

98 年委託研究報告

NCC-J98003

國家通訊傳播委員會

「數位匯流下身心障礙者電視近用服務政策」

委託研究案期末報告

受委託單位

社團法人中華民國口述影像發展協會

計畫主持人

趙雅麗教授

中華民國 98 年 12 月

(本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見)

目 次

壹、前言：研究源起.....	01
貳、研究方法及過程.....	04
參、各國媒體近用政策之影響要素分析.....	06
一、各國聽障與視障者佔人口總數比例，以及其定義.....	06
二、字幕、手語與口述影像等媒體近用相關技術的描述與定義.....	08
1. 字幕.....	08
2. 手語.....	09
3. 口述影像.....	10
三、對執行目標的規範或相關法規.....	10
1. 英國.....	10
2. 美國.....	12
3. 日本.....	16
4. 韓國.....	19
四、政府投入的資源與媒體近用製作成本.....	20
五、小結.....	21
肆、視障者與聽障者之媒體近用服務調查.....	24
一、研究設計.....	24
二、問卷設計說明.....	25
三、問卷調查發現.....	26
1. 視障者部分.....	27
A. 電視收視行為調查.....	27

B. 媒體近用服務期待--口述影像.....	30
C. 資訊環境使用效能.....	33
2.聽障者部分.....	34
A. 電視收視行為調查.....	34
B. 媒體近用服務期待--字幕與手語.....	37
C. 資訊環境使用效能.....	44
伍、對我國媒體近用政策之建議.....	46
一、第一個層面：規範管理與政策的制訂.....	46
1、 規範層面.....	47
2、 輔導層面.....	49
二、第二個層面：製作技術與接收效果.....	49
1、 口述影像服務.....	50
A. 近用服務的量化指標.....	50
B. 節目製作之收視效果.....	52
2、 對聽障者的字幕服務.....	55
A. 聽障者近用服務的量化指標.....	55
B. 節目製作之收視效果.....	58
3、 對聽障者的手語服務.....	59
A. 近用服務的量化指標.....	59
B. 手語服務之電視節目製作的收視效果.....	61
三、第三個層面：服務系統與推廣的機制.....	63
1、 防弊.....	63
2、 興利.....	64
四、第四個層面：相關行政部門的分工.....	68

五、第五個層面：推薦協助節目製作及後續政策研究的單位.....	74
1. 口述影像部份.....	74
2. 手語及字幕部份.....	75
陸、結論.....	76
柒、參考文獻.....	79

表 次

表 3-1：Ofcom 電視媒體近用服務 2008 年統計資料表.....	12
表 3-2：日本口述影像服務達成率.....	17
表 3-3：日本字幕服務達成率（提供字幕節目時數/總播出節目時數）.....	18
表 3-4：日本字幕服務達成率（提供字幕節目時數/「適合製作字幕」之總播出節目時數）.....	18
表 3-5：日本手語服務達成率.....	19
表 3-6：韓國近五年媒體近用服務推動經費表.....	20
表 5-1：口述影像服務逐年達成目標之期程規劃表.....	51
表 5-2：字幕服務逐年達成目標之期程規劃表.....	58
表 5-3：手語節目服務逐年達成目標之期程規劃表.....	61

圖 次

圖 1：數位匯流趨勢下媒體近用服務規劃研究架構圖.....	05
圖 2：近用彩虹模式.....	22
圖 4-1-1：視障者平日都在什麼時段看電視.....	28
圖 4-1-2：視障者假日都在什麼時段看電視.....	29
圖 4-1-3：視障者最常看哪些類型的電視節目.....	30
圖 4-1-4：視障者覺得哪一類節目最需要提供口述影像服務.....	31
圖 4-1-5：視障者收看電視時，是否常感覺因為遺漏畫面訊息而無法理解...	32
圖 4-1-6：視障者收看電視，家人或朋友會不會提供畫面解說.....	33
圖 4-1-7：視障者會不會使用網路來下載檔案、圖片、音樂、遊戲.....	34
圖 4-2-1：聽障者平日都在什麼時段看電視.....	35
圖 4-2-2：聽障者假日都在什麼時段看電視.....	35
圖 4-2-3：聽障者最常看哪些類型的電視節目.....	36
圖 4-2-4：聽障者比較喜歡利用字幕還是手語協助其進行電視收視.....	38
圖 4-2-5：聽障者認為需要提供字幕之節目類型.....	38
圖 4-2-6：聽障者認為需要提供手語之節目類型.....	38
圖 4-2-7：聽障者覺得看的字幕的時候常發現字拼字錯誤的現象.....	41
圖 4-2-8：聽障者無法從字幕分辨出畫面中哪一個人在說話.....	41
圖 4-2-9：聽障者希望字幕多提供聲音表情、大小聲等和情緒相關的線索...	41
圖 4-2-10：聽障者覺得字幕出現的次數和時間不夠精確.....	42
圖 4-2-11：聽障者覺得字幕的字體不夠清楚.....	42
圖 4-2-12：聽障者會不會由網路下載檔案、圖片、音樂、遊戲.....	45
圖 4-2-13：聽障者認為自己評估使用網際網路之熟練度.....	45

附 件

附件 1：視障問卷.....	附件_01
附件 2：視障問卷調查結果.....	附件_06
附件 3：聽障問卷.....	附件_34
附件 4：聽障問卷調查結果.....	附件_40
附件 5：口述影像發展協會簡介及曾製作口述影像服務一覽.....	附件_73

摘 要

關鍵詞：媒體近用、傳播政策、數位化、口述影像、字幕服務、手語服務、身心障礙者、政策法規

本研究主要以媒體近用障礙最高之視障者與聽障者為對象，分析其媒體近用需求、並研擬我國媒體近用政策的具體建議。希望透過「英、日、美、韓」等國之媒體近用政策分析與其推動經驗，以及我國視障者與聽障者對媒體近用服務之需求調查，並考量數位匯流（Digital Convergence）環境下可能之媒體收視環境與服務型態，據以擬定我國推動媒體近用政策的可能方向。

本研究之研究成果主要共分成「國外相關國家之媒體近用政策分析、視障者與聽障者之媒體近用服務需求調查、我國未來媒體近用政策建議」三大部分。具體成果分述如下：

本研究第一部份之工作內容，係對國際間推動媒體近用政策的先進國家如英、美等國，針對其政策制訂與推動的經驗進行分析；同時，也比較亞洲與我國國情較為接近之鄰國，如日本、韓國的媒體近用政策推動狀況，以作為我國制訂政策的參考。

研究發現，各國在推動媒體近用此一工作上所採取的策略有些不同，各國對視、聽障者之礙障標準的認定也不盡相同，這使得各國媒體近用的量化管理模式或媒體近用服務的執行訴求重點均略有差異。

其中，日本、英國的推動較為重視身心障礙者在媒體近用此一方案上之「使用與滿足」的效果。不僅針對身心障礙者提出媒體識讀報告，同時也針對「節目類型、收視時間、需求」在媒體近用服務的滿意度上進行交叉分析。

英日兩國甚至更進一步制定「電視近用服務製播規範」及「媒體近用服務指標」，對媒體近用服務提供相關注意事項與執行標準，並根據頻道屬性訂定推動電視近用服務的期程；同時在近用服務執行的過程中，亦定期徵詢身心障礙者之意見，以作為修正法規時的推動參考方向。

相較而言，美國媒體近用政策的精神，則更著力於數位匯流的媒體環境下，如何整合網路、手機等新科技方案，以提供視障、聽障族群更為完整的媒體近用服務方案；同時，美國政府也著重透過法律條文的制定，降低人為疏失或不當服務態度可能導致媒體近用服務的不確定性。

此外，相關分析也發現，韓國的起步雖晚，但其推動媒體近用的工作極為積極，其在媒體近用所編列的預算比例，並不比英美等國低，並自 2006 年 3 月開始，營運專為身心障礙者設立的「福祉 TV」頻道。韓國近期的媒體近用目標，是將「福祉 TV」頻道所有節目都附上字幕、手語和口述影像。

本研究第二部分為視障者與聽障者之媒體近用服務調查，該工作最重要的目的，在於瞭解聽障者與視障者的「電視收視行為」、「對收視輔助服務的需求與期待」，以及「資訊環境使用效能」三個面向。以作為媒體近用服務政策規劃的參考依據。

本次調查為了更細緻地掌握不同年齡層之視、聽障者對媒體近用服務需求是否存有差異，問卷調查採取立意抽樣的方式，依視聽障者之不同年齡階層與地區分佈，在全台灣多個視聽障機構的協助下進行分層取樣。實際調查抽樣人數合計 215 人，包括視障者 105 人，聽障者 110 人。

「電視收視行為」調查主要在理解與確立視障者與聽障者收看電視的行為概況，包含電視收視時段、節目收視類型、是否與家人或朋友共同觀賞、電視節目收視環境（如收視軟硬體設施及其操作使用）等，以作為未來制定媒體近用服務方案的基礎。

「收視輔助服務」則在於瞭解視障者與聽障者對於口述影像字幕、手語等輔助收視服務的需求。研究發現，視障者對口述影像服務的需求，以「戲劇節目、知識性節目」為主，其次則是「新聞」與「運動」。而聽障者最希望提供「字幕」服務的節目類型則依序分別為「新聞與氣象報告、戲劇類、運動類、綜藝類、知識類」節目；而最希望提供「手語」服務的節目類型則依序分別為「新聞與氣象報告類、運動類、知識類、綜藝類、戲劇類」節目。

「資訊環境使用效能」面向的調查，主要在於瞭解聽障者透過網路取得媒體近用資源、進而透過數位匯流或網路科技輔助其達成媒體近用目標的可能性。研究發現：視障者與聽障者的資訊環境使用可能不如一般民眾，但無論是在「資訊產品的擁有率」、「資訊網路工具的操作能力」、「上網能力」等表現上，相關數據都達一定水平，顯示出以數位匯流或網路科技輔助視障者達成媒體近用之目標，應具有相當的可能性。

第三部分，本研究依據各國推動媒體近用政策之分析、視障與聽障者的問卷調查結果，並參酌我國過去相關工作之推動經驗，對我國媒體近用政策的規劃提供建議，並討論相關層面之間所涉及細緻的相互配套設計；主要內容分成「規範管理與政策的制訂」、「製作技術與接收的效果」、「服務系統與推廣的機制」、「相關行政部門的分工」、「推薦協助節目製作及後續政策研究的單位」等五個層面。

首先，在「規範管理與政策的制訂」層面上，相關工作內涵可再分為「規範」與「輔導」兩個層面來討論。

所謂「規範」的概念主要著重於透過法律與制度層面的設計，確保落實媒體近用工作所需的必要資源與基本配套。相關工作主要涉及「著作權法、廣電法、電信法」三類法律之增修或制度的設計。

整體而言，「著作權法」所涉及的內容，係針對媒體近用推動工作中，國內、外影視產品所需進行聲音或文字之附加與補充製作，給予更為明確之法律定義與保障，同時提升版權洽談之行政程序的便捷。而「廣電法」所涉及之內容，則包括訂定我國媒體近用政策之積極與消極目標，並透過立法程序，保障我國媒體近用工作推動所需之基本經費與資源等。而「電信法」所牽涉之範疇，則是針對傳播載具的硬體規格進行規範，以鼓勵提供能促進媒體近用方案推行的便捷設計，並降低媒體近用資源的取得障礙。

而政策「輔導」的概念，則是指透過活動補助或計畫委辦的方式，創造或引導有利於媒體近用政策被推廣執行的資源。包含：鼓勵媒體近用所涉及之傳播基礎研究與創新方案的開發、進行媒體近用工作所需之相關製播專業人才的培訓、透過學術體系與教育資源的整合，提供豐富之媒體近用專業人力基礎、深化傳播產業對媒體近用政策與技術規格的認知，降低形成媒體近用二次障礙的機率等措施。

其次，在「製作技術與接收效果」層面的政策建議內涵，主要是針對「口述影像、字幕、手語」三項媒體近用服務的內涵，提供具體的政策推動期程與預算評估，並針對視障者與聽障者的特殊需求進行規劃與建議。在量化指標方面，該工作主要為訂定各項媒體近用服務擬達成的各年度目標值。由於不同之無線電視台各有其屬性與特質，因此，本研究建議將所有無線電視台分成「公共電視、公廣集團其他無線電視台、無線商業電視台」等三個不同的等級，分別給予不同的階段性達成目標。

在各類媒體近用服務的質性評估原則上，本研究也提出相關建議：

口述影像部份：本研究建議應統籌規劃各種不同製作成本的影片，以提供視障者更為多元與豐富的電視節目收視服務；此外，亦宜建立口述影像不同製作成本影片的權重轉換與計算機制，以易於對各家電視台之媒體近用執行成效進行量化的評估。

聽障者所需的字幕服務部份：本研究認為，我國大部分電視節目均已普遍提供字幕服務，但未來字幕服務工作，應聚焦於「即時訊息字幕」與「聲音表情字幕」兩個方向。

至於聽障者的手語服務部份：因為手語服務可提供較為熟悉與簡易的訊息接收方式，同時也能提供豐富與靈活的情感訊息，對先天失聰的聽障者而言，「自然手語」通常是比文字還要基本的溝通工具；因此，本研究主張電視節目的手語服務確實有其必要，不應被視為字幕服務的「替代品」。

在「服務系統與推廣的機制」上，本研究建議則主要聚焦於如何整合數位匯流媒體的趨勢，以提升媒體近用的服務能量。

就媒體近用的角度來看，數位匯流趨勢所帶來的影響或契機，主要可分成「防弊」（防害）與「興利」兩個方向。「防弊」是指如何預防媒體產製環境的變化，導致某特定族群資訊取得管道的阻礙、或造成其媒體空間受到壓縮的現象，本研究主要討論「電子表單」與「系統業者之中繼服務」所造成的二次障礙。

而如何利用數位匯流與網路環境，協助媒體近用工作的落實，達到「量足」與「質精」的效果，主要的推動方向則可分成「提升全民參與服務能量、創造多元細緻播出管道、降低媒體近用過程中的二次障礙」等三個面向。

整體而言，與「英、日、美」等較早推動媒體近用工作的國家相較，我國媒體近用工作的推動，無論在質與量上都可說是遠遠不及，無論是政策制訂的完整性、政府投注的資源、或是民眾的參與，都還缺乏一套具有系統性的規劃與推動的願景。即便與我國鄰近、國情較為接近的「韓國」相較，我國媒體近用服務的能量與政策積極性，也存有極大的差距。尤其是視障口述影像服務，相較於韓國的積極程度，過去 15 年間我國電視節目在視障口述影像的服務表現幾乎是一片空白，更顯示出我國推動媒體近用服務的迫切性。

因此，衡量我國現有媒體近用環境與基礎，如何透過媒體近用政策的推動與各項配套措施的整合，在6年的中程階段規劃裡，讓我國媒體近用的服務能量和服務品質，從「遠遠不及」提升到「充分滿足」的水準，是本研究最重要的工作目標。

本研究認為，就消極目標而言，我國推動媒體近用政策的短期目標應以2年為期程，全力追上當前韓國在媒體近用工作的規模與品質，就積極面而言，則是如何以4年為目標，逐漸接近「英、日、美」等國的服務標準與內涵。

事實上，媒體近用服務工作的推動，不應該被單純視為主流傳播政策之外的附加設計；因為媒體近用不僅只是一種公民基本傳播權益的保障與維護，媒體近用服務的成效，更是傳播工作對於建立「公共領域」此一傳播核心價值的體認與實踐。一個國家對於身心障礙者媒體近用服務的規劃與執行，包括政策的制訂、製作技術的研發、傳播載具的規範……直到預防二次障礙的配套等等相關的工作環節，都會具體而微地反映出該國對於傳播本質的全面體察與細緻思考。

因此，當我國躋身已開發國家之列的同時，如何在「法律」的層面確立媒體近用的基本精神與規範，又如何透過「規畫、輔導、獎勵、管理」各種機制，做好媒體近用工作的推動執行，是我國訂定相關法令及管理輔導媒體之相關主管機關均責無旁貸的工作。

Abstract

This study intends to explore the needs of the visually impaired and the deaf on media access and policy.

There are three major achievements in this research: Firstly, systematical study has been done on media access demands of the visually impaired and the deaf in Taiwan, especially differences of demands among various age groups. Secondly, the researcher tries to explore possible directions in media access policy formulation, based on findings above along with a thorough review of related policies in other countries (Britain, Japan, America and Korea). Finally, this study suggests that a “phasic standard system” in media access should be applied in Taiwan based on characteristics of digital convergence and evaluation of overall service capacity, which could serve as a reference for promotion on media access policy in Taiwan.

key words: media access, communication policy, digitalization, descriptive video service, captioning, Signing, the disabilities, rules and policy

壹、研究緣起

《身心障礙者權利國際公約》第9條條文提到，身心障礙者有權生活於一個無障礙的社會，享有無障礙的資訊、通信和其他服務（包括電子服務和緊急服務）。因此政府有責任提供身心障礙者一個無障礙的資訊傳播環境。我國亦於96年7月11日修正公布「身心障礙者權益保障法」，該法第2條第3項第14款也規定，通訊傳播主管機關：主管身心障礙者無障礙資訊和通訊技術及系統、通訊傳播傳輸內容無歧視等相關事宜之規劃、推動及監督等事項。而「通訊傳播基本法」第5條亦規定，通訊傳播應尊重弱勢權益。

大眾傳播媒體是現代社會中，民眾獲取生活資訊與外界經驗素材最重要的管道之一。凱茲等人（Katz, Gurevitch & Haas, 1973）即指出，人們是透過大眾傳播媒體來聯結自我與外在的世界。拉斯維爾（Lasswell, 1948）和萊特（Wright, 1960）也指出，大眾傳播媒體具有四種社會功能，分別是守望環境、協調整合、社會化和娛樂。

因此，無論是先天或後天的障礙，感官接受資訊的障礙，不僅造成其生活適應上的困難與心理的障礙，長年退卻在「傳播邊緣」的暗角，也使其喪失了藉由媒體建構其行為、價值或探索真實的參考架構，因而逐步形成了與社會大眾極為不同之獨特的傳播行為與模式。

本案之研究內容，主要以媒體近用障礙較高之視、聽障者之媒體近用需求為研究目標，其目標在於提供一個「量足」與「質精」兼顧的政策建議與服務方案規劃，同時在相關身心障礙者服務方案推動過程中，探討充分掌握

數位匯流、WEB2.0 的特性與精神，建立與擴大民眾參與機制的可能。

本研究案主要分成「服務節目內容與類型規劃」、「服務能量提升：量足與質精」兩大區塊，其中，服務節目內容與類型規劃主要考慮「視障程度、職業、居住地區、家庭型態」等人口基本資料變項，並比較在數位匯流的媒體環境下，「大眾傳播行為」與「親身傳播行為」的差異，據以界定身心障礙者「媒體近用」方案的精神與服務方向，並透過使用與滿足的理論進行相關服務的檢證與比較。

而在「服務能量提升：量足與質精」的區塊上，主要分成「服務製作能力整合」與「數位匯流播出環境分析」兩項調查面向，其中在「服務製作能力整合」此一面向上，主要瞭解「製作成本精算、服務人力統計、服務機構整合」等服務資源的調查，瞭解提供身心障礙者媒體近用服務的基本能力，據以作為未來政策規劃依據。而在「數位匯流播出環境分析」上，則是考慮身心障礙者特殊的媒體使用行為，思考整合播出平台的架構，以提供身心障礙者更為多元充足的媒體近用機會；而如何運用 web2.0 的精神、普及化的數位製作技術，鼓勵民眾參與，以達到兼顧「量足」與「質精」的可能，亦為本研究擬進行探討與分析之內涵。

本階段完成之工作項目，主要為蒐集、分析與彙整各國（主要為英國、美國及日本）推動電視近用服務措施之經驗及政策發展趨勢，同時探討各國政府與相關推動機構在數位匯流與 WEB2.0 的趨勢下，相關創新之媒體近用方案與推動措施。

相關之分析內容主要包含以下四個面向：

1. 各國聽障與視障者佔人口總數比例，以及其定義。
2. 字幕與口述影像、媒體近用相關技術的描述與定義。
3. 對媒體近用服務執行目標的監督與規範或相關法規。
4. 政府投入的資源與媒體近用的製作成本。

貳、研究方法及過程

本計畫之研究設計與研究架構說明如下：

本研究首先針對我國視障者與聽障者之電視媒體使用行為進行立意抽樣調查，該調查工作共分成三個部分，分別為：「個人基本變項、電視收視行為」以及「口述影像、字幕、手語等節目輔助接收服務之期待」三個項目。該項工作主要目的乃在針對不同年齡層之視障者與聽障者之電視媒體使用行為，以及輔助收視的需求勾勒出一個較為精確的輪廓，作為媒體近用政策的參考。

