

財團法人公共電視文化事業基金會

「2019 年度公共價值評量

新移民公共媒體近用權調查研究案」

結案報告



東方線上股份有限公司

中華民國109年1月

摘要

媒體近用權的實踐是保障少數族群的傳播權利，2018 年 4 月「東南亞語新聞」開播正是公廣集團滿足台灣新移民媒體近用權需求的開始，為瞭解在台新移民對於傳統媒體與新媒體之近用與使用行為、對公廣集團平台的期望、對內容的想像，以及對節目與語言比率的想法及建議，特進行本次「2019 年度公共價值評量新移民公共媒體近用權調查研究」(以下簡稱本調查)，並以調查結果作為持續改善及提升公廣集團節目觸達率、節目品質、節目影響力、強化公共服務、落實公共價值之參考依據。

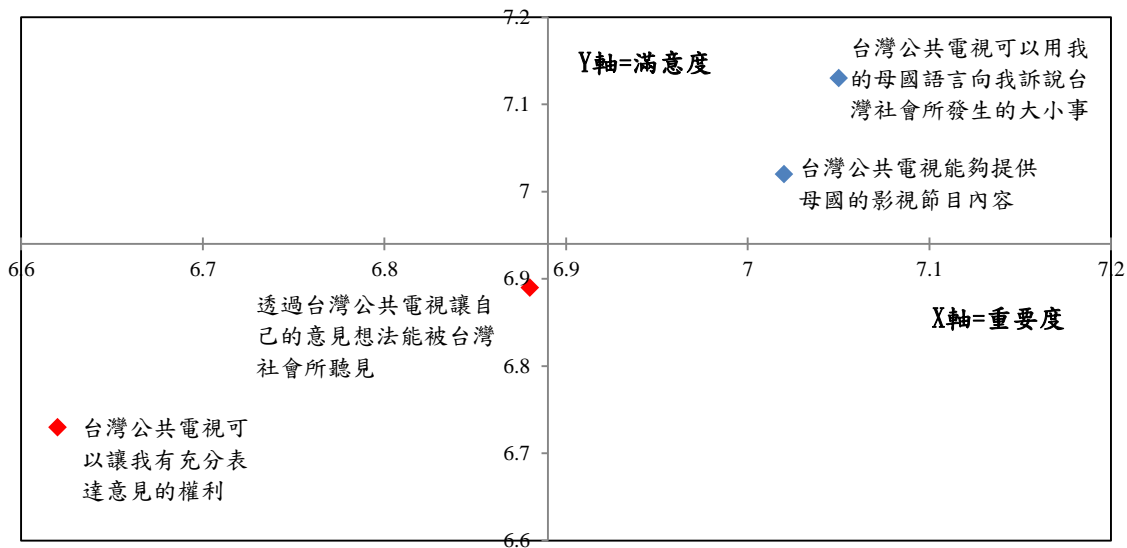
本調查發現，在台新移民主要因為中文能力、平日可運用時間、裝置擁有權之限制，明顯影響其媒體使用與近用，網路與電視為新移民最常接觸的媒體，使用手機觀看影音節目為大宗，且多為觀看母國之節目，其中留學生的中文能力明顯較好，因婚姻來台者又明顯比因工作來台者好，留學生最常用的媒體是網路與電視，但因其中文能力較佳，所以也會使用其他的傳統媒體(如報紙、雜誌)接收中文內容，而因婚姻來台者使用電視與廣播接收中文內容之頻率高於因工作來台者，因工作來台者相對不常接收中文相關內容。考量在台新移民對於新媒體的使用已相當普遍，未來公視在投放管道上，新媒體與電視應並重，並以母語發音搭配中文字幕，另於新媒體提供不同的字幕供在台新移民選擇。

在台新移民對公視的認知度與收視頻率均還有相當成長空間，多數無固定收看公視習慣，僅透過電視觀看，網路則有搜尋上的困難。相對而言對東南亞語新聞的認知度較高，可能多為透過節目而知道公視，針對來台時間較短之新移民，公視如何積極與其建立關係並提高影響力相對更顯重要。

看過公視的在台新移民，對於公視節目的各項公共價值評比均在 7 分以上，好評度高，其中【社會影響力】為整體表現最佳之項目，可見新移民對於公視的努力亦給予高度評價，惟菲律賓籍受訪者評比分數相對較低，推測可能是因為公視並未使用其第二官方語言「他加祿語」進行相關節目製作之故，未來可思考以不同語言製播節目之可能。

本調查中受訪者對於公共媒體近用之「表意權」的評分較低，對「接收權」相關題目的評分較高(請參見下圖)，此點亦反應出公視在東南亞語新聞製播上之努力，然多數新移民受訪者因中文語文能力限制，選擇不在公開場合或版面發表看法或意見，亦認為自己提的意見不會被重視，未來可考慮製播類似客家電視台《村民大會》之新移民談話性節目，增進其在台媒體近用權。

新移民媒體近用現況_重要度暨滿意度評比象限圖



在台新移民對東南亞語新聞的整體評價良好，但目前的播放時間、時長與節目內容均有優化空間，除了做到語言友善外，需盡量納入新移民在日常生活關心的議題，才能拉近彼此的距離，進而讓東南亞語新聞成為新移民生活中不可或缺的一部分，另公視作為具宣示性的公共媒體，各國語言應平均分配，更能彰顯公共媒體的價值。

MV/音樂性節目為在台新移民未來最想看到的節目類型，因工作來台者對於影視娛樂類節目之需求明顯較高，因婚姻來台者大多數為女性，故其對於美容流行、烹飪美食類型之節目亦有明顯需求，且其節目需求不只是為了自己，也隱含了與新二代共同收視的需求，至於留學生因其在台求學之屬性，因此對語言/教育等類型之節目需求度明顯較高，公視未來在製播節目或新聞的選材上如何讓內容符合不同族群之需求至關重要。

在台新移民受訪者多半表示較期待有關單位能提供雙向的溝通管道，藉此達成與台灣社會交流之需求，專家學者亦多認為可透過階段性的規劃，循序漸進，讓新移民們從接近媒體做起，進而有機會親自參與媒體產出，用自己的觀點說出自己的故事，未來若能透過公共媒體的力量，弭平長存於台灣社會之認知差異，在新移民對台灣社會更有歸屬感的同時，亦能讓台灣社會大眾更加認識新移民，藉此讓我國朝向多元兼容的社會更加邁進。

名詞解釋：

1. 公共媒體：聯合國教科文組織認為公共媒體的定義是：由公眾製作、資助和監控的服務，並以服務公眾為目的，並非商營或國營，不受政治干預和商業力量所影響。透過公共廣播服務，公民可獲得資訊、教育和娛樂。如能保障意見多樣化、節目多元化、編輯自主、有適當資金、具有問責性和透明度，則公共媒體可作為民主的基石。

2. 公共價值：公視所定義之公共價值為「觸達」、「節目品質滿意度」、「影響力」、「公共服務」以及「營運效率」五大構面，觸達構面下設收視率、觸達率、收看時數、新平台觸達率四項指標；節目滿意度構面下設節目入圍得獎數、喜愛度、節目的多元、節目的創新、節目的深度、節目的公正性、新聞的公正性七項指標；影響力構面下設型塑公民社會、發揮社會影響力、信任度、需要度、國際露出五項指標；公共服務構面下設資源分享服務公民、提升產業環境、收視普及、數位發展、提升多元族群傳播權、發揚族群語言與文化六項指標；營運效率下設運作透明化、有效運用並開發資源、人力資源活化與專業技能提升、提供公平合理的勞動條件四項指標。
3. 媒體近用權(the right of access to the media)：人民在一定的條件下可以要求媒體提供版面或時段，允許其免費或付費利用，藉以表達意見的權利。媒體近用權包含接近權與使用權。接近權是指民眾以被動、有限度方式，在大眾媒體上表達言論，包括更正權（訂正不實報導）、答辯權（回應不公平說法）兩種；使用權是自行製作節目，用自己的原聲原音在大眾媒體上發言，不被大眾媒體剪裁、壓縮、扣押（使用媒體權）；甚至可以擴大到人民要求公平分享電波頻率，自行建立及經營媒體的權利（使用頻道權）。我國於 1994 年，大法官會議第 364 號憲法解釋文即明確宣示，人民有接近使用傳播媒體的權利（the right of access to the media）。

目錄

第一章 研究背景與目的	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	1
第二章 文獻檢閱	2
第一節 台灣新移民之定義	2
第二節 新移民在台灣之變遷與現況	2
第三節 媒體近用權與台灣新移民媒體近用之現況.....	6
第四節 新移民在台灣的媒體使用行為	12
第五節 國外對該國境內移民之媒體政策.....	15
第三章 研究方法與執行概要	17
第一節 研究方法	17
第二節 質化研究執行概要－新移民焦點座談會.....	18
第三節 量化研究執行概要－新移民面訪問卷調查.....	22
第四節 質化研究執行概要－專家學者一對一深度訪談.....	29
第四章 公共價值評量暨新移民媒體近用權量化調查結果	31
第一節 量化研究方法	31
第二節 量化調查結果	32
壹、樣本回收數.....	32
貳、基本人口統計變項.....	33
一、整體數據.....	33
二、國籍別交叉分析.....	37
三、來台身份別交叉分析.....	42
四、來台年數別交叉分析.....	46
五、基本人口統計變項 - 分析小結.....	49
參、中文語文能力與媒體使用行為.....	50
一、整體數據.....	50
二、國籍別交叉分析.....	53
三、來台身份別交叉分析.....	55
四、來台年數別交叉分析.....	58
五、中文語文能力與媒體使用行為 - 分析小結.....	60
肆、公視收視行為與評價.....	62
一、整體數據.....	62
二、國籍別交叉分析.....	71
三、來台身份別交叉分析.....	82
四、來台年數別交叉分析.....	92
五、公視收視行為與評價 - 分析小結.....	102
伍、對公視未來之服務期待.....	108
一、整體數據.....	108
二、國籍別交叉分析.....	109
三、來台身份別交叉分析.....	111
四、來台年數別交叉分析.....	113
五、對公視未來之服務期待 - 分析小結.....	116
第五章 新移民質化焦點座談會調查結果	118
第一節 研究方法	118
第二節 調查結果	118
壹、在台媒體使用行為.....	118

貳、生活資訊來源與需求情境.....	122
參、媒體近用行為.....	124
肆、公視認知與收視行為.....	126
伍、對公視的期望.....	130
第六章 專家學者深度訪談調查結果.....	134
第一節 新移民在台生活資訊需求.....	134
第二節 台灣媒體現況與新移民在台媒體近用行為.....	136
第三節 公視東南亞語新聞回饋與建議.....	138
第四節 公視未來節目製播建議.....	143
第五節 公廣集團未來新移民服務之定位與期待.....	147
第七章 結論與建議.....	151
第一節 結論.....	151
第二節 建議.....	157
第三節 未來研究建議.....	162
附件一 新移民量化問卷.....	163
附件二 新移民量化問卷-各國語系網路問卷施測連結.....	171
附件三 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-國籍別.....	172
附件四 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-來台身份別.....	187
附件五 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-來台年數別.....	202

表次

表 2-3-1 台灣新移民廣播節目表.....	8
表 2-4-1 公共電視-東南亞新移民的電視媒體與影音內容使用行為調查發現摘要.....	14
表 3-2-1 第二階段質化調查方法及內容(新移民焦點座談會).....	18
表 3-2-2 第二階段新移民焦點座談會-執行日期暨與會者名單.....	19
表 3-2-3 第二階段質化調查方法及內容-新移民焦點座談會訪談大綱.....	20
表 3-3-1 新移民婚姻態樣母體、配額，與實際完成數分佈(婚姻).....	23
表 3-3-2 新移民工作態樣母體、配額，與實際完成數分佈(移工).....	24
表 3-3-3 新移民求學態樣母體、配額，與實際完成數分佈(留學生).....	25
表 3-3-4 全體調查樣本基本輪廓.....	26
表 3-3-5 量化問卷大綱暨題目架構.....	28
表 3-4-1 一對一深度訪談-與談專家學者名單.....	29
表 3-4-2 第四階段質化調查方法及內容-專家學者一對一訪談大綱.....	30
表 4-1 問卷回收日期.....	31
表 4-2 問卷回收時段.....	32
表 4-2-1-1 受訪者國籍分布(整體).....	33
表 4-2-1-2 受訪者年齡分布(整體).....	33
表 4-2-1-3 受訪者來台原因(整體).....	34
表 4-2-1-4 受訪者性別(整體).....	34
表 4-2-1-5 受訪者目前居住地區(整體).....	34
表 4-2-1-6 受訪者最高教育程度(整體).....	35
表 4-2-1-7 受訪者婚姻狀況(整體).....	35
表 4-2-1-8 受訪者來台累計年數(整體).....	36
表 4-2-1-9 受訪者目前從事職業(整體).....	36
表 4-2-1-10 受訪者每月可自由使用金額(整體).....	37
表 4-2-2-1 受訪者年齡分布(國籍別).....	37
表 4-2-2-2 受訪者來台原因(國籍別).....	38
表 4-2-2-3 受訪者性別(國籍別).....	38
表 4-2-2-4 受訪者目前居住地區(國籍別).....	39
表 4-2-2-5 受訪者最高教育程度(國籍別).....	39
表 4-2-2-6 受訪者婚姻狀況(國籍別).....	40
表 4-2-2-7 受訪者來台累計年數(國籍別).....	40
表 4-2-2-8 受訪者目前從事職業(國籍別).....	41
表 4-2-2-9 受訪者每月可自由使用金額(國籍別).....	41
表 4-2-3-1 受訪者年齡分布(來台身份別).....	42
表 4-2-3-2 受訪者性別(來台身份別).....	42
表 4-2-3-3 受訪者目前居住地區(來台身份別).....	43
表 4-2-3-4 受訪者最高教育程度(來台身份別).....	43
表 4-2-3-5 受訪者婚姻狀況(來台身份別).....	44
表 4-2-3-6 受訪者來台累計年數(來台身份別).....	44
表 4-2-3-7 受訪者目前從事職業(來台身份別).....	45
表 4-2-3-8 受訪者每月可自由使用金額(來台身份別).....	45
表 4-2-4-1 受訪者年齡(來台年數別).....	46
表 4-2-4-2 受訪者性別(來台年數別).....	46
表 4-2-4-3 受訪者目前居住地區(來台年數別).....	47
表 4-2-4-4 受訪者最高教育程度(來台年數別).....	47
表 4-2-4-5 受訪者婚姻狀況(來台年數別).....	48

表 4-2-4-6 受訪者目前從事職業(來台年數別).....	48
表 4-2-4-7 受訪者每月可自由使用金額(來台年數別).....	49
表 4-2-5-1 基本人口統計變項 - 分析小結	49
表 4-3-1-1 受訪者中文語文能力(整體).....	50
表 4-3-1-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(整體).....	51
表 4-3-1-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(整體).....	52
表 4-3-1-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，整體).....	53
表 4-3-2-1 受訪者中文語文能力(國籍別).....	53
表 4-3-2-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(國籍別).....	54
表 4-3-2-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(國籍別).....	54
表 4-3-2-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，國籍別).....	55
表 4-3-3-1 受訪者中文語文能力(來台身份別).....	55
表 4-3-3-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(來台身份別).....	56
表 4-3-3-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(來台身份別).....	57
表 4-3-3-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，來台身份別).....	57
表 4-3-4-1 受訪者中文語文能力(來台年數別).....	58
表 4-3-4-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(來台年數別).....	58
表 4-3-4-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(來台年數別).....	59
表 4-3-4-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，來台年數別).....	59
表 4-3-5-1 中文語文能力與媒體使用行為 - 分析小結	60
表 4-4-1-1 受訪者公視知曉率(整體).....	62
表 4-4-1-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，整體).....	62
表 4-4-1-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，整體).....	63
表 4-4-1-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(整體).....	63
表 4-4-1-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，整體).....	64
表 4-4-1-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(整體).....	64
表 4-4-1-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，整體).....	65
表 4-4-1-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(整體).....	65
表 4-4-1-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，整體).....	66
表 4-4-1-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(整體).....	66
表 4-4-1-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，整體).....	67
表 4-4-1-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(整體).....	67
表 4-4-1-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(整體).....	68
圖 4-4-1-1 公視媒體近用項況評價- 重要度、滿意度 (整體).....	68
表 4-4-1-14 受訪者公視【節目品質】 - 公共價值評量(整體).....	69
表 4-4-1-15 受訪者公視【節目娛樂性】 - 公共價值評量(整體).....	69
表 4-4-1-16 受訪者公視【社會影響力】 - 公共價值評量(整體).....	70
表 4-4-1-17 受訪者公視【公共服務】 - 公共價值評量(整體).....	70
表 4-4-2-1 受訪者公視知曉率(國籍別).....	71
表 4-4-2-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，國籍別).....	71
表 4-4-2-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，國籍別).....	72
表 4-4-2-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(國籍別).....	73
表 4-4-2-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，國籍別).....	73
表 4-4-2-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(國籍別).....	74
表 4-4-2-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，國籍別).....	74
表 4-4-2-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(國籍別).....	75
表 4-4-2-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，國籍別).....	75
表 4-4-2-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(國籍別).....	76
表 4-4-2-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，國籍別).....	77
表 4-4-2-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(國籍別).....	78

表 4-4-2-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(國籍別).....	79
表 4-4-2-14 受訪者公視【節目品質】 - 公共價值評量(國籍別).....	79
表 4-4-2-15 受訪者公視【節目娛樂性】 - 公共價值評量(國籍別).....	80
表 4-4-2-16 受訪者公視【社會影響力】 - 公共價值評量(國籍別).....	80
表 4-4-2-17 受訪者公視【公共服務】 - 公共價值評量(國籍別).....	81
表 4-4-3-1 受訪者公視知曉率(來台身份別).....	82
表 4-4-3-2 受訪者公視收看頻率(近三個月, 來台身份別).....	82
表 4-4-3-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選, 來台身份別).....	83
表 4-4-3-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(來台身份別).....	84
表 4-4-3-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月, 來台身份別).....	84
表 4-4-3-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(來台身份別).....	85
表 4-4-3-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選, 來台身份別).....	85
表 4-4-3-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(來台身份別).....	86
表 4-4-3-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月, 來台身份別).....	86
表 4-4-3-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(來台身份別).....	87
表 4-4-3-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選, 來台身份別).....	88
表 4-4-3-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(來台身份別).....	89
表 4-4-3-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(來台身份別).....	89
表 4-4-3-14 受訪者公視【節目品質】 - 公共價值評量(來台身份別).....	90
表 4-4-3-15 受訪者公視【節目娛樂性】 - 公共價值評量(來台身份別).....	90
表 4-4-3-16 受訪者公視【社會影響力】 - 公共價值評量(來台身份別).....	91
表 4-4-3-17 受訪者公視【公共服務】 - 公共價值評量(來台身份別).....	91
表 4-4-4-1 受訪者公視知曉率(來台年數別).....	92
表 4-4-4-2 受訪者公視收看頻率(近三個月, 來台年數別).....	92
表 4-4-4-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選, 來台年數別).....	93
表 4-4-4-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(來台年數別).....	94
表 4-4-4-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月, 來台年數別).....	94
表 4-4-4-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(來台年數別).....	95
表 4-4-4-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選, 來台年數別).....	95
表 4-4-4-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(來台年數別).....	96
表 4-4-4-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月, 來台年數別).....	96
表 4-4-4-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(來台年數別).....	97
表 4-4-4-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選, 來台年數別).....	98
表 4-4-4-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(來台年數別).....	99
表 4-4-4-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(來台年數別).....	99
表 4-4-4-14 受訪者公視【節目品質】 - 公共價值評量(來台年數別).....	100
表 4-4-4-15 受訪者公視【節目娛樂性】 - 公共價值評量(來台年數別).....	100
表 4-4-4-16 受訪者公視【社會影響力】 - 公共價值評量(來台年數別).....	101
表 4-4-4-17 受訪者公視【公共服務】 - 公共價值評量(來台年數別).....	101
表 4-4-5-1 公視收視行為與評價 - 分析小結	102
表 4-5-1-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(整體).....	108
表 4-5-1-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選, 整體).....	109
表 4-5-2-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(國籍別).....	110
表 4-5-2-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選, 國籍別).....	111
表 4-5-3-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(來台身份別).....	112
表 4-5-3-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選, 來台身份別).....	113
表 4-5-4-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(來台年數別).....	114
表 4-5-4-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選, 來台年數別).....	115
表 4-5-5-1 對公視未來之服務期待 - 分析小結	116

圖次

圖 4-4-1-1 公視媒體近用項況評價- 重要度、滿意度 (整體).....	68
---	----

第一章 研究背景與目的

第一節 研究背景

目前台灣有婚配新移民(不含中國港澳)、藍白領外籍工作者及學生族群等 100 多萬新移民，2018 年 4 月「東南亞語新聞」開播正是公廣集團反映社會多元聲音，提供多語節目滿足台灣新移民媒體近用權之需求。本次調查希望藉由瞭解台灣新移民對於傳統媒體與新媒體之近用與使用行為、對公廣集團平台的期望、對內容的想像，以及學者對節目與語言比率的想法及建議。期使公廣集團提升各平台影音服務品質，規劃滿足新移民的新型態節目內容，吸引更多新移民使用公廣集團的影音服務，進而擴大觸達率、提升節目品質滿意度與影響力、強化公共服務、落實公共價值。

第二節 研究目的

依據公廣集團公共價值評量體系之架構，本年度研究案進行以下調查及資料蒐集：

- 台灣新移民對於傳統媒體與新媒體之近用與使用行為之文獻檢閱。
- 國外相關研究之文獻檢閱。
- 瞭解新移民媒體使用，以及對公共電視之收視行為。
- 瞭解新移民對在台媒體近用權之認知現況。
- 瞭解新移民對公共電視節目內容的評價、期望，以及未來服務想像。
- 新移民語言文化研究、社會與傳播學者，對節目與語言比率的想法及建議。

透過上述研究調查執行，藉此將相關研究發現與建議，做為往後公廣集團提供新移民族群相關服務之參考依據，並達成擴大「觸達率」、提升「節目品質滿意度」與「影響力」及強化「公共服務」等四大研究目的。

第二章 文獻檢閱

第一節 台灣新移民之定義

內政部於 2007 年 10 月 1 日內授移字第 0960946753 號函，則重新將「子女出生時，其父或母一方為居住臺灣地區設有戶籍國民，另一方為非居住臺灣地區設有戶籍國民」之族群定義為「新移民族群」。(何國華、施素民，2017，引用自詹火生、陳芬苓，2014)

本研究將聚焦因婚姻、工作、求學來台居留或定居的越南、印尼、菲律賓或泰國民眾。而關於因婚姻、因工作來台者，其定義如下：

- 因婚姻來台新移民：因婚姻來台居留或定居之越印菲泰民眾。
- 因工作來台新移民：來台從事家庭看護工及家庭幫傭、機構看護工、製造工作、營造工作、遠洋漁撈工作及屠宰工作之越印菲泰民眾

第二節 新移民在台灣之變遷與現況

本文將新移民在台灣之變遷與現況，分別依照新移民、新移民第二代分別陳述之，文獻歸納如下：

壹、新移民

一、來台人數與身分別現況與變遷

依據李安禮 2017 年引述勞動部數據之趨勢分析研究，在 2009 至 2016 年間，短短的 7 年間外籍移工爆量增長了將近三十萬人，其中以產業性外籍移工成長最遽。若以來台身分別區分，該研究進一步指出，來自印尼、越南與菲律賓之外籍移工總人數皆呈上升趨勢，唯獨泰國來台移工人數逐年下降。其中，社福移工以印尼籍佔最多數，其比例達 60.67%；產業移工則以泰國籍佔最多數，其比例達 36.71%。(李安禮，2017) 本研究案中，將新移民之樣態區分為外籍配偶（因婚姻來台）、移工（因工作來台），以及留學生（因求學來台），而截至至今最新之人數統計如下：

- 婚姻：根據內政部移民署之公開資料，截至 2019 年 4 月底，全台灣的外裔、外籍配偶為 546,165 人，其中越南、印尼、菲律賓、泰國籍的外籍配偶共有 155,423 人(越南籍 106,567 人、印尼籍 30,121 人、菲律賓籍 9,770 人、泰國籍 8,965 人)。
- 工作：根據勞動部勞動統計查詢網之公開資料，截至 2019 年 4 月底，全體因工作來台的外國民眾共 706,060 人，其中越南、印尼、菲律賓與泰國等國民眾因工作來台人數為 706,058 人，可見越/印/菲/泰民眾為我國外籍移工主體(印尼籍有 270,890 人、越南籍有 221,479 人、菲律賓籍有 153,742 人，泰國籍有 59,947 人)。
- 求學：根據教育部統計資料，截至 2018 年 12 月，來台求學的外國民眾共 126,697 人，其中越/印/菲/泰之大專院校留學生人數共 29,723 人(其中越南籍有 12,983 人，印尼籍有 11,812 人，泰國籍有 3,236 人，菲律賓籍 1,692 人)。

二、文化適應面

(一) 於生活場域

盧亭榕 2017 年之研究發現，居住在花蓮縣且來台五年以上之越南、印尼、菲律賓、中國新移民，其自身母國的飲食文化傳遞在社會上受到認同，但在家庭中卻受到壓抑。

該研究進一步指出，提升新移民母語的工具性價值，有助於新移民進行母語的代間文化傳遞，而新移民的母文化傳遞在追趕台灣主流文化的過程中，亦逐漸同化於台灣主流社會，使其自身母國文化代間傳遞有漸趨邊緣化的危機，而受訪者文化位階認知的高低程度，亦影響著新移民傳遞母國文化的意願。盧亭榕認為，新移民透過充權可能有助於提升其社會地位、交換家中的權力地位及文化傳遞能動性，但是唯有破除家庭給予的內部限制才能真正賦予新移民自主權與文化傳遞的能動性。(盧亭榕，2017)

此外，謝涼 2018 年間，於台中豐原地區新移民之質化研究，亦指出新移民的在地適應，與地方社區之間的互動密切關聯。該研究指出，新移民女性嫁來台灣後需經歷語言、飲食、氣候等等的生活適應，並需經歷與夫家成員逐漸熟稔之適應過程，並且新移民女性亦為夫家經濟重要來源。而此身兼職業婦女與外籍配偶的雙重身份，外出工作使她們得以與社區互動，而社區民眾對新移民女性的印象亦是緊扣她們在勞動參與的表現。謝涼表示，新移民女性能感受在地社區對其的善意，但仍難免面對污名與歧視，且社區民眾對新移民女性的觀點仍難以跳脫問題面向的框架。(謝涼，2018)

從上述研究可得知，台灣新移民於生活場域的文化適應，難免會遭遇自身母國文化與台灣主流文化之間的適應衝突，而身兼家計的新移民女性，在其勞動參與過程中，在職場上所反映的形象、互動模式，將影響在地社區對新移民女性之觀感。然而，新移民家庭內部，以及在地社區的支持與否，是否給予足夠正面支持與觀感，將回過頭影響新移民對於台灣主流文化之適應程度。

(二) 於工作場域

潘秋香 2016 年之研究指出，越南移工來台工作主要因為改善家中經濟條件 65.3%，且因改善原生家庭經濟為其主要來台動機，因此，越南移工自陳喜歡加班之比例達 87.5%，由此可見越南移工過長工時的內在動機為何。而該研究進一步指出，越南移工與雇主、主管及同事的互動、仲介的關懷、工作報酬、公平對待與調適等因素，對外勞之適應有正向之影響。(潘秋香，2016)

此外，彭淳揚之研究則指出，休閒參與越多的外籍勞工，其工作滿意度亦越高。該研究並證實企業提供參與休閒活動管道後，對於外籍勞工對於未來繼續留任原公司的意願與對組織認同感、向心力與工作滿意度提升影響。(彭淳揚，2016)

由上述相關研究，可推論出台灣新移民於職場之適應、快樂與否，有賴台灣雇主有無提供新移民足夠之休閒活動管道，以及是否建構出良性正向、非歧視、關懷的工作環境，進而使新移民能夠更加融入工作場域，而不將自己視為局外人。

三、媒體呈現形象現況與變遷－以台灣報紙文本為例

(一) 2004-2006 年－台灣報紙文本分析

蔡臺鴻 2009 年研究指出，在蒐集 2004 年至 2006 年間，聯合報社會版之本國、外籍(東南亞籍)和大陸籍女性相關的新聞事件報導進行分析後，發現媒體在提供社會大眾認識外籍女性的同時，新聞媒體報導外籍女性的題材往往以社會問題、假結婚，真賣淫、賣淫、非法打工、婚姻仲介等加以呈現，這樣報導方式都直接或間接地影響到閱聽眾對於外籍女性的觀感，甚至形成負面的印象或者是偏見。蔡臺鴻表示，新聞媒體希望透過報導方式使我們了解外籍女性在台灣所遭遇到的問題，然而社會大眾卻將外籍女性視為問題的根源所在。(蔡臺鴻，2009)

朱涵(2007)針對 2006 年間，聯合報與自由時報之外籍配偶報導進行文本分析，該研究依據批判論述提出以下觀點，分別為外籍配偶之婚姻商品化、淪落為繁衍後代的生產工具、依附於台灣社經地位低落之丈夫、媒體預設外籍配偶對「我族」具備種族侵略性、父權體制下破碎家庭的始作俑者、媒體於犯罪新聞中刻意突顯外籍新娘形象、主流媒體仍以男性霸權、種族優越者自居。(朱涵，2007)

上述 2004-2006 年間，新移民於報紙文本中所展現之形象，研究皆不約而同指出，在新移民缺乏媒體近用權的前提之下，無法主動參與媒體、甚至為其負面標籤做平反辯駁，而具備敘事權力的主流媒體對其標籤化之展現，此現象顯然違背公正客觀的媒體倫理素養。

(二) 2007-2011 年 – 台灣報紙文本分析

陳春富(2015)蒐集 2007 至 2011 年《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》及《蘋果日報》相關報導，隨機抽樣 466 則新聞進行內容分析，研究指出，跨國移住者新聞多半出現在地方新聞版面，且以 600 字以內的篇幅為主。此外，新聞媒體在描述跨國移住者的群體特徵時，著重內在元素而非外在特質，亦即通常偏向以「情感道德」與「素質技能」等內在元素為主，而非「稱謂用語」或「外貌特徵」等外在特質的強調，此種報導方式對於提升跨國移住者形象具有正面意義。(陳春富，2015)

而孔柏淳 2013 年之研究亦提出類似觀點，該研究蒐集 2011 年間，四大報(中國時報、自由時報、聯合報、蘋果日報)共 669 則關於新移民之新聞，並將其文本露出進行內容分析歸類。研究發現，四大報對於新移民之報導態度，態度較過去正面，但其正面態度多半來自政府官員之表述但去除政府官員的消息來源後，可發現負面報導比例大幅上升，此外，來自民間消息來源之報導，其為負面消息之比例則相對較高，由此可看出一般基層民眾對於新移民之認知形象多為負面。(孔柏淳，2013)

上述 2007-2011 年間，新移民於報紙文本中所展現之形象，可窺知相較 2004-2006 年間，其媒體敘事形象已漸趨正面，然多數正面形象報導仍集中在政府官員政令宣導之政治正確層面。但即便民間對於新移民形象的文本描述相對較負面，由政府機構層級所建構之正面敘事形象，仍是促使我國各階層對新移民認知重新建構，進而上行下效之重要力量。

貳、新移民第二代

除新移民本身來台後的適應之外，於台灣土生土長的新移民第二代，其文化與社會適應等議題，亦為當今研究台灣少數族群之重要議題。

一、文化適應面

黃淑芬 2019 年針對新二代求職網絡的研究指出，新移民第二代在求職時揭露個人的背景身份主要有四種情形，分別為：不會主動揭露、面試時的自我介紹直接提及、與熟識的人聊天時提及、被詢問才會特別提出說明。受訪者大多數沒有被歧視的情況，但曾親睹身為新移民的家人遭受過不友善的言論。受訪新二代自陳，在求職情況時，並無因自身擁有雙重身份背景而與其他求職者有所不同，且新二代大多數具有跨國就業意願。而求職遇到問題時，較常依賴「非親屬網絡」，而不是「親屬網絡」。(黃淑芬，2019)

從上述研究可得知，對於新二代而言，在求職的情境之下，其自認為具備雙重身分並無與其他本國求職者有所不同，亦即新二代並無因雙重身份而自認有優勢或劣勢。值得注意的是，新二代在求職的過程中，大多不會遭到面試者歧視或刁難，反倒是多數新二代皆不約而同指出，其成長的歷程中，目睹新移民家人遭他人不友善對待的情境相當普遍，在在顯示出新移民在台灣之標籤化及弱勢。

二、媒體呈現形象現況

張敏華（2005）蒐集 1994 年至 2004 年，我國關於外籍配偶子女之相關報導，其研究指出，外籍配偶子女在媒體主要呈現七個特定框架為：「學習表現」、「家庭背景」、「社會福利」、「生活適應」、「社會問題」、「身心發展」、「身分差異」，並且外籍配偶子女在媒體所呈現之形象，是較新移民更為正面。然而，上述七個敘事框架，其真正意涵為：「學習落後」、「非我族類」、「發展遲緩」、「福利救濟」、「家境堪憐」、「問題來源」、「同化導向」，因此，「新台灣之子」一詞表面上看來似乎是一種美名，實則是一個負面意涵多於正面意涵的標籤。而這此一污名化的過程則主要是透過媒體誇大的引用數據或標籤化的框架機制形塑而成。（張敏華，2005）

第三節 媒體近用權與台灣新移民媒體近用之現況

關於媒體近用權與台灣新移民媒體近用之現況，本文先簡明定義媒體近用權之後，隨後概述台灣新移民在本國媒體、以及新移民自有媒體之媒體近用現況，以下分別陳述之：

壹、媒體近用權

依據我國新聞局官方之定義，所謂媒體近用權，意指是依據公平的原則，讓每一個人與多元的社會團體，有機會在報紙、電視、廣播上發表自己對於公共議題的想法。（新聞局，2010；轉引自溫佳琦）

而根據學者吳翠珍、陳世敏（2007）之見解，「接近使用媒體權」是人們最基本的媒體公民權之一。其概念為「公民接近、使用媒體所提供之篇幅版面、播出時段，針對公共議題提出個人或團體意見之意見」；理論上，媒體組織有義務提供充分時段與版面給公民使用，其原因為公眾近用媒體，並可發揮改善資訊偏頗或錯誤之現象，共同創造多元順暢的大眾傳播空間。簡言之，公眾近用媒體之努力方向應包含以下兩個部分：

1. 要求媒體提供充分的空間與時段，讓公民團體對特定公共議題之意見得以詳實、正確呈現之。
2. 公民團體學習善用「近用媒體權」，將自己所要表達的想法，有系統地規劃並表達之。

至於「媒體近用權」之於「台灣新移民」，由於台灣新移民為真實居住在台灣本土之群體，而新移民亦包含移工、外籍配偶、留學生等型態，而所謂媒體近用權，若其核心精神為「讓每一個人與多元的社會團體，有機會在報紙、電視、廣播上發表自己對於公共議題的想法」，理當應將新移民之權益納入之，而非僅侷限於具備我國國籍之新移民。

蕭新煌（2005）研究指出，族群傳播的功能，既要服務特定族群，又要溝通不同族群，且建構族群多元理念，和藉此提升為一國公民權的目標；公民需要透過傳播行為獲得或展現各種文化認同，並且在此過程中進一步相互交流，所以文化與傳播兩者關係密切，為保障文化權則不可不重視傳播權（徐揮彥，2009）。因此，「媒體近用權」之於「台灣新移民」，即為我國在族群傳播與人權之重要課題。

貳、台灣新移民媒體近用現況

一、本國媒體產出

在台灣新移民媒體近用現況部分，針對本國媒體產出，以下分別以報紙、廣播、影視節目、紀錄片等案例分別陳述之：

（一）報紙－以四方報為例

2006年9月，由台灣獨立媒體工作者張正所創辦之越南文《四方報》正式創刊，而直至今日，《四方報》已成為在臺灣新移民最主要瀏覽之報紙型月刊，然而在2016年間，《四方報》為因應轉型為社會企業及改變報紙形態等目的，目前僅提供越南文、印尼文兩個版本的月刊型雜誌。

《四方報》是台灣目前成立最早的社會企業，目前為華文地區最大的移民媒體。根據汪倩如（2010）之研究指出，越南文《四方報》以「弱勢發聲」為宗旨，提供在台越南移工／民以母語閱讀、書寫的刊物。試刊發行至今，《四方報》對越南移工／民讀者來說，《四方報》不僅是刊有母國文字的報紙，更是他們情感匯聚、交流資訊的溝通平台。（紀婉婷，2016；汪倩如，2010）

汪倩如進一步指出，《四方報》不但提供越南新移民讀者母語使用、原生文化的安慰，與同鄉間的共鳴等多層次的情感依賴，也因編輯部提供讀者相關權益資訊、喚醒讀者權益意識等積極地動作，使讀者有了解決問題、爭取權益的憑藉，不但間接改善其勞動環境，也透露出媒體賦權（empowerment）的可能。此外，透過個案議題的討論也發現，即便讀者對《四方報》有深厚的情感依賴，但對編輯部積極倡導的議題訊息，讀者仍是依恃自身原有的符碼系統解碼或以既有的框架過濾、篩選訊息。（汪倩如，2010）

（二）廣播

依據新北市勞工局 2019 年公布之公開資訊可知，目前我國自製之越南語、印尼語、泰語廣播節目數總計為 8 個，其中越南語節目 3 個、印尼語節目 2 個、泰語節目 2 個，各語系節目之播放時段與調頻整理如下（新北勞動雲，2019）：

表 2-3-1 台灣新移民廣播節目表

	節目名稱	電台	頻率	播放時間
越南語 廣播節目	客自越南來	寶島客家廣播電台	FM 93.7	首播每週日 17:00 至 18:00
		關懷廣播電台	FM 91.1	重播每週日 21:00 至 22:00
	越南朋友在台灣	中央廣播電台	AM 1422	首播每週六 19:00 至 20:00
	越南溫馨味	台北一台	AM 1323	首播每週日 13:00 至 14:00
		新竹電台	AM 1206	首播每週日 13:00 至 14:00
		台北二台	AM 1188	重播每週日 18:00 至 19:00
		大溪台	AM 621	重播每週日 20:00 至 21:00
關西台	AM 1062	重播每週日 20:00 至 21:00		
印尼語 廣播節目	開心假期雅加達	台北一台	AM 1323	首播每週日 17:00 至 18:00
		新竹電台	AM 1206	首播每週日 17:00 至 18:00
		大溪台	AM 621	首播每週日 17:00 至 18:00
		關西台	AM 1062	重播每週日 19:00 至 20:00
	印尼人在台灣	高雄廣播電台	FM94.3、AM1089	重播每週日 19:00 至 20:00
		中央廣播電台	AM 1422	首播每週四 20:00 至 21:00
	心心相印	中央廣播電台	AM 1422	重播每週五 11:00 至 12:00
		寶島客家廣播電台	FM93.7	首播每週日 14:00 至 15:00
泰語 廣播節目	你好，沙哇迪咖	建國廣播電台	桃園 AM1422 新竹 AM954 臺南 AM801	重播每週日 16:00 至 17:00
		中央廣播電台	AM 1422	首播每週五 22:00 至 23:00
	湄南河畔	台北一台	AM 1323	首播每週日 7:00 至 8:00
		新竹電台	AM 1206	首播每週日 7:00 至 8:00
大溪台	AM 621	首播每週日 7:00 至 8:00		

資料來源：新北市勞動雲

除上述新移民廣播節目露出之外，根據郭佳旻（2014）針對 5 位越南新移民廣播產業從業人員，以及 3 位本國籍媒體從業人員之研究指出，新移民在媒體內容產製中的主導性隨著議題相關性和參與時間而有所不同；然而，不論是能夠深度參與內容製作的新移民媒體從業人員，或是偶爾擔任節目來賓的新移民閱聽眾，在媒體參與過程中皆獲得一定程度的自信與成長。此外，在宣傳方面，新移民媒體人的個人名聲及魅力也成為節目宣傳的優勢之一，同時搭配實體與網路的不同宣傳管道，以期達到最大效益。然而，臺灣當前的新移民媒體內容多是由公部門的經費挹注以維持運作，往後新移民媒體節目如何在缺乏經費來源時自立存續，是相關有志媒體先進必須面對並思考的重要議題。（郭佳旻，2014）

（三）影視節目 - 以公廣集團為例

自 2005 年華視首創新移民跨國社群之電視節目，截至 2018 年公廣集團率全電視台之冠，率先針對新移民權益推出東南亞語新聞，公廣集團始終對於新移民之權益維護不遺餘力，以下分別就華視戲劇與公廣集團新移民之案例分別陳述之：

1. 華視《台灣媳婦》之案例

依據王俐容等人之研究（2008），華視《台灣媳婦》共製作 165 集，該節目於 2005 年江霞擔任華視總經理任內時製作，也被視為台灣第一個針對「跨國社群」製作之電視節目。然而，雖然華視官方宣稱《台灣媳婦》應具有溝通、學習、理解、同化與社會整合等不同的文化目標，但其文本內容分析結果顯示，節目仍著重在文化同化的意圖上，希望外籍配偶儘快適應台灣社會，接受台灣語言、文化、食物與習俗，具高度「文化同化論」色彩，並伴隨強烈的台灣我族中心主義與民族優越感，使許多外籍配偶在觀賞文本時，感覺到被壓抑、歧視與不平等，產生了反抗式解讀，部分並衍生為社會反抗情緒，此結果與該節目宣稱的社會溝通、理解、整合等目標，產生了直接的衝突。

此外，節目文本經常流露民族優越心態，暗示東南亞國家之落後及與台灣的差異，對外籍配偶的感情與文化認同造成傷害與不利影響，加速其在台灣社會的「他者化」。因此，即使《台灣媳婦》一直強調著「多元文化的展示」，實際上卻無法達到多元文化主義維護多元認同的核心價值與目標。（王俐容, 王維菁, 朱淑娟，2008）

2. 公廣集團新移民新聞之案例

本文透過瀏覽華視官方網頁，發現華視官網截至資料查詢當日，可於該台官網瀏覽 2015 年至 2017 年間之越南語、印尼語、泰國語新聞，每則新聞長度約為 5 分鐘至 10 分鐘不等，新聞內容除報導台灣當地重大事件之外，亦以該國母語，向新移民閱聽眾傳遞即時生活訊息，如氣象或演習訊息等。

而公廣集團亦於 2018 年 4 月起，為捍衛東南亞新移民之媒體近用權，於平日週一至週五上午時段，分別製播 3 節「東南亞語新聞」節目，每節新聞長度約五分鐘，提供越南語、印尼、泰國語的新聞訊息給台灣新移民，並成為第一個提供東南亞 3 語新聞服務的電視台。除公視之外，同集團旗下之華視教育體育文化台，亦為於平日週一至週五中午時段，輪播越南語、印尼、泰國語新聞。而上述公廣集團之新移民新聞製播，亦為我國捍衛新移民媒體近用權之一大里程碑。

（四）紀錄片

除上述電視台之影視節目之外，紀錄片亦為台灣新移民展演自身形象另一重要媒介，學者陳春富（2017）以「移民」、「移工」、「新移民」、「新移民」、「外籍配偶」、「外籍勞工」、「外籍新娘」、「跨國遷徙」等關鍵字為據，搜尋 1997 年至 2013 年，取得「跨國移住者」相關之本地紀錄片共 40 部進行分析。其研究指出，相對於長期以來大眾媒體對於跨國移住者的邊緣化、污名化或是刻板印象化，具有紀實報導與人文關懷特性的紀錄片創作往往提供另一處「看見」及「認識」跨國移住者的重要場域。其中，以跨國移住者為主題所拍攝的紀錄片也在近年來陸續出現，成為了解台灣多元文化與社會變遷一項值得深入觀察的重要議題。

陳春富進一步提到，不同於大眾媒體對跨國移住者所塑造的邊緣及刻板形象，在紀錄片的產製場域中，並不刻意將跨國移住者視為「他者」，多數影片強調以同理心去看待各類跨國移住者的處境，也不時點出各類移住者在台灣認同意識覺醒及自我培力的過程。透過影像的記錄及故事的敘說，紀錄片得以提供社會大眾不同的跨國移居者印象；跨國移住者不再只是主流媒體中「不是『可憐』，就是『可惡』」的外籍勞動階級或是 3D 工作者，而是具有多元文化經驗與歷史背景，並且與移入國當地公民具有同等地位的社會主體。（陳春富，2017）

二、新移民自有媒體產出

關於新移民在台自有媒體之內容產出，本文以越南語、印尼語在台媒體為例，並分別以越南 NCTV，以及印尼 GFTV、INTAI 雜誌做為案例陳述之：

(一) 越南新移民自有媒體－以 NCTV 為例

在 2018 年 7 月，由台灣越藝協會之 25 位來自東南亞新移民菁英促成之下，正式成立專屬於越南籍新移民之自有媒體 NCTV (New Citizens TV)，台灣新移民媒體 NCTV 未來將透過公共事務論壇、教育文化交流、產業經濟服務、時尚潮流以及推動觀光發展等五個面向，為台灣的越裔新移民創造一個屬於自己母語的收視環境。而 NCTV 由於組成者國籍身分限制，使其在創立之過程中遭遇不少法令面之阻礙，台灣越裔協會總會長陳鳳鳳老師表示，在克服相關法令限制後，期盼 NCTV 能實現新移民成功創業之理想，進而造就新移民創業環境的社會理想。

目前 NCTV 之營運形式，主要以 YouTube 為營運平台，並透過上傳自製越語節目，如《姐說台灣》、《越藝之星》、《新移民趴趴 GO》、《越說越好 每日一句》等不同類型之節目，藉此增加越南籍台灣新移民之媒體近用權，亦提供台灣觀眾另一認識新移民文化之媒體管道。截至本文資料檢索當日，NCTV 台灣新移民媒體之 YouTube 頻道訂閱數已達 1 萬 1 千人。

(二) 印尼新移民自有媒體－以 GFTV、INTAI 雜誌為例

1. GFTV 案例

依據 GFTV (GARUDA FORMOSA TV) 之官方網站介紹，GFTV 是一個在台全印尼語節目播放的網路電視頻道，於 2015 年 3 月 1 日開播，並分別支援 YouTube、Facebook、行動裝置 (含 Android、IOS) 等平台收視，其主要成立的宗旨是服務在台灣工作的印尼人，而該電視台成立至今，亦獲得印尼台北經濟貿易代表處之合作與肯定。目前 GFTV 的主要節目大致上分為新聞節目、回教節目、中文教學節目、音樂節目、在台灣印尼人活動轉播節目，並藉此達到在台印尼新移民之媒體近用權。截至本文資料檢索當日，雖 GFTV 之 YouTube 頻道訂閱數僅 2245 人，但該電視台之 Facebook 粉絲專頁已超過 4 萬人按讚，其對於印尼籍新移民之影響擴散力可見一斑。

2. INTAI 雜誌

2006 年創刊之 INTAI 雜誌，為台灣首本印尼文雜誌，其創辦人兼雜誌社社長譚雲福 (Tony Thamsir)，亦同時身兼台灣印尼新移民意見領袖，以及資深媒體工作者。而 INTAI 雜誌之發行，亦使得印尼新移民得以取得與其生活消費各面向相關資訊，同時這些雜誌的內容也反映出目前在台印尼人的最新觀點、想法與動態，藉此達到在台印尼新移民之媒體近用權。

第四節 新移民在台灣的媒體使用行為

壹、弱勢族群媒體使用相關理論

依據 Georgiou, M. (2007) 之見解，弱勢族群在主流媒體沒有獲得維持認同的素材，也沒有機會在主流媒體中製作媒介內容或組織決策，因此轉向另類媒介 (alternative media) 或族群媒體界 (ethnic media) 尋找認同基礎。於是移民、移工成為主動閱聽人，透過主動塑造媒介使用環境與媒介消費、達到在主流國家維持認同以及協商之需求。

而我國學者邱琹雯，則將移民劃分這三種社群的族群媒體：移民媒體、族群少數者媒體、越境者 (ekyousya) 媒體。所謂的越境者是指在全球化、各式各樣超越過境邊界的移動者共存的現象。而因各類越境者的動機與目的各有不同，以此不同的越境者會在不同的條件之下發展出不同形式的越境者媒體 (邱琹雯, 2003)。

由於移工屬於進出頻繁的移動者，因此對特定時空的歸屬感較為薄弱，所以他們與計畫定居的移民或是以特定族群為訴求的社群不同，對於自己在主流國家的政治位置不太感到焦慮，而且對待國內以政治訴求為主的議題似乎也較不關心，基本上採取一種局外人的態度 (邱琹雯, 2003)。

貳、新移民實際媒體使用行為

在 2009 年曾惟農的田野調查中，該研究針對外籍移工之媒體使用行為歸納出以下重點：移工主要使用廣播與平面刊物滿足獲取資訊的需求；除部分媒介產製者特意以多語的形式呈現，這些媒介大多全部使用母語，而且使用者區隔的狀況十分明顯；移工主動參與產製媒介內容的程度有限，多為台灣社經地位較佳的人士主導，包括知識分子、華僑、婚姻移民，電視媒介與網路媒介是移工最少使用的媒介；手機是移工滿足各種資訊需求之最有潛力的管道；限制移工傳播權的主要因素為雇主管理政策以及語言能力。(曾惟農, 2009)。

而近三年來針對新移民之媒體使用行為研究，由於近年來網路與行動載具之發達，不分本國籍民眾或是新移民，皆已人手一支智慧型手機，並隨時隨地透過行動載具自由收看影音節目。

阮氏海燕 2017 年之研究指出，手機是移工使用社群媒體的主要工具。社群媒體具有維持與聯絡人際關係以及尋求資訊的功能，在台灣工作與生活中是不可或缺的媒介管道。社群媒體對移工跨文化適應過程扮演非常重要的角色，一方面，維持原文化人際關係，在主流文化尋找同文化背景的人發展新關係，另一方面，通過社群媒體去尋求適應主流文化工作與生活的母語資訊、尋找工作機會、工作與生活疑慮解答、情緒發洩與休閒娛樂。社群媒體成為移

工在網路時代的族群媒體，加強移工對原文化認同並有助於心理適應，但無法促進移工促進對主流文化的認識、互動與溝通，因而未達到社會適應效果。(阮氏海燕，2017)。

此外，張清翔 2018 年之研究則指出，外籍勞工對參與休閒活動之需求，以「社交型需求」、「玩樂型需求」需求最高、「運動型需求」次之、「知識型需求」、「觀賞消遣型需求」最低。外籍勞工自身對於手機的需求程度高，因自身長時間在工作上，且於陌生環境中，能與家鄉聯絡的方式有限，近而造成其對上網之需求提高；而透過手機上網、看影片等玩樂型需求，因相較無時間或場地之限制，較符合外籍勞工所重視之「即時」效益，近而使其使用手機之需求也相對較高。(張清翔，2018)。

依據何國華、施素明 (2017) 之研究，該研究訪談印尼在台 GFTV (GARUDA FORMOSA TV) 之董事長與總經理，該電視台董事長指出：「印尼移工 80%是看護工，雇主收視主要是閩南語和華語節目，仲介引進前會在印尼幫傭學校學習基礎華語，雖然華語初通，但要從現有電視節目獲得資訊有實際困難，因為在臺灣印尼人資訊取得的使用習慣是以手機為主」。

此外，該電視台總經理亦針對新移民之媒體使用行為提出深刻見解，其指出：「印尼移工當中以家庭照護佔最大多數，工廠仍屬少數，家庭照護移工的收視習慣都是片段的，是跟著雇主看，她不可能有自己的自由收視時間，利用手機長時間收視是很累人的，所以 GFTV 已經掌握到他們的收視習慣，我們的節目內容都是很短的，節目長度不會超過半小時，沒有很長的連續性，除假日、節目和活動轉播會比較長，新聞節目長度是 15 分鐘左右，也有每天播出 5 分鐘新聞，另外就是一週一次的 30 分鐘新聞。移工看 5 分鐘、10 分鐘就會停下來，他們不會連續收看 1 小時的，收看都是零碎化，很少長時間觀看。」(何國華、施素明，2017)。

參、公共電視 - 東南亞新移民的電視媒體與影音內容使用行為調查報告

本次研究案文獻蒐集階段發現，關於我國東南亞新移民之媒體使用相關研究，多以質化訪談，或是小規模之量化問卷調查為主，較少大規模量化調查執行之。而公視基金會於 2017 年間執行之「東南亞新移民的電視媒體與影音內容使用行為」調查，則彌補上述大型量化調查之不足。何國華、施素明 (2017) 之研究，在量化調查部分，乃針對東南亞籍新移民族群為調查對象 (不包括移工)，調查範圍包括臺灣本島和離島澎湖地區，有效樣本為 1173 份。質化調查部分，則於台灣北部、中部、南部、東部、離島地區各舉辦一場新移民族群焦點座談會；並深度訪問 14 位新移民受訪者。該研究針對東南亞新移民之媒體使用行為發現整理如下：

表 2-4-1 公共電視 - 東南亞新移民的電視媒體與影音內容使用行為調查發現摘要

<p>量化調查發現</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 電視收視比例最高，未看公視人數占 36.91% 2. 經常收看節目類型前三項：新聞、連續劇、綜藝節目 3. 54.13%提出母語節目需求，前二項節目為新聞和工作技能 4. 收看母語節目頻率，「每日收看」42.11%比例最高 5. 最希望收看的節目時段，以晚上的 68.54%占多數 6. 客廳收視占 66.58%人數最多，家人一同收視 63.85%占最多 7. 電視節目「很能夠滿足」需求占 28.13%，有助融入臺灣社會占 38.45% 8. 認為電視節目呈現的正面或負面形象，「差不多」的 33.50%比例最高 9. 電視媒體是否予新移民族群應有重視，「還好」的 29.33%比例最高 10. 電視節目有助家人認識原生國家，「很有幫助」的 33.67%比例最高
<p>質化調查發現</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 印傭和移工廣告，造成醜化東南亞社群的刻板印象 2. 社會觀感上東南亞裔(籍)新移民族群不如歐、美、日、韓新移民族群高貴 3. 部分夫家親人對新移民族群存在敵意，奉獻卻未贏得感激 4. 母親未獲尊重，以致下一代不認同媽媽的語言和文化 5. 母親教導母語態度消極，新二代族群也擔心遭到歧視 6. 面對優勢和弱勢語言，新二代族群缺乏學習母語動機
<p>研究建議</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加東南亞新聞 電視臺可逐步增加東南亞雙語新聞和東南亞各國新聞比例。 2. 開辦影音課程 政府可以開辦影音節目製作課程，培訓新移民族群和新二代族群人才。 3. 鼓勵製作東南亞戲劇 政府可以透過獎勵機制和抵稅辦法，鼓勵電視臺製作東南亞戲劇節目。 4. 製作語言教學節目 延續新移民族群華語學習，電視臺可以製作生活化的語言教學節目。 5. 透過節目建立平臺 以新移民族群節目做為平臺，讓更多人同理多元族群。 6. 製作新移民族群兒童節目 兒童節目可以增加新移民族群元素，創造學習認同。 7. 製作兒童手機遊戲 製作節目手機遊戲，提供兒少多元學習機會。 8. 建立移民/移工認同 透過多元節目，服務新移民族群，也能同理移工社群。 9. 評估成立新移民族群頻道可能性 基於族群公平正義原則，提供新移民族群發聲場域。

