

【特別報導】

佛法弘傳的新平台

——從「佛光衛視」到「人間衛視」看人間佛教的國際化

覺西

佛光山電視弘法基金會

一、人間佛教的新紀元·媒體傳播的新里程

一九九八年，佛光山的弘法事業邁入新紀元，由星雲大師創辦成立的「佛光衛視」在元月一日正式開播，從此人間佛教的弘傳展開無遠弗屆的新藍圖，而媒體傳播的驅動也邁向清淨光明的新里程。在當年艱鉅的經濟條件及惡劣的媒體環境之下，星雲大師排除萬難，毅然決定成立「佛光衛視」，其實有四個重要的原因：

(一)秉承佛陀弘法的理念 佛陀以弘法度眾為本懷，星雲大師秉承佛陀的慈心悲願，希望透過佛光衛視，提昇弘化績效，把佛法發揚光大，度化更多的眾生。

(二)肩負社會教化的責任 在道德式微的科技時代，需要良善的傳播業者，喚醒良善的道德觀念！在日新月異的資訊時代，需要優質的傳播業者，傳遞優質的文化資訊。佛光衛視是良善優質的傳播媒體，肩負著社會淨化及社會教化的重要任務。

(三)提昇大眾信仰的品質 正確的信仰讓生命更感動，讓生活更豐富，佛光衛視闡揚正信佛教，提昇大眾信仰的品質，引導大眾正確的學佛之道。

(四)促進家庭生活的和諧 家庭是社會發展的根本，和諧的家庭成就安定的社會，傳播媒體深入家庭，直接影響家庭生活，佛光衛視傳播正知正見，以祥和歡喜、慈悲喜捨等理念促進家庭生活的和諧。

佛光衛視在星雲大師的指導帶領及眾人的護持期許之下成立了，走過艱辛的初創期，從經驗中求成長，至二〇〇二年底正好圓滿五週年，確實把佛教的現代化、生活化、人性化及知性化帶到家庭，深植人心，確實是一兼具社會教化與社會淨化的純淨媒體。

二、媒體小巨人・驕傲的佛光衛視

因為用心，所以深得您心。回顧五年來，佛光衛視在混亂脫序的台灣媒體環境裡，以媒體清流的角色積極耕耘，利用極有限的經費、最精簡的人事，用心製作各類優質節目，並且奮力突破系統業者的勢力圍堵，在擁擠競爭的頻道空間爭取有限的播出位置，一路走來雖然備嚐艱辛，但是，從不輕言放棄。在努力之後，從百餘家頻道脫穎而出，深得觀眾的喜愛，同時亦受到政府與民間單位的肯定，歷年來獲頒眾多獎項，成績斐然，茲舉數例如下：

(一)二〇〇二年

1. 「讀一流書」節目入圍金鐘獎文教資訊節目主持人獎。
2. 「行腳僧遊記」獲內政部頒宣揚古蹟特別獎。
3. 榮獲新聞局頒授「九十一年優良衛星頻道獎」。

(二)二〇〇一年

1. 榮獲新聞局頒授「九十年優良衛星頻道獎」。
2. 「佛光新聞——罕見天使系列報導」，榮獲「社會光明面報導優等獎」。
3. 「Dr. 酷」節目，榮獲金鐘獎最佳兒童節目主持人獎。
4. 「蒲公英的天空」節目，獲台北市政府指定為各級學校補充教材。

(三)二〇〇〇年

1. 「行行有狀元」節目，榮獲金鐘獎優良談話節目獎。
2. 「生活經典」節目獲金視獎。
3. 「寶貝家庭妙事多」節目獲優良社教節目獎。
4. 「人間行路」節目獲社會建設獎。

(四)一九九九年

1. 榮獲金鐘獎五項提名入圍，二項金鐘獎，台灣有線頻道稱第一。
2. 「帝王之旅」節目榮獲金鐘獎最佳剪輯獎。
3. 「看手在說話」節目榮獲金鐘獎最佳教育主持人獎。

