

99 年度「原住民族電視台 頻道收視研究」結案報告

研究顧問：世新大學公共關係暨廣告學系 黃光玉副教授

計畫主持人：台灣藝術大學應用媒體研究所 賴祥蔚副教授

計劃協同主持人：實踐大學觀光管理系海樹兒、刺拉菲助理教授

觀察家行銷有限公司 許志鴻總經理

執行機構：觀察家行銷研究有限公司

中華民國九十九年十二月二十五日



目 錄

第一部份、結論與建議	1
第二部份：研究緣起與研究目的	14
第三部份、研究設計	20
一、 原住民觀眾節目收視研究.....	21
二、 焦點團體討論會.....	22
三、 大廳測試法.....	23
四、 專家節目評鑑.....	24
五、 原民觀眾論壇.....	25
六、 論壇現場視覺照片記錄.....	26
第四部份、調查發現	27
壹、 族人收視行為研究.....	28
貳、 收視滿意度調查.....	33

第一部份、結論與建議

(海樹兒整理與建議)

一、瞭解原視收視人口（開機率與個人收視率）的數量。

1. 一季和第二季可能都是因為採用網路調查，亦即調查的接受對象多會是有在使用網路者，而這些人幾乎為年輕族群或學生，在整個原住民社會其收看電視的比率很低，因此不論平日或假日，其平均每日家庭開機時數都明顯低於較能反映原住民部落收看電視的第三季和第四季의 調查結果。
2. 根據第三、四季的『族人收視日誌調查』結果顯示，受測族人家庭每日每時的平均開機率都在三成左右；也就是說，每小時都有 30% 左右的受測族人家庭會開機收看電視節目。而族人開機收看電視的黃金時段主要集中在晚間 7-10，其次是晚間 6 時和 11 時；在這些時段，最少都有半數以上的受測族人會開機收看電視節目。
3. 根據第三、四季的『族人收視日誌調查』結果顯示，受測族人家庭平均每日收看電視時數達到 6 小時以上，顯示電視在族人生活中扮演相當重要的角色。
4. 根據第三、四季的『族人收視日誌調查』結果顯示，受測族人平均每日收看原視時數都接近 1.5 個小時，很顯然的，原視節目相當受到族人的喜愛。
5. 就第一季至第四季的『族人收視日誌調查』結果來看，受測族人平日和週末收看電視的時數大致相當。
6. 根據『族人收視質研究』結果，『新聞雜誌類』和『生活資訊類』節目最受受測族人青睞，收看率都明顯高於其他類別的節目。
7. 若就個別節目的收視率來看，『原視晚間新聞』、『原視午間新聞』、『族語新聞』、『部落看天下』、『原住民新聞雜誌』、『Ina 的廚房』、『風中緋櫻-霧社事件』、『不能遺忘的歌』、『部落的心跳』、『八八臨工盃超級卡拉 PK 大賽』、『超級部落客』、『8 點打給我』、和『錢進部落』等，都屬於原視叫好又叫座的節目，收視率都接近甚或超過五成以上。
8. 不論是從『原視收視質研究』、『原住民學童大廳測試』、還是『族人

大廳測試』都在在顯示，原住民相當喜歡原視的節目，各項表現得滿意度評分幾乎都超過八成或 80 分以上。

二、繼續應用 2008 年建構之原視節目評量構面與指標，對各類節目進行觀眾與專家之評價。

以下是經本研究團隊整理修改後的一般觀眾的評價與建議：

各類節目	觀眾評價與建議
新聞類節目	<p>在原視所有節目類型當中，新聞類節目 1-4 季的觸達率高居前兩名，和生活資訊類節目互爭長短。</p> <p>受訪原住民對原視新聞類節目的喜歡度都達到九成以上。</p> <p>整體而言，受訪原住民對原視新聞類節目滿意分數都達到八成以上。</p>
晚間新聞	<p>在播出受訪者的職稱姓名時，時間宜長一些，讓觀眾有較多時間認識受訪者。</p> <p>每則新聞的長度有點兒長，新聞前的導引可再精簡。</p> <p>駐部落記者太少，建議增加，並顧慮平衡性。</p> <p>新聞須不斷做更新；畫面與製作技術待加強。</p>
余將軍氣象報導	<p>建議培養原住民氣象主播。</p> <p>盡量使用圖表幫助觀眾了解。</p> <p>播報漁業氣象時，建議採訪當地人。</p>
午間新聞	<p>原民台的報導方式要避免使原住民與社會脫節。</p> <p>原民新聞的重點應是原民的視角，如一般性電視新聞不會去報導的原住民重要活動與訊息；或屬一般性新聞議題而於一般性電視新聞播出但內容與原住民有關係者。</p> <p>駐部落記者太少，建議增加，並顧慮平衡性。</p> <p>每則原民新聞內容太冗長，建議節奏要加快。此外，在拍攝手法、製作及畫質上需更精緻化。</p>
族語新聞	<p>增加學習母語的管道。透過族語新聞讓聽不懂國語之老人家的視野更寬廣，是非常好的節目。</p> <p>應陪養年輕一輩之族語主播，避免未來族語年齡層之老化，在播報時之專業尚有加強之空間。</p> <p>內容編排需有系統性，並可適時穿插節目預告或跑馬燈，以降低觀眾轉台。</p> <p>主播畫面框太大，情緒可配合新聞表現。</p> <p>重播時間建議為晚間十點到十二點。</p> <p>語言及播報文字建議研擬使用國語及羅馬拼音同步播出，另非每個原住民都懂母語，因此，新聞稿內容可以加上字幕輔助。</p> <p>內容應擴展至都會區介紹，並增加新聞內容之多元性，如增加原住民福利資訊。</p> <p>除了應報導原住民重大事件外，對於該事件之後續發展亦應持</p>

	<p>續追蹤報導。 新聞內容宜增加原住民相關優惠補助、考試、徵才等資訊。</p>
--	--

各類節目	觀眾評價與建議
新聞時事類	<p>除了第二季的六成多外，新聞時事類節目的觸達率在第三和第四季都能夠維持八成上下。 而其喜歡度也都達到 97% 以上，滿意度分數也在 81 分以上。</p>
原住民新聞雜誌	<p>主播：在播不同族群新聞的時候建議選擇當時新聞族群的主播，而非同一人的播放。另建議主播講話時注意抑揚頓挫。主題與畫面不契合，畫面雖豐富但太過於單調。整個節目必需呈現互動的感覺。 拍攝手法可在精緻。 節目主軸宜清楚，並可再深入追蹤。 正負面報導都應適時呈現。</p>
原地發聲	<p>視議題不同而可將攝影棚移至當地，製播成現場 LIVE 節目。主持人本身也要注意如合吸引觀眾。 報導要承接並持續追蹤。 建議多要蒐集各部落最新資訊，再整理後共同討論。 除了邀請相關的專家，亦應邀請族群裡基層的代表，而來賓數量建議可再增加。</p>
戲劇類節目	<p>第一季之觸達率只有 20% 上下，但第二、三季則進步高達五成上下；第四季沒有戲劇類節目的編類。 戲劇類節目的喜歡度都達到九成以上。 戲劇類節目之滿意分數都超過 80 分，以第一季最高，89.6 分。</p>
綜藝類節目	<p>除第三季的三成多以外，綜藝類節目的在其他三季的觸達率都達到七成以上。 綜藝類節目的喜歡度都達到九成以上。 綜藝類節目滿意分數約在 85 分上下。</p>
八八臨工盃-超級卡拉 PK 大賽	<p>本節目之型態、舞台、過程等整體呈現較為粗糙，可以再精緻化之。 本節目可以說是為了特定觀眾群，該節目反應我們對八八水災後之人文關懷，有製播上之必要性，但內容之呈現宜仍要求一程度的精緻化。</p>
超級部落客	<p>主持人的問題可再深入些。 可時而在戶外進行。 主持人選不僅具備原住民身份或藝人身份，也需有更多文化內涵者。</p>

各類節目	觀眾評價與建議
紀錄片節目	除了第一季的五成多以外，戲劇類節目其他三季的觸達率都是八成上下。喜歡度都達到九成以上，而滿意分數也都在 81 分以上。
不能遺忘的歌	字幕呈現雙語（中文與族語），或採隨選方式是未來應研擬之方向。 建議相關單位如行政院原民會、教育部等與原民台合作，製作一系列之影像紀錄影片，一來可自然成為一套原住民部落的知識系統；二來可當作學生之教材。 屬於哪一各族群及部落的音樂宜交代清楚。 呈現出來的畫面或背景，除了強調「傳統性」，亦應顧及「現實」。
包牧里收稅日	節目內容可以再精緻化，但也不能太花俏。 故事性的張力可再多一點。 配樂和佈景有些單調。 注意燈光的搭配
新大洪水	節奏可快些，並增加活潑的元素。 拍攝手法過於簡單，文化層次不足無法理解其涵意，可多一些解釋並以白話說明。
黑潮的甜蜜故事	只有口白敘述，平鋪直述，較為沉悶。 製作團隊重複性高。可有人物互動的部分。
學習類節目	學習類節目的接觸度是節節升高，從第一季的 5.3% 上升到第三季的 38.3%，第四季則是維持在 37.0%。 學習類節目的喜歡度是節節升高，從第一季的 86.8% 上升到第三季的 98.0%，第四季也是 98.0%。滿意分數則都達 81 分以上。
科學小原子	希望也能與都會區的原住民小朋友作互動。 節目之製作與呈現上盡量在觀察、討論、體驗、探索過程中進行。 建議改成每天播出，才有收看的連續性。 宜改進畫面重複的問題。 語言及字幕上仍應盡可能營造族語環境。
我們的故事	節目內容在呈現上，族群間仍應需有區隔性。 仍需研擬如何吸引小朋友收看。 漫畫宜盡可能用原住民藝術家的作品。 在處理傳承上較為粗糙，文化深度應再仔細。
部落大學校	主持人在吸引力及專業度上嫌有不足，可適時穿著原住民代表服裝。另恐需要知名度人士支持，才有說服力和節目之誘因。 開場過久，主體不夠清楚。 應盡量貼近一般生活層面作行銷和製作。另利用網路行銷原住民手工藝品。

各類節目	觀眾評價與建議
生活資訊類	除了第一季的四成多外，生活類節目的觸達率都維持在成上下。喜歡度全年四季則都維持在九成以上。滿意分數也都在 80 分以上。
8 點打給我	建議來賓之背景多元化。內容或議題期待是生活化並具教育性和切身性，而背景方面可再活潑些。
安居進行式	硬體設施及工作人員之技術可再提升。主持人從言談及裝扮裡宜更融入當中的情境。
原聲帶	主持人與受邀來賓在談話中宜更流暢。布景單調，氣氛及內容可以朝溫馨調性。
錢進部落	可多邀請專家與談，節目鋪成可多介紹成功和發展中的案例，以達交流。節目名稱與內容嫌有不符。
Ina 的廚房	節目開場過久，地點資訊不夠。建議進一步的挖掘當地的食材，並介紹食材背後的故事，盡可能與文化做結合。適時舉辦美食大展，也可帶動民眾收看此節目。現代食物與傳統食物宜作區隔，前者如何受後者影響亦可多作介紹。
關懷類節目	關懷類節目二、三季的觸達率都在五成上下。喜歡度則在 95% 上下，節目滿意度則在 82 分數以上。可製作對學生心靈重建等輔導相關節目。另亦可闢類似申訴管道的節目，專門提供解決原住民問題的節目。
原鄉原夢愛心 99- 慈善募款晚會	整體畫面不美觀，台下空位太多，應把觀眾都聚集在一起。主持人不夠活潑。內容可在多些感觸。
沈哥!好久不見	除了悲傷，更應帶進對未來的希望。
體育類節目	只有第一季有體育類節目，其接觸度為 13.7%，其喜歡度是 92.8%，滿意度則是 89.6 分。不少原住民喜歡運動且喜歡收視運動類節目，建議可再闢體育文化類節目。

■ 專家學者對原視之意見及建議：

✓ 原視的定位：

- 原視與原民會間的關係，不免政治力的介入，未來應避免。
- 未來的組織架構應該更清楚。

- 原民台定位，應是原住民社會文化的發聲平台 (故服務的主要觀眾還是原住民，應從部落來出發)，但仍盡可能秉持公正性，另在新聞議題等報導上應多正面的思考，避免過多的悲情。
- 希望多聽聽部落及各階層對原視的各項期許。

✓ 節目走向：

- 希望更多在地新聞及觀點，亦即有否呈現原住民族及部落的觀點，會比客觀公正來得重要。
- 新聞及娛樂性節目可以有自己的特色及創意，不必跟著一般電視台的邏輯走。
- 在製播上，運用原住民的知識或從部落的角度出發此面向上較不足，仍依循一般商業節目電視台作節目的方式。但好的是語言的使用，在族語的製播上有進步的趨勢。
- 應該嘗試作一些用部落族人看事情的角度或思考方式來寫劇本。

✓ 製播技術與內部組織：

- 技術跟專業須待改進。
- 製作過程嚴謹度不夠。
- 人事上，流動性太高，在工作前的培訓及勞動條件可以再加強。而且，因為人員流動過於頻繁，可能無法培養默契。

三、以原視旗艦型節目為例，比較專家與原民觀眾對節目評價指標及其意義差異。

- 學者專家訪談結果顯示，他們認為原視在節目製作方面，『族群頻道屬性要素』和『內容要素』的重要性，應該要超越『形式要素』和『美學要素』；也就是說，原視節目的製作應該優先考慮『母/族語的保存與延續』和『傳遞延續原住民族文化與傳統』、『作為

原住民與其他族群的對話與交流媒介』、『促進原住民族族群意識(主體意識)的覺醒』、和『詮釋原住民事務的權威』，以及『內容的正確性』和『製播者的同理心』，之後再考慮視覺、播映時間或製作技巧等問題。

- 根據上述一及二的描述，可以發現原民觀眾同樣重視『族群頻道屬性要素』，認為原視節目的製作應該優先考慮『母/族語的保存與延續』和『傳遞延續原住民族文化與傳統』、『作為原住民與其他族群的對話與交流媒介』、『促進原住民族族群意識(主體意識)的覺醒』、和『詮釋原住民事務的權威』。不過，他們對於節目播出時機、視覺特效和娛樂性等方面的重視程度，應該是超過專家學者們。

四、建構觀眾意見導入節目產製流程及其應用實例

- 將觀眾意見導入節目產製流程，本研究之進行過程即可視為導入過程，除了相關之研究應持續進行外，主動辦理地方座談會（可與他單位尋求合作）或相關活動，如研習、研討會、營隊等，都可以在活動過程中蒐集觀眾意見並導入之，此不僅拓展原民台之關係網絡，亦可在當中培育及發掘人才。

五、凝聚觀眾論壇的族群意識及其對節目製播者的啟示

- 從原住民觀眾對原民台的普遍滿意度之高，可知原住民對目前原民台之走向與定位是很支持的，最需要加強的應是節目製作上的精緻化及對原住民族文化傳承的忠實。而即時有少部分人的質疑，原民台仍應堅守目前之定位。

六、以大廳測試法進行原住民兒童及青少年觀眾之收視研究

- 雖然大多數受測學童都很喜愛收看的原視兒少節目，也有高比率

的學童對兒少節目的整體表現感到滿意，但問及未來會否繼續收看或推薦予親友時，表示肯定者的比率都只有三、四成；換句話說，雖然他們喜愛原視的節目，但可能因為以前較少收看原視兒少節目，或是已經習慣收看其他頻道(例如 MoMo 台或東森幼幼台)的兒少節目，以至於他們不會想要繼續收看或推薦原視兒少節目。此間的落差是要去思考的。

- 此外，相較於其他頻道的兒少節目，原視兒少節目仍有成長的空間，例如如何加強其內容之有趣及豐富性？
- 依據調 (如第四季) 的得知，momo 親子台是受訪原住民學童最常收看的節目，故原民台在製播兒少節目上，或亦可參考其節目設計與製作，亦即學習其優點而並研擬如何套在原視兒少節目裡。
- 另，從第四季的調查中發現有 62.4% 的受訪學童未看過原視兒少節目，可見其在行銷上有待努力。
- 而依調查得知，原視兒少節目不太符合高年級同學及國高中同學之偏好，此實有其客觀條件的因素在，如課業偏重、升學壓力，他們本來就較不會也較沒有時間看電視)，故是不是要特別製作符合其偏好的節目？又其時段如何安排？這都要慎重思考的。

七、其他建議

■ 節目建議

- ✓ 原視節目可作為學校教育的補救教學功能外，並落實「家庭教育」之一功能，因此，但可以考慮將原視的節目內容朝向此一可協助「家庭教育」(父母、親子、夫妻、兄地姊妹等或及他友誼之間的關係) 之正面方向不斷地檢視。
- ✓ 製作「我們的部落」一系列節目，裡面可有簡單的部落「史」「志」

