



臺北廣播電臺
Taipei Broadcasting Station

103 年度喔海洋原住民頻道聽眾 收聽行為調查案

結案報告

委託單位：臺北廣播電臺

執行機構：異視行銷市場調查股份有限公司

目 錄

壹	中英文研究摘要	1
	中文摘要	1
	Abstract	3
貳	研究主旨與背景說明	5
	第一節 研究緣起與動機	5
	第二節 調查目的	6
參	相關研究、文獻之探討	7
	第一節 原住民與媒體之互動關係	7
	第二節 原住民的廣播傳播策略	9
	第三節 原住民節目的製播原則	11
	第四節 數位時代族群媒體文化行銷	12
	第五節 AM1134「喔海洋」原住民廣播頻道開播沿革	13
肆	研究內容、範圍與對象	15
伍	研究方法與過程	21
	第一節 質化調查研究方法與過程	21
	第二節 質化對象基本資料	25
陸	研究發現	31
	第一節 背景說明	31
	第二節 調查結果	33
	第三節 研究觀點	79
柒	結論與建議	83
	第一節 結論	83
	第二節 建議	86
捌	參考文獻	89

表 目 錄

表 4-1 收聽群辦理時間及地點相關資料	15
表 4-2 潛在收聽群辦理時間及地點相關資料	17
表 5-1-1 座談會議程規劃表	22
表 5-1-2 座談會議相關庶務工作規劃表	22
表 5-2-1 座談對象身份分析表 (n=159)	25
表 5-2-2 原住民座談對象族別分析表 (n=136)	26
表 5-2-3 座談對象性別分析表 (n=159)	27
表 5-2-4 座談對象年齡分析表 (n=159)	28
表 5-2-5 座談對象職業分析表 (n=159)	29
表 5-2-6 座談對象居住地分析表 (n=159)	30

圖 目 錄

圖 5-1-1 焦點團體執行流程圖	23
圖 5-1-2 質化資料分析流程圖	24
圖 5-2-1 座談對象身份分析圖	25
圖 5-2-2 原住民座談對象族別分析圖	26
圖 5-2-3 座談對象身份分析圖	27
圖 5-2-4 座談對象年齡分析圖	28
圖 5-2-5 座談對象職業分析圖	29
圖 6-2-1 整體分析架構圖	32

壹 中英文研究摘要

中文摘要

臺北廣播電臺以提供大臺北地區聽眾第一手的市政與多元的都會資訊，同時兼顧服務各族群與新移民的任務，充分發揮公營電臺價值，與追求社會公共利益為使命。另外，對照喔海洋節目編排及座談對象經驗分享，顯示喔海洋頻道除了對原住民相關事務關注外，亦對臺灣近年來逐漸增加的新住民展現關懷，此乃政府透過不同的管道及政策，努力維護並提升原住民及新住民的福利與權益。為瞭解臺北廣播電臺 AM1134 「喔海洋」原住民頻道聽眾或目標聽眾之需求和滿意度，以作為未來節目內容企畫、電臺活動行銷、經營管理之參考，遂辦理喔海洋原住民頻道聽眾收聽行為座談會，已於 103 年 7 月至 8 月間辦理 20 場焦點座談會，藉由訪談方式進行相關資訊及意向蒐集，回收後進行綜合整理及分析。

本次調查發現，可約略歸納成五個構面，分別為第一次接觸喔海洋/廣播的經驗、節目內容、節目期待、收訊、推廣方式等；另一方面，本次調查對象除了有收聽喔海洋頻道的原住民外，也包含喔海洋頻道節目的聽友，其中，大多數聽友非原住民，但接觸喔海洋頻道卻相對於其他原住民較為深入，顯見聽友多是由第三人稱的角度，好奇及欣賞原住民的文化，進而擁有喔海洋頻道的收聽經驗；反之，本次調查潛在收聽群的原住民，包含早已遷移城市的都會原住民及仍處偏鄉地區的部落原住民，多數主要以電視管道去獲得相關資訊，鮮少有收聽廣播的習慣，但對於本身原住民的事物仍然保有高度關心，在此背景下，潛在收聽群多是由第一人稱的角度，直接反映出原住民的自我需求；利用這 20 場座談會，蒐集並應用這些聲音，使廣播節目更貼近原住民的需求，方能開啟新的扉頁。

藉由收聽群及潛在收聽群不同的特性及期待，初擬短程、中程、長程三階段發展方向；由於收聽群及潛在收聽群皆表示資訊曝光是喔海

洋頻道較為薄弱的環節，故在場與會者，表示應該先以加強宣傳為主，短期之內，可透過靜態文宣、DM、跑馬燈及懸掛布條來加強宣傳；或者，透過預錄的方式，採訪更多的團體組織或意見領袖，來增加節目的關注度。中期可著手調整節目的編排，並製播現場節目，增加 Call in 互動及與主持人近距離互動等方式，來滿足收聽群渴望與主持人有更多連結的期待；長期而言，除了可與組織、團體合作，如原住民族多重視傳承及族語教學的部分，可以與偏鄉小學合作，藉由小朋友的收聽，將訊息帶回，讓家中成員可以開啟廣播去認識喔海洋頻道；最後，AM 訊號仍然是聽廣播的直接問題，為改善影響聽眾收聽行為的訊號，可將硬體設備逐步提升，保障收訊品質穩定，若能有如 FM 的收訊狀況，才能有更多人更容易接觸喔海洋頻道。

Abstract

The mission of the Taipei Broadcasting Station (TBS) is to provide a variety of first-hand information about municipal operations and urban facilities to its listeners in the Greater Taipei Area. It also aims to give full play to the values of a public broadcasting station by serving all different groups of people, including newly immigrated families, and pursuing public interests. A brief look through the Ho Hi Yan Channel program schedule and a panel discussion report on sharing of the listening experience shows great concern expressed by TBS about indigenous affairs and the wellbeing of newly moved-in residents, an act that is a part of how the Taipei city government develops its policy of protecting and fostering the benefits of the two citizen groups. To understand the needs and satisfaction levels of the target group of the channel (AM1134) to be used as reference for its content planning as well as station management and promotion in the future, a series of 20 focus group interviews on the listening behavior of the channel listeners was held in July and August of 2014. Related data and views on intention were collected and analyzed.

The findings can be categorized into five parts – first contact and experience, program content, program expectations, reception, and promotion. In addition to the aboriginal people listening to the channel, other groups were found enjoying the program, most of whom being non-aboriginal origin. And these groups, compared with the indigenous class, were going deeper into the channel, indicating their willingness, out of curiosity, to appreciate the aboriginal culture, thereby gaining their listening experience. For those potential groups of aboriginal origin polled in this survey, including those already living in the cities and those still staying in remote areas, they were found using mostly TV channels for information, with few having the habit of

listening to the radio. But they all showed considerable concern about indigenous matters. It was under these circumstances that they reflected the genuine desire of the aboriginal people. Comments and suggestions collected from the 20 interviews can be used to cater more closely to the needs of the indigenous people.

In view of the different characters and expectations of the existing and potential listening groups, a three-stage development scheme is proposed. In the short-term plan, static publicity, DM, moving message board, or banner are to be used to increase awareness of the channel, as the polled mentioned a lack of exposure of the channel; or pre-recorded interviews of concerned groups or opinion leaders can be introduced to attract attention. In the medium-term plan, live shows, like call-in, can be produced to facilitate interaction between the hosts and the listeners so as to meet the expectations of more connection of the listening group with the DJs. In the long-term plan, thanks to the aboriginal tradition of placing emphasis on legacy and native dialect teaching, cooperation with elementary schools in remote areas, for example, can be enlisted to have school children bring information from the channel back to their homes so that their families are able to gain a better understanding of the channel. Finally, AM frequency is a major problem. To provide a stable reception of the channel, broadcasting facilities have to be upgraded in the long run, with the availability of a FM channel being the easiest way for the listeners to get to the Ho Hi Yan Channel.

貳 研究主旨與背景說明

第一節 研究緣起與動機

臺北廣播電臺創建於民國 44 年，以廣播器之設置為始，45 年 6 月國防部核准成立「民防廣播電臺」，47 年改名「天行廣播電臺」，48 年 4 月 1 日電臺交由臺北市政府與臺北市民防指揮部合辦。民國 50 年，奉國防部令將「天行廣播電臺」更名為「民防廣播電臺」，以符軍用性質，民國 61 年，由於民防體系移轉納入臺北市政府體制，再度更名為「臺北市民防廣播電臺」，直屬臺北市政府。民國 66 年，為配合行政體制之組織系統，經修改組織規程，報請行政院核定，正式隸屬臺北市政府新聞處，同年 8 月 15 日並更名為「臺北市政廣播電臺」。

民國 80 年代以後，宣導市政已經無法滿足民眾的需求，遂於 80 年 1 月 1 日再度更名為「臺北廣播電臺」，強調都會、首都電臺的特性。嗣因 86 年預算於臺北市議會審議時遭全數刪除，各項節目之製播及新聞採訪於 85 年 11 月 1 日起停止，由臺北市政府新聞處派員與熱心義工進駐，改播純音樂性節目，維持頻道營運。

惟自民國 90 年復播後，電臺組織逐步重新建制，並加強經營 FM93.1 及 AM1134 頻率。AM1134 則在民國 94 年 5 月 5 日，於時任臺北市市長的馬英九總統主持下，定位為「喔!海洋」原住民專屬頻道。臺北廣播電臺以為大臺北地區聽眾提供第一手的市政與多元的都會資訊，同時兼顧服務各族群與新移民的任務，充分發揮公營電臺價值，與追求社會公共利益為使命。

本委託研究案希冀藉由質化研究方法，瞭解臺北廣播電臺 AM1134「喔海洋」原住民頻道聽眾或目標聽眾之需求和滿意度，以作為未來節目內容企畫、電臺活動行銷、經營管理之參考。

第二節 調查目的

基於以上研究背景，本計畫案的調查目的如下：

1. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群的廣播收聽時段。
2. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群的廣播最常收聽節目行為特性。
3. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群的廣播收聽行為及滿意度。
4. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群的廣播收聽臺北廣播電臺之動機。
5. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群對於目前節目內容、編排、滿意程度及建議。
6. 瞭解「喔海洋」原住民頻道收聽群及潛在收聽群對於本臺節目未來的定位、方向及建議。

參 相關研究、文獻之探討

第一節 原住民與媒體之互動關係

相對於多數（或強勢）族群，少數（或弱勢）族群往往是社會資源與權力受到忽略或不受尊重的一方，且擁有較少的傳播資源。長期以來，無論公私營傳播媒體，對原住民的報導內容和取材的偏頗，造成一般民眾對原住民刻板印象的觀感。

原住民族長期在臺灣的政經體制權力上處於弱勢，在其傳播權部分更長期受到以漢人所主導的主流社會與文化所忽視，而無法獲得與主流族群等量的傳播權利（陳楚治，2008）。即便二十一世紀正處在新科技傳播研發當道的年代，在傳播議題上，「廣播」逐漸受到近年來傳播學術界的研究趨勢所忽略，何況是原住民族廣播的議題，則漸消逝在當今新科技傳播研究的洪流之中，原住民族廣播的專論和探討始終屈指可數。

根據孔文吉（1992；1994；2000）研究原住民傳播權益發現，媒體針對全國觀眾製作的節目，不論在戲劇、新聞或特別報導中，原住民係以傳統服飾、歌舞與祭典的形式出現；若是現況的報導則多為失業、酗酒的問題；較正面肯定的只有體育、歌唱方面的傑出表現；因此，在漢族心中認為原住民的形象：仍過著傳統落後的生活、窮困、酗酒、只會唱歌、或是運動細胞發達等，此印象仍在一般民眾的心中生根。

孔文吉（2000）指出，雖然臺灣主流媒體對於原住民的報導在質和量上有顯著的提高和增加，但在內容和取材及相關新聞處理仍似新瓶裝舊酒，在新聞的類別及主題上，明顯偏向原住民的社會問題、奇風異俗、傳統文化及社會運動。顯示媒體對於原住民相關報導及新聞價值的取捨標準與角度，長期以來鮮有突破與創新，不僅無法有效提升原住民族的形象與地位，貼標籤式的刻板印象，加深了社會大眾對原住民不正確的認識。

學者陳清河在其「行政院原住民委員會成立廣播電視媒體運作機制

分析之研究」中提到，Subervi-Velex (Subervi-Velex,1986) 認為少數族群媒介扮演著雙重的角色：同化 (assimilation) 和多元 (pluralism)。少數族群需要適應主流社會的語言和規範以立足於社會中。媒介在文化融合的過程中扮演重要的角色。然而融合的結果卻降低了少數族群的文化認同。因此少數族群媒介一方面協助少數族群適應主流社會，另一方面也透過少數族群母語和文化內容，維持少數族群對於母文化的聯繫。

Riggins (Riggins,1992: 2-4) 認為傳播媒介對於定義、維護或減弱族群認同的過程中扮演著主要的角色。主流媒體通常忽略對於少數族群的報導，或將之視為社會的問題族群。要維護少數族群的文化認同必須靠著少數族群媒介的存在方可行。

Riggins 引用 Subervi-Velex 雙重角色的觀點，集結了學者們對於世界各國少數族群媒介的研究，總結提出少數族群媒介具同化功能的特色有六點 (Riggins,1992: 279-284)：

