

國立交通大學

客家文化學院客家社會與文化學程

碩士論文

地方有線電視客語新聞之閱聽人收視行為研究：

以大苗栗客家話新聞為例

**Audience's Viewing Behavior of Ethnic TV News
Program: A Case Study on Miao-Li Hakka News**



指導教授：林崇偉博士

研究生：黃雅欣

中華民國一〇〇年十二月

地方有線電視客語新聞之閱聽人收視行為研究：

以大苗栗客家話新聞為例

**Audience's Viewing Behavior of Ethnic TV News
Program: A Case Study on Miao-Li Hakka News**

研究生：黃雅欣 Student：Yai-Shin Huang

指導教授：林崇偉 Advisor：Chong-Wey Lin



Submitted to Degree Program of Hakka Society and Culture

College of Hakka Studies

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

In

Degree Program of Hakka Society and Culture

December 2011

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國一〇〇年十二月

中文摘要

在主張媒體近用的社會和政治氛圍之下，近年來國內族群傳播受到重視與實踐，製播客語新聞節目絕對有其地方服務與族群凝聚的價值。苗栗地區的地方有線電視業者，吉元、信和有線電視台製播客語新聞已有 16 年，肩負著族群和地方媒體的雙重角色。但隨著產業環境的改變、經營競爭與收視率壓力，客家傳播研究應更加正視業者經營的實務問題。

本研究以苗栗有線電台視的「大苗栗客家話新聞」作為研究對象，探討人口變項與閱聽人收視行為、偏好、動機之間的關連和影響因素，共計完成 1011 份有效問卷。研究發現：(1) 大苗栗客家話新聞的主要收視群為：中壯年（31~50 歲）、中收入（每月 2 萬至 5 萬元）、大學院校學歷、服務業與軍公教人員，具備客語能力的客家人為多數。(2) 受訪者收看大苗栗客家話的頻率以偶爾為多數，晚間時段收看，較喜歡生活新聞，主要動機以「關心地方議題」、「關心社區活動」資訊型與「支持客語文化」社交型為主。(3) 收視行為、偏好、動機會因人口變項而有所不同；收視頻率、偏好與收視滿意之間存在正相關，與動機亦存在正相關；收視滿意與收視動機存在正相關。

經由勾勒出苗栗地區客語地方新聞節目的閱聽人收視行為，本研究建議地方有線電視業者應：1、加強社區民生議題報導；2、增加專題製作以吸引不同收視族群；3、加強記者客家母語發音訓練；4、強化族群媒體內涵；5、善加尋求製作資源。研究結果除有助有線電視台、族群媒體經營者對市場需求的掌握，規劃新聞節目製播方向及效益；更從分析特定族群對非主流媒介的實際使用情況，增加學術上對地方客語新聞節目閱聽人的理解，拓展國內族群傳播研究的完整性。

關鍵字：客家、族群媒體、閱聽人研究、收視行為、使用與滿足、有線電視

Summary

Miao Li is the most traditional and representative Hakka village in Taiwan. The local cable TV, Chi Yuan and Shin Ho, have started their Hakka News Broadcast since 1994. To help the regional ethnic news broadcaster to formulate a better news production strategy, the study aims to illustrate its audience's viewing behaviors, including demographical background, viewing behaviors and news preferences.

Based on a total number of 1011 samples, the study found: (1) the major audiences of Miao-Li Hakka News are in the age of 31 to 50, with college degree and average income is 20 to 50 thousands per month and have good language ability in Hakka; (2) most of the audiences watch Hakka news occasionally during the night time. They prefer life information reports and their viewing motivations are "concerning local issues", "concerning community activities" and "supporting Hakka culture" (3) Their viewing behavior, preference and motivation are different by personal characters and the viewing gratification is positively correlated with viewing frequency, preference. Viewing motivation is positively related with their viewing frequency and preference.

By having a clearer understanding of the audience, the study, therefore, suggests that regional ethnic TV news should: (1) increase programs regarding communities and daily lives; (2) increase in-depth reports to attract different audience groups; (3) improve language pronunciation training of reporters; (4) enhance the content of ethnic reports; (5) stress the value of ethnic media and program promotion in cooperation with the government and local community.

Keywords : Hakka, Ethnic Media, Audience Study, viewing behavior, viewing motivation, Uses and Gratifications, Cable TV

誌謝

在學術的殿堂裡，我是如此的渺小，運幸地讓我遇到了一位良師益友-林崇偉老師，細心、耐心、用心，甚至是犧牲與家人寶貴的相處時間，把精神和健康都花費在我們這群學生身上，從研究發問到寫作討論，這是崇偉老師陪著我完成的心血，他用愛心灌溉，讓這份論文能夠開花結果。

雖然，這花朵不是最美麗的，但仍然要感恩彭文正老師、蔡珮老師擔任口試指導，二位就像是滋養花朵美麗盛開的水與陽光養份一般，使本文更臻完善，讓我獲益良多。

一路跌跌撞撞終於走完在職學生這段路程，過程嘗盡酸甜苦辣！大學畢業後的我馬上投身記者工作，每天面對採訪、截稿壓力，已經費盡心思腦力和時間賽跑，下了班還要撐著沉重的雙眼趕到學校上課，有時候還必需厚著臉皮向公司請假，更常因為工作、生活忙碌而擠不出一點時間來寫作業或論文，鼻酸、心苦呀！做學問更要時時虛心接受嗆辣的指導與修正，而每當有了進度或進步，受到肯定並完成論文時，心窩裡滿溢著果實成熟的香甜滋味，這就是我為什麼甘於讓自己花了四年才唸完碩士的原因。

除了要一再感謝崇偉老師有如兄長一樣的照顧我們這群學生之外，我還要感恩同門師兄姊妹們金城、雅蕙、筱君、貞鈺的一路相伴，助教雅竹、堂聖、梓綦的統計指導，大苗栗新聞伙伴們的鼓勵包容，好姊妹雅君、黃家雙寶、興耀家族、保母徐爸、寶貝小豬、郁忠的支持體諒，以及所有好朋友的相挺，有你們才能成就今日的我，願喜樂平安！

目錄

中文摘要	I
SUMMARY	II
誌謝	III
圖目錄	VI
表目錄	VII
第一章 研究動機與目的	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究問題	4
第二章 文獻回顧	5
第一節 族群媒體與地方媒體	6
一、族群媒體	6
二、地方媒體	9
第二節 台灣客家媒體發展	10
第三節 苗栗地區的客語新聞發展	12
第四節 台灣客家媒體傳播研究	14
一、客家電視媒體	14
二、苗栗地方有線電視台	17
第五節 收視動機與行為研究	19
一、使用與滿足理論	19
二、收視動機研究	21
三、人口變項與收視動機、行為之研究	23
第三章 研究方法	26
第一節 研究對象	26
一、大苗栗客家話新聞特色	26
二、大苗栗客家話新聞製播人力	27
三、閱聽人概況	28
第二節 研究設計	30
一、操作型定義	30
二、問卷內容設計	32
三、研究抽樣	33
四、研究架構與假設	35
五、資料處理與分析方法	38
第四章 研究資料分析	39
第一節 大苗栗客家話新聞閱聽人	40
一、人口變項基本統計分析	41
二、收視行為分析	50
三、收視動機分析	53
四、收視滿意度分析	54

第二節 人口變項與收視行為交叉分析.....	55
一、性別與收視行為.....	55
二、年齡與收視行為.....	57
三、教育程度與收視行為.....	60
四、職業與收視行為.....	63
五、收入與收視行為.....	69
六、說客語能力與收視行為.....	72
七、聽客語能力與收視行為.....	74
八、族群認同與收視行為.....	76
第三節 人口變項與收視動機交叉分析.....	78
一、性別變項與收視動機.....	78
二、年齡與收視動機.....	81
三、教育程度與收視動機.....	85
四、職業與收視動機.....	89
五、收入與收視動機.....	93
六、說客語能力與收視動機之影響.....	97
七、聽客語能力與收視動機之影響.....	100
八、族群認同與收視動機.....	103
九、收視頻率與收視動機.....	106
第四節 收視行為與收視動機相關分析.....	109
一、收視偏好與收視動機.....	110
二、收視頻率與收視動機.....	111
三、收視時段與收視動機.....	112
四、收聽或收看其他客家電台、台視與收視動機.....	114
第五節 收視滿意與收視行為相關分析.....	115
一、收視滿意與收視偏好.....	116
二、收視滿意與收視頻率.....	117
三、收視滿意與收視時段.....	118
四、收視滿意與收聽或收看其他客家電台、台視.....	120
第六節 收視動機與收視滿意相關分析.....	121
第五章 研究結果與建議.....	123
第一節 研究發現與貢獻.....	123
一、閱聽人.....	123
二、收視行為.....	124
三、收視動機.....	127
四、滿意度.....	129
第二節 研究限制.....	130
第三節 一位客語新聞工作者的省思.....	132
文獻參考.....	136
附件：研究問卷設計.....	141

圖目錄

圖 3-1：大苗栗客家話新聞播出內容.....	27
圖 3-2：大苗栗客家話新聞播出時段.....	27
圖 3-3：大苗栗客家話採訪與後製工作情形.....	28
圖 3-4：大苗栗客家話新聞播送區域圖.....	28
圖 3-5：苗栗族群分佈比例圖.....	29
圖 3-6：研究構架.....	35
圖 4-1：性別分佈情形.....	42
圖 4-2：年齡分佈情形.....	43
圖 4-3：教育程度分佈情形.....	44
圖 4-4：職業分佈情形.....	45
圖 4-5：收入分佈情形.....	46
圖 4-6：說客語能力分佈情形.....	47
圖 4-7：聽客語能力分佈情形.....	48
圖 4-8：族群認同分佈情形.....	49



表目錄

表 2-3-1：信和有線電視沿革一覽表.....	13
表 2-3-2：吉元有線電視沿革一覽表.....	13
表 3-2-1：吉元、信和有線電視收視戶比率與抽樣回收表.....	34
表 4-1-1：大苗栗客家話新聞收視動機因素分析表.....	40
表 4-1-2：回收樣本統計.....	41
表 4-1-3：性別次數分配表.....	42
表 4-1-4：年齡次數分配表.....	43
表 4-1-5：教育程度次數分配表.....	44
表 4-1-6：職業次數分配表.....	45
表 4-1-7：收入次數分配表.....	46
表 4-1-8：說客家話能力次數分配表.....	47
表 4-1-9：聽客家話能力次數分配表.....	48
表 4-1-10：族群認同次數分配表.....	49
表 4-1-11：一般電視新聞收視頻率之次數分配表.....	50
表 4-1-12：一般電視新聞收視偏好平均數統計表.....	51
表 4-1-13：大苗栗客家話收視頻率之次數分配表.....	51
表 4-1-14：大苗栗客家話收視時段之次數分配表.....	51
表 4-1-15：有收聽或收看他客家電台、電視之次數分配表.....	52
表 4-1-16：大苗栗客家語新聞偏好平均數統計表.....	52
表 4-1-17：大苗栗客家話新聞平均數統計表.....	53
表 4-1-18：大苗栗客家話新聞收視滿意度平均數統計表.....	54
表 4-2-1：性別與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表.....	55
表 4-2-2：性別與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表.....	55
表 4-2-3：性別與收聽或看其他客家電台、電視卡方表.....	56
表 4-2-4：性別與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表.....	56
表 4-2-5：年齡與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表.....	57
表 4-2-6：年齡與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表.....	58
表 4-2-7：年齡與收聽或看其他客家電台、電視卡方表.....	58
表 4-2-8：年齡與大苗栗客家話新聞收視偏好 ANVOA 表.....	59
表 4-2-9：教育程度與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表.....	60
表 4-2-10：教育程度與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表.....	61
表 4-2-11：教育程度與收聽或看其他客家電台、電台卡方表.....	61
表 4-2-12：教育程度與大苗栗客家話新聞收視行為 ANVOA 表.....	62
表 4-2-13：職業與大苗栗客家話新聞收視頻率.....	64
表 4-2-14：職業與大苗栗客家話新聞收視時段.....	65
表 4-2-15：職業與收聽或看其他客家電台、電視.....	66
表 4-2-16：職業與大苗栗客家話新聞偏好 ANVOA 表.....	67
表 4-2-17：收入與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表.....	69
表 4-2-18：收入與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表.....	70
表 4-2-19：收入與收聽或看其他客家電台、電視卡方表.....	70
表 4-2-20：收入與大苗栗客家話新聞收視行為 ANVOA 表.....	71

表 4-2-21：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表	72
表 4-2-22：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表	72
表 4-2-23：說客語能力與收聽或收其他客家電台、電台卡方表	73
表 4-2-24：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表	73
表 4-2-25：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表	74
表 4-2-26：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表	74
表 4-2-27：聽客語能力與收聽或看其他客家電台、電台卡方表	75
表 4-2-28：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表	75
表 4-2-29：族群認同與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表	76
表 4-2-30：族群認同與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表	76
表 4-2-31：族群認同與收聽或看其他客家電台、電台卡方表	77
表 4-2-32：族群認同與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表	77
表 4-3-1：性別與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表	79
表 4-3-2：男性收視動機相依樣本 ANVOA 表	80
表 4-3-3：女性收視動機相依樣本 ANVOA 表	80
表 4-3-4：年齡與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表	82
表 4-3-5：年齡與大苗栗客家話新聞收視動機平均數	83
表 4-3-6：青少年收視動機相依樣本 ANVOA 表	84
表 4-3-7：中壯年收視動機相依樣本 ANVOA 表	84
表 4-3-8：老年人收視動機相依樣本 ANVOA 表	84
表 4-3-9：教育程度與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表	86
表 4-3-10：教育程度與大苗栗客家話新聞收視動機平均數	87
表 4-3-11：國中或以下收視動機相依樣本 ANVOA 表	88
表 4-3-12：高中職收視動機相依樣本 ANVOA 表	88
表 4-3-13：大學院校收視動機相依樣本 ANVOA 表	88
表 4-3-14：研究所或以上收視動機相依樣本 ANVOA 表	88
表 4-3-15：職業與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表	90
表 4-3-16：職業與大苗栗客家話新聞收視動機平均數	91
表 4-3-17（續）	91
表 4-3-18：軍公教職、服務業收視動機相依樣本 ANVOA 表	92
表 4-3-19：收入與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表	94
表 4-3-20：收入與大苗栗客家話新聞收視動機平均數	95
表 4-3-21：無固定收入收視動機相依樣本 ANVOA 表	96
表 4-3-22：低收入收視動機相依樣本 ANVOA 表	96
表 4-3-23：中收入收視動機相依樣本 ANVOA 表	96
表 4-3-24：高收入收視動機相依樣本 ANVOA 表	96
表 4-3-25：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表	98
表 4-3-26：說客語能力佳收視動機相依樣本 ANVOA 表	99
表 4-3-27：說客語能力不佳收視動機相依樣本 ANVOA 表	99
表 4-3-28：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表	101
表 4-3-29：聽客語能力佳收視動機相依樣本 ANVOA 表	102
表 4-3-30：聽客語能力不佳收視動機相依樣本 ANVOA 表	102
表 4-3-31：族群認同與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表	104
表 4-3-32：客家人收視動機相依樣本 ANVOA 表	105

表 4-3-33：非客家人收視動機相依樣本 ANVOA 表.....	105
表 4-3-34：收視頻率與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表.....	107
表 4-3-35：忠實戶收視動機相依樣本 ANVOA 表.....	108
表 4-3-36：游離戶收視動機相依樣本 ANVOA 表.....	108
表 4-4-1：大苗栗客家話新聞收視動機與收視行為相關分析表.....	109
表 4-4-2：大苗栗客家話新聞收視動機與收視偏好相關分析表.....	110
表 4-4-3：大苗栗客家話新聞收視動機與收視頻率相關分析表.....	111
表 4-4-4：大苗栗客家話新聞收視時段與收視動機 ANVOA 表.....	112
表 4-4-5：大苗栗客家話新聞收視時段與收視動機平均數.....	113
表 4-4-6：收聽或看其他客家電台、電視與收視動機 T 檢定表.....	114
表 4-5-1：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視行為相關分析表.....	115
表 4-5-2：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視偏好相關分析表.....	116
表 4-5-3：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視頻率相關分析表.....	117
表 4-5-4：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視時段相關分析表.....	118
表 4-5-5：大苗栗客家話新聞收視時段與收視滿意度平均數.....	119
表 4-5-6：收聽或看其他客家電台、電視與收視滿意度 T 檢定表.....	120
表 4-6-1：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視動機相關整理表.....	121
表 4-6-2：收看大苗栗客家話新聞的收視動機與收視滿意度相關分析表.....	122
表 5-1-1：客語新聞節目閱聽人研究結果與發現比較.....	123
表 5-1-2：大苗栗客家話新聞之人口變項與收視行為研究結果.....	124
表 5-1-3：大苗栗客家話新聞之收視頻率研究結果與發現比較.....	125
表 5-1-4：使用客家媒體行為研究結果與發現比較.....	126
表 5-1-5：大苗栗客家話新聞之收視偏好與人口變項研究結果.....	126
表 5-1-6：收視動機與人口變項研究結果與發現比較.....	127
表 5-1-7：大苗栗客家話新聞之收視動機與行為研究結果.....	129
表 5-1-8：大苗栗客家話新聞之收視行為、動機與滿意度研究結果.....	129
表 5-3-1：大苗栗客家話新聞節製播建議.....	132

第一章 研究動機與目的

第一節 研究動機

臺灣國內電視頻道的客語新聞發展，在 1988 年還我母語運動後，隨著客家文化與族群意識抬頭而逐漸受到重視，在強調尊重客語使用傳播權的社會氛圍與脈絡之下，台視、中視、華視在 1991 年 9 月，開始製播客語新聞，其他無線電視台，例如公視、民視也陸續跟進製播客語新聞，不過在 2003 年 7 月客家電視台成立後，現階段仍維持有製播客語新聞的無線電視台僅剩客家電視台，並於 2007 年元月與原住民族電視台一同正式加入台灣公共廣播電視集團，繼續肩負起族群傳播的工作，2010 年營運總預算近 4 億元。

但值得注意的是，除了客家電視台標榜以客語發音的全國頻道之外，早在客家電視台開播之前，苗栗區域有線電視台已製播有客語新聞，苗栗縣為台灣重要客家聚落，客家族群人口佔全縣人口比例約六成，信和、吉元二家區域有線電視台製播客語新聞的歷程，早於全國無線電視頻道的客家電視台已有 12 年。

苗栗縣信和有線電視在 1995 年即製播有「信和客語新聞」，後與吉元有線電視共同成立「大苗栗新聞中心」，並整合改版製播「大苗栗客家話新聞」，苗栗地區有線電視的客語新聞發展至 2011 年有已 16 年，內容以四縣腔調發音，報導對象的範圍以苗栗 18 鄉鎮市為主，新聞類型以報導苗栗縣地方政治、社會、文教、娛樂、生活為主軸，焦點鎖定在地新聞議題與生活，以貼近苗栗客家族群，目標期望能善盡社區媒體的角色，藉由公用頻道與地方客新聞節目，由此凝聚社區與族群意識，並推動在地的客家文化傳播。

我在 2005 年時，進入大苗栗新聞中心擔任文字記者一職，並實際參與「大苗栗客家話新聞」的採訪與製播。在這五年多的工作經歷中，我跑遍苗栗縣 18 鄉鎮市，我所採訪的新聞取材以社區議題為主要內容，例如桂竹筍、草莓、水梨農產、道路拓寬工程、派出所裡的狗警察、社區老人關懷站啓用等，採訪範圍、對象有別於客家電視台的全國屬性，強調地域鄰近性與公共服務。

身為地方媒體人，當然認同製播「大苗栗客家話新聞」有其理想性，能為地方服務，並且具有族群凝聚的價值，更有重要的政治與社會意義。但面對來自於擁有政策補助的客家電視台，以及其他商業電視新聞頻道的競爭，信和、吉元二家區域有線電視台所製播的「大苗栗客家話新聞」，正面臨節目製作、人力、人事成本、收視率和廣告收益等方面的多重壓力，一方面我們需考量，在經營與競爭日益激烈的媒體產業環境下，有沒有製播客語新聞的必要性？另一方面，更應檢視該何製播？才能吸引閱聽人，並符合閱聽人對於客語新聞的期盼。

目前全國內超過有 15 家以上的無線電視新聞頻道，「大苗栗客家語新聞」因採訪範圍與屬性的不同與限制，新聞內容部份不及客家電視台和其他全國無線電視來的多元豐富，在眾多的新聞頻道台當中，閱聽人為什麼願意選擇收看內容豐富性不及其他全國電視台的「大苗栗客家話新聞」呢？是那些人在收看呢？他們喜歡看那些類型的新聞呢？收看動機是什麼？收視的情況又如何？我想知道到

底是誰在看我所採訪製播的新聞呢?他們喜歡的內容是什麼?這不但有助於我認識這群收視閱聽人,更能幫助我在新聞採訪的議題取材,亦可做為公司在製播新聞節目時的參考與改進方向。

檢閱近年來國內探討客家族群傳播的相關學術研究,大多以弱勢族群的角度出發,觀點著重於弱勢族群的媒體近用權,焦點多數為弱勢族群使用主流媒體的探討,弱勢族群使用非主流媒體的研究較為少數,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,應該更清楚被進一步的被關注與討論(郭曉真,2007;蔡珮,2008)。因此,在客家電視台成立之後,開啓國內學者對客家傳播的興趣,針對客家母語發音的族群媒體¹,亦即客家電視台的營運、節目製播、媒介內容、閱聽人等進行相關研究。

陳清河、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」、「凝聚族群共識」的角色;黃葳威、李佳玲(2005)認為客家電視台必需「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應「回應客家族群媒體近用的渴望」,以上研究皆提出客家電視節目具備有傳承客家語言、文化,凝具客家認同的功能與角色,研究焦點仍偏重於客語新聞節目為什麼要製播的社會與政治意義,命題往往隱含道德與社會價值的研究批判,多數關切的是客語新聞節目「該不該製播?」,而欠缺該「如何製播?」的理解。

檢視國內母語發音的新聞節目相關研究,研究對象與場域部份,目前仍以客家電視台全國台屬性的新聞節目研究為主,地方區域有線電視的新聞節目研究較為少數,尤其在客語新聞閱聽人收視行為這區塊的領域。

客家電視台 2010 年度報告指出,客庄觀眾有 52.7%收看客家電視台,客庄地區有 63.9%觀眾經常收看,新聞時事佔所有節目的 18.8%,內容又以客家事務為主,提昇觀眾接觸廣度的觸達率是客家電視台重要目標之一,觸達廣度仍需努力,因此應多注入娛樂元素,關注客庄議題。詹國勝(2010)研究也指出,目前全國無線頻道的客家電視台,新聞節目內容有待加強,應強化與地方的聯結,特別是必需結合地方電視台。回顧苗栗地方區域有線電視新聞研究,劉培琴(2008)、鍾君勵(2009)分別針對顧客收視滿意度、新聞內容分析指出,新聞內容多以客庄藝文、建設、文化語言、產業活動為主軸,然而閱聽人對新聞內容的期望與認知仍有些許差距,而為何會產期望差距,要如何消彌落差,並補足全國無線頻道客語新聞節目的廣度與深度,釐清地方客語新聞閱聽人的收視行為成爲重要課題。

本研究嘗試勾勒出大苗栗客家話新聞閱聽人的收視行為,探討人口變項與閱聽人收視行為、偏好、動機之間的關連和影響因素,有助區域有線電視台經營者瞭解在地市場和需求,以掌握新聞節目製播的方向和效益,研究結果將能提供地方有線電視台在製播客語新聞的參考依據,同時亦可做為其他全國無線台瞭解地

¹族群媒體即以少數族群閱聽人爲對象的媒體,功能在促進主流與少數族群的瞭解、呈現多元文化、抵抗同化、強化族群認同、保存族群文化和語言、與社群聯結(曾曉煜,2008)。

方閱聽人的參考，可進一步貼近閱聽人的收視需求，更能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。



第二節 研究問題

母語能力、族群意識、對族群媒體的文化期望，被多數學者認為是閱聽人收看客語新聞節目的主要動機因素（劉幼俐，1988；彭文正，2009；蔡珮，2008）。客家意識、閩通客語、文化期望、學習母語動機與收視頻率之間的相互關係，以教育程度、年齡、收入等人口變項做為影響收視頻率的自變項，彭文正（2004）研究指出，教育水準低、年齡長者、收入愈高、客家意識愈強、客家話能力愈好、文化期望愈高的閱聽人，愈願意藉由客家電視台學習母語、收看客家電視。

對於全國屬性的客家電視台研究假設與結果，其強調的收視動機如運用在地方有線電視客語新聞的研究中，不同的研究場域與對象是否適用？還有其他的原因應該被列入討論的嗎？閱聽人的人口變項除了上述學者所提出的教育程度、年齡、收入人口變項之外，檢視收視行為、動機相關研究，是否還有其他變項可納入探討呢？值得我們再思考與討論。

吳惠朋（2008）研究台東市閱聽人收看有線電視，指出瞭解閱聽人的收視行為，必需考量人口結構、區域特性、生活習慣，因為人口特質變項會影響其收視行為，例如性別、年齡、教育程度、族群、職業等因素。

信和、吉元有線電視台收視戶在苗栗縣 16 萬多戶數中佔有 10 萬戶，苗栗縣客家人口也達到六成，具備地方新聞台的社區、公用性。此外，苗栗縣為客家大縣，收看大苗栗客家話新聞的閱聽人，多會說客語，較無語言障礙的限制，大苗栗客家話新聞中的客家族群相關報導佔有近六成（鍾君勵，2009），顯示大苗栗客家話新聞的媒體特性與全國新聞台有所差異性，苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞與人口變項應具有關連性。

綜合以上，本研究認為客家認同和族群意識為影響閱聽人收視行為的重要因素，除此之外，需要將問題回歸於人口變項因素與大苗栗客家話新聞的媒體特性，因此本研以大苗栗客家話新聞為研究主體，收看大苗栗客家話新聞的閱聽人為研究對象，了解苗栗地方有線電視客語新聞閱聽人的收視動機、行為、滿足程度，並探討人口變項對收視動機、行為的影響分析，以及收視動機、行為與收視滿意程度之間的關連性。主要研究問題如下：

- 1、大苗栗客家話新聞的主要收視觀眾是誰？
- 2、大苗栗客家話新聞的收視現況如何？
- 3、大苗栗客家話新聞閱聽人的收視行為、偏好、收視動機為何？
- 4、性別、年齡、教育程度、職業、收入、說客語能力、聽客語能力、族群認同等人口變項，是否會影響閱聽人收看大苗栗客家話新聞的收視行為、動機？
- 5、大苗栗客家話新聞閱聽人的收視動機、行為、滿意度之間的關連性？

第二章 文獻回顧

大苗栗客家話新聞為地方有線電視台，具有公益性和區域性，新聞內容以客家話發音，議題和採訪對象以客家族群為主軸，欲瞭解收看大苗栗客家話的閱聽人媒介使用行為，應從大苗栗客家話的媒體特性著手瞭解，因此檢視「族群媒體」、「地方媒體」的定義與特性，可釐清大苗栗新聞的媒體特性。

另一方面，因本研究對象是為客語新聞的閱聽人研究，因此從大環境方向，回顧台灣客家傳播與苗栗客家新聞發展，進而探討國內客家電視台的傳播研究和目前大苗栗客家話新聞的相關研究，以掌握國內客家傳播研究的現況。

此外探討媒介使用動機是什麼?使用行為如何?使用後獲得的滿足又如何?能清楚掌握使用行為與動機的關連，為充分理解苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的使用動機和行為，我將經由回顧「使用與滿意理論」的定義與檢視研究方向，進行文獻回顧與探討。

因此本節將從「族群媒體」、「地方媒體」、「台灣客家電視發展」、「苗栗地區客語新聞發展」、「客家客家傳播研究」、「使用與滿意理論」進行相關文獻整理分析，有助於本研究的理論發展。

第一節 族群媒體與地方媒體

一、族群媒體

瞭解族群媒體，首先我們從「族群」的角度進行討論，以釐清族群媒體與一般媒體有何不同之處。

Riggins (1992) 定義族群 (ethnic) 為一群人因具有共同的文化、祖先、歷史、語言、宗教習俗，認知到自己和他人的不同之處，與具有共同特質者組成一個社群。族群一詞源自於英文 ethnic group，以字面上來解讀，王甫昌 (2003) 解譯族群是一群人，他們擁有共同來源、共同祖先、共同文化 或相通語言、風俗習慣、遷徙經驗等歷史記憶與文化特質，而自認為或是被他人認為是屬於一個獨特社群，因此族群可說是一套關於「如何分類人群的意識形態」，同時族群具有相對性，會形成「我群」和「他群」的差異認知，即我們和他們的分別。

透過社會、經濟及政治競爭或者同化的過程，也會產生我群和他群的族群區別，例如像是客家人與閩南人在宗教習俗、母語語言上的不同，客家人清楚的區分與閩南人他者的不同之處，即可判別所屬的族群身份不同。在這種情形之下，自然而然會產生對我群的認同，即所謂的族群認同。Riggins (1992) 就指出，族群是一種動態過程 (dynamic process)，二個族群之間交流互動，因為怕被社會孤立，促使個人選擇去認同某一群體。

在建構出我群的族群認同後，要維護少數族群的身份、文化認同需要依賴媒介的傳播功能，因此族群媒體 (ethnic media) 應運而生。簡單來說，族群媒體是指以少數族群為傳播對象的媒體。Suber-velez (1986) 指出族群媒體扮演著雙重角色 (dual roles)，具備有融合 (assimilation)、多元 (pluralism) 二種特性，可協助少數族群透過媒介傳播適應主流社會，並藉由母語和文化內容的呈現與傳播，幫助少數族群與社會聯結和母文化的聯繫。這使得少數族群透過媒介的使用達到身份認同和社會聯結的橋樑。

Riggins (1992) 提出弱勢族群在抵抗同化的特徵，內容具有強烈的族群意識，使用母語發音，報導內容以弱勢族群議題優先並藉此加強社區的參與，能避免被同化，但在內容製作方面，卻還是難以避免弱勢族群被主媒體媒貼標籤的刻板印象，假使族群媒體過度在報導焦點放在特定的族群或部落，可能會因為封閉而造成自我隔離。因此如何促使弱勢族群媒體和主流媒體互動融合，並擁有自我的特色，在報導議題的拿捏，需由傳播者與經營者再思考。

蕭新煌 (2005: 6) 剖析多元文化社會之下的族群傳播，以台灣獨特的社會脈絡為視野，指出族群媒體都應該具備有以下幾點：

- 1、傳播宣揚、強化族群文化認同、提升族群榮譽感。
- 2、傳遞每一個族群文化，把各個多樣文化內涵傳遞給其他族群，減少彼此之間的無知和誤解。

- 3、溝通各族群差異文化內涵、減少差異所造成的誤解、異中求同，建立本身就是多元的主流文化。
- 4、台灣新的族群想像與民主化息息相關。爭取過程中，族群傳播應有倡議少數族群應享有平等和公平待遇的功能。
- 5、在沒有壓迫、沒有扭曲、歧視下，建立族群多元係國家認同一體的新共識。

綜觀近年來國內對客家傳播的研究，整理發現，以學術論文做為觀察對象，有趣的是國內對族群媒體的概念要到客家電視台成立之後才漸成氣候。黃葳威（2004a）研究客家廣播的文化行銷模式時，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客家平面雜誌、客家電台，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，更細緻的從「少數語言媒體」與「族群語言媒體」為客家電視台做出位。

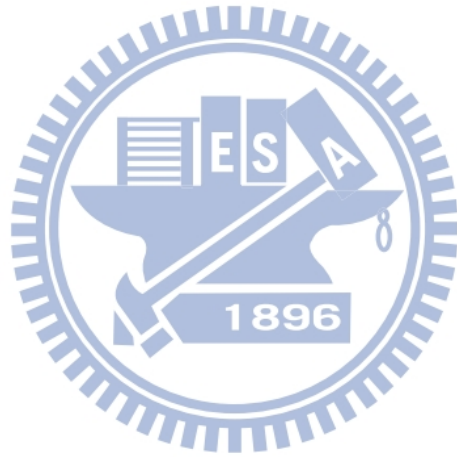
曾曉煜（2008）依據國外文獻，將少數媒體分區族群媒體（ethnic media）、少數語言媒體（minority language media）二類，在定義族群電視台的功能方面，整理出七大功能，包括促進主流社會與少數族群的相互瞭解、呈現多元文化面貌、抵抗同化、強化族群認同、保存族群文化和語言、真實再現少數族群、社群和社區連結。族群媒體也會依據社會情境、設立目的或目標觀眾的不同去強調各自著重的功能；在少數語言媒體的功能定義上，則著重調語言保存及傳承。二者兩者皆致力於保存文化、語言、維護認同，功能與意義是互通的，因此以廣義而言，我們可將族群媒體和少數語言媒體二者視為族群媒體。

正因為主流媒體經常忽略對少數族群的報導，並認為少數族群會製造社會問題，以此方式來呈現，這往往會打擊少數族群的文化認同，因此為了維護文化認同，在主流媒體對少數族群錯誤報導之下，必須藉由成立族群媒體來抗衡（王嵩音，2000；施正峰，2004），國外像是英國的威爾斯第四台 S4C、愛爾蘭 TG4、西班牙的加泰隆尼亞 TV3、加利西亞 TVG、加拿大的原住民電視網 APTN、紐西蘭毛利電視台 MTV 等（曾曉煜，2008），國內族群媒體則有客家電視台、原住民電視台²，地方有線電視台有苗栗縣信和、吉元二家電視台出資製播大苗栗客家話新聞、新竹縣北視有線電視台的新竹客語新聞，不論無線頻道或有線電視，母語新聞或節目，皆提供少數族群對他族抗同化的功能，也藉此可傳承自己族群的文化、語言，達到聯繫的溝通目的。

族群媒體不論是在國內外，目的都是為了保存少數語言而製播，早期多由政府單位贊助支持製播節目，姑且不論傳播的對象是誰，效果如何，安排播出的時間都在冷門時段，較難吸引閱聽人的注意。近年來，族群媒體還是以公共媒體的形式成立，像是客家電視台、原住民族電視台現在同屬於台灣公共廣播電視集

²2003年7月1日客家電視台開播，2005年7月1日原住民族電視台開播。

團。以地方媒體而言，在有線電視普及後，地方社區逐漸形成地區性的族群媒體，節目內容以當地社區議題為主，如例本研究對象，大苗栗新聞中心製播已經 16 年的大苗栗客家話新聞，都比上述的客家電視台、原住民電視台開播的更早，因此國內族群電視台的開拓者是地區性的有線電視台。



二、地方媒體

依照台灣傳播環境特性，媒體區分全國性無線頻道、區域性有線電視台，即就是所謂的全國台和地方台，以電纜傳送訊號的有線電視屬於區域性有線電視台地方媒體，本研究所指的地方媒體就是有線電視台，其所產製的新聞內容或節目製，以及所採用的語言，都強調區域經營和地方文化特色，傳播的內容鄰近性更貼近閱聽人的生活。

國內有線電視從改善地方收視不佳的情形以共同天線的傳播模式到 1993 年通過《有線電視法》普及化後，地方媒體有線電視台如雨後春筍般成立，劉培琴（2008）匯整國內外文獻，統整出有線電視具有區域性媒體、地方性特色、分眾市場需、服務功能、公用事業等四大特性。

台灣的有線電視傳播區域以各縣市為範圍，頻道內容專門為該區域的地方閱聽人服務，因各地方的族群特質不一、閱聽人口味不同，有線電視的節目內容必需迎合地方閱聽人的收視需求，因此市場需考量分眾的不同。多數閱聽人對於選擇使用有線電視，他們看重的是地方節目、新聞不僅是發生在自我生活範圍內的人事物，更能方便掌握社區活動、新聞議題等，期望藉由區域性媒體、地方性特色能進一步聯結自我跟社區的關係，展現媒體服務功能與公用事業的功能。

隨著科技進步、有線電視成長與社會多元發展，有線電視業者為了拉近與收視戶的距離，建立與地方政府的良好互動關係，同時也因《有線電視法》規定各系統台業者要製播有 2 成的自製節目法規之下，製播地方新聞節目。

Franklin&Murphy（1991）認為閱聽人收看地方新聞是因為對於「共同生活的事件和社區對的自然反映與好奇心」，以地方社區為出發點，記者的報導可真實反映該社群的生活。Rarick & Hartman（1966）指出地方新聞的內容，偏好人情趣味、地方人物之報導，可以加強閱聽人對社區的歸屬感。檢視並統整學術文獻對地方新聞的定義，就媒體特性來說，地方新聞強調鄰近性、注重公共服務、擁有社區媒介特質、以及本土化和多元化價值，以媒體資源的角度來看，地方新聞可再現、再製當地文化（顏章聖，2003；劉培琴，2008；鍾君勵，2009）。

由於地方新聞題材以區域、鄰近性為取材時的原則，以社區人事物為中心，與無線頻道的全國新聞產生屬性上的不同，較無疏離感。本研究的對象「大苗栗客家話新聞」便是在這些準則之下進行製播，以苗栗地區的人事物為中心，從在地人觀念出發，加強地方政治、社區建設、族群文化、生活議題的報導，著實符合地方媒體特性。

