
目 錄

監 察 法 規

- 一、修正「監察院公務人員休假改進措施」四（二）條文……………1

調 查 報 告

- 一、我國影音媒體政策及其執行績效總體檢之專案調查報告（三）……………1

公務員懲戒委員會議決書

- 一、公務員懲戒委員會對本院趙前委員昌平、陳前委員金德所提

：交通部長途電信局第一工程總隊前隊長洪明輝因違法案件，依法彈劾案之議決書…………… 40

一 般 法 規

- 一、銓敘部令：修正依「公教人員保險法施行細則」被保險人因加保、退保等產生破月繳納保險費之計算方式…………… 40
- 二、公務人員保障暨培訓委員會令：修正「委任公務人員晉升薦任官等訓練遴選要點」第五點條文…………… 41

監 察 法 規

一、修正「監察院公務人員休假改進措施」四（二）條文

監察院秘書長 函

發文日期：中華民國 96 年 1 月 15 日
發文字號：(96) 秘台人字第 0961600023 號

主旨：檢送本院公務人員休假改進措施四（二）修正條文，請查照轉知。

說明：依本院 95 年 12 月份工作會報決議辦理。

秘書長 杜善良

監察院公務人員休假改進措施四（二）修正條文

四本院公務人員於週一至週五期間請國內休假者，應按下列方式核發休假補助費，所需費用於本院預算之人事費等相關經費項下勾支：

(一)休假日數在七日以內者：

旅遊之交通、住宿、餐飲、購物等費用單據之金額核實補助，最高新臺幣八千元為限（應休假日數未滿七日者按比例核發，每日補助新臺幣一千一百四十三元），未檢據者不予補助。

(二)休假日數在八日至十四日者：

旅遊之交通、住宿、餐飲、購物等費用單據之金額核實補助，按日支給休假補助費一千一百四十三元，未達一日者，按日折半支給，最高新臺幣八千元

為限，於年終一併結算，未檢據者不予補助，並不得重複領取不休假加班費。

(三)休假日數超過十四日者：

按日支給休假補助費新臺幣六百元；未達一日者，按日折半支給，於年終一併結算。

調 查 報 告

一、我國影音媒體政策及其執行績效總體檢之專案調查報告（三）

肆、調查事實：

五我國廣播產業發展情形：

(一)發展歷程：

我國廣播產業發展甚早，民國十一年美商奧斯本（P.Osborne）在上海經營的中國無線電公司架設第一座五十瓦小型廣播電臺，因音質差劣，開播不及三月便告中斷。十六年，另一美商公司設立一座二百五十瓦特的廣播臺，每日播音八小時，節目內容主要是報導商場行情、宣傳宗教，間中播送歌劇，及該公司的商業廣告等。

十七年中國國民黨中央執行委員會於南京創設「中國國民黨中央執行委員會廣播無線臺」（中廣公司之前身）。十八年，上海華商公司才創辦了一座由中國人經營的廣播電臺，該臺為五十瓦特，每日間歇播音四小時，多屬娛樂性節目、商業廣告，而以商業廣告為節目中心。自此以後，各省各地的廣播電臺，如雨後春筍紛紛

興起，廣州、香港、澳門的廣播電臺，都是在這個差不多時期，先後設立的（梁送風，廣播電臺的演變）。

臺灣人第一次聽到廣播是在西元一九二五年六月間的「始政三十週年紀念」活動中。會場上進行了十天的廣播放送。一九二八年，臺灣總督府交通局遞信部開始著手試驗放送；同年稍後，臺北放送局（JFAK）成立，也展開試播作業。臺北放送局在一九三一年正式開張，一九三二年臺南放送局、一九三五年臺中放送局、一九四三年嘉義放送局、一九四四年花蓮放送局陸續成立。其主管機關為臺灣放送協會，日據時期各廣播電臺，其後均為「中央廣播產業管理處」接收，四十年一月六日行政院將上述電臺之房地產以「作價轉帳」方式，移轉至「中廣公司」名下。

三十八年國民政府撤退來臺，中廣、中央、鳳鳴、空軍、軍中（漢聲）、民本、益世等多家電臺亦播遷來臺，此時廣播產業之主管機關為國民黨中央執行委員會「中央廣播產業指導委員會」，三十九年為中國國民黨中央改造委員會「廣播產業輔導會議」。四十八年，交通部以「政府整理頻道期間，不再開放民營電臺」為由，凍結民營電臺的開放，及至政治解嚴，報禁解除，開放電臺的呼聲迭起，新聞局及交通部將可供民間設立調頻或調幅廣播電臺的頻率加以整理，自八十二年二月至九十一年止，分十個梯次開放廣播頻道供民間申設廣播電臺。自此，臺灣廣播產業進入全新快速發展時期。

臺灣廣播產業發展約可分為四個時期：

1. 一九五〇年代：民營電臺發展時期

民國三十九年，臺灣地區軍公營電臺只有二十一家。當時主管廣播機構的廣播產業輔導會議為「加強抗俄宣傳」，除決定實施「全國聯播」外，並逐步開放全省各縣市廣播頻道，供民營電臺申請設立。一九五〇年代前後臺灣地區共成立二十三家民營電臺，肩負宣傳政令、遏制匪播之任務。

2. 一九六〇年代：軍用電臺蓬勃時期

軍用電臺是政府對大陸實施心戰、鞏固國內心防的主力，凡隸屬於國防部及其所屬軍事單位使用的電臺皆為軍用電臺。此時期最具代表性的是成立於民國四十六年隸屬於國防部軍事情報局的復興廣播電臺，該臺特色是只要對岸有電波滲入，即於適當地點以同一頻率阻擋，並從事心防教育。其先後於全臺各地成立分臺，共擁有二十七個分臺，使用七十八個頻道，其數量占全臺電臺之冠。

民國四十八年交通部因頻率容易干擾，函示「政府整理頻道期間，不再開放民營電臺」，凍結民營電臺的開放。

3. 一九七〇至一九八〇年代：政府電臺扶植期

七〇至八〇年代初期，政府積極輔導軍用與政府電臺設立，包括漢聲電臺、警察電臺、教育電臺、臺北電臺、臺灣區漁業電臺等。政府電臺指由中央及地方政府所設立

與經營的廣播電臺，其目的在於政令宣導、公共服務等項目。中廣公司亦於民國五十四年接受政府委託辦理「自由中國之聲」與「亞洲之聲」的海外廣播業務，並於民國五十七年成立第一座調頻電臺，其後陸續設置四個調頻網。臺北國際社區廣播電臺（ICRT）則接收美軍電臺設備接續播音，並配合遏制匪播增設調頻網，此兩家民營廣播電臺，亦成為我國僅有之兩家大功率民營廣播電臺，此時公民營廣播電臺計三十三家，惟百分之九十五以上由黨政軍控制。

4.一九九〇年代：頻道開放時期

七十六年政治解嚴，報禁解除，開放電臺的呼聲迭起。新聞局爰會同交通部將可供民間設立調頻或調幅廣播電臺的頻率加以整理，自八十二年二月至九十一年止，分十個梯次開放廣播頻道供民間申設廣

播電臺，共有一五一家電臺籌備處獲配頻道籌設廣播電臺。獲配頻率者至九十一年九月止，已有一一八家完成籌設，獲得廣播執照。釋出的頻道以中、小功率之地方性廣播電臺為主。加上開放前已存在之舊有二十八家廣播電臺（正聲廣播公司臺北生活調頻臺屬正聲廣播公司，舊有幼獅、復興崗二家已繳回廣播執照，另空軍與光華電臺合併於漢聲電臺），目前國內共有一四七家廣播電臺領有廣播執照正式營運。

依據「廣播電視無線電臺設置使用管理辦法」規定，我國調頻廣播電臺分為大功率、中功率、小功率等三類，一般而言，同一廣播區內，小功率電臺間頻道間隔約為四百千赫、中功率電臺頻道間隔約為六百千赫、大功率電臺間頻道間隔約為八百千赫，其技術標準如表十八。

表十八、大、中、小功率、調幅之技術標準

類別	輸出功率	發射半徑	資本額（單位：新臺幣元）
大功率	三十千瓦以上	全國	五千萬元
中功率	三千瓦以下	二十公里	五千萬元
小功率	七百五十瓦以下	十公里至十五公里（依八十七年一月一日起實施之小功率廣播電臺服務區調整案，宜蘭、花蓮、臺東及澎湖地區調整至十五公里）	服務社區得不受五千萬元限制，惟應符合公司法股份有限公司一百萬元最低資本額規定。
調幅	一千瓦以下	四十公里以內	五千萬元以下

依新聞局公布之資料顯示，至九十二年止，大功率電臺多為軍公

營，民營者僅中廣及 ICRT，各調頻大功率電臺之調頻率數表十九。

表十九、調頻軍、公、民營大功率電臺頻率分配情形

電臺 頻率數	調頻軍公營大功率電臺						調頻民營大 功率電臺		大功率 電臺總 頻率數	調頻總 頻率數
	漢聲	警察	復興	教育	臺北	高雄	中廣	ICRT		
調頻頻率數	8	12	1	8	1	1	30	2	63	183
大功率頻率比 (%)	12.7	19.05	1.59	12.70	1.59	1.59	47.62	3.17	100	
總頻率比 (%)	4.37	6.56	0.55	4.37	0.55	0.55	16.39	1.09	34.43	

資料來源：行政院新聞局廣電處網站

5. 數位廣播之發展：

廣播電臺從一九二〇年代的調幅 (AM) 廣播至一九五〇年代的調頻 (FM) 廣播，繼之而起的將是數位廣播 (Digital Audio Broadcasting, DAB)，數位廣播 (下稱 DAB) 是運用數位壓縮技術及傳輸技術將播音訊號傳輸出外的廣播系統。DAB 是繼傳統 AM、FM 廣播之後的第三代廣播，除了可使收音品質提升至 CD 音響的水準，也可同時傳輸影像及數據，提供附加價值的服務。其優點包括：具備數位信號傳輸的優點，抗雜訊、抗干擾；數位廣播藉由壓縮技術，一個頻率可以同時傳送多套高品質、無干擾的節目；聲音品質可達到 CD 水準；可同時傳輸數據信號，未來可應用範圍如呼叫 (paging)、廣告、天氣預報、節目報導、尋人尋物等。藉由整合其他技術，數位廣播將可能帶動相關產業的革新及合併，影響的層面可以說是既深且廣。

目前我國正進行數位廣播之試播實驗，試播系統為歐規 Eureka-

147，共有十九家電臺通過甄選組成十個實驗臺取得試播許可，甄選名單包括：

- (1) 全區二組系統，包括「中廣」，及由「中央」、「警廣」、「漢聲」、「教育」四家組成之實驗臺。
- (2) 北區三組系統，由「飛碟」加「正聲」、「臺北之音」加「勁悅」、「亞洲」加「臺北愛樂」等三組配對成立。
- (3) 中區二組系統，由「真善美」加「臺廣」、「全國」加「大苗栗」二組配對。
- (4) 南區三組系統，由「南臺灣之聲」加「正聲」加「臺廣」、「港都」加「高屏」、「大眾」等三組設立。

(二) 現況分析：

政府開放廣播頻率前，國內的廣播電臺由於屬特許行業，長期處於管制保護並肩負政令宣導之責，故較無市場競爭壓力。節目企畫製播，常以生產為主，即電臺作什麼節目聽眾就聽什麼，市場區隔概念也比較模糊，中廣公司及臺北社區廣播電臺為僅有的兩家民營大功率調頻廣播電臺，而

中廣同時擁有 AM、FM 頻道，全省各地皆有分臺，覆蓋綿密完整，在整體收聽率及廣告市場一枝獨秀，漢聲、復興、正聲、警廣、漁業等軍公營電臺有其特殊任務，其餘的調幅電臺泰半為賣藥或購物臺，所以當時的廣告市場雖有競爭，但為廣播業界的自體競爭，屬保守中謹慎發展的局面。

自八十二年政府開放廣播頻率以來，新電臺（FM 中小功率）陸續進入市場，臺灣地區的廣播產業遂進入一個群雄並立，互相爭奪雖有成長、但仍然有限的廣播廣告大餅的競爭狀態。新電臺加入後，由於其組成分子，不全然是廣播媒體人的背景，各行各業的菁英亦適時投入廣播陣容，靈活的行銷及競爭策略，先進的機器設備，外加名人名嘴的節目取向等，造成相當大的質變，並開啟了臺灣廣播

產業的黃金時代，及逐漸侵蝕電視及平面媒體原有的廣告版圖，調幅廣播電臺所受到的震撼尤其明顯。

依據 AC 尼爾森九十三年春季媒體研究報告顯示，臺灣廣播市場約有 30% 固定收聽人口，整體收聽表現持續呈現穩定趨勢，且收聽中小功率電臺的聽眾人數首度超越原本獨大的全國性電臺。依該公司九十三年第三季媒體研究報告顯示，商業電臺中，前十名收聽排名分別是中廣音樂網（10.2%）、中廣流行網（6.9%）、飛碟臺北（5.0%）、中廣新聞網（4.1%）、KISS 大眾（3.7%）、港都（3.1%）、ICRT（3.0%）、HIT FM（2.8%）、NEWS98（2.6%）及愛樂電臺（2.5%）。

1. 廣播電臺收聽排名統計，如表二十三至表二十三：

表二十、全區單一電臺排名統計表

單位：收聽千人數

電臺名稱	九十二年 第二季	九十二年 第三季	九十二年 第四季	九十三年 第一季	九十三年 第二季	九十三年 第三季	九十三年 第三季 收聽率%
中廣音樂網	475	505	459	535	552	600	10.2
中廣流行網	356	404	436	367	403	421	6.9
飛碟臺北	376	266	315	326	345	303	5.0
中廣新聞網	270	240	183	208	222	251	4.1
大眾電臺（高雄）	248	256	279	229	285	224	3.7
好事聯播（港都）	182	182	145	194	242	189	3.1
ICRT	223	234	217	254	211	182	3.0
NEWS98	226	193	230	159	175	160	2.6
HITFM（臺北）	193	189	156	178	171	168	2.8
臺北愛樂	152	2.5
蘋果線上（正港）	149	2.5

