

1999 公共電視
2000 年度報告



sion

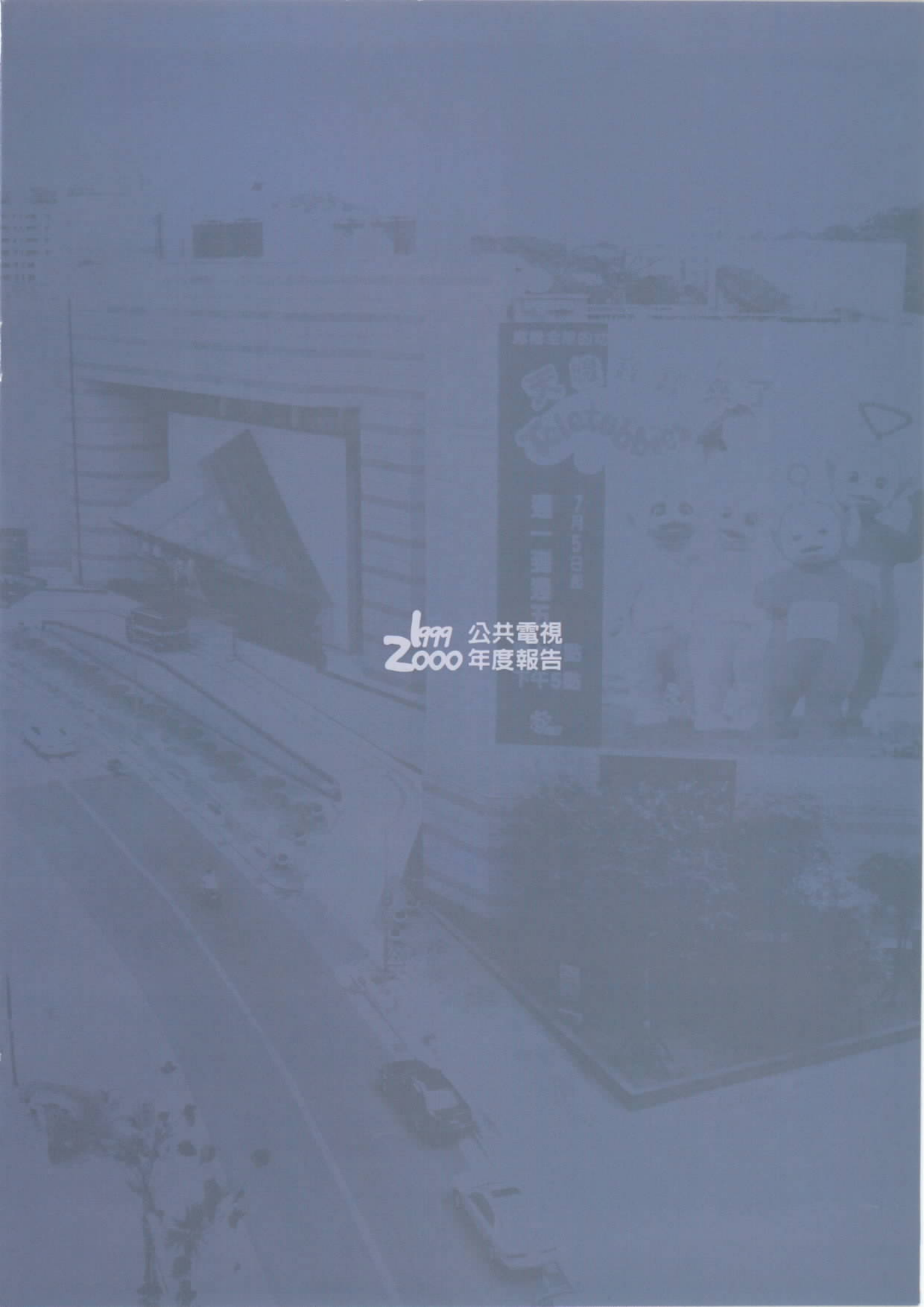
ndation

台灣



目次

- 2 - 來龍去脈
- 4 - 掌舵的人
- 8 - 大家長的期待
- 9 - 掌門人怎麼說
- 10 - 認識公視組織架構
- 14 - 公視好節目 品質看得見
- 32 - 公衆服務
- 44 - 傳動e世界
- 46 - 研究與發展
- 50 - 檢查自籌款能力
- 54 - 財務報告
- 62 - 這一年的表現
- 64 - 公視代言人
- 65 - 歡迎來電



1999 公共電視
2000 年度報告

原聲全家的
7:00 PM
週一至週五
下午5點



Public Television Service

Public Television Service Foundation Annual Report 2000

來龍去脈

1980

1980
當時的行政院長孫運璿首度倡議建立公共電視台。

1984
行政院新聞局設立「公共電視製播小組」，徵用三家無線電視台時段播出節目。

1984.5.1
第一個公視節目「大家來讀三字經」在台視頻道播出。

1986
公視節目製作任務，轉由財團法人廣電基金下設的「公共電視節目製播組」負責。



1991

1991
公共電視籌委會成立。

1997.5.31
公共電視法三讀通過。

1998.7.1
財團法人公共電視文化事業基金會成立，並於同日開播。

1998.10.24-11.16
公視與中國時報、HI-MEDIA、SINANET於大選期間合作，同步在網路上即時轉播九場北高市長暨原住民立法委員選舉電視辯論會。締造亞洲首次將政治選舉辯論會網路同步直播紀錄。

1999

1999.3.1-14
推出「馬友友琴定公視」系列活動。

1999.9.18
「天線寶寶在台灣」開跑
為「天線寶寶」本土版舉辦兒童試鏡會，徵選一至五歲小朋友們加入拍攝，公視正式加入這個全世界大受歡迎的兒童節目製作的行列。

1999.9-10
關懷九二一，公視總動員
與聯合報系及台北之音共同舉辦「為台灣祈福音樂會」，為九二一集集大地震中受難的災民祈福。

1999.10.20
日本NHK捐贈阪神地震影片
NHK捐贈「阪神大地震」一系列精彩影片獨家播映權，讓公視的震災報導進入國際化的全面報導層次，對大地震後的台灣民眾提供最完整的震災資訊。

1999.11
走過九二一·重建家園
製作兒童「九二一心靈重建」特輯，與「台大921災後復健小組」合作、水果奶奶趙自強義務演出，專為災區小朋友製作「九二一心靈重建」特輯，並透過教育部的協助，致贈災區國小兩千份錄影帶及教學手冊。



1999.11.10
「健康國小電視教學」捐贈會
公視捐贈多項節目做為國內第一所未來小學「健康國小」電視教學教材，為國內媒體教育邁向另一個里程碑。





2000

2000.7.20
行銷「人間四月天」，公視獲殊榮
公視「人間四月天」行銷傳播案，榮獲2000年行銷卓越獎第二名，是首次得獎的電視節目行銷案，並參加瑞士總會「2000 Marketing Excellence Awards」國際競賽。

2000.8.2
「我們的島」獲獎連連
「我們的島」獲得年度「地方文化紀錄影帶獎」，並入圍八十九年「台灣國際紀錄片雙年展」觀摩影片。



2000.8.22
與中華奧會簽訂奧運2000備忘錄
與中華奧運主席黃大洲簽訂合作備忘錄，為迎接2000年奧運，公視向奧運影像資料中心（Olympic Television Archive Bureau）購買歷年來奧運系列的珍貴影片，安排於2000年雪梨奧運舉辦期間播出。

2000.8.31
第一屆第十九次董事會通過新制薪資制度案，訂於同年十一月開始實施。

2000.9.9
「原住民新聞雜誌」喜事連連
「原住民新聞雜誌」繼入圍金鐘獎，又受邀參加在加拿大多倫多市舉行的Imagine Native原住民媒體藝術展，將台灣原住民文化帶向國際。

2000.9.20-21
災難報導與媒體的公共責任座談會
九二一地震週年，公視邀請國內業界、學界及政府官員，共同探討災難報導與媒體的角色，會中並邀請日本、韓國專家，分享國外的經驗。

2000.10.5
以零缺點通過ISO 9002認證
獲台灣檢驗科技股份有限公司（簡稱SGS）所頒發的ISO 9002證書，為全台2000多家申請認證公司中，以零缺點通過驗證屈指可數的單位之一。



2000.10.6
金鐘榮耀，盡在公視
金鐘獎入圍四十八項獎項，居各台之冠，並在二十六個電視獎中，囊括十四項大獎。



2000.11.1
實施新制薪資制度，完成公視薪資結構調整。

2000.12
「影音留言亭」埔里來開講
於南投埔里災區設置全國首創的「影音留言亭」，民眾透過操作簡易的按鈕，可以發表自己對公共議題的意見，即可在「公眾近用」節目—「大家來開講」當中播出。

2000.12.31
迎接新世紀，來去總統府
轉播總統府前廣場的跨世紀活動，提供各媒體由全民參與、共八個現場的國家跨世紀活動。



1999-2000

1999.12.31-2000.1.1
2000Today—迎千禧全球連線
與全球八十七個國家聯播二十五小時又十分鐘的節目，實現「地球村」的理想。公視同時也舉辦「旭日2000—太陽里迎曙光」及「天燈祈福—點燃台灣新希望」兩大活動。

2000.1.10
「人間四月天」引領文學劇風潮
「人間四月天—徐志摩的愛情故事」一劇造成風潮，帶動網路討論，公視「人間四月天網頁」討論區，共有5000多篇討論文章，1萬5千瀏覽人次。影響商業電視亦爭先製作文學劇。



2000.5
「公眾近用」節目開播
針對「公眾近用」理念製作的「大家來開講」、「全民對話錄」正式播出，是第一個提供社會大眾及各群體公平參與及表達意見的媒體頻道，落實公共電視屬於全民所有的理念。



2000.5.12
2000音樂巨星「琴」定公視
轉播「第二屆國際巨星音樂節」三場重要演奏，並製播一系列「2000音樂巨星「琴」定公視」節目，以饗樂迷。

2000.5.31
第一屆第十六次董事會通過組織規程修正案。

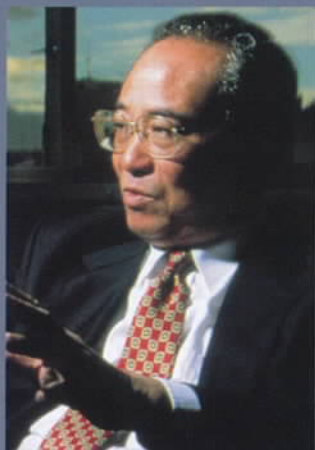
2000.6.27
公視與公益團體結盟，提撥公益時段
與五十多家公益團體結盟，並邀請孫翠鳳及孫越代言，共同呼籲「別讓公益孤單」，未來公視除了將提撥時段，播出公益廣告，補充經費不足的部份，公益團體亦可以利用「公眾近用」節目宣揚理念。

2000.7.1
公視之友永久會員聯誼會成立
由永久公視之友—彭康雄先生擔任首屆會長，結合各界精英，共同支持公共電視。至八十九年十二月底，永久會員共有八十一人。

2000.7.14
核四再評估會議全程實況轉播
自七月十四日至九月二十日止共轉播十場，於每週五晚間九點到隔日凌晨二點半播出，每次長達五個小時的會議，創下台灣首次、及最長時間全程轉播公共議題的無線電視節目。

掌舵的人

董事會成員



吳豐山



林東泰



孫秀蕙



陶大偉



翁秀琪



陳藹玲



蕭新煌



關尚仁



瞿海源



莊伯和

掌舵的人

吳豐山

現職：財團法人公共電視文化事業基金會董事長
學歷：政治大學新聞研究所碩士
經歷：國大代表、自立報系記者、採訪主任、總編輯、
社長、發行人、董事長、吳三連基金會秘書長、
吳尊賢基金會秘書長

林東泰

現職：國立台灣師範大學大眾傳播研究所教授兼所長
中華民國民意測驗協會副理事長
中華民國大眾傳播教育協會副理事長
學歷：美國俄亥俄州立大學傳播博士
經歷：淡江大學大眾傳播系副教授兼系主任
國立台灣師範大學社教系教授兼系主任

孫秀蕙

現職：政治大學廣告學系專任教授
學歷：政治大學新聞研究所碩士
美國威斯康辛大學麥迪遜校區大眾傳播學系博士

陶大偉

現職：兒童媒體教育工作者
學歷：政大國貿系
經歷：電視文化研究委員會評審委員
公視籌委會委員
榮獲兒童紙雕動畫片紐約影展銀質獎
從事電影、電視之導播、製作、主持

翁秀琪

現職：政治大學新聞系教授
學歷：德國曼茵茲大學大眾傳播學博士
經歷：公視籌委會營運規劃小組成員
輔仁大學大眾傳播系副教授
公共電視法草案立法小組成員

陳藹玲

現職：富邦文教基金會執行長、富邦慈善基金會執行長
學歷：美國南加大傳播碩士
經歷：台視新聞主播、就業情報發行人
奧美廣告公司企劃研究

蕭新煌

現職：中央研究院社會學研究所研究員
中央研究院東南亞區域研究計畫主持人
台灣大學社會學系教授
總統府國策顧問
學歷：美國紐約州立大學社會學博士
經歷：中央研究院民族學研究所副所長
台灣社會學社理事長

關尚仁

現職：政治大學主任秘書
廣電系專任副教授
學歷：美國東德州州立大學教育傳播博士
美國德州理工大學廣播電視碩士
經歷：公視籌委會營運規劃小組成員
行政院新聞局第一屆廣播電台審議委員會委員
政治大學廣播電視學系主任
行政院新聞局無線電視台執照換發諮詢委員
國立空中大學教學節目處處長

瞿海源

現職：中央研究院社會學研究所研究員
國立台灣大學社會學系教授
澄社社長
學歷：美國印第安那大學社會學博士
經歷：台灣社會學社理事長
中國社會學社總幹事

莊伯和

現職：中華民俗藝術基金會副執行長
台灣省文化基金會董事
學歷：中國文化大學藝術研究所碩士
經歷：日本京都大學人文科學研究所研修員

賴東明

現職：聯廣公司董事長
動腦雜誌創辦人
台灣精品審議委員會委員
(八十八年五月請辭公視基金會董事)

林萬億

現職：台北縣政府副縣長
國立台灣大學社會學系教授
工作專業人員協會理事長
(八十八年三月轉任台北縣副縣長後，請辭公視基金會董事)

孔文吉

現職：台北市政府原住民事務委員會主任委員
(八十七年十二月轉任台北市政府原住民事務委員會主任委員
後辭公視基金會董事)

監事會成員



賀德芬



姜志俊



賴崇慶



洪良浩



楊重信

監事會

賀德芬

現職：台灣大學法律學系教授
公視基金會常務監事
台灣媒體觀察基金會董事長
學歷：美國華盛頓大學法律學碩士

姜志俊

現職：消費者文教基金會董事
翰笙法律事務所主持律師
新聞局廣播電視評鑑委員會委員
學歷：政治大學法學碩士
經歷：消費者報導發行人
消費者文教基金會董事長
基隆、士林、台北地方法院法官

賴崇慶

現職：眾信聯合會計師事務所會長
學歷：中興大學會計統計系
經歷：中國文化大學客座講師
台北市會計師公會理事長
中華民國會計師公會全國聯合會理事長
財團法人中華民國會計研究發展基金會董事

洪良浩

現職：哈佛企業管理顧問公司董事長
管理雜誌及突破雜誌發行人
學歷：美國夏威夷大學企業管理研究所碩士
經歷：政治大學企研所及國貿系副教授
台灣史脫谷紙業公司行銷經理
聯廣公司副總經理

楊重信

現職：中央研究院經濟研究所研究員
學歷：美國賓夕凡尼亞大學區域科學博士
經歷：中興大學都市計劃研究所所長
中央研究院經濟研究所副所長
內政部都市計劃委員會委員
中央研究院總辦事處總務組主任

Public Television
Service Television
Foundation

大家長的期待



吳豐山

現職：財團法人公共電視文化事業基金會董事長

學歷：政治大學新聞研究所碩士

經歷：國大代表、自立報系記者、採訪主任、總編輯、社長、發行人、董事長、吳三連基金會秘書長、吳尊賢基金會秘書長

在第一期的公共電視年報中，我曾期許：公視會朝著正確的方向一路邁進。經過1999年中到2000年底的一年半時間，我要說：我們確實這麼做了。

開播的第二年起，公視知名度與觸達率明顯上升。除兒童節目成爲第一品牌之外，文學、藝術表演及教育服務節目、活動，也都得到觀眾的認同。在眾多的頻道中，公視型塑不同的風貌，建構多元優質節目，提供觀眾在商業環境中另一種選擇。

在這十八個月的時光中，我們仍不停的進行教育訓練，希望同仁技術升級之外還應有深遠的視野。我們不時的檢討節目策略與排擋，修正組織架構與人事規章。我們尋找觀眾的需求與推動教育服務活動，也努力不輟的以物業租賃、企業募款與個人捐贈等方式補足財務的欠缺。這一份年報，是要請所有關心愛護公視的人士，一起檢驗我們各方面的表現，給我們指正與批評，我們必當虛心接納。相信第二屆董事會諸俊彥必能在未來提出一份更好的成績單。

公共電視在台灣社會雖然是新媒介形式，但公視永遠必須切合時代的脈動，追求更好的明天，同時必須有永續發展的決心。我們也知道，公共媒體承擔社會責任，公視的各方面還有許多改進空間。

然而，誠懇的開端，總會帶來信心與鼓舞。相信不論是工作同仁或是觀眾，都會由公視一方螢幕，回顧歷史、展望未來，接觸寬廣的世界文化，也看到台灣的豐美、秀雅，以及台灣人民的無窮生命力。