接著，本研究透過「視障者、聽障者資訊環境使用效能調查」、「輔助收視服務成本分析以及二次近用障礙調查」，希望進一步瞭解視障者與聽障者在數位電子產品的潛在近用障礙，以及電腦擁有率、上網比例等資訊環境使用效能，以具體掌握我國透過數位環境，提升視障者與聽障者媒體近用服務品質的可能，並進而形成我國在數位匯流環境中的媒體近用服務方案雛形。

最後，本研究進一步透過英、美、日、韓等國之媒體近用政策的分析比較，參酌數位匯流所可能造成的近用障礙或創新服務契機，擬定我國之媒體近用政策的建議。

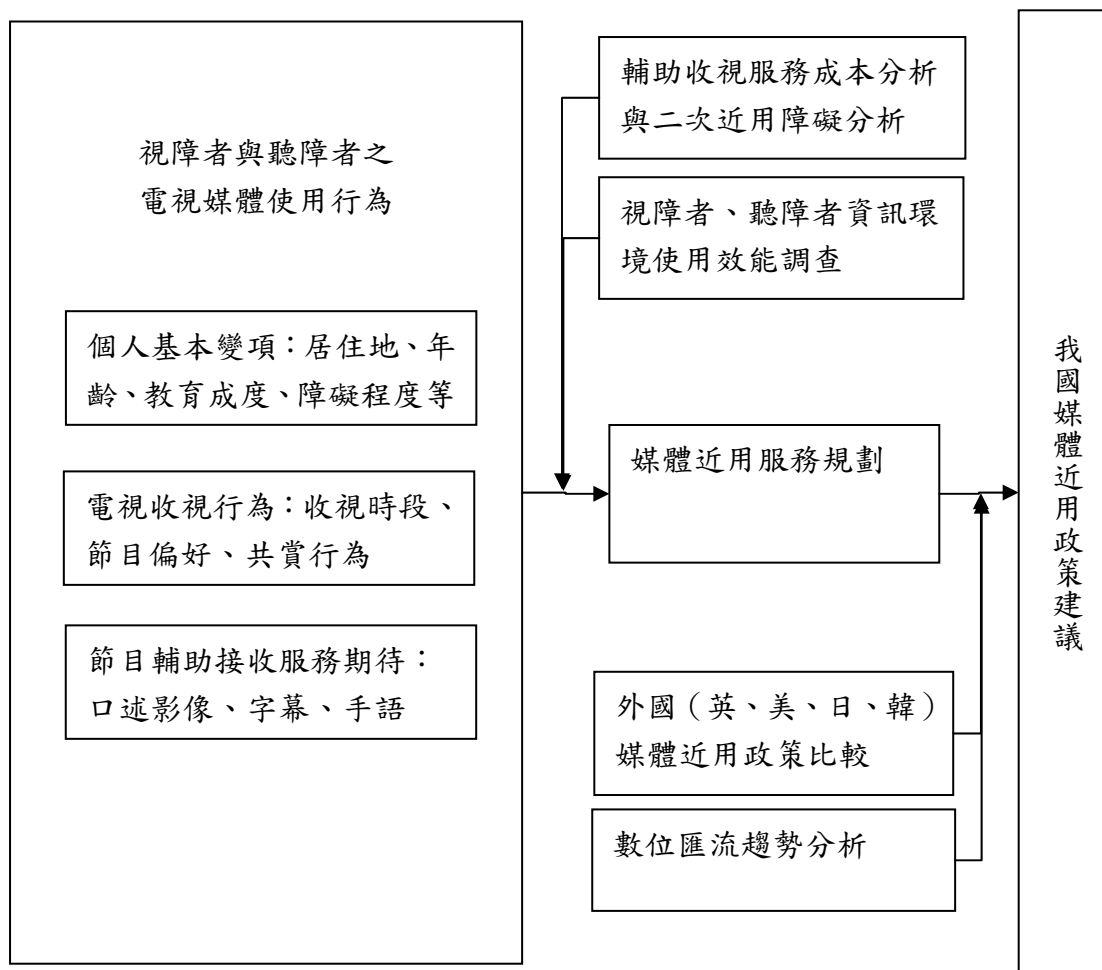


圖 1 數位匯流趨勢下媒體近用服務規劃研究架構圖

參、各國媒體近用政策之影響要素分析

一、各國聽障與視障者佔人口總數比例，以及其定義

「視覺障礙」與「聽覺障礙」是一個概略性的說法，由於視覺障礙與聽覺障礙形成的原因即為多元，障礙的程度也不盡相同，這種極為分散的個別差異，往往是各國政府在推動各項身心障礙輔導工作時的挑戰，這個問題同樣也是進行媒體近用規劃時所必須掌握的面向。

由於感官障礙形成的原因與形成的階段不同，所需要的媒體近用服務也不盡相同。視聽障礙的原因，有一部份來自於先天感官上的障礙或早期的受傷，另一部份則來自於年老之後感官逐漸退化所形成，尤其後者有時更是媒體近用服務所需考量之對象族群，此與一般民眾對於該服務族群多為先天障礙者的想像差異甚大。

身心障礙的比率(即每百人有多少障礙者)隨著年齡而增加，以我國狀況而言，「65歲以上」者佔35.71%；「46-64歲」佔32.64%，這兩個年齡層加起來，就佔了身心障礙者總人數的三分之二。至於「聽障者」中，有61.4%為65歲以上之老人，而視障者有52.21%為65歲以上之老人，此為平均年齡最高的兩個障礙類別。

此外，不同領域對於障礙等級的認定以及其考量，也會有所不同。以我國為例，行政院衛生署所定義的聽覺障礙者鑑定標準為聽力損失在55分貝以上，但「特殊教育法」施行細則，將聽力損失在25分貝以上未達55分貝的聽覺障礙，定義為「輕微聽覺障礙」。顯然，以「教育」為目的之考量，

和一般以獨立生活能力為目標的思考背景，兩者對聽覺感官重要性的評估也有所差異，而這種差異，也會進一步影響媒體近用服務方案的設計，針對某特定障礙別中的次族群，規劃其所需要的服務。

事實上，不僅是媒體近用服務方案的規劃，任何身心障礙者輔導方案的規劃，往往都是由「人數、定義、個別差異」三個因素來決定。「人數」是指服務的規模，雖然身心障礙服務的精神，不能單以「量化」的角度進行思考，但人數的差異，確實也會影響公共服務型態與政策制訂的可能。例如：當人數達到一定規模的族群，政府甚至可以透過自由市場機制，協助相關政策的推動，但對於人數尚不足以形成市場誘因時，政府便需相對的投入較多的資源加以協助。

「定義」是指「障礙鑑定標準」，身心障礙者的定義或鑑定標準不同，也會造成服務族群的人數上的差異。以日本與英國為例，日本聽障者佔一般人口的人數比例約為 1：400；但英國的聽障者在人口比率上卻高達 1:6.7，之所以有如此大的差距，最主要的原因是來自於對於什麼是「障礙」定義的不同。英國把 25 分貝作為判定聽覺障礙的基準，而日本判定聽覺障礙的基準則是 70 分貝以上。事實上，各國定義聽障的個別差異極大，這些差異，往往也反映出推動媒體近用方案時不同的精神與關注。

而以我國現況而言，依據內政部 98 年 8 月公告資料，截至 98 年 6 月底為止，全國聽障者人數共計 113,105 人；其中 65 歲以上聽障老年人數為 70,791 人，而聽力障礙之認定標準為：五十五分貝以上，在未借助助聽器下，

兩耳純聽力聽不到。視障者人數共計 56,205 人: 65 歲以上老年人數為 29,873, 其視力障礙之認定標準為：兩眼視力較佳的一眼未達 0.1 或視野各為 20 度以內者。

二、字幕、手語與口述影像等媒體近用相關技術的描述與定義

本小節主要比較「英、美、日、韓」三國的媒體近用政策，瞭解各國媒體近用的方式—「字幕、手語和口述影像」三種服務的類型。

1. 字幕

基本而言，所謂「字幕」係指在螢幕上呈現演說和聲音效果之文句，讓聽覺障礙者盡可能同步得到聲音之訊息。對於聽障者而言，字幕是最重要的訊息來源。僅有輕微聽障的觀眾往往傾向依靠字幕、而非助聽器來解決聽力障礙之問題。字幕需求的對象範圍很廣，包括從出生之初即完全聽障，到晚年才有聽覺障礙的人。另外許多聽力正常者也常因為需要接聽電話、處於噪音環境、學習英文等目的，也有使用字幕的需要，但依據國情的不同，這些人並非都被納入媒體近用服務的推廣對象。

例如，以美國而言，除了將相當於全美國 10% 人口的 2200 萬名聽障者視為字幕政策的主要服務族群外，約 2800 萬把英語當成第二外語的族群也是其服務對象，此外，酒吧和餐館，機場的噪音環境都是屬字幕政策的服務範疇。相對而言，英國與日本的字幕推行政策，則並未將這些場所納入字幕政策服務範疇的考量中。

此外，在呈現的訊息上，除了語言訊息外，字幕應清楚描述相關非語言訊息，像是正在播放的音樂和歌詞的情境、較大的聲音、聽不見的呢喃，或憤怒的吼叫，都應該透過「斜體、大小字體」等視覺化的效果加以表現。而當節目中沒有對話的時間持續較久時，也應刊載解釋字幕。尤其在戲劇節目中，為了區隔不同角色的訊息內容，則必須用不同顏色之字幕來區分不同的說話者。

在「英、美、日」等國提供的字幕服務中，「購物頻道、廣告」通常不列入字幕服務的範圍，但在「意義分享」與「內容匯流」的趨勢下，許多聽障者對於「購物頻道、廣告」的訊息似乎存有高度的實用與非實用的興趣，此一問題值得進一步評估，或提供創新之服務方案加以因應。

2. 手語

手語是指透過手部姿勢、臉部表情及肢體語言傳遞意思。手語是聽障者日常生活最習慣的溝通方式。手語使用者經由手語來欣賞節目內容；而對於正在學習手語的聽障兒童透過手語亦可了解和享受節目。手語又可分為「文字手語」及「自然手語」。文字手語是指依照中文文字對應的手語符號，屬於「表字」手語。自然手語則是「表意不表字」，因此和中文文法結構完全不同。

由於手語是一種由視覺影像所組成的語言，易於表達具體事務，但不利於抽象思考之溝通。因此，手語節目不論以手語表達或說明，都應該搭配字

幕，如此將使聽障者更容易了解節目內容。

一般而言，手語和字幕在媒體近用服務上具有互補效果，尤其諸如「總統競選電視辯論、體育節目實況轉播」等實況轉播的節目，手語較能即時傳達訊息。此外，手語對於表達非語言訊息也較為直接。

3. 口述影像

口述影像服務則是為視障者提供系統性之影像描繪的服務，也就是「在節目中對白停頓或本身之敘述暫停處，以不干擾節目成音的原則下，提供電視節目中出現之視覺的成分，適時加入一些與情境架構相關之描述，比如場景、情境的安排、人物的肢體語言、物件的顏色形狀、擺置、視覺符號等，以幫助視障者對整體節目的內容得到較完整豐富與正確之意象」（趙雅麗，2002:5）。

三、對執行目標的規範或相關法規

1. 英國：

英國主管媒體近用政策的機構主要為 Ofcom，英國通信法(2003)要求 Ofcom (英國通信監管機構)有義務要設立，凡是有執照的電視頻道，必須提供字幕、手語、口述影像的服務，作為媒體近用的一項政策。Ofcom 必須在十年以內制定字幕、手語、雙聲道服務功能，五年以內完成隱藏字幕的目標。

Ofcom 設有「年長及身障者諮詢委員會」(Older Persons and Disabled

Persons Advisory Committee)。另該會亦曾針對全英國各地的聽障、視障、肢障者對媒體的瞭解及使用（近用）狀況進行研究，並在 2006 年 4 月公布「身障者媒體識讀報告」。根據該報告顯示，65 歲以下之身心障礙者每週平均觀看 25.5 小時電視，並且有 2/3（59%）的身心障礙者關心電視播出的內容；另身心障礙者獲取國家大事訊息的來源分別為電視(64%)、報紙（17%）及廣播（13%），由此可知電視為身心障礙者獲取資訊最重要的來源。

為推動媒體近用服務，Ofcom 在 2004 年 7 月公布電視近用服務製播規範（the Code on Television Access Services），指出未來英國大約有 70 個電視頻道提供電視近用的服務，該計畫將以十年的時間，增加媒體近用服務的成效，將字幕(subtitling)的普及率提升到 80%、手語(signing)5%、口述影像(audio description)10%。但是有些節目仍被認為不需要提供上述媒體近用的服務，像是音樂和新聞節目就沒有口述影像的功能，另外，購物頻道、電子節目指南，也可以不用提供媒體近用的功能。

2008 年 2 月，Ofcom 實施了一項為期 6 週倡導口述影像的服務，在 70 多家的電視頻道進行宣傳，另 Ofcom 委託了 GfK NOP Media 媒體調查公司進行量化研究，評估此一宣導的成效，其主要目標即是要瞭解英國人及視障社群對口述描述的了解和熟悉程度，並在活動前後進行施測，而結果顯示民眾的認知與熟悉的程度的確明顯提高。

表 3-1：Ofcom 電視媒體近用服務 2008 年統計資料表

Channel	字幕		口述影像		手語	
	目標值	達成值	目標值	達成值	目標值	達成值
BBC One	99.25%	99.2%	10%	14.3%	5%	5.2%
BBC Two	99.25%	99.0%	10%	11.9%	5%	5.5%
BBC Three	97.5%	98.3%	10%	26.9%	5%	5.6%
BBC Four	97.5%	98.3%	10%	20.2%	5%	6.4%
CBBC	97.5%	98.4%	10%	12.3%	5%	5.9%
CBeebies	97.5%	98.5%	10%	11.5%	5%	5.7%
BBC News 24	97.5%	97.7%	Exempt	5.0%	5.0%	
ITV 1	88%	95.5%	10%	13.2%	5%	5.3%
GMTV 1	88%	88.9%	10%	10.2%	5%	5.1%
Channel 4	88%	90.5%	10%	10.8%	5%	5.3%
Five	80%	81.2%	10%	13.7%	5%	5.2%
S4C	73%	86.3%	10%	10.9%	3%	3.1%

2. 美國：

美國主管媒體近用政策的機構主要為 FCC。FCC 依功能別區分為 7 個局及 10 個室，其中「消費者與政府事務局」(簡稱 CGB) 主要負責告知消費者有關 FCC 之政策，是 FCC 的對外窗口，通過消費者中心來處理諮詢及投訴。同時也與聯邦、州政府、部落及當地政府等方面進行協調，並在其下設有「身障權辦公室」(Disability Rights Office, 簡稱 DRO)，綜理與身障傳

播有關的各項事務，包括研發提供身障者替代性的傳播通訊設備，以確保其在緊急時能獲得必要之訊息，以及提供聽障者字幕服務等。

在字幕政策上，FCC 在 1993 年 7 月起要求所有在美國生產或販售 13 吋以上類比電視之業者應建有解碼迴路，以便能夠呈現隱藏字幕。而自 2002 年 7 月起，FCC 亦要求數位電視應具有隱藏字幕的功能。1996 年國會要求電視節目供應者提供隱藏字幕，故 1997 年，FCC 要求節目供應者應不斷增加隱藏字幕節目之時數。

在節目製作上，如果屬於新製作的節目部分（也就是自 2006 年 1 月 1 日起，所有新製播的英語節目，或 1998 年 1 月 1 日後新製播之類比節目，以及在 2002 年 7 月後播出之數位節目）都需加上隱藏字幕。而播出的節目如果屬於前期製作（也就是在 1998 年 1 月 1 日前製播之類比節目，以及在 2002 年 7 月前播出之數位節目），均屬規範前的節目。這些節目並未排除提供隱藏字幕，且須依以下時程提供隱藏字幕：從 2003 年 1 月 1 日到 2007 年 12 月 31 日：每季每頻道 30% 的節目，而 2008 年 1 月 1 日後：每季每頻道 75 % 的節目。

事實上，Americans with Disabilities Act(ADA) 1990 年被製定並公布後，在法律上嚴格禁止對身心障礙者產生差別待遇，尤其在公共場所、電視等與行動、通訊、媒體有關的環境中，無障礙的標準都被嚴格檢視，這也促使並增加了美國的電視台提供字幕服務的壓力。

在口述影像方面，FCC 針對影像描述是採取初步、最低限度的規範。

這些規範要求規模最大的電視業者及多頻道電視節目供應者在每季兒童或主要時段中，至少提供 50 小時具有影像描述功能的節目。由於隱藏字幕與影像描述間的差異性甚大，FCC 採取規範使影像描述能融入商業市場。而為了讓數位電視業者能夠獲取更多的影像描述經驗，以應用於未來數位電視發展上，FCC 排除數位電視業者適用影像描述的規範，唯長期而言，仍會將其納入規範範圍內。

例如：事實上，比較「英、美、日」三國的推動過程，越來越多關注集中在傳送的「中介環節」所形成的障礙上。就美國提供媒體近用服務的經驗而言，比較多的問題是出現在區域的系統業者所造成的障礙，例如：頻道業者提供了口述影像與隱藏字幕的服務，但透過當地的系統業者進行訊號傳送時，可能因為硬體的設施不支援，或這些硬體設施需要進行進一步的特殊設定，因而升高了視障者或聽障者接收相關服務的障礙，這種因為「中繼傳送」或「使用介面」的障礙，導致使用者無法使用媒體近用服務的問題，進而又造成了「二次近用障礙」，這也是推動媒體近用方案時必須關注的問題。

針對這些問題，今年七月，美國國會制訂了一項「21 世紀傳播與影片可及性行動」(Twenty-first Century Communications and Video Accessibility Act) 法案，法案的內容不只規範量化的達成指標，其精神更著重於在數位匯流的媒體環境下，如何整合網路、手機等新科技的方案，提供視障者、聽障族群更為完整的媒體近用環境，其更希望從提升法律的規範、界定設備規格等環節，來提升媒體近用服務的效能，將媒體近用放置在數位匯流此一更

大的概念框架中加以檢視，此將有助於整體方案的整合考量。

該法案主要包含「溝通近用」(communication access) 以及「影像規劃方案」(video programming) 兩大部分。其中「溝通近用」(communication access) 主要包含定義 (definition)、助聽器材相容性 (hearing aid compatibility)、中繼服務(relay service)、強制與提報責任 (enforcement and reporting obligations)、普適性服務 (universal service) 等內容。溝通近用的法案內涵主要包含三項精神，其一主要為重新詮釋與界定障礙與可及性的內涵，其二則是更為精準的規範，在新傳播科技發展以及數位匯流的趨勢下，各種可被視障者與聽障者所應用的中繼服務或中介溝通工具，包含：可提供即時影像溝通的 VOIP 服務、電子訊息、視訊會議等。同時該法案也對通訊器材製造商所生產的器材，強制要求其執行提報生產細節的責任。最後的部分，則是規範近用服務的具體申訴管道，該法案要求 FCC 必須建立正式和非正式的執行政序，處理相關違規事件，製造商和供應商也有進行報告的義務。甚至，如果 FCC 無法針對投訴內容進行處理時，該投訴者可以進一步於中央法院提出訴訟，強制勒令委員會履行其義務。

此外，該法案亦規定，每隔兩年國會必須呈交報告給商業、科學及交通委員會(the Committee on Commerce, Science, and Transportation of the Senate) 和眾院能源暨商業委員會(the Committee on Energy and Commerce of the House of Representatives)，評估媒體近用的執行成效，並且找出對於新科技的出現還有哪些近用權的障礙。在法案公布後一年半以內，FCC 應該與無

障礙環境委員會、美國商業部國家通信及資訊委員會、貿易商業行會組織以及殘障協會組織，建立一個訊息交流中心。

至於在「影像規劃方案」的部分，則更要求 FCC 必須針對字幕與口述影像在媒體近用上的角色與設計，提供更為精確的描述與執行規範，包含要求 FCC 必須在法案公布後一年半以內，針對關於字幕服務、口述影像能力、使用者介面、以及口述影像節目單都要訂定出具體的規格和清晰的描述。例如，過去在類比訊號環境下，電視節目僅能提供兩個音軌，一為主聲道，另一為副聲道，在外語節目中，副聲道有時會被外語佔用，如此，口述影像便無播出管道，但隨著數位化的發展，電視節目已經能夠同時提供多個音軌，如何透過適當的規範，善用數位電視的技術，將可提高視障者接收口述影像服務的可及性。

