

106 年通訊傳播產業匯流
發展趨勢與調查委託研究案
案號：NCC-Y106-014

106 年廣電市場調查結果摘要報告

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 107 年 1 月

106 年委託研究報告

案號：NCC-Y106-014

通訊傳播產業匯流發展 趨勢與調查委託研究案 廣電市場調查結果摘要報告

計畫主持人

王怡惠博士

研究人員

劉柏立、白卿芬、陳思豪、陳彥宇、

鄭椀予、梁曼嫻、徐千惠、汪瑤葳、鄭雅心、施翔云

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 107 年 1 月

目錄

圖目錄.....	7
表目錄.....	11
壹、調查目的	13
貳、調查方法	13
一、 問卷設計	13
二、 調查對象與方法.....	13
三、 調查執行情形	19
四、 研究限制	22
參、廣電市場調查結果.....	23
一、視聽媒介使用行為	23
二、電視與廣播收視聽行為與感受.....	40
三、電視廣播廣告.....	48
四、電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護.....	50
五、隱私保護.....	63

圖目錄

圖 1 是否收看電視或收聽廣播	23
圖 2 家中擁有電視機數	24
圖 3 家中擁有智慧電視	25
圖 4 家中智慧電視連接寬頻網路	25
圖 5 過去 12 個月使用智慧電視所從事活動	26
圖 6 透過何種連網設備連結電視機並觀看線上內容	28
圖 7 未來會透過何種連網設備連結電視機並以觀看線上內容	28
圖 8 收聽廣播節目設備	30
圖 9 家中收音機數	30
圖 10 最主要收視來源	31
圖 11 是否加購有線電視服務其他頻道	33
圖 12 是否知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功 能	33
圖 13 使用有線電視功能	34
圖 14 是否考慮停止訂閱有線電視服務	35
圖 15 停止訂閱有線電視服務之原因	35
圖 16 會考慮改訂哪些服務	36

圖 17 訂閱中華電信 MOD 服務項目	37
圖 18 是否知道 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢功能	37
圖 19 使用 MOD 功能	38
圖 20 未來一年內考慮停止訂閱 MOD 服務	39
圖 21 最常收看電視時段.....	40
圖 22 前十名時常收看電視節目類型	41
圖 23 過去 12 個月，電視節目整體品質有否改進.....	42
圖 24 電視節目在過去 12 個月改進之處	43
圖 25 電視節目在過去 12 個月內更糟之處	43
圖 26 收聽廣播頻率	45
圖 27 最常收聽廣播時段.....	46
圖 28 以下哪些電視廣告播出情形對您造成困擾.....	49
圖 29 哪些電視廣告類型對您造成困擾	49
圖 30 是否知道電視節目有相關規範	51
圖 31 電視節目規範合適度.....	51
圖 32 負責管理電視節目單位.....	52
圖 33 知不知道廣播節目有相關規範	54
圖 34 整體而言您認為對廣播節目的規範太多、太少或剛好	54

圖 35 是否知曉負責管理廣播節目單位	55
圖 36 何者該負主責，來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容	56
圖 37 過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的 內容?.....	57
圖 38 哪些類型內容讓您覺得討厭?（前 10 名）	58
圖 39 請指出讓您覺得厭惡的節目?	58
圖 40 當電視播出覺得反感或厭惡的節目內容您如何反應	59
圖 41 電視節目關於「性」出現頻率	61
圖 42 電視節目有關「暴力」出現頻率	62
圖 43 電視節目有關「髒話」出現頻率	63
圖 44 揭露公眾人物隱私之態度	64
圖 45 揭露一般人隱私之態度	65
圖 46 下列何種管道，最常見未經同意揭露公眾人物隱私	66
圖 47 最常見未經同意揭露一般大眾隱私之管道.....	67

表目錄

表 1 樣本配置	15
表 2 正式樣本執行狀況.....	16
表 3 廣電市場調查樣本檢定表	21
表 4 廣播收聽資訊仰賴程度.....	47

壹、調查目的

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場之使用行為，除攸關整體通傳產業之商業經營、科技發展外，並已逐漸擴展與深化影響眾多其他產業，因此通傳產業之發展與國家整體經濟走向亦將愈加緊密難分，此由其他國家如英國通訊傳播局 (Office of Communications, Ofcom)、日本總務省、韓國放送通訊委員會 (Korea Communications Commission, KCC) 與新加坡資通訊媒體發展管理局 (Info-communications Media Development Authority of Singapore, IMDA) 等亦長期辦理此類消費者端定期追蹤調查，而更顯示此類資訊之重要性。

本調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取細緻客觀描繪消費者行為偏好圖像之資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之量化參考數據。

貳、調查方法

一、問卷設計

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，並配合國內廣電市場現況予以調整設計問卷。

二、調查對象與方法

(一) 調查對象

以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。

(二) 抽樣方法

本調查在抽樣設計方面係依分層三階段抽取率與單位大小成比例（stratified three-stage probabilities proportional to size sampling）¹抽樣法，於第一及第二階段依照各區域人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。

¹抽取率與單位大小成比例（probabilities proportional to size, PPS）

1. 前測試訪調查

前測試訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，由於預試預計完成案數不多，在顧及後續調查時程規劃、考量調查成本的前提之下，將本計畫正式調查所使用的抽樣分層加以調整，使原來的七個分層合併為五個分層²。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，使母體中的每個人都有一個不為零 (non-zero) 的中選機會，本研究預計完成 1,100 份樣本。採用的抽樣分層，是依據人文區位的人口結構及經濟變項，將臺灣 358 個鄉鎮市區分為七個層級。為求實務調查之便利性，在抽樣執行時，合併了都市化層級最低的第六層與第七層，而以六個層級作為本次調查的抽樣分層架構³。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：第一抽出單位：鄉鎮市區；第二抽出單位：村里或集群村里；最後則將於抽出村里的人口聚集處設置訪問點。實際抽樣執行時亦利用分層三階段 PPS 抽樣法進行抽樣。第一階段抽樣是依照 PPS 之原則抽出中選鄉鎮。惟在此階段抽樣時，考量第四層至第六層地屬偏遠，常致召募訪員不易及訪員流動大之問題，故在本階段抽出鄉鎮後，即在中選鄉鎮內合併數個村里為單一集群村里，成為新抽取單位⁴。第二階段抽樣則是在每一中選鄉鎮市區內，依循 PPS 原則抽取村里或集群村里。最後，第三階段在每中選村里中再採用便利抽樣完成受訪樣本，預計抽得 1,100 份樣本。

在所有正式訪問的受訪個案完訪後，即利用內政部所提供之 106 年度 08 月份的人口統計資料進行樣本代表性檢定，查核中選樣本的個人人口特徵分佈與母體人口結構的一致性。檢定項目包括：(1) 性別，(2) 年齡層，(3) 戶籍地。

² 預試調查先以侯佩君等人 (2008) 建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎，分別是：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮，並將後面三層即「第五層、第六層及第七層」合併為一層。地區定義-北部：台北市、新北市、基隆市、桃園縣、新竹縣市、苗栗縣、宜蘭縣；中部：台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市；南部：台南市、高雄市、屏東縣。第一、二層訪問北部地區；第三、四層訪問南部地區；第五層訪問中部地區。

³ 正式調查同樣是採用侯佩君等人 (2008) 建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎

⁴ 為有效降低訪員流動率、提升訪問資料的品質，本面訪調查的抽樣設計是採單一年度面訪調查固定初抽單位 (primary sampling units) 制度。依此制度的設計，當年度所有橫斷式 (cross-sectional) 面訪調查的第一初抽單位都採用同一中選鄉鎮，而第四層至第六層也採用相同的集群村里進行訪問

3. 樣本配置

依委託單位需求，問卷至少完成 1,100 份有效樣本，在 95%的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3.0 個百分點以內。

表 1 樣本配置

地理分層	分層	16 歲以上人口	人口比例 (%)	樣本配置
北北基宜	第 1 層	1,239,417	19.20	69
	第 2 層	3,174,497	49.18	177
	第 3 層	1,636,963	25.36	91
	第 4 層	404,452	6.27	23
	小計	6,455,329	32.71	360
桃竹苗	第 1 層	1,123,077	36.74	63
	第 2 層	1,410,463	46.15	78
	第 3 層	523,045	17.11	29
	小計	3,056,585	15.49	170
中彰投	第 1 層	897,458	23.18	50
	第 2 層	1,260,111	32.55	70
	第 3 層	1,274,413	32.92	71
	第 4 層	439,835	11.36	25
	小計	3,871,817	19.62	216
雲嘉南	第 1 層	918,945	31.49	51
	第 2 層	1,215,305	41.65	68
	第 3 層	783,996	26.87	44
	小計	2,918,246	14.79	163
高屏澎	第 1 層	858,291	29.01	48
	第 2 層	983,770	33.25	55
	第 3 層	1,116,511	37.74	62
	小計	2,958,572	14.99	165
花東	第 1 層	252,539	52.97	14
	第 2 層	224,240	47.03	13
	小計	476,779	2.42	27
總數		19,737,328	100.00	1,100

(三) 調查時間

自 106 年 08 月 17 日至 10 月 05 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 2 正式樣本執行狀況

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數 (共 1,100 份)	實際完成數 (1,131 份)
新北市永和區	18	21
臺北市大安區	18	18
臺北市松山區	16	16
臺北市萬華區	16	16
新北市三重區	20	20
新北市中和區	20	20
新北市新莊區	20	20
新北市蘆洲區	20	20
臺北市中山區	20	20
臺北市內湖區	20	20
臺北市文山區	20	20
臺北市北投區	20	22
臺北市南港區	20	20
宜蘭縣羅東鎮	18	18
基隆市七堵區	18	18
基隆市中正區	18	18
新北市五股區	18	18
新北市汐止區	18	18

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數 (共 1,100 份)	實際完成數 (1,131 份)
宜蘭縣冬山鄉	22	22
桃園市中壢區	22	22
桃園市桃園區	22	23
新竹市東區	22	23
桃園市平鎮區	20	20
桃園市蘆竹區	20	20
新竹縣新豐鄉	20	20
新竹縣湖口鄉	20	20
苗栗縣通霄鎮	14	14
苗栗縣後龍鎮	14	14
臺中市西屯區	16	16
臺中市北屯區	16	16
臺中市西區	16	16
彰化縣員林鎮	18	18
彰化縣彰化市	18	19
臺中市豐原區	18	18
臺中市太平區	18	18
南投縣草屯鎮	18	18
南投縣南投市	18	18
彰化縣鹿港鎮	18	18
臺中市霧峰區	18	18
南投縣竹山鎮	24	24

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數 (共 1,100 份)	實際完成數 (1,131 份)
臺南市仁德區	18	18
臺南市善化區	18	18
臺南市北區	18	18
雲林縣斗六市	16	19
嘉義市東區	16	16
雲林縣虎尾鎮	16	16
嘉義縣水上鄉	16	16
臺南市白河區	22	22
雲林縣莿桐鄉	22	22
高雄市苓雅區	16	16
高雄市三民區	16	16
高雄市鳳山區	16	18
屏東縣屏東市	18	18
高雄市大社區	18	19
高雄市岡山區	18	18
屏東縣鹽埔鄉	20	23
屏東縣里港鄉	20	24
高雄市大樹區	20	20
臺東縣臺東市	7	12
花蓮縣花蓮市	7	6
臺東縣卑南鄉	6	9
臺東縣太麻里鄉	6	9

三、 調查執行情形

(一) 調查說明

在正式執行前，於 106 年 7 月著手問卷相關準備工作，106 年 7 月 27 日至 106 年 7 月 31 日進行前測試訪調查，經與委託單位開會討論修正問卷後，自 106 年 8 月 17 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 106 年 7 月 1 日至 7 月 31 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 106 年 7 月 27 日至 7 月 31 日
第二階段調查期自 106 年 8 月 17 日至 9 月 30 日。
3. 核閱期：自 106 年 10 月 1 日至 10 月 05 日。

(二) 輔助調查工具

在調查方法上，以面訪調查方式進行，並採「電腦輔助面訪調查系統」輔以紙本問卷來進行。

(三) 統計分析方式

1. 樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

加權方式採用「多變項反覆多重加權」（Raking），依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} \bigg/ \frac{n'_i}{n}$ ， N_i 和 n'_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

2. 次數分配（Frequency）

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

3. 交叉分析及卡方檢定 (Cross Analysis & Chi-Square Test)

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值 (W) 定義如下：

$$W = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2((r-1)(c-1)), \text{ 其中}$$

O_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p-value 小於 0.05 時，表示在 95% 的信心水準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景的受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

4. ANOVA 變異數分析

變異數分析係將總變異分解為組間變異、組內變異兩個來源，其分析原理即在求取組間及組內變異的比例，如果組間變異數明顯大於組內變異數，則顯示各組的平均數中，至少有兩組以上具有顯著差異，如果無顯著差異，則各組的平均數亦無顯著不同。變異數分析 F 值計算方式如下所示：

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} = \frac{SS_b / k - 1}{SS_w / n - k}$$

其中，n 為樣本數，k 為組別數目，

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{X}_i - \bar{X})^2, \text{ 是各組平均數對總平均數差量的平方和，}$$

$$SS_w = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2, \text{ 是各組分數對本組平均數差量的平方和。}$$

(四) 調查樣本結構

截至 106 年 10 月 5 日止，研究團隊已完成本案調查之執行與核閱，廣電市場問卷調查共完成 1,126 個有效樣本，調查樣本結構如表 3。

表 3 廣電市場調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前 樣本數		加權後 樣本數		加權前 卡方檢定	加權後 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
總計	20,065,531	100.0%	1,126	100.0%	1,126	100.0%		
性別							卡方值為1.33，p-value=0.249， 在5%顯著水準下，樣本與母體 性別分配無顯著差異。	卡方值為0.000，p-value=0.999， 在5%顯著水準下，樣本與母 體性別分配無顯著差異。
男	9,902,186	49.3%	575	51.1%	556	49.3%		
女	10,163,345	50.7%	551	48.9%	570	50.7%		
年齡							卡方值為295.71， p-value=0.000，在5%顯著水準 下，樣本與母體年齡分配有顯著 差異。	卡方值為0.012，p-value=0.999， 在5%顯著水準下，樣本與母 體年齡分配無顯著差異。
16-24歲	2,731,710	13.6%	293	26.0%	154	13.7%		
25-34歲	3,311,796	16.5%	280	24.9%	186	16.5%		
35-44歲	3,864,576	19.3%	207	18.4%	216	19.2%		
45-54歲	3,640,882	18.1%	189	16.8%	204	18.1%		
55歲以上	6,516,567	32.5%	157	13.9%	366	32.5%		
縣市別							卡方值為172.53， p-value=0.000，在5%顯著水準 下，樣本與母體縣市別分配有顯 著差異。	卡方值為0.851，p-value=.999， 在5%顯著水準下，樣本與母 體縣市別分配無顯著差異。
新北市	3,442,652	17.2%	156	13.9%	193	17.1%		
臺北市	2,290,072	11.4%	127	11.3%	131	11.6%		
桃園市	1,817,866	9.1%	90	8.0%	98	8.7%		
臺中市	2,339,571	11.7%	75	6.7%	127	11.2%		
臺南市	1,632,805	8.1%	80	7.1%	93	8.3%		
高雄市	2,409,968	12.0%	108	9.6%	133	11.8%		
宜蘭縣	395,981	2.0%	31	2.8%	23	2.1%		
新竹縣	452,493	2.3%	42	3.7%	26	2.3%		
苗栗縣	475,781	2.4%	34	3.0%	28	2.4%		
彰化縣	1,096,957	5.5%	70	6.2%	62	5.5%		
南投縣	440,276	2.2%	64	5.7%	25	2.2%		
雲林縣	601,478	3.0%	57	5.1%	34	3.0%		
嘉義縣	456,056	2.3%	24	2.1%	26	2.3%		
屏東縣	731,356	3.6%	64	5.7%	43	3.8%		
臺東縣	190,803	1.0%	17	1.5%	11	1.0%		
花蓮縣	285,751	1.4%	16	1.4%	17	1.5%		
澎湖縣	91,128	0.5%	3	0.3%	4	0.4%		
基隆市	328,159	1.6%	37	3.3%	19	1.7%		
新竹市	358,228	1.8%	17	1.5%	20	1.8%		
嘉義市	228,150	1.1%	14	1.2%	13	1.2%		

註：母體人口資料來源為內政部內政資料開放平台所提供之10608各村（里）戶籍人口結構資料。

四、研究限制

為掌握我國民眾於數位經濟時代下之通訊傳播消費行為，我國首次由國家通訊傳播委員會規劃辦理通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查，規劃採取面訪方式，以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。惟在實際調查執行作業時，仍面臨研究限制如下：

（一）抽樣架構之限制

按本年度通傳會標規需求，本調查需完成 1,100 份以上成功樣本，並按各縣市母體比例進行樣本配置。

為求抽樣嚴謹性，本研究參考中央研究院「台灣社會變遷基本調查計畫」之抽樣架構，進行本次面訪調查抽樣。但本研究與「台灣社會變遷基本調查計畫」以戶籍資料作為抽樣清冊為前提之調查不同，因本研究受限於無法取得全台灣地區戶籍資料作為抽樣清冊，故無法採取入戶方式的調查，而採取於挑選之鄉鎮市人口聚集處進行訪問。

（二）樣本回收限制

調查問卷題數 102 題，為期達成每份問卷成功回收樣本數至少 1,100 份之計畫要求，本研究於挑選的各鄉鎮市村里，安排兩人一組之面訪訪問員，在其較熱鬧、人潮較多之據點，如公園、繁華的街口等，進行本次面訪調查。同時考量調查期間正值夏季、且問卷題數多，故又選擇有冷氣的場所進行訪問。

然而此次問卷調查內容相當專業，年紀較大受訪者不易理解，即便訪員花更多時間與心力不斷重複進行說明，仍無法增加其受訪意願，與其他年紀較輕族群相較，年紀較大的受訪者拒訪機率高，或是中途拒訪的情況相對較嚴重。故本次調查 55 歲以下成功受訪者的比率較高。

（三）樣本推論之限制

如前述，本次調查願意回答受訪者以 55 歲以下占大多數，而就目前 55 歲以上之台灣民眾占總人口數比約為 32%，故加權後，55 歲以上樣本的權數放大約 2.4 倍，惟超過一定年齡之長者族群，對於匯流新媒體之看法與熟悉度意見較一致，即便權數增大仍能反映該群體之整體意見，權數放大倍數後獲致結果仍屬合理。雖然團隊已盡力控樣，但受限於時間，此次樣本年齡控制仍未盡完善，故整體而言，此次調查於資料解讀上宜為意向性分析。

參、廣電市場調查結果

一、視聽媒介使用行為

(一) 是否收看電視或聽廣播

1. 整體分析

調查結果顯示，我國 16 歲以上的民眾有 54.6% 僅收看電視，34.8% 有看電視也聽廣播，2% 僅收聽廣播，另有 8.5% 既不看電視也不聽廣播。

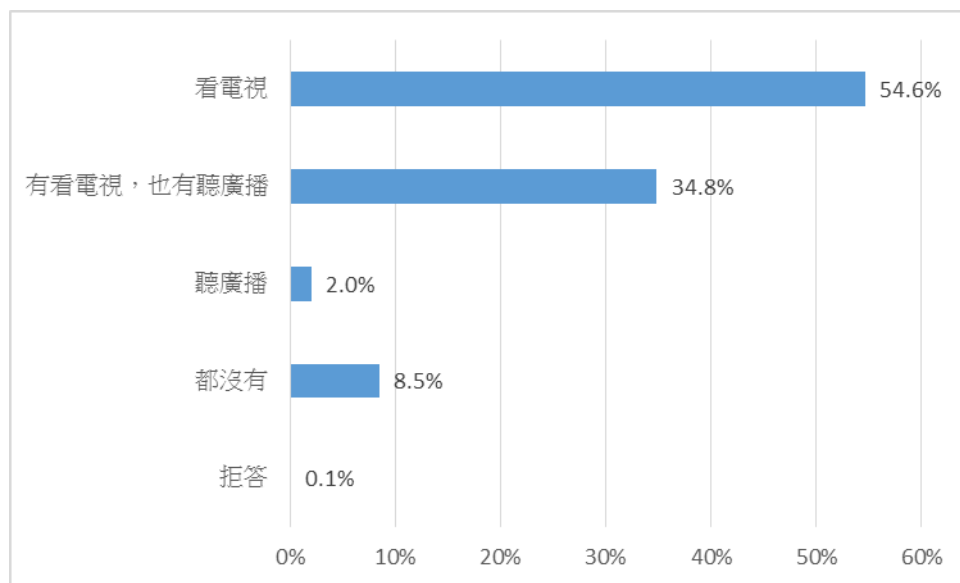


圖 1 是否收看電視或收聽廣播

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

就地區差異而言，除了桃竹苗地區民眾以有看電視也有收聽廣播比例為最高（52.6%）以外，其餘北北基、中彰投、雲嘉南、高屏澎、宜花東等區域皆以看電視比例為最高，其中最高者為北北基地區，達 64.5%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定結果顯示，是否收看電視或聽廣播於年齡與婚姻狀況上達顯著差異。進一步檢視，除 45-54 歲既看也聽廣播比例高於其他，達 46.3%，其餘年齡層皆以看電視為最高，又以 16-24 歲民眾收看電視比例最高，達 68.2%。

