

「媒介公民權」在臺灣： 台灣新住民對專屬族群電視台之 需求與媒體使用行為研究*

蔡珮**

摘要

本文探究新住民「媒介公民權」在臺灣的實踐，面訪 400 位台灣新住民，發現超過七成新住民認為台灣需要成立新移民專屬電視台；傳播管道應採電視與網路雙軌並進；播出語言和字幕需求，以「母語發音搭配中文字幕」居冠。在台灣實踐新移民之媒介公民權，應採文化混雜性的多元文化主義，以彌補偏向本質主義與忽視階級差異的多元文化主義之缺失，並以多元公眾模式完善媒介公民權，讓在台灣的所有族群，人人皆享有平等近用全國性族群廣電媒體之權利。

關鍵詞：台灣新住民、移民媒體、族群電視台、媒介公民權、傳播權

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

** 蔡珮為世新大學廣播電視電影學系副教授，E-mail: peitsai@mail.shu.edu.tw。
投稿日期：2017/08/30；通過日期：2018/06/09

壹、前言

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

根據內政部移民署（2017）統計，截至 2017 年 3 月，台灣新住民（外籍配偶）人數已達 524,017 人，其中大陸、港澳籍最多共 351,626 人（占 67.1%），東南亞、日韓及其他國家共 172,391 人（占 32.9%）；東南亞籍的配偶中，越南籍最多（97,496 人，18.6%）、印尼第二（29,137 人，5.6%）、泰國第三（8,631 人，1.7%）、菲律賓第四（8,799 人，1.7%）、柬埔寨最少（4,284 人，0.8%）。前行政院長毛治國表示，新住民子女突破 20 萬人，應關注提供新住民及其子女在台灣更完善的權益與保障，以及重視新住民第二代的「母語教育」（賴于榛，2015.04.22）。外籍配偶及其子女在台灣的人口數，已突破 70 萬，但這群少數族群的傳播權，並未獲得應有的關注。

台灣目前已有客家與原住民族的群體電視專屬頻道。內政部戶政司（2017）人口統計資料顯示，截至 2017 年 7 月底，台灣原住民人口為 556,611 人，約佔台灣人口數的 2.4%。由人數觀之，台灣新住民（外籍配偶）第一代與第二代的人口數（兩者加總超過 70 萬人），都已超越原住民族的人口數。然而，即使新移民已儼然成為台灣第五大族群，迄今仍未有專屬於他們的媒體頻道（郭佳旻，2014）。陳春富（2012）認為，台灣新住民所面臨的傳播需求與媒體近用處境，與過去的原住民有些類似，主要仰賴公部門提撥經費製作零星節目，內容多半以政令宣導、語言學習或是認識台灣文化等方式呈現，難以顧及在台移民的真正需求。如果台灣的原住民族都已擁有專屬的族群電視台，對於這群新興的族群，專屬的新移民電視頻道是否也應站在平權的角度為其設立？台灣目前已是一個多元文化的移民社會，但卻沒有任何一個頻道主要是使用移民（尤其是東南亞國家）的語言、關懷移民，這群移民的傳播權仍有待保障。

台灣本就是一個移民的社會，共有五大族群共同生活與生存，因此，多元文化主義的實踐，在台灣更顯重要。多元文化主義的核心精

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

在台灣新移民的傳播研究方面，劉子亮（2009）發現，探討台灣東南亞移民使用媒體的論文相當稀少。不僅如此，陳春富（2012）也提出，國內研究可以針對在台各類跨國移住者的實際傳播需求及現況進行焦點性的探究，以累積跨國移住者傳播研究更豐富的經驗參考資料。顯見台灣目前對於新移民的傳播需求了解仍十分有限。從 2009 年開始，陸續有 11 個台灣新移民的電視節目開播，但是，新移民對這些節目的收視行為與觀感，傳播學界迄今未曾探索。

根據世新大學傳播資料庫 2014 年調查台灣跨國婚姻配偶的傳播媒體使用行為結果顯示，受調查的 570 位大陸籍配偶及 459 位東南亞籍配偶均以電視使用率最高（分別佔 96.8% 及 94.5%），網路排名第二（分別佔 57.4% 及 46.5%），報紙排名第三（分別佔 43.7% 及 16%）（世新大學傳播資料庫，2015）。電視是大陸籍及東南亞籍配偶獲得新聞的主要來源，網路為第二。不過，東南亞籍配偶的母語媒體使用偏低，最常使用網路（67%），其次是報紙或雜誌，廣播媒體最少。東南亞籍配偶母語媒體使用率偏低的原因，可能因台灣的母語媒體較少，使得他們無法使用（歸鴻亭，2014.04.28）。我們可以發現，台灣新住民最常使用的媒體是電視，電視也是他們獲得新聞的主要來源，但是，諷刺的是，台灣超過 100 個電視頻道中，完全沒有一個頻道是這群新移民專屬的頻道。他們幾乎沒有權利透過電視媒體為自己發聲、呈現自己，電視媒介的近用權明顯受到壓迫。

陳春富、殷美香（2015）指出，台灣主流報紙長期以來忽視跨國

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

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

貳、文獻探討

一、媒介公民權 (media citizenship) 在台灣的思考

媒介公民權的概念，在過去 30 年無論在政治理論或傳播媒介的研究中都已成為愈來愈重要的議題，由於公民權的原則與論述總是纏繞著公共廣電服務，這樣的發展意味著必須從一個新的角度來思考媒介與公民權的關係，尤其是全球化、持續增加的多元文化民族國家、

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

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

Riggins（1992）指出，主流商業媒體傾向以負面或偏見呈現少數族群，忽略廣大多元族群的需求，如果能成立族群媒體，可以讓少數族群藉由語言傳承、議題設定、公開傳佈等方式保存其文化，並且向

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

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

新移民在政治經濟領域的不平等與媒介公民權的不平等有一定的關聯性，如果社會分配的正義與民主參與的平等需要靠公共領域中的討論來爭取，那麼多元公眾（multiple publics）模式在媒體的公共領域就顯得十分必要。Fraser（2007）批判 Habermas 的公共領域構連的

是一個有邊界的主權領土國家，參與公共領域討論的成員是國家的全體公民。此點和傳統公民權的缺失雷同，意即未取得公民權的移民，在公共領域是沒有對等的發言權的。這也是為什麼要從多元公眾模式檢視台灣的媒介公民權之因。