然而，雖公視基金會針對東南亞新移民進行詳盡媒體使用調查，但該研究之研究對象並未包含移工及留學生，且關於新移民之新媒體之使用亦較無深度探究，此部分亦是本次研究案所欲精進之處。

第五節 國外對該國境內移民之媒體政策

壹、媒體接觸與新移民適應移民地文化

Reis(2010)針對 121 位美國加州巴西移民進行問卷調查，結果發現巴西移民的英語流利程度對適應美國生活具顯著正相關，而且接觸美國大眾媒體的頻率對適應美國生活亦有顯著正相關。Reis(2010)的研究雖無法釐清因果關係，但可能說明新移民對新居住地的語言越熟悉，越有利接觸當地大眾媒體，或者反過來看接觸當地大眾媒體也有助新移民學習語言，上述兩種情況均有助新移民學習新居住地語言，並透過新居住地的媒體獲得資訊，最終幫助新移民適應當地文化。

Croucher(2011)回顧文化適應相關研究(cultural adaptation)並指出新移民適應新文化是困難的，新移民在適應過程中會感到壓力、憂鬱、孤單與其他負面情緒，而且相關研究亦發現網路對適應新文化相當重要。Lingel(2011)的質性研究(深度訪談)發現新移民多依賴既有的同鄉朋友和網路資源取得環境周遭的資訊。新移民使用的網路資源多為 Google 搜尋引擎、Google Map(圖資服務)與 Google Translate(翻譯服務)等，也會使用原鄉的網路資源。Croucher(2011)亦指出隨著網路越來越普及，新移民越來越仰賴網路獲得資訊和社會支持(social support)。社群網站對新移民特別重要，這些網站除了可以滿足社交需求，紓解文化適應過程的壓力，也是新移民瞭解文化環境(cultural milieu)的管道之一。

貳、新移民媒體策略須注意之處

2009 年西班牙公廣媒體 Radio Televisión Española(RTVE)受歐盟贊助推出 Babel 節目，此節目的目標受眾包含西班牙既有民眾與新移民，旨在以「揭露新移民生活的方式」藉由強化西班牙既有民眾與新移民的互相瞭解，進而達到和諧共存的目的。此節目的推出立意良善，但 Guillem(2013)指出節目內容呈現的新移民形象較為偏頗，可能反而造成負面影響。Guillem(2013)分析 Babel 在 2009 年 10 月到 2011 年 5 月播出的 232 集節目後指出 Babel 節目強調新移民的原生文化使得西班牙文化更加多元，而且新移民對西班牙經濟多有貢獻：例如具有專業技能的新移民(如學者、藝術家、工匠等)，西班牙需要這些專業移民來強化經濟、文化實力，但另一群較不具專業技能的新移民從事 3D 工作(Dirty、Dangerous 與 Demanding)為不受歡迎的工作補足缺口，而且就算受到非法對待仍容忍堅持爭取在西班牙生存的空間。這些片面的形象除了過度強調新移民對西班牙的經濟貢獻，而且可能促使西班牙民眾將從事 3D 工作的新移民視為廉價勞工，而且合理化他們遭受的非法對待。

參、荷蘭、加拿大與南非皆立法保障少數族群媒體權

Koopmans(2010)指出荷蘭立法為國內少數族群保留公共廣播與電視媒體 20%的播送時間服務少數族群，例如提供以少數族群語言製播的節目。Obijiofor(2011)亦指出加拿大在 1991 年，南非在 1999 年立法要求公廣媒體的節目須顧及國內少數族群對母語節目的需求。

Horsti 與 Hulten 的研究(2011)指出歐洲廣播聯盟要求聯盟成員為少數族群服務。以芬蘭與瑞典的公廣媒體照顧國內少數族群的方式不同。芬蘭 YLE(公廣媒體)明確地為不同少數族群(身心障礙者、既有少數族群、新移民)制定不同的媒體策略，他們針對新移民制定的媒體策略讓新移民出現在娛樂節目與兒童節目中，讓新移民感到融入芬蘭。瑞典 SVT(公廣媒體)更是將少數族群融入公廣媒體的工作人員與節目。他們認為將少數族群融入節目不僅可以顧及少數族群而且可以藉吸引少數族群收視來增加商業利益。

肆、南韓「移住者世界電視」之發展歷程

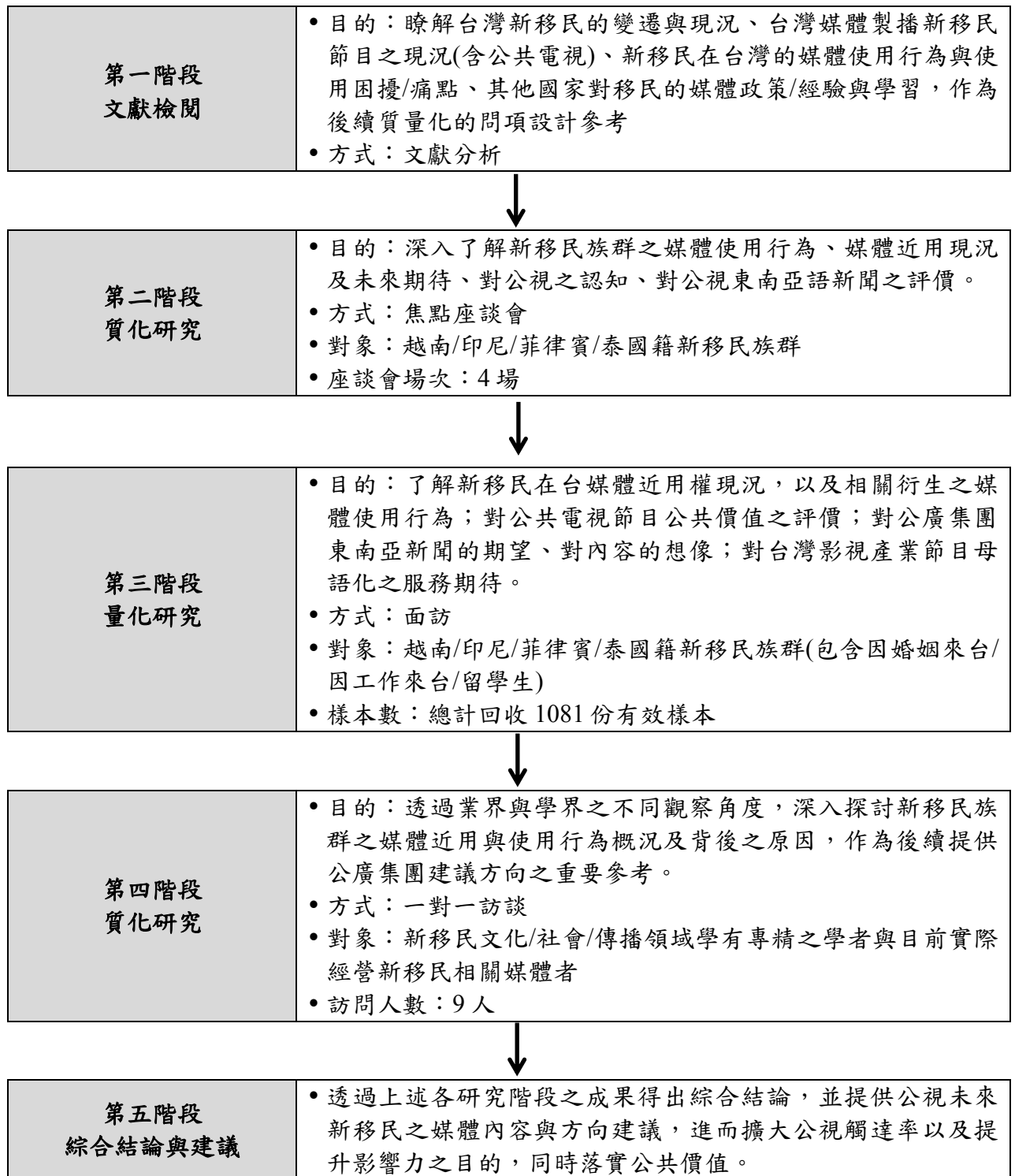
陳春富 2017 年，針對南韓「移住者世界電視」之研究指出，過去十年中，「移住者世界電視」作為連結移住社群與南韓市民社會的橋樑，開拓出以跨國移住者為行動主體的媒體參與及社會實踐途徑。藉由草根移住者媒體的培力，不同背景的跨國移住者取得發聲管道，並在相互串連中凝聚改革動能，主動介入及參與南韓社會的轉型過程。

「移住者世界電視」的成立，是由來自不同國家、具有多元文化背景的跨國移工與政治難民主動地介入南韓社會的公共場域，藉著與民間改革力量的相互串連、合作，取得專屬媒體作為族群發聲的管道。在過去十年間，「移住者世界電視」在不同階段中，藉由原生媒體內容的產製、傳布以及集體性的社會行動，突破非法定公民身分的界線，積極地參與了南韓多元文化社會的轉型過程，扮演南韓境內各類移住族群與社會大眾得以認識差異、持續交流的橋樑。(陳春富，2017)

第三章 研究方法與執行概要

第一節 研究方法

根據研究目的，本專案分為五階段進行，研究架構如下：



第二節 質化研究執行概要－新移民焦點座談會

為秉持質量並重之多元研究方式，在檢閱完相關文獻後，本研究以質化訪談為出發，透過深度的訪談與近距離之觀察方式蒐集資料，以作為後續研究階段之驗證，研究方法說明如下：

壹、研究目的

深入了解新移民族群之媒體使用行為、媒體近用現況及未來期待、對公視之認知、對公視東南亞語新聞之評價。並期待透過本階段之質化調查發現，做為後續專家學者一對一深度訪談之討論主軸與佐證依據。

貳、研究方式

採焦點團體座談會方式，藉由座談會中參與者共同討論與經驗分享，藉此挖掘與會者媒體使用與媒體近用各面向之經驗與心得，從中找出未來其他相關服務推動之參考方向。關於相關執行細節，如下表所示：

表 3-2-1 第二階段質化調查方法及內容(新移民焦點座談會)

項目	說明
研究方式	焦點座談會，每場次約訪談 1.5~2 小時
研究對象	<ul style="list-style-type: none"> 越南、印尼、菲律賓、泰國四國 18 歲以上之新移民 且有一定的華語溝通能力
訪問場次/ 訪談人數	<ul style="list-style-type: none"> 於台北執行 2 場次，台中、高雄，各執行 1 場次，總計執行 4 場次 除高雄場次 7 人受訪之外，其餘 3 場次皆訪問 8 人，總計訪談 31 人
樣本分配	<ul style="list-style-type: none"> 每場次皆包含不同國籍之新移民 每場次皆包含外籍移工與外籍配偶（留學生不受此限規定） 每場次皆包含不同台灣居留時間者
招募方式	透過介紹與滾雪球方式募集
主要 研究內容	<ul style="list-style-type: none"> 在台灣較常使用的傳統媒體或新媒體(電視/網路/廣播/雜誌/網路...) 比較常看/聽的內容與原因 觀看台灣節目的困難點 在台灣是否看/聽過講自己語言的節目 是否希望台灣有講自己語言的節目 在台灣是否曾透過媒體發聲 是否希望台灣有能讓自己與同胞發聲的平台 是否看過公視節目與原因 對公視節目的印象與評價 對公視東南亞新聞的評價與建議 對公視節目的期待與建議

參、訪問場次/人數/對象

受訪對象為越南、印尼、菲律賓、泰國四個國家之新移民進行座談會，就其媒體近用、使用行為、未來期待等面向進行深入的討論。各場次與會對象皆包含不同國籍者，且同時包含一定比例之外籍移工與外籍配偶（留學生因樣本數過少，不在此限制中），同時中文溝通（聽/說）無礙者。此外，為了解在臺灣時間長短對於媒體近用之感受差異，各場次受訪者在台居留時間之長短，亦做適當之分配。

關於本階段執行之焦點座談會，總計共執行 4 場次（台北市 2 場，台中市、高雄市各 1 場），累計受訪人數為 31 人，每場次 7~8 人，訪談時間約 1.5~2 小時。各場次執行日期以及與會者名單分別如下：

表 3-2-2 第二階段新移民焦點座談會－執行日期暨與會者名單

1. 2019/10/26 (六) 台北場次 (G1)							
	姓名	性別	年齡	國籍	來台身份	來台年數	是否看過公視
1	陳○珍	女	27	泰國	留學生	6 年	知道且看過
2	李○娜	女	60	菲律賓	因工作來台	15 年	知道且看過
3	范○蓮	女	25	越南	因工作來台	4 年	知道且看過
4	武○步	男	30	越南	因工作來台	4 年	知道且看過
5	廖○莉	女	38	印尼	因婚姻來台	4 年	知道且看過
6	伍○增	女	43	印尼	因婚姻來台	15 年	知道且看過
7	陳○思	女	32	印尼	因工作來台	10 年	知道但沒看過
8	劉○雲	女	46	泰國	因婚姻來台	17 年	知道但沒看過
2. 2019/10/26 (六) 台北場次 (G2)							
	姓名	性別	年齡	國籍	來台身份	來台年數	是否看過公視
1	范○萊	女	45	越南	因工作來台	8 年	知道且看過
2	范○強	男	23	越南	留學生	3 年	知道且看過
3	簡○琳	女	39	印尼	因工作來台	20 年	知道且看過
4	S.L	女	42	印尼	因工作來台	4 年	知道且看過
5	廖○芝	女	35	泰國	因婚姻來台	5 年	知道且看過
6	馬○婷	女	33	泰國	因工作來台	11 年	知道且看過
7	何○松	男	48	泰國	因工作來台	20 年	知道且看過
8	黎○茸	女	21	越南	留學生	1 年	知道但沒看過
3. 2019/10/20 (日) 台中場次 (G3)							
	姓名	性別	年齡	國籍	來台身份	來台年數	是否看過公視
1	阮○萊	女	39	越南	因婚姻來台	19 年	知道且看過
2	阮○和	女	31	越南	因工作來台	8 年	知道但沒看過
3	黃○英	女	38	越南	因婚姻來台	17 年	知道且看過
4	陳○秋	女	38	越南	因婚姻來台	18 年	知道且看過

5	林 O 蒂	女	43	印尼	因婚姻來台	18 年	知道且看過
6	M.N	女	36	印尼	因工作來台	4 年	知道且看過
7	李 O 妮	女	43	印尼	因工作來台	13 年	知道且看過
8	蘇 O	女	36	印尼	因工作來台	8 年	知道且看過

4. 2019/10/20 (日) 高雄場次 (G4)

	姓名	性別	年齡	國籍	來台身份	來台年數	是否看過公視
1	胡 OO 梅	女	34	越南	因婚姻來台	15 年	知道且看過
2	潘 O 微	女	39	印尼	因婚姻來台	15 年	知道且看過
3	張 OO 芸	女	40	泰國	因婚姻來台	16 年	知道且看過
4	吳 O 妹	女	42	越南	因婚姻來台	20 年	知道且看過
5	徐 O 麗	女	43	泰國	因婚姻來台	21 年	知道且看過
6	劉 O 娜	女	38	印尼	因婚姻來台	17 年	知道且看過
7	鄭 O 蘭	女	34	越南	因婚姻來台	14 年	知道但沒看過

肆、招募方式

在本階段中，受訪對象皆透過介紹或滾雪球方式募集之，並透過過濾問卷進行條件之篩選，如年齡、國籍、來台身份、來台年數、是否知道/看過公視等相關確認，以確保受訪者符合本次訪談之要件。

伍、焦點座談會訪談大綱

本階段新移民焦點座談會之訪談大綱，如下表所示：

表 3-2-3 第二階段質化調查方法及內容－新移民焦點座談會訪談大綱

項目	說明
媒體使用與資訊需求	<ul style="list-style-type: none"> • 您在台灣平常會使用哪些媒體？ • 電視： <ul style="list-style-type: none"> ■ 看第四台還是無線電視(台視/中視/華視)還是用網路看？ ■ 會看哪些電視台？都看哪些(內容或節目)？ ■ 會在固定的時間看特定的節目嗎？怎麼會知道這些節目？ • 網路： <ul style="list-style-type: none"> ■ 用手機還是電腦上網？都在什麼時候上網？ ■ 上網都在做什麼？ ■ 在網路上查東西的時候是用中文還是用自己國家的語言？ ■ 平常會看網紅嗎？會看哪些網紅？ • 廣播： <ul style="list-style-type: none"> ■ 會聽嗎？聽哪些電台？是台灣的還是自己國家的？ ■ 聽哪些內容？聽得懂嗎？ ■ 為什麼不常聽或不聽？ • 報紙： <ul style="list-style-type: none"> ■ 會看嗎？看哪些報紙？是台灣的還是自己國家的？ ■ 看哪些內容？都看得懂嗎？ ■ 為什麼不常看或不看？

項目	說明
	<ul style="list-style-type: none"> • 雜誌： <ul style="list-style-type: none"> ■ 會看嗎? 看哪些雜誌? 是台灣的還是自己國家的? ■ 看哪些內容? 看得懂嗎? ■ 為什麼不常看或不看? • 大家看台灣還是看自己國家的節目或影音內容比較多? • 看台灣的節目都看得懂嗎?(看不懂的時候都怎麼辦?) • 除了剛剛說的這些媒體，你們還會透過哪些管道了解台灣或是自己周邊的一些事情? “外來人士在臺生活諮詢服務熱線”0800-024-111 知道嗎? 新移民協會知道嗎? ✓ 你們平常會關注台灣的事情嗎? 比較想知道在台灣哪些方面的資訊?
媒體近用	<ul style="list-style-type: none"> • 您知道台灣有講自己語言(母語)的節目嗎? 在台灣看過或聽過講自己語言的節目嗎? 在哪裡看的? 覺得怎麼樣? • 如果能在台灣看到講自己語言的節目，希望能看到哪些內容? • 您曾經在自己國家透過媒體表達自己對公共事務的意見嗎? 用什麼方式? 在台灣也有這樣的經驗嗎? • 在台灣你們有機會表達自己(對公共事務)的意見嗎? • 如果在台灣想表達自己的意見，您們通常都用什麼媒體或方式? • 覺得在台灣能讓您們表達(對公共事務)意見的管道多不多? • 大家平常看新聞的時候，如果看到跟交通/法律/規定/政策相關的新聞，會不會跟家人說(比方說這新聞我覺得...)? 會不會跟姊妹說? 是當面說還是用 FB 或 LINE? 會不會在網路上跟陌生人說? • 在台灣要表達自己的意見，或是替其他同鄉兄弟姊妹表達意見，對你們來說是一件困難的事情嗎? 你會不會希望台灣這邊對這種狀況提供什麼樣的協助?
公視認知與收視行為	<ul style="list-style-type: none"> • 您知不知道「公共電視」? • (知道者)怎麼知道公視的? 對公視有什麼印象? 你印象中的公視跟其他電視台有什麼不一樣? • 您之前看過公視嗎? <ul style="list-style-type: none"> ■ 為什麼會看? 多久看一次? 用手機還是用電視看? 每次約看多久? ■ 通常是在哪個時間或哪些地點觀看? ■ 都看哪些類型的節目? ■ 自己看或跟雇主/家人看? ■ 會推薦家人或朋友觀看嗎? • 是否知道公視有東南亞語新聞或與東南亞相關的節目? • (播放一段公視東南亞語新聞)覺得這段新聞如何? <ul style="list-style-type: none"> ■ 是否看過? 有看/沒有看的原因? ■ 是否能理解新聞內容?(用詞是否道地?) ■ 對您們來說有沒有需要? ■ 之後是否會想收看此節目? (在電視跟網路上都看的到，希望在什麼時段收看) ■ 對東南亞語新聞有什麼建議?
公視未來期待	<ul style="list-style-type: none"> • 您希望公視未來還可以提供什麼樣的節目內容或服務(如配音或是上字幕)可以讓你們更常看公視? • 如果公視以後幫大家舉辦一些跟媒體相關的課程，如教大家拍照或拍攝影片、後製等等，大家覺得如何? • 如果公視可以提供一個平台或時段幫你們(表達自己的意見)，希望用什麼方式比較好?

第三節 量化研究執行概要－新移民面訪問卷調查

本研究案於第三階段中，採取網路問卷，並透過訪員直接面對面之面訪方式執行之，其研究方法說明如下：

壹、調查目的

為了解新移民在台媒體近用權現況，以及相關衍生之媒體使用行為；對公共電視節目公共價值之評價；對公廣集團東南亞新聞與其他東南亞相關節目的期望、對內容的想像；對台灣影視產業節目母語化之服務期待。期待透過上述調查內容，做為後續公廣集團製播新移民相關節目之依據。並期待於本階段中，透過量化問卷調查之方式，藉此更廣泛地蒐集新移民真實意見。

貳、調查方式

本次量化調查採用問卷調查，並以網路問卷形式進行施測之，所採用之網路問卷系統為SurveyCake，並於該系統中，建置中文、英文、越南文、印尼文、泰文，總計五種語系版本之問卷，各語系問卷分別對應一組獨立之問卷連結，並於訪員實際接觸新移民的面訪過程中，視受訪者實際語文能力，自由選擇中文版、英文版，或是自身母語版本進行作答。各語系網路問卷之施測連結，可參閱本文附件二。

關於上述面訪方式，本階段實際接觸樣本方式如下：

於北、中、南地區新移民常出沒處，派遣具經驗且通曉越南、印尼、泰國語或英語之訪員進行隨機接觸訪問，且部分訪員本身亦為新移民身分。訪問地點包含北部的台北車站與中壢車站、中部的東協廣場、南部的高雄車站、楠梓工業區、岡山工業區等。

參、調查對象

在本次量化調查，合格受訪者須同時符合以下三要件，其一：需為越南籍、印尼籍、泰國籍、菲律賓籍之新移民；其二：年滿 18 歲以上者；其三：目前居住在台灣地區。若無同時滿足上述三要件，會將其視為無效樣本，並同時中止問卷調查。

肆、調查日期

2019 年 10 月 23 日（三）至 11 月 14 日（四）施測之

伍、調查區域

台灣本島地區（不含澎湖、金門、馬祖等離島地區）。

陸、有效樣本數

本次量化調查，總計回收問卷份數為 1,125 份，在分別排除 22 份作答時間前 2%（2 分鐘之內），以及 22 份後 2%（超過 30 分鐘）之極端作答時間問卷後，實際有效樣本數為 1,081 份，有效問卷率為 96.1%。至於實際回收結果，以及問卷各題之描述統計分配，如下章節所示。

柒、配額控制

此次調查採用配額抽樣方式進行，樣本比例依照新移民國別，並依婚姻、工作、求學三種態樣配額取樣。配額樣本數以 1068 份進行分配，至於各分類配額數量，以及實際完成數，如下表所示：

表 3-3-1 新移民婚姻態樣母體、配額，與實際完成數分佈(婚姻)

地區	縣市	外配_母體					外配_配額					外配_實際完成數				
		印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計
北部	桃園市	4842	2372	1824	11062	20100										
北部	基隆市	305	114	105	1796	2320										
北部	新北市	3773	1663	1609	18622	25667	16	6	6	51	79	33	5	13	108	159
北部	新竹市	704	157	281	1478	2620										
北部	新竹縣	2463	319	608	2571	5961										
北部	臺北市	1137	516	628	5642	7923										
北部小計		13224	5141	5055	41171	64591										
中部	南投縣	937	173	123	3441	4674										
中部	苗栗縣	1932	275	309	3218	5734	11	3	2	36	52	17	11	11	79	118
中部	雲林縣	1853	222	176	4561	6812										
中部	彰化縣	1776	497	432	7333	10038										
中部	臺中市	2330	881	912	11135	15258										
中部小計		8828	2048	1952	29688	42516										
南部	屏東縣	1738	208	810	5016	7772										
南部	高雄市	2124	623	990	12198	15935	8	2	3	37	50	15	7	7	75	104
南部	嘉義市	194	42	65	955	1256										
南部	嘉義縣	1211	142	133	3876	5362										
南部	臺南市	1093	537	495	8326	10451										
南部小計		6360	1552	2493	30371	40776										
東部	宜蘭縣	465	120	101	2395	3081	2	0	0	6	8	7	1	6	6	20
東部	花蓮縣	546	66	72	1133	1817										
東部	臺東縣	258	29	85	998	1370										
東部小計		1269	215	258	4526	6268										
總計		29681	8956	9758	105756	154151	37	11	11	130	189	72	24	37	268	401

註：配額數為調查執行前預估數量，且調查執行當下，亦與委託方持續溝通實際問卷執行配額，因此與實際完成數量有部分落差。

表 3-3-2 新移民工作態樣母體、配額，與實際完成數分佈(移工)

地區	縣市	移工_母體					移工_配額					移工_實際完成數				
		印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計
北部	桃園市	28916	16908	33081	34278	113183	146	34	94	100	374	107	24	74	94	299
北部	基隆市	3988	243	840	1180	6251										
北部	新北市	42165	7479	14040	34471	98155										
北部	新竹市	5008	242	8584	2153	15987										
北部	新竹縣	6398	1997	13328	6583	28306										
北部	臺北市	34692	1018	7431	3761	46902										
北部小計		121167	27887	77304	82426	308784										
中部	南投縣	6024	1575	1492	4150	13241	89	25	42	104	260	77	17	30	84	208
中部	苗栗縣	8042	1703	6175	5542	21462										
中部	雲林縣	8740	1535	2018	7688	19981										
中部	彰化縣	18645	5968	6229	25373	56215										
中部	臺中市	32670	10128	19094	43432	105324										
中部小計		74121	20909	35008	86185	216223										
南部	屏東縣	8343	436	2407	4362	15548	72	12	44	58	186	48	9	29	32	118
南部	高雄市	23098	2932	16383	18342	60755										
南部	嘉義市	2502	40	583	679	3804										
南部	嘉義縣	6492	1051	1879	3596	13018										
南部	臺南市	19128	5413	15450	21104	61095										
南部小計		59563	9872	36702	48083	154220										
東部	宜蘭縣	7233	569	2453	3341	13596	15	0	5	5	25	7	0	10	3	20
東部	花蓮縣	3419	563	1644	732	6358										
東部	臺東縣	1757	1	239	390	2387										
東部小計		12409	1133	4336	4463	22341										
總計		267260	59801	153350	221157	701568	322	71	185	267	845	239	50	143	213	645

註：配額數為調查執行前預估數量，且調查執行當下，亦與委託方持續溝通實際問卷執行配額，因此與實際完成數量有部分落差。

表 3-3-3 新移民求學態樣母體、配額，與實際完成數分佈(留學生)

地區	縣市	留學生_母體					留學生_配額					留學生_實際完成數				
		印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計	印	泰	菲	越	總計
北部	桃園市	1960	263	390	2362	4975	7	2	1	10	20	17	2	0	1	20
北部	基隆市	322	7	50	299	678										
北部	新北市	1022	138	38	1882	3080										
北部	新竹市	354	100	98	542	1094										
北部	新竹縣	6	2	60	952	1020										
北部	臺北市	2160	996	433	2064	5653										
北部小計		5824	1506	1069	8101	16500										
中部	南投縣	118	6	0	47	171	3	1	0	2	6	0	0	5	0	5
中部	苗栗縣	44	1	47	252	344										
中部	雲林縣	251	47	3	122	423										
中部	彰化縣	591	106	4	247	948										
中部	臺中市	1233	534	60	1395	3222										
中部小計		2237	694	114	2063	5108										
南部	屏東縣	109	208	10	98	425	4	1	0	3	8	0	0	0	10	10
南部	高雄市	1616	384	202	1227	3429										
南部	嘉義市	129	27	40	288	484										
南部	嘉義縣	119	93	48	282	542										
南部	臺南市	1404	178	156	709	2447										
南部小計		3377	890	456	2604	7327										
東部	宜蘭縣	13	66	24	53	156	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
東部	花蓮縣	233	69	29	90	421										
東部	臺東縣	2	0	0	5	7										
東部小計		248	135	53	148	584										
總計		11686	3225	1692	12916	29519	14	4	1	15	34	17	2	5	11	35

註：配額數為調查執行前預估數量，且調查執行當下，亦與委託方持續溝通實際問卷執行配額，因此與實際完成數量有部分落差。

捌、全體調查樣本基本輪廓

在本次量化調查，合格受訪者須同時符合以下三要件，其一：需為越南籍、印尼籍、泰國籍、菲律賓籍之新移民；其二：年滿 18 歲以上者；其三：目前居住在台灣地區。經由上述條件篩選之後，最終有效樣本數為 1081 人，樣本之基本輪廓如下表所示：

表 3-3-4 全體調查樣本基本輪廓

變項	原始項目	N	%	合併項目	%
總計		1081	100.0%		
國籍	越南	492	45.5%	不變	
	印尼	328	30.3%		
	泰國	76	7.0%		
	菲律賓	185	17.1%		
性別	男	358	33.1%	不變	
	女	723	66.9%		
年齡	18~19 歲	16	1.5%	不變	
	20~24 歲	270	25.0%		
	25~34 歲	535	49.5%		
	35~44 歲	216	20.0%		
	45~54 歲	38	3.5%		
	55 歲以上	6	0.6%		
居住地區	北部地區	478	44.2%	不變	
	中部地區	331	30.6%		
	南部地區	232	21.5%		
	東部地區	40	3.7%		
婚姻狀況	單身，沒有小孩	329	30.4%	不變	
	單身，有小孩	61	5.6%		
	已婚，沒有小孩	160	14.8%		
	已婚，有小孩	531	49.1%		
來台身份	因工作來台	645	59.7%	不變	
	因婚姻來台	401	37.1%		
	留學生	35	3.2%		
教育程度	國小	135	12.5%	不變	
	國中	321	29.7%		
	高中/高職	460	42.6%		
	大學/專科	157	14.5%		
	研究所(碩士/博士)	8	0.7%		

變項	原始項目	N	%	合併項目	%
總計		1081	100.0%		
來台累計年數	未滿1年	69	6.4%	未滿3年	45.6%
	1年以上未滿2年	183	16.9%		
	2年以上未滿3年	241	22.3%		
	3年以上未滿4年	158	14.6%	3年以上未滿6年	34.2%
	4年以上未滿5年	114	10.5%		
	5年以上未滿6年	98	9.1%		
	6年以上未滿7年	48	4.4%	6年以上未滿9年	10.6%
	7年以上未滿8年	42	3.9%		
	8年以上未滿9年	25	2.3%		
	9年以上未滿10年	12	1.1%	9年以上	9.5%
	10年以上未滿11年	28	2.6%		
	11年以上未滿12年	7	0.6%		
	12年以上未滿13年	16	1.5%		
	13年以上未滿14年	7	0.6%		
	14年以上未滿15年	10	0.9%		
15年以上	23	2.1%			
職業	作業員/營建工/農工/漁工	505	46.7%	不變	
	家管/家庭主婦	152	14.1%		
	看護	123	11.4%		
	幫傭/清潔工	114	10.5%		
	自營業者	61	5.6%		
	計時工作	53	4.9%		
	學生	36	3.3%		
	沒有工作	19	1.8%		
	白領工作者	18	1.7%		
每月可自由支配所得	NT\$5,000元以下	442	40.9%	不變	
	NT\$5,001~10,000元	386	35.7%		
	NT\$10,001~15,000元	170	15.7%		
	NT\$15,001~20,000元	48	4.4%		
	NT\$20,001~25,000元	22	2.0%		
	NT\$25,001~30,000元	7	0.6%		
	NT\$30,001元以上	6	0.6%		

玖、問卷內容

在本階段量化調查中，問卷共包含受訪者基本變項、媒體近用及相關衍生媒體使用行為、公視節目公共價值評量、公廣集團東南亞語新聞與其他東南亞相關節目之想像與期待，以及對台灣影視產業節目母語化之服務期待等五大項目，並將問卷翻譯成英文、越南文、泰文、印尼文等四款外文版本。關於詳細問卷題目，可參閱附件一。以下為本次問卷之題目大綱：

表 3-3-5 量化問卷大綱暨題目架構

項目	詢問內容
基本變項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 國籍 ✓ 來台原因 ✓ 性別 ✓ 年齡 ✓ 目前居住縣市/地區 ✓ 教育程度 ✓ 婚姻狀況 ✓ 來台灣多久 ✓ 中文能力（聽/說/讀/寫/整體中文能力） ✓ 個人每月可支配所得 ✓ 職業
媒體近用與相關衍生之媒體使用行為	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 近半年內，透過各項大眾媒體閱覽/收視/收聽中文內容之頻率 ✓ 近半年內，透過各項大眾媒體閱覽/收視/收聽母語內容之頻率 ✓ 近半年內，較常使用之影音節目收看載具 ✓ 對台灣大眾媒體（以中文內容呈現）之親疏程度認知 ✓ 對母國大眾媒體（以母語內容呈現）之親疏程度認知 ✓ 對在臺各項媒體近用權之重要性認知 ✓ 對在臺各項媒體近用權之現況認知 ✓ 對未來在臺期間，期待看到的節目類型
公視節目公共價值評價	<p>*僅針對近三個月內，曾經收看過公共電視節目之新移民進行詢問</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 公共電視【節目品質】公共價值評量 ✓ 公共電視【節目娛樂性】公共價值評量 ✓ 公共電視【社會影響力】公共價值評量 ✓ 公共電視【公共服務】公共價值評量
公廣集團東南亞語新聞期望與想像	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 知曉率 ✓ 收看頻率 ✓ 東南亞語新聞-節目公共價值評量 ✓ 知曉但未看過之原因
公廣集團非新聞類東南亞節目期望與想像	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 知曉率 ✓ 收看頻率 ✓ 非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）- 節目公共價值評量 ✓ 知曉但未看過之原因
台灣影視產業節目母語化之服務期待	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提供新移民母國原生節目 - 服務需求度 ✓ 提供新移民該國母語之全新企劃節目 - 服務需求度

第四節 質化研究執行概要－專家學者一對一深度訪談

本研究案於第四階段中，針對新移民文化/社會/傳播領域學有專精之專家學者，透過一對一深度訪談方式進行之，本階段之研究方法說明如下：

壹、調查目的

基於本調查案新移民焦點座談會，以及量化問卷調查之基礎上，期待透過上述研究發現結果，並藉由一對一深度訪談方式，以專家學者的高度進行討論回饋之，並藉此深入探討新移民族群之媒體近用，以及相關使用行為之成因、概況，以及未來可供公廣集團參考之具體建議。

貳、調查方式

採取一對一深度訪談，共訪問 9 名熟稔新移民領域之專家學者，訪談時間約 1.5~2 小時。除本國籍專家學者之外，本階段調查中，亦訪談越南籍、以及印尼籍相關專家學者，藉此提高觀點之多元性。訪問執行日期以及與談者名單如下：

表 3-4-1 一對一深度訪談－與談專家學者名單

	訪問日期	性質	受訪者	國籍	職稱	現職單位
1	2019/11/22	學者	王宏仁	本國籍	教授	國立中山大學社會學系
2	2019/11/26	學者	張春炎	本國籍	助理教授	國立暨南國際大學東南亞學系
3	2019/12/2	專家	官安妮	本國籍	執行長	壹零玖伍文史工作室
4	2019/12/4	學者	林文斌	本國籍	副教授兼系主任	文藻外語大學東南亞學系
5	2019/12/4	學者	魏愛妮	印尼籍	專案講師	文藻外語大學東南亞學系
6	2019/12/4	學者	阮清廉	越南籍	專案講師	文藻外語大學東南亞學系
7	2019/12/5	學者	蔡珮	本國籍	副教授	世新大學廣播電視電影學系
8	2019/12/5	專家	蕭秀玲	本國籍	執行長	財團法人台北市賽珍珠基金會
9	2019/12/6	專家	阮金紅	越南籍	導演	新移民媒體工作者

參、一對一深度訪談大綱

本階段專家學者一對一深訪之訪談大綱，如下表所示：

表 3-4-2 第四階段質化調查方法及內容－專家學者一對一訪談大綱

項目	說明
新移民在臺適應與媒體近用現況	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 就您的觀察，台灣新移民對台灣的影響有哪些？ ✓ 新移民碰到的主要適應問題有那些？如何調適和融入臺灣社會？ ✓ 您認為目前新移民的媒體近用現況如何？如何強化？ ✓ 新媒體的出現對於新移民的媒體近用有多大的幫助？ ✓ 您認為媒體能為新移民在生活各面向上提供什麼樣的協助(或扮演什麼樣的角色)？
新移民媒體經營實務討論 (限媒體從業者回答)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 當初想要創立新移民相關媒體的契機是？ ✓ 創立新移民媒體對新移民的媒體近用上有多大的幫助？ ✓ 目前經營狀況如何？ <ul style="list-style-type: none"> ■ 如何掌握新移民閱聽眾輪廓與閱聽行為？ ■ 如何與新移民閱聽眾保持互動？ ■ 在新媒體的浪潮下如何結合科技提供新移民更多相關服務？ ■ 如何透過媒體讓新移民與台灣民眾互動或更增進對彼此的了解？ ■ 未來的展望與挑戰分別是？需要何種協助？
量化調查結果回饋討論	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 針對本次台灣新移民媒體使用行為之調查結果 <ul style="list-style-type: none"> ■ 這些結果跟您的觀察或認知是否符合？ ■ 有沒有哪些結果是您特別感興趣的？ ■ 未來如果有類似的調查，建議可以再針對哪些部分深挖？
目前台灣新移民媒體資源相關討論	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 目前台灣針對新移民提供的影音節目內容，您認為... <ul style="list-style-type: none"> ■ 數量夠不夠？ ■ 節目品質是否精緻？ ■ 對新移民的呈現方式是否正面？ ■ 節目內容是否能滿足新移民族群的需求？(如語言學習/協助瞭解與融入台灣社會...) ■ 要怎麼做才能更好的反應新移民的需求？
公廣集團新移民新聞與相關節目之想像	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 您認為公視在新移民的媒體近用這一塊做得如何？ ✓ 公視在資源有限的情況下，應如何因應？ ✓ 現在公視已有東南亞語新聞，也有非新聞類的東南亞主題節目(如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等)... <ul style="list-style-type: none"> ■ 您對這些節目的評價如何？ ■ 還能怎麼做會更好？ ✓ 若未來公視要強化新移民的服務... <ul style="list-style-type: none"> ■ 您認為哪一種方式較適合？ ■ 您認為節目內容應該包含(或應優先製播)哪些部分？為什麼？ ■ 您認為各國語言的比率應當如何分配？為什麼？ ■ 要怎麼向新移民宣傳較有效果？

第四章 公共價值評量暨新移民媒體近用權量化調查結果

第一節 量化研究方法

本次量化調查，針對年滿 18 歲以上，且目前居住在台灣地區之越南、印尼、泰國、菲律賓之新移民進行調查，其身份包含因婚姻來台、移工，以及留學生三大族群，調查期間於 2019 年 10 月 23 日（三）至 11 月 14 日（四）施測之。並期待透過本階段調查，以量化之方式，真實反映因婚姻來台、移工，以及留學生等三大東南亞新移民族群，對公共電視節目公共價值與相關節目之想像與評價，以及其在台媒體近用之實際現況。

本階段採用量化問卷調查，並以網路問卷形式進行施測之，所採用之網路問卷系統為 SurveyCake，並於該系統中，建置中文、英文、越南文、印尼文、泰文，總計五種語系版本之問卷，各語系問卷分別對應一組獨立之問卷連結，並於訪員實際接觸新移民的面訪過程中，視受訪者實際語文能力，自由選擇中文版、英文版，或是自身母語版本進行作答。各語系網路問卷之施測連結，可參閱本文附件二。

至於合格受訪者須同時符合以下三要件，其一：需為越南籍、印尼籍、泰國籍、菲律賓籍之新移民；其二：年滿 18 歲以上者；其三：目前居住在台灣地區。若無同時滿足上述三要件，會將其視為無效樣本，並同時中止問卷調查。

承上，本階段調查，總計回收問卷份數為 1,125 份，在分別排除 22 份作答時間前 2%（2 分鐘之內），以及 22 份後 2%（超過 30 分鐘）之極端作答時間問卷後，實際有效樣本數為 1,081 份，有效問卷率為 96.1%。在問卷作答時間部份，受訪者平均作答時間約為 552.6 秒（9.21 分鐘）。下表分別為本次調查之問卷回收日期，以及回收時段：

表 4-1 問卷回收日期

回收日期	樣本數	百分比
2019/10/23（三）	2	0.2%
2019/10/24（四）	10	0.9%
2019/10/25（五）	25	2.3%
2019/10/26（六）	89	8.2%
2019/10/27（日）	39	3.6%
2019/10/28（一）	14	1.3%
2019/10/29（二）	7	0.6%
2019/10/30（三）	19	1.8%
2019/10/31（四）	65	6.0%
2019/11/1（五）	30	2.8%
2019/11/2（六）	183	16.9%

2019/11/3 (日)	161	14.9%
2019/11/4 (一)	17	1.6%
2019/11/5 (二)	16	1.5%
2019/11/6 (三)	10	0.9%
2019/11/7 (四)	45	4.2%
2019/11/8 (五)	11	1.0%
2019/11/9 (六)	85	7.9%
2019/11/10 (日)	135	12.5%
2019/11/11 (一)	6	0.6%
2019/11/13 (三)	77	7.1%
2019/11/14 (四)	35	3.2%
總計	1,081	100.0%

表 4-2 問卷回收時段

時間	樣本數	百分比
早上 07:00~12:00	155	14.3%
下午 12:01~18:00	508	47.0%
晚上 18:01~23:00	418	38.7%
總計	1,081	100.0%

第二節 量化調查結果

壹、樣本回收數

本次量化調查，在 1081 份有效樣本中，越南籍受訪者共計 492 人、印尼籍 328 人、泰國籍 76 人、菲律賓籍 185 人；男性總計 358 人、女性 723 人；18-19 歲受訪者共計 16 人、20-24 歲 270 人、25-34 歲 535 人、35-44 歲 216 人、45-54 歲 38 人、55 歲以上 6 人；因工作來台者共計 645 人、因婚姻來台者 401 人、留學生 35 人；至於受訪者來台累計年數，主要分布在 1 年以上未滿 5 年，其累計人數合計共 696 人。

本次量化調查各題項之結果，將分別以**整體數據**、**國籍別**、**來台身份別**，以及**來台年數別**，分別進行各題交叉檢視。相關數據如下所示：

貳、基本人口統計變項

一、整體數據

(一) 國籍

在受訪者國籍分布部分，本次量化調查以越南籍受訪者為最多數（45.5%），其次分別為印尼籍（30.3%）、菲律賓籍（17.1%），以及泰國籍（7.0%）。

表 4-2-1-1 受訪者國籍分布(整體)

國籍	樣本數	百分比
越南	492	45.5%
印尼	328	30.3%
泰國	76	7.0%
菲律賓	185	17.1%
總計	1,081	100.0%

(二) 年齡

本次調查，受訪者平均年齡為 30.7 歲，至於年齡分布，以 25-34 歲者為最多數（49.5%），其次依序為 20-24 歲（25.0%）、35-44 歲（20.0%）、45-54 歲（3.5%）、18-19 歲（1.5%），以及 55 歲以上（0.6%）。

表 4-2-1-2 受訪者年齡分布(整體)

年齡層	樣本數	百分比
18-19 歲	16	1.5%
20-24 歲	270	25.0%
25-34 歲	535	49.5%
35-44 歲	216	20.0%
45-54 歲	38	3.5%
55 歲以上	6	0.6%
總計	1,081	100.0%
平均年齡		30.7 歲

(三) 目前來台原因

在受訪者目前來台原因中，以因工作來台者為最多數（59.7%），其比例接近六成，至於因婚姻、以及學業來台者，其比例分別為 37.1%、3.2%。

表 4-2-1-3 受訪者來台原因(整體)

來台原因	樣本數	百分比
因工作來台	645	59.7%
因婚姻來台	401	37.1%
留學生	35	3.2%
總計	1,081	100.0%

(四) 性別

在受訪者性別分布中，本次調查女性受訪者人數大於男性，其中女性為 723 人（66.9%）、男性則為 358 人（33.1%），其比例接近二比一。

表 4-2-1-4 受訪者性別(整體)

性別	樣本數	百分比
男性	358	33.1%
女性	723	66.9%
總計	1,081	100.0%

(五) 目前居住地區

至於受訪者目前居住地區，主要集中在台灣北部地區（44.2%），其比例高達四成四，其次依序為中部地區（30.6%）、南部地區（21.5%），以及東部地區（3.7%）

表 4-2-1-5 受訪者目前居住地區(整體)

居住地區	樣本數	百分比
北部地區	478	44.2%
中部地區	331	30.6%
南部地區	232	21.5%
東部地區	40	3.7%
總計	1,081	100.0%

註：北部地區含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市；中部地區含苗栗縣市、臺中市、彰化縣市、南投縣、雲林縣市；南部地區含嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區含花蓮縣市、臺東縣市、宜蘭縣

(六) 最高教育程度

在受訪者最高教育程度部分，其中以高中/高職之比例最高（42.6%），其次依序為國中（29.7%）、大學/專科（14.5%）、國小（12.5%），以及研究所以上（0.7%）。

表 4-2-1-6 受訪者最高教育程度(整體)

教育程度	樣本數	百分比
國小	135	12.5%
國中	321	29.7%
高中/高職	460	42.6%
大學/專科	157	14.5%
研究所以上(碩/博士)	8	0.7%
總計	1,081	100.0%

(七) 婚姻狀況

整體而言，本次量化調查受訪者之婚姻狀況，已婚者（63.9%）比例大於單身者（36.1%），若以個別選項比例而論，以已婚有小孩比例最高（49.1%），其次分別為單身沒有小孩（30.4%）、已婚沒有小孩（14.8%）、單身有小孩（5.6%）。

表 4-2-1-7 受訪者婚姻狀況(整體)

婚姻狀況	樣本數	百分比
單身，沒有小孩	329	30.4%
單身，有小孩	61	5.6%
已婚，沒有小孩	160	14.8%
已婚，有小孩	531	49.1%
總計	1,081	100.0%

(八) 來台累計年數

在受訪者來台累計年數部分，經平均值換算後為 4.3 年，其中來台年數主要集中在 1 年以上未滿 5 年，其回答累計人次共計 696 人，佔全體受訪者之比例達 64.4%，之中又以 2 年以上未滿 3 年之比例最高(22.3%)。此外，本次調查中，亦有 91 位受訪者其來台累計年數已超過 10 年以上，合計比例達 8.4%。

表 4-2-1-8 受訪者來台累計年數(整體)

來台累計年數	樣本數	百分比
未滿 1 年	69	6.4%
1 年以上未滿 2 年	183	16.9%
2 年以上未滿 3 年	241	22.3%
3 年以上未滿 4 年	158	14.6%
4 年以上未滿 5 年	114	10.5%
5 年以上未滿 6 年	98	9.1%
6 年以上未滿 7 年	48	4.4%
7 年以上未滿 8 年	42	3.9%
8 年以上未滿 9 年	25	2.3%
9 年以上未滿 10 年	12	1.1%
10 年以上未滿 11 年	28	2.6%
11 年以上未滿 12 年	7	0.6%
12 年以上未滿 13 年	16	1.5%
13 年以上未滿 14 年	7	0.6%
14 年以上未滿 15 年	10	0.9%
15 年以上	23	2.1%
總計	1,081	100.0%
平均來台年數		4.3 年

(九) 目前從事職業

至於受訪者目前所從事之職業，以作業員/營建工/農工/漁工為最多數（46.7%），其比例將近四成七。其餘職業分布依序為家管/家庭主婦（14.1%）、看護（11.4%）、幫傭/清潔工（10.5%）、自營業者（5.6%）、計時工作（4.9%）、學生（3.3%）、沒有工作（1.8%）、白領工作者（1.7%）。

表 4-2-1-9 受訪者目前從事職業(整體)

職業類別	樣本數	百分比
作業員/營建工/農工/漁工	505	46.7%
家管/家庭主婦	152	14.1%
看護	123	11.4%
幫傭/清潔工	114	10.5%
自營業者（自己開店，如餐廳、雜貨店等）	61	5.6%
計時工作（例如服務生、銷售員）	53	4.9%
學生	36	3.3%
沒有工作	19	1.8%
白領工作者 （如經理人、工程師、教師、研究員，等辦公室職員）	18	1.7%
總計	1,081	100.0%

(十) 每月可自由使用金額 (新台幣)

在受訪者經濟狀況部份，以受訪者每個月可自由使用的金額而言，超過七成五 (76.6%) 受訪者表示，每個月可自由使用的金額為新台幣 10,000 元以下，其中又以 5,000 元以下佔比例最多數 (40.9%)。

表 4-2-1-10 受訪者每月可自由使用金額(整體)

金額數	樣本數	百分比
NT\$5,000 元以下	442	40.9%
NT\$5,001~10,000 元	386	35.7%
NT\$10,001~15,000 元	170	15.7%
NT\$15,001~20,000 元	48	4.4%
NT\$20,001~25,000 元	22	2.0%
NT\$25,001~30,000 元	7	0.6%
NT\$30,001 元以上	6	0.6%
總計	1,081	100.0%

二、國籍別交叉分析

(一) 年齡

本次調查，全體受訪者平均年齡為 30.7 歲，若依國籍做區分，則可發現以菲律賓籍受訪者平均年齡最高 (31.4 歲)，其次依序為印尼籍 (30.6 歲)、越南籍 (30.5 歲)、泰國籍 (30.5 歲)。而經平均數與卡方檢定後，國籍並未對受訪者年齡分布產生顯著差異。

表 4-2-2-1 受訪者年齡分布(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
18-19 歲	1.5%	1.4%	1.5%	2.6%	1.1%
20-24 歲	25.0%	28.7%	23.5%	28.9%	16.2%
25-34 歲	49.5%	45.5%	51.8%	42.1%	58.9%
35-44 歲	20.0%	20.1%	19.8%	22.4%	18.9%
45-54 歲	3.5%	3.3%	3.4%	2.6%	4.9%
55 歲以上	0.6%	1.0%	0.0%	1.3%	0.0%
平均年齡	30.7	30.5	30.6	30.5	31.4

(二) 目前來台原因

在來台原因部分，印尼、泰國、菲律賓籍移工，其因工作來台者，比例明顯較越南籍受訪者高，其比例皆超過六成五；越南籍受訪者，其因婚姻來台者，比例明顯較其他國籍者高，其因婚姻來台者比例高達近五成五（54.5%）。而經卡方檢定後，受訪者國籍對於來台原因之比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-2-2 受訪者來台原因(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
因工作來台	59.7%	43.3%	72.9%	65.8%	77.3%
因婚姻來台	37.1%	54.5%	22.0%	31.6%	20.0%
留學生	3.2%	2.2%	5.2%	2.6%	2.7%

(三) 性別

在受訪者性別分布中，若依國籍做區分，則可發現各國女性受訪者之比例皆大於男性，其中又以越南籍之女性比例最高，比例高達近七成二（71.7%），其比例明顯大於其他國籍者。而經卡方檢定後，國籍對受訪者性別比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-2-3 受訪者性別(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
男性	33.1%	28.3%	33.5%	43.4%	41.1%
女性	66.9%	71.7%	66.5%	56.6%	58.9%

(四) 目前居住地區

至於受訪者目前居住地區，經國籍交叉分析後，各國籍之受訪者皆以北部為比例最大宗，並依序為中部地區、南部地區、東部地區。然而，亦可發現本次調查中，東部地區之菲律賓籍受訪者比例，明顯較其他國籍者更高。而經卡方檢定，國籍對受訪者目前居住地區比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-2-4 受訪者目前居住地區(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
北部地區	44.2%	41.3%	47.9%	40.8%	47.0%
中部地區	30.6%	33.1%	28.7%	36.8%	24.9%
南部地區	21.5%	23.8%	19.2%	21.1%	19.5%
東部地區	3.7%	1.8%	4.3%	1.3%	8.6%

註：北部地區含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市；中部地區含苗栗縣市、臺中市、彰化縣市、南投縣、雲林縣市；南部地區含嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區含花蓮縣市、臺東縣市、宜蘭縣

(五) 最高教育程度

在受訪者最高教育程度部分，整體而言，各國受訪者皆以高中/高職為比例分布最大宗。然而，若以大學以上教育程度而論，則可發現菲律賓籍受訪者，其教育程度大學以上之比例，明顯高於其他國籍受訪者，比例高達 35.7%。而經卡方檢定，且將大學/專科、研究所以上合併類別分析後，國籍對受訪者教育程度比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-2-5 受訪者最高教育程度(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
國小	12.5%	16.1%	10.7%	18.4%	3.8%
國中	29.7%	37.0%	28.0%	15.8%	18.9%
高中/高職	42.6%	36.8%	48.5%	56.6%	41.6%
大學/專科	14.5%	9.6%	12.2%	7.9%	34.6%
研究所以上(碩/博士)	0.7%	0.6%	0.6%	1.3%	1.1%

(六) 婚姻狀況

整體而言，本次量化調查受訪者之婚姻狀況，各國受訪者已婚比例皆大於單身，其中又以越南籍之已婚比例最高，比例高達近七成二（72.3%），其比例明顯大於其他國籍者。而經卡方檢定後，國籍對受訪者婚姻狀況比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-2-6 受訪者婚姻狀況(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
單身，沒有小孩	30.4%	23.2%	39.0%	28.9%	35.1%
單身，有小孩	5.6%	4.5%	5.2%	5.3%	9.7%
已婚，沒有小孩	14.8%	21.1%	6.4%	17.1%	11.9%
已婚，有小孩	49.1%	51.2%	49.4%	48.7%	43.2%
單身合計	36.0%	27.7%	44.2%	34.2%	44.8%
已婚合計	64.0%	72.3%	55.8%	65.8%	55.2%

(七) 來台累計年數

在受訪者來台累計年數部分，全體數據經平均值換算後為 4.3 年，至於各國籍受訪者之來台平均年數，平均值約落在 4.2 年至 4.4 年之間，整體而言各國差異並不大。經平均數與卡方檢定後，國籍並未對受訪者來台累積年數分布產生顯著差異。

