

科技部補助專題研究計畫成果報告

(期中進度報告/期末報告)

全球化與數位網路時代下，如何擘劃台灣新移民的專屬族群電視媒體：
從台灣新移民對族群專屬電視頻道需求、台灣移民影視節目之族群認同建構

與澳洲 SBS TV 的成功經驗談起

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：MOST 105-2410-H-128-019-SS2

執行期間：105 年 8 月 1 日至 107 年 10 月 31 日

執行機構及系所：世新大學廣播電視電影學系

計畫主持人：蔡 珮

計畫參與人員：葉孟綸、王整維、江皓誠

本計畫除繳交成果報告外，另含下列出國報告，共 1 份：

執行國際合作與移地研究心得報告

出席國際學術會議心得報告

出國參訪及考察心得報告

中 華 民 國 108 年 1 月 28 日

目 錄

| | |
|---------------------------------|----|
| 1. 中文摘要..... | 3 |
| 2. 英文摘要..... | 5 |
| 3. 第一年成果論文..... | 7 |
| 4. 第二年成果論文..... | 31 |
| 5. 科技部補助專題研究計畫成果自評表..... | 56 |
| 6. 科技部補助專題研究計畫成果彙整表..... | 58 |
| 7. 科技部補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告..... | 61 |

中文摘要

台灣早就是一個移民的社會，但是，新住民在這樣一個多元化的社會中，因為媒介公民權的缺乏，再加上主流媒體對其負面刻板印象的建構，又或由政府主導的移民廣電節目，未能符合新移民的需求與收視習慣，或是隱合同化的製播理念，造成這群新移民未能獲得應有的相互尊重與理解。因此，為這群台灣新移民擘劃一個專屬的族群電視頻道與公共服務廣電機構刻不容緩。

過去台灣關於新移民的傳播研究，大多著墨於平面媒體與廣播媒體，未能充分瞭解這群移民對於專屬電視台的需求以及他們對現有移民影視節目的收視觀感。本計畫試圖由反思當代的媒介公民權出發，主張若要為新移民量身訂做專屬電視台，必須先了解新移民的傳播媒體使用行為與對於專屬族群電視頻道的需求為何？目前零星製作的新移民影視節目有何不足之處？有甚麼新移民想看卻看不到的節目類型與內容？

為期兩年的研究計畫，探討的是新住民「媒介公民權」在台灣的實踐，第一年以問卷面訪 400 位來自東南亞及中港澳地區的台灣新住民，據以提出建構台灣新移民專屬電視頻道之建議。研究發現超過 7 成新住民認為台灣需要成立新移民專屬電視台，傳播管道應採電視與網路雙軌並進；約 7 成 5 的新住民表達有收看以自己母語播出的電視節目之意願；播出語言和字幕需求，以「母語發音搭配中文字幕」居冠；台灣製播的十個新移民影視節目，不曾收看這些節目的新住民人數幾乎都在五成以上，而且整體滿意度並不高；新住民收視滿意度排名前四名之新移民影視節目依序為：【幸福新民報】、【華視新住民新聞】、【WTO 姊妹會】及【台灣是我家】。在台灣實踐新移民之媒介公民權，應採文化混雜性的多元文化主義，以彌補偏向本質主義與忽視階級差異的多元文化主義之缺失，並以多元公眾模式完善媒介公民權，讓在台灣的所有族群，人人皆享有平等近用全國性族群廣電媒體之權利。

第二年的研究，係根據第一年量化調查的結果，選取新住民收視滿意度排名前四名之新移民影視節目，進行四場深入的族群閱聽人焦點團體座談，以了解在台灣社會生活的新住民，他們感受到台灣社會或家庭成員對他們的態度，以及在台灣母語使用的情形，如何和目前以新住民為呈現對象的媒體內容共構其認同，從社會認同與族群媒介功能的角度的角度，據以提出族群節目內容的改善建議。

研究發現，現有的新移民影視節目，若新住民在節目中看不到他們想看的內容，或是不認同節目所呈現的新住民形象與類型，便會造成社會認同中的易得性降低，進而損及認同的契合度。大部分節目都選擇成功人士來呈現新住民，在「原型」的呈現上顯得過於單一，新住民閱聽人因此產生一種既驕傲又自卑的矛盾認同。而新住民看到節目中的泛族群文化呈現，若是正向或有引發共鳴的經驗，會被含括其中產生認同；但若節目中不經意流露出新住民的母國落後或是新住民是來依賴或佔用台灣社會資源，或是節目的來賓大多是歐美、東北亞人士為主，或在台灣缺乏婚姻家庭經驗時，則東南亞及中國的新住民會有被排除之感，產生認同上契合度降低的現象。

中文關鍵詞：台灣新住民、移民媒體、族群電視台、媒介公民權、傳播權、新移民影視節目、族群媒介、社會認同、認同建構

Abstract

The study explored the practice of media citizenship of the new immigrants in Taiwan. The first-year research was based on face-to-face survey with 400 new immigrants. The study found that more than 70% of new immigrants think Taiwan should establish a specialized television station for new immigrants and immigrant workers. The channel should be accessible via both TV and the Internet. The most preferred combination for program language and subtitle language is mother language with Chinese subtitles.

The practice of media citizenship of the new immigrants and workers in Taiwan should take the approach of cultural hybridity in multiculturalism in order to compensate for the problems of essentialism and the unawareness of class differences in multiculturalism. Media citizenship can also be improved by the model of multiple publics. Every ethnic group in Taiwan should be entitled to equal access to public broadcasting service in their own language.

The second-year research was based on the quantitative findings of the first year. According to the viewer satisfaction ranking, the top four new immigrants TV programs were selected. Four focus group discussions with new immigrant audience were held. The goal of this study is to understand how the context (how the attitudes held by Taiwan society and Taiwanese family members towards Taiwanese new immigrants, as perceived by the immigrants themselves, and whether they use their mother tongues in Taiwan) and the media representations in the new immigrants TV programs worked together to construct the ethnic identity of new immigrants. From the perspective of social identity and ethnic media function, the researcher attempted to propose suggestions of improvement for immigrant TV programs

Research found that if the current new immigrants TV programs do not broadcast the content that new immigrants desire to see, or if new immigrants cannot identify with the images and types presented in the new immigrants in TV programs, it will reduce the accessibility for social identity, and therefore the identity fit will be low. Most new immigrants programs choose to present stories of successful new immigrants. This kind of archetypical

representation seems to be too simplistic and monolithic. It therefore creates a self-contradictory identity for new immigrants, which makes them feel both pride and inferior at the same time. If the pan-ethnic representations in TV programs are positive and can resonate with new immigrants, the identity will be inclusive for new immigrants. However, if the programs inadvertently imply that the origin countries of immigrants are backward, and they come to Taiwan mainly for using the social resources here, or if the guests in the TV programs are mostly from Europe, the U.S., or northeast Asia, or if most of the guests lack the experience of marriage with Taiwanese or living with their Taiwanese family, immigrant viewers from southeast Asia and China will feel excluded. This will also reduce their identity fit.

Keywords: new immigrants in Taiwan, immigrant media, ethnic television, media citizenship, communication rights, TV programs for new immigrants, ethnic media, social identity, identity construction

本計畫已發表一篇期刊論文，另一篇期刊論文投稿中。茲以兩篇論文內容作為本計畫兩年研究的成果結案報告，一篇題為〈「媒介公民權」在臺灣：台灣新住民對專屬族群電視台之需求與媒體使用行為研究〉（《中華傳播學刊》已接受刊登，即將於 2019 年 6 月刊登），另一篇題為〈從社會認同與族群媒介功能探討新移民影視節目消費與節目改進之道〉。

◎第一年研究成果：

「媒介公民權」在臺灣：台灣新住民對專屬族群電視台之需求與媒體使用行為研究

蔡 珮**

摘 要

本文探究新住民「媒介公民權」在臺灣的實踐，面訪 400 位台灣新住民，發現超過 7 成新住民認為台灣需要成立新移民專屬電視台；傳播管道應採電視與網路雙軌並進；播出語言和字幕需求，以「母語發音搭配中文字幕」居冠。在臺灣實踐新移民之媒介公民權，應採文化混雜性的多元文化主義，以彌補偏向本質主義與忽視階級差異的多元文化主義之缺失，並以多元公眾模式完善媒介公民權，讓在臺灣的所有族群，人人皆享有平等近用全國性族群廣電媒體之權利。

關鍵詞：台灣新住民、移民媒體、族群電視台、媒介公民權、傳播權

*本文為科技部研究計畫「全球化與數位網路時代下，如何擘劃台灣新移民的專屬族群電視媒體：從台灣新移民對族群專屬電視頻道需求、台灣移民影視節目之族群認同建構與澳洲 SBS TV 的成功經驗談起」（MOST 105-2410-H-128 -019 -SS2）之部分研究成果。感謝 400 位受訪新住民，以及匿名評審、編輯委員會的寶貴建議與協助。

** 蔡 珮為世新大學廣播電視電影學系副教授，E-mail: peitsai@mail.shu.edu.tw。

通過日期：2018 年 6 月 9 日 即將刊登於《中華傳播學刊》第三十五期. 2019.06

壹、前言

在台灣的新移民即使取得中華民國國籍，仍未能享有與一般國民同等的權利（廖元豪，2008），這其中也包括了傳播權。若傳播為基本人權，在台灣生活的移民皆應擁有自由的傳播權與合理的媒體近用權（陳春富，2012）。而且，該權利不應僅限於較少人使用的傳播管道，而應擴展到台灣一般民眾較常使用的媒介。

根據內政部移民署（2017）統計，截至2017年3月，台灣新住民（外籍配偶）人數已達524,017人，其中大陸、港澳籍最多共351,626人（占67.1%），東南亞、日韓及其他國家共172,391人（占32.9%）；東南亞籍的配偶中，越南籍最多（97,496人，18.6%）、印尼第二（29,137人，5.6%）、泰國第三（8,631人，1.7%）、菲律賓第四（8,799人，1.7%）、柬埔寨最少（4,284人，0.8%）。前行政院長毛治國表示，新住民子女突破20萬人，應關注提供新住民及其子女在台灣更完善的權益與保障，以及重視新住民第二代的「母語教育」（賴于榛，2015.4.22）。外籍配偶及其子女在台灣的人口數，已突破七十萬，但這群少數族群的傳播權，並未獲得應有的關注。

台灣目前已有客家與原住民族的族群電視專屬頻道。內政部戶政司（2017）人口統計資料顯示，截至2017年7月底，台灣原住民人口為556,611人，約佔台灣人口數的2.4%。由人數觀之，台灣新住民（外籍配偶）第一代與第二代的人口數（兩者加總超過七十萬人），都已超越原住民族的人口數。然而，即使新移民已儼然成為台灣第五大族群，迄今仍未有專屬於他們的媒體頻道（郭佳旻，2014）。陳春富（2012）認為，台灣新住民所面臨的傳播需求與媒體近用處境，與過去的原住民有些類似，主要仰賴公部門提撥經費製作零星節目，內容多半以政令宣導、語言學習或是認識台灣文化等方式呈現，難以顧及在台移民的真正需求。如果台灣的原住民族都已擁有專屬的族群電視台，對於這群新興的族群，專屬的新移民電視頻道是否也應站在平權的角度為其設立？台灣目前已是一個多元文化的移民社會，但卻沒有任何一個頻道主要是使用移民（尤其是東南亞國家）的語言、關懷移民，這群移民的傳播權仍有待保障。

台灣本就是一個移民的社會，共有五大族群共同生活與生存，因此，多元文化主義的實踐，在台灣更顯重要。多元文化主義的核心精神，是尊重「差異」與「認同」，而非「同化」或「整合」（Georgiou, 2007），但是，劉子亮（2009）發現，台灣政府在2004~2005年分別提出了「文化公民權宣言」，然而新移民在文化認同權、生活權、發展權與再現權的落實均顯不足，客家與原住民族都已擁有專屬電視台，但新住民卻沒有專屬的電視頻道；在媒體近用上多是消音或被污名化，文化再現權不足；該族群對所需資訊來源管道不足且所需資訊的語言非其慣用或易於理解，文化生活權未受重視；最後，文化工具所有權與產製權的匱乏，更使得文化發展雪上加霜。王俐容（2006）也指出，台灣政府推動的文化公民權，仍是偏向由上而下、菁英所關注的文化藝術與環境層面；對於由下而上、屬於一般常民使用的大眾媒體層面，則明顯資源分配不足。台灣新移民得以近用的媒體管道與內容寥寥可數（陳春富，2012）。

在台灣新移民的傳播研究方面，劉子亮（2009）發現，探討台灣東南亞移民使用媒體的論文相當稀少。不僅如此，陳春富（2012）也提出，國內研究可以針對在台各類跨國移住者的實際傳播需求及現況進行焦點性的探究，以累積跨國移住者傳播研究更豐富的經驗參考資料。顯見台灣目前對於新移民的傳播需求了解仍十分有限。從2009年開始，陸續有十一個台灣新移民的電視節目開播，但是，新移民對這些節目的收視行為與觀感，傳播學界迄今未曾探索。

根據世新傳播資料庫2014年調查台灣跨國婚姻配偶的傳播媒體使用行為結果顯示，受調查的570位大陸籍配偶及459位東南亞籍配偶均以電視使用率最高（分別佔96.8%及94.5%），網路排名第二（分別佔57.4%及46.5%），報紙排名第三（分別佔43.7%及16%）。電視是大陸籍及東南亞籍配偶獲得新聞的主要來源，網路為第二。不過，東南亞籍配偶的母語媒體使用偏低，最常使用網路（67%），其次是報紙或雜誌，廣播媒體最少。東南亞籍配偶母語媒體使用率偏低的原因，可能因台灣的母語媒體較少，

使得他們無法使用（〈新移民媒體使用行為大調查，新移民媒體自主權低!〉，2014.4.28）。我們可以發現，台灣新住民最常使用的媒體是電視，電視也是他們獲得新聞的主要來源，但是，諷刺的是，台灣超過一百個電視頻道中，完全沒有一個頻道是這群新移民專屬的頻道。他們幾乎沒有權利透過電視媒體為自己發聲、呈現自己，電視媒介的近用權明顯受到壓迫。

陳春富、殷美香（2015）指出，台灣主流報紙長期以來忽視跨國移住者公共議題的報導，主流新聞媒體再現的東南亞跨國移住者是「寄人籬下的工作機器」、「具有文化威脅的麻煩製造者」、「缺乏歸屬感的邊緣人」、降低台灣人口素質的「外來者」等。台灣的主流媒體對於新移民的不平等待遇，都在顯示這群移民需要一個專屬的族群媒體，且應該是一般台灣民眾最常接觸的電視媒體，如此才有可能讓新移民為自己發聲、自己來介紹自己，讓他們能夠產生歸屬感，並且平衡社會大眾對他們的誤解與刻板印象。誠如Riggins（1992）所言，透過母語媒體廣泛而有效地傳遞與維護自身文化，對於弱勢族群而言格外重要；邱淑雯（1998）亦指出，族群媒介可以促進少數族群的我族族群意識，亦可促進異文化間的交流；Alia & Bull（2005）更指出，對少數族群而言，媒體資源的有無與其文化發展息息相關，凝聚族群意識的最大力量亦來自於大眾媒體。台灣新移民及其子女已成為台灣五大族群之一，但台灣社會似乎未能深入了解新移民的文化，新移民的傳播權需求受到忽視，他們的聲音未被傾聽。過去，在爭取台灣原住民傳播權時，陳清河（2004）曾提醒，在未了解台灣原住民的需求與狀況前，僅以漢人的角度來思考原住民的需求，其實會有很大的落差。因此，本研究擬從由下而上的角度，了解這群移民真正的傳播需求，以多元文化角度，提出建構台灣新移民專屬電視頻道之具體建議。

本研究之研究成果，在實務面與學術面可達到以下目的：在實務面，實際調查台灣新住民對於現有移民電視節目的滿意度，了解他們對於專屬移民電視頻道之需求，將可提供台灣政府相關單位及傳播業界規劃與實踐一個友善的多元文化傳播環境，給予新移民真正的媒介公民權。在學術面，可累積關於台灣新移民傳播研究更為豐富且多面向的研究成果，提供未來持續探討相關議題之參考。

貳、文獻探討

一、媒介公民權（media citizenship）在台灣的思考

媒介公民權的概念，在過去 30 年無論在政治理論或傳播媒介的研究中都已成為愈來愈重要的議題，由於公民權的原則與論述總是纏繞著公共廣電服務，這樣的發展意味著必須從一個新的角度來思考媒介與公民權的關係，尤其是全球化、持續增加的多元文化民族國家、數位網路科技的激增以及社群媒體的興起，都驅使傳統的公共廣電服務必須重新考慮媒介公民權的實踐問題（Flew, 2011）。面對當代全球人口跨國移動的現實，媒介與公民權的關係，必須跳脫傳統的思維。傳統的公民權定義，是以民族國家為基礎，公民權指的就是公民身分，指涉政治社群和個人間的關係，係指具有完整民族國家政治社群的成員身分（Pinto & Hughes, 2011; Vink, 2005）。全球化下的移民流動，混淆了國界與民族的分際，對以民族差異、文化歸屬感作為基礎的民族國家（nation-state）形成挑戰，也同時啟發了公民權議題對於「多元文化身分」的思考（Castles, 2000）。尤其是以民族國家與公民身分來討論移民權益時，在人口跨國流動頻繁的年代難免捉襟見肘，不如轉以普世人權為出發點較為務實（Miller & Yudice, 2002）。其中，後國族（postnational）取向主張原本只保留給以國家為基礎的公民權利，現在應基於國際人權規範、在人性的基礎上被認肯；而「國際主義」（inter-nationalism）雖強調民族國家的角色，但核心價值也是普世人權，讓移民的權益得以保障，使得跨國移民能夠以國際公民自居（Aleinikoff, 2003）。而外來住民（denizen）的概念也主張，移民雖然未擁有法定公民所擁有的政治權利，但可享有許多與公民身分相關聯的公民權、社會權、經濟權與文化權等（Heater, 1999）。也就是說，從「普遍人權」的觀點，不論跨國移民是否具有移入國的公民身分，都應擁有同樣的媒介公民權。

可惜的是，中華民國憲法僅將有國籍者納入基本權利保障，在台灣的外國人因此未能獲得基本人

權的保護（廖元豪，2008）。尚未取得台灣國籍的跨國婚姻移民，因為他們不具有公民權，要享有為自己發聲的專屬媒介十分困難，這也是台灣對於外來移民傳播權的忽視。享有健康的傳播參與機會及傳播環境，是每個人的基本人權，唯有人人享有傳播權，才能真正完善自我並逐步再造社會。當每個人都可以使用大眾媒介來表達自己、為自己發聲時，基本的人權才得以彰顯，言論自由不能只限縮在私領域或另類媒體當中。因此，傳播權要保障的不只是尋找、接收、表達資訊的權利，也包含傾聽、被聽見、相互理解、學習、創造與回應的權利（CRIS Campaign, 2005）。

Riggins (1992) 指出，主流商業媒體傾向以負面或偏見呈現少數族群，忽略廣大多元族群的需求，如果能成立族群媒體，可以讓少數族群藉由語言傳承、議題設定、公開傳佈等方式保存其文化，並且向外界發聲，達到相互溝通、理解彼此的目標。這也提醒吾人在思考移民的媒介公民權時，應以多元文化主義的方向來思考，才能顧及周全。不過，多元文化主義的媒體政策應著重於傳播不同族群的「觀點」，而非只是「語言」與「傳統」（Valaskakis, 1992）。雖然多元文化主義關切如何建立族群間的對等關係，但若是偏向本質主義的思考或是忽視「階級」差異的文化多樣性追求，是無法讓弱勢群體的媒介公民權得到實質的改善。本質化傾向的多元文化主義，忽略文化差異的歷史情境，認為本質不會隨著時空變動而改變（Gordon & Newfield, 1996；Bhabha, 1994），反而造成弱勢群體被困在一個不可改變的文化認同本質。在全球化時代中的媒介公民權，應轉向文化混雜性的多元文化主義。因為，文化會來自不同時空和各種文化的組合，認同感的形成是來自文化的不穩定性與變動性，多元文化主義應關注的是文化的混雜性與交流性（Bhabha, 1994），偏向本質主義的多元文化論僅關注弱勢文化如何在主流文化中獲得生存與承認，此點忽略了移民的固有文化在宗主國最終是不可能獨自存在的事實，而是會和主流文化相互連結與混雜。

而忽視「階級」差異的多元文化主義，如同趙剛（2006）指出，台灣主流的多元文化論是一種「民族國家的多元文化論」，是精細地利用種族和階級歧視，並以自己民族國家的資本主義發展為策略目標實施的憲政公民權。這正是自由主義多元文化論之盲點，亦是傳統公民權概念之缺失。夏曉鶯（2002）亦指出，台灣的外籍新娘現象，是被資本主義發展排擠至邊緣地位的男女勞動者，為求延續生存而形成的結合。由此可見依循自由主義傳統的多元文化論，無法完善弱勢移民族群的媒介公民權。因為，自由主義仍舊假設公民權的享有是以民族國家為公民權利賦予的政治共同體單位，基於此的多元文化主義對階級和經濟剝削以及資本主義全球化發展的問題不夠重視（魏玫娟，2009），甚至，一個不談階級問題只一味追求文化差異與多樣性尊重的多元文化主義，會成為美化階級差異與不平等論述的修辭工具（趙剛，2006）。

新移民在政治經濟領域的不平等與媒介公民權的不平等有一定的關聯性，如果社會分配的正義與民主參與的平等需要靠公共領域中的討論來爭取，那麼多元公眾（multiple publics）模式在媒體的公共領域就顯得十分必要。Fraser（2007）批判 Habermas 的公共領域構連的是一個有邊界的主權領土國家，參與公共領域討論的成員是國家的全體公民。此點和傳統公民權的缺失雷同，意即未取得公民權的移民，在公共領域是沒有對等的發言權的。這也是為什麼要從多元公眾模式檢視台灣的媒介公民權之因。

來自不同社區、不同歷史背景的移民要如何使用媒介、藉由公共領域的參與來填補主流媒介對他們的忽視？當普世人權概念下的公民權遇上屬於公共領域的媒介時，單一的公共領域將會排除處於不平等地位的附屬團體，且族群內部也會因為國籍、性別、階級等差異而有弱勢中的弱勢，尤其是台灣新移民多為女性，新移民之間的社會階級與經濟資源又有落差，因此在構思這些弱勢群體的媒介公民權時，應採取多元公眾模式，才能達成普世人權的媒介公民權。Fraser（1990）認為，Habermas 的公共領域概念，掩蓋了「差異」在公共領域中的運作，由於公共領域中的公私之分，讓婦女或是工人的話題被認為是私事而無法被認真看待，一個多元的公共領域，應該同時包含公、私領域的議題。和 Habermas 強調自由主義模式的資產階級公共領域不同，Fraser 主張的是一個平等參與、多元的公共領域，我們可以發現，自由主義模式下的單一公共領域，和自由主義的多元文化主義一樣，都忽視了某

些族群（階級）是無法平等參與媒介為自己發聲的。Dahlgren（2010）亦指出，在真實社會中，公共領域是多元的，但主流媒體創造了一個宰制的公共領域，讓婦女、無產階級、少數族群無法近用而被排拒在外。在多元族群的移民社會中，各族群各有其文化風格、價值觀與身分認同，若沒有讓所有族群能夠參與的公共領域，不僅無法形成平等的輿論，弱勢族群尤其無法藉由媒體為自己發聲，表達社會認同以及建構自身的文化認同。而且，一個健全的公共領域不只是讓弱勢發聲，如 Fraser（1990）所言，一個多元的公共領域不僅要讓不平等曝光，更要消除這些不平等，要讓「下層的對抗性公眾」（subaltern counterpublics）如：女性、工人、有色人種等能夠集結個別的話語，以建構對自己身份認同、利益與需要的對抗論述空間。

此外，為少數族群爭取媒介公民權，讓他們進入公共領域，不是僅侷限在理性的公共議題或政治論述。尤其在台灣媒體開放後，很多的多元性是依循著政治派系之爭以及相隨的道德規範，許多弱勢的認同議題得不到主流媒體同樣多的反省與尊重，激不起多元的公共論說，性別議題被主流媒體八卦化、娛樂化或道德化，社會福利議題被瑣碎化（戴育賢，2000）。因此，要讓「下層的對抗性公眾」能夠說出原本在單一公共領域說不出、也無法說出的內容（例如：女性的家暴問題或是移工的工資問題），尤其是讓那些平常較少發言或不善於論辯的弱勢群體擁有說話的機會。

Moe（2009）更指出，過去公共領域只重視審議模式卻忽略其他的文類和傳播風格，若能改採多元的公眾模式，便會觀察到情感的表達風格會如何影響到認同的建構。過去關於媒介公民權的研究文獻，大多致力於新聞類節目的討論多過於娛樂節目，這背後反映出似乎政治與公共領域的議題比較與媒介公民權相關（Flew, 2011）。然而，在台灣的新住民多為女性，其家庭為藍領階級者亦不在少數，他們的自我認同涉及到複雜的性別、階級、族群、歷史、文化或在社會中的生存機會，一個多元的公共領域討論，才能讓這群弱勢者能夠真正擁有多樣性的媒介公民權，以其特有的傳播風格來處理自身關心的議題與需求，甚至對抗權力的壓迫。誠如 Dahlgren（2006）所言，公民權不只是政治面向的權利與義務，也是文化面向的歸屬感。

