

七國電視節目的比較研究

郭明琪譯

（比利時、保加利亞、加拿大、法國、匈牙利、義大利、日本）

壹 前 言

近幾十年以來，電視已成爲革命性的創新產品，它改變了人們的生活方式、休閒型態和接觸媒介的方式，可以說是非常重要；但由於地理位置和文化背景的不同，使得電視節目在各國之間表現了非常不同的風貌。

這項研究始於西元一九七二年聯合國教科文組織歐洲協會所主辦的一項歐洲地區的研究。而現在，爲了要擴展研究的領域，特將研究地區不侷限於歐洲，而包括了比利時、保加利亞、加拿大、法國、匈牙利、義大利和日本。也就是利用計畫、資料搜集、分析和解釋等方法，對一特定期間的電視節目進行研究。

一、聯合研究的背景和方法：

貳 背 景

這項研究的背景可以說是來自一項嘗試性的研究，並做爲一九七九至一九八〇年一系列研究的前導性研究，在計畫期間，曾舉行多次會議，以對研討期間、節目分類等事項進行商討，最後決定研究期間定在西元一九七九年十一月的某三個禮拜。

研究結果於當年冬天在各國陸續完成，並進行各自專題論文的撰寫，至於整體性的比較研究和報告則留至第二年春天才完成，並決定在次年十一月完成此項命名爲「文化整合——研究與實驗」的綜合性研究。

叁 方 法

這項研究的主要目的在於就各項電視節目的有關政策進行比較研究，並加以分析，爲了研究的便利，特選出四項指標，作爲統計之用，它們分別是：

(一) 電視節目的結構：主要是指節目的時間安排、分類等；

(二) 電視節目的選擇分析：雖然在同一時間中有許多節目同時播出，但任何一位收視者在某一特定時刻內必須選擇他所收看的節目，這項指數即是爲此而定；

(三) 潛在觀眾的結構：任何一個電視公司都希望能夠按照不同的時間，對於自身節目的潛在觀眾有所了解，也可依此來判斷節目的可行性；

(四) 實際觀眾的結構：這項指數的設立主要是了解一個節目的實際收視者到底有多少，並在

各國之間進行比較。

而在節目分類上也碰到了若干的困難，經過會議決定採用聯合國教科文組織的標準。使得彼此的分類相互獨立且沒有重疊的地方，並且設法在節目的 a 功能 b 語言 c 節目來源方面加以分析，會議後各國代表更決意對目標受眾進行了解。

原先只將節目分為九類，以使得解釋圖表較為精簡，但在研究後發現，文化性節目範圍非常廣濶，即使是十八類也無法涵蓋，但爲了顧及整體性，最後仍決定採取七項的分類方法。

這項聯合研究主要是比較七國電視台在西元一九七九年十一月三個禮拜中的電視節目，節目的時間則是由下午六點至午夜爲止；時間並不會構成研究上的困擾，但是涉及的範圍却嚴重地影響了研究；比如說，有的電視台收視地區可以涉及全國，但是有的地區只能到達部份地區，使研究碰到若干困擾，而需要個自解決。

肆 各國情形

特將七國參與國家關於此項研究的各種情形說明如下：

一、觀察時間：

比利時：一九七九年十一月五日至二十六日

保加利亞：一九八〇年四月二十一日至五月

加拿大：一九七九年十月二十九日至十一月十八日

法國：一九七九年十一月五日至二十六日

匈牙利：一九七九年十一月五日至二十六日

義大利：一九七九年十一月五日至二十六日

日本：一九七九年十一月十二日至十八日

二、電視台的觀察範圍

比利時：法語系的六個頻道

保加利亞：不包括外國頻道的兩個索非爾頻道

加拿大：蒙特列爾附近的七個頻道，除開美國經營者

法國：全法國的三個頻道

匈牙利：全國的兩個頻道

義大利：全國的兩個頻道

日本：所有的七個頻道

除開外國及私人經營者

盡量達到相同的包含地區，並且使外國製作的節目除外。

三、參考人口數

比利時：十五歲以上，居於法語系地區

保加利亞：七歲以上，居於索非爾附近

加拿大：二歲以上，居於蒙特婁附近

法國：十五歲以上的法國人

匈牙利：十八歲以上的匈牙利人

義大利：十五歲以上的義大利人

日本：七歲以上

四、可能影響收視的例外狀況

比利時：一日的罷工

保加利亞：公共假日，國際性運動競賽

加拿大：交通人員的罷工

法國：瀕臨年底，對於廣告較平日重視

匈牙利：慶祝革命的活動自一九七九年十一月五日到十一日

五、節目分類

比利時：廣告未納入分類

保加利亞：為孩童及青少年的節目難以分類

加拿大：廣告及國會的辯論無法歸類

法國：文化新聞節目沒有用到

匈牙利：文化與教育節目難以區分

義大利：節目重播的分類

日本：許多性質混合的節目無法分類

建立標準的分類法反而使各國研究時碰到若干困難。

伍 情況的不同

七個國家在電視方面各有不同，比如說歷史的長短，頻道的多少，管理的方式等方面，爲了要使研究盡量地充實完整，特別加入多重的考慮，力求完備。

一、節目：

在進一步分析前，必須先對七個國家的電視節目有一概括性了解：

比利時：包括六一三個小時十五分鐘

保加利亞：一三一一個小時三十六分

加拿大：八六九小時十五分

法國：三二四小時十七分

匈牙利：一四三小時三十六分

義大利：二四三小時四十六分

日本：二九〇小時四十分

在決定節目安排時，必須考慮許多的因素，如財力的負擔，其他節目的競爭，政府及壓力團體的干涉等，而在探討這些因素前，應先對節目有所了解：

在討論各國不同的情況時，即指出加拿大及比利時不將廣告列入研究，而日本也可能加以低估，所以下列有關三國的廣告時間和費用皆由其他來源得到。在其中，以加拿大和日本所占比例，尤其是若干商業電視台情況更爲嚴重；在行公共電視台制的法國等，則廣告所占比例甚低；在保加利亞，廣告甚至沒有固定時間，只是作爲兩個節目的間隔之用。

