

97 年度
公共電視節目收視質研究
第一季報告

委託單位：財團法人公共電視文化事業基金會

研究單位：世新大學新聞傳播學院傳播產業研究中心

中華民國 97 年 5 月

本季調查研究結果摘要

97年度第一季公視收視質研究，調查期間為2008年2月至2008年4月，調查對象為居住在台灣地區，年滿10歲以上，且最近2個月內「曾收看」或「未收看」公共電視節目之民眾。本次調查期間共計成功接觸5,383人符合上述條件，其中最近2個月內曾收看公共電視節目的民眾達1,599人。

本次調查對象分為兩大部分，第一部分係針對「現有閱聽人」（2008年2月至2008年4月間，在兩個月內有收看過公共電視節目者），調查內容包括受訪者的基本資料、頻道知名度、頻道接觸率、頻道偏好度、整體滿意度、希望增加的節目類型喜好及需求等；在目標績效節目的滿意度方面共計調查全球現場等27個節目之接觸率及滿意度(1至100分)。第二部分則針對「其他潛在閱聽人」(2008年2月至2008年4月間，最近2個月內未收看過公共電視節目者)，調查內容包括受訪者的基本資料、頻道知名度、頻道接觸率、希望增加的節目類型喜好及需求等。

一、公視頻道知名度與接觸率

2008年2月至2008年4月的調查結果顯示，在5,383位受訪者中，知道公視者有4,446人，公視頻道的整體知名度為八成三左右（82.6%）；而知道公視的觀眾中，最近兩個月內看過公視的比例超過三分之一（36.0%），沒看過的比例則將近三分之二（64.0%）。

二、公視偏好度與滿意度

在本季調查中，兩個月內看過公視的觀眾（1,599人）對公視頻道的偏好度為77.1分，比上一季調查結果（82.3分）明顯下降；對公視節目品質滿意度則為80.3分，也較上一季調查結果（84.5分）為低。

三、公視頻道位址認知度

在知道公視的4,446位觀眾中，知道公視在13頻道的比例為三成多（31.3%），將近六成（59.4%）的受訪者不知道公視在13頻道。

四、收看公視的方式

在本次調查中，詢問4,446位知道公視的觀眾是以哪些方式收看公視，約八成二的觀眾是透過有線電視收看公視（81.6%），其次依序是數位機上盒（11.5%）、UHF超高頻天線（2.3%）。

五、主題調查（2008/2-2008/4）

（一）「公視無廣告收入，而是靠募款來從事節目製作及公共服務」的認知度

本次調查詢問4,446位知道公視的受訪者，是否知道「公視沒有廣告收入，而是靠募款來從事節目製作及公共服務」，知道的比例為三成（30.0%），不知道的比例則為六成五（65.3%）。

（二）最能吸引觀眾收看的節目類型

詢問4,446位知道公視的受訪者，最能吸引其收看的節目類型¹依序是戲劇性節目（41.8%）、音樂性節目（28.0%）、介紹性節目（27.4%）以及教學性節目（25.2%）和新聞性節目（22.0%）。

比較最近兩個月內看過公視者與未收看公視者對節日期許之差異，近兩個月內有看過公視的人會被吸引的主要節目類型依序是戲劇性節目（45.9%）、新聞性節目（35.7%）、綜藝性節目（32.2%）與訪問座談性節目（31.4%）；近兩個月沒有收看公視的人，會被吸引的節目類型則依序是戲劇性節目（38.8%）、訪

¹ 戲劇性節目如單元劇、連續劇，新聞性節目如新聞播報、新聞評論、深度報導，綜藝性節目如歌唱、競賽、才藝表演，訪問座談性節目如國是論壇、社教、及公共政策為主題，教學性節目如空中教學、親子教室、社會推廣教育為主，音樂性節目如音樂欣賞、風景旅遊搭配MTV，介紹性節目如各國國情、旅遊、文化介紹。

問座談性節目（25.6%）、介紹性節目（23.2%）與教學性節目（22.8%）。兩者的節目類型偏好差異在於兩個月內沒有收看公視者較偏好介紹性節目。

表1、節目收視品質滿意度-各節目收視狀況（2008年2月~2008年4月）

	樣本數(人)	接觸率(%)	滿意度(分)	TV-R	Reach(%)
新聞性節目					
全球現場	533	16.1%	78.9	0.12	3.53%
公視午間新聞	1,066	9.0%	82.8	0.08	9.85%
公視中晝新聞	1,066	4.2%	79.5	0.08	9.83%
公視暗時新聞	1,066	10.3%	81.2	0.10	13.40%
有話好說	1,066	15.0%	77.5	0.12	17.75%
公視晚間新聞	1,599	27.7%	81.2	0.19	26.13%
公視新聞報	1,599	12.3%	80.4	0.08	11.27%
公民眾意院	533	17.5%	80.5	0.11	2.66%
獨立特派員	1,599	13.8%	81.6	0.16	5.62%
尖峰對話	533	16.7%	80.3	0.12	4.47%
兒童及教育類節目					
大嬸婆與小聰明	270	17.0%	80.7	0.08	0.33%
皮歐畫畫天地	262	9.0%	82.9	0.09	1.37%
流言追追追	1,066	17.3%	84.1	0.15	6.38%
下課花路米	1,599	40.9%	84.9	0.14	7.86%
看公視說英語	533	32.9%	84.2	0.08	2.85%
紀錄報導類節目					
十點全紀錄	1,599	20.9%	81.5	0.15	12.48%
我們的島	1,599	27.5%	83.6	0.18	6.57%
紀錄觀點	1,599	20.8%	83.5	0.17	7.66%
戲劇類節目					
經典電影院	533	23.9%	79.2	0.19	6.23%
國際換日線—珍愛迷你影集	1,042	15.1%	81.1	0.09	2.30%
國際換日線—真愛奇緣	557	16.2%	79.1	0.16	8.66%
公視人生劇展	1,066	36.4%	84.3	0.28	12.07%
我在墾丁天氣晴	533	27.4%	83.6	0.36	5.03%
生活休閒及文化藝術類節目					
周日狂熱夜	533	28.7%	85.2	0.29	14.42%
果果恰恰才藝大車拼	1,328	20.0%	80.8	0.16	6.25%
公視表演廳	1,599	16.5%	84.8	0.10	13.34%

目錄

本季調查研究結果摘要.....	II
目錄.....	V
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VIII
第一章 調查概述.....	9
第一節 研究背景與目的.....	10
第二節 量化調查設計與規劃.....	14
一、調查區域.....	14
二、調查對象.....	14
三、調查期間及有效樣本數.....	14
四、調查內容.....	15
五、調查方法.....	15
六、抽樣方式.....	15
七、樣本代表性檢定及加權調整.....	16
八、資料分析.....	16
九、電話接觸狀況.....	17
第二章 量化調查.....	20
第一節 樣本特性及公視觀眾輪廓分析.....	21
一、受訪閱聽人基本資料檢定與分析.....	21
二、公視觀眾輪廓分析.....	24
第二節 研究結果分析.....	32
一、閱聽人對公視頻道的認知程度.....	32
二、目標績效節目滿意度調查.....	41
附錄一、交叉分析表.....	103

表目錄

表 1-1、本季電話訪問調查時間	14
表 1-2、電話接觸狀況紀錄表	19
表 2-1、加權前樣本代表性檢定－縣市別	21
表 2-2、加權前樣本代表性檢定－性別	22
表 2-3、加權前樣本代表性檢定－年齡	22
表 2-4、加權後樣本代表性檢定－縣市別	23
表 2-5、加權後樣本代表性檢定－性別	22
表 2-6、加權後樣本代表性檢定－年齡	22
表 2-7、有/無收看公視者的性別分布	24
表 2-8、有/無收看公視者的年齡分布	25
表 2-9、有/無收看公視者的教育程度分布	26
表 2-10、有/無收看公視者的居住地區分布	27
表 2-11、各次調查觀眾對公視偏好度及節目品質滿意度	34
表 2-12、新聞性節目收視狀況	42
表 2-13、新聞性節目收視指標－全球現場	44
表 2-14、新聞性節目收視指標－公視午間新聞	46
表 2-15、新聞性節目收視指標－公視中晝新聞	48
表 2-16、新聞性節目收視指標－公視暗時新聞	50
表 2-17、新聞性節目收視指標－公視晚間新聞	52
表 2-18、新聞性節目收視指標－有話好說	54
表 2-19、新聞性節目收視指標－公視新聞報	56
表 2-20、新聞性節目收視指標－公民眾意院	58
表 2-21、新聞性節目收視指標－獨立特派員	60
表 2-22、新聞性節目收視指標－尖鋒對話	62
表 2-23、兒童及教育類節目收視狀況	64
表 2-24、兒童及教育類節目收視指標－大孀婆與小聰明	66
表 2-25、兒童及教育類節目收視指標－皮歐畫畫天地	68
表 2-26、兒童及教育類節目收視指標－流言追追追	70
表 2-27、兒童及教育類節目收視指標－下課花路米	72
表 2-28、兒童及教育類節目收視指標－看公視說英語	74
表 2-29、紀錄報導類節目收視狀況	76
表 2-30、紀錄報導類節目收視指標－十點全紀錄	78
表 2-31、紀錄報導類節目收視指標－我們的島	80
表 2-32、紀錄報導類節目收視指標－紀錄觀點	82
表 2-33、戲劇類節目收視狀況	84
表 2-34、戲劇類節目收視指標－經典電影院	86

表 2-35、戲劇類節目收視指標－公視人生劇展	88
表 2-36、戲劇類節目收視指標－國際換日線-珍愛迷你影集	90
表 2-37、戲劇類節目收視指標－國際換日線-真愛奇緣	92
表 2-38、戲劇類節目收視指標－我在墾丁天氣晴	94
表 2-39、生活休閒及文化藝術類節目收視狀況	96
表 2-40、生活休閒及文化藝術類節目收視指標－週日狂熱夜	98
表 2-41、生活休閒及文化藝術類節目收視指標－公視表演廳	100
表 2-42、生活休閒及文化藝術類節目收視指標－果果恰恰才藝大車拼	102

圖目錄

圖 2-1、公視觀眾性別分布	24
圖 2-2、公視觀眾年齡分布	25
圖 2-3、公視觀眾教育程度分布	26
圖 2-4、公視觀眾居住地區分布	27
圖 2-5、公視觀眾月收入分布	28
圖 2-6、公視觀眾職業分布	29
圖 2-7、公視觀眾常用語言	30
圖 2-8、公視觀眾家中有低年級小孩	31
圖 2-9、公視觀眾家中有原住民血統	31
圖 2-10、公視觀眾家中有身心障礙者	31
圖 2-11、公視知名度與接觸率	32
圖 2-12、公視偏好度與節目品質滿意度	34
圖 2-13、公視頻道位址認知度	36
圖 2-14、收看公視的方式	37
圖 2-15、對公視無廣告收入的認知度	38
圖 2-16、觀眾會被吸引收看的節目類型	39
圖 2-17、有/無收看公視者會被吸引收看的節目類型	40
圖 2-18、新聞性節目收視滿意度與收視率比較	42
圖 2-19、兒童及教育類節目收視滿意度與收視率比較	64
圖 2-20、紀錄報導類節目收視滿意度與收視率比較	76
圖 2-21、戲劇類節目收視滿意度與收視率比較	84
圖 2-22、生活休閒及文化藝術類節目收視滿意度與收視率比較	96

第一章 調查概述

第一節 研究背景與目的

一、研究背景

作為電視市場分析、節目評估的指標，目前收視率具有壟斷性的地位，是當仁不讓的權威；因為收視率影響廣告收益，故成為衡量節目質量和主持人能力的標準，所以對於電視台、電視廣告經營戰略，到個別節目的去留，收視率幾乎都擁有生殺大權，過分追求利益，追求廣告收益，把媒體逼到了片面追求收視率的地步，導致出現社會責任和媒體自身效益的矛盾。

收視率在電視節目評估參數中占據主導地位，這是一個不爭的事實；它對於電視業尤其是廣告市場分析、節目評估所作出的貢獻也無庸置疑；目前媒體企畫的主要困境為媒體研究相關資訊的不充分和不正確，如閱聽眾的「人文資料」、「地理資料」、「心理資料」都明顯不足（祝鳳岡，1997）。因此，目前媒體生態中有一個弔詭的現象，即大家都不相信收視率，卻又將收視率當作節目成效、營收多寡最重要的指標（丁國榮，1999）。

因為收視率「量」的意義直接關聯著電視頻道的廣告業務營收，但對於日益複雜的媒體環境而言，傳統集體的「量化」收視率必然不敷使用，也將模糊「閱聽眾」究竟需要什麼的概念。即使是未來抽樣更加精確，樣本數繼續擴增，這樣的收視率研究其實仍然只停留在單向計量式的收視行為觀念，亦即閱聽眾只是被動的被計算其收視行為的時間長短與切換頻率，而失去其主動表達收視偏好、涉入、忠誠、動機、滿意度等更深入的收視行為質化資料的蒐集機會（魏宏展，2002）。

而收視質的研究資料將填補僅陳述閱聽眾行為面的收視率調查之侷限，進一步提供關於閱聽眾對節目偏好、節目品質的相關意見，同時對目標閱聽眾的輪廓描述，也不必再受限於單純的人口統計變項，而能以更精準的區隔設定找出目標閱聽眾的偏好。

公共電視台節目規劃理念是「公視節目不以單一節目吸引大量觀眾，而是透過整體節目表的安排，由多元樣貌的節目來滿足不同族群，或不同愛好者的特殊需求。」為了向民眾提供有別於商業邏輯的更佳選擇，節目製作涵蓋下列目標：

- 提供全民終身學習的管道。
- 增進人民對新聞事件和公共事務的瞭解，善盡媒體監督政府的第四權責任。
- 提供重要議題和觀念的分析和解釋。
- 提供人民對本國和他國豐富文化、歷史的認知，並培養本土關懷和國際視野。
- 增進國際社會對台灣風土人情的瞭解。
- 使人民接觸多元的表演藝術。
- 提供各種社會團體如少數民族、弱勢團體，公平參與的機會與表達藝術和政治上的意見空間。
- 播映和典藏重要的影視經典作品。

據此，「世新大學傳播媒體產業研究中心」擁有專業、豐富之媒體研究經驗，將本著厚植學術能量及持續觀察傳播產業動態之態度，搭配世新大學既有之「傳播產業資料庫」，豐富本研究之收視分析，改善傳統量化收視率調查研究之限制，並從質化收視調查與節目品質評估兩個論域中產生收視質的觀念，且嘗試將此觀念施行於公共電視收視行為的研究中，以強化本研究結果分析之深度及廣度，產出更多元、更有參考價值的研究成果，並為公共電視頻道形象及未來節目製作內容及品質之完善提出具體之建議。

二、研究目的

優良的節目品質，是社會普遍對公共電視之期許，公共電視每年持續進行本「收視質」研究，期能帶給觀眾更高品質、更高水準的節目內容。然而，收視率代表著節目影響力，其重要性亦是不言而喻，「世新大學傳播媒體產業研究中心」擁有專業、豐富之媒體研究及觀眾收視調查經驗，擬以「質」與「量」並重之方式進行本研究案，相信以公正客觀的收視率數據解讀，搭配豐富之收視分析經驗，更能強化收視質研究結果分析之深度及廣度。

本研究將參考世界各國實際施行收視質相關研究調查的經驗，將研究結果與國外的研究經驗接軌，因此除了持續累積歷年之分析方法外，本年度將加值分析「收視質」與「節目類型」、「收視行為」、「人口統計變項」、「收視率」之交互影響關係，以及歷時分析收視質數值的穩定性，期能達到以下研究目的：

- (一) 整合分析台灣地區公共電視節目的收視率與收視質（頻道滿意度、節目滿意度）。
- (二) 探索收視質與節目類型、收視行為、人口統計變項、收視率之關聯性。
- (三) 藉由世新大學「傳播產業資料庫」中收視行為與媒體信任度加值分析媒體特性對閱聽人產生的影響效果。
- (四) 應用量化與質化研究結果，對未來公視頻道形象、節目製作與節目品質提出具體建議，以達到拓展現有收視眾之收視深度，同時擴大潛在收視眾的特質廣度之目標。

三、研究架構

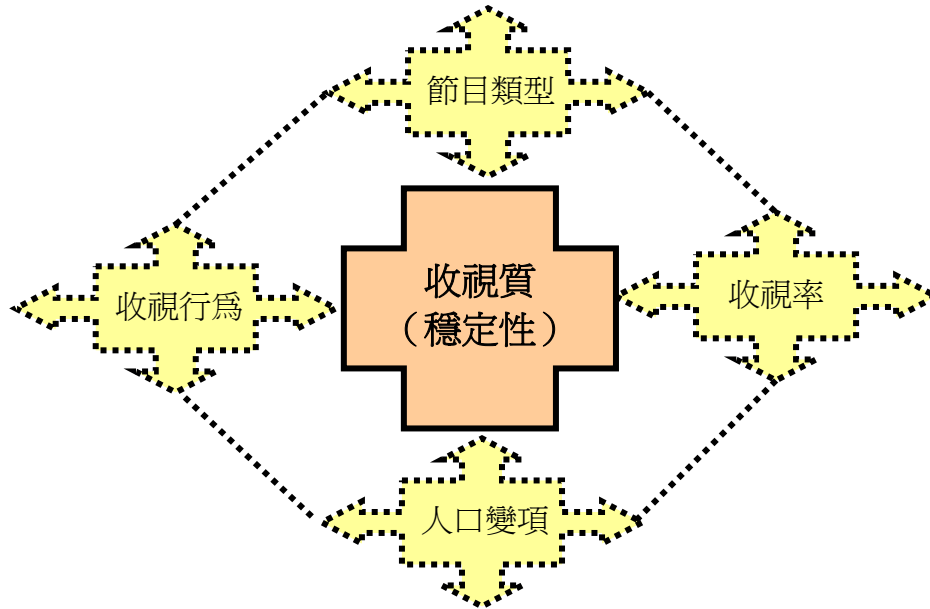


圖 1-1、本研究架構圖

第二節 量化調查設計與規劃

一、調查區域

以台灣地區為調查範圍，包括臺灣省21個縣市及台北市、高雄市，共計23個縣市。

二、調查對象

調查對象為公共電視「所有潛在閱聽人」，包含：

- (1) 「現有閱聽人」：居住在台灣地區，年滿 10 歲以上，且最近 2 個月內「曾收看」公共電視節目的國民。
- (2) 「潛在閱聽人」：居住在台灣地區，年滿 10 歲以上，且最近 2 個月內「未收看」公共電視節目的國民。

三、調查期間及有效樣本數

- (1) 本季的調查期間為 2008 年 2 月至 2008 年 4 月，共計 3 個月，每個月分上、下半月各進行一次調查訪問，每次至少完成 250 份有效樣本，共計進行 6 次訪問，調查時間及有效樣本數如下所示。

表 1-1、本季電話訪問調查時間

工作項目	調查時間
2月份上半月	2/6~2/15
2月份下半月	2/21~2/29
3月份上半月	3/6~3/15
3月份下半月	3/21~3/31
4月份上半月	4/6~4/15
4月份下半月	4/21~4/30
總樣本數	5,383
有效樣本數（兩個月內看過公視者）	1,599
抽樣誤差	± 2.45%

- (2) 調查時間：為確保不同屬性的民眾（如不同上班時間、不同生活習慣等）皆能被訪問到，本次調查之執行時間，預計平日(星期一至星期五)於晚間 6 點 30 分至 10 點進行；星期六、日及國定假日，則於上午 9 點至 12 點、下午 2 點至 5 點、晚間 6 點 30 分至 10 點進行。

四、調查內容

主要調查內容包括：「頻道認知」、「目標績效節目滿意度」、「主題調查」、「基本資料」等四大主題。

(1) 現有閱聽人

- ◇ 頻道認知：頻道整體印象，包括頻道知名度、頻道接觸率、頻道偏好度、整體滿意度、希望增加的節目類型喜好及需求等。
- ◇ 目標績效節目滿意度：包括節目接觸率、滿意度（1 至 100 分）等。
- ◇ 主題調查：根據貴單位需求彈性運用，做機動性調配，在原設計下，適時增加 10 題以內之特定主題題目。
- ◇ 基本資料：包括性別、年齡、教育程度、職業、常用語言、個人每月平均收入、居住縣市、族群身分認定等。

(2) 潛在閱聽人

- ◇ 頻道認知：頻道印象，包括頻道知名度、頻道接觸率、希望增加的節目類型喜好及需求等。
- ◇ 基本資料：包括性別、年齡、教育程度、職業、常用語言、個人每月平均收入、居住縣市、族群身分認定等。

五、調查方法

本調查採電腦輔助電話訪問法進行，每一席次皆配備最先進之電腦輔助電話調查系統（CATI系統），將問卷輸入電腦，訪員只需要依照螢幕上的指示撥號及訪問，並直接點選受訪者的答案，且訪問完成後資料直接存入主電腦，減低建

檔錯誤的機會以確保調查品質，具代表性及公信力。

- (1) 電訪系統配備：使用電腦輔助電話訪問調查系統（CATI系統），將問卷輸入電訪系統中，由電腦直接撥號，訪員依據電腦螢幕上顯示的問項進行訪問，並直接勾選受訪者回答的答案。
- (2) 監聽監看系統配備：電訪過程當中，由督導人員透過監聽與監看系統，觀察訪員訪問及操作之情形，以確保資料之品質。
- (3) 訪問人員：採用有豐富電訪經驗的訪員，經過研究人員充份講解問卷之後，進行問卷資料蒐集的工作。

六、抽樣方式

採分層隨機抽樣，將台灣地區依縣市分為21個縣市及台北市、高雄市等23層，各層依據接觸樣本配置樣本數隨機抽取、過濾受訪戶中合格受訪者進行訪問。

在系統抽樣操作上，CATI系統擁有電腦自動抽樣系統，可依據電腦內建的「臺灣地區電話住宅用戶號碼」進行分層隨機抽樣，再將所抽出之電話號碼以隨機亂碼方式產生後四碼。此種抽樣方法能涵蓋台灣地區所有電話住宅用戶，以有效克服利用電話號碼簿抽樣涵蓋率不足的缺點。

而在調查執行中，將先進行「戶中抽樣」，依年齡排序後再由電腦隨機抽取訪問的排名，若第一位受訪者不在，則以第二順位合格受訪者替代，當戶中訪問對象確定後，絕對不替換。若抽出樣本非因拒訪等因素無法繼續訪問者，須於第二天繼續追蹤；若追訪後仍無法完成訪問，則以分層隨機抽樣法再重新抽取樣本進行訪問。

七、樣本代表性檢定及加權調整

抽樣調查若樣本代表性不足，將嚴重影響調查統計結果的可信度及穩定度。其中最常發生的是因為一些特定的非抽樣偏誤造成的樣本結構偏歪。本研究調查過程中除控制接觸樣本的縣市結構外，另將監控接觸樣本的性別、年齡結構，使受訪樣本結構儘量接近母體分布。

調查的資料經複查後，先根據臺灣地區10歲以上人口之居住縣市、性別、年齡分配進行樣本代表性檢定，以確認隨機接觸樣本結構與母體相符。若樣本的性別分配及年齡分配與母體分配有顯著差異，將優先再訪問以補足樣本，其次才以母體的居住縣市、性別、年齡分配調整樣本分配，以矯正偏差並減少抽樣誤差。

每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i/n_i}{N/n}$ ， N_i 和 n_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這將使樣本與母體的分配在調整後完全一致。

八、資料分析

(一) 量化資料處理

1. 資料檢誤

完成調查後，首先將所有調查資料逐一輸入，並針對資料進行人工及電腦檢誤，找出不合邏輯的問項結果，進行複查或刪除。

2. 資料複查

資料檢誤後，接著要進行複查工作，一方面透過電話複查，向受訪者詢問資料的內容是否正確，另一方面透過調閱訪問錄音，以瞭解複查工作是否確實。

3. 樣本檢定及加權

完成資料檢誤複查後，將進行樣本檢定。檢定結果若樣本結構與母體結構相符，則直接進行統計分析；若檢定結果不符，將再進行加權處理。

(二) 統計分析

1. 百分比分析

百分比分析是以次數分配方式來表示各變項百分比。次數分配係觀察變項內每個值原始資料出現次數；該次數除以總次數可得到對應的百分比。包括基本問項的次數及百分比分配中的主要問項，將逐題呈現主要題目之次數及百分比分配。

根據各題加權的樣本比率進行比較選項間的差異，用下列 Z 檢定，檢驗兩選項間百分比(P_1 和 P_2)的差異：

$$Z_1 = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{1}{n} [p_1 + p_2 - (p_1 - p_2)^2]}}$$

2. 兩變項分析

為了解自變項對依變項的影響，應在不同自變項的情況之下觀察依變項的變化。故同時依據兩變項的值、從自變項方向計算百分比，將所研究的個案分類、做成相關的列聯表(contingency table)，即交叉分析結果。以各基本問項為自變項，各主要變項為依變項，將呈現卡方檢定具顯著性的交叉列聯表。

在第 k 題回答 i 選項之樣本中於第 m 題回答 n 選項之百分比：

$$P = \frac{\sum_{j=1}^n w_j I_{kij} I_{mnj}}{\sum_{j=1}^n w_j I_{kij}}, \text{ 其中 } I_{kij} = \begin{cases} 1, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } k \text{ 題回答 } i \text{ 選項} \\ 0, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } k \text{ 題未回答 } i \text{ 選項} \end{cases}$$

$$I_{mnj} = \begin{cases} 1, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } m \text{ 題回答 } n \text{ 選項} \\ 0, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } m \text{ 題未回答 } n \text{ 選項} \end{cases}$$

以各題與基本資料或其他特性的交叉表來分析受訪對象的收視情形與他們其他特徵間的相關。交叉表第一步採用卡方檢定，在檢定前，若有交叉組(cell)的期望樣本數小於 5 時，則進行合併。合併的原則如下：(1) 假若分類變數本身是次序量數(Ordinal measures)，則與鄰組合併，如年齡、教育程度；(2) 假如分類變數本身是非次序量數(Nominal measures)則與另一性質相近者合併，否則就歸到「其他」。交叉表的卡方顯著水準小於 5% 時才認定兩變數間並非沒有相關。第二步是在有相關的交叉表內，以 Z 檢定找出有顯著差異的地方。檢視兩個獨立的次群體(Subgroups)的百分比間的差異，我們採用下列的 Z 檢定：

$$Z_2 = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{p_1(1-p_1)}{n_1} + \frac{p_2(1-p_2)}{n_2}}}$$

以 Z 檢定或變異數分析(Analysis of Variance)檢定次群體間的差異性。兩獨立樣本平均數差異的標準誤估算公式如下：

$$\hat{\sigma}_{\bar{y}_1 - \bar{y}_2} = \sqrt{\hat{\sigma}_{\bar{y}_1}^2 + \hat{\sigma}_{\bar{y}_2}^2}$$

$\hat{\sigma}_{\bar{y}_1}$ 和 $\hat{\sigma}_{\bar{y}_2}$ 是兩樣本平均數的估計標準誤(S.E.)。

當比較數個次群體時，我們採用變異數分析及多重比較，以檢定次群體間的差異，如不同群體之頻道滿意度、節目品質滿意度及個別節目滿意度等。

九、電話接觸狀況

2008年2月至2008年4月間，共計6次調查的電話接觸紀錄，如表1-2所示。

表 1-2、電話接觸狀況紀錄表

接觸紀錄表	人數	百分比(%)
有效樣本 (2 個月內收看公視之受訪者)	1,599	5.9%
(2 個月內沒收看公視之受訪者)	3,784	14.0%
忙線	716	2.6%
無人接聽	7,798	28.8%
傳真機\答錄機	1,894	7.0%
公司行號	1,061	3.9%
空號/電話故障/暫停使用	5,642	20.8%
中途拒訪	428	1.6%
拒訪	2,544	9.4%
約訪數	1,617	6.0%
合計	27,083	100.0%

第二章 量化調查結果分析

第一節 樣本特性及公視觀眾輪廓分析

一、受訪閱聽人基本資料檢定與分析

本次報告係針對2008年2月至2008年4月間完成之調查樣本總數5,383人進行分析，調查完成後，就受訪者的居住縣市、性別及年齡進行樣本代表性檢定。由表2-1至表2-3可發現，居住縣市、年齡及性別的樣本結構分布與母體結構不一致，因此進行加權處理。

