收文編號：1150007851

議案編號：311110243620000

立法院議案關係文書

（中華民國41年9月起編號）
中華民國115年10月28日印發

院總第 31 號　政府提案第 11024362 號

案由：客家委員會函，為 115 年度中央政府總預算決議，檢送決議（一）及（四）預算凍結書面報告，請查照案。

客家委員會函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 115 年 10 月 14 日

發文字號：客會傳字第 1156800526 號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨

主旨：有關大院審議 115 年度中央政府總預算案，請本會及所屬針對通過決議第（一）項「媒體政策及業務宣導費」1,000 萬元及第（四）項「藝文傳播推展」50 萬元，併案凍結新台幣 1,050 萬元，向大院內政委員會提出書面報告後，始得動支一案，檢陳解凍書面報告 1 份，請察照。

說明：依據 115 年 9 月 18 日華總一經字第 11500092741 號總統令公布中華民國 115 年度中央政府總預算案審查總報告（修正本）辦理。

正本：立法院

副本：立法委員王鴻薇國會辦公室、立法委員廖先翔國會辦公室、立法委員張智倫國會辦公室、立法委員王美惠國會辦公室、立法委員張宏陸國會辦公室、立法委員徐欣瑩國會辦公室、立法委員邱鎮軍國會辦公室、立法委員黃捷國會辦公室、立法委員蘇巧慧國會辦公室、中國國民黨立法院黨團、民主進步黨立法院黨團、立法院內政委員會

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元，就下列各案併案凍結 1,000 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第一項之 1】**

提案委員：王鴻薇／廖先翔／張智倫

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元，較 114 年 4,131 萬 8 千元增加 6,227 萬 7 千元(66%)。惟 114 年度媒體政策及業務宣導之執行情形表所設定的評核指標及預期成效，僅顯示「加強宣傳推廣」、「推廣」活動，不只沒有「投入型」或「產出型」指標(如評核指標雖設定為觸及數字或篇數)，更無連結「政策推廣成效」或「民眾認知度提升」等核心成果指標，宣傳成效有待審酌。為落實財政紀律，爰凍結該項預算，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

一、 本會 115 年編列媒體政策及業務宣導經費為 1 億 359 萬 5,000 元)，較去年增加 6,227 萬 7 千元（增幅 66%)，政策宣導費辦理項目除既有宣傳客家文化活動外，今年度另新增「客家影像故事徵件」、「客庄市場好好玩」、「水與客庄」及「客家人物故事繪本」等宣傳計畫，期透過多元媒體影音媒介持續露出客家動人故事，提升客家語言文化及聲望並推動客家語言文化永續傳承。

二、 115 年預算另編列辦理「客家語言聲望族群行銷社會議題實驗(行動）事件」及「跨域進行臺灣客家國際交流」，期擴大語言復振公共參與，提升客家語言文化及聲望。讓主流社會影音媒體、戶外多元通路聽見客語、行銷臺灣客庄人文意象，吸引觀光客來臺等，皆需搭配線上線下多管道傳媒計畫以達宣傳目的。

三、 114 年媒體政策及業務宣導執行情形除以觸及數字或篇幅評核預期成效外，本會亦曾就投放過之廣告進行效果調查後測。114 年 3 月曾以 113 年 12 月投放「1228 全國客家日」形象短片為例進行調查，瞭解居住於臺灣地區年滿 18 歲以上者對全國客家日廣

告的認知度、客委會品牌的好感度及其對該廣告的相關評價。據報告，廣告與品牌連結率 54.2%、廣告品牌(客委會)好感度 69.7%、廣告偏好/喜好度 70.5%及廣告理解/清楚度 77.1%；另根據該報告之廣告效益評估，廣告播放確實帶來成效，在各項指標數值亦皆較高，顯見政策推廣成效及民眾認知度仍仰賴媒體傳播提升正面記憶度及好感度。

四、 承蒙大院一直以來對客家事務的大力支持，客語及客家文化亦亟需仰賴多元媒體影音媒介多加宣傳，以讓客家被看見。有關「客家委員會及所屬」之「媒體政策及業務宣導費」，敬請同意動支。

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元，就下列各案併案凍結 1,000 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第一項之 2】**

提案委員：廖先翔／王鴻薇／徐欣瑩

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元。經查，客家委員會編列媒體政策及業務宣導預算規模近年呈現顯著增長趨勢，然而，觀察其實際執行成效，雖然媒宣經費投入不斷增加，但實際成效不彰，顯示其媒宣策略未能有效達成語言復振之核心目標。此外，客家委員會經營之數位媒體平台成效不一，如部分網路影音平台相關影片觀看次數極低，即便製作精緻但觸及率明顯不足。進一步檢視其勞務委外招標情形，媒宣案件有過度集中於特定廠商之嫌，金額高達數千萬元至上億元，恐損及公平競爭原則並有圖利特定媒體之負面社會觀感。為落實預算監督精神，促使機關重新檢討媒體政策及業務宣導效益與資源分配之適切性，避免政府資源虛擲，爰凍結該項預算，俟客家委員會及所屬於 3 個月內，針對「具體績效指標改善、媒宣策略調整」，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

一、 本會 115 年編列媒體政策及業務宣導經費為 1 億 359 萬 5,000 元，辦理項目除既有宣傳客家文化活動外，今年度另新增運用數位科技、社群內容和跨領域轉譯，帶動國際客流和觀光動能，以多元形式重新呈現客家文化，讓更多人容易理解、親近與參與。

二、 為推動客家文化於網路、新傳播科技媒體等通路整合行銷傳播，本會編列 18,139 千元之經費除運用於臉書及 YouTube 之經營推廣外，尚包含 IG、Line 群組推播等項目。截至今(115)年 9 月 29 日止，客委會臉書粉絲數量為 11 萬 1,907 人；相較 111 年 1 月粉絲數量的 8 萬 4,819 人，成長近 32%。近期貼文瀏覽次數較佳者包含：115 年 5 月 9 日發布「客家幣 2.0 特約店家招募中」

(瀏覽數：62 萬 362、觸及數：40 萬 6,757) 、115 年 5 月 7 日發布「海內外客家後生交流營報名」(瀏覽數：42 萬 8,700、觸及數：22 萬 3,159) 等。

