

(子計畫 2)

行政院客家委員會補助大學校院發展客家學術機構 研究全文

苗栗區域有線電視客語新聞節目的閱聽人特質與新聞偏好 分析

Audience Portrait and Viewing Preferences- A Study on Hakka News Program of Miao-Li Regional Cable TV

國立交通大學傳播與科技學系林崇偉助理教授

cwlin@faculty.nctu.edu.tw

國立交通大學客家社會與文化碩士研究生黃雅欣

nancy39999@gmail.com

中文摘要

製播客語新聞節目絕對有其理想性，重要性，有其地方服務與族群凝聚的價值，更有重要的政治和社會意義。但隨資訊與傳播科技的發展，政策和法規的開放，收益來源和產業環境的改變，以及更激烈的媒體競爭，國內客家傳播研究應更加正視業者經營的實務問題，對「該如何製播？」有更多探討，並加強客家族群在建立族群媒體後，有關閱聽人實際媒介使用狀況的研究。

本文以苗栗區域有線電視業者已製播 15 年的「大苗栗客家話新聞」為研究對象，探討其閱聽人特質（誰在看？）、偏好哪些性質新聞報導（看什麼？）以及在閱聽人特質和新聞偏好之間（為何看？）的交互關係和影響因素。除能有助區域有線電

視台經營者和族群媒體製播者對閱聽人的掌握，從而判斷新聞節目製播方向及效益之外；更能從分析特定族群對非主流媒介的實際使用情況，增加學術上對於以族群母語發音地方新聞節目閱聽人的理解，有助於拓展臺灣族群傳播研究領域的完整性。

關鍵詞：客家、族群媒體、閱聽人研究、新聞偏好、媒介管理

一、研究問題與目的

臺灣電視頻道的客語新聞發展，在 1988 年還我母語運動後，隨客家文化與意識抬頭，逐漸受到重視。在強調尊重客語使用傳播權的社會氛圍下，台視、中視、華視在 1991 年 9 月，開始製播客語新聞。其他無線電視頻道，如公視、民視也陸續跟進。不過，在 2003 年 7 月客家電視台成立之後，國內無線頻道現階段仍維持有客語新聞節目者僅剩客家電視台。

但早在全國頻道客家電視台開播前，位處於臺灣客家重要聚落，客家族群人口佔全縣人口比例六成的苗栗縣信和、吉元二家區域有線電視台，於 1995 年就共同成立「大苗栗新聞中心」，聯合製播「大苗栗客家話新聞」，至 2010 年已 15 年有餘。

大苗栗客家話新聞採客語四縣腔發音，強調鄰近性、注重公共服務，報導對象的範圍含括苗栗縣 18 鄉鎮，新聞類型則以報導苗栗地方政治、社會、文教和娛樂為主軸。目標則期能善盡社區媒體角色，呈現在地生活，貼近苗栗在地的客家族群，由此凝聚族群和社區意識，並推動在地的客家文化傳播。

當然，大苗栗客語新聞的製播有其理想性，有其地方服務與族群凝聚的價值，更有重要的政治和社會意義。但面對來自於擁有政策補貼的全國性客家電視頻道，還有其他商業電視新聞頻道的競爭，以及在節目製作、人力素質、人事成本、收視效益和廣告收益等方面的考量，信和、吉元二家區域有線電視台製播「大苗栗客家話新聞」日益面臨沉重壓力。

檢閱國內有關地方／社區／全國電視台製播以客語／族群母語發音新聞節目的相關研究，大多數都從弱勢族群的角度出

發，強調無論從政治、社會、民主、法律、族群、文化、多元等觀點，都應注意弱勢族群的傳播權，並應同樣享有媒體近用權。也因此，研究命題往往隱含道德價值的判斷。所關切的問題多是「應不應該製播？」而較欠缺對「該如何製播？」和「要不要製播？」的理解。

這些研究的背後誠然有臺灣社會發展的獨特時空背景和歷史因素。但在媒體產業競爭日益激烈，經營日益嚴峻情況下，實無法有效回應區域有線電視台經營的困境。本研究因此以大苗栗客家話新聞為研究對象，對收視戶進行親身問卷訪談，深入觀察收看「大苗栗客家話新聞」閱聽人的特質（誰在看？）、偏好哪些性質的新聞報導（看什麼？）以及在閱聽人特質和新聞偏好之間（為何看？）的交互關係和影響因素。

由此，本研究嘗試勾勒出苗栗地區客語地方新聞節目的閱聽人圖像，瞭解閱聽人的新聞偏好，兩者的關聯性和影響因素，除能有助區域有線電視台經營者和族群媒體製播者對閱聽人的掌握，從而判斷新聞節目製播方向及效益外；更能從分析特定族群對非主流媒介的實際使用情況，增加學術上對以族群母語發音地方新聞節目閱聽人的理解，有助於拓展臺灣族群傳播研究領域的完整性。

二、文獻回顧與探討

臺灣的客家族群傳播研究，在 1990 年代和客家電視台成立之前，較少為人注意。所見到的較多為對當時廣電媒體以客語製播節目內容的討論。例如張致遠（1994）在行政院文化建設委會舉辦的客家文化研討會發表〈客語電視節目的現況與改進〉一文，針對 1989 年後臺灣電視台所製播的客語節目的內容進行檢討，並指出 90 年代以前所製作客語節目普遍存有考證文獻不足及採訪對象不適合等問題。

姜如珮（2003）則以臺灣公共電視台「客家新聞雜誌」做為研究對象，除探討其對臺灣客家族群的報導取向外，並從信仰風俗和民族性的概念層次，分析該節目有關食、衣、住、行、育、樂及人物的報導中所呈現出的「客家意象」。

劉幼琍(1997)開始研究客家族群對廣電媒體的使用與滿足，初期只針對1997年之前的臺灣客語廣播電台和電視客家節目製播狀況進行調查整理，缺乏針對閱聽人的探索。但隔年劉幼琍(1998)即以客家人與原住民研究對象，比較兩者對廣電媒體的需求以及閱聽行為的異同之處。

研究結果發現，無論是客家人或原住民，皆認為當時臺灣的廣電媒體對特定族群所提供的報導與服務，在量的方面有明顯的不足，在質的方面也有待加強。兩個族群都認為媒體是傳遞特定族群文化最佳媒介，皆表示需要成立族群電台或是電視頻道。劉幼琍同時指出，要解決當時特定族群廣電媒體普遍不足以及媒體報導常常扭曲特定族群形象的情形，除了消極保障他們的媒體近用權之外，更應鼓勵特定族群自辦媒體，或讓他們也能參與廣電媒體的製播工作。

客家電視台在2003年7月成立後，成為臺灣第一個以客語發音的全國性族群電視頻道。學術界也開始針對客家電視台進行研究。彭文正在同年的全球客家文化會議和客家電視台對社會之影響座談會，先後發表〈客家話在多言文化中的傳播模式探究〉與〈族群認同、語言使用與客家電視〉二篇研究(彭文正，2003a/b)。

彭文正的研究指出，年齡愈大或者客語能力愈強的人，愈想透過客家電視台學習客語。年長的客家人對客語失傳的憂心程度會投射在他們對客家電視台的使用行為，以及其對客家電視台所能夠扮演客家文化及語言傳承功能的期待上。

同時，由於客家語言、客家文化、甚至客家人口都在逐漸的模糊化；在情感上，客家認同、族群危機意識、文化傳承使命在部分客家人心中形成了一種糾結而複雜的意識形態。在彭文正看來，客家電視台正是這些因素衝擊的產物；也因此，客家電視台被賦予必須肩負起客家主體再現，傳承客家文化，滿足鄉親期望以及重塑客家形象的多重使命(彭文正，2003a/b)。

對於客家電視台的責任和使命問題，由此開始成為討論關切的焦點。彙整並挑去重複的觀點，陳清河(2003)與林佩君(2004)指出，客家電視台應扮演「傳承推廣客家母語」、「發揚客家文化」和「凝聚族群共識」的角色；黃葳威、李佳玲(2005)補充，客

家電視台還要「加速客家族群重返公共領域」、「提振客家自信心和認同感」以及「豐富台灣多元文化」；李信漢（2006）則再強調客家電視台要「回應客家族群媒體近用的渴望」。

在社會各界這麼多的期許之下，有關客家電視台收視群與經營方面的研究，曾任台長的彭文正（2004）認為，電視頻道做為一個能反映社會文化即時層面的媒介，在民主社會裡扮演意見傳布角色。客家電視台應該成為研究語言演變的主體，甚至成為分析單位。因此他將客家意識作為收看客家電視台的主要因素之一，針對客家電視台首播的二至三星期間收視的閱聽人進行收視動機調查。

研究發現，閱聽人的客家意識與其客語能力和文化期望呈正相關，進而也影響到閱聽人的收視行為。客家意識較強者，多為年齡較長、教育程度較低的客家人。年輕一輩的客家人，則普遍客語能力較不佳，因此其收看客家電視台節目的意願也相對的較低落，而透過收看客家電視台學習母語的意願也較低。

不過，黃葳威、李佳玲（2005）研究客家電視台文化行銷模式發現，客家電視台忠實收視群集中在中壯年、老人與婦女，缺乏青少年和青年的閱聽眾。這與成立客家電視台強調客家文化傳承的宗旨有差距。而對於無法有效吸引年青客家族群閱聽人，將是客家電視台做為族群媒體必須設法跨越的世代和文化傳承問題。

