

# PTS NEXT

No. 1

www.pts.org.tw

公視研究季刊

發刊辭

## 想像公共 · 公共想像

台灣，從許多層面觀察，乃是一個「公共稀薄」的社會。

我們所住的家，拚命想要擴張領域，加蓋也罷，路障也好，無非都是要把自己的勢力範圍延伸至更大的公共空間。

當我們使用公共設施時，這些設施也是盡情地被揮霍、被消耗，卻鮮少慮及它不只是供一時的私人使用，還要長期的服務其他公眾。

除了有形的公共空間或設施，在無形的「公共領域」上，台灣，其實顯得更為貧瘠。似乎，台灣人民生猛有力的一面都展現在個人成就的競逐，相對的，公共園地的耕耘卻乏人聞問。所以，政治改革推動迄今，我們仍在為未臻成熟的民主文化傷透腦筋，同樣的，媒體開放之後，我們的閱聽大眾雖然沉浸在百花齊放的視聽世界，但是，內心卻又顯得「空虛」，甚至天天「咒罵」媒體。

在「公共文化」與「公共機制」處處匱乏的台灣，的確，我們很難想像公共廣播的功能與價值。1927年，當全世界第一個公共廣播系統BBC（British Broadcasting Corporation）正式誕生之際，該協會的總經理約翰·雷斯（John Reith）曾經宣示：「我們已致力建立公共服務的傳統，並將廣播服務完全轉換為對人類的服務。」對於台灣而言，此一宣示縱使不是難以想像，恐怕也是天邊的彩霞。

台灣的公共電視開播迄今約莫七年，相對於已經有七十餘年歷史的BBC，不過是啟蒙中的幼兒。但，年齡對於公共電視的發展而言，並非難以克服的障礙，反而「公共」概念的稀薄一直是公視為台灣社會提供更多服務的挑戰。

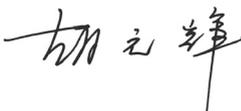
台灣的閱聽大眾長期處於商業與「偽公共」電視體制的浸淫下，一如其他公共領域，根本缺乏對公共電視的瞭解，遑論認同它的意義與功能。近年來，公共媒體的價值逐步受到肯定，但是，閱聽大眾對公共媒體的面貌是什麼？本質為何？乃至公共媒體可以對社會發揮何等影響？產生何等功用？則仍然相當疏漠。

台灣的公視自成立以來，即在節目製作之外，重視公共電視概念與資訊的推廣。在內部的組織架構上，更設立策略研發部門，一方面掌握各國公視的運作狀態，另一方面亦探討如何將公共電視的運作生根在台灣這塊土地上，可以說業已成為台灣學術與實務界瞭解公共媒體的重要基地。

為了讓這些研究、分析或整理的資訊能夠與外界作更多的分享，也為了架構與各界更多的交流平台，更為了一個理想中的公共廣播機制，公視因此決定出版「PTS NEXT公視研究季刊」。

就請大家一起與我們來「想像公共」，也讓我們一起來普及「公共想像」吧！

公視總經理



### CONTENTS



世界電視研究

02 創造公共價值  
BBC改革經驗06 海老沢下台之後  
NHK能否度過  
信心危機？

主題研究

08 公共廣播機構  
經費模式之  
各國經驗探討  
(上篇)

數位發展

12 數位廣播時代  
製播分離的第一步：  
傳輸網路之公共化14 韓國衛星  
DMB服務歷經波折  
曙光乍現

16 活動資訊 讀者回函



# 創造公共價值，BBC改革經驗

■文／策發部研究員 曹琬凌

攸關下個10年發展的憲章審查綠皮書公佈前夕，BBC內部充滿著改革氛圍註1。不僅各部門須執行精實裁員計畫，各主管不斷密集開會；另一方面，根據「建構公共價值（Building Public Value）」宣言所發展出的全新績效檢驗制度也正在內部啟動。

BBC於2004年中因應憲章審查公佈了「建構公共價值（Building Public Value）」宣言，將公共價值予以清楚定義，並據此發展整套評核制度，其精神與做法值得進一步了解。

已經有80多年歷史的英國國家廣播協會BBC，依其法源基礎「皇家憲章」擁有超然獨立地位，每年向公眾收取27.98億英鎊（約1,678億台幣）註2的收視費，更是穩定的經費來源。

然而環顧英國廣電客觀環境，卻正在快速變化。衛星電視平台上已有多達300個頻道，收視競爭日漸激烈，加上數位化衍生出數位落差、全球化與去管制化，以致英國本地製作壓力日增等等問題，使得BBC必須釐清所扮演的角色，以回應公眾與變動環境的需求。

## 如何衡量公共價值

相對於商業媒體為股東追求最大利潤的單一目標，「公共價值」似乎顯得抽象。並且，在數位多頻道時代，過去以收視市場佔有率來評估表現的作法，已經面臨挑戰。

正如BBC公關主任Andrew Whyte比喻，BBC所提供的廣電服務與英國的健保制度、公園、公共圖書館一樣，其公共價值不僅有益於個人，對於整體社會，甚至產業面都有不同面向的價值。

為了將抽象價值化為客觀數字，在皇家憲

章審查前夕，BBC內部在2004年中，進行一項「投資效益」（Value for Money）調查，結果發現81%的英國民眾願意每月付10英鎊收視費（每年121英鎊）來支持BBC的廣電服務。

為了進一步了解BBC的「整體價值」，BBC以類似公民投票的方法，從「將BBC服務整個取消」，以及

「願意多付多少錢來支持BBC繼續存在」兩者之中，要民眾做選擇，結果顯示平均每人每月願意付20英鎊，也就是，比現有收視費高一倍的費用，來支持BBC繼續存在（表1註3）。

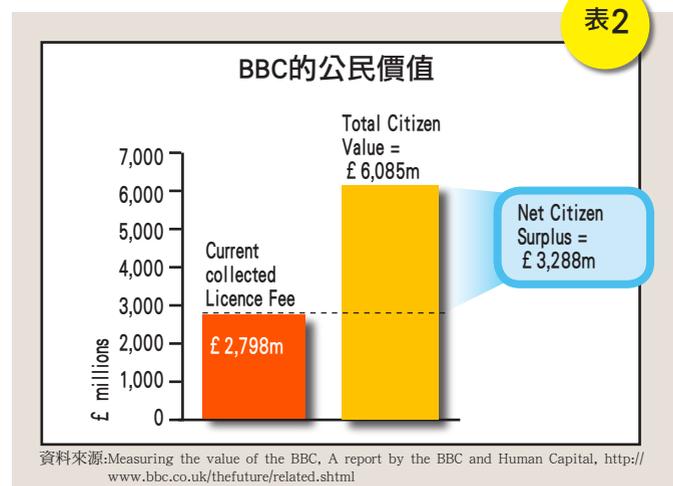
BBC所作的投資效益調查中，試著把純粹「消費者價值」（付費意願調查），以及「整體價值」做比較，其間多出了約33億英鎊（約1,980億台幣），就是公民價值（表2），亦即對整體公民社會有益的价值所在。

經過外部徵詢以及內部討論後，BBC在建構

表1

BBC整體價值調查	
National Voting method	Service valuation ("total value" - wording)
£ 20.70	VS. £ 23.50

資料來源: Measuring the value of the BBC. A report by the BBC and Human Capital, <http://www.bbc.co.uk/thefuture/related.shtml>



