

The background is a solid orange color. It features a large, abstract, wavy shape on the left side, filled with a dense pattern of small white dots. Scattered across the entire orange background are numerous white stars of various sizes and orientations. The text is positioned in the upper right quadrant.

2021
公視臺語台
年度報告

由點至線而面——從開台，到「南部製作中心」成立

「臺語台」推動之初兩大目標：「落實語言平權，兼顧區域平衡」。

2019年7月，「臺語台」順利開臺，開播第一年提供一天18小時的節目；第二年除提升一天20小時新聞、戲劇、文化、綜藝、台語文、生活休閒等多類型節目，同時，採訪記者也朝向全台語採訪寫作而努力，全力落實語言平權的目標；邁入第三年(2022年)，「南部製作中心」已在4月正式成立，除了新的辦公空間，同時也打造桃園以南，全台設備最優的數位新聞棚，及節目攝影棚。

兩年多來，「臺語台」持續製播台語文化節目外，對於積極提升台語影音多元創新、強化本土文化發展，進一步也擴展台語新聞與節目的影響力，收視率逐月提升，為配合新媒體之傳播特性，規劃發展跨平台內容產製，發揮文化的滲透力與傳播力。

有鑑於台灣電視媒體製作，仍然全數集中於大台北地區，「臺語台」不僅著眼於短期的內容發展，更有中長期的規劃，於2021年起，極力推動公廣集團「南部製作中心」的成立，期待結合公廣集團成員，包括公視、華視南部新聞中心及客家台等相關資源，並整合南部媒體人才與資源，以「臺語台」為節目製作為重心，充分發揮群聚效應。

「臺語台」的成立與發展，期待從深化「言文一致」的節目方向，進一步凝聚族群意識的認同感，同時也強化台語節目的多元化，包括將台語文相關議題，由網路平台延伸至頻道播出的節目。由於網路通訊普及，以及頻寬的擴增，直播已經是後疫情時代獲取資訊直接且快速的方式。新年度，「臺語台」也將發揮直播效益，落實在地發聲，並與大專院校媒體傳播等相關系所合作，透過在地或年輕學子的觀點，記錄臺灣各地常民活動，除保存影像的價值，也能讓更多人了解臺灣各地文化，發揮公共媒體的公眾近用，更加提升台語台的辨識度。

臺語台，只是個起點，以此為源頭，慢慢延伸出在地文化的線，最後連成一片堅實的面，盛接屬於台灣人民、屬於這個世代，獨一無二的聲音與文化空間。

代理台長

呂東熹



年度焦點

站穩腳跟 臺語台日漸茁壯

2021 年臺語台開台邁入兩週年，持續努力加強節目內容與創新，包括打造「台語有影」戲劇品牌，首度台語轉播奧運開閉幕、邀請學生組隊上節目辯論公投議題等。加上強化網路特性，擴大宣傳管道、增加跨媒體觸及的努力，節目收視率明顯成長。此外，台語傳播人才的培育與運用，更是臺語台不離不棄的長期耕耘目標。

多元化活動 活化台語影音創作

臺語台開台後，已累積辦理多項台語影視培訓課程，包含台語新聞配音、戲劇編導、台語說演等培訓課程，並與國立台中教育大學臺灣語文學系產學合作，舉辦台語媒體製作與傳播系列講座課程，均獲得良好迴響。

2021 年是台灣文化協會創立一百年，為了留下那個年代的歷史紀錄，臺語台與吳三連臺灣史料基金會共同舉辦「媒體識讀營」，並製播《彼ê時代・咱ê台灣》紀念音樂會節目。

第二屆睇電影台語微電影創作徵選邀請余佩真與又仁雙代言，並由鄭文堂、湯昇榮、陳豐惠、殷振豪、蘇珮儀、陳和榆擔任評審，徵得件數 77 件，最後選出首獎《小明的學習單》等六部作品，並於頻道及網路播放。微電影徵選活動吸引了影視產業工作者及年輕學生對台語影視創作的關注，新年度也將透過講座交流、啟發、累積台語影視工作的經驗和觀念，讓台語影視產業的力量累積、成長，以期建立台語影視的基地和搖籃。



文化協會百年紀念音樂會《彼ê時代・咱ê台灣》



臺語台投入宣傳心力，《孟婆客棧》創出臺語台最高收視率

全媒體經營 拓展數位新平台

臺語台 1800-2259 重要時段平均收視率，2020 年平均為 0.12，2021 年成長到 0.15，單月平均最高為 0.20（2021 年 10 月）。臺語台首播的戲劇節目《孟婆客棧》，在加強宣傳活動及製作公司配合努力下，獲得良好成效，節目收視率創下開台以來新高，最佳收視率突破 1 以上。

