



# PTS NEXT

www.pts.org.tw

公視研究季刊

■文／編輯部

## 區域均衡 借重他山之石

今年年初，華視南遷的議題，帶動了區域均衡的討論。南遷的問題牽涉層面廣泛，不只是遷台或設立一個電視台的問題，其中還包括設台的龐大經費從何來、員工南遷意願、地區人才培育、資源分配、產業發展政策等諸多問題。

公共電視為全民所有，經費來自全體國民，對於區域均衡有著責無旁貸的重大責任。綜觀世界主要國家公共電視，特別是收取收視費者，其區域均衡策略，均考量長遠的發展，並有縝密的規劃，以達到區域均衡的目的。

英國BBC為了擴大區域服務，避免倫敦觀點，計畫將總部由倫敦北遷至曼徹斯特，並建立媒體中心。遷台的經費預估達240億台幣，為避免員工反彈，並發揮遷台的實質效應，BBC自2004年起，以6年的時間，進行規劃、內部溝通等工作，藉由透明化的作業程序，減少內部反彈的壓力。

日本NHK重視區域節目的露出與代表性，從董事會成員，有八位各地區代表，就很能證明這種觀點。各地分台也分配到資源，負責製作具有當地特色的節目，於全國頻道時段中播出，不僅可發揚地方文化特色，降低節目製作成本，也能培養地方節目製播人才。此外每日採用地方分版方式，播出當地的地方節目，週間平均每日有3個小時地方分版時段。

加拿大CBC則以區域中心Edmonton再造的方式，強化區域均衡。首先將Edmonton移至市區中心，建置中央舞台，提供文化演藝表演，增加與民眾的親近性，更重要的是，CBC在此建立數位平台，發揮資源共享的綜效，改變空間的相對位置。Edmonton的再造計畫，因為辦公空間的節省，搬遷之後還有結餘款項一千萬加幣，回歸挹注到節目製作。

澳大利亞的ABC採用地方分版的方式，滿足各區民眾對於地區節目的需求，在節目製作資源，維持38%左右比例的自製節目，由雪梨以外的其他區域製作。而在廣播的部分，因成本較低，全國共有60個地方電台，能夠充分提供符合地方需求與特性的節目，服務在地觀點。

本期季刊，我們提供了上述四個國家公共電視的區域發展策略。由這些國家的實例可以看出，各國因應當地的文化、地理特色，發展出不同的策略。總而言之，要達到區域均衡，除了考慮「遷台」之外，更重要的是如何兼顧地方特色，使地方觀點能夠適時地表達出來，讓各區域民眾感受到被重視與被尊重，也是重要的課題。■

### CONTENTS

#### 02 焦點專題

走出倫敦

BBC擴大區域服務  
更貼近全民



#### 05 傳播公民權的區域實踐

澳大利亞ABC與SBS  
平衡區域差異

#### 08 凸顯地方

NHK的區域均衡  
發展策略

#### 10 區域再造

CBC Edmonton  
地方中心更新的使命

#### 12 數位發展：

開放資料庫  
BBC「創意檔案庫」  
實驗上路



#### 16 新訊視窗 讀者回函

ISSN 1617-2657



9 771817 285003



# Out of London

## 走出倫敦

BBC於2004年中推出「走出倫敦」的發展策略，依中、長程規劃區域均衡發展，以落實建構公共價值。

# BBC擴大區域服務 更貼近全民

下一個十年，英國公視BBC宣示將走出倫敦，強化各區域服務。不僅將加強新聞與節目各區域製播的比重，更計畫在2010年前，在英格蘭北方大城曼徹斯特建立整合媒體相關產業的「數位化媒體中心」（Media Zone），包括體育、兒童、新媒體與技術研發等部門將納入北移計畫。

正值十年一次皇家憲章審查的關鍵時刻，BBC於2004年中發表「建構公共價值」（Building Public Value）宣言，推出「走出倫敦」（Out of London）的發展策略，主要有五項方案：

1. 逐漸增加全國性廣電節目在英格蘭東南區（大倫敦區域）以外的投資，以反映日趨區域分治的文化差異。

2. 藉由在各地成立全國性製播中心，鼓勵製播人才與媒體產業向英國各地發展，例如在伯明罕與布里斯托設立製播中心。

3. 進一步強化蘇格蘭、威爾斯、北愛爾蘭等既有製播中心的發展，製播更多成功的全國性節目。

4. 於英格蘭北方建立融合廣播、電視、網路的媒體中心，也就是「曼徹斯特計畫」。

5. 將更多委製預算投資移出大倫敦地區，帶動各地獨立製片發展。

BBC強調區域發展，自然有其背景因素。除了因應地方分治之政治發展外，均衡反映人口

分布結構<sup>註1</sup>、商業媒體減少區域服務，以及倫敦物價成本日趨昂貴等，都促成BBC不能只以倫敦為中心。此外，製播過度集中倫敦，也讓外界批評BBC有「倫敦偏見」，一項內部調查就發現，英格蘭北方地區的民眾，對於BBC的喜好度明顯較低。

### 1990年代起逐步增加區域服務比重

早從1967年BBC在萊斯特設立第一個地方廣播電台，BBC開始有了地方服務。1990年代初，為因應均衡發展的需要，逐步將倫敦以外的節目製作比例從五分之一，提高到三分之一，但仍以廣播服務比例較高，電視方面以地區新聞服務為主。

1999年，英國經過公民投票後，於蘇格蘭及威爾斯成立議會，加上北愛爾蘭，均從「地區」（regions）提升為「國家」（nations）<sup>註2</sup>，BBC組織內的「區域廣播部」（Regional Broadcasting）也更名為「全國與地方部」（Nations & Regions），主管英格蘭、蘇格蘭、威爾斯、北愛爾蘭等區域事務，並增加2,100萬英鎊投資於各類型節目服務。

包括電視新聞從「新聞快報」擴大為1830半小時地區新聞（如Reporting Scotland、Wales Today、London News等），緊接在全國性晚間六點新聞之後，在各地分版播出。此外，還提供各區時事論壇節目、現場體育

註1：據BBC統計，全英80%人口居住在倫敦以外各地，但BBC卻只有42%的員工於倫敦以外區域工作。

註2：英國人口約5,880萬，面積241,600平方公里，是台灣的6.7倍，其區域包括蘇格蘭、英格蘭、威爾斯及北愛爾蘭。首都倫敦位於英格蘭東南方，與北方各地向來存有南北情結。





▲重視「在地化」的呼聲，驅動英國公共電視朝區域發展。

轉播，也開始製播地區性戲劇、娛樂節目，更貼近各地人民生活，並且反映地區文化特色。

例如，蘇格蘭中心所製作常態性戲劇River City已播映超過三年，深受蘇格蘭人民喜愛；威爾斯中心更成功推出全國性聯播節目，如新一季的暢銷節目「Dr Who」即在東南威爾斯取景拍攝。此外，也陸續建置了55個Where I Live區域專屬網站，提供在地訊息。

新科技也使BBC進一步「在地化」。從2005年起，利用衛星數位電視以及寬頻的技術，將逐步在60個城市推出每小時10分鐘地方新聞，使地區新聞更貼近社區。舉例來說，若是衛星數位電視的訂戶，只要點選遙控器紅色鍵，即可觀看每小時更新的在地新聞；此外，也可從地方性的Where I Live網站經由寬頻收看。這項名為「在地電視」(Local TV)的實驗計畫，先從英格蘭中西部挑選5個城市開始，每個地區設6名記者或製作人，其中並有一位負責訓練民眾利用自己攝影機拍攝家鄉的故事。

