

第五章 質化調查結果與發現

本研究除了進行大規模的電話問卷調查量化研究外，為進一步集思廣益對研究結果作深入探討與分析，召開 8 場焦點團體討論會，採用質化研究設計來配合輔助量化研究結果，以進一步深入探討電視閱聽人的收視行為及滿意度。

首先，針對北、中、南、東各地的一般電視閱聽人(一般收視戶)，共進行 4 場焦點團體座談，邀請閱聽人對於「內容多元化」、「電視新聞品質」、「視覺技術品質」、「接近使用權」、「置入性行銷」、「資訊性節目與購物頻道」等主題進行討論。

最後，本研究將閱聽人焦點團體座談質化研究結果，搭配電話問卷調查之量化資料分析，邀請特殊族群的 NGO 組織及電視相關產官學專家學者各舉辦兩場焦點座談，從閱聽人接收端滿意度的研究結果，為主管機關提供規劃相關政策之具體建議。

第一節 樣本特性

一. 一般收視戶

一般收視戶的焦點團體座談會共進行 4 場，分別於北(台北)、中(台中)、南(高雄)、東(花蓮)各舉行 1 場，其中北部、中部和東部分別有 10 位受訪者出席，南部則有 9 位受訪者出席，共計成功訪問 39 位一般收視戶。

一般收視戶的受訪民眾中，性別方面，男性 20 位 (51.3%)、女性 19 位 (48.7%)；年齡方面，29 歲以下 10 位 (25.6%)、30-39 歲 12 位 (30.8%)、40-49 歲 12 位 (30.8%)、50 歲以上 5 位 (12.8%)；教育程度方面，高中/職及以下 13 位 (33.3%)、專科 7 位 (17.9%)、大學 16 位 (41.0%)、研究所及以上 2 位 (5.1%)；過去一年收看電視使用過的平台，北中南東四區各場次均含括各類視訊平台之使用者。

表 5-1 電視一般收視戶座談會出席名單

編號	場次	性別	年齡	教育程度	職稱	過去一年收看电视使用過平台
A1	台中	女	33 歲	高中/職	室內設計師	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/中華電信 MOD/手機
A2	台中	男	36 歲	專科	資訊業業務	有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片
A3	台中	女	30 歲	專科	家庭主婦	有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/直播衛星
A4	台中	男	54 歲	高中/職	投資管理	有線電視，但無數位機上盒
A5	台中	女	46 歲	專科	航太人事管理員	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片
A6	台中	男	44 歲	-	房地產	有線電視，但無數位機上盒
A7	台中	女	55 歲	高中/職	家庭主婦	有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒
A8	台中	男	24 歲	大學	電腦鍵盤製造與研發工程師	無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒
A9	台中	女	19 歲	大學	學生	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/中華電信 MOD
A10	台中	男	33 歲	大學	機械維修業務	有線電視，但無數位機上盒/車用電視/中華電信 MOD/手機
B1	花蓮	女	30 歲	大學	服飾業負責人	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片
B2	花蓮	男	31 歲	大學	等待公務員受訓	有線電視，但無數位機上盒 / 無線電視，僅有無線 5 台
B3	花蓮	女	26 歲	大學	公務員	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/ 電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD/手機
B4	花蓮	男	45 歲	專科	傳直銷商	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台
B5	花蓮	女	48 歲	高中/職	服務業員工	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台
B6	花蓮	女	25 歲	研究所以上	學生	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片)/手機

編號	場次	性別	年齡	教育程度	職稱	過去一年收看电视使用過平台
B7	花蓮	女	48 歲	高中/職	家管	有線電視，且有數位機上盒/無線電視，無線 15 台/電腦，有安裝電視卡或電視盒/中華電信 MOD
B8	花蓮	男	40 歲	研究所以上	電腦公司負責人	有線電視，但無數位機上盒/車用電視/手機
B9	花蓮	女	31 歲	高中/職	清潔工	有線電視，但無數位機上盒/中華電信 MOD
B10	花蓮	男	51 歲	高中/職	營運副總	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片/手機
C1	台北	女	41 歲	專科	半導體專員	有線電視，且有數位機上盒/有線電視，但無數位機上盒/無線電視，無線 15 台/車用電視 /中華電信 MOD/直播衛星
C2	台北	男	42 歲	大學	電子業經理	有線電視，且有數位機上盒/有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/ 車用電視/中華電信 MOD
C3	台北	女	30 歲	大學	電子業秘書	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD
C4	台北	男	37 歲	大學	遊戲軟體測試員	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/車用電視/中華電信 MOD/手機
C5	台北	女	26 歲	大學	貿易業會計	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/車用電視/直播衛星
C6	台北	男	29 歲	大學	金融業專員	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/中華電信 MOD/手機
C7	台北	女	50 歲	專科	紡織業船務	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/車用電視
C8	台北	男	29 歲	大學	食品飲料業業務	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD

編號	場次	性別	年齡	教育程度	職稱	過去一年收看电视使用過平台
C9	台北	男	45 歲	高中/職	水電維修人員	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD/手機
C10	台北	男	19 歲	高中/職	學生	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/車用電視
D1	高雄	女	30 歲	高中/職	電子業作業員	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/手機
D2	高雄	男	31 歲	大學	食品製造業倉務管理	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD/手機
D3	高雄	男	18 歲	大學	學生	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/車用電視/中華電信 MOD /手機
D4	高雄	女	48 歲	高中/職	家管	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/無線電視，無線 15 台/直播衛星(小耳朵)/手機
D5	高雄	男	31 歲	高中/職	電腦維修業技術員	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，無線 15 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/中華電信 MOD
D6	高雄	女	25 歲	專科	旅行業領隊	有線電視，但無數位機上盒/有線電視，且有數位機上盒/無線電視，僅有無線 5 台/電腦，上網收看电视節目短片/電腦，有安裝電視卡或電視盒/車用電視/中華電信 MOD/手機
D7	高雄	男	50 歲	大學	保險業業務代表	有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片/中華電信 MOD
D8	高雄	女	40 歲	大學	系統工程師	有線電視，但無數位機上盒/電腦，上網收看电视節目短片
D9	高雄	男	42 歲	高中/職	中華快遞運務員	有線電視，但無數位機上盒/無線電視，無線 15 台/車用電視/中華電信 MOD

二. 特殊族群

特殊族群焦點座談會共進行 2 場，分別針對身心障礙者以及新住民/原住民各舉行 1 場，其中身心障礙者及其相關非營利組織有 11 位受訪者出席，新住民/原住民及其相關非營利組織則有 10 位受訪者出席，共計成功訪問 21 位特殊族群及其所屬之非營利組織成員對於電視服務之需求與意見。

特殊族群的受訪者中，身心障礙者焦點團體座談場次出席人員包括聽障、視障、肢障、顏面損傷及燒傷者、脊椎損傷者之非營利組織；新住民/原住民焦點團體座談場次出席人員包括原住民的台灣原住民族文化產業發展協會、社團法人台北縣原住民族文化教育協會、台灣原住民教育經濟發展協會、至善社會福利基金會，以及新住民的財團法人台北市賽珍珠基金會、臺北市外籍新娘成長關懷協會、善牧基金會、社團法人中華民國南洋台灣姊妹會等非營利組織。

表 5-2 特殊族群電視焦點座談會出席名單

編號	場次	族群特性	出席人員	單位
E1	身心障礙者	聽障	楚錫龍理事長	中華民國啟聰協會
E2	身心障礙者	聽障	侯梅芬 (丁麗芬翻譯)	中華民國啟聰協會
E3	身心障礙者	聽障	黃淑芬理事長	中華民國聾人協會
E4	身心障礙者	聽障	江惠卿小姐	中華民國啟聰協會
E5	身心障礙者	視障	謝家華秘書長	中華民國視覺障礙人福利協會
E6	身心障礙者	顏面損傷 及燒傷者	白瑪麗國際事務 專員	財團法人中華民國陽光社會福利基金會
E7	身心障礙者	視障	朱貽莊執行長	雙連視障關懷協會
E8	身心障礙者	肢障	林文華顧問	鄭豐喜文化教育基金會
E9	身心障礙者	脊髓損傷	陳孟利總幹事	社團法人台北市脊髓損傷者協會
E10	身心障礙者	視障	周玉玲社工	臺北縣政府委託財團法人伊甸社會福利
E11	身心障礙者	視障	蔡再相秘書長	中華視障聯盟
F1	新住民/原住民	新住民	柯宇玲執行長	財團法人台北市賽珍珠基金會
F2	新住民/原住民	新住民	黃乃輝執行長	臺北市外籍新娘成長關懷協會
F3	新住民/原住民	新住民	陳千加組長	善牧基金會-台北縣跨國婚姻服務中心
F4	新住民/原住民	新住民	王萌小姐	個人參與，來自大陸之新住民

編號	場次	族群特性	出席人員	單位
F5	新住民/原住民	原住民	馬胡素美理事長	台灣原住民族文化產業發展協會
F6	新住民/原住民	新住民	謝世軒名譽理事	社團法人中華民國南洋台灣姊妹會
F7	新住民/原住民	新住民	邱雅青執行秘書	社團法人中華民國南洋台灣姊妹會
F8	新住民/原住民	原住民	黃益福理事長	社團法人台北縣原住民族文化教育協會
F9	新住民/原住民	原住民	胡燕玲理事長	台灣原住民教育經濟發展協會
F10	新住民/原住民	原住民	黃啟傑企畫專員	至善社會福利基金會

三. 專家學者

專家學者焦點座談會共進行 2 場，分別針對廣告呈現及內容呈現各舉行 1 場，其中廣告呈現場有 10 位專家學者出席，內容呈現場則有 8 位專家學者出席，請專家學者從閱聽人接收端滿意度的研究結果，為主管機關提供規劃相關政策之具體建議。

表 5-3 專家學者電視焦點座談會出席名單

編號	場次	姓名	職稱	單位
G1	廣告呈現	吳永乾	教授兼院長	世新大學法律學系
G2	廣告呈現	莊春發	教授	景文科技大學財務金融系
G3	廣告呈現	陳依玫	協理	TVBS 新聞部
G4	廣告呈現	胡元輝	副教授	中正傳播學系暨電訊傳播研究所
G5	廣告呈現	陳炳宏	教授	國立師範大學大眾傳播研究所
G6	廣告呈現	陳一香	副教授兼系主任	世新大學公共關係暨廣告研究所
G7	廣告呈現	莊伯仲	系主任兼所長	文化大學新聞研究所
G8	廣告呈現	游本嘉	總經理特助	台灣年代電視
G9	廣告呈現	劉蕙苓	助理教授	國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所
G10	廣告呈現	蘇建州	副教授兼系主任	世新大學傳播管理學系
H2	內容呈現	莊春發	教授	景文科技大學財務金融系
H3	內容呈現	陳依玫	協理	TVBS 新聞部
H4	內容呈現	胡元輝	副教授	中正傳播學系暨電訊傳播研究所
H5	內容呈現	陳炳宏	教授	國立師範大學大眾傳播研究所
H7	內容呈現	莊伯仲	系主任兼所長	文化大學新聞研究所
H8	內容呈現	游本嘉	總經理特助	台灣年代電視
H9	內容呈現	劉蕙苓	助理教授	國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所
H10	內容呈現	蘇建州	副教授兼系主任	世新大學傳播管理學系

第二節 一般收視戶研究發現

一. 收視平台與收視行為

座談會與會者中，大多數與會者表示電視為主要的收視平台，收視內容以新聞頻道為主；其次是以電腦上網收看電視節目影片。從收視行為來看，使用電腦收看節目的觀眾在收視時間上較為彈性，收視內容上也以戲劇及國內外影片為主，。

而從收視頻道來看，大多數與會者通常都有固定收視頻道及特定偏好。另有部分與會者，會打開電視收聽節目內容，聽到有興趣的部分才會看電視。大多數與會者會收看新聞、財經節目以及電影、戲劇節目，收看類型也較多元化，包含音樂資訊/歌唱、體育、美食/烹飪、生活休閒資訊，旅遊等節目。

表 5-4 收看電視的平台，及收視情形意見摘要

場次	意見
台中	➢ 下班後回家，打開電視收聽新聞台。收看內容以中天、TVBS 等新聞台，還有三十六台(中天綜合台)或三十九台等一些娛樂性節目。(A10) ➢ 下課回家，主要看電影跟音樂節目。用網路看電視會比在電視上看的时间長。(A9) ➢ 平常回家看八點檔，假日看偶像劇。目前家中是數位台，平常看電視就這些，簽第四台浪費，現在 PPS 都可以看電視，網路看就好。會透過網路看電視，聽聲音，刺激的才會轉過來看。(A8) ➢ 我大部分看財經、新聞、音樂的。(A7) ➢ 一般看新聞台，再來是財經頻道，DISCOVERY、中文頻道。(A6) ➢ 平常看新聞、財經台，連續劇只看韓劇，最近有看購物台。(A5) ➢ 看財經台、國際情勢、股票、新聞部分看整點的，還有 discovery，常看十八台到二十一台。(A4) ➢ 會看新聞和烹飪節目。(A3) ➢ 會看新聞、體育台、電影台，常用電腦聽電視，對節目有興趣就會去找。(A2) ➢ 早上起來會聽新聞，最常看的是電影台。(A1)
台北	➢ 以綜藝或旅遊節目為主，喜歡看電影頻道、美國影集，不看日劇/韓劇，新聞比較少看，大部份透過網路 PPS 看一般節目，新聞是看電子新聞，家裡裝的是有線電視。(C6) ➢ 家裡是有線電視，平常看新聞和政論節目為主，也看財經節目，或是電影台、體育台。(C4) ➢ 早上會先看一下新聞，回家之後看日劇/韓劇，會看日本台、台灣綜藝節目和旅遊節目。也會看網路和車上的飛來訊。(C5) ➢ 喜歡看新聞性節目。(C7) ➢ 平常看綜藝節目或電影台，廣告的時候看一下新聞。(C3)