針對無法突破閱聽人世代分佈及所衍生的文化與族群認同傳承問題，蔡珮（2008）探索客家電視台如何在世代交替下召喚，或建構起族群認同。

研究發現，在不同世代、不同母語程度與不同生活經驗的閱聽人，客家電視台對其所產生的族群認同召喚有所不同。年輕後代不熟母語、不同認節目內容、電視台呈現的客語腔調不同或不道地，認同難以產生。而在族群認同被召喚部份，閱聽人消費客家電視台過程中，可建立正面的族群態度。但受限於族群認同其實是由「自我身份認同」、「歸屬感」、「族群態度」與「族群投入」等多面向要素所構成，因此研究也發現，同一位受訪者在論述收視動機與召喚或建構客家認同會有矛盾的說法。

此外，討論客家文化與傳播媒體間的關係，還有兩個重要的觀點，其一是有關於「族群媒體」(ethnic media)概念的討論。這似乎要到客家電視台成立後才逐漸成為特定的用詞。黃葳威(2004)研究客家廣播的文化行銷模式時，仍以「方言媒體」來定義客家發音的廣播電台。較正式看見以「族群媒體」來歸類客家電視台、或是客家平面雜誌和客家電台則是在李信漢(2006)所發表的《族群媒體圖像之描繪：以客家電視台為例》。而後曾曉煜(2008)在討論客家電視台定位與節目策略的學術論文中，也細緻的從少數語言媒體與族群語言媒體為客家電視台做出位。

其二，則是有關「客家再現」與「媒體框架」。最近期的研究是林信丞(2008)從「客家雜誌」創刊迄今20年間，以立意抽樣選取438篇文章，進行文本分析與專家訪談，分析臺灣客家形象變遷。研究指出，客家形象仍是一個非常複雜的概念，並非族群本身所能控制，而是從他人，或是一連串的傳播行為所建構，因此要論定什麼是客家形象？什麼又不是客家形象？難以認定。而經過「調查」和「詢問」所得的客家形象，也只訴說出人們對客家認知的一個過程，同時又只是訴說出部份的客家特質。即便是出現頻率最為普遍的「勤勞節儉」也不能將其與客家形象等號相連，「客家美食」也僅是最能與客家聯想在一起的物質符碼，也不能完全等同客家文化。

綜觀近年國內對客家傳播研究的理論取徑，本研究與郭曉真(2007)的看法相同：要不就是探討弱勢族群使用媒介的動機、使用過程及賦予媒介近用權或建立族群媒體後所可能達到的效果；另者則就是媒介再現與內容分析，大多是批判對於族群的刻板印象與偏見及媒體再現形象，或是討論閱聽人應如何透過族群媒介收視過程以建構其客家認同，又相反方向是客家廣電媒體應如何提高閱聽人的語言使用、建立其族群意識和族群認同等研究。

這些研究的背後其實自有臺灣社會和客家族群發展的獨特時空背景和歷史因素，大多從少數／弱勢族群角度出發，強調無論從政治、社會、民主、法律、族群、文化、多元等觀點，應該注意弱勢族群的傳播權，並應該同樣享有媒體近用權。也正因此，研究命題往往隱含道德價值的判斷。所關切的問題多是「應不應該製播？」而較欠缺對客家／弱勢族群在建立起族群媒體／非主

流媒體之後，實際媒介使用情形的研究。

蔡珮（2007）就有類似的看法，認為對弱勢族群使用非主流媒體實際情況的研究，在國內尚屬少數，尤其對於長期處於隱性特質的客家族群，在使用非主流媒體的研究，應該被更清楚、進一步的被關注與討論。

彭文正（2009）也在所出版的〈客家傳播理論與實證〉一書中指出，在臺灣特殊的歷史、政治與文化情境之下，客家媒體對客家閱聽人而言是一種投射作用，在遭受過母語、社會政經地位不平等的打壓之下，年紀較長的客家閱聽人，對客家媒體具有語言與文化復興的期望。但是客家電視台閱聽人的研究與一般電視閱聽人的研究，其傳播理論與研究方法是不可被全然套用的，客家傳播研究未來必須要透過媒介、社會情境結構、歷史、閱聽人認知程度、收視行為、回饋、傳播效果等途徑更深入觀察，才能逐步地挖掘客家傳播的特殊性。

本研究因此嘗試跳脫對於族群媒體在理想性、公用服務性、族群凝聚價值、政治社會意義的研究取徑，在一個客家族群聚居密集程度高的地理範圍（苗栗）裡，選取一個區域的有線電視頻道，以其製播客語發音的新聞節目為對象，試圖瞭解其閱聽人特質（誰在看？）、偏好哪些性質的新聞報導（看什麼？）以及在閱聽人特質和新聞偏好之間（為何看？）的交互關係和影響因素。

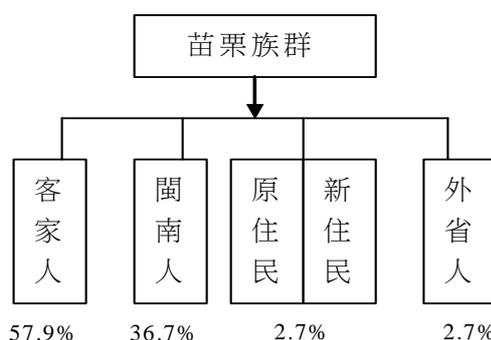
經由上述的探索，本研究將能從特定族群對非主流媒介的實際使用情況，勾勒出其閱聽人的圖像，瞭解閱聽人的新聞偏好，以及兩者的關聯性和影響因素。這除有助區域有線電視台經營者和族群媒體製播者增加對於市場和需求的掌握，判斷新聞節目製播的方向和效益之外；更能夠增加學術上對以族群母語發音地方新聞節目閱聽人的理解，有助於拓展臺灣族群傳播研究領域的完整性。

三、研究方法

本研究以苗栗地區作為研究場域，根據苗栗縣政府主計處 2007 年 12 月委託國立中央大學客家學院以電話調查苗栗縣 98 年度選民族群結構的統計資料：苗栗縣十八個行政區裡：苗栗市、

頭份鎮、卓蘭鎮、大湖鄉、公館鄉、銅鑼鄉、南庄鄉、頭屋鄉、三義鄉、西湖鄉、造橋鄉、三灣鄉、獅潭鄉等 13 個鄉鎮市的客家人口單一認定都高達 70% 以上，屬於典型的客家鄉鎮。至於竹南鎮、苑裡鎮、通霄鎮、後龍鎮等 4 鄉鎮的閩南人口單一認定部分則在 70% 以上，因此是閩南人口較多的鄉鎮。至於在泰安鄉的原住民人口單一認定部分為 81.8%，是屬於原住民人口比例較高的鄉鎮。

同一份政府統計資料亦指出，若是以整體人口比例來看苗栗縣族群結構，縣民的單一族群自我認定結果，客家族群在苗栗縣將近佔有六成。其中，屬隱性客家身份，不願主動說客語者，約佔六成中的 15%，大多數居住在通霄、苑裡一帶。閩南族群佔總人口比例約三成七，且因外來人口遷入，有逐年增加趨勢。至於原住民人口比例，則有逐年減少的趨勢，主要因少子化與人口外移等問題。但整體來講，視苗栗主要為客家族群聚居的地區是被普遍理解和承認的。



圖一：苗栗縣族群比列圖（本研究繪製）

至於在苗栗區域有線電視業者自行製播客語節目的發展上，雖然「廣播電視法」在 1976 年時曾通過規定「電台對國內廣播播出語言應以國語為主，方言應逐漸減少」，客語、閩南語、原住民母語因而被限制。但在少數族群對母語流失危機感與族群意識高漲趨勢之下，紛紛要求製播母語廣電節目。

「電視節目製作規範」在 1987 年 10 月第二次修正發佈，廢除以國語為主的規定，方言母語節目才正式被合法化，立法院更在 1993 年 7 月刪除廣電法第二十條對方言的限制，並通過《有線電視法》。

其中重要的規定是：有線電視系統必須至少百分之二十的本國自製節目，並在第 23 條中亦制定「系統業者必須免費提供十分之一以上的頻道，作為公益性、藝文性、社教性等節目」的條文。當時新聞局也將節目的製作能力作為核發有線電視經營執照的標準之一。由此，區域系統業者為取得經營許可執照，開始積極投入製作鄉土性與地方性新聞節目。

苗栗區域有線電視台製播客語發音的新聞節目，因此最早是由南區的吉元有線電視在 1993 年底首先開播「大苗栗新聞」，其中部分時段使用客語發音製播。而位在北區的信和有線電視則在 1994 年成立新聞部，開始製播「信和新聞」與「信和客語新聞」。二家有線電視，各自以南、北區為範圍，自製地方新聞節目。當然，目的除服務地方社區外，更在於取得經營許可執照以合法化。

| 時間 | 公司組織與服務內容 | 服務區域 |
|------|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1983 | 成立 吉元電器行 | 苗栗市、頭屋 |
| 1984 | 經營共同天線轉播三台 | 苗栗市、頭屋 |
| 1985 | 經營共同天線轉播三台 | 苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼 |
| 1989 | 改組吉元電纜電訊股份有限公司 | 苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼 |
| 1992 | 播放錄影帶節目、亞洲衛星電視等節目共 42 頻道 | 苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼 |
| 1993 | 取得有線電視節目播送執照 | 苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼 |
| 1993 | 「大苗栗新聞」開播。 | 苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼、三義、通霄、苑裡、大湖、泰安、卓蘭、西湖。 |
| 1995 | 與信和有線電視共同製播「大苗栗新聞」與「大苗栗客家話新聞」。 | 苗栗縣十八鄉鎮 |

