

委託研究計畫之研究主題與重點

擬委託計畫名稱	廣播電臺收聽行為調查研究	
計畫性質	(✓) 行政政策 () 科技研發	
計畫領域	() 通訊；(✓) 傳播；() 其他	
預定執行期限	全程	99年5月1日至99年12月31日
	年度	99年5月1日至99年12月31日
經費概算	全程	980千元
	年度	980千元
<p>一、計畫背景與目的：</p> <p>(一) 計畫背景</p> <p>廣播媒介具有便利性、低成本及動態接收等特色，深入民眾日常生活，提供社會大眾娛樂、社會服務、新聞資訊及社會教育等功能，隨著時代遞嬗，衍生出政論、CALL IN、音樂等不同類型之節目呈現方式，從早到晚陪伴著學生、家庭主婦、勞工階級、通勤族、銀髮族，見證台灣社會生生不息的成長活力，即使電視、網路等其他視訊媒介紛紛興起，此一「無遠弗屆，無限想像」的空間，使廣播仍佔有不可或缺的一席之地。</p> <p>自民國82年辦理廣播頻率重新開放申設以來，已完成10個梯次、151個頻率之核配作業，新興廣播電臺如雨後春筍般急速暴增，目前有172家廣播事業在市場上激烈競爭，加上非法電臺嚴重擠壓合法電臺之生存空間及廣告市場，以致廣播產業競爭益發白熱化。因多數廣播事業為中、小功率之地區性或社區性電臺，服務地區及其涵蓋人口數有限，隨著電視普及與網路興盛，收聽廣播之行為相形萎縮，加以新興媒體崛起搶占廣告市場，致廣播產業之廣告市場競爭激烈。</p> <p>為因應廣播產業營運普遍呈現困難之情形；如何降低成本或吸引</p>		

聽眾注意，成為各廣播事業的挑戰。因此，部分廣播事業逐步朝向聯播方式運作，以擷節製播成本，但可能產生未符合深耕地方、服務當地之設臺宗旨之衝突；另有部份廣播事業將節目時段提供予販賣藥品、食品、化粧品等商品的外製節目製作單位，以收取費用，造成公共利益與私利不調和的衝突情形。

為調和消費者、業者、政府三方利益，引導廣播事業朝向健康的道路前進，導正部分廣播電臺長期使用公共電波資源卻免於負擔相對社會責任的失衡現象，藉由「廣播電臺收聽行為調查研究

探究廣播聽眾的收聽行為、偏好及滿意度意向，以及廣告對聽眾產生的影響、聽眾回饋的消費行為之關聯性，深入了解民眾對廣播節目之需求及期待；從聽眾的角度出發，建立聽眾收聽行為的基本調查數據資料庫，以及有效運用的資料，期以實際調查結果作為本會節目內容管理政策的參考依據。

追求並實現最大的公共利益，為本會施政目標與信念，藉由政策工具的手段，了解民眾的需求及期待，採取適當的監理措施，輔助廣播電臺提升節目內容品質，以維護國民及消費者權益，引導廣播事業邁向健康的傳播內容環境。

（二）目的

1. 瞭解聽眾對無線廣播電臺之收聽行為（全區或中小功率電臺、頻率、時段、時間長短、動機等）、偏好（節目、音樂類型等）及滿意度（內容、主持人、互動性等）意向。
2. 瞭解聽眾接收廣告之意願，及對於廣告呈現方式、時間長短之接受程度。
3. 瞭解廣告對於聽眾購買行為之影響程度。
4. 瞭解民眾對廣播節目之需求及期待。

5. 建立收聽行為的基本調查數據資料庫。

6. 對目前廣播電臺節目內容提出管理政策建議。

二、預期完成的工作項目(若分年進行，得分年列述)：

(一) 針對臺灣地區 21 個縣市及北、高二市聽眾，調查無線廣播電臺收聽使用行為等，並進行交叉分析。

(二) 透過電話訪問 (CATI) 方式進行了解以下內容：

1. 聽眾對無線廣播電臺之收聽行為 (全區或中小功率電臺、頻率、時段、時間長短、動機等)、偏好 (節目、音樂類型等) 及滿意度 (內容、主持人、互動性等)。

2. 聽眾接收廣告之意願，及對於廣告呈現方式、時間長短之接受程度。

3. 廣告對於聽眾購買行為之影響程度。

(三) 提供政策建議：對目前廣播電臺節目內容提出管理政策建議。

三、預期成果、效益及其應用：

(一) 瞭解聽眾收聽行為與消費行為之關聯性。

(二) 建立廣播收聽行為的基本數據資料庫。

(三) 因應廣播電視法修法，對本會及其他政府機關 (如行政院衛生署) 法令及政策推動提供建議。

(四) 針對當前廣播節目及廣告內容管理之諸多問題進行分析與檢討，提升廣播節目及廣告內容品質落實消費者權益保障，促進傳播內容管理效能。

四、經費細目概估：

總經費 980 千元

(一) 人事費：

(二) 儀器設備費：

(三) 業務費：

(四) 管理費：

(五) 其他費用：