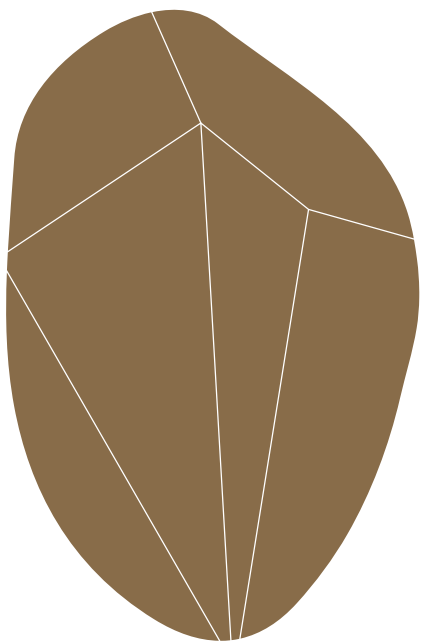


播種



公視 20

PUBLIC TELEVISION SERVICE
20th ANNIVERSARY

目
錄
CONTENTS

- 001 序文 1 向過往致敬 向未來邁進 公視基金會董事長 陳郁秀
- 009 序文 2 擴大規模 勇作標竿——賀公共電視開播二十週年 公視第一、二屆董事長 吳豐山
- 014 第 1 章 台灣公視 筆路藍縷 破繭而出 王菲菲
- 046 第 2 章 一臂之遙——公視與政治 何國華
- 102 第 3 章 公視堅持專業，向全民負責 陳慶立
- 126 第 4 章 逆境中成長蛻變・數位烽火照亮匯流之路——公視新科技 程宗明
- 174 第 5 章 創新內容 孕育人才——公視內容產製 李懿芳・楊靜嫻
- 250 第 6 章 公視新聞的蛻變 侯惠芳
- 274 第 7 章 公視不只是一家電視台——公視的延伸服務 陳慶立
- 306 第 8 章 深耕研發 小規模 大責任——研發・岩花 孫青
- 330 第 9 章 天涯若比鄰——公視與世界 李懿芳・楊靜嫻
- 352 第 10 章 勇氣與承擔——公視未來與前瞻 徐青雲



序

P R E F A C E

向過往致敬 向未來邁進



公視基金會董事長

2018年7月1日公視20歲。公視基金會特別出這本專書，希望所有與公視有過緣分的人，都能記得過往也展望將來。

曾經有同仁告訴我過一些歷史的小滄桑。1996年公視法還膠著在立法院中，公視籌委會員工逐步遷入東湖尚未完工的新樓。四處雖然不致於用荒煙蔓草形容，但人蹤罕至。搭乘計程車去公視康寧路地址時，許多司機都不知道什麼地方有公視？在東湖什麼地方？最常被問的是：公共電視？什麼東西啊……？

1998年公視基金會準備開播，希望到坊間招募有電視經驗的技術人員時，不少被邀請的朋友憂心忡忡地反問：公視撐得了幾年？改日政府又想關了公視怎麼辦？他們在各層考慮下婉拒到公視服務的邀請。

今天公視20歲。我敢說這些疑懼大多已經變成考古事蹟。

20年後，公視三棟大樓成為東湖的地標，是房地產廣告中優質的文化含量高的芳隣。計程車在公視設站排班，運匠不但知道地址，還經常會暢談對公視新聞及節目的種種想法。公視人事單位總是收到大量的應徵信件，許多年輕人熱情地希望投身公共媒體一展長才。

曾幾何時，康寧路巷內公視牆上懸著馬友友抱著名琴，低眉淺笑的大幅掛布、隨後換上李遠哲、黃春明、林懷民、孫翠鳳等公視代言人的照片，在新矗立的大樓遮擋了行車人視野之後，夜晚公共電視的發光字樣又成為新指標。公視修築了鄰近的53廣場，成為附近居民學生散步休息的角落，沿著三棟大樓種植的青楓路樹已然成蔭。

公視經常有團體前來參觀。造訪的客人來自台灣各城鎮，海外各國家、不同族群，對公視友善或是好奇的朋友由3歲到90歲不等。有時我在公視門口靜靜駐足，訪客的歡笑聲音傳到耳中，會有一種莫名的感動。一顆瘦弱的媒體種子，要播下多久才會有今天小小的綠意？是什麼原因讓公視在紛亂的大環境中默默地站起來？是甚麼由衷的執著與愛點亮了數百位員工眼中的火光？是什麼力量蘊育了一個電視台，在快速變遷的生態中找到自我的立基？

公視人20年來告訴所有的民眾，這個電視台有多少特別的、好看的節目？推動什麼不太一樣意念？為什麼要有公共媒體？如果少了公視，社會和公民

會有什麼損失？希望這本專書的頁面中，有許多故事要說之餘，可以讓大家在再想一下答案。

我個人除了五年以來擔任公視董事，董事長職位之外，在文建會時期已經和公視合製有質感與歷史意義的大戲。更早在法國學音樂的歲月，歐洲公視的興盛勃發，已然印記在心。所以我知道，公視成長所倚賴的就是受公眾託付，服務公眾的公共精神。

這是為什麼公視之所以成為公視，但是絕對是知易行難的理念。

翻閱這本書，20 年的故事甚至上溯到 1980 年代公視概念的萌發，令人感觸良多。我們邀請公視研發部的同仁、仍然在職或已經離開的朋友逐章撰寫及接受訪談，一起回顧打拼的路程。往事並不如煙啊！他們有些曾是主管，有些是企劃、編劇、導演、製作人，所有人的心一直和公視在一起。我尤其要感謝吳豐山先生欣然允諾寫下的一段文字，為本書增光極大。吳先生是公視開台的董事長，在第一屆和第二屆董事會期間，為公視樹立了穩定的基礎和正向的企業文化，至今仍是同仁感念的長者。他的殷殷勉勵與提醒，我們會牢記在心。

這本專書取名為《播種》，總共分成十個章節。公視的開台歷史對年輕員工可能極為遙遠，因為他們孩提時代，水果奶奶已經每天在下午五點半帶著兩根可愛的香蕉又唱又跳。由這個歷史記敘之中，我們方知所謂筆路藍縷就是如此。開一個台，有這麼多的磨難和阻擋，公視的理念原來對台灣的產官學界如此陌生。所幸，仍有外界朋友和籌備同仁的百折不撓，1998 年在外界普遍不看好的氣氛中，台灣終於有了繼日本 NHK 之後亞洲第二個公共媒體，是華語地區第一個可以放膽說真話、挺直腰桿拒不為政治服務的頻道。

在第二篇公視與政治章節中，撰述者不厭其煩引述英、美、日、韓的案例，用以對照台灣公視開台以來與政治力量有形甚至無形的拉扯。放眼望去全世界沒有一個執政黨不覬覦媒體力量，也都不會喜歡一個常大聲唱反調挖真相的烏鴉。但是公共媒體基本理念是不向政黨及商業力量屈服，乃以公眾為服務對象。他國的公視爭取獨立自主，是很驚悚但極好的借鏡。章節中，描述創建過程波折，開宗明義要和黨、政、國會爭一個存活的空間。未來的政治風險依然存在，台灣希冀維持一個被民眾信賴與尊重的公共媒體，要靠員工及全民一起把關維繫。

公視對全民負責，其行為就必須自律。公視各種製播準則、公約、贊助辦法以及大規模的問責制度，就是先反求諸己。難能可貴得是，各項自律均源自員工，由下而上形成，方能內化後呼應在日常的每一個事件，才有實質的自律意義。第三章臚列各種準則及公共價值評量肇始的過程。

公視在科技上的發展之路雖然顛簸但貢獻不容小覷，工程和製作部門是支撐播出節目的幕後英雄。公視以節目品質為榮，就必須有優秀的製作團隊和默默奉獻的傑出工程人員。本章節讓我們知道，公視在整體台灣傳播工程規格制訂和數位發展上舉足輕重，而且讓工程表現可以走上國際論壇，在未來的技術服務上更可期待。由於本書沒有特別區分出的製作部章節，但我們仍要向所有製作部同仁 包括導播、燈光、成音、音效、攝影、美術、剪輯及副控工程人員說一聲謝謝，你們日以繼夜付出體力和智慧，用藝術的才華及精進的技術，使節目斐然有成，不負國人的期待。

公視的節目和新聞是公眾看得到成績的總和。全世界電視台有無數的節目和新聞，都是工作人員製作出來的。但不同的預算規模、不同的心態與努力程度，可以使節目及新聞展現出不同的溫度，繼而衍生出不同程度的影響

和社會衝擊，許多改革因此而生、正義因此而出。公視以包括即時新聞、深度報導在內的各種節目面對觀眾、尋求認同、記錄事件、薪傳文化、牽引藝術、針砭國是、遂行公民素養的涵育，在電視台內使用的預算最大，但也最容易受公共媒體制度缺失的束縛。如今檢視這些節目製播的初衷及所代表的意義，真心期望未來優質節目和公正新聞得以存續，如活泉般不斷開發及湧現。當新聞部的章節提到：「經過 20 年的淬鍊，公視新聞雖然起步的稍晚，但也不影響向前邁進的腳步。如今自媒體發達，八卦、假新聞滿天飛。但公共媒體一本初衷，謹守新聞報導最基本的原則：公正、客觀、平衡。求證、求證、再求證。」我的欣慰不可言喻。

公視同仁常自我期許：公視不只是一家電視台。節目與新聞固然是電視台的產品，但是公共服務所代表的意義，正是公共媒體跳脫、彰顯其重要性的基底。其他商業台有公關部門，也有業務部門，但是公視的「公共服務暨行銷部」卻在做許多不一樣的工作。公共服務項目中教育服務至為重要，因為公共媒體有延伸學習、彌補教育機會不均的責任。公視要生存必須執行部分營利行為，但負責銷售版權及企業募款的同仁恪守的原則是不違背公共理念本質，真的很難但使命必達。公視的宣傳不只著重明星光環和聳動內容，還富含理念的闡揚。本章節記錄了同仁一年 365 天城鄉的步履，以及以客為尊以民為本的態度。的確，公視不只是一家電視台，一如早年倡議公共理念時，文化前輩張繼高先生說的：「沒有老師的大學，沒有牧師的教會，不打手心的幼稚園，代表藝術、可以解讀美感與智慧的社團。」

公視研究發展成果尤令我驕傲。研發部人少事多，但自開台以來未曾一日懈怠，研發同仁負責的文獻平台及年度國際會議備受重視，他們為公視在業內建立起卓越的研發聲譽。公視的研發努力過程比成果更值得書寫，因為他們證明了傳播不只是一種技術，也是一份學問。傳播的力量無遠弗界，不

因載具與形式變化而有減弱之勢。傳播是心理、教育、社會、政治等學門的整合，唯有釐清所有傳播行為背後的論點，媒體、公共媒體尤甚才能有堅實的再出發再轉型基礎。公視的研發工作再次證明公視不只是一家電視台，因為藉由研發的果實使公視明確揭櫫了更多理想及不可迴避的社會責任，吸納日新學術的辯證，用深入淺出的文獻、用公允坦誠的建言與立論鞏固公共媒體的存在價值。

公視不該只在台灣蕞爾小島發光發熱。世界各國公視都負有向國際介紹本國文化的責任。公視的國際工作逐年擴增，卓然有成，不論是參與國際會議、舉辦國際影展、或是國際合製節目，都是需要資源與人才的艱困業務。公視由國際小組發展到國際部，包括了宏觀頻道的海外節目新聞製播，憑藉的是同仁的努力加上各部門的合作支援，方有令公視引以為傲的 LOCAL INPUT, GLOBAL OUTPUT。第九章節說明為甚麼公視要與國際接軌，也期待公視在未來的 20 年在國際上繼續揚眉吐氣。

此外我必須一提的是，會內還有未必在第一線衝鋒陷陣，安靜支撐後勤處理繁複業務的同仁，行政部的人事、法務、財會和總務、董監事會及秘書室員工就是如此。如果公視 20 年小有成績，他們每一位都是辛勞的播種者，缺一不可。公視團隊之可貴就在於此，每個人每個職位都是互相依存的。

最後，公視的未來是什麼？前面的路是崎嶇是平穩？卓越的媒體管理建築在主管與員工相互的信任夠嗎？所謂的專業是甚麼？媒體的角色是甚麼？民眾的期望是甚麼？能為社會國家樹立起甚麼樣的典範？當傳統製播電視觀念已經幾乎全面被顛覆時，所謂新媒體的「新」是甚麼？何以轉型而不失公平服務公眾的初衷？未來 20 年新媒體部門務必要結合基金會各部門的力量，一起在時代與科技的洪流站穩腳步，新媒體的任重道遠無庸贅言。沒有

一種經營模式是長久不變的，沒有一種競爭力是永遠居不敗之地的，過往經驗和積累隨時可能被顛覆。公視處在一個被任意洗牌的社會，不可妄想追求安穩。這也是為什麼要有這份專書歷史的註記。因為由這些述說我們知道要生存不易，要生存的有尊嚴更費心力。

每當論及預算和外界資源時，不免提到過往 20 年我們在經營世界最窮的公共媒體。但我反向思考也可以自豪地說，種子播下後擁有同仁對公共利益的尊敬和努力、公共服務信念的堅持、誠摯而善良的看待對所有生命，我們何嘗不是一個最富有的媒體。

所有文字可以寧靜不帶情緒的記錄，但 20 年中幾番驚心動魄的轉折卻難以忘懷。此刻向過往 20 年的汗水淚水致敬。播種的辛勞和歡愉點滴心頭，也向未來的 20 年邁出步伐。

序

P R E F A C E

擴大規模 勇作標竿 ——賀公共電視開播二十週年



公視第一、二屆董事長

真的是光陰似箭、歲月如梭！

公共電視開播二十週年，要製作開播二十週年紀念專冊，電囑擔任第一、二屆董事長的本人寫一短文，我因為認定這是應該做的「售後服務」，所以欣然應允。

我國公共電視是在民國六十年代末期，由當時的行政院長孫運璿先生拍板籌建。籌建理由是「補商業電視之不足，以推進國家社會進步。」

電視是了不起的科技發明，由於深入家庭，傳播效能巨大，所以有些國家在電視出現伊始，除官營、民營之外，選擇了公共經營體制，如英國、日本。

做為資本主義國家的美國，電視事業概歸民營。日久，弊端叢生，有識之士於是倡議廣設社區公共電視，以補商業電視之不足；我國傳播學者和部分有識之士向政府遊說學步美國，先在當年的台視、中視、華視即所謂「老三台」，聯合播出一週幾小時的公視節目。孫運璿院長上任後，認為為德不卒，便決定籌建公共電視台。

我國籌建公共電視台一波三折，從作成決策到內湖公共電視台三棟大樓、八個攝影棚建成，前後花了十八年時間。

建台伊始，孫院長規劃的規模是每年編列六十億經費。六十億比諸英國 BBC 的二千億和日本 NHK 的一千九百億，都是小巫見大巫。未料，民國八十六年立法院在制定「公共電視法」的時候，竟在條文中明定每年經費只有十二億，而且還「應逐年遞減百分之十」，直到剩下六億為止。

何以六十億大幅縮水為十二億？沒有人知道理由；至於「應逐年遞減」，說是公共電視台應該努力「自籌」。

本人就是在這種情況下，於民國八十七年初被諸董事推選為首任董事長，並於同年七月一日開播。

本人上任伊始即把「公共電視法」上的「遞減條款」公開稱為「植物人條款」，並且決心一俟公共電視做出初步口碑，立刻推動修法。其後費了九牛二虎之

力，才終於說服各黨派立委，在民國九十年修廢「遞減條款」，把每年經費阻擋在九億這個數目，不再遞減。

立法院說公共電視台應可自籌部份經費，事實上電視台的人手配置是一個蘿蔔一個坑，一年五億的人事費用無法再少，所以賣力自籌勢所必然。好在同仁努力，每年自籌成績都頗有可觀；有好幾年，自籌所得都達六、七億之譜。

最近幾年，社會上不少人主張把中央通訊社、中央廣播電台融入「公共廣電集團」。事實上我們現在還有公共性質的原住民電視台、客家電視台和服務海外僑胞的宏觀頻道。

本人贊成擴大規模，以節用後勤服務經費，並利交叉使用資源；更重要的是，討論擴大規模可以讓立法院重新考慮如何讓台灣的公共電視能有像個現代國家應該有的規模。

台灣傳播媒體的種類比諸其他國家，一樣也不少；台灣傳播媒體的數量，更居世界之冠；至若台灣傳播自由之濫用，則已日趨下流到不堪聞問的地步。

如所週知，自由以不妨害他人的自由為原則；傳播自由不包括指鹿為馬、捕風捉影、污蔑詆毀的自由。

可是放眼台灣媒體，不論電子媒體或紙本媒體，大都各擁立場，便就每日以其特殊意識形態是其所是、非其所非，而不嚴謹講求公是公非。

以紙本媒體而論，其新聞之取捨和評論之撰寫，常見嚴重偏頗，並極盡渲染或污蔑之能事。

以電視媒體而言，晚間的談話性政論節目，同一議題，各台論調南轅北轍。有時候針對同一議題所做電話立即反應數字，甲台呈現贊成反對九比一，乙台呈現贊成反對一比九；此時節目主持人洋洋得意，有識之士卻啼笑皆非。此外，怪力亂神、誨淫誨盜節目佔了很大比例，也令人難以苟同。

傳播自由之精義在於經由事實真相之告知，形成輿論，促進國家社會進步；可是當下台灣有些商營媒體做的卻是不斷割裂國家、敗壞社會的工作。

公共電視的基本守則有二：一是超黨派，二是高品質。

本人殷盼公共電視所有工作人員，都能不妄自菲薄，以勇作台灣媒體標竿為職志。

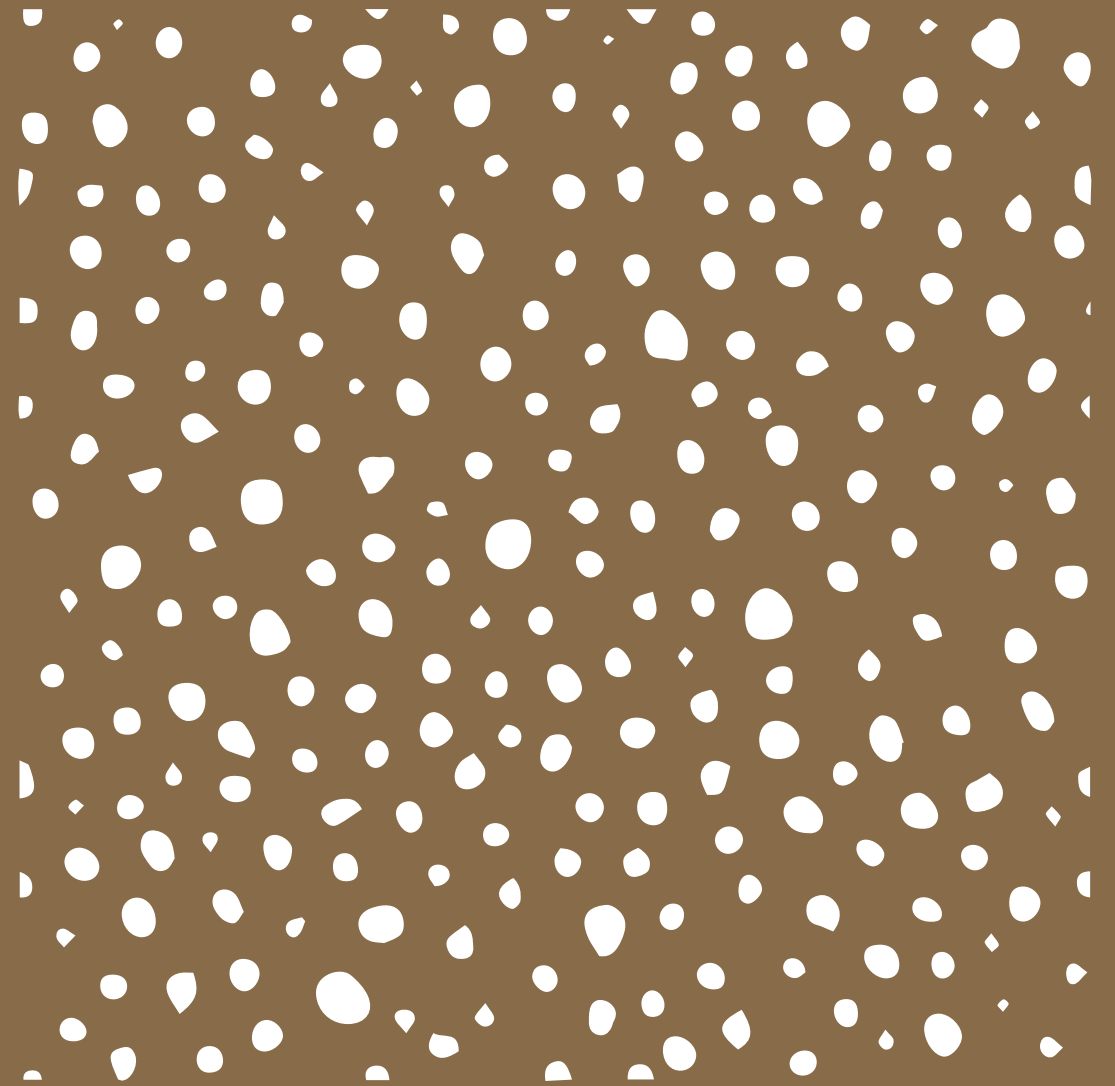
平實以論，一個國家有無公共傳播體系，是一個國家進步程度的客觀尺量；台灣有公共電視當然是值得驕傲的事體。

可是，本人在公共電視服務期間，很驚訝地發現，在行政和立法部門，對公共廣電有深入瞭解的人，少之又少。

後來到監察院服務，在調查案件約詢官員時，更驚訝地發覺連身為新聞局長的人，對公共電視的屬性，竟然一問三不知。

本文以「擴大規模、勇作標竿」為題。本人誠摯建議公共電視同仁，在「擴大規模」一事上，耐心地選擇各黨派一、二優質立委和行政部門一、二權責官員，讓他們充分瞭解公共廣電體系之重要和協助辦法。

至於「勇作標竿」一事，經由二十年來大家努力，已有初步成績，衷心期待同仁在陳董事長領導下孜孜矻矻，鍥而不捨，不達目的，絕不干休。



第 1 章

台灣公視 筭路藍縷 破繭而出

開播屆滿二十年，「公共電視」走入台灣民眾生活日常。回首來時路，「公共電視」經歷了定義再定義的過程，實務運作上亦走過山水。

本章回顧「公共電視」在台灣初現至今的歷程。由「公共電視」一辭在台灣 1960 年代初現，進入 1980 年代初步想像，1980 年代中期以「公視節目」代表公視，1987 年起籌設公共電視台，1990 年代奮力爭取公共電視法立法，1997 年公共電視法終於過關，1998 年公視開播元年，2001 年修正公視法的「植物人條款」，2006 年「公廣集團」出現。台灣公視迄今仍在理想試煉的過程中。

「公共電視」辭彙初現

台灣的無線電視以商業為營運體質。第一家電視台是在 1962 年由當時教育部創立的教育電視台，2 月正式開播；商業體質的台視於同年 4 月開籌備會，10 月 10 日正式開播。1968 年中視開播，1972 年華視開播。三家無線電視台皆由黨政軍投資，又以商業方式營運。

1968 年，教育部首度著手研擬廣播電視法草案，起草小組召集人為政大新聞所教授李瞻。李瞻版本的電視制度參考日本 NHK、英國 BBC 及德國 ARD，也希望建立我國的「公共電視」制度，但此議未獲行政院納入草案版本。

自 1960 年代末及 1970 年代，李瞻持續主張其「公共電視」制度。個人回憶錄中述及，1973 年曾於中華民國電視學會公開座談中倡議公視制度，意見曾上達當時行政院長蔣經國，獲批示「由新聞局長錢復研究具體辦理」。其後電視學會改組，李瞻建議功敗垂成。

李瞻主張的「公共電視」是對於商業電視制度的回應，但這個「公共」幾乎等同於「政府」與「國家」。較為完整的主張可見於 1978 年行政院研究發展考核委員會委託主持研究的《我國電視系統與政策之探討》。建議首要重點為：「先設立政府聯營電視公司，以後再逐步將政府聯營電視公司改組為國家公共電視公司。」

李瞻在陳述研究成果時，亦援引當時黨國大老陳立夫對商業廣告之不良影響的警告，以及蔣經國總統言：「電視所獲之利潤，是以犧牲國家利益與民眾利益為代價，此一作風亟須加以矯正。」此種對於媒體商業廣告的憂心，持續見於我國公視的源起與制度濫觴階段。



1997年爭取立法院通過《公共電視法》，孫運璿資政在關鍵時刻公開表示支持。其後孫資政來訪公共電視，於B棟大門口留影。

「公共電視」初步想像

1980年2月6日，當時的行政院長孫運璿提出建立公共電視台的主張。在木柵舉行的中小學教師自強愛國座談會上，孫運璿院長表示，他個人認為「應在目前三家電視台之外，再成立一家公視台，負責製作沒有廣告的社會教育節目，以配合國家政策以及教育需要。」這是我國政府高階官員首度公開透露政府創建公視的政策構想。

1982年3月8日，孫運璿院長正式宣布政府辦理公視的決定。這個公視的雛形是：

1. 由軍方撥四個 UHF 頻道，組成全省的發射系統，這個超高頻電視台，專用於播放公視和教學節目。
2. 這座 UHF 電視台，預定將來以晨間半小時，晚上七時至九時（每天共兩小時半）為公視時間。其他時段，為空中教學節目之用。
3. 因 UHF 只有裝有 UHF 調頻器的電視才能收看，行政院於是規定，台視、中視、華視三台，每天日間撥出半小時，晚間九至十時，劃為專門用來播出公視節目之用。
4. UHF 發射系統及部份教學節目的製作設備，行政院撥款 4 億 5 千 8 百 44 萬元，用為工程費用，預計 1983 年後，可以竣工。
5. 公視所需要的節目——一天 7 小時，一星期 49 小時，一年約 2600 小時，責成新聞局「立即成立節目製作機構」，以備未來之用。

對於廣電制度改革，當時有各種意見，例如有將全國商營電視台改為公營、公視建台、收購一家商業台改為公視台等等。孫運璿院長的決定為政府政策定調。

新聞局在 1982 年 5 月召開了第一次有關公視的諮詢座談。達成以下結論：公視節目應強調知識性、教育性、服務性、示範性，以及實驗創作的高水準產品，應顧及社會少數人的需要，使各階層觀眾對電視節目有選擇性，並有平衡商業節目的目的。

1982 年 6 月 15 日，「廣播電視未來發展研究委員會」正式成立並舉行第一次委員會。研究委員共九人：徐佳士（政大文理學院院長）、戚醒波（前新

聞局廣電處處長)、呂學錦(交通部電信研究所副所長)、李瞻(政大新聞研究所所長)、曠湘霞(政大新聞系教授)、史習健(交通部郵電司幫辦)、何怡謀(台視副總經理)、鮑立德(光啟社副社長)、張照堂(名攝影家製作人)。新聞局任命張繼高為顧問,主持此研究委員會,連絡人為新聞局何乃麒專員。

「廣播電視未來發展研究委員會」分四項議題進行研究:

1. 公視在我們的社會中比較適切的定義及意義;
2. 公視中心的編制和預算;
3. 節目的精神和內容;
4. 工程設備的規劃。

六次密集會議後,1983年3月完成「公共電視節目製作中心計劃草案」,工作流程、節目製播、組織、預算等,皆規劃在案,開辦費用及第一年預算估計為6億6千萬元。節目製作方針有五大原則:

1. 建立高尚的風格。
2. 顧及兒童及青少年的特殊需要。
3. 擴大觀眾視野。
4. 重視藝術節目。
5. 經常考慮到觀眾的「需要」,而不是他們的「喜愛」。

經費是亟待解決的議題。1983年7月時先前超高頻電視台工程建置已超過政府當時撥付的4億5千萬元,但節目經費並無著落;政府更難撥出「廣播電視未來發展研究委員會」所規劃的「公共電視節目製作中心計劃草案」6億6千萬元。因此,公視發展回到由新聞局試辦、經費需求較低的較小規模。

1983年10月行政院核定新聞局國內處提出的「第一階段公共電視製播實施計劃」,由新聞局供應公視節目。新聞局國內處當時辦理三台聯播節目,就以既有人員、節目、時段為基礎來辦理公視節目;新聞局督導、不製作,節目發包給三台及製作公司。國內處既有人員臨時編組兼辦公視業務,以10名人員成立「公共電視節目製播執行小組」,並邀各界學者專家成立顧問諮詢委員會,審核監督節目製作。第一年經費預算1億3千萬元,第二年2億元。預計在1984年5月正式播出。

1984年初,為籌備公視節目,新聞局國內處由盧治楚主責已向BBC購置100小時節目,國內業者亦多節目提案。2月時,新聞局由當時局長宋楚瑜出面與三台協商,獲得公視節目播出共識,包括:三台聯播改為兩台聯播,使觀眾多一選擇;每台每週提供五小時為公視節目之用,播出時段用開播前或延長收播時間;公視節目採國內委製或採購國外節目,三台亦配合製作;公視節目不中斷插播廣告,但接受節目前後播出經審核之廣告。4月時,宋楚瑜於立法院內政、外交、教育聯席委員會報告新聞局業務時,亦就公視節目籌備報告,包括:公視節目將於5月20日開播,節目不因政府籌辦而有政令宣導色彩;國內委製的節目經專家學者評鑑通過後才排檔播出;國外購置節目經過縝密流程,譯文亦經名家審校,通過專家學者評鑑後才排檔播出;公視節目已獲許多學術機構支持;最後,攸關我國公視發展的經費問題,應以成立財團法人及設立基金會的方式接受社會捐贈,或向公眾收費。

公視財源是關鍵議題。在此之前,雖有《廣播電視事業發展基金條例》在1983年立法院通過,基金用途亦包括公視節目製作,但是以廣播電視事業營業有盈餘時提撥之方式,難以作為穩定充分的財源。公視財源仍應以穩定的政府捐贈為主。

從「公視小組」到「公共電視節目製播組」

1984年5月20日公視節目正式開播。上午10時30分，第一個公視節目《大家來讀三字經》播出。這個階段，以徵用三台時段播出公視節目，三台合計每週共播出12小時半的公視節目，其中國內委製者7小時半，國外採購者5小時。

公視節目播出後，逐漸獲得好評，亦於每季節目規劃調整進步。1984年下半年，新聞局國內處予國內自製節目加入金鐘獎評選，作為「精神鼓勵」，國外購片不限於英國BBC節目，呈現多元。在此同時，公視原安排時段也有太晚導致收視不佳的情況出現，亦由新聞局出面協調三台調整時段。

1985年2月，新聞局公視製播執行小組獨立作業，執行長由原公視召集人劉侃如擔任，獨立後小組成員為：科長王立信、姚又舜，專任宋穎鶯、許志鼎、陳定邦、兼任余思宙、楊仲範、方乃倫、范敬棠、丘啟楓，以及顧問趙寧。

1985年3月，立委于衡提出三台中擇一為國家電視台，並由政府編列預算，節目內容比較當時的公視節目，後亦提出收取收視費每月150~200元的構想。

1985年公視節目播出屆滿一年，新聞局舉辦茶會，張京育局長期盼各界繼續鼓勵公視，並希望企業界與基金會能將公視視為文化事業來支持。

1985年7月，公視小組遷出新聞局，移至台北市青島東路5號辦公，執行長劉侃如鑑於業務日增，再度甄試洪安台、毛豪寧、孫青、李懿文以新聞局特聘名義到職。

1986年5月20日，公視第一階段製播計劃試播兩年期滿後，行政院再度核定了第二階段的播映計劃。原有的「公視小組」納入「財團法人廣播電視事業發展基金」，名稱調整為「公視節目製播組」，成為當時的廣電基金下五個單位之一。

「公視節目製播組」時期的公視節目，經費主要有二來源，一是行政院編列的預算，1988年度總預算約新台幣1億7千餘萬，另一來源是廣播電視事業發展基金，亦即從全國廣播及電視事業盈餘中提撥一定百分比作為輔導獎勵廣播電視事業發展之用。

當時若是以每個節目15萬元估算製作費，每週播出15小時「公視節目」，如此的經費規模尚能支應。若期待「公視」建台，或對節目內容有更多期待，則此既有的經費來源及規模安排等，必然不足。

此時的公視仍無法脫離「政府電視」的形象，廣電基金的人事與財務仍由新聞局兼管，社會上對於「公視」的精神與內涵，尚未明確認識，相關規章亦欠缺定位。



公視中寮轉播站新建工程動土典禮



公視建築A區新建工程上樑



公視 A 棟建築物空拍外觀



公視 B 棟建築物空拍外觀



公視 C 棟建築物空拍外觀



公視 3 棟建築物空拍外觀

籌設公共電視台

1987年12月，行政院新聞局廣電處曠湘霞及張平主責首次提出「中華民國公共電視設台計劃草案」，陳報行政院審議，並與有關單位多次協商，協調使用頻道與建台土地等問題，至1989年12月確定公共電視建台方案。

1990年，行政院新聞局於民國八十年度預算中編列「籌設公共電視台」項目，並經立法院三讀通過。同年7月，行政院通過同意設立公共電視台，行政院新聞局即展開籌設建台的各項先期作業。

一方面進行立法工作，一方面展開籌設工作，相關程序完備之後方著手成立公視籌委會，推動公視籌建工作。其後為落實公視理念，樹立公視獨立超然形象，避免政府電視台之疑慮，新聞局與文建會等政府官員全數退出公視籌委會籌備委員，另由社會夙有名望，來自大眾傳播、人文社會、藝術文化及其他相關業界專家學者組成公視籌備委員會。在公視依法正式成立之前，行政院新聞局、人事行政局、研考會、審計部與立法院等單位，對於公視籌委會的相關業務依法間監督審核與管考。

1990年8月，眾所矚目期待的公視籌委會委員名單公布。公視籌委會共22位籌備委員，包括主任委員一人陳奇祿（曾任文建會主委）；常務委員八人（政治大學新聞系教授徐佳士、文化大學傳播學院院長王洪鈞、民生報總主筆張繼高、藝術學院副教授林懷民、清大物理系教授沈君山、大法官楊日然、聲樂家申學庸、新聞局長邵玉銘）；委員十三人（中國時報資深主筆楊乃藩、清華大學人文社會學院院長李亦園、中研院近代史所所長張玉法、故宮博物院副院長江兆申、中山大學文學院院長余光中、師大英語系教授楊萬運、中華經濟研究所所長于宗先、前駐韓大使薛毓麒、師大教育心理學系教授黃堅厚、台中體專校長簡曜輝、教育部長毛高文、文建會主委郭為藩、作家葉石濤）。副秘書長由張平出任。

籌委會運作人事分階段確定。1990年11月一半以上公視籌委醞釀請辭，恐為新聞局橡皮圖章之嫌。1991年1月當時駐新加坡副代表王曉祥出任公視籌委會秘書長，原新聞局張平任副秘書長。新聞局於1992年宣布，公視製播小組人員預計將分階段在1993年納入籌委會編制。

1991年3月，行政院因考量新聞局人力不足，且為因應社會大眾建立獨立自主公視台的殷切盼望，核定《中華民國公共電視台籌備委員會設置要點》，對「公視台籌備委員會」（以下簡稱「公視籌委會」）之任務、組織、員額、編組、管理、會計等事項予以規範。公視籌委會自此展開全面作業。公視籌委會的任務是籌建一個頻道獨立、節目完整、服務全民的電視台，並同時起草公視法，由行政院送請立法院審議。

爭取公共電視法立法：拯救公視

公視籌委會成立之後，最重要的關鍵任務即為撰擬公視法草案。公視法起草小組於1990年9月成立。召集人為楊日然（大法官）及徐佳士（政治大學新聞系教授），林子儀（台灣大學法律系副教授）、許志雄（國策中心研究員）、翁秀琪（輔仁大學大眾傳播系副教授）、許宗力（台灣大學法律系教授）及蔡明誠（政治大學法律系副教授）為成員。1991年6月公視法草案完成（計八章六十九條）。

草案內容著重於促進多元文化發展，符合公共媒體應有的獨立自主精神為目標。此版本草案於1991年10月送行政院，行政院於1992年10月完持修正後再送立法院審議，關鍵條文遭修改。修法小組對經費主張以政府捐贈為公視財源，且公視所提政府不得刪減，行政院改為由新聞局編列；又設計公視為獨立法人，因此未設主管機關，行政院修改為新聞局；修法小組主張董事成員及執行長須經立法院同意，行政院主張重大人事任命由行政院長核可。

行政院提送立法院的公視法修法版本，導致籌委會成員與立法小組召集人之一徐佳士教授退出。1992年10月，政治大學傳播學院18位教師聯名於媒體刊登公開信《我們期望公共電視能夠實至名歸》，呼籲立法院，行政院版本無法讓國人擁有一名符其實的公視，敦請立法院為社會大眾制定合理的《公共電視法》，使我國公視獲得合理發展基礎。在人事及主管機關之規定，應回復原草案；在財政上，原草案之規定為最低規範，但應以向無線電視台收取無線電波使用費作為公視財源，其次才是政府或其他團體或個人捐贈，未來亦可開徵有線電視的地區權利壟斷權利金為公視財源，以挹注公視營運經費。

1993年3月，傳播科系學生跨校組成「公視立法觀察團」監督公視法立法。1993年6月，一百多位學者與藝文界人士共同組成「公共電視民間籌委會」要求政治力與商業力量退出媒體。

籌委會運作，社會矚目，朗朗建言及批評建議皆有。1993年公共電視法草案陸續推動，但卻遭到各式批評，包括公視大樓出現弊案的傳聞影響，拖延了立法進度。公視籌委會特別於1993年10月出版的《公視籌委會三年來做了些什麼？》詳述三年作為，與社會溝通。籌委會前三年預算總經費53億4千8百萬元，涵蓋：硬體建築（佔整體經費49.52%）、器材設備（39.36%）、辦公設備（1.78%）、節目企劃製作購置（4.36%）、行政管理與人員訓練及國際諮詢費（4.98%）等。硬體設備及器材設備合計佔全部近九成。

1995年初，國民黨有意撤回對公視的支持，公視籌建進度受到民進黨、社運人士、傳播學界支持。部份民進黨與新黨立委聯手發起「民間公視立法行動聯盟」。

1996年10月，學者、藝文界與傳播界人士成立了「公共媒體催生聯盟」，希望加速推動公視法。包括澄社、台灣新聞記者協會、民間司法改革委員會、

四一〇教育改造聯盟、關懷生命協會、學校教師與學生。該聯盟正面回應政府內部諸方案，又採取與過往社運不同的方式，擴大組成，以簽名表示支持，並進入立院遊說。

此立院會期雖有諸多支持公視的行動，卻因國民黨支持意願不高，新黨反對之下，在該會期公視法並未通過。

公視法爭取立法的重重阻礙，與諸多原因有關。首先是有線電視法。公視法草案爭取立法在先，但因第四台業者與立委爭取第四台合法化，加上美國對於著作權法祭出三零一報復案，使得有線電視法有立法時間壓力。其次是政治壓力。與有線電視經營有關的立委多有阻擋，當時的籌委會與未來的公視運作，例如在董事會的組成，又恐有政治力介入的疑慮。其三是政經勢力的盤算。公視若建台不成，預留的頻道將可釋出，因此有機會出現第五家無線電視台。

新聞局蘇起局長推出「小而美」的公視建台方案，以文化、科技節目為主要訴求。行政院並且提出兩套方案，另闢財源及公開標售。支持公視的力量迂迴前進，尋求各種可能。1997年3月「公共媒體催生聯盟」成員以政治大學名義舉辦了「公共媒體在台灣」的二日研討會，國內、外人士參與。以此研討會作為向社會宣說、爭取支持的基礎。

1997年4月16日國民黨中央政策會就公視議題召開協調會，因會議中無立委支持公視，因此做出公視廢台的原則決定，但請行政院決定公視最後存廢。消息一出，輿情譁然，反而激盪出對公視的支持，發展出「拯救公視」種種活動。4月21日晚間，公共媒體催生聯盟與公視職工聯誼會等團體，在立法院前人行道進行燭光晚會，點燃象徵希望的燭火，為公視催生，約有上百位學界、文化界、演藝界人士，及新黨、民進黨立委與會。



爭取公視法通過 為公視守夜



聽障朋友上台聲援



新聞局長蘇起出面支持

assent to PTV, but debate costs



Students from various universities and colleges rally outside the Legislative Yuan yesterday in support of the Public Television Act as lawmakers inside

爭取公視法通過 英文報報導



公視外牆掛起聲援看板



1997年5月31日晚，公視同仁於立法院議場外歡慶《公共電視法》三讀通過。

公共媒體催生聯盟趁勢發起一連串「拯救公視」的種種行動，公視職工聯誼會亦自燭光晚會起排班接力，持續在立法院場外抗議與靜坐，社會團體聲援，發起一人一信到總統府等，守護公視法立法遊說。立法院議場內積極審理公視法草案，以「小而美」的公視為最低共識，尋求立法過關的可能。

1997年4月公視籌委會為公視法草案撰述的說帖《我們的公共電視》提到公視的成績。至1997年，公視台硬體設備及各地轉播站已就位，員工數約200人，並於1995年11月至1996年2月，以及1996年11月至1997年2月，分別順利完成兩次試播。雖然如此，公視制度的合宜性與存廢，始終有爭議，因為可受公視有形無形利益的大多數民眾，並不清楚什麼是公共電視？成立公視又有什麼好？學者專家們則又擔心，政治與傳播環境變動快速的環境下，公共電視有何角色？眾說紛紜，對公視未有定論。

公視籌委會以張繼高的話語，向社會呼籲訴求，描繪這樣一幅公視面貌：「一個純以公眾社會需要與利益為服務目標，由非營利體制獨立運作，尊重知識與美育，拓寬視野，報導真實的電視台。」這樣的公視好比是「沒有老師的大學，沒有牧師的教會，不打手心的幼稚園，代表藝術、可以解讀美感與智慧的社團。」

公視籌委會強調公視法草案中對於董監事產生及相關規定，讓公視台可以免除政黨介入；兒童、青少年、弱勢族群得到充分關懷；傳播權及接近使用媒介權。「我們很有信心的說：公視台，不祇是一個電視台而已！她有著取之於民、用之於民的基本精神。政府每年只要提撥總預算的0.2%，我們就可以像世界各先進國家一樣，享有符合公眾利益的公共電視台。」公視籌委會大力疾呼：「請支持公共電視台的成立！給公共電視一個生長的契機！」

新聞局此時回頭與公視籌委會溝通，再協商建台原則，包括：政府捐贈不再是經費主要來源，政府經費逐年遞減至只佔總年度需求的50%為止；定

位為大眾雅致頻道，以知識文化社教為主；初期不做每日新聞報導，營運上軌道後再朝節目多元化邁進。

1997年5月公視法草案核心條文進入二讀審查，立院遊說持續進行，公視員工以盯人固票關心立法委員，各方支持者持續遊說。前任新聞局長胡志強邀請美國華府公視台WETA總裁Sharon Rockefeller及德州達拉斯公視台KERA總裁Richard Harmond訪華，面見總統並舉行座談，此舉為立場殊異的各方尋求共同點。Sharon Rockefeller對眾人表示，即使有Rockefeller這樣富裕的家族之名，她仍以四處為公視募款為榮。因為公共媒體是值得尊敬且被民眾需要的。此話令在場者為之動容，也是有份量的一個推力。

1997年5月20日，前行政院長孫運璿親自到立法院遊說立委們支持公視，催生公視運動到達前所未有高度，立法委員更積極審查。5月31日公視法通過有望，晚間7時，催生聯盟、公視員工、民間公益團體、社運團體在立法院外舉辦「燭光迎公視」活動。晚間10時許，議場內立法院長劉松藩敲下議事錘，公視法三讀通過，議場外關心公視的員工與公民們歡聲雷動，在燭光與淚光中歡慶公視誕生。

公視元年：勇敢新世界

1997年7月31日，「中華民國公共電視臺過渡時期營運規劃小組」成立，依公共電視法立法院之附帶決議組成，在「公共電視文化事業基金會董事會」依法成立前，負責規劃公視未來營運方案。孫得雄（時為籌委會主任委員）任規劃小組召集人，規劃小組委員：王偉忠、江建森、岑建勳、林哲男、吳乙峰、吳翠珍、施桓麟、翁秀琪、陳秀惠、馮賢賢、崔家蓉、陶大偉、張錦華、彭年、賀德芬、楊萬運、楊渡、詹炳發、曾繁藤、趙怡、關尚仁、周素妙（員工代表）、侯惠芳（員工代表）、曾振明（員工代表）、謝啟明（員工代表）。

規劃小組自 1997 年 7 月 31 日成立後至公視第一屆董事會 1998 年 1 月成立的六個月期間，總共召開 16 次正式會議，並提出《勇敢新世界》為營運規劃總結報告書，提出公視使命、目的、營運策略、節目政策、未來三年節目方針、組織架構、研究發展、工程、製播、節目表、公共服務、行政、人力規劃等。亦歷經籌委會的規劃小組成員楊萬運，於書面意見中指出，籌委會原本為短期過渡時期名稱，規劃在三至四年內建立公視，惟因立法過程延宕波折，籌委會歷經改組，有線電視興起又流失大量人才，對於公視籌設經歷多有感慨。總結報告書提送公視第一屆董事會參考。

1998 年 1 月 第一屆公視董監事 18 位人選，董事：吳豐山、林東泰、孫秀惠、陶大偉、翁秀琪、陳藹玲、蕭新煌、關尚仁、瞿海源、莊伯和、賴東明、林萬億、孔文吉；監事：賀德芬、姜志俊、賴崇慶、洪良浩、楊重信；由立法院推舉的提名審查委員會審議通過，並召開第一次董事會，選出吳豐山先生為董事長。

1998 年 7 月 1 日 財團法人公共電視文化事業基金會成立，公共電視台於同日下午 2 時正式開播，包括總統李登輝、行政院院長、總統府資政孫運璿，副總統夫人連方瑀、立法院院長劉松藩、中研院院長李遠哲、各界來賓出席開播典禮。

公視強調是屬於全民共享的電視台，也是「尊重分眾、照顧小眾、服務公眾」的頻道，開播風格亦與眾不同。由李登輝、孫運璿、李遠哲、公視董事長吳豐山、總經理廖蒼松、及來自原住民、客家族群等各界代表一同按下象徵歷史性意義的開播鈕。

開播典禮由舞蹈家羅曼菲與魚夫聯合主持，並由手語指導者魏如君全程手語翻譯。節目包括幼童舞獅、少年掌中戲、鄭榮興客家採茶劇團、郭英男夫婦及原住民團體演唱，涵蓋不同族群的表演節目內容。典禮中，由記者張駿瑩及童春慶代表新聞部與總經理廖蒼松簽訂「新聞製播公約」，這是台灣電視史的創舉。

成功修正公視法的「植物人條款」

爭取公視法立法過程中，新聞局蘇起局長曾提出政府經費遞減、增加公視自籌能力的主張，企圖以折衷方案，爭取立委支持。其後在公視法審議過程中，經過立法院教育、交通、內政及邊政三委員會召開四次共計十六小時的協商，將經費遞減之規定明訂於公視法：「公視基金會由政府依本法編列預算捐贈部分之金額應逐年遞減，第一年金額百分之十，至第六年以後應為第一年政府編列預算之百分之五十以下。」

經費遞減規定雖移開公視法立法過程中一大障礙，卻對公視經營體質設下結構限制，第一屆公視董事長吳豐山即稱此規定為「植物人條款」，減損公視服務品質。「植物人條款」的問題在於：

1. 壓縮剛起步的公視，違反此規定之初衷。
2. 固定遞減幅度編列預算，未考慮通膨及物價指數上漲因素。
3. 以美國經驗而論，雖有一半經費來自民間捐贈，是經歷 15 年始得達成，且初開播有 6 年之久民間捐贈未能達 3 成。
4. 公視開播後，受經濟不景氣影響，民眾對公視認識不足，社會捐助未成風氣，自籌經費執行不盡理想。公視因此需以精簡人事、減少製播時數、降低製作成本等因應，影響了公眾服務的品質。
5. 服務品質無法提昇，難向社會大眾募款，故進入經費不足的惡性循環。

由吳豐山董事長領軍，偕同新聞局副局長李雪津力促修正此項攸關公視經費之規定。立法院於 2001 年 10 月通過修正，經費遞減至第三個會計年度為止。政府捐贈之法定預算維持於 9 億，不再遞減。在當時，相對而言維持了公視經費穩定，亦保障了一定的營運規劃空間。



公廣集團全員到齊，舉行正式揭牌典禮



原視界 客家情 公廣集團新風貌



「公廣集團」：理想的試煉

2000年起，循著總統的《傳播政策白皮書》，台灣展開無線電視產業的改革與重整。2001年下半，新聞局長蘇正平正式在立法院宣佈，分階段改革無線電視，先解決專業經營問題，建立獨立自主運作機制；再透過數位化過程，讓公共化電視台與公視聯合營運相關業務，例如新聞大平台概念，增加效率降低成本，假以時日再購回公共化電視台所有權，進行集團整併。這個說法讓公共廣電集團化的作法正式浮上檯面。

2002年初，當時公視董事長吳豐山發表專文〈談台灣公視現狀及傳播環境改造之道〉，為改革描繪遠景。2003年起，部份立委成立「陽光媒體專研小組」正式將「黨政軍退出媒體」運動與「公共化」方案結合，研議以廣電法修正來達到將台視或華視公共化的目標。2004年時，媒體改造學社針對無線電視改革需求發起全民連署，尤其傳播學院教育及社會菁英的認同，訴求中特別強調「公共廣播電視集團」的願景：「我們應該跟隨其他國家的先例，讓這些本來就屬於全民，應該為全民所用的電視和廣播電台，結合現在的內湖公視，轉型成一個民主、多元、有競爭力、影響力和競爭規模的公共廣播電視集團，發揮節制媒體過度商業化的功能，並強化媒體公共服務的責任。」

2005年，政府一方面規範公共化民主轉型，另一方面積極投入資源，導引集團成立。同年10月，行政院新聞局正式以國家重大公共工程建設為由，提出「公共廣電與文化創意及數位電視發展兩年計畫」，首次指出將以92億新台幣，推動台灣公共廣播電視集團成為全球華人的標竿媒體，此時「公廣集團」正式成為官方政策認定的發展方案。

2006年1月3日，立法院三讀通過「無線電視事業公股處理條例」，條文中明確規定：政府機關（構）應將持有公共化無線電視事業（即華視）之股份，附負擔捐贈財團法人公共電視文化事業基金會；政府編列預算招標採購或設置之客家電視、原住民族電視、台灣宏觀電視等頻道節目之製播，應於此條例公佈施行的次年度起交由公視基金會辦理。公廣集團全面開展，就此揭開序幕。

公視基金會為順利達成公共化的任務，於同年2、3月舉行五場座談，針對「未來的頻道定位、分工及經營策略」、「新聞的使命與期待」、「區域均衡發展」、「族群服務」、「海外頻道」等議題，與公民進行討論，聽取各方意見。

在此同時，由財政部及黎明基金會所持華視股份，陸續捐贈、過戶予公視基金會，並向相關機關完成申報等必要程序。當時公視基金會持有華視股份，佔華視公司已發行股數總額71.16%。中華電視公司於2006年3月31日召開該年度第一次股東臨時會改選董事監察人，會後隨即召開第十八屆董監事會，推選公視基金會陳春山董事長為新任董事長，依公股處理條例推動公、華視合作及整合，並通過由公視基金會推薦的李遠（小野）擔任總經理。華視第一階段公共化完成，就此開啟台灣媒體新頁。

2006年7月1日，由公視、華視組成的台灣公共廣播電視集團正式成立。台灣媒體發展邁向重要里程碑。

公視董監事會自2006年6月1日起著手進行原住民族電視台、客家電視台兩台諮議委員及台長人選的推薦及遴選。在考量文化、媒體、管理等專業背景，並考量諮議委員整體組成的語群、族群分布、區域平衡、性別比例等

因素，通過諮議委員名單。此二諮議委員會共同負起「諮詢」、「審議」功能，就管理及重要規章提出建議。

台長遴選，則由諮議委員會推薦，產生台長遴選委員名單，並經由公視董事會確認成立台長遴選委員會。兩台遴選委員會針對台長候選人逐一面談與評選後，各產生 3 位準台長候選人，於 8 月公視基金會董事會中通過由虞戡平、徐青雲分別擔任公廣集團原視及客家台準台長。其後，虞戡平因身份非屬原住民而引起各界討論，為顧及原視盡早進入實質規劃執行，虞戡平主動辭任，公視亦在台東、屏東及台北舉辦座談聽取建言。公視重啟原住民族電視台台長遴選，11 月公視董事會選出馬紹・阿紀為新任原視準台長。

2007 年 1 月 1 日，原視、客台及宏觀頻道，加入公廣集團。行政院長蘇貞昌、立法院長王金平、行政院政務委員 / 公視前董事長吳豐山、新聞局長鄭文燦、僑委會委員長張富美、客委會主委李永得、客委會副主委邱議瑩、原民會副主委夷將・拔路兒、立委楊仁福、陳重信、以及客籍導演侯孝賢等，皆前來祝賀。

2009 年 9 月 28 日，財團法人原住民族文化事業基金會取得法人證書正式成立，執掌原住民族廣播、電視專屬頻道之規劃與普及服務的媒體自主權。2014 年 1 月 1 日，原住民族電視台脫離公廣集團，由原住民族文化事業基金會獨立營運。

無線電視事業公股處理條例施行後至今，政策原承諾予華視的附負擔捐贈並未到位，長期以來華視定位未明，經營未見起色，成為公共集團亟待解決的課題。

公廣集團今日面對前所未有的嚴峻挑戰。數位匯流時代，傳統媒體受到革命性衝擊，紛紛尋求出路。公共服務媒體亦面對重新定義，與各式新興媒體競爭，滿足觀眾需求之時，也要顧及公共角色，服務公民社會；法規陳舊的問題亟待解決，制定具前瞻觀點、引領產業發展並滿足當代民主需求的公共媒體大法，亦待擘畫。

我國文化部刻正進行公視法的修正工作，以公共性、產業性、國際性為三大目標思考公共媒體角色，提升多元創新內容，促進文化平權，並落實數位傳播服務，向國際傳達台灣文化價值，積極拓展國際新聞及文化傳播。

然而，前事不忘後事之師，擘畫宏觀大業時，台灣公視發展歷程近五十年中所經歷的周折、勞頓、盲點，必須時刻提醒，不重蹈覆轍，不虛擲光陰，不忘初心。公共媒體必須有充分而穩定的經費以提升專業，落實公共服務精神，至為根本，是公共政策對人民負責的檢驗起點，也是慶祝公視二十周年的真摯祝願。

（公視研究員王菲菲採訪整理）

主要參考資料：

- 公共電視過渡時期營運規劃小組 (1998)。勇敢新世界——中華民國公共電視台過渡時期營運規劃小組營運規劃總結報告書。
- 公共電視台籌備委員會 (1997)。我們的公共電視。
- 中華民國公共電視籌備委員會 (1993)。公視籌委會三年來做了些什麼？
- 立法院 (1997)。公共電視法案。立法院公報法律案專輯第二百零六輯。台北市：立法院秘書處。
- 李瞻 (2005)。台灣電視危機與電視制度。政治大學機構典藏。
<http://140.119.115.26/bitstream/140.119/41489/1/NccurHandle41489.pdf>
- 李瞻 (1985)。當前我國電視問題。當前電視的新課題。台北市：行政院文化建設委員會。
- 李瞻 (1984)。當前我國電視問題。新聞學研究，第三十四集，pp.1-68。台北市：政治大學新聞學研究所。
- 李瞻 (1979)。我國電視系統與政策之探討。台北市：行政院研究發展考核委員會。
- 李懿文 (1989)。公共電視的回顧與展望。空中教學論叢，第四集。台北市：中華民國空中教育學會。
- 翁秀琪 (1991)。我國公共電視立法應有之精神。新聞學研究，第四十四集，pp.23-41。台北市：政治大學新聞學研究所。
- 財團法人公共電視文化事業基金會 (2007)。2006 公共電視年度報告。
- 程宗明 (2003)。台灣無線電視公共化與數位化政策之批判 (2000-2002)：一個後進國家民主現代化歷程的探討。政治大學新聞系博士論文。
- 馮建三 (1993)。公共電視。解構廣電媒體：建立廣電新秩序。台北市：澄社。
- 盧異明 (1986)。我國公共電視的發展。新聞學研究，第三十六集，pp.61-88。台北市：政治大學新聞學研究所。

一臂之遙 —— 公視與政治

進入 21 世紀的英、日、美、韓等國，皆面臨複雜政經情勢和內外挑戰，各國公視所肩負的使命和期待更大。

英國 BBC (1922 年成立)、日本 NHK (1926 年成立)、美國 PBS (1969 年成立)、韓國 KBS/MBC (1926 年 /1961 年成立)，兩次世界大戰後逐步發揮影響力。

1920 年，英國和美國皆發展出當時最先進廣播技術，兩國都以英語做為母語，有著共同民主價值和文化傳統，無線通訊廣泛應用在軍事用途，一戰

後同時開啟廣播新世紀，但因不同政經思維——1923 年，英國「塞克斯委員會」(Sykes Commission) 報告；1928 年 8 月，美國「聯邦無線電委員會」(FRC: Federal Radio Commission) 的總令 40 號 (General Order 40) 命令，使得之後的英國 BBC、美國 PBS 走向不同公共廣播道路。日本 NHK、韓國 KBS 也分別在政治影響下，從原本的政府掌控走向公共廣播。

世界各國的公共廣播主要收入模式包括：執照費 (license fee) 和收視費 (broadcast receiving fee) 為主 (英國 BBC、日本 NHK)；混合執照費、廣告費、政府捐贈模式 (南韓 KBS)；廣告費 (advertising) 模式 (韓國 MBC)；混合聯邦捐贈 (federal grant)、商業贊助 (commercial underwriting)、慈善捐贈 (philanthropy)、小額募款模式 (美國 PBS)。公共廣播為維持專業自主，預算保障益顯重要。此外，許多政治人物對公共廣播製播及時新聞、調查採訪、新聞評論、紀錄片心存戒心，擔心遭到批判，影響支持率和得票數，以致頻生政治人物和公共廣播衝突、摩擦不斷的案例。

本章節在「公視與政治」關係研究，將以特定事件或重大爭議做為論述基礎，探究彼此關連，認識各國公視如何在困境中彰顯，發揮影響力。

BBC 英國 **BBC**

1910 年，英國海軍因戰爭通訊目的，建立「點對點傳播」技術，發展出無線廣播。1914 年 8 月，英國藉此最新技術，得以破解德軍密碼。一戰期間，英國政府緊控電台頻率，確保敏感軍事機密不致外洩。1918 年，一戰結束，1920 年開始，全英廣播商機浮現，收音機台數由 1923 年八萬台，一躍成長到 1924 年一百萬台。

BBC 發展史當中，「BBC 與政府關係」(Editorial independence: the BBC and Government) 即詳載 1926 年起至 2003-4 年的「挑戰和爭議」(challenges and controversy)。

1922 年 11 月 14 日，BBC 由英國六家無線廣播和電器公司聯合成立。1923 年「塞克斯委員會」，建議採收取執照費的公共廣播模式。1926 年倫敦大罷工，BBC 擋下財政大臣邱吉爾政治壓力和英國報業杯葛，奠立 BBC 壟斷公正新聞地位。同年，「克勞福委員會」(Crawford Commission) 提出移除英國國會控制 BBC 權力，主張透過皇家憲章規範，給予 BBC 壟斷地位。隔年，BBC 第一任總經理約翰芮斯上任，期待 BBC 扮演「卓越中的卓越」角色，強調專業自主，以及「資訊、教育、娛樂」使命。1930 年，「塞爾斯登委員會」(Selsdon Commission) 報告中，支持 BBC 開始倫敦地區電視廣播實驗。1936 年播出節目。接著，「阿爾斯沃特委員會」(Ullswater Commission) 提出 BBC 全球廣播建議書，二戰期間，英國首相丘吉爾同意 BBC 戰地採訪特許，透過全球廣播效應，大幅提升 BBC 影響力。1943 年，「漢基電視委員會」(Hankey Television Commission) 和 1949 年，「貝弗里奇委員會」(Beveridge Commission)，都主張給予 BBC 電視壟斷地位。1953 年，25 歲英國女王伊麗莎白二世加冕典禮電視轉播，吸引全英 56% 人口收視，BBC 電視收視人口超過廣播，電視機銷售快速增長。

BBC 持續面對政治挑戰

BBC 影響力日漸擴大，但也持續面對預算箝制和政治壓力，總有政治人物想要停止執照費，改採廣告收入。

1926 年，倫敦大罷工，邱吉爾對當時總經理約翰芮斯新聞處理很不以為然，一度打算將 BBC 收歸國有。

1956 年，蘇伊士運河危機，英國朝野嚴重對立，首相安東尼艾登槓上 BBC，大刪 100 萬英鎊預算。1982 年，福克蘭戰爭，BBC 與柴契爾夫人產生矛盾。當時雪菲爾號(Sheffield)戰艦遭阿根廷擊沉，英國政府嚴禁媒體報導，但 BBC 堅持報導，柴契爾指 BBC 是賣國賊。柴契爾 1979 年接任首相，就想「改革」BBC。柴契爾強調市場經濟，打算取消執照費，回歸商業機制。不料 BBC 之後又因兩起新聞事件與柴契爾產生摩擦。一是 BBC 1979 年專訪「愛爾蘭民族解放軍」INLA(Irish National Liberation Army) 發言人；二是《廣角鏡》(Panorama) 節目的北愛 IRA 專題。這些都令柴契爾火冒三丈。

1984 年 10 月，柴契爾在保守黨大會險遭 IRA 炸彈攻擊，柴契爾因此在隔年訪問華府時強調，如有媒體膽敢專訪 IRA 領袖，將予強力譴責。但 BBC 仍然播出北愛系列和福克蘭戰爭報導。英國政客嘲諷這個報導，是「給予撒旦和耶穌同樣時間」的假公正。保守黨和工黨政客更組成《反 BBC 聯盟》，試圖干擾 BBC 董事會運作。柴契爾視 BBC 如敵人，將不滿化為行動，1985 年皇家憲章審查，授命組成「皮考克委員會」(The Peacock Committee)，美其名是提出執照費替代方案，推動民營化，提高競爭力。一年後，「皮考克委員會」報告出爐，委員會以「傷害最小選擇」結論，力主維持執照費。2003 年 5 月，BBC 廣播節目《今日》記者吉利根指控英國政府誇大伊拉克毀滅性武器情報，導致新聞來源凱利自殺，引發政治風暴。八個月後，赫頓報告(Hutton Report) 公布，BBC 董事長和總經理相繼請辭下台，BBC 員工發起罷工。接著，卸任的前總經理戴克，公開 2003 年 3 月 21 日寫給首相布萊爾信件，強調 BBC 和政府分別扮演不同角色，BBC 責任是提供平衡觀點，有錯也會道歉，仍會力守公平、獨立、公正原則。

2015 年，文化大臣惠廷岱爾上任，持續對 BBC 放話施壓，輿論質疑保守黨政府是否打算將 BBC 變成政府電視台？為確保 BBC 專業自主，輿論主張 BBC 應與政治維持「一臂之遙」。

BBC 維持自主與問責界線

BBC 前中文總監（現任香港浸會大學高級講師）李文指出，英國政治本身相當微妙，絕大多數 BBC 記者都選擇加入「英國全國記者工會」（NUJ: National Union of Journalist）成為會員，NUJ 本身屬左翼工會，政治理念傾向工黨，外界因此常批評 BBC 記者骨子裡都是工黨支持者。歷次英國大選或脫歐公投，BBC 都會遭到正反意見批評，「多數是意識形態衝突，保守黨認為公共機構與私人自由經濟根本是背道而馳，保守黨指 BBC 屬公共媒體，又花納稅人的錢，規模應該越小越好」。李文強調，BBC 記者的政治傾向並不會影響新聞專業，一切依編輯準則（Editorial Guidelines），向人民負責。