表二十一、北區廣播電臺排名（加權人數 2576 千人/基隆+臺北縣市+桃園縣+新竹市縣+苗栗縣）

電臺名稱	加權人數	市場占有率	排名
中廣音樂網	369	14.01	1
飛碟臺北+中港溪	303	12.06	2
HITFM 臺北	168	6.18	3
中廣流行網	158	6.25	4
NEWS98	158	5.81	5
臺北愛樂	148	5.45	6
ICRT	146	5.37	7
中廣新聞網	127	4.67	8
亞洲電臺	111	4.08	9

表二十二、中區廣播電臺排名（加權人數 2125 千人/南投縣+臺中縣市+彰化縣+嘉義縣市+臺南縣市）

電臺名稱	加權人數	市場占有率	排名
中廣流行網	173	8.14	1
中廣音樂網	128	6.02	2
大千廣播	110	5.17	3
城市廣播	106	4.98	4
臺中廣播	98	4.61	5
全國廣播	88	4.14	6
中臺灣（HITFM）	86	4.04	7

表二十三、南區廣播電臺排名（加權人數 969 千人/高雄市縣+屏東縣）

電臺名稱	加權人數	市場占有率	排名
蘋果線上（青春+正港）	265	27.35	1
大眾電臺（高雄）	211	21.77	2
好事聯播	189	19.50	3
中廣音樂網	69	7.12	4
中廣流行網	58	5.98	5

2. 廣播電臺有效廣告量統計：

各電臺之有效廣告量，依潤利公司九十二年統計資料顯示，合法電臺的廣告收入，約二十七億元，有效廣告量排名前十名者以聯播網

居多，前十名中有七名為聯播網，廣告量占 79.95%（如表二十四）；其中飛碟電臺以資訊、政論及音樂為其電臺定位，節目則聘請社會知名人士為主持人，並以策略聯盟方

式，首開聯播網的模式先聲奪人，廣告量及收聽率快速崛起，其餘大

部分的合法電臺經營相當艱困。

表二十四、九十二年臺灣廣播電臺有效廣告量統計表

電臺名稱	播出秒數	有效廣告量（新臺幣千元）	統計期間
中廣流行網	1,783,222	519,638	全年
飛碟電臺	2,228,861	503,676	全年
中廣音樂網	1,595,368	257,079	全年
大眾電臺（高雄 KISS）	3,284,745	210,940	全年
NEWS98	2,664,998	198,673	全年
好事聯播（港都）	3,130,095	187,152	九十二年三至十二月
HITFM	3,326,882	186,329	全年
全國廣播	2,459,400	164,175	九十二年三至十二月
臺北之音	2,304,446	135,757	全年
ICRT	1,785,124	130,426	全年
統計	24,623,081	2,487,846	

資料來源：潤利公司，以上統計係以一般商品廣告為主，不含基金會、政府機關、電視郵構三類產品廣告。

(三)公營廣播電臺發展情形

廣播電視法第五條所稱公營廣播、電視，係指政府為特定目的，以政府名義所設立、經營，且由政府編列預算之電臺。目前公營廣播電臺計有七家，包括警察廣播電臺、教育廣播電臺、漢聲廣播電臺、復興廣播電臺、漁業廣播電臺、臺北廣播電臺及高雄廣播電臺，此外，尚有財團法人中央廣播電臺，茲簡述如次：

1.警察廣播電臺

(1)沿革及現況

警察廣播電臺成立於四十三年三月一日，隸屬內政部警政署，該臺有三個廣播網，分別為：調頻（FM）全國治安交通網、調頻與調幅（FM&AM）警廣節目與警察勤務緊密結合，遇緊急

治安狀況時，立即地區治安交通網及調幅（AM）長青網，採全天二十四小時現場為民服務，並運用治安頻道配合警察維護社會治安、交通安全及緊急救難等任務，屬任務功能之專業媒體。設有臺北總臺及新竹、臺中、臺南、高雄、花蓮、宜蘭、臺東等七個分臺。現有編制內公務員一〇四人，約僱人員八十四人，年度預算二億元。

(2)經營績效：

①近年來，AC 尼爾森、天和水、廣電基金等國內知名的民調機構所作的收聽行為調查，警廣已連續多年名列前茅，收聽率在 12% 至 15% 之間。

②世界新聞大學九十三年四月民

調公布的『2004 媒體風雲排行榜』民意調查，在「閱聽人」心目中的領導地位，其中「警廣」在「節目內容」、「主持人」及「社會影響力」等指標交叉分析後，『正面評價』名列第一。

(3) 遭遇困難

① 警廣屬公務機關，編制內人員的進用必須受公務人員任用法的規範，分發進用的編制人員擔任節目主持人、記者工作，實難迎合廣播專業工作的實際需要。因此，警廣的節目主持人等，大多是以「約僱」方式甄選進用。但近年來在政府組織員額精簡的政策下，約僱人員已被列為檢討裁撤（或出缺不補）的對象，因此，專業人力頓感吃緊；同時約僱人員相

較於編制內員工或其他商業電臺的從業人員，待遇偏低（約兩萬五千元至三萬元），更是造成留不住人才的窘境。

② 廣播節目的呈現，必需融入藝術表現的創意，才能吸引聽眾；但具有傑出創意的廣播人才，因未具公務人員任用資格，升遷無望，亦無法加薪，若非是對警廣工作的一份執著，只有求去。

③ 多年來地下電臺猖獗，已嚴重影響合法電臺的正常播出，聽眾抱怨連連，除了行文電信監理單位外，深感無奈，不但嚴重壓縮收聽範圍，更是打擊了政府的威信。

(4) 建議事項：

① 對警廣納入公共媒體集團之利弊分析：

公營廣播納入公共媒體集團之利	公營廣播納入公共媒體集團之弊
一、符合媒體專業、獨立經營之時代趨勢；完全擺脫所謂黨、政、軍操控的疑慮。 二、編制可依照媒體運作需要而設，不必受限於公務機關組織型態之羈絆。 三、人員進用不侷限於公務人員資格，來源更寬廣，待遇亦更有彈性，工作調配更有效率。	一、任務功能彰顯失色：公營電臺各自賦有其隸屬機關專屬之特殊任務功能，一旦納入公共媒體集團後，原隸屬之主管機關將喪失指揮監督權限，致使原來任務功能彰顯失色。 二、目前警廣軟硬體設施，因負有特殊的治安、交通及緊急救難專業任務，而與各警察機關間有共構關係，一旦納入公共媒體集團，等於切斷臍帶，專業功能難以發揮。

② 對公營廣播納入公共媒體集團之建議：

我國各公營廣播電臺的發展，各有其獨特的歷史背景。儘管近年來媒體環境丕變，公

營電臺的從業人員都能堅守崗位，將電臺維持在行政中立與專業的媒體環境，不受各種非理性的干擾，因為稍有偏頗或怠惰，民意機關及聽眾都會立

即發揮監督功能。

近來有倡議公營廣電媒體朝公共化發展，究其意涵，是要讓頻道資源避免公器私用，發揮照顧全民的利益，強化為民服務的功能。現今的公營電臺都隸屬公務體系，而非為大眾質疑立場不公的新聞媒體，且已密切結合行政資源，以專業任務為民服務，雖無公共化之名，但有公共化之實，一旦將公營電臺納入公共媒體集團後，勢必與原隸屬機關脫節，得不償失。

任何體制改造的理由，是因績效不彰需要組織重整；而目前警察廣播電臺的績效及所發揮的治安、交通及緊急救難的任務功能，是民營電臺所不及的，因為警政署都已投入大量行政資源的結果。因此建議維持警廣現有體制，及協助解決警廣所遭遇人力不足、待遇偏低且隨時有被裁減的問題。

2. 教育廣播電臺：

(1) 沿革及現況：

國立教育廣播電臺（以下簡稱教育廣播電臺）隸屬教育部，掌理全國教育廣播事宜，該臺於民國四十九年奉准籌設，同年三

月二十九日設臺完成開播。總臺位於臺北市，並於彰化、高雄、花蓮及臺東各設地區分臺，為文教專業電臺，聽眾以親、師、生為收聽對象，節目製播以宣導教育政策政令、實施空中教學、推動成人及終身教育、特殊教育及職業教育、鄉土文化教育及協助推動學校廣播教育為主。

(2) 經營績效：

① 根據九十三年六月十六日世新大學民調中心所公布「世新傳播資料庫—2004 媒體風雲榜」之調查結果，在廣播部分，該臺收聽名次為第八名。

② 近二年來多項成果曾獲政府及民間公開表揚。

(3) 遭遇困難：

① 該臺致力推展終身學習，擬將現有頻道規劃為教育文化網及終身學習網，然囿於頻道資源有限（僅取得花東、恆春、金門及馬祖偏遠轉播站之籌設），因此無法提供更完美的服務。

② 中南部地下電臺猖獗，干擾該臺頻道，影響聽眾的權益甚鉅。

(4) 建議事項：

① 對公營廣播納入公共媒體集團之利弊分析：

公營廣播納入公共媒體集團之利	公營廣播納入公共媒體集團之弊
一、行政支援系統可以精簡（人員基礎訓練可以統一，技術工程人員可以互相支援）。 二、公共化之後的定位和立場較超然，	一、經營專業功能媒體，尤須以專業導向日積月累琢磨，強調集團化之後，專業的追尋可能被協調和過分分工稀釋。公共媒體集團最大的意義在於公共化，擺脫商業利益、不受特定意見左右專業；

公營廣播納入公共媒體集團之利	公營廣播納入公共媒體集團之弊
組織型態脫離政府制式結構有利於突出專業部門	其次才是集團化發揮分工合作的功能。 二在公共化執行面部分，面對現有人員安置及經費財源自籌等問題，皆有實際運作之困難。

②對公營廣播納入公共媒體集團之建議：

該臺教育專業功能可分為政策功能和論壇功能。政策功能以無線廣播不分城鄉，補充學校教育的不足，並且實行語言教育、社會教育、文化教育和公民教育，讓民眾以最廉價的成本，享有終身學習的機會；而論壇功能則開放討論空間，讓任何關心教育議題的民眾、學者、專家，對於攸關百年樹人的教育建設提出個人意見，再相互腦力激盪。前項功能趨向於和政府教育主管機關和其他政府單位密切合作，後項功能則和民眾貼近，讓民意直接放送，形成主流價值。該臺兩大主題功能，不只已經包含公共化的意義，更超越公共化而以服務平臺為取向。

該臺雖為公營電臺，但同時保有公共化和政策執行的特色，如改隸公共集團，以教育為臺灣人力素質的建設工程，公共集團經過討論之後的經營策略，可能不如由教育部各單位以不同教育目的委託本臺執行空中教育，更形直接而又不失公共化、不為特定財團服務的全民價值。該臺不計成本製

作特定目的之節目服務親、師、生，具有教育之獨特性任務，並非如其他公共服務可委由民間進行。

3. 漢聲廣播電臺

(1) 沿革及現況

漢聲廣播電臺前身為「軍中廣播電臺」，成立於三十一年六月一日，成立宗旨在社會服務、官兵教育、防衛作戰，在廣播電臺算是老字號之一。該臺成立時正值對日抗戰最艱苦階段，即以「軍中之聲」為臺呼對全國播音。三十八年初，隨政府遷臺，七十七年更名現名，並加寬電臺發射涵蓋範圍，均採全天候二十四小時播音，節目內容，包括新聞、藝文、音樂、戲劇、兒童以及教學節目等。有全省調幅網（AM）、及調頻網、大陸網，並設有臺中、臺南、高雄、花蓮等分臺。現有編制一九〇人，員工一七五人。

(2) 遭遇困難：為預算遭刪減，營運困難；缺額管制，人力不足。

4. 復興廣播電臺

復興廣播電臺設立於四十六年八月一日，其設立依據為「國防部抑制匪播政策」，成立宗旨即在抑制中共廣播、配合政府政策、製播純淨節目，編制及現有員工均為五

十九人。該臺現有第一及第二廣播網，均採全天候二十四小時播音，前者製播兩岸時事、經貿、風俗民情等節目，報導兩岸現況，宣導政府政策；後者於兩岸資訊之基礎上，加強教育文化、公共服務之內涵要求，播出政令宣導節目及臺語、客語、原住民語、泰語及英語教學節目，擴大公共服務範圍，並滿足聽眾學習與進修之需求。此外，該臺提供網路電臺線上即時收聽服務，及每年代訓大學院校大傳、廣電相關科系學生暑期實習。

5. 臺北廣播電臺

(1) 沿革及現況：

臺北廣播電臺成立於五十年七月三十一日，成立宗旨為協助推動市政建設，並成為市府所屬防救災電臺；預防犯罪，保障婦幼，建立安全城市；促進族群合諧，強化公共服務，服務弱勢團體；擴展國際視野，打造首都電臺風貌；提昇生活品質，營造美好家園，目前有調幅及調頻兩個頻道（AM1134、FM93.1）。編制六十五人，現有員工二十名。

(2) 問題及建議：

- ①該臺之預算係公務預算，臺北市政府近年來財政困難，因此年年縮減該臺預算，致人力與節目預算不足。
- ②請新聞局提供經費與公營電臺製播政令宣導或公共領域之節目，及舉辦電臺在職訓練相關課程，以強化電臺工作人員之本職學能。

- ③應針對公營電臺之預算編列情形是否合理進行調查，並要求提出經營績效。

6. 高雄廣播電臺

該臺成立於七十一年六月二十八日，其成立宗旨在加強政令宣導、擴大為民服務、促進雙向溝通、提高文化水準，目前有調幅及調頻兩個頻道（FM94.3，AM1089）。調幅臺之收聽範圍為高雄市、縣，調頻臺之發射範圍涵蓋嘉義以南、屏東恆春以北及澎湖縣等南臺灣地區。編制五十一人，現有員工四十二人。

7. 漁業廣播電臺

該臺為全國唯一之漁業專業廣播電臺，成立於十二年一月十五日，隸屬行政院農業委員會漁業署，該臺編制四十九人，現有員工五十三人。其成立宗旨為服務漁民、發展漁業，服務對象主要為漁民。該臺係以全天二十四小時播音，播出頻道有調幅七三三八千赫、一一四三千赫、宜蘭轉播站一五九三千赫，發射功率一百千瓦，收聽涵蓋範圍為臺澎金馬、沿近海海域、東南亞沿近海域。提供漁業氣象、新聞、廣播服務、魚市行情、漁訊報導、海上航行安全預警、漁業法令政令宣導等服務。

