

年·度·主·題

數位電視對媒體生態的衝擊

中華民國廣告年鑑第十八輯／2006／頁16-22

■ 黃國師

民視電視主任秘書

電視台引進數位科技發展數位電視，社會普遍寄以厚望。尤其我國的無線電視業者，這十年來由於有線電視的普及與衛星頻道的競爭，優勢盡失，因此有的希望藉數位電視的發展「反攻」，有的期許以之浴火重生。

從數位科技的本質看數位電視的發展，確實可以創造許多機會，衍生不少商機。可是我國無線電台單一播映業的體質，面對數位電視發展所帶來的產業斷裂，以及廣告業務因為類比與數位同步播出，形成的「自宮效應」，確實像是在「浴火」，能否重生就要看各台的造化。不過可以確定的，數位電視的發展將改變商業模式，衝擊媒體的生態，影響廣告業的經營。

數位電視不是電視！

通常企業引進科技都是為了提升競爭力，創造更大的收益，但對於類比電視台的數位化，卻因為數位科技的特性，無法像黑白電視升級為彩色電視那種相容的演進(Evolution)的單純。消費者面對彩色電視來臨，即使沒有買彩色電視機，家中的電視仍然可以收看電視。可是數位新技術的引進導致產業斷裂的革命(Revolution)，無法與類比舊技法無法相容，因此數位電視雖然開播了二年，沒有買機上盒或數位電視接收機的人，還是無法看到數位電視播送的節目。

數位電視雖然看起來與傳統電視沒什麼兩樣，但不論從科技本質，還是從功能特性，其實數位電視不是電視，或是說數位電視不只是電視。

當我們說「數位電視」時，其實隱含多重的意思，它可以是一種技術、一項基礎建設、一個傳輸的平台、一項內容提供的服務，也是一部機器。所謂的電視數位技術就是將影音節目的內容或數據資訊，以0與1的方式進行編碼，轉換成數位流之後，透過微波、線纜、衛星...等不同傳輸網絡進行放送的技術。數位電視包括了無線電視、有線電視與衛星電視。因此「數位電視」不僅是一個叫做「數位化」的電視機，而是在電視訊號傳送與接收的過程中，將資訊全部數位化，不論是有線電視、無線地面廣播或是衛星直播電視皆然。

根據歐洲廣播聯盟的定義，數位電視指的是一項科技。但對消費者來說，可能是一部接收機。這部機器在類比時代叫做「電視機」，但在數位時代也許應該稱為具有簡易電腦功能的數位影音接收顯示器，用類比的說詞就是附加電腦功能的電視機，它可以像桌上型電腦一樣，陽春電腦與顯示器分開；也可像筆記型電腦一般，兩者合為一體。

數位電視的新服務

未來的電視產業已經不再是目前我們所見到的這般情境，透過有線寬頻與無限寬頻的交互搭配，不論是在廣告、節目內容、電視機的硬體本身，都會出現不同的變化，而這些也都會影響到電視產業在內容製作與經營型態的改變。甚至在法律層次上都會出現革命性的變化，像我國的廣電三法草案已經沒有電視業的名稱，而是將這個產業分化定義為：傳輸平台業、廣播電視營運平台服務業與頻道

經營業。再從數位電視標準的命名來看：如歐洲規格所稱的DVB (digital video broadcasting)、日本規格的IDSB (integrated service digital broadcasting) 都只強調數位，而不再有TV的說法。