表一：吉元有線電視公司組織、服務內容與區域一覽表（本研究製表）

| 時間 | 公司組織與服務內容 | 服務區域 |
|------|--------------------------|---------|
| 1979 | 成立信和電業社 開始共同天線服務 | 苗栗中港溪地區 |
| 1993 | 信和電訊傳播股份有限公司 | 苗栗中港溪地區 |
| 1994 | 送審有線電視營運計畫書 成立「信和新聞」部 | 苗栗中港溪地區 |
| 1995 | 取得有線電視籌設許可證 | 苗栗中港溪地區 |

| | | |
|------|---------------------------------|----------------|
| | 「信和客語新聞」後與吉元有線電視共同製播「大苗栗客家話新聞」。 | |
| 1995 | 核發有線電視籌設許可證 | 竹南、頭份、三灣、造橋、南庄 |

表二：信和有線電視公司組織、服務內容與區域一覽表（本研究製表）

在上表中可見，隨著兩家系統業者申請與核發許可證的進度有所進展，又或許因為以行政和服務區域來區分取材和製播新聞不太合理，更或許因為考量節目製作、人力調度、人事成本、收視效益和廣告收益等因素。所以二家電視台在 1995 年，以共同出資和共同經營方式將各自原來的新聞單位整合，共同成立「大苗栗新聞中心」，開始製播「大苗栗新聞」與「大苗栗客家話新聞」，迄今 2010 年，共已播送 15 年。

根據本研究調查，臺灣目前區域有線電視製播客語新聞的只有新竹縣北視有線電視的「新竹客語新聞」以及苗栗縣吉元、信和有線電視共同製播的「大苗栗客家話新聞」。三家業者同時也都是臺灣寬頻通訊公司（TBC）的系統頻道。

至於「大苗栗新聞中心」從業人員工作領域和背景方面：負責採訪的線上記者，共有四組八人，依照鄉鎮區域與採訪重點，分為縣府、苗栗、山線、中港溪共四組。每組攝影、文字各一人。八人之中，只有一位攝影記者為閩南人，不過因住居環境和工作環境的關係，客家語聽、說都沒有問題。其餘七位，則都是客家人，母語以四縣為主，至於新聞中心的其他行政和工作人員也皆為苗栗縣本地客家人。

「大苗栗客家話新聞」的播送頻次為每週一至週六，每日下午五點首播播出，並排定晚間八點和十一點等三個重播時段。從時段上來看，客家話新聞的時段比國語新聞較好。但內容上，客家話新聞內容與國語新聞則並無不同，依國語文稿重新改寫後重新配四縣腔客家話。配音工作，由文字記者負責。每位文字記者同時也輪流擔任「大苗栗客家話新聞」的主播工作。無論主播報導或新聞配音皆採四縣腔。

| 新聞名稱 | 新聞內容 | 播出時段 |
|-------|----------------------------|--------------------|
| 大苗栗新聞 | 包含苗栗縣 18 鄉鎮之政治與地方建設、社會、文教、 | 每週一至週六 首播：17：00 |

| | | |
|----------|---------------------------------|--|
| | 娛樂新聞。 | 重播：21：00、23：00 隔日：01：00、07：00、13：00 |
| 大苗栗客家話新聞 | 包含苗栗縣 18 鄉鎮之政治與地方建設、社會、文教、娛樂新聞。 | 每週一至週六 首播：17：30 重播：22：00、00：00 隔日：06：00、12：00 |

表三:大苗栗新聞中心新聞製播、內容與播送時段一覽表
(本研究製表)

在新聞內容部分，為與客家電視台全國性頻道的內容有所區別，「大苗栗客家話新聞」報導焦點主要在地方題材的專題採訪和規劃。按劉培琴（2008）與鍾君勵（2009）對「大苗栗客語新聞」的研究，其新聞報導大致可區分為「政治與地方建設」、「社會」、「文教」和「娛樂」等四大類別。報導原則為最即時、富有人情趣味，且受苗栗地方鄉親矚目、與重視關心的新聞。

本研究訪問電視台新聞從業人員對於「大苗栗客家話新聞」製播目標的看法，歸納為：要讓地方人能了解地方事，老一輩的苗栗客家人不和社會脫節，新一輩客家年輕人，因常聽常說客家語，讓優美的母語繼續流傳，越來越生活化。報導方式例如：為消失中的傳統技藝產業，客家庄頭故事，客家戲曲藝文活動展演，設計專題性新聞節目播出；每日新聞報導則針對地方鄉親關心的大小事，從最基層的村里民大會，到鄉鎮公所、縣市政府及地方民意機關最新政策及建設方針、質詢焦點；又或開闢專題單元進行客家母語教學，從常用的問語、俚語、諺語學起，或客家猜謎等有趣小單元穿插；又或讓民眾隨時收到第一手地方活動訊息，新聞結尾設有藝文圖卡，觀眾隨時注意到最新藝文及活動訊息等等。

劉培琴（2008）發表的《苗栗有線電視系統台新聞品質與收視戶滿意度及忠誠度之研究》與鍾君勵（2009）的《苗栗地區「大苗栗客語新聞」客家族群相關報導內容分析》均未能將閱聽人和新聞報導兩者連結。無法說明「大苗栗客語新聞」閱聽人特質（誰在看？）、偏好哪些性質的新聞報導（看什麼？）以及在閱聽人特質和新聞偏好之間（為何看？）的交互關係和影響因素。

在此，傳播領域中有關使用與滿足(Use and Gratification)

的相關研究，提供我們進一步探索的方向。使用與滿足理論是由 Elihu Katz、Jay Blumler、Mickael Gurevitch 等學者於 1974 年出版的《大眾傳播媒體的使用》一書中所提出，確立了使用與滿足理論。內容指出，閱聽人能理性地瞭解自己的興趣、動機，其使用媒體是有主動性的，在使用的過程中尋求滿足，但媒介內容並不能完全滿足其需求，閱聽人是經由自我的觀點去審視媒體（翁秀琪，1996）。

在 Elihu Katz 確立使用與滿足理論的基礎架構後，Rosengren（1974）進一步的指出閱聽人在使用媒介的動機，需從個人特質、基本需求、與社會結構，包括了媒體結構等因素考慮在裡頭，個人基本需求會被個人特質、社會結構因素所影響。

McLeod 與 Becker（1981）則將個人基本需求、社會情境中的個人社會背景，視為閱聽人媒介使用的動機，是因為尋求滿足，在滿足過程中，閱聽人會以個人需求進行評估，進而產生對媒體的使用行為，並獲得的滿足或產生預期外的效，即主觀、客觀的效果。

使用與滿足理論的研究內容與目標，主要是要探討閱聽人是如何使用媒介以滿足自我的需求？其使用的動機與背景，以及討論對在不同閱聽人需求、動機與使用行動之下，閱聽人與媒介之間如何產生回饋。從以上的研究中，可以窺見媒體特質與內容性質為影響閱聽人媒介行為的重要因素，而若能將研究對象的特質與人口變項因素，考量在其中，將使問題焦點更為清楚。

因此，本研究結合使用與滿足的理論觀點，以吉元、信和有線電視收視戶群中，收看大苗栗客家話新聞的閱聽人為研究對象進行調查。閱聽人樣本母數按吉元、信和有線電視公司 2009 年聯合委託佛光大學調查中心，以 2008 年苗栗縣住宅電話用戶為抽樣母體，電訪 1,085 份有效樣本，所完成的《98 年度苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查報告》。

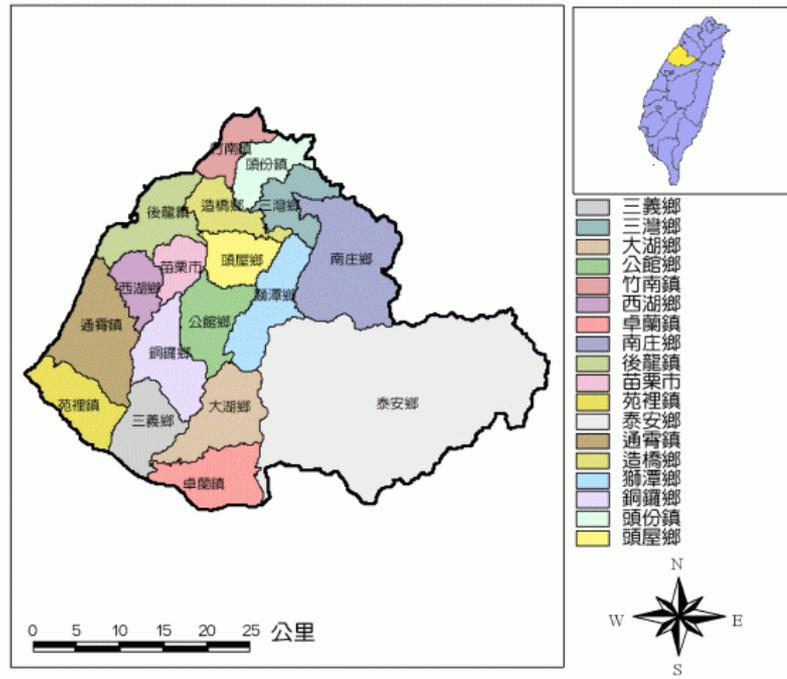
結果顯示，苗栗地區住戶家中有裝設有線電視者達到 76.0 %。地區含蓋苗栗市、苑裡鎮、通宵鎮、竹南鎮、頭份鎮、後龍鎮、卓蘭鎮、大湖鄉、公館鄉、銅鑼鄉、三義鄉、造橋鄉、