表 2-1、加權前樣本代表性檢定－縣市別

縣市	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
臺北縣	3,372,299	16.6%	928	17.2%	卡方值為 71.169 ，大於 33.9245（自由度 22，顯著水準 5%），在 5% 顯著水準下，樣本與母體縣市分配有顯著差異。
宜蘭縣	411,248	2.0%	102	1.9%	
桃園縣	1,667,544	8.2%	466	8.7%	
新竹縣	422,992	2.1%	126	2.3%	
苗栗縣	497,199	2.5%	144	2.7%	
臺中縣	1,360,191	6.7%	365	6.8%	
彰化縣	1,163,122	5.7%	302	5.6%	
南投縣	477,848	2.4%	123	2.3%	
雲林縣	647,951	3.2%	181	3.4%	
嘉義縣	494,286	2.4%	157	2.9%	
臺南縣	996,565	4.9%	275	5.1%	
高雄縣	1,116,062	5.5%	298	5.5%	
屏東縣	799,816	3.9%	226	4.2%	
臺東縣	209,657	1.0%	52	1.0%	
花蓮縣	308,313	1.5%	83	1.5%	
澎湖縣	82,420	0.4%	43	0.8%	
基隆市	351,747	1.7%	103	1.9%	
新竹市	342,653	1.7%	76	1.4%	
臺中市	918,504	4.5%	176	3.3%	
嘉義市	240,979	1.2%	57	1.1%	
臺南市	681,120	3.4%	137	2.5%	
臺北市	2,368,115	11.7%	624	11.6%	
高雄市	1,359,815	6.7%	339	6.3%	

表 2-2、加權前樣本代表性檢定－性別

性別	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
男性	10,235,275	50.4%	2,783	51.7%	卡方值為 8.624 大於 3.8414(自由度 1, 顯著水準 5%), 在 5% 顯著水準下, 樣本與母體性別分配有顯著差異。
女性	10,055,171	49.6%	2,600	48.3%	

表 2-3、加權前樣本代表性檢定－年齡

年齡層	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
10-19 歲	3,218,411	15.9%	623	11.6%	卡方值為 724.845 , 大於 12.5916 (自由度 6, 顯著水準 5%), 在 5% 顯著水準下, 樣本與母體年齡分配有顯著差異。
20-29 歲	3,729,302	18.4%	543	10.1%	
30-39 歲	3,679,414	18.1%	844	15.7%	
40-49 歲	3,732,631	18.4%	1,006	18.7%	
50-59 歲	2,884,166	14.2%	1,027	19.1%	
60-69 歲	1,497,199	7.4%	667	12.4%	
70 歲以上	1,549,323	7.6%	673	12.5%	

表 2-4 至表 2-6 為加權後的樣本代表性檢定結果，顯示加權後的樣本在居住縣市、性別及年齡的分布上，樣本結構與母體結構均一致。

表 2-4、加權後樣本代表性檢定－年齡

年齡層	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
10-19 歲	3,218,411	15.9%	855	15.9%	卡方值為 0.5586 , 小於 12.5916 (自由度 6, 顯著水準 5%), 在 5% 顯著水準下, 樣本與母體年齡分配無顯著差異。
20-29 歲	3,729,302	18.4%	990	18.4%	
30-39 歲	3,679,414	18.1%	976	18.1%	
40-49 歲	3,732,631	18.4%	990	18.4%	
50-59 歲	2,884,166	14.2%	765	14.2%	
60-69 歲	1,497,199	7.4%	397	7.4%	
70 歲以上	1,549,323	7.6%	410	7.6%	

表 2-5、加權後樣本代表性檢定－性別

性別	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
男性	10,235,275	50.4%	2,715	50.4%	卡方值為 0.3638 ，小於 3.8414（自由度 1，顯著水準 5%），在 5% 顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
女性	10,055,171	49.6%	2,668	49.6%	

表 2-6、加權後樣本代表性檢定－縣市別

縣市	母體分配		樣本分配		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
臺北縣	3,372,299	16.6%	895	16.6%	卡方值為 3.6407 ，小於 33.9245（自由度 22，顯著水準 5%），在 5% 顯著水準下，樣本與母體縣市分配無顯著差異。
宜蘭縣	411,248	2.0%	109	2.0%	
桃園縣	1,667,544	8.2%	442	8.2%	
新竹縣	422,992	2.1%	112	2.1%	
苗栗縣	497,199	2.5%	132	2.5%	
臺中縣	1,360,191	6.7%	362	6.7%	
彰化縣	1,163,122	5.7%	307	5.7%	
南投縣	477,848	2.4%	127	2.4%	
雲林縣	647,951	3.2%	172	3.2%	
嘉義縣	494,286	2.4%	131	2.4%	
臺南縣	996,565	4.9%	265	4.9%	
高雄縣	1,116,062	5.5%	297	5.5%	
屏東縣	799,816	3.9%	212	3.9%	
臺東縣	209,657	1.0%	55	1.0%	
花蓮縣	308,313	1.5%	84	1.6%	
澎湖縣	82,420	0.4%	21	0.4%	
基隆市	351,747	1.7%	94	1.7%	
新竹市	342,653	1.7%	90	1.7%	
臺中市	918,504	4.5%	243	4.5%	
嘉義市	240,979	1.2%	63	1.2%	
臺南市	681,120	3.4%	181	3.4%	
臺北市	2,368,115	11.7%	629	11.7%	
高雄市	1,359,815	6.7%	360	6.7%	

二、公視觀眾輪廓分析

2008年2月至2008年4月之調查樣本總數共5,383人，有效樣本定義為「最近二個月內有看過公視者」，加權後共計1,599人，此即為公視收視群。以下針對公視觀眾輪廓進行描述分析。

(一) 性別

本季收看公視的觀眾中，男性（51.8%）收看公視的比例略高於女性（48.2%）。

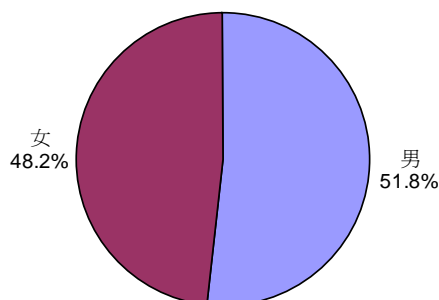


圖 2-1、公視觀眾性別分布

針對收看公視與否進行性別的顯著性檢定，結果顯示，知道公視且近兩個月有收看者、知道公視但近兩個月未收看者，以及沒聽過公視者在男、女性別的比例上沒有顯著差異，表示男、女性在知道或收看公視的比例上差異不大。

表 2-7、有/無收看公視者的性別分布

單位：人，%

	樣本數	合計	男	女
總計	5,383	100.0	50.4	49.6
兩個月內有看過	1,599	100.0	51.8	48.2
兩個月內沒有看過	2,847	100.0	49.8	50.2
沒聽過公視	937	100.0	50.2	49.8
卡方檢定：P=0.105				

(二) 年齡

從年齡的分布來看，公視觀眾以40-49歲民眾最多（24.4%），其次是30-39歲（19.0%），再其次則為20-29歲者（18.4%）；收看比例最低的則為70歲以上者（2.7%）。

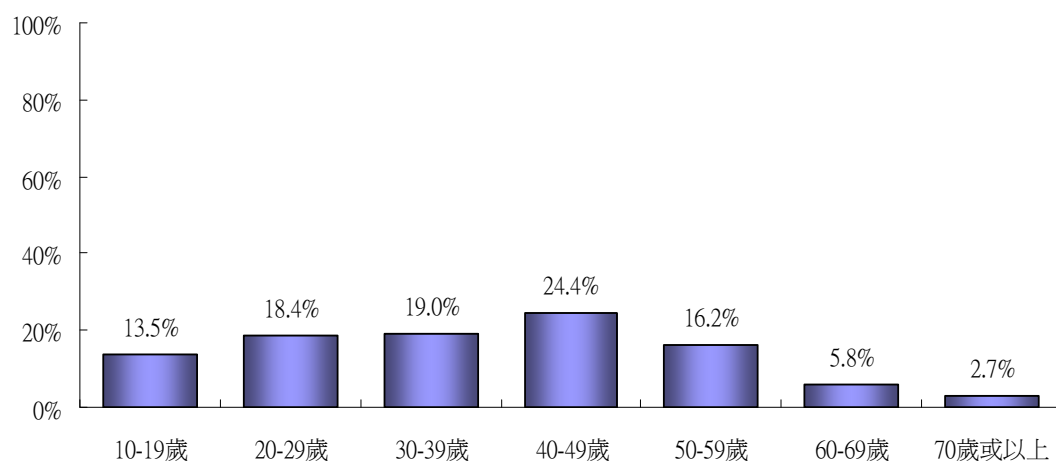


圖 2-2、公視觀眾年齡分布

針對收看公視與否進行年齡的顯著性檢定，結果發現，知道公視且近兩個月有收看者、知道公視但近兩個月未收看者，以及不知道公視者在年齡方面有顯著差異。知道公視者，在兩個月內有看過的以40-49歲者最多（24.4%），其次是30-39歲者（19.0%）；在沒聽過公視者中，年齡在70歲以上（28.8%）或10-19歲（18.9%）的比例最高，顯示公視仍需積極開發兒童、青少年及銀髮族對公視的認知度。

表 2-8、有/無收看公視者的年齡分布

單位：人，%

	樣本數	合計	10-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60-69 歲	70 歲以上
總計	5,383	100.0	15.9	18.4	18.1	18.4	14.2	7.4	7.6
兩個月內有看過	1,599	100.0	13.5	18.4	19.0	24.4	16.2	5.8	2.7
兩個月內沒有看過	2,847	100.0	16.2	20.3	21.2	18.9	13.6	6.3	3.4
沒聽過公視	937	100.0	18.9	12.4	7.4	6.5	12.6	13.3	28.8
卡方檢定：P=0.000									

(三) 教育程度

從教育程度的分布來看，公視觀眾以高中（職）教育程度者最多（30.4%），其次是大學程度者（24.7%），再其次是專科（16.6%）及國（初）中者（11.7%）。

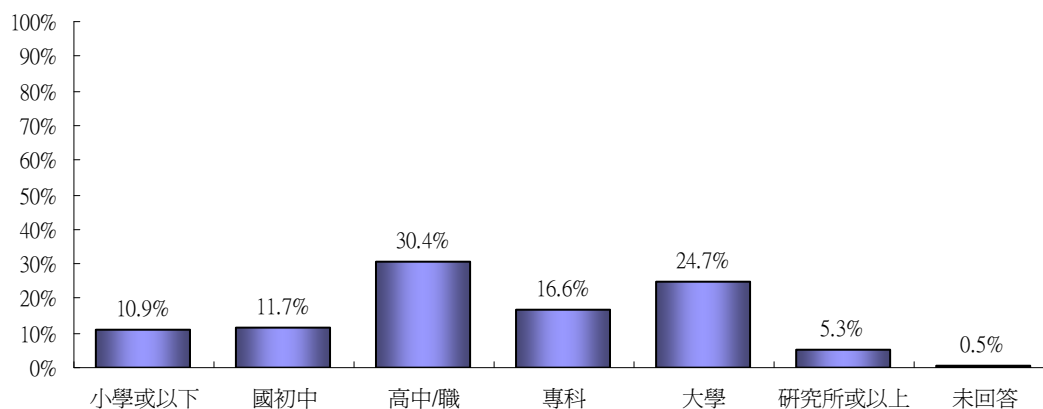


圖 2-3、公視觀眾教育程度分布

針對收看公視與否進行教育程度的檢定結果發現，收看公視與否與教育程度達顯著差異。知道公視，並在兩個月內有看過的受訪者中，以高中（職）的比例最高（30.6%），其次為大學學歷者（24.8%）；沒聽過公視的受訪者中，則以小學或以下學歷者的比例最高（54.1%）。

表 2-9、有/無收看公視者的教育程度分布

單位：人，%

	樣本數	合計	小學 或以下	國(初)中	高中(職)	專科	大學	研究所 及以上
總計	5,315	100.0	18.9	13.7	30.1	13.8	20.4	3.1
兩個月內有看過	1,591	100.0	10.9	11.7	30.6	16.7	24.8	5.3
兩個月內沒有看過	2,819	100.0	12.2	13.6	33.6	15.5	22.4	2.7
沒聽過公視	905	100.0	54.1	17.2	18.6	3.8	6.2	0.2
卡方檢定：P=0.000								

（四）居住地區

本次調查顯示，公視觀眾以居住在北部地區最多，占42.3%，其次依序是南部地區（33.2%）、中部地區（24.5%）。

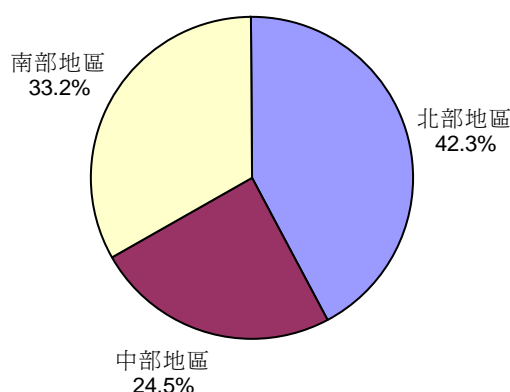


圖 2-4、公視觀眾居住地區分布

針對收看公視與否進行居住地區的檢定結果發現，聽過公視且最近兩個月有收看者、聽過公視但最近兩個月未收看者，以及沒聽過公視者，在居住地區方面達顯著差異。聽過公視但沒有看公視者中，以北部地區的比例最高（47.6%），其次是南部地區（29.2%）、中部地區（23.3%）；沒聽過公視者中，以居住在北部、南部的比例最高，分別占38.7%和36.5%，其次是中部（24.8%）。

表 2-10、有/無收看公視者的居住地區分布

單位：人，%

	樣本數	合計	北部地區	中部地區	南部地區
總計	5,383	100.0	44.5	23.9	31.6
兩個月內有看過	1,599	100.0	42.3	24.5	33.2
兩個月內沒有看過	2,847	100.0	47.6	23.3	29.2
沒聽過公視	937	100.0	38.7	24.8	36.5
卡方檢定：P=0.002					

(五) 個人月收入

從個人月收入來看，公視觀眾以無經常性收入者最多（32.7%），其次是月收入在3萬元至未滿5萬元（23.1%）、2萬元至未滿3萬元者（15.2%），再次之則是月收入在5萬元至未滿7萬元（9.3%），以及2萬元以下者（8.8%）。

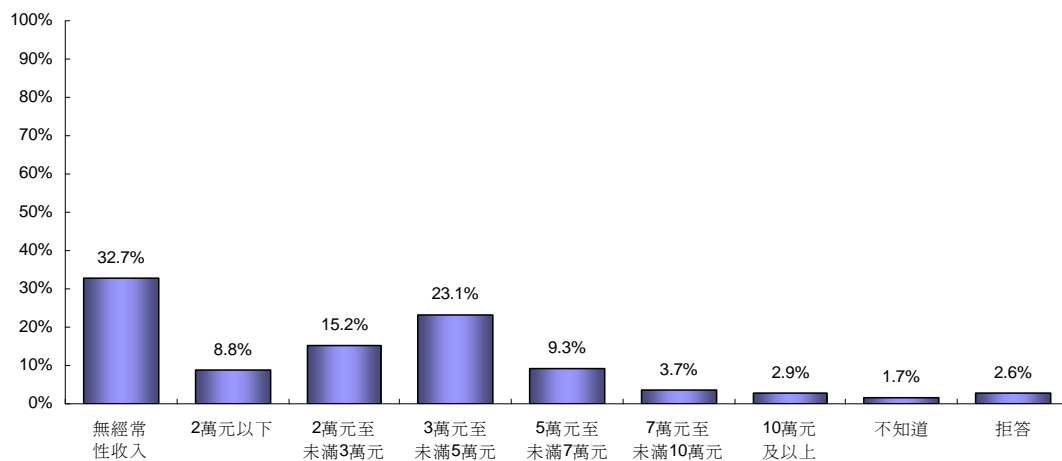


圖 2-5、公視觀眾月收入分布

(六) 職業

公視觀眾中以職業是技術人員（包括技術員、助理專業人員、事務工作人員、服務工作人員及售貨人員）的比例最高（23.2%），其次是學生（19.2%）、家庭管理（13.3%）。

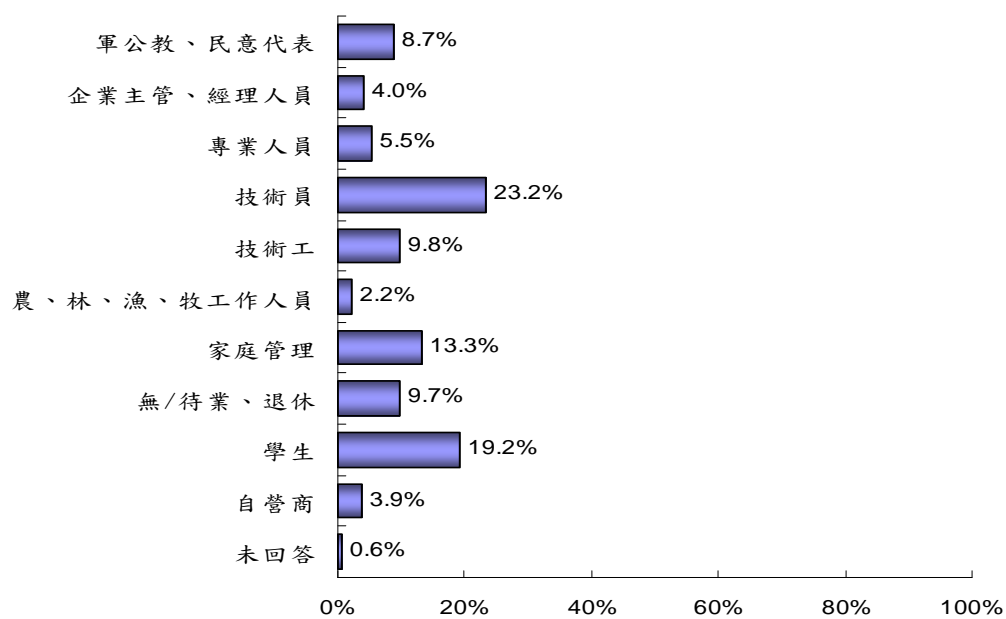


圖 2-6、公視觀眾職業分布

(七) 常用語言

在常用語言方面，公視觀眾最常使用的語言為國語（79.7%），其次是閩南語（73.7%），客家話為8.2%，原住民語則占1.3%，其他語言則占1.1%。其他語言包括英語、日語、韓語等。

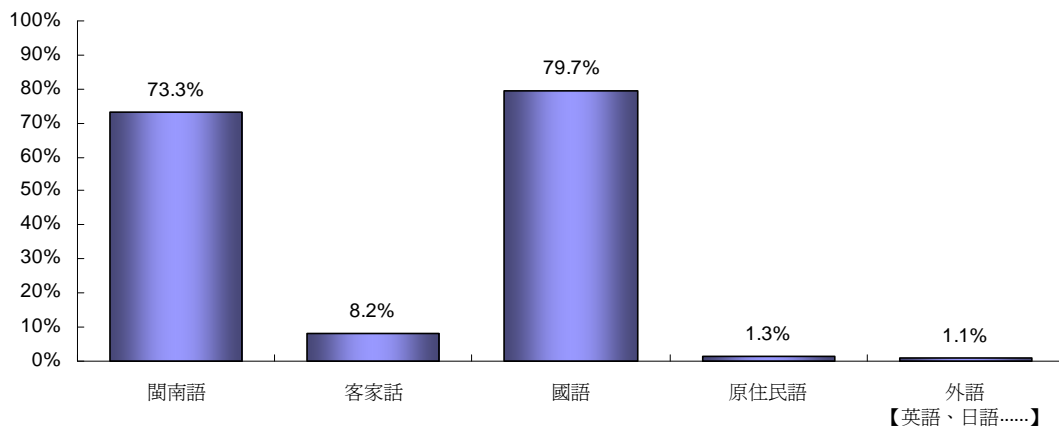


圖 2-7、公視觀眾常用語言（複選）

(八) 家庭狀況

在家庭狀況方面，公視觀眾家中有幼稚園及小學一、二年級小朋友的占 66.2%，其次是只有小學一、二年級生者占 9.8%，只有幼稚園小朋友者占 8.5%。整體來看，公視觀眾家中有小學低年級及以下小朋友的比例高達八成五（84.5%）。此外，公視觀眾家中具原住民血統的占 4.8%；家中有身心障礙者則占 12.3%。

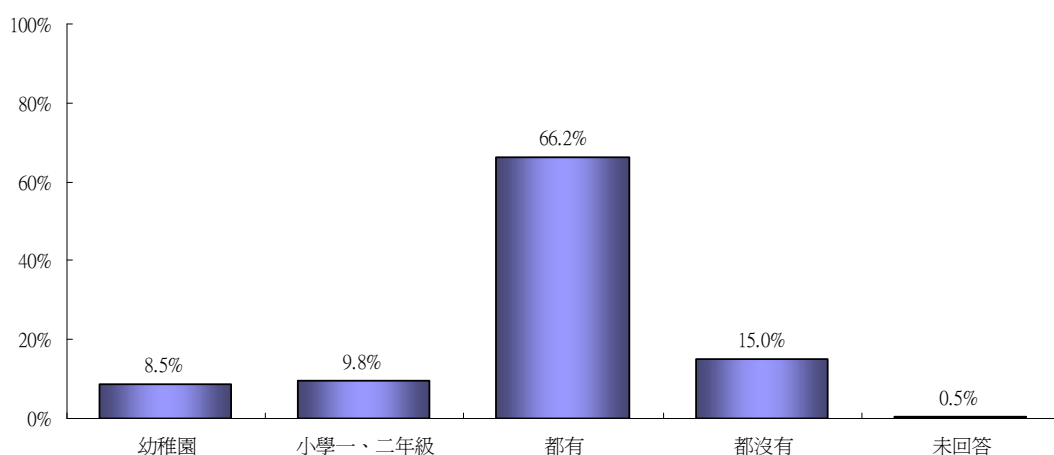


圖 2-8、公視觀眾家中有低年級小孩

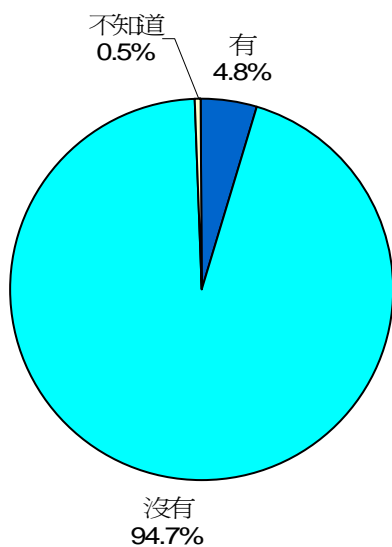


圖 2-9、公視觀眾家中有原住民血統

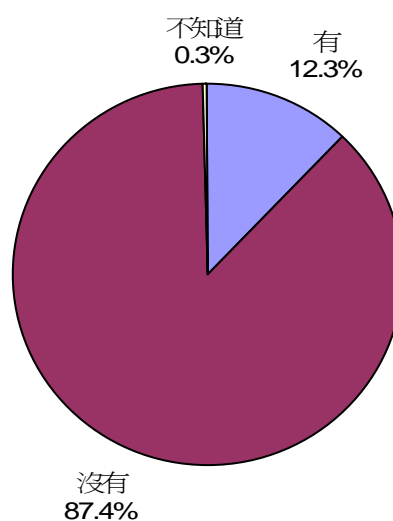


圖 2-10、公視觀眾家中有身心障礙者

第二節 研究結果分析

一、閱聽人對公視頻道的認知程度

(一) 公視頻道知名度與接觸率

由2008年2月至2008年4月的調查結果來看，在5,383位受訪者中，知道公視者有4,446人，公視的知名度為八成三（82.6%）；知道公視的觀眾中，最近二個月內看過公視的比例則為三成六（36.0%）；最近二個月內看過公視的觀眾中，最近一個月也有看公視的比例則為八成一（80.6%）。追問不知道公視的觀眾（937人）是否知道「水果冰淇淋、我們的島、全球現場與人生劇展」等節目，4.2%在提示節目後知道公視，提示後仍不知道公視的比例則為95.8%。

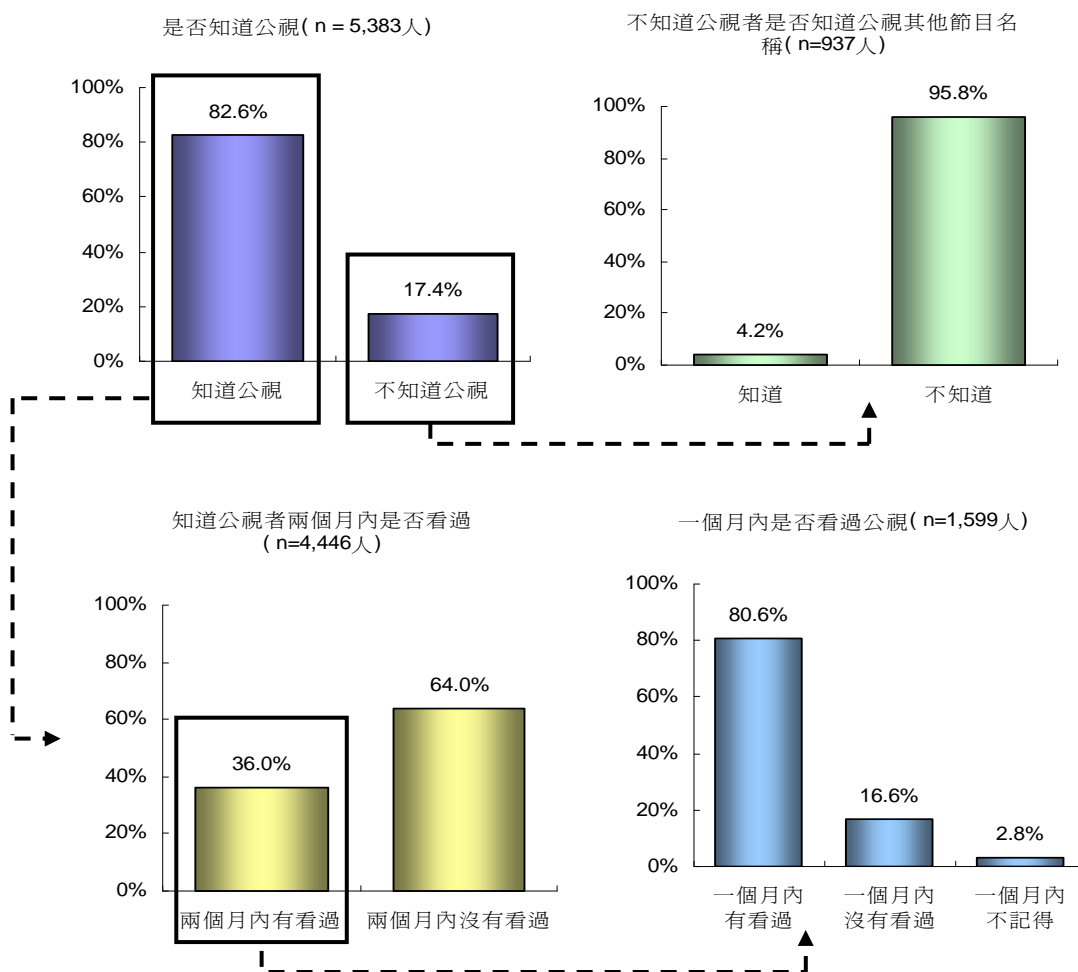


圖 2-11、公視知名度與接觸率

交叉分析發現，公視的知名度會因觀眾的年齡、教育程度、居住地區而有顯著差異。知道公視的觀眾以 30-39 歲、40-49 歲（分別為 92.9% 及 93.8%）民眾知道的比例最高，其次是 20-29 歲者（88.2%）；70 歲以上者知道的比例最低（34.1%）。教育程度在專科以上學歷的民眾知道公視的比例最高（95.3%~99.1%）；小學或以下學歷者知道的比例最低（51.4%）。居住地區則以北部地區的觀眾知道公視的比例最高（82.4%），南部地區觀眾知道的比例最低（79.9%）。（見附表 1）