來自不同社區、不同歷史背景的移民要如何使用媒介、藉由公共領域的參與來填補主流媒介對他們的忽視？當普世人權概念下的公民權遇上屬於公共領域的媒介時，單一的公共領域將會排除處於不平等地位的附屬團體，且族群內部也會因為國籍、性別、階級等差異而有弱勢中的弱勢，尤其是台灣新移民多為女性，新移民之間的社會階級與經濟資源又有落差，因此在構思這些弱勢群體的媒介公民權時，應採取多元公眾模式，才能達成普世人權的媒介公民權。Fraser (1990) 認為，Habermas 的公共領域概念，掩蓋了「差異」在公共領域中的運作，由於公共領域中的公私之分，讓婦女或是工人的話題被認為是私事而無法被認真看待，一個多元的公共領域，應該同時包含公、私領域的議題。和 Habermas 強調自由主義模式的資產階級公共領域不同，Fraser 主張的是一個平等參與、多元的公共領域，我們可以發現，自由主義模式下的單一公共領域，和自由主義的多元文化主義一樣，都忽視了某些族群（階級）是無法平等參與媒介為自己發聲的。Dahlgren (2010) 亦指出，在真實社會中，公共領域是多元的，但主流媒體創造了一個宰制的公共領域，讓婦女、無產階級、少數族群無法近用而被排拒在外。在多元族群的移民社會中，各族群各有其文化風格、價值觀與身分認同，若沒有讓所有族群能夠參與的公共領域，不僅無法形成平等的輿論，弱勢族群尤其無法藉由媒體為自己發聲，表達社會認同以及建構自身的文化認同。而且，一個健全的公共領域不只是讓弱勢發聲，如 Fraser 所言，一個多元的公共領域不僅要讓不平等曝光，更要消除這些不平等，要讓「下層的對抗性公眾」(subaltern counterpublics) 如：女性、工人、有色人種等能夠集結個別的話語，以建構對自己身份認同、利益與需要的對抗論述空間。

此外，為少數族群爭取媒介公民權，讓他們進入公共領域，不是僅侷限在理性的公共議題或政治論述。尤其在台灣媒體開放後，很多的多元性是依循著政治派系之爭以及相隨的道德規範，許多弱勢的認同議題得不到主流媒體同樣多的反省與尊重，激不起多元的公共論說，性別議題被主流媒體八卦化、娛樂化或道德化，社會福利議題被

瑣碎化（戴育賢，2000）。因此，要讓「下層的對抗性公眾」能夠說出原本在單一公共領域說不出、也無法說出的內容（例如：女性的家暴問題或是移工的工資問題），尤其是讓那些平常較少發言或不善於論辯的弱勢群體擁有說話的機會。

Moe（2009.10）更指出，過去公共領域只重視審議模式卻忽略其他的文類和傳播風格，若能改採多元的公眾模式，便會觀察到情感的表達風格會如何影響到認同的建構。過去關於媒介公民權的研究文獻，大多致力於新聞類節目的討論多過於娛樂節目，這背後反映出似乎政治與公共領域的議題比較與媒介公民權相關（Flew, 2011）。然而，在台灣的新住民多為女性，其家庭為藍領階級者亦不在少數，他們的自我認同涉及到複雜的性別、階級、族群、歷史、文化或在社會中的生存機會，一個多元的公共領域討論，才能讓這群弱勢者能夠真正擁有多樣性的媒介公民權，以其特有的傳播風格來處理自身關心的議題與需求，甚至對抗權力的壓迫。誠如 Dahlgren（2006）所言，公民權不只是政治面向的權利與義務，也是文化面向的歸屬感。

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

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

二、族群媒體與傳播權

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

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

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

族群媒介之於移民有何重要性？Shi(2005)發現居住在美國Iowa City的第一代中國與香港華人移民，因為該鎮族群媒體不發達，因此他們大多仰賴網路華文新聞，最主要的原因是母語容易理解，族群媒介也促進了和相同離散族裔成員間以及母國親朋好友的互動，使他們建構一種安全感和認同的連續性。華文族群媒介在離散生活中滿

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

曾婷瑄 (2016.05.14) 提出台灣如何能更有計劃、更有效率地發展移民族群媒體時，指出早在 2012 年李昆澤等 22 名立委已提出修正公共電視法，要求增加新住民專屬頻道，以保障新住民權益、促進多元文化均衡發展，可惜未獲通過，她建議台灣可參照澳洲的 SBS 族群頻道，其豐富有趣的內容為移民與一般大眾所喜愛，不但沒有文化孤立的問題，反而為多元文化開了一扇窗。澳洲特殊廣播服務 (Special Broadcasting Service, SBS) 可說是移民媒介最成功的案例之一，凸顯專屬移民電視服務之重要性，值得台灣公廣制度參考。該台建立於 1978 年，電視服務於 1980 年加入 (Flew, 2011)，以一個移民專屬的電視頻道服務澳洲社會，迄今已超過 37 個年頭，該台是澳洲五大電視網之一，旗下有六個免費無線頻道、八家廣播電台、付費世界電影頻道以及線上隨選影音服務。有不少學者稱頌 SBS 是澳洲最重要的文化機構之一，因為它在媒體上帶來文化多樣性的能見度，使得澳洲的文化更為豐富、多彩與包容，不只提供非英語的節目給澳洲的少數移民裔，也提供來自世界各地的節目給所有澳洲人，促進了跨文化的溝通，扮演在公共領域中整合不同觀點與經驗的重要角色

(Ang, Hawkins, & Dabboussy, 2008)。SBS 訴求對象不只是特定的族群人口，而是將整個澳洲納入，連結主流社會與移民社區，不僅慰藉移民鄉愁，其英文字幕更使其成為多元文化傳播媒體，是澳洲觀眾接觸、連結世界影視文化的介面，SBS 並非僅為少數族群服務，而是服務澳洲整個社會，開拓澳洲觀眾的文化視野和胸襟（王菲菲，2005）。這絕非散置在各頻道的零星移民節目，或是地方性的社區頻道所能達成，因為全國性的移民電視台不只服務少數移民，更重要的是讓全國民眾得以接觸各國移民文化，拓展文化視野與同理包容心。無論居住地、性別、族群、文化背景與使用語言之差異，人人皆應享有以自己母語文化平等近用全國性廣電媒體之權利。

族群媒介之於少數族群的傳播權至關重要。《世界人權宣言》第 19 條：「人人享有意見和表達的自由；此項權利包括持有意見而不受干預的自由，以及透過任何媒介尋找、接收和傳遞消息和思想的自由，不受疆界的限制」，揭櫫了傳播權的立論基礎，傳播權不只是「言論自由權」，還包括「接近使用傳播媒介的權利」、「接收資訊的權利」以及積極的運用媒介「傳遞資訊的權利」。然而，若少數族群擁有的媒介資源不均衡，便會限制他們透過媒介尋找、接收和傳遞資訊的權利，此種現象在 D’Arcy 提出傳播權概念時，即已指出經濟與科技資源的落差，傳播權便會受到限制與剝奪（見 D’Arcy, 1977）。台灣的新住民與台灣本土人民相較，在媒體資源上明顯不均，台灣有至少 15 家以上的數位無線電視頻道以及超過百家以上的有線電視頻道，卻沒有一個移民的電視頻道；對比澳洲的電視環境，台灣新住民的傳播權受到國家及市場的壓抑，這從台灣的廣電結構不夠多元即可窺知。國際傳播權論壇揭櫫傳播權有四項概念——自由、多樣、包容及參與，洪貞玲、劉昌德（2006）以此四項概念檢視台灣的廣電結構，指出不能因社會資源的差異而影響個人的傳播權利，才能展現「包容」的核心精神，建議政府應積極協助弱勢團體提升其頻道經營與通路的近用權，以公視、原視及客家電視台的成立為例，皆有助於保護弱勢團體權益、促進多元文化發展。因此，保障廣電結構多元，才是真正落實人人皆有傳播權。新住民在台灣現有的廣電結構中，仍然被拒斥於近用與經營全國性族群電視頻道之外，對於其民主與政治的參與，以及文化認同與發展的權利有所傷害，違反傳播權中的「包容」與「多樣」原則；新住民的意見在現有的廣電結構之下，很難享

