

各位觀眾朋友，大家好：

公廣集團是一個服務全民、追求公共價值、促進社會健全發展的公共媒體。

公廣集團因接受納稅人及政府預算補助，被視為公共領域；其媒體與社會責任較商業媒體為重，而其檢驗方式亦非僅由收視率來判定其成效。各國公共媒體發展的問責體系（accountability）強調的媒體自律責任，正是公廣集團作為「公共價值評量體系」的基礎。

為了自我評估集團中的公共電視台、中華電視台、客家電視台以及原住民電視台在公共價值上所展現的績效，集團董事會於 2006 年組成公共價值評量體系建構專案研究小組，歸納出公共價值評量體系的五大構面，分別是「觸達」、「節目品質滿意度」、「影響力」、「公共服務」、「財務與事業營運效率」等。

2007 年進行首次評量，2009 年之「公共價值評量體系調查研究」為第二次評量；在規格上 2007 年僅以半年為評量範圍，而 2009 年係以全年度為評估，更能具體反應評估結果。

前後兩次依循同樣的架構指標，應可比較出兩次調查的差異。此外 2009 年有別於首次評估，增加一對一與學者專家之深度訪談，及與非營利組織代表之焦點座談，此一方式亦可在量化與質化研究之外，增加了解有關「意見領袖」對本公廣集團之觀點、批判與建議。

執行評量研究先由評選委員會挑選出公正第三者為研究執行單位，從本集團各台觀眾、非營利組織（NPO）代表、專家學者、各台員工等四類主體為調查訪問對象，並參酌 2009 年全年各台既有資料彙整成評估構面，研究過程亦由專家組成的委員會作專業之建議與監督，研究結論應可具體察覺本公廣集團在實踐公共媒體精神、展現公共價值、節目品質與營運效率上的優缺點，以供本集團擬定未來發展方向及改善的參考藍本。

以下為本集團各電視台就本次有關評量結論與建議所做的回應摘要提報：

公視

從 2009 年公共價值體系評量之觀眾調查結果可知，台灣地區觀眾高度認同公視存在的必要性(70.1%)，高達 93%訪問對象認為公視頻道有必要存在。唯專家學者與 NPO 代表皆期待公視加強節目深度以及發揮媒體之社會公器角色，更應積極開發新媒體平台通路運用，使公共電視在新媒體科技上能具領導地位。

為使公視更能發揮多元服務功能，未來應多規劃公民或 NPO 參與節目製

作之機制。值得注意者，從公視員工訪調資料看出，**透明度與財務營運績效之滿意度較 2007 年低落**，其中「**員工意見被適當反映在決策過程中的情形**」不滿意的程度最高，顯示公視內部管理溝通之一大警訊，此點適足提供現階段經管團隊理解原因，並思考有效解決之道。

華視

華視在此次評量中，觀眾對「節目喜好度」之指標最高，在集團的各頻道中，受訪者傾向認為華視目前仍是「生活娛樂頻道」。以商業角度而言，華視整體表現還不錯；但若以公廣集團標準要求則須改進之處較多。

華視自 2006 年「無線電視事業公股處理條例」後，即加入公共電視體系，惟仍是自負盈虧以廣告收入為唯一財源的商業電視。在此次評量受訪者之觀眾、非營利組織代表、專家學者都指出「華視定位模糊」，支持公廣制度者，均認為華視應該有公共預算才適合以純粹公共價值指標來評定；或在市場機制下，予華視較大彈性營運空間，以強化市場競爭力並與集團中之其他頻道有所區隔，突顯其原有特性與優勢。

客視

依據調查結果客家族群有近七成以上觀眾收看，台灣地區一般觀眾亦有四成以上收看，顯示**客家電視台已成為客庄或一般民眾精神休閒及資訊重心**。

客家電視從開台以來在節目上除發揚客家文化外，更將拓展客籍年輕收視族群作為努力目標；新平台網路的觸達率 2009 年較 2007 年已明顯提升。客家電視台在近幾年的電視金鐘獎表現上均有亮麗的成績。客視在參與公廣集團內部共識極高，以有限人力、物力藉由整合集團的資源有上述的表現相當不易。

研究建議客家新聞宜加強議題解析力，介紹傳統文化節目亦宜增加藝術涵義與文化深度，則是應持續努力的方向。

原視

本次（2009 年）研究結果原住民電視台觀眾對節目品質之各項指標滿意度均高於前一年，而原住民對原視頻道的需要度高達 95.5%，受訪者認為**原視節目能充分型塑族群凝聚力、共識與尊嚴**。尤其在八八風災時因原視對受災部落訊息掌握較其他媒體更迅速確實，正足以發揮族群電視台服務的功能。

原視的成立係依據「原住民教育法」而來，雖隸屬公廣集團一份子但其預算仍由「行政院原住民委員會」編列，且自 2010 年起預算交「財團法人原住民族文化事業基金會」再與公視基金會簽訂委任合約，因此在整體規畫與實踐公共媒體角色上難免扞格，亟需早日確認原視定位以利長期發展。

小結

整體而言，公廣集團應積極建立公民與社區參與機制並擴大與觀眾之互動；此外公廣集團屬於全民媒體，應該從集團中各個不同電視台所觸及的主要觀眾做好溝通與服務。「公廣集團」的品牌知名度仍有成長的空間，有賴於全體成員落實製播優質節目以互動服務塑造形象。

「公共價值評量體系調查研究」，有助於外界對公廣集團表現的了解，也是公共媒體展現問則機制自我檢討整體表現的一種檢驗方式。經由多重設計與公正第三者的研究，所屬成員將以調查研究結果當中優良之處繼續保持，而有待加強之處於未來更有所改善與成長。

公廣集團董事長

陳勝福