

高雄市政府新聞局

公用頻道性平影片之接觸情形初探

撰寫人：新聞行政科 朱佳郁

日期：115 年 6 月

壹、前言

隨著媒體環境多元發展，民眾獲取資訊管道已不受限於傳統媒體，然而電視媒體因具高度普及性與黏著度，在公共政策與社會教育推廣面向仍具一定程度影響力。近年來，政府機關持續透過多元媒體平臺推廣各項公共議題，其中「性別平等」議題亦是重要宣導項目，期望藉由多元媒體宣導通路，提升社會對性別平等理念之理解與認同，進而將性別平權觀念內化於日常生活中。

依《有線廣播電視法》規定，有線電視系統經營者應提供一個以上公用頻道作為公共服務平臺，供政府機關、學校、公益團體及社會大眾申播具公共性、教育性及公益性之內容。爰此，公用頻道是一個公共資訊傳遞平臺，亦肩負公共議題宣導與社會教育功能，為政府機關推動政策宣導管道之一。

為瞭解本市公用頻道播送性平宣導影片現況及民眾對相關內容之接觸情形，本報告彙整「高雄市 114 年度有線電視收視滿意度調查報告¹」及本市 5 家有線電視業者²相關播送資訊，透過資料整理與

¹ 高雄市政府新聞局(114 年 10 月)，《高雄市 114 年度有線電視收視滿意度調查報告》。

² 高雄市目前有慶聯、港都、鳳信、南國及新高雄 5 家有線電視系統業者。

分析，觀察公用頻道性平影片之播送情形與民眾接觸概況，作為後續相關宣導策略規劃之參考。

本報告關注重點包括：1、公用頻道性平影片之播送概況與內容類型；2、民眾對公用頻道之知悉情形；3、民眾接觸性平影片情形及其觸及族群分析。

貳、公用頻道與性平影片播送概況

一、公用頻道運作現況

依據《有線廣播電視法》第 41 條規定略以：「系統經營者應無償提供一個以上公用頻道供政府機關、學校、團體及民眾播送公益、藝文、社教等節目。」³公用頻道為有線電視經營者依法提供之公共服務頻道，其設立目的在於提供非商業導向之媒體空間，使得公益、藝文及社教等內容得以透過電視媒介傳播，發揮基本之公共資訊傳遞功能。

³ 《有線廣播電視法》第 41 條：「系統經營者應無償提供一個以上公用頻道供政府機關、學校、團體及民眾播送公益、藝文、社教等節目；公用頻道之規劃及使用辦法，由中央主管機關定之。系統經營者提供之公用頻道不得有下列行為：一、播送有擬參選人參加，且由政府出資、製作或贊助之節目或廣告。二、播送由政府出資、製作或贊助以擬參選人為題材之節目或廣告。三、播送受政府委託為置入性行銷之節目。四、播送受政府委託但未揭露政府出資、製作、贊助或補助訊息之節目。五、播送商業廣告。」

有別於商業頻道以收視收益與市場機制為導向，公用頻道更強調公共性、多元性與在地性，讓不同族群皆能透過公用頻道分享觀點、傳遞資訊，藉此提升民眾公共參與意識與媒體近用權利。目前高雄市公用頻道設置於第3頻道(CH3)，由慶聯、港都、鳳信、南國、新高雄等5家有線電視系統業者依法提供服務，收視範圍涵蓋本市38個行政區。

為整合各系統業者播送資源並提升公用頻道服務效益，本局協調5家系統業者以聯播整合之運作模式，透過統一節目編排及同步播送機制，使不同收視區民眾均能收看到相同之內容。此一共同建構的公共媒體平臺，不僅能降低各業者間內容差異化造成之資訊落差，有助提升公共資訊傳播之一致性，也強化高雄市公共議題宣導及公用頻道服務功能。