場次	意見
	➤ 最常看體育台，71-74 台，還有 36、39 台、新聞台，50-58 台，大概就這幾個頻道。(C8) ➤ 比較喜歡 Discovery，國家地理頻道或公共電視，還有財經台或電影台，新聞類的或政論性節目。(C2) ➤ 喜歡看是體育、政論、美食節目，娛樂性的，旅遊節目都看，幾乎什麼節目都看。(C9) ➤ 我看 AXN 比較多，個人習慣看 65-70 台的電影台，和 61-64 國片台，也和小朋友一起看卡通台。(C1) ➤ 喜歡先看新聞台，也會看電影台，會透過電腦看 PPS，或是蘋果動新聞，有時候會看 yahoo 的影音。(C10)
花蓮	➤ 喜歡看廣告跟購物台。(B1) ➤ 常看的是體育台、電影跟新聞。(B2) ➤ 很愛看電視，會看一些幼幼台、卡通等。(B3) ➤ 看電視大部分只有看新聞，其他比較沒有時間看。(B4) ➤ 也是看新聞，有空的話看洋片。(B5) ➤ 喜歡看日本台、體育台、電影、綜藝節目或新聞，還有人文關懷節目。也會使用電腦 PPS 和 Youtube 看節目，但還是以電視為主。(B6) ➤ 很喜歡看新聞，也看連續劇。(B7) ➤ 會看非凡新聞，喜歡看國際情勢的東西，比如國際股市、國際新聞，偶爾跟我媽媽看天下父母心和韓劇，在電腦用 PPS 看想看的影片、連續劇，平均以電視收看為主。(B8) ➤ 電視頂多新聞和 75、76 那台，日本台偶爾，孩子喜歡看韓劇。(B9) ➤ 把電視當成收音機聽聲音，我什麼都看，購物平台也看，只要來自於跟社會有連結性的都看。家有 MOD、互動電視、手機電視也有。(B10)
高雄	➤ 白天比較有時間看電視，也喜歡在電腦上看 PPS 或土豆網。比較喜歡看戲劇類或電影台，新聞會跳著看。(D1) ➤ 只固定看某幾個節目，AXN 的 CSI、娛樂性節目 36 台或 38 台，不看新聞台，尤其是政論性、談話性的節目，用電腦看比較少，除非是要找某個特定節目的某個時段。(D2) ➤ 會看社會和國際新聞、重播的日劇和音樂頻道。也會使用電腦看電視，但看電視比較多。(D3) ➤ 有買數位盒，看最多的就是公視跟客家台。戲劇、表演都看，新聞只選擇想看的，政治新聞不看。(D4) ➤ 有在看電視，電腦上也有看 PPS，MOD 有用過(D5)。 ➤ 會看談話性節目，像生活智慧王、有關手工、旅遊節目，八點檔的韓劇也會看，談論性節目的話，政治方面的不看。(D6) ➤ 家裡有用數位盒，只能看 15 台，看的節目比較偏向公共電視的那幾台，譬如說客家頻道那些。(D7) ➤ 沒有固定看什麼，有時候霹靂台，然後 Discovery、旅遊頻道，或者財經節目都會

場次	意見
	看。(D8) ➤ 主要看新聞、政論跟三級片，我家有第四台和 MOD。(D9)

二. 對電視節目內容滿意度

與會者大多認為目前電視節目內容還算多元化，但重覆率高，且仍有部分類型節目的選擇較少，例如音樂頻道、旅遊節目以及體育類型節目，尤其是國內大型體育賽事較少，另外演講類型節目、兒童教育節目以及技能方面節目，如水電維修，是現在電視節目中比較少看到的內容。

對於電視新聞部份是與會者意見較多的部份，除了新聞處理方式外，重覆率、政治立場及節目分級等都是與會者認為需要改進的項目。

- (一) 新聞處理方式：多數與會者表示，現在的新聞內容為了吸引觀眾，通當以負面報導居多，過於血腥、暴力，且對於犯罪過程描繪鉅細靡遺，反而容易成為犯罪教材，導致相同類型的案件有增加的趨勢，對兒童、青少年有不良影響。
- (二) 新聞重覆率：目前新聞台相當多，尤其 24 小時不停播放，造成新聞內容的重覆率相當高，各家電視台所播內容大同小異，彼此差異性不大。且各台新聞均以國內新聞為主，國際新聞相對較少，包括各項財經資訊傳播速度均較國外來的慢。
- (三) 政治立場鮮明：整體來看，與會者對於各家新聞台之政治立場均有相當鮮明的印象，認為各家新聞台在播報政治新聞時立場極端，不夠中立。
- (四) 電視分級制度：與會者普遍認為電視分級制度的完善度不足，綜藝節目、談話性節目有些會有黃色笑話內容，無法有效過濾青少年不宜節目。另外有的卡通雖屬普遍級，但內容較為暴力，不適合所有兒童觀賞。而在新聞自律部份，各家電視台表現均不佳。除了 TVBS 有自律檢討的節目外，其他各台均沒有相關的內容。導致部份新聞及節目在特定電視台中雖然會有馬賽克或霧化畫面的處理，但並非每家電視台均有一致的處理方式，導致若在不同電視台播放時，仍會有不適合兒童、青少年觀賞的畫面出現。
- (五) 法令政策：在法令政策上的建議，大多數與會者贊成頻道定頻與區塊化，且認為應設立電視台進退場機制，希望能透過競爭機制，提升新聞播報內容，避免陷入惡性循環。另外建議政府單位應加強審查節目內容，對於較為暴力、血腥之內容畫面有所規範，或做適當馬賽克或霧化處理。

表 5-5 對目前電視節目內容多元化滿意度，節目種類、新聞報導適宜程度的看法

場次	意見
台中	➤ 十：集中收看新聞跟娛樂頻道，覺得有的政治立場太偏了。(A10) ➤ 九：音樂頻道的選擇是不太夠的。(A9) ➤ 八：新聞內容可以多一點。(A8) ➤ 七：同一個新聞，重複看到好幾次。新聞比較八卦，或是說跳樓燒炭，一直不斷重複播放，對兒童、社會有不良的影響。(A7) ➤ 六：覺得現在每家新聞台報導角度蠻極端的，電視台的立場都很鮮明，各自為各自的所屬政黨在做一些報導。(A6) ➤ 五：新聞每一台報的都一樣，就前後順序在變更，為什麼會有那麼多新聞台，真的不瞭解。覺得演講部分可以多方面。(A5) ➤ 四：新聞會出現比較有疑慮的內容，暴力犯罪的新聞不應該呈現太巨細靡遺和血腥，有的還會教怎樣開鎖、犯罪，會有壞的示範。(A4) ➤ 四：媒體會影響年輕人，像艋舺電影，像鄭弘儀講三字經，也不應該把那個段落播很多次。(A4) ➤ 三：覺得比較血腥的新聞，像燒炭自殺，以前沒有那麼常發生，新聞一直播，這種事情好像就發生越多。(A3) ➤ 二：國際新聞太少。針對新聞內容，現在都是負面思考，陷入收視率的迷失，為什麼要腥羶色，一些沒有經過確認的報導，台灣社會有很多善良的出發面，能不能再增加一些篇幅報導這些行善的。(A2)
台北	➤ 有關旅遊方面的節目可以再多一點。比較有意見的是，假設有時候颱風天在家裡看新聞頻道，一直重播，重覆率滿高的。(C6) ➤ 財經節目有些受訪者或來賓，有時候傳達某些資訊，會覺得好像在誤導，建議要有證照規範，沒有分析師證照，不能公開批評股市。(C4) ➤ 電視台要自律，像 TVBS 每個禮拜天都有新聞自律的節目，大概早上 10 點或 11 點，他們就會去檢討當週的新聞，做一些評判，其實每一家電視台都可以這麼做。(C4) ➤ 新聞重覆率有點高，新聞內容和報紙內容一樣，看電視像在讀報。(C6) ➤ 喜歡看新聞性節目，可是覺得政治議題有點太義憤填膺，是不是可以有公權力的介入。(C7) ➤ 新聞重覆率太高了，以前一個小時重覆一次，現在重點新聞半小時就重播了。(C5) ➤ 有些新聞台，會注意小朋友或受害者的權益，會打馬賽克或模糊，可是別家的沒有說好一起做，轉到別台，就知道真面目是怎麼樣，就是對兒童/弱勢的隱私權保障還不夠。(C5) ➤ 覺得台灣現在頻道很多，又可以搭配國外節目做選擇，目前來說，還滿足夠的。(C5) ➤ 新聞有時候會播比較殘暴或血腥傷害的畫面，有時候播太血腥，應該要淡掉，少播或是不要出現畫面，或示意圖就好了。(C3) ➤ 體育節目頻道比較少，尤其是本土的，像 73，74 比較大篇幅是播香港或歐洲的外國球賽。綜藝節目的內容品質，只看 36 和 39，和中天的水準越差越多，沒有好看的節目。(C8)

場次	意見
	➤ 進退場制度是不是能適用在電視台上面，比如規定 70 到 75 台是體育內容，各家業者來競標，新聞台就規定 45-50，就 5 家來競標而已，就不會變成新聞頻道超多的。(C8) ➤ 覺得台灣新聞性的節目，國際視野太狹窄，看過大陸當地的電視，相較之下，它們的國際觀還不錯。在地的公共電視節目，有些就很值得看。(C2) ➤ 電視分級制度形同虛設，分時段也沒有什麼意義，因為現代小孩子也很晚睡，建議用時段，盡量把限制級的調在深夜。(C2) ➤ 技能方面的節目少了一點，比如水電維修，只有特定幾台才有。(C9) ➤ 覺得新聞，尤其談論性的政治節目，都不夠中立，搞得民眾都對立，覺得主持人要篩選一下。(C9) ➤ 分級制度已經很不錯了，但是有些新聞的血腥畫面，每一台都不一樣，有些有霧化，有些沒有霧化，沒有統一的畫面。(C9) ➤ 國際新聞滿少的。(C1)
花蓮	➤ 覺得新聞政治立場比較鮮明，有些新聞會創造吸引人的畫面。(B2) ➤ 國片的重播太多。(B2) ➤ 新聞會誇大，明明南瓜 10 公斤以上，他寫 30 公斤。新聞血腥畫面太多，需要家長陪同。綜藝節目很多抄襲國外的，還有我發現電視媒體會教你如何犯罪，明明是你不知道的，看了就讓你學會，這很可怕。(B1) ➤ 比較血腥的畫面認為是不應該，小孩子會看電視學壞的。像上個禮拜學生不雅的畫面，網路沒有打馬賽克，這樣的畫面不應該讓我們一般人看到。溫馨的應該多報一點。(B5) ➤ 跟國外比較稍嫌不足，財金資訊的播報比較慢，上網查可能比較快。(B8) ➤ 贊成定頻也贊成區塊，購物節目也是，歸類哪個頻道到哪個頻道是新聞台、哪個到哪個是電影台。(B8) ➤ 覺得新聞台太多、競爭太多。(B9) ➤ 新聞報導，社會暴力、犯罪行為儘量不要出現，會製造很多社會新聞出來。建議可以增加一些健康的問題、醫療的部份、小朋友教育的問題。(B4) ➤ 政府有很多地方台，應該播放一些政令的東西，作為確認窗口。(B10) ➤ 新聞台抓住一個主題就一直報，比如小林村事件、蘇花斷掉的事情，可是我關心的是後續，比如災後重建或者傷亡一些國家賠償的部份，就缺乏這部份。比較不喜歡新聞一播完就播政論節目。(B6) ➤ 希望政論性節目時間變短。(B6) ➤ 新聞我是覺得在第四台以外的，新聞太多了，一直重播又重播。(B7) ➤ 新聞會現場模擬，然後凶器、兇刀整個拍攝出來，有必要這麼詳細嗎？(B3) ➤ 綜藝節目、談話性的那種如果有色情、黃色笑話應該重罰。很多卡通不適合小孩子看，應該定義在保護級，要有家長陪同，可是都是普遍級。像火影忍者就太血腥。(B3) ➤ 前陣子有保養品驗出化學成分已經不符合規定了，可是電視台還在賣。打電話去電視台問，就回答幫你轉產品公司的客服，有點像電視台在推責任，很討厭。應

場次	意見
	該加重電視台的責任。(B3) ➢ 贊成卡通分級要更確實，不一定是卡通就當作普級就可以播給小孩子看。(B9) ➢ 節目方面有辦法多增加一些兒童教育方面，因為很少這種頻道，不管功課方面還是為人處事的部份，能不能再加強教育的部份。(B4)
高雄	➢ 覺得新聞台播的都差不多，而且內容太混亂。(D1) ➢ 新聞台已經不看，尤其是政論性、談話性節目，很多都蠻偏頗的，常播無關緊要的新聞。(D2) ➢ 記得很深刻有一個新聞，說一個國中資優生要請假，他皮膚過敏，可是「膚」不會寫，然後他寫「皮在癢」，這個新聞我覺得很好笑，可是我後來想想，播這個新聞幹什麼，之後又去採訪這個學生，是不是對這個學生造成二次傷害？(D2) ➢ 不喜歡三台八點檔，太灑狗血，內容真該審一審，這簡直是荒唐耶。(D4) ➢ 新聞太血腥太暴力的，這個倒是要管的。還有台灣新聞好奇怪，為什麼大S要結婚的新聞可以連播那麼多天。(D4) ➢ 兩種色彩的政論節目覺得那個該管，該管的是時間，可能晚一點播放，不要讓小孩子看到一堆人在那邊吵的畫面。(D5)

三. 對電視新聞品質的看法

普遍來看與會者對跑馬燈、馬賽克、子母畫面的看法較為極端，台北場的與會者對於跑馬燈、馬賽克及子母畫面均持較為肯定的看法，認為可以在短時間內快速吸收新聞資訊。但在其他場次部份的意見則較為分歧。贊成跑馬燈、馬賽克及子母畫面的觀眾認為可以讓資訊更多元化，並且可以做為公共訊息傳播使用，相當便利。另外有部分與會者會選擇忽略，對於跑馬燈、馬賽克及子母畫面既不贊成亦不認為會影響收看品質。

而對於跑馬燈持反對意見的觀眾則認為容易收到干擾，影響收視品質。尤其是跑馬燈遮蓋到字幕或是內容不斷重複時，更容易引起觀眾反感。

整體來看，與會者對於跑馬燈的看法兩極，但只要不影響字幕，整體接受度仍作高。另外子母畫面在重大新聞或災害發生時，有助於收視戶隨時更新最新動態消息；而以馬賽克處理新聞中過於暴力、血腥的畫面，或是需要保護當事人的事件是必要的做法，以保護兒童、青少年以及事件當事人。

表 5-6 對於目前電視新聞品質，包含鏡面、畫面呈現的看法

場次	意見
台中	➢ 覺得跑馬字幕不用太快，會看不懂。(A10) ➢ 畫面呈現還好，新聞比較血腥的有馬賽克。(A1) ➢ 沒有很注意子母畫面，馬賽克那些，通常新聞用聽的比較多。(A3) ➢ 字幕部分是很突兀的現象，跑馬有很多商業行為在裡面，很多人現在都聽新聞，不