1. 少數族群媒介內容隱含強勢族群意識型態，因為少數族群新聞工作者採用主流的新聞價值判斷，或因少數族群媒介常常採用主流媒體的訊息。
2. 少數族群媒介的製作難以逃脫主流文化對於媒介類型 (genre) 之定義，不易製作真正具備少數族群特色之節目內容。
3. 少數族群媒介集中報導某個特定族群或部落，可能產生自我隔離之反效果，因為逐漸貧乏的內容，反而危害其生存。
4. 少數族群媒介若以較廣大閱聽眾為目標時，促成更多與主流文化融合的可能性。
5. 少數族群媒介若使用主流語言而非母語會加速同化。
6. 少數族群文化在透過傳播科技的傳遞過程中將失去其精髓。

如上述原因，原住民族的語言與文化，在主流媒體沒有協助保留與

傳承之下，已面臨流失的危機，因此為了讓這些少數民族能夠在主流文化的充斥下，還保有自己的文化，政府應該協助我國的原住民族，利用廣播節目的製播，一方面向非原住民介紹與矯正其多年來錯誤的原住民印象，一方面也替原住民作文化與語言的保存以及傳承。

回顧臺灣的媒體對弱勢族群的報導方式，在多元社會中，少數族群的社會經濟地位往往較為低下。他們的文化也較不受重視。這樣的族群就是典型的弱勢族群。在行政院原住民族委員會成立之後，其為了防止上述的情形發生，為了扭轉資訊弱勢、詮釋權旁落、母語以及文化流失的困境，除了每年委託製播的原住民廣播節目之外，於民國九十二年開辦原住民族電視頻道，期望除了利用廣播媒體之外，能夠利用專屬頻道充分並且即時的提供原住民同胞各種原住民權益的資訊、並且提升其母語在家庭中的使用比率，促進原住民族母語的學習與保存，並且促進原住民文化教育的傳承與發展。

第二節 原住民的廣播傳播策略

從廣播節目語言的使用，來看原住民的傳播政策，若廣播節目中沒有使用原住民母語，對於只聽的懂母語的原住民來說，廣播是不會使用的大眾媒介，因此從廣播節目中逐步使用原住民聽得懂的母語，使用原住民語來服務原住民族胞，是政府對於原住民傳播政策的方向之一。

依據梁世武民國 86 年廣播節目語言使用的過去與未來之展望研究顯示，弱勢語言族群（原住民、客家人）在日常生活中並未刻意使用其母語，在問及其廣播節目以何種語言播出較適當時，回應以母語播放的比例也不高。另外黃葳威在原住民傳播權益的研究中，也發現弱勢社群接觸主流社會傳播資訊及學習主流文化語言，原住民同胞主要以藉由看電視來獲取生活新知，因此多數人希望能多看到與原住民相關的部落新聞，或其他原住民社會所發生的事（黃金益，2001）。

而原住民電臺的設立，起源於民國 73 年，原住民的立法委員建議政府應該增設原住民語的廣播節目，當時行政院新聞局考量到復興電臺的 8 個分臺中，部分分臺位於山區，且山區沒有其他的媒體，所以便讓復興電臺有服務原住民的任務，於是開始製播「青山翠嶺」節目，這就是我國第一個的原住民廣播節目。

在民國 79 年，內政部民政司的山地行政科開始原住民廣播節目的委製；民國 82 年政府開放廣播頻道供民眾申請，但礙於經費以及經營不易的影響，仍然沒有原住民的頻道；民國 86 年行政院原住民族委員會成立，其中的教育文化處負有原住民媒體與傳播的工作；民國 87 年公佈實施的「原住民教育文化法」更賦予政府設置原住民專屬時段以及專屬頻道的責任，到了民國 87 年 4 月 20 日行政院原住民族委員會提出了「全省原住民電臺規劃草案」，依據原住民族群的分布情形，將全省規劃為五區，分別為北、中、南、花蓮、臺東，並訂出電臺的籌設點。

研究臺灣原住民廣播歷史的林炆鴻（2011）認為，臺灣從光復時期發展至今的原住民族廣播，雖然其播音語言從日語、國語轉換到自己的族語；頻譜規劃與分配仍然可見漢人的權力與臺北都會看部落的心態，導致原住民族廣播發展至今仍然是一條坎坷之路。

原住民在初期想要自有媒體時，當時的知識份子所能夠掌握的，是技術層次最初階、成本最低、而他們又最擅長的文字媒體，因此雜誌成為運動初期的媒體形式應用的首選。再來則是廣播，理由也不外乎是技術和成本的門檻相對較電視為低，也比較容易鎖定特定的傳播對象。（林福岳，2012）

而數位技術的發展與進步，使得網路一躍而起，成為入門障礙最低、卻無遠弗屆的媒體形式，同時也給予過去在傳播環境中處於弱勢的原住民，有了翻轉的機會，得以跨越傳統媒體的高門檻，近用到龐大的網路媒體世界。（林福岳，2012）

至此階段，原住民在自主傳播媒介的掌握上，已經橫跨平面媒體、廣播、電視、電影、網路，甚至新數位媒體。從國民政府統治前未曾有過自主媒體的時代，到如今涉足多元形式的媒體，六十多年的演變，也可謂是一段艱辛的路程。(林福岳，2012)

第三節 原住民節目的製播原則

廣電媒介的重要性包括：(1)廣播電視成為人們生活的一部份(2)影響人類行為(3)加速社會化的過程(4)促成大眾文化的發展(5)刺激社會經濟活動。

因此在運用廣播媒體的時候，就必須掌握其在人們生活中的重要性，而製播並呈現符合目標與任務的節目內容。而節目設計是廣播節目的主體，節目人員應當明瞭自己擔負重要的任務，那就是計劃、設計以及評估整個節目內容。節目構想一旦成型，就開始進入節目設計的階段，蕭靜雯（2001）曾經提出節目設計的重點包括以下五項：

1. 節目對象的了解——也就是分析潛在聽眾的特質，從個體差異中找出共同的需求與興趣，再根據他們的意見來設計節目。
2. 是否切合聽眾的需要——也就是指特定的主要聽眾需求，是節目設計的首要考慮的因素。
3. 節目形式是否推陳出新——聽眾選擇節目的原因不一而足，基本上對形式較新穎的節目，比較喜歡。
4. 節目播出時間是否恰當——節目播出時間首要考慮聽眾的作息、收聽習慣。
5. 節目預算是否合理——製作節目，預算多寡直接影響節目的播出品質。

因此我們可以知道原住民廣播節目的製作，不可以只考慮量的呈現，節目的內容必須得到聽眾的肯定，而且也必須是聽眾所需要的，否則節目製作的量足夠，但是內容都是沒有被需求的，那麼這樣的節目製作等於是多餘的。

主流媒體的節目內容，多以非原住民的觀點來看原住民的事務，即使製作原住民相關節目，也是以非原住民的觀點來企劃與製作，由我國原住民廣播節目製作指導原則可以看出，現階段的媒體從業人員皆為非原住民，而若一般非原住民仍然無法跳脫以非原住民的角度來看原住民，來報導原住民的事務，製作原住民廣播節目，那麼他們對原住民的刻板印象一樣會存在，其所傳達出來了訊息將可能會真實產生差距，另外更重要的是，這些原住民相關節目或原住民的相關報導在不了解原住民的需求之下，藉由想像而產製出的節目，真能符合原住民的需要嗎？

第四節 數位時代族群媒體文化行銷

文化資源，是指人類活動過程所遺留或現存的物質、精神產物中，可供運用、產生價值的事物(游景德，1997)，我國政府早期「推行國語」的政策，台灣地區方言族群面對母語遭受壓制的困境，在公共領域無法使用自己族群的語言進行交談，更無法透過教育與傳播體系強勢語言的傳遞，致使族群的語言與文化傳承面臨斷層。

近幾年，隨著原住民族開始重視和認同自己的身份和文化後，族群體系也如雨後春筍般綻放，由早期至今日，原住民已從 9 族擴增到 16 族，對於語言及本身文化的關注也相對提升；另一方面，科技的日新月異，讓數位匯流已成為時代之趨勢，不僅傳統產業依賴科技帶來變革，傳播、通訊上也運用科技來改善提升環境，民眾可以透過便捷的數位科技發聲及表現自我，文化行銷的空間也因此得以發揮。

現今許多專屬少數族群的傳播通訊管道，希望製播的節目內容，可

以同時達到傳達訊息和資源、推廣文創或達到文化傳承的目標，根據黃葳威在數位傳播與資訊文化提到文化行銷的定義「依據國家原生文化的取向設定宗旨任務，而進行特定族群藝文教育、知識的推廣，及特定族群文化產品與相關服務的提供，以期達成傳承與交流特定族群文化的理想」，故在此前提之下，節目的製播和管理也成為一門專業的學問。

黃葳威於聲音的所在提到，節目規劃管理的概念，來自於廣播電視法第三章節目管理的相關條文；就廣播發展演進的過程從 1920 年代對廣播節目的監聽、爾後與廣告業務相結合、與閱聽人使用作息結合、與其他頻道共存利基的節目策略，至今已形成節目規劃管理的專業(Vane and Gross,1994)。當廣播與網際網路相結合，並朝向數位紀元邁進的同時，數位內容管理(Digital Content Management)尤其重要。

第五節 AM1134 「喔海洋」原住民廣播頻道開播沿革

2006 年 5 月 8 日，隸屬於臺北市政府的臺北廣播電臺為因應臺北都會區原住民族人數多，並且原住民族在都會有許多議題值得透過廣播長期關切與重視，而因此設立「喔海洋」頻道，主要是服務都會原住民族聽眾。

「喔海洋」頻道和一般指定用途原住民族廣播頻道不同之處在於，他注重一個跨越族群的雙向溝通平臺，以一個所有聽眾都能夠共通使用的語言—國語為最主要播音域語言，以國語製作節目播送臺北都會區。

「喔海洋」的名稱是阿美族語 HO HI YAN 的諧音，意思是「我們在一起」，「喔！海洋」也代表臺灣四面環海，島嶼子民有著海洋般遼闊的胸襟；「喔！海洋」更是臺北廣播電臺新成立的廣播頻道，一個專為原住民發聲的專屬頻道，目的是要讓漢民族或原住民可以感受「原味十足」的熱情與多元文化所激盪出來的心靈火花。

「AM1134 「喔海洋」原住民廣播頻道」為第一個大功率原住民電

臺，這個隸屬於臺北市政府觀光傳播局臺北廣播電臺的頻道，不只是一個專為原住民發聲的頻道，為原鄉和都市地區的原住民朋友提供休閒、文化、語言、就學、就業、生活等多面向的貼心服務。當初以 AM 為播放功率，主要是考量頻道的音質雖然容易受到空中電離層的因素影響，但在偏遠地區與山地反而會有機會聽得很清楚，正好適合原鄉的原住民朋友收聽。

根據原住民族委員會發佈的 103 年 9 月份原住民人口數統計資料，現今臺北市約有一萬五千多位原住民，在原住民廣播頻道收聽範圍內的新竹以北地區約有十三萬三千多位的原住民，此外，電臺更開通網際網路(www.radio.taipei.gov.tw)線上收聽服務，讓「原音」無遠弗屆，撫慰每一個原鄉子民的心靈。

肆 研究內容、範圍與對象

焦點團體座談會由 1 位主持人引導，對某一個議題或觀念進行深入討論，而主要目的在於能探討較深入之議題及瞭解更多之原因，另一優點為焦點團體座談會不單單是一對一的訪談，而是透過群體之互動引發出更深層之看法或更具創意之建議；此外，在焦點團體座談會的參與人選方面除需考量代表性外，同一場座談會中與會者需具有一些相似的特徵。

(一) 辦理時程與場次

針對收聽群、潛在收聽群以及符合本研究調查目的之主要區隔標準分組，總計辦理 20 場次，103 年 8 月 5 日前共辦理 12 場焦點團體座談會，103 年 8 月 5 日至 103 年 8 月 23 日前共辦理 8 場焦點團體座談會（每場次至少 6 人以上參加）；收聽群共計辦理 9 場次、潛在收聽群共計辦理 11 場次。

(二) 辦理時間及地點

表 4-1 收聽群辦理時間及地點相關資料

場次	收聽群	原住民/ 一般	日期	報名 人數	參與 人數	座談會地點
1	收聽群	原住民	7/11(五)	7	6	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
2	收聽群	一般	7/25(五)	10	7	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
3	收聽群	一般	8/1(五)	9	7	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
4	收聽群	一般	8/3(日)	10	7	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
5	收聽群	原住民	8/4(一)	8	8	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
6	收聽群	原住民	8/5(二)	9	9	臺北市中山區復興北路2號7樓之3(異視行銷市場調查股份有

場次	收聽群	原住民/ 一般	日期	報名 人數	參與 人數	座談會地點
						限公司焦點座談室)
7	收聽群	原住民	8/21(四)	11	8	臺北市中山區復興北路2號7樓 之3(異視行銷市場調查股份有 限公司焦點座談室)
8	收聽群	原住民	8/22(五)	12	8	臺北市中山區復興北路2號7樓 之3(異視行銷市場調查股份有 限公司焦點座談室)
9	收聽群	原住民	8/23(六)	10	9	臺北市中山區復興北路2號7樓 之3(異視行銷市場調查股份有 限公司焦點座談室)
總 計				86	69	