近兩個月公視的接觸率則會因觀眾的年齡、教育程度及居住地區而有顯著差異。40-49 歲（42.0%）的民眾近兩個月看過公視的比例最高，其次是 50-59 歲（40.0%）、60-69 歲者（34.3%）、20-29 歲者（33.7%）、30-39 歲（33.5%），70 歲以上者（30.5%）收看的比例最低。教育程度方面，教育程度愈高，收看公視的比例也愈高。研究所以上學歷的民眾接觸公視的比例最高（52.5%），國初中以下學歷者則最低（32.6%~33.6%）。（見附表 3）

整體來看，過去收看公視的觀眾年齡層以 20-49 歲之青壯年為主，而在長期耕耘之後，公視的收視群在年齡層方面明顯普及化，顯示公視除了得到一般節目主要收視群的注意外，在分眾節目的部分亦得到觀眾的認同。

(二) 公視偏好度與滿意度

整體來看，本季收看過公視的觀眾對公視頻道的偏好度為77.1分，對公視節目品質滿意度則為80.3分。較上季調查的分數有略為下滑的現象。

表 2-11、各次調查觀眾對公視偏好度及節目品質滿意度

各季調查期間	公視偏好度	節目品質滿意度
2005/05~2005/07	77.1	78.2
2005/08~2005/10	76.8	78.2
2005/11~2006/01	80.4	81.7
2006/02~2006/04	83.1	84.7
2006/05~2006/07	83.7	84.3
2006/08~2006/10	84.9	85.9
2006/11~2007/01	82.7	83.1
2007/02~2007/04	81.1	81.3
2007/05~2007/07	81.1	83.5
2007/08~2007/10	81.6	83.5
2007/11~2008/01	82.3	84.5
2008/02~2008/04	77.1	80.3

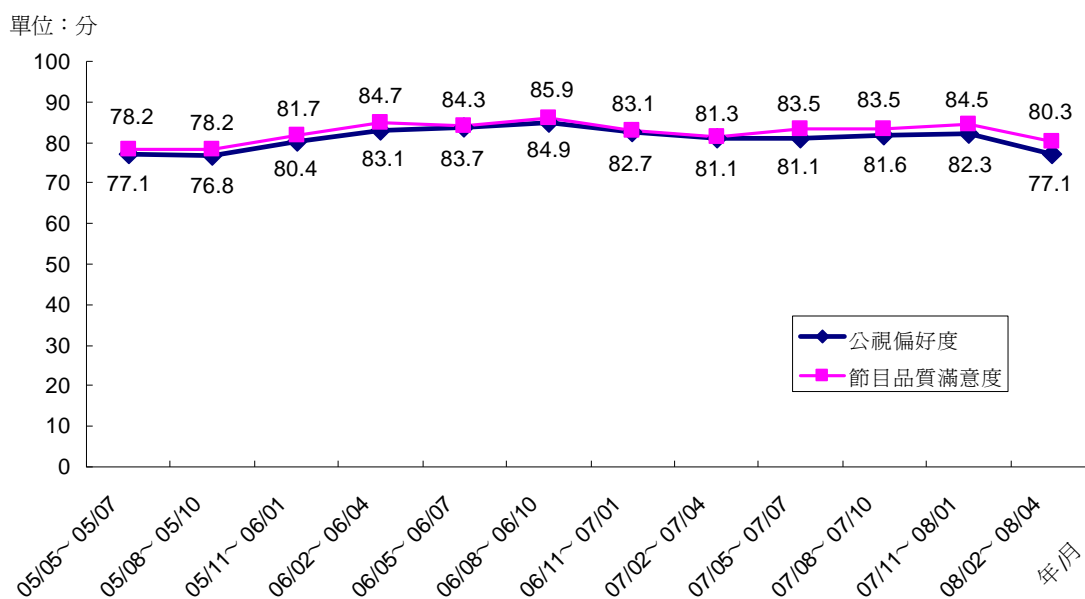


圖 2-12、公視偏好度與節目品質滿意度

1.公視偏好度

交叉分析顯示發現，公視觀眾對公視的偏好度會因年齡、教育程度、職業、家中是否有原住民血統及居住地區的不同而有顯著差異。在年齡方面，以10-19歲（82.4分）的偏好度最高；50-59歲（75.2分）的偏好度最低。教育程度方面，研究所及以上學歷者偏好度最高（84.1分），高中/職及國初中的偏好度最低，分別為79.0分及79.1分。職業方面，學生對公視的偏好度最高（83.6分），其次是軍公教、民意代表（82.9分）。而家中具有原住民血統的觀眾，對公視偏好度（80.5分）高於家中不具有原住民血統的觀眾。在居住地區方面，住在中部地區的觀眾偏好度較高（78.8分），偏好度最低則是北部地區民眾（76.5分）。（見附表8）

2.公視滿意度

交叉分析顯示發現，收看公視的觀眾對公視節目的滿意度會因年齡、教育程度、職業及家中是否有就讀低年級小孩的不同而有顯著差異。年齡方面，10-19歲者的滿意度最高（84.7分），其次為20-29歲及40-49歲者（80.5分）；60-69歲者的滿意度最低（76.4分）。教育程度方面，研究所及以上學歷的公視觀眾滿意度最高（84.1分），其次為大學（81.5分）。在職業方面，以學生的滿意度最高（83.6分）；農、林、漁、牧從業者的滿意度最低（74.0分）。（見附表8）

（三）公視頻道位址認知度

在4,446位知道公視的觀眾中，知道公視在13頻道的比例為三成一（31.3%），還有大約六成（59.4%）的觀眾不知道公視所在頻道位址。

經交叉分析顯示，公視頻道位址的認知度會因觀眾的年齡、教育程度及居住地區不同而有顯著差異。在年齡方面，40~49歲的觀眾知道公視在13頻道的比例最高（36.2%），其次是60~69歲（33.5%），再其次是50~59歲（33.1%）。教育程度方面，研究所及以上的觀眾知道公視在13頻道的比例最高（39.0%），國初中的比例最低（27.2%）。在居住地區方面，北部地區知道比例最高（34.2%），中部地區則最低（26.6%）。（見附表2）

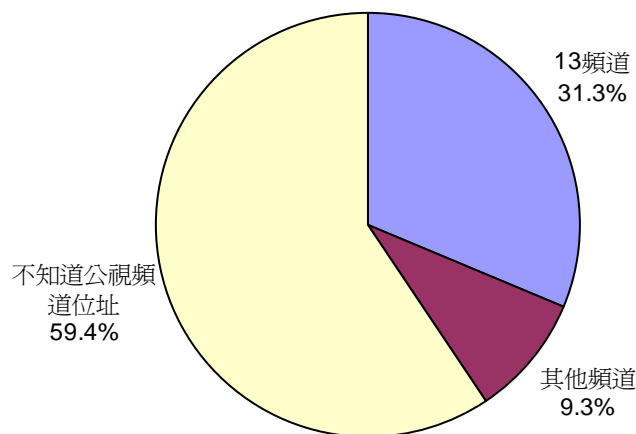


圖 2-13、公視頻道位址認知度 (N=4,446)

（四）收看方式

在本季調查中，詢問4,446位知道公視的觀眾是以哪些方式收看公視，約八成一的觀眾是透過有線電視收看公視（81.6%），其次依序是數位機上盒（11.5%）、UHF超高頻天線（2.3%）。

交叉分析顯示，在年齡方面，透過有線電視收看公視的比例，以10-19歲者最低（73.5%），其次是70歲或以上（76.4%）。而其他年齡層的比例則都在八成以上。教育程度方面，國（初）中以下者透過有線電視收看公視的比例較低，學歷為專科及大學者則為最高（84.8%~84.9%）。在月收入部分，無經常性收入者（71.9%）使用有線電視收看公視的比例最低。職業方面，農林漁牧工作業者用數位機上盒（41.6%）收看公視的比例較其他職業者高。此外，特別值得注意的是，最近一個月看過公視的觀眾中，73.6%的公視觀眾透過有線電視收看公視，21.3%則是透過數位機上盒。（見附表6）

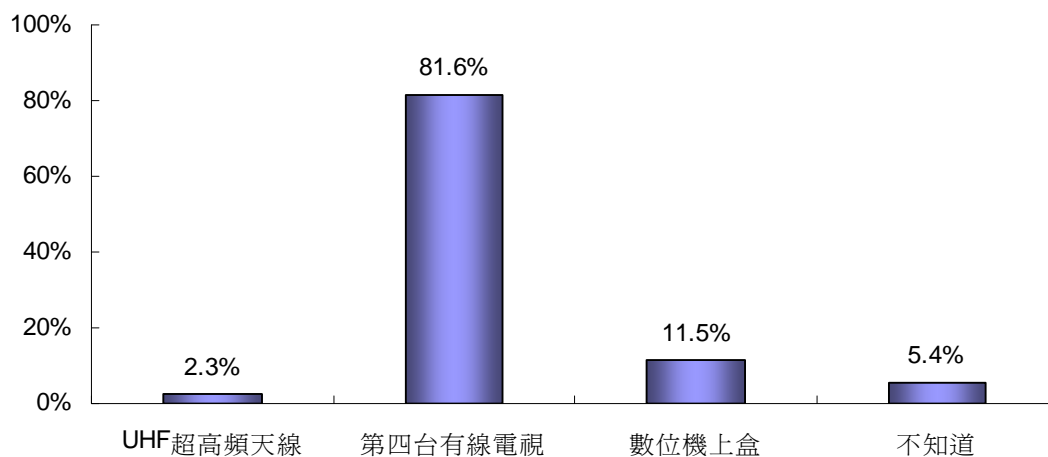


圖 2-14、收看公視的方式（複選，N= 4,446）

（五）主題調查

1. 「公視無廣告收入，而是靠募款來從事節目製作及公共服務」的認知度

詢問4,446位知道公視的受訪者，是否知道「公視沒有廣告收入，而是靠募款來從事節目製作及公共服務」，知道的比例為三成（30.0%），不知道的比例則為六成五（65.3%）。顯示民眾對於公視無廣告收入的認知度尚不高，未來公視可針對公共服務的實質意義多加宣傳，強調公視在提昇媒體正向經營及教化民眾的力量，以提升民眾捐款的意願。

經交叉分析顯示發現，「公視無廣告收入，而是靠募款來從事節目製作及公共服務」的認知度會因觀眾的性別、年齡、教育程度、月收入、職業及是否有低年級小孩之不同而有顯著差異。在性別方面，女性（30.8%）知道的比例略高於男性（29.1%）。年齡方面，40~59歲的觀眾知道的比例較高（35.0%）。在教育程度方面，教育程度愈高，知道的比例愈高。月收入在2萬元至未滿3萬元者知道比例最低（39.8%）。職業方面，則以軍公教、民意代表及企業主管、經理人員知道的比例較高（55.3%~59.3%）。此外，家中只有就讀小學一、二年級小朋友的家庭，知道的比例較低（36.4%）。（見附表7）

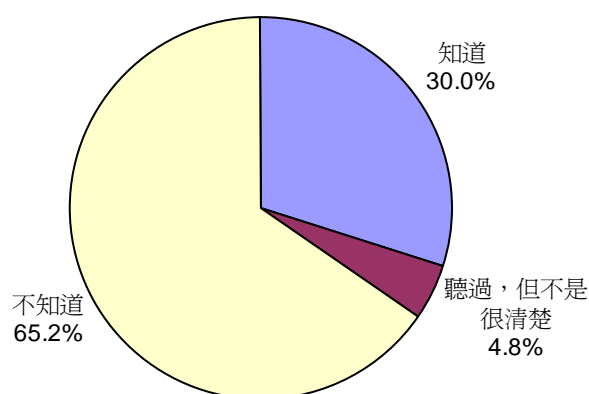


圖 2-15、對公視無廣告收入的認知度 (N=4,446)

2.最能吸引觀眾收看的節目類型

詢問4,446位知道公視的受訪者，最能吸引其收看的節目類型²依序是戲劇性節目（41.8%）、音樂性節目（28.0%）、介紹性節目（27.4%）以及教學性節目（25.2%）和新聞性節目（22.0%）。

交叉分析顯示，在性別方面，女性偏好戲劇性節目（47.4%）明顯高於男性（34.8%）。年齡方面，29歲以下的觀眾最受戲劇性節目（40.1%~55.0%）及音樂性節目（36.0%~38.5%）所吸引，30-49歲者則是戲劇性節目（37.1%~47.2%）及教學性節目（28.6%~34.6%），50-59歲是介紹性節目（34.1%）、戲劇性節目（33.2%），60歲以上者則偏好新聞性節目（27.9%~32.9%）、戲劇性節目（28.4%~28.6%）。在教育程度方面，學歷為高中/職以下者最受戲劇性節目（36.1%~43.2%）所吸引，專科是戲劇性節目（38.2%）、介紹性節目（39.1%），大學是戲劇性節目（45.1%）、音樂性節目（34.8%），研究所以上者則偏好戲劇性節目（55.5%）、訪問座談性節目（43.3%）。（見附表9）

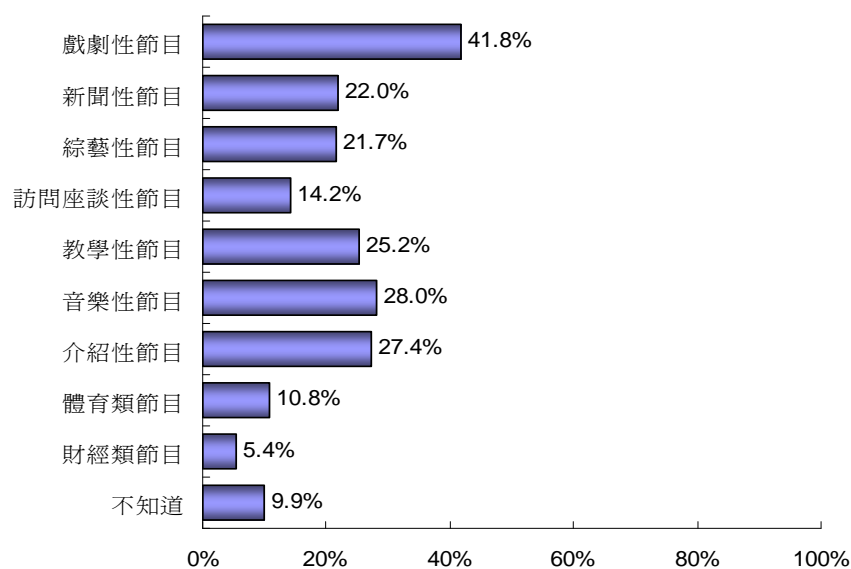


圖 2-16、觀眾會被吸引收看的節目類型（複選，N=4,446）

² 戲劇性節目如單元劇、連續劇，新聞性節目如新聞播報、新聞評論、深度報導，綜藝性節目如歌唱、競賽、才藝表演，訪問座談性節目如國是論壇、社教、及公共政策為主題，教學性節目如空中教學、親子教室、社會推廣教育為主，音樂性節目如音樂欣賞、風景旅遊搭配 MTV，介紹性節目如各國國情、旅遊、文化介紹。

比較分析公視觀眾與未收看公視者所偏好的節目類型之差異，結果顯示：公視觀眾會被吸引的節目類型依序是戲劇性節目（45.9%）、新聞性節目（35.7%）、綜藝性節目（32.2%）與訪問座談性節目（31.4%）；近兩個月沒有收看公視的人，會被吸引的節目類型則依序是戲劇性節目（38.8%）、訪問座談性節目（25.6%）、介紹性節目（23.2%）與教學性節目（22.8%）。（見附表9）兩者的節目類型偏好差異主要在於兩個月內沒有收看公視者較偏好「介紹性節目」。

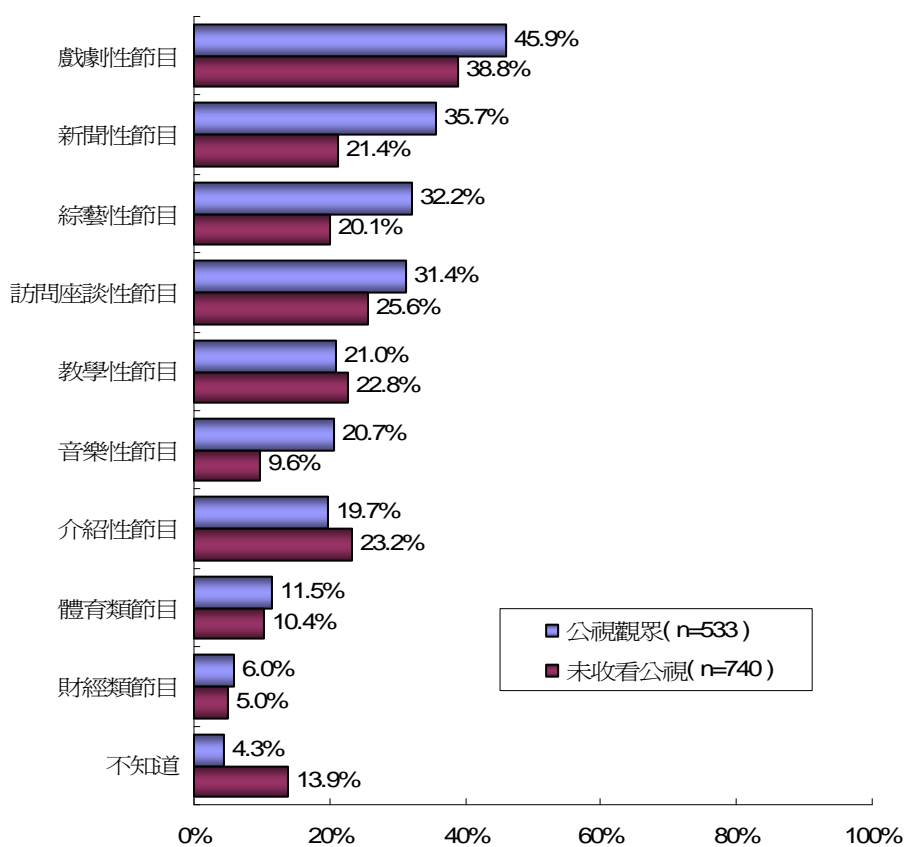


圖 2-17、有/無收看公視者會被吸引收看的節目類型（複選）

二、目標績效節目滿意度調查

(一) 新聞性節目

在本季的調查中，新聞性節目的整體接觸率方面，有半數（51.4%）的受訪者看過公視新聞性節目，48.6%沒看過。

交叉分析顯示，公視新聞節目的接觸率會因為公視觀眾的教育程度、最近一個月是否看過公視、是否具有原住民血統及居住地區別而有顯著差異。在教育程度方面，研究所及以上者看過公視新聞性節目的比例最高（68.8%）。而最近一個月看過公視的觀眾中，超過半數以上都接觸過新聞性節目（55.4%）。具有原住民血統的觀眾中，有約六成三的比例（63.0%）接觸過公視的新聞性節目。在居住地區部分，中部地區的接觸率最高（56.9%）。（見附表10）

就各節目來看，公視觀眾曾經看過的新聞性節目以「公視晚間新聞」的比例最高（40.5%），其次是「公民眾意院」（29.8%）和「尖鋒對話」（26.4%）。在滿意度方面，則以「公視午間新聞」的82.8分最高，其次是「獨立特派員」81.6分。

在收視滿意度與收視率的比較上，相對於其他的新聞性節目，公視晚間新聞的收視率最高，其次是獨立特派員；公視午間新聞、公視暗時新聞及公民眾意院的滿意度較高，但收視率較低；公視新聞報的滿意度居中，收視率較低；有話好說、全球現場及尖鋒對話收視率居中，但滿意度較低；公視中晝新聞則是兩者都有待提升。

表 2-12、新聞性節目收視狀況

	樣本數(人)	接觸率(%)	滿意度(分)	TV-R	Reach(%)
新聞性節目					
全球現場	533	16.1%	78.9	0.12	3.53%
公視午間新聞	1,066	9.0%	82.8	0.08	9.85%
公視中晝新聞	1,066	4.2%	79.5	0.08	9.83%
公視暗時新聞	1,066	10.3%	81.2	0.10	13.40%
有話好說	1,066	15.0%	77.5	0.12	17.75%
公視晚間新聞	1,599	27.7%	81.2	0.19	26.13%
公視新聞報	1,599	12.3%	80.4	0.08	11.27%
公民眾意院	533	17.5%	80.5	0.11	2.66%
獨立特派員	1,599	13.8%	81.6	0.16	5.62%
尖鋒對話	533	16.7%	80.3	0.12	4.47%

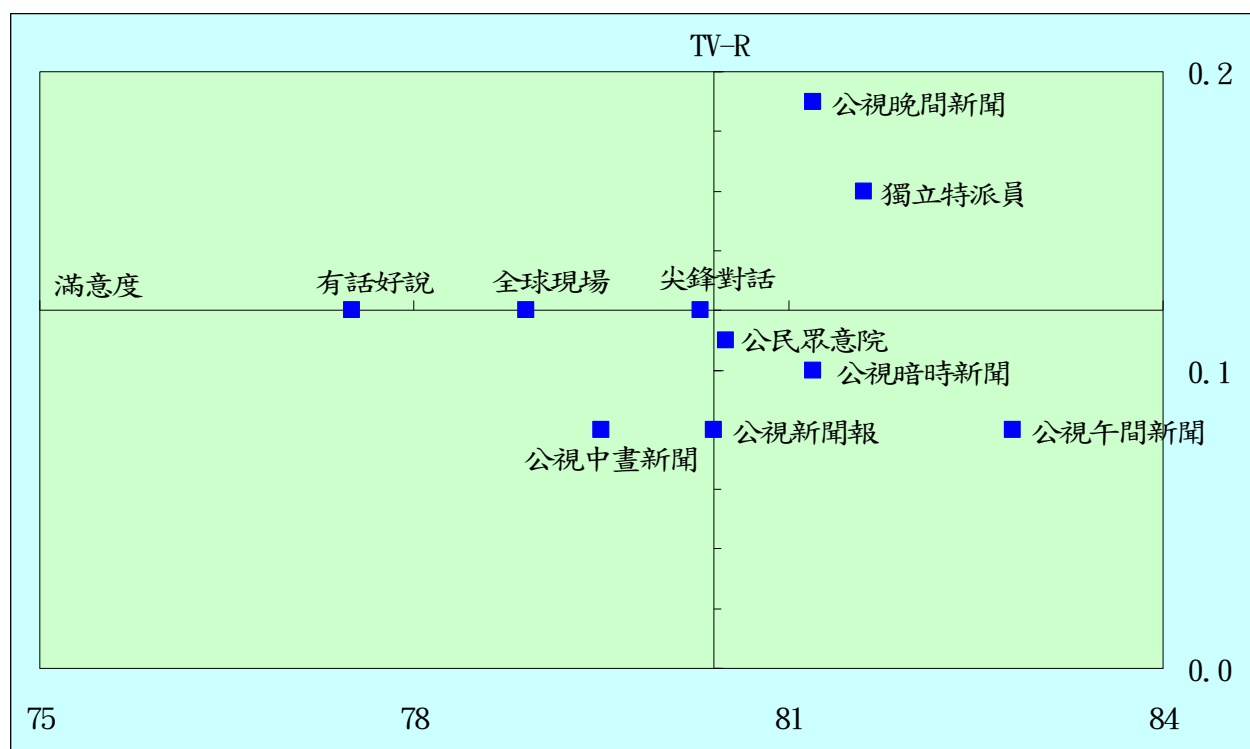


圖 2-18、新聞性節目收視滿意度與收視率比較

1.全球現場

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，全球現場在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.12，觸達率為3.53%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位公視觀眾中，全球現場的整體接觸率為一成六（16.1%）。交叉分析顯示，全球現場的接觸率會因為公視觀眾性別的不同而有顯著差異，在性別方面，男性（19.1%）看過的比例明顯高於女性（13.4%）。

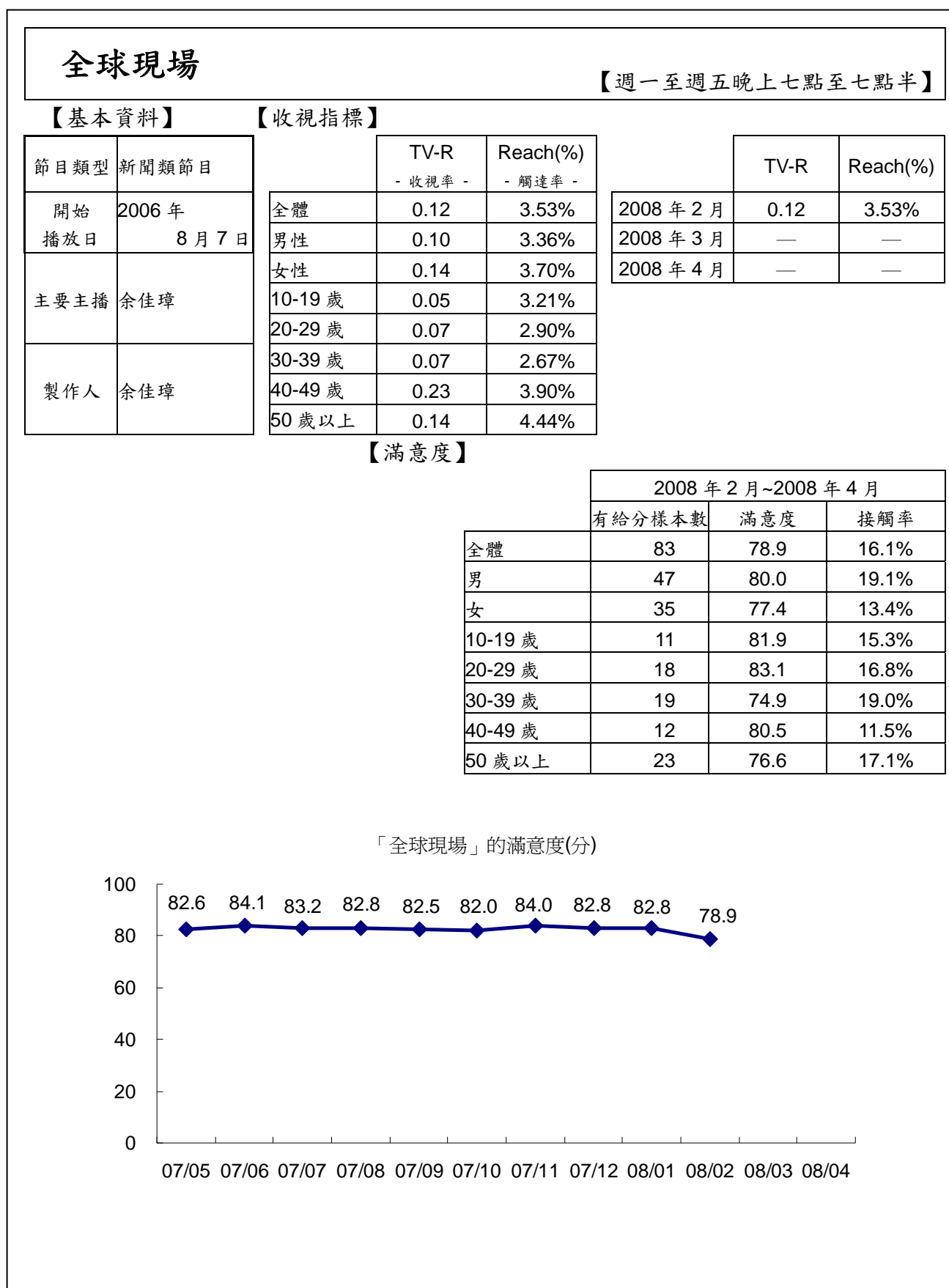
(3) 滿意度

全球現場在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為78.9分。交叉分析顯示，觀眾對全球現場的滿意度會因為公視觀眾的教育程度不同而有顯著差異。學歷為國初中者的滿意度最高（85.3分），高中/職的滿意度最低（75.3分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，全球現場的主要收視群以男性為主（19.1%），年齡在20-39歲（16.8%~19.0%）及50-59歲（17.1%）居多，教育程度則集中在專科及以上。主要收視群中以男性（80.0分）、年齡20-29歲（83.1分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（78.9分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表11）