比利時、加拿大、法國、義大利對於固定的新聞節目非常重視，日本、保加利亞、匈牙利這類節目的比例較低；而在其他類型的新聞節目中，加拿大及日本不予重視，義大利、比利時的比例又很高。

一般來說，除日本之外的電視台對教育性節目都未予重視，而在日本，NHK有一專屬頻道負責教育性節目的播出；相對之下，法國和保加利亞對文化節目非常重視，日本、加拿大、義大利則予以忽視。

而除了加拿大比例較高，法國比例較低，其他各國「虛構性」娛樂節目比例多在28%到30%之間，至於其他型態的娛樂節目比例在日本、比利時、法國較高。

以個別國家來看的話，則：

日本：新聞節目少，有專屬頻道負責教育節目。

加拿大：文化及教育性節目只占小部份

法國及保加利亞：有大量的文化節目

義大利及比利時：新聞節目甚多

匈牙利：三類節目相當平均（見表一）

在細分之下，若以功能為主，則更發現：

在新聞節目方面：加拿大很高，日本、保加利亞則不予重視，義大利重視政治及社會新聞，保加利亞重視文化新聞，體育新聞的比例在日本、法國及義大利都相當高。

教育性節目在日本受到重視，文化性節目則並不特殊，只保加利亞和匈牙利稍加重視，法國重視科技，比利時重視藝術性的文化節目。

在電影的比例上相差甚多，這與歐美電視制度的不同有關，在歐洲，電影與電視完全分開，但在美洲，兩者很難分開；而加拿大、日本的連續劇，日本的單元劇和保加利亞的體育性節目比例也都非常的高。（見表二）

在播出語言方面，各國的情形也不一樣，但無論如何，多以官方或非官方語言為準，（見表三）；以加拿大來說，官方語言包括英語和法語，其中英語節目占58%，法語節目占42%，兩者在節目安排上也有很大的不同。而法語電視台為公有，英語電視台為私營。而法語系節目較重視「虛構性」的電視節目。

在十年前，聯合國教科文組織就開始注意電視節目和該國文化之間的關係，在本研究的七國中，大概可以分為三類：（見表四）

表一：各國節目分配情況 Structure (in percentages) of programme output in the various countries

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
1. Daily news bulletins	19.4	13.4	21.3	18.7	13.9	18.9	14.7
1 bis. Other information programmes	14.8	13.6	7.4	13.8	12.4	16.3	7.3
2. Educational programmes	0.6	2.3	0.2	0.3	4.0	5.2	9.4
3. Plays	1.1	0.2	0	1.5	2.7	1.8	0.8
4. Cultural programmes	14.6	22.1	8.5	19.7	12.8	8.6	9.0
5. Religious programmes	0.8	0	0.2	0	0	1.3	0
6. Advertising	*	0.4	*	4.6	2.7	5.5	0.7
7. Fiction-based entertainment	30.0	28.9	41.1	22.2	31.0	28.1	34.3
8. Other entertainment	18.8	19.0	17.9	19.0	15.3	12.4	23.9
9. Unclassified	0	0.1	3.4	0	5.3	1.9	0
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in minutes	36,795	7,896	52,155	19,457	8,616	14,626	17,440

Example for reference: of the 36,795 minutes broadcast by the six channels observed in Belgium (between 6 p.m. and midnight, for three weeks), daily news bulletins account for 7,155 minutes, i.e. 19.4 per cent of broadcasting time.

表二：節目結構（功能） Structure of programme output (A. Function)

	比 利 時 BELGIUM	保 加 利 亞 BULGARIA	加 拿 大 CANADA	法 國 FRANCE	匈 牙 利 HUNGARY	義 大 利 ITALY	日 本 JAPAN
I. Information programmes							
1. News bulletins and news commentaries	19.4	13.1	21.3	18.7	13.9	18.8	14.7
2. Economic news	0.6	1.8	0.7	0.2	1.2	0	0.3
3. Political and social news	4.5	4.8	4.6	2.2	5.2	8.2	1.6
4. Science news	0	0	1.0	0	1.4	0	0
5. Cultural news	1.8	4.7	0.9	0	1.6	0.6	2.0
6. Sports news	2.0	0.8	0.1	3.6	0.5	5.1	3.3
7. Other information programmes	5.9	1.6	0.2	7.9	2.5	2.4	0
II. Educational programmes	0.6	2.3	0.2	0.3	4.0	5.2	9.4
III. Cultural programmes							
1. Plays, literature and poetry	1.3	1.3	0	1.5	3.4	0.5	0.8
2. Concerts of classical music, ballets, opera	0.3	1.9	0.4	1.0	2.2	1.3	0
3. Programmes about classical music, choreography, opera	1.7	2.8	0.7	1.4	1.0	0.6	1.1
4. Programmes about the human sciences, history, science and technology	5.5	6.1	3.9	8.3	2.3	4.9	4.1

5. Programmes about the visual arts and architecture, the theatre, the cinema, literature or poetry	4.3	6.4	1.0	4.9	4.9	1.9	1.2
6. Programmes about the environment and wildlife	2.1	1.5	0.7	1.0	0.6	0.2	1.5
7. Other cultural programmes	0.5	2.1	1.7	3.2	1.0	1.0	1.0
IV. Religious programmes	0.8	0	0.2	0	0	1.3	0
V. Advertising	*	0.4	*	4.6	2.7	5.5	0.7
VI. Entertainment							
1. Films	19.2	14.9	10.3	14.1	20.1	9.2	3.7
2. Plays or television films	2.5	9.1	4.7	4.2	6.4	4.9	1.0
3. Series	4.7	1.3	22.3	2.2	4.5	8.4	19.2
4. Serials	3.6	3.6	3.9	1.7	0	5.6	10.4
5. Programmes consisting chiefly of live or recorded music	5.0	4.9	5.3	4.2	3.5	2.1	4.7
6. Sports programmes	2.3	13.5	3.4	0.7	4.5	2.7	2.2
7. Games	7.2	0	3.8	5.4	1.5	0	11.7
8. Other entertainment	4.2	0.6	5.5	8.8	5.8	7.6	5.2
VII. Unclassified	0	0.1	3.4	0	5.3	1.9	0
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in minutes	36795	7896	52155	19457	8616	14636	17440