苗栗縣客家人口佔近六成，顯而易見的族群身份藉由有線電視客語新聞的媒體發聲之下，傳遞該族群生活與文化，並藉由大苗栗客家話新聞獲得對自我母語、文化的認同和社會的聯擊功能。以製播理念、內容來看，大苗栗客家話新聞，符合地方新聞的特質，兼具族群媒體的特色。

第二節 台灣客家媒體發展

台灣電視頻道的客家傳播發展，要從 1988 年 12 月 28 日在台北市所舉辦的「還我母語」³示威抗議遊行談起，當時由客家團體組成「客家權益促進會」，號召超過萬人的客家鄉親走上街頭，以遊行方式表達對媒體近用的訴求，要求修改廣電法對於方言的限制，並開放客語電視節目的多元性，過去的語言政策以國語獨尊，無論是公共領域或是傳播媒體，客家人的聲音微乎其微，直到 20 多年前，在還我母語運動發動與極力爭取傳播權之下，客家人的母語才逐漸有了發聲的機會，更催生台灣客語節目的製播。

在 1989 年初，台灣省政府新聞處補助製作「鄉親鄉情」節目，以客語節目為主的電視節目誕生，內容包含城鄉客談、諺語歌謠、新聞集錦、政令宣導，最具客家特色的節目單位「客家風情」，選定客家鄉親人口比例佔較高的全台 70 個鄉鎮市，製作外景採訪節目，以行腳節目的方式，介紹當地的人文風俗，當時由台視每星期播出 30 分鐘，成為國內第一個客語節目（姜如珮，2003）。

在「鄉親鄉情」首創客家節目先例之後，1989 年由公視委託懷寧傳播公司製作，託播於中視的節目「客家風情」，為第一個以國語發音的客家節目，另外也製作有「談天說地打嘴鼓」客家節目，1992 年初，台視又製播另一個客語節目「鄉情鄉曲」（姜如珮，2003），直到 1989 年台視製作的客家節目比例也不過只有 0.7%（張致遠，1994），在七〇年代以前，國內的客家傳播發展狀況，在各家電視台只有極少數節目製播，從此處可得知，客語電視節目雖在媒體近用權（access right）⁴的期盼下產製而出，質與量仍然缺乏，還處於弱勢媒體的狀態之中。

客家新聞的部份，在「還我母語」客家運動的興起之下，客家族群意識相對高漲，弱勢族群的傳播權被放大檢視，逐漸受到政府單位與族群閱聽人的重視。有了原本的無線頻道電視台開播客語節目之後，台視、中視、華視更在 1991 年 7 月起開始製播以客家母語發音的客語新聞。在這之後公視、民視也陸續開始製播客語新聞，但播出時間安排在早上 10 點、下午 3、4 點或晚間 9 點的冷門時段，播出時段不是一般觀眾習慣收看新聞的時間，內容豐富性稍嫌不足，同時新聞議題並非全然以客家族群為主，僅以國語新聞配音成客語發音，雖然對於傳承推廣客家語言、文化的效果有限，但站在媒體傳播的功能角度解讀，實現部份客家族群的媒體近用權，能讓其他族群藉由這些電視新聞媒介認識客家族群，在客家傳播的發展歷史中有其特殊的社會意義。

在無線電視新聞頻道如雨後春筍般開播後，這些客家新聞的播出時間受到擠

³1987 年創辦的《客家風雲》雜誌，於 1988 年號召各客家團體、政治人物、土農工商起義，舉辦「還我母語」遊行，提出三大訴求：「開放客語廣播電視節目，實施雙語教育、建立平等語言政策，修改廣電法第二十條的方言限制條款為保障條款」。

⁴「媒體使用權」則是指民眾有權直接經營媒介，或自行製作內容，並不需要顧慮新聞事業一般專業規範（陳清河，2001）。

壓，台視、中視、華視、民視紛紛收播，不過在多元文化主義（multiculturalism）的浪潮衝擊，和強調媒體近用權的社會氛圍，以及建構言論自由與平等近用的傳播政策之下，大力催生了客家電視台的開播。

行政院客家委員會於 2003 年 7 月以執行標案的方式成立客家電視台，自 2003 年 7 月至 2006 年底，經歷台視文化公司和東森集團的經營歷程，後依照「無線電視事業公股釋出處理條例」的修法規定，在 2007 年初，客家電視台和原住民族電視台，共同正式納入台灣公共廣播電視集團（曾曉煜，2008），截至 2011 年為止，國內無線頻道電視台仍然持續製作客語新聞的媒體，僅剩客家電視台與公共電視，二家電視台同屬於台灣公共廣播電視集團。

因應客家族群媒體近用需求而開設的客家電視台，成立的宗旨強調關懷客家族群，透過公眾媒體近用權益的實現，促進族群互動，以達到母語文化傳承，並建構起多元文化的融合，因此製播的觀點以客家族群為出發點，其濃厚的族群特色，成為全球第一個以客語發音的電視頻道，亦為台灣國內開創第一個專為客家人打造的族群媒體。

國內客家媒體逐漸發展成為族群媒體，除了上述的客家電視台之外，回顧 50 年代至今，彭文正（2009）指出 1987 年 10 月創刊的《客家風雲》雜誌，1994 年起由地下發聲並在 1996 年 7 月轉為合法的「寶島客家電台」，以及 2003 年 7 月 1 日成立開播的「客家電視台」，為平面、廣播、電視較具影響力的三大客家媒體代表，國內族群媒體也才正式進入發展階段。

因客家媒體報導焦點多注重於客家事務，側重客家文化相關的議題探討，以市場性分區，《客家風雲》雜誌與「寶島客家電台」因財力、語言、議題內容的限制，還是被歸類在客家族群閱聽人之間的小眾媒體，以閱聽人接收媒介的方便性和語言限制，客家電視台的無線電視頻道平台較能方便收看，亦可透過畫面的呈現，讓其他族群更容易接收內容，故較接近主體媒體的區塊，但客家電視台仍受限於語言發音的限制，非客家的觀眾僅佔總收視觀眾的 10% 左右（彭文正，2009）。

客家電視台開台至今，其所製播的節目，不論是新聞還是節目收視率普遍偏低，仍無法吸引固定比例的收視群眾，並且難以吸納年輕族群與廣泛年齡層的固定觀眾（徐巧昫，2009；李儒林，2008；詹國勝，2010），這也是國內客家傳播研究議題與電視台製播政策時特別受到關注的焦點，也是亟待媒體經營者正視的問題。

第三節 苗栗地區的客語新聞發展

台灣的「廣播電視法」在民國 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，在少數族群對母語流失危機感與族群意識高漲之下，紛紛要求製播母語廣播節目。「電視節目製作規範」也在民國 1987 年 10 月第 2 次修正發佈，廢除了以國語為主的規定，方言母語節目這時也才正式被合法化，立法院更在 1993 年 7 月 14 日通過刪除廣電法第 20 條對於方言的限制，加再上台灣的《有線電視法》1993 年 7 月在立法院三讀通過，規定有線電視系統須至少 20% 的自製節目，並且在第 23 條中也制定出「系統業者必須免費提供 1/10 以上頻道，提供作為公益性、藝文性、社教性等節目」的條文。

有線電視為地方媒體，發展歷程從改善無線電視收視情況的架設共同天線開始，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，因此系統業者為取得經營許可執照，開始製作鄉土性節目與地方新聞頻道。再加上，台灣第一個客語節目「鄉親鄉情」製作人張致遠，正是苗栗縣人，受到法規的制約力以及被賦予再現地方客家文化、促進地方溝通的重要角色，苗栗縣的吉元有線電視公司、信和有線電視公司分別在社區共同天線成立時，北區的信和有線電視，分別在 1994、1995 年成立信和新聞部，開始製播「信和新聞」、「信和客語新聞」的地方新聞，這是苗栗地區有線電視客語新聞製播的開端，南區的吉元有線電視，則在 1993 年底 12 月，開播「大苗栗新聞」。

基於地方新聞不該以地域分區而限制閱聽人，在考量打破新聞取材限制、人力調度成本、收視效益與廣告收益等因素，故兩家電視台在 2001 年，以共同合資經營方式，將信和新聞部、吉元新聞中心二家原來的新聞單位進行統整整合，共同成立「大苗栗新聞中心」，並開始製播「大苗栗新聞」與「大苗栗客家話新聞」，初期每日新聞長度為 40 分鐘，後期在 2006 年時改為每日新聞 30 分鐘，內容深具地方特色，有別於無線台的全國新聞台，有線電視新聞內容以地方為議題主角，強調在地性，苗栗縣有線電視從「信和客語新聞」一路發展至今的「大苗栗客家話新聞」，已有 16 年時間。二家有線電視沿革與製播客語新聞的歷程，整理如下表 2-3-1、表 2-3-2。

台灣國內目前有線電視製播客語新聞的電視台只有新竹縣北視有線電視的「新竹客語新聞」，以及本研究的苗栗縣吉元、信和有線電視共同製播的「大苗栗客家話新聞」，目前新竹客語新聞、大苗栗客家話新聞目前都是同屬於 TBC 台灣寬頻通訊公司的系統台，該集團效法台灣公共廣播電視集團，以服務、公益為出發點製播客家話新聞，為傳播客語文化而堅持製播理念。

表 2-3-1：信和有線電視沿革一覽表

沿革時間	公司組織內容	服務區域
1979 年	信和電業社開始共同天線服務	苗栗中港溪地區
1993 年	信和電訊傳播股份有限公司	苗栗中港溪地區
1994 年	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 年	取得有線電視籌設許可證 製播「信和客語新聞」	苗栗中港溪地區
1996 年	核發有線電視籌設許可證	竹南、頭份、三灣、造橋、南庄
2001 年	與吉元有線電視共同製播 「大苗栗新聞」、「大苗栗客家話新聞」	苗栗北區

表 2-3-2：吉元有線電視沿革一覽表

沿革時間	公司組織內容	服務區域
1983 年	成立吉元電器行	苗栗市、頭屋
1984 年	經營共同天線轉播三台	苗栗市、頭屋
1989 年	改組成立吉元電纜電訊股份有限公司	苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼
1992 年	播放錄影帶節目、亞洲衛星 電視節目共 42 頻道	苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼
1993 年	取得有線電視節目播送執照	苗栗市、頭屋、後龍、公館、銅鑼
1993 年	製播「大苗栗新聞」	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。
2001 年	與信和有線電視共同製播 「大苗栗新聞」、「大苗栗客家話新聞」。	苗栗南區

第四節 台灣客家媒體傳播研究

一、客家電視媒體

台灣的客家傳播研究，在 1990 年代和客家電視台成立之前，佔國內傳播研究的少數，主要是因當時的族群媒體並無具體成形。所能見到的學術研究多為客語製播節目的討論，1994 年張致遠在行政院文化建設委會所舉辦的客家文化研討會所發表的〈客語電視節目的現況與改進〉一文，主要是針對 1989 年以前，台灣電視台所製播的客語節目的內容進行檢討，張致遠認為 90 年代以前所製作客語節目的缺點，普遍有考證文獻不足、採訪對象不適合等問題存在（姜如珮，2003）。

劉幼琍（1997）開始研究國內客家族群對廣電媒體的使用與滿足，初期僅只針對 1997 年之前的台灣客語廣播電台和客家電視節目的製播狀況進行整理調查，針對閱聽人的研究，劉幼琍（1998）隔年利用問卷方式，以全台 15 歲以上的客家人與原住民為研究對象，調查特定族群對廣電媒體的需求及收視、收聽行為，並比較兩者對廣電媒體與使用行為不同之處。

研究發現，客家人與原住民兩個族群聽廣播和收看電視的原因多半是為了尋求快樂排遣時間，客家人在收看電視節目以新聞性節目居多，客家人與原住民閱聽人都認為電視是傳遞特定族群文化的最佳媒介。此外，客兩個族群閱聽人都認為廣電媒體對特定族群所提供的報導與服務，在量與質皆有明顯的不足，需要再加強，要導正媒體報導扭曲特定族群形象的情形，充實特定族群的廣電媒體，除了保障少數族群閱聽人的媒體近用權之外，可藉由自辦媒體，以及讓他們參與廣電媒體的製播工作來加強，對於是否需要成立客家電視台或原住民電視台，二者分別有高達 8 成、9 成以上，認為是有其必要性的，顯示特定族群的自我認同感會影響閱聽人對媒介內容的需求。

客家電視台在 2003 年 7 月成立後，成為了全球第一個以客語發音的族群媒體電視台，因特殊的文化因素與歷史情境，使得客家電視的特殊性與一般的電視頻道有所不同（彭文正，2004）。因特殊的媒體體質，激起國內學術界對於客家電視台之節目、經營模式、閱聽人的興趣，相關研究也隨著電視台的開播而逐漸展開。

對於台灣客家文化、母語的社會脈絡發展，彭文正（2004）以媒體近用、多言文化的觀點，再次去張顯客家文化、客家母語在台灣社會的定位。研究指出，年齡愈大或者客家話能力愈強的人，愈想透過客家電視學客家話，這代表年長的客家人擔心母語失傳，在某種程度上，投射於對客家電視台的使用行為，以及將文化、語言傳承的期待寄望在客家電視台。客家語言、文化、甚至客家人口都在逐漸的模糊中，客家認同、族群意識、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。客家電視正是由上述因素所衝擊出的產物，正因如此，客家電視被賦予必須肩負起客家主體再現，傳承客家文化，滿足客家閱聽人期望，重塑客家形象的多重使命，在社會意義上具有重要的角色與意義存在。

客家電視台的社會責任和使命的問題焦點，陳清河和林佩君（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）則提出，客家電視台還必需「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）則再次強調客家電視台要符合「回應客家族群媒體近用的渴望」；徐佳玲（2006）探討客家電視台的發展，指出客家族群的媒體近用權雖然已獲得初步的滿足，但事實上，客家電視台只達到「族群文化傳承」部份功能，還未具備有「族群目文化交流」之特性；徐巧昫（2009）問卷調查桃竹苗地區民眾收看客家電視台觀感的研究中亦指出，以單一節目頻道方式播出的客家電視，節目傳播對象局限於客家族群的觀眾，播放題材不論是廣告宣傳或節目不容易在其他電視台曝光，逐漸失去多元群眾的接觸機會和功能，因此經營管理方面，還需加強人才培訓，以客家地方特色製作更具深度的文化性節目，並以多元文化概念強化族群頻道的節目內容和內涵（陳月針，2004；宋菁玲，2009；李儒林，2008）。

客家電視收視群與經營層面的研究，彭文正（2004）認為，電視做為一個反映社會文化的媒介，為意見傳佈角色，應該成為研究語言演變的主體，甚至成為分析單位。客家電視台可以在沉默螺旋的社會氛圍和傳播角色中，扮演修正意見氣候的功能。彭文正以客家閱聽人為研究對象，調查客家電視台在開播的二到三星期間的收視動機，將客家元素列為影響收看客家電視的主要因素之一。研究發現，客家意識影響客家話能力和文化期望，進而影響閱聽人的收視行為，客家意識較強者，多數是年齡較長、教育程度較低的客家人。年輕一輩的客家人，普遍的客語能力較不佳，故收看客家電視台節目的意願也相對的較低落。透過收看客家電視學習母語的意願低。

黃葳威、李佳玲（2005）研究客家電視頻道的文化行銷模式發現，客家電視台的忠實收視群，以集中在中壯年、老人、婦女為主，並指出，客家電視台少有青少年、青年的閱聽眾，這與成立時，強調傳承客家文化的初衷似乎有一點差距，節目內容雖備具有傳遞客家文化的功能，仍因節目容內缺乏創意和娛樂性，收視群眾以中老年人為主（徐巧昫，2009），對於無法有效吸引年青客家族群，是客家電視台做為族群媒體需進一步設法跨越世代傳承的問題。

這種無法突破因「世代」問題所產生的傳承之理想，蔡珮（2008）更一步探究客家電視台如何在世代交替下召喚或建構族認同，研究發現，在不同世代、不同母語程度與不同生活經驗的客家閱聽人，客家電視台對其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，客家閱聽人消費客家電視台的過程中，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，研究中更發現，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。因此，族群媒體的使用，應回歸於閱聽人的社經背景、個人特質。

詹國勝（2010）近期分析桃竹苗地區民眾收看客家電視台「暗夜新聞」的收視動機、行為、滿足程度之間的關係，以使用與滿足理、節目與新聞品質相關理論進行分析，除了問卷調查之外，更加入焦點團體進行訪談法，結果顯示桃竹苗地區的閱聽人收看客家電視台主要動機以「學習客家母語、文化」為主，閱聽人的客語能力、文化認同仍是促使客家籍閱聽人收看族群電視節目的主要因素。這

與以上國內族群傳播相關的研究結果相呼應。

綜觀近年來國內對客家傳播研究的理論途徑（**approach**），本研究與郭曉真（2007）的看法相同：要不就是閱聽人研究，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皆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，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？」而較欠缺對弱勢族群在建立起族群媒體、非主流媒體後，實際媒介使用情形的研究。

彭文正（2009）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。

二、苗栗地方有線電視台

有線電視台製播客語新聞，在以客家族群居多的客家庄傳播場域裡，閱聽人的收視行為令人好奇，也是較為缺乏的。

鍾君勵（2009）探討苗栗縣吉元、信和有線電視的客語新聞，從大苗栗客家話新聞中，篩選出 299 則的族群相關報導，其中有 212 則為客家族群相關報導，進行內容分析。發現結果發現，大苗栗客家話新聞中的客家族群相關報導佔有近六成為主要相關，顯示出苗栗縣為強勢客庄的表現，這是因為苗栗縣有高達 7 成的客家人，大苗栗客家話新聞為地方新聞台，製播新聞以多數族群為主要報導對象，自然採訪內容也以多數的客家族群為主。

同時，客家族群歷史包袱不再、傳統的客家形象也被改變，記者的文稿大多數是以正面角度、積極面來撰寫，不再強調為客家族群弱勢與傳統的客家形象，新聞內容取向，多朝向客家產業活動、客家藝文、客家庄建設與客家語言等議題為主，客家族群相關報導達到傳播效果，相對的閱聽人接受度提高，對於客家認同也能提升。此項研究有助於透視新聞內容，但如果能再深入討論收看大苗栗客家話新聞之閱聽人的收視動機行為，能為新聞內容製播與議題取材的方向，提出檢討與改善。

劉培琴（2008）針對苗栗縣有線電視系統業者，研究大苗栗新聞中心製播的國、客語新聞，品質與收視戶滿意度、忠誠度之間相互關係，研究發現地方新聞服務品質透過收視戶滿意度直接顯著的正向影響收視戶忠誠度。收視戶新聞內容的期望與認知仍有少許差距，有可調整改善的空間。

以劉培琴的研究結果顯示收視戶對新聞內容並非全然滿足，探討原因還可從閱聽人的人口變項著手，以及閱聽人對客語新聞類型的偏好進行討論與改善內容，更能夠有利於做為新聞製播的依據。

苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查⁵，對象為苗栗全縣滿 20 歲以上的民眾進行電話訪問，2009 和 2010 年的調查結果皆指出，受訪者以 60 歲老人最多，50~59 歲中老年人次之，高中職教育程度、藍領與農林漁牧業佔多數，收看大苗栗新聞頻道的頻率以爾偶為多數，對節目內容普遍感到滿意。

在客家傳播研究的興起之下，研究主體、對象，應被更廣泛的討論，因此有線電視這種屬於地方台的媒體研究也逐漸被關注，傳播區域範圍、閱聽對象更加細緻的描繪出。不過在劉培琴與鍾君勵在苗栗地區有線電視的研究中，僅針對顧客收視滿意度與新聞內容分析為主，並未討論閱聽人收看客語新聞的收視動機，無法清楚瞭解地方新聞台閱聽人的收視行為。

歸納以上的學術研究，主要以客家電視台、客家平面雜誌為研究對象，焦點

⁵吉元、信和有線電視委託佛光大學，分別在 2009、2010 年進行《苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查》。

多放在其社會意義上，以及經營管理、文化再現與客家閱聽人的認同，但在研究閱聽人使用媒介動機、行為的研究，卻不夠深入與全面，意即當前台灣客語傳播研究，以討論客語新聞節目「為何要製播」為主流，討論其社會、政治意義為主，較缺乏該如何製播、閱聽人實際使用媒介的研究，應對「如何製播」有更多的探討。

因此本研究，在一個客家族群聚居密集程度高的地理範圍裡，選取一個區域的有線電視頻道，以其所製播客語發音的新聞節目為範疇，試圖瞭解是誰在看？偏好哪些性質的新聞報導，他們在看什麼？他們為什麼會想要收看？以及彼此之間的關連。



第五節 收視動機與行為研究

一、使用與滿足理論

閱聽人與傳播媒體的相關研究，「使用與滿足理論」為研究面向之一，早期傳播研究偏重於「媒體效果」，後期則以「媒體使用」為重點，並逐漸結合媒體批評與媒介使用，以科學量化調查方法進行相關研究，探討閱聽人與媒介之間的互動，強調閱聽人與媒體之間的關係已從單純的被動轉向主動性，近期則是進入兩者彼此消長的相互關係（翁秀琪，1996；黃葳威，2004）。在傳播學研究裡，「使用與滿足」是主要探討閱聽人為主的研究理論視野，從閱聽人的角度出發，探討媒體的效果，以閱聽人為研究取徑，根據閱聽人的需求，並且會主動的選擇、使用媒體，進而達到滿足自我的特定需求。

國內學者黃葳威（2004）將大眾傳播的發展，歸納為「未出現時期」、「媒體萬能論」、「媒體有限論」、「媒體使用與滿足與結合媒體批評與使用」五大時期；「媒體萬能論」認為閱聽人對於媒介所發送出的訊息為被動性接受；在「媒體有限論」時期，傳播媒體效果是有限的，訊息傳播經由不同途徑傳遞，所謂的不同途徑指的不再是媒介種類或型態而是閱聽人本身，包括閱聽人個人的立場差異、社會人際關係與年齡、性別、收入、職業、教育等人口變項，以及生活型態的社會範疇（DeFleur&Ball-Rokeach,1982；翁秀琪，1996）。由此可知，研究關注焦點已逐漸從媒介轉向閱聽人。

傳播研究在進入「媒體使用與滿足」時期，強調閱聽人是主動性的選擇與使用媒體以達到滿足。使用與滿足理論在1974年出版的《大眾傳播媒體的使用 The uses of Mass Communication》一書中正式被提出，Elihu Katz、Jay Blumler、Mickael Gurevitch等學者所提出的理論，確立並奠定使用與滿足理論的基礎。假設指出，閱聽人能理性的瞭解自己對資訊內容的興趣，其使用媒體動機具有主動性，閱聽人會在使用的過程中尋求滿足（翁秀琪，1996）。因此，羅世宏（1997）認為使用與滿足模式之下，閱聽人是主動的，使用媒體是一種目的導向的行為，傳播過程中最重要的是閱聽人的需求滿足與媒體選擇。在確立使用與滿足理論的基礎架構之後，Rosengren（1974）則進一步強調，閱聽人使用媒介的動機，需將考慮到人口變項、基本需求、社會與媒體結構等因素，其中個人特質包括心理結構、社會地位、生活歷程。

McLeod&Becker（1981）則是將個人基本需求、社會情境中的個人社會背景視為影響閱聽人使用媒介動機的主要因素，閱聽人因為要尋求滿足，在滿足的途徑與過程裡，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果（翁秀琪，1996）。個人的需求包括對資訊認知、情感、自我認同、社會人際、減壓等（Katz & Gurevitch,1973）。

選擇使用媒介達到滿足，強調的是閱聽人主動使用媒體來追求自我的滿足，Palmgreen,Wenner&Rosengren（1985）則認為使用媒介的滿足是一種回饋的機制，閱聽人個人對媒介不同的需求，會產生不同的滿足結果，即所謂的滿足追求（gratifications sought）和滿足獲得（gratifications obtained）的兩者之間的互動關係。

閱聽人在尋求滿足的途徑與過程中，相關研究進一步指出，可從內容滿足與過程滿足二方面著手，媒體所傳遞的資訊是否能夠滿足閱聽人為內容滿足，使用媒體的經驗即為過程滿足（Cutler & Danowski,1980），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選擇媒體，進而產生使用行為。

自我的觀點是指閱聽人的個人社會背景與特質，Johnson（2010）將自我分類概念應用於族群媒體研究上，自我分類來自於社會認同的角度，除了語言為選擇使用媒體的主要因素之外，還有其他的變項，像是階級、種族和年齡、性別等個人背景皆會影響閱聽人對媒體的選擇，強調人口變項與使用媒體行為動機是相互牽動關連，因此欲探討族群媒體效果，使用與滿足理論為閱聽人研究的主要理論視野之一（Johnson,2010；李美華，2010）。

McQuail（1994）更認為，閱聽人個人的社會背景（Social Environment）、心理意象（Psychological Intention）會影響閱聽人使用媒介的期望與偏好，進而產生特定的媒介偏好與使用習慣。反觀國內收看客家電視電、原住民電視台、地方有線電視台的客語新聞或者收聽客語電台等，多數因閱聽人族群身份的社會背景與族群認同的心理意象而產生他們的特定收視、收聽偏好與行為。

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滿足自我的需求，其使用的動機與背景，以及討論對在不同的閱聽人需求、動機與使用行動之下，閱聽人與媒介之間如何產生回饋。綜觀以上學術理論與研究，可窺見媒體的特質與內容性質為影響閱聽人使用媒體行為的重要因素，將人口變項納入研究自變項之中，能讓問題焦點更加清楚。

台灣國內的客家傳播研究，為近期興新的傳播媒介，將這一概念運用於客語新聞的閱聽人研究，將能有助於瞭解使用行為與收視動機，此因，本研究將以「使用與滿足理論」概念運用於客語新聞閱聽人的收視行為分析。

二、收視動機研究

閱聽人使用傳播媒介是主動、有目的性，瞭解閱聽人的使用動機，可有助於傳業者掌握閱聽人的需求，以利製播。

Rubin & Perse (1987) 將閱聽人使用媒介動機的型態歸納為工具性使用 (instrumental television viewings) 與儀式性使用 (ritualized television viewings)，工具性的收視動機，選擇使有媒介時，是具主動、目的性的，高涉入程度，動機以追求刺激、娛樂、資訊的滿足；儀式性的收視動機，使用媒介動機是為了打發時間，媒體內容的涉入程度低，因消極的收視行為，對內容不具有社會真實感，也比較容易分心 (引自黃葳威，2004b)。

黃葳威 (2004b) 調查台灣國內地區的民眾電視使用的型態，研究發現台灣民眾使用電視較傾向工具性型態，代表著台灣地區的閱聽人對於收看電視已扮演主動的角度。反觀本研究欲瞭解大苗栗客家話閱聽人的收視動機，收看客語新聞，閱聽人最基本需具備有客語能力，才能引起收視意願，為了滿足對地方新聞的資訊需求，其收視動機處於主動性選擇，是否構成工具性型態的收視動機，是本研究欲瞭解的部份，也才能更細緻掌握影響閱聽人收看客語新聞的動機因素。

Levy (1978、1983) 在電視新聞使用動機的研究中指出，守望 (surveillance)、認知 (cognitive)、情感 (affective) 取向與娛樂 (diversion) 作用為閱聽人收看電視新聞的四大因素，McQuail (1972) 將英國閱聽人收看益智電視節目的收視動機，歸納出個人關係 (personal relationship)、個人身份認同 (personal identity)、娛樂 (entertainment)、守望環境 (surveillance) 與資訊尋求 (information)。Wenner (1982) 研究閱聽人收看晚間新聞和一小時電視節目的動機，研究指出收視動機可區分為：守望環境 (surveillance)、娛樂 (entertainment)、人際交流效用 (Interaction)、社會互動 (social interaction) (引自陳雪霞，2003)。

檢視過去學術研究電視與新聞節目的收視動機，可分類為獲得知識、守望政治環境、自我肯定、人際互動、逸樂娛樂、放鬆壓力、習慣等，將以上動機歸納可區分為訊息與守望、自我肯定、社交、娛樂，與 Levy 所提出的四大動機因素相互印證 (McQuail, Blumber & Brown, 1972; Rayburn & Palmgreen, 1982; 林東泰，2002; 詹德馨，2005)。

Rubin (1981) 整理出9個主要的電視收視動機，分別是為了打發時間、習慣 (to pass time)、為了作伴 (for companionship)、陪和家人、朋友一起看 (social interaction)、以尋求刺激 (for arousal)、要收看特定節目 (for specific program)、為了放鬆心情 (for relaxation)、因為要娛樂 (for entertainment)、為了獲得消息與學習 (for information、learning)、逃避現實 (for escape)。

國內電視新聞閱聽人的收視動機研究，杜麗芳 (1984) 研究民眾收看電視新聞與氣象報告的動機，歸納指出主要的收視動機是為要「獲取時事新聞」、「可對自己有助」、「收看電視新聞能替代看報紙」、「為了尋求刺激」，以及「陪家人或朋友共同觀賞」；有線電視新聞節目的收視動機研究中，劉貞秀 (1995) 研究歸納出「資訊型」、「逃避型」、「娛樂型」、「溝通型」、「學習型」等五大收視動機

類型。游進忠（1996）則是以台北市民眾為研究對象，研究其收看有線電視新聞之動機，研究指出收視動機在於「資訊探索」、「政治守望」、「人際效用」、「替代式社會互動」。

以特定族群為對象的收視動機與行為調查，劉幼琍（1998）針對客家、原住民所的廣電媒體需求及收視聽行為研究中，「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」、「加強聯繫增進人際關係」等五大類，為客家、原住民族收看電視或收聽廣播的主要動機。

彭文正（2004）將「客話能力」、「文化期望」、「學習動機」視為足以影響收看客家電視台頻率的主要動機因素。詹國勝（2010）分析民眾收視客家電視台「暗夜新聞」的現況，將收視動機列出，獲取新知、尋求快樂排遣時間、與他人分享苦樂、與他人交換訊息、喜歡內容、打發時間、增加與別人談話的題材、了解客家族群對事物的看法、做為日常生活的參考、間接與客家族群接觸、情緒上的解脫、陪伴家人、朋友、學習客語、已經成為習慣、滿足幻想與想像、喜歡客家文化等，以因素分析歸納出「訊息分享與情緒解脫」、「學習與了解客家語言文化」和「打發時間」三項主要動機。研究結果以「學習與了解客家語言文化」的動機強度最高，顯示桃竹苗地區的閱聽人收看客家電視台主要動機以學習客家母語、文化為主。

曹一文（2007）將「族群認同」與「使用與滿足」視為近代社會科學、傳播學的重要研究主題和理論，檢視原住民的族群認同，對於收看原住民電視台之收看行為、動機與滿足情況的關聯性，將收視動機與收視滿足區分為「資訊蒐集」、「社交互動」、「娛樂消遣」、「學習母語」。

本研究為針對地方有線電視客語新聞節目的收視動機與行為調查，客語新聞收視動機與行為的相關研究，目前國內研究較為少數，參考電視相關研究文獻為基礎，依照大苗栗客家話新聞的節目特性，將收看大苗栗客家話新聞的收視動機因素歸納為「娛樂型」、「學習型」、「社交社」、「資訊型」、「政治型」五大類。

三、人口變項與收視動機、行爲之研究

(一) 性別

劉貞秀（1995）的研究，將「性別」視為足以影響閱聽人使用媒介的動機，產生不同的行爲，研究指出，女性觀眾收看有線電視新聞的動機，多數為娛樂型、溝通型、學習型動機，強度比男性高。男性多數則是以資訊型、逃避型，動機強度比女性高，反映出性別在新聞節目的使用動機上，存在著不同的差異性。

使用媒體行爲，男女大不同，國外學者指出，一般男性收看新聞的時間會高於女性，收看時間平均多出半小時（Atkins&Elwood,1978）。國內的研究也發現，台灣的男性看有線電視新聞節目，平均時間一個小時，比女性的平均半小時還要多（劉貞秀，1995；游進忠 1996）。

在收看特定電視節目的研究中，陳雪霞（2003）以台北市觀眾為對象，發出 480 份問卷，調查收看烹飪節目的收視習慣，結果顯示，「收視時段」、「喜愛的節目類型」會因觀眾的性別，存在顯著差異。

(二) 年齡

老人收看電視的動機是以「獲知」為最主要，「教育程度高」且已婚的外省籍男性，收看電視的動機較其他老人強，也顯示其藉由新聞節目，獲取知識與消息，做為與社會聯結的一種方式（劉永芷，1987），游進忠（1996）研究指出，年齡在「娛樂消遣」、「資訊探索」二項的收視動機中，存在有顯著差異。由此可看出年齡與教育程度影響閱聽人使用媒介的動機。

在國外的研究裡多數學者指出，高中生比國小、國中學生收看電視新聞節目的頻率高，成人年齡愈大，收看時間較長（Atkins& Elwood,1978），而在劉貞秀（1995）、游進忠（1996）的研究結果顯示，國內觀眾收看有線電視的收視時間，成人年齡愈大，收看時間較長。

(三) 教育程度

在國內外的文獻中，可得知收視動機、行爲與教育程度皆具有顯著相關，教育程度高者的「守望環境」、「尋求資訊」收視動機較為強，教育程度較低者，以「找尋樂趣」為主（Robinson & Hur, 1981），「學習型動機」、「資訊探索」二項動與教育程度成正相關（劉貞秀，1995；游進忠1996）。

葉華鏞（2001）在調查大台北地區觀眾收看購物頻道的研究中指出，教育程度高者，收視時間愈短。陳雪霞（2003）研究台北市觀眾收看烹飪節目的收視行爲發現，高中職、大專院校學歷者，在下午、深夜時段收看較其他教育程度者高，喜愛的節目類型偏向日本國家和中式菜餚二類居多。

(四) 職業

游進忠(1996)研究發現,不同的年齡、職業、語言、選舉原則、婚姻狀況,收看有線電視新聞節目的涉入程度有所差異。陳雪霞(2003)指出,不同職業的觀眾收看烹飪節目的動機有差異存在,「服務業」者的「學習事務」動機強過「工」,研究也發現,學生的收看頻率、時間最高,收看節目的時段,晚上以軍公教業人員居多,收看「國家類型」與「烹飪類型」的節目偏好也會因職業而有所差異,顯示職業的不同與「收視頻率」、「收視時間」、「收視時段」以及「節目偏好」存在差異。收看烹飪電視節目的「吸收新知」動機愈強,收看時間愈長,與游進忠(1996)的研究結果相符,「資訊探索」動機愈強,收看電視新聞節目的時間亦愈長,滿意程度也強為強。

(五) 收入

杜麗芳(1984)研究指出高收入者收看新聞節目的「資訊尋求」動機較低收入者高,「知道國家大事」、「知道世界大事」二項收視電視新的動機與收看的程度呈現正相關,收看程度愈高。劉貞秀(1995)則是發現高收入者的「娛樂型動機」呈現反向關係。而二人的研究皆指出,高收入者收看新聞節目的時間較長。

(六) 客語能力與族群認同

彭文正(2004)研究指出,教育水準低、年齡長者、收入愈高、客家意識愈強、客家話能力愈好、文化期望愈高的閱聽人,愈願意藉由客家電視台學習母語,以及收看客家電視。視為影響收看客家電視台頻率的因素,並以客家意識為核心要素,客家意識與客家話能力、文化期望、學習動機、收視頻率成正比;文化期望與學習動機、收視頻率成正比;客家話能力與學習動機、收視頻率成正比;學習動機與收視動機為正比。

李美華(2009)調查桃竹苗地區民眾的媒介使用、人際互動與文化認同,以跨文化傳播(Intercultural Communication)的角度切入,根據跨文化傳播、媒介使用與滿足理論,採用問卷調查,分析客家族群閱聽人在使用族群媒體的情形,以受訪者的人口背景、媒體使用、人際接觸情形、族群互動做為變項,探討族群互動過程裡所表現的人際傳播,研究結果指出,「客家媒介使用時間」(包含收看客家電視台、閱讀客家雜誌、收聽客語廣播、使用客家相關網路資源)、「年齡」、「客語能力」、「教育程度」、「家庭平均收入」與「客家認同」皆呈現正相關,又客籍受訪者的族群互動經驗,以客籍對象為最多數,顯示客家媒體的使用量與客家文化認同與族群互動之間有顯著的相關性。

詹國勝(2010)延續李美華(2009)之研究,將問題焦點鎖定於桃竹苗地區民眾收看客家電視台的使用行為,分析民眾收視客家電視台「暗夜新聞」的現況,以因素分析歸納出「訊息分享與情緒解脫」、「學習與了解客家語言文化」和「打發時間」為主要收視動機,研究結果以「學習與了解客家語言文化」的動機強度最高。此外,閱聽人的年齡愈高,收看客家電視台的使用頻率愈高、時間愈長,客語能力程度愈佳,收視滿足程度也愈高,

綜觀以上的文獻研究，以及上一節的使用與滿足理論的論點，可發現閱聽人的媒介使用動機與行為，不僅出自於其本身的心理、社會需求，人口變項更是重要因素，具有某種程度上的差異性。在探討有線電視客語新聞收視戶的收視行為研究，本研究認為需將教育程度、性別、年齡、職業、收入等五個人口變項納入，並且考慮到大苗栗客家話新聞的語言特性與族群社會環境，因此特別加入客家母語聽、說能力和族群身份認為二項，藉此分析人口變項對收視動機、行為的影響，進行相關調查研究。