表 4-2 潛在收聽群辦理時間及地點相關資料

場次	潛在收聽群	原住民/一般	日期	報名人數	參與人數	座談會地點
1	潛在收聽群	原住民	7/26(六)	10	10	新北市烏來里烏來街 34 號 (綜合市民活動中心 3 樓會議室)
2	潛在收聽群	原住民	7/26(六)	10	10	新北市烏來里烏來街 34 號 (綜合市民活動中心 3 樓會議室)
3	潛在收聽群	原住民	7/29(二)	10	10	泰山區明志路一段 427 號 (同榮市民活動中心 4 樓)
4	潛在收聽群	原住民	7/30(三)	10	10	臺北市內湖區環山路一段五十六號(德明財經科技大學四合院 102 焦點團體室)
5	潛在收聽群	原住民	7/31(四)	10	8	臺北市中山區復興北路 2 號 7 樓之 3(異視行銷市場調查股份有限公司焦點座談室)
6	潛在收聽群	原住民	8/2(六)	10	10	桃園縣復興鄉中正路 20 號 (桃園縣復興鄉公所 401 會議室)
7	潛在收聽群	原住民	8/13(三)	8	6	新北市新莊區新樹路 222 號 (新莊勞工活動中心 701 會議室)
8	潛在收聽群	原住民	8/14(四)	8	7	新北市土城區延和路 23 號 (安和國小多功能教室)
9	潛在收聽群	原住民	8/15(五)	8	6	臺北市木柵路 1 段 290-1 號 (文山區實踐市民活動中心 2 樓會議室)
10	潛在收聽群	原住民	8/16(六)	10	6	新店區中正路 275 巷 17-1 號 2 樓(中正活動中心 2 樓會議室)
11	潛在收聽群	原住民	8/20(三)	10	7	臺北市環河北路三段 95 號 (士林區葫蘆國小多功能教室)
總 計				104	90	

(三)座談人數及樣本配置情形

每場次邀請 6 人-10 人；其中收聽群座談會，至少 2/3 以上場次，座談對象須為原住民。

有關座談對象的選擇，先以族群別為主要類別，為兼顧各種不同族群，亦接觸大臺北及桃園地區的原民團體（同鄉會/協會/宗教團體等），以提高參加人數。

針對本次座談對象依照收聽群/潛在收聽群、場次、參與人數、參與者性別、年齡、身份進行編碼，再以編碼方式呈現座談對象與會時的相關訊息及內容，如附錄二。

(四)焦點團體座談主題

焦點團體座談會主題包括「喔、海洋」節目各主題類型之收聽行為，包含：原住民族群文化薪傳類、原住民活動類、新聞、音樂類、生活資訊類與其他原住民生活閱聽行為相關進行探討。

(五)焦點團體座談題綱設計

本次調查對象分為兩群體，依受訪群體特性分為兩類訪談題綱如下：

1.收聽群訪談大綱：

A.Warm up 情境設計：

聽覺：現場播放當時段節目實況或請委託單位提供各類型節目聲音檔，由本公司置入平板電腦，提供受訪者點閱。

視覺：請委託單位配合提供「喔海洋」的節目規畫及節目表，相關各類節目宣導海報或相關臺內刊物提供受訪者翻閱。

B.正式進入訪談室前：第一階段受訪者基本資料再次確認：

※主要用於身份確認識別，並依第一階接觸情形，判別是否為意見領袖，並於第一階段完成接下來進場座位安排

(1)您的個人背景及收聽廣播的狀況。

- a. 請您先介紹您的背景(如年齡、教育程度、職業、居住地區等)
- b. 您平常收聽廣播的時段主要集中在何時

(2)您收聽「喔海洋」廣播節目的經驗

請問您最近一次收聽過「喔海洋」原住民頻道中的什麼節目？請跟我們分享一下？

C.正式訪談：

(1)您收聽「喔海洋」原住民頻道的感受及想法

- a. 回憶您第一次收聽「喔海洋」原住民頻道的感覺怎麼樣？跟其他廣播節目比起來有什麼不一樣的地方？

b. 請問您在收聽「喔海洋」原住民頻道時訊號強弱感受如何？

(2)您收聽「喔海洋」原住民頻道的主要原因與動機

a. 請問您主要聽哪一類的節目有印象？您會因為主持人、節目編排、內容等哪種原因才來聽廣播的？為什麼？

b. 請問您收聽「喔海洋」原住民頻道後，您是否能更瞭解自己的文化、風俗、語言？

(3)您對於「喔海洋」原住民頻道未來的期待

a. 請問您認為「喔海洋」原住民頻道未來應改變或增加哪方面的節目？

b. 請問您對於「喔海洋」原住民頻道還有甚麼改進建議？

2.潛在收聽群訪談大綱：

A.Warm up 情境設計：

聽覺：現場播放當時段節目實況或請委託單位提供各類型節目聲音檔，由本公司置入平板電腦，提供受訪者點閱。

視覺：請委託單位配合提供「喔海洋」的節目規畫及節目表，相關各類節目宣導海報或相關臺內刊物提供受訪者翻閱。

B.正式進入訪談室前：第一階段受訪者基本資料再次確認：

※主要用於身份確認識別，並依第一階接觸情形，判別是否為意見領袖，並於第一階段完成接下來進場座位安排

(1)您的背景及收聽廣播的狀況。

a. 請您先介紹您的背景(如年齡、教育程度、職業、居住地區等)

b. 您平常收聽廣播的時段主要集中在何時

(2)您收聽廣播節目的經驗

請問您會收聽與部落有關的廣播節目？是收聽何種節目，請跟我們分享一下？

C.正式訪談：

(1)您對於收聽與原住民有關之廣播節目的感受及想法

a. 請問您第一次收聽與原住民有關的廣播節目是哪一個？當初為什

麼會聽這個節目？

- b. 您知道剛才在外面是收聽哪一個節目嗎？請說明剛剛收聽節目的印象？若剛才聽到的節目與之前您聽過的節目相比，兩者之間有什麼差異？
- c. 請問您在收聽與原住民有關之節目時，訊號強弱感受如何？與剛剛聽到的節目相比，兩者之間有什麼差異？
- d. 您平常主要接觸哪些類型的原住民節目內容？

※請主持人提示節目類型：部落新聞、教育文化、部落活動（公共服務）或大眾娛樂等

(2)您對於收聽與原住民有關之節目的主要原因

- a. 請問您是從哪一個管道知道有原住民廣播節目？
- b. 請問您常聽的原住民廣播頻道節目類型及時段覺得合適嗎？還可以增加哪些部分嗎？
- c. 請問您對那些節目有印象？您會因為主持人、節目編排、內容等哪種原因才來聽廣播？

(3)您收聽原住民廣播頻道的動機

- a. 請問您知道有「喔海洋」這個原住民電臺頻道嗎？請您是如何知道的？您會願意推薦給其他人嗎？為什麼？
- b. （完全不知曉的聽眾）請問您如果有機會的話，是否願意再收聽「喔海洋」原住民頻道？您也可以就剛才收聽的感受作分享。

(4)您對於「喔海洋」原住民頻道的的期望

- a. 請問您認為「喔海洋」原住民頻道未來應如何調整，最能符合您的需求？
- b. 請問您對於「喔海洋」原住民頻道還有甚麼改進建議？

伍 研究方法與過程

第一節 質化調查研究方法與過程

(一) 受訪者過濾流程

為邀約具代表性之樣本，因此前置作業中過濾受訪者流程如下：

Step1：依據邀約對象之條件，擬定過濾問卷。

Step2：透過本公司針對社會、學術團體及個人家戶電話資料庫，進行篩選符合資格之受訪人選。

Step3:篩選合格人選後，考量樣本代表性後進行邀約工作。

1. 擬定過濾問卷

在擬定過濾問卷的過程中，主要以幾個重要面向為指標，包括：

- 是否為原住民
- 居住地區
- 平常說族語的頻率
- 收聽原住民廣播電臺的頻率與聆聽時間長度

2. 進行篩選作業

依據所需之受訪者條件，先透過本公司針對所邀約之地區人員依之性別、年齡、居住縣市情形，經過專業電訪人員進行接觸過濾，以瞭解其受訪者狀況及其參加意願；依據本案調查規範定義邀請對象如下：

(1)收聽群：過去 3 個月內，每週至少收聽 1 次「喔、海洋」節目且均至少收聽 1 小時以上者。

(2)潛在收聽群：具廣播收聽習慣(每週至少收聽 1 次且 1 次至少 1 小時)且收看過原住民臺的電視節目(每週至少收看 1 次且 1 次至少 1 小時)。

(二) 座談會議程規劃

表 5-1-1 座談會議程規劃表

工作時程(2.5 小時)	議 程 表
00:00 ~ 00:30	簽 到
00:30 ~ 00:40	座談開始、前言說明、主持人、座談來賓介紹
00:40 ~ 02:15	進行座談
02:15 ~ 02:30	主持致詞，座談結束

(三)座談會議相關庶務工作規劃

表 5-1-2 座談會議相關庶務工作規劃表

焦點團體 庶務工作規劃(執行項目)
1. 座談會時間、地點確認、會場勘查
2. 座談對象限定事項確認
3. 申請及確認場地之使用時間
4. 邀約及確認座談對象
5. 座談大綱項目確認
6. 文宣海報製作
7. 預訂茶點
8. 前日佈置會場 (1) 動線指引標示 (2) 海報文宣公示 (3) 接待桌席擺設 (4) 確認提醒與會者 (5) 其他
9. 事前設備器材測試 (1) 筆記電腦 (2) 投影機 (3) 麥克風 (4) 錄音筆 (5) 照相設備 (6) 會場燈光 (7) 錄影設備
10. 當日會場事宜 (1) 簽到名冊 (2) 茶點擺設 (3) 文具用品 (4) 其他
11. 會議後續事宜 (1) 會議紀錄產出 (2) 影相紀錄轉交 (3) 其他

(四)座談會執行流程

為能落實本次啟動量化前焦點團體座談會所欲達成之調查目的，本

公司將依據「質化研究中焦點團體法調查過程之流程建置」(2007 林儀)理論所發展出之「破冰」、「融合」及「整合」等三項焦點團體執行流程逐一進行，以下是針對焦點團體之執行流程、訪談中可能產生之效應及操作方法所繪製之架構圖：



圖 5-1-1 焦點團體執行流程圖

(五)質化資料的分析

根據訪談及座談會方式進行相關資訊及意向蒐集，前段所描述的編碼與撰寫備忘錄的技術是相當普遍被應用的執行過程，回收後進行綜合整理，使用英國哲學家與社會思想家約翰·彌勒(John Stuart Mill, 1806-1873)發展出從事比較的邏輯方法-「分析性比較法」，「分析性比較法」從既有的理論或現象歸納發展出關於規則或觀念的概念，然後研究

者將焦點集中在數個規律上，對具有替代性的解釋進行對照比較，然後找出不受限於某個特定情境(時間、地點、群體)的規律；此質化資料分析法同時運用取同法(method of agreement)與取異法(method of difference)構成質化資料分析中分析性比較的基礎(2000,朱柔若，社會研究發法，P.803)。本研究根據以上的質化資料分析方法分析訪談內容，進而形成主題議題，再依綜合整理設計量化訪問問卷，於量化調查執行驗證。

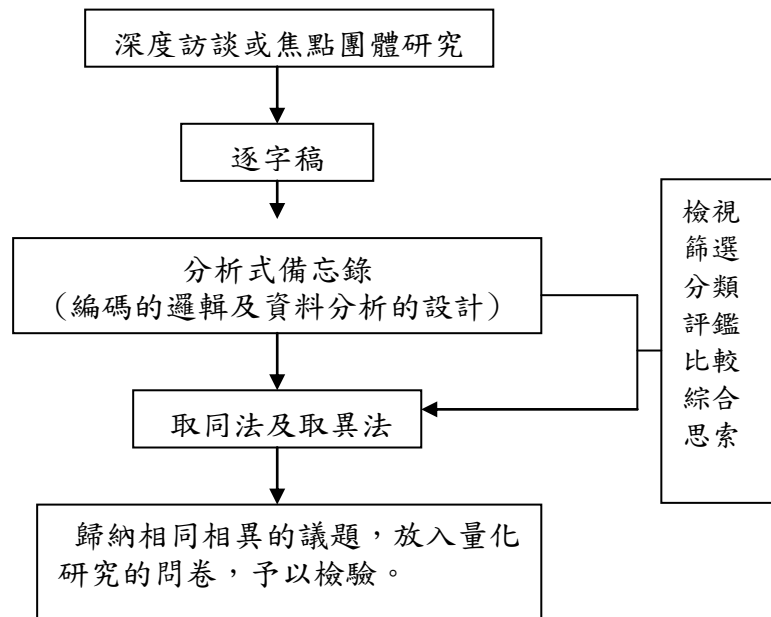


圖 5-1-2 質化資料分析流程圖

第二節 質化對象基本資料

一、 身分

座談對象以原住民的比率較非原住民高，其中原住民座談對象占 85.5%，非原住民座談對象則為 14.5%。

表 5-2-1 座談對象身份分析表 (n=159)