3. 日本：

日本主管媒體近用政策的機構主要為總務省。從 1993 年開始，在郵政省的支持下，由 NHK 開始提供「字幕、口述影像」兩項媒體近用服務，並在 1997 年加入「手語」服務。在法律規範方面，最重要的修訂在 1997 年，在修訂「放送法」之後，正式將媒體近用工作納入國家政策。2001 年，在總務省的支持下，NHK 和其他民營電台，一起訂定一項擴大服務計畫，逐年檢視成果，希望在 2007 達成其所訂定的標準。

日本在媒體近用方案的成效與相關工作的推動，主要可由三個層面來加

以評估與分析：

第一個指標是制度層面。日本媒體近用工作主要透過放送法的立法程序，以及 2001 年 NHK 訂定的一項擴大服務計畫來推行。

第二個指標是字幕服務的普及率。在 2001 的擴大服務計畫中，NHK 公共電視台所設定的目標為 41.9%，但與歐美等國接近 90% 相較，確實略微不足，這也促使日本至今仍持續進行相關擴大計畫的推動。

第三個指標則是環境變化。由於日本社會高齡化的現象，字幕、口述影像等服務的需求會變的越來越大。對於日本而言，媒體近用服務可能不只是一項身心障礙方案，而是成為一項基礎社會建設，也由於這一認知的改變，2001 年所訂定的擴大服務計畫到期後，總務省仍然持續大幅的支持相關工作的推動。

表 3-2：日本口述影像服務達成率

播出電台	2006 年	2007 年	時數比率
NHK (綜合)	322 小時 53 分	328 小時 29 分	3.7%
NHK (教育)	685 小時 14 分	685 小時 23 分	8.7%
東京地區 5 大商業電台	128 小時 05 分	231 小時 52 分	0.5%
大阪地區 4 大商業電台	95 小時 25 分	53 小時 29 分	0.2%

資料提供：總務省

表 3-3：日本字幕服務達成率（提供字幕節目時數/總播出節目時數）

播出電台	2006 年	2007 年	時數比率
NHK（綜合）	3,771 小時 38 分	3,913 小時 15 分	44.6%
NHK（教育）	2,267 小時 24 分	2,339 小時 36 分	29.9%
東京地區 5 大商業電台	14,281 小時 38 分	17,153 小時 08 分	39.5%
大阪地區 4 大商業電台	9,493 小時 49 分	11,753 小時 36 分	34.3%

表 3-4：日本字幕服務達成率（提供字幕節目時數/「適合製作字幕」之總播出節目時數）

播出電台	2006 年	2007 年	年增率
NHK（綜合）	100.0%	100.0%	
東京地區 5 大商業電台	77.8%	89.0%	11.2%
大阪地區 4 大商業電台	80.2%	90.8%	10.6%

表 3-5：日本手語服務達成率

播出電台	2006 年	2007 年	時數比率
NHK（教育）	189 小時 24 分	189 小時 51 分	2.4%
東京地區 5 大商業電台	47 小時 25 分	44 小時 29 分	0.1%
大阪地區 4 大商業電台	46 小時 17 分	43 小時 25 分	0.1%

4. 韓國

韓國的媒體近用政策是從 1999 年開始，字幕服務輔助收視的推動首先由 MBC 電視台在當年 2 月開始實施字幕播放，KBS1、SBS 則隨後跟進，隔年專門播放教育節目的無線電視台 EBS 也加入，接著 2003 年 KBS2 也開始加入服務的陣容，最後漸漸普及至全國範圍，2004 年 6 月，國營的衛星電視台 K-TV 也加入了字幕播放的行列。

在手語播放節目方面則是從 2001 年開始，每星期 KBS1，KBS2 各有一百多分鐘的手語節目，EBS 有 90 分鐘，MBC 則有 40 分，整體而言，手語播放節目總時間所佔比例從 2001 年的 0.3% 增加至 1%。

在口述影像方面，MBC 電視台是最早開始製作口述影像節目，其他幾

個電視台都是從 2003 年才開始該項服務。KBS 電視台的 460 分鐘(5.5%)所佔的比例最高，其次是 MBC 電視台的 458 分鐘(5.5%)，KBS1 電視台則是 290 分鐘(3.5%)，SBS 電視台的 270 分(3.2%)。整體而言，一週的口述影像播放時間所佔比率，從 2004 年的 1.6%(575 分)至 2006 年的 3.6%(1478 分) 成長 2 倍以上。

整體而言，韓國的起步雖晚，但推動媒體近用的工作極為積極，其在媒體近用所編列的預算比例，並不比英美等國低(見下表 3-6)，甚至在 2006 年 3 月開始營運的「福祉 TV」是專為身心障礙者設立的頻道，近期的目標則是將該頻道所有的節目都附上字幕、手語和口述影像。

表 3-6 韓國近五年媒體近用服務推動經費表

年度	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
支出	四千萬 台幣	七千萬台幣	1億 台幣	1.1億 台幣	1.4億 台幣

資料出處：韓國傳播委員會(2005)

四、政府投入的資源與媒體近用製作成本

美國媒體近用服務的補助主要來自教育部，從 1995 年開始美國平均每年提供接近 2 億台幣(約 700 萬美金)的金額，推動媒體近用計畫，而日本的補助則主要來自總務省，自 2001 年訂定擴大服務計畫之後，日本總務省

每年補助的金額約 1.5 億台幣（平均約 4 億日幣），起步較晚的韓國每年也投注 1.1 億台幣（約 40 億韓幣）。

綜合「英、美、日」各國的報告，字幕服務或口述影像服務的成本計算通常以每小時為單位。以「字幕製作」的成本而言，每小時的製作成本約為 30,000 至 50,000 台幣。而口述影像由於製作難度差異極大，加上影片類型不同，同樣一小時所需描述的長度通常費用也不一樣，因此，每小時節目的成本，從最簡單每集 5 萬台幣到每集 50 萬元（例如電影）不等。

五、小結

從以上各國推動電視近用服務政策之作法，我們可以發現在推動媒體近用此一工作上，各國所採取的策略，不論是量化管理的模式，或訴求的重點均略有不同。其中日本、英國的推動較為重視身心障礙者在媒體近用此一方案上「使用與滿足」的效果，不僅針對身障者提出媒體識讀報告，同時也針對「節目類型、收視時間、需求」在媒體近用服務的滿意度上進行交叉分析，其更進一步制定「電視近用服務製播規範」及「媒體近用服務指標」等規範與指標，根據頻道屬性分期程推動電視近用服務，且對媒體近用服務提供相關注意事項與標準，同時定期徵詢身障者意見，以作為修正法規時的推動參考方向。

相較而言，美國在媒體近用政策上的精神，更著力於在數位匯流的媒體環境下，如何整合網路、手機等新科技方案，提供視障者、聽障族群更為完

整的媒體近用服務方案，同時也著重從法律層面降低人為疏失，或不當服務態度所導致之媒體近用服務的不確定性。

Andrew Clement and Leslie Shade (1999)曾提出近用彩虹模式 (access rainbow model)，其係以彩虹為隱喻，將近用概念區分為7層，並分層說明近用的面向、定義及政策方向。該模式之底層依序為：載具設備、終端設備，屬於科技、硬體載具的類型；其次為中間層級，包括軟體工具、內容服務、服務提供、提升素養；最上層則是管理的問題，有關近用彩虹模式圖請參考下圖 2。

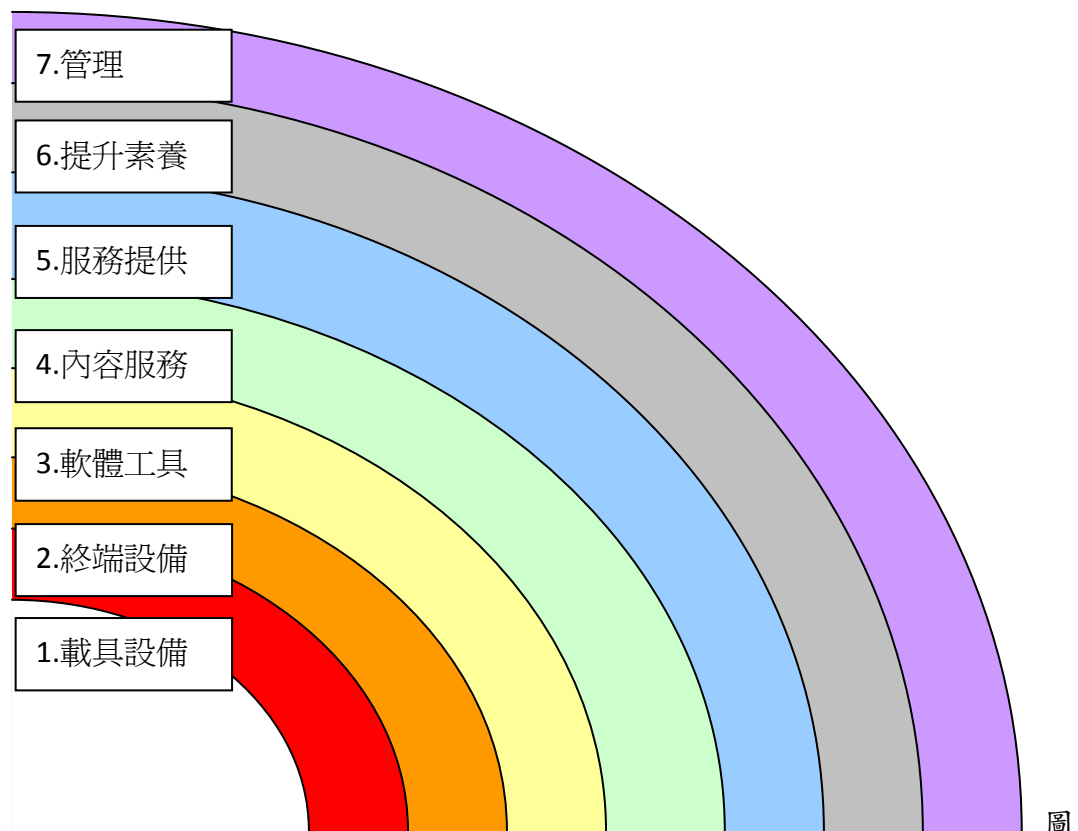


圖 2：近用彩虹模式

資料來源: Clement, A. & Shade, L. R. (1999). The Access Rainbow: Conceptualizing Universal Access to the Information/ Communication Infrastructure. In Gurstein, M., Ed., *Community Informatics: Enabling Communities with Information and Communications Technologies*. Idea Publishing, Hershey, PA.

然而從「英、美、日、韓」等國近年來推動媒體近用政策的經驗可以發現，媒體近用服務的相關工作，主要集中在以下三個重點：

第一個層面為規範管理與政策的制訂：

第二個層面為製作技術與接收的效果：

第三個層面為服務系統與推廣的機制：

尤其，媒體近用的推動已接近 10 年的時間，各國的推動重點已從第一、二個層面「製作技術與接收效果」，逐漸轉移至第三個層面「服務系統與推廣機制」，其最重要的精神更在於防止媒體近用過程中，造成「二次障礙」的現象，也就是因為使用介面設計不當、或使用諮詢產生溝通上的尷尬，或服務及設備價格太高，導致視障者與聽障者卻步不前，這些都是媒體近用方案的「二次障礙」。

也就是說，媒體近用的方案主要是為了協助聽障者與視障者，但如果推動這個方案本身時，卻因為資訊傳達與溝通的問題，而形成媒體近用方案在推動上的障礙，這對媒體近用服務來說無疑是一項極大的諷刺。

肆、視障者與聽障者之媒體近用服務調查

一、研究設計

本研究委託案的目的主要在了了解身心障礙者媒體近用服務政策的設計。由於主要調查的兩類對象——視障者與聽障者之生理障礙別不同、社交圈不同、媒體收視方式亦不同，因此其所需要的媒體近用服務及相關政策的配套措施也不相同；故本委託案實際上必須針對視障及聽障兩種障別分別進行媒體近用服務之需求的調查分析。

為提供委託單位政策擬具的參考基礎，本案調查工作係以問卷調查法蒐集視障者與聽障者的相關資料。

因視障者與聽障者原本即為社會中的少數群體¹，加上其散居各地，感官的障礙限制更使得他們的作息、聯絡方式以及社交行為與一般大眾不同，在樣本的抽樣及選擇上非常不易。本研究為顧及不同年齡及地區之視聽障者之媒體近用權益，乃透過各視聽障相關單位的協助，在具溝通能力且可取得的樣本中，以分層立意抽樣的方式，選擇本次調查的樣本。提供受試者樣本之視、聽障相關單位包括：台北啟明學校、淡江大學盲生資源中心、台北啟聰學校、台中啟聰學校、台南啟聰學校、楠梓特殊學校、聲暉協會等單位。

本次調查抽樣的樣本人數合計 215 人；包括視障者 105 人，聽障者 110 人。在受試樣本的抽樣規劃方面，為了更細緻的掌握與了解不同年齡層之

¹依內政部 98 年 8 月(第 32 週)公告資料，截至 98 年 6 月底為止，全國聽障 113105 人；視障 56205 人。總數約佔全台灣人口的 0.736%。

視、聽障者對媒體近用服務需求是否存有差異，本次調查將受試者依年齡差異分為 6 階層：分別為 1)國小、2)國中、3)高中、4)大專、5) 60 歲以下之社會人士、6) 61 歲以上之社會人士。此外，抽樣方式亦考慮地區平衡進行取樣。

實際問卷調查之進行，視障者部份係採用電話訪問，由經過訓練之訪員按抽樣名單執行電訪；聽障者部份，則因部份聽障朋友的語言認知與成熟度不同，需要手語支援進行問卷內容之必要說明，故採用預約樣本集中問卷填答或個別輔助填答的方式進行。

二、問卷設計說明：

在問卷設計上，分為視障者及聽障者兩個部份。針對視障者的問卷內容分成「電視收視行為調查」、「口述影像的接觸經驗與需求」、「網路媒體近用環境與資訊使用行為調查」、以及「受訪者基本資料」四個部分。而聽障者的問卷設計則分成「電視收視行為調查」、「字幕與手語節目需求與服務規劃」、「網路媒體近用環境與資訊使用行為調查」、以及「受訪者基本資料」等四部分。

整體而言，「電視收視行為調查」、「網路媒體近用環境與資訊使用行為調查」、以及「受訪者基本資料」為聽障者與視障者共通之媒體近用服務需求調查內容，相關問題大部分相似，而「口述影像的接觸經驗與需求」與「字幕與手語節目需求與服務規劃」，則是分別針對視障者與聽障者的訊息接受

特性以及媒體近用服務需求所個別設計之問題。

就問題設計的內容而言，「電視收視行為調查」主要在於理解與確立視障者與聽障者之電視收視行為，包含對電視收視時段、節目收視類型、是否與家人或朋友共同觀賞、電視節目之收視軟硬設施等收視環境，以作為未來制定媒體近用服務方案的基礎。

而「網路媒體近用環境與資訊使用行為調查」，則是將媒體近用服務置於「數位匯流」的框架下加以思考，希望充分掌握視障者與聽障者之電腦使用能力、資訊取得類型、網路使用能力、網路中的人際互動狀況等網路使用行為，以此通盤考量媒體近用的環境，並思考以數位匯流或網路科技輔助媒體近用目標達成的可能。

「輔助收視服務的接觸經驗與需求」則在於瞭解視障者過去對口述影像服務的接觸經驗，以及聽障者在字幕收視上的相關問題與服務期待。

三、問卷調查發現

本次調查最重要的目的，在於瞭解聽障者與視障者的「電視收視行為」，以及視障者對口述影像、聽障者對字幕、手語等近用服務的需求與期待，以作為媒體近用服務政策規劃的參考依據，同時也作為設計相關推廣與配套服務的基礎。

整體而言，「北、中、南」區域的聽障者與視障者在整體調查結果上呈現的差異並不顯著，但不同年齡階段，則會在「電視收視行為、媒體近用服

務期待」、以及「資訊取得能力」等面向上呈現出較大之差異。本次調查發現，若干結果與「美、英、日、韓」等國之媒體近用服務的現象一致，但也有許多在他國經驗中未被突顯的現象。這些未被提及的發現，一方面突顯出媒體近用服務可進一步關注與精進的面向，另一方面，也可能反映出我國媒體近用正處於起步階段之時空背景所造成的差異。

由於相關統計資料較為龐大，因此，在本小節只針對問卷統計結果中與政策建議直接相關之研究發現、或具有不同年齡表現差異的面向，進行解說與討論，其餘之調查結果，則將於附錄中呈現，以作為後續政策細部推動與執行的參考。

以下即分別針對視障者與聽障者在「電視收視行為、媒體近用服務期待」、以及「資訊環境使用效能」等調查項目的重要發現進行說明。

1. 視障者部分

A. 電視收視行為調查：

電視收視行為調查主要包含「收視時段」以及「收視節目」兩類問題，其目的在於瞭解視障者的收視習慣與節目喜好，以作為口述影像服務之節目製作類型規劃、首播或重播等播出時段設計、以及其他可能所需之配套與支援工作的參考。

電視收視行為調查的第一個項目為收視時段的調查，進行該項調查的主要目的乃在掌握口述影像播出時段規劃之參考依據。本項調查將電視收視行為分為「平日」與「假日」兩個題項。

就平日之收視時段而言，從圖 4-1-1 可以瞭解，大部分視障者都集中在晚間 6 點至 12 的時段進行收視，而隨著年齡層的增加，有較高比例的收視時段朝午間以及早晨的時段移動，尤其值得注意的是，社會人士之視障者，（尤其超過六十歲之視障者）的收視時間極為明顯的分佈在早晨 7 點至 12 點，此一現象，應可作為口述影像節目播放時間規劃之參考。

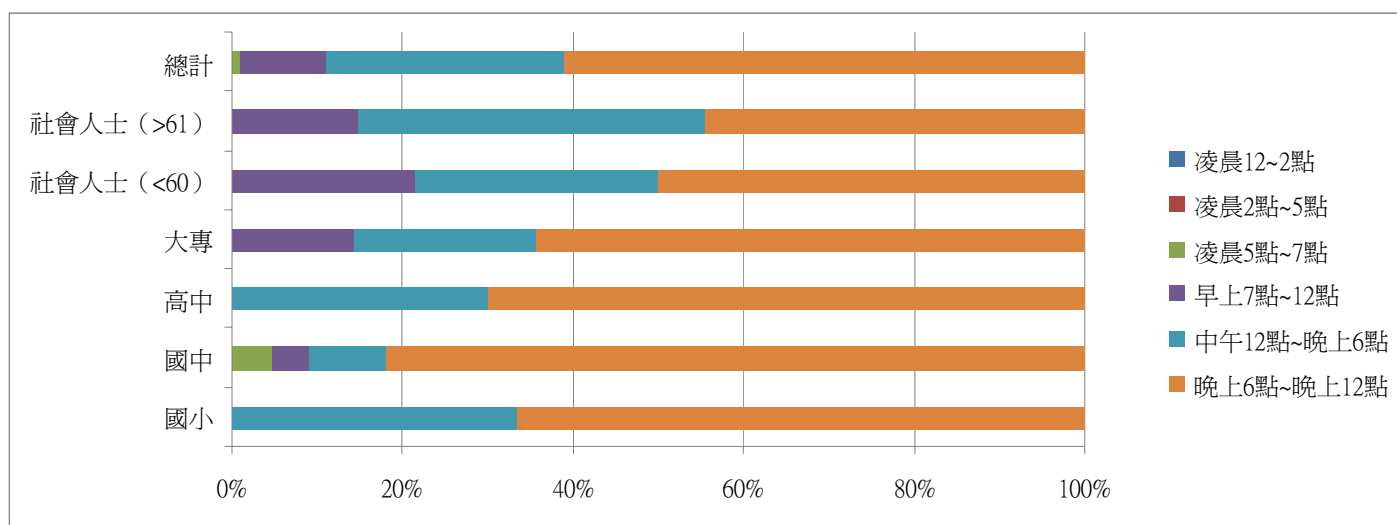


圖 4-1-1：視障者平日都在什麼時段看電視

假日之收視時段的調查明顯與平日之收視時段不同，從圖 4-1-2 可以看到，包含國小階段之視障者、以及社會人士，都有在中午 12 點至晚上 6 點進行收視的習慣。

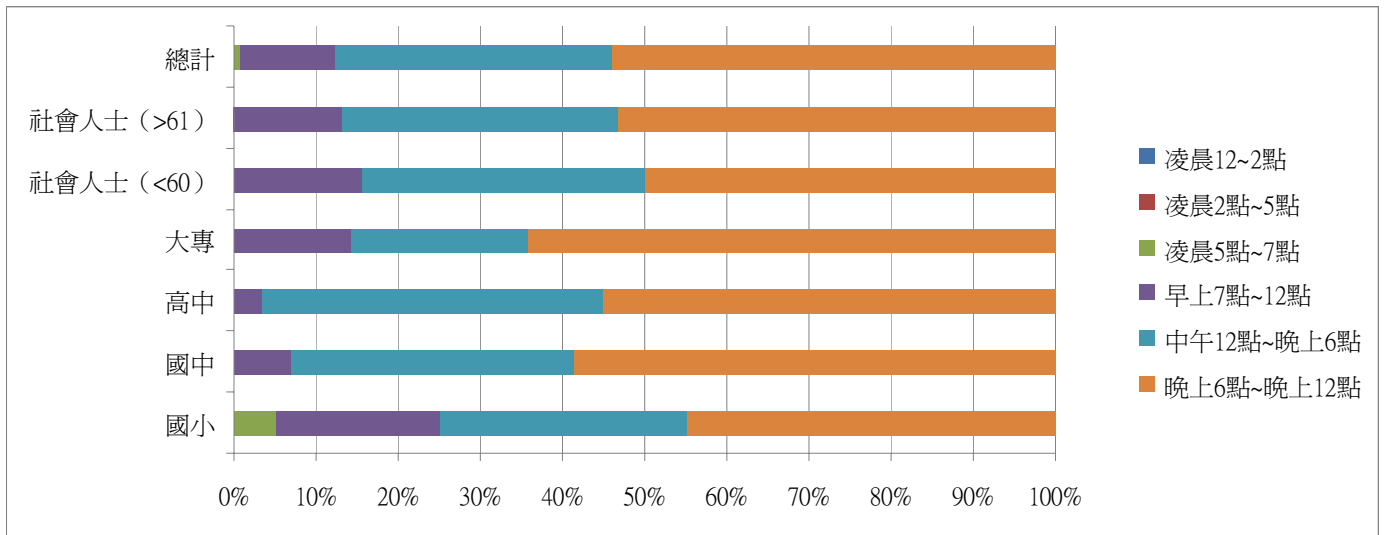


圖 4-1-2：視障者假日都在什麼時段看電視

電視收視行為調查的第二個項目為收視的節目，進行該項調查的主要目的，在於瞭解視障者較常收視之節目類別，以作為規劃口述影像服務的參考。本項調查分為「整體」、「與家人共同收視」與「獨自收視」三個題項進行，由於「整體」、「與家人共同收視」、以及「獨自收視」之調查統計結果並未呈現出顯著之差異，因此，相關的分析乃以「整體」收視節目的類型之調查結果為主。