陳春富（2012）指出，台灣主流媒體習以負面角度報導東南亞移工與移民，將其建構為「社會問題」的根源，且多數研究缺乏對國際移工／民與其原生文化間之關照，在命題上一味著重探討「他們如何融入我們」，卻未關心「我們如何認識他們」，以及「他們如何認識自己」的議題。過去幾十年來，台灣的主流媒體大多並沒有正確地再現移民，導致他們被誤解或歧視，又因缺乏足以與主流大眾媒介相抗衡的族群頻道，讓這群少數族群「自己介紹自己」的傳播權在台灣未能獲得充分實踐。

在過去的傳播研究中，隨著時代的演進，有三種討論媒介公民權的取向。第一種是媒體再現的取向，該種取向包含了新聞資訊到娛樂節目的探討，以文本分析媒介如何形塑主體性；第二種取向聚焦於媒介組織，特別是探討公共廣電服務如何彌補主流商業媒體的缺陷，達成公民權實踐的目標；第三種取向是批判主流大眾媒介單向、由上而下的傳播模式，提出多方向的訊息流動並結合網路數位媒介，認為新的傳播科技能夠提供更多互動與人民的參與，因此有更多的潛力實踐民主的媒介公民權（Flew, 2011）。我們可以發現，實際接觸詢問弱勢族群，由下而上了解弱勢族群真實需求的媒介公民權研究其實並不多，台灣新移民的傳播需求亟待深入探索。

二、族群媒體與傳播權

「族群媒介」（ethnic media）有許多不同的術語，像是：少數媒介（minority media）、移民媒介（immigrant media）、離散媒介（diasporic media）與社區媒介（community media）（Matsaganis, Katz, & Ball-Rokeach, 2010: 8）。若從一個比較廣義的方式來定義族群媒介，則是相對於主流媒介，為以下族群所擁有以及為其製作內容的媒介：(1) 移民；(2) 少數族裔與少數語言族群；(3) 原住民（同上引：10）。本文所探討的新住民專屬頻道即屬於移民暨少數族裔與少數語言族群媒介。

少數語言媒介研究有兩方面的焦點探討：一方面是從實用的角度研究媒介如何協助受威脅的少數語言；另一方面是以學術觀點研究媒介在社會中的角色（Cormack, 2007）。顯見語言在弱勢移民的媒介中扮演要角。而關於族群媒介的角色，Subervi-Vélez（1986）認為族群媒介具有雙重角色：融合（assimilation）與多元（pluralism），前者是協助少數族群適應主流社會，後者是透過少數族群的母語和文化內容，維持少數族群對於自己族群文化的聯繫。

除了族群媒介的角色之外，學者也提出族群媒介的目的與功能，Browne（1996）指出七種目的：(1) 拯救語言；(2) 提升自尊；(3) 對抗負面形象；(4) 加強凝聚力與政治影響；(5) 提供原住民社會的媒體能見度；(6) 提供創意發表管道；(7) 提供就業機會。Goban-Klas（1989）提出少數媒介有兩項主要功能：第一是為爭取少數族群的權益；第二是給予少數族群認同感，提升社會凝聚力，抒解鄉愁與來自陌生或不友善環境的疏離感。由上可知，「族群媒介」一詞有不同的在地性使用與定義，不過，其使命多是傳承族群語言與文化、凝聚族群認同、紓解鄉愁、為少數族群發聲、對抗負面形象、提升族群自信心與爭取少數族群權益，同時，有些少數移民媒介更擔負了協助移民適應主流社會之功能。

族群媒介之於移民有何重要性？Shi（2005）發現居住在美國 Iowa City 的第一代中國與香港華人移民，因為該鎮族群媒體不發達，因此他們大多仰賴網路華文新聞，最主要的原因是母語容易理解，族群媒介也促進了和相同離散族裔成員間以及母國親朋好友的互動，使他們建構一種安全感和認同的連續性。華文族群媒介在離散生活中滿足離散族裔思鄉的渴望，族群新聞或內容提供的不只是訊息，同時也提供他們和同族裔聊天時的共同話題及相互理解的情境，並讓自己感覺宛若未離鄉且仍然是社群中的一員，華文族群媒介促進了跨國華裔社群的想像，持續追蹤母國的資訊，讓移民一旦想回母國時不致與母國社會脫節。Georgiou（2001）研究北倫敦賽浦路斯（Cypriot）社區中心的第一代中年希臘賽浦路斯男性，觀看族群衛星電視頻道的消費狀況與談話，發現當衛星電視新聞播放發生在賽浦路斯當地的意外或是當地事件的深度報導時，許多人會更專注地觀看，因為賽浦路斯是他們的出生地、還有親戚朋友在那兒，這些移民在觀看母國新聞時，也同時在更新他們的賽浦路斯認同。對某些移民而言，到社區中心看族群媒介是每日生活中非常重要的活動，對該中心的常客而言，這是一個真實與象徵的族裔參考，族群媒介在移民接收與討論的過程中，扮演了建構族裔性的功能。我們可以發現，族群媒體對移民認同建構、母語需求及紓解鄉愁之重要性，當宗主國未提供專屬的族群媒體給移民時，移民便只能以自我隔離與自尋出路的方式來接收與自己族群相關的訊息，而且主流社會也失去了跟這群移民交流與相互理解的管道。

曾婷瑄（2016.5.14）提出台灣如何能更有計劃、更有效率地發展移民族群媒體時，指出早在 2012 年李昆澤等 22 名立委已提出修正公共電視法，要求增加新住民專屬頻道，以保障新住民權益、促進多元文化均衡發展，可惜未獲通過，她建議台灣可參照澳洲的 SBS 族群頻道，其豐富有趣的內容為移民與一般大眾所喜愛，不但沒有文化孤立的問題，反而為多元文化開了一扇窗。澳洲特殊廣電服務（Special Broadcasting Service；SBS）可說是移民媒介最成功的案例之一，凸顯專屬移民電視服務之重要性，值得台灣公廣制度參考。該台建立於 1978 年，電視服務於 1980 年加入（Flew, 2011），以一個移民專屬的電視頻道服務澳洲社會，迄今已超過 37 個年頭，該台是澳洲五大電視網之一，旗下有六個免費無線頻道、八家廣播電台、付費世界電影頻道以及線上隨選影音服務。有不少學者稱頌 SBS 是澳洲最重要的文化機構之一，因為它在媒體上帶來文化多樣性的能見度，使得澳洲的文化更為豐富、多彩與包容，不只提供非英語的節目給澳洲的少數移民族裔，也提供來自世界各地的節目給所有澳洲人，促進了跨文化的溝通，扮演在公共領域中整合不同觀點與經驗的重要角色（Ang et. al., 2008）。SBS 訴求對象不只是特定的族群人口，而是將整個澳洲納入，連結主流社會與移民社區，不僅慰藉移民鄉愁，其英文字幕更使其成為多元文化傳播媒體，是澳洲觀眾接觸、聯結世界影視文化的介面，SBS 並非僅為少數族群服務，而是服務澳洲整個社會，開拓澳洲觀眾的文化視野和胸襟（王菲菲，2005）。這絕非散置在各頻道的零星移民節目，或是地方性的社區頻道所能達成，因為全國性的移民電視台不只服務少數移

民，更重要的是讓全國民眾得以接觸各國移民文化，拓展文化視野與同理包容心。無論居住地、性別、族群、文化背景與使用語言之差異，人人皆應享有以自己母語文化平等近用全國性廣電媒體之權利。

族群媒介之於少數族群的傳播權至關重要。《世界人權宣言》第 19 條：「人人享有意見和表達的自由；此項權利包括持有意見而不受干預的自由，以及透過任何媒介尋找、接收和傳遞消息和思想的自由，不受疆界的限制」，揭櫫了傳播權的立論基礎，傳播權不只是「言論自由權」，還包括「接近使用傳播媒介的權利」、「接收資訊的權利」以及積極的運用媒介「傳遞資訊的權利」。然而，若少數族群擁有的媒介資源不均衡，便會限制他們透過媒介尋找、接收和傳遞資訊的權利，此種現象在 Jean D'Arcy 提出傳播權概念時，即已指出經濟與科技資源的落差，傳播權便會受到限制與剝奪（見 D'Arcy, 1977）。台灣的新住民與台灣本土人民相較，在媒體資源上明顯不均，台灣有至少 15 家以上的數位無線電視頻道以及超過百家以上的有線電視頻道，卻沒有一個移民的電視頻道；對比澳洲的電視環境，台灣新住民的傳播權受到國家及市場的壓抑，這從台灣的廣電結構不夠多元即可窺知。國際傳播權論壇揭櫫傳播權有四項概念—自由、多樣、包容及參與，洪貞玲、劉昌德（2006）以此四項概念檢視台灣的廣電結構，指出不能因社會資源的差異而影響個人的傳播權利，才能展現「包容」的核心精神，建議政府應積極協助弱勢團體提升其頻道經營與通路的近用權，以公視、原視及客家電視台的成立為例，皆有助於保護弱勢團體權益、促進多元文化發展。因此，保障廣電結構多元，才是真正落實人人皆有傳播權，新住民在台灣現有的廣電結構中，仍然被拒斥於近用與經營全國性族群電視頻道之外，對於其民主與政治的參與，以及文化認同與發展的權利有所傷害，違反傳播權中的「包容」與「多樣」原則；新住民的意見在現有的廣電結構之下，很難享有平等參與的空間，甚至會因主流商業媒體歧視性的報導而扭曲社會對他們的看法，新住民很難透過現有商業媒體為自己發聲或參與新住民政策的公開討論，這些都傷害了新住民傳播權中的「參與」權。林福岳（2014）曾指出台灣原住民傳播權的「平等權」保障，必須讓原住民和社會所有人士平等享有傳送和接受的權利。那麼，電視已是台灣人民以及少數族群（如：原住民及客家人）普及的媒介管道，以傳播權的「平等」、「自由」、「包容」、「多樣」及「參與」權利而言，應給予台灣第五大族群、同時也是少數弱勢族群的新住民，一個「最基礎」的傳播權益保障，政府有必要出面排除新住民近用國人均享有的電視頻道傳播權之近用障礙。

在網際網路、影視平台普及的當代，或許有不少人會質疑傳統電視族群頻道成立的必要性，然而，筆者曾經在一次與新住民的座談會上詢問在場新住民對於成立專屬族群電視頻道之看法，其中一位新住民訴說其必要性之理由發人深省：「其實電視可能不一定是給年輕人看，而是要給台灣的中老年人去看，因為他們才是看電視最大的族群，我們希望透過電視去改變公婆和長輩對媳婦的態度，改變他們對新住民的想法。」與會的新住民點頭如搗蒜，因為許多新住民在台灣遭遇的排擠與誤解，很多來自於家中的長輩，這一幕反映出新住民對於電視—這一個可能可以改變台灣長輩對待新住民的重要傳播管道，充滿了期待。郭佳旻（2014）訪談參與新住民媒體內容製作的臺灣籍工作人士後指出，建立一個專屬於新住民的頻道，於情於理都應讓移民有一個能夠自我呈現的發聲平臺，如此才能夠讓外籍族群在臺灣的生活更有賓至如歸之感，以新住民在臺灣的人口比例而言，確實有發展的必要性。劉子亮（2009）與王俐容（2006）亦從文化公民權角度，指出新住民沒有專屬的電視頻道，在一般常民使用的大眾媒體層面，明顯資源分配不足。

台灣目前對於新住民傳播權照顧採取的作法，如陳春富（2012）所言，節目數量稀少且異動頻繁，主要仰賴公部門提撥經費製作零星節目，內容難以顧及這群移民的真正需求。此種作法造成經費分散且可能產生重複的內容製作，以標案方式來製作節目，使得製作單位不固定，也較無長期的企劃與延續性，凸顯台灣政府部門沒有一個統籌單位可以讓經費更有效地分配與運用，台灣欠缺一個專屬的移民電視頻道，使這群新移民沒有辦法獲得基本的傳播權。節目播出語言也以越、印、泰三種語言居多，未能顧及其他東南亞新住民的母語接收權益。而要建立一個新移民的電視頻道，會需要各類不同的節目，也必須了解新住民對於廣電媒體的需求與滿足。過去，在客視與原視成立之前，劉幼琄（1998，

1999) 便調查客家人與原住民對廣電媒體之使用行為、需求與滿意度，將調查數據提供給政府、媒體與學界參考。調查內容包括了：擁有廣電設備情形、收視聽行為、對節目類型偏好、對廣電媒體的使用動機與滿意度、對廣電節目語言與字幕的看法、對族群廣電媒體與節目的需求，讓外界可以了解少數族群的媒介接近權需求。然而對於新住民，我們對他們的廣電媒體需求一無所知。

族群媒介要滿足新住民的傳播權，在接近使用傳播媒介的權利方面，須在基礎的廣電結構上滿足其近用族群媒體之權利，讓新住民有平等透過全國性大眾媒介表達意見之自由；在接收資訊的權利上，需保障新住民和其他社會人士一樣，能夠用一般大眾普遍使用的大眾媒介，接收自己母語發音的節目，以及接收各種類型的族群文化節目，不僅讓他們更容易適應主流社會，同時也得以傳承族群語言與文化；在傳遞資訊的權利上，新住民應可透過全國性大眾媒介向主流社會表達自我並與其他新住民族群相互聯繫，移民媒介讓新住民直接參與其中，提升新住民能見度，節目配上中文字幕，使移民媒介成為全台灣人民了解東南亞文化的一扇窗，發揮跨文化溝通功能，讓主流社會更加了解新住民，豐富主流社會文化的多樣性。

三、台灣新移民的傳播研究

台灣新移民（跨國婚姻移民）的傳播研究，以碩士學位論文居多，學界的研究顯得較為稀少，是有待耕耘的一塊領域。現有的研究主題包括：區域性新移民的媒體使用行為（例如：柳紹鈞，2004；林素真，2012）、主流報紙中新移民形象的再現（例如：夏曉鶯，2002；謝敏芳，2004；張敏華，2005；楊芷茜，2006；朱涵，2007；蔡臺鴻，2009；陳春富、殷美香，2015）、移民如何運用平面媒體進行跨界的文化鬥爭（例如：張正，2008）、平面媒體記者如何處理外籍配偶的報導（例如：李昭安，2008）、移民廣播節目與移民聽眾之使用行為及回應（例如：邱淑雯，1998；邱淑雯，2003；李佳玲，2006；劉子亮，2009；郭佳旻，2014）、越南籍配偶對電視節目《臺灣媳婦》之觀後感（例如：王俐容、王維菁、朱淑娟，2008）以及網路族群媒體論壇的使用（例如：陳宏，2014.06）等。其中，探討的媒體類型以廣播及平面媒體為大宗，廣播方面主要是研究東南亞語的廣播節目或東南亞籍聽眾的研究，平面媒體多是研究主流媒體再現新移民的刻板印象與污名化形象。

在媒體使用行為方面，柳紹鈞（2004）研究越南籍女性配偶在台媒體使用行為與文化適應，發現新住民女性使用媒體的時間雖然夫家並未過分干涉，但與平日家務的繁重程度有關；她們最常使用的媒體是電視，以收看感情劇為大宗，但因語言不通，只能「看圖說故事」；受訪者希望能夠使用母國的節目，來舒緩思鄉情緒、教育下一代以及消除對環境的不確定疑慮，也期望台灣媒體對母國之報導能夠採用正面的態度，破除刻板印象。林素真（2012）以滾雪球的方式調查 255 位高雄市的大陸籍及東南亞籍新移民女性，發現她們最常使用的媒體是電視及廣播。由此可知，台灣的外籍配偶使用較多的是傳統的電視或廣播；不過，他們在電視媒體的使用上均因語言能力而受限，他們期待能夠透過電視接收以母語播出的資訊與節目。

在電視節目方面，王俐容、王維菁、朱淑娟（2008）以焦點團體及深度訪談越南籍配偶，了解她們觀看第一個為外籍配偶量身訂作的電視節目《臺灣媳婦》之觀後感，發現在生活實用性上有助益，像是：面臨家暴的處理方式、遭遇公婆家人不當虐待的求助管道、如何接觸識字班、如何爭取子女教養資源、移民法令的更動與相關權利介紹等。但是，《臺灣媳婦》文本傾向於文化同化目的，並呈現強烈的我族中心色彩，希望外籍配偶儘快適應台灣社會，接受台灣語言、文化、食物與習俗，並將外籍配偶的原生家鄉描繪為貧窮落後的國家，使許多外籍配偶在觀賞文本時，感覺被壓抑與歧視。

台灣媒體究竟建構了哪些新住民的負面形象？夏曉鶯（2002）發現主流媒體將新住民女性塑造成「來台賣淫」、「製造破碎家庭」、「會降低人口素質」、「唯利是圖的吸血鬼」、「有犯罪傾向」等形象。由於媒體帶有偏見且不平衡的報導，使新移民女性背負著「社會問題製造者」或「買賣婚姻」等污名（夏曉鶯，2004）。朱涵（2007）發現台灣報紙再現「外籍新娘」以負面形象居多，報導主題多為家庭和

社會問題，媒體對她們建構出「婚姻商品化」、智識不足的「他者」、因基因問題帶來台灣人種危機、以統獨策略或我族優越等論述造成對大陸新娘存有「敵國」的想像。蔡臺鴻（2009）發現新聞報導常以賣淫、假結婚，真賣淫、家暴、非法打工等負面新聞題材呈現跨國婚姻移民。陳春富、殷美香（2015）發現，台灣主流報紙在報導東南亞國家移住者時，以短文、簡訊呈現的比例較高，主要參考政府官方的說法，而非外籍移住者的自我表述。從上述研究發現，我們可以推知為何台灣民眾對於跨國婚姻移民大多抱持著負面的態度，猶如殷美香（2014.06）指出，雖然台灣民眾普遍認為東南亞籍配偶在生活適應良好，卻只有少數民眾認為他們愛家、有家庭責任或子女表現優秀，台灣民眾對東南亞籍配偶的觀感仍不夠正面。

回顧過去新移民的傳播研究，大多集中於平面媒體與廣播的研究，僅有一篇是針對新移民電視節目《臺灣媳婦》的閱聽人實證研究，但結果卻發現外籍配偶觀賞後有被壓抑與歧視之感。對於近幾年新製的新移民電視節目，究竟新移民觀賞之後是否滿意？我們無從了解。主流媒體在商業競爭環境中，多以刻板印象將新移民異常化或瑣碎化地再現，使新移民的日常生活經驗消失在奇觀的符號再現中。綜合前述理論與文獻之探討，傳播權為基本人權，一般大眾常使用的全國性電視頻道，在資源分配上明顯未顧及新住民的媒介公民權，而新住民最常使用的媒體就是電視，他們期待能夠透過電視接收母國或是以母語播出的節目；又面對主流媒體各式各樣的刻板印象建構，新住民需要一個足以與主流媒體相抗衡的管道來為自己正名。而由主流社會所製作的新住民節目《臺灣媳婦》，真正動機還是希望能藉由安撫新住民，希望她們扮演好自己的角色以減少所謂的社會衝突與問題（曾婷瑄，2016.5.14）。因此，成立專屬的族群電視台，培養專業的新住民從業人員，讓他們為自己發聲，應是當前改善社會大眾對新移民歧視的重要管道與做法。而若要為新移民量身訂做電視節目，便必須先了解現有節目有何不足之處？有甚麼新移民想看卻看不到的節目類型與內容？新移民對專屬族群電視台的需求究竟為何？掌握這些問題之後，才是真正由下往上擘劃台灣新移民專屬電視台的開端。

參、研究問題與研究方法

族群媒介要滿足新住民的傳播權，須在基礎的廣電結構上滿足其近用族群媒體之權利，能夠用一般大眾普遍使用的大眾媒介，接收以自己母語發音或母國的節目，滿足其各類影視節目之需求，不僅協助新住民傳承族群語言與文化，更可透過全國性大眾媒介向主流社會發聲，發揮跨文化溝通功能，讓主流社會更加了解新住民，豐富主流社會文化的多樣性。為了賦予新住民應有的基本傳播權，本研究試圖由弱勢移民族群對廣電媒體的傳播權需求出發，探討台灣新住民對專屬族群電視頻道需求為何？從 2009 年至 2016 年為止，以新移民／工為收視對象的影視節目大約只有 11 個（依播出時間順序為：《越說越好》、《WTO 姐妹會》、《愛上這一家》、《緣來一家人》、《台灣是我家》、《唱四方》、《GWO Taiwan News》、《我在台灣你好嗎》、《幸福新民報》、《華視新住民新聞》、《快樂新住民》），而傳播權的關照，亦可由分析現況以窺知問題所在，因此，本研究試圖了解新住民對現有零星的新移民電視節目之滿意度與接收情形，以作為改善傳播權與未來專屬頻道製作節目之參考。又新住民因不同國籍的差異，對專屬移民電視頻道之需求、電視節目之語言與字幕需求等方面有何差異存在？本文研究問題如下：

- 一、跨國婚姻移民對專屬族群電視頻道與節目類型之需求為何？不同國籍的新移民有何差異？
- 二、跨國婚姻移民對電視節目語言和字幕的需求為何？不同國籍的新移民有何差異？
- 三、跨國婚姻移民使用廣電媒體和網路的動機以及電視的使用行為為何？
- 四、跨國婚姻移民希望族群專屬電視台提供何種功能？
- 五、跨國婚姻移民對於目前台灣製播的新移民／工影視節目，其觀看行為與滿意度如何？收視前三名

之新移民／工影視節目為何？

過去雖然有少數的新移民傳播研究調查過新移民的媒體使用行為，但僅限於高雄市的跨國婚姻移民（例如：林素真，2012），或是僅限於越南籍的女性配偶（例如：柳紹鈞，2004），即便是較大規模的世新大學傳播資料庫調查台灣跨國婚姻配偶的傳播媒體使用行為，也未調查這群新移民對現有移民影視節目的收視情形與滿意度，更未顧及他們對於族群專屬電視頻道之需求問題。因此，本研究以問卷面訪 400 位跨國婚姻移民，參考內政部戶政司人口統計資料之 12 縣市外裔、外籍與大陸配偶母體人數，並考量東南亞籍新住民相對於中國大陸籍的新住民更有其弱勢地位，且某些統計方法需要一定的樣本數才能進行運算，為求反映東南亞籍婚姻移民之需求與大陸籍婚姻移民之異同，本研究以東南亞籍比中國大陸籍大約三比一的比例進行非隨機的便利抽樣，由於經費有限，僅針對跨國婚姻移民進行調查，區域也僅限於台北市、新北市、桃園市、基隆市四個地區。之所以採用非機率的便利抽樣，係因新移民完整的母體名單取得困難，為使少數之弱勢群體意見能夠被看見（例如：在內政部移民署統計數據分類中隱身為「其他」類的緬甸籍新住民，現有的新移民節目播出語言以越、印、泰三種語言居多，完全沒有緬甸語的播出），且完全依照內政部戶政司人口統計資料的比例來進行面訪抽樣在實際實施時窒礙難行，又中國大陸籍的樣本若按母體比例佔比近七成，即失去本研究欲反映弱勢意見之目的，而且初探型的研究是可以選擇非機率樣本。採取面訪而非自填式問卷的理由，係因部分新移民可能無法閱讀母語文字，即便將中文問卷翻譯成東南亞各國文字，也可能造成無法完整填答的困難。此外，以面訪進行問卷調查，回收率較自填式來得高（Wimmer & Dominick, 2011）。

本研究之問卷，研究者於問卷初稿完成後，採「保留」、「修改」以及「刪除」三點量表，經由三位專家學者（專長領域為傳播量化調查或新移民／工研究）共同開會進行專家效度檢驗，研究者彙集修正意見後，修訂成為預試問卷內容。本研究與世新大學知識經濟發展研究院合作，招募諳東南亞語之訪員，總計招募 15 位訪員，採用面訪問卷來蒐集資料。問卷內容包含七大部分：族群專屬電視頻道與節目之需求調查、移民媒體中視聽節目的語言和字幕之看法與需求、語言程度與母語使用情形和語言認同調查、對目前台灣製播的新移民／工影視節目之觀看行為及觀看動機與滿意度調查、廣電媒體和網路的使用動機調查、收視聽及上網行為調查、人口學變項等基本資料。為檢驗問卷內容之適切性，預試問卷面訪 30 位新住民，面訪員回報有疑義之問題與用語，例如：對於中國大陸籍受訪者而言何謂「母語」？（已向訪員解釋為其家鄉省份之「家鄉話」）或是訪員不確定該如何翻譯「刻板印象」予東南亞籍受訪者了解（已向訪員解釋為「成見」，指人類對於某些特定類型人事物的一種概括性的看法，並且用舉例的方式使其明白，如：某些人對東南亞國家的刻板印象是落後、貧窮的），修訂面訪問卷說明後並再次與訪員確認，完成正式問卷進行調查。

在 2017 年 4 月～5 月間，訪員至跨國婚姻移民聚會或出沒較多的公共場所進行面訪（如：越南小吃店、速食店、設有新住民學習中心或課程之國中小學、新移民會館、公民會館、跨國婚姻家庭服務中心、新住民常出入的商店、圖書館、社福機構等），面訪員以受訪者最能自我表達的語言進行問卷調查。本研究的資料使用 SPSS 統計軟體進行分析，分析時使用的統計方法包括：次數分配、百分比、平均數、標準差、單因子變異數分析（One way ANOVA）。

