

建構媒體嶄新地景 打造文化亮麗台灣

財團法人公共電視文化事業基金會

九十四年九月

公視集團的意義和理想

構築公民社會的重要樑柱

民國九十二年立法院通過修正廣電三法，明定黨政軍須退出廣電媒體，華視與台視之官股必須於民國九十四年十二月二十六日前完成釋出。行政院更於九十四年確立了華視、台視未來釋股採「一公一民」的方式：官股所佔比例較高的華視公共化，民股所佔比例較高的台視民營化。而公共化後的華視，將和現有之公視，形成公共廣電集團，集合兩台之資產、人力以及資源，以更高的能量，發揮更大的效益。另外，因應數位電視的發展，行政院更編列特別預算，委託公視建置數位電視產業公共平台，並製播兒少、公民美育、境內外語、海外國際等頻道，以達促進本土影視產業發展、型塑優質媒體環境及多元公民社會之目的。

世界各國不乏以公共廣電集團，提供多樣、優質的多頻道節目以服務民眾的例子。如英國 BBC 有二個類比頻道、六個數位頻道；日本 NHK 有二個類比頻道、二個數位頻道，三個衛星頻道。而公共廣電集團往往在各國的媒體產業，扮演火車頭的角色，以公部門資源投入數位電視的先期發展，以塑造健全的市場環境。例如 NHK 投入高畫質電視的研究和節目的生產，BBC 以免費的數位電視頻道開創數位無線電視市場商機。

在台灣，媒體發展亦進入量變與質變的關鍵時刻。數位電視技術使無線電視頻道倍增，國人需要更多、更好的節目促進媒體生態的改變。依據行政院規劃，未來華視將在廣電法的規範及公視董事會的監督下，繼續以廣告為主要營收來源，成為一個有民營化活力的公共電視台。而在公視法規範下的財團法人公共電視文化事業基金會，將繼續提供各類優質節目與主題頻道，形成均衡之廣播電視環境，並為建構台灣數位電視的公共平台而努力。

公視集團的願景與效益

成為全球華人的標竿媒體

願景

- 以優質多元的廣電服務，滿足全體國民所需。
- 以完善的研發、訓練與資助轉型機制，促進國內產業升級與市場擴張。
- 以華人媒體產業的優質先鋒，成為全球廣電文化的參考指標。
- 以民有、民治、民享的經營理念，成為全球華人中的媒體典範。
- 以健全的傳播網絡，讓台灣文化傳播全球。

效益

- 文化面：可以讓優質的節目內容有更大的影響力，提昇國人文化素養，改善當前廣電生態過度被收視率操弄的現象。
- 產業面：提供國內影視工作者更多創作資源與發表的園地，促進文化創意產業與數位科技產業之發展。
- 社會面：促進公民社會之發展，保障多元意見之表達。
- 國際面：促進社會國際化，提升台灣國際知名度，爭取國際認同。

公視集團營運項目

計畫名稱		計畫內容	執行年度 ^註
電視頻道	公視	側重人文教育、新聞時事、政策論壇、並關懷特殊族群的綜合頻道	已開播
	公共化電視台 (華視)	側重戲劇娛樂、生活資訊、新聞體育的綜合頻道	已開播
	兒少頻道	以兒童、青少年為主要觀眾，兼顧親職教育的優質頻道	2006 開播
	公民美育(文化藝術)頻道	提供全國內、外多元文化藝術節目的優質頻道	2006 開播
	海外國際頻道	讓國際人士了解台灣文化特色、政經發展、旅遊資訊及國際局勢的英語全頻道。此頻道節目亦可在台灣國際機場播出。	2006 開播
	境內外語頻道	服務境內外籍人士、新移民，並提供國人開拓視野、尊重多元與學習外語的環境	2006 開播
	HDTV 頻道	綜合性頻道，提供高畫質數位節目與數據服務	2006 底試播
	DVB-H/IPDC 行動電視	依循 DVB-H 標準，傳送數位電視節目和數據資料之互動服務頻道	2006 開辦
數位廣播	文化教育頻道	提供全民終生學習內容之廣播頻道	2007 開播
	新聞體育頻道	提供新聞、體育節目和即時資訊內容	2007 開播
	音樂藝術頻道	提供古典、爵士、流行、民族風等各具特色的音樂藝術服務	2007 開播
	境內外語頻道	針對國內民眾，提供一個外語廣播服務的綜合性頻道	2007 開播
其它計畫	數位無線第二單頻網	使無線數位平台頻寬可播出 30 個頻道，促進數位轉換，並完成製播分離之理想，豐富數位無線平台之內容	2006 年底建置完成
	台灣共同影音資料平台—數位片庫	建置一以影音為主之統一格式資料片庫，整合國內各領域之影音資料，進而促進創意共享(Creative Common)之理念	2006 硬體建置完成