及重要「人物」和部落「產業」之介紹（協助行銷），亦即他可發揮多種功能。

- ✓ 除了族語新聞或族語相關節目外，對於具有紀念性或評價很高的節目，或紀錄片或外國相關原住民之紀錄影片，另編製並套入各族語言，使之成為族語教學或學習的教材。也協助部落裡聽不懂中文及外國語之原住民（耆老）認識這些節目及認識異族文化。
- ✓ 根據日誌法中的觀眾生活作息活動與時間分配的資料收集，原住民去教會/教堂的天數是頗穩定的，而原住民也多半是基督徒，週日（或週六）多會參與禮拜/彌撒，建議在週六或週日可製作或介紹相關教會活動或訊息，但宜客觀並避免對任何教派有負面報導之訊息或言論。
- ✓ 建議相關單位如行政院原民會、教育部等與原民台合作，製作一系列之影像紀錄影片，一來可自然成為一套原住民部落的知識系統；二來可當作學生之教材。
- ✓ 動畫卡通確有其吸引力，建議針對各族之神話傳說、歷史事件或重要人物事蹟，研擬委外製作，另為保存「真實」及「傳統性」，審查委員除了必須有相關動畫家外，更需要有該族文化之專家或民族代表參與審片。
- ✓ 不論是進行族人大廳測試還是學童大廳測試，許多受訪者都希望原視能夠採類似至入性行銷的方式來介紹當地的美景美食，或是學校的特色（許多學校都面臨學生人數減少的問題）。
- ✓ 很多受訪族人或教師都提及，原住民部落經濟蕭條，族人生活困苦；因此，除了行銷當地美景美食與特色外，或可開闢幾個財經或企管行銷方面的節目，讓族人也能具備現代社會的謀生能力。
- ✓ 某些原住民的傳統習俗與主流社會的法律或環保觀念衝突，以至於部分族人因此而遭育法律方面的困境。因此，原視或可與法扶基金會合作，開闢一些符合原住民需求的法律節目。

■ 行銷建議

- ✓ 雖然有不少受測原住民學童表示他們喜歡原視的兒少節目，但卻也有不少表示，他們以後應該不會再繼續收看或推薦原視兒少節目。但是，如果期望原視節目能夠普及到原住民社會各個階層，應該優先培養學童收看節目。
- ✓ 不論是原住民學童大廳測試，還是原住民學校教師觀眾論壇，教師們都對原視表現出高度的友善與期待，非常期望原住民學童能有更多的機會接觸原視節目。因此，或可與學校合作兒少節目，或是主動邀請原住民學生參訪原視，尤其是都會區內的原住民學校；或是設法定期透過各種方法讓學校方面能夠收到原視節目表，如此可以安排或通知學生收看原視節目。
- ✓ 族人大廳測試時，烏來教會牧師建議，可以仿照蚊子電影院的模式邀請部落族人一起觀賞原視節目，當然，最好是提供一些點心飲料。
- ✓ 在南投仁愛鄉進行族人大廳測試時，村長建議原視在每一個鄉鎮或縣市舉辦部落高峰會議，邀請部落耆老或基層幹部參加電視節目；藉由討論當地的重大事務或建設，讓當地居民知道原視非常關心他們，而這些參與討論的耆老或幹部可以告知村民節目播報時間，提醒他們收看原視節目。

■ 調查方法

1. 族人日誌

- ✓ 成功樣本數：每季仍然維持最少 100 個原住民家庭以上，全年四季最少需完成 400 個原住民家庭。
- ✓ 調查方法：本年度採郵寄問卷和網路調查，但調查結果差異頗巨；為維持調查結果的穩定性，建議未來應全部採郵寄問卷。
- ✓ 問卷內容：節目滿意度調查發現，節目的分類不夠精準；同一個的節目，可能會在不同季節被歸屬到不同類別，造成結果分析的

困擾。

2. 專家學者訪談

- ✓訪問內容：每一季可針對某一類型節目(例如第一季針對生活資訊類，第二季針對新聞雜誌類等)進行調查；至於問拒內容可參考本年度第四季의調查問卷。
- ✓調查方法：本年度先採深入訪談，後採量化調查；建議未來可採量化調查再輔以深入訪談，針對特定幾個問題深入探詢意見。作法是先寄送同類型但三個不同節目的影帶(各約一小時)與受訪的專家學者，請他們依據觀看節目的感受填寫問卷；在回收問卷後，根據分析結果及個人得填寫答案深入詢問幾個問題。
- ✓受訪對象：每季訪問 10-15 位各領域的專家學者，例如新聞傳播學者、媒體從業人員、族語老師、原住民藝文工作者等。

3. 焦點團體討論

- ✓執行場次：本年度總計規畫進行 15 場，實際進行 17 場；建議，未來可以縮減至 6-8 場，並將縮減的場次挪作大廳測試。
- ✓討論內容：本年度係每場針對 2 類節目進行訪談，但如此作法必然發生合格參訪者難尋的問題，同時也會有言猶未盡的遺憾；建議未來每場只針對 1 類節目進行訪談，如此可以充分有效的討論節目的優劣得失。
- ✓執行方式：在熱場並簡要說明個人收看原視節目的經驗與感受後，當場放映半小時的節目，之後即針對該節目進行約 1 小時的討論。
- ✓參訪者：針對每一場的討論主題限定參訪者的年齡，並要求須是原視節目的重度使用者，但不限定非要收看某類或某些節目的觀眾群。

4. 大廳測試

- ✓受訪對象：本年度先針對國中小學童，後加入族人；建議往後可

以加入非原住民觀眾，如此可以擴展研究對象，瞭解不同族群對原住民節目的意見，同時也有助於原視節目的行銷推廣。

- ✓執行場次：針對學童、族人和非族人分別進行 8-10 場的大廳測試，每場次的參訪者訂於 15-20 位左右(但學童不限)。
- ✓問卷內容：可以針對不同對象分別設計問卷，但也可以採同一份問卷，內容除包括他們對原視的認知度、節目接觸度外，同時針對觀看節目進行滿意度評分。

5. 觀眾論壇

- ✓執行場次：本年度原訂 1 場觀眾論壇，實際進行 2 場，原住民觀眾和教師各 1 場。建議未來可以針對當年度不同特性觀眾進行 2 場以上的觀眾論壇，藉此吸收不同領域觀眾的想法與意見。
- ✓參訪者：族人觀眾、教師、地方基層幹部或特並組織成員等等。
- ✓參加人數：每場的人數可訂於 20-25 位之間。

第二部份：研究緣起與研究目的

2007年7月1日原住民族電視台（以下簡稱「原視」）納入台灣公廣集團，與公共電視、中華電視台、客家電視台等頻道，合組成為台灣公共廣電媒體家族，以有別於商業廣電媒體的制度。2008年以前，在公廣集團框架下的觀眾研究，有兩類，一是AGB Nielsen每日收視率資料庫，二是年度（四季）的收視質研究。這二類觀眾研究對公視、華視、與客視等三個頻道的實務應用爭議不大，唯對以原民小眾、特殊屬性定位的頻道，卻出現研究資料測不準的問題。觀眾研究的積極意義乃在透過觀眾意見資料的收集與分析，提供節目產製者強化節目表述的線索，以達成節目製作品質與觀眾理解互動的初衷。因此，2008年之前原視觀眾研究在靜態資料的呈現上，與節目產製者對觀眾的需求距離過大，因此無法有效發揮研究資料問題解決的能力。

2008年原視節目收視質研究提出有別於公廣集團框架下的觀眾研究，而朝向多元研究方法（包括專家德慧法、焦點團體討論會、族人日誌法與觀眾論壇等）的設計，以期能夠更具深度性的掌握原視觀眾對各類節目的評價，以做為節目製播改進的參考依據。

綜合2008年研究成果，大致歸納四項深具實務意義的貢獻，包括：

1. 完成建構原視節目表現評鑑之構面與指標。
2. 從族人日誌法100戶（約345人）的資料收集中，首次可以真正推估原視觀眾的開機率與個人收視率
3. 觀眾論壇的原創意義
4. 研究經費取之於納稅人，回饋給原民

是以，2009年的觀眾質性收視研究，已延續2008年的研究設計但導入新的專家節目評鑑方法。2009年的研究成果大致如下：

1. 完成建立第一次的專家評鑑原視節目表現基礎：

2008年經由30位專家三回合的問卷填答，所達成的共識，包括獲得

節目形式、內容、美學與族群頻道屬性等，共計 15 項構面的 45 項指標。這些被建構出的構面／指標，已應用於 2009 年的研究中，以擴大其實務意義；另一方面這些構面／指標也從 2009 年開始建立第一次的專家評鑑基礎，並逐年發展出具比較基礎的評鑑分數，以做為原視每年節目改進的判斷與參考。

2. 從族人日誌法(由 2008 年 100 戶(約 345 人)增加至 2009 年的 193 戶(681 位)的資料收集中，得到真正推估原視觀眾的開機率與個人收視率

收視率研究是為具備大量觀眾(約 50 萬人)頻道與節目而服務的工具，它對「小眾」特殊使命的電視台，特別是族群電視台沒有實務上的助益。此外，如果以原住民族佔台灣地區人口的 2%推估，現階段 AGB Nielsen 的 1,800 樣本家庭應該只有 36 個樣本家庭為原住民。因此，在 2008 年之前，原視針對每日收視量的研究數據，根本無法取得較具可信度的資料。

族人日誌法的研究設計是效法日本放送協會(NHK)每半年一次的觀眾日誌研究，該研究的存在，正是要校正以個人收視測量器(people meter)所收集的收視率數據的可能偏誤性，此外，根據日誌法中的觀眾生活作息活動與時間分配的資料收集，能夠為新節目提供企劃構想。

根據 2008-2009 年日誌法研究得知，原視每日的開機時數都在 0.7 小時(約 40 分鐘以上)左右，原民每日平均收視原視的時間都在 0.31 小時(約 19 分鐘)上下，原視每小時的平均個人收視率可達 1.3%上下，約等於 6,500 位左右的原民收視者。若是如此，則原視每日收視率已經明顯高於約 0.11%的 AGB Nielsen 個人收視率。而 0.11%的個人收視率已經是台灣電視節目中排名相當高的節目了；依此推論，2008 年以前的原視觀眾研究遠遠低估了原視節目在原民社群的收視影響力。

3. 觀眾論壇的原創意義

觀眾論壇的構想源自匈牙利的公共電視台，2008年原視的觀眾論壇，是台灣觀眾／節目研究的首次嘗試，聚集30位已經參與各地區焦點團體討論會的原民觀眾，於公廣集團會議室舉行。對許多參與觀眾論壇的原民而言，參訪原視製播中心，親睹平日只能從頻道中看到的新聞主播及節目主持人，對這些長年生活在非經濟偏鄉地區的原民而言，均是新鮮好奇的經驗（許多人第一次來台北，參與論壇後還要去101欣賞台北的夜景）。論壇由原視台長馬紹·阿紀主持，熱烈的現場討論將近四小時仍意猶未盡。會後，許多原民告訴研究者，他們很高興參與了這次論壇討論，感受到原視主管用心做節目的誠意，感覺到擁有「自己電視台」的族群驕傲感，並且在論壇場域的交談中，出現一種身為原民的幸福感。

的確如此，受限於研究資源，觀眾論壇建構30人的小規模場域，但是這些原民會帶著一種新鮮經驗的體會回到部落偏鄉，回到部落偏鄉繼續散發著參訪原視的美好記憶，影響更多的原民觀眾。這正是2008年研究開展出的動態實驗，從現場觀眾論壇培養與累積未來支持與擴散原視影響力的力量。2009年延續此項研究方法，也更加獲得熱烈回想。

4. 研究經費取之於納稅人，回饋給原民

過去原視收視質研究，均是以電話訪問為主。絕大部分的百萬研究經費，用來支付電話與調查公司的成本支出。但是2008年新的研究設計之後，該年的研究經費支出，約有40%的費用，是直接支付給原民受訪者。原視經費取之於取之於納稅人的經費，可以透過研究，一方面取得所需的研究資料，另一方面研究經費又能直接回饋原民，創造研究雙贏，2009年延續2008年研究設計，也獲得族人的認同與支持。

根據公廣集團公共價值評量體系研究（鍾起惠，2007）結果顯示，雖然原民族群員工佔原視全部工作者的85%（90/106），但是2007年上半年每位族群員工月平均專業訓練的時數僅有0.12時／月，為公廣集團頻道中

專業訓練時數最少者；員工平均薪資為 44,606 元／月，為公廣集團頻道家族中平均月薪資最低者；平均員工新製節目平均時數為 2.46 時／月，卻是家族頻道中新製時數最高者，但是節目製作成本平均約 6.1 萬元／時，卻是家族頻道中製作成本最低者。此外，該項研究也顯示，針對家族頻道節目品質構面的指標中，原視員工除了節目創新特質優於華視之外，其餘在節目品質，節目程度、多元、深度有意義及節目公正性等指標上，均是家族頻道中最低分者。換言之，這項研究指出了當前原視員工所面臨的最大問題：在勞動條件相對最匱乏的環境中，卻要擔負與創造前所未有的原視節目。

加入公廣集團超過二年的原視，可以合理推測其勞動條件仍是相對最匱乏的頻道，同時，多數原視節目製播者，仍在尋覓與摸索屬於族群頻道的定位與特色。對原視的節目製播者而言，建構屬於自己族群頻道的主體性，正是每日製播經驗的練習與累積，它需要長時間的實踐與貫徹。是以，一方面原民觀眾對族群電視台的期望，及對各類節目的觀感評價，都需要持續累積，經由嚴謹的研究資料收集、分析與詮釋，提供原視節目製播者客觀上的參考依據與判斷；另一方面本研究最重要的精神，即是在創造一個可茲提供原視節目製作者理解原民生活經驗與表述的場域，讓原視節目製作者藉由觀眾研究的各種設計，以問題解決式的研究目的，改善與創造更多可茲協助節目製作者的勞動條件與產製資源，讓原視節目製作者重返原民社會，並能從更大的原民觀眾範疇中，重新找到節目對原民觀眾的感動與共鳴。

本年度的研究目的包括：

- (一) 瞭解原視收視人口（開機率與個人收視率）的數量。
- (二) 繼續應用 2008 年建構之原視節目評量構面與指標，對各類節目進行觀眾與專家之評價。

- (三) 以原視旗艦型節目為例，比較專家與原民觀眾對節目評價指標及其意義差異。
- (四) 建構觀眾意見導入節目產製流程及其應用實例。
- (五) 凝聚觀眾論壇的族群意識及其對節目製播者的啟示。
- (六) 以大廳測試法進行原住民兒童及青少年觀眾之收視研究。

第三部份、研究設計

「99 年度原住民族電視台原住民觀眾收視研究計劃」遵循過去 2 年的研究規劃，採用多元研究方法以期瞭解原住民族觀眾的收視習慣，以及他們對原視節目各項表現的評價、建議與期望。

一、原住民觀眾節目收視研究

原住民觀眾節目收視研究包括三項研究內容，即「生活日誌」、「收視行為」和「節目收視質」研究。這項子計畫預計每季執行一次，一年總計執行四季。

1. 生活日誌

- 受訪者：10 歲以上的原住民
- 受訪地區：台灣地區
- 調查方法：郵寄問卷
- 抽樣方法：人際關係介紹法
- 成功樣本數：441 戶
 - ✓ 第一季：102 戶
 - ✓ 第二季：118 戶
 - ✓ 第三季：81 戶
 - ✓ 第四季：140 戶
- 問卷內容：
 - ✓ 受訪者個人基本資料，例如性別、族別、年齡、教育程度、職業、常用語言、個人月收入、居住地等；
 - ✓ 以時為單位的每日活動與生活作息資料；
 - ✓ 連續填寫 14 天的生活現況。

2. 族人收視日誌法研究

- 受訪者：原住民家庭
- 受訪地區：台灣地區
- 調查方法：郵寄問卷

- 抽樣方法：人際關係介紹法
- 成功樣本數：441 戶
 - ✓ 第一季：102 戶
 - ✓ 第二季：118 戶
 - ✓ 第三季：81 戶
 - ✓ 第四季：140 戶
- 調查內容：
 - ✓ 記錄每 15 分鐘的家庭電視頻道收視行為，包括頻道類型、節目名稱、收視長度等；
 - ✓ 參與者須連續填寫 14 天的電視節目收看情形。

3. 原視收視質研究

- 受訪者：10 歲以上的原住民
- 受訪地區：台灣地區
- 調查方法：郵寄問卷
- 抽樣方法：人際關係介紹法
- 成功樣本數：441 戶
 - ✓ 第一季：102 戶
 - ✓ 第二季：118 戶
 - ✓ 第三季：81 戶
 - ✓ 第四季：140 戶
- 問卷內容：原視節目收視行為與原視頻道接觸度、喜好度與滿意度等，以及百分位法評量收視節目之滿意分數等。