身份	樣本數	百分比 (%)
原住民	136	85.5
非原住民	23	14.5
總計	159	100.0

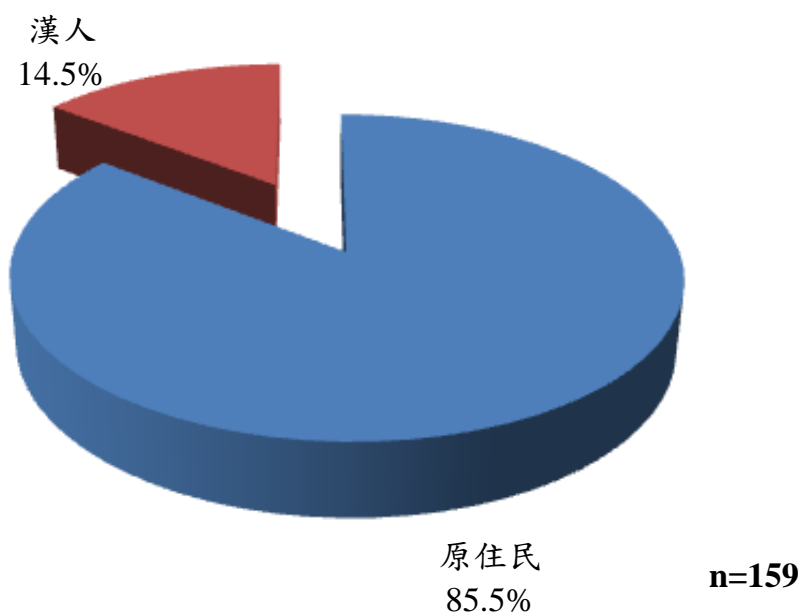


圖 5-2-1 座談對象身份分析圖

二、 原住民座談對象族別

原住民座談對象以阿美族的比率最高，占 49.3%，其次為泰雅族 32.4%，再者為排灣族 6.6%。

表 5-2-2 原住民座談對象族別分析表 (n=136)

族別	樣本數	百分比 (%)
阿美族	67	49.3
泰雅族	44	32.4
排灣族	9	6.6
太魯閣族	6	4.4
布農族	5	3.7
卑南族	3	2.2
鄒族	1	0.7
賽德克族	1	0.7
總計	136	100.0

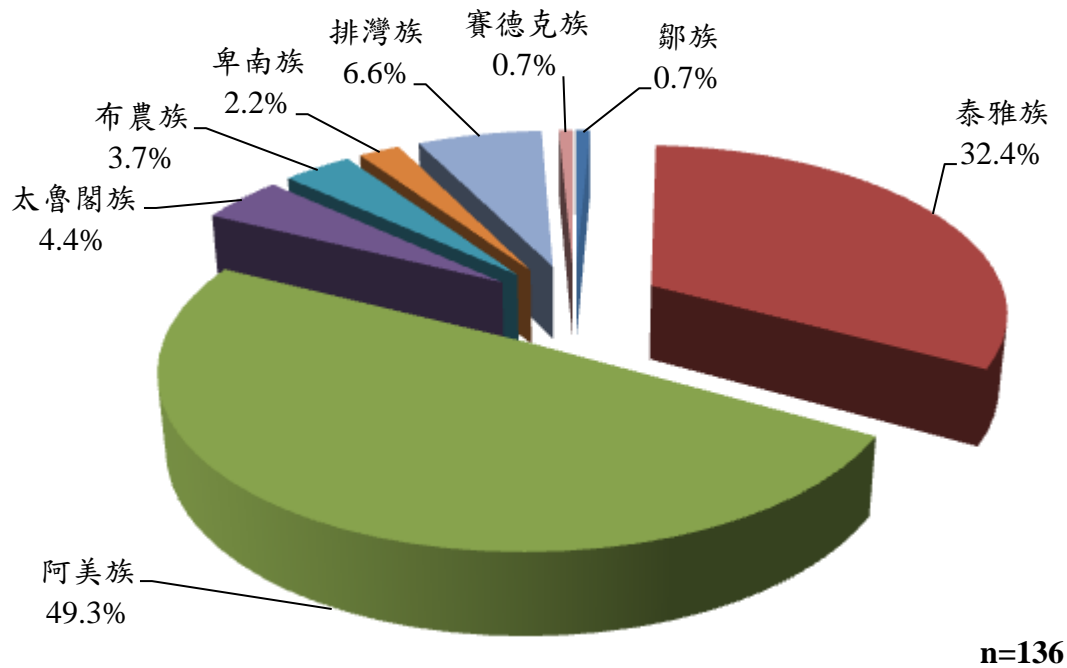


圖 5-2-2 原住民座談對象族別分析圖

三、 性別

座談對象以女性的比率較男性高，其中女性占 69.8%，男性座談對象則為 30.2%。

表 5-2-3 座談對象性別分析表 (n=159)

性別	樣本數	百分比 (%)
男性	48	30.2
女性	111	69.8
總計	159	100.0

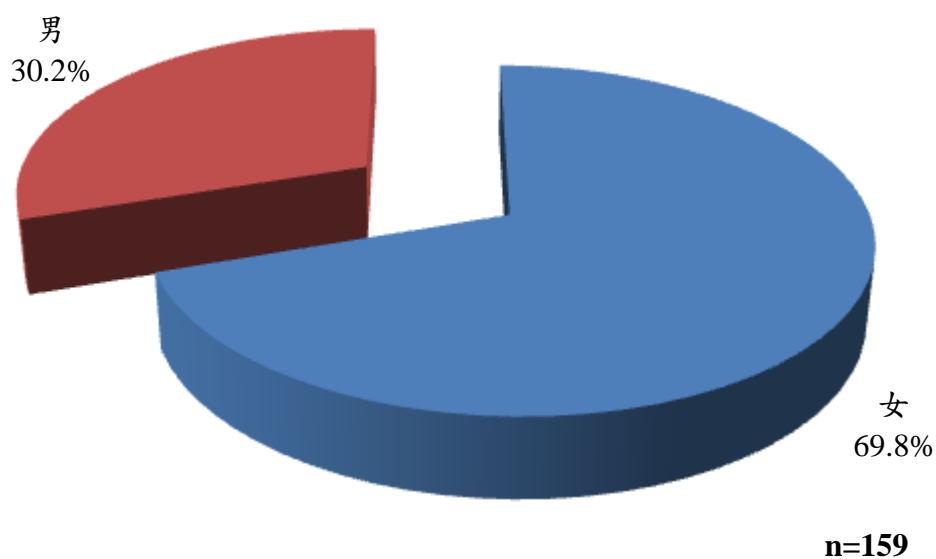


圖 5-2-3 座談對象身份分析圖

四、 年齡

座談對象的年齡以 50~59 歲者比率最高，占 25.5%，其次為 60 歲以上者 21.6%，再者為 29 歲以下者 19.6%。

表 5-2-4 座談對象年齡分析表 (n=159)

年齡	樣本數	百分比 (%)
29 歲以下	30	18.9
30~39 歲	21	13.2
40~49 歲	25	15.7
50~59 歲	45	28.3
60 歲以上	36	22.6
拒答	2	1.3
總計	159	100.0

註：因四捨五入之關係，百分比總和可能不為 100.0%。

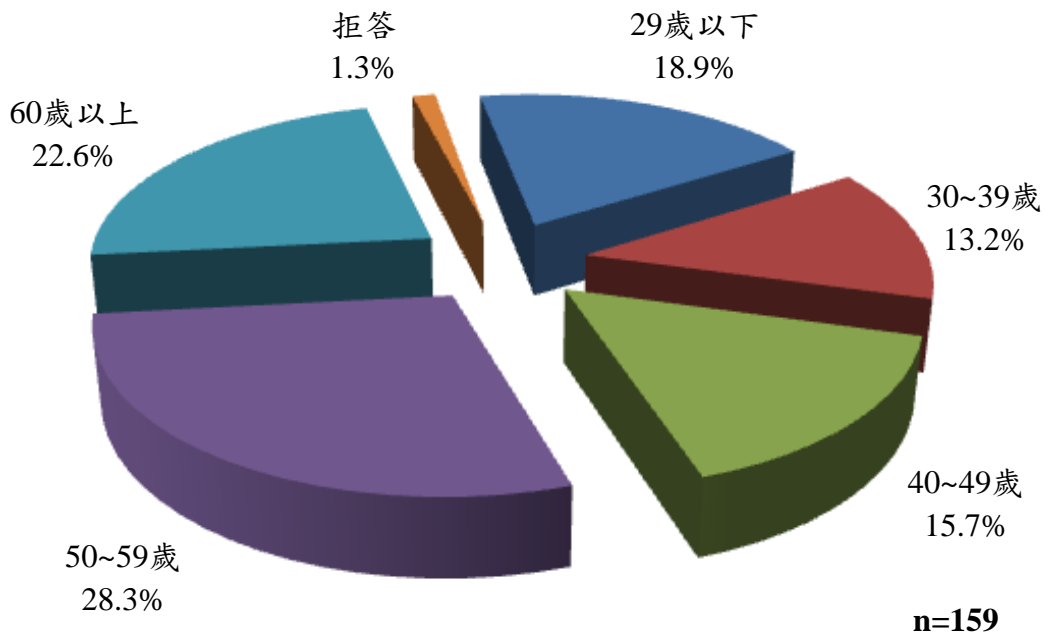


圖 5-2-4 座談對象年齡分析圖

五、 職業

座談對象的職業以藍領者比率最高，占 23.3%，其次為專業技術人員者 21.4%，再者為白領者 16.4%，其餘請詳見下表。

表 5-2-5 座談對象職業分析表 (n=159)

職業	樣本數	百分比 (%)
藍領	37	23.3
專業技術人員	34	21.4
白領	26	16.4
家庭主婦	23	14.5
學生	17	10.7
退休	12	7.5
自由業	4	2.5
自營者	4	2.5
替代役	1	0.6
待業	1	0.6
總計	159	100.0

註：因四捨五入之關係，百分比總和可能不為100.0%。

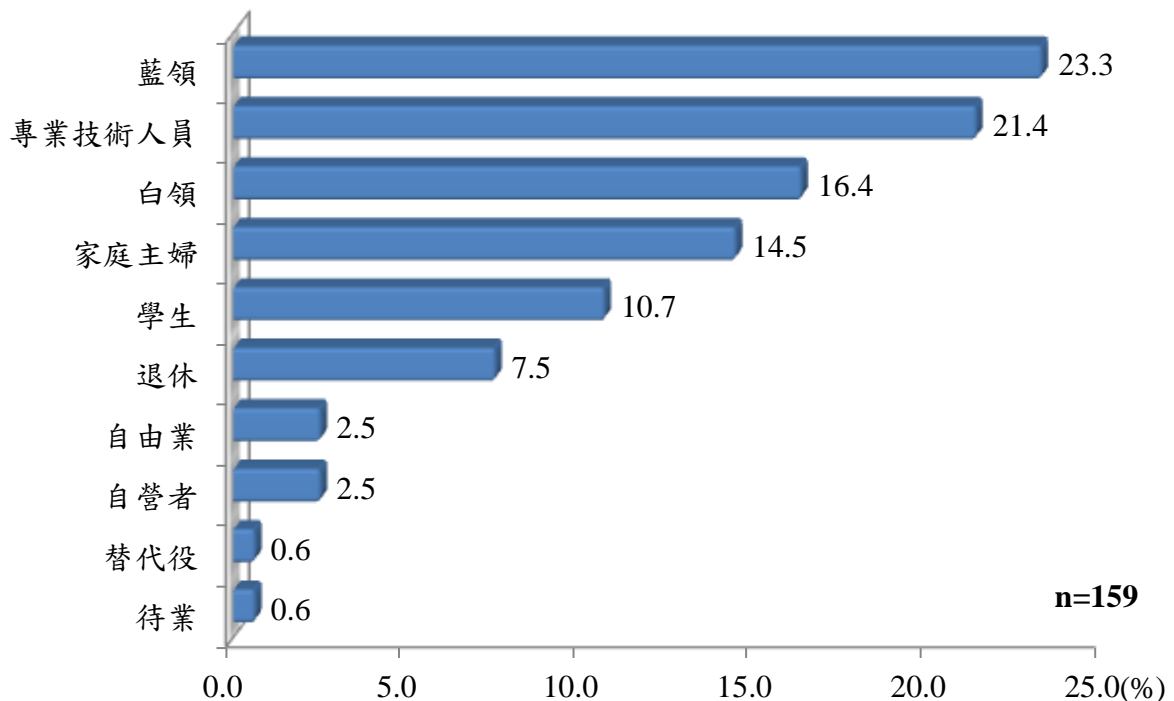


圖 5-2-5 座談對象職業分析圖

六、 座談對象居住地

座談對象的居住地以臺北市中山區及新北市烏來區比率最高，各占 11.9%，其次為新北市泰山區 8.8%，再者為臺北市士林區及臺北市內湖區，各占 6.9%，其餘請詳見下表。

表 5-2-6 座談對象居住地分析表 (n=159)

職業	樣本數	百分比 (%)
臺北市		
臺北市中山區	19	11.9%
臺北市士林區	11	6.9%
臺北市內湖區	11	6.9%
臺北市文山區	8	5.0%
臺北市大安區	7	4.4%
臺北市北投區	4	2.5%
臺北市松山區	5	3.1%
臺北市萬華區	4	2.5%
臺北市大同區	3	1.9%
臺北市信義區	3	1.9%
臺北市南港區	3	1.9%
臺北市中正區	1	0.6%
新北市		
新北市烏來區	19	11.9%
新北市泰山區	14	8.8%
新北市板橋區	9	5.7%
新北市新店區	7	4.4%
新北市永和區	4	2.5%
新北市土城區	4	2.5%
新北市新莊區	3	1.9%
新北市三芝鄉	2	1.3%
新北市淡水區	2	1.3%
新北市八里區	1	0.6%
新北市三峽區	1	0.6%
新北市中和區	1	0.6%
新北市汐止區	1	0.6%
新北市樹林區	1	0.6%
新北市鶯歌區	1	0.6%
桃園縣		
桃園縣復興鄉	8	5.0%
桃園縣中壢市	1	0.6%
桃園縣桃園市	1	0.6%
總計	159	100.0