吳豐山

掌門人怎麼說



李永得

現職：財團法人公共電視文化事業基金會總經理

學歷：美國史丹福（Stanford）大學大眾傳播學院

Knight Ridder基金會獎學金研究員

政治大學政治系

經歷：公視執行副總經理、內政部參事、澳洲自立快報社長、民間全民電視台籌備處新聞部經理、自立報系副社長兼晚報總編輯、自立報系政治經濟研究室主任、自立晚報記者

公元2000年，公視開播第二年，是公視發展很重要的一年。

在千禧年之夜，公視與全世界七十六個國家的主要電視台，共同製作連續二十五小時實況連線節目。公視不但參與這項全球電視史上的創舉，表現卓越的專業能力，同時把台灣文化的特色呈现在全球十億觀眾面前。

第一季播出的「人間四月天」，展現台灣電視史上戲劇清新風貌，不但造成收視高峰，佳評如潮，而且帶動社會的文學風氣，提昇社會文化品質。

公視招牌兒童節目—水果冰淇淋，不但榮獲亞洲最佳兒童節目大獎，囊括國內大小獎項的肯定，成為最叫好又叫座的國製兒童節目，而且創造台灣電視史上國製兒童節目外銷最多的紀錄，其影響的範圍包括新加坡、香港、中國大陸及歐美地區華人頻道。

其他兒童節目如「虎姑婆」，是與全球二十六個國家共同製作「二十六國動畫故事」的系列之一，不但充分達成提昇國際文化交流的使命，拓展國內兒童的國際視野，而且榮獲美國芝加哥兒童影展「最佳動畫獎」，向世人展示台灣文化的深度及電視節目上的專業規劃能力。

2000年的金鐘獎，公視有四十八個節目與個人專業技術獎入圍。在全部二十六個獎項中，公視囊括十四項大獎。公視節目的品質獲得全面肯定，使公視成為品質的保證。

其中最值得一提的「誰在橋上寫字」，這部完全以原住民為演員主體，用原住民語發音的戲劇，獲得金鐘獎五項大獎，其意義不僅是品質的肯定，而且是提供更寬廣的領域，讓原住民的才華充分展現。

客家節目方面，也有大幅成長，製播時數從1999年的0.17%成長到2000年的1.41%，節目品質亦獲口碑。

其他如紀錄片、藝術表演、生態環保等節目也都有顯著進步，使公視在眾多頻道中不僅是一股清流，而且市場佔有率比前一年足足成長一倍。

在提昇經營體質及效率方面，也於2000年先後導入目標管理、調整薪資制度、建立人事規章及財務內控系統電腦化等等，使財務、人事、薪資及考評趨於透明化、合理化及公平化，全力營造一個制度健全、尊重專業的工作環境，追求「以有效率的企業文化製作高品質節目」的理想。另外，定期召開勞僱會議，鼓勵員工積極參與組織事務，以選舉方式產生人評委員，積極朝產業民主化的方向邁進。

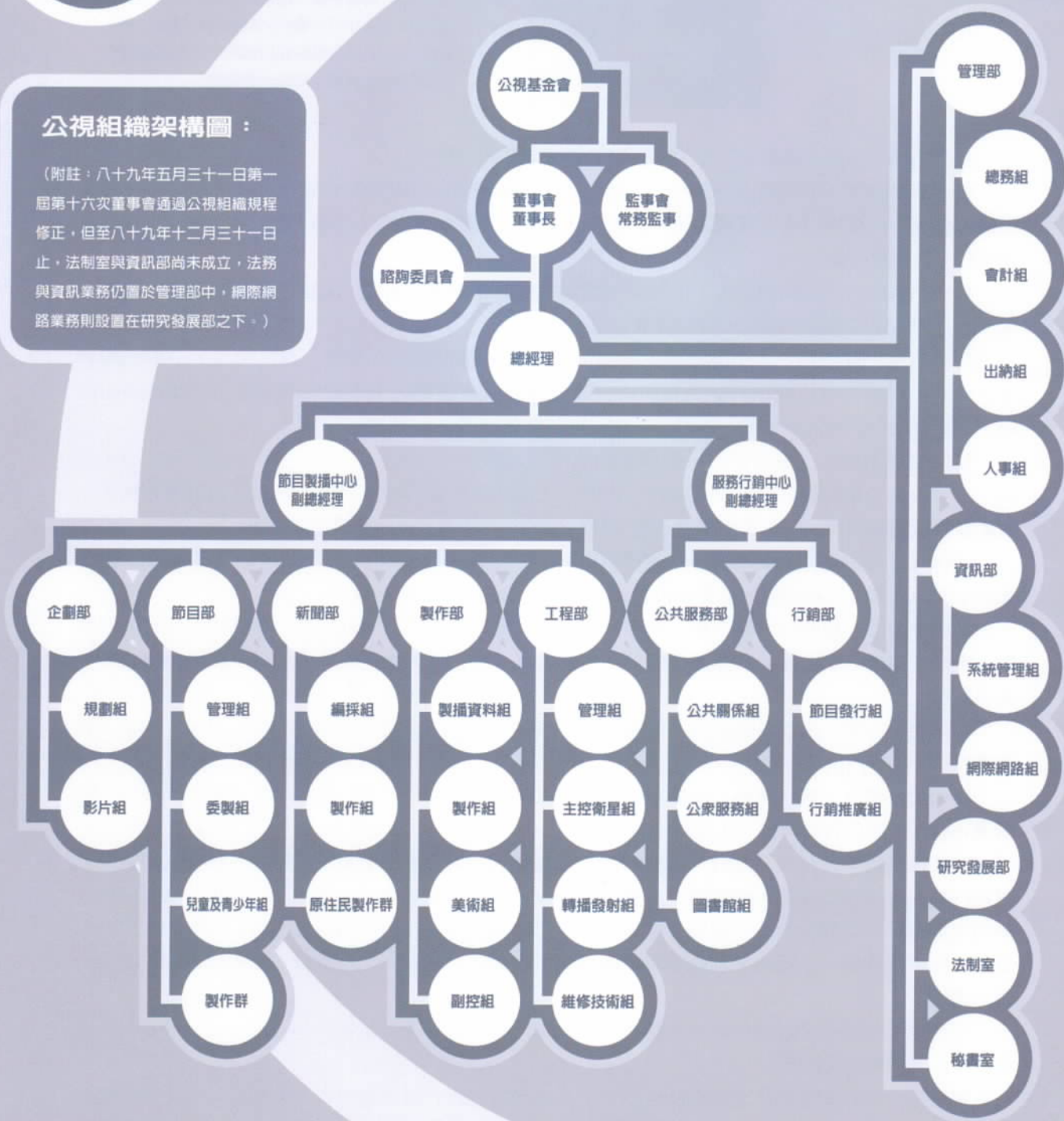
這些成果是在董事會所訂的方針指導下，所有愛護、支持公共電視的各界人士及公共電視全體工作同仁共同努力的結果。

我堅信，公視開播第二年交出的成績單，社會各界已肯定公共電視存在的價值；但未來面臨的困難與挑戰，決不會因此更少。只要公視同仁隨時抱持「學習與成長」的工作理念，不斷的自我提昇、求進步，必定能為公共電視創建更亮麗的成績，達到永續發展的理想。

認識公視組織架構

公視組織架構圖：

(附註：八十九年五月三十一日第一屆第十六次董事會通過公視組織規程修正，但至八十九年十二月三十一日止，法制室與資訊部尚未成立，法務與資訊業務仍置於管理部中，網際網路業務則設置在研究發展部之下。)



Public Television Service Foundation

公視基金會組織，依公共電視法及公視捐助章程的規定，設有董事會與監事會，分置董事長及常務監事各一人。董事會掌舵營運方向，監事會則負責稽查經費使用與基金會運作有無違法事項。董事會視公視營運發展的需要，得設立各種諮詢委員會。

在業務運作上，設置總經理一人，受董事會指揮監督，綜理職務範圍內一切業務；副總經理二人，分別督導節目製播中心與服務行銷中心。節目製播中心由執行副總經理督導。

在組織架構上，節目製播中心下設企劃部、節目部、新聞部、製作部及工程部；服務行銷中心下設公共服務部及行銷部；另設管理部、資訊部、研究發展部、法制室及秘書室直屬總經理督導。

企劃部：

設置規劃組及影片組。負責擬定節目策略、規劃節目播出排檔時段、國內外節目購買策略、審查節目企劃案、專案節目與特別節目、整理分析節目收視率與收視質調查。

節目部：

設置管理組、委製組、兒童及青少年節目組及製作群。負責節目企劃與製作相關事項、承辦節目合約與著作權、協助委製節目企劃案審查與後續執行作業。

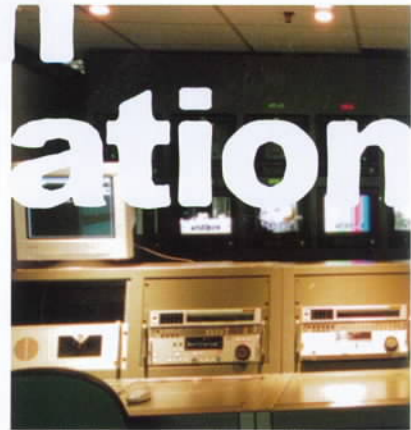
新聞部：

設置編採組、製作組及原住民製作群。負責國內外新聞報導、原住民新聞節目及各類新聞性節目的規劃、採訪、編輯及製作。



公視大樓醒目的看板





製作部：

製作部設置製播資料組、製作組、美術組及副控組。負責節目與新聞的製作，例如旁白字幕加工管理與執行、導播作業、各類節目製作技術人員的編組與調派、後製設備的操作、場景設計與搭建，以及字幕、電腦動畫、配音及音效等後製作業的執行。

工程部：

設置管理組、主控衛星組、轉播發射組及維修技術組。主要負責電視訊號的傳送作業，例如公視主控室訊號播出與衛星接收設備操作及維修、SNG車的操作管理與調派、協助觀眾與頻道系統業者收視品質的改善等任務。

公共服務部：

設置公共關係組、公眾服務組及圖書館組。主要負責公視節目與活動宣傳作業，包括公視形象的規劃設計、社會團體參觀訪問的規劃與接待、公視之友（會員及志工）團體服務推廣聯誼活動、民眾對公視節目報導或評論請求更正答辯或申訴案的協辦、彙整建立公視檔案並提供公眾查閱或索取等工作。

行銷部：

設置節目發行組及行銷推廣組。負責公視影視產品的行銷販售，以及節目贊助、募款活動的開發與籌辦。

管理部：

設置總務組、會計組、出納組及人事組。主要負責公視人事、會計、出納等維持基金會運作的行政業務。

資訊部：（尚未成立，相關業務現隸屬於管理部與研究發展部）

設置系統管理組及網際網路組。負責管理資訊系統與網路的規劃、建立、諮詢及維護。公視網站與網頁的設計、規劃、執行及推廣。





研究發展部：

主要負責經營管理策略的擬定、組織結構變革的研修、國內外公共電視相關重要學術資料的蒐集與整理、年度報告編撰、舉辦公視年度學術與實務研討會，彙整學界及傳播實務界對公視節目與經營的評估及建議、規劃教育訓練、推動節目國際合作交流等業務。

法制室：（尚未成立，相關業務現隸屬於管理部與研究發展部）

工作內容包括法律事項的諮詢與處理、公視各類契約與規章的研擬與諮詢、民眾對公視節目或報導內容請求更正答辯或申訴案的辦理。

祕書室：

負責立法院與政府公共事務的處理、董監事會議與公視主管會報會議事宜、諮詢委員會綜合業務的辦理，以及董事長、總經理及副總經理的祕書事務。



《看公視說英語》錄影情形



公視好節目 品質看得見

使命

Public
Television
Foundation

一、使命

公視於第二年的運作中，在既有的基礎上發展出明確的節目使命與三年願景，經過內部共識的凝聚，民國八十八年十一月二十六日，第一屆第十一次董事會議通過了公視永續發展的四大使命：

製播多元優質節目
促進公民社會發展
深植本國文化內涵
拓展國際文化交流



《曾經》錄影現場





戲劇《人間四月天》



戲劇《曾經》



兒童節目《水果冰淇淋》



青少年節目《我的這一班》



奧運2000系列節目

（一）製播多元優質節目

在競爭導向的時代裏，公視決意透過專業的品管機制，掌握公共電視的利基，製作符合公共電視使命與觀眾需求的節目，真正落實公眾的付託。公視優質節目的品管標準應結合公視的理念和電視製作的相關專業技術。公視的理念主要是在節目中秉持「以人為本、多元自主，和免於偏見」的觀點；而電視專業部分則包括了完備的前置研究、創新的敘事風格、嚴謹的故事結構、精緻的視覺構圖，與前瞻的製播技術等元素。

「多元優質節目」意義是指公視對節目品質的堅持，與彌補商業電視台過度市場導向的不足。公共服務、服務弱勢、族群融合與倡導媒體公眾近用的節目應積極提供，是公視訂定的策略，因此族群服務節目除了開播以來持續製播的「原住民新聞雜誌」、「部落面對面」、服務聽障朋友的節目「聽聽看」外，也擴大製播婦女、兩性平權、客家及原住民紀錄片等常態節目，例如服務客家族群的「發現客家」、「客家風土誌」、「文學過家說演劇場」，及公眾近用節目等等。值得一提的是公眾近用節目部份製播了表演類「任我秀」、表演創作類的「公視53街」；意見表達類「大家來開講」、「公民對話錄」等。一年半中共播出537小時的特殊服務節目，佔所有播出節目比例的12%，製作經費則佔所有節目的10%之多。

（二）促進公民社會發展

公共電視的節目政策，在於維護民眾表達自由和知的權利，提高全民教育和文化水準，並促進民主社會發展，增進公共福祉。透過各類節目的製播，公共電視致力於社會多元而均衡的發展，並追求卓越的服務品質。公視將主動提供自由、公開、理性與多元的公共領域，建構族群之間真正的相互尊重與和諧相處的長遠基礎；善盡民主社會中媒介第四權的責任，永遠和公眾在一起，共同為實踐公民社會的理想而努力。

例如公視新聞節目與紀錄片，以深度報導方式，帶領觀眾深入了解事件的真相；公共近用時段，提供民眾使用公視頻道的機會；另外，公視製播服務各族群的節目，照顧各年齡層需求，以上做法，即為了落實促進公民社會發展的使命。



(三) 深植本國文化內涵

以客觀負責的態度，真實紀錄我國重要的歷史事件和觀點，並介紹台灣各族群豐富的文化內涵，逐步推廣至家庭與學校，讓民眾能更充分瞭解自己生長的土地和文化；同時主動提供民俗與藝術創作的發表管道，鼓勵大眾積極參與，增進全民的文化水平。

公視製播許多鄉土文化節目，即是為了落實「深植本國文化內涵的使命」，例如鄉土文化節目「懷鄉探源」、「鄉遊札記」；環保生態節目「我們的島」、「福爾摩沙」；歷史文化節目「台灣福佬客」、「山河歲月」、「書寫島嶼」、「文學風景」、「文化容顏」等等。八十九年十二月第二屆台灣國際紀錄片雙年展—差異類專題觀摩片「世紀容顏—山林的記憶」，獲評審團推薦，在國際其他高製作經費紀錄片中能出列，實屬難得。八十九年金鐘獎，探討文化的「古街聚落鄉土情」也榮獲生活資訊節目獎。公視亦積極購買國內優良節目，以呼應及補足節目數量及類別，例如「作家身影」系列、回顧關鍵人物的

「世紀行過—張學良」、記錄國內藝術家的「裝置藝術」與「朱銘」等紀錄片、原住民紀錄片「愛戀排灣笛」，以及難得一見的客家大戲等等。文化歷史性節目一年半中，共播出1348小時，佔所有播出節目比例的30%，製作經費則佔所有節目的33%之多。