有平等參與的空間，甚至會因主流商業媒體歧視性的報導而扭曲社會對他們的看法，新住民很難透過現有商業媒體為自己發聲或參與新住民政策的公開討論，這些都傷害了新住民傳播權中的「參與」權。林福岳（2014）曾指出台灣原住民傳播權的「平等權」保障，必須讓原住民和社會所有人士平等享有傳送和接受的權利。那麼，電視已是台灣人民以及少數族群（如：原住民及客家人）普及的媒介管道，以傳播權的「平等」、「自由」、「包容」、「多樣」及「參與」權利而言，應給予台灣第五大族群、同時也是少數弱勢族群的新住民，一個「最基礎」的傳播權益保障，政府有必要出面排除新住民近用國人均享有的電視頻道傳播權之近用障礙。

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

台灣目前對於新住民傳播權照顧採取的作法，如陳春富（2012）所言，節目數量稀少且異動頻繁，主要仰賴公部門提撥經費製作零星節目，內容難以顧及這群移民的真正需求。此種作法造成經費分散且可能產生重複的內容製作，以標案方式來製作節目，使得製作單位不固定，也較無長期的企劃與延續性，凸顯台灣政府部門沒有一個統籌單位可以讓經費更有效地分配與運用，台灣欠缺一個專屬的移民電視頻道，使這群新移民沒有辦法獲得基本的傳播權。節目播出語言也以

越、印、泰三種語言居多，未能顧及其他東南亞新住民的母語接收權益。而要建立一個新移民的電視頻道，會需要各類不同的節目，也必須了解新住民對於廣電媒體的需求與滿足。過去，在客視與原視成立之前，劉幼琍（1998，1999）便調查客家人與原住民對廣電媒體之使用行為、需求與滿意度，將調查數據提供給政府、媒體與學界參考。調查內容包括了：擁有廣電設備情形、收視聽行為、對節目類型偏好、對廣電媒體的使用動機與滿意度、對廣電節目語言與字幕的看法、對族群廣電媒體與節目的需求，讓外界可以了解少數族群的媒介接近權需求。然而對於新住民，我們對他們的廣電媒體需求一無所知。

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

三、台灣新移民的傳播研究

台灣新移民（跨國婚姻移民）的傳播研究，以碩士學位論文居多，學界的研究顯得較為稀少，是有待耕耘的一塊領域。現有的研究主題包括：區域性新移民的媒體使用行為（例如林素真，2012；柳紹鈞，2004）、主流報紙中新移民形象的再現（例如朱涵，2007；夏曉鵬，2002；張敏華，2005；陳春富、殷美香，2015；楊芷茜，2006；蔡臺鴻，2009；謝敏芳，2004）、移民如何運用平面媒體進行跨界的文化鬥爭（例如張正，2008）、平面媒體記者如何處理外籍配偶的報導（例如李昭安，2008）、移民廣播節目與移民聽眾之使用行為及回應（例如李佳玲，2006；邱琍雯，1998，2003；郭佳旻，2014；劉子亮，2009）、越南籍配偶對電視節目《臺灣媳婦》之觀後感（例如王

俐容、王維菁與朱淑娟，2008）以及網路族群媒體論壇的使用（例如陳宏，2014.06）等。其中，探討的媒體類型以廣播及平面媒體為大宗，廣播方面主要是研究東南亞語的廣播節目或東南亞籍聽眾的研究，平面媒體多是研究主流媒體再現新移民的刻板印象與污名化形象。

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

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

台灣媒體究竟建構了哪些新住民的負面形象？夏曉鶯（2002）發現主流媒體將新住民女性塑造成「來台賣淫」、「製造破碎家庭」、「會降低人口素質」、「唯利是圖的吸血鬼」、「有犯罪傾向」等形象。由於媒體帶有偏見且不平衡的報導，使新移民女性背負著「社會問題製造者」或「買賣婚姻」等污名（夏曉鶯，2004）。朱涵（2007）發現台灣報紙再現「外籍新娘」以負面形象居多，報導主題多為家庭和社會問題，媒體對她們建構出「婚姻商品化」、智識不足的「他者」、因基因問題帶來台灣人種危機、以統獨策略或我族優越

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

回顧過去新移民的傳播研究，大多集中於平面媒體與廣播的研究，僅有一篇是針對新移民電視節目《臺灣媳婦》的閱聽人實證研究，但結果卻發現外籍配偶觀賞後有被壓抑與歧視之感。對於近幾年新製的新移民電視節目，究竟新移民觀賞之後是否滿意？我們無從了解。主流媒體在商業競爭環境中，多以刻板印象將新移民異常化或瑣碎化地再現，使新移民的日常生活經驗消失在奇觀的符號再現中。綜合前述理論與文獻之探討，傳播權為基本人權，一般大眾常使用的全國性電視頻道，在資源分配上明顯未顧及新住民的媒介公民權，而新住民最常使用的媒體就是電視，他們期待能夠透過電視接收母國或是以母語播出的節目；又面對主流媒體各式各樣的刻板印象建構，新住民需要一個足以與主流媒體相抗衡的管道來為自己正名。而由主流社會所製作的新住民節目《臺灣媳婦》，真正動機還是希望能藉由安撫新住民，希望她們扮演好自己的角色以減少所謂的社會衝突與問題（曾婷瑄，2016.05.14）。因此，成立專屬的族群電視台，培養專業的新住民從業人員，讓他們為自己發聲，應是當前改善社會大眾對新移民歧視的重要管道與做法。而若要為新移民量身訂做電視節目，便必須先了解現有節目有何不足之處？有甚麼新移民想看卻看不到的節目類型與內容？新移民對專屬族群電視台的需求究竟為何？掌握這些問題之後，才是真正由下往上擘劃台灣新移民專屬電視台的開端。

參、研究問題與研究方法

族群媒介要滿足新住民的傳播權，須在基礎的廣電結構上滿足其近用族群媒體之權利，能夠用一般大眾普遍使用的大眾媒介，接收以

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

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

過去雖然有少數的新移民傳播研究調查過新移民的媒體使用行為，但僅限於高雄市的跨國婚姻移民（例如林素真，2012），或是僅限於越南籍的女性配偶（例如柳紹鈞，2004），即便是較大規模的世新大學傳播資料庫調查台灣跨國婚姻配偶的傳播媒體使用行為，也未調查這群新移民對現有移民影視節目的收視情形與滿意度，更未顧及他們對於族群專屬電視頻道之需求問題。因此，本研究以問卷面訪 400 位跨國婚姻移民，參考內政部戶政司人口統計資料之 12 縣市外