表 2-13、新聞性節目收視指標－全球現場



2.公視午間新聞

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視午間新聞在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.08，觸達率為9.85%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,066位公視觀眾中，公視午間新聞的整體接觸率為9.0%。交叉分析顯示，公視午間新聞的收視情況與各基本變項間均無顯著差異。

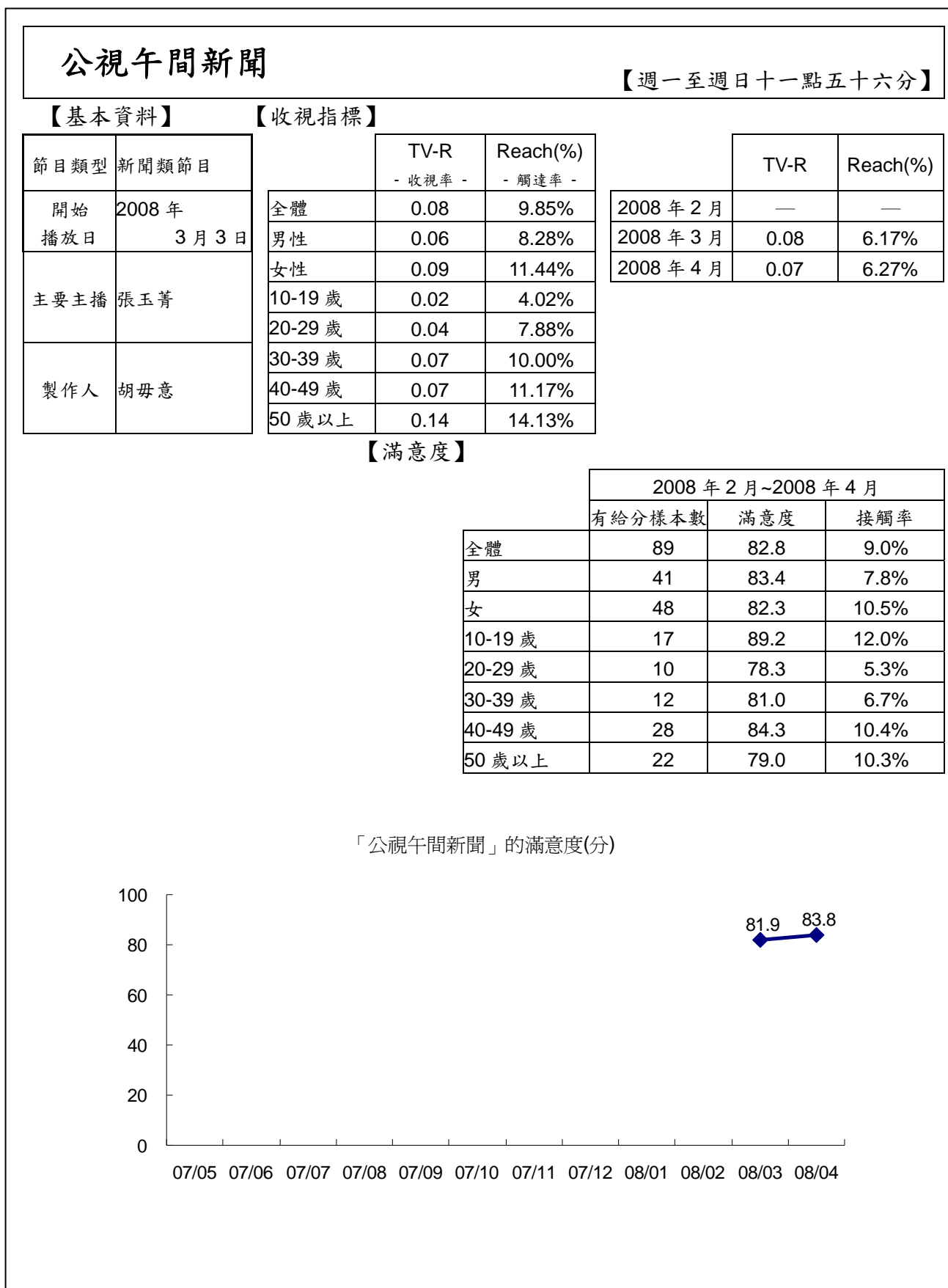
(3) 滿意度

公視午間新聞在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為82.8分。交叉分析顯示，觀眾對公視午間新聞的滿意度會因職業的不同而有顯著差異。在職業方面，以技術工的滿意度最高（90.5分），滿意度最低者為自營商（76.4分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視午間新聞的主要收視群以女性稍多（10.5%），年齡在10-19歲（12.0%）、40歲以上（10.3%~10.4%），教育程度則呈現兩極化趨勢，分散在小學或以下、研究所及以上。主要收視群中，以年齡10-19歲（89.2分）、40-49歲（84.3分），教育程度在小學或以下者（87.6分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（82.8分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表12）

表 2-14、新聞性節目收視指標－公視午間新聞



3.公視中晝新聞

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視中晝新聞在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.08，觸達率為9.83%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,066位公視觀眾中，公視中晝新聞的整體接觸率4.2%。交叉分析顯示，公視中晝新聞的收視情況會因為公視觀眾性別不同而有顯著差異。在性別部分，女性（5.7%）的收看比例明顯高於男性（2.9%）。

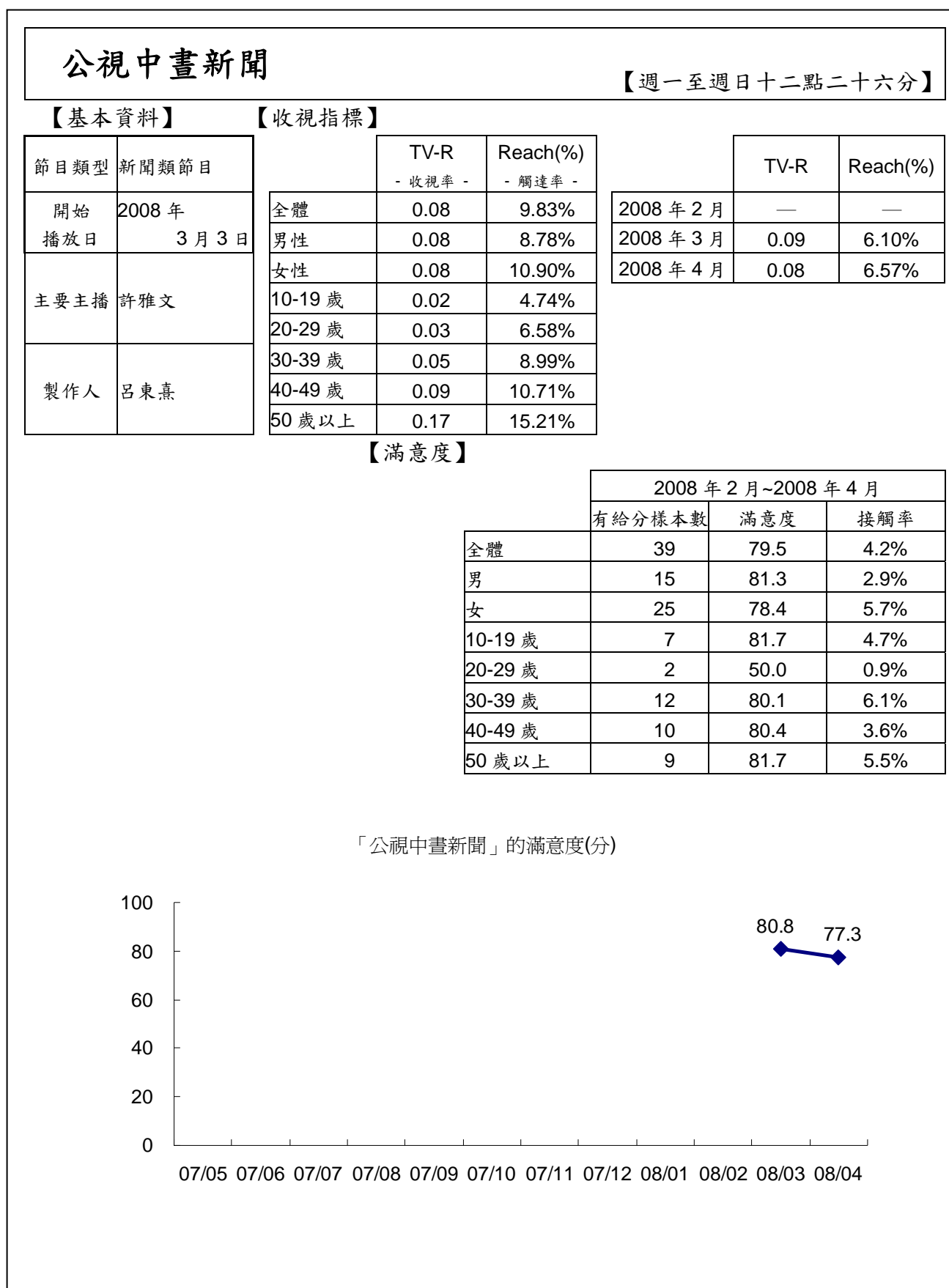
(3) 滿意度

公視中晝新聞在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為79.5分。交叉分析顯示，觀眾對公視中晝新聞的滿意度會因最近一個月是否看過公視而有顯著差異。最近一個月看過公視的觀眾對公視中晝新聞的滿意度為82.5分，明顯高於最近一個月沒有收看公視的觀眾（72.1分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視中晝新聞的主要收視群以女性稍多（5.7%），年齡在30-39歲（6.1%），教育程度則呈現兩極化趨勢，分散在小學或以下、研究所及以上。主要收視群中，年齡30-39歲（80.1分）、教育程度在小學或以下（83.7分），除接觸率較高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（79.5分）。但整體而言，由於評分觀眾人數仍低，因此仍需再持續觀察。（見附表13）

表 2-15、新聞性節目收視指標－公視中晝新聞



4.公視暗時新聞

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視暗時新聞在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.10，觸達率為13.40%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,066位公視觀眾中，公視暗時新聞的整體接觸率10.3%。交叉分析顯示，公視暗時新聞的收視情況未因基本變項之不同而有顯著差異。

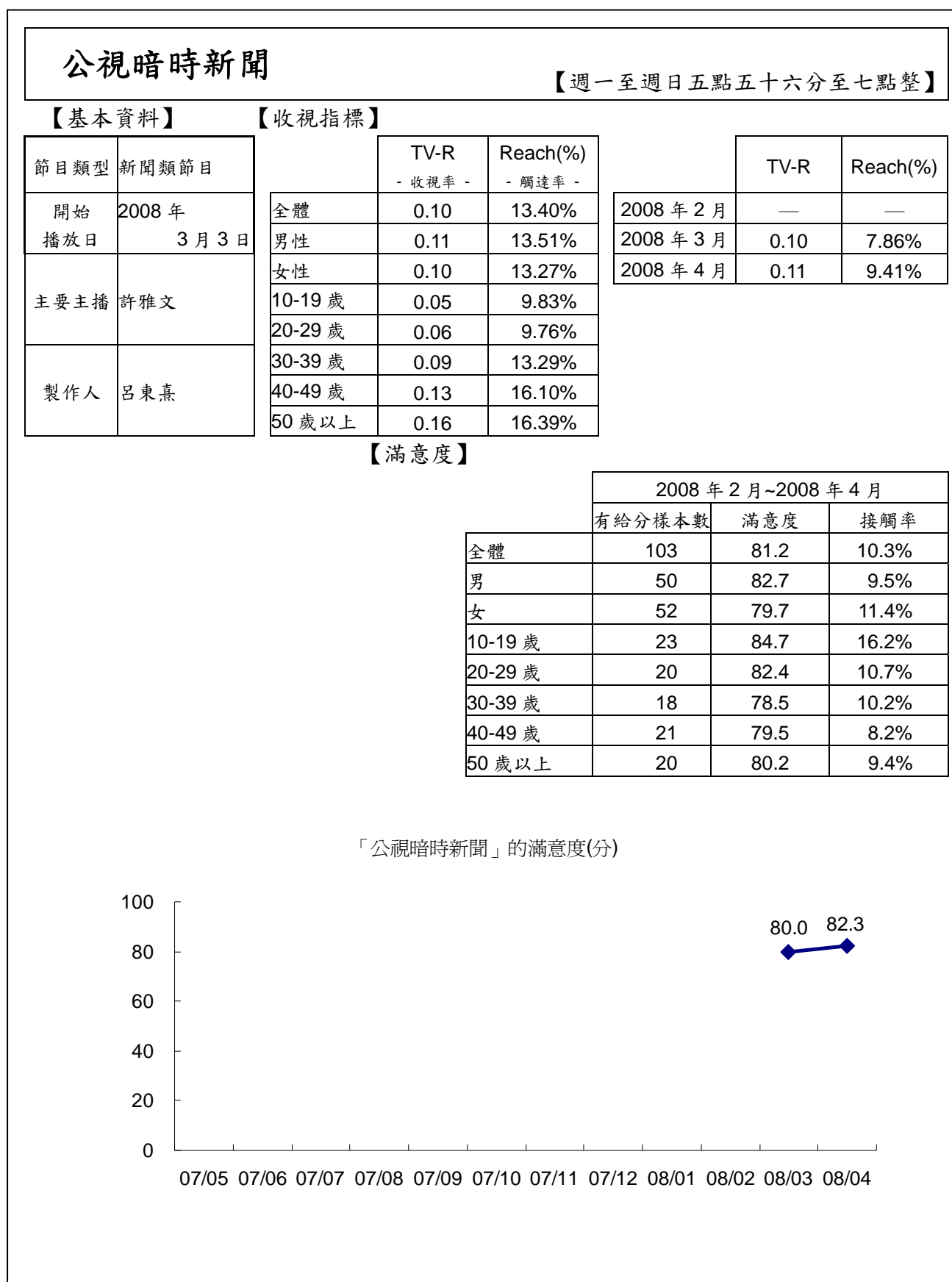
(3) 滿意度

公視暗時新聞在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為81.2分。交叉分析顯示，觀眾對公視暗時新聞的滿意度會因職業及家中是否有低年級小孩而有顯著差異。在職業方面，學生的滿意度最高（85.9分），農、林、漁、牧的滿意度最低（69.6分）。而家中有就讀低年級小孩的觀眾滿意度較高（80.0分~88.9分），家中沒有低年級小孩的觀眾滿意度為78.3分。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視暗時新聞的主要收視群以女性稍多（11.4%），年齡在40歲以下（10.2%~16.2%），教育程度則呈現兩極化趨勢，分散在小學或以下、研究所及以上。主要收視群中，年齡10-19歲（84.7分）及20-29歲（82.4分），教育程度在小學或以下者（82.6分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（81.2分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表14）

表 2-16、新聞性節目收視指標－公視暗時新聞



5.公視晚間新聞

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視晚間新聞在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.19，觸達率為26.13%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，公視晚間新聞的整體接觸率27.7%。交叉分析顯示，公視晚間新聞的收視情況未因基本變項之不同而有顯著差異。

(3) 滿意度

公視晚間新聞在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為81.2分。交叉分析顯示，觀眾對公視晚間新聞的滿意度會因教育程度、職業、最近一個月是否收看過公視及居住地區的不同而有顯著差異。教育程度方面，小學或以下的滿意度最高（84.4分），其次是研究所及以上（84.3分），而學歷為專科者的滿意度最低（78.9分）。在職業方面，以學生滿意度最高（84.3分），滿意度最低者為自營商（76.3分）及企業主管、經理人員（76.4分）。而最近一個月有看過公視的觀眾（81.8分）對公視晚間新聞的滿意度明顯高於最近一個月沒有看過公視的觀眾（77.5分）。居住地區方面，中部的觀眾滿意度最高（83.3分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視晚間新聞的主要收視群以女性稍多（29.2%），年齡在10-19歲（31.7%），教育程度則集中在大學及以上。收視群中以女性（81.5分），年齡在10-19歲（84.4分）；教育程度在研究所及以上者（84.3分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（81.2分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表15）

表 2-17、新聞性節目收視指標－公視晚間新聞

公視晚間新聞		【週一至週五晚上八點至九點 週六至週日晚上八點至八點半】																														
【基本資料】		【收視指標】																														
節目類型	新聞類節目		TV-R - 收視率 -	Reach(%) - 觸達率 -																												
開始 播放日	2002年 7月1日	全體	0.19	26.13%	2008年2月	0.20 12.30%																										
主要主播	黃明明、葉明 蘭、洪蕙竹、張 玉菁	男性	0.22	26.00%	2008年3月	0.17 13.58%																										
		女性	0.17	26.27%	2008年4月	0.20 13.70%																										
		10-19歲	0.05	17.60%																												
		20-29歲	0.11	21.63%																												
		30-39歲	0.13	27.65%																												
製作人	余佳璋、蘇啟禎	40-49歲	0.39	31.40%																												
		50歲以上	0.24	30.19%																												
		【滿意度】																														
		2008年2月~2008年4月																														
			有給分樣本數	滿意度	接觸率																											
		全體	426	81.2	27.7%																											
		男	209	80.9	26.4%																											
		女	217	81.5	29.2%																											
		10-19歲	68	84.4	31.7%																											
		20-29歲	68	82.3	23.2%																											
		30-39歲	81	80.5	26.9%																											
		40-49歲	101	80.0	27.5%																											
		50歲以上	107	80.1	29.8%																											
「公視晚間新聞」的滿意度(分)																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>日期</th> <th>滿意度(分)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>07/05</td><td>82.3</td></tr> <tr><td>07/06</td><td>82.5</td></tr> <tr><td>07/07</td><td>82.4</td></tr> <tr><td>07/08</td><td>82.5</td></tr> <tr><td>07/09</td><td>80.2</td></tr> <tr><td>07/10</td><td>80.1</td></tr> <tr><td>07/11</td><td>83.7</td></tr> <tr><td>07/12</td><td>82.5</td></tr> <tr><td>08/01</td><td>81.6</td></tr> <tr><td>08/02</td><td>79.2</td></tr> <tr><td>08/03</td><td>82.6</td></tr> <tr><td>08/04</td><td>82.2</td></tr> </tbody> </table>							日期	滿意度(分)	07/05	82.3	07/06	82.5	07/07	82.4	07/08	82.5	07/09	80.2	07/10	80.1	07/11	83.7	07/12	82.5	08/01	81.6	08/02	79.2	08/03	82.6	08/04	82.2
日期	滿意度(分)																															
07/05	82.3																															
07/06	82.5																															
07/07	82.4																															
07/08	82.5																															
07/09	80.2																															
07/10	80.1																															
07/11	83.7																															
07/12	82.5																															
08/01	81.6																															
08/02	79.2																															
08/03	82.6																															
08/04	82.2																															

6.有話好說

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，有話好說在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.12，觸達率為17.75%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,066位公視觀眾中，有話好說的整體接觸率15.0%。交叉分析顯示，有話好說的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

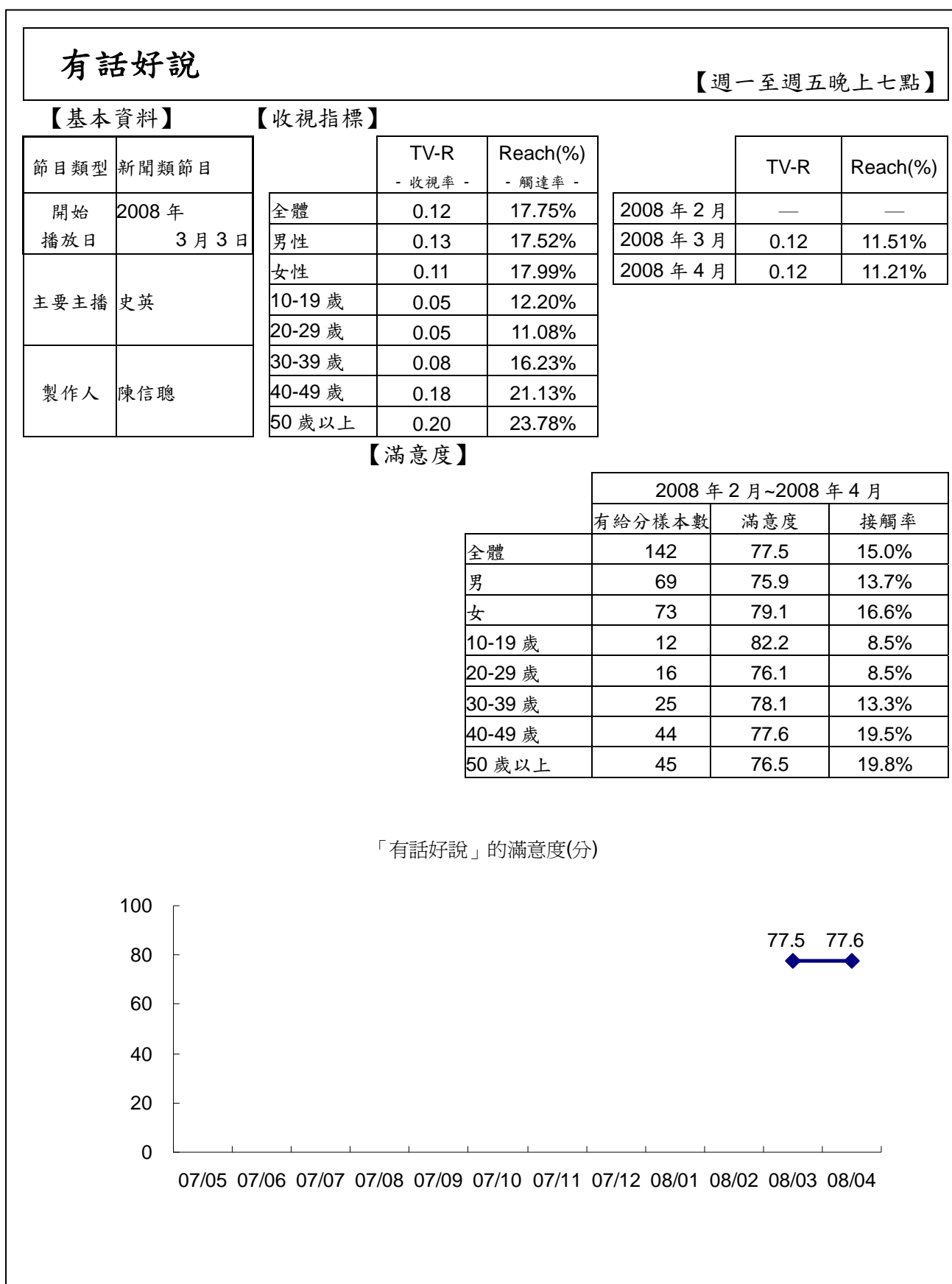
(3) 滿意度

有話好說在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為77.5分。交叉分析顯示，觀眾對有話好說的滿意度與各基本變項皆無顯著差異。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，有話好說的主要收視群以女性稍多（16.6%），年齡在40歲以上（19.5%~19.8%），教育程度則集中在專科及以上。主要收視群中以女性（79.1分）、年齡40-49歲（77.6分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（77.5分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表16）

表 2-18、新聞性節目收視指標—有話好說



7.公視新聞報

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視新聞報在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.08，觸達率為11.27%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，公視新聞報的整體接觸率12.3%。交叉分析顯示，公視新聞報的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

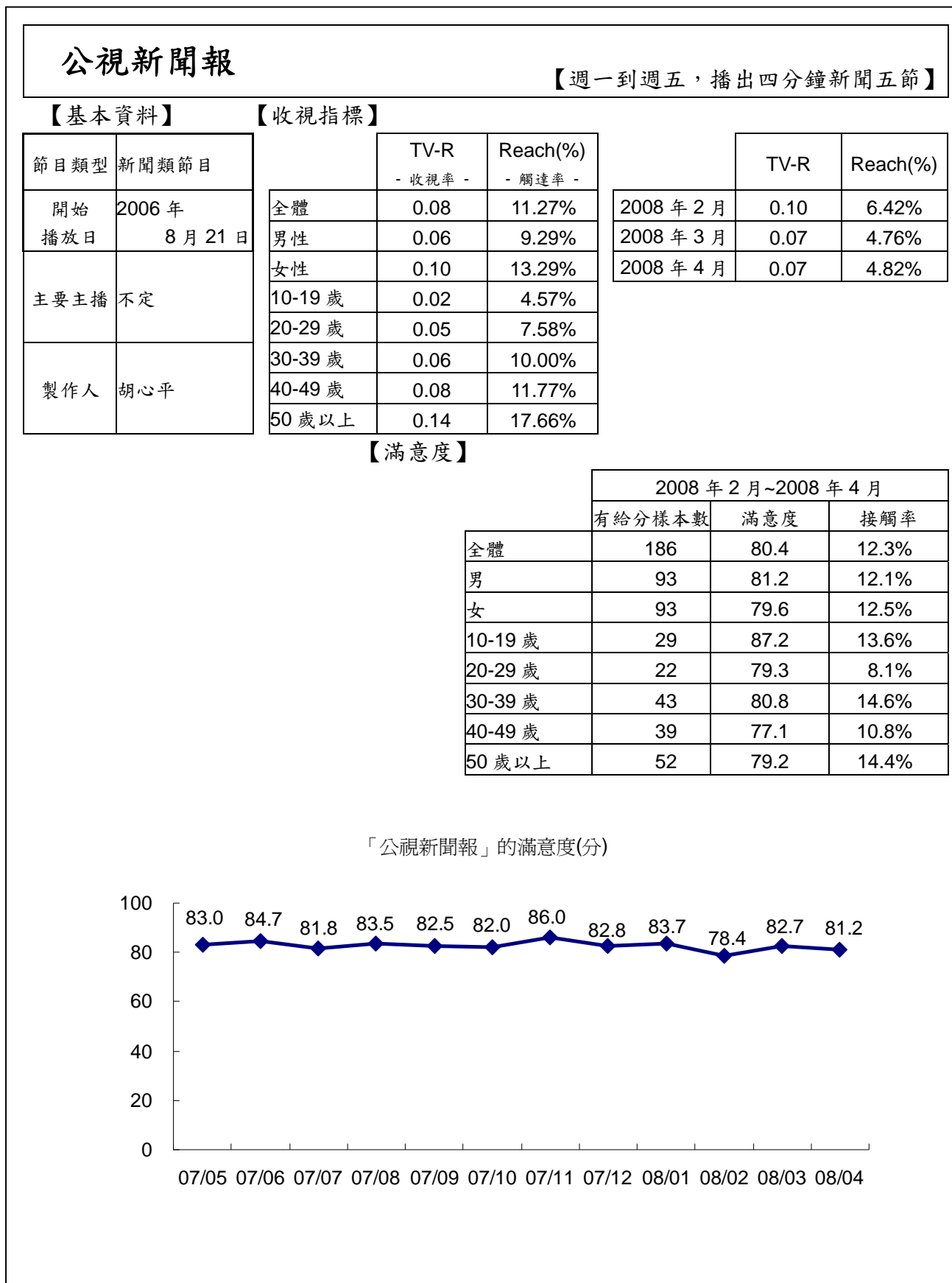
(3) 滿意度

公視新聞報在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為80.4分。交叉分析顯示，觀眾對公視新聞報的滿意度會因為公視觀眾的年齡及是否具有原住民血統之不同而有顯著差異。年齡為10-19歲的滿意度最高（87.2分），而40-49歲的滿意度最低（77.1分）。此外，具有原住民血統的觀眾滿意度（86.3分）高於未具有原住民血統的觀眾（79.9分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視新聞報的主要收視群在性別、年齡及教育程度等均相當平均分散在各個群體，可見本節目吸引之觀眾相當大眾化。收視群中，以男性（81.2分），年齡10-19歲（87.2分），教育程度為小學或以下者（85.9分），職業為學生（84.7分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於平均整體滿意度（80.4分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表17）

表 2-19、新聞性節目收視指標－公視新聞報



8.公民眾意院

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公民眾意院在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.11，觸達率為2.66%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位公視觀眾中，公民眾意院的整體接觸率17.5%。交叉分析顯示，公民眾意院的收視情況會因為公視觀眾性別的不同而有顯著差異。男性看過的比例（23.8%）高於女性（12.0%）。