註1：為了解BBC改革經驗，2005年2月，筆者實地參訪BBC，深入訪談發展現況。

註2：本季刊之英鎊金額，是以今年度上半年之匯率計算，1英鎊約為新台幣60元。

註3：BBC整體價值調查，一個是採取類似公民投票方式，請民眾選擇「完全取消BBC服務」或「每月願意付多少錢維持BBC服務」，得出其數據。另一項則逐一列出BBC各種服務，請民眾評估其價值，最後加總出整體價值。



表3

### 新時代公共廣電使命

項目	BBC之定義	Ofcom之定義
公共價值之要素	個人價值 公民價值 經濟價值	
公共廣電使命	民主價值：藉由公正的新聞與資訊，鞏固成熟之公民社會	提供資訊
	文化與創意價值：豐富英國文化與創意生活	反映並強化文化認同
	教育價值：鼓勵體制內外的學習，拓展國人視野	啟發興趣與知識
	社會價值：聯繫不同群體，促成多元包容的社會	認知彼此文化差異
	全球價值：經由具公信力之國際新聞，讓世界看見英國	
建構數位英國		
公共價值衡量途徑	觸達率Reach	廣泛普及
	品質Quality	高品質、原創、創新
	影響力Impact	節目具挑戰性並富有吸引力
	投資價值Value for Money	

資料來源：BBC內部資料 製表：曹琬凌

Archive)；寬頻新聞服務「新聞任我選」(Arbital News)；7天內的節目可透過寬頻或PVR隨時收看之「TV隨時看」(Catch up TV)；加倍投資兒童頻道；全國各大城市火車站大螢幕展示計畫；電子節目表單(EPG)；利用手機推出的教育服務；每週可選擇BBC所有廣播節目設定個人電台(Personalized Radio Stations)；線上音樂與樂器學習服務「全民音樂」(Music for All)等等。

除了新服務或重大變化之外，BBC更把公共價值的概念融入經常性策略評估，以及績效衡量制度之中。

下圖(表4)顯示BBC內部依據公共價值所發展出的整套架構，其中三角型最頂端為公共價值檢測，凡是新服務與重大變化，必須通過這層考驗，最後由董事會決定是否過關，才能動用預算。這層級的檢測一年平均兩次左右，但目前因為正值BBC憲章審查期，以致新服務推出頻率遠高於一般比例。

至於公共價值評估以及績效評估架構，則在BBC經營層長年進行。負責規劃整套制度的BBC策略部總監James Thickett說：「這不僅是績效衡量指標，更重要的是，把它視為改變組織文化的工具，無論自製或委製節目都能據此思考BBC的價值何在。」

舉例來說，過去BBC One台長將自己當作競爭者的一員，絞盡腦汁想如何與對手ITV 1、Ch 4競爭，但現在卻需要改變思維模式，要思考什麼是BBC的目的？並且也不再只追逐市佔

公共價值宣言中，進一步確認其三大要素(個人價值、公民價值、經濟價值)、五項使命(民主、文化、教育、社會、全球價值)，以及四項衡量途徑(觸達率Reach、品質Quality、影響力Impact、投資效益Value for Money)，並據此建立整體衡量BBC表現的新制度。

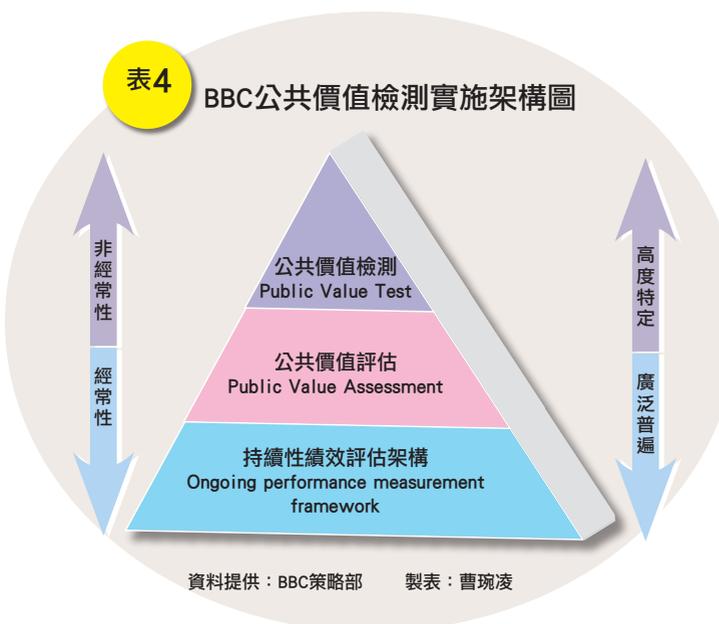
公共廣電價值的使命(表3)，從BBC創立之初所遵行的「提供資訊、教育、娛樂並重」(to inform、to educate、to entertain)之外，有了更清楚的意涵。

### 公共價值檢驗改變內部思維模式

重新定義公共價值之後，據BBC策略部總監(controller) James Thickett透露，未來兩年內BBC計畫推出多達15項的新服務或重大變化，都將先通過「公共價值檢驗」(Public Value Test)，才能正式推出服務。

這些新服務包括：讓民眾基於學習或教育目的可免費下載「創意影音檔案」(Creative

表4 BBC公共價值檢測實施架構圖



資料提供：BBC策略部 製表：曹琬凌

率，而是鼓勵製作人朝向增加觸達率、提高品質、講究投資效益等面向多方衡量。

### 實施流程與架構

整套新制度在2004年12月底才由董事會通過，許多執行細項仍在紙上作業。在推動上路之前，BBC策略部總監James Thickett月前對BBC內部400多位主管舉辦講座，說明全新的公共價值評估與績效評估架構，期待組織內部今後能用共同的「語言」來評估公共價值。

#### ■ 績效評估架構 performance measure framework

過去BBC以市佔率（share）作為主要評估指標，如今將改從「觸達率」Reach、「品質」Quality、「影響力」Impact、「投資價值」Value for Money這四個面向擬定衡量指標（表5）。

衡量指標除了出於BBC行之有年的各項調查：「觸達率」Reach、「認知度」（Perception）、「記憶度」（Memorability）調查之外，更將能量化之數字納入衡量，如平面媒體見報率分析（Press review）、節目得獎佔所有獎項的比例、網頁瀏覽率，以及有具體數字證明的節目效益，例如以英國情報局為主題的戲劇《情報員》（Spooks）播出第一季後，申請進入情報局MI5的人數明顯提升等等。

以品質方面的衡量指標而言，許多都來自於認知度調查，從不同的問題調查民眾心中的感受。例如「認同BBC維持高品質並為業界標竿比例」、「認為BBC品質變好／變差比例」、「認同BBC各頻道為高品質比例」、「是否信任BBC」、「BBC節目是否創新」、「新聞是否公正客觀」等等問題。

此外，也每月進行內部意見調查，選出具有特色與創新節目前三名（電視、廣播），讓每一位製作人在此做創意競爭。

至於影響力方面，BBC也將抽象概念化作具體數據。例如，透過記憶度調查，讓受訪者回答每週記憶最深刻的電視節目名稱，再根據節目被提及比例，換算出頻道記憶度之佔有率，結果高於頻道收視市佔率的部份，視為「影響力指數」，並將此指數繪成趨勢圖來分析整體BBC與個別頻道影響力消長，並每季依節目類型統計記憶度前二十排名。