而在婚姻狀況部分，不同婚姻狀況皆以看電視所占比例為最，其中以鰥寡/分居者高於其他，達 61.7%。

依性別區分，不論男性（51.3%）或是女性（57.9%），皆以收看電視比例最高。

（二） 電視收視設備

1. 整體分析

超過 95%以上民眾家中擁有電視機，其中以擁有 1 台電視機者比例為最高，達 47.3%，其次為 2 台，達 33.2%。

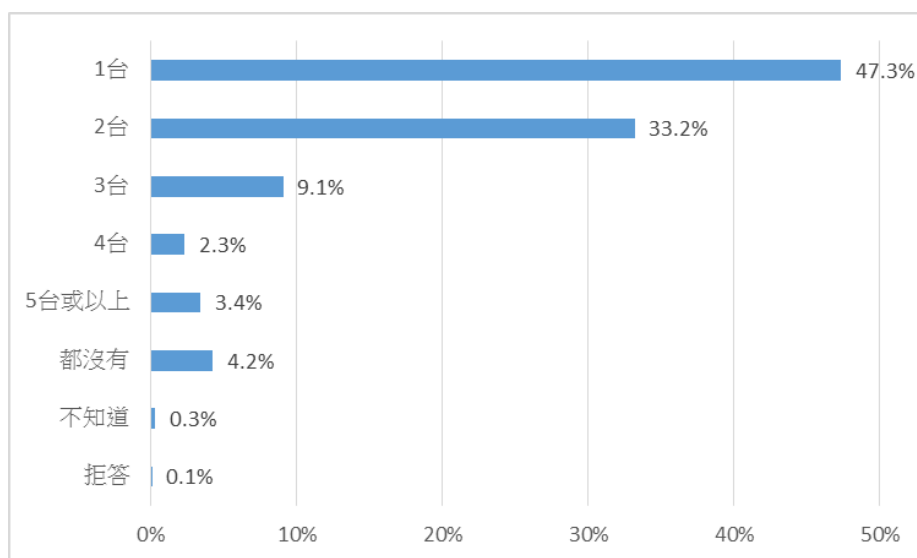


圖 2 家中擁有電視機數

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

民眾家中擁有電視機之數量，經卡方檢定分析顯示，於居住地區上達顯著差異。進一步檢視各地區之差異，各區域民眾皆以擁有 1 台電視機比例為最高，其中尤以北北基地區為最高，占 54.8%，而在擁有兩台電視機上，桃竹苗（40.4%）則高於其他地區。

（2）基本差異分析

不論男性（45.3%）或是女性（49.3%），皆以擁有 1 台電視機者所占比例最高，而就年齡層而言，45-54 歲民眾擁有 1 台電視機者比例高於其他年齡層，達 49.2%，在婚姻狀況部分，鰥寡/分居者擁有 1 台電視機比例為最高，達 57.9%。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定分析顯示，家中擁有電視機的數量，於居住狀況達顯著差異，租屋者家中擁有 1 台電視機高於自有房屋者，達 58.7%，而自有房屋者擁有兩台電視比例則高於租屋者，達 35.9%。

(三) 家中擁有智慧電視與使用情形

1. 整體分析

調查發現，76.9%民眾家中沒有智慧電視，而家中有智慧電視民眾，72.1%會使用智慧電視連結家中寬頻網路。過去 12 個月內，家中有智慧電視的民眾，使用智慧電視從事活動前三名為觀看電視台業者於網路提供的重播服務（28%）、在臉書、Youtube 上觀看十分鐘以下的短片（26.7%）及在臉書、Youtube 上觀看十分鐘以上的影片（24.5%）。

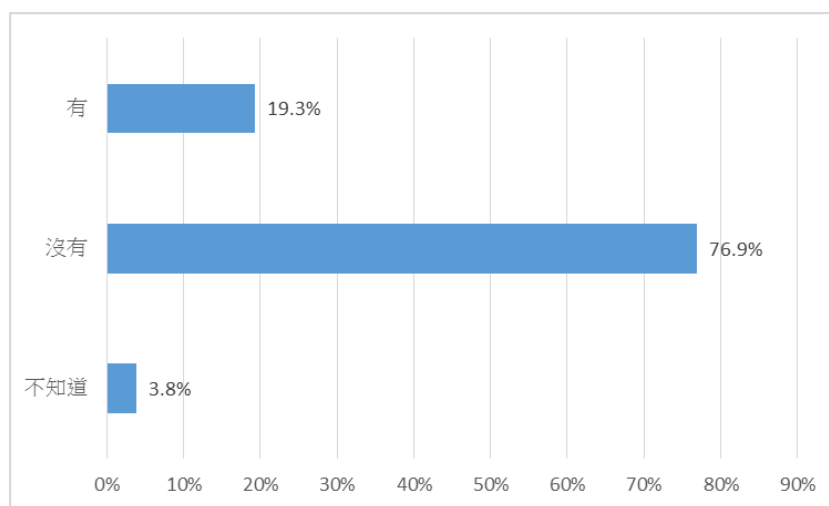


圖 3 家中擁有智慧電視

Base : (N=1,074)

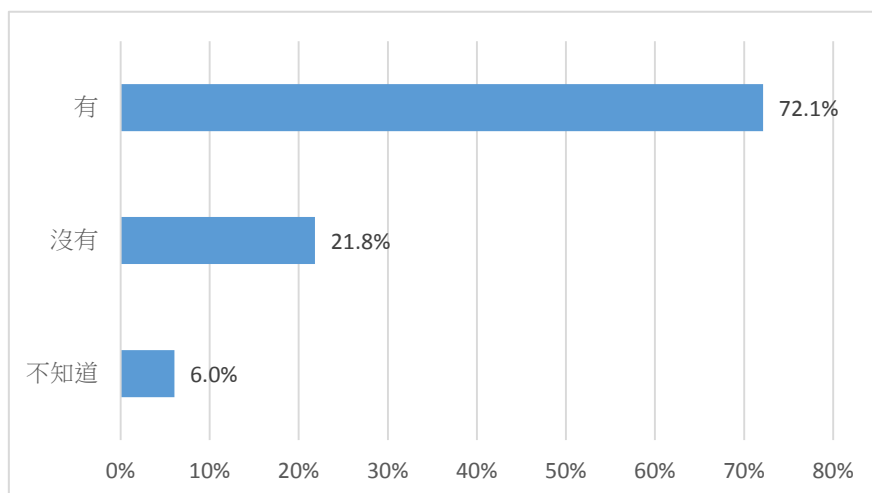


圖 4 家中智慧電視連接寬頻網路

Base : (N=207)

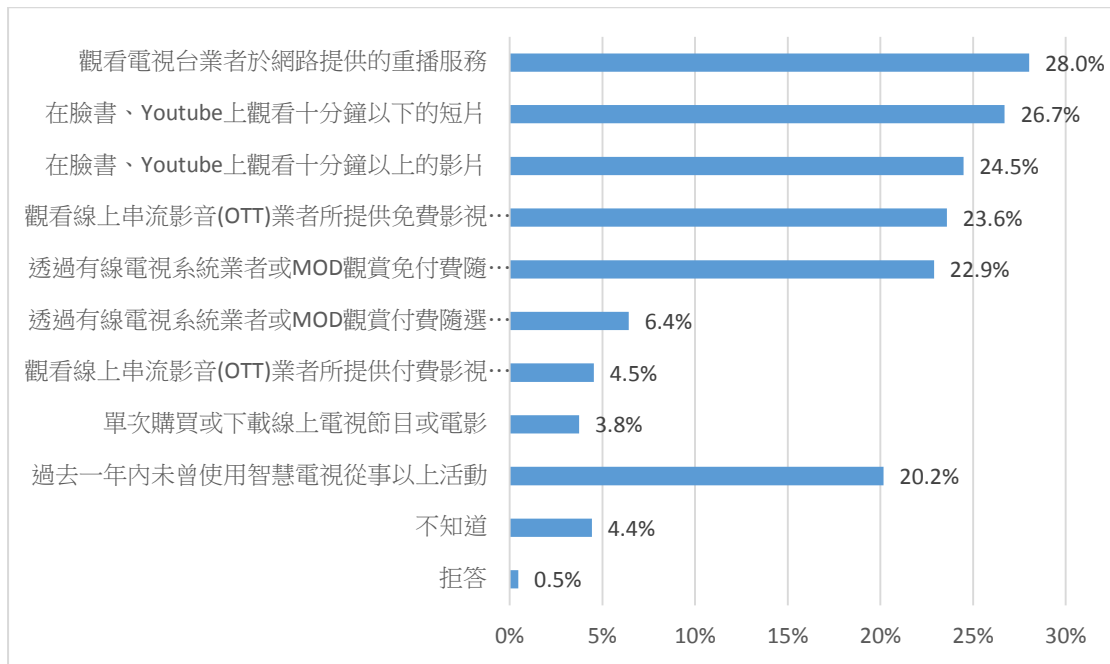


圖 5 過去 12 個月使用智慧電視所從事活動

Base：(N=207，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定分析顯示，民眾家中擁有智慧電視，及智慧電視是否連結家中的寬頻網路，因居住地區的不同而有顯著差異。

依區域分析，雲嘉南地區家中有智慧電視比例最高，達 27.2%，宜花東地區家中有智慧電視比例最低，達 5.9%；家中有智慧電視並連結家中寬頻網路比例以高屏澎地區最高，達 89%；過去 12 個月宜花東地區民眾未曾使用智慧電視從事活動比例最高，達 49.5%，中彰投地區民眾使用智慧電視觀看線上串流影音業者所提供免付費節目比重最高，達 49.4%。

(2) 基本差異分析

民眾家中擁有智慧電視經卡方檢定分析結果顯示，因年齡不同而有顯著差異。進一步檢視，以 35-44 歲民眾家中擁有智慧電視比例最高，達 25.4%；55 歲以上家中擁有智慧電視比例最低 (12.9%)。家中智慧電視連結家中寬頻網路比例，以 45-55 歲比例最高，達 80.4%；過去 12 個月內，35-44 歲民眾使用智慧電視觀看電視台業者於網路提供的重播服務比例最高 (42.3%)。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定分析顯示，民眾家中擁有智慧電視，會因居住狀況、教育程度、職業不同而有顯著差異；而智慧電視是否連結家中的寬頻網路，則會因居住狀況的不同而有顯著差異。

檢視居住狀況，自有房屋者家中擁有智慧電視比例（19%）略高於租屋者（16.8%），但差異不大；租屋者家中智慧電視連結家中寬頻網路比例（83.1%）高於自有房屋者（69.5%）；過去 12 個月內，租屋者使用智慧電視觀看電視台業者於網路提供的重播服務、透過有線電視系統業者或 MOD 觀賞免付費隨選視訊內容、觀看線上串流影音業者所提供免付費內容比例較自有房屋者高。

依教育程度區分，大學學歷者家中擁有智慧電視比例最高，達 28.2%；專科學歷者家中智慧電視連結家中寬頻網路比例最高，達 81.4%；過去 12 個月內，專科使用智慧電視在臉書、Youtube 上觀看十分鐘以下的短片比例最高，達 44.2%，而碩士及以上使用智慧電視觀看線上串流影音業者所提供免付費內容比例高達 42.2%。

依職業區分，公共行政及國防業家中擁有智慧電視比例最高，達 40.8%；家中智慧電視連結家中寬頻網路比例較高者包括農林漁牧業、營建工程業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、金融及保險業、不動產業、支援服務業、公共行政及國防業。過去 12 個月內，支援服務業使用智慧電視觀賞觀看線上串流影音業者所提供免付費內容、透過有線電視系統業者或 MOD 觀賞免付費隨選視訊內容比例高；不動產業使用智慧電視看電視台業者於網路提供的重播服務較高。

(四) 透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容

1. 整體分析

於過去 12 個月內，民眾如使用任何連網設備連結電視機、透過電視螢幕觀看線上內容，以透過智慧型手機（31.2%）為最高，其次為數位電視機上盒（27.0%），但未使用任何連網設備連接電視螢幕觀看線上內容的比例則高達 35.8%。至於未來 12 個月內，民眾沒有計畫以任何連網設備連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例最高（36.1%），其次則為透過智慧型手機（28.0%）及數位電視機上盒（26.0%）。

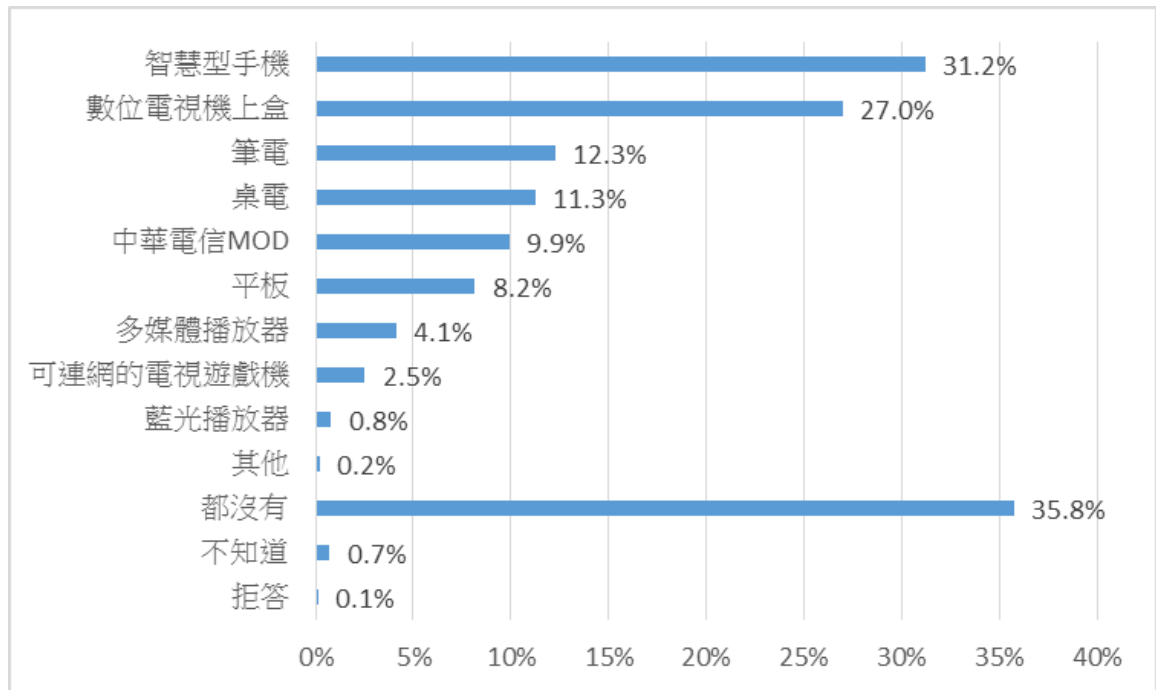


圖 6 透過何種連網設備連結電視機並觀看線上內容

Base：(N=1,033，複選)

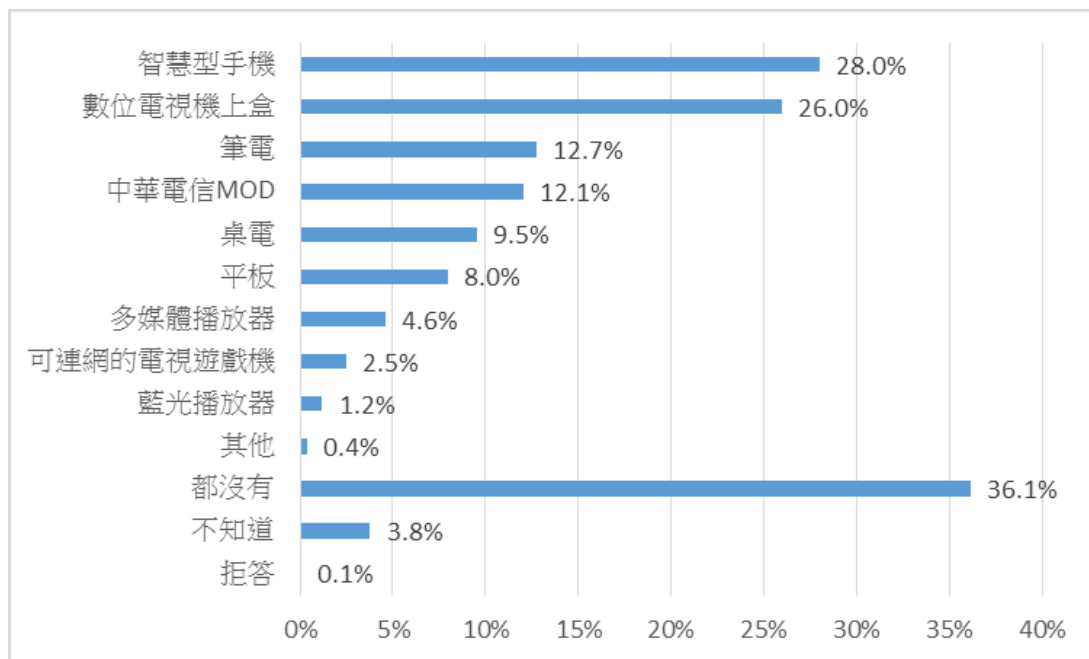


圖 7 未來會透過何種連網設備連結電視機並觀看線上內容

Base：(N=1,126，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域分析，過去 12 個月內，北北基地區透過數位電視機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例最高，達 40.2%；另外，雲嘉南地區沒有用連網設備連結電視機並透過電視螢幕觀看線上內容比例達 52.1%。而未來 12 個月內，北北基地區可能透過數位電視機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例亦最高，達 36.6%；雲嘉南及宜花東地區可能不會使用連網設備連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例則超過 5 成。

(2) 基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內，男性（29.3 %）透過數位電視機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例較女性（24.7%）高；男女性透過智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例並無明顯差異。未來 12 個月內，男性（28.4%）預期透過數位電視機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例亦較女性（23.7%）高，而女性（29%）透過智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例則較男性（26.9%）高。

依年齡層區分，過去 12 個月內，16-24 歲民眾使用智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例最高，達 39.3%；未來 12 個月內，25-34 歲民眾預期使用智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例最高，達 34.6%。

依婚姻狀況區分，過去 12 個月內，未婚者透過各種連網設備連結電視機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容比例皆較已婚者高；未來 12 個月內預期之使用情況亦同。

(五) 廣播收聽設備

1. 整體分析

調查結果顯示，民眾最常透過車內音響（47.9%）收聽廣播，其次分別為收音機（37.6%）與手機（25.9%）。

另外，超過 6 成以上民眾家中沒有收音機（63.3%），家中有一台收音機者居次，比例達 27.3%。

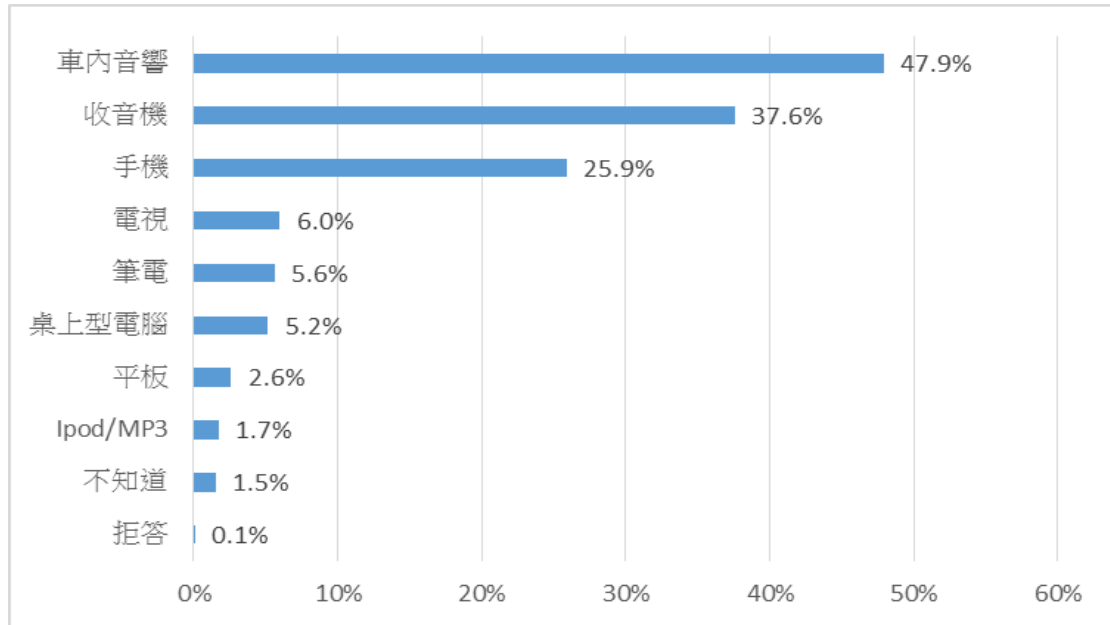


圖 8 收聽廣播節目設備

Base：(N=415，複選)