二、性平影片來源及播送概況

本報告所指性平影片，係指於本市公用頻道播送，內容涉及性別平等觀念、性別友善環境營造、職場平權、家庭照顧分工、消除性別刻板及相關內容之短片。

相關影片來源包括本府攝製之專題節目，以及中央機關、地方政府或相關單位提供之宣導短片、高雄地方有線電視自製節目，例如「有線電視打造性別友善職場」、「高雄進行式－歡迎所有性別樣貌 高市打造性平友善之都」、「媒體新識力－職場家庭平衡」、「幸福城市開外掛－用詞用語應注意 杜絕歧視性別應平權」等，透過影音專題傳遞性別平等相關理念與資訊。

在影片排播方面，性平影片除於固定時段播出，亦配合公用頻道節目編排，隨機安排於公益短片、公益與藝文插卡或節目銜接空檔等時段輪流播出，期透過多元時段與重複播送機制，增加民眾接觸相關內容之機會，作為推動性別平等政策宣導之媒介。

參、民眾知悉與接觸情形概況

一、公用頻道知悉與收視情形

依據「高雄市 114 年度有線電視收視滿意度調查報告」指出，在 4,200 位受訪者中，有 44.2% 表示知道高雄市公用頻道，55.8% 表示不知道。整體而言，公用頻道作為提供公益、藝文及公共資訊傳播之平臺，已有一定程度之民眾認知基礎，惟仍有過半數受訪者表示不知道，反映公用頻道能見度仍有提升空間。

而在「知道公用頻道」受訪者之中，男性知悉之比例為 46.9%，高於女性之 41.6%；年齡層以「30-39 歲」(61.6%)和「40-49 歲」(60.1%)知悉比例較高；教育程度以「研究所以上」知悉比例達 65.4%最高；職業以「軍公教」(59.0%)和「一般企業職員(白領階級)」(58.5%)之知悉比例高於其他職業。顯示不同性別、年齡及社經背景族群，對公用頻道之認知度存在差異。

表 1：公用頻道知悉度

類別	基本資料	樣本數	知道	不知道
	整體	4,200	44.2%	55.8%
性別	男性	2,036	46.9%	53.1%
	女性	2,164	41.6%	58.4%
年齡	18-29 歲	628	46.1%	53.9%
	30-39 歲	649	61.6%	38.4%
	40-49 歲	814	60.1%	39.9%
	50-59 歲	753	25.2%	74.8%
	60 歲以上	1,356	36.0%	64.0%
教育程度	小學及以下	423	31.4%	68.6%
	國初中	348	37.3%	62.7%
	高中/職	1,151	35.0%	65.0%
	專科	431	44.9%	55.1%
	大學	1,539	51.7%	48.3%
	研究所以上	308	65.4%	34.6%
職業	自營商	192	48.4%	51.6%
	一般企業職員(白領階級)	968	58.5%	41.5%
	勞工(藍領階級)	690	46.5%	53.5%
	軍公教	236	59.0%	41.0%
	自由業(地政士、會計師等)	256	46.0%	54.0%
	學生	223	29.4%	70.6%
	家管、退休人員	1,543	34.0%	66.0%

在實際收視方面，有 23.2%受訪者曾看過公用頻道，反映出在現今傳播媒體與數位環境多元發展下，民眾取得資訊方式日趨多樣，公用頻道則持續扮演公共資訊傳播平臺一環。進一步觀察實際收視族群特性，以男性(55.7%)高於女性(44.3%)，如圖 1。