從圖 4-1-3 可以看到，「新聞」為視障者的主要收視節目類型，其次則是戲劇性節目、再者則依序為卡通、知識性節目、運動性節目。如果從年齡階層來分析節目收視的狀況則可發現，國小階段之視障兒童，收看卡通節目的比例極高，這應是口述影像製播規劃時重要的參考。

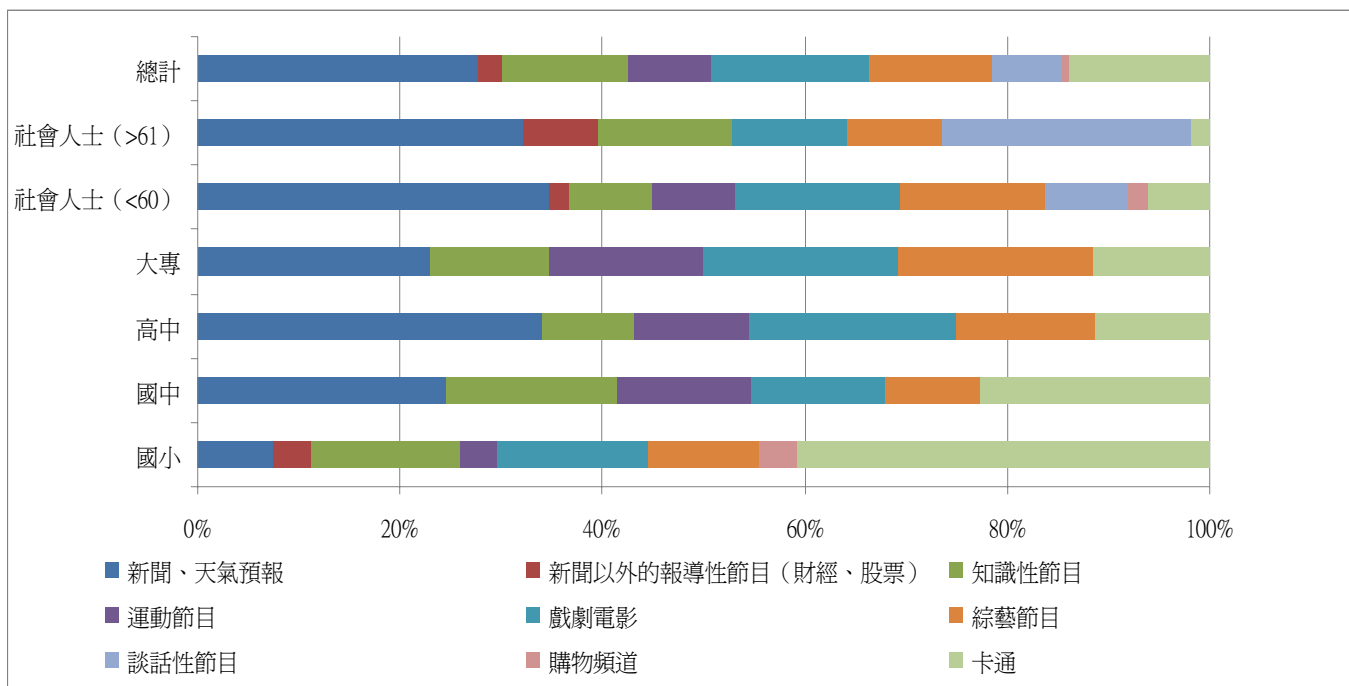


圖 4-1-3：視障者最常看哪些類型的電視節目

B. 媒體近用服務期待—口述影像：

第二部分的問卷調查主要在瞭解視障者對於提供口述影像服務的需求調查。問卷題目共分成「是否經常感覺無法瞭解畫面訊息」、「平時家人或朋友有無提供畫面解說協助」、以及「需要提供口述影像服務的節目類型」三類，以瞭解視障者對口述影像服務的想像與期待。

從圖 4-1-4 的結果可以發現，視障者對口述影像服務的需求，以「戲劇節目、知識性節目」為主，其次則是「新聞」與「運動」，而從媒體表現形式可推知，視障者對於談話性節目等，以聲音訊息為主之節目確實較少有口述影像的需求。

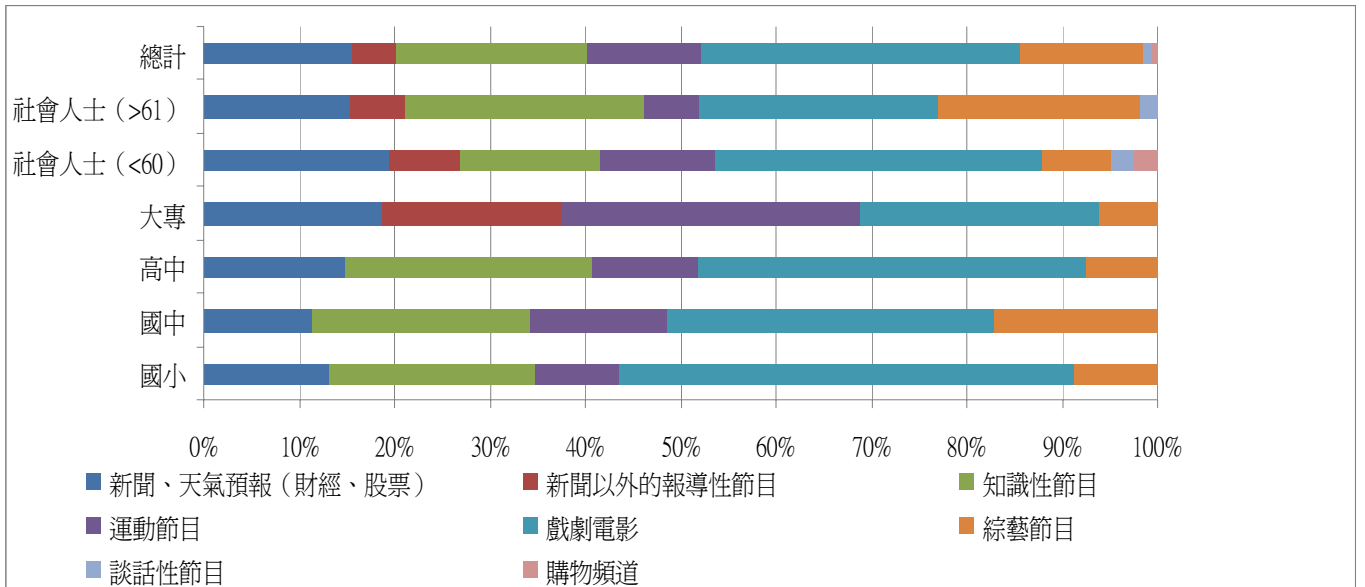


圖 4-1-4:視障者覺得哪一類節目最需要提供口述影像服務

此外，整合圖 4-1-5 和圖 4-1-6 中的資料也可看到，高齡的視障者比兒童視障者更需要口述影像服務的資源。從圖 4-1-5 可以看到，如果詢問視障者是否常感覺到無法理解畫面訊息，超過 60% 的高齡視障者回答：「有時無法理解」、「或經常無法理解」，相對而言，國小至大專階段的視障學生族群，回答「有時無法理解」、「或經常無法理解」的比例則約只佔 30-40% 之間，這種差異一方面與其收看節目的類型有關，例如圖 4-1-3 中可以發現，情節結構較為平鋪直敘的「卡通」是視障兒童較常收看的節目，這多少也讓視障兒童較不會產生無法掌握情節的現象。

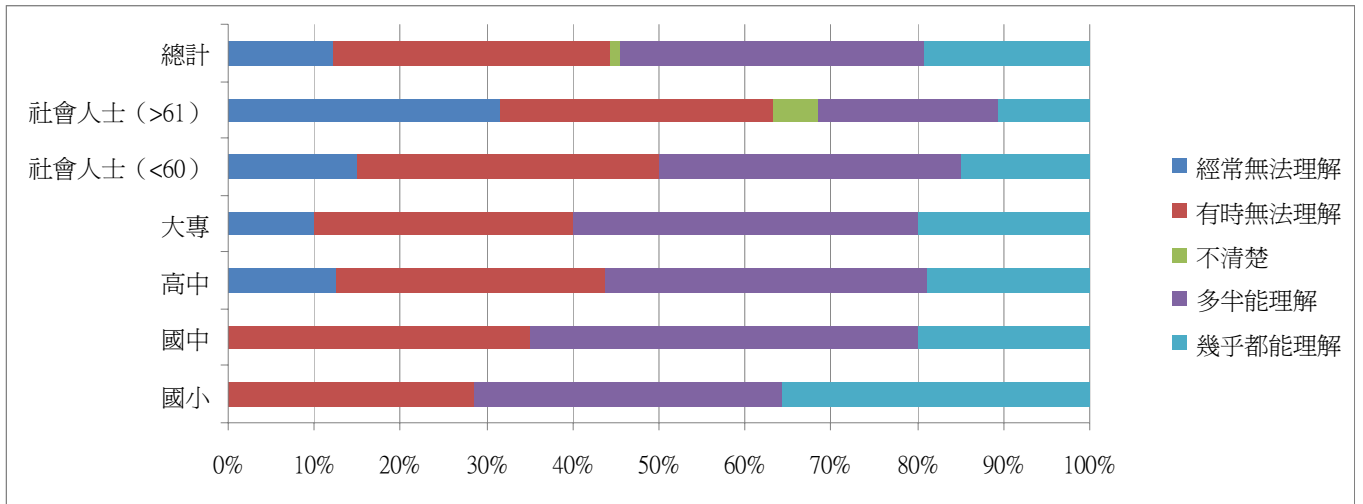


圖 4-1-5: 視障者收看電視時，是否常感覺因為遺漏畫面訊息而無法理解

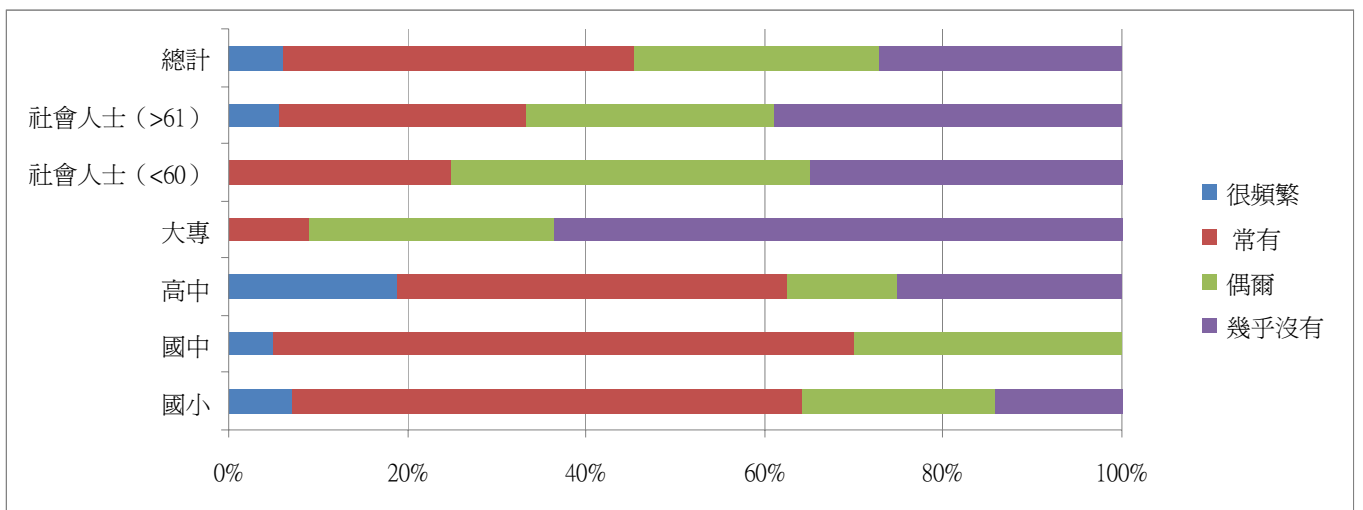


圖 4-1-6: 視障者收看電視，家人或朋友會不會提供畫面解說

但另一方面，視障者輔助收視資源的豐富性，也影響其在收視過程中是否會形成收視障礙，從圖 4-1-6 可以看到，從國小至高中階段的視障者，由於幾乎都和家人同住，因此有超過 60% 的視障者回答：「很頻繁」或「常有」家人朋友為他們提供畫面解說，相對而言，進入大學階段以及社會人士的視障者，由於大多獨自居住，因此，僅有不到 30% 或更低比例的視障者，回答「很頻繁」或「常有」家人朋友為他們提供畫面解說。

由這些統計數據顯示，不論從客觀的輔助收視條件或主觀的收視感受看到，高齡社會人士似乎需要更多口述影像的輔助。而即使視障學生多有家人從旁解說輔助其進行收視，但一來家人解說的專業性較為不足、二來家人所投注的精神成本極大，此一現象其實仍然顯示出提供口述影像服務的迫切性。

C. 資訊環境使用效能：

瞭解視障者的「資訊環境使用效能」之主要目的，在於分析以數位匯流或網路科技輔助其達成媒體近用目標的可能性。這部分的題目分成「資訊產品的擁有率」、「資訊網路工具的操作能力」以及「自我效能的評估」三個部分。

在盲用電腦推動接近 20 年的基礎下，視障者在資訊產品的使用上都具備不錯的基礎，例如：在「資訊產品的擁有率」上，超過 90% 的視障者擁有電腦，而「資訊網路工具的操作能力」，從附件資料可以發現，75% 以上的視障者都具有上網能力、而 61% 幾乎每週上網，可見，除了 60 歲以上的視障族群外，各年齡層的視障者，都有超過 60% 的比例可以透過盲用電腦上網，並且進行檔案下載等操作。

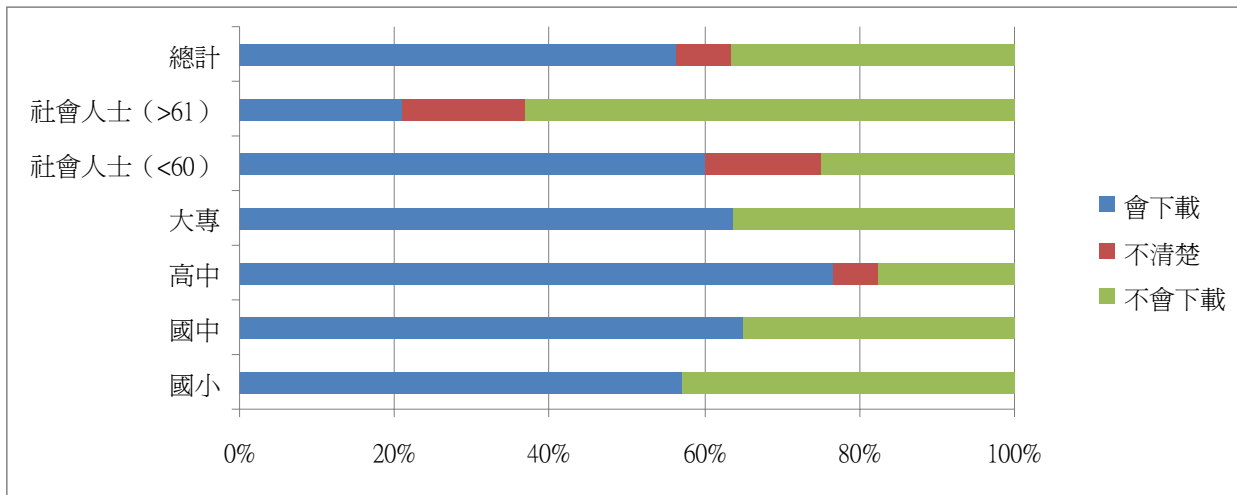


圖 4-1-7: 視障者會不會使用網路來下載檔案、圖片、音樂、遊戲

而在「自我效能的評估」方面，則是詢問視障者主觀意願或對自我效能的評估，超過 60% 的視障者肯定網路的功能，也有充分的經驗可以在網路上與朋友互動，這些線索顯示出，以數位匯流或網路科技輔助視障者達成媒體近用目標的可能性，以及相關政策規劃的方向。

2. 聽障者部分

A. 電視收視行為調查：

針對聽障者之電視收視行為的調查主要包含「收視時段」以及「收視節目」兩類問題。整體而言，聽障者整體的收視時段，與視障者的調查統計結果類似，從圖 4-2-1 可以瞭解，聽障者平日之收視時段的分佈，大部分都集中在晚間 6 點至 12 之時段，而隨著年齡的增加，社會人士階段之聽障者，有不少比例的收視時段是朝向午間以及早晨之時段轉移，尤其超過 60 歲之社會人士，約有 15% 是在上午 7 點至 12 點的時間收視。此一現象，應可作為聽障者電視輔助收視之服務時間的規劃參考。