肆、研究結果

一、受訪者基本資料分析

接受調查的 400 位受訪者之國籍分佈如表 1 所示，以「越南籍」最多（33%，N=132）；其次為「中國大陸籍」（23.3%，N=93）；第三為「緬甸籍」（17%，N=68）。性別以女性占大宗（97%，N=388）。年齡以「31 歲至 40 歲」最多（44.0%，N = 176）；其次為「41 歲至 50 歲」（26.3%，N = 105）；第

三是「21 歲至 30 歲」(19.0%，N = 76)。在教育程度方面以「高中職」程度最多 (35.0%，N = 140)；其次為「國中」(25.0%，N = 100)；第三是「大學」(22.0%，N=88)。子女數以「2 個」最多 (44.3%，N=177)；其次為「1 個」(32.8%，N=131)；第三是「無子女」(16.8%，N=67)。來台年資以「10 年以上」最多 (40.5%，N=162)；其次是「9 年以上未滿 10 年」(7.5%，N=30)；第三是「1 年以上未滿 2 年」(7.2%，N=29)。現居地分布為「台北市」占 22.5%，「新北市」占 51.2%，「桃園市」占 22.8%，「基隆市」占 3.3%。

表 1：樣本國籍分布

| 原國籍 | 人數 | 百分比 |
|------|-----|--------|
| 越南 | 132 | 33.0% |
| 印尼 | 58 | 14.5% |
| 泰國 | 21 | 5.3% |
| 菲律賓 | 19 | 4.8% |
| 柬埔寨 | 2 | 0.5% |
| 緬甸 | 68 | 17.0% |
| 中國大陸 | 93 | 23.3% |
| 香港 | 6 | 1.5% |
| 澳門 | 1 | 0.3% |
| 總和 | 400 | 100.0% |

二、對族群專屬電視頻道與節目之需求

在「適合傳播新移民和移工族群文化之媒體」方面，400 位受訪者每人平均答了 2.168 個答案（複選，最多三項）。受訪者認為最適合傳播新移民和移工族群文化的媒體，以網際網路最多 (64.3%，N=257)，其次為有線電視 (61.5%，N=246)，第三為無線電視 (43.0%，N=172)。與國籍交叉分析後，東南亞籍與中港澳新住民的前三名並無二致。值得注意的是，選擇有線及無線電視的次數加總後 (N=418)，顯示新住民認為電視仍具有傳播新移民／工族群文化之重要性。且無線電視相對於有線電視及網路，是不須額外花錢付月租費的收視管道，此結果反映出未來的新移民／工專屬媒體，應考慮無線電視頻道（且為有線電視必載頻道）與網路並行播送較為適切，讓收視者有媒體近用形式與付費與否之選擇權。如此考量絕非開倒車，而是在保障新移民最基礎的媒介公民權。因為，新移民在階級和經濟是被剝削的弱勢群體（見夏曉鵬，2002；趙剛，2006）；並且，在 2017 年文化批判論壇舉辦的「新住民資訊取得與文化公民權：從四方報到央廣印泰越語播音的觀察」論壇中，越南語廣播主持人就曾反映越語廣播在 FM 頻道停播後，雖然聽眾能透過網路跟 app 收聽，但現實狀況是很多聽眾沒辦法接觸網路（陳宇珩，2017）。因此，政府在制度上應提供最基礎的媒體近用保障，因為新住民依然有些人無法享受網路，必須仰賴傳統媒介。

再進一步詢問新住民希望透過何種方式收看專屬的族群電視台（見表 2），結果顯示以有線電視最多 (57.0%)，網路影音平台居次 (54.0%)，第三是無線電視 (41.0%)，顯見新住民希望接收專屬族群電視台的管道，在電視與網路影音平台有著分庭抗禮之需求，因此兩者不應偏廢。與國籍交叉分析後，發現東南亞籍新住民希望以有線電視收看者最多 (57.8%)，中港澳籍則是希望以網路影音平台收看最多 (56.7%)。

表 2：希望透過何種方式收看新移民／工專屬的族群電視台之國籍比較（複選，最多兩項）

| 媒體類別 | 國籍別 | 答案總數 | 百分比 |
|------|-----|------|-----|
|------|-----|------|-----|

| | 東南亞籍 | | 中港澳籍 | | | |
|--------|------|--------|------|--------|-----|--------|
| | 答案數 | 百分比 | 答案數 | 百分比 | | |
| 無線電視 | 126 | 42.6% | 38 | 36.5% | 164 | 41.0% |
| 有線電視 | 171 | 57.8% | 57 | 54.8% | 228 | 57.0% |
| 網路影音平台 | 157 | 53.0% | 59 | 56.7% | 216 | 54.0% |
| 其他 | 5 | 1.7% | 3 | 2.9% | 8 | 2.0% |
| 總和 | 459 | 155.1% | 157 | 105.9% | 616 | 154.0% |

在「台灣是否需要成立一個新移民和移工專屬電視台」方面，研究者將「非常需要」(35%，N=148)與「需要」(37%，N=140)意見加總後，有超過 7 成 (72%，N=288) 的新住民認為有此需要，「無意見」占 19.3% (N=77)，僅有不到 1 成的新住民認為無此需要(「不需要」占 8.5%；「非常不需要」占 0.5%)。本研究為統計分析需要，將 2 位柬埔寨籍受訪者併入越南籍進行分析，亦將中、港、澳併為同一群體進行分析(後文的單因子變異數分析皆是如此處理)，進一步以 Scheffe 事後檢定(見表 3)，發現有達統計顯著水準的差異比較中，緬甸籍的新住民對族群專屬電視台的需求最高 ($M=4.51$, $SD=0.64$)，相較於越南、中港澳、印尼與菲律賓的新住民有更高的需求度。

表 3：成立新移民和移工專屬族群電視台需求之國籍比較

| 國籍 | 需求意見平均值 | 標準差 | Scheffe 事後檢定 |
|---------------------------|---------|------|--------------|
| A. 緬甸 | 4.51 | 0.64 | |
| B. 泰國 | 4.05 | 1.12 | |
| C. 越南 | 4.00 | 0.94 | A>C* |
| D. 中港澳 | 3.78 | 0.97 | A>D* |
| E. 印尼 | 3.69 | 0.99 | A>E* |
| F. 菲律賓 | 3.68 | 1.11 | A>F* |
| 總和 | 3.98 | 0.96 | |
| $F(5, 394)=6.96, p<0.001$ | | | |

* $p<0.05$

在「收看以自己母語播出的電視節目之意願」方面，本研究在定義「母語」時，針對中國大陸籍的新住民，有特別說明指的是「家鄉話」(如：廣東話、上海話、山東話...等)，並非台灣社會想當然的「國語」或「普通話」。研究者將「非常願意」(33.8%，N=135)與「願意」(40.5%，N=162)意見加總後，有超過 7 成 (74.3%，N=297) 的新住民表達有此意願，「普通」占 24.3% (N=97)，僅有不到 2% 的新住民表達沒有意願(「不願意」占 1.3%；「非常不願意」占 0.3%)。進一步以 Scheffe 事後檢定 ($F(5, 394)=3.69, p<0.01$)，發現有達統計顯著水準的差異比較中，緬甸籍的新住民對於收看以自己母語播出的電視節目之意願最高 ($M=4.31$, $SD=0.68$)，中港澳籍對收看以自己母語(家鄉話)播出的電視節目意願相對最低 ($M=3.88$, $SD=0.84$)。此種情形有些類似台灣的客家族群以及原住民族群，隨著世代推行以及國語政策的推行，年輕一代已漸漸失去聽說自己母語的能力，對於母語需求與認同的重要性也隨之降低，中國大陸年輕一代也大多以官方語言「普通話」溝通，家鄉話的認同與重要性或許也會因此逐漸流失。不過，就意願平均分數而言，中港澳籍在滿分 5 分的量表中平均數也有 3.88，顯見收看自己母語節目的意願也不算低，在台灣的主流媒體中，中國大陸的「家鄉話」比「客語」或「原住民語」或「東南亞語」更不見身影，關照大陸籍新住民之傳播權，應該要讓中港澳籍新住民的母語或家鄉話能夠被聽見或繼續傳承下去。

在「收看與自己族群相關的電視節目內容之意願」方面，研究者將「非常願意」(29.0%，N=116)與「願

意」(44.8%, N=179)意見加總後,也有高達7成(73.8%, N=295)的新住民表達有此意願,「普通」占25.8%(N=103),僅有不到2%的新住民表達沒有意願(「不願意」占1.3%;「非常不願意」占0.3%)。顯見新住民在成立專屬族群電視台以及收看母語和族群相關的電視節目內容,均有高度需求與意願。

在目前台灣的電視媒體中,新住民普遍覺得與自身族群相關的電視節目量不足(「非常不夠」占10.3%, N=41;「不夠」占34.8%, N=139;「普通」占44.5%, N=178),僅有約1成的新住民表達足夠(「足夠」占7.8%, N=31;「非常足夠」占2.8%, N=11)。顯示有高達九成的新住民覺得在台灣與其族群相關的電視節目量是普通與不足。

在台灣的電視節目中所呈現的族群相關形象,以「非常正面」到「非常負面」(5分到1分)詢問,僅有一成多的新住民覺得是正面的(「非常正面」占1.3%, N=5;「正面」占12.3%, N=49),絕大多數的新住民覺得媒體形象的呈現是「普通」(74.5%, N=298),甚至是負面的(「負面」占9.8%, N=39;「非常負面」占2.3%, N=9)。進一步以Scheffe事後檢定($F(5, 394)=4.64, p<0.001$),發現有達統計顯著水準的差異比較中,中港澳籍的新住民覺得台灣電視節目呈現其相關形象的觀感是比較偏向負面的($M=2.8, SD=0.64$),即便平均分數最高的越南籍新住民($M=3.15, SD=0.59$),平均觀感亦未偏向正面。

在節目類型需求方面,本研究問卷所設計的15種類型電視節目,受訪者複選最多五種的結果顯示,排名前五名最想看的母國節目是:新聞(74.0%, N=296),美食料理(48.3%, N=193),綜藝(34.5%, N=138),旅遊(34.0%, N=136)及文化藝術(30.3%, N=121)。排名前五名最想看的台灣節目是:新聞(66.8%, N=267),美食料理(52.0%, N=208),旅遊(33.5%, N=134),綜藝(31.5%, N=126)及文化藝術(29.8%, N=119)。結果與最想看的母國節目類型雷同,僅有旅遊節目與綜藝節目的排名稍有次序變化。但再進一步詢問關於新移民和移工的文化最好以甚麼類型的節目呈現時,節目類型上卻出現了變化,排名前五名的節目類型是:新聞節目仍居冠(89.3%, N=357),但選擇人次明顯變多;第二名變成了音樂節目(81.3%, N=325);第三名旅遊節目(80.3%, N=321)仍在榜上;第四名變成電影節目(79.3%, N=317);第五名也變成了兒少節目(76.8%, N=307)。顯見新住民對於想看的節目類型和適合呈現族群文化的節目類型有不同的想法(三者比較表整理於表4)。

表4：最想看的母國節目類型、台灣節目類型及最適合呈現新移民／工的節目類型並列整理（各題均為複選題，複選最多五項）

| 排名 | 最想看的 母國節目 | 頻次(%) | 最想看的 台灣節目 | 頻次(%) | 適合呈現新移 民／工的節目 | 頻次(%) |
|-----|--------------|------------|--------------|------------|------------------|------------|
| 第一名 | 新聞節目 | 296(74.0%) | 新聞節目 | 267(66.8%) | 新聞節目 | 357(89.3%) |
| 第二名 | 美食料理 | 193(48.3%) | 美食料理 | 208(52.0%) | 音樂節目 | 325(81.3%) |
| 第三名 | 綜藝節目 | 138(34.5%) | 旅遊節目 | 134(33.5%) | 旅遊節目 | 321(80.3%) |
| 第四名 | 旅遊節目 | 136(34.0%) | 綜藝節目 | 126(31.5%) | 電影節目 | 317(79.3%) |
| 第五名 | 文化藝術 | 121(30.3%) | 文化藝術 | 119(29.8%) | 兒少節目 | 307(76.8%) |

三、對族群專屬電視台節目播出語言和字幕之需求

新住民對於族群專屬電視頻道播出語言和字幕的需求,無論針對本人及族群兒童而言,都是一致的,以「母語發音搭配中文字幕」居冠(針對本人:41.8%, N=167;針對兒童:43.3%, N=173),「雙語發音搭配中文字幕」排名第二(針對本人:19.5%, N=78;針對兒童:18.3%, N=73),「國語發音搭配中文字幕」排名第三(針對本人:16.5%, N=66;針對兒童:17.0%, N=68)。進一步追問排名第二「雙語發音搭配中文字幕」選項中的「雙語」所指為何,針對本人而言,選擇該選項的78位新住民中,有79.5%(N=62)表達「雙語」係指「母語+國語發音」;針對族群兒童而言,也有一致性的結果,選擇該選項的73位新住民中,

有 87.7% (N=64) 也表達需求是「母語+國語發音」。

與國籍交叉分析 (見表 5)，將「母語發音」與「雙語發音」的人數加總後，發現無論針對本人及族群兒童，東南亞籍新住民對於母語或雙語發音的需求 (針對本人：86.4%，N=259；針對族群的兒童：85.6%，N=257)，幾乎都較中港澳籍來得高 (針對本人：62.0%，N=62；針對族群的兒童：61.0%，N=61)，顯見與台灣不同文的東南亞籍新住民，希望在專屬的族群電視台中能夠多看到以自己母語發音配上中文字幕的節目內容。值得注意的是，台灣社會普遍認為大陸籍的新住民與台灣同文同種，似乎沒有「母語」(家鄉話)的需求，然而，從表 5「中港澳籍」的數字可以發現，將所有「母語發音」與「雙語發音」的人數加總後，中港澳籍的新住民，有高達六成的受訪者有「母語」(家鄉話)的需求。

表 5：對族群專屬電視台節目播出語言和字幕需求之國籍比較

| 台灣關於新移民的電視節目，針對您本人，以何種語言與字幕呈現較好 | | | |
|------------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| 播出語言及字幕需求 | 東南亞籍 | 中港澳籍 | 百分比 (總人數) |
| | 百分比 (人數) | 百分比 (人數) | |
| 母語發音無需字幕 | 9.0% (27) | 5.0% (5) | 8.0% (32) |
| 母語發音+中文字幕 | 45.7% (137) | 30.0% (30) | 41.8% (167) |
| 母語發音+母語字幕 | 7.7% (23) | 1.0% (1) | 6.0% (24) |
| 雙語發音無需字幕 | 5.0% (15) | 5.0% (5) | 5.0% (20) |
| 雙語發音+中文字幕 | 19.0% (57) | 21.0% (21) | 19.5% (78) |
| 國語發音+中文字幕 | 11.3% (34) | 32.0% (32) | 16.5% (66) |
| 閩南語發音+中文字幕 | 0.0% (0) | 4.0% (4) | 1.0% (4) |
| 客語發音+中文字幕 | 0.0% (0) | 0% (0) | 0.0% (0) |
| 其他 | 2.3% (7) | 2.0% (2) | 2.3% (9) |
| 總數 | 75.0% (300) | 25.0% (100) | 100.0% (400) |
| 台灣關於新移民的電視節目，針對您族群的兒童，以何種語言與字幕呈現較好 | | | |
| 播出語言及字幕需求 | 東南亞籍 | 中港澳籍 | 百分比 (總人數) |
| | 百分比 (人數) | 百分比 (人數) | |
| 母語發音無需字幕 | 8.0% (24) | 5.0% (5) | 7.3% (29) |
| 母語發音+中文字幕 | 46.3% (139) | 34.0% (34) | 43.3% (173) |
| 母語發音+母語字幕 | 8.0% (24) | 0.0% (0) | 6.0% (24) |
| 雙語發音無需字幕 | 4.0% (12) | 7.0% (7) | 4.8% (19) |
| 雙語發音+中文字幕 | 19.3% (58) | 15.0% (15) | 18.3% (73) |
| 國語發音+中文字幕 | 12.0% (36) | 32.0% (32) | 17.0% (68) |
| 閩南語發音+中文字幕 | 0.0% (0) | 5.0% (5) | 1.3% (5) |
| 客語發音+中文字幕 | 0.0% (0) | 0% (0) | 0.0% (0) |
| 其他 | 2.3% (7) | 2.0% (2) | 2.3% (9) |
| 總數 | 75.0% (300) | 25.0% (100) | 100.0% (400) |

四、新住民希望族群專屬電視台提供的功能

在族群媒體功能方面，如表 6 所示，本研究以五點李克特量表就 15 個功能選項詢問，400 位新住民受訪者認為專屬的族群電視台應提供的功能前三名 (將「非常希望」與「希望」選項人數加總) 分別是：「提

供在臺灣生活的資訊」、「提供就業資訊」及「紓解鄉愁」；排名最低的三名分別是：「提升族群的政治影響力」、「對抗刻板印象」及「提供參與公共議題討論的管道」，但就希望程度人數與比例而言，此末三項仍有超過半數以上受訪者有此期待。因此，如何創建一個可以影響政治決策及改善新移民處境的公共領域，應是未來移民專屬媒體需要多加努力之處。

表 6：希望族群專屬電視台提供的功能

| 題號及功能項目 | 希望程度 人數 | 希望程 度比例 | 非常 希望 | 比例% | 希望 | 比例% | 無意 見 | 比例% | 不希 望 | 比例% | 非常 不希 望 | 比例% |
|-----------------------|------------|------------|----------|-------|-----|-------|---------|-------|---------|------|---------------|------|
| 6. 提供在臺灣生活的資訊 | 346 | 86.5% | 168 | 42.0% | 178 | 44.5% | 50 | 12.5% | 3 | 0.8% | 1 | 0.3% |
| 5. 提供就業資訊 | 324 | 81.1% | 173 | 43.3% | 151 | 37.8% | 75 | 18.8% | 1 | 0.3% | 0 | 0.0% |
| 15. 紓解鄉愁 | 317 | 79.3% | 147 | 36.8% | 170 | 42.5% | 82 | 20.5% | 0 | 0.0% | 1 | 0.3% |
| 14. 提供娛樂 | 316 | 79.0% | 134 | 33.5% | 182 | 45.5% | 82 | 20.5% | 2 | 0.5% | 0 | 0.0% |
| 2. 族群文化傳承 | 310 | 77.5% | 148 | 37.0% | 162 | 40.5% | 88 | 22.0% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% |
| 3. 提升民族自尊與自信 | 308 | 77.1% | 153 | 38.3% | 155 | 38.8% | 88 | 22.0% | 2 | 0.5% | 2 | 0.5% |
| 1. 母語學習與傳承 | 305 | 76.3% | 160 | 40.0% | 145 | 36.3% | 90 | 22.5% | 3 | 0.8% | 2 | 0.5% |
| 13. 促進少數族群與台灣社會交流 | 290 | 72.5% | 124 | 31.0% | 166 | 41.5% | 108 | 27.0% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% |
| 9. 提供新移民與移工的媒體能見度 | 275 | 68.8% | 107 | 26.8% | 168 | 42.0% | 123 | 30.8% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% |
| 11. 提供新移民與移工影視創作的發表管道 | 272 | 68.1% | 105 | 26.3% | 167 | 41.8% | 126 | 31.5% | 2 | 0.5% | 0 | 0.0% |
| 8. 加強族群內部的團結 | 270 | 67.6% | 109 | 27.3% | 161 | 40.3% | 128 | 32.0% | 2 | 0.5% | 0 | 0.0% |
| 12. 爭取少數族群的權益 | 270 | 67.6% | 121 | 30.3% | 149 | 37.3% | 125 | 31.3% | 3 | 0.8% | 2 | 0.5% |
| 7. 提供參與公共議題討論的管道 | 241 | 60.3% | 91 | 22.8% | 150 | 37.5% | 148 | 37.0% | 8 | 2.0% | 3 | 0.8% |
| 4. 對抗刻板印象 | 239 | 59.8% | 119 | 29.8% | 120 | 30.0% | 131 | 32.8% | 25 | 6.3% | 5 | 1.3% |
| 10. 提升族群的政治影響力 | 205 | 51.3% | 64 | 16.0% | 141 | 35.3% | 178 | 44.5% | 12 | 3.0% | 5 | 1.3% |

五、新住民使用廣電媒體和網路的動機以及電視的使用行為

我們若再比對新住民目前在臺灣使用廣電媒體和網路的動機，在問卷 24 項動機中，上網動機前三名為：

「可以讓我知道原生國的消息」(68.8%，N=275)、「讓我得到工作的訊息」(64.0%，N=256)以及「讓我提高工作的知識與能力」(60.8%，N=243)，這三項在電視媒體的使用動機是排名最低的前三名(見表7)，顯示台灣現有的主流電視媒體在提供新移民關於原生國的消息與文化，以及在台工作訊息或增進工作知識等面向應是相對不足，因此移民在網路上尋求這些資訊顯得相對較充足，而這些需求也正是受訪者期待未來族群專屬電視台能夠提供功能的前兩名。希望未來移民專屬電視台能夠彌補現在主流電視媒體之缺失，讓移民也能夠透過多元管道得知原生國之消息及在台工作訊息與知識。

表 7：新住民使用廣電媒體和網路的動機比較

| 題號及動機項目 | 看電視 | | 上網 | | 聽廣播 | | 沒有媒體符合 | | 總和 | |
|----------------|-----|-------|-----|-------|-----|------|--------|-------|-----|------|
| | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 |
| 2.可以讓我知道原生國的消息 | 91 | 22.8% | 275 | 68.8% | 6 | 1.5% | 28 | 7.0% | 400 | 100% |
| 6.讓我得到工作的訊息 | 96 | 24.0% | 256 | 64.0% | 10 | 2.5% | 38 | 9.5% | 400 | 100% |
| 7.讓我提高工作的知識與能力 | 98 | 24.5% | 243 | 60.8% | 11 | 2.8% | 48 | 12.0% | 400 | 100% |

新住民最常以「有線電視」(58%，N=215)來收看電視，其次是「無線電視」(21.6%，N=80)，第三是「手機」(9.7%，N=36)。與前述發現電視仍是傳播新住民文化的適當管道，以及新住民希望接收族群專屬電視台的管道仍以傳統的電視媒體居多兩者相符。雖然當今普遍認為有線電視的剪線率增高，年輕的電視觀眾轉往網路影音平台接收電視內容居多，但新住民對於傳統的電視管道以及有線與無線電視的接收方式仍有一定的需求存在。

新住民無論在週間及週末最常收看電視的時段均為晚上6點至12點(見表8)，以20:00~22:00最多，18:00~20:00居次，22:00~24:00第三。因此，晚間時段應播放大多數新住民較喜歡看的節目類型，而其餘時段則應安排不同年齡層或不同背景新住民為收視群之內容，以滿足不同背景新住民的收視需求。

表 8：最常收看電視的時段(複選，最多兩個)

| 收看電視的時段 | 週一到週五 | | 週末或例假日 | |
|----------------|-------|-------|--------|-------|
| | 答案數 | 百分比 | 答案數 | 百分比 |
| 晚上 18:00-20:00 | 125 | 33.9% | 100 | 27.2% |
| 晚上 20:00-22:00 | 173 | 46.9% | 162 | 44.0% |
| 晚上 22:00-24:00 | 65 | 17.6% | 61 | 16.6% |

六、新住民對目前台灣製播的新移民／工影視節目之觀看情形與滿意度

台灣目前製播的新移民／工影視節目，新住民的觀看情形如表9所列，將觀看頻率重新歸類為「有收看」與「不曾收看」兩大類之後，發現不曾收看這些新移民／工節目的人數比例相當高，幾乎都在五成以上；收看比例最高的三個新移民影視節目依序是：《WTO 姊妹會》、《台灣是我家》及《華視新住民新聞》，除了前兩名的收看人數有超過五成，其餘大致在四成以下，而且各節目有收看者均是以「偶爾收看」和「很少收看」居多。《WTO 姊妹會》是八大電視第一台製播的訪談性節目，來賓以新住民為主，邀請嫁、娶到台灣

的世界各地新移民討論世界各國文化的差異、文化衝擊、異國風俗、語言學習經驗、婚姻生活等。《台灣是我家》是以正面論述新住民的形象，深入報導新住民的生活、夢想、成就，以及在台灣打拼的足跡。《華視新住民新聞》是以越、印、泰三種語言製作新住民新聞，聚焦新住民感興趣的民生議題，不只友善新住民，更希望孩子陪媽媽一起看新聞、聽母語，學媽媽的話，這是台灣主流電視頻道中，首次以東南亞語言播報新聞給在台新住民（蘇瑋璇，2015.7.26）。這三個新住民收看比例較高的節目，其主要播出時段多安排在新住民最常收看電視的時段，較符合新住民的觀影習慣。