三、 截至今(115)年 9 月 29 日止 YouTube 訂閱者為 11,200 人；相較 111 年 1 月之本會 YouTube 訂閱者 5,330 人，亦成長逾 110%。彙整近期影片觀看數較佳者包含：114 年 12 月 8 日發布「客家影像故事徵件 Action 拿起鏡頭，拍出屬於你的客家故事！」(觀看數計：90 萬餘次)、114 年 12 月 24 日發布「客家幣讓你更接近客家」(觀看數計：31 萬餘次)、114 年 4 月 17 日發布「2025 桐花祭」(觀看數：27 萬餘次) 等。綜上，足見網路社群平臺之民眾關注度及討論熱度逐年具顯著成長。

四、 另有關媒宣案件並無委員所指過度集中於特定廠商之情事，本會業依 114 年立法院涉政策宣導費通案決議，115 年預算案 (以 114 年執行數暫估)，每 1 家企業媒宣費估計 414 萬元內(全會媒宣費 10%)，媒體公司估計 207 萬元內(全會媒宣費 5%)。115 年現行採購案涉媒宣費者，包括 2026 年電視廣告託播案每 1 家經費 400 萬元(貝立德、宏將)、2026 社群媒體營運案經費 410 萬元(睦晨)及 2026 年客家文化多元傳播案每 1 家經費 200 萬元(民視、年代、康坦)等，均符合其規定。

五、 承蒙大院一直以來對客家事務的大力支持，客語及客家文化亦亟需仰賴多元媒體影音媒介多加宣傳，以讓客家被看見。有關「客家委員會及所屬」之「媒體政策及業務宣導費」，敬請同意動支。

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元，就下列各案併案凍結 1,000 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第一項之 3】**

提案委員：王鴻薇／廖先翔／張智倫／邱鎮軍

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元。有鑑於 115 年度媒體宣導費總額高達 1 億 0,359 萬 5 千元，較 114 年度的 4,131 萬 8 千元增加 150%，亦較 112、113 年度增加三成以上，在客家委員會 115 年度整體預算減編二成五(10.48 億元)的前提下，為避免政府公器私用及浪費公帑，本項媒宣費應予適當調整，並請客家委員會說明 115 年度媒體政策及業務宣導費大幅增加之原因，以及各項執行內容評核指標之觸及人數差異甚大之原因。爰凍結該項預算，俟客家委員會及所屬於 1 個月，內向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

一、 本會 115 年度編列「媒體政策及業務宣導費」1 億 359 萬 5,000 元，較 114 年度增加 6,227 萬 7,000 元（增幅 66%），主要係除持續宣傳既有客家文化活動外，115 年度新增「客家影像故事徵件」、「客庄市場好好玩」、「水與客庄」及「客家人物故事繪本」等宣傳計畫，期透過多元媒體及影音媒介，持續呈現客家文化之多元樣貌與動人故事，提升客語及客家文化能見度與社會聲望，並推動客家語言文化永續傳承。

二、 有關各項內容評核指標觸及人數差異較大一節，主要係因各類媒體性質、操作方式及成效評估基準不同所致。例如電視託播係以總收視點作為評估指標；平面媒體係以報紙、雜誌等刊登則數計算；網路及新傳播科技通路則以網路媒體觸及數作為衡量基準；至於客家語言聲望族群行銷，則以事件行銷件數作為指標。相關指標均係依各媒體特性、預算規模及可達成效益推估訂定，符合不同媒體之實際運作方式及社會大眾對傳播成效之認知。

三、 115 年度各項宣傳案預估可達成電視總收視點 3,500 點、平面媒體通路刊登 10 則以上、網路及新傳播科技媒體等通路整合行銷傳播觸及數 2,000 萬人次，並辦理客家語言聲望族群行銷社會議題實驗行動至少 1 件。透過不同媒體通路分眾推廣，可擴大客語及客家文化於主流社會之觸及與影響，對提升客家語言文化能見度及推動文化傳承具有重要效益。

四、 承蒙大院一直以來對客家事務的大力支持，客語及客家文化之推廣，亟需持續運用多元媒體及影音通路加強傳播，方能讓客家被看見。有關「客家委員會及所屬」之「媒體政策及業務宣導費」，敬請同意動支。

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元，就下列各案併案凍結 1,000 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第一項之 4】**

提案委員：張智倫／王鴻薇／廖先翔

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算「媒體政策及業務宣導費」編列 1 億 359 萬 5 千元。經查，客家委員會於 112、113 年度之整體媒宣費分別編列 7,886 萬元及 7,967 萬餘元。然而，115 年度預算不僅未見撙節，更進一步攀升至 1 億 0,359 萬 5 千元。政府宣導經費理應力求撙節、避免浮濫。但客家委員會之媒宣費連年大幅上升、居高不下，實際宣傳成效卻備受質疑。依據歷年決議中明確指出， 客家委員會所經營之 YouTube 頻道部分系列影片觀看次數極低，影片雖製作精緻，惟觸及率屬實不高；顯見暴增的媒宣經費並未能有效反映在實質的民眾觸及率與客語推廣效益上。為避免公帑淪為無效之大內宣，並落實預算撙節原則，爰凍結該項預算，俟客家委員會針對「媒宣費連年大幅攀升之必要性與經費支用細目」以及「如何提升各項新媒體（如 YouTube 等）宣傳效益」於 1 個月內，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

一、 本會 115 年度編列媒體政策及業務宣導經費 1 億 359 萬 5,000 元，較 114 年度增加 6,227 萬 7,000 元，增幅約 66%。主要係因本會過去宣傳重點多側重客家文化活動推廣，近年則進一步以多元形式重新詮釋客家文化，透過影音、社群、數位及跨媒體通路，使主流社會得以聽見客語、看見客家，吸引更多民眾理解、親近並參與客家文化，進而將客家文化轉化為新世代願意接觸、分享與體驗的內容，並推向國際，帶動國際客流與文化能見度。

二、 以 YouTube 影片觸及成效而言，本會 114 年度執行之 3 波段宣傳，包括「2025 桐花祭」、「2026 客家影像徵件」及「客家幣」等，皆以客語為主要語言，累計觀看數達 148 萬次；另透過

Facebook、Instagram、LINE 及各大新聞網站等多元通路露出，影片整體曝光數超過 1,800 萬次，有效將客家語言、文化及相關活動推廣至社會大眾。

三、 至於部分影片觀看數較低一節，經查係因本會宣傳經費本於撙節原則辦理，未逐案進行廣告推播，而係以素材內容本身之吸引力，透過民眾主動於多元社群媒體轉傳、分享及擴散，故自然流量較為分散，未集中於單一平台或單一影片。為使優質、精緻之客家文化宣傳素材能觸及更多客家鄉親及社會大眾，仍有賴委員支持本會媒體政策及業務宣導費之編列。

