

# 2022 PBI 國際公共廣播機構年會出國報告

| 出國人員：徐秋華、郭菀玲、紀珊

| 地點：日本東京

| 時間：2022 年 11 月 14 日～2022 年 11 月 19 日

## 前言

PBI (Public Broadcasters International) 國際公共廣播機構年會 (下稱 PBI 年會) 為國際公共廣播 CEO 級與高階主管最重要的專業交流聚會，亦是本會唯一以台灣名義參與的公共廣電相關最高層級之會議。2022 年 PBI 年會由日本放送協會 (NHK) 主辦，於 2022 年 11 月 16 至 18 日在日本東京舉行年會，會場訂於千代田放送會館 (Chiyoda Media Plaza)，與會代表包含英國廣播公司 (BBC) 總裁 Tim Davie、加拿大廣播公司 (CBC/Radio-Canada) 執行長 Catherine Tait、韓國放送公社 (KBS) 執行長 Kim Eui-chul、澳洲廣播公司 (ABC) 總裁 David Anderson、紐西蘭國家廣播電台 (RNZ) 執行長 Paul Thompson、捷克電視台 (CT) 總裁 Petr Dvořák、泰國公共電視台 (Thai PBS) 副總裁 Nuttaphong Jaruwannaphong、迦納廣播公司 (GBC (Ghana)) 執行長 Amin Alhassan、世界公共媒體聯盟 (PMA) 執行長 Kristian Porter、亞太廣播聯盟 (ABU) 秘書長 Javad Mottaghi 等。

一百年前，世界上第一個公共廣播媒體誕生於英國，其他國家也陸續效仿，經過整整一世紀，公廣媒體已成為民主社會的關鍵支柱，提供準確可靠的新聞及優質節目。過去二十年來，公廣媒體陷入數位資訊的深海，如今的任務是要藉由從大量的事實及意見中排除錯假訊息，來幫助閱聽眾掌握大局，要想成功達成這個目標，公廣媒體必須充分強調各項作為的「公共」面向，尤其在解決新冠疫情及武裝衝突相關議題時更顯重要。

2022 年 PBI 年會主題為「『公共』之重要性：過去一百年及未來 ("Public Matters: 100 Years and Beyond) 」，除了由 BBC 總裁 Tim Davie 發表之主題演講外，三日大會共分為五個會議，從新媒體生態環境、全球危機、科技、永續發展、閱聽眾需求等面向深入探討。睽違三年，PBI 年會得以再次恢復實體會議，經歷三年的變化，浮現出新的價值和新的挑戰，公廣媒體應如何面對這些挑戰？公廣媒體下一世紀的任務是什麼？世界各地公廣媒體的領袖們，齊聚於日本東京，透過精實的議題討論，就公廣媒體存在的意義分享看法、互相學習，並從經驗中省思，開拓更新、更好的合作可能。

## 行程

日期	日程
2022年11月15日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 總經理專訪 (NHK 放送文化研究所)</li> <li>2. NHK WORLD-JAPAN 會議</li> </ol>
2022年11月16日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2022 PBI 年會 開幕典禮</li> <li>2. 東京國立博物館特別導覽： 東京國立博物館 150 週年特展 &amp; NHK 8K 文化遺產企劃 (TNM 150th Anniversary Special Exhibition &amp; NHK 8K Cultural Property Project)</li> <li>3. 2022 PBI 年會 歡迎酒會</li> </ol>
2022年11月17日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2022 PBI 年會 主題演講： 「公共」之重要性—BBC 的過去一百年及未來 ( "Public" Matters - BBC's 100 Years and Beyond )</li> <li>2. 2022 PBI 年會 會議 (一)： 「公共」於新媒體生態環境之重要性 ( "Public" Matters in the New Media Ecosystem "Living with Giants" )</li> <li>3. 2022 PBI 年會 會議 (二)： 「公共」於全球危機時刻之重要性 ( "Public" Matters in Times of Global Crisis )</li> <li>4. 2022 PBI 年會 會議 (三)： 「公共」於科技之重要性 ( "Public" Matters in Technology )</li> <li>5. 2022 PBI 年會 晚宴</li> </ol>
2022年11月18日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2022 PBI 年會 會議 (四)： 「公共」於公廣媒體永續發展之重要性 ( "Public" Matters for Sustainable PSM )</li> <li>2. 2022 PBI 年會 會議 (五)： 「公共」於閱聽眾之重要性 ( "Public" Matters to the Audience )</li> <li>3. 2022 PBI 年會 閉幕暨交接典禮</li> <li>4. 導覽行程：2022 Inter BEE 國際廣播電視設備展</li> </ol>

## ● 總經理專訪（NHK 放送文化研究所）

配合 2022 PBI 年會，NHK 放送文化研究所邀訪各國公廣媒體與會代表，由研究員小山里司（KOYAMA Satoshi）擔任採訪者，本會由總經理徐秋華接受專訪。



NHK 放送文化研究所資深研究員 小笠原晶子（左一）、NHK 放送文化研究所研究員 小山里司（左二）  
公視總經理徐秋華（中）、公視國際部經理郭菀玲（右二）、公視國際部企劃紀珊（右一）



## 採訪內容

1. 公廣媒體下面對的前三大挑戰是什麼？(What are the most serious challenges public broadcasters/media face today - if you are asked to name the top 3 issues?)

答：就公視面臨的狀況而言，公視預算不多，原先希望彌補商業媒體的不足，但近來年輕觀眾流失、製作成本提高、觀眾使用無線電視收看節目的習慣亦有所改變，有77%的觀眾每天使用YouTube觀看影片，其中25至29歲的族群更高達83.2%。兒童節目的收視亦下滑，應朝向網路上發展，現在的觀眾有許多平台可以選擇，我們更應加以利用來提供對應服務。台灣如今也面臨「剪線潮」，根據台灣國家通訊傳播委員會(NCC)統計，2022年第二季的有線電視訂閱率，從10年前的60%下滑了10%，其中許多觀眾移至新媒體平台，國外串流平台為打入台灣市場，也陸續投入巨資，以前公視作為少數可提供資金的來源，然而現在有越來越多可投入大量資金的來源，公視面對這些競爭，製作成本隨之倍數成長，但礙於資金有限，發揮空間也隨之受限。

2. 在如今資訊爆炸又唾手可得的時代，公廣媒體是否仍有存在的必要性？若有，公廣媒體在媒體系統及廣泛的數位平台中扮演何種獨一無二的角色？(Are public broadcasters/media still necessary in this era of abundant information sources and easy access? If yes, what is its role in the media ecosystem as well as the wider digital sphere of multiple platforms, that only the public broadcasters/media can undertake?)

答：公視的立場就是「打不倒就加入」，因此更要大力發展數位新媒體，2022年五月公視組成新董事會，強調「數位優先」、發展「公視+(PTS+)」及「TaiwanPlus」，將公視內容推向國際。現今網路新聞眾多，製作內容的門檻降低，大家都可以成為創作者，但可信度夠嗎？有無查證？是否專業？截至目前，台灣最值得信賴的新聞、最受信任的媒體仍是公視，在精緻度和信任度方面仍有其難以輕易抹滅的重要性，但要如何吸引更多年輕人？因此我們推出「[P#新聞實驗室](#)」，招募年輕人才、將90後的年輕的想法帶進公視，透過年輕人的角度企劃新聞內容，其中「[誰騙走你口袋的錢？解密一頁式詐騙](#)」專題，也於2022年獲[消費者權益報導獎](#)及[卓越新聞獎](#)肯定。

3. 為共同維持資訊環境的健康性、加強抵禦假訊息的能力，公廣媒體應如何和其他對象合作？公廣媒體能/應採取何種具體行動來支持資訊環境及其他新聞機構、記者及創作者？(How should public broadcasters/media work in collaboration with other actors in

sustaining the health of information ecosystem, to enhance its resilience against disinformation and polarization? Are there concrete measures it can/should take to support the ecosystem as well as other news organizations, journalists and creators?)