表 9：目前台灣製播的新移民／工影視節目之觀看情形

| 節目名稱 | 有收看 | | 每集都看 | | 經常收看 | | 偶爾收看 | | 很少收看 | | 不曾收看 | | 總和 | |
|-------------------|-----|-------|------|------|------|-------|------|-------|------|--------|------|-------|-----|------|
| | 人數 | 比例 | 人 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 | 人數 | 比例 |
| 《WTO 姊妹會》 | 223 | 55.9% | 7 | 1.8% | 51 | 12.8% | 101 | 25.3% | 64 | 16.0% | 177 | 44.3% | 400 | 100% |
| 《台灣是我家》 | 200 | 50.1% | 15 | 3.8% | 37 | 9.3% | 100 | 25.0% | 48 | 12.0% | 200 | 50.0% | 400 | 100% |
| 《華視新住民新聞》 | 166 | 41.6% | 10 | 2.5% | 41 | 10.3% | 70 | 17.5% | 45 | 11.3% | 234 | 58.5% | 400 | 100% |
| 《緣來一家人》 | 157 | 39.4% | 5 | 1.3% | 31 | 7.8% | 71 | 17.8% | 50 | 12.50% | 243 | 60.8% | 400 | 100% |
| 《幸福新民報》 | 125 | 31.3% | 8 | 2.0% | 17 | 4.3% | 60 | 15.0% | 40 | 10.0% | 275 | 68.8% | 400 | 100% |
| 《我在台灣你好嗎》 | 119 | 29.8% | 4 | 1.0% | 26 | 6.5% | 50 | 12.5% | 39 | 9.8% | 281 | 70.3% | 400 | 100% |
| 《愛上這一家》 | 114 | 28.6% | 8 | 2.0% | 16 | 4.0% | 49 | 12.3% | 41 | 10.3% | 286 | 71.5% | 400 | 100% |
| 《唱四方》 | 103 | 25.8% | 4 | 1.0% | 16 | 4.0% | 51 | 12.8% | 32 | 8.0% | 297 | 74.3% | 400 | 100% |
| 《越說越好》 | 100 | 25.2% | 9 | 2.3% | 11 | 2.8% | 41 | 10.3% | 39 | 9.8% | 300 | 75.0% | 400 | 100% |
| 《GWO Taiwan News》 | 98 | 24.6% | 3 | 0.8% | 14 | 3.5% | 45 | 11.3% | 36 | 9.0% | 302 | 75.5% | 400 | 100% |

進一步以五點利克特量表詢問有收看者觀賞上述新移民／工影視節目的動機，前三名為：「節目內容可以幫助我得到更多知識」($M=4.07$, $SD=0.74$)、「想要放鬆心情」($M=4.03$, $SD=0.68$)與「可以聽到自己熟悉的母語」($M=4.02$, $SD=0.75$)。顯見增進知識、放鬆心情和聽到母語是新住民願意觀看以他們為主體的節目之重要動機。

接著詢問有收看者對現有移民／工影視節目的滿意度（最高 4 分，最低 1 分），排名依序為《幸福新民報》、《華視新住民新聞》及《WTO 姊妹會》。不過，整體而言，滿意度並不算高（見表 10）。滿意度排名第一的《幸福新民報》，以中、越、印、泰四種語言播出，內容包括用料理好味道讓大家認識新住民文化、透過繪本動畫由新住民媽媽為小朋友講述母國童話故事、請工作達人分享就業成功祕訣以及介紹生活妙招與政府服務資源（新北市政府新聞局，2015.5.18），每一季的節目都有一些創新，例如：除了各行各業主角的故事外，還有輕鬆有趣的街訪小單元，訪問不同國家的朋友對美食及生活習慣等議題的看法；或是讓主持群國籍開始多元，增加英語發音等。節目多變化的作法或許可以提供未來新住民電視台發想節目或改進方向之參考。

表 10：對於目前台灣的新移民／工影視節目的滿意度

| 滿意度排名 | 節目名稱 | 平均數 | 標準差 |
|-------|-------------------|------|------|
| 1 | 《幸福新民報》 | 3.11 | 0.54 |
| 2 | 《華視新住民新聞》 | 3.08 | 0.56 |
| 3 | 《WTO 姊妹會》 | 3.07 | 0.53 |
| 4 | 《台灣是我家》 | 3.04 | 0.52 |
| 5 | 《越說越好》 | 3.03 | 0.54 |
| 6 | 《唱四方》 | 3.03 | 0.46 |
| 7 | 《緣來一家人》 | 3.02 | 0.50 |
| 8 | 《我在台灣你好嗎》 | 3.00 | 0.54 |
| 9 | 《愛上這一家》 | 2.98 | 0.47 |
| 10 | 《GWO Taiwan News》 | 2.98 | 0.55 |

有觀賞上述新移民／工影視節目的受訪者如何得知上述節目，受訪者之接觸管道以「親朋好友介紹」最多（44.5%，N=151），「自行尋找」居次（18.3%，N=62），「從節目的宣傳廣告得知」排名第三（8.0%，N=27），顯見口耳相傳是目前新移民／工影視節目的主要宣傳管道。但由上述收視狀況不佳的情形來看，新移民影視節目須加強節目的行銷宣傳管道與技巧，除了電視媒體與網路的宣傳外，也可搭配社群媒體粉專小編的經營與抽獎活動之安排，吸引更多新住民互動與關注，也應多方透過新移民的廣播節目、新移民常聚會與上課的新移民會館、新移民小吃店、設有新住民學習中心或課程之國中小學、跨國婚姻家庭服務中心等管道，讓節目訊息廣為周知。

而新移民若有任何一個台灣製播的新移民／工影視節目未觀看過的話，整體而言，造成新移民不看的最主要原因，第一是「播出時間不適合新住民收看」（23%，N=129），第二是「沒有時間可以觀看這些節目」（22.5%，N=126），第三是「不知道台灣有新移民／工的影視節目可以看」（21.8%，N=122）。顯見目前製作給新移民的影視節目要更加強節目宣傳及時段的安排，以符合新住民的觀影習慣。

伍、結論與討論

在新住民眼中，台灣的主流媒體以新住民為目標收視群所製作的電視節目量相當貧乏，有高達九成的新住民覺得在台灣與其族群相關的電視節目量是普通與不足，主流電視媒體所呈現的新住民形象也不夠正面，僅有一成多的新住民覺得在台灣電視節目中所呈現的族群相關形象是正面的，中港澳籍相對其他東南亞國籍的新住民，更覺得台灣電視節目呈現中港澳族群的形象比較偏向負面。

台灣的新住民對於族群專屬電視台有強烈需求。超過 7 成的新住民認為台灣需要成立一個新移民電視台，緬甸籍的新住民對族群電視台的需求最高，相較於越南、中港澳、印尼與菲律賓的新住民有更高的需求度。約 7 成 5 的新住民表達有收看以自己母語播出電視節目之意願，緬甸籍的新住民意願最高；中港澳籍雖然意願最低，在滿分 5 分的量表平均數也有 3.88，顯見收看自己母語節目的意願也不算低，中國大陸籍的新移民雖然看似文化和語言相對於東南亞籍較接近台灣，然而，中國大陸幅員遼闊，各省有其獨特的文化與家鄉話，應該被理解與看見。超過 7 成的新住民表達有收看與自己族群相關電視節目內容之意願，新住民希望接收專屬族群電視台的管道在電視與網路影音平台有著分庭抗禮之需求。過去在內政部戶政司的人口統計資料中，緬甸籍的新住民經常被隱身在「其他」類，本研究獨立為一個國籍項目後，他們的需求反而能夠被看見。

新住民對於族群專屬電視台節目播出語言和字幕的需求，無論針對本人及族群兒童都是以「母語發音搭

配中文字幕」居冠，顯見新住民大多希望在專屬的族群電視台聽見自己的母語。東南亞籍新住民對於母語或雙語發音的需求，都較中港澳籍來得高，其中以緬甸籍新住民意願最高，回頭審視台灣目前的新移民影視節目僅以越、印、泰三語為大宗，明顯忽視緬甸籍新住民的媒介公民權。更值得關注的是，中港澳籍的新住民有高達六成的受訪者有「母語」（家鄉話）的需求，並非像台灣社會普遍認為大陸籍的新住民與台灣同文同種，沒有「母語」（家鄉話）的播出語言需求。

在專屬族群電視台的節目類型需求方面，新住民對於想看的節目類型和適合呈現族群文化的節目類型有不同的想法。在族群媒體的功能方面，新住民認為移民電視台最應提供的功能前三名是：「提供在台灣生活的資訊」、「提供就業資訊」及「紓解鄉愁」，顯見這群新住民期待族群媒介具有雙重角色：融合與多元，如 Subervi-Vélez (1986) 所言，少數族群媒介需兼具協助少數族群適應主流社會，以及透過少數族群的母語和文化內容，維持少數族群對於自己族群文化的聯繫。排名最低的族群媒體功能前三名分別是：「提升族群的政治影響力」、「對抗刻板印象」及「提供參與公共議題討論的管道」，但此末三項仍有超過半數以上受訪者對此有期待。過去曾有學者提出族群媒介的目的與功能，包括：對抗負面形象與強化政治影響（如：Browne, 1996）；而台灣社會在探討原住民與客家族群文化議題時，不少學者也認為，欲去除弱勢族群長期被貼上的標籤與刻板印象、保存其獨特的文化，必須仰賴公共媒體的支持（陳春富，2012）。不過，此次調查顯示新住民對於提供就業與在台生活資訊等實用功能的期待，似乎較對抗刻板印象、參與公共議題討論管道與政治影響力等爭取自我發聲權益的需求來得高，某種程度或許反映出這群新住民的需求有不少仍停留在 Maslow (1970) 較低階層的生理與安全需求，當這些基本需求被滿足之後，才有心思去追求歸屬感以及尊重的需求。意即當這群新住民基本的傳播接收權先獲得滿足後，或許他們才有餘力進一步追求發聲權。未來移民媒體成立時，或許應以滿足新住民所需內容的接收權為優先，再逐步發展完整的族群媒介功能。以過去原住民的族群媒體《原報》與《獵人文化》為例，這兩份刊物原意是希望以內容影響族人，凝聚族人集體意識，為重建族群文化、找回主體性而努力，但外界的肯定總是比部落內的還要多，因為刊物本身「知識份子」性格太重，菁英式的論述可能使族人產生對刊物的疏離感，在「叫好不叫座」的情況下停刊（吳宛憶，2008）。在經營移民族群媒體時應注意平衡精英式觀點與一般移民觀點之落差。

在節目類型需求方面，新住民除了新聞節目之外，對於娛樂、美食、旅遊、電影、音樂、藝文、兒少等節目亦有高度需求，就多元的公共領域而言，專屬族群電視台應同時包含公、私領域的內容，才能讓新住民有更完整的媒介公民權。以澳洲特殊廣播服務（SBS）為例，其超過 60 種語言的電視服務以及超過 50 種語言的線上服務來滿足移民的傳播需求（Australian Government, 2008），並且在提供美食節目以及世界電影服務之後，現已衍生全天候提供世界美食料理妙方的美食頻道 Food Network，以及觀賞來自超過 45 個國家、70 種語言的世界電影頻道（SBS, 2016），滿足移民以及澳洲人民認識各國移民文化的需求。而面對傳播科技發展，可參考 SBS 的做法，結合網路影音平台的隨選視訊服務，主打來自新移民國家的電影以及以他們為題材所製作的戲劇和紀錄片，讓移民媒體成為多元平台與多元文化交流之窗，這些都是台灣新住民媒介公民權未來發展可以努力的方向。

新住民最常收看電視的時段為晚上 6 點至 12 點，族群電視台在營運之初若為經費所限，也未必要採全天候 24 小時播出，而是可以先採每天晚間播出 6 小時的做法，之後再循序漸進增加播映時數。像澳洲 SBS TV 起初每週播出 35 小時，1980 年代漸增至 55 小時（王菲菲，2005），後來才進展到一天播 24 小時。又族群專屬媒體的功能不僅在傳承族群語言與文化、凝聚族群認同、為少數族群發聲，同時也可提供來自不同東南亞國家的節目給所有台灣人觀賞，促進台灣人對東南亞文化的了解與溝通，扮演在公共領域中整合不同觀點與經驗的重要角色。未來台灣新移民電視台全時段的節目安排，應整合主流社會與新住民不同收視時段之特性，妥善安排適合目標觀眾群之接收內容，發揮最佳的族群媒介功能。台灣目前製播的新移民影視節目，超過五成以上的新住民不曾收看，不看的原因最主要是「播出時間不適合新住民收看」、「沒有時間可以觀看這些節目」、「不知道台灣有新移民／工的影視節目可以看」，顯見目前製作給新移民的電視節目要更加強節目宣傳及時段安排，以符合新住民的媒體使用習慣。

本文依據調查結果，建議新移民專屬電視台之傳輸管道應以傳統電視與網際網路相互搭配，不能只是將線上網站視為傳統媒介的附屬平台或唯一播放平台，誠如 Flew (2011) 所言，公共的廣播電台或電視台不應只是被設想為一個公共服務的電台或電視台，應該重新構想為一個提供公共服務的媒體組織 (public service media organizations)，發展以服務為基底與提供中立的平台，以完成內容多元與媒介公民權的使命。本研究在調查「希望透過何種方式收看新移民／工專屬的族群電視台」時，亦有 46% 的受訪者沒有選擇「網際網路」，因此，政府在制度上應提供最基礎的媒介近用形式保障，因為新住民依然有些人需要仰賴傳統媒介，移民專屬媒體的設立，需考量各國移民在經濟或媒介使用方面可能存在落差，應兼顧新舊媒體的多元傳播環境，才能避免傳播科技或經濟落差可能造成的媒介公民權損害。

台灣應該成立一個專門管理新移民傳播服務的機構，統籌目前分散各公部門的製作經費，擘劃具有長期規畫性的節目策略地圖，兼顧多元性、大眾化與公共性，亦即在滿足新移民廣電媒體基本需求的同時，也應兼顧與其他族群之交流與互動。目前台灣大約有十來個以新住民為收視對象製播的影視節目，大多在主流媒體頻道或是網路上播出，但成效並沒有預期得好，原因可能是播放頻道零星分散再加上宣傳不足，因此連新住民自己都很難得知這些節目在哪裡，更遑論其他族群的觀眾；移民專屬頻道的成立，絕非只是一個孤立的頻道，它必須同時成立一個專責的移民傳播機構，將資源有效地統整後，方有能力可以與主流媒體相互競合。

族群傳播的目的是建立本身就是多元的主流文化，是藉由差異建立讓大家可以共享的「主流」(蕭新煌，2005)。本文則進一步建議，要採用文化混雜性的多元文化主義政策，以關注移民文化與主流文化的交融與混雜，而非本質化傾向的多元文化主義，僅關注弱勢文化如何在主流文化中的生存與肯認；新移民電視台是要讓台灣社會接觸不同的文化、語言與觀點，並非一味強調彼此的差異，而是要促進彼此的交流與瞭解。因此，移民電視台的母語節目均應配上中文字幕或設定語言切換功能，讓其他族群觀眾也可切換中文(或英文)收看，以促進新移民各族群之相互理解，以及台灣主流社會對新移民文化與在台生活之認識。如 McClean (2012) 所倡議，提供移民公共廣電服務的機構，在面對一個全球媒體、社區語言與文化公民權交織的環境，必須思考公共媒體提供的多語服務，要如何取舍才能提供有用的服務讓閱聽人能夠發揮其媒介公民權，而「語言社區」的概念，不應囿限於說該母語的社區，應調整為再現、倡議與平等近用的架構；閱聽人的概念，也不應只是停留在被動的接收服務者，而是會因為媒介使用習慣的改變或是因為有共同的節目內容偏好而集結在一起的群體。

趙剛(2006)亦指出，多元文化主義若只談消極的承認與包容，而不積極討論「學習」他者的文化，永遠只是各自畫界的多元文化，多元文化最終應該要建立一個自我與他者間良好的發展關係，他者不應只是被寬容與承認的對象，也應是學習的對象。因此，移民媒體對內應該促成不同國籍移民間的相互交流，對外應促進與主流媒體以及主流群體之間的相互理解，其目標觀眾群應擴及一般大眾，積極扮演促進各群體間互動與相互學習的多元文化呈現，而非孤島式的文化傳承，具體作法可以和主流媒體合製節目或是互惠交換映演，達到對外行銷之實效。

台灣社會面臨文化與語言多元分歧、網路科技四通八達、媒體播放平台相互匯流的時代，已不能再用傳統的媒介公民權來思考新移民的傳播權益，應該要改採結合多元公眾模式、文化混雜性的多元文化主義並整合數位傳播互動科技的思維。而新移民的專屬媒體是多元公共領域的一種類型，政府應實際了解新移民的需要，擘劃符合新移民傳播需求的公共廣電服務媒體組織，培養新住民傳播人才，由新住民參與經營與製播節目，播放的內容應關注不同族群的「觀點」，並且跳脫本質化傾向的多元文化主義的侷限，應朝向文化混雜性的多元文化主義，意即移民媒體不要自我隔離，應與主流社會與主流媒體相互交流，其目標不能囿限於族群「語言」與「傳統」的傳承，因為，移民媒體並非只在反映與凝聚族群認同，而是必須嵌入全球文化與認同的流動中。因此，播出內容除了呈現新住民母國的文化外，亦應呈現他們在地適應後的文化與認同，以及新移民在台的生活實況與台灣文化的交融，以有別於母國的節目內容；呈現的議題不應侷限在過去認為和媒介公民權比較相關的政治與公共領域議

題，因為一個多元的公共領域，應同時包含公、私領域的議題，如此才不會讓婦女或是工人的話題被認為是私事而未獲認真看待。

有鑑於單一的公共領域會迫使私領域的性別議題被排除在外，而台灣新住民又以女性為大宗，從多元公共領域與多元公眾的角度，新移民的專屬媒體應肩負在公共領域中擴大女性議題、為女性爭取利益的角色，以平衡主流媒體容易將性別議題八卦化、娛樂化或道德化的作法，並且，作為一個跨國的公共領域，跨國女性面對國際與國內的經濟或性別剝削議題，亦應納入公共領域討論的議題中；娛樂、戲劇或其他文類的內容也應納入公共領域之中，讓媒介公民權有更完整的文化面向歸屬感；面對網路播放平台愈來愈普遍的現實，少數族群廣電媒體組織，應審慎檢視與比較傳統與網路媒介在促進公民權參與的潛力，整合各自的優勢，提供中立而多元的平台，讓公民能夠成為參與式的內容創製者，發揮多元的媒介公民權功能。從一個有關照到階級差異與經濟剝削的多元文化主義，來賦予新移民媒介公民權以及建立公共領域，應該要善用移民專屬媒體開闢公共與政治議題的討論空間，建立族群間對等的對話關係，進而督促政府改善新移民的社會處境與勞動環境，以增進新移民平等的公民權為具體目標，才不會讓移民專屬媒體淪為僅偏重「文化政治」的文化與族群認同保存，卻忽視了促進經濟與社會權利保障的社會責任。

本研究嘗試將族群媒體功能的理論論述轉化為量表，在調查台灣新移民希望專屬族群電視台提供何種功能時，部分量表項目概念未能完全互斥，例如：「提供新移民與移工的媒體能見度」，與「對抗刻板印象」、「促進少數族群與台灣社會交流」，在某些意義層面上產生重疊，雖然量表已經由三位學者專家進行專家效度檢驗，但初探型的研究難免仍有疏漏，希望未來研究可以繼續發展更具有信效度之族群媒體功能量表。本次調查跨國婚姻新住民對專屬族群電視台的需求，也同時發現表達「無意見」者占 19.3% (N=77)，「不需要」占 8.5% (N=44)，「非常不需要」占 0.5% (N=2)，未來可以針對覺得沒有必要成立族群專屬電視台的新住民進行質性研究，以瞭解其不需要專屬移民電視台為其服務之背後意涵。本次調查由於經費有限，僅針對北北基桃四區的跨國婚姻移民做調查，由於移民專屬電視台的傳播對象亦包括移工，建議未來研究可進行更完整的地域以及移工傳播權調查。最後，本研究僅了解新住民對現有新移民影視節目之觀影動機與滿意度，未來研究可針對各個節目進行深入的內容分析與族群閱聽人研究，以提供完整節目改善資料予相關從業人員參考。

陸、參考書目

- 內政部戶政司 (2017)。【原住民人口數按性別、身分及年齡分】，未出版之統計數據。上網日期：2017 年 8 月 23 日，取自內政部戶政司人口統計資料庫 <http://www.ris.gov.tw/346>
- 內政部移民署 (2017)。【各縣市外裔、外籍配偶人數與大陸（含港澳）配偶人數按證件分】，未出版之統計數據。上網日期：2017 年 5 月 8 日，取自中華民國內政部移民署全球資訊網統計資料 <http://www.immigration.gov.tw/ct.asp?xItem=1328796&ctNode=29699&mp=1>
- 王俐容 (2006)。〈文化公民權的建構：文化政策的發展與公民權的落實〉，《公共行政學報》，20：129-159。
- 王俐容、王維菁、朱淑娟 (2008)。〈跨國性社群電視媒體初探：以《臺灣媳婦》為例〉，《中華傳播學刊》，14：267-313。
- 王菲菲 (2005)。〈多元文化與公共廣電機構：澳大利亞實踐檢驗〉，《中華傳播學刊》，7：103-134。
- 朱涵 (2007)。《臺灣報紙再現「外籍新娘」之研究—以聯合報、自由時報為例》。世新大學新聞研究所碩士論文。
- 李佳玲 (2006)。《弱勢社群節目製播與回饋之研究—以服務在臺外籍配偶廣播節目為例》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 李昭安 (2008)。《外籍配偶新聞報導產製因素之分析：行動者的觀點》。政治大學新聞研究所碩士論文。

- 林素真 (2012)。〈高雄市新移民女性的媒體使用與健康資訊需求〉，《廣播與電視》，34：55-92。
- 林福岳 (2014)。〈原住民族傳播權利實踐的新想像—原住民族傳播網絡的建構〉，《台灣原住民族研究學報》，4 (2)：69-92。
- 邱淑雯 (1998)。〈外勞族群媒體研究初探：以臺灣泰語廣播節目為例〉，《臺灣社會研究季刊》，31：169-193。
- 邱淑雯 (2003)。〈越境者媒體：臺灣的外勞廣播節目〉，《新聞學研究》，75：73-102。
- 吳宛憶 (2008)。《抗爭與回歸——原住民自辦刊物《原報》《獵人文化》的文本分析》。國立臺灣師範大學臺灣文化及語言文學研究所碩士論文。
- 洪貞玲、劉昌德 (2006)。〈傳播權觀點的商營廣電管制〉，《中華傳播學刊》，10：27-53。
- 柳紹鈞 (2004)。《越南籍跨國婚姻女性配偶在台媒體使用行為與文化適應研究》。政治大學廣播電視學系研究所碩士論文。
- 夏曉鶯 (2002)。《流離尋岸：資本國際化下的「外籍新娘」現象》。台北：《台灣社會研究》雜誌社。
- 夏曉鶯 (2004)。〈解開面對新移民的焦慮〉，《學生輔導季刊》，97：6-27。
- 殷美香 (2014.06)。〈台灣民眾對東南亞外籍配偶的觀感與媒介使用與媒介態度之關係研究〉，「2014中華傳播學會研討會」論文。台北，銘傳大學。
- 〈移民署、中天攜手製作 關懷「新移民」全國性節目《愛上這一家》〉(2013.3.15)。上網日期：2015年5月31日，取自中天新聞 <http://blog.ctitv.com.tw/ctitv/archive/2013/03/18/11954.aspx>
- 郭佳旻 (2014)。《台灣新住民廣電媒體內容產製之研究—由「外」而「內」的參與觀點》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 張正 (2008)。《全球化之下新移民／工社群的跨界文化鬥爭—移民媒體與弱勢發聲，台灣立報越南文版《四方報》的實驗與實踐》。暨南國際大學東南亞研究所碩士論文。
- 張敏華 (2005)。《「新臺灣之子」的媒體形象：外籍配偶臺灣子女之新聞框架研究》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 陳宇珩 (2017)。〈新住民的資訊取得與文化公民權：從央廣印泰越語節目與四方報的消失談起〉，《文化研究季刊》，159：49-54。
- 陳宏 (2014.06)。〈陸籍配偶族群媒體之幻想主題分析：以兩岸家庭論壇關於「陸配取得身份證期限六年轉四年」議題的討論〉，「2014中華傳播學會研討會」論文。台北，銘傳大學。
- 陳春富 (2012)。〈國際移工／民傳播權的在地思考〉，《傳播研究與實踐》，2 (1)：55-84。
- 陳春富、殷美香 (2015)。〈「跨國移住者」媒體再現研究：以臺灣主流報紙之新聞報導為觀察〉，《新聞學研究》，125：49-93。
- 陳清河 (2004)。〈科技、政治與弱勢傳播：以台灣原住民族之廣電媒體近用為例〉，《台灣民主季刊》，1 (4)：109-138。
- 曾婷瑄 (2016.5.14)。〈為何我們都失去了聲音？新住民媒體政策，法國怎麼做？〉，《獨立評論@天下》。上網日期：2018年5月5日，取自 <https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/436/article/4261>
- 新北市政府新聞局 (2015.5.18)。〈聽新住民說自己的故事 「幸福新民報」4 語節目 5/24 開播〉。上網日期：2015年8月31日，取自新北市政府市政新聞 http://www.ntpc.gov.tw/ch/home.jsp?id=28&parentpath=0,6,27&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201505180023&mserno=201309100001
- 〈新移民媒體使用行為大調查，新移民媒體自主權低!〉(2014.4.28)。《中央網路報》。上網日期：2015年5月31日，取自 http://www.cdnews.com.tw/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=121&docid=102736660
- 楊芷茜 (2006)。《移住家庭監護工的媒體再現：以台灣報紙對「劉俠事件」與「馮滬祥事件」之報導為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。

- 劉子亮 (2009)。《鄉音不相應：在臺東南亞移工收聽RTI母語節目之研究》。暨南國際大學東南亞研究所碩士論文。
- 劉幼琍 (1998)。〈原住民對廣電媒體使用與滿足之調查分析〉，《台大新聞論壇》，5：167-209。
- 劉幼琍 (1999)。〈特定族群對廣電媒體的需求及收視聽行為：以客家人與原住民為例〉，《國立政治大學學報》，78：337-386。
- 廖元豪 (2008)。〈移民基本人權的化外之民：檢視批判「移民無人權」的憲法論述與實務〉，《月旦法學雜誌》，161：83-104。
- 趙剛 (2006)。〈“多元文化”的修辭、政治和理論〉，《台灣社會研究季刊》，62：147-189。
- 蔡臺鴻 (2009)。《外籍新娘的污名化—以新聞事件報導為例》。臺北大學社會學系碩士論文。
- 賴于榛 (2015.4.22)。〈新住民人50+20萬，毛治國：培力成我國「新」資產〉，《東森新聞雲》。上網日期：2015年5月31日，取自<http://www.ettoday.net/news/20150422/496585.htm>
- 謝敏芳 (2004)。《外籍勞工報紙形象之趨勢研究》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 蕭新煌 (2005)。〈多元文化社會的族群傳播：剖析一個新典範〉，《中華傳播學刊》，7：3-8。
- 戴育賢 (2000)。〈重返公共領域：哈伯瑪斯、女性主義、羅遜、文化研究〉，《新聞學研究》，62：119-142。
- 魏玫娟 (2009)。〈多元文化主義在台灣其論述起源、內容演變與對台灣民主政治的影響之初探〉，《台灣社會研究季刊》，75：287-319。
- 蘇瑋璇 (2015.7.26)。〈越泰印3聲道 新住民新聞下月開播〉，《聯合影音網》。上網日期：2015年7月31日，取自<https://video.udn.com/news/347830>
- Aleinikoff, T. A. (2003). Between national and postnational: Membership in the United States. In C. Joppke, & E. Morawska (Eds.), *Toward assimilation and citizenship: Immigrants in liberal nation-states* (pp. 110-129). New York: Palgrave Macmillan.
- Alia, V., & Bull, S. (2005). *Media and ethnic minorities*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
- Ang, I., Hawkins, G., & Dabboussy, L. (2008). *The SBS story*. Sydney, Australia: UNSW Press.
- Australian Government (2008). *ABC and SBS: Towards a digital future* [Discussion paper]. Australia: Department of Broadband, Communications and the Digital Economy. Retrieved May 31, 2015, from http://www.irca.net.au/sites/default/files/public/documents/PDF/ABC_and_SBS_Towards_a_digital_future_low_resolution.pdf
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. New York: Routledge.
- Browne, D. (1996). *Electronic media and indigenous peoples: A voice of our own?* Ames, IA: Iowa State University Press.
- Castles, S. (2000). *Ethnicity and globalization: From migrant worker to transnational citizen*. London: SAGE.
- Cormack, M. (2007). Introduction: Studying minority language media. In M. Cormack & N. Hourigan (Eds.), *Minority language media: Concept, critiques and case studies* (pp. 1-16). Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- CRIS Campaign. (2005). *Assessing communication rights: A handbook*. Retrieved May 31, 2015, from <http://cdn.agilitycms.com/wacc-global/Images/Galleries/RESOURCES/COMMUNICATION-RIGHTS/Assessing-Communication-Rights.pdf>
- Dahlgren, P. (2006). Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 267-286.
- Dahlgren, P. (2010). Public spheres, societal shifts and media modulations. In J. Gripsrud & L. Weibull (Eds.), *Media, markets & public spheres: European media at crossroads* (pp.17-36). Bristol: Intellect.