此外從以上學術研究文獻可得知，收視動機會因收視行為不同而有顯著差異存在；收視滿意會因收視行為程度不同有顯著差異；收視動機會因收視戶的收視滿意程度不同而有顯著相關。本研究為針對地方有線電視客語新聞節目的收視動機與行為調查，客語新聞收視動機與行為的關連性研究，目前國內研究較為少數，參考電視相關研究文獻為基礎，依照大苗栗客家話新聞的節目特性，將收看大苗栗客家話新聞的收視動機因素歸納為「娛樂型」、「學習型」、「社交社」、「資訊型」、「政治型」五大類。收視行為部份，則著重瞭解收視戶的「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」三部分。綜合以上，本研究將分析人口特質的人口變項與收視動機、行為之間的相關，進行調查研究。

第三章 研究方法

第一節 研究對象

一、大苗栗客家話新聞特色

1995 年，苗栗縣信和有線電視即製播「信和客語新聞」，後期更與苗栗縣吉元有線電視合資共同製播「大苗栗客家話新聞」，苗栗地區有線電視的客語新聞發展至今已 15 年。苗栗縣的吉元、信和有線電視，二家電視公司共同在 2001 年成立「大苗栗新聞中心」，常態性製播有「大苗栗新聞」國語新聞與「大苗栗客家話新聞」。大苗栗客家話新聞，內容含蓋有政治與地方建設、社會、文教、娛樂新聞等，其新聞內容鎖定在苗栗縣 18 鄉鎮的社區、客庄文化活動、地方事務議題為主。

在新聞內容部分，為與客家電視台全國性頻道的內容區別，「大苗栗客語新聞」報導焦點在地方題材的專題採訪和規劃。按劉培琴（2008）與鍾君勵（2009）對於「大苗栗客家話新聞」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」、「娛樂」、「生活」等五大類別。

採訪原則，為最即時、富有人情趣味且受苗栗地方鄉親矚目、重視的新聞。製播目標是要讓地方人了解地方事，老一輩苗栗客家人不和社會脫節，新一輩客家年輕人，更能因常聽常說客家語。

報導方式，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，隨時掌握縣民權益。還有民生消費方面，眾所關心的教育、健康醫療訊息，社會福利服務，以及有趣的人情趣味事物，挖掘縣民尚未查覺、值得關注的文化、生態及環保議題，最即時的風災意外、消防救災的火線消息等，強調在地性的新聞議題都網羅在內。

另外大苗栗客家話新聞也強調重視地方母語文化傳承，報導傳統技藝產業、客家人物、客庄傳統文化、宗教與社區活動、藝文展演等，並開闢單元做客家母語教學，像是常用的生活用語及俚語、諺語等趣味小單元穿插。同時讓民眾隨時收到第一手地方活動訊息，新聞結尾時，設有藝文圖卡，觀眾隨時注意到最新藝文及活動訊息。

大苗栗客家話新聞內容，強調地方文化、語言特色，新聞議題對收視戶產生連結與感受會較為強烈，能夠呈現地方新聞地方鄰近性與注重公共服務，不過因採訪範圍局限於苗栗地區，較難有全國性、國際觀點的融入。



圖 3-1：大苗栗客家話新聞播出內容

二、大苗栗客家話新聞製播人力

新聞採訪，星期一至星期六，每日下午五點三十分首播播出，並排定重播時間，重播時段為晚間上 10 點、12 點和隔天的早上 6 點、中午 12 點，可看出晚間時段的重播主要是把觀眾群鎖定在青年、中年人以下的收視戶，而隔天早上與中午的重播，收視群放在老年人。

NEWS 08		大苗栗新聞		time management		播出時間	
國語	(首播) 週一至週日	17:00				5 13	
	(重播) 當日	21:00	23:00	01:00			
	翌日	07:00	09:00	13:00			
客語	(首播) 週一至週日	17:30					
	(重播) 當日	22:00	00:00				
	翌日	06:00	08:00	12:00			

圖 3-2：大苗栗客家話新聞播出時段

客家話新聞內容與國語新聞，內容是一樣的，由國語文稿口譯配音四縣客家話。客語配音工作，由文字記者負責，每位文字記者同時也輪流擔任客家話新聞的主播播報工作。因此，大苗栗客家話新聞，主播與新聞配音皆以四縣客家話發音。

目前大苗栗新聞中心負責採訪的線上記者，共有四組，依鄉鎮區域，分有縣府、苗栗、山線、中港溪組，每組攝影、文字各一人。8 人中，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。其他 7 位，都是客家人，母語以四縣為主，而新聞中心的工作人員全數皆為苗栗縣本地人。



圖 3-3：大苗栗客家話採訪與後製工作情形

三、閱聽人概況

信和、吉元二家有線電視系統台，在苗栗地區的收視戶含蓋了苗栗市、苑裡鎮、通霄鎮、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。根據信和、吉元二家有線電視共同經營的大苗栗新聞中心的調查，以 2008 年苗栗縣住宅電話用戶為抽樣母體，採用電話訪問，實際訪問 1085 份有效樣本，經過調查，苗栗地區住戶家中有裝設有線電視者，普及率高達 76%。

根據業者實際服務的收視戶數統計，98 年 12 月總收視戶，共計有 100030 戶，一直到 2009 年 12 月為止，收視戶數維持在 10 萬戶，以人口戶數計算，收視戶佔有率達到 6 成以上⁶。



圖 3-4：大苗栗客家話新聞播送區域圖

⁶ 《2009 年苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查報告》由吉元、信和有線電視公司聯合委託佛光大學以電話訪問調查，主要針對住在苗栗縣、二十歲以上之民眾為主。

收視戶的族群身份認同部份，苗栗縣行政區域劃為 18 鄉鎮市。原住民以道卡斯、賽夏、泰雅族為主，主要分佈在南庄、泰安、獅潭。山線為客家庄，海線為閩南庄。

依據苗栗縣政府主計處，苗栗縣 98 年選民結構分析⁷，苗栗縣族群結構，縣民的單一族群自我認定結果，以客家族群最多，占 57.9%，閩南人次之，占 36.7%，外省族群則有 2.7%，而原住民、新移民和其它族群比例皆不滿 2%。

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部分都高達 70% 以上，是典型的客家鄉鎮。至於竹南鎮、苑裡鎮、通霄鎮、後龍鎮等 4 鎮的閩南人口單一認定部分都在 70% 以上，因此是閩南人口較多的鄉鎮。而泰安鄉的原住民人口單一認定部分為 81.8%，是原住民人口較多的鄉鎮。

以人口比例來看，客家人在苗栗縣將近佔有六成，其中隱性客家身份，不願主動說客語的鄉親，約佔六成中的 15%，多數居住在通霄、苑裡一帶。而閩南人佔，因外來人口，逐年增加。原住民人口有逐年減少的趨勢，主要因少子化與人口外移等問題。

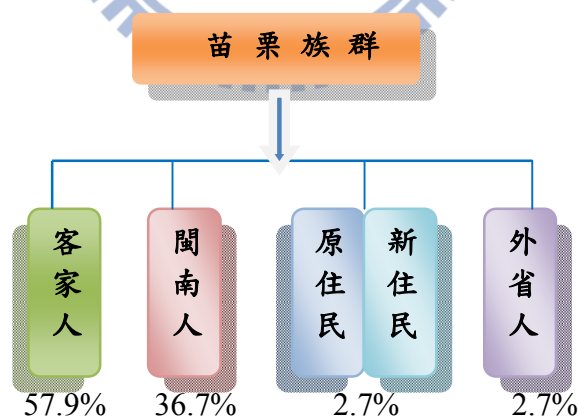


圖 3-5：苗栗族群分佈比例圖

⁷苗栗縣主計處，在 2007 年 12 月，委託中央大學客家學院做電話調查，苗栗縣 98 年度選民結構分析 <http://www.miaoli.gov.tw/Accounts/index.asp>

第二節 研究設計

一、操作型定義

本研究的主要研究目的是爲了瞭解人口變項對閱聽人收看大苗栗客家話新聞的動機是否具有影響，進而產生不同的收視行爲、偏好、滿意度，依照研究問題列爲以下四大部份：

第一部份：人口變項

本研究旨在調查收看大苗栗客家話新聞的收視戶個人基本資料，包含教育程度、年齡、性別、收入、職業。爲瞭解客語新聞觀眾是否會因語言能力、族群認同而影響其收視動機，故將客語聽、說能力與族群身份，列入人口變項調查中，以便與收視動機、行爲與滿意程度做分析。

釐清人口變項對收視行爲、動機與滿意度的影響程度，爲方便檢視，省去資料太過繁雜，將人口變項進行操作型定義，訂定出不同族群群組，詳見以下分群：

- (1) 性別：男性、女性。
- (2) 年齡：「青少年」爲 19~24 歲、13~18 歲、12 歲以下。「中壯年」爲 26~30 歲、31~40 歲、41~50 歲，「老年人」爲 51~60 歲、60 歲以上爲。
- (3) 教育程度：國中或以下（不識字、國中、小學或以下）、高中職、大學院校、研究所或以上。
- (4) 職業：軍公教職、服務業、營造業、製造業、商業、學生、家管、自由業、農林漁牧業、運輸業、待業中、退休人員、其他。
- (5) 收入：「無固定收入」爲 1 萬至 2 萬、1 萬以下爲「低收入」，「中收入」爲 2 萬至 3 萬、3 萬至 5 萬，「高收入」爲 5 萬至 7 萬、7 萬以上爲。
- (6) 說、聽客語能力：「佳」爲普通、精通，「不佳」爲略懂、完全不會。
- (7) 族群認同：「客家人」與「非客家人」爲閩南人、外省人、原住民、新住民。
- (8) 收視頻率：「忠實戶」爲每天、經常收看，「游離戶」爲偶爾、很少看。

第二部份：大苗栗客家話新聞的收視行爲。

收視行爲即指收看大苗栗客家話新聞的習慣與節目偏好，本研究參考陳君儀（2003）、陳雪霞（2003）對特定電視頻道與節目的收視行爲調查，統整歸納出收視行爲包含「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」。

(1) 收視頻率：意指受訪者多久收看一次大苗栗客家話新聞，參照陳君儀（2003）、陳雪霞（2003）對收視頻率所做的定義，本問卷的選項製定出：很少（2、3 週看一次）、偶爾（每週約 1~2 次）、經常（每週約 3~4 次）、每天都看。

(2) 收視時段：即指什麼時間、時段收看大苗栗客家話新聞，依據大苗栗客家話新聞的播出時間，選項列為：晚間 5:30、晚間 10:00 或深夜 12:00、早上 6:00 或 8:00、中午 12:00。

(3) 「收視偏好」意指觀眾在收看大苗栗客家話新聞時，喜歡什麼類型的新聞節目。收視偏好的新聞節目類型，依照大苗栗客家話新聞的議題內容特性，做為以下五種分類：

- (a) 政治新聞：政治人物動態與選舉焦點，政府建設與政策宣導。
- (b) 社會新聞：消防與意外事故、社會案件、警檢調查司法。
- (c) 文教新聞：族群文化、民俗宗教、校園活動與教育議題。
- (d) 娛樂新聞：休閒觀光、活動預告、藝人動態、人情趣味。
- (e) 生活新聞：民生消費、生態環保、醫療保健、社會福利、財經訊息。

第三部份：大苗栗客家話新聞的收視動機

收視動機即為觀眾為何會收看大苗栗客家話新聞的原因，參考收視動機研究文獻，劉貞秀（1995）提出「資訊型」、「逃避型」、「娛樂型」、「溝通型」、「學習型」五大收視動機類型；游進忠（1996）提出「資訊探索」、「政治守望」、「人際效用」、「替代式社會互動」、劉幼琍（1998）提出「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」、「加強聯繫增進人際關係」、彭文正（2004）提出「客話能力」、「文化期望」、「學習動機」，本研究依據大苗栗客家話新聞節目的內容特性，將收看大苗栗客家話新聞動機統整，歸納出「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五大類型。

並將本研究的「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五大收視動機做出以下明確定義：

- (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：陪同家人一起看、增加與他人聊天的話題、主播吸引我、支持認同客家族群語言文化。
- (4) 資訊型：關心社區/客庄活動、關心最新聞議題，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。

第四部份：大苗栗客家話新聞的收視滿意度

根據上述大苗栗客家話新聞的收視動機類型、收視行為類目，進行收看動機、行為與收視滿足相互之間的關係分析，收視動機類型有「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五大部份；收視行為包含「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」，以李克特（Likert）尺度評量，探測觀眾收看大苗栗客家話新聞動機與收視滿足的關連性，以及滿足程度與收視行為之間的差異。

二、問卷內容設計

本研究採問卷調查法，依照研究主題進行研究設計，問卷內容包括「個人基本資料調查」、「收視行為調查」、「收視動機調查」、「收視滿意度調查」四大部份，進行問卷資料蒐集（問卷如附件二）：

第一部份：基本資料調查

第 1 題為確認受訪者確實有收看大苗栗客家話新聞的習慣，以符合受訪條件；第 2 至 10 題為個人基本資料，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。採名目尺度測量，每題均為單選題。

第二部份：收視行為調查

參考陳君儀（2003）、陳雪霞（2003）對電視頻道與節目的收視行為調查，統整歸納出收視行為包含「收視頻率」、「收視時段」、「收視偏好」。「收視偏好」為調查觀眾喜歡何種新聞新節，依大苗栗客家話新聞內容的特性分類為「政治新聞」、「社會新聞」、「文教新聞」、「娛樂新聞」、「生活新聞」五大類型。

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栗客家話新聞「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栗客家話新聞以外，是否有收看或收聽其他客語電視、廣播？第 20 題至 24 題為閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視偏好」。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。

第三部份：收視動機調查

本研究依據大苗栗客家話新聞節目內容，將收看大苗栗客家話新聞動機統整，參考劉貞秀（1995）、游進忠（1996）、劉幼琍（1998）、彭文正（2004）、李美華（2009）對收視動機的分類，以及依照大苗栗客家話新聞的節目特性，將本

研究收視動機歸納為「娛樂型」、「學習型」、「社交型」、「資訊型」、「政治型」五大類型。

問卷設計第 25 題至 36 題閱聽人對大苗栗客家話新聞的收視動機，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、35 題；「資訊型」列在第 29、30、36 題；「政治型」則列在第 32 題，避免受訪者答題慣性偏誤影響。

第四部份：收視滿意度

根據上述對閱聽人收看大苗栗客家話新聞的動機分類，本研究將收視滿意度區分為「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，探詢受訪者對既有新聞節目的滿意度現況。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。

三、研究抽樣

(一) 研究對象

本研究主旨在研究苗栗地區收看客語新聞節目的收視行為與動機，故以有收看大苗栗客家話新聞的閱聽人做為研究對象。

(二) 調查實施

研究受訪員 10 人，正式進行問卷調查前，給予問卷填寫訓練 1 小時，本研究預試時間於 2010 年 3 月實施，正式施測定於 2010 年 4 月開始，至 2010 年 6 月底回收止，問卷回收後，進行編碼作業，有效問卷以統計軟體 SPSS12.0 for Windows 進行資料處理分析。

(三) 預測樣本與抽樣

本研究預試的前測問卷採用便利抽樣，以收看大苗栗客家話新聞的觀眾為受訪對象，預試樣本共發出回收 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，並進行量表之內容分析與修訂。

(四) 正式樣本與抽樣方法

由於研究對象為收看大苗栗客家話新聞的觀眾，吉元、信和有線電視在苗栗縣 18 鄉鎮市的收視戶分配比例並不平均，從表 3-2-1 即可發現，都會型鄉鎮和

人口較少的山區鄉鎮，例如頭份鎮與泰安鄉，收視戶比率就相差將近 73%，因此採取立意取樣（purposive sampling），2009 年 12 月二家有線電視的總收視戶為 100030 戶，按照各鄉鎮的收視戶數比例，以 1000 份問卷為基準，推估出各鄉鎮需要發出的問卷份數進行抽樣，而各鄉鎮預計發出的問卷數量，詳見表 3-2-1。

另外，因為受到時間、預算及人力的限制，並為達到隨機抽樣的原則，由訪談員在苗栗縣 18 鄉鎮市的人口聚集處，例如傳統市場、超商、大賣場、鄉鎮公所、農會等，進行問卷內容的訪談作業。為了避免因老年人不識字，無法順利填答而造成無效問卷，因此採取面訪。

表 3-2-1：吉元、信和有線電視收視戶比率與抽樣回收表

地區	收視戶數	收視戶比例	預計發出問卷數
頭份鎮	21075	0.211	211
苗栗市	20153	0.201	201
竹南鎮	16808	0.168	168
苑裡鎮	6702	0.067	67
後龍鎮	6519	0.065	65
公館鄉	5405	0.054	54
通霄鎮	5275	0.053	53
三義鄉	2721	0.027	27
銅鑼鄉	2787	0.028	28
造橋鄉	2446	0.024	24
大湖鄉	2266	0.023	23
卓蘭鎮	1965	0.020	20
頭屋鄉	1824	0.018	18
南庄鄉	1289	0.013	13
三灣鄉	866	0.009	9
西湖鄉	821	0.008	8
獅潭鄉	588	0.006	6
泰安鄉	520	0.005	5
	100030 戶	100%	1011 份

四、研究架構與假設

(一) 研究架構

在使用與滿足理論中，討論閱聽人使用媒介的動機，將人口變項歸納為足以影響閱聽人收視行為的要素（翁秀琪，1996），欲瞭解本研究對象大苗栗客家話新聞閱聽人的收視動機與行為，更不可忽視人口變項，探究閱聽人收看大苗栗客家話新聞動機，為使用研究，而內容真能符合閱聽人的需求，可從對新聞類型的偏好瞭解是否被滿足。

本研究欲瞭解大苗栗客家話新聞閱聽的收視動機與行為，以人口變項檢視收看大苗栗客家話新聞的動機、行為的關連性，再探測收視滿意程度與收視行為、收視動機的關連性，依據以上的研究主旨與綜合參考「使用與滿足理論」之理論模式，發展出本研究架構與研究假設。

以下為本研究架構圖：

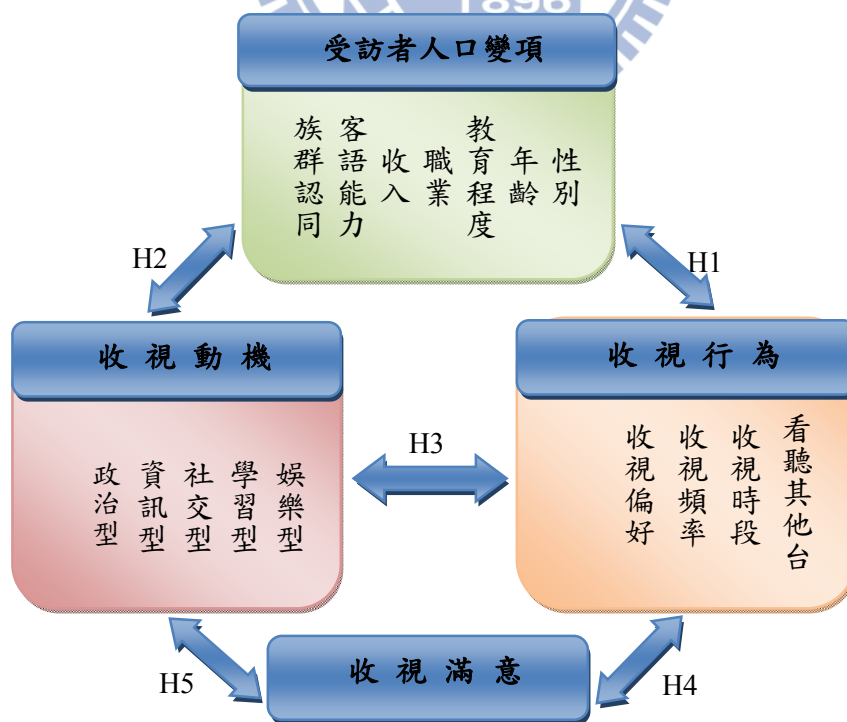


圖 3-6：研究架構

(二) 研究假設

假設 1：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「人口變項」不同而有顯著差異。

- 1-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「教育程度」而有顯著差異。
- 1-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「年齡」而有顯著差異。
- 1-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「性別」而有顯著差異。
- 1-4 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「收入」而有顯著差異。
- 1-5 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「職業」而有顯著差異。
- 1-6 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「說客語能力」而有顯著差異。
- 1-7 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「聽客語能力」而有顯著差異。
- 1-8 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「族群認同」而有顯著差異。

假設 2：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「人口變項」不同而有顯著差異。

- 2-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「教育程度」而有顯著差異。
- 2-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「年齡」而有顯著差異。
- 2-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「性別」而有顯著差異。
- 2-4 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「收入」而有顯著差異。
- 2-5 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「職業」而有顯著差異。
- 2-6 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「說客語能力」而有顯著差異。
- 2-7 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「聽客語能力」而有顯著差異。
- 2-8 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「族群認同」而有顯著差異。

假設 3 苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」與「收視動機」

存在顯著相關性。

3-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視偏好」與「收視動機」存在正相關。

3-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視頻率」與「收視動機」存在正相關。

3-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視時段」與「收視動機」存在顯著差異。

3-2 收看大苗栗客家話新聞的「收聽或收看其他電台電視」與「收視動機」存在顯著差異。

假設 4：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」與「收視行為」存在顯著相關性。

4-1 收看大苗栗客家話新聞「收視滿意」與「收視偏好」存在正相關。

4-2 收看大苗栗客家話新聞「收視滿意」，會因「收視頻率」存在正相關。

4-3 收看大苗栗客家話新聞「收視滿意」，會因「收視時段」存在顯著差異。

4-4 收看大苗栗客家話新聞「收視滿意」，會因「收聽或收看其他電台電視」存在顯著差異。

假設 5：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」與「收視滿意」存在正相關。

五、資料處理與分析方法

問卷回收後，將有效問卷輸入電腦，並以統計軟體 SPSS12.0 for Windows 進行資料處理與分析。

本研究在資料分析上使用統計的方法如下：

（一）次數分配及百分比（Frequency Distribution & Percentage）

本研究以次數分配及百分比瞭解受試者之「人口變項」與「收視動機」與「收視行為」與「收視滿意」現況。

（二）單因子變異數分析（one-way ANOVA）

以單因子變異數獨立樣本分析考驗受試者「人口變項」與「收視動機」、「收視行為」的差異，相依樣本檢驗各項人口變項對收視行為、動機的影響。若單因子變異數分析達到顯著水準（ $P < .001$ ），再分別就顯著差異變項進行薛費事後比較分析法進行各組間之事後比較。

（三）獨立樣本 T 檢定（T-Test）

以 T 檢定分析考驗受試者「人口變項」與「收視動機」、「收視行為」的差異。

（四）卡方分析（chi-square）

以卡方分析考驗受試者之「人口變項」對收視大苗栗客家新聞「收視行為」的影響。

（五）皮爾森積差相關（Pearson,s product-moment correlation）

本研究以皮爾森積差相關考驗收看大苗栗客家新聞之「收視動機」、「收視滿意度」與「收視行為」相關性，以及「收視動機」與「收視滿意」相關性。

第四章 研究資料分析

本節章依照研究假設進行分析與討論，章節安排如何下：

- 第一節 大苗栗客家話新聞閱聽人
- 第二節 人口變項與收視行為交叉分析
- 第三節 人口變項與收視動機交叉分析
- 第四節 收視行為與收視動機相關分析
- 第五節 收視滿意度與收視行為相關分析
- 第六節 收視滿意度與收視動機相關分析

第一節分析受訪者的人口變項統計，包括性別、年齡、教育程度、職業、收入、說客語能力、聽客語能力、族群認同等，檢視受訪者的整體收視行為、動機與滿意度現況。

第二節至第六節則將依照 5 個研究假設進行驗證說明，第二節為人口變項與收看大苗栗客家話的收視行為，收視行為包括收看頻率、時段、有無收聽或看其他客家電台、電視，以及較喜歡何種類型新聞的收視偏好，利用單因子變異數、卡方分析、T 檢定進行考驗，檢視人口變項與收視行為之間是否存在顯著差異。

第三節為人口變項與收視動機，利用獨立樣本單因子變異數分析、T 檢定不同人口變項和收視動機，彼此之間的是否存在顯著差異；此外以相依樣本單因子變異數分析，男性、女性、青少年、中壯年、老年人、國中或以下、高中職、大學院校、軍公教和服務業、高、中、低收入、無固定收入、說或聽客語能力佳、不佳者、客家人、非客家人、忠實戶、游離戶，檢驗每個族群類別的收視動機是否有所差異，其主要動機為何。

第四、第五以皮爾森積差相關、卡方檢定分別驗證，收視行為與收視動機、收視滿意度與收視行為之間的關連性與顯著性。第六節以皮爾森積差相關，檢驗收視動機與收視滿意度的關連性。

藉由以上六小節的研究資料分析，藉此釐清大苗栗客家話新聞的閱聽人收視行為，瞭解其收視動機、行為與滿意程度的現況和關連性，可豐富國內傳播學術對於客語新聞閱聽人的理解與掌握，更可提供傳播業者在製播節目時的參考依據。

第一節 大苗栗客家話新聞閱聽人

以 Cronbach's alpha 係數考驗本研究問卷的內部一致性，前測預試樣本總共發出回收 81 份問卷，整體問卷的 alpha 係數為 0.908，「收視動機」的構面個別性度為 $\alpha=0.901$ 以及「收看滿意度」的構面個別性度為 ($\alpha=0.747$)，內部一致性均達良好。

正式問卷發出回收 1011 份，整體信度為 $\alpha=0.900$ ，「收視動機」的構面個別信度為 $\alpha=0.866$ ，「收看滿意度」的構面個別信度為 $\alpha=0.926$ 。Cuieford (1965) 指出 α 係數大於 0.7 以上，為高信度值， α 係數介於 0.7 至 0.35 為可接受的範圍，本研究問卷量表的構面信度皆高於 0.7，因此具有良好的內部一致性。

針對前測問卷進行因素分析，KMO 取樣適切性檢定為 0.835，球形檢定卡方值為 636.767，p 值= 000，達到顯著性，轉軸解譯變異數亦達到 83%，因此可進行因素分析。經由主要成份並依據收視動機的操作型定義，在 12 個收視動機測量題目中萃取出 5 個因素。以最大變異法經過直交轉軸，根據各因素負荷量較高者做為區分，符合本研究 5 大類的收視動機因素定義。

表 4-1-1：大苗栗客家話新聞收視動機因素分析表

收視動機	因素				
	資訊型	學習型	娛樂型	政治型	社交型
消遣打發時間	-.015	.077	.874	.214	-.073
紓解壓力	.318	.071	.810	.008	.221
學客家話	.174	.811	.061	.239	.337
瞭解客家文化	.518	.755	.102	.202	.008
陪家人看	.395	.011	.212	.642	.472
主播形象與專業	.245	.309	.060	.258	.405
增加聊天話題	.624	.462	.315	-.027	.311
支持客語文化	.797	.299	.128	.252	.282
關心社區活動	.909	.193	.071	.094	.144
掌握政令	.834	.070	.214	.303	.053
關心地方議題	.815	.182	.008	.005	.272
關心政治議題	.131	.370	.144	.811	.132
轉軸解譯變異數%	32%	15%	14%	12%	10%
總數%	83%				

一、人口變項基本統計分析

在本研究 1011 位的受訪者，「性別」方面，男性與女性比例為 1 比 1（男性 505 人、女性 506）；「年齡」主要以 31~40 歲為最多，佔 26.5%，其次為 41~50 歲，佔 20.4%；「教育程度」主要以大學院校為多數，佔 46%，其次為高中職佔 29.3%；「職業」主要以服務業為多數，佔 24.2%，其次為軍公教職佔 20%；「收入」主要以 3 萬至 5 萬、2 萬至 3 萬為多數，分別佔 26.4%、26.1%；「說客語能力」主要以普通、精通為多數，分別佔 36.5%、30.1%；「聽客語能力」主要以精通、普通為多數，分別佔 37.7%、34.5%；「族群認同」主要以客家人為主，佔 70.5%。

綜合以上研究結果，受訪者的基本資料統計分佈情形可發現，收看大苗栗客家話新聞的受訪者，性別無太大的差異，主要以 31~50 歲的「中壯年」為主，學歷以大學院校「高學歷」佔多數，顯示具備有一定的教育水準，職業以「服務業」與「軍公教職人員」為主，收入以 2~5 萬「中收入」居多，代表有一定的經濟基礎，說客語能力佳者、聽客語能力佳者居多，顯示收看客語新聞需具備有一定程度的客語能力，聽客語能力較說客語能力重要，閱聽人以客家人居多，比較其他族群更關心、喜歡收看客語新聞。

（一）居住地

研究問卷發放依據吉元有線電視、信和有線電視 2009 年 12 月總收視戶 100030 戶，二家電視台在苗栗縣 18 鄉鎮市的收視戶數比例，以 1000 份之問卷量，推估各鄉鎮施測的樣本數，表 4-1-1 為各鄉鎮實際發出回收的樣本統計和所佔比率，共回收 1011 份有效問卷。

表 4-1-2：回收樣本統計

鄉鎮	次數	%
苗栗市	201	19.9
頭份鎮	212	21
竹南鎮	165	16.3
卓蘭鎮	22	2.2
大湖鄉	23	2.3
公館鄉	55	5.4
銅鑼鄉	28	2.8
南庄鄉	13	1.3
頭屋鄉	18	1.8
三義鄉	28	2.8
西湖鄉	11	1.1
造鄉鄉	26	2.6
三灣鄉	10	1
獅潭鄉	10	1

泰安鄉	9	0.9
苑裡鎮	64	6.3
通霄鎮	53	5.2
後龍鎮	63	6.2
總和	1011	100%

(二) 性別

受訪者性別，女性與男性分配平均，女性 506 人(50%)、男性 505 人(50%)，並無太大差異。

表 4-1-3：性別次數分配表

性別	次數	%
男性	505	50.0
女性	506	50.0
總和	1011	100.0

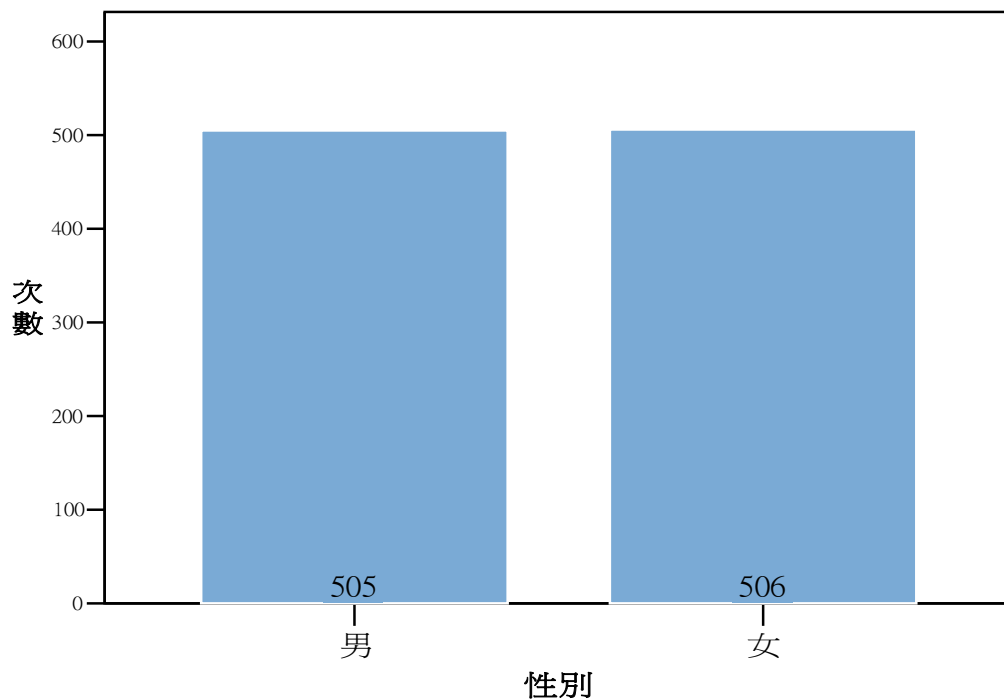


圖 4-1：性別分佈情形

(三) 年齡

受試者年齡，「31~40」歲有268人（26.5%）最多，年齡「31~40」歲以268人（26.5%）佔最高，其次為「41~50歲」有206人（20.4%）位居第二位，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」有12人（1.2%）佔最少數。

以年齡分群檢視，25~50歲「中壯年」有653人（64.6%）佔最多數，其次是51~60歲以上「老年人」有225人（22.3%），12歲以下、13~24歲「青少年」僅有113人（13.2%）。

表 4-1-4：年齡次數分配表

年齡		次數	%
青少年	12 歲以下	12	1.2
	13~18 歲	47	4.6
	19~24 歲	74	7.3
中壯年	25~30 歲	179	17.7
	31~40 歲	268	26.5
	41~50 歲	206	20.4
老年人	51~60 歲	143	14.1
	61 歲以上	82	8.1
總和		1011	100

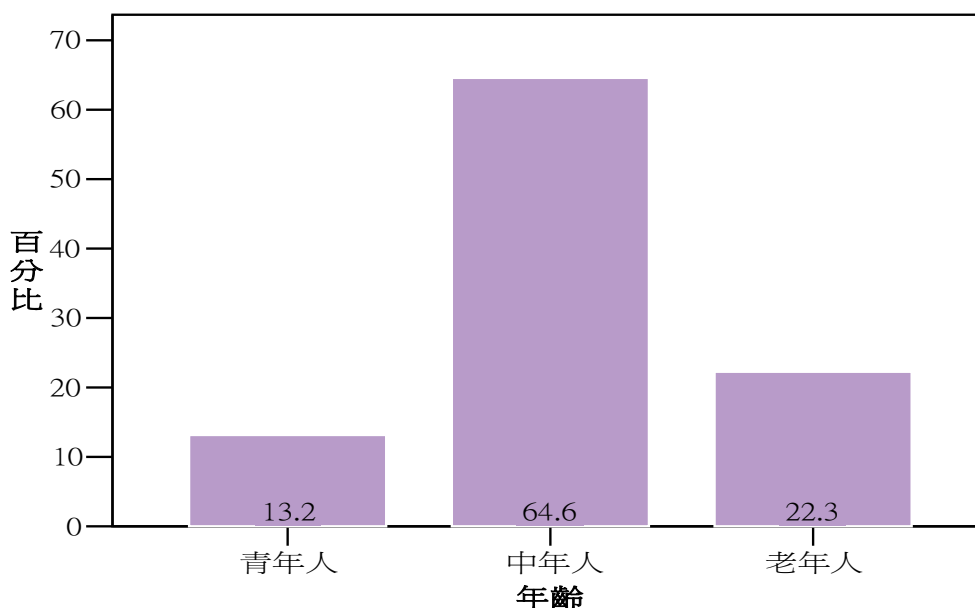


圖 4-2：年齡分佈情形

(四) 教育程度

受訪者教育程度，以「大學院校」465人(46.0%)最多，為「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」11人(1.1%)佔最少數。

以教育程度分群檢視，大學院校有465人(46%)佔最多數，國中、小學或以下、不識字的僅有198人(19.6%)。

表 4-1-5：教育程度次數分配表

教育程度	次數	%
不識字	11	1.1
國中或以下 小學或以下	80	7.9
國中	107	10.6
高中職	296	29.3
大學院校	465	46
研究所或以上	52	5.1
總和	1011	100

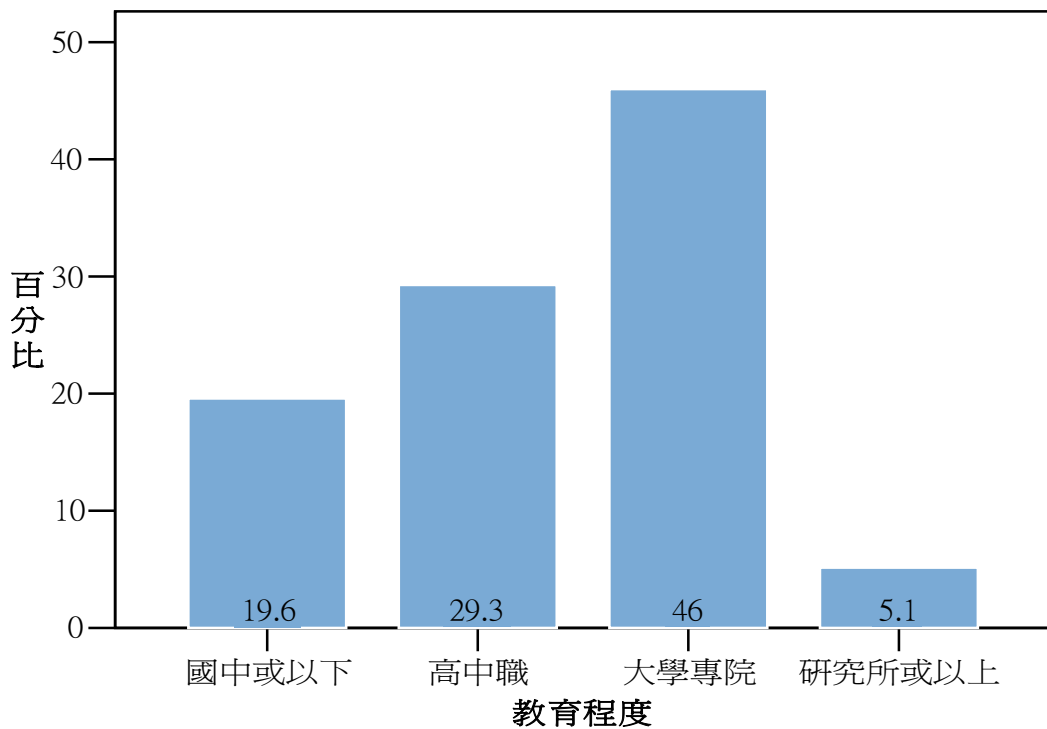


圖 4-3：教育程度分佈情形

(五) 職業

受訪者的職業，在 13 個職業類別的選項中，以「服務業」有 245 人 (24.2%) 佔最多人數，「軍公教職」有 202 人 (20%) 位居第二位，其次是「學生」90 人 (8.9%)、製造業 89 人 (8.8%)，「運輸業」14 人 (1.4%) 佔最少人數，詳細分佈情況見表 4-1-5：