裔、外籍與大陸配偶母體人數，並考量東南亞籍新住民相對於中國大陸籍的新住民更有其弱勢地位，且某些統計方法需要一定的樣本數才能進行運算，為求反映東南亞籍婚姻移民之需求與大陸籍婚姻移民之異同，本研究以東南亞籍比中國大陸籍大約三比一的比例進行非隨機的便利抽樣，由於經費有限，僅針對跨國婚姻移民進行調查，區域也僅限於台北市、新北市、桃園市、基隆市四個地區。之所以採用非機率的便利抽樣，係因新移民完整的母體名單取得困難，為使少數之弱勢群體意見能夠被看見（例如：在內政部移民署統計數據分類中隱身為「其他」類的緬甸籍新住民，現有的新移民節目播出語言以越、印、泰三種語言居多，完全沒有緬甸語的播出），且完全依照內政部戶政司人口統計資料的比例來進行面訪抽樣在實際實施時窒礙難行，又中國大陸籍的樣本若按母體比例佔比近七成，即失去本研究欲反映弱勢意見之目的，而且初探型的研究是可以選擇非機率樣本。採取面訪而非自填式問卷的理由，係因部分新移民可能無法閱讀母語文字，即便將中文問卷翻譯成東南亞各國文字，也可能造成無法完整填答的困難。此外，以面訪進行問卷調查，回收率較自填式來得高（Wimmer & Dominick, 2011）。

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

後、貧窮的），修訂面訪問卷說明後並再次與訪員確認，完成正式問卷進行調查。

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

肆、研究結果

一、受訪者基本資料分析

接受調查的 400 位受訪者之國籍分佈如表 1 所示，以「越南籍」最多（33%， $N = 132$ ）；其次為「中國大陸籍」（23.3%， $N = 93$ ）；第三為「緬甸籍」（17%， $N = 68$ ）。性別以女性占大宗（97%， $N = 388$ ）。年齡以「31 歲至 40 歲」最多（44.0%， $N = 176$ ）；其次為「41 歲至 50 歲」（26.3%， $N = 105$ ）；第三是「21 歲至 30 歲」（19.0%， $N = 76$ ）。在教育程度方面以「高中職」程度最多（35.0%， $N = 140$ ）；其次為「國中」（25.0%， $N = 100$ ）；第三是「大學」（22.0%， $N = 88$ ）。子女數以「2 個」最多（44.3%， $N = 177$ ）；其次為「1 個」（32.8%， $N = 131$ ）；第三是「無子女」（16.8%， $N = 67$ ）。來台年資以「10 年以上」最多（40.5%， $N = 162$ ）；其次是「9 年以上未滿 10 年」（7.5%， $N = 30$ ）；第三是「1 年以上未滿 2 年」（7.2%， $N = 29$ ）。現居地分布為「台北市」占 22.5%，「新北市」占 51.2%，「桃園市」占 22.8%，「基隆市」占 3.3%。

表 1：樣本國籍分布

原國籍	人數	百分比
越南	132	33.0%
印尼	58	14.5%
泰國	21	5.3%
菲律賓	19	4.7%
柬埔寨	2	0.5%
緬甸	68	17.0%
中國大陸	93	23.3%
香港	6	1.5%
澳門	1	0.2%
總和	400	100.0%

二、對族群專屬電視頻道與節目之需求

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

府在制度上應提供最基礎的媒體近用保障，因為新住民依然有些人無法享受網路，必須仰賴傳統媒介。

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

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

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

在「台灣是否需要成立一個新移民和移工專屬電視台」方面，研究者將「非常需要」（35%， $N = 148$ ）與「需要」（37%， $N = 140$ ）意見加總後，有超過七成（72%， $N = 288$ ）的新住民認為有此需要，「無意見」占 19.3%（ $N = 77$ ），僅有不到一成的新住民認為無此需要（「不需要」占 8.5%；「非常不需要」占 0.5%）。本研究為統計分析需要，將兩位柬埔寨籍受訪者併入越南籍進行分析，亦將中、港、澳併為同一群體進行分析（後文的單因子變異數分析皆是如此處理），進一步以 Scheffe 事後檢定（見表 3），發現有達統計顯著水準的差異比較中，緬甸籍的新住民對族群專屬電視台的需求最高（ $M = 4.51$ ， $SD = 0.64$ ），相較於越南、中港澳、印尼與菲律賓的新住民有更高的需求度。

表 3：成立新移民和移工專屬族群電視台需求之國籍比較

國籍	需求意見平均值	標準差	Scheffe 事後檢定
A. 緬甸	4.51	0.64	
B. 泰國	4.05	1.12	
C. 越南	4.00	0.94	A > C*
D. 中港澳	3.78	0.97	A > D*
E. 印尼	3.69	0.99	A > E*
F. 菲律賓	3.68	1.11	A > F*
總和	3.98	0.96	

$F(5, 394) = 6.96, p < 0.001$

* $p < 0.05$

在「收看以自己母語播出的電視節目之意願」方面，本研究在定義「母語」時，針對中國大陸籍的新住民，有特別說明指的是「家鄉話」（如：廣東話、上海話、山東話……等），並非台灣社會想當然的「國語」或「普通話」。研究者將「非常願意」（33.8%， $N = 135$ ）與「願意」（40.5%， $N = 162$ ）意見加總後，有超過七成（74.3%， $N = 297$ ）的新住民表達有此意願，「普通」占 24.3%（ $N = 97$ ），僅有不到 2% 的新住民表達沒有意願（「不願意」占 1.3%；「非常不願意」占 0.3%）。進一步以 Scheffe 事後檢定（ $F(5, 394) = 3.69, p < 0.01$ ），發現有達統計顯著水準的差異比較中，緬甸籍的新住民對於收看以自己母語播出的電視節目之意願最高（ $M = 4.31, SD = 0.68$ ），中港澳籍對收看以自己母語（家鄉話）播出的電視節目意願相對最低（ $M = 3.88, SD = 0.84$ ）。此種情形有些類似台灣的客家族群以及原住民族群，隨著世代推行以及國語政策的推行，年輕一代已漸漸失去聽說自己母語的能力，對於母語需求與認同的重要性也隨之降低，中國大陸年輕一代也大多以官方語言「普通話」溝通，家鄉話的認同與重要性或許也會因此逐漸流失。不過，就意願平均分數而言，中港澳籍在滿分 5 分的量表中平均數也有 3.88，顯見收看自己母語節目的意願也不算低，在台灣的主流媒體中，中國大陸的「家鄉話」比「客語」或「原住民語」或「東南亞語」更不見身影，關照大陸籍新住民之傳播權，應該要讓中港澳籍新住民的母語或家鄉話能夠

被聽見或繼續傳承下去。

在「收看與自己族群相關的電視節目內容之意願」方面，研究者將「非常願意」（29.0%， $N = 116$ ）與「願意」（44.8%， $N = 179$ ）意見加總後，也有高達七成（73.8%， $N = 295$ ）的新住民表達有此意願，「普通」占 25.8%（ $N = 103$ ），僅有不到 2% 的新住民表達沒有意願（「不願意」占 1.3%；「非常不願意」占 0.3%）。顯見新住民在成立專屬族群電視台以及收看母語和族群相關的電視節目內容，均有高度需求與意願。

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

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

在節目類型需求方面，本研究問卷所設計的 15 種類型電視節目，受訪者複選最多五種的結果顯示，排名前五名最想看的母國節目是：新聞（74.0%， $N = 296$ ），美食料理（48.3%， $N = 193$ ），綜藝（34.5%， $N = 138$ ），旅遊（34.0%， $N = 136$ ）及文化藝術（30.3%， $N = 121$ ）。排名前五名最想看的台灣節目是：新聞（66.8%， $N = 267$ ），美食料理（52.0%， $N = 208$ ），旅遊（33.5%， $N = 134$ ），綜藝（31.5%， $N = 126$ ）及文化藝術（29.8%， $N = 119$ ）。結果與最想看的母國節目類型雷同，僅有旅遊節目與綜藝節目的排名稍有次序變化。但再進一步詢問關於新移民和移工的文化最好以什麼類型的節目