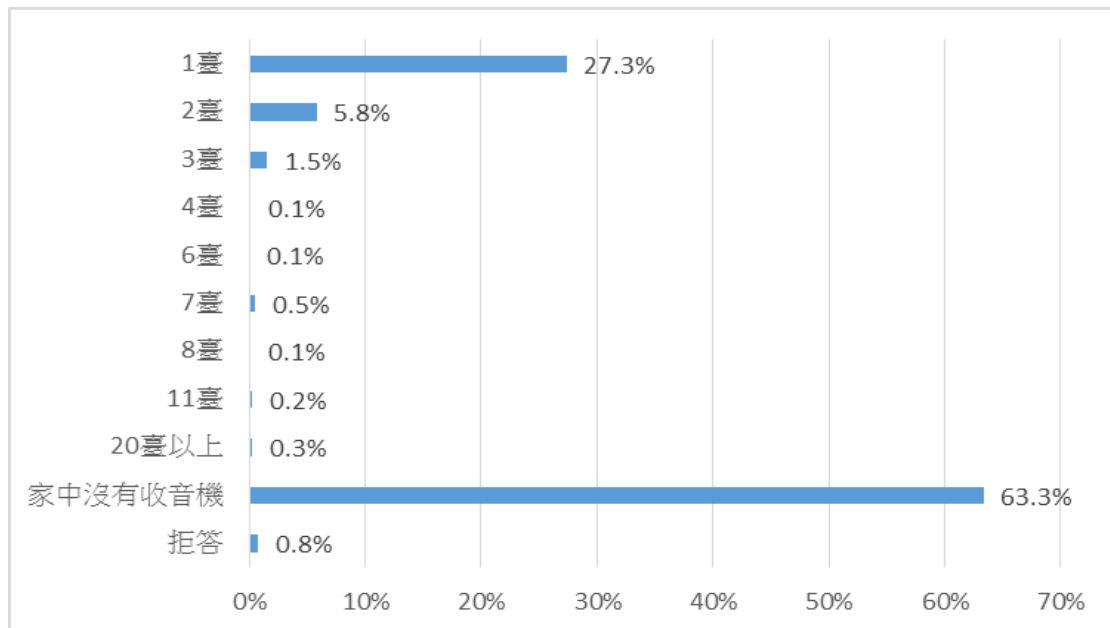


圖 9 家中收音機數

Base：(N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

在收聽廣播設備調查項目上，若依區域分析，雲嘉南及桃竹苗地區最常透過車內音響收聽廣播，高屏澎、北北基、中彰投地區最常透過收音機收聽廣播。各地區皆以家中沒有收音機比例最高，其中又以桃竹苗地區為最高，達 71.1%。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性最常透過車內音響（54.1%）收聽廣播，女性最常透過收音機（41.9%）收聽廣播。男女性皆以家中沒有收音機比例最高，差異不大。

依年齡層區分，16-24 歲最常透過手機收聽廣播（42.5%），55 歲以上最常以收音機收聽廣播（60.6%），其他年齡層最常透過車內音響收聽廣播，其中以 35-44 歲比例最高，達 60.1%。各年齡層皆以家中沒有收音機比例最高，其中，16-24 歲比例最高達 73.9%。

依婚姻狀況區分，已婚者（53.4%）及未婚者（39.4%）主要透過車內音響收聽廣播，鰥寡/分居者主要以收音機收聽廣播（57.8%）。家中沒有收音機比例，未婚者（68.2%）高於已婚者（59.4%）。

（六）最主要收視來源

1. 整體分析

我國民眾最主要收視來源以有線電視為最高，達 60.8%，其次依序為無線電視台，達 17.1%，以及中華電信 MOD，所佔比例為 14.7%。

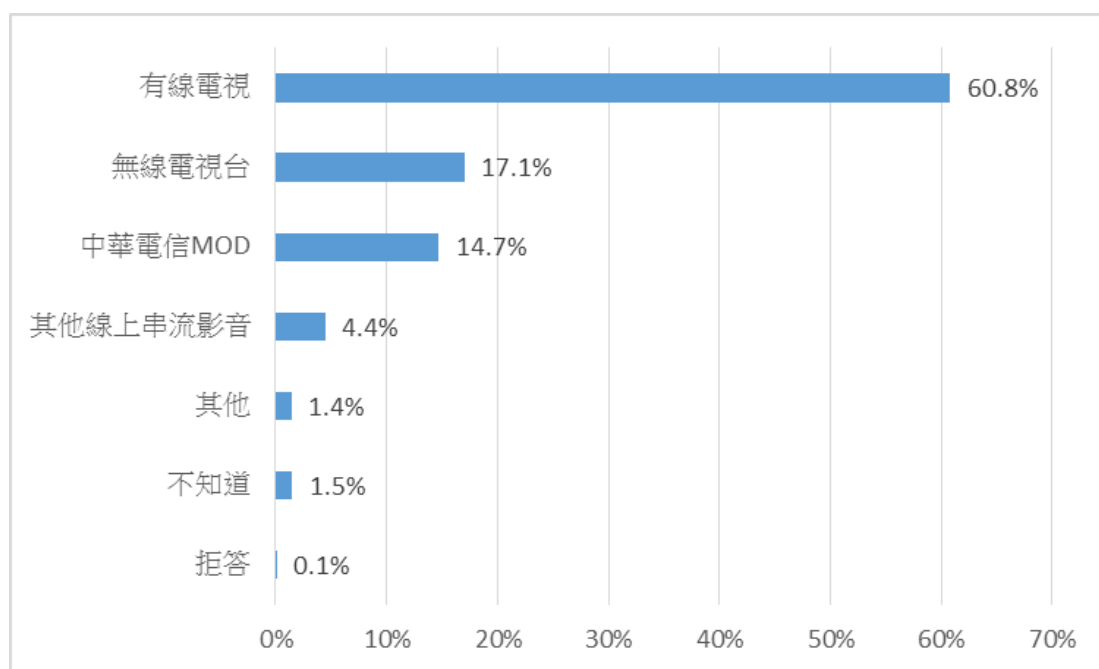


圖 10 最主要收視來源

Base：(N=1,105)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定分析顯示，最主要收視來源調查於居住地區呈現顯著差異。進一步檢視各地區之差異，有線電視為各地區最主要收視來源，其中又以宜花東地區所

占比例最高，達 75.6%，無線電視在高屏澎地區高於其他地區，占整體收視來源之 26.5%，中華電信 MOD 占比最高在桃竹苗地區，占 19.2%，其他線上串流影音則以中彰投最高，達 7.5%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定分析結果，在**年齡**部分呈現顯著差異，顯示各年齡層在主要收視來源上有所不同。整體而言，各年齡層皆以有線電視為最主要收視來源，以 45-54 歲者為最高，達 69.7%，無線電視在 25-34 歲高於其他年齡層，達 19.8%，中華電信 MOD 則以 16-24 歲族群為最高，達 29.0%，其他線上串流影音在 35-44 歲族群高於其他年齡層，達 9.1%。

就**性別**而言，男女性皆以有線電視為最主要之收視來源，女性以有線電視為最主要收視來源比例達 62.7%，男性比例則為 58.9%；而在其他收視來源上，就無線電視台、中華電信 MOD 與線上串流影音調查結果，男性皆略高於女性。

依**婚姻狀況**區分，不論婚姻狀況，皆以有線電視為最主要收視來源，其中，鰥寡/分居者又高於其他婚姻狀況，達 70.9%；而以無線電視台及中華電信 MOD 為最主要收視來源者分別以鰥寡/分居者（21.8%）及未婚者（19.2%）占比最高，另外線上串流影音比例則以未婚者（6.6%）為高。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定分析結果，於**居住狀況**上達顯著差異，顯示最主要收視來源會隨居住狀況而有不同。以有線電視為最主要收視來源所占比最高者為自有房屋者（61.9%）；以無線電視為最主要收視來源者，自有房屋者（17.4%）比例亦高於租屋者（12.9%）；以中華電信 MOD 為最主要收視來源者，自有房屋者與租屋者比例相當，皆為 14.5%；以線上串流影音為最主要收視來源者，租屋者（7.7%）者較高。

(七) 家中有線電視服務訂閱情形

1. 整體分析

大部分訂閱有線電視民眾沒有加購其他頻道（92.5%），若有加購，則以加購電影頻道比例為 3.7%較多；超過 5 成以上（55.9%）之民眾並不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能。

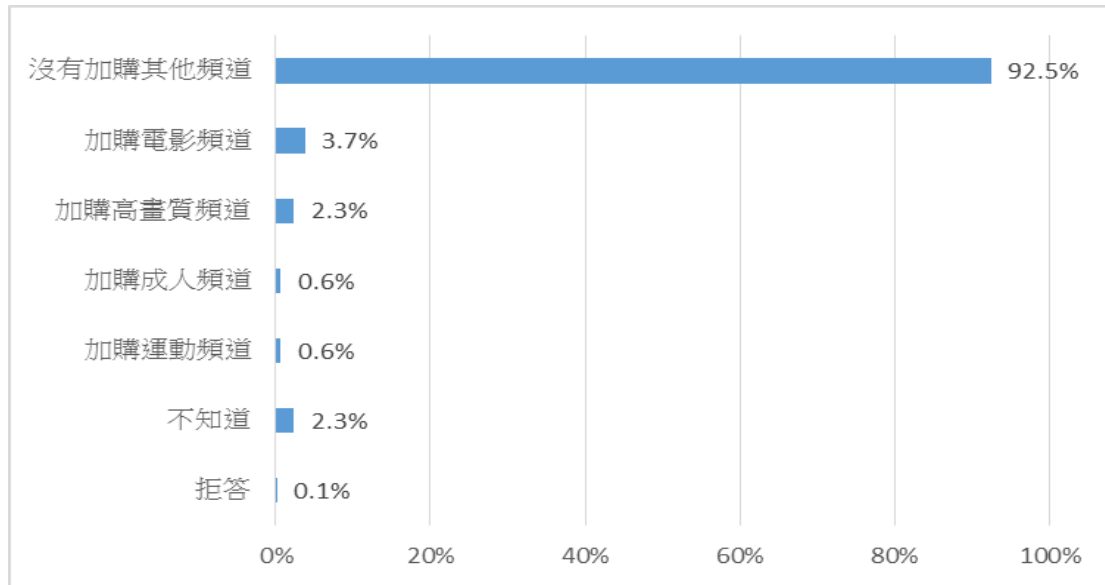


圖 11 是否加購有線電視服務其他頻道

Base : (N=664 , 複選)

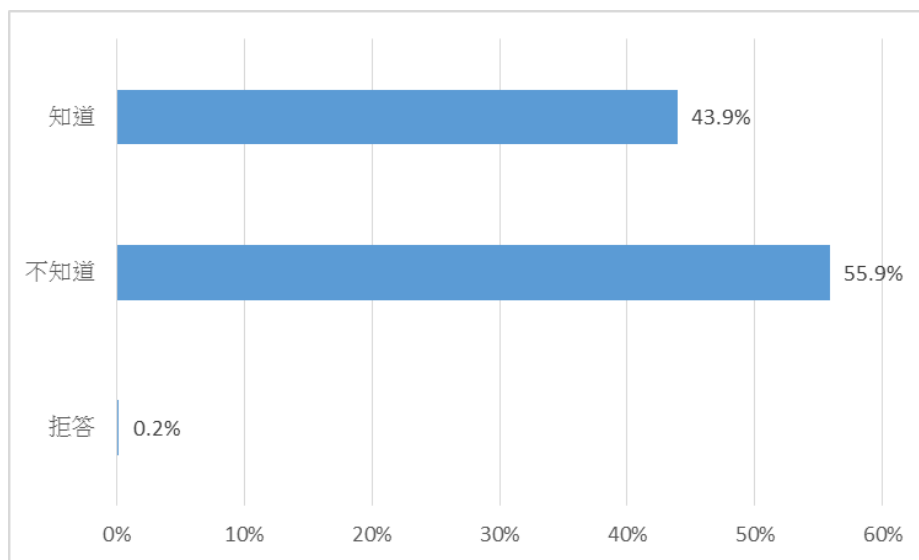


圖 12 是否知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能

Base : (N=664)

進一步詢問使用有線電視其他加值功能，以都沒有使用者為最多（占 67.9%），至於在使用服務項目上，則為購物（16.6%）與錄製節目（11.6%）較多人使用。

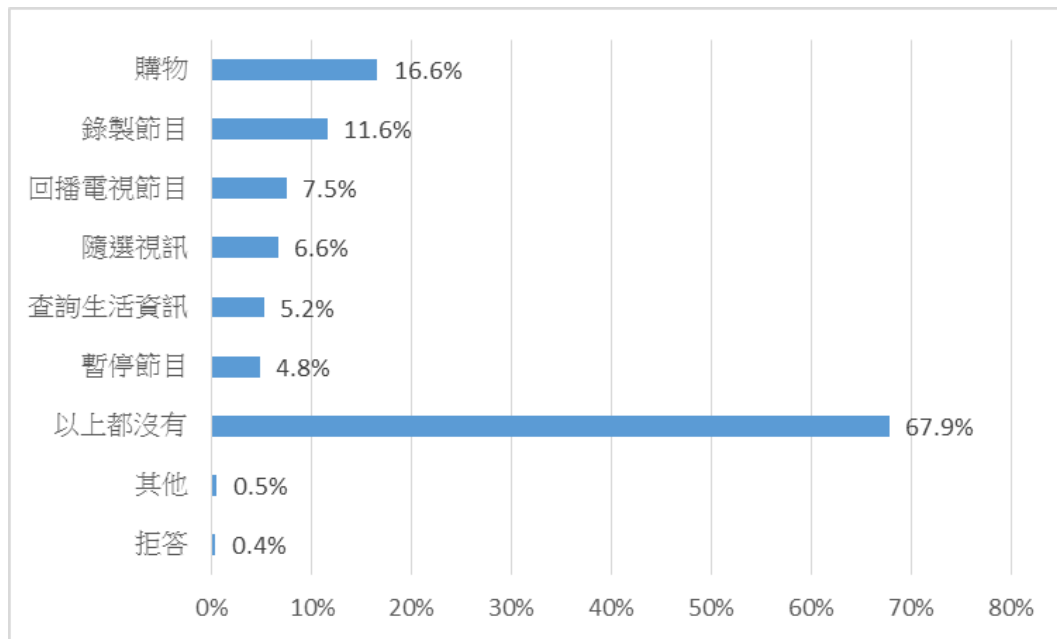


圖 13 使用有線電視功能

Base：(N=292，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

就區域別分析，各區域均以沒有加購其他頻道者為最，其中宜花東地區沒有加購其他頻道比例最高，達 100%。而各居住區域亦以不知有線電視可付費使用錄製、暫停與回播者，多於知道者，惟並未達到顯著差異，在各區中雲嘉南地區知道比率最高（47.8%）。

在使用有線電視功能方面，宜花東地區使用錄製節目、回播電視節目比例皆超過 20%，高屏澎地區使用購物比例達 28.6%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定分析結果，是否知曉有線電視可付費使用錄製、暫停與回播節目功能，在年齡與婚姻狀況上呈現顯著差異，亦即會隨年齡層不同、婚姻狀況不同，而有不同之知曉程度。

進一步檢視，16-24 歲及 35-44 歲族群，知道者多於不知道者（比例各為 55.5%、52.3%）。各年齡層加購其他頻道意願皆不高，其中 55 歲以上族群沒有加購意願高達 97.0%。

就婚姻狀況部分，不同婚姻狀況者均以不知道者多於知道者，已婚者表示不知道者（57.5%）略高於其他婚姻狀況，未婚者表態知道者（49.0%）則高於其他婚姻狀況者。

(3) 社會經濟身分差異分析

根據卡方檢定分析結果，是否知曉有線電視可付費使用錄製、暫停與回播節目功能，在教育程度、職業與平均收入上呈現顯著差異。在教育程度上，教育程

度越高者知道上述有線電視功能者所占比例越高，其中最高者為碩士及以上（63.3%）；而在職業部分，以從事教育者為最高，達 65.1%。平均收入則以 3 萬-未滿 4 萬元者表示知道之比例最高，達 61.3%。

（八） 是否考慮停止訂閱有線電視服務

1. 整體分析

上述分析結果顯示，有線電視為我國民眾最主要之收視來源，繼續詢問有線電視訂閱戶未來一年續訂之意願，其中 87.6% 表示會續訂，而有 5.5% 考慮停訂，6.8% 表示不知道。考慮停訂者主要因素有收費太貴（42.3%）、網路方便（40.4%）及沒有想看的電視節目（29.4%）；其中 39.1% 考慮改訂中華電信 MOD，31.3% 不會訂閱其他付費視訊服務。

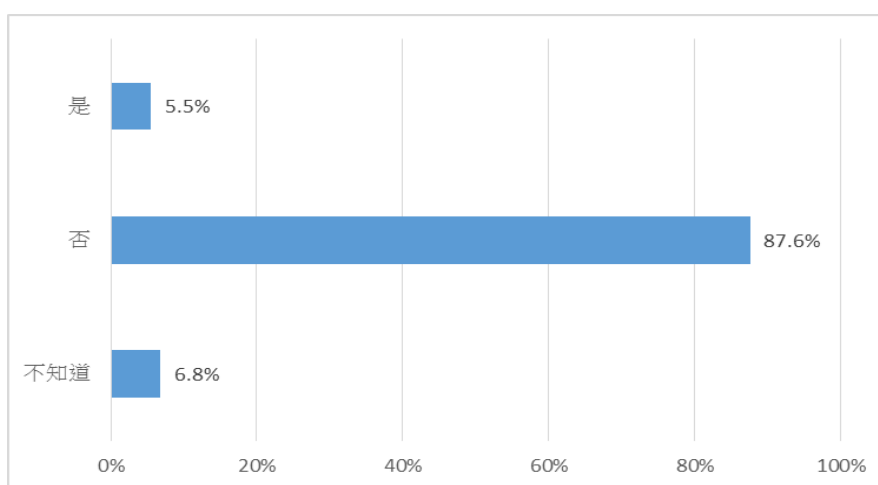


圖 14 是否考慮停止訂閱有線電視服務

Base : (N=664)

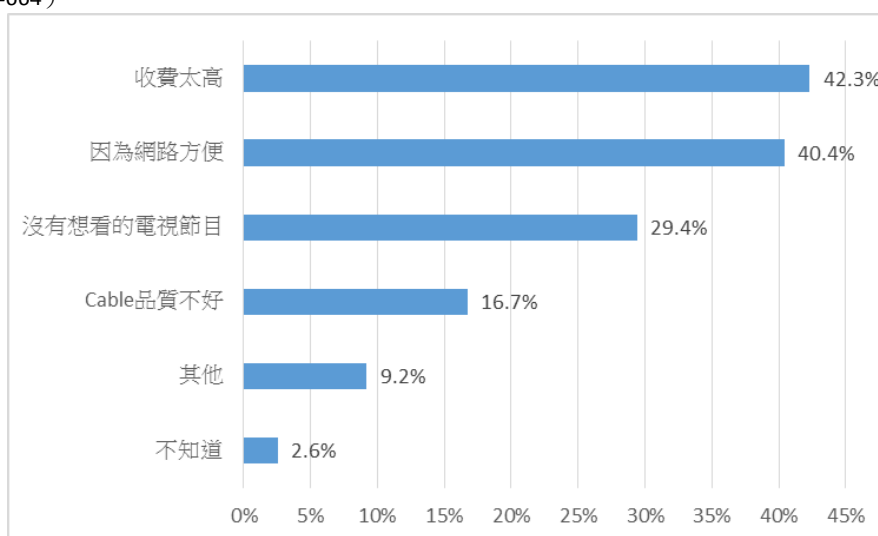


圖 15 停止訂閱有線電視服務之原因

Base : (N=37，複選)

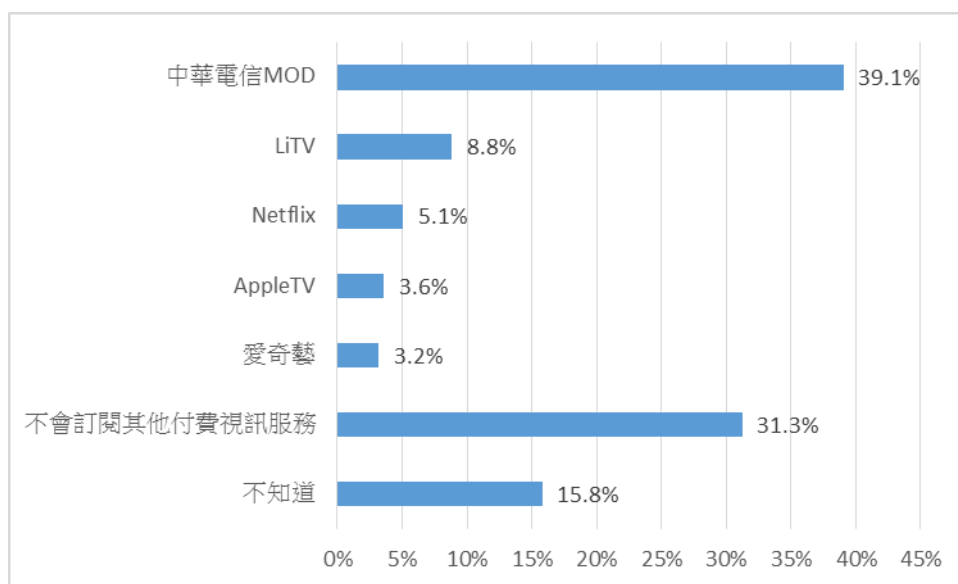


圖 16 會考慮改訂哪些服務

Base：(N=37，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域分析，考慮停止訂閱有線電視服務以高屏澎地區比例最高（8.8%），不考慮停止訂閱者以宜花東地區為最高（95.3%）。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，未來一年內是否考慮停止訂閱有線電視服務，在年齡達顯著差異。續訂意願隨年齡而遞減，55 歲以上民眾續訂意願最高，達 94.4%，45-54 歲則為 87.8%，16-24 歲有 74.2%表達續訂之意願。