表 4-1-6：職業次數分配表

職業	次數	%
軍公教職	202	20
服務業	245	24.2
營造業	37	3.7
製造業	89	8.8
商業	60	5.9
學生	90	8.9
家管	65	6.4
自由業	83	8.2
農林漁牧	45	4.5
運輸業	14	1.4
待業中	20	2
退休人員	41	4.1
其他	20	2
總和	1011	100

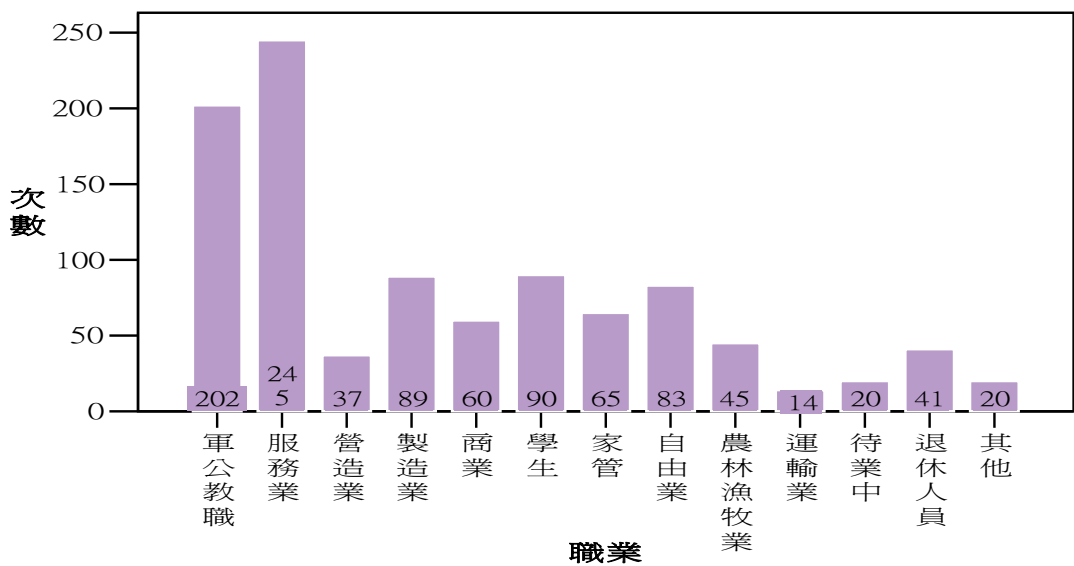


圖 4-4：職業分佈情形

(六) 收入

受訪者收入，以「3 萬至 5 萬」267 人（26.4%），其次為「2 萬至 3 萬」264 人（26.1%）二者為主，「5 萬至 7 萬」也有 118 人（11.7%），「7 萬以上」36 人（3.6%）與「1 萬以下」57 人（5.6%）居於最後二位。

以收入分群檢視，2 萬至 5 萬「中收入」有 531 人（52.5%）佔最多數，2 萬以下「低收入」有 147 人（14.5%）佔最少數。

表 4-1-7：收入次數分配表

收入		次數	%
無固定收入	無固定收入	179	17.7
低收入	1 萬以下	57	5.6
	1 萬至 2 萬	90	8.9
中收入	2 萬至 3 萬	264	26.1
	3 萬至 5 萬	267	26.4
高收入	5 萬至 7 萬	118	11.7
	7 萬以上	36	3.6
總和		1011	100

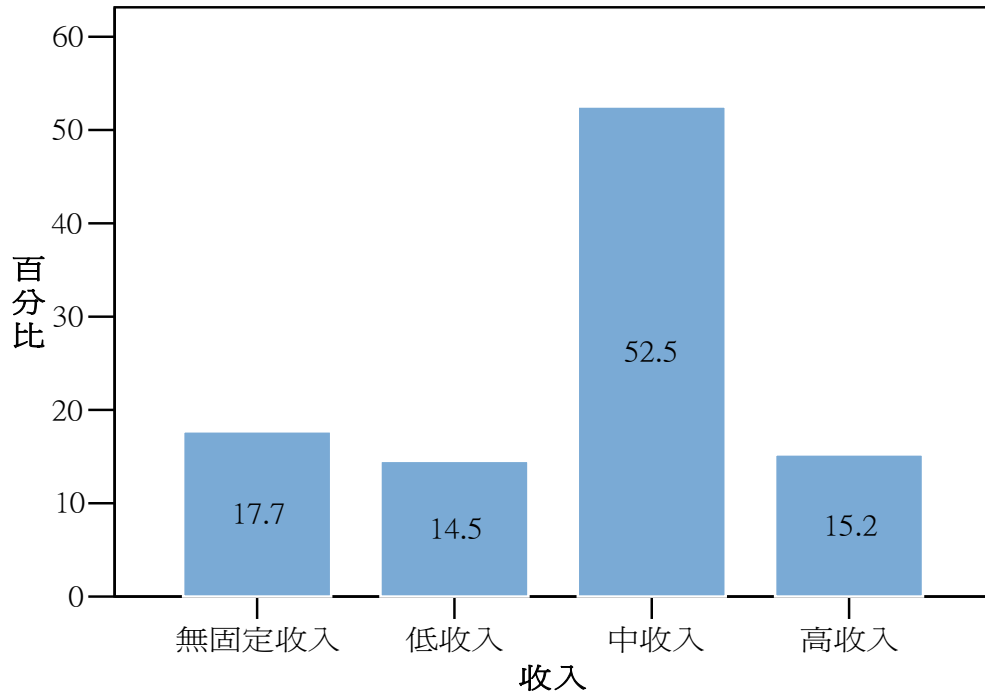


圖 4-5：收入分佈情形

(七) 說客家話能力

受試者說客語能力，「普通」369 人（36.5%）佔最多數，其次「精通」304 人（30.1%）、「略懂」247 人（24.4%）、「完全不會」僅只有 91 人（9.0%）佔最少數。

以客家能力分群檢視，「佳者」有 673 人（66.6%），「不佳者」有 338 人（33.4%），說客語能力「佳者」全體受試者 6 成，顯示收看大苗栗客家話新聞者基本上具備有一定的客語能力。

表 4-1- 8：說客家話能力次數分配表

說客語能力		次數	%
不佳	完全不會	91	9
	略懂	247	24.4
佳	普通	369	36.5
	精通	304	30.1
總和		1011	100

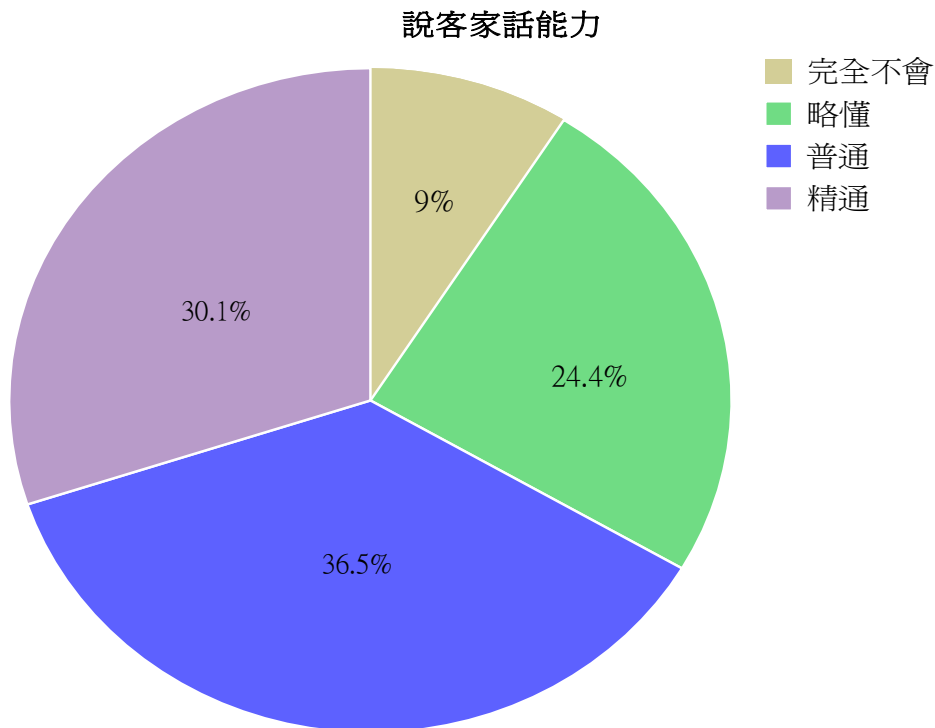


圖 4- 6：說客語能力分佈情形

(八) 聽客家話能力

受試者聽客語能力，「精通」381人(37.7%)佔最多人數，「普通」349人(34.5%)、「略懂」226人(22.4%)、「完全不會」的55人佔僅(5.4%)，佔最少數。

以客家能力分群檢視，「佳者」有 730 人（72.2%），「不佳者」有 281 人（27.8%），說客語能力「佳者」全體受試者 7 成，顯示收看大苗栗客家話新聞者基本上具「一定的客語能力」。

表 4-1-9：聽客家話能力次數分配表

聽客語能力		次數	%
不佳	完全不會	55	5.4
	略懂	226	22.4
佳	普通	349	34.5
	精通	381	37.7
總和		1011	100

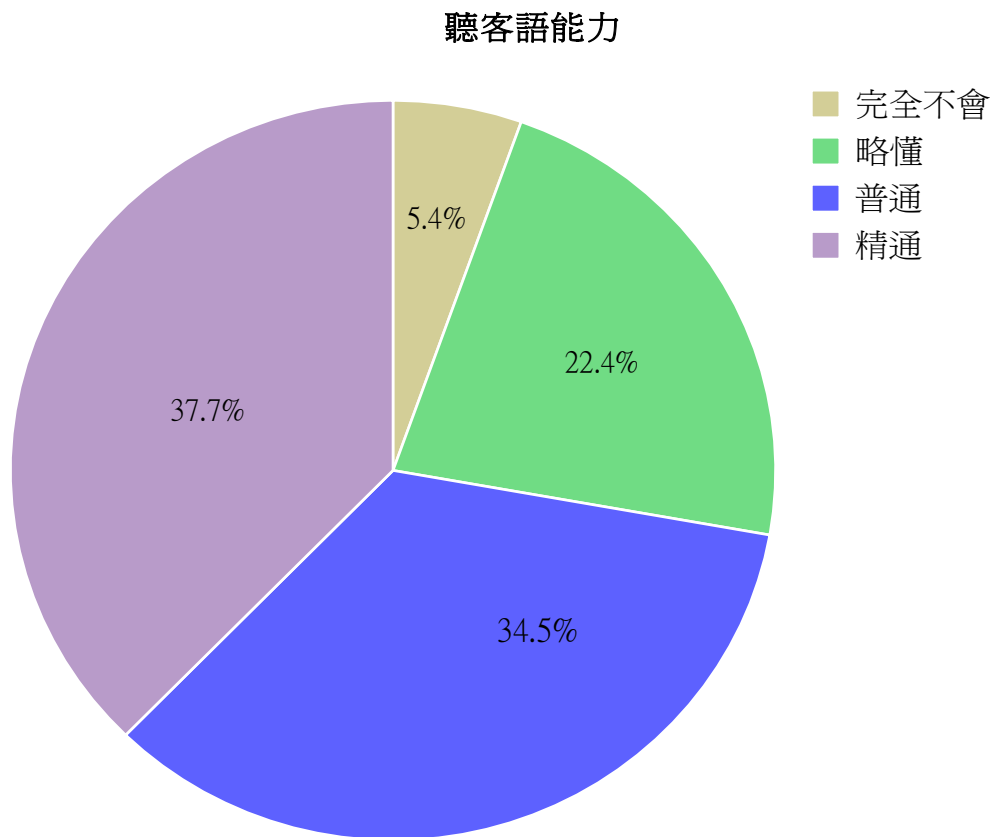


圖 4-7：聽客語能力分佈情形

(九) 族群認同

受試者的族群身份以「客家人」713人(70.5%)佔最多數，「閩南人」234人(23.1%)佔居其次，「外省人」35人(3.5%)、「原住民」22人(2.2%)、「新住民」僅7人(0.7%)佔最少數。

以族群認同分群檢視，「客家人」有713人(70.5%)，「非客家人」有298人(29.5%)，客家人佔所有受訪者的7成，顯示出收看大苗栗客家話新聞以客家人為多數。

表 4-1- 10：族群認同次數分配表

族群認同		次數	%
非客家人	閩南人	234	23.1
	外省人	35	3.5
	原住民	22	2.2
	新住民(外籍)	7	0.7
客家人	客家人	713	70.5
總和		1011	100

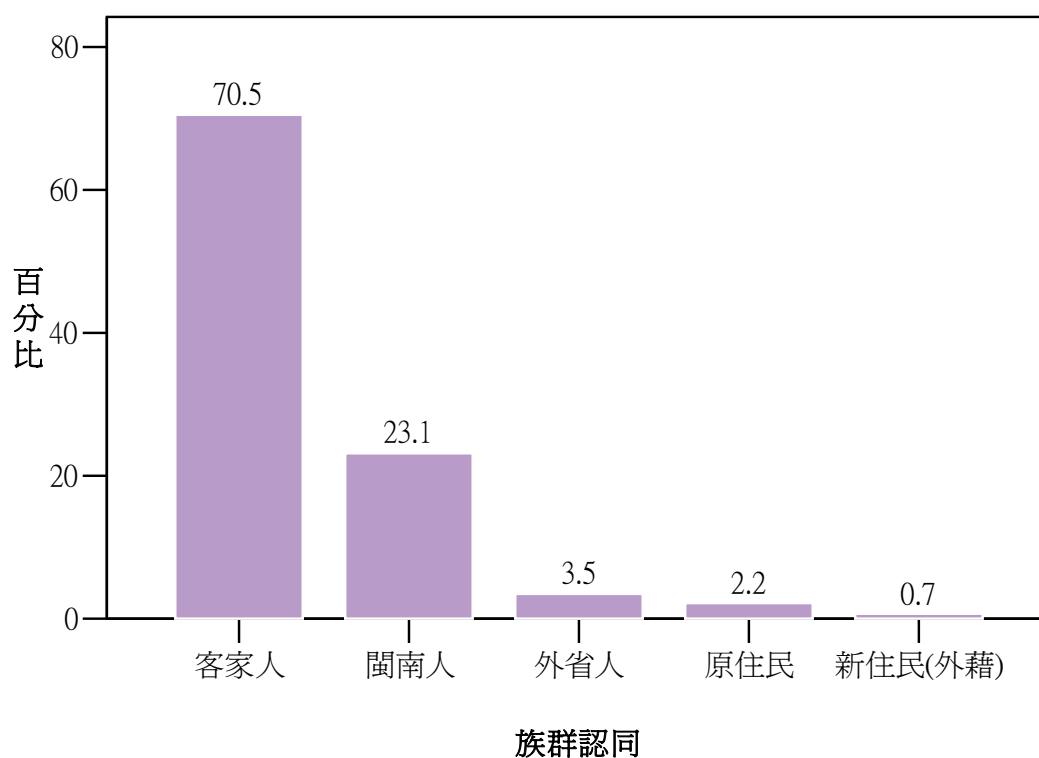


圖 4- 8：族群認同分佈情形

二、收視行為分析

受試者收看一般電視新聞的收視行為，「收視頻率」以每天都看、經常為主，分別佔34.8%、29.7%；一般電視新聞的「收視偏好」，以平均數檢視，「生活新聞」(M=3.69)為最主要的收視偏好，其次為娛樂新聞(M=3.59)、文教新聞(M=3.41)、社會新聞(M=3.03)，政治新聞(M=2.73)位居最後一位。

受試者收看大苗栗客家話新聞的收視行為，「收視頻率」以偶爾、很少為多數，分別佔34.7%、32.2%；「收看時段」主要以晚間10點或深夜12點最多數，佔51.9%超過半數；「有收聽或收看他電台、電視」，有或沒有分別佔50.6%、49.4%，並無明顯差異；大苗栗客家話新聞的「收視偏好」以平均數檢視，「生活新聞」(M=3.54)為最主要的收視偏好，其次為娛樂新聞(M=3.5)、文教新聞(M=3.33)、社會新聞(M=3.04)，政治新聞(M=2.76)位居最後一位。

綜合以上研究結果，受試者的收視行為分佈情形可發現，大苗栗客家話新聞之閱聽人有收看一般電視新聞的習慣，每天、經常收看佔全體受訪者64.5%。然而，收看大苗栗客家話新聞的收視頻率卻是以偶爾、很少為多數，每週收看1~2次，甚至是2、3週才收看一次，顯示受訪者看收一般電視新聞意願較高，收看客語新聞意願較低。大苗栗客家話新聞的內容以苗栗地區發生的新聞議題為主，內容豐富性較不及全國無線頻道的新聞台，媒體屬性又為區域性有線電視台，吸引力自然與無線頻道新聞台有所差異。

受訪者多數為大學院校、高中職，收看完當日晚間八點檔連戲劇或是其他全國無線電視新聞台後，才在稍晚夜間10點或深夜12點才轉台收看大苗栗客家話新聞的重播內容；除了收看大苗栗客家話新聞之外，有無收聽或收看其他客語電台、電視，則並無明顯差異，對於一般電視新聞與大苗栗客家話的收視偏好，二者皆相同，最喜好生活新聞，較不偏好政治新聞。

(一) 收看一般電視新聞的收視頻率

受試者在收看一般電視新聞的收視頻率，以「每天都看」34.8%佔最多數，其次依序為「經常」29.7%、「偶爾」19.4%、「很少」16.1%佔最少數，「經常收看」、「每天都看」佔全體受訪者的5成，顯示受訪者平日有收看電視新聞的習慣。

表 4-1- 11：一般電視新聞收視頻率之次數分配表

收視頻率	次數	%
很少(2、3週看一次)	163	16.1
偶爾(每週1~2次)	196	19.4
經常(每週約3~4次)	300	29.7
每天都看	352	34.8
總和	1011	100

(二) 一般電視新聞的收視偏好

依據表 4-1-12 一般電視新聞收視偏好的平均數統計，「生活新聞」(M=3.69) 為最主要的收視偏好，其次為娛樂新聞 (M=3.59)、文教新聞 (M=3.41)、社會新聞 (M=3.03)，政治新聞 (M=2.73) 位居最後一位。

綜合以上研究可知，受訪者收看一般電視新聞的偏好，顯示出較喜好「生活新聞」，較不偏好「政治新聞」。

表 4-1- 12：一般電視新聞收視偏好平均數統計表

收視偏好	政治新聞	社會新聞	文教新聞	娛樂新聞	生活新聞
平均數	2.73	3.03	3.41	3.59	3.69
標準差	0.99	0.854	0.776	0.841	0.777

(三) 大苗栗客家話的收視頻率

受試者在大苗栗客家話新聞的收視頻率，以「偶爾」(34.7%) 佔最多數，其次依序為「很少」佔 32.2%、「經常」佔 23.6%、「每天都看」僅佔有 9.4%，偶爾、很少收看佔全體受試者的 6 成，顯示大苗栗客家話新聞的收視頻率不高。

表 4-1- 13：大苗栗客家話收視頻率之次數分配表

收視頻率	次數	%
很少 (2、3 週看一次)	326	32.2
偶爾 (每週 1~2 次)	351	34.7
經常 (每週約 3~4 次)	239	23.6
每天都看	95	9.4
總和	1011	100

(四) 大苗栗客家話的收視時段

受試者在收大苗栗客家話新聞的收視時段，以「晚間 10 點或深夜 12 點」(51.9%) 佔最多數，為最主要的收視時段，其次依序為「晚間 5:30」佔 20.9%、「早上 6 點或 8 點」佔 15%、「中午 12 點」佔 12.2%。

表 4-1- 14：大苗栗客家話收視時段之次數分配表

收視時段	次數	%
晚間 5:30	211	20.9
晚間 10 點或深夜 12 點	525	51.9
早上 6 點或 8 點	152	15
中午 12 點	123	12.2
總和	1011	100

(五) 有收聽或收看他客家電台、電視

受訪者除了收看大苗栗客家話新聞之外，有收聽或收看他客家電台、電視，「有」佔 50.6%、「沒有」佔 49.4%，並無明顯差異。

表 4-1- 15：有收聽或收看他客家電台、電視之次數分配表

聽或看他台	次數	%
沒有	512	50.6
有	499	49.4
總和	1011	100

(六) 大苗栗客家話新聞的收視偏好

依據表 4-1-16 大苗栗客家話新聞收視偏好的平均數統計，「生活新聞」(M=3.54)為最主要的收視偏好，其次為娛樂新聞(M=3.5)、文教新聞(M=3.33)、社會新聞(M=3.04)，政治新聞(M=2.76)位居最後一位。

綜合以上研究結果可知，受試閱聽人收看大苗栗客家話新聞的偏好，較喜好「生活新聞」，較不偏好「政治新聞」。

表 4-1- 16：大苗栗客家語新聞偏好平均數統計表

	政治新聞	社會新聞	文教新聞	娛樂新聞	生活新聞
平均數	2.76	3.04	3.33	3.5	3.54
標準差	0.913	0.799	0.744	0.793	0.782

三、收視動機分析

依據表 4-1-17 收視動機平均數統計，收視動機最高的前 4 項依序為：想關心地方新聞議題（M=3.41）、關心社區/客家庄活動（M=3.41）、瞭解客家文化（M=3.39）、想掌握建設與政令、支持客語文化（M=3.37）。

由以上研究結果得知，受試者收看大苗栗客家話新聞以「關心地方新聞議題」資訊型動機為最主要因素，其次為「關心社區活動」、「掌握建設與政令」的資訊型，「瞭解客家文化」的學習型、「支客家語文化」的社交型動機。

在最主要的前三項主要動機，資訊型動機「關心地方新聞議題、關心社區/客庄活動、掌握建設與政令」皆在列，代表「資訊型」動機為大苗栗客家話新聞的主要動機，從受訪者收看客語新聞的動機與節目內容期望，可看出大苗栗客家話新聞的地方新聞特性，顯現出族群媒體的特色。

表 4-1- 17：大苗栗客家話新聞平均數統計表

類型	收視動機	平均數	標準差
資訊型	關心社區/客家庄活動	3.41	0.749
	關心地方新聞議題	3.41	0.805
	掌握鄉鎮公所/農會/縣府建設與政令	3.37	0.813
學習型	想多瞭解客家文化	3.39	0.77
	想要學客家話	3.23	0.763
社交型	支持認同客家族群語言文化	3.37	0.787
	陪家人和親友一起看	3.25	0.762
	增加與他人聊天話題	3.19	0.79
	主播形象與專業吸引我	3.15	0.796
娛樂型	放鬆心情紓解壓力	3.12	0.766
	娛樂消遣打發時間	3.07	0.705
政治型	關心政治/選舉議題與政治人物動態	3.15	0.821

四、收視滿意度分析

依據表 4-1-18 收視滿意度平均數統計，滿意度最高的前 3 項依序為：能反映社區重要活動、掌握地方新聞 (M=3.41)、能增加瞭解客家文化 (M=3.39)、能認同客家族群 (M=3.37)，能娛樂消遣打發時間 (M=3.07) 滿意程度最低弱。

針對新聞內容應改進的部份，能引人固定收看 (M=3.13)、播出時段方便收看 (M=3.18)，平均數值僅界於普通與重要，顯示大苗栗新聞內容與播出時段滿意程度並高，仍有待加強。

認為最應該增加生活新聞 (M=3.69)，其次是娛樂新聞 (M=3.54)、文教新聞 (M=3.53)、社會新聞 (M=3.17)，政治新聞 (M=2.19) 則位居最後一位，顯示大苗栗客家話新聞製播時，需要考慮觀眾的喜愛和收視習慣，適當調整播出時段，多增加一些生活新聞，減少政治新聞。

表 4-1- 18：大苗栗客家話新聞收視滿意度平均數統計表

收視滿意	平均數	標準差
能娛樂消遣打發無聊時間	3.07	0.705
能學習客家話	3.23	0.763
能陪同家人與親友一起看	3.25	0.762
主播與專業形象能吸引人收看	3.15	0.796
能反映社區客家庄重要活動	3.41	0.749
能瞭解苗栗地方建設與政令	3.37	0.813
能放鬆心情紓解壓力	3.12	0.766
能瞭解政治選舉與政治人物議題	3.15	0.821
能增加瞭解客家文化	3.39	0.77
能增加與人聊天的話題	3.19	0.79
能加強認同客家族群語言文化	3.37	0.787
能掌握苗栗地方新聞議題	3.41	0.805
新聞內容能引人固定收看	3.13	0.806
播出時段能方便收看	3.18	0.837
應增加政治新聞	2.91	0.911
應增加社會新聞	3.17	0.811
應增加文教新聞	3.53	0.741
應增加娛樂新聞	3.54	0.76
應增加生活新聞	3.69	0.765

第二節 人口變項與收視行為交叉分析

以卡方分析、獨立樣本單因子分析、T 檢定，檢定假設 1：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行為」，會因「人口變項」而有差異。

一、性別與收視行為

假設 1-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視行為」，會因「性別」而有顯著差異。

(一) 性別與大苗栗客家話新聞之收視頻率、時段、他台

依據表 4-2-1 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」不會因「性別」而有顯著差異，男性與女性皆以偶爾收看為主，研究結果與國內外所指出，男性收時間會比女性長有所不同 (Atkins&Elwood,1978；劉貞秀，1966；游進忠，1996)。

依據表 4-2-2 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視時段」不會因「性別」而有顯著差異，男性與女性皆以晚間 10 點或深夜 12 點時段收看為主。

依據表 4-2-3 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」不會因「性別」而顯著差異。

表 4-2-1：性別與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

性別	收視頻率				總和
	很少	偶爾	經常	每天都看	
女 f	175	178	120	33	506
%	34.6%	35.2%	23.7%	6.5%	100%
男 f	151	173	119	62	505
%	29.9%	34.3%	23.6%	12.3%	100%
總和 f	326	351	239	95	1011
%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2 = 10.694$ df=3 p=0.14				

表 4-2-2：性別與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

性別	收視時段				總和
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
女 f	120	246	78	62	506
%	23.7%	48.6%	15.4%	12.3%	100%
男 f	91	279	74	61	505
%	18.0%	55.2%	14.7%	12.1%	100%
總和 f	211	525	152	123	1011
%	20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100%
卡方檢定	$\chi^2 = 61.72$ df=3 p=0.104				

表 4-2-3：性別與收聽或看其他客家電台、電視卡方表

性別		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
女	f	255	251	133
	%	50.4%	49.6%	100%
男	f	257	248	653
	%	50.9%	49.1%	100%
總和	f	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=0.25$	df=1	p=0.875

(二) 性別與大苗栗客家話新聞偏好

依據表4-2-4進行T檢定，收看大苗栗客客家話「政治新聞」偏好會因「性別」不同而有顯著差異 ($p=.000 < .01$)，「男性」偏好程度高於「女性」。

收看大苗栗客家話「社會新聞」偏好會因「性別」不同而有顯著差異 ($p=.001 < .01$)，「男性」偏好程度高於「女性」。

男性多為家中經濟支柱來源，位居職場主管或重要角色，時常收看政治新聞可有助於掌握政治、經濟、時事脈動，因此男性對政治新聞偏好度自然比較女性感興趣，收視習慣展現在收看大苗栗客家話新聞的收視偏好上。

表4-2-4：性別與大苗栗客家話新聞收視偏好T檢定表

收視偏好	性別	個數	平均數	標準差	t值	顯著性
政治新聞	男	505	2.90	.983	4.725	.000***
	女	506	2.63	.816		
	總和	1011	2.76	.913		
社會新聞	男	505	3.13	.826	3.443	.001**
	女	506	2.95	.763		
	總和	1011	3.04	.799		
文教新聞	男	505	3.32	.774	-.620	.535
	女	506	3.35	.713		
	總和	1011	3.33	.744		
娛樂新聞	男	505	3.51	.831	1.779	.858
	女	506	3.50	.753		
	總和	1011	3.50	.793		
生活新聞	男	505	3.55	.770	.384	.701
	女	506	3.53	.794		
	總和	1011	3.54	.782		

*表示 $P < 0.05$ **表示 $P < 0.01$ ***表示 $P < 0.001$

二、年齡與收視行爲

假設 1-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「年齡」而有顯著差異。

(一) 年齡與大苗栗客家話新聞之收視頻率、時段、他台

依據表 4-2-5 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「年齡」不同而有顯著差異。「老年人」以「經常」爲主，「中壯年」以「偶爾」爲主，「青少年」以「很少看」爲主。

依據表 4-2-6 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收看時段」會因「年齡」不同而有顯著差異。「老年人」以「早上 6 點或 8 點」爲主；「中壯年」、「青少年」以「晚間 10 點或深夜 12 點」爲主，且「中壯年」所佔比例高於「青少年」。

依據表 4-2-7 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」會因「年齡」不同而有顯著差異。「有」收聽或看其他客家電台、電視，「老年人」所佔比例高於「中壯年」、「青少年」。

綜合以上結果，大苗栗客家話新聞的收視頻率「老年人」以「經常」爲主，「中壯年」以「偶爾」爲主，「青少年」以「很少看」爲主，原因爲老人家在家中有較長時間可收看電視節目，結果與劉秀貞(1995)所指的有線電視收看時間，成人年紀愈大，收看時間較長。詹國勝(2010)亦指出年齡愈高，收看客語節目頻率愈高、時間愈長。

收視時段，老年人以早上 6 點或 8 點爲主，中壯年、青少年以晚間 10 點或深夜 12 點爲主；有收聽或看其他台的「老年人」所佔比例最高，這與老年人作習有關，長輩一般較早起，又不需上班、上學，所以收視時段會在早上 6 點或 8 點，中壯年、青少年因爲需上班與上課，下班與下課時間返家後時間均較晚，所以收視時間會選擇晚間 10 點或深夜 12 點。

表 4-2-5：年齡與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

年齡	收視頻率				總和	
	很少	偶爾	經常	每天都看		
青少年	f	75	39	15	4	133
	%	56.4%	29.3%	11.3%	3.0%	100%
中壯年	f	220	234	143	56	653
	%	33.7%	35.8%	21.9%	8.6%	100%
老年人	f	31	78	81	35	225
	%	13.8%	34.7%	36.0%	15.6%	100%
總和	f	326	351	239	95	1011
	%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2 = 88.921$	df=6	p=0.00***		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-6：年齡與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

年齡	收視時段				總和
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
青少年	f 35	71	16	11	133
	% 26.3%	53.4%	12.0%	8.3%	100%
中壯年	f 122	395	74	62	653
	% 18.7%	60.5%	11.3%	9.5%	100%
老年人	f 54	59	62	50	225
	% 24.0%	26.2%	27.6%	22.2%	100%
總和	f 211	525	152	123	1011
	% 20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100%
卡方檢定	$\chi^2=96.752$ df=6 p=0.00***				

表 4-2-7：年齡與收聽或看其他客家電台、電視卡方表

年齡	收聽或看其他電		總和
	沒有	有	
青少年	f 80	53	133
	% 60.2%	39.8%	100%
中壯年	f 370	283	653
	% 56.7%	43.3%	100%
老年人	f 62	163	225
	% 27.6%	72.4%	100.0%
總和	f 512	499	1011
	% 50.6%	49.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2=62.253$ df=2 p=0.00***		

(二) 年齡與大苗栗客家話新聞偏好

依據表4-2-8單因子變異數分析，在99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視偏好喜歡政治新聞 ($p=.000<.01$)、社會新聞 ($p=.000<.01$)、文教新聞 ($p=.000<.01$)，皆會因「年齡」而有顯著差異。

以Scheffe事後比較得知，收看大苗栗客家話「政治新聞」偏好會因年齡不同而有顯著差異存在，「老年人」偏好程度高於「中壯年」、「青少年」；收看大苗栗客家話「社會新聞」偏好會因年齡不同而有顯著差異存在，「老年人」偏好程度高於「中壯年」、「青少年」；收看大苗栗客家話「文教新聞」偏好會因年齡不同而有顯著差異存在，「老年人」偏好程度高於「中壯年」、「青少年」。

綜合以上研究發現，老年人收看大苗栗客家話新聞，政治、社會、文教新聞的收視偏好皆高於中壯年、青少年，顯示出老年人收看客家話新聞的偏好較為顯著。

表4-2-8：年齡與大苗栗客家話新聞收視偏好ANVOA表

收視偏好	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
政治新聞	青少年	133	2.48	.982	23.468	.000***	老人 >
	中壯年	653	2.70	.892			中壯 >
	老年人	225	3.09	.843			青少年
	總和	1011	2.76	.913			
社會新聞	青少年	133	2.91	.883	11.511	.000***	老人 >
	中壯年	653	2.99	.768			中壯 >
	老年人	225	3.26	.799			青少年
	總和	1011	3.04	.799			
文教新聞	青少年	133	3.07	.800	12.183	.000***	老人 >
	中壯年	653	3.34	.719			青少年
	老年人	225	3.46	.744			
	總和	1011	3.33	.744			
娛樂新聞	青少年	133	3.47	.794	.175	.840	
	中壯年	653	3.51	.778			
	老年人	225	3.49	.835			
	總和	1011	3.50	.793			
生活新聞	青少年	133	3.45	.848	1.343	.261	
	中壯年	653	3.54	.751			
	老年人	225	3.59	.825			
	總和	1011	3.54	.782			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

三、教育程度與收視行爲

假設 1-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「教育程度」而有顯著差異。

(一) 教育程度與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-9 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「教育程度」不同而有顯著差異。「國中或以下」收看大苗栗客家話新聞的收視頻率以「經常」爲主，「高中職」以「偶爾」爲主，「大學院校」、「研究所或以上」以「很少」爲主。

依據表 4-2-10 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收看時段」會因「教育程度」不同而有顯著差異，收看時段「晚間 10 點深夜 12 點」佔全體受訪者的 51.9%，各教育程度也皆以此時段爲主，研究所或以上較爲顯著，國中或以下者，在早上 6 點或 8 點時段較爲顯著。

依據表 4-2-11 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」會因「教育程度」不同而有顯著差異。「有」收聽或看其他客家電台、電視，「研究所或以上」所佔比例最高。

收看大苗栗客家話新聞，國中或以下以經常爲主，大學院校、研究所或以上則以很少看爲主，高中職以上教育程度的受訪者較多喜歡在「晚間 10 點深夜 12 點」收看。葉華鏞（2001）研究收看購物頻道特定節目，指出教育程度高者收看時間較短，陳雪霞（2003）大專院校學歷者，在下午、深夜時段收看特定節目比較其他教育程度者高，結果相似。

表4-2-9：教育程度與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

教育	看大苗栗新聞頻率				總和
	很少	偶爾	經常	每天都看	
國中或以下	f 52	56	57	33	198
	% 26.3%	28.3%	28.8%	16.7%	100 %
高中職	f 80	113	79	24	296
	% 27.0%	38.2%	26.7%	8.1%	100 %
大學院校	f 177	169	87	32	465
	% 38.1%	36.3%	18.7%	6.9%	100%
研究所或以上	f 17	13	16	6	52
	% 32.7%	25.0%	30.8%	11.5%	100%
總和	f 326	351	239	95	1011
	% 32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2 = 39.061$ df=9 p=0.00***				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-10：教育程度與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

教育	收視時段				總和
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
國中或以下	f 41	59	55	43	198
	% 20.7%	29.8%	27.8%	21.7%	100%
高中職	f 61	159	38	38	296
	% 20.6%	53.7%	12.8%	12.8%	100%
大學院校	f 99	277	48	41	465
	% 21.3%	59.6%	10.3%	8.8%	100%
研究所或以上	f 10	30	11	1	52
	% 19.2%	57.7%	21.2%	1.9%	100%
總和	f 211	525	152	123	1011
	% 20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100%
卡方檢定	$\chi^2=78.761$ df=9 p=0.00***				