呈現時，節目類型上卻出現了變化，排名前五名的節目類型是：新聞節目仍居冠（89.3%， $N = 357$ ），但選擇人次明顯變多；第二名變成了音樂節目（81.3%， $N = 325$ ）；第三名旅遊節目（80.3%， $N = 321$ ）仍在榜上；第四名變成電影節目（79.3%， $N = 317$ ）；第五名也變成了兒少節目（76.8%， $N = 307$ ）。顯見新住民對於想看的節目類型和適合呈現族群文化的節目類型有不同的想法（三者比較表整理於表4）。

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

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

三、對族群專屬電視台節目播出語言和字幕之需求

新住民對於族群專屬電視頻道播出語言和字幕的需求，無論針對本人及族群兒童而言，都是一致的，以「母語發音搭配中文字幕」居冠（針對本人：41.8%， $N = 167$ ；針對兒童：43.3%， $N = 173$ ），「雙語發音搭配中文字幕」排名第二（針對本人：19.5%， $N = 78$ ；針對兒童：18.3%， $N = 73$ ），「國語發音搭配中文字幕」排名第三（針對本人：16.5%， $N = 66$ ；針對兒童：17.0%， $N = 68$ ）。進一步追問排名第二「雙語發音搭配中文字幕」選項中的「雙語」所指為何，針對本人而言，選擇該選項的 78 位新住民中，有 79.5%（ $N = 62$ ）表達「雙語」係指「母語+國語發音」；針對族群兒童而言，也有一致性的結果，選擇該選項的 73 位新住民中，有 87.7%（ $N = 64$ ）

也表達需求是「母語+國語發音」。

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

表 5：對族群專屬電視台節目播出語言和字幕需求之國籍比較

播出語言及字幕需求	台灣關於新移民的電視節目，針對您本人，以何種語言與字幕呈現較好		百分比（總人數）
	東南亞籍 百分比（人數）	中港澳籍 百分比（人數）	
母語發音無需字幕	9.0%（27）	5.0%（5）	8.0%（32）
母語發音+中文字幕	45.7%（137）	30.0%（30）	41.8%（167）
母語發音+母語字幕	7.7%（23）	1.0%（1）	6.0%（24）
雙語發音無需字幕	5.0%（15）	5.0%（5）	5.0%（20）
雙語發音+中文字幕	19.0%（57）	21.0%（21）	19.5%（78）
國語發音+中文字幕	11.3%（34）	32.0%（32）	16.5%（66）
閩南語發音+中文字幕	0.0%（0）	4.0%（4）	1.0%（4）
客語發音+中文字幕	0.0%（0）	0.0%（0）	0.0%（0）
其他	2.3%（7）	2.0%（2）	2.3%（9）
總數	75.0%（300）	25.0%（100）	100.0%（400）

表 5 (續)

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

四、新住民希望族群專屬電視台提供的功能

在族群媒體功能方面，如表 6 所示，本研究以五點李克特量表就 15 個功能選項詢問，400 位新住民受訪者認為專屬的族群電視台應提供的功能前三名（將「非常希望」與「希望」選項人數加總）分別是：「提供在臺灣生活的資訊」、「提供就業資訊」及「紓解鄉愁」；排名最低的三名分別是：「提升族群的政治影響力」、「對抗刻板印象」及「提供參與公共議題討論的管道」，但就希望程度人數與比例而言，此末三項仍有超過半數以上受訪者有此期待。因此，如何創建一個可以影響政治決策及改善新移民處境的公共領域，應是未來移民專屬媒體需要多加努力之處。

表 6：希望族群專屬電視台提供的功能

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

五、新住民使用廣電媒體和網路的動機以及電視的使用行為

我們若再比對新住民目前在台灣使用廣電媒體和網路的動機，在問卷 24 項動機中，上網動機前三名為：「可以讓我了解原生國的消息」（68.8%， $N = 275$ ）、「可以讓我得到工作的訊息」（64.0%， $N = 256$ ）以及「可以讓我提高工作的知識與能力」（60.8%， $N = 243$ ），這三項在電視媒體的使用動機是排名最低的前三名（見表 7），顯示台灣現有的主流電視媒體在提供新移民關於原生國的消息與文化，以及在工作訊息或增進工作知識等面向應是相對不足，因此移民在網路上尋求這些資訊顯得相對較充足，而這些需求也正是受訪者期待未來族群專屬電視台能夠提供功能的前兩名。希望未來移民專屬電視台能夠彌補現在主流電視媒體之缺失，讓移民也能夠透過多元管道得知原生國之消息及在台工作訊息與知識。

表 7：新住民使用廣電媒體和網路的動機比較

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

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

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

容，以滿足不同背景新住民的收視需求。

表 8：最常收看電視的時段（複選，最多兩個）

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

六、新住民對目前台灣製播的新移民／工影視節目之觀看情形與滿意度

台灣目前製播的新移民／工影視節目，新住民的觀看情形如表 9 所列，將觀看頻率重新歸類為「有收看」與「不曾收看」兩大類之後，發現不曾收看這些新移民／工節目的人數比例相當高，幾乎都在五成以上；收看比例最高的三個新移民影視節目依序是：《WTO 姊妹會》、《台灣是我家》及《華視新住民新聞》，除了前兩名的收看人數有超過五成，其餘大致在四成以下，而且各節目有收看者均是以「偶爾收看」和「很少收看」居多。《WTO 姊妹會》是八大電視第一台製播的訪談性節目，來賓以新住民為主，邀請嫁、娶到台灣的世界各地新移民討論世界各國文化的差異、文化衝擊、異國風俗、語言學習經驗、婚姻生活等。《台灣是我家》是以正面論述新住民的形象，深入報導新住民的生活、夢想、成就，以及在台灣打拚的足跡。《華視新住民新聞》是以越、印、泰三種語言製作新住民新聞，聚焦新住民感興趣的民生議題，不只友善新住民，更希望孩子陪媽媽一起看新聞、聽母語，學媽媽的話，這是台灣主流電視頻道中，首次以東南亞語言播報新聞給在台新住民（蘇瑋璇，2015.07.26）。這三個新住民收看比例較高的節目，其主要播出時段多安排在新住民最常收看電視的時段，較符合新住民的觀影習慣。

表 9：目前台灣製播的新移民／工影視節目之觀看情形

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

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

接著詢問有收看者對現有移民／工影視節目的滿意度（最高 4 分，最低 1 分），排名依序為《幸福新民報》、《華視新住民新聞》及《WTO 姊妹會》。不過，整體而言，滿意度並不算高（見表 10）。滿意度排名第一的《幸福新民報》，以中、越、印、泰四種語言播出，內容包括用料理好味道讓大家認識新住民文化、透過繪本動畫由新住民媽媽為小朋友講述母國童話故事、請工作達人分享就業成功祕訣以及介紹生活妙招與政府服務資源（新北市政府新聞局，2015.05.18），每一季的節目都有一些創新，例如：除了各行各業主角的故事外，還有輕鬆有趣的街訪小單元，訪問不同國家的朋友對美食及生活習慣等議題的看法；或是讓主持群國籍開始多元，增加英語發音等。節目多變化的作法或許可以提供未來新住民電視台發想節目或改進方向之參考。