二、焦點團體討論會

焦點團體討論係針對原視重點節目進行觀眾意見討論，這項子計畫預計進行 17 場以上的焦點座談。

- 執行場次、地點、與人數：17 場 127 人

- ✓ 台北地區：4 場 27 人
 - ✓ 桃竹苗地區：3 場 27 人
 - ✓ 中彰投地區：2 場 16 人
 - ✓ 高高屏地區：2 場 23 人
 - ✓ 宜蘭縣：1 場 5 人
 - ✓ 花蓮縣：2 場 16 人
 - ✓ 台東縣：2 場 13 人
- 這 17 場以上的焦點座談係以原視重點節目為應用案例(抽取個案節目剪輯，並播放節目帶)，邀請參與者觀賞並評鑑節目內容(例如節目主題選擇、呈現角度、訊息組織與安排等)、節目形式(例如製作技巧、畫面色彩與調性、剪輯、音效等)與內容形式互動之美學等三大部分為主。
 - 為兼顧各類型節目，評鑑節目類型包括新聞時事、體育、紀錄片、綜藝、表演、藝術、生活、資訊服務、以及學習等節目類型。
 - 除上述規定外，建議討論原視類型節目與商業電視類型節目表現的區辨差異，以及雙方的優劣所在？

三、大廳測試法

97-98 年度的「原住民族電視台原住民觀眾收視研究計畫」並未包含本項子計畫；不過，基於培育觀眾人口，以及傳承原住民文化的考量，增加這項研究以期瞭解原住民兒童/青少年收看原視節目的情形，以及他們對原視節目的看法。這項研究每季進行一次，99 年度合計進行四次，每一季訪問六間部落學校，第四季更改執行方視為兩間學校及四個部落。

- 這項研究主要是針對原視製作之兒少節目，期望藉由大廳測試法瞭解原住民兒童或青少年觀眾對原視兒少節目的接受度、喜好度、以及他們對這些節目的評價與建議。
- 學童部分的調查地區、校數與人數：922 位

- ✓ 台北縣：31 位
- ✓ 桃園縣：30 位
- ✓ 新竹縣：58 位
- ✓ 苗栗縣：57 位
- ✓ 台中縣：45 位
- ✓ 南投縣：179 位
- ✓ 高雄縣：25 位
- ✓ 屏東縣：220 位
- ✓ 宜蘭縣：45 位
- ✓ 台東縣：102 位
- ✓ 花蓮縣：130 位
- 族人部分的調查地區與人數：79 人
 - 台北縣烏來鄉烏來部落:14 人
 - 南投縣仁愛鄉眉原部落:20 人
 - 南投縣信義鄉久美部落:21 人
 - 苗栗縣南庄鄉東江新村部落:24 人
- 兒少節目在內容設計的收視對象非常明確，相較與其他類型節目，收視年齡層範圍明顯較窄，為能確切觸及不同節目的目標群眾，瞭解各別收視喜好。
- 大廳測試法一般用於分析受訪者對產品的感覺或意見，控制受試環境的一致性，降低外在干擾因素，讓受訪者較容易進入高涉入的心理狀態。是種結合質與量的測量方式，可有系統的立即收集受試者資料瞭解受試者喜好、挖掘潛在消費者（閱聽眾）需求。

四、專家節目評鑑

這項研究的目的，係邀請專家學者評鑑原視節目的各項表現；這項子計畫預計每季進行一次，99 年度總計執行兩次，第三季後更改為以量化

方式進行。

- 邀請專家學者依據「原視節目多元指標評量作業規範」，進行原視節目表現評量表，以探知與確定節目目標價值是否達成。
- 深入討論原視節目特徵（形式、內容與美學）與商業電視節目的區辨差異性，相對於商業台原視目前具有的優勢與劣勢，以及在面臨機會與威脅下的因應之道。
- 確認原視節目與族群電視台的聯結元素，以及凝聚族群意識的節目要素。

五、原民觀眾論壇

- 執行地點：台北市的台大校友會館
- 執行日期：99年12月5日和19日
- 參與者：原住民與原住民學校的校長/老師
- 參與人數：46位
 - ✓ 原住民觀眾：28位
 - ✓ 原住民學校校長/老師：18位
- 參與人數：
- 行方式：播放首播旗艦型的原視節目，並進行節目意見互動
- 做為一個原民的電視台，需要做些甚麼？節目應如何表述原民的獨特性及其與商業電視的區辨性。

六、論壇現場視覺照片記錄



論壇討論現場



重點節目觀賞



族人意見分享

第四部份、調查發現

壹、族人收視行為研究

本章節的所有資料都來自 99 年度第 1-4 季的族人收視日誌調查結果。

一、家庭開機率

- 第一季可能是因為大量採用網路調查，所以平均每日家庭開機率明顯低於第二季至第四季의 調查結果；事實上，部分樣本採用網路調查的第二季，平均每日家庭開機率也是明顯低於第三和第四季。
- 不論是哪一季，假日和平日的家庭開機率並未出現明顯差異。

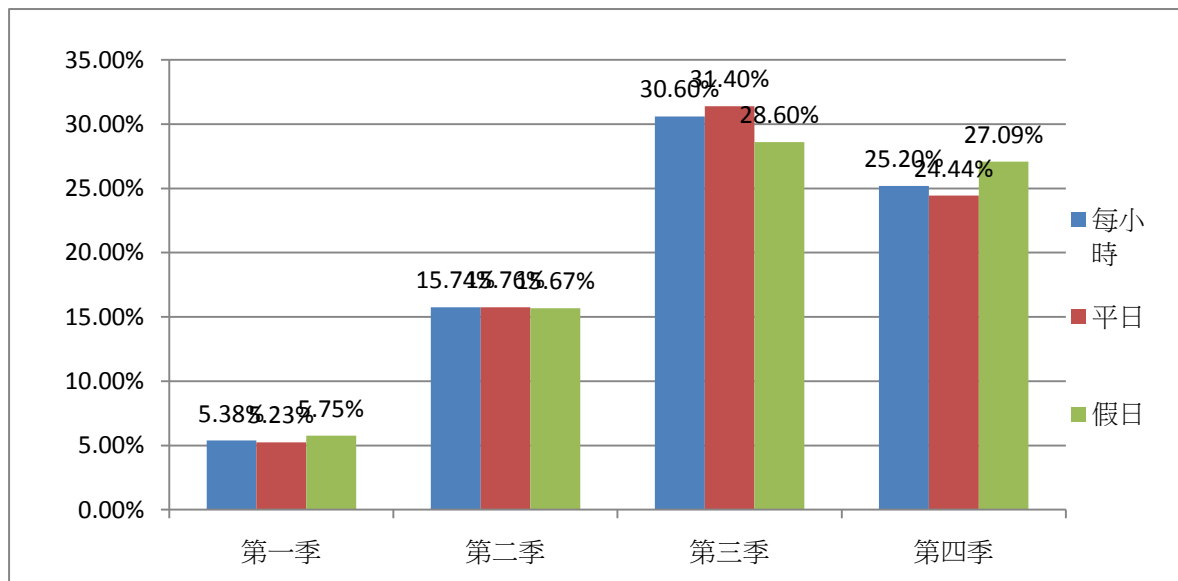


圖 1-1 平均每日家庭開機率：各季比較

二、家庭開機時數

- 第一季可能是因為大量採用網路調查，所以平均每日家庭開機時數明顯低於第二季至第四季的調查結果；事實上，部分樣本採用網路調查的第二季，平均每日家庭開機時數也是明顯低於第三和第四季。
- 平均而言，第三和第四季的受訪家庭每日收看原視的時數都接近 1.5 小時，明顯高於第一和第二季的 0.5 小時左右。

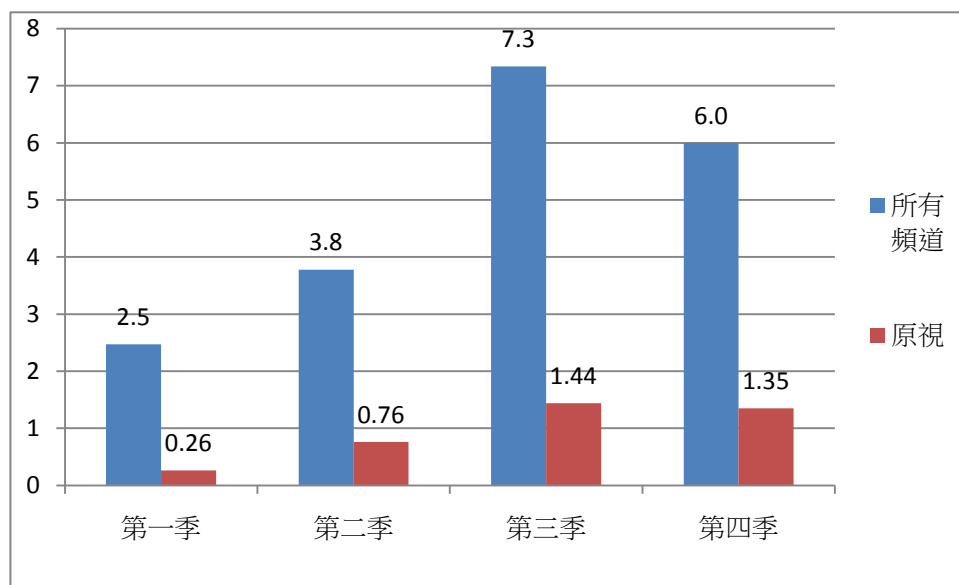


圖 1-2 平均每日家庭開機時數及原視佔比：各季比較

- 第一季和第二季可能都是因為採用網路調查，所以，不論平日或假日，平均每日家庭開機時數都明顯低於第三季和第四季的調查結果。
- 整體而言，受訪家庭收看電視節目的時數，並不會因為假日或平日而出現明顯差異。

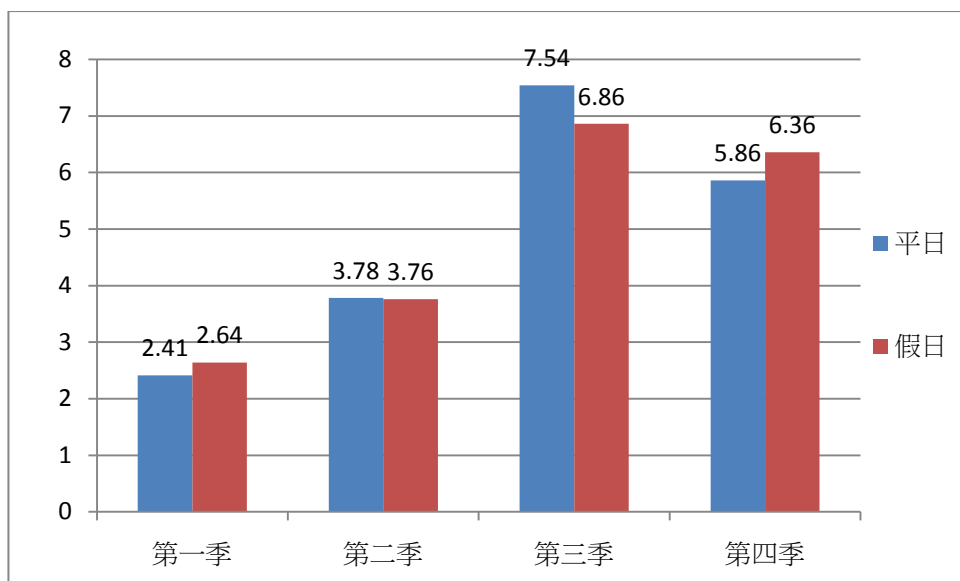


圖 1-3 平日與假日的平均家庭開機時數：各季比較

三、家庭開機收看原視時數

- 第一季和第二季可能都是因為採用網路調查，所以，不論平日或假日，平均每日家庭開機收看原視節目的時數都明顯低於第三季和第四季的調查結果。
- 不論平日或假日，受訪家庭開機收看原視節目的平均時數大致相當。

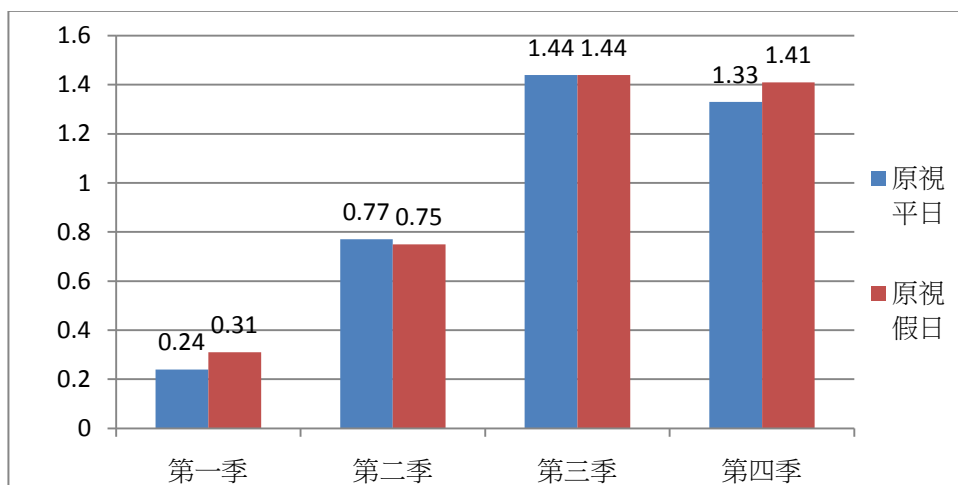


圖 1-4 平日與假日平均家庭開機收看原視時數：各季比較

四、個人平均每日收看電視節目/原視時數

- 從第一季到第四季，受測族人平均每日收看原視時數，大約都佔個人平均每日收看電視時數的兩成左右。

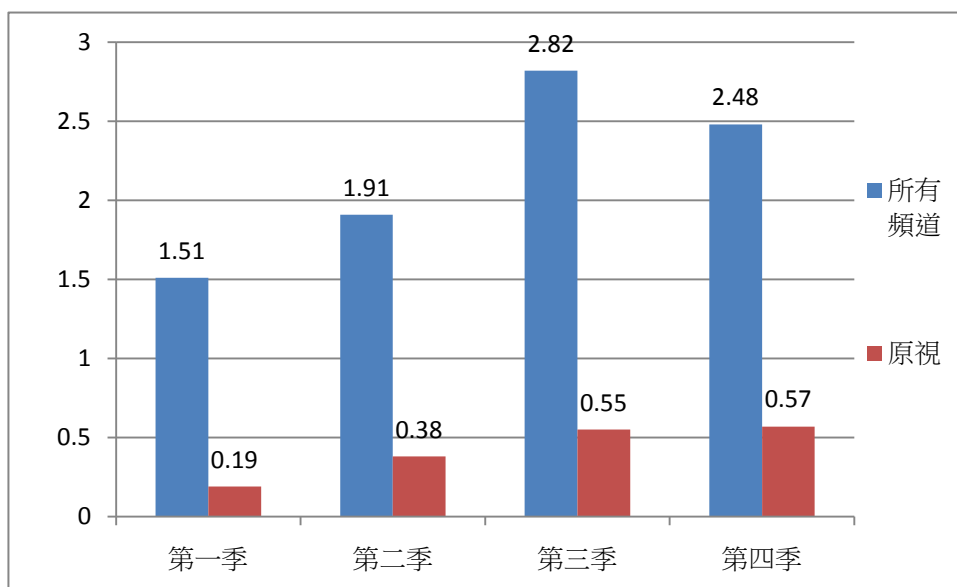


圖 1-5 個人收視時數全年度(平均每日,原視佔比)

五、個人平均收視時數

- 第一季、第二季及第四季個人平均假日收看時數都略高於平日收看時數，只有第三季略低平日收看時數。

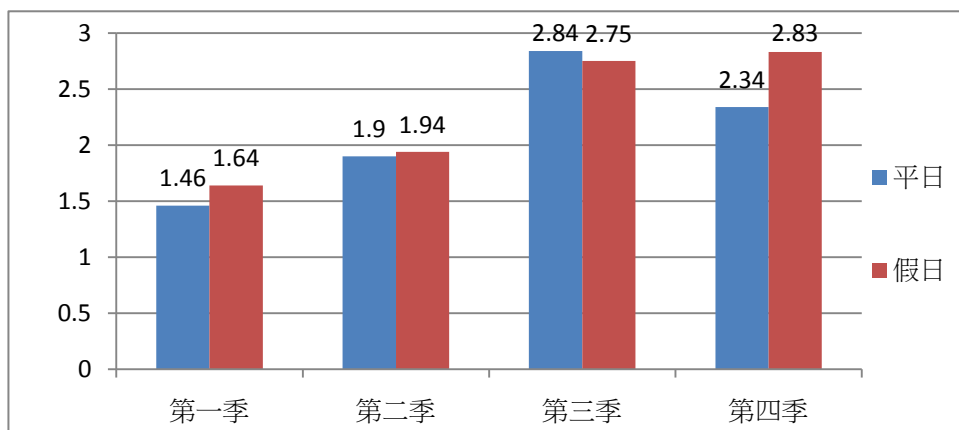


圖 1-6 個人收視時數全年度(平日,假日)