南庄鄉、頭屋鄉、西湖鄉、三灣鄉、獅潭鄉、泰安鄉等 18 鄉鎮市。推估二家有線電視台 2009 年的收視戶佔有率達 6 成以上，收視戶數約為 100030 戶（2009.12）。由於受時間、預算及人力的限制，本研究採用「立意抽樣」(Purposive sampling)方式，按各鄉鎮收視戶比例，以 1000 份問卷量，推估各鄉鎮施測的樣本數，來進行調查研究。

而為避免因識字問題而無法收集部分年長族群資料，本研究採取親身面訪方式，由受訓過的訪員，在苗栗各鄉鎮人口聚集處，例如：鄉鎮公所、衛生所、傳統市場、超商，以及大賣場等，現地詢問其是否有收看大苗栗客家話新聞，以及接受訪談的意願，爾後始進行問卷內容訪談。各鄉鎮區位與收視戶比例和預計抽樣數計算表如下：

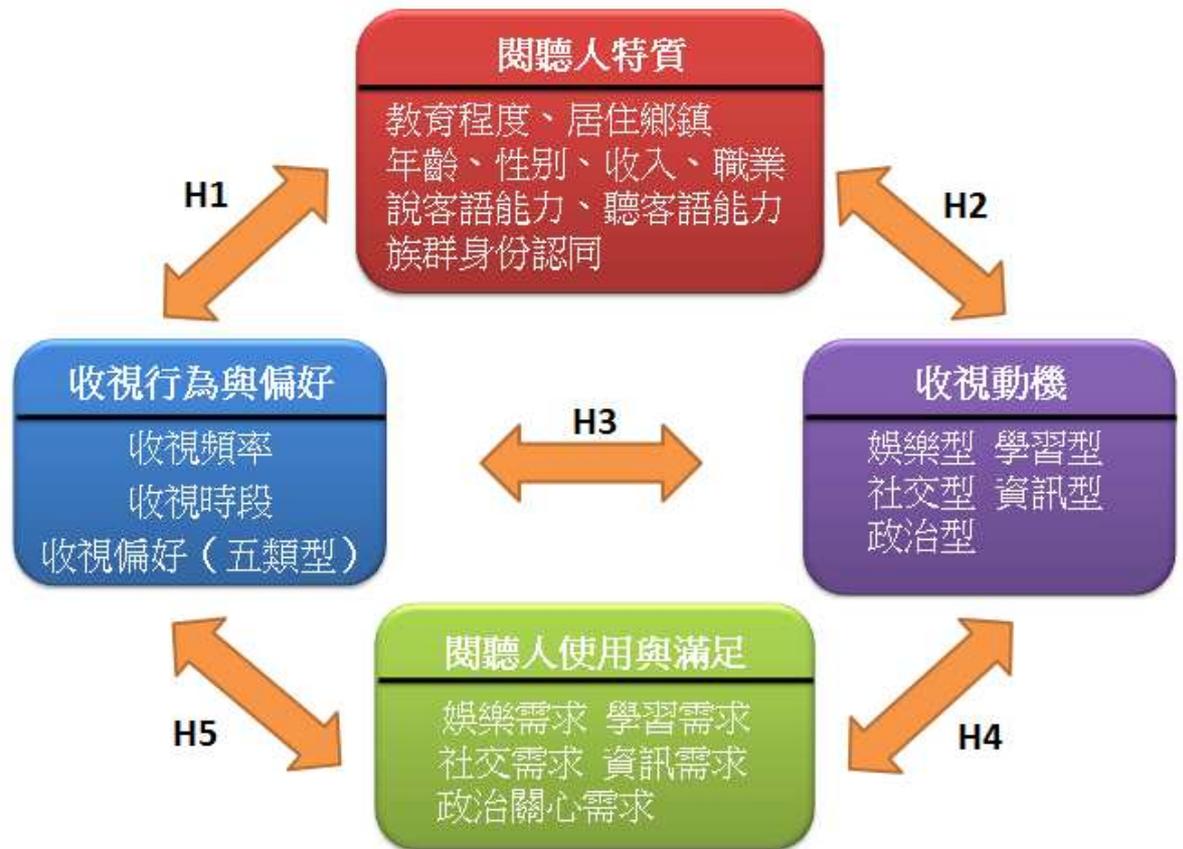
| 地區 | 收視戶比例 | 推估收視戶數 | 預計問卷調查樣本數 |
|-----|-------|----------|-----------|
| 頭份鎮 | 0.211 | 21075 | 210 |
| 苗栗市 | 0.201 | 20153 | 202 |
| 竹南鎮 | 0.168 | 16808 | 168 |
| 苑裡鎮 | 0.067 | 6702 | 67 |
| 後龍鎮 | 0.065 | 6519 | 65 |
| 公館鄉 | 0.054 | 5405 | 53 |
| 通霄鎮 | 0.053 | 5275 | 53 |
| 三義鄉 | 0.027 | 2721 | 27 |
| 銅鑼鄉 | 0.028 | 2787 | 28 |
| 造橋鄉 | 0.024 | 2446 | 25 |
| 大湖鄉 | 0.023 | 2266 | 23 |
| 卓蘭鎮 | 0.02 | 1965 | 20 |
| 頭屋鄉 | 0.018 | 1824 | 18 |
| 南庄鄉 | 0.013 | 1289 | 13 |
| 三灣鄉 | 0.009 | 866 | 8 |
| 西湖鄉 | 0.008 | 821 | 8 |
| 獅潭鄉 | 0.006 | 588 | 7 |
| 泰安鄉 | 0.005 | 520 | 5 |
| | 100% | 100030 戶 | 1002 份 |

表四：吉元、信和有線電視收視戶比例與預計抽樣數計算表（本研究製表）



圖二：苗栗各鄉鎮市行政地理區域分佈圖（苗栗縣政府）

本研究目標期望能瞭解大苗栗客家話新聞不同的閱聽人特質是否與其收視動機相關？進而連結不同收視行為？具有不同的收視偏好？每一個別群體的收視滿意度又如何？以作為客家新聞節目製作的參考，研究架構主要分為「閱聽人特質」、「收視行為與偏好」、「收視動機」、「收視滿意度」四個構面，以親身問卷方式對大苗栗客家話新聞的閱聽人進行訪談調查，並就研究假設加以檢證，以下逐一說明其內容與相關問卷設計：



圖三：本研究架構圖（本研究繪製）

（一）大苗粟客家話新聞的閱聽人特質

除閱聽人之人口變項外，並加入語言能力和族群認同變項，以便與收視動機、收視行為與滿意程度做交叉比對分析。尤其母語能力、族群意識、對族群媒體的文化期望，被多數學者視作閱聽人使用客家媒體動機的主要因素（劉幼俐，1988；蔡珮，2008；彭文正，2009）。彭文正（2004）指出，教育水準低、年齡長者、收入愈高、客家意識愈強、客語能力愈好、文化期望愈高的閱聽人，愈願意藉由客家電視台學習母語，以及收看客家節目。

問卷設計方面，第1題首先確認受訪者確實有收看大苗粟客家話新聞的習慣，以符合受訪條件；第2題至10題依序為：居住鄉鎮、性別、年齡、教育程度、職業、收入、說客語能力、聽客語能力，以及個人的族群身份認同。各題選項採用名目尺度測量，每題均為單選題。

(二) 大苗粟客家話新聞的閱聽人收視行為

收視行為係指收看大苗粟客家話新聞的習慣與節目偏好。參考陳君儀(2003)、陳雪霞(2003)對特定電視頻道與節目的收視行為調查，本研究所統整歸納出收視行為包含「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」。

「收視頻率」係指閱聽人收看大苗粟客家話新聞的頻次；「收視時段」指閱聽人選擇在什麼時間、選擇什麼時段收看大苗粟客家話新聞；「收視偏好」則是指閱聽人收看大苗粟客家話新聞時，對於不同類型新聞報導的偏好。依照大苗粟客家話新聞的編採方向，有以下五種分類：

1. 政治新聞：政治人物動態與選舉焦點，政府（縣代表會與議會消息、縣府）建設與政策宣導等。
2. 社會新聞：消防與意外事故、警檢調查司法等。
3. 文教新聞：(客家)族群文化、民俗宗教、校園活動與教育議題、藝文欣賞等。
4. 娛樂新聞：休閒觀光、活動預告、藝人動態、人情趣味等。
5. 生活新聞：民生消費、生態環保、醫療保健、社會福利、財經訊息等。

為交叉檢驗受訪者對於大苗粟客家話新聞是否有收視偏好，問卷設計第 11 題至 16 題首先詢問閱聽人對一般電視新聞收視習慣，第 11 題為閱聽人收看一般電視新聞的「收視頻率」，第 12 至 16 題則為閱聽人收看一般電視新聞報導的「收視偏好」。

其次，第 17 題至 24 題調查閱聽人收看大苗粟客家話新聞「收視頻率」、「收視時段」，同時加上第 19 題瞭解閱聽人除了收看大苗粟客家話新聞外，是否有收看？或收聽其他客語電視新聞和廣播？第 20 題至 24 題為閱聽人收看大苗粟客家話新聞的「收視偏好」。除第 19 題採複選外，其餘皆為單選題，並採用李克特 (Likert Scale) 量表分為五個尺度區間測量。

(三) 大苗粟客家話新聞的閱聽人收視動機

劉貞秀(1995)從閱聽人需求角度將閱聽人收視動機分為「資訊型」、「逃避型」、「娛樂型」、「溝通型」、「學習型」五大

類型進行研究；游進忠（1996）則從媒體的使用與滿足觀點，區分出為「資訊探索」、「政治守望」、「人際效用」和「替代式社會互動」四種主要類型。

劉幼琍（1998）細緻描繪並指出：「獲取新知」、「尋求快樂排遣時間」、「與他人分享苦樂」、「與他人交換消息」以及「加強聯繫增進人際關係」四種影響閱聽人收視動機的功能。彭文正（2004）則從族群媒介近用的觀點，強調「客話能力」、「文化期望」與「學習動機」的重要性。