場次	意見
	會 care 畫面，但是戲劇節目就很重要。(A2) ➤ 對跑馬、子母畫面大部分都不會很注意，大部分是廣告，除非跟自己相關的會去看，比如說有氣象、地震。(A4)
台北	➤ 跑馬燈/子母畫面/插播，看會，但是不介意，對我來說沒有什麼影響，反而覺得資訊更多元。(C6) ➤ 不在意馬賽克/跑馬燈/子母畫面，我也看，因為有些訊息是我要的，或是更即時的新聞，像南北韓開火，先跑一段，至少讓我們知道已經發生事情。(C4) ➤ 我也看，因為可能它現在講的新聞不是我想要的，會看一些跑馬燈，吸取別的新聞，我是看下面的。不會覺得被干擾，這個算台灣的特色吧。(C5) ➤ 子母畫面我還滿喜歡的，可以回顧以前曾經發生的事情，或是跑馬燈這些。(C7) ➤ 還滿喜歡看跑馬燈，因為看新聞的時間不長，跑馬燈可以跑完一天比較重大的，上下左右的跑馬燈都會看，電視只是用聽的，不太會注意畫面，除非是想看的才會看畫面，即使不看跑馬燈，也不會影響看新聞，因為它的畫面很小，不會覺得影響畫面。(C3) ➤ 跑馬燈對我來講，覺得是滿好的。(C8) ➤ 會看跑馬燈，有時候會很快的打出一些新聞事件，我們會選擇要看的去看，覺得還不錯。(C2) ➤ 跑馬燈、子母畫面都照看，無所謂。(C9) ➤ 跑馬燈，新聞台/談話性節目是 OK，現在的新聞常爆八卦，跑馬燈反而是重點的，會把重點看完。可是有些電影台也有，我會把它忽略，雖然覺得很煩，可是通常會忽略它。(C1) ➤ 我從馬來西亞來的，台灣新聞台的跑馬燈，我不會很 care，這樣還滿豐富的，有時候有即時新聞，小的跑馬燈，其實也還不錯，新聞的重覆率還滿高的，才看沒多久又重覆一樣的內容。馬來西亞的新聞台是有固定時段，比如晚上 7-8 點，或下午 1-2 點，新聞部份的跑馬燈，馬來西亞只有下面一排，還滿小的，也是即時新聞，只有新聞的時候會跑，其它很少。(C10)
花蓮	➤ 跑馬燈真的很讓我們頭痛，真的是看不到字幕的喔，很容易受影響，被干擾。(B1) ➤ 跑馬燈太多，目不暇給。(B5) ➤ 會贊成跑馬燈，覺得跑馬燈非常好用，不以生意方向來看，譬如說今天鄉公所要辦什麼活動，社區公共服務的資訊就非常好用。商業資訊也行，跑馬燈比子母畫面影響小，所以贊同。(B8) ➤ 在發生重要災難的時候，子母畫面是很好的工具，讓民眾隨時知道發生什麼事情。(B9) ➤ 會被跑馬燈吸引，像七點看新聞，他說九點半請不要錯過什麼劇場，我真的九點半就會去看。但是看久會一直重覆，有點煩躁。(B6) ➤ 我也很喜歡看跑馬燈的內容。(B7) ➤ 我媽媽超愛看新聞的跑馬。(B3) ➤ 喜歡跑馬燈，但是內容一直重複，很煩。(B9)
高雄	➤ 不在意馬賽克、跑馬燈、子母畫面，有時候看新聞，會看跑馬燈跑等一下新聞要播

場次	意見
	什麼，如果有想看的就會等那個新聞出現。(D1) ➤ 覺得跑馬燈、插播式的子母畫面很煩，有時候你畫面看得好好的，突然下面出現或上面出現，字幕會被遮到，就會覺得很煩。(D2) ➤ 其實現在比較血腥的都會打上馬賽克，我覺得那種還 OK。(D2) ➤ 不在意跑馬燈，覺得那是提供資訊的一種方式，會去看。(D3) ➤ 有時候馬賽克是必要的，譬如車禍和比較血腥暴力的畫面，不應該給小朋友看到不該看的。(D3) ➤ 血腥畫面倒是可以打馬賽克，但是犯人就是要讓人家知道他的臉嘛，為什麼還要幫他打馬賽克？(D4) ➤ 跑馬燈的話對我沒有影響，因為我會想知道說待會會播什麼。(D4) ➤ 馬賽克、跑馬燈我就眼睛直接忽略掉它就好了，他播他的我看我的。血腥畫面打馬賽克是好的。(D5) ➤ 覺得跑馬燈還好，因為新聞常重複，只好看一下跑馬燈有沒有新的內容。(D8)

四. 對電視節目視覺品質的看法

對於電視的視覺品質，不同區域及有線電視系統均有不同的狀況。從與會者的反應來看，大多數與會者表示如果天候不佳時，收視訊號容易斷訊，尤其是颱風及大雨時，訊號容易因為天氣影響而出現斷訊及卡住的現象。此外台北場次與會者表示電視畫質和收視訊號除了易受天候影響之外，使用不同系統的與會者均表示在約 80 台後面的頻道，畫面品質和收訊狀況都較為不佳，顯示台北地區整體收視品質較差。而高雄地區與會者對電視節目的視覺品質較為滿意。

表 5-7 對於目前電視節目的視覺品質(電視畫質、收視訊號)看法

場次	意見
台中	➤ 群健的品質要看地區，有些地區是蠻常斷訊，畫面部份覺得品質要再提升，跟數位電視台差蠻多的。(A10) ➤ 下雨天的時候會收訊不良。其他是還好。(A9) ➤ 家裡電視收視情況，畫面、收訊都還好。(A7) ➤ 電視有一些品質比以前好，但是有幾個頻道訊號不是很好。(A6) ➤ 收視狀況還好。(A3)
台北	➤ 可能住大安文山區的關係，後面的音樂台和日本台，79/80 台不清楚，新聞/電影頻道還 OK。(C6) ➤ 住陽明山區，畫面還滿穩定的。但有時候會斷訊，像大雷雨的時候，或是忽然訊號整個卡住。(C4) ➤ 是家和系統，在台北縣，覺得 79 台、80 幾台以後，感覺比較模糊，色彩比較淡，很少切到那裡去，最清楚的就是 50 幾台的前面。(C3) ➤ 是有線電視，在大安文山區，訊號都還不錯，只是 80 幾台之後差了點。(C9)

場次	意見
	➤ 我家是常德，訊號品質還算好，打雷有時候也會斷訊，後面幾台沒什麼好看的，畫質也不好，了不起轉到 80。(C1)
花蓮	➤ 我是亞東的，品質部份，有線的如果遇到颱風，收訊是有差啦，就會收不到，連網路都會。(B1) ➤ 收視的品質、訊號 OK 啦。(B5) ➤ 收視畫面、品質還好。(B4) ➤ 我們家只有 15 台數位電視，這 15 台常常會收不到訊號，尤其颱風來，常常華視最容易斷訊、中視收訊最好。(B3)
高雄	➤ AXN 台有時候還滿容易斷訊的，要不然就是畫面出現格子狀，好像收訊不良，是衛星的問題，半夜的時候比較常出現畫面品質、收視訊號的問題，就是出現條紋或是格子狀的感覺。(D2) ➤ 第四台的畫面品質跟收視的情況都還好。(D3) ➤ 我覺得訊號跟畫面的品質還算滿穩定的。(D4) ➤ 第四台畫面品質跟收訊的狀況還不錯。(D5) ➤ 畫面品質各方面收訊覺得 OK。(D6) ➤ 畫面品質都到 90 幾%。(D7) ➤ 畫面品質還蠻 OK 的。(D8)

五. 對公用頻道得知曉度與使用意願

所有與會者中，僅有一位知道公用頻道，在聽過公用頻道之後，願意使用的有四成左右，以花蓮地區的使用意願最高。有與會者表示公用頻道的宣傳不夠，多數人不了解公用頻道的用處，有與會者表示，使用網路媒體傳播的範圍更大。

整體來看，與會者對於公用頻道的認知度不足，對於公用頻道的使用及功能所知更有限，顯示相關單位對於公用頻道的推廣有相當大的進步空間。

表 5-8 觀眾有接近使用媒體權力的知曉度，以及未來使用公用頻道的意願

場次	意見
台中	➤ 沒有人知道公用頻道(頻道三)，不知道可以把自己拍的節目內容寄到群健。 ➤ 知道後，回去會想看看的有八位，會用的有一位。
台北	➤ 有一位知道，其他都不知道公共頻道。未來願意使用有 3 位。 ➤ 我覺得可能宣傳不夠多，外加現在民眾有什麼要反應的，可以自己拍下來，寄到一般的電視台，就可以幫我們去跟廠商反應，所以台灣好像沒有這方面的常識和想法。(C5)
花蓮	➤ 沒有人聽過公用頻道，但有人有轉到過。聽過公共頻道後，所有人都會想要用。
高雄	➤ 知道公用頻道後，想用的有 3 位。 ➤ 現在網路的 Youtube 很方便，那個範圍更廣。(D5)

六. 對電視節目或新聞中置入性行銷的看法

大多數與會者對於置入性行銷均不表反感，認為只要不影響節目流程及畫面呈現，並且不出現明顯的商標，對於置入性行銷均能接受。此外與會者認為觀眾雖然被動式的接受置入性行銷，但對於商品訊息仍有判斷能力，不會因此而受到影響，因此在電視節目中依劇情需要可適當展現，只要不是過於刻意推薦的話，可接受適當的置入。而在新聞節目中，如果商品以資訊傳遞為前題的置入，是可被接受的。

目前有關單位對於電視節目或新聞在執行置入性行銷時有相當多的限制及要求。而從大多數與會者對置入性行銷均不表反對的情況，顯示目前主管單位的限制符合觀眾期待。

表 5-9 對於目前電視節目或電視新聞中的置入性行銷的看法

場次	意見
台中	➤ 置入在節目最多，新聞也有，我這一台要上什麼戲，就帶這一段，或是哪個演員又到遊樂園辦活動，裡面常常有。(A2) ➤ 置入不嚴重的話，不會干擾到對劇的欣賞或節目流程就不在意，置入不可以直接講產品出來。(A4) ➤ 對置入的看法沒感覺，大部分看網路的。(A9)
台北	➤ 對置入性行銷，就是看看，不會被洗腦去買，是可以接受。(C5) ➤ 看連續劇，每個人開會的時候，桌上都有一個礦泉水，就知道是置入性行銷，可是我不會覺得怎麼樣，那只是畫面的一種呈現，可是電視新聞，講今天情人節或跨年，每個飯店或餐飲都被 booking 了，就是很強烈的置入性行銷。(C7) ➤ 我個人是不太反對，當然會注意到，現在資訊那麼透明，各個品牌/產品/價錢/行銷廣告，都是可以自己去比較，只要有主見的人，其實不太會受影響，所以我不太會反對。(C6)
花蓮	➤ 我是反對置入性行銷，因為時間一久，對人有一定的心理影響，尤其對小孩子影響最深。(B8) ➤ 買過某韓劇裡面的耳環，在某些層面上來講，就促進經濟。(B3) ➤ 置入性行銷覺得蠻有趣的，像痞子英雄好像也是置入行銷。(B6) ➤ 覺得置入性行銷對我來說沒有太大的影響。(B2)
高雄	➤ 我不太會在意置入性行銷，有時候雖然沒有打商標但卻猜的出來，覺得也是一個趣味。(D4) ➤ 在劇情裡面還好，不要太故意一直強調就好。(D8) ➤ 覺得電視新聞的這種商品都是比較新、獨特性的，覺得這些商品給的知識不會排斥，他不會講牌子。(D4) ➤ 覺得看個人吧！關於知識性的話我覺得沒差，這也是資訊的來源。(D1) ➤ 大家的看法是只要不是過份、惡意推薦，置入可以適當插入，如果說商品是以知識為前提可以出現在節目跟新聞裡。

七. 對資訊性節目或購物頻道的收視狀況與意見

與會者對於資訊性節目觀感普遍不佳，認為資訊性節目目前的播放方式易混淆收視觀眾，建議於節目上標示「言論不代表本台」、「廣告」等提醒字句，或將資訊型節目集中到一至二個頻道。

與會者認為購物頻道容易誇大不實，但對於刺激消費有直接效果，因此應加強規範或加重不實廣告之罰款，避免購物台為獲取利益而使用不實話術吸引消費者。

整體來看，大多數與會者有看過資訊性節目和購物頻道，普遍認為易受節目中的話術影響而購買物品，尤其以老人家更易受到影響，節目中介紹產品的話術較為誇大，且介紹食品有講到療效的嫌疑。建議要有嚴謹的法規規範，尤其是食品與藥物的區別，食品不能提到療效，藥品與食品應經過檢驗或是認證制度。規範產品廠商、代言人與電視台要負連帶責任，並加重刑罰，達到彼此監督效果。

此外，與會者均贊同將資訊性節目或購物頻道集中頻道區塊，避免資訊性節目夾雜在一般頻道中，容易造成觀眾混淆。

表 5-10 資訊性節目或購物頻道的收看狀況與意見

場次	意見
台中	➤ 有看過，覺得他是一個節目也是賣東西的。(A7) ➤ 有看購物台，覺得購物台會讓你覺得這東西很好。(A5) ➤ 我太太也有看，不會買，我都會制止，會勸她少看這種節目。(A4) ➤ 不會看白冰冰、徐乃麟的，因為知道那是賣藥的，但老人家會看。(A2、A10) ➤ 如果藥物就是要有檢驗，像之前那個老師就是有問題的成分。應該有專責單位去監督，然後檢驗成品。(A2) ➤ 或是藥物要上市，至少 GNP 什麼要過，至少民眾吃了不會有問題。(A10) ➤ 這些節目行之有年，因為久，這些節目會認為他的存在是合理的，應該要有強制性比較好。上節目之前，要經過檢驗的。(A4) ➤ 購物台的節目是賣小時，賣頻道的，如果開罰的話，應該不是只有頻道業者要開罰，產品業者也要開罰，這樣兩方可以監督。(A1) ➤ 食品都不能講到療效。(A2) ➤ 罰款太低了。(A10) ➤ 罰款賺十億了，賠三十萬沒有什麼，連續開罰，不要罰幾十萬這樣。(A4)
台北	➤ 資訊性節目比較無聊，建議把它從一般頻道抓出來，另外設立一或兩個頻道，在法規規範允許的內容，因為它也不完全是購物頻道，可能還有一些來賓的分享經驗，大於消費性質，認為要把它獨立出來，不要佔到一般的時段。(C6) ➤ 我買過購物台，覺得購物台太多，而且有騙人的術語，讓你有衝動性的消費。資訊性節目會看，之前政府也會管，但是他們會換不同名目又出來，因為賺的錢比政府