8. 其他公營或公共媒體：

(1) 財團法人中央廣播電臺：

① 沿革及現況：

財團法人中央廣播電臺（Central Broadcasting System，CBS）之前身為國防部所屬之

中央廣播電臺，於民國十七年在南京創立，八十五年一月，立法院三讀通過「財團法人中央廣播電臺設置條例」，合併原屬中國廣播公司的海外部。自八十七年一月一日改制為獨立的財團法人，是中華民國對國際發聲的唯一管道。該臺之任務有二：對國外地區傳播新聞及資訊，樹立國家新形象，促進國際人士對我國之正確認知，及加強華僑對祖國之向心力；對大陸地區傳播新聞及資訊，增進大陸地區對臺灣地區之溝通與瞭解。

該臺擁有新聞、國語、方言、外語、音樂等廣播網，每天以國語、閩南語、客語、粵語、西藏語、蒙古語、英語、德語、法語、俄語、西班牙語、阿拉伯語、日語、韓語、越南語、泰語、印尼語、緬甸語等十八種語言向全世界播音，每周總播出頻率小時數逾 2,200，報導臺灣的民主歷程、藝術人文、社會風貌、文化風俗及各種建設，把臺灣的聲音傳揚到世界各地。近年來更因應數位時代的來臨加強網路廣播及網站經營，以十五種文字製作各語言專屬網頁，發行中文及英文電子報。

該臺對全球播出的節目，透過全臺各地所架設的微波站傳送到鹿港、枋寮、長治、淡水、褒忠、虎尾、臺南、口湖

及民雄等九個分臺，總發射電力高達一萬零五十千瓦，排名亞洲第一、全球前十大的發射能力，輸出功力是全臺其他公民營電臺總和的二·六九倍，電波有效涵蓋臺灣中南部地區、中國大陸地區及全球各大洲。該臺並與美國之音、德國之音、法國之音、美國家庭電臺、俄羅斯國家廣播電臺、澳洲國家廣播電臺、加拿大國際廣播電臺及自由亞洲電臺等國際知名電臺具有合作夥伴關係，共同參與國際廣播事務。

②特色：臺灣唯一擁有可直接以十二種外語傳播臺灣觀點、並具製播能力與經驗的專業廣播人才，為最直接提高臺灣國際能見度的溝通平臺。

③遭遇困難：

- 經費不足經營所須之最低成本，且有逐年下降趨勢：該臺自八十七年七月由原中央廣播電臺及中廣公司海外部合併成立財團法人組織，經費來源大部分由政府編列預算補助，由於目前使用之發射機及周邊設備均使用達二十年以上，設備升級速度無法因應廣播科技成長速度，且電力使用效率偏低，維護成本偏高，而對岸中共近年來斥資逾百億，大量採購中波發射機，除強化其政治文宣外，並經常對該臺節目予以干擾，嚴重影響該臺廣播

任務進行；業外數入僅允許以捐贈方式收取，在補助經費不足窘境上多所限制。

- 無法從事境內廣播，致使電臺在國內知名度及認同度偏低。
- 任務需求尚未隨社會環境變遷而重新定義，人力結構亦無法隨之進行檢討並重新調整；改制時概括承受人員組織已呈現顯著老化現象。
- 外語人才流動頻繁，且薪資結構又因經費不足而致招募困難。
- 主管機關對該臺認知不足，行政院轄下各部會亦對國家廣播電臺的政策定位不清，漠視該臺可發揮的功能。

④建議事項：

- 重新定位之必要性：該臺之任務職掌實質上跨大陸事務、僑務、外交、國家安全等多重功能，當前兩岸關係及國際政治與外交形勢，及陳水扁總統有關臺灣之音的政策宣示，都應做為未來該臺定位的重要參考方向；為發揮該臺跨部會的任務，使其作最佳效益發揮，該臺未來隸屬以直屬行政院為最佳，或仿美國之音或英國國家廣播電臺經營原則，改隸外交部，讓該臺之國際傳播任務在外交政策上扮演應有的角色並發揮功能。
- 開設國內頻道：開放境外語

廣播的公共服務功能，使該臺能充分發揮國家廣播電臺的角色，擴大公眾媒體參與、增進兩岸之認知與瞭解、提供境內外語廣播服務。此外，我國外籍人口移入漸多及社會結構的改變，須要有專業的多國外語廣播，以協助降低文化衝擊，增加族群間的溝通與融合。

- 發射資源應做整體考量：目前該臺發射頻率雖多，但因中國大陸對該臺人為干擾極為嚴重，且國際廣播之服務區域廣大，語種、網別繁多，設備與頻率重疊性問題。
- 為加強該臺對大陸之廣播任務，亟需政府增加預算補助，以汰換老舊設備以利任務需求。
- 法規鬆綁：強化該臺自籌經費能力，運用現有資源開闢財源。

(2)財團法人公共電視基金會

財團法人公共電視基金會於八十七年七月一日成立，其經費主要來自政府捐贈，其次為自行籌款，九十二年度全年總收入為十四億五千萬元，其中政府預算捐贈九億元、有線發展基金捐贈九千七百萬元、自籌款收入四億五千萬元，政府捐贈部分約占總收入之百分之六十二，自籌款部分約占百分之三十一，其設立目的在為全民提供以人為本、多元的高品質節目，履踐公共電視服

務公眾的責任。

開播以來即以製播豐富精緻的節目為首要目標。製播的節目注重婦女、兒童、原住民等的特殊需求，如「水果冰淇淋」、「原住民新聞雜誌」、「部落面對面」、「客家新聞雜誌」、「聽聽看」（聽障專屬節目）等節目，並製成「人間四月天」、「橘子紅了」、「家」、「後山日先照」等戲劇節目，及「張學良傳」、「孫立人三部曲」、「世紀宋美齡」等紀錄片，頗獲好評，除在公視播出外，並獲商業頻道一再重播，其節目並獲電視金鐘獎的肯定，紀錄片與兒童節目並屢獲國際各大影展獎項（紐約影展獎二座、芝加哥國際兒童影展一座、印度錄影短片展一座、倫敦廣告設計獎一座），目前頻道知名度達 85.9%，收視率達 0.12。

問題及建議如次：該臺主要困難為政府依法每年編列九億元預算，捐贈公視基金會營運使用，其餘經費須由公視自行籌措。惟因整體經濟環境衰退，募款不易，公視經費使用時有捉襟見肘之景況。

(3)宏觀電視：

世界各國為達成其在國際社會政治傳播的效益，均編列大幅經費預算，建立代表國家聲音的傳播喉舌；藉著傳播的力量，將政府政策理念及施政作為，傳達給社會大眾及全球人士，引起共鳴，產生共識，進而形成影響力。鑑於中共早於一九九二年十月一日，即以中共中央電視臺第四頻道（CCTV4），透過衛星傳送方式，對海外華人及所謂之國際友人進行國際傳播。行政院僑務委員會爰於二〇〇二年三月一日建構中華民國第一個國家級對外電視頻道—「宏觀電視」，此為我國針對海外華僑播出節目的第一個衛星電視，以不收費、不鎖碼方式、全天候二十四小時以及無商業廣告播出，並免費提供全球 300Kbps 之寬頻收視宏觀電視網路直播與隨選視訊。其運作採與民間電視臺合作之方式，八十九年、九十年委託中視、九十一年委託華視、九十二年委託臺視、九十三委託華視辦理。宏觀電視業務承辦人員計四人，年度預算開辦時為新臺幣四億零五百一十一萬元，其後逐年遞減，各年預算如次：

年度	計畫預算（元）	預算經費（元）	實支經費（元）
八十九		四億零五百一十一萬	三億三千五百一十七萬
九十		三億零一百七十萬元	二億六千五百四十五萬
九十一	五億六千五百七十四萬五千	二億四千九百三十一萬五千	二億一千六百八十八萬元
九十二	五億八千二百九十萬	二億一千六百三十三萬四千	二億一千六百二十八萬元
九十三	六億零三十一萬五千	二億零六百三十六萬七千	
小計		十三億七千八百八十二萬六千	

(4)客家電視：

客家電視成立於九十二年七月一日，年度預算三億九千萬，係以標案的方式委託電視臺辦理，目前係委託臺視辦理，為吸引年輕人，其節目的安排，係以客語發音為主，內容流行化。據學者專家表示客家電視臺成立前，公共電視曾精心製作過一些與客家文化有關的節目及連續劇，節目優質，吸引老、中、青之客家人、甚至非客家人也會感興趣。如《曾經》即是一部經典的戲劇，以臺灣過去五十年的歷史為背景，描繪新竹客家人與外省人之間的交流，客家文化於劇中自然流露，喜愛它的觀眾卻早已超越客家人的範圍。問題及建議如次：

- ①頻道定位不明：造成延續資源及經驗累積困難。
- ②資源不足：客籍專業人才、演藝人員不足、流動性高；節目製作預算偏低，無法邀請大卡司演藝人員。
- ③市場機制議題：客家電視屬於公益性頻道，招攬廣告較困難（ex：競選廣告考量之難處）。目前仍無法自給自足，須仰賴政府補助經費。
- ④產能評估關鍵性：受限於預算及人才，同時又必須符合標案時數要求，無法選購優質之配音節目，高度影響節目編排與收視品質。
- ⑤組織成員心理桎梏：客家電視臺目前係以每年乙標之標案型

態設立，同時缺法人地位，易造成組織成員心理不安。建議將目前及未來所屬員工納入類似財團法人公共電視文化事業基金會；降低因經營權更迭所衍生影響，以達標案之利，而去民心不安之弊，俾便朝永續經營之規擘。

(5)原住民電視：

依據八十七年頒布之「原住民族教育法」第二十六條規定：「政府為原住民族文化教育傳承發展之需要，應於公共電視、教育廣播電臺、無線電臺及有線電臺之公益頻道中設置專屬時段及頻道，並於電腦網路中設置專屬網站，並得視實際需要設置其他文教傳播媒體事業。」另依九十二年十二月廿四日修正公布之「有線廣播電視法」第三十七條之一規定：「為保障客家、原住民語言、文化，中央主管機關得視情形，指定系統經營者，免費提供固定頻道，播送客家語言、原住民語言之節目。」準此，客家及原住民電視頻道為有線電視必載頻道。

行政院原住民族委員會爰於九十二年度編列設立「原住民電視專屬頻道」預算三億三千萬元，經立法院於同年一月下旬三讀通過該項預算並附帶五項決議，要求原住民地區收視情況改善達百分之六十以後，始得動支。該會業於九十年四月進行原住民電視記者培訓，九十一年五月成立

專屬頻道規劃小組，未來將以「全頻道」方式於衛星及有線電視中播出。

9.其他相關基金會

(1)廣播電視事業發展基金：

財團法人廣播電視事業發展基金（以下簡稱廣電基金），設立於七十四年九月九日，設立金額為四千九百萬元，實際財源大部分來自無線廣電事業盈餘之提撥，八十四年為最高峰，計提撥二億五千餘萬元，其後因有線廣播電視、衛星廣播電視興起，致無線廣播電視事業在廣電媒體市場遭強食之下，來自無線廣電事業盈餘提撥數，每下愈況，八十七年度減少為一億一千餘萬元，九十年度減為三千三百餘萬元，九十二年度提撥數僅有八百三十餘萬元，尚有中視、華視、民視、中廣、正聲廣播公司等家欠繳基金共約八千萬元。

該基金設董事會置董事九人至十五人，其中一人為董事長，置監事三人，其中一人為常務監事，董事會為最高決策機構，下置執行長一人，分設推廣處、服務處、行政室等三處室。現有董監事十四人，職員二十六人。

①面臨問題：

- 該基金設置構想，源於七十一年增訂之廣播電視法第十四條之一及七十二年制定之廣播電視事業發展基金條例。設立意旨在於責成無線廣電事業本無線電波頻率屬公

共財，既取之於社會，當用之於社會，以提撥基金之方式，籌措財源，提高廣電事業水準；至於發展公共電視之議，係於增訂廣電法第十四條之一修法過程中奉行政院孫前院長○○指示而增列，惟當時所謂的發展公共電視，係指公共電視節目之製播。八十二年「公共電視法草案」送請立法院審議後，出現廣電基金與公共電視功能重疊之聲音，廣電事業曾表達公視建臺後，應廢止廣電基金條例，免除渠等提撥基金之責任。新聞局爰於廣電法第十四條之一修正案，將原條文內「發展公共電視」改以「發展電臺或公共服務」，足見該局早有公視建臺後與廣電基金功能區隔的看法。

- 近年來無線廣播電視事業普遍營收困難，而廣電基金財源收入大部分仰賴無線廣電事業的盈餘提撥，逐漸浮現「吃老本」的現象，兼以重新檢討廣電基金定位之呼聲迭起等事實。

②廣播電視事業發展基金歷年盈餘提撥情形：

經查該基金七十四年設立金額為四千九百萬元，其後每年之經費係來自於無線廣電事業的盈餘提撥及新聞局之補助，至九十二年止，該基金計獲

新聞局補助約十七億六千八百七十三萬元，自各廣播電視事業盈餘提撥約二十一億八千八

百三十六萬元，總計收入約達三十七億七千九百五十二萬元，詳如二十五。

表二十五、廣電基金經費獲新聞局補助及各廣播電視事業盈餘提撥情形統計表

單位：新臺幣（元）

項目 年度	新聞局補助	各廣播電視事業 盈餘提撥	總計	附註
七十四	0	49,513,330	49,513,330	新聞局自七七年度起至八八年度之補助款，係依據廣播電視事業發展基金條例第六條第一款：「優良公共廣播、公共電視節目之製作」提撥。
七十五	0	31,684,217	31,684,217	
七十六	0	65,105,658	65,105,658	
七十七	176,000,000	97,793,302	273,793,302	
七十八	176,000,000	113,952,802	289,952,802	
七十九	176,000,000	157,238,407	333,238,407	
八十	178,000,000	143,685,618	321,685,618	
八十一	178,000,000	139,608,214	317,608,214	
八十二	177,530,000	215,134,368	392,664,368	
八十三	150,000,000	235,948,390	385,948,390	
八十四	112,162,000	251,222,936	363,384,936	
八十五	100,000,000	201,340,171	301,340,171	
八十六	76,000,000	123,931,551	199,931,551	
八十七	76,000,000	112,662,688	188,662,688	
八十八	69,500,000	133,855,710	203,355,710	
八十九	95,000,000	66,880,403	161,880,403	補助製作優良電視節目款七千九百萬元、九二一震災轉播站損毀補助款五百萬元及廣播、電視金鐘獎一千一百萬元。
九十	14,137,000	33,121,371	47,258,371	補助全省電視收視不良轉播站六百一十三萬八千元、廣播、電視金鐘獎六百六十萬元及委託製作節目短片基金收取代辦費一百三十九萬九千元整。