BBC 編輯準則第 19 節「問責」（Accountability）指出，BBC 是向人民負責，以維持彼此信賴關係。

BBC 認為公眾才是老闆，任何人繳了執照費，就是 BBC 的老闆，「如果公眾利益和政府利益產生衝突，BBC 沒有義務理睬政府利益，而是優先考慮公眾利益。」

李文認為，BBC 是很完美的公共媒體典範，從成立、存在、運作、監管、問責，公眾都可參與，「BBC 因為得到公眾高度支持，因此能夠力抗政治壓力，歷次重大衝突，公眾都是支持 BBC，而不是支持政府。」

BBC 為了爭取資源，也會進行政治遊說，重點是協助政治人物進一步認識 BBC。「BBC 也會在各政黨召開的黨代會上藉機宣傳其理念。」

2017 皇家憲章第 3 條條文強調 BBC 獨立性，「BBC 執行其使命與目的，須維護其獨立性，特別是編輯和創意節目排播時間與內容形式，以及涉己管

理事務都須維持獨立」。第 20 條董事會功能也強調，BBC 董事應依第 3 條條文，維護 BBC 獨立，不受政府部會干預。

穩定預算是 BBC 專業自主最大保障。BBC 2016/ 2017 年總收入為 49 億 5 千 4 百萬英鎊（約 2,008 億元新臺幣），其中執照費收入 37 億 8 千 7 百萬英鎊（約 1,535 億元新臺幣），其他收入 11 億 6 千 7 百萬英鎊（約 473 億元新臺幣）。

單獨提名和任命 BBC 董事會主席

2017 年皇家憲章重新定位 BBC 董事會和英國電信監管機構 Ofcom（Office of Communication；通訊管理局）。

李文指出，BBC 董事會經過幾次演變，最初是 Board of Governor，10 年前改為 BBC Trust，現在再調整為 BBC Board。

其實當時 BBC Trust 的出現也引起很多爭議，被反對的學界及業者指稱做法疊床架屋，實質上造成事權更不清楚。而且公共媒體董事和政治人物過於引人臆測的關聯性，都不是一件好事，所以十年之後改回較單純的 BBC Board。至於英國政客想染指 BBC Board，或許難免有意圖，但程序卻非常複雜。

非行政董事是透過公開招募，人選必須在各行各業（商業界、傳媒界、社會服務組織）擁有豐富經驗，特別是管理經驗。董事任期四年，可以連任一次，董事人選透過推薦或自荐產生，英國公民只要願意，都可以申請擔任 BBC 董事。

BBC 董事會包括 10 位非行政董事，4 位行政董事，非行政董事多數是商界領袖，主要遴選自廣電產業以外專業管理者，提供管理知識，協助監管營運。「董事換屆方式，類似美國參議員選舉做法，先更替一半，再輪替另一半，董事會永遠保持一半有經驗董事留任，不會發生全部董事都是毫無經驗的情形。」李文說。

BBC 新董事會於 2017 年 4 月起運作。2017 年皇家憲章第 23、24 條條文指出，BBC 董事會中 4 位區域董事由文化部任命。其他非行政董事由董事會依提名委員會所提人選遴選任命。4 位行政董事，總經理兼總編輯屬當然董事，另外 3 位行政董事由董事會依提名委員會所提人選遴選任命。

不同於 2006 年皇家憲章中的 BBC Trust 董事會主席選任，當時是透過董事互選產生。2017 年，英國文化部採取預提董事會主席人選，交付下議院審查，取得政黨共識支持，由英國女王任命。

2017 年皇家憲章明定董事會主席任命 (Appointment of the Chair of the Board) 條文，第 22 條條文指出，BBC 董事會主席依治理準則任命。以現任董事會主席克萊門堤遴選過程為例。2017 年 2 月 16 日由女王任命 (任期四年。2017 年 2 月 16 日至 2021 年 2 月 15 日)。

英國文化部透過以下繁複且細膩步驟，方可完成 BBC 董事會主席任命：

1. 文化部 2016 年 10 月 26 日在公職人員任命網站 (Cabinet Office Centre for Public Appointments website) 和文化部網站 (DCMS Connect website) 刊登 BBC 下屆董事會主席申請廣告，2016 年 11 月 16 日截止；
2. 文化部同時成立遴選小組，委由四人組成，分別是公職任命審查員、文化部常任秘書長、兩名獨立人士；

3. 2016 年 11 月 22 日，遴選小組召開篩選會議，總共 19 人自提申請，候選人中僅 2 位女性、1 位 BAME (Black, Asian, and Minority Ethnic) 非白人少數族裔；
4. 遴選小組提出部分申請人不符多元要求，文化部透過顧問機構 (search consultants) 聯繫可能潛在人選；
5. 顧問機構依據評分等級提出潛在人選，遴選小組於正式會議外另行召開會議，將部分潛在人選列入候審名單；
6. 顧問機構先行面談，確定 7 位人選名單；
7. 7 位人選個別與 BBC 總經理湯尼霍爾晤談，同時取得 BBC 各部門簡報資料；
8. 文化部新聞暨傳播總監 (Head of News and Communications) 邀請 7 位人選進行個別媒體概念測試。3 位人選進入最後面試；
9. 2016 年 12 月 12 日及 14 日，遴選小組分別面談 3 位進入最後面試人選；
10. 2016 年 12 月 20 日，文化大臣參加遴選小組會議，正式會見 3 位人選。文化部向首相提名克萊門堤出任 BBC 下屆董事會主席；
11. 2017 年 1 月 10 日，文化部正式對外提名克萊門堤為 BBC 下屆董事會主席人選；
12. 2017 年 1 月 17 日，英國下議院文化、媒體暨體育委員會，針對文化部所提人選召開公聽會，克萊門堤出席接受面談；
13. 委員會根據五項審查指標：(1) 高階管理經驗、(2) 洞悉傳媒趨勢、(3) 卓越領導能力、(4) 財務策略能力、(5) 優秀溝通技巧。提出相應問題：(1)

申請動機、(2) 利益衝突、(3) 董事會與 Ofcom 關係、(4) BBC Studios 定位、(5) BBC 獨立性、(6) 員工士氣、(7) BBC 規模和國內外布局、(8) 新聞與在地廣播、(9) 體育版權和無償內容、(10) 高階職務透明度、(11) 公共廣電發展、(12) 75 歲無償收視影響、(13) 多元性：銀髮女性、BAME、年輕觀眾、(14) 體育運動與同性戀恐懼症、(15) 如何看待 BBC 權力下放、(16) 過度自我防衛的 BBC 文化、(17) 脫歐後的 BBC、(18) BBC 監管、(19) 皇家憲章期中審查。

14. 英國下議院委員會做成結論，同意文化部所提人選 (suitable candidate)；

15. 2017 年 2 月 16 日，英國女王任命克萊門堤為 BBC 下屆董事會主席。

BBC 董事會主席選任程序明確化，管理團隊納入董事會成員，透過此一治理和管理設計，董事會除可經適當途徑執行監管，也能平衡獨立和問責分際。

BBC 治理和管理嚴守分際

「政治因素是很難在董事會產生影響，最多僅止於某位董事和執政黨很談得來，如此而已」，李文表示，董事會不能直接接觸節目，董事也不可能左右內容方向，「更不可能發生董事背後的政黨介入。」

BBC 董事長很清楚治理界線，絕不可能越權要求總經理如何處理節目內容，「誰幹出這種事，醜聞馬上跟著來，」李文說。

BBC 總經理任期不是很固定，不是只能擔任五或十年，而是與董事會默契。董事長和總經理經常碰面，背後也會先喬好各項交易，即使要辭職也是雙方談好的。兩人各有分工，絕對不會逾越分際。

BBC 組織架構上，總經理也是總編輯，董事會如果對總經理管理上有意見，是可以透過任免、罷免等方式處理，任何人都不能跳過總經理指示或干預節目。董事會章程很清楚敘明董事職權，其中沒有任何一項與節目生產有關，董事是不能越線指揮節目部門，BBC 很多事都已經制度化、明確化，「治理和管理界線不存在灰色地帶，英國人的法律精神是，什麼事都要寫得清清楚楚，越細緻越好，才能避免發生誤會和個人錯誤解讀。」李文說。

2017 皇家憲章第 19 條至 35 條特別針對 BBC 董事會和管理團隊，逐一說明治理和管理權責。

BBC 總經理如果提出新增服務預算，董事會審核的標準就是依公共價值評核，明確賦予董事會權力，給予問責指標。BBC 每一個部門每隔 3 到 4 年就會進行一次深入檢視，董事會可以透過此一方式瞭解各個部門運作，認識部門管理、執行效率、節目方向，董事會也會公開每一次的檢討報告，藉此代表公眾監督問責 BBC 行政團隊運作，增加 BBC 管理透明度。

BBC「閱聽眾委員會」(Audience Council) 將英國劃分為英格蘭、蘇格蘭、威爾斯、北愛爾蘭四個委員會，邀請顧問成員 (Council Member) 審看 BBC 節目之後提出地方需求。並由四位董事代表各區收視權益，經由多元社群提供不同觀點。2006 年皇家憲章第 39 條條文指出，「閱聽眾委員會」依公共價值評量，檢視 BBC 節目和服務，每年做成年度報告，送交董事會做為營運參考，成為董事會年度重點工作。這個委員會的意義也在於讓 BBC 和不同地區觀眾有進一步的連結，觀眾認同就表示節目沒有脫離現實，而且地區的支持對於公共問責中的評量絕對是有助益的。藉此，公共媒體也可以拒絕一些政治的介入與干預。

BBC3 台網轉換決策思考

BBC3 2016 年 2 月 16 日台網轉換，決策過程引起正反不同意見。

BBC3 朝 online 發展，引來不少觀眾強烈反彈，BBC 認為這是對的方向，因此朝此方向堅決轉換。李文表示，BBC 在 2011 年提出「Quality First」和「Less is More」主張，BBC3 台網轉換符合這二點主張。BBC 期待習慣 BBC3 電視節目的觀眾，能夠平移轉換到 BBC1、BBC2 和 BBC3 online 收視。

BBC3 是鎖定年輕族群，BBC3 認為只有如此，轉換才能成功，因為年輕收視族群可以接受網路收視，英國多數老年人對網路電視接受度不高。

Ofcom 指出，BBC 很重要的一項任務是「普及收視」，BBC 無線電波必須能夠提供英國家戶收視，不能放棄任何收視戶。所以 BBC 應該不會再進行其他頻道台網轉換，因為英國大約 20% 家戶仍然無法取得寬頻收視，這代表英國部分地區是不會有高品質寬頻服務。

BBC3 轉換過程中，曾打算收掉 Asian Network Radio (Asian 指的是印度和巴基斯坦族裔)，BBC 當時認為 Asian Network Radio 收聽率偏低，但因印巴社區強烈反彈擱置。

BBC 各頻道轉換最後決定權，雖然操之在管理層和董事會，但仍須參考公眾意見和收視調查結果。所以 BBC 頻道調整可以說是基於三項趨勢發展不得不為：一是持續政治壓力，要求 BBC 精簡支出；二是英國媒體大環境改變，BBC 市占率持續遭到侵蝕；三是 BBC 年輕觀眾流失。

BBC 政治考量優先於商業考量

英國的 Ofcom 屬於獨立監理機關，管轄範圍包括廣電產業、頻譜分配和電信規範，2006 年因為 BBC Trust 的建立，排除 Ofcom 監管提案，2017 年皇家憲章明確寫入 Ofcom 監管條文，採取 BBC 董事會和 Ofcom 雙元監管。對此是福是禍也有待觀察。

2017 年皇家憲章第 44-50 條條文明確規範 Ofcom 權責。第 47 條條文清楚指出，Ofcom 因職責需要，可以要求 BBC 或個人提供所需資料；第 49 條條文強調，Ofcom 依框架協議和操作協議，可在必要情況下針對申訴案進行調查。

Ofcom 態度很明確，BBC 是依據公共服務目的和使命運作，英國政府也確立 BBC 應該製播什麼樣類型節目的原則，但最後仍要由 BBC 決定如何製播。

Ofcom 會持續檢視 BBC 是否善盡責任，做得好會說，做得不好也會說，但是 Ofcom 不會告訴 BBC 應該製播什麼樣的節目內容。

Ofcom 表示，BBC 董事長可以決定 BBC 優先發展順序，Ofcom 不會告訴 BBC 什麼才是正確策略。BBC 仍是英國最大的電視台，社會輿論總會爭論 BBC 規模是不是太大了？也有人主張應該提供更多資源，讓 BBC 能做更多事，但是輿論重點不會放在英國是不是需要 BBC，而是 BBC 製作的節目，是不是需要有更多的新聞或其他娛樂節目，或是將重點加碼在年輕人身上，或是年長者身上。

Ofcom 認為，「BBC 存在與否從來就不是討論重點，因為英國人喜愛 BBC，受歡迎的公共電視是不會檢討應否存在，而是期待 BBC 是不是可以再多做點什麼。」

英國商業媒體一直對 BBC 監管方式怨聲不斷。新的皇家憲章之前，BBC 一直是由 BBC Trust 監管，英國商業媒體則是由 Ofcom 監管，商業媒體就會質疑，為什麼商業媒體是 Ofcom 監管，BBC 就可以自己管自己。英國政府剛開始不以為意，「直到 BBC 連續發生醜聞，壓力跟著來，同時 BBC Trust 不具備獨立監管功能，因此新皇家憲章將 BBC 監管職權交給 Ofcom，英國政府強調這是落實公共諮詢的結果。」李文說。

在對外的文獻上，Ofcom 指出，BBC 發展方向一直是圍繞著兩個課題論辯：一是科技、二是市場。

Ofcom 監管哲學著眼於觀眾利益。什麼才對英國觀眾最有利？假設有任何議題可能影響觀眾權益，Ofcom 就會主動關心，傳播新科技並不是 Ofcom 監管重點，沒有法律規定 Ofcom 必須推廣新科技，Ofcom 思考重點是創新，推廣新科技並不是 Ofcom 任務。

Ofcom 指出，BBC 的政治考量必須優於商業考量，如果英國 10%~20% 家戶無法接收 BBC 節目，這會是很糟糕的一件事，英國收視戶付給 BBC 執照費，BBC 就必須謹慎處理台網轉換收視問題。

Ofcom 表示，無線電視仍是 75% 英國家戶主要收視來源，BBC 如果只從收入和商業思考，必然會影響節目品質和多元內容。如果商業機制藉預算進行干預，BBC 所提供的精典歌劇，藝文節目、理性思辨論壇，或是花大錢所製作的調查採訪節目，長期追蹤的紀錄片等多元節目，都將無法持續，只有軟性節目掛帥，這將有違 BBC 公共廣電初衷。

Ofcom 面對影視產業發展，重點是如何平衡需求與興趣，英國不少人擁有智慧手機、付費電視、付費寬頻，但是也有人對科技不感興趣，原因是年齡層和人口分佈差異，這也造成英國立法工作上的挑戰。

所以 Ofcom 必須反映兩邊需求，英國政府不會忽視任何一個族群收視權益，這就是為什麼英國推動多元收視的原因。

BBC 也一直被部分人士要求透過更具競爭力的商業策略，積極開拓財源來支持公共服務範疇。美國 Netflix 和 Amazon 投入大成本製作原創戲劇在全球獲利聲譽大漲，對 BBC 的外銷節目收入和影響力絕對構成威脅，BBC 勢必需要研擬新策略應對。Ofcom 提醒，「BBC 要推出新頻道或是新服務，必須經過公共價值評量，審視公共價值，檢視是否會衝擊市場，才能決定要投入多少執照費。」



日本首相安倍晉三政府自 2018 年 1 月開始，即主張修改日本放送法。根據日本共同社 2018 年 3 月 15 日獨家報導，安倍政府考慮取消放送法第 4 條有關電視台必須確保公平報導之條文。政府內部文件指出，取消此一條文將可刺激媒體競爭和內容多樣性，但此一主張也引起部分人士疑慮，認為可能使得日本電視媒體染上政治色彩（放送法第 4 條條文：政治報導應維持公平，不得扭曲事實，處理衝突意見時，須多角度呈現以釐清事實真相）。

放送法第 4 條條文也是日本政治人物或政府部門，迫使媒體噤聲的手段之一。電視媒體如果違反第 4 條條文，總務省可依法處以停播等行政處分。

根據共同社所獲政府文件指出，安倍政府計畫整合無線和網路播出法令，如確定修法，將可實現 NHK 無線和網路同步播出期待。但是 2018 年 6 月的安倍政府內部諮詢會議並未列入此一修法提案。

二戰後 NHK 朝向公共化發展

回顧 NHK 歷史，1924 年前身「社團法人東京放送局」成立，以「收聽費」做為營運經費，1925 年 3 月 22 日正式放送，1926 年 8 月 6 日「社團法人日本放送協會」成立，第一任會長（總經理）是曾任台灣總督府民政長官後藤新平。

NHK 是日本唯一公共廣電，1945 年 8 月日本無條件投降，美軍為主的聯軍最高司令部主張 NHK 走向公共化。依據 1950 年通過的放送法，NHK 基於達到公共利益，必須向全國播出內容豐富的高品質節目和進行海外廣播為目的成立的電視台。

1953 年 2 月 1 日，NHK 電視台開播，日本進入電視時代，以「受信料」（收視費）做為營運經費。依據放送法，NHK 每年須向國會提出預算書，由國會通過預算額度，再交由 NHK 向國民收取收視費。NHK 預決算是由 NHK 編撰後送總務省，再送國會審查。NHK 在日本國內有 54 個地方台，海外有 4 個總局、29 個支局。NHK 緊急災害新聞報導深獲日本國民信賴，是全球最具影響力的公共廣電之一。

經濟增長結束 媒體生態改變

日本戰後透過 NHK 進行全國放送，具高度壟斷地位，影響力遠超過其他媒體，政治力因此企圖介入，影響 NHK 運營方向。

1960、70 年代之前，NHK 面臨沉重政治壓力，當時工會（放送勞動組合）實力相對較強，經營層無法忽視工會力量，日本社會黨也有 NHK 出身的國會議員，工會影響力不容輕忽。

不只 NHK 工會力量特別強大，日本報社「新聞工作者工會」也有強大力量，足以對抗報社經營層。

1973 年，全球石油危機發生，日本結束高速經濟增長，從中速降至低速增長，再到零增長。隨著日本經濟減速，媒體經營層與工會關係起了微妙變化，經營層力量增強，工會力量減弱。

日本媒體內部生態隨著經濟發展改變，編輯部與廣告營業部也產生化學變化，此一轉變在日本報社尤其明顯。

NHK 雖然沒有廣告收入問題，但是當媒體環境倒退，也會造成 NHK 危機感。當朝日新聞、每日新聞等媒體言論空間受限，NHK 新聞空間必然也會受到影響。宏觀角度來看，日本結束高速經濟增長同時，日本媒體情況只會越來越糟，NHK 工會力量已不如前。

1989 年 4 月 1 日到 4 月 3 日，NHK 工會因為不滿經營層決策，發起三天 72 小時罷工。NHK 罷工雖然看不到具體成果，仍轟轟烈烈罷工三天。如今 NHK 工會即使打算發起一天、二天罷工都很困難，原因來自日本國民想法。日本國民認為 NHK 員工薪水已高於一般受薪階級，為什麼還要罷工？多數日本國民並不支持 NHK 罷工。

日本媒體人員平均薪資是高於一般上班族，所以 NHK 不能隨便發動罷工，罷工除引起日本國民反感，也看不到任何好處。由於日本國民不支持罷工，

NHK 工會因此大幅減少與經營層討價還價談判籌碼，工會如今只能被動回應資方。

鞏固執政地位 強力控制媒體

1960、70 年代，自民黨一黨執政，自信滿滿認為將是永遠執政黨，面對媒體和在野黨態度保持充分彈性。自民黨想法是，如果手上握有十顆饅頭，仍願與對手分享三顆饅頭。

1993 年，情況丕變，自民黨分裂，長期一黨執政局面崩解，自民黨首次失去政權，日本政界分化改組、多黨聯合執政。自民黨之後雖奪回政權，但 2009 年又再一次失去政權，自民黨為確保執政，立場轉趨強硬，寸土不讓，即使一顆饅頭也不給。

自民黨擔心，如果再給三顆饅頭，自民黨可能會再一次失去政權。日本採取單一國會兩院制，由參眾兩院組成，屬於最高權力機關和唯一立法機關。

1993 年，眾議院選舉制度由中選區制，改為小選區和比例選區並列制，日本過去的中選區制，有利自民黨鞏固一黨獨大地位，改採小選區制之後，政策只要出問題，自民黨就有可能因民怨失去政權，為了緊抓政權，自民黨更要掌握媒體。

日本國內政治思潮較過去更為右傾，影響政治人物決策思維。造成日本右傾的因素，首先是中國崛起，其次是北韓軍事力量增強。國際問題加深日本社會右傾氛圍，日中關係尤其是關鍵。

中國如今不但經濟超越日本，政治、軍事也越來越強大，日本國民驚覺中國大幅超越日本，尤其日本經濟表現相對疲弱，日本國民只能無奈承認事實。

日本反中情緒，促使右翼言論抬頭，安倍晉三贏得支持最大原因與此有關。日本國民心態無法平衡，使得社會氣氛更為右傾。

面對日本社會改變，也為掌握觀眾意見，NHK 總部和地方都會定期舉行節目審查會議，自 1976 年 12 月起在全國各地成立「視聽者會議」，受理觀眾意見，目前全國設有五十多個「視聽者會議」，每區都會邀請學者專家出任委員，定期針對 NHK 節目提出看法和意見。

「視聽者會議」每年召開三次「視聽者懇談會」，NHK 代表與觀眾代表面對面溝通。這是 NHK 與觀眾很重要的互動管道，另外就是接受觀眾電話、郵件，聽取節目意見。

NHK 節目如果過分偏袒自民黨，就會引起觀眾不滿，進而投訴 NHK：「NHK 的客觀、公正到那裡去了？」。觀眾會要求 NHK 必須保持客觀、公正、中立、平衡，這樣的意見表達不是每次都有用，畢竟觀眾意見無法抗衡政治力。自民黨擁有控制 NHK 預算權力，觀眾意見當然也會被接受和登錄，向上彙報，但這只限於一個人或幾個人意見，對比自民黨高級幹部意見，誰的意見重要？不用說，當然是自民黨。

軟性收編媒體 毋須動用保密法

日本政府 2013 年通過特定秘密保護法。在界定機密方面，賦予自民黨政府新權力，可以加重洩密官員量刑，此舉引起日本新聞界反彈，認為將影響人民知的權利。無疆界記者組織指安倍政府通過特定秘密保護法會扼殺媒體，日本在全球新聞自由排名跟著直直落。

安倍政權雖握有法律武器，仍採軟性手段收編媒體。比較典型做法是，安倍會透過與媒體老闆或媒體編輯委員、高級記者吃飯機會，進行媒體控制，這是非常明顯的政治操作手段。

NHK 屬於公共廣電，會長（總經理）或委員長（董事長）如果公開與首相一起吃飯，會是件「相當尷尬的事」。因此，NHK 會長或委員長都會緊守分際，不敢公開與首相餐敘。

2017 年，新任 NHK 會長由前三菱商事副社長（副總經理）上田良一接任。上田良一在就任記者會上，公開承諾，會謹守公平公正、自主自律方針，經營 NHK。

2016 年，NHK 經營委員會（董事會）遴選新任會長時，特別訂出「保持政治中立」條款。起因於前任會長舩井勝人多次發表爭議性言論，引起日本國民反感，更嚴重影響 NHK 新聞獨立和自主。

安倍政權一直想要控制 NHK，自民黨內有人認為，任用舩井是幫了自民黨倒忙。會長起碼表面上應該維持中立，提名適才適所人選，有些事才會比較好運作，保持政治中立條款，即從此一想法出發，本質沒有太大改變，安倍政權仍然企圖控制 NHK。

日本國民和日本媒體採取高標準，檢視 NHK 會長與政治圈互動。前任會長舩井勝人表現最受爭議，舩井欠缺人氣，聽命安倍政權，是 NHK 歷任來員工支持度最低的會長。

第 19 任會長，出身朝日啤酒的福地茂雄，雖然對廣電產業外行，但受到 NHK 員工高度評價。福地上任時清楚表示不會干預節目，也真的沒有干預，

福地尊重 NHK 運作，有助 NHK 持續發展，福地任滿三年離開 NHK 時，大門口擠滿 NHK 員工，鼓掌叫好、爭相獻花。NHK 員工很尊敬跑遍全國各個分局的福地會長。現任會長上田良一擔任監委時即已跑遍所有分局，上田良一和福地都能謹守分寸，在 NHK 擁有高人氣。

安倍介入 NHK 紀錄片一事，也曾引起軒然大波。

2001 年 1 月 29 日，當時擔任副內閣官房長官的安倍與自民黨議員中川昭一，約見 NHK 主管，警告不要播出一面倒批評日本過去歷史的節目，中川指出，並不是要干涉內容，而是希望公平中立報導。安倍在 2005 年也承認，曾經在 2001 年要求 NHK 剪掉爭議畫面。

安倍和中川在紀錄片播出前的干預做法，明顯失當，NHK 如果認為紀錄片內容偏頗，自行修改，完全屬於節目內控管理，但是當安倍和中川施壓，干預改變紀錄片內容時，當然會引起輿論質疑。

安倍擔任首相後，仍藉提名 NHK 經營委員會委員（董事）方式，企圖影響 NHK 運營方向。

藉由經營委員提名 影響運營方向

NHK 經營委員會由 12 名委員組成，任期 3 年，連選得連任，設置委員長一人，由委員互選產生，經營委員會得任命監事 3 人。經營委員會下設理事會，置會長，副會長。

日本媒體報導，NHK 前會長松本正之在 2014 年 1 月 24 日卸任前，安倍就在 2013 年底推荐其小學家教，後來出任日本煙草公司的前總裁本田勝彥在內的親近人士，進入 NHK 經營委員會，企圖左右 NHK 新會長遴選。雖然

經營委員會 12 名委員不能干預 NHK 節目，但是藉選任會長，還是可以影響 NHK 政策方向和預算分配。

安倍積極介入 NHK 經營委員會人事安排，經營委員名單中可以看到安倍人馬，但日本國民認為，NHK 屬公共廣電，不應遴聘思想極端的人士出任經營委員。

遊說通過預算 成為升遷指標

日本社會長期偏向右派，工會相對較偏左，偏左的工會力圖抗衡偏右的經營層，或是對抗自民黨，如今日本媒體左派勢力式微，只剩右派和中間派。NHK 如今受到的干擾主要是來自右派，雖然內部也有左派員工，節目中可能會出現左派意識形態，但是 NHK 報導局則是完全例外，報導局內不可能出現左派意識形態，因為報導局一直都是自民黨企圖控制，也是最可以介入的部門。報導局分為政治部、經濟部、社會部、國際部、體育部等，最有權力的是政治部，這樣的結構與 NHK 預算來源有很大關係。

NHK 預算雖然是依靠收視費，但是預算仍須經過國會批准和國會認可，必須獲得執政黨承認，所以自民黨是透過 NHK 的錢包進行控制。

NHK 主管最大任務，就是努力說服自民黨高級幹部加快速度批准 NHK 預算，遊說工作做得好的人就會獲得晉升，政治部記者因此擁有較大優勢是熟識自民黨高級幹部，所以政治部記者普遍升遷速度很快。

預算充裕 節目贏得好口碑

2017 年 12 月 6 日，日本最高法院判決，只要透過任何裝置接收 NHK 節目的日本國民，都必須繳給 NHK 收視費。依日本放送法 32 條規定，「安裝

能夠接收日本廣播協會 (NHK) 節目之接收設備者，必須與日本廣播協會就接收其節目簽約」。日本家庭每月必須支付 1,260 日圓 (約 345 元新臺幣) 給 NHK，加上衛星電視的話一共是 2,230 日圓 (約 610 元新臺幣)，NHK 每年可以從這筆費用當中籌得 60 億美元 (約 1,800 億元新臺幣)，占 NHK 整體營收 96%。

法院判決結果並沒有提到未簽約的日本國民要是一直不簽約就要罰款。NHK 還是要面對層出不窮的「關門拒繳」簽約戶，這也就是何以判決結果只有 70 分原因。

據 2016 年 3 月人口統計，日本有 4,621 萬家戶數，其中 900 萬戶未與 NHK 簽收視契約。

NHK 受惠於收視費，預算充裕，能夠製作出叫好又叫座節目，NHK 比台灣公視資源充裕，NHK 員工薪資也許不如商業台，但是節目預算卻優於商業台，可以製作高品質節目，多數進入 NHK 工作人員，就是想要做一個好節目，如果想多賺一點錢，就去商業台。

NHK 多數人都懷抱高度理想，希望有足夠預算做出好節目，例如自然生態節目，必須投入龐大預算和人力物力，節目品質相對就很不錯，也比商業台好很多，但是 NHK 新聞有可能就不如商業台，原因來自政治壓力，如果拋開政治壓力，又擁有豐富製作資源，新聞品質必可超越商業台。

日本時間早上 7 點、中午 12 點、晚上 7 點、晚上 9 點，這四個時段，屬於 NHK 旗艦型新聞時段，表現不如預期，因為四個時段都是政治人物必看時段，政治人物監看下，批評自民黨政府很容易出狀況，所以 NHK 的四個新聞時段，被戲稱就是天皇陛下吃的飯：不辣、不燙、不冷、沒有味道。

增加地方新聞 面臨資源難題

電視仍是日本民眾重要訊息來源，日本民眾不但常看電視，而且信賴電視。官方資料顯示，平均每戶每個工作日花 168 分鐘看電視。

大約 15- 20 年前，NHK 曾要求增加地方新聞報導和時數，增加時段，充實地方內容。NHK 增加了地方時段，卻沒有相應增加人物力，給時段，卻沒有預算。最終還是回到中央製作節目，地方節目品質無法保證。

NHK 30 年來持續裁員，員額緊縮，員工最多時曾達 16,500 人，如今是 10,000 人左右，頻道增加，人卻少了，怎麼辦？

NHK 不能增加員額，又要增加地方報導與地方節目，就得增加外聘人力，外聘人力過多，就會影響節目品質，政策矛盾。NHK 每天早上 6 點至 8 點新聞時段，90% 新聞是中央要聞，10% 以下才是地方新聞。

NHK 持續面對政治壓力，想要維持專業自主，仍須得到日本國民支持，如果日本國民表達強烈支持立場，政府就沒有辦法干預，日本國民對 NHK 自然生態節目支持度很高，新聞節目則未必，尤其當在野黨和支持者質疑 NHK 新聞偏袒自民黨，就會有人拒看 NHK 新聞。

依據放送法，NHK 預算必須經過國會批准，只要放送法未修法，NHK 新聞就會持續受到執政黨關注和干擾，此一狀況很難改變。



2017 年 1 月 20 日共和黨川普宣誓就任美國總統不久，效法 1969 年入主白宮的同黨籍總統尼克森，揚言刪減 CPB (Corporation for Public

Broadcasting, 公共廣播公司) 預算。尼克森當年擬將預算投入越戰，川普則打算挹注國防。

CPB 預算，對比龐大越戰和國防經費，微不足道。尼克森、川普更多算計，是共和黨長期認為 PBS 意識形態偏向民主黨。

《羅傑斯先生的鄰居們》(Mister Rogers' Neighborhood) 製作人兼主持人羅傑斯 1969 年曾赴參議院擋下尼克森提案，如果 2017 年還健在 (2003 年過世，享年 74 歲) 相信仍會出面力抗川普威脅。

1969 年，尼克森提案將 2,000 萬美元 CPB 捐贈款打對折。羅傑斯出席參院聽證會，以「What Do You Do with the Mad that You Feel?」兒歌引起共鳴，6 分鐘證詞，保住 CPB 預算。

美國 PBS 一路顛簸走來，到今天仍面對重重挑戰。

政商攜手 左右美國廣電產業

打開歷史的頁面，1909 年，麻州外海發生兩船互撞，原因出在電波管理。1910 年，美國政府制定船舶無線電波法案 (Wireless Ship Act)，仍無法解決船隻與海岸通訊、船隻與船隻通訊壅塞，以及廣播電台干擾問題。

1912 年 4 月 15 日，鐵達尼號在英格蘭的南安普敦撞上冰山沉沒，2,223 人原傳出 700 人存活，後來確定僅 400 人存活，過程中再度引起電波干擾質疑。鐵達尼號出事四個月後的 8 月 13 日，美國國會通過無線電波法案 (The Radio Act)，規管無線電波。1927 年交由聯邦無線電委員會 (FRC: Federal Radio Commission) 管理，1934 年由聯邦通訊傳播委員會 (FCC: Federal Communications Commission) 接手管理。

無線電波法案優先將廣播頻率指配給西屋、奇異、RCA、AT&T 等企業。AT&T 隨即推出收費廣播，西屋、奇異、RCA 也聯合成立第一家全國廣播網 - 國家廣播公司 (NBC: National Broadcasting Company)。

1926 年，《United States v. Zenith Radio Corporation》判例出爐，聯邦法院裁定商務部違憲，商務部無權指配頻率，執照申請全面解禁，造成廣播失序，同時引起公共利益爭論。

商業電台以廣告做為主要收入來源，商業利益促成大型企業（收音機製造商、商業電台）組成全國廣播協會 (NAB: National Association of Broadcasters)，利用贊助選舉經費，遊說國會等方式維持現狀。政商結合影響美國廣播政策，形成有利大企業壟斷的廣播生態。

1924 年統計，美國宗教團體、大專院校、大型企業相繼成立 500 餘家廣播電台。其中，芝加哥 WCFL、紐約 WLWL 等擁有先進廣播技術的大型非營利電台，觸達數百萬聽眾，足以抗衡商業電台。

1927 年，美國爆發商業廣播與公共廣播論戰，社會輿論呼籲，比照英國 BBC，成立美國公共廣播。1928 年，國會通過戴維斯修正案 (Davis Amendment)，要求 FRC 重新分配頻率，補美國南部和西部廣播不足。同年 8 月，FRC 提出總令 40 號規管命令，確定美國現代廣播架構，商業台壓倒非營利電台，主導政策方向。

FRC 整理出 40 個全國廣播頻率、34 個區域頻率、30 個地方頻率，限制非營利電台晚間 7-11 點高收聽率時段，非營利電台至此已難與商業台競爭。

1927- 1930 年，美國大學擁有的電台數從 95 家衰退到 50 家，非營利電台由 1927 年 200 家衰退到 1934 年 65 家。1928 年，教育、非營利組織頻率論戰再次搬上枱面。

1934 年，FCC 成立，維持商業台主導。非營利電台市占率下滑，僅占全美總數 2%。

1950 年起，美國商業媒體醜聞連連。1960 年，美國社會發起建立美國公共廣播主張，1962 年，FCC 主席米諾指美國弱智媒體橫行，廣電市場如同荒漠，商業台排除弱勢聲音，無法滿足全民需求，未能扮演好媒體角色。同年，根據教育電視法提供全美教育電視台 5 年 3,200 萬美元預算，更新設備。

1967 年 11 月 7 日，民主黨總統詹森在參眾兩院民主黨多數下，順利簽署公共廣播法案。詹森同時提名約翰霍普金斯大學教授艾森豪威和麻省理工大學教授契利安進入 CPB 董事會。兩人都是「卡內基委員會」等非營利組織負責人，長期催生公視。CPB 董事由總統提名，經參院同意，九名董事，任期六年，兩任為限，每兩年輪替三名委員。

CPB 任務是將 95% 聯邦預算直接撥付給 350 個 PBS 地方台。美國國會是在 2016 年批准 CPB 2018 年撥款金額，國會資金授權周期兩年，實際撥款每年一次。提前批准目的：1. 避免政治壓力；2. 有助地方台提早規劃。

CPB 預算只占聯邦總預算 0.014%，遠低於國防預算。以 2016 年預算分配為例，CPB 將 4.45 億美元（約 130 億元新臺幣）預算分配給 1,500 家公共廣播業者，PBS 電視節目製作與地方台捐贈款約 3.1 億美元；NPR 廣播節目製作與地方台捐贈款約 1.1 億美元。

1969 年，PBS (Public Broadcasting Service, 公共電視協會) 成立。詹森希望透過制度設計，避免政治干擾，維持 PBS 獨立，同時整合地方廣電，提供高品質節目製作資源。PBS 受制預算壓力，聯邦僅捐贈所需 15% 預算，以致營運困難。

PBS 是美國公視概念統稱，架構包括 CPB、PBS，以及 1969 年後陸續加盟的地方台，觸達 90% 美國家庭，滿足農民和無法走出家門的弱勢觀眾收視需求。彼此並無從屬關係。不同於 BBC、NHK 資源集中，PBS 採地方分權概念。

PBS 節目 惹惱尼克森

1970 年，PBS 播出西弗斯坦製作的《金融禿鷹》(Banks and the Poor) 紀錄片，點名華爾街金融業與華府錯綜複雜政商關係，引起白宮和國會強烈反彈，兩黨政治人物指責 PBS 報導偏頗，壓力排山倒海而來。聯邦捐贈款成為箝制 PBS 工具。尼克森刪減 CPB 預算，框限 PBS 角色，要求節目製播回歸地方。

1972 年 6 月發生水門案，PBS 自 1973 年 5 月 17 日起，馬拉松式播出 250 小時水門案特別報導，獨家轉播參院水門案聽證會，尼克森不滿，CPB 預算再受刁難。1980 年，敵視 PBS 的雷根提出市場化主張，藉口反對意識形態，公然進行政治干預，不但安插親信進入 CPB 董事會、干涉節目方向，更揚言刪減預算。2003 年，小布希執政時期，湯姆林森接掌 CPB，打著平衡自由派偏見主張，干預節目和人事，引起輿論抨擊，小布希怒刪 CPB 預算回應。2012 年 10 月 3 日，第一場美國總統大選電視辯論，共和黨候選人羅姆尼當著 PBS 主持人萊勒面前，揚言當選後將大刪 PBS 預算，引發全美「大鳥戰爭」。支持者為此力挺 PBS，每分鐘 Twitter 發文數超過 17,000 則。超過三分之二美國選民 (69%) 反對刪減聯邦捐贈。

為化解政治壓力，CPB 積極進行政策溝通。CPB 在國會與政府機構設有兩位連絡人，常態拜訪聯邦議員與委員會辦公室，隨時更新 PBS 資訊，協助國會議員與政府官員掌握 PBS 發展。整體的遊說工作委由 APTS

(Association of Public Television Stations) 等組織進行。這個後起的機構會出現，就是因為國會遊說實在對美國公視太重要。其 2018 年主要軸心是使地方公共電視台藉由國會預算進行教育、生命安全和公民領導能力涵育。APTS 由資深公共電視台人員主持，員工中不乏國會議員的眷屬，使國會遊說更直接。

地方台大者恆大

CPB 擁有預算分配權，但不會介入節目製作。CPB 不會捐贈預算給特定節目或製作單位，但會定期檢討預算分配，黃金時段節目也會透過討論達成共識。

PBS 依法不產製節目，製作人都是獨立製片，節目來自地方台。雖與獨立製片互動緊密，但不會進用專屬人力，扮演連結全美地方台的節目流通平台，採會員制，PBS 沒有所有權，也沒有管理權，扮演內容提供者、技術支援者、協調連結者、品牌建立者的觸媒角色。

美國地方公共電視台分別持有不同種類的執照。其中社區執照最強大，州政府執照要看各州支持的程度而定，大學執照也依學校投入的人力和傳播科系強弱而表現不一。PBS 目前主要節目提供者是波士頓 WGBH、華府 WETA、紐約 WNET，這幾台形成寡頭壟斷的局面，製作量占全部 PBS 節目的 70%。然而這是一個循環問題，好節目得到更多的企業贊助與民眾捐款，召集得到更優秀的製作人力投入，販賣出更好的成績使成本回收，所以大者恆大弱者恆弱，這現象曾被國會批評。但即使是公共媒體仍受市場機制影響，目前此現象並無改變。各個地方台規模差異懸殊，WGBH 是最大公視地方台，資源相對充裕，節目產製量大。其他多數是小型社區台，PBS 一半以上都是小台規模，每年預算少於 500 萬美元。

小台受限預算，製作節目困難，須透過 PBS 購買節目，降低成本，PBS 對小台幫助很大。小台財務困難時，CPB 會出手協助，PBS 也會同意分期支付權利金，減輕地方台壓力。資源不足小台，預算永遠不夠，CPB 每五年會和受捐贈地方台討論捐贈形式和範圍。

小台高度依賴 PBS 節目，因為別無選擇，每年電費和折舊費就花光預算，除了有限在地新聞，已無力製作其他節目。PBS 透過收費方式，提供會員台黃金時段節目，如果會員台少了 CPB 捐贈款，將無力支付 PBS 權利金，就無節目可播，PBS 也會沒錢支付節目製作費。

CPB 與 FCC 角色不同，FCC 無法置喙 PBS 節目內容，也沒有捐贈 PBS 預算，FCC 監管重點是媒體經營、有線必載市場區劃。

落實在地服務 製播社區新聞

聯邦政府審核捐贈都會提到 PBS 節目涉及政黨偏差，質疑其政治立場。CPB 策略是確保獨立自主，且根據美國法律，維持獨立，避免聯邦政府利用審核預算干預節目，要維持專業自主，關鍵是預算多元化。

PBS 經費主要來源包括聯邦捐贈、商業贊助、慈善捐助、小額募款。CPB 曾考慮廣告費或執照費替代方案，但是委託研究結果，沒有任何替代方案可以取代聯邦捐贈，雖然只占 15%，卻很重要。

PBS 如果收取廣告費，負面效應將是全民停止捐款，影響更大，如此一來 PBS 不再是 PBS，將會是另一個商業台。

執照費模式也不可行，美國商業台、設備商、有線台、衛星台、電信商不可能接受 PBS 執照費做法，因為將衍生全民加稅問題，增加商業製造成本與營運成本。

CPB 平均每年獲得聯邦捐贈對比 BBC 執照費 38 億英鎊（約 1,500 億元新臺幣），NHK 收視費 6,800 億日圓（約 1,700 億元新臺幣），預算規模天差地遠。

部分州政府面臨財務缺口，捐贈地方台經費逐年下滑，除出售所擁有的公視執照與製播設備，也陸續釋出頻道，轉為民營非營利電視台，部分地方台只好另組新團隊因應。

受訪者指出，年輕世代不看電視，尤其不看 PBS，已成 PBS 新的挑戰。這些小時候看芝蔴街長大的死忠觀眾，長大到 12、13 歲，就離開 PBS，PBS 必須在行動裝置投入更多節目預算，才能吸引年輕世代回到 PBS。但是缺錢一直是難解困境。

受限預算，自製率有限，每年 3,000 小時節目量，必須精打細算，滿足全美地方台需求。PBS 持續降低自製比例，採取合製與委製方式，降低成本，產製更多創意節目。增加委製，不只著眼成本，同時著眼進用外部專業人才，因為不管兒童、科技、藝術、連續劇等不同類型節目，專家都在社會各角落。

PBS 不同於 BBC 模式，BBC 透過龐大組織統合資源，但是 BBC 缺乏像 PBS 與公民社群每日緊密互動，PBS 是在地扎根，呈現多元觀點。

當商業台投入大量資源製作戲劇時，PBS 戲劇方向，就是以歷史劇或真實事件為主。PBS 收視最高時段是周日晚間與周一晚間，所以會付出比較高製作費，PBS 不是收視率掛帥，但是也不希望製作沒有觀眾收看的節目。

聯邦立法規定 CPB 預算是分配到地方台，這也促成地方台發展規模，美國 PBS 營運模式很難在其他國家複製，主要原因是沒有一個國家有像美國

這樣的歷史文化。美國社會能夠信任 PBS，持續捐款支持 PBS，與傳統美國社會宗教奉獻有很大關係，但是美國不同的在地文化，也會產生難易不同的募款結果。

持續在地扎根 鼓勵公民對話

PBS 觀眾年齡越來越大，介於 55 到 65 歲，因此只能努力說服年輕人看節目，但無法要求捐款，要求年輕人捐款看 PBS，會是很大挑戰。

PBS 也面臨市場競爭，觀眾要看科學、環境生態或其他類型節目，可以看 Discovery、National Geography、History、Military 等頻道。這些頻道在有線或衛星都可以看到，甚至有類似芝蔴街的商業兒童節目，過去在特定節目分眾市場，只有 PBS 獨領風騷，如今商業台製播與 PBS 同樣類型節目，正瓜分 PBS 市場。

PBS 優勢是無線免費接收，面對商業台刻意忽略農漁民、偏鄉新聞和公共事務，PBS 必須超越「彌補商業電視不足」使命目的，走入偏鄉，提供多元內容。

美國多數觀眾認為聯邦預算分配很合理，國會也無人支持電視執照費，所以 PBS 預算不可能增加，唯有持續在地扎根，觸達在地觀眾。例如藉 PBS 平台協力組成 Teacher Workshop，協助在地教師學習，利用 Townhall Meeting，鼓勵節目團隊與社區公民對話，開源節流，提供更好的教育、資訊、娛樂節目才是可長可久。

KBS MBC 南韓 KBS、MBC

2017、2018 年南韓發生兩件大事，一是崔順實干政事件，以致人民反撲，南韓總統朴槿惠身陷牢籠，前任總統李明博也因檢察官列出他十八大罪狀，涉嫌貪腐遭到逮捕；二是南韓公營電視（公共電視）KBS、MBC 員工聯合發起超過 140 天罷工行動，KBS 工會強調，這是最後一擊，目的是結束九年來的造假和壓迫，促使南韓人民重新檢視公營電視角色。

KBS、MBC 在 2008、2012、2014、2017 年的罷工行動，累積十餘次大小抗爭，南韓公營電視要如何捍衛獨立自主，避免政治力介入，持續受到南韓社會關注。2012 年罷工未能根本解決公營電視政治力干預，也未能落實新聞自由，才會發生 2014 年違背新聞事實的世越號報導，南韓政府和公營電視高層的干預，不但使得 KBS、MBC 員工蒙羞，南韓人民更因錯誤報導受害。

政府支持下，KBS、MBC 擴張版圖

先看歷史的軌跡。1926 年 11 月 30 日，日帝強占期（日本殖民統治時期），KBS 韓國放送公社前身是以台呼 JODK 獲准設立的京城放送局。1927 年 2 月 16 日雙語（韓語、日語混合播出）首播。京城放送局 1932 年 4 月 7 日改稱社團法人朝鮮放送協會。1933 年 4 月 26 日，日韓語言分開播出（第一放送播日語、第二放送播韓語），輸出功率從 1 千瓦增強到 10 千瓦。

1935 年 9 月 21 日設置第一個分台—釜山放送局，之後 10 年（1945 年 8 月 15 日光復前）陸續增設平壤、光州等 14 個分台。1945 年 8 月 15 日結束日據，京城放送局結束 JODK 時代。同年 9 月 9 日，由在朝鮮美陸軍司令部軍政廳接管，改制首爾中央放送局。1948 年 8 月 15 日大韓民國政府建立，廣播業務交由公報處，成為國營放送，開啟韓國廣播新頁。1960 年 4 月 19 日（419

革命)後,廣播業務交國務院事務處。1961年5月16日(516軍事政變),朴正熙建立軍政府,轉由公報部放送管理局接管,同年7月設置對海外暨對共(北韓)廣播之首爾國際放送局,12月31日成立首爾電視放送局並首播。1968年7月25日,政府公報部改制為文化公報部,將首爾中央放送局、首爾國際放送局、首爾電視放送局合併為中央放送局。1972年,朴正熙推動十月維新,頒布戒嚴法,解散國會,接著於12月30日以提升廣電公共性與公益性為由,頒布韓國放送公社法,將隸屬文化公報部的中央放送局和16個地方放送局,轉換為公營體制。1973年3月3日,朴正熙將KBS由國營電視台改為公營電視台,創立韓國放送公社,結束國營放送時代。1976年12月1日,KBS首爾汝矣島綜合大樓完工,將原在南山設施移轉到汝矣島。

1979年,全斗煥公營媒體政策下,KBS擴張規模。1980年11月30日,整併三星和中央日報所創設的TBC(東洋廣播公司),成立KBS2。同年12月1日,根據韓國放送協會決議,接收東洋放送、東亞放送、韓國FM、全日放送、西海放送等5個民營媒體,確立公營廣電體制,同年開啟南韓彩色電視播送時代。1992年,盧泰愚和金泳三政黨合併,金泳三繼任總統。盧泰愚和金泳三在位10年,南韓從威權政治轉向民主政治,社會結構大幅改變,南韓政府鬆綁廣電媒體,調整法規,挹注公營電視資源。

KBS網絡遍及南韓,包括10個放送總局、9個地方台。海外有美洲(華府)總局、歐洲(巴黎)總局、亞洲(東京)總局,全球設有13個支局,13個地區派有常駐特派員。

KBS旗下有第1、2電視,第1、2、3電台,第1FM、第2FM,有線電視,國際廣播,地波DMB等。研究與教育單位有放送研究院與技術研究所;另有KBS交響樂團和KBS國樂管弦樂團。2015年止,KBS員工有4,529人。

MBC文化放送,1961年成立,1969年電視開播,80年代屬國營電視台,80年代後期,韓國民主化,放送文化振興會成為最大股東(70%股份),MBC屬於廣告營運株式會社型態的公營媒體。MBC有16個分台、8個子公司。目前擁有1個無線電視頻道、3個廣播頻道、5個有線電視頻道、5個衛星頻道和4個DMB頻道。至2016年為止,員工有3,931人。

穩定營運收入與理事會制度化產生

KBS收入包括執照費、廣告收入、政府捐贈。執照費徵收方式是透過韓國電力公社徵收,家庭用電每月50KW以上,隨電費強制徵收,每戶每月2,500韓元(約68元新臺幣)。根據放送法施行令第49條,KBS必須提撥執照費3%予EBS(韓國教育放送公社)。

2016年,KBS總收入1兆5,334億6,500萬韓元(約420億元新臺幣),執照費6,332億266萬韓元(約173億元新臺幣)、政府捐款126億2,000萬元(約3.5億元新臺幣)、廣告收入8,875億9,900萬元(約243億元新臺幣)。2016年MBC總收入8,362億韓元(約229億元新臺幣),其中廣告收入4,610億韓元(約126億元新臺幣)。

KBS理事會(董事會)組成方式是根據放送法第46條,由放送委員會推薦(執政黨推薦6人、在野黨推薦5人),由總統任命11人團組成。

MBC理事會選舉任命權在放送通信委員會(KCC: Korea Communications Commission)。放送通信委員會根據放送通信委員會設置暨營運相關法律成立,委員會由委員長1人、委員4人組成。委員由總統推薦2人、國會交涉團體推薦3人,再由總統指名。

KBS、MBC 雖有穩定收入和理事會制度化遴選機制，但是政治力介入未曾停止，以致罷工頻傳。

政治力介入 抗爭者遭「流放」

1987 年，南韓民主化後雖進一步鬆綁 KBS、MBC 報導空間，但是政治力介入並未消失。執政者企圖將公營電視導向政府電視，引起 KBS、MBC 員工和社會不滿。2008 年，李明博、朴槿惠相繼執政，透過「代理人」介入 KBS、MBC，導致工會 2008 至 2017 年發動四次大規模罷工。

MBC 現任社長（MBC 前製作人）崔承浩在紀錄片《共犯者們》指出，2008 年李明博就任南韓第 17 任總統，就將手伸進公營電視。包括監察、檢警在內，一連串政治調查和壓力襲向 KBS 理事會。南韓總統府青瓦台回應，這是扶正公營電視必經正常程序。原社長鄭淵珠職務解除後，檢方以背信罪名在其住處加以逮捕。KBS 新社長上任第一件事，就是停播批評李明博政府的新聞節目，探查報道組幾乎解體。政治力占領 KBS，取而代之是宣傳李明博節目，要求記者配合政策。李明博更公開介入公營電視社長人事：包括 2008 年 YTN 社長、2008、2009 年 KBS 社長、2010 年 MBC 社長。要求停播批評時政節目，南韓輿論呼籲應確保公營電視獨立性。

2008 年開始，政治壓力層出不窮。對於經常製作批判報導，不受政府與公司控制的記者，高層就會透過發布人事命令方式對付，切斷記者對外發聲管道。

因為不滿曾經擔任李明博總統競選總幹事的金仁圭接任 KBS 社長，KBS 員工持續表達反對政治力指派社長人選，2012 年 KBS 員工另組新工會發動罷工。

青瓦台也認為 MBC 是左派大染缸，理事會因此由親政府保守派人士出任，迫使 MBC 社長嚴基泳下台。

李明博動手重整 MBC 管理階層，調整人事布局，進而干涉節目及新聞，減少異議聲音。記者曾針對報道本部長與報道局長進行不信任投票，不料管理階層以此為藉口，不但解僱記者工會會長，更不當進行懲處解僱，成為記者發動大罷工導火線，工會因此發起 170 天罷工行動。

罷工導致 MBC 新聞和節目停播，勞資僵持不下。MBC 最大股東放送文化振興會本身也是爭議不斷，使得 2012 年罷工後，問題依舊存在。

MBC 言論工會交涉爭議局長張俊成（MBC 記者）指出，2012 年罷工得以順利落幕，是因為當時普遍看好可望當選下一屆韓國總統的朴槿惠多次給予承諾，MBC 工會也相信朴槿惠政治約定，因此停止罷工。但是朴槿惠後來並沒有履行她的諾言。

罷工行動未見成果，新聞編採人員陸續遭到社方開除去職，MBC 管理階層持續打壓新聞報導。

2014 年 1 月，韓國首爾南區法院針對 2012 年 1 月至 7 月參與罷工，遭 MBC 解職和暫停工作的 44 名工會會員進行判決。法院宣判 MBC 資方敗訴。法院判決指出，MBC 壓迫記者和工會，目的只為迎合自身利益，對於遭解職或暫停工作的記者應分別給予 1,000 萬韓元和 2,000 萬韓元不等賠償。判決結果除贏得韓國學界支持，更進一步確保憲法中新聞自由和言論自由地位。

MBC 社方也在未告知員工情況下，於員工電腦安裝 TrojanCut 軟體，發起罷工的工會會員郵件和通話紀錄自動儲存在公司伺服器，社方於 2012 年

6月8日至7月13日罷工期間，檢視郵件和通話紀錄。韓國法院在2015年2月4日以違反資訊通信法，判決MBC敗訴，必須賠償工會會員損失。

2014年世越號報導重傷KBS、MBC

2013年2月25日，南韓史上第一位女總統朴槿惠宣示就任，KBS社長吉桓永召集採訪主管，要求要KBS放棄機械式報導中立，積極擁護並為政府和執政黨宣傳。MBC社長安光漢接著上台，《共犯者們》紀錄片點名安光漢是金在哲時期副社長，曾經主導懲處數百位電視台人員。

KBS、MBC員工因此對吉桓永和安光漢表達不信任態度。

2014年4月16日發生世越號沉船事件，嚴重打擊朴槿惠政府，世越號新聞報導也因為政治力介入，重創KBS和MBC公信力，以及南韓人民信任。

青瓦台對KBS報導世越號新聞很有意見。青瓦台弘報首席（新聞宣傳部門主任）李貞鉉，打電話給KBS報導局長金時坤，傳達青瓦台不滿，指國家面臨困難，處在艱困時期，還批評海警和政府。金時坤公開披露青瓦台干預新聞，南韓媒體也譴責青瓦台介入KBS。

KBS社長吉桓永在青瓦台指示下，迫使金時坤下台，引爆政治干預公營電視衝突。金時坤5月9日戲劇性下台，要求吉桓永為干預新聞下台。5月12日吉桓永指派時事報道局長接替金時坤，KBS記者協會要求吉桓永下台，否則將發動罷工。

MBC世越號報導同樣引起輿論痛批，121名編採人員聯署聲明，要求管理階層為世越號錯誤報導致歉，地方分台也加入聯署行動。

韓國輿論指責KBS和MBC，已喪失公共廣電可信度。

韓國政府伸手控制媒體，控制言論報導情形可以從崔順實事件新聞報導看出來。當時KBS對於崔順實干政隻字未提，因此被燭光示威群眾唾棄，KBS記者在採訪現場被群眾轟出來，現場所有人都不願接受KBS採訪。MBC更在示威過程中，增加親朴槿惠的集會報導，以致倒朴燭光晚會上，MBC記者被指是朴槿惠政權打手，遭到現場群眾辱罵，這些事進一步推升KBS和MBC員工不滿，於是發動罷工。

KBS新工會福祉局長申奉承（KBS記者）指出，KBS至此已經淒慘到根本無法履行公營電視新聞專業角色，KBS工會因此發起全面罷工。

世越號報導，成為韓國人民唾棄公營電視的最後一根稻草，公營電視新聞被貼上悖離事實、不專業的標籤。KBS、MBC員工因為「不聽話」被懲處、不當調職，甚至解僱的人員，發起聯合罷工，抗議執政當局和御用電視台管理階層愚弄人民的不當行為。

KBS、MBC工會大聲疾呼「回歸人民」，為了重建屬於人民的公營電視，工會疾呼立即撤換社內御用新聞高層、社長、理事等。

2017聯合罷工 學界呼籲KCC介入

2017年8月28日，KBS首爾總公司295名記者協會會員，發起抵制新聞採訪，只有15名記者留守。KBS首爾以外地區的全國記者協會和全國攝影記者協會會員隔日也參加罷工，8月30日KBS製作人協會850名會員當中，有750人投入罷工，KBS所有節目停擺。

MBC最初是350名記者、製作人、新聞主播加入罷工，全國記者協會MBC分會在8月24日發起罷工投票，8月28日超過85%會員完成投票，8月29日下午6點結束投票，8月30日宣布罷工日。

KBS 和 MBC 社方立場強硬，聲明指責罷工行動違法，社方強調將力抗政治壓力和工會壓力，維持公營電視獨立自主。

9 月 4 日凌晨零時，KBS、MBC 新聞與節目製作人員，繼 2008、2012 年和 2014 年後再一次發動 3,800 人大規模罷工。罷工時正值 3 日北韓發動第六次核試爆重大新聞，KBS、MBC 高層發出手機簡訊，要求記者返回工作崗位，工會則是要求社長先下台再說，雙方僵持不下。KBS 第 2 頻道被迫中止晨間新聞，第 1 頻道 9 點播出的晚間新聞也縮短為 20 分鐘。

2017 年罷工原因與 2012 年、2014 年相同。公營電視員工不願淪為執政者傳聲筒，2017 年不只高喊公正報導與立場中立，更要求揪出幕後藏鏡人。但是 2017 年聯合罷工訴求與 2012 年不同之處是，2017 年是以製播公正專業新聞為由，要求政府御用「傳聲筒社長」和尸位素餐董座下台。

針對 2017 年罷工，韓國學界呼籲 KCC 積極介入調查，避免閱聽人權益受損。

改變正在開始 難脫政治陰影

MBC 調查報導節目《PD 手冊》，2017 年 12 月中旬重回螢光幕。《PD 手冊》特輯播出「消逝中的 MBC，七年實錄」，報導李明博和朴槿惠政府如何操控公營電視，解任發表異議聲音的新聞人員過程。

特輯重現 MBC 記者如何被指示報導世越號，報導重點「不是要安慰受難者，而是要優先照顧當權者」。MBC 高層下令不准播出世越號拍到的關鍵畫面，以免政府遭到責難。

2012 年遭解職的崔承浩，2017 年接任 MBC 社長之後，員工相信崔承浩絕不會讓政治力介入獨立經營，也讓更多人相信文在寅改變公營電視決心。

曾經列名黑名單的演藝人員和藝術工作者陸續歸隊，不少藝人已感受到公營電視的改變正在發生。

現任總統文在寅指出，李明博和朴槿惠執政期間，KBS、MBC 已淪為御用工具，喪失公信力，KCC 必須重新恢復公營電視活力。文在寅同時強調公營電視獨立重要性，要求加強新聞自由與言論自由，重新審視過去十年韓國廣電政策。

文在寅的支持，並未減少 KBS、MBC 政治效應。在野黨自由韓國黨質疑，任命崔承浩根本就是執政黨政治報復手段，趕走前朝人馬，目的是為操控公營電視。民主韓國黨反駁，強調更替社長是回應 MBC 工會訴求。

KBS 前社長吉桓元及 MBC News Desk 前主播裴賢錦，相繼加入自由韓國黨，準備投入南韓國會議員與全國地方選舉。自由韓國黨強調，這是為了對抗文在寅政府的新聞壓迫。

韓國朝野持續尖銳對立。2017 年 3 月朴槿惠銀鐐入獄，文在寅政府就將矛頭指向李明博。南韓法院 2018 年 3 月 22 日裁定收押李明博。李明博指責文在寅政府打著「積弊清算」大旗，實際上是對盧武鉉 2008 年自殺身亡進行的政治報復。南韓朝野政爭，再一次將公營電視捲入。

南韓社會對於 KBS 罷工行動仍抱持懷疑態度。許多南韓人民，對於 KBS 員工為捍衛言論自由抗爭罷工，表達支持與聲援態度。但是，也有一些人觀察 KBS 過去九年表現，表達不願支持立場，因為不滿 KBS 九年來不當停播節目和新聞，尤其質疑 KBS 罷工。

不願守法 再多法條也形同具文

如何維持 KBS 獨立自主？KBS 是公營電視，受到放送法保護。不僅是放送法，有關 KBS 編排（編播）規約是在 2001 年 1 月根據放送法第 4 條第 4 項：「為了保障觀點節目製作的自律性，應聽取採訪與製作人員意見制定節目編排規約，並公佈之。」

南韓制定且公布 KBS 放送編排規約，然而，無論法律制定的有多麼完善，遇到不願守法的，尤其在有權勢者和媒體幹部面前，這些規約其實是無用武之地的。

南韓憲法所定的法律與規則很重要，人民與新聞從業人員追求的捍衛自由意志更是重要。2017 年，南韓首度將民選現任總統彈劾下台。當時依法由人民投票選出總統，可是總統並沒有履行憲法中捍衛自由與民主的規定。

政治力介入和持續罷工，已導致 KBS、MBC 收視下滑。

2012 年 MBC 重播節目，收視腰斬。MBC 工會在 2017 年又一次罷工，勞資關閉協商大門，多數節目又是重播，整體收視再受打擊。人事重新洗牌同時，KBS、MBC 工會疾呼「回歸人民」，重建屬於人民的公營電視，關鍵仍在公營電視與政治須維持適當距離，只有政治人物願意放手，才能確保韓國公營電視言論自由與新聞自由。



2008 年，公視正值第四屆董事會，因立法院凍結預算及附帶決議方式，造成國會與公視嚴重對立，再次引起全民關注政治力介入公視，以及公視獨

立自主和外部問責議題。同年 12 月 11 日公視董監事會，針對 4.5 億元預算遭立法院凍結近一年發布聲明，同時呼籲立法院撤銷與公視、原民台、客家台、宏觀台預算相關的主決議事項並解凍預算。12 月 18 日公視舉辦「搶救公視 全民監督」公聽會，呼籲政治力勿介入媒體運作，維護公視獨立自主。12 月 26 日，立委林益世提出公視法第 13 條條文修正草案，主張公視董事會由 11 至 15 人提高到 17 到 21 人。隔年 1 月 1 日，搶救公視大遊行上路，籲請立法院解凍 4.5 億元預算，撤回公視法第 13 條修正案及附帶決議。同年 4 月 21 日立法院第 7 屆第 3 會期第 9 次會議，同意解凍 2008 年 4.5 億元預算。11 月 27 日立法院第 7 屆第 4 會期第 11 次會議，同意解凍 2009 年 4.5 億元預算。林益世提案透過修法擴大董事名額，引起訴訟爭議，第五屆董事會因此延宕 900 多天才完成改選。