表 10：對於目前台灣的新移民／工影視節目的滿意度

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

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

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

伍、結論與討論

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

台灣的新住民對於族群專屬電視台有強烈需求。超過七成的新住民認為台灣需要成立一個新移民電視台，緬甸籍的新住民對族群電視台的需求最高，相較於越南、中港澳、印尼與菲律賓的新住民有更高的需求度。約七成五的新住民表達有收看以自己母語播出電視節目之意願，緬甸籍的新住民意願最高；中港澳籍雖然意願最低，在滿分 5 分的量表中平均數也有 3.88，顯見收看自己母語節目的意願也不算低，中國大陸籍的新移民雖然看似文化和語言相對於東南亞籍較接近台

灣，然而，中國大陸幅員遼闊，各省有其獨特的文化與家鄉話，應該被理解與看見。超過七成的新住民表達有收看與自己族群相關電視節目內容之意願，新住民希望接收專屬族群電視台的管道在電視與網路影音平台有著分庭抗禮之需求。過去在內政部戶政司的人口統計資料中，緬甸籍的新住民經常被隱身在「其他」類，本研究獨立為一個國籍項目後，他們的需求反而能夠被看見。

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

在專屬族群電視台的節目類型需求方面，新住民對於想看的節目類型和適合呈現族群文化的節目類型有不同的想法。在族群媒體的功能方面，新住民認為移民電視台最應提供的功能前三名是：「提供在台灣生活的資訊」、「提供就業資訊」及「紓解鄉愁」，顯見這群新住民期待族群媒介具有雙重角色：融合與多元，如 Subervi-Vélez（1986）所言，少數族群媒介需兼具協助少數族群適應主流社會，以及透過少數族群的母語和文化內容，維持少數族群對於自己族群文化的聯繫。排名最低的族群媒體功能前三名分別是：「提升族群的政治影響力」、「對抗刻板印象」及「提供參與公共議題討論的管道」，但此末三項仍有超過半數以上受訪者對此有期待。過去曾有學者提出族群媒介的目的與功能，包括：對抗負面形象與強化政治影響（如 Browne, 1996）；而台灣社會在探討原住民與客家族群文化議題時，不少學者也認為，欲去除弱勢族群長期被貼上的標籤與刻板印象、保存其獨特的文化，必須仰賴公共媒體的支持（陳春富，2012）。不過，此次調查顯示新住民對於提供就業與在台生活資訊等實用功能的期待，似乎較對抗刻板印象、參與公共議題討論管道與政治影響力等爭取自我發聲權益的需求來得高，某種程度或許反映出這群新住民的需求有不少仍停留在 Maslow（1970）的需求層次理論中較低階層的

生理與安全需求，當這些基本需求被滿足之後，才有心思去追求歸屬感以及尊重的需求。意即當這群新住民基本的傳播接收權先獲得滿足後，或許他們才有餘力進一步追求發聲權。未來移民媒體成立時，或許應以滿足新住民所需內容的接收權為優先，再逐步發展完整的族群媒介功能。以過去原住民的族群媒體《原報》與《獵人文化》為例，這兩份刊物原意是希望以內容影響族人，凝聚族人集體意識，為重建族群文化、找回主體性而努力，但外界的肯定總是比部落內的還要多，因為刊物本身「知識份子」性格太重，菁英式的論述可能使族人產生對刊物的疏離感，在「叫好不叫座」的情況下停刊（吳宛憶，2008）。在經營移民族群媒體時應注意平衡菁英式觀點與一般移民觀點之落差。

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

新住民最常收看電視的時段為晚上 6 點至 12 點，族群電視台在營運之初若為經費所限，也未必要採全天候 24 小時播出，而是可以先採每天晚間播出六小時的做法，之後再循序漸進增加播映時數。像澳洲 SBS TV 起初每週播出 35 小時，1980 年代漸增至 55 小時（王菲菲，2005），後來才進展到一天播 24 小時。又族群專屬媒體的功能不僅在傳承族群語言與文化、凝聚族群認同、為少數族群發聲，同時也可提供來自不同東南亞國家的節目給所有台灣人觀賞，促進台灣人對東南亞文化的了解與溝通，扮演在公共領域中整合不同觀點與經驗的重要角色。未來台灣新移民電視台全時段的節目安排，應整合主流社

會與新住民不同收視時段之特性，妥善安排適合目標觀眾群之接收內容，發揮最佳的族群媒介功能。台灣目前製播的新移民影視節目，超過五成以上的新住民不曾收看，不看的原因最主要是「播出時間不適合新住民收看」、「沒有時間可以觀看這些節目」、「不知道台灣有新移民／工的影視節目可以看」，顯見目前製作給新移民的電視節目要更加強節目宣傳及時段安排，以符合新住民的媒體使用習慣。

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

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

族群傳播的目的是建立本身就是多元的主流文化，是藉由差異建立讓大家可以共享的「主流」(蕭新煌，2005)。本文則進一步建議，要採用文化混雜性的多元文化主義政策，以關注移民文化與主流文化的交融與混雜，而非本質化傾向的多元文化主義，僅關注弱勢文化如何在主流文化中的生存與肯認；新移民電視台是要讓台灣社會接

觸不同的文化、語言與觀點，並非一味強調彼此的差異，而是要促進彼此的交流與瞭解。因此，移民電視台的母語節目均應配上中文字幕或設定語言切換功能，讓其他族群觀眾也可切換中文（或英文）收看，以促進新移民各族群之相互理解，以及台灣主流社會對新移民文化與在台生活之認識。如 McClean（2012）所倡議，提供移民公共廣電服務的機構，在面對一個全球媒體、社區語言與文化公民權交織的環境，必須思考公共媒體提供的多語服務，要如何取舍才能提供有用的服務讓閱聽人能夠發揮其媒介公民權，而「語言社區」的概念，不應囿限於說該母語的社區，應調整為再現、倡議與平等近用的架構；閱聽人的概念，也不應只是停留在被動的接收服務者，而是會因為媒介使用習慣的改變或是因為有共同的節目內容偏好而集結在一起的群體。

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

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

他們在地適應後的文化與認同，以及新移民在台的生活實況與台灣文化的交融，以有別於母國的節目內容；呈現的議題不應侷限在過去認為和媒介公民權比較相關的政治與公共領域議題，因為一個多元的公共領域，應同時包含公、私領域的議題，如此才不會讓婦女或是工人的話題被認為是私事而未獲認真看待。

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

本研究嘗試將族群媒體功能的理論論述轉化為量表，在調查台灣新移民希望專屬族群電視台提供何種功能時，部分量表項目概念未能完全互斥，例如：「提供新移民與移工的媒體能見度」，與「對抗刻板印象」、「促進少數族群與台灣社會交流」，在某些意義層面上產生重疊，雖然量表已經由三位學者專家進行專家效度檢驗，但初探型的研究難免仍有疏漏，希望未來研究可以繼續發展更具有信效度之族群媒體功能量表。本次調查跨國婚姻新住民對專屬族群電視台的需求，也同時發現表達「無意見」者占 19.3% ($N = 77$)，「不需要」占 8.5% ($N = 44$)，「非常不需要」占 0.5% ($N = 2$)，未來可以針對覺得沒有必要成立族群專屬電視台的新住民進行質性研究，以了解其不需要專屬移民電視台為其服務之背後意涵。本次調查由於經費有