分析媒體報導負面與正面數量，也是量化影響力的衡量指標。策略部每季從以上四個面向，向經營委員會提出整體分析報告，相關部門也針對各服務之前所擬定的年度績效目標提出檢討報告，並逐項給予「綠」（績效高於一般水準）、「黃」（績效持平）、「藍」（績效落後）的燈號，在總經理主責的經營策略委員會充分討論，針對待改善的部份提出對策。

表5

BBC績效評估架構四個面向與方法

觸達率 Reach	品質 Quality	影響力 Impact	投資價值 Value for Money
觸達率 (每週15分鐘以上)	整體滿意度分數	記憶度調查 (記憶度)	絕對成本
較少觸達之年齡群 觸達情況分析	認知調查:整體欣賞度 (AI指數,Appreciation rating)	認知調查:信任度	每位使用者成本
收看(聽)時數	得獎比例分析	認知調查:行為面影響	使用者每小時成本
觀眾市佔率	平面媒體報導分析	同業影響:平面媒體報導 (如正面負面報導數量比較)	投資效益認知調查
新平台觸達情形	特色評估 創意評估	最近具有影響力之活動	

資料提供：BBC策略部 製表：曹琬凌



另一方面，BBC經營層亦根據這四個面向，著手研擬各服務未來5年的整體目標（Objectives）與關鍵指標（KPI）；董事會則根據經營層提出的目標給予BBC各項服務5年的「服務執照」（Service Licence），除了預算經費規模之外，亦包括具體、可達成的目標。

為了更有效率進行各項認知與品質調查，BBC策略部總監James Thickett表示，目前正在實驗一項網路日記的調查方法，在全英國召集5萬人成為調查樣本，每天線上填問卷。實驗以來，平均每天有5,000人上網回答，這將成為有利的認知調查工具，預計今年起將正式啟用。

BBC目前主要委託Barb、Rajar等調查公司進行各項調查，大型調查經費可達百萬英鎊以上（台幣6千萬）。

### 公共價值評估Public Value Assessment 與公共價值檢測Public Value Test

對於投資經費每年動輒上千萬的新服務，則須由策略部展開「公共價值評估」，再提交經營委員會議決。規模更大的投資則進一步通過董事會的「公共價值檢測」。

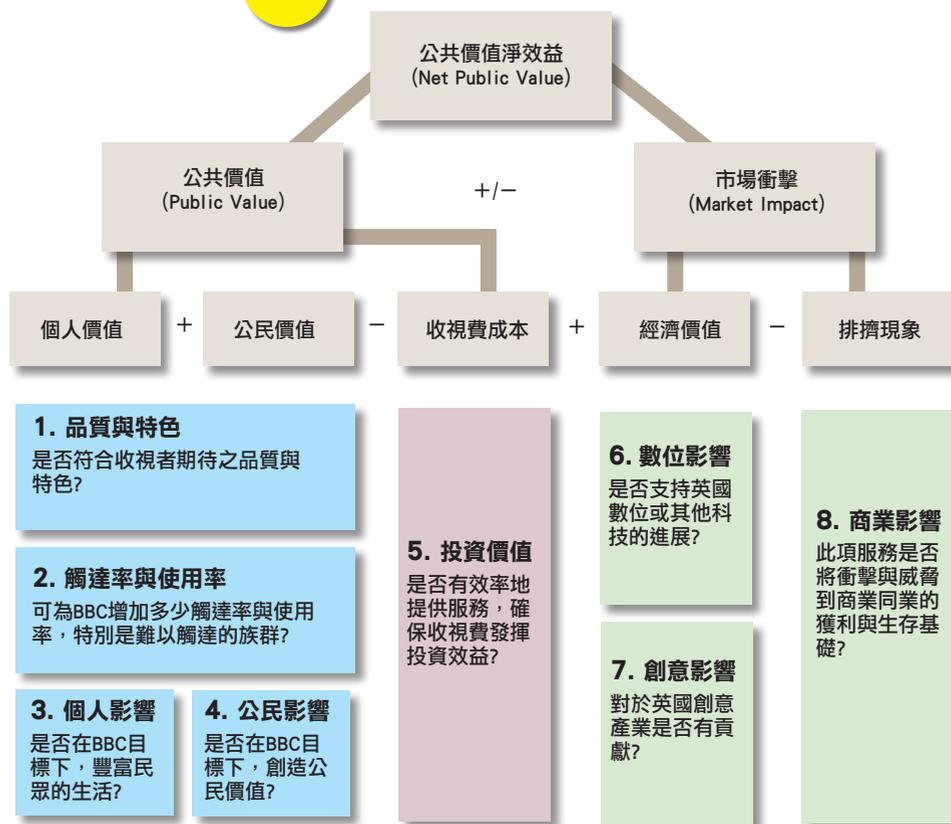
以BBC預計年底推出的「創意檔案」（Creative Archive）為例，目前就正進行「公共價值檢測」。該項服務計畫開放BBC包括新聞、紀實節目等影音素材，透過網路讓民眾免費下載，作為教育、娛樂、收藏等非營利使用。主責的「紀實與學習部」（Factual and Learning Division）提出構想，由策略部協助進行「公共價值評估」，在網路推出實驗計畫，開放上千個影音檔測試民眾的反應。

左圖（表6）是BBC發展出的策略思考量表，以個人與公民價值最大化、市場衝擊最小化，來權衡每個服務的公共價值淨效益。

BBC策略部估計，前半段從服務前期測試，到通過經營委員會評估，約需半年。提報董事會之後，由董事會獨立治理小組委託進行調查，約再需要半年。也就是說，一項新服務要經過長達一年，才能完成「公共價值檢測」程序。

公視價值究竟何在？從BBC最近宣佈大規模裁員，以及一連串的制度變革，可以看出即便是世界公視典範，亦正面臨與時俱進、不得不變的改革壓力。在我國即將擴大為公廣集團的關鍵時刻，BBC經驗雖有其長遠的發展脈絡，未必適合全盤套用，但所注重「建構公共價值」的精神，卻值得我公視作為策略思考的開端。

表6 BBC公共價值評估量表



資料提供：BBC策略部 製表：曹琬凌

#### 參考資料

- 建構公共價值(Building public value in a changing world):[http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bpv\\_global.pdf](http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bpv_global.pdf)
- 評估BBC價值(Measuring the value of the BBC):[http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/value\\_bbc.pdf](http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/value_bbc.pdf)

# 海老沢下台之後，NHK能否度過信心危機？

■文／策發部研究員 彭玉賢

老字號的日本公視NHK，從去年年中開始一連串的貪瀆事件被揭露，導致前所未有的信心危機。在各界壓力之下，會長海老沢在1月25日辭職下台，希望能夠藉此挽救NHK的聲譽，但是波折似乎未因此平息，NHK只好以經營層大換血的方式，換取民眾對於NHK改革的信任。

## 海老沢時代結束

接替海老沢的新任會長是橋本元一，原任NHK技師長，因為工程背景出身，與節目相關的貪瀆事件較無牽扯，因此升任會長職務。副會長則由永井多惠子擔任，她曾任NHK解說委員室專門委員、世田谷文化生活情報中心館長，這是NHK首次有女性擔任副會長級以上職務。

與海老沢一起下台的，包括副會長笠井鐵夫、放送總局長關根昭義，三人下台之後轉任NHK顧問。不過顧問的高薪資（年薪1300萬日圓，約合台幣383萬），以及顧問職務對於NHK內部仍有影響力，引起各界的批評。上任才3天，也就是1月28日，海老沢等三人宣布辭去顧問的職務。NHK內部也開始檢討顧問設置的必要性，至3月正式廢除顧問制度。