### 委製預算與決策不再集中倫敦

逐年提升獨立製片的委製比例，也是BBC未來重點發展策略，其中也融入區域平衡的

概念。2005年負責大部份節目委製的BBC電視部，首次將全國委製會議移師到北方的曼徹斯特舉行，會中宣示將於委製預算之內，加倍編列「區域發展基金」(Regional Development Fund)，提供大倫敦地區以外獨立製片承製。

此外，也將把部份委製決策人員移出倫敦本部。年來陸續任命了喜劇節目委製主管，設於英格蘭北部曼徹斯特；娛樂節目委製主管遷至蘇格蘭格拉斯哥；日間節目委製主管設於英格蘭中部伯明罕；紀錄片委製主管設於英格蘭西南部布里斯托。

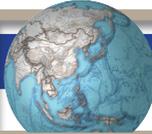
「我們承諾將製作與各地民眾更緊密相關的節目，無論探討議題或是場景，都將更具親近性」電視部經理Jana Bennett並認為，人才不是問題，機會不夠才是地方上普遍的感受。

### 曼徹斯特計畫 設立媒體中心帶動發展

其實，歷史悠久的英國，除了倫敦之外，的確不乏人文歷史薈萃之地。以曼徹斯特為例，曾經是18世紀工業革命時期全球最重要的工業重鎮；足球運動盛行，其中曼徹斯特聯隊更享盛名；大學、美術館、博物館、文學、音樂均有發展軌跡。商業電視台ITV歷史悠久的肥皂劇「Coronation Street」也在當地取景拍攝。

2005年10月，BBC董監事會通過了「曼徹斯特計畫」，授權經營部門從候選的四個地方挑選最適合場地。期間友台ITV一度向BBC招手，希望能在ITV曼徹斯特現址與BBC合作。最近，BBC從其中挑選出兩個，雖然排除了ITV提議的合作地點，但卻是更進一步要與媒體產業、廣電技術產業、製作公司共同建構數位化的媒體中心(Media Zone)。

計畫中類似大型商場形式的媒體中心，BBC扮演如同房東的角色，與各種可能的合作對象建立夥伴關係。目前新媒體部門的技術研發與工程科技人員已經遷至曼徹斯特，成為首批前往鋪路的先遣部隊。



在2010年前，包括BBC體育、兒童、新媒體等部門，共有CBBC、CBeebies兩個數位電視頻道、體育專業廣播頻道Radio Five Live，以及數位廣播頻道Radio Five Live Sports Extra等，都將遷至新的媒體中心運作，牽動員工高達1,500人。

自從消息宣佈，引發內部反彈。部份員工質疑，許多節目製播資源是整個BBC共享，不是單一部門可以完成。此外，擔心沒辦法敲到重量級來賓上節目、知名簽約主持人能否配合遷移……，種種執行上的困難，加上眾多員工家庭安置問題，使得計畫實現仍有相當大的困難度。例如宣佈將遷到曼徹斯特的體育部，已請員工於2008年前決定是否願意配合北遷。另一方面，工會也聲明，將不同意資方在此過程以裁員方式處理。

更大的困難還在於：錢從哪裡來？原本宣佈將花費6億英鎊（約360億台幣）作為遷移費用，納入策略聯盟共同建構媒體中心的考量後，估算經費可望降到4億英鎊（約240億台幣），但畢竟費用還是龐大，因此BBC先前表示，將視下個十年收視費確定額度後，再決定是否真正執行，但目前情勢發展，卻使得BBC似乎難以再踩煞車。

北移曼徹斯特計畫經董監事會通過後，英國西北區域發展局就表達強烈支持，認為此計畫將創造4,000個新工作機會，十年內帶動15億英鎊的經濟產值。因此，西北區域發展局已經預備提供3千萬英鎊協助BBC實現北移大計，憲章審查期間相關選區的議員也普遍支持。

## BBC經驗 中長程規劃區域均衡發展

作為憲章審查期爭取公眾認同或是提升收視費的策略思考，或是BBC回應外界批評有「倫敦偏見」之修正，BBC部份製播資源北上曼徹斯特，預料將是未來持續受到關注、並經歷內部陣痛的議題。

正如BBC總經理Mark Thompson所言，BBC要藉此重新聯結曾經與BBC疏離的區域（attempt to “reconnect” with parts of the country “alienated” from the BBC），從此改變機構的發聲角度，並且打開新的觀點與人才進入之門。

BBC十多年來強化區域服務的腳步，已經愈跨愈大步，不僅有中長程的發展脈絡，也有政策延續性。以北移曼徹斯特計畫而言，原始發想於前總經理Grey Dyke，沒料到在正式對外發佈之前，Grey Dyke卻因赫頓事件下台。然而在新的經營團隊接手後，它仍是因應憲章審查的重點策略。

又因其涉及員工權益、運籌分工、籌措龐大經費等複雜層面，從2004年拋出政策訊息到真正落實，拉出了六年的規劃發展時程，從公開徵求北移計畫專案召集人、內外部溝通等，決策過程盡量透明。

在台灣公廣集團朝向區域平衡發展思考的同時，值得參考BBC重視長程規劃的發展模式，設定短、中、長程目標，從點、線、面逐步深化其服務內容，讓區域均衡發展真正落實為建構公共價值的長程策略。■

### 參考資料

1. Building public value: Renewing the BBC for a digital world (2004), pp.108-111, available on: <http://www.bbc.co.uk/thefuture/bpv/prologue.shtml>。
2. John Plunkett (2004), Thompson aims to ‘reconnect’ BBC, Dec. 7, The Guardian。
3. All Sport and children's to go north in BBC Manchester move, Dec. 7, 2004, MediaGuardian.co.uk。
4. David Rose (2005), Thompson: Manchester plan depends on licence settlement, Broadcastnow.co.uk。
5. Julia day (2005), BBC offered £50m for Manchester move, Oct. 17, MediaGuardian.co.uk。
6. BBC North expansion moves an important step closer, Oct. 21, 2005, NWDA press release。
7. Four sites shortlisted for BBC in Manchester, Oct. 21, 2005, BBC Press Releases。
8. Jane Marlow (2005), The making of a 21st century media village, Nov.18, pp-18-19, Broadcast。
9. Bennett announces increased BBC Television support for production & commissioning outside London, Nov. 23, 2005, BBC Press Releases。
10. Ben Dowell (2006), BBC slashes cost of Manchester move, MediaGuardian.co.uk。
11. Geoff White (2005), BBC trials ‘ultra local’ news, broadcastnow.co.uk。
12. Further plans for Local TV news pilot announced, Aug. 15, 2005, BBC Press Releases。





# Australia

■文／策發部研究員 王菲菲

## 傳播公民權的區域實踐

# 澳大利亞ABC與SBS 平衡區域差異

為因應區域傳播的需求，服務殊異的區域觀眾，澳大利亞公廣機構ABC與從事特別廣播服務的SBS在幅員廣袤的澳洲展開實踐之路，其可貴經驗足堪借鑑。

澳大利亞的公廣機構ABC及特別廣播服務SBS，都肩負著產製廣播節目內容以服務區域觀眾、反映區域文化多樣性、培育區域創作人才等特殊使命<sup>註1</sup>。多年來，兩者運用集團各式媒介的不同特性，互補組合，既為區域社群進行服務，也同時創造了全國一體的認同感。