四、 承蒙大院一直以來對客家事務的大力支持，客語及客家文化之傳播，亟需持續運用多元媒體及影音媒介加強推廣，方能提升客家於主流社會及國際間之能見度與影響力。有關「客家委員會及所屬」之「媒體政策及業務宣導費」，敬請同意動支。

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 5 目「藝文傳播推展」編列 15 億 7,441 萬 8 千元，就下列各案併案凍結 50 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第四項之 1】**

提案委員：王美惠／黃捷／蘇巧慧

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 5 目「藝文傳播推展」編列 15 億 7,441 萬 8 千元，辦理「台灣客流文化造浪計畫」。客家委員會 115 年度新增辦理「台灣客流文化造浪計畫」，其辦理項目與過去「客家藝文發展計畫」高度相同，使人無從知道目標及具體「造浪」措施，其中如編列 6.35 億元，捐補助辦理客家電視頻道等項目，但據調查，客庄地區民眾對客家電視台「節目有趣」與「內容豐富」的認同度分別為 29.30%、26.2%，反而低於全體台灣民眾的 40.55%、42.2%，顯示對客庄地區民眾傳播效果仍有待加強。爰此，凍結該項預算，俟客家委員會於 1 個月內，就「台灣客流文化造浪計畫」與過去「客家藝文發展計畫」等類似計畫之異同，具體「造浪」措施為何、其目標與所預達成之效果與與舊計畫相比之優勢，及如何提升客庄地區民眾對客家電視台節目認同度，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

一、 「台灣客流文化造浪計畫」具體措施

（一） 傳承與創新永續客家文化生命力，辦理深耕客庄藝文發展及文化力計畫，提升客庄藝文能量，推展客家文化力，受理補助「客家文藝研習」、「客家文藝展演」及「客家節慶」等活動推廣。

（二） 普及客家藝文創作打造客家藝文品牌，辦理客家文化藝術向下扎根計畫，如傳統精緻大戲、收冬戲、客家合唱比賽、歌謠觀摩賽及親子劇等推動客家藝術演出活動，客家藝文團隊輔導及推動客家表演藝術永續發展，扶植客家藝文團隊及後生人，辦理客家藝術年度旗艦計畫，如桐花祭、全國客家日、客庄藝術季及打造客家藝文品牌等活動。

（三） 客家影視內容開啟國際客流新視界，開發臺灣客家原創故事

題材，製播旗艦型客家影視特色作品，鼓勵影視產業界投入客家文本創作，發掘潛力作品改編轉譯影視 IP，結合商業平臺資源（含新媒體），融入客家語言、文化、旅遊、音樂等元素，用心製播客家特色內容之精采影視作品。

（四）跨世代培育養成客流音樂人才，推動 H-POP 客流音樂計畫，從音樂創作多面向發展，扶植保護新銳歌手及原創作品，開發數位新媒體市場，導入民間資源與媒體產業團體公司合作，甄選、培育、形象包裝、行銷推廣，育成客家影視傳播人才，辦理系列人才培育課程及活動。

（五）跨域行銷客家語言文化領航國際客流風潮，透過新傳播科技媒體通路整合行銷宣傳，建立客家社群平臺、電子媒體通路行銷推廣、海內外事件行銷及代言活動等事宜。

二、「台灣客流文化造浪計畫」預期目標

（一）多元推廣藝文展演，厚植客家文藝復興能量，提升表演藝術欣賞人口。

（二）建構影視音文化內容產業體系，打造國際客流文化經濟力。

（三）打造數位客流產業傳播平臺，領航世代青年客流文化活力。

（四）強化臺灣客家品牌新印象，帶動國際客流風潮。

三、如何提升客家電視台認同度:

（一）跨界內容創新:製作國際水準的戲劇與紀錄片，融入現代議題（如客語名人行腳、青春校園、職人劇），擴大觀眾群，以普世價值包裝客家精神，展現客家文化在當代社會多樣面貌。

（二）新媒體社群深耕:以數位轉型與社群行銷布局新媒體，增加短影音（如 YouTube Shorts）等多元渠道，讓客語自然融入日常生活。邀請客籍知名藝人、網紅參與節目或跨界合作，拉近與年輕世代的距離。

（三）向下扎根文化教育及認同，深化地方連結，推廣校園客語生活合作，成為客家電視節目之生活素材，從小扎根語言與文化認同，加強與地方客庄、社團的互動，報導地方創生與返鄉青年故事，強化地方認同感。

四、 綜上，客家藝文傳播推展亟需持續透過多元藝文展演、影視音創作及跨媒體行銷等方式，深化客家文化傳承與創新，提升民眾文化認同及客家文化能見度。有關「客家委員會及所屬」歲出預算「藝文傳播推展」凍結經費，敬請同意動支。

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 5 目「藝文傳播推展」編列 15 億 7,441 萬 8 千元，就下列各案併案凍結 50 萬元，俟客家委員會向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。**【通過決議第四項之 2】**

提案委員：張宏陸／王美惠／蘇巧慧

提案內容：

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 5 目「藝文傳播推展」編列 15 億 7,441 萬 8 千元。「講客廣播電臺」作為國家級客家廣播頻道，肩負傳承客語文化及傳遞公共資訊之重任；惟實務上，許多偏鄉及山區客庄長期面臨廣播收訊不佳、頻段易受干擾或訊號涵蓋率不足等問題。考量偏鄉客家聚落多為高齡長者，其獲取資訊之管道高度仰賴傳統廣播，收訊死角不僅致使在地長輩無法順利收聽客語節目，更嚴重影響客家鄉親之文化近用權與城鄉資訊平權。為確實保障偏鄉客庄之收聽權益，發揮傳播資源最大效益，爰凍結該項預算，俟客家委員會於 3 個月內，督導客家公共傳播基金會，針對偏鄉客庄廣播訊號死角盤點及具體改善計畫（如增設轉播站或優化發射功率之規劃），向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

茲報告如下：

「講客廣播電臺」全國轉播站共 10 站，含竹子山站(北北基桃)、新竹站(南桃竹苗)、三義站(苗栗中彰投)、關子嶺站(雲嘉南)、中寮站(高屏)、宜蘭站(宜蘭)、鯉魚山(花蓮)、台東站(台東)、補隙站點大湖、舞鶴站，考量國姓鄉、埔里等訊號較弱地區，已規劃增設補隙站；另同步辦理台三線（三灣、獅潭等客庄）收訊強度調查，以利後續增設或調整站點規劃。綜上，針對客庄電波涵蓋陰影區，除賡續評估增列補隙站點或與其他 FM 頻道合作外，並精進加強推廣移動數位裝置 APP(官方講客 app)，並與第三方 app(如：tunein、applemusic)等網路廣播串流平台合作，拓展講客廣播電臺數位平台收聽廣度。有關本項凍結預算，敬請同意動支。