六、個人平日及假日收看原視時數

- 第一季、第三季及第四季個人平均假日收看原視時數都略高於平日收看原視時數，只有第二季平日及假日收看原視時數相當。

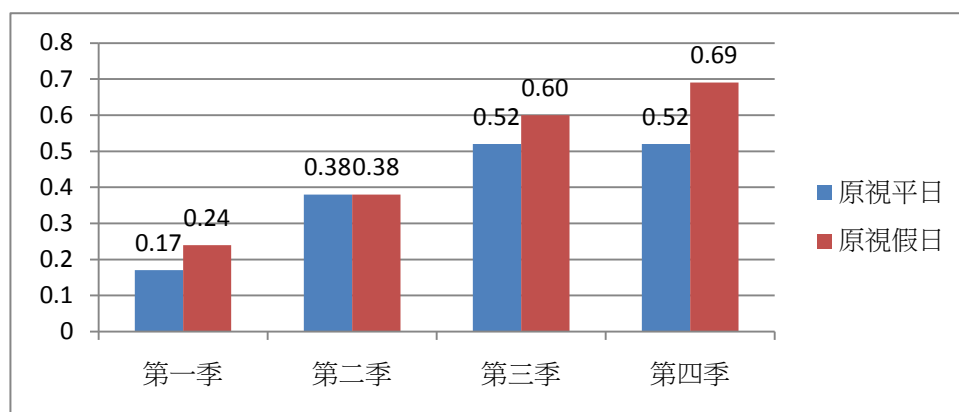


圖 1-7 個人收看原視時數全年度(平日、假日)

七、黃金開機時段及次高峰時段

- 從第一季至第四季來看黃金開機時段都介於 18:00~23:00 之間，次高峰時段以中午 12:00 及晚上 6 點、11 點為次要開機時段。

	黃金開機時段	次高峰時段
第一季	19:00~22:00	18:00、23:00
第二季	19:00~23:00	12:00、18:00、23:00
第三季	18:00~22:00	12:00、22:00
第四季	18:00~23:00	12:00、07:00

貳、收視滿意度調查

本章節的所有分析資料來自原視收視質研究、觀眾焦點座談、觀眾論壇、大廳測試、和學者專家訪談。

根據表 2-1『原視節目收視質研究』的調查結果發現，第一季的節目觸達率，以『綜藝類』節目的比率最高，達 78.4%；排名第二至第四的，分別是『新聞類』、『記錄片類』和『生活資訊類』節目，比率都在五成上下。不過，自第二季至第四季，『生活資訊類』、『新聞類』和『記錄片類』節目的觸達率就穩居前三名，觸達率都在八成上下。很顯然的，『生活資訊類』、『新聞類』和『記錄片類』是最受原住民觀眾喜愛的節目類型。

至於綜藝類節目的觸達率，除了第二季較低外，其他三季的排名也多在前五名以內。另外一個很受歡迎的『新聞時事類』節目，第一季因未被列歸為『新聞類』節目而缺乏確切的資料，以及第三季的觸達率較低外，第二和第四季的觸達率也都在八成上下。

在『學習類』、『關懷服務類』、『戲劇類』、『綜藝類』和『體育類』方面，可能是因為節目個數或時數較少，或是因為收視族群比較特殊(例如兒少)，以至於節目的觸達率明顯低於上述類型的節目；不過，不分型的節目觸達率也曾高達七成以上(例如綜藝類和學習類節目)，顯示它們還是深受原住民觀眾的喜愛。

表 2-1 99 年度 1-4 季 原視各類節目的觸達率

	2010 年 (第一季)	2010 年 (第二季)	2010 年 (第三季)	2010 年 (第四季)
新聞類節目	57.8 %	85.6 %	82.7%	83.6%
新聞時事節目		78.0%	61.7%	80.7%
學習類節目	27.2 %	72.9 %	64.2%	67.1%
生活資訊服務類節目	46.4%	85.6 %	92.6%	88.6%
關懷服務類節目	*	57.6%	63.0%	*
戲劇類節目	20.6 %	47.5%	55.6%	*
綜藝類節目	78.4 %	36.4 %	71.6%	73.6%
紀錄片類節目	50.0%	78.8 %	75.3%	81.4%
體育類節目	13.7%	*	*	*

一、原視整體表現

(一) 觀眾滿意度評鑑(資料來源：原視收視質研究)

- 不論是哪一季，受訪原住民對原視整體表現得滿意度都達到九成以上，其中尤以第三季的 96.3% 最高，而以第二季的 90.7% 最低。

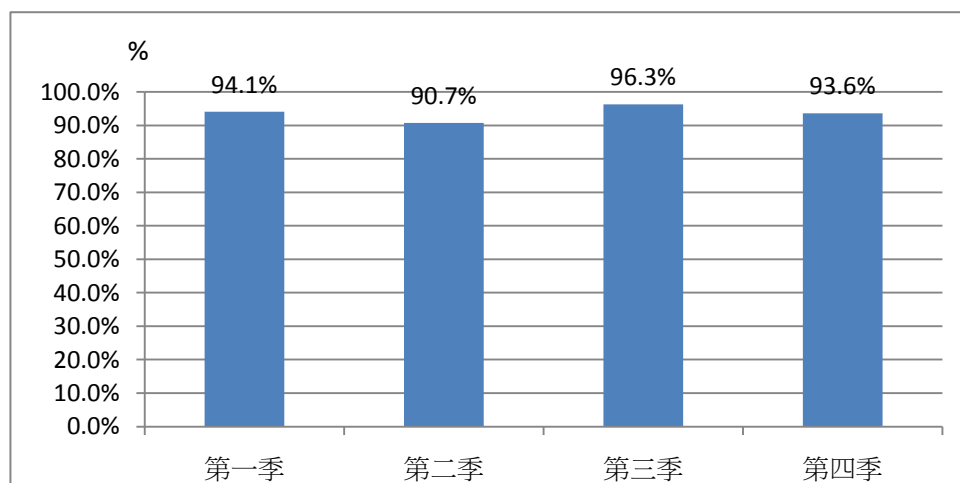


圖 2-1 原視整體表現滿意度：各季比較

(二) 學者專家評鑑(資料來源：學者專家訪談)

1. 形式要素方面：

- 4項形式要素當中，以『節目製作與包裝』的重要度平均分數最高；不過，在表現的滿意度方面，『節目製作與包裝』與其他三項形式要素的平均分數差異不大。也就是說，雖然受訪學者們傾向認為『節目製作與包裝』比其他三項形式要素重要，但原視在這方面的表現並不見得比較突出。

表 2-2 形式要素

		節目製作與包裝	特效與燈光 成音等技術	視覺品質， 例如佈景	開場吸引力
重要度	非常重要	60.0	0.0	20.0	20.0
	相當重要	20.0	60.0	30.0	30.0
	有點重要	10.0	20.0	30.0	30.0
	普通	0.0	10.0	10.0	10.0
	有點不重要	0.0	0.0	0.0	0.0
	相當不重要	0.0	0.0	0.0	0.0
	非常不重要	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	6.3	5.4	5.5	5.5
滿意度	非常滿意	10.0	0.0	0.0	10.0
	相當滿意	10.0	10.0	10.0	10.0
	有點滿意	50.0	50.0	70.0	50.0
	普通	10.0	30.0	10.0	10.0
	有點不滿意	10.0	0.0	0.0	0.0
	相當不滿意	0.0	0.0	0.0	10.0
	非常不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	4.9	4.7	4.9	4.8

說明：平均分數最高7分，最低1分。

2. 內容要素方面：

- 6項內容要素當中，平均分數最高的是『內容的正確性』和『製播者的同理心』，分數分別是6.4和6.3分(滿分7.0分)；分數最低的是『節目播出時機』，只有5.5分。
- 不過，針對原視在內容要素方面的表現評價，這6項要素的平均分數差距並不明顯，全部都在5.1-5.4分之間；換句話說，雖然受訪學者們傾向認為原視在這6項內容要素的表現大致相當，但重要度名列前茅的幾項表現都不如期望(重要度)。

表 2-3 內容要素

		製播者的同理心	節目主題涉及的全 面性及完整性	節目主題的顯著性 重要性	節目播出時機	內容的正確性	對觀眾的適切性
重要度	非常重要	50.0	30.0	40.0	10.0	60.0	30.0
	相當重要	40.0	40.0	40.0	50.0	30.0	60.0
	有點重要	0.0	10.0	10.0	30.0	0.0	0.0
	普通	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	有點不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	相當不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	非常不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	6.3	5.8	6.1	5.6	6.4	6.1
滿意度	非常滿意	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0
	相當滿意	40.0	30.0	30.0	10.0	40.0	30.0
	有點滿意	30.0	40.0	40.0	60.0	30.0	50.0
	普通	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	有點不滿意	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0
	相當不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	非常不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	5.4	5.3	5.2	5.1	5.3	5.0

說明：平均分數最高7分，最低1分。

3. 美學要素方面：

- 5項美學要素當中，平均分數最高的是『節目的原創性』(6.3分)；也是5項美學要素中平均數唯一獲得6.0分以上者。
- 雖然受訪學者傾向認為，原視在美學要素各方面的表現評價都低於期望(重要度)，但各項要素的表現評價排比和重要度排比大致相當。

表 2-4 美學要素

		節目的原創性	邏輯、可被理解的 流程安排	視覺美學	製作技巧的適切性	獨特 製作技巧與目標的
重要度	非常重要	60.0	20.0	30.0	20.0	30.0
	相當重要	20.0	50.0	30.0	50.0	40.0
	有點重要	10.0	20.0	20.0	20.0	20.0
	普通	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	有點不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	相當不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	非常不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	6.3	5.8	5.7	5.8	5.9
滿意度	非常滿意	20.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	相當滿意	20.0	30.0	10.0	20.0	20.0
	有點滿意	50.0	40.0	40.0	40.0	50.0
	普通	0.0	10.0	40.0	30.0	10.0
	有點不滿意	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	相當不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	非常不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	平均分數	5.5	4.9	4.6	4.8	5.2

說明：平均分數最高7分，最低1分。

4. 族群頻道屬性要素方面：

- 除了『原住民社會與文化的代理者』(5.4分)以外，受訪學者給予其他5個族群頻道屬性要素6.0分(滿分7.0分)以上的重要度平均分數，顯示他們相當重視這些要素，也就是原視應該要非常重視這些族群頻道屬性要素。
- 受訪學者傾向認為，原視在『詮釋原住民事務的權威』(5.0分)、『作為原住民與其他族群的對話與交流媒介』(5.1分)、『促進原住民族族群意識(主體意識)的覺醒』(5.1分)方面的表現比較不如他們對族群頻道屬性的期望，顯然還需要加強。

表 2-5 族群頻道屬性要素

		與母 延續 族語 的保存	詮釋 原住 民事 務的 權威	原住 民社 會與 文化 的代 理者	傳 遞 原 住 民 文 化 與 傳 統	與 其 他 族 群 的 對 話 交 流 的 媒 介	作 為 原 住 民 族 和 其 他 族 群 的 對 話 交 流 的 媒 介	意 識 (主 體 意 識) 的 覺 醒	促 進 原 住 民 族 族 群 意 識 (主 體 意 識)
重 要 度	非常重要	70.0	40.0	20.0	80.0	70.0	80.0		
	相當重要	20.0	40.0	40.0	0.0	10.0	0.0		
	有點重要	0.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0		
	普通	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0		
	有點不重要	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0		
	相當不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	非常不重要	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0		
	平均分數	6.5	6.0	5.4	6.5	6.4	6.4		
滿 意 度	非常滿意	30.0	10.0	0.0	30.0	20.0	20.0		
	相當滿意	30.0	40.0	30.0	10.0	20.0	20.0		
	有點滿意	0.0	0.0	20.0	40.0	30.0	10.0		
	普通	20.0	30.0	30.0	10.0	10.0	40.0		
	有點不滿意	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0		
	相當不滿意	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0		
	非常不滿意	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	未回答	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0		
	平均分數	5.3	5.0	4.7	5.5	5.1	5.1		

說明：平均分數最高7分，最低1分。

5. 各要素的重要性比較

所有的要素當中，重要度超過 6.0 分的，包括：

- 形式要素：4 項要素中只有『節目製作與包裝』(6.3 分)。
- 內容要素：6 項要素當中，就有 4 項的重要度平均分數超過 6.0 分，分別是『內容的正確性』(6.4 分)和『製播者的同理心』(6.3 分)，其次依序是『節目主持的顯著性/重要性』(6.1 分)、『對觀眾的適切性』(6.1 分)。
- 美學要素：5 項要素中只有『節目的原創性』(6.3 分)。
- 族群頻道要素：6 項要素中就有 5 項的重要度平均分數超過 6.0 分，分別是『母/族語的保存與延續』(6.5 分)和『傳遞延續原住民族文化與傳統』(6.5 分)、『作為原住民與其他族群的對話與交流媒介』(6.4 分)、『促進原住民族族群意識(主體意識)的覺醒』(6.4 分)、和『詮釋原住民事務的權威』(6.0 分)。
- 若就重要度平均分數超過 6.0 分的比率來看，受訪學者專家們顯然最重視『族群頻道要素』(5/6)，其次是『內容要素』(4/6)，再來才是『形式要素』(1/4)和『美學要素』(1/5)。換言之，受訪專家學者認為，原視最重要的工作是做為『族群頻道』，其次是提供正確、適切、完整且全面性、並具有同理心的節目內容，最後才需注意燈光、布景、視覺感受的技術層面。

6. 各要素的滿意度比較

所有的要素當中，滿意度超過 5.0 分的，包括：

- 形式要素：4 項要素中都有一項達到這個標準。
- 內容要素：6 項要素全部達到這項準，分別是『製播者的同理心』(5.4 分)、『內容的正確性』(5.3 分)和『節目主題涉及的全面性及完整性』(5.3 分)，其次依序是『節目主題的顯著性/

重要性』(5.2分)、『節目播出時機』(5.1分)和『對觀眾的適切性』(5.0分)。

- 美學要素：5項要素中只有『節目的原創性』(5.5分)和『製作技巧與目標的獨特性』(5.2分)達到這項標準。
- 族群頻道屬性要素：6項要素中就有5項的滿意度平均分數超過6.0分，分別是『母/族語的保存與延續』(5.3分)和『傳遞延續原住民族文化與傳統』(5.5分)、『作為原住民與其他族群的對話與交流媒介』(5.1分)、『促進原住民族族群意識(主體意識)的覺醒』(5.1分)、『詮釋原住民事務的權威』(5.0分)。
- 若就滿意度平均分數超過5.0分的比率來看，受訪學者專家們顯然認為，原視表現最好的是『內容要素』(6/6)，其次是『族群頻道屬性要素』(5/6)，再來才是『美學要素』(1/5)和『形式要素』(1/4)。若與上述重要度的比較可以發現，原視的表現大致上符合受訪專家學者對它的期望，也就是最重要的『族群頻道屬性要素』和『內容要素』，原視的表現都不差。

二、新聞類節目

1. 原視晚間新聞

■ 量化調查結果(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 原視晚間新聞今年度的觸達率，以第三季最低(61.7%)，而以第二季最高(76.3%)；相反地，滿意度平均分數卻以第三季最高(84.0分)，而以第二季最低(80.8分)。