本研究焦點在於探討區域新聞內容製播發展的方向，綜合以上四種取徑，並依據目前大苗栗客家話新聞製播的內容，將閱聽人對大苗栗客家話新聞的收視動機分為「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五種類型：

1. 娛樂型：娛樂消遣打發無聊時間、可放鬆心情紓解壓力。
2. 學習型：想要學客家話、想多瞭解客家文化。
3. 社交型：陪家人一起看、增加與他人聊天話題、主播吸引我。
4. 資訊型：關心客庄活動、社區議題，掌握鄉鎮公所、農會、縣府建設與政令。
5. 政治型：關心政治與選舉議題，關心政治人物動態、認同客家族群語言文化。

問卷設計部分，第 25 題至 36 題閱聽人對大苗栗客家話新聞之收視動機，採用李克特量表分為五個尺度區間測量，共 13 題，並以亂數打散，「娛樂型」列在第 25、31 題；「學習型」列在第 26、33 題；「社交型」列在 27、28、34 題；「資訊型」列在第 29、30、36 題；「政治型」則列在第 32、35 題，避免受訪者答題慣性偏誤影響。

（四）大苗栗客家話新聞的閱聽人滿意度

根據上述對閱聽人收看大苗栗客家話新聞的動機分類，本研究續從使用與滿足觀點，區分為「娛樂需求滿足」、「學習需求滿足」、「社交需求滿足」、「資訊需求滿足」和「政治關心需求滿足」五個方面，探詢受訪者對既有製播之新聞報導的滿意度情形。問卷設計採用李克特量表分為五個尺度區間測量，從

第 37 題至 50 題共 13 題。

此外，為能瞭解閱聽人對於大苗栗客家話既有新聞報導方向的使用與滿足情形，第 51 題至 55 題共 5 題，再加上對於「收視偏好」中依新聞編採方向：「政治新聞」、「社會新聞」、「文教新聞」、「娛樂新聞」與「生活新聞」五大類新聞的滿意度測量。

本研究自 2010 年五月展開調查，由訪員於苗栗縣各鄉鎮公所對往來民眾進行親身問卷，迄 2010 年九月完成，共 1011 份有效問卷。以 Cronbach's alpha 係數考驗本研究問卷內部一致性，前測預試樣本共發出 81 份問卷，整體問卷的 alpha 係數為 0.768，「收視動機」問卷量表 ($\alpha=0.785$) 以及「收看滿意度」問卷量表 ($\alpha=0.747$)，內部一致性均達良好。正式問卷共發出回收 1011 份，整體信度為 0.900 ($\alpha=0.900$)，「收視動機」問卷量表 ($\alpha=0.866$) 以及「收看滿意度」問卷量表 ($\alpha=0.927$)，其內部一致性均達良好。

四、研究發現與討論

本研究目標期望能瞭解大苗栗客家話新聞不同的閱聽人特質是否與其收視動機相關？進而連結不同的閱聽人收視行為？是否具有不同的收視偏好？每一個別群體的收視滿意度又如何？以期研究發現能作為日後區域有線電視客家新聞節目製作的參考，研究之架構主要可以區分為「閱聽人特質」、「收視行為與偏好」、「收視動機」、「收視滿意度」四個構面，以親身問卷方式，對大苗栗客家話新聞的閱聽人進行訪談調查，並就研究假設加以檢證，以下逐一說明其調查結果：

(一) 大苗栗客家話新聞的閱聽人特質

除閱聽人人口變項之外，並加入語言能力和族群認同變項，以便與收視動機、收視行為與滿意程度做交叉比對分析。尤其母語能力、族群意識、對族群媒體的文化期望，被多數學者視作閱聽人使用客家媒體動機的主要因素(劉幼俐，1988；蔡珮，2008；彭文正，2009)。彭文正(2004)指出，教育水準低、年齡長者、收入愈高、客家意識愈強、客語能力愈好、文化期

望愈高的閱聽人，愈願意藉由客家電視台學習母語，以及收看客家節目。本研究所回收問卷之樣本有以下結果：

居住地方面：頭份鎮比例最高 (212 人)，其次苗栗市 (201 人)，竹南鎮 (165 人)，比率最低為泰安鄉 (9 人)。

性別方面：女性與男性分配平均，女性 506 人(50%)、男性 505 人(50%)。

年齡方面：「31~40」歲有 268 人(26.5%)佔最高，其次「41~50 歲」有 206 人(20.4%)，依序為「25~30 歲」176 人(17.7%)、「51~60 歲」有 143 人(14.1%)、「61 歲以上」有 82 人(8.1%)、「19~24 歲」有 74 人(7.3%)、「13~18 歲」有 47 人(4.6%)、「12 歲以下」佔最少數 12 人(1.2%)。

教育程度方面：「大學專院」465 人(46.0%)最多，其次「高中職」296 人(29.3%)、「國中」107 人(10.6%)、「小學或以下」80 人(7.9%)、「研究所或以上」52 人(5.1%)，「不識字」人數最少，僅 11(1.1%)。

職業方面：「服務業」245 人(24.2%) 最多，「軍公教職」202 人(20%)居第二位，「運輸業」人數最少，僅有 14 人(1.4%)。

收入方面：「3 萬至 5 萬」267 人(26.4%)佔最多數，「2 萬至 3 萬」264 人(26.1%)居第二位，其次為「無固定收入」有 179 人(17.7%)，「5 萬至 7 萬」有 118 人(11.7%)，「7 萬以上」36 人(3.6%)，「1 萬以下」57 人(5.6%)佔最少數。

說客家話的能力：「普通」369 人(36.5%)佔最多數，其次「精通」有 304 人(30.1%)，「略懂」247 人(24.4%)，「完全不會」僅佔 91 人(9.0%)，受訪者中有 91%說客家話能力在略懂以上。

聽客家話的能力：「精通」381 人(37.7%)佔最多數，「普通」349 人(34.5%)，「略懂」226 人(22.4%)，「完全不會」55 人佔僅(5.4%)，受訪者中有 94.6%聽客家話能力在略懂以上。

族群認同方面：「客家人」713 人(70.5%)佔最多數，「閩南人」

234 人(23.1%)佔其次，「外省人」35 人(3.5%)，「原住民」22 人(2.2%)，「新住民」僅 7 人(0.7%)。

(二) 大苗栗客家話新聞的閱聽人收視行為與動機

收視行為係指收看大苗栗客家話新聞的習慣與節目偏好。參考陳君儀(2003)、陳雪霞(2003)對特定電視頻道與節目收視行為調查，本研究所統整歸納出收視行為含「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」。「收視頻率」係指閱聽人收看大苗栗客家話新聞的頻次；「收視時段」指閱聽人選擇在什麼時間、選擇什麼時段？收看大苗栗客家話新聞；「收視偏好」則是指閱聽人收看大苗栗客家話新聞時，對於不同類型新聞報導的偏好。依照大苗栗客家話新聞的編採方向，有以下五種分類：

6. 政治新聞：政治人物動態與選舉焦點，政府（縣代表會與議會消息、縣府）建設與政策宣導等。
7. 社會新聞：消防與意外事故、警檢調查司法等。
8. 文教新聞：(客家)族群文化、民俗宗教、校園活動與教育議題、藝文欣賞等。
9. 娛樂新聞：休閒觀光、活動預告、藝人動態、人情趣味等。
10. 生活新聞：民生消費、生態環保、醫療保健、社會福利、財經訊息等。

本研究的調查結果指出：**收看大苗栗客語新聞的頻率**：「偶爾」(34.7%)佔最多數，「很少」(32.2%)，「經常」(23.6%)，「每天都看」(9.4%)。收看大苗栗客語新聞時段「晚間 10 點或深夜 12 點」佔 5 成最多。

劉貞秀(1995)從閱聽人需求角度將閱聽人收視動機分為「資訊型」、「逃避型」、「娛樂型」、「溝通型」、「學習型」五大類型進行研究；游進忠(1996)則從媒體的使用與滿足觀點，區分出為「資訊探索」、「政治守望」、「人際效用」和「替代式社會互動」四種主要類型。

劉幼琍(1998)細緻描繪並指出：「獲取新知」、「尋求快樂排遣時間」、「與他人分享苦樂」、「與他人交換消息」以及「加強聯繫增進人際關係」四種影響閱聽人收視動機的功能。彭文

正(2004)則從族群媒介近用的觀點，強調「客話能力」、「文化期望」與「學習動機」的重要性。

本研究焦點在於探討區域新聞內容製播發展的方向，綜合以上四種取徑，並依據目前大苗栗客家話新聞製播的內容，將閱聽人對大苗栗客家話新聞的收視動機分為「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五種類型：

6. 娛樂型：娛樂消遣打發無聊時間、可放鬆心情紓解壓力。
7. 學習型：想要學客家話、想多瞭解客家文化。
8. 社交型：陪家人一起看、增加與他人聊天話題。
9. 資訊型：客庄活動、社區議題，掌握鄉鎮公所、農會、縣府建設與政令。
10. 政治型：關心政治與選舉議題，關心政治人物動態、認同客家族群語言文化。