- D'Arcy, J. (1977). The right of man to communicate. In L. S. Harms, J. Richstad & K. A. Kie (Eds.), *Right to communicate: Collected papers* (pp. 45-52). Hawaii: University of Hawaii at Manoa.
- Flew, T. (2011). Rethinking public service media and citizenship: digital strategies for news and current affairs at Australia's Special Broadcasting Service. *International Journal of Communication*, 5, 215-232.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80.
- Fraser, N. (2007) Transnationalizing the public sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a Post-Westphalian world. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7-30.
- Georgiou, M. (2001). Crossing the boundaries of the ethnic home- Media consumption and ethnic identity construction in the public space: The case of the Cypriot community centre in North London. *GAZETTE*, 63(4), 311-329.
- Georgiou, M. (2007). Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism -- Particularism continuum. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31, 481-498.
- Goban-Klas, T. (1989). Minority media. In E. Barnouw (Ed.), *International encyclopedia of communications* (Vol. 3, pp. 30-33). New York: Oxford University Press.
- Gordon, A. F., & Newfield C. (1996). Introduction. In A. F. Gordon & C. Newfield (Eds.), *Mapping multiculturalism* (pp.1-16). Minneapolis: University of Minnesota press.
- Heater, D. (1999). *What is citizenship?* Cambridge: Polity Press.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Matsaganis, M., Katz, V., & Ball-Rokeach, S. J. (2010). *Understanding ethnic media: Their social and cultural roles in economic and policy contexts*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McClellan, G. (2012). SBS's multilingual dilemma: Global media, "community languages" and cultural citizenship. *Global Media Journal*, 6(1), 1-11.
- Miller, T., & Yudice, G. (2002). *Cultural policy*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moe, H. (2009). Online media participation and the transformation of the public sphere: Moving beyond the fragmentation debate. Paper presented at the AoIR conference Internet Research 10.0 – Internet: Critical, Milwaukee, Wisconsin, USA. Retrieved May 31, 2015, from http://www.hm.uib.no/files/Moe_AoIR.pdf
- Pinto, J., & Hughes, S. (2011). Introduction: Special issue on media and citizenship. *Taiwan Journal of Democracy*, 7(2), 1-9.
- Riggins, S. H. (Ed.) (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. London: Sage.
- SBS (2016). *SBS annual report 2016*. Retrieved August 1, 2017, from http://media.sbs.com.au/aboutus/SBS_Annual_Report_2016.pdf
- Shi, Y. (2005). Identity construction of the Chinese diaspora, ethnic media use, community formation, and the possibility of social activism. *Journal of Media & Cultural Studies*, 19(1), 55-72.
- Subervi-Vélez, F. A. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism: A review and research proposal with special focus on Hispanics. *Communication Research*, 13(1), 71-96.
- Valaskakis, G. (1992). Communication, culture, and technology: Satellites and northern native broadcasting in Canada. In S. H. Riggins (Ed.), *Ethnic minority media: An international perspective* (pp. 63-81). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Vink, M. P. (2005). *Limits of European citizenship: European integration and domestic immigration policies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Wimmer, R., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction*. Boston: Cengage Learning.

◎第二年研究成果：

從社會認同與族群媒介功能探討新移民影視節目消費與節目改進之道

壹、研究背景與研究問題

對於少數族群閱聽人研究的缺乏，正意味著對少數族群的族群媒介消費之忽視 (Bernath & Messing, 1999)。台灣新移民的傳播研究，探討台灣東南亞移民使用媒體的論文相當稀少 (劉子亮, 2009)；陳春富 (2012) 亦建議，國內研究可針對在台各類跨國移住者的實際傳播需求及現況進行焦點性的探究。並且，Appiah (2003) 發現，族群成員會更關心或受到以他們為目標觀眾群的媒體影響。然而，台灣目前對於新住民閱聽人仍舊欠缺清楚的認識，也未能確實掌握他們對族群媒介或族群影視節目內容的需求。

筆者為了瞭解台灣新住民的傳播權需求，進行了為期兩年的研究，第一年以問卷調查面訪了 400 位來自東南亞及中港澳地區的台灣新住民，據以提出建構台灣新移民專屬電視頻道之建議；本文則是第二年的研究成果，係根據第一年量化調查的結果，選取新住民收視滿意度排名前四名之新移民影視節目 (【幸福新民報】、【華視新住民新聞】、【WTO 姊妹會】及【台灣是我家】)，進行深入的族群閱聽人焦點團體座談，以了解在台灣社會生活的新住民，他們感受到台灣社會或家庭成員對他們的態度，以及在台灣母語使用的情形，如何和目前以新住民為呈現對象的媒體內容共構其認同，又現有的新移民影視節目究竟發揮了哪些族群媒介之功能，從社會認同與族群媒介功能的角度，據以提出族群節目內容的改善建議。

在第一年的研究中，已發現有超過 7 成的新住民認為台灣需要成立一個新移民專屬的電視台，約 7 成 5 的新住民表達有收看以自己母語播出的電視節目之意願；新住民對於族群專屬電視台節目播出語言和字幕的需求，以「母語發音搭配中文字幕」居冠；台灣製播的十個新移民影視節目，不曾收看這些節目的新住民人數幾乎都在五成以上；有收看者對現有移民影視節目的滿意度並不高。基於第一年的量化研究結果，本文想進一步深入了解的問題是：新移民影視節目可以強化哪些內容以滿足新住民的需求，新住民期待看到哪些主題內容有更多的露出？在台灣新住民所面臨的母語使用情境，現有的族群影視節目內容對其母語的保存或推廣有何幫助？有哪些部分可以再加以改善？台灣新住民對於台灣目前所製作的新移民影視節目觀感為何？這些節目發揮了哪些族群媒介的功能？有哪些功能需再加強？新住民感受到節目中所呈現的新住民形象與內容，對新住民的社會認同有何影響？透過以上問題之理解，據以提出台灣新住民影視節目之改進之道，以及未來新移民專屬電視台節目內容的規劃方向。

貳、文獻探討

一、族群媒介的重要性

從一個比較廣義的方式來定義族群媒介，是相對於主流媒介，為以下族群所擁有以及為其製作內容的媒介：(1) 移民；(2) 少數族裔與少數語言族群；(3) 原住民 (Matsaganis, Katz, & Ball-Rokeach, 2010)。也正因為族群媒介指涉的媒體非常廣泛，Johnson (2010) 認為族群媒介的定義應跳脫地理位置、範圍或媒體所有權對族群媒介的限制，因有些族群媒介並非由該族群所製作或贊助 (例如：BBC 所製作的族群節目)；並且，雖然族語是許多文化認同的核心，但不應成為族群媒介研究的支配地位；而以「離散媒介」或「移民媒介」來定義「族群媒介」，此兩種界定反而更民族國家 (nation-state) 導

向，而不是族群導向；因此，建議學者在進行族群媒介研究時，應說明研究中所指涉的族群媒介定義究竟為何。由於台灣目前大部分的新移民影視節目不一定使用母語發音，經費亦非來自於族群組織本身，因此，本文探討的台灣新移民影視節目，係指透過電視及網路傳播管道服務於台灣新住民的節目內容。

族群媒介不僅可以協助少數族群適應主流社會，亦可透過少數族群的母語和文化內容，維持少數族群對於自己族群文化的聯繫 (Subervi-Vélez, 1986)。族群媒介能夠拯救族群語言、提升自尊、對抗負面形象、強化凝聚力與政治影響、提供少數族群的媒體能見度、創意發表管道與就業機會 (Browne, 1996)，為少數族群爭取權益，給予少數族群認同感，提升社會凝聚力，抒解鄉愁與來自陌生或不友善環境的疏離感 (Goban-Klas, 1989)。族群媒介是自由表達的工具，能夠在公共領域中貢獻多元觀點 (Downing & Husband, 2005; Sreberny, 2000)，透過母語媒體廣泛而有效地傳遞與維護自身文化，對於弱勢族群而言格外重要 (Riggins, 1992)。族群媒介可以促進少數族群的我族族群意識，亦可促進異文化間的交流 (邱淑雯, 1998)；對少數族群而言，媒體資源的有無與其文化發展息息相關，凝聚族群意識的最大力量亦來自於大眾媒體 (Alia & Bull, 2005)。由此可知，「族群媒介」的使命多是傳承族群語言與文化、凝聚族群認同、紓解鄉愁、為少數族群發聲、對抗負面形象、提升族群自信心、爭取少數族群權益與促進不同文化間的交流，同時，有些少數移民媒介更擔負了協助移民適應主流社會之功能。

過去的實證研究發現，主流媒介通常將移民刻板印象化或污名化的再現 (Davé, 2013; Ramasubramanian, 2005)，會造成移民的自尊低落 (Swim, Hyers, Cohen, Fitzgerald, & Bylsma, 2003; Ward, 2004)；移民族群媒介可以強化族群文化認同與移民拜訪故鄉的渴望 (Bandyopadhyay, 2008)，以及提升族群驕傲感與族群實踐 (Ramasubramanian et al., 2017)。族群媒介在移民的生活中扮演滿足娛樂與資訊需求的角色，並且建構與維繫族群文化認同 (Deuze, 2006; Johnson, 2010; Ogan, 2001; Zhou & Cai, 2002; Viswanath & Arora, 2000)。不過，此處須注意的是，上述研究中的「族群媒介」，有些是來自母國的媒介內容 (例如：Bandyopadhyay 談討的是寶萊塢電影對印度離散族群的影響；Ramasubramanian 等人探討的是在母國印度所產製的影視媒介內容)，並非在宗主國中產製的移民族群媒介內容。因此，吾人若仔細檢視台灣主流社會產製的新移民影視節目內容與新住民自身的觀感時，答案是否仍是如此？

二、族群媒介與認同研究

Johnson (2010) 認為，將社會心理學面向挹注於族群媒介與認同的研究，有助於傳播學者了解閱聽人使用族群媒介的過程，而不只是族群媒介的動機和結果，尤其是現存的大眾媒介理論在族群媒介研究中已不敷使用，而族群認同在族群媒介的使用中又占有舉足輕重之地位。社會認同理論強調「自我」的形成是持續社會互動的過程，是同時進行內在自我定義與外在他人定義的綜合體 (Jenkins, 2008)。循此，Johnson (2010) 認為，族群媒體以族群為目標觀眾，來彰顯不同群體間的差異，且由於認同是流動與情境性的，因此十分適合用來探討族群的離散性，以掌握族群媒體內容與族群閱聽人之間的動態。

本研究並非要探討台灣目前的新移民影視節目召喚出何種「族群」認同，因為，這些影視節目內容並不是只出現某一個單一的新住民國家族群，而是囊括了不同國家的新住民，依此討論來自某一國的新住民的族群認同建構並不合適；因此，本研究探討的是新住民「自我」與族群媒體中呈現的新住民內容互動後所形成的「社會認同」，將採取社會心理學角度的社會認同理論，來探討台灣新住民影視節目消費之社會認同建構。

社會認同理論認為，社會認同基於兩種過程：類化 (categorisation) 與自我提升 (self-enhancement)，前者涉及個人對團體分類的正向與負向價值觀知識；後者導引類化的過程 (Hogg, 1996: 67)。意即，

每個人在社會上擁有多重的社群成員資格，但卻只選取其中一些來建立其社會身份認同，主要是想藉由所認同的社群提高其自尊 (Tajfel & Turner, 1986)。因此個人評價形成其認同的特徵愈正向時，他的自我提升會愈高，也愈會保留及展現內團體的特徵以與外團體區別。人有追求正向自尊的需求，為了維持其正向自尊，個人會採取內團體偏私 (in-group favoritism) 策略¹，當自己所屬團體優於其他團體時，便可藉由所屬團體的優勢地位來提升自我評價 (Tajfel & Turner, 1979)，個人認同自己隸屬於某個內團體成員，係基於與外團體成員之比較 (Tajfel, 1978)。

如果一個人的隸屬身分足夠重要，該身分將會被融入個人的社會認同中，而這種將自己視為某一團體成員的過程，即為「自我歸類」(self-categorization) (Turner et al., 1987)。自我歸類理論認為自我的感知與情境相依存 (context-dependent)，「自我」因此是一個十分流動的概念 (Onorato & Turner, 2004)。不同的身分認同來自於與切身相關的身份顯著性 (identity salience) (Stryker, 1980; Onorato & Turner, 2004)，顯著性不只是認知的感知過程，也是社會互動的過程，人們可能會在類別的顯著性之間比較與協商 (Hogg & Reid, 2006)，而身份顯著性取決於人在當下的自我歸類，其中涉及易得性 (accessibility) 與契合度 (fit)，並且，某些身分的顯著性是來自於人 (感知情境中的資源或因素) 與情境互動 (契合自身的目標或需求) 的結果 (Stets & Burke, 2000; Oakes, 1987)。

Johnson (2010) 認為，自我歸類理論是理解族群媒體閱聽人的認同建構過程以及族群媒介的社會影響力的有利工具，社會認同與自我歸類理論有四個重要概念，適合納入族群媒介研究，分別是：易得性、社會規範 (social norms)、原型 (prototypes) 與契合度，並建議「易得性」適用於研究族群媒介內部結構與製作人之製播理念，「社會規範」與「原型」適用於族群媒介之內容分析或閱聽人的感知分析，「契合度」則適合應用於族群閱聽人消費族群媒體所獲致的效果研究 (例如：自尊的提升或是其他結果)。然而，筆者以為，「易得性」概念亦適用於族群閱聽人之分析。原先 Johnson (2010) 所持的理由是主流媒介對於少數族群負面或缺乏多元的呈現，阻礙了少數族群的自我歸類過程，因此，族群媒介組織與製作人在產製多元的族群文化內容，以提高族群成員接近自身所屬的文化內容時，扮演關鍵角色。然而，根據前述學者所陳述的「易得性」概念 (例如：Stets & Burke, 2000; Hogg & Reid, 2006)，便會發現「易得性」的判斷，亦取決於閱聽人的主觀感受，並且與「契合度」形成不可分割的過程。

人們將自己歸屬於某個社會分類，係因該社會分類是有價值的、重要的，此為自我概念認定的長期易得性 (chronic accessibility)，又或者因為自我得證和知覺與當下情境特點接近，此為情境式的易得性 (situational accessibility)。人們利用這些易得的類別以理解他們所處的社會情境，去探究這些類別是否可以恰當解釋人與人之間的異同，此即為結構或比較的契合 (structural or comparative fit)，並且探究這些類別所包含的原型屬性 (prototypical properties) 是否能恰當解釋人們為何產生他們的行為，此即為規範性契合 (normative fit)，如果類別的契合度很差，人們就會轉而尋求其他易得的類別，直到找到最佳的契合度 (Hogg & Reid, 2006)。據此，移民閱聽人在觀看移民族群媒介的內容時，不僅會感知內容中所呈現的移民形象，也同時會與移民所處的社會情境產生互動，而在身分類別的顯著性之間比較與協商，形成自我的社會認同。因此，將社會認同概念納入移民族群閱聽人觀看族群媒介的分析，將有助於吾人對該現象之理解。

並且，Turner & Reynolds (2011) 亦指出，運用易得性與契合度，能有效解釋在情境中認同如何導引認知與行為。因此，本文將援引社會認同理論中「易得性」與「契合度」兩個重要概念，解釋新住民閱聽人觀看新移民影視節目所形成的認同建構，以及是否符合新住民所期待的族群媒介功能，並據以提出節目如何改進，才能維持或提高新住民的自尊與自我評價。又「社會規範」是群體中的人們普遍同意並認可為合宜的思考、感受與行為方式，而族群媒介的重要功能之一，不僅建構與維繫族群文

¹ 社會認同和內團體偏私有關，偏袒內團體的個人，當內團體表現優異時，會擴大團體間的差異來強調所屬團體的優勢地位，以達到自我提升的目的；而當內團體表現不佳時，會縮小團體間差異來忽略所屬團體的缺點，以減少自我評價的降低 (Tajfel & Turner, 1979)。

化，更要促進異文化間的理解與交流，因此，族群及主流社會的閱聽人觀賞族群媒介內容，從中獲得的族群規範是否對族群內部與族群間之交流均有助益，亦可透過社會認同理論來理解。而「原型」可以增強個人對於一個團體屬性的區辨 (Hogg & Reid, 2006)，Johnson (2010) 也建議可以分析族群媒體中的原型是否有較多元的呈現，族群閱聽人是否有同樣的感受，抑或是暴露於族群媒介中正面的族群原型形象，能否緩解來自於主流媒體或社會中負面族群形象帶給族群閱聽人的影響。因此，本文亦將探討台灣新移民影視節目所呈現的新住民原型形象，帶給新住民何種影響。

此外，Johnson (2010) 提出，族群媒體的使用會增強族群社會類別的契合度，他借用 Turner 等人 (1987) 的概念：「當類別含括性愈高時，抽象度亦增高」，據以提出：族群媒體泛族群性 (pan-ethnicity) 的增加，究竟會提升還是降低契合度？當族群閱聽人看到以自己族群文化 (例如：韓裔美國人) 的媒體內容時，會感到契合，然而，若看到的內容是泛族群文化時 (例如：亞裔美國人)，是會被含括其中？抑或是產生契合度降低的現象？該論點十分有趣，因為台灣目前大部分的新移民影視節目，正是以泛族群的概念來製作，將無論來自於西方、東北亞或是東南亞的新住民，都納入節目呈現的對象，形成新住民 vs. 台灣其他四大族群的再現，此種作法，對於新住民閱聽人的認同建構在契合度方面有何影響？亦是本文關注的焦點。

參、研究方法

本研究為深入瞭解來自東南亞及中國的台灣新住民，他們有哪些最想看但目前卻看不到的節目內容？在台灣新住民所面臨的母語使用情境，現有的族群影視節目內容對其母語的保存或推廣有何幫助？有哪些部分可以再加以改善？台灣新住民對於台灣目前所製作的新移民影視節目觀感為何？這些節目發揮了哪些族群媒介的功能？有哪些功能需再加強？新住民感受到節目中所呈現的新住民形象與內容，對新住民的社會認同有何影響？將邀請東南亞及中國籍的新住民閱聽人進行焦點團體座談，透過以上問題之理解，據以提出台灣新移民影視節目的改進之道，以及未來新移民專屬電視台節目內容的規劃方向。

焦點團體訪談是由主持人帶領特定議題的團體座談，參與人數可介於 4 至 12 人之間 (krueger, 1994; Seggern & Young, 2003; Boddy, 2005)，焦點訪談組數至少為 3 組 (krueger, 1994)。由研究者組織某些特定特質的人們，在非壓力的環境中共同討論特定主題，透過群體成員相互之間的互動，對研究問題進行探討 (陳向明, 2009)。本研究焦點團體座談的進行，係依據本人於 2017 年面訪 400 位台灣新住民的調查結果 (論文出版中)，選取新移民收視滿意度排名前四名之新移民影視節目 (依序為：【幸福新民報】²、【華視新住民新聞】³、【WTO 姊妹會】⁴、【台灣是我家】⁵)，邀請有觀看過該四個節目的東南亞及中國籍新住民觀眾，深入探討對節目內容的觀感、族群功能的發揮、認同建構情形與節目改善建議。

焦點團體座談於 2018 年 1 月至 6 月間舉行，依不同的節目分為四場進行，邀請對象先從第一年面訪資料中有看過該節目並曾經表達有參與未來焦點團體座談意願者開始聯繫，再透過滾雪球的方式找

² 【幸福新民報】以中、越、印、泰、英五種語言播出，介紹來自於來自東北亞、東南亞、美洲、歐洲國家的新住民故事，以往是在新北市有線電視公用頻道播出，2018 年 7 月開始在 TVBS 播出 (祁容玉, 2018. 6.27)。

³ 【華視新住民新聞】是以越、印、泰三種語言製作新住民新聞，聚焦新住民感興趣的民生議題，不只友善新住民，更希望孩子陪媽媽一起看新聞、聽母語，學媽媽的話，這是台灣主流電視頻道中，首次以東南亞語言播報新聞給在台新住民 (蘇瑋璇, 2015.7.26)。

⁴ 【WTO 姊妹會】是八大電視第一台製播的訪談性節目，節目初始的來賓以新住民為主，邀請嫁、娶到台灣的世界各地新移民討論世界各國文化的差異、文化衝擊、異國風俗、語言學習經驗、婚姻生活等，但節目發展至今參與的來賓並非以婚姻移民為主。

⁵ 【台灣是我家】是以正面論述新住民的形象，深入報導新移民的生活、夢想、成就，以及在台灣打拼的足跡。

到適合的研究參與者，共計邀請 19 人參與座談（參與者背景資料見表一），參與者均看過該場次欲討論的節目內容，但若研究參與者亦看過其他的新移民影視節目，亦可發表對其他節目之想法與建議，在邀請新住民時已確認具備中文表達能力。每場焦點團體座談進行約 2 至 2.5 小時，進行方式先播放簡短的節目內容暖場，然後再進行訪談，全程錄音，訪談後將錄音內容做成逐字稿分析。

表一：焦點團體座談參與者背景資料

| 參與者代號 | 原國籍 | 性別 | 參與場次 | 移民年 |
|-------|----------|----|-------------------|------|
| A | 中國山西 | 女 | 20180120【台灣是我家】 | 1999 |
| B | 印尼 | 女 | 20180120【台灣是我家】 | 2001 |
| C | 中國貴州少數民族 | 男 | 20180120【台灣是我家】 | 2005 |
| D | 緬甸 | 女 | 20180120【台灣是我家】 | 2010 |
| E | 柬埔寨 | 女 | 20180120【台灣是我家】 | 2001 |
| F | 中國陝西西安 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 1996 |
| G | 中國河南開封 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 2000 |
| H | 越南 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 2004 |
| I | 越南 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 2001 |
| J | 緬甸 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 2009 |
| K | 印尼 | 女 | 20180301【華視新住民新聞】 | 1998 |
| L | 印尼人 | 女 | 20180607【幸福新民報】 | 1984 |
| M | 印尼（華人） | 女 | 20180607【幸福新民報】 | 2013 |
| N | 菲律賓（華人） | 女 | 20180607【幸福新民報】 | 1986 |
| O | 中國上海 | 女 | 20180627【WTO 姊妹會】 | 1991 |
| P | 中國北京 | 女 | 20180627【WTO 姊妹會】 | 1996 |
| Q | 中國寧波 | 女 | 20180627【WTO 姊妹會】 | 1999 |
| R | 泰國 | 女 | 20180627【WTO 姊妹會】 | 2003 |
| S | 中國寧波 | 女 | 20180627【WTO 姊妹會】 | 1995 |