數位電視除了播送傳統認知的電視節目外，還可以像網站一樣具有多種功能，例如：教育訓練、金融服務、資訊服務、電子化政府、休閒育樂、廣告促銷與互動電視之功能。數位電視好比入口網站(TV portal)，有政府便民資訊(T-Government)、電子節目表(EPG)、線上交易(T-commerce)、連線遊戲與博奕、線上即時教學、醫療、視訊會議等服務，還可以有像e-mail的通訊服務、也可聊天、留言，此外也能進行正確的節目/廣告的收視率調查。因此接收數位電視的終端設備，不是傳統單純的電視機，或許應稱為影音/多媒體電腦更為貼切。去年夏天訪問日本富士電視台，一位高級主管在介紹他們發展數位電視的情形時，提及數位電視遙控器等於是電腦的滑鼠。這個觀念讓我們清楚瞭解，今後數位電視的使用，不是被動閱聽而是主動點閱；而打開數位電視機出現的電子節目指南，就等於是網站的首頁。因此數位電視的頻道位置的編排次序已不重要，消費者在意的是品牌，他們會從節目指南去點閱認同的或忠誠的節目，數位不是線性的，沒有頻道依序排列的問題。

如果想要清楚明白數位電視的意涵，我們最好不要再用傳統的「電視」來定義或形容。數位電視系統包含視訊(Video)音訊(Audio)與數據(Data)的播送與接收；不只是信號傳輸改變，收看方式也多樣又多重，內容形式更可千變萬化，而且以廣告營生的商業模式也幾乎崩解，這些變化用傳統電視的詞彙已無法充分說明與理解。誠然，面對電視數位化，我們確實要有「數位電視不是電視」的認知。

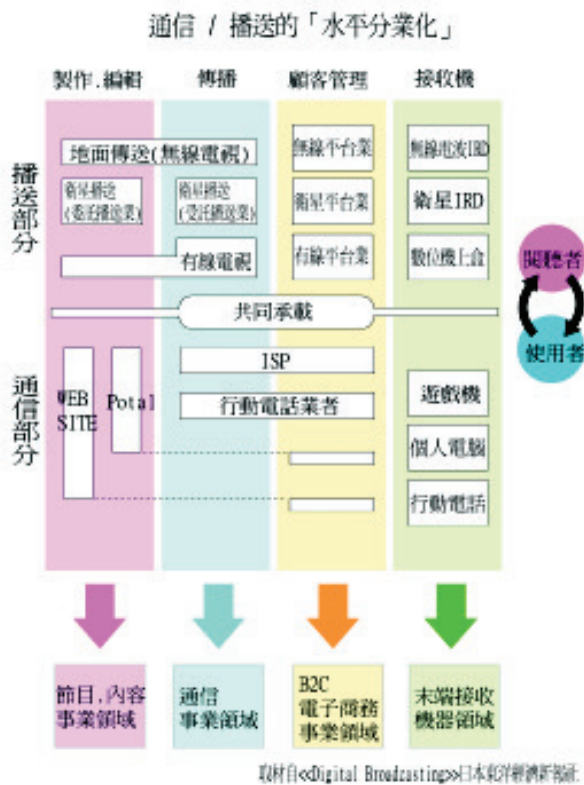
類比電視進化到數位電視，不僅造成產業的斷裂，而且讓電視概念根本改變。

數位匯流導致電視產業水平分業化

數位科技讓資訊、通訊與傳播匯流，使三種產

業的界線漸趨模糊，彼此間原來競爭的部門可能合併，例如英國廣播公司於1997年將傳輸工程部門出售給電信傳輸公司，而我國四家商業無線電視台加公共電視，也曾積極籌組傳輸公司，希望各電視台的傳輸工程部門可以合併，進而發展像歐洲國家的製播分離制度，讓廣播業者減低營運成本，增加競爭力。此外，原來沒有的業務，可能因為數位經濟去中間化與再中間化的特性，產生新的事業，例如：電子商務的事業也會產生。數位科技讓傳統電視業者有機會轉型為多頻道與多媒體的經營，並且可以增生更多附加價值，傳統的閱聽者轉變為使用者。因此，電視產業的製作部門也可能與網站結合為新的內容供應者。

產業內有水平分業化，產業間又有垂直整合的可能，市場上出現新的競爭與合作，經營者需要透過聯盟、合作創造競爭力。因此，電視業者今後可能會尋求電信與資訊相關業者，合縱連橫創造市場優勢。(圖一)



圖一：傳播與通信產業的水平分業化