政治力與公視獨立自主，以及公視法與董事會等相關議題，迄今仍受關注。

從公共電視到台灣公廣集團

1980 年，行政院長孫運璿提出公共電視台主張。1997 年 5 月 31 日，公共電視法在立法院完成三讀。1998 年，第一屆公視董監事 18 位人選，由立法院推舉提名審查委員會審議通過，並召開第一次董事會。7 月 1 日，財團法人公共電視基金會成立，公視同日開播。

為擴大公視規模，1999 年 9 月傳播學者提出「公民社會的傳播媒體政策藍圖」。2000 年組成「無線電視民主化聯盟」，提出台視、華視公共化主張。

2001 年，新聞局長蘇正平表示贊成大公廣概念與規劃，2006 年 1 月 3 日，立法院三讀通過「無線電視事業公股處理條例」，確認台灣公共廣播電視集團（簡稱台灣公廣集團）運作架構。7 月 1 日，華視公共化，台灣公廣集團成立。

2007年1月1日，客家台、原民台、宏觀台加入台灣公廣集團。2014年1月1日，原民台脫離台灣公廣集團，由原住民族文化事業基金會獨立營運。

財務保障難落實 公視發展捉襟見肘

公視開播迄今 20 年。立法院於 2001 年 10 月修正通過政府捐贈公視法定預算維持 9 億元，但是以台灣人口 2,300 萬人計，每人分配到的公視預算是新臺幣「39.10 元」。20 年來，物價持續上漲，但「39.10 元」數字未曾調升，以致公視營運捉襟見肘。以蒙古和韓國公視發展為例，即可見台灣公視窘境。

蒙古人口 290 萬，人均所得 4,200 美元。2006 年，蒙古公視總預算 1.38 億元新臺幣，與台灣公視同時名列亞洲公視預算最低兩個國家。2014 年，蒙古公視預算增至 4.48 億元新臺幣，每人分配到的公視預算是新臺幣 154.48 元，較台灣的「39.10 元」，超過近 4 倍。

2001 年，韓國 KBS 播出明成皇后，2002 年播出冬季戀歌，轟動亞洲。2016 年 2 月，播出創造 30% 高收視率的太陽的後裔，除贏得「國民電視劇」美譽，總製作費逾 129 億 8,000 萬韓元（約 3 億 8,888 萬元新臺幣），平均一集製作費 8 億韓元（約 2,396 萬元新臺幣）。台灣公視戲劇製作費已難企及。

2004 年，韓國人均所得 14,000 美元，2016 年，韓國人均所得 27,500 美元，台灣是 22,000 美元左右。13 年來，韓國國民所得成長一倍，KBS 預算自 1963 年導入執照費制度，1994 年起，執照費隨電費徵收，成為 KBS 重要財務保障。2016 年 KBS 收入總額是 1 兆 5,334 億 6,500 萬韓元（約 420 億元新臺幣），其中包括執照費 6,332 億 266 萬韓元（約 173 億元新臺幣）、政府捐贈 126 億 2,000 萬元（約 3.5 億元新臺幣）、廣告收入 8,875 億 9,900 萬元（約 243 億元新臺幣），超過台灣公視預算許多。

1999 年 5 月 31 日公視董事會提出「我們請求修改公視經費遞減條款」，2001 年 10 月，立法院通過修正公視預算，法定預算維持 9 億，17 年來文風不動。

如今公視頻道由過去一台類比擴增為三台高畫質，持續投資新媒體，計入通貨膨脹後，政府捐贈公視 9 億預算的投入其實是遞減的。

公視第一屆、第二屆董事（前台灣師範大學副校長）林東泰強調，公視面對的基本問題是缺乏資源，只有 9 億元預算，能做什麼？資源問題不解決，要談落實公視法目標，都是困難的，勞基法修法後更是如此，政府必須挹注足夠資源，否則公視法就沒有意義。

預算來自政府捐贈 無法迴避外部問責

公視預算來自政府捐贈，其實是無法全然隔絕政治力，當年預算設計，即間接地保留政治力介入的方便之門。

相信有了公視法，就會減少預算和政治介入，這是神話，不可能發生，拿政府的錢，就會被干預，「公視只有兩個選擇，一是加強對民間說明未來公共服務的具體承諾；二是思考出一套機制，開發多元財源，逐年減少對政府單一撥款的依賴。」前公視節目部經理（現任政治大學助理教授）王亞維說。

預算成為政治力或立委展現政治影響力的手段，這不只發生在公視，政府部門的預算也會面臨同樣情形，在未被滿意或是有不周全之處被刪或被凍的情形發生。各國公視都有受到政治力干預的前例，所以這是一個需要面對及明智處理的議題，不要讓少數個別立委誤解公共媒體的本質。

立法院在重大議題上，特別是總統關注的重大議題，黨團會要求黨籍立委遵守決議，動員表決，但並不是所有議案都會產生實質影響。各國都存在政治力企圖影響公共廣電的爭議，只是不容易做到，或是想影響，但付出代價比較高，迫使政治人物不願意招致干預之名，不至於敢明目張膽去做，必須評估可能付出的政治成本。「在台灣，仍然缺乏這樣的嚇阻力，」前新聞局長（現任卓越新聞獎基金會董事長）蘇正平說。

立法院長是由立委選出，院長不太願意得罪個別立委，黨團總召要帶領立委，也不願意每事干涉，凡事都是透過協調，為了能夠在關鍵法案順利動員，黨團有時候會選擇適度放手。

公視透過政府分配資源，同時受到立法院監督，不可能全然沒有政治力介入，所以應儘速將問責機制設計妥善，降低介入。公視法清楚定義立法目的、預算來源、組織運作，就是要避免不當政治力介入。

公視法 已無法因應公視發展需要

林東泰舉公視法第 1 條為例，制定公視法是為健全公視發展，「建立為公眾服務之大眾傳播制度」，彌補商業電視之不足，以多元之設計，「維護國民表達自由及知之權利」，「提高文化及教育水準」，「促進民主社會發展」，「增進公共福祉」。

檢視「維護國民表達自由及知之權利」，國會、政府無疑是自打嘴巴，公視成立時不准提供每日新聞，如何能夠回應公視法設立目的？「為什麼禁止公視製播每日新聞？目的何在？明顯違背公視法第 1 條，」林東泰說。

「提高文化及教育水準」，要問的是，是提高什麼文化水準？誰的教育水準？文化面很廣泛，如何呈現台灣人民的文化，還是存在問號。過去有鄉土

文學論戰，現在有去中國化問題，所以，公視到底要提高什麼樣的文化與誰的文化？台灣的公民教育表現的非常好，但是台灣高教已呈現階級世襲問題，偏鄉弱勢家庭更是面臨困境，公視要如何回應社會需求？

「促進民主社會發展」，對公視無疑是要求太多，只有 9 億元預算，公視要如何促進民主社會發展？林東泰指出，政府給公視這麼少資源，又希望促進民主社會發展，政府根本是自打嘴巴。

「建立為公眾服務之大眾傳播制度」也是不切實際，最早成立公共廣電組織的北歐各國公視，至今仍非常強勢，足以形塑服務全民的大眾傳播制度。台灣在商業電視 40 年後成立公視，要靠 9 億元建立大眾傳播制度，實在是要求太高。

成立台灣公廣集團迄今，請問政府給了台灣公廣集團多少錢？這是基本問題。「台灣公廣集團只是表象。」林東泰認為。

公視法第 1 條就是補充型概念，公視已退居附帶角色，引領台灣社會往前走的積極性降低。公視法本身就是妥協下產物，這從公視董監事選任和審查過程可見一斑。

董監事審查 成了政治角力場

公視法第 13 條指出，公視董事會由 17 至 21 名董事組成，審查委員會由立法院推舉 11 至 15 名社會公正人士組成。行政院提名的董監事候選人，提交審查委員會以四分之三以上多數同意，送請行政院院長聘任。

早期制度的設計對公視理念陳義過高，以致與政治現實有差距。公視第一屆董事會成立並沒有太大爭議，但是到第二屆董事會就延宕組成，原因是推不出審查委員，因為審查委員必須立法院通過，委員也必須是社會公正人士。

蘇正平指出，當時的共識，是由各黨團推出社會公正人士，而不是立委自己擔任審查委員。可是當時新黨謝啟大堅持自己擔任。雖然條文中並沒有規定立委不能擔任，但是審查委員必須立法院會通過，除非是重大法案，各黨團是不會針對審查委員發動甲級動員。

只要有一位立委表示異議，就通不過，審查委員會因此無法成立，公視董事會跟著難產。透過立法院推舉組成的審查委員會，儼然是政黨權力分配場域，以致發生審查程序不夠公開、審查委員因黨派立場對峙等劍拔弩張情形。

審查委員四分之三門檻陳義過高，反而形成制度設計缺陷。不應該是執政黨想要的人，反而容易被刷掉。制度設計應該讓董事會任期能夠順利轉換。「讓提出人選的政府能夠負起責任。」蘇正平說。

任何國家的公共廣電或許都難免有政治力介入，都有政治企圖心，但政治企圖心應包括責任，做不好就該負責，台灣卻是大家都在伸手干預，卻沒有人願意負責，這是最糟糕的制度。「按目前公視法董事會設計的精神，應該讓大多數被提名的董事人選可以通過審查，讓執政黨為這個董事會運作成敗負起責任，」蘇正平這樣認為。

審查委員必須有能力維護公視精神，維持組織運作，刷掉不行的人，而不是在審查會進行政治鬥爭，藉高門檻封殺執政者企圖心，到最後就是沒有人能夠負責。

公視法當中的董事長與總經理關係也是受到關心的議題。王亞維指出，董事長指派總經理可視為董事長意志的延伸，如果董事長具有政治立場，那這樣的立場也會影響總經理的選任。公共媒體經營是高度專業的工作，總經

理代表專業經理人，董事會組成和專業經營團隊應屬兩個可以互補又有合作功能體系。

董事會成員受到政治干擾，就會影響到總經理，總經理組成的一級主管跟著影響基層員工，進而形塑組織文化，以致組織平庸化，缺乏鬥志，認為自己負責的對象就是這一屆主管，就難有長遠的發展及具有挑戰性的作為。

董事會和經營團隊必須形成良性互動，都要有自己的問責系統，彼此要尊重信賴。董事上任就想瞭解各部門在幹什麼，一不謹慎不免會越了董事職權。董事職權應僅止於正副總經理任命和考核，倫理上不應約見部門經理，甚至聽取業務簡報。問責知識與教育應落實到員工和董事會，員工才是經營公視主體，如果表現夠優秀，不會有人動得了你，如果軟弱妥協，組織文化必然變質。

台灣公廣集團 未能提供公視轉型機會

2018年初，台灣公廣集團因華視和公視人事案，引起社會輿論關注，也有董事投書媒體，建議公視釋股，讓華視民營化。華視究竟應走向公共化或民營化？台灣公廣集團又該如何轉型？

2000年政黨輪替，台灣人民對民主開放社會有著高度期待，開始推動黨政軍退出三台。民進黨內多數意見是賣掉台視、華視，但陳水扁總統競選時的政策白皮書提出公共化主張，擋住執政黨賣掉台視、華視，蘇正平時任新聞局長，最後選擇接受賣掉台視，保留華視。

台灣公廣集團是公視轉型契機，原本期待能夠平衡商業電視，主導媒體方向，但是不同的組織文化，又有政治力介入，以致產生公視與華視內部矛盾。

蘇正平指出，台灣公廣集團中，一個是公視基金會，一個是基金會擁有多數股權的民營電視台，華視組織型態仍屬商業公司，硬要整個倒向公共化，影響小股東權益，就會衍生法律爭議。

台灣公視以 BBC、NHK 做為典範的盲點

1998 年公視成立，當時仍是國民黨執政，希望公視「小而美」。20 年來，公視非常努力製作好節目與新聞，但仍不敵一些政治因素的影響，在整個媒體生態中所扮演的角色不夠突出，仍與社會的期待有著不小的距離。

公視並未發揮全面影響力，台灣社會對公視的認同也有限。當國外公視都在挑戰社會上既有的僵化主流意見，衝撞議題時，台灣公視則是趨近於溫和路線。即使是國外公視兒童節目，都已碰觸難民、貧富差距、財富分配、性別平權等尖銳議題，針對社會發展、國家需要、區域人道，提出更多想法之際，台灣公視著力範圍及力道似乎可以再強一些。

BBC、NHK 一直是公視借鏡的典範，但卻存在經營上無法相提並論的困難。英國和日本都是先有公共廣電，才有商業媒體，政府法規設計保障 BBC、NHK 收取執照費和收視費，確保龐大收入和普及收視。

林東泰從台灣公視的「增進公共福祉」核心價值切入，檢視 BBC、NHK 當中的「Public」，所代表的公眾和公共意義是什麼？公眾和公共指的是誰？是站在什麼位置？BBC、NHK 到底呈現了多少英國和日本社會的真實？

林東泰研究英國報業文化，觀察質報與量報發展，指出英國兩個質報是泰晤士報 (The Times) 和衛報 (The Guardian)，可是泰晤士報發行量不到 80 萬份，衛報不到 20 萬份，轉型以網路為主。量報部分，太陽報 (The

Sun) 將近 200 萬份，每日郵報 (Daily Mail) 是 160 萬份，每日鏡報 (Daily Mirror) 也是 160 萬份。

英國質報發行量無法與量報相比，泰晤士報立場中間偏右，傾向保守黨，英國報業傾向自由派的只有衛報和每日電訊報 (Daily Telegraph)。英國報業反應的就是偏右保守立場，BBC 也是中間偏右，這是 BBC 反應出來的公眾和公共視角。

從人口變項觀察，弱勢的、被壓抑的、被宰制者，與優勢的、霸權的對比就很清楚，BBC 有公平對待移民嗎？「英國是白人為主的社會，面對中東難民潮，採取拒絕和圍堵，媒體種族偏見並沒有改變過，」林東泰說。

日本報業包括中間偏右的讀賣新聞，發行量 1,000 萬份左右，自由派的朝日新聞有 800 萬份左右，日本現在是由極右的安倍晉三所領導的自民黨執政，包括 NHK 在內的媒體再現和反應的社會真實，都是向右傾斜，這是 NHK 呈現出來的公眾和公共視角。

林東泰點出，NHK 到現在都不太討論日本婦女的平權議題，即可看出 NHK 的「Public」想像。

台灣公視的公眾和公共又是什麼？不同於 BBC、NHK 的「Public」想像，台灣公視是可以在全球公視創造出新典範，台灣公視應如何再現和反應公眾和公共視角？

BBC 和 NHK 基本上是向特定方向傾斜，很難再現被隱藏和被壓抑的公眾，台灣再度政黨輪替，公視在呈現公眾和公共議題上，反而會有比較大的發揮空間。

公視應該讓社會上被壓抑、被宰制者，可以和霸權團體對話，這是公眾與公共重要課題，「of the people、by the people、for the people（民有、民治、民享）」。公視是屬於全民，如何讓弱勢發聲，照顧弱勢權益，這是公視無法推卸的責任。「相較 BBC 和 NHK，台灣公視擁有更大的機會，」林東泰建議。

公視目前也製播新住民節目，可以針對新住民和移工議題投入更多資源，其次是區域議題。台灣城鄉差距嚴重，公視應該更關注弱勢地區，不是把注意力都放在六都。台灣公視必須大幅改變，節目應和社區、教育、藝術、公益結合。

以上種種做法，可以回應民意代表的關注，掌握政治氛圍也可以發揮公共媒體的基本精神，化政治阻力為助力，是一種不失有效的方式。

教育人民認識公視價值 公視責無旁貸

蘇正平認為，台灣能夠辨識「公共媒體」和「政府媒體」差別的政治人物有限。這必須談到何謂民主化，去了解民主社會中的公共空間差別，需要廣泛和深入教育，在政府部門如此，在立法院也是如此，因為多數人對公視價值也是搞不清楚。

為什麼台灣公視發展會受到如此多的限制？當然和整體政治人物水平不無關連，但台灣的政治制度和立法院運作，是不會脫離整個社會的民主認知水平存在。蘇正平指出，民主政治不只是投票選出總統、組織內閣，透過立委監督政府而已。還有非常多的事，其中民主社會的公共空間、公共媒體運作都包括在內，多數人並沒有足夠認知，沒有足夠認知怎麼辦？有什麼方法？由誰來做？

蘇正平強烈建議，公視應該自己做好教育民眾這件事，教育人民認識民主社會下的公視價值，「公視可以說，應該由政府去做，可是政府每天要做這麼多事，政府是不會有時間做的，公視應該要做好這件事，深入地方，教育人民。」

林東泰也指出，公視最大保障就是回到閱聽人身上，各鄉鎮或城市都有些人不知道或沒有看過公視節目，很明顯是因為公視和閱聽人互動不夠。

公視與人民是處於辯證關係，公視可以扮演啟發人民，走向公民社會的角色，只要提升閱聽人品味，公視就會有更多生存空間，雙方只要能夠一來一往向上發展，公視空間必然無窮大。

這不止牽涉到公視價值，也牽涉公視本身的生存。如果一般人沒有這樣的認知，政治人物也無此認知，那公視必須是主要發動者。「公視應該花一些資源，投入一些人力做好這件事，」蘇正平說。

公視可以說服政府提供資源，同時結合公民媒體組織共同推動，如果公視沒有警覺到這個問題，沒有認真做好這件事，公視永遠不會壯大。

王亞維認為，公視要發揮影響力，就要有不同思考，完全靠政府預算保障經營，然後期待沒人干預，現在看來是天方夜譚。全球公視都避不開經費來源 (funding) 與問責 (accountability)。其實，納稅人才是公共媒體真正老闆，必須心存尊敬。假設公視節目預算如美國 PBS 有 30% 來自民間小額捐款贊助，公視怎麼會不進入社區傾聽這些民間老闆的聲音？公共性增加，節目與服務就必須溝通反省，與時俱進，公視體質就會跟著改變，公視性格和組織文化也會改變。

小結

本章節比較了英國 BBC、日本 NHK、美國 PBS、韓國 KBS/MBC 的歷史軌跡與事件，做為台灣公視下一階段發展參考。其中，財務保障、董事會產生方式、生根地方，對於公視成長尤其值得借鏡。

一、財務保障

穩定的財務收入是保障公共廣電獨立自主的關鍵，BBC、NHK 執照費與收視費，就是維護公共廣電獨立自主最佳典範。

BBC 每十年簽署皇家憲章，獲得長期穩定收入，避免政府預算准駁，減少政治介入風險，寬裕的期限尤其是確保 BBC 專業自主的保護機制。NHK 雖有穩定收入，但少了寬裕期限，執政黨就可以透過預算操控 NHK。正如受訪者所說，NHK 要是批評自民黨，引起不滿，自民黨就會威脅，「你們今年的預算難道不要了嗎？」此話一出，NHK 只能低調不語。

PBS 則是美國聯邦政府透過預算捐贈介入的另一個例子，使得 PBS 常處於政治風暴中，嚴重影響 PBS 獨立自主。PBS 受制聯邦捐贈，高度依賴募款，但也面臨菁英家族，透過捐款主導 PBS 言論走向，或是慈善機構利用捐款主導地方台政策，或是企業贊助節目進行公關宣傳，凡此都影響 PBS 獨立自主和公信力。

台灣目前討論收取執照費幾乎是不可能的，但目前實行的年度的公視預算審核，確實可能造成長遠計畫或是活動規劃的困擾以及向政治妥協的風險。如何保障公視發展與政治力量合理的一臂之距？公共問責是唯一的評量嗎？這些都必須由不同面向去深思。

二、董事會產生方式

BBC 在 2017 年皇家憲章第 22 條條文指出，公眾可自荐或推荐擔任董事。英國文化部透過公開審查程序，針對審查結果對外說明，董事會主席人選接受公眾監督。申請人也必須接受媒體測試，確認是否具備管理 BBC 能力，達到公開、透明，及公民參與的精神，英國政府雖然可單獨提名和任命 BBC 董事會主席，人選仍須接受國會審查和面談，達到獨立和問責目的。

不論國外是如何運作，台灣公視因為預算、董事會結構、政黨政治成熟度不同，都不能全面移植。近期文化部要研修公共媒體法，這些國外例子僅可供參考。

三、生根地方

BBC、NHK、PBS、KBS/MBC 都成立形式不一的「閱聽眾委員會」，以及地方參與組織。各國公共廣電皆廣納多元社團，呈現多元意見，公布年度報告，滿足閱聽眾需求，同時透過多元形式徵詢閱聽眾意見。例如每半年進行一次全國觀眾調查，或是透過不同指標進行檢測，反映閱聽眾意見。「閱聽眾委員會」有助連結多元社群。美國 CPB 受訪者即建議台灣公視，結合 BBC 集中資源策略，以及 PBS 生根地方做法，滿足個人需求，有助台灣公視長期發展。

台灣雖然幅員不大，但是城鄉之間、南北東西部地域的文化、生活習慣、收視喜好卻有很大差異。在分眾趨勢越來越清楚的今天，如何真正知道民眾的需求與接納程度？如何用有趣的方式協助弭平教育落差？公視還必須更努力去爭取全體公眾的支持。

四、台灣公視挑戰

台灣公視面對的最大挑戰是缺乏資源。與各國相較，9 億元預算捉襟見肘，資源問題不解決，要談落實公視法目標，都有困難。穩定且長期的財源收入，對公視獨立自主才是最大保障。

公視面對的另一項挑戰是，部分閱聽人對公視仍感到陌生。公視除了可以成立「閱聽眾委員會」，聽取意見之外，應思考如何生根地方，進行廣泛連結，教育人民，認識公視，因為這不只牽涉到公視價值，也影響公視生存。

此一章節受訪者如下：

- BBC 部分：李文 / BBC 前中文總監（現任香港浸會大學高級講師）、Ofcom, Director of Broadcaster、Ofcom, Principal Strategy & Policy Team。
- NHK 部分：熟悉 NHK 媒體人士。
- PBS 部分：CPB, Senior Director、PBS, Vice President、PBS, Senior Director、WETA, Chief Operating Officer、WNET, Vice President、WGBH, Director of Administration、Columbia University, Journalism School Professor (ex- Vice Dean)。
- KBS/MBC 部分：申奉承 / KBS 新工會福祉局長（KBS 記者）、張俊成 / MBC 言論工會交涉爭議局長（MBC 記者）。
- 台灣公視部分：林東泰 / 公視第一屆、第二屆董事（前台灣師範大學副校長）、蘇正平 / 前新聞局長（現任卓越新聞獎基金會董事長）、王亞維 / 前公視節目部經理（現任政治大學助理教授）。

（公視資深研究員何國華採訪整理）

公視堅持專業，向全民負責

公共電視受民眾付託，獨立自主經營，所有節目製播均秉持專業自主與自律精神，將《節目製播準則》之精神與內涵，內化於各類節目的製播上。言論自由是民主社會的基石，包括公視在內的媒體皆受到言論自由的保障；因此，公視同時必須對法律、社會與民眾負起責任。公視本質上是一種文化公益事業，以服務公眾、促進社會福祉、追求公共利益為宗旨。因此，公視有別於商業電視，不以營利評價其表現。世界各國公視均不以收視率為主要的評估指標，評估公視的表現時，也應該評估公視是否實踐公共媒體的精神，亦即是否體現公共價值、創造公共價值。本文從「自律與他律機制」、「雙向溝

通的公共問責座談」、「公共價值評量機制的建立與運行」三個觀點來探討「公視堅持專業，向全民負責」的態度與做法。



公視《節目製播準則》之九十四年四月版，九十六年二月版，及一〇五年十二月版。

自律與他律機制

社會大眾對公視的新聞與節目品質，及其是否體現公正與獨立的價值有極高期待。公視為呼應期待，參照世界公廣準則與精神於 2005 年制訂《節目製播準則》。因應新媒體發展等社會趨勢的演變，2016 年《節目製播準則》再版。此本《節目製播準則》透過內部同仁參與討論，分享工作案例，使此本準則不致淪為制式教條，而是經過實務驗證的智慧結晶。

公視所有的節目製播均秉持專業自主與自律精神，將高專業標準的《節目製播準則》之精神與內涵，內化於各類節目的製播上。有關自律機制的運作係依據《節目製播準則》中「專業操守」與「提報與諮詢」兩專章的原則執行。

「專業操守」是贏得公眾信任的基本要件，主要準則包括：一、本於誠信，拒絕造假、扭曲事實、剽竊。二、遵守利益迴避原則，拒絕不當利得。

至於「提報與諮詢」，節目製播過程如有處理的疑慮，或遇爭議性內容，製作人員應儘早向上層提報與諮詢相關主管，或進一步提報相關部門經理，依循適當程序處理。程序如下：一、製作人或直接行政主管為提報與諮詢的第一道守門關卡，若攸關正確、公平、公正、獨立自主等基本價值，或有觸法可能、涉及國家安全、隱私權、冒犯與傷害、人身安全、利益衝突等相關範圍，須提報部門主管同意或諮詢其意見。二、製作人與相關部門主管的裁示意見不同時，部門主管應提報執行副總經理、總經理。若仍有疑義，得由相關部門主管主責召開「節目製作諮詢會議」，該諮詢會議的議決將作為公視基金會的參考意見。此諮詢會議為一非常設之機構，參與人選可包括：權責部門主管、相關部門主管、部門內或跨部門之製作人、法務人員、業界資深人員、專家學者、其他關係人。

公視的《節目製播準則》與電視學會節目自律委員會的自律公約也多所呼應。電視學會節目自律委員會為保障閱聽人權益、善盡媒體社會責任、維護社會善良風氣、落實節目內容優質化，擬定的節目製播自律公約。條款如下：

- 一、節目中對於兒童角色之安排應審慎，不得與姦淫、犯罪、暴行情節相關。
- 二、各類節目不可有煽情、色情、血腥之情節或內容。
- 三、節目如因劇情需要涉及社會寫實，應避免過度血腥暴力情節，對犯罪、自殺、幫派、暴行等非正常社會行為，應避免詳細描繪之。

四、節目題材、內容、用語不得影射他人或損害他人身心健康與名譽。

五、節目中不得包含污衊、歧視、誹謗、猥褻之詞語或行為。

六、節目不得強調種族、性別、宗教、職業、貧富及地域之歧見或偏見。

七、各類節目應避免刻意廣告化之內容，包含對廠商、品牌、產品、標誌之過度強調，或有宣傳意味。

八、節目不可鼓吹怪力亂神、迷信等非事實內容，不可引起社會大眾混亂與不安。

九、節目中不宜過度強調特技演出或涉及危險之鏡頭，並應以字幕及口頭說明，提醒觀眾請勿模仿。

十、節目不得對醫療方法提示具體建議，述及醫學知識者須具有專業醫師資格或經醫學團體認可。

十一、節目涉及競賽贈獎遊戲，不得鼓勵投機取巧、不勞而獲觀念。

十二、遊戲規則必須公平、公正、公開，並請律師或會計師在場公證。

十三、應嚴守節目分級制度，依時段製播並安排適當內容播出。

遇有重大申訴案件，則依《公共電視法》第 46 條申訴與覆議程序辦理之。為落實並執行《公共電視法》第 46 條規定，實際作業公視另外制訂《節目申訴案件處理要點》、《處理一般性節目申訴案件作業流程》及《處理新聞性節目申訴案件作業流程》規範以期處理觀眾的申訴案件。

2014年，公視為健全公共廣電文化事業之發展，落實傳播媒體自律，確保製播內容品質，制定了《節目暨新聞自律委員會設置辦法》。節目暨新聞自律委員會職掌各節目、新聞製播內容違反自律、倫理或相關製播規範之審議及改善建議事項。節目暨新聞自律委員會置委員5至7人，委員選任顧及專業及公民社會之代表性，任期為二年。節目暨新聞自律委員會每季召開1次，必要時得召開臨時會。

2015年5月18日，台北市政府國小學童免費鮮奶政策存廢引發討論，網友找出公視前一年度節目〈老師，您哪位？〉系列《李惠仁的公民課》引發輿論報導及觀眾意見。網友及觀眾致信或致電向公視表達意見，客服人員予以回應並分別對於平面及電子媒體的評論，表明立場。緊接著一周公視針對陸續回覆媒體及觀眾意見之處理情況，包括新聞有權「合理使用」事宜、是否公開拍攝影帶與逐字稿、該集節目完整放在網路等。

《李惠仁的公民課》後續獲得國內外多項獎勵：美國影視「金鷹獎」(Cine Golden Eagle Award)「兒少節目／短片-紀實，動畫，非劇情」項目入圍；「紐約電視展」(New York Festivals - International TV & Film Awards)「最佳常態播映娛樂性節目-兒少節目」；媒體觀察基金會國人自製兒童暨青少年優質電視節目五顆星推薦；NCC頒發10-12歲適齡兒童電視節目標章。

由於〈老師您哪位〉系列之《李惠仁的公民課》引發之社會討論，2015年7月召開的節目暨新聞自律委員討論此案。會議中委員的意見整理如下：「(一) 節目內容持平，呈現小朋友對市長及議員表達意見的過程。(二) 很少有節目在播出一年之後發酵；這與柯市長上台後處理五大案有關係。各電視台難免都會出現類似牛奶事件的危機，如何處理則與電視台的台格及立場有關。公視此次的回應及處理相當妥當：1. 尊重了參與孩子及其家長；2.

與代課老師妥善溝通；3. 妥善處理了觀眾意見；4. 對社會大眾5月25日的說明，表達了公視應守的立場。委員也期許關切此事件的相關人士能立場一致地要求所有電視台。(三) 公視對於此案的處理方式，委員們皆認為是能讓所有關係人都瞭解並接受的妥適作法。」對於節目內容以及公視此次的回應及處理皆予以肯定。

雙向溝通的公共問責座談

政大廣電系王亞維教授曾為文指出：「英文問責一字 accountability 原來用於描述會計領域的帳目稽查行為，二十世紀下半葉，基於現代社會漸趨複



2017年公共問責座談會

雜，逐漸從會計領域獨立出來，其意義從政府治理、企管到科學領域都受到討論與引申，其擴大的意涵包括：(1) 問責為責任的對應，反映了一種互動關係，包括了要求負責者和被要求負責者。(2) 說明(explanation)為問責的重要內涵，負責的一方有一定的義務對利益關係者提出的要求加以解釋，此項行為基於標準流程，其說明內容應具有數據性的客觀性。(3) 資訊的透明度(transparency)在此過程至為關鍵，通過說明過程產生的公開資訊，使責任對應雙方互動為問責的焦點，除了雙方達成理解乃至建立信任

的基礎，更重要的是促成效率與倫理意識。」「對於問責理論發展有重要貢獻的學者 McQuail (2003) 強調媒體受到言論自由的保障，因為言論自由是民主社會的基石。言論自由在 McQuail 強調媒體問責架構中居於上位，但是他也提出媒體同時須對法律、社會與個人三個層面負起不同程度責任。麥氏談論媒體責任無法離開對言論自由的保障，但在自由與規範的爭議性命題上，他則延續『社會責任論』裡，媒體自律與自我承諾的傳統精神。」

公視深知來自觀眾的意見，是支持公視進步向前的最大原動力。為落實公共問責機制，舉辦座談會聽取各界 NPO、NGO 團體及民眾的意見，建立彼此良好的溝通平台，彙整不同族群對公視的期許，同時讓觀眾更瞭解公視在新聞、節目、新媒體與公共服務等各方面所做的努力。

2014 年起公視由總經理率一級主管，在台灣各地舉辦焦點團體或民眾座談，蒐集更多元的建議及鼓勵，以作為公視強化各項公共服務之策略參考。公視自此每年舉辦公共同責座談會，截至 2017 年，足跡遍及台北、桃園、台中、嘉義、台南、高雄、宜蘭、花蓮、台東各地區，場次計有 17 場，參與人數達 429 人之多。



2016 年公共問責座談會（嘉義場）

4 年下來舉辦座談會聽取各界 NPO、NGO 團體及民眾的意見，意見當中有鼓勵，有疑問，也有期許。謹此摘錄鼓勵的意見如下：

「欣賞公視始終堅持製作多元優質的節目。」「公視是台灣新聞媒體最後一塊淨土，沒有任何商業廣告，做沒有市場，對我們台灣社會台灣人民是有幫助的節目，這也是我這麼喜歡公視的原因。」「對過去公視辦的『深度之旅』有很高的評價。」「過去就是因為看公視的《打拚》，才意識到原來過去對台灣歷史沒有全面性的瞭解。」「感謝公視迅速轉播《深夜食堂》、在〈獨立特派員〉製作有關消防員的特輯；讚賞〈紀錄觀點〉同仁在臉書上與民眾的互動頻繁；也感謝工程部出席座談會，讓大家對如何收訊更有瞭解。」2014 年冬季在高雄，一位熱情的民眾不僅分享她的觀點，甚至還自備熱騰騰的紅豆湯，與現場的來賓及工作人員分享。

疑問及期許則敘述如下：有民眾希望國際新聞能播出更多的時段。公視後來向 NHK 購買新聞素材加以後製於原有新聞時段播出，2017 年起更新增《新聞全球話》節目，介紹世界各地重大新聞。

有民眾希望《獨立特派員》可以完整的上傳到影音平台或 YouTube 上。目前，每周三晚間十時播出的《獨立特派員》已經可以在 YouTube 平台上完整觀賞。

有民眾期許公視針對派遣工的議題可以做出更多的努力。公視於 2013 年 12 月 19 日董事會決議，決定原則上盡量全數納編派遣人員。此次轉自僱作業未能納編人員僅 6 人，納編人員為 130 人，比率高達 96%，國內公私機構納編派遣員工有此高比率者，並不多見。

有民眾建議，公視應該製作競賽性的音樂表演節目，以提升觀眾的收視市場。公視回應有製作類似性質的節目，叫《音樂創世紀》，而節目中的得獎者甚至曾經入圍金曲獎。

有民眾提出公視在 MOD 的節目一直是試播狀態，希望能變成常態節目，自己也願意付費。目前在 MOD 平台上已經可以完整觀賞公視三個頻道的節目。

有民眾想知道公視有無可能創立〈。2017 年國會議事的網路及手機直播業務，經公視承接後，已經由華視執行並於 CH132、CH124 播映。

有團體代表表示「請問有多少觀眾知道《一把青》及《燦爛時光》是公視購片？宣傳方式讓觀眾誤認是公視製作的戲劇，不曉得是購片易導致觀眾認為公視在有限的經費之下，尚可製作這麼好的戲劇，公視預算應仍寬裕。建議讓觀眾瞭解劇劇是購片的，希望公視有資源可以製作更多優質戲劇。」

亦有團體代表詢問「四大旗艦議題是如何訂定的？」「公視是如何報導教育的議題呢？」「旗艦議題中高齡社會的部份，未看到受暴的探討。」

另一團體曾經質疑：「2016 年 3 月 12 日《公視晚間新聞》有一則新聞，讓推動性別運動的人相當傻眼，內容談論課綱的問題，但未見記者去訪問教師針對課綱的回應，卻訪問相對保守勢力的人，對於《青春水漾》影片或者是對於不該教多元性別的發言，於新聞當中未見到平衡報導，此新聞事件源於 2010 年起爭議不斷，對於客訴後的回應，無法感到認同。」

此外，關於學校或家庭教育、服裝儀容、課綱、身體的權力、多元文化、表演藝術、不同城市升格六都後預算重新分配、身障及社福、自閉症中重度兒童安置問題、職訓重點、高職特教生、生命力、貧富議題探討、外來移工、民生物資、兒少主體性、公視修法、性別議題以及公視的製播細節也引起不同團體關心。雖然五花八門無所不包，公視仍要以謙虛的心態及感謝的態度回應，因為這也代表了各界對公視的寄望深遠。

公共價值評量機制的建立與運行

《公共電視法》第一條即明訂：公視「為公眾服務，以多元之設計，維護國民表達自由及知之權利，提高文化及教育水準，促進民主社會發展，增進公共福祉。」同時，第十一條揭示：「公共電視屬於國民全體，其經營應獨立自主，不受干涉，並遵守下列之原則：一、完整提供資訊，公平服務公眾，不以營利為目的。二、提供公眾適當使用電台之機會，尤應保障弱勢團體之權益。三、提供或贊助各種類別之民俗、藝文創作及發表機會，以維護文化之均衡發展。四、介紹新知及觀念。五、節目之製播，應維護人性尊嚴；符合自由、民主、法治之憲法基本精神；保持多元性、客觀性、公平性及兼顧族群之均衡性。」，因此，公視追求的公共價值是：不以利潤為經營目的，而是以公平服務公眾、促進社會的健全發展為目的。



公視公共價值評量主網頁

曹琬凌於 2005 年〈創造公共價值，參訪 BBC 改革經驗〉文中指出：英國的 BBC 於 2004 年進行一項「投資效益」(Value for Money) 調查，結果發現 81% 的英國民眾願意每月支付 10 英鎊的收視費來支持 BBC 的廣電服務。為了進一步了解 BBC 的「整體價值」，BBC 以類似公民投票的方法，要民眾從「將 BBC 服務整個取消」，以及「願意多付多少錢來支持 BBC 繼續存在」兩者之中做出選擇，結果顯示平均每人每月願意支付 20 英鎊，換言之，英國人願意支付比收視費高出一倍的費用來支持 BBC 繼續存在。BBC 的公關主任 Andrew Whyte 曾經比喻 BBC 所提供的廣電服務與英國的健保制度、公園、公共圖書館一樣，其公共價值不僅有益於個人，對於整體社會、甚至產業等都有不同面向的價值。為了把抽象的「公共價值」具體化，BBC 經過外部徵詢以及內部討論後，2004 年在建構公共價值宣言中，確認三大要素(個人價值、公民價值、經濟價值)、五項使命(民主、文化、教育、社會、全球價值)、以及四項衡量途徑(觸達率 Reach、品質 Quality、影響力 Impact、投資效益 Value for Money)，並據此建立整體衡量 BBC 表現的新制度。

日本的 NHK 在 2005 年成立第三人獨立機構「約束評價委員會」(約束是日文，承諾之意)，針對 NHK 所提出的「承諾」進行公共價值評量，於隔年 5 月或 6 月提出「約束評價報告書」。「約束評價委員會」共有三位委員皆來自外部，成員具備經營、產業分析等專長；NHK 內部則成立『約束活動事務局』作為窗口扮演內外橋樑及資料提供的角色，以利委外業務的運作順利，成員約有 3 位。每年，NHK 會長(總經理)向董事會提出年度承諾，經董事會同意其內容後，再委託「約束評價委員會」進行調查與評量。評量時以 NHK 提出之「承諾」為基礎設計民調的指標構面，內容上也適時考量觀眾期待的多樣性而進行調整。分析的資料依據也非常多元，除了一般觀眾的民調、NHK

員工的意見調查、經營高層與外部專家學者的訪談、地方台的視察外，後來也加入 NHK 的自我評量，同時嚴謹地與前一年度的調查結果進行比較分析，經過多次會議討論後才定案提出運用理論反應實務的評量報告。

公視則於 2006 年第三屆第二次臨時董監事聯席會議討論通過建構「公廣集團公共價值評量體系」計畫，嘗試將較為抽象之「公共價值」，轉化為客觀、具體可衡量的多元評量體系。一方面接合世界公視如英國 BBC、日本 NHK 近年強化問責體系(Accountability System)的發展趨勢，另一方面亦從國內過度以收視率為單一標準的現況中，走出另一種衡量公共媒體績效的途徑。公視於建構公共價值評量體系時，即成立公共價值評量建構體系專案研究小組，陸續進行「各國公共廣電之公共價值與品質評量體系研究」、「歷年質化研究二手分析」、以及「公共價值檢測德菲法調查結果」等研究，綜合以上調查結果，再經內部深度討論，訂出「觸達」、「品質」、「影響力」、「公共服務」、以及「財務與事業營運效率」等五項構面，其下分為收視率、觸達率、收看時數、新平台觸達率、節目品質、節目喜愛程度、多元、創新、深度有意義、節目之公正性、型塑公民社會、發揮社會影響力、信任度、需要度、國際露出、資源分享服務公民、提升產業環境、收視普及、數位發展、提升多元族群傳播權、發揚族群語言與文化、運作透明化、有效運用並開發資源、人力資源活化與專業技能提升、提供公平合理的勞動條件等二十五項指標。而評量模式主要參考日本 NHK 之公共價值評量模式以及香港 RTHK 之電視節目欣賞指數調查模式，成立「公共價值評量委員會」，委託第三公正調查單位進行各項客觀研究，以兼顧客觀、公正、專業的調查模式來進行。

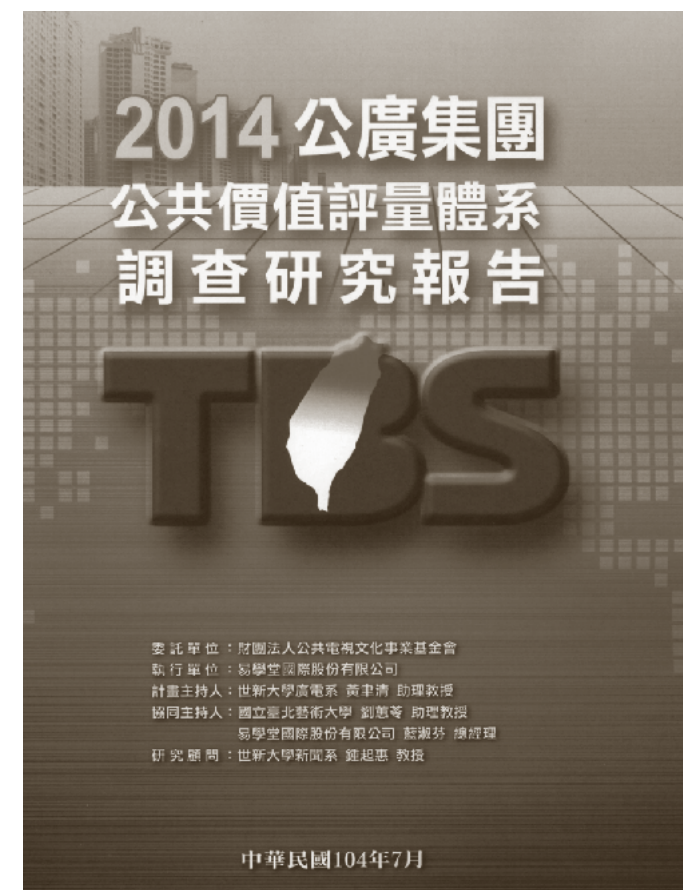
2007 年第三屆董監事聯席會議通過《公共價值評量作業要點》，明定公共價值評量相關時程及執行辦法，督導公共價值評量工作小組辦理公共價值研究委託案工作，確定指標構面，最終向董事會提出公共價值評量結果。

依據新版《公共價值評量作業要點》第三條規定，「公共價值評量委員會置委員十至十六人，由產學專家、族群代表、公民團體代表及本會兩位以上董事組成。」。程序上董事會先提名兩位董事出任公共價值評量委員會召集人及副召集人，正副召集人再從產學專家、族群代表、公民團體代表之領域中徵詢選取合適人選出任委員，所有委員經公共價值評量委員大會由董事長正式頒發聘書聘任，任期 3 年。

至於第三公正委外調查單位如何產生？流程略為：董事會成立公共價值評量委員會，成立公共價值評量工作小組，由公共價值評量委員會決定公共價值評量體系執行流程與衡量方式，並決定公共價值評量指標及資料界定範疇，推選公共價值評量體系委外調查研究案評審委員，工作小組擬定委外研究案內容及評選項目，召開研究案評選委員會確認委外研究案公告內容，委外研究案進行公開招標，召開研究案評選委員會進行廠商評選，然後確認得標單位並簽約執行。

依據《公共價值評量作業要點》，公視已陸續完成 2007、2009、2014 以及 2017 年度的公共價值評量。歷次評量構面與指標如下：2007 年上半年度公共價值評量指標部分需由各台訂定各構面權重，再分配各指標配分，以便評量委員會進行最終評量之比重依據。2009 年度則將構面與指標略行調整，取消觸達構面下的「收視率」指標項目，並使各台之各指標計算方法一致、各台指標構面不設權重比例。

2014 年公共價值評量之構面及指標基本上延續 2009 年度範圍，惟另增加「新聞獨立性」指標，衡量方式包括內部員工調查與外部調查。2017 年公共價值評量之構面及指標比照 2014 年，惟因 2014 年度公共價值評量體系之部分衡量方式 / 資料界定範疇無法完整呈現各電視台在「新媒體觸達」等方面的努力或其他現況，故進行局部修正：(1)「新平台觸達率」指標下新增「其



2014 年公共價值評量

他多元平台接觸率」、「質性指標的建構」(2)「提升多元族群傳播權」指標下新增「客家原住民新住民節目內容的呈現比例」(3)「國際露出」指標下新增「播出類型」。目前，公共價值評量共有五個構面，二十六個指標。

以 2014 年的委外研究調查報告為例，第三公正委外調查單位對公視提出許多建議，而公視也相應提出許多政策回應。謹整理如下表：

表 1: 公共價值評量體系調查研究報告之政策回應

構面	研究建議	說明	政策回應
觸達	加強節目行銷	觀眾往往是不經意收看到，導致下次也就無法順利找到節目播出時間繼續收看，造成無法形成固定的收視族群。	1. 宣導觀眾下載 APP，方便掌握公視節目表。 2. 於公視 FB 上隨時公布節目動態。 3. 排檔盡量固定。
	調整節目、時段經營策略	受到大環境影響，無線區塊頻道收視率與觸達率皆呈現下滑走勢，收視時數大多同樣也出現減少情形，但民視由於節目策略成功，收視時數近年來持續維持居高不下的態勢。	未來將持續靈活調整頻道經營策略，以經營旗艦議題之方式，推出符合時事趨勢之主題規畫。對內在節目製作與宣傳跨部門投入資源，對外更尋求跨媒體合作，以擴大節目影響力與能見度。同時強化新媒體平台推廣，增加節目收視效益與觸達率。

構面	研究建議	說明	政策回應
觸達	發展新平台的運用策略	數位時代的行銷方式與傳統媒體不同，增加節目的觸達，必須同時考量節目在新媒體上被運用的可能性，應瞭解網路年輕族群傳輸影像分享的特質，增加節目在網路上被運用與流傳的機會。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新增第二螢互動服務、Android TV 等新平台服務，以擴大新媒體觸達。 2. 公視節目嘗試開發多螢互動參與式節目，突破和電視觀眾互動的方式，未來新節目開發會持續利用網路傳播內容及與觀眾互動。 3. 持續拓展訂閱人數，增加與網路收視族群的互動。 4. 擬加強部落客寫手合作，希望以網路意見領袖影響年輕族群收視。並在 PTT 加強與年輕人互動，節目上檔前拋出議題以利發酵。 5. 節目洽談時，積極簽下其它行動載具及平台之播映權。 6. 與其他平台合作，例如手機通訊業者、政府及其他網路平台。

構面	研究建議	說明	政策回應
節目品質滿意度	經營類型頻道創造多元性	目前整個產業已經明顯朝向分眾化發展，建議公視也可經營類型頻道，除了可運用董事會的社會影響力去爭取資源外，亦可提出適當的計畫去國會進行遊說，爭取足夠的預算去經營兒少專屬頻道、文化藝術專屬頻道、銀髮族專屬頻道、新聞專屬頻道…等。從目前的態勢來看，兒少頻道應該是最有機會先出現，因為公視已經有不錯的成績，可以結合社會力量發揮綜效。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新增第二螢互動服務、Android TV 等新平台服務，以擴大新媒體觸達。 2. 公視節目嘗試開發多螢互動參與式節目，突破和電視觀眾互動的方式，未來新節目開發會持續利用網路傳播內容及與觀眾互動。 3. 持續拓展訂閱人數，增加與網路收視族群的互動。 4. 擬加強部落客寫手合作，希望以網路意見領袖影響年輕族群收視。並在 PTT 加強與年輕人互動，節目上檔前拋出議題以利發酵。 5. 節目洽談時，積極簽下其它行動載具及平台之播映權。 6. 與其他平台合作，例如手機通訊業者、政府及其他網路平台。

構面	研究建議	說明	政策回應
節目品質滿意度	節目創新朝內容及科技雙管齊下	在內容創新方面，戲劇節目培養了台灣很多本土的導演、編劇，對台灣整個文創的土壤非常重要，未來應持續去做創新題材、鼓勵新銳導演。在科技創新方面，應正視新媒體的發展趨勢，持續投入 HD 及網路平台的開發，讓節目價值極大化，使更多人可以透過網路、手機…等方式收看到公視的節目。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 將持續舉辦公開徵案，廣納業界創意與培養人才。 2. 除了傳統電視外，透過網路、手機…等不同的載具收看電視，擴大節目的收視觀眾是未來各節目積極爭取的露出方式。 3. 加強行動化影音服務與互動式新媒體服務發展。 4. 與新媒體部合作，增加公視新聞在各項新媒體露出的機會。
	重整新聞節目資源與內容	在資源整合方面，華視與公視在新聞部分可以進行資源整合，進行每日新聞與專題新聞的分工，創造各自的擅場，達到最大效益。在新聞內容上，建議可以培養小小公民系列，讓兒童或是青少年來當主播或是記者，讓觀眾也能看到兒童看待世界的觀點；以及持續去做城鄉平衡報導和國際要聞報導，開拓國人視野，並成為同步觀察世界的視窗。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參考國外媒體製播兒少主導的新聞節目。 2. 加強城市以外地區的報導比例。

構面	研究建議	說明	政策回應
影響力	扣緊社會議題	公視要發揮社會影響力的話，應該在公共議題選擇上更激進，在節目行銷上靈活運用商業手法，並且緊緊追隨網路熱門議題的脈絡，才能夠對年輕世代產生更大影響力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 有鑑於年輕觀眾多透過網路收視，主頻與網路採用不同內容。 2. 節目製作適時與網路對話進行調整與加強特定內容，強化與年輕人即時互動，貼近年輕族群喜好。 3. 設定年度目標及議題，跨部門資源整合，掌握議題時機及節奏。 4. 製作符合網路、行動通訊收視習慣之原生內容。
	主導社會議題	運用規劃議題的能力，主導社會議題討論的方向，讓商業電視台能跟隨，發揮內容影響力。	除原有擅長領域之外，另能兼顧多數觀眾切身相關、感興趣之議題。
	發揮公共媒體監督政策功能	製作國家級或區域性的政策討論節目，發揮公共媒體監督政策、促成政策辯論的角色。尤其在新聞報導方面，公視可以扮演改革的推動者角色，在新聞議題上呈現出新聞報導對事件報導觀點的多元性與中立性。	結合學術理論與實務觀察，加強監督各項政策，進一步發揮改革的力量。

構面	研究建議	說明	政策回應
公共服務	擴大公共服務對象	觀眾建議寒暑假期間的營隊、兒童影展的舉辦，以及公視紀錄片大展...等活動獲得肯定與喜愛，尤其是與學生劇展的結合，讓更多大傳科系的學生可以投入，也讓公視的節目深受校園學子的肯定，建議未來可藉由校園播映或推廣，來擴大收視族群年齡層。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 除繼續進行以巡迴放映座談深入校園外，透過每年度暑假實習，積極與學校老師保持聯繫合作，將公視節目推入校園。 2. 進入校園時積極推廣粉絲專業，增加年輕學子對公視的了解及黏著度。 3. 深耕地方，邀請更多協辦場地加入以服務更多觀眾；擴大邀請大學院校參與協辦，並精選公視學生劇展作品至大學院校進行影片欣賞或映後座談活動，推廣優質學生作品至青年學子族群。
	提升產業環境	在節目製作上朝向小而美，很炫、夯的潮流，任何有創意的想法，先拿來公視嘗試，如果成功了，再拿去商業電視台繼續做，有點像媒體界的工研院，先做出東西再到其他地方重製。例如公視在硬體上有領先其他電視台的全台灣第一個 HD，從無到有都是公視建置出來的，每年會透過產業發展研討會以及實作面的系統整合，持續協助提升整體產業環境。	持續關切內容型態與新媒體發展趨勢，並與產官學界專案合作，以研發創新應用服務。

構面	研究建議	說明	政策回應
營運效率	建立員工意見反映管道	公視在營運透明度方面已達一定水平，訊息的流通及提供可再強化。但就員工意見反映方面，大部分的事情都得透過工會來做，個人很怕被突顯，顯示公司內部文化似乎並不鼓勵同仁發表意見，也不鼓勵同仁講出他們心裡真實的想法。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在工會組織積極且活躍的情況下，本會持續在勞動條件與同仁權益事項方面，積極與工會互動，建立制度性協商，以及理性的信任對話機制。 2. 建立員工參與的工作文化，需要制度面與計劃性的持續推動與堅持，本會辦理 TOWN HALL MEETING，鼓勵員工與經營決策團隊對話，也持續舉辦每 2 個月一次的擴大主管會報，溝通決策並表揚敘獎有功同仁。對於與同仁工作有關的事項，主管會報開會時，也多請主管先在部門內進行同仁意見徵詢，再於主管會報討論，以提高同仁參與以及決策的支持基礎。
	將資源整合、統一規劃	考慮到未來的發展性，公視經費的成長實有其必要性，因為目前整個公視定位與財務規模有基本上的矛盾存在。建議未來可將資源整合到公視基金會，統一做節目規劃，讓資源有效集中、運用。	加強立院遊說，爭取修《公共電視法》時效。

構面	研究建議	說明	政策回應
營運效率	倡導職能多元	人力資源是公視最重要的資源，應該更主動積極去活化人力資源，提倡職能多元，未來人員的經驗如何傳承、分享也應該是重點，可透過人力盤點進行瞭解，再整合內部的資源。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續落實辦理目前學習與訓練資源外，加強受訓心得分享，以逐步形成學習分享文化，俾有助於人力資源的專業素質的提高與傳承。 2. 對於有意願在本職以外，希望學習第二專業職能的同仁，在訓練資源許可的情況下，多鼓勵同仁提出爭取，主管也應極力促成，以活化人力。此外，鼓勵輪調或逐步建立輪調的工作文化。
	建立獎勵制度	在勞動條件方面，勞資雙方是有可以對話的空間，公視的勞動條件在工時和加班費產生過較多問題，也較缺乏績效考核，以及獎勵、激勵士氣的相關制度，這些方面在未來有待加強。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自 104 年 5 月起，全面要求與協助各部門落實工時法規之遵循。同時在與工會團體協約協談項目中，納入工時與工制規定，期經由協約之簽訂，雙方共有遵循準據，勞資良性互動再向上提增。 2. 目前目標管理之適用對象為部門主管。部級以下主管僅部份約定適用，未來朝向擴大適用對象，對於適合以目標律訂工作的職務，納入目標管理適用對象，以提增考核客觀的程度。 3. 收視達標係整體團隊整合努力的結果，在收視達標獎勵機制的獎勵對象上，再做檢視或擴大適用，以收團隊激勵之效益。此外，公行部原訂獎金辦法，研議酌予修訂，俾更具引導及激勵效益，擴大自籌款的績效。

「公共價值」客觀 具體 可評量

為了確保自律下的製播內容品質，公視於 2014 年制定《節目暨新聞自律委員會設置辦法》，透過每季 1 次，必要時召開臨時會的機制，對於各節目、新聞製播內容違反自律、倫理或相關製播規範者進行審議並提供改善建議。此外，公視另外制訂《節目申訴案件處理要點》、《處理一般性節目申訴案件作業流程》及《處理新聞性節目申訴案件作業流程》等規範處理觀眾的申訴案件。

為了進一步與公眾建立良好的溝通平台，彙整不同族群對公視的期許，回應公眾的質疑，同時讓觀眾更瞭解公視在各方面的努力，公視自 2014 年以來舉辦了 17 場足跡遍及北中南東各地區的座談會，聽取各界 NPO、NGO 團體及民眾的意見。這些來自民眾與團體多元的建議及鼓勵，許多皆成為後續公視強化各項公共服務之策略參考。

而為了能夠接合英國 BBC、日本 NHK 等公共廣電強化問責體系的發展趨勢，公視於 2006 年建構「公廣集團公共價值評量體系」，成立「公共價值評量委員會」，委託第三公正單位進行各項客觀的調查研究，將抽象的「公共價值」轉化為客觀、具體可衡量的評量結果。公視迄今已完成四個年度的公共價值評量，並且依據評量結果進行政策回應與調整。總而言之，身為來自民眾付託的公視，一路走來「堅持專業，向全民負責」，此態度與做法也將會持續下去。

(公視研究員陳慶立採訪整理)

第
4
章

CHAPTER 4

逆境中成長蛻變・數位烽火照亮 匯流之路 —— 公視新科技

公視除了節目與新聞，成為社會聚焦之所，不可忽略地前者必須靠賴電子媒體的傳送方式，達到終端公民與住戶，讓法定使命完成。科技在鮮明豔麗的文化創意之後，扮演著不可缺席的角色，科技不會冰冷，更具有創造性的熱情，來散發科技布建的社會意義。

我國《公視法》也明文載入第十條，強調網本的業務，其中五分之四都與技術有關，如下所列（括號中為衍義解釋）：

一、電台之設立及營運（奠定電台基礎需要技術為基盤）

二、電視節目之播送（技術有傳輸類也有播送類）

三、電台工作人員之養成（技術的新知教育與觀摩）

四、電視學術、技術及節目之研究、推廣（電視知識三大環節之一）

財團法人公共電視基金會，於 1997 年立法之後，正式展開籌建與開播事務，然而技術卻讓公視的概念，提早接觸台灣電視家戶，產生歷史性的社會意義，可見技術的前進性與特殊性。

本篇紀念公視開播運行二十週年，以這段時間同時更廣含籌備前的測試期，來記載來見證，在台灣本土真實打造永續的公共廣電（public broadcasting）服務之技術基礎，接續的開創與引領，讓電視科技以標準化的態勢，佈建台灣國土，產生影響力，嘉惠國人視聽文明的享受，符合當今民主先進國家的數位化福祉與功能。

回顧發展，本文特以時間序列，將公視的技術發展，作精要整理與闡述，見證這一個特殊時代與特殊議題的演進發展與價值。茲表列如下：

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
開台 前後 1997- 1998	1. 公視建台過程在微波中繼頻率缺乏下做了必要的他路選擇，來涵蓋全國的新技術作法	公視建台時沒有指配到微波頻率，故改採衛星播送方案佈建全國涵蓋網，並且在公視建地球上鏈站為一創舉，同時購置最新 SNG 車進行動態的連線。	公視透過技術先行方式與民眾建立特殊信任關係
	2. 特許指配 UHF51、53 頻率帶來國人新的收視環境 以及雙聲道播出	超高頻 UHF51、53，公視並於開播前，進行實驗播出，鼓勵民眾加裝天線收視提供觀眾另種選擇。	
	3. 工程海外訓練	NHK 海外訓練方案執行，學習國際先進同業	

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
2003-	1. 無線電視數位化：數位電視轉換、共同傳輸平台	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣無線電視數位化啟程，確認補助政策與方式控管及資料公開 2. 共同傳輸平台：五年為期（2003-2007 年），以階段性方式完成全國各項數位傳輸軟、硬體建設。 3. 接續，數位電視共同塔改善站計畫：2004-2009 年共同建置 24 各中小型改善站。 	首次將政府公共基礎建設概念用於電視產業發展投資之上
	2. MHP 多媒體家用娛樂平台計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 進行即時交通與氣象資料廣播測試 2. 與工研院進行 MHP 頭端系統相容性測試 	

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
2004	1. 電子中文節目表 (EPG) 測試, 確認 EPG 規格	公視為第一個提供 EPG 服務的電視台, 觀眾可藉此得知簡單節目資訊並視終端硬體規格可進行節目預錄	提供未來數位電視系統上的應用服務
	2. 地震快報連線	透過與氣象局簽訂合作備忘錄方式, 執行地震快報, 讓測報中心與電視頻道直接連線, 用自動產生文字訊息方式警告全國收視大眾。	

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
2006-2008	公廣兩年計畫 (過程與政策) 1. DVB-H 手持式電視實驗性試播計畫 2. HD 頻道建置計畫	1. 由公視領軍與中華電信、台灣大哥大、遠傳、BENQ、Motorola、訊連公司組成團隊異業結盟共同合作, 取得 NCC「手持式電視實驗性試播計畫」同意指配 602-608 MHz 頻率, 進行廣播與行動通訊之間整合服務的測試。 2. 建置高畫質電視傳輸系統、環島微波鏈路以及第二階段頭端及傳輸平台管理系統。 3. 政策辯論有關第二單頻網與東部微波傳送系統	面對國內傳播政策與監理發展的新態勢, 公視以雙軌行政溝通方式執行國家數位匯流計畫的施行, 持續放大數位電視基礎建設的成效。

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
2008	HiHD 高畫質頻道試播計畫	公視透過媒體政策與規管程序，取得 CH.30 頻率進行高畫質頻道試播，為台灣首個標準無線播出的 HD 頻道。並藉此推動接收端標準化，由公視與國內機上盒與電視機廠商進行接收測試訂定之。	公視追尋國際趨勢，於北京奧運期間推出 HD 高畫質頻道，引領國內業者開發附加價值影音服務
2011	公視技術交流國際化	定期出席亞洲廣播電視聯盟之數位電視廣播研討會，藉此平台與 NHK、DVB、ITU 組織作有效地非正式意見交流，並參與網路上教育訓練，同時開始連結 ABU Emergency Warning Broadcasting System 與 Climate Change/Disaster Risk Reduction 主題討論，與區域及全球發展同步關心	公視無線廣電技術前瞻發展與國際關注同步開始

時間	發展重點	綱要重點	時代意義
2012	數位無線電視全區開播類比停播台灣進入傳播新時代	從 2003 年數位無線電視建置開始，達成 95% 以上之普及率，使之成為亞洲第二個國家完成 ASO 目標。類比轉換過程與器材，並有正式典藏紀錄一個時代的結束，館藏於國立科學工藝博物館。	公視執行計畫並保留時代的見證
2016	公視所有頻道升級為高畫質播出	Ch.26、Ch.30 兩頻率播出公視主頻與公視 2 台、公視 3 台+客家台與原民台	此一案件付諸執行，以數位壓縮方式放入 CH 30 播送，為台灣廣播技術規範中第一例的電視頻道託播案，回應了公共電視多年推動的製播分離數位傳輸機制，同時讓公部門財務資源相結合，發揮服務公眾之最大效益。
	製播分離制度委託公視施行	原住民族電視台特許託播展開新模式	
2017	超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫 推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫	1. 建置超高畫質電視示範製作中心 2. 公視+ 與 4K 網站 3. 進行各式創新應用 4. 超高畫質節目製作 5. 4K 無線電視試播	超高畫質電視 DVB-T 試播，世界首例。

公視建台的使命驅使科技先導

一個電視台開辦，必定先從工程技術基盤的建置開始，啟動一個電子傳播體系。台灣公視之規劃，除了經歷多次政府政策支持度不足的問題，從最先 1980 年行政院長倡議之後，雖然凝聚了政府共識開始推動，但是旋即不如預期，只以一億三千萬，交由新聞局國內宣傳處來設置公視小組開辦。1986 年交由以當時商業無線電視台盈餘部份比例徵收所得，成立的廣播電視事業發展基金，持續辦理。

在 1990 年底，政府正式決定組成公視籌備委員會，1992 年將部分人員從廣電基金移撥過來，成為政府委託辦理業務的特別單位人力，離開原本基金的性質。至此，公視的建設，才與公部門資本建置的方案接軌，有獨立的技術基礎建置需求，而且脫離製播中心的規模，朝向電視台與轉播發射網水準前行。

很明顯地，長時間籌備造成政策上的不確定，而且台灣一開始師法香港模式，只在商業電視台時段中託播公視節目，所以技術問題沒有面對與解決上缺乏建樹。長時間的蹉跎，造成公視正式籌備開始，遇見相當技術上的困難。

一、頻率的指配艱難與突圍

台灣的無線電視頻率，雖然定義在特高頻 (VHF) 與超高頻 (UHF)，但是依照戒嚴時期訂下的法律：「廣播及電視無線電台設置及管理規則」限定，特高頻已經指定給早期的無線電視三台，其餘頻率都屬軍事管制的資源。公視在籌備期間，一直沒有定論，終於在 1990 年取得國防部協調後騰出的頻率，