另外，海老沢也於2月4日辭去ABU（Asia-Pacific Broadcasting Union）會長職務，原職務由副會長馬來西亞RTM新聞部長Haji Zainal Abidin Iberahim代理，並將於11月召開會員大



▲公共電視資優生NHK面臨空前的危機。

會時重選會長。海老沢陸續請辭重要職務，其影響力也將漸漸削弱。

## 政治力介入NHK？

NHK的危機並未因海老沢的下台而降低。就在海老沢下台之前，日本第二大報朝日新聞報導了右翼勢力介入NHK慰安婦相關報導，兩大媒體因而發生衝突，其他商業媒體也毫不留情地大幅刊登NHK的負面報導，至今尚未停歇。

NHK在這場紛爭中十分不利，因為商業電視對於NHK有龐大的執照費（受信料）收入，早就不滿，認為這是不公平的競爭，也對於NHK之前提出成立24小時新聞頻道的計畫，批評是NHK的肥大化。<sup>註1</sup>

儘管NHK不斷澄清沒有政治力介入節目製作，然而有了先前的貪瀆事件，民眾懷疑的眼

註1：日本的報社與電視媒體是以集團方式經營，通常同一集團會有電視台，也會有報社，例如日本第一大報讀賣新聞與日本電視台屬於同一集團，產經新聞則是屬於富士電視台旗下的公司。



光揮之不去，NHK的聲望如雪上加霜。

### 拒繳執照費戶數增加， NHK預算負成長

負面新聞使得民眾對NHK的信心動搖，也使得執照費收取的制度面臨挑戰。NHK有97%的經費來自執照費的收取，這是日本廣電法所設計的制度，並沒有相關的法律罰責，執照費繳交與否，端看民眾對於NHK的信任與需求。受到負面新聞影響，NHK預估拒繳執照費的戶數會增加，因此2005年的預算出現負成長（2005年總預算為6,724億日圓，約新台幣1,980.8億元），收入預估減少72億日圓（約為新台幣21.2億元），減少的收入將以高層主管（包含會長、副會長、理監事）減薪15%、員工津貼減少、節目經費縮減等方式因應。

然而NHK是否對於執照費減少的預估太過樂觀？2月初東大教授醍醐聰發起了「拒繳NHK執照費運動」，要求NHK必須對於政治力介入的問題有所改善。另外，出租日本全國醫院電視機業者所組成的營運協會（共有36家公司），做出了拒繳執照費的決議，拒繳的執照費一年將達40億日圓（相當於新台幣11.7億元），對於NHK財務狀況無疑又是一次打擊。至2005年5月底，已經有97萬戶拒繳執照費，比NHK預估的40至50萬戶還要多，類似的拒繳活動是否會擴大，將關係著NHK未來的發展。

面對拒繳戶數增加，4月底NHK公佈了另一項減薪方案，一般員工減薪2%至4%，總計約可節省10億日圓人事費用，經營委員會減薪幅

度為20%，高層主管減薪15%，預計可擲節經費18億日圓。這項減薪案預計從4月份開始實施。

### 理事會大換血

NHK理事會註2任期於4月底到期，為了更換新氣象，橋本會長公布8位理事將全部換新血，並由內部擢升。

理事尚未換血之前，外界對於NHK的理事會仍存著懷疑，認為這些理事代表著前任會長海老沢的勢力，仍然對NHK經營具有影響力。新任會長橋本極可能是為杜絕外界的不當聯想，與展現改革的決心，因此一口氣將理事全數換新。這一換，象徵著海老沢人馬徹底退出NHK的經營核心，也代表海老沢時代徹底結束。

### 信心恢復之路艱辛

NHK在去年9月底曾頒佈「NHK倫理一行動憲章」，藉此宣示NHK改革的決心，不過接二連三的事件，卻讓NHK形象大受影響。橋本會長上台，最重要的任務就是恢復民眾對NHK的信心，以及維持執照費的制度。

NHK的一舉一動，其他媒體都以放大鏡檢視著，所有的民眾也關注著，但是2月初又發生了NHK2名新加坡特派員以偽造收據支領800萬日幣的事件，2名員工已經受到停職3至6個月的處分。類似的弊案是否還會不斷爆發？要恢復大眾對NHK的信心，除了換一個新會長、一個新的理事會之外，NHK還得再努力。■

註2：理事會是審議NHK重要業務的機構，輔佐會長管理公司，當會長、副會長無法視事時，也負責代理其職務。理事成員須由經營委員會（董事會）通過，會長任命，通常是由高級主管擔任。NHK理事共有8位，本次任期至4月屆滿者有7位，另1位任期雖至明年9月才任滿，不過他以健康因素為理由辭去理事職務。

#### 參考資料

■朝日新聞(2005.1.25):海老沢NHK會長が辞任 後任に橋本専務理事が昇格。

<http://www.asahi.com/special/nhk/TKY200501250274.html>

■產經新聞(2005.4.1):理事8人全員を交代 NHK會長が発表。

<http://www.sankei.co.jp/news/050401/bun093.htm>

■朝日新聞(2005.6.2):NHK、受信料拒否件数97万件に。

<http://www.asahi.com/special/nhk/TKY200506020294.html>

■朝日新聞:ニュース特集——NHK問題。<http://www.asahi.com/special/nhk/index.html>



# 公共廣電機構經費模式 之各國經驗探討（上篇）

公共廣電機構的經費模式，直接影響其機構運作及產出服務。本文以執照費／收視費、政府經費、廣告此三種經費來源組合，探討現有公共廣電機構之實務表現。除呈現特定公廣機構之經費模式之外，在資料允許的情況下，還將呈現該模式所支援的公廣服務規模與內容。

執照費／收視費向來被視為最理想的公共廣電機構經費來源。全民繳交執照費／收視費作為公廣機構財源，在理論上免除了公廣機構受政治（政府經費）、商業（廣告經費）影響箝制的可能，保障了公廣機構經費結構的獨立自主。聯合國公共廣電服務法作業守則（Model Public Service Broadcasting Law），就明確建議採用收視費制度作為財政規劃主要項目。在實務上，執照費／收視費制度，向來為公共廣電的傳統大國所採用，如英國、歐洲各國，以及日本。實證研究指出，採此制度之公廣機構有出色表現。根據BBC在1999年委託McKinsy & Company研究報告Public Service Broadcasters around the World指出，徵收收視費國家的公視，普遍能達成顯著收視佔有率及節目創新的效能。這些國家的先進經驗，也成為許多在公共廣電發展後進國家的前進標竿。例如，亞洲第一屆資訊廣播部長會議（The First Conference



▲英國BBC被視為全球公共電視典範。

of the Ministers on: Information & Broadcasting in the Asia-Pacific Region) 於2003年所發表的曼谷宣言（Bangkok Declaration），第三號推薦文（3.2.b.2）就明確建議各國：導入收視費制度，以電費附加方式進行單項徵收。

然而，執照費／收視費制度要能存在，甚至與時俱進，畢竟需要特定歷史社會條件的配合。公共廣電機構為了追上媒體環境的急速變化，需要可觀財政投入。然而執照費／收視費額度提高有其限制，也需民意支持，諸多客觀條件無法配合之下，勢必另覓財源。因此，實務上可以見到以執照費／收視費為主，再佐以