表 4-2-2-7 受訪者來台累計年數(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
未滿 1 年	6.4%	6.5%	7.6%	6.6%	3.8%
1 年以上未滿 2 年	16.9%	20.3%	13.1%	18.4%	14.1%
2 年以上未滿 3 年	22.3%	22.8%	20.1%	23.7%	24.3%
3 年以上未滿 4 年	14.6%	11.2%	16.5%	13.2%	21.1%
4 年以上未滿 5 年	10.5%	7.9%	14.9%	6.6%	11.4%
5 年以上未滿 6 年	9.1%	8.3%	11.3%	10.5%	6.5%
6 年以上未滿 7 年	4.4%	4.9%	3.0%	5.3%	5.4%
7 年以上未滿 8 年	3.9%	5.1%	2.4%	2.6%	3.8%
8 年以上未滿 9 年	2.3%	2.2%	2.7%	0.0%	2.7%
9 年以上未滿 10 年	1.1%	0.6%	1.5%	1.3%	1.6%
10 年以上未滿 11 年	2.6%	3.0%	2.4%	3.9%	1.1%
11 年以上未滿 12 年	0.6%	0.8%	0.9%	0.0%	0.0%
12 年以上未滿 13 年	1.5%	2.0%	0.6%	3.9%	0.5%
13 年以上未滿 14 年	0.6%	0.6%	0.6%	0.0%	1.1%
14 年以上未滿 15 年	0.9%	1.0%	0.9%	1.3%	0.5%
15 年以上	2.1%	2.6%	1.2%	2.6%	2.2%
來台平均年數	4.3 年	4.4 年	4.2 年	4.4 年	4.2 年

(八) 目前從事職業

至於受訪者目前所從事之職業，各國籍受訪者皆以「作業員/營建工/農工/漁工」為職業最大宗。然而，雖然因部分職業樣本數較少，因此導致部分選項不適用於卡方檢定，但仍可以看出越南籍受訪者從事「幫傭/清潔工」之比例較高；印尼、泰國、菲律賓受訪者，則是從事「作業員/營建工/農工/漁工」之比例相對較高。此外，泰國受訪者從事白領階級工作之比例，亦明顯較其他國籍者較高。

表 4-2-2-8 受訪者目前從事職業(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
作業員/營建工/農工/漁工	46.7%	37.8%	54.9%	59.2%	50.8%
家管/家庭主婦	14.1%	17.9%	11.9%	11.8%	8.6%
看護	11.4%	6.5%	15.9%	0.0%	21.1%
幫傭/清潔工	10.5%	15.2%	6.7%	7.9%	5.9%
自營業者	5.6%	9.1%	1.8%	3.9%	3.8%
計時工作	4.9%	7.3%	2.4%	3.9%	3.2%
學生	3.3%	2.2%	5.2%	3.9%	2.7%
沒有工作	1.8%	2.6%	0.9%	0.0%	1.6%
白領工作者	1.7%	1.2%	0.3%	9.2%	2.2%

(九) 每月可自由使用金額 (新台幣)

在受訪者經濟狀況部份，若以超過新台幣一萬元做區分，則可發現泰國籍受訪者為相對較有經濟自主權之群體，但無論對哪一國受訪者而言，本次受訪新移民之每月可自由支配收入，多半還是集中在一萬元以下，為台灣實質上經濟較為弱勢之族群。

表 4-2-2-9 受訪者每月可自由使用金額(國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
NT\$5,000 元以下	40.9%	38.0%	45.7%	40.8%	40.0%
NT\$5,001~10,000 元	35.7%	37.2%	35.1%	28.9%	35.7%
NT\$10,001~15,000 元	15.7%	16.5%	14.3%	11.8%	17.8%
NT\$15,001~20,000 元	4.4%	5.1%	2.4%	10.5%	3.8%
NT\$20,001~25,000 元	2.0%	2.0%	1.5%	5.3%	1.6%
NT\$25,001~30,000 元	0.6%	0.6%	0.9%	0.0%	0.5%
NT\$30,001 元以上	0.6%	0.6%	0.0%	2.6%	0.5%

三、來台身份別交叉分析

(一) 年齡

本次調查，全體受訪者平均年齡為 30.7 歲，若依來台身份做區分，則可發現因婚姻來台者平均年齡最高（31.3 歲），其次依序為因工作來台（30.7 歲）、留學生（25.1 歲）。而經平均數檢定後，受訪者來台身份對其平均年齡產生顯著差異，留學生為年齡層明顯較低之受訪族群。

表 4-2-3-1 受訪者年齡分布(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
18-19 歲	1.5%	1.6%	0.7%	8.6%
20-24 歲	25.0%	21.2%	28.9%	48.6%
25-34 歲	49.5%	54.7%	41.6%	42.9%
35-44 歲	20.0%	19.8%	21.9%	0.0%
45-54 歲	3.5%	2.5%	5.5%	0.0%
55 歲以上	0.6%	0.2%	1.2%	0.0%
平均年齡	30.7	30.7	31.3	25.1

(二) 性別

在受訪者性別分布中，若依來台身份做區分，則可發現因婚姻來台者當中，女性比例高達近九成八（97.5%），其比例明顯大於其他來台身份者。而經卡方檢定後，來台身份對受訪者性別比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-3-2 受訪者性別(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
男性	33.1%	51.2%	2.5%	51.4%
女性	66.9%	48.8%	97.5%	48.6%

(三) 目前居住地區

至於受訪者目前居住地區，經來台身份交叉分析後，各來台原因之受訪者皆以北部為比例最大宗。而經卡方檢定，由於留學生樣本數相對較小之緣故，進而導致部分選項分布並不適用卡方檢定，因此受訪者來台身份對目前居住地區比例分布，並無存在顯著差異。

表 4-2-3-3 受訪者目前居住地區(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
北部地區	44.2%	46.4%	39.7%	57.1%
中部地區	30.6%	32.2%	29.4%	14.3%
南部地區	21.5%	18.3%	25.9%	28.6%
東部地區	3.7%	3.1%	5.0%	0.0%

註：北部地區含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市；中部地區含苗栗縣市、臺中市、彰化縣市、南投縣、雲林縣市；南部地區含嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區含花蓮縣市、臺東縣市、宜蘭縣；

(四) 最高教育程度

在受訪者最高教育程度部分，因來台身份別的不同，在教育程度分布上產生極大之差異。因工作來台者教育程度以高中/高職為最大宗（49.9%）；因婚姻來台者教育程度以國中為最大宗（39.2%）；然而，若以大學以上教育程度而論，則可發現留學生受訪者，其教育程度大學以上之比例，明顯高於其他來台身份者，比例高達 88.6%。而經卡方檢定，且將大學/專科、研究所以上合併類別分析後，來台身份對受訪者教育程度比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-3-4 受訪者最高教育程度(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
國小	12.5%	10.2%	17.2%	0.0%
國中	29.7%	25.4%	39.2%	0.0%
高中/高職	42.6%	49.9%	33.4%	11.4%
大學/專科	14.5%	14.3%	10.2%	68.6%
研究所以上(碩/博士)	0.7%	0.2%	0.0%	20.0%

(五) 婚姻狀況

整體而言，本次量化調查受訪者之婚姻狀況，因來台身份別的不同，在婚姻狀況分布上產生極大之差異。若以已婚比例而論，因婚姻來台者已婚比例高達 97.7%，其次依序為因工作來台者（46.2%）、留學生（2.9%）。而經卡方檢定後，來台身份對受訪者婚姻狀況比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-3-5 受訪者婚姻狀況(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
單身，沒有小孩	30.4%	45.0%	1.2%	97.1%
單身，有小孩	5.6%	8.8%	1.0%	0.0%
已婚，沒有小孩	14.8%	7.8%	27.4%	0.0%
已婚，有小孩	49.1%	38.4%	70.3%	2.9%
單身合計	36.0%	53.8%	2.2%	97.1%
已婚合計	64.0%	46.2%	97.7%	2.9%

(六) 來台累計年數

在受訪者來台累計年數部分，全體數據經平均值換算後為 4.3 年，然而若以來台身份作區別，則可發現不同身份者，其來台累計年數亦有明顯之差異。整體而言，因婚姻來台者為平均來台累計年數最高者，其平均年數達 5.4 年，其次依序為因工作來台者（3.7 年）、留學生（3.1 年）。而經平均數檢定後，來台身份對受訪者之平均來台累計年數，存在顯著差異。

表 4-2-3-6 受訪者來台累計年數(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
未滿 1 年	6.4%	5.9%	6.7%	11.4%
1 年以上未滿 2 年	16.9%	16.4%	17.0%	25.7%
2 年以上未滿 3 年	22.3%	27.6%	14.2%	17.1%
3 年以上未滿 4 年	14.6%	17.5%	10.2%	11.4%
4 年以上未滿 5 年	10.5%	11.2%	8.7%	20.0%
5 年以上未滿 6 年	9.1%	7.9%	11.2%	5.7%
6 年以上未滿 7 年	4.4%	4.0%	5.2%	2.9%
7 年以上未滿 8 年	3.9%	2.5%	6.0%	5.7%
8 年以上未滿 9 年	2.3%	2.3%	2.5%	0.0%
9 年以上未滿 10 年	1.1%	0.8%	1.7%	0.0%
10 年以上未滿 11 年	2.6%	1.7%	4.2%	0.0%
11 年以上未滿 12 年	0.6%	0.5%	1.0%	0.0%
12 年以上未滿 13 年	1.5%	0.5%	3.2%	0.0%
13 年以上未滿 14 年	0.6%	0.6%	0.7%	0.0%
14 年以上未滿 15 年	0.9%	0.6%	1.5%	0.0%
15 年以上	2.1%	0.0%	5.7%	0.0%
來台平均年數	4.3 年	3.7 年	5.4 年	3.1 年

(七) 目前從事職業

至於受訪者目前所從事之職業，同樣亦會因為來台身份之不同，而對目前所從事之職業產生重大差異。整體而言，雖然部分選項因樣本數較小，導致並不全然適用卡方檢定，然而，仍是可初步得知因工作來台者，目前主要之職業組成以「作業員/營建工/農工/漁工」為最大宗（66.8%）；因婚姻來台者，則以「家管/家庭主婦」為最大宗（35.9%）；至於留學生，因受訪身份之條件限制，因此其職業全數為學生。

表 4-2-3-7 受訪者目前從事職業(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
作業員/營建工/農工/漁工	46.7%	66.8%	18.5%	0.0%
家管/家庭主婦	14.1%	1.2%	35.9%	0.0%
看護	11.4%	17.7%	2.2%	0.0%
幫傭/清潔工	10.5%	8.7%	14.5%	0.0%
自營業者	5.6%	2.0%	12.0%	0.0%
計時工作	4.9%	2.0%	10.0%	0.0%
學生	3.3%	0.2%	0.0%	100.0%
沒有工作	1.8%	0.3%	4.2%	0.0%
白領工作者	1.7%	1.1%	2.7%	0.0%

(八) 每月可自由使用金額(新台幣)

在受訪者經濟狀況部份，若以超過新台幣一萬元做區分，則可發現因婚姻來台之受訪者為相對較有經濟自主權之群體，然而無論各種來台原因，本次受訪新移民之每月可自由支配收入，多半還是集中在一萬元以下，為台灣實質上經濟較為弱勢之族群。

表 4-2-3-8 受訪者每月可自由使用金額(來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
NT\$5,000 元以下	40.9%	44.7%	34.9%	40.0%
NT\$5,001~10,000 元	35.7%	38.6%	30.7%	40.0%
NT\$10,001~15,000 元	15.7%	13.0%	20.2%	14.3%
NT\$15,001~20,000 元	4.4%	2.8%	7.0%	5.7%
NT\$20,001~25,000 元	2.0%	0.8%	4.2%	0.0%
NT\$25,001~30,000 元	0.6%	0.2%	1.5%	0.0%
NT\$30,001 元以上	0.6%	0.0%	1.5%	0.0%

四、來台年數別交叉分析

(一) 年齡

本次調查，全體受訪者平均年齡為 30.7 歲，若依來台年數做區分，則可發現受訪者平均年齡與來台年數存在絕對正相關，且經由平均數檢定之後，上述差異亦達統計顯著水準。

表 4-2-4-1 受訪者年齡(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	1081	493	370	115	103
18-19 歲	1.5%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%
20-24 歲	25.0%	48.3%	7.8%	0.9%	0.0%
25-34 歲	49.5%	44.4%	67.8%	45.2%	1.9%
35-44 歲	20.0%	4.1%	23.2%	50.4%	12.6%
45-54 歲	3.5%	0.0%	1.1%	3.5%	50.5%
55 歲以上	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	29.1%
平均年齡	30.7	26.2	31.9	35.7	42.5

(二) 性別

在受訪者性別分布中，若依來台年數做區分，則可發現各來台累積年數中，女性之比例皆大於男性，並且隨來台年數上升，女性之比例亦隨之提升，兩者間存在正相關。而經卡方檢定後，來台年數對受訪者性別比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-4-2 受訪者性別(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	1081	493	370	115	103
男性	33.1%	41.2%	29.7%	27.0%	13.6%
女性	66.9%	58.8%	70.3%	73.0%	86.4%

(三) 目前居住地區

至於受訪者目前居住地區，經來台年數交叉分析後，各來台年數之受訪者皆以北部為比例最大宗。而經卡方檢定後，由於東部地區樣本數相對較小之緣故，進而導致部分選項分布並不適用卡方檢定，因此受訪者來台年數對目前居住地區比例分布，並無存在顯著差異。

表 4-2-4-3 受訪者目前居住地區(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
北部地區	44.2%	43.8%	41.1%	47.8%	53.4%
中部地區	30.6%	22.5%	39.2%	34.8%	34.0%
南部地區	21.5%	29.8%	16.8%	10.4%	10.7%
東部地區	3.7%	3.9%	3.0%	7.0%	1.9%

註：北部地區含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市；中部地區含苗栗縣市、臺中市、彰化縣市、南投縣、雲林縣市；南部地區含嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區含花蓮縣市、臺東縣市、宜蘭縣

(四) 最高教育程度

在受訪者最高教育程度部分，若以 3 年為區分基準，則可發現來台未滿 3 年者，以國中之比例為最大宗；至於來台 3 年以上者，普遍以高中/高職為比例最大宗。而經卡方檢定，且將大學/專科、研究所以上合併類別分析後，來台年數對受訪者教育程度比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-4-4 受訪者最高教育程度(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
國小	12.5%	16.0%	8.1%	7.8%	16.5%
國中	29.7%	36.5%	23.2%	18.3%	33.0%
高中/高職	42.6%	34.1%	50.3%	54.8%	41.7%
大學/專科	14.5%	13.4%	17.0%	16.5%	8.7%
研究所以上	0.7%	0.0%	1.4%	2.6%	0.0%

(五) 婚姻狀況

整體而言，本次量化調查受訪者之婚姻狀況，因來台累計年數的不同，在婚姻狀況分布上產生極大之差異。整體而言，若以 6 年做為區分基準，則可發現來台 6 年以上者，其已婚比例皆超過九成，明顯高於來台時間未滿 6 年者。而經卡方檢定後，來台年數對受訪者婚姻狀況比例分布，存在顯著差異。

表 4-2-4-5 受訪者婚姻狀況(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
單身，沒有小孩	30.4%	48.5%	23.0%	3.5%	1.0%
單身，有小孩	5.6%	7.7%	4.3%	3.5%	2.9%
已婚，沒有小孩	14.8%	25.6%	6.8%	6.1%	1.9%
已婚，有小孩	49.1%	18.3%	65.9%	87.0%	94.2%
單身合計	36.0%	56.2%	27.3%	7.0%	3.9%
已婚合計	64.0%	43.9%	72.7%	93.1%	96.1%

(六) 目前從事職業

至於受訪者目前所從事之職業，同樣亦會因來台年數之不同，而對目前所從事之職業產生重大差異。整體而言，雖然部分選項因樣本數較小，導致並不全然適用卡方檢定，然而，仍是可初步得知來台年數未滿6年者，其從事「作業員/營建工/農工/漁工」之比例皆接近五成；至於來台年數6年以上者，其職業組成之樣態就較為多元化，而非高比例集中於「作業員/營建工/農工/漁工」。

表 4-2-4-6 受訪者目前從事職業(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
作業員/營建工/農工/漁工	46.7%	48.1%	53.5%	38.3%	25.2%
家管/家庭主婦	14.1%	13.2%	12.4%	20.0%	17.5%
看護	11.4%	10.8%	11.9%	11.3%	12.6%
幫傭/清潔工	10.5%	13.8%	7.8%	5.2%	10.7%
自營業者	5.6%	2.6%	3.2%	14.8%	18.4%
計時工作	4.9%	3.7%	5.4%	6.1%	7.8%
學生	3.3%	4.1%	3.5%	2.6%	0.0%
沒有工作	1.8%	3.0%	.8%	0.0%	6.8%
白領工作者	1.7%	.8%	1.4%	1.7%	1.0%

(七) 每月可自由使用金額 (新台幣)

在受訪者經濟狀況部份，原則上，隨著受訪者來台年數之增加，其每月可自由支配之所得亦隨之上升，兩者之間存在正相關。雖部分選項因樣本數過少，導致並非全然適用卡方檢定，然而從平均數檢定可得知，兩者是存在顯著差異。

表 4-2-4-7 受訪者每月可自由使用金額(來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	1081	493	370	115	103
NT\$5,000 元以下	40.9%	61.1%	29.2%	16.5%	13.6%
NT\$5,001~10,000 元	35.7%	30.8%	46.8%	35.7%	19.4%
NT\$10,001~15,000 元	15.7%	5.5%	20.0%	30.4%	33.0%
NT\$15,001~20,000 元	4.4%	2.0%	3.8%	9.6%	12.6%
NT\$20,001~25,000 元	2.0%	0.6%	0.0%	5.2%	12.6%
NT\$25,001~30,000 元	0.6%	0.0%	0.0%	1.7%	4.9%
NT\$30,001 元以上	0.6%	0.0%	0.3%	0.9%	3.9%

五、基本人口統計變項 - 分析小結

經受訪者國籍、來台身份，以及來台累計年數交叉分析後，下表為各基本人口統計變項經統計檢定後（含卡方、平均數檢定），有達統計顯著差異水準之檢定結果。整體而言，除了受訪者目前居住地區幾無差異之外，其餘各基本人口統計變項，普遍與受訪者國籍、來台身份，以及來台累計年數依存密切關係。然而，關於上述發現，亦必須注意是否為本次調查經刻意配額所導致之結果。

表 4-2-5-1 基本人口統計變項 - 分析小結

受訪者基本人口變項	達統計顯著差異之交叉分析變項
國籍	來台身份
年齡	來台身份、來台累計年數
目前來台原因（來台身份）	國籍、來台累計年數
性別	國籍、來台身份、來台累計年數
目前居住地區	
最高教育程度	國籍、來台身份、來台累計年數
婚姻狀況	國籍、來台身份、來台累計年數
來台累計年數	來台身份
目前從事職業	來台身份
每月可自由支配所得	來台累計年數

參、中文語文能力與媒體使用行為

一、整體數據

(一) 中文語文能力

在受訪者自認中文語文能力部份，若以「好」與「很好」之比例加總而論，其比例依序為聽（29.8%；平均值 2.9 分）、說（21.8%；平均值 2.7 分）、讀（6.8%；平均值 1.8 分）、寫（3.5%；平均值 1.6 分）；至於在整體中文能力自評部份，僅有 15.6%之受訪者自認程度好或很好，平均值則為 2.4 分。

表 4-3-1-1 受訪者中文語文能力(整體)

評比項目	自認程度	樣本數	百分比
聽 平均值：2.9 分 (1-5 分計)	很不好	71	6.6%
	不好	297	27.5%
	普通	391	36.2%
	好	292	27.0%
	很好	30	2.8%
	總計	1081	100.0%
說 平均值：2.7 分 (1-5 分計)	很不好	150	13.9%
	不好	320	29.6%
	普通	375	34.7%
	好	221	20.4%
	很好	15	1.4%
	總計	1081	100.0%
讀 平均值：1.8 分 (1-5 分計)	很不好	484	44.8%
	不好	358	33.1%
	普通	165	15.3%
	好	69	6.4%
	很好	5	0.5%
	總計	1081	100.0%
寫 平均值：1.6 分 (1-5 分計)	很不好	635	58.7%
	不好	301	27.8%
	普通	107	9.9%
	好	36	3.3%
	很好	2	0.2%
	總計	1081	100.0%
整體中文能力 平均值：2.4 分 (1-5 分計)	很不好	245	22.7%
	不好	323	29.9%
	普通	344	31.8%
	好	160	14.8%
	很好	9	0.8%
	總計	1081	100.0%

(二) 閱覽、收視或收聽中文內容之頻率

若以「常常」與「隨時」之比例加總而論，受訪者較常接觸之中文內容媒介，其比例依序為網路媒體（46.2%；平均值 3.1 分）、社群媒體（44.9%；平均值 3.1 分）、電視（39.0%；平均值 3.1 分）、廣播（5.5%；平均值 1.7 分）、報紙（4.0%；平均值 1.5 分）、以及雜誌（3.2%；平均值 1.5 分）。整體而言，網路、社群媒體、電視，其使用頻率明顯大於其他媒介。

表 4-3-1-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(整體)

媒體類別/管道	頻率	樣本數	百分比
電視 平均值：3.1 分 (1-5 分計)	沒有	84	7.8%
	很少	240	22.2%
	有時候	336	31.1%
	常常	364	33.7%
	隨時	57	5.3%
	總計	1081	100.0%
報紙 平均值：1.5 分 (1-5 分計)	沒有	714	66.0%
	很少	247	22.8%
	有時候	77	7.1%
	常常	37	3.4%
	隨時	6	0.6%
	總計	1081	100.0%
廣播 平均值：1.7 分 (1-5 分計)	沒有	621	57.4%
	很少	266	24.6%
	有時候	134	12.4%
	常常	49	4.5%
	隨時	11	1.0%
	總計	1081	100.0%
雜誌 平均值：1.5 分 (1-5 分計)	沒有	711	65.8%
	很少	233	21.6%
	有時候	103	9.5%
	常常	31	2.9%
	隨時	3	0.3%
	總計	1081	100.0%
網路媒體 平均值：3.1 分 (1-5 分計)	沒有	165	15.3%
	很少	215	19.9%
	有時候	201	18.6%
	常常	399	36.9%
	隨時	101	9.3%
	總計	1081	100.0%
社群媒體 (如 Facebook) 平均值：3.1 分 (1-5 分計)	沒有	161	14.9%
	很少	172	15.9%
	有時候	263	24.3%
	常常	373	34.5%
	隨時	112	10.4%
	總計	1081	100.0%

(三) 閱覽、收視或收聽母語內容之頻率

若以「常常」與「隨時」之比例加總而論，受訪者較常接觸之母語內容媒介，其比例依序為社群媒體（57.5%；平均值 3.4 分）、網路媒體（52.3%；平均值 3.3 分）、電視（11.6%；平均值 2.2 分）、廣播（3.5%；平均值 1.7 分）、雜誌（2.4%；平均值 1.6 分），以及報紙（2.4%；平均值 1.5 分）。整體而言，網路與社群媒體是其較常接觸母語內容之媒介，且與其他媒介使用頻率差異甚大。

表 4-3-1-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(整體)

媒體類別/管道	頻率	樣本數	百分比
電視 平均值：2.2 分 (1-5 分計)	沒有	338	31.3%
	很少	366	33.9%
	有時候	251	23.2%
	常常	115	10.6%
	隨時	11	1.0%
	總計	1081	100.0%
報紙 平均值：1.5 分 (1-5 分計)	沒有	682	63.1%
	很少	291	26.9%
	有時候	82	7.6%
	常常	22	2.0%
	隨時	4	0.4%
	總計	1081	100.0%
廣播 平均值：1.7 分 (1-5 分計)	沒有	597	55.2%
	很少	270	25.0%
	有時候	176	16.3%
	常常	35	3.2%
	隨時	3	0.3%
	總計	1081	100.0%
雜誌 平均值：1.6 分 (1-5 分計)	沒有	649	60.0%
	很少	250	23.1%
	有時候	156	14.4%
	常常	23	2.1%
	隨時	3	0.3%
	總計	1081	100.0%
網路媒體 平均值：3.3 分 (1-5 分計)	沒有	78	7.2%
	很少	170	15.7%
	有時候	267	24.7%
	常常	449	41.5%
	隨時	117	10.8%
	總計	1081	100.0%
社群媒體 (如 Facebook) 平均值：3.4 分 (1-5 分計)	沒有	83	7.7%
	很少	160	14.8%
	有時候	217	20.1%
	常常	483	44.7%
	隨時	138	12.8%
	總計	1081	100.0%

(四) 收看影音節目較常使用之載具

本次調查中，受訪者收看影音節目時，較常使用之載具依序為手機（77.1%）、電視（71.4%）、平板電腦（18.4%）、桌上型電腦（9.3%），以及筆記型電腦（7.5%）。其中新移民受訪者透過手機、電視收看影音節目之比例皆超過七成，其比例遠高於其他載具。

表 4-3-1-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，整體)

載具類別	樣本數	百分比
手機	833	77.1%
電視	775	71.7%
平板電腦	199	18.4%
桌上型電腦	101	9.3%
筆記型電腦	81	7.5%
沒有收看影音節目	31	2.9%
總計	1,081	--

二、國籍別交叉分析

(一) 中文語文能力

在受訪者自認中文語文能力部份，若依照程度很不好至程度很好，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各國籍受訪者之自評中文能力，其自評程度皆為聽、說、讀、寫，自評分數由高到低遞減。上述數據顯示出，對於東南亞各國新移民而言，中文讀與寫，是其較為不熟練的環節。且經由 AVOVA 檢定後發現，越南籍受訪者之自評整體中文能力，顯著低於其他國籍者。

表 4-3-2-1 受訪者中文語文能力(國籍別)

平均分數（1-5 分計）	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
回答樣本數	1081	492	328	76	185
聽	2.9	2.9	3.0	2.9	3.0
說	2.7	2.6	2.7	2.7	2.7
讀	1.8	1.8	1.9	2.0	1.9
寫	1.6	1.6	1.6	1.6	1.5
整體中文能力	2.4	2.3	2.5	2.5	2.5

(二) 閱覽、收視或收聽中文內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽中文內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各國籍受訪者普遍透過電視、網路媒體，以及社群媒體接收中文內容，然而透過報紙、廣播，以及雜誌之頻率明顯較低。若進一步經交叉分析可得知，越南籍受訪者，其使用電視接收中文內容之頻率，明顯高於其他國籍者，且經由 ANOVA 檢定後亦達統計顯著差異水準。至於其餘管道使用頻率，各國受訪者差異不大。

表 4-3-2-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(國籍別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
回答樣本數	1081	492	328	76	185
電視	3.1	3.3	2.9	2.9	2.9
報紙	1.5	1.5	1.5	1.4	1.5
廣播	1.7	1.7	1.6	1.6	1.7
雜誌	1.5	1.5	1.4	1.4	1.5
網路媒體	3.1	3.0	3.1	3.0	3.1
社群媒體 (如 Facebook)	3.1	3.1	3.1	3.1	3.2

(三) 閱覽、收視或收聽母語內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽母語內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各國籍受訪者普遍透過網路媒體，以及社群媒體接收母語內容，然而透過電視、報紙、廣播，以及雜誌之頻率明顯較低。

若進一步經交叉分析可得知，菲律賓籍受訪者，其使用廣播、雜誌、網路媒體，以及社群媒體接收母語內容之頻率，明顯高於其他國籍者，且經由 ANOVA 檢定後亦達統計顯著差異水準。而上述差異，其原因可能源於菲律賓將英文定為其國家官方語言之一，而英語文本內容，無論其內容是否直接指涉菲律賓事務，由於英文為世界最強勢語言，因此導致菲律賓籍受訪者，比起其他在臺灣之東南亞國籍者，可更容易接觸到母語內容。

表 4-3-2-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(國籍別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
回答樣本數	1081	492	328	76	185
電視	2.2	2.3	2.1	1.8	2.2
報紙	1.5	1.5	1.5	1.5	1.6
廣播	1.7	1.7	1.6	1.6	1.9
雜誌	1.6	1.5	1.6	1.7	1.8
網路媒體	3.3	3.2	3.4	3.1	3.6
社群媒體 (如 Facebook)	3.4	3.3	3.4	3.2	3.7

(四) 收看影音節目較常使用之載具

從下表可得知，無論受訪者國籍為何，其使用手機、電視作為其收視載具之比例，皆普遍超過六成以上，而其中使用手機之比例更將近七成以上，由此可見手機已成為新移民最主要之收視載具。而經由卡方檢定後，國籍並未對受訪者較常使用之收視載具產生顯著差異。

表 4-3-2-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，國籍別)

%	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
回答樣本數	1081	492	328	76	185
手機	77.1%	74.4%	76.5%	68.4%	88.6%
電視	71.7%	78.7%	68.9%	60.5%	62.7%
平板電腦	18.4%	15.2%	17.7%	15.8%	29.2%
桌上型電腦	9.3%	11.2%	8.5%	5.3%	7.6%
筆記型電腦	7.5%	8.7%	6.7%	7.9%	5.4%
沒有收看影音節目	2.9%	2.8%	2.4%	7.9%	1.6%

三、來台身份別交叉分析

(一) 中文語文能力

在受訪者自認中文語文能力部份，若依照程度很不好至程度很好，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，因工作、婚姻來台者之自評中文能力，其自評程度皆為聽、說、讀、寫，自評分數由高到低遞減；至於留學生，其各面向中文程度自評程度皆遠高於其他來台身份者。且經由 AVOVA 檢定後發現，各面向自評平均數，由高到低普遍為留學生、因婚姻來台、因工作來台者，且差異達統計顯著差異水準。

表 4-3-3-1 受訪者中文語文能力(來台身份別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
回答樣本數	1081	645	401	35
聽	2.9	2.8	3.1	3.6
說	2.7	2.5	2.8	3.1
讀	1.8	1.6	2.1	3.2
寫	1.6	1.4	1.8	2.7
整體中文能力	2.4	2.3	2.5	3.3

(二) 閱覽、收視或收聽中文內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽中文內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各來台身份者普遍透過電視、網路媒體，以及社群媒體接收中文內容，而透過報紙、廣播，以及雜誌之頻率相對較低。

若進一步經交叉分析可得知，因婚姻來台者，其使用電視接收中文內容之頻率，明顯高於因工作來台者；此外，留學生透過各種媒介接收中文內容之頻率，皆明顯高於其他來台原因者；至於因工作來台者，無論透過哪種管道，其使用頻率皆為最低之族群。而經由 ANOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異水準。

表 4-3-3-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(來台身份別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
回答樣本數	1081	645	401	35
電視	3.1	2.7	3.6	3.9
報紙	1.5	1.3	1.7	2.7
廣播	1.7	1.5	1.9	2.8
雜誌	1.5	1.3	1.7	2.7
網路媒體	3.1	2.9	3.1	4.1
社群媒體 (如 Facebook)	3.1	3.0	3.2	4.1

(三) 閱覽、收視或收聽母語內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽母語內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各來台身份者普遍透過網路媒體，以及社群媒體接收母語內容，然而透過電視、報紙、廣播，以及雜誌之頻率相對較低。

若進一步經交叉分析可得知，因婚姻來台者相對移工，其使用電視接收母語內容之頻率略高；因工作來台者，其透過網路媒體、社群媒體接收母語內容之頻率，則是較因婚姻來台者來得高；至於留學生，無論透過哪一種管道，皆為使用頻率最為頻繁之族群。而經由 ANOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異水準。

表 4-3-3-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(來台身份別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
回答樣本數	1081	645	401	35
電視	2.2	2.0	2.3	2.4
報紙	1.5	1.5	1.5	2.3
廣播	1.7	1.6	1.8	1.9
雜誌	1.6	1.6	1.5	2.4
網路媒體	3.3	3.4	3.2	4.1
社群媒體(如 Facebook)	3.4	3.5	3.2	4.1

(四) 收看影音節目較常使用之載具

從下表可得知，無論受訪者來台原因為何，其使用手機、電視作為其收視載具之比例，皆普遍超過六成六以上，而其中使用手機之比例更達七成二以上，由此可見手機已成為新移民最主要之收視載具。

若進一步經交叉分析可得知，因工作來台者，其透過桌上型電腦、筆記型電腦收看影音節目之比例，明顯低於其他來台身份者，而此點亦反映出移工之數位落差現況，建議往後若要針對移工族群進行相關服務推播，應優先將資源投放在行動裝置體驗優化，藉此讓新移民移工更順暢地使用公視相關服務。

此外，留學生除了電視之外，各載具之使用率皆為各族群之冠，此點亦顯示出新移民留學生，是從事多螢收視最為廣泛的族群。承上，若以快速宣傳公視節目或服務的角度而言，建議公視可將資訊推波至新移民留學生群體中，再藉由新移民留學生之同鄉網絡，迅速將公視相關服務資訊，廣泛地流傳至新移民留學生群體之中。

而經由卡方檢定後，來台身份亦對受訪者較常使用之收視載具產生顯著差異。

表 4-3-3-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，來台身份別)

%	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
回答樣本數	1081	645	401	35
手機	77.1%	79.4%	72.1%	91.4%
電視	71.7%	66.0%	80.5%	74.3%
平板電腦	18.4%	15.7%	20.7%	42.9%
桌上型電腦	9.3%	5.1%	13.0%	45.7%
筆記型電腦	7.5%	3.3%	10.2%	54.3%
沒有收看影音節目	2.9%	4.8%	0.0%	0.0%

四、來台年數別交叉分析

(一) 中文語文能力

在受訪者自認中文語文能力部份，若依照程度很不好至程度很好，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各來台年數者，其中文自評程度普遍為聽、說、讀、寫，分數由高到低遞減，並且隨著來台年數之提升，其各面向之中文能力亦隨之上升，兩者為高度正相關。經由 AVOVA 檢定後發現，受訪者來台年數與其自評中文程度，兩者間依存顯著正相關。

表 4-3-4-1 受訪者中文語文能力(來台年數別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
回答樣本數	1081	493	370	115	103
聽	2.9	2.3	3.2	3.7	3.9
說	2.7	2.0	2.9	3.5	3.8
讀	1.8	1.4	2.0	2.4	2.9
寫	1.6	1.3	1.6	2.1	2.3
整體中文能力	2.4	1.8	2.6	3.2	3.6

(二) 閱覽、收視或收聽中文內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽中文內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各來台年數者普遍透過電視、網路媒體，以及社群媒體接收中文內容，而透過報紙、廣播，以及雜誌之頻率相對較低。若進一步經交叉分析可得知，隨著來台累計年數增加，其透過電視來接收中文內容之頻率亦會隨之上升，兩者呈現正相關；此外，來台累計年數 9 年以上者，其透過各式管道接收中文內容之頻率普遍為最頻繁者。由此上述數據可得知，來台年數對於新移民使用各式管道接收中文內容之頻率，存在著高度相關性。而經由 ANOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異水準。

表 4-3-4-2 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率(來台年數別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
回答樣本數	1081	493	370	115	103
電視	3.1	2.8	3.1	3.4	3.8
報紙	1.5	1.4	1.5	1.7	1.8
廣播	1.7	1.6	1.7	1.7	1.9
雜誌	1.5	1.4	1.5	1.6	1.8
網路媒體	3.1	2.8	3.2	3.5	3.4
社群媒體(如 Facebook)	3.1	2.8	3.2	3.6	3.5

(三) 閱覽、收視或收聽母語內容之頻率

至於受訪者閱覽、收視、或收聽母語內容之頻率，若依照頻率沒有至隨時，分別給予 1-5 分之計分，且經由平均分數轉換後發現，各來台身份者普遍透過網路媒體，以及社群媒體接收母語內容，然而透過電視、報紙、廣播，以及雜誌之頻率相對較低。

若以 9 年為分界，並經由交叉分析可得知，來台累積年數未滿 9 年者，相對於來台 9 年以上者，普遍更頻繁透過網路媒體、社群媒體接收母語內容。然而，由於受訪者來台年數與受訪者年齡為絕對正相關，因此，亦必須考量上述結果，可能其真實影響因子是源於受訪者之年齡高低，進而影響其慣用之接收管道。而經由 ANOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異水準。

表 4-3-4-3 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率(來台年數別)

平均分數 (1-5 分計)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
回答樣本數	1081	493	370	115	103
電視	2.2	2.1	2.1	2.2	2.5
報紙	1.5	1.5	1.5	1.5	1.7
廣播	1.7	1.8	1.6	1.4	1.7
雜誌	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
網路媒體	3.3	3.3	3.4	3.5	3.0
社群媒體(如 Facebook)	3.4	3.4	3.4	3.6	3.0

(四) 收看影音節目較常使用之載具

從下表可得知，雖然各來台年數者最主要還是透過手機、電視進行收視，然而，若經由進一步交叉分析後，可發現使用手機之比例，大致與受訪者來台年數呈現負相關。亦即，隨著來台時間越久，則相對更不會依賴手機做為唯一收視載具。而經由卡方檢定後，由於部分組間樣本數較小，因此導致不盡然全體選項適用於卡方檢定。

表 4-3-4-4 受訪者收看影音節目較常使用之載具(複選，來台年數別)

%	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
回答樣本數	1081	493	370	115	103
手機	77.1%	81.3%	80.5%	66.1%	56.3%
電視	71.7%	63.7%	79.2%	80.9%	72.8%
平板電腦	18.4%	13.6%	22.7%	25.2%	18.4%
桌上型電腦	9.3%	10.1%	8.4%	12.2%	5.8%
筆記型電腦	7.5%	4.5%	9.2%	15.7%	6.8%
沒有收看影音節目	2.9%	4.5%	1.4%	3.5%	0.0%

五、中文語文能力與媒體使用行為 - 分析小結

經受訪者國籍、來台身份，以及來台累計年數交叉分析後，下表為中文語文能力與媒體使用行為，經統計檢定後（含卡方、平均數檢定），有達統計顯著差異水準之檢定結果。

表 4-3-5-1 中文語文能力與媒體使用行為 - 分析小結

中文語文能力 與媒體使用行為	達統計顯著差異之交叉分析變項
中文語文能力	國籍、來台身份、來台年數
閱覽、收視或收聽中文內容之頻率	國籍、來台身份、來台年數
閱覽、收視或收聽母語內容之頻率	國籍、來台身份、來台年數
收看影音節目較常使用之載具	來台身份

以下分別就整體分析、國籍、來台身份，與來台年數等面向，簡要陳述相關重要發現：

（一）整體分析

在受訪者自認中文語文能力部份，其自評分數平均值依序為聽（2.9 分）、說（2.7 分）、讀（1.8 分）、寫（1.6 分），至於整體中文能力自評分數則為 2.4 分，整體而言，其自評分數皆低於普通（3 分）以下。

至於受訪者較常接觸之中文內容媒介，則可發現網路、社群媒體、電視，其使用頻率明顯大於其他媒介；而在母語內容媒介中，網路與社群媒體是其較常接觸母語內容之媒介，且與其他媒介使用頻率差異甚大。

最後，在收看影音節目較常使用之載具中，新移民受訪者透過手機、電視收看影音節目之比例皆超過七成，其比例遠高於其他載具。

（二）國籍

各國籍受訪者之自評中文能力，其自評程度皆為聽、說、讀、寫，自評分數由高到低遞減，並且越南籍受訪者之自評整體中文能力，顯著低於其他國籍者；此外越南籍受訪者，其使用電視接收中文內容之頻率，明顯高於其他國籍者

至於菲律賓籍受訪者，其使用廣播、雜誌、網路媒體，以及社群媒體接收母語內容之頻率，明顯高於其他國籍者。而上述差異，其原因可能源於菲律賓將英文定為其國家官方語言之一，而英語文本內容，無論其內容是否直接指涉菲律賓事務，由於英文為世界最強勢語言，因此導致菲律賓籍受訪者，比起其他在臺灣之東南亞國籍者，可更容易接觸到母語內容。

（三）來台身份

留學生中文自評程度皆遠高於其他來台身份者，而留學生透過各種媒介接收中文內容、母語內容之頻率，皆明顯高於其他來台原因者，亦更為頻繁透過各式載具收看影音節目。整體而言，留學生為本次調查中，在台使用、接觸各式媒體最為頻繁之族群。

因婚姻來台者，其中文自評程度略高於因工作來台者（移工），並且其使用電視接收中文、母語內容之頻率，皆高於因工作來台者。整體而言，因婚姻來台者，是本次調查中最頻繁使用、收視電視之族群。

因工作來台者，其中文自評程度皆普遍低於其他族群，並且相較於其他兩大族群，在台灣是更不常接收中文影音訊息。然而，移工族群在台灣使用網路媒體、社群媒體接收母語內容之頻率，以及使用手機收看影音節目之比例，則是明顯高於因婚姻來台者，再再顯示其仰賴母國文本輸出之生活型態。

（四）來台年數

整體而言，隨著受訪者來台年數之提升，其各面向之中文能力亦隨之上升，兩者為高度正相關。此外，隨著來台累計年數增加，其透過電視來接收中文內容之頻率亦會隨之上升，兩者呈現正相關。

至於受訪者閱覽、收視、或收聽母語內容之頻率，則呈現較為不同的樣態，若以 9 年為分界，來台累積年數未滿 9 年者，相對於來台 9 年以上者，普遍更頻繁透過網路媒體、社群媒體接收母語內容。然而，上述結果亦必須考量是否為受訪者年齡，導致其收視習慣之世代差異。最後在受訪者使用手機觀看影音節目之現況，大致與受訪者來台年數呈現負相關，亦即，隨著來台時間越久，則相對更不會依賴手機做為唯一收視載具。

肆、公視收視行為與評價

一、整體數據

(一) 公視知曉率、收看頻率

1. 知曉率

本次調查中，當問及新移民受訪者是否知曉「台灣公共電視」這家電視台時，其中有42.7%的受訪者表示知道，57.3%表示不知道。顯示仍有過半數的新移民受訪者仍未聽說過台灣公共電視。

表 4-4-1-1 受訪者公視知曉率(整體)

是否知曉「台灣公共電視」這家電視台？	樣本數	百分比
知道	462	42.7%
不知道	619	57.3%
總計	1,081	100.0%

2. 收看頻率（近三個月）

針對上述 462 位知曉公共電視者，追問其近三個月公視收看頻率時，約有四成五（45.5%）受訪者表示沒有看公視；其餘 54.5%（共 252 人）近期有看過公視者，收看頻率普遍分布在少於 1 星期 1 次，其中收看頻率又以 2 星期 1 次比例最高（17.3%），顯示平常有在收看公視之新移民，其收看頻率仍偏低。

表 4-4-1-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，整體)

收看頻率	樣本數	百分比
沒有看	210	45.5%
每個月 1 次以下	70	15.2%
2 星期 1 次	80	17.3%
1 星期 1 次	65	14.1%
3 天 1 次	18	3.9%
2 天 1 次	1	0.2%
每天 1 次及以上	18	3.9%
總計	462	100.0%

3. 近三個月沒有收看之原因

而針對上述 210 位知曉公共電視，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看公視之原因，本次調查發現，之所以沒有收看的前三大原因分別為：不清楚在哪個電視頻道收看（26.7%）、台灣公共電視的節目並不是製作給我們看的（24.3%），以及對台灣公共電視的節目沒有興趣（22.4%），其比例皆超過兩成。

然而，若以母語因素而論，有高達 18.6%的受訪者表示「台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作」，同時，亦有 16.7%的受訪者表示是因為「習慣透過網路，收看自己母國的節目」。若從不清楚/不知道的因素而論，則分別有高達 26.7%以及 19.5%的受訪者表示，是因為不曉得在哪個電視頻道，或是透過哪個網路管道收看，此點亦顯示出公視對於新移民之宣傳力道，仍有持續加強之空間。

表 4-4-1-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，整體)

原因	樣本數	百分比
不清楚在哪個電視頻道收看	56	26.7%
台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	51	24.3%
對台灣公共電視的節目沒有興趣	47	22.4%
不清楚透過哪些網路管道收看	41	19.5%
台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	39	18.6%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	35	16.7%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	33	15.7%
住所(宿舍)沒有電視	10	4.8%
總計	210	--

(二) 公視東南亞語新聞收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語的新聞節目時，其中有高達 84.5%受訪者表示知道，知道之比例遠高於不知道，顯示出對於知曉公視之新移民而言，可能多數是透過東南亞語新聞而得知公視。

表 4-4-1-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(整體)

是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語(包含越南語、印尼語、泰語、英語)的新聞節目?	樣本數	百分比
知道	213	84.5%
不知道	39	15.5%
總計	252	100.0%

2. 收看頻率（近三個月）

而針對上述 213 位知曉公視東南亞語新聞者，追問其近三個月該節目收看頻率時，僅有 7.5% 的新移民受訪者表示近期沒有看；其餘 92.5%（共 197 人）近期有看過公視東南亞語新聞者，收看頻率普遍分布在少於 1 星期 1 次，其中又以每個月 1 次以下比例最高（37.1%）。上述數據顯示出，即便對於已知曉者而言，公視東南亞語新聞廣為其所收看，但其收看頻率仍偏低，因此，如何對這些既有收視者，養成其固定收看之習慣，將是後續推廣關鍵所在。

表 4-4-1-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，整體)

收看頻率	樣本數	百分比
沒有看	16	7.5%
每個月 1 次以下	79	37.1%
2 星期 1 次	67	31.5%
1 星期 1 次	32	15.0%
3 天 1 次	9	4.2%
2 天 1 次	4	1.9%
每天 1 次及以上	6	2.8%
總計	213	100.0%

3. 節目滿意度評價（1~10 分計）

至於在公視東南亞語新聞節目滿意度評價部份，針對上述 197 位近期有收看該節目者進行詢問後，本次調查發現，各構面之滿意度平均數普遍落在 6.95~7.15 分之間，其滿意度平均分數由高到低依序為：整體母語新聞節目品質（7.15 分）、母語新聞的公正獨立性（7.11 分）、母語新聞播出時段（6.96 分）、母語新聞報導的深度（6.96 分）、母語新聞節目長度（6.95 分）。

表 4-4-1-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值(1-10 分)
母語新聞節目長度	197	6.95
母語新聞播出時段	197	6.96
母語新聞的公正獨立性	197	7.11
母語新聞報導的深度	197	6.96
整體母語新聞節目品質	197	7.15

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 16 位知曉公視東南亞語新聞，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，本次調查發現，其沒有收看之前三大原因為：不清楚新聞撥放時段（43.8%）、習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目（31.3%）、不清楚透過哪些網路管道收看（25.0%）。原則上，較大宗之原因仍為不清楚撥放時段或透過那些網路管道收看，但由於本題回答樣本數僅為 16 人，因此建議比例僅供參考。

表 4-4-1-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，整體)

原因	樣本數	百分比
不清楚新聞播放時段	7	43.8%
習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目	5	31.3%
不清楚透過哪些網路管道收看	4	25.0%
在住所（宿舍）無法決定能看哪些電視節目	3	18.8%
對這種母語新聞節目沒有興趣	2	12.5%
對台灣這塊土地發生的事情，並沒有興趣	1	6.3%
住所（宿舍）沒有電視	1	6.3%
不清楚在哪個電視頻道收看	0	0.0%
總計	16	--

（三）公視非新聞類東南亞節目收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）時，其中有高達 77.4%（195 位）新移民受訪者表示知道，其比例遠大於不知道比例。由上述可初步得知，公視既有新移民觀眾，除了普遍知曉東南亞語新聞之外，亦普遍知曉其他非新聞類之東南亞主題節目。

表 4-4-1-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(整體)

是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？	樣本數	百分比
知道	195	77.4%
不知道	57	22.6%
總計	252	100.0%

2. 收看頻率（近三個月）

而針對上述 195 位知曉公視非新聞類東南亞節目者，追問其近三個月該節目收看頻率時，僅有 7.7% 的新移民受訪者表示近期沒有看；其餘 92.3%（共 180 人）近期有看過此類節目者，其收看頻率普遍分布在 2 星期 1 次、每個月 1 次以下，其中又以每個月 1 次以下比例最高（50.8%）。

與東南亞語新聞節目之情況類似，上述數據顯示出，即便對於已知曉者而言，公視非新聞類東南亞節目即便廣為其所收看，但其收看頻率仍偏低。然而，與新聞節目不同的是，該類型節目並非每日常態性帶狀撥出，因此收看頻率較低，應與該類型節目本身之播放排程直接相關。

表 4-4-1-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，整體)

收看頻率	樣本數	百分比
沒有看	15	7.7%
每個月 1 次以下	99	50.8%
2 星期 1 次	42	21.5%
1 星期 1 次	23	11.8%
3 天 1 次	9	4.6%
2 天 1 次	2	1.0%
每天 1 次及以上	5	2.6%
總計	195	100.0%

3. 節目滿意度評價（1~10 分計）

至於在公視非新聞類東南亞節目滿意度評價部份，針對上述 180 位近期有收看該節目類型者進行詢問後，本次調查發現，各構面之滿意度平均數普遍落在 6.97~7.18 分之間，其滿意度平均分數由高到低依序為：整體節目品質（7.18 分）、節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助（7.03 分）、節目長度（7.01 分）、節目讓人覺得有趣、具娛樂性（7.01 分）、節目撥出時段（6.97 分）。

表 4-4-1-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
節目長度	180	7.01
節目播出時段	180	6.97
節目讓人覺得有趣、具娛樂性	180	7.01
節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	180	7.03
整體節目品質	180	7.18

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 15 位知曉公視非新聞類東南亞節目，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，本次調查發現，其沒有收看之前三大原因為：對這類節目沒有興趣（33.3%）、習慣透過網路收看自己母國的節目（26.7%）、住所/宿舍沒有電視（20.0%）。同樣由於本題回答樣本數僅為 15 人，因此建議比例僅供參考。

表 4-4-1-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，整體)

原因	樣本數	百分比
對這類節目沒有興趣	5	33.3%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	4	26.7%
住所（宿舍）沒有電視	3	20.0%
不清楚節目播放時段	2	13.3%
這類節目，並不是用我的母語製作	2	13.3%
這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	2	13.3%
不清楚透過哪些網路管道收看	1	6.7%
不清楚在哪個電視頻道收看	1	6.7%
在住所（宿舍）無法決定能看哪些電視節目	0	0.0%
總計	15	100.0%

（四）公視媒體近用現況評價

1. 公視媒體近用-重要度評價（1~10 分計）

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-重要度評價相關題組，量化調查發現，新移民受訪者對於公視媒體近用各構面之重要度評比分數，普遍落在 6.62~7.05 分之間，其重要度平均分數由高到低依序為：台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事（7.05 分）；台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容（7.02 分）；透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法，能被台灣社會所聽見（6.88 分）；台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利（6.62 分）。

表 4-4-1-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利	252	6.62
台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	252	7.05
台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容	252	7.02
透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法，能被台灣社會所聽見	252	6.88

2. 公視媒體近用-現況認同度評價（1~10分計）

承襲前述調查項目，在本次調查中，亦針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-現況認同度評價相關題組。量化調查發現，受訪者對於公視媒體近用各構面之現況認同度評比分數，普遍落在 6.73~7.13 分之間，其評比平均分數由高到低依序為：台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事（7.13 分）；台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容（7.02 分）；透過台灣公共電視，自己的意見、想法，有被台灣社會所聽見（6.89 分）；台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利（6.73 分）。

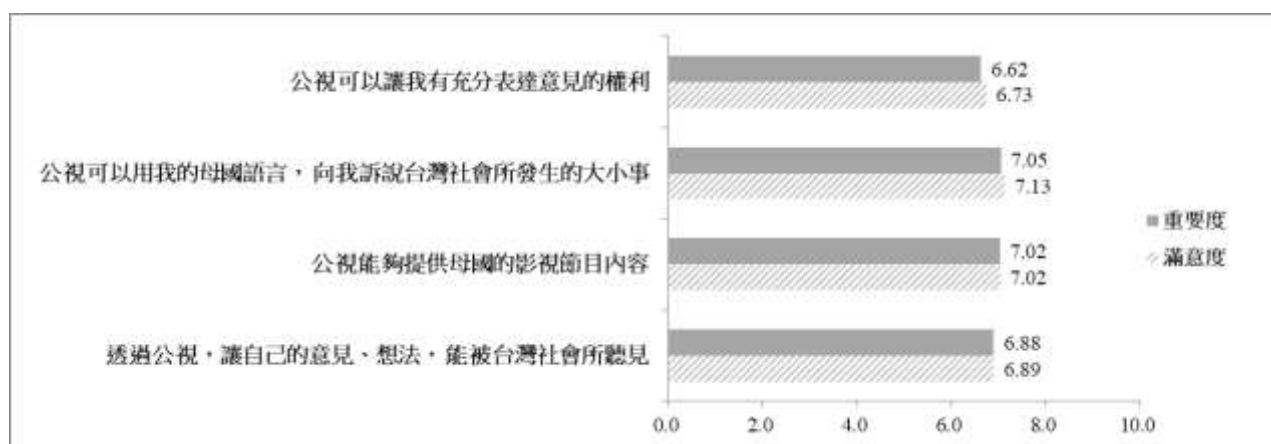
表 4-4-1-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10分)
台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利	252	6.73
台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	252	7.13
台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容	252	7.02
透過台灣公共電視，自己的意見、想法，有被台灣社會所聽見	252	6.89

3. 公視媒體近用-綜合分析（1~10分計）

從下圖平均數分布可得知，無論是重要度抑或是滿意度，新移民受訪者皆以「表意權」為得分較低之評比項目，關於此點，建議往後可製播新移民談話性節目，或依討論主題不同，邀請合適之新移民代表至節目表意，藉此提高新移民對於公視之「表意權」參與度；反之，得分較高之項目皆與「接收權」相關，此點亦反應出公視在東南亞語新聞製播上之努力。

圖 4-4-1-1 公視媒體近用項況評價-重要度、滿意度(整體)



(五) 公視節目公共價值評價

1. 節目品質 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，量化調查發現，受訪者對於公視【節目品質】評比分數，普遍落在 7.19~7.25 分之間，其評比平均分數由高到低依序為：整體節目品質 (7.25 分)、新聞的公正獨立性 (7.21 分)、節目種類的多樣化 (7.19 分)。整體而言，【節目品質】各項目之評比分數平均數皆差異不大。

表 4-4-1-14 受訪者公視【節目品質】- 公共價值評量(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
節目種類的多樣化	252	7.19
新聞的公正獨立性	252	7.21
整體節目品質	252	7.25

2. 節目娛樂性 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，量化調查發現，受訪者對於公視【節目娛樂性】評比分數，普遍落在 7.21~7.35 分之間，其評比平均分數由高到低依序為：節目內容讓人覺得放鬆心情 (7.35 分)、讓人覺得有趣、具娛樂性 (7.21 分)。「節目內容讓人覺得放鬆心情」評比分數略高於「讓人覺得有趣、具娛樂性」。

表 4-4-1-15 受訪者公視【節目娛樂性】- 公共價值評量(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
節目內容讓人覺得放鬆心情	252	7.35
讓人覺得有趣、具娛樂性	252	7.21