項目 年度	新聞局補助	各廣播電視事業 盈餘提撥	總計	附註
九十一	13,351,000	7,305,115	20,656,115	補助廣播、電視金鐘獎七百萬元、製作數位化電視節目五百萬元及委託製作節目短片基金收取代辦費一百三十五萬一千元等。
九十二	1,058,000	8,382,717	9,440,717	截至十月份止，新聞局補助公共論壇第一期款二十萬元、數位媒體發展政策論壇八十五萬八千元整。
小計	1,768,738,000	2,188,366,968	3,795,224,565	

(2)有線廣播電視事業發展基金

有線廣播電視事業發展基金管理委員會係依「有線廣播電視事業發展基金收支保管及運用辦法」第六條第一項設置，置委員五至七人，其中一人為主任委員，由新聞局局長兼任之；其餘委員，由該局指派一人及遴聘學者、專家三至五人兼任之。該委員會九十年成立，現有委員七人，成員除新聞局局長（兼主任委員）、副局長外，並遴聘五位專家學者擔任委員，委員會之任務包括：「本基金之收支、保管及運用之審議；本基金年度預算、決算之審議；本基金運用執行之考核事項；本基金之其他有關事項。」委員任期二年，期滿得續聘。

該基金來源係依有線廣播電視法第五十三條第一項及有線廣播電視事業發展基金收支保管及運用辦法第四條規定，計有：「

系統經營者每年提撥當年營業額百分之一；本基金孳息收入；其他有關收入」。中央主管機關依下列目的運用：「百分之三十由中央主管機關統籌用於有線廣播電視之普及發展；百分之四十撥付當地直轄市、縣（市）政府供從事與本法有關之地方文化及公共建設使用；百分之三十捐贈財團法人公共電視文化事業基金會」。

「有線廣播電視事業發展基金」九十二年度預算數二五一、三〇〇、〇〇〇元，決算數二六二、七七四、六一八元，九十三年度預算數二六三、五八三、〇〇〇元，基金用途：預算數二五一、一五八、〇〇〇元。

10.政府出資或經營媒體現況：

茲據新聞局函復資料，將政府出資或經營媒體現況整理如表二十六。

表二十六、政府出資或經營媒體現況表

媒體種類	名稱	首長	成立日期	設立依據	主管機關	政府（補助）預算 （新臺幣：元）	法定編制 （人）	現有員額 （人）
	公視	董事長 陳○○	87.07.01	公共電視法	新聞局	900,000,000	370	344
	宏觀電視衛視		89.03.01		僑委會	206,370,000	4	4
	客家電視臺	執行長 林○○	92.07.01		客委會	390,000,000		
	原住民電視臺		籌備中			330,000,000 （九十二年）		
廣播	中央廣播電臺	董事長 林○○	87.01.01	中央廣播電臺設置條例	新聞局	573,357,000	488	461
	警察廣播電臺	總臺長 趙○○	46.03.01	內政部警政署組織條例第五條規定辦理	內政部警政署	203,679,000	112	184（其中約僱84人）
	教育廣播電臺	臺長 陳○○	49.03.29	國立教育廣播電臺組織條例	教育部	242,335,000	187	140
	復興廣播電臺	總臺長 趙○○	46.08.01	廣播電視法	國防部軍事情報局	93,154,000	59	59
	漢聲廣播電臺	總臺長 吳○○	31.06.01	廣播電視法	國防部總政治作戰局	15,970,000	190	175
	漁業廣播電臺	臺長 王○○	72.01.15	廣播電視法	農委會漁業署	68,980,000	55	53
	臺北廣播電臺	代理臺長 丁○○	50.07.31	廣播電視法	臺北市政府新聞處	26,097,696	65	20
	高雄廣播電臺	臺長 張○○	71.06.28	廣播電視法	高雄市政府新聞處	1,254,600	51	42
小計						3,051,197,296	1581	1134

(四)相關課題探討：

1. 地下電臺：

合法與非法電臺競食廣播大餅，是臺灣廣播生態的一大特色，地下電臺充斥則是臺灣廣播電臺最大的問題。自八十二年廣播頻道開放以來，全省已有合法電臺約兩百家，地下電臺據估計竟也有將近兩百家，廣播業者曾戲稱臺灣電臺數量是「地上兩百家，地下兩百家」，由此不難想見地下電臺蓬勃發展之情形。這些未申請立案之電臺，經營規模通常不大，其概分為兩類，少部分電臺如臺灣之聲等，曾經在政治抗爭中扮演重要角色，另一部分是賣藥電臺。如今雖已開放電波頻率，政黨亦已輪替，但地下電臺的數量卻不減還增，嚴重干擾空中秩序。

地下電臺問題無法根絕之主要原因，除政府未強力取締外，另一原因是有利可圖。地下電臺賣藥有暴利，既不用繳稅，廣告、節目內容更不用受到監督管理，若被取締，沒多久就可以復播；反觀走向合法化，申請執照與審查程序繁瑣累人，廣告、節目要受到監督。交通部曾估算後指出，地下電臺每月成本大概只要一、二十萬元，但是每月販賣藥品及商品的收入，少則五十萬元，多則五百萬元，由於利潤高，即使遭到取締，復播率仍非常高。何況政府在取締抄臺時，未必都能沒入發射器主機，即使順利沒入，由於回收極快，地下電臺也會再花個幾百萬元添購便宜的機器，

再行復播。

由於地下電臺干擾合法電臺，影響節目收聽品質，對新電臺在開拓客源上造成很大的阻力，許多學者專家及合法電臺業者都表示政府應積極取締及查禁。

2. 外製及節目廣告化：

據研究指出，許多電臺為節省製作成本，在節目的播放上，多採外製、外包策略，部分電臺每天的節目只是循環式地播放帶子，造成空占頻道，卻無優質的節目品質。許多廣播電臺以購買外製節目的方式，來填塞時段以節省成本。

部分電臺的擁有者或時段購買者，因優良節目製作費用高昂等因素，常於節目中販賣商品以回收製作費用，即許多廣播電臺仍有節目廣告化的問題，在節目中販賣各式各樣的商品，藉此謀取利益。少數電臺節目甚至藉由誇大療效的欺騙方式，將成本低廉的藥品、食品，甚至是假藥，以高價賣出，在賺取非法暴利的同時，也危害了聽眾的身體健康。

3. 電臺聯播：

政府開放電波頻率之初，強調在地服務，不過實際上電臺已走上聯播之路。經營上，聯播帶來的好處包括：擴大市場與影響力、減低人事與製播成本、提高業務收入等；其負面影響則包括：違反原營運計畫、原有聽眾流失、拆帳複雜等。電臺聯播在美國是常態，我國廣播電法亦未曾禁止，政府爰透過行政命令要求中功率電臺聯播比例不得

超過百分之五十，小功率電臺聯播比例不得超過百分之七十；惟業者主張經濟效益與聽眾有權選擇電臺，飛碟聯播網的出現與成功，使聯播之情形相當普遍，聯播亦帶來龐大的商機。

4. 換照問題：

按廣電法的規定，廣播執照的有效期限為兩年，屆期要經審核才能重新領照，換照引起了幾個問題：

(1) 執照有效期間過短，過程繁瑣、耗費人力、財力及影響電臺正常營運，新聞局頻繁換照作業已造成電臺之困擾。

(2) 換照之審核標準寬嚴不一，引發諸多爭議與質疑：目前多數電臺在實際經營上已偏離其營運計畫，惟無法通過換照審查之電臺非常有限，顯示換照審核標準還算寬鬆。惟對部分績優之電臺換照卻以嚴格把關，審核標準寬嚴不一，致引發諸多爭議與質疑。許多業者反應換照審查缺乏標準，反而變成擾民。

5. 公營廣播績效不彰：

目前我國沒有像公共電視臺的「公共廣播」，只有各個部會設置的電臺，如內政部警政署之警察廣播電臺，教育部所屬之教育廣播電臺、國防部所屬之復興、漢聲廣播電臺、新聞局之中央廣播電臺，臺北市、高雄市之市政電臺等，員工多有公務員資格，有些電臺之設備老舊，如中央廣播電臺到現在都還在用從重慶帶過來的古董級發射機，這種組織方式有時代產生的背景

，惟這麼多的公營媒體散置在各部會及地方政府，各電臺自行其事，分工既不完整，技術也無法精進，效率更是不彰。

伍、調查意見：

一、我國媒體自黨政軍壟斷走向開放競爭的過程上，由於廣電政策及法令遠遠落在產業發展之後，且定位不明、法令不足又執行不力，乃造成當前媒體亂象，行政院實難辭其咎：

政府開放廣播電視頻率前，國內的廣播電視電臺由於屬特許行業，長期為黨政軍壟斷，處於管制保護並肩負政令宣導之責。廣播與電視事業之主管機關原為中國國民黨中央執行委員會「中央廣播產業指導委員會」、中國國民黨中央改造委員會「廣播產業輔導會議」、四十一年以後幾經更迭，現由行政院新聞局及交通部分別管理軟體與硬體。電臺主要設備及工程技術之審核，電波監理，頻率、呼號及電功率之使用與變更，電臺執照之核發與換發，由交通部定之。其餘事項則為行政院新聞局之職掌。在廣電頻道開放前，為「加強抗俄宣傳」，廣播電臺肩負宣傳政令、遏制匪播之任務。民國四十八年交通部因頻率容易干擾，函示「政府整理頻道期間，不再開放民營電臺」，四十八年至八十二年間長期凍結民營電臺的開放。此段期間政府積極輔導軍用與政府電臺設立，包括漢聲電臺、警察電臺、教育電臺、臺北電臺、臺灣區漁業電臺等。政府電臺指由中央及地方政府所設立與經營的廣播電臺，其目的在於政令宣導、公共服務、配合遏制匪播等項目。此時公民營廣播電臺計三十三家，惟百分之九

十五以上由黨政軍控制。無線電視之發展亦是由政府部門主導與推動，如臺視係由省政府出面尋找日方投資，再加上省屬行庫出資成立；華視則是由原有之「教育電視臺」擴大改組，公視是由政府捐助成立，並依法登記為財團法人，中視則是由當時的執政黨—中國國民黨關係企業（華夏投資、中國廣播、中央日報、中央電影）出資成立，電視媒體亦為黨政軍所壟斷，三臺並寡占電視市場二十餘年。

政治解嚴，報禁解除，開放廣電的呼聲迭起，政府自八十二年陸續開放廣播、電視頻率，並幾乎採取全面開放政策，如廣播電臺連著開放十個梯次，至九十一年止，已釋出一五一一個頻道，其中一一八個已領照營運，加上開放前已存在之舊有二十八家廣播電臺，則國內共有一四七家廣播電臺領有廣播執照正式營運，無線電視自八十六年六月開始，在原有的三家電視臺以外增加了民視，八十七年七月公視開播。有線電視自八十三年迄今，合計六梯次，共二百二十九件申請案，一百五十六家獲得籌設許可，目前取得全區營運許可並已開播之系統經營者計六十四家。衛星廣播電視共二百三十一件申設案，全國計有境內直播衛星四家、境外直播衛星三家，以及一百二十三個頻道在有線電視系統或直播衛星平臺播送。但在開放過程中，由於政策及法令遠遠落在產業發展之後，且定位不明、法令不足又執行不力，不僅造成政府的失職，業界的失控，更進一步導致當前媒體的亂象。

(一)政策落後與法令不足：

一般而言，媒體技術進步的幅度

領先媒體政策的調整，雖然舉世皆然，但是，臺灣以技術後進國家，按照道理應該可以從先進國家經驗，汲取教訓，提早因應，惟行政院不但未能作此學習，反而落後更多。不但重要的媒體法規頒行遠遠落後於媒體的現實情況，其內容也流於簡易，未能善盡法律層次的匡導。

政府於民國三十八年遷臺後，就已有廣播事務，五十一年臺視成立，開始有電視業務；六十年中視成立、六十一年華視也成立，但我國第一部廣播電視法卻一直到六十五年才公布實施，亦即在廣播事業從事了二十餘年後，台視開播十四年之後才有法令的規範出現。同樣的我國在六十五年開始有「第四臺」（有線臺），但有線廣播電視法卻一直到八十二年才完成立法，其間落差亦達十餘年之久。

(二)定位不明：

早在威權時代，只把媒體當作文宣或教化牟利工具，到了後威權時代，雖然行政機關把媒體當作文宣或教化的認知及能力，都已經減少，但仍然沒有提出明確的主張，而只是放任媒體於既成的環境中自行運作，沒有從合理且積極的面向，將媒體定位為同時必須滿足經濟、文化、資訊與娛樂需求的管道，並進而以政策加以導引。

以有線電視為例，七〇年代初期行政院原有藉助有線電視，推動我國資訊電子產業的構想，日後的演變結果，卻明顯放棄了將有線電視定位為重要產業政策的規劃方向，以致於有線電視與電信事業沒有能夠相輔相成

，並且造成有線電視系統家數在八十二年合法化前已經高達六百餘家，是當今衛星電視頻道惡性競爭的根源。

再以廣播事業為例，由於在民國八十年代以前完全禁絕開放，同時聽任特定私人或團體壟斷電波作為文宣或牟利工具，沒有積極規劃並導引業者服務民眾的廣播需求，以致八十二年在社會壓力下，變成只是消極地「開放」電波而無積極引導，當前我國廣播服務的成績低落，又有地下電臺的干擾現象，肇因於此。