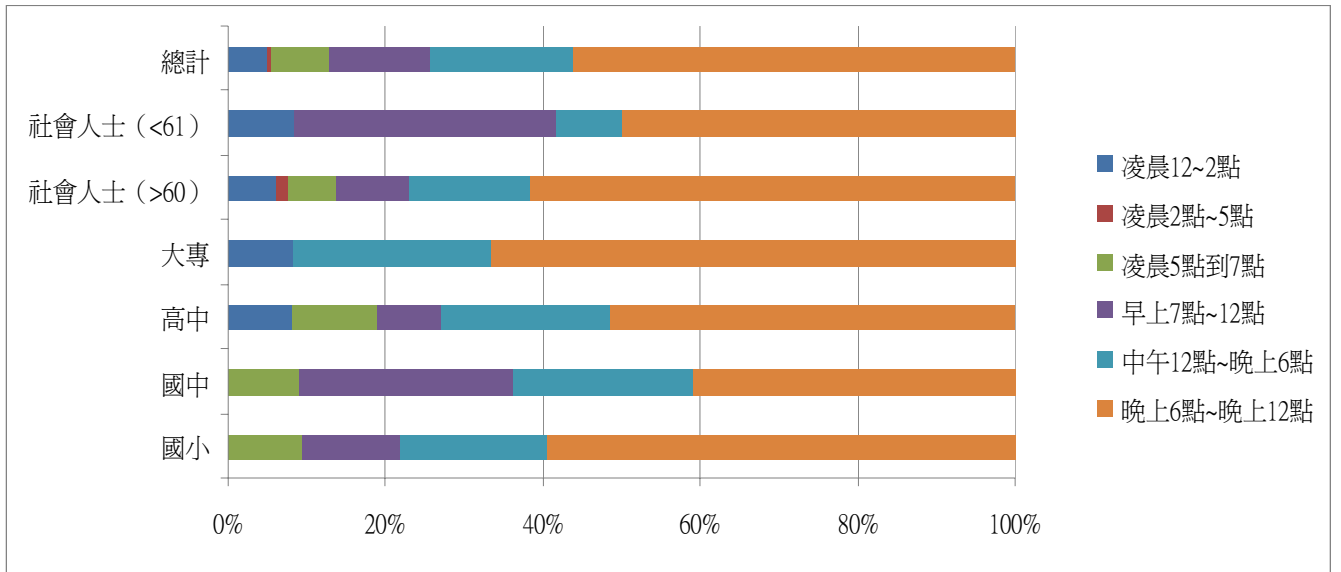


圖 4-2-1：聽障者平日都在什麼時段看電視

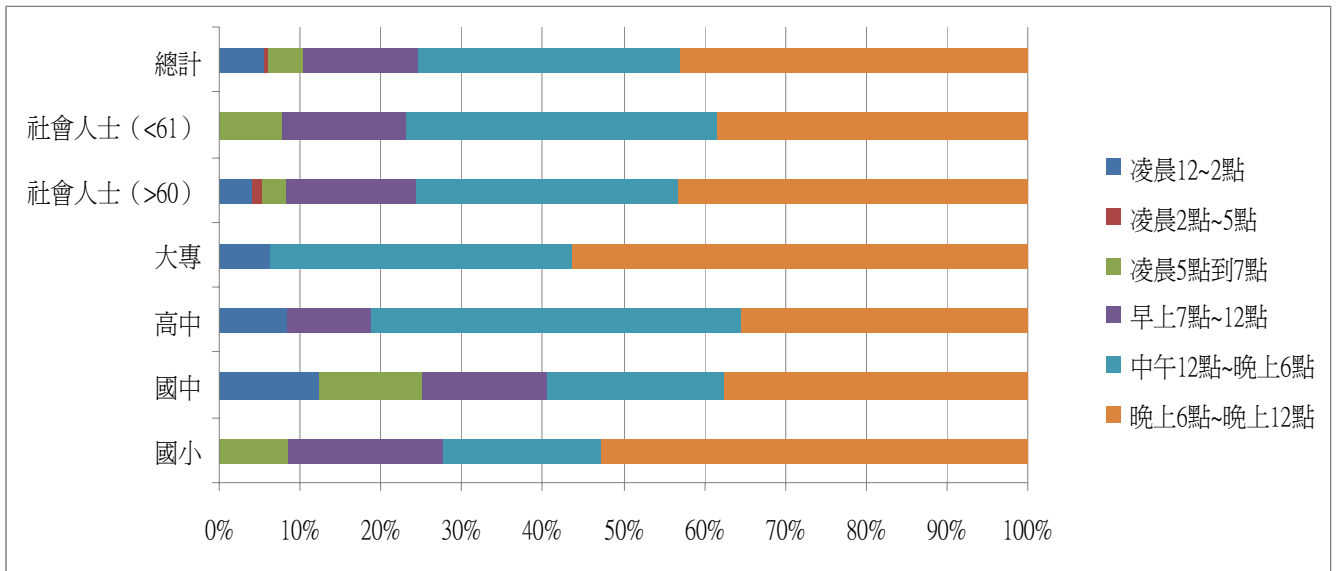


圖 4-2-2：聽障者假日都在什麼時段看電視

其次，在假日的收視時段調查顯示（圖 4-2-2）與平日相較，聽障者明顯有較高比例是在中午 12 點至晚上 6 點期間進行收視。

電視收視行為調查的第二個項目是收視節目的調查，此一調查在於瞭解聽障者較常收視之節目類別，以作為推動字幕、手語節目服務的依據。本項調查分為「整體」、「平日」與「假日」三個題項進行。由於「整體」、「平

日」與「假日」之調查統計結果並未呈現出顯著之差異，因此相關分析以「整體」收視的節目類型之調查結果為主。

聽障者收視的節目類型亦與視障者之統計結果接近，從圖 4-2-3 可以看到「新聞」為聽障者主要的收視節目類型，其次則為戲劇性節目、再者為知識性節目、運動性節目等。較大不同之處在於，與視障兒童相較，聽障兒童的卡通收視略為降低，這似乎顯示，卡通雖然是一種高度視覺化的節目類型，但也需要簡易、清晰且聲音表情豐富的語言訊息強化其故事效果，因此，語文掌握能力較為不足的聽障兒童對卡通的收視興趣或收視能力，反而沒有視障兒童來得普遍。

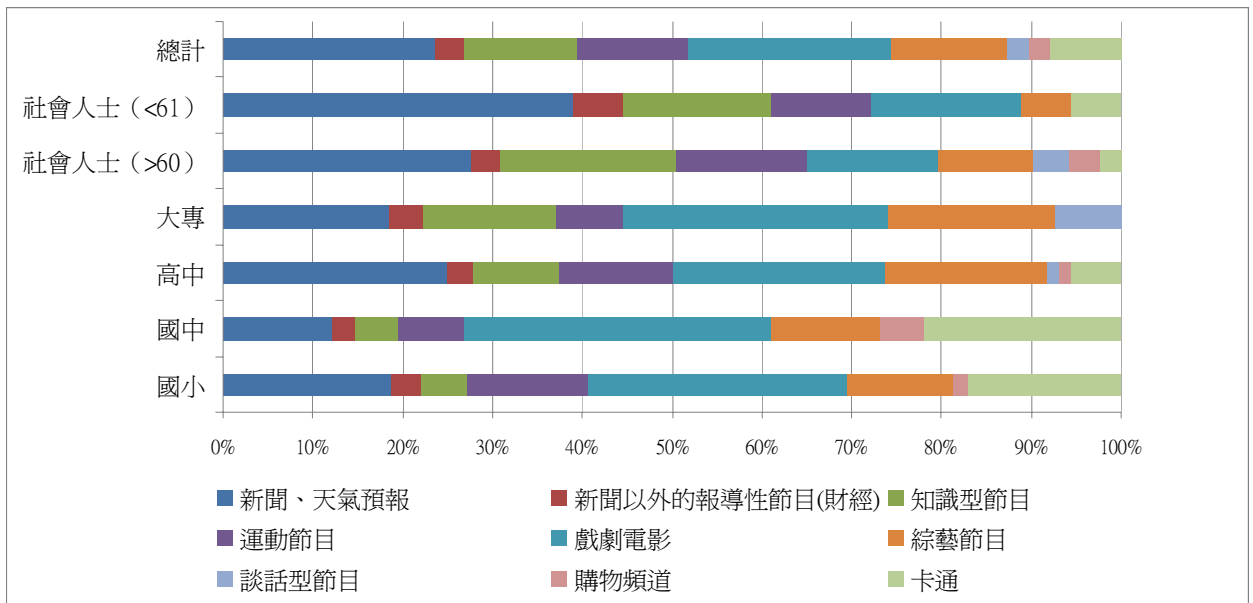


圖 4-2-3：聽障者最常看哪些類型的電視節目

B. 媒體近用服務期待--字幕與手語：

一般而言，聽障者的輔助收視方式包含「字幕」和「手語」兩種類型，因此，什麼節目類型該提供字幕？哪一種節目適合使用手語？是聽障媒體近用服務工作的重點，也是本調查主要欲探討的項目。另外，由於國內公共電視在聽障服務的推動上已經略有基礎，因此，相較於口述影像服務，本次調查也較能針對聽障者對字幕與手語服務的品質滿意度或期待進行初步瞭解。

本部分的問題主要在瞭解聽障者對於當前字幕和手語的滿意度或潛在需求。內容共分成：「整體而言，喜歡以字幕還是以手語的方式提供輔助收視服務」、「哪些節目需要字幕服務」、「哪些節目需要手語服務」、「字幕服務是否常碰到字體不清、打字錯誤」、以及「是否希望能提供大小聲、音調高低、聲音表情等非語言之聲音訊息」等問題。

首先，對於聽障者較喜歡手語還是字幕服務？從圖 4-2-4 的結果可以發現，整體而言，聽障者對輔助收視服務的形式主要還是以字幕為主，而從圖 4-2-4 的資料亦可見，若針對不同年齡層的聽障者進行分析則可發現，超過 60 歲的聽障者，明顯的較為喜歡以手語方式輔助收視，這可能與本次調查對象中，超過 60 歲的聽障者多是熟悉手語接收與溝通的技巧有關。

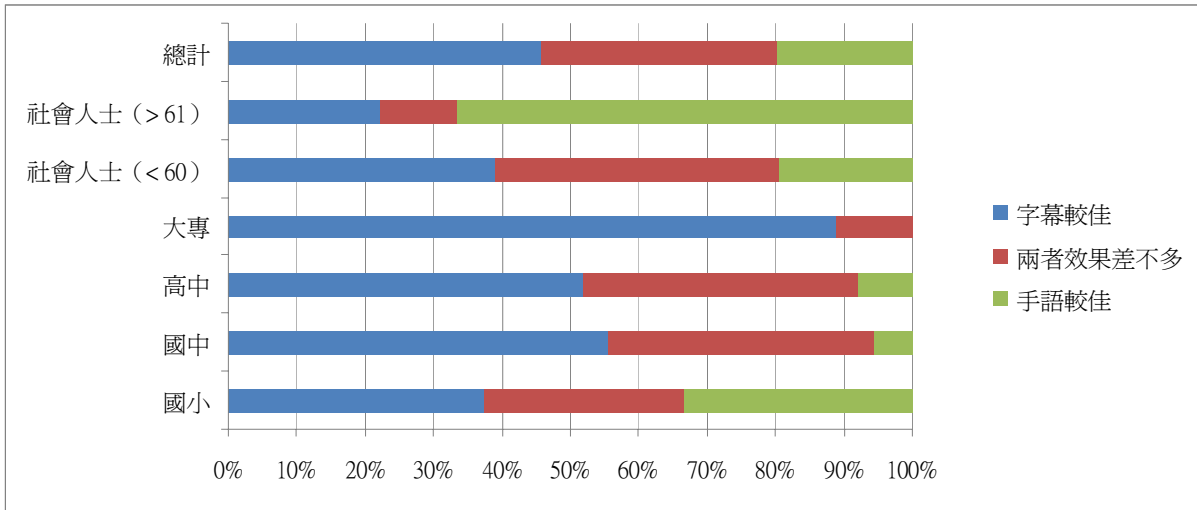


圖 4-2-4：聽障者比較喜歡利用字幕還是手語協助其進行電視收視

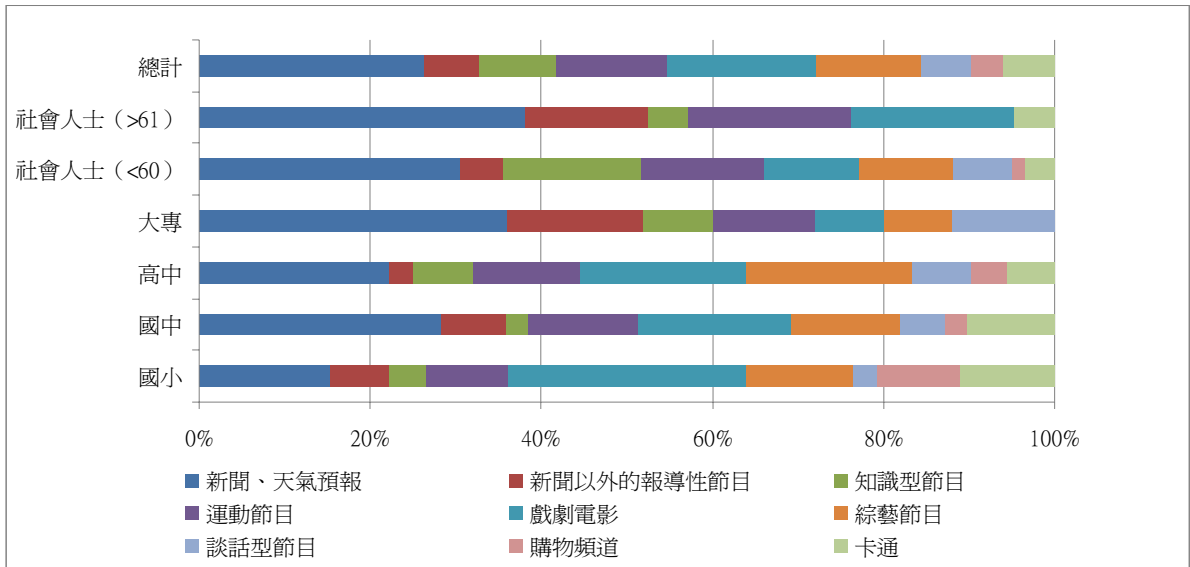


圖 4-2-5：聽障者認為需要提供字幕之節目類型

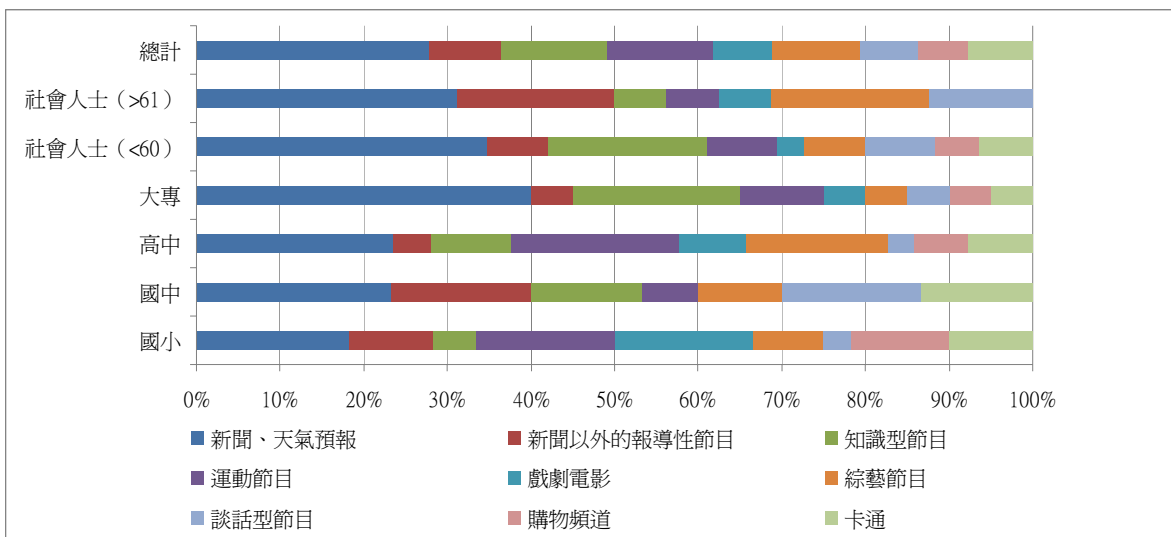


圖 4-2-6：聽障者認為需要提供手語之節目類型

若針對希望哪些節目能提供字幕服務？哪些節目能提供手語服務？從圖 4-2-5 和圖 4-2-6 所呈現的統計結果顯示，聽障者最希望提供「字幕」服務的節目類型依序分別為「新聞與氣象報告、戲劇類、運動型、綜藝型、知識型」節目，最希望提供「手語」服務的類型則依序分別為「新聞與氣象報告、運動型、知識型、綜藝型、戲劇類」節目。進一步比較上面這兩項的調查結果可以發現，「新聞與氣象報告」在期望提供字幕與提供手語的題目中，比例都是最高，這明確顯示聽障者對於即時資訊掌握的不足，確實存在著普遍的迫切感。

此外，聽障者對於「戲劇節目」和「知識性節目」比較適合用「字幕」、還是「手語」提供服務，也有明顯之順序與落差，這似乎也是另一個值得分析的面向。比較圖 4-2-5 和圖 4-2-6 可以發現，對戲劇節目能提供字幕收視輔助服務的比例（17%），明顯高於以手語（7%）輔助收視的期待。相對的，對知識性節目而言聽障者的需求則恰好相反，希望能提供手語服務的比例（12%），明顯高於以字幕（9%）輔助收視。這個現象背後，似乎正好凸顯出字幕服務與手語服務在資訊呈現特質上的差異，同時也反映出「輔助解說訊息」與「原本節目訊息」兩者間應該具備的搭配原則。

從符號呈現的認知基礎來看，「字幕形式」較容易、也較善於表現「告知性訊息」，而「手語形式」由於融合了豐富的姿態、手勢與表情，因此相對而言，較容易也善於表現「情感性訊息」。而從結果來看，比較屬於「資訊性、告知性」的知識性節目，聽障者則比較希望（或「比較能接受」）用

情感訊息比較豐富的手語方式進行輔助解說，相對而言，對於情感表現較為豐富、以肢體展演為主的戲劇性活動，則希望僅以字幕進行告知性輔助即可。這似乎表示，媒體近用輔助收視的訊息傳播結構，必須具有明顯「主、副」訊息的考量與差異（亦即原本節目內容是「主」，輔助收視訊息是「副」）。好的輔助收視服務的訊息設計，必須有明顯之主副訊息的區隔，才不會產生「主、副」訊息相互干擾的現象，進而讓整體的訊息結構在「質與量」上都達到相互平衡與協調的效果，而同質性太高的訊息由於彼此容易產生干擾，因此不易相互搭配。

也就是說，如同視障口述影像節目的訊息結構，聽障者的輔助收視過程中的訊息傳播結構，也是一種雙重訊息結構：原本電視節目的內容是「主」訊息，而輔助收視的訊息則是「副」訊息，如何不讓副訊息對主訊息產生干擾，又能產生適度的補充效果，是字幕或手語服務之訊息設計的主要關鍵。而聽障者對於戲劇性節目偏好字幕服務，知識性節目則偏好手語服務，正好也表現出聽障者對主副訊息在質與量上必須相互搭配的要求。

對於「字幕服務是否常碰到字體不清、打字錯誤」、「是否希望能提供大小聲、音調高低、聲音表情、等非語言之聲音訊息」等問題的設計，主要是欲瞭解聽障者對我國已經極為普遍的字幕服務之滿意度與潛在的需求。