(五)一九九八年

1. 「蕃茄勇士」節目，榮獲優質卡通。

三、天涯咫尺·佛法弘揚無遠弗屆

優質的佛光衛視在台灣備受肯定，而海外的信眾對佛法的需求，更是殷切期待。佛光衛視在多方的努力之下，終於在二〇〇一年十二月突破多重障礙，透過衛星傳輸將視訊遠播海外，同時橫跨兩岸三地，併及美洲、亞洲共二十六國。

北美及東南亞二十六國衛星公播 自二〇〇一年十二月十一日起，佛光衛視已經順利地在美國、加拿大以及東南亞等二十六個國家[註 1]，以衛星直播（DBS／小耳朵）的方式[註 2]，二十四小時全天候的播出。服務的觀眾從原來台灣的三百多萬收視戶，再擴展遍及全球的重要國際都市。甚至遠在中國大陸內蒙古，都有佛光衛視的忠實觀眾。

結合兩岸三地媒體，直播佛指來台盛況 二〇〇二年在星雲大師的簽頭之下，達成大陸西安法門寺佛指舍利來台的佛教盛事，佛光衛視創台灣媒體紀錄，首度聯合全台十餘電子媒體，以及大陸中央電視台、香港鳳凰衛視，兩岸三地共同免費現場轉播恭奉佛指舍利法會之盛況。而佛光衛視本身現場直播次數高達十七場，亦創下開台來的單月最高直播次數，嘉惠海內外二十六國家的千萬觀眾。

香港澳門落地播映 為讓更多的人能夠欣賞到佛光衛視的節目，佛光衛視分別於二〇〇一年十月與二〇〇二年八月，相繼在澳門及香港正式落地播出[註 3]，預計在二〇〇五年，在香港及澳門地區的收視戶數可突破三十萬戶。

四、推動媒體環保·淨化全民身心

九月，台灣的天空亮起來。二〇〇二年九月一日，由佛光衛視、人間福報以及國際佛光會中華總會共同策畫承辦的「媒體環保日·身心零污染」活動正式開跑。當天由創辦人星雲大師帶領各媒體主管、新聞主播，在大安森林公園舉行誓師大會，新聞局、台北市政府、媒體觀察基金會、頻道自律委員會等單位主管亦蒞臨參加。純淨的佛光衛視及人間福報兩大媒體以全民的身心淨化為己任，首度結合台灣地區電子、平面、廣播等三大媒體以及熱衷公益的國際佛光會，共同推動媒體淨化活動，以「不色情、不暴力、不扭曲」為主旨，呼籲「做好事、說好話、存好心」的理念，喚起台灣媒體的自省、自覺，為台灣人民的身心淨化以及媒體的團結寫下成功、亮麗的歷史新頁。

五、「佛光」之美淵遠流長·祥和歡喜常在「人間」

星雲大師一生致力於提倡、弘揚、力行人間佛教，因為佛陀出生在人間，修行在人間，成道在人間，度化在人間，一切以人間為主。而以弘揚人間佛教為宗旨的佛光衛視，志在散播祥和歡喜，與大師的人間性格緊密結合，所謂「佛法在世間，不離世間覺」，所以為了讓人間的理念更清晰、更明確，佛光衛視通過董事會決議，在二〇〇二年十月正式更名為「人間衛視」，更名後的「人間衛視」，對人間佛教的推行將更積極、更廣泛、更人性化、更生活化；在頻道的定位上更明確，在節目的製作上更多元，最重要的是，在系統的推廣上也將更有利、更有力。全新的人間衛視，將以全新的風貌，提供觀眾優質的歡喜人間新視界。且就頻道定位、系統推廣、衛星播出、業務推廣、衛視之友五大方向說明之：

(一)「人間衛視」的頻道定位 —— 年輕化、教育化、國際化、公益化

人間衛視將繼續秉持星雲大師所提創的人間佛教理念，以「祥和、歡喜」為精神內涵，朝向年輕化、教育化、國際化、公益化四大方向來發展。

1. **年輕化** 教育要往下紮根，青年是國家未來的希望，製作年輕屬性的節目，誘導青年往正確的方向成長是人間衛視的重要任務之一，所以以青年為訴求的「MVP 青春記事簿」、「玫瑰綻放」、「小沙彌看世界」卡通動畫等節目陸續登場，未來會有更多屬於年輕人的節目出現在人間衛視。