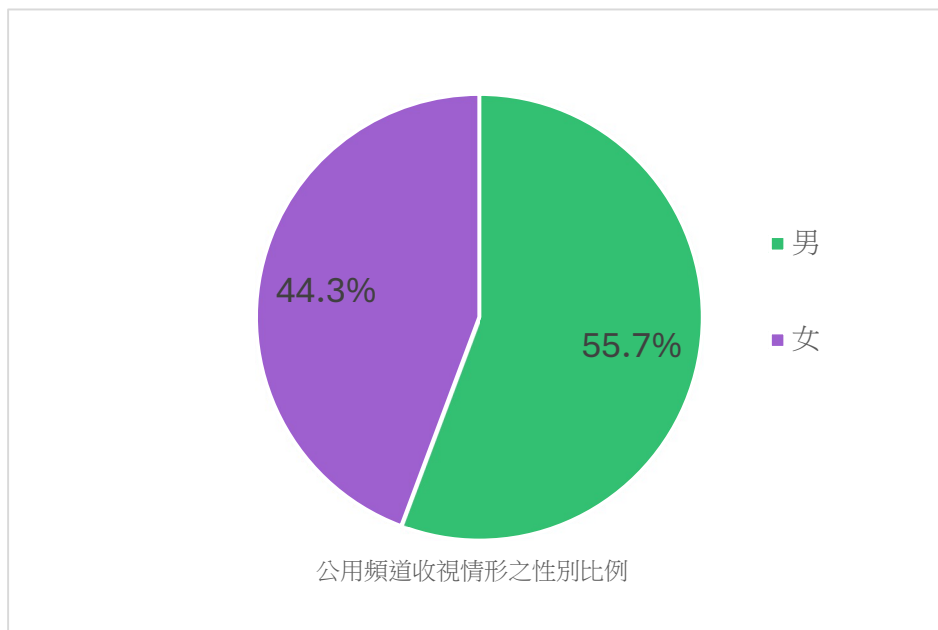


圖 1：公用頻道收視情形之性別比例

各群體內部收視比例方面，年齡層以「40-49 歲」收視比例最高，佔 30.1%；教育程度以「大學」(42.3%)比例最高，在職業分布上，以「一般企業職員(白領階級)」之群體收視比例最高，為 33.3%，顯著高於其他職業別。如圖 2-4。