3. 社會影響力 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，量化調查發現，受訪者對於公視【社會影響力】評比分數，普遍落在 7.16~7.43 分之間，其評比平均分數由高到低依序為：跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化 (7.43 分)、跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化 (7.37 分)、相信節目內容所提供的資訊 (7.16 分)。整體而言，【社會影響力】為本次新移民對公視節目公共價值評量中，整體表現最佳之項目，由此可見對新移民族群之耕耘。

表 4-4-1-16 受訪者公視【社會影響力】- 公共價值評量(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
相信節目內容所提供的資訊	252	7.16
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化	252	7.43
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化	252	7.37

4. 公共服務 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，量化調查發現，受訪者對於公視【公共服務】評比分數，普遍落在 7.19~7.24 分之間，其評比平均分數由高到低依序為：有效引發社會對各族群的關注與協助 (7.24 分)、針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現 (7.19 分)。整體而言，【公共服務】各項目之評比分數平均數皆差異不大。

表 4-4-1-17 受訪者公視【公共服務】- 公共價值評量(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
有效引發社會對各族群的關注與協助	252	7.24
針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現	252	7.19

二、國籍別交叉分析

(一) 公視知曉率、收看頻率

1. 知曉率

本次調查中，當問及新移民受訪者是否知曉「台灣公共電視」這家電視台時，其中以印尼籍受訪者之知曉率最高，高達近半數（49.0%）表示知道，其次依序為越南籍（42.7%）、泰國籍（36.6%），以及菲律賓籍（31.6%）。而經由卡方檢定後，受訪者國籍對於公視知曉率之比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-2-1 受訪者公視知曉率(國籍別)

是否知曉「台灣公共電視」這家電視台？	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
知道	42.7%	42.7%	49.0%	36.6%	31.6%
不知道	57.3%	57.3%	51.0%	63.4%	68.4%

2. 收看頻率（近三個月）

針對上述 462 位知曉公共電視者，追問其近三個月公視收看頻率時，從下表可得知，印尼籍受訪者為近三個月「有收看」公視比例最高者（59.2%），高達近六成印尼籍受訪者表示近三個月曾經收看過公視，其次依序為泰國籍（54.2%）、菲律賓籍（53.2%）、越南籍（52.7%）。而經由卡方檢定，並將選項合併為有看過以及沒有看過後，受訪者國籍對於公視近三個月收看比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-2-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，國籍別)

收看頻率	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	462	241	120	24	77
沒有看	45.5%	47.3%	40.8%	45.8%	46.8%
每個月 1 次以下	15.2%	13.7%	18.3%	4.2%	18.2%
2 星期 1 次	17.3%	17.8%	21.7%	16.7%	9.1%
1 星期 1 次	14.1%	13.7%	12.5%	8.3%	19.5%
3 天 1 次	3.9%	2.1%	2.5%	25.0%	5.2%
2 天 1 次	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
每天 1 次及以上	3.9%	5.0%	4.2%	0.0%	1.3%
沒有看比例	45.5%	47.3%	40.8%	45.8%	46.8%
有看比例合計	54.5%	52.7%	59.2%	54.2%	53.2%

3. 近三個月沒有收看之原因

而針對上述 210 位知曉公共電視，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看公視之原因，本次調查發現，越南籍受訪者比起其他國籍者，其沒有收看之原因更源自於「不清楚在哪個電視頻道收看」，或是「不清楚透過哪些網路管道收看」等原因；至於菲律賓籍受訪者，其之所以沒有看的原因則多半源自於「習慣透過網路收看自己母國的節目」。然而，由於本題泰國籍受訪者較少，因此導致部分選項分配不適用於卡方檢定。

表 4-4-2-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，國籍別)

收看頻率	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	210	114	49	11	36
不清楚在哪個電視頻道收看	26.7%	34.2%	22.4%	18.2%	11.1%
台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	24.3%	27.2%	24.5%	0.0%	22.2%
對台灣公共電視的節目沒有興趣	22.4%	19.3%	18.4%	63.6%	25.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	19.5%	25.4%	16.3%	9.1%	8.3%
台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	18.6%	20.2%	14.3%	9.1%	22.2%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	16.7%	13.2%	12.2%	18.2%	33.3%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	15.7%	13.2%	12.2%	18.2%	27.8%
住所(宿舍)沒有電視	4.8%	2.6%	8.2%	9.1%	5.6%

(二) 公視東南亞語新聞收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語的新聞節目時，各國籍受訪者之知曉率皆超過八成以上，其中又以泰國籍受訪者之知曉率最高(92.3%)，其次依序為越南籍(85.8%)、菲律賓籍(82.9%)，以及印尼籍(81.7%)。而經由卡方檢定後，受訪者之國籍差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-2-4 受訪者公視東南亞語新聞-知曉率(國籍別)

是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語(包含越南語、印尼語、泰語、英語)的新聞節目?	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
知道	84.5%	85.8%	81.7%	92.3%	82.9%
不知道	15.5%	14.2%	18.3%	7.7%	17.1%

2. 收看頻率(近三個月)

而針對上述 213 位知曉公視東南亞語新聞者，追問其近三個月該節目收看頻率時，各國籍受訪者「有收看」比例皆將近九成以上，其中又以泰國籍受訪者之收看率最高(100.0%)，其次依序為印尼籍(96.6%)、菲律賓籍(94.1%)，以及越南籍(89.0%)。而經由卡方檢定後，受訪者之國籍差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-2-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，國籍別)

收看頻率	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	213	109	58	12	34
沒有看	7.5%	11.0%	3.4%	0.0%	5.9%
每個月 1 次以下	37.1%	38.5%	41.4%	33.3%	26.5%
2 星期 1 次	31.5%	28.4%	36.2%	41.7%	29.4%
1 星期 1 次	15.0%	12.8%	10.3%	16.7%	29.4%
3 天 1 次	4.2%	2.8%	5.2%	8.3%	5.9%
2 天 1 次	1.9%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%
每天 1 次及以上	2.8%	2.8%	3.4%	0.0%	2.9%
沒有看比例	7.5%	11.0%	3.4%	0.0%	5.9%
有看比例合計	92.5%	89.0%	96.6%	100.0%	94.1%

3. 節目滿意度評價(1~10 分計)

至於在公視東南亞語新聞節目滿意度評價部份，針對上述 197 位近期有收看該節目者進行詢問，並經由 ANOVA 檢定後發現，菲律賓籍受訪者，普遍於各評比面向之平均分數為最低者，且差異達統計顯著差異水準。若探究其中可能原因，由於公視東南亞語新聞，目前並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行製作之，進而可能導致菲律賓籍受訪者之評分，明顯低於其他國籍者。

然而，雖下表中，泰國籍受訪者之評比分數普遍為最高者，但考量其樣本數僅有 12 人，因此恐有過度推論之虞，因此建議不納入比較中。

表 4-4-2-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(國籍別)

評比項目 (1-10分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	197	97	56	12	32
母語新聞節目長度	6.95	7.01	6.93	7.67	6.53
母語新聞播出時段	6.96	7.23	6.84	7.50	6.16
母語新聞的公正獨立性	7.11	7.25	6.95	7.58	6.78
母語新聞報導的深度	6.96	7.13	6.91	7.50	6.31
整體母語新聞節目品質	7.15	7.34	7.13	7.50	6.50

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 16 位知曉公視東南亞語新聞，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者幾乎集中於越南籍受訪者，因此下表中，各國籍受訪者之間的比例差異懸殊，建議比例僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-2-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，國籍別)

原因	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	16	12	2	0	2
不清楚新聞播放時段	43.8%	41.7%	0.0%	0.0%	100.0%
習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目	31.3%	25.0%	50.0%	0.0%	50.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	25.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	18.8%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
對這種母語新聞節目沒有興趣	12.5%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
對台灣這塊土地發生的事情，並沒有興趣	6.3%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
住所(宿舍)沒有電視	6.3%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(三) 公視非新聞類東南亞節目收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）時，各國籍受訪者之知曉率皆超過七成以上，其中又以泰國籍受訪者之知曉率最高（84.6%），其次依序為印尼籍（78.9%）、越南籍（78.0%），以及菲律賓籍（70.7%）。而經由卡方檢定後，雖然受訪者之國籍差異並未對本題比例分布產生顯著差異，但各國皆有七成以上知曉率。

表 4-4-2-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(國籍別)

是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
知道	77.4%	78.0%	78.9%	84.6%	70.7%
不知道	22.6%	22.0%	21.1%	15.4%	29.3%

2. 收看頻率（近三個月）

而針對上述 195 位知曉公視非新聞類東南亞節目者，追問其近三個月該節目收看頻率時，各國籍受訪者「有收看」比例皆超過九成以上，其中又以泰國籍受訪者之收看率最高（100.0%），其次依序為菲律賓籍（93.1%）、越南籍（91.9%），以及印尼籍（91.1%）。而經由卡方檢定後，受訪者之國籍差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-2-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，國籍別)

收看頻率	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	195	99	56	11	29
沒有看	7.7%	8.1%	8.9%	0.0%	6.9%
每個月 1 次以下	50.8%	51.5%	57.1%	27.3%	44.8%
2 星期 1 次	21.5%	21.2%	17.9%	54.5%	17.2%
1 星期 1 次	11.8%	9.1%	10.7%	9.1%	24.1%
3 天 1 次	4.6%	7.1%	0.0%	9.1%	3.4%
2 天 1 次	1.0%	1.0%	1.8%	0.0%	0.0%
每天 1 次及以上	2.6%	2.0%	3.6%	0.0%	3.4%
沒有看比例	7.7%	8.1%	8.9%	0.0%	6.9%
有看比例合計	92.3%	91.9%	91.1%	100.0%	93.1%

3. 節目滿意度評價（1~10分計）

至於在公視非新聞類東南亞節目滿意度評價部份，針對上述 180 位近期有收看該節目類型者進行詢問，並經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對該類型節目各項評比分數產生顯著差異。然而，從下表仍是可以初步觀察出，泰國籍受訪者對於各項評比分數普遍為最高者，但由於該國回答樣本數僅為 11 人，因此數據同樣僅供參考即可。

表 4-4-2-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(國籍別)

評比項目 (1-10分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	180	91	51	11	27
節目長度	7.01	7.00	7.02	7.73	6.74
節目播出時段	6.97	7.07	6.78	7.55	6.78
節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01	7.07	6.90	7.73	6.74
節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03	6.82	7.22	7.82	7.04
整體節目品質	7.18	7.05	7.25	7.82	7.19

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 15 位知曉公視非新聞類東南亞節目，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者人數過少，因此下表中，各國籍受訪者之間的比例差異懸殊，建議比例僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-2-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，國籍別)

原因	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	15	8	5	0	2
對這類節目沒有興趣	33.3%	12.5%	40.0%	0.0%	100.0%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	26.7%	25.0%	40.0%	0.0%	0.0%
住所(宿舍)沒有電視	20.0%	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%
不清楚節目播放時段	13.3%	12.5%	20.0%	0.0%	0.0%
這類節目，並不是用我的母語製作	13.3%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	13.3%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	6.7%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	6.7%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(四) 公視媒體近用現況評價

1. 公視媒體近用-重要度評價(1~10分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-重要度評價相關題組，從下表可得知，除了「台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事」之外，菲律賓籍受訪者，在其餘各項評比之平均分數，皆為平均分數最低者。

然而，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對本題各項評比分數產生顯著差異，因此，上述所提及之菲律賓籍受訪者重要度評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-2-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(國籍別)

評比項目 (1-10 分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利	6.62	6.69	6.61	7.00	6.32
台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.05	7.18	6.92	6.85	6.93
台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容	7.02	7.09	7.15	7.15	6.54
透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法，能被台灣社會所聽見	6.88	7.06	6.80	7.38	6.34

2. 公視媒體近用-現況認同度評價 (1~10 分計)

承襲前述調查項目，在本次調查中，亦針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-現況認同度評價相關題組。從下表可得知，近似於重要度評比，菲律賓籍受訪者，在各項評比之平均分數，同樣皆為平均分數最低者。換言之，公視目前於新移民媒體近用之作為，對於菲律賓籍受訪者而言，是相對較為不認同之族群。若探究其中可能原因，目前公視並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行相關節目製作，而相對於其他東南亞國籍者，皆有屬於自己母語的專屬新聞時段，此種衍生而來的相對剝奪感，進而可能導致菲律賓籍受訪者之評分，明顯低於其他國籍者。

然而，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對本題各項評比分數產生顯著差異，因此，上述所提及之菲律賓籍受訪者滿意度評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-2-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(國籍別)

評比項目 (1-10分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利	6.73	6.83	6.70	7.08	6.37
台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.13	7.12	7.24	7.62	6.80
台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容	7.02	7.10	7.06	7.23	6.66
透過台灣公共電視，自己的意見、想法，有被台灣社會所聽見	6.89	6.95	7.01	7.54	6.29

(五) 公視節目公共價值評價

1. 節目品質 (1~10分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各國籍受訪者對於公視【節目品質】評比分數，其中以菲律賓籍受訪者之平均分數為最低者。然而經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對本題組之評分產生顯著差異，但仍可觀察出菲律賓籍受訪者為平均分數最低者。

表 4-4-2-14 受訪者公視【節目品質】 - 公共價值評量(國籍別)

評比項目 (1-10分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
節目種類的多樣化	7.19	7.31	7.25	7.54	6.61
新聞的公正獨立性	7.21	7.38	7.17	7.23	6.76
整體節目品質	7.25	7.35	7.20	7.46	6.95

2. 節目娛樂性 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各國籍受訪者對於公視【節目娛樂性】評比分數，其中以菲律賓籍受訪者之平均分數為最低者。然而經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對本題組之評分產生顯著差異，但仍可觀察出菲律賓籍受訪者為平均分數最低者。

表 4-4-2-15 受訪者公視【節目娛樂性】- 公共價值評量(國籍別)

評比項目 (1-10 分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
節目內容讓人覺得放鬆心情	7.35	7.41	7.32	7.69	7.07
讓人覺得有趣、具娛樂性	7.21	7.25	7.32	7.69	6.71

3. 社會影響力 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各國籍受訪者對於公視【社會影響力】評比分數，原則上各國受訪者評比平均分數差異不大，且經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍對於【社會影響力】之評分亦無顯著差異。

表 4-4-2-16 受訪者公視【社會影響力】- 公共價值評量(國籍別)

評比項目 (1-10 分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
相信節目內容所提供的資訊	7.16	7.21	7.10	7.54	7.00
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化	7.43	7.41	7.34	7.85	7.54
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化	7.37	7.39	7.27	7.77	7.34

4. 公共服務 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各國籍受訪者對於公視【公共服務】評比分數，雖然以菲律賓籍受訪者之平均分數較低，但經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍對於【公共服務】之評分仍無顯著差異。因此，上述所提及之菲律賓籍受訪者評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-2-17 受訪者公視【公共服務】- 公共價值評量(國籍別)

評比項目 (1-10 分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	252	127	71	13	41
有效引發社會對各族群的關注與協助	7.24	7.36	7.21	7.38	6.88
針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現	7.19	7.24	7.24	7.54	6.85

三、來台身份別交叉分析

(一) 公視知曉率、收看頻率

1. 知曉率

本次調查中，當問及新移民受訪者是否知曉「台灣公共電視」這家電視台時，其中以留學生受訪者之知曉率最高，高達六成（60.0%）表示知道，其次依序為因婚姻來台者（57.1%），以及因工作來台者（32.9%）。而經由卡方檢定後，受訪者來台身份對於公視知曉率之比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-3-1 受訪者公視知曉率(來台身份別)

是否知曉「台灣公共電視」這家電視台？	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
知道	42.7%	32.9%	57.1%	60.0%
不知道	57.3%	67.1%	42.9%	40.0%

2. 收看頻率（近三個月）

針對上述 462 位知曉公共電視者，追問其近三個月公視收看頻率時，從下表可得知，因婚姻來台者為近三個月「有收看」公視比例最高者（66.4%），高達六成六表示近三個月曾經收看過公視，其次依序為留學生（47.6%）、因工作來台者（42.5%）。而經由卡方檢定，並將選項合併為有看過以及沒有看過後，受訪者來台身份對於公視近三個月收看比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-3-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，來台身份別)

收看頻率	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	462	212	229	21
沒有看	45.5%	57.5%	33.6%	52.4%
每個月 1 次以下	15.2%	13.2%	15.7%	28.6%
2 星期 1 次	17.3%	14.2%	20.5%	14.3%
1 星期 1 次	14.1%	11.3%	17.5%	4.8%
3 天 1 次	3.9%	1.9%	6.1%	0.0%
2 天 1 次	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%
每天 1 次及以上	3.9%	1.9%	6.1%	0.0%
沒有看比例	45.5%	57.5%	33.6%	52.4%
有看比例合計	54.5%	42.5%	66.4%	47.6%

3. 近三個月沒有收看之原因

而針對上述 210 位知曉公共電視，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看公視之原因，本次調查發現，移工受訪者比起其他來台原因者，其沒有收看之原因更源自於「台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作」；因婚姻來台者相對於移工，其沒有收看之原因更源自於「不清楚透過哪些網路管道收看」；至於留學生受訪者，其之所以沒有看的原因則多半源自於「習慣透過網路收看自己母國的節目」。然而，由於本題留學生受訪者較少，因此導致部分選項分配不適用於卡方檢定。

表 4-4-3-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，來台身份別)

收看頻率	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	210	122	77	11
不清楚在哪個電視頻道收看	26.7%	27.0%	28.6%	9.1%
台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	24.3%	27.9%	22.1%	0.0%
對台灣公共電視的節目沒有興趣	22.4%	19.7%	26.0%	27.3%
不清楚透過哪些網路管道收看	19.5%	14.8%	26.0%	27.3%
台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	18.6%	25.4%	10.4%	0.0%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	16.7%	12.3%	20.8%	36.4%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	15.7%	20.5%	9.1%	9.1%
住所(宿舍)沒有電視	4.8%	4.9%	5.2%	0.0%

(二) 公視東南亞語新聞收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語的新聞節目時，各來台原因之知曉率皆為七成以上，其中又以因婚姻來台者之知曉率最高(88.8%)，其次依序為因工作來台者(78.9%)，以及留學生(70.0%)。而經由卡方檢定後，受訪者之來台身份差異，對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-3-4 受訪者公視東南亞語新聞-知曉率(來台身份別)

是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語(包含越南語、印尼語、泰語、英語)的新聞節目?	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
知道	84.5%	78.9%	88.8%	70.0%
不知道	15.5%	21.1%	11.2%	30.0%

2. 收看頻率(近三個月)

而針對上述 213 位知曉公視東南亞語新聞者，追問其近三個月該節目收看頻率時，因工作來台，以及因婚姻來台受訪者「有收看」比例皆為九成以上，其中又以因工作來台受訪者之收看率最高(95.8%)，其次依序為因婚姻來台(91.9%)，以及留學生(71.4%)。而經由卡方檢定後，受訪者之來台身份差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-3-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，來台身份別)

收看頻率	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	213	71	135	7
沒有看	7.5%	4.2%	8.1%	28.6%
每個月 1 次以下	37.1%	36.6%	37.8%	28.6%
2 星期 1 次	31.5%	35.2%	28.9%	42.9%
1 星期 1 次	15.0%	18.3%	14.1%	0.0%
3 天 1 次	4.2%	4.2%	4.4%	0.0%
2 天 1 次	1.9%	0.0%	3.0%	0.0%
每天 1 次及以上	2.8%	1.4%	3.7%	0.0%
沒有看比例	7.5%	4.2%	8.1%	28.6%
有看比例合計	92.5%	95.8%	91.9%	71.4%

3. 節目滿意度評價(1~10 分計)

至於在公視東南亞語新聞節目滿意度評價部份，針對上述 197 位近期有收看該節目者進行詢問，並經由 ANOVA 檢定後發現，來台身份並無對本題平均分數造成顯著差異，且因工作來台者，以及因婚姻來台者，兩者差異不大。

然而，雖下表中，留學生受訪者之評比分數普遍為最高者，但考量其樣本數僅有 5 人，因此恐有過度推論之虞，因此建議不納入比較中。

表 4-4-3-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(來台身份別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	197	68	124	5
母語新聞節目長度	6.95	6.90	6.94	8.00
母語新聞播出時段	6.96	6.91	6.96	7.60
母語新聞的公正獨立性	7.11	7.09	7.09	7.80
母語新聞報導的深度	6.96	6.93	6.95	7.60
整體母語新聞節目品質	7.15	6.99	7.21	8.00

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 16 位知曉公視東南亞語新聞，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者幾乎集中於因婚姻來台者，因此下表中，各來台身份受訪者之間的比例差異懸殊，建議比例僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-3-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，來台身份別)

原因	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	16	3	11	2
不清楚新聞播放時段	43.8%	66.7%	27.3%	100.0%
習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目	31.3%	33.3%	36.4%	0.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	25.0%	0.0%	27.3%	50.0%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	18.8%	0.0%	27.3%	0.0%
對這種母語新聞節目沒有興趣	12.5%	0.0%	18.2%	0.0%
對台灣這塊土地發生的事情，並沒有興趣	6.3%	33.3%	0.0%	0.0%
住所(宿舍)沒有電視	6.3%	0.0%	9.1%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(三) 公視非新聞類東南亞節目收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）時，因工作，以及婚姻來台者之知曉率皆超過七成七，其中又以因婚姻來台者之知曉率最高（80.3%），其次依序為因工作來台者（77.8%），以及留學生（30.0%）。經由卡方檢定後，受訪者之來台身份差異，對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-3-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(來台身份別)

是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
知道	77.4%	77.8%	80.3%	30.0%
不知道	22.6%	22.2%	19.7%	70.0%

2. 收看頻率（近三個月）

而針對上述 195 位知曉公視非新聞類東南亞節目者，追問其近三個月該節目收看頻率時，因工作，以及婚姻來台者「有收看」比例皆超過九成，其中又以因婚姻來台者之收看率最高（93.4%），其次依序為因工作來台者（91.4%），以及留學生（66.7%）。而經由卡方檢定後，由於留學生樣本數僅有 3 人，導致本題不全然適用卡方檢定，因此受訪者之來台身份差異，並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-3-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，來台身份別)

收看頻率	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	195	70	122	3
沒有看	7.7%	8.6%	6.6%	33.3%
每個月 1 次以下	50.8%	55.7%	48.4%	33.3%
2 星期 1 次	21.5%	21.4%	21.3%	33.3%
1 星期 1 次	11.8%	10.0%	13.1%	0.0%
3 天 1 次	4.6%	1.4%	6.6%	0.0%
2 天 1 次	1.0%	1.4%	.8%	0.0%
每天 1 次及以上	2.6%	1.4%	3.3%	0.0%
沒有看比例	7.7%	8.6%	6.6%	33.3%
有看比例合計	92.3%	91.4%	93.4%	66.7%

3. 節目滿意度評價（1~10分計）

至於在公視非新聞類東南亞節目滿意度評價部份，針對上述 180 位近期有收看該節目類型者進行詢問，並經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對該類型節目各項評比分數產生顯著差異。然而，從下表仍是可以初步觀察出，留學生受訪者對於各項評比分數普遍為最高者，但由於該國回答樣本數僅為 2 人，因此數據同樣僅供參考即可。

表 4-4-3-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(來台身份別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	180	64	114	2
節目長度	7.01	7.08	6.96	7.50
節目播出時段	6.97	7.05	6.92	7.50
節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01	6.98	7.02	7.50
節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03	7.22	6.90	8.00
整體節目品質	7.18	7.22	7.15	7.50

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 15 位知曉公視非新聞類東南亞節目，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者人數過少，因此下表中，各來台原因受訪者之間的比例差異懸殊，建議比例僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-3-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，來台身份別)

原因	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	15	6	8	1
對這類節目沒有興趣	33.3%	33.3%	37.5%	0.0%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	26.7%	0.0%	50.0%	0.0%
住所(宿舍)沒有電視	20.0%	16.7%	25.0%	0.0%
不清楚節目播放時段	13.3%	16.7%	12.5%	0.0%
這類節目，並不是用我的母語製作	13.3%	0.0%	25.0%	0.0%
這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	13.3%	16.7%	12.5%	0.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	6.7%	16.7%	0.0%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	6.7%	0.0%	0.0%	100.0%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(四) 公視媒體近用現況評價

1. 公視媒體近用-重要度評價(1~10分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-重要度評價相關題組，從下表可得知，留學生受訪者，在各項評比之平均分數，皆為平均分數最高者。

然而，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對本題各項評比分數產生顯著差異，因此，上述所提及之留學生受訪者重要度評比平均值較高之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-3-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利	6.62	6.64	6.55	7.40
台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.05	7.02	7.05	7.30
台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容	7.02	6.88	7.13	6.80
透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法，能被台灣社會所聽見	6.88	6.81	6.91	7.20

2. 公視媒體近用-現況認同度評價(1~10分計)

承襲前述調查項目，在本次調查中，亦針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-現況認同度評價相關題組。整體而言，各來台身份者，其評比平均分數差異不大，且經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對本題各項評比分數產生顯著差異。

然而，從下表仍是初步觀察出，因婚姻來台者，其各項評比平均分數普遍較移工、留學生來得略高。

表 4-4-3-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利	6.73	6.76	6.71	6.90
台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.13	7.06	7.18	7.00
台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容	7.02	6.89	7.11	7.00
透過台灣公共電視，自己的意見、想法，有被台灣社會所聽見	6.89	6.68	7.01	7.00

(五) 公視節目公共價值評價

1. 節目品質 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各來台身份受訪者對於公視【節目品質】評比分數，其中以因工作來台者之平均分數為最低者。然而，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對【節目品質】之評分產生顯著差異。因此，上述所提及之移工受訪者評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-3-14 受訪者公視【節目品質】- 公共價值評量(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
節目種類的多樣化	7.19	7.01	7.29	7.30
新聞的公正獨立性	7.21	6.99	7.33	7.40
整體節目品質	7.25	7.04	7.38	7.10

2. 節目娛樂性 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各來台身份受訪者對於公視【節目娛樂性】評比分數，其中以因工作來台者之平均分數為最低者。然而，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對【節目娛樂性】之評分產生顯著差異。因此，上述所提及之移工受訪者評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-3-15 受訪者公視【節目娛樂性】- 公共價值評量(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
節目內容讓人覺得放鬆心情	7.35	7.12	7.47	7.40
讓人覺得有趣、具娛樂性	7.21	6.97	7.34	7.40

3. 社會影響力 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各來台身份受訪者對於公視【社會影響力】評比分數，原則上各身分受訪者評比平均分數差異不大，且經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份對於【社會影響力】之評分亦無顯著差異。

表 4-4-3-16 受訪者公視【社會影響力】- 公共價值評量(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
相信節目內容所提供的資訊	7.16	7.10	7.20	7.20
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化	7.43	7.44	7.46	6.90
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化	7.37	7.27	7.45	7.00

4. 公共服務 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，從下表可得知，各來台身份受訪者對於公視【公共服務】評比分數，雖然以留學生受訪者之平均分數較低，但經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份對於【公共服務】之評分仍無顯著差異。因此，上述所提及之留學生受訪者評比平均值較低之事實，仍有待日後調查樣本數更大時，才有辦法進一步檢核是否推論為真。

表 4-4-3-17 受訪者公視【公共服務】- 公共價值評量(來台身份別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	252	90	152	10
有效引發社會對各族群的關注與協助	7.24	7.06	7.38	6.90
針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現	7.19	7.12	7.26	6.90

四、來台年數別交叉分析

(一) 公視知曉率、收看頻率

1. 知曉率

本次調查中，當問及新移民受訪者是否知曉「台灣公共電視」這家電視台時，隨著受訪者來台累積年數越高，則其知曉公視之比例亦隨之提高，兩者為正相關，來台3年以上者，其知曉率皆為五成六以上。而經由卡方檢定後，受訪者來台年數對於公視知曉率之比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-4-1 受訪者公視知曉率(來台年數別)

是否知曉「台灣公共電視」這家電視台？	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
知道	42.7%	20.3%	56.2%	66.1%	75.7%
不知道	57.3%	79.7%	43.8%	33.9%	24.3%

2. 收看頻率(近三個月)

針對上述462位知曉公共電視者，追問其近三個月公視收看頻率時，從下表可得知，若以「有收看」之比例而言，隨著受訪者來台年數上升，其近三個月有收看公視之比例亦隨之上升，兩者間依存正相關。此外，亦可發現受訪者來台時間愈長，則看公視的頻率也愈高。

而經由卡方檢定，並將選項合併為有看過以及沒有看過後，受訪者來台年數對於公視近三個月收看比例分布，具有顯著差異。

表 4-4-4-2 受訪者公視收看頻率(近三個月，來台年數別)

收看頻率	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	462	100	208	76	78
沒有看	45.5%	71.0%	44.7%	36.8%	23.1%
每個月1次以下	15.2%	14.0%	17.3%	14.5%	11.5%
2星期1次	17.3%	3.0%	20.7%	23.7%	20.5%
1星期1次	14.1%	5.0%	14.9%	17.1%	20.5%
3天1次	3.9%	2.0%	1.9%	5.3%	10.3%
2天1次	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%
每天1次及以上	3.9%	5.0%	0.5%	2.6%	12.8%
沒有看比例	45.5%	71.0%	44.7%	36.8%	23.1%
有看比例合計	54.5%	29.0%	55.3%	63.2%	76.9%

3. 近三個月沒有收看之原因

而針對上述 210 位知曉公共電視，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看公視之原因，本次調查發現，隨著受訪者來台累積年數上升，回答「台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的」以及「台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作」之比例亦隨之下降。而從上述發現可得知，隨著新移民來台時間越久，則必然使其與台灣的連結度加深，進而更不會認為公視的節目是「外來節目」。然而，由於本題部分年數受訪者較少，因此導致部分選項分配不適用於卡方檢定。

表 4-4-4-3 受訪者近三個月沒有收看公視之原因(複選，來台年數別)

收看頻率	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	210	71	93	28	18
不清楚在哪個電視頻道收看	26.7%	31.0%	22.6%	25.0%	33.3%
台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	24.3%	28.2%	24.7%	21.4%	11.1%
對台灣公共電視的節目沒有興趣	22.4%	12.7%	26.9%	25.0%	33.3%
不清楚透過哪些網路管道收看	19.5%	28.2%	17.2%	7.1%	16.7%
台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	18.6%	23.9%	19.4%	10.7%	5.6%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	16.7%	18.3%	15.1%	25.0%	5.6%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	15.7%	12.7%	17.2%	25.0%	5.6%
住所(宿舍)沒有電視	4.8%	4.2%	4.3%	7.1%	5.6%

(二) 公視東南亞語新聞收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語的新聞節目時，來台 3 年以上者，其知曉率皆為八成七以上；此外，隨著受訪者來台年數上升，其知曉公視東南亞語新聞之比例亦隨之上升，兩者呈現正相關。而經由卡方檢定後，受訪者之來台年數差異，對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-4-4 受訪者公視東南亞語新聞 - 知曉率(來台年數別)

是否知曉台灣公共電視有播出您國家母語(包含越南語、印尼語、泰語、英語)的新聞節目?	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上未滿6年	6年以上未滿9年	9年以上
總計	252	29	115	48	60
知道	84.5%	55.2%	87.0%	87.5%	91.7%
不知道	15.5%	44.8%	13.0%	12.5%	8.3%

2. 收看頻率(近三個月)

而針對上述 213 位知曉公視東南亞語新聞者，追問其近三個月該節目收看頻率時，雖從下表可得知，各來台年數「有收看」之比例皆超過八成五，但有收看比例與受訪者來台年數，彼此間並未依存明顯線性關係。而經由卡方檢定後，受訪者之來台年數差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-4-5 受訪者公視東南亞語新聞-收看頻率(近三個月，來台年數別)

收看頻率	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上未滿6年	6年以上未滿9年	9年以上
總計	213	16	100	42	55
沒有看	7.5%	6.3%	6.0%	14.3%	5.5%
每個月1次以下	37.1%	37.5%	40.0%	35.7%	32.7%
2星期1次	31.5%	18.8%	35.0%	31.0%	29.1%
1星期1次	15.0%	12.5%	14.0%	19.0%	14.5%
3天1次	4.2%	6.3%	4.0%	0.0%	7.3%
2天1次	1.9%	6.3%	0.0%	0.0%	5.5%
每天1次及以上	2.8%	12.5%	1.0%	0.0%	5.5%
沒有看比例	7.5%	6.3%	6.0%	14.3%	5.5%
有看比例合計	92.5%	93.7%	94.0%	85.7%	94.6%

3. 節目滿意度評價(1~10分計)

至於在公視東南亞語新聞節目滿意度評價部份，針對上述 197 位近期有收看該節目者進行詢問，整體而言，來台年數與各項評比平均分數並未依存明顯線性相關。且經由 ANOVA 檢定後發現，來台年數並未對本題平均分數造成顯著差異。但仍可觀察出，來台 3 年以上者，其各項評比分數皆明顯高於未滿 3 年者。

表 4-4-4-6 受訪者公視東南亞語新聞 - 節目滿意度評價(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	197	15	94	36	52
母語新聞節目長度	6.95	6.20	7.02	6.89	7.08
母語新聞播出時段	6.96	6.20	6.88	7.06	7.25
母語新聞的公正獨立性	7.11	6.67	6.96	7.53	7.21
母語新聞報導的深度	6.96	6.27	6.91	7.19	7.08
整體母語新聞節目品質	7.15	6.53	7.10	7.31	7.33

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 16 位知曉公視東南亞語新聞，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者樣本數過少，因此下表中，各來台年數受訪者之間的比例差異懸殊，建議數據僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-4-7 受訪者知道但沒有收看公視東南亞語新聞之原因(複選，來台年數別)

原因	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	16	1	6	6	3
不清楚新聞播放時段	43.8%	100.0%	66.7%	33.3%	0.0%
習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目	31.3%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
不清楚透過哪些網路管道收看	25.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	18.8%	100.0%	16.7%	16.7%	0.0%
對這種母語新聞節目沒有興趣	12.5%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%
對台灣這塊土地發生的事情，並沒有興趣	6.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
住所(宿舍)沒有電視	6.3%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(三) 公視非新聞類東南亞節目收視行為與評價

1. 知曉率

本次調查中，針對 252 位近三個月有收看公視之東南亞新移民，詢問其是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）時，來台 3 年以上者，其知曉率普遍超過六成八以上。而經由卡方檢定後，受訪者之來台年數，確實對本題比例分布產生顯著差異，然而，雖組間比例有顯著之差異，但與來台年數則未具備明顯線性相關。

表 4-4-4-8 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 知曉率(來台年數別)

是否知曉台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	252	29	115	48	60
知道	77.4%	58.6%	82.6%	68.8%	83.3%
不知道	22.6%	41.4%	17.4%	31.3%	16.7%

2. 收看頻率（近三個月）

而針對上述 195 位知曉公視非新聞類東南亞節目者，追問其近三個月該節目收看頻率時，雖從下表可得知，各來台年數「有收看」之比例皆超過八成八，且隨受訪者來台年數上升，其「有收看」比例亦微幅上升。而經由卡方檢定後，由於部分選項比例分布過低，因此受訪者之來台年數差異並未對本題比例分布產生顯著差異。

表 4-4-4-9 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 收看頻率(近三個月，來台年數別)

收看頻率	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	195	17	95	33	50
沒有看	7.7%	11.8%	8.4%	6.1%	6.0%
每個月 1 次以下	50.8%	47.1%	61.1%	42.4%	38.0%
2 星期 1 次	21.5%	5.9%	17.9%	36.4%	24.0%
1 星期 1 次	11.8%	5.9%	10.5%	9.1%	18.0%
3 天 1 次	4.6%	17.6%	1.1%	6.1%	6.0%
2 天 1 次	1.0%	5.9%	0.0%	0.0%	2.0%
每天 1 次及以上	2.6%	5.9%	1.1%	0.0%	6.0%
沒有看比例	7.7%	11.8%	8.4%	6.1%	6.0%
有看比例合計	92.3%	88.2%	91.6%	93.9%	94.0%

3. 節目滿意度評價（1~10分計）

至於在公視非新聞類東南亞節目滿意度評價部份，針對上述 180 位近期有收看該節目類型者進行詢問，並經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台累計年數並未對本題各項評比存在顯著相關，但仍可觀察出，來台 3 年以上者，其各項評比分數皆明顯高於未滿 3 年者。

表 4-4-4-10 受訪者公視非新聞類東南亞節目 - 節目滿意度評價(來台年數別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	180	15	87	31	47
節目長度	7.01	6.73	7.15	7.03	6.83
節目播出時段	6.97	6.33	6.92	7.39	7.00
節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01	6.73	7.06	7.10	6.96
節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03	6.60	7.05	7.03	7.13
整體節目品質	7.18	6.73	7.21	7.23	7.23

4. 知道但沒有收看之原因

同樣針對前述 15 位知曉公視非新聞類東南亞節目，但近期沒有收看者，追問其近三個月沒有收看該節目之原因，礙於本題回答者人數過少，因此下表中，各來台原因受訪者之間的比例差異懸殊，建議比例僅供參考即可，亦不進行相關統計檢定。

表 4-4-4-11 受訪者知道但沒有收看公視非新聞類東南亞節目之原因(複選，來台年數別)

原因	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	15	2	8	2	3
對這類節目沒有興趣	33.3%	0.0%	37.5%	50.0%	33.3%
習慣透過網路，收看自己母國的節目	26.7%	0.0%	25.0%	0.0%	66.7%
住所(宿舍)沒有電視	20.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%
不清楚節目播放時段	13.3%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
這類節目，並不是用我的母語製作	13.3%	0.0%	12.5%	50.0%	0.0%
這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	13.3%	50.0%	12.5%	0.0%	0.0%
不清楚透過哪些網路管道收看	6.7%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
不清楚在哪個電視頻道收看	6.7%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(四) 公視媒體近用現況評價

1. 公視媒體近用-重要度評價(1~10分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-重要度評價相關題組，並經由 ANOVA 檢定後發現，僅有「台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利」之評比平均分數，與受訪者來台累計年數之間存在顯著相關。整體而言，隨著來台年數上升，受訪者對「台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利」之評比分數亦隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越重視公視應讓其充分表達意見之權利。

表 4-4-4-12 受訪者公視媒體近用 - 重要度評價(來台年數別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	252	29	115	48	60
台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利	6.62	5.62	6.72	6.77	6.78
台灣公共電視，可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.05	6.66	7.04	7.25	7.08
台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容	7.02	6.59	7.01	7.21	7.12
透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法，能被台灣社會所聽見	6.88	6.28	6.83	7.25	6.98

2. 公視媒體近用-現況認同度評價(1~10分計)

承襲前述調查項目，在本次調查中，亦針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視媒體近用-現況認同度評價相關題組。經由 ANOVA 檢定後發現，除「台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事」之外，其餘各題之評比平均分數，與受訪者來台累計年數存在顯著相關。

整體而言，若將範圍鎖定在來台未滿 9 年之受訪者，則可發現隨著來台年數上升，受訪者對各題之評比分數亦普遍隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視當前對於新移民媒體近用之各項作為。

表 4-4-4-13 受訪者公視媒體近用 - 現況認同度評價(來台年數別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	252	29	115	48	60
台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利	6.73	5.93	6.77	6.85	6.97
台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.13	6.62	7.08	7.33	7.30
台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容	7.02	6.14	6.99	7.38	7.23
透過台灣公共電視，自己的意見、想法，有被台灣社會所聽見	6.89	5.90	6.83	7.33	7.15

(五) 公視節目公共價值評價

1. 節目品質 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，而經由 ANOVA 檢定後發現，【節目品質】各題之評比平均分數，皆與受訪者來台累計年數存在顯著相關。整體而言，隨著來台年數上升，受訪者對各題之評比分數亦普遍隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視之節目品質。

表 4-4-4-14 受訪者公視【節目品質】- 公共價值評量(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	252	29	115	48	60
節目種類的多樣化	7.19	6.17	7.13	7.29	7.72
新聞的公正獨立性	7.21	6.52	7.20	7.21	7.57
整體節目品質	7.25	6.66	7.17	7.38	7.60

2. 節目娛樂性 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，而經由 ANOVA 檢定後發現，【節目娛樂性】各題之評比平均分數，皆與受訪者來台累計年數存在顯著相關。整體而言，隨著來台年數上升，受訪者對各題之評比分數亦普遍隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視之節目娛樂性。

表 4-4-4-15 受訪者公視【節目娛樂性】- 公共價值評量(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	252	29	115	48	60
節目內容讓人覺得放鬆心情	7.35	6.69	7.30	7.40	7.70
讓人覺得有趣、具娛樂性	7.21	6.48	7.16	7.21	7.65

3. 社會影響力 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，而經由 ANOVA 檢定後發現，【社會影響力】各題之評比平均分數，皆與受訪者來台累計年數存在顯著相關。整體而言，隨著來台年數上升，受訪者對各題之評比分數亦普遍隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視節目之社會影響力。

表 4-4-4-16 受訪者公視【社會影響力】- 公共價值評量(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	252	29	115	48	60
相信節目內容所提供的資訊	7.16	6.41	7.25	7.02	7.47
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化	7.43	7.03	7.34	7.38	7.85
跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化	7.37	6.90	7.36	7.23	7.72

4. 公共服務 (1~10 分計)

在本次調查中，針對 252 位近期曾收看公視者，詢問其公視節目公共價值評量相關題組，而經由 ANOVA 檢定後發現，【公共服務】各題之評比平均分數，皆與受訪者來台累計年數存在顯著相關。整體而言，若將範圍鎖定在來台未滿 9 年之受訪者，則可發現隨著來台年數上升，受訪者對各題之評比分數亦普遍隨之上升，兩者為正相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視節目之公共服務。

表 4-4-4-17 受訪者公視【公共服務】- 公共價值評量(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	252	29	115	48	60
有效引發社會對各族群的關注與協助	7.24	6.52	7.22	7.27	7.62
針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現	7.19	6.45	7.23	7.40	7.33

五、公視收視行為與評價 - 分析小結

經受訪者國籍、來台身份，以及來台累計年數交叉分析後，下表為公視收視行為與評價，經統計檢定後（含卡方、平均數檢定），有達統計顯著差異水準之檢定結果。

表 4-4-5-1 公視收視行為與評價 - 分析小結

測量概念分類	公視收視行為與評價	達統計顯著差異之交叉分析變項
公視知曉率、收看頻率	知曉率	國籍、來台身份、來台年數
	收看頻率（近三個月）	國籍、來台身份、來台年數
	近三個月沒有收看之原因	
公視東南亞語新聞收視行為與評價	知曉率	來台身份、來台年數
	收看頻率（近三個月）	
	節目滿意度評價	國籍
	知道但沒有收看之原因	
公視非新聞類東南亞節目收視行為與評價	知曉率	來台身份、來台年數
	收看頻率（近三個月）	
	節目滿意度評價	
	知道但沒有收看之原因	
公視媒體近用現況評價	公視媒體近用-重要度評價	來台年數
	公視媒體近用-現況認同度評價	來台年數
公視節目公共價值評價	節目品質	來台年數
	節目娛樂性	來台年數
	社會影響力	來台年數
	公共服務	來台年數

以下分別就整體分析、國籍、來台身份，與來台年數等面向，簡要陳述相關重要發現：

（一）整體分析

在本次調查中，仍有過半數的新移民受訪者未聽說過公視，且平常有在收看公視之新移民，其收看頻率亦偏低。至於知道，但近期沒有收看公視之原因，則分別有高達 26.7%以及 19.5%的受訪者表示，是因為不曉得在哪個電視頻道，或是透過哪個網路管道收看，此點亦顯示出公視對於新移民之宣傳力道，仍有持續加強之空間。

而關於公視東南亞語新聞，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，其中有高達 84.5%受訪者表示知曉該節目，顯示出對於知曉公視之新移民而言，可能多數是透過東南亞語新聞而得知公視。然而，即便對於已知曉者而言，公視東南亞語新聞廣為其所收看，但其收看頻率仍偏低，因此，如何對這些既有收視者，養成其固定收看之習慣，將是後續推廣關鍵所在。至於在公視東南亞新聞節目評比部分，各構面之滿意度平均數普遍落在 6.95~7.15 分之間。

至於公視非新聞類東南亞節目，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，其中有高達 77.4%新移民受訪者表示知道。由上述可初步得知，公視既有新移民觀眾，除了普遍知曉東南亞語新聞之外，亦普遍知曉其他非新聞類之東南亞主題節目。然而，與新聞節目不同的是，該類型節目並非每日常態性帶狀撥出，因此收看頻率較低，應與該類型節目本身之播放排程直接相關。最後，在該類型節目評比部分，各構面之滿意度平均數普遍落在 6.97~7.18 分之間。

在公視媒體近用相關題組中，本次調查發現，無論是重要度抑或是滿意度，新移民受訪者皆以「表意權」為得分較低之評比項目，關於此點，建議往後可製播新移民談話性節目，或依討論主題不同，邀請合適之新移民代表至節目表意，藉此提高新移民對於公視之「表意權」參與度；反之，得分較高之項目皆與「接收權」相關，此點亦反應出公視在東南亞語新聞製播上之努力。

最後在公視節目公共價值評量部分，【社會影響力】為本次新移民對公視節目公共價值評量中，整體表現最佳之項目，由此可見對新移民族群之耕耘。各測量構面之評分平均數全距如下：

- 【節目品質】：普遍落在 7.19~7.25 分之間
- 【節目娛樂性】：普遍落在 7.21~7.35 分之間
- 【社會影響力】：普遍落在 7.16~7.43 分之間
- 【公共服務】：普遍落在 7.19~7.24 分之間

（二）國籍

若以受訪者國籍差異的角度論之，印尼籍受訪者知曉公視之比例最高，高達近半數（49.0%）表示知道，並且印尼籍受訪者為近三個月「有收看」公視比例最高者（59.2%），高達近六成印尼籍受訪者表示近三個月曾經收看過公視。然而，當問及近期沒收看公視者之所以沒有收看的原因時，越南籍受訪者比起其他國籍者，其沒有收看之原因更源自於「不清楚在哪個電視頻道收看」，或是「不清楚透過哪些網路管道收看」等原因；至於菲律賓籍受訪者，其之所以沒有看的原因則多半源自於「習慣透過網路收看自己母國的節目」。

而關於公視東南亞語新聞，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，各國籍受訪者之知曉率皆超過八成以上，其中又以泰國籍受訪者之知曉率最高（92.3%），其次依序為越南籍（85.8%）、菲律賓籍（82.9%），以及印尼籍（81.7%）。而當進一步追問其近三個月收看該節目之頻率時，各國籍受訪者「有收看」比例皆將近九成以上。至於在公視東南亞新聞節目評比部分，菲律賓籍受訪者，普遍於各評比面向之平均分數為最低者，且差異達統計顯著差異水準。若探究其中可能原因，由於公視東南亞語新聞，目前並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行製作之，進而可能導致菲律賓籍受訪者之評分，明顯低於其他國籍者。

至於公視非新聞類東南亞節目，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，各國籍受訪者之知曉率皆超過七成以上，其中又以泰國籍受訪者之知曉率最高（84.6%），其次依序為印尼籍（78.9%）、越南籍（78.0%），以及菲律賓籍（70.7%），並且各國籍受訪者近三個月「有收看」比例皆超過九成以上。最後，在該類型節目評比部分，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者國籍並未對該類型節目各項評比分數產生顯著差異。

在公視媒體近用相關題組中，菲律賓籍受訪者，在媒體近用權重要性、滿意度評比中，其評比平均分數皆為分數最低者。換言之，公視目前於新移民媒體近用之作為，對於菲律賓籍受訪者而言，是相對較為不認同之族群。若探究其中可能原因，目前公視並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行相關節目製作，而相對於其他東南亞國籍者，皆有屬於自己母語的專屬新聞時段，此種衍生而來的相對剝奪感，進而可能導致菲律賓籍受訪者之評分，明顯低於其他國籍者。

承上，在公視節目公共價值評量部分，菲律賓籍受訪者在【節目品質】、【節目娛樂性】兩項評比之中，其各項平均分數亦為各國最低者，因此，如何提高菲律賓籍受眾對公視之整體評價，將是往後公視發展新移民相關服務之重點所在。

（三）來台身份

若以受訪者來台身份差異的角度論之，留學生知曉公視之比例最高，高達六成（60.0%）表示知道，其次依序為因婚姻來台者（57.1%），以及因工作來台者（32.9%）；然而，當問及近三個月收看公視之頻率時，因婚姻來台者為近三個月「有收看」公視比例最高者（66.4%），高達六成六表示近三個月曾經收看過公視，其次依序為留學生（47.6%）、因工作來台者（42.5%）。

至於其他受訪者近期無收看公視之原因，移工受訪者比起其他來台原因者，其沒有收看之原因更源自於「台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作」；因婚姻來台者相對於移工，其沒有收看之原因更源自於「不清楚透過哪些網路管道收看」；至於留學生受訪者，其之所以沒有看的原因則多半源自於「習慣透過網路收看自己母國的節目」。

而關於公視東南亞語新聞，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，以因婚姻來台者之知曉率最高（88.8%），其次依序為因工作來台者（78.9%），以及留學生（70.0%），並且移工、因婚姻來台者，其近三個月「有收看」比例皆將近九成以上。然而，當問及受訪者對於該節目之相關滿意度評比時，經由 ANOVA 檢定後發現，不同來台身份類別並未對該類型節目各項評比分數產生顯著差異。

至於公視非新聞類東南亞節目，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，因工作，以及婚姻來台者「有收看」比例皆超過九成，其中又以因婚姻來台者之收看率最高（93.4%），其次依序為因工作來台者（91.4%），以及留學生（66.7%），並且因工作，以及婚姻來台者「有收看」比例皆超過九成。最後，在該類型節目評比部分，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台身份並未對該類型節目各項評比分數產生顯著差異。

在公視媒體近用相關題組中，若先排除留學生樣本數(N=10)過小不論，整體而言，因婚姻來台者，其對於公視媒體近用權之重要度、現況滿意度評比分數，皆略高於移工受訪者。

最後在公視節目公共價值評量部分，無論在【節目品質】、【節目娛樂性】、【社會影響力】，以及【公共服務】四項評比項目中，經平均數檢定後，受訪者來台身份之差異，並未對上述評比平均分數產生顯著差異。

（四）來台年數

若以受訪者來台年數差異的角度論之，經平均數檢定後，隨著受訪者來台累積年數越高，則其知曉公視之比例亦隨之提高，兩者為正相關，來台 3 年以上者，其知曉率皆為五成六以上；而當問及受訪者近三個月收看公視頻率時，其有收看公視之比例亦隨來台年數而上升，兩者間依存正相關。

然而，當問及其他受訪者之所以近三個月沒收看公視之原因時，隨著受訪者來台累積年數上升，回答「台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的」以及「台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作」之比例亦隨之下降。而從上述發現可得知，隨著新移民來台時間越久，則必然使其與台灣的連結度加深，進而更不會認為公視的節目是「外來節目」。

而關於公視東南亞語新聞，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，來台 3 年以上者，其知曉率皆為八成七以上；此外，隨著受訪者來台年數上升，其知曉公視東南亞語新聞之比例亦隨之上升，兩者呈現正相關。然而，當追問其近三個月該節目收看頻率時，各來台年數「有收看」之比例皆超過八成五，但有收看比例與受訪者來台年數，彼此間並未依存明顯線性關係。至於在該節目滿意度評比中，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台年數並未對該節目之各項評價產生顯著相關。

至於公視非新聞類東南亞節目，對於近三個月有收看過公視之新移民而言，來台 3 年以上者，其知曉率普遍超過六成八以上，並且各來台年數近三個月「有收看」之比例皆超過八成八。至於在該節目之滿意度評比部分，經由 ANOVA 檢定後發現，受訪者來台年數並未對該節目之各項評價產生顯著相關。

在公視媒體近用相關題組中，當問及受訪者對於各項媒體近用權之重要度評比時，僅有「台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利」之評比平均分數，與受訪者來台累計年數之間存在正向顯著相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越重視公視應讓其充分表達意見之權利；至於在媒體近用權之現況滿意度評比中，除「台灣公共電視，有用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事」之外，其餘各題之評比平均分數，與受訪者來台累計年數存在顯著正向相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視當前對於新移民媒體近用之各項作為。

最後在公視節目公共價值評量部分，無論在【節目品質】、【節目娛樂性】、【社會影響力】，以及【公共服務】四項評比項目中，經平均數檢定後，隨著受訪者來台年數上升，其評比平均分數亦普遍隨之上升，兩者間存在正向顯著相關。換言之，當新移民來台累計年數越久，則越滿意公視節目之各項評比。

伍、對公視未來之服務期待

一、整體數據

(一) 節目母語化服務 (1~10 分計)

在受訪者對公視未來之服務期待中，本次調查針對「節目母語化」之服務構面進行詢問，而在全體 1081 位受訪者中，其對於「節目母語化」之服務需求評比平均分數，由高到低依序為：以您的母語製作全新的影視節目 (7.46 分)、播放您母國的節目 (7.32 分)。由上述數據可初步得知，全體新移民受訪者，普遍對於公視節目母語化服務，皆抱持高度期待。

表 4-5-1-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(整體)

評比項目	樣本數	評比分數平均值 (1-10 分)
播放您母國的節目	1081	7.32
以您的母語製作全新的影視節目	1081	7.46

(二) 未來期待在公視看到之節目類型

至於在受訪者未來期待在公視看到的節目類型中，本次調查同樣針對全體 1081 位新移民受訪者進行詢問之。而從下表可得知，受訪者最期待看到的前五大節目類型分別為 MV/音樂性節目 (59.6%)、電影 (51.8%)、迷你劇 (38.0%)、連續劇 (37.0%)、新聞報導/專題報導 (36.7%)，其中 MV/音樂性節目以及電影，其比例皆超過五成，其中有關 MV/音樂性節目，屬於母國之音樂節目，建議可列入往後新移民優先製播節目之相關參考依據。

表 4-5-1-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選，整體)

節目類型	樣本數	百分比
MV／音樂性節目	644	59.6%
電影	560	51.8%
迷你劇	411	38.0%
連續劇	400	37.0%
新聞報導/專題報導	397	36.7%
旅遊節目	335	31.0%
美容流行	334	30.9%
烹飪/美食	333	30.8%
健康/醫療	297	27.5%
綜藝節目	294	27.2%
體育/運動比賽	294	27.2%
網路直播節目	237	21.9%
卡通動漫	234	21.6%
語言/教育	213	19.7%
宗教	213	19.7%
政論/談話性節目	203	18.8%
藝術/表演/文化	195	18.0%
益智/遊戲	193	17.9%
命理／星座	189	17.5%
素人自製	169	15.6%
科學/自然	148	13.7%
兒童/青少年節目	137	12.7%
財經/股市/產業節目	104	9.6%
總計	1,081	--

二、國籍別交叉分析

(一) 節目母語化服務(1~10分計)