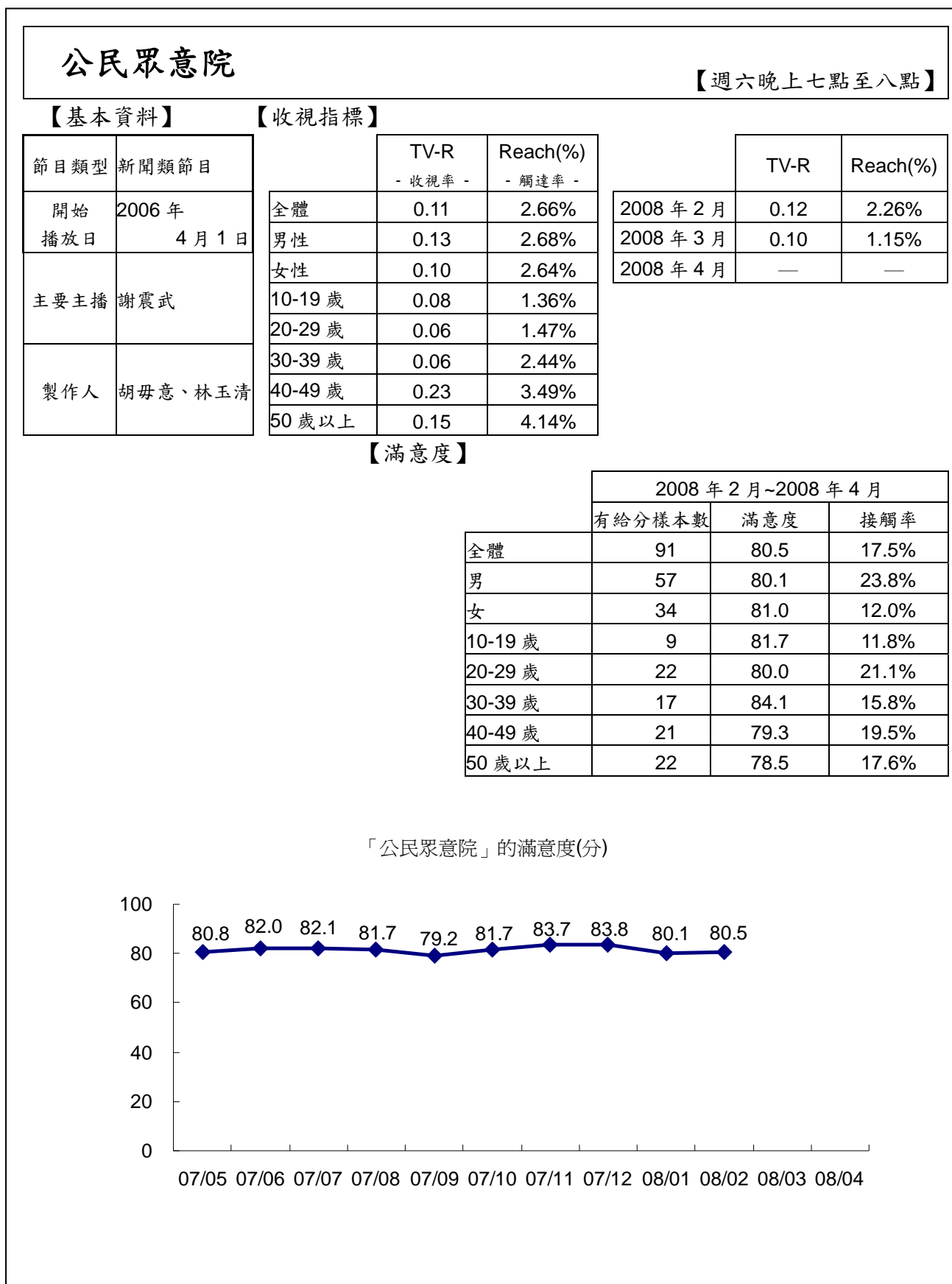
(3) 滿意度

公民眾意院在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為80.5分。交叉分析顯示，觀眾對公民眾意院的滿意度與基本變項間沒有顯著差異。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公民眾意院的主要收視群以男性為主（23.8%），年齡在20歲以上（15.8%~21.1%），教育程度則集中在大學及以上。主要收視群中，除年齡在30-39歲者（84.1分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（80.5分），為本節目之核心觀眾群外；其餘主要收視群的滿意度皆低於整體平均滿意度。（見附表18）

表 2-20、新聞性節目收視指標－公民眾意院



9.獨立特派員

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，獨立特派員在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.16，觸達率為5.62%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，獨立特派員的整體接觸率為13.8%。交叉分析顯示，獨立特派員的收視情況會因為是否具有原住民血統而有顯著差異。自己或家中有人具有原住民血統的觀眾看過獨立特派員的比例（23.0%）明顯高於沒有原住民血統的觀眾（13.5%）。

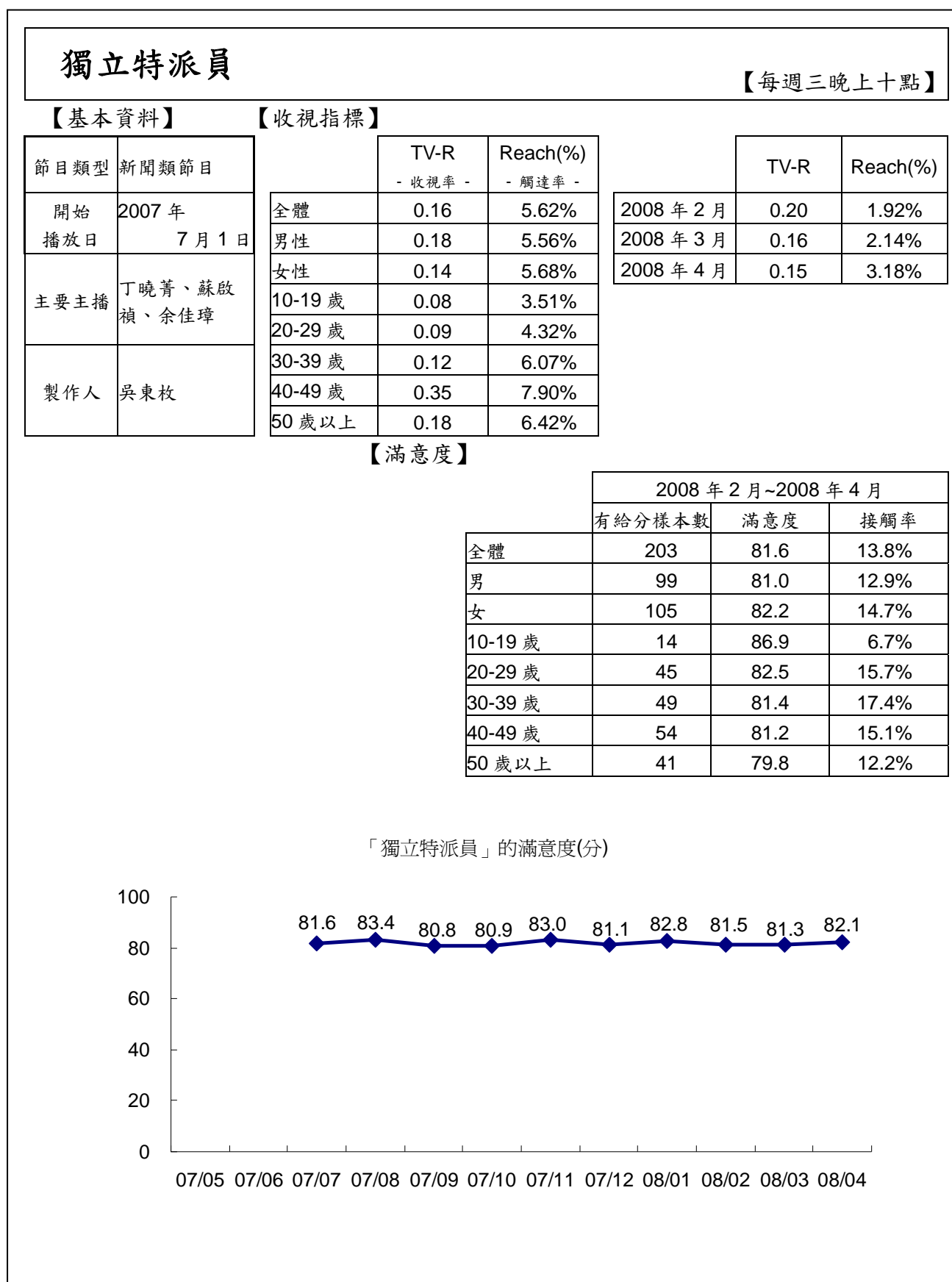
(3) 滿意度

獨立特派員在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為81.6分。交叉分析顯示，觀眾對獨立特派員的滿意度會因教育程度及家中是否有就讀低年級小孩的不同而有顯著差異。教育程度方面，小學或以下者的滿意度最低（77.7分），研究所及以上的滿意度最高（88.2分）。此外家中有就讀低年級小孩的觀眾滿意度（85.4分）高於家中沒有就讀低年級小孩的觀眾（77.7分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，獨立特派員的主要收視群以女性稍多（14.7%），年齡在20-49歲之間（15.1%~17.4%），教育程度則集中在專科及以上。主要收視群中，以年齡20-29歲（82.5分）、教育程度在大學者（82.5分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（81.6分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表19）

表 2-21、新聞性節目收視指標－獨立特派員



10.尖鋒對話

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，尖鋒對話在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.12，觸達率4.47%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位公視觀眾中，尖鋒對話的整體接觸率16.7%。交叉分析顯示，尖鋒對話的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

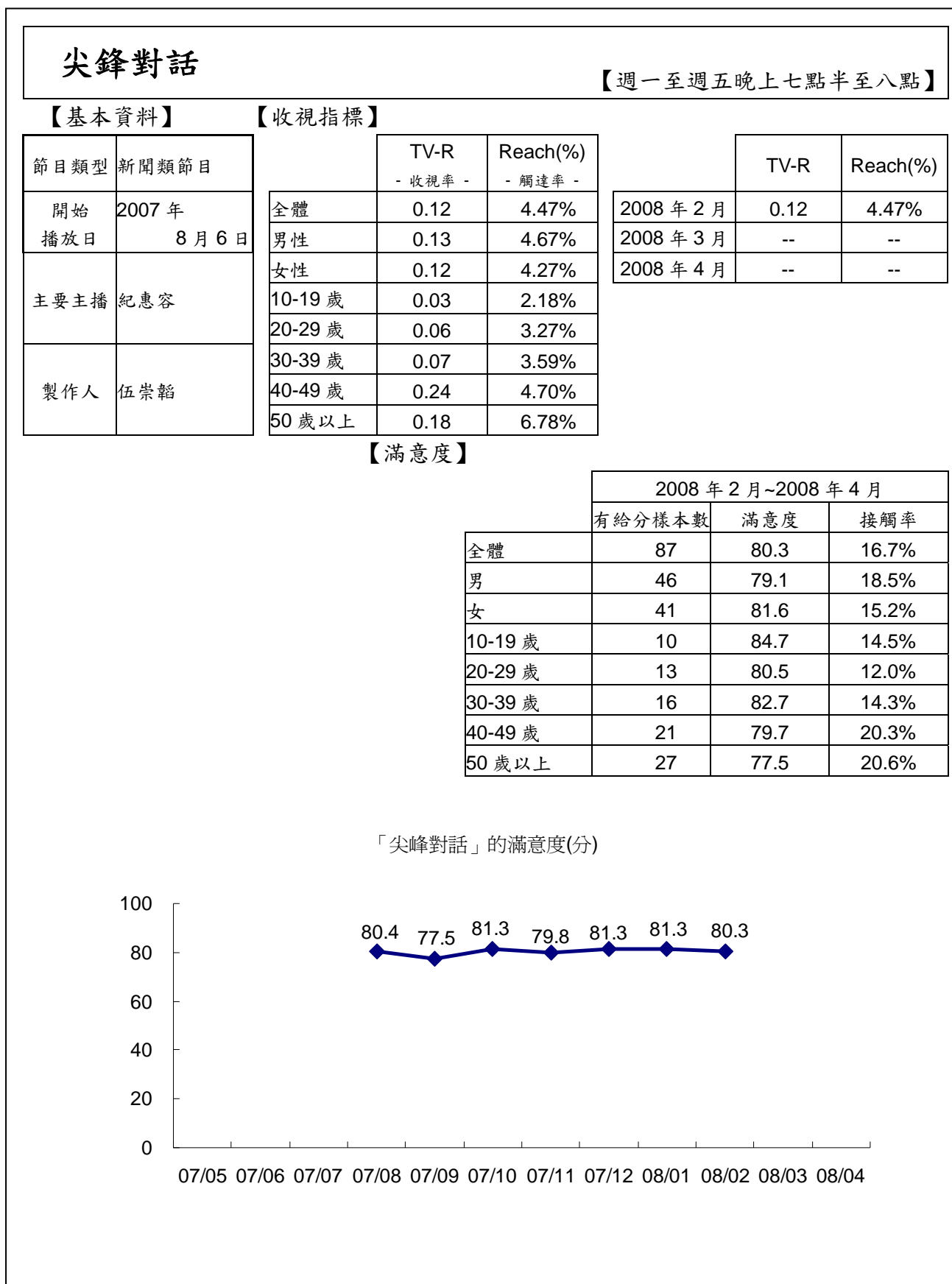
(3) 滿意度

尖鋒對話在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為80.3分。交叉分析顯示，觀眾對尖鋒對話的滿意度會因月收入的不同而有顯著差異。無經常性收入者的滿意度最高（85.9分），收入為7萬元至未滿10萬元者（65.2分）的滿意度最低。（見附表20）

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，尖鋒對話的主要收視群以男性稍多（18.5%），年齡在40歲以上（20.3%~20.6%），教育程度則集中在專科以上。主要收視群中僅教育程度為專科者（81.0分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（80.3分），為本節目之核心觀眾群；其餘主要收視群的滿意度皆低於整體平均滿意度。（見附表20）

表 2-22、新聞性節目收視指標－尖鋒對話



（二）兒童及教育類節目

在本季的調查中，兒童及教育類節目的整體接觸率方面，有半數（49.5%）的受訪者看過公視兒童及教育類節目，50.5%沒看過。

交叉分析顯示，兒童及教育類節目的接觸率會因受訪者的性別、年齡、月收入、職業、最近一個月是否看過公視、是否有就讀低年級小孩及居住地區不同而有顯著差異。在性別部分，女性（52.6%）看過公視兒童及教育類節目的比例高於男性（46.6%）。在年齡方面，10-19歲（73.6%）收看的比例最高；70歲以上（21.7%）則最低。在月收入部分，無經常性收入者看過的比率最高，為55.8%；10萬元以上收入者的比例最低，為41.9%。在職業方面，以學生（67.1%）看過的比率最高；無/待業、退休（37.9%）最低。最近一個月看過公視的觀眾（51.5%）收看比例高於最近一個月沒有看過公視的觀眾（39.7%）。家中有就讀小學一、二年級小孩（63.5%）者收看比例最高。居住地區方面，居住在中部地區者收看兒童及教育類節目的比例最高（59.4%），北部收看的比例最低（43.6%）。

就各節目來看，公視觀眾近兩個月曾經看過的兒童及教育類節目以「下課花路米」的比例最高（40.9%），其次是看「公視說英語」（32.9%）。在滿意度方面，以「下課花路米」的84.9分最高，其次是「公視說英語」的84.2分及「流言追追追」的84.1分。

在收視滿意度與收視率的比較上，「下課花路米」及「流言追追追」的滿意度及收視率均高，是品質及收視率均獲得肯定的兒童教育節目。看公視說英語則是滿意度良好、收視率較低；大嬸婆與小聰明及皮歐畫畫天地則兩者均有提升的空間。

表 2-23、兒童及教育類節目收視狀況

	樣本數 (人)	接觸率(%)	滿意度 (分)	TV-R	Reach(%)
兒童及教育類節目					
大嬸婆與小聰明	270	17.0%	80.7	0.08	0.33%
皮歐畫畫天地	262	9.0%	82.9	0.09	1.37%
流言追追追	1,066	17.3%	84.1	0.15	6.38%
下課花路米	1,599	40.9%	84.9	0.14	7.86%
看公視說英語	533	32.9%	84.2	0.08	2.85%

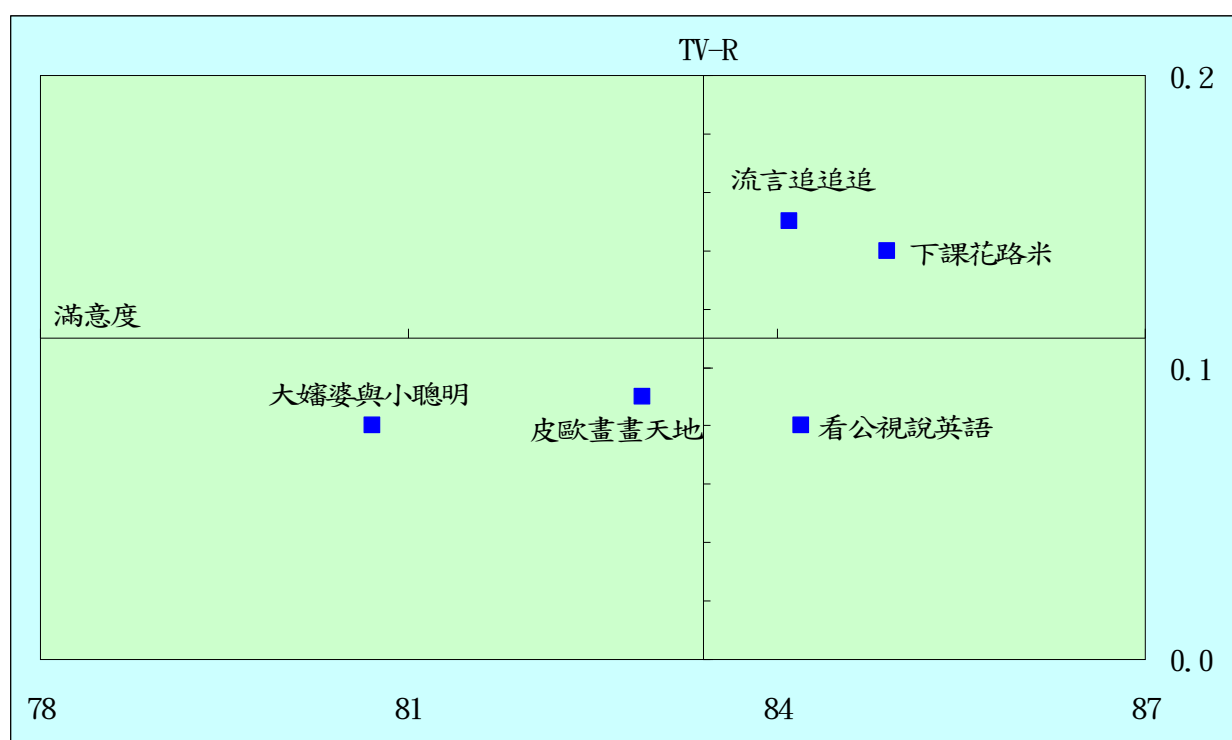


圖 2-19、兒童及教育類節目收視滿意度與收視率比較

1.大嬸婆與小聰明

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，大嬸婆與小聰明在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.08，觸達率為0.33%。

(2) 接觸率

根據本季調查的270位公視觀眾中，大嬸婆與小聰明的整體接觸率17.0%。交叉分析顯示，大嬸婆與小聰明的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

(3) 滿意度

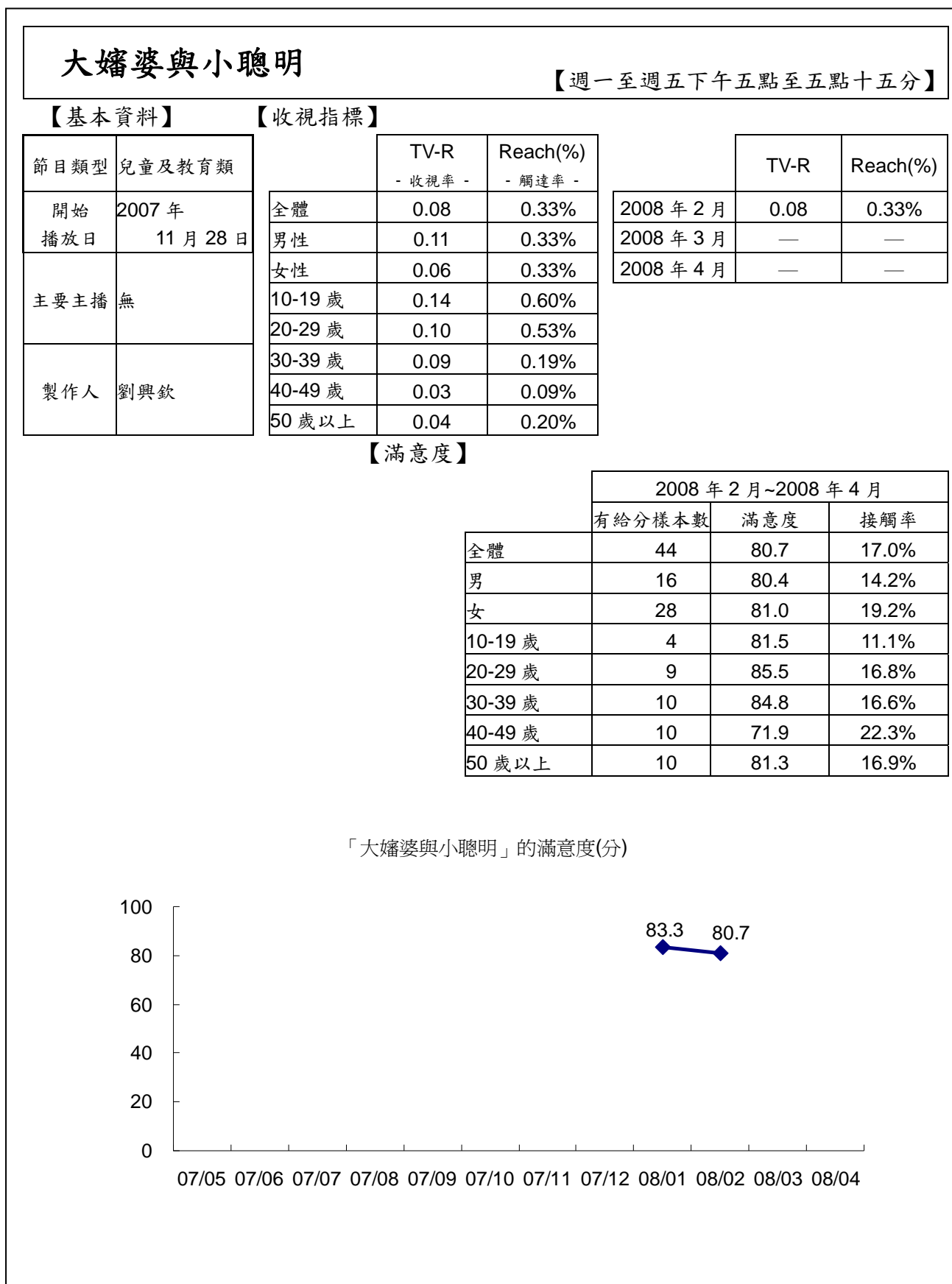
大嬸婆與小聰明在2008年2月至4月的整體滿意度為80.7分。交叉分析顯示，觀眾對大嬸婆與小聰明的滿意度與各基本變項皆無顯著差異。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，大嬸婆與小聰明的主要收視群以女性為主（19.2%），家中有低年級小孩，年齡40-49歲（22.3%），教育程度在小學或以下。主要收視群中，以女性（81.0分）、家中有就讀低年級的小孩者，除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（80.7分），顯示本節目在分眾滿意度上得到較高的評價。

（見附表22）

表 2-24、兒童及教育類節目收視指標－大嬸婆與小聰明



2.皮歐畫畫天地

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，皮歐畫畫天地在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.09，觸達率為1.37%。

(2) 接觸率

根據本季調查的270位公視觀眾中，皮歐畫畫天地的整體接觸率9.0%。交叉分析顯示，皮歐畫畫天地的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

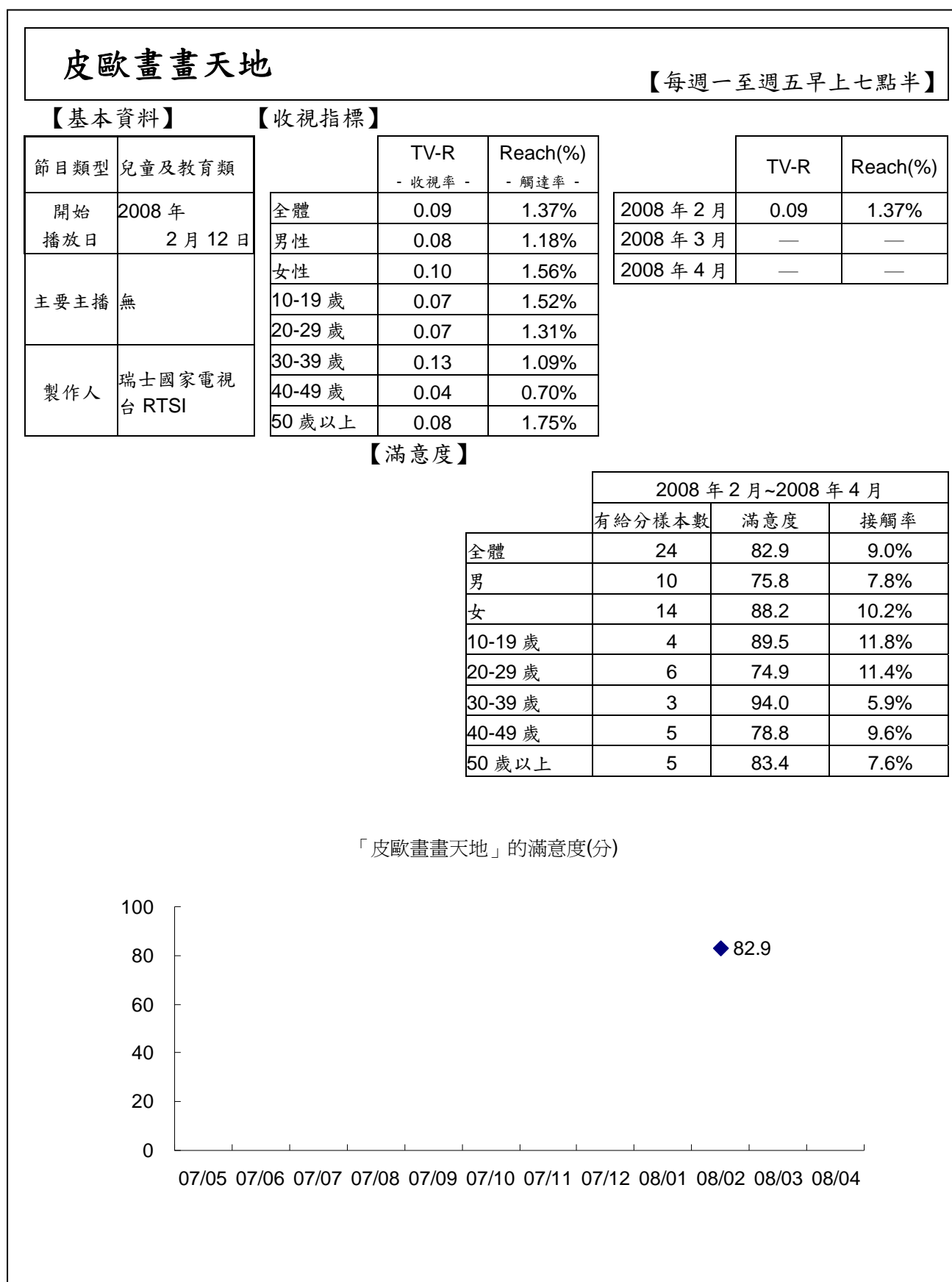
(3) 滿意度

皮歐畫畫天地在2008年2月至4月的整體滿意度為82.9分。交叉分析顯示，觀眾對皮歐畫畫天地的滿意度會因為公視觀眾的性別、職業及家中是否有就讀低年級小孩之不同而有顯著差異。性別方面，女性（88.2分）滿意度高於男性（75.8分）。職業方面，家庭管理者的滿意度最高（94.7分）。此外家中只有就讀幼稚園或只有就讀小學一、二年級者滿意度較高，分別為92.3分及94.7分，但家中二者都有的觀眾滿意度則偏低（78.9分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，皮歐畫畫天地的主要收視群以女性（10.2%）、家中有幼稚園小孩、年齡在10-29歲為主（11.4%~11.8%）。主要收視群中，以女性（88.2分）、家中有幼稚園小孩者（92.3分）、年齡10-19歲（89.5分），除接觸率高之外，收視滿意度均遠高於整體平均滿意度（82.9分），顯示本節目在分眾滿意度上得到頗高的評價。（見附表23）