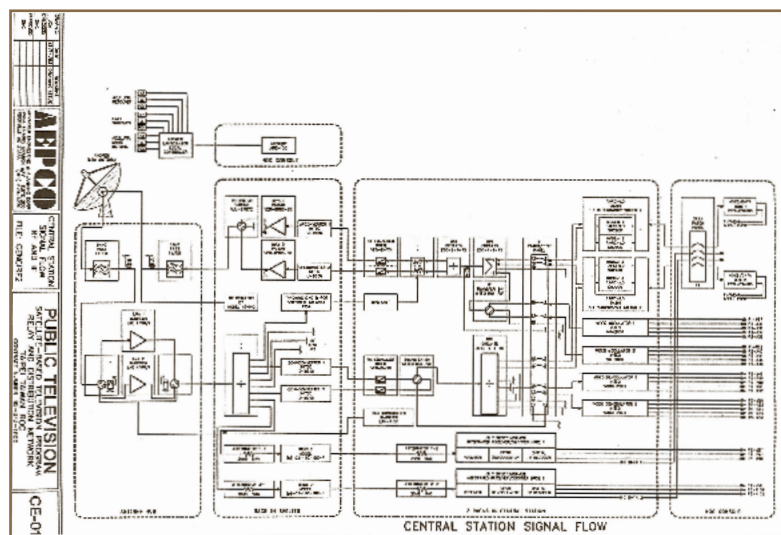
以超高頻 50-53 頻道 (MHz 680-692, 692-698, 698-704, 704-710) 複頻網方式在全國無線發射，但是相對的收視環境要求也高，不管在新的天線購置，或都會區的接收改善上，都需要比特高頻方式更需投注心力，尤其在台北都會區部份，由於發射位置偏東於汐止／萬里五指山上，使得都市接收極具挑戰性。

另外，在微波頻率指配上，完全沒有機會，所以公視開播以前無法達到完整覆蓋的無線地面波之傳送發射網。又有鑑於台灣的有線電視已經蓬勃發展起來，所以初期技術網路改採衛星上下鍊作法 (cable-satellite service)，以利訊號的全國傳送。以下介紹在這個較為艱困的環境中，兩項創新的作法，以此達到服務公眾的普及政策 (universal policy) 要求。

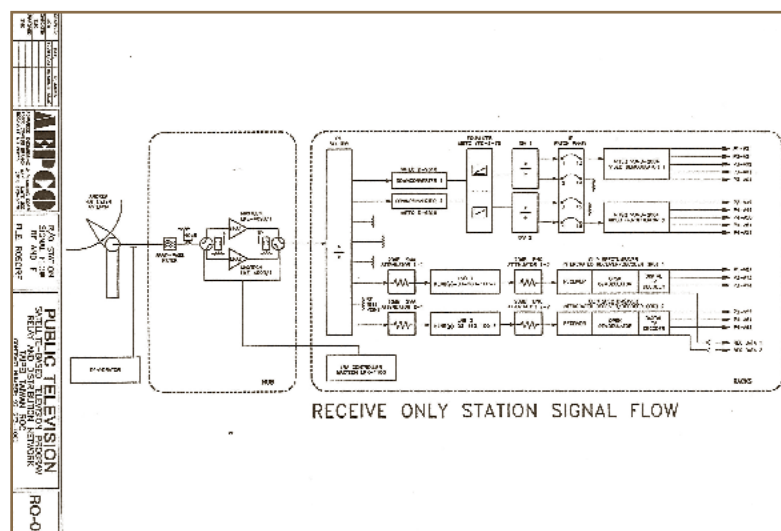
(一) 建立一個衛星傳遞電視系統

公視鑑於當時頻率使用的政策規範，採用衛星上下鍊發射訊號方式來涵蓋全國需求。也就是在公視台總部，架設衛星上鍊站 (地球電台)，租用國際衛星的頻率進行下鍊台灣全島業務。這項建置計畫啟動於 1990 年後的籌委會時期，於 1993 年由美商磐亞 (AEPCO) 公司規劃設計，提供公視衛星的相關 TVRO (Television Receiving Only) 系統。

這個系統建置，帶來的不但是公視也是全國第一套以衛星傳遞的電視系統。相關建置包含中央發射站 (Central Station)，其中有一套總台上鍊站中心 (Network Operations Centre)、及天線與設備的駐在所 (antenna, RF equipment shelter)，還有相對著地面接收天線系統 (Receive Only antenna) 的配備。公視同時購置大型的 SNG 車一併成為衛星網路的一部分，這樣的規模是當時台灣電視界的創舉，也是在頻率資源稀有下的另一進步出路。



圖一、衛星系統上鍊架構



圖二、衛星系統電視訊號接收

實際開播運轉後，這個衛星地球電台（地面站）連續獲得第一與第二屆廣電金技獎之優等工程獎（交通部頒發），象徵一個新時代的技術專業水準受到肯定。

（二）啟動超高頻電視之試播運動

1995 年公視已經籌備到一定階段，擁有兩百名專業技術純熟的工作同仁，完成數百小時之節目，同時也在全島建置好轉播發射網路，特別展開三次試播的活動，透過報紙與電視的廣傳，引起社會的重視。特別是對於當時所謂三家電視台節目過度商業化，以及有線電視頻道良莠不齊的狀態長久心生不滿的民眾而言，公視實際的試播行動，帶來了螢幕的春天，透出一片希望的窗景。

試播活動分成三個時期（每天六小時）：

1. 1995 年 7 月 10-14 日；
2. 1995 年 11 月至 1996 年 2 月；
3. 1996 年 11 月至 1997 年 2 月；

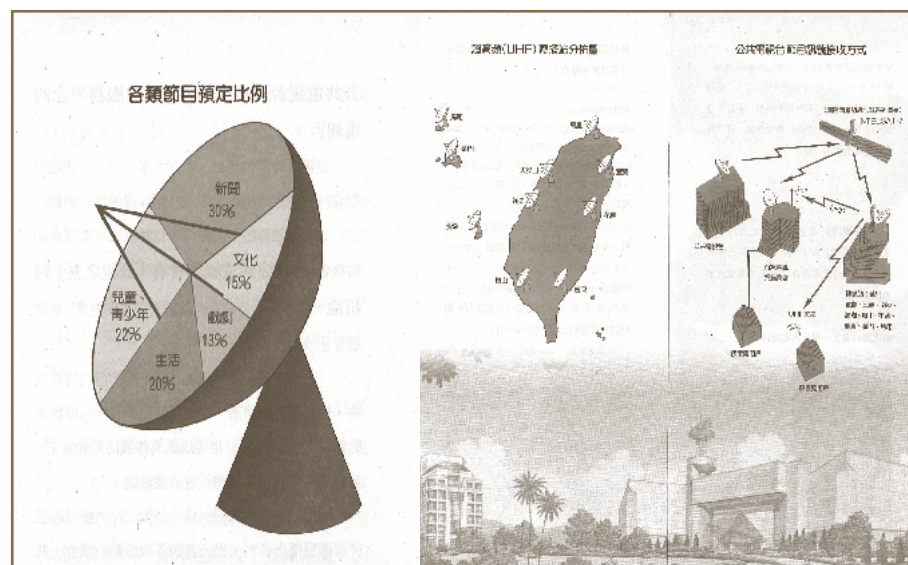
透過民眾自行詢問 UHF 天線的行情，到自行架設，或參與公視的活動與諮詢，都拉近了公視與民眾的距離，同時也讓民眾從接收技術的引進，具體實踐了傳播權（communication right）的作法，理解現代國民在媒體民主化可為之處。

試播的內容，除了回應四年建台工作的成果展示，也首次將分眾多元的節目政策導入，這樣的試播在技術更新外更有文化的衝擊，實為一次有意義的社會公眾關係行動。誠如，當時的媒體報導這樣說：

「一個新媒體的成長從零開始，藉著試播可以熟練他們的專業知識；長久以來社會大眾對於公視的疑慮，從這一次的節目試播，觀眾可以了解公視存在的意義。」

另外一項技術服務的成果也一併陳述。電視立體多聲頻道系統 (MTS) 早於 1987 年就已經成熟，當年依據中國國民黨中央文化工作會與電視台的協議指出，這是服務台灣觀眾很可行的方案，但是業者頻頻以為調整設備工程期長，同時資金回收上困難，以致屢屢延宕。直至 1991 年此舊議重談，仍有諸多推諉，到 1992 年元月開始才正式推動立體雙語服務，但是局限在一些特別節目中，同時對於方言之推廣，仍有意忽略。

以公視而言，開台之初就確立電視立體雙語系統設備，採用美製 MODULATION SCIENCES 電視立體雙語處理設備，廣置於各發射站，於 1993 年 10 月 18 日全部裝竣完成，從標準作法概念完整提供此一服務。公視之政策，則是提供本國語言與方言需求，還有節目應該具備的立體音響，都列入考量，完整提供，展示不同的技術之公共利益思考。



圖三、公視試播時期的節目政策與傳播基礎建設

二、從世界標準與技術的水平鍛鍊技術的經營

(一) 遠赴日本 NHK、英國 BBC 接受廣電技術之訓練

公視之籌備，最先由技術人員進駐，展開電台基礎設備的建置。這一批專業人員，正逢 1990 年代的媒體政策與教育訓練新的想法，接受實地考察訓練之課程，同時認識典範型的公視之文化與所服務的社會。這個方案就選定了日本 NHK 與英國 BBC 執行海外技術方面的教育訓練。茲分述如下：

1. NHK-CTI (放送研修中心) 海外訓練第一期

此一訓練委託日本公共廣電放送 (NHK) 之公益法人機構 Communication Training Institute (CTI) 設計課程，接受我方派訓 10 人，為期九週計 63 天 (1992 年 5 月 10 月至 7 月 11 日)。課程項目包含三部份：基礎課程、分組實習、台站實習。內容涵蓋：電視技術概論、HDTV、局外中繼設備、發射技術與主控設備；分組實習內容包含：主控、製作與後製組。

2. NHK-CTI 海外訓練第二期

第二次訓練課程，派訓 10 人，1993 年執行。課程主要涵蓋製作系統與後製設備，同時學員提供相當內涵的生活報告，表達不只是技術，還包含對公共廣電系統影響社會文化的實地觀察。

3. BBC 電視訓練課程

此一課程由 BBC 訓練中心 (Wood Norton) 設計辦理，公視派訓 4 人，為期四週，於 1993 年執行。課程包含：電視技術的訓練，製作系統的見習，同時特別介紹區域網路與工作站之概念與實務，還有參觀諸多公共廣電系統經營者。這次訓練再次讓技術人員深切瞭解先進國家公廣體系的意義，同時鍛鍊外文與國際視野。

電視開播與電視革命同時到位開創新局

1998 年公視依據一年前的立法架構，成立營運規劃小組，到實際營運預備，終至 7 月 1 日正式開播，然而同時在先進國家英國，也正式於當年開播數位化無線電視轉播，象徵另一個時代來臨。於是，對於台灣公視而言一點也不能鬆懈，爭取多年到手的類比電視廣播，馬上要研擬轉換到數位時代廣播電視。公視面臨的挑戰主要有二：

- 一、如何找尋擴增年度經費的可能，讓巨大的轉型投資可以落實。
- 二、現階段發展目標是數位高畫質電視還是數位標準畫質電視，需要辯論

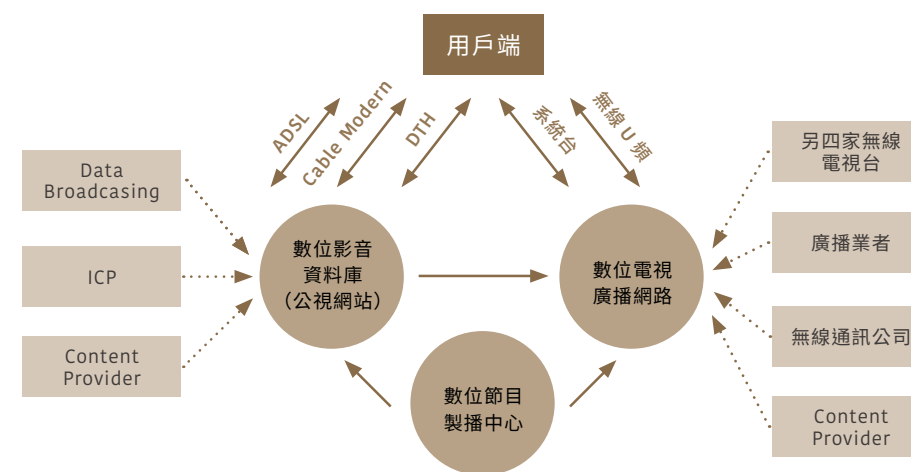
待公視開播逐漸上軌道後，以工程單位為主軸的行動開展。

首先，1999 年從工程技術觀點，擬定一個六億的四階段數位轉換計畫，接續成立數位電視小組，會同管理、研發、新聞節目、公共服務等部門，以全觀的角度引領數位發展，並且由李永得總經理親自主持串連各參與部門的討論與合作。

2000 年開始，數位電視小組有系統地觀摩到各國公視數位轉換的初期實例，逐漸理解到台灣採行歐洲 DVB-T 規範的必要性，同時採用歐規更帶來有利於擴大公共廣電產業在台灣規模的整體作用。這種以技術理性改變影視內容經營模式的想法，還是首次同時也是另類發展路徑的實驗。

也就是說，技術平台的轉換是基本策略，但是所開展出來是一個產業架構的觀點，讓公視數位化的事件，帶動台灣公共廣電產業的未來發展方向，概分為三個部分進行：

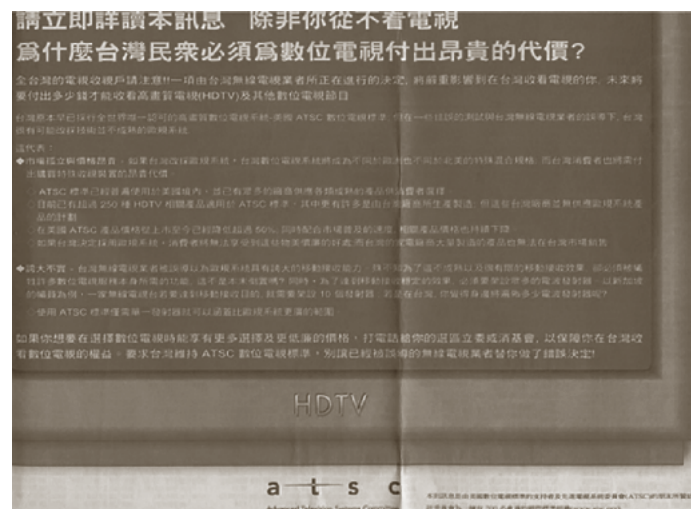
(一) 數位影音資料庫，(二) 數位電視廣播網路(三) 數位節目製播中心(如下圖所示)：



圖四、公視數位化發展策略綱領芻議示意

存有這樣的思維在心，就公視數位化的計畫而言，不單僅是一種純技術的追尋，而是讓技術與人文接軌，讓技術翻轉媒體政策走向，這樣思維也是數位電視小組整合的企圖展現。

數位電視小組在公視基金會內有共識之後，提出改變數位電視標準的建議與行動，至 2001 年 International Broadcasting Convention 在荷蘭定期舉行之際，說服台灣其他無線電視商業台的同意，以此基礎讓國家資訊通信發展推動小組「(NICI) 與交通部郵電司決定採取中立原則，讓技術開放方式轉用歐規 DVB-T。自此，開創新頁，讓台灣無線電視的傳輸規劃改觀，採用共享資源方式，共建資訊基礎建設概念，以致翻轉私有電視資產到共通建設之層次，開啟了國家補助的先例，也終止了過往依循的美規台隨模式。



圖五、美國業界組織 ATSC 史無前例在台灣報紙刊登對改換歐規的反對廣告

這是在台灣傳播政策史上，首次改變以美國為師的指導方針，而且可以實質發展另外一種成長的案例。台灣公視的技術議題，不再是一個單一科技轉換，而是轉換了整個媒體發展的上位思考。

自此，公視在許多產官學組織中，逐漸取得發言權與信任感，透過諸多政策說帖，屢次遞案與演講，逐漸理出政府特別專案補助公視發展數位化的正當性。2003 年 5 月 5 日，經過多次與電視學會、新聞局、交通部、還有行政院的跨部會會議，終於得出以下國家方案，使得一個新的政策模式與產出得以落實：

表一、公視「數位娛樂」建置預算提案 (2003)

政府補助款及運用		公視相對款及運用	
項目	經費 (新台幣千元)	項目	經費 (新台幣千元)
南部地區五台發射機及天線系統、單頻網建設	266,500	南部地區五台發射機及天線系統、單頻網建設、數位化設備	124,072
北部地區一套發射機及天線系統	10,500	北部地區一套發射機及天線系統（加入北部共塔系統）	4,500
MHP 實驗設備	23,000	--	--
南北系統維運費、南部單頻網行動測試費用	60,000	南北系統維運費、南部單頻網行動測試費用、北部多頻道測試費用	25,714
總計	360,000	總計	154,286

(三) 執行時程暨方式

本計畫將以五年為期（九十二—九十六年），以階段性方式，逐步完成全國各項數位傳輸軟、硬體建設，同時測試訊號，未來並朝結合家電、資訊業者資金，共同投資數位傳輸平台建置與推廣接收設備，以提供全民最佳的數位視聽環境。

*第一階段至 92 年底

1. 完成南部單頻網與行動電視服務建置，並展開測試。
2. 完成南部數位廣播電視共同轉播系統建置。
3. 完成北區多頻道播映設施建構。
4. 建立 MHP (Multimedia Home Platform) 初期實驗系統。

*第二階段至 93 年底

1. 完成南部行動電視服務測試，並提出營運服務計畫。
2. 完成北區數位多頻道播出測試與單頻網、DAB (Digital Audio Broadcasting) 建設，並進行多頻道服務營運。
3. 完成全國數位廣播電視轉播發射公共服務系統（數位廣播電視共同傳輸平台），並規劃未來加強收視改善計畫。

*第三階段起自 94 年 1 月 1 日至 95 年 12 月 31 日

1. 完成公視內部製播系統全面數位化。
2. 推出南北行動電視服務先導系統。
3. 完成全國多頻道服務播送計畫與 MHP 平台建設。
4. 完成全國與分區數據廣播與遠距教學先導服務。
5. 規劃成立數位電視轉播發射公共系統營運部門。
6. 推動數位機上盒家戶普及率達 30%。

*第四階段起自 95 年 1 月 1 日至 95 年 12 月 31 日

1. 高畫質數位電視開播。
2. 依照數位政策時程，全面數位化發射訊號。
3. 推廣機上盒購置，普及數位化，弭平資訊落差。

數位平台上測試新服務

從 2003 年建置開始，經過一年努力於 2004 年 7 月 1 日，正式展示了數位無線電視基本的提昇服務，包含多頻道、行動收視、標準畫質、電子節目表等，如下圖展示：



圖七、2004 年台北電視節展出的公視數位電視服務

伴隨著「數位無線廣播電視共同傳輸平台」計畫的施行，工程部門得以實際經辦幾項測試的創舉與器材的建置。本節一一簡述這些新的發展經驗：

一、MHP 家庭多媒體平台

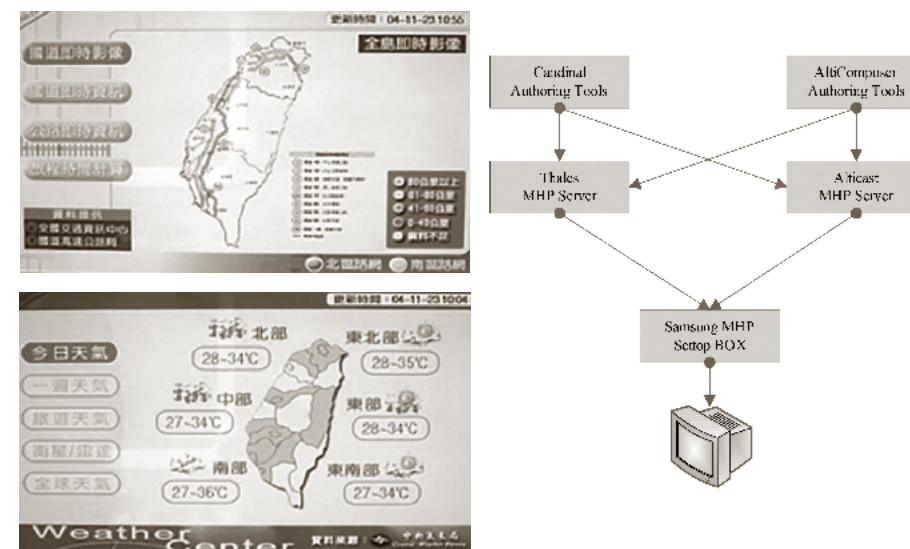
這是一個數位內容初期的開發概念，提供一個標準、無私有系統駐足 (proprietary system)、使用開放架構的軟體應用系統。公視用此標準作業模式，同時透過兩家生產裝置，進行寫作與測試。其目的在於導入數位互動電視製作系統，同時確保開放模式，讓創作者可以公平進入，以擴大經濟規模，帶動新的數位內容市場。在計畫過程中，公視完成三個節目測試版本，兩個應用服務上線播出，如下：

(一) 互動電視節目製作成果

在互動電視節目方面，自 2003 年 12 月完成企劃提案後，至 2004 年 7 月完成《下課花路米》、《看公視說英語》、《e4kids》三節目共 220 集 Application 的開發，包含三部分：互動腳本、Application 及宣傳手冊。

(二) 互動電視服務製作成果

在互動電視服務方面，自 2004 年 3 月完成企劃提案後，至 2004 年 9 月，完成《即時氣象》與《即時交通》Application 的開發。除《即時氣象》與《即時交通》外，資訊人員部亦依循此製作模式，開發了測試版的《即時新聞》。《即時新聞》中的 Data Agent 與 Data Updater 為自行開發，新聞資料可即時更新。此測試版可作為未來互動電視服務開發者的參考。另外整套播出內容，也經過兩種廠商的器材作播出測試，以確保開放性公正無虞。



圖八、MHP 測試服務包含路況與氣象資訊 (左)
以兩套設備測試服務平台的公正性 (右)

這項測試計畫對當時國內機上盒廠商有很大助益。因為國內廠商已進行 MHP 機上盒量產計畫階段，因各家製造商與 Middleware 廠商都有簽定 NDA 契約，故無法實際得知各製造商在 Middleware 的授權費用。公視的測試計畫，搭配後來台灣機上盒廠商 2003 年末開始發展 MHP 軟體，以及其應用軟體，到技術成熟時間約在 2004 年下半，給予很重要的協助。以機上盒廠商引用各家不同 Middleware 進行比價，致使每個機上盒有一塊美金差價時，這筆差額因公視測試結果可以省去。以 2005 年起台灣 MHP 機上盒的出貨量預估若可達到一百萬台時，每年便可省下 100 萬美金以上的 Middleware 軟體費用 (折合台幣約三千二百萬元)。

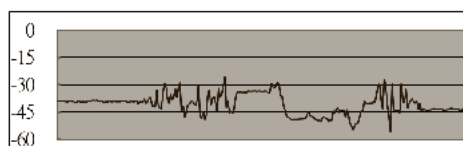
二、行動電視 (DiMo TV 計畫)

這一系列新建設啟動，最劃時代的作法就是行動收視的電視服務，因為這是無線電視在類比時代無法突破之處，也是最早採行美規數位電視架構下未能突破的點。公視邁向標準化作業推出數位電視，將此視為新時代的電視標的。首先，2003 年 9 月當時公視總經理李永得提案請高雄市政府配合，將行動電視放置在市政府車船管理處轄下的公車與渡輪上，產生一個新的服務平台。

接續透過陸續建置完成的數位發射站，分別位於旗山中寮與高雄市 85 大樓頂，架構出一個完整的覆蓋區域，使得都市內的電視訊號趨於完美（覆蓋 90% 以上）。配合市政府的地方配合計畫與款項，讓高雄市公用的交通載具都裝配液晶顯示器，於 2005 年 1 月 19 日正式開播。

在這項服務推出之後，是依據新的數位原理與量測結果給予品質保證。以下是當年工程部門團隊使用的器材與量測結果的案例顯示：

前金區：



覆蓋率 = 99.9%		路線描述
地點	前金	中華三路 > 林森二路 > 愛河東路 > 中正四路
時間	14:42	
EFA(dBmw)	-39.1	
與東帝士距離	1.89	
與中寮站距離	26.6	

測試儀器設備介紹：



(左) 專業及測試儀表 R&S 公司的 DVB-T receiver EFA；

(右) 行動量測軟體 ROMES 配合 GPS 及康訊電子地圖

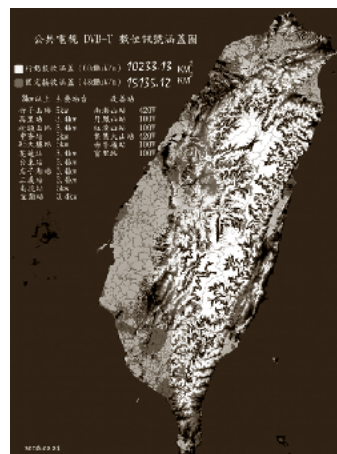
從南部出發，透過政府與公共機構之間的密切合作，高雄的行動公車是一個成功的國際案例。2005 年亞太地區召開第一屆的廣播電視數位化研討會 (ABU Digital Broadcasting Symposium)，其研討會的專刊就曾大幅介紹台灣高雄的這個案例，也是工程技術應用向海外輸出的成功案例：



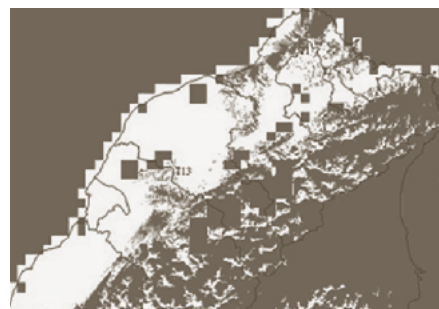
圖九、Asia Pacific Broadcasting 專刊 DTV SYMPOSIUM 2005 大篇幅介紹 DiMo TV

三、電場涵蓋模擬分析軟體系統

依據最新的數位科技，公視工程單位在整體網路發射建置上，先使用了電場涵蓋模擬軟體，進行無線發射的選址與搭配各種地形與人文因素，找出最理想的涵蓋訊號狀態的依據圖，然後按圖施工，進行發包。這套作法迥異於類比時代的無線電視工程作法，以十分有依據的數據結果取代經驗值看法。以下就是標準的涵蓋場強分析結果：



圖十、數位無線廣播電視共同傳輸平台第二年計畫結案的依據電波涵蓋示意



圖十一、模擬數位電視單頻網發射中三個鄰近站（竹子山、萬里、店子湖）所形成的接收狀況（前所未有的新設計）



2008 年前歐洲廣播電視聯盟 (EBU) 主席 Arne Wessberg 抵台特為參觀本台工程人員操作涵蓋模擬軟體並給予肯定

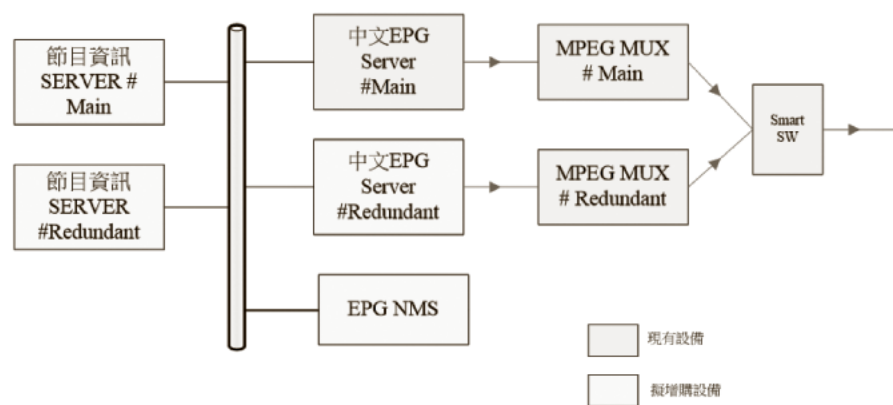
四、電子中文節目表 (EPG)

公視工程部門，於第三年度執行數位無線廣播電視共同傳輸平台計畫階段，以自己配合款方式，提出電子中文節目表的共同開發計畫，有別於各電視台自行開發方案，展示歐規無線電視平台共同營運的特色，如下：

(一) 歐規 DVB 播出標準中，明定相關 DVB-SI 內包含電子節目表 EPG (Electronic Program Guide) 服務資訊，利用 DVB 數位電視廣播中傳送有關節目名稱、播出時間、節目內容概述及每日 / 每週的節目時間等等相關資訊。

(二) 國內五家無線電視廣播業者系統已全面開播，當時可提供 14 台的數位電視節目。而公視目前除提供數位影音服務之外，也已經進行完整的中文 EPG 的資訊服務內容廣播，並得到國內機上盒製造廠商熱烈回應，各家研發單位都進行中文 EPG 機上盒的軟體開發及硬體修正，當時即配合已有廠商產品上市的試播。

(三) 為持續推動國內數位電視中文 EPG 資訊的服務，因初期規劃中文 EPG 設備是屬實驗階段，故僅有中文 EPG Server 一套加入頭端系統進行播出，現為使商業運轉順利，擬再增購一套與現有相同之設備做為備份 (redundant) 使用，並增購完整的網路管理設備及節目資料伺服器，使得本會於播出中文 EPG 服務資訊時不會因設備故障而造成頭端系統失調，結構如下：



五、自動產出地震快報文字訊息

2004年3月公視配合數位家庭多媒體平台計畫(MHP)，需要即時氣象服務的資料，特別與交通部中央氣象局締結合作案。此一合作案包含透過光纖傳送氣象局發布的氣象預報或警報於公視頻道及數位行動頻道、多媒體家用作業平台「即時氣象」實驗計畫作使用。

藉此，公視新聞部與工程部人員，也依照日本NHK已有的地震預警服務為範例，尋求合作，以光纖專線快速聯繫方式，讓氣象局自動生成的地震速報資訊，轉換成電視台可以解讀使用的速報格式，以第一時間將資訊灌入跑馬系統，在公視主頻道跑馬播出，這是一個雛型的運用展示。

依據簽訂的《交通部中央氣象局、財團法人公共電視文化基金會氣象報導合作備忘錄》內容定義，凡台灣本島或鄰近區域發生芮氏規模六以上的地震，或西部任一大都會區之震度達二級；或台灣東部宜蘭、花蓮、台東任一地之震度達三級，即由氣象局地震測報中心字幕系統自動產出地震快報文字訊息，透過光纖傳送在公視頻道播出。

在系統建置部份，氣象局提供放置空間，公視負責建置傳輸設備及攝錄製作所需之作業設備，另外傳輸氣象資料專線由公視租用並負責接收設備，此一設備並且直接進入電視台的主控端，以符合緊急預警的時效要求。兩方合作報導之視訊畫面內容，同時得提供其他電視媒體免費分享，以推動公共服務，所以這是公視帶動一個指標方案，希望台灣防災預警系統可以受到電子媒體的重視加以投入。



圖十二、公視頻道至今都維持即時的地震速報服務

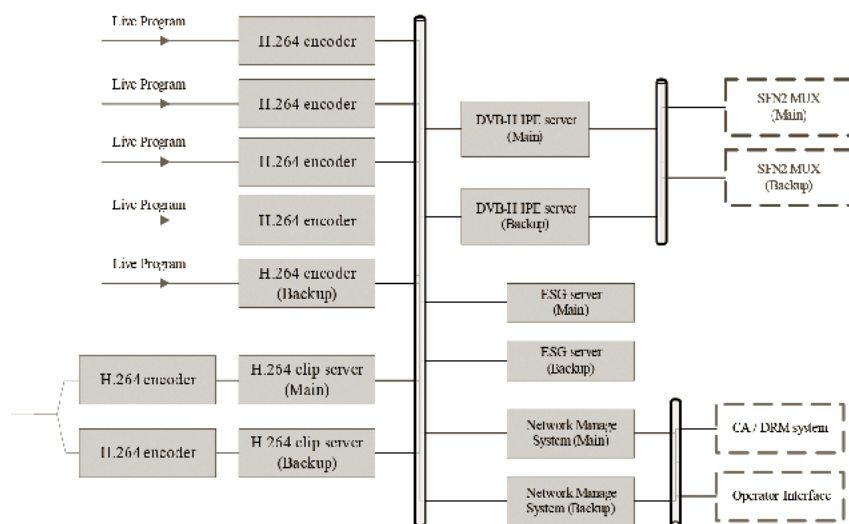
數位兩年發展計畫新發展概念迎向新挑戰

2005年起，台灣進入新的競爭需求時代。面對外界數位化如火如荼的開展，在最後一任負責規管媒體的新聞局長姚文智主導下，公視開始研商如何在已有的數位無線電視共同傳輸平台上，架構起帶動影音發展的火車頭角色。公視以一年的規劃作業，反覆於行政主管機關協調下，終於確認「公共廣電與文化創意、數位電視發展兩年計畫」。

二、行動電視與數據廣播測試計畫

第二項行動電視 (DVB-H) 手持裝置結合計畫，導入當時眾所矚目的新創可能，如數據廣播 (IP Datacast)，引來各界熱議。公視除了於 2006 年積極舉辦工作坊與研討會，交流世界先端技術知識與實測資料，也於國家計畫經費中擘畫測試計畫的投入。

然而計畫推出後，受到商業電視台的質疑，強調公視不應與民營業者爭利，在政府協調下，讓民間業者先行，而公視修改計畫併入國家數位兩年發展計畫來落實。後又因頻率指配機關 NCC 有意見，要求公視必須與其他電視台一同加入「手持式電視實驗性試播計畫」的甄選，所以也成就世界首次公共廣電需要與其他商業電視台一同競逐使用頻率的賽局。



圖十四、公視提出的 DVB-H 播送的系統架構

後經公視研發部與工程部合作提案，實驗計畫得到評選第一名，這應當是史無前例的紀錄。這個計畫給予公視技術發展幾個嘗試的先例，包含：

- (一) 使用 IP 封包來傳輸
- (二) 使用加密 CA 與智慧財權管理系統之測試
- (三) 大台北地區指定路線及地點場強量測
- (四) 電子服務表單 (ESG) 傳送 (商業平台系統)
- (五) 瞭解 Middleware 的運作機制
- (六) 與終端廠商——手機製造供應商取得合作與未來發展意願的瞭解

公視測試團隊同時在 2007 年底規劃了「數位無限大」行動電視與高畫質國際研討會，不但分享實務知識，也確立了公視在電視研發服務上的地位。

三、HDTV 頻道計畫

依據標準畫質電視的建置經驗，於快速變化的媒體世界中，公視預期「高畫質」電視也將快速普及，在此前提，提出建置計畫，不但加快了原本的時程，也使台灣在 2008 年北京奧運之前，可以與世界同步發展與觀摩。

奠基在原本的標準畫質建置經驗上，此計畫分成三期執行，包含第一階段西部地區發射站規劃；第二階段東部地區發射規劃；第三階段改善站發射建構。實際執行過程，將二三階段往後移動作專案再補助，而台灣西部於 2008 年奧運前透過政府協調，NCC 指配實驗執照展開播出 (CH 30)，公視透過建置案也達成獨立機關依法行政核配的示範。

在工程測試部份，以 64QAM 的調變模式比對 8M 與 14M Bit-rate 之不同的傳輸率，對於接收的要求並無太大的差距，而 64QAM 要求的 C/N 值

較 16QAM 高 5.2dB。在 DVB-T 發射格式上選用 16QAM 所需要的電場 64QAM 低，在不同的傳輸速率，對 H.264 解碼而言，誤碼率的要求相差不大，而且近乎以 MPEG-2 的標準 $2 \times E-4$ 。這樣的測試數據，對於台灣 DVB-T 播送 HD 的規範來說是很重要的驗證。

Threshold		C/N(db)	電場(dbm)	BER After viterbi	MER
H.264 Rate					
8 M Bit rate	16QAM	13.9	-82.5	1.3E-3	12.3
	64QAM	19.1	-77.1	6.5E-4	17.1
7 M Bit rate	64QAM FEC2/3 GI1/4	19.6	-77.5	1.7E-3	17.6

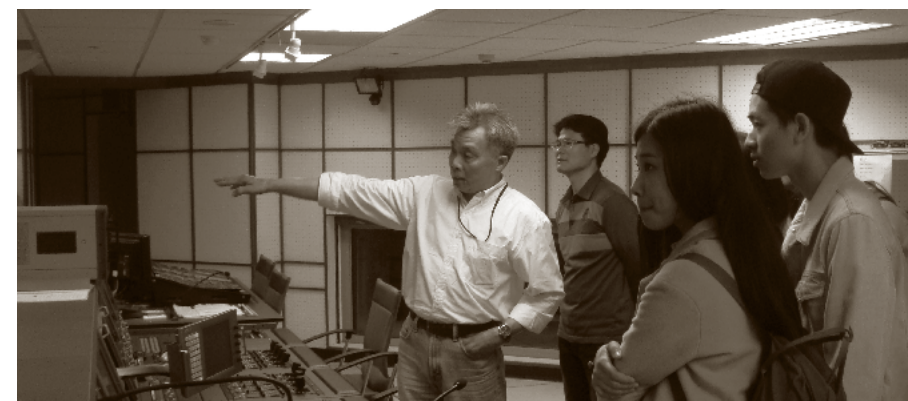
表二、HDTV 接受測試結果

接續，台灣於 2008 年 5 月 20 日總統就職日，特為選定為 HDTV 無線電視訊號試播日，以此擴大公共推廣效果，並提早告知民眾可於奧運期間觀看高畫質內容。此一訊息，也得到瑞士為總部的 DVB 組織肯定的轉載報導，廣傳於國際同業之間。



圖十五、國際數位電視標準組織 DVB 對於台灣公視發展 HDTV 的重視

另外一項附帶意義深長的，是隨著網路發射建滯後，HD 製作及製作設備也一併完成，形成一個完整的產業供應鍊，此為公視數年後相當經典的專業展示流程，也是電視業之間的首創（研發部與製作部合作之創舉），同時給民眾一個活生的 Technology Open Days 的體驗：



公共電視數位電視兩年發展計畫成果展 引導民眾參觀



攝影棚與副控室

十年有成台灣公視工程技術的定位

2008 年高畫質電視播出技術平台完成後，台灣公視連續獲得 HDTV 電視節目製作的年度補助，使得公視高畫質頻道成為一個展演模式，給台灣影視界維持創新與發表的平台機制。這項以硬體建置，導引軟體提昇的經費模式，呼應了國際間對於公共廣電財務制度的興革的建議案。台灣公視可以稱之為少數的成功翻轉與持續成長案例，對於後起再生的他國公視發展，很有啟示意義。以下以這個發展意義為題，提出四項台灣公視技術進展的歷史性定位。

一、公共廣電數位時代發展財務策略新模式

如此台灣的發展模式，符合亞洲廣播電視發展機構 (AIBD) 公佈的《曼谷宣言：亞太區域資訊與廣電政策》如右第三項推薦政策，具體指出政府應當提供公共廣電所需的數位基礎建設經費，由此建構自主發展的公廣事業其內容生產、財務管理行政等規劃。從數位轉換角度而言，台灣公視個案有如此國際的水平高度。



二、數位轉換之過程即時達成與典藏

2012 年台灣在公視多年來數位計畫的推動下，達成數位轉換，正式關閉類比頻道。對照於聯合國的全球檢視，國際電訊聯盟 (ITU) 於 2015 年 6

月 17 日訂下的全球紀念日：「無線電視數位轉換日」(Digital Switchover Day)，台灣在亞太區域為領先達成的少數國家。

無線電視數位轉換日緣起於 2006 年 6 月 16 日，因為當日 ITU 達成一個 GE06 的區域協議，讓國際無線頻率第一區 (包含歐非洲到俄羅斯、與中亞的伊朗)，設定一個無線電視類比轉換數位的進程計畫，以 2015 年 6 月 17 日作一個終止點，來藉此評估各國發展上的進步與困難。

GE06 協議涵蓋的是重兵區，收視人口眾多，陸陸相鄰的個案更多，所以達成轉換具有指標意義，也是採用歐規 DVB-T 集中區域。遠在外的東亞國家，雖然不是目標，但也在影響之下，多所進步值得參考，聯合國將未完成的香港都列入參考，更何況相當進步的台灣，早就在 2012 年 6 月 30 日達成更是一個更好的參考案例。早在全球律訂日三年前，台灣公視不但達成轉換，同時選在高雄旗山中寮站，與國立科工館作了關閉轉換示範紀錄，同時典藏了類比的器材，這些行動為台灣電視產業的努力留下了唯一證言。相信終有一日國際社會不必刻意遺忘，而是以平常心正視，台灣的紀錄終必突顯於聯合國報告中。(http://www.itu.int/en/ITU-D/Spectrum-Broadcasting/Pages/DSO/Default.aspx)



2012 年 6 月 25 日見證紀錄類比轉播關閉 之後正式將發射器材捐贈典藏

三、超高畫質電視技術創新結合開新局

2016年3月30日文化部與公視基金會簽訂105年度超高畫質電視(UHDTV)示範製作中心及創新應用計畫契約書，由文化部捐助公視基金會一億五千萬元辦理《超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫》。本計畫將由公視建置超高畫質電視示範製作中心與研發製作超高畫質節目與新媒體創新應用規畫，開放影視創新分享平台，擬訂測試超高畫質技術標準，結合業界群力，共創影視產業新發展。

這個計畫在國際應用標準上，少有在無線頻率上的指配，多為利用網際網路寬頻流通消費。但本於無線電視公共利益的角色立場上，工程技術部門決定在技術合理評估下，使用現有DVB-T的架構進行發射，套用最新HEVC(H.265)壓縮格式，在收播的凌晨時段，進行試播。相關參數如下：

Channel	26
Frequency	542-548 MHz 545MHz (central)
Bandwidth	6MHz
Modulation	8K 64QAM Non-Hierarchical
CR	2/3
GI	1/4
Payload	14.9 Mbps
Compression	Video codec: HEVC/H.265 Audio codec: HE-AAC
Resolution	2160p (3840x2160/59.94p)

表三、2017年台灣公視使用DVB-T進行UHDTV無線發射的技術參數

公視同時利用該年8月，台北市舉辦世界大學運動會期間，實況以UHDTV方式播出開幕與閉幕盛大典禮，帶動全民瞭解最新影音發展與享受公視應有的服務，這種作法是持續估共媒體優良傳統並加以更新。

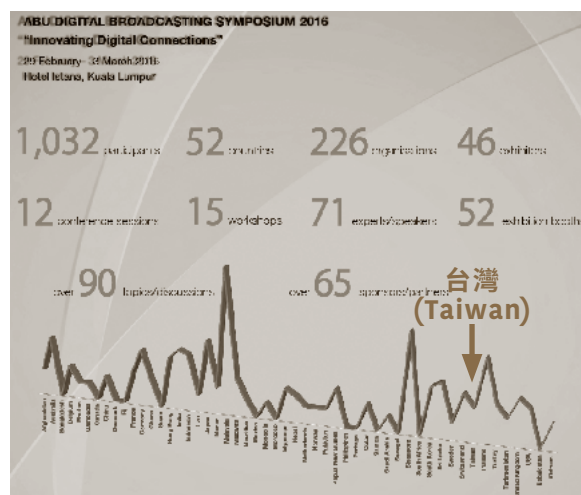


公視的作法，以經濟使用資源方式創造話題，同時保留未來應用空間，也獲得 DVB (Digital Video Broadcasting; 數位視訊廣播組織) 第 64 期 SCENE eNews 與亞太廣電產業觀測報導雜誌 APB (Asia Pacific Broadcasting) 2017 年 10 月份月刊一致讚揚。

四、公視工程技術國際交流常態化

台灣是一個技術高度發展與使用領先應用的國家。公視對於數位影音技術也抱持相同態度與作為，作為國家的代表，出席國際廣電技術論壇作交流，因二十年來的努力終於建立國際的常態往來。

首先，台灣自 1970 年後退出聯合國後，廣電事業也一併退出亞洲重要的區域代表組織：亞太廣電聯盟 (Asia-Pacific Broadcasting Union)，從此失去連結至今。台灣公視技術部門，本於公視法委託課責，自 2005 年重返國際社會，參與 ABU 舉辦的年度數位電視廣播研討會 (Digital Broadcasting Symposium) 至今不懈，受到國際組織與亞太同業的認同與接納，此一參與象徵台灣公視國際化在技術層次的委身與貢獻。透過 ABU 的連結，同時驅使台灣公視接受該組織相關訓練與遠距教學課程的授課。



圖十六、台灣參與 ABU DBS 活動有一定的比例

透過如此機制，台灣於 2011 年 311 日本大震災當日，在馬來西亞研討會上，承諾投入專業工作坊，主題為「降低災難風險的緊急事件預警廣播系統」(Workshop on EWBS for Disaster Risk Reduction)，由日本公共廣播電視組織 NHK 負責專案計畫，ABU 與聯合國亞洲太平洋社經發展委員會 (ESCAP) 贊助推廣。

自此公視工程單位將緊急預警廣播系統 (EWBS) 律訂為長期追蹤的專案行動，一方面加入亞太公共廣電聯合防災網絡，一方面也是回應台灣在氣候變遷與大型災難潛在發生危機下，公視應有的職責表現。自 2014 年以來，工程部突破困難連續參加印尼、日本、泰國、孟加拉四國舉辦的四次「氣候變遷與防減災媒體高峰會」，同時也將聯合國在日本仙台市通過的 2015 防減災指導綱領列入多年檢視標準文件，促使台灣與國際社會接軌不斷線。透過取得資料，公視定期在 NCC 年度傳播事業之防災業務講習與台灣災害管理學會年會上分享看法。

最後，不可忽視全球無線電波治理對台灣發展的重要。公視從不懈怠地自 2007 年以後，就對聯合國國際電信聯盟之全球無線電行政會議 (World Radiocommunication Conference, WRC) 之無線電視頻率分配議題保持高度關注。

公視同時於 2015 年回應 NHK 技術局的呼籲，積極參與 ITU-R SG6 所傳遞的頻譜未來使用調查，填具意見函送 NCC，同時傳遞至 NHK 讓台灣公視意見於 Circular 6/LCCE/90 社群中分享，納入 ABU 會員國的共識，用來捍衛未來無線電視頻率的使用權利。今日，公廣世界一家，在技術工程專業之間，有共同語言使實踐更為有情有力，這是公視二十週年我們看到台灣的潛在地位，值得紀念。

ANNEX 2

Suggested form of presentation of reply to Question 4: *If your country has switched or is considering switching to digital terrestrial television broadcasting, what system standards is it using or considering adopting? When did your country start, or when is it proposed to start the introduction of digital terrestrial television services? Please provide further detail on the number of multiplexes in use, their technical specifications, the percentage of geographic area or population they cover or are intended to cover and the total spectrum use.*

A sample response is shown in italics for guidance only.

Country	No of multiplexes	System & modulation	FEC	GI	Reception mode	Capacity per multiplex (MHz)	Current percentage population coverage	Intended percentage population coverage	Content per multiplex	Total capacity (MHz)	Total spectrum bandwidth used or intended for implementation (MHz)	Any additional comments (e.g. duration of licences)
PTS Taiwan	2	DVB-T System C (in Rec. ITU-T 300) 64-QAM (fixed) 64-QAM (flex)	2/3	1/4	Fixed	14.529 (Fixed)	91.54% (64QAM) 85.28% (16QAM)	N/A	1 HD MPEG-4 (Fixed) 1 3 SD MPEG-2 (Fixed)	24.862	12	5 year duration of licences

圖十七、公視填據於聯合國電信聯盟 ITU-R Study Group 6 所徵集問卷之資料 ‘Questionnaire on the future spectrum demands and use of the broadcasting service’ (3 December, 2014)

本文完成感謝諸多資深同仁幫助，及同仁資料提供及文稿，包括：關有智、蔣偉文、周素妙、沙燕琪、曹琬凌、王如蘭。感謝楊家富校閱。

(公視研究員程宗明採訪整理)

1. 鄭瑞城 (1991)：〈公共電視須再「正步走」〉，國立政治大學新聞學系編：《媒介批評》，台北：台灣商務印書館，頁 202-209。
2. AEPKO (1993). Satellite-Based Television Program Relay & Distribution Network: System installation manual . Document prepared for Public Television Organizing Committee, ROC.

3. 曹競元 (1995)：〈立法院未完成立法前先行闖關？公視明起每天試播 6 小時〉，《中國時報》，7 月 9 日，22 版。
4. 黃星輝 (1987)：〈電視節目雙語發音，已有共識勢在必行〉，《聯合報》，7 月 28 日，9 版。
5. 公共電視 PTS 簡介小冊子，1997 年。
6. 李永得：公視數位化發展策略綱領芻議，總經理於第一屆第二十三次董監事聯席會議提出，2000 年 1 月 19 日。
7. ATSC (Advanced Television Systems Committee) (2001 年 6 月 26 日)：〈請立即詳讀本訊息：除非你從不看電視：為什麼台灣民眾必須為數位電視付出昂貴的代價？〉，《中國時報》，28 版。
8. 公共電視 (2008)：《HDTV 壓縮編碼與接收測試分析》。
9. Asia-Pacific Broadcasting Union 於 2017 年召開年度會議前提供之活動行銷資料



三義站



中寮站



台東站



宜蘭站



萬里站



馬祖站

公共電視轉播站台



創新內容 孕育人才 —— 公視內容產製

公視內容有多樣化的產製來源；節目部的自製、徵案、邀案、委託、合製之外…，公行部擔任企業贊助與優質節目的重要橋樑，新聞部與國際部更是紀錄片與國際合製節目的生產重鎮，企劃部長期蒐羅購賣國外優質片單播出…。公視自開播以來製作與商業電視台有區隔的新創內容，並能尋求各種與外界合作的方法，營造一個優良的電視環境，與業界共榮共存。以下逐一介紹。

一、兒少節目

1998年，公視開台。台灣的經濟正盛，城與鄉中許多父母親忙於工作，無暇顧及小孩的課餘活動。當時網路還未興盛，於是產生了不少「電視兒童」，他們接觸電視的時間很長。各商業電視台雖然已經有一些零星的兒童節目，但卻沒有一個為兒童青少年全盤考量並願意投注大量資源的頻道，兒童青少年大量的吸收著不屬於他們年齡的娛樂節目，而這些節目卻有可能改變一個孩子的思維價值觀，影響日後人格的發展。有鑑於此，公視開播便將兒童青少年節目定為經營重點，首年投注的經費佔了所有節目預算的31%之多，成為當時國內唯一承諾大眾長期經營兒童節目的電視台。

公共電視台的前身是公視小組及廣電基金，屬性為製播中心，節目採用大量委製。到公視開台，則將兒少節目轉以「自製」為首要目標，在組織架構裡，特別成立專屬的「兒童青少年組」，重點在於創新節目，重視企劃研發，田野資料蒐集，邀請學者專家參與學習及目標規畫。

自製的優勢在於可掌控節目的質跟量，尤其針對節目觀眾有詳細的前測與後測，譬如節目規畫前期，便可以用形成性研究來創建節目設計。節目製作之後，再去學校放映給小朋友看，觀察小朋友的反應，進而再行調整。程序十分嚴謹繁複，務必使節目方向與質量能貼近兒童，發揮最大的教育目標。

公視兒少節目有明確「分齡」製作。配合幼兒、學齡兒童以及青少年的作息時間，多年來一直固定以三個時段作為舞台。周一到周五的下午五點到五點半，是幼兒觀眾觀賞動畫片時段。由於電視台經費尚未能支持開發本土動畫影集，此時段便以購片為主，提供以歐美動畫，有別於商業台日系的卡通，



《水果冰淇淋》



《下課花路米》

給幼兒觀眾不同的節目內容。下午五點半到六點播出自製的 2-6 歲學齡前兒童節目，如《水果冰淇淋》。六點到六點半是自製 7-18 歲學齡兒童與青少年節目，如《下課花路米》、《流言追追追》。禮拜六、日早上八點則是自製兒童青少年節目重播的時段。

這些為兒少節目量身訂做的規劃與想法，並非一蹴可及，而是經歷過籌委會時代的摸索與累積。公視在開台前，就已經開始向國外吸取經驗學習，目標就是開台後，能夠打造出不同格局的兒少節目教育品牌。

兒少製作人員在籌委會時期的準備

曾擔任兒少組組長的製作人林曉蓓，回憶當初來公視籌委會就職的情形：「一月一號報到，一月三號就出發去紐約芝麻街工作坊見習一個月，腳跟本沒來即踏進辦公室！那時公視有很強烈的企圖心，大量拉高規格的學習，讓當時的我頭腦和靈魂全部被打開。」

公視從籌委會就在思考，製作兒童節目不能停留在台灣過去的製作手法上。除了安排製作人員去國外見習外，也邀請國際人才來台灣分享與指導，例如籌委會就在製作的節目《水果冰淇淋》，從日本 NHK 請來導播進行「偶劇」鏡頭設計的指導。當時的公視積極要提升工作人員的素質，還從海外招募專業製作人員，集結各地有公共電視經驗的人一起來努力。

在國外學習到的節目研究方法，也落實到節目製作層面。例如籌委會時期《水果冰淇淋》節目製作人江行德，請幼教老師來一起做學習目標的研究之外，也請操偶師帶著許多節目中的角色偶，去偏遠的原住民國小進行前測，請小朋友選喜歡的角色。節目製做完成之後，把影片寄給 100 多所幼稚園，請他們看完之後填寫回饋意見。當時也請輔仁大學蘇蘅教授去全台的幼兒園做測試及觀察表，每 10 秒鐘紀錄一次小孩子的反應。同時，節目製作人員赴政治大學吸收關於研究方法的課程內容，讓科學的研究的數據可以因應在節目製作上。這些基本訓練深深影響了公視兒少節目之後的發展軌跡；讓節目接近真實的群眾、真實的孩子，從真實中取材。

公視籌委會時期是到處學習、大膽嘗試的階段，到處都有機會與各種可能，每個人都興致勃勃，相信自己可以做得最好，每位製作同仁心中都滿懷對兒童節目的理念與夢想。

牽著國際的手 邁開第一步

公視開播的第一年，兒少節目的任務思考是把公共電視的形象與國際接軌，建立國際能見度。再一方面跟國際人才合作增加學習機會。此外，兒少節目不只是提升兒少觀眾，身為製作節目的人也要能共同成長。

當時兒少組組長唐台齡參加該年的國際青少年高峰會，看見 BBC 和 Ragdoll 公司製作的優質幼兒節目《天線寶寶》，於是把該節目引進台灣製作本土版。1999 年 9 月 18 日，「天線寶寶在台灣」開跑，為天線寶寶本土版舉行兒童試鏡會，徵選 1-5 歲的小朋友加入拍攝，公視也正式加入這個全世界大受歡迎的兒童節目製作行列。同時，公視購入國外節目，如《淘氣的諾弟》、《怪頭博士》等，為打造公視兒少品牌增添戰力。

公視也代表台灣參加「聯合國世界兒童動畫」計畫。本計畫共有 26 個國家參與合作，創作出充滿不同色彩的二十六個故事，這一系列動畫在全球 70 餘國播映。台灣公視與英國 S4C 電視台合作的黏土動畫《虎姑婆》，榮獲第十七屆芝加哥國際兒童影展「電視類最佳動畫片」等五座國際獎項肯定。公視參與此活動，除了使台灣在國際活動上不缺席之外，也可以讓世界各地的小朋友，從台灣民間故事「虎姑婆」，了解到台灣的民俗與文化。

同時，兒少節目開始做實驗性的節目開發。有強調自然體驗的《咕奇小精靈》、以及情緒教育的戲劇《我的朋友皮丫努》等等，也與日本 NHK 電視台製作人請益關於戲偶的製作。唐台齡回憶：「開台時製作兒少節目的理想，就是精益求精，去國外看看，怎麼樣把別人的優勢，轉化成自己的文化，在節目裡把它表現出來」。

兒少節目心臟跳動

當時電視台的兒少節目除了新聞局有規定讓電視台去自律播出時間外，《公視法》第 40 條則明文規定，週間下午五點到八點之間，應該提供兒少

優質節目，每一天至少要有各半小時，周末及假日則依兒少作息提供一小時。週六與週日早上考慮到平日沒有看到節目的小朋友，則規畫節目重播，除了周六與周日傍晚的戲劇節目《我們這一班》是委製，其餘時段均為自製兒少節目。

考慮到帶狀節目會增加觀眾黏著度與收視忠誠度，當時的規劃藍圖預定是一條學齡前幼兒的帶狀節目，一條學齡兒童的帶狀節目，禮拜五則用塊狀節目服務青少年觀眾。這樣的排檔可以看見公視的企圖：台灣除了卡通，要看到一個帶狀兒童節目幾乎是不可能，而公視卻責無旁貸推出兩條兒少帶狀節目。

公視在開播前已經有幼兒節目《水果冰淇淋》，開播後重新改版，讓原本眾多的水果戲偶退出，只留下香蕉偶淇淇，第二季時淋淋再度加入，並邀請趙自強反串擔任主持人，塑造出之後家喻戶曉高人氣的「水果奶奶」。另外也把原本 15 分鐘的節目長度擴增為 30 分鐘，結合許多業界動畫製作團隊，成為新版的《水果冰淇淋》，肩負帶狀學齡前幼兒節目的任務。

當時碰到台灣教改議題，強調「七大學習領域」，小學教育強調多元化發展，大家開始重視要孩子做中學，讓孩子能夠親身體驗。兒少節目呼應當時九年一貫的教育變革，創立全新學齡兒童帶狀鄉土探索節目《下課花路米》。塊狀青少年節目的部分，則推出《少年哈週刊》，希望給孩子新聞的視野，用兒童的角度來看新聞。節目內容包羅萬象，包括全球新聞，環境議題等，希望這些新創節目，可以符合公視形象，樹立專業教育品牌。

《下課花路米》與《水果冰淇淋》節目從開台製作到現在，成為不負眾望的優質長壽節目，陪伴台灣兒童一起長大。

與時俱進的旗艦兒少節目：《下課花路米》與《水果冰淇淋》

現任兒少組組長舒逸琪認為：「從《下課花路米》，就可以看到呼應時代脈絡的節目演進，每一次節目型態改變時，就是在調整與每個不同世代的小朋友對話的時候」。當時《下課花路米》的製作人孫芳鵬在節目規畫之初，去教育部接受半年訓練，學習九年一貫七大學習領域課程，再投入節目規畫與製作。考慮到教育部提倡的鄉土語言，以及怎麼樣讓孩子去熟悉在地文化，當時節目就規畫兩大重點，一是帶小朋友全台灣走透透體驗各地方在地的文化，一是豆油伯的閩南語教學，同時還設計了寒暑假遊戲本，用遊戲的方式將教育往下紮根。

接著，《下課花路米》的節目形式，從最初的國內探索逐漸走向國外，拓展國際觀點。2006年因為新住民之子的議題，探索隊開拔到越南，拍攝「拜訪我媽媽的家鄉」系列，探索新移民媽媽和女兒的返鄉探親旅程。2008年為提倡環保與提醒觀眾全球暖化的嚴重性，節目特別規劃「對抗暖化寶貝台灣」專輯，遠赴以環保著名的德國拍攝，製作10集「德國環保之旅」。

2009年《下課花路米》全新改版，從棚內與外景穿插作業，改為以全外景深入探索台灣鄉土與世界文化。隔年呼應民國100年歷史時刻，節目規畫「百年小學」特輯走訪有台灣百年歷史的小學，介紹該校如何結合地方產業文化，發展獨特的傳統與特色。製作團隊遠赴中美洲瓜地馬拉拍攝「馬雅文化之旅」，介紹神祕的馬雅古文明，及中美洲獨特的人文與歷史。

2012迎接HD高畫質時代來臨，《下課花路米》推出HD內容。2016年，節目再度調整形式，推出全新企劃「小學生出任務」，讓孩子組隊挑戰各種關卡，「同理心系列」開始轉往探索孩子的內心世界。2017年的規劃是

「小小背包客系列」，探索南向世界文化遺產，公開透過海選方式徵選願意挑戰的國小兒童出國探險，這次徵選在網路上獲得高度的討論，有100多組的孩子報名。《下課花路米》漸漸把節目的重心從主持人遞給孩子，讓兒童可以在節目裡面擔任重要角色。從這個節目案例，可以看到一個兒童節目概念的演進。



《下課花路米》

旗艦學齡前節目《水果冰淇淋》的節目脈絡中，可見台灣動畫美學的轉變。節目中有很多動畫製作的歌曲以及故事，這些單元也是國際影展的常勝軍。《水果冰淇淋》節目每年皆投注穩定的動畫預算，與7-10組規模不超過十個人以上的台灣動畫團隊合作。節目的動畫內容製作持續需求，讓台灣動畫人才發揮創意，當節目入圍國際影展的時候，也讓台灣動畫人才被國際看見。

製作人林瓊芬表示：「《水果冰淇淋》最明顯的就是動畫的變革。最早是用手偶、圖卡的形式，到現在的 3D 動畫，電視美學其實每個年代是不一樣的。」《水果冰淇淋》從一開始向全球著名的兒童教育電視節目《芝麻街》取經，建立了手偶戲劇的表現形式，之後逐漸往動畫故事製作嘗試發展，以當時最流行的 Flash 動畫、2D 剪裁的方式創作。隨著業界技術進步，再從逐格動畫變成流暢的 2D 卡通。歌曲 MV 的部分，從一開始是主持人趙自強單人唱歌再用 Key 板去合成內容，演變到現在大部分都是純動畫。隨著觀眾觀影美感的提升，2D 動畫進步到 3D 動畫，到現在更使用國際最新的即時動畫技術。

動畫適合讓幼兒觀眾觀賞，但由於製作經費高昂，通常公視是透過購片取得優質的幼兒動畫內容。《水果冰淇淋》雖然經費並不充裕，但節目製作人員使用自己擅長文本的優勢，來吸引業界動畫人才一同創作，不斷嘗試新的科技，讓公視在動畫領域不缺席。有些業界團隊也在公視的協助下產出了好的作品。2014 年「QQ 熊阿諾一樹上的雜貨店」單元短片，征戰世界各地影展（德國慕尼黑青少年國際影展、墨西哥兒童影展、釜山國際兒童影展、芝加哥國際兒童影展、日本賞、美國尤金國際影展）入選播映，還榮獲新加坡亞洲電視獎最佳學齡前兒童節目殊榮。

《水果冰淇淋》的動畫經驗，也延續到其他兒少節目上。2017 年的學齡兒童哲學節目《熊星人與地球人》，由公視「水果冰淇淋」團隊製作，不但使用即時動畫的捕捉器技術，還使用目前線上電玩遊戲等級的 Unity 算圖引擎工具，利用拍攝現場使用的 16 台紅外線捕捉器，當下就可以完成 70% 的動畫內容，大幅提升動畫製做速度。在表情的細緻度上，也可以利用同樣的技術，讓演員在配音時同步利用動作捕捉器；把豐富的表情錄製進程式，從以前動畫角色只能用 aeiou 等英文母音嘴型動作，變成更加擬真的靈活表情。

Unity 製作成本非常昂貴。製作人林瓊芬表示：「這次對方提供技術，公視對他們來說是個合製，因為這個團隊過去多是做別人的東西，所以希望可以有自己的作品。」公視提供節目內容還有攝影棚以及部份資金與業界做合製，完成作品雙方可以分享版權，讓兒少動畫與產業互動更加靈活，對業界來說，也可以從幫別人製作成品提升成自己創作。這樣互惠的模式，可以補足公視開發兒少動畫經費之不足，也有助台灣動畫提高國際能見度。