在受訪者對公視未來之服務期待中，本次調查針對「節目母語化」之服務構面進行詢問，而在全體 1081 位受訪者中，其中以菲律賓籍受訪者對於「以您的母語製作全新的影視節目」之需求程度，明顯較其他國籍者更低，且經由 AVOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異。

而關於此點發現，推測與菲律賓將英語列為該國官方語言有關，以公視現有節目資源而言，相較於其他東南亞語言/主題節目，英語節目為相對資源更為充裕之節目類型，因此對於菲律賓民眾而言，相較於其他東南亞新移民，其語言之隔閡程度便相對較少，並且擁有更多的可接觸資源，進而導致其對於「以您的母語製作全新的影視節目」之需求度相對較低。

表 4-5-2-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(國籍別)

評比項目 (1-10分)	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
播放您母國的節目	7.32	7.36	7.34	7.42	7.10
以您的母語製作全新的影視節目	7.46	7.66	7.45	7.43	6.97

(二) 未來期待在公視看到之節目類型

至於在受訪者未來期待在公視看到的節目類型中，本次調查同樣針對全體 1081 位新移民受訪者進行詢問之。而從下表可得知，各國籍之受訪者普遍以 MV/音樂性節目為最想要看到之節目類型，並且各國之比例皆為五成以上，建議可列入往後新移民優先製播節目之相關參考依據。以下分別為各國籍受訪者，前五大期待看到之節目類型：

- 越南籍：MV/音樂性節目（60.8%）、電影（45.3%）、連續劇（43.1%）、迷你劇（42.9%）、新聞報導/專題報導（39.2%）
- 印尼籍：MV/音樂性節目（60.1%）、電影（60.1%）、綜藝節目（42.4%）、迷你劇（39.3%）、連續劇（36.9%）
- 泰國籍：MV/音樂性節目（50.0%）、新聞報導/專題報導（38.2%）、電影（31.6%）、體育/運動比賽（30.3%）、綜藝節目（26.3%）
- 菲律賓籍：電影（62.7%）、MV/音樂性節目（59.5%）、新聞報導/專題報導（43.8%）、體育/運動比賽（35.1%）、綜藝節目（31.9%）

表 4-5-2-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選，國籍別)

節目類型	全體	國籍別			
		越南	印尼	泰國	菲律賓
總計	1081	492	328	76	185
MV／音樂性節目	59.6%	60.8%	60.1%	50.0%	59.5%
電影	51.8%	45.3%	60.1%	31.6%	62.7%
迷你劇	38.0%	42.9%	39.3%	21.1%	29.7%
連續劇	37.0%	43.1%	36.9%	13.2%	30.8%
新聞報導/專題報導	36.7%	39.2%	28.7%	38.2%	43.8%
旅遊節目	31.0%	38.4%	25.9%	11.8%	28.1%
美容流行	30.9%	37.8%	27.1%	19.7%	23.8%
烹飪/美食	30.8%	37.0%	25.6%	17.1%	29.2%
健康/醫療	27.5%	36.6%	18.3%	15.8%	24.3%
綜藝節目	27.2%	15.4%	42.4%	26.3%	31.9%
體育/運動比賽	27.2%	24.8%	25.6%	30.3%	35.1%
網路直播節目	21.9%	28.0%	16.2%	10.5%	20.5%
卡通動漫	21.6%	30.9%	17.7%	15.8%	6.5%
語言/教育	19.7%	21.5%	18.9%	13.2%	18.9%
宗教	19.7%	24.0%	21.3%	10.5%	9.2%
政論/談話性節目	18.8%	22.8%	16.8%	14.5%	13.5%
藝術/表演/文化	18.0%	22.4%	16.2%	17.1%	10.3%
益智/遊戲	17.9%	23.2%	16.5%	11.8%	8.6%
命理／星座	17.5%	25.6%	13.7%	3.9%	8.1%
素人自製	15.6%	18.5%	15.9%	14.5%	8.1%
科學/自然	13.7%	17.7%	11.3%	10.5%	8.6%
兒童/青少年節目	12.7%	19.5%	7.3%	7.9%	5.9%
財經/股市/產業節目	9.6%	11.6%	9.5%	6.6%	5.9%

三、來台身份別交叉分析

(一) 節目母語化服務 (1~10 分計)

在受訪者對公視未來之服務期待中，本次調查針對「節目母語化」之服務構面進行詢問，而在全體 1081 位受訪者中，其中以因婚姻來台者對於「播放您母國的節目」、「以您的母語製作全新的影視節目」之需求程度，明顯較其他身分者更高，且經由 AVOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異。

而關於此點發現，推測與因婚姻來台者之來台年數有關，該族群之來台累計年數達 5.4 年，明顯較移工 (3.7 年)、留學生 (3.1 年) 來得更高，而該族群較高之來台年數，亦隱含其與台灣這塊土地的連結度更高，也更有可能在文化、媒體近用上，有著更多的接觸經驗，進而導致其對於相關母語化服務之需求程度更高。

表 4-5-3-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(來台身份別)

評比項目 (1-10分)	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
播放您母國的節目	7.32	7.17	7.67	6.03
以您的母語製作全新的影視節目	7.46	7.29	7.84	6.31

(二) 未來期待在公視看到之節目類型

至於在受訪者未來期待在公視看到的節目類型中，本次調查同樣針對全體 1081 位新移民受訪者進行詢問之。而從下表可得知，因工作以及因婚姻來台者，普遍以 MV/音樂性節目為最想要看到之節目類型，並且其比例皆超過五成五，建議可列入往後新移民優先製播節目之相關參考依據。

此外，由於本次調查中，高達 97.5%因婚姻來台者為女性，而上述為人妻、人母之新移民女性，其所期待看到之節目類型，便與其他身分者產生極大之差異。舉例而言，除了超過半數（55.6%）因婚姻來台者期待看到 MV/音樂性節目之外，另有近半數期待看到美容流行（54.1%），以及烹飪/美食（48.4%）節目。因此，若往後公視有意針對新移民媽媽們製作客製化節目，亦可優先考慮製作美容流行，以及烹飪/美食節目。並且經由卡方檢定後發現，受訪者之來台身份差異，亦顯著影響其所期待看到之節目類型。

以下分別為各來台身份者，前五大期待看到之節目類型：

- 因工作來台：MV/音樂性節目（63.4%）、電影（55.2%）、連續劇（38.6%）、新聞報導/專題報導（36.9%）、迷你劇（35.3%）
- 因婚姻來台：MV/音樂性節目（55.6%）、美容流行（54.1%）、烹飪/美食（48.4%）、電影（48.1%）、連續劇（43.4%）
- 留學生：MV/音樂性節目（34.3%）、語言/教育（34.3%）、電影（31.4%）、體育/旅遊節目（28.6%）、迷你劇（25.7%）

表 4-5-3-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選，來台身份別)

節目類型	全體	來台身份別		
		因工作來台	因婚姻來台	留學生
總計	1081	645	401	35
MV／音樂性節目	59.6%	63.4%	55.6%	34.3%
電影	51.8%	55.2%	48.1%	31.4%
迷你劇	38.0%	35.3%	43.4%	25.7%
連續劇	37.0%	38.6%	35.7%	22.9%
新聞報導/專題報導	36.7%	36.9%	38.4%	14.3%
旅遊節目	31.0%	26.7%	38.2%	28.6%
美容流行	30.9%	17.4%	54.1%	14.3%
烹飪/美食	30.8%	20.3%	48.4%	22.9%
健康/醫療	27.5%	20.6%	38.9%	22.9%
綜藝節目	27.2%	27.8%	26.7%	22.9%
體育/運動比賽	27.2%	34.4%	16.0%	22.9%
網路直播節目	21.9%	20.6%	24.9%	11.4%
卡通動漫	21.6%	22.9%	19.7%	20.0%
語言/教育	19.7%	16.1%	24.2%	34.3%
宗教	19.7%	16.4%	26.2%	5.7%
政論/談話性節目	18.8%	17.2%	22.2%	8.6%
藝術/表演/文化	18.0%	13.8%	25.4%	11.4%
益智/遊戲	17.9%	17.4%	19.2%	11.4%
命理／星座	17.5%	14.1%	23.9%	5.7%
素人自製	15.6%	13.6%	19.2%	11.4%
科學/自然	13.7%	13.5%	14.0%	14.3%
兒童/青少年節目	12.7%	8.1%	20.7%	5.7%
財經/股市/產業節目	9.6%	7.9%	11.5%	20.0%

四、來台年數別交叉分析

(一) 節目母語化服務(1~10分計)

在受訪者對公視未來之服務期待中，本次調查針對「節目母語化」之服務構面進行詢問，而在全體 1081 位受訪者中，整體而言，其需求程度會隨受訪者來台年數提升而隨之上升，兩者為正相關。且經由 AVOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異。

表 4-5-4-1 受訪者公視節目母語化服務 - 需求度評價(來台年數別)

評比項目 (1-10 分)	全體	來台年數別			
		未滿 3 年	3 年以上 未滿 6 年	6 年以上 未滿 9 年	9 年以上
總計	1081	493	370	115	103
播放您母國的節目	7.32	7.04	7.48	7.50	7.84
以您的母語製作全新的 影視節目	7.46	7.21	7.57	7.88	7.83

(二) 未來期待在公視看到之節目類型

至於在受訪者未來期待在公視看到的節目類型中，從下表可得知，由於本次調查受訪者之來台年數多半集中於未滿 6 年，因此，來台年數未滿 3 年、3 年以上未滿 6 年者，其比例分布會趨近於整體受訪者比例，換言之，來台年數 6 年以上者，由於其樣本數為相對少數，因此其比例分布與整體比例分布會有較大差異。

若從本次調查的主體，來台年數未滿 6 年的受訪者比例分布而言，可得知 MV/音樂性節目之比例皆超過六成三，其中來台未滿 3 年者之比例更高達近七成（69.0%）。此外，上述來台年數者，其回答電影之比例亦都接近六成；至於來台年數 6 年以上者，其所欲觀賞之節目類型，就無大量集中於 MV/音樂性節目，或是電影類型，而是呈現一種多元節目廣泛收視之樣態。經由卡方檢定後發現，受訪者之來台身份差異，亦顯著影響其所期待看到之節目類型。

然而，由於受訪者來台年數與年紀為絕對正相關，因此，上述之比例分布樣態，亦必須評估是否為受訪者年紀所導致之收視喜好世代差異。以下分別為各來台身份者，前三大期待看到之節目類型：

- 未滿 3 年：MV/音樂性節目（69.0%）、電影（58.0%）、連續劇（43.2%）
- 3 年以上未滿 6 年：MV/音樂性節目（63.2%）、電影（57.0%）、迷你劇（41.9%）
- 6 年以上未滿 9 年：MV/音樂性節目（35.7%）、美容流行（31.3%）、電影（29.6%）
- 9 年以上：新聞報導/專題報導（34.0%）、烹飪/美食（34.0%）、美容流行（32.0%）

表 4-5-4-2 受訪者未來期待在公視看到之節目類型(複選，來台年數別)

節目類型	全體	來台年數別			
		未滿3年	3年以上 未滿6年	6年以上 未滿9年	9年以上
總計	1081	493	370	115	103
MV／音樂性節目	59.6%	69.0%	63.2%	35.7%	28.2%
電影	51.8%	58.0%	57.0%	29.6%	28.2%
迷你劇	38.0%	41.8%	41.9%	20.9%	25.2%
連續劇	37.0%	43.2%	36.5%	25.2%	22.3%
新聞報導/專題報導	36.7%	38.5%	38.1%	27.0%	34.0%
旅遊節目	31.0%	37.5%	26.8%	24.3%	22.3%
美容流行	30.9%	31.2%	30.0%	31.3%	32.0%
烹飪/美食	30.8%	30.0%	32.2%	27.0%	34.0%
健康/醫療	27.5%	27.4%	28.6%	27.0%	24.3%
綜藝節目	27.2%	27.8%	30.5%	20.9%	19.4%
體育/運動比賽	27.2%	30.0%	28.1%	27.0%	10.7%
網路直播節目	21.9%	22.9%	21.6%	19.1%	21.4%
卡通動漫	21.6%	27.2%	20.5%	13.9%	7.8%
語言/教育	19.7%	21.5%	19.7%	16.5%	14.6%
宗教	19.7%	16.4%	23.5%	19.1%	22.3%
政論/談話性節目	18.8%	20.9%	18.9%	11.3%	16.5%
藝術/表演/文化	18.0%	16.0%	19.5%	22.6%	17.5%
益智/遊戲	17.9%	20.9%	19.2%	9.6%	7.8%
命理／星座	17.5%	21.5%	15.9%	11.3%	10.7%
素人自製	15.6%	17.4%	15.9%	12.2%	28.2%
科學/自然	13.7%	11.8%	16.8%	13.0%	28.2%
兒童/青少年節目	12.7%	12.6%	12.2%	17.4%	25.2%
財經/股市/產業節目	9.6%	7.3%	10.5%	14.8%	22.3%

五、對公視未來之服務期待 - 分析小結

經受訪者國籍、來台身份，以及來台累計年數交叉分析後，下表為受訪者對公視未來之服務期待，經統計檢定後（含卡方、平均數檢定），有達統計顯著差異水準之檢定結果。

表 4-5-5-1 對公視未來之服務期待 - 分析小結

測量概念分類	對公視未來之服務期待	達統計顯著差異之交叉分析變項
節目母語化服務	播放您母國的節目	國籍、來台身份、來台年數
	以您的母語製作全新的影視節目	來台身份、來台年數
未來期待在公視看到之節目類型		來台身份、來台年數

以下分別就整體分析、國籍、來台身份，與來台年數等面向，簡要陳述相關重要發現：

（一）整體分析

在全體受訪者對於公視未來服務之期待中，受訪者對於「節目母語化」之服務需求評比平均分數，由高到低依序為：以您的母語製作全新的影視節目（7.46 分）、播放您母國的節目（7.32 分）。由上述數據可初步得知，全體新移民受訪者，普遍對於公視節目母語化服務，皆抱持高度期待。

至於在未來期待看到的節目類型，全體受訪者最期待看到的前五大節目類型分別為 MV/音樂性節目（59.6%）、電影（51.8%）、迷你劇（38.0%）、連續劇（37.0%）、新聞報導/專題報導（36.7%），其中 MV/音樂性節目以及電影，其比例皆超過五成，建議可列入往後新移民優先製播節目之相關參考依據。

（二）國籍

若以受訪者國籍差異而論，其中以菲律賓籍受訪者對於「以您的母語製作全新的影視節目」之需求程度，明顯較其他國籍者更低，且經由 AVOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異。而關於此點發現，推測與菲律賓將英語列為該國官方語言有關，以公視現有節目資源而言，相較於其他東南亞語言/主題節目，英語節目為相對資源更為充裕之節目類型，因此對於菲律賓民眾而言，相較於其他東南亞新移民，其語言之隔閡程度便相對較少，並且擁有更多的可接觸資源，進而導致其對於「以您的母語製作全新的影視節目」之需求度相對較低。

至於在未來期待看到的節目類型，各國籍之受訪者普遍以 MV/音樂性節目為最想要看到之節目類型，並且各國之比例皆為五成以上，建議可列入往後新移民優先製播節目之相關參考依據。

（三）來台身份

若以受訪者來台身份差異而論，因婚姻來台者對於「播放您母國的節目」、「以您的母語製作全新的影視節目」之需求程度，明顯較其他身分者更高，且經由 AVOVA 檢定後，上述差異亦達統計顯著差異。

至於在未來期待看到的節目類型，工作以及因婚姻來台者，普遍以 MV/音樂性節目為最想要看到之節目類型，並且其比例皆超過五成五。此外，由於本次調查中，高達 97.5% 因婚姻來台者為女性，而這些為人妻、人母之新移民女性，另有近半數期待看到美容流行（54.1%），以及烹飪/美食（48.4%）節目。承上，若往後公視有意針對不同新移民群體分眾製播節目，各族群前三大想看到之節目類型如下：

- 因工作來台：MV/音樂性節目（63.4%）、電影（55.2%）、連續劇（38.6%）
- 因婚姻來台：MV/音樂性節目（55.6%）、美容流行（54.1%）、烹飪/美食（48.4%）
- 留學生：MV/音樂性節目（34.3%）、語言/教育（34.3%）、電影（31.4%）

（四）來台年數

若以受訪者來台年數差異而論，其「節目母語化」需求程度會隨受訪者來台年數增加而隨之遞增，且經平均數檢定後，上述差異亦達統計顯著差異水準。

至於在未來期待看到的節目類型，若從本次調查的主體，來台年數未滿 6 年的受訪者比例分布而言，可得知 MV/音樂性節目之比例皆超過六成三，其中來台未滿 3 年者之比例更高達近七成（69.0%）。此外，上述來台年數者，其回答電影之比例亦都接近六成；至於來台年數 6 年以上者，其所欲觀賞之節目類型，就無大量集中於 MV/音樂性節目，或是電影類型，而是呈現一種多元節目廣泛收視之樣態。

經由卡方檢定後發現，受訪者之來台身份差異，亦顯著影響其所期待看到之節目類型。然而，由於受訪者來台年數與年紀為絕對正相關，因此，上述之比例分布樣態，亦必須評估是否為受訪者年紀所導致之收視喜好世代差異。

第五章 新移民質化焦點座談會調查結果

第一節 研究方法

本章針對在台新移民族群（邀請來自越南、印尼、菲律賓、泰國四個國家，包含因工作來台、因婚姻來台以及留學生身份），藉由辦理四場焦點團體座談會（10/18 上午高雄場、10/18 下午台中場、10/26 上下午台北兩場），就其了解新移民族群在台灣之媒體使用行為、媒體近用行為，進一步探究其行為背後之原因，以及現階段對公視認知及收視行為，並詢問對於目前製播之東南亞語新聞節目之看法，未來對公廣集團提供內容之想像、平台服務期待等面向，進行深入的討論。關於座談會各場次受訪者詳細資料，可參閱 P.19。

第二節 調查結果

本章內容將依據焦點團體座談會受訪者之意見，歸納成五大部分進行探討，分別為：新移民族群在台媒體使用行為、生活資訊接收與需求情境、媒體近用行為、公視認知與收視行為，最後則是未來對公視的期望。後續就各部分下之不同面向進行分析，並於各段落結尾作重點彙整，作為後續結論及建議之參考方向。以下分別陳述之：

壹、在台媒體使用行為

一、平時媒體使用比重

（一）最常使用的媒體為網路、電視次之

新移民受訪者與台灣民眾無異，隨近年新媒體興起，多以網路為最常使用的媒體，加上智慧型手機普及，網路使用個人化，其中又以行動網路，為受訪者們平時使用最頻繁的媒體。

- “很少看電視機的電視，大部份會是用手機還是 iPad 來看。”（G107，女，印尼，移工，來台 10 年，台北）
- “我電視比較少看，回來比較沒有時間，打理家裡一下，就用手機看一下。”（G303，女，越南，婚姻來台，來台 17 年，台中）
- “我平常可以自己看電視，但是我比較多看手機。”（G406，女，印尼，婚姻來台，來台 17 年，高雄）

電視相對網路，雖有受裝設場所、觀看決定權持有身分，以及頻道選擇自由度限制，在主動使用的頻次上相對較網路少，但仍有一定比例人數仍會在平時生活中有觀看電視的習慣。

- “因為我有時候白天都是去工作，翻譯、當志工，回來也是晚上吃個飯，洗個澡，大部分時間也是不多，我就撥一兩個小時看一點點。”（G404，女，越南，婚姻來台，來台 20 年，高雄）

（二）廣播、報紙、雜誌等相對較少主動使用

相對之下，廣播、報紙、雜誌的使用上是遠低於網路及電視。大部分受訪者除了認為網路所具備的資訊內容已經足夠外，同時也受限於個人中文能力，像是報紙、雜誌需要大量文字閱讀的媒體上，即使是在台生活多年、中文聽說已十分精通的新移民受訪者，仍會認為對於長篇文字閱讀上較為吃力，因此在平時生活中，較少主動去使用這些媒體。

- “報紙字太多了，中文太多，看大版面的。用網路看，不用買的。”（G108，女，泰國，婚姻來台，來台 17 年，台北）
- “我剛來一年多，有時候看一些報紙不太認識。”（G208，女，越南，留學生，來台 1 年，台北）
- “不會聽廣播，看網路跟電視就好，而且網路比較多，因為手機方便阿，還有電視。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）

二、電視節目收看行為

（一）自由度—以從事藍領行業的移工最為受限

幾場座談會訪談中發現，隨著電視裝設場所、操作權的持有者不同，影響了不同來台身份別的新移民，在收看電視的情境、以及在頻道選擇自由度的高低上，不同身份別彼此間有極大的差異。

其中，從事藍領行業的受訪者，在電視收看的自由度上最為受限，除了本身因每日工作時數長，能夠收看電視的時段不多外，加上電視多為雇主持有，大部分時間都為被動收看，相對能夠自由觀看電視的機會較少。下列將整理不同身份別的新移民，平時在電視收看上的對應情境，以及在收看電視之自由度上的高低差異：

1. **藍領移工**：多與同事或陪同雇主觀看，自由度最低，工作場所才有裝設電視
 - (1) 作業員：午休、晚餐時段／多與同事一同觀看／觀看內容由多數決定
 - (2) 照護工：工作空檔／與照看對象一同觀看／觀看內容由雇主或照看對象決定
 - “公司有給我們看電視，中午吃飯的時候開給我們看，他開給我們看不到幾台。”(G104，男，越南，移工-作業員，來台4年，台北)
 - “可以看電視，但是和奶奶喜歡看的台不一樣，是以奶奶為主，自己轉台的機會很少。”(G306，女，印尼，移工-照護工，來台4年，台中)
2. **外籍配偶**：獨自觀看、陪同觀看皆有，自由度次之，家中皆有裝設電視
 - (1) 有工作者：下班時間／與家人一同觀看／觀看內容先由家人或小孩決定
 - (2) 無工作者：平時空閒時間／獨自或與家人一同觀看／觀看內容能夠自行決定
 - “外面客廳只有一台就要輪流看，以奶奶為主，會陪小孩看卡通。”(G108，女，泰國，婚姻來台，來台17年，台北)
 - “我看電視的機會比較少了，因為電視我先生看，他在看名嘴，我下班回來他在看名嘴我就沒機會看阿，我會用手機看一下，因為他在看我也不會去轉台阿。”(G303，女，越南，婚姻來台，來台17年，台中)
 - “因為白天是我看的，晚上就陪小孩看卡通，老公看新聞就陪他看新聞。”(G304，女，越南，婚姻來台-家庭主婦，來台18年，台中)
3. **白領移工、留學生**：多為主動觀看，自由度最大，電視多裝設於住處或空閒時間／獨自或與同住者一同觀看／觀看內容能夠自行決定
 - “家裡的電視的話比較喜歡看新聞、卡通、綜藝節目、然後連續劇、韓劇。”(G206，女，泰國，白領移工，來台11年，台北)
 - “我剛搬家，我的房型是有客廳可以一起去看。”(G208，女，越南，留學生，來台1年，台北)

(二) 時段與時長—大部分較少固定收看特定時段節目

本次座談會所邀請到的受訪者中，以有工作的新移民居多，大部分受訪者表示由於平時自身工作繁忙，僅有在空閒時間才會觀看電視節目，而個人空閒時間的長短、時段，則受本身各自所從事的職業影響，平時生活中，較不會固定去收看特定時段之電視節目。

- “有時候無聊就轉看哪一個比較好看。”(G401，女，越南，婚姻來台，來台15年，高雄)

（三）內容類型—觀看台灣製播節目，類型以新聞節目為最多

在內容部分，多以台灣當地製播節目為主。當被動陪同觀看時，頻道選擇多受限於雇主或家人，以雇主或家人偏好為主，類型以新聞較多；個人主動觀看時，可自由切換頻道，收看類型仍以新聞類為第一，其次則是戲劇及綜藝節目。

- “我就是看台灣的，因為你的旁邊的人都不會同意你，你只有一個電視，會怕他們聽不懂。”（G102，女，菲律賓，移工，來台15年，台北）
- “如果時間不多的話一定是先看新聞，譬如說打算要出門了，那還有一點點時間先轉新聞。”（G106，女，印尼，婚姻來台，來台15年，台北）
- “新聞有看，因為阿嬤喜歡看新聞。”（G201，女，越南，移工，來台8年，台北）
- “工廠中午吃飯的時候，大家會一起坐一個桌子，播新聞。”（G302，男，越南，移工，來台8年，台中）

三、網路節目收看行為

（一）自由度—能夠依個人喜好，自由選擇內容觀看

由於網路皆為個人使用，加上選擇多樣化、自由度高，因此在觀看行為上，多數受訪者能夠選擇自己想要觀看的內容。網路提供了新移民受訪者能在異鄉生活中，於個人空閒時間獲得更多娛樂消遣的機會。

- “如果我事情用好我就會去房間用手機自己看，看我喜歡看的。”（G303，女，越南，婚姻來台，來台17年，台中）

（二）內容類型—使用母國語言的節目、類型多為娛樂休閒或戲劇

由於電視上所製播節目仍以中文為多，語言方面對於受訪者們仍有需消化轉換的門檻在，因此當能夠使用網路，能自由選擇所要觀看的節目時，選擇自己母語製播的節目，對受訪者來說，更能夠自在地享受觀看內容。

類型部分，則依個人取向多為娛樂休閒或戲劇類。娛樂休閒的類別有：旅遊、烹飪教學、美妝保養等；戲劇除了母國製播劇集外，還會觀看來自日韓中台製播的作品。

- “晚上回去我手機看音樂什麼的、新聞也有，看我們那邊越南的。因為在這邊台灣電視沒有越南的，所以我們都從網路找，因為在這邊沒有，所以我上網找來看。”（G103，女，越南，移工，來台4年，台北）

（三）使用平台—多從 YouTube 自行搜尋

受訪者們表示，當注意到感興趣的節目片段時，會自行從 YouTube 搜尋是否有完整內容來觀看，也從訪談中了解到，YouTube 是大部分受訪者們平時使用網路收看節目的重要管道。

- “有時候我會看越南的，我會自己搜尋去找，用 YOUTUBE。”（G304，女，越南，婚姻來台，來台 18 年，台中）

四、小結

（一）使用媒體受不同條件限制：中文能力、時間、持有權

在台新移民族群，相對一般台灣民眾，本身語言能力程度的限制，就已成為第一道與外界溝通交流的隔閡。再加上部分的新移民受訪者，日間工作時數皆相當長，扣除晚間休息，所能夠自由運用的私人時間已不多，因此進一步影響平時媒體使用行為。最後，對於來台身份為藍領移工的新移民受訪者，本身在生活所處場所（工廠、醫院、宿舍等）並無電視的持有權下，對於電視媒體的接觸頻次上更為疏離。

（二）相對依賴網路

行動網路為個人使用、且不受時地限制的便利性，對於部分因工作性質，相對個人自由時間有限的新移民來說，於零碎的空閒時刻，行動網路能夠即時提供資訊或擁有短暫消遣，扮演了於異鄉生活中不可或缺的存在，因此在媒體使用表現上，平時對行動上網的黏著度高。

貳、生活資訊來源與需求情境

一、資訊來源

（一）多透過社群媒體，以自己母國同鄉群組最為頻繁

資訊接收管道多透過網路社群、電視新聞，或身邊親友等，其中網路社群為最常接觸的管道（如：同鄉 LINE 群組、新移民協會 LINE 群組、Facebook 好友動態等），其次則是觀看電視新聞、或從身邊親友口耳相傳中得知。

- “新移民協會群組，他有消息就會放上面跟我們說，姊妹就會知道。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）
- “我很多群組拉，也有朋友的，也有台灣的，也有媽媽群，有什麼事情都可以問。”（G304，女，越南，婚姻來台，來台 18 年，台中）
- “LINE，FB 都有甚麼活動，我們都會貼上去。”（G406，女，印尼，婚姻來台，來台 17 年，高雄）

（二）留心來自政府單位的相關資訊

部分身分為外籍配偶的受訪者還提到，自己家中所在社區的里長、社區總幹事，也是會定期提供一些即時的在地資訊，幫助他們了解身邊大小事及消息。由於定期需要進行身份相關文件更新或辦理，來自移民署或在地社會局的通知或宣導，相較台灣民眾，新移民受訪者們會更為留意來自相關政府單位的資訊。

- “里長，在那個管理委員會告訴我們。”（G105，女，印尼，婚姻來台，來台 4 年，台北）
- “有時候去外交部或者移民署，我們辦文件在那邊。那邊會有志工跟我們說，可能有 DM 或者雜誌一頁什麼的，因為大家辦文件要從那邊來，所以從那邊最快。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）
- “小港有一間國小，他是我們新移民中心，所以他有甚麼訊息，甚麼活動，他會通知我們。”（G407，女，越南，婚姻來台，來台 14 年，高雄）

二、資訊需求

（一）不了解的時候，求助親友或自行查詢

來台開始生活後，當遇到閱讀上有困難，或是對資訊不理解時，多數受訪者會先向身邊認識的親友尋求解答，或是再自行查詢。南部場次的受訪者提到，他們還會主動透過移民署外來人士在臺生活諮詢服務熱線 0800-024-111，向專線服務人員作詢問，尋求生活大小疑難雜症的資源協助與解答。

- “我會去問朋友，大部份我看的是有關小朋友，就是去問學校的媽媽，他就會幫我解釋。”（G205，女，泰國，婚姻來台，來台 5 年，台北）
- “我還是會有疑問，有時候比較聽不懂，我會問別人，也會自己上網查。”（G305，女，印尼，婚姻來台，來台 18 年，台中）
- “就 0800，那個轉到我泰語的，問他，他就會直接查電腦，他知道，那比較快。”（G405，女，泰國，婚姻來台，來台 21 年，高雄）

（二）網路查找資訊多使用母語搜尋

多數受訪者表示，平時都會利用網路即時搜尋資訊，而使用的語言以熟悉的母語查找為優先，若是需要查詢的內容為台灣在地相關的，才會特別使用中文來搜尋關鍵字。

- “如果想要看台灣，我會用中文來查，我想看我國家的，就用印尼文來查。”（G107，女，印尼，移工，來台 10 年，台北）
- “如果要找泰國那邊，我們當然打泰文，但如果要找跟台灣有關的當然打中文。”（G206，女，泰國，移工，來台 11 年，台北）

部分受訪者表示，因為現階段對中文拼字輸入還不熟練、或本身使用設備無法輸入中文，所以當需要以中文做搜尋時，都以語音辨識中文來進行關鍵字輸入。

- “打中文關鍵字的時候用講的。”（G105，女，印尼，婚姻來台，來台4年，台北）

（三）平時仍會關心母國時事

受訪者表示，由於心掛仍在母國的家人親友，也會抽空關注母國近況及時事。

- “也是要瞭解我們那邊的狀況跟新聞狀況。”（G105，女，印尼，婚姻來台，來台4年，台北）

三、小結

（一）同鄉群組為資訊往來重要管道，且影響力強

由於新移民於社群媒體上，彼此間情感連結十分緊密，訊息傳播速度快且影響力強，因此社群媒體扮演了於日常生活中，資訊接收重要的來源。

（二）以食衣住行生活面的問題

文化背景的差異下，新移民於異鄉社會適應的過程中，主要所圍繞著的資訊仍以日常生活的疑難雜症為主，進而再擴大至台灣民生社會，同時不忘對母國現況的關心。

參、媒體近用行為

一、媒體為新移民製播的節目

（一）留意過媒體製播的相關節目，但看到的頻率相對較少；多為親友轉告才得知

受訪者們表示，在電視或瀏覽網路時，若有以母國為主題、或以母語發音的節目內容，都會特別停下來觀看。不過自己平時注意到的次數不多，多半都是透過親友轉告推薦，才會知道台灣有製播針對新移民的相關節目。

- “不知道其他地方也有播講母國語言的節目。”（G307，女，印尼，移工，來台13年，台中）

（二）現有多為專題式內容，對固定時段播出的專屬節目無特別印象

目前多數受訪者們看過與新移民相關的節目，多為專題式呈現，像是新聞專題報導，或是介紹新移民在台生活紀錄等，並沒有明顯感受到有固定為新移民所製播的專屬節目。

- “我有一天看的那一台就看到他一直講越南，在講台灣的新聞，可是是越南話，不知道他是固定還是什麼。”（G205，女，泰國，婚姻來台，來台 5 年，台北）

二、自身媒體近用權運用

（一）程度僅為初步內容接觸，涉入程度較高的行動參與則無

受訪者們皆表示，平時會主動關心台灣在地大小事，從生活到政治層面都有涉及，但僅與身邊親友交流討論，不會在公開場合或平台表達個人的意見。

- “都是看而已，不敢打上去自己的想法，頂多跟同事、家人比較熟的討論這樣是還可以，不敢直接跟大家一起討論。”（G106，女，印尼，婚姻來台，來台 15 年，台北）

（二）行動參與止步的原因—受限中文能力及身分顧慮

座談會中受訪者提到在媒體近用權運用中，並無行動參與的背後原因，歸納出以下幾點：

1. 中文能力不好
2. 風土民情不了解
3. 怕惹禍上身
4. 認為意見不會受到重視

在社群媒體多數都會操作，線下對外溝通管道也都知道相關資訊的前提下，對於受訪者們來說，考量自己本身為外籍人士身分，加上擔心中文能力無法流暢表達，以及認為意見不會受到重視。因此平時不敢自在表達意見，也不會運用已知的管道或平台，針對關心的議題發表自己的看法，與台灣大眾進行討論，來試著為自己的想法或意見發聲。

- “我個人這樣。因為那是大家的，不知道會不會得罪別人，我就是看了就跟自己的姊妹聊。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）
- “因為如果這新聞很大，一定很多人看，我們知道有這個新聞但是不敢留言在裡面，第一個怕被告，而且我講話不太會，不知道講什麼，我會問我老公，老公解釋給我聽，我老公就說你看就好，不要講太多。”（G307，女，印尼，移工，來台 13 年，台中）
- “有時候很多很多，我去留一個我也不知道為了什麼，因為我也沒有希望會有人來跟我討論這個事情，就是看他們留言。”（G205，女，泰國，婚姻來台，來台 5 年，台北）

三、小結

(一) 現有資源不足與條件限制，接近台灣媒體機會少

現有資源的不足，加上個人中文能力的限制，以及顧慮自己為外籍身分，讓現階段新移民受訪者能夠近用的機會十分稀少，也因此在台灣，對於媒體近用權的實踐上十分疏離。

(二) 話語權不被重視

台灣社會長年累積對東南亞國家價值觀偏見，讓受訪者感受到在公開平台無法擁有話語權，也因此失去與大眾溝通交流的動機意願。

肆、公視認知與收視行為

一、公視認知

(一) 得知多來自於頻道切換過程與親友推薦

本次座談會所邀請的受訪者們，知道公視多來自於過去觀看電視時頻道切換的過程中留意到，或是從社群媒體上，動態消息中的推播，或是透過親友的轉傳分享才知道。

- “我是在臉書吧，就是看一小段的那種，不會常常，就是剛好在滑臉書的時候注意到。”(G107，女，印尼，移工，來台10年，台北)
- “我最近才知道，我公司介紹給我的。”(G305，女，印尼，婚姻來台，來台18年，台中)
- “轉台，我會從第五台開始轉，就是慢慢看，就是這個蠻有道理，我才看一下。”(G403，女，泰國，婚姻來台，來台16年，高雄)

(二) 良好的印象，對內容放心

對於公視所製播的節目，有看過公視的受訪者表示，有「客觀」、「真實」、「在地」的印象及良好評價，同時家中有小孩的受訪者們也表示，公視所製作的內容是會讓他們放心給小孩觀看，並能提供教育及學習層面的幫助。

- “我還蠻喜歡的，可以給小朋友看，不用擔心他會看到什麼不應該看到的。”(G205，女，泰國，婚姻來台，來台5年，台北)
- “他比較注重在地的一些新聞，一些事實。就是真實的那些事情，就是沒有參與一些黨甚麼進來，就是看覺得是這樣子的。”(G404，女，越南，婚姻來台，來台20年，高雄)

（三）對於公視製播內容能與其他電視台區別

過去看過公視的受訪者們，除了能具體說出對公視的印象外，也能將公視的內容與其他電視頻道進行區別，說出和其他電視台相較公視差異之處，例如部分電視台較會誇大不實、有腥羶色的內容等。

- “他是比較起來的話，可能立場沒有那麼明顯。”（G207，男，泰國，工作來台，來台 20 年，台北）
- “覺得公視，比如說發生事情是真的，沒有亂講，有時候看別台的加的有的沒的。”（G406，女，印尼，工作來台，來台 17 年，高雄）

二、公視收視行為

（一）不會在固定時段收看公視，多為另行搜尋特定節目

對於有收看公視的受訪者來說，不會主動在每天或每週固定的時段去觀看特定節目，屬於當下隨機瀏覽觀看的模式，若遇到播放的題材為自己感興趣的內容，才會停下觀看或另外找時間，在網路上進一步搜尋節目的相關細節。

- “沒有固定，有的時間剛好在那個時段剛好有看到。比較常是用電視去看，我覺得這個節目不錯，我想要看就會用網路看。”（G203，女，印尼，工作來台，來台 20 年，台北）

而其中幾位受訪者，則是因為家人或雇主會固定收看公視，因此若家人或雇主觀看電視的當下，就會順其陪同收看公視。

- “我只有禮拜六、禮拜天會去媽媽那邊開 13 台公共電視，我在那邊看邊吃邊看、邊聊天看，他有什麼就看。”（G103，女，越南，工作來台，來台 4 年，台北）

（二）多透過電視觀看，部分受訪者則表示不知道要怎麼透過網路去收看公視

大部分受訪者平時多使用電視觀看公視，詢問到為什麼不透過常用的網路收看公視時，受訪者表示若想在網路上想收看公視節目，不清楚需要用什麼關鍵字才能搜尋到公視的節目內容，或是自己用了所知的關鍵字搜尋，卻在網路搜尋不到在公視頻道上，想看的節目內容。

- “我是看電視比較多。”（G308，女，印尼，工作來台，來台 8 年，台中）
- “那天我也回去打公共電視有什麼，但是他一出來都是中文，看不懂，只有就看照片什麼而已，其他看字看不懂。”（G103，女，越南，工作來台，來台 4 年，台北）

（三）新聞資訊及娛樂消遣外，還有教育學習的目的

除獲取新聞資訊，或是觀看娛樂消遣等節目之外，有收看公視的受訪者們表示，公視提供的教育或益智性節目等，能讓他們從中學習知識，更能幫助自己從中加強中文或台語能力。

- “還有看全家有智慧，那個很好看你們一定要看。林美秀跟阿松主持的，我非常喜歡這個，他會說你什麼東西不能送別人，大肚子的人不能做什麼要注意什麼，真的很好，跟我們的生活都有關聯。”（G105，女，印尼，婚姻來台，來台4年，台北）
- “我每次轉到就都轉到台語，但是每次有時候聽得懂跟聽不懂，我就趕快來看，因為他會有中文在下面，但是他嘴巴就講台語，我就看，因為有可能我的台語程度沒有很厲害，我就看他在講甚麼？我覺得就是又多了一個學台語的方式，也會跟著講。”（G403，女，泰國，婚姻來台，來台16年，高雄）

（四）主動提到有觀看過東南亞語新聞

部分受訪者在訪談尚未提到東南亞語新聞前，就已主動表示自己有收看公視所製播的東南亞語新聞，除了是過去親友推薦轉告而知道外，某幾位受訪者更是平時就有關注東南亞新聞的播出內容。

- “公共電視我知道是他有泰文的新聞，來台灣後臉書分享的。”（G101，女，泰國，留學生，來台6年，台北）
- “我有看公視的越南新聞，會播越南新聞，也有印尼跟很多國家。”（G304，女，越南，婚姻來台，來台18年，台中）
- “公視早上有講印尼人的新聞，講印尼人在台灣有什麼事情最大的，我是看這個。”（G307，女，印尼，移工，來台13年，台中）

三、東南亞語新聞節目回饋

（一）內容評價一好，用詞能夠理解

多數受訪者們在觀看完不同語言別的東南亞語新聞後，都一致表示，能有新聞節目以他們母語來製作的規劃是非常好的。甚至有幾位受訪者在影片播放結束後，在當下隨即想了解這個節目所播出的時段、以及能否在網路上觀看等相關積極詢問。

- “覺得還蠻親切的，就是如果看台灣的新聞，我好像要很專注的聽他在講什麼，但是這個我就自然而然、不用很專心就知道他在講什麼，因為他會講台灣的事情，然後會更了解台灣。”（G101，女，泰國，留學生，來台6年，台北）
- “每次看到電視上有講泰文，我就會很開心，我很想念自己的國家，聽到就會有一點，就會想要看。”（G205，女，泰國，婚姻來台，來台5年，台北）
- “這很好啊，希望有固定時間看。如果固定我就每天會看。”（G302，男，越南，移工，來台8年，台中）

(二) 往後內容期待與建議

關於受訪者對於公視東南亞語新聞往後內容之期待與建議，歸納出以下三點發現：

1. 時段增加、時長增加
2. 增加台灣當地時事或生活資訊
3. 希望還能了解母國消息，同時也想要看到其他國家

關於節目建議部分，受訪者首先對於時長及時段需要再作調整，原為僅五分鐘三則新聞的時長，希望至少能有十五分鐘的報導內容；而時段部分，由於目前於電視上播出時段太早，受訪者們紛紛表示該時段收看上較為困難，希望往後時段上能夠再作增加。

- “印尼的新聞這裡都開的太早，時間這麼早，我沒時間看。印尼的新聞是 7:55，五分鐘而已，一下子就沒有了。15 分也行，半小時也都好，15 分鐘應該是有夠了。”（G105，女，印尼，婚姻來台，來台 4 年，台北）

而內容部分，受訪者們則是希望增加台灣在地資訊，能夠以熟悉的母語去了解較不熟悉的台灣社會時事，不論是對剛來台灣不久的受訪者來說，是非常需要的幫助外，對來台已有一段時間的受訪者，也能更具體地了解報導的內容，而非像過去看中文新聞報導，僅為停留在一知半解的程度。

- “我想知道台灣的，泰國的就直接看泰國的就比較清楚，台灣的本地的文化其實我們外國的還是沒有很融入。”（G101，女，泰國，留學生，來台 6 年，台北）

除了台灣當地資訊外，受訪者也表示，希望還能夠在東南亞語新聞中一併知道自己母國所發生的大小事，協助他們在異鄉生活中也不會與母國社會太過脫節。同時，受訪者們也很樂意去了解自己母國以外、其他東南亞國家之間的近況，認為彼此在生活背景、文化上較為接近，對於國與國之間資訊的不會有隔閡。

- “因為姊妹嫁過來，都是新移民，會想知道同鄉的消息。”（G307，女，印尼，移工，來台 13 年，台中）
- “因為我們來到這邊有時候真的完全都不知道我們國家新聞一些事情，可是在台灣目前好像還沒有這個東西，自己國家一些新的東西，變成說這樣子我們比較不會陌生。”（G404，女，越南，婚姻來台，來台 20 年，高雄）
- “因為我們生活在台灣，我們本國字幕，我們看會比較有興趣，但是有中文比較好，因為各國來看，我們也可以彼此理解別國的一些文化或是甚麼，他們分享，我們也可以來看，不只有我。”（G407，女，越南，婚姻來台，來台 14 年，高雄）

四、小結

(一) 公視非首要觀看節目選擇，普遍涉入度低

本次幾場座談會中，雖然以知道公視的受訪者為多數，且受訪者們對公視給予良好的評價，但從訪談中發現，在受訪者影視收視行為中，公視並非他們觀看節目時的首要選擇，僅為隨機視當下題材決定觀看意願，同時也不清楚公視目前所經營的幾個新媒體平台（如 Facebook 粉絲專頁、YouTube 頻道等），普遍對公視的涉入程度較低。

(二) 對於東南亞語新聞寄予期待

對於東南亞語新聞的製播均給予肯定，希望就現有構成下能有更貼近需求的改變，期待未來能成為了解時事資訊的不可或缺的管道。

伍、對公視的期望

一、未來節目製播

(一) 母國節目透過網路即可觀看，認為不用額外購買

隨著新媒體發展快速，對於自母國買進節目於公視頻道上播放，多數受訪者們雖然表示樂見，但也有部分受訪者提到，其實透過網路，他們在觀看母國節目上資源已相當充足，認為在這樣的前提下，不一定要再額外購買，除了內容有可能已藉由網路看過外，在播放時段上，也未必與自己平時能夠收看電視的時間相符。

- “很好啊，但是要看播放的時間，大家沒有空也是要看重播，我們要自己找阿。現在我們越南的節目 YouTube 很多了，我們可以自己看。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）

(二) 可增加新移民活動報導，線上線下連接，藉此讓各地新移民透過公視進行交流

其中，南部場的受訪者提到，希望能藉由公視節目資源，採訪宣傳各地新移民於當地舉辦的活動，除了讓他們了解在台灣，相同背景下朋友們的生活外，同時，受訪者還補充，過去只要有同鄉朋友上電視，群組間會口耳相傳的資訊傳播非常地快，也能推廣公視讓更多新移民知道，將新移民們的生活面貌讓更多人看到。

- “因為我們新移民在台灣，所以可以播節目是姊妹有辦活動的時候可以給台灣人看。”（G306，女，印尼，婚姻來台，來台 18 年，高雄）
- “像剛剛辦活動，不管哪一個國家就是辦活動，就一則新聞，如果有人知道這一台有新聞，我可以看。他們看，他們才知道下一次的活動甚麼時候。”（G303，女，泰國，婚姻來台，來台 16 年，高雄）

(三) 增加與生活連接之知識—例如生活制度、法律常識，或日常看病如何與醫師溝通、掛號要看哪一科等

受訪者們表示，由於過去生活背景和文化與台灣不同，即使學會中文，對於日常生活的大小事，還是存在著習慣與資訊上的落差，因此平時仍會遇到許多不了解的阻礙。若公視在未來，能夠提供許多與生活面連接的知識，像是與自己權益相關、出門在外應該注意什麼等資訊，對於他們在融入台灣社會是極大的幫助。

- “健康啊，什麼食物，現在什麼季節，雖然我們來了那麼久了，春夏秋冬的食物，現在什麼好吃，哪裡可以買便宜。”（G102，女，菲律賓，婚姻來台，來台 16 年，台北）
- “基本新聞或是生活資訊，這個月有什麼新的我們應該知道，因為如果看不懂中文的，可能不知道，可能是有新的路或是有什麼新的東西。”（G205，女，泰國，婚姻來台，來台 5 年，台北）
- “我希望可以的話播一些有相關我們權利的。有時候我們工作上，有一些薪水或是繳稅，其實我們不是很了解，或是有哪個單位可以協助我們，我們可以找到那個單位。如果我們可以在電視看到，我們也可以多多了解或是自己來。像我們不舒服，我們到醫院，其實有一些我們很不會講或是我們看文件，我們不知道或是醫生解釋給我們聽，我們不一定會了解完全醫生講的意思。”（G407，女，越南，婚姻來台，來台 14 年，高雄）

(四) 製播語言配置

1. 中文發音—母語字幕（在台時間短，正學習中文者）
2. 母語發音—中文字幕（在台時間長，中文程度較佳者）

本次幾場訪談中發現，在台時間長短（也等於個人中文程度），對於節目語言的配置上，有截然不同的需求。剛來到台灣不久，正學習中文階段的受訪者，希望以中文發音—母語字幕，作為節目語言的配置，原因為能夠即時對照母語字幕學習中文。

- “我希望是講中文，想聽的時候，下面他有翻譯，我們講話還不準，還沒有那麼熟，所以要這樣。”（G103，女，越南，移工，來台 4 年，台北）
- “現在很多人來一兩年，不一定會講國語，他們會看書，但是外勞講國語跟台灣講國語不一樣，我剛來有一年多，都是拿書來看台灣新聞學國語，如果現在新聞，上面講國語，下面寫越南話，很多人會想看，也可以學國語阿。”（G302，男，越南，移工，來台 8 年，台中）

而來台已有一段時間，中文能力較佳的受訪者，則是希望以母語發音—中文字幕來製作節目，原因為能夠直接聽熟悉的母語，可以更輕鬆、更快來消化內容，中文字幕則是在當下作為輔助了解，如果對於節目上的內容，需要用中文表達時，能夠參考對應母語所使用的中文字詞會是什麼。

- “我會選擇講印尼話，因為我就不需要看那個畫面，我也可以聽得懂，當然在別人的角度來看，就是如果要學中文，當然就是講中文，下面就是那個字幕比較好。”（G107，女，印尼，移工，來台 10 年，台北）
- “我是講泰文，字幕是中文，因為我們每天台灣的新聞都一直講中文，我們可以很輕鬆的聽我們的語言，然後如果台灣人想聽得懂，就看字幕，然後我們就可以看字幕慢慢的學中文，如果你看不懂就可以猜的到，因為他講泰文的。”（G108，女，泰國，移工，來台 17 年，台北）
- “也可以給我們的兒子、女兒多看，因為他講印尼話，他下面都有中文。”（G406，女，印尼，婚姻來台，來台 17 年，高雄）

二、實體活動或開設公共事務參與平台

（一）新媒體相關課程意願高、但須與個人時間配合

受訪者們表示，對於開設新媒體相關課程的意願高，而且十分樂意有機會能夠接觸並學習到操作新媒體、或是在使用新媒體時須留意到的相關知識等，但仍須考量於課程開設時間上，能否與個人空閒時間配合，才能有機會更進一步學習。

- “我覺得是可以，但是要看姊妹他們的時間，因為我是周休二日，上班就是老闆是 OK，人家就休這樣。”（G403，女，泰國，婚姻來台，來台 16 年，高雄）

（二）公共事務參與平台會主動關心，個人參加意願不高

對於若開設可讓他們發表意見的公共平台，受訪者們表示他們會定期關注這個平台的相關資訊，但實際會投身參與的意願不高，還是會把能夠發言的機會交給他人，本身屬於視當下狀況做觀察，或是附和平台上所認同的意見等。

- “新移民協會有人代表發聲了。要看個人的個性，像我就是觀察而已。”（G301，女，越南，婚姻來台，來台 19 年，台中）

(三) 希望活動交流也能使用母國語言，同時也期望也能將母語的意見翻譯成中文，增加與台灣民眾溝通交流的機會

使用的語言部分，受訪者們希望除了使用中文外，還能使用自己的母語進行發表，母語相對不熟悉的中文，更能明確地闡述自己的想法與意見。除此之外，還期望母語內容也能夠將其翻譯成中文，不僅僅是新移民群體發表意見，也能讓台灣民眾從中了解新移民們的想法，增加與台灣民眾溝通交流的機會，進而能逐漸消除過去所累積對新移民群體的偏見。

- “翻譯也可以傳，我們有一個節目在這邊，你可以看，我們嘴對嘴也可以傳，他也可以傳。”（G403，女，泰國，婚姻來台，來台16年，高雄）

三、小結

(一) 樂於與大眾溝通交流

不論藉由媒體資源將生活面貌真實呈現，還是提供讓他們放心暢所欲言的公共平台，新移民受訪者們的本質是樂意於分享的群體，只是在諸多條件限制下，使得他們與社會交流有諸多阻礙。

(二) 渴望透過融入台灣社會的動機強

經由幾場座談會訪談深入了解後，可以發現，新移民受訪者們對於融入台灣社會的動機強烈，不論是關心當下時事、或是對於開設新媒體課程有積極意願等，都表現出了他們內在希望能參與、成為台灣一份子的渴望。

第六章 專家學者深度訪談調查結果

本次調查，共訪問 9 位國內具新移民、媒體相關領域專家學者，將量化以及質化座談會執行後發現綜合整理，以深度訪談之方式，透過學者與專家角度，提供更多關於新移民在台生活情況、媒體使用的具體解讀、分析與建議。關於受訪專家學者之名單與訪談時間，可參閱 P.29。

本章分析將依據專家學者之意見，歸納成以下部分進行探討：新移民在台生活與資訊需求、台灣媒體現況與新移民在台媒體近用行為、對公視東南亞語新聞看法與建議，以及公視未來節目製播建議，與公共電視未來服務期待與想像。

第一節 新移民在台生活資訊需求

在本小節中將彙整 9 位專家學者，就其所觀察新移民在台生活適應過程，所面臨之不同面向問題，進而延伸探討其背後原因以及核心資訊需求：

壹、隨來台身份有別

一、婚姻來台—首要適應家庭生活

就婚姻來台身份的新移民，賽珍珠基金會蕭秀玲執行長提出，來台後隨即進入家庭生活，對於多數新移民來說，扮演不同台灣家庭角色，為來台灣生活極大的挑戰之一。

蕭秀玲執行長：「很多女性新移民要面臨家庭的一些關係，自己在角色的轉變，他可能很快的要當太太、當媳婦、當媽媽，各個角色的適應時間幾乎全部都被壓縮了，他要調整的一個過程，其實是非常辛苦的。」

二、工作來台—中文表達能力有限，首要適應職場環境

而身份為工作來台的新移民，相對於婚姻來台身份，受訪的新移民媒體工作者阮金紅導演提出，多數從事藍領行業的移工身份，中文程度較差，同時職場上相對無明確保障，連帶造成生活上影響。

阮金紅導演：「移工在職場上沒有被尊重、沒有隱私權，他自己不會講中文，本身沒有辦法表達，長期下來壓抑太久，生活上身心都不健康，我觀察到移工的部份這一方面比較嚴重。」

三、學習來台—中文能力相對好，適應生活環境快

相對前兩種身份，國立中山大學王宏仁教授指出，來台身分為留學生的新移民，相對較無適應上較為嚴重的問題。

王宏仁教授表示：「留學生不用擔心他們，他們語言能力好，他們要去吸收台灣社會的東西都很快，任何生活適應上的困難，他們有足夠的經濟或文化的資本去應付。」

貳、隨在台累計年數長短影響需求層次

一、來台初期，約三年內—基本日常生活適應

而針對來台累計年數的部分，國立中山大學王宏仁教授則針對婚姻移民，提供不同階段有不同行為表現的觀察。

國立中山大學王宏仁教授提到：「婚姻移民的話，他在台灣有不同的階段的情況，第一個是剛來前面三年，前面三年就有包含了語言、家庭關係，剛開始可能在磨合，然後又加上台灣陌生的環境，可能他整個的社會關係都是在家庭裡面而已，或最多鄰居，甚至有跟鄰居講話都還會被限制。」

二、來台中期，約三至八年—開始拓展社會網絡

國立中山大學王宏仁教授接著說明，來台已一段時間，初步熟悉周遭生活環境後，會進一步走出家庭或職場，向外拓展自己的社會網絡。

王宏仁教授表示：「通常在三年以後，就是他可以開始申請身份證了，申請身份證以後他就變成獨立的公民，所以就比較可以獨立的生活。通常三年以後他的社會網路也漸漸有了，他的語言能力增加很強，再加上他在台灣的社會網絡，特別可能是同鄉的或是鄰里的，他的社會網路擴張以後，他就不會局限在家庭裡了。」