收文編號：1150008137

議案編號：311110244500000

立法院議案關係文書

（中華民國41年9月起編號）
中華民國115年10月28日印發

院總第 31 號　政府提案第 11024450 號

案由：客家委員會函，為 115 年度中央政府總預算決議，檢送決議（二）「綜合規劃發展」預算凍結 50 萬元書面報告，請查照案。

客家委員會函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 115 年 10 月 16 日

發文字號：客會綜字第 11560011141 號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨

主旨：有關大院審議 115 年度中央政府總預算案，請本會及所屬針對通過決議第（二）項「『綜合規劃發展』編列 1 億 6,597 萬 5 千元，併案凍結 50 萬元」向大院內政委員會提出書面報告，始得動支一案，檢陳解凍書面報告 1 份，請察照。

說明：依 115 年 9 月 18 日華總一經字第 11500092741 號總統令公布 115 年度中央政府總預算案審查總報告（修正本）辦理。

正本：立法院

副本：立法委員張智倫國會辦公室、立法委員王鴻薇國會辦公室、立法委員廖先翔國會辦公室、立法委員王美惠國會辦公室、立法委員黃捷國會辦公室、立法委員蘇巧慧國會辦公室、立法委員張宏陸國會辦公室、立法委員李柏毅國會辦公室、立法委員林月琴國會辦公室、立法委員徐欣瑩國會辦公室、中國國民黨立法院黨團、民主進步黨立法院黨團、立法院內政委員會

附件 1

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 2 目「綜合規劃發展」編列 1 億 6,597 萬 5 千元。115 年度新增「客家族群多元發展計畫」，該計畫強調「族群主流化」。然而，過去補助多集中於客家文化重點發展區（如苗栗、屏東），新北市作為擁有眾多客家人口的都會區，在「地方客家發展計畫」中獲得的資源比例常不如預期。鑑於「客家族群多元發展計畫」為新興計畫，為確保都會區客家鄉親權益，爰凍結該項預算，俟客家委員會於 3 個月內，針對「新興計畫針對非客家文化重點發展區之資源分配機制及明細」，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(二)項第 1 點】茲報告如下：

一、本會「客家族群多元發展計畫」中長程個案計畫，係以客家知識體系多元發展、客家政策多元發展及全球客家多元發展三大構面，落實客家族群主流與多元發展。

二、114 年度「地方客家發展計畫」共有 14 個直轄市、縣（市）政府參與評核，評核結果由臺中市政府獲得特優獎金 200 萬元、桃園市政府獲得優等獎金 100 萬元，高雄市政府及新北市政府獲得甲等獎金 50 萬元。此計畫係鼓勵各地方政府以族群主流化思維整體規劃及推動客家事務，並兼顧客家文化重點發展區及都會客家之發展需求，合理配置補助及資源，期透過中央與地方雙軌合作，有效推動客家語言傳承及多元文化發展。

三、有關委員所提，本會新興計畫針對非客家文化重點發展區之資源分配機制說明如下：

(一)推辦伯公照護站計畫：

1、本會經綜整地方政府及民眾所提「客家社區」範疇，將「客家社區」通曉客語人口比率由 50%降為 30%，故 115 年度伯公照護站實施計畫受理非客家文化重點發展區

之「客家社區」已增加至 18 個縣(市)、55 個鄉(鎮、市、區)、103 個村里。未來會依實際執行狀況滾動修正，以補強偏遠或資源不足客庄之資源運用。

2、114 年執行中站點未符 115 年申辦資格者(非客家文化重點發展區)，增列例外情形(每站 2 萬元)，以鼓勵持續提供客家文化加值服務。

(二)本會「客家知識體系發展獎勵補助計畫」亦獎勵補助非客家文化重點發展區之大學院校從事與客家學術有關之調查、研究、保存，以及開設客家通識課程，促進客家學術研究發展與培植客家知識體系人才。

(三)本會「推動客語深根服務計畫」補助轄內無客家文化重點發展區之直轄市、縣（市）政府，營造母語社區及公共領域客語學習環境，提升民眾客語使用意願與能力，並以增進政府機關（構）、學校、公用事業及民間企業以客語提供公共服務之能力為審查考量。

(四)本會「推行公事客語無障礙環境補助計畫」補助非客家文化重點發展區之國內公私立機關（構）及團體，辦理客語口譯、通譯、臨櫃服務及播音等業務，促進客語重返公共領域。審查時將衡酌計畫可行性及實質效益，申請地區屬客家文化重點發展區者，得列為優先補助之參考。

(五)本會「提升客語社群活力補助計畫」補助非客家文化重點發展區之單位，辦理客語社區營造、研習活動、教材編製或出版及推廣資訊系統等，促進客語傳承與推廣，並以計畫對客語傳承或推廣之影響及內容具體可行性為審查標準。

（六）本會「客庄區域發展暨綠生活環境營造計畫」屬競爭型補助計畫，因中央政府財源大幅減列，115 年度補助經費優先支應以前年度已核定案件，爰未受理新案申請。116 年度及以後年度，非客家文化重點發展區之地方政府如有客庄環境營造需求，得依本會「客庄創生環境營造計畫補助作業要點」提案，本會將視計畫內容酌予協助。

（七）本會「客家綠色產業永續創新發展計畫」屬競爭型補助計畫，補助民間團體及地方政府辦理多元產業推展活動，以提升客庄在地經濟動能，補助範圍涵蓋全國，包含非客家文化重點發展區。

（八）本會「臺灣客流文化造浪計畫」係屬全國性計畫，透過客家影視、流行音樂及文學等多元內容之創作與推廣，擴大客語使用及客家文化傳播，落實客家主流化及國際傳播目標，並非僅限客家文化重點發展區。另透過「客家文藝復興補助」、「藝文團隊補助」及影視、流行音樂相關補助計畫，鼓勵各地辦理客家文化推廣、藝術創作及展演，並結合電視、網路影音平臺及大型音樂活動等管道，提升客家文化之能見度及影響力。