考慮停訂之年齡層，所占比最高者為 35-44 歲，達 9.7%，其次依序為 45-54 歲（7.6%）、16-24 歲（6.1%）。

(九) 訂閱 MOD 哪些服務及使用功能

1. 整體分析

訂閱中華電信 MOD 的民眾，以訂閱家庭豪華餐比例最高，達 18.8%；其次為家庭精選餐（12.1%）。57.1%訂閱者知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢功能；但在使用上，半數以上民眾未使用前述功能，24.1%會使用回播電視節目功能。

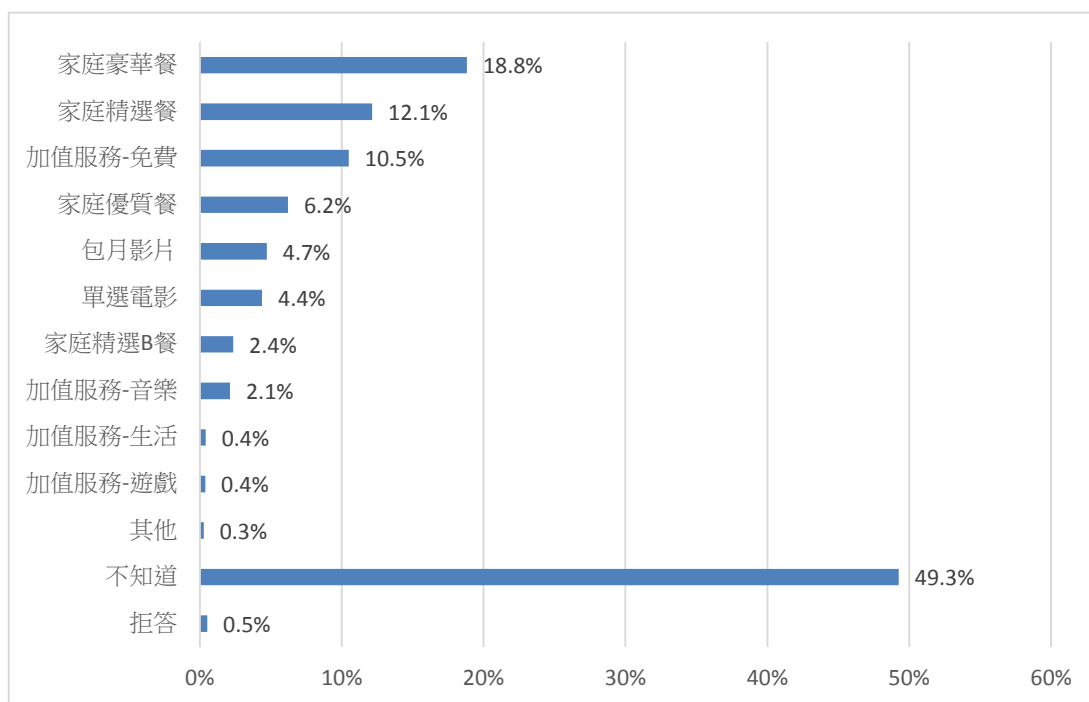


圖 17 訂閱中華電信 MOD 服務項目

Base : (N=192 , 複選)

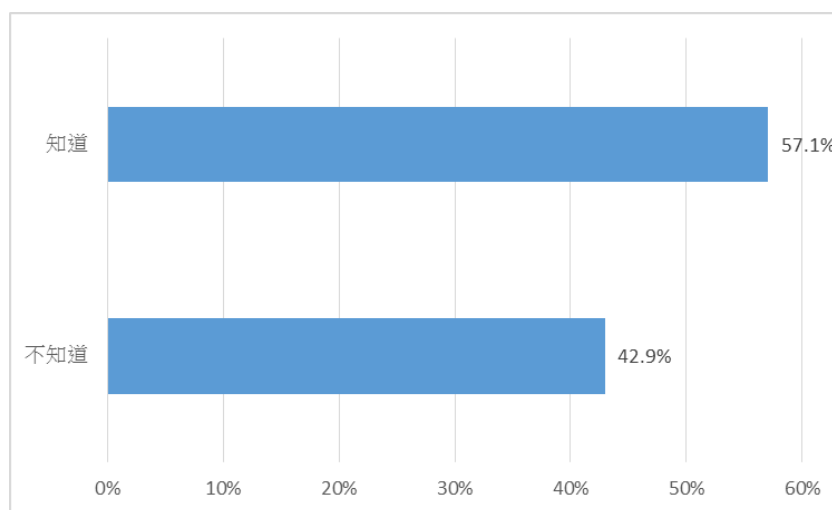


圖 18 是否知道 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢功能

Base : (N=192)

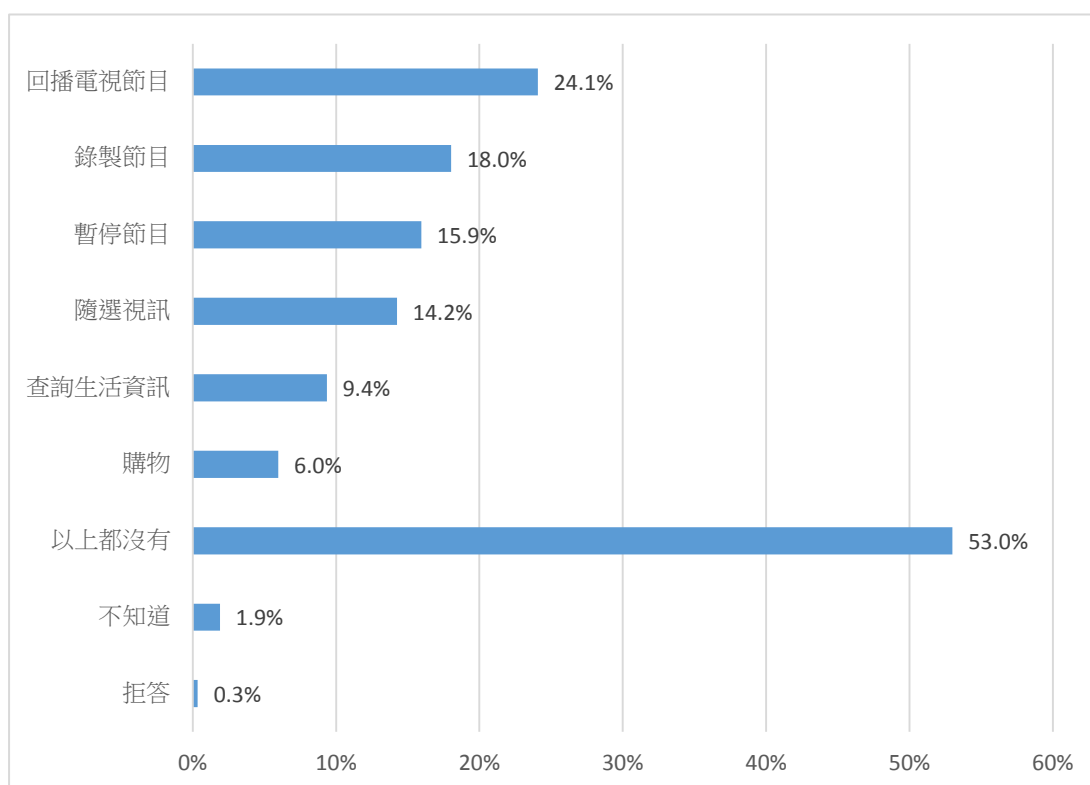


圖 19 使用 MOD 功能

Base：(N=109，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定結果顯示，是否知道中華電信 MOD 提供錄製、暫停、回播節目與資訊查詢上，就居住地區部分呈現顯著差異，其中以桃竹苗知道比例最高，達 73.2%。

就訂閱服務而言，訂閱家庭精選餐以宜花東地區為最高 (40.6%)，訂閱家庭豪華餐則以雲嘉南地區 (32.7%) 為高。高屏澎地區在使用中華電信 MOD 錄製節目、回播節目、購物、隨選視訊、查詢生活資訊等功能比較皆高於其他地區。

(2) 基本差異分析

經由卡方檢定，是否知道中華電信 MOD 提供錄製、暫停、回播節目與資訊查詢上，在年齡部分達顯著差異。其中以 25-34 歲者為最高，達 67.6%，16-24 歲者居次，達 61.4%。45-54 歲訂閱家庭豪華餐比例最高，達 26.8%；55 歲以上使用免費加值服務比例較高，達 26.5%。

(3) 社會經濟身分差異分析

是否知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播電視節目、資訊查詢等功能者，經卡方檢定結果顯示，於平均收入達顯著差異，其中又以 5 萬至未滿 6 萬元者比例最高，達 78.1%。4 萬至 5 萬元收入者訂閱家庭豪華餐比例最高，達 33.8%。

(十) 是否考慮停止訂閱 MOD 服務

1. 整體分析

訂閱中華電信 MOD 的民眾，未來一年內考慮停止訂閱者僅有 11%，有 84.5% 表示會繼續訂閱。

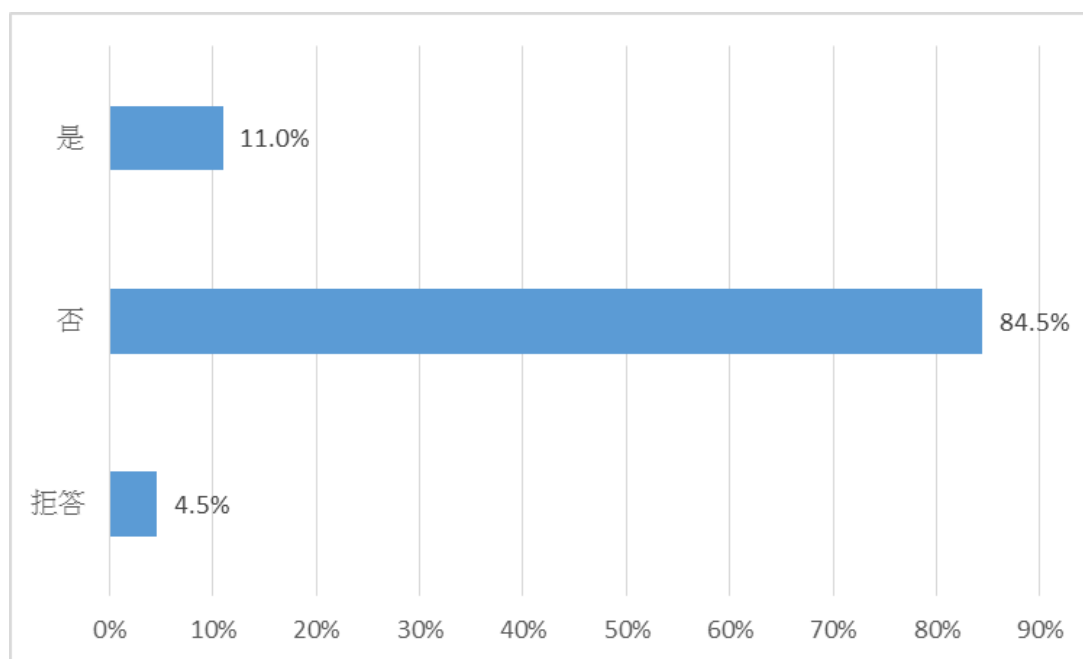


圖 20 未來一年內考慮停止訂閱 MOD 服務

Base : (N=192)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域分析，未來一年內考慮停止訂閱 MOD 服務者比例最高者為中彰投地區 (24.8%)，而宜花東地區 100% 考慮續訂。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，未來一年內是否考慮停止訂閱 MOD 服務，於性別達顯著差異，進一步檢視性別差異，88.1% 的女性表示會續訂 MOD 者，該比例高於男性之 81.3%，有 16.4% 男性考慮停訂，女性為 4.9%。男女間相差 11.5%。

根據年齡層，35-44 歲為考慮停訂比例最高之族群，達 25.9%，45-54 歲者居次，占 11.4%；就婚姻狀況而言，已婚者考慮停訂者比例較高，達 14.7%。

二、電視與廣播收視聽行為與感受

（一）最常收看電視時段

1. 整體分析

民眾最常收看電視時段為 18-21 時，占 53.8%；其次為 21-24 時，占 22.8%，結果顯示 18-21 時為主要收視之黃金時段。

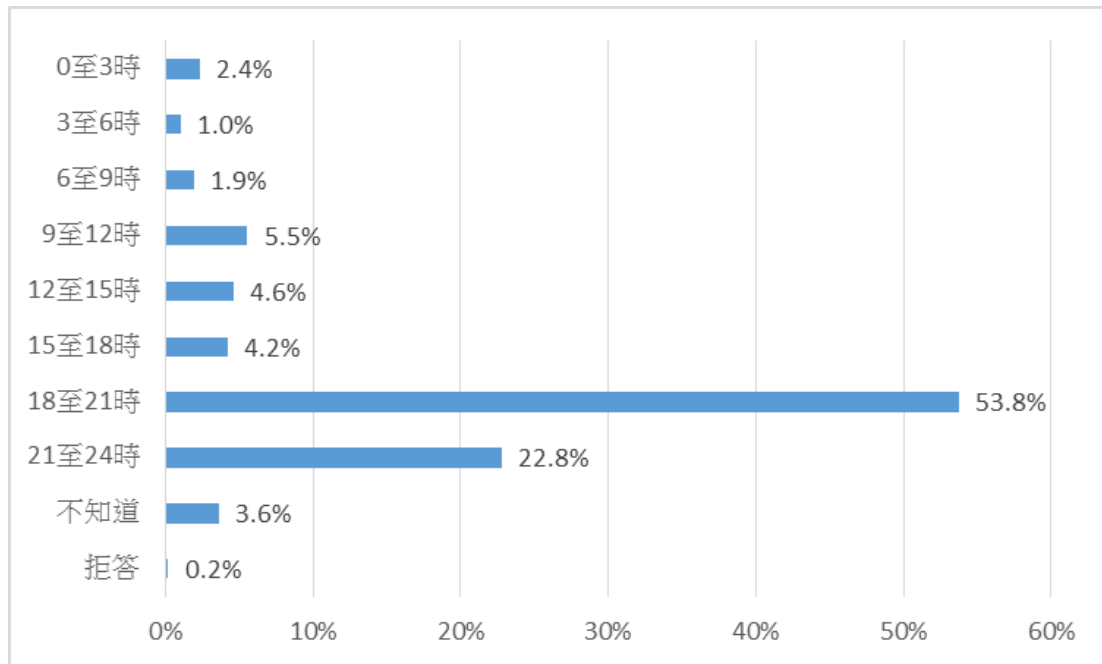


圖 21 最常收看電視時段

Base：(N=1,007)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域分析，各地區民眾最常收看電視的時段皆為 18-21 時，其中又以宜花東地區最高，達 71.9%。

（2）基本差異分析

我國民眾最常收看電視之時段，經卡方檢定分析結果顯示，於性別上呈現顯著差異。進一步檢視男女性在收視時段之不同，男女皆以 18-21 時為主要收視時段，女性 60.8%高於男性 46.2%，21-24 時則為次要收視時段，男性 26.0%高於女性 19.9%。

依年齡層區分，各年齡層最常收看電視的時段皆為 18-21 時，其中以 45-54 歲比例最高，達 64.9%，其次為 55 歲以上，占 56.0%。就婚姻狀況而言，已婚者於 18-21 時收看電視比例最高，達 58.7%。

（二） 常收看的電視節目類型

1. 整體分析

在所有收看節目類型中，以社會新聞所占比例最高，占 65.9%，綜藝節目居次，占 46.7%，其餘分別為氣象（43.7%）、戲劇（43.1%）以及國際新聞（42.4%）。

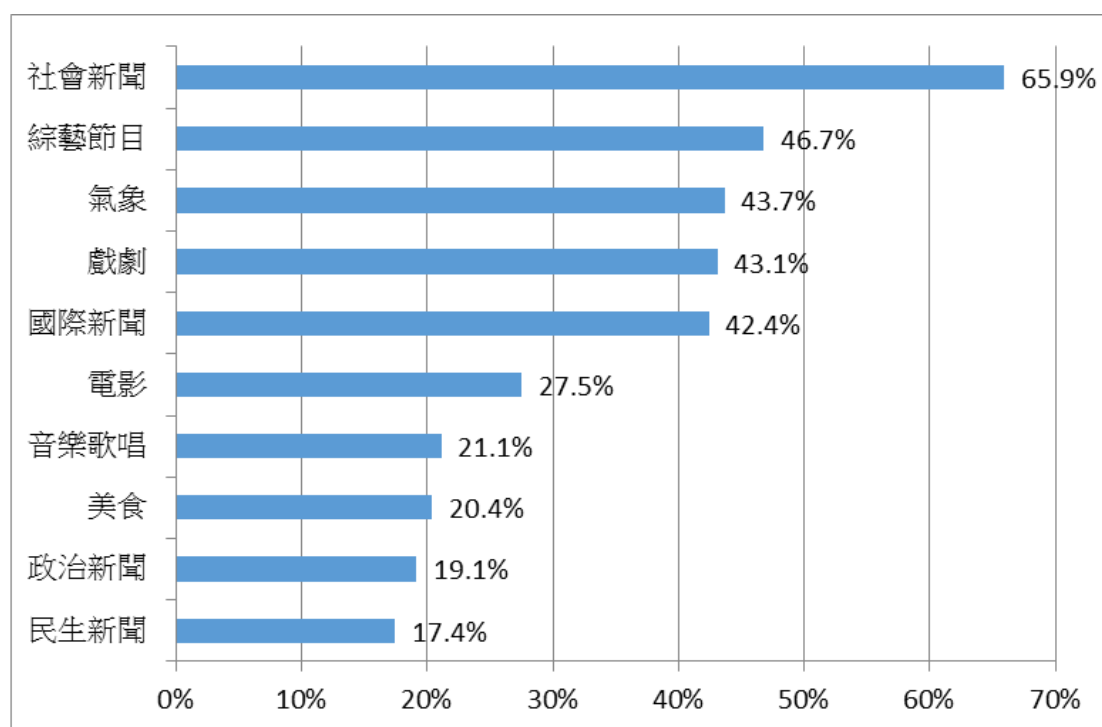


圖 22 前十名時常收看電視節目類型

Base：(N=1,007，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域分析，各區域時常收看的電視節目類型第一名皆為社會新聞，其中又以宜花東地區最高，達 80.1%；北北區地區除社會新聞外，位居第二之收視節目為國際新聞（55.4%），桃竹苗（51.6%）及宜花東（67.4%）地區則是以氣象為收視第二之節目類型，中彰投（54.0%）及高屏澎（47.7%）地區為綜藝節目，雲嘉南地區為戲劇（53.7%）。

（2）基本差異分析

無分性別，社會新聞為最常收視之節目類型，其中男性為 62.8%，女性為 68.8%，除社會新聞外，男性時常收看的電視節目類型依序為國際新聞（47.4%）、綜藝節目（42.8%）；女性時常收看的電視節目則為綜藝節目（50.4%）與戲劇節目（50.1%）。

就年齡層區分，各年齡層對收視節目選擇並不相同，16-24 歲及 25-34 歲時常收看的電視節目類型第一名為綜藝節目，分別達 51.5%及 58.4%；其餘年齡層則以社會新聞最受歡迎，又以 45-54 歲為最高，達 81.5%。

在婚姻狀況部分，不論何種婚姻狀況，時常收看電視節目類型均以社會新聞位居第一，其中又以已婚者最高達 72.2%；位居第二收視節目類型，未婚者時常收看綜藝節目（53.8%），已婚者時常收看氣象（53.5%），鰥寡/分居者收看戲劇節目（48.2%）。

（三） 電視節目的品質

1. 整體分析

整體而言，57.7%民眾認為在過去 12 個月，電視節目整體品質維持原來水平，18.6%覺得有改進，13.5%覺得更糟。

認為電視節目整體品質有改進者，認為電視節目在節目多樣化（62%）、更多品質佳的戲劇（36.7%）、節目內容更有趣或更具娛樂性（28.7%）部份有改進。至於認為電視節目整體品質更糟者，則對電視節目在重播頻率太高（73.4%）、太多置入性行銷（49.1%）、劇情太差過於離譜（42.9%）感到不滿。

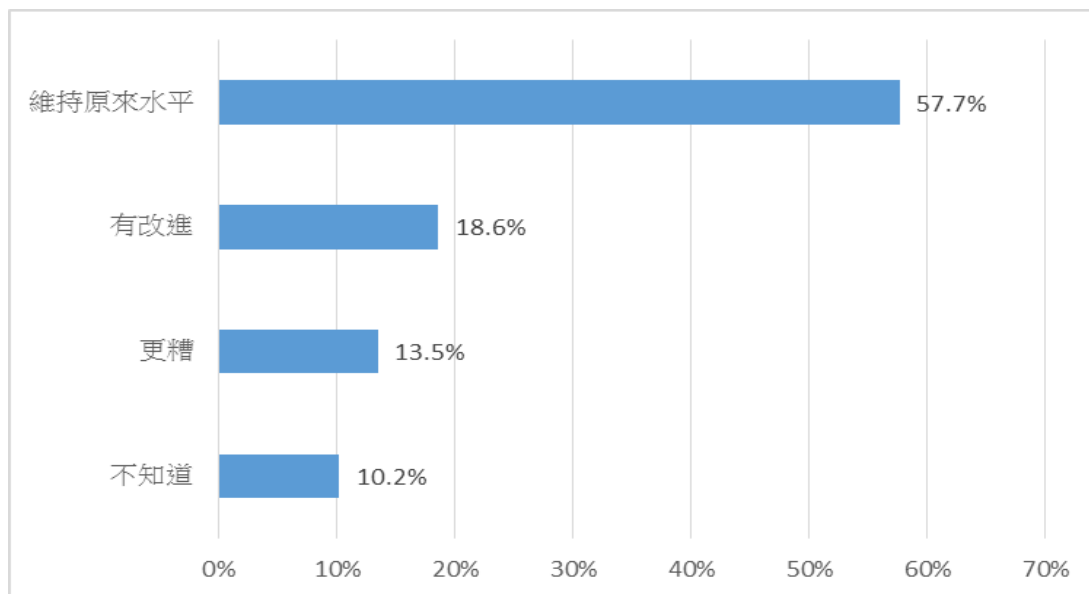


圖 23 過去 12 個月，電視節目整體品質有否改進

Base : (N=1,007)