註1：本文由王菲菲執筆，期間感謝多位友人協助；英國BBC部份感謝曹琬凌，日本部份感謝羅慧雯，韓國部份感謝彭玉賢；感謝程宗明引介數項重要參考資料及行文建議；感謝王靖婷協助紐西蘭部份。

註2：本文為經費模式探討之上篇，引介五個類型。下篇將介紹以收視費為主的日本NHK，執照費與廣告或贊助的各式組合類型（法國、瑞典、丹麥、愛爾蘭、韓國），政府經費與廣告的組合（澳洲SBS），以所得稅收與廣告組合為經費來源的荷蘭，以及以執照費與特許費為經費來源的芬蘭。

註3：本文引用之人口數字引自US Population Bureau (<http://www.prb.org/>)，國民生產毛額GDP引自CIA The World Factbook (<http://www.cia.gov>)，網頁資料引用日期皆為2005年5月16日。各國公廣機構經費數字皆引自該機構之年報。



政府經費或廣告贊助以支援經費的作法。許多擁有公共廣電制度的歐洲國家，對商業收入介入公共廣電經營戒慎恐懼，因此以收視費結合廣告經費為公廣機構財源者，皆針對廣告贊助設下相當限制，導致廣告贊助收入在整體經費中僅佔有限比重。例外情況是愛爾蘭，廣告所佔比重超過收視費／執照費所佔比例。類似情況亦見於亞洲的韓國。

次於執照費／收視費的經費模式為政府經費全額補助。此舉需要該政府政治意志支持，以充裕經費貫徹公共服務的理想，並在整體財政有所變動時仍維持充份預算，不予排擠縮減。同時，執政政府並有所節制不對公廣機構之運作進行干預。再其次為政府經費搭配廣告贊助。當然也出現收視費、政府經費、廣告皆採用的合併型。就公共廣電學理上，全額採取廣告收入為經費來源者，與公共廣電標舉之理想有所扞格，但實務上也曾有公共廣電機構採此作法。

各國經驗可區分為五種類型：註2

1. 僅執照費／收視費（英國BBC）
2. 僅政府經費（澳洲ABC）
3. 執照費與其它收入之組合（德國）
4. 政府經費及廣告贊助之組合（加拿大CBC）
5. 以廣告收入為主（紐西蘭TVNZ）

以收視費為經費來源的

## 英國BBC

英國人口5,967.5萬人，國民生產毛額每人每年29,600美元。註3

英國BBC的經費以執照費為主。皇家憲章為徵收執照費之法源，文化傳播體育部訂定費率。收視戶應每年繳交執照費：彩色電視每戶121英鎊，黑白電視40.5英鎊。75歲以上收視戶由政府福利金代繳，盲人半價。此筆款項的徵收，由BBC授權TV Licensing進行。執照費的徵收方式採個別家戶付款。目前有54%收視戶以線上轉帳方式繳款，餘者以郵寄支票。

執照費的徵收成本為總額的11.1%。2004年的拒繳率5.7%，較2003年拒繳率6.3%降低。

TV Licensing掌握全國2千8百萬電視收視戶地址資料，不定期以電波偵查車與專人手持偵查設備蒐證，若查出看電視未繳收視費，依法將處最高1,000英鎊罰款。

為了發展數位廣播，近年執照費小幅增加。英國政府決定，在2000到2006年之間，將零售物價指數上漲率再加上1.5%作為每年提高執照費的基準費率。BBC的執照費收入在2004年有27.981億英鎊（約為台幣1678億元），佔總收入的75.5%；執照費收入的84.5%用於節目上。除了穩定的執照費財源之外，BBC也有其他來自公共服務事業的收入和商業部門的收入。在公共服務事業收入方面，有來自政府的海外頻道World Service的補助金、來自政府的空大補助金、BBC World Service的訂戶收入。至於商業營運部門，則以BBC Worldwide獲利最多，2003/2004年貢獻給BBC本業的金額達1.41億英鎊（約84.6億台幣），其大多數的利潤都回饋到BBC的節目製作上，其重要性可見一斑。不過，因為外界批評BBC太過涉入商業活動，使得BBC Worldwide的前途產生變數。

英國民眾支付的執照費，加上英國政府以經費支援海外服務，再加上BBC本身進行的商業活動，此三項所累積的經費，創造了以下的服務規模：2個無線電視網BBC1與BBC2、5個廣播網、4個數位廣播頻道、6個數位電視頻道、1個海外頻道。

僅賴政府經費的

## 澳洲ABC

澳洲人口數約2,012萬，國民生產毛額每人每年30,700元。

ABC (Australian Broadcasting Corporation) 是澳洲雙元公共廣電制度中，完全以政府經費為主要財源的公共廣電機構。公共廣電憲章賦予ABC的使命，是以客觀、優質、深度的資訊與節目服務澳洲人，並從中對澳洲文化及文化認同有所貢獻。

ABC經費主要來自政府捐獻，禁止廣告贊助。2004年度ABC的總收入為9億6,655萬澳幣



(約新台幣228.4億元)，其中80.4%來自政府捐贈，ABC的銷售收入超過15%。銷售成績，需歸功於事業部（ABC Enterprise）之表現，包括文化商品開發銷售、ABC物業的租賃收入等。

ABC提供以下服務：電視主頻道、數位電視第二頻道、4個全國廣播網、9個主要城市廣播電台、51個地方台、1個數位廣播、1個國際廣播服務、1個亞太電視服務。

以政府經費作為經費主要來源的公共廣播機構，政府是影響其表現的最大變數，ABC經驗就是例證。澳洲的執政聯盟（自由黨與國民黨）自1996年執政之後，即毀其支持ABC的競選承諾，立刻刪除當時ABC基礎預算1,100萬澳幣，隔年再刪三年預算總額5,500萬澳幣。為了彌補經費缺口，禁播廣告的ABC設法籌措財源。2000年，報章揭露一項ABC與電信業者Telstra進行中的秘密協商：素以新聞專業著稱的ABC，將提供Telstra網站新聞聯結服務，此合作可望為ABC帶來五年5,600萬澳幣的收入。此事一經公開，輿論嘩然：澳洲ABC70餘年的公共廣播服務傳統，不容涉足廣告商業作為。輿論壓力之下，此交易中止，然而指向執政聯盟的批評之聲，不絕於耳。執政聯盟刪ABC預算之舉影響深遠，總體預算水準大受影響，直到近兩年才回復到1994年的水準。

澳洲政府經費直接影響到ABC新服務項目的提供，尤其當此類服務造價高昂時，無政府資助無以克竟全功。ABC曾在2001年8、11月分別開播兩個兒青數位頻道ABC Kids與Fly TV，但因經費不足，於2003年6月30日停播。近期由於政府經費水準恢復，再加上項目間挪移造就機會，第二電視頻道ABC2於2005年3月推出，節目內容以高品質兒童節目、紀錄片、藝文、國際與區域新聞為主。

### 執照費與其它經費組合的

## 德國

德國人口8,256萬，國民生產毛額每人每年

28,700美元。

德國的公共廣播機構包括：ARD、ZDF、DR與DW。ARD是多家區域型廣播機構結合的組織，提供廣播與電視服務；ZDF提供全國電視服務；Deutschland Radio (DR) 負責全國廣播服務；Deutsche Welle (DW) 負責海外服務；CB (Citizen broadcasting) 負責公民廣播服務。執照費徵收由諸公廣機構共有的GEZ負責。執照費的數目由KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten) 委員會確認。ARD、ZDF、DR必須將其財務上的需要，每兩年向此委員會報告與確認。執照費總數的1.7%為徵收成本。