註：因四捨五入之關係，百分比總和可能不為100.0%。

陸 研究發現

第一節 背景說明

針對臺北市、新北市、桃園縣等區域符合條件之座談對象進行 20 場次焦點座談會質化調查後，將部分題項重新進行調整，彙整質化訪談之結果及建議如下，主要研究架構及結論與建議架構如圖 6-2-1。

在座談會準備階段至執行階段，發現許多原住民已於早期遷居都會區發展，與原鄉的生活環境及條件有所差異，都會原住民散居於臺北、新北人口密集處，在原鄉文化與漢文化之間，衝擊或磨合，進而去影響其對於原住民文化、政策或資源的感受或看法；茲將都會原住民背景輪廓進行勾勒：

1. 均已在大臺北都會落地生根、工作及生活超過 30 年。
2. 重大活動或聚會才可能回到部落或甚至已與部落人際網絡脫節。
3. 雖落地生根，但仍以族群間群居、以及職業工作性屬類似之特徵。
4. 結婚生子都已在都會地區，重視第二代文化及族群認同問題。
5. 落地生根第一代重視在族語、族群部落文化起源逐漸流失及斷層問題。
6. 都會生活適應下，透過社群參與、宗教服事及集體學習建立網絡。
7. 本身群聚特性，重視地區性聚會活動資訊且期待關注部落訊息。

另一方面，由於本次調查注重在收聽相關的特性，針對潛在收聽眾進行調查時，除了會前會提供喔海洋頻道節目的 DM 及節目介紹，於中場亦安排座談對象收聽臺北廣播電臺提供的六大節目之剪輯音檔，甚或利用電腦網路，進行現場直播收聽；潛在收聽眾即藉由收看原民臺、收聽其他廣播電臺或本身身為原住民的相關經驗來進行分享與交流，故潛在收聽眾對於喔海洋頻道的節目亦可以像收聽眾一樣，提出較為具體的意見。

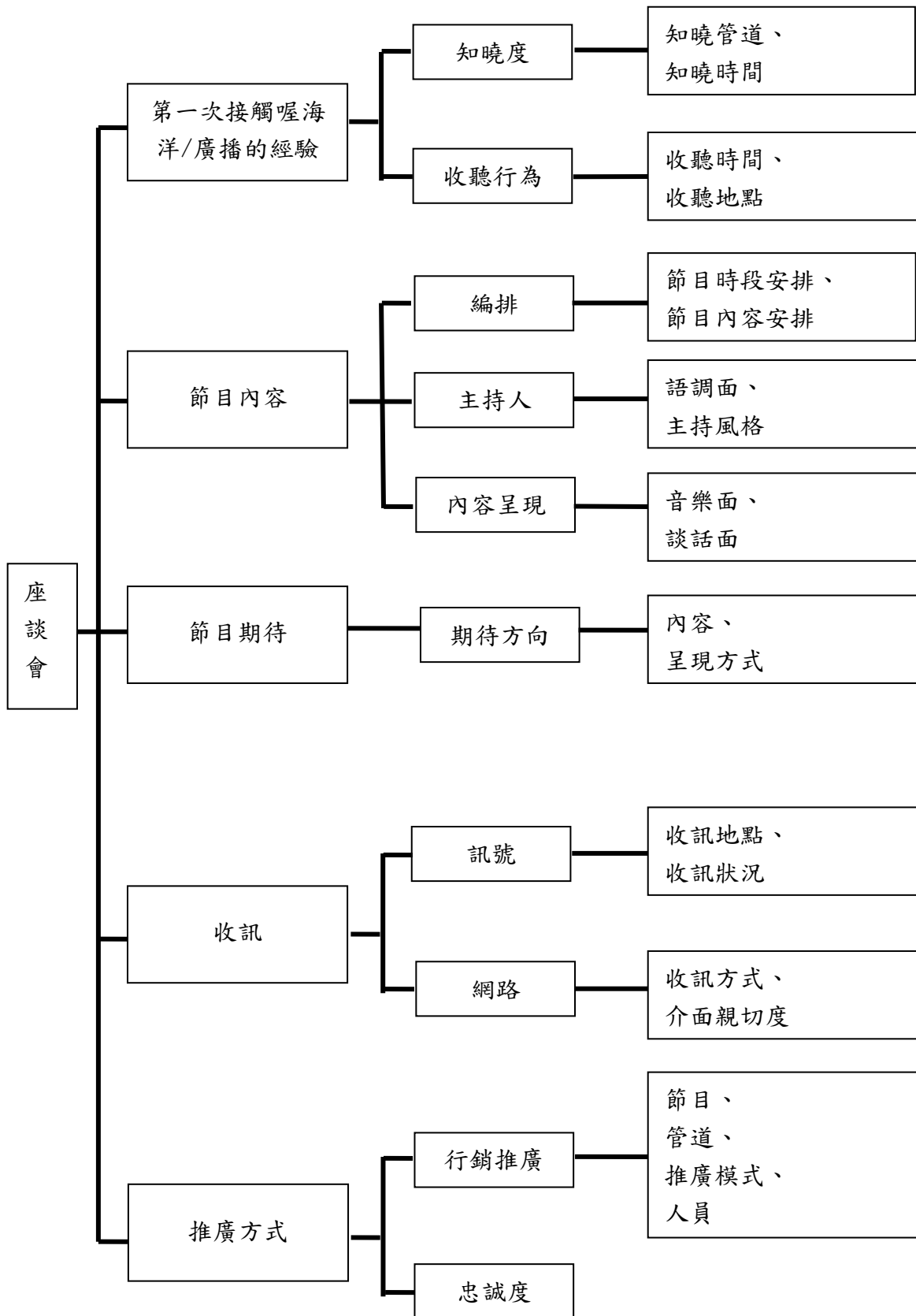


圖 6-2-1 整體分析架構圖

第二節 調查結果

一、 第一次接觸喔海洋/廣播的經驗(知曉度/收聽行為)

(一)知曉度

1. 收聽群

本次調查收聽群眾談對象發現，收聽群眾談對象第一次接觸喔海洋的管道主要為以下三點：

- (1) **親友介紹**：由喜好原住民文化的朋友介紹或分享，進而知道喔海洋頻道及節目；或由搭乘計程車時，藉由計程車司機的收聽及介紹，而發現臺北地區也有專門製作原住民節目的喔海洋頻道。
- (2) **無意間收聽到**：包含在家中、搭車、工作或工作休息時，轉播收音機時無意間轉到喔海洋頻道，聽見節目介紹原住民的文化和音樂，進而知道喔海洋頻道。
- (3) **接觸喔海洋相關活動或節目**：喔海洋節目製作團隊有時候會到戶外進行採訪，如到部落大學裡面進行採訪，即有受訪對象、受訪團體或單位的成員透過採訪，直接或間接得知訊息後，認識喔海洋頻道。

另一方面，收聽群眾談對象認識喔海洋的時間，多是在近一兩年內，透過不同機緣下，認識喔海洋頻道。

構面	類別	原始發言文本
知曉度	知曉管道	A0103F41：臺北廣播電臺的節目是有一次我搭計程車，計程車司機有聽這電臺的原住民節目，我才知道有原住民的節目…
		A0404F20：無意間收聽到的，偶爾會收聽…
		A0406F40：朋友介紹的，他很喜歡追星，還有什麼臺北廣播電臺的活動，他都會去參加，那他很喜歡，後來跟我分享的…
		A0401F50：在活動中心看報紙的時候用電腦來播放給大家聽…
		A0405F30：其實我會接觸是因為我的朋友，要不我平常很少聽廣播

	<p>A0403M10：會接觸是因為我有原住民的朋友，他們介紹我收聽的。</p> <p>A0505M31：去年有幸我到歌代娃娃小茉莉的這個節目，接受訪問，就是我們在部落大學的採訪，從那個時候我才知道有這個節目…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>A0503F41：部落大學找我們老師去做訪問，我才了解到原來我們臺北市也有原住民頻道。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>A0508F41：這個頻道是我無意間轉到的，不然我不知道有喔海洋。</p> <p>A0507F31：轉頻道忽然轉到的，因為有聽到原住民的音樂就會好奇停下來…</p>
知曉時間	<p>A0401F50：他們也分享很多原住民的資訊，雖然跟我們的生活有點不太連結，在今年接觸的…</p> <p>A0402F10：我會聽這個節目是從七、八月開始，因為放暑假，所以才有時間，那因為我在臺東讀書，所以我對原住民文化還蠻有興趣的…【原音嘹亮/彼嫫彼力】</p>

2. 潛在收聽群

本次調查潛在收聽群座談對象第一次接觸喔海洋或廣播的管道主要為以下三點：

- (1) **完全沒有或極少接觸廣播**：多數座談對象表示本身沒有收聽廣播的習慣，因而不認識廣播的節目；另一方面，也有座談對象表示以前曾經接觸過，但因為現在想要再次收聽，卻都收不到訊號，因而放棄收聽及接觸訊號不良的廣播節目。
- (2) **收看原民臺為主**：本次調查潛在收聽群多為原住民朋友，對於原住民相關事物仍然關心，以及會主動去瞭解，但是主要蒐集訊息的管道多採收看原民臺為主，也表示家中長輩/老人家也比較喜歡收看原民臺，不會特別去接觸限於聽覺的傳達資訊的廣播。
- (3) **親友介紹**：仍有潛在收聽群知道喔海洋頻道或有收聽廣播的經驗，有座談對象即因為親友有從事電臺相關工作，進而去收聽廣播節目；亦有座談對象透過 FM 節目主持人的介紹，輾轉得知喔海洋頻道。

另一方面，有收聽廣播經驗的座談對象表示，因為小時候住在鄉下地區，習慣聽收音機，以收音機的廣播聲音做為陪伴，因此從小就有收聽廣播的習慣及經驗。

構面	類別	原始發言文本
知曉度	知曉管道	B0904F41：其實這個頻道我以前有聽有接觸，但是後來因為我出國，後來我就... 不是說我不回來了，我就不聽，我後來就要去轉，去聽，結果找不到了。
		B0903F51：這個廣播我們家是很少聽，我比較喜歡看電視。
		B0905F51：廣播很少在聽啦！都看電視新聞...
		B0901F51：我自己比較沒有聽收音機的習慣，大部分，老人家都喜歡看 16 臺。
		B0904F41：第一次接觸廣播電臺節目是我小姑自己主持的客家電臺，那他

	<p>介紹很多部落的故事…</p> <p>B0904F41：我姊在工作時會聽廣播電臺，聽福音節目，然後聽一聽原住民的節目，就是我也是從那邊聽到的。</p> <p>B1004M11：我最主要是看，因為我不愛聽廣播…</p> <p>B1001F51：廣播說實在我很少聽。</p> <p>B1005F41：要回去故鄉又剛好聽到這樣原住民的歌曲，就覺得很好奇，才知道說有這個電臺</p> <p>B1006F41：感謝今天介紹我來參加這個活動的老師，他在年輕的時候跟我們一樣離開故鄉，所以這個族語也是在他中年以後才接觸原住民的文化，有去認證，所以當我聽到有原住民的電臺時，我很興奮，馬上就去調收音機。</p> <p>B1006M11：廣播我有聽，但是聽一聽覺得沒有畫面有點無聊，所以我都看原視的節目。</p> <p>B1003F41：確實我接觸廣播節目，也是從小蔡這邊。我在這邊是藉著 FM 的有原來相會知道喔海洋…</p> <p>B1105F31：我說真的我就是沒有聽過。</p> <p>B1103M41：這頻道沒有聽過。</p> <p>B1107F31：因為我就選擇直接看電視，因為我有空我就是坐下來看電視，我就是直接去看他的訊息；因為我有發現，我回去部落的時候，老人家看得也幾乎都是原民臺。</p> <p>B1102F41：應該說大家都很忙，能真的坐下來聽很少，這是我們要檢討的。</p>
知曉時間	<p>B1006F41：我從小就喜歡聽廣播，因為在鄉下地方。我的廣播經驗就是，跟我從小就一直培養出來的感情。</p>

(二)收聽行為

1. 收聽群

本次調查發現收聽群眾座談對象的收聽時間，主要可以區別為五個主要收聽時段：

- (1) **晨間**：約早上九點之前，上班族會利用上班前一段時間進行收聽；另一方面，亦有家長利用家中小孩準備上學前或上學後，一個人處理家務時，來進行收聽。
- (2) **中午**：上班族或是學生利用中午休息時間，邊用餐或進行廣播節目收聽。
- (3) **傍晚**：下班或放學的尖峰時段，約 17 點至 19 點之間，上班族也會利用開車的時間來收聽廣播。
- (4) **晚間**：座談對象亦有利用下班回家後，屬於個人放鬆休息的時間，來進行廣播節目的收聽。
- (5) **不一定**：本次調查發現，較少座談對象提及於上午至中午的時段及下午到傍晚之間的時段收聽廣播，此時段符合學生上課及上班族主要的上班時段，在團體規範之下，進行廣播的收聽機會較少；另一方面，有部分座談對象表示本身並未固定於特定時段收聽，在做自己事情的時候或閒暇之餘，可能就會不定時的進行廣播節目收聽。

