琪合著台灣地區 1995 年文化滿意度調查分析。台北：二十一世紀基金會。
- 張依雯（1999）。「三立頻道家族之經營策略」。《新聞學研究》，第 61 期。
- 馮建三譯（1994）。《媒介經濟學》。台北：遠流出版社。
- 黃淑蕙（1998）。「全球傳播集團併購的新趨勢即對台灣電視媒體的意義」。《廣播與電視》，第 11 期，頁 1-19。
- 劉幼琍（1997）。《多頻道電視與觀眾》。台北：時英出版社。
- 鄭瑞城、羅文輝（1988）。《電視新聞消息來源之背景與呈現方式之研究》。台北：行政院國科會 75 年度專題報告。
- 鄭瑞城、須文蔚（2000）。《大眾傳播媒體內容管制》。台北：媒體資訊與國家發展研討會，瞭望公元 2000 年，頁 171-194。
- 鍾啓惠、陳炳宏（1999）。「公共電視新聞性節目編排策略之研究——節目類型與收視率研究結構之觀點」。《廣播與電視》，第 14 期，頁 63-87。

- 魏美凌 (1985)。「衛視 (STAR TV) 節目策略分析及其中文台語國內三家電視台節目異同比較之研究」。新竹：交通大學傳播研究所碩士論文。
- 蘇蘅 (1993)。「語言 (國 / 方) 政策型態」。鄭瑞城主編，解構廣電媒體。台北：澄社。
- Aufderheide, P. (1992). Cable television and the public interest. *Journal of Communication, 42(1), winter, 52-65.*
- Blumer, J. G., & Hoffmann-Riem, W. (1992). New roles for public television in western Europe: Challenges and prospects. *Journal of Communication, 42(1), winter, 20-35.*
- Burnett, R. (1992). The implication of ownership changes on concentration and diversity in the phonogram industry. *Communication Research, 19(6), 749-769*
- Croteau, D., Hoynes, W., & Carragee, K. M. (1996). The political diversity of public television: Polysemy, the public sphere and conservative critique of PSB. *Journalism and Mass Communication Monographs, 4(10), 1-53.*
- Dominick, J. R., & Pearce, M. (1976). Trends in network prime-time programming. *Journal of Communication, 26 (1), 70-80.*
- Entman, R. M., & Wildman, S. S. (1992). Reconciling economic and noneconomic perspectives on media policy: Transcending the marketplace of ideas. *Journal of Communication, 42(1), winter, 5-19.*
- Hoffman-Reim, W. (1992). Protecting vulnerable values in the German broadcasting order. In J. G. Blumler (Ed.), *Television and the public interest* (pp. 43-60). London: Sage Publications.
- Howard, H. H., & Kievman, M. S. (1983). Radio and TV programming. New York: John Wiley & Sons.
- Hulten, O. (1995). Diversity or conformity? Television programming in competitive situations. *The Nordicom Review, (1), 7-21.*
- Ishikawa, S., & Muramatsu, Y. (1996). Why measure diversity? In Sakae Ishikawa (Ed.), *Quality Assessment of Television* (pp. 203-230). Luton: University of Luton Press.
- Lacy, S., & Fico, F.(1991). Newspaper quality & ownership : Rating the groups. *Newspaper Research Journal, 42-56.*
- Litman, B. R. (1979). The television networks, competition and program diversity. *Journal of Broadcasting, 23 (4), 393-409.*
- Litman, B., R & Hasegawa, K. (1996). Measuring diversity in US television programming: new evidence. In Sakae Ishikawa (Ed.), *Quality assessment of*

- television* (pp. 203-230). Luton: University of Luton Press.
- Mccombs, M. E. (1988). *Concentration, monopoly, and content*.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interests*. London: Sage Publications.
- Owen, B. M. (1977). Regulating diversity: The case of radio formats. *Journal of Broadcasting*, 21 (3), 305-319.
- Peterson, R. A., & Berger, D. G. (1975). Cycles in symbol production: The case of popular music. *American Sociological Review*, 40, 158-173.
- Pringle, P. K., Starr, P. K., & McCavitt, W. E. (1991). *Electronic media management* (2nd ed.). Boston: Focal Press.
- Rogers, R. P., & Woodbury, J. R. (1996). Market structure: Program diversity and radio audience size. *Contemporary Economic Policy*, 14, 81-91.
- Rothenbuhler, E. W., & Dimmick, J. W. (1982). Popular music: Concentration and diversity in the industry, 1974-1980. *Journal of Communication*, 32, 143-149.
- Streberny, M. (1991). The global and the local in international communications. In James Curran & Michael Gurevith (Eds.), *Mass media and society* (pp.118-138). Edward Arnold.
- Webster, J. G., & Wakshlag, J. (1986). A theory of television program choice. *Communication Research*, 10(4), 430-446.

Diversity in Television Programming: Comparative Analysis of Taiwan TV Channels

Yi-Hsiang Chen

《Abstract》

Diversity is essential to quality of TV programs in broadcasting. Under the changing environment of Taiwan TV market, it is a good opportunity to examine the programming diversity of different TV channels when faced with fierce market competition. This paper reviews the related literature of diversity, tried to operationalize the abstract concept and to develop the measuring method to guide the assessment of programming diversity. Nine years of programming data from nine TV channels in Taiwan were collected for data analysis. The programming diversity was measured by the variety of the program types (vertical programming diversity) and the options of the program scheduling (horizontal programming diversity). The purpose is to provide a systematic data to show the amount of program diversity available and the diversity principle implemented under current Taiwan TV industry.

Keywords: media diversity, program type, program scheduling, vertical diversity, horizontal diversity