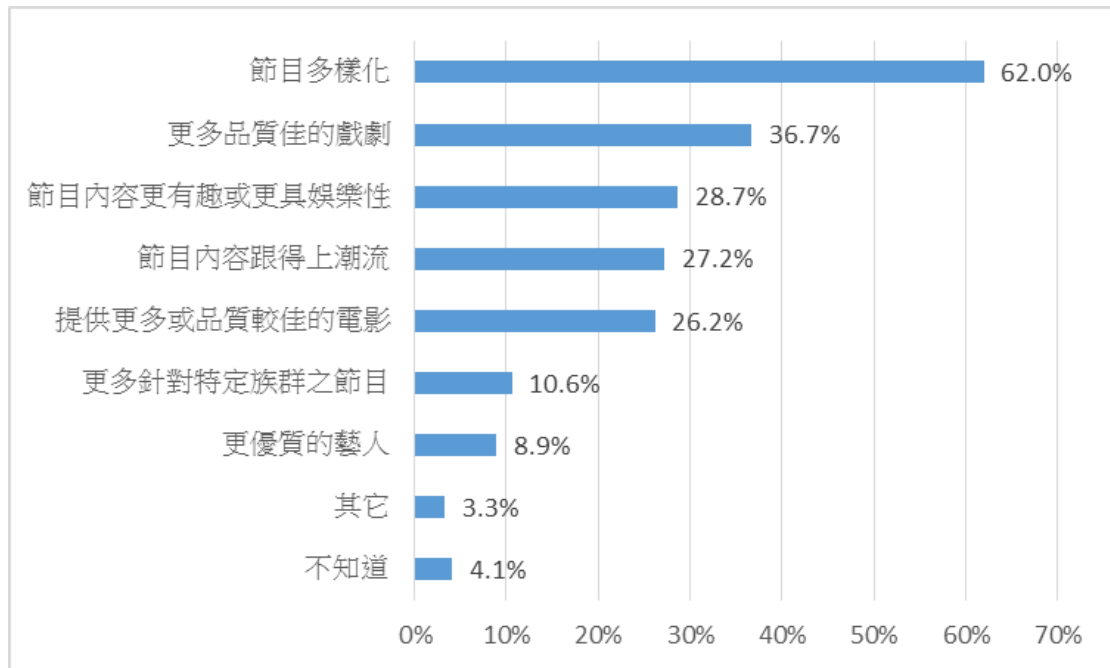


圖 24 電視節目在過去 12 個月改進之處

Base : (N=187 , 複選)

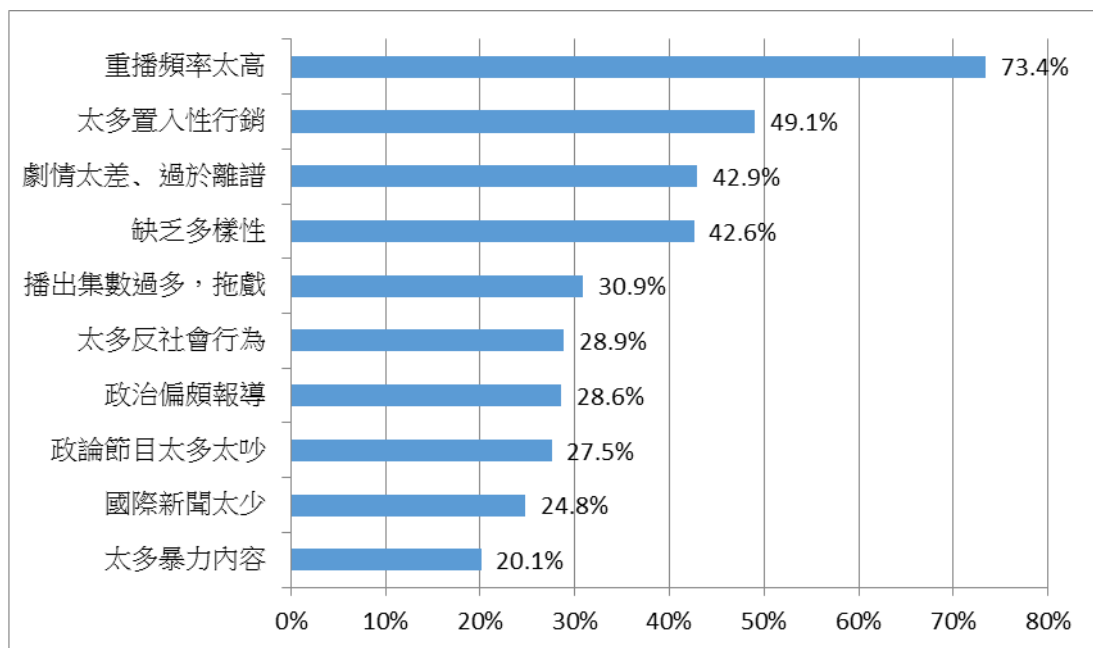


圖 25 電視節目在過去 12 個月內更糟之處 (前十名)

Base : (N=136 , 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，對於電視節目整體品質之看法，於居住地區達顯著差異。各區域皆以在過去 12 個月中，電視節目整體品質維持原來水平比例為最高，除中彰投及高屏澎地區外，皆超過 57%，最高者為北北基地區，達 66.7%。認為有改進以高屏澎地區最高，達 32.4%，中彰投地區民眾則認為電視節目品質變得更糟，達 19.9%。

對電視節目整體品質有改進者而言，除雲嘉南地區外其餘地區皆以節目多樣化比例最高，又以桃竹苗地區（71.1%）為最高，雲嘉南地區民眾則多認為電視節目在節目內容更有趣或更具娛樂性比例（58.8%）。

選擇更糟的民眾，除北北基地區外其他地區多不滿重播頻率太高，其中又以中彰投地區則最高，達 90.8%，北北基則對缺乏多樣性感到最不滿意，比例為 66.0%。

(2) 基本差異分析

電視節目整體品質的看法，經卡方檢定結果顯示，於性別及年齡層呈現顯著差異，該結果顯示性別與年齡不同，對於電視節目整體品質也有不同之看法。依性別加以區分，男女對於過去 12 個月電視節目的整體品質，皆以維持原來水平為最高，惟女性之比例 60.9% 稍高於男性 54.1%；認為更糟者在男女比例皆為 13.5%，至於認為節目有改進者，男性之 22.4% 高於女性之 15.1%。

而在年齡層部分，各年齡層多認為過去 12 個月，電視節目的整體品質維持原來水平，最高者為 35-44 歲，達 64.2%。覺得有改進者以 25-34 歲為最高（23.2%），覺得更糟者以 45-54 歲為最高（21.2%）。

進一步調查電視節目改進之處為何，在性別上覺得電視節目整體品質有改進者，男（58%）女（67.4%）性皆以節目多樣化比例為最高，其次在男性部分則為更多品質佳之戲劇（44.7%），女性認為節目內容更有趣或更具娛樂性（26.4%）。

電視節目變得更糟之部分，男女性皆以重播頻率太高比例為最高，而男性（79.8%）比例高於女性（67.5%）；劇情太差過於離譜則名列男性第二理由（45.2%），女性部分則為太多置入性行銷（63.5%）。

至於年齡層部分，覺得電視節目整體品質有改進者，各年齡層皆以節目多樣化比例最高，其中 45-54 歲（79.3%）為最高。覺得更糟者，除 16-24 歲以缺乏多樣性比例最高（75.5%）以外，其餘皆以重播頻率太高為最高，55 歲以上達 83.9%。太多置入性行銷於 25-34 歲、45-54 歲及 55 歲以上排名第二，比例介於 49.6 至 61.6% 之間；35-44 歲認為劇情太差過於離譜比例達 50.6%。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定分析顯示，電視節目整體品質的看法，於教育程度達顯著差異，該結果表示教育程度不同對於電視節目整體品質看法也有所不同。各教育程度皆以維持原來水平者為最高，其中又小學及以下者高於其他教育程度，達 74%。覺得有改進者以國中或初中最高，達 24.3%；覺得更糟者則以專科最高，達 25.1%。

而覺得有改進者中，經複選題繼續詢問於何處有所改進，節目多樣化為除碩士及以上學歷外，其他學歷認定改進最多的地方；碩士及以上學歷者，則認為品質佳之戲劇讓電視品質有所改進之首要因素（57.3%）。

針對覺得更糟者繼續詢問變糟之處，碩士及以上學歷者與其他學歷意見並不一致，碩士及以上學歷認為太多置入性行銷所占比例最高（72.2%），其餘則認為是重播頻率太高，又以國中或初中以上比例最高達 87.5%。名列第二變糟之處就各教育程度而言不盡相同，小學及以下為太多暴力內容（63.8%），國中或初中為播出集數太多、拖戲（70.9%），高中職（44.5%）與專科（50.7%）為太多置入性行銷，大學為缺乏多樣性（67.7%），碩士及以上為重播頻率太高（70.8%）。

（四）廣播收聽行為

1. 整體分析

廣播收聽頻率以每天至少一次所占比例為最高，達 45.4%，其次為每週幾次，達 36.3%。就最常收聽廣播時段而言，以 9-12 時為最高，比例達 26.7%，其次為 6-9 時，比例達 23.4%。

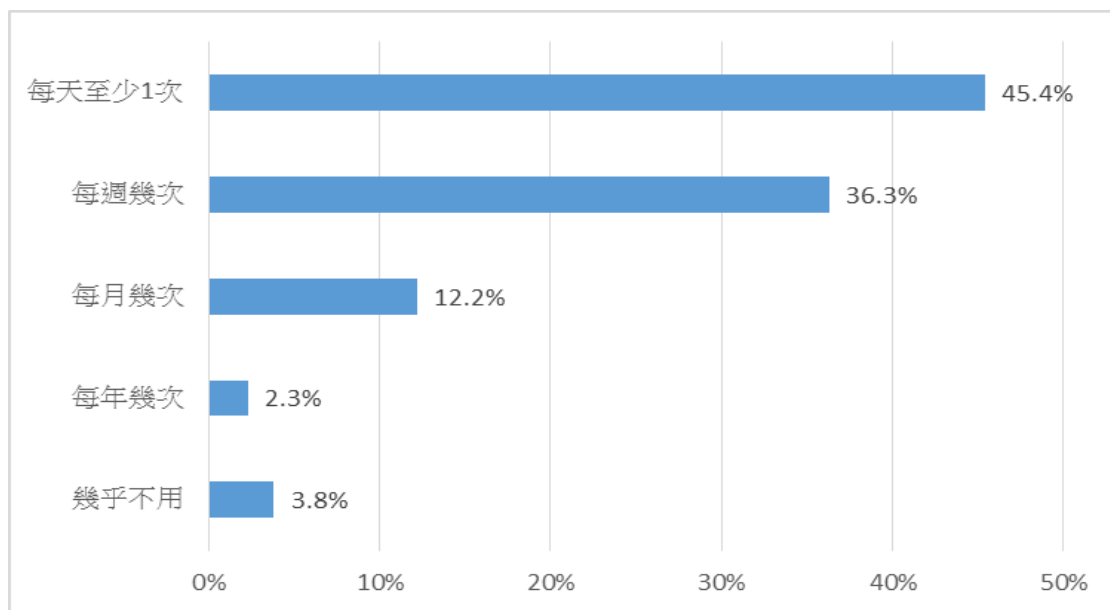


圖 26 收聽廣播頻率

Base：(N=415)

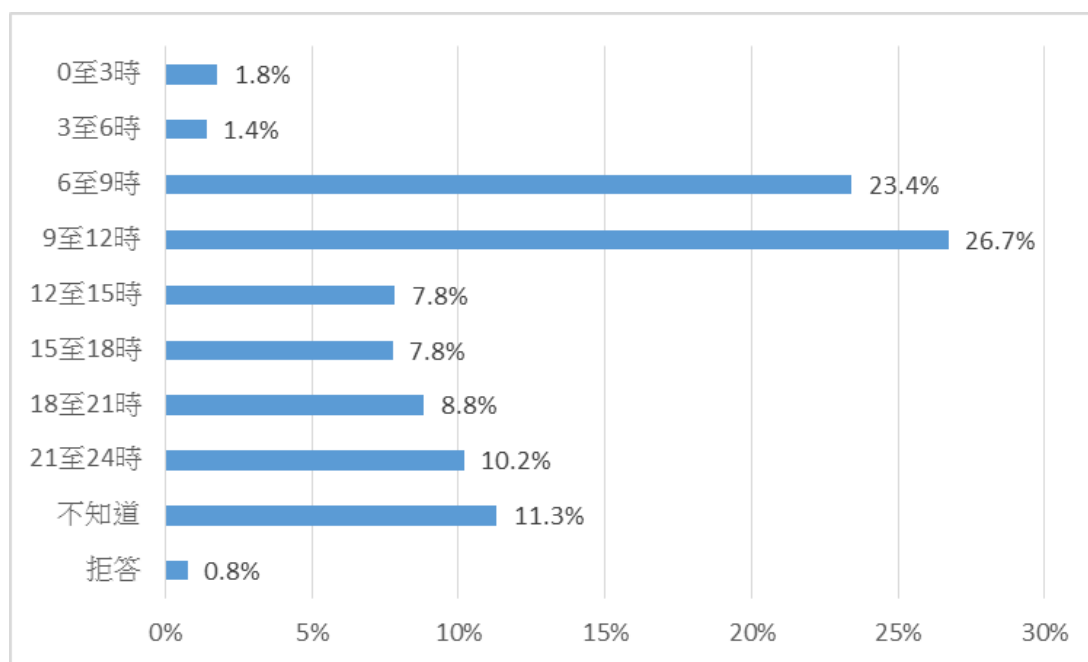


圖 27 最常收聽廣播時段

Base : (N=415)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域分析廣播收聽頻率，北北基(47.4%)、中彰投(46.1%)、雲嘉南(48.8%)、高屏澎(49.6%)與宜花東(37.0%)地區民眾，以每天至少收聽一次者為最多，桃竹苗地區以每週幾次比例最高，達40.7%；就最常收聽廣播時段而言，高屏澎為6-9時，宜花東為18-21時，其餘地區則為9-12時。

(2) 基本差異分析

檢視收聽廣播之頻率，是否於性別上有所差異，經檢定結果顯示，男女性在收聽廣播頻率上達顯著差異。女性每天至少一次(37.4%)比例略高於每週幾次(36.3%)，男性多為每天至少一次(53.0%)，以及每週數次(36.2%)，而在每月數次之頻率上，女性為20.0%，高於男性4.8%。

就最常收聽廣播時段而言，男女皆為9-12時，比例皆超過26%。

依年齡層區分廣播收聽頻率，16-24歲及45-45歲最多為每週幾次，其餘為每天至少一次。就最常收聽廣播時段而言，16-24歲為21-24時，25-44歲為9-12時，45歲以上為6-9時。

依婚姻狀況區分廣播收聽頻率，皆以每天至少一次比例最高，且已婚者與未婚者比例差異不大。就最常收聽廣播時段而言，各婚姻狀況皆以9-12時為最多。

（五）廣播收聽資訊仰賴程度

1. 整體分析

對於由收聽廣播獲取資訊之仰賴程度⁵，以收聽音樂為最高，平均為 6.43 分，其次則為獲得災難資訊（如水災、颱風、地震），平均為 5.46 分，推薦產品仰賴程度最低，平均為 3.82 分。

表 4 廣播收聽資訊仰賴程度

由廣播電台獲取之資訊	仰賴程度（平均分數）
收聽音樂	6.43
災難資訊（如水災，颱風、地震）	5.46
新聞資訊	5.42
旅遊與氣象資訊	5.01
其他生活資訊	4.99
推薦產品	3.82

Base：（N=415）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

整體而言，各地區民眾對廣播電台的仰賴，皆以收聽音樂之仰賴程度為最高，其中又以中彰投地區高於其他地區（6.93 分），除於收聽音樂外，北北基地區民眾與桃竹苗地區亦多從廣播中獲知新聞（各為 5.77 分、5.51 分），至於中彰投、雲嘉南、高屏澎與宜花東，第二對廣播電台仰賴之項目則為獲知災難資訊，其平均分數分別為 5.49 分、5.42 分、5.80 分與 5.37 分。

經由單因子變異數（one-way ANOVA）檢定結果顯示，在所有調查項目中僅有推薦產品達顯著差異，表示各地區對於推薦產品的仰賴程度不一，以北北基仰賴程度最高（4.41 分），宜花東最低（2.58 分）。

（2）基本差異分析

經由單因子變異數（one-way ANOVA）檢定結果顯示，對於仰賴廣播電台藉以獲知新聞資訊上，於年齡上呈現顯著差異，55 歲以上民眾仰賴程度高於其他年齡層（6.11 分）

而在旅遊與氣象資訊的仰賴程度上，檢定結果顯示於年齡呈現顯著差異，其中以 55 歲以上最高（6.05 分）。

獲知災難資訊（如水災、颱風、地震）的仰賴程度，檢定結果於年齡上呈現顯著差異，55 歲以上平均最高（6.36 分），最低為 35-44 歲（4.81 分）。

⁵以等距尺度 1-10 測量，1 不曾如此—10 總是如此，以下同。

收聽音樂的仰賴程度，經由檢定後結果於年齡、婚姻上呈現顯著差異。以 16-24 歲仰賴程度最高（7.31 分），高於其他年齡層。在婚姻狀況上，未婚者仰賴程度最高（6.9 分）。

就獲取其他生活資訊而言，檢定結果呈顯著差異者主要為年齡，以 55 歲以上民眾仰賴程度最高（5.64 分），16-24 歲仰賴程度最低（3.97 分）。

（3）社會經濟身分差異分析

經由單因子變異數（one-way ANOVA）檢定結果顯示，仰賴電台來獲知新聞與其他資訊上，於職業與收入上呈現顯著差異。在職業部分，以支援服務業仰賴程度最高（7.81 分），收入則以未滿兩萬元之族群（6.15 分）高於其他。

至於透過廣播電台獲知旅遊與氣象資訊仰賴程度，檢定分析結果顯示在教育程度、職業收入、居住狀況上達顯著差異；教育程度以小學及以下的仰賴程度最高（6.04 分），職業部分以支援服務業為最高（7.07 分），收入則以低於兩萬元者為最高（6.00 分），至於居住狀況則以自有住屋者分數（5.17 分）高於其他。

在獲知災難資訊部分，檢定結果於收入、職業與教育程度上呈現顯著差異，就職業部分以支援服務業（8.15 分）為最高，從收入來看，則以低於兩萬元者仰賴程度最高（6.84 分），以教育程度而言，小學以下者仰賴程度最高（7.22 分）。

收聽音樂的仰賴程度，經由檢定後之結果於收入及教育程度上達顯著差異，其中尤以 2 萬至未滿 3 萬元者（7.03 分）仰賴程度高於其他，教育程度以小學及以下高於其他（7.48 分）。

而就獲取其他生活資訊部分，檢定分析結果分別於職業與收入上達顯著差異。教育業仰賴程度（7.04 分）高於其他行業，收入未滿兩萬元者仰賴程度最高（5.94 分）。

仰賴廣播電台來獲知推薦產品資訊，檢定結果顯示，於職業、收入及教育程度上呈現顯著差異，教育業（5.89 分）高於其他行業，收入部分則以未滿兩萬元仰賴程度最高（5.00 分），教育程度以小學及以下仰賴程度最高（6.03 分），碩士及以上的仰賴程度最低（3.48 分）。

三、電視廣播廣告

（一）對電視廣告觀感

1. 整體分析

電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，前三名為太多廣告（49.3%）、廣告太長（32.3%）、短時間一再重複出現的廣告（29%），也有 25.4%之民眾認為並沒未感到困擾；而造成困擾的電視廣告類型，前三名為貸款/借款廣告（47.2%）、垃圾食物廣告（26.6%）、信用卡廣告（16.2%）。

