

國立教育廣播電臺 113 年收聽行為調查研究報告 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 1,125 份，其中有收聽教育廣播電臺者共 382 份，在 95%的信心水準內，整體抽樣誤差為 $\pm 2.92\%$ 。

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 1,125 位，其中核心聽眾共 375 份，非核心聽眾共 422 份，一般聽眾共 328 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 59 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，邀請專家學者與傳播科系與相關社團學生，針對教育電臺行銷策略與廣播節目策略進行探討。

研究發現與建議如下：

(一)教育廣播電臺收聽率分析

34.0%的受訪者有收聽過教育廣播電臺的節目，其中核心聽眾有42.4%收聽過教育廣播電臺的節目，非核心聽眾有26.3%收聽過教育廣播電臺的節目，一般聽眾有34.1%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113年與112年相近，皆為三成四左右，核心聽眾收聽率111~113年皆有四成二左右；非核心聽眾收聽率113年呈現小幅成長(26.3%)，一般聽眾收聽率113年與112年比例相近(三成三左右)。

(二)目標聽眾與節目製播建議

1.核心聽眾(家長與教師)節目製播建議

- (1) 節目內容方向為教育政策、教學方法及親子互動。
- (2) 聚焦於親子溝通技巧和學習策略，幫助家長應對教育難題。
- (3) 邀請教育專家分享最新教育動態及趨勢，提供深度解析。
- (4) 針對學生壓力管理及心理健康進行討論，協助教師和家長調適學生身心健康。
- (5) 增加專家學者訪談和 Call-in 互動，讓家長與教師能即時交流；製播短單元節目，快速分享最新教育資訊和趨勢。

2.非核心聽眾(退休人士與家庭主婦)節目製播建議

- (1) 節目內容方向為文化、健康及生活相關節目。
- (2) 關注健康管理、興趣培養及終身學習，吸引退休及高齡長者。
- (3) 分享家庭管理、烹飪技巧及育兒秘訣，符合家庭主婦日常需求。
- (4) 設置互動節目，鼓勵聽眾分享自身經驗；運用音樂和故事元素，以懷舊歌曲結合人生故事，提升情感共鳴。

3.年輕聽眾(25-34 歲)節目製播建議

- (1) 節目內容方向為職場、文化及潮流話題，符合數位化趨勢。
- (2) 針對創業案例、職場經驗分享等實用主題。
- (3) 結合熱門音樂、電影與社群話題。
- (4) 製播短單元節目或 5-10 分鐘內容，以便通勤或休息時間收聽；
同步將節目上傳至 Podcast 與 YouTube 等數位平台。

4. 新住民與多元族群聽眾建議

- (1) 節目內容方向為語言學習與文化融入，提供實用資訊並促進文化交流。
- (2) 提供英語、台語、客語及多元新住民母語的學習資源，促進多元文化交流。
- (3) 邀請新住民講述自己的生活與文化故事，讓更多人了解多元族群。
- (4) 提供雙語或多語版本的節目，降低語言障礙，方便學習外語；
增設新住民參與專題，讓目標聽眾感到被關注並增加互動。

(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(49.7%)，核心聽眾為 45.3%、非核心聽眾為 53.2%、一般聽眾為 52.7%。

此外，核心聽眾以「親友/同事告知」(41.5%)與「網路/部落客/親子社群推薦」(27.7%)比例較高，非核心聽眾以「親友/同事告知」(22.5%)比例較高，一般聽眾以「親友/同事告知」(32.1%)比例較高。

1.核心聽眾(家長與教師)行銷策略

- (1) 利用線上社群與專業平台（如 Facebook 家長社團、教育論壇等）進行推廣。

- (2) 舉辦教育講座、家長會及教師成長營等活動，現場同步直播至教育電臺，增加互動機會。
- (3) 與學校、教育局合作，節目推薦給學校教師及家長，發放相關資料。
- (4) 定期舉辦「親子學習講座」，邀請教育專家分享親子教育技巧、學習方法及心理健康知識。
- (5) 舉辦「教師創新教學論壇」，探討教學技巧、教育政策及壓力管理議題，設置教師經驗分享環節，增強同行間互動和學習。
- (6) 設計親子互動活動，讓家長與孩子參與手作、戲劇或學習遊戲。
- (7) 聽提供線上教育課程資料庫與教育專題節目回放，讓家長和教師隨時獲取內容；設置教育專家解答時段，透過專屬 Call-in 諮詢方式，解答家長和教師具體問題。

2.非核心聽眾(退休人士與家庭主婦)行銷策略：

- (1) 社區活動中心、樂齡學習場所設置宣傳點，推廣健康生活節目。
- (2) 舉辦「樂齡故事分享會」或「家庭主婦廚藝大賽」宣傳節目。
- (3) 舉辦「懷舊音樂會」，播放經典歌曲並結合現場故事分享，吸引樂齡族群參與。
- (4) 推動「銀髮講堂」，教授健康管理、理財技巧及興趣培養。
- (5) 提供簡單操作點播平台，方便樂齡族群收聽健康、文化及生活相關節目。

3.年輕聽眾(25-34 歲)行銷策略：

- (1) 舉辦線上直播活動，例如「教育電臺潮流音樂會」，結合音樂與互動問答，吸引年輕人參與。
- (2) 推出「創業故事分享會」，邀請成功創業者或職場達人進行線上直播。
- (3) 發起「教育知識挑戰賽」，結合節目內容設計問答挑戰。

- (4) 在 Spotify、YouTube 和 抖音 等多平台發布節目精選內容，符合年輕族群數位收聽習慣；提供節目專屬聊天室或直播間，讓聽眾能即時參與討論和交流。
- (5) 將節目轉化為 Podcast、短視頻或社群貼文，並在 Instagram、YouTube 及 抖音 等平台進行推廣。
- (6) 與年輕人喜愛關鍵意見領袖 (KOL) 或創作者合作，推廣節目內容，例如創業故事或文化節目。

4.新住民與多元族群聽眾行銷策略：

- (1) 針對不同語言新住民群體，製作雙語或多語版本的廣告和節目介紹，投放於新住民社群媒體。
- (2) 舉辦「多元文化家庭日」或語言學習營，推廣相關節目。
- (3) 舉辦「多元文化嘉年華」，邀請新住民家庭展示文化特色，另設置語言學習互動區域，讓參與者體驗各種語言魅力。
- (4) 開設「家的故事」專題活動，邀請新住民分享適應生活經歷與文化背景，配合現場錄製，將活動內容融入節目中播放。
- (5) 提供英語、台語、客語與新住民母語節目，開設多語音頻點播功能；與新住民協會合作，推動語言學習課程，提供文化交流活動的資訊服務。

5.一般學生與傳播科系學生推廣建議

- (1) 一般學生適合參與活動：夏令營與電台參訪。
- (2) 傳播科系學生適合參與的活動：廣播營、電台實習、專題講座以及職涯分享。