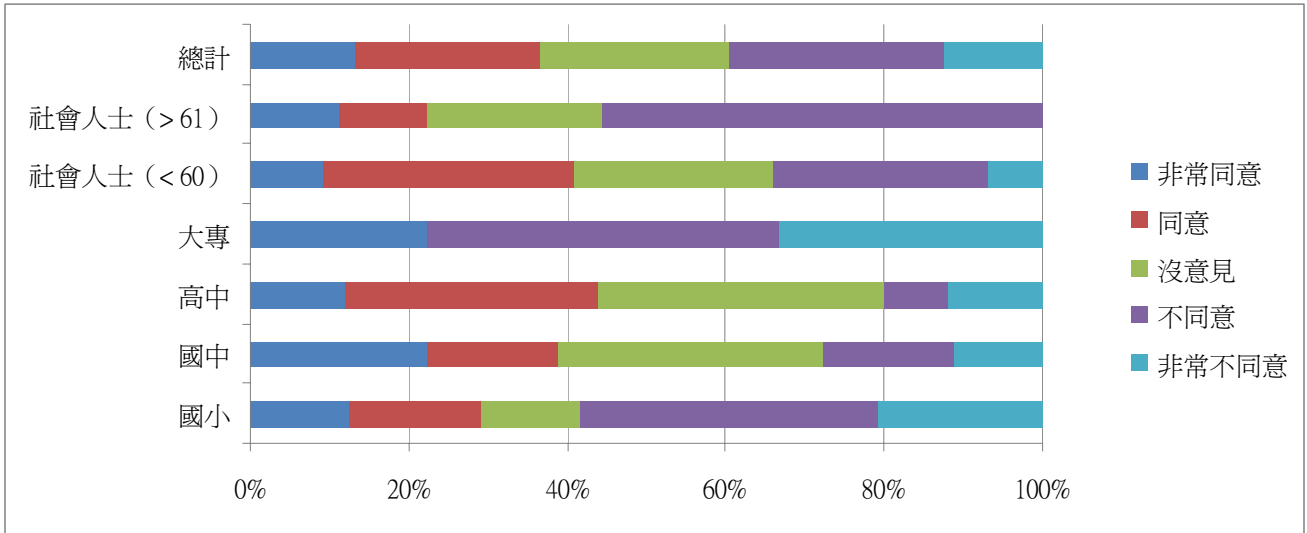


圖 4-2-7：聽障者覺得看的字幕的時候常發現字拼字錯誤的現象

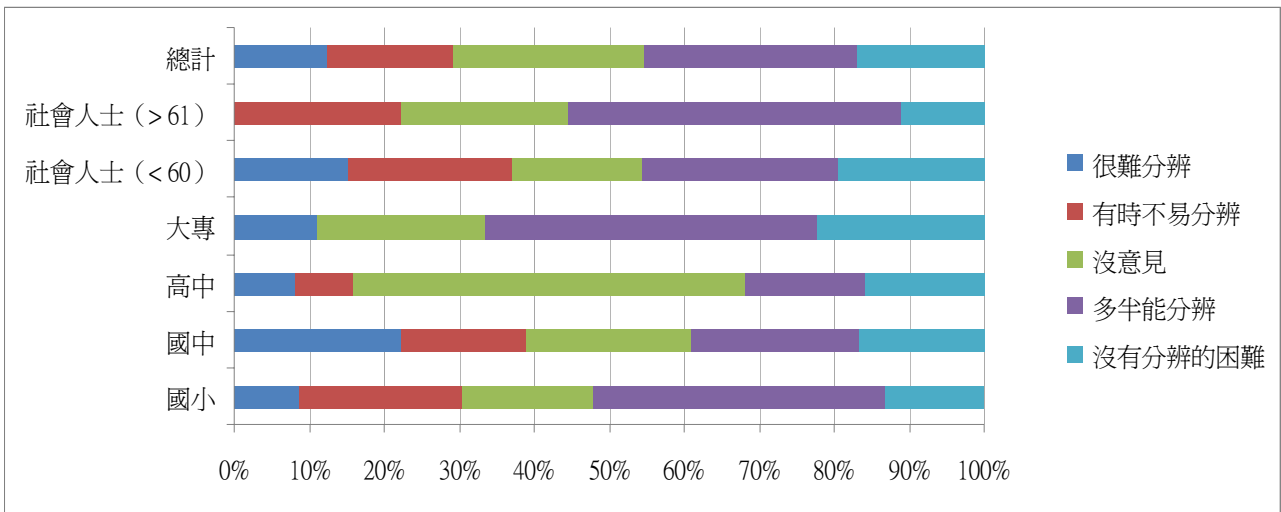


圖 4-2-8：聽障者無法從字幕分辨出畫面中哪一個人在說話

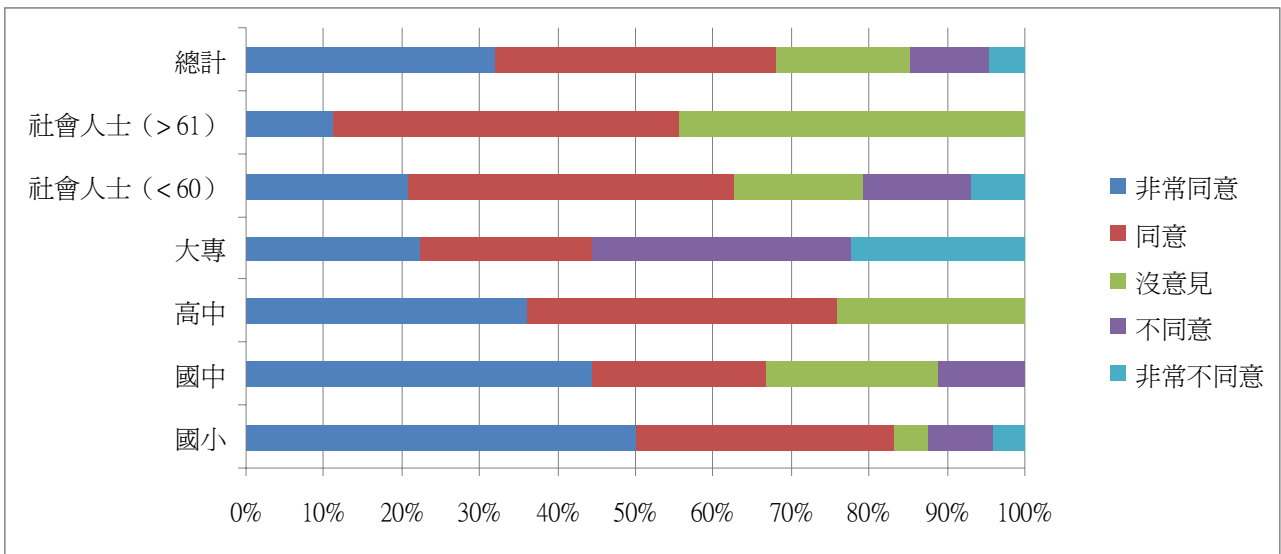


圖 4-2-9：聽障者希望字幕多提供聲音表情、大小聲等和情緒相關的線索

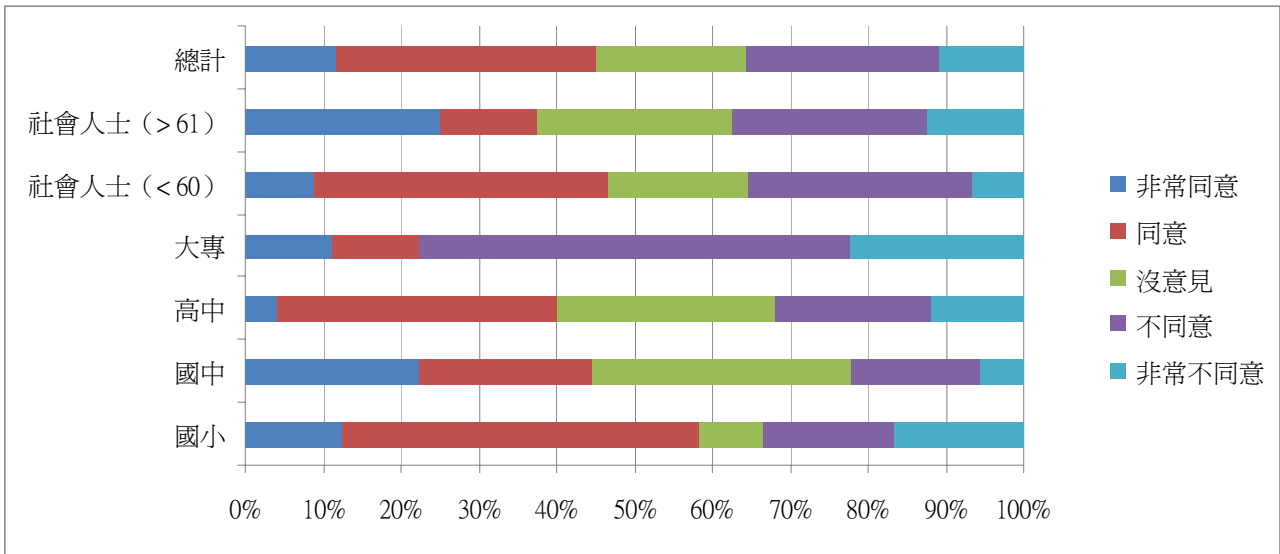


圖 4-2-10：聽障者覺得字幕出現的次數和時間不夠精確

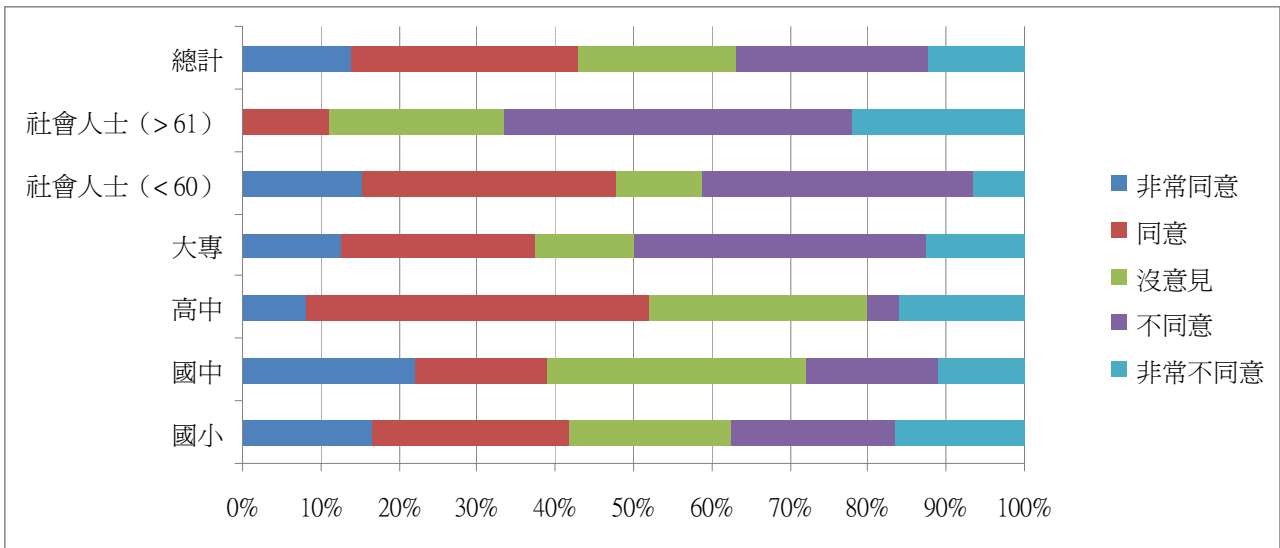


圖 4-2-11：聽障者覺得字幕的字體不夠清楚

比較圖 4-2-7 至圖 4-2-11 可以發現，聽障者認為「字幕的正確性」、「字幕字體的清晰度」等字幕呈現方式需要進一步改善的比例約佔 40%，相對的，其對「提供聲音表情、大小聲、聲調情緒等非語言之聲音訊息」的期待則高達 65%。

就媒體近用的目標來看，字幕的輔助效果可以從「字幕訊息的有效性」和「字幕訊息的豐富性」兩方面來分析，其中「字幕訊息的有效性」包含：「字幕的正確性、字幕的清晰度、字幕的播出速度」，而字幕訊息的豐富性

則包含「字幕提供的說話者之角色辨認的線索」和「字幕提供情緒、情感等非語言或音樂」等線索。從統計數據顯示，聽障者對「字幕訊息的豐富性」字幕服務的需求，顯然高於對「字幕訊息的有效性」的需求。這個現象其實也正反映出，在我國節目普遍提供字幕的基礎下，我國的聽障字幕節目服務，應該從「量足」邁向「質精」的階段，所謂質精的內涵，至少包含了「訊息的即時性、訊息的豐富性、完整性」。

另外，如針對不同年齡層進行分析也可發現：認為字幕內容正確性（拼字錯誤、字體不清等）需要進一步改進的聽障者，60歲以上的似乎比其他年齡層的為低，這可能由於本次調查的60歲以上的聽障者，先天失聰，在長期使用手語的溝通環境下，對於字幕的精確性要求相對的似乎較不重視。

最後，從圖 4-2-10 可以發現，有較高比例的聽障兒童認為字幕播出的時間點不夠精確，但字幕播出的速度其實必須與節目同步播出，並無調整的空間，此一問題反映出，聽障兒童顯然對於字幕的播出速度較為吃力。同時也指出對於文字閱讀能力較為不足的兒童（尤其是中低年級的國小聽障學生），應有較為特殊的規劃，例如特別挑選對話節奏感較慢的節目，將其製成具有聽障字幕服務的節目，此有助於提供語言能力尚在發展階段的聽障兒童，藉由收視過程中字幕的閱讀，強化與養成其語言能力的學習機會。

C. 資訊環境使用效能：

聽障者在「資訊環境使用效能」面向的調查，主要在於瞭解聽障者透過網路取得媒體近用資源、進而透過數位匯流或網路科技輔助其達成媒體近用目標的可能性。調查的方向同樣也分成「資訊產品的擁有率」、「資訊網路工具的操作能力」以及「自我效能的評估」三個部分。與視障者相較，由於電腦網路多為視覺形式的操作介面，聽障者在使用電腦或網路時應該會有更好的便利性和普及性，而本次的調查也正顯示了這樣的結果。

在「資訊產品的擁有率」上，同樣超過 90%的聽障者已擁有電腦，同時有超過 80%的聽障者家中的電腦可以上網。而在「資訊網路工具的操作能力」上，60% 以上的聽障者天天上網或幾乎每週上網，從圖 4-2-12 可以看到，接近 70%的聽障者，可以收發電子郵件、利用搜尋引擎查詢資料、更有超過 80%以上比例的聽障者，可以透過網路進行檔案下載等操作。

而在「自我效能的評估」上，整體聽障者主觀意願或對自我效能的評估也是偏向積極與自信，超過 60%的聽障者認為自己能夠熟練的使用網路、並從網路上獲得各種資訊，而超過 70%的聽障者的朋友們也是經常使用網路，表示網路確實是聽障者與朋友互動、獲取資訊的重要管道和工具。

整體而言，從「資訊環境使用效能」的調查可以發現，對視障者與聽障者而言，以數位匯流或網路科技輔助其達成媒體近用的方向，應有其客觀的基礎，而且可以做為未來政策規劃的重要參考。另一方面，從本次調查研究也發現，不論是聽障者或是視障者，60 歲以上的族群，其資訊環境使用

的效能都較為不足，這也表示，在利用數位匯流環境推動媒體近用的推廣工作上，60歲以下與60歲以上的服務對象，可能必須設計兩種不一樣的配套與規劃（參考圖 4-2-12 與圖 4-2-13）。

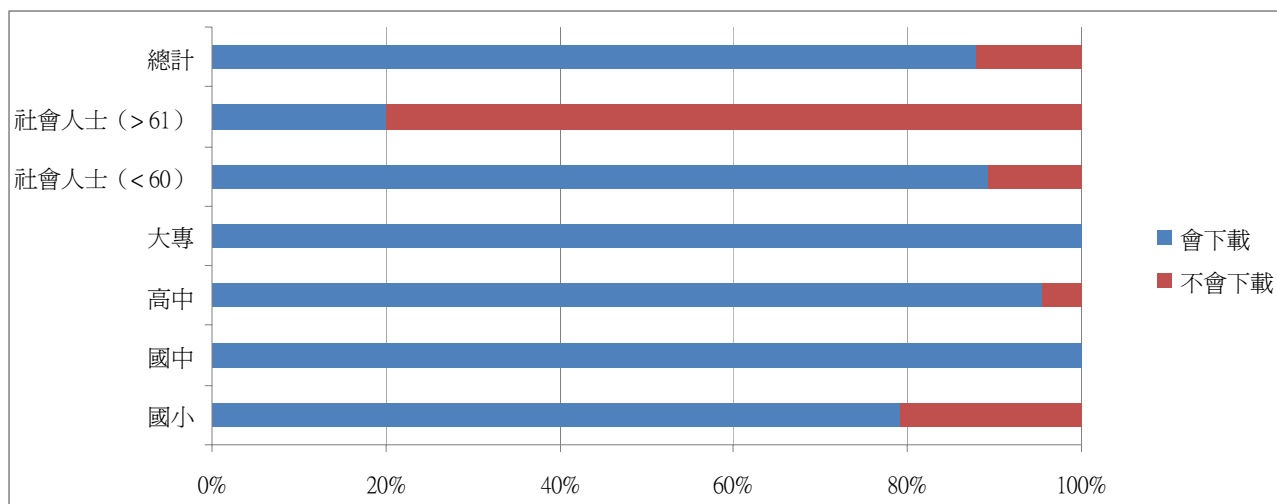


圖 4-2-12：聽障者會不會由網路下載檔案、圖片、音樂、遊戲

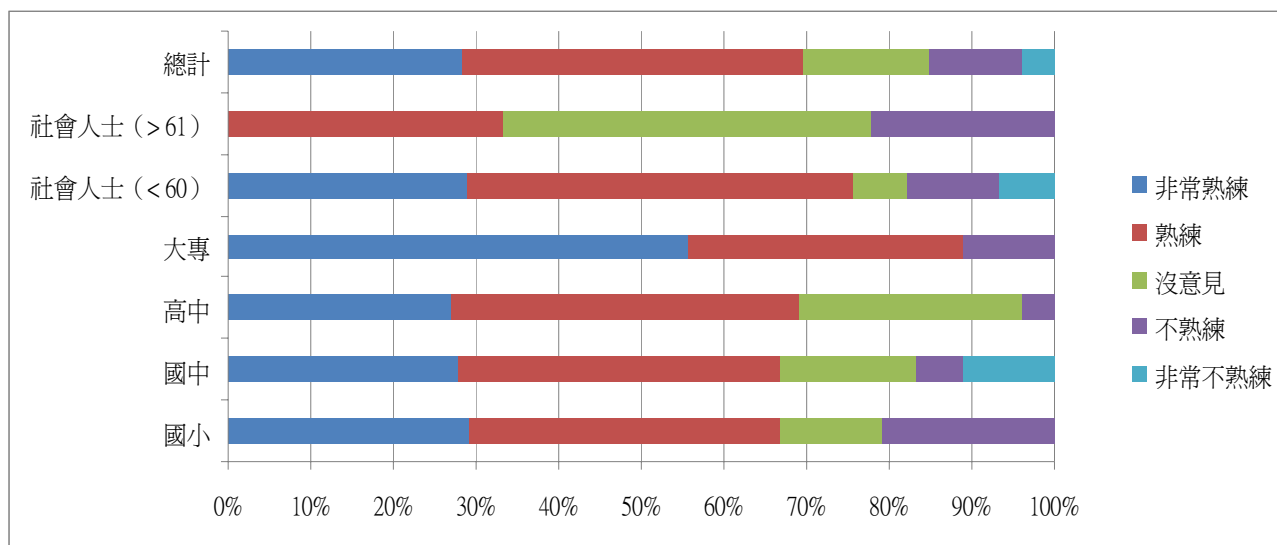


圖 4-2-13：聽障者認為自己評估使用網際網路之熟練度

伍、對我國媒體近用政策之建議

本章節主要是依據各國推動媒體近用政策之分析、視障與聽障者的問卷調查結果，以及參酌我國過去相關工作之推動經驗，對我國媒體近用政策的規劃提供建議，其相關討論均涉及細緻相互配套之設計，主要內容可分成以下五個層面：

第一個層面：規範管理與政策的制訂

第二個層面：製作技術與接收的效果

第三個層面：服務系統與推廣的機制

第四個層面：相關行政部門的分工

第五個層面：推薦協助節目製作及後續政策研究的單位

以下分別說明之：

一、第一個層面：規範管理與政策的制訂

媒體近用政策之規範管理與政策制訂等相關工作，主要是考量如何透過法律政策規範或行政制度的建立，提供媒體近用政策推行的基礎、保障媒體近用政策推行所需之基本經費與行政支援，或透過制度的設立，創造與引導有利於媒體近用政策推廣的各項資源。

整體而言，其相關工作的內涵可分成「規範」與「輔導」兩個精神或原則的層面來加以討論。

1. 規範層面：

規範的概念主要著重於透過法律與制度層面的設計，以確保落實媒體近用工作所需的必要資源與基本配套，相關工作主要涉及以下三類法律之增修或制度的設計：

A. 與著作權法相關之內容：

與著作權法相關之內容，主要針對媒體近用推動工作中，對國內、外影視產品所需進行聲音或文字之附加與補充製作，給予更為明確之法律定義與保障，同時提升版權洽談之行政程序的便捷，以降低成本。其相關工作包含以下兩點：

- (1) 透過更為明確之定義或行政程序之協助，對國內、外影視產品，因媒體近用服務需求所需進行聲音或文字之附加與補充製作，給予更為明確之法律定義與保障。
- (2) 透過法律之修訂或國際合作之版權協定，針對公開播映之影視產品，提供媒體近用工作所需之行政與製作程序的法律保障與規範，以保障媒體近用權的落實，提升媒體近用相關工作之推動效能。

B. 與廣電法相關之內容：

- (1) 依據我國傳播環境與客觀環境、公共無線電台與商業無線電台之經營型態，訂定我國媒體近用政策之積極與消極目標，並訂定逐年推動期程與各項媒體近用服務之達成率。

(2) 透過法律制訂或制度規範，保障我國媒體近用工作推動所需之基本經費與資源。

(3) 透過法律制訂，將媒體近用達成率列為未來無線商業電視台執照換發之重要或必要指標，以積極落實媒體近用權。

C. 與電信法相關之內容：

電信法所涉及的範疇，主要在針對傳播載具的硬體規格進行規範，以預防媒體近用資源的取得困難，或鼓勵提供能促進媒體近用方案推行的便捷設計。就不同層面的目的或精神而言，其相關內容主要包含以下三類：

(1) 透過正向表列與負向表列之規格規範，避免傳播載具因為數位匯流等新傳播技術的形成，或考慮不周與設計不當，導致媒體近用二次障礙的問題。

(2) 引導傳播載具之硬體規範與國際主要推動媒體近用政策之國家接軌，以利我國媒體近用族群之傳播載具取得的方便性，並提高媒體近用傳播載具的普及率。

(3) 鼓勵或補助提供能促進媒體近用方案推行的便捷設計，建立媒體近用之使用族群在資訊取得上的多元管道。

2. 輔導層面：

輔導的概念是指透過活動補助或計畫委辦，以創造與引導有利於媒體近用政策推廣的各項資源。其相關內容包含：

- A. 鼓勵媒體近用所涉及之傳播基礎研究與創新方案的開發。
- B. 進行媒體近用工作所需之相關製播專業人才的培訓，透過學術體系與教育資源的整合，提供豐富之媒體近用專業人力基礎。
- C. 深化傳播產業對媒體近用政策與技術規格的認知，降低形成媒體近用二次障礙的機率。
- D. 提升全民對媒體近用政策的參與，創造與引導有利於媒體近用政策推廣之各項資源的投入，提升商業傳播機構提供媒體服務之誘因。
- E. 鼓勵創新科技設計或數位匯流方案的規劃，以提升媒體近用的服務品質與服務能量。
- F. 透過政府部會的整合，推動媒體近用工作之國際合作，藉由個案處理或建立通則的方式，提升著作權的洽商、資源共享等媒體近用工作之推行效能。