表 4-2-11：教育程度與收聽或看其他客家電台、電台卡方表

教育	收聽或看其他電		總和
	沒有	有	
國中或以下	f 83	115	198
	% 41.9%	58.1%	100%
高中職	f 142	154	296
	% 48.0%	52.0%	100%
大學院校	f 267	198	465
	% 57.4%	42.6%	100%
研究所或以上	f 20	32	52
	% 38.5%	61.5%	100%
總和	f 512	499	1011
	% 50.6%	49.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2=18.502$ df=3 p=0.00***		

(二) 教育程度與大苗栗客家話新聞偏好

依據表 4-2-12 單因子變異數分析可知，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視偏好喜歡政治新聞 ($p=.000 < .01$)、社會新聞 ($p=.001 < .01$)，皆會因「教育程度」而有顯著差異。

以 Scheffe 事後比較得知，收看大苗栗客家話「政治新聞」偏好會因教育程度不同而有顯著差異存在，「國中或以下」偏好程度高於「大學院校」；收看大苗栗客語之「社會新聞」偏好不會因教育程度而有顯著差異。

大學院校收看大苗栗客家話新聞的政治新聞收視偏好程度較國中或以下者低，顯示出教育程度不同收看客語新聞節目的收視偏好有所不同，陳雪霞 (2003) 在研究收看烹飪特定節目，即指出不同教育程度會有不同的收視喜好，研究結果

相呼應。

表 4-2-12：教育程度與大苗栗客家話新聞收視行為 ANVOA 表

收視偏好	教育程度	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
政治新聞	國中或以下	198	2.96	.997	6.830	.000***	國中> 大學
	高中職	296	2.76	.851			
	大學院校	465	2.65	.879			
	研究所或以上	52	3.00	1.066			
	總和	198	2.96	.997			
社會新聞	國中或以下	198	3.17	.972	5.743	.001**	
	高中職	296	3.10	.722			
	大學院校	465	2.93	.734			
	研究所或以上	52	3.15	.937			
	總和	198	3.17	.972			
文教新聞	國中或以下	198	3.33	.812	2.340	.072	
	高中職	296	3.31	.725			
	大學院校	465	3.32	.687			
	研究所或以上	52	3.60	.995			
	總和	1011	3.33	.744			
娛樂新聞	國中或以下	198	3.58	.908	1.358	.254	
	高中職	296	3.46	.698			
	大學院校	465	3.49	.780			
	研究所或以上	52	3.63	.929			
	總和	198	3.58	.908			
生活新聞	國中或以下	198	3.60	.889	.999	.393	
	高中職	296	3.48	.732			
	大學院校	465	3.56	.752			
	研究所或以上	52	3.50	.874			
	總和	1011	3.54	.782			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

四、職業與收視行爲

假設 1-4 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「職業」而有顯著差異。

(一) 職業與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-13 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「職業」不同而有顯著差異。「每天都看」以「農林漁牧」佔多數，「經常」以「退休人員」佔多數，「偶爾」以「運輸業」佔多數，「很少」以「其他」、「製造業」爲主。

依據表 4-2-14 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收看時段」會因「職業」不同而有顯著差異。「退休人員」、「家管」以中午時段收看爲主；「農林漁牧」者以早上 6 點八點爲主；「軍公教職」、「服務業」、「營造業」、「製造業」、「學生」、「商業」、「運輸業」、「其他」、「自由業」者，皆以「晚間 10 點或深夜 12 點」時段收看爲主。

依據表 4-2-15 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或收看其他客家電台、電視」會因「職業」不同而有顯著差異。「運輸業」之閱聽人有收聽或看其他客家台的比例最高，佔 78.6%。

綜合以上研究結果發現，「每天」收看大苗栗客家話新聞者，以「農林漁牧」爲主，顯示出農林漁牧業收看客語新聞節目之忠實度較高，「退休人員」則次之。

收看時段也因職業性質有所不同，「農林漁牧」因生活作習多早起，出門前或早餐時段可趁空檔收看新聞節目，關心地方議題或活動，以達到滿足資訊需求；「退休人員」多不需外出工作，家在時間較長，「家管」在張羅完早餐後、晚餐之前的空閒之餘，中午時段可收看客家新聞節目打發時間和增加對地方新聞的瞭解與掌握；「運輸業」在車上時間長，一般皆有收聽廣播的習慣，顯現在收聽其他客家電台的習性上。

此外，「軍公教職」者收看客語新聞節目以晚間爲主，與陳雪霞（2003）研究軍公教職人員收看烹飪節目以晚間居多的研究相同，顯示出軍公教職人員會在晚間收看自己喜歡或有別於一般新聞節目、特殊節目的習慣。

表 4-2-13：職業與大苗栗客家話新聞收視頻率

職業	看大苗栗新聞頻率				總和	
	很少	偶爾	經常	每天都看		
軍公教	f	74	80	37	11	202
	%	36.6%	39.6%	18.3%	5.4%	100%
服務業	f	74	96	60	15	245
	%	30.2%	39.2%	24.5%	6.1%	100%
營造業	f	7	14	11	5	37
	%	18.9%	37.8%	29.7%	13.5%	100%
製造業	f	37	29	16	7	89
	%	41.6%	32.6%	18.0%	7.9%	100%
商業	f	10	26	20	4	60
	%	16.7%	43.3%	33.3%	6.7%	100%
學生	f	54	24	6	6	90
	%	60.0%	26.7%	6.7%	6.7%	100%
家管	f	20	19	19	7	65
	%	30.8%	29.2%	29.2%	10.8%	100%
自由業	f	22	23	23	15	83
	%	26.5%	27.7%	27.7%	18.1%	100%
農林漁牧	f	4	15	11	15	45
	%	8.9%	33.3%	24.4%	33.3%	100%
運輸業	f	3	6	2	3	14
	%	21.4%	42.9%	14.3%	21.4%	100%
待業中	f	7	5	7	1	20
	%	35.0%	25.0%	35.0%	5.0%	100%
退休人員	f	5	10	21	5	41
	%	12.2%	24.4%	51.2%	12.2%	100%
其他	f	9	4	6	1	20
	%	45.0%	20.0%	30.0%	5.0%	100%
總和	f	326	351	239	95	1011
	%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2=138.224$ $df=36$ $p=0.00***$					

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-14：職業與大苗栗客家話新聞收視時段

職業	收視時段				總和
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
軍公教	f 60	103	28	11	202
	% 29.7%	51.0%	13.9%	5.4%	100%
服務業	f 49	162	19	15	245
	% 20.0%	66.1%	7.8%	6.1%	100%
營造業	f 2	25	5	5	37
	% 5.4%	67.6%	13.5%	13.5%	100%
製造業	f 13	58	13	5	89
	% 14.6%	65.2%	14.6%	5.6%	100%
商業	f 9	36	7	8	60
	% 15.0%	60.0%	11.7%	13.3%	100%
學生	f 21	54	12	3	90
	% 23.3%	60.0%	13.3%	3.3%	100%
家管	f 14	16	16	19	65
	% 21.5%	24.6%	24.6%	29.2%	100%
自由業	f 13	34	14	22	83
	% 15.7%	41.0%	16.9%	26.5%	100%
農林漁牧	f 5	8	17	15	45
	% 11.1%	17.8%	37.8%	33.3%	100%
運輸業	f 3	9	2	0	14
	% 21.4%	64.3%	14.3%	.0%	100%
待業中	f 5	8	5	2	20
	% 25.0%	40.0%	25.0%	10.0%	100%
退休人員	f 11	4	11	15	41
	% 26.8%	9.8%	26.8%	36.6%	100%
其他	f 6	8	3	3	20
	% 30.0%	40.0%	15.0%	15.0%	100%
總和	f 211	525	152	123	1011
	% 20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100.0%
卡方檢定	$\chi^2 = 199.019$ df=36 p=0.00***				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-15：職業與收聽或看其他客家電台、電視

職業		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
軍公教職	f	88	114	202
	%	43.6%	56.4%	100%
服務業	f	141	104	245
	%	57.6%	42.4%	100%
營造業	f	19	18	37
	%	51.4%	48.6%	100%
製造業	f	55	34	89
	%	61.8%	38.2%	100%
商業	f	27	33	60
	%	45.0%	55.0%	100%
學生	f	61	29	90
	%	67.8%	32.2%	100%
家管	f	30	35	65
	%	46.2%	53.8%	100%
自由業	f	37	46	83
	%	44.6%	55.4%	100%
農林漁牧	f	14	31	45
	%	31.1%	68.9%	100%
運輸業	f	3	11	14
	%	21.4%	78.6%	100%
待業中	f	11	9	20
	%	55.0%	45.0%	100%
退休人員	f	14	27	41
	%	34.1%	65.9%	100%
其他	f	12	8	20
	%	60.0%	40.0%	100%
總和	f	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=43.212$	df=12	p=0.00***

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 職業與大苗栗客家話新聞偏好

依據表 4-2-16 單因子變異數分析，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞的收視偏好，喜歡政治新聞 ($p=.000<.01$)、文教新聞 ($p=.003<.01$)、娛樂新聞 ($p=.005<.01$)，皆會因「職業」而有顯著差異。

以 Scheffe 事後比較得知，收看大苗栗客家話「政治新聞」、「文教新聞」、「娛樂新聞」偏好與職業並無顯著差異，因此不做特別討論。

表 4-2-16：職業與大苗栗客家話新聞偏好 ANVOA 表

收視偏好	性別	個性	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
政治新聞	軍公教職	202	2.69	.795	4.059	.000***
	服務業	245	2.72	.843		
	營造業	37	3.03	1.190		
	製造業	89	2.65	.918		
	商業	60	3.02	.725		
	學生	90	2.54	1.029		
	家管	65	2.65	.874		
	自由業	83	2.69	1.058		
	農林漁牧業	45	3.22	.823		
	運輸業	14	3.50	.519		
	待業中	20	2.75	1.164		
	退休人員	41	3.15	.963		
	其他	20	2.50	.889		
	總和	1011	2.76	.913		
社會新聞	軍公教職	202	2.99	.712	2.178	.011
	服務業	245	2.98	.707		
	營造業	37	3.27	1.045		
	製造業	89	2.99	.832		
	商業	60	3.17	.615		
	學生	90	2.88	.970		
	家管	65	3.02	.820		
	自由業	83	3.22	.812		
	農林漁牧業	45	3.38	.777		
	運輸業	14	3.14	.770		
	待業中	20	3.10	.968		
	退休人員	41	3.12	.900		
	其他	20	2.80	.951		
	總和	1011	3.04	.799		
文教新聞	軍公教職	202	3.32	.684	2.474	.003**
	服務業	245	3.33	.702		
	營造業	37	3.41	.644		

	製造業	89	3.27	.719		
	商業	60	3.33	.542		
	學生	90	3.08	.951		
	家管	65	3.32	.687		
	自由業	83	3.49	.755		
	農林漁牧業	45	3.71	.589		
	運輸業	14	3.43	.756		
	待業中	20	3.20	.894		
	退休人員	41	3.41	.948		
	其他	20	3.20	1.005		
	總和	1011	3.33	.744		
娛樂新聞	軍公教職	202	3.34	.696	2.381	.005**
	服務業	245	3.57	.752		
	營造業	37	3.35	.824		
	製造業	89	3.56	.825		
	商業	60	3.63	.637		
	學生	90	3.52	.851		
	家管	65	3.48	.920		
	自由業	83	3.73	.842		
	農林漁牧業	45	3.56	.841		
	運輸業	14	3.64	.497		
	待業中	20	3.30	.733		
	退休人員	41	3.46	.925		
	其他	20	3.10	.968		
	總和	1011	3.50	.793		
	軍公教職	202	3.42	.666	2.060	.017
	服務業	245	3.59	.750		
	營造業	37	3.54	.691		
	製造業	89	3.51	.756		
	商業	60	3.63	.736		
	學生	90	3.38	.907		
	家管	65	3.65	.779		
	自由業	83	3.76	.835		
	農林漁牧業	45	3.64	.743		
	運輸業	14	3.86	.663		
	待業中	20	3.35	.745		
	退休人員	41	3.54	1.075		
	其他	20	3.30	1.031		
	總和	1011	3.54	.782		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

五、收入與收視行爲

假設 1-5 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「收入」而有顯著差異。

(一) 收入與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-17 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「收入」不同而有顯著差異。「無固定收入」、「低收入」以「很少看」爲主，「高收入」、「中收入」以「偶爾」爲主，發現收入愈高收看客語新聞意願愈高，杜麗芳(1984)、劉貞秀(1995)同樣也指出高收入者收看新聞節目時間較長。

依據表 4-2-18 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收看時段」會因「收入」不同而有顯著差異。皆以「晚間 10 點或深夜 12 點」爲主，「高收入」所佔比例高於「中收入」、「低收入」、「無固定收入」。

依據表 4-2-19 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「有收聽或看其他台」不會因「收入」而有顯著差異。

表 4-2-17：收入與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

收入	收視頻率				總和	
	很少	偶爾	經常	每天都看		
無固定	f	61	56	36	26	179
	%	34.1%	31.3%	20.1%	14.5%	100%
低收入	f	60	53	31	3	147
	%	40.8%	36.1%	21.1%	2.0%	100%
中收入	f	178	185	119	49	531
	%	33.5%	34.8%	22.4%	9.2%	100%
高收入	f	27	57	53	17	154
	%	17.5%	37.0%	34.4%	11.0%	100%
總和	f	326	351	239	95	1011
	%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=38.245$		df=9	p=0.00***	

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表4-2-18：收入與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

收入		收視時段				總和
		晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
無固定	f	36	63	39	41	179
	%	20.1%	35.2%	21.8%	22.9%	100%
低收入	f	43	63	18	23	147
	%	29.3%	42.9%	12.2%	15.6%	100%
中收入	f	110	307	71	43	531
	%	20.7%	57.8%	13.4%	8.1%	100%
高收入	f	22	92	24	16	154
	%	14.3%	59.7%	15.6%	10.4%	100%
總和	f	211	525	152	123	1011
	%	20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100%
卡方檢定		$\chi^2 = 58.790$ df=9 p=0.00***				

表 4-2-19：收入與收聽或看其他客家電台、電視卡方表

收入		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
無固定收入	個數	93	86	179
	%	52.0%	48.0%	100.0%
低收入	個數	65	82	147
	%	44.2%	55.8%	100.0%
中收入	個數	281	250	531
	%	52.9%	47.1%	100.0%
高收入	個數	73	81	154
	%	47.4%	52.6%	100.0%
總和	個數	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100.0%
卡方檢定		$\chi^2 = 4.299$ df=3 p=0.231		

(二) 收入與大苗栗客家話新聞偏好

依據表 4-2-20 單因子變異數分析可知，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視偏好喜歡政治新聞 ($p=.000 < .01$)，會因「收入」而有顯著差異。

以 Scheffe 事後比較得知，收看大苗栗客家話「政治新聞」偏好會因收入不同而有顯著差異存在，「高收入」偏好程度高於「中收入」、「低收入」。

一般「高收入者」的社會階層較高，欲掌握社會脈動，相關的資訊渴望大過於其他收入族群，因此在收看完其他電視節目後，稍晚時段較會主動轉台收看大苗栗客家話新聞，在接受全國各地新聞資訊後，還能掌握瞭解地方事務和新聞議題，收看政治新聞有助於掌握時事脈動，因此對政治新聞較關注。

表 4-2-20：收入與大苗栗客家話新聞收視行為 ANOVA 表

收視偏好	收入	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
政治新聞	無固定收入	179	2.84	1.021	6.822	.000***	高> 中> 低
	低收入	147	2.65	.849			
	中收入	531	2.69	.880			
	高收入	154	3.03	.900			
	總和	1011	2.76	.913			
社會新聞	無固定收入	179	3.07	.874	.890	.446	
	低收入	147	3.09	.819			
	中收入	531	3.00	.773			
	高收入	154	3.09	.778			
	總和	1011	3.04	.799			
文教新聞	無固定收入	179	3.28	.836	2.271	.079	
	低收入	147	3.26	.786			
	中收入	531	3.33	.687			
	高收入	154	3.46	.768			
	總和	1011	3.33	.744			
娛樂新聞	無固定收入	179	3.43	.874	1.463	.223	
	低收入	147	3.55	.723			
	中收入	531	3.49	.763			
	高收入	154	3.60	.852			
	總和	1011	3.50	.793			
生活新聞	無固定收入	179	3.48	.863	.677	.566	
	低收入	147	3.59	.757			
	中收入	531	3.54	.735			
	高收入	154	3.58	.861			
	總和	1011	3.54	.782			

*表示 $P < 0.05$ **表示 $P < 0.01$ ***表示 $P < 0.001$

六、說客語能力與收視行爲

假設 1-6 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「說客語能力」而有顯著差異。

(一) 說客語能力與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-21 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「說客語能力」不同而有顯著差異。說客語能力「不佳」者以「很少看」爲主，說客語能力「佳者」以「偶爾」爲主。

依據表 4-2-22 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視時段」不會因「說客語能力」不同而有顯著差異。收看大苗栗客家話新聞時段以晚間 10 點或深夜 12 點爲主要時段，說客語能力佳和不佳者的收時段無太大差異。

依據表 4-2-23 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」會因「說客語能力」之不同而有顯著差異。說客語能力「佳」者以「有收聽收看其他客家電台、電視」，「佳」者佔 59.6%，「不佳」者僅 29%。

說客語能力「佳者」因具備有基本的母語能力，無語言溝通的障礙，收看客語新聞和電視節或是收聽相關客語發音的電台意願較高，與彭文正(2004)、詹國勝(2009)指出客家語愈好，愈會收看客語節目。

表 4-2-21：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

說客語能力	收視頻率				總和	
	很少	偶爾	經常	每天都看		
不佳	f	170	113	44	11	338
	%	50.3%	33.4%	13.0%	3.3%	100%
佳	f	156	238	195	84	673
	%	23.2%	35.4%	29.0%	12.5%	100%
總和	f	326	351	239	95	1011
	%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=96.168$		df=3	p=0.00***	

表 4-2-22：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

說客語能力	收視時段				總和	
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點		
不佳	f	66	196	47	29	338
	%	19.5%	58.0%	13.9%	8.6%	100.0%
佳	f	145	329	105	94	673
	%	21.5%	48.9%	15.6%	14.0%	100.0%
總和	f	211	525	152	123	1011
	%	20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100.0%
卡方檢定		$\chi^2=9.828$		df=3	p=0.020	

表 4-2-23：說客語能力與收聽或收其他客家電台、電台卡方表

說客語能力		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
不佳	f	240	98	338
	%	71.0%	29.0%	100%
佳	f	272	401	673
	%	40.4%	59.6%	100%
總和	f	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=84.230$	df=1	p=0.00***

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 說客家話能力與大苗栗客家話新聞偏好

依據表4-2-24進行T檢定，在99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，收看大苗栗客語之政治新聞 ($p=.000<.01$)、社會新聞 ($p=.000<.01$)、文教新聞 ($p=.000<.01$)、娛樂新聞 ($p=.000<.01$)、生活新聞 ($p=.001<.01$) 五類型偏好，皆會因「說客語能力」不同而有顯著差異，「佳者」偏好程度高於「不佳者」。

政治、社會、文教、娛樂、生活五大類型新聞收視偏好，說客語能力「佳者」喜好強度都比「不佳者」顯著，與主要原因為說客語能力佳者本身具備有語言優勢，閱聽人無語言語障礙，所以不論收看一般電視新聞、大苗栗客家話新聞或其他客語電視、廣播，其意願較高，相對於客語能力不佳者收視頻率較高；收看大苗栗客家話新聞的意願較高，自然其收視偏好也愈高。佳與不佳者皆較喜愛生活新聞，較不偏好政治新聞。

表 4-2-24：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表

收視偏好	說客語能力	個數	平均數	標準差	t值	顯著性
政治新聞	不佳	338	2.60	.893	-3.904	.000***
	佳	673	2.84	.913		
	總和	1011	2.76	.913		
社會新聞	不佳	338	2.86	.823	-5.126	.000***
	佳	673	3.13	.772		
	總和	1011	3.04	.799		
文教新聞	不佳	338	3.12	.764	-6.308	.000***
	佳	673	3.44	.711		
	總和	1011	3.33	.744		
娛樂新聞	不佳	338	3.35	.835	-4.370	.000***
	佳	673	3.58	.760		
	總和	1011	3.50	.793		
生活新聞	不佳	338	3.42	.838	-3.290	.001***
	佳	673	3.60	.746		
	總和	1011	3.54	.782		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

七、聽客語能力與收視行爲

假設 1-7 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「聽客語能力」而有顯著差異。

(一) 聽客能力與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-25 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「聽客語能力」不同而有顯著差異。聽客語能力「不佳者」以「很少看」爲主，「佳者」以「偶爾」爲主。依據表 4-2-27 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」會因「聽客語能力」不同而有顯著差異。聽客語能力「佳者」佔 57.3%，「不佳」者僅 28.8%。

依據表 4-2-26 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視時段」，不會因「聽客語能力」而有顯著差異。

聽客語能力「佳者」因具備有基本的母語能力，無語言溝通的障礙，所以收看客語新聞和電視節目，或是收聽相關客語發音電台的意願，相對比「不佳者」還要高，研究結果與彭文正(2004)指出收看客家電視台頻率與客家話能力成正比，李美華(2009)研究桃竹苗地區民眾的使用客家媒介時間與「客語能力」呈現正相關，結果相呼應。

表 4-2-25：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

聽客語能力	收視頻率				總和	
	很少	偶爾	經常	每天都看		
不佳	f	147	100	30	4	281
	%	52.3%	35.6%	10.7%	1.4%	100%
佳	f	179	251	209	91	730
	%	24.5%	34.4%	28.6%	12.5%	100%
總和	f	326	351	239	95	1011
	%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2 = 102.683$		df=3	p=0.00***	

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-26：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

聽客語能力	收視時段				總和	
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點		
不佳	f	54	161	39	27	281
	%	19.2%	57.3%	13.9%	9.6%	100.0%
佳	f	157	364	113	96	730
	%	21.5%	49.9%	15.5%	13.2%	100.0%
總和	f	211	525	152	123	1011
	%	20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100.0%
卡方檢定		$\chi^2 = 5.106$		df=3	p=0.164	

表 4-2-27：聽客語能力與收聽或看其他客家電台、電台卡方表

聽客語能力		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
不佳	f	200	81	281
	%	71.2%	28.8%	100%
佳	f	312	418	730
	%	42.7%	57.3%	100%
總和	f	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2=65.630$	df=1	p=0.00***

(二) 聽客語能力與大苗栗客家話新聞偏好

依據表4-2-28進行T檢定，收看大苗栗客語之政治新聞 (p=.000<.01)、社會新聞 (p=.000<.01)、文教新聞 (p=.000<.01)、娛樂新聞 (p=.000<.01)、生活新聞 (p=.002<.01) 五類型偏好，皆會因「聽客語能力」不同而有顯著差異，「佳者」偏好程度高於「不佳者」。

以上五類型的新聞收視偏好，聽客語能力「佳者」喜好強度都比「不佳者」顯著，與主要原因為聽客語能力佳者本身具備有語言優勢，閱聽人無語言障礙，所以不論收看一般電視新聞、大苗栗客家話新聞或其他客語電視、廣播，其意願較高，相對於客語能力不佳者收視頻率較高；收看大苗栗客家話新聞的意願較高，自然其收視偏好也愈高。佳與不佳者皆較喜愛生活新聞，較不偏好政治新聞。

表 4-2-28：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表

收視偏好	聽客語能力	個數	平均數	標準差	t值	顯著性
政治新聞	不佳	281	2.57	.896	-4.244	.000***
	佳	730	2.84	.909		
	總和	1011	2.76	.913		
社會新聞	不佳	281	2.84	.816	-5.103	.000***
	佳	730	3.12	.779		
	總和	1011	3.04	.799		
文教新聞	不佳	281	3.10	.780	-6.150	.000***
	佳	730	3.42	.709		
	總和	1011	3.33	.744		
娛樂新聞	不佳	281	3.34	.847	-4.174	.000***
	佳	730	3.57	.762		
	總和	1011	3.50	.793		
生活新聞	不佳	281	3.42	.820	-3.070	.002**
	佳	730	3.59	.762		
	總和	1011	3.54	.782		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

八、族群認同與收視行爲

假設 1-8 收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，會因「族群認同」有顯著差異。

(一) 族群認同與大苗栗客家話新聞之收視時段、頻率、他台

依據表 4-2-29 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視頻率」會因「族群認同」不同而有顯著差異。「客家人」以「偶爾」爲主，所佔比例高於非客家；「非客家人」以「很少看」爲主。依據表 4-2-31 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他客家電台、電視」會因「族群認同」不同而有顯著差異。有聽、收看其台他的「客家人」佔 58.2%，「非客家人」者僅 28.2%。

依據表 4-2-30 卡方分析，發現大苗栗客家話新聞的「收視時段」，不會因「族群認同」而有顯著差異。

「客家人」收看大苗栗客家話新聞以「偶爾」爲主，「非客家人」以「很少看」，呼應彭文正(2004)以客家意識爲核心，文化期望與收看客家能視台頻率爲正比，李美華(2009)指出客家認同與使用客家媒體呈正相關，顯示出族群身份認同，會影響閱聽人收看客語新聞節目的程度。因爲語言限制的關係，非客家人客語能力較不足，也較不會主動或有意願再去收聽或收看其他客家電台、電視。

表 4-2-29：族群認同與大苗栗客家話新聞收視頻率卡方表

族群認同	收視頻率				總和
	很少	偶爾	經常	每天都看	
客家人 f	190	254	188	81	713
%	26.6%	35.6%	26.4%	11.4%	100%
非客家人 f	136	97	51	14	298
%	45.6%	32.6%	17.1%	4.7%	100%
總和 f	326	351	239	95	1011
%	32.2%	34.7%	23.6%	9.4%	100%
卡方檢定	$\chi^2=141.615$ df=3 p=0.00***				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-2-30：族群認同與大苗栗客家話新聞收視時段卡方表

族群認同	收視時段				總和
	晚間5:30	晚間10點或深夜12點	早上6點或8點	中午12點	
客家人 f	154	360	112	87	713
%	21.6%	50.5%	15.7%	12.2%	100.0%
非客家人 f	57	165	40	36	298
%	19.1%	55.4%	13.4%	12.1%	100.0%
總和 f	211	525	152	123	1011
%	20.9%	51.9%	15.0%	12.2%	100.0%
卡方檢定	$\chi^2=5.106$ df=3 p=0.164				

表 4-2-31：族群認同與收聽或看其他客家電台、電台卡方表

族群認同		收聽或看其他電		總和
		沒有	有	
客家人	f	298	415	713
	%	41.8%	58.2%	100%
非客家人	f	214	84	298
	%	71.8%	28.2%	100%
總和	f	512	499	1011
	%	50.6%	49.4%	100%
卡方檢定		$\chi^2 = 765.756$	df=1	p=0.00***

(二) 族群認同與大苗栗客家話新聞偏好

依據表4-2-32進行T檢定，在99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，收看大苗栗客語之社會新聞 ($p=.000 < .01$)、文教新聞 ($p=.000 < .01$)、娛樂新聞 ($p=.001 < .01$) 偏好，皆會因「族群認同」不同而有顯著差異，「客家人」偏好程度高於「非客家人」。

由於一般電視新聞多以國語發音，大苗栗客家話新聞以四縣客語發音，又以客家事務為主軸，較難吸引非客家人的認同與收看。

表 4-2-32：族群認同與大苗栗客家話新聞收視偏好 T 檢定表

收視偏好	族群認同	個數	平均數	標準差	t值	顯著性
政治新聞	客家人	713	2.78	.926	1.108	.268
	非客家人	298	2.71	.882		
	總和	1011	2.76	.913		
社會新聞	客家人	713	3.11	.787	4.006	.000***
	非客家人	298	2.89	.808		
	總和	1011	3.04	.799		
文教新聞	客家人	713	3.41	.731	5.066	.000***
	非客家人	298	3.15	.744		
	總和	1011	3.33	.744		
娛樂新聞	客家人	713	3.56	.749	3.706	.001***
	非客家人	298	3.36	.874		
	總和	1011	3.50	.793		
生活新聞	客家人	713	3.58	.753	2.320	.027
	非客家人	298	3.45	.841		
	總和	1011	3.54	.782		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

第三節 人口變項與收視動機交叉分析

一、性別變項與收視動機

假設 2-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「性別」而有顯著差異。

(一) 性別與收視動機

依據表 4-3-1 由 T 檢定可知，在 95%信心水準之下 ($\alpha=0.05$)，發現收看大苗栗客家話新聞的收視動機為陪家人看 ($p=.004 < .05$)、主播形象與專業 ($p=.016 < .05$)、掌握政令 ($p=.043 < .05$)、關心政治議題 ($p=.025 < .05$)、支持客語文化 ($p=.001 < .01$)，會因「性別」而有顯著差異。

各項收視動機的重要程度如下：

- 1、「陪家人看」會因「性別」而有顯著差異，「女性」高於「男性」。
- 2、「主播形象與專業」會因「性別」而有顯著差異，「男性」高於「女性」。
- 3、「掌握政令」會因「性別」而有顯著差異，「男性」高於「女性」。
- 4、「關心政治議題」會因「性別」而有顯著差異，「男性」高於「女性」。
- 5、「支持客語文化」會因「性別」而有顯著差異，「男性」高於「女性」。

綜合以上研究發現，「女性」在「陪家人看」的收視動機較高於「男性」；「男性」在「主播形象與專業」、「掌握政令」、「關心政治議題」、「支持客語文化」的收視動機較高於「女性」；顯示女性在社交型的收視動機較顯著，男性在社交型、資訊型、政治型的收視動機較顯著。

不論家庭主婦或職業婦女，在家人下班、小孩下課回家後，晚上時間與和家人相聚的重要時刻，陪伴家人收看電視節目成爲女性收看大苗栗客家話新聞的較重要動機之一。

由於大苗栗客家話新聞皆由女主播播報，可促成吸引男性閱聽人的因素；台灣政治形態以男性參與政治爲主，男性多是家庭經濟主要支持者，政治牽動著社會經濟整體脈動，男性在關心政治相關話題時，會以收看電視新聞節目事時掌握政令爲消息來源，因此男性收看大苗栗客家話新聞以的動機較偏重於「掌握政令」、「關心政治議題」。結果與劉秀貞（1995）研究女性觀眾收看線電視新聞的動機多數爲溝通型，男性爲資訊型相符合，說明性別確實會影響到閱聽人的收視動機。

表 4-3-1：性別與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表

收視動機	性別	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	男	505	3.08	.795	-1.122	.262
	女	506	3.14	.769		
學客家話	男	505	3.05	.964	-.687	.492
	女	506	3.09	.858		
陪家人看	男	505	3.09	.836	-2.909	.004**
	女	506	3.24	.847		
主播形象與專業	男	505	3.14	.888	2.406	.016*
	女	506	3.01	.838		
關心社區活動	男	505	3.50	.831	1.219	.223
	女	506	3.44	.792		
掌握政令	男	505	3.42	.872	2.029	.043*
	女	506	3.31	.780		
紓解壓力	男	505	3.14	.909	.735	.462
	女	506	3.10	.810		
關心政治議題	男	505	3.08	.923	2.239	.025*
	女	506	2.95	.874		
瞭解客家文化	男	505	3.41	.841	.515	.607
	女	506	3.39	.796		
增加聊天話題	男	505	3.19	.836	.577	.564
	女	506	3.16	.816		
支持客語文化	男	505	3.56	.862	2.164	.031*
	女	506	3.44	.838		
關心地方議題	男	505	3.59	.906	1.784	.075
	女	506	3.49	.875		

*表示 P<0.5 **表示 P<0.1 ***表示 P<0.01

(二) 相同性別群眾之收視動機

由表 4-3-2 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於「男性」族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-1 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「掌握建設政令」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「關心政治議題」、「想學客家話」。

由表 4-3-3 可得知 12 個收視動機對於「女性」族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-3 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「關心社區活動」、「支持客語文化」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「想學客家話」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

綜合以上研究發現，男性與女性皆以「關心地方議題」為主要收視動機，次要的收視動機，二族群也都包含有「關心社區活動」、「支持客語文化」，較低弱的動機為「關心政治議題」，男性排列倒數第二位，女性排列最後一位，顯示二者收看大苗栗客家話新聞的出發點，以「關心地方議題」為最重要的收視動機，「關心政治議題」並非影響男、女性閱聽人收看的重要原因。

另外，男性對於「想學客家話」動機最為低弱，顯示母語學習並非男性閱聽人收看新聞節目的主要動機，因為通常會收看客語新聞節目的閱聽人，其具備有一定的母語能力。女性的「主播形象吸引人」收視動機，排列倒數第二位(M=3.01)，男性在此次動機選項(M=3.14)，平均數較女性高。

表 4-3-2：男性收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	241.117	9.181	26.264	44.033	0.00***
組內					
受試者間 S	1851.714	504	3.674		
殘差(A * S)	2759.799	5544	.498		
全體 Total	4852.630	6057.181			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-3：女性收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	185.195	9.236	20.052	38.321	0.00***
組內					
受試者間 S	1685.839	505	3.338		
殘差(A * S)	2440.555	5555	.439		
全體 Total	4311.589	6069.236			

二、年齡與收視動機

假設 2-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「年齡」而有顯著差異。

(一) 年齡變項與收視動機

依據表 4-3-4 單因子變異數分析可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為「主播形象與專業」、「關心社區活動」、「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」($p=.000<.01$)，皆會因「年齡」不同而有顯著差異。

經過 Scheffe 事後比較，檢視不同年齡在顯著差異收視動機的重要程度，依據表 4-3-5 平均數，可得如下：

- 1、「關心社區活動」收視動機，「老年人」高於中壯年、青少年。
- 2、「掌握政令」收視動機，「老年人」高於中壯年、青少年。
- 3、「紓解壓力」收視動機，「老年人」高於中壯年，「青少年」高於中壯年。
- 4、「關心政治議題」收視動機，「老年人」高於中壯年、青少年。
- 5、「瞭解客家文化」收視動機，「老年人」高於中壯年、青少年。
- 6、「增加聊天話題」收視動機份，「老年人」高於青少年、中壯年。
- 7、「支持客語文化」收視動機，「老年人」高於中壯年、青少年。

綜合以上研究發現，「老年人」在關心社區活動、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 6 項收視動機平均數皆高於青少年、中壯年，顯示老年人在資訊型、政治型、社交型的收視動機較為顯著，「中壯年」在經解壓力動機重要程度低於老年、青少年，顯示中壯年的娛樂型動機較低弱。

老年人的客語能力，較青少年、中壯年佳，聽、話能力比較沒有障礙，老年人長年生活於客家庄，對於客家文化、習俗皆有一定的瞭解，長輩更成為年輕一輩後代子孫請教的對象，因此「想要學習客語」、「想瞭解客家文化」較不足以引起老年人收看大苗栗客家話新聞的動機，亦顯示出年齡長者、客家意識愈強、客家能力愈好、文化期望愈高，所以愈願意藉由收看客語新聞節目，其結果與彭文政（2004）研究相同。

表 4-3-4：年齡與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
消遣打發時間	組間	2.795	2	1.397	2.291	.102	
	組內	614.798	1008	.610			
	總和	617.592	1010				
學客家話	組間	.398	2	.199	.239	.788	
	組內	840.474	1008	.834			
	總和	840.872	1010				
陪家人看	組間	2.539	2	1.270	1.782	.169	
	組內	718.204	1008	.713			
	總和	720.744	1010				
主播形象 與專業	組間	5.488	2	2.744	3.681	.026	
	組內	751.385	1008	.745			
	總和	756.872	1010				
關心社區活動	組間	20.156	2	10.078	15.730	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	645.791	1008	.641			
	總和	665.947	1010				
掌握政令	組間	23.979	2	11.990	18.068	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	668.877	1008	.664			
	總和	692.857	1010				
紓解壓力	組間	20.449	2	10.224	14.170	.000***	青少年 > 中壯 老人 > 中壯
	組內	727.308	1008	.722			
	總和	747.757	1010				
關心政治議題	組間	30.763	2	15.381	19.653	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	788.917	1008	.783			
	總和	819.680	1010				
瞭解客家文化	組間	13.132	2	6.566	9.980	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	663.226	1008	.658			
	總和	676.358	1010				
增加聊天話題	組間	24.416	2	12.208	18.505	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	664.980	1008	.660			
	總和	689.397	1010				
支持客語文化	組間	11.640	2	5.820	8.135	.000***	老人 > 中壯 > 青少年
	組內	721.104	1008	.715			
	總和	732.744	1010				
關心地方議題	組間	4.638	2	2.319	2.927	.054	
	組內	798.490	1008	.792			
	總和	803.128	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-5：年齡與大苗栗客家話新聞收視動機平均數

收視動機	(M) 青少年	中壯年	老年人
消遣打發時間	3.08	3.08	3.21
學客家話	3.07	3.08	3.04
陪家人看	3.14	3.14	3.26
主播形象與專業	2.89	3.08	3.15
關心社區活動	3.19	3.46	3.68
掌握政令	3.11	3.33	3.62
紓解壓力	3.25	3.02	3.34
關心政治議題	2.84	2.94	3.34
瞭解客家文化	3.23	3.36	3.60
增加聊天話題	2.98	3.11	3.45
支持客語文化	3.31	3.48	3.67
關心地方議題	3.38	3.55	3.62