(三)執行不力：

依據我國現行有線廣播電視法規定，有線電視系統經營者提出執照申請時，均需提交完整的營運計畫書。惟主管機關每三年是否確實依該營運計畫，考核業者績效，以作為評鑑依據，仍很有疑問。例如營運計畫必然提到、而為業者所承諾的提供電子鎖碼器、具地方特色的自製節目等，至今仍然沒有全面實施；而頻道商聯賣搭售頻道等現象，亦為公平交易法所不容，卻仍無法有效執行，在在均顯示主管機關沒有能夠嚴格落實相關規定。再如地下電臺至今仍然氾濫，同樣是主管機關執行不力的明證。

由於以上三大病因，造成重商逐利的廣播電視頻道過度氾濫，業者陷入惡質競爭難以超脫：電視頻道多達一百餘個，導致節目高度同質化，經營規模狹小，購買現成節目金額甚大，投入製作金額稀少，於是自製的節目內容水準低俗，如新聞臺不乏八卦色情、暴力血腥、犯罪手法與怪力亂神等負面新聞，致使媒體竟有「社會

亂源」之說，行政院實難辭其咎。

二、行政院長期無法提出有效之電影振興政策，坐視國片市場日益萎縮，已有不當；復取消外片進口配額限制及放寬外片拷貝之數量限制，嚴重壓縮國片之映演管道，影響電影事業之發展，核有違失：

電影是兼具娛樂、教育與藝術的文化媒體，並可反映、詮釋社會現象，激勵社會人心，是國家文化的縮影，先進國家視電影為重要文化產業，刻意採取保護政策及具體輔導措施，以促進其發展，如採取限定外片進口數量之保護政策。我國電影法第三十九條亦明定：「電影事業為文化事業，中央主管機關為促進其發展，應……予以輔導」。新聞局自七十九年起，即編列「國片輔導金」預算，以輔導國片發展，其所編列之輔導金預算總額，亦由原本的三千萬元，逐年遞增，九十三年已增至三億四千萬元，亦反應政府對電影文化事業的重視。

經查，國人對於電影的需求高、消費能力亦強，近五年來上映片數每年平均維持在三百五十部左右，臺北市票房高達新臺幣二、三十億元，全年電影營收約為四十五億元上下，其中以美國電影為主之外片總票房即占百分之九十三，近年來我國電影雖於國際間頻頻獲獎，在全世界享有極佳之聲譽，惟我國電影產業在好萊塢強勢衝擊下，國片票房不及全年總票房的一％。以九十年臺北市戲院為例，電影票房總額雖然高達二十二億二千八百萬元，但國產電影片總票房卻不到三百二十萬元（○．一％）。

再查，我國電影事業在民國七十年至八十年間曾風光一時，年產量達三百

多部。電影輔導金政策實施近十五年來，不但毫無起色，反而直線下滑，民國七十九年「國片輔導金」開辦時，國片年度產量尚有一〇一部，至八十五年以後，每年生產的國片，僅有二十部上下，九十二年全年更只有生產十四部電影。探究其原因，學者專家及業者認為我國電影產業先天體質孱弱，國家亦長期缺乏宏觀文化視野之電影政策，輔導金政策爭議不斷、成效不彰等原因所致。並認為，正當韓國影人走上街頭抗爭之時，我國為加入 GATT、WTO 於八十二年至八十六年間，與美國進行多次視聽產業諮商會議。我國原以「限定外片輸入拷貝及映演場所數」來保護本國影片，於 GATT 入會案時，政府於八十四年一月承諾將電影片進口拷貝數放寬至二十四個；WTO 入會案時，取消外片進口配額限制、將外片拷貝數放寬至五十八個，使我國電影市場門戶洞開，形同不設防。自加入 WTO 後，不到兩三年，整個臺灣電影市場已拱手讓予外國電影。

又查，民國八十七年，美商投資的華納威秀影城（擁有十八個放映廳）正式登陸臺北，幾乎囊括全臺北市一半票房收入，其後臺灣戲院電影已有九十%以上皆為好萊塢囊括，儼然成為全世界最開放、最自由的地方。並形成政府一方面花錢輔導國片製作，發放數億元的電影輔導金，每部最高三千萬之高額輔導金，另一方面卻又大舉「外片配額，歡樂無限」之旗，因為這兩項政策自我矛盾、力量自我抵銷，故美其名為「輔導國產電影」、「保護本土電影」，卻無能發揮「保護」之實，而惹來「越輔越

倒」之譏。

近年來，「保護本土電影」是美國之外所有亞、歐國家必須嚴肅面對之課題，先進國家視電影為重要文化產業，並保護及採取限定外片進口數量或是輔導等保護政策致力維護。如韓國政府規定國內戲院每年至少要映演一四六天的國片；法國則以「文化例外」的原則，拒絕將電影列入 WTO 全面開放的商品名單中。反觀我國長期無法提出有效之電影振興政策，坐視國片市場日益萎縮，已有不當；復取消外片進口限制及放寬外片拷貝的數量限制，嚴重壓縮國片的映演管道，影響電影事業之發展，核有違失。

三我國的流行音樂原為全球華語音樂的創作中心，近年來因盜版盜拷氾濫，已嚴重危害音樂產業之生存與發展，主管機關迄未研訂有效之改善措施，核有未當：

我國的流行音樂在一九九〇年代以創意、技術與代表性的藝人打進海外的華人社會，可說是華人流行音樂發展的重鎮與龍頭，全球八十%的中文音樂均為我國所創作，一九九七年我國唱片總銷售量達四、七六〇萬張，總銷售額達新臺幣一二三億元，為亞洲地區第二名（僅次於日本），世界排名第十三位。依據「財團法人國際唱片業交流基金會」（IFPI）的統計資料，自一九九〇年到一九九七年為止，我國流行音樂產銷量呈現穩定的成長，唱片總銷售量自一九九〇年至一九九七年成長率超過一〇〇%，總銷售額成長了四倍。

自一九九七年之後，我國流行音樂唱片市場開始逐年衰退，唱片總銷售額由一九九八年的一〇六億八千餘萬元，

至二〇〇二年減為四九億七千七百萬元，負成長五七·三%，總銷售額減少了三分之二，已退居亞洲第四位、世界排名亦滑落至第二十二位。睽諸國內流行音樂產業發展環境，面臨之主要問題包括：盜版盜拷的氾濫、下游通路萎縮、缺乏音樂與數位通路產業群聚及商業模式、大陸的磁吸效應等項，其中盜版盜拷、網路上的非法分享與下載，以及個人燒錄氾濫，開始劇烈地侵蝕著音樂市場。據 IFPI 統計，一九九九年盜版率為三五%，二〇〇〇年突破四十%，二〇〇一年上升為四八%，二〇〇二年略降為四七%，二〇〇三年上半年再略降至四五%，即幾乎已到二片（卷）音樂產品正版就有一片（卷）盜版品的嚴重地步。這些數字還不包括透過網際網路（Internet）與燒錄機所進行之非法下載與重製所產生的侵權產品。

網路興起後帶來新的侵權態樣，盜版更進入數位化，據業者表示目前 MP3 網路族約有一百萬個，產生許多未經授權 MP3、P2P 網站如 Kuro、EZ Peer 等，以 Kuro 而言，據稱有五十萬個會員，網站業者一年有超過六億元的收入，會員一個月收九十九元，可免費下載五十萬首歌，使流行音樂產業面臨更大生存與發展的挑戰。目前流行音樂唱片市場已減少三分之二的總銷售額，這些數據背後，代表我國流行音樂產業減少每年七十億的銷售額、許多唱片業從業人員失業、以及為數不少的家庭受到衝擊，及我國流行音樂產業岌岌可危。

經查，政府為強化「智慧財產權」的保護，特設「經濟部智慧財產局」職掌全國專利、商標、著作權……及協助

查禁仿冒等保護智慧財產權業務。為遏阻非法盜版，並於九十二年一月成立智慧財產權警察大隊（有二百二十名警力），九十二年修正光碟管理條例將賣盜版光碟及錄盜版光碟改成公訴罪，對於實體的盜版之防範確有助益，顯示政府打擊盜版的決心與努力。惟對網際網路之侵權行為，現行法令採告訴乃論，對於著作權造成非常大的衝擊。鑑於目前唱片盜版盜拷的嚴重，查緝工作仍有待加強，加以非法網路下載問題攸關音樂產業轉型發展，主管機關迄未能研訂有效之改善措施，加強因應作為，嚴重影響音樂產業之生存與發展，核有未當。

四、公營媒體缺乏分工及整合，各媒體自行其是，總體績效不彰，行政院允宜整合現有公營媒體之資源，並建立高品質的公共廣播電視集團，以加強公共服務效能：

自有廣播歷史以來，公營廣播一直是扮演著重要的角色，電視問世後，世界先進國家為提升社會文化，增進閱聽大眾服務品質，均相當重視公共電視的發展，如：英國的公共電視（英國廣播協會 BBC）除有數十個廣播頻道外，另有九個電視頻道，年度經費約新臺幣（下同）一千九百七十八億元，日本的 NHK 有五個頻道，年度經費約為一千七百億元，韓國有三個公共頻道，公共電視年度經費達三百四十三億元。我國之公共電視成立於一九九八年七月，起步落後歐洲工業先進國家於二次大戰後成立公共廣播電視體制達五十年之久，且每年經費僅十三億元（其中政府撥付九億元，公視自籌約四億元），其經費與上述國家顯有明顯的落差。

從廣播來看，目前我國沒有像公共電視臺的「公共廣播」，只有各個部會及直轄市設置的電臺，如內政部警政署所屬之警察廣播電臺、教育部所屬之教育廣播電臺、國防部所屬之復興廣播電臺、漢聲廣播電臺、農委會漁業署之漁業廣播電臺、臺北市政府所屬之臺北廣播電臺、高雄市政府所屬之高雄廣播電臺等七家。此外，政府每年編列預算支應之媒體尚有新聞局所屬之財團法人中央廣播電臺、財團法人公共電視基金會、僑委會所屬之宏觀電視、客委會所屬之客家電視、原民會所屬之原住民電視等五家，各部會每年編列預算數總計達三十億元以上，現有職員人數達一、一三四人。

再查上開廣播、電視媒體分屬於行政院各部會及北、高兩市政府，部分公營廣播電臺各有其獨特的歷史背景及設立宗旨，並各自賦有其隸屬機關專屬之特殊任務功能，由於缺乏分工及整合，各媒體自行其是，總體績效不彰；而部分廣播、電視均有人力及經費不足之問題，有些電臺之設備老舊，如中央廣播電臺至今仍在用從重慶帶過來的古董級發射機，確實令人不可思議。而新成立之宏觀電視及客家電視，其運作方式係以每年乙標之標案型態設立，即每年委託予無線電視臺辦理，有頻道定位不明、資源不足、專業人才及演藝人員不足、內容創意不足等問題，而經營權每年更迭亦無法有效累積製播資源與經驗，不利永續經營。

綜上，政府各部門在廣義的「公共電視服務」上，每年使用之預算高達新臺幣三十億元以上，尚不包括土地、房

舍、設備等經費在內；每年投入人力高達一、一三四人，惟因散置於各部會及地方政府，缺乏分工及整合，總體績效不彰。行政院允宜檢討現有公營或政府出資媒體之功能及定位，整合其資源及技術，並建立高品質的公共廣播電視集團，以減少人事成本及例行性支出，提昇節目創新與技術，加強公共服務效能，進而發揮對我國廣電生態之良性影響。

五、無線電視公共化不僅是人民的基本傳播人權，也為國人提供開放的公共論壇，更具有整合影音媒體的經濟功能，而在因應數位化來臨的時代，將是提供優質電視內容的重要搖籃，行政院允應化被動為主動，全力推動：

本院舉行諮詢會議時，出席之學者專家均認為媒體不僅是一種產業，一種國家應予保護支持的文化產業；媒體也是人民的一種基本權利，就像空氣、陽光、水一樣，是我們生活下去不得不有的環境，這是新時代的人權，也是政府應提供的基本社會福利；另外，更重要的，媒體不只是所謂的文化而已，也不是只關懷弱勢而已，更有重要的利基，要為我們的社會建立一個更民主的參與機制，使它成為一個論壇，成為一個能詮釋目前重要的社會、政治、經濟等問題的一個發言管道，而建立一些社會的指標。

公共化是以行政手段，比較快速地整合華視或臺視，抑或兩者，使其合併於公共電視，於是適度擴大了公部門的電視規模，在規模經濟之下，除了各電視臺現有的資源可以更加有效統合並分工使用，也可以支持目前已經奄奄一息的電影工業，讓欠缺製作、發行與映演

資源的我國電影人才，透過拍攝電視電影的方式，善加利用國片輔導金，結合公共廣電集團的現有品牌及頻道，定期觀賞國人自製的電影。同時，音樂製作人才也可以善加使用公共廣電平臺，持續為維持臺灣在華人地區的流行音樂地位，努力盡心。

多年以來，我國電視公司用於採購現成內容，或外包電視節目的支出，遠遠大於自行研發製作，以致於電視公司除新聞以外，大多只是從事電視節目的編排與發行。在頻道超量供應的當前與未來的數位化時代，「內容為王」已經是所有人的共識，如何確保穩定且優秀的電視內容持續生產，同時確保這些內容在具有品牌的頻道穩定播放，成為傳播政策必須加以滿足的目標。無線電視公共化除了確保播放頻道之外，也是通過經濟規模的擴大，讓公共廣電集團能夠長期耕耘，積累果實，為電視內容的製作人才提供合理的工作環境，從而源源不絕製作宜室宜家的電視節目。

綜上，行政院對於無線電視的公共化允宜化被動為主動，並投入較多的資源，俾提供更多優質的內容，發揮公共化功能，有效匡正當前的媒體亂象。

六財團法人廣播電視事業發展基金允宜納入財團法人公共電視基金，以符合其建置功能，及發揮更大之效用：

自電視問世後，世界先進國家為提升社會文化，增進閱聽大眾服務品質，均相當重視公共電視的發展，如歐洲工業先進國家早在二次大戰後即相繼成立公共廣播電視體制，我國公共電視之成立溯自民國六十九年前行政院長孫○○即提出成立「公共電視臺」主張，惟行

