

研究論文

# 地下電台傳播行為 對台灣高雄地區公民社會影響之研究

諸葛俊  
黃于恬  
汪明生

## 摘要

地下電台的興起伴隨台灣社會變遷與民主化歷程，其角色功能不斷轉換，以偏差資訊和激情傳播行為造成負面影響，特別是在南台灣。非法的地下電台透過與聽眾的口語交流與情感互動，卻能撫慰特定族群情緒，也扮演媒體近用角色。本研究以案例研究、文本分析及深度訪談切入探討，發現高雄地下電台跨越資訊傳播功能，主導特定族群的生活行為，建構的人際網絡也是地下經濟的重要通路，這些現象更凸顯台灣高雄地區邁向公民社會發展方面的矛盾。

關鍵詞：公民社會、公共領域、地下電台、高雄地區

諸葛俊，台灣新竹玄奘大學大眾傳播系專任講師。研究興趣包括：次文化研究、媒體與公共事務、傳播行為。電郵：richerck67@gmail.com

黃于恬，台灣高雄中山大學公共事務管理研究所博士候選人。研究興趣包括：決策與判斷分析、公共事務管理、政策分析。電郵：yutienh@gmail.com

汪明生，台灣高雄中山大學公共事務管理研究所教授。研究興趣包括：決策與判斷分析、跨域分析、南台灣研究。電郵：mingshen@mail.nsysu.edu.tw

---

Research Article

## **Effect of the Communication Behavior of Underground Radio Stations on Civil Society in Kaohsiung, Taiwan**

Chun CHU-KE  
Yu-Tien HUANG  
Ming-Shen WANG

---

### **Abstract**

With the social change and democratization in Taiwan, underground radio stations came into existence. Although their role and function are in constant change, underground radio stations still keep disseminating biased information and avoid taking responsibility, leaving a negative impact on the society, especially in southern Taiwan. With the verbal message delivery and the emotional interaction with audiences, people find themselves relieved and comforted after listening; in other words, illegal underground radio stations may help to console certain groups' emotions and serve as an access to the media. Our study explored this issue through in-depth interviews, case study,

---

Chun CHU-KE (Instructor). Department of Mass Communication, Hsuan Chuang University, Taiwan. Research interests: Studies in Subcultures, Media and Public Affairs, Communication Behavior

Yu-Tien HUANG (Doctoral candidate). Institute of Public Affairs Management, Sun-Yat-Sen University, Taiwan. Research interests: Decision and Judgment Analysis, Public Affairs Management, Policy Analysis

Ming-Shen WANG (Professor). Institute of Public Affairs Management, Sun-Yat-Sen University, Taiwan. Research interests: Decision and Judgment Analysis, Cross-domain Governance, Studies in Southern Taiwan

*Effect of the Communication Behavior of Underground Radio Stations  
on Civil Society in Kaohsiung, Taiwan*

and study text. The function of underground radio stations is not merely limited to information dissemination in Kaohsiung but can dominate the life and behavior of certain groups as well. Moreover, their dynamic underground economy also demonstrates the contradiction in the civil society development in the Kaohsiung area.

**Keywords:** civil society, Kaohsiung area, public sphere, underground radio station

**Citation of this article:** Chu-Ke, C., Huang, Y. T., & Wang, M. S. (2012). The Study on Influence of Communication Behavior of Underground Radio Stations on Civil Society in Kaohsiung, Taiwan. *Communication & Society*, 20, 115–150.

## 研究背景、動機與目的

世界許多民主國家多有地下電台(underground radio station)的存在，美國地下電台大多為嗜好型性質，多是年輕人想擁有屬於自我表現的空間；歐洲地下電台源自於公營電台經營僵化，無法滿足現有需要，包含對廣告播出的嚴格限制(張錦華，1997b)；拉丁美洲等國家的地下電台被用為革命政變的工具(陳清河，2004b)。而台灣的地下電台是未經合法申請、無法取得執照的廣播媒體(illegal radio station)，傳播內容為非主流的政治宣傳，混合着藥品販賣，是相當獨特的結合。

台灣無線廣播電台在開放設立前原本只有29家。自1992年起，為落實媒體開放政策，主管機關開始釋出凍結已久的廣播頻道。從1993年至2000年間，有十梯次的廣播頻道核配作業，共有177家(台灣國家通訊傳播委員會，2008年10月)。儘管合法的廣播電台陸續申請開播，但地下電台佔用頻率販售違法藥品，並多次在選舉期間散播不實言論的情況卻未改善，尤其以中、南部的情况最為嚴重。<sup>1</sup>另根據台灣《聯合報》(2007年12月9日)的報導，台灣洗腎發生率仍是世界第一，報導中亦引用「台灣腎臟醫學會」的分析，南台灣民眾洗腎情形居高不下，推究部分原因可能與南台灣地下電台販賣不合格藥品，以及當地民眾有高血壓、高血糖和高尿酸有關。

高雄市是南台灣的首善之區，行政區劃屬於「院轄市」格局，以都會區作為都市發展的規劃。從實質條件而言，高雄地區具有良好的港口與空港條件，且擁有完備之基礎建設，生產條件則以工業與製造業為基礎；社會條件方面，高雄地區因以傳統產業為主要結構，第三級產業比例較低，中產階級數量明顯偏低，多年來產業和人口逐漸外移，又無法創造足夠的就業機會與產業轉型，面臨產業發展的危機(辛玉蘭，1992)。

在公共領域方面，中產白領階級為改變與提昇地區人口結構與素質之關鍵力量；高雄地區中產階級的不足，使得高雄地區並未成功地由傳統社會轉型為現代社會，思考模式仍以傳統社會的觀念為考量，偏向為「私」大於為「公」的社會型態，也就是社會條件不足蘊含「人」的關係，高雄發展的條件關鍵在於應強化社會條件的實力(汪明生，2007)。

地下電台在高雄地區的高覆蓋率，<sup>2</sup>與其都會現代化發展的衝突與矛盾，正是本研究的旨趣。非法的地下電台，既擁有傳播媒體性質，又難以依法有效約束管理，對高雄在地的經濟、社會、政治與政府等層面造成多方影響，情況分述如下：

### I. 經濟面

地下電台以其獨特的賣藥商業交易作為生存之道，維持地下經濟所賴以維生的生計，形成另一類經濟體系，但同時也使得那些購買商品的忠實聽眾可能面臨健康的問題。

### II. 社會面

地下電台在解嚴後的現代時期開始發展，其社會層面的問題就層出不窮，例如煽動性，地下電台發動民眾從事抗爭，透過電台來傳遞訊息迅速集結民眾，造成社會的不安。地下電台介入社會運動，電台主持人變成社會造勢發動者，甚至具有雙重身份，轉身成為政治人物。

### III. 政治面

媒體本應引導公民關切社會、社區或地方的公共議題，並進行自由、理性、平等對話，形成社會輿論監督。然而地下電台卻經常成為政治人物及政黨的策略操作手段，常以激進或不真實的言語挑動族群對立，尤其選舉期間，地下電台充斥偏激言論，甚至動員群眾作政治抗爭，企圖左右選情。

### VI. 政府面

廣播電台的管理有「廣電法」的相關規範，但地下電台利用頻譜空隙強佔公共財違法設立，具有成本低、機動高的特性，傳播內容偏激，並依靠賣藥廣告撈起營運，遊走在法律邊緣從事商業活動。電信警察監聽取締，不但浪費行政資源，也很難達到具體的扼止成效。

從多元社會檢視地下電台，仍有其不可忽視的意義：

#### I. 媒體多元化

成立地下電台的本質是打破威權、爭取言論自由，進而追求多元

的發聲權，彌補主流媒體無法顧及的媒體近用權益。哈伯瑪斯界定公共領域的媒體功能，主張不應只是將焦點集中在國家和社會之間的均衡整合，而是透過溝通，促進社會整合，同時以大眾傳播媒介與憲政國家的體制脈絡，提出理性批判的論述與公意(Habermas, 1989；曹衛東、王曉珏、劉北城、宋偉杰譯，2002)，此一環境正是台灣當前主流媒體無法涵蓋的面向。

公共領域主旨在活化理性批判的精神，深刻檢討生活世界被政經體系力量殖民的問題，此為「溝通行動理論」(communicative action theory)的精神所在，更可用於廣播媒體結構之公共化與多元化。地下電台維持形式上的「公共論壇」，創造虛擬的公共領域，在主流媒體無法滿足特定群體需求。地下電台以其特殊的傳播方式吸引閱聽人，也成為媒體多元的選項。

## II. 媒體地方化

地方媒體提供基層民眾參與，是克服民眾無力感的最佳方式，是弱勢團體意見表達與抒發情緒的最佳管道。小功率電台能夠反映地方時事，促進社區民眾積極投入，表達更貼近民眾需求的意見。媒體地方化除傳播內容符合地方需求外，更有媒體近用的積極意義，因為地方化是表達特定的地理空間、興趣、立場的社群意見；以中央決策為主的經營模式，無法滿足地方的需要，尤其在商業意圖下廣播頻道的大量開放，意味納入管理機制，更難吸引非法屬性轉型成合法經營的誘因(陳清河，2004a)。地方化的地下電台成為媒體近用的模式，促成凝聚情感共識，形成社會存量的地方意識。