由座談對象的收聽時間及情境發現，座談對象收聽時，所在地點多位於家中、車子行進中、學校、上班地點或是公用空間，如活動中心；另一方面，由座談對象闡述收聽地點時發現，有座談對象收聽動機為思鄉情懷，以及因為所處環境，而對原住民文化產生興趣。

構面	類別	原始發言文本
收聽行為	收聽時間	<p>A0102F41：家裡上班前九點多時收聽</p> <p>A0404F20：晚上 10 點收聽，傍晚 5、6 點也有聽。</p> <p>A0406F40：在餐廳上班有空班的時候來收聽，還有下班後，要不就是早上上班之前，會利用一小段時間聽</p> <p>A0402F10：因為放暑假，所以才有時間收聽，那因為我在臺東讀書，所以我對原住民文化還蠻有興趣的…【原音嘹亮/彼繆彼力】</p> <p>A0401F50：早上八點至十點的時候。</p> <p>A0403M10：在六點至十點這個時段，下班後聽的，有時候也會在開車的時候收聽…</p> <p>A0407F20：我平常有空就聽，所以沒有針對在什麼時段來收聽，上班中午的時候是可以聽廣播的，或在做自己事情的時候，用手機來收聽</p> <p>A0506F21：大概差不多中午的時段收聽。</p> <p>A0504F51：小朋友去上學上班，我一個人一邊做家事的時候邊聽歌，上午時間收聽…</p>
	收聽地點	<p>A0105F31：我之前都沒有離開過部落，是因為要讀師專而離開，來臺北住校時收聽…</p> <p>A0103F41：因為我們有很多同胞是在林務局上班，那個思鄉之情，所以特別喜歡聽原住民的音樂…</p> <p>A0401F50：常在活動中心看報紙的時候用電腦來播放給大家聽</p>

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群因為本身接收資訊管道，主要以電視機收看原民臺為主，所以收聽經驗相對收聽群少，以此前提之下，發現潛在收聽群較少於特定時段收聽廣播，但仍會在特定行為或環境之下進行廣播收聽：

- (1) **工作中**：座談對象本身或是親友經營個人工作室，於工作的時候會收聽廣播；或是上班時，偶然的情況下收聽廣播，如倒垃圾、做資源回收時。
- (2) **開車時**：開車上班或返家途中，會進行廣播收聽，大多數作談對象為因應交通、車流狀況而選擇聽警廣。

構面	類別	原始發言文本
收聽行為	收聽時間	<p>B0904F41：我姊姊有一個工作室，是修改衣服的，然後他工作時的耳朵是開著的，他就在那邊工作邊聽廣播電臺。</p> <p>B1005F41：因為聚會完要往回家的途中，會稍微開車收聽，因為平常在家也沒時間去聽收音機。</p> <p>B1006F41：可是聽來的都是沙沙聲，這個部分很失望，我就不死心，連開車也會去調，想要去調清楚，可是下午的時間很不清楚，某天的早上我收聽時就很清楚，但是他會受到建築物干擾…</p> <p>B1105F31：沒有聽，我開車就是聽警廣，我絕對開車會聽警廣…</p> <p>B1107F31：我是偶爾上班聽到，隔壁作回收的阿姨，他在聽我們可能才有聽到，要不然其實上班是不可能聽收音機，也不可能聽音樂，不過沒有主動會去聽，那像原視是只要在家休息看電視，我都一定會轉到那臺，那我愛看的當然就是屬於自己喜歡的節目。</p>
	收聽地點	<p>B1104F51：像我們開車回去，我們一定要聽收音機。</p>

二、 節目內容(編排/主持人/內容呈現)

(一)編排

1. 收聽群

本次調查發現，收聽群眾談對象對於喔海洋頻道節目時段的安排，最希望調整的地方，約略可分為兩個主要重點：

- (1) **晨間**：在小朋友起床到準備出門上課前的中間時間，約莫六點至八點，此時段座談對象認為是小朋友學習本身族語的最佳時間，可以利用歌謠、每日一字等方式，讓小朋友用比較輕鬆的方式來學習，達到潛移默化的效果；此外，此時段可以較為輕柔的節目調性，讓小朋友起床時，有一個安撫情緒的效果。
- (2) **下午**：座談對象提到自己身為家庭主婦，喜歡利用小孩或家人已出門上學或工作後，進行廣播的收聽，並且希望能夠安排歌唱節目，因為本身較為喜好聽大人唱歌。

另一方面，針對節目內容的安排，座談對象認為節目的時段設計應該有所調整，建議從兩個小時縮編為一個小時，並且廣納主持人人才，開發更多的節目，一方面可以讓更多小的族群被看見、另一方面聽眾的專注力也不會因為兩小時過長，而被分散了。

構面	類別	原始發言文本
編排	節目時段安排	<p>A0502M41：小朋友也可以聽啊！像早上起床還沒有要上學，他可以放來聽啊！大概早上起來半小時他要去上學前，那個是一個關鍵點，因為大人都會重視小孩子，那個時間點跑不掉一定要安排小孩子去上學，因為起來他一定脾氣暴躁，不想起床，放輕音樂習慣久而久之，他就起床了…</p> <p>A0502M41：下午可能就是屬於我們這輩的家庭主婦，我是想喜歡聽大人唱歌吧！</p> <p>A0501M41：就像謝老師講得像歌謠的部分，小朋友上學前，爸爸媽媽用早餐時就可以放給他們聽，讓他們接觸到，要他們一直聽一直聽，他們可能不要，但耳濡目染下就知道了…</p>

	<p>A0501M41：語言本來就是這樣的，從小耳濡目染，讓他一直有這樣的環境下就比較不容易消失掉。說實在小朋友或是我們大人真正可以聽的全時段大概在六、日，但六、日就好像完全沒有原住民的節目了。</p> <p>A0501M41：…除了謝老師講得像歌謠的部分，像現在大部分都是大人的歌曲，像小朋友的歌謠的部分或像我說的母語的，就可以加上去，而不是說我十月要考了我九月才來抱佛腳，讓小朋友去補習，平常家長也可以讓小朋友在這九點到十點的時段聽阿美族的，總比那兩個月去學得會有效果，而且他們不會有壓力像歌謠的部分。</p> <p>A0502M41：我們要分一下適齡的階層，年紀大的人喜歡聽什麼？當然小朋友可能也忽略掉了；我們的兒童歌謠，部份的歌已經是國際的歌，那個是兒童他想要聽的；小孩子感覺那一種柔的像輕音樂的那種，不妨可以試看看</p> <p>A0503F41：小朋友起床的黃金時段半小時就讓他聽輕音樂，邊換衣服邊帶書包的時候，我們讓他習慣去接觸；如果說那個時候能聽到歌謠是很不錯的；順便每日一句。</p>
節目內容安排	<p>A0501M41：再來是說，我覺得他們每個時段大部分都兩個小時我覺得太長了，一般的FM電臺，節目大概一個小時，我可能每天每個時段 double，四五個小時、四五個節目、四五個主持人，我可能把他變成一個小時就有七八個主持人，我臺北有很多也是在線上電臺主持人也是很多，但是上不了喔海洋，其實有很多這樣子我們部落大學網路廣播的老師，他們也很多很優秀的，也有世新電臺…</p> <p>A0501M41：以現在來說，主持人是不夠的，就是以臺北市政府的資源，當然要照顧臺北市，比較講的是大方向，全省原住民的電臺…</p> <p>A0503F41：我們原住民蠻多人才，既然目前看到廣播電臺是排灣族、阿美族、泰雅族比較多，那怎麼讓我們這些小的族群被看到，那就是改不要太長，這樣就會比較多主持人進來了！且一個小時人的注意力不會那麼長，我學語言頂多一個半小時我就已經累了。專注力不夠了，所以主持人在設計時段注意，聽眾更會專注，內容會更不一樣。</p>

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群眾談對象對於節目時段的安排，首先表示應排除在九點至十一點及下午兩點到四點時段，播放調性較為輕柔的節目外，潛在收聽群還注重的時段編排主要有兩個特點：

- (1) **午間**：中午時段，許多人會用餐邊收聽或收看新聞，這個時段的節目也可以播放新聞主題的節目，但是要考慮與電視新聞時間重疊的部分，可以稍微將時間錯開或是節目時段拉長。
- (2) **傍晚**：小朋友剛放學回家時，媽媽們可能正好在忙著準備晚餐給家人吃，這時候全家的人，可能都正好在各自忙著自己手邊的事物，直到晚餐準備好後，全家人一起用餐；這個時段應該要多播放親子節目，可以促進家庭的互動，或是播放母語教學，可以讓家長帶著小朋友一起輕鬆的學習。

另一方面，關於節目內容安排的部分，座談對象認為節目的開場白部分可以稍微精簡；另外在主持人播放音樂歌曲時，可以於播放前，對歌曲進行多一點介紹，播放後，也可以對歌曲內容，多做一些心得或故事分享。

構面	類別	原始發言文本
編排	節目時段安排	<p>B0902M31：那個時間是早上九點到十一點，都是正好是想睡覺的時間。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B0901F51：聽一次 OK，兩次三次就不想聽，因為沒有特別性跟區別性，例如我說的美麗媽媽，是六點到七點這時間大家都在忙家裡的事情，且孩子回來了要準備吃飯，那時候音樂放上來，全家都在聽，那你要給她們的是什麼樣的訊息，是媽媽跟小孩子的互動，在這個時段節目裡，將這部分凸顯出來。利用這時段，因為媽媽們這麼辛苦，促進家裡的互動，把節目做區隔，這是很重要的，六個節目的區隔性很重要。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B0904F41：剛剛講到小孩子跟媽媽都在一起，這時可以進行母語教學，一個字或兩個字就好；這時可能不適合心靈寄託，因為大家都在忙，正在做飯的時間，剛好若是婦女有在上班的才剛回家，所以那時是很忙的時間，沒有人能有安靜的心靈時間。【美麗媽</p>

		<p>媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1003F41：…說實在的，看到原音嘹亮的那個時段是兩點到四點，是還蠻想睡覺的時間。【原音嘹亮/彼繆彼力】</p> <p>B1003F41：實際上，像歌代娃娃的話，他是在中午的那個時段，我們在看午間新聞的節目當然也都是在這個時間，所以不管是聽或收看新聞節目，當然他會有衝突，還好他就是兩個小時，那我就會覺得，幸好他的主題性非常的強…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1003F41：煮飯的時間，如果是我的話，我應該會聽美麗媽媽這個節目，非常的輕鬆，就是婆婆媽媽的主題，尤其是他在講到舅舅那個輩分，然後年齡跟輩分，這個就非常的熟悉，那種感覺…這時段對我來講非常的好，可能在煮菜的時候就把部落的味道放進去這樣子。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1002F51：對，考慮時間，那如果說長期聽的話，我應該會聽歌代娃娃。【歌代娃娃/小茉莉】</p>
節目內容安排		<p>B0904F41：是不是說節目編排時，主持人介紹歌曲時，可以先說一下接下來他要介紹什麼歌，歌詞是什麼意思，歌播完也可以介紹一下聽完的感受，這樣我們聽起來也比較有感覺。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1003F41：我覺得節目的開場白太久了，可不可以再短一點，不然聽太久了會想轉臺。【原來在臺北/排灣小蔡】</p>

(二)主持人

1. 收聽群

(1) 那魯灣之歌/李明德：

主持風格：是一位資深廣播人，節目還不錯，風趣幽默。

(2) 歌代娃娃/小茉莉：

主持風格：因為主持人剛好與家中有小孩的父母親年齡相近，可以幫助到小孩正音。會主動去採訪各個不一樣的人，提供多元視角。

(3) 原創臺灣/馬少、采琦：

語調面：很有原住民的腔調，但講話又有點緩慢，聽了有點想睡。

(4) 美麗媽媽/姑荷、莎蜜：

主持風格：座談對象認為主持人好像一直在討論事情，建議說話部分可以少一點，安插別的橋段。

(5) 原來在臺北/排灣小蔡：

主持風格：主持風格幽默，懂得行銷自己的節目，預告聽眾接下來的節目安排，得過金鐘獎，表達很專業，較著墨於排灣族的介紹。

構面	類別	原始發言文本
主持人	語調面	A0404F20：主持人聽起來又很有原住民的腔調，然後講話又有點緩慢，連我聽了都有點想睡著了…【原創臺灣/馬少、采琦】
	主持風格	<p>A0407F20：李明德的節目還蠻不錯的，他算是還蠻資深的一位廣播人…【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>A0104F31：我會給小朋友聽，歌代娃娃，小茉莉，因為小茉莉是跟我差不多年齡的。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>A0501M41：小茉莉的節目，當然我們大部分的人都是被他採訪過，比較熟悉他這一段，剛好時段的關係，也比較容易去聽到節目…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>A0403M10：就有二位主持人一直討論事情，討論了十幾分鐘，就放歌曲，之後又再一直討論，是有覺得講太多話了，話可以再少一點…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>A0407F20：小蔡，我二年前有去參加過他的活動，我覺得他們還蠻風趣的…【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0503F41：小蔡叔叔很喜歡行銷他的節目，比如說他今天訪問哪一個節目，他要有什麼內容，我就會去聽。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0501M41：小蔡來講不得了啦！他得金鐘獎好幾次啦！算是原住民的代表性，電臺的代表，他本身是排灣族比較會著墨在那裡…【原來在臺北/排灣小蔡】</p>