場次	意見
	開罰的多，覺得這樣子非常的不好，有些中南部或其他年長的人，可能會這些東西說服，買了一些來路不明的，反而傷身的商品。(C5) ➤ 我覺得不要跟有線電視合作蓋台，我覺得這樣子對我們也很擾民，我覺得直接禁掉就好了。(C5) ➤ 我有看購物頻道，資訊性節目比較少，我會詳細聽產品介紹說明之後，自己去賣場看，電視上絕對不會講到產品缺點，可是去賣場的時候，銷售員會強調，就知道缺點在哪邊，會去做比較看看。(C4) ➤ 可能讓消費者買到自己不適合的產品，像它有時候會跑馬還剩最後幾台，那都是噓頭，商品不見得符合需要。如果違法的話，就是它們的客戶資料常常會外流，聽說東森滿嚴重的。(C4) ➤ 我有看購物台，覺得有一些節目都滿誇大的，最嚴重是醫療類的，比如一個老太太做了雷射之後，變年輕好幾歲，已經有誇大醫療的嫌疑了，可是，都沒有被罰或管理。(C3) ➤ 這2個都會去轉一下，曾經在購物頻道上買東西，我也不管它最後剩下幾台，會看很久之後才買，因為知道有鑑賞期，回來一定會試用，不行的話，就退掉，比較不會有衝動購買的損失。資訊性節目的話，比如它最主要是講化妝品，我不管它，我只要知道臉的保養過程該怎麼做，或是營養的補充，把這些聽完之後就轉台。(C1) ➤ 針對資訊性節目，promote 程度是高過資訊的傳達，它的資訊只是強調商品，並不是傳達它的資訊，是不是應該可以有一個力量，因為靠一般老百姓，就像現在的詐騙集團，再怎麼撈，還是可以撈到幾個被騙，會上當的。(C7)
花蓮	➤ 有看購物頻道買過東西的，有6位。 ➤ 購物頻道我會看他們的行銷方式，但是不一定會買。(B8) ➤ 看購物台，買完就後悔。說買蒟蒻海綿兩組送一組啊，講一大堆用雙手洗臉會造成老化、皺紋什麼的，讓你覺得要用那個海綿洗臉。(B3) ➤ 買過超後悔的，那時候就感覺不買可惜，一直在倒數，搞得心慌慌。然後以前對消費不瞭解，不了解什麼七天鑑賞期，所以就蠻後悔。(B6) ➤ 不是很贊同資訊性節目，覺得這不是一個很正常的行銷方式，不能絕對證明產品是OK的，像一些糾紛都是這樣。覺得政府在規範法規上，不是只有用法條去限制，應用它的關連性來做判決，只要有關連性，或許是用重罰的方式。(B2)
高雄	➤ 我不喜歡資訊性節目隱瞞價格，加上隔兩、三個禮拜換另一項商品，很多頻道都播出一樣的產品，如果想買的話，應該會統一在一個頻道，不喜歡節目/廣告看一半就插播十幾二十分的，所以不喜歡看資訊性節目，還有他的東西種類不見得每個人都適用。(D1) ➤ 有看過幾次，沒有買，一看就知道是在賣東西就趕快轉台。(D8) ➤ 希望把資訊性節目放到購物台。(D6) ➤ 只要看到類似的東西馬上轉台，如果沒有辦法把它強制搬移到購物台，應該在他播的方式裡面打個「廣告」兩個打的大一點。(D5) ➤ 賣藥的節目我都不看，但很愛看購物頻道，也有買過，很衝動的就買了。(D4) ➤ 有看過，沒有買過。曾經有一次很認真的看，覺得真的是這樣子嗎，就算真的又關

場次	意見
	我什麼事，對我來講不會想要去用。(D2) ➤ 老人家可能比較不能區辨是廣告還是賣藥品的節目。(D4、D6、D8) ➤ 覺得最大的問題還是衛生署，該列入藥品的居然把它列入食品類，像美國的維他命C都是食品類，我們現在還在藥品類，覺得最大的問題是在衛生署檢驗的問題，他們要解決我們國人的健康才有保障。(D4) ➤ 在節目打上那些言論不代表本台，讓消費者知道萬一吃出問題，電視台不用負責或怎樣，類似買香煙一樣，在包裝上面打上「吸煙有礙健康」，讓民眾知道有提醒的字句。(D7) ➤ 要求節目性歸類，例如1到5是兒童節目、5到10是公益團體的節目，今天想看購物頻道就大約在10到20台。(D6) ➤ 應該要把它規劃，通通集中在一起，很簡單一看就知道。(D4) ➤ 購物台是不是要節制一下誇大的言語，雖然在行銷，但不要誇大到是謊話。(D6) ➤ 代言的刑責應該要建立起來，因為代言好像免於一些刑責，假如刑責訂下去的話，有政府把關，藝人或名人應該不敢輕易代言商品。(D7) ➤ 要規範購物台，如果他們銷售的商品有問題，不是只有廠商負責任，購物台也要負一部份責任，這樣反而會自己把關。(D5)

八. 對數位內容服務之使用經驗及建議

從與會者反應來看，台中場與會者對於數位內容使用經驗良好，有使用過數位內容服務的與會者表示數位的節目較新且選擇多元化，並且可以將想看的節目錄下隨時收看。但台北場有使用過數位內容服務的與會者反應不佳，認為訊號並不清楚，且免費的頻道不多，許多想看的節目都需要額外付費。

表 5-11 對數位內容服務之使用經驗以及建議

場次	意見
台中	➤ 數位頻道，電影和音樂的節目比較新。(A10) ➤ 覺得機上盒還不錯，可以錄想看的節目，像新兵日記我會看，但是他是十點到十二點，太晚了，我就用錄的，假日有空再來看。畫質滿不錯的。(A10) ➤ 覺得數位的內容跟一般的比起來，有更多的選擇。在數位的使用上覺得還不錯。(A10)
台北	➤ 有數位經驗，但2個月後退掉，因為訊號並不那麼清晰，有些動態畫面會殘影，節目內容提供2-300個頻道，但是是用跳的，免費的好像只有幾個，沒有很多，畫質不好沒有一般有線電視來的好。(C9) ➤ 我裝MOD，沒有很常看，因為想看的要付費，免費的我不看，就看第四台就好。(C3)

九. 對電視節目呈現或廣告呈現的政策規範意見

新聞方面，希望能減少血腥暴力等負面新聞，多增加好人好事報導，增加國際新聞的篇幅。就節目內容部分，建議增加教育節目，另節目內容要有所規範，應避免腥羶色等不良內容。廣告部份，限制插播、蓋台的呈現方式，廣告產品要把關，約束資訊性節目於節目上打出「廣告」等字樣，不實廣告要祭出重罰，尤其涉及醫療、食品和藥品方面。

其他意見還包括簡化有關反映電視收視意見的連絡窗口、善用公共頻道、頻道定頻及區塊化，以及學習美國方式，讓人民了解地方政府做了什麼。

表 5-12 對目前電視節目呈現方式或廣告呈現方式希望政府政策規範的意見

場次	意見
台中	➤ 不滿意有插播廣告，影響大，有時候看直播 live 的節目就會受影響，轉回來就想說怎麼會變成這個節目。(A2) ➤ 節目本身的品質，如果不好的內容，可以規範的話。例如某些時段兒童不宜的內容，某些談話節目的政治立場太鮮明，廣告的產品好不好是誰要負責把關，政府如果有辦法管理是很好。(A1) ➤ 像政論或是新聞節目，建議採用總量管制，就是用配額，達到量的管制，廣告部份沒有特別意見。(A2) ➤ 新聞方面，希望血腥那些減少，播一些比較好的，不要不好的一直重複。(A3) ➤ 希望能夠簡化傳達意見的窗口，看到不喜歡的節目，有甚麼簡單的方式讓 NCC 知道。(A4) ➤ 新聞部分，一個小時社會新聞應該減少，國際新聞現在就很好，水災大災害才會報。另外，建議可以有一些課後輔導的教育節目，現在低收入戶蠻多的，讓小孩子不用送到安親班、補習班，也可以多一些教育的時間。(A5) ➤ 節目內容部分，連續劇需要提升，不要都是婚外情、離婚的，這些內容，看多了，可能會影響價值觀。綜藝節目的話，沒有什麼創意，抄襲日本韓國的較多。新聞方面，負面新聞報導太多，應多報導義行義舉新聞，把社會風氣慢慢調整過來。廣告的部份，個人支持要有規範，賣出去的產品出問題，一定要重罰，從生產廠商、節目製作人、來賓。(A6) ➤ 廣告不實要重罰，請各大電視台打出什麼公司、產品、吃了會怎樣。(A10)
台北	➤ 覺得政府有責任和義務盡到宣導及提醒的責任，像前陣子詐騙集團很多，手機詐騙，什麼詐騙的。像資訊性節目，要約束電視台，如果電視台仍然違反的話，是不是撤銷電視台執照，或是不斷宣告電視台有違法的跡象了，或是有不實的廣告，我想政府能做的，應該是這個，更嚴重的就跟本撤銷嘛。(C2) ➤ 有關涉及醫療方面的節目，希望政府真的要涉入，像家裡有小朋友過敏，天氣一變天，他晚上就沒辦法睡覺，家長就會非常的傷心，電視上講得這麼好，說只要喝了幾次就可以一覺到天亮，你還是會嘗試嘛，雖然知道它是騙人的，所以政府真的應該要介入。(C9)

場次	意見
	➤ 希望政府可以真正有更好的有效措施，或是和媒體合作，做一些有道德倫理的教育節目。(C5) ➤ 新聞記者在報導的道德性，政府有辦法管嗎？有記者問小朋友，你的爸媽不見了，會不會很難過？這種東西，到底有沒有什麼法規或可以去訓練？(C1)
花蓮	➤ 在節目方面，不會希望小孩子那麼小的年紀就當童星，接觸社會，覺得他們好可憐，都沒有童年這樣。(B3) ➤ 綜藝節目或談話節目，很多游走灰色地帶。像小小彬跟吳宗憲的節目，很多性暗示的東西一直出現，覺得這應該要加強這方面。(B6) ➤ 廣告的爭議性比較大一點，第一個談子母畫面的問題，看到一個廣告右邊彈出一個視窗，什麼死亡筆記本幾月幾號，很驚悚，讓人覺得沒辦法接受。第二個是有一個電玩遊戲的廣告，穿著太煽情，不曉得界定範圍在哪裡。(B8)
高雄	➤ 覺得八點檔內容應該要送審，新聞什麼都有送審，八點檔收視率這麼高，居然不用送審。(D4) ➤ 新聞性節目要增加，多元化的，像國際新聞、財經新聞，不是一直只報台灣的，然後一直重播。談話性節目太多。(D8) ➤ 先訂好區塊，只要電視台有符合，可申請補助金，用引導的方式比較快，管制都來不及。(D7) ➤ 廣告的內容有些是創意就該開放，但有不當影響的就要加以限制。(D3) ➤ 建議廣告集中在節目前或後，不然就在中間一次播個 5 分鐘，或是限制破口時間，不要 5 分鐘開始播，5 分鐘後又進廣告。(D1) ➤ 除了廣告打上「廣告」之外，看能不能強迫把食物或藥品那個東西再放大，知道是食品還是藥品。(D5) ➤ 很討厭看廣告到一半忽然插進來，插播廣告、蓋台的那種。(D2) ➤ 剛才提到提到公用頻道，可不可以強制像美國那邊，透過地方性的媒體讓我們了解民意代表的表現。(D7)

第三節 特殊收視戶研究發現

一. 目前家中特殊族群者的收視概況

代表身心障礙者的與會者表示，最常收看的是新聞，其次歌唱綜藝節目、Discovery 和體育節目。但很少有電視台提供手語翻譯，聽障朋友會傾向觀看有字幕的電視台，看不懂字幕的聽障朋友傾向觀看戲劇型節目，透過肢體表演瞭解劇情。

新住民會以台灣家人收視習慣為主，或是觀看新住民相關節目，如台灣媳婦和邀請新住民討論各國文化差異的談論性節目。原民台節目則在部落間非常盛行，許多原住民都會收看。

表 5-13 家中特殊族群者的收視概況

場次	意見
身心障礙者	➤ 一般無線電視的節目內容比較乏味，通常看的都是有線電視，很少有電視台能夠有手語翻譯，讓我們可以接觸更多訊息，很少有這樣的商業電台。(E2) ➤ 從 50 台到 55 台，一般都是看第四台的新聞節目，新聞性的節目也從來都沒有手語翻譯，從來都沒有，也完全不知道他們到底在講什麼。(E2) ➤ 不管是新聞也好，或是綜藝節目的話，如果說沒有字幕的話，新一代的都不會想看，都會轉台，所以我說至少要有字幕的新聞節目，到目前為止的是說只有中天，我覺得大部分都有這樣，其他是完全都沒有字幕的是 TVBS，所以我都不喜歡看這一台的節目，因為他都沒有給我們字幕。(E3) ➤ 一些聽障的朋友是看不懂字幕，所以就不願意去看綜藝節目，他們唯一可以看的是什麼？連續劇，因為他們是看動作，要不然就是看電影，看光碟的電影，他們都是這樣看。(E3) ➤ 在一些很特殊的節目，可能是公共電視或是大愛，或者是好消息，就是那種很有愛心、很好的，他不是主流的媒體，所以像是剛才說的中天或是這些連續劇什麼的，很少被看到。(E6) ➤ 他們都說每一個都喜歡看，但是沒有辦法，因為受限制沒有辦法看，平常喜歡看的我把它歸納出來幾個，最常用的大概是電視新聞，在下來就是有一些歌唱綜藝節目，那還有一些新知，像是 Discovery 他們很喜歡聽，還有一些球賽是年輕族群的，尤其是棒球賽的轉播，他們不會漏掉，這些是他們喜歡看的部份。(E11) ➤ 沒有辦法無障礙化是真的，讀取率有時候到七、八十是沒有問題，其實就年輕一輩上來講的話，他們其實還蠻借重網路的部份去讀這一些東西。(E5)
新住民與原住民	➤ 我是泰國來的，我剛聽前輩在講，有原住民台/客家台，其實，我覺得現在重視移民的方面有慢慢的突顯，現在有一台節目，找很多所謂的移民，胡瓜主持的，我覺得有這樣的節目，讓移民可以說出他們自己生活/文化上的差異，我覺得也蠻好的。(F7) ➤ 我是大陸江西，其實我看的電視節目不多，主要是新聞看一下而已，就看中天衛視的新聞，和先生一起看，其實覺得還好，還蠻不錯，蠻有意思的，新聞的面比較廣，我不看 CCTV，覺得這邊的新聞面比較廣一些，也可以看得到大陸看不到的。(F4) ➤ 之前我記得有一個好像是來教大家做菜，華視之前有，後來就沒了。還有一個，我忘記了，之前每個禮拜有定期找移民或是醫療，就是移民有什麼樣的需求，也是華視，台灣媳婦，目前已經沒有了。之前是有邀我們團體去做一些議題倡議，因為我們走議題倡議會比較多，有談一些移民狀況，但是，後來聽說經費不足，突然就沒有了，就不了了之，我覺得還蠻可惜的。(F7) ➤ 如果有跟公婆住，都還是會以公婆的需求為需求，他們不會提出自己要看哪一台，如果沒有跟公婆住，有小孩的，都是以小孩為主，小孩看什麼，他們就看什麼，所以，比較不會去提出自己想看哪一台。(F1) ➤ 他們大致上都是尊重台灣家人的意見，他們講說，他們和公婆一起看台語的連

