

## 【摘要】

隨著台灣政經環境的逐漸民主與多元化，其與世界接觸的機會日增，更進一步將台灣納入全球競爭體系中。屬於現代文化產業範疇之一的「傳播媒體」，扮演資訊傳遞的重要角色，不僅主控都市政治、經濟、社會文化管理功能之發展，位居都市資訊、知識互動的核心地位，更有助於提昇都市在全球競爭體系中之優勢。其次，由台灣媒體的發展現況觀之，可以發現大多數媒體集中於台北市，更凸顯都市發展與媒體間必存在某種程度的關聯。另外，台灣媒體在華語市場具有相當之發展優勢，但相關研究對於媒體與都市發展、空間規劃乃至於產業空間發展策略與政策等課題卻極少加以討論。

爰此，本研究立基於媒體產業對都市管理功能提昇的重要性，由產業與空間發展角度切入，深入探討媒體與都市發展之互動關係，並針對台北市媒體產業之空間發展現況，分析其集中分布的因素與屬性。另外，根據台灣媒體的發展優勢，提出產業的空間發展策略，以達到提昇台灣或台北市全球競爭力的目標。

本研究主要以相關統計資料與深度訪談之方法進行分析。首先就台灣主要都市管理功能位階進行評比，並發現台北市由於管理位階高，提供媒體良好發展環境，使產業「中心化」集中於此。然由於都市位階、資訊性質的不同，會發展不同的媒體，形成「階層化」的空間發展現象。若以台北市媒體產業的空間分布為例，可發現由於聚集經濟的考量，以及都市環境、產業網絡互動及社群關係等非經濟因素之影響，造成媒體在空間上的集中與著床現象。最後，針對台灣媒體在華語市場的競爭優勢，將上述研究結果落實於空間規劃層面，提出媒體產業的空間發展策略，並探討政府所扮演的角色。

最後本研究可得到下列結論：一、媒體產業為都市政治、經濟、社會文化功能發展過程中之關鍵角色，產生密切互動循環關係，促使產業「中心化」集中於具有管控功能樞紐地位的都市。二、然由於都市位階以及所產生的資訊性質不同，會於其他都市發展不同的媒體類型，而形成「階層化」的現象。三、媒體產業除受到全球都市資訊匯聚的影響，以及媒體與都市發展之互動關係影響外，係因成本與利潤考量的經濟因素，及產業網絡互動、社群關係等非經濟因素之牽引，造成空間集中發展之現象。四、整合前述概念，以「分散化的集中」發展策略落實於空間規劃層面，將台灣媒體產業視為整體運作體系，並以專業化空間分工觀點，除強調台北市所扮演的主控角色，賦予其他都市不同的支援性功能。而政府則可藉由基礎設施與相關獎勵制度之建構，有效提昇台灣全球資訊節點地位與競爭力。

**關鍵詞：**媒體產業、都市管理功能、中心化、階層化、資訊與知識