此外，南台灣的社會條件也較為保守，在高雄地區反映在政治生態上，派系政治是地方分配資源的重要力量。地方派系和地方組織於政治與經濟上的結盟關係，主要是發揮其選舉影響力，期望在選舉的動態過程中擴張勢力(諸葛俊、黃于恬、汪明生，2010)，其政治動員的宣傳亦不同於都會地區擅於使用大眾媒體的行銷手法，地下電台反而是派系政治重要的動員工具。依此工具使用特性，更增加地下電台媒體地方化的特質。

台灣高雄地區的公民社會，透過地下電台的中介變數，產生高雄地區都會發展的矛盾性。地下電台以其特性及其政治性格，配合台灣政黨輪替的變局，隨之調整成商業取向的地下經濟特性。在台灣與大陸的兩岸交流新局，地下電台又扮演起批判兩岸政府的政論角色。地下電台無論角色如何轉變，透過媒體廣播，始終能吸引一批忠實聽眾，作為政治動員與經濟支援的後盾。這種現象在一般的都會型發展地區可謂絕無僅有，但高雄地區卻有全台密度最高的地下電台，實有待深究原因。

## 文獻探討

本文之研究在於台灣高雄地區的公民社會發展，以及地下電台與社會的關連性，其中涉及公共性和公民社會的探討；而台灣的地下電台發展過程，配合社會網絡研究和相關理論基礎，鑲嵌在高雄地區的都會發展所產生的政治、經濟和社會效應。

### 公共性(public)的探討

#### I. 公共領域(public sphere)與公民社會(civil society)

「公共領域」一詞最早是由二十世紀五十年代德國猶太裔學者漢娜·鄂蘭(Hannah Arendt)最早提出，經常被人稱為「古典的公共領域」，其理論依據古希臘的政治經驗(江宜樺，2003)，發展出公共領域的哲學思維。古希臘傳統的可貴在於跳脫統治者與被統治者的觀察模式，以自由、平等的公民為公共生活的出發點(湯志傑，2004)。哈伯瑪斯延續漢娜·鄂蘭的古典詮釋，試圖給予資產階級公共領域一個歷史的社會學式分析(江宜樺，2003)，並結合媒體特性給公共領域概念化定義。<sup>3</sup>自此之後，公共領域與傳播媒體的關係受到高度重視並產生廣泛影響。

據哈伯瑪斯的理解，公共領域是指國家和社會中的公共空間，是在民主體制下、政治權力之外的公民基本條件，藉此才能促進公共參

與。因此，公共領域是權力之外的另一個發表演論的合法舞台，但對於權威又能有所約束，並且從憲法上保障言論自由權利(馬宗軍、商軍，2005)。綜合哈伯瑪斯的論述與學者的研究，理想的公共領域必須具備幾項條件(蘇鑰機、李月蓮，2001)：

1. 公共領域必須公開及自由，公眾有公平的機會參與討論，並能暢所欲言。

2. 公共領域要獨立於國家和市場之外，還須要擺脫政治和經濟力量的操控。

3. 公共領域必須提供辯論場地，而大家進行的溝通及辯論又必須是理性及具有批判性的。

公共領域另一個值得探討的議題是「理性溝通的可能性」。理性討論與溝通是基本的互動模式，雖然意見不同會產生爭辯或對抗，但爭辯對抗仍然不脫理性的訴求。以實際經驗來說，不同價值信仰的人，往往堅持己見，不屑與持相反意見者進行溝通(江宜樺，2003)，形成「為反對而反對」的對立紛爭。

無論就公共領域的「暢所欲言」或「理性溝通」而言，地下電台都只是選擇性的言論置入，滿足特定閱聽人需求，以達到心靈的慰藉。但這樣的導向只是少數人的個人欲求，以強化堅持己見的意念，而非真正可被公開檢驗的公共議題。

在「公共」的領域中，由公民參與形成「公共議題」，就是「公民社會」最簡單的模型，也就是公共領域是公民社會的基礎存量。只是這樣的論述還帶有對抗、挑釁的涵意，因為內在的私人領域經驗，創造出一般所能認同的「公共領域」，藉以反抗現有的權力與權威，具有調節市民社會的功能(Habermas, 1989；曹衛東等譯，2002)。馬克思認為公民社會有其規律與運作，而不受其他法律和政治團體的規範，進而影響其自我運作的經濟和秩序(陳欽春，2007)。例如Inglehart(1990)將社會發展分成傳統社會、現代社會、後現代社會，公民社會較趨向於後現代的生活模式；對於知識具有理性思維、獨立思維的能力，個體價值能夠表裏如一與包容多元意見(汪明生，2007)。這種公共言論再現的媒體功能，顯然與地下電台實際操作有很大落差。



## II. 個體意識與公共利益

多元、自由的資訊傳播是民主社會最可貴的資產，而資訊形塑的社會模式在於「人」如何運用資訊。「人」是資訊的本體，地下電台傳播的資訊對特定的人而言是「有用資訊」，而地下電台也是利用群眾中的分眾，操作資訊以獲得利益，也就是利用「潛意識說服」(subliminal perception)影響特定閱聽人的行為態度。

「潛意識說服」原本是運用在消費者的行為研究，亦即消費者在不知不覺中接受特定訊息，潛意識受到影響而改變消費行為(Vaidya, Naik, & Vaidya, 1996)。地下電台掌握中高年齡、智識單純的閱聽人，逐漸累積成有意識的偏好，形成特定群體與利益。因此行為導向上，形成無意識知覺和累積的過程，扮演很重要角色(Leibniz, 1981)。

透過媒體訊息重複暴露會刺激正面的評價效果(Saegert, 1987)，只要閱聽人持續接受訊息，就有可能儲存訊息的刺激和印象，進而支配行為(許安琪，2005)。從認知心理學角度而言，地下電台全然能掌握特定閱聽人的心理情緒，以小功率廣播的小眾傳播聚集特定族群，從個體意識，形成小眾利益，只是這些利益未必符合整體社會的公共利益。

公民社會以人(公民)為主體，個人利益與公共利益權衡輕重，一直都是公民社會的論戰。<sup>4</sup>公共利益的哲學淵源起自於希臘哲人Plato與Aristotle，Plato認為追逐個人利益會敗壞社會風氣；Aristotle提出經濟活動會扭曲社會關係，只有透過政治才能重建社會倫理(劉蕙苓，2005)。

隨着公民社會的漸進趨勢，公民既是個人，也要兼顧公共需求。公共利益可以當成具有公共精神的公民個人所渴求的事情，也就是大多數公民所贊成的計劃或政策(Stone, 2001；顧建光譯，2009: 23)，這才是當前公民社會個體與群體的連結關係。

地下電台角色即是透過媒體的特性，傳播篩選的資訊內容，顯然是逐行業者個體意識，以便滿足個體私利。但對特定閱聽人而言，卻有媒體的公共性期待，即如滿足小部分閱聽人的想法，也未必符合社會群體的公共利益。地下電台就充分利用這種矛盾性格，寄存在同是矛盾的社會發展進程之中。

## 台灣地下電台的發展與相關理論

早期關於台灣地下電台的研究，多偏重時代背景與政治成因，討論的重點也集中在威權體制下箝制言論、萌生政治異議聲音，較無法觸及傳播內容的真偽與偏誤，<sup>5</sup>但至少都具有對抗國民黨的威權統治與追求自由表達言論的人權訴求(Ke, 2002)；這也說明台灣地下電台的初始的理想性格。後因2000年政黨輪替，民進黨取得政權，地下電台的政治異議言論失去正當性，影響性反而不如過去矚目。相對的，學術研究也逐漸被忽視，地下電台也在此一時期轉型，顯露以販賣藥品為主的經濟特性。

地下電台之所以能夠發展，就在於「人」的因素：經營者、閱聽人與政治人物三者的糾結關係。在台灣，地下電台的成立與政治有直接的關聯性。戒嚴時期政治一黨獨大、媒體言論受到箝制，創造了地下電台生存的空間。將台灣的地下電台成立以「時間序」排列，配合政黨政治與地下電台的相互影響，並輔以台灣的政治變遷，最能看出各時期的不同樣貌與功能。茲將各時期地下電台的發展與相關理論說明如下：

### I. 解嚴前(1987年前)

1987年前，台灣處於戒嚴時期，媒體一直掌握在黨政軍手中，除報禁外、電視頻道也未開放。國民黨掌握國家機器，反對運動受打壓，媒體言論被箝制，無法傳達反對訊息和聲音。

此時的地下電台尚未蓬勃發展，電波頻率干擾一直是台灣早期廣播頻道的窘境，經政府於1955年以行政命令「民營廣播電台在清查整理期間暫不開放」為由，封閉電波天空，並於1959年凍結所有電台申請，直到1992年為止，電波戒嚴歷時34年。以「頻譜稀有理論」(scarcity of spectrum theory)而論，無線電波雖是公共財，政府必須介入分配電台頻譜的使用規範，但政府的理由是基於頻率稀有，沒有剩餘的頻道可供申請，也無法給予更具體答案。

### II. 1987至2000年：解嚴後至第一次政黨輪替

台灣地下電台最早具有規模的是1992年張俊宏所成立的「全民電台」，企圖突破長期以來電子媒體壓制黨外候選人新聞播放的現象，具

有政治反對者秘密傳播與動員的形式(李世明, 1996)。屬於同一模式, 1993年11月許榮棋成立的「台灣之聲」更以出其不意的call-out給政府官員、首長, 透過地下電台放送, 成為當時最有名氣的地下電台(陳昭如, 1994: 47-49)。此時的地下電台開始突破媒體壟斷, 發表政治反對言論, 建立異議媒體的標誌。