參、小結

一、依來台身份不同，首要面對如何適應台灣家庭與職場議題

從本次訪談中了解到，專家學者們首先認為新移民來台身份不同，而分別點出兩大群體在台生活適應上，相對面臨較多的挑戰。婚姻來台部分，賽珍珠基金會蕭秀玲執行長提出，新移民在家庭中多重身份轉換適應的困難；而工作來台部分，新移民媒體工作者阮金紅導演則是分享她過去所觀察到，移工在職場並未受到基本勞工權益的保障，進而產生出從職場延伸至影響生活的問題。

二、在台累計年數增加，關心層次從日常生活擴大至自我實現與成長

自受訪學者王宏仁教授的訪談回饋中得到，婚姻來台身分的新移民，隨著在台累計年數增加，在不同階段會發展出不同與社會環境互動的行為。來台初期繞著基本生活面的議題，而來台超過三年，能夠申請國籍歸化開始，就會逐漸走出家庭，開始拓展社會網絡。

第二節 台灣媒體現況與新移民在台媒體近用行為

在本小節中將彙整 9 位專家學者，就其所觀察台灣媒體環境現況，對於新移民在媒體近用權上運用，進而延伸探討其背後原因以及核心問題點：

壹、台灣媒體環境相對不友善

一、相對資訊管道或產製數量不足

同為新移民身份的文藻外語大學阮清廉老師、以及新移民媒體工作者阮金紅導演表示，目前台灣媒體環境缺乏對於新移民族群提供的管道與媒體內容。

阮清廉老師：「好像沒有其他管道，不過文字媒體倒是有，像以前的四方報、光華雜誌，這沒有辦法都能到達新移民的手中，感覺上是對外宣傳使用的比較多，不是給對內給新移民。」

阮金紅導演：「環境上有點可惜，過去東南亞新移民在台灣生活的一些媒體資訊太少了，可能是節目的數量太少了。」

二、資源分散於各媒體，不易有明確收視依據

世新大學蔡珮教授指出，由於目前以新移民為主題產製的內容，在數量缺乏的情況下，且資源又散落在各處，導致新移民接觸到媒體的機會又更加減少。

蔡珮教授表示：「給新移民的節目分散在不同的頻道的冷門時段，然後對新移民來說，還有可能根本不知道怎麼去搜尋，你看光是一個頻道他都搜尋不到，你還分散在那些很零星的頻道裡頭。如果你今天只是因為五分鐘的節目你要我去搜尋，我覺得好像對我而言成本有一點太高，所以你說他不知道怎麼搜尋我覺得情有可緣，因為你不是用一整個頻道的支援來吸引我，相信如果整個頻道定位非常清楚，我就會在這個頻道上面花很多時間去做一些探索。」

貳、中文能力影響媒體近用

而談到個人中文能力影響新移民在台近用媒體的部分，賽珍珠基金會執行長蕭秀玲認為，目前他所觀察到新移民在接收媒體內容上，其中文程度普遍尚未達到完全的理解。

蕭秀玲執行長：「我覺得沒有辦法完全 100%的理解，特別是用到俚語或是成語，有時候他們也會想看新聞了解台灣的一些時事的情況，可是他對這些背景不是很了解，他去看這個東西不見得真的能夠懂，說不定因此沒興趣之後就比較不想看，或是一知半解，有一些新移民就會需要家人的解說或是協助。」

參、行動網路為個人生活空間，且為重要之資訊流通管道

幾位專家學者共同表示，網路目前為新移民生活中多數使用的媒體，不但個人能自由使用，且彼此間資訊往來相當快速。

文藻外語大學魏愛妮老師：「行動網路對他們的生活影響蠻大的，我覺得那個是歸為自己的私人空間，如果是在台灣傳統刻板家庭的話，有些新移民完全不能公開接觸母國的文化，那網路就是他們唯一能接觸的一個方式，所以影響力非常非常的大。」

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長：「以他們現在使用媒體的情況來講的話，行動網路是比較方便，所謂方便就是他們手機自己拿著，自己要看什麼自己就有掌控權。在網路上，他們會透過熟悉的管道去了解相關的資訊，所以不管是在群組或是共同的管道裡面，資訊流動蠻快速的。」

新移民媒體工作者阮金紅導演：「他們網路上分很多新移民在台灣的社團，像是台越交流社團，然後移工的社團，其實有各式各樣的社團，每個社團都好幾萬人，所以他們資訊宣傳很可怕，他們每個東西放上去都是百人以上的分享，而且速度很快。」

肆、電視在家庭互動上扮演重要存在

世新大學蔡珮教授指出，雖然目前媒體使用以網路為主，但對婚姻來台者，透過與家人一同觀看電視的過程中，能夠產生共同語言，是家庭互動中相當重要的環節，因此仍不能忽略電視所具有的影響力。

蔡珮教授：「對新移民來說，會覺得如果你今天要把他們都推到用你的電腦、手機、平板去看，那就只有我一個人關心這件事情，在觀看電視這個部分，他更希望是他的另一半、公婆要不要跟我一起看一下，這樣子至少會有共同的話題，家人會更了解母國的語言與文化。」

我覺得大家共同觀看的媒體，對於這些人而言是有幫助的，可是現在普遍都會想說，網路這麼發達，你就有管道可以看，其實他在意的是說，我希望我的家人跟我一起看。」

伍、小結

一、對於為新移民產製的內容，於媒體投入的資源仍不足

從本次訪談回饋中了解到，幾位專家學者們仍認為，目前主流媒體仍缺乏新移民相關節目資源，世新大學蔡珮教授表示數量不足且資源分散下，要讓新移民於台灣媒體接觸到為自己群體產製的內容，相對不容易且成本高，不如將有限的時間花在使用手機，選擇自己要看的內容。

二、行動網路相對能自由取得所需內容，傳播影響力大

行動網路相對個人化使用，能自由任意選擇內容，讓新移民在壓縮的時間下更為依賴，進而成為生活重要的資訊來源。文藻外語大學魏愛妮講師表示，行動網路相對而言，為他們的個人空間，能自由使用。賽珍珠基金會蕭秀玲執行長提到，手機相對使用上而言，是對新移民們更為方便的且能擁有掌控權的。而新移民媒體工作者阮金紅導演則分享，新移民網路社團具驚人的傳播速度。可見就目前新移民媒體使用現況，行動網路是重要的資訊管道。

三、電視具有構成家庭共同語言功能

雖然目前媒體使用現況以行動網路居多，但電視在台灣生活環境中不管是家庭、職場或商家，仍有一定接觸比率。世新大學蔡珮教授表示，雖然近年新媒體興起，但電視對於婚姻來台的新移民，在家庭互動中扮演重要角色，是能夠建構家庭互動共同語言的存在。

第三節 公視東南亞語新聞回饋與建議

在本小節中將彙整 9 位專家學者，就其所觀察公共電視目前所製播的東南亞語新聞，針對其現行內容與時段規劃，探討目前問題點以及未來內容建議與節目方向等：

壹、現況與問題點

一、新聞內容僅為將現有報導進行語言直譯

國立中山大學王宏仁教授、以及世新大學蔡珮教授兩位學者皆提出，目前所製播之東南亞語新聞，僅以中文轉換成母語的語言直譯，卻忽略了新聞背後還有台灣社會的文化意涵構成存在。

王宏仁教授：「東南亞語的新聞要在極短的時間內選擇題材，這幾則新聞要從中文立刻翻譯成母國的语言，但內容翻譯上，不是只有語言的問題而已，他有非常多的文化的東西在裡面，必須還要有背景知識。很難翻譯也是在這，當我們說衛生署有一個新的政策，你可能就用越南語的衛生部暫時先翻譯過去，可是他對於台灣的政府的體系、相對位階完全不清楚，衛生局跟衛福部對他來講可能都一樣，有時候這些文化性的東西，你沒有長期浸在這個環境裡面很難，所以這個部份我覺得是目前為止新聞最大的問題。」

蔡珮教授：「新聞報導有關台灣的事情，在台灣生長的民眾可能對於新聞事件的背景是了解的，可是你直接翻成東南亞語他不了解，舉例說白色恐怖，他如果把白色恐怖直接翻成東南亞語，那些聽的人他知道這叫白色恐怖，可是他不知道什麼意思，過去有很多類似的狀況，可能還會需要知道一些新聞事件背景的說明，而不只是挑一則新聞翻成東南亞語就了事，這樣是不夠的。」

二、題材選擇仍為主流觀點

從專家學者提出，現有報導選材上仍為主流觀點出發，目前未對應到在台新移民現階段需要從媒體上獲得的資訊內容。

暨南大學張春炎教授：「記者他在做新聞他都有一個訴求，主要的溝通對象其實都是主流社會的人為主，就算他做到跟東南亞族群相關的新聞，他的立場跟先天腦袋的模板，都還是做給台灣人看的。」

貳、未來建議

一、增加新聞露出管道與宣傳推廣

對應先前段落所提到的問題點，專家學者們認為，在推廣規劃上仍有再作努力的部分。首先，文藻外語大學林文斌教授認為，可透過增加播出時段的方式，讓新移民受眾有更多機會接觸到東南亞語新聞。

林文斌教授：「一個很大的問題，新移民也許要看公共電視的東南亞語新聞好了，這在家裡可能連提都不敢提，這個節目在公視的頻道上面，如果能夠變成開放，他隨時隨地想看就可以看，不見得在那個時段能夠看的話，這可能對新移民會比較容易能夠收看，因為他不用在那個時間去做這個事情，也就不會有這樣的衝突，他還是一樣可以透過母語了解台灣的情況。」

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長提到，未來需要規劃對外宣傳節目的必要性。

蕭秀玲執行長：「我覺得先把他推廣出去，讓大家知道有這樣的節目可以看，也許真的有很多人去看，會發現說好像看目前內容還意猶未盡、之後可以再慢慢加長，而不是要把目前時長先擴的很長、內容增加很多或是怎麼樣，把收視的習慣先培養出來。」

國立暨南大學張春炎教授則是針對推廣方式提供相關建議。

張春炎教授：「內容做出來之後先去跟那些民間團體做宣傳，或是說新聞題材的取得就是透過這些民間團體，這些團體本來就會接觸到後面一大群的新移民支持者，所以這個是互利關係，這一群服務團體或是支持團體，他本來就需要告訴服務對象，他應該要知道的東西，公視本來就要講他們需求的東西，這二個目的是一致的，就可以互相合作。」

國立中山大學王宏仁教授對於目前不易搜尋到節目的改善方式，提供加上關鍵字的建議。

王宏仁教授：「search text 上面用不同語言去寫就解決了，你打一個 search text 再加上一個東南亞語新聞，這個的一個專屬的 search text，他應該就可以容易找到了。」

二、時段集中與時長增加

關於節目本身不同國家新聞時段分散以及，世新大學蔡珮教授認為可將節目時段集中，並增加內容時長。

蔡珮教授：「我覺得新聞可以做大的一點，不要像現在只有 5 分鐘，我覺得應該是要有一個時段吧，比方一個小時至少我可以做一些切割，比方一個小時可以切成六個 10 分鐘，然後這六個 10 分鐘裡頭，有一個時段是真的在地新聞翻譯成東南亞語，其他的時段就要如同他們所講的，引進他們在地最新的新聞訊息。」

三、報導台灣在地資訊

國立中山大學王宏仁教授認為，由於目前新移民們在台灣生活，周遭生活所發生的大小事會是最為接近及關心的，應將台灣的消息優先做為報導內容。

王宏仁教授：「製作給東南亞新移民看的話，給他們的資訊是要給台灣的資訊，不需要國際的也不需要當地母國的，因為這些都可以透過原來母國的新聞去理解，優先順序先製作台灣相關的資訊，給他們了解台灣。」

四、學者專家對於是否報導母國資訊，持不同意見

針對東南亞語新聞報導內容，是否需要加入母國時事等相關資訊，幾位專家學者各表達不同態度，以下分別整理出專家學者的意見及看法：

（一）持反對意見

國立中山大學王宏仁教授王宏仁教授：「如果是要播報母國的新聞的話，我就覺得不用了，因為母國的新聞他們手機都看的到，搞不好知道的比我們還快，公共電視在這個部份我覺得不需要在去做原來母國的新聞，以前沒有網路的時候需要，現在這個時代不需要了，所以我覺得應該是針對台灣的新聞來報導。」

文藻外語大學魏愛妮老師：「我本身是現實主義，我覺得可能很多人不太在意母國發生什麼事情，因為離我很遠，現在我就在台灣，如果台灣人在國外也不會一直關注台灣的新聞。」

新移民媒體工作者阮金紅導演：「新聞我們要多搜尋一些在台灣的新聞，可能新移民移工新二代這部份，先不要跳到我們的國家去，坦白講姐妹反應，第一個是跟我們沒有關係，很陌生，我今天是越南人，可是不見得越南什麼地方或是什麼單位我都知道，如果我今天看到原來在台灣台北有這樣的姐妹他們有這樣的故事，還是台灣怎麼樣怎麼樣，至少對我會有幫助，我會更了解台灣我在這邊生存的環境，他發生了什麼事情。」

（二）持贊同意見

1095 文史工作室官安妮執行長：「如果有更多的經費或更多的選擇之外，我覺得應該要讓他們觀看新聞的觀點是可以更全面的，除了台灣的政策理念或台灣的生活文化，台灣的法令之外，他們還可以有更多是他們東南亞當地的新聞或者是國外的新聞，我覺得應該是他們會覺得比較正常的一種新聞的方向，因為目前有一點太偏台灣了。」

世新大學蔡珮教授：「很多人都以為現在網路很發達，你看母國的訊息那應該不成問題，但是他們的說法跟我們想像的不一樣，有一些可能好幾年，五、六年才回去自己的母國一次，他們就覺得自己的國家變化很大，他們就會希望說除了把台灣當地的新聞翻譯成東南亞語之外，能不能夠直接引進他們當地的現在即時的一些新聞，讓他們能夠直接跟自己的國家現況去接軌，而且會希望說不要總是一些生活實用層面，他們也想要聽跟政治有關的，跟經濟有關的，你總不能期待說有需要的你自己上網查。」

（三）持中立意見

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長：「覺得可以各半各半的，他們也希望有一些母國的訊息，母國的訊息的部分，他們可以知道母國現在最新的狀況，或是發生了什麼重要的訊息，也可以讓他們的家人，有機會加入一起了解的。再來可能一半是台灣的重要訊息，這些重要的訊息可以更了解台灣的狀況，可是新聞在播報的時候可能就要稍微細一點，所謂細一點就是不像我們平常在新聞台直接講過去，他們馬上就可以了解這些東西，可能就要有一些簡單的背景說明或是怎麼樣的情況。」

五、菲律賓第二官方語言他加祿語的增製

與幾位專家學者的訪談中，有將本次量化調查結果，關於菲律賓籍新移民對於公視整體服務需求度以及滿意度較低的發現做分享，專家學者針對這項發現提供看法，皆一致認同需增設他加祿語版本之新聞。

國立暨南大學張春炎教授：「我覺得菲律賓籍新移民社會權益的基本需求應該要滿足，像公視新聞這種東西就是社會文化權益，應該說你要實現你的社會權益，你要先有文化權，文化權就是他的資訊滿足，在台灣看得到他們跟我們的文化交流，他們如果想要了解台灣的面向的文化內容的話，那應該要做到有他們語言版本的新聞。」

1095 文史工作室官安妮執行長：「基本上我覺得母語對東南亞朋友來講都是非常重要的，我覺得很簡單的一個理由，就是他們的國家真的太大了，一個官方的語言，即使他加祿語也是官方的語言，但他加祿語是比較能深入到各個鄉村，不管是大都市還是鄉村他們都習慣用的一個地方用語，所以我覺得他相較於另一個官方語言英文來講，更能夠走進他們的生活。」

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長：「如果可以去爭取到的話，能夠用他們菲律賓的語言來講還是比較好的，因為也不是每一個菲律賓人的英語都很好，其實很多菲律賓的姐妹或是移工，也常常在反應這樣的一件事情，希望更能夠去重視這樣的安排。」

參、小結

一、現行東南亞語新聞需再進行優化

從專家學者訪談回饋中可得知，就目前東南亞語新聞在現有規劃上仍有許多進步空間，除了能見度不足外，專家學者們還提到關於選材和製播上，需要更以新移民的角度出發，去思考並產製內容。其中國立中山大學王宏仁教授以及世新大學蔡珮教授皆提出，除了語言替換外，還需考慮背後意涵解釋及補充；此外，暨南大學張春炎教授亦指出，不能以主流觀點選材，更要貼近對應新移民族群的資訊需求。

二、從宣傳推廣至內容製作，提供不同面向之期待與建議

在未來建議部分，專家學者們分別針對露出推廣、時段時長安排、內容選材以及增設菲律賓他加祿語之四個大面向提供各自的意見以及背後所考量的觀點。其中在露出推廣以及增設菲律賓他加祿語部分，多位專家學者們皆一致表達未來需要投注資源並執行的必要性；而在內容選材部分，關於是否需要加入母國消息報導，專家學者們則持分歧意見，共有三位反對、兩位贊同，一位持中立意見，專家學者認為報導內容在有限的前提下，應有符合新移民需求考量，以及之優先次序的安排。

第四節 公視未來節目製播建議

壹、節目主題類型

一、音樂性節目

本次深度訪談中，將本次量化調查結果發現，新移民對於音樂性節目的強烈需求，與幾位專家學者們分享。幾位專家學者也就個人觀察以及同為新移民身份的個人經驗，分別提供看法以及分享背後原因：

1095 文史工作室官安妮執行長：「不諱言新移民朋友們就是真的很喜歡音樂，他們被流行音樂影響的程度是非常非常深的，同時傳統音樂的影響也是非常深，他們在母國不管是從學校的系統或是媒體的系統，都很習慣接受到這些傳統音樂、傳統文化視覺得刺激，他們母國的電視節目真的是以音樂的節目居多。」

同為新移民身份的越南籍學者，文藻外語大學阮清廉老師：「越南音樂的節目中，很多歌曲他是有一種思念家鄉的，所以那一代來台灣的到現在，如果大概三十多歲以上的都還是會

有這樣的共鳴，其實他們來台灣很多是生活環境逼著他們來，他們很思念家鄉，思念父母，那就很喜歡透過聽音樂來紓解這樣的情感。」

印尼籍學者，文藻外語大學魏愛妮老師：「在印尼，電視台新聞結束之後就接著播八點檔黃金時間的戲劇，新聞結束中間大概會有三分鐘的時間就是來放新的音樂。」

越南籍專家，新移民媒體工作者阮金紅導演：「這些移工因為他們在這邊寂寞，所以他們自己本身也都會在網路上喜歡直播唱歌之類的，移工身份為主的新移民，在台灣各個地方常常辦小型音樂會，就是因為他們平常工作壓力大，所以他們需要放鬆，放鬆的方式就是我看人家表演音樂，我就開心了。」

二、生活知識性節目

國立中山大學王宏仁教授與世新大學蔡珮教授皆提到，對應新移民來台生活適應上，有許多問題來自於對異國文化的不了解，可將相關知識透過節目介紹，讓更多新移民可以更簡單吸理解。

王宏仁教授：「將台灣的知識融入到節目，簡單又具娛樂性，他們還有可能來上節目參加，又可以學習到台灣的基本知識。像公視的全家有智慧，他有搶答我們現在台灣立法院主要的政黨有幾個、什麼叫做黨團協商，像這樣子透過趣味的方式，同時這個過程底下，又有人介紹台灣的政治體制，他們也會更有趣去吸收，同時本身又具有參與感。」

蔡珮教授：「新移民朋友們更想要的是寓教於樂這件事情，你討論某些主題的時候你要深入去探討，你不能只是點到為止，很多風土民情你不能只說這是禁忌不好，你要講更多背後的原因，他們就會了解說原來這是跟我國家的一個差異性，他才有辦法透過這種節目去做一些多元文化的交流。」

三、新移民在台生活紀實性節目

關於節目類型，國立中山大學王宏仁教授與新移民媒體工作者共同提到關於新移民在台生活的紀實性節目，以軟性的訴求將新移民的故事呈現出來。

王宏仁教授：「去製作在台灣各地的東南亞移民的生活的節目，讓大家知道，新移民朋友們的生活情況是不一樣的。這更能夠代表更多人的聲音，因為生活太多樣性了，不能只做很激勵人心的，當然也不能製作很可憐的，透過這些故事讓更多包括台灣人也一樣去了解，這一群人在台灣的生活情況。製作這些真人紀錄節目的時候，如果他配上東南亞語的字幕的話，有二個效果能打開觀眾層。一是讓越多的新移民，包括婚姻移民或移工知道台灣的情況，他

們知道如何加入到台灣的社會生活；第二個效果就是，如果知道怎麼加入台灣的社會生活，他會走出來，具有非常鼓勵性的效果。這些都不用花大錢，傳播效果就會更好。」

阮金紅導演：「我希望多看到，不管是婚姻來台還是移工，在這邊的生活各式各樣的型態都可以呈現出來，第一個是讓我們可以自己看到自己，第二就是可以讓台灣居民更了解我們，因為過去感覺我們沒有被重視。」

四、談話性論壇節目

除了較為生活面、或娛樂消遣型的節目主題外，專家學者們也在節目主題的類型中建議以談話性論壇節目，在將來成為新移民在台實踐媒體近用的公共參與平台。

世新大學蔡珮教授：「談話性節目比方說每一集，可以請不同國家的新移民去討論同一個主題，過去有新移民跟我分享他是做廣播節目的，他就說他有做一集就是坐月子，越南人、泰國人、印尼人坐月子到底有什麼不同，就會很有興趣，會聽到說居然是這樣子坐月子，這對我們國家而言是個禁忌不能這樣，這就是一個很好的話題，意思就是說談話性節目可以做這種文化交流差異上的一些討論。」

官安妮執行長：「讓這一些新移民朋友們的聲音，他們所謂的生活文化，可以用比較自然的方式去呈現，讓他們有更多向台灣社會對話的平台。製作出一個線上線下都安心的環境，他們未來也習慣定期有一個節目他是可以讓一些意見領袖上去的，而且是不同團體，各種團體的意見領袖都可以陸陸續續上台發表，他們就會在線下支持他，然後會有用留言或是用瀏覽的方式，各種方式支持，總之害羞的人不會上台，但可能他用另外一種型式，去關注這個節目。」

國立暨南大學張春炎教授：「公共電視能不能在節目上，提供更多的弱勢群體代表名額，相對人數較多，然後邀請他們來上節目，同時找各種不同類型的台灣人參與，一起討論不同議題，再把他做成是東南亞語新聞，追求更多的露出。然後政府覺得這是輿情會開始關注，傳播出去的東西變成有影響力，會影響到更多的人跟他有一同的意見。本來是不發聲的群體，會跟他們說對，我有聽到你的聲音我也是這樣想，這就有影響，那另外是影響主流社會對待這個政策的看法，就是成為一個更有力的循環，傳播的循環。」

貳、節目規格及配置

一、不同國家節目比率配置

針對各個國家間是否需要依人口數量比率配置，本次深度訪談所訪問的 9 位專家學者，皆一致認為不應該因人口數量而國家間比重有所差異，應均等對待每個國家，以下則節錄幾位專家學者的看法，

國立中山大學王宏仁教授：「語言分配基本上我覺得還是平等對待所有語言，不能說越南人口多或印尼朋友多就哪個語言比較多，我覺得平均。這個在社會學上面叫做文化公民權，你不能因為你是最少的，你就被認為你最不重要。因為公共電視具有宣示型的效果，他是有國家政策的電台，所以你要宣示我是平等對待每一個語言，所以絕對不能說因為數量比較少就不做了。」

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長：「我還是傾向同樣多的會比較恰當，這樣的訊息提供其實姐妹們真的不會去在意，因為我人多所以我要比較長，可是對人比較少的人來講，他如果因為這樣有比重差異，去接收到的訊息就比較少的話，他們會覺得很可惜。」

二、節目發音及字幕

針對本次調查所關心之節目發音及字幕語言，受訪專家學者之建議基本為母語發音中文字幕，世新大學蔡珮教授提到有雙語字幕之必要性。

1095 文史工作室官安妮執行長：「我覺得可以到每一個節目都足以到發展出配音或者是有很多的母語節目，那種狀態會是很安心的狀態，就是你打開電視，你雖然在國外，這個國外他又沒有讓你太陌生，因為有很多母語的環境他去包覆你。」

新移民媒體工作者阮金紅導演：「這個同時都要教育到台灣公民的，因為希望他們也多認識我們的機會，台灣人聽不懂語言，所以他更要看中文字幕，他會有耐心要去把他看完，如果今天講中文就不好玩了，因為這個會沒有很原汁原味的感覺，真的能夠用母語來表達的話是最好。」

世新大學蔡珮教授：「我們上字幕的時候，都要有中文字幕然後搭配母語，這樣就是一個多元文化的交流，否則的話，就會有一點點侷限，你如果只打越南語字幕，就是加惠了越南語的族群，可是你會把其他族群都排擠在外面，因為我聽不聽然後我沒有辦法理解，我就沒有意願去看，所以說雙語字幕事關重要。」

參、小結

一、節目主題

專家學者建議以生活、娛樂消遣型的節目主題為主，音樂性節目同時有三位同為新移民身份的專家學者以個人經驗做分享，了解其背後承載著情感因素，而生活知識型節目，是相對原先就在台灣成長的社會大眾，新移民對於台灣的文化背景、社會體制構成等都十分陌生，期待能透過媒體資源將新移民們所需要背景知識，以寓教於樂的方式呈現。紀實型則是希望透過不同的故事分享，讓台灣社會大眾更認識新移民朋友。

談話論壇性節目，則是有別前述幾個節目主題類型，以實踐媒體近用與公共參與為目的，期待能成為新移民與台灣社會對話的平台。

二、節目配置

在國家比例分配部分，專家學者皆一致認為每個國家應均等分配，不應人口比例而有所多寡分配，其中國立中山大學王宏仁教授提出公視具國家宣示性的效果，更應一視同仁。而在節目發音部分，專家學者們認為以母語發音為主，1095 文史工作室官安妮執行長提到，母語的媒體環境是相對能讓新移民朋友感到安心的方式；字幕部分則是建議以中文字幕或是雙語字幕，世新大學蔡珮教授表示，除了母語字幕外加上中文字幕，可以使非母語族群一同參與了解同樣的節目內容。

第五節 公廣集團未來新移民服務之定位與期待

壹、讓更多新移民知道公共電視

關於提高公視在新移民受眾間的認知度，身為長期致力於新移民服務的兩位業界專分別提出往後在宣傳推廣上的相關建議。

賽珍珠基金會蕭秀玲執行長：「跟各單位的連結，可能可以更有計劃，例如一個月他就曝光一個什麼資訊，傳給這些單位，這些單位就幫他去曝光，然後就翻譯成各種語文的，我們建議要中文跟東南亞語相對照，這樣會比較好。」

1095 文史工作室官安妮執行長：「我覺得友善媒體的曝光度其實是要靠整個環境是烘托的，其實各個團體也都很期待說，如果公視播的節目，我們可以怎麼樣利用去渲染去推播，我覺得是在每次做完節目或者是定期的做一些互動。我們一直都知道公視的節目是一直都很有溫度的，可是他感覺還是有一點距離，跟觀眾的距離是有的，我覺得可能在節目的行銷方面，

可以讓周圍的相關團體知道，可能多辦一些串連的活動，不管是公開的公聽會或是一些試播、試映等等的，我覺得都是製造討論的聲量。」

貳、公共電視定位

一、交流連結的角色

談到公視後續的期待，國立中山大學王宏仁教授以及暨南大學張春炎教授皆同時提出關於增進台灣社會與東南亞文化間互動交流。

王宏仁教授：「公共電視的定位是在做為一個彌補台灣社會跟東南亞新移民中間的落差，這個角度去看的話，那就可以更一般化的去讓更多台灣人和東南亞的人去接觸，他就不一定要做所謂精緻的東西，我覺得這可能是他目前可以做的最重要的一個使命。」

張春炎教授：「有一種製作的方式跟主題他是可以促進跨界的交流，一個是台灣人要認識新移民這邊的，新移民要認識台灣這邊的，把各自的同溫層打破。彼此認知的傳播機制應該要有，然後體認彼此，相互交融，存在我們台灣社會有很多種類型的東西可以做製作，不管資訊式的或是娛樂式的都可以做，那個東西是缺乏的，利用現有的資源幫助台灣人更認識這個少數族群。」

而世新大學蔡珮教授則提醒，公視為新移民朋友提供節目服務的同時，不應因此將東南亞文化相對台灣社會之間的距離更為疏離。

蔡珮教授：「雖然以一個分眾的概念來去操作，最終我們不能因為要服務這群人，反而造成一種所謂的自我隔離，這是最可怕的，就是說我們因為要服務這群人，然後什麼節目都要用他們的語言播出，但是你沒有考慮到這其實最終目的是要做文化交流，你反而讓他們被主流社會排除在一個小的圈圈裡頭，那反而更不好。」

二、以達成文化交流為出發，而非對弱勢提供協助

有兩位身兼新移民身份的學者提到，希望公視並非向弱勢提供協助的角度去製播內容，更應以雙方平等的溝通交流的方式去作為後續定位參考。

文藻外語大學魏愛妮老師：「不是一昧的我們希望可以怎麼幫忙他們，我覺得到最後這個都是假的，沒有任何意義，因為他還是就看我的節目，但是他的家人可能還是不認同他。如果想讓東南亞的人更有機會可以融入台灣社會，就應該從台灣人，讓台灣人可以去接受他們，而不是一昧只有讓東南亞人怎麼樣，得到怎麼樣的資訊，而是台灣人可以得到什麼樣的資訊，讓他們可以自然而然的，很自然的接受另外一個不同文化的人。」

文藻外語大學阮清廉老師：「用一種我也需要你，你需要我，這樣會變得二邊更公平，而不是單純說我是來幫助你，造成他們好像完全變弱勢的。公視也是一個要經營的單位，媒體也是經營，其實你就是一視同仁，你內心想要做東南亞方案，你要真心的尊重他，也是把他當作你要經營的對象，最真心的尊重東南亞國家，然後一視同仁，自然而然你做得好就會吸引大家。」

三、善盡媒體本身的責任

文藻外語大學林文斌教授則認為，現階段只要完成作為電視媒體需要符合的標準，就足以實現公共電視本身的價值。

林文斌教授：「公視只要善盡他做為一個電視台，提供優質的節目、讓所有的觀眾能夠正確理解他所傳播的資訊，只要做到這樣最基本的要求就夠了。東南亞節目也好，他只要以這樣同樣的標準來做就可以了，讓大家正確去理解節目的內容，這是最根本的，做好自己的本份就可以了。」

參、未來階段性執行期待

暨南大學張春炎教授針對公廣集團自現階段東南亞新聞起，直至最後實踐新移民媒體近用，讓新移民參與創造公民新聞，落實公共服務，提出以不同階段性之目標與期待。

張春炎教授：「現階段新聞製作仍存在記者選材的主流意識在。下一個階段，應該是台灣人的記者必須知道我做東南亞語新聞，是要做給東南亞族群看的。因此會去考慮，這個新聞比較適合剛來的人，然後我要怎麼講給他聽，這個新聞是給已經待很久的一群人，我講給他聽。看新移民朋友最近在關心什麼，了解他們的生活，才有可能做出適合他們的新聞，目前大部份都是家庭問題、工作問題、適應問題等。」

記者在寫那些新聞的時候，第一個設想都是給台灣人看的，可是如果台灣文化演進再更好一點，他可能就會有相對立場的角度的討論。這階段就是真正的東南亞語新聞，就是做給他們看的新聞，讓他們不能有特定立場的觀念，同樣一個新聞議題，他不同角度就有不同的內涵，就可以更加的滿足跟符合東南亞新聞的訴求對象，就真的是東南亞族群角度的新聞，

第三個階段就是他們參與新聞製作，原本的設定就是記者做專業新聞，公民參與新聞也給他們一個平台，最終階段是公民與專業記者一起同時做新聞。為什麼要這樣想，這個東西當然是困難的，因為你專業你就會流於形式，你就會做特定的某群人而已，缺乏整個群體的Insider，就是講我們這個群體自己的內涵，會造成大家的迴響、會滿足大家真正需求。群體自

己的內涵還是需要圈內人，有點像你剛剛提到的同樣新移民出身出來的人跟專業記者一起做新聞，把同溫層的內容告訴給非同溫層的人，專業記者會能夠幫你潤飾和表達，直到最後能獨立製作新聞，這個我覺得是東南亞語新聞以及公廣集團未來應該走的方向。」

肆、小結

一、提高公共電視認知

長期與新移民族群接觸的賽珍珠基金會蕭秀玲執行長，以及 1095 文史工作室官安妮執行長皆表示，未來若要增加公視在新移民群體的認知度，建議公視能定期與民間團體固定做接觸，透過這些單位將公視的節目資源打入新移民的圈子內，也可以透過線下串聯拉近與新移民觀眾間的距離。

二、公共電視往後定位

幾位專家學者所提出看法的核心，皆表達公視身為媒體，在文化交流上具重要的角色，世新大學蔡珮教授更提醒在未來在溝通分眾策略下，不能造成新移民與台灣社會相對疏離。身兼新移民身份的學者，文藻外語大學魏愛妮老師、阮清廉老師也希望公視以更平等的角度去看待東南亞新移民。最後則是文藻外語大學林文斌教授，將期望聚焦在公視目前所執行之業務內容，若能將所製播每個節目都做好，即是完成公視的使命。

三、階段性期待

暨南大學張春炎教授分別提出三個階段：主流觀點製作、記者了解需求中立撰題，新移民參與製播新聞，隨著各個階段演進，從了解在台新移民需求、製播符合新移民受眾需求的內容開始，讓主流觀點的色彩逐漸在各階段新聞製作的過程中淡化，相對讓新移民在媒體近用、以及公民參與的價值慢慢被凸顯，同時強化公廣集團的公共服務，並落實公共價值。

第七章 結論與建議

第一節 結論

壹、三種限制影響新移民的媒體使用

本次調查中，新移民的媒體使用，主要受到三種外力限制：

一為中文能力的限制：若以 5 分為滿分，本次調查之受訪新移民自評中文能力普遍不佳，均低於 3 分，其中以聽與說較佳，讀與寫則相對較弱，不同來台身份別的新移民中，留學生的中文能力明顯較因婚姻來台與因工作來台者好，而因婚姻來台者又明顯比因工作來台者好，中文能力的差距明顯影響新移民在台灣的媒體使用，整體而言新移民朋友最常使用的媒體是網路，電視次之，透過網路接受中文或母語內容的比例最高，也體現了網路無國界的特性，以留學生而言，最常用的媒體是網路與電視，因其中文能力較佳，所以也會使用其他的傳統媒體(如報紙、雜誌)接收中文內容，而因婚姻來台者使用電視與廣播接收中文內容之頻率高於因工作來台者，因工作來台者相對不常透過媒體接收中文相關內容。雖然從調查中可以發現來台年數愈長，其自評整體中文能力愈佳，對各類媒體的使用也愈熟練，但針對來台時間較短者仍須思考如何營造友善媒體環境，以滿足不同中文能力者同樣的資訊需求。

二為時間的限制：因工作來台者中的藍領移工、看護等職業，平日工作已經佔據大部分的時間，能自由使用媒體的時間相對受限，就專家學者的觀察，因工作來台的新移民生活型態屬於個人自由時間相對較壓縮的狀況、情緒也較不安或壓抑，於日常生活中較無法擁有充足的休閒與喘息空間。

三為裝置擁有權的限制：若以收看影音資訊之載具而論，新移民較常使用之收視載具主要為手機、電視，並且年長者相對更會依賴電視作為收看影音節目之載具。因工作來台者多數僅能在工作場所的公共區域觀看電視，通常較無法自由選擇電視頻道；因婚姻來台者雖然家中多有電視，但會因優先配合家人之收看習性，進而使得自己較無頻道選擇權；至於留學生及白領移工，則多數家中均有電視，且多能自由選擇觀看，自由度較高。

考量新移民普遍以「聽」中文的能力最為優異，相較於其他傳播媒介，電視節目應更可有效觸及新移民之媒體使用與近用。而透過新移民族群的訪談亦可得知，關於其在台之資訊來源及解答，除了詢問可信度較高之親友以及政府單位，多半是以手機等行動載具做為資訊查找/交換工具。然而新移民族群對於中文輸入多半有障礙，因此多半仍以母語做為網路搜尋慣用語言，此點亦導致其無法全然獲取所欲得知之台灣生活大小資訊。

貳、公視對新移民而言相對還處於陌生階段，提高接觸機會為首要重點

在本次調查中，過半數的新移民受訪者未聽說過公視，而平常有在收看公視者，收看公視之頻率亦普遍少於 1 星期 1 次，「不曉得在哪個電視頻道，或是透過哪個網路管道收看」是主要沒有收看公視的原因，整體而言公視對新移民來說還不算很熟悉的媒體選擇，從質化訪談中亦可得知，雖然公視在新移民心中有正面的印象，但相對涉入度不高，多為收看電視時才有機會接觸到公視節目內容，也對公視經營之各式新媒體平台十分陌生，在網路上也有搜尋不到公視的困擾。然對於近三個月有收看過公視之新移民而言，超過八成的全體受訪者表示知曉公視東南亞語新聞與非新聞類東南亞節目，顯示出大多數新移民朋友可能多數是透過節目而得知公視，隨受訪者來台年數提高，其知曉、收看過公視之比例亦隨之提高。

以留學生來說，知道公視的比率不低，但可能因為對新聞或東南亞節目沒有太大興趣，故知道或看過者低於因工作來台者與因婚姻來台者，因婚姻來台者知道與看過公視的比率最高，對新聞或東南亞節目的認知度與收看情況亦最高，可能與其較常看電視有關，而因工作來台者對公視的知曉度與收看率為三族群中最低，如何提高公視(節目)與新移民的接觸機會，是未來的課題之一。

參、新移民對公視各項公視節目之公共價值均有好評，對於促進雙向了解評價最高

若以 10 分為滿分，【社會影響力】為本次新移民對公視節目公共價值評量中，整體表現最佳之項目，其中以「跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化」(7.43 分)與「跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化」(7.37 分)分數最高，由此可見對新移民對於公視的努力給予高度認同。

肆、「讓自己的意見有機會被聽到」是目前新移民對於公共媒體近用較為不足之處

就本次調查而言，受訪者對於媒體近用之「表意權」相關題目(透過台灣公共電視，讓自己的意見想法能被台灣社會所聽見、透過台灣公共電視，可以讓我有充分表達意見的權利)的重要度與滿意度評分較低，透過質化研究亦可得知多數新移民受訪者因中文語文能力限制，選擇不在公開場合或公開版面發表自己的看法或意見，亦認為自己提的意見不會被重視，也不期望有人會與他一起討論，甚至會擔心於公共場域發表意見後，可能會帶來非預期之標籤化，加深新移民與台灣社會彼此的誤解，且目前的公共媒體尚未提供讓他們表達意見的平台，在媒體近用上還有可以強化的空間。

相較新移民對媒體「表意權」較為保留，對「接收權」相關題目(台灣公共電視可以用我的母國語言向我訴說台灣社會所發生的大小事、台灣公共電視能夠提供母國的影視節目內容)的評分較高，此點亦反應出公視在東南亞語新聞製播上之努力。

伍、東南亞語新聞露出方式可再優化，各國語言比例應均等分配以彰顯公共媒體平等價值

有看過東南亞語新聞的受訪者對於節目品質的整體評價良好(7.15分/滿分10分)，惟此新聞節目收視頻率普遍少於1星期1次，擴大接觸與提高收視頻率為之後的重要課題。對於現行節目規格，多數新移民受訪者在質化訪談時表示目前播放的時段比較沒辦法配合收看，同時也認為僅五分鐘的內容不足以提供生活所需資訊。在節目內容上，受訪者則期待往後節目能優先加入一些台灣在地資訊或身邊生活知識，藉此透過熟悉的母語多吸收尚不熟悉的文化內容。

專家學者表示，由於目前公視東南亞語新聞時段、時長之不足，以及難以透過關鍵字搜尋到內容等原因，讓新移民受眾平時能夠接觸到東南亞語新聞的機會相對有限，針對節目露出方式可再加以優化，讓東南亞語新聞能不斷在新移民生活中出現，增加與新移民受眾的接觸機會，提高東南亞語新聞的認知度。此外，為新移民所製播的東南亞語新聞是實踐新移民媒體近用的第一步，除了做到語言友善外，將新聞題材優化為新移民於日常生活中所關心的議題，才能拉近與新移民受眾的距離進而逐步養成固定收視的習慣，讓東南亞語新聞成為其生活中不可或缺的一部分。在不同國家之語言比例分配上，公視作為具宣示性的公共媒體，理應平等對待各國語言，不能因東南亞各國在台人口比例差異而有差異化的語言配比，未來若能平均製播各國新移民語言之節目，更能彰顯公共媒體的價值。

陸、菲律賓籍受眾之邊緣化疑慮

本次調查發現菲律賓籍受訪者於各評比項目普遍給分均為各國籍中最低，其中在公視媒體近用相關題組，菲律賓籍受訪者在媒體近用權重要度、滿意度評比中，其評比平均分數皆為分數最低者。有可能是目前公視並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行相關節目製作，而相對於其他東南亞國籍皆有屬於自己母語的專屬新聞時段，此種衍生而來的相對剝奪感可能導致菲律賓籍受訪者之媒體近用評分，明顯低於其他國籍者，雖菲律賓的官方語言有英語與他加祿語，但並非所有菲籍新移民都有一口流利英語，語言能力將會影響其媒體使用及進用評價，未來如何提高菲律賓籍受眾對公視之整體評價，是公視後續發展新移民相關服務之重點。

柒、過半數新移民期待未來能看到更多娛樂性質節目，不同身分之需求明顯有別

整體而言，受訪者對於「節目母語化」(以您的母語製作全新的影視節目、播放您母國的節目)之服務需求均相當高，顯示其對於公視節目母語化服務皆抱持高度期待，在我國目前對於東南亞語節目不足，且不夠友善的媒體環境之下，若新移民受眾能在主流媒體，收看到以自己母語發音的節目內容，便能在觀看當下讓其立即產生親近感，進而增進其收看意願。此外受訪者最期待看到的前五大節目類型分別為：MV/音樂性節目、電影、迷你劇、連續劇、新聞報導/專題報導，而不同來台身份者，期待看到的節目類型亦有差異：

因工作來台者：在該群中最高者依序為 MV/音樂性節目、電影、連續劇、新聞/專題報導、迷你劇，相對於全體較高者為綜藝節目。

因婚姻來台者：在該群中最高者依序為 MV/音樂性節目、美容流行、烹飪/美食、電影、迷你劇，相對於全體較高者為健康/醫療、旅遊節目、宗教、藝術/表演/文化、語言/教育、命理/星座、兒童/青少年節目、素人自製、財經節目。

留學生：在該群中最高者 MV/音樂性節目、語言/教育、電影、旅遊節目、迷你劇，相對於全體較高者為財經節目。

MV/音樂性節目為新移民共同最想看到節目類型，因工作來台者對於影視娛樂類節目之需求明顯高於其他兩者；因婚姻來台者由於絕大多數為女性，因此其對於美容流行、烹飪美食等類型之節目需求明顯高於其他兩者，且其需求不只是為了自己，也隱含了新二代的需求，呼應前述所說，電視對因婚姻來台者來說是一種促進家庭文化的工具；至於留學生因其在台求學之屬性，因此導致其對於語言/教育等類型之節目需求度明顯較高。

捌、新移民更期待公視能提供雙向的溝通管道，增進台灣社會與新移民彼此的認識與理解

透過質化訪談可以發現，相較於公視，乃至於政府有關單位提供單向之媒體培力作為，本次與談之新移民受訪者多半表示較期待有關單位能提供雙向的溝通管道，藉此達成新移民朋友們與台灣社會交流之需求，透過雙向的對話過程，來弭平彼此間的誤解，並增進雙方的理解，打破既有刻板印象藩籬。而在資源、預算有限的考量下，專家學者多認為可透過階段性的規劃，循序漸進，讓新移民們從接近媒體做起，進而有機會親自參與媒體產出，用自己的觀點說出自己的故事，逐步實踐與台灣社會交流的期望。

由於台灣社會早期對新移民產生許多錯誤認知，經年累月之下，便逐漸形成帶有偏見之刻板印象，進而使雙方之關係漸趨疏遠。未來若能透過媒體的力量，消除長存於台灣社會之認知差異，在新移民對台灣社會更有歸屬感的同時，亦能讓台灣社會大眾更加認識新移民，藉此讓我國朝向多元兼容的社會更加邁進。

玖、公視可以在不同新移民的生活中扮演更重要的角色

因婚姻、工作、與學習三種不同身分的在台新移民，各有不同的生活重心與關注事物，如因婚姻來台的新移民，是在台年數最長且最有可能落地生根者，家庭是其最重要的生活重心，因需要與家庭成員溝通，她們有較佳的中文能力，手機是其最主要接收資訊的工具，而電視與廣播是其生活中接收中文資訊的重要管道，對其而言看電視不只是自己看，更多為陪同家人觀看，期待增進家人間的互動與對彼此文化的了解。因其較常看電視之故，對公視的知曉率與收看頻率均高，而東南亞語新聞的知曉率與收看頻率亦為三群中較高者，可發現因婚姻來台的新移民與公視的連結度相對最為緊密。未來期待在公視上看到的節目類型除了MV/音樂性節目外，美容流行、兒童/青少年節目、烹飪/美食比例相對於全體新移民來說更為突出，顯示她們除了個人的生活資訊需求外，與家庭相關的內容也是需求度較高的部分。

因工作來台的新移民，在台年數較短，卻是人口數量最多的一群，主要面對的多為職場議題，本次調查可發現因工作來台的新移民多從事藍領行業(如廠工或看護工等)，工時不但長，下班後住處亦多為雇主提供的宿舍、或與照看對象家庭同住等，生活空間與職場場域幾乎完全重疊，較難將生活與職場做出區隔，能夠自由運用的時間有限，故有較高的休閒放鬆需求。由於職場上多為來自同鄉的同事，故他們使用母語居多，僅有在與雇主溝通或是偶爾日常採買上才會使用到中文，中文程度是三群中最差，平常不論是瀏覽資訊或觀看影視均以手機為主，且多接收母語內容，中文資訊接觸較少，透過手機在零碎的空檔時間獲取資訊或擁有短暫消遣，是維繫異鄉生活的重要精神支持，推測其對行動上網的黏著度相當高。因工作來台者在台灣接觸的媒體最少，其中在電視的使用上最為受限，因電視多為雇主持有，無法自由選擇觀看頻道，能接收到中文節目內容的機會更少，故其對於在公視的知曉率或收看頻率上亦為三群最低，但有收看公視者對在東南亞語新聞的知曉率較高，且收看頻率是三群中最高者，可發現東南亞語新聞對於他們而言具有一定的需求性，透過量化調查發現他們對綜藝性節目需求比例較高，對應現階段較需要放鬆的他們來說，提供娛樂性的綜藝節目能與這群工作來台的新移民快速拉近距離。

留學生是三群中在台年數最短、人口數量最少者，其中文能力最好，且來台後以校園生活為主，環境較為單純且加上語言溝通較無困難，可自由運用的時間較充裕，也較無生活適應上的困擾。他們亦以手機為主要使用的工具，因中文能力較佳，他們也會接觸並使用各種不同媒體，其在台灣媒體近用程度最高。留學生對公視的知曉率最高，但有收看公視者，在東南亞語新聞的知曉率與收看率都是三者中最低，觀察他們未來期待在公視上看到的節目，以 MV/音樂性節目、語言/教育、電影、旅遊節目、迷你劇節目比例較高，而新聞報導類則相對最低，可看得出其對新聞類較不感興趣，也呼應對東南亞語新聞需求較低的結果。整體而言留學生有足夠的中文能力與時間，亦較能自由使用各種媒體資源，公視可能不是他們的首選，但可以透過音樂、影劇、教育與旅遊節目，提高他們對公視的興趣與關注。

不同來台身份之新移民，其不同之生命階段與課題亦有差異，進而導致其所關注之核心議題不同，透過不同的節目內容與經營，公視能在不同新移民的生活中扮演更重要的角色，同時建立更緊密的關係，持續累積新移民朋友對公視的支持與信心。

第二節 建議

壹、積極深耕來台年數較短之新移民受眾

經本次量化調查發現，與受訪者來台年數呈正相關之發現如下：

1. 知曉公視/公視東南亞語新聞之比例
2. 近三個月有收看公視/公視東南亞語新聞之比例
3. 對於公視東南亞語節目之各項評價
4. 媒體近用權 - 越重視公視應讓其充分表達意見，越滿意公視當前對於新移民媒體近用之各項作為
5. 公視節目公共價值評量 - 包含【節目品質】、【節目娛樂性】、【社會影響力】，以及【公共服務】之評價

然，雖上述兩者間依存高度正相關，但這也同時意味著，新移民來台年數越久，與台灣的連結越深之後，才有辦法逐漸更認同公視的所作所為。但對於那些來台年數較短的新移民（如移工），如何在短時間內，透過更有效率的方式增加雙方連結度，而非僅靠自身對於台灣價值的內化過程，便是公視往後在節目推播上，對新移民受眾之重要宣傳課題。

而針對上述來台年數較短之新移民，因工作及因婚姻來台者，建議可多透過台灣各地之新移民權益非政府組織，或是各地政府負責新移民業務之單位，協助擴散公視東南亞語新聞之訊息，藉此讓來台年數較短之外籍配偶與移工朋友能更為有效地接觸到公視東南亞語新聞，進而建立與公視之間的連結。

至於來台年數較短之留學生，建議可多透過台灣各地大專院校學務處，或是新移民學生社團，協助擴散公視東南亞語新聞之訊息，並透過新移民留學生內部的網絡組織，迅速在其內部擴散公視東南亞語新聞相關露出，藉此建立公視與新移民留學生之間的雙向連結。

此外，在宣傳推播策略上，亦可建議使用 QR CODE，並將附有東南亞語新聞 YouTube 官方頻道，或是該節目之 Facebook 粉絲專頁等 QR CODE 連結資訊印製成平面文宣，並與各地辦理新移民業務之單位（包含非政府及政府組織）、大專院校、教會、清真寺，乃至於各地東南亞商店等新移民較常出沒之場所進行合作露出；或是於新移民大量聚集處，如台北車站、台北地下街、桃園/中壢火車站、台中東協廣場等地，租用大型電視牆強力播送公視東南亞語新聞，藉此快速散播公視東南亞語新聞訊息，加強台灣各地新移民對公視之觸及率。

貳、應顧及菲律賓籍群眾媒體近用權，並以他加祿語進行相關節目製播

本次量化調查結果發現，菲律賓籍受訪者在以下各面向之評比/需求程度，皆明顯低於其他國籍者：

1. 「以您的母語製作全新的影視節目」之需求程度
2. 對於公視東南亞語新聞節目之各項評比
3. 對於公視媒體近用現況評價－包含重要度、滿意度

而關於上述第一點發現，推測與菲律賓將英語列為該國官方語言有關，以公視現有節目資源而言，相較於其他東南亞語言/主題節目，英語節目為相對資源更為充裕之節目類型，因此對於菲律賓民眾而言，相較於其他東南亞新移民，其語言之隔閡程度便相對較少，並且擁有更多的可接觸資源，進而導致其對「以您的母語製作全新的影視節目」之需求度相對較低。

至於上述第二、第三點發現，若探究其中可能原因，由於公視東南亞語新聞，目前並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行製作之，進而可能導致菲律賓籍受訪者之評分，明顯低於其他國籍者。換言之，公視目前於新移民媒體近用之作為，對於菲律賓籍受訪者而言，是相對較為不認同之族群。

綜整上述三點發現，由於目前公視並未使用菲律賓第二官方語言「他加祿語」進行相關節目製作，而相對於其他東南亞國籍者，皆有屬於自己母語的專屬新聞時段，此種衍生而來的相對剝奪感，進而可能導致菲律賓籍受訪者之媒體近用評分，明顯低於其他國籍者。因此，如何提高菲律賓籍受眾對公視之整體評價，將是往後公視發展新移民相關服務之重點所在。

回歸到國家政策結構性問題，由於菲律賓現行體制採用雙官方語言制，就制度結構面而言，菲律賓受眾比起其他東南亞各國者，其英語程度普遍更高是必然可預期之結果。然而，此等雙軌制之國家語言政策，也必然隱含部分菲律賓受眾不全然精通英語，或是他加祿語程度嫻熟於英語。而面對此等菲律賓受眾內部語言能力差異化之事實，若公視能提供相關他加祿語節目服務，或許不失為提高菲律賓受眾媒體近用權之建設性作為。

參、針對不同新移民族群，提供應有之節目分眾行銷

一、因工作來台者

從本次量化調查可得知，該族群前三大期待收看之節目類型分別為 MV/音樂性節目（63.4%）、電影（55.2%），以及連續劇（38.6%）。因此，若往後公視有意針對新移民移工朋友們製作客製化節目，可優先考慮製作 MV/音樂性節目，或是電影、戲劇等類型節目，藉此符合廣大移工族群之收視偏好，並進一步提升公視與新移民移工族群們彼此間的連結度。

二、因婚姻來台者

由於本次量化調查中，高達 97.5% 因婚姻來台者為女性，而這些為人妻、人母之新移民女性，除了 MV/音樂性節目（55.6%）之外，另有近半數期待看到美容流行（54.1%），以及烹飪/美食（48.4%）節目。因此，若往後公視有意針對新移民媽媽們製作客製化節目，亦可優先考慮製作美容流行，以及烹飪/美食節目。藉此為這些實際孕育下一代之新台灣媽媽們，提供應屬於他們之客制化節目內容，以及其他相關客製化服務。

三、留學生

同樣從本次量化調查可得知，該族群前三大期待收看之節目類型分別 MV/音樂性節目（34.3%）、語言/教育（34.3%）、電影（31.4%）。因此，若往後公視有意針對新移民留學生製作客製化節目，考量留學生是來台求學之處境，若推出中文相關之語言或教育節目，應更符合其收視需求，並藉此與來台求學目的相互銜接上，進而增加與公視之間的連結度。

肆、推出類似客家電視台「村民大會」之新移民談話性節目，增進其在台媒體近用權

無論在量化或質化調查中，本次研究皆發現東南亞各國新移民，普遍在意在台灣之公共議題表意權。此外，本次調查亦發現，基於新移民本身中文語文能力限制，以及擔心自身在公共領域表意會被他人標籤化等疑慮，進而限縮其在台對於公共議題暢所欲言之驅力。