表 2-25、兒童及教育類節目收視指標－皮歐畫畫天地



3.流言追追追

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，流言追追追在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.15，觸達率為6.38%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，流言追追追的整體接觸率17.3%。交叉分析顯示，流言追追追的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

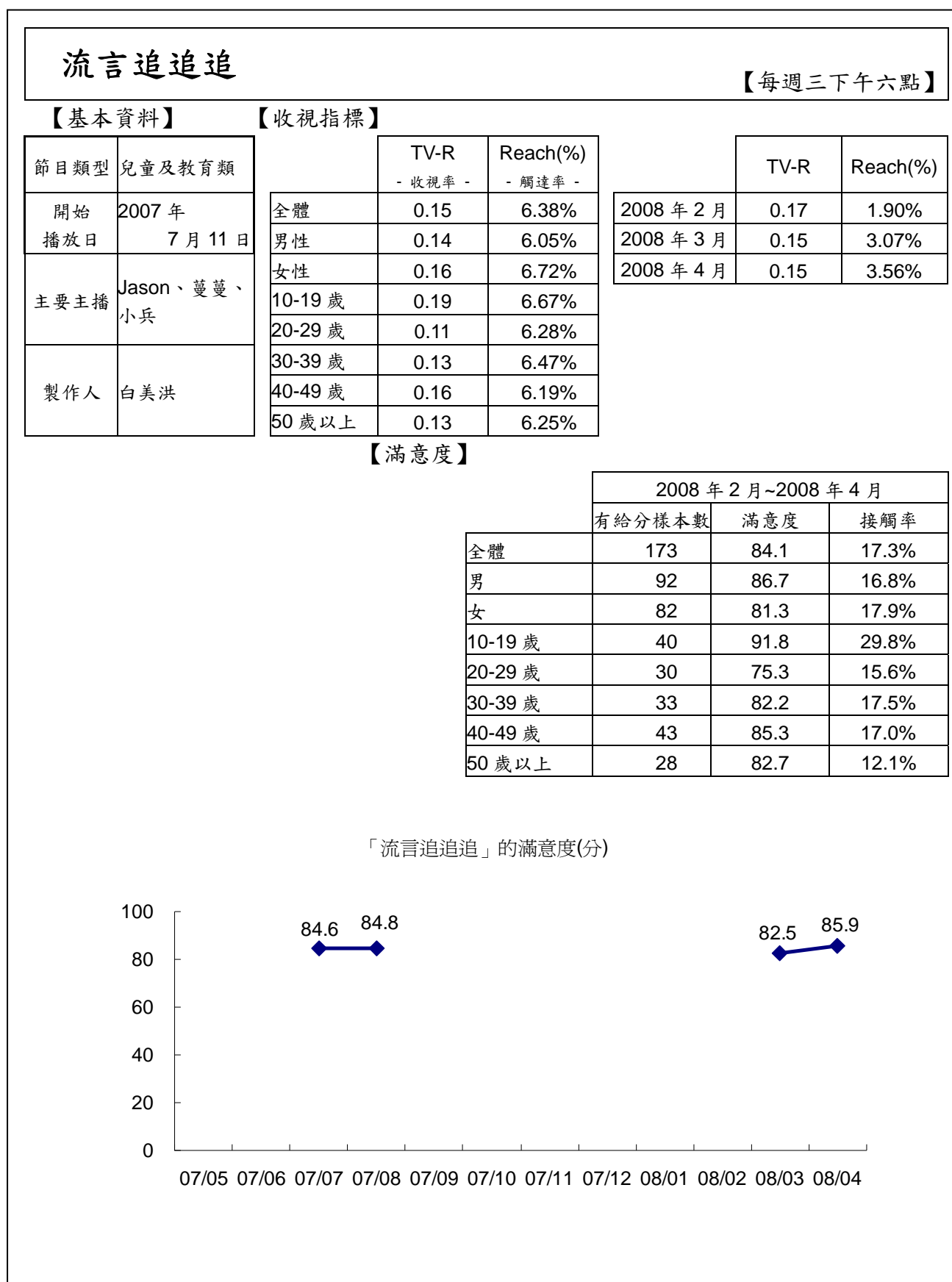
(3) 滿意度

流言追追追在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為84.1分。交叉分析顯示，觀眾對流言追追追的滿意度會因性別、年齡、教育程度及最近一個月內是否看過公視的不同而有顯著差異。男性（86.7分）滿意度高於女性（81.3分）。在年齡方面，以10-19歲（91.8分）滿意度最高；20-29歲（75.3分）最低。在教育程度部分，以小學或以下者的滿意度最高，為91.7分；研究所及以上學歷者（75.7分）滿意度最低。最近一個月看過公視的觀眾滿意度（85.5分）高於沒有看過公視的觀眾（78.5分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，流言追追追的主要收視群在性別上男女比例相近，年齡集中在10-19歲的兒童及青少年（29.8%），教育程度集中在國初中。主要收視群中，年齡在10-19歲（91.8分）、教育程度在國初中者（87.5分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（84.1分），顯示本節目在分眾滿意度上得到頗高的評價。（見附表24）

表 2-26、兒童及教育類節目收視指標－流言追追追



4.下課花路米

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，下課花路米在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.14，觸達率為7.86%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，下課花路米的整體接觸率40.9%。交叉分析顯示，下課花路米的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

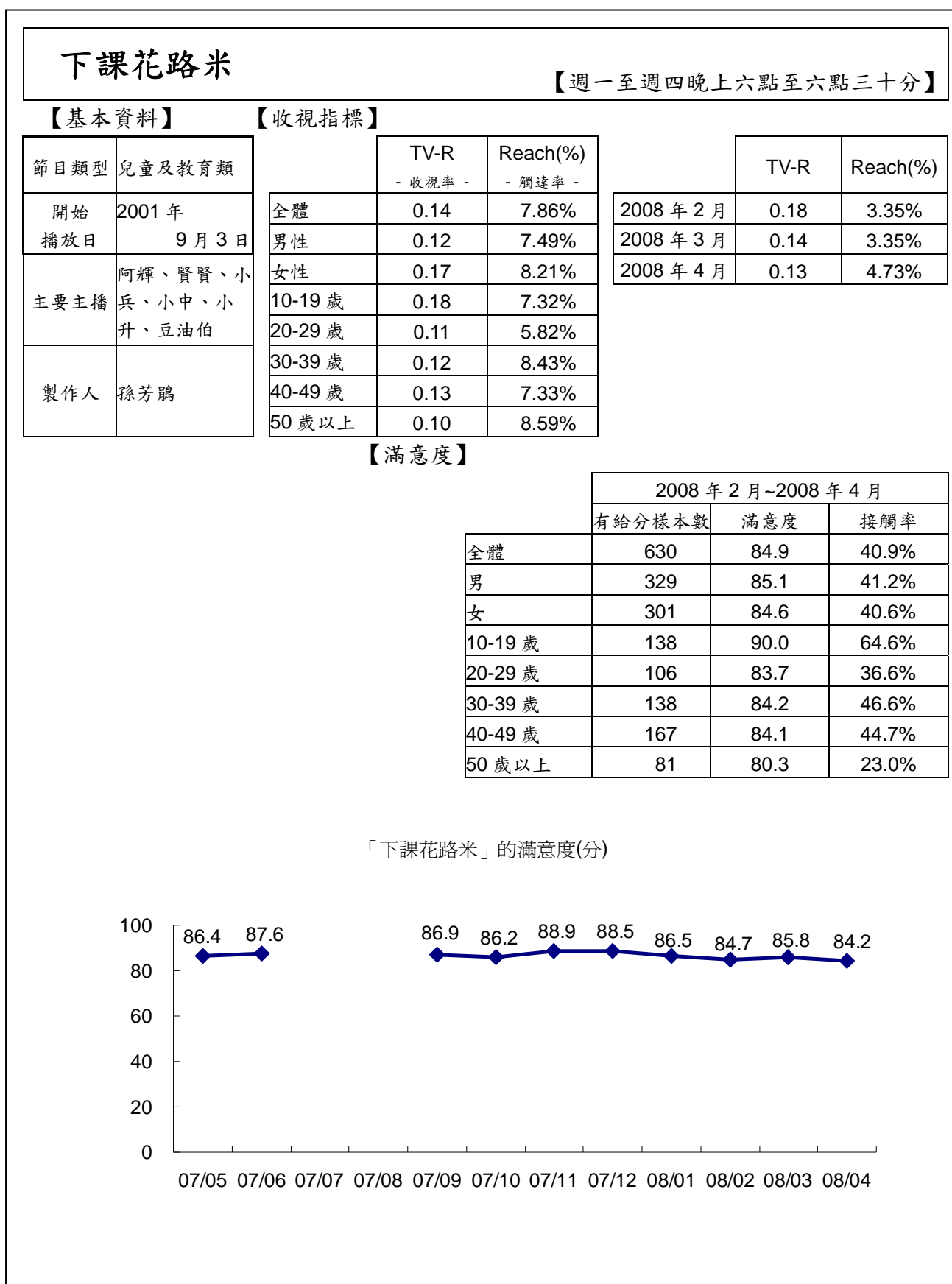
(3) 滿意度

下課花路米在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為84.9分。交叉分析顯示，觀眾對下課花路米的滿意度會因年齡、教育程度、職業、最近一個月是否看過公視及家中是否有就讀低年級小孩的不同而有顯著差異。在年齡方面，10-19歲（90.0分）的滿意度最高；60-69歲者（78.8分）滿意度最低。在教育程度方面，小學及以下學歷者滿意度最高（88.0分），高中/職學歷者滿意度最低（83.0分）。在職業方面，以學生（88.6分）的滿意度最高；自營商（78.2分）的滿意度最低。最近一個月看過公視的觀眾滿意度（85.3分）高於沒有看過的觀眾（82.5分）。家中有就讀小學一、二年級小孩的觀眾滿意度最高（88.9分），都沒有就讀低年級小孩的觀眾滿意度最低（83.8分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，下課花路米的主要收視群以10-19歲的兒童及青少年為主（64.6%）。主要收視群中，以年齡10-19歲（90.0分）、教育程度在小學或以下（88.0分）、國初中（87.1分），家中有就讀小學一、二年級者（88.9分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（84.9分），顯示本節目在分眾滿意度上得到頗高的評價。（見附表25）

表 2-27、兒童及教育類節目收視指標—下課花路米



5.看公視說英語

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，看公視說英語在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.08，觸達率為2.85%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位公視觀眾中，看公視說英語的整體接觸率32.9%。交叉分析顯示，看公視說英語的收視情況會因為公視觀眾的性別不同而有顯著差異。女性（39.4%）的收看比例高於男性（25.3%）。

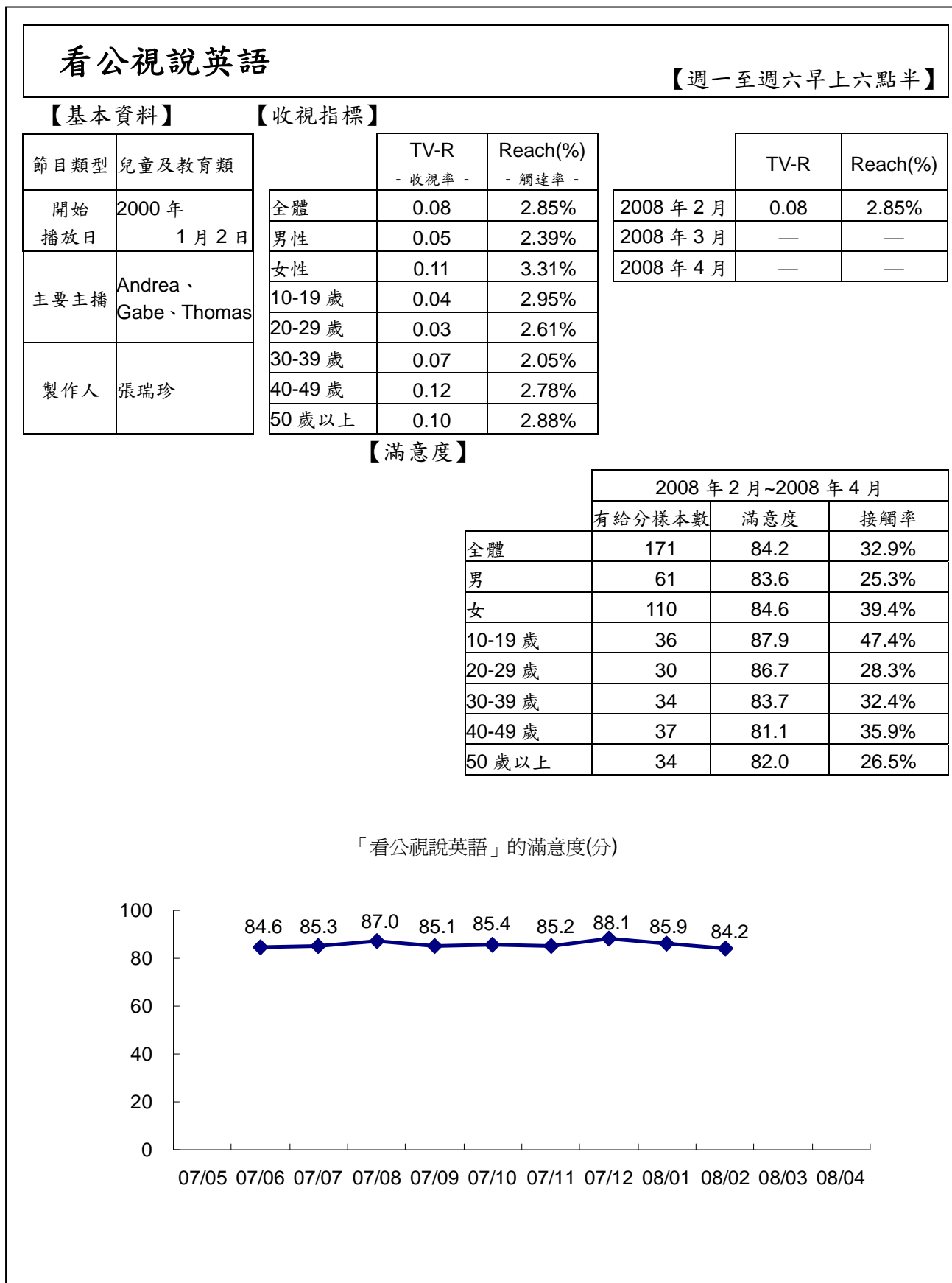
(3) 滿意度

看公視說英語在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為84.2分。交叉分析顯示，觀眾對看公視說英語的滿意度會因教育程度及最近一個月是否看過公視的不同而有顯著差異。教育程度在國初中及研究所或以上的滿意度最高，分別為90.3分及90.0分，專科學歷者（81.5分）滿意度最低。最近一個月看過公視的觀眾（85.0分）滿意度高於沒看過的觀眾（82.3分）。（見附表26）

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，看公視說英語的主要收視群以女性為主（39.4%），年齡在10-19歲的兒童及青少年（47.4%），家中有就讀幼稚園小孩。主要收視群中，女性（84.6分）、年齡10-19歲（87.9分）、家中有就讀幼稚園小孩者（86.2分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（84.2分），顯示本節目主要收視群的分眾滿意度均達平均水準以上。（見附表26）

表 2-28、兒童及教育類節目收視指標—看公視說英語



（三）紀錄報導類節目

在本季的調查中，紀錄報導類節目的整體接觸率方面，有四成七（46.6%）的受訪者看過公視的紀錄報導類節目，53.4%沒看過。

交叉分析顯示，紀錄報導類節目的接觸率會因受訪者的年齡、教育程度、月收入、職業、最近一個月是否看過公視，以及家中是否具有原住民血統的不同而有顯著差異。在年齡方面，30-39歲（54.1%）看過的比率最高，70歲或以上（26.5%）最低。在教育程度方面，觀眾的學歷越高，看過的比率越高，由小學或以下學歷的30.8%，遞增至研究所及以上學歷的60.7%。在月收入方面，收入為7萬元至未滿10萬元者（65.7%）看過的比率最高；收入在2萬元以下者（34.2%）看過的比率最低。在職業方面，以企業主管、經理人員（61.9%）看過的比率較高；學生（38.9%）最低。而最近一個月看過公視的觀眾（50.4%）看過的比率明顯高於沒看公視的觀眾（31.1%）。家中具有原住民血統的觀眾，看過的比率為61.6%，明顯高於家中未具有原住民血統的觀眾。（見附表27）

就各節目來看，公視觀眾曾經看過的紀錄報導類節目以「我們的島」的接觸率最高（27.5%），其次是「十點全紀錄」（20.9%）及「紀錄觀點」（20.8%）。在滿意度方面，以「我們的島」（83.6分）為最高，其次是「紀錄觀點」（83.5分）。

在收視滿意度與收視率的比較上，「紀錄觀點」在滿意度及收視率上皆受到好評，「我們的島」則是滿意度居中，收視率較高。

表 2-29、紀錄報導類節目收視狀況

	樣本數(人)	接觸率(%)	滿意度(分)	TV-R	Reach(%)
紀錄報導類節目					
十點全紀錄	1,599	20.9%	81.5	0.15	12.48%
我們的島	1,599	27.5%	83.6	0.18	6.57%
紀錄觀點	1,599	20.8%	83.5	0.17	7.66%
獨立特派員	1,599	13.8%	81.6	0.16	5.62%

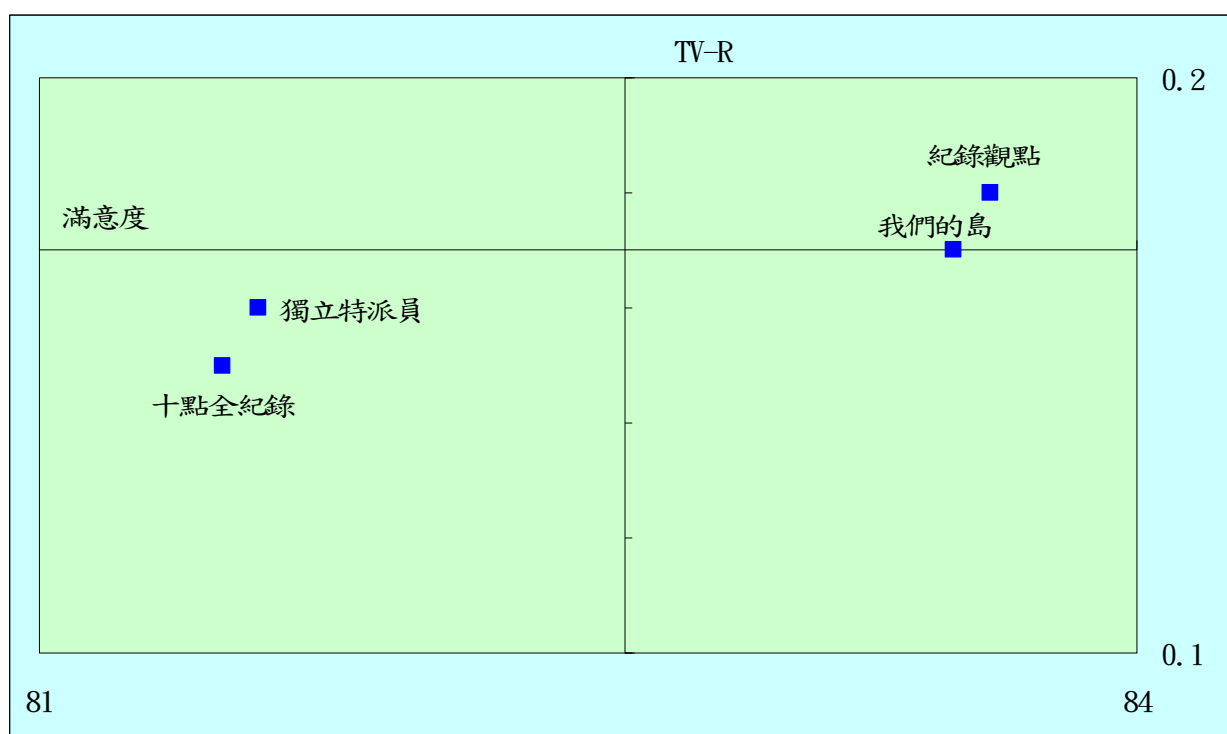


圖 2-20、紀錄報導類節目收視滿意度與收視率比較

1.十點全紀錄

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，十點全紀錄在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.15，觸達率為12.48%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，十點全紀錄的整體接觸率為20.9%。交叉分析顯示，十點全紀錄的收視情況會因為公視觀眾性別及家中是否有就讀低年級小孩的不同而有顯著差異。在性別部分，女性（23.2%）收看的比例高於男性（18.8%）。此外，家中有就讀低年級小孩的觀眾收看比例較低（16.9%~20.6%）。

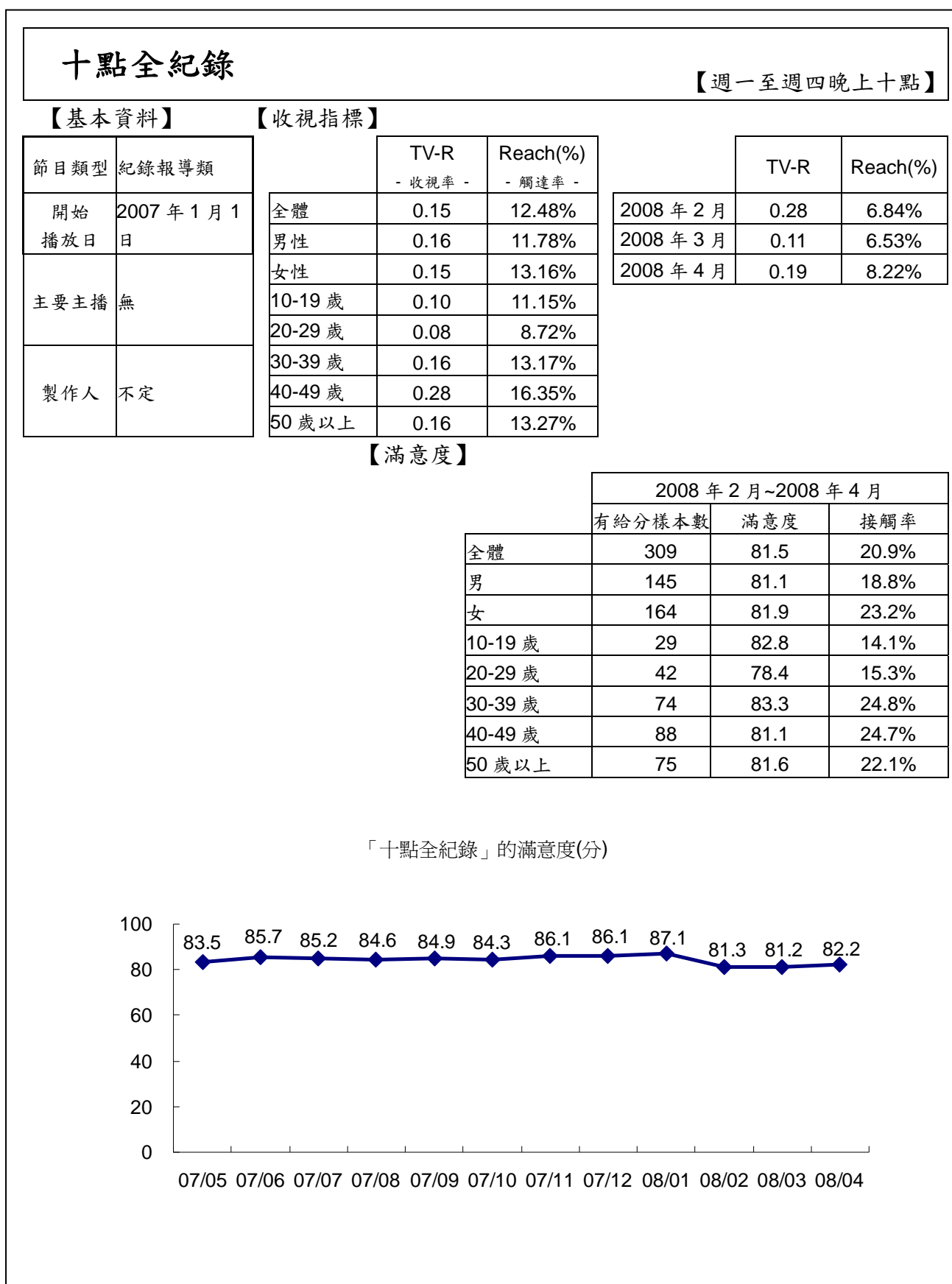
(3) 滿意度

十點全紀錄在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為81.5分。交叉分析顯示，觀眾對十點全紀錄的滿意度會因職業及最近一個月是否看過公視而有顯著差異。職業方面，軍公教、民意代表（84.9分）及家庭管理（84.9分）的滿意度最高；農、林、漁、牧（75.5分）的滿意度最低。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，十點全紀錄的主要收視群以女性為主（23.2%），年齡在30歲以上（22.1%~24.8%），教育程度則集中在高中/職以上。主要收視群中，以女性（81.9分），年齡30-39歲（83.3分）、50歲以上（81.6分），教育程度在高中/職者（83.4分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（81.5分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表28）

表 2-30、紀錄報導類節目收視指標—十點全紀錄



2.我們的島

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，我們的島在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.18，觸達率為6.57%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，我們的島的整體接觸率為27.5%。交叉分析顯示，我們的島的收視情況會因為公視觀眾家中是否有就讀低年級小孩而有顯著差異。家中有就讀低年級小孩的觀眾收看比例（25.7%~29.0%）高於沒有小孩的觀眾（21.9%）。

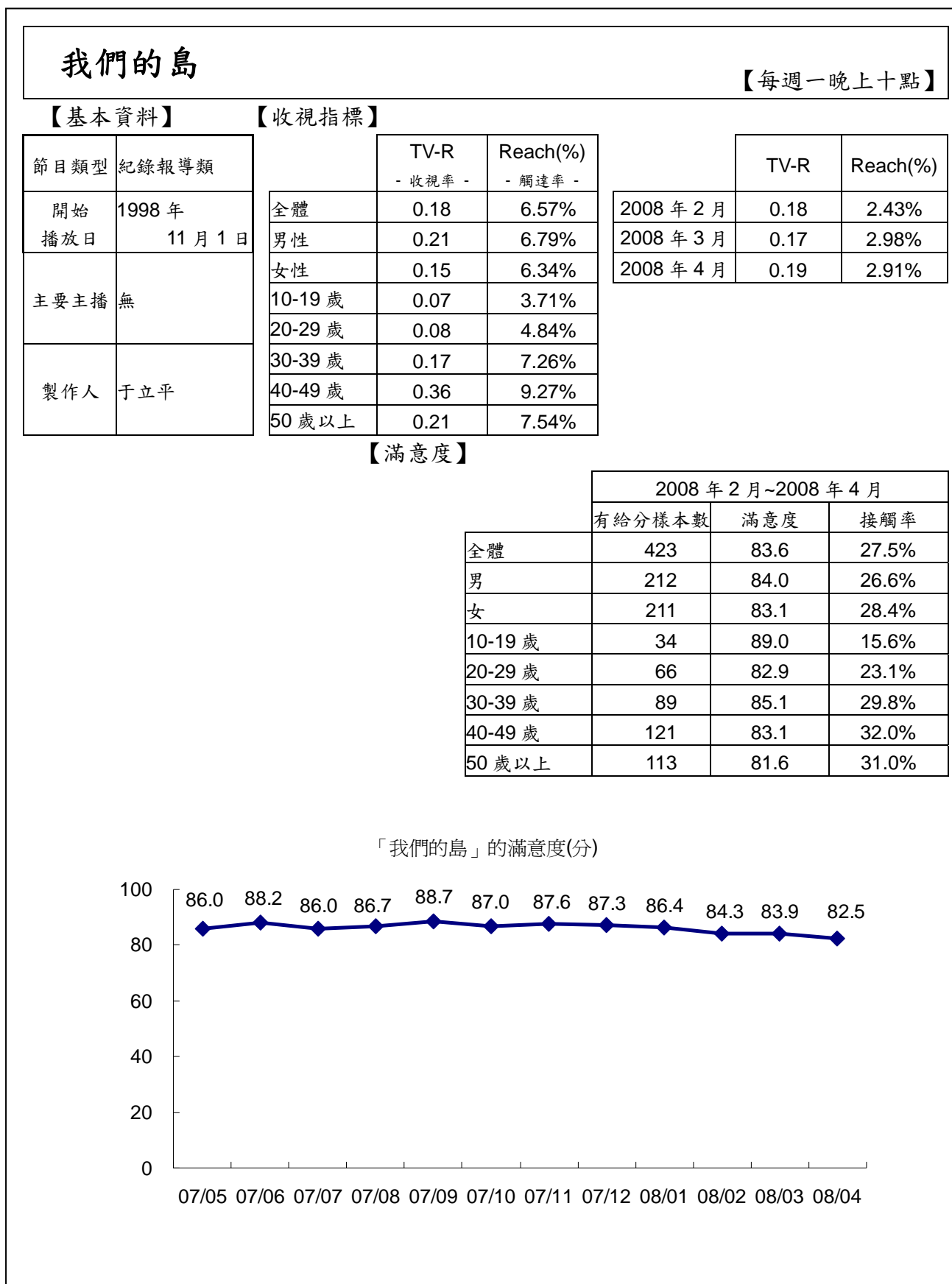
(3) 滿意度

我們的島在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為83.6分。交叉分析顯示，我們的島的滿意度會因為公視觀眾年齡及教育程度的不同而有顯著差異。在年齡方面，10-19歲的公視觀眾滿意度最高（89.0分），50-59歲則最低（81.3分）。在教育程度方面，研究所及以上學歷者滿意度最高（87.9分），小學或以下學歷者滿意度最低（80.3分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，我們的島主要收視群在男女性別上沒有差異，年齡在30歲以上（29.8%~32.0%），教育程度則集中在高中/職以上。主要收視群中，以年齡30-39歲（85.1分），教育程度在高中/職（83.9分）及研究所以上者（87.9分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（83.6分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表29）