資料來源：本研究整理

肆、研究發現

一、新移民影視節目可以強化哪些內容以滿足新住民的需求，新住民期待看到哪些主題內容有更多的露出？

（一）增加母國新聞與現況發展，讓台灣人了解台灣與新住民母國的關係

雖然現在網路很發達，但新住民還是希望在台灣可以聽到或看到母國的新聞，更新母國現況，不僅可以提供歸屬感、解鄉愁，人雖在外地，但宛若在家的感覺，更可以讓台灣人了解自己母國現今的發展，不要一直停留在東南亞或中國新住民的故鄉是落後的刻板印象。而且是把各國的文化都集中在一個頻道，讓觀眾知道何處可以得到完整的訊息。

有那個歸屬感，像我還沒很會中文之前，我用收音機聽我們印尼的新聞，就好像我現在是在印尼這樣子，聽那個聲音、聽那個語言，然後好熟悉的感覺。(參與者 L)

以前有大學生就問我說：「你們緬甸有沒有房子住啊？你們房子住在哪裡？」有一個同學就說我們是住在椰子樹上。...台灣的網路也可以上網，在學校可以上網，他們也不去補個一下，就隨便亂講：「你們在那邊有沒有穿衣服啊？」(參與者 J)

我們最希望看到的是達到那種真正的平等，尊重對方不同的文化，真正用這種節目呈現出來之後呢，讓大家都了解彼此之後，尊重身邊的新住民。(參與者 A)

而且新聞應該要讓台灣人了解台灣與東南亞國家的關係，配合政府的新南向政策，如果台灣人想去印尼經商或工作，台灣的新聞就可以提供相關的正確資訊。

可以報導關於那個勞工的政策，因為你開一個工廠，比如你就需要知道基本工資啊，然後你是外商，你要怎麼投資的方式啊？對一個外國人都是很需要知道的，不然在那邊摸索，有的時候會被騙啊！（參與者 M）

有些新住民來到台灣之後，許多年都未曾回到自己的故鄉，因此也期待節目可以多做一些新住民家鄉發展近況的內容或報導，讓台灣人和新住民都可以更新與改變對東南亞國家或中國非一線城市落後的觀感。

有些時候有些習俗他們講是沒錯，但是【WTO 姊妹會】之前也有過一些爭議，就是它講大陸講那一些茅廁啦，講一些什麼不好的點的時候，那大家心裡就是感覺不太舒服，你要站在客觀角度說明為什麼會有這樣子，以前是這樣，那現在呢？你要有個脈絡，而不是說就是個笑點。(參與者 A)

像我們來這十幾年，我們回去都有些方面都跟不上，節目可以做一些家鄉的變化，作法啊、觀念啊有甚麼不一樣，現在的樣貌是什麼。(參與者 C)

像我現在跑大陸跑的比較勤快之後，才慢慢的跟大陸開始接軌，之前就脫離了，我後來去大陸之後他們說，你真是已經土到不行，比如說在大陸我只要帶一個手機出門就好，什麼都不用帶，在大陸一個手機我就全部都能解決了。(參與者 A)

即便有研究參與者表達【我在台灣你好嗎】是少數有隨著新住民到家鄉去做實地拍攝的節目，但筆者認為該節目對於新住民的母國仍舊欠缺巨觀的呈現與深入的文化交流內容，因為拍攝的內容環繞著新住民的家人或親朋好友，雖然呈現了日常生活的樣貌，但對於台灣的觀眾而言仍然欠缺對新住民母國的深入了解，尤其是對於東南亞國家或是中國非一線城市的文化或是發展近況的了解。有不少新住民表示，雖然網路很發達，但新住民回鄉依舊覺得家鄉變得十分陌生，其中的原因之一，是台灣真的很少透過大眾媒體讓社會認識並更新新住民家鄉的訊息。新住民建議可以仿效 PeoPo 公民新聞的作法，讓新住民自己來報導家鄉的所見所聞。

如果將來真的有一個頻道，可以讓我們每個人都可以去當公民記者，公民記者不一定說要報

導新聞或怎麼樣，你可以回去的時候就把你的生活點滴，還有你所遇到的東西把它整理出來，變成一個影片，就像公共電視那個 PeoPo 公民新聞這樣子。(參與者 K)

過去已有研究證實，族群媒介能夠促進族群成員間以及母國親朋好友的互動，使他們建構一種安全感和認同的連續性，族群新聞提供的不只是訊息，同時也提供他們和同族裔聊天時的共同話題及相互理解的情境，能夠持續追蹤母國的資訊，讓移民一旦想回母國時不致與母國社會脫節 (Shi, 2005)。在這方面，台灣目前的新移民影視節目真的做得不夠。

(二) 提供充分在台生活資訊或法律知識，或是友善新住民的家庭成員的現身說法，協助新住民在台安居

新住民來到異地，常常搞不清楚需要幫助時應該洽詢甚麼單位，台灣政府相關部門應該透過大眾媒體多加宣導，讓新住民知道在生活各方面需要幫助時，可以去哪些地方找到協助。如果大多數節目僅是做成功的新住民案例專訪節目，對於在台灣需要協助的新住民幫助不大。

因為我們剛剛進來的時候，我們真的不知道有那麼多資源可以幫助我們，我就很無助。很多新住民來台灣，他沒有辦法在第一個時間找到可以幫助他們的資源，政府的宣傳就不太夠。(參與者 M)

法律知識問題，因為這是新住民最需要的。(參與者 S)

我們之前那個女生嫁給他先生是腦性麻痺，比較重度的很嚴重，然後那個公公就不讓她出去跟大家多接觸嘛，那個小姑還把這個女生打到腦震盪住院，這種狀況很多很多，你說我們在旁邊的人要協助，有時候你根本手就插不進去。所以節目可以做這方面讓我們知道萬一周邊的朋友遇到這個問題要怎麼解決，去找什麼地方做協助。(參與者 A)

有新住民肯定【愛上這一家】在提供新移民相關生活資訊的貢獻。該節目是由資深主播黃鵬仁和海倫清桃共同主持的棚內綜藝談話性節目，是移民署與中天電視合作，錄製 52 集之後，可惜已於 2014 年停播，目前在 YouTube 還可看到隨選視訊。邀請的來賓多為東南亞或大陸籍的新移民，談論的話題很多元，包括：與新移民相關的法律、醫療、教育、就業等話題，也會邀請相關的專業人士來到節目為新住民提供協助建議。相較於【WTO 姐妹會】的來賓以歐美人士居多，討論的深度也較淺，對於東南亞及大陸的新住民而言，【WTO 姐妹會】是娛樂效果大於實質幫助。

【愛上這一家】它對新住民遇到的問題，會深入去探討遇到這些問題的時候要怎麼解決，會請相關的一些單位提供建議。(參與者 A)

【WTO 姐妹會】是談關於八卦而已，【愛上這一家】是會真的有用啦！有深入探討一些問題，因為它還有比較專業的回答，比如說醫生啊，還是法律上啊，健康啊，就是比較不一樣的。(參與者 B)

節目亦可以做友善的夫家見證的內容，來開導其他的新住民家庭。

有很多新住民的家人，就是先生這一邊的，都不願意讓新住民出來，比如說上課啦、工作啦之類的，他都希望妳在家好好的，把家裡的做好...就算她去市場去樓下買個東西，她公婆也跟著去，她去上課也要跟著她去。連十幾年喔，都不讓她回娘家過。但是我去珮珊那個節目，去錄那個節目，本來珮珊只邀請我，後來我把我先生一起帶進來，我就是讓我先生去講，讓其他的先生也知道說，讓太太出來不是壞事的。(參與者 E)

(三) 希望不要用同一套劇本，重複呈現類似的新住民故事

而台灣目前的新移民影視節目主要仰賴不同的公部門提撥經費製作，此種作法容易造成經費分散且可能產生重複的內容製作，造成不同的新住民節目雖是由不同的製作單位在做，但有不少節目相似度很高。例如有參與者表示 TVBS【台灣是我家】的和民視【築夢新臺灣】⁶的呈現手法就都很類似。

那個【築夢新臺灣】，我覺得每天這樣子看，就是不想看啦！因為我覺得我們已經工作這麼累，然後每一次都看到的就都是類似一樣的故事，已經這麼多年，那不如我們就是可以做比較快樂的，就是可以笑一下也好的綜藝節目。(參與者 B)

因此，新住民希望不要只有這種人物報導的節目，應該也要有綜藝類型的節目、行腳節目，或是談論習俗文化、解決新住民在台灣生活難題的談話性節目，即便是綜藝節目也希望不要只是聊八卦。

比如說今天是主題是做月子，我們就可以邀請不同國家的新住民聊，我之前做過一個廣播節目，我們講各國做月子的不同，越南的做月子我聽得我都在那邊睜著眼睛一直在聽她說，她們竟然是要趴在那個竹床上面，下面升著火要去烤，可是在台灣他就不可能讓你升個火在下面去烤人，那 BABY 怎麼辦，是不是也要被烤？就是那個過程，你會覺得說，原來他們是這麼有趣的一個民俗，他為什麼會有這個民俗？他的由來是什麼？他能達到什麼效果？(參與者 A)

可以做新住民在台灣碰到問題的話你要怎麼解決的那一種主題，或是主題也可以是新住民的小孩，我們怎麼樣用心培養小朋友的節目。(參與者 D)

參與本研究的新住民受訪者，其中不乏曾經成為這些影視節目主角的人物，但他們竟然異口同聲說後來都拒絕不少製作單位的邀訪，主要原因是覺得製作單位提的拍攝內容都大同小異，沒有認真做功課發掘新的拍攝面向，或是沒有找一些新的面孔。例如得過新移民台灣米食料理比賽冠軍的參與者 B，不管是新移民節目或是主流媒體都來報導她、邀請她上節目，但她說：

後來有兩、三個節目來找我，我都不願意被拍，那個大愛【在台灣站起】也有，還有【愛上這一家】我上好幾次了，因為已經拍太多了，他們一定叫我講類似的內容。(參與者 B)

以前我還拒絕過好幾個電視台，有三、四個來拍我的專題，他們想來拍都是一個模樣，都是一個套路，我們覺得你們什麼功課都沒做，每一家都是一模一樣的，那幹嘛讓你們來拍？覺得浪費我的時間，也浪費這個資源。(參與者 C)

⁶【築夢新臺灣】是 2017 年移民署與民視合作的新節目。

新住民喜歡看【WTO 姐妹會】的原因，有不少是覺得現存的新移民影視節目大多用同樣的手法訴說新住民在台灣歷經艱苦然後成功的故事，雖然會有共鳴，但看多了不免乏味或心情沉重，較綜藝化的【WTO 姐妹會】因而受到新住民青睞。

因為如果像太多太沉悶的故事，我們看了之後心裡也跟著傷心，每天都看這種的時候你生活都會 down 下去，你可以有一些辛苦的當然沒關係，一兩集或者一段時間，然後可能就是快樂的也要給我們說，這麼辛苦的生活裡面要讓我們輕鬆一點的，憂傷的我們看一、兩次共鳴一下，過了之後就會想要說不要這樣下去，總是要有開心一點，比較輕鬆的、八卦一點的。那【WTO 姐妹會】他們講得比較有趣，比較開心，然後有時候講的很八卦，也是很好玩啦！（參與者 K）

上述說法也反映出新住民覺得現有的新移民影視節目類型不夠多元，新住民希望不要只是做一些人物報導的故事，應該要有一些娛樂性、綜藝性的內容，讓新住民可以開心地笑一笑，而【WTO 姐妹會】正好滿足了這方面的需求。

以上新住民的心聲，凸顯出台灣應該成立一個專門管理新移民傳播服務的機構，統籌目前分散各公部門的製作經費，擘劃具有長期規畫性的節目策略地圖，兼顧多元性、大眾化與公共性，在滿足新移民廣電媒體基本需求的同時，也應兼顧與其他族群之交流與互動。移民專屬頻道的成立，絕非只是一個孤立的頻道，它必須同時成立一個專責的移民傳播機構，將資源有效地統整後，才不會造成不同的製作單位向不同的公部門申請製作經費，卻一直以類似的角度拍攝同樣的新住民故事，造成資源的浪費。

（四）以自己的母語製作旅遊節目或是學習運用中文做進階正式表達的節目

新住民希望看到用自己母語製作的節目，像是用東南亞語介紹台灣的旅遊景點，或是介紹新住民家鄉的美食及旅遊景點，或是透過母語來學習較正式且深入的中文表達。

可以介紹台灣的旅遊，搭配母語或家鄉話，然後我們也可以告訴朋友們，說你們來台灣玩可以有哪些景點，省得我們自己再整理呢！（參與者 G）

用母語介紹旅遊也可以當幫台灣做廣告，是一個很簡單的廣告。（參與者 K）

節目中教成語，可以同時教母語，也把中文的成語學起來，因為很多新住民雖然會講一些普通的交流的話是沒錯，但是有一些重要的用詞就是不太會講，比較深一點的，我們在生活上也想用。（參與者 J）

（五）婚姻移民普遍關心子女的教育問題，可邀請親子或新住民第二代一同參與談話性節目的討論。

許多新住民都是母親，因此特別希望節目可以增加更多第二代新住民的議題，節目中也可以有親子兩代一起參與討論（類似【爸媽冏很大】的節目）。

就是我們的下一代，因為小朋友在我們剛開始來的時候會有一種被歧視感，「你媽媽是哪裡的？」，可能我覺得對我們東南亞跟大陸方面是比較多一點，你說歐美可能是比較不多啦，還有小孩子現在的讀書問題也是滿重要的。（參與者 S）

可以有系統的把新二代在台灣生活或者台灣學習這一塊，在節目中不同國家的新二代呈現出來，或是媽媽帶著小孩上節目，把自己的悶事講出來。(參與者 O)

像我小孩現在高一嘛，他是代表國家去比賽，想給人家知道說，我們小孩二代的也是有能力的，也是有潛力的，代表國家出去比賽的，拿到獎回來的，所以想給全部新住民的小孩知道說，我們小孩可以做得到。(參與者 R)

你可以說找一些我們的二代，有的在東南亞讀書的、工作的都有嘛，你找他們來談一下那邊的狀況，這樣一討論起來，台灣的家長也會看啊，因為現在大家都在想說我的小孩要去哪裡讀書、東南亞工作的對不對？就是這個就是很，大家家長也會很重視吧，所以這種東西你拿來節目上大家交流，這樣就很多人都會想看嘛！（參與者 S）

（六）期待成立新住民專屬的新移民電視台

當新住民對想看的節目內容與類型有各種期待時，就希望台灣能夠盡快成立新移民專屬的電視頻道。

我們如果有新住民的頻道之後呢，它有部分的東西其他地方要放當然是可以的，可是就是要有一個地方讓我們能夠找得到，嘿呀，就有一條路，都是在這邊找。(參與者 K)

對，然後有些活動什麼都在這邊 PO，我們新住民才能知道。(參與者 G)

台灣製播的十個新移民影視節目，不曾收看這些節目的新住民人數幾乎都在五成以上，而「不知道台灣有新移民影視節目可以看」是主要的原因之一。進一步了解不知道的原因，大多是播出頻道太冷門，或是節目分散在不同的頻道且宣傳也不夠，新住民因此非常期待有新移民專屬的電視頻道出現。

因為你現在是散在各個電視台，都沒人知道啊，你有一個專屬的以後，最起碼他去收看他想看的，尤其有一些法令法規啦，新的政策啦，你說網站那麼多你哪裏找得到？然後政府的東西也很多，我也不知道該去哪裡找？而且你去找的時候，我們（大陸新住民）中文應該是 OK 的，你要知道說大項條目裏面還有小條目，小條目還不知道隱藏在哪個條目裏面，你自己都看暈了，還不知道是講什麼東西。我是覺得有必要用講的跟用演示的，演示的可能用一些小動畫啦等等，而且最起碼一點，這個電視台它是集中的，而不是散在各處你還在各處尋找，好像藏寶圖一樣去找的感覺，對，我覺得很有必要。(參與者 A)

上述新住民的心聲，和劉子亮（2009）的發現雷同，新住民在媒體近用上多是消音或被污名化，文化再現權不足；該族群對所需資訊來源管道不足且所需資訊的語言非其慣用或易於理解，文化生活權未受重視。也呼應陳春富（2012）所言，台灣主流媒體缺乏對國際移民與其原生文化間之關照，在命題上一味著重探討「他們如何融入我們」，卻未關心「我們如何認識他們」，以及「他們如何認識自己」的議題。台灣新住民擁有的媒介資源不均衡，限制了他們透過媒介尋找、接收和傳遞所需資訊的權利。台灣目前的新移民影視節目，在發揮族群媒體的功能上仍有很大的進步空間，尤其是在移民最希望的「提供在台灣生活的資訊」、「協助移民適應主流社會」、「紓解鄉愁」、「提供娛樂」、「促進新住

民與台灣社會交流及相互理解」這幾方面。

二、現有的新移民影視節目內容對其母語的保存或推廣有何幫助？有哪些部分可以再加以改善？

(一) 東南亞母語發音節目有助母語傳承與推廣，亦可學習在地母語新用語

有時候新住民在傳承母語時，會遇到台灣社會或家庭中的一些阻力，若新移民影視節目有母語發音，且在網路上可以隨選重播，對東南亞籍新住民的母語傳承或是對於想學習東南亞語的台灣人都會有助益。此外，透過東南亞語報導台灣新聞，也可以學到一些原本母國很少用或沒有的母語新用語。

那時候我有教（小孩講柬埔寨話），可是家裡的人（公婆）一直說妳不要跟他講，後來小孩去上幼稚園的時候，老師就跟我講說，媽媽妳是不是都沒有跟他講國語？媽媽妳現在就先不要跟他講母語，所以我兒子現在已經不會講母語了。（參與者 E）

教小孩的語言還有一個作用，在於小孩跟母親有一種文化的連帶關係，它會影響到親人這樣的情感你怎麼互動，跟婆家的互動，比如像你緬甸人，你小孩不懂的話，他就一看到你緬甸媽媽，哎呀我不喜歡你這文化，首先他就歧視了，他小孩就歧視了，進而他歧視這個媽媽。（參與者 C）

電視節目可以做一些母語教學的節目，不只是緬甸華僑第二代喔，現在台灣律師會去緬甸上班賺錢，如果電視節目出來，緬甸第二代這邊的小孩，還有台灣人有需要的也可以學。（參與者 D）

像我剛來台灣的時候，我們也希望說能夠融入台灣，所以我們都學中文，學閩南語，那越南語可能就不是那麼常接觸，就是有時候跟一些朋友的時候才會開始聊，【華視新住民新聞】播（東南亞語）的時候，我是真的覺得不錯。（參與者 H）

比如說講元素啦，元素是什麼東西印尼人就沒有那個概念，所以有這樣的翻譯過來是可以學習的。（參與者 K）

有不少新住民在家是不能講母語的，在台灣東南亞語不普及或不受到重視的環境中，子女也排斥學習母語。因此，拜政府推動新南向政策之賜，再加上媒體若能協助推廣東南亞語，才讓新住民覺得母語的保存、推廣與傳承能真正落實。更重要的是，新住民在講東南亞語的時候，要獲得他人的肯定。

有很多家庭，在家裡不能講母語。（參與者 H）

他們會覺得說這是比較低的。（參與者 G）

之前很多台灣的長輩他不認同我們啊！新南向是最近才紅的，從前我剛開始教小朋友印尼話的時候，我們家人也反對，就是有一點點反感，然後現在長大了之後要教他，不好教了，學校的課業又很多，所以已經錯過那個黃金時間了，我覺得，南向政策來得太慢。因為台灣畢竟還是崇日嘛，崇拜歐美那些，大部分都是要學英文，不然就學日文，不然就學韓文，很少說想要學東南亞語，如果媒體慢慢的在支持這一塊，讓大家覺得東南亞其實不是很差啦，其實很棒啦，那我學這個東南亞語其實是有一種榮譽感，才不會有那種學那個幹嘛，那個都窮國家，因為就

覺得台灣的刻板印象太久了，但是如果電視節目也有在播東南亞語的話，我們就可以說你看電視都有在教這種東西，老人家久而久之就不會講說妳來台灣就是要學國語跟台語，為什麼要教那個有的沒的。(參與者 K)

台灣目前的新移民影視節目幾乎沒有緬甸語發音的節目，因此緬甸籍的新住民要保存與傳承母語備感艱辛。

以前我教小朋友緬甸語的時候，他會說很奇怪，人家都不用我為什麼要學。後來我偶爾把小朋友帶到華興街去，華興街那個緬甸人很多啊，華興街有幾個老大媽，她們很有愛心，小朋友來了，她說：「你講緬甸語的話我就給你買飲料喝。」什麼之類的，我的小朋友很喜歡，只要見那兩、三個大媽，他一定會想方法講出新的詞，所以我就覺得外面的刺激，真的比我的努力更大。外面的人肯定他這很重要，他會想表現自己，加上我又跟他們級任老師說他會講緬甸語，老師對他說：「你好厲害啊！趕快教老師、趕快教老師。」他就很得意，就要趕快炫出來，就是要有有人、老師、同學鼓勵他，如果是有一個頻道說，你看在講緬甸話了，肯定是對他有很大的學習的刺激，我們在教他母語的時候，那個助力真的很大。(參與者 J)

一般你叫小孩學的時候他不願意去學，要是有頻道的，他就會願意去看、去學習，學習會了他可以去教旁邊的同學，當他是小老師這樣子，我會多一種語言、我會教你，小朋友也很有成就感。(參與者 I)

(二) 中國家鄉話可傳遞故鄉文化，兩岸相同語言的不同意義指涉亦需學習

即便是來自中國大陸的新住民，也覺得電視節目有家鄉話也不錯，因為有些故鄉的文化還是必須透過家鄉話來傳遞。即便是普通話，也可以做一些”語言相同但意義不同”呈現兩岸文化差異或語言禁忌的內容。

雖然我是大陸，我們平時也講普通話，可是我講我家鄉話的時候沒人聽得懂，而且他們覺得很好笑、很好玩，就是一個很新鮮有趣的東西，而且本身的文化是不一樣的嘛！而且兩岸之間雖然說語言好像是相通的，可是語言中間的意思卻是背離的，比方說”窩心”好了，”窩心”在台灣來說是很好、讓你很溫暖，讓你覺得感動到你心裏去了；可是在我們在大陸講”窩心”，就是我生氣了，一股氣窩在我心裡了，你讓我生氣了，一樣的詞可是意思是完全相反。...其實大陸跟台灣之間還是有好多的差異性，這些東西你真正把它帶到節目中間去做是有趣的，而且台灣人去大陸的時候，也想要了解有一些什麼禁忌跟需要防範的，你都要先學習，那電視節目也可以提供啊！（參與者 A）

(三) 希望引進東南亞母國節目，提升對母語的熟悉度與聯繫感

有不少新住民因為移民到台灣多年，很少使用母語，回到故鄉後，都覺得對自己的母語有生疏感，因此，若台灣能夠成立新移民的專屬電視頻道，引進母國的影視節目，會讓新住民感覺不會切斷自己和母語的聯繫。

那個越南話也是有在進步中，所以像我們在台灣不是很常回去的話，我們有時候就會落掉。如

果說在台灣可以看到越南的節目的話，我們更不會忘本，就是我們不會忘我們自己的語言。(參與者 H)

(四) 台灣的東南語新聞播報速度過快，逐字翻譯並不適當，不利於理解與學習，應增加「每日一句」東南亞語之學習單元，或是增加台灣新聞事件的背景說明

來自東南亞的新住民大多肯定以東南亞語播報台灣重要的新聞，對於中文還無法百分之百理解的新住民而言，是了解台灣社會重大事件的管道，因此來自緬甸的新住民非常希望【華視新住民新聞】能增加緬甸語新聞。但直接將中文新聞逐字翻譯成東南亞語，有不少新住民表示，兩種不同語言間的轉譯會造成東南亞語的話會說得太多太快，觀眾會來不及接收，而且也沒有東南亞語的字幕做輔助，因此，東南亞新住民建議翻譯可採意譯，反而比較好聽懂，而且若能打上雙語字幕，既可學母語，又可學中文，一舉兩得。來自印尼，也曾為【華視新住民新聞】配過印尼語的參與者 K 表示：

中文跟印尼文的翻譯，印尼文的字會比較多，所以，如果要跟小朋友一起看，尤其你要讓小朋友學的話，他聽到這個第一個反應就是會害怕，因為你那麼快；如果台灣人要學印尼話的話，最簡單就是看電視，可是印尼文就沒有字幕，而且沒有整理出重點的話，那個字幕應該跳很快。(參與者 K)