然而，台灣公共電視基於增進新移民媒體近用權之責任上，若能援引客家電視台製播「村民大會」之精神，在台灣新移民常聚集出沒之處舉行公共論壇，並經由專業主持人、以及專家學者的引導下，使現場新移民能針對不同且重要的公共權益議題進行討論。而此種雙向的對話、討論過程，除可讓在台新移民對公共議題暢所欲言之外，透過節目的露出，也可讓台灣社會更為理解當下台灣新移民之真實心聲，進而增進彼此間的理解與連結。

伍、新媒體與電視並重，以母語發音搭配中文字幕，於新媒體提供彈性字幕選擇

從專家學者深度訪意見回饋中了解到，雖然行動網路為目前新移民使用最多之媒體，不過由於電視於台灣各家庭中滲透度高，在家庭相處的環節中，透過與家人一同觀看電視上的節目，是能夠在當下在家人產生共同語言，增加溝通交流的機會。因此，在接下來媒體運用規劃上，除了建議透過最常接觸的新媒體管道，先滿足新移民們個人對影視內容的需求外，仍須於傳統電視媒體規劃資源並行，藉由主流媒體露出，讓新移民身處的家庭、職場，更延伸至台灣社會大眾，能夠逐步與新移民擁有共同語言，產生更多交流互動。

同時，節目使用之語言則建議以母語發音為主，營造友善的媒體環境，讓新移民立即產生親近感、對節目內容感興趣外，所搭配之中文字幕能提供新移民輔助對照的作用，而台灣大眾也能了解內容。此外，於新媒體平台上，字幕配置還能跳脫傳統媒體技術上的限制，提供更多語言彈性選擇，讓不同國家間的民眾都能有機會了解節目內容。

陸、未來具體階段性發展策略

第一階段：以既有東南亞語新聞，打開節目能見度，提高公視認知

本次調查，從焦點團體座談會意見回饋中，了解到新移民對目前製播東南亞語新聞的肯定，但從量化與焦點團體座談會結果得知，目前在台新移民對公視東南亞語新聞的普遍認知度，仍有努力之空間。

建議行銷策略：於新移民時常到訪場所進行推廣，增加露出機會，同時透過 QR code 線下管道導流至線上新媒體平台，提高節目觸達率。同時將公視與東南亞有關之專題節目，搭配東南亞語配音，營造友善媒體環境。

1. 線上管道：於 3 個 Facebook 粉絲專頁以及 YouTube 頻道，建立同一個 hashtag 搜尋關鍵字，以及將 YouTube 頻道產出 QR code，以更為簡易的方式，讓新移民受眾準確找到節目頻道，進一步追縱訂閱。
2. 線下管道：與各單位建立合作關係協助推廣，依性質與觸及對象歸納如下。
 - (1) 公機構：移民署(全體)、機場(全體)、新移民服務中心(婚姻來台者)、大專院校(留學生)
 - (2) 私機構：東南亞商店及餐廳(婚姻、工作來台者)、禮拜堂或清真寺(婚姻、工作來台者)
 - (3) 公共場所電視牆：火車站(全體)、醫院(全體)

第二階段：東南亞語新聞報導分眾優化，加入他加祿語，培養固定收視習慣

在提高認知度後，如何增加新移民受眾對節目之黏著度，會是這個階段需要達成的課題。建議行銷策略：增設他加祿語新聞，且時長可考慮增加，另不以主流觀點進行報導選材，採用分眾需求內容製播，同時結合粉絲專頁互動式活動，增加受眾參與感。

1. 語言：新聞報導加入菲律賓第二官方語言—他加祿語。
2. 時長：參考焦點團體座談會以及專家學者意見回饋，每個國家均等時長 15 分鐘。
3. 內容：在時事報導結束後，可直接向新移民取材，或參考各民間團體回饋，根據不同來台年數及身份之分眾所集中關心之議題，增加民生知識、文化習俗，或參考量化調查，以本身喜歡節目類型製播於報導後的小單元。
4. Facebook 粉絲專頁
 - (1) 增設菲律賓語新聞粉絲專頁
 - (2) 粉絲專頁使用語言除了母國語言，加入中文，增加台灣民眾與新移民互動機會。
 - (3) 舉辦問答投票式活動，強化與受眾連結，邀請新移民票選之後想了解的議題加以製作。

第三階段：製播音樂、知識型或新移民在台生活的新型態節目，提高新移民對公共電視整體涉入程度，同時吸引更為廣大之新移民與台灣受眾

整合質量化調查結果與專家學者建議，音樂型、知識型以及紀錄在台新移民生活的綜藝節目，皆為在未來期待能在公視看到的節目類型，若在前一階段養成新移民受眾固定收看公視東南亞語新聞的習慣後，有別於新聞報導，以軟性訴求、具娛樂消遣的新型態的節目內容，除了提高新移民對公視涉入度，更能吸引過去尚未養成收視習慣的新移民受眾，或是對異國文化交流感興趣的台灣民眾，來觀看公視的節目內容，同時也創造台灣社會與東南亞文化進一步接觸與認識。

第四階段：製播如客家電視台《村民大會》談話性節目，邀請新移民參與拍攝，或投身加入製播新聞題材，實踐公共參與機會

在本階段建議製播如客家電視台《村民大會》探討公共議題的論壇節目，邀請各地新移民與該集議題相關單位對話交流，亦能同時提供名額，由從業人員帶領新移民們加入新聞產製的過程，將每一集內容簡短製播成一則報導，於新聞時段做為其中一個單元播放，親自參與製作，將其在台灣新移民不同的生活面貌，並呈現給台灣社會大眾，讓在身邊的東南亞文化可以自然而然透過節目作交流，也讓台灣社會大眾願意敞開胸懷接受另外一個不同文化的族群，實踐新移民公共參與。

第三節 未來研究建議

壹、質量化調查需顧及比例與區域均衡性

本次調查採用政府單位公布之新移民在台分布資料進行調查配額設定，然在整體配額控制之下，部分地區(如東部地區)按照比例能分配到的樣本配額勢必較少，甚至配額為 0，考量各地新移民樣態各異，應顧及各地新移民的權益，建議後續研究之焦點團體或量化調查之受訪者應顧及各國籍比例與區域均衡，以提供更多具參考價值之資訊。

貳、質化調查亦需顧及不同中文能力者

本次新移民質化調查僅邀請中文能力聽說較無礙之新移民參與訪問，考量中文並非新移民的母語，在理解與表達上會有一定的限制存在，建議後續研究之質化調查部分可考慮搭配通曉該國語言之翻譯進行，在能使用母語的情況之下，應更能讓新移民朋友暢所欲言。

參、應兼顧不同國籍與身份相關領域之專家學者

本次調查因時間限制，訪問的專家學者未能完全涵蓋新移民不同國籍(越/菲/印/泰)與身份(如外配/移工)相關領域，建議後續研究應盡量兼顧熟悉不同國籍與身份之新移民專家或學者，對於整體新移民研究之完整性將有莫大助益。

肆、可再深入探討新移民的生活型態或媒體行為

本次調查中詢問公共媒體近用與公共電視認知部分較多，媒體行為著墨較少，然外配與移工的生活環境落差較大，加上中文能力也有一定落差，以上種種勢必會影響其媒體閱聽行為，建議後續研究可針對新移民的媒體行為進行了解，亦可針對平常常做的事情、或常去的場所、或每天的時間安排進行了解，以拼湊出其日常生活概況，亦可作為後續節目製播與推廣策略參考。

附件一 新移民量化問卷

SC1. 請問您來自哪個國家？（單選）

- 1. 越南
- 2. 印尼
- 3. 泰國
- 4. 菲律賓
- 5. 其他（停止訪問）

SC2. 請問您的年齡？（單選）

- 1. 未滿 18 歲（停止訪問）
- 2. 18~19 歲
- 3. 20~24 歲
- 4. 25~34 歲
- 5. 35~44 歲
- 6. 45~54 歲
- 7. 55 歲以上

SC3. 請問您目前來台灣的原因是什麼？（單選）

- 1. 因工作來台
- 2. 因婚姻來台
- 3. 留學生

SC4. 請問您的性別？（單選）

- 1. 男性
- 2. 女性

SC5. 請問您目前居住的地區？（單選）

- 1. 北部地區（臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市）
- 2. 中部地區（苗栗縣市、臺中市、彰化縣市、南投縣、雲林縣市）
- 3. 南部地區（嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣）
- 4. 東部地區（花蓮縣市、臺東縣市、宜蘭縣）
- 5. 離島地區（金門縣、連江縣、澎湖縣）

SC6. 請問您認為自己的中文如何？（各項單選）

	很不好	不好	普通	好	很好
聽	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
說	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
讀	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
寫	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
整體中文能力	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.

SC7. 請問您最近半年內，在台灣使用下列媒體閱覽、收視或收聽中文內容的頻率是？（各項單選）

	沒有	很少	有時候	常常	隨時
電視	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
報紙	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
廣播	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
雜誌	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
網路媒體	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
社群媒體 (如 Facebook)	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.

SC8. 請問您最近半年內，在台灣使用下列媒體閱覽、收視或收聽母語內容的頻率是？（各項單選）

	沒有	很少	有時候	常常	隨時
電視	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
報紙	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
廣播	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
雜誌	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
網路媒體	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.
社群媒體 (如 Facebook)	<input type="checkbox"/> 1.	<input type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.

SC9. 請問您最近半年比較常用哪些載具或工具收看影音節目？（可複選）

- 1. 電視
- 2. 手機
- 3. 桌上型電腦
- 4. 筆記型電腦
- 5. 平板電腦
- 6. 沒有收看影音節目

SC10.請問您知不知道「台灣公共電視」這家電視台？(單選)

1. 知道
2. 不知道 (跳答 SC27)

SC11.請問您最近三個月內，大概多久看一次台灣公共電視的節目？(單選)

※包含用電視或網路收看

1. 沒有看 (跳答 SC26) 5. 3天1次
2. 每個月1次以下 6. 2天1次
3. 2星期1次 7. 每天1次及以上
4. 1星期1次

SC12.(SC11=2~7)請問您知不知道台灣公共電視有播出您國家母語(包含越南語、印尼語、泰語、英語)的新聞節目？(單選)

1. 知道 (續答 SC13)
2. 不知道 (跳答 SC16)

SC13.(SC12=1)請問您最近三個月內，大概多久會看一次台灣公共電視的母語新聞節目？(單選，以您的母語新聞收視情況回答)

※包含用電視或網路收看

1. 沒有看 (跳答 SC15) 5. 3天1次
2. 每個月1次以下 6. 2天1次
3. 2星期1次 7. 每天1次及以上
4. 1星期1次

SC14. (SC13=2~7)針對您所收視的公共電視母語新聞節目，請問在下列各項評比項目，您的滿意分數分別是幾分？(單選，1-10分計) ← →

	非常不滿意.....非常滿意									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(1) 母語新聞節目長度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2) 母語新聞播出時段	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(3) 母語新聞的公正獨立性	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(4) 母語新聞報導的深度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(5) 整體母語新聞節目品質	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SC15.(僅問 SC13=1)請問您知道，但沒有看過台灣公共電視的越南、印尼、泰國或英語新聞節目的原因為何？(可複選)

1. 不清楚新聞播放時段
2. 不清楚透過哪些網路管道收看
3. 不清楚在哪個電視頻道收看
4. 對這種母語新聞節目沒有興趣
5. 對台灣這塊土地發生的事情，並沒有興趣
6. 習慣透過網路，收看自己母國電視台的新聞節目
7. 住所(宿舍)沒有電視
8. 在住所(宿舍)無法決定能看哪些電視節目

SC16.(SC11=2~7)請問您知不知道台灣公共電視有播出非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？（單選）

1. 知道（續答 SC17）
2. 不知道（跳答 SC20）

SC17.(SC16=1)請問您最近三個月內，大概多久會看一次台灣公共電視的非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）？（單選）

※包含用電視或網路收看

1. 沒有看（跳答 SC19）
2. 每個月 1 次以下
3. 2 星期 1 次
4. 1 星期 1 次
5. 3 天 1 次
6. 2 天 1 次
7. 每天 1 次及以上

SC18. (SC17=2~7)針對您所收視的公共電視非新聞類的東南亞主題節目，請問在下列各項評比項目，您的滿意分數分別是幾分？（單選，1-10 分計）

	非常不滿意.....非常滿意									
(1) 節目長度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2) 節目播出時段	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(3) 節目讓人覺得有趣、具娛樂性	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(4) 節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(5) 整體節目品質	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SC19.(僅問 SC17=1)請問您知道，但沒有看過台灣公共電視的非新聞類的東南亞主題節目（如東南亞議題紀錄片、戲劇、專題報導等）原因為何？（可複選）

1. 不清楚節目播放時段
2. 不清楚透過哪些網路管道收看
3. 不清楚在哪個電視頻道收看
4. 對這類節目沒有興趣
5. 這類節目，並不是用我的母語製作
6. 這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的
7. 習慣透過網路，收看自己母國的節目
8. 住所（宿舍）沒有電視
9. 在住所（宿舍）無法決定能看哪些電視節目

SC20. (SC11=2~7)針對以下敘述，就您目前收看台灣公共電視的經驗而言，若以 1-10 分計，您認為下列事項對您重不重要？（單選）

當我收看台灣公共電視時.....	非常不重要.....非常重要									
台灣公共電視， 可以讓我有充分表達意見的權利	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
台灣公共電視，可以用我的母國語言， 向我訴說台灣社會所發生的大小事	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
台灣公共電視，能夠提供母國的影視節目內容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
透過台灣公共電視，讓自己的意見、想法， 能被台灣社會所聽見	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SC21.(SC11=2~7)針對以下敘述，就您目前收看台灣公共電視的經驗而言，若以 1-10 分計，您的認同程度分別是？（單選）

目前的台灣公共電視.....	非常不認同.....非常認同									
台灣公共電視，有讓我有充分表達意見的權利	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
台灣公共電視，有用我的母國語言， 向我訴說台灣社會所發生的大小事	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
台灣公共電視，有提供母國的影視節目內容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
透過台灣公共電視，自己的意見、想法， 有被台灣社會所聽見	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SC22.(SC11=2~7) 以下各項關於【節目品質】的標準，請您就個人觀看【台灣公共電視】的感受來給予 1-10 分的評分（1 分表示表現很差、10 分為表現很好）

【節目品質】評量項目	評分
(1) 節目種類的多樣化	_____分 (1-10 分)
(2) 新聞的公正獨立性	_____分 (1-10 分)
(3) 整體節目品質	_____分 (1-10 分)

SC23.(SC11=2~7) 以下各項關於【節目娛樂性】的標準，請您就個人觀看【台灣公共電視】的感受來給予 1-10 分的評分（1 分表示表現很差、10 分為表現很好）

【節目娛樂性】評量項目	評分
(1) 節目內容讓人覺得放鬆心情	_____分 (1-10 分)
(2) 讓人覺得有趣、具娛樂性	_____分 (1-10 分)

SC24.(SC11=2~7) 以下各項關於【社會影響力】的標準，請您就個人觀看【台灣公共電視】的感受來給予 1-10 分的評分（1 分表示表現很差、10 分為表現很好）

【社會影響力】評量項目	評分
(1) 相信節目內容所提供的資訊	_____分 (1-10 分)
(2) 跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化	_____分 (1-10 分)
(3) 跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化	_____分 (1-10 分)

SC25.(SC11=2~7) 以下各項關於【公共服務】的標準，請您就個人觀看【台灣公共電視】的感受來給予 1-10 分的評分（1 分表示表現很差、10 分為表現很好）

【公共服務】評量項目	評分
(1) 有效引發社會對各族群的關注與協助	_____分 (1-10 分)
(2) 針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現	_____分 (1-10 分)

SC26. (僅問 SC11=1) 請問您知道，但最近三個月沒有看過台灣公共電視的原因為何？（可複選）

- 1. 不清楚透過哪些網路管道收看
- 2. 不清楚在哪個電視頻道收看
- 3. 對台灣公共電視的節目沒有興趣
- 4. 台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作
- 5. 台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的
- 6. 習慣透過網路，收看自己母國的節目
- 7. 住所（宿舍）沒有電視
- 8. 在住所（宿舍）無法決定能看哪些電視節目

台灣公共電視簡介：

台灣公共電視於西元 1998 年成立，台灣公共電視的使命，是屬於全體民眾，並且不專為政府或某一政黨服務；不以營利為目的，也不受商業或利益團體左右。公共電視，顧名思義，是接收全民付託，以服務公共利益為宗旨的電視媒體。

SC27.若台灣公共電視，針對您的母語推出以下服務，請問您的看法是？（單選，1-10 分計）

	非常不需要.....非常需要									
(1) 播放您母國的節目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2) 以您的母語製作全新的影視節目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SC28.請問您比較期待在台灣公共電視，看到哪些類型的影視節目？（可複選）

- | | | |
|--------------------------------------|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 素人自製 | <input type="checkbox"/> 9. 卡通動漫 | <input type="checkbox"/> 17. 烹飪/美食 |
| <input type="checkbox"/> 2. 網路直播節目 | <input type="checkbox"/> 10. 政論/談話性節目 | <input type="checkbox"/> 18. 藝術/表演/文化 |
| <input type="checkbox"/> 3. 綜藝節目 | <input type="checkbox"/> 11. 財經/股市/產業節目 | <input type="checkbox"/> 19. 益智/遊戲 |
| <input type="checkbox"/> 4. 連續劇 | <input type="checkbox"/> 12. 新聞報導/專題報導 | <input type="checkbox"/> 20. 美容流行 |
| <input type="checkbox"/> 5. 電影 | <input type="checkbox"/> 13. 體育/運動比賽 | <input type="checkbox"/> 21. MV/音樂性節目 |
| <input type="checkbox"/> 6. 迷你劇 | <input type="checkbox"/> 14. 語言/教育 | <input type="checkbox"/> 22. 宗教 |
| <input type="checkbox"/> 7. 旅遊節目 | <input type="checkbox"/> 15. 科學/自然 | <input type="checkbox"/> 23. 命理/星座 |
| <input type="checkbox"/> 8. 兒童/青少年節目 | <input type="checkbox"/> 16. 健康/醫療 | |

SC29.請問您的最高教育程度是？（單選）

- | | |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 國小 | <input type="checkbox"/> 4. 大學/專科 |
| <input type="checkbox"/> 2. 國中 | <input type="checkbox"/> 5. 研究所(碩士/博士) |
| <input type="checkbox"/> 3. 高中/高職 | |

SC30.請問您的婚姻狀況？（單選）

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 單身，沒有小孩 | <input type="checkbox"/> 3. 已婚，沒有小孩 |
| <input type="checkbox"/> 2. 單身，有小孩 | <input type="checkbox"/> 4. 已婚，有小孩 |

SC31.請問您來台灣多久了？（單選，請勾選來台灣的累計年數）

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 未滿 1 年 | <input type="checkbox"/> 9. 8 年以上未滿 9 年 |
| <input type="checkbox"/> 2. 1 年以上未滿 2 年 | <input type="checkbox"/> 10. 9 年以上未滿 10 年 |
| <input type="checkbox"/> 3. 2 年以上未滿 3 年 | <input type="checkbox"/> 11. 10 年以上未滿 11 年 |
| <input type="checkbox"/> 4. 3 年以上未滿 4 年 | <input type="checkbox"/> 12. 11 年以上未滿 12 年 |
| <input type="checkbox"/> 5. 4 年以上未滿 5 年 | <input type="checkbox"/> 13. 12 年以上未滿 13 年 |
| <input type="checkbox"/> 6. 5 年以上未滿 6 年 | <input type="checkbox"/> 14. 13 年以上未滿 14 年 |
| <input type="checkbox"/> 7. 6 年以上未滿 7 年 | <input type="checkbox"/> 15. 14 年以上未滿 15 年 |
| <input type="checkbox"/> 8. 7 年以上未滿 8 年 | <input type="checkbox"/> 16. 15 年以上 |

SC32.請問您目前做的工作是？（單選）

- 1. 學生
- 2. 家管/家庭主婦
- 3. 作業員/營建工/農工/漁工
- 4. 看護
- 5. 幫傭/清潔工
- 6. 計時工作（例如服務生、銷售員）
- 7. 自營業者（自己開店，如餐廳、雜貨店等）
- 8. 白領工作者（如經理人、工程師、教師、研究員，等辦公室職員）
- 9. 沒有工作

SC33.請問您每個月可以自由使用的金錢，大約是多少台幣？（單選）

- 1. NT\$5,000 元以下
- 2. NT\$5,001~10,000 元
- 3. NT\$10,001~15,000 元
- 4. NT\$15,001 ~20,000 元
- 5. NT\$20,001~25,000 元
- 6. NT\$25,001~30,000 元
- 7. NT\$30,001 元以上

附件二 新移民量化問卷-各國語系網路問卷施測連結

1. 中文版問卷：

<https://www.surveycake.com/s/x3D3p>

2. 英文版問卷：

<https://www.surveycake.com/s/eN6Zz>

3. 越南文版問卷：

<https://www.surveycake.com/s/NQPK>

4. 印尼文版問卷：

<https://www.surveycake.com/s/wGZo>

5. 泰文版問卷：

<https://www.surveycake.com/s/0n9QO>

附件三 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-國籍別

附表 3-1 受訪者基本資料交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
國籍	越南	492	45.5%	492	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	印尼	328	30.3%	0	0.0%	328	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	泰國	76	7.0%	0	0.0%	0	0.0%	76	100.0%	0	0.0%
	菲律賓	185	17.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	185	100.0%
	檢定結果	a.不進行卡方檢定									
年齡	18~19 歲	16	1.5%	7	1.4%	5	1.5%	2	2.6%	2	1.1%
	20~24 歲	270	25.0%	141	28.7%	77	23.5%	22	28.9%	30	16.2%
	25~34 歲	535	49.5%	224	45.5%	170	51.8%	32	42.1%	109	58.9%
	35~44 歲	216	20.0%	99	20.1%	65	19.8%	17	22.4%	35	18.9%
	45~54 歲	38	3.5%	16	3.3%	11	3.4%	2	2.6%	9	4.9%
	55 歲以上	6	0.6%	5	1.0%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%
	檢定結果	p-value = 0.08									
來台身份	因工作來台	645	59.7%	213	43.3%	239	72.9%	50	65.8%	143	77.3%
	因婚姻來台	401	37.1%	268	54.5%	72	22.0%	24	31.6%	37	20.0%
	留學生	35	3.2%	11	2.2%	17	5.2%	2	2.6%	5	2.7%
	檢定結果	*** p-value < 0.001									
性別	男性	358	33.1%	139	28.3%	110	33.5%	33	43.4%	76	41.1%
	女性	723	66.9%	353	71.7%	218	66.5%	43	56.6%	109	58.9%
	檢定結果	*** p-value < 0.001									
居住地區	北部地區	478	44.2%	203	41.3%	157	47.9%	31	40.8%	87	47.0%
	中部地區	331	30.6%	163	33.1%	94	28.7%	28	36.8%	46	24.9%
	南部地區	232	21.5%	117	23.8%	63	19.2%	16	21.1%	36	19.5%
	東部地區	40	3.7%	9	1.8%	14	4.3%	1	1.3%	16	8.6%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定									
最高學歷	國小	135	12.5%	79	16.1%	35	10.7%	14	18.4%	7	3.8%
	國中	321	29.7%	182	37.0%	92	28.0%	12	15.8%	35	18.9%
	高中/高職	460	42.6%	181	36.8%	159	48.5%	43	56.6%	77	41.6%
	大學/專科	157	14.5%	47	9.6%	40	12.2%	6	7.9%	64	34.6%
	研究所以上	8	.7%	3	.6%	2	.6%	1	1.3%	2	1.1%
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (將大學/專科、研究所以上選項合併檢定之)									
婚姻狀況	單身無小孩	329	30.4%	114	23.2%	128	39.0%	22	28.9%	65	35.1%
	單身有小孩	61	5.6%	22	4.5%	17	5.2%	4	5.3%	18	9.7%
	已婚無小孩	160	14.8%	104	21.1%	21	6.4%	13	17.1%	22	11.9%
	已婚有小孩	531	49.1%	252	51.2%	162	49.4%	37	48.7%	80	43.2%
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (將單身無小孩、單身有小孩; 已婚無小孩、已婚有小孩, 選項合併為單身、已婚檢定之)									

附表 3-2 受訪者基本資料交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
來台年數	未滿3年	493	45.6%	244	49.6%	134	40.9%	37	48.7%	78	42.2%
	3年以上未滿6年	370	34.2%	135	27.4%	140	42.7%	23	30.3%	72	38.9%
	6年以上未滿9年	115	10.6%	60	12.2%	27	8.2%	6	7.9%	22	11.9%
	9年以上	103	9.5%	53	10.8%	27	8.2%	10	13.2%	13	7.0%
	檢定結果	p-value = 0.58									
目前從事職業	作業員/營建工/農工/漁工	505	46.7%	186	37.8%	180	54.9%	45	59.2%	94	50.8%
	家管/家庭主婦	152	14.1%	88	17.9%	39	11.9%	9	11.8%	16	8.6%
	看護	123	11.4%	32	6.5%	52	15.9%	0	0.0%	39	21.1%
	幫傭/清潔工	114	10.5%	75	15.2%	22	6.7%	6	7.9%	11	5.9%
	自營業者	61	5.6%	45	9.1%	6	1.8%	3	3.9%	7	3.8%
	計時工作	53	4.9%	36	7.3%	8	2.4%	3	3.9%	6	3.2%
	學生	36	3.3%	11	2.2%	17	5.2%	3	3.9%	5	2.7%
	白領工作者	18	1.7%	6	1.2%	1	.3%	7	9.2%	4	2.2%
	沒有工作	19	1.8%	13	2.6%	3	.9%	0	0.0%	3	1.6%
	檢定結果	b.部份選項回答個數過少，不適用卡方檢定									
每月可自由支配收入/台幣	5,000元以下	442	40.9%	187	38.0%	150	45.7%	31	40.8%	74	40.0%
	5,001~10,000元	386	35.7%	183	37.2%	115	35.1%	22	28.9%	66	35.7%
	10,001~15,000元	170	15.7%	81	16.5%	47	14.3%	9	11.8%	33	17.8%
	15,001~20,000元	48	4.4%	25	5.1%	8	2.4%	8	10.5%	7	3.8%
	20,001~25,000元	22	2.0%	10	2.0%	5	1.5%	4	5.3%	3	1.6%
	25,001~30,000元	7	0.6%	3	0.6%	3	.9%	0	0.0%	1	0.5%
	30,001元以上	6	0.6%	3	0.6%	0	0.0%	2	2.6%	1	0.5%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定									

附表 3-3 受訪者自評中文能力交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
聽	很不好 (1分)	71	6.6%	42	8.5%	15	4.6%	7	9.2%	7	3.8%
	不好 (2分)	297	27.5%	147	29.9%	86	26.2%	20	26.3%	44	23.8%
	普通 (3分)	391	36.2%	157	31.9%	135	41.2%	23	30.3%	76	41.1%
	好 (4分)	292	27.0%	134	27.2%	82	25.0%	24	31.6%	52	28.1%
	很好 (5分)	30	2.8%	12	2.4%	10	3.0%	2	2.6%	6	3.2%
	平均值	2.9		2.9		3.0		2.9		3.0	
	檢定結果	p-value = 0.13 (By ANOVA)									
說	很不好 (1分)	150	13.9%	91	18.5%	31	9.5%	11	14.5%	17	9.2%
	不好 (2分)	320	29.6%	144	29.3%	98	29.9%	21	27.6%	57	30.8%
	普通 (3分)	375	34.7%	147	29.9%	136	41.5%	22	28.9%	70	37.8%
	好 (4分)	221	20.4%	102	20.7%	58	17.7%	22	28.9%	39	21.1%
	很好 (5分)	15	1.4%	8	1.6%	5	1.5%	0	0.0%	2	1.1%
	平均值	2.7		2.6		2.7		2.7		2.7	
	檢定結果	p-value = 0.11 (By ANOVA)									
讀	很不好 (1分)	484	44.8%	236	48.0%	142	43.3%	30	39.5%	76	41.1%
	不好 (2分)	358	33.1%	149	30.3%	115	35.1%	23	30.3%	71	38.4%
	普通 (3分)	165	15.3%	79	16.1%	49	14.9%	14	18.4%	23	12.4%
	好 (4分)	69	6.4%	24	4.9%	21	6.4%	9	11.8%	15	8.1%
	很好 (5分)	5	0.5%	4	.8%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
	平均值	1.8		1.8		1.9		2.0		1.9	
	檢定結果	p-value = 0.25 (By ANOVA)									
寫	很不好 (1分)	635	58.7%	293	59.6%	189	57.6%	45	59.2%	108	58.4%
	不好 (2分)	301	27.8%	126	25.6%	98	29.9%	18	23.7%	59	31.9%
	普通 (3分)	107	9.9%	56	11.4%	28	8.5%	10	13.2%	13	7.0%
	好 (4分)	36	3.3%	15	3.0%	13	4.0%	3	3.9%	5	2.7%
	很好 (5分)	2	0.2%	2	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	平均值	1.6		1.6		1.6		1.6		1.5	
	檢定結果	p-value = 0.87 (By ANOVA)									
整體中文能力	很不好 (1分)	245	22.7%	139	28.3%	63	19.2%	15	19.7%	28	15.1%
	不好 (2分)	323	29.9%	149	30.3%	95	29.0%	20	26.3%	59	31.9%
	普通 (3分)	344	31.8%	119	24.2%	126	38.4%	27	35.5%	72	38.9%
	好 (4分)	160	14.8%	81	16.5%	40	12.2%	14	18.4%	25	13.5%
	很好 (5分)	9	0.8%	4	0.8%	4	1.2%	0	0.0%	1	0.5%
	平均值	2.4		2.3		2.5		2.5		2.5	
檢定結果	* p-value = 0.03 (By ANOVA)										

附表 3-4 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
電 視	沒有 (1分)	84	7.8%	37	7.5%	20	6.1%	10	13.2%	17	9.2%
	很少 (2分)	240	22.2%	80	16.3%	97	29.6%	16	21.1%	47	25.4%
	有時候 (3分)	336	31.1%	124	25.2%	116	35.4%	24	31.6%	72	38.9%
	常常 (4分)	364	33.7%	220	44.7%	85	25.9%	22	28.9%	37	20.0%
	隨時 (5分)	57	5.3%	31	6.3%	10	3.0%	4	5.3%	12	6.5%
	平均值	3.1		3.3		2.9		2.9		2.9	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
報 紙	沒有 (1分)	714	66.0%	316	64.2%	219	66.8%	53	69.7%	126	68.1%
	很少 (2分)	247	22.8%	114	23.2%	82	25.0%	18	23.7%	33	17.8%
	有時候 (3分)	77	7.1%	44	8.9%	17	5.2%	4	5.3%	12	6.5%
	常常 (4分)	37	3.4%	17	3.5%	8	2.4%	0	0.0%	12	6.5%
	隨時 (5分)	6	0.6%	1	0.2%	2	0.6%	1	1.3%	2	1.1%
	平均值	1.5		1.5		1.5		1.4		1.5	
	檢定結果	p-value = 0.34 (By ANOVA)									
廣 播	沒有 (1分)	621	57.4%	288	58.5%	182	55.5%	48	63.2%	103	55.7%
	很少 (2分)	266	24.6%	117	23.8%	96	29.3%	14	18.4%	39	21.1%
	有時候 (3分)	134	12.4%	54	11.0%	35	10.7%	10	13.2%	35	18.9%
	常常 (4分)	49	4.5%	26	5.3%	14	4.3%	3	3.9%	6	3.2%
	隨時 (5分)	11	1.0%	7	1.4%	1	.3%	1	1.3%	2	1.1%
	平均值	1.7		1.7		1.6		1.6		1.7	
	檢定結果	p-value = 0.75 (By ANOVA)									
雜 誌	沒有 (1分)	711	65.8%	312	63.4%	233	71.0%	55	72.4%	111	60.0%
	很少 (2分)	233	21.6%	112	22.8%	56	17.1%	13	17.1%	52	28.1%
	有時候 (3分)	103	9.5%	47	9.6%	32	9.8%	6	7.9%	18	9.7%
	常常 (4分)	31	2.9%	20	4.1%	6	1.8%	2	2.6%	3	1.6%
	隨時 (5分)	3	0.3%	1	0.2%	1	0.3%	0	0.0%	1	0.5%
	平均值	1.5		1.5		1.4		1.4		1.5	
	檢定結果	p-value = 0.13 (By ANOVA)									

附表 3-5 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
網路 媒體	沒有 (1分)	165	15.3%	69	14.0%	51	15.5%	13	17.1%	32	17.3%
	很少 (2分)	215	19.9%	101	20.5%	63	19.2%	16	21.1%	35	18.9%
	有時候 (3分)	201	18.6%	97	19.7%	60	18.3%	13	17.1%	31	16.8%
	常常 (4分)	399	36.9%	187	38.0%	125	38.1%	28	36.8%	59	31.9%
	隨時 (5分)	101	9.3%	38	7.7%	29	8.8%	6	7.9%	28	15.1%
	平均值	3.1		3.0		3.1		3.0		3.1	
	檢定結果	p-value = 0.93 (By ANOVA)									
社群 媒體	沒有 (1分)	161	14.9%	66	13.4%	53	16.2%	12	15.8%	30	16.2%
	很少 (2分)	172	15.9%	90	18.3%	47	14.3%	11	14.5%	24	13.0%
	有時候 (3分)	263	24.3%	111	22.6%	83	25.3%	21	27.6%	48	25.9%
	常常 (4分)	373	34.5%	183	37.2%	118	36.0%	24	31.6%	48	25.9%
	隨時 (5分)	112	10.4%	42	8.5%	27	8.2%	8	10.5%	35	18.9%
	平均值	3.1		3.1		3.1		3.1		3.2	
	檢定結果	p-value = 0.73 (By ANOVA)									

附表 3-6 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
電 視	沒有 (1分)	338	31.3%	137	27.8%	120	36.6%	35	46.1%	46	24.9%
	很少 (2分)	366	33.9%	170	34.6%	107	32.6%	22	28.9%	67	36.2%
	有時候 (3分)	251	23.2%	106	21.5%	69	21.0%	18	23.7%	58	31.4%
	常常 (4分)	115	10.6%	74	15.0%	28	8.5%	1	1.3%	12	6.5%
	隨時 (5分)	11	1.0%	5	1.0%	4	1.2%	0	0.0%	2	1.1%
	平均值	2.2		2.3		2.1		1.8		2.2	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
報 紙	沒有 (1分)	682	63.1%	320	65.0%	208	63.4%	48	63.2%	106	57.3%
	很少 (2分)	291	26.9%	123	25.0%	93	28.4%	20	26.3%	55	29.7%
	有時候 (3分)	82	7.6%	39	7.9%	16	4.9%	7	9.2%	20	10.8%
	常常 (4分)	22	2.0%	10	2.0%	9	2.7%	0	0.0%	3	1.6%
	隨時 (5分)	4	.4%	0	0.0%	2	.6%	1	1.3%	1	.5%
	平均值	1.5		1.5		1.5		1.5		1.6	
	檢定結果	p-value = 0.37 (By ANOVA)									
廣 播	沒有 (1分)	597	55.2%	273	55.5%	191	58.2%	42	55.3%	91	49.2%
	很少 (2分)	270	25.0%	131	26.6%	78	23.8%	22	28.9%	39	21.1%
	有時候 (3分)	176	16.3%	65	13.2%	54	16.5%	10	13.2%	47	25.4%
	常常 (4分)	35	3.2%	23	4.7%	4	1.2%	2	2.6%	6	3.2%
	隨時 (5分)	3	.3%	0	0.0%	1	.3%	0	0.0%	2	1.1%
	平均值	1.7		1.7		1.6		1.6		1.9	
	檢定結果	*p-value = 0.02 (By ANOVA)									
雜 誌	沒有 (1分)	649	60.0%	320	65.0%	199	60.7%	46	60.5%	84	45.4%
	很少 (2分)	250	23.1%	114	23.2%	67	20.4%	13	17.1%	56	30.3%
	有時候 (3分)	156	14.4%	50	10.2%	52	15.9%	14	18.4%	40	21.6%
	常常 (4分)	23	2.1%	8	1.6%	9	2.7%	3	3.9%	3	1.6%
	隨時 (5分)	3	.3%	0	0.0%	1	.3%	0	0.0%	2	1.1%
	平均值	1.6		1.5		1.6		1.7		1.8	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									

附表 3-7 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
網路 媒體	沒有 (1分)	78	7.2%	51	10.4%	9	2.7%	12	15.8%	6	3.2%
	很少 (2分)	170	15.7%	85	17.3%	57	17.4%	12	15.8%	16	8.6%
	有時候 (3分)	267	24.7%	106	21.5%	93	28.4%	12	15.8%	56	30.3%
	常常 (4分)	449	41.5%	205	41.7%	132	40.2%	34	44.7%	78	42.2%
	隨時 (5分)	117	10.8%	45	9.1%	37	11.3%	6	7.9%	29	15.7%
	平均值	3.3		3.2		3.4		3.1		3.6	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
社群 媒體	沒有 (1分)	83	7.7%	39	7.9%	19	5.8%	17	22.4%	8	4.3%
	很少 (2分)	160	14.8%	87	17.7%	50	15.2%	4	5.3%	19	10.3%
	有時候 (3分)	217	20.1%	86	17.5%	81	24.7%	11	14.5%	39	21.1%
	常常 (4分)	483	44.7%	223	45.3%	145	44.2%	36	47.4%	79	42.7%
	隨時 (5分)	138	12.8%	57	11.6%	33	10.1%	8	10.5%	40	21.6%
	平均值	3.4		3.3		3.4		3.2		3.7	
	檢定結果	**p-value < 0.01 (By ANOVA)									

附表 3-8 受訪者收看影音節目較常使用之載具交叉表(複選，國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
收看 影音 節目 較常 使用 之載 具	手機	833	77.1%	366	74.4%	251	76.5%	52	68.4%	164	88.6%
	電視	775	71.7%	387	78.7%	226	68.9%	46	60.5%	116	62.7%
	平板電腦	199	18.4%	75	15.2%	58	17.7%	12	15.8%	54	29.2%
	桌上型電腦	101	9.3%	55	11.2%	28	8.5%	4	5.3%	14	7.6%
	筆記型電腦	81	7.5%	43	8.7%	22	6.7%	6	7.9%	10	5.4%
	沒有收看影音節目	31	2.9%	14	2.8%	8	2.4%	6	7.9%	3	1.6%
檢定結果		b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選									

附表 3-9 受訪者公視收視行為交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知曉率	總計	1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
	知道	462	42.7%	241	49.0%	120	36.6%	24	31.6%	77	41.6%
	不知道	619	57.3%	251	51.0%	208	63.4%	52	68.4%	108	58.4%
	檢定結果	**p-value < 0.01									
收看率	總計	462	100.0%	241	52.2%	120	26.0%	24	5.2%	77	16.7%
	沒有看	210	45.5%	114	47.3%	49	40.8%	11	45.8%	36	46.8%
	每個月 1 次以下	70	15.2%	33	13.7%	22	18.3%	1	4.2%	14	18.2%
	2 星期 1 次	80	17.3%	43	17.8%	26	21.7%	4	16.7%	7	9.1%
	1 星期 1 次	65	14.1%	33	13.7%	15	12.5%	2	8.3%	15	19.5%
	3 天 1 次	18	3.9%	5	2.1%	3	2.5%	6	25.0%	4	5.2%
	2 天 1 次	1	.2%	1	.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	18	3.9%	12	5.0%	5	4.2%	0	0.0%	1	1.3%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)									
沒有收看公視之原因	總計	210	100.0%	114	54.3%	49	23.3%	11	5.2%	36	17.1%
	不清楚在哪個電視頻道收看	56	26.7%	39	34.2%	11	22.4%	2	18.2%	4	11.1%
	台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	51	24.3%	31	27.2%	12	24.5%	0	0.0%	8	22.2%
	對台灣公共電視的節目沒有興趣	47	22.4%	22	19.3%	9	18.4%	7	63.6%	9	25.0%
	不清楚透過哪些網路管道收看	41	19.5%	29	25.4%	8	16.3%	1	9.1%	3	8.3%
	台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	39	18.6%	23	20.2%	7	14.3%	1	9.1%	8	22.2%
	習慣透過網路，收看自己母國的節目	35	16.7%	15	13.2%	6	12.2%	2	18.2%	12	33.3%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	33	15.7%	15	13.2%	6	12.2%	2	18.2%	10	27.8%
	住所/宿舍沒有電視	10	4.8%	3	2.6%	4	8.2%	1	9.1%	2	5.6%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選									

附表 3-10 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	127	50.4%	71	28.2%	13	5.2%	41	16.3%
	知道	213	84.5%	109	85.8%	58	81.7%	12	92.3%	34	82.9%
	不知道	39	15.5%	18	14.2%	13	18.3%	1	7.7%	7	17.1%
	檢定結果	p-value = 0.73									
收 看 率	總計	213	100.0%	109	51.2%	58	27.2%	12	5.6%	34	16.0%
	沒有看	16	7.5%	12	11.0%	2	3.4%	0	0.0%	2	5.9%
	每個月 1 次以下	79	37.1%	42	38.5%	24	41.4%	4	33.3%	9	26.5%
	2 星期 1 次	67	31.5%	31	28.4%	21	36.2%	5	41.7%	10	29.4%
	1 星期 1 次	32	15.0%	14	12.8%	6	10.3%	2	16.7%	10	29.4%
	3 天 1 次	9	4.2%	3	2.8%	3	5.2%	1	8.3%	2	5.9%
	2 天 1 次	4	1.9%	4	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	6	2.8%	3	2.8%	2	3.4%	0	0.0%	1	2.9%
	檢定結果	p-value = 0.44 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)									
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	16	100.0%	12	75.0%	2	12.5%	0	0.0%	2	12.5%
	不清楚新聞播放時 段	7	43.8%	5	41.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%
	習慣透過網路，收 看自己母國電視台 的新聞節目	5	31.3%	3	25.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%
	不清楚透過哪些網 路管道收看	4	25.0%	4	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	在住所/宿舍無法 決定能看哪些電視 節目	3	18.8%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	對這種母語新聞節 目沒有興趣	2	12.5%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	對台灣這塊土地發 生的事情，並沒有 興趣	1	6.3%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
	住所/宿舍沒有電 視	1	6.3%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視 頻道收看	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選										

附表 3-11 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	197	100.0%	97	49.2%	56	28.4%	12	6.1%	32	16.2%
公視 東南 亞 語 新 聞 節 目 滿 意 度 評 價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)節目長度	6.95		7.01		6.93		7.67		6.53	
	(2)播出時段	6.96		7.23		6.84		7.50		6.16	
	(3)公正獨立性	7.11		7.25		6.95		7.58		6.78	
	(4)報導深度	6.96		7.13		6.91		7.50		6.31	
	(5)整體節目品質	7.15		7.34		7.13		7.50		6.50	
	檢定結果 (By ANOVA)										
	(1)	p-value = 0.16									
	(2)	** p-value < 0.01									
	(3)	p-value = 0.21									
	(4)	* p-value = 0.03									
	(5)	* p-value = 0.04									

附表 3-12 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	127	50.4%	71	28.2%	13	5.2%	41	16.3%
	知道	195	77.4%	99	78.0%	56	78.9%	11	84.6%	29	70.7%
	不知道	57	22.6%	28	22.0%	15	21.1%	2	15.4%	12	29.3%
	檢定結果	p-value = 0.28									
收 看 率	總計	195	100.0%	99	50.8%	56	28.7%	11	5.6%	29	14.9%
	沒有看	15	7.7%	8	8.1%	5	8.9%	0	0.0%	2	6.9%
	每個月 1 次以下	99	50.8%	51	51.5%	32	57.1%	3	27.3%	13	44.8%
	2 星期 1 次	42	21.5%	21	21.2%	10	17.9%	6	54.5%	5	17.2%
	1 星期 1 次	23	11.8%	9	9.1%	6	10.7%	1	9.1%	7	24.1%
	3 天 1 次	9	4.6%	7	7.1%	0	0.0%	1	9.1%	1	3.4%
	2 天 1 次	2	1.0%	1	1.0%	1	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	5	2.6%	2	2.0%	2	3.6%	0	0.0%	1	3.4%
檢定結果	p-value = 0.67 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)										
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	15	100.0%	8	53.3%	5	33.3%	0	0.0%	2	13.3%
	對這類節目沒有興趣	5	33.3%	1	12.5%	2	40.0%	0	0.0%	2	100.0%
	習慣透過網路，收看自己母國的節目	4	26.7%	2	25.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
	住所/宿舍沒有電視	3	20.0%	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚節目播放時段	2	13.3%	1	12.5%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%
	這類節目，並不是用我的母語製作	2	13.3%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	2	13.3%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚透過哪些網路管道收看	1	6.7%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視頻道收看	1	6.7%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選									

附表 3-13 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	180	100.0%	91	50.6%	51	28.3%	11	6.1%	27	15.0%
公視非新聞類東南亞節目滿意度評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)節目長度	7.01		7.00		7.02		7.73		6.74	
	(2)播出時段	6.97		7.07		6.78		7.55		6.78	
	(3)節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01		7.07		6.90		7.73		6.74	
	(4)節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03		6.82		7.22		7.82		7.04	
	(5)整體節目品質	7.18		7.05		7.25		7.82		7.19	
	檢定結果 (By ANOVA)										
(1)	p-value = 0.28										
(2)	p-value = 0.39										
(3)	p-value = 0.23										
(4)	p-value = 0.17										
(5)	p-value = 0.33										

附表 3-14 受訪者公視媒體近用_重要度暨滿意度評價交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	252	100.0%	127	50.4%	71	28.2%	13	5.2%	41	16.3%
公視 媒體 近用 重要 度 評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)公視可以讓我有充分表達 意見的權利	6.62		6.69		6.61		7.00		6.32	
	(2)公視可以用我的母國語 言，向我訴說台灣社會所發 生的大小事	7.05		7.18		6.92		6.85		6.93	
	(3)公視能夠提供母國的影視 節目內容	7.02		7.09		7.15		7.15		6.54	
	(4)節目有效引發社會對東南 亞族群的關注與協助	6.88		7.06		6.80		7.38		6.34	
	檢定結果 (By ANOVA)										
	(1)	p-value = 0.54									
	(2)	p-value = 0.54									
	(3)	p-value = 0.17									
	(4)	p-value = 0.11									
公視 媒體 近用 滿意 度 評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)公視可以讓我有充分表達 意見的權利	6.73		6.83		6.70		7.08		6.37	
	(2)公視可以用我的母國語 言，向我訴說台灣社會所發 生的大小事	7.13		7.12		7.24		7.62		6.80	
	(3)公視能夠提供母國的影視 節目內容	7.02		7.10		7.06		7.23		6.66	
	(4)節目有效引發社會對東南 亞族群的關注與協助	6.89		6.95		7.01		7.54		6.29	
	檢定結果 (By ANOVA)										
	(1)	p-value = 0.48									
	(2)	p-value = 0.28									
	(3)	p-value = 0.40									
	(4)	p-value = 0.11									

附表 3-15 受訪者公視節目公共價值評量交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		252	100.0%	127	50.4%	71	28.2%	13	5.2%	41	16.3%
節目標質		評比項目平均值 (1-10 分計)									
		7.19		7.31		7.25		7.54		6.61	
		7.21		7.38		7.17		7.23		6.76	
		7.25		7.35		7.20		7.46		6.95	
		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) p-value = 0.07									
		(2) p-value = 0.08									
		(3) p-value = 0.40									
節目娛樂性		7.35		7.41		7.32		7.69		7.07	
		7.21		7.25		7.32		7.69		6.71	
		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) p-value = 0.31									
		(2) p-value = 0.07									
社會影響力		7.16		7.21		7.10		7.54		7.00	
		7.43		7.41		7.34		7.85		7.54	
		7.37		7.39		7.27		7.77		7.34	
		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) p-value = 0.62									
		(2) p-value = 0.48									
		(3) p-value = 0.58									
公共服務		7.24		7.36		7.21		7.38		6.88	
		7.19		7.24		7.24		7.54		6.85	
		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) p-value = 0.18									
		(2) p-value = 0.27									

附表 3-16 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
母語化服務需求度	總計	1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
	評比項目平均值(1-10分計)										
	(1)播放您母國的節目	7.32		7.36		7.34		7.42		7.10	
	(2)以您的母語製作全新的影視節目	7.46		7.66		7.45		7.43		6.97	
	檢定結果(By ANOVA)										
(1) p-value = 0.39											
(2) ** p-value < 0.01											

附表 3-17 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表_續(國籍別)

		國籍									
		總計		越南		印尼		泰國		菲律賓	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
來來期待在公視看到之節目類型	總計	1081	100.0%	492	45.5%	328	30.3%	76	7.0%	185	17.1%
	MV/音樂性節目	644	59.6%	299	60.8%	197	60.1%	38	50.0%	110	59.5%
	電影	560	51.8%	223	45.3%	197	60.1%	24	31.6%	116	62.7%
	迷你劇	411	38.0%	211	42.9%	129	39.3%	16	21.1%	55	29.7%
	連續劇	400	37.0%	212	43.1%	121	36.9%	10	13.2%	57	30.8%
	新聞報導/專題報導	397	36.7%	193	39.2%	94	28.7%	29	38.2%	81	43.8%
	旅遊節目	335	31.0%	189	38.4%	85	25.9%	9	11.8%	52	28.1%
	美容流行	334	30.9%	186	37.8%	89	27.1%	15	19.7%	44	23.8%
	烹飪/美食	333	30.8%	182	37.0%	84	25.6%	13	17.1%	54	29.2%
	健康/醫療	297	27.5%	180	36.6%	60	18.3%	12	15.8%	45	24.3%
	綜藝節目	294	27.2%	76	15.4%	139	42.4%	20	26.3%	59	31.9%
	體育/運動比賽	294	27.2%	122	24.8%	84	25.6%	23	30.3%	65	35.1%
	網路直播節目	237	21.9%	138	28.0%	53	16.2%	8	10.5%	38	20.5%
	卡通動漫	234	21.6%	152	30.9%	58	17.7%	12	15.8%	12	6.5%
	語言/教育	213	19.7%	106	21.5%	62	18.9%	10	13.2%	35	18.9%
	宗教	213	19.7%	118	24.0%	70	21.3%	8	10.5%	17	9.2%
	政論/談話性節目	203	18.8%	112	22.8%	55	16.8%	11	14.5%	25	13.5%
	藝術/表演/文化	195	18.0%	110	22.4%	53	16.2%	13	17.1%	19	10.3%
	益智/遊戲	193	17.9%	114	23.2%	54	16.5%	9	11.8%	16	8.6%
	命理/星座	189	17.5%	126	25.6%	45	13.7%	3	3.9%	15	8.1%
	素人自製	169	15.6%	91	18.5%	52	15.9%	11	14.5%	15	8.1%
	科學/自然	148	13.7%	87	17.7%	37	11.3%	8	10.5%	16	8.6%
	兒童/青少年節目	137	12.7%	96	19.5%	24	7.3%	6	7.9%	11	5.9%
財經/股市/產業節目	104	9.6%	57	11.6%	31	9.5%	5	6.6%	11	5.9%	
檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定 註:本題為複選										

附件四 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-來台身份別

附表 4-1 受訪者基本資料交叉表 (來台身份)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
國籍	越南	492	45.5%	213	33.0%	268	66.8%	11	31.4%
	印尼	328	30.3%	239	37.1%	72	18.0%	17	48.6%
	泰國	76	7.0%	50	7.8%	24	6.0%	2	5.7%
	菲律賓	185	17.1%	143	22.2%	37	9.2%	5	14.3%
	檢定結果	***p-value < 0.001							
年齡	18~19 歲	16	1.5%	10	1.6%	3	.7%	3	8.6%
	20~24 歲	270	25.0%	137	21.2%	116	28.9%	17	48.6%
	25~34 歲	535	49.5%	353	54.7%	167	41.6%	15	42.9%
	35~44 歲	216	20.0%	128	19.8%	88	21.9%	0	0.0%
	45~54 歲	38	3.5%	16	2.5%	22	5.5%	0	0.0%
	55 歲以上	6	0.6%	1	0.2%	5	1.2%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (by ANOVA,將年齡轉換為連續變項檢定之)							
來台身份	因工作來台	645	59.7%	645	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	因婚姻來台	401	37.1%	0	0.0%	401	100.0%	0	0.0%
	留學生	35	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	35	100.0%
	檢定結果	a.不進行卡方檢定							
性別	男性	358	33.1%	330	51.2%	10	2.5%	18	51.4%
	女性	723	66.9%	315	48.8%	391	97.5%	17	48.6%
	檢定結果	***p-value < 0.001							
居住地區	北部地區	478	44.2%	299	46.4%	159	39.7%	20	57.1%
	中部地區	331	30.6%	208	32.2%	118	29.4%	5	14.3%
	南部地區	232	21.5%	118	18.3%	104	25.9%	10	28.6%
	東部地區	40	3.7%	20	3.1%	20	5.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項回答個數過少，不適用卡方檢定							
最高學歷	國小	135	12.5%	66	10.2%	69	17.2%	0	0.0%
	國中	321	29.7%	164	25.4%	157	39.2%	0	0.0%
	高中/高職	460	42.6%	322	49.9%	134	33.4%	4	11.4%
	大學/專科	157	14.5%	92	14.3%	41	10.2%	24	68.6%
	研究所以上	8	0.7%	1	0.2%	0	0.0%	7	20.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (將高中職以下、大學/專科以上，合併為兩變項檢定之)							
婚姻狀況	單身無小孩	329	30.4%	290	45.0%	5	1.2%	34	97.1%
	單身有小孩	61	5.6%	57	8.8%	4	1.0%	0	0.0%
	已婚無小孩	160	14.8%	50	7.8%	110	27.4%	0	0.0%
	已婚有小孩	531	49.1%	248	38.4%	282	70.3%	1	2.9%
	檢定結果	***p-value < 0.001							

