

國立教育廣播電臺

108 年目標聽眾收聽行為研究調查

研究報告摘要

國立教育廣播電臺自民國 49 年 3 月 29 日開播，始終堅持教育文化專業，除了臺北總臺，還有彰化、高雄、花蓮及臺東 4 個分臺，及遍佈全國 21 個臺站及 1 個節目中心，製播豐富多元的節目，提供教育文化資訊。經營目標為節目利基化、內容國際化、行銷分眾化與傳播全媒體化，期盼引領教育趨勢，成為最具影響力的國家教育專業電臺。

定位文教專業電臺，鎖定親、師、生為目標聽眾族群，108 年收聽調查欲瞭解電臺目標聽眾之收聽率、節目內容整體滿意度及對教育電臺節目規劃之意見等，作為教育電臺未來規劃之參考依據

本研究採取「多元方法」(multi-method)進行調查。第一部份：針對目標與核心聽眾採取量化訪問調查；第二部份：以焦點團體座談會(Focus Group Discussion)方式蒐集資料，匯整量化調查數據結論，邀請核心聽眾參加，提出相關看法及建議。

調查對象為過去一個月曾經利用各種平臺收聽廣播的親、師、生等目標聽眾及核心聽眾。

1.目標聽眾：「親」係指家中有學生之家長；「師」係指任教於幼兒園至研究所之教師；「生」係指國中至研究所之學生。

2.核心聽眾：定位為「家中有高中職(含)以下學生之家長」及「高中職(含)以下教師」。

第一部份採用電話調查與網路調查，合計完成有效樣本數(目標聽眾與核心聽眾)為 1,735 份，標規規定核心聽眾有效樣本數至少為 1,100 份，本次調查完成核心聽眾有效份數為 1,433 份，在 95%的信心水準內，整體抽樣誤差為 $\pm 2.59\%$ 。

第二部份採用焦點團體座談(Focus Group Discussion)方式蒐集資料，透過座談方式深入瞭解核心聽眾各項意見，共辦理三場(學齡前

小孩之家長與教師一場、國小學生之家長與教師一場與國中/高中學生之家長與教師一場)，每場 9 人，合計共 27 人。

研究發現如下：

一、廣播收聽行為

1. 收聽廣播頻率為平均每週收聽 3.64 天，收聽設備以「車用收音機/音響」比例較高(57.8%)，其次為「手機/平板」(48.0%)、「一般收音機/音響」(29.2%)與「電腦(桌上型/筆記型)」(21.6%)。
2. 使用「手機/平板」與「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播電臺節目的受訪者，收聽方式以透過「手機 APP 程式收聽(電臺官方 APP、集合型廣播 APP)」比例較高(58.2%)，其次為「電臺官方網站即時收聽」(35.9%)與「手機內建收音機頻道」(33.0%)。
3. 平日收聽時段，以「上午 7:00-7:59」比例較高(28.5%)，其次為「下午 5:00-5:59」(18.9%)、「上午 8:00-8:59」(14.4%)與「下午 4:00-4:59」(14.0%)。
4. 假日收聽時段，以「晚上 9:00-9:59」比例較高(10.7%)，有 24.3%的受訪者表示假日沒有收聽教育電臺廣播節目。
5. 平日平均收聽時數為 116.5 分鐘，約為 1.9 小時左右，假日平均收聽時數為 106.6 分鐘，約為 1.8 小時左右

二、收聽情境與節目類型

1. 收聽廣播原因以「有聲音陪伴」比例較高(59.1%)，其次為「放鬆心情」(38.2%)、「收聽即時新聞」(34.1%)、「可以跟著唱歌/聽歌」(33.4%)與「吸收新知」(30.8%)。
2. 收聽廣播地點以「自用車/貨運車」比例較高(57.4%)，其次為「家中/宿舍」(56.9%)、「工作場所」(19.7%)、「大眾運輸