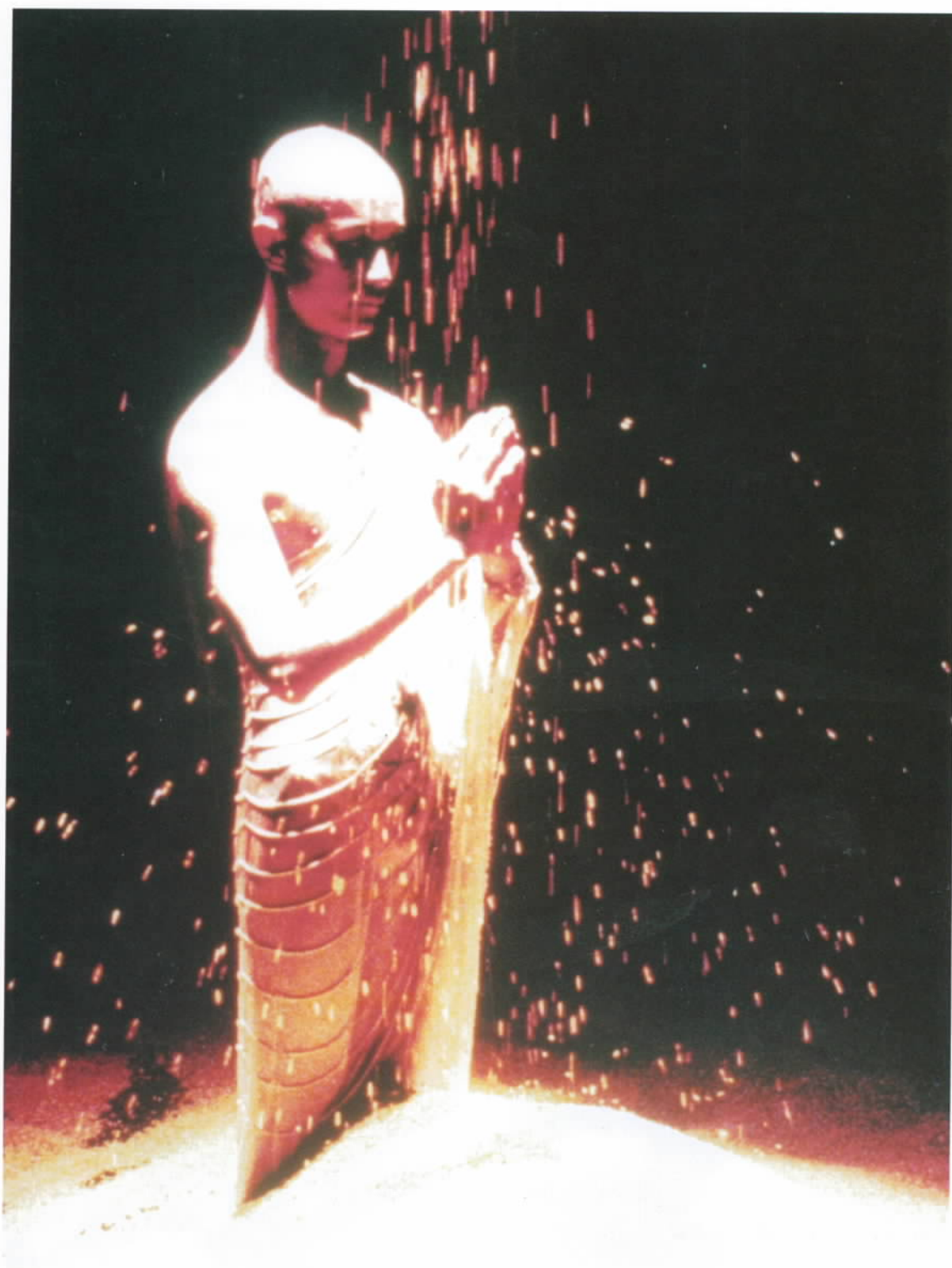
(四) 拓展國際文化交流

藉由資訊化科技與節目呈現的多元文化風貌，積極參與國際間各項交流活動，增進人民對本國文化與他國文化的認知，並培養本土關懷和國際視野，同時也讓國際社會對台灣風土民情更加了解，實踐地球村的理念。

為積極參與國際間各項交流活動，增進人民對本國文化與他國文化的認知，「公視國際紀錄片雙年展」主要是公視與「國際紀錄片雙年展」單位合作，播映20部來自世界各大影展得獎精選的紀錄片，並與導演進行訪談，以擴展觀眾視野，提昇國內紀錄片製作水準。

在國際合作方面有「2000Today」迎千禧節目；轉播2001年維也納新年音樂會；與RM公司合作，製作雲門舞集的「流浪者之歌」及「水月」的演出錄影帶；與美國拉斯維加斯公共電視台合作「台灣的女兒—回鄉之路」紀錄片等。「2000Today」是1999年12月31日公視獨家推出與全世界連線迎千禧的節目，活動由美國公視WGBH與英國BBC主辦，共有六十四個國家參加，經由如此跨國、跨世紀的節目合作，更加確立了公視在世界舞臺的代表性。





雲門舞集《流浪者之歌》



願景

Public Television Service Foundation

二、願景

節目政策中也包含三年願景：「成為公共服務領域及教育文化節目的領導品牌」。

(一) 公共服務領域的領導品牌

做為一個公共媒體，公視的天職是扮演全方位公共服務的角色。除了提供自由、公開、理性與多元的公共領域，製播優質的公共服務節目外，將會主動參與各項公益活動、結合社會資源、守護公眾利益，實踐公共服務的承諾。公共電視自我期望開播三年後成為公共服務領域的領導品牌。只要任何與公眾相關的事務，不論天災、公益、選舉，民眾一定收看公共電視，因為只有公共電視台，沒有任何商業與政治的色彩、公正客觀、關心公眾的需求、永遠和公眾在一起，是一個最為全民所信賴的電視台。

公視製作許多公共服務的節目與活動，獲得各方好評，例如探討公共安全的「火神輓歌」、「向命運挑戰」榮獲八十九年廣播電視社會建設獎優良節目。由原住民自製的紀錄片「親愛的米酒妳被我打敗了」入選紐約瑪格麗特米德紀錄片影展。公視在九二一地震之後，播出「阪神大地震」紀錄片，製作一系列相關報導，並製作「水果冰淇淋一九二一心靈重建」特輯及教學手冊，致贈災區國小，做為災後學校教師的輔助教材。為了關懷罕見疾病的朋友，公視與其他團體合辦水果奶奶醫院巡迴活動，也獲得各界迴響。



（二）教育文化節目的領導品牌

製播優質的教育文化節目是公視重要的使命。公視將致力於以多元的視野、多樣的風貌和高品質的專業技術，製作世界級的教育文化節目，提昇全民教育與文化水準。公視期望開播三年後成為觀眾心中教育文化節目的領導品牌，任何一個年齡層的觀眾只要有吸收新知與學習上的需求，第一個想到的必定是公共電視，因為唯有公共電視針對每一個學習階段的個體提供最適切的服务，並且認真思考觀眾學習的品質與效果，是一個最關心教育文化內涵的電視台。

有別於商業台，公視一貫認為製播優質兒童、青少年節目，是發揮人本永續使命並成為教育領導品牌願景最重要的工作，公視開播第二年（從八十八年七月至八十九年十二月），持續播出「水果冰淇淋」、「畫畫101」、「珂垃傳奇」、「Y視界」、「我的這一班」、「當我們窩在一起」、「挑戰未來」等兒童與青少年節目，也引進了國外頂級節目，例如「與恐龍共舞」、「天線寶寶」、「淘氣的諾弟」、「怪頭博士」等。一年半中共播出1166.5小時的兒童與青少年節目，佔所有播出節目比例的26%，製作經費則佔所有節目的27%之多。

此外，公視亦製播適合銀髮族、婦女族群，以及適合各年齡層收看的教育文化節目，例如英語學習節目「看公視說英語」、文化節目「發現者」、親職教育節目「頑皮故事集」、防災節目「火神輓歌」等等，皆可成為終身學習的最佳節目教材。



兒童節目《畫畫101》



木偶劇《珂垃傳奇》



青少年節目《挑戰未來》



看公視說英語





公視長期經營兒童節目《水果冰淇淋》



節目特色

Public Television Service Foundation

三、節目特色

公視以製播優質節目自許，在節目品質的堅持與表現，受到觀眾的好評，也獲得國內外獎項的肯定。開播兩年半以來，總計獲得國內入圍獎項共一百零八項，國外入圍獎項共十八項；得獎部分，國內得獎共四十一項，國外得獎五項。尤其是八十九年金鐘獎，公視共入圍四十八項，奪得十四個獎項，得獎數居各頻道之冠。由各方面的肯定，也證明公視在節目上的用心。

(一)「寓教於樂」的兒童節目

公視是國內唯一承諾大眾長期經營兒童節目的無線電視台，推出包括「水果冰淇淋」、「珂拉傳奇」、「畫畫101」、「我的朋友皮丫努」、「咕奇小精靈」等兒童節目。

公視製作的兒童節目，大部分是針對學齡前兒童的需求，因此在節目評估上，主要以質化研究方法，在節目製播前後聘請專家和學者進行前測和後測研究，以了解兒童節目的教育目標與理念能否幫助小朋友學習。目前已完成「水果冰淇淋」、「畫畫101」兩個節目研究，因為學齡前兒童無法完整表達自己的想法，不適用焦點團體法，因此兩項皆採用實地觀察法，由研究者觀察小朋友觀看節目的反應，藉由簡單的遊戲，蒐集小朋友的意見，作進一步的分析研究。研究結果並已列入公視公共檔案中。

公視長期在兒童節目的經營，獲得各方的肯定，八十八年七月兒童節目「水果冰淇淋」、「我的朋友皮丫努」入圍芝加哥兒童影展。「少年嚙瑪蘭」獲金馬獎年度最佳動畫。第四屆亞洲電視節中，公視成爲亞洲唯一入圍最多兒青節目相關獎項的電視台，共計三項，「水果冰淇淋」並獲得亞洲最佳兒童節目獎。八十九年二月「水果冰淇淋」、「畫畫101」獲新聞局優良電視兒童節目最優製作獎，公視獲優良電視兒童節目最佳製播機構獎，同年六月「童話台灣」獲新聞局金鹿獎，九月再入圍國內金鐘獎四十八個獎項，得獎十四項，爲國內電視台的翹楚，其中水果奶奶貳度蟬聯金鐘最佳兒童節目主持人、青少年節目「航向宇宙深處」獲教科文節目主持人獎、「珂拉傳奇」獲金鐘最佳兒童節目等大獎。

此外，由公視與英國S4C電視台合作的黏土動畫「虎姑婆」，打敗來自世界各地的優秀作品，榮獲第十七屆芝加哥國際兒童影展「電視類最佳動畫片獎」。「虎姑婆」並且參與「世界動畫故事」活動，這個活動是1998年由第二屆世界電視兒童高峰會發起，共有二十六個國家合作，創作出二十六個充滿興奮及色彩的兒童故事，這一系列動畫將在世界七十多個國家播出。公視參與此項活動，除了使台灣在國際活動上不缺席之外，也可讓世界各地的小朋友，了解台灣民間故事「虎姑婆」，並從中了解台灣的民俗與文化。



（二）尊重各族群的需求

除了兒童族群之外，公視也照顧各個年齡層和不同收視族群的需求，為青少年、婦女、銀髮族量身訂做各式節目。如青少年節目「挑戰未來」、「當我們窩在一起」、「我的這一班」、「顛覆SPP之少年戲曲」；婦女節目「世紀女性台灣第一」、「台灣查某人」；強調終身學習的「摩登銀髮族」、「銀髮青春俱樂部」、「銀髮大學」等節目。

（三）照顧分眾族群與文化

少數族群與特定分眾長期以來在電視媒體上被漠視忽略，專為其製作的節目微乎其微，公視致力於提供資源與時段，製作相關節目，例如原住民節目「原住民新聞雜誌」、「部落面對面」，由原住民記者自行製作主持，完全呈現原住民的觀點，深獲好評；服務客家族群的客語節目包括「大禾埕」、「客家風土誌」、「客家庄」，並且陸續將卡通與節目配以客語發音，包括「安東尼螞蟻」、「鸚鵡姐姐說故事」等等，為客家文化的傳承貢獻心力。

公視亦重視弱勢團體的發聲權，製作聽障節目「聽聽看」，節目製作群包括企劃、主持人、表演者、或現場來賓，都是由一群聽障朋友擔任，從聽障本身的角度來作規劃，呈現出聽障族群的觀點。主持人陳濂橋本身也是一位聽障者，入圍八十九年金鐘獎教科文節目主持人獎，就是對「聽聽看」節目的一項肯定。

此外還有唐氏症憨兒的戲劇節目「小草的成長日記」；關懷罕見疾病病患的節目「星星的秘密」。公視期望藉由節目的播出，增加大眾對這些族群的認識，進而化解因為不了解而產生的負面認知及相處的問題。

（四）記錄台灣社會變遷

公視以深度報導與紀錄片的製作方式，真實記錄台灣社會人、事、地、物的變遷，其中包括回溯西洋人早期來台探勘經驗與過程的「福爾摩沙」系列；記錄人文事蹟的節目有「書寫島嶼」、「軌道傳奇」。

而生態保育的節目系列「我們的島」，突顯台灣生態環境面臨的困境與契機，在八十九年獲得文建會主辦的「地方文化紀錄影帶獎」，並入圍八十九年「台灣國際紀錄片雙年展」觀摩影片，以及入圍金鐘獎新聞節目獎。該節目在公視節目收視質調查中，偏好度（觀眾喜歡節目的程度）一直居各節目之冠，佳評如潮。



(五) 公眾近用

公視開闢「公眾近用時段」，提供機會與管道，讓社會大眾使用公共電視的頻道時間來發表意見、表現創意等。推出的相關節目包括可讓個人或團體自由表達意見的「大家來開講」、「公民對話錄」；提供全國各大專院校音樂科系及高中音樂班同學表演空間的「公視53街」。公眾近用時段的設立，拉近媒體與社會大眾間的距離。

此外，公視為落實公眾近用精神，於南投埔里災區設置全國首創的「影音留言亭」，民眾可進入「影音留言亭」，操作簡易的按鈕，發表對公共議題的意見，即可在公眾近用節目—「大家來開講」當中播出。

(六) 呈現表演藝術的生命力

公視對表演藝術與文化的維護不遺餘力，舉凡各地流傳的地方戲曲、重要精緻的歌、舞、劇表演，公視都全程錄製與播出，提供表演團體發表作品的舞台，拉近藝術與觀眾之間的距離。例如「馬友友琴定公視」、「2000年巨星音樂琴定公視」、歌劇「阿依達」、「精選戲曲」系列節目。

為藝術文化紮根及激發創意想像，公視每週規畫二小時的「藝識形態」時段，播出從國內外購買視覺藝術的印象派畫家、動畫、攝影史、文學、表演藝術，如「梅蘭芳的世界」等節目，為國人灌溉耕耘表演藝術與視覺藝術的土壤。



雲門舞集《流浪者之歌》

馬友友《琴定公視》



Public Television Service Foundation

(七) 展現文學之美

公視戲劇以電視電影手法拍攝，製作、考據嚴謹，品質精緻，回歸戲劇本質，推出之後獲得觀眾廣大的迴響。特別是八點檔文學劇「人間四月天」播出後，興起一股研究徐志摩文學的風潮，劇中雋永的經典對白「許我一個未來」，成為最流行的術語，廣為流傳而造成話題，徐志摩及其他五四時期的文人作品也頓時成為顯學，帶動一股文學風潮，除了引起學生對於中國文學產生興趣之外，也對公視頻道的知名度有正面的作用。

此外，「曾經」、「汪洋中的一條船」、「大醫院小醫師」、「輾轉紅蓮」、「鴿」等戲劇節目，也獲得相當不錯的口碑。「曾經」並獲得八十九年金鐘獎戲劇節目連續劇獎、音效獎。「大醫院小醫師」更在網路上造成一股熱潮，累積公視網站「大醫院小醫師」的討論區，共有15萬瀏覽人次，1萬3千多篇討論文章，人氣十分旺盛。



《人間四月天》興起文學風潮



戲劇《汪洋中的一條船》



戲劇《曾經》



單元劇《誰在橋上寫字》



公視單元劇題材多元化、內涵多樣化、品質精緻化，包括「誰在橋上寫字」、「濁水溪的契約」、「假期」、「九歲那年」、「台灣玉」等等，其中「誰在橋上寫字」在八十九年電視金鐘獎中，囊括戲劇節目單元劇獎、男配角獎、攝影獎、戲劇編劇、導播等五項大獎。

公視金鐘獎八十九年得獎名單

節目獎項

戲劇節目單元劇獎：誰在橋上寫字
 戲劇節目連續劇獎：曾經
 兒童節目獎：坵埕傳奇
 教科文節目獎：作家身影系列—
 永遠的台北人
 —白先勇

個人獎項

兒童節目主持人獎：趙自強（水果冰淇淋）
 教科文節目主持人獎：孫維新（航向宇宙深處）
 戲劇導播獎：瞿友寧（誰在橋上寫字）
 戲劇編劇獎：瞿友寧、張友漁（誰在橋上寫字）
 男主角獎：戴立忍（濁水溪的契約）
 男配角獎：盧麒安（誰在橋上寫字）
 攝影獎：張志鴻（誰在橋上寫字）
 剪輯獎：杜敏綺（鴿）
 音效獎：吳嘉莉（曾經）
 燈光獎：劉京陵（將軍碑）



趙自強以《水果冰淇淋》二度獲得金鐘獎兒童節目主持人獎



《誰在橋上寫字》獲金鐘五項大獎



盧麒安獲得金鐘獎男配角獎



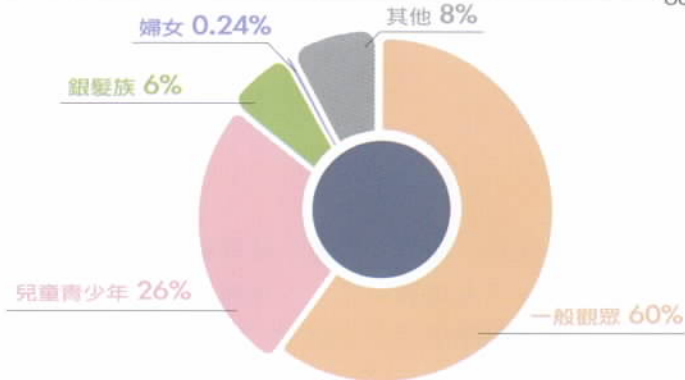
戴立忍獲得金鐘獎男主角獎



各類型節目比例圖：

依服務對象分類

88/07-89/12

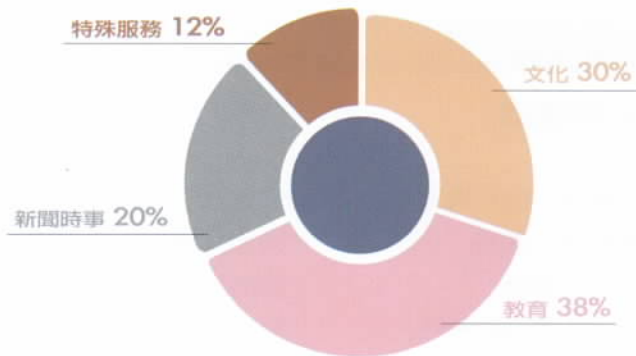


依節目內容分類

88/07-89/12

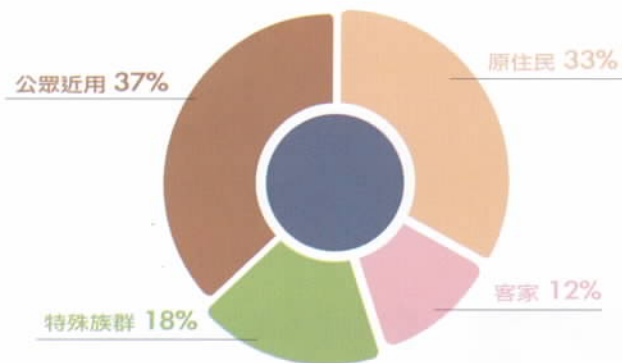
補充資料：教育類節目包含兒童節目、青少年節目、親職教育、科技新知、生態環保、醫療保健等節目。