2. **教育化** 教育是星雲大師人間佛教的核心，所以教育推廣也是人間衛視重要的責任，在節目上已經製作播出的有極具社教意義的「讀一流書」、「電視佛學院」、「人間福報佛學院」、「迷悟之間」等系列節目，未來將規畫「小小讀經快樂行」等社教節目，為社會每一階層人士提供精神食糧。

3. **國際化** 除了以衛星跨國播出之外，在節目方面，將規畫更多的國際性節目，有關懷世界生態的環保節目、有關心全世界佛光人動態的英語新聞——「人間寰宇新聞報」，有英語佛教故事，並且逐步將星雲大師的佛經講座，及梵音清流早晚課誦等節目搭配英文字幕播出。

4. **公益化** 關心社會、協助弱勢，人間衛視發揚人間佛教慈悲的精神，一直以來對社會公益的報導不遺餘力，「蒲公英的天空」、「大地之歌」、「雲水之愛」……都表達了人間衛視對社會的關心。

(二)人間衛視的系統推廣 —— 鎖定公益頻道區塊

台灣有線電視業者的壟斷現象行之有年，近年來各大財團紛紛搶攻此塊市場。目前分別有東森、和信、太平洋、卡萊爾、台灣基礎網路及獨立業者等六個集團分占此市場，將全省

有線電視經營者由早期的五百家整合為現今的七十一家[註 4]。未來，人間衛視想在眾多的頻道中脫穎而出，獲得上述集團的支持，取得優良的播出位置，必須與系統業者有良好的互動。

人間衛視期望透過各種公益活動的舉辦，建立清淨形象，爭取廣大觀眾，同時與業者新聞合作等良性互動來達到以下之結果：

1. **百分百頻道普及率** 頻道普及率越廣，收視群眾就越廣。人間衛視希望在二〇〇三年能將全頻的播出地區再向前邁進，由現行的四十九家提高到五十五家，以達成一〇〇%的頻道普及率。[註 5]

2. **全省定頻** 更名後的人間衛視，擺脫宗教台的傳統束縛，建立公益教育的形象，對於頻道位置的爭取將會更有談判空間。目前相關人員正透過各方關係運作，希望二〇〇三年人間衛視在頻道位置上能達到以下四個目標：

- (1)以公益頻道的形象，爭取到公益頻道區塊。
- (2)全省鎖定在七十頻道以前的位置，以便於觀眾點選收視。
- (3)若是全省定頻有相當的困難之處，亦希望能將人間衛視安排在七十頻道之前，以便收視戶闔家觀賞。
- (4)推動政府立法，有效保障公益頻道的頻道位置。

(三)人間衛視的海外衛星播出計畫 —— 立足台灣·放眼天下

除了二〇〇一年完成的北美、東南亞二十六個國家境外播出，以及香港澳門兩地的落地播出之外，人間衛視尚有如下之計畫：

1. **全球衛星直播** 人間衛視的經營團隊，在有限的預算內，正在積極推動「人間衛視全球衛星直播」計畫，逐步落實星雲大師「法水長流五大洲」的理想。

2. **合法落地進駐大陸** 人間衛視計畫在二〇〇二年底向大陸政府申請大陸地區的落地播出權，截至目前為止，已有近二百個頻道提出申請，預計核准五個優良頻道在大陸落地。若人間衛視能順利通過，則大師的人間佛教將可在大陸地區落地開花。

(四)人間衛視的業務推廣計畫 —— 結合企業體·適度開放形象廣告

為增加人間衛視的收入，除了向政府單位爭取公益或教育類型節目製作費之外，更將以公益的方式為企業體打造形象，呈現企業體的精神理念。

1. 企業贊助方案

- (1)為贊助企業量身製作並播出「成長與成功的故事」特輯。
- (2)為贊助企業製作並播出企業形象廣告。
- (3)為贊助企業製作並播出節慶形象廣告。
- (4)安排企業主於「人間行者」節目專訪。

2. 頻道時段釋出

人間衛視是目前現有的頻道中，被視為佛教節目製作最嚴謹、最專業的電視台，因此許多佛教電台均以能在本台播出節目為榮，頻頻向本台詢問時段，為兼顧人間衛視既有的嚴格品質，及增加頻道收入，目前已經釋出百分之四的時數，播出其他佛教節目，未來仍繼續考量以此方式，慎選節目釋出時段增加收入。