已有70餘年歷史的ABC，資源較豐富，社會期待也較高，面對區域傳播的需求，也有較為全面的處理方式；SBS雖歷史較短，資源較不充裕，但在區域平衡議題上也未曾缺席。

以兩者多年經驗觀之，以下是滿足區域需求的指標作法：1.董事會與諮詢委員會皆設區域代表。2.行政層次設區域辦公中心執掌相關事務。3.設省級製播中心專責新聞資訊服務及內容製播。4.將重要節目移至主要產製地點以外進行。5.設特別預算計畫因應區域特殊需求。

## ABC

考量區域平衡，ABC在行政權力與服務內容兩方面，皆有指標性的作法。

首先，ABC的行政組織明確顯示出區域代表

性：作為廣電集團權力中樞的ABC董事會，七位董事中有一位為區域身份代表；在組織架構上，各省及行政區都設有辦公中心<sup>註2</sup>。

在服務內容方面，ABC的電視、廣播、新媒體，都針對區域，做了特殊業務安排。

## 8種新聞版本展現區域特色

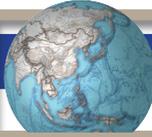
ABC電視部門從1950年代起，就肩負著「以影像再現社群，建立國家認同」的任務。由於澳大利亞幅員遼闊，直到1980年代中期為止，唯有公廣機構ABC全國電視網，因此ABC電視在各省及行政區域皆有長期運作。

目前，ABC無線電視節目規劃，有全國一致的時間表，但在三種情況下展現區域特色。首先，每日晚間7點至7點半「ABC News」時段，由各省及行政區各自製播編排新聞，全國共有8種版本，各自於區內播放<sup>註3</sup>。其次，週間晚間7點半至8點為時事節目時段，週一至週四為全國時事節目「7.30 Report」，週五則為8種版本的區域時事節目「Stateline」，專門探討各省及行政區事務。其三，各省級行政區若有特別活動，則於其區域變動電視節目時間表，以因應該項需求。值得一提的是，當ABC於2005年開辦數位多頻道服務

註1：引自兩機構的公廣憲章（Charter）。ABC憲章載於Australian Broadcasting Act 1983第六條（可參見<http://www.abc.net.au/corp/pubs/ABCcharter.htm>），SBS憲章載於Special Broadcasting Services Act 1991第六條（或可參見<http://www20.sbs.com.au/sbscorporate/index.php?id=378>）。

註2：見ABC組織架構表。其中，各省與行政區辦公中心，設於Department of Strategy and Communications之下。

註3：包括首都特區、新南威爾斯省、維多利亞省、南澳省、西澳省、昆士蘭省、塔斯馬尼亞省、北領地共8個版本。



ABC2，首輪納入的區域特色，就是播出8種版本的「Stateline」，讓觀眾首度在全國平台上觀看到其他省份的版本，成為直接瞭解他省政情的重要管道註4。

### 創造觀眾接觸區域議題的機會

目前ABC的全國無線電視服務，在非主要城市地區，平均每週吸引區域居民390萬人收看，在區域地區的觸達率為62.6%註5。整體說來，節目內容直接以區域為訴求者不能算多，畢竟ABC主頻仍屬綜合服務。不過，間或出現以區域為主題的電視節目，往往能觸及澳大利亞人國家認同的最敏感神經，並創下收視紀錄註6。有關內容，較為實際的作法是，將區域元素加入新聞時事及各類電視節目型態中，儘可能創造機會讓觀眾接觸到區域議題。此外，節目製播資源的「去中心化」也是重要作法；某些每週帶狀節目以及特定節目固定單元，在雪梨、墨爾本所在省份之外的另外四省製作，讓ABC自製節目於雪、墨以外地區製作的比例維持在37.8%註7。

### 地方廣播服務因應在地需求

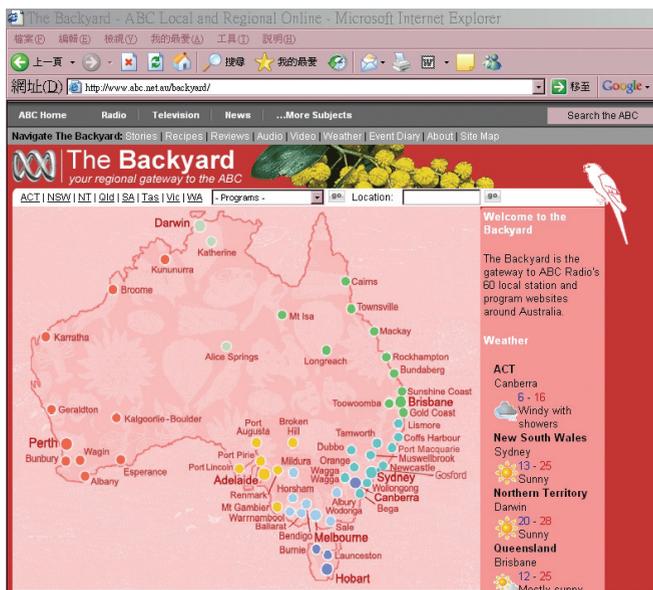
最能貼近區域公民需求的服務是來自廣播。ABC廣電集團的地方廣播服務（Local Radio），由60個地方廣播電台聚合而成，是ABC長年經營、觸角深入地方的在地網路。其中有51個地方廣播電台位於非主要都市地區。各電台節目內容皆因應在地需求自行安排，既有ABC全國廣播節目中的珠玉，也有深具地方色彩的自製內容。

廣播是一種親密度極高的媒介，往往能串連深刻緊密的人際社群關係與社區認同感。在

政府特別預算「國家利益啟動計畫（National Interest Initiative, NII）」註8的支持下，ABC特別設立了「區域製作基金（Regional Production Fund）」以鼓勵區域廣播人才。該基金在2004-2005年度共委託新製了106小時的節目，在ABC廣播頻道播出，並且進行了雅典奧運與區域型體育活動的轉播服務。產製內容之外，這筆經費還贊助了一些既有趣又有意義的公眾活動註9。

### 對區域平衡的努力深得人心

「區域製作基金」還造就了專為區域設計的網路服務。前述公眾活動，皆由網路串連所有社區，若無ABC的新媒體部支援，殆無可能。新媒體部所經營的區域服務，還有兩大入口網站「The Backyard（<http://www.abc.net.au/backyard/>）」與「ABC Rural（<http://www.abc.net.au/rural/>）」。「The Backyard」首頁就是



▲「The Backyard」網頁標示ABC各地方電台的地理位置與網路連結，是一個最新消息的資訊平台。網址：<http://www.abc.net.au/backyard/>

註4：目前ABC2的「Stateline」8版本聯播時段為週六下午。

註5：在主要城市地區的觸達率為64.2%，相當接近，不過觸達人數可達880萬人。ABC Annual Report 2005。

註6：2000-2003年的戲劇系列「Sea Change」及2005年的「Outback House」是近期的成功例子。

註7：ABC Annual Report 2005, p.71。

註8：ABC在2000年年底主動提出的近4千萬澳幣額外預算計畫。區域服務為其中一項重點。ABC 2000, ABC National Interest Initiative, Media Release, December 6。