文化類節目包含音樂節目、文學戲劇、人生劇展、傳統戲曲等節目。



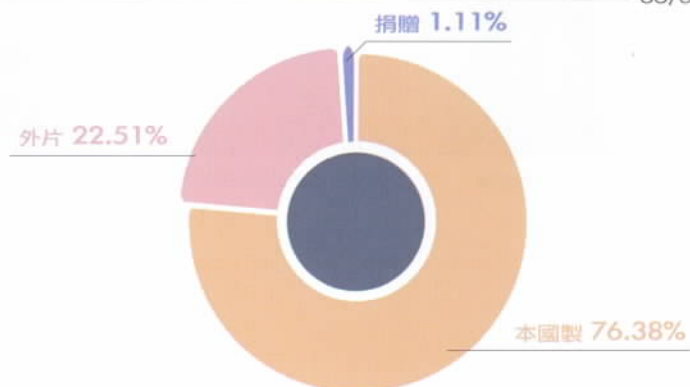
依特殊服務分類

88/07-89/12



依節目來源分類

88/07-89/12



特別節目

Public Television Service Foundation

四、特別節目

在1999下半年及2000年這世紀更迭，台灣歷經世紀災難也邁向時代轉捩的關鍵時刻，公視所推出的特別節目以扣緊震後重建，社會時事脈動，服務公眾並擴大國際視野為主軸。外片則以回顧百年、前瞻未來為主軸，以拓展視野、掌握趨勢為基調，推出豐富多元的精采優質節目。

八十八年發生的九二一大地震，是舉國最沈重傷慟之時刻，公視於震災剛發生之時，取得NHK之「阪神震災經驗」節目，作為政府與民眾重建的參考；並於八十九年九二一地震週年推出與聯合報基金會合作的「走過九二一」特別系列，贊助國內四部製作精良的紀錄片，記錄家園重建與人民生活的歷程。

在世紀交替的時刻，公視於八十八年十月起推出了「飛越兩千系列」，由台灣、中國近代的歷史為起點，再推向全世界，將二十世紀做一個總回顧。這一系列從國內外製片公司積極採購，包括了「台灣的故事」、「中國革命年代」、「世紀風雲」、「世紀人物」與「我們的世紀」等，都包含了豐富的史料、珍貴的資料影片，為國人提供難得的歷史教育。

千禧年的雪梨奧運也是萬眾矚目的焦點，公視也特別規劃了「奧運2000」系列，羅列國內外四十小時的紀錄片作成特別節目，讓觀眾回味奧林匹克運動會百年的風采。本系列中包括了追溯奧運起源的「奧林匹克世紀」，介紹單項比賽運動的「邁向光榮之路」，以及捕捉運動場上昔日英雄的「奧運經典傳奇」。此外配合奧運時期的藝術節活動，特別購買參與演出團體的精彩節目，組成「奧運藝術節」系列，值得一提的是，期間也播映雲門舞集創團二十週年代表作「九歌」。此外還有「大師典藏奧運電影」介紹1936年以降，電影大師拍攝的奧運紀錄片。整個「奧運2000」系列內容豐富完整，也獲得贊助，播出後也獲得好評。

公視戲劇提倡文學與創意。八十九年國內所吹起之文學劇的風潮，是從公視購入的連續劇「人間四月天」所帶動起的，該劇不但創下高收視率，更帶動相關書籍的熱賣。而改編自古典文學的迷你影集，如「傲慢與偏見」、「錦繡佳人」及「安娜卡列尼娜」等，更獲得觀眾與網友的熱烈支持。公視並於八十九年十二月集結國內優良的單元劇與戲劇，推出「好戲雙年展」，收視狀況良好。



因應政經時事部份，公視於美國總統大選前推出「決戰2000」美國公視選情分析節目。此外如每週播出的「醫療先知」，引進最新醫療訊息；特別系列「素描資訊時代」探討數位化對人類的衝擊；關心高齡社會有銀髮族養生、醫療、影集等節目。其他還有了解基因的「DNA時代」、警惕生態的「預知世紀災難」等，皆能掌握趨勢及潮流，提供最前瞻的視角。

公視也引進適合全家大小收看的精緻娛樂，作為觀眾春節特別節目的最佳選擇。八十九年春節特別節目推出「太陽馬戲劇團」，為台灣首播。八十九年底亦引進該團最新劇碼「東方風情」，還有紅透半邊天的愛爾蘭踢踏舞蹈秀「火焰之舞」、「大河之舞在紐約」、「熱舞繽紛」等表演節目。還有「景觀歌劇阿依達」，以及與全球八十個電視台同步播出的「維也納新年音樂會」等節目，為國人觀賞表演藝術開設了新的視窗。

兒青節目影片組也引進了國外頂級節目，例如斥資六百萬英鎊（折合台幣約三億元），重現侏羅紀時代的驚人動畫「與恐龍共舞」，還有揚名全球的「天線寶寶」與「淘氣的諾弟」，此外還有科學益智性的「怪頭博士」。

公視亦積極購買國內優良節目，以呼應及補足節目量及類別。如購買獲得金鐘獎的「作家身影」系列，回顧關鍵人物的「世紀行過—張學良」、記錄國內藝術家的「裝置藝術」、「朱銘」等之紀錄片，以及購買原住民紀錄片「愛戀排灣笛」、難得一見的客家大戲等。

新聞節目

Public Television Service Foundation

五、新聞節目

公視作為全國僅有的、以公共利益為唯一職志的第四權機制，必然要向全民提供新聞的服務，但是公視法附帶決議要求公視在開播四年內不能製播即時新聞。為了達成公視法賦予的使命，並遵守附帶決議不得製播每日即時新聞的規定，公視新聞節目一路走來如履薄冰，從塊狀節目操作到挑戰深度報導新聞，從割裂式節目模式到整合型作業，從偶而出一度SNG、偶而製作一次特別節目到經常操作SNG、經常製作大型特別節目與轉播（如珊瑚產卵、蘭嶼周、核四再評估會議），每一步行動都是在增加工作動能、提升專業的目標向前挺進。



(一) 帶狀節目

1、公視新聞深度報導



公視新聞 深度報導

晚間七點時段播出的「公視新聞深度報導」是公視新聞的主力節目，絕大部份的新聞規劃、採訪與編輯能量都在這個節目中展現。深度報導以半小時為單位，區分為國內新聞及國際新聞兩個區段。國內新聞部分以追蹤分析報導為主，深度報導的做法有別於商業台輕薄短小的新聞報導。國際新聞最大特色在於主持人劉必榮教授對於國際現勢的精闢分析。公視國際新聞深度報導，從過去的「大世紀」開始，已經累積相當好的口碑及觀眾群。

2、公視論壇



公視論壇

新聞論談節目是世界公共電視帶領民眾深入觀察社會動向的眼睛。每日晚間九點至十點的「公視論壇」，由知名作家楊照擔綱主持，針對議題邀集各界菁英，針砭時政，提供建言。節目中沒有一般論談節目流行的Call-In，在議題設定上也不追隨即時新聞。沒有Call-In是為讓來賓有一個不受干擾的討論空間；而不追隨即時新聞設定議題，是為等新聞事件發展成熟，再做深入的討論，以提供民眾較為全面的議題觀照角度。

3、新氣象主義



新氣象主義

民國八十八年十月四日，公視推出「新氣象主義」，每天兩節十二點至十二點三十分及晚間六點三十分至七點各半小時，由氣象專家李富城主播，除了氣象情報、諺語、天氣小百科之外，還加入與民生議題相關的專題報導。「新氣象主義」已於八十九年九月二十二日下檔，但上述晚間七點到八點及晚間九點到十點兩大帶狀新聞時段，仍維持三至四分鐘的最新氣象資訊提供。



(二) 塊狀節目



《原住民新聞雜誌》主持人馬紹·阿紀

1、原住民新聞雜誌

「原住民新聞雜誌」是國內第一個由原住民製作群擔綱的節目（另一個常態播出的原住民節目是同為公視的「部落面對面」）。「原住民新聞雜誌」由泰雅族的馬紹·阿紀主持，以原住民的角度，報導原住民議題，杜絕漢人觀看原住民議題的偏見。公視爭取到原民會與勞委會的經費支持，於九十年三月開辦新一期的原住民電視人才培訓，並規劃下一波培訓對象為地方關心部落文化重建與社區發展者，以強化部落新聞的廣度與深度。



《民意電堂》錄影情況

2、民意電堂

「民意電堂」由史英教授主持，相對於精英式的「公視論壇」，「民意電堂」傾向呈現來自社會基層的草根聲音。「民意電堂」每集針對民眾關心的民生、教育、文化等問題，邀請各界民眾參與討論，讓一般老百姓抒發內心的聲音，提供民意與決策機關溝通的機會。這是台灣電視史上直接參與討論人數最多的論談節目，也是唯一以民眾為主角，專家、官員兩邊坐的節目。在「民意電堂」裡，民意不再隱匿於攝影機背後，真正實踐民意當家的精神。民意電堂已於八十九年十二月二十九日播畢。



部落面對面

3、部落面對面

「部落面對面」於八十八年七月四日開播，代表台灣原住民媒體發聲權再度邁向新紀元的節目，這是公視第一個現場Call-In的節目，無論對原住民、公視本身，甚或台灣這塊土地，都具有特殊的意義。除了棚內錄影之外，「部落面對面」也會不定期地深入部落，讓部落的族親能夠直接面對鏡頭抒發意見。





紀錄觀點

4、紀錄觀點

紀錄觀點是台灣電視史上第一個播放本土紀錄片的常態節目。開播以來，已經建立不錯的口碑。紀錄片是非常重要的電視節目形態之一，但在台灣電視界卻長期受到漠視。以多元觀點及多元表現形式為特色的紀錄觀點證明，本土紀錄片有能力在電視頻道上掙得一席之地，贏得觀眾的喜愛和肯定。

5、公視演講廳

公視在星期六下午時段全新規劃「公視演講廳」這一常態塊狀節目，是希望讓「有智慧的人」能夠與公眾分享其理念、經驗與人生，並推廣前瞻、宏觀、創新的理念與視野。社會上各式各樣的「演講活動」，是大眾瞭解社會脈動和人物思潮的重要方式，講堂上得以眼見、耳聽講者的言行風範，比平面傳播多了直接互動與魅力。演講比起片面零碎的報導，可以更完整的呈現講者的社會思索與生命經驗。

節目篩選講者與講題的原則是：必須與立台的公眾服務、品質要求的精神相接軌。「公視演講廳」推出的講者包括曹興誠、林信義、許常惠等知名人士。

(三) 專案節目及「主題之夜」的彈性規劃

公視新聞在八十九年度製作的特殊專案節目包括「陪珊瑚產卵」節目及活動、「公視蘭嶼週」、「走過九二一」系列及「人權之夜」等。此外「核四再評估會議」由公視全程實況轉播，充分發揮公共媒體在公共決策過程中的重要角色，廣受各界好評。

(四) 新聞節目願景

在商業電視台與公共電視台並行的國家，公共電視的存在，是形成市場良性競爭的關鍵，美國、澳洲等國的經驗皆是如此。台灣的公共電視，目前在幾十個商業頻道充斥的生態下顯得弱勢，但公視對於公共利益的關注、對於教育文化的重視，永遠是公視求生存、求發展的利基。公視如能有足夠的資源，精準掌握這樣的特色，就有可能發揮關鍵的影響力，促進電視生態的良性發展。公視新聞的願景，是善盡公視守望社會、守護公共利益的責任，將電視新聞的發展帶向一條新的道路，並逐漸產生正面引導作用，促成電視新聞事業的良性競爭，並以公正、超然、深入、堅持新聞專業規範與倫理等特色，成為市場的領導品牌。



公衆服務

教育



電視成長營活動

一、教育服務

製播優質的教育文化節目是公共電視的使命，爲了讓深富意旨的好節目，廣爲學校師生運用，公共電視實驗性地透過「主題教學」概念，讓節目輔助教學不只是口號。公共電視自許成爲觀眾心中教育文化節目的領導品牌，期望任何一個年齡層的觀眾只要有吸收新知與學習上的需求，第一個想到的就是公共電視。爲達成上述的目標，我們特別規劃各項教育服務活動。

(一) 公視列車－教學資源之旅專欄

固定在教育部台灣省國民學校教師研習會出版的「研習資訊」雙月刊中，以公共電視的最新節目爲經，輔助教學爲緯，提供實用的教案設計，鼓勵老師參考運用。

(二) 築夢踏實－金門·馬祖行

公視初期以國小師生爲主要服務對象，並規劃一系列「築夢踏實－全省教育巡迴服務」，讓偏遠地區師生，也能「零時差」地享受公視節目的資源，此計劃成果豐碩，並獲得學校師生一致的認同；在八十八年九月，公共電視特地前往馬祖及金門地區，透過教師研習會、節目試映會、示範教學等服務，提供師生多元化的學習方式。

(三) 小小音樂通

公共電視在八十九年五月轉播「第二屆國際巨星音樂節」重要場次，並策劃「2000音樂巨星琴定公視」系列節目，爲引導小朋友欣賞國際級的音樂演出，除了透過平面、網路提供小朋友賞析之道，更設計了「小小音樂通」網路通關遊戲，幫助小朋友熟悉樂器及音樂家。



(四) 主題教學設計

公共電視針對節目的特色設計「主題教學」活動，除了規劃專案提供各級學校教師使用公視的教育資源外，亦透過公視「希望奇兵快訊」告知小朋友相關訊息，並設計通關任務吸引小朋友主動學習；此外，教學資源亦統一匯整並分享在「主題教學」網頁中，預計按月搭配節目、更新學習主題，提供教師隨時查詢、使用。

1、「寶貝海洋－陪珊瑚產卵」主題教學

為倡導海洋生態保育觀念，公共電視特別於八十九年四月十七日至二十三日，安排「公視海洋週」專題討論及「守護海洋－一起陪伴珊瑚產卵」實況轉播節目。為拓展本系列節目的教育廣度及深度，規劃「寶貝海洋－陪珊瑚產卵」主題教學活動，藉由輔助資訊的提供，深化觀眾的學習效果。其中「是非大考驗」吸引上萬人次參加網路競賽與平面回函；主題教學競賽也號召全省國中小上百班的師生共襄盛舉，各班創意百出的教學點子，不分軒輊，讓人深刻感受到台灣的教育動了起來、活了起來。

2、「聽故事·遊世界·過寒假」主題教學

八十九年底，公視配合二十六國動畫「聽故事遊世界」節目，突破性設計「寒假作業新配方」活動，配合節目編印教學手冊及遊戲本，供教師登記索取，引起全省2,700多個國小班級的熱烈響應，為小朋友二十一世紀的第一個寒假作業，活用的教案設計，培養小朋友蒐集資訊的能力、聽說讀寫故事的能力及開拓小朋友的世界觀，此外，也結合網路技術讓小朋友可以上網闖關，多元的資源開創看電視學習的新方法。

未來，公視將以提供全方位的教育服務為目標，延展好節目的學習價值，針對每一個學習階段的個體提供最適切的服務，並且認真思考觀眾學習的品質與效果，以製作世界級的教育文化節目，提昇全民教育與文化水準，成為教育文化節目的領導品牌。



動畫節目《聽故事遊世界》



Public Television Service Foundation

改善收視服務

二、改善收視服務

公共電視在開播初年即積極進行定頻、推廣UHF天線及設置「弱電場收視改善站」等計劃，以推廣公共電視頻道，提高公共電視頻道的普及率。

(一) 持續推動定頻計劃

公共電視開播第一年在有線系統的載播率雖已達百分之百，但僅六成六的有線電視系統業者將公共電視定頻在第五十三頻道，經過主動發函及拜會各系統業者後，公共電視定頻在第五十三頻道的比率達九成三，另外百分之七的系統，將公共電視放在無線區塊，亦屬於公視定頻的目標範圍。

(二) 持續推廣U頻天線

根據聯廣公司所進行的收視質調查報告，截至八十九年十二月有線電視的普及率達到九成，為使約一成的民眾即使不裝設有線電視也可以收看公視頻道，公共電視持續推廣U頻天線，並具體協助全省四十九家公私立醫院及嘉義、台南地區共八十六棟的社區大樓安裝U頻及碟型天線，以利民眾收看公視頻道，預計九十年六月完成。

(三) 偏遠地區設置弱電場改善站計劃

為改善偏遠山區及離島部份收視不良的情況，需設置弱電場收視改善站（簡稱弱電場），此計劃持續進行，但因建設經費龐大，因此繼續尋求政府有關單位的補助，目前蘭嶼鄉公所已逐步推展改善全島公視收視狀況，預計九十年蘭嶼全島可收看到公視節目。