答：從 2007 年起，公視就開始經營「[PeoPo 公民新聞](#)」，我們認為媒體識讀相當重要，持續派出專業團隊至校園等機構內，提供相關教育、讓民眾參與新聞製作，至今 15 年，已累計超過 17 萬則新聞。每年也都會舉辦競賽，鼓勵民眾參與，同時培養關注身邊議題的意識。公視預算來源多數來自政府，也就是納稅人的錢，部分則須仰賴民間贊助及民眾捐款，對公視來說，服務公民、了解民眾需要何種內容、與民眾互動是很重要的，其中有幼童的家庭是主要的觀眾。公視每兩年舉行「台灣國際兒童影展」，因疫情影響，2022 年改為線上舉辦，參與的人較過往更多，也打破城鄉差距；另外也辦理「FUN 出大能力」親子活動，透過體感遊戲結合公視節目，並有節目主持人到活動現場和大家互動，讓孩子們可從小開始認識公視、進而認同公視；最後是「Best of INPUT 世界公視大展精選」，這個活動強調導演及觀眾之間的對談，相當具啟發性，亦可作為一種公民教育。

4. 如何為公廣媒體建立永續的資金及法律架構？(How do you envision a sustainable funding and legal framework for the future of public broadcasters/media?)

答：台灣公視的財源有三分之二是來自政府編列的預算，金額固定，每年 9 億台幣，但自 1998 年成立以來從未調整，當預算不足時，就需要編列特別預算，例如 HD 或 4K 製作。因主要受政府補助，也會出現擔心政府干預公廣集團的聲音，多受詬病，目前公視正積極推動修改公視法，目標將公視預算改以「捐助」、而非「補助」方式，進而讓公視的獨立性更臻完善，可望明年落實。政府預算之外，剩下的三分之一則是來自募款（捐款或贊助）以及節目銷售，每年自籌款約 3 億多台幣。

5. 日本如果要修法，可能會受到民眾反彈，對日本民眾來說，NHK 已經有太多收入，台灣的一般民眾對公視看法如何？（追問題）

答：NHK 的預算是公視的百倍、甚至更多，公視預算本就已經太少，民眾多半支持給公視更多的預算，目前公視法已經在修法的協調過程當中，希望盡快送立法院討論。

6. 現下最關注／重視的新計畫是什麼？為什麼？(What is the initiative that you are most focused on right now, and why?)

答：第一是公視+的改版與數位內容的創新；第二就是教育訓練，對資深員工來說，要學習新東西有一定難度，若沒有良好對策，可能衍生管理問題及世代衝突。目前公視正在進行人力活化及組織改造，關鍵還是在於教育訓練，希望建立公視內部教育系統，課程強度要達到連一般民眾都想來參與的程度，但所有課程專屬於公視員工。我期待公視員工的能力可以被傳承，藉此加強同仁的自信心及歸屬感，同時讓民眾認同公視是一個好的工作環境。

7. 2022 年 8 月美國聯邦眾議院前議長裴洛西訪台，當時台灣出現非常多的假訊息，公視有採取何種措施嗎？（追問題）

答：公視現任董事長胡元輝就是台灣事實查核中心的創辦人之一，相當重視錯假訊息這個議題。一是公視不會隨意引用未經查核的新聞，二是公視也可以和台灣事實查核中心合作，三是在裴洛西來台後，民視官網遭駭，同時公視防火牆也遭受大量攻擊，但我們隨即提升資安層級。現正進行中的組織改造，也要成立專責資安小組，因應未來可能面對更嚴重的資安或國安情況。

8. 2022 年底台灣將舉行九合一選舉，執政黨是藍是綠，和公視有相關嗎？（追問題）

答：可從公視的董事結構談起，組成董事會要先經由社會公正人士成立遴選委員會，每位董事都必須獲得選委會的四分之三成員同意，而選委會的推薦名單是由政黨比例來分配名額，客觀上來說，公視較難成為某一政黨的宣傳工具。



## ● NHK WORLD-JAPAN 會議

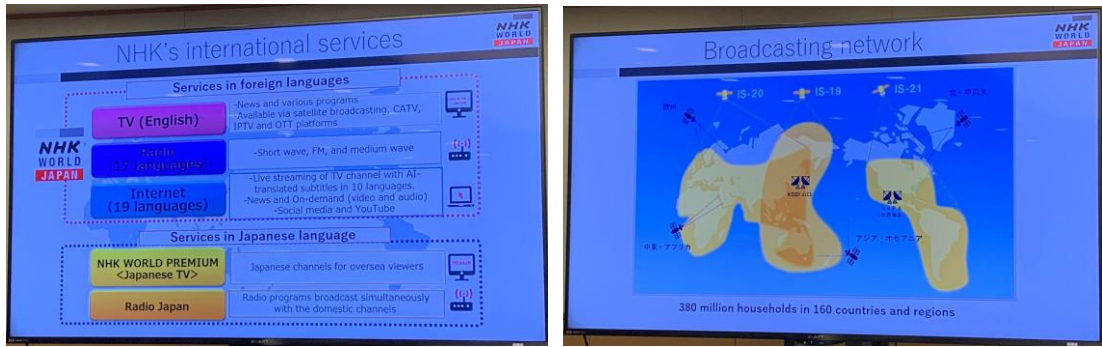
2022 年「Taiwan Plus」轉由本會經營，趁著本次赴日參與 PBI 年會，亦安排時間拜會 NHK WORLD-JAPAN，就經營及推廣國際影音平台互相交流、學習。



NHK WORLD-JAPAN 總經理兼國際放送局局長 田中淳子（右三）  
國際放送局國際企劃部部長 西川美和子（右二）、國際放送局多語部資深製作人 大梧美代子（右一）  
公視總經理徐秋華（左三）、公視國際部經理郭菟玲（左二）、公視國際部企劃紀珊（左一）



## 會議內容



NHK WORLD-JAPAN 國際服務覆蓋範圍達 160 國、3 億 8 千萬戶。

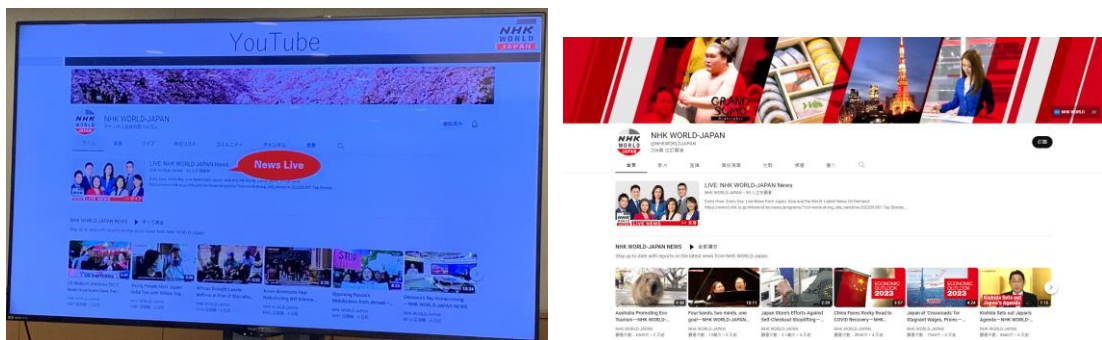
國際外語服務包含：

1. 電視（英語，可透過衛星、CATV、IPTV、OTT 平台收看）
2. 廣播（17 種語言，短波、調頻、中波）
3. 網路（19 種語言，即時轉播電視內容配合 AI 即時翻譯成 10 種語言、新聞及隨選影音、社群及 YouTube）