政院於八十年始核定「公共電視臺籌備委員會設置要點」，及成立公共電視臺籌備委員會，於八十二年提出「公共電視法」草案送交立法院審查，立法院於八十六年五月三十一日完成三讀，八十七年一月第一屆公共電視董監事人選經立法院提名審查委員會審議通過，同年七月一日「財團法人公共電視文化事業基金會」正式成立，公共電視臺並於同日開播。

由上可知，我國公共電視自六十九年倡議至自八十七年成立，前後長達十八年，在此段期間，因無足夠的資源成立公共電視臺，新聞局爰師法香港以徵收商業電視臺時段播出公共電視節目，該局先於七十三年在國內新聞處下設「公共電視製播小組」，製作「公共電視節目」，向三家無線電視臺徵用時段播出。繼於七十四年九月九日財團法人廣播電視事業發展基金（下稱廣電基金）設立後，即將「公共電視製播小組」納入該基金，由該基金負責製作「公共電視節目」的任務，續向三臺徵用時段播出。

查廣電基金設立目的，在於責成無線廣電事業本無線電波頻率屬公共財，既取之於社會，當用之於社會，以提撥基金之方式，籌措財源，提高廣電事業水準。其設立金額為四千九百萬元，其後每年之經費係來自於無線廣電事業的盈餘提撥及新聞局之補助。至九十二年止，該基金計獲新聞局補助約十七億六千八百七十三萬元，自各廣播電視事業盈餘提撥約二十一億八千八百三十六萬元，總計收入約達三十七億七千九百五十二萬元。該基金設董事會置董事九至

十五人，其中一人為董事長，置監事三人，其中一人為常務監事，董事會為最高決策機構，下置執行長一人，分設推廣處、服務處、行政室等三處室，現有董監事十四人，職員二十六人，其董事長自成立後即由新聞局局長擔任，至九十年該局始放棄慣例不再由局長擔任。

另查，廣電基金在八十四年以前財源較豐，以八十四年為最高峰，計提撥二億五千餘萬元，其後因有線廣播電視、衛星廣播電視興起，致無線廣電事業盈餘每下愈況，該基金之提撥數亦隨之減少，八十七年度減少為一億一千餘萬元，九十年度減為三千三百餘萬元，九十二年度提撥數僅有八百三十餘萬元。且自八十二年「公共電視法草案」送請立院審議後，即已出現廣電基金與公共電視功能重疊之聲音，廣電事業曾表達公視建臺後，應廢止廣電基金條例。公共電視成立後，各界重新檢討廣電基金定位之呼聲迭起，本院召開本案之諮詢會議時，廣電事業及專家學者亦有多人提出「重新檢討廣電基金定位」及「將其併入公共電視基金」之建議。

綜上，行政院於六十九年即有意成立公共電視因各種主客觀因素未能配合，新聞局爰以「製作公共電視節目在當時的三臺播放」的方式辦理，先後設立「公共電視製播小組」、「廣電基金」，並以無線廣電事業的盈餘提撥及新聞局之補助「製作公共電視節目」，嗣以公共電視節目播出時段常被三臺調動，影響觀眾收視權益，爰朝指配頻道籌建獨立之公共電視臺努力，現財團法人公共電視基金會業於八十七年七月一日成立，公共電視亦於同日開播，依公共電視

法第一條及第十一條規定，其成立目的即在提供文化、教育性節目以及弱勢族群節目，彌補商業電視之不足，提高廣電事業水準，建立為公眾服務之大眾傳播制度。足見廣電基金原「製作公共電視節目」之功能已由公共電視取代。是以，主管機關允宜尊重民意，重新檢討廣電基金之定位與功能，並將之納入財團法人公共電視基金，將已提撥之財源確實用於提高廣電事業水準，以發揮更大之效用。

七因應黨政軍退出三臺而興的無線電視公共化主張，雖歷經幾任新聞局局長的努力，政策仍不夠明確化，核有未當：

按九十二年十二月二十四日廣電三法（廣播電視法、有線廣播電視法、衛星廣播電視法）部分條文修正案公布實施。依新修正之廣播電視法第五條第七項規定：「主管機關（新聞局）對於政府、政府投資之事業、政府捐助成立之財團法人持有民營電視事業股分（以下簡稱公股）事宜，應於六個月內（即九十三年六月二十六日前）制定處理方式，送交立法院審查」規定，新聞局業研擬「無線電視事業公股處理條例（草案）」，明定政府持有民營廣播、電視事業股份之處理方式。該條例草案業於九十三年六月十一日送請行政院審查，同年六月二十三日經行政院第二八九五次會議通過後，於同年六月二十四日送請立法院審議。

查無線電視公司公股釋出案，源自於「黨政軍勢力退出媒體」議題，亦為無線電視公共化訴求之一。有鑒於近年，我國電視產業蓬勃發展，頻道數量大幅增加，部分頻道無視社會責任，只求

高收視率，製播之節目內容膚淺低俗，甚或偏向感官刺激，引發各方關切，社會上出現變革電視制度的呼聲。民國八十九年總統大選時，陳○○總統在傳播媒體政策白皮書中，揭櫫廣播電視媒體改革主張，指出公共電視若僅有一個頻道，就只能如同神龕，聊備一格，故應改革無線電視，促其公共化。

民國九十年以後，由傳播學界人士主導組成之無線電視民主化聯盟，及九十二年成立之媒體改造學社，大力鼓吹無線電視公共化，並主張壯大公共電視力量，以改善商業利潤競逐下之不良電視生態。「反對媒體資源壟斷、提升媒體專業素養、讓媒體回歸專業經營」等改善電視媒體生態環境的訴求，雖獲朝野共識，但是，如何落實共識，朝野、民間團體及傳播學界存有不同的看法。

經查新聞局自蘇○○局長開始，即已開始進行公共化的委託研究，並於九十年十月二十九日於立法院施政報告時首次公布無線電視公共化政策，同年十二月十七日再提出「無線電視公共化」的說帖與兩階段公共化的具體作法：第一階段指派公正人士出任官股代表，排除人事干預問題；第二階段考慮臺視、華視策略聯盟或合併，逐漸使所有權公共化。嗣因立法院第五屆第二會期教育及文化委員會審議廣播電視法部分條文修正案時決議：「行政院新聞局應就無線電視改革，『臺視』、『華視』二臺朝一臺公共化、一臺民營化方向，提出具體評估及執行方案」。其後接任之新聞局葉○○局長爰委託學者進行「臺視、華視一公一民執行方案評估」，並於九十一年十二月十一日向立法院提出「臺

視、華視一公一民評估及執行方案報告」。之後接任新聞局局長的黃○○任內並委託學者進行「研訂無線電視公共化執行條例（草案）暨修訂公共電視法研究」。新任的新聞局長林○○對公共化的政策，仍朝向一公一民方向規劃，但究竟是哪一臺進行公共化，仍須等釋股條例通過後方能決定。惟如果政府財政承擔能力允許，且社會有所期望，仍不放棄兩公的可能性。因此，該局研擬之釋股條例，不管未來是採行一公一民、兩民或兩公的方案雖都將可以適用，惟未來該局或新設的權責機關，仍將加緊腳步研究臺灣未來公共化的發展方案，並針對公共化的部分進行相關財務評估、研究如何提昇其經營能力，且不只是以目前現有公共電視為未來臺灣公共集團的方向來思考，也不應受限於現有公視的經營模式。

由上可見，新聞局對無線電視公共化政策發展不明確，其公共化之選擇對象亦未確定，對將被公共化之臺視及華視兩家電視臺而言，因「無線電視臺由於主要收入來源的廣告大幅衰退，廣告商對於廣告的安排多具有一貫性與長遠性，由於新聞局之政府政策不確定，過渡期間過長，將使廠商之投資裹足不前」，是以，新聞局允宜確實評估與檢討，訂定明確之公共化政策，及完整之配套措施，以免影響臺視及華視兩家電視臺之發展及營運。

八有關主管機關雖積極投入資源，並大力推動無線電視數位化，但由於配套不足，準備不夠，發展存有諸多問題與瓶頸，致使進度嚴重落後，亟待主管機關正視，並速謀對策：

無線廣播電視數位化是強調從無線傳輸的數位化，達成無線廣播及無線電視全盤數位化的目標。無線電視數位化係由訊號處理與發射數位化，推動無線電視臺硬體建設全數更新；同時無線頻寬可以劃分出多頻道的傳送空間，使頻道內容可以包裹影音、文字、檔案、軟體等，使電視節目可以提供增值電視（enhanced TV）、互動電視（itv）、行動電視（mobil TV）等服務，觀眾在收視之餘，還可以獲取相關資料，並可透過數位通路匯流，進一步與電視臺互動以索取服務。用戶端為配合數位轉換，必須購買數位電視機（IDTV）或轉換機上盒（STB），或手提數位電視機隨處接收電視訊號。

經查經濟部工業局於八十一年成立視訊工業發展推動小組，積極引進技術設定推動行程，行政院國家資訊通訊基本建設專案推動小組（簡稱 NII 小組），於八十六年十一月核定「臺灣數位地面廣播推動時程」，八十七年底開始進行工程測試，八十九年四月開始試播，預定於九十年十二月完成全區開播，並預訂九十五年底臺灣有百分之八十五的家庭都能收視數位電視地面廣播時，將收回類比電視頻譜，全面數位化。新聞局自九十二年度起，委託公視執行「籌建數位無線電視共同傳輸平臺」計畫，以四年為期，投入十三億元之經費，建立全國完整的數位傳輸網路，供所有的無線電視及其他廣電媒體使用。預計無線電視數位化後，每家無線電視臺如果核配兩個單頻網，每個單頻網以傳送三個數位頻道計算，數位無線電視平臺最多能播送三十個頻道節目。自九十三年

七月一日起開播的數位無線電視，目前共試播十四套頻道節目。

該項計畫已完成南部及北部數位廣播電視共同轉播系統建置、建立 MHP（Multimedia Home Platform）初期實驗系統，九十二年在北區試播。並建置數位電視共同傳輸平臺，九十三年五月建置完成北區「數位多頻道播映系統」，九十三年七月一日開播，目前北部地區裝設有機上盒的民眾可收視十四個數位頻道節目。即其執行進度較預定期間晚二至三年。且依目前機上盒的銷售情況、節目內容與品質以及經營模式，數位電視普及的目標，恐將無法如期於九十五年底完成預定目標。據業者表示，其主要之問題與瓶頸如次：

(一)數位電視發展過程，忽略消費者的需求：

我國的電視廣播由交通部管頻譜規劃與管理，新聞局管頻譜發照審查與頻道內容管理，經濟部工業局負責推廣數位電視。早年的推展工作由家電業主導，後來加入機上盒製造商，電視業似乎是被動參與，且多為工程人員，甚少節目或經營管理部門的介入，因此發展過程與策略幾乎都是工程或生產導向，忽略消費者的需求。

(二)發展策略不明，導致產業停滯：

發展數位電視初期沒有事權統一的機構主導，策略模糊，電視業者、家電業者、機上盒製造商與數位內容開發者都處在摸索與徬徨狀態。政府沒有機上盒與電視臺頭端的測試機制，也沒有數位內容與機上盒以及頭端相容測試的相關機構。九十三年七月開播之後，有的年初購置的機上盒就

看不到部分頻道，必須送回工廠調整參數。也有購買大尺寸電漿或液晶電視機的消費者，觀眾普遍對數位電視產生懷疑，因為沒有宣傳廣告所說的畫質清晰漂亮。目前各商業電視臺分別播送三個頻道，在小尺寸的電視機觀看沒有問題，但在超過三十吋的顯示器下觀賞，有些動作快速的畫面可能出現馬賽克的畫面。且機上盒如沒有經濟規模的量產，價格不可能便宜，我國的消費者需花費較高的代價購買，在目前有線電視如此發達的市場環境，無線電視數位播出的節目，若沒有特別內容，消費者選擇收看無線數位電視到底會有多少，難免令人憂心，這也是發展策略不清楚所造成的困境。

(三)製作成本提高，收視率無法提升，影響業者推廣意願：

數位電視播出畫質精細，在攝影時就需以高標準拍攝，未來戲劇節目拍攝的背景、演員化妝、服裝，都須增加精緻度，而拍攝器材也必須有所變革，製作成本勢必提高。正由於數位節目的製作比類比電視的製作成本大幅提高，在數位電視尚未普及化前，收視率無法提升，使得製作數位節目的誘因大為降低，且好的內容（節目）取得不易，將輾轉影響數位電視的推廣。

(四)數位電視開播，只能浴火不易重生：

我國對電視廣播工程技術的研發顯然不足，學校機構沒有研究所，公共電視臺成立不久，也沒有英國、日本公共電視附屬的廣播電視工程與經營的研究機構，也沒有英國推動數位

電視的組織所籌設的測試中心，也沒有測試專用的工程頻道，大家仿佛瞎子摸象的發展數位電視，而工程人員只能摸著石頭過河一般，去建設數位電視傳播網路。這樣的發展模式必然事倍而功半，而且難保不出問題。

從類比電視到數位電視，不同於黑白電視過渡到彩色電視。無線電視臺引進數位科技是一種產業斷裂，必須面對一段推展數位機上盒或接收機的業務空窗期。數位開播不意味著數位電視營運收入的開始，還必須繼續固守原有類比電視的舊商機，而數位新商機的開拓卻可能搶走舊商機。類比電視的業務會因為數位電視普及，降低收視率而加速萎縮，但數位電視的漸次普及期間，不易開展明確的營利模式，類比失去的營收，數位無法等量補回，因此目前這種類比與數位電視同步播出的經營模式，只是加速無線電視的弱化；讓人很容易感受到無線電臺正處於浴火的痛苦，卻很難看到重生的機會。

另外，類比電視與數位電視的轉換工具—機上盒的費用，目前收費上限訂為三、五〇〇元，對於數位增值頻道也訂有收費限制，而且是每一頻道逐一訂定，由於收費限制使業者對控管成本錙銖必較，可能妨礙數位化的推行，與政府預計在九十四年使數位電視普及率達五成的理想，有一段落差。除了機上盒的費用無法有效降低外，國內有線電視發展已相當成熟，收費機制及觀眾收視習慣也多已固定，更降低消費者購買機上盒的意願。