註9：以區域為主題的攝影、短文、音樂創作等競賽；優勝者獲得將作品在ABC相關媒體製播的機會，並巡迴各地等。參與迴響皆熱烈。

註10：ABC 2005, ABC Annual Report 2004-5, p.71。

註11：ABC 2005, Community Sentiment Towards Public Broadcaster Remains Strong, Media Release, August 31. <http://www.abc.net.au/corp/pubs/s1449978.htm>



一幅澳大利亞地圖，上面標示ABC全部60個地方電台及其聯結。除了作為各地方最新消息的總匯集站，也以各種方式呈現地方即時影像，並彙整地方訊息形成網路資料庫。另一個入口網站「ABC Rural」是農業主題網站，與區域議題有極大交集，聯結ABC六個農業廣播節目及一個農業電視節目；網站上提供各節目資訊、檔案、市場行情，以及對農業最重要的天氣預測。

若獲得政府善意回應，「國家利益啟動計畫」將在2006年提撥顯著經費協助區域內容（尤其是區域新聞）在ABC2播出。如此，ABC新媒體部將能帶動數位轉換在區域進行。

ABC對於區域平衡的努力，獲得澳人認可。2005年全國調查結果顯示，在區域新聞時事的處理上，ABC遠較商業媒體為優；ABC獲得79%肯定，商業媒體僅46%註10。區域觀眾對於ABC的喜愛與感激，在ABC委託進行的全國民調中年年獲得證明：2004年，有88%的區域居民肯定ABC的服務；到了2005年，已增加到92%註11。

## SBS

SBS董事會一樣設有區域代表，年度諮詢委員會也有多場區域諮詢座談。SBS在區域服務方面，雖比不上ABC的資源充沛與面面俱到，但已盡力而為了。

### 「Desperately Seeking Sheila」紀錄片創收視佳績

SBS Independent (SBSi) 是1994年由聯邦

政府所建立、並交由SBS執行的獨立製片基金，核案對象多集中於非主要城市及偏遠地區影片工作者，尤其關注原住民及非英語背景，完成的作品題材多元活潑而大膽，並在SBS播出。

近期最為人稱道的作品是真人實境紀錄片系列「Desperately Seeking Sheila」（堪稱「我愛紅娘」西澳紀錄片版）。最初發想是由西澳農民協會提出，目的為幫廣大農區裡的單身漢徵婚。經由六位偏遠地區的單身農民與旅棧主人，引出區域農家在全球化農產品競爭下，所承受與面臨的社經困境與生活艱辛。之後，十多位背景殊異、毫無內陸農村生活經驗的適婚年齡女子，懷著對區域澳大利亞的想像與憧憬，進行一趟相親之旅。整個系列揉雜了求偶過程所擦撞出的文化衝擊與人情趣味，同時還帶出西澳風光、農莊生活深度旅遊、農情報導，以及全球化洪流下的區域生活諸多現況，創造了收視佳績。

### 台灣公廣集團的區域均衡之道

澳大利亞公共廣電機構對於區域均衡的策略，是讓各區域的公民發聲、顯影，讓不同社群看見彼此的精彩文化，並進一步凸顯澳大利亞的文化多樣性。在這過程中，公廣機構貼近民心，深獲肯定。

台灣能從他們的經驗擷取何種啟發？根本之道或許在於「區域均衡發展」必須納入台灣公共廣電制度設計的脈絡中，亦即「非台北的」、「非全國的」區域觀點必須被認知，並且進到制度設計以及製播內容之中。這種觀點的具體內容為何？北中南東4區？21縣市？319鄉鎮？則亟需進一步研究討論。

再者，公廣機構固應主動爭取資源，服務區域需求，然而往上推敲，是否在國家傳播政策的層次，就該對區域傳播有所擘劃？最後，公廣集團雖然呈現雛形，並開始進行多頻道發展，卻不可能一勞永逸地解決所有區域傳播問題。

如何與其他媒體服務形式或地方媒體進行策略結盟合作，以因應地方及區域需求，或為近期的思考方向。▮

#### 參考資料

1. ABC 2000, ABC National Interest Initiative, Media Release, December 6.
2. ABC 2005, Community Sentiment Towards Public Broadcaster Remains Strong, Media Release, August 31.
3. ABC Annual Report 2005.
4. Bureau of Transport and Regional Economics 2005, About Australia's Regions.
5. Gray, I. and Lawrence, G 2002, A Future for Regional Australia: Escaping Global Misfortune, Cambridge University Press.
6. <http://www.abc.net.au/backyard/>
7. <http://www.abc.net.au/rural/>
8. <http://www.dfat.gov.au/aib/overview.html>
9. Parliament of Victoria (Economic Development Committee) 1999, Inquiry into the Effects of Government-Funded National Broadcasting on Victoria - Final Report.
10. SBS Annual Report 2005.



■文／策發部研究員 彭玉賢

## 凸顯地方

# NHK的區域均衡發展策略

從節目分版、資源下放到董事組成、節目審議，日本NHK對全國53家地方電視台的區域均衡發展，其經營策略值得台灣公視借鏡。

日本國土南北狹長，由北海道、本州、四國、九州四個主要大島以及6,800多個島嶼組成，地域橫跨溫帶至熱帶，因此區域之間的差異甚大。NHK的經費有96%以上來自執照費，節目與服務必須滿足各地的不同需求，才能獲得觀眾支持，因此均衡區域的發展，成為NHK的經營重點之一。

### 區域均衡列入年度目標

在NHK的年度目標中，有一項「公共服務的充實」，目標內容包括「推出新型態、以日本為主題、具有深度的大型節目；強化災害與緊急報導；充實各區域的地方節目；播出豐富與高品質的新聞與節目」。其中「充實各區域的地方節目」，就是為了落實區域均衡發展。

NHK的總社位於東京，除了東京本部之外，共設有53家地方電視台，分散在各地。在地方的規劃中，將全日本分成8個區域，包括北海道、東北、關東甲信越、中部、近畿、中國、四國、九州等地，每區設有一個地方據點主台，以及5至6個地方電視台。以北海道為例，地方的主站設在札幌，另外在北見、釧路、旭川、帶廣、室蘭、函館設有分局，其中札幌地方分台，在1928年就成立至今。

各地方台除了負責規劃與製作地方節目之外，也開放民眾參觀、意見反應、電視訊號接

收障礙排除、召開地方節目審議會與蒐集地方人士對節目的意見、節目視聽室免費觀看過去NHK所播出的節目（Archive）<sup>註1</sup>等業務。參觀的團體以當地的幼稚園、國中小學生最多。

### 節目採特定時段作地方分版

節目部分，各地區在特定時段採用地方分版的方式，播出地方新聞與節目，時段主要集中在週間上午7點和11點、下午5點至7點、週五晚上7點至9點、週日上午8點，播出的頻道為綜合台，平均週間每天有3小時左右的地方分版時段。在廣播部分，Radio1、FM頻道，也都有地方分版節目時段的設計。

這些地方節目以新聞、氣象資訊為主，當然各地的文化、人文特色的節目也是重點，還有的就是各地的球賽、競賽等體育活動，以及地方選舉、地震與颱風等防災節目、地方經濟特色等等。