場次	意見
	續劇，從裡面也學到很多台語/俚語。(F1) ➤ 我有特別問我所認識的外籍配偶，其中一個太太講到中華電信的 MOD，他光看那一台就夠了，因為她先生很體貼，他多去幫她付了一台越南台，只付了 90 幾元，所以，她看越南的節目，看那一台就夠了。(F1) ➤ 對收視原民台的節目，在部落其實都很風行，時間一到，就會轉去看，甚至有的人聽不懂的，會請人家來翻譯。(F8) ➤ 因為我們的辦公室是位在板橋，那邊有一個大豐電視台，他們會去介紹當地本土區家的主題。(F3)

二. 對於目前電視所提供的特殊族群節目內容之意見及看法

媒體在論及顏面損傷或是身心障礙相關議題時，常會發生傳達錯誤訊息的狀況，可能是不自知的歧視或刻板印象。與會者表示，媒體沒有真正為身心障礙者設想，從很少有手語翻譯節目可見一斑，而這一塊是沒有被看見的部分。

原民台有很多節目做得很好，屬於地方文化故事的節目內容，是很用心的節目，但由於是以原住民為主要觀眾，所以由漢人的角度看原民台，就會少了交流的元素。

部分台灣節目播放大陸相關內容偏向搞笑與負面內容，論及大陸人會有不認同感，與會者覺得包容性不夠。

表 5- 14 對於目前電視所提供的特殊族群節目內容之意見及看法

場次	意見
身心障礙者	➤ 說綜藝節目的話，不是專門播出的，就是辯論的節目，就是有名嘴的，我們即使聽不到，但是也很喜歡跟大家一樣，也想知道國家大事，就是地方政治的節目，但是看不到是什麼(因為沒有字幕)。(E3) ➤ 我是覺得是身心障礙裡面一個很普遍的一個問題，就是在媒體裡面沒有身心障礙者，這是看不到的，沒有被呈現的，另外一個就是當被呈現的時候，可能那個呈現的方式是錯誤的或是不對的。(E6) ➤ 很多時候這些記者在談顏損或是身心障礙，都會傳達一些錯誤的訊息，可能是歧視，但是他們會忽略歧視，所以傳達的訊息是錯誤的，或是有些不知不覺的刻板印象。(E6)
新住民與原住民	➤ 現在原民台目前節目做很多，學校的老師也常看，比較少社會新聞，很好看，比較有故事性/文化性，我覺得好很多，有用心，感覺很用心在裡面。現在原民台播的很多是地方文化故事，是比較多元，不只給我們看，我希望也能有拍一些真的需要幫助的，沒辦法接受到補助的故事，拍給政府機關看。(F9) ➤ 族語新聞有在教學，可是，有些真的想學，時間上可能也碰不到，剛開始我看了半年，我一句話都聽不懂，後來慢慢接觸到羅馬拼音。然後，再和長輩們一個一個對話，我才慢慢了解到裡面在講些什麼，因為我是會聽一半，可是，講

場次	意見
	很快的時候，完全不通。(F9) ➤ 原民台給我的感覺，比較重視當地的文化，對於像其他以漢人為主體的社會在看原民台的時候，會覺得無聊，我覺得這是個問題。(F10) ➤ 原民台要怎麼樣把原住民的文化和漢人的文化做結合，可以互相來了解，包括像剛提到的新住民，現在其實新住民在台灣蠻大的一個存在，包括新住民來台灣，他的後代，台灣社會其實現在存在很多矛盾，包括可能對新住民的不認同，還有和原住民之間的問題，是不是可以藉由電視文化的傳播來消弭這個矛盾？(F10) ➤ 好像都是做自己的節目，主要是以原住民的觀眾為對象，要和別的族群有交流，在內容上面，才會讓人有興趣去看，才會了解原住民的文化，這樣子才能有一個很好的溝通。(F8) ➤ 現在很多談話節目一直用自己的家務事來討論，拿出來當作娛樂，我會覺得很可惜。討論現在社會遇到的一些狀況，如何解決這些問題，目前不管是移民，或是遇到的社會歧視，會比較好一點。(F7) ➤ 我記得之前有一個老師，就是野蠻教師，講一個印尼小孩，請他滾回印尼，跟媽媽去做野蠻小孩之類的，當我們這些團體去抗議過之後，他才要我們去談裡面到底發生什麼事，這個結束之後就沒了，就是只有當下，就會變成沒有系統性，也沒有達到之後的效應。(F7) ➤ 現在有很多的廣播電台，有越文/泰文/印尼文/英文，電視裡面，目前只有胡瓜那個節目，我覺得雖然有這樣的機會，但是，有稍微的可惜，談的內容，要表達，要教育，要互相交流/溝通，我覺得是比較缺少一點。(F7) ➤ 我覺得它的電視節目和訪談節目，始終還是會對大陸人有一種不認同感，電視節目也會對台灣人起一個導向作用，其實，人會比較友善，但是，還是會有那種不認同感。(F4) ➤ 電視節目和廣播節目不同，有利益和收視率的考量，就像剛才所講的，WTO 姊妹會談的通通和文化無關。(F2) ➤ 像豐年祭/跳舞，跳舞的背後有故事存在，可是，我們看到的節目就是跳舞，完全不知道它的故事背景/文化意涵在哪裡，其實很可惜，因為它有文化意涵。(F9) ➤ 有的族語新聞主播講的讓人家聽不清楚，不知道在講什麼，發音不標準，而且，語法上有錯誤。(F8) ➤ 我覺得台灣的電視，新聞各方面也會播大陸一些的事情，但是，基本上都是播一些搞笑/負面的，不太有正面的，包容性不夠。(F4)

三. 希望未來增加給家中特殊族群觀賞的節目內容或頻道

代表身心障礙者的與會者表示，視障同胞希望在重大活動時有口述影像的節目內容。希望顏損的朋友和身心障礙者不僅只是出現在特殊頻道或節目，而是更融入生活裡的節目。

代表新住民的與會者表示，希望增加母語教學節目和家鄉文化交流的節目，能夠取得家鄉文化資訊的管道。

表 5-15 希望未來增加給家中特殊族群觀賞的節目內容或頻道

場次	意見
身心障礙者	➤ 應該是讓有顏損的朋友和身心障礙者更融入生活裡面，而不是出現在一些特殊頻道或是節目。(E6) ➤ 我問過很多的年輕朋友，如果有口述影像的話，你們會希望是什麼？年輕一輩就會想是比較重大活動的東西。(E5)
新住民與原住民	➤ 我們會蠻希望開一個單元，是針對家鄉文化的交流，因為他們能夠取得原本家鄉文化資訊的管道不多。(F3) ➤ 除了在文化交流這一塊，另外，他們希望針對孩子母語教學的主題，他們會蠻希望自己的下一代能夠有機會/管道去學習原生國家的母語。(F3)

四. 未來希望針對特殊族群提供的電視內容服務

代表身心障礙者的與會者表示，希望在主流節目中，為身心障礙者多一份設想，讓他們能觀賞大家在觀賞的節目，例如提供手語翻譯或是口述影像節目。

代表新住民的與會者表示，希望能提供多一點母國的新聞或是戲劇節目。

代表原住民的與會者表示，許多原住民主要透過電視汲取新知，希望藉由電視宣導新的法律政策、申請補助，以及防止詐騙的相關資訊。

表 5-16 未來希望針對特殊族群提供的電視內容服務

場次	意見
身心障礙者	➤ 我想聽障也好，視障也好，他絕對不會想跟一般人不一樣，他享受的應該是跟一般人一樣，那政府不應該是說我為他們做一個節目，而是應該把現在主流的節目，想辦法讓他們跟一般人一樣，可以去觀賞。(E11)
新住民與原住民	➤ 如果政府有心，可以多製播一些關於她們母國的電視，不管是戲劇或新聞。(F1) ➤ 有個越南太太跟我說，她最近看到 TVBS 有播越南淹大水的消息，他說他看了很感動，他說，希望我們的電視媒體多多播這樣的訊息，因為很多越南同鄉並不知道他家裡遭受這麼大的事情，他很希望我們電視台可以多播一些國際新聞。(F1)

	➤ 在部落裡面，很多訊息是從電視來的，看的人其實很多，所以，我覺得可以在電視上多一些怎麼樣防止被騙。(F9) ➤ 在電視廣告裡面可以多宣導這些東西，要有比較仔細的內容，比如現在有房子補助了，你可以去申請，好讓他們知道怎麼去申請？該跟誰申請？(F9) ➤ 對原住民的節目來講，法律資訊應該要多一點，因為有很多老一輩的，還是按照以前的法律來走，常常他們觸法都不曉得，像為了要蓋房子，就在海邊挖一點沙，就觸法了，我們以前都是這樣子，什麼時候法律改變了，我要受到刑法的責任了。(F8) ➤ 我覺得法令和福利政策的東西，對原住民一定要加強，因為他們可能這方面的資訊獲得的真的很少。(F10)
--	---

五. 未來希望特殊族群節目主要播出時段與重播時段

代表身心障礙者的與會者表示，主要還是希望在主流節目增加身心障礙者的收視率，在節目中加入無障礙的概念。

代表新住民的與會者表示，新住民常需工作兼做家務，九點過後的時段較能有休息的時間，最佳的收視時間在晚上九點過後。

表 5-17 未來希望特殊族群節目主要播出時段與重播時段

場次	意見
身心障礙者	➤ 針對時段我們是希望有沒有辦法在平常時間可以看到，而不是非要在冷門時段才給我們收看。(E3) ➤ 播出時間不夠，沒有辦法把我們的資料給大家知道，沒有辦法播出來給大家了解。(E3) ➤ 一般大部分節目都是八點到十點的時段，最常收看的時間，可以請他嘗試做無障礙節目，在這節目中將無障礙的概念放進去，讓所有的人能夠得到訊息，我覺得這是努力的方向。(E7) ➤ 你把它特別弄一個時段或是什麼，他們不去聽也不想聽，因為很無聊，就像是公共電視有一些很冷門時段大家覺得不好看，其實沒有用，說實在他們不會想去聽，事實上是枉然的，所以我們還是傾向比較流行的節目增加他們聽的機率。(E5) ➤ 現在唯一有手語新聞的是客家電視台，中午十二點半到一點半，這不是冷門的時間，這是熱門的時間。(E12)
新住民與原住民	➤ 像播出/重播的時段，因為多半我們新住民的姊妹要負擔家計，多半工作也要加班，你說重播？她也要休息，假日往往也要配合加班，所以，廣播反而變成他們最方便的。(F3) ➤ 我把我看到，我所收集到的訊息做個報告，外配的收視習慣，大概我所接觸的，不管大陸太太或東南亞籍的太太，他們大部份都要工作，所以，他們認為最佳收視時間都是在晚上，甚至有太太講，如果可以，他所有家裡都照顧妥當了，

	他最佳的收視時間是晚上 9 點以後，那時候他才可以靜下來，享受他自己的時光。(F1)
--	--

六. 對特殊族群頻道經營業者或節目產製者之建議

代表身心障礙者的與會者表示，建議外國影集節目增加中文配音和字幕，讓視障與聽障朋友不會受限於英文的落差。希望多考量到身心障礙者的需求，例如雙語節目可於節目開頭說明，建議電視內容轉換成網頁，有助於視障朋友讀取資訊；另外，氣象報告應提供旁白，不要僅以音樂聲帶過。

未來建議節目製作群邀請新住民、原住民一同製作節目，由自己人做自己的節目，不但可以更深入其背景文化，也可提供其真正需要的議題節目。原住民母語主播的講話、發音要清楚正確，可請教部落耆老意見。

表 5-18 對特殊族群頻道經營業者或節目產製者之建議

場次	意見
身心障礙者	➤ 從事鏡頭前工作的人，有無障礙的素養，他每到一個地方，順便也帶入到無障礙的說明，甚至關注某個地方，譬如他到某一個風景區，老人家應該要怎麼樣上來等等，都融入到節目裡面，這樣才是正確的。(E8) ➤ 做節目也要想到他的孩子，他的老人家，不要說動腦都是年輕人的世界，訴求就鎖定那一層，我就覺得不對。(E8) ➤ 剛有講說有些媒體會有字幕，但是視障朋友是比較沒有機會知道，我們現在媒體每個地方，旁邊跑的跑馬燈，下面跑的跑馬燈，跟他畫面講的東西是兩回事，他不是講我講的事情，這訊息對他們來說其實是很困擾的。(E7) ➤ 他們其實也還蠻樂於求新知的，HBO 或是 Discovery，他們有時候會說我的英文程度沒有這麼好，是不是在這方面以公共電視，民營電視台沒有辦法要求，那有些部分是不是可以中文配音，讓那他們可以多聽到中文配音的一些影集，彌補他們在英文上的落差。(E5) ➤ 電視是家裡最常接觸的東西，所以要給我們一些新的訊息，那字幕是不是可以先給我們。(E1) ➤ 其實我們覺得重要的是配音，起碼會減低我們在使用電視上的障礙。(E10) ➤ 有一些氣象報告用音樂帶過去，這部份是不能夠接受，因為他不知道你報導的內容是什麼東西，明天要穿什麼衣服？他們不知道，這部份是很嚴重，對他們的生活上來講，非常的不方便，所以希望所有的電視業者都可以注意到這一點。(E11) ➤ 在旁白的時候，他的背景音樂有時候高過旁白的聲音。(E11) ➤ 第二雙語節目不是沒有，是有的，只是沒有受到電視台的重視。(E8) ➤ 在做節目宣傳的時候，是雙語就要寫清楚是雙語，對他們直接就有幫助，還有就是說雙語的比例要到達多少就可以規範。(E8)