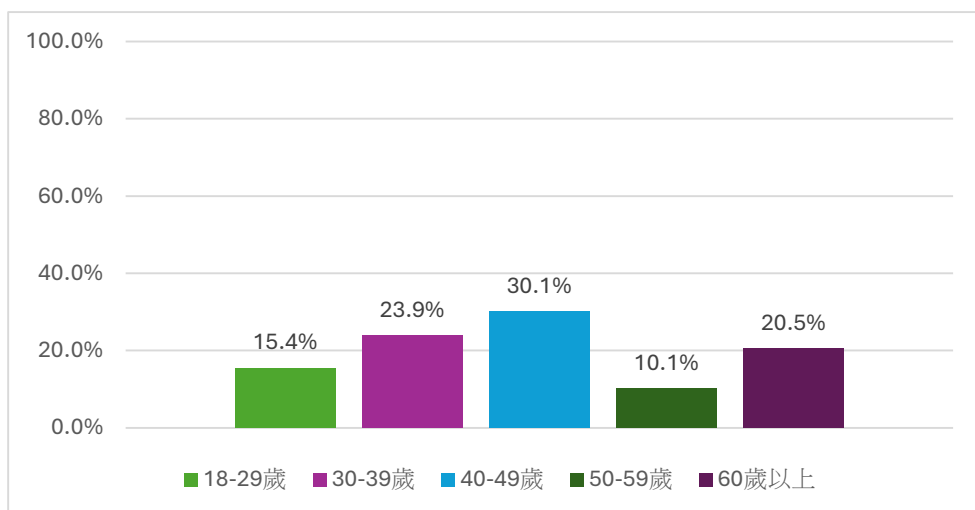


圖 2：各年齡層之公用頻道收視比例

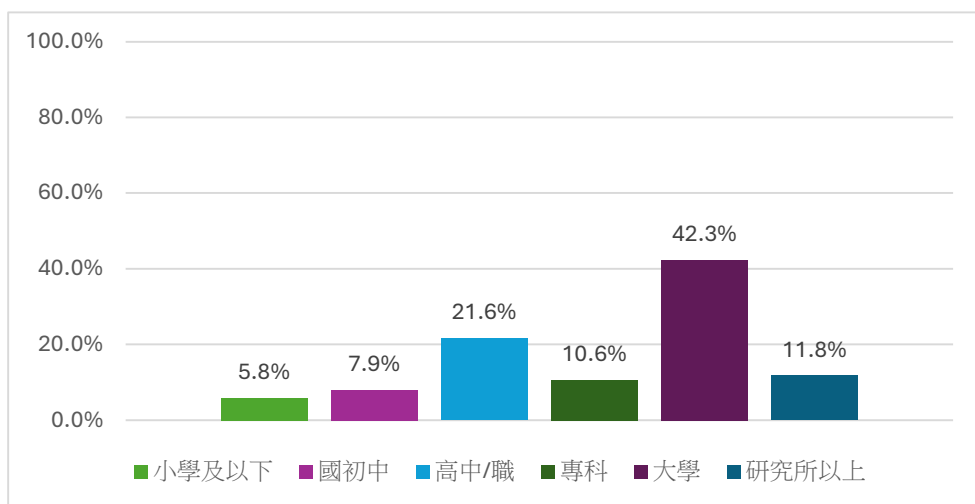


圖 3：各教育程度之公用頻道收視比例

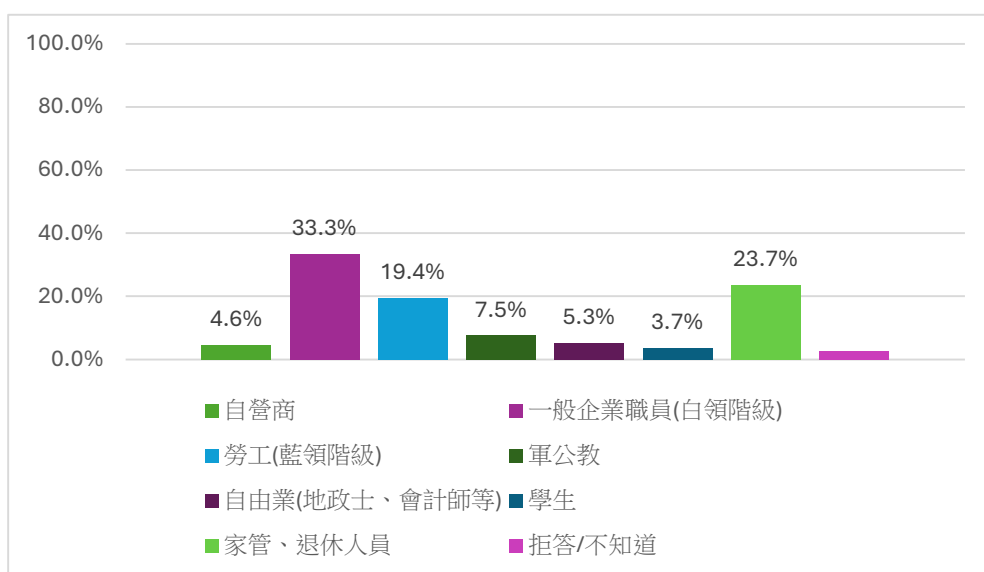


圖 4：各職業之公用頻道收視比例

二、公用頻道性平影片接觸情形

針對曾收看過公用頻道之受訪者，其中有 59.0%受訪者曾看過性平影片，未曾看過者為 41.0%。此結果顯示透過公用頻道播送之性平宣導內容，已能觸及超過半數之收視民眾，可視為對性別平等相關宣導內容有初步接觸經驗，具有一定曝光成效，而其餘 4 成未曾觸及之民眾，則客觀反映出影片排播時段、播放次數之限制。

經檢視各分類群體內部曾看過性平影片之觸及比例，男性收視者接觸到性平宣導內容之比例(64.3%)明顯高於女性(52.4%)；在年齡層分布，整體呈現隨年齡增長而觸及比例逐步降低，其中「50-59 歲」群體內部看過之比例 22.1%最低，「18-29 歲」年輕族群在該群體中看過性平影片之比例最為顯著，高達 90.5%，與其他中高齡族群具顯著落差；教育程度以「研究所以上」之比例(74.2%)最高；在職業別以「學生」群體內部看過性平影片之比例最高，達 88.6%，「軍公教」次之，佔 81.1%。惟年輕族群與學生群體雖呈現較高之接觸比例，但由於其整體收視人數相對較少，反映出對整體年輕世代之實質擴散效果仍有待進一步觀察。