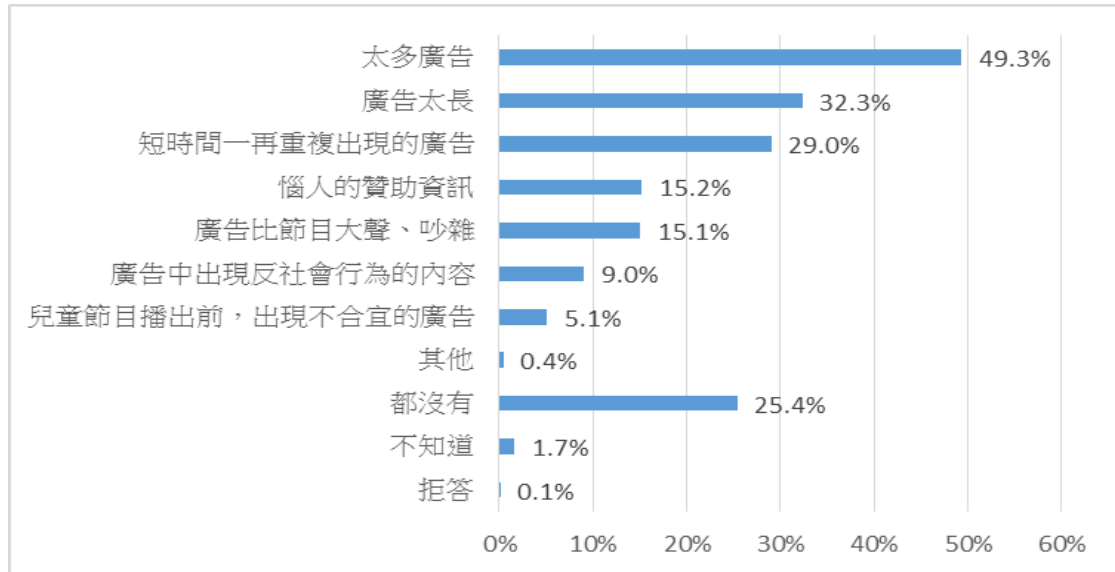


圖 28 以下哪些電視廣告播出情形對您造成困擾

Base：(N=1,007，複選)

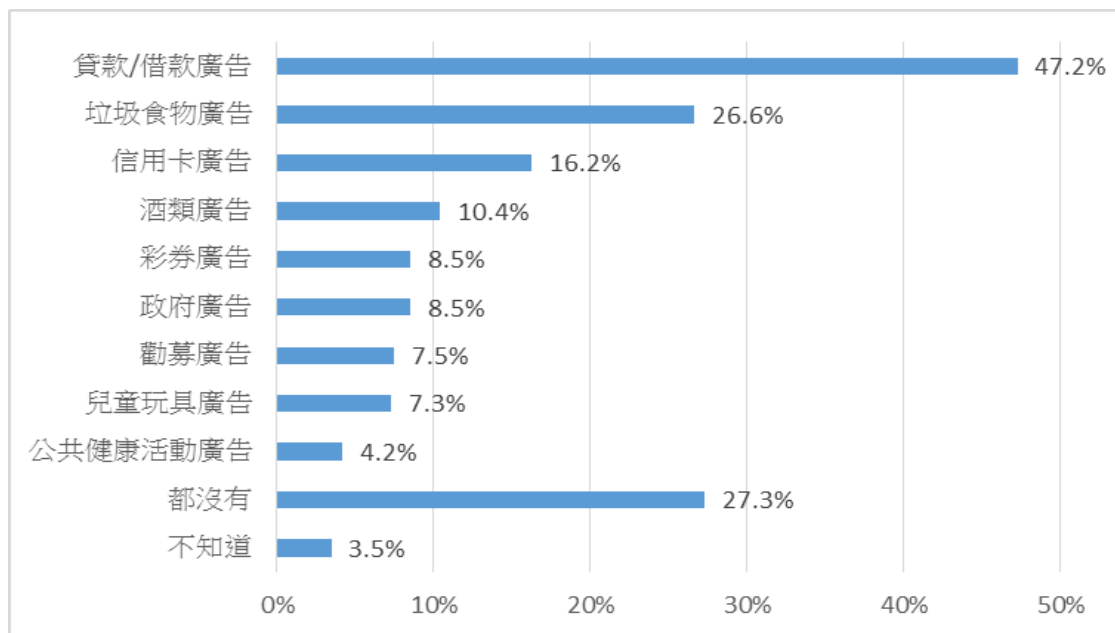


圖 29 哪些電視廣告類型對您造成困擾

Base：(N=751，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，各地區皆以太多廣告比例最高，宜花

東地區最高達61.3%。造成困擾的電視廣告類型，北北基(38.5%)及宜花東(44.5%)以都沒有比例最高，其餘皆以貸款/借款廣告比例最高，高屏澎地區最高達62.8%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，就電視廣告播出對民眾造成困擾的情形而言，男女皆以太多廣告比例最高，男性(50.4%)高於女性(48.3%)。造成困擾的電視廣告類型，男女皆以貸款/借款廣告比例最高，男性(48.5%)高於女性(46.1%)。

依年齡層區分，就電視廣告播出對民眾造成困擾的情形而言，各年齡層皆以太多廣告比例最高，45-54歲比例為最高，達53.3%。造成困擾的電視廣告類型，各年齡層皆以貸款/借款廣告比例最高，25-34歲比例最高達58.2%。

依婚姻狀況區分，就電視廣告播出對民眾造成困擾的情形而言，未婚者(49.6%)與已婚者(53.2%)皆以太多廣告比例最高，鰥寡/分居者以都沒有比例最高，達47.2%。造成困擾的電視廣告類型，未婚者(55.6%)與已婚者(43.5%)皆以貸款/借款廣告比例最高，鰥寡/分居者以都沒有比例最高，達31.3%。

四、電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護

(一) 電視節目管理

1. 整體分析

調查顯示，大部分民眾不知道電視節目有相關規範(決定哪些可播出、哪些無法播出)，不知道(55.4%)比例高於知道(43.9%)。知道電視節目有相關規範的民眾，覺得電視節目的規範剛好比例最高(45.2%)，其次為太少(21.5%)，再其次為太多(14.4%)。民眾對於哪個單位負責管理電視節目的認知，59.8%回答國家通訊傳播委員會(NCC)為最高，其次為不知道比例達33.3%。

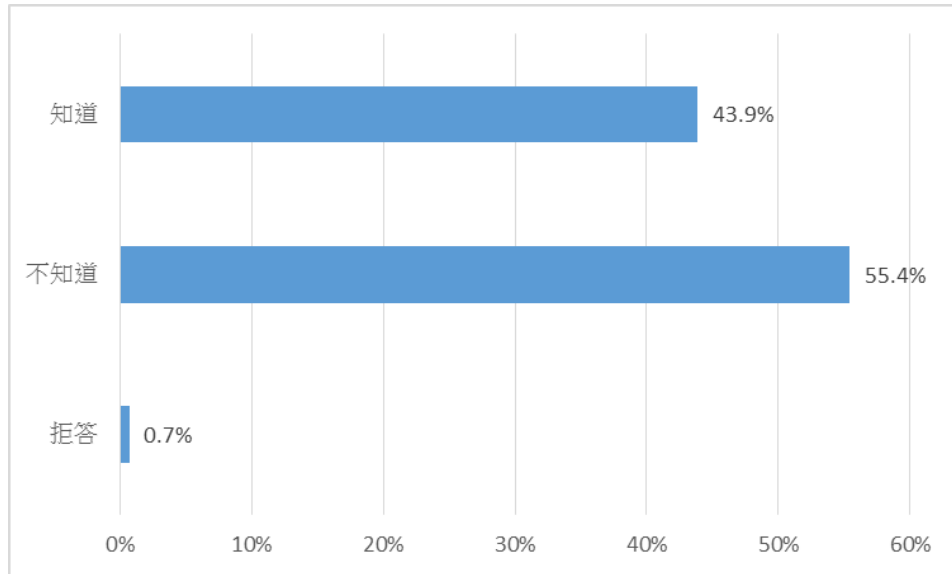


圖 30 是否知道電視節目有相關規範

Base : (N=1,126)

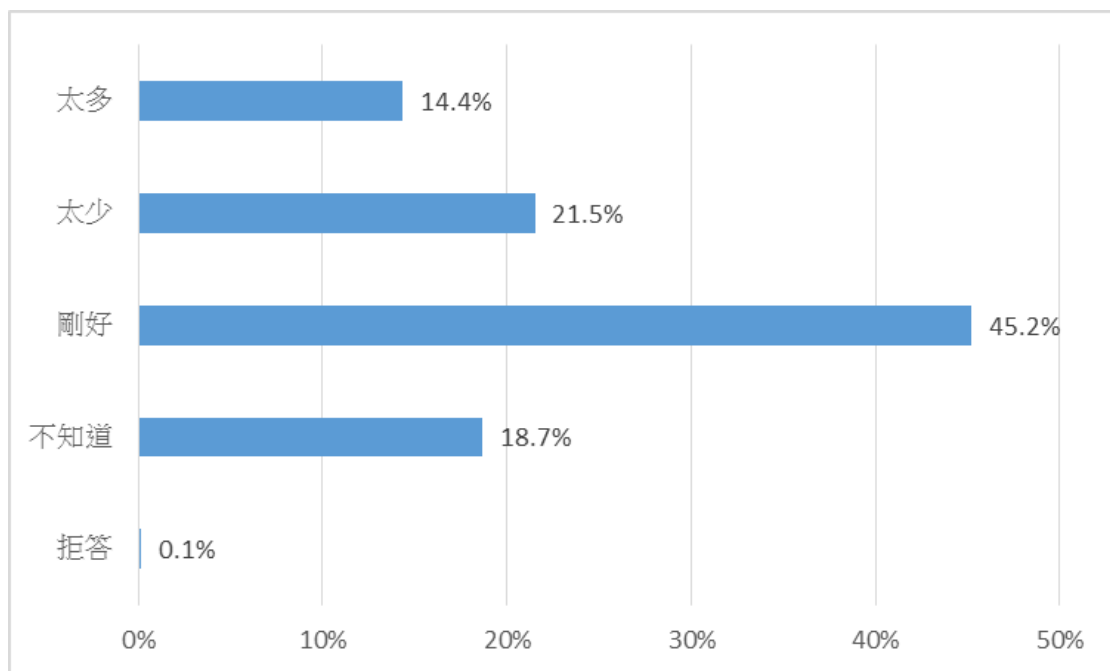


圖 31 電視節目規範合適度

Base : (N=494)

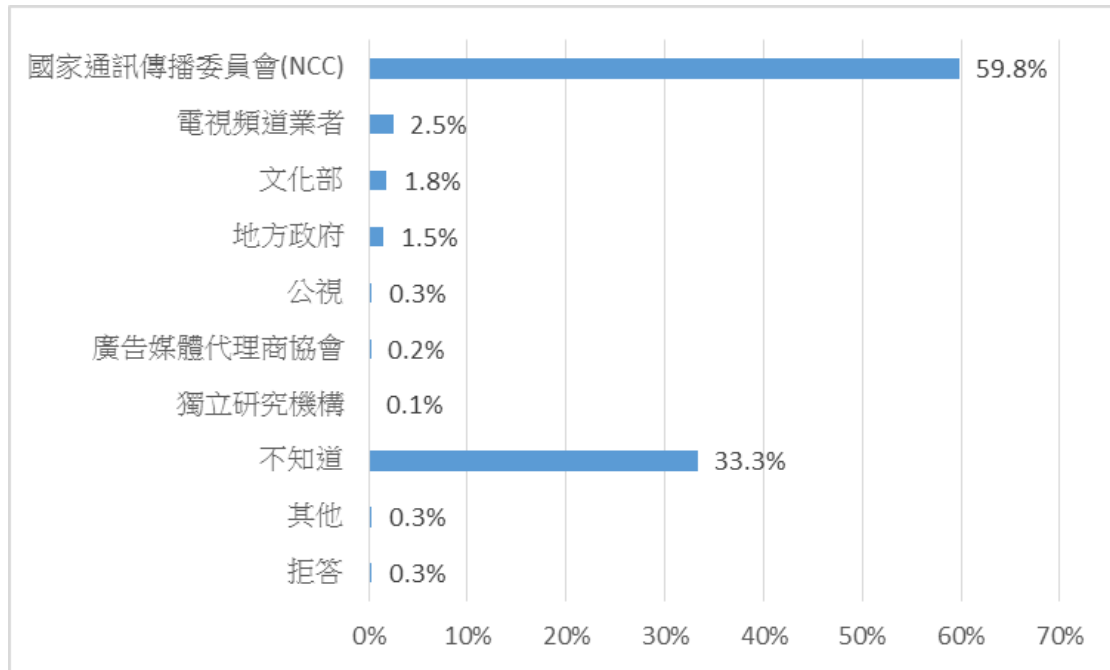


圖 32 負責管理電視節目單位

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，對整體電視規範的認知，於居住地區達顯著差異。

知不知道電視節目有相關規範而言，除宜花東地區外(知道比例為 50.4%)，各地區不知道比例皆高於知道，不知道比例最高為高屏澎地區，達 60.8%。知道電視節目有相關規範的民眾，除宜花東地區以太少比例最高(37%)，其餘皆為剛好，雲嘉南地區最高達 55%。

負責管理電視節目單位，除宜花東地區以不知道比例最高(51%)，其餘各地區皆以國家通訊傳播委員會(NCC)比例最高，高屏澎地區最高達 65.3%。

(2) 基本差異分析

對整體電視規範的認知經卡方檢定分析結果顯示，於性別上達顯著差異。其中，男女皆以不知道比例較高，女性(55.7%)略高於男性(55.1%)。

依年齡層區分，除 25-34 歲以知道比例較高(51.9%)，其餘皆以不知道比例較高，最高為 55 歲以上達 59.9%。

依婚姻狀況區分，皆以不知道比例較高，鰥寡/分居者最高達 64.5%。

對於電視節目的規範太多、太少或剛好部分，依性別區分，男女皆以剛好比例較高，男性(46%)高於女性(44.4%)；依年齡層區分，皆以剛好比例較高，最高為 16-24 歲達 55%；依婚姻狀況區分，皆以剛好比例較高，未婚者最高達

49.7%。

調查對於負責管理電視節目之結果，無分男女皆以選擇國家通訊傳播委員會者（NCC）比例最高，男性（62%）高於女性（57.7%）。

依年齡層區分，各年齡層亦皆以國家通訊傳播委員會（NCC）比例較高，最高為 25-34 歲達 73%。

依婚姻狀況區分，除鰥寡/分居者以不知道(53.6%)最高外，其餘皆以國家通訊傳播委員會（NCC）比例較高，未婚者最高達 62.5%。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，是否知道電視節目的相關規範，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度及職業上皆達顯著差異；而對整體電視規範的認知，則於個人平均月收入、教育程度上達顯著差異。

對於是否知曉電視節目相關規範，依個人平均月收入區分，除 5 萬-未滿 6 萬元以知道比例較高（52.8%），其餘皆以不知道比例較高，最高者為 1 元-未滿 2 萬元達 66.1%。

依居住狀況區分，自有房屋者及租屋者皆以不知道比例較高，自有房屋者（55.5%）高於租屋者（52.4%）。

依教育程度區分，大學（58.4%）、碩士及以上（54.9%）知道比例較高，其餘以不知道比例較高，小學及以下最高達 80.2%。

依職業區分，知道比例較高者如藝術、娛樂及休閒服務業（62.7%）、教育業（60.6%）、醫療保健及社會工作服務業（60.5%）等，不知道比例較高者如支援服務業(90.6%)、農、林、漁、牧業（66.9%）、退休（65.8%）、製造業（65.1%）等。

整體而言認為對電視節目的規範太多、太少或剛好之意見，依個人平均月收入區分，各收入層皆以剛好比例較高，其中以 1 元-未滿 2 萬元最高達 61.2%。

依教育程度區分，各教育程度皆以剛好比例最高，國中或初中最高達 72.3%。

依職業區分，除專業、科學及技術服務業、其他服務業以太少比例最高，不動產業以太多比例最高外，其餘皆以剛好比例最高，較高者如批發及零售業、藝術、娛樂及休閒服務業、農、林、漁、牧業等。

（二）廣播節目規範

1. 整體分析

調查顯示，大部分民眾不知道廣播節目有相關規範（決定哪些可播出、哪些無法播出），不知道（63.3%）比例高於知道（36.1%）。

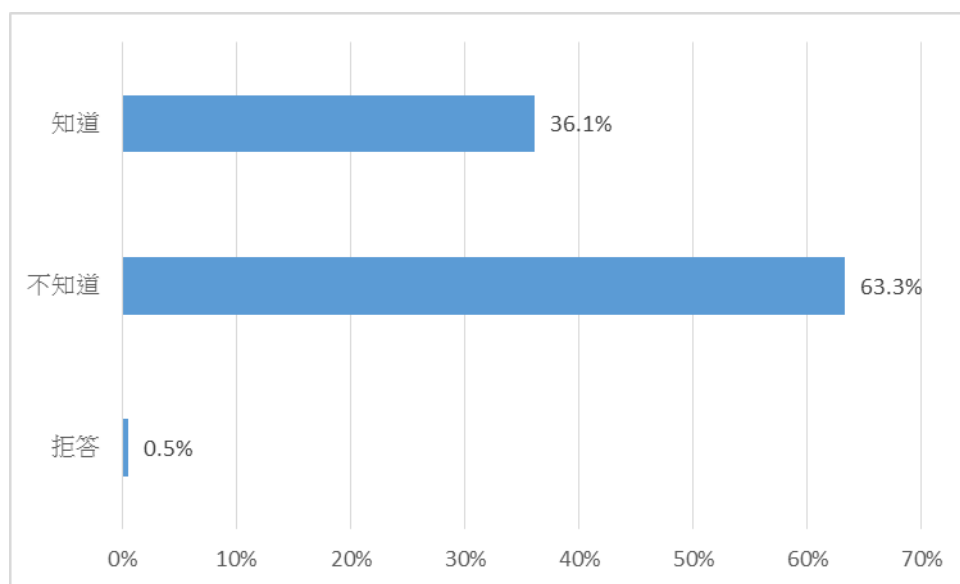


圖 33 知不知道廣播節目有相關規範

Base : (N=1,126)

知道廣播節目有相關規範的民眾，覺得廣播節目的規範剛好比例最高（39.6%），其次為太少（15.6%），再其次為太多（14.7%）。

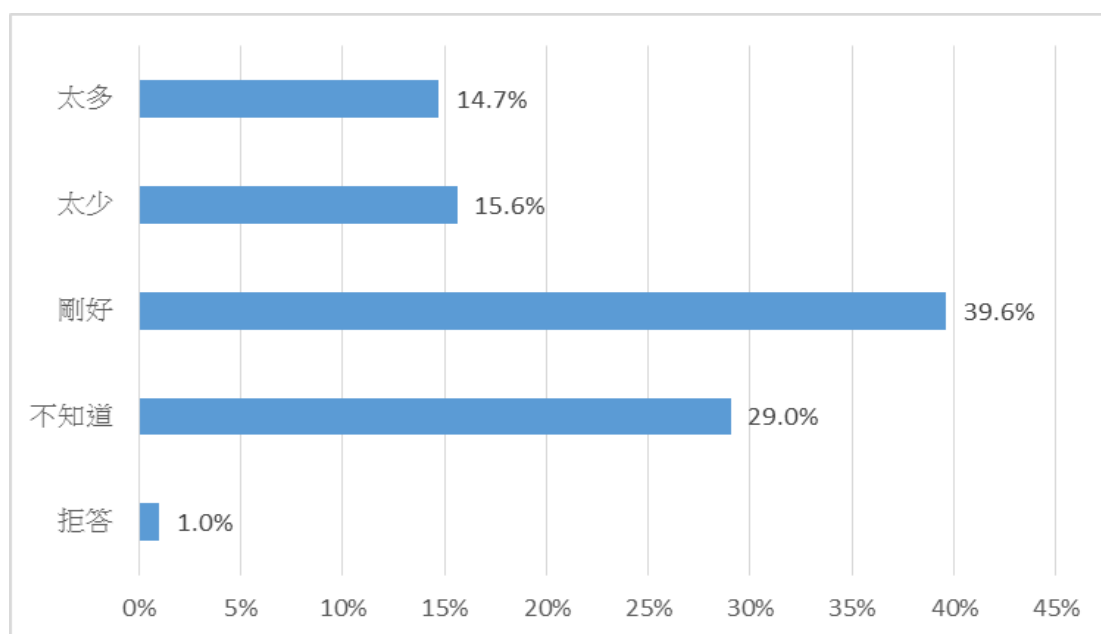


圖 34 整體而言您認為對廣播節目的規範太多、太少或剛好

Base : (N=407)