場次	意見
	➤ 第一個問題是很多的視障朋友不知道怎樣去切換，第二個問題是他根本不知道，在每個節目之前倘若他是有中英文的，其實很簡單是說以下節目是有中英文的，那其實對視障朋友來講是一個好的方法。(E5) ➤ 不要太八股的那種東西，把它放在網路上會比較實用一點，他們就會願意接受，你把電視內容轉換成網頁化，我覺得會對於這些盲友會是另外的幫助。(E5) ➤ 長期教育政策跟對視障者的社會教育是必須遊走電腦化，而且他的成本是低的，所以我的建議是電視上跟網路上做一點連結。(E5) ➤ 這裡面的工作人員是不是能夠有些是身心障礙的朋友(公共電視)，你說當然馬上就要把這些節目做的很好，是不太可能，但是我們可以循序漸進，把我們要做的節目實際上是有這樣的人去參與，可以把節目做到同文化這樣的概念。(E1)
新住民與原住民	➤ 母語主播講話一定要清楚，如果有不懂的地方，我希望原民台能夠聚集所有族群的耆老到原民台，有不懂的要向他們請教，再播出來，這樣才是比較好的。(F8) ➤ 原民台是一個電視媒體，其實可以去採訪(部落)，也算是幫助原住民的方式，藉由電視節目或廣播的轉播，或網路資訊等等，讓大家可以認識這個文化，美食這個東西是個誘因，它其實可以吸引不同文化的人，去認識，去了解，去幫助這個文化。(F10) ➤ 讓節目的製作者本身來源是多元的，可以有很多原住民朋友加入，可能未來有很多新移民的節目，我們當然希望這個節目不是台灣人做給越南人看的，或是台灣人做給原住民看的節目，或是做給新移民看，我們當然是希望最理解這個文化的人來製做這些節目內容，所以，我覺得在產製部份的製作者是要多元的。(F6) ➤ 今年在7月份的時候，公共電視剛好有一個兒童國際影展活動，中間他有針對新住民親子的單元，有找我們去觀賞，會後也有一些交流座談，如果媒體與新住民可以做這樣結合的話，我覺得助益是蠻大的。(F3)

七. 對政府保障特殊族群收視權益之政策建議

代表身心障礙者的與會者表示，希望能提供更多的口述影像節目，以音軌切換方式或是加強中文配音，或是製作視障者專屬電台提供視障者無障礙節目。政策上保障特殊族群在媒體的工作機會，成立身心障礙委員會，培訓不同身心障礙人才，視障者可做口述影像工作，聽障者可拍手語翻譯。

表 5- 19 對政府保障特殊族群收視權益之政策建議

場次	意見
身心障礙者	➤ 他們希望我解釋口述影像，他們覺得很好，那希望政府能夠在口述影像部分能夠多做，做那個節目多宣導一下，事前可以體會這種狀況。(E11) ➤ 在國外他們是有做一個視障的專屬電台，這不是說我要設一個電台專門為他們

	做，他就是用 3MM 的 FM 負載波，我把這個節目帶錄好，隨著 FM 的播出打出去就可以，政府只要給他們一個 FM 的接收器。(E11) ➤ 其實我想說政府可以做的大概就這兩個，口述影像部分用音軌的切換，另外一部分就是中文配音的加強，我想大概就是這兩方面。(E5) ➤ 我為什麼要求成立身心障礙委員會，一來可以培訓不同的身心障礙人才，視障的人可以做一個口述影像的工作，我們聽障的是可以拍手語的，就可以開發很多我們工作的機會，也可以培訓我們的人才。(E3) ➤ 如果用收音機專屬電台的話，那個成本不是很高，可以受惠到百分之 99.5 以上的盲人。(E11) ➤ 其實 NCC 可以更前瞻一點，未來的電視跟網路是沒有辦法分，像我們現在受制於時段，那我們就可以要求隨時可以存檔，隨時可以看，像這一些都是隨手可以做的，我們可以去要求他。(E8) ➤ 我必須說像是英國或是加拿大他們媒體工會或是記者工會，他們對那種怎麼呈現的問題，就是我們說的那一些特殊族群的，其實都有一些規範，我覺得這都是最基本的要求，有時候應該是被期待，希望政府在這個政策有突破。(E6)
新住民與原住民	➤ 公共電視是比較會看見弱勢族群的一環，但是，它的經費去年也是被砍了一些，我們還是幾個團體去搶救，我的意思是說，像經營產業，我覺得公共電視真的很看見其他族群的需求，反而它的經費被砍，這個也蠻莫名其妙的。(F7) ➤ 既然政府有心想要關懷弱勢族群，是不是就應該要打破資本主義想法，必須要盡到有一些的公平正義。(F1)

八. 對公共廣電集團提供特殊族群服務的看法

與會者表示，可由公共電視台慢慢拓展提供特殊族群的服務內容。考慮到保障弱勢的權益，認為公廣集團應該是責無旁貸。

表 5-20 對公共廣電集團提供特殊族群服務的看法

場次	意見
身心障礙者	➤ 我會傾向說公共電視台這邊，有前輩建議說固定某個時段播出來，我們藉由這樣頻道慢慢去拓展，剛剛有講我們不可能一下就做到一百分，只能一步一步，把目標畫出來，朝著那些目標往前走。(E9)
新住民與原住民	➤ 我們對於這樣的文化，可能不是很熟悉的話，我們只會從我們比較熟悉的部份開始，所以，這裡面可能就像剛才幾位提到，我們這個文化是可以和漢人的文化對話，現在新住民的部份也是一樣，我的想法，公廣集團是不是也有一個像客語台或原民台，做給新住民的頻道？(F6) ➤ 公廣集團相較於一般的商業頻道，也必須要考慮保障弱勢，我們已經無法期待商業頻道做這樣的事情了，所以，公廣集團應該是責無旁貸的。(F6)

九. 對弱勢族群收視權益保障之意見

代表身心障礙者的與會者表示，希望身障朋友都有公平取得資訊的權利，建議針對視障朋友提供旁白口述內容，針對聽障朋友提供手語翻譯與字幕內容。

關於新住民節目部份，希望能兼顧到系統教學的內容。

表 5-21 對弱勢族群收視權益保障之意見

場次	意見
身心障礙者	➤ 以視障的朋友來講，能夠上網讀新聞的人，因為他們是用讀的，讀新聞，會使用電腦的，非常非常非常少的。(E7) ➤ 這東西很簡單，他就一個字幕，再輔上一個手語的翻譯，聽障的問題就解決，視障的問題是因為他看不到畫面，他必須要旁白用口述的方式，那這部份在科技上怎樣去解決，至於說這節目出來怕會吵雜，影響到其他人，可以用耳機的方式，你插上耳機，調到那個節目，就會有全程動作的口述，這是應該朝這方向怎樣去克服他們視跟聽的不方便，來解決他們視聽的不方便，但是節目的內涵是跟一般人是一樣的。(E11) ➤ 我們希望可以考慮聽障人士，萬一沒有辦法打字幕，至少可以是電視公司或是電視開發產品的，請他們幫忙考慮到可以交換，是可以看字幕的，這樣對我們來說，就應該可以有所滿足。(E3)
新住民與原住民	➤ 我們很難期待其他個別的電視台去做一個新住民的節目，它們可能做出來會比較像 WTO 姊妹會這種比較流於商業上的節目，很難去兼顧到，即便在原民台這樣完整的頻道，也很難去做到例如對話、系統教學或其它的功能。(F6)

第四節 專家學者研究發現

一. 對廣告呈現之建議

(一) 對廣告時間播送規範的看法

針對廣告時間播送，建議採取彈性做法，取消以 1 小時為單位的機制，以黃金時段和非黃金時段區分，黃金時段廣告仍要規範以保障觀眾收視權益，如限制最多的破口數，非黃金時段則回歸市場機制，取消廣告 60 秒的上限。而廣告插播應以不影響節目收視品質為主，像 Live 節目和球賽節目可採彈性的廣告播放時間。

表 5-22 對廣告時間播送規範的看法

意見
➤ 對廣告播送規範，我有二點看法，第一點，60 秒上限建議取消，回歸市場機制，廣告量不夠或賺的不夠，就去侵犯到正常節目的時間，一個小時 10 分鐘，最近有一個協調，容許在某個時段做前後的調節，過去是以 1 小時為單位，為上限，它現在容許前後 2-3 小時來消化，但是，即便如此，我覺得它還是沒有完全的符合市場機制的規範，我覺得上限應該可以取消，第二點，分級，因為廣告內容和節目內容已經沒有分別，它也是有很大的影響力，所以，目前的廣告是有分級的，它應該要隨同節目內容去分級。(G8) ➤ 有線電視的廣告，為什麼一定要插播？如果廣告時間拉長的話，為什麼不集中在一個廣告時段播完，廣告的干擾度，特別是當你在看球賽的時候，我看 cable 的足球賽，那廣告干擾度實在太大了，我會覺得在廣告的管理上面，應該要有些作法，因為有線電視已經付費了，為什麼還要看這麼多插播廣告，而且，這個插播廣告完全是中斷/影響節目的收視品質的。(G1) ➤ 彈性處理，挪到別的位置，集中在那個地方，像 live 的節目，它很難控制，有時候人家喊暫停，有時候不喊暫停，中間要插撥也是困難。(G5) ➤ 也許一天播出總時數的百分之多少可以是廣告，這個可以去規範，但是，中間怎麼去調配，可以由業者去決定，或是政府有彈性。(主) ➤ 從業者的角度來看，把所有的廣告集中在一起，可是，事實上，電視台在賣廣告的時候，第一支和中間支的價格是不一樣的，因為從尼爾森的數據上來看，第一支和最後一支的收視率是高的，中間是低的，所以，如果都集中在一起的時候，電視台是活不下去的，我比較呼應的建議，就是讓市場自由去開放，就是不需要去限制廣告的秒數，坦白說，晚上 6-8 點，甚至到 10 點，這個黃金時間，其實，大部份電視台都不進廣告。(G3) ➤ 我的想法比較不是一天總時數，我的想法是黃金時段的總量管制和非黃金時段的總量管制，用這兩種想法來看，因為黃金時段都是我們比較好的節目，那個是觀眾收視權益的保障，如果我們沒有訂一個遊戲規則在那邊的話，會有一個問題在，但是，如果可以有一個 total 總量的話，它可以自由去處理怎麼安插那個部份。(G4) ➤ 可分兩個部份，有一部份加強管制，消費者賞心悅目的時候，不要 cut，但其它時間就可以給你彈性一點，就是要有伸縮的部份，讓他們有一個比較自主性的安排廣告時間的分配，這樣他們才會願意配合。(G7) ➤ 廣告的規範，我認為晚上 6 到 10 點還是要限制，照現行的 1/6 和 15% 限制，但是，其它時段完全放寬，所以，資訊性廣告不會出現在晚上 6 到 10 點，就沒有秒數的問題，它就可以稱廣告，第二個是，在每一個小時的節目要限制破口數，也就是說，它最多可以有多少個破口，就不會有干擾，但是，你也可以完全不要，就像新聞也可以完全不要，將來越來越操作的結果是，甚至新聞台都會說，廣告了又回來說謝謝收看，又廣告了，因為它要做破口。(G10) ➤ 現行廣告秒數的規定須適度調整，調整方向可再彈性化，例如：黃金時段之廣告秒數須調整、大型運動賽事禁止廣告插播，廠商廣告可調整在中場休息與比賽結束後播放。(主)

(二) 對節目或新聞置入性行銷的看法

新聞頻道應遵守古典新聞概念，講求專業、真實、客觀的報導原則，不宜有置入的部分，包含政府和民間的置入。兒童觀看節目時易受內容影響，可能造成盲目的追求行銷產品，因此兒童節目也不宜有置入性行銷。另其他節目類型，如綜藝節目可考慮開放置入。

表 5-23 對節目或新聞置入性行銷的看法

意見
➤ 我在美國芝加哥的時候，有看它們的 PPS，它會每個月有一段時間不播廣告，就是一直播節目，但是，有一段時間會播廣告，但是，上面會打字幕，這是有經費來贊助我們的節目，所以，這時候就播廣告。(G5) ➤ 覺得要配套，精彩的時候切斷，那是干擾，那就要容許節目內容可以被廠商贊助，可以露出，不然，體育台被罰的很慘。像今天有個新聞，就是客委會的主委出來講桐花季，那當然是置入。要細分，比如說政府置入也有很多種面向，有一些類型確實是還不錯，比如像來怡客，就是客委會推薦的客家話，像 SARS 它用買新聞的方式還可以，可是，如果是流感，流感疫苗打不打是有爭議的，可是政府付錢買，要求新聞一定要做正面的，這就不可以，還有像農村發展條例，這個現在是有爭議的政策，農委會就花錢來買新聞的內容，我的意思就是說，其實還要再另外細分。(G8) ➤ 對於新聞和節目置入行銷的問題，其實不太適合用閱聽人的角度來看這個問題，因為新聞講求專業、真實、客觀，本來新聞報導本身就不宜有任何的置入，包括政府/民間的置入都不宜，以專業的角度，以新聞報導應該秉持的原則來做基準才對，新聞就是要維持它的純潔度、真實性，這是第一個。第二個，節目的置入行銷，忌諱的是兒童節目的置入性行銷，因為兒童在觀看節目的時候，沒有辦法做一個區別與判斷，所以容易誤導，造成盲目消費，或是造成他對行銷產品盲目的追求，所以在兒童節目是不宜做置入性行銷，政府也不應該做節目的置入性行銷。(G6) ➤ 贊助和置入的定義是不一樣的，贊助是沒有看到商品/商標。(G10) ➤ 贊助通常不一定有對價關係，置入一定付費了。我會從消費者或觀眾的角度去思考，他怎麼去看這些置入性的新聞，我覺得現在這種數位匯流時代，很多觀眾看新聞，不會用一種充滿價值判斷的心態去看新聞，是把它當作資訊來看的，加上這些置入裡，很多是一些美食報導/影劇新聞/名人新聞，利用名人做產品的廣告活動，事實上它是一個置入的形式，所以，一般觀眾來看的時候，這個也是電視新聞，每天看電視新聞有一大半都在看這種新聞，所以，他怎麼會把它當作很認真的新聞來看呢？只會當資訊來看，用資訊的角度來看的時候，他會覺得置入的新聞反而講的很清楚，什麼品牌很清楚，什麼時間，在什麼地方做什麼事情，美食餐廳到底是哪一家？像我們廣告科系，學生基本上是比較消費態度的，大家對置入性的看法，很多同學反而會覺得很好啊，講的很清楚。(G1) ➤ 個人建議，要避免在新聞節目裡面置入，最好的方法，就是把新聞頻道的部份砍成二部份，一個是各位定義的古典新聞的概念，它就是很單純，很乾淨，剩下一半的時間裡面，它要報導吃喝玩樂/影劇/評論的都可以，在新聞頻道的內容上面，想辦法切成兩部份，一部份是請你遵守古典的新聞概念，要客觀，另外一部份就採比較 open 的方式。(G3) ➤ 不管是哪一種性質的新聞節目，我覺得基本上都應該要限制，不能做置入性行銷，為什麼？