目前日本國內只有固定的有線電視提供服務，或需上網收看，因主要服務對象並非日本人。

國際日語服務包含：

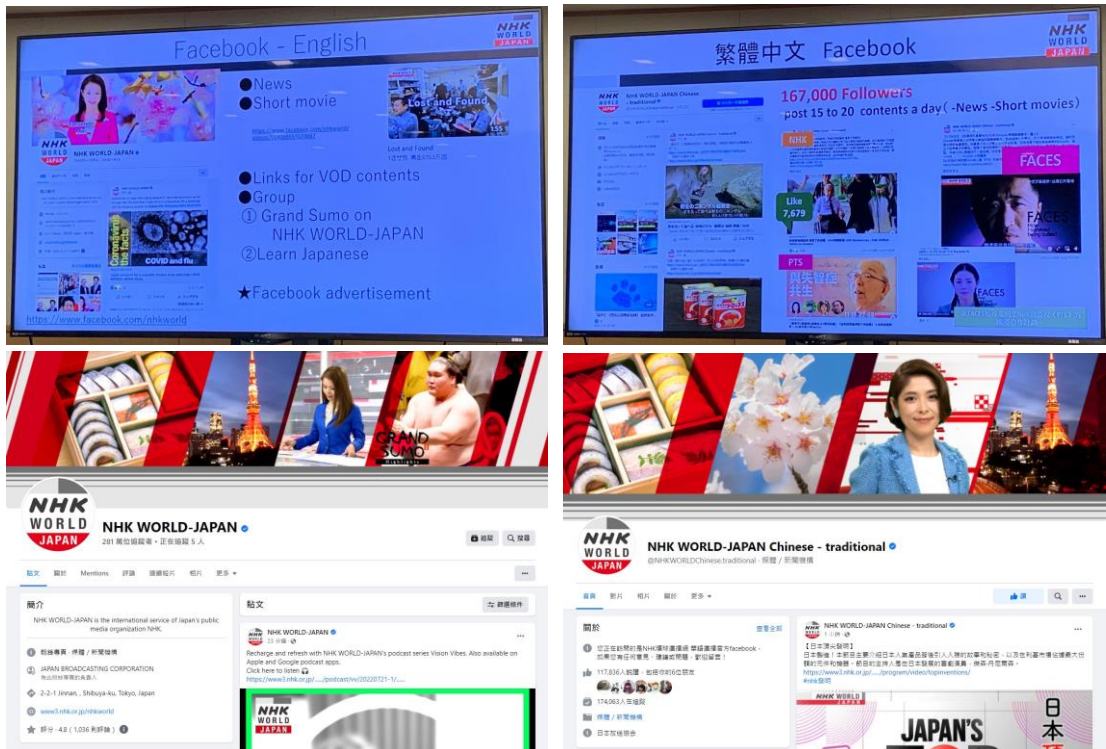
1. NHK WORLD PREMIUM（以海外觀眾為主的日語頻道）
2. 廣播（和國內廣播同步播送）



[NHK WORLD-JAPAN YouTube 頻道](#)截至 2022 年 11 月 15 日，擁有 196 萬訂閱數。2023 年 1 月 11 日時已成長 10 萬，來到 206 萬訂閱數，訂閱成長相當迅速。根據後台數據，印度觀眾佔最多數，其次為菲律賓及新加坡。

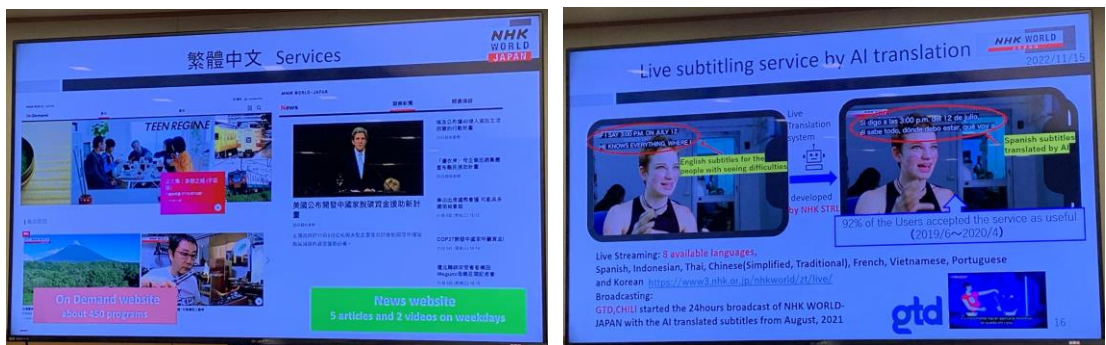
頻道發布內容中，以「OUT OF THE CRADLE [人類誕生 CG]」及「Darwin's Amazing Animals」片段最為熱門，甚至有單支影片達到破億觀看次數。





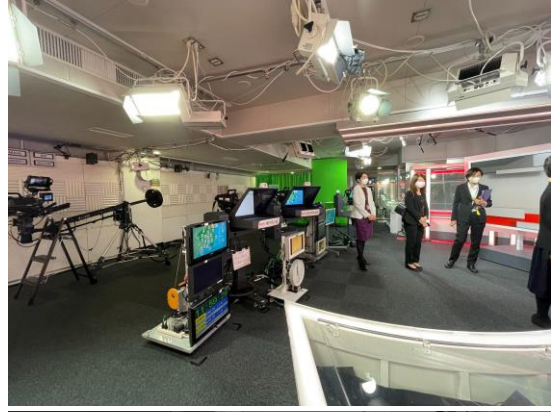
NHK WORLD-JAPAN 於 Facebook 設立三個粉絲專頁，以英語、繁體中文、簡體中文提供國際服務給不同觀眾群，其中以英語粉絲專頁居冠，擁有 281 萬追蹤數；其次為繁體中文粉絲專頁，擁有約 17 萬 5 千追蹤數；最後是簡體中文粉絲專頁，擁有約 5 萬 2 千追蹤數。（以上皆為 2023 年 1 月 11 日擷取數據）

英語粉絲專頁發布新聞、短片、VOD 內容連結、日語學習等資訊，並以大量投放 Facebook 廣告作為主要行銷手段。繁體中文粉絲專頁每天發布 15 至 20 篇貼文，主要內容為新聞及短片等資訊。



NHK WORLD-JAPAN 提供的繁體中文 VOD 服務目前約有 450 個節目可供選看，新聞服務則是於平日每天提供 5 則報導及 2 則影片。

AI 即時翻譯服務為達與影像內容同步，採取稍微延遲影像內容來配合字幕翻譯，高達 92% 使用者認為這項服務非常有幫助。



參觀「NHK NEWSLINE」攝影棚



## ● 2022 PBI 年會 開幕典禮

NHK 會長前田晃伸致詞：

很榮幸睽違 13 年再次於日本舉辦 PBI 年會，並歡迎這麼多來自世界各地公廣媒體的夥伴，適逢公廣媒體創立 100 年，藉此回顧最初的起點，並以「『公共』之重要性：過去一百年及未來 ("Public" Matters: 100 Years and Beyond)」為主題，重新檢視公廣媒體存在的意義，在疫情之下、武裝衝突升高之時，公廣媒體應如何實踐自身的「公共」任務？本次選於東京國立博物館舉行開幕典禮，除了因東京國立博物館擁有 150 年悠久歷史之外，NHK 也與東京國立博物館共同合作進行 8K 文化遺產企劃，期待本次大會能啟發大家共同思考，公廣媒體能如何在下個世紀繼續維持其存在的必要性。