表三：節目結構（語文） Structure of programme output (B. Language)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
I. Programmes broadcast in the official language(s)	99.5	95.2	99.4	97.7	100.0	99.7	100.0
II. Programmes broadcast in non-official national languages or dialects	0.3	0	0	0	0	0	0
III. Programmes broadcast in the languages spoken by groups of foreign origin resident in the country	0.2	0	0	0	0	0	0
IV. Programmes broadcast in languages other than those under I, II and III above	0	4.8	0.6	2.3	0	0.3	0
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in minutes	36795	7896	52155	19457	8616	14626	17440

表四：節目結構（來源）Structure of programme output (C. Origin of programme)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
I. Domestic productions	19.6	71.4	46.3	91.1	66.0	80.8	90.6
II. Foreign productions	79.1	24.4	52.7	8.3	31.8	17.7	9.4
III. International co-productions	1.3	4.1	0.9	0.6	2.2	1.4	0
IV. Origin unknown	0	0	0.2	0	0	0	0
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in minutes	36795	7896	52155	19457	8616	14626	17440

第一類（加拿大、比利時）：可運用電訊接收國外節目，外國節目比例甚高，加拿大占71.5%，比利時占71%。

第二類（義大利、匈牙利、保加利亞）：主要是自國外輸入節目。

第三類（法國、日本）：外國節目低於全部節目的10%。

各國的情況則如下：

比利時：來自法國（52.6%）、美國（12.4%）、英國（1.7%）
保加利亞：來自蘇俄（15%）
加拿大：來自美國（44.3%）、英國（3.9%）
法國：來自美國（6.7%）
匈牙利：蘇俄（7%）
義大利：來自美國（11.5%）
日本：來自美國的節目以6.7%居第一位。

由表五可知，不論是公營或者私營的電視節目，均沒有著力於特定的對象。

值得注意的是，在下午六點至深夜的節目中，日本致力於為青少年和兒童製作節目，但加拿大和義大利此類節目的比例甚低。

下列論及的是各國間不同頻道的情形：

日本：公共電視台——教育、新聞節目。

商業電視台——娛樂節目，各有專司。

比利時：RTL近似日本的商業電視台。

RTBF、RTBis則致力於新聞節目。

保加利亞：重視新聞節目，却忽視文化節目。

匈牙利：重視文化節目，新聞節目只占極小比例。

表五：節目結構（設定觀眾）Structure of programme output (D. Target audiences)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
I. All audiences	95.2	91.7	97.6	92.5	90.5	99.9	84.0
II. Children	1.2	4.8	0.7	6.3	3.5	0.1	5.2
III. Young people	3.4	1.3	1.7	0.9	4.5	0	10.7
IV. Immigrant workers	0.2	0	0	0.3	0	0	0
V. Other specific audiences	0	2.2	0	0	1.5	0	0.1
 ALL PROGRAMMES	 100%	 100%	 100%	 100%	 100%	 100%	 100%
Base in minutes	36795	7896	52155	19458	8616	14626	17440

加拿大：英語、法語系電視台有重大不同之處。在公營頻道，娛樂節目甚少，致力於文化節目；而商營頻道節目多集中於娛樂節目。

由此可知，節目結構大致分爲三種：

- (一)以新聞爲主
- (二)以教育爲主
- (三)主要在於傳遞歷史文化

二、時間安排

除了節目的結構之外，電視公司更必須決定節目播出的時間，這正是本章的重點所在。在節目的安排上，例如四類節目時間平均分擔，共有四個電視頻道，則約有三種方式：

- 1 各頻道在相同時間，安排不同節目。
- 2 各頻道在同一時間，安排同一節目。
- 3 各頻道播出某一類型的節目。彼此可發生互補或互相競爭的情況，而實際的節目安排遠比上述三種來得複雜，故採用「有價值節目」的方式來安排節目，觀眾的反應也對節目安排有所影響。

本研究中，任何節目的比例均可由資料中得知，多數國家多致力於新聞、文化、娛樂節目（見表六），只有日本之出口的教育性節目所占分量較爲突出。

由資料中更可以得知，凡能提供受衆較多選擇機會的，也較能吸引受衆的注意，像日本及比利時皆是。

表六：可觀賞之節目 Available programmes (in percentages)

	比利時 BELGIUM (6 channels)	保加利亞 BULGARIA (2 channels)	加拿大 CANADA (7 channels)	法國 FRANCE (3 channels)	匈牙利 HUNGARY (2 channels)	義大利 ITALY (2 channels)	日本 JAPAN (7 channels)
1. Information programmes	71.0	46.8	72.8	60.0	35.2	49.5	70.6
2. Educational programmes	2.6	4.1	1.2	0.8	6.1	5.6	63.5
3. Plays	3.2	0.3	-	3.9	4.1	3.5	5.4
4. Cultural programmes	52.3	35.7	44.8	38.6	19.6	15.9	43.4
5. Religious programmes	3.9	-	1.2	-	-	2.6	-
6. Advertising	-	0.8	-	9.1	4.1	9.6	4.8
7. Fiction-based entertainment	61.3	49.8	79.2	38.2	43.9	43.3	88.8
8. Other entertainment	50.9	31.4	71.6	38.7	22.8	22.2	79.3
9. Unclassified	-	0.2	23.4	-	7.9	3.2	-