### 下放節目資源凸顯地方特色

除了地方節目之外，各地方台還須主責製作拍攝全國播出的節目。這一類節目通常具備非常濃厚的地方特色。以2004年為例，NHK綜合台上午所播出的電視小說連續劇《初葉》（每天上午8點15分至30分播出），描述一位大

註1：從2003年開始，NHK提供「Archive」服務，目的是為了活用NHK的節目資源。主機設在埼玉縣川口市的NHK大樓，民眾可透過NHK各地分台的終端設備，連線至主機，免費觀看過去NHK所製作的節目。2006年開放的電視節目有5,000個，廣播節目有500個。

註2：「上方」是京都、大阪的簡稱。





### 2005年NHK各地方台製作的節目

NHK地方台	節目	播出頻道
札幌電視台 (北海道地區)	自然百景	綜合台
仙台電視台 (東北地區)	源源不絕的溫泉	綜合台
名古屋電視台 (中部地區)	中學生日記 21世紀商務私塾	教育台
	巨樹的話語 (HD)	高畫質
大阪電視台 (近畿地區)	連續電視小說—初葉 歷史轉捩點 今夜顯見 (音樂節目) 綜藝—生活笑百科	綜合台
	看吧聽吧 (兒童節目) (兒童情緒管理)	教育台
	體操人2 (兒童體育節目)	
	閃耀的生活 (介紹殘障人士的文化成就, 如繪畫、攝影、音樂作品)	BS2
	上方演藝廳 註2 大阪出發 元氣出擊	
	關西週六放心時間 上方演藝會	
一同生活	Radio2	
廣島電視台 (中國地區)	百歲萬歲! (介紹人瑞的節目)	綜合台
松山電視台 (四國地區)	俳句王國	BS2

阪女孩成長的故事，這部戲劇就是由大阪電視台負責製作。

附表顯示2005年NHK各地方台主責製作的節目，可以看出除了東京總社之外，大阪電視台是另一個製作節目的重鎮，特別是日本傳統文化、音樂、戲劇類的節目，而北

海道、仙台等自然景觀保留較完整的地區，則成為自然生態節目製作的地點。各地的主站電視台參與全國性節目製作，一方面可以節省資源，就近取景拍攝，另一方面可以將節目資源下放各地，創造就業機會，訓練人才，更能凸顯各地的文化特色及地方觀點。

### 節目審議兼顧地方代表性

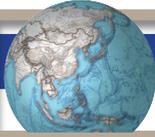
NHK董事會的組成，也考量到區域均衡的觀點。依據日本放送法規定，NHK董事會由12名成員組成，其中有8位地區代表與4位全區代表。區域代表都是成功企業的董事長或總經理，4位全區代表由各領域的專業人士擔任。NHK的地區均衡策略，主要是從兼顧各區域代表性的角度思考，包含節目資源下放、節目內容、新聞報導、節目分版等等。

此外，NHK的節目審議制度也兼顧地方意見。NHK設有中央、地方、國際三個種類的節目審議會議，主要目的是收集各領域人士對於NHK節目的建議，其中地方審議會議在全日本8個地區都各有一個獨立的組織，設有委員長、副委員長及委員5人，每月定期在各地方主站台開會，為NHK各種節目提供意見，做為節目企畫、製作、年度規劃的參考依據。

從NHK的區域均衡作法來看，兼顧地方代表性是最主要的策略。除了地方節目分版、地方製作節目等內容資源的分配之外，董事會與節目審議會議等組織兼顧區域代表性，讓各地的意見能夠表達，進而落實在節目之中；各地方分台能夠直接服務與面對民眾，使電視台的各種資源或服務，能夠讓當地民眾分享與參與，更能夠讓地方感受到被服務與尊重。這些策略，提供台灣公視參考。由日本的經驗來看，要達到區域均衡，除了遷台之外，還有許多更實質的作法可行。 ▮

#### 參考資料

1. NHK放送文化研究所 (2005.10)：2005NHK年鑑。日本放送出版協會。
2. NHK網站：<http://www.nhk.or.jp/>
3. 日本放送協會 (2005)：平成17年度各地區域放送節目編輯計畫。網址：<http://www3.nhk.or.jp/pr/>
4. NHK年度報告：網址<http://www3.nhk.or.jp/pr/keiei/annualreport/index.html>

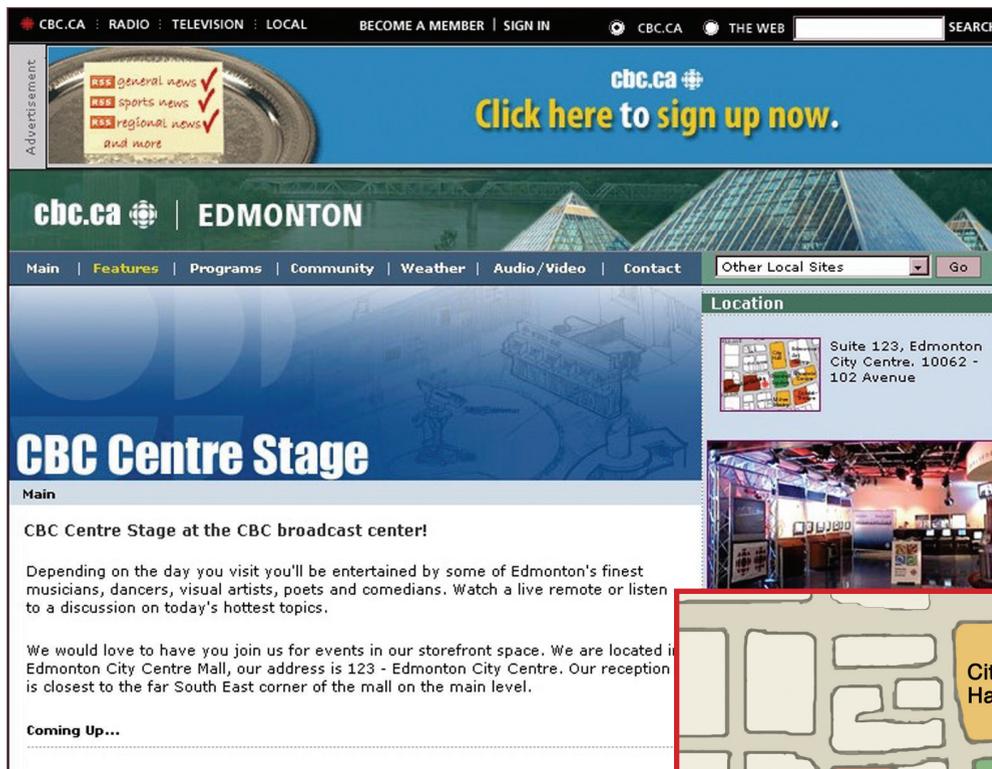


■文／策發部研究員 程宗明

## 區域再造

# CBC Edmonton 地方中心更新的使命

加拿大公共廣電公司CBC藉由數位技術共通平台的概念，完成Edmonton中心的再造方案，這項立體構思的地方發展計畫，值得觀察與學習。



◀ Churchill Square是全市的活動重心。  
資料來源，CBC Centre Stage網頁，  
網址<http://www.cbc.ca/edmonton/features/centrestage/index.html/>