表 2-31、紀錄報導類節目收視指標－我們的島



3.紀錄觀點

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，紀錄觀點在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.17，觸達率為7.66%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，紀錄觀點的整體接觸率為20.8%。交叉分析顯示，紀錄觀點的收視情況會因為公視觀眾性別及家中是否具有原住民血統的不同而有顯著差異。女性（23.2%）收看的比例較男性（18.6%）高。家中具有原住民血統者的收看比例（32.9%）高於沒有原住民血統者（20.4%）。

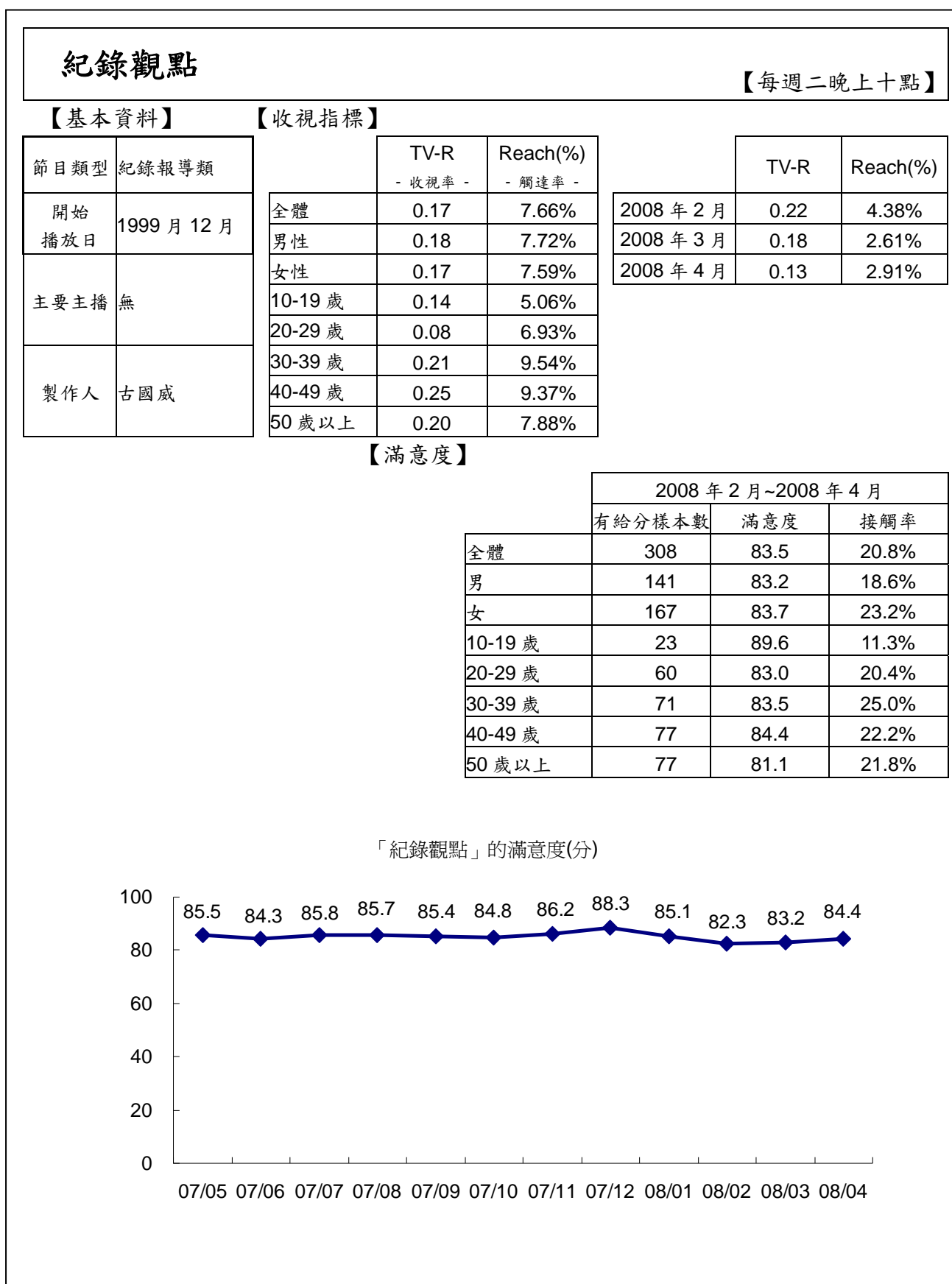
(3) 滿意度

紀錄觀點在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為83.5分。交叉分析顯示，紀錄觀點的滿意度會因為公視觀眾的年齡、月收入及家中是否有原住民血統的不同而有顯著差異。在年齡方面，10-19歲的滿意度最高（89.6分），60-69歲的滿意度最低（78.9分）。在月收入方面，月收入在2萬元以下的滿意度最高（86.6分），2萬元至未滿3萬元者的滿意度最低（78.5分）。此外，家中具原住民血統的觀眾滿意度（87.7分）高於沒有原住民血統的觀眾。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，紀錄觀點的主要收視群以女性為主（23.2%），年齡在20歲以上（20.4%~25.0%），教育程度則集中在高中/職以上。主要收視群中，以年齡30-39歲（83.5分）及40-49歲（84.4分），教育程度在大學（84.5分）及研究所以上者（84.7分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（83.5分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表30）

表 2-32、紀錄報導類節目收視指標－紀錄觀點



（四）戲劇類節目

在本季的調查中，戲劇類節目的整體接觸率方面，有四成五（44.5%）的受訪者看過戲劇類節目，55.5%沒看過。

交叉分析顯示，戲劇類節目的接觸率會因受訪者的性別、年齡、教育程度及月收入的不同而有顯著差異。在性別部分，男性（46.7%）看過公視戲劇類節目的比例高於女性（42.2%）。在年齡方面，40-49歲看過的最高（50.6%），70歲以上看過的最低（27.0%）。教育程度方面，學歷為研究所及以上的觀眾看過的最高（57.0%），小學或以下看過的最低（24.7%）。在月收入的部分，收入為5萬元至未滿7萬元的觀眾看過公視戲劇類節目的比例最高（58.1%），收入在2萬元以下者看過的最低（40.4%）。（見附表31）

就本季調查的各戲劇類節目來看，公視觀眾曾經看過的戲劇類節目中，以「公視人生劇展」（36.4%）的比例最高，其次是「我在墾丁天氣晴」（27.4%），再其次則是「經典電影院」（23.9%）。在滿意度方面，以「公視人生劇展」（84.3分）最高，其次是「我在墾丁天氣晴」（83.6分）。

在收視滿意度與收視率的比較上，相較於其他戲劇類節目而言，「我在墾丁天氣晴」及「公視人生劇展」在收視率及滿意度上均得到好評。

表 2-33、戲劇類節目收視狀況

	樣本數(人)	接觸率(%)	滿意度(分)	TV-R	Reach(%)
戲劇類節目					
經典電影院	533	23.9%	79.2	0.19	6.23%
國際換日線—珍愛 愛迷你影集	1,042	15.1%	81.1	0.09	2.30%
國際換日線—真愛 奇緣	557	16.2%	79.1	0.16	8.66%
公視人生劇展	1,066	36.4%	84.3	0.28	12.07%
我在墾丁天氣晴	533	27.4%	83.6	0.36	5.03%

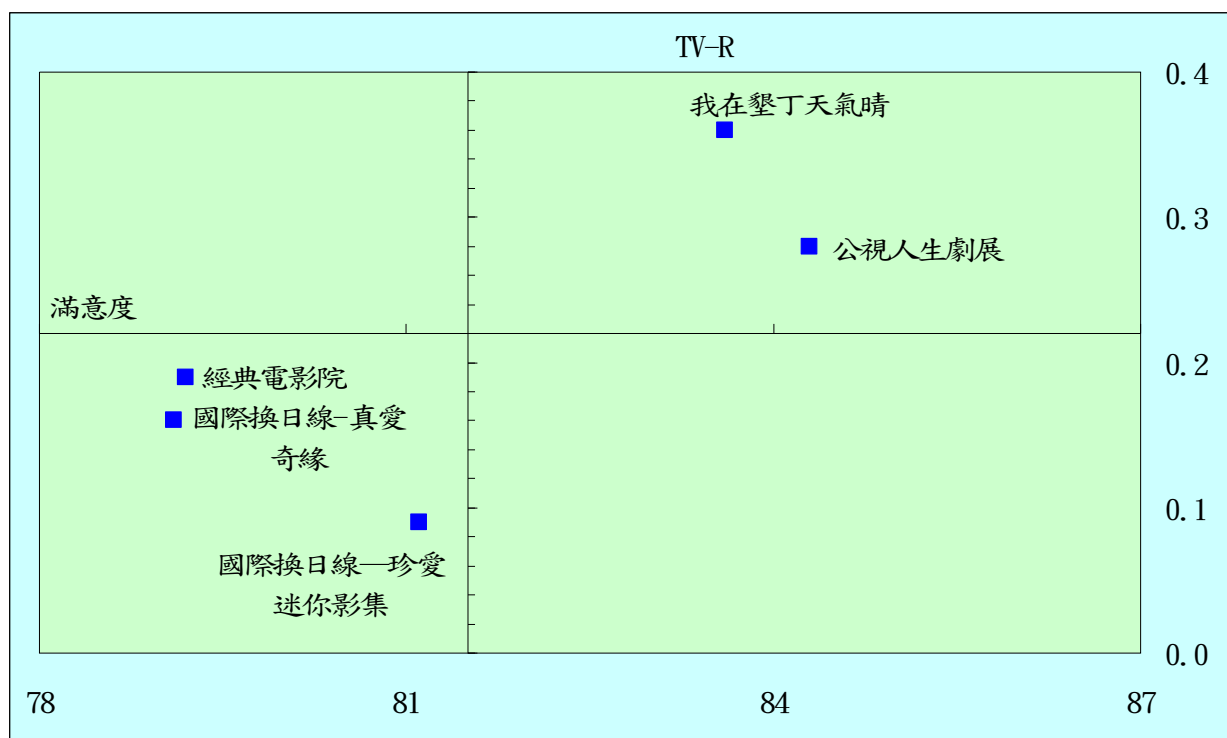


圖 2-21、戲劇類節目收視滿意度與收視率比較

1. 經典電影院

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，經典電影院在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.19，觸達率為6.23%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位公視觀眾中，經典電影院的整體接觸率為23.9%。交叉分析顯示，經典電影院的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

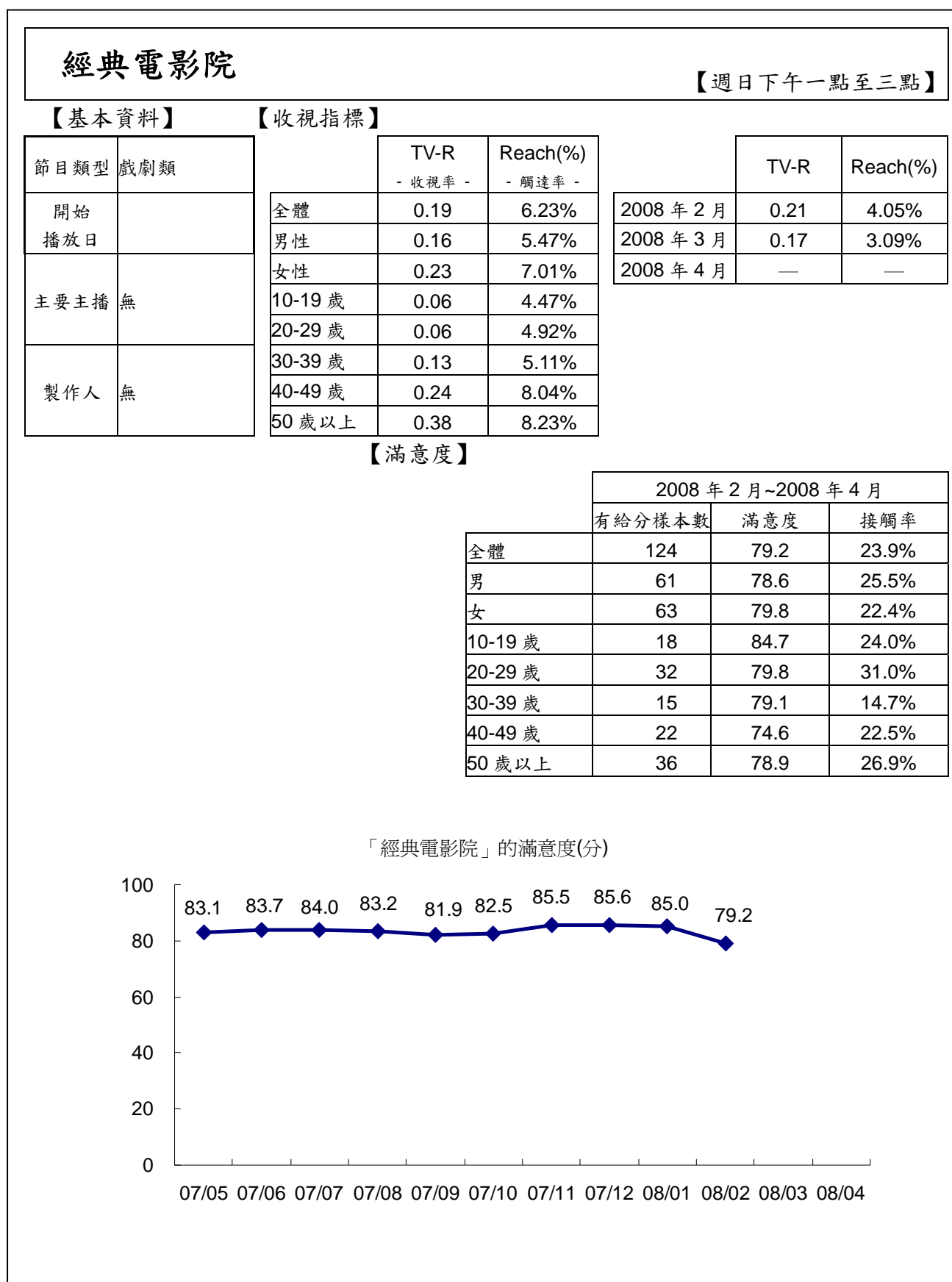
(3) 滿意度

經典電影院在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為79.2分。交叉分析顯示，觀眾對經典電影院的滿意度會因職業的不同而有顯著差異。職業為軍公教、民意代表的滿意度最高（86.1分），其次是專業人員（83.9分）；而農、林、漁、牧從業者的滿意度最低（70.5分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，經典電影院的主要收視群以男性稍多（25.5%），年齡分散在20歲以下、50歲以上，教育程度則集中在高中/職。主要收視群中僅年齡20-29歲（79.8分），除接觸率高之外，收視滿意度亦略高於整體平均滿意度（79.2分），顯示此節目在滿足觀眾需求上尚有提昇的空間。（見附表36）

表 2-34、戲劇類節目收視指標－經典電影院



2.公視人生劇展

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視人生劇展在2008年2月至4月的整體平均收視率為0.28，觸達率為12.07%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,066位受訪的公視觀眾中，公視人生劇展的整體接觸率為36.4%。交叉分析顯示，公視人生劇展的收視情況會因性別的不同而有顯著差異。男性收看的比例（39.4%）高於女性（32.8%）。

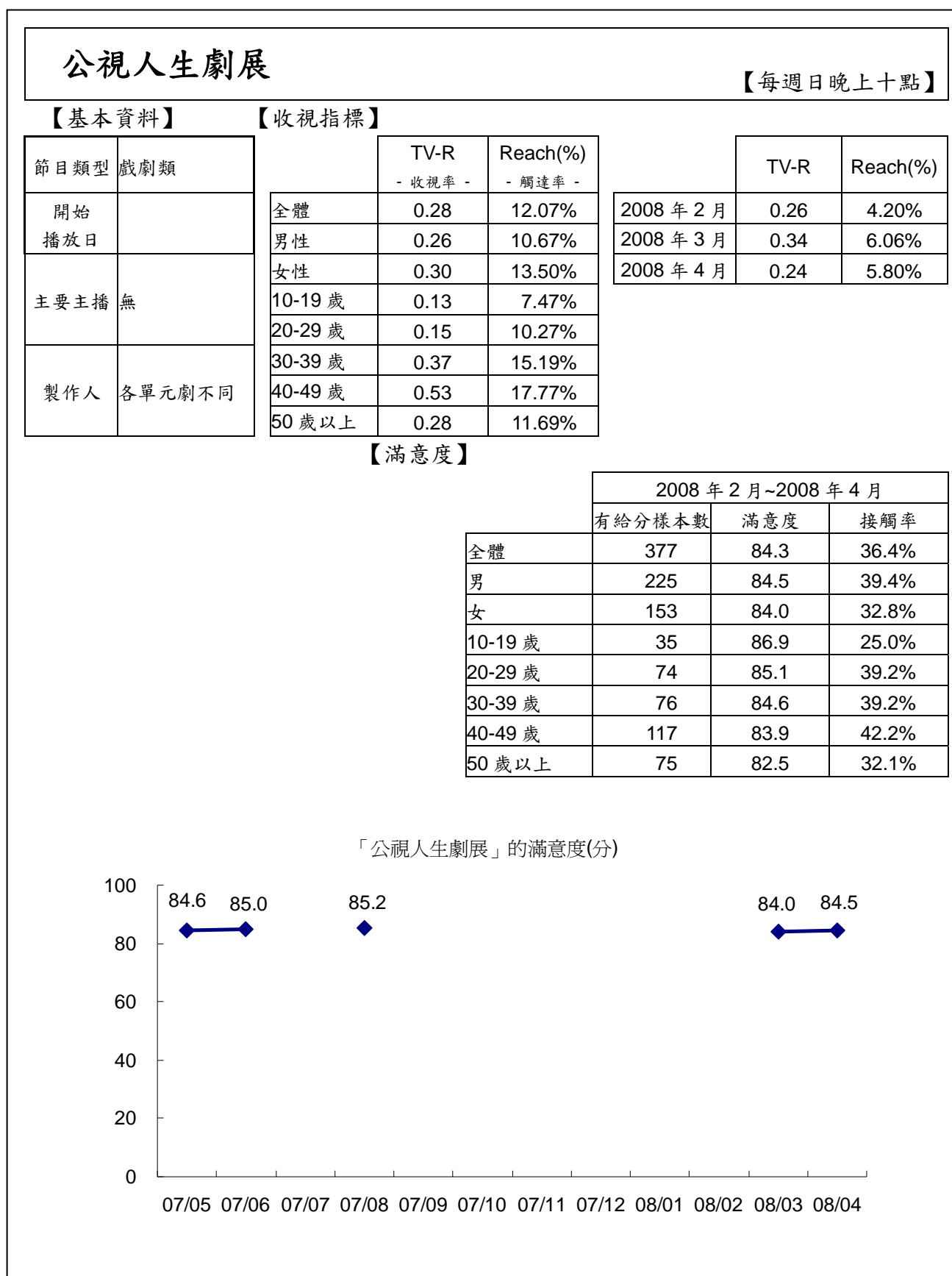
(3) 滿意度

公視人生劇展在2008年2月至4月的整體滿意度為84.3分。交叉分析顯示，公視人生劇展的滿意度會因為最近一個月是否看過公視而有顯著差異。最近一個月有看過公視的觀眾對公視人生劇展的滿意度（84.8分）高於沒有看過的觀眾（82.4分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視人生劇展的主要收視群以男性為主（39.4%），年齡在20-49歲（39.2%~42.2%），教育程度則集中在國初中以上。主要收視群中，以男性（84.5分），年齡20-29歲（85.1分）、30-39歲（84.6分），教育程度在高中/職（85.0分）、大學者（85.1分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（84.3分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表33）

表 2-35、戲劇類節目收視指標－公視人生劇展



3.國際換日線-珍愛迷你影集

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，國際換日線-珍愛迷你影集在2008年2月至12月的整體平均收視率為0.09，觸達率為2.30%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,042位受訪的公視觀眾中，國際換日線-珍愛迷你影集的整體接觸率為15.1%。交叉分析顯示，國際換日線-珍愛迷你影集的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

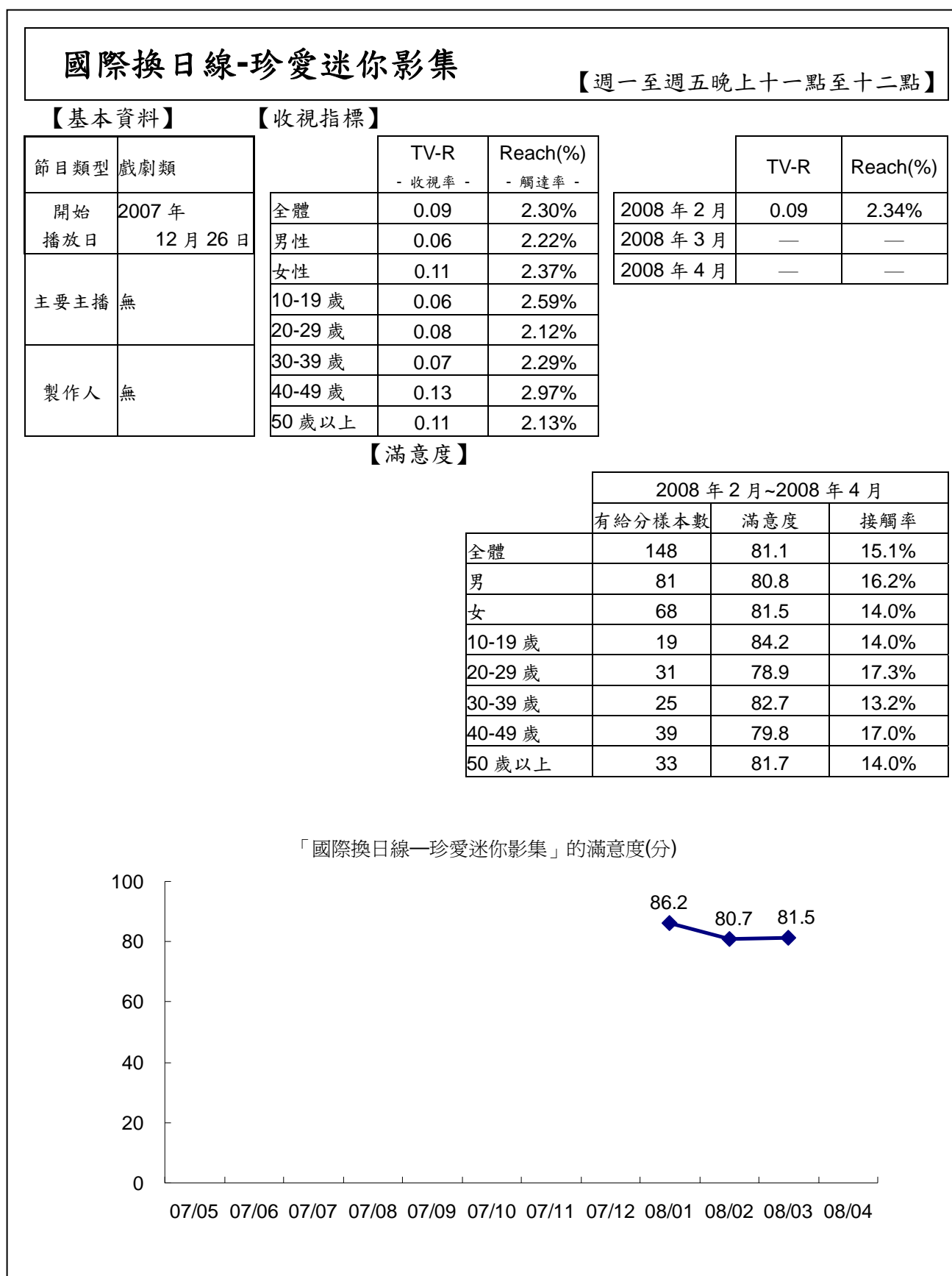
(3) 滿意度

國際換日線-珍愛迷你影集在2008年2月至4月的整體滿意度為81.1分。交叉分析顯示，國際換日線-珍愛迷你影集的滿意度會因為最近一個月是否看過公視及居住地區的不同而有顯著差異。最近一個月有看過公視的觀眾對國際換日線-珍愛迷你影集的滿意度（81.6分）高於沒有看過的觀眾（80.4分）。在居住地區方面，北部地區滿意度最高（83.1分），南部地區滿意度最低（78.2分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，國際換日線-珍愛迷你影集的主要收視群男性稍多（16.2%），年齡平均分散在各層，教育程度則集中在國初中以上，可見此節目吸引之觀眾相當大眾化。主要收視群中，教育程度在國初中（82.9分）、大學（83.6分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（81.1分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表34）

表 2-36、戲劇類節目收視指標－國際換日線-珍愛迷你影集



4.國際換日線-真愛奇緣

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，國際換日線-真愛奇緣在2008年2月至4月的整體平均收視率為0.16，觸達率為8.66%。

(2) 接觸率

根據本季調查的557位受訪的公視觀眾中，國際換日線-真愛奇緣的整體接觸率為16.2%。交叉分析顯示，國際換日線-真愛奇緣的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