本研究調查的結果發現，閱聽人收看大苗栗客語新聞主要動機為關心地方議題、支持客家語文化、關心社區活動、瞭解客家文化及掌握政令，符合地方新聞的特性。

收看大苗栗客語新聞滿意程度較高者以增加瞭解客家文化、能認同客家族群、能反映社區重要活動、能掌握地方新聞等為主。對應主要收視動機為關心地方議題、支客家語文化、關心社區活動、瞭解客家文化及掌握政令等相符合，符合地方新聞特性。

(三) 大苗栗客家話新聞的閱聽人特質與收視動機的交叉分析

假設 1-1 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人的「教育程度」而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「不識字」：關心政治議題、增加聊天話題收視動機較其他群組高，消遣打發、學客家話、紓解壓力、關心地方議題的收視動機為較其他群組低。

「小學或以下」：消遣打發、紓解壓力收視動機較其他群族高。

「研究所或以上」：學客語話、關心地方議題動機較其他群族高。

「大學專院」：關心政治議題、增加聊天話題動機較其他群族高。

假設 1-2 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人的「年齡」差距而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「60 歲以上」老年人：關心社區活動、主播形象專業、掌握政令、紓解壓力、關心政治議題、瞭解客家文化、增加聊天話題、支持客語文化 8 項收視動機較其他群組高。

「19~24 歲」青年：支持客語文化收視動機較其他群組低。

假設 1-3 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人的「性別」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「女性」在陪家人看收視動機項目中較「男性」高。

假設 1-4 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人的「收入」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「1 萬以下」低收入：關心政治議題該項動機較其他群組低。

「3 萬~5 萬」中收入：紓解壓力該項收視動機較其他群組低。

「7 萬以上」高收入：關心地方議題收視動機較其他群組高。

假設 1-5 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人的「職業」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「服務業」：陪家人看、關心政治議題 2 項動機較其他群組低。

「農林漁牧業」：關心社區活動、關心政治議題 2 項收視動機較其他群組高。

「學生」：關心社區活動、掌握政令 2 項收視動機較其他群組低。

假設 1-6 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人「說客語能力」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：

「精通」：陪同家人看、關心社區活動、掌握政令、關心政治、瞭解客家文化、增加聊天話題、關心地方議題 7 項收視動機較其他群組高。

「普通」：學習客家話、支持客家語言文化 2 項收視動機較其他群組高。

「略懂」：學客語、陪家人看、關心社區活動、掌握政令、關心政治、瞭解客家文化、增加聊天話題、支持客家語言文化、關心地方議題 9 項收視動機較其他群組低。

假設 1-7 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人「聽

客語能力」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：
「精通」：學客家話、陪家人看、關心社區活動、掌握政令、關心政治議題、瞭解客家文化、增加聊天話題、支持客語文化、關心地方議題 9 項收視動機均較其他群組高。
「略懂」：陪家人看、掌握政令、關心政治議題、增加聊天話題、支持客語文化 5 項收視動機均較其他群組低。
「完全不會」：學習客家話、關心社區活動、瞭解客家語言文化、關心地方議題 4 項收視動機較其他群組低。

假設 1-8 收看大苗栗客語新聞的「收視動機」，會因閱聽人「族群身份認同」不同而有顯著差異。本研究所發現的重要結果有：
「客家人」：陪家人看、關心社區活動、掌握政令、瞭解客家文化、支持客語文化 5 項收視動機較其他族群高。

(四) 大苗栗客家話新聞的閱聽人特質與收視行為的交叉分析

假設 2-1 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因教育程度不同而有顯著差異。

「小學或以下」：經常收看，收看時段主要在早上 6 點或 8 點時段。
「不識字」：有收聽、收看其他客家電台或電視，比例較其他教育群組高。
「高中職」：娛樂新聞較不感興趣
「大學專院」：無特別偏好

假設 2-2 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因年齡不同而有顯著差異。

收看大苗栗客語新聞的收視習慣
「13~18 歲」、「19~24 歲」、「25~30 歲」：很少收看為主，收看時段在晚間 10 點或深夜 12 點。
「51~60 歲」：經常看，收看時段在早上 6 點或 8 點。
「61 歲以上」：有收聽、收看其他客家電台或電視台佔，比例較其他各年齡群組高。
「12 歲以下」：客語新聞政治、社會、文教新聞皆不感興趣
「61 歲以上」：偏好政治、社會、文教新聞

假設 2-3 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因性別不同而有顯著差異。

「男性」偏好政治新聞、社會新聞

「女性」偏好生活新聞

假設 2-4 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因收入不同而有顯著差異。

「無固定收入」、「1 萬以下」、「3 萬至 5 萬」：很少看

「1 萬至 2 萬」、「2 萬至 3 萬」、「5 萬至 7 萬」：偶爾看

「7 萬以上」：經常看

各組收看時段皆以晚間 10 點或深夜 12 點為主。

假設 2-5 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因職業不同而有顯著差異。

「軍公教職」、「服務業」、「營造業」、「商業」、「運輸業」、「其他」：很少收看，晚間 10 點或 12 點為主，營造業比例佔最高。

「農林漁牧業」：每天都看，時段以早上 6 點八點為主，收聽、收看其他客家電台或電視則以運輸業所佔比例較其他職業群高。偏好政治、文教新聞

假設 2-6 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因說客語能力不同而有顯著差異。

說客語能力「精通」：經常看為主；

說客語能力「精通者」：有收聽、收看其他客家電台或電視比例較高

說客語能力「精通」：偏好政治、社會、文教、娛樂、生活新聞

假設 2-7 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因聽客語能力不同而有顯著差異。

聽客語能力「普通」：偶爾看

聽客語能力「精通」：經常看，有收聽、收看其他客家電台或電視，比例高最。

聽客語能力「精通」：偏政治、社會、文教、娛樂新聞

假設 2-8 收看大苗栗客語新聞的收視行為，會因族群認同不同而有顯著差異。

客家人、閩南人、外省人：經常看

「客家人」：偏好文教新聞、娛樂新聞

(五) 大苗栗客家話新聞的收視動機與收視行為的交叉分析

假設三 收看大苗栗客語新聞的「收視行為」會因「收視動機」不同，而有明顯差異。

新聞偏好區分政治、社會、文教、娛樂、生活新聞，在各項收視動機選擇「非常重要」或「重要」者，在各項新聞偏比率均佔多數，顯示收視動機愈強，新聞的偏好愈強。

政治新聞偏好者：以關心政治議題為主，其次為紓解壓力、關心地方議題、瞭解客家文化。社會新聞偏好者：以關心政治議題為主，其次為學客家話、關心地方議題、掌握政令。文教新聞偏好者：以關心社區活動為主，其次瞭解客家文化、掌握政令、關心地方議題。娛樂新聞偏好者：以瞭解客家文化為主，其次為關心社區活動、關心地方議題、關心政治新聞。生活新聞者以瞭解客家文化、關心社區活動、關心地方議題為主要收視動機。

(六) 大苗栗客家話新聞的收視滿意度與收視行為的交叉分析

根據上述對閱聽人收看大苗栗客家話新聞的動機分類，本研究續從使用與滿足觀點，區分為「娛樂需求滿足」、「學習需求滿足」、「社交需求滿足」、「資訊需求滿足」和「政治關心需求滿足」五個方面，探詢受訪者對既有製播新聞報導的滿意度情形。問卷設計採用李克特量表分為五個尺度區間測量。

此外，為能瞭解閱聽人對大苗栗客家話既有新聞報導方向的使用與滿足情形，再加上對「收視偏好」中依新聞編採方向：「政治新聞」、「社會新聞」、「文教新聞」、「娛樂新聞」，以及「生活新聞」五大類新聞的滿意度測量。

假設四 收看大苗栗客語新聞的「收視滿意」，是否因閱聽人的「收視行為」程度不同，有顯著相關。

閱聽人收看大苗栗客語新聞的收視滿意和收視頻率皆呈現顯著正相關。

- 「能認同客家族群語言文化」滿意度相關性較高，
- 「能增加聊天話題」為其次，
- 「能適合與家人親友同看」相關性最低。

閱聽人收看大苗栗客語新聞的收視滿意和收看、收聽其他客家

電台或電視皆呈現顯著正相關。
「能認同客家族群語言文化」滿意度相關性最高，
「能增加聊天話題」為其次，
「主播形象與專業能吸引人」相關性最低。

閱聽人收看大苗栗客語新聞的收視滿意和收視頻率皆呈現顯著正相關。

偏好喜歡政治新聞：「能瞭解掌握政治議題」相關性相對較高，
偏好喜歡社會、娛樂新聞：「瞭解地方政府和農會、建設與政令」
相關性相對較高。

偏好喜歡文教新聞：「能認同客家族群語言文化」相關性較高。

偏好喜歡生活新聞：「能增加瞭解客家語言文化」相關性較高。

五、小結

客家電視台在 2003 年 7 月成立之後，成為臺灣第一個以客語發音的全國性族群電視頻道。學術界也開始針對客家電視台進行研究。彭文正在同年的全球客家文化會議和客家電視台對社會影響座談會，先後發表〈客家話在多言文化中的傳播模式探究〉與〈族群認同、語言使用與客家電視〉二篇研究（彭文正，2003a/b）。

彭文正的研究指出，年齡愈大或者客語能力愈強的人，愈想透過客家電視台學習客語。年長的客家人對客語失傳的憂心程度會投射在他們對客家電視台的使用行為，以及其對客家電視台所能夠扮演客家文化及語言傳承功能的期待上。

同時，由於客家語言、客家文化、甚至客家人口都在逐漸的模糊化；在情感上，客家認同、族群危機意識、文化傳承使命在部分客家人心中形成了一種糾結而複雜的意識形態。在彭文正看來，客家電視台正是這些因素衝擊的產物；也因此，客家電視台被賦予必須肩負起客家主體再現，傳承客家文化，滿足鄉親期望以及重塑客家形象的多重使命（彭文正，2003a/b）。