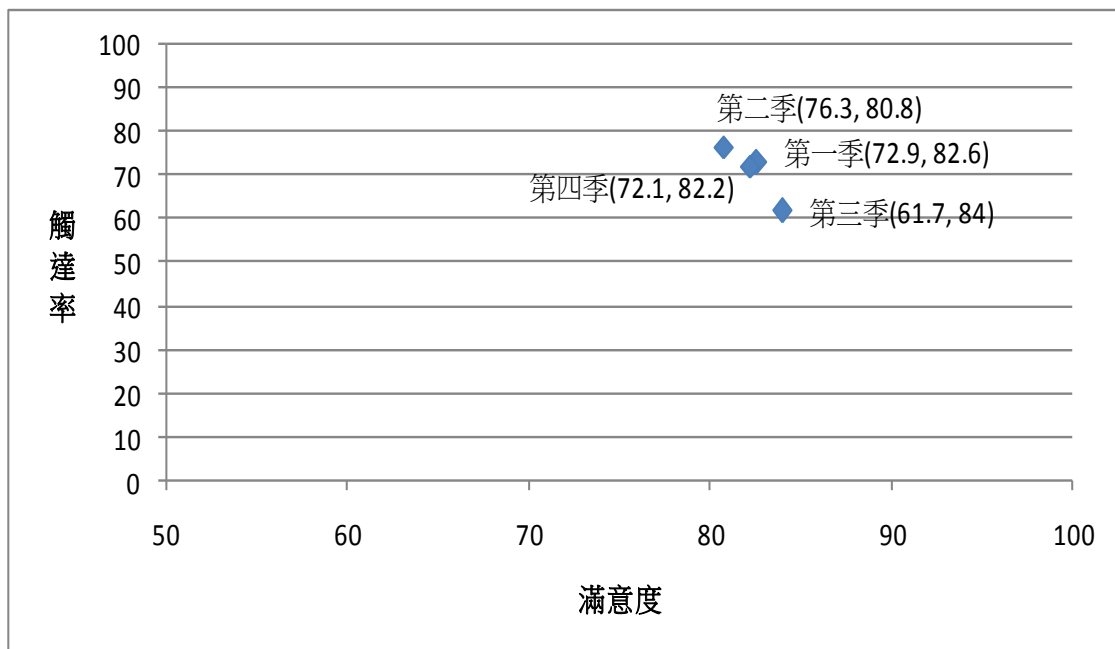


圖 2-3 原視晚間新聞(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化調查結果(資料來源：觀眾論壇和焦點座談)

- ✓ 原住民電視台要走什麼樣的新聞，就是電視台定位問題？(觀)
 - 有關原民台頻道定位，其實比較趨近它成立的目的，就是傳承原住民的語言與文化。當我們對所謂的媒體環境有競爭力，在數位時代怎麼樣讓我們的內容吸引原住民的長輩年輕人來看，吸引非原住民的人來看，那個是我們未來面對的挑戰。(原)

- ✓ 原住民的文化、習俗和主流文化或法令衝突時(例如狩獵)，原視新聞報導之處理方式與商業台的差異性?(觀)
 - 原民台在面對很多跟環保跟所謂主流或大多數台浪價值相衝突的新聞時，我們的確會特別小心，我們不會願意在某些特定的新聞隨著台浪的觀點說這個叫濫捕、這個叫濫殺、這個叫沒有環保觀念。(原)
- ✓ 應該延長播出受訪者的職稱姓名的時間，讓觀眾可以知道說話者是誰。此外，新聞的長度似乎太長了，且新聞前的導引可以更精簡，例如一些重大新聞可以拆成兩個小議題或更多子題去處理，藉由新聞馬上抓到重點，觀眾會更有興趣想要知道接下來的發展。(觀)
 - 受訪者的職稱姓名播放時間，其實它的時間是 5 到 7 秒，所以應該沒有 1、2 秒，這個我們會再留意。關於新聞長度的問題呢!其實我們接受過不同的訊息，我自己就曾經聽過很多人跟我講說，你們的新聞好快，其實你們去看其他台的新聞大概是 50 秒到 1 分 10 秒之間，它的節奏非常非常的快，第一個可能是原民台的受訪者講話很慢，也可能講族語，第二個我們要去權衡，因為其實新聞的節奏要更快，包括主播講稿投的速度，還有包括新聞整個剪輯的節奏。(原)
- ✓ 應該延長播出受訪者的職稱姓名的時間，讓觀眾可以知道說話者是誰。此外，新聞的長度似乎太長了，且新聞前的導引可以更精簡，例如一些重大新聞可以拆成兩個小議題或更多子題去處理，藉由新聞馬上抓到重點，觀眾會更有興趣想要知道接下來的發展。(觀)
 - 受訪者的職稱姓名播放時間，其實它的時間是 5 到 7 秒，所以應該沒有 1、2 秒，這個我們會再留意。關於新聞長度的問題呢!其實我們接受過不同的訊息，我自己就曾經聽過很多人跟我

講說，你們的新聞好快，其實你們去看其他台的新聞大概是 50 秒到 1 分 10 秒之間，它的節奏非常非常的快，第一個可能是原民台的受訪者講話很慢，也可能講族語，第二個我們要去權衡，因為其實新聞的節奏要更快，包括主播講稿投的速度，還有包括新聞整個剪輯的節奏。(原)

- ✓ 若能夠和其他頻道合作新聞，有助於行銷推廣原視新聞。(觀)
 - 在強調獨家新聞的情況下，新聞台彼此之間是很難出現合作的。(原)
- ✓ 如何吸引年輕人收看原視新聞報導，又兼顧傳統？(觀)
 - 原視新聞未來會考慮增加製播體育、影劇之類年輕人愛看的新聞報導。(原)
- ✓ 活動主辦單位是否應該聯絡你們原民台？(觀)
 - 其實通常是我們希望可以主動告訴我們，這也是一個比較正常的新聞部門的運作啦！就是你們告訴我們我們就去採訪，那如果以後有任何的你們台中的原住民活動，都可以隨時跟我們講。(原)
 - 那如果以後有任何的你們台中的原住民活動，都可以隨時跟我們講，其實原民台在原住民至上的這個立場是非常清楚的，可是在討論到加註在這個新聞的本身後，我們又必須做一個新聞平衡，我們公正客觀報導的技術性的一個操作，我到現在還是覺得原民台的新聞一味的攻擊漢人，那這樣子的操作方法也會讓漢人不想看你的電視台，也沒有一個溝通的基礎，那這個是一直以來原民台遇到的很多的矛盾跟我們在當中不同的妥協。(原)
- ✓ 原民觀點：可做預告與內容連結；駐部落記者太少。(觀)
- ✓ 內容：新聞報導方面，可多安排一人，以民眾的觀點來解說，氣象報導應該更白話及容易瞭解。(觀)

- ✓ 呈現方式:新聞須做更新；畫面與製作技術需加強。(觀)
- ✓ 氣象主播:主播須了解各族語言，可培養原住民氣象主播。(觀)
- ✓ 氣象報導:氣象報導可用圖表幫助觀眾了解。(觀)
- ✓ 氣象報導:播報漁業氣象，應該採訪當地人；將語言及播報文字分為國語及羅馬拼音（原住民語言）同步播出。(觀)
- ✓ 有沒有一種參與式，讓部落族人參與義工跟主播一起來講部落的事情(觀)
 - 就是我們晚間的部份，叫做部落新聞的部份。每一個禮拜都會有一個專題，就是請部落的人講，談一個議題，那個我們各族裡的主播可以透過我們原視去找到你們族裡的電話來跟你們聯絡。(原)
 - 另外新聞部有一個節目叫做部落看天下，或許我們可以在那個節目中規劃，未必是在族語的時段，而是在部落看天下這個節目裡面開出來這樣，包括新聞的長度、包括新聞的內容，包括特別在都會區的人特別的想要對古調的傳統有一種鄉愁，跟一種想要重新拿回來的那種需求，那我新聞部會再重新做一個統合跟調整，我也或許的確我們過去的新聞或去宣傳或去製作新聞的一個角度和策略，必須還是要消失跟調整。(原)

2. 原視午間新聞

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 原視午間新聞今年度的觸達率，除第一季明顯較低(37.3%)以外，其他三季都達到五成以上；至於滿意度平均分數方面，四季都在 80 分上下，其中又以第三季的 83.5 分最高。

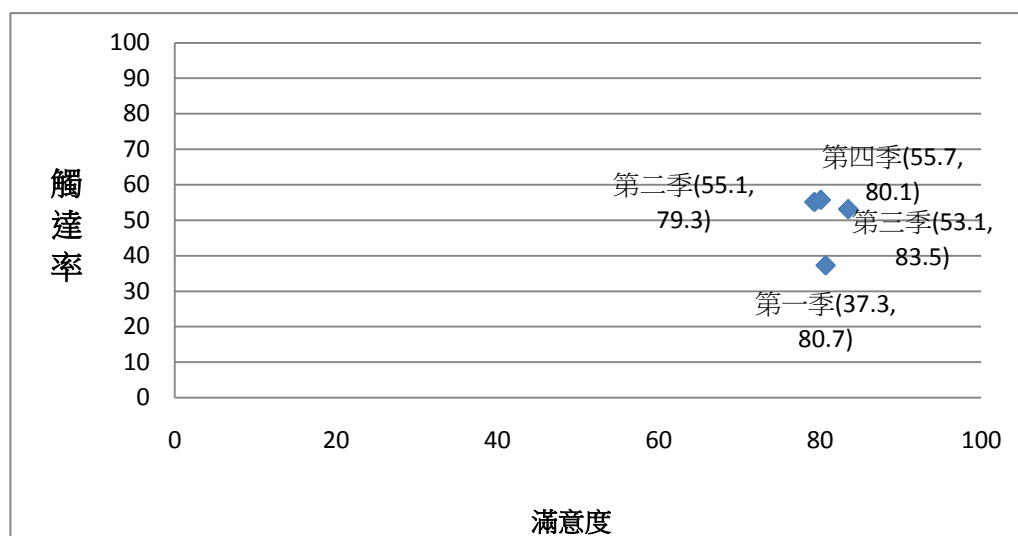


圖 2-4 原視午間新聞(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 內容：保存原住民文化是理所當然，但原民台的報導方式會讓原住民與社會脫節。
- ✓ 內容：關鍵不是在文化，而是新聞選擇長短的關係。像這種新聞在東森或中天可能會有很多則新聞，而原民新聞報導的已經不像新聞而是專題。之前性侵案法官輕判事件，大家都很有共鳴，可是原民台卻沒有此事件的相關報導，原民新聞的重點應是原民的視角。
- ✓ 內容：台灣是多元文化民族的社會，但若不這樣報導，部落發生的大小事，大家就不了解各部族境況，原民台就是要發訊息

給部落。剛剛那則報導很好，但太冗長。

- ✓ 記者：部落駐足記者太少，大家對部落事件不太了解。而記者應該多了解當地部族人文再進行報導並提出解決方法。像剛那則蘭嶼的新聞，這樣的報導方式達悟人不會了解，他們的居住環境根本不需要了解消防合法不合法。
- ✓ 族人觀點/語言：若原民事件沒透過原民新聞台報導，就沒有窗口，這則新聞至少是用中文，我們中生代都可以了解新聞內容，而且內容也是有原民觀點。而記者常駐的問題是需要再加強，可以再加上後製圖卡、CG 讓新聞不要太冗長、內容也較豐富。
- ✓ 報導方式：有時原民新聞內容太冗長，建議節奏要加快。除了內容太冗長，拍攝手法、製作不夠精緻化、畫質等要再加強。應該學習一般新聞台的畫面製作及報導切入點。一般年輕新生代頻繁接觸一般電視台模式，所以節奏要再加快。

3. 2010 原視族語新聞

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 2010 族語新聞今年度的觸達率，除第一季明顯較低(39.0%)以外，其他三季都接近五成；至於滿意度平均分數方面，四季都在 80 分上下，其中又以第三季的 82.5 分最高。

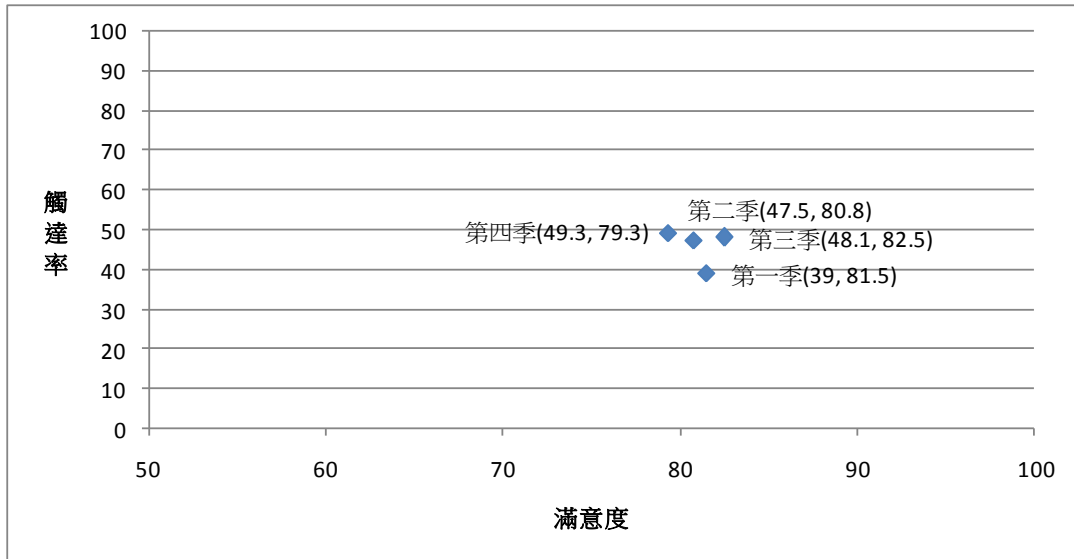


圖 2-5 2010 族語新聞(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化調查：(資料來源：觀眾論壇、焦點座談)

- ✓ 族語新聞讓我們領悟更多我們自己的母語？原民台讓我們原住民的視野更廣，能見度也更廣，是非常好的一個節目喔！（觀）
- 族語新聞讓那些在部落不懂國語的老人家可以用自己的族語聽到這個消息，它有這個功能。另外一個功能就是說事實上族語的新聞它有教學的功能，我們可以從節目裡面傳承很多東西，可是我們轉換族語的時候需要一些時間，可能隔天隔一個禮拜才看到這個新聞，最主要的目的是用族語說，這些的轉換很多的工程很多的工程。Daily 就是每日新聞國語新聞，我們的記者去採訪都是科班的。(原)
- ✓ 主播/記者：播報原口音有問題。主播年齡層可降低，以及，專業程度可再加強。
- ✓ 畫面：剪輯上斷章取義。整體步調可加快。編排太亂可穿插節目預告，或是增加跑馬燈，降低觀眾轉台。主播畫面框太大。情緒可配合新聞表現。
- ✓ 時段：重播時間可為晚間十點到十二點。節目編排太亂，觀

- 眾無法記清楚是什麼節目。可穿插節目預告，類似 NEXT ON。
- ✓ 語言/字幕：可濃縮對白時間，受訪者敘述可加字幕，可用族語貼近生活環境。語言及播報文字可分為國語及羅馬拼音同步播出。未必每個原住民都懂母語，因此，新聞稿內容可以加上字幕輔助，會比較容易了解。
 - ✓ 原民觀點：可多介紹都會區，可多介紹各部落活動，增加新聞內容多元性，增加原住民福利資訊。
 - ✓ 客觀性：可做深入報導吸引觀眾，播放紀錄片活動時，可分兩段式播放，並且做深入報導。
 - ✓ 內容：新聞報導方面，多報導事件發生之後，原住民的後續發展。原民台可以在新聞中增加原住民有相關優惠補助、考試、徵才的部份一些原民處的資訊。可在新聞裡面增加其他族的新聞，並不一定要播報魯凱族，就全部都是魯凱族的新聞，建議增加新聞內容多元性。
 - ✓ 收視習慣：只注意自己泰雅族的族語新聞，不會刻意轉過去看，符合自己時間才會收看。跟家人共同收看，也會討論新聞內容。

三、新聞時事類節目

1. 原住民新聞雜誌

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 原住民新聞雜誌今年度的觸達率，以第一季的比率最低(40.7%)，而以第二季最高(50.8%)；至於滿意度平均分數方面，四季都在80分以上，其中以第四季的82.4分最低，而以第三季的84.7分最高。

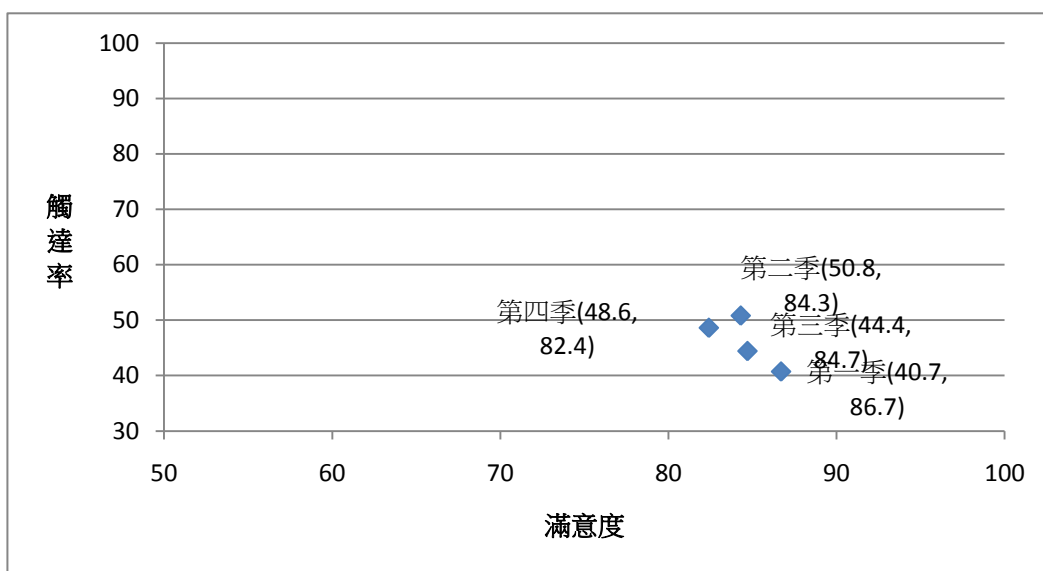


圖 2-6 原住民新聞雜誌(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 主播：在播不同族群新聞的時候可選擇當時新聞族群的主播，而非同一人的播放。主播講話聲音太單調，可有抑揚頓挫。
- ✓ 畫面：主題與畫面不契合，畫面雖豐富太過於單調。整個節目必需要呈現有互動的感覺，而不是教條式的一直重複。拍攝手法粗糙，節目沒有主軸，可做深入專題。若要收看類似節目，我可能會看國家地理頻道、DISCOVERY 這類節目，是精緻度的問題。豐富度不夠，比如說報導排灣族，可加上排灣