3. 周邊商品開發

未來在節目的開發上，將增加考量節目後端及周邊的商品開發，一方面配合節目的推出提高節目曝光率，一方面為公司開源。同時與市場通路結合，增加商品普及率及銷售量。目前，配合節目推出的有「小沙彌看世界」的周邊產品，包括環保袋、香包、VCD、DVD 等，很受市場歡迎。

(五)全球人間衛視之友推廣

自從二〇〇一年十二月十日在海外播出之後，受到廣大海內外信眾的熱烈迴響，證明了媒體弘法無遠弗屆的力量，同時也肯定了人間衛視在弘法國際化所扮演的重要角色。

然而每個月龐大的經費，不能僅靠企業的贊助與商品的開發，所謂「聚沙成塔，積少成多」，我們希望海內外關心人間衛視的信眾，共同來協助人間衛視的弘法任務，長期護持人間衛視，讓人間衛視能普及全球。

六、希望在「人間」·我們用愛環抱地球

人間衛視，雖然很小，但是很美。

人間衛視以最少的經費，最精簡的人事，創造最高的傳播效益。如果將電視訊息傳播全球需要靠九顆衛星包圍地球，那麼人間衛視的工作團隊，靠著堅強的毅力與高度的韌性，讓佛法的慈悲與智慧傳播全世界。所以我們說，人間小而不小，雖無卻有。我們希望各地信眾共同支持人間衛視，一起用愛環抱地球，讓人間佛教的傳播真正達到無遠弗屆的最高境界，就如同星雲大師為「人間衛視」的台歌所寫的歌詞一樣，我們衷心希望祥和歡喜常在人間。

但願留一點慈悲的種子

讓世人分享和平的果實

但願留幾句愛語的和風

讓人間充滿尊重的溫煦

留一份善美的信念

讓我們歡喜言行

心生深遠的感激

祥和歡喜在人間

將美麗善心散佈在人間

願將芬芳的愛心傳播無邊界

將清淨真心供養全世界

祥和歡喜在人間

【註釋】

[註 1] 佛光衛視衛星直播覆蓋之地區／國家：台灣、中國大陸、香港、澳門、日本、韓國、越南、寮國、柬埔寨、泰國、緬甸、尼泊爾、不丹、孟加拉、印度、巴基斯坦、斯里蘭卡、菲律賓、文萊、印尼、夏威夷、紐西蘭、澳洲（部份地區）、美國、加拿大、墨西哥；共涵蓋二十六個國家地區。

[註 2] 「衛星直播」是全球各大頻道，在境外所常用的播出方式。它是透過境外的同步衛星，將本國的電視信號傳送到國外。而國外的家庭收視戶只需花費約美金三〇〇－四〇〇元之間採購一組衛星接收設備，並將天線架設於屋頂或是庭院間，即可以不必透過有線電視播送系統，而可收看到同步且多頻道的電視畫面。

[註 3] 「落地播出」與「衛星直播」最大不同之處在於，「落地播出」是以傳統的「有線電視播送系統」來傳送訊號，由第四台業者將訊號送到每一個收視戶家中，因此收視戶不需要再加裝衛星接收設備，也能看到電視節目。這種播出方式需有當地國家的「落地播出許可證」，而且受到當地語言習慣等因素的影響，在推廣上相當不易。

[註 4] 各集團所擁有的「有線電視經營家數」統計圖表。(附圖一)

附圖一：各集團所擁有的「有線電視經營家數」統計圖



[註 5] 人間衛視台灣地區系統普及率概況表(二〇〇三年二月十六日，附圖二)

二〇〇三年的總普及率未能達成一〇〇%，主要因素為新店地區的二家系統業者，聯合要求我方一定要支付每月數萬元的「上架費」，否則將不予播出人間衛視。我方多次拜訪協商，憾於對方態度強硬，始終無法達成共識。

附圖二：人間衛視台灣地區系統普及率概況表(2003 年 2 月 16 日)

年度	全天播出	半天播出	未播出	總數	總普及率
2002	49 家	18 家	3 家	70 家	96%
2003	54 家	13 家	3 家	70 家	96%