## ● 東京國立博物館特別導覽：東京國立博物館 150 週年特展 & NHK [8K 文化遺產企劃](#) (TNM 150th Anniversary Special Exhibition & NHK 8K Cultural Property Project)



結合超高畫質攝影技術及 3D CG 建模技術，從各種角度展現文化遺產的精密細節

## ● 2022 PBI 年會 歡迎酒會

### 會晤照片紀錄



NHK 會長 前田晃伸 (右)



英國廣播公司 (BBC) 製播準則總監 暨 PBI 秘書長 David Jordan (左)





加拿大廣播公司 (CBC/Radio-Canada) 執行長 Catherine Tait (左圖)  
泰國公共電視台 (Thai PBS) 副總裁 Nuttaphong Jaruwannaphong (右圖)



世界公共媒體聯盟 (PMA) 執行長 Kristian Porter (左二)、編輯經理 Harry Lock (右一)

● 2022 PBI 年會 主題演講：「公共」之重要性－BBC 的過去一百年及未來 ("Public" Matters – BBC's 100 Years and Beyond)



英國廣播公司（BBC）總裁 Tim Davie 開始進行主題演講前，播放了一段為 BBC 一百週年而製作的特別影片，並分享就在會議當日的三天前，BBC 正式邁入第二個一百年，如今廣播媒體能有如此發展，皆起源於最初做出決定的那一小群人，在當時所擁有的遠見。John Reith 創立 BBC 時年僅 33 歲，他大可將目標放在賺錢，但他沒有這麼做，John Reith 當時曾表示這項新的溝通技術擁有非常強大的力量，因此更需為公共利益而使用，並建立幾項基礎原則：資訊必須可信、全民皆須受益、所有閱聽眾的利益皆須獲得服務，John Reith 也提及節目內容不可僅具娛樂性，更要能豐富大眾的生活，並為 BBC 設定服務目標：「告知、教育、娛樂（Inform, Educate, and Entertain.）」。

經過一百年，現在 BBC 為全球將近 5 億人提供媒體服務，高達 90% 的英國民眾都是 BBC 的使用者，我們都應為身為公廣媒體的一份子而自豪。BBC 是新觀念，是創造力，更是堅強的韌性，是健康的偏執狂，為我們所在乎的事而憂慮。BBC 至今不斷瘋狂創新，從廣播和電視的誕生、數位廣播到高畫質電視、全球數位服務等，Tim 相信 BBC 應擁抱數位改變，並積極成長、為所有公廣媒體建立目標。

Tim 特別點出近年越來越重要的一個議題：全球皆可見對於真相、新聞自由及民主的打擊，過去半個世紀可能還過得去，但我們已進入到民主需要更多聲量的時代，根據自由之家（Freedom House）在 2022 年 2 月發表的一份報告顯示，2021 年全球共有 60 個國家的民主度呈現下降的趨勢，只有 25 個國家



的民主度有所提升；全球僅有約 20%的人生活在所謂「自由的國家」，相較於 10 年前，整整減少了一半。2022 年 5 月，無國界記者 (Reporters Without Borders) 發表了最新的全球新聞自由指數 (World Press Freedom Index)，數據顯示新聞工作在全球 73% 國家內受到部分或完全的封鎖，其中有 28 個國家的現況被標記為「非常嚴重」，這份報告警示「媒體極化 (media polarization)」的增長，而媒體極化的現象是全球性的，獨裁政權試圖掌控媒體、操作政治宣傳戰 (propaganda war)，Tim 進一步舉例，2021 年 BBC 駐北京記者受到中國政府施壓及威脅，被迫離開中國；BBC 駐莫斯科記者也因被視為國安威脅而遭到驅逐，這就是鐵腕時代的鐵腕策略—限制新聞工作。

2021 年的諾貝爾和平獎，85 年來首次頒發給新聞工作者，菲律賓記者 Maria Ressa 及俄羅斯《新報》總編輯 Dmitry Muratov，因捍衛言論自由而獲獎。Dmitry Muratov 更於 2022 年的信任會議 (Trust Conference) 中談到：「對媒體的壓迫和對其讀者的壓迫是直接相關的 (the repression of media is directly related to repression of their readers)」。俄羅斯對獨立媒體的壓迫、對真相的打擊，讓「資訊戰 (information war)」成為俄羅斯侵略烏克蘭的主要武器，也更彰顯從可信的公廣媒體獲取資訊的重要性。俄羅斯侵略烏克蘭的第一週，BBC 的烏克蘭服務使用增加了整整一倍，俄羅斯服務使用甚至增加了兩倍。

在俄羅斯侵略烏克蘭初期，俄羅斯國會立法有罪化獨立媒體的新聞工作，但 BBC 仍堅持在莫斯科持續進行新聞工作，透過虛擬私人網路 (VPN)、建立抖音 (TikTok) 帳號等方式，向俄羅斯觀眾傳遞戰爭相關的英語新聞。我們必須為信仰的價值挺身而出、捍衛這些價值，我們也必須認清現實，錯假訊息 (disinformation)、深偽影像 (deepfake videos) 等未來只會更加難以應付。2022 年 3 月，一則深偽影像假造烏克蘭總統澤倫斯基勸烏軍向俄羅斯投降；2022 年 6 月，基輔市長 Vitali Klitschko 遭以深偽技術假冒身分，和數名歐洲國家首都市長舉行視訊會議。BBC 也開始在俄羅斯政府媒體發現帶有偽造 BBC 商標的新聞內容，不只是網路上，連電視頻道都有。Tim 期待和全球的公廣媒體及獨立媒體夥伴們共同合作，建立可迅速警示錯假訊息的系統。

2022 年 11 月，BBC 的[信任新聞倡議](#) (Trusted News Initiative, TNI) 拓展至亞太區域，NHK 也是新夥伴之一，這為公廣媒體攜手打擊錯假訊息立下一個新的里程碑。



稍前提到獨裁政權試圖掌控媒體而造成媒體極化，民主社會中的媒體極化也在全球新聞自由指數報告中被特別強調，社會心理學家 Jonathan Haidt 發表的一篇[文章](#)中，提到將成功的民主國家結合在一起的三大力量：「社會資本、強大組織、共同故事（social capital, strong institutions, and shared stories）」，而社群媒體是削弱這些力量的因素。歐洲廣播聯盟（EBU）發布的[文章](#)中也提及：「強大且資金充足的公廣媒體服務和國家的民主健康息息相關（strong, well-funded PSM goes hand-in-hand with a nation's democratic health）」。經濟學人智庫（Economist Intelligence Unit）發布的民主指數（Democracy Index）報告中可見，獲得越多資金的公廣媒體服務，國家的民主品質則隨之越高。

公廣媒體的閱聽眾越多，公民間的信任度則越高，接觸錯假訊息的機會也越低，更傾向不認為專制政權有益。簡言之，**投資公廣媒體服務即是投資民主、投資公民社會**，這是現在這個時刻最緊要的議題。所有公廣媒體服務都面臨資金挑戰，但我們必須建立原則，確保公廣媒體得以實踐公共服務、保障公正性及獨立性、無所畏懼與偏見、不受商業或政治干預，並得以永續發展，畢竟「數位化」也需要大量資金成本。我們必須為公廣媒體的未來寫一個故事，保持信念，繼續做對的事情、捍衛對的價值、伸張正義。