意見

- 舉一個例子來講，新聞部的人去做一個所謂的新聞座談/專題報導/談話性節目，可以做置入性行銷，那新聞部的人馬上陷入人格分裂，我這邊有一部份的人說可以做置入，一部份的人說不可以，所以還是建議新聞節目要嚴格限制，但是其它的節目，我是贊同開放。(G9)
- 我覺得大家都有個共識，新聞和兒童絕對不行，其它節目類型，我覺得可以分類，目前 NCC 傾向不能做置入，我是覺得節目類型可以考慮，有些類型是可以開放，比如綜藝節目。(G10)
 - 綜合剛才你們講的，有一些特定類型的節目，也許我們可以在政策上面達成一個想法，某些類型節目，可能不能用中間插播廣告的方式來放廣告，比如節目開始前或節目結束後。(主)

(三) 對於資訊性節目或購物頻道管理之意見

資訊性節目的本質是廣告，可採開放廣告時數，改為彈性調整，依節目播出時段或是類型做不同規範，如將資訊性節目在冷門時段做廣告總量時間管制，將廣告集中成一個廣告節目。另若開放資訊性節目和購物頻道，需於節目中標示廣告或贊助字樣，產品的內容需由廠商、系統、頻道商三方共責。

表 5-24 對於資訊型節目或購物頻道管理之意見

意見

- 這 10 年來，資訊性節目從來沒有斷掉過，尤其在金融海嘯之後，越來越多，資訊型節目在金融海嘯的這一年，是很多電視台收入的大宗，這種節目畢竟有很大的風險存在，一個媒體到底該不該用正常的節目型態來播？這種節目通常是老人家，或家庭主婦，想讓孩子長壯，或是他們想愛美，可是，醫藥衛生的東西，是有一點專業的資訊，一般的觀眾和製作方是屬於資訊不對稱的狀態之下，所以這種節目是一直游走在相關法令的邊緣，對媒體來講，如果今天從實務界出來，全部反對這類節目，我覺得也應該替實務界想辦法去怎麼來處理，因應這樣的情勢，如果真的要去做資訊性節目的話，回應到它應該是一個廣告的存在，也就是在冷門時段做一個廣告總量時間管制，可以把那些所謂的廣告時間，湊起來變成一個小時的廣告節目。(G4)
- 不如在節目標明除了廣告時段之外，這個節目本身有贊助，這是資訊型節目的部份，第二個是，廣告該不該分級？廣告其實和節目的分級是比較不一樣的，因為廣告露出時間很短，通常很講究效果，所以它是很突顯的，一般來講，廠商在做廣告的時候，本身會做比較嚴謹的過濾，除了像醫藥廣告要取得許可之外，有些法律規定之外，另外，比如它還想要游走，短短 10 秒/20 秒，你還要做色情，就要冒那個風險，可能出現一次就被停掉了，輿論出來就把它壓制掉，是會有比較大的輿論壓力存在，在一般的法制上，廣告分級是比較少見，這是我對廣告分級的看法。(G6)
- 購物頻道，其實對業者是不太敢信任的，如同剛才講的，完全不去限制廣告，完全就市場機制，現在是認為業者可以合在一起商量，大家都共同 20 分，你也不要壓過我，我也不要壓過你，不過這一部份只是提醒一下，覺得政府是可以適當介入，舉例來講，以前把前面 1 到 20 個頻道當作公益/公用頻道，新聞局就介入過，NCC 可以有很多方法去介入的，適當的讓頻道業者能夠從系統業者得到合理的回饋，覺得這樣合理的限制，會比較好。(G9)

意見
➤ 贊成開放資訊性節目和購物頻道，但是必須承認它是廣告，一定要打上廣告兩個字，像購物頻道，應該是三方共則，也就是說，購物頻道現在出現的問題，產品的內容必須是廠商/系統/頻道商三方連帶的責任，不然，將來的購物糾紛，讓消保會可以解決的。(G10) ➤ 目前對比較呆板/僵化的廣告時數限制，可能考慮要調整，調整的原則是依節目類型做不同的規定，或是依節目播出時段做不同的規定。資訊性節目播出時可告知民眾該廠商為何以及此為資訊性節目，此部分宣傳建議不列入全天廣告時段計算。(主)

(四) 對電視購物頻道區塊化的看法

多數與會者覺得電視購物頻道需要區塊化，像新聞台、電影台等，集中於某幾個頻道，有興趣收看購物頻道者會較方便尋找到此類節目，頻道數量則無須限制，由市場機制決定。

表 5-25 對電視購物頻道區塊化的看法

意見
➤ 目前是每一個類型的中間都夾一個購物頻道。(G8) ➤ 就是要一不小心就轉到了。在經濟學叫聚集效果，有聚集人氣的效果。(G7) ➤ 系統業者的看法是說，區塊化搞不好還集中收視，因為如果要看新聞台，就直接挑選頻道，不會先轉到購物頻道，然後再轉過去，很少人會這樣轉的。我覺得是不必限制數量，但是應該要區塊化，數量其實市場自然會解釋，如果有 20 個購物台，我就不相信有觀眾會想看，就是跟廣告是一樣的。(G8) ➤ 大多數的是覺得需要區塊化。目前購物頻道分散在不同頻道播出，民眾與專家學者一致希望可以將購物頻道調整至同一區塊中，以便民眾收視品質與官方管理。(主)

(五) 對資訊型節目標示廣告或贊助的看法

認為資訊型節目需要有廣告或是贊助的標示，以提醒觀眾，但在贊助的規則上，需有一個較為明確的規範機制。

表 5-26 對資訊型節目標示廣告或贊助的看法

意見
➤ 呼應了剛才在問卷的時候，其實有相當大部份的觀眾是贊成的，贊成資訊性節目用標示的方式存在的，當你打一個廣告的標示，就是提醒觀眾說，這些東西是廣告，它有沒有效果等等。(G4) ➤ 資訊型節目，如果我們贊助規則定的清楚一點，資訊型節目可以用贊助的方式去取代，就是標明廠商贊助，它又不會變成全部的廣告，所以，你如果是全部把資訊型節目所有的時段都變成廣告，我實在質疑它，對業者還有什麼肉可以吃？(G6) ➤ 所謂資訊型節目，從過去的實務來看，已經指出它是電視台重要的經濟來源，現在我們大家的意見是趨向於，資訊性節目可以讓它存在，但是，要做某種標示，讓觀眾了解這是有人出錢做的節目。(主)

(六) 對產業公協會自律規範的期待或看法

廣告需要有所規範，但也要有經營考量，建議開放冠名權，藉由冠名企業為維護其良好形象與文化，在頻道、節目的經營會有一定的格調，對電視台與頻道商的經營來說，能闢增新財源，也可達到節目優質化。

表 5-27 對產業公協會自律規範的期待或看法

意見
➤ 我們建議，就是在很多問題上面，規範上面可以做，但是也要想辦法為台灣的頻道商，讓它們有更多的財力，可以去做下一個階段的發展。台灣現在沒有，也建議開放冠名，大家都說這個有個缺點，冠名有時候可以讓電視台有良性的發展，因為好的企業要進來冠名的時候，他會希望它的節目品質好，現在所有的廣告主都透過收視率，效果高，全部都是看數字，不問節目的品質/格調，但是，如果當我們開放冠名權的時候，我相信台積電/統一/康師傅，他就會希望掛上它的名字的節目是有格調的，代表我這個企業的商業文化，可能在電視台的經營上面，頻道商的經營上面，我們就增加了一個新的財源，這是我個人對於廣告部份的建議。(G3)

二. 對內容呈現之建議

(一) 對電視新聞內容及鏡面處理的看法

在社會新聞的處理上，為了達到保護兒童與保障當事人隱私權部份，採用馬賽克方式處理，在暴力、血腥以及色情鏡頭處理部份，也以馬賽克或霧化方式處理，與會者皆同意目前電視新聞在此部份的做法，也覺得目前馬賽克使用的情形適當。但在血腥/色情/暴力鏡頭處理上不一致，建議加強法律規範。

表 5-28 對電視新聞處理的看法

意見
➤ 同意目前電視新聞的處理作法。 ➤ 覺得現在馬賽克的處理情形剛剛好。 ➤ 在部分鏡面處理上，仍有改善的空間，如新聞在血腥/色情/暴力鏡頭處理的標準不一致等，應加強法律上的規範。 ➤ 新聞節目應該重視民眾個人隱私權、保護兒童與青少年，例如避免過度腥、羶、色報導，如有違規或過度報導之頻道商與節目，NCC 應予以處罰，例如：罰款、停播、撤照，並繼續維持懲戒辦法。

(二) 對電視報導造成個人或機關名譽損失的處理

以目前看來，重視回覆答辯機會權的比例不低，目前台灣的做法是確認為誤報的話，會以跑馬方式更正，在各台電視網站也設有澄清專區，供民眾回覆答辯。在廣電三法中有關回覆答辯權的條文應改良，使其更細緻、可行。

表 5-29 對電視報導造成個人或機關名譽損失的處理

意見
➤ 報導造成個人和所屬公司行號的名譽損失，統計看起來，直接要求更正/道歉/說明的比例不少，有些上法院控告裡面，都會包含要求更正，經由法律程序，訴諸聲明可能是要求登報導歉，所以可能會遠高於 28%，這個就證明了一件事情，廣電媒體的回覆權的設計，就是當事人回覆權的設計，right of reply，歐美國家都有很深的著墨，而且非常重視這樣的權益，我們原來的廣電三法有，但是跟本沒有實際作用，因為條文設計的問題，根據民調的調查結果，可以得到一個結論，當事人還是很在乎有沒有給他回覆答辯的機會，所以以後的修法裡面，這個條文是要保留，且要細緻化、可行化，不是像現有的廣電三法，行同具文，那是因為它的整個設計的問題，我先提出來這個意見。(H6) ➤ 像報紙一樣，講錯了，第二天有一個小小的更正啟事，同樣的時段，同樣的時間。(H7) ➤ 廣電的話，在德國是以相當的篇幅，寫出來以後，用念稿的方式，直接適當的時段就念稿，念出他的回覆聲明，昨天播報的新聞報導哪一段，當事人認為是錯誤的，我現在把他的意見就念出來。我覺得回覆權，其實這是個趨勢，歐盟的廣電的指令裡面，它是所有的媒體都適用的，現在連網路它都要求要這樣做，但是我們到現在，還沒有一個定案，所以要特別提出來。(H6) ➤ 我們可以運用台灣觀眾最喜愛的跑馬燈。(H7、H8) ➤ 現在我們的自律委員會大概有半年/一年了，各電視台如果有提到民眾的投訴，確認真的是媒體報錯的話，就會下跑馬，如果稍微有注意的話，真的是會看到，還有第二個管道，基本上，各台電視網站都有一個專區，就是來函與澄清，甚至於各台都把各台內部的新聞自律規範都 po 在網站上，就是公開透明，供民眾來投訴，是有這個機制，只是民眾不那麼知道他們可以運用這個方式。(H8) ➤ 在網站上其實相對的，比較能夠達到人格權的維護，因為網站存在的時間比較久遠，它不會被下架，但是電視台，覺得有執行上的落差，如果拿了一個稿子念完就沒了，沒看到的人就沒看到，那跑馬燈出現的次數會更多，網站上會更好，因為它不會被拿下來，對當事人的澄清，甚至我們現在 google 上查詢，反而還可以查得到。(H8)

(三) 對電視內容不滿意的處理

電視內容的重播率以及畫面品質這方面，仍有待加強與改進，政府應於此方面要有所規劃，制定提升電視傳播品質計畫，達到國際水平。

表 5-30 對電視內容不滿意的處理

意見
➤ 2004 年無線數位台開播的時候，我也是籌劃人之一，在中視，其實這 6 年來，我自己感覺上是原地踏步，我覺得最大的問題在哪裡？基本上，重播率/爛畫質還是很高，雖然大家都不在乎，政府要有責任。(H4) ➤ 應著重於 NCC 授權修法規範。(主)

(四) 對電視節目置入性行銷打上字幕說明的看法

在電視節目置入性行銷部份，贊成以打上字幕加以說明的方式，以讓觀眾知道節目中可能的商業行為。

表 5-31 對電視節目置入性行銷打上字幕說明的看法

意見
➤ 贊成在電視節目中的置入性行銷，打上字幕說明。 ➤ 比對調查結果與相關政策可見其政策效果。雖然民眾沒有壓倒性的反對節目置入性行銷，但表示可以接受在節目開始與節目結束時標示廠商名稱與產品品牌。

(五) 對電視節目處理性別平權議題的看法

大部分對於電視節目處理或關懷特定性別的方式，表示現階段處理方式是剛好的。在節目中以性別特徵作為廣告或節目賣點不是很恰當，不僅身體特徵「物化」的廣告，易對兒童、青少年造成不良影響。另大多數與會者表對以偷拍、嘲笑口吻或有色眼光看待同性戀與中性打扮的行為與外表亦表示不贊同。

表 5-32 對電視節目處理性別平權議題的看法

意見
➤ 節目中以性別特徵作為廣告或節目賣點，這部分常有爭議，像之前的殺很大廣告、或是電玩的廣告，就引起很大的討論，此類物化身體特徵的廣告，並不是很適宜，會對兒童、青少年有不良的影響。 ➤ 以偷拍、嘲笑口吻或有色眼光看待同性戀與中性打扮的行為與外表，都是不恰當的。

(六) 對公民接近使用媒體機會與條件看法，建議公用頻道經營作法

目前公用頻道鮮為人知，且在使用上有其困難程度，除了自製影片費時費力外，影片中的背景音樂涉及「公播」受權問題，在執行上有其困難度。首先應加強宣傳公用頻道，有收視戶的頻道，才有意義。

表 5-33 對公民接近使用媒體機會與條件看法，建議公用頻道經營作法

意見
➤ 以過去承辦台北市 CH3 公用頻道業務的經驗，其理念雖佳，但實有必要重新檢視政策的執行面問題。一來，一般市民得為生計奔波，通常有錢有閒的人才有余力產製相關節目，但數量極少，不足以支應播出時數，所以此類頻道常淪為得靠政令宣導、公益廣告、公辦演講、社區研習來撐場面的窘境。二來，市民自製自拍的節目若有引用他人影音資訊（如配樂），一旦要放上此類頻道，就牽涉到「公播」的授權問題，過去常是睜隻眼閉隻眼，其實常有侵權之虞。此外，更致命的是，CH3 公用頻道目前的收視率幾乎為零，「有人開講但無人傾聽」的媒體近用是毫無意義的，根本無法實踐公用頻道的精神。

三. 對電視數位化推動的意見

(一) 推行數位服務遇到的困境

目前臺灣觀眾傾向維持原狀的 500 元看有線電視台數，不願多花費換成數位電視，就產業現狀也面臨系統業者怕轉換時，經營收入減少，因此在推動上不是很積極。推行數位服務需要整個產業有完善的配套措施，以及系統業者一同推動，提供優質內容節目服務，吸引觀眾慢慢移轉至無線數位或是 MOD。