限，僅針對北北基桃四區的跨國婚姻移民做調查，由於移民專屬電視台的傳播對象亦包括移工，建議未來研究可進行更完整的地域以及移工傳播權調查。最後，本研究僅了解新住民對現有新移民影視節目之觀影動機與滿意度，未來研究可針對各個節目進行深入的內容分析與族群閱聽人研究，以提供完整節目改善資料予相關從業人員參考。

參考書目

- 內政部戶政司（2017）。【原住民人口數按性別、身分及年齡分】。未出版之統計數據。上網日期：2017年8月23日，取自內政部戶政司人口統計資料庫 <http://www.ris.gov.tw/346>
- 內政部移民署（2017）。【各縣市外裔、外籍配偶人數與大陸（含港澳）配偶人數按證件分】。未出版之統計數據。上網日期：2017年5月8日，取自中華民國內政部移民署全球資訊網統計資料 <http://www.immigration.gov.tw/ct.asp?xItem=1328796&ctNode=29699&mp=1>
- 王俐容（2006）。〈文化公民權的建構：文化政策的發展與公民權的落實〉，《公共行政學報》，20：129-159。
- 王俐容、王維菁、朱淑娟（2008）。〈跨國性社群電視媒體初探：以《臺灣媳婦》為例〉，《中華傳播學刊》，14：267-313。
- 王菲菲（2005）。〈多元文化與公共廣播機構：澳大利亞實踐檢驗〉，《中華傳播學刊》，7：103-134。
- 世新大學傳播資料庫（2015）。【2014 新移民媒體使用行為】。未出版之統計數據。上網日期：2019年3月11日，取自 <https://www.facebook.com/mcsd.shu/photos/a.1472966759684012/1473379272976094/?type=3&theater>
- 朱涵（2007）。《臺灣報紙再現「外籍新娘」之研究—以聯合報、自由時報為例》。世新大學新聞研究所碩士論文。
- 吳宛憶（2008）。《抗爭與回歸——原住民自辦刊物《原報》《獵人文化》的文本分析》。臺灣師範大學臺灣文化及語言文學研究所碩士論文。
- 李佳玲（2006）。《弱勢社群節目製播與回饋之研究—以服務在臺外籍配偶廣播節目為例》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 李昭安（2008）。《外籍配偶新聞報導產製因素之分析：行動者的觀點》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 林素真（2012）。〈高雄市新移民女性的媒體使用與健康資訊需求〉，《廣播與電視》，34：55-92。
- 林福岳（2014）。〈原住民族傳播權利實踐的新想像—原住民族傳播網絡的建構〉，《台灣原住民族研究學報》，4(2)：69-92。

- 邱淑雯（1998）。〈外勞族群媒體研究初探：以臺灣泰語廣播節目為例〉，《臺灣社會研究季刊》，31：169-193。
- 邱淑雯（2003）。〈越境者媒體：臺灣的外勞廣播節目〉，《新聞學研究》，75：73-102。
- 柳紹鈞（2004）。《越南籍跨國婚姻女性配偶在台媒體使用行為與文化適應研究》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 洪貞玲、劉昌德（2006）。〈傳播權觀點的商營廣電管制〉，《中華傳播學刊》，10：27-53。
- 夏曉鶯（2002）。《流離尋岸：資本國際化下的「外籍新娘」現象》。台北：台灣社會研究雜誌社。
- 夏曉鶯（2004）。〈解開面對新移民的焦慮〉，《學生輔導季刊》，97：6-27。
- 殷美香（2014.06）。〈台灣民眾對東南亞外籍配偶的觀感與媒介使用與媒介態度之關係研究〉，「2014 年中華傳播學會研討會」論文。臺灣，台北。
- 張正（2008）。《全球化之下新移民／工社群的跨界文化鬥爭—移民媒體與弱勢發聲，台灣立報越南文版《四方報》的實驗與實踐》。暨南國際大學東南亞研究所碩士論文。
- 張敏華（2005）。《「新臺灣之子」的媒體形象：外籍配偶臺灣子女之新聞框架研究》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 郭佳旻（2014）。《台灣新住民廣電媒體內容產製之研究—由「外」而「內」的參與觀點》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 陳宇珩（2017）。〈新住民的資訊取得與文化公民權：從央廣印泰越語節目與四方報的消失談起〉，《文化研究季刊》，159：49-54。
- 陳宏（2014.06）。〈陸籍配偶族群媒體之幻想主題分析：以兩岸家庭論壇關於「陸配取得身份證期限六年轉四年」議題的討論〉，「2014 年中華傳播學會研討會」論文。臺灣，台北。
- 陳春富（2012）。〈國際移工／民傳播權的在地思考〉，《傳播研究與實踐》，2(1)：55-84。
- 陳春富、殷美香（2015）。〈「跨國移住者」媒體再現研究：以臺灣主流報紙之新聞報導為觀察〉，《新聞學研究》，125：49-93。
- 陳清河（2004）。〈科技、政治與弱勢傳播：以台灣原住民族之廣電

- 媒體近用為例》，《台灣民主季刊》，1(4)：109-138。
- 曾婷瑄（2016.05.14）。〈為何我們都失去了聲音？新住民媒體政策，法國怎麼做？〉，《獨立評論@天下》。上網日期：2018年5月5日，取自
<https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/436/article/4261>
- 新北市政府新聞局（2015.05.18）。〈聽新住民說自己的故事「幸福新民報」4語節目5/24開播〉。上網日期：2015年8月31日，取自新北市政府市政新聞 http://www.ntpc.gov.tw/ch/home.jsp?id=28&parentpath=0,6,27&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201505180023&mserno=201309100001
- 楊芷茜（2006）。《移住家庭監護工的媒體再現：以台灣報紙對「劉俠事件」與「馮滬祥事件」之報導為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 廖元豪（2008）。〈移民基本人權的化外之民：檢視批判「移民無人權」的憲法論述與實務〉，《月旦法學雜誌》，161：83-104。
- 趙剛（2006）。〈“多元文化”的修辭、政治和理論〉，《台灣社會研究季刊》，62：147-189。
- 劉子亮（2009）。《鄉音不相應：在臺東南亞移工收聽 RTI 母語節目之研究》。暨南國際大學東南亞研究所碩士論文。
- 劉幼琍（1998）。〈原住民對廣電媒體使用與滿足之調查分析〉，《台大新聞論壇》，5：167-209。
- 劉幼琍（1999）。〈特定族群對廣電媒體的需求及收視聽行為：以客家人與原住民為例〉，《國立政治大學學報》，78：337-386。
- 蔡臺鴻（2009）。《外籍新娘的污名化—以新聞事件報導為例》。臺北大學社會學系碩士論文。
- 蕭新煌（2005）。〈多元文化社會的族群傳播：剖析一個新典範〉，《中華傳播學刊》，7：3-8。
- 賴于榛（2015.04.22）。〈新住民人 50+20 萬，毛治國：培力成我國「新」資產〉，《東森新聞雲》。上網日期：2015年5月31日，取自 <http://www.ettoday.net/news/20150422/496585.htm>
- 戴育賢（2000）。〈重返公共領域：哈伯瑪斯、女性主義、羅遜、文化研究〉，《新聞學研究》，62：119-142。
- 謝敏芳（2004）。《外籍勞工報紙形象之趨勢研究》。淡江大學大眾