數位全媒體經營方面，臺語台為強化網路特性，除原有 FB 粉絲專頁與推特之外，為觸及

更多年輕人，開闢 IG 平台、經營 Podcast 節目，強化 YouTube 影音平台的經營，延伸節目宣傳與點閱率。臺語台 YouTube 頻道 2021 年度累計訂閱數為 3 萬 5 千人，全年影片觀看次數達 353.4 萬次、總觀看時數 32.4 萬。Facebook 粉絲專頁按讚粉絲數達 14 萬 1 千餘人，全年影片觀看分鐘數達 318.3 萬分鐘，同時也擴展 Instagram 與 Podcast 社群平台經營，Instagram 年度累計粉絲達 1,152 人。Podcast 節目年度累計下載次數 3.3 萬次。

節目焦點

各色節目路線 開創台語新品牌

新聞

2021 年 5 月台灣爆發本土疫情，病毒來得又快又猛，新聞成了民眾了解疫情、掌握資訊、傳遞防疫措施的重要媒介。

臺語台每天早起、中晝、下晡、下暗四節新聞，提供即時且全面的疫情資訊，《早起新聞》每天更新「全球病例數」持續關注國際整體疫情變化；《下晡新聞》特別開闢「防疫你愛知」單元，隨著疫情變動，邀訪專家學者在新聞中接受連線專訪，以台語來回答民眾最關心的防



疫情期間，《早起新聞》每天更新「全球病例數」從未間斷，持續關注國際整體疫情變化



2021 年臺語台新聞中心也推出全台語文的新聞周報《代誌佢大條》



《台灣新眼界 - 青春辯公投》年輕辯士用台語激辯公投議題，一新觀眾耳目

疫問題。

臺語台每日新聞克盡職責，以最熟悉的母語，肩負起傳遞訊息的責任，達到媒體守望的功能。

以台語發聲的論壇性節目《台灣新眼界》，在疫情緊張時刻，也邀請專家討論有關防疫、疫苗、病毒等議題，傳達正確的觀念及知識，減少民眾不必要的恐慌，共同度過艱難的三級警戒。疫情期間，臺語台同仁一邊防疫、一邊維持正常運作，堅守臺語新聞崗位，不論是網路新聞點閱率或新聞收視率，都明顯看出臺語新聞在疫情期間漸受觀眾青睞及肯定。疫情是一時的，臺語台與臺語新聞的理想與使命，我們始終放在心上、實踐在日常。

臺語台新聞中心除了持續開台以來的各類型

新聞節目，新聞標題與字幕也繼續推動台文字呈現的特色。

為了彰顯臺語台新聞，重視台語文製播的主體性，2021 年 10 月起也推出全台語文的新聞節目《代誌佢大條》，將採訪組記者做的新聞，以新聞周報的形式，用台語採訪、台文撰稿、節目鏡面全以台文呈現，期望逐步打造全台語的新聞製播環境。

在回應新聞議題與公眾近用方面，2021 年底國內舉行四大公投前夕，《台灣新眼界》節目也首創先例，邀請高中生及大學生組隊，進行了八場《青春辯公投》特別節目，針對四大公投議題進行台語辯論，聽首投族的心聲，不只將母語帶進公領域，也充分展現「青春台力」，一新觀眾耳目，大獲各界好評！

戲劇

為打造獨特台語戲劇特色，臺語台於 2021 年鄭重推出全新品牌「台語有影」，由國際知名導演周美玲的《弓蕉園的秘密》打頭陣，講述戒嚴年代的禁忌愛情故事；《討債女王》找來實力派女星曾珮瑜，領銜為勞權挺身抗爭；金鐘名導王傳宗則首度執導台語劇《顧巢·拈箸仔》，一部關於雲林茶鄉的動人親情故事。劇情短片及紀錄片部分，則邀請了青年新銳導演及資深紀錄片創作者，為「台語有影」注入耳目一新的影像內容。



「台語有影」由《弓蕉園的秘密》打頭陣



《無事坐巴士》



《全家有智慧》

藝文及生活

《全家有智慧》第四季除了維持詼諧有趣的益智題型，將臺語文化傳遞給觀眾，還新增了「接龍王」、「我來寫你來臆」、「38 來搶答」、「正月倒月佢一月」、「全家做伙講」等新單元，讓觀眾始終保有學習的新鮮感；而特別節目中主持人林美秀和阿松更是第一次走出攝影棚跟民眾進行益智答題，互動十分熱絡。在《話山話水話玲瓏》中，主持人澎恰恰則是發揮了數十年說學逗唱的舞台功力，將臺語之美和流行音樂、短劇巧妙結合，也獲得了入圍金鐘獎最佳綜藝主持人的肯定。

承載著旅人的喜悅和遊子的鄉愁，《無事坐巴士》開向第三個年頭，繼續走訪台灣許多

不為人知的角落。連續兩年得到金鐘獎入圍的肯定，更激發了團隊想要走得更深、更遠的渴望。嚴峻的疫情也許帶來生活、旅行上的不便，但也讓我們更有機會，去細細地認識自己生長的土地。