四、綜上，倘本項預算遭凍結，將影響前揭計畫執行，建請同意動支。

附件 2

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 2 目「綜合規劃發展」編列 1 億 6,597 萬 5 千元，辦理「客家族群多元發展計畫」等業務。客家委員會推動「伯公照護站」，原係配合衛生福利部長照計畫，結合地方 C 級長照據點，提供客家族群長者長期照護服務，後轉型成為兼顧長照服務與客家文化語言傳承的據點。依客家委員會「115 年度推展伯公照護站實施計畫」，計畫實施範圍為客家文化重點發展區，及非客家文化重點發展區中的「客家社區」（常住人口生活使用語言仍有客語，且使用客語溝通人數占常住人口 30%）。然而，近年來長照人力普遍短缺，要找到具有客語溝通能力的人更是困難。爰此，凍結該項預算，俟客家委員會於 3 個月內，就具備客語溝通能力長照人力進行調查，採取鼓勵措施使其參與伯公照護站計畫，並研議客語照護人才之培育方案，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(二)項第 2 點】茲報告如下：

一、茲因 C 級巷弄長照站之照服員係衛生福利部業務範圍，而伯公照護站係本會與衛生福利部及縣市政府共同合作，在衛生福利部「C 級巷弄長照站」既有的長照服務功能（社會參與、健康促進、預防及延緩失能、共餐或送餐服務等）基礎上，由本會與地方政府分攤經費共同辦理，提供長者客家文化及老幼同樂等客家文化加值服務。

二、惟為提升客庄照服員之客語能力，本會推辦「客語深根服務計畫」，與縣市政府合作就地開辦客語課程，114 年新北市、苗栗縣及屏東縣計開辦 9 班共 150 人；115 年與新北市及新竹市開辦計 9 班共 135 人參與培訓課程，培訓長照人員客語能力，以提高長者照護服務品質。

三、綜上，敬請委員會同意動支本項經費，俾利本會業務順利推動。

附件 3

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 2 目「綜合規劃發展」編列 1 億 6,597 萬 5 千元。客家委員會近年積極辦理「伯公照護站計畫」。惟新北市客家人口數高居全國第二，卻因都會區特性致使居住型態較為分散；依客家委員會網站公告之「伯公照護站設置區域統計表」顯示，新北市難以達到該計畫規定「可使用客語溝通人口數占常住人口數比例達 50%」之設點標準，致使境內至今無伯公照護站之設置，相關照顧資源無法有效挹注新北市客家鄉親。爰凍結該項預算，俟客家委員會於 3 個月內，針對「都會區客庄伯公照護站困境」研議解決方案，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(二)項第 3 點】茲報告如下：

一、 因應 115 年 5 月 28 日立法院內政委員會部分委員要求，讓都會區散居之客家長者，也能受到伯公照護站之文化照顧服務，爰修正 116 年度推展「伯公照護站」實施計畫，讓全國 C 級巷弄長照站均得申請「伯公照護站」，俾利非客家文化重點發展區之客家長者亦有參與伯公照護站計畫之機會。

二、 本會於 115 年 7 月 20 日已函送申請計畫，請地方政府鼓勵客家社團申請成立 C 級巷弄長照站，或客家社團與鄰近 C 級巷弄長照站合作推辦客家文化活動，由 C 級巷弄長照站依「伯公照護站」計畫申辦，並請地方政府綜整後於 9 月 30 日前向本會提案申辦，以落實照顧客家鄉親之政策目標。

三、 綜上，敬請委員會同意動支本項經費，俾利本會業務順利推動。

附件 4

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 2 目「綜合規劃發展」項下「客家族群多元發展計畫」編列 1 億 6,597 萬 5 千元。一、有鑑於客家委員會推動伯公照護站政策於近年快速擴張，站點數量由 556 站增至 611 站，惟在站點持續增加之際，外界對於資源配置是否同步到位、服務品質是否維持穩定，仍有高度疑慮。雖客家委員會表示整體預算成長且單站補助未減，然目前尚缺乏具體且可驗證之服務品質評估機制，難以確認政策成效是否隨規模擴張而實質提升。此外，伯公照護站係建構於衛生福利部長照 C 級巷弄長照站既有體系之上，主要提供客家文化加值服務，其與既有長照服務之差異化定位與不可替代性仍未清楚界定，易引發資源重複投入及政策功能重疊之疑慮。二、另現行績效指標雖已轉向以服務人數為主，並達成 9,680 人之成果，但仍偏重量化指標，對於文化傳承效果、服務深度及長者實際受益情形等質化面向，尚未建立完整評估架構；至於偏遠或資源不足地區之補強策略，雖已放寬客語人口比例並擴大適用範圍，其實際政策效果亦有待進一步檢視。三、綜上，為確保資源有效運用及政策定位清晰，爰凍結該項預算，要求客家委員會於一定期限內提出完整檢討報告，針對伯公照護站相較長照體系之差異化功能與不可替代性、服務品質與質化評估機制、與衛生福利部等相關部會之權責分工及資源整合模式，以及偏遠及資源不足客庄之具體補強策略與成效評估進行說明，俟客家委員會及所屬於 3 個月內，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(二)項第 4 點】茲報告如下：

一、有關釐清伯公照護站與長照體系之差異性、不可替代功能及分工模式說明如下：

（一）差異性與不可替代性：長照政策係由衛生福利部負責統籌規劃，伯公照護站係本會與衛生福利部及縣市政府共同合作，在衛生福利部「C 級巷弄長照站」既有的長照

服務功能（社會參與、健康促進、預防及延緩失能、共餐或送餐服務等）基礎上，由本會與地方政府分攤經費共同辦理，提供客家文化加值服務（如客家文化及老幼同樂活動等）。

（二）資源共享，分工明確：結合現有部會資源，各司其職、分工明確。辦理伯公照護站，除可預防長者延緩失能外，亦能兼顧文化照顧部分，提供長者貼心適性之服務。

二、精進服務品質與質化評估機制說明如下：

（一）為了解各站點執行成效及落實輔導機制，本會已請地方政府編列輔導訪視費，以提升整體執行成效。

（二）已於 115 年在全國 45 個站點導入「繪本陪伴服務」，記錄長者生命故事，發展具客家文化特色之照顧模式；並由站點中選派 1 至 3 位擔任種籽成員參與培訓工作坊(6 小時）後，帶領長者一起創作，藉由滿意度調查評估質化成效。

（三）115 年度另規劃辦理 2 場繪本成果分享座談會，提供站點觀摩學習機會與建議意見交流，並持續透過滿意度調查評估政策成效。

三、針對偏遠與資源不足客庄提出之具體補強策略與成效評估說明如下：

（一）因應 115 年 5 月 28 日立法院內政委員會部分委員要求，讓都會區散居之客家長者，也能受到伯公照護站之文化照顧服務，爰修正 116 年度推展「伯公照護站」實施計畫，讓全國 C 級巷弄長照站均得申請「伯公照護站」，俾利非客家文化重點發展區之客家長者亦有參與伯公照護站計畫之機會。