(四) 公視收視辦法

公共電視為無線電視台，訊號網路係租用國際衛星傳送，節目自台北東湖總站經衛星傳送至地區轉播站，再以超高頻（UHF）頻道播出；目前公共電視在有線電視系統的承載率已達百分之百，民眾可透過有線電視系統收看公視，並可逕洽詢各地系統業者，詢問公視頻道所在的位置。

民眾若未安裝有線電視，目前市面上的電器行多可以買到U頻天線，民眾可自行安裝或請電器行或水電行代為安裝這類戶外天線。安裝時，先將饋線連接於電視機的U頻輸入端，並將戶外天線對準公視的發射台方向，便能收到清晰畫面。公共電視共規劃了十個地區轉播站服務全國觀眾，請參考公視的轉播站UHF發射及衛星訊號系統網路圖。

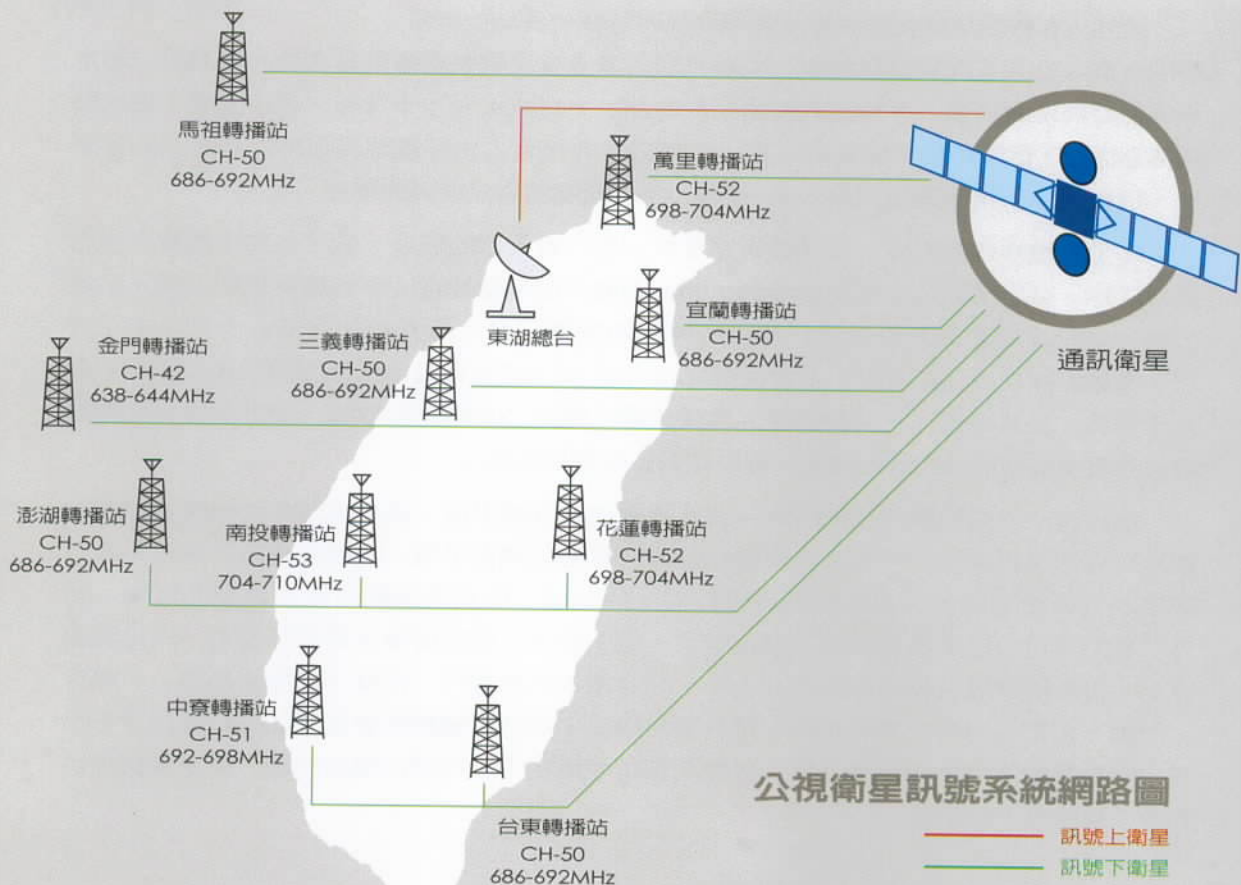
有任何收視方面的問題，民眾可逕電洽服務專線：(02)2633-8195或(02)2634-9122，亦可上網<http://www.pts.org.tw/PTS/htm/watching.htm>查詢收視方法。



公視轉播站UHF發射說明

站名	北部 (萬里)	台北東區 (南港山)	苗栗 (三義)	南部 (旗山)	中部 (南投市)
頻道編號(美制)	CH-52	CH-50	CH-50	CH-51	CH-53
頻率範圍(MHZ)	698-704	686-692	686-692	692-698	704-710
視頻頻率(MHZ)	699.25	687.25	687.25	693.25	705.25
接收天線朝向	五指山 (與三台略偏)	南港山 (與三台相同)	火炎山 (與空大相同)	中寮里 (與三台相同)	橫山 (與三台略偏)
電波涵蓋範圍	基隆市 台北市 台北縣 (淡水與北海岸除外) 桃園縣市 新竹縣市 (竹東地區除外)	台北市內湖區、台北縣汐止鎮	苗栗縣市	嘉義縣市 台南縣市 高雄縣市 屏東縣市	台中縣市 (清水、沙鹿、梧棲大甲除外) 彰化縣市 南投縣市 (埔里地區除外) 雲林縣

站名	花蓮 (鯉魚山)	宜蘭 (蘇澳)	澎湖 (馬公)	金門 (太武山)	馬祖 (牛背嶼)	台東 (西川山)
頻道編號(美制)	CH-52	CH-50	CH-50	CH-42	CH-50	CH-50
頻率範圍(MHZ)	698-704	686-692	686-692	638-644	686-692	686-692
視頻頻率(MHZ)	699.25	687.25	687.25	639.25	687.25	687.25
接收天線朝向	鯉魚山 (與三台相同)	蘇澳港 (與三台相同)	馬公 (與三台相同)	太武山 (與三台相同)	牛背嶼	西川山
電波涵蓋範圍	花蓮縣市	宜蘭縣市	澎湖地區	金門地區	馬祖地區	台東地區



三、公共服務

做為一個公共媒體，公共電視的天職是扮演全方位公共服務的角色，讓公共電視不只是電視台。除了提供自由、公開、理性與多元的公共領域，製播優質的公共服務節目外，我們亦主動參與各項公益活動、結合社會資源、守護公眾利益，實踐公共服務的承諾。

在九二一地震發生後，公視除了播出日本NHK贈送的「阪神大地震」珍貴紀錄片及製作一系列相關報導外，更透過「台大921災後復健小組」專業教師的協助，以「心靈重建」為主要訴求，由小朋友熟悉的「水果奶奶」趙自強義務演出，透過說故事、歌唱及情境劇的方式，製作「水果冰淇淋—九二一心靈重建」特輯及教學手冊，致贈災區國小，做為災後學校教師的輔助教材。



《阪神大地震》紀錄片

此外，有鑑於罕見疾病病患及長期住院的兒童一直是社會弱勢的一群，公共電視特別與財團法人罕見疾病基金會及警察廣播電台合作，舉辦第一屆水果奶奶醫院巡迴活動—「特別的愛給罕見的你」，自八十九年十月起，經由全省十場的醫院巡迴活動，散播歡笑及關愛給病童，也讓更多的社會人士瞭解罕見遺傳疾病防治的重要性。這項工作將再舉辦第二屆、第三屆...，持續關懷罕見疾病的朋友。

除了關懷特殊族群外，公共電視亦重視一般社會大眾的服務。觀眾在家中觀賞公視的節目之外，可申請到公共電視台參觀，開放參觀的服務讓社會大眾有機會瞭解公視、貼近公視，並對媒體產業及節目製作流程有完整的認識。自八十八年七月至八十九年十二月止，參觀人數共13,572人次，平均每個月約754人次。除了接受個人及團體申請參觀外，自九十年起，公共電視亦將主動出擊，邀請民間社團到公共電視台參觀，讓更多民間社團瞭解公共電視製播節目的背後理念，凝聚其對公共電視的認同。

為提供全方位的觀眾互動服務，公共電視在節目播出前、後皆提供多元的溝通管道，觀眾可以透過自動語音回傳系統與網站服務（訂閱公視電子報）瞭解最新節目資訊，其中觀眾語音系統更增加「視障版語音節目表」的功能，服務視障朋友聽取當週節目表。此外，觀眾亦可以透過語音留言、網站留言、電子郵件、信函或專人答詢等管道，充份表達意見。目前觀眾意見每日平均約九十件，公共電視針對部門、性質（抱怨或建議）、節目／活動、來電內容與次數等資料，每日繪製成表，即時反應觀眾意見，並每月提出分析報告，除瞭解觀眾的各項建議之外，更提前預防並矯正未來可能出現的問題，真正做到以民為尊、服務至上的承諾。



此外，公共電視亦根據節目屬性印製導讀手冊或教學手冊，以協助民眾增加欣賞節目、運用節目的深度與廣度。八十八年十二月，公共電視舉辦「2000 Today—迎千禧全球連線」，特別印製活動手冊，導讀聯播二十五小時各國的文化特色，及公共電視所舉辦的「旭日2000—太麻里迎曙光」、「天燈祈福—點燃台灣新希望」兩大活動的特色，呼籲全民參與這項跨越國際、跨越世代的活動；八十九年五月，配合「2000音樂巨星琴定公視」印製導覽手冊，置於超商門市、文化中心及連鎖書局等通路，供民眾索取，提倡藝術的平民化及普及化，亦建立「音樂轉播看公視」的領導品牌形象；八十九年十二月，根據二十六國動畫「聽故事遊世界」節目，設計寒假作業，並編譯由英國S4C電視台邀請專家學者製作的教案，印製互動教學手冊及遊戲本，供國小中、高年級教師來函或來電索取。

除了不定期針對節目編印手冊外，公共電視亦印製節目錄影帶目錄，供民眾或教師索取，完整介紹公視可運用的節目資源，供民眾參考。



太麻里迎曙光活動



公視迎千禧，以巨大天燈成功挑戰金氏世界紀錄



公視迎千禧活動



Public Television Service Foundation 公視之友

四、公視之友



公視之友月刊

美國的公共電視50%以上的經費來自於民眾及企業捐款，為培養國內民眾捐款給非營利電視台的觀念，我們成立「公視之友」會員制度，民眾只要一年捐款九百元以上，就可以成為「一般公視之友」；捐款一萬元以上、十萬元以下，即可成為「榮譽公視之友」；十萬元以上，即成為「永久公視之友」。截至八十九年十二月止，「一般會員」達8,110人，「榮譽會員」共161名，「永久會員」計有81名，募款金額約14,097,597元。

八十九年七月一日，「公視之友永久會員聯誼會」正式成立，由永久公視之友—彭康雄先生（金華信銀證券投資顧問有限公司董事長）擔任首屆會長，目的在結合各界精英，共同呼籲捐款給優質媒體，以穩定公視經費來源，為公共電視奠定深厚的根基。

為了爭取社會大眾的認同，公共電視透過頻道宣傳和活動推廣，並配合節目開發週邊贈品，吸引一般大眾將支持付諸行動，並持續洽談合作單位，提供「公視之友」後續的回饋服務，以提高公視之友續捐的比例，目前公視之友續捐的比例約三成，且持續提高；此外，公視之友每月可以收到公共電視出版的「公視之友」月刊，內容詳盡導覽公視的節目、公視之友的優惠辦法、最新消息及讀者Q&A，做為公共電視與公視之友間互動的橋樑。



公視之友回饋活動

日期	活動內容
2000.12.25	倒數計時螢光沙灘舞會，邁向21世紀，公視之友免費索票
2000.12.24	世紀末最鮮的party-MTV爭奇鬥豔聖誕派對-公視之友熱鬧過聖誕
2000.12.16	「兵馬俑—秦文化」特展，公視之友免費索票
2000.12.16	「鄭秀文眉飛色舞演唱會」邀公視之友熱情參與
2000.12.5	螢火蟲劇團之「春花秋月」邀公視之友共賞
2000.11.10	德國影片邀請公視之友共賞
2000.11.19	公視之友憑卡購買「薪傳歌仔戲劇團」門票八折優惠
2000.10.24	最浪漫的音樂饗宴盡在劉美貞蕭邦鋼琴音樂會，公視之友免費索票
2000.10.25	公視之友遊桃園，公視之友有機會得到台茂南崁家庭娛樂購物中心歡影城電影票及旋轉木馬券
2000.10.20	紀錄片欣賞「愛戀排灣笛」，公視之友免費索票
2000.9.30	「台灣國際紀錄片雙年展」，公視之友免費索票
2000.9.30	「與龍共舞—千禧龍年特展」，公視之友免費索票
2000.8.26	YOU&ME兒童英語劇團公演，公視之友免費索票
2000.8.13	公視之友「黃蝶翠谷」生態之旅
2000.8.6	公視之友看「天線寶寶在台灣」得宜蘭童玩藝術節入場券
2000.7.24	公視之友CALL IN送冰上芭蕾舞入場券
2000.7.20	寫下對「公視之友活動」的建議可以得到「黑色電影夏令營」電影票
2000.7.1	公視圖書館七月一日起開放公視之友閱覽
2000.7.8-9	公視兩週年邀請「公視之友」回家
2000.5.24	公視之友進住飛魚客棧85折優待
2000.5.17-7.16	國立歷史博物館「牆」特展，公視之友免費參觀
2000.4.2-5.28	「人間四月天—五四風情·筆底煙雲」，公視之友免費參觀
2000.6.20	公視之友電影欣賞會「蘇菲的世界」
2000.6.9-18	「加拿大音樂影展」公視之友免費索票
2000.6.2	寫下「我心目中的水果奶奶」送千禧蟲蟲歷險記入場券
2000.5.12	公視之友附回郵，贈送馬友友海報
2000.5.1	「女性影展嘉年華會」，公視之友免費索票
2000.2.1	公視之友附回郵，贈送台北市立美術館展出法國橘園美術館收藏經典名畫之「世紀風華」導覽手冊
1999.10.31	公視之友附回郵，贈送「我們的島—環保CD」
1999.10.23	「梟之城」電影，公視之友免費索票
1999.9.30	金門行—你來電我送天線，公視之友的親友住在金門看不到公視，來電登記即代為贈送U頻天線
1999.9.17	「仲夏夜之夢」電影，公視之友免費索票
1999.9.11	電視文化之旅—曠港煙塵，帶領民衆走訪金包里（金山鄉），公視之友享優惠價
1999.9.1	「絕色影展2」，公視之友免費索票
1999.8.31	「絕色影展1」，公視之友免費索票
1999.8.22	「天籟佳聆音樂會」，公視之友免費索票
1999.8.12	常民—國家公園與原住民的對話，公視之友享優惠價
1999.7.3	宜蘭童玩藝術節，公視之友免費索票



Public Television Service Foundation

希望奇兵

五、希望奇兵



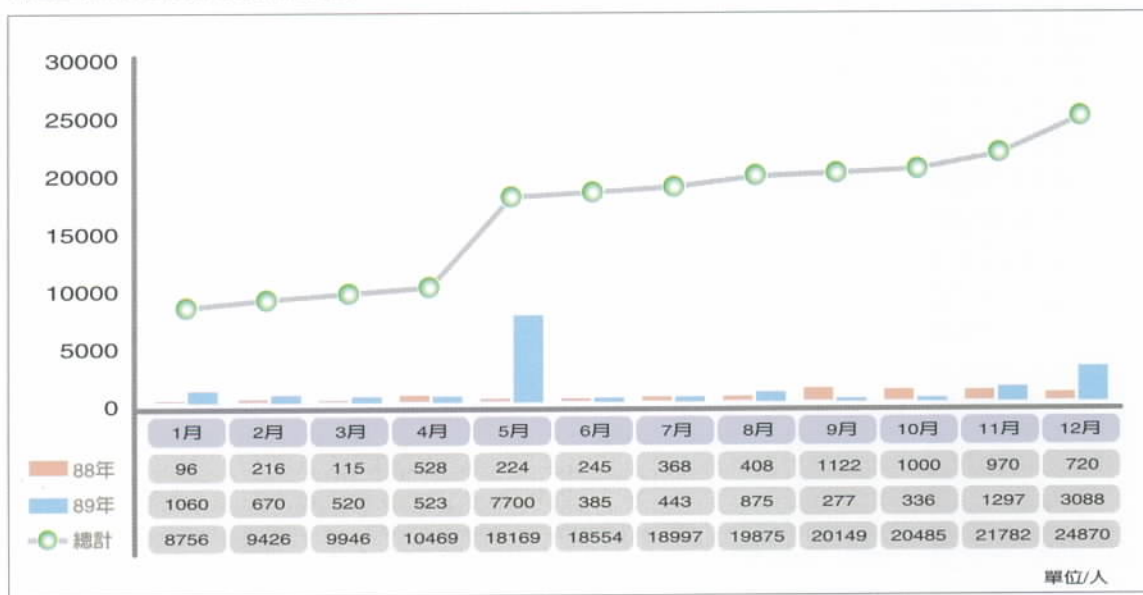
「希望奇兵—小小公視之友俱樂部」隨著公視開播成立，主要以全省國小學生為招募對象，透過會員式的節目後服務，建立公視與兒童觀眾間的積極互動模式，具體落實公視關懷兒童的承諾。目前會員來自全省各地，公平地讓每個地區的小朋友，免費享受公視優質的節目資訊及活動。