族的音樂。進度追蹤不夠，使得內容很散亂。

- ✓ 客觀性:可呈現多元的聲音，以不同的角度切入主題。
- ✓ 內容/呈現方式:新聞的延伸為更多的聲音，並非長度。此節目可再聚焦，深入探討一件事務，而現在的報導都會偏向負面，應正負雙面向呈現。可採訪更多的人、更多的意見，而得知更多細節。節目當中可作一些預告，讓觀眾對今天的內容有一些連結。喜歡了解時事。

2. 原地發聲

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 原地發聲今年度的觸達率，以第一季的比率最低(16.9%)，而以第四季最高(53.1%)；至於滿意度平均分數方面，四季都在80分以上，但最高不超過83分。

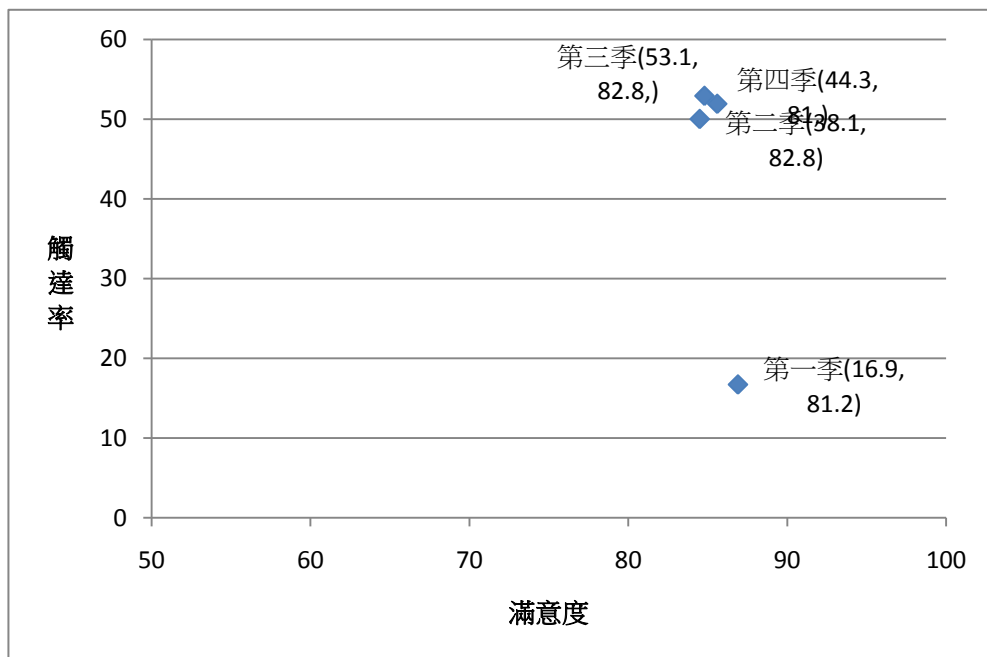


圖 2-7 原地發聲(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 內容/呈現方式:呈現各地聲音。播出預告，讓大眾掌握內容進度。期待能將攝影棚移至當地，製播成現場 LIVE。圓桌式，呈現討論的氛圍。議題內容還不錯，關於生態與環境的好與壞都要報導。製播成「特輯」模式。節目內容還不錯，讓當地的問題突顯出來當做公共議題討論。主持人沒吸引力，主題又事不關己。若議題內容較重大，或許會引起注意並讓接受度更廣。報導要承接並持續追蹤。『原地發聲』應該要蒐集各部落最新資訊，再整理後共同討論。針對原住民議題討論，並非抄襲有限電視台的節目模式。
- ✓ 行銷：為原住民發聲的管道，可透過廣播或其他電視節目行銷，特別是族語認證和學生升學的議題上。
- ✓ 主持人：邀請原住民的生態專家，或從事相關研究的專業人士共同參與檢討。邀請的專家應該是要了解在地人文情況。討論議題時，邀請族群裡基層的代表。來賓可再多增加。此主持人說話過快，若議題為吸引的話或是我們族語的部分會有向心力，若為相關會全程收看。

三、綜藝類節目

1. 超級部落客

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 超級部落客今年度 2-4 季的接觸度以第二季的 28.0%最低，而以第四季的最高；在滿意度方面，2-4 季的滿意度平均分數都超過 82 分以上，而以從第三季的 85.7 分最高。

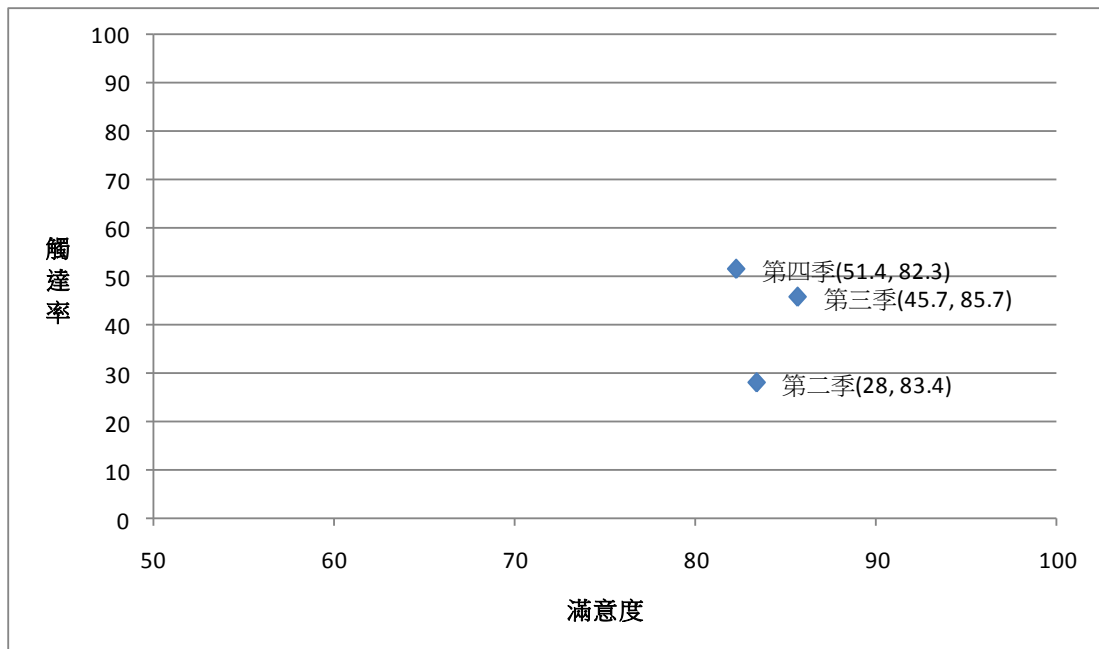


圖 2-8 超級部落客各季比較(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 畫面：主持人的發問可以再深入一點；燈光、氣氛等品質可以再提升。
- ✓ 內容/呈現方式：有深入部落介紹、挖掘人才，節目滿活潑的所以我很喜歡。現在年輕人蠻有創意，但建議不一定要在室內，戶外會吸引更多人注意。也可以把傳統融入現代，當作

創新元素。

- ✓ 內容/呈現方式:製作上需設定觀眾階層，對於部落的鎖定不足，整體節目架構要做調整；不一定要在室內，戶外會吸引更多人注意；把傳統融入現代，當作創新元素；補充一些後製與口白。未感受到部落客的精神，較像訪談。
- ✓ 主持人：挑選主持人時不僅是原住民血統或藝人身分，需有更多文化內涵。

2. 八八臨工盃-超級卡拉 PK 大賽(資料來源：焦點座談)

- ✓ 參賽者：我不喜歡這個節目，既然要上台表演應該要經過篩選。
- ✓ 參賽者：部落東西很少，但可以讓更多人一起共襄盛舉，無論唱得好不好卻可以凝聚大家感情。無論唱的好不好都可以共同參與，但是型態、舞台較為粗糙。
- ✓ 主持人:主持人功力還不錯。很像胡瓜主持的廟口節目，感覺很有趣，具有娛樂效果。但我認為主持人不夠，可以學習胡瓜的節目用主持群。
- ✓ 節目走向：節目內容可以改成賽制，有賽制、誘因的做法比較好。舞台設計簡單一點走復古風，比如原住民共同的圖騰等，不一定要弄很多燈光，而不同地方舞台不一定要一樣，可以融入各部落當地特色。覺得不像歌唱節目，像原住民同樂會，當然這種歌唱型態是會凝聚當地意識，做成節目還是制定賽制比較好。
- ✓ 呈現方式：服裝可做打扮。須顧品質，此節目有些混亂，用此方式播出節目有些粗糙；可把各族群文化當成重點於節目中。

四、紀錄片節目

1. 不能遺忘的歌

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 不能遺忘的歌今年度 1-4 季的接觸度以第一季的 16.7%最低，而以第四季的 52.9%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 84 分以上，而以從第一季的 86.9 分最高。

圖 2-16 原視紀錄片類節目的滿意度：各季比較

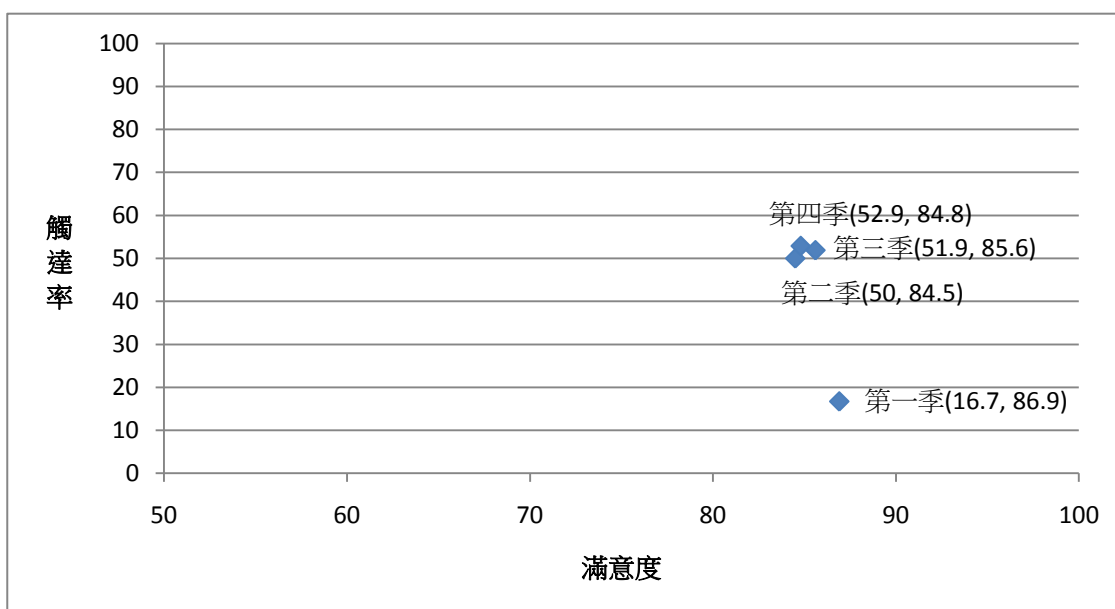


圖 2-9 不能遺忘的歌(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究(資料來源：觀眾論壇、焦點座談)

- ✓ 這裡面在敘述哪一族的?有標出來嗎?這個就已經有分族了，對不對?這個是各族是不一樣的，都是漢族的中文，為什麼沒有羅馬拼音字幕，第一個要加入拼音，因為現在十四族裡面唯一統一的就是拼音。(觀)

- 節目上面為什麼沒有族語的書寫系統，可能就是我們考慮到畫面的問題啦!因為我們整個畫面打上中文字幕就已經滿了!如果再加上族語的話，就變成可能要並列，如果是再翻譯成不同族群的節目的話，當然是可以這樣做啦!我們可能會用不同的族語去呈現，但那可能是以後的計畫。(原)
- ✓ 應該要先簡介一下，這個有主題，但主題不見得就看得懂；先敘述一下它的大要，我這裡面準備要拍什麼，即使一個故事都有一個源頭，所以可以先稍微做簡介一下，甚至於那個他拍這部片裡面的，是不是有相關的用句、用語、歌詞或者是涵義。(觀)
 - 以一個記錄片的方式來呈現，就是不同族群的音樂，因為我們是一季一季來做，所以我們才沒有一開始的時候做族群的介紹。製作這個節目是希望用比較類似戲劇的方式來呈現，才不會看起來就是在看音樂，或者覺得不夠吸引人家去看這個節目。(原)
- ✓ 字幕的部份可以分兩種，我們 LD 的時候是可以隨選各國的字幕，原民台不一定要兩個並列啊!不一定要漢語跟那個原民語並列，我可以用隨選啊!也可以去跟他們申請專案啊!申請兩百萬用也不錯啊!像 PPS 的話，好像我們看都不用錢，上面有一萬部片以上啊!(觀)
 - 原民台的預算就是來自於原文會，他們再跟公共電視簽約，所謂的資本門在裡面，變得說三億裡面可能還有一些資本門要去買一些器材設備。(原)
- ✓ 既然是重視我們有這個十四族，我覺得我們政府應該拿出最大的誠意來照顧我們原住民，這應該納入一個獨立預算啦!(觀)

- 媒體這一塊能夠獨立的，從所謂的媒體機關裡面捐贈，就不要透過原民會，未來如果修公共電視法的話，他會希望直接由新聞局捐贈給原民台，不要再繞到原民會，原文會再給原民台，這樣將來媒體會有一個獨立預算，確實會比較好運作! (原)
- ✓ 呈現方式：可在片頭開始前，將整體過程以介紹或敘事方式介紹，先以文字或背景來敘述所要提供給觀眾的重點。說明不清楚，可用字幕說明清楚。應標示出這是哪裡的歌，讓觀眾了解，而族群的歌曲說明屬於哪一部落。同一畫面古今交錯，使人誤解混淆。
- ✓ 內容：在排灣族小米是很神聖的作物，收視完覺得這個節目過於華麗，文化性不夠，不符合小米文化。不寫實，想以能代表原住民的服飾，往往不真實。
- ✓ 背景：平常在部落不可能盛裝除了節慶之外，和日常生活相去太遠。部分是刻意的營造出來，例如杯子或服裝，有些不太合時宜。背景音樂與畫面有些差距。
- ✓ 有什麼節目，主動跟我們學校做這樣的通知通告啊! (觀)
 - 未來也許我們每一個月的節目單節目表，哪一些區塊是適合中小學收看的，我們會把它標示起來，這樣子學校裡面校長老師就會看到，另外因為我們原民台的節目在公共電視的公視之友的月刊裡面，大概每一個月也會寄發大概一兩千份到部落裡面去。(原)
- ✓ 可以的話就跟各校取得協調，是不是知會給教育部給原民會各校，有沒有中午的時候統一播放。因為現在原民會很注重原住民知識體系的建立，那原住民知識體系的立裡面，它有兩個大項，一個就是教材的編撰，另一個是影像的紀錄留存。影像記錄部份是不是也可以做一系列的，一個知識體系的建構，主架構下來以後，有哪個子架構，我們可

不可以朝著這個方向去規劃原民台的影像拍攝，還有就是原民台有很多的節目可不可以也知會原民會跟教育部，然後列入學生正常上課的教材。(觀)