（二）本會於 115 年 7 月 20 日已函送申請計畫，請地方政府鼓勵客家社團申請成立 C 級巷弄長照站，或客家社團與鄰近 C 級巷弄長照站合作推辦客家文化活動，由 C 級巷弄長照站依「伯公照護站」計畫申辦，並請地方政府綜整後

於 9 月 30 日前向本會提案申辦，以落實照顧客家鄉親之政策目標。

四、綜上，敬請委員會同意動支本項經費，俾利本會業務順利推動。

附件 5

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 2 目「綜合規劃發展」項下「客家族群多元發展計畫」中「業務費」辦理「國家客家發展計畫」、「地方客家發展計畫」編列 2,164 萬 9 千元，其中 800 萬元係為辦理「115 年度全國客家人口暨語言基礎資料調查研究」。經查，「全國客家人口暨語言基礎資料調查研究」屬跨年期計畫 115 至 116 年度），2 年預算估計共 1,600 萬元，較前次（110 年度）該項調查之決算數 940 萬元大幅增加約 70%。客家委員會雖說明係因應人力成本提升，並計畫新增手機抽樣調查及針對客家人口達 80%以上之村里進行深入分析等額外工項，但預算增幅過於顯著，且各項新增工項之必要性與具體預期效益尚未有詳盡之揭示。考量該調查預算編列之合理性仍有待商榷，為落實預算審核精神並促使機關覈實編列，爰凍結該項預算，俟客家委員會及所屬於 3 個月內，針對「調查計畫預算詳細估算及成果檢核指標」，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(二)項第 5 點】茲報告如下：

一、 本案總經費 1,390 萬元，較 110 年度調查決算數 940 萬元增加約 30%，經檢視本案經費增加主要係受近年整體市場環境變化影響，包括基本工資持續調升、調查訪員及相關專業人力成本增加，以及印刷、通訊、交通及行政管銷等執行成本提升。本案調查範圍涵蓋全國，涉及抽樣設計、樣本蒐集、訪員訓練與督導、資料檢核及統計分析等多項工作，為維持調查品質及抽樣設計之嚴謹性，並配合計畫期程如期完成，須投入足額且具專業性之人力資源，爰依實際執行需求覈實編列相關經費。

二、 此外，因應國內數位通訊型態持續變化，民眾使用市話情形逐年降低，且市話對年輕族群、租屋族及居住流動性較高人口之涵蓋程度有限，可能影響調查結果代表性，爰本

次調查將市話與手機抽樣比例由 110 年度「6：1」調整為「5：1」，以擴大不同通訊型態人口之涵蓋範圍。另本研究納入不同市話及手機抽樣配比之研究分析，研究團隊須就各配比方案之樣本代表性及調查可行性等面向進行比較評估，提出研究分析報告，作為後續調查研究之參據。考量手機樣本取得及調查執行成本較高，且本次新增不同市話及手機配比方案研究報告，相關經費係依調查方法、研究分析工作、樣本需求及實際執行成本覈實編列，以兼顧調查品質及經費效益。

三、 另考量過往全國性電話抽樣調查主要係掌握全國客家人口及語言使用情形之整體趨勢，惟受抽樣設計及樣本數限制，對於特定區域之人口結構、客家人口分布及語言使用等地方差異較難深入分析，爰尚非針對客家人口達 80% 以上之村里進行分析，而係選定具不同人口及客家發展特性之桃園市大園區、大溪區及新竹縣竹北市等地區，辦理村里層級深度調查，以實測村里為調查單位之可信度。

四、 為落實預算審核精神並確保調查品質及經費執行效益，本案已依調查目的及工作內容建立具體之成果檢核指標，在調查品質控管方面，依契約規定完成各階段所需之有效樣本數，並於調查完成後辦理資料檢核及抽樣加權，依性別、年齡、教育程度及地理區域等人口特徵檢視樣本結構及代表性，強化市話與手機混合調查之執行品質及資料正確性。

五、 在研究成果及政策應用方面，本次調查除掌握全國客家人口及語言使用現況外，並將與過往調查研究成果相互參照，以掌握不同世代間之差異及客家人口與語言使用情形之長期變化趨勢。相關調查資料於完成去識別化及相關程序後，將依個人資料保護及政府資料開放等相關規定，提供學術研究及政策分析使用，以延續調查資料之

研究價值，提升其公共應用效益。

六、 綜上，敬請委員會同意動支本項經費，俾利本會業務順利推動。

收文編號：1150007981

議案編號：311110243630000

立法院議案關係文書

（中華民國41年9月起編號）
中華民國115年10月28日印發

院總第 31 號　政府提案第 11024363 號

案由：客家委員會函，為 115 年度中央政府總預算決議，檢送決議（三）「客家語言發展」預算凍結 50 萬元書面報告，請查照案。

客家委員會函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 115 年 10 月 15 日

發文字號：客會語字第 1156700799 號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨

主旨：有關大院審議 115 年度中央政府總預算案，請本會及所屬針對通過決議第（三）項「『客家語言發展』編列 4 億 1,628 萬 5 千元，併案凍結 50 萬元，向大院內政委員會提出書面報告後，始得動支」一案，檢陳解凍書面報告（如附件 1－5），請察照。

說明：依據 115 年 9 月 18 日華總一經字第 11500092741 號總統令公布 115 年度中央政府總預算案審查總報告（修正本）辦理。

正本：立法院

副本：立法委員王美惠國會辦公室、立法委員王鴻薇國會辦公室、立法委員張宏陸國會辦公室、立法委員張智倫國會辦公室、立法委員黃捷國會辦公室、立法委員廖先翔國會辦公室、立法委員蘇巧慧國會辦公室、民主進步黨立法院黨團、中國國民黨立法院黨團、立法院內政委員會

附件 1

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 4 目「客家語言發展」編列 4 億 1,628 萬 5 千元。115 年度啟動新一期「客語活力提升計畫」，將關鍵績效指標（KPI）由過去的「通過客語能力認證成長情形」調整為「參與認證之報名人次」。鑑於單純「報名人次」恐僅代表活動參與度，未必能真實反映客語能力之實質提升與教學成效。此外，新北市各校推動客語教學需長期資源挹注。為避免預算縮水衝擊第一線教學現場，並確保績效指標之有效性，爰凍結該項預算，俟客家委員會於 1 個月內，就「新版 KPI 如何有效反映計畫成效」及「客語認證獎勵與沉浸式教學推動策略」，向立法院內政委員會提出書面報告後始得動支。【通過決議第(三)項第 1 點】茲報告如下：