附表 4-2 受訪者基本資料交叉表_續(來台身份)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
來台年數	未滿3年	493	45.6%	322	49.9%	152	37.9%	19	54.3%
	3年以上未滿6年	370	34.2%	236	36.6%	121	30.2%	13	37.1%
	6年以上未滿9年	115	10.6%	57	8.8%	55	13.7%	3	8.6%
	9年以上	103	9.5%	30	4.7%	73	18.2%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (by ANOVA, 將來台年數轉換為連續變項檢定之)							
目前從事職業	作業員/營建工/農工/漁工	505	46.7%	431	66.8%	74	18.5%	0	0.0%
	家管/家庭主婦	152	14.1%	8	1.2%	144	35.9%	0	0.0%
	看護	123	11.4%	114	17.7%	9	2.2%	0	0.0%
	幫傭/清潔工	114	10.5%	56	8.7%	58	14.5%	0	0.0%
	自營業者	61	5.6%	13	2.0%	48	12.0%	0	0.0%
	計時工作	53	4.9%	13	2.0%	40	10.0%	0	0.0%
	學生	36	3.3%	1	0.2%	0	0.0%	35	100.0%
	白領工作者	18	1.7%	7	1.1%	11	2.7%	0	0.0%
	沒有工作	19	1.8%	2	0.3%	17	4.2%	0	0.0%
	檢定結果	a. 不進行卡方檢定，來台身份與目前從事之職業，為必然相關							
每月可自由支配收入/台幣	5,000元以下	442	40.9%	288	44.7%	140	34.9%	14	40.0%
	5,001~10,000元	386	35.7%	249	38.6%	123	30.7%	14	40.0%
	10,001~15,000元	170	15.7%	84	13.0%	81	20.2%	5	14.3%
	15,001~20,000元	48	4.4%	18	2.8%	28	7.0%	2	5.7%
	20,001~25,000元	22	2.0%	5	0.8%	17	4.2%	0	0.0%
	25,001~30,000元	7	0.6%	1	0.2%	6	1.5%	0	0.0%
	30,001元以上	6	0.6%	0	0.0%	6	1.5%	0	0.0%
	檢定結果	b. 部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定							

附表 4-3 受訪者自評中文能力交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
聽	很不好 (1分)	71	6.6%	48	7.4%	23	5.7%	0	0.0%
	不好 (2分)	297	27.5%	197	30.5%	96	23.9%	4	11.4%
	普通 (3分)	391	36.2%	256	39.7%	127	31.7%	8	22.9%
	好 (4分)	292	27.0%	134	20.8%	138	34.4%	20	57.1%
	很好 (5分)	30	2.8%	10	1.6%	17	4.2%	3	8.6%
	平均值	2.9		2.8		3.1		3.6	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
說	很不好 (1分)	150	13.9%	102	15.8%	47	11.7%	1	2.9%
	不好 (2分)	320	29.6%	199	30.9%	112	27.9%	9	25.7%
	普通 (3分)	375	34.7%	239	37.1%	126	31.4%	10	28.6%
	好 (4分)	221	20.4%	102	15.8%	105	26.2%	14	40.0%
	很好 (5分)	15	1.4%	3	0.5%	11	2.7%	1	2.9%
	平均值	2.7		2.5		2.8		3.1	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
讀	很不好 (1分)	484	44.8%	345	53.5%	138	34.4%	1	2.9%
	不好 (2分)	358	33.1%	210	32.6%	143	35.7%	5	14.3%
	普通 (3分)	165	15.3%	66	10.2%	84	20.9%	15	42.9%
	好 (4分)	69	6.4%	23	3.6%	32	8.0%	14	40.0%
	很好 (5分)	5	0.5%	1	0.2%	4	1.0%	0	0.0%
	平均值	1.8		1.6		2.1		3.2	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
寫	很不好 (1分)	635	58.7%	448	69.5%	185	46.1%	2	5.7%
	不好 (2分)	301	27.8%	147	22.8%	141	35.2%	13	37.1%
	普通 (3分)	107	9.9%	36	5.6%	59	14.7%	12	34.3%
	好 (4分)	36	3.3%	14	2.2%	14	3.5%	8	22.9%
	很好 (5分)	2	0.2%	0	0.0%	2	0.5%	0	0.0%
	平均值	1.6		1.4		1.8		2.7	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
整體中文能力	很不好 (1分)	245	22.7%	155	24.0%	90	22.4%	0	0.0%
	不好 (2分)	323	29.9%	194	30.1%	123	30.7%	6	17.1%
	普通 (3分)	344	31.8%	228	35.3%	102	25.4%	14	40.0%
	好 (4分)	160	14.8%	65	10.1%	80	20.0%	15	42.9%
	很好 (5分)	9	0.8%	3	0.5%	6	1.5%	0	0.0%
	平均值	2.4		2.3		2.5		3.3	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							

附表 4-4 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
電 視	沒有 (1分)	84	7.8%	76	11.8%	7	1.7%	1	2.9%
	很少 (2分)	240	22.2%	194	30.1%	45	11.2%	1	2.9%
	有時候 (3分)	336	31.1%	246	38.1%	86	21.4%	4	11.4%
	常常 (4分)	364	33.7%	121	18.8%	221	55.1%	22	62.9%
	隨時 (5分)	57	5.3%	8	1.2%	42	10.5%	7	20.0%
	平均值	3.1		2.7		3.6		3.9	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
報 紙	沒有 (1分)	714	66.0%	479	74.3%	230	57.4%	5	14.3%
	很少 (2分)	247	22.8%	135	20.9%	99	24.7%	13	37.1%
	有時候 (3分)	77	7.1%	23	3.6%	49	12.2%	5	14.3%
	常常 (4分)	37	3.4%	6	0.9%	21	5.2%	10	28.6%
	隨時 (5分)	6	0.6%	2	0.3%	2	0.5%	2	5.7%
	平均值	1.5		1.3		1.7		2.7	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
廣 播	沒有 (1分)	621	57.4%	421	65.3%	196	48.9%	4	11.4%
	很少 (2分)	266	24.6%	151	23.4%	106	26.4%	9	25.7%
	有時候 (3分)	134	12.4%	59	9.1%	62	15.5%	13	37.1%
	常常 (4分)	49	4.5%	13	2.0%	28	7.0%	8	22.9%
	隨時 (5分)	11	1.0%	1	0.2%	9	2.2%	1	2.9%
	平均值	1.7		1.5		1.9		2.8	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
雜 誌	沒有 (1分)	711	65.8%	493	76.4%	213	53.1%	5	14.3%
	很少 (2分)	233	21.6%	111	17.2%	113	28.2%	9	25.7%
	有時候 (3分)	103	9.5%	37	5.7%	55	13.7%	11	31.4%
	常常 (4分)	31	2.9%	3	0.5%	18	4.5%	10	28.6%
	隨時 (5分)	3	0.3%	1	0.2%	2	0.5%	0	0.0%
	平均值	1.5		1.3		1.7		2.7	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							

附表 4-5 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表_續(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
網路 媒體	沒有 (1分)	165	15.3%	123	19.1%	42	10.5%	0	0.0%
	很少 (2分)	215	19.9%	128	19.8%	86	21.4%	1	2.9%
	有時候 (3分)	201	18.6%	110	17.1%	89	22.2%	2	5.7%
	常常 (4分)	399	36.9%	234	36.3%	142	35.4%	23	65.7%
	隨時 (5分)	101	9.3%	50	7.8%	42	10.5%	9	25.7%
	平均值	3.1		2.9		3.1		4.1	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
社群 媒體	沒有 (1分)	161	14.9%	116	18.0%	45	11.2%	0	0.0%
	很少 (2分)	172	15.9%	94	14.6%	77	19.2%	1	2.9%
	有時候 (3分)	263	24.3%	173	26.8%	88	21.9%	2	5.7%
	常常 (4分)	373	34.5%	205	31.8%	145	36.2%	23	65.7%
	隨時 (5分)	112	10.4%	57	8.8%	46	11.5%	9	25.7%
	平均值	3.1		3.0		3.2		4.1	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							

附表 4-6 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
電 視	沒有 (1分)	338	31.3%	226	35.0%	100	24.9%	12	34.3%
	很少 (2分)	366	33.9%	228	35.3%	132	32.9%	6	17.1%
	有時候 (3分)	251	23.2%	136	21.1%	108	26.9%	7	20.0%
	常常 (4分)	115	10.6%	54	8.4%	51	12.7%	10	28.6%
	隨時 (5分)	11	1.0%	1	0.2%	10	2.5%	0	0.0%
	平均值	2.2		2.0		2.3		2.4	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
報 紙	沒有 (1分)	682	63.1%	404	62.6%	266	66.3%	12	34.3%
	很少 (2分)	291	26.9%	190	29.5%	94	23.4%	7	20.0%
	有時候 (3分)	82	7.6%	46	7.1%	25	6.2%	11	31.4%
	常常 (4分)	22	2.0%	4	0.6%	13	3.2%	5	14.3%
	隨時 (5分)	4	0.4%	1	0.2%	3	0.7%	0	0.0%
	平均值	1.5		1.5		1.5		2.3	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
廣 播	沒有 (1分)	597	55.2%	375	58.1%	208	51.9%	14	40.0%
	很少 (2分)	270	25.0%	147	22.8%	110	27.4%	13	37.1%
	有時候 (3分)	176	16.3%	115	17.8%	55	13.7%	6	17.1%
	常常 (4分)	35	3.2%	6	0.9%	27	6.7%	2	5.7%
	隨時 (5分)	3	0.3%	2	0.3%	1	0.2%	0	0.0%
	平均值	1.7		1.6		1.8		1.9	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
雜 誌	沒有 (1分)	649	60.0%	384	59.5%	256	63.8%	9	25.7%
	很少 (2分)	250	23.1%	135	20.9%	105	26.2%	10	28.6%
	有時候 (3分)	156	14.4%	116	18.0%	31	7.7%	9	25.7%
	常常 (4分)	23	2.1%	8	1.2%	8	2.0%	7	20.0%
	隨時 (5分)	3	0.3%	2	0.3%	1	0.2%	0	0.0%
	平均值	1.6		1.6		1.5		2.4	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							

附表 4-7 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表_續(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
網路 媒體	沒有 (1分)	78	7.2%	35	5.4%	42	10.5%	1	2.9%
	很少 (2分)	170	15.7%	100	15.5%	70	17.5%	0	0.0%
	有時候 (3分)	267	24.7%	167	25.9%	98	24.4%	2	5.7%
	常常 (4分)	449	41.5%	277	42.9%	148	36.9%	24	68.6%
	隨時 (5分)	117	10.8%	66	10.2%	43	10.7%	8	22.9%
	平均值	3.3		3.4		3.2		4.1	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							
社群 媒體	沒有 (1分)	83	7.7%	43	6.7%	40	10.0%	0	0.0%
	很少 (2分)	160	14.8%	80	12.4%	80	20.0%	0	0.0%
	有時候 (3分)	217	20.1%	131	20.3%	82	20.4%	4	11.4%
	常常 (4分)	483	44.7%	312	48.4%	148	36.9%	23	65.7%
	隨時 (5分)	138	12.8%	79	12.2%	51	12.7%	8	22.9%
	平均值	3.4		3.5		3.2		4.1	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)							

附表 4-8 受訪者收看影音節目較常使用之載具交叉表(複選，來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
收看 影音 節目 較常 使用 之載 具	手機	833	77.1%	512	79.4%	289	72.1%	32	91.4%
	電視	775	71.7%	426	66.0%	323	80.5%	26	74.3%
	平板電腦	199	18.4%	101	15.7%	83	20.7%	15	42.9%
	桌上型電腦	101	9.3%	33	5.1%	52	13.0%	16	45.7%
	筆記型電腦	81	7.5%	21	3.3%	41	10.2%	19	54.3%
	沒有收看影音節目	31	2.9%	31	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 註：本題為複選							

附表 4-9 受訪者公視收視行為交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
	知道	462	42.7%	212	32.9%	229	57.1%	21	60.0%
	不知道	619	57.3%	433	67.1%	172	42.9%	14	40.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001							
收 看 率	總計	462	100.0%	212	45.9%	229	49.6%	21	4.5%
	沒有看	210	45.5%	122	57.5%	77	33.6%	11	52.4%
	每個月 1 次以下	70	15.2%	28	13.2%	36	15.7%	6	28.6%
	2 星期 1 次	80	17.3%	30	14.2%	47	20.5%	3	14.3%
	1 星期 1 次	65	14.1%	24	11.3%	40	17.5%	1	4.8%
	3 天 1 次	18	3.9%	4	1.9%	14	6.1%	0	0.0%
	2 天 1 次	1	.2%	0	0.0%	1	.4%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	18	3.9%	4	1.9%	14	6.1%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)							
沒 有 收 看 公 視 之 原 因	總計	210	100.0%	122	58.1%	77	36.7%	11	5.2%
	不清楚在哪個電視頻道收看	56	26.7%	33	27.0%	22	28.6%	1	9.1%
	台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	51	24.3%	34	27.9%	17	22.1%	0	0.0%
	對台灣公共電視的節目沒有興趣	47	22.4%	24	19.7%	20	26.0%	3	27.3%
	不清楚透過哪些網路管道收看	41	19.5%	18	14.8%	20	26.0%	3	27.3%
	台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	39	18.6%	31	25.4%	8	10.4%	0	0.0%
	習慣透過網路，收看自己母國的節目	35	16.7%	15	12.3%	16	20.8%	4	36.4%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	33	15.7%	25	20.5%	7	9.1%	1	9.1%
	住所/宿舍沒有電視	10	4.8%	6	4.9%	4	5.2%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選							

附表 4-10 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	90	35.7%	152	60.3%	10	4.0%
	知道	213	84.5%	71	78.9%	135	88.8%	7	70.0%
	不知道	39	15.5%	19	21.1%	17	11.2%	3	30.0%
	檢定結果	*p-value = 0.05							
收 看 率	總計	213	100.0%	71	33.3%	135	63.4%	7	3.3%
	沒有看	16	7.5%	3	4.2%	11	8.1%	2	28.6%
	每個月 1 次以下	79	37.1%	26	36.6%	51	37.8%	2	28.6%
	2 星期 1 次	67	31.5%	25	35.2%	39	28.9%	3	42.9%
	1 星期 1 次	32	15.0%	13	18.3%	19	14.1%	0	0.0%
	3 天 1 次	9	4.2%	3	4.2%	6	4.4%	0	0.0%
	2 天 1 次	4	1.9%	0	0.0%	4	3.0%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	6	2.8%	1	1.4%	5	3.7%	0	0.0%
	檢定結果	p-value = 0.48 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)							
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	16	100.0%	3	18.8%	11	68.8%	2	12.5%
	不清楚新聞播放時 段	7	43.8%	2	66.7%	3	27.3%	2	100.0%
	習慣透過網路，收 看自己母國電視台 的新聞節目	5	31.3%	1	33.3%	4	36.4%	0	0.0%
	不清楚透過哪些網 路管道收看	4	25.0%	0	0.0%	3	27.3%	1	50.0%
	在住所/宿舍無法決 定能看哪些電視節 目	3	18.8%	0	0.0%	3	27.3%	0	0.0%
	對這種母語新聞節 目沒有興趣	2	12.5%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%
	對台灣這塊土地發 生的事情，並沒有 興趣	1	6.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%
	住所/宿舍沒有電視	1	6.3%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視 頻道收看	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選							

附表 4-11 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表_續(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	197	100.0%	68	34.5%	124	62.9%	5	2.5%
公視 東南 亞語 新聞 節目 滿意 度 評價	評比項目平均值 (1-10 分計)								
	(1)節目長度	6.95		6.90		6.94		8.00	
	(2)播出時段	6.96		6.91		6.96		7.60	
	(3)公正獨立性	7.11		7.09		7.09		7.80	
	(4)報導深度	6.96		6.93		6.95		7.60	
	(5)整體節目品質	7.15		6.99		7.21		8.00	
	檢定結果 (By ANOVA)								
(1)	p-value = 0.30								
(2)	p-value = 0.64								
(3)	p-value = 0.56								
(4)	p-value = 0.63								
(5)	p-value = 0.27								

附表 4-12 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	90	35.7%	152	60.3%	10	4.0%
	知道	195	77.4%	70	77.8%	122	80.3%	3	30.0%
	不知道	57	22.6%	20	22.2%	30	19.7%	7	70.0%
	檢定結果	**p-value < 0.01							
收 看 率	總計	195	100.0%	70	35.9%	122	62.6%	3	1.5%
	沒有看	15	7.7%	6	8.6%	8	6.6%	1	33.3%
	每個月 1 次以下	99	50.8%	39	55.7%	59	48.4%	1	33.3%
	2 星期 1 次	42	21.5%	15	21.4%	26	21.3%	1	33.3%
	1 星期 1 次	23	11.8%	7	10.0%	16	13.1%	0	0.0%
	3 天 1 次	9	4.6%	1	1.4%	8	6.6%	0	0.0%
	2 天 1 次	2	1.0%	1	1.4%	1	0.8%	0	0.0%
	每天 1 次及以上	5	2.6%	1	1.4%	4	3.3%	0	0.0%
	檢定結果	p-value = 0.79 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)							
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	15	100.0%	6	40.0%	8	53.3%	1	6.7%
	對這類節目沒有興趣	5	33.3%	2	33.3%	3	37.5%	0	0.0%
	習慣透過網路，收看自己母國的節目	4	26.7%	0	0.0%	4	50.0%	0	0.0%
	住所/宿舍沒有電視	3	20.0%	1	16.7%	2	25.0%	0	0.0%
	不清楚節目播放時段	2	13.3%	1	16.7%	1	12.5%	0	0.0%
	這類節目，並不是用我的母語製作	2	13.3%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%
	這類非新聞類的東南亞主題節目，並不是製作給我們看的	2	13.3%	1	16.7%	1	12.5%	0	0.0%
	不清楚透過哪些網路管道收看	1	6.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視頻道收看	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選							

附表 4-13 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表_續 (來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	180	100.0%	64	35.6%	114	63.3%	2	1.1%
公 視 非 新 聞 類 東 南 亞 節 目 滿 意 度 評 價	評比項目平均值 (1-10 分計)								
	(1)節目長度	7.01		7.08		6.96		7.50	
	(2)播出時段	6.97		7.05		6.92		7.50	
	(3)節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01		6.98		7.02		7.50	
	(4)節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03		7.22		6.90		8.00	
	(5)整體節目品質	7.18		7.22		7.15		7.50	
	檢定結果 (By ANOVA)								
(1)	p-value = 0.78								
(2)	p-value = 0.79								
(3)	p-value = 0.87								
(4)	p-value = 0.30								
(5)	p-value = 0.89								

附表 4-14 受訪者公視媒體近用_重要度暨滿意度評價交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	252	100.0%	90	35.7%	152	60.3%	10	4.0%
公視 媒體 近用 重要 度 評 價	評比項目平均值 (1-10 分計)								
	(1)公視可以讓我有充分表達 意見的權利	6.62		6.64		6.55		7.40	
	(2)公視可以用我的母國語 言，向我訴說台灣社會所發 生的大小事	7.05		7.02		7.05		7.30	
	(3)公視能夠提供母國的影視 節目內容	7.02		6.88		7.13		6.80	
	(4)節目有效引發社會對東南 亞族群的關注與協助	6.88		6.81		6.91		7.20	
	檢定結果 (By ANOVA)								
	(1) p-value = 0.30								
	(2) p-value = 0.85								
	(3) p-value = 0.43								
	(4) p-value = 0.78								
公視 媒體 近用 滿 意 度 評 價	評比項目平均值 (1-10 分計)								
	(1)公視可以讓我有充分表達 意見的權利	6.73		6.76		6.71		6.90	
	(2)公視可以用我的母國語 言，向我訴說台灣社會所發 生的大小事	7.13		7.06		7.18		7.00	
	(3)公視能夠提供母國的影視 節目內容	7.02		6.89		7.11		7.00	
	(4)節目有效引發社會對東南 亞族群的關注與協助	6.89		6.68		7.01		7.00	
	檢定結果 (By ANOVA)								
	(1) p-value = 0.94								
	(2) p-value = 0.79								
	(3) p-value = 0.57								
	(4) p-value = 0.40								

附表 4-15 受訪者公視節目公共價值評量交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		252	100.0%	90	35.7%	152	60.3%	10	4.0%
節目品質		評比項目平均值(1-10分計)							
		(1)節目種類的多樣化		7.19	7.01	7.29	7.30		
		(2)新聞的公正獨立性		7.21	6.99	7.33	7.40		
		(3)整體節目品質		7.25	7.04	7.38	7.10		
		檢定結果 (By ANOVA)							
		(1) p-value = 0.40							
		(2) p-value = 0.15							
		(3) p-value = 0.19							
節目娛樂性		(1)節目內容讓人覺得放鬆心情							
		7.35	7.12	7.47	7.40				
		(2)讓人覺得有趣、具娛樂性							
		7.21	6.97	7.34	7.40				
		檢定結果 (By ANOVA)							
		(1) p-value = 0.09							
		(2) p-value = 0.14							
社會影響力		(1)相信節目內容所提供的資訊							
		7.16	7.10	7.20	7.20				
		(2)跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓台灣民眾更加了解新移民文化							
		7.43	7.44	7.46	6.90				
		(3)跟其他商業電視台比較，台灣公共電視可以讓自己更加了解台灣的在地文化							
		7.37	7.27	7.45	7.00				
		檢定結果 (By ANOVA)							
		(1) p-value = 0.87							
		(2) p-value = 0.34							
		(3) p-value = 0.33							
公共服務		(1)有效引發社會對各族群的關注與協助							
		7.24	7.06	7.38	6.90				
		(2)針對自己母國語言及母國文化保存製作節目的表現							
		7.19	7.12	7.26	6.90				
		檢定結果 (By ANOVA)							
		(1) p-value = 0.11							
		(2) p-value = 0.57							

附表 4-16 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
母 語 化 服 務 需 求 度	評比項目平均值(1-10分計)								
		(1)播放您母國的節目	7.32		7.17		7.67		6.03
		(2)以您的母語製作全新的影視節目	7.46		7.29		7.84		6.31
		檢定結果 (By ANOVA)							
	(1)	*** p-value < 0.001							
	(2)	*** p-value < 0.001							

附表 4-17 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表_續(來台身份別)

		來台身份							
		總計		因工作來台		因婚姻來台		留學生	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	645	59.7%	401	37.1%	35	3.2%
來 來 期 待 在 公 視 看 到 之 節 目 類 型	MV/音樂性節目	644	59.6%	409	63.4%	223	55.6%	12	34.3%
	電影	560	51.8%	356	55.2%	193	48.1%	11	31.4%
	迷你劇	411	38.0%	228	35.3%	174	43.4%	9	25.7%
	連續劇	400	37.0%	249	38.6%	143	35.7%	8	22.9%
	新聞報導/專題報導	397	36.7%	238	36.9%	154	38.4%	5	14.3%
	旅遊節目	335	31.0%	172	26.7%	153	38.2%	10	28.6%
	美容流行	334	30.9%	112	17.4%	217	54.1%	5	14.3%
	烹飪/美食	333	30.8%	131	20.3%	194	48.4%	8	22.9%
	健康/醫療	297	27.5%	133	20.6%	156	38.9%	8	22.9%
	綜藝節目	294	27.2%	179	27.8%	107	26.7%	8	22.9%
	體育/運動比賽	294	27.2%	222	34.4%	64	16.0%	8	22.9%
	網路直播節目	237	21.9%	133	20.6%	100	24.9%	4	11.4%
	卡通動漫	234	21.6%	148	22.9%	79	19.7%	7	20.0%
	語言/教育	213	19.7%	104	16.1%	97	24.2%	12	34.3%
	宗教	213	19.7%	106	16.4%	105	26.2%	2	5.7%
	政論/談話性節目	203	18.8%	111	17.2%	89	22.2%	3	8.6%
	藝術/表演/文化	195	18.0%	89	13.8%	102	25.4%	4	11.4%
	益智/遊戲	193	17.9%	112	17.4%	77	19.2%	4	11.4%
	命理/星座	189	17.5%	91	14.1%	96	23.9%	2	5.7%
	素人自製	169	15.6%	88	13.6%	77	19.2%	4	11.4%
科學/自然	148	13.7%	87	13.5%	56	14.0%	5	14.3%	
兒童/青少年節目	137	12.7%	52	8.1%	83	20.7%	2	5.7%	
財經/股市/產業節目	104	9.6%	51	7.9%	46	11.5%	7	20.0%	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 註：本題為複選							

附件五 新移民量化問卷-各題交叉暨統計檢定表-來台年數別

附表 5-1 受訪者基本資料交叉表 (來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
國籍	越南	492	45.5%	244	49.5%	135	36.5%	60	52.2%	53	51.5%
	印尼	328	30.3%	134	27.2%	140	37.8%	27	23.5%	27	26.2%
	泰國	76	7.0%	37	7.5%	23	6.2%	6	5.2%	10	9.7%
	菲律賓	185	17.1%	78	15.8%	72	19.5%	22	19.1%	13	12.6%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定									
年齡	18~19歲	16	1.5%	16	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	20~24歲	270	25.0%	238	48.3%	29	7.8%	1	0.9%	2	1.9%
	25~34歲	535	49.5%	219	44.4%	251	67.8%	52	45.2%	13	12.6%
	35~44歲	216	20.0%	20	4.1%	86	23.2%	58	50.4%	52	50.5%
	45~54歲	38	3.5%	0	0.0%	4	1.1%	4	3.5%	30	29.1%
	55歲以上	6	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	5.8%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (by ANOVA,將年齡轉換為連續變項檢定之)									
來台身份	因工作來台	645	59.7%	322	65.3%	236	63.8%	57	49.6%	30	29.1%
	因婚姻來台	401	37.1%	152	30.8%	121	32.7%	55	47.8%	73	70.9%
	留學生	35	3.2%	19	3.9%	13	3.5%	3	2.6%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001									
性別	男性	358	33.1%	203	41.2%	110	29.7%	31	27.0%	14	13.6%
	女性	723	66.9%	290	58.8%	260	70.3%	84	73.0%	89	86.4%
	檢定結果	*** p-value < 0.001									
居住地區	北部地區	478	44.2%	216	43.8%	152	41.1%	55	47.8%	55	53.4%
	中部地區	331	30.6%	111	22.5%	145	39.2%	40	34.8%	35	34.0%
	南部地區	232	21.5%	147	29.8%	62	16.8%	12	10.4%	11	10.7%
	東部地區	40	3.7%	19	3.9%	11	3.0%	8	7.0%	2	1.9%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定									
最高學歷	國小	135	12.5%	79	16.0%	30	8.1%	9	7.8%	17	16.5%
	國中	321	29.7%	180	36.5%	86	23.2%	21	18.3%	34	33.0%
	高中/高職	460	42.6%	168	34.1%	186	50.3%	63	54.8%	43	41.7%
	大學/專科	157	14.5%	66	13.4%	63	17.0%	19	16.5%	9	8.7%
	研究所以上	8	0.7%	0	0.0%	5	1.4%	3	2.6%	0	0.0%
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (將大學/專科、研究所以上選項合併檢定之)									
婚姻狀況	單身無小孩	329	30.4%	239	48.5%	85	23.0%	4	3.5%	1	1.0%
	單身有小孩	61	5.6%	38	7.7%	16	4.3%	4	3.5%	3	2.9%
	已婚無小孩	160	14.8%	126	25.6%	25	6.8%	7	6.1%	2	1.9%
	已婚有小孩	531	49.1%	90	18.3%	244	65.9%	100	87.0%	97	94.2%
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (將單身無小孩、單身有小孩; 已婚無小孩、已婚有小孩, 選項合併為單身、已婚檢定之)									

附表 5-2 受訪者基本資料交叉表_續(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿 3 年		3-6 年		6-9 年		9 年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
來台年數	未滿 3 年	493	45.6%	493	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	3 年以上未滿 6 年	370	34.2%	0	0.0%	370	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	6 年以上未滿 9 年	115	10.6%	0	0.0%	0	0.0%	115	100.0%	0	0.0%
	9 年以上	103	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	103	100.0%
	檢定結果	a.不進行卡方檢定									
目前從事職業	作業員/營建工/農工/漁工	505	46.7%	237	48.1%	198	53.5%	44	38.3%	26	25.2%
	家管/家庭主婦	152	14.1%	65	13.2%	46	12.4%	23	20.0%	18	17.5%
	看護	123	11.4%	53	10.8%	44	11.9%	13	11.3%	13	12.6%
	幫傭/清潔工	114	10.5%	68	13.8%	29	7.8%	6	5.2%	11	10.7%
	自營業者	61	5.6%	13	2.6%	12	3.2%	17	14.8%	19	18.4%
	計時工作	53	4.9%	18	3.7%	20	5.4%	7	6.1%	8	7.8%
	學生	36	3.3%	20	4.1%	13	3.5%	3	2.6%	0	0.0%
	白領工作者	18	1.7%	4	0.8%	5	1.4%	2	1.7%	7	6.8%
	沒有工作	19	1.8%	15	3.0%	3	0.8%	0	0.0%	1	1.0%
	檢定結果	b.部份選項回答個數過少，不適用卡方檢定									
每月可自由支配收入 / 台幣	5,000 元以下	442	40.9%	301	61.1%	108	29.2%	19	16.5%	14	13.6%
	5,001~10,000 元	386	35.7%	152	30.8%	173	46.8%	41	35.7%	20	19.4%
	10,001~15,000 元	170	15.7%	27	5.5%	74	20.0%	35	30.4%	34	33.0%
	15,001~20,000 元	48	4.4%	10	2.0%	14	3.8%	11	9.6%	13	12.6%
	20,001~25,000 元	22	2.0%	3	0.6%	0	0.0%	6	5.2%	13	12.6%
	25,001~30,000 元	7	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.7%	5	4.9%
	30,001 元以上	6	0.6%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.9%	4	3.9%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (by ANOVA,將可自由支配所得轉換為連續變項檢定之)									

附表 5-3 受訪者自評中文能力交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
聽	很不好 (1分)	71	6.6%	66	13.4%	3	0.8%	0	0.0%	2	1.9%
	不好 (2分)	297	27.5%	235	47.7%	55	14.9%	7	6.1%	0	0.0%
	普通 (3分)	391	36.2%	151	30.6%	192	51.9%	30	26.1%	18	17.5%
	好 (4分)	292	27.0%	39	7.9%	114	30.8%	72	62.6%	67	65.0%
	很好 (5分)	30	2.8%	2	0.4%	6	1.6%	6	5.2%	16	15.5%
	平均值	2.9		2.3		3.2		3.7		3.9	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (By ANOVA)									
說	很不好 (1分)	150	13.9%	138	28.0%	9	2.4%	1	0.9%	2	1.9%
	不好 (2分)	320	29.6%	231	46.9%	78	21.1%	9	7.8%	2	1.9%
	普通 (3分)	375	34.7%	98	19.9%	210	56.8%	43	37.4%	24	23.3%
	好 (4分)	221	20.4%	24	4.9%	71	19.2%	60	52.2%	66	64.1%
	很好 (5分)	15	1.4%	2	0.4%	2	0.5%	2	1.7%	9	8.7%
	平均值	2.7		2.0		2.9		3.5		3.8	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (By ANOVA)									
讀	很不好 (1分)	484	44.8%	342	69.4%	112	30.3%	22	19.1%	8	7.8%
	不好 (2分)	358	33.1%	107	21.7%	183	49.5%	43	37.4%	25	24.3%
	普通 (3分)	165	15.3%	30	6.1%	55	14.9%	36	31.3%	44	42.7%
	好 (4分)	69	6.4%	14	2.8%	19	5.1%	13	11.3%	23	22.3%
	很好 (5分)	5	0.5%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.9%	3	2.9%
	平均值	1.8		1.4		2.0		2.4		2.9	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (By ANOVA)									
寫	很不好 (1分)	635	58.7%	383	77.7%	194	52.4%	38	33.0%	20	19.4%
	不好 (2分)	301	27.8%	87	17.6%	131	35.4%	43	37.4%	40	38.8%
	普通 (3分)	107	9.9%	15	3.0%	34	9.2%	24	20.9%	34	33.0%
	好 (4分)	36	3.3%	7	1.4%	11	3.0%	9	7.8%	9	8.7%
	很好 (5分)	2	0.2%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%
	平均值	1.6		1.3		1.6		2.1		2.3	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (By ANOVA)									
整體中文能力	很不好 (1分)	245	22.7%	205	41.6%	35	9.5%	4	3.5%	1	1.0%
	不好 (2分)	323	29.9%	183	37.1%	113	30.5%	19	16.5%	8	7.8%
	普通 (3分)	344	31.8%	86	17.4%	179	48.4%	48	41.7%	31	30.1%
	好 (4分)	160	14.8%	17	3.4%	41	11.1%	43	37.4%	59	57.3%
	很好 (5分)	9	0.8%	2	0.4%	2	0.5%	1	0.9%	4	3.9%
	平均值	2.4		1.8		2.6		3.2		3.6	
	檢定結果	*** p-value < 0.001 (By ANOVA)									

附表 5-4 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
電 視	沒有 (1分)	84	7.8%	60	12.2%	18	4.9%	5	4.3%	1	1.0%
	很少 (2分)	240	22.2%	152	30.8%	65	17.6%	16	13.9%	7	6.8%
	有時候 (3分)	336	31.1%	133	27.0%	153	41.4%	28	24.3%	22	21.4%
	常常 (4分)	364	33.7%	134	27.2%	120	32.4%	57	49.6%	53	51.5%
	隨時 (5分)	57	5.3%	14	2.8%	14	3.8%	9	7.8%	20	19.4%
	平均值	3.1		2.8		3.1		3.4		3.8	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
報 紙	沒有 (1分)	714	66.0%	346	70.2%	235	63.5%	74	64.3%	59	57.3%
	很少 (2分)	247	22.8%	109	22.1%	101	27.3%	20	17.4%	17	16.5%
	有時候 (3分)	77	7.1%	26	5.3%	25	6.8%	9	7.8%	17	16.5%
	常常 (4分)	37	3.4%	10	2.0%	8	2.2%	10	8.7%	9	8.7%
	隨時 (5分)	6	0.6%	2	0.4%	1	0.3%	2	1.7%	1	1.0%
	平均值	1.5		1.4		1.5		1.7		1.8	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
廣 播	沒有 (1分)	621	57.4%	304	61.7%	199	53.8%	70	60.9%	48	46.6%
	很少 (2分)	266	24.6%	122	24.7%	100	27.0%	22	19.1%	22	21.4%
	有時候 (3分)	134	12.4%	40	8.1%	53	14.3%	16	13.9%	25	24.3%
	常常 (4分)	49	4.5%	19	3.9%	18	4.9%	5	4.3%	7	6.8%
	隨時 (5分)	11	1.0%	8	1.6%	0	0.0%	2	1.7%	1	1.0%
	平均值	1.7		1.6		1.7		1.7		1.9	
	檢定結果	**p-value < 0.01 (By ANOVA)									
雜 誌	沒有 (1分)	711	65.8%	352	71.4%	231	62.4%	69	60.0%	59	57.3%
	很少 (2分)	233	21.6%	93	18.9%	99	26.8%	26	22.6%	15	14.6%
	有時候 (3分)	103	9.5%	34	6.9%	29	7.8%	15	13.0%	25	24.3%
	常常 (4分)	31	2.9%	12	2.4%	11	3.0%	4	3.5%	4	3.9%
	隨時 (5分)	3	0.3%	2	0.4%	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%
	平均值	1.5		1.4		1.5		1.6		1.8	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									

附表 5-5 受訪者閱覽、收視或收聽中文內容之頻率交叉表_續(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
網路 媒體	沒有 (1分)	165	15.3%	121	24.5%	36	9.7%	4	3.5%	4	3.9%
	很少 (2分)	215	19.9%	121	24.5%	68	18.4%	15	13.0%	11	10.7%
	有時候 (3分)	201	18.6%	50	10.1%	83	22.4%	32	27.8%	36	35.0%
	常常 (4分)	399	36.9%	161	32.7%	150	40.5%	46	40.0%	42	40.8%
	隨時 (5分)	101	9.3%	40	8.1%	33	8.9%	18	15.7%	10	9.7%
	平均值	3.1		2.8		3.2		3.5		3.4	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
社群 媒體	沒有 (1分)	161	14.9%	114	23.1%	40	10.8%	4	3.5%	3	2.9%
	很少 (2分)	172	15.9%	89	18.1%	52	14.1%	15	13.0%	16	15.5%
	有時候 (3分)	263	24.3%	97	19.7%	107	28.9%	32	27.8%	27	26.2%
	常常 (4分)	373	34.5%	150	30.4%	142	38.4%	41	35.7%	40	38.8%
	隨時 (5分)	112	10.4%	43	8.7%	29	7.8%	23	20.0%	17	16.5%
	平均值	3.1		2.8		3.2		3.6		3.5	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									

附表 5-6 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿 3 年		3-6 年		6-9 年		9 年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
電 視	沒有 (1分)	338	31.3%	149	30.2%	126	34.1%	33	28.7%	30	29.1%
	很少 (2分)	366	33.9%	196	39.8%	111	30.0%	39	33.9%	20	19.4%
	有時候 (3分)	251	23.2%	97	19.7%	90	24.3%	35	30.4%	29	28.2%
	常常 (4分)	115	10.6%	48	9.7%	43	11.6%	8	7.0%	16	15.5%
	隨時 (5分)	11	1.0%	3	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	8	7.8%
	平均值	2.2		2.1		2.1		2.2		2.5	
	檢定結果	**p-value < 0.01 (By ANOVA)									
報 紙	沒有 (1分)	682	63.1%	304	61.7%	235	63.5%	80	69.6%	63	61.2%
	很少 (2分)	291	26.9%	153	31.0%	96	25.9%	19	16.5%	23	22.3%
	有時候 (3分)	82	7.6%	29	5.9%	33	8.9%	14	12.2%	6	5.8%
	常常 (4分)	22	2.0%	5	1.0%	6	1.6%	2	1.7%	9	8.7%
	隨時 (5分)	4	0.4%	2	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.9%
	平均值	1.5		1.5		1.5		1.5		1.7	
	檢定結果	p-value = 0.08 (By ANOVA)									
廣 播	沒有 (1分)	597	55.2%	236	47.9%	214	57.8%	86	74.8%	61	59.2%
	很少 (2分)	270	25.0%	152	30.8%	87	23.5%	14	12.2%	17	16.5%
	有時候 (3分)	176	16.3%	85	17.2%	60	16.2%	13	11.3%	18	17.5%
	常常 (4分)	35	3.2%	18	3.7%	8	2.2%	2	1.7%	7	6.8%
	隨時 (5分)	3	0.3%	2	0.4%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
	平均值	1.7		1.8		1.6		1.4		1.7	
	檢定結果	***p-value < 0.001 (By ANOVA)									
雜 誌	沒有 (1分)	649	60.0%	299	60.6%	216	58.4%	72	62.6%	62	60.2%
	很少 (2分)	250	23.1%	106	21.5%	97	26.2%	24	20.9%	23	22.3%
	有時候 (3分)	156	14.4%	78	15.8%	48	13.0%	16	13.9%	14	13.6%
	常常 (4分)	23	2.1%	8	1.6%	8	2.2%	3	2.6%	4	3.9%
	隨時 (5分)	3	0.3%	2	0.4%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
	平均值	1.6		1.6		1.6		1.6		1.6	
	檢定結果	p-value = 0.98 (By ANOVA)									

附表 5-7 受訪者閱覽、收視或收聽母語內容之頻率交叉表_續(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
網路 媒體	沒有 (1分)	78	7.2%	31	6.3%	18	4.9%	9	7.8%	20	19.4%
	很少 (2分)	170	15.7%	104	21.1%	47	12.7%	9	7.8%	10	9.7%
	有時候 (3分)	267	24.7%	116	23.5%	93	25.1%	30	26.1%	28	27.2%
	常常 (4分)	449	41.5%	189	38.3%	176	47.6%	48	41.7%	36	35.0%
	隨時 (5分)	117	10.8%	53	10.8%	36	9.7%	19	16.5%	9	8.7%
	平均值	3.3		3.3		3.4		3.5		3.0	
	檢定結果	**p-value < 0.01 (By ANOVA)									
社群 媒體	沒有 (1分)	83	7.7%	32	6.5%	20	5.4%	6	5.2%	25	24.3%
	很少 (2分)	160	14.8%	84	17.0%	53	14.3%	12	10.4%	11	10.7%
	有時候 (3分)	217	20.1%	84	17.0%	81	21.9%	31	27.0%	21	20.4%
	常常 (4分)	483	44.7%	232	47.1%	179	48.4%	43	37.4%	29	28.2%
	隨時 (5分)	138	12.8%	61	12.4%	37	10.0%	23	20.0%	17	16.5%
	平均值	3.4		3.4		3.4		3.6		3.0	
	檢定結果	**p-value < 0.01 (By ANOVA)									

附表 5-8 受訪者收看影音節目較常使用之載具交叉表(複選，來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
收看 影音 節目 較常 使用 之載 具	手機	833	77.1%	401	81.3%	298	80.5%	76	66.1%	58	56.3%
	電視	775	71.7%	314	63.7%	293	79.2%	93	80.9%	75	72.8%
	平板電腦	199	18.4%	67	13.6%	84	22.7%	29	25.2%	19	18.4%
	桌上型電腦	101	9.3%	50	10.1%	31	8.4%	14	12.2%	6	5.8%
	筆記型電腦	81	7.5%	22	4.5%	34	9.2%	18	15.7%	7	6.8%
	沒有收看影音節目	31	2.9%	22	4.5%	5	1.4%	4	3.5%	0	0.0%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (將選項「沒有收看影音節目」排除後檢定之) 註：本題為複選									

附表 5-9 受訪者公視收視行為交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
	知道	462	42.7%	100	20.3%	208	56.2%	76	66.1%	78	75.7%
	不知道	619	57.3%	393	79.7%	162	43.8%	39	33.9%	25	24.3%
	檢定結果	***p-value < 0.001									
收 看 率	總計	462	100.0%	100	21.6%	208	45.0%	76	16.5%	78	16.9%
	沒有看	210	45.5%	71	71.0%	93	44.7%	28	36.8%	18	23.1%
	每個月1次以下	70	15.2%	14	14.0%	36	17.3%	11	14.5%	9	11.5%
	2星期1次	80	17.3%	3	3.0%	43	20.7%	18	23.7%	16	20.5%
	1星期1次	65	14.1%	5	5.0%	31	14.9%	13	17.1%	16	20.5%
	3天1次	18	3.9%	2	2.0%	4	1.9%	4	5.3%	8	10.3%
	2天1次	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
	每天1次及以上	18	3.9%	5	5.0%	1	0.5%	2	2.6%	10	12.8%
	檢定結果	***p-value < 0.001 (將選項轉換為有收看、沒有收看，兩選項進行檢定之)									
沒 有 收 看 公 視 之 原 因	總計	210	100.0%	71	33.8%	93	44.3%	28	13.3%	18	8.6%
	不清楚在哪個電視頻道收看	56	26.7%	22	31.0%	21	22.6%	7	25.0%	6	33.3%
	台灣公共電視的節目，並不是製作給我們看的	51	24.3%	20	28.2%	23	24.7%	6	21.4%	2	11.1%
	對台灣公共電視的節目沒有興趣	47	22.4%	9	12.7%	25	26.9%	7	25.0%	6	33.3%
	不清楚透過哪些網路管道收看	41	19.5%	20	28.2%	16	17.2%	2	7.1%	3	16.7%
	台灣公共電視的節目，並不是用我的母語製作	39	18.6%	17	23.9%	18	19.4%	3	10.7%	1	5.6%
	習慣透過網路，收看自己母國的節目	35	16.7%	13	18.3%	14	15.1%	7	25.0%	1	5.6%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	33	15.7%	9	12.7%	16	17.2%	7	25.0%	1	5.6%
	住所/宿舍沒有電視	10	4.8%	3	4.2%	4	4.3%	2	7.1%	1	5.6%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少，不適用卡方檢定 註：本題為複選									

附表 5-10 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿 3 年		3-6 年		6-9 年		9 年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	29	11.5%	115	45.6%	48	19.0%	60	23.8%
	知道	213	84.5%	16	55.2%	100	87.0%	42	87.5%	55	91.7%
	不知道	39	15.5%	13	44.8%	15	13.0%	6	12.5%	5	8.3%
	檢定結果	***p-value < 0.001									
收 看 率	總計	213	100.0%	16	7.5%	100	46.9%	42	19.7%	55	25.8%
	沒有看	16	7.5%	1	6.3%	6	6.0%	6	14.3%	3	5.5%
	每個月 1 次以下	79	37.1%	6	37.5%	40	40.0%	15	35.7%	18	32.7%
	2 星期 1 次	67	31.5%	3	18.8%	35	35.0%	13	31.0%	16	29.1%
	1 星期 1 次	32	15.0%	2	12.5%	14	14.0%	8	19.0%	8	14.5%
	3 天 1 次	9	4.2%	1	6.3%	4	4.0%	0	0.0%	4	7.3%
	2 天 1 次	4	1.9%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	5.5%
	每天 1 次及以上	6	2.8%	2	12.5%	1	1.0%	0	0.0%	3	5.5%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定									
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	16	100.0%	1	6.3%	6	37.5%	6	37.5%	3	18.8%
	不清楚新聞播放時 段	7	43.8%	1	100.0%	4	66.7%	2	33.3%	0	0.0%
	習慣透過網路,收 看自己母國電視台 的新聞節目	5	31.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	66.7%	1	33.3%
	不清楚透過哪些網 路管道收看	4	25.0%	0	0.0%	2	33.3%	0	0.0%	2	66.7%
	在住所/宿舍無法決 定能看哪些電視節 目	3	18.8%	1	100.0%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%
	對這種母語新聞節 目沒有興趣	2	12.5%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%
	對台灣這塊土地發 生的事情,並沒有 興趣	1	6.3%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%
	住所/宿舍沒有電視	1	6.3%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視 頻道收看	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定 註:本題為複選									

附表 5-11 受訪者公視東南亞語新聞收視行為交叉表_續 (來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	197	100.0%	15	7.6%	94	47.7%	36	18.3%	52	26.4%
公視 東南 亞語 新聞 節目 滿意 度 評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)節目長度	6.95		6.20		7.02		6.89		7.08	
	(2)播出時段	6.96		6.20		6.88		7.06		7.25	
	(3)公正獨立性	7.11		6.67		6.96		7.53		7.21	
	(4)報導深度	6.96		6.27		6.91		7.19		7.08	
	(5)整體節目品質	7.15		6.53		7.10		7.31		7.33	
	檢定結果 (By ANOVA)										
	(1)	p-value = 0.24									
	(2)	p-value = 0.13									
	(3)	p-value = 0.13									
	(4)	p-value = 0.22									
	(5)	p-value = 0.29									

附表 5-12 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿 3 年		3-6 年		6-9 年		9 年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
知 曉 率	總計	252	100.0%	29	11.5%	115	45.6%	48	19.0%	60	23.8%
	知道	195	77.4%	17	58.6%	95	82.6%	33	68.8%	50	83.3%
	不知道	57	22.6%	12	41.4%	20	17.4%	15	31.3%	10	16.7%
	檢定結果	* p-value = 0.04									
收 看 率	總計	195	100.0%	17	8.7%	95	48.7%	33	16.9%	50	25.6%
	沒有看	15	7.7%	2	11.8%	8	8.4%	2	6.1%	3	6.0%
	每個月 1 次以下	99	50.8%	8	47.1%	58	61.1%	14	42.4%	19	38.0%
	2 星期 1 次	42	21.5%	1	5.9%	17	17.9%	12	36.4%	12	24.0%
	1 星期 1 次	23	11.8%	1	5.9%	10	10.5%	3	9.1%	9	18.0%
	3 天 1 次	9	4.6%	3	17.6%	1	1.1%	2	6.1%	3	6.0%
	2 天 1 次	2	1.0%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%
	每天 1 次及以上	5	2.6%	1	5.9%	1	1.1%	0	0.0%	3	6.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定									
沒 有 收 看 該 節 目 之 原 因	總計	15	100.0%	2	13.3%	8	53.3%	2	13.3%	3	20.0%
	對這類節目沒有興趣	5	33.3%	0	0.0%	3	37.5%	1	50.0%	1	33.3%
	習慣透過網路,收看自己母國的節目	4	26.7%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	2	66.7%
	住所/宿舍沒有電視	3	20.0%	1	50.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚節目播放時段	2	13.3%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
	這類節目,並不是用我的母語製作	2	13.3%	0	0.0%	1	12.5%	1	50.0%	0	0.0%
	這類非新聞類的東南亞主題節目,並不是製作給我們看的	2	13.3%	1	50.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚透過哪些網路管道收看	1	6.7%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
	不清楚在哪個電視頻道收看	1	6.7%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
	在住所/宿舍無法決定能看哪些電視節目	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	檢定結果	b.部份選項(儲存格)回答個數過少,不適用卡方檢定 註:本題為複選									

附表 5-13 受訪者公視非新聞類東南亞節目收視行為交叉表_續 (來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	180	100.0%	15	8.3%	87	48.3%	31	17.2%	47	26.1%
公視非新聞類東南亞節目滿意度評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)節目長度	7.01		6.73		7.15		7.03		6.83	
	(2)播出時段	6.97		6.33		6.92		7.39		7.00	
	(3)節目讓人覺得有趣、具娛樂性	7.01		6.73		7.06		7.10		6.96	
	(4)節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	7.03		6.60		7.05		7.03		7.13	
	(5)整體節目品質	7.18		6.73		7.21		7.23		7.23	
	檢定結果 (By ANOVA)										
(1)	p-value = 0.53										
(2)	p-value = 0.18										
(3)	p-value = 0.83										
(4)	p-value = 0.73										
(5)	p-value = 0.62										

附表 5-14 受訪者公視媒體近用_重要度暨滿意度評價交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
	總計	252	100.0%	29	11.5%	115	45.6%	48	19.0%	60	23.8%
公視媒體近用重要度評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)公視可以讓我有充分表達意見的權利	6.62		5.62		6.72		6.77		6.78	
	(2)公視可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.05		6.66		7.04		7.25		7.08	
	(3)公視能夠提供母國的影視節目內容	7.02		6.59		7.01		7.21		7.12	
	(4)節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	6.88		6.28		6.83		7.25		6.98	
	檢定結果 (By ANOVA)										
(1) ** p-value < 0.01											
(2) p-value = 0.38											
(3) p-value = 0.35											
(4) p-value = 0.13											
公視媒體近用滿意度評價	評比項目平均值 (1-10 分計)										
	(1)公視可以讓我有充分表達意見的權利	6.73		5.93		6.77		6.85		6.97	
	(2)公視可以用我的母國語言，向我訴說台灣社會所發生的大小事	7.13		6.62		7.08		7.33		7.30	
	(3)公視能夠提供母國的影視節目內容	7.02		6.14		6.99		7.38		7.23	
	(4)節目有效引發社會對東南亞族群的關注與協助	6.89		5.90		6.83		7.33		7.15	
	檢定結果 (By ANOVA)										
(1) p-value = 0.08											
(2) p-value = 0.15											
(3) ** p-value < 0.01											
(4) ** p-value < 0.01											

附表 5-15 受訪者公視節目公共價值評量交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
總計		252	100.0%	29	11.5%	115	45.6%	48	19.0%	60	23.8%
節目標質		評比項目平均值 (1-10 分計)									
		7.19		6.17		7.13		7.29		7.72	
		7.21		6.52		7.20		7.21		7.57	
		7.25		6.66		7.17		7.38		7.60	
節目標質		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) *** p-value < 0.001									
		(2) ** p-value < 0.01									
		(3) * p-value = 0.02									
節目標樂性		7.35		6.69		7.30		7.40		7.70	
		7.21		6.48		7.16		7.21		7.65	
節目標樂性		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) ** p-value < 0.01									
		(2) ** p-value < 0.01									
社會影響力		7.16		6.41		7.25		7.02		7.47	
		7.43		7.03		7.34		7.38		7.85	
		7.37		6.90		7.36		7.23		7.72	
社會影響力		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) ** p-value < 0.01									
		(2) ** p-value < 0.01									
		(3) * p-value = 0.02									
公共服務		7.24		6.52		7.22		7.27		7.62	
		7.19		6.45		7.23		7.40		7.33	
公共服務		檢定結果 (By ANOVA)									
		(1) ** p-value < 0.01									
		(2) ** p-value < 0.01									

附表 5-16 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
母語化服務需求度	總計	1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
	評比項目平均值(1-10分計)										
	(1)播放您母國的節目	7.32		7.04		7.48		7.50		7.84	
	(2)以您的母語製作全新的影視節目	7.46		7.21		7.57		7.88		7.83	
	檢定結果(By ANOVA)										
(1) *** p-value < 0.001											
(2) ** p-value < 0.01											

附表 5-17 受訪者公視節目母語化服務需求度評價交叉表_續(來台年數別)

		來台年數									
		總計		未滿3年		3-6年		6-9年		9年以上	
		N	行%	N	列%	N	列%	N	列%	N	列%
來來期待在公視看到之節目類型	總計	1081	100.0%	493	45.6%	370	34.2%	115	10.6%	103	9.5%
	MV/音樂性節目	644	59.6%	340	69.0%	234	63.2%	41	35.7%	29	28.2%
	電影	560	51.8%	286	58.0%	211	57.0%	34	29.6%	29	28.2%
	迷你劇	411	38.0%	206	41.8%	155	41.9%	24	20.9%	26	25.2%
	連續劇	400	37.0%	213	43.2%	135	36.5%	29	25.2%	23	22.3%
	新聞報導/專題報導	397	36.7%	190	38.5%	141	38.1%	31	27.0%	35	34.0%
	旅遊節目	335	31.0%	185	37.5%	99	26.8%	28	24.3%	23	22.3%
	美容流行	334	30.9%	154	31.2%	111	30.0%	36	31.3%	33	32.0%
	烹飪/美食	333	30.8%	148	30.0%	119	32.2%	31	27.0%	35	34.0%
	健康/醫療	297	27.5%	135	27.4%	106	28.6%	31	27.0%	25	24.3%
	綜藝節目	294	27.2%	137	27.8%	113	30.5%	24	20.9%	20	19.4%
	體育/運動比賽	294	27.2%	148	30.0%	104	28.1%	31	27.0%	11	10.7%
	網路直播節目	237	21.9%	113	22.9%	80	21.6%	22	19.1%	22	21.4%
	卡通動漫	234	21.6%	134	27.2%	76	20.5%	16	13.9%	8	7.8%
	語言/教育	213	19.7%	106	21.5%	73	19.7%	19	16.5%	15	14.6%
	宗教	213	19.7%	81	16.4%	87	23.5%	22	19.1%	23	22.3%
	政論/談話性節目	203	18.8%	103	20.9%	70	18.9%	13	11.3%	17	16.5%
	藝術/表演/文化	195	18.0%	79	16.0%	72	19.5%	26	22.6%	18	17.5%
	益智/遊戲	193	17.9%	103	20.9%	71	19.2%	11	9.6%	8	7.8%
	命理/星座	189	17.5%	106	21.5%	59	15.9%	13	11.3%	11	10.7%
	素人自製	169	15.6%	86	17.4%	59	15.9%	14	12.2%	10	9.7%
科學/自然	148	13.7%	58	11.8%	62	16.8%	15	13.0%	13	12.6%	
兒童/青少年節目	137	12.7%	62	12.6%	45	12.2%	20	17.4%	10	9.7%	
財經/股市/產業節目	104	9.6%	36	7.3%	39	10.5%	17	14.8%	12	11.7%	
檢定結果		*** p-value < 0.001 註：本題為複選									