論及各項經費所佔比例，以2001年的資料來看，ARD與ZDF的經費結構為執照費加上廣告收入。ARD的執照費佔總收入比重79%（廣告佔21%），ZDF為75%（廣告佔25%）；兩者經費結構並不包括政府經費。不過DR與CB的經費結構就含執照費、政府經費、廣告三元素；DR部份的比例配置分別是93%、2%、5%，CB則是75%、5%、20%。

執照費可說是德國公共廣播系統的主要經費來源。2002年資料來源顯示，收音機的執照費為63.8歐元，電視與收音機的執照費為193.8歐元。

### 政府經費加廣告經費的

## 加拿大CBC

加拿大人口3,250萬，國民生產毛額每人每年31,500美元。

2004年CBC (Canadian Broadcasting Corporation) 的總經費為14.42億加幣（約為新台幣362.4億元），其中64.7%來自政府經費，19.56%來自廣告及節目銷售。近年來政府增加對CBC的經費補助，將所佔比例從2000年的60%，提升到目前水準，相對的也使廣告及銷售所佔比例從總經費的近26%降低到目前不到20%比例。

加拿大公共廣播服務規模為：英語電視網、





法語電視網、英語廣播網（Radio One與Radio Two）、法語電視網、新媒體服務。

以廣告收入為主的

## 紐西蘭TVNZ

紐西蘭人口數407萬，國民生產毛額每人每年23,200美元。

紐西蘭公視TVNZ從2003年起，開始了公共化的行動。自該年起，TVNZ獲頒公共廣電憲章，公共經費開始投入TVNZ，助其成為多面向的公共廣電服務。

公共化的作法是為了平衡自1989年起在廣電領域進行的諸多去管制的措施。當時，紐西蘭將公共廣電的理想，縮小到僅為產製本土內容而已，因此將公共廣電理想交付給接受經費補助的機構，責成其產製相關內容，以此省下廣電機構運作的大筆經費成本。當時公廣機構的電視部份，被改造為以營利為主的國營事業TVNZ；收益優先，社文目標退居為次。服務表現很惹爭議，包括：本土內容不多，內容欠缺多元性，深度新聞報導與時事節目不足，廣告太多等。當時，由收視家戶所繳交的公共廣播費（public broadcasting fee），交由廣電基金「放送紐西蘭（NZ On Air）」收取經營，利用此經費補助生產「紐西蘭內容」（包括電視節目、廣播節目、音樂創作、影音資料庫構建等）。公共廣播費於2000年取消之後，NZ On Air的經費全由政府負擔。

### 各國公視年度報告

- [http://www.nrk.no/informasjon/about\\_the\\_nrk/208072.html](http://www.nrk.no/informasjon/about_the_nrk/208072.html)
- <http://www.orf.at/>
- <http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=7830>
- <http://www.rte.ie/about/organisation/tvlicence.html>
- CBC Annual Report 2003-2004.
- Department for Culture, Media and Sport 2005, Review of the BBC's Royal Charter, A Strong BBC, Independent of Government, March.
- DR Annual Report 2003.
- Korean Broadcasting Act Enforcement Decree of the Broadcasting Act.
- RTE 2003 Annual Report.
- SBS Annual Report 2003-2004.
- TVNZ Annual Report 2004.
- YLE 2003 Annual Report.

公共化前的紐西蘭公視TVNZ，自1989年起，肩負了豐盈國庫的責任，廣告是重要收入來源。以2000至2002年的財務表現來看，商業收入佔了總收入的八成以上，而其中，總收入的六成二至七成三為廣告收入。2003年公共化之後，開始有公共經費進入TVNZ，但比例不高，2003年佔總收入的2.72%，2004年為3.52%；而廣告收入所佔比例增高，2003年為77.34%，2004年為78.63%。2003/4年度，TVNZ繳交給政府約3,760萬紐幣的紅利收益，該年11月，政府宣布將其中1,140萬紐幣還予TVNZ，作為協助TVNZ體現公廣憲章的額外經費。

TVNZ提供兩個電視頻道服務：TV One與TV Two。前者表現較為接近傳統公共廣電內容，新聞時事比重高；後者則以戲劇、體育、娛樂等節目為主。■

### 參考資料

- Daalmerijer, Joop 2004, 'Public Service Broadcasting in the Netherlands', Trends in Communication, 12(1), 33-45.
- European Broadcasting Union 2001, Key Financial and Personnel Data of EBU Members, November.
- Europe Economics 2004, The effect of RTE's licence fee income on broadcasters and on the advertising market in Ireland, A report for the Minister for Communications, Marine and Natural Resources, with support from Curtin Dorgan Associates, Dublin and from PricewaterhouseCoopers, Dublin.
- Kops, Manfred 2001, What Is Public Service Broadcasting and How Should It Be Financed?, Institute for Broadcasting Economics, University of Cologne, Germany.
- Macquarie Bank 2002, Report to the Australian Broadcasting Corporation, An Analysis of the ABC's Funding Relative to International Public Broadcasters and Domestic Peers, September.
- McKinsey & Company 1999, Public Service Broadcaster Around the World, A McKinsey Report for the BBC, January.
- Schnepfleitner, Rainer 2002, The Use of Funds Collected for "Public Service Broadcasting", A RTR-GmbH Report, 1 August.
- The First Conference of the minister on: information & Broadcasting in the Asia-Pacific Region, May 27-28, 2003, Bangkok, Thailand.
- Rumhorst, Werner 2003, Model Public Service Broadcasting Law, with an introductory note and explanatory comments, revised version, Handbook, International telecommunication Union.

# 數位廣播時代製播分離的第一步 傳輸網路之公共化

■文／策發部研究員 程宗明



**數**位匯流時代，帶來吾國諸多寄望。從電訊管制單位而言，期盼透過數位語言的統合，創造水平整合的效果，使傳輸規模擴大，間接使內容與服務供應之核心價值俱現，產生創意與競爭的開發效益。這種「製播分離」的境界，的確為電信與廣播整合後，各界期盼的新媒體時代的核心秩序。

但是我們也必須瞭解現實，在數位以前的電視廣播結構皆是製播整合，而非分離的。因此，製播分離並非在投資硬體建設、政府換發執照後就可自然生成。尤其在現有經營者仍擁有頻道內容與傳輸網路的體質下，手中禁嚮豈可拱手讓人！當然先進各國對既有業者都有一定保障，製播分離並非意味著過去經營者就必然失去往昔的頻道優勢，但凡要在數位時代獲得新的頻道資源，都必應經過公正合理透明的流程，這正是製播分離的進步寓意所在。

不少電訊管制的專業看法，認為只要以執照核發與委託專業經營，便可使進步制度上路，然而這種一廂情願的想法，恐怕忽略了以上的現實。早在1998年美國數位電視廣播公共利益總統諮詢委員會報告中，就有提到此一現實的侷限。喬治城大學法律教授兼公共代議中心主任 Angela J. Campbell 表示，該國此種商業導向之製播合一制（正是我國學習的傳統），有兩大障礙橫立在數位匯流的大道前：

