

國立教育廣播電臺 112 年收聽行為調查報告 摘要

為求完整呈現教育電臺影響力及整體成效，本年度收聽調查辦理方式採量化與質化並行，整合各項收聽行為指標，提出具體營運參考依據。

本研究採取「多元方法」(multi-method) 進行調查。第一部份：採取量化調查蒐集一般聽眾收聽行為；第二部份：採取大廳測試法(Hall Test)，蒐集目標對象對節目各種意見回饋；第三部分：辦理焦點座談會(Focus Group Discussion)，蒐集目標對象對節目各種意見回饋。

量化調查對象為過去一個月曾經利用各種平台收聽廣播的一般聽眾，本次調查完成有效樣本數為 1,107 份，其中有收聽教育廣播電臺者共 380 份，在 95% 的信心水準內，整體抽樣誤差為 $\pm 2.95\%$ 。核心聽眾定義：「家中有高中職(含)以下學生之家長」、「高中職(含)以下教師」；非核心聽眾定義：目標聽眾中之親師生族群(不包含核心聽眾)；一般聽眾定義：有收聽廣播習慣，身份別為非親師生。目標族群共有 1,107 位，其中核心聽眾共 347 份，非核心聽眾共 428 份，一般聽眾共 332 份。

大廳測試法(Hall Test)，辦理兩場次，每場 25 人以上聽眾參與，測試人數共 54 人，相關成果提供教育電臺節目製作團隊參考。焦點座談會(Focus Group Discussion)，共 2 場，每場共 8 人，分析比較收聽不同地區 Podcast 族群之收聽行為。

研究發現與建議如下：

(一)教育廣播電臺收聽率分析

量化調查發現，34.3% 的受訪者有收聽過教育廣播電臺的節目，其中核心聽眾有 47.8% 收聽過教育廣播電臺的節目，非核心聽眾有 24.3% 收聽過教育廣播電臺的節目，一般聽眾有 33.1% 收聽過教育廣播電臺的節目。

與歷年調查相較，教育電臺整體收聽率由 111 年的 29.3% 提升至

112 年的 34.3%，核心聽眾收聽率由 111 年的 44.0% 提升至 112 年的 47.8%；非核心聽眾收聽率由 111 年的 22.0% 提升至 112 年的 24.3%，一般聽眾收聽率由 111 年的 25.1% 提升至 112 年的 33.1%。

教育電臺長期在核心聽眾族群推廣具有成效，透過節目策略調整吸引非核心聽眾與一般聽眾收聽，收聽率有明顯上升；建議未來繼續針對不同聽眾分群，規劃具吸引力的節目與差異化行銷策略，提高整體聽眾族群的收聽率。

(二) 節目組策略建議

整體聽眾偏好收聽教育議題以「家庭教育」比例較高(22.4%)，其次為「健康與體育」(19.5%)、「語文教育」(18.7%)、「教育政策變革」(14.2%)與「資訊」(13.9%)。

其中，核心聽眾偏好收聽「家庭教育」(30.7%)、「資訊」(19.3%)與「語文教育」(18.1%)比例較高；非核心聽眾偏好收聽「健康與體育」(21.2%)、「語文教育」(18.3%)與「教育政策變革」(15.1%)比例較高；一般聽眾偏好收聽「健康與體育」(27.3%)、「科技」(20.0%)與「語文教育」(19.1%)比例較高。建議可做為節目規劃參考方向。

建議增加高中升學方式的節目，透過各大學科系的學長姐分享相關經驗；增加關於特殊教育的醫療、行為模式教育、團體資訊或幼兒社會倫理養成等類型的節目。

增加兩性教育、多元性別、情感教育等類型，強調性別平等、尊重性別差異，或溝通技巧及情緒管理等。

增加幼兒基本想法及社會倫理節目，目前台灣生育率低，因此父母對於兒童十分重視，可提供關於兒童教育的建議方向。

(三) 推廣組策略建議

量化調查發現，不同族群聽眾得知教育廣播電臺相關訊息皆以「切換廣播頻道時聽到」比例最高，核心聽眾為 45.2%、非核心聽眾為 67.3%、一般聽眾為 60.9%。

此外，核心聽眾以「親友/同事告知」(36.1%)與「網路/部落客/親子社群推薦」(24.7%)比例較高，非核心聽眾以「親友/同事告知」

(23.1%)比例較高，一般聽眾以「親友/同事告知」(26.4%)與「網路/部落客/親子社群推薦」(21.8%)比例較高。

上述結果顯示，教育電臺除了可透過人際網絡以建立口碑之外，透過網路/部落客/親子社群的推廣亦漸具成效，建議未來可繼續透過「家長社群」(76.0%)、「親子社群」(37.3%)與「讀書會社群」(28.0%)等社群，推廣教育電臺與提升知名度。

(四)數位資訊組策略建議

1. 家長教師聽眾對於 Channel+ 操作頁面設計建議

大廳測試結果發現，家長教師對「操作頁面設計具吸引力」(6.62)與「操作頁面流暢，符合使用者需求」(7.27)同意度較低。修訂建議如下：

- (1) 搜尋欄預設為"查無資料"會產生誤會，從圖片接收不到想表達的訊息，建議修改。
- (2) 建議搜尋鍵明顯與位置置中，有利操作使用，頻道選單可使用綠色(較舒服顏色)。
- (3) 建議主標題與內文、標籤字體大小要區隔、節目段落明確；手機版字體太小，主選單字體過大，建議修訂選單字體大小與設計。
- (4) 建議加入收聽者喜好優先順序，篩選選項細分，提供分類選項；建議修改待播清單，聽完不會自動移除。
- (5) 建議節目裡增加討論區、可下載或收藏喜歡節目在會員專區裡、個人化的使用再多元點。

2. 學生聽眾對於 Channel+ 操作頁面設計建議

大廳測試結果發現，學生聽眾對「操作頁面設計具吸引力」(6.43)、「操作頁面設計具吸引力」(6.43)同意度較低。修訂建議如下：

- (1) 手機點選要聽頻道時，搜尋欄顯示"查無資料"才跳出節目，建議搜尋欄先變成"加载中"的用詞。
- (2) 查詢頻道時顯示不同頻道搜尋結果，需要花時間找關鍵字，建議直接查詢結果，或節目表內容增加查詢關鍵字功能、搜尋推薦欄，增加熱門頻道/節目搜尋。

- (3) 建議手機版標示節目時長，修改配色設計，修改其他服務隨身聽點選功能。
- (4) 建議授課內容直接和收聽頁面相同，不用另外下載附件。
- (5) 建議增加語音快速控制及停止時間，提供簡單操作教學讓初次接觸者使用。