# ● 2022 PBI 年會 會議（一）：「公共」於新媒體生態環境之重要性 ("Public" Matters in the New Media Ecosystem "Living with Giants")

講者

歐洲廣播聯盟 (EBU) 策略長 Jonathan Broughton

IBM Japan Future Design Lab. 製作人 Sudo Yuri

## ● Part 1 - Strategic Organizational Action

加拿大廣播公司 (CBC/Radio-Canada) 執行長 Catherine Tait

澳洲廣播公司 (ABC) 總裁 David Anderson

紐西蘭國家廣播電台 (RNZ) 總裁兼編輯長 Paul Thompson

## ● Part 2 - Creative Action

韓國放送公社 (KBS) 執行長 Kim Eui-chul

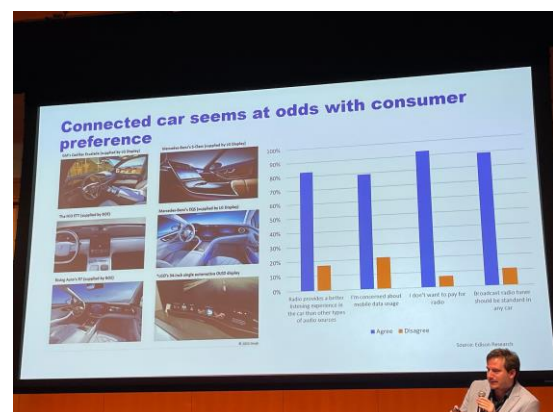
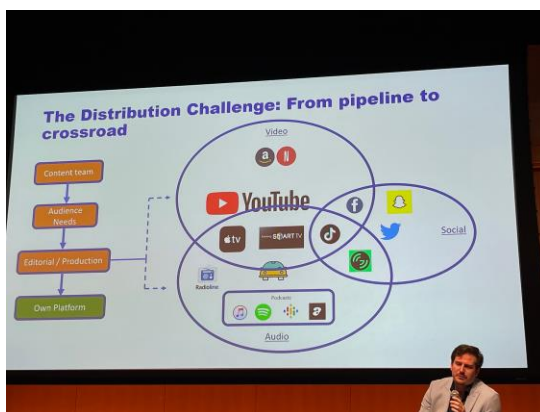
泰國公共電視台 (Thai PBS) 副總裁 Nuttaphong Jaruwannaphong

會議內容

網路科技日益進步，線上串流媒體 (OTT 平台) 趁勢竄起，例如：短影音平台「抖音 (TikTok)」、影音平台 YouTube、社群平台 Instagram、串流影音服務平台 Netflix 及 APPLE TV 等，全球公廣媒體受到前所未有的衝擊，該如何在身兼公廣媒體的角色中，與數位平台展開合作？

過去，我們為掌握觀眾在意或是喜愛的議題，通常只討論「觀眾」和「與觀眾相關的」兩大面向，但如今，我們可以透過數據分析，在平台後端監看流量、點閱率，或是透過數據分享，更精準掌握現今流行趨勢及受眾群。

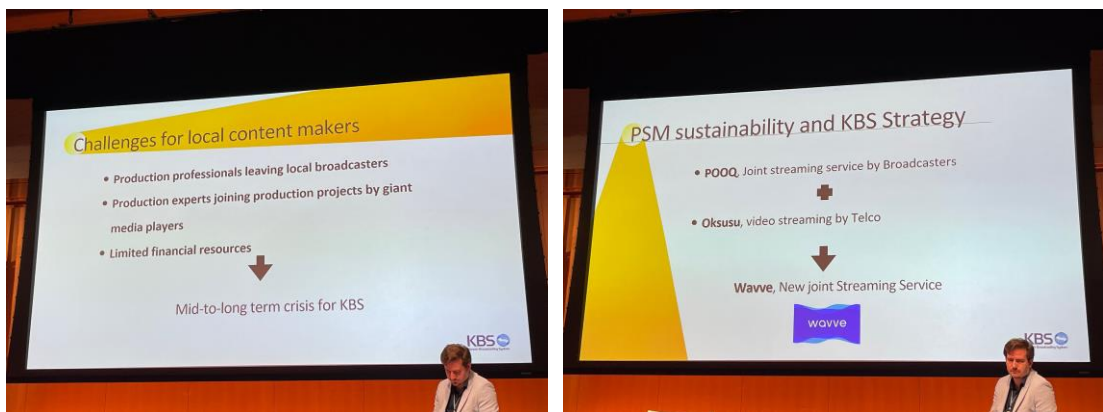
影音內容露出，從過去的單一管道，衍生出現在的眾多平台，我們可以設法透過社群媒體 (Instagram、Facebook、抖音等) 或廣播串流 (Podcast)，讓我們想傳遞的訊息觸及更多群眾，打破空間上的限制，例如：歐洲有許多新型汽車具有特定裝置，提供上網和觀看影音平台的服務。



我們也應思考如何有效運用這些新型的平台，去優化公廣媒體的優勢，例如分析各大平台數據，釐清大眾主要使用的平台，或透過與平台合製節目、和民間機構協力製作內容，讓年輕族群能更加認識公廣媒體。2021 年，加拿大廣播公司（CBC/Radio-Canada）曾與 HBO 合力製作一部跨性別影集《Sort Of》，在 HBO GO 影音平台上做串流播映，引發廣大迴響；泰國公視也曾與泰國國家科學館共同製作科學節目。



我們也可以嘗試運用創新策略，讓公廣媒體不再受限於傳統框架，例如韓國放送公社（KBS）就攜手韓國電信巨頭 SK Telecom 及另外兩大無線電視台：文化廣播公司（MBC）、SBS，於 2019 年共同創立全新串流播放平台「Wavve」，除了播放 KBS 獨家製播的綜藝節目、劇集等影音內容，訂戶還能收看 HBO 製播的影集以及 Wavve 獨家原創內容。



受到這些影音串流平台的影響，公廣媒體也開始面臨人才流失的問題，KBS 內部不少人員，就陸續傳出跳槽至網路串流平台的消息。

## ● 2022 PBI 年會 會議（二）：「公共」於全球危機時刻之重要性 ("Public" Matters in Times of Global Crisis)

講者

NHK 放送文化研究所資深研究員 Saisho Reiko

### ● Part 1 - PSM on the Ground

烏克蘭國家電視廣播公司 (UA: PBC) 新聞部總監 Angelina Kariakina

羅馬尼亞廣播電台 (ROR) 國際部經理 Dan Santa

羅馬尼亞廣播電台 (ROR) 地方中心秘書長 Florin Brusten

### ● Part 2 - Reliable Reporting, Diverse Perspectives

日本放送協會 (NHK) 專案中心節目製作人 Takada Ayako

英國倫敦大學城市學院國際新聞中心主任 Zahera Harb

英國廣播公司 (BBC) 製播準則總監 David Jordan

會議內容

當現實社會中，「價值」和「正義」遭受破壞，公廣媒體應扮演什麼角色？又應如何與其他國家的公廣媒體建立連結？作為地球村的一員，我們要如何  
在媒體和公民之間，引領兩者突破創傷、走出仇恨循環，避免問題代代相傳？

本會議探討新聞報導在日益顛覆、過度泡沫化又追求「熱度」的時代中，如何保持其公正性，例如電視記者在製作戰地相關新聞或企劃時，會運用社群媒體上的民眾投稿或網路公開影像片段來製作，減少到戰地採訪，以避免生命危險，但同時也該秉持新聞專業，不偏頗、不將主觀看法寫進新聞，最重要的一點是，必須確認「影像」與報導內容的真實性。