地下電台的崛起在於能與聽眾的互動模式。就「擬社會人際互動」(parasocial interaction, PSI)理論來說, 提供一種可以藉由call-in跟主持人進行直接性的互動, 即時表達意見想法, 主持人猶如熟悉的朋友(Rubin, Perse, & Powel, 1985), 當聽眾的虛擬人際互動程度增加, 聽眾與所喜歡的廣播節目主持人的態度就會越一致。親善的收聽情境, 造成地下電台在台灣媒體引發一連串連鎖效應, 一時之間地下電台有如雨後春筍, 電波動員成為街頭群眾運動的重要傳播方式。

以「政治經濟學理論」(political economy theory)來衡量, 階級, 包括性別、種族等, 是社會互動的起點, 然後經歷結構化的過程。此過程卻忽略基層的活動內涵, 凸顯媒介與文化霸權的問題, 具有壓迫的意義, 以致於有媒體近用權不公平現象(陳世敏, 1992)。

在1994年前的台灣地下電台的發展階段, 當時傳播政策與政治權力運作的外在因素, 致令政治反對運動與社會運動結合成一股批判政權的社會氛圍, 這更凸顯傳播政策失衡的社會關係。因涉及民眾的言論自由權利, 台灣司法院大法官會議於1994年9月2日作出釋字第364號解釋: 國家對於電波頻率使用應作和平合理的分配; 人民接近並使用傳播媒體的權利, 應在兼顧媒體言論自由的原則下予以尊重, 並加以法律規範(陳清河, 2004b)。此一釋疑奠定台灣無線天空開放的基礎。

實際上, 此一時期的地下電台最具社會運動意義。1987年台灣解嚴後, 為因應政治民主化, 組黨、結社自由、言論自由逐漸開放, 但國民黨依然把持所有媒體資源, 對於人民爭取通訊傳播自由的回應太遲, 所以1992年台灣充斥着許多違法的電台, 1993至1994年更為激烈(Ke, 2002)。從政治抗爭、社會呼應, 地下電台始終扮演宣傳、動員的角色, 涵化民眾政治反對的素養, 凝聚社會力量進一步壓迫國民黨政

府，這些都是地下電台參與台灣社會發展的重要任務。

### III. 2000至2008年：第一次政黨輪替後民進黨執政八年時期

2000年台灣民進黨陳水扁贏得總統大選，首次取得執政權，地下電台反而失去政治鬥爭的合理性，言論轉換與營業轉型成為業者求生存經營策略。

2004年，台灣總統與立法委員選舉選，地下電台是許多候選人與政黨相互依賴的傳播工具，尤其南部地區，即使國民黨籍的候選人也會利用地下電台的傳播管道，拉攏草根性的選票。總統大選前，319槍擊案發生，地下電台發揮其影響力，以激昂亢奮的言論，宣傳未經證實的消息，煽動特定民眾，連國、親陣營都強力質疑地下電台介入政治，國民黨智庫更以專文論述地下電台的政治動機(趙怡，2004)，可見地下電台對政治的影響力。

地下電台的販賣經營，充斥着「哄騙式」的賣藥廣告。就「市場經濟與地下經濟論」(market economy and underground economic theory)而論，媒體以商業競爭的營利行為，是節目產製以賺錢為最優先考量，才能滿足媒體的盈利目的(王舜偉，2002)。地下電台靠着販賣藥物、保健食品、茶葉獲取高額利潤以維持營運，能產生經濟價值，卻是地下經濟的交易行為，無助國家稅收，違背了社會公平，相對而言衝擊合法經營的地上經濟；政府若無法有效規範猖獗的地下經濟，地上經濟活動勢必會受到影響，破壞正常經濟秩序與發展(陳清河，2004b)。

### VI. 第二次政黨輪替後(2008年後)

2008年國民黨的馬英九當選總統。由於在2000年第一次政黨輪替八年期間，許多地下電台面臨轉型與生存的問題，轉以販賣藥物等商品為主要營業收入，其政黨傾向反而不如以往明顯。但馬英九政府推動兩岸務實交流，以及一些外交政策的缺失，<sup>6</sup>都成為地下電台抨擊的目標。此一時期的地下電台，以議題式批評時政，另一方面也很務實的持續其地下經濟商業模式。2010年5月行政院直接宣佈取締地下電台，但即使規管此事的政府部門層級再高，仍無法禁絕地下電台在地方的影響力。

「媒體近用權理論」(the right of access to the media theory)並非空間概念，其意義在於公共領域中可以自由表達言論思想，以實現閱聽人參與公共領域。此重要論述，藉由積極的言論自由權，民眾得以平等使用媒體，保障個人的自我發展與自我實現(林子儀，2000)。地下電台具有使用媒體的智識能力表徵，更因為參與性高，往往相當受到特定族群的喜歡(Head, 1985)。這也是主流媒體無法顧及的媒體地方化的重要象徵之一。

現在的地下電台的存在，其實是社會問題。主流媒體配合政商操作的強勢作為，導致社會的不公平。而地下電台以市場機制作為經營的手段，忽視城鄉與區域差距，錯置媒體資源，以致於地下電台能以call-in式的「擬社會人際互動」，立即拉近民眾與媒體距離，創造不同於一般媒體的成長空間。地下電台的存在，也算是另一類型的媒體近用權體現。

## 社會變遷中的媒體角色

社會變遷，意為「既存的社會結構」會隨着時間的改變，受到內在或外在的各種因素衝擊，以漸進或激烈的形式，出現部份或全體的變化(葉至誠，2001)。由於社會各階層產生的變化逐漸累積，導致社會結構出現不同於以往之顯著改變。社會變遷包含制度與精神因素，人的行為態度和價值觀更是其中的關鍵。尤其伴隨經濟發展而來的文化變革，影響了社會的經濟成長率，逐步塑造出人們心目中典型的經濟發展類型，如此直接影響個人的價值觀轉變(Inglehart, 1990)。

在各階段的社會發展中，傳播媒體當然扮演着不同角色。資訊傳播是媒體最主要的功能，就在於傳播的內容造成社會的影響。到底「媒體能建構出甚麼樣的社會？」以及「社會對媒體有甚麼需求？」，這兩個問題伴隨着經濟與政治的發展變遷相互糾結，展現不同的面貌和角度，也延伸出新的課題：「在社會最需要媒體時，媒體應該發揮甚麼功能？」一般的主流媒體以市場為依歸的傳播行為，未能貼近民眾生活。在社會基層，地下電台適時彌補此一資訊需求，尤其地下電台關注社會邊緣人的生活，更是深耕地方的重要憑藉(張錦華，1997a: 202)。

媒體第四權(the forth estate)的監督就是媒體最基本的功能；媒體的資訊傳播是現代化社會不可或缺的溝通橋樑，人際之間也仰賴媒體帶來的資訊催化。如此形塑的公眾，應該具備理性、思辨能力的個體存量，形成彼此信任的群體。台灣社會發展的進程致使北、高兩市民眾價值觀有所差異，<sup>7</sup>也造就地下電台在台灣南部的生存空間。

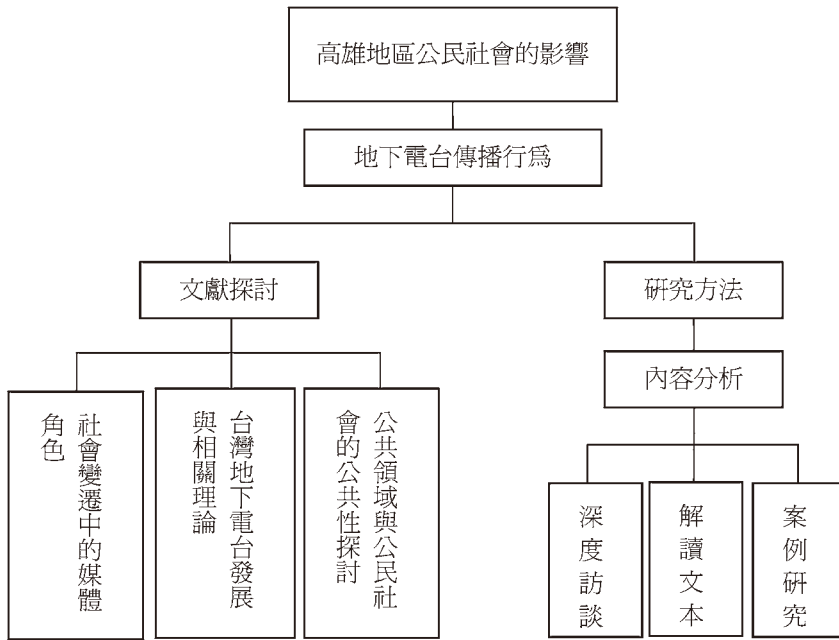
地下電台的本質是電台，應具有傳播媒體的性質，具備基本的公共性以及言論責任；相對地，高雄地區的現代化發展，社會型態應配合進入公民社會進程，民眾應該要具有公民意識，以及能夠理性思辨的公共精神。但從上述文獻的理論探討可以看出，地下電台反而背道而行，披着「公共」外衣，行「私人」操弄的傳播媒體之實。它能夠伴隨着台灣的社會發展腳步轉換不同的角色，在高雄地區發揮特定的社會功能，甚至左右民眾所謂的「公共」思維。其角色與閱聽人的關係實在耐人尋味。