註：上述播放及建置日期將依預算撥付日期而調整。

兒少頻道

為孩子打造一個純淨歡樂的新樂園

台灣國小學童每年在學校接受正規教育的平均時數為 1200 小時，每年也花將近 1000 小時在看電視。電視對兒童知識的累積和觀念的型塑，有相當大的影響力。此外根據兒童福利聯盟 2004 年十二月公布「檢視 2004 年兒童傳播權」的調查結果，全國有 550 萬兒童少年，佔人口總數近 24%，而兒童節目每週播出時數，僅佔所有節目的 2.2%，數字顯示屬於兒童少年的廣電節目嚴重缺乏，孩子的收視權益嚴重被忽視。而商業電視台兒童節目時段的節目來源極大部份為美日進口的卡通，缺乏本土的多元類型節目。因此，公視集團將規劃一個屬於台灣兒童少年自己的頻道，並成立「兒少顧問團」，直接聽取學童的聲音和意見，讓這個頻道就像不可或缺的朋友，長期陪伴他們成長、互動。

特色

- 提供兼具知識性、娛樂性與教育性的本國自製節目，達成社會對兒少傳播權的期待。
- 依不同年齡層的需求製作節目，涵蓋德育、智育、美育、體育、群育等多方面的要求，啟發兒童少年的創意與追求知識的熱忱。
- 專屬頻道可依據兒少作息時間及年齡層，提供全天 24 小時之優質節目，使其有更多元的選擇。
- 建立數位互動多元學習平台。
- 提供親師交流、學習、成長之節目時段。
- 開發輔助教材、架構學習網站。

公民美育（文化藝術）頻道

提供全民一個公民美學交流平台

要提高國人美育素養，適當的美學教育，提高民眾對藝術的鑑賞力，以及提供充分的藝文資訊是非常重要的，但在國內的媒體環境裡，這樣的資源相當匱乏。目前國內雖有八十多個各類頻道，但提供文化藝術節目之時段卻寥寥無幾，文化藝術節目可以說是弱勢中的弱勢，比兒少節目更缺乏資源。而各類表演藝術活動又多集中於都會地區，城鄉之藝術落差甚鉅，實在需要一文化藝術之專屬頻道，提供一般民眾欣賞藝術、學習藝術、提昇公民美學素養的管道，並藉而扶助國內文化藝術產業，深耕文化藝術土壤。

特色

- 提供國內外表演藝術的展演舞台。
- 有系統地介紹與保存台灣的多元文化，並促進族群間的欣賞與包容。
- 國內文化活動或表演藝術經過公視節目製作後，得以行銷海外，走向國際
- 提供各種美育教學節目(包括：繪畫、雕塑、建築、攝影)。
- 提供藝文活動訊息，促進民眾參與藝術活動。
- 舉辦文化活動，培養藝文人才，如兒童掌中戲夏令營、電影劇本創作營、社區營造競賽等，促進文化藝術之推廣與傳承。

國際頻道（海外與境內）

讓世界看見台灣，促進多元文化之相互了解

近年來世界許多國家紛紛發展國際頻道，積極拓展海外落地，其中包括英國 BBC World、德國 DW、韓國阿里郎、日本 NHK World、澳洲 ABC Asia Pacific、中國 CCTV-9 等。鑑於以上，台灣亦應有一個國際發聲的管道，讓世界了解台灣，而其節目內容與品質，必須有國際水準，以和這些國際頻道競爭。近年來台灣地區外籍勞工、外籍配偶的數量逐年增加，儼然已成為台灣的新移民，為了讓境內外籍人士與新移民等多元族群，能深入了解台灣文化與生活資訊，融入台灣社會，並讓國內觀眾接觸多元之國際資訊和娛樂節目，促進多元文化兼容之價值，確有設置境內多元外語頻道之積極必要。

特色

- 提供大量資訊性節目，以獨立客觀的報導，成為國際人士了解台灣產經資訊之最具可信度的媒體。
- 國內優質之影視作品以英語字幕方式播出，境內播出時可促進境內外籍人士對台灣文化之了解，對海外播出時，可促進國內文化創意作品之國際曝光，成為影視作品國際推廣之平台。
- 台灣外籍勞工與新移民面臨的問題，也將為境內外語頻道關懷的重點，本頻道將製播相關節目，促進族群溝通融合。
- 國際頻道將積極拓展海外衛星播送與頻道落地，進入其他國家的媒體系統，成為華語文化與西方世界最主要的溝通管道。