**1. 付錢走人 (pay) 換來泥濘路：**政府想以傳輸費誘因，換取商業系統的頻道空間，託其播出評選出的服務內容；然而商業系統在收了錢以後，將最差的資源配屬給該頻道；

**2. 主動承攬 (play) 卻偷工減料：**商業系統主動回應政府未來數位服務的創意或公益想像，以保有頻率；然而卻以相當低的成本，製播低品質服務播出，交差了事。

以上兩種非理性行為，其實來自一種矛盾

關係。也就是在垂直壟斷機制下，任何意圖分割的行為，都是違逆業主的自利意圖：「在我築錢美夢旁，豈容他人酣睡！」於是此理可證，單憑管制機構的政策工具，較難達成水平競爭的政策目標，必須先有負責任的垂直整合者 (accountable operator)，然後如庖丁解牛方式，將可行的切割作法具體落實，才能畢竟其功。

此一說法並非自創一格，目前製播分離的國家皆有類似的移轉過程，足以為證。以英國、瑞典、芬蘭、挪威、荷蘭、西班牙、德國、法國等為例，倘非從公共電視網路中轉型成新的傳輸事業體，就是一開始即交由公共電信業者經營，才能配合開放政策，造就現今先導的開

表 1

採製播分離制國家的轉型模式

國家	傳輸網路體質	轉型與方向
英國	50%由BBC擁有	拍賣成為新事業體CCI 帶動整體產業鍊發展
瑞典	100%為公共電信事業擁有	獨立自主新事業Teracom 建設數位基盤
芬蘭	100%為公視YLE擁有	以漸進賣出股份自由化方式成立 Digita,達到水平整合目標
挪威	100%由公共電視擁有	移轉給公共電信事業持有 Norkring 進行開發
荷蘭	100%屬於公共電視事業體	獨立成傳輸公司Nozema 加入數位策略聯盟
西班牙	100%屬於公共電視RTVE	獨立成傳輸公司Retevisión 加入業外資本
德國	幾近屬於公共電信事業 Deutsche Telekom	獨立成 T-System 開發數位事業
法國	幾近屬於公共電信事業 TDF	獨立成專業傳輸公司並 開放共站資源創造新競爭伙伴
紐西蘭	100%屬於公共電視TVNZ	將傳輸網路獨立成單一公司 BCL, 開發新服務



表2

本島數位共同傳輸平台10站站址資料

站台	華視	中視	台視	民視	公視
1 竹子山	* Base	O	◎	*	*
2 店子湖	* Base	*	*	O	*
3 三義	* Base	O	O Base	O	*
4 南投	*	O	◎	#	X
5 枕頭山	*	O	O	* Base	*
6 中寮	*	O	O	*	* Base
7 東帝士	--	--	--	--	* Base
8 宜蘭	* Base	O	O	◎	*
9 花蓮	◎	O	O	*	* Base
10 台東	◎	O	O	*	* Base

註：符號相同者代表共同建站，其中以Base處為基地；南投處符號儘皆不同，意味尚無共站；台視與中視，以雙方互惠方式兩兩私下共站。

發模式（表1）。

反觀國內，在未有如此基礎下，想要從既有商業主導系統中，追尋「製播分離」成了一種侈言。因此務實來看，想要達成理想的水平整合效益，現今的傳輸資源當進行公共的移轉。如此近來政府推動的「公共化」政策，實有助於達成初步的友善環境，進一步推動理想的數位基礎建設。

以不久的未來，公共化的主體而言，公視與華視都掌握了重要的位置，推動共同平台之建立。依據表2登錄資料顯示，以標準共站（二家以上）規格建立之基礎數，全國現有10座站址處，華視與公視就分別擁有4座，兩相互補合作，幾可涵蓋全島所有大型人口聚落處。這

樣的規模整合，對於台灣未來數位電視發展而言，擁有經營全國基礎建設的最佳潛力。

共站的資格，在於發射位置與涵蓋面積的優越性確定。而共站的效果，為頻率資源的整合使用，同時共人員共維護、節省成本、活化專業能力。對國家整體建設而言，則是促進頻率資源使用之透明化，取得社會之徵信（accountability），而且預設了數位時代垂直分工與水平整合的示範園區，做為未來製播分離、開放平台競爭機制的優先選擇。

所以華視與公視的整合，在數位基磐上可以形成一股良性的推動力量，促進數位時代內容與通路的分工，強化兩者專業；另一方面，示範如何戒除不當壟斷與交叉補貼，使數位內容能以創意展現實力，透過比案模式（beauty contest），公平地近用頻道資源（open access）。這種實質建設，不但是無線電視之革新，更對現存有線電視垂直壟斷經營有莫大參照意義。如此將可產生一種變革的壓力，促使其他商業系統比照辦理，對於電視產業躍升有相當助力。因為製播分離，形成頻道比案機制，同時將傳輸平台資源透明化，將使電視業者回歸節目與服務製播核心價值，能以平等條件、戒慎努力經營心態，齊心透過公平競爭機制，取得合理上架平台之權利與比例。這樣的基本生態，會給予良性的經營者生存空間，迫使惡性經營者逐步淡出舞台。

如此數位化遠景結合目前公共化實作，將可理出一條製播分離的實踐路徑，同時也證明此兩政策目標可相輔相成，共創無線電視再造之政策目標。■

## TV 望遠鏡

### 哪國對公共電視投資最多？

地球村裡，哪個國家對公共廣電制度投資最多？

答案是英國。該國國民以實際行動支持BBC，平均捐輸BBC的經費，居世界之冠。以2004年為例，英國國民每人支付的BBC執照費，約為台幣2,812元。亞洲國家中，以日本國民支持度居首，2004年每人繳交台幣1,511元。我國並無向國民徵收公共廣電收視費的制度，但若將政府經費視作國民對公共電視的投資，則為39.74元。

# 韓國衛星DMB服務歷經波折，曙光乍現

■文／策發部研究員 賴文惠

**爭**議多時的韓國衛星DMB (Satellite Digital Mobile Broadcasting, S-DMB) 行動電視，今年5月起終於正式上路！推動這項業務的TU Media公司表示，用戶可透過具DMB功能的手機或車內電視，接收20個廣播頻道和7個涵蓋新聞、運動、肥皂劇、遊戲、電影、音樂和TU Media主導的電視頻道。明年起，TU Media還將電視頻道增至14個，並提供數據廣播的功能。

用戶使用S-DMB服務，只要付設定費2萬韓圓（約新台幣620元），和月租費13,000韓圓（約新台幣400元），就可以享受畫質清晰、音質媲美CD的行動影音服務。

## DMB硬體投資經費龐大

TU Media大力推動DMB服務受到全球矚目。3G時代來臨，看準行動影音有驚人成長的前景，TU Media得到母公司韓國鮮京電信（SK Telecom）的支持，砸下重金在全國各地興建DMB站台，並且和日本MBC公司共同發射一顆DMB衛星，投入經費高達1,470億韓圓（約新台幣45.7億元）。另外，為使行動接收訊號更穩定順暢，TU Media又花費1,240億韓圓（約新台幣38.5億元），在全國各地建立了4,800個地面補隙和中繼站。

TU Media對於搶攻行動影音服務的市場企圖心旺盛，公司發出豪語，今年內將再投入1,200億韓圓（約新台幣37.3億元）提昇設備水準，在未來5年內也將陸續投資7,000億韓圓