藝文節目包羅萬象，《心所愛的歌》是第一個聚焦在台語歌的詞曲創作者的音樂節目。《大港 6 台灣》從台灣的港口出發，探討台灣從史前石器時代開始，各港口在台灣歷史發展過程中的重要性及影響力，佐以人文、歷史、景觀、風土民情，讓觀眾更容易了解各港口如何見證台灣歷史的發展。《寶島鼓仔燈》著重在文化主題的探討，邀請專家和耆老，以深入的方式帶領觀眾認識各地風俗文化。



《話山話水話玲瓏》



《寶島鼓仔燈》



《大港ê台灣》



《其中必有緣故》主持人培訓

兒少節目

臺語台勇於開發各類型及各年齡層收看的兒少節目。其中有專為大朋友設計開發的實境節目《其中必有緣故》，主打博物館實境解謎讓台語的應用提升到另一個層次，此次主持群也從精通台語的大學生中進行北中南海選，投入 28 小時的主持培訓計劃。還有配合教育部母語課程的教材，當成節目內容設計的棚內益智型的競賽節目《非常了不起》及農作家庭將日常所使用的生活台語融入實境的節目《收成ê彼一工》，類型多元引領孩子自然而然進入母語的學習情境中。

►上《非常了不起》下為《收成ê彼一工》



體育

臺語台開台後，首度遇到國際重要運動盛—延後一年舉辦的 2020 東京奧運，特別以台語雙主播方式，分別於 7 月 23 日、8 月 8 日轉播東京奧運開閉幕典禮，開創我國全台語轉播奧運開閉幕之首例。

在棒球轉播方面，臺語台 2021 年錄影轉播了「諸羅山盃少棒邀請賽」、「109 年高中硬式木棒組聯賽」、「2021 東岸聯盟 U18 青棒賽」、「110 年玉山盃青棒賽」、「2021 爆米花聯盟」等賽事共 26 場、63.5 小時。

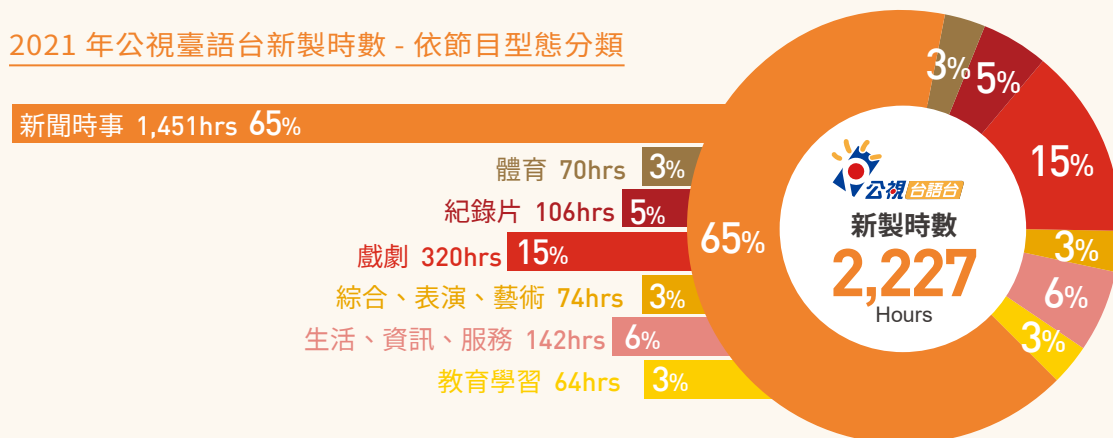
節目表現

節目新製時數分析

公視臺語台為綜合性頻道，包含新聞、益智、行腳、人文、兒少、戲劇等，節目內容多元而豐富，公視臺語台肩負台文推廣任務，期待帶領觀眾進入不一樣的台語文化傳播領

域。公視臺語台 2021 年的總播出時數為 7,306 小時，新製時數為 2,227 小時，新製比例為 30%。

2021 年公視臺語台新製時數 - 依節目型態分類



年度行政

財務報告

2021 年公共電視臺語頻道營運支出表

2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日 單位：新臺幣元

預算規劃項次	節目類型	預算數	累計支出	支出數餘額	累計執行率
1	業務費	199,500,000	36,465,524	163,034,476	18.28%
1-1	新聞	30,000,000	17,858,684	12,141,316	59.53%
1-2	新聞節目	21,650,000	6,825,150	14,824,850	31.52%
1-3	兒少節目	22,500,000	704,133	21,795,867	3.13%
1-4	文化 / 藝術	68,550,000	1,582,618	66,967,382	2.31%
1-5	生活 / 綜合	49,000,000	7,663,649	41,336,351	15.64%
1-6	其他類型	4,800,000	1,723,673	3,076,327	35.91%
1-7	研究開發	3,000,000	107,617	2,892,383	3.59%
2	人事費	75,000,000	50,906,160	24,093,840	67.87%
3	其他	29,500,000	11,190,002	18,309,998	37.93%
支出總計		304,000,000	98,561,686	205,438,314	32.42%

註：文化部補助 110 年公共電視台語頻道營運依約將執行至 111 年 12 月 17 日止。