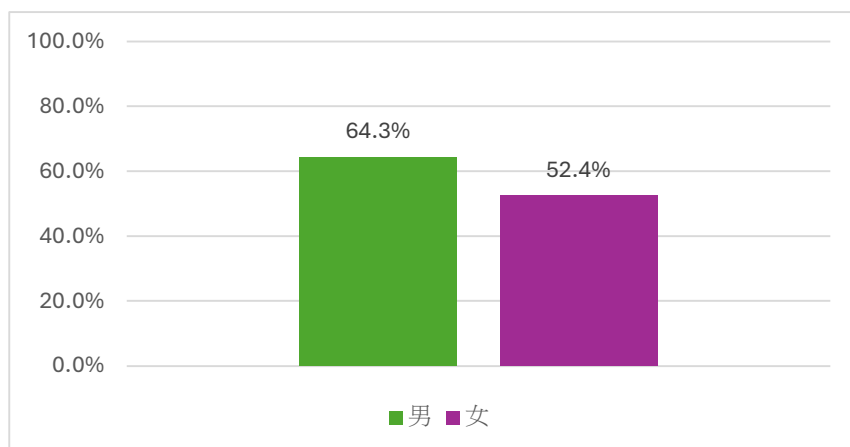


圖 5：各性別之性平影片觸及比例

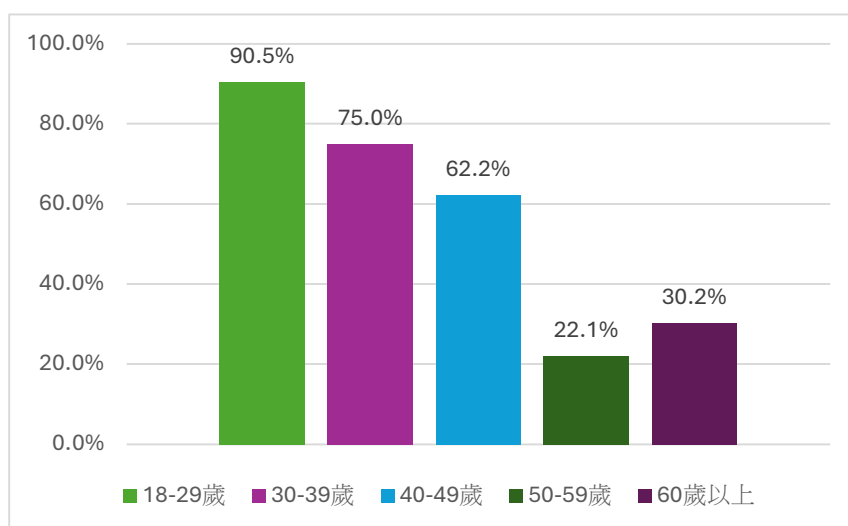


圖 6：各年齡層之性平影片觸及比例

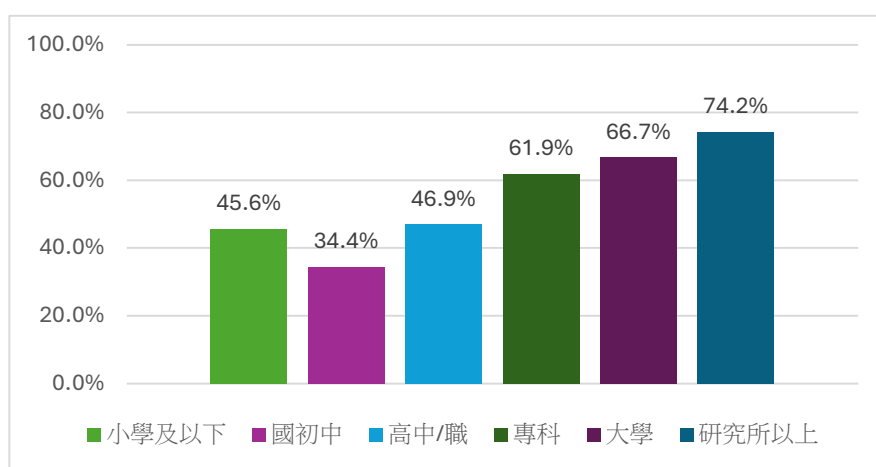


圖 7：各教育程度之性平影片觸及比例

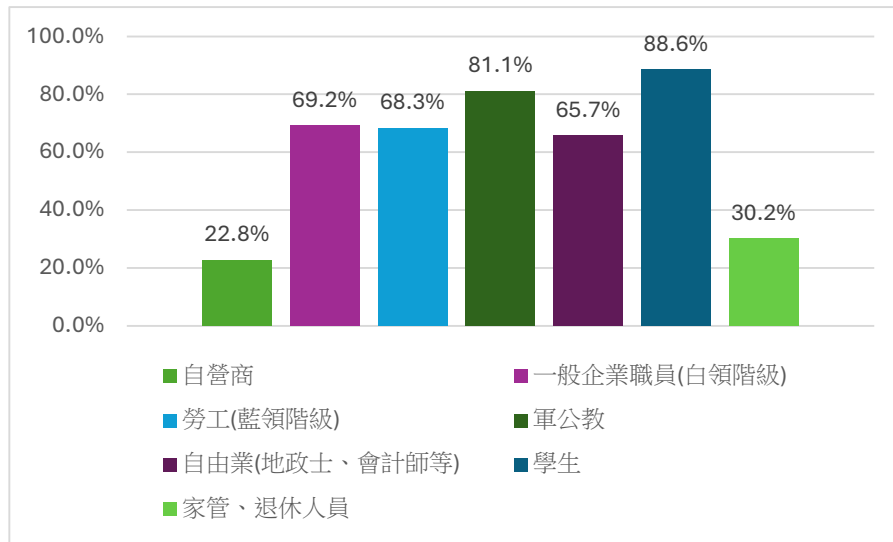


圖 8：各職業之性平影片觸及比例

肆、結論及建議

本次調查結果顯示，本市透過 5 家有線電視業者聯播之公用頻道播送性別平等影片，內容以政策宣導及性別平等觀念推廣為主，提供民眾接觸性平議題之管道，發揮公用資訊傳播功能。從民眾知悉度來看，有 44.2%受訪者知道高雄市公用頻道，顯示已建立一定程度之認知基礎，惟仍有 55.8%受訪者不知道，反映其整體能見度仍有持續提升空間。