2. 潛在收聽群

(1) 那魯灣之歌/李明德：

語調面：主持人說話口齒清楚、表達方式活潑。

主持風格：節目節奏較慢、相對的臺風也較為穩健，但可能說話太靠近麥克風，讓聽眾感覺回音有點重。

(2) 歌代娃娃/小茉莉：

語調面：主持人說話口齒清楚、表達方式活潑、語調有起伏變化性、聲音清晰、語言上面也很能夠吸引人。

主持風格：節目內容具有建設性、提供許多有關於原住民權益的內容、可以透過此節目知道許多知識性的東西，但是在傳達政府政策或訊息時，說話過於快速，聽眾經常無法確實的接收訊息。

(3) 原音嘹亮/彼嫫彼力：

語調面：說話有活力、表達清楚；說話的捲舌音過於濃厚，因為是下午容易睡覺的時段，語調上建議可以稍微調整。

主持風格：富有獨特性，節目經營的像是個人創作、風格活潑、運用語言使聽覺有變化性，但有部分聽眾反映節目的節奏太快。

(4) 原創臺灣/馬少、采琦：

語調面：馬少聲音較為低沉、口音蠻清晰、口齒表達清楚。

主持風格：男聲及女聲的因高低音不同而造成互補效果，並且藉由對話方式，讓聽眾收聽節目時，能較具有集中力，對話中帶有稱讚的語詞，讓聽眾有正向感受。

(5) 美麗媽媽/姑荷、莎蜜：

語調面：內容介紹上很清楚，會讓聽眾想要繼續聽下去。

主持風格：兩個人在對話的主持風格，且搭配良好、默契佳，會使聽眾回憶起原鄉部落的生活，但兩位女主持人的音頻過於相近，稍不專注，可能會無法辨識兩位主持人的聲音。

(6) 原來在臺北/排灣小蔡：

語調面：說話流利，但過於流利會在語調上感覺有點缺乏介紹原住民的熱誠。

主持風格：會先預告一週的節目內容、主動行銷自己的節目，擁有豐富資歷，具備播報的專業性；背景音樂有時會蓋過主持人說話的部分。

構面	類別	原始發言文本
主持人	語調面	B1001F41：我會選擇那魯灣之歌，是因為主持人的口齒很清楚…【那魯灣之歌/李明德】
		B1004F51：我是覺得那魯灣之歌是比較活潑，主持人講話也比較清楚…【那魯灣之歌/李明德】
		B0906F51：語調或者是介紹一些甚麼東西的，我都喜歡。【歌代娃娃/小茉莉】
		B1003F41：主持人的口齒，他也很活潑…他在語言上面也很能夠吸引人…【歌代娃娃/小茉莉】
		B1006M11：語調比較有起伏的應該是歌代娃娃。【歌代娃娃/小茉莉】
		B0901F51：小茉莉的部分，聲音很清晰高低音都好…【歌代娃娃/小茉莉】
		B0902M31：我比較喜歡的原音嘹亮，因為他很有活力，清楚最要緊。【原音嘹亮/彼嫪彼力】
		B1004F51：我覺得原音嘹亮比較沉悶…【原音嘹亮/彼嫪彼力】
		B0901F51：主持人彼嫪彼力，因為原住民講話本來就比較沒有捲舌，他又講的太重了。【原音嘹亮/彼嫪彼力】
		B1005F41：彼嫪彼力就跟剛剛前面講的，因為時間的關係，是睡覺時間，

	<p>是不是他不需要用這種方式。【原音嘹亮/彼嫪彼力】</p> <p>B1005F41：馬少的聲音是比較低，是比較低沉一點，但是我覺得他的口音還蠻清晰。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1002F51：我覺得原創臺灣是比較能夠接受的，因為他的口齒…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1107F31：介紹的很清楚，讓我們很想要繼續下去聽。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1006M11：原來在臺北感覺有點滑的感覺。我在聽的就不是，就沒有原住民的熱誠的感覺…【原來在臺北/排灣小蔡】</p>
主持風格	<p>B0901F51：那魯灣的部分我覺得講話有比較慢，但是男生你太靠近麥克風，會有回音太重，會有嗡嗡的聲音。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1005F41：因為他會講得比較慢，我們聽起來會很清楚…【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1003F41：我是說主持人的部分，李明德是比較穩…【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B0906F51：他的內容、風格我都喜歡。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B0901F51：節目內容很有建設性…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B0902M31：歌代娃娃就是，剛特別注意聽他講決策的時候，千萬不要快。在傳遞一些原住民重要的訊息時，劈哩啪啦誰聽的懂。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1003F41：我對於歌代娃娃的看法，我就是覺得說，尤其是訊息傳播的這部分，我覺得非常的棒。那個他把原住民，有關原住民的權益這部分，可以在這邊得到很多知識性的東西…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B0902M31：原音嘹亮是有點像個人創作…【原音嘹亮/彼嫪彼力】</p> <p>B1001F41：原音嘹亮節奏太快了…【原音嘹亮/彼嫪彼力】</p> <p>B1003F41：彼嫪彼力是比較活潑，他會去運用語言的，就是他在語言的使用上面會讓聽覺上面有變化，譬如說，YOU KNOW、YOU KNOW、YOU KNOW…【原音嘹亮/彼嫪彼力】</p> <p>B0902M31：兩個主持人的對話語詞稍微有點像是稱讚，會覺得很棒，可以用他的族語來講，會比較好一點。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1006M11：就是原創臺灣的主持是比較容易有集中力…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1003F41：男生的聲音會比較低，但相對的，女主持人會做一些補足，可以調一下。兩個主持人的講話，就帶點原住民的語氣，就感到很親切。【原創臺灣/馬少、采琦】</p>

	<p>B1003F41：兩個人在對話是非常的親切，你一言我一語，而且他們又能這麼的搭【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1006M11：美麗媽媽可能你聽到昏沉的時候，會疑惑現在是同一個人在講還是兩個不一樣的人…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1005F41：當我在聽的時候，就小時候我的童年，我就會回想到媽媽那個年代會這樣子，我覺得他們兩個人主持，主要是他們兩個人的默契非常好，他們可以講出他們小時候部落裡面，可以說出來我們部落裡，真的是幾乎這個部落裡面的自己，對，完全都記憶起自己…我覺得這真的還蠻不錯的，當他們在主持的時候會讓我回想到以前小時候，這個不錯。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1003F41：小蔡會很清楚的告訴你說，我從禮拜一到禮拜五我每一天的節目內容，他會先預告【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B0904F41：小蔡也是不錯，只是背景音樂將他壓過講話的部分…【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0503F41：小蔡叔叔很喜歡行銷他的節目，比如說他今天訪問哪一個節目，他要有什麼內容，我就會去聽。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B1001F41：原來在臺北的小蔡，我覺得看了他這麼多資歷，我覺得他真的是蠻有播報專業的。【原來在臺北/排灣小蔡】</p>
--	---

(三) 內容呈現

1. 收聽群

(1) 那魯灣之歌/李明德：

音樂面： 播放的音樂曲風、節奏都蠻不錯的，且大致都是播放原住民歌手的歌，貼近原住民。

(2) 歌代娃娃/小茉莉：

談話面： 節目包含內容較廣，不會侷限於單一族群，會去蒐集各族的資訊和活動於節目中呈現及分享。

(3) 原音嘹亮/彼嫪彼力：

音樂面： 不只播放流行樂團的歌，也會播放原住民的曲調和獨特樂器所演奏的音樂，很適合喜歡原住民文化的人收聽。

(4) 原創臺灣/馬少、采琦：

音樂面： 播放歌曲時，可以加入本身歌詞的意義，同時做一個搭配和說明。

談話面： 準備播放歌曲的前後，可以先行針對歌手整張專輯的概念或想要表達的理念、意境，先由主持人主動分享或是介紹。

(5) 美麗媽媽/姑荷、莎蜜：

音樂面： 播放的音樂比較早期，希望可以多加入一些新歌元素，做一些搭配。

談話面： 主持人用聊天的方式呈現節目內容，感覺很親切，但討

論時間可以再稍微斟酌；節目也會提供親子教育和人生大道理，但缺乏實際舉例，會讓聽眾感覺照本宣科，沒有說明到核心精神和意義；節目尾聲時，就只有一些對話，聽眾的印象會較不深刻。

(6) 原來在臺北/排灣小蔡：

音樂面： 播放的音樂比較偏向早期農村生活的歌曲，可能較不符合年輕一代的偏好收聽的音樂風格。

談話面： 主持人會透過臉書、Line 等社群軟體來行銷自己的節目及與聽眾交朋友，節目上也會邀請有影響力的人物，如族語老師等，但節目內容過度偏向本身族群，感覺較為單一。

構面	類別	原始發言文本
內容呈現	音樂面	A0401F50：那魯灣之歌有聽過一點點，就一樣曲風蠻好聽的，簡單的歌曲，歌手大概都是原住民，動力火車之類的，節奏都可以。【那魯灣之歌/李明德】
		A0402F10：印象深刻的節目是原音嘹亮，因為他會播放的不只是一般我們會收聽到的流行樂團的歌，也會放一些原住民的曲調以及他們的獨特樂器所演奏的音樂，因為在大學的時候，我就蠻喜歡原住民的文化以及原住民的音樂，那當我聽到原音嘹亮的時候，我就很喜歡…【原音嘹亮/彼嫫彼力】
		A0404F20：在介紹歌曲時，可以加入歌詞本身的意義，還有整張專輯的概念啊，那想要表達的是什麼，可以大概講一下。【原創臺灣/馬少、采琦】
		A0403M10：那他們的歌都比較老歌，很老很老的歌，這是可以再調整…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】
		A0402F10：原來在臺北，我是聽到他在放歌曲部份，但他放的歌好像是很久之以前農民的原住民歌曲，好像比較不適合我的胃口。【原來在臺北/排灣小蔡】
		A0403M10：原來在臺北較常是在車上聽，但車上收訊就會斷斷續續的，就他們在講話及放歌都不太清楚，隔壁電臺的聲音還比較大聲…【原來在臺北/排灣小蔡】

談話面	<p>A0503F41：小茉莉，是比較大方向，比方說臺北市或那裡的活動，他都會過去去看去學習，各族都會去收集，他的節目比較屬於大方向，各族都有…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>A0404F20：原創臺灣的節目是很好，講一些文化…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>A0404F20：在介紹歌曲時，可以加入歌詞本身的意義，還有整張專輯的概念啊，那想要表達的是什麼，可以大概講一下。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>A0105F31：美麗媽媽他們就都會帶一些親子教育的或是一些人生大道理，是有但還是有一些缺乏，因為上個禮拜講說我們沒有權利去要求別人對我很好的，只是就少了一個實際例子，就會讓我覺得那個文案好像就是抄勵志書，沒有去說明那個意義在那裡。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>A0402F10：美麗媽媽的部份我是聽到尾端，就一些對話，沒有印象很深刻…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>A0403M10：美麗媽媽就還不錯，他們用聊天的方式講一些原住民的事情，或是活動…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>A0403M10：因為他們討論一件事情就可以討論了很久，可以再簡短一點，那討論的原住民或是部落的事件可以多一點，內容會較充實一點…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>A0105F31：要讚美的例如臺灣小蔡，其他的人前面幾乎都會有輕柔音樂，那他的是都有不同的族語老師，像就有聽莊老師，臺北市族語教師協會，在這裡面都是臥虎藏龍，這邊都是資源，所以來幫臺灣小蔡發聲是會有影響力的，會覺得那比輕柔音樂還好聽。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0503F41：小蔡叔叔是排灣族的，在 FB 行銷的方式跟節目族性都是朝向排灣族的。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0505M31：我覺得已經很豐富了，我常看電視臺也大概是這樣子的類型，因為做任何節目都是要投觀眾喜好，你把他的內容訂得太死，太呆板了，只聽那族就結束了，所以真的要各族文化都加在一起，讓大家都去關心…【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0503F41：小蔡叔叔是很會主持，他人很活躍，他的方向太著重在他的族群裡面，那也是他的弱點。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>A0503F41：像那個主持小蔡叔叔是很喜歡推銷他自己，他會不時交朋友，本來沒有跟他連線，他想交朋友我就跟他結為朋友，不然我對他本來不熟悉，無形中我每天都在看，他會一直 Po 他節目的內容，這個也是一個蠻有效的方式。【原來在臺北/排灣小蔡】</p>
-----	--

2. 潛在收聽群

(1) 那魯灣之歌/李明德：

音樂面： 播放得歌曲會吸引聽眾，有在詮釋音樂背後的文化意涵，但可以在提供多一點各方面的詮釋會更好。

談話面： 節目會介紹神話故事，但若要貼近原住民過去的生活，不只介紹傳說而已，要介紹一些真實的故事。

(2) 歌代娃娃/小茉莉：

音樂面： 節目中間的串場音樂很有日系風味，播放得曲調很有精神，可以再去多詮釋歌曲的背景意義。

談話面： 節目帶出許多議題、權益問題、法律問題、活動等，節目主題的延展性非常大，且會利用 Call out 的方式對外連線採訪，讓議題可以充分的被探討，如果節目可以多深入探討各方面的議題，對於原住民涉獵知識的廣度及福祉，都會有所幫助。