## 研究方法與設計

過去經營地下電台具有絕對的政治動機，但2000年第一次政黨輪替民進黨取得政權，地下電台失去取得政治權力的動機，反而凸顯生存的經營壓力，重組與商業化成為必然的選擇(陳清河，2004a)。由於地下電台非法的「地下」性格，我們無法作統計式的調查性研究；採取「突破心防」面對面溝通，較能掌握經營者的心理因素和信賴。本研究以內容分析(content analysis)解構深度訪談(地下電台業者)、案例(閱聽人)與地下電台側錄call-in節目內容(附錄二)，相互比對驗證設定的主題，藉以得到具體研究結果。研究架構如下(圖一)：



圖一：研究架構圖



內容分析要能掌握內容分類的特性，包括：「分類要窮盡」、「分類要互斥」、「分類要獨立」三要素（吳明清，1998），並且具備客觀、系統與敘述性，也就是將焦點文本(focal text)以推論的方式探究社會脈絡（Martin, 2000；羅世宏等譯，2008）。所以內容分析是兼具質化與量化的測量技術。

### 深度訪談 (in-depth interview)

深度訪談必須更有目的性，有特殊的安排與控制。訪談中與受訪者的互動，塑造共同經歷，並且感染受訪者情緒，才能重新建構對問題的見解。一般性估計大高雄地區約有28家地下電台，<sup>8</sup> 頻譜分佈從87.8FM至107.6FM。因地下電台非法經營，建立彼此信任是深度訪談的基礎。本研究試以深度訪談，界定當事人的想法與目的：從地下電

台的設立、性質、經營、營利，以至在大高雄地區的社會型態所扮演的傳播角色，進而以資訊傳播的議題瞭解電台管理者對資訊的認知程度，解析地下電台在當今大高雄地區的社會型態角色功能和多元面向。

本研究於2008年8月與黃姓和張姓兩位經營地下電台業者進行深度訪談，<sup>9</sup>其中黃姓業者曾經規劃將自己經營的地下電台合法化；而張姓業者受訪期間也擔任地下電台南區聯誼會副會長，都具代表性。因兩位業者長期經營地下電台，具有充分的實務經驗，依文獻探討的重點與內容分析分類的互斥、窮盡、獨立原則，設定訪談範圍，整理出包含「公共性」、「擬社會人際互動」、「政治動員」、「地下經濟」與「媒體近用權」的議題。具體的問題如下：

- I. 社會變遷中地下電台的傳播資訊來源？
- II. 地下電台「擬社會人際互動」的閱聽人網絡經營？
- III. 地下電台如何創造媒體近用的需求？
- IV. 地下電台業者如何看待「公共論壇」的觀念？
- V. 如何操作議題式的政治動員？
- VI. 與取締的警察和相關單位的關係？
- VII. 為何轉型賣藥？地下經濟規模？

### 案例研究 (case study)

地下電台的生存仰賴特定閱聽人的支持，閱聽人的收聽動機與社會發展型態密切結合。地下電台的資訊傳播之所以能夠吸引特定閱聽人，在於資訊選擇上能夠「投其所好」，尤其激發其意識形態偏見；刻意挑選的議題，加劇特定閱聽人對相關現象的錯誤理解(Bryant & Zillmann, 2002；石義彬、彭彪譯，2009: 17)。這便是資訊偏差的重要心理因素。

地下電台的支持者年齡層偏高，教育程度不高，且多是居住在較偏遠或落後的地區，屬於社會的底層。本研究依此一脈絡，於2008年7月至9月，隨機訪問包含計程車駕駛員、高齡者等四位地下電台的忠實聽眾，作為閱聽人的案例(附錄一)，以瞭解他們收聽地下電台的動機與影響，藉以對照地下電台業者在經營人際網絡和相關的說法。



## 解讀文本 (study text)

地下電台利用傳播內容凝聚網絡情感，從主持人與閱聽人、閱聽人與閱聽人，三方共同形成虛擬的社會人際網絡。本研究選取的廣播文本內容，樣本以2008年11月中國大陸國台辦主任陳雲林第一次到台灣訪問為基準點，側錄兩則地下電台的政論節目和廣告。第一則的政論 call-in 內容，是一名約50餘歲婦人以流利台語與主持人評論陳雲林到台灣的新聞事件，這名婦人暢所欲言，完整呈現非專家的完整人格；另一則是台聯黨在地下電台播出的廣告，呼籲台灣人要如影隨形向陳雲林表達抗議的內容，詳見附錄二。

## 結果分析

地下電台透過資訊傳播連接特定閱聽人，具體形成「擬社會人際互動」的象現，這個網絡隨着時間的推演依然緊密連結，儼然替代這些忠實閱聽人的真實人際關係。我們經過與地下電台業者的深度訪談，得到相關的結果。

本研究依據研究問題區隔，將地下電台業者深度訪談分成：資訊來源、人際網絡、媒體近用、公共論壇、動員模式、販賣藥品、取締抄台、地下經濟等八大主題，分別分析如下：

### I. 資訊來源

台灣地下電台通常是「一人電台」，再將時段出租給眾多主持人經營，當然不會有一般電台的新聞部或節目部編置。其訊息的傳播都是議題取向，特定的新聞才會引起主持人興趣。而意識形態和販賣商品相關資訊自然是地下電台資訊傳播的重點，除了能引起聽眾共鳴，還能交流情感。黃姓業者就談到：

但是如果像是陳雲林來台灣，多多少少都要講一講，報紙新聞看一看，加上自己意見，就可以聊天了。新聞不是重點，而是他們想聽甚麼、愛聽甚麼，大家都在罵陳雲林，我們也要跟着罵，這樣才是「自己人」，作地下電台「自己人」的感覺很重要。

分析call-in內容的側錄可以驗證(附錄2)，call-in聽眾幾近羞辱的人身攻擊，不但規避法律責任，也不見主持人制止。打電話進電台的婦人提到「700多萬人害我們」，意味700多萬遷徙來台灣的外省人害台灣人，或「一萬多名警察」維持秩序，這些資訊都是透過地下電台不斷傳播，形成地下電台閱聽人與主持人的「共識」，但資訊來源卻是無法證實的以訛傳訛。

對於閱人而言，地下電台的資訊和傳達方式必須要有聳動性，不必顧慮事實。就近年兩岸交流以及簽署ECFA議題，地下電台宣傳「賣台合約」的偏誤資訊，從〈案例二〉的B君表述即可窺見。可以見得，資訊的真偽對地下電台而言並不重要，資訊的選擇才是地下電台重視的傳播內容。

## II. 人際網絡

其實地下電台的資訊傳播非常有針對性，也較容易取得特定閱聽人的信任，因此其經營是從人際關係的建立，再擴大到社會網絡。黃姓業者就說：

地下電台提供這批老一輩聽眾的心靈撫慰，娛樂、活動、生活資訊，還有情緒的出口，地下電台能夠與他們作心靈溝通，賣藥只是手段，彼此提供資源相互滿足需求而已。

另一方面，從附錄中的側錄內容發現，無論婦人談到甚麼主題，「他擺宴席請陳雲林」詞句就出現較高頻率的兩次，主持人用類似附和的言詞「好！好！好！」或「是！是！是」，提升事件強度，導引call-in婦人持續批評的話題，增加議題聳動性，以延續下一通call-in電話的批判力。這種方式其實就是創造「自己人」的人際互動，形成特定的虛擬社會網絡。

具體而言，地下電台不單只發揮傳播功能，它必須用心經營，亦即以閱聽人的立場思考，不但給予精神上的撫慰，還必須予以實質的幫助與尊重。張姓業者就舉出其經營手法：

我作地下電台有點像民意代表，就是要服務啦，我請義工到電台幫忙，將他們分組，包括：聊天組、醫療組、娛樂組、法律組，沒事經常到聽眾家串門子，陪他們聊天，瞭解他們想甚麼，這些都是節目中很好的話題。有人生病沒病床，我還要幫他們「喬」病牀，一通電話打到院長室，通常都能「喬」得出來；有人有些街坊鄰居的糾紛，或土地問題，我還要幫他們找律師解決法律問題，有時充當法律顧問。

此外，地下電台還要兼顧閱聽人的橫向聯繫，讓他們有老朋友可以聊天，有橫向的相互連結的交流與聯誼，以增加網絡的向心力。張姓業者就提到這樣的做法：

我還要定期、不定期舉辦聯誼活動，連絡眾多支持者的感情，不止是地下電台的聯誼，聽眾之間的聯誼也很重要，大家都會「逗相報」。

地下電台除了音波的「空中」交會，還必須拜訪聽友連絡情感。此一做法得到〈案例三〉的C君的驗證。同時，〈案例一〉的82歲的A君對兒媳的情緒反應，更說明地下電台具有撫慰心靈的功能。電台與聽友兩者相互依賴，已經不只是訊息傳播的溝通工具而已。

地下電台經營者能夠提供娛樂、消遣或平日的噓寒問暖，甚至處理平日的瑣事，讓老一輩有心靈撫慰的感覺，長久下來的聯繫有如父執輩與兒孫輩的關係。此種網絡正可驗證地下電台建構的情感關係是家族垂直式的忠誠關係，以致內部網絡更加緊密，也凸顯地下電台維繫社會基層特定族群網絡的不可忽視的能耐。只是，地下電台經營的人際網絡與現代社會水平式的信任關係相比較，地下電台的網絡關係仍屬於傳統社會模式，更顯現高雄地區都會發展的衝突性。