交通工具(捷運/公車/客運遊覽車)」(13.7%)與「運動場所/戶外/公園」(7.4%)。

3. 收聽廣播情境以「開車」比例較高(50.6%)，其次為「休息時/有空閒時/無聊時」(31.6%)、「做家事」(25.4%)、「乘車/搭車」(24.1%)與「上網」(20.0%)。
4. 較常收聽的廣播節目類型以「音樂類」比例較高(65.1%)，其次為「新聞類(含路況報導)」(54.4%)、「生活資訊類」(28.8%)、「旅遊美食類」(15.6%)與「一般談話性節目」(14.8%)。

三、教育廣播電臺收聽經驗

1. 31.4%的受訪者最近一個月內有收聽過教育廣播電臺，其中30.6%的核心聽眾有收聽過，35.1%的目標聽眾有收聽過。
2. 沒有收聽教育廣播電臺節目的主要原因，以「習慣收聽其他電台節目」比例較高(41.1%)，其次為「不知道有這個電臺」(38.2%)與「工作場所沒有播放無法收聽」(12.6%)。其中核心聽眾與目標聽眾皆以「習慣收聽其他電台節目」與「不知道有這個電臺」的比例較高。
3. 沒有收聽教育電臺的受訪者，希望教育廣播電臺製作的節目類型以「教育趨勢」比例較高(56.8%)，其次為「兒童與青少年」(43.8%)、「生活綜合」(33.6%)、「音樂娛樂」(27.9%)與「多元文化」(23.9%)。
4. 收聽教育廣播電臺頻率為平均每週收聽 1.81 天。
5. 收聽教育廣播電臺節目原因以「吸收新知」比例較高(47.8%)，其次為「有想收聽的特定節目內容」(35.3%)、「蒐集特定議題資訊(教育、藝術或科普)」(28.7%)、「開廣播給小朋友收聽」(26.5%)與「習慣性收聽」(25.7%)。
6. 得知教育廣播電臺相關訊息的管道，以「切換廣播頻道時

聽到」比例較高(47.8%)，其次為「網路/部落客/親子社群推薦」(31.6%)、「親友/同事告知」(23.9%)與「學校/老師告知」(23.5%)。

四、對教育廣播電臺節目相關意見

1. 最常收聽教育電臺節目，以「文教新聞」比例較高(9.6%)，其次為「地球探險號」(7.0%)、「被遺忘的好聲音」(7.0%)、「教育行動家」(7.0%)與「教育新亮點」(6.6%)
2. 91.1%的受訪者對教育廣播電臺節目表示滿意，8.9%表示普通。其中有 90.9 的核心聽眾對教育廣播電臺節目表示滿意，92.5%的核心聽眾對教育廣播電臺節目表示滿意。
3. 偏好收聽教育議題以「家庭教育」比例較高(52.9%)，其次為「閱讀素養」(43.4%)、「多元文化」(43.0%)、「環境」(33.5%)與「國際教育」(32.4%)。
4. 排序第 1 最滿意教育廣播電臺聽的節目類型，以「教育趨勢」比例較高(27.9%)，其次為「兒童與青少年」(14.3%)、「生活綜合」(11.4%)、「多元文化」(10.3%)與「科普環教」(9.6%)。
5. 排序第 2 最滿意教育廣播電臺聽的節目類型，以「教育趨勢」比例較高(19.8%)，其次為「兒童與青少年」(13.5%)、「生活綜合」(13.1%)、「社會關懷」(9.5%)與「科普環教」(9.1%)。
6. 33.8%的受訪者表示沒有最不满意的節目類型，最不滿意教育電臺的節目類型以「音樂娛樂」比例較高(10.3%)，其次為「藝術人文」(7.4%)、「語言教學」(7.4%)、「科普環教」(6.6%)與「多元文化」(5.9%)。
7. 29.4%的受訪者有看過教育廣播電臺節目的網路直播，70.6%的受訪者表示沒有。其中核心聽眾有 26.5%看過教育