NHK 以緬甸抗爭的新聞為例，社群媒體當時流傳著影像片段和照片，聲稱一名參與抗爭的 19 歲少女 Angel，在抗爭中被緬甸軍方從後方襲擊身亡，不過緬甸當地新聞媒體報導指出這是「假新聞」，並強調警方不可能傷害民眾。NHK 收集上百則照片及影片，進行影像分析及詳細調查，拉出時間軸、交叉比對影像拍攝時間及地點，最終得出該名少女確實在抗爭中身亡的結果。



藉此我們能夠清楚了解到，Fact-checking（事實查核）對於公廣媒體的重要性，縱使可能需要花費許多時間及力氣求證，也仍需要建立一個完整的查核機制，如此一來，便能協助釐清網路資訊或民眾提供消息的真實性。



## ● 2022 PBI 年會 會議（三）：「公共」於科技之重要性 ("Public" Matters in Technology)

講者

日本放送協會（NHK）廣播技術研究所副所長 Iwaki Masakazu

日本放送協會（NHK）技師長 Kodama Keiji

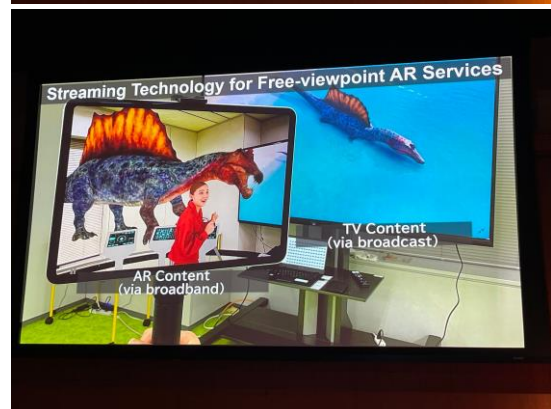
日本放送協會（NHK）廣播技術研究所所長 Imai Toru

韓國放送公社（KBS）媒體傳輸副總監 Jeon Sungho

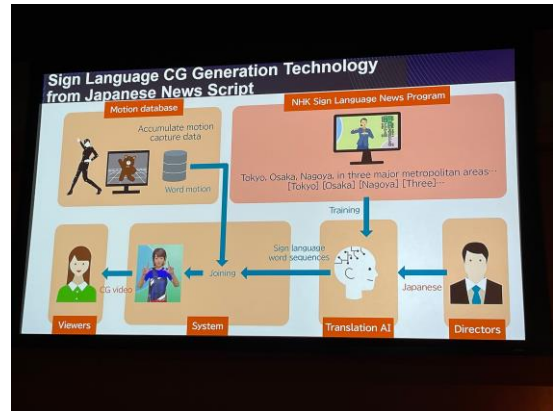
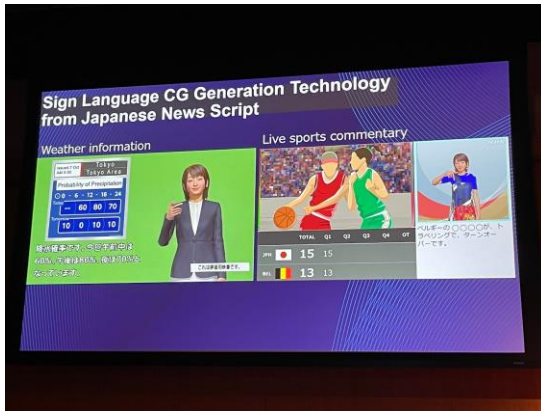
印度廣播公司（Prasar Bharati）執行長 Mayank Kumar Agrawal

會議內容

日本放送協會（NHK）廣播技術研究所所長 Imai Toru，從 2030 至 2040 願景、沉浸式媒體、全球服務、尖端科技等面向，分享 NHK 的現有技術及未來展望。

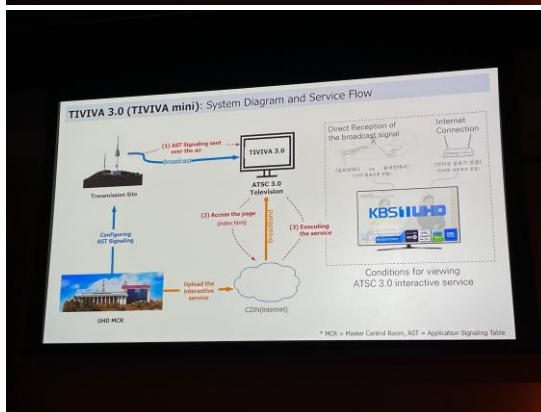
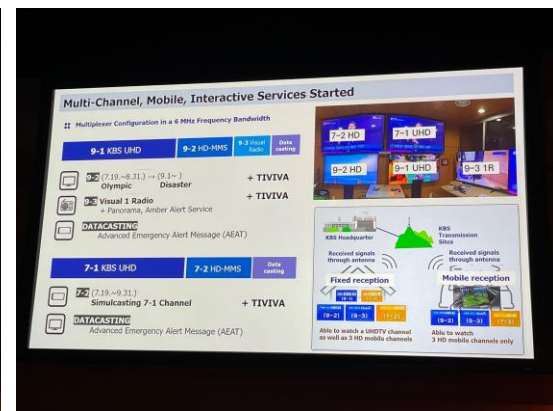
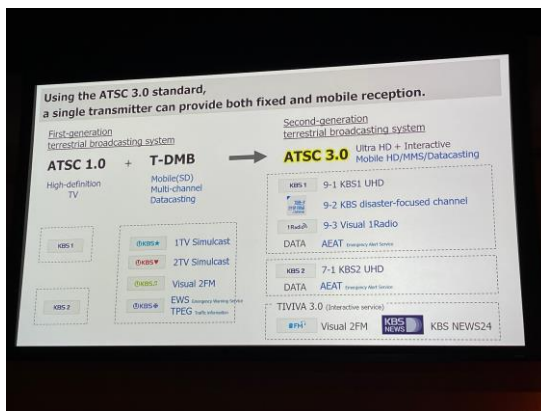


包含未來多元觀看體驗、未來攝影棚，及 3D 攝影棚、自由視角 AR 服務、頭戴式裝置、手語 CG 模擬技術、個人化推薦、8K 技術用於教育等內容。



除了讓大眾的感官體驗全面升級，也藉機將創新技術導入生活設備中，為聽力障礙者、視覺障礙者、老年人或需要多語言服務者，提供更準確和更具吸引力的資訊。

韓國放送公社（KBS）媒體傳輸副總監 Jeon Sungho，就 KBS 強化地面平台之科技發展為主題，分享以 ATSC 3.0 提供超高畫質（UHD）多頻服務、行動裝置接收 5G 廣播訊號、元宇宙於廣播技術之應用等內容。



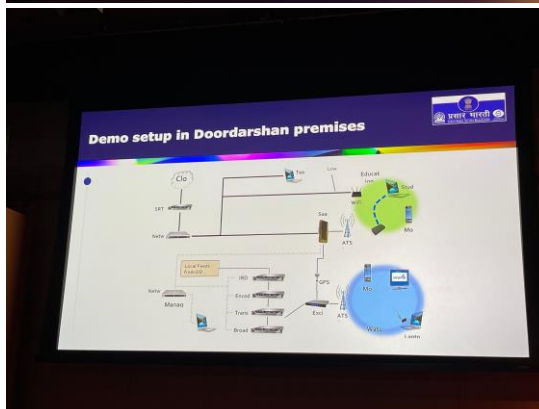
印度廣播公司 (Prasar Bharati) 執行長 Mayank Kumar Agrawal，分享下一世代的廣播技術「Direct to Mobile (D2M/DTM)」，使用特定頻段直接向使用者的行動裝置提供廣播服務，無須連接網際網路。

**India's Public Service Broadcaster "Prasar Bharati" marches towards DTM**

- MoU with IIT Kanpur for collaboration in research related to DTM research related to convergence with SG, to setup a centre for converged broadcast and broadband.
- PB's entire terrestrial infrastructure and internet streaming infrastructure stands TV and Radio to be converged to a common DTM broadcasting infrastructure.
- In common DTM broadcasting infrastructure there will be no need to operate parallel infrastructure for DTT digital radio broadcasting and internet streaming.
- PB shall implement Next Gen broadcasting infrastructure addressing DTM and develop India's specific standards for DTM in line with global standards and technologies.