希望奇兵招募活動

希望奇兵主要配合各地「築夢踏實」、郵寄文宣、節目活動等方式，進行推廣招募，其中以大型活動的招募方式最有效率，以八十九年四月推出的「寶貝海洋·陪珊瑚產卵」活動為例，由於結合學校教學資源深入校區，吸引許多小朋友加入希望奇兵，五月會員人數快速增加了7,700人。至八十九年十二月底止，會員人數已達24,870人。

希望奇兵會員人數成長圖



(一) 每月快訊提供節目資訊與建立互動式學習模式

希望奇兵會員可以固定於每月初收到「希望奇兵快訊」，掌握公視最新資訊。快訊內容包含「給奇兵的話」導覽公視當月重要節目及活動訊息；「螢光幕區」挑選適合小朋友或親子收看的節目，簡單介紹之；「超速噴射區」配合公視節目或活動，設計可讓小朋友手腦並用的通關遊戲；「希望飛彈區」是小朋友作品發表的園地；「紅外線感應區」適時解答小朋友的疑難雜症；「電磁光波區」則詳細地公佈新活動的參加辦法。其中「超速噴射區」的通關任務，奇兵只要參加且過關，就可以獲得通關貼紙，在遊戲中瞭解公視節目，更進一步思考節目內容，寓教於樂，平均每次參與通關任務的小朋友約佔百分之二點七。

希望奇兵任務總覽

1999.08月 秀秀好節目	將公視兒童節目海報「1999蒐主意版」張貼於不同地區，並請小朋友用照像機拍下，註明張貼的地點寄回公視。
1999.09月 開學見面禮	向老師推薦一個公視好節目，請老師再推薦給全班同學看，並於觀賞後進行討論，由奇兵記錄執行過程，經老師簽名後寄回公視。
1999.10月 小小心意	表達小朋友對「921震災」的關切，請奇兵捐出自己平日的零用錢，在家長協助下至郵局劃撥給「內政部救災專戶」及「中華民國紅十字總會」，並將收據傳真回公視。
1999.11月 公視的心我最知道	請奇兵寫下或畫下「公共電視台的最大特色在哪裡？」，並寄回公視參加評選。
1999.12月 希望奇兵2000 電視·卡通成長營	鼓勵奇兵參與「希望奇兵2000電視·卡通成長營」，從觀摩到實際演練，以更瞭解媒體製作背後的奧秘。
2000.01月 大家說英語	大聲說出在「看公視說英語」節目中學會的句子，並在公視語音服務電話中留言。
2000.02月 和公視做朋友	將公共電視及「公視之友」介紹給大人朋友，奇兵可代大人朋友索取當期「公視之友」月刊乙本，讓更多人認識公共電視台。
2000.03月 好東西和好朋友分享	向就讀國小的親朋友好介紹小小公視之友—希望奇兵，並將快訊與他們分享，鼓勵他們成為希望奇兵，並將資料傳回公視。
2000.04月 看珊瑚的千禧寶寶	請奇兵觀賞公視轉播的「看守海洋·阿護珊瑚產卵」，並用寫、或畫回答公視姐姐提出的問題，傳真或寄回公視。
2000.05月 尋找音樂巨星	收看公視「2000音樂巨星琴定公視」節目，並至相關通路索取公視編印的節目導覽手冊，剪下手冊截角，並回答公視姐姐提出的問題，傳真或寄回公視。
2000.06月 希望奇兵2000 電視·漫畫成長營	鼓勵奇兵參加公視「希望奇兵2000電視·漫畫成長營」，體驗電視製作的奧秘，並學習創作漫畫。
2000.07月 最佳女主角· 換你選選看	請奇兵觀賞公視「曾經」戲劇，從女主角（李芳儒）的童年、青年及成年中，選出心目中的最佳女主角，並寫下原因。
2000.08月 小小公視通	回答公視姊姊針對公視理念、經費、會員等基本面向提出的問題，以瞭解公共電視的基本精神與經營理念，傳真或寄回公視。
2000.09月 恐龍恐龍我愛你	寫出或畫出公視「與恐龍共舞」節目的觀後感，傳真或寄回公視，過關者即可獲科博館「千禧龍年特展」入場券。
2000.10月 特別的愛給罕見的天使	請奇兵至相關通路索取「特別的愛給罕見的你」DM，從中認識罕見疾病，並獲取公視播出相關節目的訊息。
2000.11月 給諾弟一點顏色	鼓勵奇兵參與公視舉辦的「海氣的諾弟」著色比賽。
2000.12月 新世紀新願望	請奇兵用寫或畫，為自己、為奇兵伙伴、為公視各許一個心願。



（二）電視成長營，寓教於樂的體驗式學習

1999（暑）電視卡通成長營、2000（寒）電視卡通成長營、2000（暑）電視漫畫成長營，每年寒暑假固定辦理的成長營，已成為小朋友心嚮往之快樂營隊。作為一個關心兒童的電視台，公共電視始終希望透過各種方式，啟發小朋友創意思考、靈活運用，引導小朋友自我表達、與團體分享。秉持著「重質不重噱頭」的一貫作風，公視成長營旨在透過面對面、互動式學習，給小朋友更細緻、更深刻的生活體驗。



電視成長營系列活動

六、公視志工

為將公共電視的服務理念落實在民眾的生活中，特別規劃志工服務，期望結合校園與社會的人力資源，發揮他們的服務熱誠，協助公視推廣電視文化及服務工作。目前規劃的工作內容包含電腦建檔、協辦試映會、郵件處理、公視導覽解說等，由志工定期至公視協助上述工作。在公視經費拮据的情況下，志工的付出除了為公共電視掙節開支外，在服務的過程中，更可凝聚其對公視的認同。平均每週皆有八至十位志工到公視協助會務，每次工作為六小時，不定期協助公視活動的志工則約有五十名。

2001年為聯合國所定「國際志工年」，為有效整合公視志工資源與培訓標準，未來擬從社區網路連結與互動著手，並規劃志工訓練課程，以提升公視志工服務的深度及廣度。



七、公共檔案服務

依據公共電視法第三十五條規定，公視之人事、薪資結構、預算（工程投標項目除外）、研究報告、年度報告、捐贈名單、著作權資料，及其他經董事會核定公開之資料予以公開，提供各界查詢。

公開的資料主要放置在公視圖書館（位於公視A棟大樓二樓），有電子檔案的部分，已經上網，網址為http://www.pts.org.tw/PTS/htm/public_file.htm，上網的資料包括1998-1999公視年度報告、各類規範、組織架構、各類研究報告、公視員工參加國內外受訓參訪報告、事業計劃書、各項諮詢委員會、年度預算、企業贊助名單、一般捐贈名單等等。公共檔案除了以電子形式刊載於公視網站，每月平均約6002人次點選外，亦提供紙本資料供民眾借閱，因此公共電視圖書館館藏亦包含公共電視建立與發展過程中的上述公共檔案，每月到會索取資料影印者平均三至四人。

自八十九年七月起，公共電視圖書館開放提供「公視之友」使用，目前開放的館藏包括公視自、委製節目帶（公視有著作權者）、中外書籍、一百八十餘種中外期刊、六種報紙。

公共電視圖書館是個以電視及電影相關資料為主的專門圖書館，但目前由於經費及人力有限，館藏仍持續購置中，且尚無法全面開放給一般民眾使用；未來公共電視圖書館的發展，期望能匯集全世界公共電視的完整資料，並以提供學術研究及社區服務為目標，落實公共服務的理念。



公視圖書館



傳動e世界

公視秉持著經營第二頻道的理想與信念來發展網站（公視網址http://www.pts.org.tw），在資源有限的環境下，作有計劃有系統的推動與管理，並且達到了初步的成績，八十九年八月入圍「網際金像獎最佳社會服務網站」。

電視節目可能因播出時間的限制或其媒體的特性，使得許多節目寶貴的相關資訊無法在有限的時間內充分傳遞，觀眾也可能無法從節目中有限的資訊作較深入或全面性的探討，網際網路的出現無疑的可以解決這個問題，經由詳細的規劃，節目網站不但可以彌補電視媒體的不足，更可以提昇節目的附加價值與教育意義。

八十七年十二月舉辦市長辯論會網路直播後，公視即積極規劃建置網站，於二年內完成三次全面改版。公視網站在設計上強調的是網站瀏覽的便利性，在新式的網頁編排下，觀眾可以在首頁看到所有最新提供的訊息，左方跳出式節目選單的設計，讓觀眾可以在最短的時間內瀏覽所有正在播出的節目。右方的資訊更包括了「活動訊息」、「新聞稿」、「熱門商品」、「岩花館」、「主題教學」、「希望奇兵」、「推薦網站」、「公視之友」等最新訊息。



公視網站首頁



網站架構還包括「節目介紹」、「最新活動」、「關於公視」、「贊助公視」、「公視商店」、「好康下載」等等。

網站也同時提供觀眾查詢「公視公共檔案」，觀眾可於「關於公視」選項中瀏覽包括年度報告、計劃書、預算及其他文件等相關資料。

公視網站在設計上強調與觀眾互動與使用上的方便性，因此陸續設立「討論區」、「聊天室」、「互動式節目表」、「線上遊戲」、「與朋友分享」、「影音中心」等等，絕大多數的互動功能是台灣其他電視台網站所沒有的。網站中提供熱門節目的電腦桌面、螢幕保護程式下載，以及卡片服務，都十分受歡迎。

同時為因應寬頻時代的來臨，網站也提供寬頻專用的影音節目以滿足不同使用者的需求。另外還包括每頁新增的下拉式選單、與朋友分享、全文檢索、贊助廣告聯播等功能。

配合頻道節目，公視網站推出精緻主題網站，擴大公視服務層面，亦有助於節目的品牌建立。公視推出的主題網站涵蓋各方面，包括服務社會、關心文化、環保生態、兒童、弱勢族群等網站，舉例而言，關懷弱勢的「公視原住民特區網站」、「公視聽障網」、「原住民兒童網」，環保生態的「公視珊瑚網」、「大甲溪與濁水溪網站」等等，種類繁多，八十九年底推出的「大醫院小醫師」專屬網站也造成了熱烈的迴響。

網際網路是現今發展最快速也是最有潛力的媒體，綜觀世界先進國家的電視台無不投入相當的資源於網路事業，公視將持續投入人力與物力發展網站，藉以擴大服務層面。

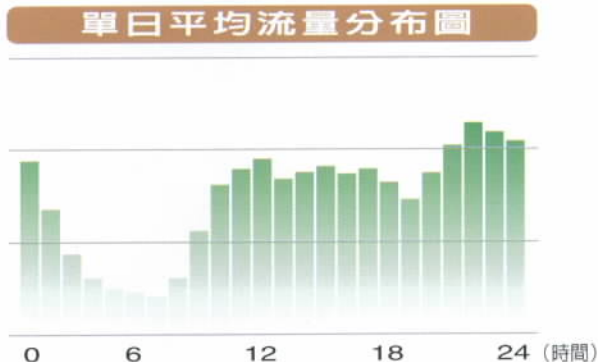
以下為公視網站於八十九年十二月的單月統計數字與單日平均流量分布圖，網站每月的瀏覽頁次已接近400萬次，本地觀眾佔80%，觀眾每次造訪的停留時間為8分33秒。另外，於分布圖中可以清楚的看到，一天當中以上午10點至半夜1點為使用高峰，又以晚間9點到10點為最高。

八十九年十二月

每月網頁閱聽總次數	3,962,528頁/月
每日平均網頁瀏覽次數	132,084頁/日
本地訪客人次(臺灣)比例	80.78%
國際訪客人次比例	19.22%
平均每人停留時間	8分33秒
一週最佳人氣日	星期五
最佳人氣時段	21:00-21:59

公視網站單月統計表

單日平均流量分布圖



研究與發展

電視生態、產業環境與觀眾收視行為，會隨著社會發展而改變，為了解觀眾與廣電生態環境，公視定期進行各種調查研究，並針對重點節目，委託學者以質化方式舉行觀眾焦點團體訪談，期望以觀眾回饋的評估方法，找出具體的節目改進方案。

Public
Television
Service Foundation

一、大型研究報告

完成的大型研究報告包括「公共電視新聞性節目評估暨新聞性節目策略規則」，提供新聞性節目內容轉型之參考；「公視之友輪廓及收視情形研究報告」，了解公視之友輪廓及收視狀況，俾擬定公視之友推廣策略；「公共服務節目測試研究—以公視『聽聽看』聽障系列節目為例」，提供「聽聽看」節目轉型之參考，使該節目更符合聽障朋友之收視需求；「『12345』兒童電視節目測試研究」，提供「12345」節目的製作策略與轉型參考；「原住民新聞節目觀眾評估」，提供原住民新聞節目的製播策略與節目內容轉型參考；「水果冰淇淋兒童電視節目之形成性評鑑研究」，提供「水果冰淇淋」新一季節目製播內容改變的參考；「89年重點節目『我們的島』收視質研究」，提供「我們的島」節目轉型的參考。

這些研究報告因字數頗多，目前並未上網，僅以書面資料形式，放置在公視圖書館的公視檔案中，提供社會各界查詢。

研究報告名稱	研究報告主持人
公共電視新聞性節目評估暨新聞性節目策略規則	世新大學廣電系教授鍾起惠 完成日期：八十七年十一月
公視之友輪廓及收視情形研究報告	委託聯廣公司執行 完成日期：八十八年七月
公共服務節目測試研究—以公視「聽聽看」聽障系列節目為例	政治大學廣電系教授黃威威 完成日期：八十八年八月
「12345」兒童電視節目測試研究	台北師範學院幼教系教授林佩蓉 完成日期：八十九年三月
原住民新聞節目觀眾評估	淡江大學大眾傳播系教授王嵩晉 完成日期：八十九年三月
「水果冰淇淋」兒童電視節目之形成性評鑑研究	台北師範學院初教系教授田耐青 完成日期：八十九年九月
89年重點節目「我們的島」收視質研究	公視企劃部執行 完成日期：八十九年九月

公視大型研究報告



Public Television Service Foundation 研究報告

二、小型研究報告

除大型報告之外，公視內部定期針對節目、產業環境、世界公共電視動態、數位電視、傳播新科技發展等主題，撰寫研究報告，放置於網頁「岩花館」中（網址 <http://rnd.pts.org.tw>）與公視內部網路中，提供公視同仁對現今媒體環境的了解，作為其節目規劃策略擬定時的參考，是自我進修最便利及有效的參考資料，同時可作為學術單位、大專院校學生及對媒體研究有興趣公眾的最佳輔助資料。

截至八十九年十二月止，對外開放的「岩花館」網頁，共有三十一篇研究專文，其中「媒體觀察」有十四篇；世界電視有十三篇；「趨勢新知」有四篇。另外提供十四類國內學術研究分類資料索引；四十六個國內外公共電視、商業電視與國際知名影展網站的網路連結，以及三十八個國內外學術與統計資料庫的網路連結。「岩花館」網頁內的研究報告將陸續增加。

Public Television Service Foundation 座談會

三、座談會

公視一直積極扮演學術與業界橋樑的角色，期望藉由兩個領域的經驗交流，促進台灣傳播界的良性發展。其中具體的做法是定期舉辦研討會與座談會。

公視於八十九年九月下旬，也就是九二一震災一週年，舉辦「災難報導與媒體的公共責任座談會」，探討新聞媒體在天然或人為災難發生時所應該扮演的角色。會中邀請國內業界、學界及政府官員共同討論，並且邀請日本NHK執行研究員小田貞夫及韓國翰林大學教授鄭然球，把日本阪神地震與韓國百貨公司大樓倒塌災難等國外媒體經驗帶回國內，讓業界、學界以及政府間有一交換意見的機會。

由於座談會的成效良好，未來公視將定期舉辦類似研討會或座談會，促進學界、實務界與國外經驗的交流互動。



災難報導與媒體的公共責任座談會



四、制定專業規範

公視為全民所有，並以製播優質節目自許，自然在節目製作上，須有更嚴謹的態度與做法。公視參考英國BBC的專業規範，並考量國內狀況，由研究發展部研擬「公共電視節目專業規範草案」，針對公正與正確原則、隱私權、品味與格調、暴力、模仿與反社會行為、刻板印象、節目中的兒童、利益迴避、新聞訪問、犯罪報導、外部資訊來源、法律案件中的匿名、與警方的關係、國會與政治人物、選舉期間的報導、民意調查等項目，擬定準則與規範，使公視在節目與新聞的製作上，有一個高標準的標竿，並在商業電視以利益為前提的激烈競爭之中，樹立一個良好的典範。

這項專業規範草案，經過學者專家的諮詢，以及公視內部多次討論，已臻至成熟。預定於九十年正式施行。

五、推動國際合作與結盟

公視積極推動國際合作與交流，經常在節目部分與其他國家進行經驗交流，例如參加由BBC發起的「2000Today」全球連線迎千禧活動；以「虎姑婆」動畫，參與由第二屆世界電視兒童高峰會發起的世界動畫活動，與二十六個國家合作創作兒童動畫故事。此外，公視也嘗試與國外公共電視台聯繫，期與各國建立長期且實質交流與合作機會。八十九年二月公視與哥斯大黎加國家電視台正式簽訂合作協議，未來將在節目與新聞採訪上，互相提供協助，另外匈牙利、加拿大、愛爾蘭、丹麥等國家公共電視，也來函表示歡迎參訪。