《水果冰淇淋》場景

站穩腳步 華麗轉身：藝文與科學節目的爆發

公視兒少節目在開台初期是經營重點，獲得電視台投入較多預算支持，也靠《水果冰淇淋》和《下課花路米》站穩了收視，打出公視兒少品牌。唐台齡回憶：「因為預算有限，當重視兒少節目就勢必會排擠到其他節目。我們必須繼續思考，還能夠為兒童做什麼？」後來節目開始去向外爭取資源，尋求理念相合的非營利基金會或是國家補助款，例如奇美文教、國科會等。一起發展符合雙方條件的主題節目，其中以藝文和科學主題為大宗，進而創造了另一波兒少節目高峰。

2004年由黃韻玲主持的學齡兒童音樂節目《古典魔力客》，精選音樂史上最重要且富有特色音樂家，以趣味的卡通動畫呈現音樂家故事，也成為台灣第一個由真人和3D動畫人物一同主持的節目，一改古典音樂難以親近的刻板印象。《古典魔力客》不僅拉近小朋友與古典音樂的距離，更能夠讓親子一同在輕鬆活潑的氣氛中愛上古典音樂，讓孩子在最愉悅情境中，從聽故事、欣賞音樂，進而培養出對古典音樂的興趣。《古典魔力客》將古典音樂普及化的成效顯著，不但榮獲多座獎項，老師與家長更極力推薦，發揮節目最高利用率，也成為當時全國唯一納入兩廳院表演藝術圖書館館藏的兒童音樂節目。



《古典魔力客》

2007年是兒少節目提升科學、美育素養成果豐碩的一年。推出的節目包括《流言追追追》以科學實驗破解網路流言，幫助觀眾在面對各種生活流言時，能夠運用基本科學素養與常識去判斷真假；《故宮奇航》是兒童美育節目，結合故宮古文物與日常生活探索，深入淺出介紹各朝代的文物與文化。公視也舉辦員工創意提案競賽，誕生出學齡兒童藝術節目《非常有藝思》介紹西洋美術史，用趣味方式演出大師的故事，讓觀眾學會欣賞名畫後，再延伸體會其中科學的道理，和生活運用的知識。

2012年開發全新HD生活科普節目《好好吃食實驗室》，以及《成語賽恩思》，從有趣的成語故事出發，延伸出箇中科學原理，不但可以加深學生觀眾的印象，化解一般人認為「科學好難、好艱澀」的觀念，還兼顧文學、科學、生活應用三方效益。節目一推出就獲得新加坡電視業者欣賞，購買版權播出。

理性與感性兼具 從文教節目走向兒少體驗

隨著教育觀念與風氣的轉變，公視2006年推出幼兒體驗節目《蝙蝠Amigo》兒少節目開始探索「感性」與「體驗」的領域。製作人林曉蓓回憶：「一開始做的時候沒人能懂，小朋友拿自己的大便去引誘去糞金龜，小朋友自己挖一個大池塘，小朋友去砍一棵枯木……」。那一年，林曉蓓去慕尼黑兒童影展，看到一個小朋友自己作花生醬的節目，終於找到答案。「我慢慢從過往節目的形式中改變，開出我後來的路，比較接近孩子，比較以孩子為重心來思考，脫離了以創作者出發的形式，我把我寫故事這支筆交給小朋友。」

2010年暑假公視推出新節目《暑假就醬玩》，以「暑假出去玩」為主軸，傳達「在玩樂中學習」的生活體驗。製作單位安排小朋友到不同區域或不同文化背景的小朋友家中作客，體驗完全不同的家庭與生活模式。

2011年公視再與原視、客台跨頻道合作的《來我家 FUN 暑假》，融入多元族群的特色，透過小客人到小主人家玩並體驗對方生活，展現台灣兒童多樣化的家庭生活樣貌。製作人林曉蓓表示：「以前我們做節目像個老師，頂多有個活潑的老師。現在要把教室交給孩子，藉由不同方式讓孩子理解，讓孩子自己去探索，讓孩子自己去發現結論，因為沒有一個結論是絕對正確的結論。」

2016年社會上發生了殺童的「小燈泡事件」。為了讓孩子了解生命教育，誕生了《毛起來幸福站》節目，介紹動物大小事，期待孩子們能因喜歡而善待動物，因瞭解而尊重生命，將生命教育自小紮根，同時也邀請動物專家，親自示範照顧方式、解答飼養迷思。



《毛起來幸福站》

2017年，公視首度挑戰兒童哲學節目《熊星人和地球人》，陪伴7-10歲兒童進行思辨。製作人林瓊芬表示：「在尼爾森收視的調查裡，7-10歲的觀眾是一個空掉的年齡層，節目很少去服務國小一二年級的觀眾。所以我們思考是否從7-10歲的年齡層做做看，縱使他不曾由尼爾森的收視數字上面被看到。」節目沒有真人主持人，以趣味的劇情、動畫、以及孩子的回答，互相激盪不同思維，單元風格多元，引領孩子思考的劇情環環相扣，以雜誌型態環繞人生中不可忽視的主題，例如正義、誠實、美感等等，引進即時動畫技術、美術場景上努力達成電視美學的突破。

兒少節目緊扣時代議題

2012年，因應全球人口快速移動，為了讓台灣孩子融入族群課程，而誕生了《到外婆家 fun 寒假》。製作人林曉蓓回憶：「新住民之子都到了學齡的中高年級，我們必須要關心這些孩子的學習以及情感，讓他跟自己媽媽的土地有所串連。」節目讓新移民配偶家庭的孩子們，回到母親故鄉，體驗不同的生活方式、風土民情。本節目遠赴越南、印尼，以及中國大陸的黃土高原、江西等地拍攝，除了感受人類共同的親情，還能看到不同的文化、行為、社會規範，無形中破除偏見、增進了解。



《到外婆家放寒假》

2013年，技職教育的危機浮現，當每個人都可以進入大學時，技職教育要如何找到立足之地？公視推出《為了功夫闖天下》。節目紀錄高職生出國學藝，經歷不同文化碰撞，找到未來職人道路的過程。內容分為美髮篇、廚師篇、製茶師篇、木匠篇、金工篇、舞者篇6個主題，學藝對象均為國際級大師，包括新加坡米其林餐廳三星主廚 Emmanuel Stroobant、日本 L'Oreal 設計師團隊、丹麥三大木工名匠之一 Niels Roth Andersen、美國紐約瑪莎葛蘭姆舞團舞者等。

2014年公視新製《老師，您哪位？》，邀請不同領域、不具教書經驗的名人，出任代課老師。透過他們獨特的人生經驗，替小朋友上一堂學校沒教的課，帶給孩子異質養分，勇於面對沒有標準答案的人生。節目在2015年推出第二季，節目主題也拓展到校園歧視的議題，透過節目的討論希望翻轉新住民在學校裡各樣被罷凌排擠的狀況。

2016年公視打造出《青春發言人》，是國內第一個以國、高中生為主體的新聞節目，在新聞裡尋找兒少觀點，也讓兒少觀眾在新聞裡發聲，不避諱矛盾與禁忌議題。內容涵蓋學權運動、性別平權、轉型正義，及青少年性自主等，展現青少年思辨力量。製作人舒逸琪表示：「世代在改變，我們在作《青春發言人》的時候，就把議題拉得更高。因為到了太陽花世代時候，我們已經發現年輕人是有一句話要講，急著參與各式各樣的話題，包括了修課綱等。所以當節目聚焦在這群孩子身上的時候，他們願意講話。」製作團隊多方嘗試

「年輕的語言」，找來台灣吧動畫、人人有功練饒舌歌手、哲學作家朱家安、公民老師黃益中等人跨界合作，用創新的方式解說複雜的新聞詞彙、社會現象，成功吸引網路世代的目光。

自開台以來，兒童青少年對於自身議題的發聲權，一直是公視兒少節目經營重鎮，多年來不斷有相關節目以創新的討論形式耕耘不輟，成功取得青少年的關注與信任。



《青春發言人》

兒少觀眾的媒體近用

2000年，政大廣電系吳翠珍教授在媒體素養領域上向公視兒少組提出建議，希望兒童透過媒體來學習，而先決條件是兒童必須要對媒體有所認知，於是誕生了兒童媒體素養教育節目《別小看我》。這個節目意圖讓兒童建立媒體素養觀念，有能力去分辨節目優劣，也讓兒童自己去做節目，回扣到做中學概念。《別小看我》培養出了四代小記者，他們自己去找議題，有自己的攝影棚，也可以去分辨怎麼樣做一個聰明的閱聽人，公視特邀資深主播沈春華加入擔任小記者教練的角色。

《別小看我》是亞洲少有針對12至16歲的學齡兒童製作，讓孩子認識媒體的節目。媒體素養教育作為電視節目的概念，當時在亞洲是一個創新。日本NHK電視台教育頻道節目《媒體ABC》相關人員，於2002、2004年兩次造訪公共電視台與節目製作群交流。2011年，製作人鄧潔與吳翠珍教授受邀赴日本東北大學分享媒體教育如何運用在小學課程。《別小看我》在台灣已被教育部列為媒體素養教育先期教材，並推出媒體教育輔助教材。

2001年，在當時董事陳藹玲女士的推動下，誕生了為9至14歲學童製作，探索如何理解及判斷新聞的節目《少年哈週刊》。2006年新製給13至17歲國、高中生收看的青少年媒體發聲節目《同學少年都不賤》，節目刻劃勇於接受挑戰、創新樂活、實現夢想的年輕男女。2016的《青春發言人》，已經是青少年節目的型式。這樣的趨勢，跟近年來教育解放以及網絡時代的來臨有很密切的關係。舒逸琪表示：「過往很少和我們互動的青少年觀眾，現在透過網路都會來留言。譬如我們在網路上丟一個議題，說我們即將要討論憂鬱症，就有很多憂鬱症的少年上來留言請節目去訪問他。我們也逐漸明白，丟一個很特殊的議題，青少年是願意對話的。」

《青春發言人》目前還是以電視版本為主，但會以網路的方式來做播出，設計實驗性質的直播單元，增加跟青少年的互動，打破過往熟悉的節目製作手法與規則，用一個簡易的配備，以最迅速的方法反映時事，期盼與青少年產生更親密的連結，與固定收視觀眾群有更即時的互動。

從公視開台時觀看兒少節目的孩子，如今都已經進入職場。兒少兩條帶狀節目《水果冰淇淋》與《下課花路米》開播至今，經歷世代交替，產生親子的話題。兒少節目也培育出了很多優秀的主持人，成為小朋友們心中深刻的回憶。舒逸琪表示：「未來希望能再搭出一條長期戲劇帶狀，陪伴孩子成長，談論青少年問題，家庭問題」。

兒少節目有過去二十年深厚的底蘊基礎，也做好了與時俱進的準備，期盼未來能有足夠的資源，讓更多人透過各種管道觀看公視優質兒少節目。



《別小看我》

二、戲劇節目

公視素來給予創作者更大的揮灑尺度，讓他們可以無畏地挑戰議題，引領潮流。呈現台灣樣貌和創造議題，是公視戲劇的兩大精神指標。因著這樣的堅持，公視不只呈現了多元的藝術創作，也成就了許多影視新銳。文學改編與原創劇作，則是公視戲劇的兩大主軸，不少經典文學因此再被看見，更多創作者的心血，也在這裡發光發熱。

戲說從頭 委製與購片並行

公視委製組的成立，是開台之初參照英國 BBC 重要的 Producer's Choice 精神，公視覺得委外的製作單位需要被重視，希望有專責單位來處理相關事物。委製專職人員在其他電視台大多稱為「編審」，而在公視則稱「製作協調」，和製作單位是平等的，是一起合作的協同單位，這就是「製作協調」的定位。

公視早期推出不少精彩的戲劇源自於國外購片，例如《傲慢與偏見》、《浮華世界》等古典小說改編的作品，利用這些性質不同商業台，技術與表演都非常傑出的戲劇，建立觀眾的忠誠度也打響公視的知名度。

公視購片組組長柳源芷表示，公視戲劇購片的理念是希望尋求多國來源，多目標、多效果地呈現不同的視角。例如德國、法國、西班牙、丹麥、荷蘭、日本、韓國以及歐洲其他國家，避免單一的美國好萊塢化。公視購片的思維是選擇適合公視播出的主題，實現多元價值，貼合時代，提供不同於商業電視台的素材，提供不同的視角。以性別、女性主義、同志議題為主題的有《偽婚男女》、《替身》。以新住民為主題，有東南亞連續劇《出逃的公主》，讓觀眾透過公視看世界。

人生劇展 新銳導演搖籃

公視歷久彌新的節目〈人生劇展〉，從籌委會時期就已展開，可被稱為台灣新導演創作搖籃的〈人生劇展〉，每年至少出產十到十五部作品，是電視金鐘獎的常勝軍，廿年來〈人生劇展〉培養了很多新銳導演和戲劇各環節人才。〈人生劇展〉長期支持電視電影單元劇的製作，獲獎成績有目共睹，除此之外，公視戲劇秉持關懷視障朋友的心思，精選〈人生劇展〉的劇集做口述影像服務，讓視障朋友也能欣賞戲劇的美好。

〈人生劇展〉期望藉各種戲劇情節呈現人生的各個層面。除了原創作品外，公視也從多元化的文學改編作品中挑選題材，有深摯動人的親情，有義薄雲天的友情，也有交織糾葛的愛情當主題，題材更橫跨台灣 50 年代本土關懷到現今社會問題。以單元劇形式製作的〈人生劇展〉，例如《假期》、《春子與秀緞》、《九歲那年》、《車票》，在當年皆建立了不錯的口碑。2007 年《娘惹滋味》，把〈人生劇展〉關懷的觸角伸向外籍勞工與台灣人相處的摩擦與感受。非職業演員莫愛芳得到當年金鐘獎最佳女主角、接受國人為她喝采的那一刻，也讓公視人感受到身為媒體人的尊嚴和使命！

2000 年公視推出的購片戲劇《人間四月天》並非歐美作品，由台灣影壇重要推手徐立功製作，卻以電視電影手法拍攝，精湛的演技與品質一炮而紅，播出之後掀起一股研究文學的風潮，劇中的經典對白「許我一個未來」，時至今日依然興味十足。

用台灣議題作品捧回國際大獎

2008 年導演姜秀瓊執導的〈人生劇展〉《艾草》，談的是台灣從單一族群轉變成多種族的國際社會化，上下兩代價值觀的對立與衝突。該節目在韓國

首爾戲劇節 (Seoul Drama Festival) 表現亮眼，一舉入圍最佳單元劇、最佳導演、最佳女主角、最佳劇本共四項提名。女主角潘麗麗勇奪最佳女主角獎。除了在亞洲電視獎 (Asian TV Awards) 拿下評審團推薦獎外，本片並獲選為香港同志影展 (Hong Kong Lesbian & Gay Film Festival) 開幕片。

2011 年〈人生劇展〉是豐收年，《歸途》和《戀戀木瓜香》雙雙在美國休士頓影展抱回大獎。2012 年公視製播 17 部作品，其中包括以台灣特色為主題的 4 部 HD 單元劇，《老街狂想曲》講述盛興老街重生、《料理人生》為辦桌總舖師的故事、《空氣男的告白》講述女兒幫單親媽媽尋找另一半、《辣妹釘孤支》為創意鋼管舞女郎的故事，都貼近社會議題。

2017 年〈人生劇展〉作品《海豬仔》，獲「第五十屆休士頓國際影展」戲劇類外語長片金牌獎。以綠島為主場景，全劇水下畫面超過五分之一，拍攝過程中，多位演員都揹負超過二十公斤的裝備潛水，水下拍攝期六天，期間還遇到兩個強烈颱風。演導演黃駿樺表示，希望透過戲劇讓大家知道台灣有獨特的海洋文化。

學生劇展 催生明日之星

三十分鐘的〈學生劇展〉充滿了奇妙的可能，精緻的製作，輕巧的情節，如種子萌芽般的感動，帶來多元的凝視觀點，看見新銳影像創作者們展翅的吉光片羽。

〈公視人生劇展——短片類〉由 2004 年起，先以試點的方式與台北藝術大學合作，用三段式短片集結成一部劇情片的形式，在〈人生劇展〉時段播映。試行成績斐然，2008 年正式改以三十分鐘短片，向全國各大專院校公開徵案。這個想法受到很多學校支持，於是 2011 年正式更名為〈公視學生劇展〉，

公視委製組同仁到各影視相關大專院校去貼公告徵案，目標希望成為劇情片年輕編導第一部作品的創作發表園地，更期許成為國內劇情短片最重要的創作播映平台。

〈學生劇展〉的能量驚人。例如 2010 年的《小偷》，由陳鈺杰執導，除了隔年金馬最佳短片外，還捧回 2012 日本短片及亞洲影片展亞洲國際競賽單元最佳短片獎、2012 美國尤金國際影展最佳劇情短片獎、2013 美國紐約電視展最佳學生作品銅獎、第 34 屆金穗獎優等獎、第 34 屆金穗獎最佳導演。北藝大電影系研究生柯汶利執導的《自由人》，入選 2015 INPUT 世界公視大展，2015 芝加哥國際影展電視獎學生創作節目佳作及美國尤金國際影展最佳外語短片；入圍 2014 年第 51 屆金馬獎，甚至入圍 2015 奧斯卡短片 10 強。柯汶利因著這部觸動人心的短片，成為華人影視圈中的明日新秀。陳和榆導演的《神算》描述宮廟文化，不只獲得台北電影獎最佳短片，之後更改編為爆紅的《通靈少女》。

〈學生劇展〉概念最早是由國立臺北藝術大學電影創作研究所李道明教授，向公共電視基金會執行副總經理孫青提出，建議透過產學合作，每年三部，公視提供一個很公開、公正、公平的機制，希望學生可以有業界經驗。當時還不是採用公開徵案，拍出來成果品質都有一定的水準，例如許立達《家事提案》、賴孟傑《臺北八個人》《結婚不結婚》、姜秀瓊《跳格子》等。許立達自此耕耘多年，2017 年以《公視人生劇展——告別》一劇，橫掃金鐘勇奪四大獎，由學生劇展開始提供的養分，已然有了豐碩的成果。

連續劇 改編經典、刻劃議題

公視連續劇初期由委製組組長張朝晟監製，以鄉土關懷與文學改編為戲劇主題。開始採用鄭豐喜的《汪洋中的一條船》，後逐步推展現代文學改編，

例如白先勇的《孽子》、侯文詠的《危險心靈》，皆創造出成功的口碑。除此之外，委製組同步開發切合時代脈動的原創題材，例如關心新住民議題的《別再叫我外籍新娘》，因為貼近現實，引起觀眾的共鳴。

公視一直以深刻寫實戲劇擄獲觀眾的心，《大醫院小醫師》、《後山日先照》、《危險心靈》、《長假》等，都曾經感動無數觀眾。2008 年公視大戲《天平上的馬爾濟斯》，描述檢察官生活，探索法律與正義。台灣的戲劇極少以司法界為背景，當年在台灣社會發生幾宗司法重案，這齣戲可說是反映社會的寫實劇。



《孽子》

2009 年《痞子英雄》由蔡岳勳執導，全劇主要以高雄市為取景地點，劇中稱之為「海港城」。《痞子英雄》採用電影規格拍攝、製作，品質、口碑、收視俱佳。緊湊的劇情節奏、講究的運鏡方式與場景，更創造出少有的動作類型連續劇。該劇不僅讓蔡岳勳拿下金鐘導演獎，也囊括了戲劇節目、男主角、美術設計、節目行銷獎項，為年度最大贏家。《痞子英雄》總平均收視率 2.12，單集最高收視率 4.03，是公視當時表現最好的連續劇，這個紀錄直到 2017 年才被《通靈少女》的 4.4 改寫。2014 年公視購買由林心如製作、主演的《16 個夏天》節目版權，該劇展現 90 年代的台灣，內容包含當年的音樂與流行文化，收視表現出色。

2015 年底公視推出壓軸好戲《一把青》與《燦爛時光》。《一把青》為導演曹瑞原力作，改編自白先勇經典短篇小說，年代橫跨 1949 年至 1981 年，場景則包括上海、南京與台北。故事以國共內戰期間的空軍及其眷屬為主軸，描述他們經歷遷徙、漂泊離散與喪偶之慟。《一把青》在金鐘獎大放異彩，囊括最佳戲劇節目、男主角及導演等大獎；也在亞洲電視大獎中滿載而歸，除了曹瑞原再獲導演獎外，編劇黃世鳴、女配角天心也獲得肯定。

《燦爛時光》由鄭文堂執導，故事從 1949 年說起，主角是四名勇於追求理想的年輕人。二二八事件發生後，男女主角相繼投入青年團，試圖安撫動盪下的不安人心，最後因相知而相戀結婚。到了 1970 年代，女主角則是熱心社會運動的校園風雲人物，她的善良勇敢打動原本獨善其身的男主角，兩人攜手與其他大學生一同衝撞體制、互相扶持。

網路連續劇是一項新的嘗試。公視的第一部網路劇是 2016 年的《今晚你想點什麼》，三十分鐘一集。因應多螢時代，新近的《城市情歌》以輕喜劇方式呈現，十五分鐘為一集適合手機模式觀看，這齣戲也打破公視慣例，將在網路先上架，後續再於電視排播。

時代劇 串接台灣歷史

記載台灣，重建歷史，用影像敘述先民的過往，是公視的使命。2004 年公視的文學戲劇呈現了這樣的風貌。由鄧相揚原著改編的《風中緋櫻》，以 1930 年的霧社事件為主題。描述台灣日本殖民統治者與霧社賽德克族被統治者間，因種族、政治、文化、利益衝突的恩怨情仇。本劇由萬仁擔任製作人與導演，劇中忠實呈現日據時代霧社部落的狀況，不刻意醜化日本統治者，也不神話莫那魯道，不作英雄角色崇拜，站在賽德克族原住民立場，以他們的思考模式與內心感受來描繪可歌可泣的歷史事件。

公視曾製播過的時代連續劇有《後山日先照》、《赴宴》、《再見，忠貞二村》，如史詩般磅礴的戲劇，需要有重磅的製作勇氣。2017 年整體電視界收視與廣告營收大幅縮水，公視選擇在此時推出了預算最高的招標委製案《傀儡花》，開出 10 集總金額 1.55 億、每集成本 1550 萬的預算，其中蘊含接軌國際的企圖心。對日本大河劇有長期觀察的公視董事長陳郁秀表示：「在過往的日子裡，我都因為觀賞大河劇而對其他國家歷史能進一步的了解，唯獨對自己國家的歷史反而不甚了解，實在汗顏。所以我一直都想做大河劇，在文建會時期就推動了《寒夜》和《風中緋櫻》，也成為台灣大河劇的里程碑。」

迷你劇集 擁有強大爆發力

迷你劇集在開台初期偶有作品，但一直到 2011 年才逐步提高產量，其原因是經費不足。節目部經理於蓓華回憶當時：「民國一百年預算凍結，影視環境很動盪，不可能有錢去做連續劇，所以就做迷你劇集」，這是面對困境的妥協，但其實危機正是轉機，經營團隊的轉念成了臨門一腳。前公視總經理馮賢賢覺得〈人生劇展〉的評價很好，值得深耕，而後又覺得連續劇的影響力也不容小覷，於是再度做回連續劇。由於公視節目部資金只夠製作迷你劇集，因此有了〈擁抱青春靈魂最深處三部曲〉。《那年，雨不停國》、《死神少女》和《他們在畢業前一天爆炸》，是公視在 2010 年推出的三大戲劇，都是探討青少年問題。時至 2012 年時公視又製播了《大人小孩》、《含苞欲墜的每一天》，迷你劇集在後來的 OTT 更形重要。

《他們在畢業前一天爆炸》由鄭有傑執導，播出時人氣高，不僅成為金鐘獎大贏家，還拿下亞洲電視大獎的最佳連續劇獎。2017 年，公視推出《他們在畢業前一天爆炸》的續集《他們在畢業前一天爆炸 2》，播出之後仍受好評，尤其是劇中與台灣社會議題相關之處更受讚許。與第一季時以男主角的死作為結局不同，第二季的男主角並沒有在結局時死亡。鄭有傑表示：「世

界不會因為一個英雄改變什麼，就因此變好，如同第一季陳浩遠犧牲了生命，但世界並沒有因此改變。」導演希望觀眾能理解「活著才有可能改變世界」。

2015 年的《麻醉風暴》，劇情涉及醫療糾紛、醫療人球等台灣醫療環境的議題。劇集在播出後佳評如潮，諸多醫師都認為其寫實的程度超乎想像。曾任麻醉科醫師的作家侯文詠盛讚該劇「讓台灣沉寂已久的醫療劇，浮現



《麻醉風暴》

了新的風格與方向」。《麻醉風暴》在第 50 屆金鐘獎中的迷你劇集類別拿下最佳迷你劇集、最佳男配角、最佳編劇與最佳導演獎項。電影製片人葉如芬稱讚，在台灣現今的戲劇環境中，《麻醉風暴》與眾不同，不僅難得而且很有勇氣。中正大學教授黃俊儒撰文評論，指出《麻醉風暴》是台灣戲劇自《白色巨塔》和《大醫院小醫師》後久違的醫療題材電視劇，《麻醉風暴》的知識厚度正是讓它能言之有物、與眾不同的要素，但又沒有闡述大道理的菁英姿態。當時的節目部經理丁曉菁指出，正因為《麻醉風暴》完全銜接了台灣面臨的問題，是一部「有根」的作品，因此即使文化與情境不盡相同，故事同樣能打動國外的觀眾。

因為《麻醉風暴》好評不斷，所以催生了 2017 年的《麻醉風暴 2》，並由迷你劇集延長為十三集的連續劇，承接《麻醉風暴》的情節，描述前作劇情主線醫療人球案的幕後真相。《麻醉風暴 2》是一部合製戲劇，公視將部分版權釋出給製作公司瀚草影視，讓雙方皆有對外尋求資金的彈性空間。合資模式則

創造了另一種格局，讓公視與影視業者變成親密的夥伴，一同攜手作戰，是公視戲劇因應環境改變的必然趨勢。相較於《麻醉風暴》聚焦在麻醉科醫師上，《麻醉風暴 2》除了探討麻醉醫師面臨的困境，還增添了外科醫師的職業狀況，描述「在覺醒後繼續往前進的過程」，並向觀眾傳達面對覺醒後永不放棄的精神。《麻醉風暴 2》前兩集對爆炸意外等大場面的描寫、對醫療議題的針砭、遠赴約旦拍攝、細緻模擬的醫療過程都成為亮點。

《通靈少女》是 2017 年亞洲同步推出的迷你劇集，由公視與 HBO Asia、新加坡稜聚傳播跨國合製的作品，也是 HBO Asia 首部台灣製播且全中文(含華語、臺語)發音的影集。《通靈少女》播出後收視率集集飆高，不僅平均收視有佳績，瞬間收視更令公視人驚喜，飆上 4.61，最高同時收視人數湧進 128.7 萬人，《通靈少女》不斷刷新紀錄，成為公視開台 20 年最受關注戲劇。首季剛下檔，立即有要求開拍續集的聲浪。這部異軍突起的創作獲得廣泛的讚譽，「仙姑」成了年輕人的流行用語，頓時社會上又興起一波對宮廟文化的探討。

2017 年的《起鼓·出獅》，是公視首部 4K 超高畫質規格製作的迷你劇集。劇本由真人真事改編，原型人物即是本劇舞獅指導鴻勝醒獅團團長張遠榮，描寫從獅團成立、醒獅文化在台興盛、開枝散葉，再到老一輩凋零，獅團衰落的故事，時代橫跨民國 50 年代至今。

新創電影 開拓戲劇新局

隨著收視平台越來越多元，「跨螢時代」和「國際網路戲劇平台」讓戲劇的表現空間更加寬廣，而在此同時，台灣卻也面臨景氣低迷，影視藝術人才缺乏舞台的窘境。公視有義務也有能力匯聚更多具有勇氣和膽識的製作眼光和手法，讓台灣成為影視產業的創新基地迎接挑戰。因此〈公視新創電影

PTS Originals)是公視繼〈人生劇展〉與〈學生劇展〉後推出的新品牌新戰場，在 2016 年首度對外徵案求類型電視電影及短片。跟〈人生劇展〉相比，〈新創電影〉有不同層次的要求，不只要有業界的實力，除了創作者過往的成績，包括技術上面的各項分工，都必需是經驗的組合。

公視是能夠不受收視率操控的創作平台，具有主導議題並支持新導演創作的優勢。〈公視新創電影〉期待擺脫商業限制，提供創作者更大的舞台，打開更自由前進、更有穿透性、關注社會脈動的戲劇創作空間。作為公視〈公視新創電影〉品牌的幕後推手和監製，主導人，節目部經理於蓓華提到〈公視新創電影〉品牌設立的動機，必需考慮到戲劇回應社會議題。

「我們先設定『青年貧窮』這個明確的主題，然後再找過去與公視合作過的優秀年輕導演談，畢竟他們就經歷這個貧窮世代」她說，〈公視新創電影〉具有鼓勵充滿撞擊能量的後青春世代導演創作的意涵。她也解釋：「公視先天有責任作為創新人才的後盾，要對觀眾提供優質內容，也要對產業負責。多年來經營人生劇展也培養了很多導演，回饋到產業，像鄭芬芬、楊雅喆等等。但慢慢卻會發現，在議題上面多半還是以切身經驗出發，以家庭、親情、愛情、校園等出發，要能夠以這些主題扣連到整體社會脈絡或社會議題的，反而比較有限。但各國公視都有非常強的社會議題主導性，針對大家關心的社會議題去跟觀眾、社會對話，所以反觀目前公視，有社會議題動能的戲劇比例其實還是不夠。」公視也有前瞻的擘畫藍圖，未來推出的〈公視新創電影〉作品，除進軍國際影展或觀摩競賽之外，也計畫以迷你影展的形式或與院線戲院合作，讓作品在大銀幕和觀眾相見。

〈公視新創電影〉最後的詩句》扛起先鋒第一棒。談起創作的因由，與「貧窮」相處很久的導演曾英庭說：「因為我是一個男性導演，所以試圖以自己

最了解的貧窮男性為出發點，我就從我這個世代開始想像，透過一段長時間的關係，間接或直接呈現出在這樣的背景、環境底下，一對伴侶會遇到什麼樣的困難，他們又要如何抱持著美好的想像來面對這個世界。」

《最後的詩句》首映播出後評價極佳，並獲金鐘獎 8 項大獎提名，與《告別》並列迷你劇集／電視電影類的入圍兼及得獎贏家。不僅釜山國際電影節入選「新浪潮」單元競賽，並獲邀參展斯德哥爾摩電影節、多倫多亞洲國際電影節與聖地牙哥亞洲電影節。

《濁流》講述的是污染與腐敗源於人性的貪婪：虛擬中灣石化在萬河市設廠營運，十八年後，南岸轉型成為一個繁榮的工業城，而北岸卻因為污染變成一片廢土，年輕人為了生存陸續離開，只剩下少數老一輩居民仍堅守著家園…《濁流》首映前，導演莊綸維說：「現在社會運行的方式就像一座巨大的叢林，99%的弱者被迫為了1%的既得利益者犧牲。在剛開始寫劇本時，總想著必須對這樣的困境找出解決辦法，但說實話，我來回思考了好久，也不知道該怎麼辦，總找不出一條出路…」莊綸維的作品具有強烈的視覺風格，議題關注善惡之間的模糊地帶。

《最後的詩句》談論青春情侶歷經 3 次政權更迭的成長與夢想的幻滅；《濁流》則透過綁架撕票的過程，詮釋原本年輕美好的未來，最後卻只能亡命一搏的悲哀，這些作品成功地打響〈公視新創電影〉的知名度。

雖然〈公視新創電影〉推出的時間還不長，但爆發的能量相當驚人。公視就警匪、犯罪、懸疑、驚悚四個類型，徵得了《林投記》、《再看我一眼》、《乒乓》和《魚男》四部作品。於蓓華把〈公視新創電影〉比喻為產品研發實驗室：「我們努力與業界合作，找出新的可能，累積經驗。」希望能形塑更優質的創作平台。《乒乓》和《林投記》兩部驚悚作品，以影像鋪陳、表達人對愛

的執念，若沒有正向引導，就容易引發恐怖行為導致最終釀成災難。於蓓華表示《乒乓》不僅緊扣驚悚「言之有物」，包含情緒醞釀、場面調度，再靠美術、影像團隊營造整體氣氛都處理都非常好，對導演簡學彬第一支長片，給予高度的評價。而洪子鵬導演的《林投記》，前半場的伏筆，後半段慢慢拼貼成形，有讓人感覺驚喜，演員也表現稱職，挑大樑的李亦捷和李辰翔，演出可圈可點。

延續〈學生劇展〉短片的概念，有鑑於坎城影展短片十五分鐘就可以成立，公視把「短片獨立時代」徵案，規格調整在十五到廿五分鐘內使其更有彈性。短片的敘事風格有其困難，不像長片有結構，短片可以更實驗、更沒有包袱地去敘述故事。希望藉此提供業界更豐沛的資源和養分，也期待在創作手法與議題上擦出火花。新近推出的六部「短片獨立時代」系列作品，分別為《黑白鍵》、《廉價勞工》、《伊菲基妮亞之夜》、《錢莊聽來的事》、《不發火》、《絕對領域》，題材風格迥異，這些新銳導演們大膽突破既定框架，展現了台灣短片生猛旺盛的創作能量。

迎接挑戰 創新思維

台灣 OTT 市場方興未艾，除了原生 OTT 業者，電視台的參與也越來越積極，如今儼然是硝煙漫天的戰國時期。面對越來越難打的硬仗，公視第一步將原本的「公視 +7」服務擴大，推出 OTT 平台「公視 +」。戲劇節目也必需趕上這一波潮流，公視 + 第一波上線的片單近 800 小時，包括《孽子》、《汪洋中的一條船》、《那年，雨不停國》、《含苞欲墜的每一天》、《他們在畢業的前一天爆炸》、《麻醉風暴》等，在 OTT 平台播放電影一刀未剪版本。在新媒體上公視戲劇可以嘗試更多不同的說故事手法，除了傳統的影音觀看，在敘事上也有新的可能性。

於蓓華表示：公視每年拿政府補助的經費還有文化部的預算，除了要要做好節目之外，最重要是讓產業流動，有好的人才拿到足夠的資金去製作好的戲劇以及節目。她認為目前影視產業傾斜得很厲害，製作的流程需要調整，劇本一直無法先行是個癥結，儘管很多導演都有意願寫劇本，但產業想要比較健全必需回到製作人制。製作人有清楚的目標規畫，同時理解題材相對應的市場，過去一直傾斜成導演制，無法觀照全局。

公視 2018 年推出「公視戲劇孵育計畫」，不只是針對劇本，而是孵育一個劇本和企畫案，這是未來的重點，還是會以徵案的方式進行，徵企劃案、故事大綱、前三集分集、第一集分場、市場分析之外，預算配置會變成一個評分的標準。投案一但入選後，以一年的時間由公視陪同共同孵育劇本，不再是編劇獨自創作，期待能撰寫出具市場性及拍攝可行性的劇本及企劃案，藉由本計畫建立戲劇產業扎根發展的基礎工程，創作出具有國際市場競爭力及台灣文化涵量的優質電視劇。

於蓓華說：「我們參與『世界公視大展精選』(Best of INPUT)，最大的收穫就是看到高度民主發展的國家，他們在戲劇議題的處理上，展現出不畏懼、不妥協的態度，這也是公視戲劇持續努力前進的方向。」

於蓓華也指出，現在的 4K 是很好的起點，如果肯投資在刀口上，就可以邁向國際的版權之路，如果把版權的限制打開，把所有節目配上英文字幕，只要連上網路，就可以讓全世界看到台灣公共電視的節目，這將是一種強而有力的文化輸出。



《最後的詩句》



《林投記》



《那年，雨不停國》



《乒乓》



《濁流》



《伊菲基妮亞之夜》



《錢莊聽來的事》



《絕對領域》

三、紀錄報導與紀錄片節目

紀錄片是全世界每個公共電視重要的一部分。在台灣，公視有〈紀錄觀點〉、〈我們的島〉和〈獨立特派員〉等長期產製的各類型紀錄報導與大型紀錄片節目，用影像善盡社會天職，同時提供創作者播映平台。此外，公視也有許多與國際合製的紀錄片，和從國際間購買的紀錄片，則為觀眾打開看向世界的窗口。

紀錄觀點 前瞻探討議題

〈紀錄觀點〉是台灣電視第一個持續存在的紀錄片平台，以「多元創作、獨立觀點」為製作標竿，1999 年底首播，第一位製作人是高寒梅，第一位監製是馮賢賢。〈紀錄觀點〉透過自製與委製，捕捉台灣社會真實生活情境，不斷開發本土紀錄片的創作活力。〈紀錄觀點〉向來以深入調查報導與原創性紀錄片為主軸。紀錄片精神強調的是見微知著地挖掘被忽略的事物，為弱勢發聲，並且率先揭發社會上不公不義的情況。同時，作為一門獨立的藝術類型，它也必需不斷地推翻自己，不厭其煩地尋找屬於紀錄片的另一塊更遙遠的樂土。

透過常態性的〈紀錄觀點〉及其他系列主題企畫，公視已成為全國最大的紀錄片自製、委製單位及播出通路之一。在教育問題還沒成為各界討論焦點時，〈紀錄觀點〉在 2004 年就推出過教改系列影片。近年來，在空污與自然浩劫聲中，更將議題轉向關注環境與生態的永續經營。值得一提的是「觀點短片」，為了替〈紀錄觀點〉籌組生力軍，每年也以公開徵選的方式委製新導演短片，為台灣培養下一代紀錄片新血。

2005 年推出的作品《無米樂》，描寫一群台灣農民的故事，拍攝手法貼近現實，地點則在嘉南平原「台灣大穀倉」之稱的台南後壁，描繪農民在外在環境不允許中，如何延續稻作農業。導演顏蘭權與莊益增著重真實影像，讓平實的《無米樂》更具說服力，除了影評人與觀眾一致好評，並獲得當年「台灣最受歡迎國產片」和台北電影節「百萬首獎」。



〈紀錄觀點〉《無米樂》

同年相互輝映的，還有獲得多項影展大獎的《獼猴列傳》，由吳念真擔任國台語旁白配音，為台灣最古老的住民——台灣獼猴作傳，陳述獼猴的困境以及與人類之間的糾葛。

生態環境 透過鏡頭把脈

2008 的〈紀錄觀點〉有新創舉，推出《前進南極》，完整呈現台灣人攀登南極洲最高峰，實踐夢想的驚險過程。這也是國內電視新聞首次登上南極採訪，獲選為綠色影展閉幕片。2010 年〈我們的島〉與〈紀錄觀點〉合作攝製了五部高畫質生態環境紀錄片——《活水溯源》系列及《森之歌》。《活水溯源》系列走訪台灣五大山脈，記錄北中南東四條河川，從河流發源地到出海口，溯源尋找第一滴水，記錄台灣四大流域環境現況，以及台灣山林百年變遷，希望透過書寫人與河、人與山林的互動，讓大家看見台灣山林河川之美，以及土地所承受的傷痛。

這系列涵蓋四部影片，分別為：《擺渡・淡水河》記述台灣第三大河穿越台北盆地，餵養六百多萬人口的故事；《源鄉・大甲溪》探索台灣第四大河豐富的生態景觀，以及在水壩等各種水利設施層層截水之下，面臨的生態與搶水危機；《縱古流今・高屏溪》探看全島流域面積最大、豐枯變化最劇烈的南方大河，孕育出來的特殊生活模式；《美麗或沉淪・秀姑巒溪》透過歷史的眼睛，縱觀這條狂野河川的舊容與新貌。

《森之歌》，由公視導演柯金源籌畫一年半，走訪台灣五大山脈，並親赴東南亞熱帶雨林，同時注入十多年的觀察與生態資料而拍攝完成。影片記錄了台灣森林興衰，與人在山林中的生命智慧。《擺渡・淡水河》入圍「亞洲電視獎」、「波士尼亞影展」、「美國紐約電視展」、「東京地球環境映像祭」等獎項，也獲得「2010 美國蒙大拿影展嘉勉」；而《森之歌》入圍「加拿大 班夫山岳影展」、「美國紐約電視展」、「電視金鐘獎攝影獎」，導演柯金源更摘下電視金鐘獎「非戲劇類節目導演獎」。

〈紀錄觀點〉2013 年迎來極大的榮耀，推出敘述一對無法溝通的父子，在一個單親的巢裡相依為命的《築巢人》。導演沈可尚榮獲「金鐘獎」非戲劇類導演獎，又囊括「台北電影節」百萬首獎、最佳紀錄片、最佳剪輯三大獎項。更難得的是，電視首播後，該片以院線形式在台北、桃園、台中和高雄各地播映，成功吸納非紀錄片觀眾。沈可尚在電影叫好叫座時，依舊自省：「要再謙遜一點，再溫厚地消化一次，尤其是這種直視他人不幸的時候。」

除了《築巢人》，還有多部自製紀錄片展現對於台灣土地與生態的關懷。例如，《空襲警報》探討人類追求財富而犧牲空氣品質的現象，片中揭示石化工業區、違章工廠集中區，以及飽受境外長程傳輸污染的島嶼環境。《黑》追溯彰化、台中、桃園、新竹、台南農地污染問題，赤裸呈現錯誤政策留下的苦果。《滾滾沙河》記錄濁水溪上、中、下游面貌多變的生態與人文。

建立平台 發掘紀錄片新導演

〈紀錄觀點〉網站上彰顯理念寫道：「紀錄片還能為這世界做什麼？他還能怎麼拍？是我們所最關注的。我們希望建立一個『公視紀錄片平台』，用以培育、推動台灣紀錄片的影片製作與議題發展，鼓勵創新且有前瞻性的各種形式的紀錄片製作。」

對此，〈紀錄觀點〉製作人王派彰表示認同並實踐。2015 年黃信堯以《雲之國》挑戰紀錄片的新美學，產生了跟之前規畫完全不同的作品。黃信堯看到島上的馬、牛、羊等動物，還有雲影移動、浪濤拍岸、蟲鳴鳥叫、宣傳廣播、反自衛隊蓋基地的標語、怪手與風車，彷彿聽到了「島嶼的心事」。本片沒有對白、旁白、甚至沒有人物，王派彰認為這部紀錄片對〈紀錄觀點〉的意義是，它能接受了導演創新的想法，也見到它的成功。

趙德胤導演的例子，則凸顯〈紀錄觀點〉有挖掘編導人才的精準眼光。王派彰曾問趙德胤為何捨棄重金來跟公視合作？趙導演說：「很簡單，你要的跟我要的是一樣的。」這就是《挖玉石的人》的由來。趙德胤與攝影王興洪兩人冒險進入偏僻的克欽戰區拍攝長達十四個月，因為拍攝器材被官方沒收，只好採用最簡單的攝影機，總共拍了一千多個小時，再從中剪出最後的 104 分鐘。2015 年的《挖玉石的人》播出，被評為亞洲版的《血鑽石》。《挖玉石的人》一舉入圍了最重要的原創影展「鹿特丹影展」與「維也納影展」。

〈紀錄觀點〉開始播國外的紀錄片的時期，國內欣賞國外紀錄片的管道只有紀錄片雙年展，〈紀錄觀點〉可算是電視業者的先驅。過往因為排播時段關係紀錄片的長度是受限的，後經過內部的討論，如今已經不用再受制約，對紀錄片的選擇也就更有彈性。台灣雖小，但人與人、人與自然環境之間有

太多的問題需要被重視。王派彰認為台灣的紀錄片還有很大的衝刺空間，所以引進國外紀錄片可以提升創作者的眼界。再者也藉此開拓台灣觀眾的視野，讓人們開始對於現狀、對現在的作品有更多的比對，使所謂的生產機制必須生產更不一樣的紀錄片。就像同婚的議題，王派彰認為一定要有一個媒體、一個機制先去改變，然後造成討論，最後達成共識，才有可能改變現狀。〈紀錄觀點〉有這樣的理念，提供平台，讓獨立創作者以紀錄片為手段去示警，讓人們得以觀察並改變想法。他表示：「永遠比觀眾的視野更開闊，思維更多元，能容許的尺度更不設限，我們這麼期許自己。」



〈紀錄觀點〉《山有多高》導演湯湘竹

我們的島 關懷自然鄉土

自 1998 年〈我們的島〉節目開播以來，就以守護台灣環境、監督環境政策為理念，不只從永續發展的角度來探索台灣未來出路，同時也期許成為環境教育的推廣管道。〈我們的島〉在尋求一種改變的可能性，只要有人因為看過而感動、反省，甚至因而警惕繼之行動，就有可能形塑新的環境公民力量，也有可能讓錯誤的政策消失。

早期〈我們的島〉的形式是以紀錄報導為主，傾向規畫型、環境議題型的方式，例如可能一個系列就是十集在講海洋、山嶺、尋找黑熊等等，或者是反核系列。之後納入新聞部形態上又有所改變，以環境新聞雜誌的態式呈現，從半小時延伸到一小時。持續不變的是它的主題都是以環境為主體。

製作人于立平憶起草創的當年：「像 1998 年時推出《再見海洋》講到那時候，西海岸一個最大的石化工業區正在填海造陸。當時的鄉土教育，老師們就是在黑板上寫『人定勝天』。〈我們的島〉就提出另外一種反思：『那你填海造陸一個新世界，可是我們好像看到就失去了什麼』。」

肯定作品 獲頒社會公器

〈我們的島〉最大的意義是累積了台灣近二十年來所有的環境紀錄。不論是環境運動或是環境生態的改變，或者是人的價值觀及保育觀的改變，二十年來它扮演忠實的紀錄者。正因為它是常態型的節目，跟推出一部紀錄片的方式不一樣。這二十年來所有資料故事都在公共電視。

于立平說：「比如十幾年前去拍這片海岸的時候很美麗，可是現在去看已經消失不見了，公共電視有這樣的一個環境資料。或是我們看到的一個地方，它其實之前破壞很嚴重，然後二十年後因為當地居民的努力重新找回了

原本的樣貌。我們也拍攝過很多居民，十年後我們再去看他頭髮白了，可是他控訴一樣的環境事件，那甚至說十幾年前汙染的土地，我們重新回到現場去看到，花費了很大的力氣整治卻還沒有辦法回春、回復原來的樣貌。」

導演柯金源也有相同的感觸：「〈我們的島〉累積了目前最豐富的环境影音資料庫，目前在台灣沒有其他媒體能夠超越公共電視〈我們的島〉累積的資料。」2015年卓越新聞獎特別把社會公器獎頒給〈我們的島〉。

採訪無懼 挺過威嚇阻力

這樣的製作理念與行動，在執行時一定會遭到阻力與反擊，但是製作人于立平無懼：「因為公視給予新聞操作很大的空間，新聞製播公約的準則之下，包含公司高層是不能干預製作，這是公視新聞部一個保障。」尤其是製作龐大的企業集團紀錄片跟系列報導，還沒訪問到企業本身，公關電話就打來關切，讓製作團隊承受了不少的壓力。于立平說：「事情的真相並不全然美好，新聞工作者要做這樣的報導，就必須要有說實話的勇氣和認知，面對那些很醜陋的或者是真實的樣貌。」

不只記者要有冒險犯難的精神，有時受訪者也會遭殃。採訪生態環境容易產生難以預測的意外，而觸角伸進公害議題，就會有惡勢力的傷害。這麼多年來，柯導演反而擔心接受訪問的人，不只是新聞資訊播出就好了，還要去關心受訪者。「因為我們訪問完離開了，但接受訪問的人還住在當地，他們生活在那個恐懼之下，那是比我們更危險的，而且他們的資源更少，這是我們比較擔心的。」這是無奈的事實。

參展利多 樂與國際交流

于立平也談到跟國際接軌的心態與過程。她認為做節目或影片紀錄片最大的意義並不是在得獎，也不會為了要得獎參賽而製作影片。她希望的是：

第一為台灣留下紀錄，第二它有一些影響力可以促成改變，第三就是能夠幫目前的狀況找到出路。而參加幾次國際影展下來，除了驚訝於國際間生態紀錄片的拍攝水準之高，也感慨台灣對於生態紀錄片的投資實在少得可憐外。

2005年《塑膠寄居蟹》是一部敘述人們撿拾貝殼，造成寄居蟹找不到適當的殼居住，迫不得已用塑膠瓶蓋當家的報導。獲選於韓國首爾綠色影展及德國生態觀點 (Nature Vision) 影展中放映，回響熱烈。因著2007年軟絲《產房》的影像，國際製片人對台灣有這樣的生態，在這麼近的海域看到這樣的魚蝦感到驚奇。優質影像的分享，就是台灣與國際的交流。

獨立特派員 護衛弱勢

「〈獨立特派員〉為公視全方位新聞時事之深度報導節目，自2007年開播以來，深入爭議性的新聞現場，挑戰其他媒體迴避的敏感議題，為觀眾挖掘新聞事件背後鮮為人知的真相，發揮公共媒體的力量。『獨立的、深度的、調查的』簡單幾個字足以道出節目的自我期許。」這是〈獨立特派員〉在粉絲專頁的開場白。當初創的口號就是「抗權勢，說真話」，把自己當永遠的在野黨，監督政策。製作人陳廷宇，對於已經十歲大的節目，有一如往昔的堅持。

〈獨立特派員〉的議題雖廣泛，但真正重要的是跟民眾的連結，傾聽來自弱勢的聲音。全世界公共電視共同面對一個責任：應該要「帶領議題」，只有「追逐議題」是不夠的。事實上，〈獨立特派員〉在很多議題上就是扮演領頭羊的角色，2017年底北京驅逐低端人口，這個狀況早見諸2008的公視報導。

〈獨立特派員〉觸角既深且廣，足跡既遠且長，共獲得卓越新聞獎、消費者報導獎、吳舜文新聞獎、曾虛白公共服務獎等優勝或入圍。新近國內對長照的討論如火如荼，早在當年〈獨立特派員〉採訪團隊就推出《新在地老化》

系列報導，前往丹麥、挪威、芬蘭觀察北歐長期照護發展，分析科技與人性如何相互結合、共同完善在地老化。團隊也在馬祖蹲點拍攝近一年，推出《變臉台灣——北風馬祖》、及記錄新住民在台灣生命故事的《變臉台灣——幸福作業簿》，都是領先觀察到的社會議題。

《土地的正義》專題則探討苗栗大埔案揭開的都市更新計畫問題，這個專題剛開始只是因著一句「我們農地要被政府強拆」而展開，之後衍成話題，再有年輕人加入、其他媒體跟進，最後整個社會風起雲湧，土地的議題因此被政府正視。

〈獨立特派員〉雖然是綜合雜誌型的節目，但比起其他同類型節目，更偏向人權、弱勢、多元獨立團體。初期關心的像樂生療養院的議題，以及死刑問題，乃至 2017 年底推出人權月的特別報導，其中包含追蹤了這幾年來土地轉型正義被迫遷者的生活，白色恐怖等面向的關懷，就是〈獨立特派員〉創立的中心思想。在現今的台灣，新聞頻道百家爭鳴，觀眾身處於資訊爆炸時代，獨立特派員團隊任重而道遠，希望透過深度追蹤報導，為台灣帶來改變的勇氣。

台灣歷史人物 影音立傳

2003 年公視節目部推出《台灣百年人物誌》，足稱台灣電視史上第一次大規模為台灣歷史人物立傳，希望民眾透過平易的影像與敘事方式，認識台灣歷史，並貼近具有影響力的台灣歷史人物。公視在 2000 年即籌畫回顧台灣百年歷史節目，並設定以人物為主題。《台灣百年人物誌》由知名紀錄片及戲劇導演蕭菊貞、鄭文堂、曾文珍、王志成等人執導，公視資深紀錄片製作人邱顯忠則擔任製作人。由於選取人物過程十分審慎，加上歷時兩年收集史料，和前往日本、大陸等地實地拍攝，節目工程的艱鉅浩大，引起各界關注。

2001 年公視購買《世紀行過——張學良傳》版權播出，本紀錄片由郭冠英與王念慈製作，由一生飽受讚譽及抨擊的將軍親自暢談初衷，勾勒他曲折的人生。同年公視研發部製作人林樂群製作《孫立人三部曲》，深入剖析中國近代這位常勝將軍與歷史悲劇。



《世紀宋美齡》工作團隊

另一部由當時研發部經理孫青監製、研究員林樂群擔任製作人、林蔭庭擔任劇本研究員的歷史人物傳記《世紀宋美齡》，則是 2003 年推出的鉅作。蔣宋美齡是民國歷史上最具有權勢的第一夫人，走過清末、民初、北伐、抗戰、二次世紀大戰、國共內戰、遷台與台灣本土化的綿長歲月，她還擁有從中國、美國、埃及、印度到台灣的遼闊舞台。公視製作小組花費兩年時間深入研究，循其一生足跡，走訪台灣、美國、香港和大陸，挖掘到難得一見的史料和影像素材，為這位跨世紀的傳奇女性，留下深入全面的歷史紀錄。

該劇首播後，引起極大回響，宋美齡於首播九天後過世，享年 106 歲。時機湊巧，更讓《世紀宋美齡》紀錄片引起廣泛討論。播出期間，英文版就已經售出至香港、韓國，日本、西班牙、愛爾蘭、奧地利等各國電視台亦爭相洽購。自播出至今，該紀錄片仍是長銷的節目，也為公視帶來極可觀的收入。

2004年，公視計畫推出《國家元首列傳》，盡可能為歷任總統製作紀錄片。2006年推出《李登輝傳》，王瓊文擔任製作人。這部影片不標榜獨家專訪，也不是個人傳記，而是對那些年台灣民主的回顧與釐清，台灣是否該順著這位掌舵者的路線繼續前行？或者冷靜思考轉向？

2007年接著推出另一部重量的紀錄片《尋找蔣經國》，湯湘竹執導，葉如芬製作。敘述蔣經國主導白色恐怖卻也推動經濟起飛的傳奇性的一生。五集的紀錄片，拍攝時間長達三年，製作小組遠赴俄羅斯及美國、中國大陸、尋訪蔣經國的足跡，並且訪問了將近90位歷史的見證人，其中還包括了高達九十多歲，在1925年曾到蘇聯與蔣經國相處過的留學生。蔣經國的一生，幾乎就是整個中國近現代史的縮影。

導演湯湘竹表示那三年：《尋找蔣經國》的工作隊伍，經歷了一次又一次的震撼教育。「我們從來不敢想像，它有到達盡頭的一天。它不可能到達盡頭。身為凡夫俗子，無論做了多少努力，我們仍無法看清楚歷史的真實。身為凡夫俗子，我們所能做的，只有憑著資料，臆度著屬於那個時代獨特的氣味。」

2004年公視其他的紀錄片繼續聚焦台灣的人事物，不論是這塊土地過去的歷史足跡，還是現時的地形地貌，分別由《台灣地方誌》和《地景風雲》深入地記錄下來。而《留聲——華人音樂家》系列紀錄片，更是國內首度將重要的華人音樂家立傳的精緻紀錄片。

由林彥輝製作的《留聲——華人音樂家》，透過為華人作曲家立傳的過程，還原藝術名曲的創作始末。黃友棣的「杜鵑花」和呂泉生的「搖籃仔歌」，讓觀眾回到物資困頓，但是有著濃濃親情的年代。江文也的「台灣舞曲」和蕭泰然的「1947序曲」，則描述了台灣的歷史，並勾勒出對未來美好的願景。馬思聰的「思鄉曲」和史惟亮的「琵琶行」是大時代的感情凝聚。郭子究的

「回憶」是台灣的敦厚記憶，而郭芝苑的「牛郎織女」歌劇，旋律的自由和色彩，不輸「卡門」的熱情。許常惠的「葬花吟」和馬水龍的「柳笛協奏曲」，不論器樂的編排和旋律氣氛的表現，都充滿了民族的風味。十個音樂家的音樂與故事，讓觀眾了解、並且愛屬於台灣自己的音樂。

故事重建 影片講究美學

製作人林彥輝表示，節目部製作的紀錄片，重點在讓觀眾更容易投身情境，比起一般定義下用鏡頭去捕捉真實的影像，還要多一分對美學的講究。像《台灣百年人物誌》及《留聲》系列，不只事前請顧問篩選名單、田野調查，貼近真實的歷史，然後再以故事重建的方式，讓觀眾產生共鳴。

林彥輝舉例：「在製作江文也和蕭泰然的紀錄片時，要重建他們兒時的街道，住家的樣貌，讓觀眾有更深的感受，因此在美術燈光及道具的要求就相當高，而觀眾的回響也很好。」值得一提的是，公視在外景節目的收音上特別注重，從開台初期，就帶給觀眾更大的真實感，成就高品質的紀錄片。

2007年登場的還有《打拚——台灣人民的歷史》。此一系列其實由當時董事長吳豐山發動製作，希望公視對台灣的歷史有個正確且清晰的記述。公視起先思考與大愛電視台合作募資但仍因概念與要求不同作罷。本節目幾經導演的邀請及遴選，最後由節目部經理王亞維監製，符昌鋒及鄭文堂執導，章蕤薰製作統籌。是一部耗時五年、由中研院院士及諸多歷史學者參與考證嚴謹的紀錄片，從開天闢地談起，橫跨史前、冰河、石器、航海、移民等時代，到近代民主的過程。《打拚——台灣人民的歷史》，並非常見的「訪談式紀錄片」，而是台灣史上首部「歷史重建片」，也是迄今少有完整的影像台灣史。公視以紀錄片書寫人文、關懷人文的努力不曾間斷，製播的深度與題材廣度也更加寬闊。

棒球是台灣的國球，超過 100 年的歷史。「棒球」是殖民時期在台灣萌芽的運動，經過成長、茁壯，而今儼然成為台灣文化元素之一。《台灣棒球百年風雲》是 2006 年公共電視台自製的電視節目，由張朝晟與沈如雲製作。內容從百年之前日治時期 (1906 年)，日本將棒球引進台灣，台灣第一支棒球隊正式成立開始，一直談到二十一世紀，台灣許多年輕球員紛紛到國外奮鬥，為台灣棒運帶進了新的視野，完整的呈現台灣棒球百年來的發展。

2009 年，公視再用另一個角度來看棒球的現在進行式。《野球孩子》是由沈可尚及廖敬堯合導所拍攝的紀錄片，片中紀錄花蓮富源少棒隊在教練張茂三的帶領下，畢業前參加少棒大賽的逐夢故事。《野球孩子》屢獲影展肯定，入圍瑞士尼恩國際影展國際競賽 Regards Neufs 單元、參展首爾獨立紀錄片電影節、入圍韓國 EBS 國際紀錄片影展正式競賽，年更奪得第 53 屆亞太影展最佳紀錄片獎，揚威國際。

傾力製作 紀錄人文生態

2004 年公視還完成了一部跨國合作的紀錄片《台灣生態探索》，由台灣公視、英國 BBC、德國 WDR、奧地利 ORF 四國公共電視合作完成的生態紀錄影片，介紹了六十七種台灣特有生物，本片並獲得德國野生動物影展的「青少年評審團首獎」。這也是公視第一部國際合製的紀錄片。

2009 年跨國記錄黑面琵鷺壯闊遷徙的高畫質國際合製紀錄片《返家八千里・黑面琵鷺》，由國際部曹琬凌製作，經歷一年半企畫與拍攝，飛越五國、一萬六千公里，其間並克服政治對立疆域、地理環境、氣候、鳥況、風向等難題，最後圓滿完成。這也是全球保育史上第一次的完整紀錄。影片特別製作國、閩、英三語版，期許這個從台灣出發，遷徙千里的候鳥故事，以及所承載的環境保育與和平訊息，傳遞到世界各地。

雲門舞集創辦人與藝術總監林懷民應允獻聲，首次擔任國語旁白。音樂創作者林強亦跨刀擔任閩南語配音，賦予在地詮釋。影片播出後獲得各方報章雜誌報導，創下公視紀錄片收視新高。其後參加國外影展亦頻傳佳訊，不但獲選為東京國際影展觀摩影片，更入圍亞洲電視節的「HD 最佳成就獎」。此外，本片還間接促成籌設台江國家公園的政策，催生出台灣第八座國家公園。

公視長期深耕的自然生態紀錄片，2011 年國際部再推出一部探討永續生態人文的高畫質紀錄片《司馬庫斯》，由曹琬凌製作。本片花了長達十五個月的時間，記錄新竹縣尖石鄉司馬庫斯部落特殊的共營生活型態。拍攝團隊以高畫質與高難度的繩索拍攝科技，真實呈現巨木與大自然四時變化的繁茂生態，以及司馬庫斯部落族人交織著淚水與歡笑的生命故事。他們謹守泰雅祖先的共享傳統，合作共生，也與大自然共存。

本片入圍亞洲電視獎「最佳紀錄片」、「最佳攝影」與「最佳導演」三大獎項，是參展台灣的媒體中，入圍最多項目的節目；另外，也贏得美國蒙大拿影展最佳原住民紀錄片獎，以及美國金鷹獎「土地與人」單元的最佳紀錄片，還有紀錄片至高榮譽的美國匹巴迪獎。

2012 年由高畫質頻道整理製播四部，分別為《野性物羽》、《搶救石虎》、《轉動百年阿里山》和《司馬庫斯森林共和國》。畫面珍貴，品質精緻，期許為台灣特有生物與資源保存盡一分心力。



《司馬庫斯》

視覺與聽覺是開啟生命與世界交流的鑰匙，視聽雙障者如何感受到生命的樂章？2012年公視製播了郭延恭導演關懷視聽雙障生的《手指三重奏》，這是一個商業電視台不曾觸及的溫馨題材。

而由五位本土新銳導演共同拍攝《他們在島嶼寫作》，第一期分別記錄林海音、周夢蝶、余光中、鄭愁予、王文興和楊牧六位知名華人作家的創作歷程。公視沒有參與製作但以購片方式播出以表達支持。《他們在島嶼寫作》貼身紀錄文壇大師，主張以紀錄片為媒介，透過年輕導演的詮釋，把戰後最重要的文學家介紹給新生代讀者。創作的緣起是：「藉此永久記錄作家的重要事蹟，也希望透過這些作品，重燃新一波的書寫復興。」因為回響熱烈，《他們在島嶼寫作》文學紀錄片共出了兩期，選取十三位作家，並稱為港台文學代表。本系列由企業家童子賢全額出資製作。

此外，公視公行部製作三部《台灣資深藝術家影音紀錄片》，包含「本位——李錫奇」、「澄懷得以觀道——陳奇祿」、「大炆——蕭勤」，為台灣的藝文界爬梳典範。

2011年公視與國立故宮博物院、歐洲藝術媒體 ARTE 頻道共同合作，推出藝術紀錄片《話・畫——清明上河圖》。這一個國際合製節目是故宮國寶「清明上河圖」第一次以真跡呈現在鏡頭前，並以高畫質技術近距離拍攝，對於故宮與公視來說，都是史無前例的創舉。透過法國首席紀錄片導演的詮釋、資深藝人蔡振南的配音，加上法國音效師特別製作的東方音樂，帶領觀眾重新認識這幅聞名世界、費時八年繪製的鉅作。本片除在歐洲 ARTE 播映，公視也製作了國、台、英、法、西語五種語版，加上歐洲的德、法語版，在全世界發行 DVD，並入選加拿大 FIFA 影展。

2013年公視再接著推出耗時近三年、以高畫質規格製作的大型紀錄片《對焦國寶》。內容聚焦故宮珍藏的四大巨星：翠玉白菜、谿山行旅圖、汝

窯蓮花式溫碗，以及書聖王羲之神作「快雪時晴帖」。此為故宮首度應允真品拍攝，由金鐘獎最佳導演劉嵩執導，並邀到作家張大春配音，贏得當年金鐘獎教育文化節目獎。

引進外片 一新觀眾耳目

從國際購買紀錄片播出，除了欣賞與觀摩，對台灣創作者在議題及實作面，有相當程度的啟發。

公視長期由企畫部購片組引進國際各種素材的優秀紀錄片，秉持的購片理念依然是優良品質與來源多樣性以及議題的多元觀點。2013年《北極熊這一家》深入北極熊冬眠的洞穴，見證氣候變遷對北極熊的影響。《自然之翼》記錄一年四季中，鳥類的遷徙與繁衍等生態變化。《魚》由韓國公視 KBS 歷時兩年攝製，述說人類文明和大自然生態的依存關係。英國 BBC 製播的《非洲大地》，介紹非洲獨特的生態環境，以及動植物如何發展出獨特的適應與生存能力。《企鵝的秘密生活》利用遙控攝影機，近身記錄企鵝生活與小企鵝的成長歷程。新近 2016 的《救救阿茲海默症》和 2017 的《情色日本》，則更貼近生活議題。優質的國際購片記錄型節目十多年來不勝枚舉，和外購國際的戲劇、表演藝術節目一樣，也是部分觀眾堅持支持公視的原因之一。