（約新台幣217.5億元）開發頻道節目，以確保內容不虞匱乏。

## 跨業競爭，DMB開播延後

TU Media衛星行動電視風光開播，一連串引人注目的大動作，其實背後曾經遭受競爭敵手強烈的抗議，過程中韓國政府為平息業者抗爭，曾刻意延宕衛星行動電視開播的時程，其原因除了技術因素外，主要還是廣播和通訊匯流的衝擊所造成。

韓國政府在數位電視的政策上採行美規系統，導致無法推展行動接收服務，韓國決定開發屬於本國的標準，於是根據既有的歐規數位廣播規範，研發出DMB行動廣播標準，透過衛星或地面波傳送影音服務，彌補行動接收的不足。TU Media以電信子公司跨足，採行的正是前一項S-DMB技術，而後者地面波的T-DMB服務則由無線電視台利用既有的無線頻譜，發射訊號提供服務。韓國政府希望藉由兩者競爭，帶動行動影音服務的起飛。

TU Media挾著母公司鮮京電信龐大的資源投入市場，欲將無線電視台的節目直接轉播到S-DMB平台，引起了無線電視業者強烈的不滿。韓國媒體工會還因此發表聲明，如果韓國廣播委員會（KBC）允許衛星轉傳送地面無線電視節目的話，將發動大罷工抗議。

在業者劇烈反彈的聲浪下，KBC雖然在去年底發給了TU Media行動衛星電視服務的執照，仍不允許TU Media將無線電視的節目直接轉載

### 參考資料：

- Min Byung-II, "LG Unveils World's First Broadcast Phone"
- "World's First Terrestrial DMB Receiver Developed by Samsung Electronics," Sep. 29, 2003
- Kim Tae-gyu, March 27, 2005, "6 Terrestrial DMB Firms to Be Named" Source: <http://times.hankooki.com/lpage/biz/200503/kt2005032719433611900.htm>
- Kim Tae-gyu, April 27, 2005, "Commercial DMB to Debut in May." Korea Times. Source: <http://times.hankooki.com/lpage/200504/kt2005042717181410160.htm>



## TV 望遠鏡

### 英國BBC 的電視服務套餐

BBC提供多樣化的節目服務觀眾，電視頻道就有8個。BBC One提供娛樂、戲劇、新聞、體育節目；BBC Two有園藝、歷史、科學、居家DIY、美食，以及一些新聞和體育節目；數位電視頻道CBBC是專為6-13歲兒童設計的頻道，有兒童新聞、卡通、兒童節目；Cbeebies則是為5歲以下幼兒設計的頻道；BBC News24為24小時新聞頻道；BBC Parliament是國會頻道；BBC Three是針對年輕人設計的頻道，有新聞、談話性節目、情境喜劇、電影等節目；BBC Four則提供文化、紀錄片、教育性節目。

### 日本NHK 的電視服務套餐

NHK共有7個電視頻道套餐，無線電視有「綜合台」，內容包括新聞、文化修養、娛樂等節目；「教育台」則提供兒童節目、外語教學和其他終身學習節目。

衛星頻道「BS-1」，主要節目為新聞和體育；「BS-2」提供娛樂和文化藝術節目，包括電影、音樂、海外電視劇、大自然與旅遊紀錄節目；「BS-Hi」提供高畫質節目，內容包括藝術表演、自然與旅遊紀錄片、運動節目等。

數位無線電視則有「數位綜合台」，全頻道以HD高畫質播出，節目編排與類比綜合台類似，但熱門節目提前播出，並提供雙向互動、數據傳輸（data broadcasting）服務；數位教育台節目編排與類比教育台相同，但具備數據傳輸服務。

到手機上播放，為的就是要等無線電視台T-DMB平台建設完成，雙方業者可以同時開始在市場上競爭。政府刻意拖延對TU Media的發照時程，讓無線電視業者有喘息機會建置地面波行動電視，兩造間的風波才得以暫時平歇。

業者原本分析，衛星行動電視在對手杯葛和政府官僚政策刻意討好各方利益的情況下，開播似乎遙遙無期。加上地面波行動電視因為使用公共的無線頻譜資源傳送，服務採用免費的模式，使得衛星行動電視的服務前景黯淡不少。

#### 政策鬆綁，地面波業者居劣勢

不過，今（2005）年3月下旬，KBC發放6張T-DMB的執照，其中三張確認將從既有的四家無線電視台KBS、MBC、SBS和EBS中選出3家授與執照，其餘則將在明年，在全國5個地區各開放3家經營。

KBC兩手操作政策，旋即4月下旬，對衛星DMB開放大門，同意TU Media將電視節目直接轉載至衛星DMB手機上播放。此政策一出，敵對的衛星和地面波業者形勢頓時逆轉，媒體工會代表憤而辭職，表達抗議。

原來，同樣計畫在5月開始上路的地面波行動電視服務，初期站台建設僅涵蓋首都首爾和鄰近的京畿道地區，遠遜於衛星DMB訊號覆蓋全國的範圍；加上地面波業者在投資龐大的壓力下，原本免費的模式打算改為收費。相形之下，地面波DMB憑著6個頻道，幾乎喪失和衛星DMB競爭的優勢。而T-DMB使用公共的無線頻譜資源，主張收費的模式又遭到市民團體和媒體工會拒絕，都為地面波行動電視的發展蒙上陰影。

無論如何，韓國衛星和地面波DMB服務上路，其發展成果都將被全球視為行動電視具指標性的溫度計。畢竟，韓國在行動通訊的普及度和行動數據服務的領先地位上，和日本旗鼓相當，深受舉世關注。如今韓國再出擊，推動本國研發標準DMB的技術能力和企圖心，更不容忽視。■



## 活動視窗

### ▶▶▶ 有朋自遠方來

**預**定於今年11月25至26日舉辦的第二屆數位傳播國際會議，由中正大學策劃邀請國際知名的亞洲傳播專家 John A. Lent教授出席。Dr. Lent為英語世界中早期投入第三世界傳播問題的著名學者，在其八〇年代所編著的《亞洲太平洋廣播電視事業》論文集中，邀請當時傳播界碩彥徐佳士先生撰寫台灣專章，為首次在全球傳播文獻中有系統介紹台灣電視發展的論文。

2001年Dr. Lent在紐約大學發表演講，展望亞洲的公共媒體未來；同時近年來積極研究該區域的動畫創意產業發展，於2003年發表專書。此次台灣行距上次造訪相距近10年之久，相信本地業者與其會面討論，將帶來豐富地鑑古知今與東西交流的知識饗宴。■

### ▶▶▶ 世界資訊社會高峰會第二波，廣電事業發號五月天

**5**月9日至11日，亞洲媒體高峰會（Asia Media Summit, AMS）正式展開並圓滿閉幕，此次全世界共有65個國家、185個組織共計400名代表參與。這不但是亞洲的區域會議，同時也由國際電訊聯盟（ITU）認證，視為此次高峰會前之區域性主題會議（Preparatory Regional Thematic Meeting），對於亞洲的公共廣電媒體發展，帶來士氣的激勵與振奮。

AMS大會閉幕時，代表所有參與者共識，發表2005年AMS給資訊高峰會之建言，對於全球化下的公媒體價值、多元文化、數位開發、兒童需求、災難救助、影音資產等項目，發表諸多具體指導意見，足供台灣當局與NGO參考，請見[http://download.aibd.org.my/papers/wsis\\_2005.pdf](http://download.aibd.org.my/papers/wsis_2005.pdf)。■

PTS  NEXT

公視 

[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，出版第一年免費贈閱。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/>

2005年7月出刊