對於客家電視台的責任和使命問題，由此開始成為討論關切的焦點。彙整並挑去重複的觀點，陳清河（2003）與林佩君（2004）指出，客家電視台應扮演「傳承推廣客家母語」、「發揚客家文化」和「凝聚族群共識」的角色；黃葳威、李佳玲（2005）補充，客家電視台還要「加速客家族群

重返公共領域」、「提振客家自信心和認同感」以及「豐富台灣多元文化」；李信漢（2006）則再強調客家電視台要「回應客家族群媒體近用的渴望」。

在社會各界這麼多期許下，有關客家電視台收視群與經營方面的研究，曾任台長的彭文正（2004）認為，電視頻道做為一個能反映社會文化即時層面的媒介，在民主社會裡扮演意見傳布角色。客家電視台應該成為研究語言演變的主體，甚至成為分析單位。因此他將客家意識作為收看客家電視台的主要因素之一，針對客家電視台首播的二至三星期間收視的閱聽人進行收視動機調查。研究發現，閱聽人的客家意識與其客語能力和文化期望呈正相關，進而也影響到閱聽人的收視行為。客家意識較強者，多為年齡較長、教育程度較低的客家人。年輕一輩的客家人，則普遍客語能力較不佳，因此其收看客家電視台節目的意願也相對的較低落，而透過收看客家電視台學習母語的意願也較低。

不過，黃葳威、李佳玲（2005）研究客家電視台文化行銷模式發現，客家電視台忠實收視群集中在中壯年、老人與婦女，缺乏青少年和青年的閱聽眾。這與成立客家電視台強調客家文化傳承的宗旨有差距。而對於無法有效吸引年青客家族群閱聽人，將是客家電視台做為族群媒體必須設法跨越的世代和文化傳承問題。

針對無法突破閱聽人世代分佈及衍生的文化與族群認同傳承問題，蔡珮（2008）探索客家電視台如何在世代交替下召喚，或是建構起族群認同。研究發現，對於不同世代、不同母語程度與不同生活經驗的閱聽人，客家電視台對其所產生的族群認同召喚有所不同。

年輕世代不熟母語、不同認節目內容、電視台呈現的客語腔調不同或不道地，認同難以產生。而在族群認同被召喚部份，閱聽人消費客家電視台過程中，可建立正面的族群態度。但受限於族群認同其實是由「自我身份認同」、「歸屬感」、「族群態度」與「族群投入」等多面向要素所構成，因此研究也發現，同一受訪者論述收視動機與召喚或建構客家認同時經常會有自相矛盾的說法。

此外，討論客家文化與傳播媒體間的關係，還有兩個重要的觀點，其一是有關於「族群媒體」（ethnic media）概念的討論。這似乎要到客家電視台成立後才逐漸成為特定的用詞。黃葳威（2004）研究客家廣播的文化行銷模式時，仍以「方言媒體」來定義客家發音的廣播電台。較正式看見以「族群媒體」來歸類客家電視台、或是客家平面雜誌和客家電台，則是在李信漢（2006）發表的《族群媒體圖像之描繪：以客家電視台為例》。爾後曾曉煜（2008）在討論客家電視台定位與節目策略的學術論文中，也細緻的

從少數語言媒體與族群語言媒體為客家電視台做出位。

其二，則是有關「客家再現」與「媒體框架」。最近期的研究是林信丞（2008）從「客家雜誌」創刊迄今 20 年間，以立意抽樣選取 438 篇文章，進行文本分析與專家訪談，分析臺灣客家形象變遷。研究指出，客家形象仍是一個非常複雜的概念，並非族群本身所能控制，而是從他人，或是一連串的傳播行為所建構，因此要論定什麼是客家形象？什麼又不是客家形象？難以認定。而經「調查」和「詢問」所得的客家形象也只訴說出人們對客家認知的一個過程，同時又只是訴說出部份的客家特質。即便是出現頻率最為普遍的「勤勞節儉」也不能將其與客家形象等號相連，「客家美食」也僅是最能與客家聯想在一起的物質符碼，也不能完全等同客家文化。

綜觀近年國內對客家傳播研究的理論取徑，本研究與郭曉真（2007）的看法相同：要不就是探討弱勢族群使用媒介的動機、使用過程及賦予媒介近用權或建立族群媒體後所可能達到的效果；另者則就是媒介再現與內容分析，大多是批判對於族群的刻板印象與偏見及媒體再現形象，或是討論閱聽人應如何透過族群媒介收視過程以建構其客家認同，又相反方向是客家廣電媒體應如何提高閱聽人的語言使用、建立其族群意識和族群認同等研究。

這些研究的背後其實自有臺灣社會和客家族群發展的獨特時空背景和歷史因素，大多從少數／弱勢族群角度出發，強調無論從政治、社會、民主、法律、族群、文化、多元等觀點，應該注意弱勢族群的傳播權，並應該同樣享有媒體近用權。也正因此，研究命題往往隱含道德價值的判斷。所關切的問題多是「應不應該製播？」而較欠缺對客家／弱勢族群在建立起族群媒體／非主流媒體之後，實際媒介使用情形的研究。

蔡珮（2007）就有類似的看法，認為對弱勢族群使用非主流媒體實際情況的研究，在國內尚屬少數，尤其對於長期處於隱性特質的客家族群，在使用非主流媒體的研究，應該被更清楚、進一步的被關注與討論。

彭文正（2009）也在所出版的〈客家傳播理論與實證〉一書中指出，在臺灣特殊的歷史、政治與文化情境之下，客家媒體對客家閱聽人而言是一種投射作用，在遭受過母語、社會政經地位不平等的打壓之下，年紀較長的客家閱聽人，對客家媒體具有語言與文化復興的期望。但是客家電視台閱聽人的研究與一般電視閱聽人的研究，其傳播理論與研究方法是不可被全然套用的，客家傳播研究未來必須要透過媒介、社會情境結構、歷史、閱聽人認知程度、收視行為、回饋、傳播效果等途徑更深入觀察，才能夠

逐步地挖掘客家傳播的特殊性。

本研究因此嘗試跳脫對族群媒體在理想性、公用服務性、族群凝聚價值、政治社會意義的研究取徑，在一個客家族群聚居密集程度高的地理範圍（苗栗）裡，選取一個區域的有線電視頻道，以其製播客語發音的新聞節目為對象，試圖瞭解其閱聽人特質（誰在看？）、偏好哪些性質的新聞報導（看什麼？）以及在閱聽人特質和新聞偏好之間（為何看？）的交互關係和影響因素。

由吉元和信和兩家地方有線電視頻道業者所共同製播的「大苗栗客家話新聞」以其涵蓋地區、製播歷史與涵蓋地域和族群而言是一個很好的題材，有助吾人從客家管窺少數族群媒體母語新聞製播的現況與發展方向。而與筆者共同研究的黃雅欣小姐，長期投身地方新聞工作，擔任大苗栗客家話新聞主播，現就學於交通大學客家文化學院碩士在職專班。研究過程中，她所提出大苗栗客家話新聞面對一般商業新聞電視台和全國性客家電視台競爭的焦慮，以及地方新聞工作者在新聞編採實務工作，尤其是新聞議題選取和報導內容方向的取捨和疑惑，正是本研究最關切主題，也期望以上調查結果能提供研究者與地方有線電視業者作為後續發展的重要參考。

六、參考文獻

（中文部分）

- 李信漢（2006）。〈族群媒體圖像之描繪：以客家電視台為例〉，「2006年中華傳播學會年會」，台北。
- 林信丞（2008）。《從客家雜誌分析臺灣客家形象之變遷》。國立交通大學傳播研究所碩士論文，新竹。
- 姜如珮（2003）。《臺灣電視中之客家意象：公視「客家新聞雜誌」之個案研究》。中國文化大學新聞研究所，台北。
- 陳清河（2003）。〈媒體主流價值與弱勢傳播接近權的對話——客家電視台成立後的反思〉，「關懷與期許：客家電視對社會之影響座談會」，台北。
- 彭文正（2003a）。〈客家話在多言文化中的傳播模式探究〉，「全球客家文化會議」，高雄。
- 彭文正（2003b）。〈群族認同、語言使用與客家電視〉，「關懷與期許：客家電視對社會之影響座談會」，台北。

- 彭文正 (2004)。《客家電視收視群與經營策略分析》，「行政院客家事務委員會獎助客家學術研究計畫」，台北。
- 彭文正 (2009)。《客家傳播理論與實證》。台北：五南，2009。
- 黃葳威 (2004)。〈方言媒體的文化行銷模式：以客家廣播頻道為例〉，「2004年中華傳播學會年會」，台北。
- 黃葳威、李佳玲 (2005)。〈客家電視頻道文化行銷模式探討〉，「2005年中華傳播學會年會—多元文卷的想像與再現」，台北。
- 張致遠 (1994)。〈客語電視節目的現況與改進〉，《客家文化研討會論文集》，頁184-192。行政院文化建設委會。台北。
- 劉幼琄 (1997)。《客家族群對廣電媒體之使用與滿足》。文建會委託研究調查。
- 劉幼琄 (1998)。〈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: 337-385。
- 劉培琴 (2008)。《苗栗有線電視系統台新聞品質與收視戶滿意度及忠誠度之研究》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文，台北。
- 蔡珮 (2008)。〈族群人際傳播與族群電視消費在族群認同建構中扮演之角色：以客家電視台與客家族群為例〉，「2009年第二屆臺灣客家研究國際研討會」，國立交通大學。
- 鍾君勵 (2009)。《苗栗地區「大苗栗客語新聞」之客家族群相關報導內容分析》。國立聯合大學經濟與社會研究所碩士論文，苗栗。

(西文部分)

- Atkins, R.A. & Elwood, H. (1978). TV news is first choice of high school. *Journalism Quarterly*, 55,596-599.
- DeFleur, M.L.&Ball-Rokeach,S.,1982,*Theories of Mas Communication*,4th edition, N.Y.:Longman.
- Greenberg, B. S. (1974).Gratifications of television viewing and their correlations for British children,in J. G. Blumler & E. Katz (Eds.). *The Uses of Mass Communications*,19-32. Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quartely* 37, 517.