國際合製 彰顯台灣優勢

2013年公視播出與日本 Keiko Bang 公司、Mindful Planet 製作公司合製的 311 週年紀錄片《不倒翁的人間》，本片並在葡萄牙、西班牙 Odissea/Odisseia 衛星頻道露臉。其中包含〈獨立特派員〉的「台灣漆藝」專輯，是台灣合製紀錄片第一次在日本富士電視台播出。

2013年的《戰浪》則是由公視國際部主導策畫。公視國際部延攬合作的國際導演與攝影，是國家地理頻道《尋找超級大魚》(Monster Fish) 的創始

製作團隊。這支紀錄片首度以高畫質 HD，忠實記錄傳統漁民生活，深入台灣東南部台東縣成功鎮漁港，是一部關注海洋，貼身記錄當地獨特罕見的傳統鏢旗魚手生命故事。主角是近 60 歲的鏢旗魚手——陳永福船長，堅持使用從日據時代流傳下來古老漁法。本片帶領觀眾身歷其境，感受這群最後的傳統漁民，在海上鏢旗魚的高超技術與艱困的討海生活，也進一步探討逐漸消失鏢魚文化與永續漁業資源等議題。這部在驚濤駭浪中完成的海洋紀錄片，2014 年登上日本 NHK 公開播映，讓日本觀眾看見台灣漁人的堅強。

當然，面對不同文化背景的製作團隊，國際部製作人賴衍銘認為從彼此的相處中領悟到不少東西：歐美的團隊多少有些優越感，賴衍銘則學習如何面對這種態度；日本團隊行事中規中矩，講究分際，「學到最多其實是在互相不認同中學到東西」，他有了看待事物的不同角度。

賴衍銘認為國際合製的優點，就是在拍我們周遭事情的時候，可以引進國際觀點，而這正是常被我們自己遺漏的地方，2014 年《蜂狂》就是一個鮮明的例子。過去數年間，世界很多地方發生了不尋常的現象——大量蜜蜂無端的失蹤或死亡（俗稱 CCD, Colony Collapse Disorder），折損的數量令全球蜂農們與科學家們震驚。由於蜜蜂是世界上各種植物受粉的主要媒介，所以蜜蜂的消失，不僅是自然界的食物鏈遭受破壞，最立即直接的威脅就是在糧食的供應。初步的估算，蜜蜂若消失將會使全球農產減少三分之一，這無疑是讓糧食短缺的事實雪上加霜。

《蜂狂》首部曲中，公視國際合製團隊深入探討蜜蜂神秘失蹤原因，完整呈現了環境，科技與公衛的面相。由於國際編劇拉長了紀錄片的主軸，這才發現台大楊恩成教授所獨創的蜜蜂刺青辨識系統獨領全球，是目前追蹤蜜蜂動態的先驅。而且藉由哈佛大學呂陳生教授的研究，觀眾可以得知農藥對蜜蜂的代謝能力的影響，以及有機無農藥的生活對人類的重要性。宜蘭大學

的陳裕文教授則是長期接觸蜂農，持續執行田野調查以及主持多項有機農藥實驗，稱得上最接近台灣蜂農的學者。

2017 年《蜂狂 2》，則將視野擴大到人類對於飲食的迷思，藉由台美日三地農民、環境專家、科學家的交互指證，探討大量生產的農產品，以及美麗蔬果背後的真相，觀眾得以用國際觀的角度，充分思考這個有關下一代健康的全球議題。



《蜂狂 2》

永續與文化，是國際部製作人賴衍銘取材的堅持。2015 年與法國國際合製《稻田裡的音符》紀錄片，製作團隊用一年時間前製研究，由曾執導拍攝西塔琴大師 Ravi Shankar、鋼琴家 Alfred Brendel 等得獎紀錄片的英國籍音樂紀錄片導演 Mark Kidel 擔任導演。Mark Kidel 運用大量珍貴歷史影像與訪問交錯搭配，以紀錄片的形式輔以其擅長的音樂剪輯，從奇美公司的提琴蒐藏切入，呈現一個世紀以來西方古典音樂在台灣社會獨特的風貌。這是一種對比，也是融合。



《稻田裡的音符》

《稻田裡的音符》中奇美創辦人許文龍與民眾分享他感動的方式，在片中敘述上個世紀初，他四、五歲時，在電影院從手搖式留聲機裡第一次聽到舒曼的「夢幻曲」，感動不已，因為這段「琴緣」終生收藏、保護人類文化資產。

片中也談到西洋古典音樂由西方傳教士帶入台灣，日據時期在帝國主義潮流下，開始在台灣發展。1949 年後，台灣開始有系統地推廣音樂教育。百年來，古典樂從早期社會菁英流動到一般庶民；不論任何形式，古典音樂一方

面雖然還是曲高和寡，但又比以往平易近人。一把提琴、一個國際團隊，用影像的魔力讓《稻田裡的音符》有更高的躍動層次。



《稻田裡的音符》

4K 超高畫質電視 (UHD, Ultra-high-definition television) 發展已成趨勢，公共電視在 2017 年五月舉辦「4K 新世代」國際研討會，邀請英國 BBC、韓國 KBS、法國 Arte 與中國紀錄片製作人等世界一流的媒體專業人士來台灣，與國內節目製作者分享 4K 發展的「四個第一」，也解析 4K 超高畫質技術演變、節目製作與全球趨勢。

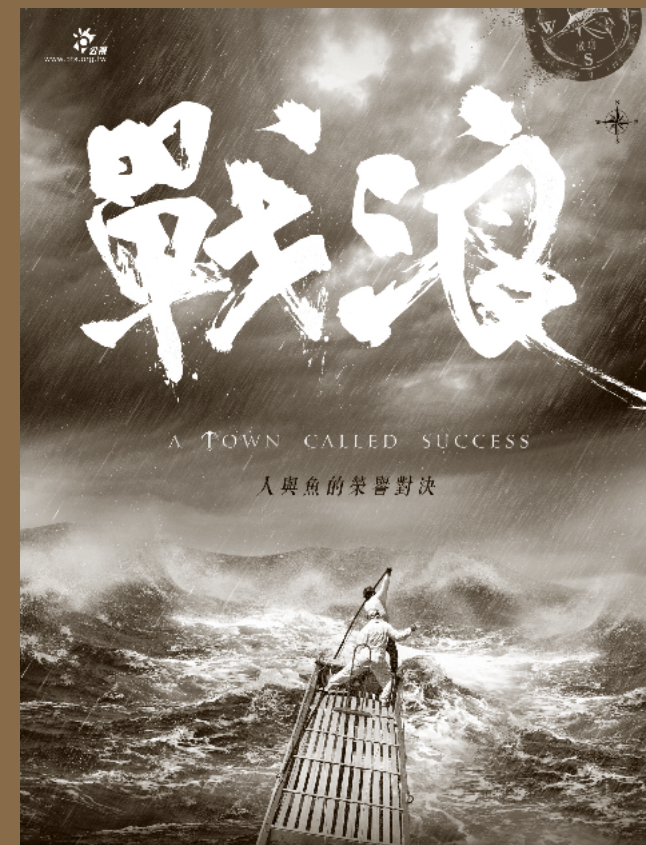
公視董事長陳郁秀表示「研討會目的在希望讓我們觀念獲得改變，提升國內 4K 製作環境」，也表示公視將扮演台灣影視內容產業創新角色，展開 4K 超高畫質節目製作，協助專業人才培育。可以期待的是，未來的紀錄片將會因畫質的提升，給予觀眾更真實的感受。



〈紀錄觀點〉《餘生共遊》



《皇帝的玩具箱》



《戰浪》



《野性蘭嶼》



《福爾摩沙的指環 —— 與大自然的對話》



《劃破天際看世界 台灣篇》



四、多元節目

公視的理念主要在節目中秉持堅持「以人為本、多元自立、免於偏見」的觀點。公視透過專業的品管機制，製作符合公視使命與觀眾需求的節目，真正落實公眾付託。

「品質、專業、多樣性」是公視節目的目標。公視在公共服務、服務弱勢、族群融合等面向，由數個製作群，分別製作文化藝術、生活休閒、社會服務的節目內容並與時俱進，繳出一張漂亮的成績單。

轉播藝文 公視珍藏

一個社會的文化水平，可從藝文活動是否蓬勃、多元，嗅出些許端倪。台灣有著琳瑯滿目、傳統新潮並蓄的藝文展演可惜常遭忽視，較少在一般電視頻道上呈現。公視彌補了這樣的缺憾，長年積極錄製、轉播各領域的藝文活動，為藝術家們的心血結晶，留下完整紀錄。

公共電視長期經營〈公視表演廳〉、〈公視音樂廳〉兩塊狀節目；自1998年開播以來，精挑細選各類精采藝術表演，錄製播出。並從1999年到2003年，連續五年轉播享譽國際的華裔大提琴演奏家馬友友的來台演出。節目品質不但得到馬友友的肯定，經由公視的轉播，讓更多台灣民眾得以親近大師。

此外包括多明哥、卡瑞拉斯、譚盾、林昭亮、胡乃元、費城愛樂、英國皇家交響樂團、紐約愛樂、以色列愛樂、林肯中心爵士樂團、基洛夫交響樂團等國際級音樂家及交響樂團，公視也都爭取到來台演出的轉播權。

在國內樂團方面，包括國家交響樂團 (NSO)、台北愛樂、台北市立交響樂團等一流樂團演奏，以及本土作曲家蕭泰然的音樂節活動，公視皆以嚴謹製作態度，配合精良硬體設備與精緻鏡頭語言，給予觀眾最佳饗宴。

除了古典音樂，2003年公視將節目類型推廣到流行文化與熱門音樂，得以接觸年輕族群。如《西藏自由音樂會》、《李泰祥感恩音樂會》、《海洋音樂祭》、《夏日音樂高峰會》等，加上《永遠的鄧麗君——見證台灣四十年的歌唱歲月》演唱會。

〈公視表演廳〉每年呈現的樣貌非常多元，2003年除了有歌仔戲唐美雲歌仔戲團的年度大戲《大漠胭脂》，還有京劇國光劇團的年度公演。劇場方面，則有諾貝爾文學獎得主高行健編導的《八月雪》、新編舞台音樂劇《梁山伯與祝英台》、影舞集的《@夢》、世界著名默劇大師箱島安的《默Chinmokuza》，以及雲門三十週年特別公演《薪傳》。



〈公視表演廳〉《薪傳》

購片播出的「經典音樂劇系列」，則播放《貓》、《萬世巨星》、《奧克拉荷馬》、《佛朗明哥與戈雅的畫》、《波伽利——托斯坎尼之夜》、《羅馬競技場——新世紀二重唱》等國際一流演出，讓國內觀眾端坐家中就可以欣賞到國際級的演出。

2007年播出《金水橋畔》、《玉堂春》、《寶娥冤》、《大腳皇后》、「全本銀屏公主》、《新天鵝宴》，還有令人耳目一新的時裝歌仔戲《青春美夢》等節目。此外也播出黃俊雄布袋戲《包公俠義傳》，這是為了紀念布袋戲大師黃海岱所推出的節目，傳達忠孝節義、辨正是非黑白觀念的故事。

而2008年轉播國光劇團的《快雪時晴》、《慈禧與珍妃》雙雙入圍2008年電視金鐘傳統戲劇節目獎，並由《慈禧與珍妃》一舉獲獎。2009年，則又是另一種不同的呈現，精彩內容包括音樂劇《四月望雨》、歌仔戲《蝶谷殘夢》、豫劇《慈禧與珍妃》、歌劇《杜蘭朵》、優人神鼓《入夜山嵐》等。

〈公視表演廳〉歷年來完整錄製、保存各類表演藝術演出，為無法前往演出現場觀賞的觀眾提供在家即可接觸到各類型表演藝術的服務，開闢一個觀眾可長期接觸表演藝術的管道。除了服務觀眾，更為眾多表演團體留下珍貴的演出影像紀錄，也累積大量藝術教育傳承之素材。

製作人黃湘玲感嘆傳統南管的表演已漸式微，幫藝壇大師留下傳世作品成為公視的使命，也因此，2009年歌仔戲廖瓊枝老師的封箱大作《陶侃賢母》及豫劇名伶王海玲2010年《抬花轎》和《王魁負桂英》的封箱演出，都是公視錄下的珍寶。

2005年民歌發展屆滿三十年，在「民歌之母」陶曉清的帶領下，策畫了一系列的民歌嘉年華演出活動，包括有《紅情歌》、《好民歌》、《美詩歌》等三場精彩的演唱會，帶大家走進回憶長廊，回味當年無數扣人心弦、琅琅上

口的歌曲。「沒有民歌三十，台灣不會有後來的流行音樂」節目部製作人張硯田說，所以〈公視表演廳〉從古典藝術跨足庶民音樂，拓展了轉播的領域。後來的《向梁弘志致敬演唱會》、《追思馬兆駿演唱會》及《民歌四十》的表演，都有公視的身影。

張硯田說，他最想做的是幫當代作曲家留下紀錄。這些創作者用了很多前衛的元素，各種不同的創作想法、理念，他們稱作品為「音樂劇場」。張硯田認為即使很小眾，但這個過程必須被記錄。不只是音樂，戲曲也是一樣。現在的歌仔戲都在創新，不再是傳統記憶中的歌仔戲；現在的國劇，以前的平劇，也在創新。所有的東西都在創新、都在跨界，這種嘗試99%都是失敗的，但是沒有實驗就不會走往下一步。



〈公視表演廳〉《阿伊達》

張硯田說，台灣知名的國劇的導演李小平在對岸相當搶手，因為把國劇跨界做成出色的流行節目是非常厲害的，如果可能，張硯田想把布袋戲創造另外一種國語風格。「因為現在全都是閩南語風格，而且台詞有押韻有節奏感，如果套用在國語裡，就可以進軍大陸，因為有特色。」

2012 年公視轉播了戲曲、歌劇、交響樂、舞台劇等不同類型的表演，包括創新京劇《艷后和她的小丑們》、歌仔新調《安平追想曲》、朱宗慶的《豆莢寶寶兒童音樂會——擊樂城堡》等 24 場精彩表演。觀眾在家可以細細品味以高畫質呈現的藝術演出。

2013 年藝文轉播質量兼具，傳統戲曲方面，歌仔戲有國寶級藝師廖瓊枝指導藝生演出的《宋宮密史》、高雄本土劇團春美歌劇團的《變心》、國家文藝獎得主唐美雲與許秀年領銜演出的《子虛賦》及台南秀琴歌仔戲團演出的《大唐風雲》；京劇則有國光劇團伶人三部曲的終結篇《水袖與胭脂》、台灣豫劇團 60 週年公演《巾幗·華麗緣》及改編自黃梅戲的《梅龍鎮》。國樂節目有采風樂坊的《管弦之夜》和台灣國樂團的《蓬瀛狂想音樂會》，都是非常經典的國樂演出。跨界創作則錄播了音樂劇場《落葉·傾城·張愛玲》、《音樂會是誰？》，以及人聲多媒體跨界合唱《無》、京劇及打擊樂合作的音樂劇場《木蘭》。當然，資深藝人紀露霞與黃俊雄的演唱會也都沒有錯過。

轉播技術 揚名海外

〈公視表演廳〉2013 年從傳統戲曲到歌舞劇，從國樂到交響樂，公視出動高畫質轉播車，試圖讓觀眾享受到如臨現場般的聲音與畫質。

其中「柏林愛樂交響樂團」來台演出的《開幕之夜》和《王者之聲》，公視共出動高畫質轉播車、九部高畫質攝影機、高畫質數位成音車，場內則

由國外錄音師架設儀器級的麥克風收音，聲音訊號傳送至高畫質數位成音車，由國外技師混音後，再傳送至高畫質轉播車，力求重現古典樂的動人美音與演出風采。

本次轉播技術獲得指揮賽門拉圖的肯定，而演出同時，除主要場地台北小巨蛋之外，還有台中、花蓮、新竹等七個場地同步轉播由公視提供的音樂會實況訊號，合計全台有十萬人同步收看。此外，更透過衛星連線，在「柏林數位音樂廳」進行線上高畫質全球直播，以饗全球樂迷。

公視的優質轉播在國際間打響名號，很多知名團體都爭相尋求合作，除了柏林愛樂之外，日本團體在衛武營的表演也是公視轉播的作品。公視製作態度一向嚴謹，更早之前已故男高音帕華洛蒂的在台告別演唱會也是由公視負責。製作人黃湘玲說一場轉播從前置準備到實際播出，不只投注的人力物力相當驚人，壓力也大到難以形容。



公視轉播柏林愛樂工作畫面



《音樂萬萬歲》

例如 2013 年製播雲門舞集的經典舞作《流浪者之歌》和 40 週年舞作《稻禾》。《稻禾》首演當日，公視高畫質頻道限時直播 40 分鐘，這是全新創舉，難度極高，但最後終能圓滿達成任務。而這樣的付出是值得的，黃湘玲本來以為小眾市場收視人口不多，但在一次排練場中偶遇清潔人員，一句「〈公視表演廳〉的劇團好好看，我變戲迷了。」這件事情對黃湘玲跟對劇團有很大的鼓勵，因為劇團永遠不知道原來有觀眾是因為這樣變成戲迷的，對黃湘玲來說，「我們再次的知道，真的有人在看我們的節目。」

音樂萬萬歲 回味當年名曲

2006 年的《週日狂熱夜》是公視首次推出自製的歌唱綜藝節目。本節目邀請具實力的歌手在節目中現場演唱、展現歌藝，並有系統介紹不同年代、各類風格、著名創作人的作品，對流行文化的過去與現在，作了極佳的連結與詮釋。

2007 年新一季的《週日狂熱夜》，則以 HD 高畫質技術，呈現歌唱音樂節目的最佳臨場感，效果令人驚豔。有別於《公視表演廳》傾向紀錄藝術性的作品，《音樂萬萬歲》相對就親近庶民。流行音樂不會只是一首歌，每首歌的背後都有它的故事，值得回味的流行歌曲，永遠不會在記憶中褪色。

2008 年《音樂萬萬歲》每集都會邀請歌壇實力派經典歌手現場演唱，曲目也盡量尊重歌手，讓歌手盡情發揮，以展現公視製作音樂節目的專業與用心，回歸音樂本色，帶領觀眾走進台灣過去六十年的流行音樂路。開播迄今，導播黃慧娟屢獲金鐘獎肯定。

2011 年秉持製作優質音樂節目的信念，公視更朝精緻面擴展，與八大電視台合作推出新製高畫質閩南語歌唱節目《台灣紅歌 100 年》，讓觀眾不只聽好歌，也深入了解這些經典歌曲背後的故事。

2012 年《我們的音樂故事》每集邀請一位知名歌手，自述一路走來的歷程，並演唱代表歌曲，是個優質的音樂會綜藝節目。而《那些年我們的歌》，公視以高規格的燈光、布景、收音技術，再度提升製作品質。節目跨越老、中、青三個世代，帶領觀眾進入時空隧道，由 30 年代起頭，跨越時空來到 90 年代，以不同年代歌曲呈現當時的歷史風貌，新舊元素交互融合，創新詮釋出有別於以往的音樂節目，是很受歡迎的長青節目。

藝文大道 提供文化寶庫

為了推廣藝術，2011 年公視主頻和高畫質的公視 HiHD 頻道共同推出全新的藝術文化座談節目《日光大道》，把易親近、生活化的文化藝術帶到每個人家中，讓藝術與創意不只限於展演場所，更變一種思考方式、日常習慣，或是生活模式。

節目由藝人曾寶儀主持，以國內重要的藝文活動及人物為主要取材對象，內容囊括表演藝術、視覺藝術、新媒體、新科技、建築、電影、設計、時尚等。節目結合即時藝文活動的新聞感，和人物訪談的深度，讓藝術家更貼近民眾，也協助民眾了解各項創作背後的故事。林昭亮、吳興國、許芳宜、朱宗慶、王俠軍、吳義芳、吳兆南、曾道雄、魏海敏、蔡明亮、魏德聖、蕭青陽等各界藝術工作者，都應邀至節目暢談。「你給我們六十分鐘，我們給你一座文化寶庫」製作人侯惠芳有這樣的期許。

真善美掛帥的文化藝術領域，高畫質頻道當然不會缺席。以藝術文化為主題的訪談節目《公視藝文大道》，讓觀眾能有機會深入了解有哪些焦點人物在努力追求夢想？逐夢的過程曾面臨哪些困境？又如何突破難關走出自己的路？縱深與廣度兼具，真實呈現文化藝術面貌。



《日光大道》

《公視藝文大道》於 2012 年接棒《日光大道》，提供更豐富的藝術訊息，並增廣觀眾的文化視野。曾寶儀在主持的前置作業下足苦工，努力有了收穫，抱回金鐘綜合節目主持人獎。她認為主持藝術節目不是短跑，卻像馬拉松，「把自己當觀眾，從觀眾的角度來問藝術的專業，才不會讓觀眾感覺距離很遙遠。」她也感嘆這類型節目在商業電視台播出，可能三個月就撐不下去了，「因為短期看不到投報率，但是長期來講絕對是公視送給台灣的禮物，也是這些藝術家送給台灣的禮物。」

綜觀來看，台灣藝文節目數量甚少。2017 年公視推出全新的自製節目《藝術很有事》，是全外景、多單元、每周半小時的藝文周報，探索視覺藝術、



《公視藝文大道》

表演藝術、文學、電影、建築、設計、大眾文化…等不同領域的時代脈動與創作內涵，綜合與即時的提供有啟發性和引人入勝的藝文觀察。

製作人徐蘊康表示，近年新媒體已改變觀眾的收視習慣，公視要積極改變現狀，以創新的方式製作內容。節目規畫以藝文創作和藝術家為主體來拍攝紀錄短片，節目設計五個單元，分別是「聚光燈下」從議題出發探討藝術；「沙發 Talk」邀請兩位專家談論與「聚光燈下」有關的主題，並推薦觀眾值得注意的藝文訊息；「創作這件事」拍攝個別藝術家的創作；「大城小調」看城市和藝術家之間的關係；「當我不做正業時」則要打破藝術的專業範疇，探索民間的創造力，拍攝對象是對藝術有深度投入的上班族，白天有例行工作，晚上進行具創造性的個人藝文計畫、嗜好與活動。

多元規劃 服務各個族群

2002年《果果恰恰——才藝大車拼》是專為銀髮族打造綜藝型節目的先驅。競賽隊伍由全國各地老人會或相關銀髮團體組成。透過歌唱、舞蹈和才藝競賽，從週冠軍、月冠軍、季冠軍到產生年度冠軍，週週都有精彩好看及具有地方民俗特色的競賽內容。節目中並播放 VCR，將參賽隊伍的背景、在地風土人情、及社團活動內容充分介紹，目標觀眾雖為銀髮族，卻也適合闔家觀賞。



《果果恰恰》

2008年《元氣 Live 秀》是公視為熟年朋友開闢的現場互動節目，首創電視點歌秀，由觀眾喜愛的歌手接受 Call-in 點唱。節目中有來賓的真實故事、懷念老歌及問題討論，與熟年朋友分享活力人生。



《元氣 live show》

台灣人口有半數為女性，但大多數女性的面貌卻是模糊的，在舊制度劇烈的解體、蛻變中，因應社會的變遷，許多重大的改革與思潮，陸續誕生。但是，面對兩性平等思想潮流的衝擊，長期服膺於男性思維體制下的台灣婦女是否有能力突破傳統束縛？又該如何走出男性網絡的牽引？2001年專為婦女製播，提供兩性平權及社會新知的《台灣圓仔花》和《台灣查某人》，啼聲初試就獲得婦女族群的共鳴。



《台灣查某人》



《台灣圓仔花》

2006 年的《讀書 36 計》是針女性主題設計的讀書節目，吳淡如主持。從生理、心理、歷史、社會制度等各個面向，藉由閱讀，活出屬於自己性別的生命色彩。節目中可以看見女性書寫、聆聽女性聲音、交流女性經驗。讓觀眾在讀書之外，還可以讀女人、讀生命，通過不同女性生活經驗的傳遞，思考多元性別關係的新未來。

2010 年的《50 真來電》，主持人許傑輝與小甜甜，則是針對單身熟齡族設計，主題為「交友」，鼓勵熟齡朋友走出戶外，擁抱更寬廣的交友圈及得來不易的情感。節目風格輕鬆活潑，極力貼近銀髮族的生活，順勢帶出他們豐富曲折的人生故事。



《50 真來電》

醫療保健節目《健康搜查隊》在 2011 年推出，主持人白冰冰站在觀眾的角度，由淺至深探討健康議題，除了聘請權威醫師、專家進棚分享知識，也走訪個案，記錄患者對抗病魔的經過。對於人體的組織，病理的變化，則以 3D 動畫精確呈現。主持人白冰冰輕鬆詼諧又不失智慧歷練的主持方式，貫穿於醫生專家、藝人來賓、現場觀眾間，讓觀眾輕鬆補給健康概念。



《健康搜查隊》

現在社會中，父母親與孩子之間很少在討論開放的性觀念或是性話題。2009 年推出由資深新聞人李四端主持的《爸媽囧很大》每日以不同的主題，討論親子間的性教育，透過五十位爸媽大膽表達對子女的關心，也透過五十位孩子來向父母大膽提問。節目中當然不只有性教育議題，還包含了其他家庭問題或教育問題，期望達到兩代之間正常溝通的意義。

《爸媽囧很大》秉持「親子要溝通，問題勇敢說」的節目宗旨，討論內容從青少年的生活與求學，進階到更熟齡的親子議題，包括婚姻、事業發展，以及婆媳相處等，親子關係的形式也從單向發展到三代、多代的親子關係。也因為議題緊迫社會脈動。

《爸媽囧很大》不只叫好叫座，還連獲金鐘獎提名並捧回綜合節目及主持人獎。2015 年主持人李四端轉戰深夜，與名人夫妻對坐長談，分享伴侶間的喜怒哀樂。在李四端的帶領下，觀眾在《愛的萬物論》裡看到各界名人的生活歷練與故事，從而體認生活裡的甘苦與共鳴。

益智競賽 包裝文化瑰寶

《街頭博識王》是 2008 年的作品，是一個百萬益智競賽節目，透過益智問答，串聯生活中的有趣知識。參賽者來自台灣各地各行各業，也有各個年齡的大小朋友參賽挑戰。

2014 年的《一字千金》，則是另一個叫好叫座的動腦節目，由焦志方製作。中國字已有數千年的歷史，無論在字意的表達以及字形的美觀上都有著非常高的價值。大量資訊的衝擊之下，現代人習慣使用電子產品，漸漸有了提筆忘字、書寫障礙等困擾。《一字千金》是以漢字為主題並體驗中華文字之美的益智競賽節目，號稱「電視史上結合 App、最緊張、最刺激的文字書寫比賽」，2015 年獲金鐘獎綜合節目獎，並轉型為《一字千金榜中榜》，之後再改回《一字千金》系列，2017 年入圍益智及實境節目獎、益智及實境節目主持人獎、節目創新等三項，主持人曾國城表示，「翻開台灣的入圍紀錄史，能夠連續三年入圍，已經得到最大的肯定了。」

實境節目 走在業界前線

2006 年的《幫忙喬》是國內首見的互動式實境節目。觀眾票選出的三位年輕主人翁，在理想與現實中尋找自我，並朝向自我實現的夢想努力。而每集節目中由觀眾以簡訊投票，給予他們實踐目標過程的建議。他們在節目中經歷各樣的挑戰，不斷面對人生的十字路口，期望能順利達成夢想。

2008 年的公視，嘗試多樣創新的節目型態，企圖貼近觀眾生活，同時呈現目前台灣的真實面貌。《誰來晚餐》迄今已推出第九季，是頗具創意的「實境談話節目」，嘗試以「真人實境+談話+美食」的節目型態，由素人家庭邀請夢幻嘉賓到家裡晚餐，透過名人造訪與素人的家常餐點，分享精彩的生命故事，展現不同的社會切片。2009 年《誰來晚餐》拿下新加坡亞洲電視獎最佳實境節目、2010 年獲美國休士頓影展電視類實境節目白金獎，並多次獲金鐘獎青睞。

「我們就是拍你怎麼過日子！」製作人巫知諭說，期待觀眾願意闔家觀賞，《誰來晚餐》是在這樣的使命下推出的節目。「不能自命清高，必食人間煙火；要親近大眾生活，要貼近時代脈動，還要兼具知性與娛樂性，尤其是娛樂性，絕對不能少。」巫知諭說：「許多受訪家庭開出的晚餐名單，是藝能界非常資深的前輩，包括張小燕、白冰冰、陳美鳳、胡瓜、王偉忠等，我們以家庭故事或邀請心意來打動他們，最後他們也不計酬勞來參加，登門到陌生人家吃飯，甚至一頓飯吃到欲罷不能，給出比拍攝更多的時間和受訪家庭真心交流，因為他們知道這不是一個來賺通告費的節目。」

2009 年，公視新製實境節目《爺奶搶時間》，拍攝十三位老人圓夢的故事，希望在節目中，可以讓大家看到蓬勃煥發、有盼望的長者，以及有故事、有未來、被愛被疼惜的老人！

2010 年的《扭蛋快跑》是公視真人實境節目的全新嚐試，以傳遞正面價值、公益助人的接力賽為核心，招募認同「讓世界更美好」理念的人來共襄盛舉。節目徵求志願者挑戰前所未見的扭蛋任務，例如挑戰無人島生活或是搭便車環島，一旦挑戰成功，挑戰者就能將愛心企業捐助的基金，指定捐給需要幫助的團體或個人。節目設計旨趣，是讓勇於挑戰自我的生活趣味與傳遞公益價值的熱血愛心，在創新的節目型態中接軌。

食安掛帥 美食吃透透

2012 年公視加入美食行腳節目戰線，推出美食節目《美味縱貫現》，由資深的美食節目主持人焦志方縱貫全台尋覓佳餚，首集以台灣夜市為主題，從南到北深入「高雄六合夜市」、「高雄瑞豐夜市」、「台南花園夜市」、「台中逢甲夜市」、「台北景美夜市」及「輔大花園夜市」，以深入淺出的方式示範夜市名菜。

焦志方認為，台灣夜市有三大特色：「種類多、服務好以及創意十足」，光從夜市中所販售千奇百樣的小吃就可以看得出來台灣是一個多種族、多元化的社會。以「道地台灣」作為節目主軸的「美味縱貫現」，依節目主題不同，每集介紹一種正港台灣食材，先讓觀眾認識特選優質食材及台灣飲食文化，也吸引很多觀眾按圖索驥。

2013 年推出的《台灣食堂》被喻為是另一場台灣美食的色香味饗宴，和舌尖上的中國節目相比絲毫不遜色，但更有台灣的特色。本節目由編導攝影具精的陳建鄂父子檔製作兼掌鏡，以絕美的攝影加上不用旁白的形式有系統地介紹台灣在地農產，以及最珍貴的人與食物的深厚情感。《台灣食堂》不但播出得到極好回響，更藉由美食與文化的國際共通性為公視帶來海外銷售成績。

相對地，近年時有重大食品安全新聞爆發，消費者對食品知識的需求愈來愈高，追求健康的無毒飲食已成為一種新的生活態度。2012 年底牛爾主持的科普節目《好好吃食實驗室》從廣為一般大眾熟悉的「熱門食物」切入，將這些食物中的成分及添加物還原，進而辨別日常生活中潛藏飲食風險。

《好好吃食實驗室》從食安角度出發，透過棚內、外景體驗、實驗、街訪，以及專家解說，還原看不見卻無所不在的食品添加物，剖析它們對人體可能造成的傷害，貼近庶民生活，深受觀眾喜愛。

及至 2014 年的《浩克慢遊》節目又是不同的風貌。《浩克慢遊》以文化行腳的形式，引領觀眾細細品味台灣的老房、古樹、舊舖、新市、美食、人情……，慢遊文化的軌跡，體驗生活的智慧，在創新與懷舊間思索未來。節目每集規畫兩天一夜或三天兩夜的小旅行，讓觀眾在作家劉克襄和王浩一的帶領下，體驗一次不一樣的旅行。

製作人林彥輝用「看見人情，看見風」七個字形勢這個節目，認為心要夠靜，旅行的況味才能擴展開來，而台灣的美，也絕對讓處處充滿驚喜。主持人劉克襄說《浩克慢遊》捕捉的是小風小物，透過在地尋常人食用的餐點。參這樣一個優雅舒徐的心態，當然有賞心悅目的呈現，不僅僅獲金鐘肯定，行腳節目也有了清新的詮釋。

聽聽看 關懷身心障礙族群

分眾節目，是公視努力耕耘的園地。除了十集的《絕地花園》及《星星的秘密》，是專為罕見疾病及身心障礙兒童製播的節目；針對社群所需，落實公共服務的《聽聽看》則是招牌的聽障節目，是公視在籌委會時期就有的長青節目，由聽障主持人以活潑動人手語介紹各種聽障題材。例如「手語影像電話」內容播出後，在聽障者間引發風潮，也提高聽障者生活品質。

《聽聽看》在公視籌備期概念取自於 BBC 的類似節目，製播已逾廿年。除了提供多元化的生活資訊，也重視節目本身的知識性、娛樂性、服務性和國

際性。為了擴大關懷面，「聽聽看」轉型成身心障礙節目，除了讓聽障觀眾了解不同障別朋友的生活與經驗，也藉由聽障和肢障朋友觀點，帶領聽人觀眾認識身心障礙朋友的世界。

《聽聽看》多次入圍金鐘獎「最佳文教資訊節目」與「最佳公共服務節目」「綜合節目」獎項，2003年主持人王曉書、陳濂僑榮獲金鐘獎「最佳文教資訊節目主持人」獎，而2012年主持人王曉書、陳濂僑、陳康則獲金鐘獎「綜合節目主持人」獎。製作人陳傳惠對這個節目製造過程中的波折與堅持如數家珍，問到未來的計畫，她則是說：「我想要拍個跟台灣有關的聽障朋友的紀錄片或故事，然後也希望能夠去其他的國家拍一些東西，讓台灣的觀眾看到他們。」



《聽聽看》

看不見的世界，不一定就是黑暗的！台灣是個很吵鬧、有很多聲音的地方，有些聲音會讓人聽過就深深刻在腦海中，成為一輩子的回憶，當然也有些聲音不一定好聽，不過仔細去探究的話卻很有趣！2013年由公視製作的《勝利催落去》，是個很不一樣的行腳節目。透過「聲音」帶大家一起去旅行，由主持人美國籍廣播員的阮安祖和在台灣土生土長的視障舞蹈家林信廷，開著一輛出產於1970年代的老爺車「勝利803」，一起沿著台灣公路去尋找在地的聲音，同時也透過這些聲音去發現屬於台灣人的生活溫度和生命風景！

《勝利催落去》備受好評，2014年推出時即勇奪金鐘獎最佳行腳節目獎，2015年更上層樓，榮獲金鐘獎最佳行腳節目獎與行腳節目主持人獎雙料獎項。

跨國製作 記錄身障人權

根據世界衛生組織（WHO）的估計，身心障礙者約占全世界人口的10%，而在台灣，領有身障證明或手冊的人口，在2007年時已經突破百萬人。然而時至今日，即使「人權意識」已經如此的彰顯，很多身障朋友的生活，卻依然經常受到肢體及社會的阻礙，無法參與和行使他們的社會人權，他們的生命所面對的，經常是在世界上各方面的被隔離、貶低、漠視和無助。公視首部以身障人權為主的紀錄片《極樂世界》2017年底播出，節目跳脫「身障」與「悲情」的連結，從遊戲權、性權、自立生活權、居住和通用權四個面向，記錄國內外身障朋友的觀點、需求和夢想，探討身心障礙者的「人權」，呈現他們內心世界裡對於「幸福和快樂」的強烈渴望。

談及以身障者人權，製作人陳傳惠說，身心障礙者除了基本生活問題，還觀察到他們和大家一樣很需要休閒娛樂，包含性需求、遊樂設施使用等，但這一部分常被忽略，對於身障者的需求和嚮往，應多聽聽他們的聲音。

這部紀錄片耗時三年，從 2014 年開始發想、討論到落實，陳傳惠回憶：國外拍攝期約兩個月，團隊找當地窗口聯絡時，由於民情不同，如何說服身障者信任紀錄片的公共性，願意說出他們真正的需求，對製作團隊是個考驗。導演劉志雄則表示，有次拍攝團隊前往有百年歷史的建築物聖安東尼奧市議會時，一般市民只要走不到十個台階就能到入口，但對於輪椅人士則需繞外圍半圈搭電梯上下行動後，花費六、七分鐘才能抵達，「身障人士往往要花更多時間做我們認為理所當然的事」，這段路程令他印象深刻。

公視建台的初衷目的，是與商業電視台去互補，形成區隔。雖然沒有商業與廣告的價值，但是探討的議題是重要的，那就是公共電視應該去做的。前執行副總孫青舉例「就像《聽聽看》，它的觀眾群可能很不大，但今天不論是五十萬個聽障觀眾還是五萬個，這節目都要做，不能忽視身心障礙朋友的需求，當初我們在說服立法委員、學者，公視存在的價值時，這是其中之一。」

公視二十年的產製內容，除了章節中提及的作品，尚有許多精彩的優質製作與人才的投入，礙於篇幅未能一一詳述，但公視感恩每位曾經付出過心力的戰友，在創新形式、開發議題、培育人才、創造舞台等等方面，共同努力盡心的播種。未來還需要很多外在的協助，與公視攜手前進下一個階段。

（特約撰述李懿芳、楊靜嫻採訪整理）

公視新聞的蛻變

《公共電視法》在立法院一躺多年，很大的原因是「新聞」。

政治人物對新聞的又愛又怕心理，反應在審法案的現實上。

當年還是國民黨執政期，一方面認為多一家倚賴政府捐贈預算的電視台，好像是個錢坑，一旦開播只怕是關不了，政府財政多了負擔。另一方面是，公共媒體新聞不好掌控、也不能掌控，還是不要開始的好。所以，公視法遲遲無法三讀。

直到 1997 年 5 月 31 日，在社會氛圍、部分立委堅持、以及公視籌委會同仁近五十天的立院外抗議中，立院勉強以「附帶決議：四年內不得製播每日新聞」為共識，公視法終於得以三讀通過。第二年公視順利開播。

在 1997 到 1998 的籌備開播期，相關學者專家也討論過這問題。因此，一開播的公視新聞部走新聞節目路線，雖沒有每日新聞，一樣有著關心社會脈動、連動國際視野的新聞節目。

開播的公視新聞部首任經理是侯惠芳、副理是袁乃娟。

為了彰顯公視新聞的獨立自主和客觀並接軌國際，公視新聞部一成立就仿歐美先進國家公共媒體，擬定《新聞製播公約》。內容載明公視新聞不受外力干擾，採製作人制。並和總經理簽訂，不得干預新聞內容，在當時的媒體環境中，算是自律機制的一股清流。迄今，每屆新任總經理上任，和新聞部簽訂《製播公約》是必然的程序。也型塑出公視新聞部獨立的文化特色。

論談節目一直是強項 公正權威

◎ 圓桌論談 / 公視論壇 / 有話好說 ◎

公視一開播，就在晚上黃金時段推出帶狀論壇節目《圓桌論談》，由方念華主持，節目背景設計成全黑，只有燈光投射在討論者身上，開播的第一集討論的是新聞部委託民間公司做的民調「台灣社會哪些職業最被敬重」，調查結果是：教授。

這個節目由副理袁乃娟督導、製作人是徐秋華。主要是論述台灣每日的政治社會發展、監督政府施政、善盡媒體第四權的責任。

中華民國公共電視台新聞製播公約

87年7月17日第一屆第十一次董監事聯席會議通過
90年11月27日第二屆第四次董監事聯席會議通過
93年8月31日第二屆第七次董監事聯席會議通過

中華民國公共電視台新聞部(以下簡稱公視新聞部)依照公視法第二十七條規定「為保障新聞專業自主,新聞部工作人員應互推代表三至五人,與總經理製訂新聞製播公約」,特訂定〈中華民國公共電視台新聞製播公約〉。

一、宗旨

公視新聞部為中華民國公共電視台(以下簡稱公視)之新聞編採、製作部門,以落實言論自由,提供公正、確實、客觀、多元化之新聞資訊為宗旨。公視新聞部同仁在製作各類型新聞節目時,誓言遵守民主自由進步多元的原則。

二、製作人制

公視新聞部採製作人制,製作人在新聞部編輯方針指導下,為其製作節目的決策者,對節目內容負責。

三、專業自主

董事會、總經理、經理等主管,不得以任何有違新聞專業精神的理由干預新聞專業和自律空間。

四、新聞原則

任何人都不得強迫新聞部同仁,從事違反公視基本精神及公視新聞部編輯方針的新聞報導。

五、公約位階

本公約為公視新聞部基本勞動條件之一,應視為勞動契約之基本構成要件。

六、期限

本公約以三年為期,期滿時新聞部同仁得審議其內容及施行成果,必要時並得加以適度修改,向董事會報備後繼續實行之。

立約人

總經理: 曹文傑

新聞部代表:

馬台興 王冠 傅麗 陳以時 歐陽君

中華民國一〇五年十二月二十七日



公視總經理與新聞部同仁簽訂製播公約

1999 年《圓桌論談》轉型為《公視論壇》，晚間 9 點播出，主持人為楊照。

2008 年 9 月，談話型的論壇節目再度轉型為《有話好說》，由陳信聰主持，每週一至週五晚間 8 點播出。週六同時段播出《NGO 觀點》，週日播出《南部開講》，也都算是有話系列的帶狀談話型節目。



《有話好說》主持人陳信聰訪問行政院長林全

◎ NGO 觀點 / 南部開講 ◎

《NGO 觀點》是為突顯全國眾多的非營利組織對公共議題的看法而設的節目，由紀惠容主持。《南部開講》則是平衡南北落差、重視南部議題和觀點的設計，每二週還加入在地旅行的單元，活潑節目的調性，收視一路走揚。

《NGO 觀點》後來因選材容易和有話好說的內容重覆，而且也希望非營利組織的觀點不只在這個節目中被彰顯，因而原節目告一段落，而將這樣的內涵和精神納入有話好說的每日論談中。

有話系列節目，陸續因各類資源考量，播出時間和次數偶有調整，2018 年持續進行中的《有話好說》節目是週一至週四晚間 8 點播出 60 分鐘、《南部開講》則是每週 5 晚間 8 點播出 60 分鐘。前者主持人依然是陳信聰，後者主持人為呂宗芬。收視已日益穩健，影響力大增。

◎ 面對國家 ◎

《面對國家》是另一訪談人物的節目，由黃明明製作、謝金河主持，2003 年 6 月 7 日開播。主要是訪問政經重要人物，是塊狀型節目。運作約兩年後因新聞部節目全面改版而停播。

一開播就重視國際新聞 眼界獨到

公視開播受制於立院的附帶決議：4 年內不得製播每日新聞。當年的董事長吳豐山說，我們應該多關心國際新聞的發展，暫時不能作每日新聞，我們就從國際新聞著手。

因此，產生了另一帶狀節目：國際新聞《大世紀》，最早排檔在傍晚 6 點半、之後安排在晚間 10 點時段。也是電子媒體當中，最早將國際新聞帶狀處理的開始。製作人和主播是張駿瑩。每週還製作塊狀的國際新聞專題節目《閱讀天下》，以全球的視野、前瞻的觀點，拓展國人的視野，連結國際脈動。

2001 年 4 月，國際新聞轉型，也調整時段到晚間 7 點。更名為《七點看世界》邀請劉必榮教授來主持，以說新聞的方式創新型態，他是主播也是評論者，將觀眾較陌生的國際新聞以『說』的方式呈現，這種創新的作法，很受觀眾歡迎。

後來陸續有學者羅致政 2003 年接任主持人、2004 年則由楊永明擔任這個角色。2005 年國際新聞中心主任兼製作人余佳璋接任《全球現場》主播兼任解析。

2006 年 8 月 7 日，《全球現場》改至 19 時整的新聞黃金時段播出。2008 年 2 月 28 日，《全球現場》停播。

2011 年 6 月 18 日，《全球現場》復播，播出時間為每週六至週日 20 時 30 分至 21 時整，每週六為《全球現場——深度週報》，每週日為《全球現場——漫遊天下》，皆由余佳璋擔任主播。

至 2018 年，公視國際新聞已發展成型，除了每節新聞大約有四分之一的國際新聞內容外，還在週一至週三晚間 10 點推出《新聞全球話》節目，由黃明明製作主持，將國際新聞摘要重點的報導，推出以來頗受好評。

同時，週六日各 30 分鐘的《全球現場》，持續製播，播出時段為 19:30 至 20:00，這是專題式的國際新聞，完整報導當週重要的國際事件，收視往往是當日公視收視的前幾名，十分叫座。由伍崇韜任製作人、李曉儒主持。

長期耕耘雜誌型節目 卓然有成

◎ Y 視界 ◎

為了連結年輕世代，公視開播時新聞部推出新聞雜誌型節目《Y 視界》，取其 YOUNG 年輕之意，這是個一週一次的塊狀節目，由丁曉菁製作主持。現在一線的紀錄片工作者楊力州朱詩倩伉儷，最早的作品就是出自《Y 視界》，當年我們也曾介紹還在景美女中念書、甫獲歌唱大賽優勝的蔡宜凌同學，她就是現在的大明星蔡依林。

◎ 原住民新聞雜誌 ◎

公視的《原住民新聞雜誌》是個大特色，製作人是王亞維。

公視在開播前籌備的一年當中，開辦了原住民青年影視培訓班，招考了 24 位 12 族（當時只有 12 族）原住民的朋友，培訓了半年，經測試後留下半數朋友，各族取一位做為原住民新聞雜誌的記者，負責採訪自己族人的新聞，『自己的新聞自己跑』，而不是以漢民族的眼光來看原住民族。

這群原住民傳播新兵，為原住民族電視台墊下基礎，許多現今活躍的原住民族精英朋友，都來自當年的原住民新聞雜誌成員。如：原住民族電視台的前台長馬紹・阿紀、馬躍比吼、副台長童春慶……等等。

《原住民新聞雜誌》製播多年，直到原住民族電視台成立，整個製作團隊移往該電視台，但部分留在公視新聞部的原住民記者，依然製作和部落相關的深度報導節目《行走 TIT》，每週日播出 60 分鐘，迄今一直是新聞部的重點節目。



《行走 TIT》走入部落

為加強對原住民族節目的重視，1999 年 7 月 4 日開播了另一個原住民節目《部落面對面》，由排灣族的童春慶主持，是個塊狀的 CALL IN 節目，除了棚內現場播出外，也會不定期深入部落，讓部落族親直接面對鏡頭抒發己見。

◎ 客家新聞雜誌 ◎

另一族群新聞雜誌節目《客家新聞雜誌》是在 2002 年 3 月開播，製作人是林玉清、主持人徐惠玲。這個節目在客家電視台成立（2003 年）之後、並在 2006 年公廣集團成型時，整個製作團隊於 2007 年移至客台繼續經營，目前仍在製播中。

◎ 我們的島 ◎



〈我們的島〉是個關心台灣環境的深度報導節目，在 1998 年 11 月推出，首任製作人是劉美玲。這節目推出以來，以議題型的內容取勝，在守護台灣環境的概念下，已經製播了 20 年，成為和《水果冰淇淋》一樣長壽的公視招牌節目。〈我們的島〉迄今還是網路蒐尋台灣環境有關的節目中的第一品牌，多年來針對空氣、土地、河流、山林…等的議題深刻且溫暖的報導，讓〈島〉成為優質節目的代表，其中製作人柯金源的持續追蹤報導，不論是短版的新聞段落、或是長版的紀錄片，都是收視和得獎的常勝軍。

◎ 紀錄觀點 ◎



〈紀錄觀點〉也是個創新的電子媒體平台，讓台灣的紀錄片工作者有展演作品的平台。不論是公視內部同仁自製、或是坊間同業的作品，都可在這平台中露出。當然，公視有一定的機制，以確保片子的品質。在〈紀錄觀點〉中播出之紀錄片得獎比例極高，喜歡紀錄片的觀眾也是鐵粉一族，本節目持續至今依然是公視招牌。

◎ 生命地圖 ◎

另一節目《生命地圖》則是個短命節目，1998 年開播，一年左右即下檔，主要是公視內部人事異動，考量和策略不同。這是個以人物為報導對象的深度報導節目，這種類紀錄片的作法，耗費人力甚鉅，在人力和資源都有限的狀況下，只好忍痛。

◎ 獨立特派員 ◎



2007年7月1日，另一雜誌型節目〈獨立特派員〉開播，由吳東牧任製作人。

秉持「抗權勢、說真話」精神，深入最具爭議性的新聞現場，挑戰其他媒體迴避的敏感議題，為觀眾挖掘新聞事件背後鮮為人知的真相，發揮公共媒體的力量。隨著社會變遷，〈獨立特派員〉也力求轉型，除了持續關懷弱勢、

發掘事件真相、對抗體制不公，拉高視野、寬廣胸襟、前瞻未來，試圖解決現階段的社會困境，因此將「看趨勢」的概念注入節目中。除了保有〈獨立特派員〉原有精神，也加入社會正向力量，希望透過深度追蹤報導，為台灣帶來改變的勇氣。〈獨立特派員〉每集播出3個單元，全長60分鐘，至2018年還在熱播中，製作人和主持人都是陳廷宇。

公視每日新聞的進程

1999年12月7日，公視新聞嘗試推出《公視新聞深度報導》節目，週一至五晚間9點播出，主要以分析新聞、專題報導為主，避開立院的附帶決議，也希望能表達公視對社會發展的看法和關心。2002年同節目改名《公視晚間新聞》續播。2003年2月17日時段調為晚間7點播出，2005年3月5日加開週末新聞播出30分鐘。逐步醞釀製作每日新聞的實力。

2008年春天，公視新聞全面推出帶狀的每日新聞。除了上午8點已播出多年的手語新聞外，中午12點播出台語的《中晝新聞》60分鐘、傍晚6點

30分播出台語的《暗時新聞》30分鐘、晚上7點播出國語版旗艦《公視晚間新聞》60分鐘。台語新聞由許雅文主播、公晚新聞由黃明明主播。

《公視早安新聞》自2017年加入每日新聞陣容，每天上午7點播出60分鐘，由蘇啟禎製作、涂恩晨主播。早安新聞時段的後30分鐘原為公視英語新聞，早安新聞開播完整60分鐘後，英語新聞時段移至晚間10點45分接在《新聞全球話》之後播出。



《公視新聞全球話》

◎ 多語言服務 ◎

公視英語新聞是在前董事長邵玉銘的建議下，由施振榮董事發起企業募款方式而支持產生的節目。2016年開播，上午7點30分接在國語晨間新聞之後，時長30分鐘。雖然英語新聞服務的也許是小眾，但對公視而言，努力為全民服務乃是職責所在。

除了英語新聞，公視也在 2018 年 4 月推出新住民語新聞，每天各五分鐘播出泰語、印尼語和越南語新聞，網路在 3 月起先行，回響也不小，再次彰顯公視新聞的多元服務初衷。

台語新聞則是自 2008 年春天開始就一直持續製播至今，每天中午 60 分鐘、傍晚 30 分鐘。同時，也製播《節氣好生活》、《搬戲人生》、《頂真人物》等台語新聞專題或訪談節目，服務講說台語的觀眾朋友。



《越泰印尼語新聞》



《搬戲人生》



《頂真人物》

◎ 氣象服務 ◎

在氣象資訊服務方面，公視於 2003 年 2 日和中央氣象局簽約，每日由中央氣象局主任預報員提供氣象雲圖分析和天氣預測說明。當年 5 月起增加颱風特報服務，海上颱風預報發布之後，提供每整點 3 分鐘最新的颱風動態。當年 9 月起並增加地震特報，中央氣象局在每次地震測報後，3 分鐘之內即將訊息傳至公視，並以跑馬字幕方式在公共電視節目中插播快報，讓民眾了解最快速的地震情報。雙方面的合作持續至今，建立起『專業的事由專家來分析』的理念。

公視自開播以來被認為欠缺的『每日新聞』這個拼圖，如今已完整的填補上，而這時公視新聞的人力，也由幾十人擴增到百餘人，至 2018 年春天，公視新聞部的人力是 175 人、經費也由最早的 9 千萬增至 2 億 5 千萬元。

公視新聞的獨特服務

除了上述的各類節目外，公視新聞也在公共電視的大架構下，提供許多獨特的服務。

◎ 手語新聞 ◎

最突顯的例子是：《手語新聞》自 2002 年開播，是電子媒體中唯一為聽障朋友提供新聞服務的電視台。製作人為程修玲、主播是王曉書。

為了了解聽障朋友收視新聞的習慣，開播前製作團隊即深入調查，得出幾個合適播出的時段，後來手語新聞也分別在不同時段播出，最後的共識是目前的上午 8 點鐘，正好銜接開播不久的《公視早安新聞》。

手語新聞的製作團隊有手語專家、主播是聽障名模，整體作業在上午五點即展開，運作多年，得到許多讚賞，也曾和各國的聽障團體交流合作，是公視新聞獨特服務的代表節目。



手語新聞主播王曉書

◎ 體育轉播 ◎

公視在 2005 年意外的接下轉播王建民美國職棒大聯盟的賽事，自此和體育新聞結下因緣。

以公視新聞的人力配備而言，體育新聞較難完美周全。但在轉播王建民的賽事中，由公視記者余佳璋搭配球評袁定文，整個轉播過程十分順暢流利，

屢創收視高峰。公視數位化有了三個頻道後，公視 3 台定位為文化藝術和體育頻道，許多重大的國內外賽事，公視 3 台都盡力取得授權播出，公視新聞部也在 2017 年招考專業的體育主播，加強這項服務。

◎ 公共政策辯論 ◎

公視新聞另一項獨特服務是公共議題辯論的轉播。

最早是在 1998 年秋天，主辦了台北市長選舉電視辯論會，由陳水扁、馬英九、王建煊三強對決。這是第一場由電視台主辦的電視辯論會，由公視提供訊號給欲轉播的電子媒體，創下先例，日後的選舉辯論會，含總統和北高市長的選舉，大多由公視擔綱主辦，主持人也由公視當屆的董事長擔任。

2001 年陸續舉辦了台中縣長、台北縣長和台南市長的選舉辯論會。

2002 年 3 月舉辦晶圓西進政策電視辯論會、6 月舉辦多元入學大辯論、8 月舉辦憲政改革大辯論、11 月舉辦台北市長選舉電視辯論會，當時是馬英九對決李應元。

2004 年舉辦兩場總統直選電視辯論會，兩造是陳水扁和連戰，這也是台灣首場的總統選舉辯論會。同年並且進行了四場公投大辯論，議題分別是『強化國防』和『對等談判』。

2005 年 5 月，公視舉辦 3 場修憲系列辯論會、11 月舉辦台北縣長選舉辯論會，兩造為周錫瑋和羅文嘉。一週後進行高雄市長選舉辯論會，三位候選人是陳菊、黃俊英和羅志明。

2006 年 11 月 26 日進行審議式辯論會，由公民代表向三位台北市長候選人郝龍斌、謝長廷、宋楚瑜提問。這也是一次不同於以往的選舉電視辯論會。

2008 年舉辦兩場總統選舉電視辯論會，兩位候選人是馬英九和謝長廷。

2010 年 4 月舉辦兩岸經濟協議 ECFA 電視辯論，由中華民國總統、國民黨主席馬英九與民主進步黨主席蔡英文進行辯論。這也是中華民國總統第一次與在野黨主席舉行政策辯論。馬英九自己也稱這次辯論是：二次政黨輪替後，朝野領袖第一次公開對話，意義重大。

2011 年年底舉辦兩場總統選舉電視辯論會，三位候選人是馬英九、蔡英文和宋楚瑜。

2015 年年底舉辦總統選舉電視辯論會，三位候選人是蔡英文、朱立倫和宋楚瑜。

一向由公視主責的總統大選電視辯論會，這一年有了變化，由三立電視台爭取到主責權，公視接受訊號播出。



ECFA 辯論兩造：馬總統與蔡主席

◎ 公眾近用 ◎

公視新聞同時也擔任「公眾近用」的角色。一開播有《民意高峰會》、《民意電堂》節目，由沙燕琪製作、學者史英主持，邀集民眾到攝影棚內錄影，針對公共議題發表素人的看法，讓一般大眾有直接近用媒體的機會，這也是公共媒體的一大特色。

2000 年轉型成《公民對話錄》，讓社會各個角落的人，透過電視發聲。2003 年製作小組開始離開台北攝影棚到外地製作，讓非營利組織團體更加方便參加錄影。

公眾近用節目 2006 年 4 月開播了由胡毋意製作、謝震武主持的《公民眾意院》，由 2006 年製播至 2008 年共 94 集。本節目以來自各地各行業的公民為主，學者專家為輔，是非菁英式的時事論壇節目。2006 年底北高市長選舉前，結合北高兩地的社區大學，一連四集進行市政願景討論，充分反映在地民眾的觀點。這都是《NGO 觀點》的前身了。



《公民眾意院》主持人謝震武

網路服務 PNN

公視新聞議題中心 PNN，是在 2012 年 7 月推出的網路服務，以議題為主，尤其側重人權、勞工…，由吳東牧任製作人。藉由網路社群即時發布公視新聞相關節目影像及報導社會爭議議題。

持續至今，PNN 仍著力於弱勢議題，為民發聲。

公華視新聞整合 未竟全功

2006年7月1日，公視與華視、原住民電視台、客家電視台等，合組《臺灣公共廣播電視集團》（簡稱公廣集團、TBS），成為臺灣第一個公共媒體集團。隨即，公視新聞部在華視大樓與華視新聞部共同作業，資源互享、指揮調度分立。

原本希望公視與華視新聞部共同作業可以成為公廣集團整合資源的開端，以兩家無線電視台的新聞人力和設備，共同分享共榮，理論上一加一應該大於二。

這個「實驗計劃」自公視新聞部從內湖公視遷居到台北光復南路華視大樓開始，爭端就產生了。

不論是工作的環境、機器的使用分配、攝影棚運用時間……到兩家媒體內部文化的差異等等，都成為同仁工作中痛苦的來源。

經過同仁不斷的反應，董事會於2006年12月在華視董事會提案成立『公廣新聞平台專案小組』發起調查工作，2007年公視董事會認可。專案小組成員包括公華視董事巴正坤、翁秀琪和方念萱以及公、華視員工陳信聰、劉蕙玲、黃玉伶。訪問公華視相關同仁，在2007年3月於董事會中提出《公廣新聞平台報告》。結論是：朝向終極統合，應有規劃方案，適時提報董事會。公視應持續提升效能、華視應支持新聞平台合作，必要時公華視總經理需向董事會報告新聞平台運作情形。兩位總經理需與主管同仁溝通、轉達董事會決議。

公視新聞部在2011年的5月搬回內湖公視，完全回到自主也自行運作的原始概念。公廣集團首波的整合行動並未成功。

之後，各自使用對方新聞的次數日少，而且雙方也議訂計費的標準，大型採訪或出國訪問的採訪或有相互支援的情形，其他就兄弟登山各自努力了。

公視新聞得獎紀錄

年度	獎項	節目名稱	專題名稱
2010年	金鐘獎—— 非戲劇類節目導演(播)獎	〈我們的島〉	《森之歌》
	社會光明面獎—— 電視新聞類獎	〈我們的島〉	《山上的果核夢》
	黃達夫醫藥新聞獎	〈獨立特派員〉	《北歐老人失能預防》 系列報導
	卓新獎—— 專題新聞獎	〈我們的島〉	《水的難題系列報導》
	客家新聞獎—— 非客語新聞採訪報導獎	〈獨立特派員〉	《狀告城隍爺》
	優質新聞獎—— 專題新聞獎	《有話好說》	《NGO 觀點》
	學學獎—— 綠色媒體報導組	〈獨立特派員〉	《現代有巢氏謝英俊建 築師》

年度	獎項	節目名稱	專題名稱
2012 年	曾虛白先生公共服務報導獎	〈獨立特派員〉	《丹麥長期照顧》 系列報導
	卓新獎——專題新聞獎	〈獨立特派員〉	《馬祖博奕》系列報導
	消費者權益報導獎—— 專題報導獎	〈獨立特派員〉	《水產安全系列 1》： 水底的身世水產： 二分之一的安全
2013 年	卓新獎——專題新聞獎	〈獨立特派員〉	《關廠工人—— 聯福望春風》
	卓新獎—— 平面類 新聞攝影獎	公視新聞議題 中心 PNN	《南風》
	吳舜文新聞獎—— 電視新聞即時報導獎	〈我們的島〉	《尋找美麗灣系列報導》
	消費者權益報導獎	〈獨立特派員〉	《標籤下的秘密》系列 報導——《胖的 整形術》、《原味覺醒》
2014 年	卓新獎——即時新聞獎	公視晚間新聞	《太陽花學運——民主 洗禮與服貿政策思辯》
	台達能源與氣候特別獎	〈我們的島〉	《丹麥的承諾與挑戰》
	兩岸新聞獎—— 電視專題報導獎	〈獨立特派員〉	《北風》
	香港華語紀錄片節(短片組) 亞軍	〈紀錄觀點〉	《黑》
	消費者權益報導獎—— 專題報導獎	〈我們的島〉	《雜糧救國運動》 系列報導

年度	獎項	節目名稱	專題名稱
2015 年	卓新獎——社會公器獎	〈我們的島〉	
	卓新獎——專題新聞獎	〈我們的島〉	《煙燻的健康》 系列報導
	兩岸新聞報導獎	〈我們的島〉	《與中國做鄰居》 系列報導
	舊金山國際海洋影展—— 最佳保育獎首獎	〈紀錄觀點〉	《餘生共游》
	斯洛伐克環境影展	〈紀錄觀點〉	《滾滾沙河》
2016 年	金鐘獎—— 非戲劇類節目導演獎	〈紀錄觀點〉	《海》
	卓新獎—— 新聞志業特殊貢獻獎	柯金源	
	卓新獎——即時新聞獎	公視晚間新聞	《巴黎的兩度 C 約定》
	星雲真善美傳播獎	〈獨立特派員〉	《恐懼的總和——歐洲 的難題》系列報導
	家庭暴力、性侵害、性騷擾 及兒少保護事件優質新聞獎	〈獨立特派員〉	《暗巷那頭的光》
	家庭暴力、性侵害、性騷擾 及兒少保護事件優質新聞獎 ——媒體機構表揚	公共電視	
吳舜文新聞獎	〈我們的島〉	《失控的零廢棄》 系列報導	

公視新聞的未來 邁向準新聞台 擴大影響力

經過 20 年的淬鍊，公視新聞雖然起步的稍晚，但也不影響向前邁進的腳步。如今自媒體發達，八卦、假新聞滿天飛。但公共媒體一本初衷，謹守新聞報導最基本的原則：公正、客觀、平衡。求證、求證、再求證。

這樣的基本功和新聞記者挖掘真相的精神，一直是公視新聞認定的核心價值。在政府政策走向大公廣的聲浪中，公視新聞由綜合台的多節新聞走向專業新聞台似乎是必然的趨勢。

由於公視新聞一開始即以節目型態的報導取勝，新聞雜誌和紀實報導紀錄片、都是公視的強項。同仁對議題的掌握和深入有目共睹，成績斐然。日後在新聞台的經營上，當更能全力發揮。