2003年加拿大公共廣電公司（Canadian Broadcasting Corporation, CBC）展開一系列的經營策略行動，在其年度報告（Annual Report, 2002-3）中，特別將Edmonton區域中心列為優先開發項目之一（Strategic Priorities）。

CBC總裁Robert Rabinovitch表示，展望未來，如何提高競爭力、善用新科技、廣結產業發揮聯盟效益，皆是可選擇的發展目標，相對也是大家關注的考驗。

### 再造行動，將邊陲變中心

於此，重新規劃區域的製播中心，同時發揮創意，匯聚公民參與文化活動之空間，一併成了Edmonton計畫的核心內容。總裁認為，整個計畫從集團不動產整併計畫概念（real estate consolidation project）開始，將區域性服務



的員工作業環境，整合在一個中心底下，藉由數位技術共通平台概念，使廣播電視、網路、寬頻服務等產製，互通有無並節約資源。如此，促使7萬平方英尺的電視大樓、4萬8千平方英尺的廣播大樓，縮減為3萬8千7百英尺的整合中心，卻反而提高了效率與能見度。

這項行動真可視為將邊陲變中心的演出。首先，就地理位置上而言，Edmonton是加拿大亞伯達（Alberta）省的省會，位於落磯山脈旁，雖然富有石油礦藏，卻非文化重心，無法與五大湖區和西岸相比。這一項再造拓展，配合CBC50週年慶推出，以「數位元年」之姿營造了該區域中心的目光焦點。而從原本位居市區邊陲（75與51街），移至市區最熱鬧的廣場（Winston Churchill Square）中心，在該市活動中心大樓內建造數位平台以及攝影棚、展演空間，同時與購物中心共通，創造了全新的CBC地方服務面貌。

### 實踐組織之更新目標

此外，CBC透過建立新區域中心計畫，已經成功處分了原有在Edmonton市的廣電大樓，將售出所得投入新設中心的辦公空間、攝影棚與技術設備種種花費後，還有結餘，而且往後年度的維運費用都比過去類比時代還要低廉。

總裁Rabinovitch於2003年在廣電經營學會聚會中，發表專題演講時指出：完成Edmonton中心再造方案，實踐了CBC數項規劃中的組織更新目標，包含：

1. 強化數位內容開發與管理取向
2. 類比到數位轉換策略的實踐
3. 不動產管理之改善

#### 4. 創造全國能見度與加強對社區民眾的互動

### 為公共空間提供創意

就數位內容管理而言，再造地方中心方案，不只是一種辦公空間改變而已，而是將所有CBC製播產出專業放置在一個平台上，充分發揮合作、綜效與資源共享的原則，達成流線型的營運取向。今後新聞資訊型態的節目，都能從跨平台概念出發，合理化蒐集、分享、編輯與流通操作的管理。

在不動產管理部分，依據2003-4年報指出，整個再造方案，包含Edmonton專案在內，已經節省了1千萬加幣支出，這些經費都重新投入節目的製播中。

在創造能見度與社區互動方面，Edmonton中心計畫更徹底實現該一效益。首先移至市中心廣場活動區，對於原市政廳、美術館、圖書館、劇院及購物中心產生了文化匯聚的效果。CBC Edmonton中心除了滿足專業人員製播需求外，還在地面樓層設置透明攝影棚，讓往來行人可以目擊新聞製播現場，提供新創意給公共空間之經營。

### 讓社區民眾親近公共廣電

此外Edmonton中心還設置一個中央舞台（Centre Stage），位於購物商城東南出口，讓往來顧客可以欣賞CBC相關的文化演藝展出與表演活動，包括文學朗誦、音樂演奏、表演藝術、視覺藝術，以及話題討論會。

CBC實踐數位科技的營運需求，結合原本不動產空間有效利用的方案，讓社區民眾體驗公共廣電在新時代的可親面貌。這是一項立體構思的地方發展計畫，值得持續觀察與學習。 

#### 參考資料

1. CBC (2002). Strengthening and Renewing the CBC: Our strategy at work (CBC Corporate Plan Summary 2002-2003 to 2006-2007)
2. CBC News Releases (Sept. 26, 2002). CBC moving to downtown Edmonton.
3. CBC Annual Report, 2002-2003, 2003-2004.
4. Rabinovitch, Robert (2003). Chang. Challenge: CBC/Radio-Canada's Place in Today's Broadcasting Environment. Remarks to the Broadcast Executive Society, Toronto, Feb. 13.
5. Rabinovitch, Robert (2003). Managing Canada's National Public Broadcaster: Challenge and Progress. Speech to McGill University, Montreal, Nov.14.

# 開放資料庫 BBC「創意檔案庫」實驗上路

BBC推出「創意檔案庫」服務，這項透過數位科技讓英國民眾免費近用影音資料庫的計劃，不僅帶動英國數位科技發展，在數位時代更具另類價值。

如果您住在英國、如果您的嗜好是玩影音創意、或者您是教師與學生，從2005年8月起，就可以上英國公視BBC、英國電影學院BFI、第四頻道Channel 4，以及開放大學（Open University）等網站，免費下載影音短片作為教育、創意、娛樂等非營利使用。

BBC有史以來首次開放資料庫給民眾下載的「創意檔案庫（Creative Archive）」計畫，經過數年的籌備，在2005年秋季推出第一波測試計畫，初步先以自然生態影片開始，並於2006年初進一步開放了80支經典新聞影片，包括柏林圍牆倒塌、天安門事件等過去50年來重要的新聞事件，提供英國本地居民免費下載。

結合英國電影學院BFI、第四頻道Channel 4、開放大學（Open University）等合作夥伴，預計在18個月內，BBC將陸續開放100小時影音內容供英國本地民眾下載，這一階段測試得到的民眾反應，將作為BBC董事會公共價值檢驗（Public Value Test）的決策參考。

## 帶動打造「數位英國」的理想

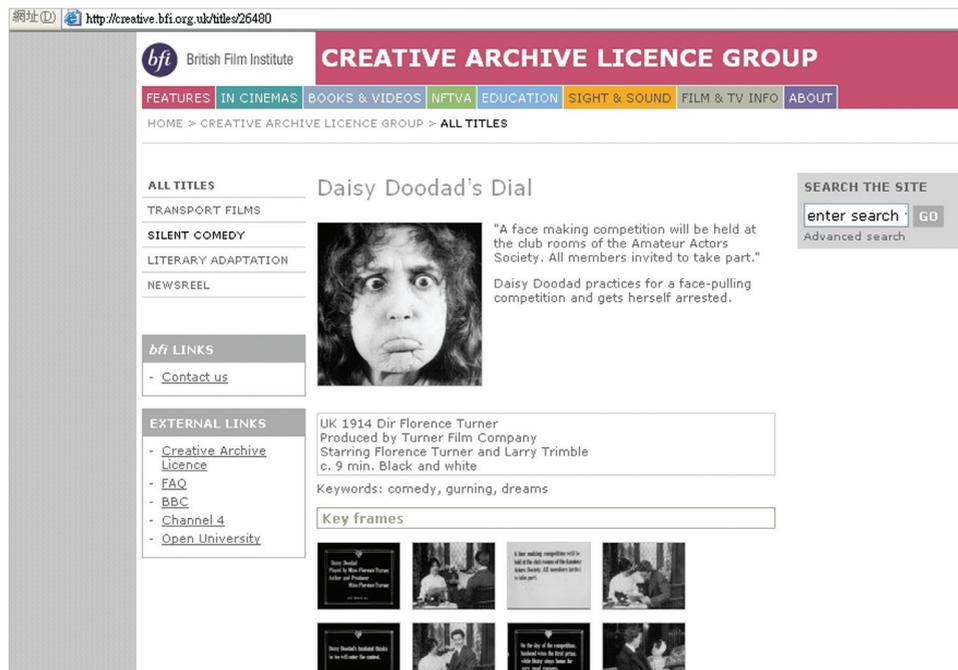
「創意檔案庫」的構想最早是由BBC前總經理（Director-General）Greg Dyke在2003年愛丁堡電視節中發佈。Greg Dyke宣示，2004年8月，英國民眾將可以透過BBC網站（bbc.co.uk）下載BBC的節目，作為非營利性質使用。下載的檔案亦