### III. 媒體近用

地下電台能反映特定閱聽人的需求，節目內容有政論、唱歌、養生、旅遊等，都不是主流媒體的經營重點。政治評論的「罵人」又會觸及「誹謗」的法律問題，根本無法登上主流媒體，地下電台自然是這群閱聽人最親近的媒體工具。張姓業者就說：

現在很多人都不看電視，合法的廣播電台作節目大部分都作給年輕人聽的，大多是字正腔圓的國語。地下電台都是很鄉土的台語，很多阿公、阿伯、阿婆、阿嬤，平常在田裏工作，或手上忙着家務事，沒有時間坐下來看電視，都是聽地下電台的。

就是因為主流媒體的資訊，從節目形態、發音，以致於內容表現多是反映主流的價值觀，與社會最低層或弱勢族群確實格格不入，地下電台填補了閱聽人與媒體之間空隙，生活上貼近閱聽人需求，發揮媒體近用功能。以開計程車為業的〈案例二〉B君和〈案例四〉的D君，每天無法定點的看電視，依其背景、環境與需求，選擇地下電台作為日常的資訊來源，就是媒體近用的最佳例證。

#### IV. 公共論壇

其實地下電台經營者並不太談「公共論壇」的觀念，之所以會架設地下電台，或充當頻道主持人，以至於吸引特定閱聽人，「公共論壇」都不是考量的因素。提到「公共論壇」黃姓業者就覺得有些唐突：

我們並不知道甚麼公共論壇，我們歡迎大家來call-in，隨興聊天發表意見，這樣比較有趣味。你跟聽眾講公共論壇，下次絕對沒人聽你的節目。

可見得業者的動機與觀點：地下電台對他們而言是一種生意，透過交流產生經濟價值；公共性、多元性對他們而言，不是考量的選項。

#### V. 動員模式

地下電台在過去在第一次政黨輪替時扮演在野黨重要的政治動員角色，但民進黨取得政權之後，反對的對象更迭，動員的動力逐漸消失，取而代之的是經濟利益的賣藥行為，至多偶而發動議題式的政治動員。可以說，2000年是地下電台轉型重要關鍵。黃姓業者坦誠，現在的地下電台現實多了，很少有政治動員的機會：

現在電視媒體這麼發達，隨時都可以live，地下電台真的沒有必要再作政治動員，從電視上隨時看到一些政治現場，想去的人

自然就會去，如果真的常常作政治評論和動員，管它說的是真是假，很有可能被「抄台」。

本研究側錄2008年11月，中國大陸國台辦主任陳雲林來台call-in廣播，地下電台以台聯黨政治動員廣告搭配政治評論，早已發動一波波群眾抗議，如影隨形的「迎接」陳雲林。即使如〈案例三〉C君所言，現在政論講得少了，但重要議題還是可以立即發揮政治動員的宣傳效果。這樣的動員潛力並不亞於現代社會的媒體整合行銷模式，媒體效果不容小覷。

## VI. 販賣藥品

過去地下電台具有政治反動的宣傳效果，也能得到政治反對者的捐輸，但2000年的政黨輪替，反而讓地下電台的生存受到考驗，因為政治捐獻大量萎縮，要持續經營勢必要開拓財源，賣藥為他們找一條重要的收入來源。張姓業者描述當時轉型的時空環境：

全台各地的地下電台都一樣，政治人物的捐錢少了，為了維持正常經營，一定要賣商品，其實就是賣藥啦，但我還有賣保健食品和茶葉，不能只賣一種東西，用商品和觀眾拉近距離。

只是藥品的療效和品質備受質疑。這除了是地下經濟的行為，更涉及身體的健康，尤其對象又是他們的忠實聽眾。張姓業者就說：

經營地下電台是一種事業，不是平白無故就能賺錢，就是因為大家都有感情，我們不敢賣假藥，也許不一定有療效，總不能害人，只要販賣藥品都有GMP標章的藥品，但會比藥房貴一點。

從〈案例一〉A君的情況可以知道地下電台忠實聽眾的買藥行為，他們多少都會透過這個管道取得藥品，至於效果如何則無法得知。但也有較理性的聽眾，例如〈案例二〉、〈案例四〉並不見得會透過廣播去買藥。只是兩位業者都承認，地下電台的水準參差不齊，不敢保證其他經營者會不會販賣假藥。

## VII. 取締抄台

地下電台具有機動性的特質，可以迅速移動組裝發射電波，最易於應付相關單位配合電信警察的「抄台」。但憑政府相關單位的監聽設備和公權力，卻無法根絕地下電台。這似乎也透露兩者之間的一些關係。張姓業者就說：

在地方上，誰當地下電台主持人很多人都知道，誰經營地下電台也是很多人知道，大家都睜一隻眼閉一隻眼，「抄台」是做給「上面」看的。

既然地下電台有其人際網絡，對特定族群更有影響力，在選舉投票上就能發揮功能，首長、民意代表就有「投鼠忌器」擔心得罪選民的「苦衷」。黃姓業者表明其中的奧妙：

無論那一政黨執政，地下電台都有一批人在護航，尤其民意代表更是地下電台的強力後盾，真的很難根絕啦。

顯然地下電台不只是法律上的非法問題，如果要嚴格執行「抄台」，更應該有整體的結構性考量，否則每「抄」一次對公權力越造成傷害。

## VIII. 地下經濟

無論籌建地下電台，或是地下電台的販售行為，產生的經濟價值都是地下經濟的一環。既然地下電台能以賣藥維持營運，到底可能會達到多少產值？張姓業者提到投入地下電台經營的情況可以窺之一二：

其實地下電台真的有利可圖，大家看準了政府不太會管的漏洞，地下電台才一直冒出來，估計全台至少有300台地下電台，也有北、中、南區的聯誼會，平均每一台可以維持10位主持人，也就是地下電台養活了3,000個家庭。

出租時段是經營地下電台的重要收入來源，業者可以收租金，也可以自己兼節目主持人直接賣藥。時段出租都有基本定價，所謂的「黃金時段」，一小時二至五萬不等，經年累月的租金收入非常可觀。黃姓業者說：

出租時段，在A級的黃金時段(0800至1200，1400至1800)，一小時大約兩萬至三萬元，視社會狀況和經營的好壞，可以彈性簽長短約。

張姓業者更直言地下電台穩定經營的訣竅：

我們電台很便宜，一小時才四至五萬元(每天一小時為期一個月)，地下電台經營者只要維護得好，被「抄台」要能馬上復播才是重點，穩定經營，不怕沒有人上門租時段。

地下電台融入社會運作體系，已非單一層面的問題。地下經濟造成社會資源的分配不公，在公共領域中以一己之私牟得私利，所散佈的偏差資訊更讓社會處於不安的氛圍。但政府沒有明確、有效作為，處理地下電台的問題，政府反而呈現「失靈」(failure)的狀態。

## 結論

台灣地下電台的存在與產生的問題，凸顯高雄地區社會發展的矛盾。就媒體資源而言，媒體與社會存在着相互影響的關係，媒體對社會的資訊和娛樂需求作出回應，同時也刺激了創新機制，並且促進社會文化變遷與責任義務，催生社會對媒體新的需求(McQuail, 2000；陳芸芸、劉慧雯譯，2003)。主流媒體回應多數閱聽人需求，卻聽不到少數族群和基層的吶喊，地下電台的存在就是呼應這些少數需求。地下電台之所以稱為「地下」，除了未經合法申請的違法性格以及扭曲傳播內容外，其實還有「邊緣性」和「非主流性」的社會意義。

傳播媒體領域之重要歷史文件〈報業四種理論〉(Four Theories of the Press)於1956年公開，描繪新聞事業的獨特性，也是後繼研究媒體社會責任的基本藍圖，以建構媒體社會責任與功能。內容大約不超脫以下五項原則(Baker, 2002；馮建三譯，2000: 192)：

- I. 將日常生活的事件置於脈絡中，提供真實、廣泛與清晰的記錄，使事件具有意義。



- II. 充當論壇，使各種評論、批判與意見能在論壇中充分表達，也就是傳播媒體應該是公共討論的「共同載具」。
- III. 應該具有表現社會各群體的代表圖像的作用。
- IV. 呈現與釐清社會的目標與價值。
- V. 提供完整的日常資訊，以滿足民眾知的權利。

地下電台以媒體的姿態進行所謂公共論壇的 call-in 互動，本應以多元、尊重的意見表達作為資訊傳播的內容，卻以偏差與激烈的新聞再現導引民心，凝聚特定族群。當今媒體生態，呈現市場導向的經營形態及新聞商品化格局 (McManus, 1994)，過於商業化，忽略社會關懷與需求，缺乏多樣化的傳播內容，反而造就地下電台生存空間——甚至連地下電台販賣情感與關懷，都具有定價機制的特性。

而地下電台能在法律之外的夾縫中生存，在於媒體資源配置失衡，凸顯台灣的媒體以市場競爭導向的後果。高雄地區的公民社會進程反而在這樣不當環境下成為犧牲品，這反映在公共性不足、情緒性言論泛濫、意識形態動員等現象，而這些方面都容易受到操弄。

地下電台是資訊傳播發達社會所產生出來的奇特現象，其傳播內容影響特殊群體，不再只是過去認知的政治動員或意識形態的宣傳工具而已；本質上不是建構公共領域中的媒體工具，既不公開、自由，更不會理性溝通，反而自我創造經濟價值與政治影響力。媒體的資訊傳播特性原本應以公共利益為優先，但地下電台以「潛意識說服」穿透特定閱聽人的心理活動，再以政治面的政論與社會面的醫療保健作為公共利益的包裝，實際上是個人利益優於公共利益，也就是個人或團體要竭盡所能地向外擴張，獲取最大資源，以求個體滿足，進而形成「利益政治」的社會 (李丁讚, 2004: 25)；只是地下電台會隨着社會生態的轉變，調整其經營的形式而已。