即時新聞部分，公視欠缺的是各地方和外派的人力。政府政策若真能提供協助，將人力布置較為周全、發揮戰力，相信即時新聞的表現將更有機會。

網路提供服務方面，在求快求新的現代人消費行為上，也許公視新聞無法最快最新，但我們認為最正確和最完整的新聞才是王道。

多媒體多平台時代，人們在爆炸的茫茫資訊大海中浪淘沙，也許一時之間被炫目的資訊迷惑、也許也喜歡談談完全不切實際的八卦或是嘲笑一些一看就知道的假新聞…。但，新聞人永遠相信，好的新聞、正確的新聞，必須被看見、被留下、被討論，並且影響大眾，對政府作出建言，讓國家社會走向正途，讓人們幸福安樂。

秉持信念、堅持初心，公視新聞大步向前。

(本書總編輯侯惠芳採訪整理)

公視不只是一家電視台 —— 公視的延伸服務

遊覽車載來小朋友、大朋友、老朋友，穿梭在公共電視三棟大樓之間。

小朋友喜歡 B 棟大廳的水果奶奶玩偶、也愛服裝道具間的有趣玩意兒；大朋友喜歡觀看新聞攝影棚的 KEY 板變化、也坐主播台過過癮；老朋友進棚參加錄影、和來賓主持人互動、暢所欲言。

公視舉辦「兒童影展」、「世界公視大展精選」、巡迴各鄉鎮播放好看的影像、導演還和民眾座談分享、轉播王建民比賽還一大清早做外場活動、辦球迷相見會…

這些在傳統電視台中罕見的各式活動，都在公視同仁的工作項目中…

這個非典型的電視台，是台灣唯一的公共媒體，1998 年 7 月 1 日開播的公共電視。

1997 年 5 月制定的《公共電視法》第一條（立法目的）「為健全公共電視之發展，建立為公眾服務之大眾傳播制度，彌補商業電視之不足；以多元之設計，維護國民表達自由及知之權利，提高文化及教育水準，促進民主社會發展，增進公共福祉，特制定本法。」闡明成立公共電視的目的之一在於「建立為公眾服務之大眾傳播制度」，強調推動「公眾服務」的重要性。

21 年前立法院通過公共電視法後，由公視籌備委員會主任委員於公視的董事會正式成立之前，組成一個過渡時期營運規劃小組，負責未來公視營運之規劃，規劃小組就公視組織架構、制度規章與節目政策提出各項規劃方案。1997 年 12 月，規劃委員關尚仁（時任政治大學廣播電視學系副教授），於第十四次會議之臨時動議中提案討論欲成立專案小組，規劃建構公共服務中心人力資源及重點工作內涵。

當時關委員認為「公共服務中心是公視引進外界資源及輸出內部資源之重要部門」。第十四次會議確立了公共服務中心的使命旨在「為公共電視建構永續經營之利基。對外透過行銷與服務，結合並引進社會資源，厚植公共電視成長動力。對內經由資訊提供，促成整合行銷，落實公共電視服務公眾之義理。」之後的第十五次會議則進一步討論了公共服務中心重點工作與人力規劃。

1999 年 3 月，公視基金會第一屆第二十一次董監事聯席會議通過的「組織規程」第四條明示「…服務行銷中心下設公共服務部及行銷部。…」，落實前述《公共電視法》中強調的「公眾服務」。又，《組織規程》第十條載明「公共服務部設公共關係組、公眾服務組及圖書館組。」，同時明訂了各組職掌的業務內容。

2006年8月公視基金會第三屆第二十二次董監事聯席會通過了《組織規程》修正案，將原有的「公共服務部」與「行銷部」合併成為「公服暨行銷部」；2006年合併前，公眾服務組、公共關係組以及圖書館組隸屬於公服部；行銷推廣組與節目發行組隸屬於行銷部。視覺宣傳的業務隸屬於公服部的公關組，公服部與行銷部合併後成立視覺宣傳組；2007年3月視覺宣傳組改隸企劃部。而原隸屬於公共服務部之公眾服務組與公共關係組，仍隸屬於公服暨行銷部下面至今。

公眾服務的理念

商業電視台因為廣告的業績收入是命脈所在，所以是市場導向。公視作為台灣唯一的公共廣電，心中有觀眾，認為所有台灣的民眾都是公視的主人；公視重視民眾的需求和權利，所以會進行公眾服務。公視希望節目能夠推廣到教育及社會服務等方面進行再運用，希望收視不到的民眾也能夠享有如此的公共資源，因此以各種方法觸及他們。一方面，依據公視法第五章 43 至 46 條，為了讓收視民眾的意見能夠表達，公眾服務組提供網路及電話等管道的觀眾服務，接受觀眾正式的申訴。

公視之友相關服務包括：招募公視之友會員、維繫互動的關係、小額募款、編印寄送公視之友月刊讓會員持續了解公視的節目及發展、舉辦活動深化與公視之友的互動（例如公視之友深度之旅、贈票活動）等。公視的節目不只是播出而已，而是可以在教育上發揮效用，家長、老師與學生皆可再利用這樣的教材。公視會依節目發展出不同的教材，其頻率及形式則有所不同。至於觀眾服務，觀眾想要詢問節目內容，認為節目內容有問題、報導有問題，節目或報導內容與他個人相關而有問題，有意見的，皆可以電話、書面或本會網站觀眾申訴信箱向公眾服務組來傳達。公眾服務組

是公眾與公視之間的一座橋梁，除了回復申訴人之外，也會將處理結果等相關資訊公開在公視官網。

公視之友的招募及維繫



剛開台時公視推出「希望奇兵」，希望在服務推廣上有一個卡通人物讓小朋友容易親近，也更能了解公視的理念，可以吸收知識，獲得公視教育服務的資訊等等。這個「希望奇兵」造型的卡通人物有活動時就會出去帶活動，當時有寫一首「希望奇兵」的歌讓小朋友帶動唱，小朋友很喜歡它。小朋友也可以加入「希望奇兵俱樂部」，公視之友需要捐款，但是加入「希望奇兵俱樂部」不需要費用。兒少節目的相關資訊就透過《希望奇兵快訊》單張摺頁的刊物傳播出去。

「希望奇兵」的人數曾達到 26000 名。《Kiss 報報》刊物延續《希望奇兵快訊》，之後合併到公視之友以四頁呈現。後來因為有捐款 300 元的兒童會員（國小以下，含國小），加上資源有限不得不做取捨，「希望奇兵」完成階段性任務後，就沒有繼續經營「希望奇兵」了。



《Kiss 報報》

早期，推動公視之友先從認識的人開始，介紹公視的意義和價值，希望他們認同並捐款加入公視之友。公視之友也會介紹朋友加入，有的一家四口都是公視之友。後來慢慢地公視從頻道以及月刊上釋放訊息，在所有宣傳管道、活動現場，讓民眾知道公視沒有商業廣告，是大家的電視台，需要大家一起來關心支持。2005 年王建民打入大聯盟，公視首度為台灣觀眾轉播大聯盟球賽，2006 年辦了公視之友王建民見面會，以授權的王建民公仔、

悠遊卡等相關產品作為贈品來募款造成秒殺，這是節目、活動及公視之友招募、回饋結合最好的例子。

一年 900 元就可以加入公視之友成為會員。還有榮譽會員跟永久會員，榮譽會員是 1 萬元五年，永久會員是



公視之友永久會員姓名牆



公視之友印信

10 萬元終身。2017 年新增了捐 100 萬的磐石會員。2007 年底舉辦第一次電視募款，透過電視讓更多民眾知道公視需要捐款的挹注。2008 年舉辦第二次，2009 年起每年兩次電視募款，所得捐款屢創新高，數倍成長。在電視募款之前公行部員工都是到處拜訪，到各鄉鎮辦活動，透過人與人的接觸，爭取民眾加入公視之友，一步一腳印。

針對公視之友，公視每月發行《公視之友月刊》。公視多年來提供影視圈創作發表的平台，廣納多元的節目；為了進一步將台灣的影視史、最新的影視技術、以及各國公共媒體的發展等資訊提供給影視工作者、影視傳播新聞相關院校師生以及關心影視及媒體發展的人士，自 2017 年 7 月起公視另外發行《開鏡》季刊擴大服務對象。



公視之友月刊

2017 年公視之友的深度之旅活動有「浩克漫遊」，由作家劉克襄帶著觀眾去走台中的舊城區，「紫色大稻埕」則由蔣渭水基金會的執行長蔣朝根導覽大稻埕。今年「藝術很有事」在台南安平進行人文生態的走讀。概念上是將節目與深度旅遊做高度結合。活動由公視節目主持人或與事件相關的人參與，提供不同的想像與學習。觀眾看完節目後再實際走一趟旅程，對於歷史文化會有更深的認識，對公視節目的黏著度提高，節目效果也會加深。

教育服務活動與民眾反應

開播之始的教育服務活動，一方面推廣頻道送天線，一方面希望深耕校園，於是有「築夢踏實全台巡迴計劃」帶著「希望奇兵」，足跡遠達蘭嶼。

公視提供的教材十分用心，早先，公共電視與世界各國合作的《聽故事遊世界》兒童動畫節目，內容有「台灣——虎姑婆」、「荷蘭——金蘋果樹」、「蘇格蘭——智慧綠人」、「布吉納法索——暴君和小孩」、「阿拉斯加——烏鴉偷日光」等等。英國 S4C 結合「故事」、「語文學習」及「媒體輔助教材」發展出適合不同年齡小朋友的教案，公視翻譯並依文化差異編修、印製成《聽故事遊世界教學互動手冊》，第一、二季，學童申請量近 30 萬本。

後來公視推出自製帶狀旗艦兒童節目〈下課花路米〉探索台灣的自然與人文，因此就用〈下課花路米〉發展出教材《認識台灣我的家》，也辦了教師研習營及兒童戶外探索營，並且搭配九年一貫作教育資源線上資料索引，含三分鐘影音免費供教師下載運用。之後也特別為〈別小看我〉、〈水果冰淇淋〉等等節目做教材。每年的寒暑假出版定期的教材「寒假遊戲本」及「暑假遊戲本」，讓低年級及中高年級的小朋友有不同的遊戲本，看當年的寒暑假播出什麼節目就以該節目做教案的設計。小朋友可以畫圖、連連看、探索完後或者與家長互動之後完成遊戲本。

教育服務也提供以小朋友為對象的營隊活動，公視曾經辦過「動畫營」，「小記者營」，還有「媒體營」等等，以大人為對象的有老師的營隊，學習如何運用這些教材去教小朋友。因應手機及拍攝器材的普及親民，新增熟齡的營隊，也就是 50 歲以上銀髮族的影像創作營，同時也辦了青少年的影像創作營。



2009 年公視兒童卡通動畫營



2007 年暑期小記者探索營

2003 年媒體教育講座



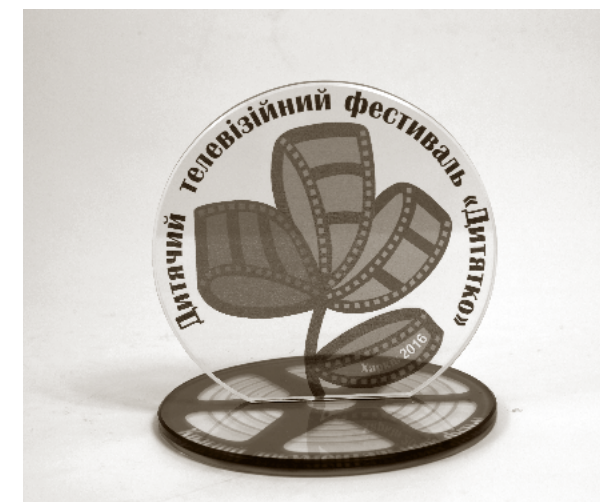
導演王小棣（右一）作品《擁抱大白熊》首映會

2003 年，公視同仁因為和國際小組共同舉辦第一屆台灣國際兒童影展，發展出「小導演大夢想」工作坊。

公視辦營隊活動，也是媒體素養教育的一環。有的學員參加完一屆又參加下一屆，小朋友參加「小導演大夢想」的徵選，自己拍攝作品參加國際兒童影展。也有小朋友經過前面的活動薰陶之後，申請來當國際兒童影展的小評審。

「小導演大夢想」當初的設計是老師與小朋友一起提出企劃案，經過評審篩選，選出 10 部，到第六屆因為資源有限選出 8 部。不管角色是導演、剪接、還是音效、企劃、配音，過程中小朋友一定要參與。

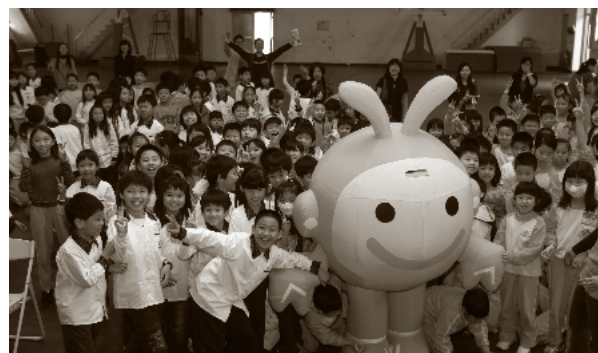
企劃案選出後，在營隊活動中培養老師與小朋友，就他們企劃的主題一起討論。並有各領域的導演協同，活動結束時導演跟不同的 TEAM 做媒合，紀錄片的導演跟紀錄片的提案，動畫的導演跟動畫的提案，稱為監製。在半年的製作過程裡監製陪伴他們一起去完成作品。包括認識版權的概念，期望作品裡有小朋友的創意跟觀點，有他們的角度和關注的事物。兒童影展最後會由小學生及國中生擔任的小評審參與選出最喜歡的作品，由影展大會頒獎。



小導演大夢想獎盃

公視將選出或未被選出的作品送到其他的國際兒童影展參展，像是《白海豚之海洋保衛戰》就曾獲國際獎項。兒童影展第一屆由企劃部國際小組主責，第二屆是由公服部主責，第三屆起由國際部接續、公行部協同辦理。但是「小導演大夢想」的工作從第一屆起就一直都是由公眾服務組的教育服務業務項下來推動。

每兩年一次到全國各地舉辦「台灣國際兒童影展全國巡迴」，讓台北以外地區的民眾也能看到其他國家優良的兒童電影。不過，兒童影展舉辦的方式近年來有所調整，首先是版權的問題，其次是現在的畫質、音質都相對提升，必須重視觀影品質，因此不再像過去全台灣密集巡迴的方式，現在都走向定點的戲院化。場次的量雖然不是那麼多，但是公視現在提高質的部分。世界公視大展、公視假日電影院也是讓各地的民眾能看到優質的節目。當然邀請民眾直接到公視參訪也是認識公視的最好方式。



此外，公視的口述影像版戲劇也到各地巡演，讓視障者不需要解說，就能無時差地跟親朋好友同步欣賞戲劇節目。也讓明眼人了解視障者需要藉助口述影像去幫助他們欣賞影片，增進雙方的瞭解。映後座談時導演、演員與視障者及親朋好友一起對話。

另外，公視重視 NPO 團體對公視的期望，會到台灣北、中、南、東各地巡迴，邀請各地的 NPO 團體，聽取他們對公視的期望。

圖說由上至下：

1. 2008 年台灣國際兒童電視影展
2. 2010 年台灣國際兒童影展巡迴首映場
3. 2012 年台灣國際兒童影展巡迴記者會在雲林斗南
4. 2014 年台灣國際兒童影展巡迴在明德國小



李璇與丁強出席公視假日電影院



公視假日電影院視障服務場

觀眾服務

公視的觀眾服務有既定的 SOP 流程，目標是「一個人回答到底，把問題解決」。客服人員接受問題時如果無法當下回答，即諮詢相關部門，然後回撥電話。客服人員遭遇的困難是，例如公視舉辦辯論時，藍的觀眾就會來電罵公視偏綠，綠的觀眾就會來電罵公視偏藍。這時客服人員會細心地陳述公視立場，也就是公視屬於公共媒體，不會偏向任一政黨。

2015 年起公視董事會訂定了客服效率的指標，要求一日內回覆比例必須達到 98%，這樣的高標準要求表示公視非常重視觀眾。

過去以電話為主的公視客服近年來大多轉成在 FB、電子郵件上留言，公視依然戮力於一日內回覆。與過去相較，近年來觀眾反應也有很大改變，

過去觀眾對節目上的實物（例如相片）有反應，現在觀眾的自覺與主導性很高，會旁徵博引地找訊息後就某議題指導公視該如何做。因此，過去電話客服時代「謝謝您的來電指教」的回答方式已經無法滿足觀眾，觀眾會要求公視以更多且更詳細的內容來說服他們，而且客服人員與觀眾都會不厭其煩地多次來回往返以解決問題。過去關於藍綠政治立場的質疑來電很多，現在這種關心仍然有，但是也出現許多觀眾對公視的期待。例如說希望公視提供更多的公眾服務，或者是對節目呈現的方式有意見。這顯示公視觀眾變得更聰明，期待公視有更多的改變。公視因此在回應的方式上也都做了調整。公視也開了各種節目的粉絲團，透過網路與觀眾對話，載具改變了公視與觀眾互動的方式。

公民新聞網創新服務

有鑒於民眾對於國內新聞環境的不信任感，公視在 2007 年 4 月推出了 PeoPo 公民新聞平台的服務。2007 年 9 月 PeoPo 公民新聞平台再於公視頻道播出「PeoPo 公民新聞報」讓更多人知道公民記者報導的內容；也希望藉此鼓勵公民記者踴躍上傳相關報導影片。在不進行過多編輯的原則下，2009 年 4 月起將 PeoPo 公民新聞平台上的內容運用在每日的新聞報導上，每日《PeoPo 公民新聞報》開播至今，王晴玲是觀眾最熟悉的主播。

PeoPo 公民新聞平台並非只是讓民眾上傳圖片文字與影音的工具而已，而是一個能夠獨立運行的新聞網站與服務，積極鼓勵民眾寫新聞並且從草根角度來報導事件，如此也能補足公視力有未逮之處。PeoPo 公民新聞透過提供訓練以及新聞獎的榮耀，鼓勵民眾參與。公視賦予報導者自我編輯權，不須經過公視的管制，就可以發表新聞。透過公視提供的訓練課程，以及使用者都必須遵守的「公民記者自律公約」，使得這個「自主管理」的機制鮮少

被濫用。此外，公視實施同儕監督機制（peer-monitoring mechanism），若有人對文章內容提出異議，該文章的作者就可能會被要求重新思考並修改該篇報導。

公民記者人數的快速成長，說明了 PeoPo 公民新聞平台受歡迎的程度。2009 年 3,412 人，2013 年 7,368 人，2018 年已達 9,757 人，累積報導則數達 119,423 篇。2009 年莫拉克風災時，在台灣南部的公民記者搶先上傳溪水暴漲的照片，也有公民記者捕捉到土石流駭人的速度與規模，這些都遠早於主流媒體記者的採訪報導。在宜蘭，公民記者記錄颱風帶來的豪大雨及損害，率先向大眾發布警訊。事後證明這是 50 年來最嚴重的一場風災。後來莫拉克風災的新聞退燒，當主流媒體不再持續報導時，公民記者依舊持續報導災區的重建工作，這促使大眾監督災後重建過程。



2011 年 PeoPO 公民新聞獎

近年來 PeoPo 公民新聞平台與臉書等社群媒體緊密結合，相關內容在各社群媒體討論。2017 年最多人點閱與分享的是與年金改革相關的議題，計有 41 萬人點閱，1.6 萬人分享。PeoPo 公民新聞平台的開放性與編輯權政策，讓民眾透過這個可靠的工具讓政府及媒體承擔責任，使公視提供獨特的、廣納四方的公眾服務。

形象的宣傳推廣

公視剛開播時，其他的無線電視台都採用 VHF 的天線，但是公視分配到的是 UHF 的頻段。由於用 VHF 的天線無法收視公視頻道，因此必須做 UHF 的推廣說明，讓民眾知道如何收視公視。以及推動有線電視必載 (MustCarry) 公視和之後的定頻等等，這是公服部當年階段性任務，目的是希望所有的國民能夠觸及公視的節目。

公服部主責為公視不同階段的重要工作宣傳，讓大家知道公視的進展。例如：公視於 2008 年 5 月推出 HiHD 高畫質試播頻道，2011 年底，完成數位發展計畫各項製播設備的建置任務，並先後完成北部、南部與中部高畫質發射系統。公視的宣傳重點就在數位開播活動推廣、收視的普及、HD 頻道及 HD 節目；還有宣傳各類研討會如「發現數位南台灣」、「防災總動員——日本 311 的一堂課」研討會等等。

因為觀眾通常是透過節目來認識一家電視台，所以公視整體形象的宣傳推廣是以節目做引導。有什麼節目出來就以該節目做為主軸，然後帶出公視。其次就是視覺宣傳，像每年做新的主視覺、提示卡等。公服部也會依據董事會訂定的 Slogan，像是「看見更好的未來」去做電視台的形象推廣。

在戲劇節目宣傳上，從成案後公服就知道這個案子，就會跟導演、製作人溝通。確認主視覺、宣傳的重點，討論定調一個方向。在拍攝的過程當中，

一路跟，並且探班，在不同的點去發新聞，一直到上檔；上檔前暖身，記者會，到每一集播出前後，播出後的觀眾反應，follow 到播出結束。臉書、影像的即時上傳，都要隨著節奏走。至於紀錄片或者兒童節目，有些是一進棚公關組同仁就開始做，一些是到了快上檔的時候，製作人才有一個 picture 說要如何呈現，才能跟公關組討論如何宣傳，公關組這時就會進來協助吸引觀眾的目光。

公視因應新媒體時代的到來，在推動節目宣傳方面也做了相應的調整。智慧型手機的普及改變了傳統的宣傳方式，像是 FB 的直播取代了 SNG，其方便性及靈活度都變高，也大幅降低了作業時間。過去辦完宣傳記者會似乎宣傳活動就是結束了，現在還會搭配 FB 的直播及活動。節目播出期間，公視鼓勵演員及導演直接在線上與觀眾互動。

紀錄片具有增加新知的教育功能，公視接受文化部委託推廣紀錄片，在全台灣一年進行五、六十場的巡迴播出。此外，透過新媒體平台露出所有紀錄片的資訊及影片，讓年輕人接觸紀錄片。公視也在新媒體平台新增網路劇的首播，增加年輕觀眾對公視節目的觸達。學生劇展及人生劇展部分，公視培養新的導演及演員也培養新的收視族群。例如《通靈少女》創造亞洲 24 國（含台灣）同時收視，台灣的網路上有近 15 萬人收視。2018 年上映的《一呼百應》先在 Yahoo TV 首播，《你的孩子不是你的孩子》以及去年的《麻醉風暴 2》會先去影展或電視展做首播，先從小區域的、聚焦的、特定人的，做口碑式的特別播映。新創電影也不是在頻道首播，而是與華山文創園區合作先在電影院首播，然後再回到頻道播出。網路劇在網路平台每天播出 15 分鐘，一週集結成大約 1 小時後才回到頻道播出。近兩年來排播與宣傳已經打破以頻道為首播的概念。

OTT 帶來許多改變，包括觀眾收看的習慣，在海量的時代讓傳統定時定點播出的傳統媒體帶來壓力。各地 DVD 的市場嚴重消退，原來傳統的電視作業方式必須做許多改變。公行部現在為了延伸文化國力做跨域的 OTT 的銷售，必須符合 OTT 的新的檔案規格，新的排檔機制，新的宣傳機制，作業方式改變了，宣傳方式也改變了，甚至必須為不同的 OTT 平台製作不同的宣傳內容。

過去的搜尋引擎、入口網站非常單純，現在像是 yahoo 則有 TV 娛樂台；公視會將有些節目的首播交給 yahoo 處理。相應地，公視要準備「網路版」的宣傳影音，甚至是趣味性高的「番外篇」。公視改變了過去一套到底的影音宣傳方式，作了不同的設計，製作了不同的影音放在不同的載具上；而透過 FB、LINE 與觀眾的互動也愈來愈多。公視也借力使力，以《通靈少女》來說，公視也會與地方政府合作，利用一些在公車上或捷運車廂上免費的宣傳平台，強化宣傳的力道。

2009 年《痞子英雄》及 2010 年《返家八千里—黑面琵鷺》曾經連續二年獲得金鐘獎節目行銷獎。兩個是本質很不同的節目，一個是表現戲劇的張力及創意，另一是生態人文的紀錄片。現今城市行銷好像沒什麼特殊，但是當時《痞子英雄》（2008 年 5 月 -2009 年 4 月播出）與高雄市政府合作做城市行銷與媒體行銷的做法算是很特別。最後一集播出時公視在夢時代百貨公司前的廣場同步放映，所有的演員跟觀眾一起看戲。當時也發展出很多熱賣的周邊的產品。

《返家八千里—黑面琵鷺》則是一部台灣的生態紀錄片，跨國的合作，關心地方。當時公視與 NPO 團體合作發揮社群操作綜效；跟地方結合，辦了黑面琵鷺生態之旅；與教育團體結合，發揮紀錄片的教育價值。

國際與國內的大型活動

一、跨年節目「2000 TODAY」

1999 年 9 月 21 日，台灣發生 921 地震。為了凝聚全民祈福心願，揮別 921 震災陰霾，迎向朝陽邁向千禧 2000 年，公視參與了「2000 TODAY 迎千禧全球連線」國際合作。這是一個橫跨五大洲 70 國，74 個電視台聯合製作播出的節目，從澳洲開始接力呈現 2000 年第一天太陽在各國升起的畫面。公視投入的製作人力達 150 人以上。當時是結合社會資源，和不同領域的機構、團體合辦活動，擴大宣傳公視的效應。



2000 年太麻里迎接千禧曙光活動



2000 年太麻里迎接千禧曙光活動

「2000 TODAY 迎千禧全球連線」在台灣本地有兩個活動現場作為實況轉播的段落（「倒數計時」及「第一道曙光」），公視提供兩支文化宣傳短片分享國際社會。「倒數計時」是在台北縣（現為新北市）平溪放天燈，「第一道曙光」是在台東縣「旭日 2000——太麻里迎曙光」活動。太麻里素有「日昇之鄉」之稱，台灣人認為 2000 年第一道曙光在太麻里。因為 2000 年公視在太麻里舉辦很大的活動，後來太麻里也成為跨年觀賞日出的熱門景點，重建了太麻里「日昇之鄉」觀光資源，創造台東地方行銷新契機。

在台東的活動，公視邀請當年的新聞局協助國際宣傳、原民會協助相關原民藝術展演、《中國時報》協助現場活動參與及平面宣傳、台東縣政府協助在地行政資源、太麻里鄉公所協助整地事宜、台灣鐵路局協助加開前往太麻里的火車（旭日列車）等等，結合社會各領域資源。太麻里海邊沙灘從

黃昏到日出有原藝市集、營火守歲、跨年晚會，舞台表演，日出時由卑南族南王部落表演歌舞「傳統舞慢拍——可喜可賀，非常美妙的日子」，以後方的海洋為背景，在原住民的舞蹈中，等待天慢慢亮。

除了舞台背景直接可以看到海之外，公視設計在沙灘上做了陳設，有大自然的石頭，有原住民季·拉黑子使用漂流木的雕刻作品，公視活動之後還認購了一個「太陽門」雕刻作品。很多人坐火車到台東去露營，有五、六萬人到太麻里的海邊參加，有更多人認識公共電視，記得當時公視同仁在海邊發公視之友月刊，它的封面是《人間四月天》。



2000 年太麻里迎接千禧曙光活動



2000 年太麻里迎接千禧曙光活動

二、新移民系列活動

2007 年，公視九周年，當時台灣社會對新移民的議題還沒有那麼重視，普遍稱他們外籍新娘。公視於是推出了「落地台灣 姊妹同國」的一系列活動，連暖身與後來的密集推動，大約持續了一整年。開始推出戲劇《別再叫我外籍新娘》、相關議題紀錄片、還有東南亞各國的外片，整合在一起。公行部也舉辦繪畫比賽、園遊會、巡迴影展、烤肉活動等，讓外籍配偶帶小孩一起參與的活動。當時的一系列活動、《別再叫我外籍新娘》節目的播出，引起社會上對新移民的重視，有翻轉社會觀念的效果。

一系列的活動有節目部、企劃部、製作部等部門的投入，負責統整的是公行部。當時製作了《幸福的地圖》紀錄片，說明新移民來台的幸福地圖為何，公視將此節目及公視人生劇展《娘惹的滋味》捐贈給台視、中視、華視、TVBS、中天、八大、超視、客台、原視、Good TV 等大約 10 家電視台播出，目的是希望引起社會大眾的重視。外片的部分有購買印尼片、菲律賓片、泰國片、越南片，公視購買這些節目讓台灣人更了解外籍配偶母國的文化。



「落地台灣 姊妹同國」



「落地台灣 姊妹同國」公視 9 週年園遊會



「贊助公視 體育賽事不缺席」公視外牆看板

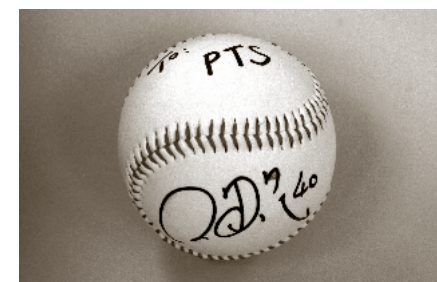
2005年起一連兩年，公視在廣大的民眾支持和要求中，斥巨資轉播了王建民的《美國職棒大聯盟》球賽。公視將這項工作視為公眾服務，除了在頻道上轉播之外，也同時在外場舉辦觀賽為王建民加油的活動，而且和許多民間團體合作，每場轉播在不同的場地舉辦外場，每每吸引眾多的民眾參與。一時之間，公視的觀眾等比級數增加，也漸次培養現在公視 3 台體育節目的觀影粉絲。

除了轉播，公視還為王建民仲介各式廣告代言活動，雖是義務協助，但公視對王建民的當年成就與有榮焉。當年也為王建民製作公仔販售，



為王建民加油活動場景

做為公視募款的項目，但由於美國職棒大聯盟的規範極為細瑣，公仔的製作其實宣傳的效果大於實際的收益。



王建民的簽名球



郭泓志、王建民見面會



第五屆董監事募款合照

公視的募款活動

推動公眾服務需要人力與預算的支援。依據公視法第三章二十八條（公視基金會之經費來源）第三款：國內外公私機構、團體或個人之捐贈。公視希望更多的人認識、認同，進而以實際捐款行動支持公視的理念，共同關心屬於大家的電視台。因為希望讓更多人知道公視沒有商業廣告，需要大家支持。

一般觀眾看電視並沒有意識到公視沒有廣告，沒有收入，經費從何而來？所以除了讓觀眾看電視覺得公視節目很好之外，也希望他們能夠捐款給

公視支持好節目的持續製播。2007 年底效仿美國 PBS 地方台模式進行電視募款後效果不錯。目標設定剛開始二、三百萬，後來一直調高到一千一兩百萬左右。原本一年募款一次，後來改為每年 7 月及 12 月各一次。

不過，近三年來全台灣的 NGO 的小額募款金額下降了二至三成，公視募款也不例外。公視的電視募款自 2017 年起調整為一年一次，公視轉而將這部分節省下的人力用來針對非公視之友的一般民眾舉辦活動，讓更多公眾多認識公視之後也可能捐款給公視。例如 2017 年的登山健行活動，包括公視的鄰居東湖附近的居民在內有將近 1200 人參加，參加者當中不了解公視的民眾透過活動參與後轉而認同公視。公視的做法調整，乃是希望保留一年一次電視捐款的同時，主動出擊，透過活動舉辦與民眾互動增加對公視的認同，不必等待年度的電視募款平時即可捐款給公視。從數據看來，最近數年來的小額募款的收入大約在 3300 萬至 3500 萬元左右，改變作法後的收入達到 3700 萬。

推動公眾服務的甘與苦

公視預算不足需要自籌款項。但做募款活動時，有些人認為公視瓜分了其他公益團體、弱勢團體的捐款。因此公視也設計一些分享回饋的方案，例如像「傳愛助學」的案子，觀眾捐款給公視，公視會以捐款者的名義寄送一套像《下課花路米》DVD，《古典魔力客》DVD 到偏鄉小學。也有一些獨立文創，原住民設計的作品轉變成觀眾捐款的贈品。

公視自 1998 年 7 月開播至今已屆 20 年，其間公眾服務的組織架構雖有變動，但是重視民眾的需求和權利，秉持公共電視法貫徹「公眾服務」的精神則是始終如一。

公視不只是一家電視台，20 年來不間斷地進行公視之友的招募及維繫，巡迴全國進行教育服務活動，提供高品質暨高效率的觀眾服務，推出各種新媒體服務，進行包含電視募款在內的小額募款活動，並舉辦無數的國內外活動，宣傳推廣公視的整體形象。各種公眾服務的作法也因應時代變化，載具的變化而進行調整。20 年來推動公眾服務雖也曾遭遇困難，但都能加以克服。現在，媒體快速變化，網路服務多；核心價值需要依著社會及媒體的變化而調整，而公眾服務再依據該核心價值去推廣。以公視同仁們的年輕熱情、活力與創意，只要在想法上更有企圖心，吸納內外部更多資源的投入，相信未來的公眾服務將會做得更好更有成效。

企業贊助和版權銷售

公視創立模式師法美國公視 PBS，希望能減少政府的捐助、擴大民間的力量，因此除了民眾小額捐款外，也希望有較大額的企業募款挹注。

在現行組織下，公共服務暨行銷部（簡稱公行部）下設四組，除上述主責公關宣傳的公關組和主責教育服務和公眾服務的公服組外，另有行銷推廣組和節目發行組。前者負責企業大額募款和政府標案、後者則是銷售公視自有版權的節目和相關影視產品。

企業募款在公視開播伊始難度頗高。因為既沒有產品也沒有內容，唯一能販售的只有「理念」。而公共的理念在 20 年前的台灣並不普及，只能舉 BBC 和 NHK 做為說明，但台灣公視的規模又和這兩大公共媒體差距甚遠，負責的同仁真是辛苦萬分。所幸，經過多年的努力，社會大眾對公視和公共媒體的概念也漸成熟，不必再花太大的氣力即可了解公視的訴求，只是，一旦世界整體經濟狀況欠佳，企業的捐款即大受影響。

政府標案亦然，若是成本過高、或是公視製作人力無法支應時，都難成局。每個案子都是經過多方考慮和評析後才會進行投標。

版權銷售方面則完全視年度自製節目的型態和數量而有所不同。由於公視的節目銷售市場，包括國內其他電視台和海外地區以華語為主的電視台，因此，長版的戲劇節目和受歡迎的兒童節目、紀錄片等，成為銷售主流。

若是當年的製作以戲劇為主，通常這方面的銷售成績便十分耀眼。像 2016 起的這幾年當中，公視的連續劇《麻醉風暴 2》、《他們在畢業的前一天爆炸 2》和 4K 的製作《起鼓出獅》…等，都成功的銷售到其他網路平台，締造佳績。而當年的紀錄片《世紀宋美齡》，更是在宋美齡高壽去世後，掀起大狂潮，不僅版權銷售大好，DVD 產品更是供不應求，創造的數字迄今還是個驚人的紀錄。

公視現在製作的模式不只自製，還有合製、委製、代銷等多種。通常在播映合約之外還簽下銷售合約，每年分潤給傳播公司，比例是根據雙方議定，熱播或長銷型的節目，都在這方面有好表現，即便節目已播出過多時，依然有著好成績，以紀錄片或紀實報導或兒少節目、教育節目為大宗。

迄 2018 年春天，前面幾名的銷售節目分別是：《看公視說英語》7200 萬、《水果冰淇淋》系列 4100 萬、《下課花路米》3980 萬、《麻醉風暴 2》3660 萬、《古典魔力客》3546 萬、《世紀宋美齡》2883 萬、《爸媽冏很大》2626 萬、《一把青》2355 萬…。

無論是企業的大額贊助，或是個人的小額募款、產品的播映版權銷售、DVD 的小量發行…等，無非就是希望公視在服務民眾之外，也能有自籌資金的能力。一方面擴大公視和社會各界的接觸面和影響力，一方面也降低公視對政府捐助的依賴、增加製播經費、服務更多觀眾。

自開播以來，公行部每年擔負的業績金額幾乎都在 2 億 5 千萬上下，是政府捐助公視 9 億元的 2 成 7 左右，標案代製的成本約在 5 成。

對於公共媒體而言，內容品質當然才是王道，但為了服務全民，公視因此延伸了公眾服務、教育服務等面向，在節目製播之外，為公視開拓更多可能。921 大震後，公視被要求有「緊急救難」的各式宣導功能，如同日本 NHK 一樣，可惜，宥於經費的短缺、重點工作優先順序的排列，公視目前還無法將這些服務列為首要。公眾服務和教育服務是公視運作了 20 年最嫻熟的項目，範圍當然有待擴大、項目也有待增多，但我們相信這個 20 年的播種工作還是有札穩根基的作用，等待公視擴大規模、增加預算，加強對人民的服務將不再是空談，而是真正化為行動、全力執行。

我們期待那一天的到來。

(本文係訪問公行部前經理江行德、現任經理林永青、副理胡心平，撰文而成)
(公視研究員陳慶立採訪整理)



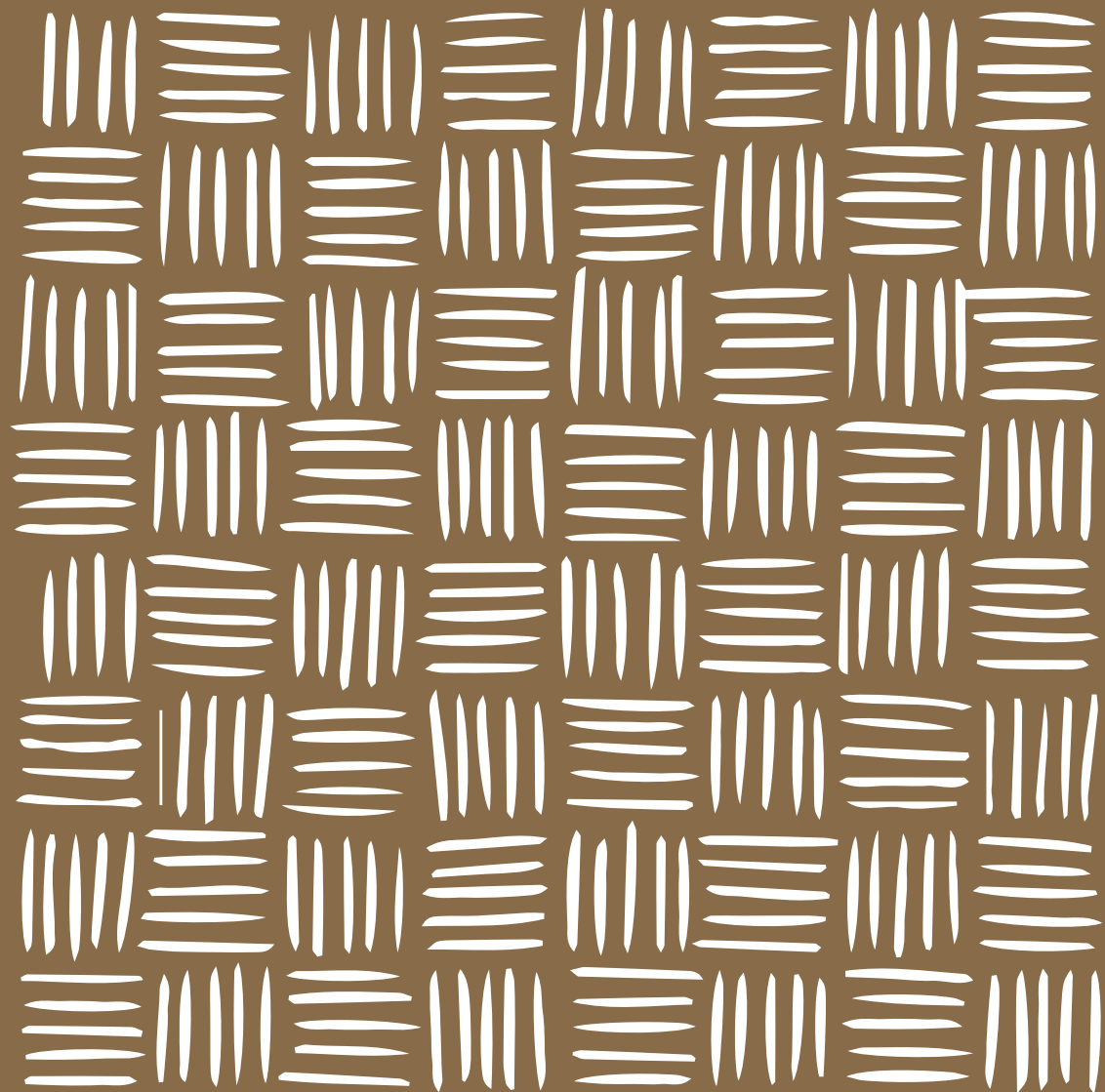
1.	2.
3.	4.

1. 2010 年歲末募款蔡燦得
2. 2011 年歲末募款王小棣與陸明君
3. 2012 年歲末募款席曼寧
4. 2013 年歲末募款紀培慧



1.	2.
3.	4.

1. 2014 年年中募款代言人周幼婷
2. 2015 年歲末募款左起吳慷仁、連俞涵與曹瑞原
3. 2016 年歲末募款左起王湘涵、謝盈萱與亞里
4. 2017 年歲末募款水果奶奶



深耕研發 小規模 大責任 —— 研發·岩花

對希望永續經營的企業體而言，研究發展團隊或部門，如同一個發電機，肩負開發新產品，診斷問題，找出新市場契機的重任。是結合卓越腦力、經驗、智慧、創意、眼光和膽量的綜合體，足以決定企業體的存活、競爭力和興勃與否。

公視建台之前，近乎十年是公視法草案的難產期。社會上固然有贊成並寄望公共電視成立，得以彌補商業電子媒體之不足的善意期待，但產官學界反對聲浪也不小，這些意見令政府與國會心生疑懼。諸如：此刻建台必要性是

什麼？是否會被國家機器利用成為另一個黨政宣傳工具？為什麼不能以製作中心形式營運即可？公共概念太過抽象，人才如何培養？有線電視已然合法，媒體數量飽和，此時建台有與民間獨立製片公司爭利之嫌 ... 等等。

要回應這些接踵而至的質疑，籌委會同仁們唯有埋首資料找出立論基礎、包括國際指標性的成功及失敗個案，繼而彙整出合理有據的答案。

那是一段遊走在立委辦公室、在各種公聽會、持反對意見學者研究室中，一方面必須虛心接受批評，一方面努力辯護公共媒體理念的破碎日子。所有的說帖、文稿、問答均出自包括台灣、美、英、北歐、德、法、日的各項研究和調查報告。這些需求和回應，形成了日後公視「岩花館」的雛形。

在 1997 年公視法通過之後到 1998 年的開播之間，公視創台同仁一直在思考，也不斷和學者、專家，甚至民議代表辯論：公共媒體和既有商業夥伴具體的差異性何在？兩造追求的目標有什麼不同？何以共榮互補？公視如何避免淪於欠缺效率，而能在非營利的性格之下長久發展？大多預算來自國會撥款情況下公視和政府、政黨、企業之間保持怎樣距離謂之合理？公共媒體本身的組織文化如何建立如何耕耘？如何引領公視溶入國際強大的公共媒體社群？如何參考世界成功範例奠立台灣公視營運基礎？

這些層出不斷的議題，勢必需要一個研究發展專職部門來廣泛蒐集資料、翻譯重要文件、彙整各方意見、建立完整檔案、開啓獨立論壇 ...

所以，在成台第一年組織架構的規畫討論過程中，公視研究發展部門設立的必然，是有全面共識，不曾有過疑義的選項。只是在經費及人力都有限的現實之下，研究發展部門優先重點到底放在那一塊？

台灣的三家商業電視公司成立多年，最年輕的民視比公視早一年開播。商業台在新聞、節目、廣告業務上數十年來各領風騷，都有輝煌的歲月。民視後來居上把最困難的業務做得蒸蒸日上。但在傳播哲理、社會互動、體制比較、文化影響、企業管理、社會貢獻方面各台所投注的研究並不多見。倒是在工程技術上，基底深厚的工程部每逢關鍵時刻能有創新之舉，對台灣廣電工程實務貢獻良多。

也攤開國際公共媒體老大哥，英國 BBC 的例子來看看，BBC 的研發部門和整體組織的連動性是怎樣的牽連？可依時序摘要如下：

先進國家研發部門功能參考

1927 年 BBC 成立，內部立即指派了工程研究人員，研究和設計工作於焉展開。

1930 年代 BBC 正式成立研究部門，因應任務經過二次搬遷。研究重心放置於短波無線電通訊、同步播出系統及電視。

1940 年代二次大戰結束之後，研究主力是初步彩色電視訊號，新的錄製技術。當時英國已推出 FM 調頻無線廣播。

1950 是電視的年代。錄影技術漸轉成熟。到 1959 年 BBC 研發了第一台錄影機，跨大西洋的電視訊號發射成功。

1960 年代不論廣播及電視的業務均在全面拓展，衛星通訊首次運用在廣電之上，1960 年代末期，彩色電視機正式推出。

1970 年代 BBC 研發步驟更快速。訊號處理過程中運用到積體電路，促使創新技術和服務如 CEEFAX 在 1974 年 9 月 23 日推出。這是世界第一個 teletext 資訊服務，使用長達 38 年。

1980 年代關於衛星廣播頻譜的有效利用成為熱門話題。在應該使用類比、數位，或是混合技術上有許多辯論。BBC 進行的研究在國際的技術規格論壇中益發舉足輕重。

1990 年代 BBC 已經進入數位製播階段，BBC 官方網站推出。原本工程研究設計部門併入更多人才和功能，1993 年轉型成為研發部。

2000 年代新興科技大幅湧現，迅速挑戰了傳統電視在人民生活中的特殊地位。BBC 研發部主導了無線數位電視平台 FREEVIEW、衛星節目平台 FREESAT 的成立，影響至為深遠且用不同載具收看 BBC 節目的 iPlayer 推出之後，線性收視不再是觀眾唯一的方式看電視。

2010 年代前段，BBC 研發部投注大量精力在支援重大國際體育賽事的轉播。許多創新的技術提供給其他國家使用。讓觀眾更聰明方便看電視的 YOUVIEW 及協助青少年教育的 BBC Microbit 推出，而後者的原型就是由 BBC 研發部完成。Micro:bit 免費提供給英國 11 ~ 12 歲的孩子使用，完全免費。

由此可見，BBC 研發部門跟隨時代變遷其主力是製播工程、IT 技術創新開發。但這一切努力的目標基底絕對不只是單純的技術領先而已。長期穩定支撐 BBC 員工完成許多艱困任務的，是開台以來始終如一的公共服務的初心。是為了公平資訊的散佈，優質節目的普及、文化的保存與擴散、社會公益、人民福祉。科技始於人性及文化的播種需求無庸置疑。

上述的英國及西歐公共媒體理念闡述，大量見諸於政府各種次級委員會的調查、報告、BBC 及監理機構主管重大演說、國會聽證內容以及白皮書。尤其白皮書是英國政府對擬定新的《皇家憲章》的提議。英國議會可能會對白皮書展開討論，而《皇家憲章》是 BBC 與政府就未來發展戰略達成的協議。這個總綱性文件對 BBC 的資金來源、運作方式、由誰負責和發展方向作出規劃。《皇家憲章》最後由英國文化大臣定奪。一旦執照費、管理架構及公共媒體獨特性議題公諸於眾，多已是眾人各科學養和智慧的濃縮，於焉不間斷地成為舉世，亦包括台灣公視研發團隊的資訊來源之一。BBC 以分享資訊及支援技術為己任，他們自詡的公共價值之一就是協助其他的公共媒體。這在多年來公視與 BBC 的互動之間明確的顯現。

除了 BBC 之外，亞洲公共媒體巨擘日本的 NHK 也是一個資料參照的珍貴來源。NHK 的歷史悠久組織更龐大，研發單位明確地分成放送文化研究所 (1946 年成立) 和放送技術研究所 (1930 年成立) 兩部門，各有數百工作人員投身其中，文獻產出自然十分驚人。NHK 的各種研究開發不以亞洲為限，技術研究結合產業界製造商的力量不斷推陳出新，帶動市場也蓬勃經濟；文化研究討論國際發展趨勢，形成龐大的資料中心。

此外，美國公視地方分權的獨特模式產生出節目供應鏈系統，是和世界各處所不同的管理模式。但台灣公視建台有多處向美國公視體系借鏡，所以仍和美國有諸多相近之處，例如企業贊助、年度募款活動、建立會員制度、在地化的各種活動、教育素材如教師手冊 (teacher's guide) 家長手冊 (parent's guide) 的廣泛推出。

加拿大公視因地域因素必須分別處理英、法兩種語言及文化傳統，南半球的澳洲、紐西蘭有原住民、少數族群的多元文化議題，德國公視有聯邦要素

也有部分時段容許廣告播出，法國電視台部分商營化的整併過程，德國法國合作的文化頻道 ARTE，以及北歐各國小而美而強大的公共媒體形式皆有可觀之處。山之石可以攻錯，都是台灣公視研發的資料庫。

1998 年公視開播，研究發展室成立，單位人數不多，尚在摸索階段。研究課題包括國際影展資料蒐集、網路資訊的運用、收視率研究，並完成及行政體系下的分層授權規範制定等。一年之後公視運作日上軌道，研發室的功能更為有彈性，除了主責撰寫各部門年度方針，進一步蒐集收視質可行性與信度資料，並開始與國內學術單位互動以廣徵意見。各國的公廣制度良窳、發展新貌也是台灣公視研發室持續追蹤的項目。其中擺脫政治與商業干預的國際案例，一直受到關注。

1999 年 9 月 21 日凌晨，台灣中部山區發生逆斷層型地震，是台灣在二次大戰之後傷亡損失最大的自然災害。公視當時依立法院附帶決議沒有每日新聞的報導，但仍迅速以不同節目形式加入災難報導行列，負起提供災民所需資訊、撫慰人心、安定社會的責任。災難帶來媒體的深思：日本 NHK 倡議公共媒體有維護人民生命安全的責任，台灣呢？

次年，公視研發部同仁獲得新聞局傑出新聞人員獎項，以研究世界各國救災及報導為主軸，赴英國 BBC、美國 PBS 及日本 NHK 研習，進行災難報導形式、過程、效果的國際比對。2000 年 9 月 21 日，公視由研發室主責舉辦了第一場開放公眾參加的「災難報導與媒體公共責任研討會」，將研究成果分享於同業、學界及政府機構，許多與會者反映：此類知識與實務的討論有其價值並希望能夠持續。

善盡社會責任，惕勵自我學習成長

2001年起，公視研發室展開了一連串國際 / 國內研討會的路程，成為公視善盡社會責任，也惕勵自我學習不輟的優良傳統。歷年的研討會資料臚列於下。

新視野：公共電視發展與未來

國際紀錄片研討會：記錄歷史、創作未來

數位台灣第一步：互動電視節目製作及營運研討會

畫讓夢想動起來

台灣電視媒體大未來

新時代、新公視、新風貌

行動電視發展經驗在歐洲系列

「許公廣集團一個未來」系列

數位新浪潮：行動電視暨廣播傳輸

Digital Goes to Reality 數位無限大：2007 數位高畫質及行動電視國際研討會

數位進化 感官進化 HDTV 專題論壇

數位無線 行動無限 行動電視專題論壇

2008 全球 HI 數位研討會

2009 數位高畫質及行動電視國際研討會

2010 數位轉換與新媒體發展趨勢國際研討會

日本 311 的一堂課：防災總動員國際研討會

發現數位南台灣研討會

廣播電視的下一個里程碑

建設性新聞研討會

多螢時代收視調查國際研討會

NHK 自然生態節目的 4K 製作：以「Wild Japan」為中心研討會

超高畫質 4K 科學節目製播工作坊：美國 KQED「DEEP LOOK」經驗分享

4K 新世代國際研討會

超高畫質影視內容製作與創新運用研討會

在這長年活動的回顧中必須特別一提的是，2006年在「台北國際公共年會」INPUT TAIPEI 之後緊接舉行的「世界公視高峰會」Public Broadcasting Global Media Summit。來自五大洲、18 個國家、30 位的公共媒體主管、學者以多元文化價值之挑戰與展望為主題，各國代表分享全球化帶給各自的多元文化挑戰與因應之經驗，會後簽屬共同宣言，支持民主作為一種生活方式，並許諾善盡公共媒體的專業，對國內及國際間的互信、互諒作出貢獻，促成多方對話，增進文化多樣性。這是公視創台以來最具高度的一場研討會。各國媒體主管的參與代表也表達了對台灣公視的肯定。



世界公視高峰會代表人在聯合宣言上簽名



發現數位南台灣 研討會

議程 AGENDA

4/28
註：每場40分鐘，並請開會前5分鐘蒞臨現場開會

主題 Theme	時間 Time	講者 Speaker
第一場 數位電視發展與公共電視	0900-0930	報到
	0930-0940	各參與單位長官、貴賓
	0940-1020	公共廣播媒體的光合作用 中正大學 / 電通傳播研究所 趙元輝 教授
	1020-1100	找回閱聽的自主性：PNN公視新聞議題中心 公共電視 / 策略部 吳南敏 製作人
	1100-1120	中場休息 Tea Break
第二場 公共電視的作法	1120-1200	用音樂說故事：「流行音樂節目」HD製作經驗分享 公共電視 / 製作部 李廷忠 導演
	1200-1330	午餐 Lunch Break
	1330-1410	早現人與自然交織的故事：「霧之森」與「活水灌溉」HD生態紀錄片製作經驗分享 公共電視 / 策劃部 蔡奇雄 導演
	1410-1450	跨國界說故事：HD國際合製紀錄片製作經驗分享 公共電視 / 國際部 盧愷文 經理
	1450-1510	中場休息 Tea Break
1510-1550	Citizen Power：展現公民新聞行動力 中正大學 / 電通傳播研究所 趙中祥 教授	
1550-1630	談南台灣數位電視服務發展進程-以公視服務為例 公共電視 / 工程師、策略及行銷 羅竹賢 副經理	
研討會結束		



研發部主辦之各研討會



研發部主辦之各研討會

由上述的研討會紀事可以清楚看出脈絡。在不同的環境改變時，例如災難來臨、媒體競爭劣質化、數位技術突破、創新運用浮現、類比數位轉換、科技規格產生爭議、新聞概念釐清、公廣集團成立等…都成為研討會的主題。公視研發單位之所以逐年舉辦研討會，最大的目的是分享新知，所以每每在不涉及商業利益條件之下，透過不同管道邀集世界各媒體組織、資深同業，以及傳播、社會、政府法規制定者及學界人士參加，以他們親身參與的節目或是主責的制度建立、工程新技術作為例證，共同由嘗試錯誤中習得教訓，更展望未來在軟體與硬體上的趨勢。

公視的研討會每一場都有極高的民眾參與率。公視素來主張這樣的會議全部免費，不但幾經勘景比較之後提供良好的空間、租用或搬遷會內優質的放映設備、準備完整的專題及與會者資料、更鼓勵充分而坦率的討論。公視研發單位如此作為是因為公視部分的預算取之於民，自當把研究成果提供出來成為公共財。在這漫長的過程中，研發部同仁無私的努力和周詳規劃絕對也是成功的重要元素。

「岩花館」發表文獻平台 追求共好

多年來，這個規模小、責任大的單位因為階段任務的更迭，研發室的架構，應董事會要求轉變到研發部、改為策發部之後再回歸研發部名稱，組織承擔工作及人力不停蛻變，但研發同仁始終在辛勤耕耘的是「岩花館」，一個研發同仁彙整及發表的平台。

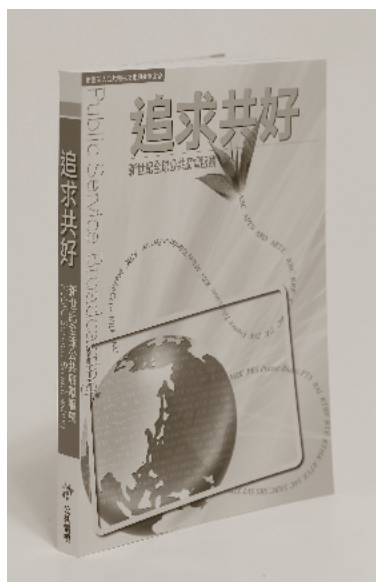
「岩花館」的網站刊頭語重心長的敘述：「公視於籌備階段，因工作需求，同仁必須不時閱讀國內外文獻，加以整理並與實務面對照呼應。這些性質不一的文摘與研究報告匯集成「岩花館」，取公視成長如岩縫中綻放花朵般

艱難，但依舊盎然動人之意。」時過二十年，公視所面臨的嚴峻挑戰依舊，仍如岩縫中綻放花朵般艱難，而「岩花館」的持續發表工作必要性也依舊殷切。



岩花館網站

「岩花館」的內容在文獻大量增加之後，逐步發展分類為「公共問責」、「世界電視」、「產業簡訊」、「媒體觀察」、「數位電視」幾個大項，至 2018 年初為止，已經累積有四百多篇研究報告發表，成果可謂豐碩。由於研發部同仁各具有不同的專長領域：新聞、族群、政治、傳播、製作、工程、資訊、統計、新媒體…等，又熟諳英、日、韓不同語言，所以可以取得第一手訪談與文獻，蒐集的資料再消化、落實於國內實務的需求。



追求共好

「岩花館」的研究報告不只提供公視組織本體參考，也長期受到公部門與同業的重視。公視研發部同仁經常成為政府單位諮詢及委請整理資料的對象，「岩花館」也是學術研究的資料庫，對公共媒體研究關注的學者及學生可由其中找尋論文的參考。研發部曾於 2007 年將「岩花館」各國的公視歷史、發展重點、服務範疇集結成單本書籍《追求共好》，並幾度做後續數據的更新補強，可視為國內最完整的國際公共媒體資料。《追求共好》不只是一本書，《追求共好》也是岩花館的意念，更是公視服務的初衷。如今公眾只要在網路打入「岩花館」及公視，就可以立即搜尋所有相關資訊。

研發部工作範圍極廣，本質上是董事會及高層主管的智庫，也是整個組織整合資源與創新思維重要的幕僚單位。研發部必須緊緊跟隨社會環境變遷、社會需求更替、技術發展突破、國家法令政策起草及定案時，為公共電視基金會甚至更大範圍的媒體界尋覓正確且有意義的路徑。

研發部最早的人員中無工程專業，但是公視的經營理念中部門必須合作以互補長短。1999 年從工程技術觀點，公視擬定一個六億的四階段數位轉換計畫，接續成立數位電視小組，由李永得總經理親自主持各部門的討論，總經理督導管理、研發、新聞、節目、公共服務等部門，以全觀的角度引領數位發展。

2000 年開始，數位電視小組有系統地觀摩到各國公共電視數位轉換的初期實例，逐漸理解到台灣採行歐洲 DVB-T 規範的必要性，洞悉採用歐規更帶來有利於擴大公共廣電產業在台灣規模的整體作用。這方面的資料與建議對台灣廣電技術有極大影響。

研發部負責的工作，對公視內部還包括了事關公視存續於否的執照更換作業、歷年來公視典章制度的方向建議，提供國際比較、代表台灣公視參加重要國內及國際會議，發表論文介紹台灣公共媒體不同的做法與既有的成績、舉辦不同規模的主管或是董監事成員共識營，透過密集的辯證整理出未來組織發展的重心與目標。研發部同時負責統整基金會人員各項教育訓練、按期追蹤年度的部門工作績效是否契合原本的規劃。

自開播以來，公視的價值一直是社會上部分人士無法具體掌握的概念。因此 2006 年，公視基金會第三屆董、監事聯席會希望可以將較為抽象之「公共價值」，轉化為客觀、具體可衡量的多元評量體系，因而在第二次臨時聯席會議討論通過建構「公廣集團公共價值評量體系」計畫，也同時接合世界公視如英國 BBC、日本 NHK 近年強化問責體系 (accountability system) 的發展趨勢。董監事聯席會更寄望公視可以從國內過度以收視率為單一標準的現況中，走出另一種衡量公共媒體績效的途徑。公視於先前建構公共價值評量體系時，就已成立公共價值評量建構體系專案研究小組，公視策發部繼續承命陸續進行「各國公共廣電之公共價值與品質評量體系研究」、「歷年質化研究二手分析」、以及「公共價值檢測德菲法調查結果」等研究。

公共問責 公共價值 越發必要且重要

當時的策發部綜合以上調查結果，復經多次內部深度討論，制訂出「觸達」、「品質」、「影響力」、「公共服務」、以及「財務與事業營運效率」等

五項構面，再由構面下分列二十五項指標。整體評量模式以日本 NHK 之公共價值評量模式以及香港公共廣電 RTHK 所研發的電視節目欣賞指數調查模式為主要參考，成立「公共價值評量委員會」後，同時委託第三方公正外部調查單位進行各項兼顧客觀、專業的調查。至 2008 年止，公視約以二年為一段落，由研發部發起數次大規模的公廣集團公共價值評量。評量結果作為公共檔案可供外界檢視，也可以做為未來公廣規模擴大時的管理借鏡。在問責制度成為內省與外檢的趨勢之下，研發部負責的公共價值評量勢必更形重要。

另一項研發同仁投入諸多心力的是公視《節目製播準則》的起草。所謂節目包括新聞及一般節目，因製播時空、經費來源、製作動機等因素，對於內容呈現以及內容取得方式都不一樣，其間員工不免發生冒犯、爭議、或是誤觸法律、或違反公共媒體的基本理念而不自知。《節目製播準則》不是一個新概念，國外公共媒體制定後行之有年。例如 BBC 的 Producers' Guideline，號稱全球廣電業界最完整之倫理規範，日後強化內容修正更名為 Editorial Guildline。美國的 PBS 也在 2005 年更新既有的 Editorial Standards and Policies，同時宣布設立自評人 (ombudsman)，專責調查觀眾對 PBS 節目的申訴，並檢討美國專業規範遵循的情況。

當時策發部廣泛蒐集的資料除 BBC、PBS 之外，還有加拿大的 CBC、德國的 ARD 及澳洲 ABC 相關文件和爭議案例，隨之召集全基金會不同部門同仁逐案說明以取得條文文本的共識。這是一個辛勞但必須的過程，唯有同仁不分職位高低真正的出席討論、提出實務困難或思維矛盾爭議之處，公視內部才會有的共識，而非由上自下的命令。

公共電視初版《節目製播準則》於 2005 年 12 月制定完成，策發部立即舉辦多場內部教育訓練。因為唯有將準則條文內化於員工心中，所謂的準則才

有實質意義。2007 年 2 月因公廣集團組成，華視、原住民台、客家台及僑委會委託製播的宏觀台加入，《節目製播準則》因應組織改變，完成修訂一版。

公視同仁製播節目在遇到疑惑，或與主管意見相左時，《節目製播準則》是一個共同參照的原則。然而《節目製播準則》未必能夠涵蓋所有議題、解決所有狀況。在與時俱進的需要之下，公廣集團於 2011 年底成立《節目製播準則》第二次修訂專案小組，仍然由研發部主責，召集公視、華視、客台、原視（離開公廣集團後未參與）及宏觀電視代表同仁，共召開 15 次專案會議後訂定草案。後續經兩年多的付委會議及 PBS 資深製作人 Marc Rosenwasser 來台與公視同仁進行討論，《節目製播準則》第二次修訂草案定稿提報 2016 年 12 月六屆第 5 次董事會議同意通過並正式施行。

公視《節目製播準則》內文的思慮縝密，備受學界重視，台灣廣電監理機構「國家通訊傳播委員會」NCC 也經常引述其中思維，以為一般電子媒體自律之參考。整個繁複的諮詢、資料整理、溝通、說明均有賴研發部同仁的努力得以完成。