它配的越南語真的講的很快，非常的快，連我們自己本身有時候真的沒辦法聽得很清楚，然後呢，就是沒有分段，就是說可能這個已經播完了，下一個是不一樣的話題，他連著講沒分段。(參與者 K)

新住民覺得【華視新住民新聞】播報速度可以放慢一些，在新聞播報完後，從新聞中挑出「每日一句」東南亞語，來強化觀眾對東南亞語的學習。

如果講慢一點，然後又有字幕，將來有時間的話，在後面每一次都教一句兩句，這樣子每日一句印尼話，每日一句越南話，每日一句泰國話，這樣子是不是會比較願意、更有興趣學東南亞語。(參與者 K)

國語新聞翻譯成東南亞語，其實真正的困難點在於有些新聞若欠缺背景知識，即便是翻譯成東南亞語，新住民也是有聽沒有懂，因此，若要提供完整的東南亞語新聞服務，針對某些有歷史文化背景的新聞，應該要增加額外的事件背景說明。

比較有問題的就是說，因為台灣有很多專有名詞，像台灣人在講「白色恐怖」四個字就解決了，可是我們翻成印尼話或翻成越南話，那個白色恐怖我們不知道，如果直接寫說白色恐怖，就沒有辦法完全讓人家了解那個意思。(參與者 K)

(五) 節目配上東南亞文字幕，有利於剛來台灣的新住民透過母語字幕學習中文

【幸福新民報】是以國語發音，搭配中、越、印、泰、英五種字幕播出(官網可選擇不同字幕影片)，由俄羅斯美女安妮以國語主持採訪新住民。新住民喜歡安妮的主持方式，也覺得以國語訪談這樣的方式適合台灣人和不同國家的新住民觀賞，有東南文的字幕，更適合剛來台灣的新住民透過母語字

幕來學習中文的聽與說。

訪問用中文講話但是必須要有印尼文字幕，因為要給看剛來不懂中文的新住民朋友都會看那個內容。...如果是語言教學節目，就直接講印尼話，但是這種節目（【幸福新民報】）講中文比較適合。（參與者 L）

他（新住民）來也是要學中文嘛，所以那個也是一個機會嘛，當他多聽然後下面有那個印尼字幕就可以學，對一個新來的人，他完完全全不懂中文的人，他應該就先要學習會聽嘛，因為下面有字幕，所以可以讓他能了解。...而且講印尼文的話，應該台灣人看的時候也看不下去吧！（參與者 M）

這個節目因為是要播給所有的新住民看，在台灣新住民共同的語言就是中文了，所以應該用中文講，讓大家都聽得懂，字幕可以打上東南亞的文字。（參與者 N）

我們可以發現，新住民對於母語發音及字幕有不同的需求，因此，節目製作單位應提供新住民有不同語言及字幕搭配的選擇。其實，電視科技早就可以提供觀眾多語言及多字幕選擇（如：Closed Captioning）的收視服務，只是台灣的電視業者仍未跟上世界先進國家的腳步，也妨礙了移民社會的多元文化傳播發展。

三、現有新移民影視節目與新住民的認同建構

本節研究發現的呈現，將以社會認同與自我歸類理論中的「易得性與契合度」、「社會規範」及「原型」三個面向，綜合四個不同節目的焦點團體座談所獲致之結果，論述台灣新移民影視節目對新住民認同建構之影響，並據以提出台灣新移民影視節目之改善建議。

（一）新住民感受節目中新住民族群元素的「易得性」與認同的「契合度」

1. 新住民希望被台灣社會看見，雖然新住民人物深度報導節目建立正向認同，卻也引發自慚形穢。 改進之道：節目應平衡呈現不同階段面貌的新住民

【WTO 姐妹會】是新移民影視節目中少數吸引新住民另一半（先生）也有興趣一起觀賞的節目，甚至有些新住民是因為先生經常收看而跟著一起看，主要原因是型態活潑、討論內容及說話方式有趣。新住民也很肯定這個節目早期的製作方向，讓台灣社會注意到新住民的存在。

我印象最深的就是于美人，她的口才很好，主持這個節目很活潑，把我們新住民真正的用電視節目把整個族群的知名度打出來，節目有不同國家的服飾啊、美食啊、地方的風俗，節目做得很活潑，還有就是比方說那個家裡的婆媳關係啊，我們台灣人是這樣的，或者是我們家鄉是這樣，或者是國外是這樣的，這個節目把新住民很多的題材就是凸顯給大家。（參與者 O）

新住民肯定【台灣是我家】呈現新住民的正面形象，讓社會可以看到新住民努力打拼的一面，也讓新住民勇敢地走出來。

這節目讓大家知道新住民，你只要給他一個機會，他可能給你成就一片沃土，就是他只要那麼一個機會就好，你不要限制他，你即便不給他幫助，你也不要局限他，他就能夠憑著他的韌性做到一定的程度。(參與者 A)

讓社會用正向的態度去看他，不是說我們是拖累、大陸是吃裡扒外的。(參與者 C)

和【台灣是我家】一樣，新住民在【幸福新民報】中也喜歡看到自己被呈現在台灣努力成功的過程，兩個節目都可以給台灣社會建立新住民的正面形象。

我喜歡看新住民在台灣的努力，然後成功啊，那個勇氣呀，比如說他們有的人就是要做生意、開餐廳這類，就是介紹他們的努力過程。(參與者 L)

讓人家打開眼界可以看一看，啊！原來新住民有麼多成功的例子。(參與者 M)

新住民雖然在觀看【台灣是我家】時，感受到節目想呈現新住民成功的一面給社會大眾看，讓新住民覺得自己在台灣社會是有價值的，但因為並非每個新住民都是如此的成功，有更多的新住民處於劣勢的情境，因此當他們想將自己歸屬於這個成功的社會分類中時，卻又因為自己所處的情境並非如此，因而想轉往尋求其他易得的類別，但節目中並沒有提供，因此形成了認同的矛盾。主要原因在於【台灣是我家】對於成功的新住民定義太過單一，對於那些還沒有成功，但仍在努力中或是需要幫助的新住民，受訪者建議在節目中應該要讓更多需要幫助的新住民被看見。

【台灣是我家】這個節目基本上都是講移民來台灣一路打拼的過程，從艱辛到適應台灣，到發展成功的一個分享，我覺得這樣做是很不錯，但是都太類似了，很多移民都是開餐廳、賣吃的，再來就是移民來台灣，艱苦適應再來就創業，有自己的事業，可是，不是每個人都是這樣的一個歷程，有些人是很失敗的，那失敗的案例他們要何去何從？有一個什麼樣的舞台能夠讓他變得更好呢？...他還沒有被這個社會大眾所承認的那種成功，但是他有他的特色，那也可以去拍。(參與者 C)

這個節目大多表現出夫妻在一起很美滿的狀態，但很多來台灣的新移民，他不是婚姻內呈現幸福的狀態，他失婚之後也有他自己的一個生活軌跡，像這一區塊就沒有被呈現出來。(參與者 A)

因為新住民他好幾十萬了，但是報導的就是那些而已，那些可能確實成功，確實很好，但是，不好的也很多。(參與者 G)

像他們講的就是每個新住民在台灣都是有成功的跟一個幸福的家庭，我看久了就是我自己好像有一點沒有信心，那我呢？那我在做什麼？我看到節目都是新住民就是怎麼樣的幸福家庭、怎麼樣的幸福，怎麼樣的開餐廳，那我呢？就是那種有一點越來越感覺自己就是悲哀，那我在台灣沒什麼嗎？就是感覺自己好像沒有成就感，我也好想像他們一樣，但是我要怎麼做？我也在努力當中，為什麼他們沒有看到我？【台灣是我家】不是不好，它就是拍好到不行、已經有成功的給我們看，但是反而變成我們越看越久就是覺得說，我在做什麼？變成我很自卑。(參與者 D)

因為我們都知道，我們心裡都清楚，變得光明的沒幾個。第一，這些應該節目都有挑過，然後第二，有時候其實也沒那麼光明，可是它會盡量把他往好的講，我就覺得說很假。(參與者 K)

研究參與者 B 表示，她是在得到米食冠軍後，才有許多製作單位邀她上節目或拍戲，否則她根本不可能成為關注的焦點。也正是因為如此，在台灣社會中相對平凡或仍在艱苦過程中的新住民，感覺被忽略在陰暗的角落。

只有這樣子成功的嗎？有沒有想要拍那種需要幫助的新住民，或是他很辛苦的經歷過什麼，現在還在怎麼樣的辛苦過程當中，讓我們全部新住民知道，就是也可以我們去同情或是加一下朋友，自己認識的話也可以多幫助他們一下。...有些新住民真的很需要幫助，就是家暴或是離婚啊，就是很傷心的一段過程他現在又面臨什麼困難，也可以去拍。(參與者 D)

觀看過【幸福新民報】和【台灣是我家】的新住民，都希望節目可以呈現其他需要幫助的新住民，而且電視節目有很多婆婆媽媽在看，也可藉此導正一些刻板印象，讓台灣的婆婆可以善待新住民媳婦。只是要顧及當事人可能不願意接受採訪，或許可以透過真實故事改編成戲劇節目的方式來呈現。

有的時候台灣人會對嫁過來的新住民有刻板印象，就是為了錢而結婚，然後有些會有家暴，我以前在賽珍珠基金會接到那個電話求救，會有一種要幫都幫不上忙的感覺。(參與者 L)

由上述新住民的心聲可知，現有新住民人物專訪節目（【台灣是我家】及【幸福新民報】）所呈現的是一個單一的公共領域，然而，台灣社會應該要提供一個多元的公共領域給新住民。多元的公共領域不僅要讓不平等曝光，更要消除這些不平等，要讓「下層的對抗性公眾」（如：女性）能夠集結個別的話語，以建構對自己身份認同、利益與需要的對抗論述空間（Fraser, 1990）。要讓「下層的對抗性公眾」能夠說出原本在單一公共領域說不出、也無法說出的內容（例如：女性的家暴問題）。

2. 【華視新住民新聞】提供的新住民活動或政策補助相關訊息不足，讓新住民錯失許多相聚、族群交流或得到協助的機會。改進之道：可輔以跑馬燈增加訊息曝光次數。

新住民十分需要政府相關部門的訊息協助在台灣的生活適應，也希望能夠參與族群活動和同鄉的人互動交流。由於【華視新住民新聞】是由華視每天挑選 6 到 7 則午間新聞，由在台的東南亞留學生立即翻譯、配音、下標題，晚間 7 時、8 時、9 時分別播出越南、印尼、泰國 3 語種新聞各 10 分鐘（蘇瑋璇，2015 年 7 月 26 日），因此，新住民建議除了重要新聞之外，新住民新聞也應強化政府部門或新住民團體所舉辦的各種新住民相關活動的訊息發佈。

如果可以再穿插一些新住民的活動訊息，可能在跑馬燈那邊再加說在什麼時候會有什麼樣的活動，在當地的哪個地方，因為，我知道有時候辦活動會很難找到人，為什麼？因為訊息傳不到那個地方，如果你在新聞的時候它下面寫說，外婆橋的計畫開始了，就會讓更多人知道、想參加、想去看。(參與者 K)

移民署經常辦一些新住民的活動，關於新住民的親子活動啊，很多時候就是我們想找，想帶小朋友去參加一些活動，就是找不到，等到你找到那個訊息的時候，已經過了。(參與者 J)

而活動訊息的廣為周知，還可成為新住民母親傳承母語及文化給孩子的助力。

活動的推廣，其實就是我們可以帶領小朋友，我們可以走入母語的第一步，因為我們在家裡怎麼推動？等到他上了小學之後，他就不要跟你講了，譬如說我的小孩子到了一年級，我去學校跟他講話，他會跟我講說：「媽媽，不要講我們的話喔，人家會笑。」...如果我們帶他們去參加一些新住民的活動，參加多了他也願意接受，譬如說，前兩個月我們去參加那個閱讀最快樂還是什麼，就是從國家圖書館一直走路到大安森林公園，就是圖書館舉辦的，我們說要穿國服，結果小朋友說：「我不要穿，好醜。」但是等他吃完飯在國家圖書館地下室，印尼的小朋友、越南的小朋友也穿起來的時候，「媽媽，我也要穿。」，所以，他到了那個入群之後，他就願意接受。(參與者 J)

但若【華視新住民新聞】原本的用意是希望孩子陪媽媽一起看新聞、聽母語，學媽媽的話，新住民則覺得除了母語播報速度過快不利學習之外，新聞的內容也不太適合較幼齡的小朋友。若要透過東南亞語新聞來學習母語，則新聞節目之後要增加相關的學習內容才會有成效。

因為這個對我們大人來講說，可以了解說社會新聞，溝通一個共同的話題，如果只是讓小孩子來去學習母語的話，比較小的孩子去看這些新聞，不適合。...其實在新聞後面可以加播今天這個新聞想要突顯的一個重點，比方說教學一句越南話，順便加一些他們風土文化，比播一些負面的新聞好太多了。(參與者 G)

3. 東南亞語的易得性，不僅可以促進新住民間的交流，若能同時增加東南亞母國的新聞，更有助於新住民在台灣被正確理解。

雖然是東南亞語的新聞，但來自中國的新住民也有興趣看，因為可以藉由這個管道來學習不同東南亞新住民的母語，拉近彼此的關係。

因為我在學校讀書，同學有很多不同國家的同學，那我會想要去看這些，偶爾學一兩句跟他們去好玩一下。(參與者 G)

而且，新住民不僅希望有東南亞語的台灣新聞，更希望有東南亞語的東南亞國家新聞，以拓展台灣的國際觀，更期待有專屬頻道的建立，提供更豐富多元的節目給新住民和台灣社會。

不然就是要專門一個頻道給新住民，我們就可以有親子啦，也有新住民的大人看的，還有可以播國際新聞，可以容納一些印尼的什麼大事、越南的什麼大事，變成一個真正的國際新聞，會增加新住民和台灣人的國際觀，才不會一直每次都在看歐美啦、日本啦、韓國啦，然後更進一步的話，也可以拿東南亞那邊比較好的連續劇來播，非常豐富的。(參與者 K)

4. 新住民新聞節目關於東南亞及中國的近況發展仍不夠多，無法有效驅除主流社會對來自這些國家新住民的負面刻板印象，或是增加移民第二代拜訪故鄉的渴望。改進之道：多報導新住民母國或家鄉的發展現況以及正向的一面。

新住民的新聞也可以多做一些新住民母國現狀的報導，因為除非親自造訪新住民母國才有可能祛

除壞印象，因此，新住民新聞應多加平衡主流媒體給民眾新住民母國落後的刻板印象。來自河南的參與者 G 表示：

像我兒子那時候也是覺得大陸不好，因為他同學在講，你們大陸怎樣怎樣，那我帶他回家鄉看，我就問他：「弟弟你看這邊不好嗎？很不方便嗎？」他說沒有啊，那同學在講或電視上在播的時候，你會跟他們講說，你親自到過這個地方，感覺到他的風土人情，並不說是什麼都很壞啊，都很落後什麼的。所以我希望新聞裏頭可以加一些風土民情或是說現代的發展，因為特別是老人家，公公婆婆，很多人還停留在早期那種落後的印象。...至少也讓我們知道娘家人那邊是發生了什麼事，有一些什麼動態啊。(參與者 G)

台灣會報什麼，印尼又暴動了，又排華了；報大陸的就是什麼地方爆炸了，黑心食品啊，越南報最多什麼越南排華，他就是報那種好奇怪的新聞。(參與者 K)

因為報那些新聞啊，對越南是沒有影響，但是對我們新住民住在這邊影響很大。台灣人啊，看到我們會有不好的那個態度跟眼光看待我們，對我們是不公平的。(參與者 I)

真的新聞是影響很大的，就很希望它報導一些正面的，幫我們家鄉真的好的一面播出來，不要讓台灣人很多認為說，我們真的是很落後啊，我們真的是都吃不起什麼的。(參與者 G)

由上述新住民的心聲可知，雖然在台灣終於可以聽到東南亞語的新聞報導，但在許多方面的易得性仍顯不足，而這些面向都是族群媒介的重要功能，像是「提供移民在宗主國的生活資訊」、「促進族群內部與外部相互理解與交流」、「對抗刻板印象」、「增加新住民能見度」及「母語學習與傳承」(尤其是緬甸裔的新住民)。

5. 【幸福新民報】安排播出的頻道過於冷門，文化交流的內容亦不足。改進之道：增加熱門頻道的播出或是成立新移民專屬頻道，提升曝光率以及不同文化差異之比較內容。

雖然 2018 年 7 月 1 日起【幸福新民報】第五季已擴大到 TVBS 56 台全國頻道聯播，不過本研究進行焦點團體座談期間，該節目僅播到第四季，也只有在新北市有線電視的公用頻道播出。受訪者皆認為【幸福新民報】播出的頻道太冷門，而且也只有某個時段才播出，如果不是不小心轉到，很難被人發現進而收看，這也反映出成立新移民專屬頻道的需求性。

可能剛好轉到第三台這樣子，一開始也是不小心轉到，因為我不知道有那個節目，所以可能是位子不對，也很少做廣告宣傳。...節目如果能夠通通放到一個頻道上面的話，它就比較集中，也會有比較多人知道。(參與者 N)

而且由於【幸福新民報】聚焦於新住民個人精彩故事的專訪，讓受訪者普遍覺得【幸福新民報】的內容較欠缺文化間的交流，有受訪者覺得【WTO 姐妹會】比【幸福新民報】吸引觀眾看的原因之一，就是談論的內容有比較多文化差異交流的內容。

【幸福新民報】只有光是訪問人家成功的例子而已，可是如果有介紹到當地的文化，或許觀光景點，或許美食，自然而然就會吸引人家想要去看。(參與者 M)

【幸福新民報】可以介紹更多的東南亞文化，讓更多的台灣人打開眼界知道，原來台灣跟東南亞的歷史文化和民族是有很深的淵源的。(參與者 N)

我會看【WTO 姐妹會】是因為它的內容會介紹新住民他們自己的文化，比如說在美國怎麼樣，然後哪一國怎麼樣，我覺得這個滿吸引我的。(參與者 L)

6. 泛族群認同的吸納與排除：若節目中出現來自同一區域的新住民，且有類似的遭遇時，會牽引出新住民的泛族群認同；但節目的新住民與自己差異性過大時，新住民則無法認同自己是其中的一員，甚至會覺得製作單位歧視某些區域的新住民。改進之道：新住民談話性來賓背景宜多元，並且掌握新住民族群關心的討論議題。

因為早期的新住民來台灣時大多有類似的遭遇，因此節目中若呈現出新住民在台灣遭受不平待遇或辛苦掙扎的內容，經常會產生感同身受的情愫，在情感上面會獲得支持，反映出該節目符合新住民社會認同中的易得性與契合度，進而引發泛族群的認同。

【WTO 姐妹會】的來賓比如說他們在台灣看不慣台灣人怎麼樣，我覺得這個很有趣，因為有時候遇到跟我一樣的，早期被歧視的時候覺得心裡頭不舒服，然後有人敢在節目上面直接講出來，就覺得和我感受一樣。(參與者 L)

因為剛過來的時候我們都覺得說，台灣的婆婆好像就是對我們比較嚴，透過這節目我覺得說，其實很多長輩包括家庭成員對我們也是滿大包容的，像剛來的時候我覺得好像只有我聽不懂台語，結果好多人都聽不懂，鬧很多的笑話也是滿好笑的，所以這個節目（【WTO 姐妹會】）給大家在家庭成員關係上，包括我們姊妹對婆婆的那種情感上是起了滿大的作用，大家都把就是自己的事情講出來，所以原來不是我一個人這樣，大家都是這樣的。...就是說會發現自己不是孤單的，也有人跟我一樣遇到類似的婆媳問題，就是可能別人也是一樣有語言溝通上面的一些障礙，比如是像家庭成員看到就會說，還好不是我家媳婦一個人這樣，好多都這樣，我覺得這個節目這裡還滿不錯的。(參與者 S)

但有新住民認為早期【WTO 姐妹會】的來賓是東南亞和大陸籍較多，現在則是歐美人士比較多，而且偏年輕化，似乎離現實生活中的新住民有些距離。

我認為這個節目應該族群比例稍微拿捏一下，大陸這塊好像比較少一點，族群比例上面要平均一點。(參與者 O)

說實話現在喔，新住民過來的沒有像以前那麼多，現在節目都是請那幾個老外，講來講去都那些他們年輕的事情，像我們這些上了年紀有小孩有家庭的，他們完全就給我們隔開了，就沒有在討論下一代的內容。現在【WTO 姐妹會】有一點變調了，就不是針對新住民或者現在完全是綜藝娛樂，說實話那老外在台灣社會生活，跟我們這些五、六十萬人生活的環境完全是不一樣的，因為他們只是男的老外，他們肯定會租房子去住，不會跟那個公公婆婆家庭住在一起，生活習慣完全不一樣。(參與者 Q)

就是現在的不能代表大多數的新住民這一塊，我們大多數新住民的姊妹，新住民的二代，真的很多故事可以在《WTO》這個節目上呈現出來。(參與者 O)

【WTO 姐妹會】從 2009 年做到現在，主持人也從于美人換到胡瓜、曹蘭、謝哲青和高伊玲、以及現任的鍾欣愉，長期觀看的新住民表達節目似乎應多些變化，增加來自不同區域的新住民（尤其是來自東南亞的新住民，要讓台灣社會了解東南亞國家仍有許多世外桃源，而且也是很現代化、很進步的），或是談論議題真的有關照到台灣的新住民。反映出該節目若未能符合新住民社會認同中的易得性，則認同上的契合度便會降低，因為東南亞的新住民不願意被認為是來自於落後國家而造成能見度很低。

我覺得現在【WTO 姐妹會】有一些往綜藝娛樂方面成分比較多，而且那幾個人也是固定班底，看久了也會膩了說實話，講來講去也是差不多，沒有新的特別的東西，我覺得應該吸收一點新的養分啦，不應該老是用那些人。(參與者 Q)

我是覺得每次換主持人之後，有一些節目是比較雷同，看完之後就覺得好像之前有看過，沒什麼新意。(參與者 P)

就感覺像是比較好的國家才可以選上嗎？還是為什麼像我們比較落後的，像越南啊、寮國啦、印尼什麼之類就很少看到，久久才冒出來一個。為什麼不把我們東南亞這邊多拿上去給他們了解說，雖然我們比較落後一點，但是我們也是有好的地方給大家看。像以前（2000 年）我剛來的時候，他們就一直看不起我泰國人說：「你們泰國人喔，有車嗎？有電嗎？」我的媽呀！我說從那個時候我們國家就有垃圾分類了，你們有嗎？好像他們很看不起我們這樣，覺得為什麼他們都不知道我們泰國早就有電了，早就有電鍋什麼都有了。(參與者 R)

7. 新住民希望被家人、被社會認肯，節目若能呈現新住民個人遭遇的共相，便能幫助新住民被他人接受，獲得承認。

【WTO 姐妹會】可成為新住民與家人溝通的輔助管道，因為有時候家人並不相信自己在外面的遭遇，反而是在節目中聽到其他更多類似背景的新住民的經驗，才相信太太講的是真的。

那時候一開始我出去找工作會碰壁，然後我會跟我老公講，我老公就覺得好像是不可能的，他覺得為甚麼我會碰到這種問題，他覺得滿奇怪的，他就覺得好像應該是我自己的問題，後來有這個節目之後呢，因為上面也有描述一些他們出去之後的一些狀況，後來我就把這節目推薦給我老公，讓他也了解一下，後來沒想到他現在也超愛看。(參與者 P)

(二) 節目中的「社會規範」內容呈現，可以增進不同族群合宜行為的表現；但若語焉不詳或不見身影，會令新住民及台灣主流社會雙方都無法透過節目學習或展現合乎文化的行為舉止。改善之道：有系統製作異文化習俗禁忌或社會規範主題的內容，節目主持人要有充分的文化知識並在節目中適時解說。

【WTO 姐妹會】提供新住民在適應台灣生活或文化適應方面，甚至家庭溝通上面有一定的幫助，無論新住民或台灣人，都可以從節目中學習到一點彼此的社會規範。

就是通過那個節目（【WTO 姐妹會】），我也了解了原來就是不同國家的文化，比方說我們對這個事情認為是你應該要這樣做，但是文化不一樣的話，他就認為我是理所應當，比方說家務事情，像我們上海那邊的風俗習慣就是男生要比女生還要做的多。但是像在日本就是理所應當是全部應該是太太做的事情，就是然後美國那邊他們就是好像比較同等的，那天那個節目上討論的我覺得這個話題還滿好的。以前我有跟我老公講，但是他就是有不了解，但是後來他知道都是男生洗碗啊，做很多家事都好像很正常沒有什麼丟臉的事情，他知道、想通了，原來地方不一樣，風俗就不一樣，他就自己心裏慢慢會調整過來。（參與者 O）

因為每個國家的習俗或是生活方式不太一樣，像台灣的老公一般都不太喜歡做家事，然後都認為這都是太太的事情，那【WTO 姐妹會】上面就有很多不同國家，不同的地區的人會談到這一點，然後讓台灣的一些男性會知道說，家庭責任不只是賺錢，還是要共同把家裡打理好的一些事情，所以在這方面幫了也滿大的。還有就是跟家庭相處的一些，比如婆媳啊，我覺得滿有幫助的。（參與者 P）