從高雄地區地下電台的經營與資訊傳播行為，可推論民眾素質與政治認知不足，以致於社會發展尚停留在傳統社會的轉型之中 (陳建寧, 2007)。其主要原因在於資訊偏差，使民眾較無法以理性思維監督與批判，形成扭曲的價值判斷，損傷信任關係的社會資本。以政府立場，取締地下電台、保障合法電台經營，就是執行公權力的表現。但



地下電台具有強大的再生能力，多能在短時間內復播，並不會影響支持者對地下電台資訊傳播的依賴度，仍得以建立虛擬的人際互動關係。這現象相對的戕害了公權力的威信，製造了社會對立。

收聽地下電台的閱聽人，年齡層偏高，也由於生活或工作習慣，屬於資訊接收的弱勢族群。在高雄地區白領階級不足、第三產業比例偏低和人口外移的社會環境之下，這些弱勢族群的資訊接收權確實是長期被忽視的。高雄地區呈現現代化社會景觀，處於社會面臨轉型的關鍵時刻，卻事實上擁有多於其他都會區的地下電台，而其人際網絡的經營依然可以作為政治動員的工具，這確實是頗具玩味的社會發展中的矛盾現象。

當地下電台已經失去解嚴時期異議政治的理想性格時，其勢必思考如何求生，於是販賣藥品反而是設立電台的主要目的，從弱勢、孱老社群牟取高額利潤。當賣藥成為經營電台的主要目的，所形成的「刻板印象」(stereotype)便造成社會的負面觀感，<sup>10</sup>而死忠支持者因與地下電台相互緊密連結，以致於更強化這些特定閱聽人成為社會底層與弱勢的形象。二十幾年來，台灣的地下電台能夠持續存在，確實也反映一些社會的需求與真實性。

## 附錄一：收聽地下電台研究案例

### 〈案例一〉

A君，男，82歲，居住地：高雄縣大寮鄉

卡車司機退休後，十幾年來幾乎每天都聽地下電台作消遣，睡覺前一定要聽，否則很難安眠。因為上了年紀偶有病痛，家裏也堆了一些地下電台買來的藥品（不算多），都是吃不完剩下的，長久以來眼睛都有些「矇霧」，也吃地下電台「顧」眼睛的藥丸。較嚴重的是最近長骨刺擠壓坐骨神經，因年事已高，對於開刀治療醫生採保守態度，影響家屬信心，病情拖延已經無法下床走路，只依賴中醫與復健按摩維持雙腿機能。因長時間無法正常行走，情緒大受影響，脾氣越來越大，但家小還是盡心事奉。有一次因媳婦過度關心，詳細叮嚀一些瑣事，引發A君大發脾氣，揚言「自我了結」，甚至賭氣，一連幾天都不聽地

下電台了，兒子與媳婦才大驚事態嚴重，趕緊連絡不住在一起的其他兒孫回家，勸服A君不要鬧脾氣。

### 〈案例二〉

B君，男57歲，居住地：高雄市鹽埕區，職業：計程車駕駛

以計程車為業，喜歡聽「修理」國民黨的言論，對於民進黨的政治人物耳熟能詳，尤其立法委員「修理」官員時感覺特別「爽」。但從2008年陳雲林來台灣，地下電台號召很多支持者抗議的激情，B君坦言，已經很久沒有聽到很「爽」的「政論」了。最近都在談ECFA，知道馬英九會把台灣賣掉，所以一定要反對到底。問到ECFA是甚麼？B君也說不上來，只說是馬英九與「阿共」簽署賣台的合同，到時候中國人都到台灣來搶工作，自己就會「沒頭路」，連計程車都沒得開。只是B君自認是理性的地下電台聽眾，工商服務與廣播是兩回事，絕不會亂買藥；在車上，如果乘客不喜歡聽地下電台，也會立刻轉台或關掉音響，以免影響生意。因為平常都在開車，B君也沒時間看新聞、看報紙，地下電台談論的內容是吸收時事資訊的重要來源。

### 〈案例三〉

C君，男76歲，居住地：高雄縣大寮鄉

過去務農，現在年紀大了，已經不必耕作，整天在家沒事，不是聽收音機就是到處串門子，與鄰居親友閒聊一些「國家大事」。最氣國民黨政權，講到「蔣家」到現在的馬英九，一副恨之入骨的樣子。過去因聽地下電台號召，曾參加民進黨的「牽手護台灣」活動，選舉期間也常去民進黨候選人總部抽菸泡茶，可以認識很多人。C君蠻喜歡選舉，一則地下電台可以聽到很多「好聽的」，還可以四處到候選人總部高談闊論，一整天很好打發。但這幾年來，C君覺得地下電台有些變了，「政論」講得少，賣藥多了，而且還兼賣很多東西，偶而還會「相約」去旅遊。C君認為地下電台就像老朋友，每天固定時間就會來聊天，話題又很投合，主持人有空的時候也會來「相找」，朋友之間彼此相信、彼此幫忙，就算買藥也是「有效逗相佈」，介紹給厝邊頭尾。

#### 〈案例四〉

D君，男53歲，居住地：高雄市小港區，職業計程車駕駛

開計程車已經10年，每天在家的時間少，因為很多人都聽地下電台，所以也聽聽看，覺得還蠻好聽的，電台都講台語，好像在聊天的感覺，比較有親切感。有時候沒有生意在街上繞的時候，有點無聊，這時候聽地下電台更有感覺。因為跑車，地點不固定，有些地方收訊不好，所以不會固定聽那一電台，但都會鎖定各地的地下電台頻道，也聽了好幾年了。雖然地下電台有很多賣藥的推銷，但知道是唬人的，聽聽就好，從來不會想去買地下電台推銷的藥。

### 附錄二：地下電台廣播側錄內容

政論節目 call-in 內容 (1分45秒)

婦人：真正啦！最怨嘆就是那700多萬人來台灣，真的是，要不是那700多萬人害我們。

主持人：也不會這麼慘。

婦人：是啦！陳雲林也沒資格，不知道倒霉的可以來台灣。再來，警察有多少人呢？一萬多人。

主持人：對！一萬多人。

婦人：也打了人流鼻血，那警察真是……○警察會得○○，很快會沒「○」了。

主持人：好啦！好啦！

婦人：再繼續，那時候就是警察和村長，一直來說要選給國民黨，這真的有影響到我。再來，他們擺宴席，用鮑魚、龍蝦請陳雲林，這實在很「夭壽」，花我們的血汗錢。

主持人：是！是！是！

婦人：明天早上，我們很早就要去台北了（抗議）。

主持人：好！感謝！

婦人：那個木頭人……（沉默，發出思考的語調）

主持人：是陳雲林嗎？

婦人：不是！不是！……是那個那個，我突然忘記了。

主持人：沒關係、沒關係，妳說妳說。

婦人：我真的突然忘記，就是那個很像木頭人，不太會動的那個，就是他哥哥在「228事件」被殺死的那個。

主持人：吳伯雄，吳伯雄啦！

婦人：對！對！對！他要擺宴席請陳雲林。

主持人：吳伯雄啦！吳伯雄啦！

婦人：那個木頭人，〇〇臉，已經不能說話了，他要宴請陳雲林，這都要花我們的血汗錢，真是「夭壽」，聽到了我都睡不着！

主持人：好！好！謝謝啦！沒關係，這都是這樣啦！

### 台聯廣告(55秒)

「各位鄉親大家好，11月初3至初7，中國代表陳雲林來到台灣，為了抗議中國一直送毒奶粉、毒飲料、毒棉被、毒毛巾來台灣，台灣團結聯盟邀請大家一起來請中國代表試一下有毒的滋味，只要陳雲林在台灣的時間內，他出現的場所，隨時請他吃毒奶派；同時，為了提醒中國國民黨，不要忘記反共的立場，一直跟共產黨『你儂我儂』，辜負了被共產黨殺死的靈魂的願望，對不起全體台灣人，11月3起，『台聯』邀請全民到立法院門口一起『殺朱拔毛打共匪』。……台灣團結聯盟，最堅定反共的政黨。」

## 註釋

1. 根據《聯合晚報》(2008年4月17日)引述《遠見雜誌》的調查報導，雲嘉南民眾曾收聽販賣藥品、食品、化妝品的廣播節目或廣告的比率最高，最愛買廣播藥品和食品的則為高高屏地區聽眾。報導中推估，台灣地區約有34萬人曾透過廣播電台來購買藥物、保健食品及化妝品，每年購買金額接近七億元。衛生署認為，地下電台所實際販售金額應該遠超過這個數字。
2. 電信總局於2003年提供的資料，包含嘉義、台南、高雄、屏東四大區域共有42家地下電台，其中高雄地區佔多數；而2005年的資料顯示，高雄地區的地下電台有28家，實際經營者應超過此數。本論文即以此數據作為推估的基礎。