對於表七的最簡單解釋可為受眾所願意付出時間欣賞的節目，在與表一節目比例相互對照下，意義才得以彰明，並表示節目的安排是否與受眾的口味相投。

其他表八、表九的情況也是一樣，而在分析下，可得到下列大致的結果。

表七：潛在觀眾結構 Potential audience structure in percentages (simplified categories)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
1. Daily news bulletins	18.7	14.8	17.0	17.4	15.1	21.5	12.1
1 bis. Other information programmes	11.0	14.5	8.5	8.3	10.9	13.0	5.1
2. Educational programmes	0.2	2.2	0.1	-	2.6	1.0	8.0
3. Plays	1.2	0.2	-	1.8	3.1	1.6	0.7
4. Cultural programmes	14.0	18.1	10.0	17.3	9.6	7.3	10.8
5. Religious programmes	0.2	-	0.1	-	-	0.8	-
6. Advertising	-	0.3	-	5.3	1.2	6.1	0.8
7. Fiction-based entertainment	37.9	30.9	43.7	32.8	38.1	36.1	38.6
8. Other entertainment	16.8	19.1	17.4	17.1	15.9	11.0	23.9
9. Unclassified	-	0.1	3.1	-	3.5	1.6	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	11342	2658	15905	6167	3198	5115	5718

表八：潛在觀眾結構 Potential audience structure (detailed categories--A. Function)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
I. Information programmes							
1. News bulletins and news commentaries	18.7	14.8	17.0	17.4	15.1	21.5	12.1
2. Economic news	0.1	1.9	0.7	-	0.4	-	0.3
3. Political and social news	4.7	5.2	5.2	2.6	6.1	6.5	2.0
4. Science news	-	-	1.1	-	1.7	-	-
5. Cultural news	1.1	4.9	1.1	-	1.1	0.2	1.5
6. Sports news	1.6	0.9	0.1	1.9	0.4	3.9	1.3
7. Other information programmes	3.5	1.6	0.3	3.7	1.2	2.4	-
II. Educational programmes	0.2	2.2	0.1	-	2.6	1.0	8.0
III. Cultural programmes							
1. Plays, literature and poetry	1.3	0.8	-	1.8	4.0	0.3	0.7
2. Concerts of classical music, ballets, opera	0.3	2.2	0.4	0.8	1.9	1.3	-
3. Programmes about classical music, choreography, opera	1.8	2.2	0.9	1.4	0.7	0.6	1.3
4. Programmes about the human sciences, history, science and technology.	5.3	4.8	4.5	8.4	1.4	4.3	4.8

5. Programmes about the visual arts and architecture, the theatre, the cinema, literature or poetry	4.1	5.4	1.3	3.7	3.4	2.1	1.9
6. Programmes about the environment and wildlife	2.0	1.0	0.8	0.6	0.6	0.1	2.2
7. Other cultural programmes	0.4	1.7	2.1	2.5	0.6	0.3	0.8
IV. Religious programmes	-	-	0.1	-	-	0.8	-
V. Advertising	-	0.3	-	5.3	1.1	6.1	0.8
VI. Entertainment							
1. Films	23.9	17.7	11.4	19.8	23.5	12.5	3.6
2. Plays or television films	3.3	8.3	4.5	6.9	8.1	7.0	1.1
3. Series	6.0	1.6	23.3	3.2	6.6	8.1	22.0
4. Serials	4.6	3.3	4.5	2.9	-	8.5	12.0
5. Programmes consisting chiefly of live or recorded music	5.8	4.4	5.1	5.1	3.5	1.5	5.2
6. Sports programmes	1.8	14.2	3.5	0.9	3.5	2.0	0.8
7. Games	6.5	-	4.3	6.5	1.8	-	13.7
8. Other entertainment	2.7	0.1	4.5	4.6	7.2	7.6	4.2
VIII. Unclassified	-	0.1	3.1	-	3.5	1.6	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	11342	2658	15905	6167	3198	5115	5718

表九：潛在觀眾結構 Potential audience structure (origin of programme)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
1. Domestic productions	18.0	70.0	52.4	90.0	65.4	78.3	91.7
2. Foreign productions	80.7	25.1	46.2	9.1	32.0	20.6	8.3
3. International co-productions	1.3	4.9	1.2	0.9	2.6	2.1	-
4. Origin unknown	-	-	0.2	-	-	-	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	11342	2658	15905	6167	3198	5115	5718

比利時：電視和連續劇較受到歡迎。

保加利亞：文化節目並不受到歡迎。

加拿大：新聞性節目較電影不受到歡迎。

法國：電影等戲劇節目受到歡迎。

匈牙利：科學及藝術節目不受到歡迎，電影則受到歡迎。

義大利：新聞、電影得到受眾歡迎。

日本：戲劇和競賽節目受熱烈歡迎。

在節目來源方面，除加拿大和日本外，大部份國家都相差不多；如加拿大，外來節目吸引了46.2%的受眾，義大利則吸引了20.6%的受眾。

三、受眾

在前兩章中，多致力於節目的類型和時間安排，這一章則敘述了解大眾對不同節目的感受；這種反應一部份來自節目的供應所做的選擇；而本章中最重要的一部份是在於到底有多少受眾的存在，而與節目之間又是如何的關係？

所謂實際的受眾，它的意義是在看電視的人到底有多少，受眾的結構則表示在某一特定時間裡，收看特定節目的人數有多少。

但必須注意的是，七國在研究中的收視時間即有所不同之處。

(一) 受眾如何分配他們的時間？

由表十可以知道，在各國間，新聞報導所占的比例甚高，至於一般性的新聞節目在各國之間則有頗大的差距，如日本和保加利亞之間相差幾乎五倍。

所占比例最少的是文化性節目，當然，保加利亞的情況除外，而占最多的是各類娛樂節目，無一國低於50%。

而當我們把節目大分爲娛樂、新聞、教育文化三類節目後，各國情況就有所不同。

娛樂節目方面：義大利、保加利亞較低，其他五國相差甚少；

教育文化節目：只保加利亞比例較高，其他各國都非常少；

新聞節目方面：保加利亞、義大利所占比例較高，主要是因爲這兩國擁有私營和公營電視台的緣故。

但一般來說，受衆大約把時間的70%放在娛樂節目，21%放在新聞節目，而只有5%的時間放在教育文化節目上。

而在表十一中將各類節目做了更詳盡的分類後可知：

電視新聞收視率最高者在比利時、加拿大、義大利；

政經新聞在保加利亞、匈牙利與義大利有5%到7%的收視率；

日本的教育性節目收視率仍相當低；

舞台劇在比利時、法國受到歡迎；

電影在世界各地都受到歡迎；

表十：實際觀眾結構 Actual audience structure (simplified categories)