- 剛剛校長提到說跟學校配合的時段，因為這個算是給大人看的節目嘛!我最近剛好到各個學校去，很多的學校都有這樣的建議，我們也會希望以後朝這個方向走。(原)
- 第一個可能是有關於原民台這個頻道的定位跟它成立的目的，那當然因為就是電視台在有線頻道裡面一百多台我們在 16 台，當然它也要有競爭力，要有競爭力就是要怎麼吸引人家看嘛!(原)
- ✓ 感動跟感覺，很感動很想繼續看，這個節目是值得我去看或學習的地方，它在播放一些，不管是我們周遭生活上的舊經驗或是什麼? 這個是雙向溝通的，像這樣未來我們怎麼去配合喔!把這個滲入教學，如果可以的話，沒有涉及到版權喔! 可不可以折價或是贈送到學校!找個時段來播放給我們老師或是小朋友來看。(觀)
- 其實也不用折價!就是免費贈送，其實學校或公家單位最容易，比方說科學小原子就是行個文，校長自己簽名行個文，我們大概一個禮拜就會寄到學校，任何的節目包括新聞。因為我們有加入世界原住民廣電聯盟，我們會做一些換片，現在有十幾個國家的原民台都在這個會員裡面。這個片子我們確實有做國外行銷跟換片，但是怎樣在國內在做行銷是我們剛剛很精準的提到喔!排檔策略、節目的行銷策略夠不夠?(原)
- 原民台的預算是所有全世界原民台裡面預算最少的

一個，羅馬拼音的字幕我們可以做到但是它會有後製的時間且節目製作費會相對增加，也許不是所有的記錄片都去做中文羅馬拼音的並列，但希望在明年，至少有某些節目可以做到這樣的效果。目前研究的進度，是不是可以再把影像記錄逐漸累積。另外數位頻道部份主要是跟國家的評譜申請有關，原民台到現在還沒有納入數位頻道，可是確實是有這個技術在，就是說未來所謂的隨選視訊這一塊啦！(原)

2. 包牧里收稅日：(資料來源：觀眾論壇)

- ✓ 有時候專題就是人物專題的那個訪問的部分，我們可不可以跟你要教學用的？講給學生聽還不如靠節目比較方便。
 - 這個紀錄片的整個動機，就是我們原住民部落慢慢重視自己的主體性，我試圖從類似這樣的東西慢慢帶起一種風潮，一套裡面四個儀式都是宣誓，全部都是宣誓，這都是在講這個東西，幾乎我說過排灣族的所有地方都找不到了，找不到這樣宣誓的事情，宣誓自己的主體性，是真的找不到有在努力在宣誓用透過最傳統最古老的也就是承襲那種一直在定義宣誓自己的文化背景。(原)
 - 我們節目部很希望能多做一些感動人的戲劇，感動人的節目，所以電視的元素很重要，就是要感動人，所以我們在未來或是在這段時間其實我們不斷找到一些感動人的人事物。(原)
- ✓ 那個節目會讓人覺得比較粗糙，就在於它的佈景方面，

因為像一個節目的流程整個 run down，一定會有很多小主題，那我覺得整個節目 run 下來的感覺，會覺得這個主題有點過大，還有在後製方面，我覺得也會讓人家覺得比較粗糙一點，可能比較沒有那麼花俏。

- ✓ 節目可以再強化一點，就是再把一些故事性更有張力影響，可以感染到我們這一代，讓他們感受到原住民的精神，讓他們對那個族群認同。
- ✓ 配樂和佈景不要那麼單調。
- ✓ 應該是衣服黑色和佈景很接近，妝可能因為燈光感覺很暗沉，看的時候就覺得很沒有精神
 - 在這五年六年原民台很需要充分的預算，因為電視產業是個非常清楚需要金錢打造的產業，不管是器材、外景、從每個環節，我們一直感受到很多預算上面的變數，第二個是現在原民台的整個發展好像不是很明確，比如說原文會成立之後是不是由原文會承接，那原文會有沒有一個足夠的準備去承接原民台，那公視去承接原民台的環境要怎麼去繼續持續穩定，這都是我們在做節目上面遇到的困難。(原)
 - 原民電視台以三到五年的製播經驗就去做 LIVE 的節目，一個快節奏、跟時事對應的節目事實在不容易。所以，比如說佈景的充實還有其他人力上能增加內容上的豐富，我覺得這個在未來 LIVE 節目改善的方向很清楚，也會將大家的意見包容進來。(原)
 - 另外就是剛才也有朋友提到就是多用網路的管道來播映節目，所以怎麼樣創造節目上面的波動，我覺得在未來我們在節目部做節目可能要更多的思考，那最後就是在故事性的張力我覺得這也是我們

製作人也需要改變我們製作的態度來增加它的張力來增加故事的精彩。(原)

3. 新大洪水：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 字幕/旁白：旁白可再活潑。
- ✓ 呈現方式：節奏太慢，可增加活潑的元素，片中鏡頭拍攝不夠，技術可加強。拍攝手法過於簡單。預言多為隱喻，文化層次不足無法理解其涵意，可多做解釋，以白話說明。
- ✓ 內容：可與現代社會議題結合。

4. 黑潮的甜蜜故事：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 字幕/旁白：不應離開當地語言，須呈現真實性。可有拼音註解，英文方面有錯誤，多為隱喻，可用白話說明。只有口白敘述，平鋪直述，較為沉悶，內容步調可以慢，但是敘述可再改進。旁白可再做調整，或是在字幕上註記片名內容。
- ✓ 呈現方式：製作團隊重複性高。可有人物互動的部分。

五、學習類節目的喜歡度與接觸度

1. 綜合分析：節目各項功能表現的滿意度分析

■ 量化調查(資料來源：第 1-4 季原住民學童大廳測視)

(1) 對影像聲音效果的滿意度(同意度)

- ✓ 對於觀賞節目的影像聲音效果，受訪學生同意度(非常同意+同意)最高的是『影像彩色很舒服』，比率高達(78.4%)；其次依序是『旁白對話速度適中』(72.9%)、『影像畫質很清晰』(72.3%)、『主持人咬字發音清晰』(71.5%)。

表 2-6 對影像聲音效果的滿意度

	影像色彩 很舒服	影像畫質 很清晰	旁白對話 速度適中	主持人咬字 發音清晰
同意程度	%	%	%	%
非常同意	43.0	38.2	41.4	41.1
同意	35.4	34.1	31.5	30.4
同意度	78.4	72.3	72.9	71.5
普通	18.4	22.6	22.7	20.3
不同意	1.4	2.3	2.3	2.7
非常不同意	1.2	2.1	1.2	3.5
未回答	0.7	0.9	1.0	2.1
總和	100.0	100.0	100.0	100.0

(2) 對節目內容/題材的滿意度(同意度)

- ✓ 針對觀賞節目的內容與題材，受訪學童同意度(非常同意+同意)超過七成以上的，分別有『主持人很有親和力』(78.8%)和『內容很有趣』(78.9%)、『內容很活潑』(74.6%)、『內容很有創意』(78.3%)、『內容很豐富』(77.3%)；七成以下的

有『題材的選擇很符合我的需求』(61.1%)和『能引起我對主題的興趣』(66.2%)。

表 2-7 節目內容題材的滿意度

	主持人很有親和力	內容很有趣	內容很活潑	內容很有創意	內容很豐富	我的需求 題材的選擇很符合	興趣 能引起我對主題的
同意程度	%	%	%	%	%	%	%
非常同意	48.9	50.2	43.0	49.0	45.0	31.4	34.9
同意	29.9	28.7	31.6	29.3	32.3	29.7	31.3
同意度	78.8	78.9	74.6	78.3	77.3	61.1	66.2
普通	15.7	18.5	21.0	16.1	17.2	32.4	28.7
不同意	3.0	1.6	2.5	2.3	2.2	3.9	3.5
非常不同意	1.2	0.5	1.1	1.5	1.5	1.5	1.0
未回答	1.2	0.5	0.9	1.8	1.7	1.1	0.6
總和	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(3) 對節目功能性的滿意度(同意度)

- ✓ 對於觀賞節目的各項功能性，受訪學生同意度(非常同意+同意)最高的是『對其他不同文化的瞭解』(79.5%)，其次依序是『對族人文化的瞭解』(78.5%)、『增加課業以外的知識』(76.9%)、『對我的生活經驗有幫助』(72.7%)、『對藝術文化的知識』(71.0%)、『對我的語文能力有幫助』(68.2%)以及『對我的課業有幫助』(62.2%)、『增進與同學之間的關係』(60.1%)、『增進與家人之間的關係』(59.6%)。

表 2-8 節目各項功能性的滿意度

	有幫助 對我的生活經驗	對我的課業有幫助	有幫助 對我的語文能力	增加課業以外知識	對藝術文化的知識	增進與家人之間的關係	增進與同學之間的關係	清楚知道節目中 想要表達的東西	對族人文化的瞭解	對其他不同文化的瞭解
同意程度	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
非常同意	42.1	32.5	41.2	46.0	43.2	34.5	32.4	39.9	50.8	50.0
同意	30.6	29.7	27.0	30.9	27.8	25.1	27.7	33.5	27.7	29.5
同意度	72.7	62.2	68.2	76.9	71.0	59.6	60.1	73.4	78.5	79.5
普通	20.5	27.8	23.0	15.5	19.4	29.8	31.7	21.7	13.7	15.6
不同意	2.9	5.9	4.7	4.0	3.4	7.2	5.5	3.1	4.1	2.0
非常不同意	2.0	2.5	2.3	1.6	3.9	2.1	2.2	1.4	2.5	1.5
未回答	2.0	1.6	1.8	2.0	2.4	1.2	0.5	0.4	1.3	1.4
總和	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(4) 與他台兒少類型節目的比較

- ✓ 若與其他台同類型節目比較，58.8%的受訪學生認為這個節目『比較符合我的需求』，55.8%認為『節目比較能貼近我的觀點』，有 55.2%說他們『比較喜歡收看這個節目』。

表 2-9 與其他電視台兒童/青少年節目比較

	節目比較能 貼近我的觀點	比較符合 我的需求	比較喜歡收看 這個節目
同意程度	%	%	%
非常同意	28.4	27.2	29.2
同意	27.4	31.6	26.0
同意度	55.8	58.8	55.2
普通	35.0	33.9	35.5
不同意	3.4	4.8	5.3
非常不同意	5.1	1.7	3.2
未回答	0.7	0.7	0.7
總和	100.0	100.0	100.0

(5) 對觀看的兒少節目整體滿意度

- ✓ 整體而言，有 72.2% 的受訪學生對這個節目表示滿意(非常滿意+滿意)，但也有 27.8% 的同學並未對這個節目抱持肯定的態度。

表 2-10 整體滿意度

	整體滿意度
	%
非常滿意	38.4
滿意	33.8
滿意度	72.2
普通	22.2
不滿意	1.9
非常不滿意	1.6
未回答	2.1
總和	100.0

2. 科學小原子

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 科學小原子今年度的接觸度以第一季的 6.8%最低，而以第四季的 41.4%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 80 分以上，而以第三季的 85.8 分最高。

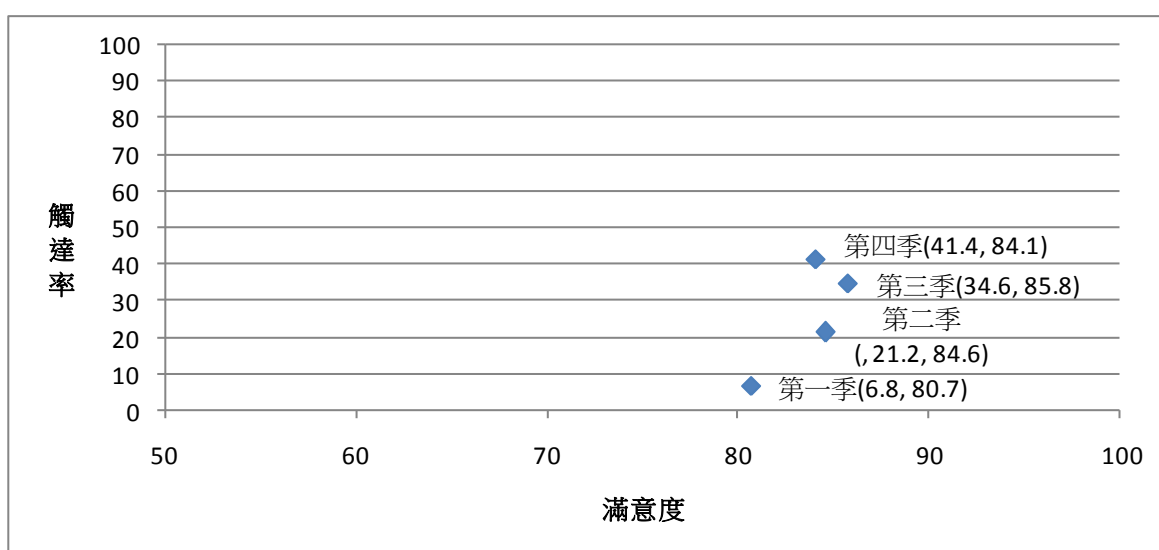


圖 2-10 科學小原子各季比較(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：觀眾論壇、焦點座談)

- 部落的留存的一些文物啊!童玩啊!還有一些生態的觀念! 切入然後跟現代的科學結合。我們先找一個切入點，科學的切入點，然後再請科學老師做科學的解釋原理，然後用動畫去做解釋。(原)
- ✓ 原民台節目不要一直放在部落喔!我希望你們也能夠跟我們都會區的原住民小朋友有很多的互動，我想他們應該會有更多的機會收看原民台。希望寒暑假的時候，都會的原住民小朋友也能夠有機會到原民台參與一些節目。
- 跟都會的小學合作是可以安排的，其實我們原住民電視

台都有開放給部落的小朋友來參訪!我們都有,只要跟行銷部登記。如果以後有經費的話,我們想再繼續辦理明年度的科學營喔!(原)

- ✓ 如果說這些節目都主要是針對部落的孩子,我覺得都市的原住民孩子沒有辦法直接實際參與文化。我想,除了我們原住民孩子應該慢慢去親近我們的文化之外,其他非原住民的孩子應該也要有機會去親近。科學的目的是引發孩子怎麼去探索,怎麼去了解問題,他有沒有發現問題?這個好像一開始都沒有,是原住民的孩子沒有辦法思考嗎?我覺得我們在安在製作節目之前,也許要讓孩子先去試驗、去觀察孩子有沒有發現什麼?
 - 有沒有跟都會小孩子有距離,其實也是我們一直在想辦法要進步的地方。(原)
 - 也許我們大人認為這樣的節目很好看,可是也許小孩子不喜歡。我們這次會辦巡迴宣傳,我們就是想知道,孩子們到底想要看哪種節目?所以我們會放不同的集數,就是想要了解小孩子到底要什麼?其實我們一直很希望把學校自然科學老師納入我們的行列,原住民老師加入我們團隊的話當然就會更了解我們原住民小朋友的活潑性在哪裡?我們的編劇必須要懂原住民文化,然後也要對科學有興趣,他才可以寫出那樣那樣的腳本,會不斷的溝通怎樣引發小朋友們的興趣。(原)
- ✓ 有一些是保留傳統音樂的責任,可能只是因為唱歌的歌聲甚至背景音樂的搭配比較粗糙,如果說它有經過歌聲的還有音樂的搭配,就像寫作文一樣要起承轉合,開始我都搞不清楚怎麼一回事?好!那個開啟可能要稍微做點設計!可能有一些文化背景的介绍,然後這首歌大概是在什麼樣的文化底下產

生的。它既然是科學，但是科學到我們這個節目是，要呈現的是傳統跟文明同時並在，傳統的東西跟很科學的文明，是同存的，然後最好的是它還會有科學原理的說明，那個探索跟發現才是真正有趣的地方。

- ✓ 事實上，自然就是強調觀察、討論、體驗，所以這個東西可能要請編劇老師去思考。我們一直在講說，我們孩子的科學跟數理能力很差，那事實上是教學的問題，自然就是我們用發現探索的方式去看，事實上我們原住民很多科學是這樣來的。
- ✓ 兒童是沒有辦法接受這樣這麼難、這麼艱深的歌謠，而且不容易記，現在小孩子的母語要講得很流利相當不容易，何況是一個歌謠，這個吸收力等於零。有很多兒童歌謠已經漸漸消失了！我們不要先入為主，應該先給他組一個引導，讓他嘗試錯誤，從錯誤當中去探索，為什麼不同的方式跟這個命中率，或是它的重量或是它的速度，讓他發覺問題！
 - 部落的曝光率就是我們排播的問題，我們在排檔的策略上面可能要再做修正，因為我們的兒童節目其實非常少！我希望能夠增加，動畫卡通我們目前沒有，那是購片的節目。(原)
 - 因為我們第一季播出的是阿美族，所以感覺整個節奏是律動跟質感，但後來各個不同族群的音樂呈現的方式不一樣，我們現在又在拍布農族，可能大家看到又有不同的感受，因為每個族群在音樂上面的呈現拍出來的效果會不一樣，所以第一季比較容易執行；我們就先拍阿美族，再來排灣族，我們第三季拍布農族，就是未來還會持續的拍其他的族群。(原)
- ✓ 時段：播出時間可在下午5點至6點。節目播出時段與自己安排時間不符。雖然是一個禮拜播出兩集，但往後若改成每