**Strong case for Mobile operator to partner with broadcaster**

- Enables mobile operators to broadcast or multi cast services over LTE networks spanning multiple sets.
- Known as EnTV, makes delivery of digital TV over existing mobile networks a reality.
- EnTV is pro mobile operator instead of Terrestrial broadcaster or SG Core based technology.
- SG NR shall give more clear picture for the SG broadcast under the release 17 of 3GPP.
- DTM content delivery requires more number of towers which is a challenge for traditional broadcasters.

**Sum up**

- No sector can work in silos. Convergence will enable flow between different delivery platforms smooth.
- Broadcasting cannot reap the benefits of convergence until and unless it completely migrates towards IP domain.
- If migration and convergence would also open up entire internet world for broadcasting platform.
- Convergence will facilitate off loading video from telco.
- Broadcasting will provide bigger download pipe, telco the return path.
- Any platform which can provide addressability, mobility, interactivity, good bandwidth, cheap delivery and connectivity to internet world would be able to stand against any challenge.



## ● 2022 PBI 年會 晚宴

### 會晤照片紀錄



韓國放送公社 (KBS) 執行長 Kim Eui-chul 等人 (左圖)  
韓國放送公社 (KBS) 戰略企劃室室長 Sunwook CHOI (右圖)



日本放送協會 (NHK) 廣播技術研究所副所長 IWAKI Masakazu (左圖)  
晚宴後致贈陸寶《茶金歲月旅行茶組》予日本放送協會 (NHK) 會長前田晃伸 (右圖)

## ● 2022 PBI 年會 會議（四）：「公共」於公廣媒體永續發展之重要性 ("Public" Matters for Sustainable PSM)

講者

世界公共媒體聯盟 (PMA) 執行長 Kristian Porter

亞太廣播聯盟 (ABU) 秘書長 Javad Mottaghi

比利時南部法語區廣播電台 (RTBF) 執行長 Jean-Paul Philippot

迦納廣播公司 (GBC (Ghana)) 執行長 Amin Alhassan

日本放送協會 (NHK) 甲府放送局新聞部總監 Nishikawa Mitsuko

英國第 4 台 (Channel 4) 4Earth 所長 Michael Andrew James Sheridan

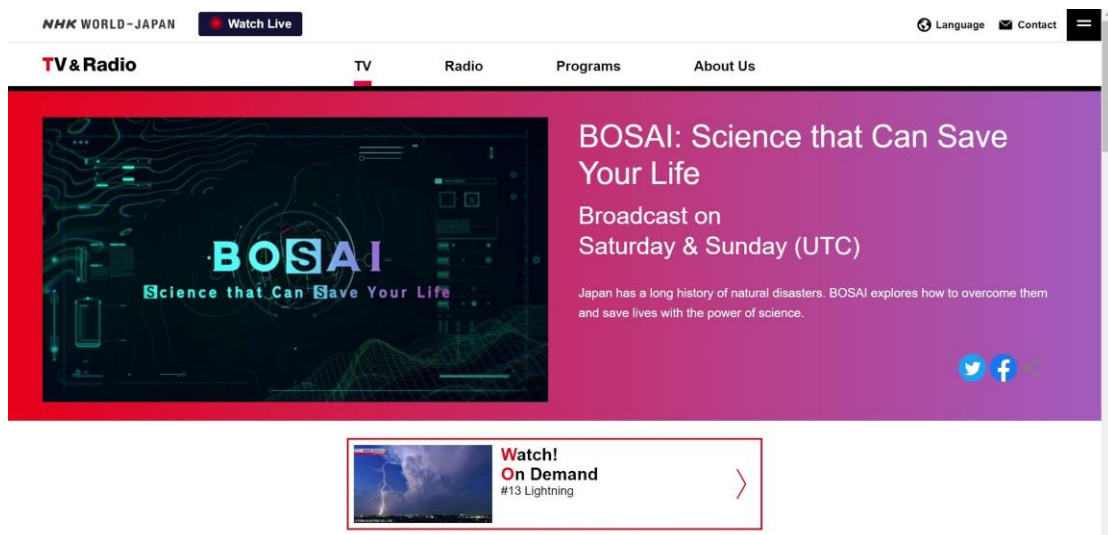
法國電視台 (France Television) NOWU 企劃經理 Léa Nogier

會議內容

公廣媒體一直都在提供探討環境議題的新聞與節目，但我們的職場、生活周遭，真實情況又是如何？聯合國永續發展目標 (SDGs) 已經提高了公眾對環境的意識，從而思考如何以更友善地球的方式來進行工作及社會活動，但我們是否同樣感到迫切？在與世界公共媒體聯盟 (PMA) 的合作中，作為公廣媒體的一員，我們都應更積極推廣綠色管理政策 (Green Management)。

首先，公廣媒體需要改變面對「災害」的態度，應當從順應時勢轉為積極預防，像是在未發生災害的鎮定期內，製作相關網站或是文宣，讓大眾能進一步接觸災害防治相關知識，同時提高大眾的危機意識。

NHK WORLD-JAPAN 有一個相當成功的例子：「BOSAI (意：防災) 網」，透過簡單的教學影片和有趣的圖示，引發大眾興趣，進而觀看影片學習災害防治。



NHK WORLD-JAPAN Watch Live

Language Contact

TV&Radio TV Radio Programs About Us

**BOSAI**  
Science that Can Save Your Life

**BOSAI: Science that Can Save Your Life**  
Broadcast on Saturday & Sunday (UTC)

Japan has a long history of natural disasters. BOSAI explores how to overcome them and save lives with the power of science.

Watch! On Demand #13 Lightning

亞太廣播聯盟（ABU）也與聯合國減少災害風險署（United Nations Disaster Risk Reduction, UNDRR）共同製作關懷地球環境的紀錄片影集。

英國第 4 台（Channel 4）建立環境氣候頻道「[4 Earth](#)」，除了透過傳統電視傳播訊息，也製作影片放上社群或串流媒體（如 Twitch、YouTube），利用網路傳播，讓永續發展的意識更加擴張。



法國電視台（France TV）推出 NOWU 企劃，透過網站及 APP 推送與全球氣候變遷相關的消息及環保議題文章，同時也開設 Instagram、Facebook、YouTube、Twitch 等帳號，藉由社群媒體發布相關即時資訊。



## ● 2022 PBI 年會 會議（五）：「公共」於閱聽眾之重要性 ("Public Matters to the Audience")

講者

日本放送協會 (NHK) 日本賞秘書長 Yasuda Shin

台灣公共電視 (PTS) 總經理 Cindy Shyu

捷克電視台 (CT) 總裁 Petr Dvořák

會議內容

現今社會，觀眾離公廣媒體越來越近，更需探討「公廣媒體」和「公眾」的關係、對公眾而言最重要的事情。透過不同的倡議、運動和活動，體現出更不一樣的公共價值，在與整個社會保持相關性的同時，亦為大眾建立國際視野。