能在個人電腦中儲存、修改或檔案分享。此舉有助於英國民眾在數位時代中，能以最小的障礙接近及使用BBC的影音資料庫。

而在十年一度的基本法源「皇家憲章」審查前夕，BBC於2004年6月發表「建構公共價值（Building public value- Renewing the BBC for a digital world）」宣言，其中明白揭示BBC在21世紀中的公共價值。其中一項，就是帶動英國數位發展，打造「數位英國」（Building digital Britain）。除發展數位無線電視以提供普及服務之外，BBC並計畫推出「創意檔案庫」服務。宣言中提出：



▲BBC創意檔案庫開放網路下載，目前有100多段影音檔案，僅限於英國在地民眾使用。網址http://www.bbc.co.uk/calc/radio1/



▲「創意檔案庫版權小組」由BBC、BFI、Channel 4，以及Open University共同組成，上圖為British Film Institute網站，做為資訊整合平台，網址<http://creative.bfi.org.uk/titles/26480>

BBC所建立的資料庫中，在電視節目類別上共累積150萬部影片，相當於60萬個小時的電視節目及50萬個小時的廣播節目。可預見的是，越受歡迎的影音資料會引起龐大的下載量，故需要耗費龐大的頻寬。BBC計畫以P2P（peer-to-peer）的模式進行檔案傳輸，因此，使用「創意檔案庫」的民眾，不僅是下載者，亦為傳送者。

「BBC將推出創意檔案庫，提供英國民眾免費使用BBC所建立的節目內容資料庫，以達到教育、創意發展與娛樂之功能。BBC節目檔案屬於英國全民，即便現在還有需要克服的技術障礙，但數位科技的發展卻有助於克服過去人們接近這些內容資料時的不便。」（BBC, 2004: 62）

### 「創意檔案庫」的運作概念

擁有世界數一數二的電視與廣播影音資料庫，BBC原本就有意開放部分影音資源供網路使用者免費下載。未來，「創意檔案庫」的應用，將更擴大範圍。

這項計畫由BBC的紀實與學習部門（Factual and Learning）負責推動。最先開放的影音資料，將以紀實節目、自然歷史節目、經典新聞等影片片段為主，逐步開放，以測試民眾的反應。並將與其他英國公共服務機構（如博物館、美術館……等）及民間私人影音服務單位合作。BBC的目標是在商業與智慧產權權限被合理保護的前提下，建立英國公共數位影音資源供一般民眾免費接近使用的模式。

BBC也計畫為影音資料庫的內容設計網路標籤（metatagging），以幫助搜尋者能更了解其搜尋資料的屬性，並縮短搜尋時間。這個網路標籤的設計除了BBC外，也能讓使用者藉由社群的建立，進一步自行歸類不同屬性（興趣、專業）的影音資料。

這些影音資料將以分層的結構方式進行分類，以便有更多不同的搜尋路徑。舉例來說，搜尋的路徑可能有：「演員名稱」或「罐頭笑聲的種類」，甚至是「不同影片場景中所出現的鞋子」……。「創意檔案庫」的負責人Paul Gerhardt表示，影音資料的分類建構，「不能由單一建構者決定」是相當重要的考量，它應當是依照不同的使用者的興趣與專業來進行分類。

### 「創意檔案庫」的使用規定與限制

2005年秋季，BBC正式推出「創意檔案庫」測試服務。「創意檔案庫」的使用為會員制，歡迎不同的個人及公、商業組織加入，在遵守使用規範的前提下，使用者可分享、交流不同的影音資源。

以下為使用規範與資格限制：

1.非商業使用原則：意即「創意檔案庫」內所有的檔案，僅供個人以及非營利性質使用。使用「創意檔案庫」者，不得從事任何營利性質的活動。

2.共享原則：使用者藉由「創意檔案庫」內部檔案資料所創作之作品，需同意使用「創意檔案庫」的版權規範，創作者之作品亦為開放式版權。

3.誠信原則：「創意檔案庫」的成立目的在讓更多人可透過該資料庫，產製更多的作品。不過使用「創意檔案庫」者，需要說明作品中借用了哪些人的作品片段、音樂……，以符誠信原則。至於說明引用的形式，則由創作者自行決定。

4.反宣傳、反污衊原則：「創意檔案庫」的資源禁止用來從事宣傳（soapboxing）或污衊他人之情事。因此，不能藉此從事政治、慈善或其他任何宣傳訴求的活動，且推己及人、尊重他者。

5.限英國使用：僅限英國在地民眾使用。

### 測試上路，影音內容開放下載

「創意檔案庫」目前由BBC、BFI、Channel 4、開放大學（Open University）共同組成的「創意檔案庫版權小組」，執行影音剪輯下載的相關計畫。使用者只要遵照前述使用規定，便可下載使用這些影音資料。目前「創意檔案庫」的影音資料分散在BBC、BFI、Channel 4及開放大學的網站中。以下說明這些資料庫的特色：

#### ■ BBC

BBC目前提供約100多段的影音剪輯於「Radio 1's Superstar VJs」網站中。這些影音剪輯片段的類別，包括滑雪、日落、海景、野生生態、時間場景……，未來將持續增加更多影音剪輯的類目。

進入「Radio 1's Superstar VJs」網站，可發現BBC所提供的影音剪輯，多半為自然生態片段。第一層的分類包括：動物與植物、地理場景、類型、四季、動作、物件、歷史場景、時間、天氣、環境。使用者點選主類目後，可從



▲BBC擁有世界數一數二的電視廣播影音資料庫，「創意影音檔案」計畫有助於帶動「數位英國」的理想。

次分類類目中挑選要下載的影音檔案。影音檔案的格式包括WMV檔、MOV檔及MPG檔。

#### ■ British Film Institute

英國電影學院的網站目前也已開放影音剪輯下載，可供下載的內容包括：大眾運輸系統紀實、默片、喜劇、文學曲藝、新聞片段，還有英國20世紀初的城市影像紀錄。未來的18個月，BFI將針對這些類目陸續添加檔案。