民眾對於哪個單位負責管理廣播節目的認知，55.2%回答國家通訊傳播委員會（NCC）為最高，其次為不知道比例達 36.7%。

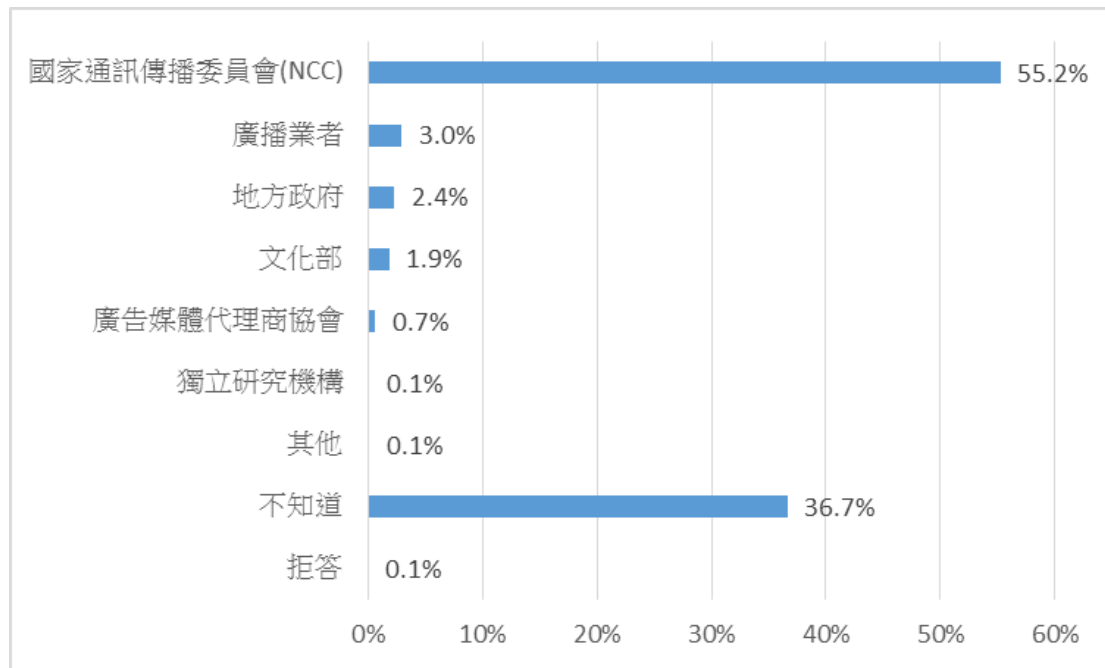


圖 35 是否知曉負責管理廣播節目單位

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否知道廣播節目的相關規範，及對廣播節目規範的認知，於居住地區均達顯著差異。各地區均以表示不知道比例者高於知道者，其中表達不知道之比例最高為中彰投地區，達 69.3%。至於認為廣播規範太多、太少或剛好，會隨區域不同而不同，以桃竹苗表示剛好之比例最高，達 52.9%。

詢問是否知曉負責管理廣播節目之單位，宜花東地區（53.7%）與中彰投（46.4%）表示不知道比例高於其他地區，進一步比較，在各地區皆以國家通訊傳播委員會（NCC）比例最高，又以北北基地區最高達 60.5%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，認為廣播節目規範太多、太少或剛好程度上，於性別及年齡上達顯著差異。進一步檢視，依性別區分，男女皆以認為廣播規範剛好者為最高（男 43.8%，女 35.3%），就年齡層而言，也以剛好者為最高，其中又以 16-24 歲者所占比例最高，達 54.9%。

對於負責管理廣播節目之單位，無論男女皆以國家通訊傳播委員會（NCC）比例最高（男 58.3%，女 52.2%），除 55 歲以上表示不知道者比例（46.1%）略高於回答國家通訊傳播委員會（NCC）（42.5%），其餘皆是以國家通訊傳播委員會（NCC）為最高，其中又以 25-34 歲者回答國家通訊傳播委員會（NCC）比例（67.7%）高於其他年齡層。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，是否知道廣播節目的相關規範，於個人平均月收入、教育程度及職業上達顯著差異；進一步檢視，不同收入均以表示不知道有哪些規範者，高於知道者，其中又以未滿 2 萬元者為最高，達 75.6%，而在 6 萬以上收入者，不知道與知道僅相差 1.4%，表示不知道之比例為 50.7%，知道者為 49.3%。

對於是否知道廣播節目規範，以小學及以下表示不知道比例為最高，達 86.1%，而在職業部分，大多以不知道比例高於知道之比例，表示知道比例最高者公共行政及國防；強制性社會安全（72.4%）。

而就對廣播節目規範太多、太少或剛好之程度，依照卡方檢定之結果，於收入上呈現顯著差異。各收入層均以認為剛好者之比例，高於太多或是太少，其中又以 5 萬-未滿 6 萬元認為剛好比例最高，達 54.2%。

(三) 確保孩童不會看到不好的電視節目內容

1. 整體分析

民眾認為確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，主責者以父母與廣電業者均負責比例最高達 60%，其次為主要是父母責任（18.2%）及主要是廣電業者的責任（16.1%）。

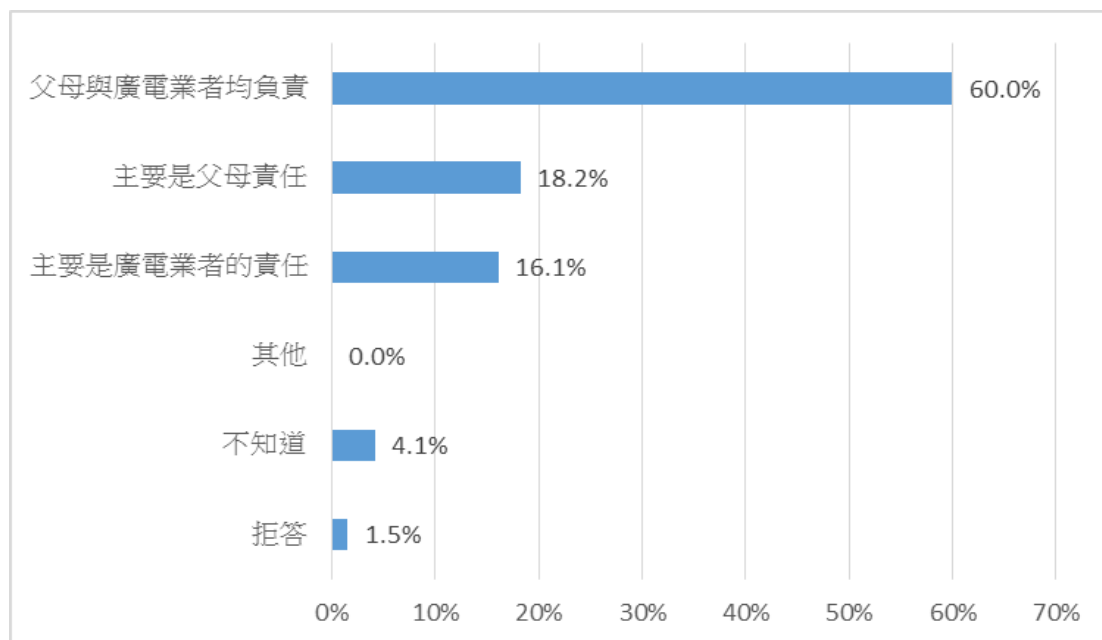


圖 36 何者該負主責，來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容

Base: (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

各區域都以父母與廣電業者均負責比例最高，其中桃竹苗地區比例最高達 73.4%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男女皆以父母與廣電業者均負責比例最高，女性（64.9%）高於男性（54.9%）。

依年齡層區分，各年齡層均以父母與廣電業者均負責比例最高，55 歲以上最高達 63.8%。

依婚姻狀況區分，皆以父母與廣電業者均負責比例最高，已婚者最高達 63.3%。

(四) 哪些類型內容讓您覺得討厭？

1. 整體分析

調查過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容，55.5%民眾回答沒有，高於回答有的 34.5%。

民眾覺得討厭的內容，前三名為暴力（57.9%）、新聞報導內容不斷重複（51.8%）及反社會行為（42.7%）。

民眾覺得厭惡的節目，前三名為政論節目（43%）、新聞節目（32.3%）、連續劇（30.1%）。

當電視播出覺得反感或厭惡的節目內容，民眾反應是轉台（86.8%）、關電視（22.9%）及向他人抱怨（10.6%）。

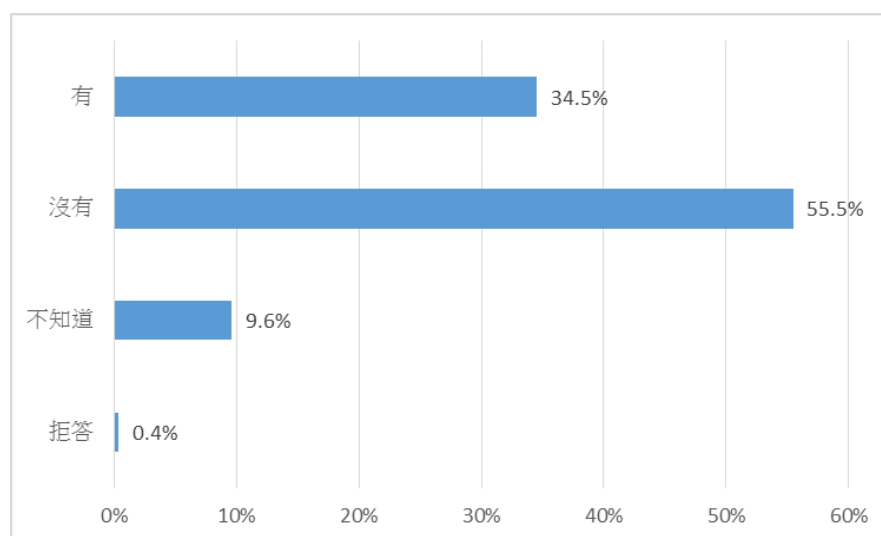


圖 37 過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容？

Base：(N=1,007)

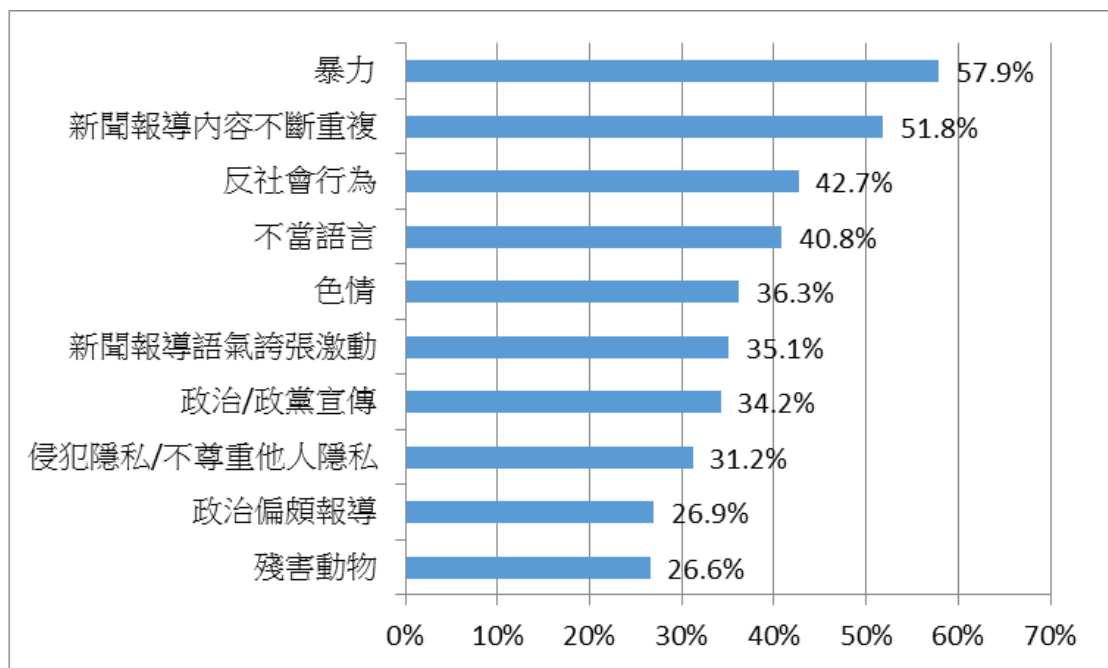


圖 38 哪些類型內容讓您覺得討厭? (前十名)

Base : (N=348 , 複選)

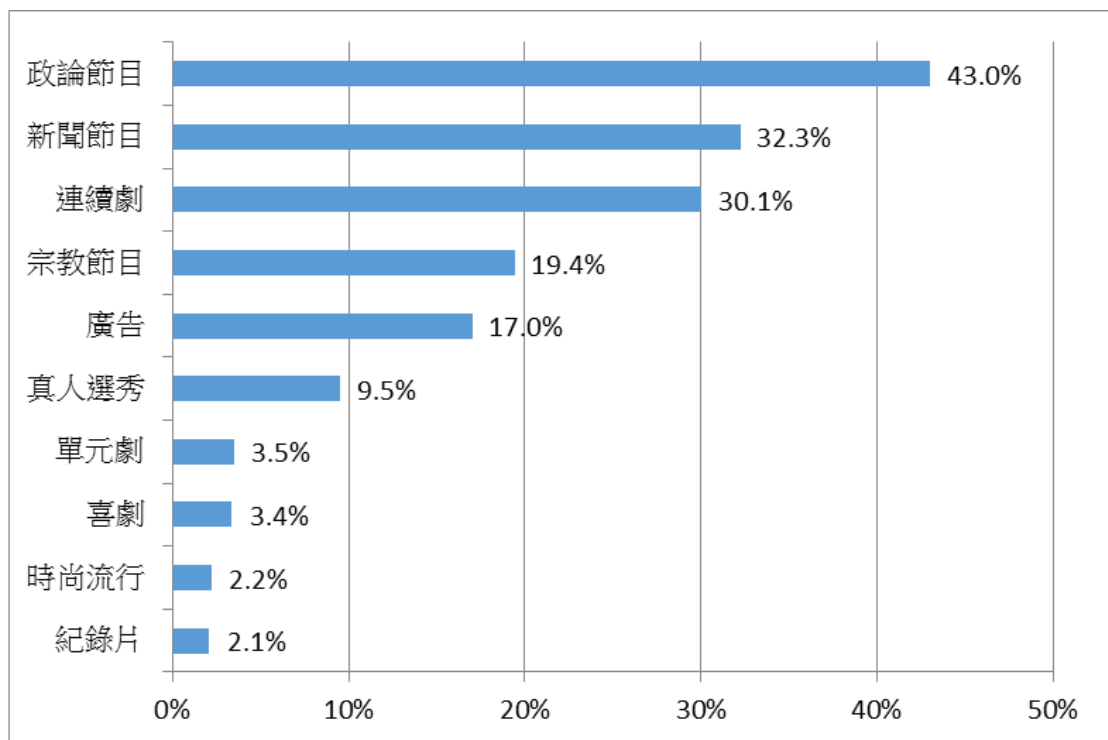


圖 39 請指出讓您覺得厭惡的節目? (前十名)

Base : (N=348 , 複選)

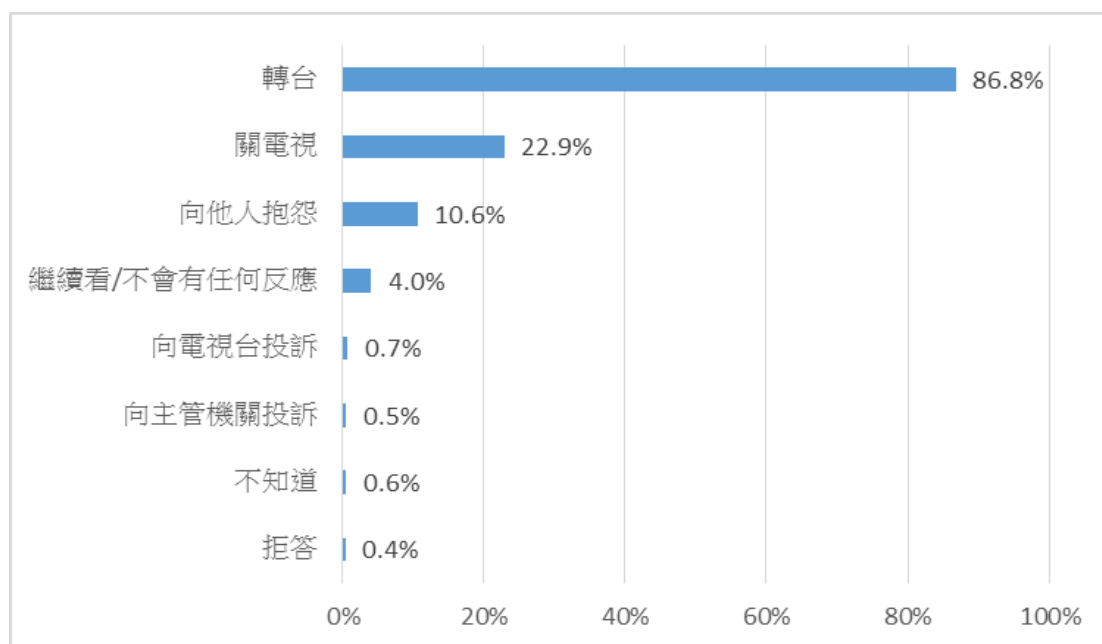


圖 40 當電視播出覺得反感或厭惡的節目內容您如何反應

Base：(N=348，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容，除宜花東地區回答有（54.7%）比例超過沒有（38.5%）以外，其餘各地區皆以沒有比例較高，雲嘉南地區最高達 58%。

就覺得討厭的內容而言，北北基、桃竹苗、雲嘉南、宜花東地區覺得討厭的內容，比例最高者為暴力，其中以宜花東地區比例最高達 76.7%；高屏澎地區為新聞報導內容不斷重複（52.7%），中彰投地區為政治/政黨宣傳（56%）。

就覺得厭惡的節目而言，中彰投、雲嘉南、高屏澎地區皆以政論節目比例最高，高屏澎地區最高達 55.3%；北北基地區最高為新聞節目（43%），桃竹苗地區為連續劇（47.5%），宜花東地區為宗教節目（28.6%）。

當電視播出覺得反感或厭惡的節目內容，民眾反應方式各地區皆以轉台為最高，宜花東地區最高達 96.9%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，過去 12 個月觀看電視節目是否看到厭惡或反感的內容，於性別、年齡及婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男女皆以沒有比例較高，男性（59.3%）高於女性（52%）。

依年齡層區分，各年齡層皆以沒有比例較高，最高為 16-24 歲 61.6%，最低為 45-54 歲 47.0%。

依**婚姻狀況**區分，皆以沒有比例較高，未婚者最高達 61.7%，已婚者最低 51.7%。

至於討厭內容部分，依**性別**區分，男（58.7%）及女性（57.3%）覺得討厭的內容皆以暴力比例最高。

依**年齡層**區分，年輕族群 16-24 歲及 25-34 歲覺得討厭的內容，比例最高者為新聞報導內容不斷重複，其中 25-34 歲最高達 64%；其餘皆以暴力比例最高，35-44 歲最高達 63.7%。依**婚姻狀況**區分，未婚者覺得討厭的內容，比例最高者為新聞報導內容不斷重複（56.1%）；已婚者為暴力（65.3%）；鰥寡/分居者為反社會行為（62.3%）。

覺得厭惡的節目無分男女，皆以政論節目比例最高，男性（48.6%）高於女性（39.1%）。再以**年齡層**區分，各年齡層也皆以政論節目比例最高，其中 25-34 歲最高，達 58.1%。根據**婚姻狀況**分析結果，亦皆以政論節目比例最高，鰥寡/分居者最高達 53.2%。

繼續詢問遇到電視播出覺得反感或厭惡的節目內容相關反應，就性別、年齡與婚姻狀況分析，皆以轉台比例最高；細究性別是否有差異，男性轉台比例（87.5%）略高於女性（86.4%）。

依**年齡層**區分，各年齡層皆以轉台比例最高，55 歲以上最高達 87.9%，且年齡層愈高比例愈高。

依**婚姻狀況**區分，亦皆以轉台比例最高，鰥寡/分居者最高達 92.1%。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，過去 12 個月觀看電視節目是否看到厭惡或反感的內容，於個人平均月收入、教育程度、職業達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，除 3 萬-未滿 4 萬元回答有的比例（49.4%）高於沒有（40.9%），其餘皆以沒有比例較高，無收入及 1 元-未滿 2 萬元皆高達 64.1%。

依**居住狀況**區分，自有房屋者及租屋者皆以沒有比例較高，自有房屋者（57.7%）高於租屋者（49.1%）。

依**教育程度**區分，各教育層皆以沒有比例較高，小學及以下最高達 74.8%。

依**職業**區分，大多以沒有比例較高，較高者如公共行政及國防；強制性社會安全（69.2%）、退休（66.3%）、批發及零售業（66.1%）等。

（五）電視節目關於「性」出現頻率

1. 整體分析

電視節目關於「性」出現頻率，民眾認為可接受比例最高（55.7%），其次為不知道（22.9%），再其次為太多（17.2%）。

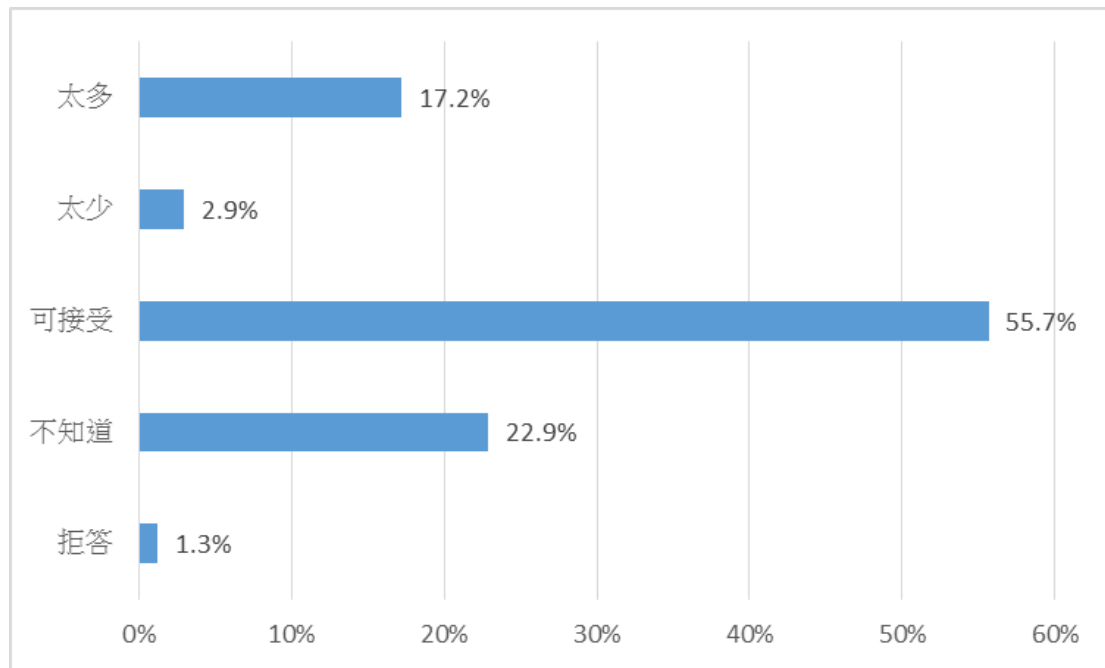


圖 41 電視節目關於「性」出現頻率

Base : (N=1,007)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

各區域均以可接受比例最高，其中宜花東地區比例最高達 64.9%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，針對電視節目關於「性」出現頻率，於性別及年齡層達顯著差異。