1、 新版 KPI 如何有效反映計畫成效

(1) 客語能力認證係語言復振政策的重要基礎工作，其政策目標除提升民眾客語能力外，更重要的是擴大客語學習人口、提升社會參與及營造客語使用環境。考量語言能力養成具有持續性及累積性，民眾從接觸、學習、報名至通過認證，通常需經歷一定歷程，因此，「參與認證之報名人次」可作為衡量政策觸及範圍、民眾投入客語學習意願及參與情形的重要領先指標，亦為能力養成的重要前提。

(2) 至於客語能力之實質提升，仍將持續透過各級認證通過人數、通過率、各等級應試表現及相關教學推動成果等指標綜合檢視，作為評估政策成效及精進推動策略的重要依據。爰將 KPI 調整為「參與認證之報名人次」，並非以參與度取代能力提升，亦非忽略客語能力之培育，而係考量該指標更能反映政策推廣成效及民眾參與客語學習之廣度；至於能力提升及教學成效等中長期成果，仍將透過認證通過情形及相關成效指標持續追蹤評估。是以，「參與認證之報名人次」與「認證通過情形」分屬不同層次之政策績效指標，兩者相輔相成，

而非相互取代，共同反映客語復振政策之整體執行成效。

2、 客語認證獎勵與沉浸式教學推動策略

(1) 客語認證獎勵策略：

與地方政府合作，持續透過報名費補助、提供獎勵金及學校升學加分機制等，鼓勵學生、教師及民眾參與客語能力認證，提升客語學習誘因與持續投入意願。

(2) 沉浸式教學推動策略：

1. 推動客語沉浸式教學，以客語作為教學及溝通媒介語，於真實情境中提升學生自然使用客語能力。幼兒園及國中小學均以至少 50%以上客語使用比例推動教學，並結合在地文化資源，營造生活化學習情境。
2. 持續擴大辦理規模，客語沉浸式教學計畫已由 106 學年度 9 縣市 77 校(園)168 班，成長至 115 學年度 10 縣市 140 校(園)336 班；另全客語幼兒園亦由 111 學年度 1 縣市 2 所 8 班，成長至 115 學年度 5 縣市 10 所 28 班，顯示客語教學場域及參與量能持續提升。
3. 透過家庭、學校及社區共同參與，將客語學習由課堂延伸至生活場域，並結合數位教材、AI 輔助學習及少數腔調教材開發，提升學生客語聽說應用能力與文化認同感，逐步建構「隨處可說、隨處可學」之客語友善環境。

3、 綜上，本會調整 KPI 係由過去偏重「結果性通過數據」，擴展為更重視「語言參與人口基礎」及「客語使用環境建構」，並透過認證獎勵、沉浸式教學及數位資源等配套措施，整體提升客語學習動能與語言復振成效，有關「客家語言發展」項下客語活力提升計畫之「業務費」相關預算，敬請同意動支。

附件 2

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 4 目「客家語言發展」編列 4 億 1,628 萬 5 千元，辦理「客語活力提升計畫」。客家委員會為了傳承客家文化，並鼓勵民眾學習客語，115 年度編列 1 億 0,100 萬元，辦理客家各級認證與推廣。其中，非客籍人士參與客語認證，114 年度各級合格率分別為：基礎級 22.46%、初級 15.92%、中級 8.2%及中高級 6.47%，歷年來合格率大致維持如此水準。然而，非客籍人士報考人數卻呈現減少的趨勢，以初級客語認證為例，報考人數自 112 年度的 7,300 餘人，減少至 114 年度的 1,800 餘人。爰此，凍結該項預算，俟客家委員會於 1 個月內，就非客籍人士報考原因及報考人數減少進行分析，並研議提升其報考意願，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。【通過決議第(三)項第 2 點】茲報告如下：

1、 非客籍人士報考原因分析：

(1) 就業及學習需求帶動報考：非客籍人士因從事教育、社福、醫療、警消及公職等工作，考量業務服務需求或職涯發展，選擇報考客語能力認證，以提升語言能力及多元文化素養。另有部分民眾基於個人興趣、文化認同或支持本土語言傳承而參與認證。

(2) 政策推動及獎勵措施：近年配合客語為國家語言政策推動，中央及地方政府、學校與相關機關，積極辦理客語研習及提供認證獎勵，以提升各界人士參與意願。

2、 非客籍人士報考人數減少原因分析：

(1) 報考動機以短期需求為主：部分非客籍人士係因課程要求、獎勵措施或活動推廣而參與認證，取得證書後，持續進階學習及再次報考意願相對有限，致整體新增報考人數下降。

(2) 語言使用情境不足：非客籍人士於日常生活中接觸及使用客語機會有限，較難建立持續學習動機，亦影響其投入認證準

備之意願。

3、 提升非客籍人士報考意願：

(1) 強化生活化及實用性學習資源：針對非客籍學習者需求，發展生活化、情境式及數位化教材，結合線上課程、影音學習及互動式教材，降低學習門檻，提升學習便利性。

(2) 擴大跨領域推廣及應用場域：結合公務、教育、醫療、觀光及文化等領域，推動客語友善環境與應用場域，讓非客籍人士能實際感受客語使用價值，提升學習及報考動機。

(3) 持續辦理獎勵及團體推廣措施：透過學校、地方政府及民間團體推動團體報名、研習課程及獎勵方案，鼓勵非客籍民眾參與認證，並透過經驗分享與學習社群，提升持續學習意願。

附件 3

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 4 目「客家語言發展」編列 4 億 1,628 萬 5 千元，辦理「客語活力提升計畫」。客家委員會 115 年新增辦理「客語活力提升計畫」，惟是項計畫除揭櫫係為達成「建構完善客語基礎活力環境」、「提升多元在地客語活力校園」及「促進共存共融客語活力社區」等目標外，其辦理項目都與過去「客家語言深植計畫」相同，而按過去相關政策施行結果，台灣民眾自認客語口說偏流利者，從 60 歲以上的 71.30%，降低 11 至 19 歲的 10.80%與未滿 11 歲的 10.90%，顯見客語表達流利度隨著年齡而遞減，客家語言傳承面臨嚴峻挑戰。爰此，凍結該項預算，俟客家委員會於 1 個月內，就「客語活力提升計畫」之推動重點與措施，與過去計畫及差異與優勢，及如何比舊計畫更能提升客家青少年之客語表達能力，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。【通過決議第(三)項第 3 點】茲報告如下：