(二) 相同年齡群眾之收視動機

由表 4-3-6 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於青少年族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-5 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「紓解壓力」、「瞭解客家文化」、「關心社區活動」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「關心政治議題」、「想學客家話」。

由表 4-3-7 可得知 12 個收視動機對於中壯年族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-5 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象與專業」、「紓解壓力」、「關心政治議題」。

由表 4-3-8 可得知 12 個收視動機對於老年人族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-5 平均數分析得知，「關心社區活動」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「掌握政令」、「關心地方議題」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「主播形象與專業」，最後以收視動機「學客家話」。

綜合以上結論，不論年齡收視動機皆以「關心社區活動」、「支持客語文化」為主，青少年、中壯年在「關心政治議題」動機中最低落，顯示青少年、中壯年對政治議題較不感興趣，老年人在「學客家話」動機中最低落，顯示老年人較具備有客語能力，故不需藉由收看电视新聞學習客家話。

表 4-3-6：青少年收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	38.889	11	3.535	6.378	0.00***
組內					
受試者間 S	577.425	132	4.374		
殘差(A * S)	804.861	1452	0.554		
全體 Total	1421.175	1595			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-7：中壯年收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	299.850	11	27.259	59.550	0.00***
組內					
受試者間 S	2098.107	652	3.218		
殘差(A * S)	3282.983	7172	0.458		
全體 Total	5680.94	7835			

表 4-3-8：老年人收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	122.369	11	11.124	25.434	0.00***
組內					
受試者間 S	762.463	224	3.404		
殘差(A * S)	1077.715	2464	0.437		
全體 Total	1962.547	2699			

三、教育程度與收視動機

假設 2-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「教育程度」而有顯著差異。

(一) 教育程度變項與收視動機

依據表 4-3-9 單因子變異數分析可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機關心社區活動 ($p=.006 < .01$)、紓解壓力 ($p=.000 < .01$)、關心政治議題 ($p=.002 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.004 < .01$)、關心地方議題 ($p=.001 < .01$)，皆會因「教育程度」而有顯著差異：

經過 Scheffe 事後比較，檢視不同教育程度在顯著差異收視動機的重要程度，依據表 4-3-9 平均數可得知：

- 1、「關心社區活動」會因教育程度而有顯著差異，研究所或以上者程度較高。
- 2、「紓解壓力」會因教育程度而有顯著差異，國中或以下者程度較高。
- 3、「關心政治議題」會因教育程度而有顯著差異，國中或以下者程度較高。
- 4、「增加聊天話題」會因教育程度而有顯著差異，國中或以下重要程度高於大學院校。
- 5、「關心地方議題」會因教育程度而有顯著差異，研究所或以上者程度較高。

綜合以上研究結果可知，「國中或以下」在紓解壓力、關心政治議題、增加聊天話題 3 項收視動機較顯著，顯示初等教育者在娛樂型、政治、社交型的收視動機較為顯著。

「研究所或以上者」在關心社區活動、關心地方議題 2 項收視動機較顯著，顯著高學歷者在資訊型動機較為顯著。

初等教育者多是老年人、青少年。青少年雖然不是收看大苗栗客家話新聞的主要收視族群，但因平日課業壓力大，收看電視新聞成爲疏解壓力的一種方式，不僅能消除壓力亦可做爲消遣娛樂，可看出青少年的收視動機較屬於儀式性行爲；老年人已有人生歷練，必定有屬於自己的價值觀和政治立場，在含飴弄孫的年紀或獨居的生活之中，收看大苗栗客家話新聞不僅能排遣生活與心靈上的無聊壓力而有所寄託，亦能接收到政治相關訊息，尋求自我政治立場的支持與評論，以達到關心地方政治的收視動機與需求；高學歷者關心瞭解社區活動、地方新聞議題的動機較爲顯著，顯示出高學歷者收看客語新聞較屬於工具性行爲，可藉此看出大苗栗客家話新聞閱聽人的特殊之處。

表 4-3-9：教育程度與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
消遣打發 時間	組間	3.142	3	1.047	1.717	.162	
	組內	614.450	1007	.610			
	總和	617.592	1010				
學客家話	組間	3.563	3	1.188	1.428	.233	
	組內	837.310	1007	.831			
	總和	840.872	1010				
陪家人看	組間	5.785	3	1.928	2.716	.044	
	組內	714.959	1007	.710			
	總和	720.744	1010				
主播形象 與專業	組間	3.190	3	1.063	1.421	.235	
	組內	753.683	1007	.748			
	總和	756.872	1010				
關心社區活動	組間	8.118	3	2.706	4.142	.006**	研究所 >國中>大學 >高中職
	組內	657.829	1007	.653			
	總和	665.947	1010				
掌握政令	組間	2.923	3	.974	1.422	.235	
	組內	689.934	1007	.685			
	總和	692.857	1010				
紓解壓力	組間	16.427	3	5.476	7.540	.000***	國中> 高中職>大學 >研究所
	組內	731.329	1007	.726			
	總和	747.757	1010				
關心政治議題	組間	12.000	3	4.000	4.987	.002**	國中>大學
	組內	807.680	1007	.802			
	總和	819.680	1010				
瞭解客家文化	組間	6.498	3	2.166	3.256	.021	
	組內	669.861	1007	.665			
	總和	676.358	1010				
增加聊天話題	組間	8.916	3	2.972	4.398	.004**	國中>大學
	組內	680.481	1007	.676			
	總和	689.397	1010				
支持客語文化	組間	7.045	3	2.348	3.259	.021	
	組內	725.699	1007	.721			
	總和	732.744	1010				
關心地方議題	組間	12.511	3	4.170	5.312	.001***	研究所> 高中職>大學 >國中
	組內	790.616	1007	.785			
	總和	803.128	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-10：教育程度與大苗栗客家話新聞收視動機平均數

收視動機	(M) 國中或以下	高中職	大學院校	研究所或以上
消遣打發時間	3.21	3.08	3.08	3.21
學客家話	2.98	3.11	3.06	3.25
陪家人看	3.28	3.14	3.16	2.92
主播形象與專業	3.18	3.07	3.04	2.98
關心社區活動	3.56	3.42	3.44	3.79
掌握政令	3.45	3.38	3.32	3.42
紓解壓力	3.37	3.10	3.04	2.98
關心政治議題	3.21	3.02	2.92	3.12
瞭解客家文化	3.44	3.35	3.38	3.71
增加聊天話題	3.29	3.22	3.07	3.29
支持客語文化	3.52	3.50	3.46	3.85
關心地方議題	3.43	3.56	3.52	3.98

(二) 相同教育程度群眾之收視動機

由表 4-3-11 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於國中或以下族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-10 平均數分析得知，「關心社區活動」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「掌握政令」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象吸引」、「學客家話」。

由表 4-3-12 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於高中職族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-10 平均數分析得知，「關心社區活動」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「掌握建設政令」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

由表 4-3-13 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於大學院校族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-10 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「增加聊天話題」、「學客家話」、「關心政治議題」。

由表 4-3-14 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於研究所或以上族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-10 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「主播形象吸引人」、「想學客家話」。

「關心地方議題」、「關心社區活動」為各教育族群最重要的收視動機。以整體而言，最主要的前三項收視動機為「關心地方議題」、「關心社區活動」、「支持客語文化」，由此可看出，大苗栗客家話新聞閱聽人收看新聞節目以掌握資訊、社交型動機為主，學客家話、關心政治議題並非主要的視動機。

表 4-3-11：國中或以下收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	60.130	8.486	7.086	9.736	0.00***
組內					
受試者間 S	788.418	197	4.002		
殘差(A * S)	1216.704	2167	.561		
全體 Total	2065.251	2372.486			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-12：高中職收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	112.125	9.093	12.331	22.760	0.00***
組內					
受試者間 S	948.982	295	3.217		
殘差(A * S)	1453.292	3245	.448		
全體 Total	2514.398	3549.093			

表 4-3-13：大學院校收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	210.509	9.277	22.691	44.484	0.00***
組內					
受試者間 S	1584.849	464	3.416		
殘差(A * S)	2195.741	5104	.430		
全體 Total	3991.099	5577.277			

表 4-3-14：研究所或以上收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	78.404	6.418	12.216	13.339	0.00***
組內					
受試者間 S	186.083	51	3.649		
殘差(A * S)	299.763	561	.534		
全體 Total	564.250	618.418			

四、職業與收視動機

假設 2-4 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「職業」而有顯著差異。

(一) 職業變項與收視動機

依據表 4-3-15 單因子變異數分析可知，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為陪家人看 ($p=.003 < .01$)、主播形象與專業 ($p=.006 < .01$)、關心社區活動 ($p=.000 < .01$)、掌握政令 ($p=.001 < .01$)、關心政治議題 ($p=.000 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.000 < .01$)，會因「職業」不同而有顯著差異。

經過 Scheffe 事後比較，檢視不同教育程度在顯著差異收視動機的重要程度，依據表 4-3-16 平均數可得知：

- 1、「陪家人看」收視動機，不會因職業而有顯著差異。
- 2、「主播形象與專業」收視動機，不會因職業而有顯著差異。
- 3、「關心社區活動」收視動機，「農林漁牧業」高於「學生」。
- 4、「掌握政令」收視動機，「農林漁牧業」，不會因職業而有顯著差異。
- 5、「關心政治議題」收視動機，不會因職業而有顯著差異。
- 6、「增加聊天話題」收視動機，「家管」高於「學生」。

綜合以上研究發現，「家管」多是婦女，先生下班、孩子下課回家後，趁著收看電視新聞時陪伴家人，待在家裡做家務，較少接觸外界，收看電視新聞節目能接收到時事訊息，並能做為與家人親友或街坊鄰居的聊天話題，因此「增加聊天話題」成為其收看客語新聞的重要動機；「農林漁牧業」的閱聽人對土地家鄉有較深厚的感情，草根性較強烈，也是表現客家文化、忠於信仰的代表族群，因此為了與家鄉土地與社區互動，需掌握地方政府、鄉公所、漁會等政令措施消息，自然較其他族群更加「關心社區活動」，想要「掌握政令」、「關心政治議題」，一般「學生」族群多喜歡影劇、娛樂新聞，自然對局限於地方新聞內容的客語節目較不感興趣。

綜合以上研究結果可看出，收看特定節目會因不同職業而有差異存在（陳雪霞，2003）。

表 4-3-15：職業與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
消遣打發時間	組間	12.992	12	1.083	1.787	.046	
	組內	604.601	998	.606			
	總和	617.592	1010				
學客家話	組間	16.124	12	1.344	1.626	.079	
	組內	824.748	998	.826			
	總和	840.872	1010				
陪家人看	組間	21.429	12	1.786	2.548	.003**	
	組內	699.315	998	.701			
	總和	720.744	1010				
主播形象與專業	組間	20.514	12	1.710	2.317	.006**	
	組內	736.358	998	.738			
	總和	756.872	1010				
關心社區活動	組間	27.692	12	2.308	3.608	.000***	農林漁牧> 學生
	組內	638.255	998	.640			
	總和	665.947	1010				
掌握政令	組間	21.941	12	1.828	2.720	.001***	
	組內	670.916	998	.672			
	總和	692.857	1010				
紓解壓力	組間	17.665	12	1.472	2.012	.020	
	組內	730.092	998	.732			
	總和	747.757	1010				
關心政治議題	組間	40.433	12	3.369	4.315	.000***	
	組內	779.246	998	.781			
	總和	819.680	1010				
瞭解客家文化	組間	14.115	12	1.176	1.773	.048	
	組內	662.243	998	.664			
	總和	676.358	1010				
增加聊天話題	組間	33.219	12	2.768	4.210	.000***	家管>學生
	組內	656.178	998	.657			
	總和	689.397	1010				
支持客語文化	組間	16.532	12	1.378	1.920	.029	
	組內	716.211	998	.718			
	總和	732.744	1010				
關心地方議題	組間	17.778	12	1.481	1.883	.033	
	組內	785.350	998	.787			
	總和	803.128	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-16：職業與大苗栗客家話新聞收視動機平均數

收視動機 (M)	軍公	服務	營造	製造	商	學生	家管	自由
消遣打發時間	3.04	3.06	3.14	3.19	3.32	3.10	3.32	3.01
學客家話	3.01	3.06	3.2	2.93	3.37	3.04	3.06	3.29
陪家人看	3.07	3.05	3.24	3.22	3.13	3.08	3.51	3.41
主播形象專業	2.93	3.02	3.05	3.09	3.18	2.98	3.28	3.34
關心社區活動	3.50	3.47	3.35	3.37	3.43	3.16	3.57	3.64
掌握政令	3.38	3.37	3.46	3.22	3.45	3.03	3.38	3.40
紓解壓力	3.11	3.02	3.16	2.93	3.40	3.24	3.35	3.08
關心政治議題	2.93	2.88	3.05	2.84	3.32	2.82	3.18	3.23
瞭解客家文化	3.45	3.36	3.38	3.33	3.52	3.16	3.38	3.48
增加聊天話題	3.00	3.14	3.30	3.15	3.27	2.89	3.51	3.45
支持客語文化	3.49	3.52	3.51	3.57	3.53	3.31	3.38	3.70
關心地方議題	3.57	3.53	3.68	3.47	3.58	3.34	3.40	3.76

表4-3-17 (續)

收視動機 (M)	農漁	運輸	待業	退休	其他
消遣打發時間	3.04	3.50	3.05	3.24	2.85
學客家話	3.07	3.29	3.10	2.88	2.80
陪家人看	3.36	3.07	3.30	3.10	3.16
主播形象專業	3.24	3.21	3.00	3.22	2.70
關心社區活動	4.02	3.57	3.40	3.41	3.40
掌握政令	3.73	3.71	3.55	3.49	3.25
紓解壓力	3.13	3.36	3.05	3.17	2.85
關心政治議題	3.51	3.36	3.30	3.24	2.85
瞭解客家文化	3.67	3.71	3.40	3.46	3.15
增加聊天話題	3.36	3.43	3.30	3.29	2.85
支持客語文化	3.82	3.57	3.25	3.37	3.20
關心地方議題	3.82	3.79	3.50	3.39	3.20

(二) 軍公教職、服務業主要群眾收視動機

由表 4-3-17 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於軍公教職、服務業族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-16 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「掌握政令」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「學客家話」、「主播形象與專業」、「關心政治議題」。

這二族群的閱聽人收看大苗栗客家話新聞的收視動機偏重於「關心社區活動」、「支持客語文化」、「關心社區活動」。

表 4-3-18：軍公教職、服務業收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	372.98	9.411	39.633	76.156	0.00***
組內					
受試者間 S	2736.632	812	3.37		
殘差(A*S)	3976.853	8932	0.445		
全體 Total	7086.466	9753.41			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

五、收入與收視動機

假設 2-5 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「收入」而有顯著差異。

(一) 收入變項與收視動機

依據表 4-3-18 單因子變異數分析可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為紓解壓力 ($p=.000 < .01$)、關心政治議題 ($p=.000 < .01$)，會因「收入」不同而有顯著差異。

經過 Scheffe 事後比較，檢視不同收入在顯著差異收視動機的重要程度，依據表 4-3-19 之平均數可得知：

- 1、「紓解壓力」收視動機，「低收入」高於高收入、無固定收入、中收入。
- 2、「關心政治議題」收視動機，「高收入」高於中收入、低收入。

綜合以上研究發現，「低收入」在娛樂型收視動機較顯著；「高收入」者在政治型的收視動機較顯著。

「低收入」工作性質多屬於勞動階級，工作和經濟壓力相對沈重，平日下班返家後，將收看大苗栗客家話新聞做為娛樂消遣，可舒解工作與生活上的壓力；高收入者相對多屬於上班族或公司主管，政治議題牽動產業變化和社會經濟問題，因此關心政治議題成為高收入者收看大苗栗客家話新聞的重要動機，以掌握政治與社會脈動的發展。這與杜麗芳（1984）調查收看新聞節，高收入者以「想知道國家大事」的「資訊尋求」動機較低收入者高，劉貞秀（1995）發現高收入者的「娛樂型動機」呈現反向關係的研究相符合。

表 4-3-19：收入與大苗栗客家話新聞收視動機 ANVOA 表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
消遣打發時間	組間	1.075	3	.358	.585	.625	
	組內	616.518	1007	.612			
	總和	617.592	1010				
學客家話	組間	3.723	3	1.241	1.493	.215	
	組內	837.150	1007	.831			
	總和	840.872	1010				
陪家人看	組間	4.413	3	1.471	2.068	.103	
	組內	716.331	1007	.711			
	總和	720.744	1010				
主播形象 與專業	組間	3.538	3	1.179	1.577	.193	
	組內	753.334	1007	.748			
	總和	756.872	1010				
關心社區活動	組間	3.786	3	1.262	1.919	.125	
	組內	662.161	1007	.658			
	總和	665.947	1010				
掌握政令	組間	2.231	3	.744	1.084	.355	
	組內	690.626	1007	.686			
	總和	692.857	1010				
紓解壓力	組間	16.980	3	5.660	7.800	.000***	低>高> 無固定> 中收入
	組內	730.776	1007	.726			
	總和	747.757	1010				
關心政治議題	組間	18.223	3	6.074	7.632	.000***	高>中> 低收入
	組內	801.457	1007	.796			
	總和	819.680	1010				
瞭解客家文化	組間	4.474	3	1.491	2.235	.083	
	組內	671.884	1007	.667			
	總和	676.358	1010				
增加聊天話題	組間	3.150	3	1.050	1.541	.202	
	組內	686.247	1007	.681			
	總和	689.397	1010				
支持客語文化	組間	1.614	3	.538	.741	.528	
	組內	731.130	1007	.726			
	總和	732.744	1010				
關心地方議題	組間	4.324	3	1.441	1.817	.142	
	組內	798.804	1007	.793			
	總和	803.128	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-20：收入與大苗栗客家話新聞收視動機平均數

收視動機	(M) 無固定	低收	中收	高
消遣打發時間	3.08	3.12	3.10	3.18
學客家話	2.98	3.11	3.06	3.18
陪家人看	3.16	3.32	3.12	3.16
主播形象與專業	3.12	3.02	3.04	3.19
關心社區活動	3.42	3.41	3.47	3.60
掌握政令	3.34	3.33	3.36	3.47
紓解壓力	3.23	3.28	3.00	3.26
關心政治議題	3.13	2.90	2.94	3.28
瞭解客家文化	3.31	3.41	3.38	3.54
增加聊天話題	3.24	3.19	3.12	3.25
支持客語文化	3.45	3.45	3.52	3.56
關心地方議題	3.41	3.53	3.56	3.63

(二) 相同收入群眾之收視動機

由表 4-3-20 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於無固定收入族群有顯著差異，並由表 4-3-19 平均數分析得知，「支持客語文化」為最主要收視動機，其次是「關心社區活動」、「關心地方議題」、「掌握政令」，較為低弱的收視動機為「主播形象與專業」、「消遣打發時間」、「學客家話」。

由表 4-3-21 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於低收入族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-19 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「學客家話」、「主播形象與專業」、「關心政治議題」。

由表 4-3-22 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於中收入族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-19 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象與專業」、「紓解壓力」及「關心政治議題」。

由表 4-3-23 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於高收入族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-19 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「關心社區活動」、「支持客語文化」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「學客家話」及「陪家人看」。

綜合以上結論，不管何種收入族群多以關心地方議題及支持客語文化為主要收看大苗栗客家話新聞的收視動機。無固定收入與高收入者以「學客家話」、「陪家人看」動機最低落，顯示二者藉不需藉由收看電視新聞學客家話與陪家人。低收入者與中收入者動機以關心政治議題最低落，顯示二者對政治議題較不感興趣。

高收入者「陪家人看」動機最爲低落，原因高收入者多爲具備高學歷，收看新聞節目以掌握資訊、社交型動機爲主，因此陪家人收看電視新聞並非其最主要的收視動機，不需藉由收看電視新聞學客家話與陪伴家人。

表 4-3-21：無固定收入收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	44.384	11	4.035	7.181	0.00***
組內					
受試者間 S	963.459	178	5.413		
殘差(A*S)	1100.116	1958	0.562		
全體 Total	2107.959	2147			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-22：低收入收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	58.211	11	5.292	11.017	0.00***
組內					
受試者間 S	401.537	146	2.75		
殘差(A*S)	771.456	1606	0.480		
全體 Total	1231.204	1763			

表 4-3-23：中收入收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	284.594	11	25.872	58.880	0.00***
組內					
受試者間 S	1737.888	530	3.279		
殘差(A*S)	2561.739	5830	0.439		
全體 Total	4584.221	6371			

表 4-3-24：高收入收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	58.634	11	5.330	12.001	0.00***
組內					
受試者間 S	412.688	153	2.697		
殘差(A*S)	747.532	1683	444		
全體 Total	1218.854	1847			

六、說客語能力與收視動機之影響

假設 2-6 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「說客語能力」而有顯著差異。

(一) 說客語能力變項與收視動機

依據表 4-3-24 由 T 檢定可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為學客家話 ($p=.002 < .01$)、陪家人看 ($p=.000 < .01$)、關心社區活動 ($p=.000 < .01$)、掌握政令 ($p=.000 < .01$)、關心政治議題 ($p=.001 < .01$)、瞭解客家文化 ($p=.000 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.000 < .01$)、支持客語文化 ($p=.000 < .01$)、關心地方議題 ($p=.000 < .01$)，會因的「說客語能力」程度不同而有顯著差異。

檢視說客語能力佳、不佳者在顯著差異收視動機之平均數，研究結果顯示出，在「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 項的收視動機中，說客語能力「佳」者的重要程度都較「不佳」者高。

綜合以上研究，顯示出說客家話能力「佳」者的收看動機較「不佳」強烈，收看大苗栗客家話新聞的願意較高，說客家話能力佳者在學習型、社交型、資訊型、政治型收視動機皆較顯著。

大苗栗客家話新聞全程以客語發音，收看大苗栗客家話新聞需具有基本聽的能力，需聽得的懂才會引起想要收看的興趣，一般來說，會說客話的閱聽人代表其具備有一定基礎的客語能力，聽客語的能力相對的也沒有太大問題，故客語能力佳者的收視動機程度皆較不佳者高，收看客語節目的意願當然也會較有興趣。

表 4-3-25：說客語能力與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表

收視動機	說客語能力	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	不佳	338	3.04	.811	-2.173	.030
	佳	673	3.15	.765		
學客家話	不佳	338	2.95	.848	-3.115	.002**
	佳	673	3.13	.938		
陪家人看	不佳	338	3.02	.864	-3.717	.000***
	佳	673	3.23	.826		
主播形象 與專業	不佳	338	2.98	.870	-2.398	.017
	佳	673	3.12	.861		
關心社區活動	不佳	338	3.19	.809	-7.994	.000***
	佳	673	3.61	.777		
掌握政令	不佳	338	3.13	.827	-6.514	.000***
	佳	673	3.49	.804		
紓解壓力	不佳	338	3.04	.834	-2.135	.033
	佳	673	3.16	.871		
關心政治議題	不佳	338	2.89	.951	-3.198	.001***
	佳	673	3.08	.868		
瞭解客家文化	不佳	338	3.14	.828	-7.109	.000***
	佳	673	3.53	.783		
增加聊天話題	不佳	338	3.03	.822	-3.883	.000***
	佳	673	3.24	.820		
支持客語文化	不佳	338	3.23	.818	-7.513	.000***
	佳	673	3.64	.835		
關心地方議題	不佳	338	3.34	.871	-5.112	.000***
	佳	673	3.64	.886		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 相同說客語能力群眾之收視動機

由表 4-3-25 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於說客語能力佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-24 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」、「掌握建設政令」，較為低弱的收視動機為「想學客家話」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

由表 4-3-26 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於說客語能力不佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-24 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」及「關心社區活動」、「掌握政令」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象吸引人」、「想學客家話」、「關心政治議題」。

說客語能力佳與不佳以「關心地方議題」為主要收視動機，次要的收視動機，二族群也都包含有「關心社區活動」、「支持客語文化」，最低弱的動機為「關心政治議題」，顯示二者收看大苗栗客家話新聞以「關心地方議題」為最重要的收視動機，「關心政治議題」並非主要原因。

表 4-3-26：說客語能力佳收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	377.021	9.295	40.56	72.476	0.00***
組內					
受試者間 S	2160.889	672	3.216		
殘差(A*S)	3495.729	7392	0.473		
全體 Total	6033.639	8073.295			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-27：說客語能力不佳收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	61.162	9.212	6.640	12.176	0.000**
組內					
受試者間 S	1208.071	337	3.585		
殘差(A*S)	1692.754	3707	.457		
全體 Total	2961.988	4053.212			

七、聽客語能力與收視動機之影響

假設 2-7 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「聽客語能力」而有顯著差異。

(一) 聽客語能力變項與收視動機

依據表 4-3-27 由 T 檢定可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為學客家話 ($p=.003 < .01$)、陪家人看 ($p=.000 < .01$)、主播形象與專業 ($p=.009 < .01$)、關心社區活動 ($p=.000 < .01$)、掌握政令 ($p=.000 < .01$)、關心政治議題 ($p=.001 < .01$)、瞭解客家文化 ($p=.000 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.000 < .01$)、支持客語文化 ($p=.000 < .01$)、關心地方議題 ($p=.000 < .01$)，皆會因「聽客語能力」程度不同而有顯著差異。

依據表 4-3-27 檢視說客語能力佳、不佳者在顯著差異收視動機之平均數，研究結果顯示出，在「學客家話」、「陪家人看」、「主播形象與專業」、「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」10 項的收視動機中，聽客語能力「佳」者都比「不佳」者較高。

綜合以上研究，顯示出聽客家話能力「佳」者的收看動機較「不佳」強烈，收看大苗栗客家話新聞的願意較高，聽客家話能力佳者在學習型、社交型、資訊型、政治型動機皆較為顯著。

大苗栗客家話新聞全程以客語發音，收看大苗栗客家話新聞需具有基本聽的能力，需聽得的懂才會引起想要收看的興趣，一般來說，會說客話的閱聽人代表其具備有一定基礎的客語能力，聽客語的能力相對的也沒有太大問題，故客語能力佳者的收視動機程度皆較不佳者高。

彭文正(2004) 收看客家電視台頻率與客家話能力成正比，李美華(2009) 研究指出桃竹苗地區民眾的使用客家媒介時間與「客語能力」呈現正相關，本研究結果顯示，客語能力影響收看大苗栗客話新聞的意願，客語能力愈佳，其意願愈高；與國內閱聽人收看客語新聞節目的研究相呼應。

表 4-3-28：聽客語能力與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表

收視動機	聽客語能力	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	不佳	281	3.02	.808	-2.170	.030
	佳	730	3.14	.770		
學客家話	不佳	281	2.93	.886	-3.014	.003**
	佳	730	3.12	.917		
陪家人看	不佳	281	2.99	.866	-4.116	.000***
	佳	730	3.23	.827		
主播形象 與專業	不佳	281	2.96	.885	-2.604	.009**
	佳	730	3.12	.855		
關心社區活動	不佳	281	3.16	.819	-7.613	.000***
	佳	730	3.59	.777		
掌握政令	不佳	281	3.09	.838	-6.262	.000***
	佳	730	3.47	.800		
紓解壓力	不佳	281	3.02	.847	-2.318	.020
	佳	730	3.16	.863		
關心政治議題	不佳	281	2.87	.949	-3.283	.001***
	佳	730	3.08	.876		
瞭解客家文化	不佳	281	3.13	.837	-6.568	.000***
	佳	730	3.50	.788		
增加聊天話題	不佳	281	2.99	.815	-4.306	.000***
	佳	730	3.24	.821		
支持客語文化	不佳	281	3.23	.805	-6.636	.000***
	佳	730	3.61	.846		
關心地方議題	不佳	281	3.33	.845	-4.755	.000***
	佳	730	3.62	.896		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 相同聽客語能力群眾之收視動機

由表 4-3-28 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於聽客語能力佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-27 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「想學客家話」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

由表 4-3-29 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於聽客語能力不佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-27 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象吸引人」、「想學客家話」、「關心政治議題」。

聽客語能力佳與不佳以「關心地方議題」為主要收視動機，次要的收視動機，二族群也都包含有「關心社區活動」、「支持客語文化」，最低弱的動機為「關心政治議題」，顯示二者收看大苗栗客家話新聞以「關心地方議題」為最重要的收視動機，「關心政治議題」並非主要原因，因本文已有基本的客語能力，想學客家話已不構成收看客語節目的主要動機。

表 4-3-29：聽客語能力佳收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	376.672	9.439	39.907	73.052	0.00***
組內					
受試者間 S	2376.63	729	3.26		
殘差(A*S)	3758.911	8019	0.469		
全體 Total	6512.214	8757.439			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-30：聽客語能力不佳收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	54.022	8.983	6.014	10.526	0.00***
組內					
受試者間 S	995.935	280	3.557		
殘差(A*S)	1437.061	3080	.467		
全體 Total	2487.019	3368.983			

八、族群認同與收視動機

假設 2-8 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「族群」而有顯著差異。

(一) 族群認同變項與收視動機

依據表 4-3-30 由 T 檢定表可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為消遣打發時間、學客家話 ($p=.006 < .01$)、陪家人看 ($p=.006 < .01$)、關心社區活動 ($p=.000 < .01$)、掌握政 ($p=.000 < .01$)、瞭解客家文化 ($p=.000 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.003 < .01$)、支持客語文化 ($p=.000 < .01$)、關心地方議題 ($p=.000 < .01$)，會因「族群認同」不同而有顯著差異。

依據表 4-3-31 檢視客家人、非客家人在顯著差異收視動機之平均數，研究結果顯示出，在「學客家話」、「陪家人看」、「主播形象與專業」、「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」10 項的收視動機中，「客家人」都比「非客家人」較高。

綜合以上研究，顯示出「客家人」的收看動機較「非客家人」強烈，收看大苗栗客家話新聞的願意較高，聽客家話能力佳者在，客家人在娛樂型、社交型、資訊型、學習型動機皆較為顯著。

客家族群閱聽人具備較佳的客語能力，非客家族群因聽、說客語能力較不足，對於客語發音與以客庄事務為報導主軸的新聞節目，相對收視動機較低落。

本研究結果顯示，族群認同與語文能力影響收看大苗栗客話新聞的意願，應證彭文正(2004)所指的收看客家電視台頻率與客家意識、文化期望成正比，李美華(2009)研究出的桃竹苗地區民眾的使用客家媒介時間與「客家認同」皆呈現正相關。顯示出，族群媒體受限於語言、族群議題影響，他群、我群的概念仍無法透過媒體突破，正如同 Riggins (1992) 所指出的，族群媒體的報導內容以弱勢族群、社區議題優先，內容焦點如果過度放在特定的族群或社區部落，會造成封閉隔離，而限制其他群族閱聽人收看客語新聞的願意。

表 4-3-31：族群認同與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表

收視動機	族群認同	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	客家人	713	3.15	.750	2.745	.006**
	非客家人	298	3.01	.845		
學客家話	客家人	713	3.12	.908	2.747	.006**
	非客家人	298	2.95	.914		
陪家人看	客家人	713	3.24	.829	4.302	.000***
	非客家人	298	2.99	.857		
主播形象 與專業	客家人	713	3.10	.862	1.773	.077
	非客家人	298	3.00	.870		
關心社區活動	客家人	713	3.58	.786	6.464	.000***
	非客家人	298	3.22	.819		
掌握政令	客家人	713	3.46	.820	8.892	.000***
	非客家人	298	3.15	.807		
紓解壓力	客家人	713	3.15	.844	1.634	.102
	非客家人	298	3.05	.896		
關心政治議題	客家人	713	3.04	.873	1.019	.309
	非客家人	298	2.97	.964		
瞭解客家文化	客家人	713	3.50	.770	6.429	.000***
	非客家人	298	3.15	.875		
增加聊天話題	客家人	713	3.22	.818	2.995	.003**
	非客家人	298	3.05	.833		
支持客語文化	客家人	713	3.63	.823	7.293	.000***
	非客家人	298	3.20	.846		
關心地方議題	客家人	713	3.62	.867	4.525	.000***
	非客家人	298	3.35	.920		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 相同族群身份群眾之收視動機

由表 4-3-31 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於聽客語能力佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-301 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「消遣打發時間」、「想學客家話」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

由表 4-3-32 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於聽客語能力不佳族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-30 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「主播形象吸引人」、「想學客家話」、「關心政治議題」。

「支持客家語文化」為客家人的最主要收視動機，說明收看大苗栗客家話新聞的客家人，藉由收看地方客語新聞節目取得社區資訊，保持與社群之間的聯絡與溝通，並以此媒介做為認同、支持客家族群的工具。

「關心社區活動」為非客家人最重要的收視動機，雖然說「支持客家語文化」並非此族群最重要的動機，但此選項仍排列在主要動機的第二位，代表著收看大苗栗客家話新聞的閱聽人，多以關心社區活動與社區議題為出發點，認同並支持客語文化也是重要因素之一，說明大苗栗客家新聞的媒體特性，兼具族群媒體與地媒體特性。

表 4-3-32：客家人收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	387.981	9.197	42.184	78.111	0.00***
組內					
受試者間 S	2357.338	712	3.311		
殘差(A * S)	3536.519	7832	0.452		
全體 Total	6281.838	8553.197			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-33：非客家人收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	49.254	9.299	5.296	8.850	0.00***
組內					
受試者間 S	1054.839	297	3.552		
殘差(A * S)	1652.913	3267	.506		
全體 Total	2757.006	3573.299			

九、收視頻率與收視動機

假設 2-9 收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」，會因「收視頻率」而有顯著差異。

(一) 收視頻率變項與收視動機

依據表 4-3-33 由 T 檢定表可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機為消遣打發時間 ($p=.000 < .01$)、學客家話 ($p=.000 < .01$)、陪家人看 ($p=.000 < .01$)、主播形象與專業 ($p=.000 < .01$)、關心社區活動 ($p=.000 < .01$)、掌握政令 ($p=.000 < .01$)、紓解壓力 ($p=.000 < .01$)、瞭解客家文化 ($p=.000 < .01$)、關心政治議題 ($p=.000 < .01$)、增加聊天話題 ($p=.000 < .01$)、支持客語文化 ($p=.000 < .01$)、「關心地方議題」($p=.000 < .01$)，會因「收視頻率」不同而有顯著差異。

依據表 4-3-33 檢視游離戶、忠實戶在顯著差異收視動機之平均數，研究結果顯示出，在「消遣打發時間」、「學客家話」、「陪家人看」、「主播形象與專業」、「關心社區活動」、「掌握政令」、「紓解壓力」、「瞭解客家文化」、「關心政治議題」、「增加聊天話題」、「支持客語文化」、「關心地方議題」各項的收視動機中，「忠實戶」重要程度皆較「游離戶」高，顯示忠實戶在各項的收視動機皆較為顯著。

綜合以上研究，顯示出「忠實戶」的收看動機較「游離戶」強烈，收看大苗栗客家話新聞的願意較高，忠實戶在娛樂型、社交型、資訊型、學習型、政治型的收視動機皆較為顯著。

忠實戶的閱聽人收看大苗栗客語話新聞頻率較高，對客語新聞節目興趣反映在各項的收視動機上，代表出忠實戶收看的意願較高，亦可看出忠實戶對客語新聞內容接受度較高，因大苗栗客語話新聞為四縣客家母語發音，能夠較長收看，顯現出忠實戶的客語能力自然較游離戶還要佳，較無母語障礙的影響，此研究結果與彭文正（2004）指出的，收看客家電視的閱聽人的客語能力與收視頻率成正比相同。

表 4-3-34：收視頻率與大苗栗客家話新聞收視動機 T 檢定表

收視動機	收視頻率	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	游離戶	677	3.04	.746	-3.731	.000***
	忠實戶	334	3.25	.834		
學客家話	游離戶	677	2.98	.898	-4.651	.000***
	忠實戶	334	3.26	.914		
陪家人看	游離戶	677	3.10	.824	-3.608	.000***
	忠實戶	334	3.30	.871		
主播形象 與專業	游離戶	677	2.96	.838	-5.896	.000***
	忠實戶	334	3.30	.877		
關心社區活動	游離戶	677	3.34	.798	-7.387	.000***
	忠實戶	334	3.73	.777		
掌握政令	游離戶	677	3.24	.820	-7.236	.000***
	忠實戶	334	3.63	.783		
紓解壓力	游離戶	677	3.02	.841	-5.334	.000***
	忠實戶	334	3.32	.865		
關心政治議題	游離戶	677	2.85	.885	-8.861	.000***
	忠實戶	334	3.36	.833		
瞭解客家文化	游離戶	677	3.27	.812	-7.543	.000***
	忠實戶	334	3.67	.763		
增加聊天話題	游離戶	677	3.02	.816	-8.930	.000***
	忠實戶	334	3.48	.758		
支持客語文化	游離戶	677	3.36	.860	-8.015	.000***
	忠實戶	334	3.79	.759		
關心地方議題	游離戶	677	3.41	.888	-7.095	.000***
	忠實戶	334	3.81	.837		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