這節目對台灣人來說他也可以吸收到很多國外的知識，像去日本我們很多風俗習慣也不知道啊。（參與者 Q）

不過，新住民也希望【WTO 姐妹會】能夠寓教於樂，增加節目的文化深度，並且有系統地呈現，這樣對新移民在台灣生活的適應才會有幫助，因此，此類節目主持人要有能力促進文化交流，可以把來賓的談話內容再接回來，再深入說明一些風俗習慣的緣由，而不是只是點到為止，然後笑完就算了。

就是主持人談一些風俗的時候，比如說吃飯的時候，像我們也是習慣有時就會把筷子插到裡面去，然後主持人就會說要是在台灣就會被打，就會被罵，但他沒有很深入的說為什麼，他應該講一下讓我了解，所以我就希望有些風俗習慣上面他可以更明白的跟大家講一下。（參與者 P）

每一集其實應該要有個主題，而不是就是隨便聊，因為我有時候轉台剛好到這一段，但是整個就是我還搞不清今天的重點是哪一個。我希望的就是系統一點，比方說美食方面，家庭適應方面或是人文方面，就方言啊，服飾啊，然後不同地方的風俗、過年過節啊，或者是禮節方面啊，比方說嫁娶的時候，台灣是什麼，日本是什麼樣，大陸是怎麼樣的，那歐美國家又是什麼樣，就不同文化呈現出來，我就覺得在裡面可以學到很多東西，了解更多這方面的文化。（參與者 O）

（三）節目呈現新住民的「原型」太過單一，仍是一種刻板印象的再現。改進之道：呈現有多元職業形象的新住民或是新住民也能夠扮演文化交流的使者。

【台灣是我家】都有固定的呈現模式，大部分內容沒有把移民的亮點或是內心深處的東西表現得更讓我們感動。...應該要呈現更多各行各業的新住民，我記得比較特別的一集是介紹一個印尼女生來台灣之後，從語言不通到學會布袋戲，真的她是學了台灣在地的東西，而又把台灣在地的東西和家人一起發揚光大，不是只是把自己原本就熟悉的技能或家鄉味的東西拿到台灣來發展而已。（參與者 A）

像他們（【台灣是我家】）講的只有單純的吃的嗎？不是，在台灣的話，我認識的緬甸人在台灣當醫生好多，我去我家附近的診所看，別人知道我是緬甸華僑，會說你們緬甸人怎麼厲害，你們那邊緬甸醫學畢業來這邊當醫生，馬偕、北醫、台大都有，男女都有。所以也不是只有吃的，每天都吃的吃的吃的，開店才會成功嗎？其他職業的成功的也很多，但是那個節目為什麼新住民的話只有吃的或是怎麼樣幸福才拍。（參與者 D）

雖然【台灣是我家】並非每集的新住民都是從事餐飲業，但為何受訪者會有如此強烈的共同觀感？本研究分析了網路上現存的 199 集【台灣是我家】節目內容，發現約有 118 集的新住民皆從事餐飲相關行業，亦即有六成節目中的新住民，在台灣的成功經驗都落在餐飲業，而 118 集從事餐飲相關行業的新住民中，有七成五（約 89 集）均是來自亞洲的移民，也難怪新住民閱聽人有此抱怨。反觀來自其他西方國家的新住民，節目再現的行業則相對多元，有健身教練、漫畫家、法文老師、半導體工程師、球隊教練、風水師、攝影師、網路節目主持人等，讓來自東南亞的新住民有低人一等的感受。從事藝術行業的男性新住民（參與者 C），建議節目應彰顯新住民也是有能力幫助台灣發展的一面，拍一些新住民如何將台灣的好帶回母國的主題，新住民是兩國溝通的橋樑。

這節目（【台灣是我家】）都有一種新住民是來依附台灣的，甚至有種居高臨下像這樣看，但是相反我們看到歐美男性來這，就是亮著眼睛看。其實也可以拍一些新住民是幫助台灣的案例，是一個溝通橋梁，讓台灣人轉一個心態來看我們這群人。例如我可以把台灣的藝術家，推薦給大陸那邊的畫廊、美術館、策展人，讓他們發現這邊的人才，對不對，而不是我過來，我是依附這邊的。能不能用正確的一個眼光來看待，我來，是台灣一個資源，用這樣一個轉變，這樣一個態度的話，那就不一樣了。（參與者 C）

趙剛（2006）指出，多元文化主義若只談消極的承認與包容，而不積極討論「學習」他者的文化，永遠只是各自畫界的多元文化，他者不應只是被寬容與承認的對象，也應是學習的對象。這也是新住民的心願，希望台灣人也可以將新住民看作值得學習的對象，肯定他們對台灣的貢獻。

伍、結論與討論

透過本研究與新住民的焦點團體座談，讓我們了解新住民對於收視滿意度排名前四名之新移民影視節目—【幸福新民報】、【華視新住民新聞】、【WTO 姊妹會】及【台灣是我家】的觀感，座談間亦旁及其他在台灣的新移民影視節目。綜合四場焦點團體座談中新住民對現有新移民影視節目的建議，發現新住民對於自己常看的節目都有許多提升族群媒介功能與促進正向認同建構之要求，其實有些需求建議可能在別的不同類型的節目中有觸及，只是新住民不知道有其他類型的影視節目的存在，究其原因，是因為現有的新移民影視節目分散在不同的頻道，有些頻道十分冷門，宣傳亦不足，因此，為能滿足新住民傳播權的需求，兩全其美之道，就是成立一個新移民的族群專屬電視頻道，將不同類型的節目整合在頻道中，讓新住民及台灣民眾有明確的管道可以收視，也因為集中管理，比較不會浪費資源重複在不同的頻道做類似的節目內容。

現有的新移民影視節目，若新住民在節目中看不到他們想看的內容，或是不認同節目所呈現的新住民形象與類型，便會造成社會認同中的易得性降低，進而損及認同的契合度，讓新住民無法接受這是以他們為主體的節目，甚至不願意成為節目中所描述的族群。不可忽視的是，新住民有許多都是移民女性，因此她們會更關心婦女的議題，像是：家暴、法律知識、婆媳問題、孩子教養問題、新住民

二代未來的出路等，這些內容也是現有新移民影視節目可以再多加強化的主題。

本研究所探討的四個新移民影視節目，新住民人物專訪大部分都選擇成功人士來呈現新住民，在「原型」的呈現上顯得過於單一，新住民閱聽人的自我歸類因此產生一種矛盾的現象—既驕傲又自卑，節目製作單位應改良只注重成功者的故事、報喜不報憂的製作常態。而東南亞及中國籍的新住民看到節目中的泛族群文化呈現，若是正向或有引發共鳴的經驗，會被含括其中產生認同；但如果節目中不經意流露出新住民的母國落後或是新住民是來依賴或佔用台灣的社會資源，或是節目的來賓大多是歐美、東北亞人士為主，或在台灣缺乏婚姻家庭經驗的新住民時，則東南亞及中國的新住民會有被排除之感，產生認同上契合度降低的現象。

從座談結果發現，台灣現有的新移民影視節目在「提供移民宗主國的生活資訊」、「促進族群內部與外部相互理解與交流」、「對抗刻板印象」、「增加不同地區新住民的能見度」、「母語學習與傳承」、「為少數族群賦權或爭取權益」、「滿足多元娛樂與資訊需求」、「促進移民第二代拜訪故鄉的渴望」以及「提升族群實踐」這幾方面的族群媒介功能仍舊可以做得更多、更好，從新住民不斷強調新聞節目要多發佈新移民社團的活動訊息或是相關單位的政策補助，以及現有節目欠缺東南亞及中國新住民母國發展現況的內容，沒有將新住民母國美好的一面充分呈現出來，或是對於台灣及母國的文化風俗習慣未能有深入的解說，節目類型不夠多元，都在在顯示目前的新移民影視節目仍未能充分發揮族群媒介應有的功能，也未能有效促進新住民第二代族群文化認同與拜訪故鄉的渴望，凡此種種均反映出台灣成立新移民專屬電視頻道的急迫性與必要性。

族群媒介可提供族群成員接觸主流媒介所欠缺的族群文化，使得族群媒介的使用者更易於接觸族群社會類別。自我歸類理論的易得性概念，與族群媒介文獻中所討論的族群媒介作為一種象徵符號權力有關，因為自我歸類的過程就是象徵符號權力的必要性，一個文化團體若沒有自己的族群媒體，便缺乏一種有力的族群符號，使得族群成員不易接觸自己的文化、減少族群認同，無法賦予自身權力（Johnson, 2010）。呼應本文的研究發現，台灣政府應提供新住民一個專屬的移民電視頻道，增加新移民節目的多樣性與易得性，讓這群新住民能夠獲得平等的傳播權，使新住民能夠容易取得與自己族群文化有關的節目內容，也讓主流社會有明確的管道可以接觸多元的移民文化，不是像現在必須在眾多頻道中尋尋覓覓那不知藏身何處的新移民族群節目內容，新住民亦無法從現有族群節目中得到他們所期待的完整契合認同感。

陸、參考文獻

- 祁容玉（2018.6.27）。〈「幸福新民報」第 5 季 前進全國有線電視頻道〉，《聯合新聞網》。取自 <https://udn.com/news/story/11322/3222311>
- 邱琬雯（1998）。〈外勞族群媒體研究初探：以臺灣泰語廣播節目為例〉，《臺灣社會研究季刊》，31：169-193。
- 陳向明（2009）。《社會科學質的研究》。台北：五南。
- 陳春富（2012）。〈國際移工／民傳播權的在地思考〉，《傳播研究與實踐》，2（1）：55-84。
- 劉子亮（2009）。《鄉音不相應：在臺東南亞移工收聽RTI母語節目之研究》。暨南國際大學東南亞研究所碩士論文。
- 趙剛（2006）。〈“多元文化”的修辭、政治和理論〉，《台灣社會研究季刊》，62：147-189。
- 蘇瑋璇（2015.7.26）。〈越泰印3聲道 新住民新聞下月開播〉，《聯合影音網》。上網日期：2015年7月31日，取自<https://video.udn.com/news/347830>

- Appiah, O. (2003). Americans online: Differences in surfing and evaluating race-targeted Web sites by Black and White users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(4), 537-555.
- Bandyopadhyay, R. (2008). Nostalgia, identity, and tourism: Bollywood in the Indian diaspora. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(2), 79-100.
- Bernath, G., & Messing, V. (1999). Seen from Afar: Roma in the Hungarian media. *Roma Rights*, 4, 35-42.
- Boddy, C. (2005). A rose by any other name may smell as sweet but “group discussion” is not another name for a “focus group” nor should it be. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(3), 248-255.
- Browne, D. (1996). *Electronic media and indigenous peoples: A voice of our own?* Ames, IA: Iowa State University Press.
- Davé, S. (2013). Apu’s brown voice—The Simpsons and Indian American accents. In S. Davé (Ed.), *Indian accents: Brown voice and racial performance in American television and film* (pp. 40-59). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 7(3), 262-280.
- Downing, J. D. H. (1992). Spanish-language media in the greater New York region during the 1980s. In S. H. Riggins (Ed.), *Ethnic minority media: An international perspective* (pp. 256-275). Newbury Park, CA: Sage.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80.
- Goban-Klas, T. (1989). Minority media. In E. Barnouw (Ed.), *International encyclopedia of communications* (Vol. 3, pp. 30-33). New York: Oxford University Press.
- Hogg, M., & Reid, S. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication Theory*, 16, 7-30.
- Jenkins, R. (2008). *Social identity*. New York: Routledge.
- Johnson, M. A. (2010). Incorporating self-categorization concepts into ethnic media research. *Communication Theory*, 20(1), 106-125.
- Krueger, R. A. (1994) *Focus groups: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Matsaganis, M., Katz, V., & Ball-Rokeach, S. J. (2010). *Understanding ethnic media: Their social and cultural roles in economic and policy contexts*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Oakes, P. J. (1987). The salience of social categories. In J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. D. Reicher, & M. S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the Social Group* (pp. 117-141). Oxford, UK: Blackwell.
- Ogan, C. (2001). *Communication and identity in the diaspora*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Onorato, R.S., & Turner, J. C. (2004). Fluidity in the self-concept: The shift from personal to social identity. *European Journal of Social Psychology*, 34, 257-278.
- Ramasubramanian, S. (2005). A content analysis of the portrayal of India in films produced in the West. *Howard Journal of Communication*, 16(4), 243-265.
- Ramasubramanian, S., Doshi, M., & Saleem, M. (2017). Mainstream versus ethnic media: How they shape ethnic pride and self-esteem among ethnic minority audiences. *International Journal of Communication*, 11(2017), 1879-1899.
- Riggins, S. H. (Ed.) (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. London: Sage.
- Seggern, M. V., & Young, N. J. (2003). The focus group method in libraries: Issues relating to process and

- data analysis. *Reference Services Review*, 31(3), 272-284.
- Sreberny, A. (2000). Media and diasporic consciousness: An exploration among Iranians in London. In S. Cottle (Ed.), *Ethnic minorities and the media* (pp. 179-196). Buckingham, UK: Open University Press.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(3), 224-237.
- Stryker, S. (1980). *Symbolic interactionism: A social structural version*. Menlo Park, CA: Benjamin/Cummings.
- Subervi-Vélez, F. A. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism: A review and research proposal with special focus on Hispanics. *Communication Research*, 13(1), 71-96.
- Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L., Fitzgerald, D. C., & Bylsma, W. H. (2003). African American college students' experiences with everyday racism: Characteristics of and responses to these incidents. *Journal of Black Psychology*, 29(1), 38-67.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tajfel, H. (1978). Interindividual and intergroup behaviour. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups* (pp. 27-60). San Diego: Academic Press.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Turner, J. C., & Reynolds, K. J. (2011). Self-categorization theory. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 2, pp. 399-417). UK: Sage.
- Viswanath, K., & Arora, P. (2000). Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control. *Mass Communication & Society*, 3(1), 39-56.
- Ward, L. M. (2004). Wading through the stereotypes: Positive and negative associations between media use and Black adolescents' conceptions of self. *Developmental Psychology*, 40(2), 284-294.
- Zhou, M., & Cai, G. (2002). Chinese language media in the United States: Immigration and assimilation in American life. *Qualitative Sociology*, 25(3), 419-441.

科技部補助專題研究計畫成果自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現（簡要敘述成果是否具有政策應用參考價值及具影響公共利益之重大發現）或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形(請於其他欄註明專利及技轉之證號、合約、申請及洽談等詳細資訊)

論文：已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利：已獲得 申請中 無

技轉：已技轉 洽談中

無

其他：(以 200 字為限)

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性，以 500 字為限）。

本研究以量化與質化方式了解東南亞及中國籍的台灣新住民之傳播權需求，第一年以面訪式的問卷，調查四百位居住於台北市、新北市、基隆及桃園的跨國婚姻移民，第二年舉辦四場焦點團體座談，深入了解新住民對於台灣目前的新移民影視節目觀感，以及對新住民認同建構之影響。研究成果在實務面與學術面均有貢獻：在實務面，實際調查台灣新移民對於成立移民專屬電視台之意見，以及對現有移民影視節目的觀感與改善建議，了解他們的媒體使用行為與對於專屬移民電視頻道及節目內容之需求，將可提供台灣政府相關單位（如：NCC 及移民署）及傳播業界規劃與實踐一個友善的多元文化傳播環境，給予新移民真正的媒介公民權。在學術成果方面，有兩篇國際研討會論文及兩篇期刊論文（一篇已接受刊登，將於 2019 年 6 月《中華傳播學刊》第 35 期刊登，另一篇投稿中），研究結果將可深化「媒介公民權」在台灣實踐的在地性探討，增進對新住民閱聽人之理解。由於台灣移民社會的狀況與西方國家有所差異，本研究結果可根據台灣移民社會的實際情況，提出相對應的媒介公民權實踐概念；同時，亦可累積關於台灣新移民傳播研究更為豐富且多面向的研究成果，提供未來持續探討相關議題之參考。

4. 主要發現

本研究具有政策應用參考價值：否 是，建議提供機關：國家通訊傳播委員會、內政部移民署、文化部

（勾選「是」者，請列舉建議可提供施政參考之業務主管機關）

本研究具影響公共利益之重大發現：否 是

說明：（以 150 字為限）

對於如何賦予台灣新住民傳播公民權有重大發現，台灣應該成立一個專門管理新移民傳播服務的機構，統籌目前分散各公部門的節目製作經費，擘劃具有長期規畫性的節目策略地圖，成立新移民專屬電視台，兼顧多元性、大眾化與公共性，滿足新移民近用廣電媒體基本需求，建請政府相關單位應根據本研究調查結果提出相對應的實施政策。

科技部補助專題研究計畫成果彙整表

| | | | | | | | | |
|---|----------|----------------------------------|---------|-----|---|---|---------------|--|
| 計畫主持人：蔡 珮 | | 計畫編號：MOST 105-2410-H-128-019-SS2 | | | | | | |
| 計畫名稱：全球化與數位網路時代下，如何擘劃台灣新移民的專屬族群電視媒體：從台灣新移民對族群專屬電視頻道需求、台灣移民影視節目之族群認同建構與澳洲 SBS TV 的成功經驗談起 | | | | | | | | |
| | | 成果項目 | 量化 | 單位 | 質化 (說明：各成果項目請附佐證資料或細項說明，如期刊名稱、年份、卷期、起訖頁數、證號...等) | | | |
| 國內 | 學術性論文 | 期刊論文 | | 1 | 篇 | 蔡珮(2019 出版中)。「媒介公民權」在臺灣：台灣新住民對專屬族群電視台之需求與媒體使用行為研究》，《中華傳播學刊》，35。 | | |
| | | 研討會論文 | | | | | | |
| | | 專書 | | | 本 | | 請附專書資訊。 | |
| | | 專書論文 | | | 章 | | 請附專書論文資訊。 | |
| | | 技術報告 | | | 篇 | | | |
| | | 其他 | | | 篇 | | | |
| | 智慧財產權及成果 | 專利權 | 發明專利 | 申請中 | | 件 | 請附佐證資料，如申請案號。 | |
| | | | | 已獲得 | | | 請附佐證資料，如獲證案號。 | |
| | | | 新型/設計專利 | | | | | |
| | | 商標權 | | | | | | |
| | | 營業秘密 | | | | | | |
| | | 積體電路電路布局權 | | | | | | |
| | | 著作權 | | | | | | |
| | | 品種權 | | | | | | |
| | 其他 | | | | | | | |
| 技術移轉 | 件數 | | | 件 | | | | |
| | 收入 | | | 千元 | | 1. 依「科技部科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法」第2條規定，研發成果收入係指執行研究發展之單位因管理及運用研發成果所獲得之授權金、權利金、價金、股權或其他權益。 2. 請註明合約金額。 | | |
| 國 | 學術性論文 | 期刊論文 | | | 篇 | 請附期刊資訊。 | | |

| | | | | | | | |
|------|----------|----|-----------|---------|---|---|---------------|
| 外 | 研討會論文 | | 2 | | 1. Tsai, P. (2017). The needs and viewing behavior of the new immigrants in Taiwan. Presented at 12th International Conference on Business, Economics, Social Science & Humanities. Sydney, Australia. July 15-16, 2017. | | |
| | | | | | 2. Tsai, P. (2018). The connection between Taiwan's new immigrants' impressions towards immigrant TV programs and their identity construction. Presentation at the 13th International Conference on Interdisciplinary Social Sciences, Granada, Spain. July 26, 2018. | | |
| | | | | | 專書 | 本 | 請附專書資訊。 |
| | | | | | 專書論文 | 章 | 請附專書論文資訊。 |
| | | | | | 技術報告 | 篇 | |
| | 其他 | | | 篇 | | | |
| | 智慧財產權及成果 | | 專利權 | 發明專利 | 申請中 | 件 | 請附佐證資料，如申請案號。 |
| | | | | | 已獲得 | | 請附佐證資料，如獲證案號。 |
| | | | | 新型/設計專利 | | | |
| | | | 商標權 | | | | |
| | | | 營業秘密 | | | | |
| | | | 積體電路電路布局權 | | | | |
| | | | 著作權 | | | | |
| | | | 品種權 | | | | |
| 其他 | | | | | | | |
| 技術移轉 | | 件數 | | 件 | | | |
| | | 收入 | | 千元 | 1. 依「科技部科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法」第2條規定，研發成果收入係指執行研究發展之單位因管理及運用研發成果所獲得之授權金、權利金、價金、股權或其他權益。 2. 請註明合約金額。 | | |

| | | | | | |
|--|------|--------|---|----|--|
| 參與計畫人力 | 本國籍 | 大專生 | 2 | 人次 | |
| | | 碩士生 | 1 | | |
| | | 博士生 | | | |
| | | 博士後研究員 | | | |
| | | 專任助理 | | | |
| | 非本國籍 | 大專生 | | | |
| | | 碩士生 | | | |
| | | 博士生 | | | |
| | | 博士後研究員 | | | |
| | | 專任助理 | | | |
| 其他成果 | | | | | |
| (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。) | | | | | |

科技部補助專題研究計畫出席國際學術會議心得報告

日期：107 年 8 月 13 日

| | | | |
|--------|--|---------|-------------------|
| 計畫編號 | MOST 105—2410—H—128—019—SS2 | | |
| 計畫名稱 | 全球化與數位網路時代下，如何擘劃台灣新移民的專屬族群電視媒體：從台灣新移民對族群專屬電視頻道需求、台灣移民影視節目之族群認同建構與澳洲 SBS TV 的成功經驗談起 | | |
| 出國人員姓名 | 蔡 珮 | 服務機構及職稱 | 世新大學廣電系副教授 |
| 會議時間 | 107 年 7 月 25 日至 107 年 7 月 27 日 | 會議地點 | 西班牙格拉納達 (Granada) |
| 會議名稱 | (中文) 第十三屆跨學門社會科學國際學術會議 (英文) The Thirteenth International Conference on Interdisciplinary Social Sciences | | |
| 發表題目 | (中文) 台灣新住民對移民電視節目的觀感與認同建構之關聯 (英文) The connection between Taiwan's new immigrants' impressions towards immigrant TV programs and their identity construction | | |

一、參加會議經過

此次會議在西班牙格拉納達的 University of Granada 舉行，搭乘國泰航空飛巴塞隆納再轉西班牙國內航空至格拉納達。我的論文發表日在 7 月 26 日上午 10:15~11:30 的場次，共有三位發表人，每人發表 20 分鐘，三人發表完後大約有 15 分鐘的 Q & A 時間。

二、與會心得

第一次參加由 Common Ground Research Networks 主辦的學術研討會，感覺是很認真在辦理學術研討會的單位。此屆由 University of Granada 協辦，研討議

題橫跨社會科學各個領域，包括：社會與社區研究、市民與政治研究、文化研究、全球化研究、環境研究、組織研究、教育研究與傳播研究。會議主持人十分盡責，尤其在 Q & A 的時間，有確實準備詢問問題，以避免有任何一位發表人在現場沒有被問到問題。我發表的場次主題與媒體有關，同場次的發表者一位是來自泰國的學者，探討的是西班牙線上新聞如何報導泰國的內容分析；另一位發表人是格拉納達大學的講師，探討的是在光影戲中美墨邊境墨西哥移民的再現。發表完後現場的聽眾以及其他發表人共問了我三個問題，一個是研究方法的問題，一位博士研究生想了解我是如何抽樣 400 位面訪者的，會後我再與她深聊後，才了解她也是打算研究移民議題，她的指導教授要她面訪 1000 人，因此她特別想知道要如何找尋樣本以及如何以一己之力完成面訪。第二個問題是關於焦點團體訪談受訪者對於新移民影視節目觀感的性別差異比較，由於我的研究目的與受訪者的選擇上並沒有性別比例上的平均分配，因此在研究結果上無法提供性別差異的結論，不過這也提醒我這是個研究限制。第三個問題是來自泰國的發表人詢問的，他好奇在台灣的泰國移工過得如何，有沒有做給移工看的電視節目，我也只能據實以告。整場的聽眾其實滿多的，因為同時段有八個場次的研討會同時進行，本場聽眾至少有 20 人，感覺與會者都很認真聆聽並參與研討論文發表人的研究內容。

三、發表論文摘要

The study interviewed 400 of Taiwan's new immigrants from Southeast Asia and China-Hong Kong-Macao areas. Findings indicate that new immigrants have low satisfaction rate towards current TV programs for new immigrants/ immigrant workers in Taiwan.

In follow-up focus group discussion, new immigrants found TV representations of new immigrants too monolithic, mostly successful stories of new immigrants running restaurants, thus creating a stereotype that new immigrants are only good at cooking. Negative immigrant experiences such as divorce or domestic violence should also be presented on TV, as well as information of social and legal assistance for new immigrants. TV programs should include successful stories in which immigrants have successfully integrated with local culture, such as learning how to perform puppet theatre in Taiwan. TV programs can also encourage people to treat new immigrants friendly by inviting families who treat new immigrant spouses friendly to talk about their experiences.

It should be shown that new immigrants are indeed helpful to Taiwan society in many ways. Presenting current developments of immigrants' home countries and avoid presenting only stereotypical images of the backwardness of Southeast Asia can help those immigrants (who may have left home for a long time) keep a connection with their home country. Taiwanese audience can also watch these programs know more about the immigrants' mother countries. Broadcasting successful immigrant stories may improve ethnic pride. However, showing too many of them may also make some new immigrants lack confidence and feel inferior to fellow immigrants.

四、攜回資料名稱及內容

1. 會議議程及會議論文摘要。
2. 論文發表證明書與註冊費收據（以電子形式儲存於註冊會員檔案中）。