二、第二個層面：製作技術與接收效果

在製作技術與接收效果層面的政策建議內涵，主要針對「口述影像、字幕、手語」三項媒體近用服務的內涵，提供具體的政策推動期程與預算評估，並針對視障者與聽障者的特殊需求進行規劃與建議。

媒體近用政策推動期程規劃的工作，最主要在於訂定各年度各項媒體近用服務擬達成的目標值。由於不同之無線電台各有其屬性與特質，因此，本研究建議將所有無線電視台分成「公共電視、公廣集團其他無線電視台、無線商業電視台」等三個不同的等級。

公共電視由於即早被賦予推動與實踐媒體近用的責任，應具備一定之基礎，因此，將以其為考慮對象，規劃我國實踐媒體近用理念之積極標準。

第二等級（公廣集團其他無線電視台）之無線電台，則以第一等級的30%作為其預設之目標值。

第三等級（無線商業電視台）則以第一等級的10%作為最低之目標值。

因此，以下各類媒體近用服務推動期程的規劃，是本研究參酌各國推動情形，建議以6年作為我國具體之推動期程，並以「第一等級」（公共電視）為對象之規劃說明。其餘第二及第三等級之電視台，則援前述標準，各以第一等級的30%及10%為最低目標類推，不特予以表列。

此外，政府亦可採取相關獎勵措施，透過經費總量管理與規劃原則，鼓勵民間或有線電視業者投入媒體近用方案的推動。

1. 口述影像服務

A. 近用服務的量化指標：

與「美、英、日」等國相較，我國口述影像服務極為欠缺，即使與鄰近國情較為接近之韓國相比，其服務能量亦有一段極大之差距，因此，如何透過政策推動期程的規劃，每年逐步具體落實口述影像服務工

作，應是我國媒體近用政策推動上即為迫切的工作。

參酌各國建立媒體近用推動期程的經驗，本研究建議以六年作為我國具體之推動期程並以此訂定各年度之服務達成率，(見下表 5-1) 此六年期程的設計構想大致分成兩階段，第一階段為兩年，前兩年階段主要目標可參照韓國 2006 年公共電視提供口述影像服務的節目比率。後四年屬於第二階段，主要則以「英、美、日」等國 2006 年之口述影像服務的節目比率作為基準。

表 5-1：口述影像服務逐年達成目標之期程規劃表

	口述影像節目製作時數		口述影像節目播出時數		經費概估
	年度總時數	比例	年度總時數	比例	
2010	100	1.1%	260	3%	800 萬
2011	120	1.4%	520	6%	960 萬
2012	160	1.8%	788	9%	1080 萬
2013	200	2.3%	964	11%	1600 萬
2014	250	2.8%	1139	13%	2000 萬
2015	300	3.4%	1314	15%	2400 萬

註 1：製作成本以每小時電視影集約 8 萬元計算

註 2：本表以「第一等級」(公共電視)為規劃對象，第二及第三等級之電視台，各以第一等級的 30% 及 10% 類推為最低目標。

上表中需要特別說明的是，「製作時數」與「播出時數」分別代表不同的傳

播效益。製作時數代表的是可收視之節目內容的豐富程度，播出時數代表的則是播出管道的普及程度。隨著逐年累積的口述影像節目，提高播出時數一般說來會越來越容易，例如透過不斷重播，滿足一定的播出時數並不成問題，但如果都是舊片重播，再高的播出時數，其意義也相當有限。

事實上，「英、美、日、韓」各國播出時數不高（約 10-20%）此一現象的背後，除了受到電視台節目播出規劃的影響外，另一個潛在的原因是受限於當前傳統類比電視之聲音播出的頻道資源，也就是說，口述影像必須利用第二聲道進行播出，但第二聲道的資源經常也賦有播出外語、配音等功能的考量，因此多少也限制了口述影像的播出可能。而未來進入數位電視階段，透過多個聲道皆可提供聲音播放選擇的設計，所謂「播出時數」的數值將會大幅提高，此外，若再加上「隨選視訊」的收視，「播出時數」將逐漸失去作為媒體近用服務指標之代表性的意涵。

B. 節目製作之收視效果：

除了製作節目的時數之外，要製作哪些節目？這些提供口述影像服務的節目類型或影片應如何決定？視障者的收視效果如何？如何提升口述影像的服務品質？這些都是口述影像服務的重要規劃，也必需就此進行人事或經費成本的考量。本研究對相關規劃工作之執行的建議與說明如下：

(1) 哪些節目適合製作口述影像？

在有限的製作經費下，要製作哪些節目，是提供口述影像服務時必須考量的第一步。從本研究的調查數據結果大致可以瞭解，視障者認為需要製作口述影像的節目類型，比例最高的是「戲劇性節目、其次則為卡通、知識性節目、運動性節目。此一結果也與各國實際執行的狀況大致接近。

(2) 誰來決定那些節目要進行製作？

一般而言，哪些節目要提供口述影像服務，除了上述的概略性原則之外，進一步「選片」的決定，通常都是由電視機構的節目部人員決定，這些決定一般都會考慮視障者的可能需求，但有時則是出自整體機構營運政策或節目產製流程、產製效率上的考量（例如：節目上檔較急速的影片，通常視障者只能在重播時才能獲得口述影像的服務），因此，如何建構一個讓視障者能充分參與的管道，或透過一個整合的機構與各電視台進行溝通與協調，不僅可讓視障者的需求被更為充分的反應，同時也可避免產生重複製作的問題，讓媒體近用資源被更有效的利用。

(3) 如何考慮不同年齡階層的視障對象之需求？

從問卷調查的結果可以發現，不論是生活作息與收視時段、收視節目內容偏好、閱聽的接收基礎，「兒童、高齡」都會與其他階層的視障

者顯示出不一樣的需求，例如國小階段之視障兒童具有極高的卡通收視行為，而高齡視障者則是對戲劇的內容期待更多細節的描繪。

因此，規劃口述影像製播資源時，仍不宜將視障者都當作同質性族群進行評估，最好能提供較為細緻的規劃。從需求之代表性的觀點來看，本研究建議「兒童、老年」以及「其他」三個次族群，以「1:1:3」的比例進行口述影像製播資源的規劃，以同時兼顧資源的整合以及個別年齡階層不同需求之照顧。

(4) 建立不同製作成本影片的權重轉換與計算機制：

不同節目所需之口述影像的製作成本不同、播出後的傳播效益也不相同。例如：製播一部電影「哈利波特」的費用，可能是一般電視影集節目的五至七倍之多，但如果「哈利波特」（尤其在電視播出之後）已經成為當代多數兒童與同儕互動、意義分享的重要經驗（例如：視障生在校與同學間的可能話題，甚至老師在教學時可能使用的話題或案例），視障者缺乏「哈利波特」的觀賞經驗，將使其與社會大眾間缺乏意義共享、建立共同記憶的傳播基礎，也缺乏互動話題，這些現象也都影響媒體近用原初所追求的精神。此外，外語影片若不經國語配音，視障者幾乎無法收視，所以，外片若涉及配音工作時，也會增加另一個重要的成本。而不同節目所能提供的體驗深度和娛樂效果其實也不盡相同。

因此，為了較為靈活的規劃各種不同製作成本的影片，提供視障者更為多元與豐富的電視節目收視體驗，同時也易於對媒體近用成效進行量化評估，建立不同製作成本影片的權重轉換與計算機制有其重要與必要性，(例如：製播一小時「哈利波特」口述影像的影片，其權重約為一般電視影集的五倍，亦即等於製作五小時之一般電視影集)，相關工作可透過聽障者與傳播專家共同討論與審議。

(5) 定期提出口述影像近用服務的成果評估：委託專責機構，定期提出年度之製播成果報告，宜包含質與量的調查，並據此作為未來製播規劃的依據。

2. 對聽障者的字幕服務

A. 聽障者近用服務的量化指標：

與口述影像服務相較，我國提供「字幕」服務的普及率相對較高，一般而言，國內電視節目不論是綜藝節目、戲劇節目或知識性節目等後製性節目，都會附帶字幕，一般電視節目字幕的普及率幾乎達到百分之百，這是我國媒體近用服務較國外更具有基礎的項目。

本研究調查結果顯示，聽障者對字幕服務的需求，多數都集中在新聞節目，這也是近幾年來許多聽障團體一直強調的訴求。由於新聞強調即時性，字幕服務便成為追求即時性之下的犧牲品，這也造成聽障者如果想要知道即時新聞，通常只能看著電視上的新聞標題、配合影像「猜

想」內容，也經常造成許多熱門的話題往往要「延遲」一兩天後，才會在聽障者之間開始討論，當前所謂「即時」的定義，已經從以「天」為單位、縮短到以「小時」做單位，這種「資訊接收延遲」的迫切感更被突顯。

以字幕提供新聞節目近用服務的限制主要有兩個原因，第一是「速度」：即時性的要求導致製作速度上無法配合，例如 SNG 連線時，記者現場播報的內容，就當前傳播科技的技術層面而言，要「同步」提供正確詳實的字幕確實有其難度；第二則是「成本」，綜藝節目、戲劇節目或知識性節目因為可以多次重播，相對降低了字幕製作的成本，但是強調即時性的新聞則很少有再次播出的機會，相對也減低了電視台製作字幕的意願。

一般而言，要達成「同步」播出的要求多依賴「手語新聞」的方式，但手語新聞較大的問題在於，並非所有聽障者都懂得手語，尤其是以本研究的調查結果來看，因為後天高齡而導致聽力退化的聽障者，通常都不具備手語溝通的能力，因此，如何以較為普遍之「文字」形式提供訊息仍有其必要。

另外，從本次的研究調查結果也發現，聽障者對於在字幕中提供與「音調高低」、「聲音大小」、「語調表現」等，與「擬語言」或「聲音表情」相關之線索，或「音樂」的細節都存有極大的期待，也希望能對與情節相關之音樂細節進行必要的描繪。

因此，本研究建議，衡量我國大部分電視節目均已普遍提供字幕服務的現狀，未來字幕服務工作，應聚焦於「即時字幕」、「表情字幕」兩個方向進行。本研究所指之「即時字幕」的概念是指，透過精簡的字句，呈現新聞主播或新聞記者的口語訊息，這種作法有點類似「自然手語」或者是翻譯工作中的「意譯」，亦即「表意不表字」，只針對重要意涵進行傳達，以兼顧「即時」與「完整」兩個要求，而「表情字幕」則是指提供字幕所呈現的內容，不只包含對白、旁白等和「語言」或「言辭」有關的內容，還包含「音調高低」、「聲音大小」、「語調表現」等「聲音表情」的線索。

而未來逐年推動期程的目標值，本研究也建議在這個精神下進行，集中在「即時字幕」、「表情字幕」這兩種與聽障者實際收視需求或收視行為較相關之字幕型態。也就是說，如果將聽障者較為獨特的字幕服務，與一般字幕的時數合併計算，極可能不易反應聽障者的需求以及不同媒體近用推廣階段的策略性目標。

下表 5-2 即是依據本研究綜合聽障者對媒體近用服務的期待與調查結果，以及我國媒體產製環境的客觀因素，所進行之期程規劃，表中所謂「字幕」乃專指「即時字幕」、「表情字幕」這兩種滿足聽障者特殊需求而製作的特殊字幕服務。

表 5-2：字幕服務逐年達成目標之期程規劃表

	字幕製作時數		字幕製作時數		經費概估
	年度總時數	比例	年度總時數	比例	
2010	200	2.3%	400	4.6%	600 萬
2011	230	2.6%	460	5.3%	690 萬
2012	250	2.9%	500	5.7%	750 萬
2013	300	3.4%	600	6.8%	900 萬
2014	350	4.0%	700	8.0%	1050 萬
2015	400	4.6%	800	9.1%	1200 萬

註 1：製作成本以每小時電視影集約 3 萬元計算。

註 2：本表以「第一等級」(公共電視)為規劃對象，第二及第三等級之電視台，各以第一等級的 30% 及 10% 類推為最低目標。

B. 節目製作之收視效果

(1) 哪些節目適合製作「即時字幕」或「表情字幕」？

從本次的調查數據大致可以瞭解，視障者認為需要提供字幕服務的節目類型，比例最高的是「新聞、氣象」、其次則是「戲劇性節目」、接著則是「綜藝節目、運動節目」，此一數據大致也與各國的實際執行狀況接近，其中尤其反映出前一段落所提到的，聽障者對於「新聞」此一即時訊息特別強烈的需求。

(2) 如何考慮不同年齡階層之聽障者的需求？

聽障者的媒體近用服務需求與視障者的調查結果極為接近的另一個現象是，「兒童、高齡」都會與其他階層的聽障者顯露出不一樣之需求，例如：國小階段之兒童，有極高的卡通收視行為，而高齡視障者則對戲劇的內容，期待更多細節的描繪。

因此，從需求代表性的觀點來看，建議將聽障之手語服務，分成「兒童、老年」以及「其他」三個次族群，以「2:2:1」的比例進行規劃，同時兼顧資源的整合與次族群的需求。

(3) 定期提出字幕近用服務的成果評估：

提出年度之製播成果報告，包含質與量的調查，並據此作為未來製播規劃的依據。

3. 對聽障者的手語服務

A. 近用服務的量化指標：

從各國媒體近用的統計數據可以發現，比起口述影像和字幕兩種輔助收視的設計，手語節目相對而言，都較為稀少，主要的原因應該是在一個螢幕上同時呈現兩個畫面，會因為畫面的切割，影響畫面的流暢性，也妨礙了一般人收視的舒適感，在聽障者的媒體近用服務上，手語服務通常被看成字幕服務的替代品，在來不及製作字幕時的節目，才會使用手語服務。

和字幕服務相較，手語服務的特點有，第一：字幕需要經過「聽打、

校正、上稿」等程序，就速度而言，實無法與手語服務「即見即播」相比，對於強調即時性的新聞節目來說，通常可以手語服務取代字幕服務。第二：從本次研究執行過程中的實際接觸訪談以及聽障者的意見調查來看，並非所有聽障者都有足夠閱讀文字的能力，即使到成年階段，對於稍微複雜的句子結構，在閱讀上仍有理解的障礙，這也是聽障者使用字幕服務上最常碰到的困難。

事實上，手語服務不應被視為字幕服務的「替代品」，對先天失聰的聽障者而言，「自然手語」通常是比文字還要基本的溝通工具，透過手勢和面部表情等訊號的組合，自然手語有其一套獨特的文法結構，他們不需熟悉文字語言的讀、寫規則，也能順利的用自然手語進行溝通。聽障兒童學習過程中，即是以自然手語來輔助其文字的學習，對於先天失聰的聽障兒童而言，幾乎必須進入到國中階段，才能具有比較完整的文字能力。

因此，參酌各國推動手語服務的經驗，建議以六年之期程，作為我國推動手語服務之期程與指標（見下表 5-3）此六年期程建立的設計構想也分成兩階段，第一個階段為兩年，前兩年階段主要目標為達成韓國 2006 年公共電視提供手語服務的節目比率作為參考標準。後四年則屬於第二階段，主要則以「英、美、日」等國 2006 年的手語節目之服務比率作為設定標準。

表 5-3：手語節目服務逐年達成目標之期程規劃表

	手語節目製作時數		手語節目播出時數		經費概估
	年度總時數	比例	年度總時數	比例	
2010	200	2.3%	400	4.6%	600 萬
2011	230	2.6%	460	5.3%	690 萬
2012	250	2.9%	500	5.7%	750 萬
2013	300	3.4%	600	6.8%	900 萬
2014	350	4.0%	700	8.0%	1050 萬
2015	400	4.6%	800	9.1%	1200 萬

註 1：製作成本以每小時約 3 萬元計算。

註 2：本表以「第一等級」(公共電視)為規劃對象，第二及第三等級之電視台，各以第一等級的 30% 及 10% 類推為最低目標。

就我國手語節目的製播情況觀之，公共電視製播手語節目已有將近十年的傳統，在量與質上應有一定之基礎，因此，達成上述之設定目標並不困難，未來推動上較大的挑戰應在於第二級與第三級無線電視台的達成率。

B. 手語服務之電視節目製作的收視效果

電視節目的手語服務仍然有其必要，最主要原因在於，並不是大部分的聽障者都能夠流利的閱讀字幕訊息，由於聽力的障礙，導致語言掌握能力的落差，要快速閱讀與理解螢幕上的字幕訊息，都需要經過有意識的「轉碼、譯碼」的過程，對聽障者而言並不容易，因此，手語服務的主要特色，其一

為：提供較為豐富與靈活的情感訊息之形式，其二則為：提供在語言運用能力上不成熟的聽障者，此一較為熟悉與簡易的訊息接收方式。

整體而言，進行手語輔助收視的服務設計時，要能有清楚的主、副訊息策略，以及靈活的螢幕呈現形式，才能讓手語服務達到較好之輔助收視的效果，這些考量包含：

- (1) 由於手語節目主要是透過「手勢和面部表情」傳遞訊息，因此，手語節目應以手語畫面作為主畫面，原始節目的聲音則扮演輔助角色。
- (2) 以子母分割畫面的方式呈現手語，雖然有「降低干擾一般收視大眾」，或「呈現原始節目之影像內涵」的考量，但不可諱言，將手語畫面縮小在螢幕的一個角落，如果畫面太小，聽障者容易因為看不清手語、或看不清打手語者的面部表情，而降低傳達與溝通的效果。
- (3) 為了考慮並非所有聽障者都能使用手語進行溝通，或自然手語在表達某些較為精確的概念時，不易清楚的呈現其語義內涵，製作手語節目時仍應保留「字幕」作為輔助。
- (4) 手語節目雖然適合傳遞情感，但聽障者對於在戲劇節目中利用手語進行輔助收視服務，並非全然持贊成的立場，可能是因為手語翻譯員的表情與劇中演員呈現的訊息形成兩個主訊息，容易產生強烈相互干擾的現象。因此，如何在戲劇節目中提供手語輔助收視，其訊息表達的形式與強度如何拿捏，亦是得未來手語服務值得進一步探究的問題。

三、第三個層面：服務系統與推廣的機制

本計畫中所指的服務系統與推廣的機制，主要聚焦於整合數位匯流媒體趨勢，提升媒體近用服務能量。數位匯流是指因為數位化的媒體產製與播出技術的導入，對媒體產業所形成的全面影響。數位匯流不僅讓資訊、電信、媒體彼此間的界線日益模糊，彼此的交集也越來越多，無論是市場或服務，都有許多相互競合之處。若撇開產業競合的關係，從媒體近用的角度來看，數位匯流主要的影響在於提供更多元的產製技術、豐富的播出頻道與細緻的推廣服務，但新的技術勢必也會帶來新的衝擊和新的障礙，因此，就媒體近用的角度來看，數位匯流趨勢所帶來的影響或契機，可以分成「防弊」（防害）與「興利」兩個方向來說明。

1. 防弊

科技的演進並不全然是正面的，如何預防媒體產製環境的變化，導致對某特定媒體近用族群產生資訊取得管道的阻礙，或媒體空間受到壓縮的現象，是「防弊」的主要關注，例如：在過去以文字為主的媒體環境中，視障者雖然無法直接閱讀文字，但只要能將文字轉換成點字，視障者仍可以直接學習多數的知識內涵，但是當影像產製科技日益普及，大量的知識透過影像、圖片、影片的方式表現，視障者反而面臨可讀的文字更為有限的窘境。這就是科技的演進有時反而不利於某些特殊媒體近用者的問題，數位匯流的趨勢，也顯露出同樣的疑慮。主要有以下幾點：