由上可知數位電視開播，對無線

電視經營者而言，原期望能讓無線電視浴火重生。但眼前的發展讓人悲觀，不少人開始擔憂，數位電視開播會不會是無線電視業者苦難的開始？因為發展數位電視先天不足的問題沒有解決，其可能衍生的麻煩，會因開播而陸續彰顯。

綜上，數位化固然是無線電視臺的轉型契機，但是其頻道數量相較於有線電視的百餘個頻道而言，仍然屈居劣勢，如何提供全方位且類型完備的高品質節目，才能吸引足夠的收視群，形成一個具有競爭力的數位無線電視平臺，以平衡劣勢，攸關數位無線電視的發展。惟查主管機關對無線電視數位化配套不足，準備不夠，進度嚴重落後，且依目前機上盒的銷售情況、節目內容與品質以及經營模式，數位電視普及的目標，恐將無法如期於九十五年底完成預定目標，值得主管機關正視，並速謀對策。

九美商八大片商主導臺灣電影的發行、映演兩大市場，全年在臺票房盈收高達四十至五十億元，政府卻予以賦稅優惠，顯失公平；政府應依法令規定比照本地電影業者課稅，以符公平原則：

電影不僅是大眾文化的型態，也是本土文化的基本構成要角，且電影往往以本國的政治、經濟、社會、歷史為背景，反應紀錄當代的生活風貌與價值觀。因此，世界各國在進行貿易談判時，莫不以「文化例外」的精神，將影視文化商品排除在自由國際貿易之外。以歐盟為例，在進入世貿組織前即爭取將「視聽產品」視為文化商品，排除在自由國際貿易的範疇之外。並立法規定「配額」、「抽稅捐」、「映演天數」、「進口拷

貝數」等等限制，保護其「視聽產品」。

我國政府為保護國片，原以「限定外片輸入拷貝及映演場所數」等措施來保護本國電影，惟為配合加入 WTO 政策，自八十三年起即逐步放寬對外片輸入拷貝及映演場所數之限制，近年來美國電影為主之外片已獨占全國電影票房盈收的九六%以上，美商電影公司在臺灣負責代理的工作人數，雖僅占全國電影產業工作人口（大部分為映演業）的萬分之四，惟全年在臺票房盈收高達四十至五十億元。

經查依財政部六十八年七月六日臺財稅第三四五八五號函釋：「營利事業進口國外影片，經約定，不得重製，僅供一定期限放映者所支付之費用，尚不屬權利金性質，國外營利事業所得該款項，免予課征所得稅」，之背景，原係當年財政部有意開徵影片權利金所得稅時，我電影業者向行政院積極反映，指該項新稅必將轉嫁國內經營外片之進口商，而使電影事業面臨倒閉危機，行政院仍邀財政部及新聞局協調，最後同意在不重製情形下，視為非權利金性質而免予課徵所得稅。惟民國六十年至七十年代國片仍處於興盛時期，外片之市場占有率不高，故此舉尚無影響國家整體稅收。近年來，主客觀環境皆已不同，且美國電影為主之外片幾已壟斷全國電影票房，政府卻仍予以享有免稅優惠，凸顯政府未衡酌整體電影環境時空變化，對進口外國影片之國外營利事業予以免稅之優惠，對國內之電影營利事業則依法課征所得稅，形成同一性質所得課稅不同，及對在臺美商公司與本國片商的賦稅不公狀態。

又國外影片成本之認定，依據現行所得稅法第二十六條（國外影片事業所得之計算）規定：「國外影片事業在中華民國境內設有分支機構者，出租影片之成本，得按片租收入四十五％計列」。財政部竟以五十二年臺財稅發第○九三二一號函准許國外影片事業在中華民國境內設有分支機構者（即美商等國外電影公司）「影片成本按片租收入七十％認列」，顯逾越法令之規定。

綜上，美商八大片商主導臺灣電影的發行、映演兩大市場，全年在臺票房盈收高達四十至五十億元，政府卻予以賦稅優惠，顯失公平；政府應依法令規定比照本地電影業者課稅，以符公平原則。

十、行政院應以韓國經驗為他山之石，成立由專家組成之電影委員會，針對我國電影產業所面臨之問題與困境，訂定確實可行之相關措施，經由政策帶動，結合民間企業，建立獎勵機制，以振興我國之電影產業：

近五年來，韓國從金融危機復甦過來的時候，竟還搖身一變，從過去的製造代工國，成為亞洲的「文化輸出國」，甚至在某種程度上，韓國正在設定亞洲美的新標準。「我的野蠻女友」熱賣，讓韓國電影成為媒體焦點。大家才注意到，韓國電影在國內已擊敗好萊塢，亞洲賣座也屢創新高。韓國近五年來「數位內容」產業的發展，也有相當成績，包括遊戲軟體、動畫，以及衍生出來的卡通玩偶等，都在亞洲引領風騷。從電影、電視、動畫、遊戲，再到 IT、家電等產品，「made in Korea」突然間變成流行主流，韓國政府的大力支持為

主要之關鍵，其值得我國參考學習之處摘要如次：

(一)政府的大力支持

1. 成立「電影振興委員會」：韓國主管電影政策之中央機關為「文化觀光部」，韓國政府為振興韓國國產電影，於「文化觀光部」下設立「韓國電影振興委員會」。

2. 制訂「電影產業振興綜合計畫案」：韓國政府為培育韓國國產電影片獨自發展力量及恢復競爭力，特於二〇〇〇年三月三十日以前五年（二〇〇〇年至二〇〇四年）為期共同制訂「電影產業振興綜合計畫案」，其重點如次：

(1) 支援電影製作與開發：支援國產電影之開發費及製作費、透過出資「投資機構」擴大製作資本。加強支援市場調查、公開募集優秀劇本、支援電影團體、支援電影從業人員福利財源、改善流通環境（支援門票通準網路資訊產業及專用電影院之營造）。

(2) 改善拍片場之經營及提升服務水準，以提高技術競爭力：擴充科技設施、改善運營制度、推動電影製作技術國際化、提供最佳製作環境。

(3) 開拓國際市場、加強國際合作：由事後支援改為事前支援、支援電影字幕翻譯及印刷製作、支援參加國際影展、支援國際合作與共同投資、推動有系統之海外市場活動。

(4) 改善電影藝術運營與培育電影優秀人才：統合電影藝術與擴大實

施、加強電影從業人員教育、擴大支援大專院校實務教育。

(5)加強電影政策研究以及情報資訊產業：電影產業現況調查及分析之系統化、加強電影政策研究以及擴大支援民間學術研究。

(6)金融輔導：大力整頓金融機構與大財團，並要求金融機構擴大貸款範圍。

(7)出資協助：韓國政府出資協助國產電影製作部分，包括電影開發費支援、電影製作費支援、電影版權擔保融資、電影物權擔保融資、擴充科技設備改善製作環境、市場促銷、電影從業人員之培育等。

(8)建立合作機制：在投資、製作、發行三方面，進行水平整合並建立開放式的互動關係，緊密合作，共同解決問題。

(9)保護措施：政府張起保護大傘，嚴格限制娛樂產品之進口，規定所有電影院一年須有一百四十六天放映國片。

(10)數位媒體城市：南韓政府計畫於十年內投資十億美元（約新臺幣三百三十億元）於漢城附近上岩區，打造「數位媒體城市」，以做為推動數位媒體內容產業、科技及配套產業之創育中心，其中包括電影、動畫、電視、音樂之製作等工作室。

(二)民間企業與電影界之投入：

1.企業財團競相投資：在金融風暴後，高科技產業呈現低迷情況下，南韓企業界發現，投資電影的回收時

間只約需一年，而投資高科技產業則須花上三年以上時間方得回收，故企業界與創投基金等，開始嘗試投入資金，進入電影領域。過去三年，南韓電影的資金投入，已從五百萬美元（約新臺幣一億七千萬元）提高為一億六千萬美元（約新臺幣五十三億元），平均投資報酬率為百分之十五至十八。

2.募資手法創新：南韓電影人對於資金之募集，亦有創新手法，例如讓個人可以透過網際網路之方式投資電影。

3.製作預算充足：在政府與企業之資金挹注下，南韓電影的製作預算，已由一九九八年的平均一百萬美元（約新臺幣三千三百萬元），提高為二百五十萬美元（約新臺幣八千三百萬元）。「武士」一片，更高達八百萬美元（約新臺幣二億六千萬美元），創南韓史上最高之製作費。

4.吸引人才：在政府保護大傘及資金之大量挹注下，南韓中小企業及電影產業洋溢娛樂創意，促使電影人得以發揮長才，並吸引大量有天份的青年人投入，引進最新技術，加入電影製作及行銷之行列，為韓國電影奠定紮實的基礎。

5.掌握觀眾口味和市場趨勢：天份高的青年人成功地掌握觀眾口味和市場流行趨勢，如其觀察到大眾欲從日常生活的疲憊中獲得解脫的普遍心理，從而善加運用，使其成為賣點，例如最賣座的「朋友」一片，為了迎合懷舊的觀眾口味，劇情即修改了二十一次之多。且由於資金

- 充裕，使南韓更有餘力進行諸多市場調查與行銷，掌握動脈與趨勢，創造票房佳績，甚而在國際影展中，逐獲肯定。
6. 電影業的危機意識：韓國政府幾年前即表示有意放寬國片映演比例的規定（即電影院每年放映韓國影片之天數不得少於一百四十六天），並擬開放個人及外商均得進口外國影片。韓國政府的此種動作刺激了韓國電影業的危機意識，彼等瞭解到必須自立自強，不能再依賴政府的保護政策，因而提升影片製作的競爭力。
7. 產業新結構的建立：由於資金的大量投入，影片製作規模拉大；而戲院多媒體聲光設施的引進亦帶動發行量的大增；此外行銷與服務網的範圍更是擴大，種種因素造就韓國電影的大量生產。
8. 在製片方面：韓國政府每年提發約近二億元臺幣的經費，重點支持二十部民族電影的拍攝，並大力鼓勵本國企業與外國企業進行技術合作（例如韓國電影公司第一製廠與史蒂芬、史匹柏的夢工廠合作，投資三億美元，取得亞洲地區版權，並與香港嘉禾電影公司合作，在韓國設立了 Jacom 製作公司），加速提升韓國電影工業的技術與製作水準。
9. 在放映方面：以銀幕保護政策來扶植本土電影工業，韓國國民亦以實際的消費行為，極力支持國片。
- (1) 舉辦釜山國際電影節之亞洲最大型電影活動，吸引世界的目光，並提升韓國人民對電影工業的重

視。

- (2) 韓國政府電檢尺度放寬，題材鬆綁，使創意題材不受限制。
- (3) 政府訂定各式政策，培植本土國片公司開擴海外國際市場。
10. 引進好萊塢的商業創新觀念

一九九〇年代後，韓國有一群至全世界各國修習電影創意與技術的人才回流，他們大量吸收並模仿美國好萊塢的商業電影生產模式，一切以商業為中心，拍攝了一系列讓觀眾耳目一新的感覺，激活了沉寂多年的韓國電影市場。同時，韓國電影公司也紛紛效倣好萊塢的輸出方式，大搞行銷攻勢，把韓國電影用東方文化的樣式包裝，向全亞洲推廣，成功進入了日本和馬來西亞等東南亞國家的市場，並打進好萊塢。《我的野蠻女友》、《我老婆是大佬》、《嫁入黑社會》和《中毒》均被好萊塢以 25 萬到 90 萬美元不等的價格購得翻拍版權。

11. 提供電影公司各式籌資機制

一九九七年亞洲金融風暴後，因為股市不穩定、銀行利息低，一些在韓國握有現金的企業家面臨投資的困境，但在政府的鼓勵之下，其發現電影投資可達 20% 至 30% 的報酬率，是一個相對較有保障的資金避難所。大企業財團先後成為了韓國電影最雄厚的資金後盾。再加上韓國政府適時規劃了好幾個投資基金管理機構，如中小企型商業投資管理委員會（SMBA）、韓國電影委員會（KOFIC），使得民間資金較有保障與策略地投入電影產

業。

廣電媒體產業的火車頭乃是電影業，電影產業的核心是製片，可創造明星與高獲利，當早期政府提出「打造媒體中心」計畫時，韓國才開始行動，如今韓國因為政府進行了明確產業政策的轉變，造就了今日電影產業的發展，使韓劇、電玩產業抬頭。反觀我國政府仍未提出有效的電影政策，致使我國電影事業瀕臨生存之危機。是以，行政院應以韓國經驗為他山之石，成立由專家組成之電影委員會，針對我國電影產業所面臨之問題與困境，訂定確實可行之相關措施，經由政策帶動，結合民間企業，建立獎勵機制，以振興我國之電影產業。

士、「國片院線」制度成效不彰，相關主管機關消極上除應嚴格執行有關法令的保護規定外，積極上更應建立獎勵機制，集中全力拍製優質國片，以恢復國人信心，並維護本國電影文化事業之存續與發展：

電影法第三十九條之二規定：「因外國電影片之進口，致我國電影事業受到嚴重損害，或有受到嚴重損害之虞時，為維護本國電影文化事業之存續與發展，中央主管機關應就下列事項採取救助措施：一、設置電影事業輔導金。二、成立國片院線，予以輔導，或設定國片映演比率。三、研訂發展電影工業之相關措施。四、協助電影事業建置金融輔導制度。五、其他為維護我國電影事業之存續及發展措施。前項損害及有損害之虞之調查、認定及救助措施辦法，由中央主管機關定」。查本院諮詢會議

業者表示美國電影在我政府完全不設防的開放條件，與不合時宜法令之賦稅優惠下，已席捲臺灣電影市場，美商並主導臺灣電影的發行、映演兩大市場，及以檔期、放映時間、廳數之主控方式，壟斷臺灣的電影通路（戲院）。並有對本國映演業者（戲院）迫使簽下不平等合約，如指定某片映演應該要多少廳數、時間固定要映演多久，以及分帳比例要有多高等，連電影預告片、海報、立牌等宣傳物，在戲院曝光的檔次與空間，均嚴格要求最有利點等情，且美商八大與本地映演業者所簽之合約，讓戲院毫無自由機動調配片源空間，戲院內連預告片、海報都打不上，使國片完全失去市場空間，並造成政府輔導拍攝的輔導金國片完成後，亦找不到戲院願意上映，及很難排到檔期上映，其有無涉及違反公平交易法，主管機關允宜確實查明妥處。