表 5-34 推行數位服務遇到的困境

意見
➤ 對電視數位化的看法，NCC 其實對這個蠻在意，也蠻心急的，因為想要有線電視業者多花點時間去推廣，但是民眾已經養成習慣大概一個月花 500 元，不太想再多裝機上盒，看數位的有線電視頻道，所以可預見的將來，台灣要走入有線電視數位化的進程，可能沒有那麼樂觀。(主) ➤ 個人覺得，台灣人喜歡維持現狀，所以要有配套措施，還是可以看到現有的所有頻道，還是 550 元，你容許它再往上加，upgrade 一些東西，如果破壞了現在的遊戲規則，一個月 400 元，但是少了很多台，會沒辦法接受，基本的要維持現狀。現在只要有一方退出，不願意努力去推，就可能推不動，因為主流是整個串在一起，所以系統業者不太想推，可能 30% 的人只願意付 200 元去看陽春的 program，就不願意去推。(H5) ➤ 現在出現另外一種主張，去問消費者協會，就是希望從頭來，歸零，2-30 個左右，從 200 或 300 元開始，其它的再開始套餐往上加，現在這兩個主張，我覺得是蠻值得考慮的，簡單的講，消費者的心理就是，不願意再出現更糟的狀況了。(H9) ➤ 現在無線數位轉化，政策配套措施要支持無線數位平台，讓消費者有所選擇，拿英國為例，他們在進行數位轉換是有清楚的政策，他認為國外的，像 medal 系統進來英國，不知道怎麼辦，他需要本土來的時候，就用數位平台來擋。我們的政策是，如果消費者的健康選擇是好的，那政府就應該要挹注進去無線數位平台，讓有線電視的系統平台能夠有個相對的選擇，這個時候當然政府就要挹注進去了，所以無線數位頻道轉換如果只有談 15%，那就有限了，可是，如果談到無線數位頻道未來的可能性，就不只有 15%，應該是整個政策配套措施，一般有線電視平台覺得這是個壓力，這是個良性競爭壓力的時候，他就自己會去考量，

意見

因為商人最清楚他要怎麼去做。(H9)

- 覺得問題是產業鏈沒有建立起來，產業鏈不是只有五家，那個時候就有在講，整個上下游的產業鏈一定要建立起來，才能夠做。(H4)
- 我們最常講政府要把馬路鋪好，我現在新的無線電視業者說不行，我還要鋪個馬路，因為我沒有電波傳送，所以才有共同傳輸平台的說法，現在政府前前後後也花了不少錢，十幾億給公共電視，和各家業者合作了一個基本上可以運作的平台，再加上現在第廿億投進去第二個平台，補充原來的高畫質平台，其實已經夠了，換言之，現在第二梯次開放的業者不必要再去做馬路，所以成本直接下降，可以專注在它的 content 上，整個第二梯次起來以後，content 夠，消費者可以選擇，機房是免費的，當初都有配套措施，再加上可以有幾個選擇，可以付費的，現在台視/中視/華視都已經民營化了，都開始展現它的活力了，公共電視，廣電集團給它預算，讓他去做一定的頻道，你會說這個數位頻道完全沒有競爭力嗎？我們只要想 30 個頻道，裡面大概有 5-6 個頻道，10 個頻道，只要有 powerful，有競爭力的，就夠了，基本來講，台灣的老百姓就是，便宜又大碗，免錢，為什麼不換呢？而且，現在越來越多的思潮在這裡，現在是有機會的，但是再過 2-3 年或 5 年，這個可能就沒有意義了。(H9)
- 數位化要成功，要有內部政府的力量去突破，另外要有外部力量去 push，無線電視數位台要能成功，對它造成壓力，另外電信平台 MOD 要成功，要有節目，讓它不要受有線電視系統的抵制，有好的節目，而且這 2 個台，不管無線或數位台或 MOD，都是數位化的，有線電視還是維持過去的，就會自然而然朝這方向，當消費族群慢慢移動到無線數位或是 MOD 的時候，一定要數位化，不然，跟不上時代。(H7)
- 回顧過去的 6 年，好像都找不到一個好的 timing 來推數位無線電視頻道，當初有這個機會點，2008 年有比照，對岸也是用 2008 年的契機來做全面推動的工作，反之政府好像沒有抓到很好的 timing 來推，以台灣的民族性來講，懂得抓住好 timing 的話，應該還是有可為。(H2)

(二) 對數位有線電視未來經營之建議

以政策方式促使有線電視頻道轉換數位化，另就消費者角度，提供轉換數位的好處，來吸引消費者進行轉換，例如電視數位化之後，節目內容品質、畫面品質將有所提升，電視不僅只有看電視功能，可能成為家庭的數位控制中心，如遙控家電運作時間、可玩互動遊戲等多項應用等。

表 5-35 對數位有線電視未來經營之建議

意見

- 節目現在都 HD 了，只是播出來被 down grade。覺得關鍵還是在內容，NCC 是有工具的，像大富的例子，還有評鑑的時候，可以去審查系統業者的成本結構，我具體建議，剛才的數字很清楚，80%幾是看有線電視，吳敦義已經講 2015 年 50%數位化，事實上，NCC 內部說絕對是不可能的，所以如果要達到這個數字的話，最快的方法就是，讓現有的有線電視頻道立刻轉換過去，怎麼轉換？很簡單，強迫它，審查他的成本結構的時候，從我們的費率，

還是維持現在的費率，往上加，加出來的空間，有沒有回饋到內容商，如果把做節目的成本/利潤，甚至於它現在 290 幾萬戶，讓它提高，一分錢一分貨，民眾交的 600 元，我就放在內容上，我覺得才有解。(H8)

- 有建議是，從消費者角度出發，數位化對我的吸引力，不是只有換一個 HD 的畫面而已，事實上，剛才民調看的出來，畫質好不好，觀眾已經不在乎了，現在的就覺得 ok 了，其實還有一個關鍵，數位化後，這台電視機是拿來玩的，不是拿來看而已的話，如果數位化之後，從此，我可以從電視去遙控冰箱，或是，我可以在上面，現在有非常多的應用，像手機在 wii 可以玩，甚至電視購物，日本也都有，包括可以抓蝴蝶，台灣的系統業者沒有在這個地方去努力。(H8)

(三) 對數位無線電視未來經營之建議

對於數位無線電視，許多人都不是很清楚，應先向民眾說明數位化的趨勢與好處，政策面則是要擬定清楚的時程，或是仿照資策會或工研院的角色，成立推動產業發展的單位。

表 5-36 對數位無線電視未來經營之建議

意見
➤ 無線電視台數位的轉換，我覺得不能在完全不清楚，剛才看起來，很多人都不清楚，根據很多國家的經驗，政府的政策很明朗，比如英國，他把整個數位政策非常清楚的時程訂出來以後，所有的產業都跟著動，我們現在的狀況都不清楚，2012 年只是政策說可以，美國已經完成了，日本 2011 年，歐盟 2012 年，香港已經做了，當全球數位化之後，我們會有很大問題，你怎麼去談國際競爭，怎麼談？你沒有啊。(H9) ➤ 我記得 2004 年當時要推的時候，其實是有很意義重大的宣示，回過頭來看這 6 年來，其實完全沒有進展，也就表示這 6 年來，是業者不力還是政府不力呢？如果這件事情真的很重要的話，你們有什麼看法？它完全沒有廣告，所有電視台一定要有一個經濟規模，才能拉廣告，就是要特別拜託尼爾森去做，才有 0.000001，所以根本就沒有廣告，現在的廣告是什麼呢？有線電視搭著在賣，是零星的，所以現在一個頻道只要一開就燒錢，記得剛開始編財務的時候，2004 年只編一年 1 千萬，我原來編一億就被砍成一千萬，因為公司沒有錢，只能花 1 千萬，人事費用都不夠付了，這個問題回到 6 年前，6 年後，基本上都沒有什麼改變的。(H4) ➤ 美國要推動數位電視的時候，聚集了 4000 個當地居民去說明什麼叫數位化，數位化有什麼好處，可是我們現在什麼都沒有。(H7) ➤ 如果能仿照資策會或工研院的角色，要弄一個產業鏈，新聞局只是做單面的補助，這是個關鍵。(H8)

(四) 對電信平台與網際網路平台未來經營之建議

提供電信業進入數位有線電視機會，以香港為例，便是電信業者一同加入數位化推動的成果。樂見網際網路平台，未來將會朝向電視/網路/電信三網合一的方向發展。

表 5-37 對電信平台與網際網路平台未來經營之建議

意見
➤ 五：我看到一個報導，香港能夠 100%推到數位，最關鍵的一個決策是，它們讓電信業者，手機一起做，那是它的一個關鍵。(H5) ➤ 七：電信能進到有線電視，讓電信業者可以做多角化，另外一個營業就是做有線電視，有線電視願不願串起來變成固網那一部份。(H7) ➤ 五：一定三網合一，電視/網路/電信一定合在一起。(H5) ➤ 八：現在已經進展到直接網路上看了，而且，google TV 要出來，一定會有一個很大的突破。(H8)

四. 對政府管理的意見

(一) 對閱聽人收視權益保障之意見

政府調降費率後，系統業者將成本移轉至內容頻道商，使得內容品質無進展，而系統頻道商也未積極推展數位建設，建議應保障內容頻道商賺該賺的錢，使其有足夠資源發展高品質內容服務，促使產業活絡。

新聞應以古典新聞為原則，許多「娛樂新聞」、「美食新聞」等節目有置入性行銷，因此需規範非新聞性節目使用「新聞」之名，避免混淆。

表 5-38 對閱聽人收視權益保障之意見

意見
➤ 我們家換 HD 之後，還是看這些內容，內容還是沒有進展，為什麼內容沒有進展？甚至於費率降低？內容業者更倒楣，上個禮拜調降的兩成，系統業者回來砍的是媒體，是內容頻道商，所以政府懲罰的是頻道商，而且這個錢我覺得是該賺的錢，它不是不該賺的錢？它就是有個產業鏈，為什麼好萊塢和迪士尼可以這麼蓬勃發展？因為投入這個行業是獲利豐富的，前撲後濟的人才/廠商/器材就進去了，市場大也是一個原因，但是至少在現有的 500 萬基礎之下，目前我想的到，每次我們開自律會議都很痛苦，擺盪在新聞自由/新聞自律/產業存活之間，如果讓做內容的人賺他該賺的錢，讓他有尊嚴，這個產業才會活起來，民眾才會受益，現在就是，系統業者拿的太多，我覺得是暴利，它也沒有拿去做數位建設，它每個月坐收現金流，我覺得這是非常不合理的。(H8) ➤ 關於媒體自律組織，其實我們還是有所期待，至少希望能規範非新聞性節目避免使用「新聞」之名。例如現有以「美食新聞」、「娛樂新聞」、「職棒新聞」為名的非新聞性節目經常大搞置入，公然宣傳食品小吃、影視作品、運動賽事，容易跟需要正派經營，客觀呈現的新聞頻道產生混淆，甚至誤導觀眾視聽。建議改用「美食特蒐」、「一週電影」、「職棒快訊」之類中性名稱以為替代，方能正本清源。(H7)

(二) 對弱勢族群收視權益保障之意見

對弱勢族群收視權益的保障，提供主流節目多方呈現，如口述影像、旁白、字幕或手語翻譯，提供無障礙環境。增加新住民母國之節目、新聞，以及文化交流類節目，輔導其在台灣之生活。在原民台應加強著重於法律條文的推廣與宣導。

表 5-39 對弱勢族群收視權益保障之意見

意見
➤ 大部分身障朋友受限於電視節目型態，無法和一般人一樣了解節目內容，如聽障朋友如果沒有字幕或手語翻譯，視障朋友如果沒有口述影像、旁白，可能就無法瞭解電視所要傳達的訊息。 ➤ 許多新住民雖在台灣生活，但仍關心母國的狀況，而台灣的國際性新聞、節目普遍較少，建議以這個方向提供節目，或向當地購買節目方式。 ➤ 弱勢團體收視權益部分，政府部門應規範頻道業者打上字幕或同步手語翻譯服務，維護弱勢族群收視權益。

(三) 對地方縣市政府/中央政府管理之意見

審查系統業者結構，督促其是否依規劃進程發展。透過政府法令/管理規則/執照每三年審查一機制，慢慢將數位化的分數比例/權重/比重都提高，不做數位化的分數就打很低，以後就會朝數位化前進了。

表 5-40 對地方縣市政府/中央政府管理之意見

意見
➤ 可以要求營運計畫書 15 條，審查系統業者的結構，是怎麼安排的？像這次 NCC 還有砍了 2 個系統的費率，就真的發現它在規劃的進程上是怠惰不前的，錢都去做行政開銷，或自己買車子/豪宅，所以我覺得還是有解，而且這樣的介入，一方面是有案例，二方面是有空間的，我覺得政治壓力絕對是一個大問題。(H8) ➤ 他們把 MOD 要進到有線電視，包括不能組成頻道的權利拿掉，它們把固網那部份有關的規則，現在慢慢的在改，但是還沒有完成，因為涉及到黨政軍的問題，都是一環對一環的節，個人是認為政府政策/政府法令擋那邊，比較好的話就是，那個結自己要解開，不能說你們做，做了違法又罰，這是沒道理的，所以要深刻反省，現在的法令造成實務上進入的障礙在哪裡，朝著進入障礙的部份去解決，內部用政府法令/管理規則/執照每三年審查一次，現在還是審議委員會，下次不做數位化的分數就打很低，分數比例/權重/比重都提高，這樣子就乖乖做數位化了，這是內部的力量。外部的力量，MOD/數位無線電視引進來，內外一起，它不能不做，NCC 沒有在做，修法的時候，黨政軍退出媒體，只有小小的修 10%，我們 care 的不是黨政軍操控媒體，care 的是黨政軍操控言論/議題，時代已經改變，媒體的數量也增加了，應該想辦法訂出法令與定義黨政軍操縱言論行為，把它列出來，有行為才罰，而不是罰股份，而且是罰上面的人投資，那是他們造成的錯誤，你竟然罰了媒體被投資的人，你要做才罰你，拿了 10%，就叫大富條款，如果 50%的比例，叫中華條款，裡也不

是，外也不是，比較好的方法，正本清源。(H7)

- 公廣集團所屬之頻道業者收視情況不佳，建議相關頻道需加強節目品質，政府部門應將公廣集團的節目目標與管理加以調整，並符合集團設立之宗旨，並期許公廣集團所屬的頻道業者製作出叫好又叫座的節目。(主)