以一國對一國的個案方式進行交流，耗費時間，且較沒有效率，加上經由研究發現，各國公共電視皆以參加國際或地區性組織的方式，進行國際交流合作。有鑒於此，公視於八十九年首度參加在南非開普敦舉行的國際公共廣播組織（Public Broadcasting International, PBI）年會，藉以認識來自各國公共電視的代表，並了解各國的經驗，PBI即為各國公共廣播電視業者為分享彼此經驗、增進彼此交流而成立的組織。

公視未來在國際合作上，將改變一對一的策略，轉而計劃參加地區性的廣電聯盟組織或重要國際性會議，藉此可更有效認識各國廣電業界之經營者，並進而達成國際交流之目的。





公視轉播總統府前廣場的跨世紀活動

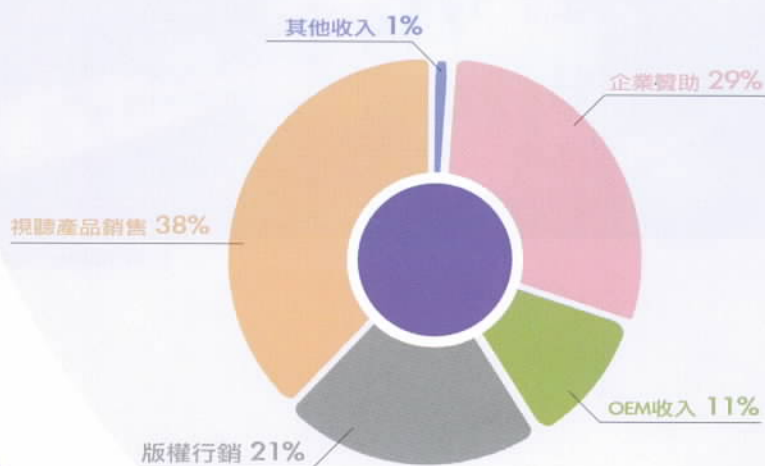


檢查自籌款能力

公視行銷部成立於八十八年十二月一日，是組織架構中新成立的部門，因應公視自籌款項的需要，從公服部分立，主要以政府企業募款及節目發行銷售兩部分為主。初創期，設「行銷推廣」及「節目發行」兩組，並將增設「行銷企畫組」負責標案及各類銷售企劃，以臻使架構完整。

首年度工作在於建立發行制度及增進自籌收入，業績目標主要依據公共電視法規定的比例，以及考量社會經濟現狀，訂為新台幣71,833,332元。八十九年度業績達成額共計122,207,271元，目標達成率為170.12%。其中「企業贊助」：35,792,494元（29.3%），「OEM收入」：13,725,994元（11.2%），「版權行銷」：25,156,460元（20.6%），「視聽產品銷售」：46,344,373元（37.9%），「其他收入」：1,187,950元（0.9%）。

企業贊助與影視收入比例圖



八十九年度行銷部業績總表

	企業贊助	OEM	版權行銷	視聽產品銷售	其它	總計
一月	\$1,083,333	\$666,666	\$2,284,300	\$1,962,457	\$0	\$5,996,756
二月	\$1,083,333	\$949,999	\$0	\$1,878,560	\$140,000	\$4,051,892
三月	\$4,833,333	\$949,999	\$1,733,925	\$13,484,159	\$150,000	\$21,151,416
四月	\$2,899,999	\$3,784,666	\$4,075,985	\$5,133,909	\$0	\$15,894,559
五月	\$10,949,499	\$2,553,332	\$6,087,300	\$3,246,277	\$0	\$22,836,408
六月	\$1,649,999	\$2,553,332	\$591,700	\$2,768,176	\$0	\$7,563,207
七月	\$1,183,333	\$950,000	\$544,050	\$2,964,933	\$0	\$5,642,316
八月	\$4,183,333	\$0	\$393,950	\$2,825,737	\$0	\$7,403,020
九月	\$3,833,333	\$0	\$1,296,850	\$3,249,884	\$225,950	\$8,606,017
十月	\$1,233,333	\$0	\$4,235,250	\$1,890,011	\$437,000	\$7,795,594
十一月	\$1,733,333	\$0	\$2,991,250	\$2,855,869	\$145,000	\$7,725,452
十二月	\$1,126,333	\$1,318,000	\$921,900	\$4,084,401	\$90,000	\$7,540,634
總計	\$35,792,494	\$13,725,994	\$25,156,460	\$46,344,373	\$1,187,950	\$122,207,271

Public
Television
Service Foundation

行銷

一、行銷推廣

八十九年度景氣仍持續低迷，工商企業團體皆大幅刪減廣告及公關預算的同時，自然對無法露出廣告及公共電視法嚴格限制之贊助方式意願極低，且行銷推廣人力不足，以至尚無法交出亮麗的成績，期望未來九十年募款方式將更多元化，將公視精緻優良的節目配合優良的造勢宣傳策略、更富創意的活動，讓公視走入群眾，更平易近人，使更多的民眾知道公視一直以來默默耕耘，以提升國人文化藝術，也希望除金字塔尖端的菁英人士，公視更能擁抱群眾，成為真正的全民的電視台，公視亦當結合節目、週邊產品發行、活動、共同製作、運用贊助商通路、將公視豐沛影片資源重新包裝等方式，爭取更多的募款機會，以達成年度成長55%的目標。

(一) 募款主要來源：

1、「一般企業」部份

企業贊助收入35,792,494元，包括花旗銀行、特力屋、台灣雅芳、崇友實業、台電、中油、富邦文教、中華電信、長榮集團、遠雄集團、奇蜜親子網、農委會、和泰汽車、三菱鉛筆、中華航空、中國信託、國華人壽、MOTOROLA、魔岩唱片、福茂唱片、臺北市政府、臺中市政府、中鋼、衛生署等贊助單位。



2、「OEM銷售」部份

收入13,725,994元，主要承包史前博物館、研考會「航海民族網站」、文建會「文化大地」、僑委會「八斗中文秀」、財政部簡介及形象廣告、公路局九二一紀錄片、公共工程委員會簡介及形象短片。

3、其他

廣告交換價值2,155,000元，包括報紙（中國時報、聯合晚報）、日本三菱鉛筆、立榮航空、臺灣諾華、亞培奶粉、惠氏奶粉、聯合航空、雀巢奶粉、乖乖食品。

（二）行銷推廣執行成果

公視行銷推廣的主要成果包括建立公視向社會團體企業機構募款與聯繫機制，並與台灣社會、政府、產業相結合；建立公視永續經營的形象與品牌，以及增闢財源。

二、節目發行

節目發行經營「範疇」在於「版權行銷」及「視聽產品銷售」，並逐漸增加「電子商務」經營及「衍伸商品授權」等，「產品」經營並向內開發資源製作視聽產品（例如「水果奶奶說故事」），向外代理優良商品各十餘種（例如「發現者」、「人間四月天」、「我的這一班」等等）；「通路」經營為建立產品生產體系及公播市場經銷體系；版權銷售則向外擴及中國大陸、東南亞、東北亞、北美、歐洲、中非地區等二十餘國家建立銷售管道。

（一）「版權行銷」部分

總計銷售新台幣25,150,110元，支出成本為1,539,742元，主要用於購買節目發行權的權利金，扣除成本後利潤約為93.9%。銷售時數為1,310小時，約合2,656集（半小時）。銷售節目類型別，粗分戲劇類339小時（25.8%），紀錄片類689小時（52.6%），兒童青少年類285小時（21.7%）。



(二) 「視聽產品銷售」部分

視聽產品銷售發展較早，八十七年九月至八十九年十二月共二十七個月，總計銷售金額共新台幣61,455,948元，月平均為2,276,146元，自行銷售為23,572,273元（38.3%），委託代理銷售為37,883,675元（61.7%）。八十七年銷售4,815,460元，八十八年計25,629,759元。八十九年總計46,344,373元，較前一年同期增加80%成長率，材料及運費成本等合計為9,262,920元，扣除成本費用等，淨收入為銷售額之80%。

銷售排行

不分類銷售支數排行榜
(87/9-89/12) 單位：支/片

排名	節目名稱	銷售量
1	發現者	5,703
2	挑戰未來	3,073
3	我的這一班	2,932
4	瀛海水晶宮	2,421
5	台灣特稀有生物	2,079
6	談性頻道	1,994
7	我們的島	1,622
8	軌道傳奇	1,585
9	DJ麥克風	1,569
10	鄉野大地	1,389

套裝產品銷售排行榜
(87/9-89/12)

單位：套

排名	節目名稱	銷售量	類別
1	人間四月天	3,380	VHS/2292、 VCD/586、 DVD/502
2	水果奶奶說故事	2,128	
3	天線寶寶	1,805	VHS/1101、 VCD/704
4	與恐龍共舞	1,740	
5	水果跳跳兔	1,664	VHS/782、 VCD/958

節目發行一年來執行成果，包括建立公視節目發行及銷售機制、錄影帶自行電視郵購、家用及公播市場代理經銷制度及發行通路、視聽產品生產體系、海外版權發行制度及聯繫管道、優良節目代理機制等等，聯繫節目銷售市場；開闢財源，創造收入，開發節目再生利用價值及延伸節目生命週期；以節目發行增進並擴大節目知名度，例如銷售「人間四月天」、「水果冰淇淋」、「舊情綿綿」等多項優質節目，獲得諸多口碑，建立品牌形象。

未來節目發行發展方向主要在於建立強健銷售團隊（機制與人才）、通路及服務（確立範疇、資源、網路）；建立國際操作經驗（國際代理）及領導品牌（強化產品及行銷企畫、水平垂直整合）；強化銷售及成立公視發行公司（擴大版圖／進入大陸市場、移植經驗分銷據點）。



財務報告

財團法人公共電視文化事業基金會

資產負債表

中華民國八十九年及八十八年十二月三十一日

單位：新台幣元

資 產	八十九年底		八十八年底		負債及權益	八十九年底		八十八年底	
	金額	%	金額	%		金額	%	金額	%
流動資產					流動負債				
現金及約當現金	\$ 546,584,668	32	\$ 621,638,400	28	其他應付款	\$ 76,998,955	5	\$ 84,947,344	4
應收款項	17,019,576	1	14,106,767	1	其他流動負債	5,531,265	-	13,537,640	1
預付款項	58,742,430	3	241,879,968	11		82,530,220	5	98,484,984	5
其他流動資產	44,765,101	3	28,063,494	1	其他負債				
小計	667,111,775	39	905,688,629	41	存入保證金	15,596,469	1	7,242,978	-
固定資產					負債合計	98,126,689	6	105,727,962	5
土地	26,448,371	2	26,448,371	1	權益				
房屋建築	286,545,509	17	284,594,395	13	基金	1,998,742,064.5	116	1,998,742,064.5	90
機械設備	277,749,717	16	274,887,014	12	累積餘絀	(372,806,254.5)	(22)	111,371,962	5
交通及運輸設備	811,424,690	47	794,141,752	36	權益合計	1,625,935,810	94	2,110,114,026.5	95
雜項設備	533,162,763.5	31	535,670,138.5	25	承諾事項及或有事項				
減：累計折舊	(1,009,701,163.5)	(59)	(660,873,363.0)	(30)					
小計	925,629,887	54	1,254,868,307.5	57					
其他資產									
出租資產(淨額)	124,708,793	7	47,317,903	2					
存出保證金	600,700	-	574,000	-					
遞延費用	6,011,344	-	7,393,149	-					
小計	131,320,837	7	55,285,052	2					
資產總計	\$ 1,724,062,499	100	\$ 2,215,841,988.5	100	負債及權益總計	\$ 1,724,062,499	100	\$ 2,215,841,988.5	100

基金收支表

中華民國八十九年一月一日至十二月三十一日及
中華民國八十八年七月一日及十二月三十一日

單位：新台幣元

	八十九年一月一日 至十二月三十一日	八十八年七月一日 至十二月三十一日
收入		
捐贈收入	\$819,198,041	\$792,383,589
利息收入	36,070,292	21,312,208
租金收入	89,489,328	17,694,179
銷售收入(淨額)	67,496,883	19,287,604
其他收入	57,566,858	8,645,957
	1,069,821,402	859,323,537
支出		
成本	591,422,334	123,664,688
行政管理費用	135,086,926	70,115,952
公共事務推展費用	39,995,714	34,588,889
新聞節目企劃製作費用	170,687,204.5	94,683,483
一般節目企劃製作費用	50,627,545	68,902,482
節目製作播映作業費用	264,432,244	156,478,901
工程作業管理維護費用	262,245,474	153,911,792
研究與發展業務費用	14,857,621	6,427,186
行銷業務費用	19,517,633	-
其他損失	5,126,923	5,494,911
	1,553,999,618.5	714,268,284
收支結(絀)餘	(484,178,216.5)	145,055,253
所得稅費用	-	-
本期結絀	\$ (484,178,216.5)	\$ 145,055,253

權益變動表

民國八十九年一月一日至十二月三十一日及
民國八十八年七月一日及十二月三十一日

單位：新台幣元

	基金	累積餘絀	合計
八十八年六月三十日餘額	1,998,742,064.5	\$(33,683,291)	1,965,058,773.5
八十八年七月一日至十二月三十一日結餘	-	145,055,253	145,055,253
八十八年十二月三十一日餘額	\$1,998,742,064.5	\$111,371,962	\$2,110,114,026.5
八十九年一月一日餘額	\$1,998,742,064.5	\$111,371,962	\$2,110,114,026.5
八十九年一月一日至十二月三十一日結絀	-	(484,178,216.5)	(484,178,216.5)
八十九年十二月三十一日餘額	\$1,998,742,064.5	\$(372,806,254.5)	\$1,625,935,810.0

現金流量表
民國八十九年一月一日至十二月三十一日及
民國八十八年七月一日及十二月三十一日

單位：新台幣元

	八十九年一月一日 至十二月三十一日	八十八年七月一日 至十二月三十一日
營業活動之現金流量：		
本期結紮	\$ (484,178,216.5)	\$ 145,055,253
調整項目		
折舊及攤提	366,483,722.5	190,937,906
固定資產處分損失	1,583,905	5,470,566
資產及負債項目之變動		
應收款項	(10,729,125)	8,694,953
預付款項	183,137,538	(105,004,540)
其他流動資產	(8,885,291)	(19,978,699)
其他應付款	(7,948,389)	(68,306,675)
其他流動負債	(8,006,375)	2,051,803
營業活動之淨現金流入	31,457,769	158,920,567
投資活動之淨現金流量：		
購置固定資產	(113,557,817)	(35,875,004)
出售固定資產價款	-	5,520,953
其他資產增加	(1,280,475)	(7,480,494)
投資活動之淨現金流出	(114,838,292)	(37,834,545)
理財活動之淨現金流量：		
存入保證金	8,353,491	3,842,375
存出保證金	(26,700)	138,200
理財活動之淨現金流入	8,326,791	3,980,575
本期現金及約當現金增加(減少)數	(75,053,732)	125,003,597
期初現金及約當現金餘額	621,638,400	496,634,803
期末現金及約當現金餘額	\$ 546,584,668	\$ 621,638,400

一、預算收支（八十八年下半年及八十九年度）

（一）收入部分：

八十八年下半年及八十九年度收入預算數1,831,250,000元，實際收入數1,921,125,318元。

1、捐贈收入：

本次預算數：政府捐贈1,560,000,000元，民間捐贈90,000,000元，實際收入：政府捐贈1,560,000,000元，民間捐贈45,726,630元。

2、孳息收入：

本次預算數：基金孳息7,500,000元，經費孳息27,300,000元，實際收入：基金孳息6,910,171元，經費孳息49,255,828元。

3、活動收入：

本次預算數活動收入8,000,000元，實際收入7,278,865元。

4、其他收入：

本次預算數：租金收入85,600,000元，販售收入45,750,000元，廣告收入2,000,000元，參觀收入5,000,000元，雜項收入100,000元，實際收入：租金收入97,513,710元，販售收入84,862,200元，廣告收入5,019,400元，參觀收入無，雜項收入64,558,514元。

（二）支出部分：

八十八年下半年及八十九年度支出預算數1,831,250,000元，實際支出數1,560,454,842元，權責發生數360,670,476元。

1、人員維持本次預算數504,935,000元，實際支出數514,422,952元。

2、行政管理本次預算數248,925,000元，實際支出數127,793,325元，權責發生數3,376,095元。

3、公共事務推展本次預算數62,438,000元，實際支出數69,490,580元，權責發生數1,799,000元。

4、行銷業務推展本次預算數17,452,000元，實際支出數15,266,079元，權責發生數4,400,238元。

5、新聞節目企劃製作購買本次預算數183,841,000元，實際支出數174,839,877元，權責發生數21,625,542元。

- 6、一般節目製作購買本次預算數497,538,000元，實際支出數393,925,657元，權責發生數187,569,602元。
- 7、一般節目企劃購買本次預算數98,006,000元，實際支出數80,046,169元，權責發生數59,024,827元。
- 8、節目製作播映作業本次預算數73,879,000元，實際支出數76,111,601元，權責發生數54,363,850元。
- 9、工程作業管理維護本次預算數119,644,000元，實際支出數97,452,431元，權責發生數27,768,660元。
- 10、研究與發展業務本次預算數14,592,000元，實際支出數11,106,171元，權責發生數742,662元。
- 11、預備金10,000,000元未動支。