	匈 牙 利 BELGIUM	保 加 利 亞 BULGARIA	加 拿 大 CANADA	法 國 FRANCE	比 利 時 HUNGARY	義 大 利 ITALY	日 本 JAPAN
1. Daily news bulletins	177.7	15.0	17.9	16.0	12.9	21.9	15.4
1 bis. Other information programmes	7.4	15.3	4.7	4.1	9.6	14.0	3.4
2. Educational programmes	0.1	0.4	-	-	2.6	1.0	0.6
3. Plays	2.5	0.5	-	3.1	0.2	0.5	0.1
4. Cultural programmes	5.4	13.3	3.8	6.4	3.6	4.4	4.8
5. Religious programmes	-	-	-	-	-	0.4	-
6. Advertising	-	0.3	-	6.8	0.4	6.2	0.6
7. Fiction-based entertainment	47.8	44.4	51.4	48.1	52.4	36.3	44.3
8. Other entertainment	19.1	10.7	21.5	15.5	15.8	13.7	30.9
9. Unclassified	-	0.1	0.6	-	2.5	1.6	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	2404	1411	2406	1932	2134	2255	820

表十一：實際觀眾結構 Actual audience structure (detailed categories--A. Function)

	比 利 時 BELGIUM	保 加 利 亞 BULGARIA	加 拿 大 CANADA	法 國 FRANCE	匈 牙 利 HUNGARY	義 大 利 ITALY	日 本 JAPAN
I. Information programmes							
1. News bulletins and news commentaries	17.7	15.0	17.9	16.0	12.9	21.9	15.4
2. Economic news	-	0.7	0.6	-	0.2	-	0.1
3. Political and social news	2.7	5.5	3.0	0.7	6.2	7.4	1.0
4. Science news	-	-	0.2	-	1.8	-	-
5. Cultural news	0.8	5.6	0.5	-	0.4	0.2	1.1
6. Sports news	1.5	1.5	0.2	1.5	0.2	3.1	1.2
7. Other information programmes	2.4	2.1	0.2	1.8	0.7	3.3	-
II. Educational programmes	0.1	0.4	-	-	2.6	1.0	0.6
III. Cultural programmes							
1. Plays, literature and poetry	2.5	1.6	-	3.1	0.3	0.2	0.1
2. Concerts of classical music, ballets, opera	0.2	1.3	0.1	0.4	0.7	0.3	-
3. Programmes about classical music, choreography, opera	0.3	1.6	0.2	0.2	0.1	0.1	0.4
4. Programmes about the human sciences, history, science and technology	1.9	4.4	1.8	3.5	0.6	2.9	2.4

5. Programmes about the visual arts and architecture, the theatre, the cinema, literature or poetry	1.3	3.5	0.2	1.1	1.4	1.0	0.1
6. Programmes about the environment and wildlife	1.5	1.1	0.7	1.0	0.2	0.1	0.9
7. Other cultural programmes	0.1	0.2	0.7	0.4	0.5	0.2	0.9
IV. Religious programmes	-	-	-	-	-	0.4	-
V. Advertising	-	-	-	6.8	0.5	6.2	0.6
VI. Entertainment							
1. Films	33.7	26.7	15.8	35.2	33.8	15.8	3.8
2. Plays or television films	3.2	10.0	4.5	5.0	8.7	5.0	1.1
3. Series	6.7	2.8	23.5	4.1	9.9	8.6	24.5
4. Serials	4.2	4.9	7.5	3.8	-	7.0	14.9
5. Programmes consisting chiefly of live or recorded music	4.3	5.8	4.9	5.5	2.3	0.7	6.3
6. Sports programmes	2.6	4.4	4.2	1.2	2.9	2.0	0.9
7. Games	9.9	-	8.2	7.6	1.2	-	19.0
8. Other entertainment	2.2	0.5	4.1	1.1	9.3	11.0	4.6
VII. Unclassified	-	0.1	0.6	-	2.5	1.6	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	2404	1411	2406	1932	2234	2255	820

單元劇在日本和加拿大占很高比例；
 連續劇在日本大為風行；
 保加利亞和日本受眾喜歡運動節目。
 而在節目的製作方面，各國的情形均有所不同，見表十二：

表十二：實際觀衆結構 Actual audience structure (by origin of production)

	比利時 BELGIUM	保加利亞 BULGARIA	加拿大 CANADA	法國 FRANCE	匈牙利 HUNGARY	義大利 ITALY	日本 JAPAN
I. Domestic productions	26.2	63.3	52.3	89.2	55.0	79.5	93.6
II. Foreign productions	72.4	36.1	47.1	9.5	42.4	18.4	6.4
III. International co-productions	1.4	0.6	0.6	1.2	2.6	2.0	-
IV. Origin unknown	-	-	-	-	-	-	-
ALL PROGRAMMES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base in weighted minutes	2404	1411	2406	1932	2234	2255	820

如比利時、加拿大的比例非常高，受眾也表示相當歡迎；而在所謂的「第三世界國家」，由外國製造的電視節目更遠比自身的節目受到歡迎；而法國和日本國外節目所占的比例非常低，但是兩國的收視情況大大不同。

在法國，國外的節目較受歡迎，日本則不復見此種情形。

在比利時、加拿大、日本，民衆對於本國節目的喜愛超過了它的供應量；尤其是比利時和加拿大可以說是受到美國競爭最嚴重的國家，而這兩個國家本身的語言文化也相當分歧，日後研究可以朝這一方面發展；另一值得注意的是：美國文化的侵略主要起於娛樂性節目，而日本的抗拒也正是起於它文化本身。

(二) 完全不同的反應：

現在我們將研究重心轉為受眾對於不同類型節目的反應，由於計算時間並不相等，妄加結論極易造成差誤，但可以肯定的是教育節目（除日本）、舞台劇（除法國、匈牙利及義大利外）、宗教節目、及未分類節目是屬於這種情形。