1、 「客語活力提升計畫」相較前期「客家語言深植計畫」，在「建構完善客語基礎活力環境」、「提升多元在地客語校園活力」及「促進共存共榮客語活力社區」三大面向更為深化推展，積極推進客語的數位科技應用，掌握客語保存、復振及推廣之契機。

2、 為提升客家青少年客語表達能力，相較於前計畫，「客語活力提升計畫」在建構完善客語基礎活力環境部分，將持續深化並豐富客語學習資源，以強化青年世代對於客語之學習動力；在提升多元在地客語校園活力部分，將擴展客語多元學習領域、辦理多元客語競賽活動、強化線上教學系統、提供支持性獎勵措施；在促進共存共榮客語活力社區部分，將持續深化家庭、社區客語使用意識，以促進客語世代傳承。

3、 客語為面臨傳承危機之國家語言，語言及文化復興的工作為整體社會責任，如今客語傳承在年輕世代出現嚴重斷層危機，為建立客家語言及文化永續發展機制，擴增校園客語使用情境，厚植客

語師資品質，創造青年世代講客有利條件，增加使用客語人數，敬請同意動支。

附件 4

115 年度客家委員會及所屬歲出預算第 4 目「客家語言發展」編列 4 億 1,628 萬 5 千元。為落實語言平權及搶救瀕危語言，「原住民族語言發展法」及「國家語言發展法」早已分別於 106 及 108 年公布施行；惟專屬客語傳承與推廣之「客家語言發展法」雖經多年研議，迄今仍未見具體進展，遲未送交立法院審查。考量客語面臨嚴重之世代傳承危機，亟需專法層級之穩固法源以建立長效、具強制力之推動機制，其立法進度實有延宕。為督促客家委員會加速完備法制化進程，爰凍結該項預算，俟客家委員會於 3 個月內，針對「客家語言發展法」之具體立法進度、時程規劃及相關配套措施，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。

【通過決議第(三)項第 4 點】茲報告如下：

1、 本會自 109 年起即積極研議「客語發展法」草案，為凝聚社會各界共識及完善草案內容，於 110 年 7 月辦理草案預告 60 日程序，並於預告期間辦理 10 場次公民論壇，廣泛蒐集各界對客語政策及立法方向之意見，據以修正草案內容，嗣於 110 年 12 月 30 日第 1 次函報行政院審議。後續本會持續依行政院及相關機關所提意見檢討修正草案，並於 112 年 1 月 4 日第 2 次函報行政院審議。行政院就草案內容召開 2 次跨部會協調會議，本會依協調意見持續檢視修正相關條文草案，於 113 年 4 月 3 日第 3 次函報行政院審議，行政院並於 113 年 4 月 18 日召開審查會議，持續就草案內容進行審議。

2、 復因考量「客語發展法」涉及國家語言保存、研究、推廣及傳承等整體語言政策，與國家語言相關法制及機關分工具有密切關聯，爰本會配合行政院通過「國家語言研究發展中心設置條例」草案已送請立法院審議，規劃成立「國家語言研究發展中心」作為推動國家語言保存、研究及交流之專責機構，因客語係屬國家語言，為避免相關法制間產生規範重疊或權責分工不一致情形，爰本會同步檢視現行「客家基本法」相關規定，修正第 11 條有關「捐助設立財團法人客家語言研究發展中心」之規定，並配合「客語發展法」草案，

整體檢視修正相關條文內容。

3、 為賡續推動「客語發展法」法制化進程，本會於 115 年 4 月 29 日將「客語發展法」草案併同「客家基本法」部分條文修正草案報請行政院審議，行政院於 115 年 7 月 23 日就上開 2 草案召開審查會議，本會業依會議決議進行修正，於 115 年 8 月 17 日將修正後之「客語發展法」草案及「客家基本法」部分條文修正草案陳報行政院，將配合進行後續相關程序。

4、 綜上，敬請同意動支本項經費，俾利本會業務順利推動。

附件 5

客家委員會及所屬 115 年度單位預算第 4 目「客家語言發展」項下原列新臺幣 4 億 1,628 萬 5 千元，辦理「客語活力提升計畫」。其中客語薪傳師制度係客家委員會推動社區客語傳習之核心機制，目前薪傳師開課率偏低，且人員年齡結構以中高齡為主，現行開班條件、行政作業、授課鐘點費及相關保障措施，尚待提出策進作為，影響薪傳師持續投入及年輕世代參與客語傳承之意願，爰凍結該項預算，俟客家委員會及所屬於 2 個月內，向立法院內政委員會提出書面報告後，始得動支。【通過決議第(三)項第 5 點】茲報告如下：

1、 有關現行客語薪傳師開課率偏低，本會策進措施如下：

(1) 減輕行政作業負擔：

現行客語薪傳師開班，主要係本會客語深根服務計畫補助地方政府開辦之課程，由各地方政府依規定辦理。針對部分薪傳師反映開班班數限制及核銷流程繁瑣意見，本會業函請地方政府於符合計畫經費運用及行政管理之原則內，放寬開班限制及簡化行政流程；本會並綜整比較 115 年度開放薪傳師申請補助之各縣市申請及核銷作法，提出行政作業簡化建議，函請地方政府酌予調整，包含精簡教學日誌填寫方式、調整檢附核銷照片張數、學員名冊檢附流程及建議無須檢附學員身分證字號等。

(2) 開設客語薪傳師增能課程：

為使客語薪傳師取得證書後，能持續增進傳習學能，本會針對甫獲客語薪傳師資格者，開設班級經營線上增能課程，協助客語薪傳師針對不同年齡層之學習需求，規劃課程並進行班級經營，提升其開班授課相關知能。115 年度培訓課程分為幼兒園及國中小場次，業於 8 月 4 日及 8 月 15 日辦理完竣。

2、 為廣納有志者投入客語傳承，提升年輕世代參與意願，本會將持續推展下列事項：

(1) 配合學生及公教人員客語能力認證班之推動，鼓勵各縣市政府開設客語相關課程，增加薪傳師授課機會。

(2) 強化甫取得薪傳師資格人員之開課銜接機制，協助其依類別（語言、文學、歌謠、戲劇）向各縣市政府申請開課。

(3) 本會相關計畫（如客語深根服務計畫、提升客語社群活力補助計畫、客語沉浸式教學計畫等）優先邀請客語薪傳師參與。

(4) 為拓展客語薪傳師授課機會，本會將持續結合地方政府建立相關支持措施與獎勵機制。