天播出是可以的，因為對小孩子而言富有教育意義。

- ✓ 語言/字幕：可以試圖營造族語環境。
- ✓ 內容：可與學校教材結合，並改進畫面重複的問題。
- ✓ 呈現方式：目標族群可預設為國中學齡，並到外景拍攝。也可以製成DVD或雜誌。可做課堂上補充教材。可讓各族說明各族背景。

3. 我們的故事

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 我們的故事今年度的接觸度以第一季的 5.8%最低，而以第四季 44.4%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 81 分以上，而以第三季的 84.8 分最高。

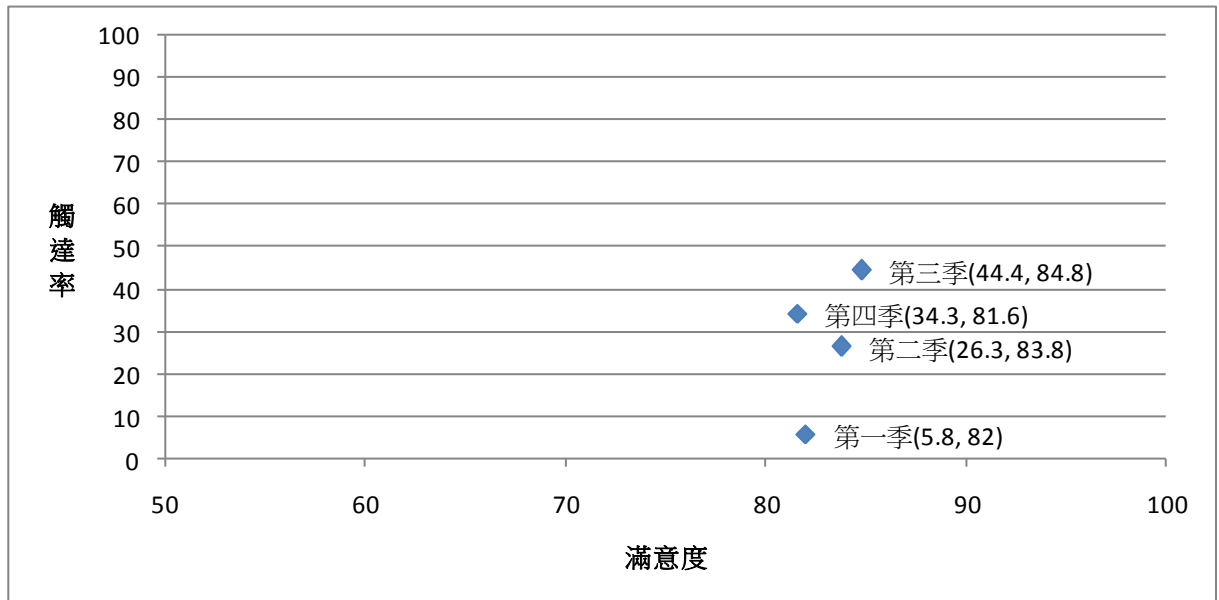


圖 2-11 我們的故事各季比較(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：觀眾論壇、焦點座談)

- ✓ 因為我們都用老師的角度來看，它有一個教育意義。但只要牽扯到教育，小朋友就會不喜歡看，所以它的節目是在於普遍性、互動性，裡面有沒有教育性的東西，可能有但是不著邊際的把它給放進去了！應該是要規定學校或是要求學校，有哪些節目是適合我們學生是適合我們收視的，因為老師不會上網去看，剛剛講說放網路，但老師會不會上網去抓這個節目下來？
 - 我們這個節目主要的意義，在於目前學校推行的族語教育上面，我們會請學校的老師來當我們講故事的老師，然後可以讓每個學校的學生有機會演出他們學校的故事，講自己的語言。我們如何讓這樣的東西也可以讓觀眾非常的了解，那我會再作檢討。因為我們都希望參與的人都是原住民，他才會在我們的場景甚至是人物上面可以更貼近部落，但是這方面我們也是希望可以說部落的畫家然後部落的族人做合作。(原)
 - 教育是個多元化，內容要很豐富喔！有數理、有環保、有科學、有天文、有人文、還有其他少數名族的文化特點，很短的時間，特點就是說它跟人家不同的地方，在衣食住行方面呢！或者是它的藝術音樂。(原)
 - 我們在明年度節目製作上面，有些需要改進的就隨時透過電話、網站，當然還有很多事是要再去麻煩大家的，拍片或是在學校裡面請小朋友們表演，還請各位前輩先進們校長主任老師多多的關照。(原)
- ✓ 呈現方式：族群間需有區隔性。針對小朋友無法吸引，其沒有商業台的兒童節目鮮豔的色彩與動畫。漫畫與漢人漫畫無差異，可用原住民藝術家的作品。在母語發音

時，可讓國字字幕下方有羅馬拼音，可讓我們學習，也可讓其他族群學習。

- ✓ 內容：說明拜祖靈的儀式，傳承方面處理較粗糙，文化深度應要再仔細，而不是向旅遊休閒節目那樣操作。整體畫面會一直重複。在戲劇方面更精確，例如服裝出錯的問題。
- ✓ 你們每個月的節目單是不是能寄到學校給我們？我們兒童節目還是少，希望兒童節目可以再增加，而且那個時段啊！希望盡量排在我們小朋友放學，差不多六點到八點之間。
 - 節目單如果直接網路下載可以節省成本，把成本的錢省下來可以做更好的節目喔！(原)

■ 部落大學校：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 主持人：主持人吸引力、專業度不足，並且口齒清晰，主持人發問須做修飾，穿著原住民代表服裝。須要有知名度的人做支持，才有說服力和誘因。
- ✓ 呈現方式：開場過久，主體不夠清楚，主持人須做預告的動作切入主題。不太適合用這種談話方式。
- ✓ 畫面/族群觀點：可拍攝現場狀況。應貼近一般生活層面的行銷和製作。
- ✓ 未來走向／行銷建議：利用網路行銷原住民手工藝品。

六、生活資訊類節目

1. 八點打給我

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 八點打給我今年度的接觸度以第一季的 28.2%最低，而以第三季的 70.4%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 83 分以上，而以第三季的 86.1 分最高。

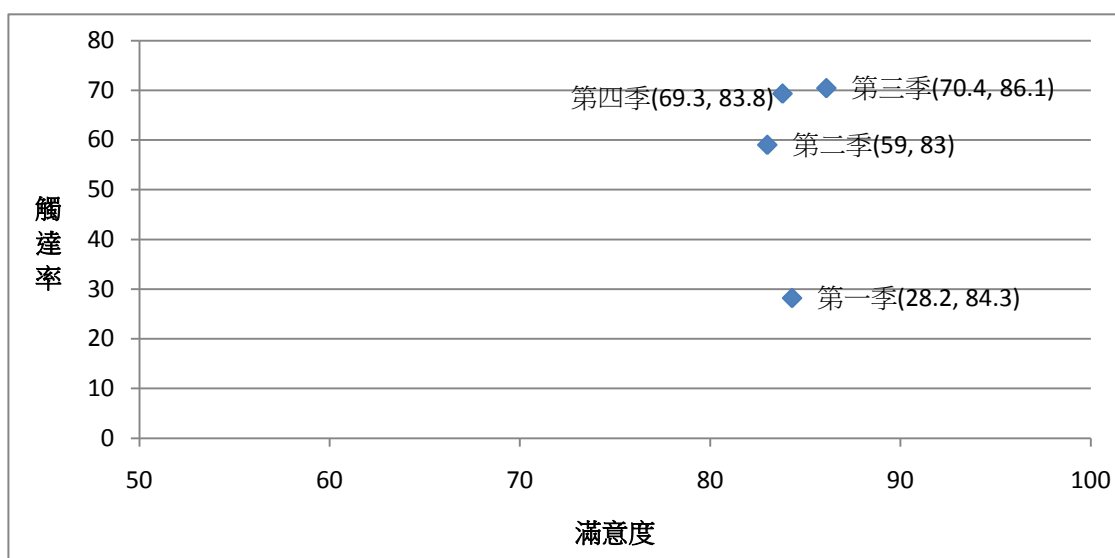


圖 2-12 八點打給我(滿意度 VS. 觸達率)

■ 質化研究：(資料來源：觀眾論壇、焦點座談)

- ✓ 剛剛我們講的，好像都以原鄉部落為主，其實我在都會區。像這種是不是說這一個小時的節目，不要說只播放北部的、中部的、還有南部花東地區都忽略了!讓這些有心要去拍攝節目的人，我的節目又沒有被播放了!是不是這個時段方面，用這個不同的年齡層這樣的區別(觀)

- 原住民的人口其實有三分之一，或者說很明確的有四分之一的人是住在五都，可是住在五都的人已經達到全原住民人口的百分之二十五，其實我們是很需要都會區的新聞，那過去對我們來講說好像沒有很，我們的人力其實要大量的分布在花蓮、台東跟屏東，因為這真的由其是在今天有很多朋友來自都會區的情況之下。(原)
- 因為新聞操作有時候就是這樣，就是看那天的編輯稿量可能就在編輯台上面會做一些調整，我想我們又有族語新聞還有其他的部份可能就會再那邊再來做一些補充的報導啦!(原)
- ✓ 主持人:來賓:來賓邀請可多元，並且客觀。(觀)
- ✓ 畫面/族群觀點:來賓與專家座位可做調整，字幕旁可多宣導性資訊。(觀)
- ✓ 內容/呈現方式:由原住民角度思考，需有生活化、教育性和切身性。較喜歡生活化議題。背景方面可再活潑(觀)
- ✓ 未來走向/行銷建議:可提早做節目宣傳，也可深入校園做宣導預告宜訪談。此節目針對青少年族群，節目播放時間很重要，以5月份播放最恰當。(觀)

2. Ina 的廚房

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 八點打給我今年度的接觸度以第一季的 33.3%最低，而以第三季的 84.0%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 85 分以上，而以第一季的 88.0 分最高。

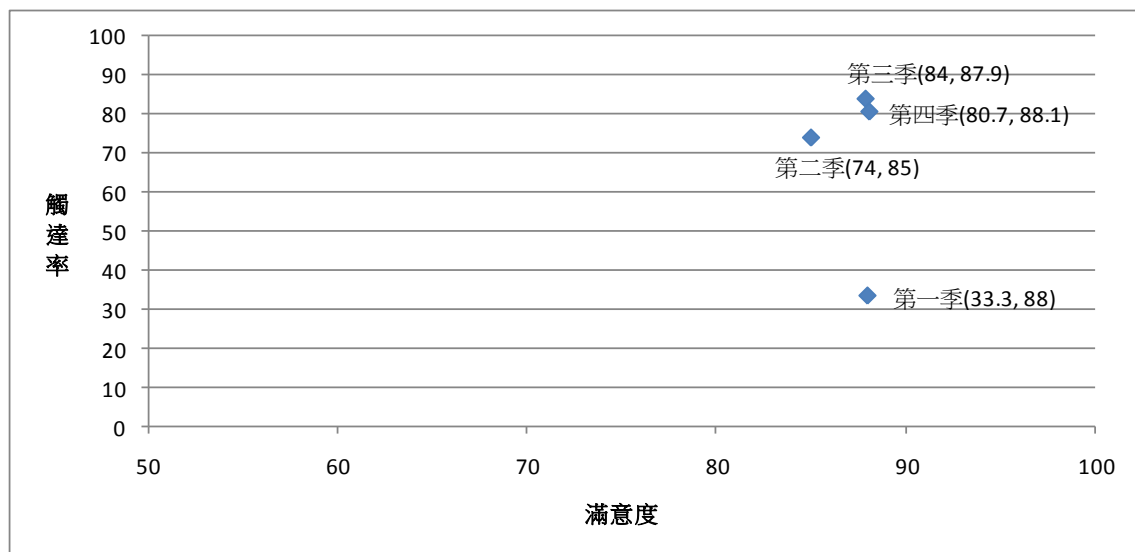


圖 2-13 Ina 的廚房(滿意度 VS. 觸達率)

■ Ina 的廚房：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 內容/呈現方式:節目開場開過久，地點資訊不夠，介紹資訊不等於廣告，可直接標示。
- ✓ 專有名詞可用族語敘述。外地待久，可透過節目了解原鄉。廣告傾向過於嚴重。
- ✓ 可後製資訊讓節目的豐富性更高。可更深度的挖掘一些當地的食材，介紹食材背後的故事，使文化做結合。可介紹其他漢人族群看原民台，爾後到當地旅遊，做觀光的導向。教學訊息可增加，可從食材挑選開始，並說明各族群之不同。
- ✓ 希望節目介紹菜色，應該舉辦美食大展，讓族人能夠有機會品嚐，可帶動民眾收看此節目。此節目為收看次數最多的。
- ✓ 現代食物影響原住民的食物，可表現真正傳統的原住民食物，可做區隔。
- ✓ 背景：又現代又古代，不適當，須寫實呈現。使用的裝置器皿過於為效果。著重在美食的部分，而與族群文化內涵的關係脫離。

3. 錢進部落

■ 量化調查(資料來源：原視收視質研究)

- ✓ 錢進部落今年度的接觸度以第一季的 22.3%最低，而以第三季的 61.7%最高；在滿意度方面，1-4 季的滿意度平均分數都超過 83 分以上，而以第三季的 87.4 分最高。

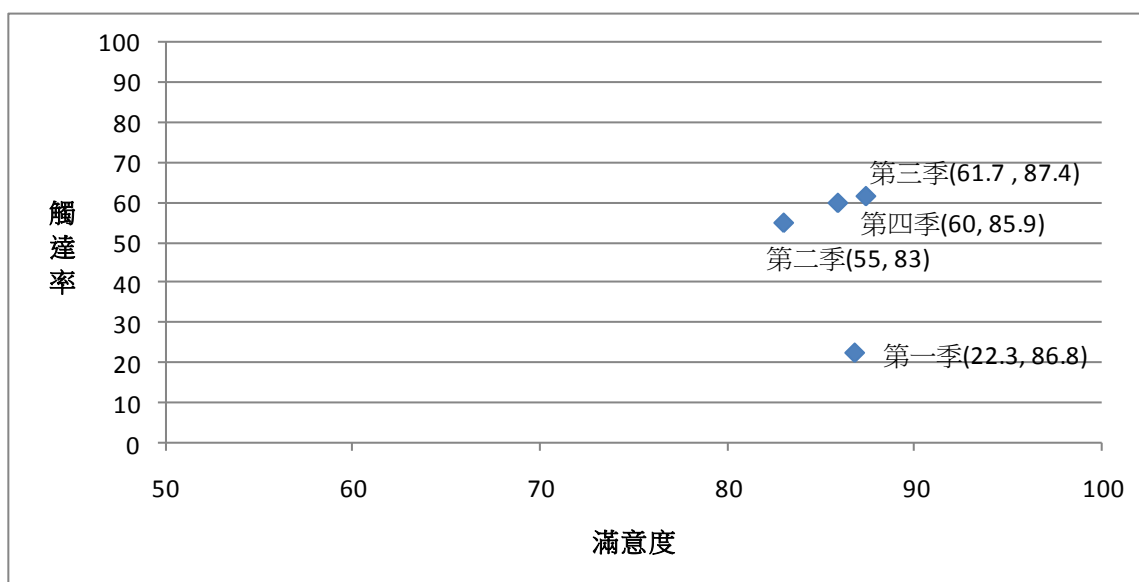


圖 2-14 錢進部落(滿意度 VS.觸達率)

■ 錢進部落：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 主持人:可找專業的專家分析這部分，不同族群吸引的方式為不同方法。採用問答方式進行。單純請專家或教授講解，有時會有隔閡。有主持人於旁介紹較好，採用問答方式進行
- ✓ 內容/呈現方式: 可邀請專家做建議，朝正面發展，可注重團隊合作與配合度，節目鋪成可多介紹成功和發展中的案例，並做交流。節目名稱與內容不符合。

- ✓ 行銷建議：可多做這類節目。

4. 安居進行式：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 畫面/族群觀點：可用問答方式。
- ✓ 內容/呈現方式：可發揮監督功能，追蹤重建進度。攝影棚的場景十分僵硬。硬體設施可再提升，以及工作人員技術的提升。
- ✓ 主持人：訪談感覺生疏，主持人並未融入議題中。在節目採訪的時候，採訪當時災民的生活狀況，我認為主持人不一定要盛裝打扮，應到現場感受災民的辛苦，以自然的方式呈現

5. 原聲帶：(資料來源：焦點座談)

- ✓ 主持人：主持人的專業度，而溝通上不流暢。
- ✓ 畫面/族群觀點：布景單調。
- ✓ 內容/呈現方式：可用中文旁白敘述。故事表達無法聚焦，可分享族群故事。可將大主題做標示動作。應於分享各族的故事，可用民眾共用的語言。語言上的隔閡，會影響我收看此節目，以及議題的吸引程度。
- ✓ 未來走向／行銷建議：可朝溫馨調性。