由資料分析可知：

新聞節目分配大致平均；

其他新聞節目分歧極大；

文化性節目低於平均值，唯在保加利亞甚高；

虛構性娛樂節目差別甚大，同樣的情形適用於一般娛樂性節目。

(三)潛在及實際的受眾：

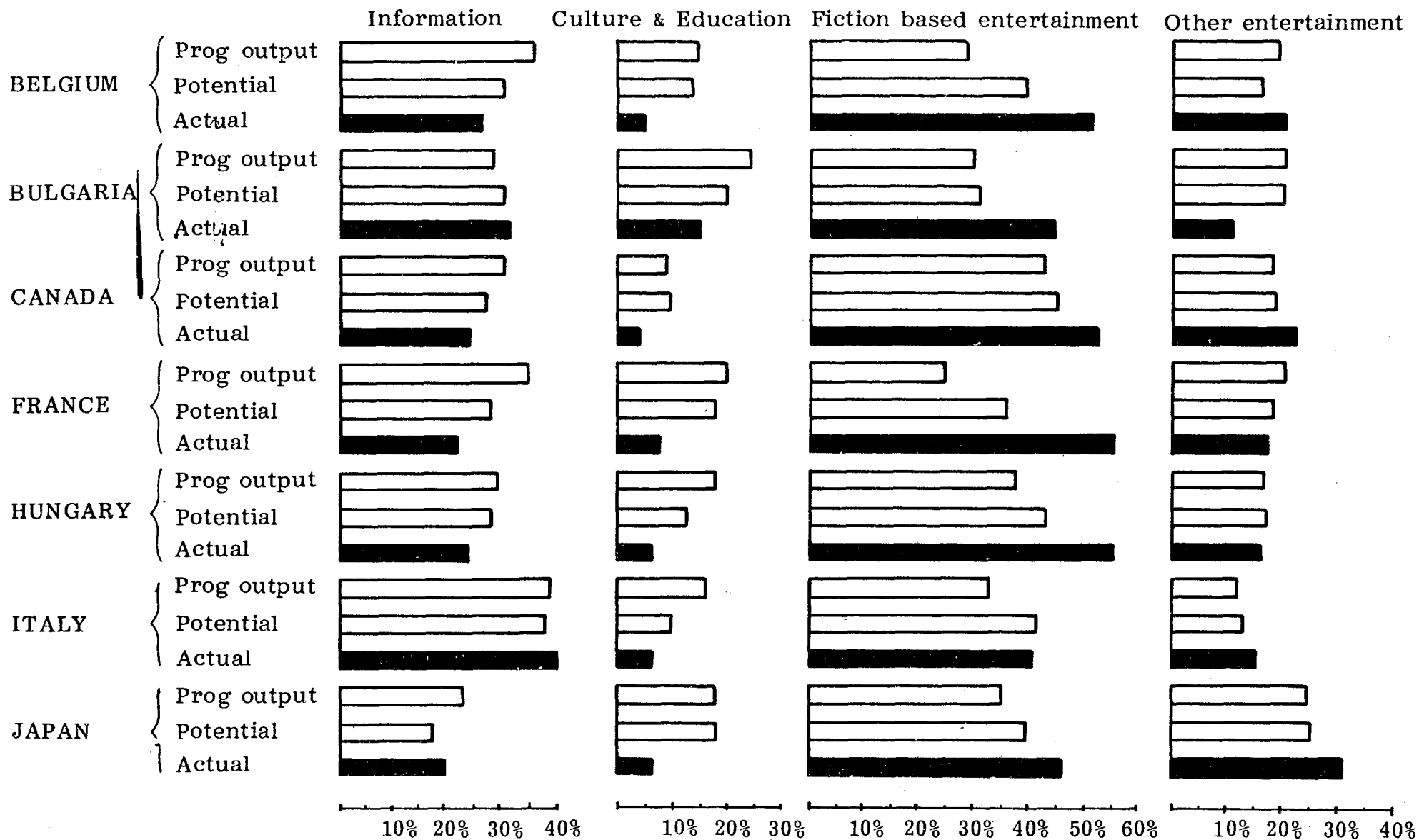
不同的節目時間安排已使受眾數有所不同，所以必須經過一番訂正的工夫後，才能使得數目較有可信度，他們的平均數為1，數目越高者，表示潛在與實際受眾之間的差距較小。

經過校正的工夫後可知，對於新聞報導受眾的估計切合實際，文化性節目低於平均，娛樂性節目的受眾則始終大於1；關於節目比例，潛在於實際受眾之間的關係可由下圖一目瞭然。

在圖中的大多數看來都呈現一種進步的情況，當潛在觀眾百分比大於節目比例時，實際觀眾百分比仍然維持相當高的比例，反之亦然，這種情況在娛樂性節目中尤其顯著。

至於各國的情況也有所不同，如比利時和義大利潛在觀眾人數較少，至於保加利亞、加拿大、日本等，節目比例與潛在受眾百分比大致相同，與實際受眾人數就有相當大的差距了。

表十三： Structures for programme output, potential audience and actual audience in the seven countries



陸 節目類型、時間分配與受眾廣

在研究將告尾聲之際，決定就各國在各項指數上的表現做一番個別的介紹，對象則為：新聞報導，其他新聞節目、文化節目、虛構性娛樂及其他的娛樂節目。

一、比利時

在比利時，日常的新聞節目約占五分之一，但是潛在觀眾為數甚少；其他新聞性節目則較不受重視，時常與例行性的新聞節目在同時於數個頻道中播出；對於兩類新聞節目的反應非常不同，惟其他新聞性節目失去了許多實際的受眾。

文化性節目與其他新聞性節目所占的比例差不多，並擁有較多的效益和較好的播放時間，但實際受眾仍非常的少。

虛構性節目只占六個頻道中 $\frac{1}{3}$ 弱的時間，播放時間也並不一定，但這類節目被喻為具有相當大的潛在觀眾，而且得到觀眾非常好的反應，可以大力推展。