(二) 相同收視頻率之收視動機

由表 4-3-34 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於忠實戶族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-33 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「陪家人看」、「主播形象吸引人」、「想學客家話」、「消遣打發時間」。

由表 4-3-35 相依樣本單因子變異數分析重複量數，可得知 12 個收視動機對於游離戶族群有顯著差異，經事後兩兩比較，並由表 4-3-331 平均數分析得知，「關心地方議題」為最主要收視動機，其次是「支持客語文化」、「關心社區活動」、「瞭解客家文化」，較為低弱的收視動機為「想學客家話」、「主播形象吸引人」、「關心政治議題」。

忠實戶與游離戶皆以「關心地方議題」為最重要的收視動機，次要的收視動機，二族群也都包含有「關心社區活動」、「支持客語文化」。游離戶最低弱的收視動機為「關心政治議題」，反映出此族群喜歡生活新聞，較不喜好政治新聞的偏好。

忠實戶最低弱的收視動機為「消遣打發時間」，顯示出忠實戶收看大苗栗客家話新聞主因在關心地方議題，收看電視新聞是有目的性的，表現出對社區議題、活動的關注，使用客家新聞媒介具有高涉入程度，屬於工具性的動機型態，與黃葳威（2004）研究國內民眾電視使用傾向工具性型態的結果相同。

表 4-3-35：忠實戶收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	177.002	8.814	20.082	33.979	0.00***
組內					
受試者間 S	980.078	333	2.943		
殘差(A * S)	1734.665	3663	.474		
全體 Total	6281.838	8553.197			

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-3-36：游離戶收視動機相依樣本 ANVOA 表

變異來源	SS	df	MS	F	P
組間 A	251.299	9.540	26.343	49.045	0.00***
組內					
受試者間 S	2213.124	676	3.274		
殘差(A * S)	3463.701	7436	.466		
全體 Total	5928.124	8121.540			

第四節 收視行爲與收視動機相關分析

假設 3 苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」與「收視動機」存在顯著相關性。

本研究訂列出 12 項「收視動機」，並藉由調查閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行爲」，包含「收看頻率」、「收視時段」、「有無收聽或看其他客家電台、電視」，與對大苗栗客家話新聞之政治新聞、社會新聞、文教新聞、娛樂新聞與生活新聞的「收視偏好」喜好程度等進行相關分析與檢驗。

表 4-4-1 為收看大苗栗客家話新聞的收視行爲與收視動機，其相關性分析結果如下：

表 4-4-1：大苗栗客家話新聞收視動機與收視行爲相關分析表

收視行爲 收視動機	收視頻率	政治新聞	社會新聞	文教新聞	娛樂新聞	生活新聞
消遣打發時間	r .121** p .000	.219** 0.000	.139** 0.000	.200** 0.000	.140** 0.000	.150** 0.000
想學客家話	r .146** p .000	.190** 0.000	.183** 0.000	.222** 0.000	.176** 0.000	.128** 0.000
陪家人看	r .115** p .000	.143** 0.000	.210** 0.000	.167** 0.000	.151** 0.000	.129** 0.000
主播形象吸引	r .185** p .000	.194** 0.000	.202** 0.000	.211** 0.000	.243** 0.000	.217** 0.000
關心社區活動	r .227** p .000	.267** 0.000	.297** 0.000	.382** 0.000	.293** 0.000	.265** 0.000
掌握建設政令	r .222** p .000	.277** 0.000	.283** 0.000	.340** 0.000	.211** 0.000	.196** 0.000
紓解壓力	r .167** p .000	.279** 0.000	.223** 0.000	.169** 0.000	.155** 0.000	.133** 0.000
關心政治議題	r .269** p .000	.400** 0.000	.323** 0.000	.195** 0.000	.155** 0.000	.178** 0.000
瞭解客家文化	r .231** p .000	.213** 0.000	.228** 0.000	.338** 0.000	.273** 0.000	.265** 0.000
增加聊天話題	r .264** p .000	.249** 0.000	.247** 0.000	.265** 0.000	.272** 0.000	.257** 0.000
支持客語文化	r .235** p .000	.255** 0.000	.252** 0.000	.323** 0.000	.236** 0.000	.240** 0.000
關心地方議題	r .214** p .000	.234** 0.000	.265** 0.000	.315** 0.000	.310** 0.000	.264** 0.000

一、收視偏好與收視動機

假設 3-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視偏好」與「收視動機」存在正相關。

依據表 4-4-1 相關分析表，發現政治、社會、文教、娛樂、生活新聞之收視偏好，與 12 項收視動機皆呈現正相關 ($p < 0.01$)。閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」與「收視偏好」呈現正相關，顯示收視動機愈高，新聞偏好愈明顯。

依據表 4-4-2 整理發現，收視偏好為「政治新聞」、「社會新聞」與「關心政治議題」相關性相對較高；偏好為「文教新聞」與「關心社區活動」相關性相對較高；偏好為「娛樂新聞」與「關心地方議題」相關性相對較高；偏好為「生活新聞」與「關心社區活動」、「瞭解客家語言文化」相關性相對較高

大苗栗客家話新聞的政治新聞內容為報導政治人物動態、選舉議題、政府建設與政策宣導等，社會新聞為消防與意外事故、社會案件或是警調司法等內容，皆圍繞著地方政府相關議題，擁有公共服務和社區媒體的特性，以客家庄事務、活動為報導主軸，地方首長、政治人物、政令宣導更為多數內容，閱聽人欲瞭解地方政治、社會動態，關心政治議題的收視動機與政治新聞、社會新聞的收視偏好相關性愈高。

地方有線電視的新聞題材、傳播對象為當地社區與居民，收看大苗栗客家話新聞的文教、娛樂、生活新聞，自然以關心社區活動、地方議題為主要動機，閱聽人收看大苗栗客家話新聞，從中取得與自己生活息息相關的地方新聞訊息，有了進一步與社區聯繫的功能存在，更能依照自己對資訊需求的取得。

表 4-4-2：大苗栗客家話新聞收視動機與收視偏好相關分析表

收視動機		r係數		r係數		r係數		r係數		r係數
消遣打發時間		.219**		.139**		.200**		.140**		.150**
想學客家話		.190**		.183**		.222**		.176**		.128**
陪家人看		.143**		.210**		.167**		.151**		.129**
主播形象吸引人	喜 歡 政 治 新 聞	.194**	喜 歡 社 會 新 聞	.202**	喜 歡 文 教 新 聞	.211**	喜 歡 娛 樂 新 聞	.243**	喜 歡 生 活 新 聞	.217**
關心社區活動		.267**		.297**		.382**		.293**		.265**
掌握建設政令		.277**		.283**		.340**		.211**		.196**
紓解壓力		.279**		.223**		.169**		.155**		.133**
關心政治議題		.400**		.323**		.195**		.155**		.178**
瞭解客家文化		.213**		.228**		.338**		.273**		.265**
增加聊天話題		.249**		.247**		.265**		.272**		.257**
支持客語文化		.255**		.252**		.323**		.236**		.240**
關心地方議題		.234**		.265**		.315**		.310**		.264**

** . 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

* . 在顯著水準為0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

二、收視頻率與收視動機

假設 3-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視頻率」與「收視動機」存在正相關。

依據表 4-4-1 相關分析表，發現收視頻率與 12 項收視動機皆呈現正相關 ($p < 0.01$)。閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視動機」與「收視頻率」呈現正相關，顯示收視動機愈高，新聞頻率愈高。

依據表 4-4-3 整理發現，收看大苗栗客家話新聞的「收視頻率」與「關心政治議題」的收視動機相關性最高(相關係數=0.269)，其次是「增加聊天話題」(相關係數=0.264)、「支持客語文化」(相關係數=0.288)，「瞭解周家文化」(相關係數=0.155) 相關性最低。

大苗栗客家話新聞內容多數以地方政治人物、客庄事務的議題為主，新聞內容特性反映在閱聽人的收視動機與頻率之上，動機為關心政治、客庄議題自然收視頻率較高，亦可看出收看大苗栗客家話新聞確實能增加與人聊天的話題。

研究可知，收看大苗栗客家話新聞的動機愈強烈，收視的頻率愈能提高，即閱聽人收視意願高，自然收看的頻率愈頻繁，因此電視台在製播新聞內容時，應重視閱聽人對新聞偏好的喜愛為何，研究顯示，大苗栗客家話的閱聽人較喜歡生活類的新聞，故記者採訪時應多增加此類型的題材，吸引閱聽人亦滿足對客語新聞節目的需求。

表 4-4-3：大苗栗客家話新聞收視動機與收視頻率相關分析表

	收視動機	相關係數 (r)
大 苗 栗 新 聞 收 視 頻 率	關心政治議題	.269**
	增加聊天話題	.264**
	支持客語文化	.235**
	瞭解客家文化	.231**
	關心社區活動	.227**
	掌握建設政令	.222**
	關心地方議題	.214**
	主播形象吸引人	.185**
	紓解壓力	.167**
	想學客家話	.146**
	消遣打發時間	.121**
	陪家人看	.115**

** 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

* 在顯著水準為0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

三、收視時段與收視動機

假設3-3收看大苗栗客家話新聞的「收視時段」與「收視動機」存在顯著差異。

大苗栗客家話新聞的收視時段為早上 6 點或 8 點、中午點 12 點、晚間 5 點半、晚間 10 點或深夜 12 點，區分為早上、中午、晚間三大時段，以收視動機單因子變異數分析進行檢驗。

依據表 4-4-4 可知，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之收視動機增加聊天話題 ($p=.003<.01$)，會因「收視時段」而有顯著差異。經過 Scheffe 事後比較，依據表 4-4-5 平均數得知「早上」時段收看大苗栗客家話新聞的滿意度高於「晚間」時段。

綜合以上，研究結果發現大苗栗客家話新聞的收視時段，僅只有與「增加聊天話題」的收視動機存在顯著差異，早上時段高於晚間時段；在本研究的第四章第二節人口變項與收視行為交叉分析中已知，「老年人」在「早上」時段收看大苗栗客家話新聞的比率和顯著性高於中壯年、青年人，由此可知，老年人收看客語新聞的動機是爲了要增加與人聊天的話題，與透過收看電視節目達到社交目的。

表 4-4-4：大苗栗客家話新聞收視時段與收視動機 ANVOA 表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
消遣打發 時間	組間	.957	2	.478	.782	.458	
	組內	616.636	1008	.612			
	總和	617.592	1010				
學客家話	組間	.094	2	.047	.056	.945	
	組內	840.778	1008	.834			
	總和	840.872	1010				
陪家人看	組間	5.154	2	2.577	3.630	.027	
	組內	715.590	1008	.710			
	總和	720.744	1010				
主播形象 與專業	組間	.030	2	.015	.020	.981	
	組內	756.843	1008	.751			
	總和	756.872	1010				
關心社區活動	組間	4.659	2	2.329	3.551	.029	
	組內	661.288	1008	.656			
	總和	665.947	1010				
掌握政令	組間	1.211	2	.605	.882	.414	
	組內	691.646	1008	.686			
	總和	692.857	1010				
紓解壓力	組間	6.006	2	3.003	4.081	.017	
	組內	741.750	1008	.736			
	總和	747.757	1010				

關心政治議題	組間	3.671	2	1.835	2.267	.104	
	組內	816.009	1008	.810			
	總和	819.680	1010				
瞭解客家文化	組間	.561	2	.280	.418	.658	
	組內	675.797	1008	.670			
	總和	676.358	1010				
增加聊天話題	組間	7.868	2	3.934	5.819	.003**	
	組內	681.528	1008	.676			早上>晚間
	總和	689.397	1010				
支持客語文化	組間	2.003	2	1.002	1.382	.252	
	組內	730.741	1008	.725			
	總和	732.744	1010				
關心地方議題	組間	1.772	2	.886	1.115	.328	
	組內	801.355	1008	.795			
	總和	803.128	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.001

表 4-4-5：大苗栗客家話新聞收視時段與收視動機平均數

收視時段	(M) 早上	中午	晚間
消遣打發時間	3.17	3.15	3.09
學客家話	3.09	3.06	3.07
陪家人看	3.30	3.26	3.12
主播形象與專業	3.08	3.08	3.07
關心社區活動	3.57	3.60	3.43
掌握政令	3.45	3.33	3.36
紓解壓力	3.29	3.16	3.08
關心政治議題	3.12	3.11	2.98
瞭解客家文化	3.45	3.40	3.39
增加聊天話題	3.34	3.28	3.12
支持客語文化	3.59	3.56	3.48
關心地方議題	3.58	3.43	3.55

四、收聽或收看其他客家電台、台視與收視動機

假設3-4收看大苗栗客家話新聞的「收聽或看其他台」與「收視動機」存在顯著差異。

依據表 4-4-6 進行 T 檢定，在 99%嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，收看大苗栗客家話「收聽或看其他台與 12 項收視動機皆會有顯著差異。以平均數檢視，收聽或看其他客家電台、電視，「有」高於「沒有」。

因此研究可知，有使用其他客家媒體的閱聽人，其收看大苗栗客家話新聞的滿意度亦高於沒有者。

表 4-4-6：收聽或看其他客家電台、電視與收視動機 T 檢定表

收視動機	看聽他台	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
消遣打發時間	沒有	512	3.02	.781	-3.948	.000***
	有	499	3.21	.771		
學客家話	沒有	512	2.95	.910	-4.203	.000***
	有	499	3.19	.900		
陪家人看	沒有	512	3.07	.861	-3.676	.000***
	有	499	3.26	.817		
主播形象與專業	沒有	512	3.00	.852	-2.730	.006**
	有	499	3.15	.874		
關心社區活動	沒有	512	3.28	.819	-7.862	.000***
	有	499	3.67	.756		
掌握政令	沒有	512	3.18	.815	-7.480	.000***
	有	499	3.56	.798		
紓解壓力	沒有	512	2.97	.816	-5.771	.000***
	有	499	3.27	.877		
關心政治議題	沒有	512	2.90	.931	-4.304	.000***
	有	499	3.14	.853		
瞭解客家文化	沒有	512	3.20	.822	-8.095	.000***
	有	499	3.60	.762		
增加聊天話題	沒有	512	2.99	.832	-7.152	.000***
	有	499	3.35	.779		
支持客語文化	沒有	512	3.30	.865	-7.691	.000***
	有	499	3.71	.789		
關心地方議題	沒有	512	3.43	.931	-4.167	.000***
	有	499	3.66	.834		

表示P<0.05 **表示P<0.01 ***表示P<0.001

第五節 收視滿意與收視行為相關分析

假設 4：苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」與「收視行為」存在相關性。

研究將依照收看大苗栗客家話新聞的 12 項收視動機，訂列出「收視滿意」問卷，並藉由調查閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視行為」，包含「收看頻率」、「收視時段」、「有無收聽或看其他客家電台、電視」，與對大苗栗客家話新聞之政治新聞、社會新聞、文教新聞、娛樂新聞與生活新聞的「收視偏好」喜好程度等進行相關分析與檢驗。

表 4-5-1 為收看大苗栗客家話新聞的收視滿意度與收視行為進行雙變數相關性分析，分析結果包含皮爾森相關係數與檢定結果 p-值，各因子變數分析如下：

表 4-5-1：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視行為相關分析表

收視行為		收視頻率	政治新聞	社會新聞	文教新聞	娛樂新聞	生活新聞
收視滿意	r	.285**	.284**	.271**	.266**	.177**	.181**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能娛樂消遣	r	.232**	.254**	.324**	.302**	.245**	.235**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能學客家話	r	.222**	.215**	.318**	.327**	.256**	.208**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能與家人同看	r	.250**	.254**	.323**	.269**	.259**	.243**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
主播能吸引	r	.245**	.294**	.266**	.351**	.249**	.217**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能反映重要活動	r	.294**	.353**	.327**	.337**	.299**	.266**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能瞭解政令	r	.253**	.268**	.234**	.286**	.242**	.193**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能紓解壓力	r	.281**	.415**	.324**	.252**	.194**	.194**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
了解選舉政治	r	.288**	.316**	.302**	.272**	.245**	.287**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
增加了解客家文化	r	.304**	.274**	.276**	.310**	.256**	.217**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能增加話題	r	.316**	.325**	.299**	.374**	.265**	.282**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能認同客家族群	r	.292**	.321**	.291**	.322**	.290**	.270**
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
能掌握地方新聞	r						
	p						

一、收視滿意與收視偏好

假設 4-1 收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」，與「收視偏好」存在正相關。

依據表4-5-1，閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」和「收視偏好」皆呈現顯著正相關（ $p < 0.01$ ），顯示收視偏好愈明顯，其收視滿意度愈高。

依據表4-5-2 整理發現，收視偏好為「政治新聞」與「能瞭解政治選舉議題與政治人物動態」相關性相對較高；偏好為「社會新聞」、「娛樂新聞」與「能瞭解地方政府和農會建設與政令」相關性相對較高；偏好為「文教新聞」與「能對客家族群語言文化的認同」相關性相對較高；偏好「生活新聞」與「能增加對客家文化的瞭解」相關性相對較高。

研究結果可知，由於大苗栗客家話新聞的地方有線電視屬性，地方政治議題和縣政府、農會、鄉鎮公所報導佔多數，政府公家機關會藉由社會案件的發生、休閒觀光與節慶活動的舉辦，利用地方媒體進行置入性政令宣導（例如：警察局擴大酒駕臨檢、桃李季觀光幫助果農促銷），地方政治新聞能夠滿足政治新聞偏好的閱聽人，能讓偏好社會新聞的閱聽人掌握瞭解到地方政府和農會建政與政令訊息，另一方面也能藉由觀光、節慶活動的報導，使得偏好娛樂新聞的閱聽人獲得滿足；大苗栗客家話新聞的採訪與傳播對象以客家族群為主，因此報導多數以客家庄的文化、民俗宗教、族群議題為主軸，偏好文教、生活新聞類的閱聽人能藉由收看大苗栗客家話新聞瞭解苗栗地方生活現況和客家庄的社區相關訊息。

表 4-5-2：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視偏好相關分析表

收視滿意度		r係數		r係數		r係數		r係數		r係數
能娛樂消遣		0.284**		0.271**		0.266**		0.177**		0.181**
能學客家話		0.254**		0.324**		0.302**		0.245**		0.235**
能與家人同看		0.215**		0.318**		0.327**		0.256**		0.208**
主播能吸引	喜 歡 政 治 新 聞	0.254**	喜 歡 社 會 新 聞	0.323**	喜 歡 文 教 新 聞	0.269**	喜 歡 娛 樂 新 聞	0.259**	喜 歡 生 活 新 聞	0.243**
能反映重要活動		0.294**		0.266**		0.351**		0.249**		0.217**
能瞭解政令		0.353**		0.327**		0.337**		0.299**		0.266**
能紓解壓力		0.268**		0.234**		0.286**		0.242**		0.193**
了解選舉政治		0.415**		0.324**		0.252**		0.194**		0.194**
了解客家文化		0.316**		0.302**		0.272**		0.245**		0.287**
能增加話題		0.274**		0.276**		0.310**		0.256**		0.217**
能認同客家族群		0.325**		0.299**		0.374**		0.265**		0.282**
能掌握地方新聞		0.321**		0.291**		0.322**		0.290**		0.270**

**：在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著。

*：在顯著水準為0.05時（雙尾），相關顯著。

二、收視滿意與收視頻率

假設 4-2 收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」與「收視頻率」存在正相關。

依據表 4-5-1，閱聽人收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」和「收視頻率」皆呈現顯著正相關 ($p < 0.00$)，顯示收看大苗栗客家話新聞的收視頻率愈高，收視滿意度愈高。

依據表 4-5-3 整理發現，收看大苗栗客家話新聞的「收視頻率」與閱聽人認為「能加強對客家族群語言文化的認同」滿意度相關性較高(相關係數=0.316)，其次是「能增加與人聊天的話題」(相關係數=0.304)，新聞內容「能學客家話」(相關係數=0.222)相關性最低。

綜合以上研究可知，大苗栗客家話新聞的新聞內容符合族群媒體的特性，協助社區、客家庄傳播訊息，因此欲增加閱聽人收看大苗栗客家話新聞的意願，應多增加報導像是客家庄文化事務、民俗宗教、校園活動與教育議題的「文教新聞」，不僅能強化閱聽人的客家族群認同，亦能增進家人與親子之間的互動，吸引閱聽人收看的意願，進而提高收視滿意度；但在學客家話方面，相關性最低，顯現出觀眾收看大苗栗客家話新聞的動機並非以學習客語為主要目的，節目內容能提供觀眾學習客語的功能性也不高。

表 4-5-3：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視頻率相關分析表

	收視滿意度	相關係數 (r)
大 苗 栗 新 聞 收 視 頻 率	能認同客家族群	0.316**
	能增加話題	0.304**
	能掌握地方新聞	0.294**
	增加了解客家文化	0.292**
	能瞭解政令	0.288**
	了解選舉政治	0.285**
	能娛樂消遣	0.281**
	主播能吸引	0.253**
	能紓解壓力	0.250**
	能反映重要活動	0.245**
	能與家人同看	0.232**
	能學客家話	0.222**

** . 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

* . 在顯著水準為0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

三、收視滿意與收視時段

假設 4-3 收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」與「收看時段」存在顯著差異。

大苗栗客家話新聞的收視時段為早上 6 點或 8 點、中午點 12 點、晚間 5 點半、晚間 10 點或深夜 12 點，區分為早上、中午、晚間三大時段，與收視滿意度以單因子變異數分析進行檢驗。

依據表 4-5-4 可知，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，發現收看大苗栗客家話新聞之滿意度主播能吸引人 ($p=.003<.01$)、能增加聊天話題 ($p=.000<.01$)，會因「收視時段」而有顯著差異。經過 Scheffe 事後比較，依據表 4-5-5 平均數得知，主播能吸引人、能增加聊天話題的收視滿意度，「早上」時段收看大苗栗客家話新聞的高於「晚間」時段。

綜合以上，研究結果發現大苗栗客家話新聞的「主播能吸引人」「增加聊天話題」收視滿意度與收視時段存在顯著差異，早上時段高於晚間時段；在本研究第四章第二節人口變項與收視行為交叉分析中已知，「老年人」在「早上」時段收看大苗栗客家話新聞的比率高於中壯年、青年人，由此可知，老年人收看客語新聞的動機是為了增加與人聊天話題，主播專業形象是構成老年人收看客語新聞的因素之一，透過收看電視節目達到社交目的。

表 4-5-4：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視時段相關分析表

		平方和	自由度	均方和	F	顯著性	事後比較
能娛樂消遣	組間	4.452	2	2.226	4.507	.011	
	組內	497.839	1008	.494			
	總和	502.291	1010				
能學客家話	組間	.325	2	.163	.279	.757	
	組內	587.117	1008	.582			
	總和	587.442	1010				
能與家人同看	組間	4.807	2	2.403	4.163	.016	
	組內	581.878	1008	.577			
	總和	586.684	1010				
主播能吸引人	組間	7.156	2	3.578	5.694	.003**	
	組內	633.386	1008	.628			早上>晚間
	總和	640.542	1010				
能反映重要活動	組間	4.275	2	2.137	3.826	.022	
	組內	563.074	1008	.559			
	總和	567.349	1010				
能瞭解政令	組間	.748	2	.374	.566	.568	
	組內	666.173	1008	.661			
	總和	666.922	1010				

能紓解壓力	組間	2.797	2	1.398	2.389	.092	
	組內	589.995	1008	.585			
	總和	592.791	1010				
了解選舉政治	組間	2.257	2	1.128	1.675	.188	
	組內	678.891	1008	.674			
	總和	681.147	1010				
增加瞭解客家文化	組間	1.764	2	.882	1.488	.226	
	組內	597.556	1008	.593			
	總和	599.319	1010				
能增加話題	組間	11.293	2	5.646	9.195	.000***	早上>晚間
	組內	619.000	1008	.614			
	總和	630.293	1010				
能認同客家族群	組間	2.916	2	1.458	2.359	.095	
	組內	622.989	1008	.618			
	總和	625.905	1010				
能掌握地方新聞	組間	.191	2	.096	.147	.863	
	組內	654.457	1008	.649			
	總和	654.649	1010				

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.00

表 4-5- 5：大苗栗客家話新聞收視時段與收視滿意度平均數

收視時段	(M) 早上	中午	晚間
能娛樂消遣	3.15	3.20	3.303
能學客家話	3.28	3.24	3.23
能與家人同看	3.32	3.40	3.21
主播能吸引人	3.32	3.25	3.10
能反映重要活動	3.57	3.42	3.38
能瞭解政令	3.36	3.45	3.37
能紓解壓力	3.22	3.19	3.09
了解選舉政治	3.19	3.26	3.12
增加瞭解客家文化	3.47	3.46	3.37
能增加話題	3.41	3.28	3.13
能認同客家族群	3.45	3.47	3.34
能掌握地方新聞	3.40	3.45	3.41

四、收視滿意與收聽或收看其他客家電台、台視

假設 4-4 收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」與「收聽或收看其他客家電台、電視」存在顯著差異。

依據表 4-5-6 進行 T 檢定，在 99% 嚴謹的信心水準之下 ($\alpha=0.01$)，收看大苗栗客家話「收聽或看其他台與 12 項收視滿意度皆會有顯著差異。以平均數檢視，收聽或看其他客家電台、電視，「有」高於「沒有」。

因此研究可知，有使用其他客家媒體的閱聽人，其收看大苗栗客家話新聞的滿意度亦高於沒有者。

表 4-5-6：收聽或看其他客家電台、電視與收視滿意度 T 檢定表

收視滿意度	看聽他台	個數	平均數	標準差	t 值	顯著性
能娛樂消遣	沒有	512	3.02	.781	-4.490	.000***
	有	499	3.21	.771		
能學客家話	沒有	512	2.95	.910	-4.238	.000***
	有	499	3.19	.900		
能與家人同看	沒有	512	3.07	.861	-4.852	.000***
	有	499	3.26	.817		
主播能吸引人	沒有	512	3.00	.852	-3.656	.000***
	有	499	3.15	.874		
能反映重要活動	沒有	512	3.28	.819	-6.525	.000***
	有	499	3.67	.756		
能瞭解政令	沒有	512	3.18	.815	-6.224	.000***
	有	499	3.56	.798		
能紓解壓力	沒有	512	2.97	.816	-6.073	.000***
	有	499	3.27	.877		
了解選舉政治	沒有	512	2.90	.931	-5.272	.000***
	有	499	3.14	.853		
增加瞭解客家文化	沒有	512	3.20	.822	-6.372	.000***
	有	499	3.60	.762		
能增加話題	沒有	512	2.99	.832	-7.364	.000***
	有	499	3.35	.779		
能認同客家族群	沒有	512	3.30	.865	-7.895	.000***
	有	499	3.71	.789		
能掌握地方新聞	沒有	512	3.43	.931	-4.671	.000***
	有	499	3.66	.834		

*表示 P<0.05 **表示 P<0.01 ***表示 P<0.00

第六節 收視動機與收視滿意相關分析

檢驗假設 5: 苗栗地區閱聽人收看大苗栗客家話新聞「收視動機」與「收視滿意」存在正相關。

研究將收看大苗栗客家話新聞的「收視滿意」對照 12 項「收視動機」，以皮爾森相關進行檢驗分析。

由表 4-6-1、表 4-6-2 結果顯示，閱聽人收看大苗栗客家話新聞的動機和收看後對各動機的滿意度皆呈現顯著正相關 ($p < 0.01$)，顯示收視動機愈高，其收視滿意度愈高。每項收視滿意度對應該項收視動機，相關性也皆為最高。

依據 4-6-1 表收看動機為「增加與他人聊天話題」收視後「能增加聊天話題」滿意度之相關程度最高，其次是動機為「支持客家語言文化」與收視滿意「能認同客家族群」，收視動機為「娛樂消遣打發時間」，在收看客語新聞滿意「能達到娛樂消遣者」相關程度相對最低。

綜合以上研究結果可知，新聞節目內容如果能符合閱聽人的資訊需求，報導內容亦可成為與他人聊天的話題，因大苗栗客家話新聞內容，多數以客家庄事務為主軸，因此收視動機為支持客家語言文化，內容確實能符合該項收視動機閱聽人的需求。不過節目內容能讓閱聽人娛樂消遣打發時間的功能性還有待加強，應多增加藝文活、休閒觀光、藝文動態、人情趣味性的報導。

表 4-6-1、表 4-6-2 為收看大苗栗客家話新聞的收視動機與收視滿意度之相關性分析結果如下：

表 4-6-1：大苗栗客家話新聞收視滿意度與收視動機相關整理表

收看動機與原因	收視戶收視滿意度	p	r係數
增加聊天話題	能增加話題	.000**	0.598
支持客語文化	能認同客家族群	.000**	0.544
關心政治議題	瞭解選舉政治	.000**	0.540
主播形象與專業	主播能吸引	.000**	0.511
關心地方議題	能掌握地方新聞	.000**	0.489
陪家人看	能與家人同看	.000**	0.484
關心社區活動	能反映重要活動	.000**	0.484
學客家話	能學客家話	.000**	0.478
掌握政令	能瞭解政令	.000**	0.472
瞭解客家文化	增加瞭解客家文化	.000**	0.453
紓解壓力	能紓解壓力	.000**	0.433
消遣打發時間	能娛樂消遣	.000**	0.372

** . 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

* . 在顯著水準為0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

表 4-6-2：收看大苗栗客家話新聞的收視動機與收視滿意度相關分析表

動機 \ 滿意度		娛樂消遣	學客家話	陪家人收看	主播專業	關心社區活動	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	關心地方議題
能娛樂消遣	r	0.372**	0.343**	0.335**	0.349**	0.374**	0.296**	0.336**	0.288**	0.268**	0.313**	0.317**	0.278**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000**	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能學客家話	r	0.2**	0.478**	0.352	0.357	0.424**	0.274	0.315**	0.289**	0.372**	0.373**	0.375**	0.301**
	p	.000	.000	.000**	.000**	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能與家人同看	r	0.213**	0.348**	0.484**	0.338	0.386**	0.314**	0.337**	0.311**	0.336	0.354**	0.375**	0.355**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
主播能吸引	r	0.186**	0.362**	0.409**	0.511**	0.37**	0.313**	0.351**	0.345	0.294**	0.398**	0.335**	0.319**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000**	.000	.000	.000	.000
能反映重要活動	r	0.175**	0.29**	0.235**	0.293**	0.484**	0.394**	0.221**	0.281**	0.391**	0.323**	0.376**	0.425**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能瞭解政令	r	0.143**	0.306**	0.291**	0.32**	0.482**	0.472**	0.278**	0.347**	0.438**	0.373**	0.471**	0.454**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能紓解壓力	r	0.232**	0.346**	0.365**	0.336**	0.241**	0.296**	0.433**	0.345**	0.31**	0.395**	0.308**	0.291**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
瞭解選舉政治	r	0.133**	0.239**	0.224**	0.301**	0.337**	0.338**	0.244**	0.54**	0.272**	0.359**	0.322**	0.36**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
瞭解客家文化	r	0.11**	0.315**	0.246**	0.289**	0.48**	0.383**	0.289**	0.298**	0.453**	0.375**	0.474**	0.425**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能增加話題	r	0.221**	0.367**	0.311**	0.338**	0.376**	0.326**	0.369**	0.306**	0.42**	0.598**	0.389**	0.349**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能認同客家族群	r	0.171**	0.288**	0.301**	0.282**	0.425**	0.421**	0.283**	0.312**	0.433**	0.385**	0.544**	0.441**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
能掌握地方新聞	r	0.132**	0.25**	0.252**	0.296**	0.468**	0.441**	0.261**	0.352**	0.401**	0.377**	0.389**	0.489**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

**：在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著。

*：在顯著水準為0.05時（雙尾），相關顯著。

第五章 研究結果與建議

本研究探討苗栗地區有線電視客語新聞閱聽人的收視行爲，討論人口變項對收視行爲、動機和滿意度的影響，根據第四章研究結果統整結論，並提出研究限制與建議，以利作為後續相關研究，增加國內族群傳播研究之參考。

第一節 研究發現與貢獻

一、閱聽人

依據本研究調查發現，大苗栗客家話新聞的閱聽人以 31~50 歲的「中壯年」、每月 2 萬至 5 萬元的「中收入」、大學院校的「高教育程度」、「服務業」與「軍公教人員」、「具備客語能力」的「客家人」為主要收視群。

本研究結果與吉元、信和有線電視（2009、2010）的調查有部份差異，受訪觀眾的年齡層以 50~60 歲中老年人，學歷為高中職，職業以藍領與農林漁牧業佔多數，主要原因在於抽樣方式不同，業者以苗栗縣全縣滿 20 歲以上民眾為抽樣對象進行電話訪問，本研究則是按照各鄉鎮市收視戶比例、年齡無限制進行面訪。

彭文正（2004）指出收看客家電視台，觀眾的年紀較長、收入愈高、客語能力、客家認同較強者愈願意收看，黃蕨蕨、李佳玲（2005）也指出客家電台的忠實觀眾以中壯年、老年人、婦女為主，較難吸引青少年，徐巧昫（2006）同樣也提出中老年人為客家節目的主要收視群；大苗栗客家話新聞的主要收視群眾同樣也是以中壯年、有一定經濟水準的中等收入、客家能力較好、客家人為主，呼應國內客語節目閱聽人的研究發現。

另外，研究發現大苗栗客家話新聞的閱聽人教育程度多數以大學專校的高等學歷為主，這點與彭文正（2004）指出教育程度較低者較願意收看客語節目的研究發現不同。可從現今台灣大環境談起，大學、研究所學歷者已日漸膨脹，每年大學錄取率更被諷為百分之百，高中、大學已成基本學歷，彭文正研究時間已超過 5 年，本研究為近期調查，教育程度呈現高學歷，正好反映出社會人口結構的變化，這也說明傳播業者在製播節目時，應考量閱聽人的特質與轉變，才能符合閱聽人的需求與喜愛。又因為苗栗縣緊臨新竹科園區，縣內並有竹南科學園區、國家科學衛生研究院，均屬於高科技產業，近來年大量外來高學歷的就業人口遷入本縣，造成教育水準的提升。表 5-1-1 將本研究與國內文獻發現做比較統整：

表 5-1-1：客語新聞節目閱聽人研究結果與發現比較

本研究結果	文獻研究發現
中壯年 31~50 歲	彭文正（2004）
中收入 每月 2~5 萬元	年紀較長、收入愈高、客語能力、客家認同較強
高學歷 大學院校	黃蕨蕨、李佳玲（2005）、徐巧昫（2006）
服務業、軍公教職	中壯年、老年人、婦女
具備客語能力	吉元、信和收視調查（2009、2010）
客家人	中老年人 50~60 歲 藍領、農林漁牧業

二、收視行爲

各個族群在收看大苗栗客家話新聞的收視頻率、時段、有無收聽或看其他客家電台電視的主要情形整理如下表表 5-1-2，並依序分述研究發現。

表 5-1-2：大苗栗客家話新聞之人口變項與收視行爲研究結果

	人口變項	收視頻率	收視時段	收聽或看他台
性別	男性	偶爾	晚間或深夜	無差異
	女性			
年齡	青少年	很少	晚間或深夜	沒有佔 50%以上
	中壯年	偶爾		
	老年人	經常	早上	有佔 70%以上
教育程度	國中或以下	經常	晚間或深夜爲多數，研究所或以上較顯著；國中或以下，早上時段較顯著。	「有」研究所或以上所佔比率最高。
	高中職	偶爾		
	大學院校	很少		
	研究所或以上			
職業	軍公教	偶爾	晚間或深夜	有佔 50%以上
	農林漁牧	每天	早上	
收入	無固定	很少	晚間或深夜爲多數，高收入所佔比例最高。	無差異
	低收入			
	中收入	偶爾		
	高收入			
母語	客語能力佳	偶爾	晚間或深夜	有佔 70%以上
	客語能力不佳	很少		沒有佔 50%以上
族群	客家人	偶爾	晚間或深夜	有佔 70%以上
	非客家人	很少		沒有佔 50%以上

(一) 收視頻率

大苗栗客家話新聞閱聽人有收看一般電視新聞的習慣，「每天、經常」收看佔全體受訪者 64.5%。不過收看大苗栗客家話新聞的收視頻率卻是以「偶爾、很少」爲多數，佔全體受試者的 66.9%，每週收看 1~2 次，甚至是 2、3 週才收看一次；研究結果與吉元、信和有線電視業者所作的調查相同，收看大苗栗新聞頻道以偶爾居多，顯示客語新聞的閱聽人收看一般電視新聞意願較高，原因大苗栗客家話新聞的內容侷限於苗栗地區所發生的議題爲主，內容較不及全國無線頻道的新聞台多樣、豐富。

研究結果發現，「收視頻率」會因年齡、教育、職業、收入、客語能力、族群認同而有顯著差異，「收視頻率」不會因性別而有顯著差異；老年人、初等教育程度、農林漁牧業、收入愈高、客語能力較佳、客家人收看大苗栗客家話新聞的頻率皆較高。表 5-1-3 將本研究與國內文獻發現做比較統整：