依性別區分，男女皆以可接受比例最高，男性（63.1%）高於女性（48.7%）。

依年齡層區分，各年齡層均可接受比例最高，25-34 歲比例最高達 61.1%，45-54 歲最低達 48.8%。

依婚姻狀況區分，皆以可接受比例最高，未婚者最高達 57.6%。

(六) 電視節目有關「暴力」出現頻率

1. 整體分析

電視節目關於「暴力」出現頻率，民眾認為可接受比例最高（44%），其次為太多（41.7%），兩者相差僅 2.3%，

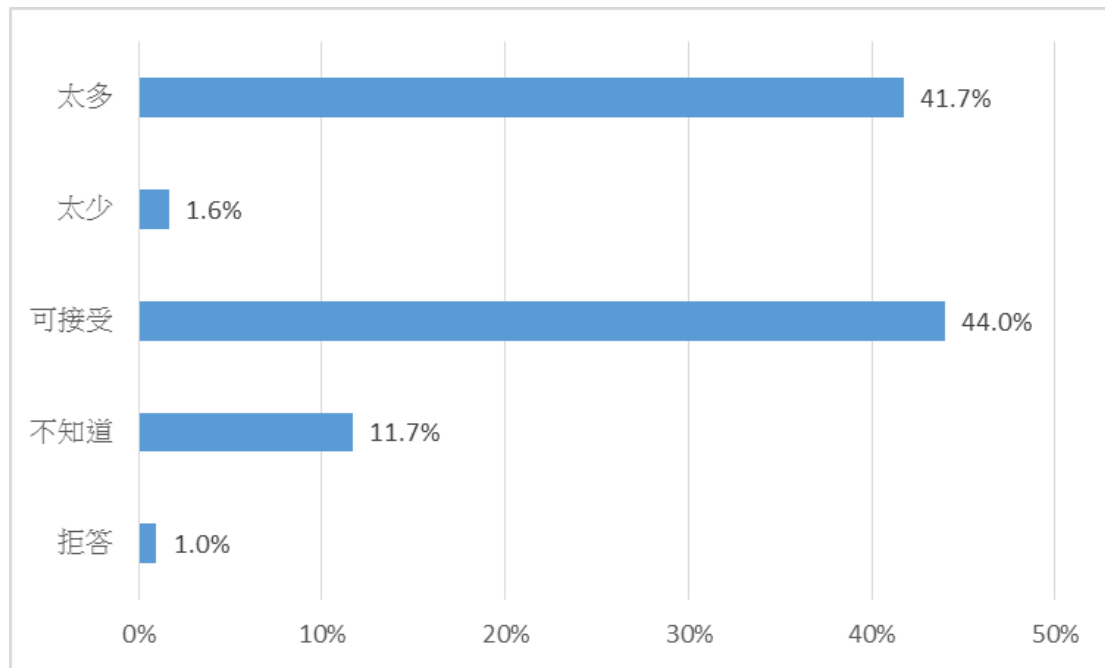


圖 42 電視節目有關「暴力」出現頻率

Base : (N=1,007)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

就可接受之部分，以北北基（51.5%）及高屏澎（51.5%）為最高，認為太多者，比例最高者為雲嘉南地區（52.3%）。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，針對電視節目關於「暴力」出現頻率，於性別及婚姻狀況達顯著差異。依性別區分，男性可接受比例（51.7%）高於其他意見，女性則認為太多者比例最高（47.3%）。若依婚姻狀況區分，未婚者（54.4%）及鰥寡/分居者（37.6%）以可接受比例最高，已婚者（52.3%）以太多比例居多。

(七) 電視節目有關「髒話」出現頻率

1. 整體分析

電視節目關於「髒話」出現頻率，民眾認為可接受比例最高（55.3%），其次為太多（28.5%）。

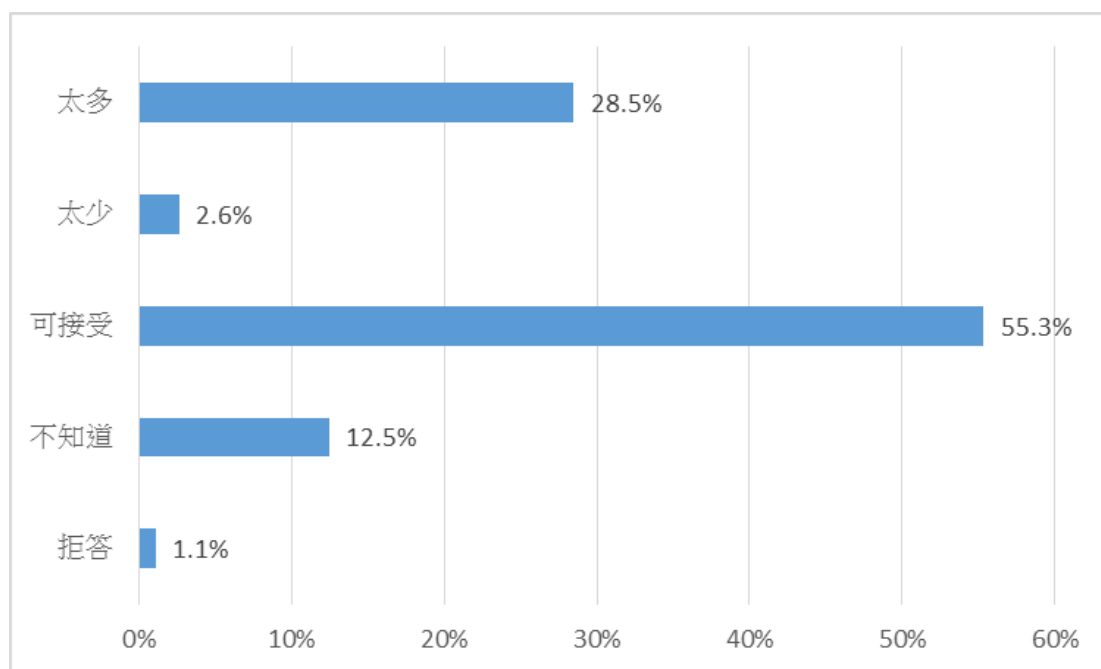


圖 43 電視節目有關「髒話」出現頻率

Base : (N=1,007)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

各地區皆以可接受比例最高，其中高屏澎地區高於其他地區，達 71.8%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，針對電視節目關於「髒話」出現頻率，於性別及年齡達顯著差異。進一步檢視，男女皆以可接受比例最高，男性(59.5%)高於女性(51.4%)。依年齡層區分，各年齡層皆以可接受比例最高，16-24 歲最高達 71%。

五、隱私保護

(一) 揭露公眾人物隱私之態度

1. 整體分析

電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，41%民眾不同意，27%非常不同意，11%同意，非常同意僅 4.9%。

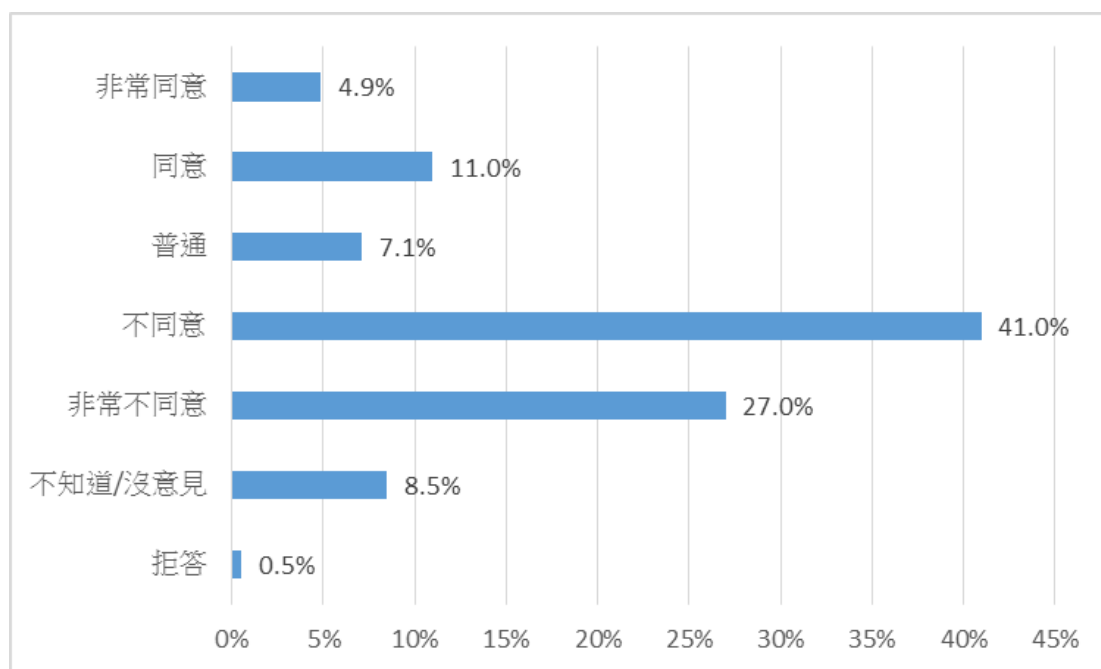


圖 44 揭露公眾人物隱私之態度

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否同意電視節目毋須經過當事人允許，即可揭露公眾人物隱私，於居住地區達顯著差異。進一步檢視，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，各地區皆多為不同意，其中雲嘉南地區不同意及非常不同意比例合計高達 84.2%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，是否同意電視節目毋須經過當事人允許，即可揭露公眾人物隱私，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，男女選擇不同意或非常不同意比例較高，其中女性不同意及非常不同意比例合計高達 71.6%，男性則為 64.2%。

依年齡層區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，各年齡層皆多為不同意，其中 35-44 歲不同意及非常不同意比例合計高達 71.5%。

依婚姻狀況區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，不論婚姻狀況為何，多為不同意，其中已婚者不同意及非常不同意比例合計高達 71.6%。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，是否同意電視節目毋須經過當事人允許，即可揭露公眾人物隱私，於教育程度達顯著差異。

依教育程度區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露公眾人物隱私，除碩士及以上以非常不同意比例最高達 42.5%，其餘皆以不同意比例最高，碩士及以上不同意及非常不同意比例合計高達 74.2%。

(二) 揭露一般人隱私之態度

1. 整體分析

電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露一般人隱私，43.3%民眾不同意，34.4%非常不同意，6.3%同意，非常同意僅 2.4%。

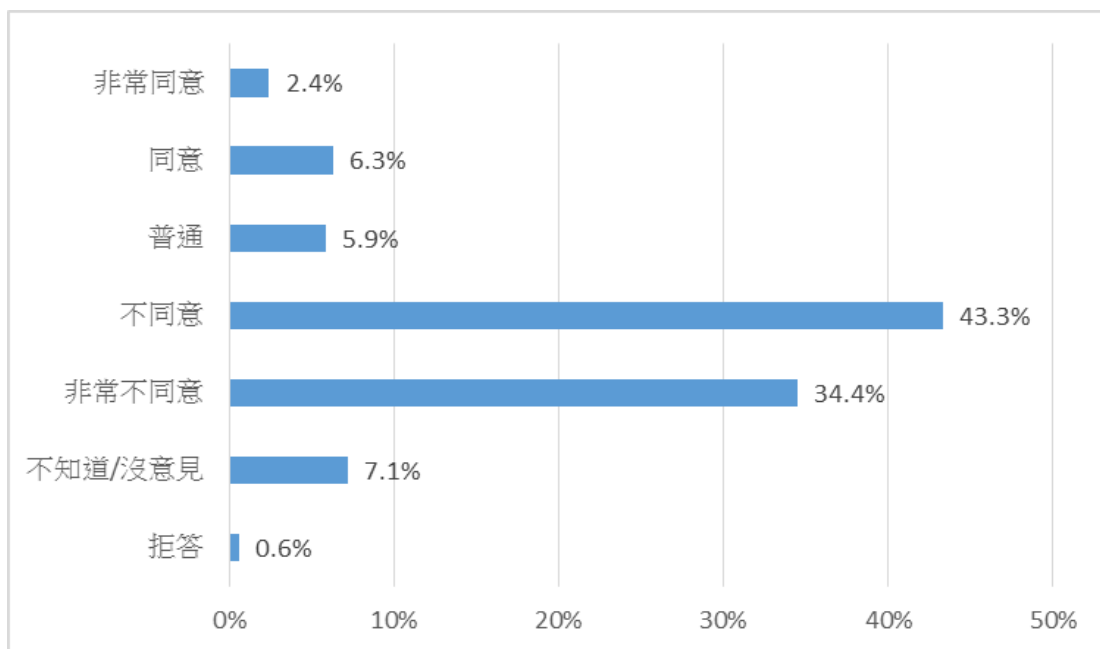


圖 45 揭露一般人隱私之態度

Base : (N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否同意電視節目毋須經過當事人允許，即可揭露一般人隱私，於居住地區達顯著差異。

電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露一般人隱私，中彰投 (43.4%) 及雲嘉南 (49%) 地區以非常不同意比例最高，其餘以不同意比例最高，雲嘉南地區不同意及非常不同意比例合計高達 91.9%。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，是否同意電視節目毋須經過當事人允許，即可揭露一般人隱私，於性別及年齡上達顯著差異。

依性別區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露一般人隱私，男女皆為不同意，其中女性不同意及非常不同意比例合計高達 81.1%。

依年齡層區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露一般人隱私，25-34 歲以非常不同意比例最高達 39.9%，其餘多為不同意，45-54 歲不同意比例最高，達 50.8%，且不同意及非常不同意比例合計高達 81.1%。

依婚姻狀況區分，電視節目是否毋須經過當事人同意，即可揭露一般人隱私，不論婚姻狀況為何，多為不同意，其中已婚者不同意及非常不同意比例合計高達 80.1%。

（三）何種管道，最常見未經同意揭露公眾人物隱私？

1. 整體分析

民眾認為最常見未經同意揭露公眾人物隱私的管道，前三名為電視(36.7%)、雜誌(23%)與報紙(11.7%)。

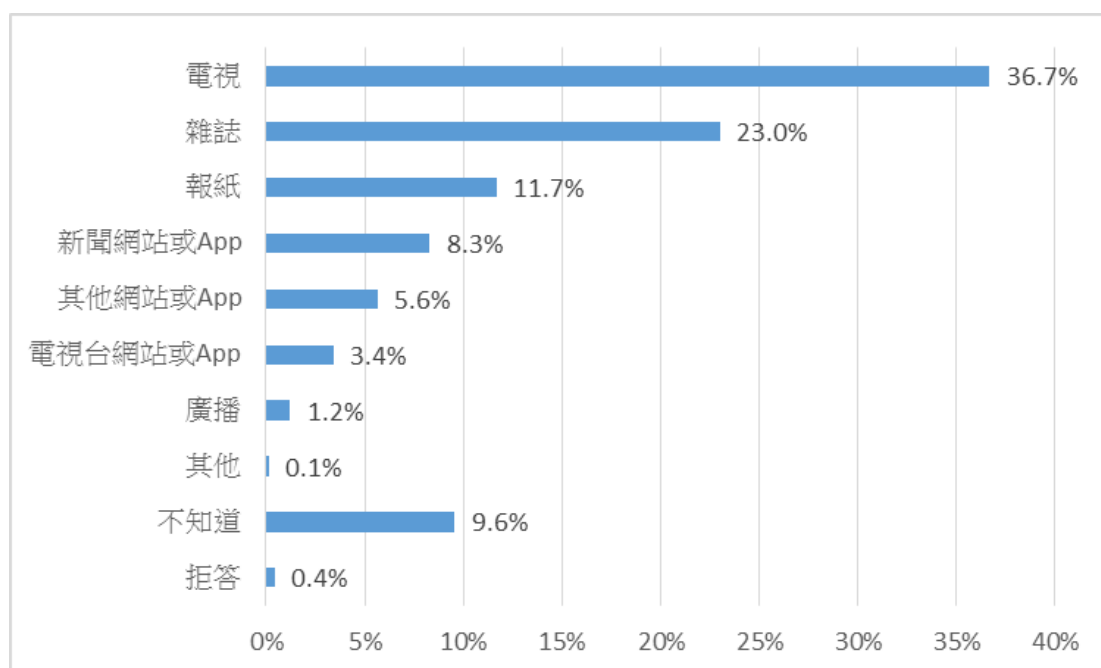


圖 46 下列何種管道，最常見未經同意揭露公眾人物隱私

Base：(N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

民眾認為最常見未經同意揭露公眾人物隱私的管道，除宜花東地區以雜誌（40.5%）比例最高，其餘皆以電視比例最高，桃竹苗地區最高達 45.2%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，認為最常見未經同意揭露公眾人物隱私的管道，男女皆以電視比例最高，女性（39.4%）高於男性（33.9%）。

依年齡層區分，認為最常見未經同意揭露公眾人物隱私的管道，各年齡層皆以電視比例最高，45-54 歲最高達 42%。

依婚姻狀況區分，認為最常見未經同意揭露公眾人物隱私的管道，不論婚姻狀況為何，皆以電視比例最高，其中已婚者比例最高達 41%。

(四) 何種管道，最常見未經同意揭露一般大眾隱私？

1. 整體分析

民眾認為最常見未經同意揭露一般大眾隱私的管道，前三名為電視（35%）、雜誌（18.8%）與報紙（10.6%）。

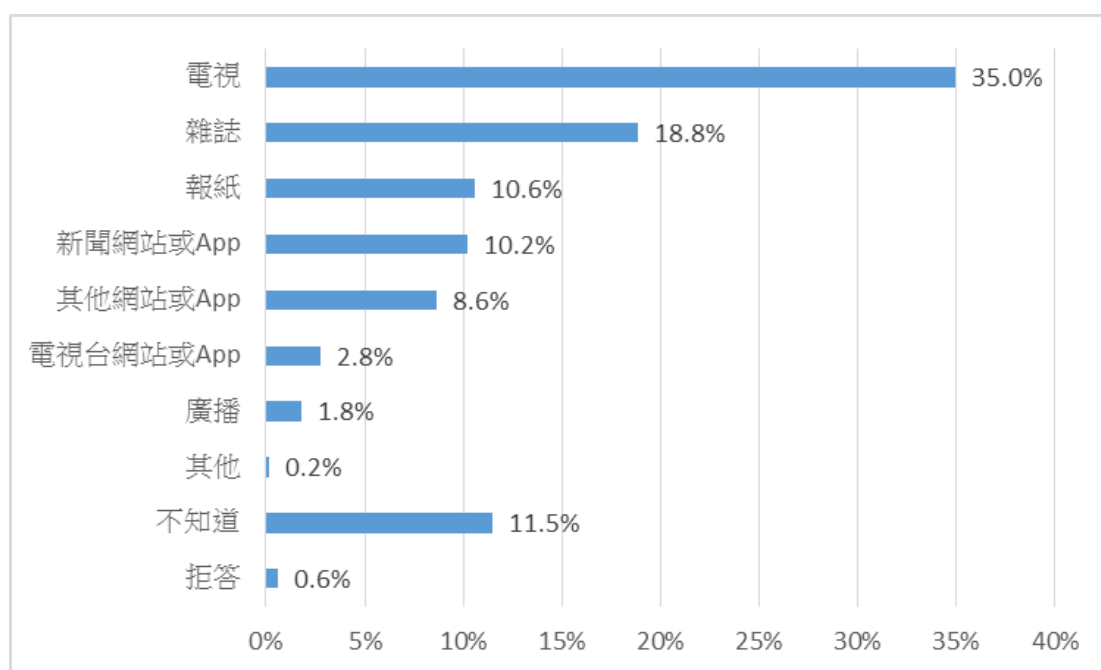


圖 47 最常見未經同意揭露一般大眾隱私之管道

Base：(N=1,126)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

民眾認為最常見未經同意揭露一般大眾隱私的管道，除高屏澎地區以雜誌（20.4%）比例最高，其餘皆以電視比例最高，桃竹苗地區最高達 47.1%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，認為最常見未經同意揭露一般大眾隱私的管道，男女皆以電視比例最高，女性（37.1%）高於男性（32.8%）。

依年齡層區分，認為最常見未經同意揭露一般大眾隱私的管道，各年齡層皆以電視比例最高，55 歲以上最高達 39.3%。

依婚姻狀況區分，認為最常見未經同意揭露一般大眾隱私的管道，不論婚姻狀況為何，皆以電視比例最高，其中已婚者比例最高達 39.1%。