廣播電臺節目的網路直播，目標聽眾則有 41.5%看過網路直播。

8. 收看網路直播原因以「可以看到主持人或來賓」比例較高(56.2%)，其次為「可以看到更多畫面(像看電視節目)」(53.8%)、「可以直接跟主持人或來賓互動」(38.8%)、「喜歡/認同主持人(主持風格/外型)」(30.0%)與「主持人或來賓宣傳鼓勵觀看」(25.0%)。

五、 研究建議

1. 目標聽眾輪廓

量化調查發現核心聽眾，女性，35-39 歲，居住在新北市、臺北市、臺中市、高雄市與桃園市，大學學歷，家中常用語言為國語與閩南語，職業為教師與家庭主婦，平均每週收聽廣播為 3.64 天，其中教師任教學校以小學與國中的比例較高。此外，家中若有小孩，就讀學校以學齡前與國小的比例較高。

2. APP 與官網使用建議改善方向

- (1) APP(手機版)應增加介面分類與加強蒐尋功能，且有容易 BUG 與延遲的程式問題，應加強。
- (2) 評估官網(桌機版)與 APP(手機版)的頁面同步重點有哪些，可以瀏覽 data，透過 Google 來分析哪個 link 點了多少跟瀏覽時間，透過分析報表，找出二種版本的同步重點清單。
- (3) 透過 user 使用習慣重新排序跟模組化，當點閱數過高就自動往上移，或是用時間軸做管理，進行節目優先順序的排序，可按照重點做推播。

3. 節目製播建議方向

- (1) 增加主題-關鍵字的檢索，有相關連結或節目主題，除了關鍵字檢索外，建議新增補充教材或知識、相關圖像等。
- (2) 建議採用分眾經營的概念，針對不同平台(網路、廣播)，針對不同收聽習慣、不同收聽年齡的聽眾，推出符合需求的節目內容，像是家族頻道的概念。
- (3) 按照不同平臺聽眾的節目偏好，使用量的習慣跟時間軸的概念，進行推播。
- (4) 跨平台的合作模式，例如跟雜誌合作推廣教育相關議題或是親子議題，亦可以透過跟公共電視合作的方式，增加電臺知名度與節目收聽率。
- (5) 建議教育廣播電臺除了原有定位，製播符合親師生收聽節目之外，應持續建立終生學習形象，以服務更多聽眾。

4. 聽眾服務與活動建議方向

- (1) 提供諮詢服務(call-in、即時留言跟回信)，讓對於不同年齡有教育問題的家長或老師，可以在這個平台中獲得協助。
- (2) 學齡前或國小學生，建議辦理聽眾活動例如說小小主播、小小廣播營、才藝競賽(語文競賽、才藝發表)，除了辦理活動之外，也可以做成果宣傳。
- (3) 國/高中生以上建議辦不同職業的導覽，因為國高中開始發展職業性向，可以體驗職業的概念，透過節目傳達職業體驗或角色扮演的概念。
- (4) 針對學生聽眾，需要先提供吸引力，再考慮如何加強黏著度，有點像闖關遊戲的概念，可以透過明星見面會，或是

DJ，提高他們收聽教育廣播電臺的興趣。

5. 未來推廣建議方向

- (1) 不定期邀約媒體知名的親子教育專家(例如王宏哲、黃璫寧)，上節目討論，整合教育方面的資源，或是在直播節目中播出，youtube 也會聯結，快速打開教育電臺的知名度。
- (2) 透過 LINE 群組推播，轉發 Qr-code，貼在家長聯絡簿上，學齡前兒童或國小家長都可以直接看到，再進行轉發。
- (3) 透過 LINE 群組，進行節目預告與推播，透過群組發放，提高節目點閱率，並透過官方 FB 的粉絲團經營不同分群的聽眾，服務不同特性與需求的聽眾。
- (4) 由於國/高中生收聽廣播比例較低，可透過 UGC 概念，讓學生參與製作廣播節目與網路直播，透過這個方式，提升他們收看/收聽教育廣播電臺節目的比例。