- Levy, M.R. (1978). The Audience Experience and Television News uses. *Public Opinion Quarterly*, 55, 334-337.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6, 197-209.
- McLeod, J. M., & Becker, L. B. (1981). The use and gratifications approach. In D. Nimmo & K. Sanders (Eds.), *Handbook of political communication* (pp. 67-99). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rubin, A. M. (1979). Television uses by children and adolescent. *Human Communication Research*, 5(1), 109-120.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental use of television. *Journal of Communication*, 34(3), 67-77.
- Rubin, A. and Perse, E., (1987). Audience activity and television news gratification, *Communication Research*, 14(1), 58-84.
- Robinson, J. R. & Hur, k. k. (1981). A uses and gratification analysis of roots in Britain. *Journalism Quarterly*, 58, 582-588.

大苗栗客語新聞閱聽人收視行為研究之調查問卷

您好！本問卷是交大客家文化學院師生，針對苗栗地區民眾收看大苗栗客語新聞的習慣與需求狀況所進行的調查。問卷採取不記名方式，僅供學術參考。您的寶貴意見將可以改善地方客家話新聞的製播。懇請不吝指教，耐心作答，更感謝您的幫忙。承蒙汝，按仔細～

國立交通大學客家文化學院

第一部份：您的個人基本資料

01. 您看過信和吉元有線電視「第八頻道」的「大苗栗客語新聞」嗎？

有 沒有

02. 您住在苗栗的那個鄉鎮：

- 苗栗市 頭份鎮 竹南鎮 卓蘭鎮 大湖鄉 公館鄉
 銅鑼鄉
 南庄鄉 頭屋鄉 三義鄉 西湖鄉 造橋鄉 三灣鄉
 獅潭鄉
 泰安鄉 苑裡鎮 通霄鎮 後龍鎮

03. 性別： 男 女

04. 您的年齡大約是：

- 12 歲 以下 13~18 歲 19~24 歲 25~30 歲 31~40 歲
 41~50 歲
 51~60 歲 61 歲 以上

05. 您的教育程度為：

- 不識字 小學或以下 國中 高中職 大學專院 研究所或以上

06. 您目前的職業領域與工作狀況為：

- 軍公教職 服務業 營造業 製造業 商業 學生 家管
 自由業
 農林漁牧 運輸業 待業中 退休人員 其他(請說明)

07. 您「個人」每個月的平均收入大約是：

- 無固定收入 1 萬以下 1 萬至 2 萬 2 萬至 3 萬 3 萬至 5 萬
5 萬至 7 萬 7 萬以上

08. 您覺得自己「說客家話」的能力：完全不會 略懂 普通 精通

09. 您覺得自己「聽客家話」的能力：完全不會 略懂 普通 精通

10. 您覺得自己是：客家人 閩南人 外省人 原住民 新住民（外籍）

第二部份：您看收「電視新聞」與「大苗栗客家話新聞」的收視習慣

11. 您「平常看電視新聞」的習慣（客語、閩南語、國語、原民都算）？

- 很少(二、三週看一次) 偶爾(每週約 1~2 次) 經常(每週約 3~4 次) 每天都看

12. 您喜歡看「政治新聞」像是政治人物動態、選舉、政府建設與政策宣導嗎？

- 非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

13. 您喜歡看「社會新聞」像是消防與意外事故、社會案件或警調司法新聞嗎？

- 非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

14. 您喜歡看「文教新聞」像是族群文化、民俗宗教、校園活動與教育議題嗎？

- 非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

15. 您喜歡看「娛樂新聞」像是藝文活動、休閒觀光、藝人動態、人情趣味嗎？

- 非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

16. 您喜歡看「生活新聞」像是民生消費、醫療保健、社會福利、財經訊息嗎？

- 非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

17. 請問您「收看大苗栗客家話新聞」的頻率大約是？
很少(二、三週看一次) 偶爾(每週約 1~2 次) 經常(每週約 3~4 次) 每天都看
18. 請問您收看大苗栗客家話新聞的主要時段（請**單選**一個您最常收看的時段）？
晚間 5:30 晚間 10:00 或深夜 12:00 早上 6:00 或 8:00 中午 12:00
19. 除了大苗栗客家話新聞外，您還有收看或收聽其他客家話新聞台、廣播電台嗎？
苗栗客家文化電台 FM91.7 大漢之音電台 FM97.1
客家電視台(第 17 頻道) 沒有
20. 您喜歡看大苗栗客家話新聞「政治新聞」像政治人物動態、選舉、政府建設與政策宣導嗎？
非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡
21. 您喜歡看大苗栗客家話新聞「社會新聞」像消防與意外事故、社會案件或警調司法新聞嗎？
非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡
22. 您喜歡看大苗栗客家話新聞「文教新聞」像族群文化、民俗宗教、校園活動與教育議題嗎？
非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡
23. 您喜歡看大苗栗客家話新聞「娛樂新聞」像藝文活動、休閒觀光、藝人動態、人情趣味嗎？
非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡
24. 您喜歡看大苗栗客家話新聞「生活新聞」像民生消費、醫療保健、社會福利、財經訊息嗎？
非常不喜歡 不喜歡 還好 喜歡 非常喜歡

第三部份：以下為您個人「收看大苗栗客家話新聞的動機和原因」，請您勾選最適當的評比。

非常不重要
 不重要
 普通
 重要
 非常重要

- | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|--|--------------------------|--------------------------|
| | | | | | | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | | | | | |
| 25. | 娛樂消遣打發時間 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 26. | 想要學客家話 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 27. | 陪同家人和親友一起看 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 28. | 主播形象與播報專業吸引我 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 29. | 關心社區（客家庄）的活動 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 30. | 掌握鄉鎮公所／農會／縣府建設與政令 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 31. | 放鬆心情紓解壓力 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 32. | 關心政治／選舉議題與政治人物動態 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 33. | 想多瞭解客家文化 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 34. | 增加與他人聊天的話題 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 35. | 支持認同客家族群的語言文化 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 36. | 關心最新的苗栗地方新聞議題 | | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | |

第四部份:以下為您個人「收看大苗栗新聞客家話新聞的滿意度調查」, 請您勾選最適當的評比。

- | | | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|-----|----|----|----------|
| | | | | | | 非常 不滿意 | 不滿意 | 普通 | 滿意 | 非常 滿意 |
| 3 | 4 | 5 | | | | | | | | |
| 37. | 收看大苗栗客家話新聞能讓我娛樂消遣、打發無聊時間 | | | | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| 38. | 收看大苗栗客家話新聞能讓我學習客家話 | | | | | <input type="checkbox"/> | | | | |

-
39. 大苗栗客家話新聞內容適合我與家人親友一起收看
-
40. 大苗栗客家話新聞主播形象與播報專業吸引人收看
-
41. 大苗栗客家話新聞能充分反映苗栗客家庄地方重要活動與議題
-
42. 收看大苗栗客家話新聞能讓我瞭解苗栗地方政府和農會建設與政令
-
43. 收看大苗栗客家話新聞能讓我放鬆心情紓解壓力
-
44. 收看大苗栗客家話新聞能讓我瞭解政治選舉議題與政治人物動態
-
45. 收看大苗栗客家話新聞能讓我增加對客家文化的瞭解
-
46. 收看大苗栗客家話新聞能讓我增加與人聊天的話題
-
47. 收看大苗栗客家話新聞能加強我對客家族群語言文化的認同
-
48. 收看大苗栗客家話新聞能讓我掌握最新苗栗地方新聞議題
-
49. 大苗栗客家話新聞豐富能吸引人固定收看
-
50. 大苗栗客家話新聞的播出時段能方便收看
-
51. 您認為大苗栗客家話新聞應增加「政治新聞」報導，像是政治人物動態、選舉、政府建設與政策宣導等嗎？
非常不需要 不需要 還好 需要 非常需要
52. 您認為大苗栗客家話新聞應增加「社會新聞」報導，像是消防與意外事故、社會案件或是警調司法新聞等嗎？
非常不需要 不需要 還好 需要 非常需要
53. 您認為大苗栗客家話新聞應增加「文教新聞」報導，像是族群文化、民俗宗

教、校園活動與教育議題等嗎？

非常不需要 不需要 還好 需要 非常需要

54. 您認為大苗栗客家話新聞應增加「娛樂新聞」報導，像是藝文活動、休閒觀光、藝人動態、人情趣味等嗎？

非常不需要 不需要 還好 需要 非常需要

55. 您認為大苗栗客家話新聞應增加「生活新聞」報導，像是民生消費、醫療保健、社會福利、財經訊息等嗎？

非常不需要 不需要 還好 需要 非常需要

**再次誠摯感謝您耐心填達本問卷
您的寶貴意見將幫助我們更瞭解
地方客語新聞的製作和改善方向
感謝您！承蒙汝！按仔細！**