3. 公共領域，哈伯瑪斯的公共領域概念包含一個模型，即自由主義的模型，他認為社會中有私領域與公權力領域，所謂的私領域是人民生活的市民社會；而公權力領域則是掌握國家政府龐大的政治體系。而公共領域是介於私領域與公權力領域之間，功能上使人們能聚集，並討論公共事務，並且具有集會、結社、出版，及言論自由，如此才能使公眾在公共領域的空間中，有權力並敢於批評公共政策的疏失。在該書中，哈伯瑪斯共有36處討論媒體與公共領域的關聯性(Habermas, 1989；曹衛東等譯，2002)。
4. 依據劉蕙苓(2005)引述政治哲學家Held(1970)的研究，公共利益可以區分成三類理論：「優勢理論」(preponderance theory)，表明可依多數決定公共利益，投票與民調是有效的工具；「共同利益理論」(common interest theory)，強調真正的公共意志，投票時必須摒除個人意念，以公共利益為考量；「絕對理論」(unitary theory)，亦即公共利益必須放置於社會中考量，以社會主流價值為依據，避免個人妨害公眾權益。
5. 地下電台的研究大部分集中在2000年政黨輪替之前，且多為碩士論文的研究論著，包括：陳美華(1994)的〈地下電台之研究：成因與問題探討〉(政大新研所)、蔡慶同(1995)的〈當運匠聽到地下電台：論地下電台與社會運動之關係〉(台大社研所)、李世明(1996)的〈地下電台的抗爭文化：叩應節目的框理分析〉(東海社研所)。
6. 例如：兩岸簽署ECFA或陸生來台就讀的法案與美國牛肉進口的政策。
7. 依據陳建寧(2007)的研究，台北市民眾傾向後物質主義比例高於高雄市民眾，台北市已有由現代化社會發展至後現代社會的傾向，高雄市則仍保有傳統社會之現象。
8. 地下電台具有架設成本低、機動性高的優點，即使抄台也能在最短的時間內復台，所以地方政府配合電信警察執行取締工作仍然無法減少地下電台數量。電信總局於2003年提供的資料，包含嘉義、台南、高雄、屏東四大區域共有42家地下電台，其中高雄縣市佔多數；而2005年的資料顯示，高雄縣市的地下電台有28家。本論文即以此數據作為推估的基礎。
9. 本研究選取的黃姓與張姓兩位經營業者，他們在南部地區都擁有數家地下電台，並且都參加全省地下電台聯誼會，深具實務經驗，黃姓業者還一度申請地下電台合法化的動作，但因納入管理，節目、新聞、廣告、業務與營收到要受監督，也增加人事成本，黃姓業者評估後作罷；另一位張姓業者還是地下電台南區聯誼會的副會長，除了經營地下電台，經常要協調業者之間電波干擾的事情，熟悉地下電台生態，頗具訪談代表性。
10. 關於刻板印象的研究，多強調資訊累積形成的形象，可以從實驗法得到

驗證，相關研究請參考Norman H. Anderson (1991)所編之《Information Integration Theory Volume2: Social》。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 王舜偉(2002)。《廣播賣藥節目研究——媒介系統依賴理論之觀點》。台灣南華大學傳播管理研究所碩士論文。
- Wang shunwei. (2002). *Guangbo maiyao jiemu yanjiu—meijie xitong yilai lilun zhi guandian*. Taiwan nanhua daxue chuanbo guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 石元康(1998)。〈市民社會與民主〉。殷海光基金會(編)，《市民社會與民主的反思》(頁1-18)。
- Shi Yuankang. (1998). *Shimin shehui yu minzhu*. Yin Haiguang jijinhui (bian), *shimin shehui yu minzhu de fansi* (pp. 1-18).
- 江宜樺(2003年7月)。〈公共領域中理性溝通的可能性〉，「公共知識份子與現代中國國際學術研討會」論文，中國大陸，江蘇。
- Jiang Yihua. (2003, July). *Gonggong lingyu zhong lixing goutong de kenengxing*, “gonggongzhishifenzi yu xiandai zhongguo guoji xueshu yantaohui” lunwen, zhongguo dalu, Jiangsu.
- 任啟桂(2005)。《從公共價值觀點探究高雄市公民社會意識形成中報紙媒體之角色與功能》。台灣中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- Ren Qigui. (2005). *Cong gonggong jiazhi guandian tanjiu gaoxiongshi gongmin shehui yishi xingcheng zhong baozhi meiti zhi jue se yu gongneng*. Taiwan zhongshan daxue gonggong shiwu guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 李丁讚(2004)。〈市民社會與公共領域在台灣的發展〉。李丁讚(編)，《公共領域在台灣：困境與契機》(頁1-62)。台北：桂冠。
- Li Dingzan. (2004). *Shimin shehui yu gonggong lingyu zai Taiwan de fazhan*. Li Dingzan (bian), *Gonggong lingyu zai Taiwan kunjing yu qiji* (pp. 1-62). Taipei: Guiguan.
- 李世明(1996)。《地下電台的抗爭文化——扣應節目的框理分析》。台灣東海大學社會學研究所碩士論文。
- Li Shiming. (1996). *Dixia diantai de kangzheng wenhua—kouying jiemu de kuangli fenxi*. Taiwan donghai daxue shehuixue yanjiusuo shuoshi lunwen.



- 辛玉蘭(1992年9月)。〈都會管理與生活品質——試論高雄市的都市行銷〉，「國家政策與區域發展學術研討會」論文，高雄。
- Xin Yulan. (1992, September). *Dushi guanli yu shenghuo pinzhi—shilun gaoxiongshi de dushi xingxiao*, “Guojia zhengce yu quyu fazhan xueshu yantao hui” lunwen, gaoxiong.
- 汪明生(2007)。《公共論壇建構與推動——以高雄港市合作為例》。國科會專題研究計劃(NSC96-2414-H-110-011)，台灣中山大學公共事務管理研究所。
- Wang Mingsheng. (2007). *Gonggong luntan jiangou yu tuidong—yi gaoxiongshangshi hezuo weil*. Guokehui zhuantu yanjiu jihua (NSC96-2414-H-110-011). Taiwan zhongshan daxue gonggong shiwu guanli yanjiusuo.
- 吳明清(1998)。《教育研究——基本觀念與方法分析》。台北：五南。
- Wu Mingqing. (1998). *Jiaoyu yanjiu—jiben gainian yu fangfa fenxi*. Taibei: Wunan.
- 吳重禮、許玉芬(2005年7月)。〈經濟發展 vs 環境保護：台灣地區民眾「後物質主義價值」的實證分析〉，「台灣與越南行政改革國際學術研討會」論文，台北。
- Wu Zhongli & Xu Yufen. (2005, July). *Jingji fazhan vs huanjing baohu: Taiwan diqu minzhong “houwuzhizhuyi jiazhi” de shizheng fenxi*, “taiwan yu yuenan xingzheng gaige guoji xueshu yantaohui” lunwen, taibei.
- 胡敏琪(2002年4月)。〈「網路公共領域」的理性迷思——從「璩美鳳事件」觀察〉，「2002網路與社會研討會」論文，台北。
- Hu Minqi. (2002, April). “wanglu gonggong lingyu” de lixing misi—cong “Qu Meifeng shijian” guancha, “2002 wanglu yu shehui yantaohui” lunwen, taibei.
- 馬宗軍、商軍(2005)。〈哈貝瑪斯公共領域的發生〉。《山東大學學報》(哲社版)，第3期，頁11-23。
- Ma Zongjun & Shang jun. (2005). *Habei masi gonggong lingyu de fasheng. Shandong daxue xuebao (zheshe ban), No. 3, pp. 11-23.*
- 陳世敏、陳義彥(1992)。《七十八年選舉的報紙新聞與廣告內容分析》。台北：業強。
- Chen Shimin & Chen Yihan. (1992). *Qishiba nian xuanju de baozhi xinwen yu guanggao neirong fenxi*. Taibei: Yeqiang.
- 陳昭如(1994)。《地下電台：台灣新傳播文化的震撼與迷思》。台北：日臻。
- Chen Shaoru. (1994). *Dixia diantai: Taiwan xinchuanbo wenhua de zhenhan yu fansi*. Taibei: rizhen.
- 陳美華(1994)。《地下電台之研究：成因與問題探討》。台灣政治大學新聞研究所碩士論文。