#### ■ Channel 4

自2005年開始，Channel 4加入BBC「創意檔案庫」計畫，並陸續建立資料庫中各項影音剪輯資料的類目。Channel 4執行的計畫包括：

4 Docs：負責處理英國紀錄片工作者、電視製作人及其他影音製作人員的影音作品版權問題，並設置儲存空間，以利未來「創意檔案庫」的使用者可剪輯相關的影音資料。

Pix-N-Mix計畫：Pix-N-Mix為2005年近期的發展計畫，目的在建立提供不同的創意人才使



用的影音資料庫，藉此創造更多的作品（Pix-N-Mix目前尚在建構中）。

Channel 4同時經營另一個名為「點子工廠」IDEASFACTORY網站。IDEASFACTORY旨在提供創意工作者設計理念、提案等交流空間。並開設訓練課程，結合相關業者提供就業機會。IDEASFACTORY的範疇並不限影像作品的交流，舉凡寫作、音樂、新媒體、表演藝術皆在其服務範圍內。

### ■ Open University

英國開放大學計畫提供使用者平時不易獲得的影音資料，例如有趣及重要的化學實驗、著名名勝古蹟、建築的拍攝等。目前開放下載的主題範疇，設定在過去重要且有紀念價值的化學實驗紀錄。在未來的測試階段中，將會增加更多拍攝地點空景，如不同建築物的空中鳥瞰，並依不同主題範疇陸續建置。

### ■ Teacher's TV

Teacher's TV 成立於2005年 2月，為全歐洲第一個以教育工作者為目標的頻道。Teacher's TV的網站本身便提供「影音圖書館」（Video Library）的服務，使用者可在登入個人資料後，下載所需的教育影片（不限身份）。

目前Teacher's TV尚在籌備「創意檔案庫」的應用服務，並計畫在其網站上提供超過400多部可供下載的電視節目（以教育議題為主），同時還要再闢一個新的頻道，供創作者上傳他們的節目。這些節目最後也會編入檔案資料庫，供未來的教育工作者接近及使用。

## 在數位時代的另類價值

有別於傳統智慧財產權的管理思維，「創意檔案庫」是一種新的使用與接近創作作品的方式。BBC援引美國史丹福大學法學院Lawrence Lessig教授和多位專家推動的「保留部分權利

（some rights reserved）」的著作權授權概念（又稱Creative Commons，簡稱CC），作為開放豐富影音檔案的理論基礎。

事實上，CC計畫主持人Lawrence Lessig教授也以「讓民眾了解數位創意潛力的最重要計畫」來讚揚BBC的創意檔案規劃。他表示，假若這個計畫成真，英國將會成為數位創意的中心，並且將引領帶動數位創意的寬頻技術市場發展。

早在2005年初，BBC內部即展開「創意檔案庫」的前期測試，在網路推出實驗計畫，開放上千個影音檔測試民眾的反應。據BBC策略部總監James Thickett表示，在測試時發現，這項服務對於刺激英國寬頻服務的普及，有很大的正面效益。

採用「著作權授權概念」的「創意檔案庫」，除了供一般非商業用途使用之外，也可針對商業用途授予不同範疇的使用權限。著作權授權概念的使用與流通，僅限於英國境內，但這也是它所面臨的挑戰，亦即採用P2P傳送模式的「創意檔案庫」，必須設法阻斷英國以外國家的檔案流通。但除了採用限制下載區域的方式外，其實無法完全避免檔案外流。

再者，在「創意檔案庫」全面推出之前，BBC必須先處理原本已有權限限制的影音資料版權問題。

數位時代的資料傳輸及版權議題，總是因為前者多樣的可能性而造成與後者的衝突。以P2P軟體平台為例，雖然是相當方便的檔案分享技術，卻因為盜版侵權而聲名狼籍。倘若嚴格限制數位內容的版權，恐怕又將有違智慧財產權最初鼓勵創作的本意。在講求尊重智慧財產權的今天，「創意檔案庫」無疑是一種另類的授權模式。它不僅改變了P2P平台的負面形象，也提供了英國民眾實踐個人創意與夢想的素材與資源。 ■

### 參考資料

1. BBC (2004) .Building public value- Renewing the BBC for a digital world. UK : BBC
2. Online (December 2005) Available : [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/05\\_may/26/creative\\_archive.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/05_may/26/creative_archive.shtml)
3. Online (December 2005) Available : [http://digital-lifestyles.info/display\\_page.asp?section=cm&id=1723](http://digital-lifestyles.info/display_page.asp?section=cm&id=1723)
4. Online (December 2005) Available : <http://creativecommons.org/>
5. Online (December 2005) Available : [http://digital-lifestyles.info/display\\_page.asp?section=cm&id=1723](http://digital-lifestyles.info/display_page.asp?section=cm&id=1723)



## 新訊視窗

### ▶▶ 《Media, Culture & Society》 專文探討「新行政系統」

近年來，歐洲公共廣電服務備受批評，這些批評多半來自歐盟（EU）及私營廣電機構，而公共廣電服務本身也做了若干的回應及調整。《Media, Culture & Society》3月號（VOL.28 No.2，March，2006）由Tomas Coppens and Frieda Saeys執筆的〈Enforcing performance：new approaches to govern public service broadcasting〉（P261-P284），對此一歷程演變先有一番探討，並對公共廣電服務在面對這些批評時所採用的「新行政系統」（the new administrative system），做了詳盡的討論。就新行政系統的三個面向：公共服務合約（public-service contract）、表現標準（performance criteria）和表現分析（performance analysis），分別論述其優缺點，並以RAI、VRT、BBC等歐洲公共服務廣電為實例，闡述其在施行新行政系統的實際狀況及所遇上的困境。

《Media, Culture & Society》是一本歷史悠久且具聲譽的國際性學術期刊，主要關注媒體相關議題，包括資訊及傳播科技等，並從政治、經濟、文化和歷史角度做深度的社會分析。目前編輯委員有Nicholas Garnham、Colin Sparks等知名學者。■

### ▶▶ 歐洲理事會發表研究報告 《資訊社會中的公共服務媒體》

歐洲理事會於2月發表一份名為《資訊社會中的公共服務媒體》（Public Service Media in Information Society）的研究報告書。該研究報告旨在探討進入資訊社會後的公共廣電媒體，當如何面對因數位化而改變的社會情境。研究也認為，無線「廣播」電視（broadcasting）將在數位社會中改變，為了避免公共廣電媒體在數位社會中功能狹隘化，建議以「公共服務媒體」（Public Service Media, PSM）一詞取代原「公共廣電媒體」（Public Service Broadcasting, PSB）的概念。有興趣的讀者，可上歐洲理事會網站的媒體議題區免費下載該報告。

歐洲理事會媒體議題區網站：[http://www.coe.int/T/E/Human\\_Rights/media/](http://www.coe.int/T/E/Human_Rights/media/) ■

PTS  NEXT

公視研究季刊

No. 4

公視 13 CH

[www.pts.org.tw](http://www.pts.org.tw)

## 讀者回函

《公視研究季刊》是由公視策略研發部所出版的刊物，免費贈閱。  
如果您對本份刊物有興趣，請填寫以下資料並回傳，我們將把您列入寄送名單。

姓名：  
機構：  
職稱：  
e-mail：  
地址：

資料回傳至 傳真電話：(02) 2630-1193 或 e-mail：[rnd@mail.pts.org.tw](mailto:rnd@mail.pts.org.tw)

發行所：財團法人公共電視文化事業基金會

編輯：公視策略研發部

地址：台北市內湖區康寧路三段75巷50號

電話：02-2633-2000轉8174

傳真：02-2630-1193

網址：<http://www.pts.org.tw/~rnd/>

2006年4月出刊

