

## 臺北市府性別影響評估表

方案名稱：2 分鐘電視宣導短片

方案執行期間：101 年度 7-12 月

檢視局處：臺北市府觀光傳播局

填表人姓名及聯絡方式：江春慧/27287577

填表日期：102 年 1 月 31 日

檢視面向	題項（問）		檢視結果（答）
一、目標：明確定義目標對象及預期成效。	1	該方案目標是什麼？對於促進性別平等有何正面影響？是否可去除過去性別不平等相關的障礙？	1. 本案目標為藉由製作觀光議題短片，適時傳遞觀光資訊予目標群眾，促進臺北觀光效益。 2. 本案規劃已將「性別平等」中「破除性別刻板印象」元素納入拍攝內容，在企畫時即呈現不同年齡層之女性、男性等角色表現，有助促進性別平等。
	2	誰是該方案預期受益者？男女比例約多少？是否有因應不同性別族群之需求？	1. 宣導短片之目標群眾為 <u>年紀較輕</u> 之大臺北地區民眾，對服務不同性別之需求並無特別區分。 2. 依本府主計處統計，100 年度臺北市人口男女比例為 48.146% 比 51.854%，本案可滿足不同性別需求。 <u>另依交通部觀光局「國人旅遊狀況調查」資料顯示，國內 12 至 39 歲旅遊人口比例為 48.3%，本案以二位年輕男女為主角，希望可對應較年輕族群的需求。</u>

二、資料蒐集：性別統計資料、調查研究等。	3	有無充分諮詢、整合預期受益者（包含不同性別）、性別相關團體／專家學者對於該方案的意見？	本案於企畫及拍攝階段並未邀請相關團體或專家學者，將於明年度時邀請上述團體或專家提供意見。
	4	規劃該方案前，有無蒐集依性別、族群、身心障礙、社經地位、年齡、宗教或性傾向等分類的資料和統計數據？	<p>1. 依性別分類，100年臺北市男女比例為48.1比51.9。</p> <p>2. <u>根據交通部觀光局100年「國人旅遊狀況調查」資料，以年齡區分，12-39歲所占比例為48.3%，以性別觀察：國內旅次中，女性居多(52%)，另旅遊方式中以自行規劃行程比例最高，占88.3%。</u></p> <p>3. <u>根據廠商提供之媒體收視資料，20-40歲族群喜愛收看的電視節目類別，以「新聞類」、「無線類」、「戲劇類」及「綜合類」為主。</u></p>
	5	針對該方案事前曾做過其他哪些性別相關的準備工作？	<u>本案於舉辦工作會議時，針對劇情安排特別注意男女主角互動勿流於性別刻板印象之呈現。</u>
三、發展作法：依據性別主流化觀點，擬定計畫。	6	請問根據蒐集來的資料，該方案對於不同性別是否有不同的影響？若有，如何據此調整方案內容？	<u>本案以較年輕民眾為目標，考量國內旅遊人口中年輕年齡層所占比例約占一半左右，因此選擇二位年輕人為主角，並選擇以微電影形式拍攝，應能順應年輕族群的需求。</u>
	7	請問參與規劃、執行、評估該方案的人，是否具備性別平等相關認知／有沒有參與相關課程？	本案工作小組成員曾參與本府「性別平等」相關訓練課程包括性別主流化實務課程、性別影響評估工作坊及CEDAW法規檢視講習會等，對於兩性平權及性別平等均有充分認知。
	8	除了性別以外，規劃該方案時是否有考量到其他不同年齡、社經地位、族群等需求？	無

四、預算：把性別觀點整合到預算流程的各個層面當中。	9	該方案是否針對不同性別，或性別平等相關議題，特別編列預算？（若無，請跳第 12 題回答）	無
	10	特別及非特別編列預算的預算項目對於促進性別平等有何正面影響？（註 1）	
	11	前項預算編列或審核時，有無徵詢女性／性別相關團體的意見？	
五、傳播：如何將訊息傳達給不同背景的女性。	12	採用什麼方式傳佈該方案訊息給目標對象？有無針對不同背景的目標對象（包括不講本國語言的男女），採取不同的傳播方法？（註 2）	本案短片以微電影形式拍攝，並以電視播映為主，規劃安排於年輕族群較常收視之新聞及綜合頻道時段播放，另並安排於捷運月台層電視、網路，並運用粉絲團、部落格、App、Youtube 等管道播映或傳播相關訊息，希望能觸及更多年輕民眾。
	13	訊息傳佈過程有無避免具性別歧視意味的語言、符號或案例？	本案規劃同仁及工作小組經數次會議工作會議討論及審查，盡量減低性別歧視意味語言、符號出現之情形發生，並安排交不同以往刻板印象的劇情如：女主角情緒不佳時去棒球打擊練習場打球、女主角向男主角告白、男主角到龍山寺拜拜等。
六、提供服務：提供服務的作法是否能符合各種女性群體的需	14	不同女性群體取得該方案資源的難易度有何不同？有無配套措施可彌補這樣的差異？	本案以較年輕族群民眾為目標，短片播出也安排大眾普遍能夠取得之管道如捷運月臺電視、一般電視頻道及網路等，不同女性取得本案資源並無難度。
	15	有無結合其他政府部門、地方或全國性的民間組織，協助提供服務給目標對象？（若無，	無。本案明年度將規劃結合本府其他局處，於其所屬可播放影片之場館播放。

求。		請跳答第 17 題)	
	16	前項協助提供服務的組織，能否考量到各種使用者不同的需求？	未來於不同場館播放時，將視收視對象增加不同語版字幕，以滿足不同對象需求。
七、評估：實際執行情形是否符合前述各步驟並達預期效果，或有意外發展及成果。	17	有無進行使用者滿意度調查？前述調查是否能反映出不同背景之男女的意見？	本局 101 年度並無針對本案進行滿意度調查，但規劃網路線上調查，透過收視與旅遊行為、基本資料等交叉分析本案對不同族群的影響情形。
	18	是否邀請具性別觀點的學者、專家或代表不同群體的組織，協助監督方案？若有，監督過程有無聚焦在實際執行情形上？	本案今年度並未邀請具性別觀點的專家學者或團體協助監督方案。
	19	依據評估結果，該方案能否促進不同性別族群間的瞭解和接納？為什麼(請說明理由)？	本案以微電影形式拍攝，劇情安排女主角情緒不佳時去棒球打擊練習場打球、女主角向男主角告白、男主角到行天宮拜拜等破除性別刻板印象的內容，透過目標媒體管道傳播，希望可促進性別平等的發展。
	20	未來如何針對前述各題項，在性別面向上進行改進，以對不同性別均能發揮最大效益(請註明題項編號及改進方式)？(註 3)	<p>題項 7：</p> <p>本案相關工作小組成員於規劃時具有「性別平等」敏感度並曾參加相關課程訓練。</p> <p>題項 12：</p> <p>未來本案內容如涉及更多性別平等議題或不同族群對象，本局將加強結合社會局、民政局等相關單位之資源協助或宣導。</p>

註 1：例如，促進兩性平等就業機會、平等受教機會等。

- 註 2：例如，結合其他政府部門、地方或全國性的民間組織，協助把訊息帶給目標對象，或透過連結女性經常使用的網站如求職網站等，傳遞訊息。
- 註 3：例如，有無特定團體比其他團體受益更大？如果有，如何處理這種不均衡的狀況？是否有蒐集其他資訊的需求？對照這次經驗，目標對象或指標是否需要調整？未來需要多告知誰相關資訊？應該如何呈現資訊才能有效溝通？