- Chen Meihua. (1994). *Dixia diantai zhi yanjiu: chengyin yu wenti tantao*. Taiwan Zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 陳清河(2004a)。〈還原媒體的時代形貌——台灣地下電台運動史流變的再論述〉。《台灣民主季刊》，第1卷，第3期，頁165-201。
- Chen Qinghe. (2004a). *Huanyuan meiti de shidai xingmao—taiwan dixia diantai yundongshi liubian de zailunshu*. *Taiwan minzhu jikan*, No. 1(3), pp. 165-201.
- 陳清河(2004b)。《台灣地下電台角色的變遷(1991-2004)》。台灣世新大學傳播研究所博士論文。
- Chen Qinghe. (2004b). *Taiwan dixia diantai jueise de bianqian (1991-2004)*. Taiwan shixin daxue chuanbo yanjiusuo boshi lunwen.
- 陳欽春(2007年8月)。〈把社會帶回公共生活：公民社會的觀點〉，「公部門與公民社會發展學術研討會」論文，台北。
- Chen Qinchun. (2007, August). *Ba shehui daihui gonggong shenghuo: gongming shehui de guandian*, “Gongbumen yu gongming shehui fazhan xueshu yantaohui” lunwen, taibei.
- 陳建寧(2007)。《台灣公民文化之研究：以北、高兩市公民價值觀、道德認知與社會資本為例》。台灣中山大學公共事務管理研究所博士論文。
- Chen Jianing. (2007). *Taiwan gongming wenhua zhi yanjiu: yi bei, gao liangshi gongming jiazhi guan, daode renzhi yu shehui ziben weili*. Taiwan zhongshan daxue gonggong shiwu guanli yanjiusuo boshi lunwen.
- 許安琪(2005)。〈置入？植入？製入？智入？從多元面向觀點檢視置入性行銷〉。《中華傳播學刊》，第8期，頁161-178。
- Xu Anxi. (2005). *Zhiru? Zhiru? Zhiru? Zhiru? Cong duoyuanmianxiang guandian jianzhi zhiruxing xingxiao*. *Zhonghua chuanbo xuekan*, No. 8, pp. 161-178.
- 張錦華(1997a)。《公共領域、多文化主義與傳播研究》。台北：正中。
- Zhang Jinhua. (1997a). *Gonggong lingyu, duowenhua zhuyi yu chuanbo yanjiu*. Taipei: Zhengzhong.
- 張錦華(1997b)。〈多元文化主義與我國廣播政策：以台灣原住民與客家族群為例〉。《廣播與電視》，第3卷，第1期，頁1-23。
- Zhang Jinhua. (1997b). *Duoyuan wenhua zhuyi yu woguo guangbo zhengce: yi Taiwan yuanzhuming yu kejiazuqun weili*. *Guangbo yu dianzhi*, No. 3(1), pp. 1-23.
- 黃瑞祺(1996)。《批判社會學——批判理論與現代社會學》。台北：三民。
- Huang Ruiqi. (1996). *Pipan shehuixue—pipan lilun yu xiandai shehuixue*. Taipei: sanmin.



- 湯志傑(2004)。〈藉公共領域建立自主性(上)：對西方公/私區分語意集結構之探討〉。《政治與社會評論》，第10期，頁121-184。
- Tang Zhijie. (2004). Ji gonggong lingyu jianli zizhuxing (shang): dui xifang gong/si qufen yuyiji jiegou zhi tantao. *Zhengzhi ji shehui pinglun, No. 10*, pp. 121-184.
- 葉至誠(2001)。《社會學概論》。台北：揚智。
- Ye Zhicheng. (2001). *Shehuixue gailun*. Taipei: yangzhi.
- 楊惠鈞(2002)。《網路公共論壇之研究——以教育改革議題為例》。台灣中山大學傳播研究所碩士論文。
- Yang Huijun. (2002). *Wanglu gonggong luntan zhi yanjiu—yi jiaoyu gaige yiti weili*. Taiwan zhongshan chuanbo yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 董秉彰(2002)。《台灣南部中產階級公民文化之研究》。台灣中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- Dong Bingzhang. (2002). *Taiwan nanbu zhongchan jieji gongming wenhua zhi yanjiu*. Taiwan zhongshan daxue gonggong shiwu guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 趙怡、陳嘉彰(2004)。〈地下電台合法化必須配套作為〉。《國政分析》，取自 <http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/093/EC-B-093-040.htm>。
- Zhao yi & Chen Jiazhang. (2004). *Dixia diantai hefahua bixu peitao zuowei. Guozheng fenxi*, Retrieved from <http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/093/EC-B-093-040.htm>.
- 劉幼琍(1994)。《傳播科技衝擊下的傳播法規與傳播管理機構》。國科會專題研究計劃(NSC-82-0301-H-004-051)。台北：政大廣電系。
- Liu Youli. (1994). *Chuanbo keji chongji xia de chuanbo fagui yu chuanbo guanli jigou*. Guokehui zhuanli yanjiu jihua (NSC-82-0301-H-004-051). Taipei: zhengzhi daxue guangdianxi.
- 劉蕙苓(2005)。〈新聞「置入性行銷」的危機：一個探索媒體「公共利益」的觀點〉。《中華傳播學刊》，第8期，頁179-207。
- Liu Huiling. (2005). *Xinwen "zhiruxing xingxiao" de weiji: yige tansuo meiti "gonggong liyi" de guandian. Zhonghua chuanbo xuekan, No. 8*, pp. 179-207.
- 蔡慶同(1995)。《當運匠聽到地下電台：論地下電台與社會運動之關係》。台灣大學社會學研究所碩士論文。
- Cai Qingtong. (1995). *Dang yunjiang tingdao dixia diantai: lun dixia diantai yu shehui yundong zhi guanxi*. Taiwan daxue shehuixue yanjiusuo shuoshi lunwen.

- 諸葛俊、黃于恬、汪明生(2010)。〈高高屏派系政治影響永續發展之社會認知分析〉。《選舉評論》，第9期，頁1-26。
- Zhu Gejun, Huang Yutian & Wang Mingsheng. (2010). Gaogaopingpaixi zhengzhi yingxiang yongxi fazhan zhi shehui renzhi fenxi. *Xuanju pinglun*, No. 9, pp. 1-26.
- 蘇鑰機、李月蓮(2001)。〈新聞網站、公共空間與民主社會〉。《二十一世紀雙月刊》，第63期，頁28-35。
- Su Yaoji & Li Yuelian. (2001). Xinwen luntan, gonggong kongjian yu mingzhu shehui. *Ershiyi shiji shuangyuekan*, No. 63, pp. 28-35.
- 《聯合晚報》(2008年4月17日)。〈隔空藥命！你聽廣播買藥吃？〉，第A5版。
- Lianhe wanbao. (2008, April 17). Gekongmaming! Ni tingguangbo maiyao chi? p. A5.
- 《聯合報》(2007年12月9日)。〈洗腎率我冠全球 南市最高〉，第A8版。取自 <http://www.moneyq.org/forum/index.php?showtopic=15263>。
- Lianhe bao. (2007, December 9). Xi shenlv wo guan quanqiu nanshi zuigao, p. A8. Retrieved from <http://www.moneyq.org/forum/index.php?showtopic=15263>.
- Baker, C. E. (2008)。《傳媒、市場與民主》(馮建三譯)。台北：巨流。
- Baker, C. E. (2008). Chuanmei shichang yu minzhu. (Translated by Feng Jiansan.) Taipei: Juliu. (Original book: Baker, C. E. [2002]. Media, market, and democracy. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press.)
- Bryant, J. 著(2009)。《媒介效果理論與研究前沿》(石義彬、彭彪譯)。北京：華夏。(原書)
- Bryant, J. (2009). Meijie xiaoguo lilun yu yanjiu qianyan. (Translated by Shi Yibin.) Beijing: Huaxia. (Original book: Bryant, J., Zillmann, D. [2002]. Media effects: advances in theory and research. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.)
- Habermas, J. 著(2002)。《公共領域的結構轉型》(曹衛東、王曉珏、劉北城、宋偉杰譯)。台北：聯經。
- Habermas, J. (2002). Gonggong linyu de jiegou zhuanxing. (Translated by Cao Weidong.) (Original book: Habermas, J. [1989]. The structure transformation of the public sphere. Cambridge, MA: The MIT Press.)
- Martin B. & George G. 著(2008)。《質性資料分析——文本、影像與聲音》(羅世宏、蔡欣怡、薛丹琦等譯)。台北：五南。
- Martin B. & George G. (2008). Zhixing ziliao fenxi—Wenben, yingxiang yu shengyin. (Translated by Luo shihong, Cai Xinyi, Xue Danqi et al.) Taipei:

- Wunan. (Original book: Martin B. & George G. [2000]. *Qualitative researching with text, image and sound a practical handbook*. London: Sage.)
- McQuail, D. 著 (2003)。《特新大眾傳播理論》(陳芸芸、劉慧雯譯)。台北：韋伯文化。
- McQuail, D. (2003). *Texin dazhong chuanbo lilun*. (Translated by Chen Yunyun, Liu Huiwen) Taipei: Weibo Wenhua. (Original book: McQuail, D.[2000]. *Mass communication theory*. London: Sage.)
- Stone, D. (2009)。《政策悖論：政治決策中的藝術》(顧建光譯)。北京：中國人民大學。
- Stone, D. (2009). *Zhengce Beilun: zhengzhi juece zhongde yishu*. (Translated by Gu Jianguang.) Beijing: Zhongguo renmin University. (Original book: Stone, D. [2001]. *Policy paradox: the art of political decision making*. New York, NY: W. W. Norton & Company.)

#### 英文部分 (English Section)

- Anderson, H. N. (1991). *Information integration theory, volume 2: social*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Head, S. W. (1985). *World broadcasting system a comparative analysis*. CA: Wadsworth Ins.
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ke, S. (2000). The emergence, transformation, and disintegration of alternative radio in Taiwan: from underground radio to community radio. *Journal of Communication Inquiry*, 24(4), 412–429.
- Leibniz, G. W. (1981). *New essays on human understanding*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: let the citizen beware?* Newbury Park, CA: Sage.
- Rubin, A.M., Perse E.M., & Powell R.A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 14, 246–248.
- Saegret, J. (1987). Why marketing should quit giving subliminal advertising the benefit of the doubt. *Psychology and Marketing*, 4(2), 107–120.
- Vaidya, S. G., Naik, U. D., & Vaidya, J. S. (1996). Effects of sports sponsorship by tobacco companies on children's experimentation with tobacco. *British Medical Journal*, 8, 313–400.

## 本文引用格式

諸葛俊、黃于恬、汪明生(2012)。〈地下電台傳播行為對台灣高雄地區公民社會影響之研究〉。《傳播與社會學刊》，第20期，頁115-150。