迎接數位電視新時代

HDTV 高畫質電視與頻道

美國、日本地區 2003 年出貨的數位電視中，超過六成以上為 HD 機種，且該比例逐年上升。而根據 IN-STAT/MDR 的統計，2004 至 2008 年 HDTV 的年平均成長率，亞太地區達 131%。HDTV 應為將來市場之主流之一，而龐大的換機潮，將可為國內市場帶來一大商機，同時，也將有助於國內廠商拓展海外市場。兩年計畫將在 2006 年開始建置全省 HDTV 發射站台，並於 2006 年底試播高畫質節目，2008 將可與全世界同步，以高畫質電視收看奧運轉播。

DVB-H 行動電視與數據廣播

以中立開放的態度，整合並驗證跨多家行動通訊系統及多家行動終端設備，確保整體 DVB-H 服務之互通性(interoperability)，有效帶動國內相關產業，打造全球行動電視應用服務之先驅，使台灣將成為亞洲第一、全球先驅的 DVB-H 行動電視的商用化服務標竿，提供更便宜、多頻道、高品質的手機電視服務。

數位無線電視第二單頻網

目前數位電視發展在我國採用 DVB-T 標準後，現五家無線電視台皆已建立全國第一單頻網路，目前已有 14 個頻道正在播出，公視集團規劃建設第二單頻網後，將可使現有數位電視頻道更加豐富化，使收視之數位頻道大幅增加。由公視辦理第二單頻網建置，可發揮公建民營的模式，將建立好的全民廣電頻率資產。

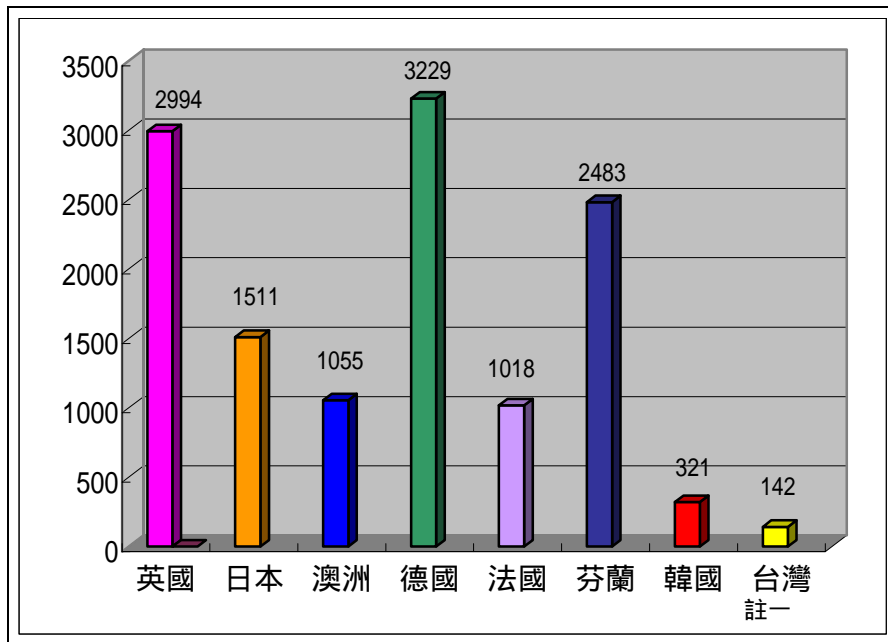
台灣共同影音資料平台—數位片庫

建置公視集團數位片庫的目的，在將公視既有的豐富影音資料，以及未來各頻道逐年所產生的影音資料以有系統整理的方式，一面轉換成數位影音檔案儲存，一面建立所儲存影音資料之分析資料(Metadata)，為台灣建立一個最專業的數位影音資料典藏環境。這些數位影音資料除了供本身使用外，另可透過網路連結將擁有絕對版權的影音資料，供外界利用文字檢索查詢後，取得所搜尋資料的低解析度影像以便瀏覽，再透過合法授權的方式，提供高解析度的影像，給不同用途的公私機構、個人合法使用，成為資源共享的數位平台。

各國公視集團投資比較

各國公視集團每人每年 負擔收視費或政府捐助款數值比較

單位：元(台幣)



註一：行政院院會通過之兩年計畫總預算為 92.16 億，扣除屬於一次性之基礎公共建設項目預算後，公共廣電經常營運部分預算約為每年 35 億，平均每
個國民每年付出台幣 142 元。

註二：台灣公視未獲兩年計畫預算補助前之每年每人平均負擔捐助數值為 39.74
元，僅為韓國八分之一。

註三：上述數值係依各國年報（2003 或 2004 年）資料統計而成。