二、預算收支（以前年度）

（一）收入部分：

八十八年度應收款8,176,799元，實際收入數8,176,799元。

1、捐贈收入：

八十八年度應收民間捐贈6,100,000元，實際收入6,100,000元。

2、其他收入：

八十八年度應收租金收入812,780元，販售收入1,264,019元，實際收入：租金收入812,780元，販售收入1,264,019元。

（二）支出部分：

八十八年度支出保留預算數410,249,626元，實際支出數369,574,751元，權責發生數37,283,480元，餘絀數3,391,395元。

- 1、新聞節目企劃製作購買八十八年度保留預算數20,064,324元，
支出數19,842,672元，餘絀數221,652元。
- 2、一般節目企劃製作購買八十八年度保留預算數284,097,755元，
支出數247,461,225元，權責發生數34,453,000元，餘絀數2,183,530元。
- 3、一般建築及設備八十八年度保留預算數106,087,547元，
支出數102,270,854元，權責發生數2,830,480元，餘絀數986,213元。

三、財務實況

公視八十八年下半年及八十九年度財務報表業經安侯建業會計師事務所會計師查核簽證。

(一) 資產部分：

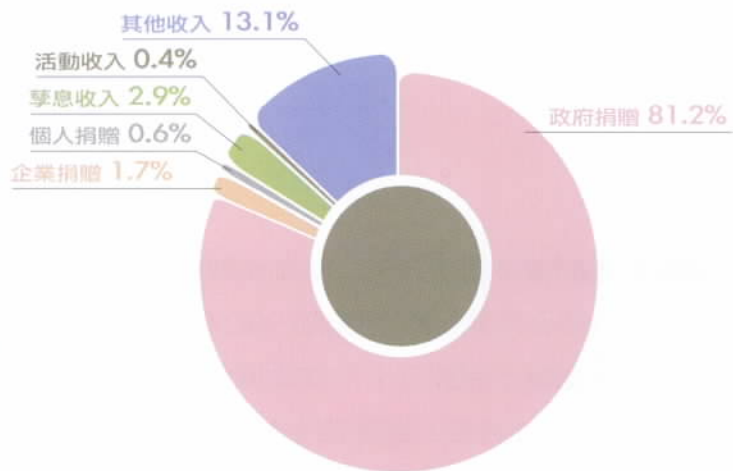
流動資產667,111,775元，固定資產925,629,887元，其他資產131,320,837元，合計1,724,062,499元。負債及權益部分：流動負債82,530,220元，其他負債15,596,469元，權益1,625,935,810元，合計1,724,062,499元。

(二) 基金收入部分：

政府捐贈收入1,560,000,000元，自籌款收入369,144,939元，合計1,929,144,939元。基金支出部分：計畫執行之費用2,257,646,068.5元，其他損失10,621,834元，合計2,268,267,902.5元，本期結絀數為339,122,963.5元。

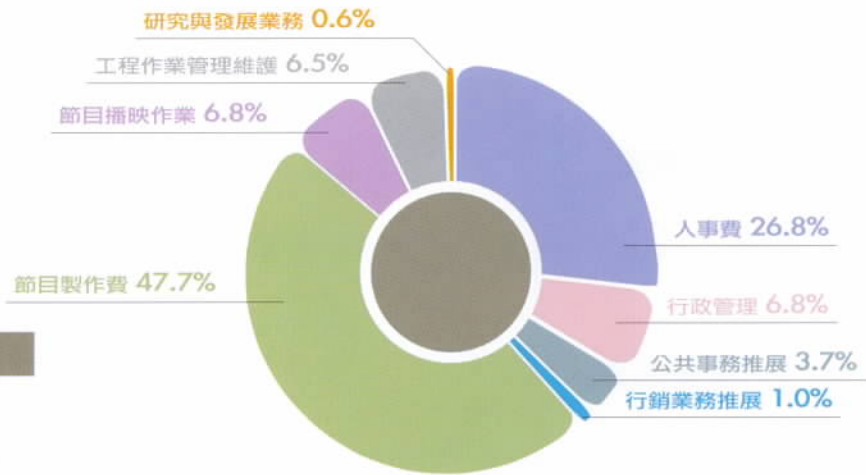
本會於成立時固定資產未以公平市價入帳，倘成立時以未折減餘額入帳，則基金總額應減少772,465,383元，因之固定資產提列之折舊費用減少，使民國八十九年及八十八年底之累積餘絀數，約變為累積結餘310佰萬元及521佰萬元。

(註：第一屆公共電視監事會已於九十年三月一日終止任期，第二屆公共電視監事會於本年報印刷時尚未產生)

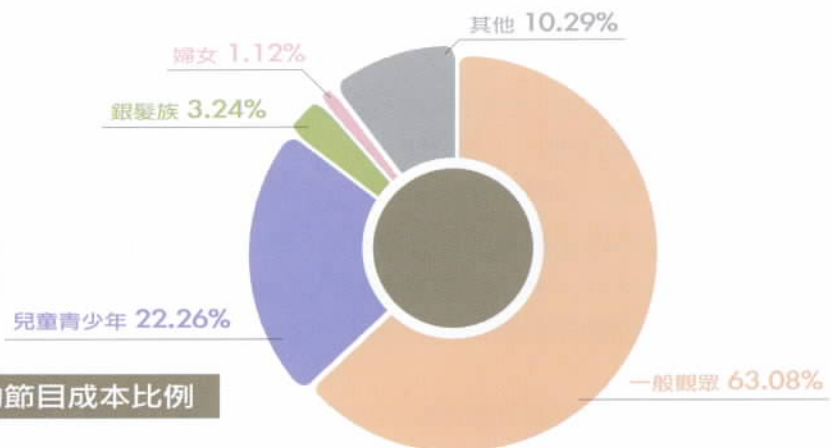


一、收入比例圖

註：捐贈收入包含政府捐贈、公私機構或團體捐贈，以及個人捐贈。其中政府捐贈1,560,000,000元，佔年度收入81.2%；公私機構或團體捐贈33,296,751元，佔年度收入1.73%；個人捐贈12,429,879元，佔年度收入0.65%。

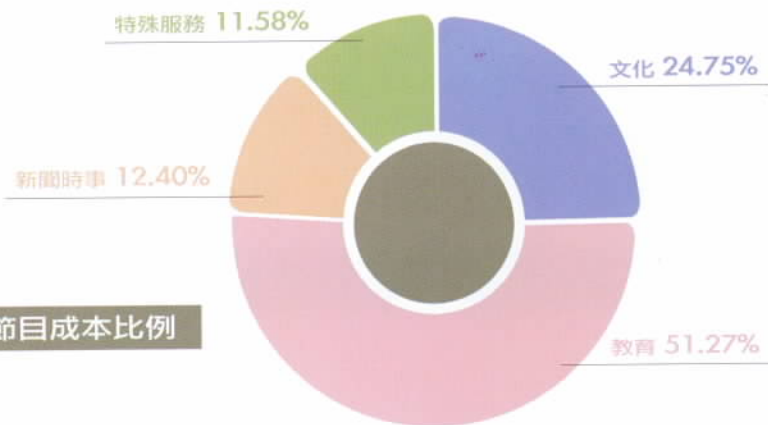


二、支出比例圖



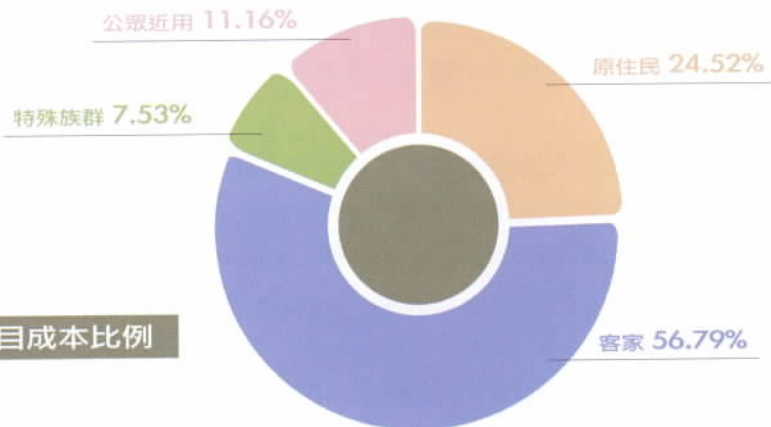
三、以服務對象區分的節目成本比例

服務對象	一般觀眾	兒童青少年	銀髮族	婦女	其他	總計
簽約預算	594,255,148	209,728,721	30,551,867	10,525,044	96,942,172	942,002,952
預算比例%	63.08	22.26	3.24	1.12	10.29	100.00
平均每小時預算	243,240	209,966	151,247	345,083	300,829	



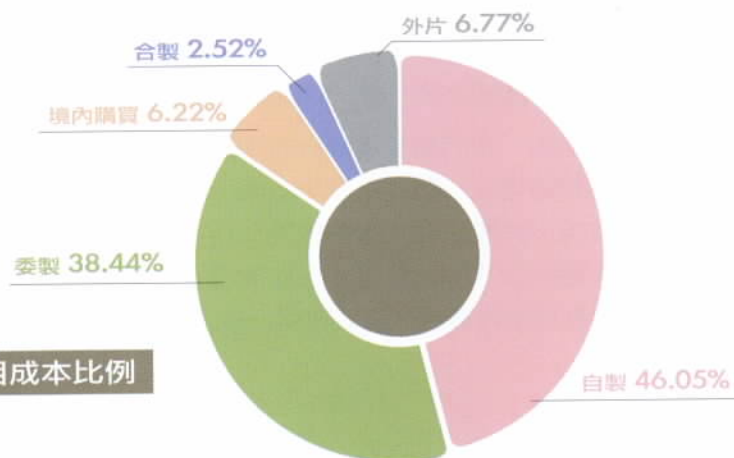
四、以節目內容區分的節目成本比例

節目內容	文化	教育	新聞時事	特殊服務	總計
簽約預算	233,117,944	482,994,514	116,767,702	109,122,792	942,002,952
預算比例%	24.75	51.27	12.40	11.58	100.00
平均每小時預算	206,359	363,318	110,575	226,570	



五、以特殊服務區分的節目成本比例

服務對象	原住民	客家	特殊族群	公眾近用	總計
簽約預算	26,756,688	61,971,881	8,213,603	12,180,620	109,122,792
預算比例%	24.52	56.79	7.53	11.16	100.0
平均每小時預算	159,266	637,243	144,098	76,425	



六、以節目來源區分的節目成本比例

節目來源	自製	委製	境內購買	合製	外片	捐贈	總計
簽約預算	433,817,246	362,093,715	58,562,716	23,777,812	63,751,463	--	942,002,952
預算比例%	46.05	38.44	6.22	2.52	6.77	--	100.00
平均每小時預算	205,824	486,326	565,823	300,604	66,281	--	



這一年的表現－董事會評述

公共電視在八十八年下半年至九十年年底，賡續開播第一年的努力，完成了大部分典章制度的建立，並且積極從事優良節目的製作，獲得各方好評，在建立「公視品牌」的長期工作上創造了好的開端。

有鑑於公共電視法第二條後半段相關政府捐助款每年遞減百分之十的規定，可能扼殺公視的生機，因此董事會決議訴求修廢，已獲得行政院的支持，並有九十六位各黨派委員連署提案。預料若無其他變化，將可於九十年上半年順利修廢，讓公視的永續經營獲得穩定的財務基礎。

公視開播之前的籌備階段，並無「公共電視法」的經營準則。開播第一年，公視董事會就典章制度的急要部分完成建立工作。第二年，起，持續建立各項內規的繁重工作，過去一年半中，計完成各種內規達二十四項。至此公視運營的各項依據，大體完備。

公視在第二年的運作中，在既有的基礎上發展出明確的節目使命與三年願景，經過內部共識的凝聚，八十八年十一月二十六日，董事會通過了公視永續發展的四大使命：「製播多元優質節目，促進公民社會發展，深植本國文化內涵，拓展國際文化交流。」

做為一個公共媒體，公視的天職是扮演全方位公共服務的角色。公共電視自我期望開播三年後成為公共服務領域的領導品牌。只要任何與公眾相關的事務，不論天災、公益、選舉，民眾一定收看公共電視，因為只有公共電視台沒有任何商業與政治的色彩、公正客觀、關心公眾的需求、永遠和公眾在一起，是一個最為全民所信賴的電視台。

製播優質的教育文化節目也是公視的使命。公共電視也自我期望成為觀眾心中教育文化節目的領導品牌，因為公共電視針對每一個學習階段的個體提供最適切的服務，並且認真思考觀眾學習的品質與效果，是一個最關心教育文化內涵的電視台。

在過去一年半中，我們朝著這種自我期許的目標勇敢邁進，而且累積了可觀的成果，也獲得國內外獎項的肯定。開播兩年半以來，總計獲得國內入圍獎項共一百零八項，國外入圍獎項共十八項；得獎部分，國內得獎共四十一項，國外得獎五項。尤其是八十九年金鐘獎，公視共入圍四十八項，奪得十四個獎項，得獎數居各頻道之冠。得獎不是公共電視的目的，不過由各方面的肯定，可以證明公視全體工作同仁在節目上的用心。

為落實公視是全民電視的理想，公視注重公眾服務，過去一年半中，公視在改善收視服務、持續推動定頻、推廣U頻天線、改善偏遠地區設置弱電場等工作上都有成績。

特別是在九二一地震發生後，公視除了播出日本NHK贈送的「阪神大地震」珍貴紀錄片及一系列相關報導外，更透過專業教師的協助，製作「水果冰淇淋—九二一心靈重建」特輯及教學手冊，致贈災區國小，做為災後學校教師的輔助教材。

除了關懷特殊族群外，公共電視亦重視一般社會大眾的服務。觀眾在家中觀賞公視的節目之外，亦可申請到公共電視台參觀，開放參觀的服務讓社會大眾有機會瞭解公視、貼近公視，並對媒體產業及節目製作流程有完整的認識；八十九年十二月止，參觀人數共13,572人次。除了接受個人及團體申請參觀之外，自九十年起，公共電視亦將主動出擊，邀請民間社團到公共電視台參觀，讓更多民間社團瞭解公共電視製播節目的背後理念，凝聚其對公共電視的認同。

此外，自八十九年七月起，公共電視圖書館開放提供「公視之友」使用，目前開放的館藏包括公視自、委製節目影帶、中外書籍、期刊、報紙，以及公共電視建立與發展過程中的公共檔案等，是個主要以電視及電影相關資料為主的專門圖書館。

綜合而言，公視在過去一年半中，由於人事已趨穩定，各項典章制度的建立大體完備，所以能在節目製播、公眾服務、行銷募款及研究發展上大力推動。

進步是永無止盡的，更何況，公視可說剛剛起步。

董事會對於初步的成果並不自滿，希望持之以恆，鍥而不捨朝向理想目標挺進。

公視代言人



水果奶奶

每個國家都希望做好的兒童節目，公共電視在做好的兒童節目。



孫越叔叔

公共電視就像我手上的手杖，它，可以在我需要的時候，帶給我安心。



林懷民

公共電視—藝術節目最豐厚的絢爛頻道。



黃春明

看好的戲劇，可以娛樂自己，也可以提醒自己。好的戲劇節目在公共電視。



李遠哲

公共電視比起其他的電視媒體，更探討社會公益與社會公義，以及一般性的教育與社會問題。



孫翠鳳

一個願意記錄文化資產、提供文化資訊的頻道—公共電視。

公共電視為與觀眾更親近，將公視的節目特色區分為教育、藝術、公益、戲劇、本土傳統及兒童節目，並分別邀請李遠哲、林懷民、黃春明、孫越、孫翠鳳及趙自強等六位來自不同領域的專業人士擔任「公視大使」。中央研究院李遠哲院長為教育文化界的代表；舞蹈家林懷民先生為藝術跨刀；小說、編劇家黃春明主要推薦戲劇節目，而孫越則應邀擔任強化公益形象的重要同盟；孫翠鳳應聘凸顯民俗傳統之美；趙自強的主要任務則是吸引兒童的目光。透過導演何平先生所拍攝的「公視大使短片」，於公視頻道播出，除了呼籲民眾認同公視外，同時也深切傳達出一般民眾對公視的期許。

歡迎來電

部門

總機 T: (02) 26329533

董事長辦公室 T: (02) 26338007

總經理辦公室 T: (02) 26338188

秘書室 T: (02) 26338187 F: (02) 26338176

研發室 T: (02) 26338086 F: (02) 26301193

管理部 T: (02) 26301189 F: (02) 26338100

工程部 T: (02) 26338101 F: (02) 26338110

公服部 T: (02) 26338027 F: (02) 26338124

節目部 T: (02) 26338046 F: (02) 26338050

企劃部 T: (02) 26338064 F: (02) 26338050

製作部 T: (02) 26301150 F: (02) 26338089

新聞部 T: (02) 26301023 F: (02) 26338022、26301044

行銷部 T: (02) 26338114 F: (02) 26346584

圖書館 T: (02) 26338073 F: (02) 26301197

各項服務

觀眾服務語音電話 T: (02) 26349122

訂購影視產品服務專線 T: (02) 26339922 F: (02) 26341155

公視之友洽詢專線 T: (02) 26349122、26301844、26331843

希望奇兵 T: (02) 26338105

參觀公視服務專線 T: (02) 26338129

公共檔案詢問 T: (02) 26338126

學術交流 T: (02) 26338178

公視收視問題 T: (02) 26338195、26349122

地址：114 臺北市內湖區康寧路三段七十五巷五十號

網址：<http://www.pts.org.tw>

郵政劃撥：19213335

發行人：吳豐山

編輯委員會

召集人：翁秀琪 委員：林東泰、孫秀蕙、關尚仁

工作小組：孫青、彭玉賢 美編：張福海

資料照片：公視各單位提供

發行日：九十年六月一日

Public Television Service Foundation Annual Report 2000

Public Televi Service Fou