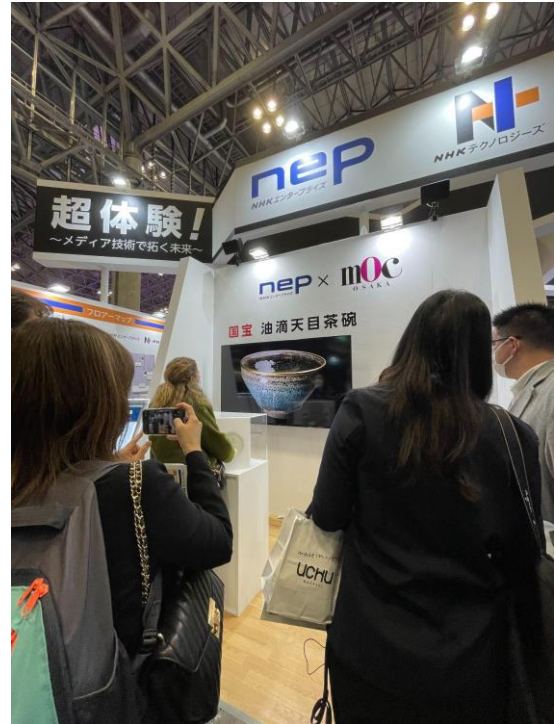
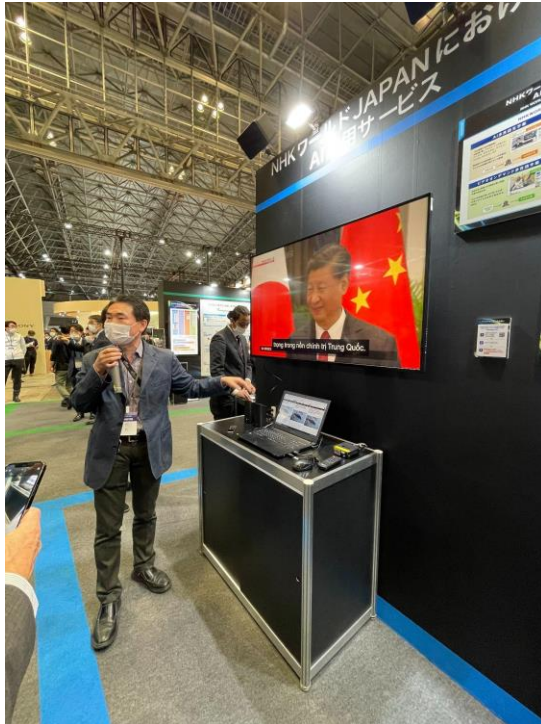
總經理於本會議中擔任講者，並以「Best of INPUT 世界公視大展精選」為例，分享本會如何創造場域，讓民眾透過參與活動，對公共媒體有更深入的理解及認識，同時推廣 2023 年在台舉辦的 INPUT 大會；也分享本會為兒少群體提供的服務，包括台灣國際兒童影展、FUN 出大能力、兒少資源網等；最後也提及 PeoPo 公民新聞、TaiwanPlus APP。會後多位代表皆回饋獲益良多，更有多家公廣媒體來詢本會介紹影片與同仁分享資訊。



NHK 使用不一樣的方式闡述他們所傳遞給孩子們的國際觀，結合當地民俗歌謠及地球村的概念，透過音樂讓兒少觀眾認識聯合國的永續發展目標 (SDGs)。VRT (比利時佛拉蒙廣播電視公司) 則是透過數據分析，去了解組織和觀眾之間的距離，同時也體認到傳遞資訊及在地化的重要性。

## ● 導覽行程：2022 Inter BEE 國際廣播電視設備展

NHK 為 2022 PBI 年會與會代表們規劃 2022 Inter BEE 國際廣播電視設備展的導覽行程，介紹目前最新的廣播電視設備。



解說 NHK 即時 AI 字幕翻譯功能（左圖）  
透過超精細 3D 建模鑑賞日本國寶油滴天目茶碗（右圖）



藉由 3D 技術建製古代街道場景

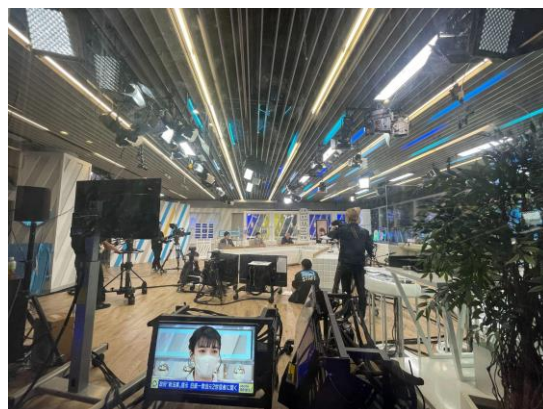




高畫質即時轉播技術搭配高品質環繞音響，創造身歷其境的體驗



Panasonic [4K UHD PTZ CAMERA](#)



ABEMA 位於六本木の攝影棚內也可見 Panasonic 4K UHD PTZ CAMERA



## 結語

本次至日本東京出席 2022 PBI 國際公共廣播機構年會，亦是睽違三年重新恢復實體舉辦的 PBI 年會，針對會議所探討的其中兩個議題尤有深刻體會。

一是「**數位轉型**」，這個議題已然成為全球所有公廣媒體正在或即將開始進行的任務，然而數位化並不同於傳統廣播電視的消失，而是將組織及內容帶向有更多閱聽眾的地方——網路。公廣媒體的本質及價值依然不變，數位化僅是一種手段，公廣媒體應加以善用，將內容傳遞給更多人。

「數位轉型」的關鍵之一，即是**長遠的資金規劃**，在現今這個資訊爆炸的時代，閱聽眾沒有這麼多時間，公廣媒體不能再只是告訴大眾：「公廣媒體是好的、公廣媒體在做對的事情」就期待閱聽眾付費支持，而是要**產製好的節目內容**，並時時保持「切合時事（relevant: connected with what is happening or being discussed）」，以內容說服閱聽眾認為投資公廣媒體是值得的。好的內容也未必只能枯燥乏味，須兼顧娛樂性及實用性，就如同健康食物也要夠美味才能吸引更多消費者。

要產製好的內容，就需要對的人才，英國廣播公司（BBC）總裁 Tim Davie 在談及數位化是否意味著傳統廣播電視的消失時，提到「世界的變化會比我們想像的快，也會比我們想像的慢（The world will move faster than we think, and slower than we think.）」，也提到所謂「年輕一代（young people）」尤其嚮往能做有意義、有價值的事，Tim 認為公廣媒體在面對新時代的挑戰時，應以此吸引**樂於改變且具高度適應力的人才**。

二是公廣媒體的「**永續發展**」，本次至日本東京出差期間，不僅透過大會中的討論及其他公廣媒體產製內容對「**聯合國永續發展目標（SDGs）**」有所認識，就連日本街頭的企業廣告及親子活動文宣都能一再看到這個主題，除了在大會中與談的日本放送協會（NHK）、亞太廣播聯盟（ABU）、英國第 4 台（Channel 4）、法國電視台（France TV）等提供相關實例，[德國電視二台（ZDF）](#)及[加拿大廣播公司（CBC/Radio-Canada）](#)也將永續發展的概念納入組織發展對策中，小至停止使用一次性塑膠用品、大至新增「綠色生產」的目標或系統性地計算所有產製內容的碳足跡等，皆是從**公廣媒體自身做起**，不僅推廣、更要實踐。

透過參與 2022 PBI 年會，得以對全球公廣媒體眼下重視的議題、正在進行的規劃及未來發展策略皆有更深一層的了解，也希望藉由這份出國報告和會內同仁分享，身為公廣媒體的一分子，我們能如何更著重「公共」的面向、更貼近閱聽眾的需求、更對公廣媒體的價值及任務有新的體認。