研發部是公視重要的對外窗口，出自研發部的文件代表著公視的立論與意見。2005 年時公視主管機構新聞局已經有了擴大公共媒體規模、增加公共媒體影響力的思維。但是各方意見不一，加上華視在公股釋出之後的定位也是一個未定數。為此，當時的策發部承命草擬了《關鍵時刻——媒體改造與數位未來》一冊說帖，以及《建構媒體嶄新地景，打造文化亮麗台灣》的資料。公視策發部代表提出多頻道服務的宏觀計劃，得到極多文化團體與個人的連署，希望政府可以充分而有效的運用公、華視既有分配的頻譜，建置如兒少、文化藝術（公民美育）、多元族群（境內外語）、海外國際頻道、新聞體育專業頻道等來服務分眾。其中部分概念取自於英國的數位無線電視平台 FREEVIEW 模式，可以建立公共和商業頻道合作的機制，以各方多贏

的結果代替惡性競爭。在第二單頻網的分配上建請考慮公視非營利性質，脫離一般頻譜拍賣標售方式，以期在 2006 年底逐步發展出 30 個數位頻道，促進數位轉換並完成製播傳分離的理想。公視也提出了建立台灣共同影音平台—數位片庫的建議，希望能整合國內各領域之影音資料，進而促進創意共享 Creative Common 的理念。這份文件中，策發部和工程部合作提出第一單頻網「新聞局共同平台 95 年度共同塔改善計畫」，以及第二單頻網工程規劃。不論人力、系統預算均清楚臚列。可惜時至 2018 年，國家對既有及新近無線電視業者頻譜分配仍然未能定案，但公視策發部在不同場合已經疾呼修法及建立優質無線數位平台之必要。

2006 年，公廣集團的形式定案，公視既有無線頻譜經壓縮後已然可以承載客家頻道，但很遺憾沒有包括原住民頻道的容量，此事長年為原住民族群所詬病。但是策發部是以公視節目及頻道分配長遠的規劃為考量，必須不時為政策辯護。同年，策發部針對政府提出南部建台的要求，再度蒐集諸如英國 BBC 北遷的國際資料、拜訪南部各縣市尋求土地房舍及地方支援、舉行南台灣意見公聽會。2006 年，公視再進一步就整體媒體發展必須突破技術層面一事，和新聞局洽商承接示範性質的高畫質發展二年計畫，由策發部主責協調公視各單位提出 HD 製播、建棚、傳輸、發射、及節目內容計畫，折衝樽俎於不同部會各種無法整合的意見之中，可謂備極艱辛。其中執政黨不同派系的互不支持，使台灣高畫質發展計畫延宕近乎一年，由原本的領先地位變成亞洲國家的落後者，甚至引發監察院的調查。

2007 年 8 月，「公共廣電與文化創意及數位電視發展兩年計畫」終於完成關鍵簽約。未來更多的責任與希望，已經讓同仁對於這段日子的為文撰稿、公聽會說明遭責難、學者不合理要求、非責任歸屬的測試、官方不支持全局等屈辱拋到腦後。然而，這才是爭取政府特別預算任務的第一階

段。自此，研發部持續依循全球科技發展與廣電技術更新進程，竭心盡力爭取特別預算尋求公視新藍海，已成為研發部的例行業務。

公視的資源有限，連最基本做節目能量都往往不足以為繼。但世界上科技與製播規格日新月異，若不去爭取不同部會的資源加入，若不去以學理及誠摯態度、優質節目品質為基礎，自動請纓擔當領頭羊腳色去爭取創新基礎建置，公視則必然停滯不前，成為「小而不美」的頻道，喪失 1998 年建台的初衷。研發部對此任務從未忘懷。

「公共廣電與文化創意及數位電視發展兩年計畫」第二項行動電視 (DVB-H) 手持裝置結合計畫，係由策發部同仁蒐集資料並建立不同長度以符合行動接收的節目製作流程。原本極受矚目的創新運用因受商業電視台的質疑，復因頻率指配機關 NCC 有意見，要求公共電視必須與其他電視台一同加入「手持式電視實驗性試播計畫」的甄選，所以也成就世界首次公共廣電需要與其他商業電視台一同競逐使用頻率的賽局。後經公視策發部與工程部合作提案，實驗計畫得到評選第一名。這個計畫給予公視技術發展幾個嘗試的先例，也確立了公視在電視研發服務上的地位。

2008 年到 2009 年中，策發部尋求機上盒廠商協助以贈送 HD 機上盒方式，進行全台南、北縣市的高畫質節目內容及排播測試，並以焦點團體方式取得民眾觀影意見，奠定爾後 HD 節目的類型、優先次序與排檔基礎。直到 2012 年 HD 頻道正式推出，組織名稱再度改變成研發部的同仁任務方告完成。此段時期，呼籲設立國會專屬頻道之聲初迭起，研發部同仁亦受命赴國外觀摩為立法院提出規畫草案，成為當今的基礎。

2012 年 6 月 30 日是台灣 ASO，即類比頻道關閉正式全面轉換為數位發射的日期。ASO 絕對不是單純的數位訊號轉換而已，因為無線電視訊號是

免費發送，對於不願意或是沒有能力訂閱有線電視、衛星電視節目的觀眾而言，是最基本的收視需求與資訊來源。其所涉及的資訊告知、學習新收視方法、收視範圍、收視器材購買等問題極為瑣碎但是至關重要。公視研發部同仁鑒於全國有許多銀髮族、身心障礙者及低收入戶必須大量依賴無線電視節目提供新聞及娛樂，他們是公視節目忠實的觀眾，卻是新知識與新技術的弱勢族群。因此公視研究員在取得民間獎助金的偕同支持下，赴英考察並訪談 BBC 專案人員、政府所屬的文化體育傳播部門官員，看看他們如何以落實人人平等的概念，以細膩與周詳的步驟保障弱勢族群收視權益。此份考察報告並提供給負責 ASO 的國家通訊傳播委員會 NCC 做為執行參考。

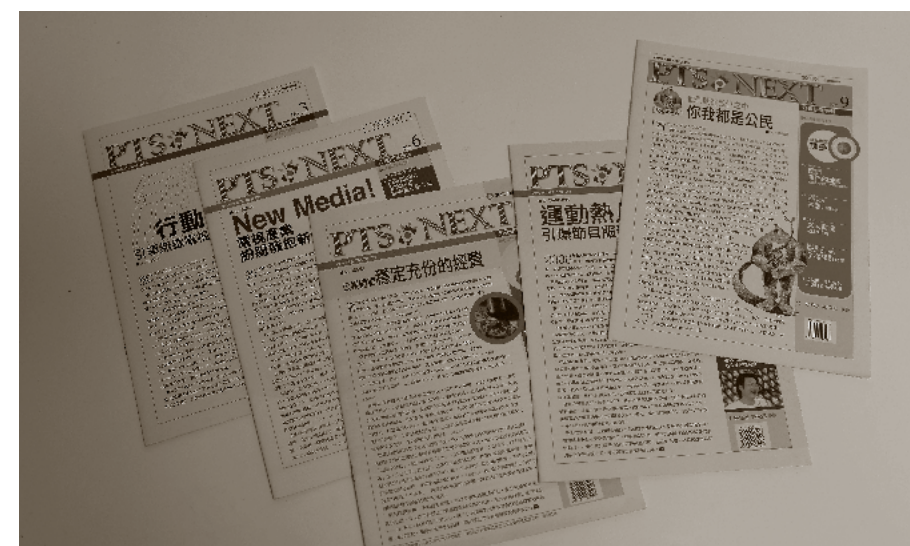
2014 年，國際重大體育賽事已經開始以超高畫質訊號試行轉播。研發部主責向行政院科技顧問小組、科技部、文化部探詢再度以特別預算率先在台灣發展 UHD 計畫的可能，獲得當時前後兩位行政院長毛治國及張善政大方向上的首肯。2016 年代表公視基金會的研發同仁們以詳盡的規劃、和前瞻的論述得到〈超高畫質電視示範中心及創新運用計畫〉專案。至 2018 年中為止，本案已經順利展開，可望有豐碩的成果。

台灣公共電視是全球最年輕但也是經費最少的公共媒體之一。然而在如此現實環境之下，社會各界仍然期待公視必須承擔更多公共服務的任務。所以研發部不僅是幕僚，更是向不同部會爭取法定預算之外預算的前鋒，也同時兼做龐大結案報告及分享的推手，面臨重大法規修訂時，是分析與建言的戰將。2017 公視法修正草案幾經進出文化部、行政院官署之後，又因政府提出的大公廣計畫面臨再度大幅修訂，所有的修法彙整工作仍將由研發部孜孜負責。大公廣計畫涉及更多單位的納入與整併，公共服務與責任的範疇也因此更深更廣。這樣的理想是否可行？是否適用於台灣的媒體生態？各界有支持有存疑，仍有待逐一釐清問題與採取合宜步驟。當年成立公廣集

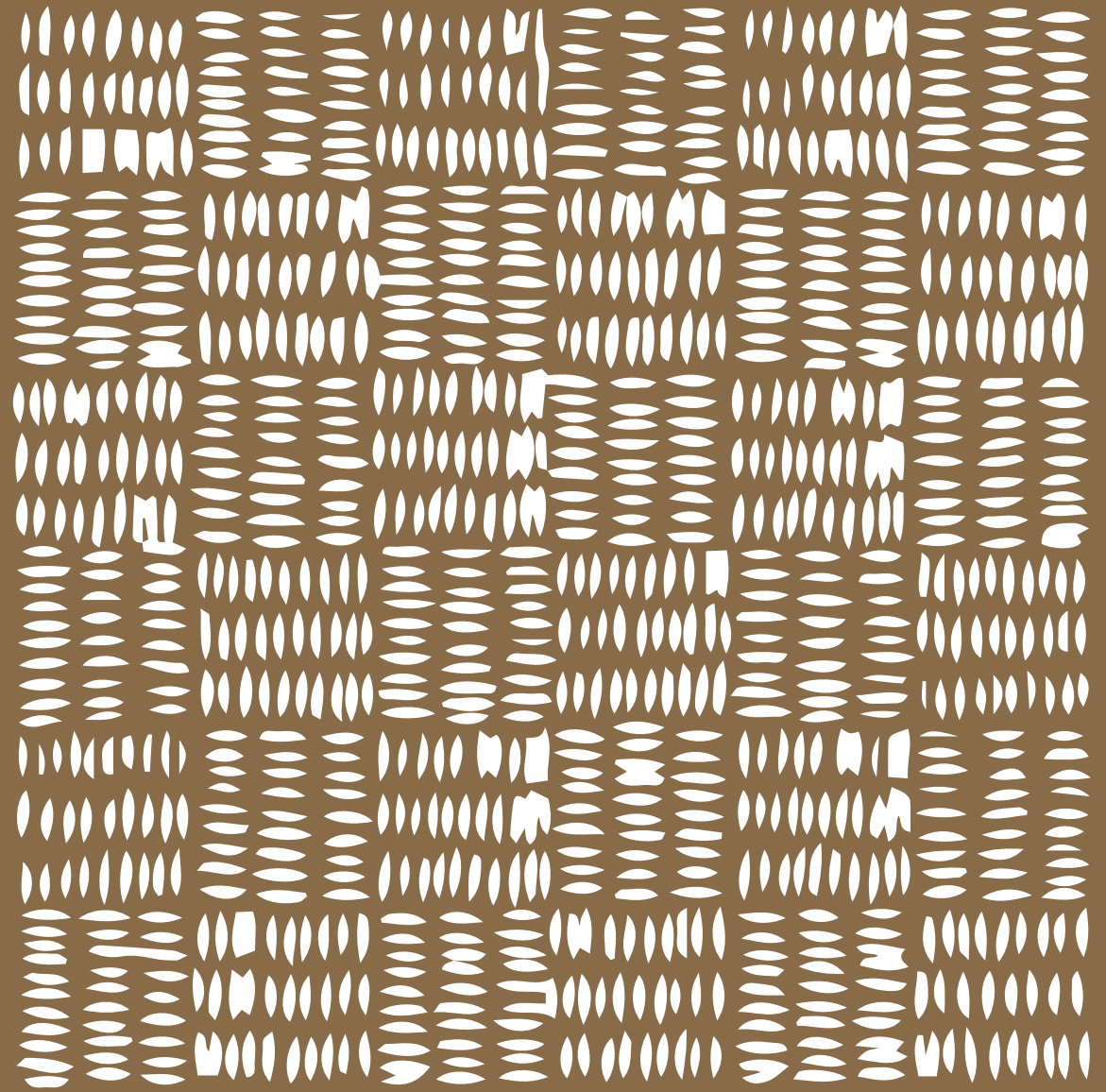
團一路走來未必順遂：族群頻道出走、國際頻道無法達到經濟規模、商業形式的公視子公司業務頹傾……有許多深痛教訓值得參考，未來公視研發部也會以此為重心之一，責無旁貸提供更多法律及管理的意見。因為，希望公視本身好、公廣家族共好、台灣媒體健全，始終是公視堅持引以為念的事。

初期的研發室也好，中期的策發部也罷，目前的研發部亦然，這個員工人數大多階段都只有在十人之內的輕巧單位，卻可以結合所有部門的努力，使公視有不同的樣貌及氣質，創造出和其他商業媒體不同質的貢獻。

(本書顧問孫青採訪整理)



《PTS NEXT》



第 9 章

天涯若比鄰 —— 公視與世界

台灣形象在國際社會中常因各種外在現實因素的壓迫而被埋沒，限制了讓國際看到台灣、讓台灣看到國際的機會。因此，台灣公共電視肩負重責大任，透過影視媒介，讓更多國家看到台灣的樣貌、生活的映照，從獨創節目、紀錄片及各種劇作中認識台灣。

國際其他媒體，也有許多值得台灣學習的地方和值得交流的人才，公共電視的國際部扮演起打開世界之窗的手，從全球的優質影展以及國際會議中，

尋找適合台灣公視的屬性並參與其中，在拓展眼界的同時，也積極接收時下趨勢和節目的最新做法，進而尋找國際夥伴合作。

讓台灣走向世界，讓世界擁抱台灣，這就是公視的使命！公視的國際部就是此任務的主要舵手。

在國際部成立之前，公視設有國際小組，由執行副總孫青帶領來自不同部門的成員：施悅文、林樂群、賴衍銘、張淑娃、王瓊文、鄭琇文與周令惠組成，負責參展策展等相關國際事務，與企劃部規劃組及各關部門協同擔任重要的先頭部隊。規劃組以挑選優質節目參展為要務，力圖在國際上表現台灣的軟實力。

2006年，立法院三讀通過《無線電視事業公股處理條例》，將台灣宏觀電視交由公共電視文化事業基金會辦理；於是2007年1月1日，台灣宏觀電視加入台灣公共廣播電視集團，繼續服務僑胞。因為宏觀電視台的加入以及國際業務日漸擴增，公視於2007年成立國際部，由林樂群擔任首任經理。除了營運宏觀電視台，也承接之前國際小組、部分公行部發行組及企劃部規劃組處理的國際事物，以提升台灣在國際社會中的能見度。

奔波影展 志在增加國際曝光

參展與策展無疑是個浩大的工程，也是與國際最直接面對面的方式。一開始在考慮參與何種影展時，公視是參考當時新聞局的分類，例如四大影展，鹿特丹及日舞影展……。在決定參展時，背後就會有相應的策略性思考，即為參展產品的企劃。國際部先初步有個大方向，面對各大洲的策略相異，大小影展的思維也有所不同，公視在此方面的經驗逐年成熟且相當完備。



2004 年第一屆台灣國際兒童電視影展

透過參展，包括兒少、紀錄片、戲劇等不同面向的影展，讓公視在亞洲及國際上日漸奠定重要地位。國際部的辦公室裡有一面牆，其上擺滿了公視這二十年來國內外大大小小的各類獎項。除了眾人熟悉的金鐘獎，還有國際知名的德國柏林影展、美國紐約電視獎、加拿大班夫電視獎及亞洲電視獎等。公視的成長，牽動的不只是自身的發展，也為台灣影視產業建立了指標。

策展的目的之一是建構國際化的平台。不完全是單方面的對外輸出，相反地，也能引進優質節目及前導理念。公視主導了亞洲首次的 2004 台灣國際兒童電視影展 (Taiwan International Children's TV and Film

Festival, TICFF)」。第一屆 TICFF 籌備時間將近半年，是台灣電視媒體的第一次，同時也是亞洲首次以兒童為主要目標觀眾群所舉辦的國際電視電影展。TICFF 策展人為王瓊文及王耿瑜，影展為期五天，從 2004 年 1 月 9 日至 13 日。除「國際競賽類」單元外，另規劃了「童年時光機」、「動畫停機坪」、「德國停看聽」和「小導演大夢想」四個專題影展。影展期間有超過三萬人次參觀，欣賞國內外八十多部影片；而後決選出的三十部佳作，多數為台灣首映的作品。

催生這次影展的推手是時任總經理的李永得，他認為只有引進國際節目之後，才會更知道台灣自己的水準與地位。於是執行副總孫青帶領團隊自 2003 年 6 月開始籌備，初期短短一個半月內，即收到 230 來自三十個國家的作品參與「國際競賽類」的角逐，規模之大足以媲美其他國際兒童影展。由於舉辦這次影展的成功經驗，已為台灣爭取到更多與國際主流兒童電視電影媒體交流的機會。

公視自 2004 年的 TICFF，是亞洲第一個專為 12 歲以下兒童所設立的雙年影展。創立至今開辦的國際兒童影展雙年展已有二十年多的「漢堡短片影展 (International Kurz Film Festival Hamburg)」下設的兒童影展「Mo & Friese Kinder Film Festival Hamburg」，於 2004 年 6 月上旬，也和公視國際小組共同規劃「Taiwan Special」單元，期間並首次放映五部來自台灣的作品。另外，由波蘭國營第一電視台 TVP1 所製作、相當受到當地兒童及青少年歡迎的兒童節目「5-10-15」，也在 2004 年 3 月下旬的節目中，特別製作台灣單元，介紹本地文化及台灣兒童影展的相關活動報導。

有賴過去幾屆兒童影展奠定的知名度，2010 年度 TICFF 影展吸引了 55 國的 548 部作品參加競賽，徵件數量較上屆成長五成，其中更不乏征戰柏

林、坎城和安錫動畫影展的大片。影片放映部分規畫了「競賽類入圍影片」及「專題類觀摩影片」，共計 130 部。專題類觀摩影片的主題為「理解・傾聽」，多元的表演呈現手法讓大小觀眾印象深刻。

特別要強調的是，此屆影展的開幕片「Bye-Bye 莫拉克」為台灣兒童影展首度發動的創作計畫。有感於 2009 年 8 月 8 日莫拉克風災重創台灣，許多孩子在災難中失去至親與家園，公視迅速規畫了「Bye-Bye 莫拉克」自製系列紀錄短片，邀請黃嘉俊、溫知儀、林育賢、林文龍、張淑滿等數五位導演分頭拍攝，記錄孩子如何面對創傷、詮釋問題、走出傷痛。這個新構想從社會服務角度出發，不僅提醒民眾持續關懷災區兒童，也讓國際兒童影展與台灣重要本土議題緊密結合。

公視舉辦台灣兒童國際影展，主要是希望台灣兒童能藉由多元的參展作品，拓展文化視野。每一年，公視都收到上千件的作品，像邁入第八屆的 2018 年，就有來自 79 國 1131 部作品報名，其中 27 部在柏林影展、多倫多影展、金馬獎影展及奧斯卡、安錫動畫影展等國內外各大展肯定的佳作，也強勢入圍這次台灣兒童國際影展，使兒童影展有機會茁壯成亞洲數一數二的大型影展。

主辦世界公視大展 打造國際形象

「世界公視大展 (International Public Television Screening Conference, 簡稱 INPUT)」，於 1977 年成立，創辦者是一群來自歐美電視界優秀的業者。每年約有 1,000 個節目參與 INPUT 的選拔，最後決選出 80 至 90 個作品，在年會的正式單元中放映。與會者大多來自各國公視、新聞媒體與獨立製片等影視界相關專業人士。INPUT 是國際公共電視極其重要的廣電社群，它沒有頒發任何獎項，但提供一個空間，讓參展的節目能夠良性競爭和觀摩。



2006 年台灣公視主辦世界公視大展 INPUT



2006 年台灣公視主辦世界公視大展 INPUT

台灣從 1988 年公視小組時代的默默加入 INPUT 活動，到日後吳乙峰作品「豬師傅阿旭」入選，到現在每年至少有兩部片入選，聲勢已經不輸日本 NHK 和韓國 KBS，顯示公視在與國際接軌的努力有良好的成果。對公視來說，INPUT 也是一個非常寶貴的教育場域。透過在 INPUT 的專業討論及觀摩，每一年許多公視的製作人、導播、技術人員、記者以及坊間新生代導演都獲得很大概念上及技術上創新的啟發。

值得一提的是，公視團隊在董事長吳豐山與總經理李永得的全力支持下，於 2003 年舊金山 INPUT Steering Committee 中正式提案，爭取主辦 INPUT 2006 年會，經過無數折衝與好幾回如履薄冰的簡報後，在 INPUT Steering Committee，相當於國際董事會全數表決通過下，拿下 2006 的

主辦權，並將「INPUT」的中文譯音定為「映波」。提起爭取主辦 INPUT 年會的過程，當時的執行副總兼企劃部經理孫青說，當時李永得總經理耳提命：「出去就是代表台灣，代表台灣的媒體，一定要注意國家的尊嚴。」

2006 年度的 INPUT 在台灣舉行，這是公視的年度大事，更是台灣乃至亞洲的影視界大事——這是 INPUT 第一次離開歐美而嘗試在亞洲舉辦。當時公視國際小組設定 INPUT 把台灣當成進入亞洲入口的概念，得到 INPUT 核心團隊的贊同。身為主辦方，公視從取得主辦權，歷經兩年精心籌備期，到盛會圓滿落幕的這一路上，不僅展現了公視團隊的能力與影響力，同時完成一次成功的國民外交，大大提高台灣的國際能見度。

首度移師亞洲舉行的 INPUT，於 2006 年 5 月 7 到 12 日展開為期 6 天的「世界公視大展」，共放映了 83 部影片，並舉辦 3 場專題座談，同時也舉辦熱鬧的「開幕儀式」與「地球村」兩場聯誼活動，由公視當時董事長陳春山正式致詞。1,401 名來自全球六大洲、49 個國家的公共影視家族成員齊聚台北，參與盛會。



2006 年世界公視大展 INPUT 在台北

2006 INPUT 的節目特色，除有來自各國公共電視極具創意的紀錄片，也涵蓋戲劇、座談、娛樂、動畫及兒童節目，堪稱是歷年 INPUT 節目最多元化的一年，節目的平均品質也相當整齊。

台灣地區節目則有公視委製周美玲導演的紀錄片《黑暗視界 (Vision of Darkness)》及本地台科大師生製作的動畫短片《立體悲劇 (Cubic Tragedy)》獲得入選。

許多國際影視界重量級的人物因 INPUT 盛名而首度來台，是台灣影視界在國際專業交流的一大突破，也撒下了國際合製的種子，並促成公視與蒙古公視的交流計畫。在 INPUT 的三場專題座談 (Special Session) 中，公視充分與來自世界各國的專業人士交流。除提出未來發展的方向，讓與會者了解亞洲地區電視台的運作方式；並分享國際合製的經驗，讓與會者對各國公視的資源與特性有進一步的認識，進而討論國際合製可能面臨的實際執行問題，以及國際合製案資金、影片類型、主題等關鍵資訊。許多同業與外賓都說，這次台灣的盛會是他們參加過最優質的 INPUT，無論是影片、放映與服務品質，都是前所未見的成功。多數國際選片人在 INPUT 之前都沒有來過台灣，甚至沒有來過亞洲，此行讓他們留下深刻印象，西班牙的選片人 Joan Carreras 說：「我從來沒有去過任何一個地方，有這麼多友善的人！」

台灣公視自 2003 到 2006 年都有製作人擔任 INPUT 的選片人，參與選片人核心的三人小組。三人小組要負責節目調整與人員變動的協調事宜，在 2 月與 5 月期間，不斷進行國際電話會議，以確保 INPUT 能順利進行。由於公視參與了這部分工作，因而能完整掌握 INPUT 的節目變化，這使得公視在 2006 年舉辦 INPUT，減少許多不確定與意外的變化。當年共有來自 52 國的 277 個節目進入國際複選，最後有 35 國的 83 個節目脫穎而出，組合成 27 個單元放映。

2006 年台北 INPUT 的宣傳工作上，採用國內、國際、階段性多元並進的策略構想。整體視覺設計靈感來自「全球電視界的年度大團圓」，以及「首

次於亞洲城市舉辦年會」的概念。活動的美術設計由公視製作部美術組同仁負責，台灣特有的寬尾鳳蝶為主體設計元素。國際宣傳強調喜氣及東方文化；國內則適度簡化線條及色彩，創造出現代簡約的視覺效果。客家花布圖案將場地台北國際會議中心布置到令參與者人驚嘆的美麗，成為國內外 INPUT 人津津樂道的回憶。



2016 年世界公視大展之客家花布主視覺

國內宣傳的工作內容，包括中文網站、報名動員、製作文宣品、宣傳影片、記者會、新聞稿發布、安排訪談與報導。媒體試映記者會於 2006 年 5 月 5 日舉辦，邀請 INPUT2006 大會主席及台灣地區入選導演周美玲和演員全明遠出席。海外宣傳的第一波，始於前一年度 INPUT 2005 的舊金山年會上。第二波則仰賴各國的迷你世界公視大展 Mini-INPUT 主辦單位散布相關訊息，並請駐外辦事處協助宣傳。另也透過特定國際媒體刊物的披露，例如《TV Asia》、《World Screen》及美國業界的《Current 雙週報》，將訊息有效傳遞至國外業界。接近會期時，所有入選影片的精華帶，亦得於美國公視洛杉磯分台教育頻道 (KLCS TV) 等國際友台播映。

因為首次在亞洲舉辦，推廣上也特別著重同屬亞洲地區的業界。目標觀眾名單的收集，更增加亞洲的比例。海外報名也因宣傳策略奏效而明顯拉高，特別是如蒙古、泰國、中東等地區。活動期間，加、德、法、南非等多國駐台辦事處，也都另外舉辦宴席歡迎該國參加代表。這樣多管齊下的宣傳策略，堪稱是另類打造公視與台灣國際形象的最佳捷徑。

解嚴之後的台灣，創作自由不再受限，而得以自在揮灑。觀照整個社會脈絡，這樣奔放的創作能量反應在電視媒體上，便成就了內容多元的節目。自由民主的價值觀，提供自由創作最良好的環境。

公視的公民新聞 PeoPo 成立於 2007 年，是台灣第一個公民自主影音新聞平台。在日本京都舉行的 2009 年 INPUT 上，公視代表即以 PeoPo 公民新聞為題，以公民記者在風災與後續報導上的活躍表現，發表精彩演說，獲得與會代表的高度肯定。



2017 年 PBI 在羅馬尼亞錫那亞會場

廣電社群 台灣積極參與發聲

公視在國際間耕耘多年，是國際公共廣播組織 (Public Broadcasters International, PBI)、公共媒體聯盟 (Public Media Alliance, PMA) 的一員。公視國際部也積極參與全球重要影展，作品屢獲佳績。亞太廣電聯盟 (Asian-Pacific Broadcasting Union, ABU) 為聯合國相關媒體會議組織，台灣公視雖然非其會員，也仍每年積極參與活動。

公視以公共服務媒體的身分參與國際公民社會，分享自身經驗，讓台灣在國際發聲，也藉機爭取一席之地。參與國際組織以及廣電社群，對政治現實環境處於劣勢的台灣，是一場艱辛的戰役。

國際合作 多年努力豐碩收成

有別於其他的商業電視台，公視在營運上少了廣告收益的壓力，讓作品品質成為最優先考量，思考如何讓台灣的影視產業有國際水準，在台灣的市場規模及資源的限制下，製作過程的國際化是一種的出路。

2004 年，由台灣公視、英國 BBC、德國 WDR、奧地利 ORF 四國公共電視合作完成的生態紀錄影片 Typhoon Island《台灣生態探索》，先後在四個國家播出，是公視第一個國際合製案。《台灣生態探索》是由前 BBC 資

深野生動物影片編導兼製作人 Nick Upton 拍攝，擁有動物行為研究博士學位的他，發現台灣這塊長期遭受大自然力量破壞的土地，竟然擁有如此豐富的野生動物資源，於是興起拍片念頭，他 2003 年與公視接觸洽談合作拍攝，公視國際小組擔任重要的 local fixer，全片隔年 8 月完成。此片以颱風為前導，野生動物的棲息為主軸，藉由動物的遷徙百態，分八大段落探討台灣面臨的自然及人文衝擊，由於內容囊括 67 種台灣特有生物，因此備受國際矚目，除了原先的英文版，公視特別製作國、台語版本，並邀請吳念真擔任配音。



2009 年紀錄片《返家八千里》

自此，公視開始發展國際合作，從最早單純將台灣自製的影片加上英文字幕向國際推銷，讓國外的閱聽人士知道公視的作品內容，到如今發展與國外電視台或製作公司合製內容。公視長期埋首扎根，在最近這幾年已逐步嚐到美好的果實，不只自身實力提升，作品也逐步登上國際舞台。國際部所經手的優質國際合作節目《母老虎飛飛飛》、《返家八千里》、《司馬庫斯》、《話畫——清明上河圖》、《稻田裡的音符》等，亦請參考本書第五章內文。2013 年出品，描繪台東縣成功鎮傳統鏢旗魚手故事的《戰浪》成功進軍 NHK、KBS，2014 年以全球蜜蜂消失現象為主題的《蜂狂》外銷到 BBC。

國際部施悅文經理對於國際合製有很深刻的體悟：「國際合製做到最後就不覺得在做國際合製，你其實是在組一些團隊，跟做其他節目沒什麼差別，以前是我們想把台灣的元素推出去，整個發展軌跡很有趣，從國外一些人想來拍，我們協助拍攝，一直到第二步，我們一起參與研究，從田野開始就去參與，到現在，我們來起案子…整個背後的精神沒有脫離國際部的使命，就是以節目為核心的國際交流。」

建立人脈 志同道合廣交朋友

國際合製的另一層意義是建立人脈，舉凡世界各國的產官學，透過官方或非官方關係，來台灣參訪交流甚至研究，對台灣公視的製作概念都有很好印象。台灣整體環境的自由度高，相對亞洲其餘地區而言，有較多元的發表管道，於是同志議題、女性議題及勞工議題等的創作，便透過國際部窗口成立網絡。在此同時，台灣也參與區域策略聯盟，在地區中提高自身影響力。

亞洲提案大會 (The Asian Pitch, 簡稱 TAP)，便是由日本 NHK 發起，加上韓國公視 KBS，新加坡的 MediaCorp 和台灣公視組成的聯盟。這個

平台開放給全亞洲的工作者提案，由四家業者共同出資來委製屬於亞洲的紀錄片。2009 年台灣導演楊力州作品《紅盒子》、2012 年史祖德導演的《麥田裡的海員》，都是透過此聯盟將作品打入國際市場。

2016 年八月亞洲紀錄片提案大會在公視大樓舉辦，是 TAP 成立十年來首度移師台灣，總計有二十多位外賓來台參與。

合製劇集 增長影視專業知識

與國際接軌的艱苦，除了外在環境的險峻，還有台灣本身條件上的諸多不足。語言隔閡是一大障礙，此外，工作習慣也是一個問題，在國際合製的時候，也可以知道台灣媒體業者在各層面還有許多需要努力之處。施悅文回憶，公視之前在台東跟 NHK 合作《跨越黑潮計畫：竹筏出海紀實》，日方從勘景作業就與我方不同，NHK 堅持先會勘方圓十公里，而公視是依據拍攝地點定點勘景。但如果就要因此臧否台灣則有些偏頗，因為日方 15 分鐘的節目，製作費就高達 4500 萬台幣。相較之下台灣的經費有限，自然無法完全比照日方的拍攝模式，但是專業素質的訓練與要求，台灣仍是可以借鏡。

在與國際接軌歷程中，影集《通靈少女》是值得細細討論的一項作品。這部 2017 年首度播映並獲得空前成功的影集，不僅是公視推動國際化的一大里程碑，也讓台灣團隊吸取很多製作專業的知識。編劇兼導演陳和榆在 2013 年以《神算》參加公共電視學生劇展，並以此入圍金馬獎最佳創作短片，而後更榮獲 2014 台北電影節最佳短片。《神算》揉和了台灣傳統宗教的宮廟題材和青少年成長故事的國際架構，兼有獨特性與國際性；而《神算》的好成績，不只代表台灣短片題材的創新，更讓公視看到將台灣題材推向世界的可能。

通靈少女 聯名 HBO 亮麗現身

為了實現這個可能，公視採取緩步推進策略，先打好基礎，再往外尋找合作機會。目標日後國際合作，公視所採取的第一步，便是將作品翻譯成英文，積極參加國外影展。依循此策略，《神算》於 2015 年抱回新加坡國際兒童影展最佳真人短片獎，並成為法國阿普夏「一國一片」影展及芬蘭世界公視大展的台灣代表。國際影展的獎項成績，代表國際間對於此題材的接受度。確認台灣傳統題材在國際市場的可行性後，公視跟國外團隊密切聯繫，尋求任何可能的合作機會。在編導陳和榆、製片劉瑜萱的努力奔走和公視的積極牽線下，獲得新加坡稜聚傳播 (InFocus Asia, IFA) 和 HBO Asia 的合作。於是，以《神算》為創作基底的《通靈少女》成功成為 HBO 第一部亞洲非英語影集，而公視也成為 HBO 的聯名 (co-branding) 夥伴。



2017 年《通靈少女》開鏡儀式

事實上這樣聯名合作的形式，不只是公視的第一次，也是 HBO 的第一次。HBO 非常注重自身品牌價值，因此在一開始並不希望聯名，而是希望純粹掛名 HBO。然而公視為累積台灣作品的價值，堅持參與前期製作，以品牌合作提高能見度。HBO 和公視一樣，是以品牌為導向的電視頻道。在明白公視立場後 HBO 也欣然接受，願意攜手合作，打造品質優良並符合觀眾期待的作品。

保留台語 呼應本土宮廟文化

在影片製作邏輯上，HBO 身為商業品牌，需考量亞洲整體市場的喜好和影片播放限制；而公視角度，則是希望在市場之外確保創作自由。這樣的本質差異，讓三方團隊在拍攝過程中時常需要互相協調。以影集語言為例，原本 HBO 並不希望影片中有台語發音，但在宮廟，台語是最基本的溝通語言，如果除去台語元素，便大大減損故事敘述上的立體性。為確保台灣宮廟樣貌能完整呈現，台灣團隊積極與 HBO 溝通爭取，最終才得以保留台語，也讓作品能呼應台灣傳統。

《通靈少女》的合作，讓台灣團隊學習到國際標準的製作流程。台灣影視產業在處理劇本上，有時會採邊拍邊寫的形式，而《通靈少女》聯名夥伴 HBO 在撰寫劇本前，則會先針對亞洲市場進行研究，了解觀眾的喜好，並以此決定每一集的橋段設計，在劇情中放置讓觀眾共鳴的元素。同時考慮影集續拍的可能性，完整交代各個角色的背景和狀況，讓影集得以在原有架構下繼續延伸。

拍攝技術方面，參與的國外團隊面對每場戲的燈光設計安排、攝影分鏡都極為嚴謹，和國內影視產業著重現場，依經驗調度的方式不太一樣。彼此溝通協調之下，公視從中學習成為日後製作影視作品時的養分。

編導人才 接棒登上國際舞台

《通靈少女》第二季已確定開拍，網飛 (Netflix) 也與公共電視學生劇展出身、得到金鐘獎肯定的馬來西亞導演柯汶利及台灣編劇陳昱俐合作，推出首部華語電視劇《擺渡身》。《擺渡身》的監製史密斯 (Frank Smith) 讚揚：「台灣影視界具有非常多創意的潛能，柯汶利是個善於引用當地亞洲文化與國際接軌的新銳導演。《擺渡身》探討很多現代社會的議題，但在劇本和故事情節上會呈現不同的亞洲戲劇觀點。」



公視〈學生劇展〉《自由人》

柯汶利之前以公視學生劇展短片《自由人》一鳴驚人，《自由人》以中華民國最年輕死刑犯湯英伸的故事為雛型，這部公視學生劇展不只拿下波蘭克拉考國際影展 (Krakow Film Festival) 劇情片最佳導演獎銀龍獎，因而獲奧斯卡金像獎「最佳實景短片獎」提名，這是台灣首次有短片提名此獎項。《擺渡身》也是取材真實社會案件，包含死刑犯對追尋自由的執著。另外，來自緬甸的導演趙德胤以《翡翠之城》入圍金馬獎後，也再與公視攜手跟法國洽談新的合作。在國際上越來越亮眼的「台灣出品」就是公視未來持續努力的目標。

芬蘭的公共電視總監曾對《通靈少女》的導演陳和榆說：‘You are the rising star.’ 全世界的公共媒體都在努力開發新一代的人才，希望能夠永續經營。公視在《通靈少女》這一役，巧妙地以本土元素串接國際形象，再次驗證了公視不僅提供優質節目，也善盡保存台灣文化的義務。

南向發展 台灣找到市場契機

前進東南亞當然是個確定的方向，不單單是因為新南向政策，重要的是地域上的鄰近性。許多從東南亞來台的新住民缺乏獲得母國資訊的平台，而在台灣出生長大的新住民第二代，更失去了了解母國的機會。為了解決這項問題，公視在近兩三年開始加強跟東南亞國家諸多電視台的接觸。據 HBO Asia 表示，《通靈少女》在新加坡、馬來西亞、菲律賓等市場，都創下所有亞洲原創影集中的最高收視率。這種跨國合作模式與成功經驗，也讓人看到推動台灣影視躍上國際舞台，打入東南亞市場的新契機。

公視國際部也跟美國翠貝卡電影節 (Tribeca Film Festival) 合作，取得保障名額參加全世界的短片巡演和輔導的機制。施悅文經理說：「翠貝卡跟日舞合稱美國兩大電影學院組織，本來只是要輔導東南亞的，但我們用實力留住了他們的目光。」可見在南向之際，台灣也有機會藉此表現自己實力，並獲得更大的舞台。

公視未來 紀錄片將有新亮點

施悅文建議：「雖然國際合製的大門因戲劇而打開，但未來的合製也會放在紀錄片，因為紀錄片可以展現台灣價值。」紀錄片是象徵民主價值與創作自由的溫度計，也是對國際發聲的一大管道。公視出品的《紀錄觀點》、《獨

立特派員》、《我們的島》等等長期產製的各類型紀錄片，投射的就是一個社會的發展，一個民主的進程，包括各種社會現象的詳細描述跟後續追蹤。紀錄片可以說是全世界公共電視的精髓，長久以來公視企劃部購片組挑選並播放來自 BBC、NHK 等世界各國的影片，受到很多觀眾喜愛，挑選的片單主題涵蓋生態、科學、人文教育、政治議題、選舉、民主的進程等。國際部也負責紀錄片平台工作，施悅文表示：「近日規劃的自製紀錄片會朝藝術的方向進行，也將跟法國的頻道國際合製藝術類作品。」



2016 年亞洲紀錄片提案參與者合影

讓公視成為台灣在國際上的品牌

公視董事長陳郁秀在擔任文建會主委時深覺，「台灣是一塊寶，沒有被大家所認識，沒有被大家所磨光，希望長期耕耘後，透過電視，專業工作者將台灣文化磨光成鑽石，讓民眾與國際認識鑽石台灣。」陳郁秀 2016 年上任後，經營團隊以台灣、國際、策展和新創等方向多管齊下，提出有架構及有脈絡可循的節目規畫，「希望公視能變成品牌台灣，備受國際肯定。」這是陳董事長心中的願景。

公視國際部從成立以來，皆持守著「以節目為核心，向國際接軌」的理念，以台灣為創作主體，用軟實力讓世界看見台灣文化的璀璨。

媒體科技的革新日新月異，若稍有閃失，就會錯失國際潮流帶來的機會，唯有做足準備、勇於出擊才能找出活路。公視國際部同時扮演著創新者與引路人的角色，透過國際合製的技術移轉與知識積累，公視讓台灣的廣電人有了更多的可能性，並讓作品可以在世界各國的電視台展出。公視以各層面的努力創造契機，用節目讓世界各地的閱聽大眾領略台灣文化的綺麗，真正達到讓世界看見台灣之美的初衷。

（特約撰述李懿芳、楊靜嫻採訪整理）



第
10
章

CHAPTER 10

勇氣與承擔 —— 公視未來與前瞻

頭綁白布條，在立法院埋鍋造飯爭取《公共電視法》三讀通過的記憶猶新，轉眼公視已開播 20 年。

為兒童節目《水果冰淇淋》命名的女娃，已是兩個孩子的媽；眾多年輕熱情、甫離校門就進公視服務的青年人，在此結婚生子，公視寶寶一個個出生，今年已要上大學了…。

這段勇敢又溫柔的時光，我們一起伴隨公視走過 20 年。日日、月月、年年…，如同電視畫面般，一幕幕、一場場、一齣齣…，如此清晰、又如此難忘。

然而，一路走來，時間從不等待，此時看公視，仍是承載了許多期許與責任，從外界的期待大致可歸納如下：

一、對於政府：預算上，政府應儘速回應合理額度問題；法源上，文化部應積極提出合宜修訂。

二、對於公視：應建立有系統的公共問責機制，包括治理與管理兩個不同層面的問責；有口皆碑的好節目，在數位匯流時代應開拓更多的管道，讓更多人知道、看到，更轉為支持。

同時，2006 年華視公共化，但政府承諾的附負擔捐贈未履行，民股仍有 17% 未買回，華視連年虧損，10 多年來造成的問題與窘境，也是政府與公視治理團隊需面對的課題。然此書主以公視 20 週年為文，在此略過不論。

外部期待 —— 資源挹注、組織調整

多年來，公視預算不足已是各界急呼籲的問題，但是至今仍懸而未決。今年 5 月，監察委員包宗和、仇桂美提出的公廣集團調查報告也指出，目前公視經費由政府每年捐助新台幣 9 億元，實屬杯水車薪，有限預算僅能維持正常運作，且各界捐款收入日益降低，製播成本又不斷提高的窘境，已影響公視節目的產製；報告中同時表示，要有效解決公視經費短缺問題，文化部應積極將公視經費來源納入《公共電視法》修法重點中。

今年初，文化部長鄭麗君對外表示，正在草擬《公共媒體法》，希望整合公視、華視、央廣、中央社，並設立公共媒體發展基金，改變機關編列年度預算方式，以維繫公共媒體獨立性，預計今年 2018 年底通過立法。



公視第六屆董監事

媒體改造學社理事長馮建三表示，對文化部正在草擬的《公共媒體法》並不反對，但已經進行一年多了，草案還沒出爐，再加上現今朝野互信基礎薄弱，未來立法時程必定會拖很久；其中又涉及中央廣播電台、中央社等不同組織整併的問題，私人企業合併都有不少失敗案例，何況非營利、準公務機構的央廣、中央社，其反彈力道或溝通成本將更可觀，可以預測將是一條荊棘的道路；現在正在推動的《公共媒體法》，對公視燃眉之急的預算不足，短期內得到改善並不樂觀。馮建三認為，現在公視有 9 億元捐

助預算，再加上每年額度不一的專案預算，是兩個平行時空在進行；前者是連基本維運都不足，後者是不確定狀態經費，又需配合政府會計時程與採購法，對於公視的成長不是好事情。對臺灣電視媒體生態的發展，更不會有良性的循環。

國家對於公共媒體政策是一個問題，如果在政務上沒有思考公視的問題，只說尊重自主，無法產生實質作用，且公共媒體發展亦是政府的責任，近幾年來，文化部雖然也爭取社發、前瞻等專案預算挹注公視，但馮建三認為，「公視法只規定不能低於 9 億元，沒說不能高於 9 億元，現在預算天花板打不開、不修法，公視就變成這樣子。」他也有信心的說，如果公視有合理且持續的預算，公視一定有能力提出長期規劃。

現在常常說不要政治力介入，但是立法、預算都是政治力介入，馮建三直言，「精準的說，不是說要不要介入，而是該介入要介入，不該介入不要亂介入。」他對政府文官體制也有信心，他說，「政務官不應該不消極、不作為，應該制訂方向，事務官就會規劃策略，一定可以提出來的。」多年來，媒改社努力使力的就是不斷主張、論述、呼籲，讓政務官聽到、聽進去、進而想法與方向。

《公視法》第一條就立法目的寫明著：「為健全公共電視之發展，建立為公眾服務之大眾傳播制度，彌補商業電視之不足；以多元之設計，維護國民表達自由及知之權利，提高文化及教育水準，促進民主社會發展，增進公共福祉，特制定本法。」曾任公視第一屆董事、現為國立臺灣師範大學大眾傳播研究所兼任教授林東泰也指出，其立法旨意引領台灣社會往前走的積極性已降低，早已不符合社會潮流；現今說的公廣集團也只是表象，也未能提供公視轉型機會。



2018 年監察委員仇桂美委員與包宗和委員參訪公視瞭解
「超高畫質電視示範製作中心」相關設備建置事宜

公共媒體的根本定位，是利用公共的影視媒體從事公共服務，最基本的是提供民眾資訊，在影視上提供民眾需求。舉凡公共領域事務，成為整個社會意見溝通的平台，即是公共領域媒體的使命與責任；然而，台灣媒體觀察教育基金會公共事務長林福岳直言，「20 年來，我們看到最大的問題其實不是公視本身，最大的問題是政府，政府始終沒有搞清楚公共電視真正在社會上的定位、使命與該做的事情。」政府沒有很認真把公視當成一回事，無論是經費、資源、法規、人事等運作，都沒有將公視當成專業引導台灣影視文化的



行政院科技會報辦公室參觀 4K 攝影棚

角色去思考，單看經費這件事情，現在還是世界公共電視中的最後一名，政府至今無動於衷，林福岳表示，「雖說錢多不一定最好，但可以看出整個政府或這個國家，並沒有把公共電視當成一回事，其他專案預算只能執行一年，是很麻煩和奇怪的事情。」

外界對公視組織最多的批評，人員多、人事費高，公視自己不做節目，都是委製。以 2017 年為例，就人力結構分析，公視人力總數 881 位，人事費用占整體收入比 40.30%，與一般 781 位（107 年 3 月資料）商業電視台



「超高畫質電視示範製作中心」調光工作站

約三成相較尚為合理；其中，與內容相關之人力為 540 位，約占總人力 61%。就節目製作時數而論，整年度總製作時數中，70% 自製時數，4% 委製時數，0.8% 合製，25.2% 購片與捐贈；在節目製作總時數中，自製量有七成，遠遠高出委製許多。以數字來說明，應可說服外界的疑問，然這些批評卻從未間斷。

再者，20 年前，公視法定預算 12 億元，有一個頻道，製作技術以類比為主，當時董事長吳豐山說，「一年 5 億元的人事費用不能再少。」20 年後，公視法定預算 9 億元，有三個頻道，製作技術已提升到高畫質、甚至超高畫質，人力薪資調整與實際工作增加等現實已形成。20 年前後的對照，只有荒謬。雖然近年來，文化部爭取社發、科技、前瞻等專案預算，但執行時程至多 18 個月，需遵照採購法作業，需製作完成並播出，需完成會計師簽證與結案報告。這些行政流程與製作時程，對於內容創作限制極大；年年不同、不等的專案預算，形同不穩定的製作預算，對於內容規劃已無策略。不過，近幾年，文化部積極爭取專案預算的努力，仍是要給予肯定，若無這些預算，現況無法想像會多慘烈。



公共電視陳郁秀董事長、通傳會詹婷怡主委
出席 2017 年公共電視國際研討會——「4K 新世代」

公視面對的挑戰，正是一個媒體最關鍵的「預算」；但是，台灣社會對公視仍是有其期許，在預算不足的此刻，公視還是要有作為。

林福岳以英國公共電視 BBC 和亞馬遜電商 Amazon 合作為例，一個英國的公共電視和美國的商業網路公司在 2016 年合作，希望愈多人看到自己的東西；本身是平台的 Amazon 也跟 BBC 合作做節目，進入到內容製作；公共

電視是不是可以和其他媒體或不是傳統媒體，像網路平台或通路商，或者更多的商業平台去開創更多合作的可能和機會？未來可以努力。

代表媒體觀察教育基金會接受訪問的林福岳也表示，公視要做「好節目」、做「好新聞」、做「好內容」，事實上公視很多節目也確實都得獎，整個社會也是肯定的，可是相對來講，收視的狀況呢？這是公視下一步要努力的事情。公視應先在華人社會建立口碑，公共電視所產製的節目，在華人世界中占有特定的位置和認知，其公共服務不止是台灣地區，公視所要努力不止是做好內容，而是「被看見」、「被大多數的人看見」，這是公視 20 年來最辛苦、也最該努力的點。

馮建三對公視有高度的期許，同時也對公視內部的人喊話：從台灣的媒體環境來看，公視相對比較好，公視做得好，是法規制度提供了保障，公視人不宜視為理所當然。公視人更可有企圖去思考與努力：公視怎麼樣對台灣媒體有良性變化的作為？有豐富能量的幫助？而且，如果公視內部覺得自己做得不錯，自己也覺得有道理，需要更多的溝通與說服，消除外界的負面印象；不論多少年，公視都要持續檢討、溝通與爭取支持。再者，公視工會不應該是一個制式的工會，被理解成只是照顧自己工作條件的工會，應該做比較多的內部討論與勞教等，形成勞雇良善的組織文化，成為公共媒體工會的典範。

馮建三也提出，公視董事會的定位在法規上不可能寫清楚，就現況來看，每屆運作情況都不一樣，其中多造成了內耗的、或彼此各種衝突掙扎的都有；歷年來，公視董事會的組成充滿政治角力，這是非常扭曲與不應該的事。

每一屆董事提名時都容納各方的人，希望聽取不同意見，有各方的意見和聲音在董事會裡，這當然是件好事，但並不一定要當董事才能做到，如果只

是為了聽意見，不需要這個人成為董事。到底什麼樣的人才是公視董事會需要的？是在影視方面有其專業能力和經驗的人，可以帶動整個公視的發展，亦或是跨領域與多元專業的人，是可以引進資源創造更多的可能？這些都需要更多對話。

內部期許 —— 新公廣、新理念

身為治理團隊董事會的董事長陳郁秀表示，「現在坊間所講的大公廣，是把所有的資源整合；對我來講，並非『大』那個字，應該是新公廣。『新』不是在講大或小，而是一個新概念的公廣，也就是未來的趨勢和挑戰。」公視現在最大的問題是因為科技數位、資訊傳播與民眾收視行為完全改變，因此，對於媒體影視的發展需要重新思考、要重新界定問題。民眾隨時隨地透過不同載具，只想收看對他們有吸引力的節目，長久以來一直在討論的頻道數量、必載、定頻等一般傳統關心的議題，都已經不同，甚至連反媒體壟斷的議題，都要重新去界定。

在新公廣的概念下，可以從三個面向來努力。第一個是跟上時代的變革。因應數位匯流時代，在沒有大眾的時代，面對無數的小眾，公視怎樣去做整體的改變？如何滾動式的與時俱進？現在是一個沒有任何人能夠精確掌握的時代，公視必須時時檢討、時時進步、時時跟上時代。從裡到外的技術、觀念、制度、學習等，都是需要不斷前進。公廣集團妥適的整併，各頻道重新定位、安排，軟硬體資源有效整合運用，已是勢在必行；希望一個組織精實明確，功能符合趨勢需求，資源到位的新公廣集團能儘早呈現在國人面前。



公共電視超高畫質 4K OB 車打造建置過程

第二個是公共媒體的責任。公視提供公正、正確、可信的資訊，維護各若是群體多元、平易的近用權，是無可取代的任務；這個核心價值也不能因為現今媒體環境紛雜，或公廣集團資源不足而動搖，一定要維持且不斷強化精進。整體來看，節目品質精緻已是有口皆碑，但收視觀眾較為菁英，許多的小眾如幼兒、長青等不同年齡層，或是文化、藝術等不同類型，公視都應該有平等的服務，對於各個不同的族群與不同的收視群，都必須做更精細的考量與規劃，有精緻、生活的或教育性的等等，這個挑戰公視內部需積極面對。

第三個是國際性的拓展。在數位匯流收視無界線的時代，影視音的市場也是最需要全球化的一塊，現在大家都說「最在地、也最國際」，公視的內容要從台灣出發走向國際，透過影視音除了服務國內觀眾外，也要創造台灣成為一個平台，更積極推國際一起投資、一起創作；亦即內容從台灣出發、串流國際，展現美好台灣、鑽石台灣。

而帶領管理團隊的現任總經理曹文傑則表示，「我認為總經理這個位置，像接力般，是一棒接一棒。」她對公視製作的內容不擔心，因為已經有很好的基礎與準則，但是對於組織發展有嚴重焦慮感，工作熱情要如何要求？考績制度要如何認真執行？中階主管的領導要如何賞罰分明？公視組織要如何改善體質？曹文傑拋出了許多疑問。去年底、今年初，管理團隊已陸續針對組織規程、組織架構圖、薪資管理辦法、員工優惠退休暫行辦法等提出修訂，目前也與工會協商中，預計今年（2018）提董事會討論。

工會期許——溝通、互信、尊重

公視工會理事長張世傑第一個指出的是「溝通」問題，特別是面對資訊科技時代，公視要有促進新型工作和工作方式的合作，但是，公視經營管理的資訊不對稱，造成上下資訊有落差，基層員工、甚至基層主管都沒有充分得到完整的資訊，許多員工來工會申訴，多是不清楚或誤解，透過溝通其實就可以解決，工會也經常協助說明，與各基層間溝通。而在工會與管理團隊協商過程中，管理團隊往往不了解各基層中發生什麼問題，顯示管理團隊對於基層的情資掌握不清楚；工會認為公視內部溝通不順暢，造成了溝通成本大增，更多時候，勞雇協商也有反反覆覆的不確定情事。

張世傑認為，勞雇雙方可以透過不斷的溝通，捐棄成見，建立互信與尊重，將管理中最複雜的勞雇關係予以透明化、單純化、條理化，讓組織內部屬於經營管理上的許多衝突與矛盾能夠迎刃而解，則勞工的工作尊嚴與成就感自能被適時激發，而忠於工作的熱誠也不易在逆境中被淹沒。

再者，工會對於勞工董事再次提出其訴求，工會認為，勞工董事制度對於智力與人力高度集中的電視產業，實著重要；對於全民資產的公共電視產業，

更是固本的支柱之一。公視制度的董事成員，採取歐洲傳統的理事制度，為社會各界的賢達代表，而非實際執行經營管理的中樞，此一制度依據國際標準，常搭配董事會自行聘任之經營監督委員，以補強其經營知識的不足。然現行制度並未有此一設計，在大環境巨變的現今，勞工董事機制可視為彌補之最佳作法。

依據最新發展而論，歐洲聯盟提出產業民主最新發展方針表示，推動被雇方參與 (worker participation) 之公司治理制度，透過工人法定之參與公司的決策，促進一個有競爭力、民主的、有社會價值觀的歐洲社會形成。據此，公視目前實行勞工董事推薦代表，合乎此一精神。產業民主模式，是一個強調「勞工參與、專業管理」的制度；是一個既能「防弊」又能「興利」的制度；更是一個能讓勞工「工作時安心、退休時開心」的可長可久制度。



2017 年公視企業工會參與抗議勞基法修惡活動

在公視籌委會時代的公視職工聯誼會、現有八成員工為會員公視工會，曾在《公共電視法》立法中上街頭推動立法，接下來將努力推動勞工董事入法。

小結——新格局、新舞台

20週年的公視，從籌委會時代至今，在每個公視人的努力下，從有線電視林立的環境中耕耘，從標準畫質(SD)、高畫質(HD)到超高畫質(UHD 4K)等影視內容製作技術的提升；從兒少品牌、節目創新、跨界合作、內容IP(Intellectual property)開發到戲劇孵育計畫等內容的求變；從衛星播送佈建全國涵蓋網、完成全國共同傳輸平台、執行DIMO TV行動電視計畫、發展DVB-H手持式電視實驗試播計畫、超高畫質無線電視試播計畫到公視OTT(over-the-top)建置等收視技術的運用；從手語、原住民族、客家、閩南語、東南亞語到國際等新聞質與量的增加…。一路走來，公視確實是有成績的。

長久以來，BBC、NHK一直是公視借鏡的典範，但事實上，公視卻存在經營上不可相提並論的困難之處。英國和日本都是先有公共廣電，才有商業媒體，政府法規設計保障BBC、NHK收取執照費和收視費，確保龐大收入和普及收視。不過，BBC、NHK、PBS、KBS/MBC都成立形式不一的「閱聽眾委員會」，以及地方參與組織。公視可師法成立「閱聽眾委員會」，聽取意見之外，應思考如何生根地方，進行廣泛連結，教育人民，認識公視，因為這不只牽涉到公視價值，也影響公視生存。

公視要發揮影響力，就要有不同思考，完全靠政府預算保障經營，然後期待沒人干預，現在看來是天方夜譚。全球公視都避不開經費來源與問責。其實，納稅人才是公共媒體真正老闆，必須心存尊敬。假設公視節目預算如美國PBS有30%來自民間小額捐款贊助，公視怎麼會不進入社區傾聽這些民間老闆的聲音？公共性增加，節目與服務就必須溝通反省、與時俱進，公視

體質就會跟著改變，公視性格和組織文化也會改變，曾是公視節目部經理、現為政治大學傳播學院助理教授級專業技術人員王亞維如是建議，可供公視治理團隊與管理團隊參考。

此時，面對環境的巨變與時代的潮流，公視不變的是追求公共價值的初衷，求變的是開發公共服務的觸達。因此，公視人更需更多的自我要求：在團隊分工中，破除門戶勇於任事；在有限資源中，開源節流發揮綜效；在繁忙工作中，積極進取終身學習；在組織再造中，放眼大我樂於溝通。公視人與公視共榮共衰，毋庸置疑。

更甚者，身為公視大家長的陳郁秀提出，每個人都是世界的公民，都有其責任，公視人在創作內容與公共服務的同時，對台灣斯土斯人應該有何責任？公視不僅是做台灣最好的公民，也企圖跟世界公民能夠結合，展現其責任。

如果小時學過騎單車的人，應該都有此經歷：定睛遠方、抓緊把手、腳踏實地、穩健向前，你就漸漸平穩…；若你一直眼望腳下，接著就會把手搖晃，沒兩下必然摔落跟前…。公視人應具備保持遠望、定睛核心、目標清楚的態度，也許一路崎曲，也許滿路荊棘，但堅持與努力總能到達目的地。公視以第一個20年播種深耕、開枝散葉，期待第二個20年茁壯成長、開花結果。

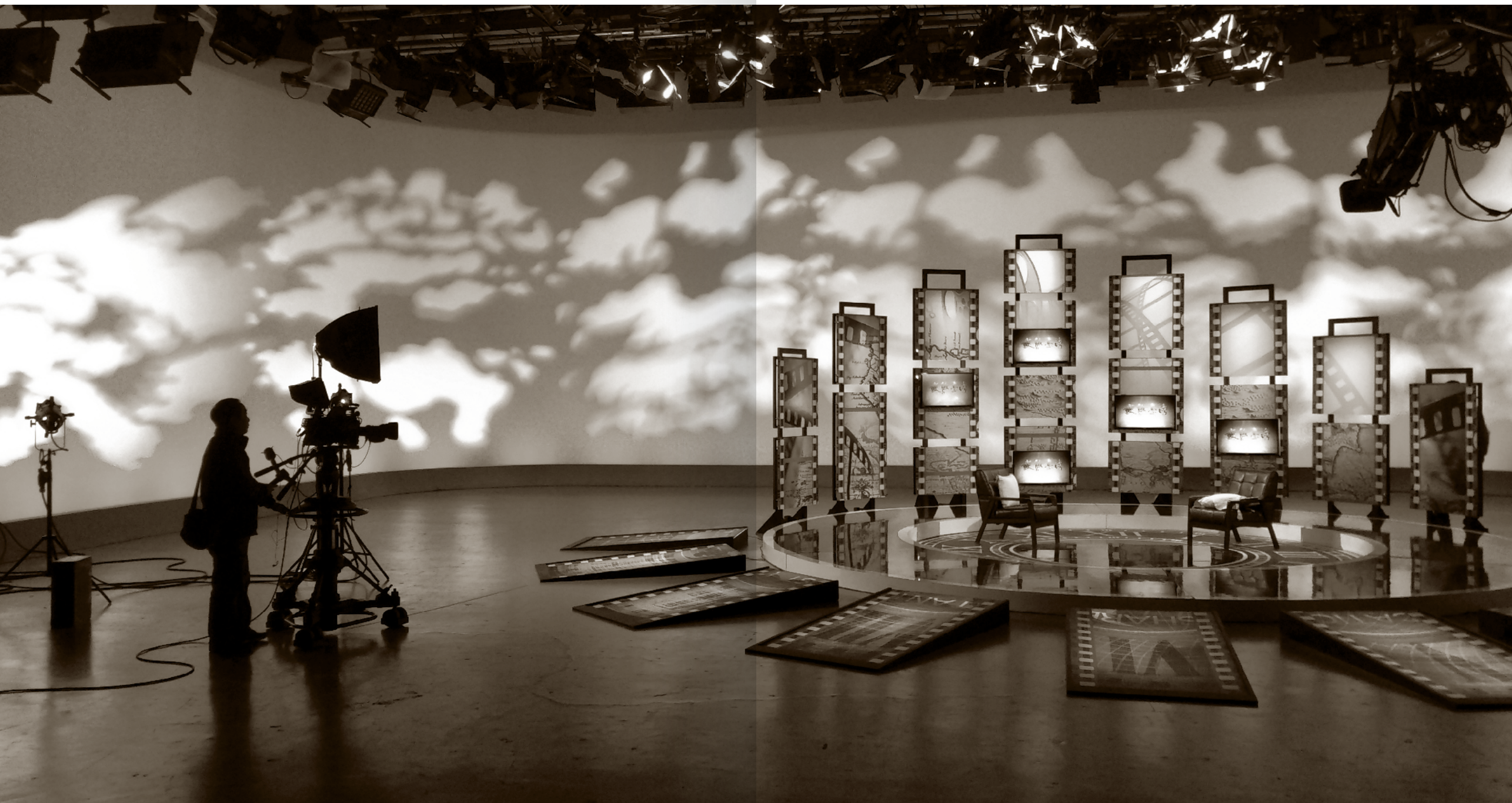
更多的20年，公視將創造公共媒體在台灣的實績：推動民主社會發展、健全多元價值體系。給創作者一個挑戰創意、展現才華的嶄新舞台。

下一個20年，公視仍有捨我其誰的勇氣與承擔，公視人不懈怠，更不妄自菲薄，且衷心企盼與所有關心公視的人攜手邁進，壯碩公視成為台灣最在地、也最國際的公共媒體。

(公視資深製作人徐青雲採訪整理)



公視同仁二十週年大合照



播種

作者 公共電視研究發展部
發行人 陳郁秀
顧問 孫青
總編輯 侯惠芳
執行主編 王菲菲
美術總監 陳俊良
美術設計 自由落體設計 鄭又綺
攝影主任 陳慶昇
行政編輯 鍾語菱

出版 財團法人公共電視文化事業基金會
台北市內湖區康寧路三段 75 巷 50 號
電話 | 886-2-26332000
郵政劃撥捐款帳號 | 19213335
網址 | www.pts.org.tw

法律顧問 徐則鈺律師
印刷 博創印藝文化事業有限公司
出版日期 2018 年 7 月 1 日

版權所有 翻印必究

本書若有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回調換。

Copyright 2018 by Public Television Service
Foundation. Published by Research & Development
Department, Public Television Service Foundation.
All rights reserved. Printed in Taiwan.



本書作者群

公視 20

PUBLIC TELEVISION SERVICE
20th ANNIVERSARY

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

播種：公視 20 / 公共電視研究發展部作。
— 初版。— 臺北市：公視基金會，2018.07
ISBN 978-986-96558-1-1 (平裝)
1. 公共電視 2. 電視經營管理
557.77 107010085