- A. 電子表單：遙控器是開啟媒體大門的鑰匙，但遙控器可能是視障者的障礙。從本研究的問卷調查與訪談發現，傳統電視的遙控器，通常只需一層的選單便能操作，因此，大部分的視障者都可以很容易的使用家中的遙控器，但是隨選視訊、電視上網等數位匯流的發展趨勢，使得電視變得越來越像電腦，電視上的節目表單，也會變得和作業系統一樣複雜，尤其如果還出現下拉式的選單，視障者幾乎無法操作，因此，電視節目之電子標單的規範，可以說是「防弊」的第一個任務。
- B. DVD 字幕：從本次的問卷調查與訪談中也同時發現，即使如同 DVD 字幕這類已發展一段時間的電子產品，也有比例甚高的聽障者，不知道如何操作，或是無法順利的設定字幕畫面，未來這樣的問題依然會持續存在，
- C. 系統業者：數位匯流的趨勢不只造成電視等終端操作設備的複雜化，在「節目後製、節目傳送」等環節上也都可能變得更為複雜，如何降低這些中繼傳播環節的障礙，正是所謂避免接收過程中產生二次障礙所要掌握的關鍵。

2. 興利

從本次的調查結果可以發現，視障者與聽障者有極高的電腦擁有率以及網路的使用行為，因此，如何利用數位匯流與網路環境，協助媒體近用工作的落實，達到「量足」與「質精」的效應是未來媒體近用相關工作推動上

的重點。整體而言，數位匯流、網路科技、WEB2.0 的趨勢對媒體近用的影響，主要可分成「提升全民參與服務能量、創造多元細緻播出管道、降低近媒體近用二次障礙三個方向來討論。以下即分別說明之：

A. 提升全民參與服務能量：

就政策推動的角度而言，媒體近用的工作主要可以分成「規範」與「輔導」兩個方向，就「輔導」的角度來看，數位匯流或 WEB2.0 的傳播環境，無疑提供了全民參與媒體近用服務的機制，不僅能讓媒體近用的理念獲得社會大眾的支持，其直接的效益，在於提供更充足的媒體近用產製人力。例如：英國 SignVideo 所發展的服務，可以利用網路視訊的功能，讓手語翻譯員不需出門，在遠端就能提供手語翻譯服務，這樣的設計大幅提昇了手語服務的效率，也擴大了整體社會參與的能量。

同樣的，這個概念也可以直接應用在媒體近用服務的推動工作上。媒體近用的推動工作最大的挑戰在於，電視台製作視障者或聽障者近用服務的節目成本極高，因此，各國的媒體近用預算都無法完全滿足所有視障者或聽障者的需求，達到完全近用的標準。因此，如果能夠透過諸如「網路視訊」、「網路電台」作為一種「補充管道」，將可透過各種社會參與機制的啟動，創造更大量的媒體近用服務。

例如：同樣透過即時視訊的方式，可以讓有意參與計畫的「手語翻譯員、手語社工」擔任手語新聞的手語翻譯員，與即時新聞有需求的聽障者進行「頻道媒合」，提供同步的多頻道服務，透過一定的培訓與篩選機制，這

些服務雖然不一定有專業電視製作的水準，但是從擴大社會參與，提供充足的媒體近用產製人力的角度來看卻意義非凡，而這樣的作法也正發揮 WEB2.0 所謂的多元、小眾、各別化的特色。

這種概念同樣也可以應用在口述影像服務上，由受過口述影像訓練的學生或志工，透過「頻道媒合」的機制成為口述影像的解說員，這樣也能大幅提昇口述影像的服務能量，尤其口述影像的訓練涉及「視覺語言、敘事理論、語言溝通」等多項傳播基礎專業的訓練，而我國影視傳播科系學生概略約有 20,000 人，若能使一工作與傳播教育結合，不僅能充分提供口述影像的服務人力，更有助於我國提升傳播教育的社會參與及實踐力。

B. 創造多元細緻播出管道

數位匯流的另一個優點是，透過數位壓縮技術，提供豐富的播出頻道資源，此一傳播方式將可大幅降低因頻道資源不足所形成的媒體近用障礙，讓媒體近用能夠以更為多元和細緻的方式提供服務。

例如：過去播出口述影像的電視第二聲道，常因為影片同時要播出「外語、配音」等功能的考量而受到限制，在數位化的技術規格下，將完全獲得解決，以數位有線電視（以我國採用之歐規 Digital Video Broadcasting）的傳輸規格來說，不僅可提供多個聲道進行播放選擇，也可以提供多種語言字幕、不同視野角度的螢幕，這些數位化的技術，都對媒體近用服務的播出管道提供了更為充分的傳播資源。

因此，在數位有線電視的發展趨勢下，不僅播出口述影像的第二聲道不會產生被外語或配音功能擠壓的狀況，手語服務的播出也有更為彈性的設計，透過自由選擇子母螢幕是否同時呈現的設計，可讓手語輔助畫面有多種的播出選擇，（如同現在 DVD 播放器中是否呈現字幕的選項），大幅降低了手語節目播出時畫面切割對一般收視者的干擾。而「隨選視訊」的收視模式，也可解決視障者與聽障者收視時段較為分散的問題。此外，在數位匯流的精神下，數位電視傳輸技術甚至可以進一步整合網路內容，將前述所規劃的「網路即時視訊」服務與頻道播出內容加以結合，提供更為完整與豐富的媒體近用服務方案。

C. 降低媒體近用過程中的二次障礙

如何提升服務品質？建立意見反應管道、預防媒體近用過程中產生的二次障礙？是透過網路協助媒體近用工作推動的主要規劃方向，從本次調查結果發現，視障者與聽障者皆有極高比率的電腦擁有與網路使用行為（聽障者：85%具有上網能力，75%每週上網，視障者 75%具有上網能力、61%幾乎每週上網），此一現象無疑提供了透過網路進行媒體近用的推廣與意見整合的基礎。

整體而言，透過網站的機制協助媒體近用服務的推動，其功能定位主要在於資訊的彙整、分類、發佈、蒐集等，相關工作主要包含以下項目：

A. 告知媒體近用資源：提供媒體近用相關服務電台的資訊、包含節目類型、播出時間等。

- B. 製播意見蒐集：協助調查視障者期待之口述影像服務的節目種類、聽障者的手語新聞或即時字幕的製作方向等。
- C. 節目收視反應：視障者與聽障者對各項媒體近用方案之收視效果的意見調查。
- D. 播出中繼溝通：蒐集與解決各地區域之系統業者在中繼傳送工作上的問題，預防接收過程中二次障礙的發生。

四、第四個層面：相關行政部門的分工

推動身心障礙者的媒體近用工作，必須針對從服務頻道、內容製作、授權提供…到接收服務載具之規格等相關規定進行全面的整合與配套，其牽涉的相關法規包括了電信法、廣電三法（廣播電視法、有線電視法、衛星電視法）、著作權法等，涉及的主要單位則包括國家通訊傳播委員會、新聞局及經濟部（智慧財產局）等。此外，作為照護我國身心障礙者的主管機關——內政部的業務自然也須反映其重視並參與推動媒體近用服務的內涵。

然而我國目前推動媒體近用工作仍為初創的階段，對於如何提供身心障礙者一個平權的媒體近用環境，目前仍缺少一個明確的統籌單位，也沒有足夠的法源或獎補助機制能規範或輔導媒體提供相關之近用服務。因此，如何釐清媒體近用工作的立法與行政事權，讓相關行政部門有明確的分工與執行的參考進程，確實是推動媒體近用工作時必須思索的重要項目。

因此，就行政組織的現實層面而言，當前媒體近用政策推動上所涉及的政府組織層級，以及其中可能面臨的瓶頸或必須克服的問題，主要可歸納成以下幾項因素：

1. 目前尚無「公共廣播法」可對「台灣公共電視廣播集團」所屬之電視台進行媒體近用服務的要求。

各個推動媒體近用工作有成的國家，如英美日等國，其「公共電視台」均是執行媒體近用服務的先驅及主力；因此，作為一種重視平權的社會公共資源，提供媒體近用服務、照顧弱勢族群需求，更應是台灣公共電視廣播集團（Taiwan Broadcasting system，簡稱台灣公廣集團，PBS）其責無旁貸的責任與義務。

然而，台灣公廣集團自 2006 年 7 月 1 日成立至今，其成員除了既有的公共電視台外，還納入了華視、原住民族電視台、客家電視台及台灣宏觀電視。但因立法速度趕不上實際的運作，所以目前國內只有「公共電視法」，沒有「公共廣播電視法」，以致政府或許能透過公視法對公共電視的節目製播進行規範與要求，但對於台灣公廣集團的其它成員（如華視、原民電視、客家電視、宏觀電視等），則暫時陷入無法可要求配合的窘境。

2. 文化部尚未成立，部份廣電業務之組織權責未明。

政府發展進程中有成立「文化部」的主張，原來隸屬新聞局的廣電三法

相關業務，未來可能移轉至新成立之文化部下；但除此之外，公視基金的主管機關在公共電視法中明訂為新聞局，一旦新聞局業務移轉，公視基金的管理權責是否隨著移轉至文化局，至今仍無法確定。當此相關組織權責未明之際，任何依據目前情勢的建議，都可能隨著組織權責的變動，而失去其參考效力，在目前情勢下，本研究自無法明確提出對新聞局或文化部之媒體近用政策推動之建議。

3. 相關政府部會位階相近、事權不清，不利橫向整合。

由於國家通訊傳播委員會、新聞局（或未來可能成立之文化部）、經濟部（智慧財產局）、內政部等相關政府部會的位階相近，橫向整合的困難度本就較高，加上行政院對媒體管理之事權尚未加以釐清，導致要求媒體配合近用工作的事權亦相當混淆，也使媒體近用工作一直陷於難以統整執行的處境。

例如，依「通訊傳播基本法」第3條，國家通訊傳播委員會係辦理通訊傳播管理事項的主管機關，依法獨立行使職權，所以一般電視台之傳播內容管理與執照之換發，均由國家通訊傳播委員會負責；此外，「通訊傳播基本法」第13條又指出：「通訊傳播委員會每年均應就通訊傳播健全發展、維護國民權利、提升多元文化、弱勢權益保護及服務之普及等事項，提出績效報告及改進建議，顯見媒體近用工作的推動，應與通訊傳播委員會有關」；但是，在媒體近用任務中應擔任要角的公共電視，依我國「公共電視法」其主

管權卻歸屬於新聞局；因非屬直接管轄範圍，國家通訊傳播委員會便無立場對公共電視進行必要的要求配合；此種事權無法統一的情形，也是媒體近用工作推動上的阻礙。

因此，在行政部門的分工執行上，本研究建議或許可將「國家通訊傳播委員會」定位為推動媒體近用工作之統籌角色，由於現階段政府組織在媒體近用工作上事權未明，本研究僅針對當前各部會所涉之媒體近用任務之分工原則進行以下之建議：

1. 協調國家通訊傳播委員會、新聞局或未來的文化部，對於身心障礙者媒體近用服務的媒體管理事權進行劃分。

媒體近用工作的管理事權，應分為「立法」與「執行」兩部份：

- A. 立法規範：立法工作主要針對身心障礙者的媒體近用權給予基本的規範保障，本部份的事權，將著重賦予制定法規的權利，透過立法的程序對於各層級的媒體（公共電視、公廣集團、一般商業電視及有線電視業者）應負擔之媒體近用工作進行規範、監督與管理。
- B. 推動執行：為了讓媒體近用發展達到應有的服務質量水準，本部份的事權則著重在預算的編列與實際推動媒體近用節目之製播執行的獎補助、審核及輔導。

2. 確立跨部會所分屬之權責，媒體近用相關配套方案的整合：

由於媒體近用之內涵，分別涉及「傳播、教育、文化、社福、醫療」等傳播效益之實現。因此，中央政府機構所涉之相關機構，包含「國家通訊傳播委員會、新聞局、教育部、文建會、內政部、衛生署」均應各自依其部會所涉及之任務，進行預算編列並具體訂定其規範的目標。

- A. 國家通訊傳播委員會：主要彙整各部會所涉媒體近用服務之具體內涵，據以擘劃我國媒體近用方案之具體期程，而與該部會直接相關之任務，主要為進行廣電法、通信法之修法與規範，設立監理與輔導機制，以改善媒體近用之傳播環境，降低媒體近用二次障礙。
- B. 教育部：各國媒體近用工作中，教育部一直被賦予重責及較大之期待，美國之媒體近用的主要工作更由教育部提供經費支持。教育部於媒體近用服務中所需落實之理念，主要為如何確保在學之身心障礙兒童或學生，可透過媒體傳播環境，獲得充足之學習補充與融入主流學習環境的教育資源。
- C. 新聞局：就我國現階段新聞局之組織定位而言，新聞局所涉之媒體近用服務工作主要有二：其一為利用輔助性服務方案，協助身心障礙者順利獲取、收視/收聽各項影視、音樂等傳播出版品之內容；其二則為媒體近用服務所涉之「附加性輔助收視服務內容」的「重製」保障、國際出版品版權協商等著作權事宜的推動與輔導，要求

其釋出影片的重製權，以利相關媒體近用服務內容與原始節目內容整併後的同步播出，或協調經濟部著作權法的修訂執行，以降低媒體近用節目製播的阻礙。

- D. 文建會：於媒體近用服務中的主要任務為確保身心障礙者能透過媒體近用，完成文化平權與全民參與之理念的體現；其主要目標在提供身心障礙者於大眾傳播媒體環境中獲取充分之文化內涵，並進而透過大眾傳播媒介補充與協助親身參與或透過人際接觸兩種文化參與的管道。
- E. 內政部：為身心障礙機構之主管機關，其媒體近用服務的理念精神來自於身心障礙者保護法，其主要目的為確保身心障礙者能夠透過媒體環境，獲得充足之生活、娛樂、休閒之內容素材與社會福利相關之資訊，以及落實推動相關機關及社會團體加入身心障礙者媒體近用服務之列。
- F. 衛生署：主要任務為國民身體與心理健康之維護與保障，因此，如何藉由媒體傳播環境，協助國民強化心理健康，了解較為特殊之媒體近用服務可協助醫療觀點下的身心障礙者得到更好的生活品質，使整體國民對媒體近用服務有正面愉悅的觀感。美國部分之媒體近用服務乃是由衛生署支持，其理念即是著眼於讓身心障礙者獲得保持愉悅身心健康所需之傳播環境。

五、第五個層面：推薦協助節目製作及後續政策研究的單位

1. 口述影像部份：

我國近 10 年來，口述影像服務的相關工作主要是由中華民國口述影像發展協會進行推動，該協會係由國內傳播學者與視障朋友所共同組成之社團法人組織，其主要工作為藉由口述影像的學理研發基礎，透過教案開發、人才培訓與輔助收視產製方案的開發，提供各類口述影像服務。（口述影像發展協會簡介及曾製作口述影像作品，請參閱附件 5）

截至目前為止，我國口述影像發展協會是全球唯一具有口述影像理論基礎，並能將相關理論全面應用至「傳播、教育、博物館、美術館、劇場」等領域的機構。在此一基礎下，口述影像發展協會亦接受公共電視委託製作「孫中山、人間劇展、聽故事遊世界、導盲犬可魯的一生」等口述影像輔助收視服務，應是我國近十五年來少數具有口述影像服務服務經驗的機構。

此外，口述影像發展協會早期於國家劇院中透過盲用電腦系統建置劇場視障即時輔助觀賞系統，以及多年來在開發口述影像數位產製工序、降低口述影像節目產製成本等經驗，亦可作為未來以數位匯流方案推動口述影像服務工作的基礎。

2. 手語及字幕服務部份

我國手語節目主要由公共電視「聽聽看、手語新聞」等節目提供，該節目製作，主要由公共電視節目製作人員與具有傳播實務經驗的聽障者共同製作，具有一定製播水準。

然而從本次聽障者之媒體近用需求調查觀之，聽障者對於字幕與手語之輔助收視仍有極高的需求，尤其對於「新聞即時字幕」與「聲音表情字幕」之需求更是迫切。

由於我國在「字幕」與「手語」輔助服務方案的收視效果，仍然欠缺嚴謹的學術研究，故相關服務方案未來的發展，應先逐步進行必要的學術研究，透過系統性的研究分析，掌握「字幕」與「手語」等各個輔助收視服務的製播原則後，再召集學術界、教育界、聽障社會福利團體（如聲暉協會）以及媒體工作者，參酌製作過程的可行性與聽障者近用服務的需求，訂定出詳細的製播方式與製作規則；最後再進一步結合民間社團，輔導推動各項人力訓練方案，以提供豐富的手語師資或節目主持製作團隊為主要目標。

陸、結論

本研究主要以媒體近用障礙最高之視障者與聽障者為對象，分析其媒體近用需求、並研擬我國媒體近用政策的具體建議。希望透過「英、日、美、韓」等國之媒體近用政策分析與其推動經驗，以及我國視障者與聽障者對媒體近用服務之需求調查，同時考量數位匯流（Digital Convergence）環境下可能之媒體收視環境與服務型態，據以擬定我國推動媒體近用政策的可能方向。

整體而言，與「英、日、美」等較早推動媒體近用工作的國家相較，我國媒體近用工作的推動，無論在質與量上都可說遠遠不及，不論是在政策制訂的完整性、政府投注的資源、或是民眾的參與上，都缺乏一套具有系統性的規劃與推動的願景。即便與我國近鄰、國情較為接近的國家如「韓國」相較，在媒體近用的服務能量與政策積極性上，皆遠遠落後，且還存有極大的差距，尤其是在視障口述影像服務上，可說是幾乎歷經一段將近 15 年的空窗期，這些都顯示出我國推動媒體近用服務的迫切性。

因此，衡量我國現有媒體近用環境與基礎，如何透過媒體近用政策的推動與各項配套措施的整合，在中程（6 年）的階段規劃中，讓我國媒體近用的服務能量和服務品質，從「遠遠不及」快速提升到「盡量供給」的水準，是本研究最重要的目的。

本研究認為，就消極目標而言，我國推動媒體近用政策短期內應以兩年為期程，全力達成當前韓國在媒體近用工作的規模與品質，就積極面而

言，則應思考如何以四年為目標，逐漸接近「英、日、美」等國的服務標準與內涵。

媒體近用服務工作的推動，不應該被單純視為主流傳播政策之外的附加設計；因為媒體近用不僅只是一種公民基本傳播權益的保障與維護，媒體近用服務的成效，更是傳播工作對於建立「公共領域」此一傳播核心價值的體認與實踐。一個國家對於身心障礙者的媒體近用服務的規劃與執行，包括政策的制訂、製作技術的研發、傳播載具的規範……直到預防二次障礙的配套等等相關的工作環節，事實上都會具體而微地反映出該國對於傳播本質的全面體察與細緻思考。

因此，當我國躋身已開發國家之列的同時，如何在「法律」的層面確立媒體近用的基本精神與規範，又如何透過「規畫、輔導、獎勵、管理」各種機制，做好媒體近用工作的執行，是我國訂定相關法令及管理輔導媒體之相關主管機關均責無旁貸的工作。

柒、參考文獻

一、中文資料：

內政部（2007）。《身心障礙者權益保障白皮書(草案)》。

內政部（2008）。《內政部統計通報 97 年第 6 週》。

吳宗蓉（2002）。《聽障網路使用者之傳播研究》。國立政治大學社會學研究所碩士論文。

趙雅麗（2001）。〈臺灣地區視障者之媒介使用行為與動機調查研究〉，《新聞學研究》，第 66 期，頁 61-96。

趙雅麗（2002a）。〈口述影像：一個翻譯與再現觀點的對話〉，《新聞學研究》，第 70 期，頁 97-134。。

趙雅麗（2002b）《言語世界中的流動光影—口述影像的理論建構》。台北：五南出版社。

趙雅麗（2003）。〈視障學生對口述影像卡通影片之理解機制的研究〉，《廣播與電視》，第 21 期，頁 1-54。

蕭羽茹（2007）。《聽覺障礙者網路使用意向之研究》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

總務省「平成 18 年度の字幕放送等の実績」

總務省「平成 19 年度の字幕放送等の実績」

二、英文資料

Clement, A. & Shade, L. R. (1999). The Access Rainbow: Conceptualizing Universal Access to the Information/ Communication Infrastructure. In Gurstein, M., Ed., *Community Informatics: Enabling Communities with Information and Communications Technologies*. Idea Publishing, Hershey, PA.

American Foundation For the Blind 的美國視障者統計資料

<http://www.afb.org/Section.asp?SectionID=15&DocumentID=4385>

RNBI 的英國視障者統計資料

http://www.rnib.org.uk/xpedio/groups/public/documents/PublicWebsite/public_researchstats.hcsp#P2_73

FCC (2009) Twenty-first Century Communications and Video Accessibility Act

<http://www.govtrack.us/congress/billtext.xpd?bill=h111-3101>

Ofcom (2006) Television Access Services Review, from <http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/statement/ars.pdf>.

Ofcom (2006) Media Literacy Audit : Report on media literacy of disabled people , from

http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlipub/medlipubrss/disabled/disabled.pdf

Ofcom (2008) People with visual impairments and communications services, from <http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/visual/visual.pdf>

http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/guidance/tv_access_serv/tvaccessrep/q407/

http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/guidance/tv_access_serv/tvaccessrep/q108/

<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/ctas/ctas.pdf>