在實際收視方面，曾收看公用頻道之受訪者中，有 59.0%表示曾看過性平影片，顯示公用頻道排播性平影片已具備基本觸及情形，然而整體民眾實際接觸狀況仍受限公用頻道收視規模。

進一步觀察發現，不同性別、年齡、教育程度與職業別族群，在公用頻道知悉情形、收視情形與性平影片接觸情形尚均存在差異。其中男性在公用頻道知悉度與收視情形上均高於女性，而年輕族群雖接觸性平影片之比例較高，但實際收視人數相對有限。相關差異可作為後續公用頻道宣傳與影片排播方式之參考，以提升不同群眾接觸相關資訊之機會。

綜合以上分析結果，為提升公用頻道及性平影片之整體觸及情形，建議可朝向三個方向精進。首先，提升民眾對公用頻道之知悉度，持續透過多元宣傳方式，強化公共服務平臺之能見度；其次，強化性平影片之曝光機會，可研議於固定時段安排播出，或於節目間適時增加播放頻率，提高民眾接觸性平宣導內容之機會；最後，鼓勵提供多元主題與形式之宣導素材，考量公用頻道影片來源除政府機關、學校等單位外，亦包括社會大眾所提供具公益性、藝文性、社教性之影片，建議持續鼓勵提供更多元之性平宣導素材，透過不同主題、觀點與表現形式，吸引不同族群關注。