表 5-1-3：大苗栗客家話新聞之收視頻率研究結果與發現比較

本研究結果	文獻研究發現
性別 無差異	Atkins&Elwood (1978)、劉貞秀 (1966)、游進忠 (1996) 男性較女性收視時間長
老年人、 初等教育、 農林漁牧業、 收入愈高、 客語較佳、 客家人 收視頻率較高	劉秀貞 (1995)、彭文正 (2004)、徐巧昫 (2006)、詹國勝 (2010) 年齡愈大，收視頻率愈高 葉華鏞 (2001) 特定節目教育高者收視時間較短 彭文正 (2004) 低學歷、年長者、收入高、客家意識強、客語能力佳、文化期望高收視意願愈高 杜麗芳 (1984)、劉貞秀 (1995) 高收入收看新聞時間較長 李美華 (2009)、詹國勝 (2010) 收視頻率與母語、客家認同為正比

在 7 大類的人口變項中，性別不足以影響閱聽人收看大苗栗客家話新聞的意願，不會有所差異，這與國內外研究指出的男性收看新聞或有線電視節目時間會較女性長的結果相左 (Atkins&Elwood,1978；劉貞秀，1966；游進忠，1996)。

國內相關研究指出，成人年紀愈大，收看有線電視收看時間愈長 (劉秀貞，1995)，年齡愈高，收看客語節目頻率愈高、時間愈長 (詹國勝，2010)，收看特定節目，例如購物頻道，教育程度高者收看時間較短 (葉華鏞，2001)，高收入者收看新聞節目亦時間較長 (杜麗芳，1984、劉貞秀，1995)。客語能力愈好，收看客語新聞或節目意願愈高，與國內客家傳播研究發現的收視頻率與母語能力為正比，結果和大苗栗客家話新聞閱聽人的收視行為研究相呼應 (彭文正，2004、李美華，2009、詹國勝，2010)。此外，被國內學者認為閱聽人會使用客家媒體的必要因素「族群認同」，在本研究中亦顯現出，客家意識為收看大苗栗客家話新聞的重要因素之一，客家人因關心客庄、社區議題，收看客語新聞的意願與忠誠度自然較其他族群高。

此外，研究也發現，雖然整體受訪者以軍公教、服務業居多，但每天收看以農林漁牧業佔最多數，忠誠度較其他職業族群高，顯現出農林漁牧業對土地、家鄉情感的關懷，表現在使用地方母語媒體的收視行為上。

(二) 收視時段

「收視時段」會因年齡、教育、職業、收入而有顯著差異；閱聽人收看大苗栗客家話新聞，多數習慣在晚間 10 點或 12 點時段，高教育程度、高收入、中壯年、青少年以晚間 10 點或深夜 12 點為主，老年人、農林漁牧以早上 6 點或 8 點為主，退休人員以中午時段收看為多數。

「收聽或看其他客家電視台、電視會」會因年齡、教育、職業、客語能力、族群認同而有顯著差異，「有」收聽或看其他客家電台、電視佔全體受試者的 5 成，老年人、初等教育、運輸業較高，客語聽、說能力愈佳或客家人，因無語言障礙限制，相對的也愈願意使用客家媒體。

可看出收視時段會因閱聽人的生活作習而有所不同，想要吸引不同族群收看客語新聞，內容的豐富性需要加強，播出時間需要考量閱聽人的生活型態做調整。會使用其他客語媒體習慣的閱聽人，客語能力、客家意識為重要因素。此結果應證李美華（2009）所指的，客家認同愈強烈，愈會使用客家媒體。表 5-1-4 將本研究與國內文獻發現做比較統整：

表 5-1-4：使用客家媒體行為研究結果與發現比較

本研究結果	文獻研究發現
收視時段會因閱聽人的生活作習而有所不同。 會使用其他客語媒體，客語能力、客家意識為重要因素。	李美華（2009） 客家認同愈強烈，愈會使用客家媒體。

（三）收視偏好

「收視偏好」，不論是收看一般電視新聞或者是大苗栗客家話新聞，受訪者較喜愛像是民生消費、醫療保健、社會福利、財經訊息的「生活新聞」，較不喜歡像是政治人物動態、選舉、政府建設與政策宣導的「政治新聞」。

以卡方分析考驗、獨立樣本單因子變異數、Scheffe 事後比較檢驗得知，收視偏好會因性別、年齡、教育、職業、收入、客語能力、族群認同而有顯著差異。

「政治新聞」偏好，男性、老年人、高收入、客語能力佳的喜好程度較高；「社會新聞」偏好，男性、老年人、客語能力佳、客家人的喜好程度較高，國中教喜好程度高於大學院校；「文教新聞」偏好，老年人、客語能力佳、客家人的喜好程度較高；「娛樂新聞」偏好，客語能力佳、客家人的喜好程度較高；「生活新聞」偏好，客語能力佳喜好程度較高。表 5-1-5 為本研究發現整理：

表 5-1-5：大苗栗客家話新聞之收視偏好與人口變項研究結果

收視偏好	本研究結果
政治新聞	男性、老年人、高收入、客語能力佳
社會新聞	男性、老年人、客語能力佳、客家人
文教新聞	老年人、客語能力佳、客家人
娛樂新聞	客語能力佳、客家人
生活新聞	客語能力佳

綜合以上研究發現，客語能力佳在五類的新聞偏好，喜好程度皆較高，顯現出具備聽、說客語能力的閱聽人，因無語言溝通和傳播接收的障礙，致使收看大苗栗客家話新聞的涉入程度較深。

政治、社會、文教、娛樂、生活新聞之收視偏好，與 12 項收視動機皆呈現正相關，偏好政治、社會新聞與「關心政治議題」動機相關性最高，偏好文教、娛樂、生活新聞與「關心社區活動」相關性最高。顯示收視動機愈高，新聞偏好愈明顯。

三、收視動機

大苗栗客家話新聞的最主要收視動機為「關心地方議題」、「關心社區活動」資訊型動機，其次為社交型動機「支持客語文化」、學習型動機「瞭解客家文化」以及社交型動機「掌握政令」。

(一) 收視動機與人口變項

透過相依樣本單因子變異數統計分析，檢視相同性別、年齡、教育、職業、收入、聽與說客語能力和族群身份認同，以及收視頻率九大項分群群組中，各別的主要收視動機，不論是男性或女性、青少年和中壯年或老年人、高等教育或初等教育者、軍公教或服務業、高中低收入或無固定收入者、說或聽客語能力佳與不佳者、客家人或非客家人、忠實戶或游離戶，全部都是以「關心地方議題」、「關心社區活動」、「支持客語文化」為前三項主要的收視動機，與整體主要收視動機結果相同。

以獨立樣本單因子變異數考驗收視動機是否會因人口變項而有所差異，研究發現，收視動機會因性別、年齡、教育、職業、收入、聽與說客語能力、族群身份認同、收視頻率不同而有顯著差異。本研究發現與文獻比較整理如下表 5-1-6：

表 5-1-6：收視動機與人口變項研究結果與發現比較

人口變項	本研究結果	文獻研究發現
性別	女性以陪家人看 社交型 男性以掌握政令、關心政治議題 資訊型	劉秀貞（1995） 女性多為溝通型、男性為資訊型
年齡	老年人在資訊、娛樂、政治、社交型動機都較青年、中壯人顯著	Atkins&Elwood（1978）、劉貞秀（1966）、游進忠（1996） 年齡愈大收看時間較長
教育程度	初等教育的娛樂、政治、社交型動機較顯著；高教育的資訊型動機較顯著	Robinson & Hur（1981） 低學歷為娛樂，高學歷為守望環境動機
職業	收看客語新聞會因職業不同而有差異	陳雪霞（1995）收看特定節目動機會因職業而有所不同
收入	低收入以紓解壓力的娛樂型動機較為顯著 高收入以關心政治議題的政治型動機較為顯著	劉秀貞（1995）低收入的娛樂動機較高 杜麗華（2004）高收入者看電視新聞為了想知道國家大事
客語能力	客語能力佳者的學習、社交、資訊、政治型動機都較為顯著	彭文正（2004）、 李美華（2009）、
族群認同	客家人的學習、社交、資訊、娛樂型動機較為顯著	詹國勝（2010） 收視頻率與母語能力、客家認同為正比
收視頻率	忠實戶在學習、社交、資訊、政治、娛樂型各項動機皆較顯著	

「性別」部份，女性多數為陪家人看的社交型動機，男性以掌握政令、關心政治議題的資訊型動機為主，與劉秀貞（1995）研究有線電視收看動機，女性多為溝通型、男性為資訊型有共同之處；「年齡」部份，老年人在資訊、娛樂、政治、社交型動機都較青年、中壯年顯著；「教育程度」部份，初等教育程度的娛樂、政治、社交型動機較顯著；高教育程度的資訊型動機較顯著。Robinson & Hur（1981）指出教育程度較低的觀眾收看電視新聞多數是為了娛樂找尋樂趣，這點與本研究發現相同，然而高教育程度者主要守望環境的動機，卻與本研究的不同，主因一般電視新聞與客語新聞節日本質上就有所不同，客語新聞存在著族群媒體的元素，會收看的初等教育者通常多數為老人，一般生活在客家庄的長輩，客家意識較強、客語能力也較好，對自我族群文化愈高，顯然會更願意主動收看客語節目，這也是國內學者研究客家電視台收視觀眾主要動機的主張概念（彭文正，2004、李美華，2009、詹國勝，2010）；「職業」部份，收看客語新聞會因職業不同而有差異，與陳雪霞（1995）所指收看特定節目的動機因職業而有所不同之研究結果相同；「收入」部份，本研究的低收入受訪者紓解壓力的娛樂動機較為顯著、高收入以關心政治議題的政治型動機較為顯著，此與杜麗華（2004）研究高收入者看電視新聞多數是為了想知道國家大事的結果相同，以及劉秀貞（1995）指出低收入的娛樂動機較高的研究發現相呼應；「客語能力」部份，說或聽客語能力佳者，學習、社交、資訊、政治型動機都較為顯著，「族群認同」部份，客家人的學習、社交、資訊、娛樂型動機較為顯著，顯示出客語能力佳和客家人收看大苗栗客家話新聞的動機較強、意願較高，主因溝通接收的語言障礙、對族群文化的認同，促使提高使用客家媒體的意願，彭文正（2004）、李美華（2009）、詹國勝（2010）等人也都提出相同看法；「收視頻率」部份，忠實戶在學習、社交、資訊、政治、娛樂型皆較顯著，反映出忠實戶不僅收看頻率較高，對客語新聞節目較感興趣，故各項收視動機較游離戶高。

綜合以上可發現，大苗栗客家話新聞閱聽人使用客家媒體是一種工具性型態，最主要需求的是為了「獲取資訊」，與黃葳威（2004b）調查國內民眾使用電視較傾向工具性型態的結果相同。

另外，也與國內收視客語節目的觀眾收視動機相同，是為尋求認同而收看，為掌握族群動態而關注，脫離不了對自我族群文化的認同，顯示大苗栗客家話新聞的內容深具地方媒體和族群媒體之特性，亦發現閱聽人收看地方有線電視台的客語新聞節目，是為了滿足資訊上的需求，藉此掌握自己生活的這塊土地每天發生了什麼事，有那些重大的新聞，並可透過媒體做為融入社區、強化族群、社群認同的工具，符合 Suber-velez（1986）指稱的族群媒體具備有融合、多元的特性，以使用族群媒體達到身份認同和社會聯結。

（一）收視動機與收視行為

本研究以 Pearson、卡方檢定進行相關性研究假設的驗證，在收視動機與行為的相關性研究中，結果指出，收視動機與「收視偏好」存在正相關；收視動機與「收視頻率」存在正相關；收視動機與「收看時段」存在顯著差異；收視動機與「收聽或收看其他客家電台、電視」存在顯著差異。

表 5-1-7：大苗栗客家話新聞之收視動機與行為研究結果

本研究結果
收視動機與「收視偏好」存在正相關
收視動機與「收視頻率」存在正相關
「收視動機」與「收看時段」存在顯著差異
「收視動機」與「收聽或收看其他客家電台、電視」存在顯著差異

四、滿意度

收看大苗栗客家話新聞滿意度，滿意程度最高的前 4 項為「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」，滿意度最低的項目為「能娛樂消遣」；滿意度最高的前 4 項與主要收視動機相符合，研究結果亦指出，收視滿意與收視動機呈現正相關，顯示大苗栗客家話新聞的內容確實能滿足閱聽人對地方新聞資訊、族群認同的需求。

大苗栗客家話新聞內容「能引人固定收看」與「播出時段」的滿意程度僅在普通程度範圍內（能引人固定收看 $M=3.13$ 、播出時 $M=3.18$ ），顯現出新聞內容仍待加強，娛樂性較不足，依照受訪閱聽人的較喜歡生活新聞、政治新聞偏好較低的收視偏好，應減少政治新聞，多增加生活新聞才能吸引人固定收看。

收視滿意與各項收視行為、動機研究結果，收視滿意與「收視偏好」存在正相關；收視滿意與「收視頻率」存在正相關；收視滿意與「收看時段」存在顯著差異；收視滿意與「收聽或收看其他客家電台、電視」存在顯著差異；收看大苗栗客家話新聞「收視動機」與收視滿意存在顯著差異。

收看大苗栗客家話新聞滿意度愈高，代表閱聽人對客語新聞愈感興趣，相對的也會直接應在收看頻率、偏好，自然會對相關的客語廣播、電視節目產生興趣，提高使客家媒體的意願。

表 5-1-8：大苗栗客家話新聞之收視行為、動機與滿意度研究結果

本研究結果
收視滿意與「收視偏好」存在正相關
收視滿意與「收視頻率」存在正相關
「收視滿意」與「收看時段」存在顯著差異
「收視滿意」與「收聽或收看其他客家電台、電視」存在顯著差異
收視動機與收視滿意存在正相關。

第二節 研究限制

研究地方媒體客語新聞節目之閱聽人的收視行爲，此爲初探性的量化研究，從巨人肩膀上的學術研究視野再出發，研究方式仍然可有修正或加強，針對本研究限制，提出以下建議與未來研究方向：

一、研究方法

本研究採用量化研究，由 10 位訪談員在苗栗縣各鄉鎮發放問卷，吉元、信和二家有線電視台的收視戶，總數超過 10 萬戶，由於人時間與人力限制，僅採用立意抽樣，樣本依據苗栗縣 18 鄉鎮市所佔收視戶比例，推估抽樣 1 千份的樣本，並非各鄉鎮市平均抽樣，無法廣泛抽樣與整體推論，未來研究如能增加調查範圍與數量，研究結果將更能具有價值。

二、研究對象

本研究受訪者以中壯年佔最多數，青少年佔少數，確實反映出國內客家電視、新聞節目無法有效吸引青少年的問題，要如何突破客家傳播的世代瓶頸，我們必需更深入瞭解這些族群的收視行爲，依據需求才能製作出吸引他們收看的節目，滿足對媒體資訊的渴望。

因此，在未來研究中，可進一步針對特殊族群進行研究，例如年輕族群、閩南人、原住民、新住民，或是母語程度較不佳者，深入探討這些特殊族群對客家新聞節目的需求，對什麼內容感興趣、偏好爲何？如能加入研究討論中，可增加客語新聞研究的完整性，同時亦可提供業者瞭解各族群閱聽人之間的差異，作爲節目製播時的參考依據。

三、研究工具

邱慧仙（2008）分析國內傳播學期刊之閱聽人研究方法，反思量化研究太過於專注人口統計變項，將效果研究廣泛推論於整體，容易忽略閱聽人特殊的環境、心理因素。

由於本研究僅採用問卷調查，無法深入探討閱聽人收看客語新聞的心理因素，若能加入質化研究，閱聽人研究將能更爲深入，故建議後續研究可加入焦點團體法、深度訪談，輔以質化研究，能獲得更具全面性、廣度、深度的資料。

四、研究變項

本研究僅探討收視行爲、動機與滿意度，收視動機、滿意度的構面問卷量表僅列出 12 項變項，而影響收視電視節目的有許多因素存在，後續研究則可再研議是否有其他的影響因素需增加或刪減。

因收視動機屬個人行爲的一部份，除了人口變項之外，生活型態、個性等外在、心靈因素都可能影響其收視行爲，後續研究可將生活型態、個性因素等變

項加入，深入探討不同因素所造成的影響與效果。



第三節 一位客語新聞工作者的省思

本研究問卷的第 56 題是開放式問題，欲瞭解受訪者對於大苗栗客家話新聞節目內容所提出的建議，並根據研究結果將受訪者的建言匯整為表 5-3-1，並統整出 4 大面向，包括：新聞內容改善、調整播出時間、專業母語發音、強化地方與族群媒體特色。

針對節目內容，受訪者認為應多增加地方生活議題、加強新聞豐富度。為方便收看，需配合觀眾收視習慣調整播出時段，或是增加新聞長度，讓新聞更加有深度與廣度。此外受訪者也指出，要加強客語正確發音，才能提高觀眾藉由收看大苗栗客家話學習客語的意願，並且多擴充族群媒相關議題的報導。

表 5-3-1：大苗栗客家話新聞節目製播建議

建議內容
一、節目內容改善
1、希望有較多民生訊息。
2、多一些生活新聞。
3、多些地方建設的新聞。
4、應增加地方新聞、社會新聞。
5、可以增加生活與娛樂，結合民生的新聞。
6、播放小吃介紹。
7、主播要常換。
8、不要成為地方政府的御用電視台。
二、調整播出時間
1、加長播出時間為 1 小時
2、晚上 7 點到 8 點應播出客語新聞，這個時段大部份人較有時間好觀看。
3、播出時間可增加晚間 7 點到 9 點，讓更多上班族或國中以上學生方便收看。
4、重播率太高，當天播放時段太晚。
5、可更精緻專業、才能有吸引力吸引年輕族群。
三、專業母語發音
1、希望客語的口吻能清晰些。
2、客語發音需加強。
四、強化地方與族群媒體特色
1、有個屬於客家人的電視台很好。
2、族群議題多擴充。

客家電視台在 2010 年的營運年度報告當中一再強調，客家族群媒體的使命是爲了行銷客家族群文化價值、呵護客家語言傳承、維護客家媒體近用權、拓展文化交流，營運理念是以「人」爲本，爭取閱聽人的認同，然而要兼顧收視率和營運績效，又要擔負起族群媒體的傳播責任，這對於資源較爲缺乏、同樣身爲族群媒體的地方有線電視台而言似乎太過沉重。

不過換個角度來說，做節目就是爲了要吸引觀眾收看，傳承族群母語、文化、促進認同、媒體近用權等理想，都必需建構在節目有人看的前提之下才能成立與執行，一個沒有人想看、不吸引人收看的節目，長時間下去，不但失去當初製播時的宗旨意義，更無法永續長存。

在大苗栗新聞中心工作已超過 5 年的我，不斷在思考該如何成爲一位稱職的新聞工作者，但怎麼才能稱得上是一位稱職的媒體人呢？除了不能獨漏新聞、不偏頗報導、獨家採訪之外，如何做出吸引觀眾收看的節目才是關鍵，也因此引發我對大苗栗客家話新聞之閱聽人的好奇，進行閱聽人收視行爲的研究。

在根據本研究結果，以及我多年來的工作經驗觀察，從一位客語新聞媒體工作的角度出發，提出以下幾點的省思與建議：

一、加強社區民生議題報導

台灣的地方區域有線電視台，普遍面臨因收視費率審核權限，掌握在各縣市政府手中，有線電視媒體經營者必需與地方政府保持良好關係，因此，大苗栗新聞中心 4 組記者的每日新聞安排與採訪議題，多數會參考縣政府所發出的行程爲主，地方首長、官員的相關新聞相對比率也會偏高，節目內容在拿捏時，難免容易受到政治壓力而太過泛政治化。

而觀眾的反映是很直接的，反映在收視頻率、偏好之上，本研究結果即發現，收看大苗栗客家話新聞的收視頻率偏低，「偶爾」收看佔全體受訪者 34.7%，「很少收看」佔 32.2%，每週僅收看 1 到 2 次，甚至是 2、3 週才轉台收看一次；收視偏好較喜好「生活新聞」，對於「政治新聞」喜好程度較低，受訪者認爲應該要多增加生活、娛樂新聞，像是增加民生訊息、美食介紹、地方建設議題。

雖然地方有線電視媒體受限於傳播範圍、對象的影響，內容豐富度確實較難勝過全國無線頻道，但就分眾市場機制，地方有線電視的目標市場應和全國無線頻道有所區分，以閱聽人需求出發，記者在選擇新聞議題時，要以區域、鄰近性爲原則，並以客家庄、社區爲中心，當地生活、文化背景爲主軸，強調社區化、在地性，加強社區民生議題的報導，豐富人情趣味性，內容自然與全國無線頻道有所不同，方能達到有線電視分眾市場需求、區域性媒體、地方特色、公用事業的四大特色，製作出地方閱聽人想要看的新聞節目。

二、增加專題報導以吸引不同族群

在資訊爆炸的時代，媒體競爭的環境裡，地方有線電視台經營者必需要注意到閱聽人的需求，要能鎖定忠實觀眾，也要開發潛在閱聽人，本研究收看大苗栗

客家話新聞的受訪者，以中壯年、中收入、大學院校、服務業與軍公教人員、具備一定客語能力的客家人為主要收視族群，青少年和非客家族群為少數的游離觀眾，而受訪者以「關心地方議題」資訊型動機為最重要的收視動機，顯示閱聽人收看地方新聞節目，姑且不論媒體語言，其使用動機是以為了「獲取資訊」為最主要需求。

因此在製播客語新聞時，要加強社區民生議題的報導，節目設計應更多元，針對不同族群的觀眾擴充取材，可多加規劃不同類型的專題報導，例如針對地方重大建設進行深度分析報導，時事民生議題、社區特殊活動、民俗節慶的專題報導，滿足觀眾對地方議題資訊的掌握；觀光休閒、地方美食、地方人物的介紹，人情趣味性會更具有深度與廣度；可規劃校園議題、流行文化，增強娛樂效果，藉此吸引青少年族群；多規劃客家人文或是福老客、甚至是不同族群生活、文化的專題報導，能加強客家族群的連結度，同時能增加非客家族群的收視興趣，也可藉此促進族群之間的認識。

三、加強記者客家母語發音

大苗栗客家話新聞全程以四縣客語發音，卻因文字記者撰稿時以國語漢字書寫，配音時再以從漢字直接語譯，但國語與客家話的發音大不相同，許多詞彙客家話無法直接照漢字轉譯，造成發音上的困難與錯誤，形成記者和主播的「國語式客家話」，再加上新聞節目的節奏通常都較緊湊，使得主播唸稿、記者配音時的速度太快，造成母語能力較不佳，聽力較差的觀眾，例如像是原住民、青少年、老年人，聽不懂主播、記者在說什麼的窘境。

由於目前大苗栗客家話新聞在播出時，電視螢幕上只有新聞標題與受訪人名，並無字幕做為旁白的輔助與說明，因此較難吸引客語能力較不佳者收看，更無法有效推廣學習語言的教育功能。

因此記者、主播在配音、播報時需要加強母語發音，調整播報節奏，提升大苗栗客家話新聞節目的語言專業度。亦可增加客家話母語的教學單元、電視的旁白字幕，藉此可吸引客語能力不佳者收看並藉此學習客語，達到族群媒體的傳承母語的宗旨。

四、強化族群媒體內涵

在苗栗地區客家為主流文化、強勢客庄（鍾君勵，2009），可藉由大苗栗客家話新聞的資訊傳媒力量，建立起多元文化的傳播機制，因此掌握閱聽人對渴望資訊的媒體需求，以及多元文化概念，業者在製播客語新聞節目時，應秉持地方公用媒體的角度與族群媒體的多元化，製播客語新聞節目。

正因族群媒體肩負起傳承族群語言、文化的重責，議題取舍要秉持其文化、社會意義之外，在內容正確性更需謹慎，例如上述所提及母語發音正不正確，或者像是報導傳統習俗、文化歷史之類的題材，應更考究其正確性，或是請教耆老說法，以增加節目內容的專業與內涵。

族群媒體所製作的新聞內容除了要能精緻、多元化之外，必需與觀眾有聯結度（彭文正，2009）。因此，除了加強節目內容的豐富、專業內涵之外，業者可多花點心思和時間，加強與觀眾的互動，像是舉辦座談會、開放新聞客服專線廣納意見。

五、善加尋求製作資源

巧婦難為無米之炊，要製作出一個優質的節目，人力、成本都需要仰賴於經費，經費不足往往造成製作上的困難，然而客語新聞節目的功能角色不只是在於資訊傳播，更存在教育傳承的意義。

行政院客家委會積極推動傳承客家語言文化，行政院文化建設委員會著力於藝術人文、社區總體營造、文化資產保存等工作，在政策行動之下，政府單位針對電視台製作客語、客家議題節目或歷史人文議題，有相關經費補助，對於製作資源較為缺乏的地方電視台來說，大苗栗客家話新聞可善加尋求製作資源，相關單位也需要適時給予地方電視台協助。

另外，尋求製作資源亦可從在地民間社團著手，例如像是社區發展協會、客家文化推廣協會、客家山歌八音社團等，透過與彼此的討論，可以激發出更多的採訪議題，節省記者尋找節目題材，有利編輯的規劃、採訪對象的安排。

例如像是近幾年來客委會大力推動的客庄 12 大節慶活動，苗栗地區即有每年二月舉辦的苗栗市火旁龍、頭份四月八斗燈文化節、五月桐花季、六月的三義雲火龍節，囊括 3 大項為全國之冠，大苗栗客家話新聞可以利用濃厚的客庄人文優勢，製作像是母語教學、客家文化風俗、客庄風情介紹、文教等專題。

對於電視台業者而言，不但能解決製作資源不足的問題、增加多樣化的專題單元內容，結合政府、地方社團等資源，善加規劃製作專題，不但能提昇節目內容的豐富多樣面貌，更能讓地方電視台業者能夠在充足的資源之下，做出優質的客語新聞節目。

文獻參考

中文部份:

- 王甫昌 (2003)。《當代台灣社會的族群想像》。台北市：群學出版。
- 王嵩音 (2000)。〈少數族群媒介之觀眾分析-以公共電視原住民新聞節目為例〉，國際華語廣播電視文化節目觀摩與研討會論文集。台北，行政院文化建設委員會。
- 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論文，台北。
- 李美華 (2009)。〈桃竹苗地區民眾之媒介使用、人際互動與文化認同現象之探析〉。四溪計畫期末研討會，交通大學客家文化學院，竹北，2009 年 12 月 12-13 日。
- 詹國勝 (2010)。《桃竹苗地區民眾之客家電視台的使用行為與收視評估研究》。國立交通大學播研究所碩士論文。
- 杜麗芳 (1984)。《台灣地區民眾收看電視新聞與氣象報告的動機與行為之研究》。政大新聞所碩士論文。
- 林東泰 (2002)。《大眾傳播理論》。台北：師大學苑。
- 林信丞 (2008)。《從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷》。交通大學傳播研究所碩士論文。
- 吳惠朋 (2008)《有線電視收視行為之研究—以台東市閱聽人為例》。國立台東大學健康促進與休閒管理碩士在職專班碩士論文。
- 姜如珮 (2003)。《台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碩士論文。
- 翁秀琪 (1996)。《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- 郭曉真 (2007)。《部落閱聽人觀視原住民電視台之研究—以花蓮縣重光部落太魯閣族人為例》。國立東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 陳君儀 (2003)。《公共電視收視行為調查》。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。

- 陳雪霞 (2003)。《台北市觀眾收看電視烹飪節目的動機與滿足之研究》。中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。
- 陳月針 (2004)。《媒體與文化之對話－析論客家電視台未來發展方向》。南台科技大學資訊傳播系碩士論文。
- 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。
- 陳清河、林佩君 (2004)。〈語言傳播政策與弱勢傳播接近權的省思〉,「群族與文化發展會議—族群語言之保存與發展分組會議」,台北:行政院與文建會。
- 邱慧仙 (2008)。〈閱聽人研究方法應用之初探：以國內傳播學期刊為分析對象 1998-2007〉,「2008 年圖書資訊暨傳播學進行中論文發表會」,台北:美國資訊科學與技術學會台北分會。
- 葉華鏞 (2001)。《有線電視收視戶對於「購物頻道」收視動機、收視行為與購買行為之關聯性研究-以大台北地區為例》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 游進忠 (1996)。《台北市民眾收看有線電視新聞之動機與滿足研究》。政治大學。
- 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》。台北市:五南, 2009。
- 黃鼎松 編纂 (2007)。《重修苗栗縣志.卷四,人文地理志》,苗栗市:苗栗縣政府。
- 黃葳威 (2004a)。〈方言媒體的文化行銷模式:以客家廣播頻為例〉,「2004 中華傳播學會年會」。
- 黃葳威 (2004b)。《閱聽人與媒體文化》。台北市:揚智出版。
- 黃葳威、李佳玲 (2005)。〈客家電視頻道文化行銷模式探討〉,「2005 中華傳播學會年會-多元文卷的想向與再現」。新聞研究所碩士論文。
- 曾曉煜 (2008)。《呵護客家語言與文化:論客家電視台定位與節目策略》。中正大學傳播研究所碩士論文。
- 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〉,「2008 第二屆台灣客家究研國際研會」,國立交通大學。

- 劉幼琍 (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。
- 劉幼琍 (1998)。〈特定族群對廣電媒體的需求及收視聽行爲：以客家人與原住民爲例〉，《國立政治大學學報》，78: 337-385。
- 劉貞秀 (1995)。《有線電視新聞類型節目的使用與滿足研究》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 劉永芷 (1987)。《老人的收視行爲與電視中老人角色之分析研究》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 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在職專班碩士論文。
- 鍾君勵 (2009)。《大苗栗客家話新聞客家族群相關報導之內容分析》。聯合大學客語語言與傳播研究所碩士論文。
- 羅肇錦 (2007)。《重修苗栗縣志·卷六，語言志上冊》，苗栗市:苗栗縣政府。
- 李儒林 (2008)。《多元文化概念下族群頻道定位初探—以客家電視暗夜新聞多元文化訊息呈現爲例》。國立政治大學新聞學系碩士在職專班論文。
- 徐巧昀 (2009)。《民眾觀賞客家電視台節目觀感之實證研究》。國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文。
- 徐佳鈴 (2006)。《臺灣客家電視媒體發展之探討》。臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 詹國勝 (2010)。《桃竹苗地區民眾之客家電視台的使用行爲與收視評估研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 宋菁玲 (2009)。《客家電視新聞處理型態與影響之研究》。國立中央大學客家政治經濟與政策研究所在職碩士專班。
- 羅世宏 (1997)。《傳播理論-資源、方法、與應用》。台北:正中。
- 曹一文 (2007)。《臺灣原住民族群認同與原住民電視收看行爲、動機與滿足之關聯性之研究》。高雄佛光大學傳播學研究所碩士論文。
- 顏章聖 (2003)。《從新聞產製之觀點探討影響電視地方新聞產製之因素》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 詹德馨 (2005)。《基督教電視節目閱聽人之使用與滿足初探性研究—以好消息衛星電視台爲例》。國立交通大學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》, 7:3-7。

施正鋒(2004)。
〈從多元文化主義看客家電視〉,「客家紮根、多元成長:2004客家電視研討會」,台北:行政院客家委員會。2004年10月12日。

客家電視台(2010)。
《客家電視台年度報告》。台北。

吉元有線電視、信和有線電視(2009)。
《苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查》。苗栗。

吉元有線電視、信和有線電視(2010)。
《苗栗縣有線電視服務品質及收視滿意度調查》。苗栗。

網路部份

苗栗縣政府全球資訊網-主計處
〈苗栗縣98年度選民結構分析〉:

<http://www.miaoli.gov.tw/Accounts/index.asp>, 上網日期:2009/10/1。

西文部份

Cuieford, J. P. (1965). *Fundament statistic in psychology and education*(4th ed.). New York: McGraw Hill.

Riggins, S. H. (1992) . The promise and limits of ethnic minority media. In S. H.Riggins (ed.), *Ethnic Minority Media* (pp.276-288). Newbury Park, CA: SagePublishers

Subervi-Velez, Federico A. (1986) The Mass Media and Ethnic Assimilation and Pluralism :A review and research proposal with special focus on Hispanics, *Communication Research* ,13 , 71-96.

Franklin,Bob and &Murphy,David(1991).*What news?The market.politics and the local press*.London and New York :Routledge.

Rarick,Galen,and Hartman,B. (1966) .The effect of competition on one daily newspaper content. *Journalism Quarterly*,43:459-462

DeFleur,M.L.&Ball-Rokeach,S (1982) *Theories of Mas Communication*,5th ed, N.Y.:Longman.

Rosengren, K. E. (1974). International News: Methods, Data And Theory, *Journal of Peace Research*, 11(2), 145-156.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973) . Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37, 517.

- McQuail,D.(1994).*The rise of media of mass communication*,in D.McQuail(Ed),*Mass communication Theory :An introduction*.London:Sage
- Johnson, M. A. (2010). Incorporating self-categorization concepts into ethnic media research. *Communication Theory*, 20, 106-125.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rosengren, K. E. (1985) . Uses and gratifications research: The past ten years. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp. 11-37). Beverly Hills: Sage.
- Cutler,N.E, Danowski,J.A.(1980).Process Gratifications in Aging Cohorts. *Journalism & mass communication quarterly*,57:269-276
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972) . The television audience: A revised perspective. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communication* (pp.135-165). New York: Penguin.
- Rubin,A.M (1981) .A multivariate analysis of 60 minutes viewing motivation . *Journalism & Mass Communication Quarterly*,58,529-534.
- Atkins,R.A.&Elwood,H(1978).TV news is fires choice of high school.*Journalism & mass communication quarterly* ,55,596-599.
- Levy, M. R. (1978) . The audience experience with TV news. *Journalism Monograph*, 55: 1-29.
- Levy, M. R. (1983) . Conceptualizing and measuring aspects of audience “activity”. *Journalism Quarterly*, 60: 109-114.
- Rayburn,J.D.& Palmgreen,P (1984) .Mergine uses and gratification and expectancy-value theory.*Communication Research*,11,537-562.
- Robinson,J.R.& Hur,K.K.(1981) .A uses and gratification analysis of roots in Britain . *Journalism & mass communication quarterly*,58,582-588.

附件：研究問卷設計

大苗栗客家話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家話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「大苗栗客家話新聞」嗎？ 有 沒有
02. 您住在苗栗的那個鄉鎮：
- | | | | | | | |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 苗栗市 | <input type="checkbox"/> 頭份鎮 | <input type="checkbox"/> 竹南鎮 | <input type="checkbox"/> 卓蘭鎮 | <input type="checkbox"/> 大湖鄉 | <input type="checkbox"/> 公館鄉 | <input type="checkbox"/> 銅鑼鄉 |
| <input type="checkbox"/> 南庄鄉 | <input type="checkbox"/> 頭屋鄉 | <input type="checkbox"/> 三義鄉 | <input type="checkbox"/> 西湖鄉 | <input type="checkbox"/> 造橋鄉 | <input type="checkbox"/> 三灣鄉 | <input type="checkbox"/> 獅潭鄉 |
| <input type="checkbox"/> 泰安鄉 | <input type="checkbox"/> 苑裡鎮 | <input type="checkbox"/> 通霄鎮 | <input type="checkbox"/> 後龍鎮 | | | |
03. 性別：男 女
04. 您的年齡大約是：
- | | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 12歲以下 | <input type="checkbox"/> 13~18歲 | <input type="checkbox"/> 19~24歲 | <input type="checkbox"/> 25~30歲 | <input type="checkbox"/> 31~40歲 | <input type="checkbox"/> 41~50歲 |
| <input type="checkbox"/> 51~60歲 | <input type="checkbox"/> 61歲以上 | | | | |
05. 您的教育程度為：
- | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 不識字 | <input type="checkbox"/> 小學或以下 | <input type="checkbox"/> 國中 | <input type="checkbox"/> 高中職 | <input type="checkbox"/> 大學院校 | <input type="checkbox"/> 研究所或以上 |
|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
06. 您目前的職業領域與工作狀況為：
- | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 軍公教職 | <input type="checkbox"/> 服務業 | <input type="checkbox"/> 營造業 | <input type="checkbox"/> 製造業 | <input type="checkbox"/> 商業 | <input type="checkbox"/> 學生 | <input type="checkbox"/> 家管 | <input type="checkbox"/> 自由業 |
| <input type="checkbox"/> 農林漁牧 | <input type="checkbox"/> 運輸業 | <input type="checkbox"/> 待業中 | <input type="checkbox"/> 退休人員 | <input type="checkbox"/> 其他(請說明) | _____ | | |
07. 您「個人」每個月的平均收入大約是：
- | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 無固定收入 | <input type="checkbox"/> 1萬以下 | <input type="checkbox"/> 1萬至2萬 | <input type="checkbox"/> 2萬至3萬 | <input type="checkbox"/> 3萬至5萬 |
| <input type="checkbox"/> 5萬至7萬 | <input type="checkbox"/> 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
	1	2	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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. 大苗栗客家話新聞主播形象與播報專業吸引人收看	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. 收看大苗栗客家話新聞能讓我放鬆心情紓解壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. 收看大苗栗客家話新聞能讓我增加對客家文化的瞭解	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. 收看大苗栗客家話新聞能讓我增加與人聊天的話題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. 大苗栗客家話新聞豐富能吸引人固定收看	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. 大苗栗客家話新聞的播出時段能方便收看	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

56.建議

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！