其他娛樂節目大致占了五分之一，雖然他們並沒有固定的播出時間，但是一般來說反應也相當不錯。

一、比利時

Daily news bulletins	19.4	0.30	71.0	0.96	18.7	0.91	17.7	0.95
Other information programmes	14.8			0.75	11.0	0.50	7.4	0.67
Cultural programmes	14.6	0.68	52.3	0.96	14.0	0.37	5.4	0.39
Fiction-based entertainment	30.0	0.29	61.3	1.26	37.9	1.59	47.8	1.26
Other entertainment	18.8	0.45	50.9	0.90	16.8	1.02	19.1	1.13

二、保加利亞

新聞性節目幾乎占了所有節目的 $\frac{1}{4}$ ，並且多在非常好的時段播出，不論是日常的新聞報導或是其他新聞節目都能獲致非常好的反應。

文化性節目在保加利亞也受到相當重視，可是在播出時間和潛在觀眾人數上就遠不及其他類型的節目，觀眾的反應也在平均以下。

虛構性娛樂節目播出時間並不久，但是保加利亞居民在晚上六點至午夜之間的一半時間均在觀賞此類節目，實際觀賞人數比潛在者為多，而且反應相當良好。

非虛構性娛樂節目約占所有節目的五分之一，但是播出時間又占三分之一。

更糟的是，此類節目的反應並不好，所以，實際觀賞人數僅達播出時間的一半。

二、保加利亞

Daily news bulletins	13.4	0.96	46.8	1.10	14.8	1.12	15.0	1.02
Other information programmes	13.6			1.07	14.5	1.12	15.3	1.05
Cultural programmes	22.1	0.83	35.7	0.82	18.1	0.60	13.3	0.74
Fiction-based entertainment	28.9	0.96	49.8	1.07	30.9	1.54	44.4	1.44
Other entertainment	19.0	0.87	31.4	1.00	19.1	0.56	10.7	0.56
	Programme output (%)	Index of availability	Available programmes (%)	Potential audience index	Potential audience (%)	Actual audience	Actual audience (%)	Corrected audience index

三、加拿大

對於加拿大的研究主要集中於蒙特婁附近的七個電視頻道，對於一般性新聞報導非常重視，但對其他新聞性節目並未予以重視；後者擁有較多的潛在觀眾，前者的播出時段則較為良好。

觀眾對於新聞報導的印象非常良好，反之，觀看其他新聞節目的觀眾人數僅是極少數。文化性節目在節目比例上大致還可以，但是播出時間有相當大的互補性，潛在觀眾也相當多。

三、加		Programme output (%)	Index of availability	Available programmes (%)	Potential audience index	Potential audience (%)	Actual audience	Actual audience (%)	Corrected audience index
Daily letins	21.3	0.26	72.8	0.80	17.0	0.84	17.9	1.05	
Otherion programmes	7.4			1.14	8.5	0.64	4.7	0.56	
Cultuammes	8.5	0.73	44.8	1.18	10.0	0.45	3.8	0.38	
Fictioentertainment	41.1	0.16	79.2	1.06	43.7	1.25	51.4	1.18	
Otherment	17.9	0.51	71.6	0.97	17.4	1.20	21.5	1.23	

案節目幾乎是文化性節目的五倍之多，但是很少在幾個電視頻道中同時播出，但是觀眾好，使得觀賞此類節目的人幾乎是文化性節目觀眾的13或是14倍。

娛樂節目占節目的六分之一，實際觀眾比潛在觀眾人數為多。

四、法

新聞報導與其他新聞性節目的比例相差不多，但兩者的潛在觀眾有所差異；新聞報導只比，其他新聞性節目則相差甚遠。

節目的觀眾只比節目產出稍少，而其他新聞節目幾乎只達三分之一。

四、法國

Daily news bulletins	18.7	0.55	60.0	0.93	17.4	0.85	16.0	0.92
Other information programmes	13.8			0.60	8.3	0.30	4.1	0.50
Cultural programmes	19.7	0.62	38.6	0.88	17.3	0.33	6.4	0.37
Fiction-based entertainment	22.2	0.49	38.2	1.48	32.8	2.17	48.1	1.47
Other entertainment	19.0	0.66	38.7	0.90	17.1	0.81	15.1	0.91

文化與虛構性節目的比例大致相同，在潛在觀眾方面也非常相近，也時常與其他的娛樂節目相提並論，但是，三者所引起的反應相當不同；喜好娛樂性節目的觀眾很少看文化性節目，使得文化性節目觀眾僅達節目比例的 $\frac{1}{3}$ 。

尤其是虛構性節目在法國時常造成競爭局面，播出時間並不固定，潛在觀眾人數則不斷增加；娛樂性節目的觀眾所占比例甚高的情形不只出現在法國，其他七國也是一樣。

五、匈牙利

固定的新聞報導在兩個頻道中大約占了七分之一，並且爲了潛在受衆而仔細的安排時段；他的新聞性節目所占的比例不小，潛在觀衆的數目就與前者相差很遠，並且安排的時段時常互相衝突，在實際受衆方面，其他新聞性節目更遠遠地不及一般的新聞報導。

文化性節目的比例大致和其他新聞性節目相當，但這類節目既不會於同時間在兩個頻道播出，也不會被安排在尖峰時間播出，實際的觀衆人數非常的少。

虛構娛樂節目占了三分之一的播出時間，被安排在非常好的時段，以吸引更多的觀衆，甚至被安排在兩個頻道播出，一般來說，反應非常良好。

五、匈牙利

	Programme output(%)	Index of availability	Available programmes(%)	Potential audience index	Potential audience(%)	Actual audience	Actual audience(%)	Corrected audience index
Daily news bulletins	13.9	0.76	35.2	1.10	15.1	0.93	12.9	0.85
Other information programmes	12.4			0.88	10.9	0.77	9.6	0.88
Cultural programmes	12.8	1	19.6	0.75	9.6	0.28	3.6	0.37
Fiction-based entertainment	31.0	0.85	43.9	1.23	38.1	1.69	52.4	1.37
Other entertainment	15.3	0.95	22.8	1.04	15.9	1.03	15.8	0.99

