

讀 懂關鍵點

# 了解媒體產權 思辨報導脈絡

文／陳炳宏（臺灣師範大學大眾傳播研究所教授） 圖／矢口日元



今年上半年，臺北發生嚴重的 KTV 大火，造成六人死亡，五十五人受傷，引發全國民眾譁然。有眼尖的觀眾發現，某一家電視臺都不報導這一則火警新聞。

後來，即使這一家電視臺報導了相關新聞，但似乎都避重就輕，而且不提 KTV 的店名，使得許多觀眾不解，甚至譴責該家新聞臺主播，說她批評某些政治人物時，經常不假辭色，卻不敢批評那一家引發大火的 KTV 老闆。

事實上，原因很簡單，因為那一家 KTV 的老闆正是這一家新聞臺的老闆。我們不妨仔細想一想，同時擁有 KTV 與新聞臺經營權的老闆，會讓自己旗下的新聞臺去譴責與批評這一場大火的疏失嗎？

## 不急於下判斷 釐清報導關係

當我們在觀看新聞時，與其急著譴責某些媒體不報導或大量報導時，倒不如先了解每天所接觸的媒體，特別是新聞媒體，背後的擁有者到底是誰？

當閱聽大眾深入了解每一家新聞媒體的老闆是誰後，大概就不會對某些新聞臺不報導的作為，或是大量報導某些新聞而感到訝異。

其實，如果要解構這一類的問題，方法很簡單，只要當某些重大新聞發生時，閱聽大眾可以想辦法了解該新聞事件是否和電視臺有關？也就是說，被報導者與報導者是不是同一集團或相關集團的企業？

筆者曾執行一項科技部的研究計畫，結果發現，中天電視臺賣給中國時報集團後，《中國時報

》影劇版刊登中天電視臺各節目的相關報導，比中時集團還沒買下中天電視臺前，多出四倍。這項研究結果正好證明，老闆可以決定旗下媒體對集團相關企業的報導內容多寡，也證明媒體產權確實可以介入媒體內容，這樣的潛在影響力，不容忽視。

因此，KTV 老闆旗下的新聞臺不報導 KTV 的負面新聞，甚或決定大量報導同一集團企業的正面新聞，或該媒體老闆在選舉時，曾要求增加相關選舉報導，以支持某些候選人等，這些應該都不難被理解。

## 四家有線集團 操控八成訂戶

我們又該如何知道這些電視臺的產權及相關企業呢？當然，希望媒體老闆自我揭露的方法比較消極，有個比較積極的作法就是，每個閱聽眾都應該深入研究每天觀看或追蹤的媒體，背後的出資者或支持者到底是誰。

但是，如果目前無法得知這一些媒體的產權結構時，那麼我會建議，先不要看、也不要聽信該媒體的報導，以免傳播不當的媒體資訊，害人又害己。

例如，可能很少民眾知道，臺灣近五百萬的有線電視訂戶，其中百分之八十的訂戶由四家集團所控制。這四家業者在全臺兩百九十多個電視頻道中，大約挑一百個排在基本頻道位置讓訂戶收視，其他頻道只能在數位平臺自謀生路，訂戶未必看得到，也可能不容易找到。

因此，有線電視訂戶都需要了解自家的有線電視系統的老闆究竟是誰？到底有哪一些頻道自己

看不到？因為這也是媒體產權控制內容的另一種模式。

## 財團擁有媒體 閱聽人應明辨

在媒體素養教育上，有一個重點就是媒體產權的議題。如同本文指出的，民眾必須了解臺灣新聞媒體正被諸多財團所擁有，各新聞媒體的老闆是誰？他旗下有何關係企業？新聞臺如何報導關係企業的新聞？老闆又是如何介入新聞內容產製？這些議題其實比批評媒體出現什麼內容更重要。

因此，透過揭露媒體產權，民眾就會知道某新聞臺為何避談 KTV 大火，某電視臺為何避免批判中國隱匿肺炎疫情，為何每到週末某新聞臺就會報導某個牧場的活動。

透過讓民眾了解媒體產權的重要，這些企業集團如何透過控制媒體產權，進而控制了媒體內容，甚至把擁有新聞頻道當成「養老虎」，在平時可以嚇人，在緊急時可以咬人，這一些才是在媒體素養產權議題中，需要教育民眾的重點。

## 停看聽 藉修法讓產權透明

關於媒體產權的透明化問題，主管衛星電視新聞頻道申設的國家通訊傳播委員會（NCC），應修改《衛星廣播電視法》，明訂衛星新聞頻道申設審查通過後，須在頻道官網公布其所有權結構，把新聞臺出資者及其關係企業全部都公布，才能使民眾了解這些媒體的擁有者。