

## 財團法人公共電視文化事業基金會 第五屆第三十次董事會議訊

財團法人公共電視文化事業基金會於 104 年 10 月 15 日下午三時，於公視 A 棟七樓第一會議室召開第五屆第三十次董事會議，由邵玉銘董事長擔任主席。

本日會議聽取以下報告：公視總經理報告、中華電視公司經營現況報告、客家電視台工作報告。有關總經理業務簡報，請參酌董事所提意見，做為節目規劃之參考：(一)建議「全球現場」節目與其他商業電視台播出之同質性節目如「文茜世界財經週報」、「李四端的雲端世界」、「FOCUS 全球新聞」等之收視表現做分析比較，思考如何區隔內容，有不同的解析方式，努力作出公視應有的影響力。(二) 2016 四大旗艦議題「教育」、「競爭力」、「老年社會」、「貧富」在十月份重點節目中並沒有看到，它們不只是新聞議題，而應是全頻道大軍團一起作戰。鼓勵節目、新聞、國際等部門，開始思索相關主題之重點，將來在頻道上更有整體的呈現，讓觀眾感知公視正在關注這四大議題，因為它們關切到台灣是否會有更好的未來，必須集中焦點，宣傳推廣的力道才會更強。(三)建議藝文節目參考國立中正文化中心的節目表，規劃藝文賞析節目，深入介紹即將來台演出之重要藝文團體的傳統與特色(例如十月的維也納愛樂、十一月的荷蘭阿姆斯特丹皇家管絃樂團、明年五月的柏林愛樂，都是全球首屈一指的樂團，可規劃系列深度介紹)、及古典樂的發展，借力使力，打響品牌知名度。(四)藝文節目若真的要做到賞析，需要長時間的培養，建議每年製作兩個或四個節目，介紹全世界最前衛的藝術節，例如法國，有的像是花博，但是用樹和音樂、色彩結合，公視應該開發更前衛的題材。像這種節目，可以彈性安排，一年介紹兩個具有獨特性，從未呈現過的內容，就可以打響品牌。目前世界各國已經在進行，但我們的節目還停留在很老舊的形式。未來藝術文化的趨勢是跟環境、生活、自然結

合，現在已經開發了很多這方面的素材，這些開發的過程，如何介紹給觀眾，這才是國際化，並非精通英文就叫國際化，而是概念與呈現的是國際的視野。(五)很多節目有好的收視率，是來自思維的改變。現在有個潮流，像某些主流雜誌，會找客座的總編輯，很多電影會找 co-producer，建議從組織的制度面上去思考，如何以 co-producer 名義，請來重量級專業人士，協助啟動一系列的創新構想，並培養內部能量。而節目也給予應有的尊重，放上他(她)們的名字，請管理團隊動腦提出一些方案，希望以更高的思維來架構，透過董事會討論來建立制度。(六)政治及媒體是現今社會的兩大亂源，雖然形勢大壞，但機會大好。過去一段時間，公視新聞已佔據一個特別的位置，只要我們堅持一貫公正、客觀、中立的原則，以最正規、專業的方式製播新聞，成為全台灣最客觀、最值得信任的電視台，一定會獲得年輕族群的支持，並贏得社會的掌聲。未來製作旗艦大戲，希望亦能反映、傳遞多元、正向的價值觀，發揮打造健全社會的功能。(七)公視粉絲團之經營仍須加強，對年輕族群的推廣力量稍嫌不足；新媒體部門花很多時間開發 APP，但公視已有自己的網站，請再評估是否需強化 mobile website。(八)由資料統計數據來看，在公視 YouTube 主帳號，平均觀看影片長度為 3 分多鐘，因為行動載具之收視環境及觀影效果並不好，放上 Youtube 頻道的素材，建議不要是整集節目，而應該是重製之短版節目，先引起觀眾的興趣，讓他們進入公視 mobile website 仔細觀賞。(九)因為 AC 尼爾森收視率調查公司之樣本戶數少，節目收視率若提升 0.1 或 0.2，換算成增加的收視人口數字很低，以此來判斷節目受歡迎與否，事實上並不準確。建議向各系統台頭端索取真正的收視資料，將有助於做出正確的決策。(十)從收視率的分析裡，以無線電視收看公視的，收視率是 1，以有線電視收看是 0.13，這代表家裡沒有裝 cable 的收看公視，遠高於家裡裝 cable 的，應該思考提供什麼節目以符合他們的需要。公視節目應該往高水準發展，但如果朝此方向走，追求收視率就沒有太大意義。管理團隊應該研究，到底要服務少數族群，成為菁英電視台，或是成為庶民電視台？

本日議程安排本會 104 年度第三季稽核工作報告及第三屆客家電視台諮議委員會第十二次會議紀錄之提報，皆准予備查。

本日董事會通過二項討論案：本會主管進用/解職辦法等相關規定修正案，及本會組織規程修正案。

本日董事會通過一項臨時動議：討論本會「國際新聞」製播相關事宜。決議為：(一)請管理團隊參酌董事所提意見，做為新聞節目製作之參考。(二)海外觀摩學習除公共電視台外，亦請考量納入主要新聞通訊社，以實地了解國際新聞採訪走向。

本日董事會議於下午五時四十五分散會。