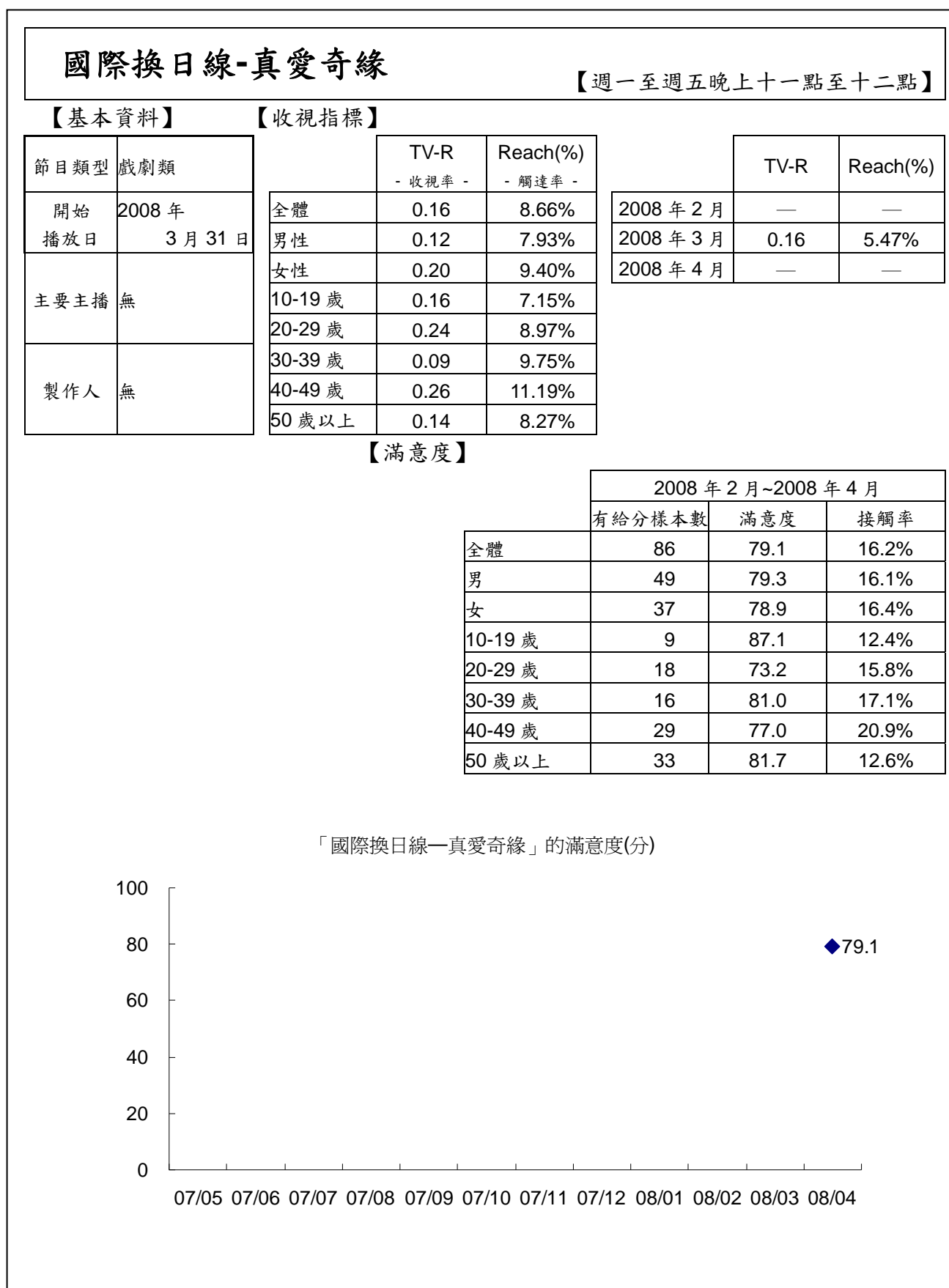
(3) 滿意度

國際換日線-真愛奇緣在2008年2月至4月的整體滿意度為79.1分。交叉分析顯示，國際換日線-真愛奇緣的滿意度會因為最近一個月是否看過公視而有顯著差異。最近一個月有看過公視的觀眾對國際換日線-真愛奇緣的滿意度（80.2分）高於沒有看過的觀眾（68.2分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，國際換日線-真愛奇緣的主要收視群在男女性別比例相近，年齡在20-49歲（15.8%~20.9%），教育程度則集中在高中職以上。主要收視群中，只有年齡30-39歲（81.0分）者，除接觸率高之外，收視滿意度略高於整體平均滿意度（79.1分）。（見附表35）

表 2-37、戲劇類節目收視指標－國際換日線-真愛奇緣



5.我在墾丁天氣晴

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，我在墾丁天氣晴在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.36，觸達率為4.91%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位受訪的公視觀眾中，我在墾丁天氣晴的整體接觸率為27.4%。交叉分析顯示，我在墾丁天氣晴的收視情況會因為家中是否具有原住民血統而有顯著差異。家中有原住民血統的觀眾收看比例（49.3%）高於沒有原住民血統的觀眾（26.0%）。

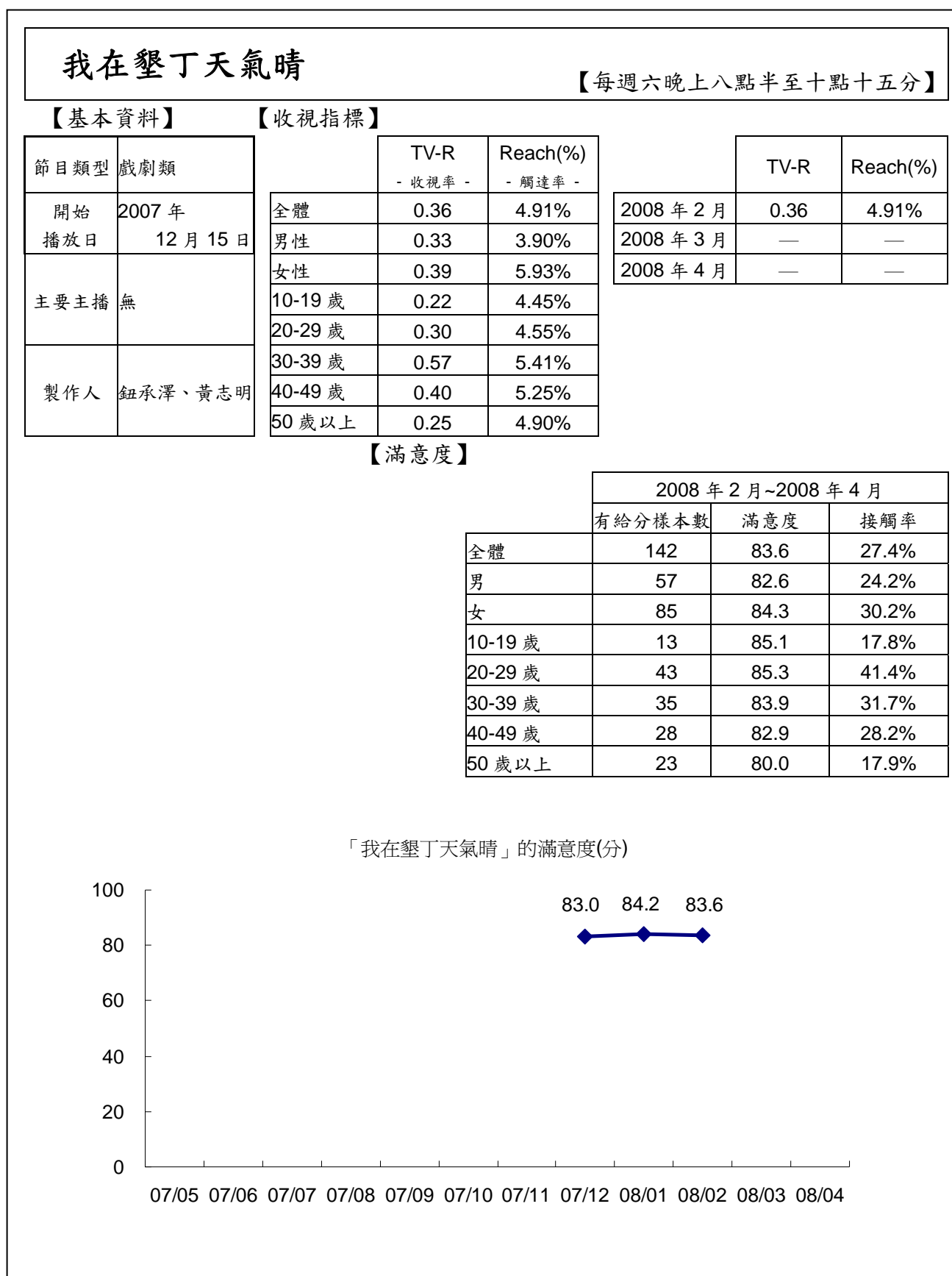
(3) 滿意度

我在墾丁天氣晴在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為83.6分。交叉分析顯示，我在墾丁天氣晴滿意度與各基本變項皆無顯著差異。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，我在墾丁天氣晴的主要收視群以女性為主（30.2%），年齡在20-49歲（28.2%~41.4%），教育程度則集中在高中/職以上。主要收視群中，以年齡20-29歲（85.3分）、30-39歲（83.9分），教育程度在專科（86.6分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（83.6分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表36）

表 2-38、戲劇類節目收視指標－我在墾丁天氣晴



（五）生活休閒及文化藝術類節目

在本季的調查中，生活休閒及文化藝術類節目的整體接觸率方面，有三成五（34.5%）的公視觀眾看過生活休閒及文化藝術類節目，65.5%沒看過。

交叉分析顯示，生活休閒及文化藝術類節目的接觸率會因最近一個月是否看過公視而有顯著差異。最近一個月看過公視的觀眾收看比例（37.6%）高於沒有收看公視的觀眾（22.2%）。（見附表18）

就各節目來看，公視觀眾曾經看過的生活休閒及文化藝術類節目中，以看過「週日狂熱夜」的比例最高（28.7%），「果果恰恰才藝大車拼」和「公視表演廳」則分別為20.0%、16.5%。在滿意度方面，以「週日狂熱夜」（85.2分）較高，其次是「公視表演廳」（84.8分），「果果恰恰才藝大車拼」則是80.8分。

在收視滿意度與收視率的比較上，「週日狂熱夜」的滿意度及收視率均高；「公視表演廳」則是滿意度良好、收視率較低；「果果恰恰才藝大車拼」則是兩者均有成長的空間。

表 2-39、生活休閒及文化藝術類節目收視狀況

	樣本數(人)	接觸率(%)	滿意度(分)	TV-R	Reach(%)
生活休閒及文化藝術類					
周日狂熱夜	533	28.7%	85.2	0.29	14.42%
果果恰恰才藝大車拼	1,329	20.0%	80.8	0.16	6.25%
公視表演廳	1,599	16.5%	84.8	0.10	13.34%

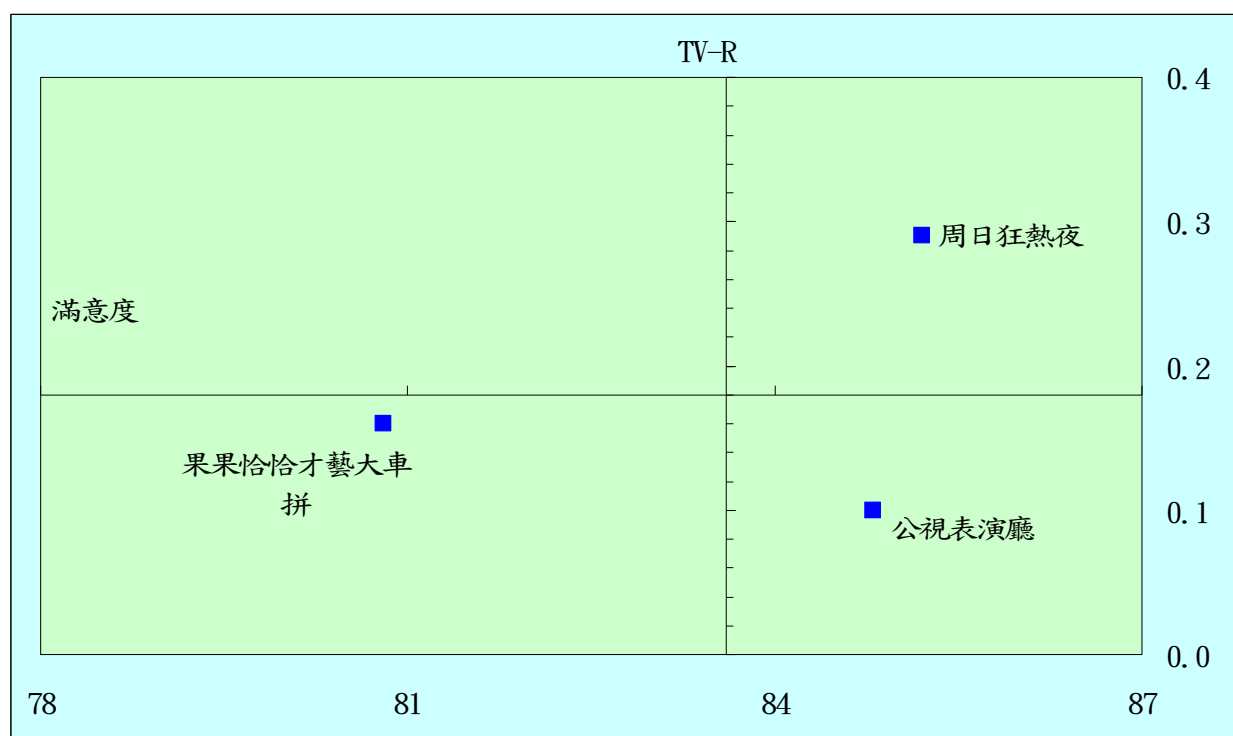


圖 2-22、生活休閒及文化藝術類節目收視滿意度與收視率比較

1.週日狂熱夜

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，週日狂熱夜在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.29，觸達率為14.42%。

(2) 接觸率

根據本季調查的533位受訪的公視觀眾中，週日狂熱夜的整體接觸率為28.7%。交叉分析顯示，週日狂熱夜的收視情況會因為公視觀眾性別的不同而有顯著差異。在性別方面，女性的接觸率較高（32.2%），男性明顯較低（24.5%）。

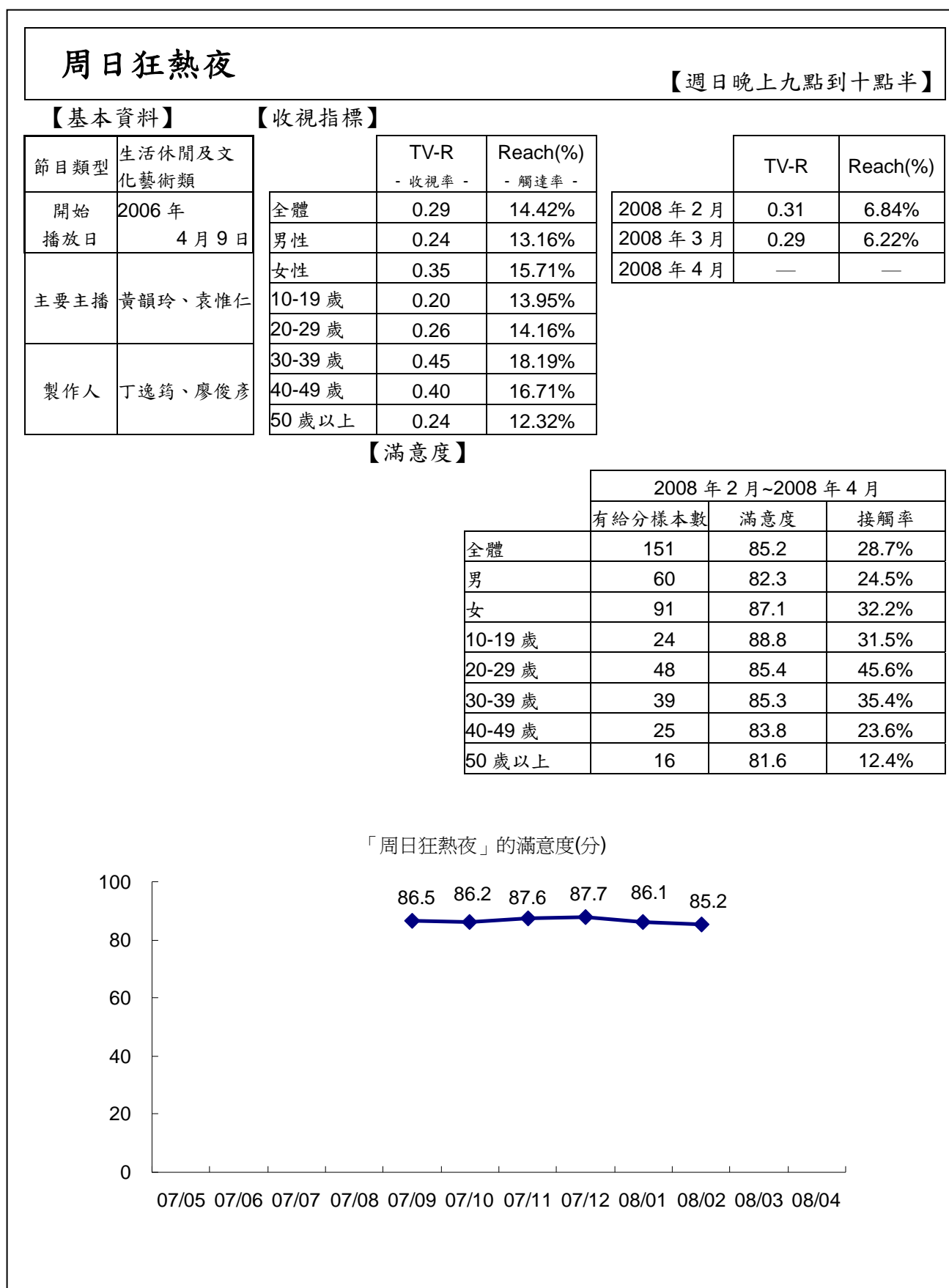
(3) 滿意度

週日狂熱夜在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為85.2分。交叉分析顯示，觀眾對週日狂熱夜的滿意度會因性別及職業的不同而有顯著差異。在性別方面，女性的滿意度（87.1分）明顯高於男性（82.3分）。在職業方面，以學生（89.5分）及企業主管、經理人員（89.3分）的滿意度最高，其次是從事軍公教、民意代表者（88.6分）；滿意度最低者為自營商（65.9分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，週日狂熱夜的主要收視群以女性為主（32.2%），年齡在39歲以下，教育程度則集中在高中/職以上。主要收視群中，除教育程度在高中/職（80.4分）者收視滿意度低於整體平均滿意度（85.2分）外，其他族群之收視滿意度均高於整體平均滿意度。顯示本節目受到主要收視群頗高的支持與評價。（見附表38）

表 2-40、生活休閒及文化藝術類節目收視指標—週日狂熱夜



2.公視表演廳

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，公視表演廳在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.10，觸達率為13.34%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,599位公視觀眾中，公視表演廳的整體接觸率為16.5%。交叉分析顯示，公視表演廳的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

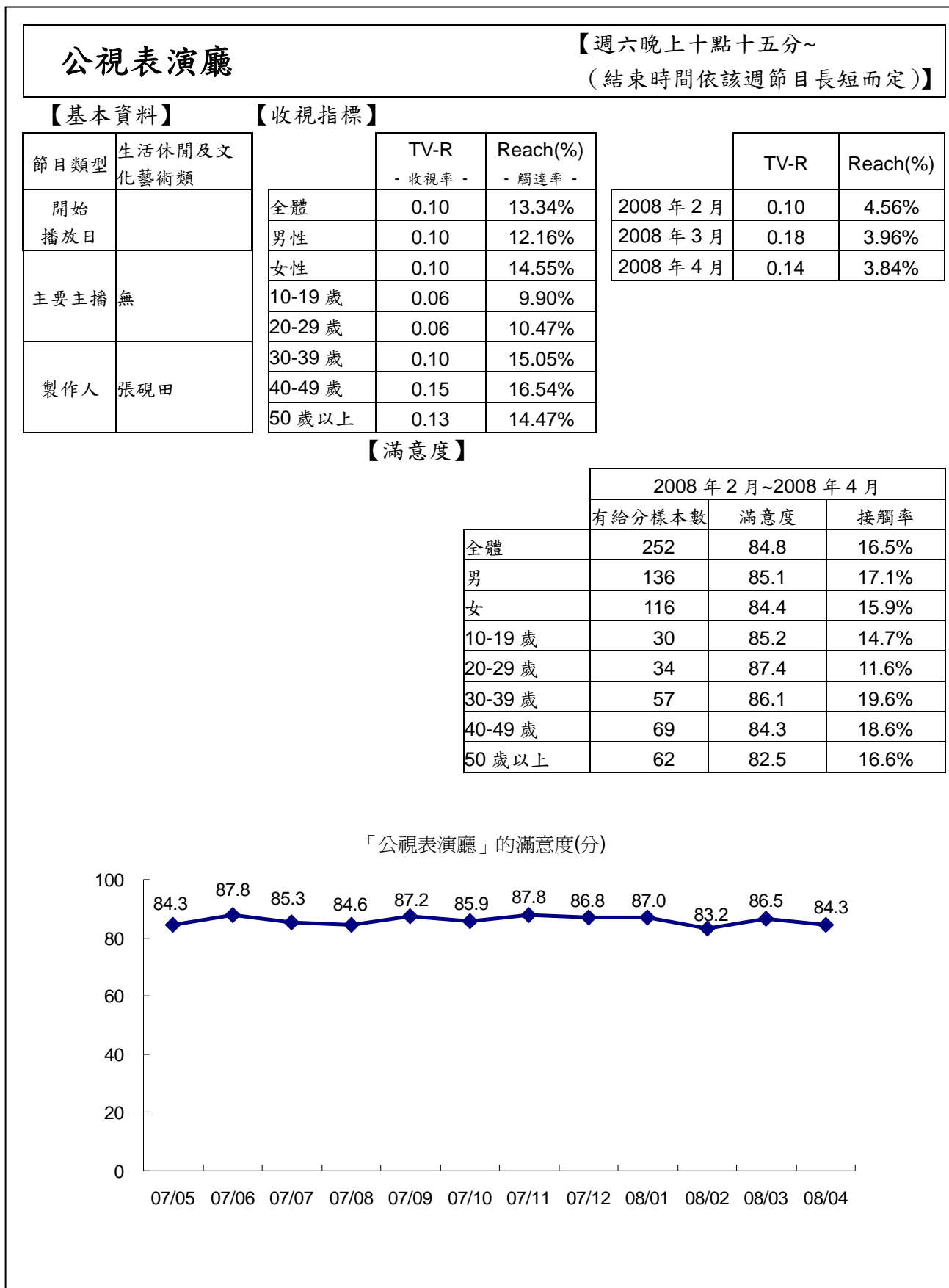
(3) 滿意度

公視表演廳在2008年2月至2008年4月的整體滿意度為84.8分。交叉分析顯示，觀眾對公視表演廳的滿意度會因月收入及家中是否有就讀低年級小孩的不同而有顯著差異。在月收入方面，2萬元以下者的滿意度最高（89.0分），其次是無經常性收入者（86.9分）；月收入在7萬元至未滿10萬元者的滿意度最低（76.3分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，公視表演廳的主要收視群以男性稍多（17.1%），年齡在30歲以上（16.6%~19.6%），教育程度則分散在各階層。主要收視群中，以年男性（85.1分），年齡30-39歲（86.1分），教育程度在大學者（86.5分），除接觸率高之外，收視滿意度亦高於整體平均滿意度（84.8分），顯示此一群體為核心觀眾群。（見附表39）

表 2-41、生活休閒及文化藝術類節目收視指標－公視表演廳



3.果果恰恰才藝大車拼

(1) 收視率及觸達率

根據尼爾森收視率調查結果，果果恰恰才藝大車拼在2008年2月至2008年4月的整體平均收視率為0.16，觸達率為6.25%。

(2) 接觸率

根據本季調查的1,328位公視觀眾中，果果恰恰才藝大車拼的整體接觸率為20.0%。交叉分析顯示，果果恰恰才藝大車拼的收視情況與各基本變項皆無顯著差異。

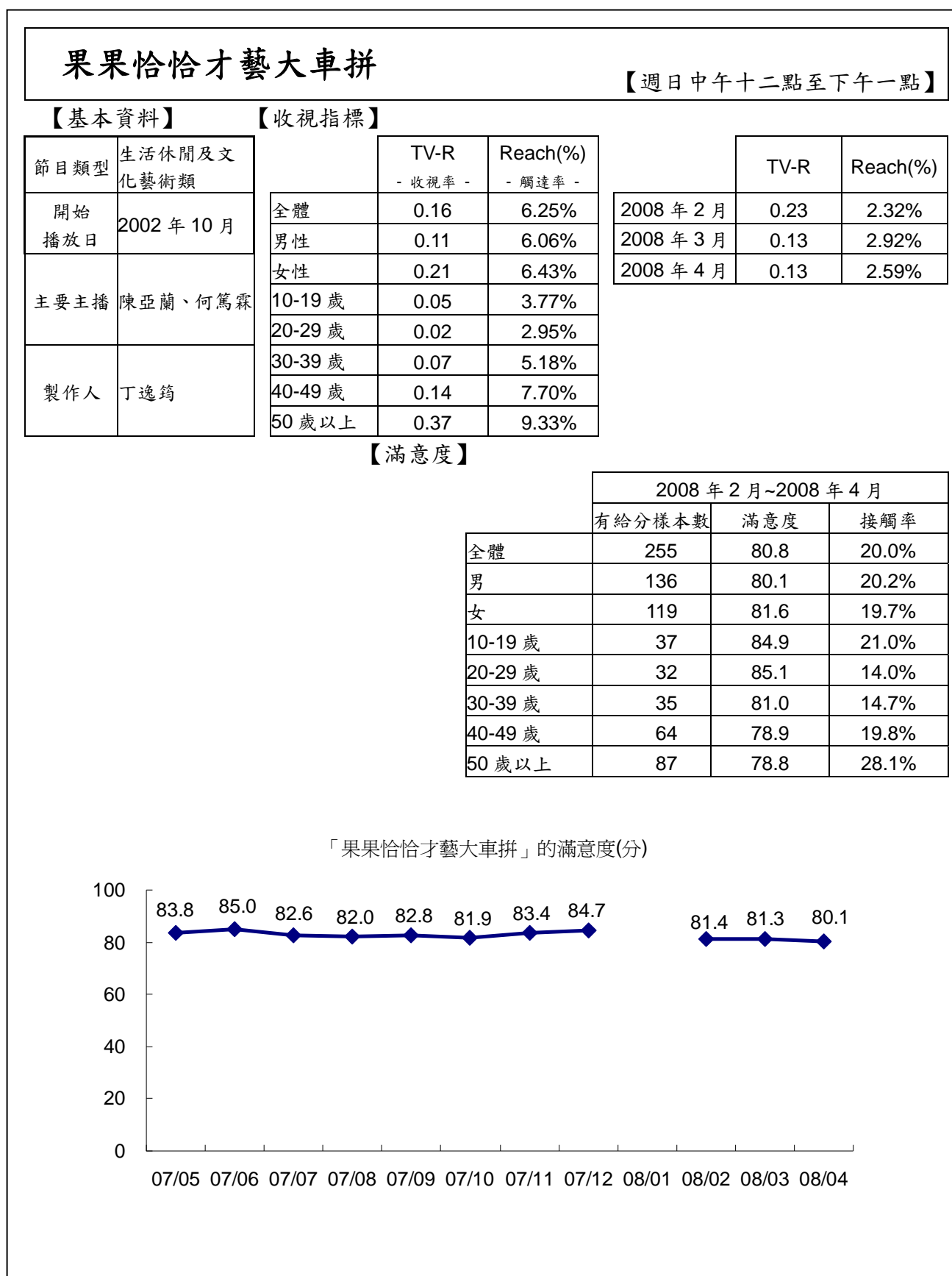
(3) 滿意度

果果恰恰才藝大車拼在2008年2月至4月的整體滿意度為80.8分。交叉分析顯示，觀眾對果果恰恰才藝大車拼的滿意度會因年齡、最近一個月內是否看過公視及居住地區的不同而有顯著差異。年齡方面，20-29歲的滿意度最高（85.1分），70歲或以上的滿意度最低（74.8分）。最近一個月看過公視的觀眾滿意度（81.4分）高於最近一個月沒有看過公視的觀眾（74.9分）。在居住地區方面，中部地區觀眾滿意度最高（83.2分），北部地區觀眾滿意度最低（78.4分）。

(4) 主要收視觀眾分析

從接觸率來看，果果恰恰才藝大車拼的主要收視群在男女性別比例相近，年齡在50歲以上（28.1%），教育程度則集中在高中/職以下。主要收視群中，年齡在50歲以上的滿意度為78.8分，低於整體平均滿意度80.8分；教育程度在國初中（80.9分）及小學或以下者（81.9分），收視滿意度略高於整體平均滿意度；顯示本節目在滿足主要觀眾的收視需求上仍有提昇的空間。（見附表40）

表 2-42、生活休閒及文化藝術類節目收視指標－果果恰恰才藝大車拼



附錄二、交叉分析表