傳播研究所碩士論文。

- 歸鴻亭 (2014.04.28)。〈世新公佈“新移民傳播媒體使用行為”民調〉，《新網新聞網》。上網日期：2019年3月11日，取自 <http://newnet.tw/Newsletter/Comment.aspx?Info=5&iNumber=11766>
- 魏玫娟 (2009)。〈多元文化主義在台灣其論述起源、內容演變與對台灣民主政治的影響之初探〉，《台灣社會研究季刊》，75：287-319。
- 蘇瑋璇 (2015.07.26)。〈越泰印 3 聲道 新住民新聞下月開播〉，《聯合影音網》。上網日期：2015年7月31日，取自 <https://video.udn.com/news/347830>
- Aleinikoff, T. A. (2003). Between national and postnational: Membership in the United States. In C. Joppke & E. Morawska (Eds.), *Toward assimilation and citizenship: Immigrants in liberal nation-states* (pp. 110-129). New York: Palgrave Macmillan.
- Alia, V., & Bull, S. (2005). *Media and ethnic minorities*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
- Ang, I., Hawkins, G., & Dabboussy, L. (2008). *The SBS story*. Sydney, Australia: UNSW Press.
- Australian Government. (2008). *ABC and SBS: Towards a digital future* [Discussion paper]. Australia: Department of Broadband, Communications and the Digital Economy. Retrieved May 31, 2015, from http://www.ircanet.au/sites/default/files/public/documents/PDF/ABC_and_SBS_Towards_a_digital_future_low_resolution.pdf
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. New York: Routledge.
- Browne, D. (1996). *Electronic media and indigenous peoples: A voice of our own?* Ames, IA: Iowa State University Press.
- Castles, S. (2000). *Ethnicity and globalization: From migrant worker to transnational citizen*. London: Sage.
- Cormack, M. (2007). Introduction: Studying minority language media. In M. Cormack & N. Hourigan (Eds.), *Minority language media: Concept, critiques and case studies* (pp. 1-16). Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- CRIS Campaign. (2005). *Assessing communication rights: A handbook*. Retrieved May 31, 2015, from <http://cdn.agilitycms.com/wacc-global/Images/Galleries/RESOURCES/COMMUNICATION-RIGHTS/Assessing-Communication-Rights.pdf>

- Dahlgren, P. (2006). Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 267-286.
- Dahlgren, P. (2010). Public spheres, societal shifts and media modulations. In J. Gripsrud & L. Weibull (Eds.), *Media, markets & public spheres: European media at crossroads* (pp.17-36). Bristol, UK: Intellect.
- D'Arcy, J. (1977). The right of man to communicate. In L. S. Harms, J. Richstad, & K. A. Kie (Eds.), *Right to communicate: Collected papers* (pp. 45-52). Hawaii, HI: University of Hawaii at Manoa.
- Flew, T. (2011). Rethinking public service media and citizenship: Digital strategies for news and current affairs at Australia's Special Broadcasting Service. *International Journal of Communication*, 5, 215-232.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80.
- Fraser, N. (2007). Transnationalizing the public sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-Westphalian world. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7-30.
- Georgiou, M. (2001). Crossing the boundaries of the ethnic home: Media consumption and ethnic identity construction in the public space: The case of the Cypriot community centre in North London. *International Communication Gazette*, 63(4), 311-329.
- Georgiou, M. (2005). Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism -- Particularism continuum. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3), 481-498.
- Goban-Klas, T. (1989). Minority media. In E. Barnouw (Ed.), *International encyclopedia of communications* (Vol. 3, pp. 30-33). New York: Oxford University Press.
- Gordon, A. F., & Newfield C. (1996). Introduction. In A. F. Gordon & C. Newfield (Eds.), *Mapping multiculturalism* (pp.1-16). Minneapolis, MN: University of Minnesota press.
- Heater, D. (1999). *What is citizenship?* Cambridge, UK: Polity Press.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Matsaganis, M., Katz, V., & Ball-Rokeach, S. J. (2010). *Understanding ethnic media: Their social and cultural roles in economic and policy contexts*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- McClellan, G. (2012). SBS's multilingual dilemma: Global media, "community languages" and cultural citizenship. *Global Media Journal*, 6(1), 1-11.
- Miller, T., & Yudice, G. (2002). *Cultural policy*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moe, H. (2009.10). *Online media participation and the transformation of the public sphere: Moving beyond the fragmentation debate*. Paper presented at the AoIR conference Internet Research 10.0 – Internet: Critical, Milwaukee, Wisconsin, USA. Retrieved May 31, 2015, from http://www.hm.uib.no/files/Moe_AoIR.pdf
- Pinto, J., & Hughes, S. (2011). Introduction: Special issue on media and citizenship. *Taiwan Journal of Democracy*, 7(2), 1-9.
- Riggins, S. H. (Ed.) (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. London: Sage.
- Shi, Y. (2005). Identity construction of the Chinese diaspora, ethnic media use, community formation, and the possibility of social activism. *Journal of Media & Cultural Studies*, 19(1), 55-72.
- Special Broadcasting Service (2016). *SBS annual report 2016*. Retrieved August 1, 2017, from http://media.sbs.com.au/aboutus/SBS_Annual_Report_2016.pdf
- Subervi-Vélez, F. A. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism: A review and research proposal with special focus on Hispanics. *Communication Research*, 13(1), 71-96.
- Valaskakis, G. (1992). Communication, culture, and technology: Satellites and northern native broadcasting in Canada. In S. H. Riggins (Ed.), *Ethnic minority media: An international perspective* (pp. 63-81). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Vink, M. P. (2005). *Limits of European citizenship: European integration and domestic immigration policies*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Wimmer, R., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction*. Boston, MA: Cengage Learning.

Media Citizenship in Taiwan: Media Use and the Needs of Ethnic Television among the New Immigrants in Taiwan

Pei Tsai*

Abstract

The study explored the practice of media citizenship among new immigrants in Taiwan. Based on face-to-face interviews with 400 new immigrants, this study found that more than 70% of new immigrants think Taiwan should establish a specialized television station for new immigrants and migrant workers. The channel should be accessible via both TV and the Internet. The preferred language and subtitles combination for the programs is the immigrants' mother tongue language with Chinese subtitles.

The practice of media citizenship among new immigrants and migrant workers in Taiwan must employ a cultural hybridity approach to compensate for the problems of essentialism and unawareness of class differences that can occur from multiculturalism. Media citizenship can also be improved using a model of multiple publics. Every ethnic group in Taiwan should be entitled to equal access to public broadcasting services in their own language.

Keywords: new immigrants in Taiwan, immigrant media, ethnic television, media citizenship, communication rights

* Pei Tsai is Associate Professor at the Department of Radio, Television & Film, Shih Hsin University, Taipei, Taiwan.