又新聞局為輔導國片能順利排片映演，於八十九年度起，實施輔導國產電影片映演補助方案，委託民間辦理「國片院線」。惟實施以來，因缺少相關罰則，使得「國片院線」效果不彰，據業者表示，已淪為二輪戲院於映演淡季，坐收輔導金額以「度小月」之情形。查新聞局之「國片院線」精神與韓國之「電影配額制度」相近。惟韓國「電影配額制度」，於電影法中強制規定要求各戲院每年每個廳都必須上滿一四六天的本國電影，否則取消映演執照。惟我國「國片院線」並無相關罰則規定等配套措施，業者認為無法發揮預期之功能。

但振興國片的更積極辦法，便是政府應建立獎勵機制，結合民間資源，慎

選導演與編劇，包括積極尋求國際合作，投入資金，集中全力，而又有系統地在一定時間內，連續推出幾部（四一六部）優質而又能吸引國人的國片（不要一年只推出一部，如此即使再優質的國片，也只不過像煙火一樣，稍縱即逝），如此不僅能帶動國人喜歡國片的風潮，也能恢復國人應有的信心，而「國片院線」的規定自能有效執行。這樣的多管齊下，才能如韓國一樣，從根本上維護本國電影文化事業的生存與發展。

三、現有音樂展演場地老舊，硬體設施不足，行政院允宜興建大型展演園區以帶動音樂產業復甦，重振臺灣在華人音樂世界的龍頭地位：

流行音樂之發展，有不同的主、客觀條件，但不可或缺的關鍵因素在於「宣傳」、「製作」及「行銷」，其中尤以舉辦大型演唱會方式，吸引媒體關注與報導，絕對是流行音樂必要的「行銷」手法。惟據本院諮詢會議與會音樂產業代表表示，現行國內音樂展演空間，不管是嚴肅音樂或者是流行音樂都很缺乏，必須去借助體育館、體育場，但都有空間上與噪音上的問題，又有燈光的問題，兩廳院到目前為止嚴格禁止流行音樂表演，目前比較常運用的場地是國父紀念館，硬體設備老舊不足，所以音樂界只能運用中正紀念堂的廣場或是體育場，體育場因為是運動的場地，其設施如 PU 跑道不適宜舉辦音樂展演，再加上噪音的管制，左鄰右舍也受干擾，曾經有發生退休的主播去告歌手張惠妹產生噪音。同樣地，在西門町取得政府部門許可舉辦小型的演唱、簽唱，可是環保單位會取締開立製造噪音罰單，交通

單位也會取締科處違反交通規則罰鍰，所以變成一個單位許可，另外兩個單位來開罰單的奇怪矛盾現象，沒有一個真正可以讓音樂人表演的場地，只能在暑假利用南部墾丁的海邊或是北部貢寮的海邊，那不是純音樂的場地，勉強說僅只是一個音樂祭。

由於欠缺大型展演場地，無法吸引國外優秀音樂團體到國內表演交流，提升國內音樂產製水準，與世界同步接軌，同時造成國內優秀音樂人才往國外尋求發展，產業外移，嚴重阻礙國內整體音樂產業發展，因此與會產業代表極力要求政府興建大型展演場地，借以活絡音樂市場。查政府正規劃在北、中、南興建流行音樂中心（舉辦青少年票選後選定），如能進一步發展成為表演園區，將更能有效復甦音樂產業，重振臺灣在華人音樂世界的龍頭地位。

三、面對日益泛濫的網際網路侵權行為，主管機關允宜加強警察、檢察官、法官之專業訓練及更新設備，並成立專業法庭，以有效解決網際網路侵權問題：

據「財團法人國際唱片業交流基金會」於本院諮詢會議表示，目前網際網路侵權的行為日益泛濫，許多網際網路犯罪案件，其網站或網址常會鎖定很多 IP 無法進入，如警政署、法務部、地檢署、IFPI 的 IP 一定會被鎖定，是以警察人員、檢察官無法用機關內的網址去追查這些網路案件，以致許多基層員警必須到網咖追蹤案情，因此，政府有必要提供檢察官及基層員警足夠的設備，方能加強網路犯罪案件之取締事宜。

另檢察官及法官審理網際網路犯罪，亦必須有足夠的認知，IFPI 並以 EZ

Peer、Kuro 等網際網路等犯罪案為例，指出 IFPI 分別於二〇〇二年及二〇〇三年控告 EZ Peer 及 Kuro，即兩個案件告訴時間相差一年，結果同時在二〇〇三年十二月偵結起訴，換言之，EZ Peer 案偵查一年多才起訴，Kuro 案偵查三個月就起訴。其差別在於兩案承辦檢查官對網際網路的認知之差異。足證主管機關確有必要加強法官，以及檢、警、調部門的專業訓練，以利相關案件的偵審工作。並宜考量設置專業法庭處理著作權的案件，以有效解決日益泛濫的網際網路犯罪問題。

四、地下電臺干擾合法電臺，影響節目收聽品質，對合法電臺在開拓客源上造成很大的阻力，主管機關允應積極取締及查禁：

合法與非法電臺競食廣播大餅，是臺灣廣播生態的一大特色，地下電臺充斥則是臺灣廣播電臺最大的問題。自八十二年廣播頻道開放已來，全省已有合法電臺約兩百家，地下電臺據估計竟也有將近兩百家，廣播業者曾戲稱臺灣電臺數量是「地上兩百家，地下兩百家」，由此不難想見地下電臺蓬勃發展之情形。這些未申請立案之電臺，經營規模通常不大，其概分為兩類，少部分電臺如臺灣之聲等，曾經在政治抗爭中扮演重要角色，另一部分是賣藥電臺。如今雖已開放電波頻率，政黨亦已輪替，但地下電臺的數量卻不減還增，嚴重干擾空中秩序。

地下電臺問題無法根絕之主要原因，除政府未強力取締外，另一原因是有利可圖。地下電臺賣藥有暴利，既不用繳稅，廣告、節目內容更不用受到監督

管理，若被取締，沒多久就可以復播；反觀走向合法化，申請執照與審查程序繁瑣累人，廣告、節目要受到監督。交通部曾估算後指出，地下電臺每月成本大概只要一、二十萬元，但是每月販賣藥品及商品的收入，少則五十萬元，多則五百萬元，由於利潤高，即使遭到取締，復播率仍非常高。何況政府在取締抄臺時，未必都能沒入發射器主機，即使順利沒入，由於回收極快，地下電臺也會再花個幾百萬元添購便宜的機器，再行復播。由於地下電臺干擾合法電臺，影響節目收聽品質，對合法電臺在開拓客源上亦造成很大的阻力，政府理應積極取締及查禁。

五、行政院允宜衡酌國家政策及環境時空變化，調整中央廣播電臺之定位、服務對象，及其播出十八種語言之必要性及妥適性：

財團法人中央廣播電臺（下稱中央廣播電臺）之前身為國防部所屬之中央廣播電臺，於民國十七年在南京創立，八十五年一月，立法院三讀通過「財團法人中央廣播電臺設置條例」，合併原屬中國廣播公司的海外部，自八十七年一月一日改制為獨立的財團法人。該臺擁有新聞、國語、方言、外語、音樂等廣播網，設有九個分臺，每天以國語、閩南語、客語、粵語、西藏語、蒙古語、英語、德語、法語、俄語、西班牙語、阿拉伯語、日語、韓語、越南語、泰語、印尼語、緬甸語等十八種語言向全世界播音，每周總播出頻率小時數逾二、二〇〇小時，報導臺灣的民主歷程、藝術人文、社會風貌、文化風俗及各種建設，把臺灣的聲音傳揚到世界各地。

該臺於本院諮詢會議時表示，該臺設有九個分臺，總發射電力高達一萬零五十千瓦，排名亞洲第一、全球前十大的發射能力，輸出功力是全臺灣其他公民營電臺總和的二·六九倍，電波有效涵蓋臺灣中南部地區、中國大陸地區及全球各大洲。是以，除可對全球廣播，扮演國際廣播電臺的角色外，該臺亦樂意透過各種國際合作，服務海外的僑胞，讓海外僑胞能夠聽得到該臺的節目。此外，該臺並希望能夠服務國內民眾，因為如果全世界都可以聽到「臺灣之音」的廣播電臺節目，唯獨國人聽不到，實在可惜亦不合理。再者，該臺外語包括泰語、印尼語、越南語等，可提供對外籍勞工及外籍新娘之服務，其他之英語、德語、法語、俄語、西班牙語、阿拉伯語、日語、韓語，如能在國內廣播，將可服務在臺灣的外籍人士，該臺認為其每天有十八種語言在對全世界廣播，卻不能夠服務在臺灣的外籍人士，包括外交官、外僑、外勞、以及外籍新娘等等，實在是資源的浪費。

廣播技術日新月異，廣播頻率已可透過網路或透過數位傳送，是以，主管機關允宜衡酌該臺每年花費八千萬電費、用那麼多的土地，立那麼高的塔，發射全亞洲最強功率的短波的必要性。又該臺目前使用之發射機及周邊設備均使用達二十年以上，是否足以因應廣播科技成長速度及數位化之趨勢，及請主管機關衡酌國家政策及環境時空變化，釐清其之定位、服務對象，及其播出十八種語言之必要性及妥適性。

內政部警政署允宜協助警察廣播電臺循法定程序解決工作人員待遇問題，以提

高現職人員之工作士氣：

警察廣播電臺設有臺北總臺及新竹、臺中、臺南、高雄、花蓮、宜蘭、臺東等七個分臺，現有調頻（FM）全國治安交通網、調頻與調幅（FM&AM）等三個廣播網，其節目採全天二十四小時現場為民服務，並運用治安頻道配合警察維護社會治安、交通安全及緊急救難等任務，屬任務功能之專業媒體，歷年來，依相關民調機關所作之收聽率調查均名列前茅，其節目內容、主持人及社會影響力等亦獲好評。惟該臺反映其屬公務機關，編制內人員的進用必須受公務人員任用法的規範，分發進用的編制人員擔任節目主持人、記者工作，實難迎合廣播專業工作的實際需要。因此，警廣的節目主持人等，大都是以「約僱」方式甄選進用。但近年來在政府組織員額精簡的政策下，約僱人員已被列為檢討裁撤（或出缺不補）的對象，因此，專業人力頓感吃緊；同時約僱人員相較於編制內員工或其他商業電臺的從業人員，待遇偏低（約兩萬五千元至三萬元），且服務年資二、三十年，待遇亦未隨之調整，造成留不住人才的窘境。

茲以，廣播節目的呈現，必需融入藝術表現的創意，才能吸引聽眾；但具有傑出創意的廣播人才，未必具有公務人員任用資格，而約僱人員待遇偏低，不易網羅優秀人才等節容屬實情，值得主管機關正視。宜請內政部警政署協助警察廣播電臺針對工作之性質及人員之進用條件，調整聘僱計畫（如將約僱改為約聘），循法定程序，解決工作人員待遇問題，以提高現職人員之工作士氣。

公務員懲戒委員會議決書

一、公務員懲戒委員會對本院趙前委員昌平、陳前委員金德所提：交通部長途電信局第一工程總隊前隊長洪明輝因違法案件，依法彈劾案之議決書

公務員懲戒委員會議決書

96 年度鑑字第 10878 號

被付懲戒人

洪明輝 交通部長途電信局第一工程總隊隊長（已死亡）

男性

上列被付懲戒人因違法案件經監察院送請審議本會議決如下

主文

洪明輝部分不受理。

理由

按懲戒案件，被付懲戒人死亡者，應為不受理之議決，公務員懲戒法第 26 條第 2 款定有明文。本件被付懲戒人洪明輝前經監察院以其於交通部長途電信管理局設計處副處長之任職期間，涉有違法失職嫌疑，移送本會審議在案。茲查該被付懲戒人已於 94 年 3 月 10 日死亡，有臺灣高等法院 96 年 1 月 10 日院信刑簡字第 0960000434 號函附該院 90 年度重上更（三）字第 211 號刑事判決正本及洪明輝個人基本資料查詢表各乙份附卷可稽。依首開規定，自應為不受理之議決。據上論結，本件被付懲戒人洪明輝已死亡，應予不受理，爰依公務員懲戒法第 26 條第

2 款議決如主文。

中華民國 96 年 1 月 26 日

一 般 法 規

一、銓敘部令：修正依「公教人員保險法施行細則」被保險人因加保、退保等產生破月繳納保險費之計算方式

銓敘部 令

發文日期：中華民國 96 年 2 月 1 日

發文字號：部退一字第 0962740584 號

依公教人員保險法施行細則第 32 條及第 34 條規定，被保險人因加保、退保等產生破月繳納保險費之計算方式，自民國 96 年 4 月 1 日起，其破月保險費總額計算方式修訂為：「每月應繳保險費除以當月天數乘以實際加保日數（四捨五入）」，至於政府補助、個人自付金額等計算方式，將由中央信託局股份有限公司公務人員保險處另行訂定函知。另本部 67 年 5 月 18 日 67 台楷特二字第 15012 號函釋，自同日起停止適用。

部長 朱武獻

二、公務人員保障暨培訓委員會令：修正「委任公務人員晉升薦任官等訓練遴選要點」第五點條文

公務人員保障暨培訓委員會 令

發文日期：中華民國 96 年 1 月 17 日

發文字號：公訓字第 0960000571 號

修正「委任公務人員晉升薦任官等訓練遴選要點」第五點

附修正「委任公務人員晉升薦任官等訓練遴選要點」第五點

主任委員 劉守成

委任公務人員晉升薦任官等訓練遴選要點第五點修正條文

五各遴選機關應就彙整之受訓人員名冊，召開甄審委員會或臨時性之審查委員會，就其資格條件、各項評分及積分詳加審核，依分配之名額及備選人員依序造冊，函送保訓會；各遴選機關應請受訓人員填具同意書（如附件），並留存各遴選機關備查。獲遴選受訓人員如自願放棄受訓時，遴選機關應以備選人員名冊中依序遞補。