其他娛樂節目實際與潛在的觀眾人數非常相近，所以播出時段在理論和實際上也沒有太大的差別。

六義大利

在義大利，兩家RAI電視台非常重視新聞性節目，只是播出時間時常衝突；而在潛在觀眾方面，兩類新聞性節目完全不同。一般性新聞節目的時段安排地非常好，其他新聞性節目則無法受到如此好的待遇，在實際觀賞人數上，一般新聞節目也高於其他新聞節目。

文化性節目所佔比例不高，潛在觀眾人數也不多，所以，播出時間有相當的可換性，反應也

六、義大利

Daily news bulletins	18.9	0.44	49.5	1.14	21.5	1.16	21.9	1.02
Other information programmes	16.3			0.80	13.0	0.86	14.0	1.07
Cultural programmes	8.6	0.89	15.9	0.84	7.3	0.51	4.4	0.61
Fiction-based entertainment	28.1	0.58	43.3	1.28	36.1	1.29	36.3	1.01
Other entertainment	12.4	0.84	22.2	0.89	11.0	1.11	13.7	1.25
	Programmes output(%)	Index of availability	Available programmes(%)	Potential audience index	Potential audience (%)	Actual audience	Actual audience(%)	Corrected audience index

是在平均之下。

虛構性娛樂節目約占所有節目的四分之一強，並多是同時在兩個頻道播出，以配合更多的潛在受眾，一般的反應大致不錯，而實際與潛在受眾人數相差不遠。

非虛構性娛樂節目遠比新聞節目為少，播出時間也非最佳時段，充滿了互補的作用，而公眾的反應大致說起來相當不錯。

七、日本

與其他國家相比起來，日本的新聞性節目較少，而它的播出時段也並非尖峰時間，這點在新聞報導上尤其明顯，其他的新聞性節目也多在同一時段播出，但由於日本擁有七個頻道，一般來說，收看新聞性節目的觀眾仍相當不少，而對一般性新聞節目的反應也相當不錯。

同樣分量不多的是日本的文化性節目，雖然具有相當潛力但播出時間極不固定，反應也不佳，因為日本觀眾多以此時來收看娛樂性節目。

虛構性娛樂性節目受到熱烈地歡迎，雖然節目之間迭有衝突，但由於頻道眾多，不影響它的可看性。

其他娛樂節目約占節目總數的四分之一，也受到相當重視，實際收視人數遠比潛在收視人數為多。

此處的分類以簡單明瞭為主，但難能詳盡，進行更仔細的分類將是未來研究努力的方向。

七、日本																
Daily news bulletins	14.7	Programme output(%)	0.37	Index of availability	70.6	Available programmes(%)	0.83	Potential audience index	12.1	Potential audience(%)	1.04	Actual audience	15.4	Actual audience(%)	1.27	Corrected audience index
Other information programmes	7.3						0.70		5.1		0.47		3.4		0.67	
Cultural programmes	9.0		0.65		43.4		1.21		10.8		0.53		4.8		0.44	
Fiction-based entertainment	34.3		0.27		88.8		1.13		38.6		1.29		44.3		1.15	
Other entertainment	23.9		0.39		79.3		1.00		23.9		1.29		30.9		1.29	

柒 結 論

一、國際化的可能性：

所謂的「可能性」在社會學上的意思就代表仍須加以驗證，始可成爲定論。在國際間，對於節目的安排並沒有明定的規章，而事實上，各國也的確存在若干不同，但首先是要找出彼此的相同之處。

如各國的電視節目大約17%是新聞報導，12%爲其他新聞節目，14%爲文化性節目，31%爲

虛構性娛樂節目，18%則為其他娛樂節目，可知除日本之NHK第二頻道致力於教育性節目外，各電視台都希望在不同類型節目之間求一均衡。

二、國家情勢的分歧與節目供應：

在研究之初即已論及各國在電視制度方面並不完全相同，使得整個研究在資料搜集上也有所不同，即使是在同一國家中的不同頻道也會有不同的情況發生。

這些不同點包括了：

私營電視台重視娛樂性節目，輕忽文化節目；

頻道越多，競爭越劇烈；

採行公共電視制的國家，多主張彼此互補；

可接收國外電視國家的居民，新聞報導收看本國電視，國外電視則以娛樂為主；

公營電視台提供觀眾較多的選擇機會，並力求在娛樂及文化節目上保持均衡；

私營電視台只重視娛樂節目及新聞報導；

國外節目較本國節目受到歡迎。

三、受眾的相對一致性：

本研究中的一項重要發現在於了解觀眾收視情況與節目播出之間有很大的雷同性；雖然在進行研究的七國之間，情況各有不同，但這份相似性依然存在，尤其值得注意的是，頻道數越多，選擇的機會也相對地增加。

四、潛在及實際的受眾：

事實上，受眾無法完全與節目的供應脫離，首要原因在於受眾只能看到被製作出來的節目，收視率的好壞必須視播出的時段而定，這對於各節目可以說是並不公平，由此而來的反應也未具代表性。

而對於節目的安排，一方面是來自製作者往昔的經驗，或是根據受眾的需求來決定，而這兩者又會互為因果；商業上的因素，如廣告費用的金額也依此收視率而定。

五、文化性節目：

文化性的節目在各國間的分歧非常大，但觀眾却都非常地少，這與文化性節目的水準和播出時段都有關係。

由於文化節目可以促進社會和諧，幫助個人了解社會，所以，沒有財務壓力的公共電視台應務力於此。

六、其他通往文化之路：

虛構性娛樂節目應注重品質的提升，在題裁、選角和製作上都應該特別注意。而對於國外節目如何加以有效地減少，也是避免文化侵略的重要方法，尤其是國外電影的輸入更足以引發其他問題。

七、研究限制：

(一)無法對全體受眾進行普查

(二)國際性指標的代表性問題

(三)各國本身電視的狀況有所不同
八、建議：

- 一、應加入質的研究。
- 二、對文化侵略的部份可再加詳述。