(3) 原音嘹亮/彼嫪彼力：

音樂面： 會播放在地化的音樂，如原住民古調，節目的音樂曲風富有特色。

(4) 原創臺灣/馬少、采琦：

談話面： 先用國語，再用族語的介紹方式，會引起聽眾的興趣；節目介紹原住民的文化創意產業，具有深度，且有推廣原住民文創產業的效果，甚至可以幫助在地的原住民銷售產品，也可能吸引到有興趣的人拜師學藝，讓文化得以傳承。

(5) 美麗媽媽/姑荷、莎蜜：

談話面：節目類型較為生活化，聽眾收聽感受也較為輕鬆，播放時段適合帶入促進親子互動的內容，也可以多談論都會區的原住民媽媽及家庭之間的大小事，很適合帶給婦女陪伴、溫暖的感覺。

(6) 原來在臺北/排灣小蔡：

談話面：節目內容談諧、知性，讓人於晚間時段收聽，感覺蠻放鬆的，會以原住民為主題，介紹許多豐富且適合普羅大眾收聽的內容。

構面	類別	原始發言文本
內容呈現	音樂面	<p>B0903F51：歌曲比較吸引我。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1102F41：我覺得還不錯，有詮釋他的音樂，多一些文化特質的東西在裡面，節目內容還不錯，可能放音樂的時候多一些詮釋會更好。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1006M11：歌代娃娃，他讓我蠻驚奇的，因為他串場的音樂超級像日系的節目，其實我聽不大懂，可是他的那個曲調是很有精神。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1102F41：再多詮釋背景這樣，把歌的意思詮釋出來，因為不是每個人都會去聽。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1003F41：彼嫪彼力的話他會提供一個在地的音樂…就是在這節目就有他的特色，我想要聽古調，我就可以聽這樣的節目。【原音嘹亮/彼嫪彼力】</p>
	談話面	<p>B1005F41：既然你要讓我們都會區的人了解原住民過去的生活是怎樣的，不要只有用一些傳說而已，這不是一個很真實的，我的看法是這樣的。【那魯灣之歌/李明德】</p> <p>B1006M11：他是有在帶議題，有在帶原住民的法律運動，這才是原住民福利能否上升最重要的關鍵…歌代娃娃裡面談的內容，對原住民是有很大的幫助，他可以談一些原民基本法…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1001F41：歌代娃娃裡面的主持人，我覺得他有一個重點讓我注意到，他</p>

	<p>會報告最近臺北地區有哪些活動…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1002F51：節目內容可能是歌代娃娃是對我來說是比較需求的…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1003F41：當然我們自己族群想要了解我們的權益問題，或比較，而且他是用一個很棒的方式，是用電話連線，用那個 CALL OUT 的方式去做。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1003F41：那個部分的話絕對讓他的服務很廣，就是說他的延展性會很高，不會受到你來，就是說像你要來我們電臺接受訪問，他就會受到侷限，可是他這個是只要有相關議題的人，他就可以去找，打電話過去就可以做很深入的訪談，我覺得他這個部分做的很棒…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1006M11：我覺得歌代娃娃可以加入一些原住民基本法則，可能今天提到某一條，如果這一條是可以拿來幹麻的，你就可以用這個，因為有很多原住民不懂法律，他非常的吃虧。不只是案例，可以是很有趣，可以是故事…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1006M11：就是說讓議題都有一點點原住民的觀點進去，不要先想說這議題有沒有跟原住民相關，來決定要不要給原住民，而是先將這議題用原住民的觀點去看看，這可以讓原住民涉獵到更多。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1002F51：我應該會聽歌代娃娃，也是希望多加一些有關於原住民的一些權益跟一些這方面的知識，多集中在這裡的話，我可能會選擇聽歌代娃娃。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1005F41：希望能夠說有一些資源讓原住民知道，真的，在都會區的原住民這些資源怎麼去連結，這是很缺乏的，因為它們不知道該透過甚麼管道，甚至法令的部分他們也都不知道怎麼去連結，要從關於法律這個部分真的是很欠缺…【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B1005F41：既然我們歌代娃娃有這主題，有法律的部分，那我想說要多帶一些原住民有什麼樣的活動、什麼樣的資源可以做連結，就從廣播中去加強。【歌代娃娃/小茉莉】</p> <p>B0902M31：原創臺灣，一開始在說的時候都是華語，那之後用族語這可以吸引讓大家覺得很有趣。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B0901F51：原創臺灣很清楚但在導引時，有時候會感覺聲音有雜音，引導的時候還不錯，但是講話太小，會讓人聽不到，畢竟廣播就是用聽的方式，那太小聲就變成要很小心的聽…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1003F41：原創臺灣的話，就是一個非常主題性的文化創意產業的這部分…</p>
--	---

		<p>我知道我們很多原住民的創作者會做，但是他沒辦法去做其他的結合。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1003F41：行銷的部分，我在想在這邊他要將我們原住民文化推向國際，展露於世人面前，他的企圖心就出來了，我相信雖然這前面這麼短短的部分聽不出來他的深度，可是本質上，內容方面我會覺得他是有深度的。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1006M11：原創臺灣有一個好處是，他有介紹文創產業，那如果有介紹文創產業會蠻符合當代的消費需求，因為當代就不管我是不是原住民，我知道這地方有這東西，當我有錢有閒就會想去買買看，一方面是可以幫助原住民本身的銷售增加吧，或是一種廣告，同時也可以將原住民的文化帶進去…我還想到一點是，如果我還是一個還沒步入社會的人，我可能想說要不要去傳承他的技藝試試看，我覺得還有這樣的效果，喔，我知道屏東人在做這個，我是原住民要不要跟他一起學…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1005F41：原創臺灣，就像我剛剛說的，既然要將原住民的文化推展出去，那作品怎麼呈現出來的時候，最棒的是用電話連線的方式。【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B1004F51：原創臺灣就介紹一些不同的產業的創意…【原創臺灣/馬少、采琦】</p> <p>B0902M31：美麗媽媽，我不太知道所要傳達的是什麼，因為這節目按照它的目標是心理寄託，既然是在說這樣內容，在都市的六點到七點當中，如果有達到這樣的方向就很好，可是若沒達到就會很一般，跟其他節目就沒分別，沒很特別，這是很可惜的事情。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1002F51：像美麗媽媽其實也是很放鬆，因為這個時間兩個人聊天的方式，我覺得是文化那些都可以去聊，我覺得都可以接受。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B0901F51：美麗媽媽的互動是很 OK，講話也是很清楚。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B0901F51：媽媽跟小孩子的互動，在這個時段節目裡，應將這部分凸顯出來。【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B0902M31：美麗媽媽是提高婦女的能見度，可以談到在都市的媽媽，在面對現在家庭孩子的事情，其實可以陪伴、溫暖，因為對在都市生存的原住民來說，挑戰其實很大，如文化…【美麗媽媽/姑荷、莎蜜】</p> <p>B1003F41：美麗媽媽就是比較生活化的，看看這時間應該是煮飯的時間。</p>
--	--	--

		<p>【美麗媽媽/姑苜、莎蜜】</p> <p>B0902M31：原來在臺北，因為是晚上的節目，所以這內容是知性，也是放鬆的，我是沒特別聽到什麼內容，不過剛剛有用談諧的方式，還蠻不錯的；不過，沒有聽到原貌，所以也不知該怎麼講。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B1006M11：原來在臺北我聽不出有什麼內容在裡面，就是他講的東西完全不是原住民，根本就沒有關係，我覺得是很膚淺的吧，很表面的東西。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B1001F41：我覺得很棒，介紹文化的東西。【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B1003F41：我會覺得小蔡在這地方，內容我會認為很豐富，其實是比較符合普羅大眾…【原來在臺北/排灣小蔡】</p> <p>B1003F41：他有一個很棒的地方，他還是以我們原住民為主題，譬如說，他節目裡邀請得來賓，講得主題，不管是文化、歌謠或是教學，基本上都是會以原住民為主題…【原來在臺北/排灣小蔡】</p>
--	--	--

三、 節目期待

(一)期待方向

1. 收聽群

本次調查發現，收聽群眾談對象對於噶海洋頻道節目期待約略可分為二類，分別為節目內容及呈現方式。

針對節目內容部分，又可歸納為以下五個面向如下：

- (1) **議題探討**：健康、交通、醫療、法律等議題。
- (2) **資訊提供**：即時新聞、工作資訊、活動資訊等。
- (3) **教育/傳承**：母語教學、原住民文化傳承、性教育、親子教育等。
- (4) **生活/心情交流**：分享部落或是家鄉的大小事，讓都會區原住民可以回想起或是瞭解原鄉生活的面貌、讓聽眾可以 Call in 至節目中，分享自己的內心故事、主持人於節目中進行個案分享等。
- (5) **音樂/娛樂**：可以多播放族語的兒歌，供小朋友輕鬆學習母語、多元的音樂節目、有趣的小故事等。

另一方面，針對節目的呈現方式，可以歸納為三個面向如下：

- (1) **音樂類型呈現**：可以在播放音樂前後，介紹一下音樂出處、歌手、專輯理念等；另外，可以依照歌曲曲風，介紹相同氣氛的小故事，如播放快樂的歌的時候，可以分享快樂的小故事、感性的歌，可以分享感性的小故事；最後，還可以請原住民歌手來介紹或播報音樂節目。
- (2) **非音樂類型呈現**：多多邀請相關經驗或具有影響力的公眾人物上節目，如老師、藝人、歌手等，藉由他們來分享或介紹個案，會讓粉絲或聽眾更有感覺；另外，可以加入 Call in 的節目元素，可以拉近與聽眾之間的關係；最後，聽眾注重族語的學習，但又

不想要過於嚴肅，建議可以於節目中，提供每日一字，學習簡單的單字，達到族語學習的效果。

- (3) **主持人的呈現**：部分原住民希望可以再講述哪一族群的故事時，就要有那一族的主持人來介紹，這樣會更有親切感；另外，主持人可以在個人專頁上，多多呈現節目的預告和相關主題或內容，來吸引粉絲準時收聽；最後，可以學習其他電臺，如淡水電臺，由許多主持人來主持節目，讓節目更多元和豐富。

構面	類別	原始發言文本
期待方向	內容	A0106F51：我在選擇節目上，我只會去選擇我想要去了解問題的，例如 教育方面或是家庭方面 …
		A0106F51： 交通問題 很重要，很多車禍，車禍例子要講出來，還有我一直要跟警察廣播電臺建議，一直要播放 交通安全的常識 ，要一直多播…
		A0105F31：我本身是從事教育的，今年要滿三十年了，說實在的我很焦慮，雖然這是一個原住民的頻道，但對於小朋友的 法律常識、性教育以及親子教育 可以多帶入…
		A0101F51：可以講一些 健康的議題 ，什麼較健康，什麼可建議飲用的，不建議飲用的，還有原住民不能太嚴肅的。
		A0105F31：我一直等我們的 泰雅族族語教學 卻都等不到…
		A0104F31：增加一些我們 族群的文化 ，因為到了我這一代，我自己也不清楚…
		A0103F41：你知道新北市有一個很有名的電臺，叫做淡水電臺嗎？好多人收聽，那為什麼呢？好多警界的都在聽，裡面的內容有多豐富，豐富到他有 教學、健康、醫療、文化的傳承 ，這是漢人的，但原住民的也可以到這個程度啊…加入 生活時事新聞 ， 交通的 …
		A0106F51：要對原住民做一些 宣導教育、健康、醫學以及法律上的宣導 …
		A0102F41： CALL IN 分享自己的內心故事 ，這很好。
		A0103F41：節目可以有小朋友的 教學 。
		A0104F31： 族語的兒歌 可以增加。
		A0406F40：如果這個節目是要給原住民聽的話，那是不是要請他們多提供 原住民的訊息 ，那像他們有什麼 活動 ，也都可以講出來…
		A0402F10： 音樂節目 有沒有請原住民歌手來播報，我覺得這還不錯，但如果沒有那也可以在他們 出專輯的時候來電臺宣傳 …

	<p>A0402F10：可以針對部落的事情，那還有很多年輕人在外地工作，那節目也可以提供一些點子，可以讓部落年輕人回歸自己的家鄉。</p> <p>A0401F50：一些法律觀念，因為不懂就很容易就觸法了。</p> <p>A0402F10：多些法律的概念…</p> <p>A0101F51：因為我們現在獨居老人太多，失婚的也很多，講一些例子讓生活不如意的人可以振奮，雖然你沒有伴，但可以藉由小故事來安慰那一些人…</p> <p>A0403M10：可以講一些他們部落的事情，因為其實他們在臺北久了，都市化也蠻嚴重的，有些人可能唸完書就來臺北工作了，那也很少回部落，那就可以講一些他們家鄉的事情，以及活動訊息…</p> <p>A0506F21：我喜歡聽一些資訊，比如說部落的資訊，因為蠻多婦女到都市來，他不是很懂得部落的資訊，部落有什麼消息，或者是都市有什麼消息，都可以透過這個方式去廣播。</p> <p>A0501M41：因為語言不見了，民族就消失了。我的建議可以加在這裡面。</p> <p>A0506F21：像現在小孩子聽一次聽兩次三次就會有興趣，推廣母語。</p>
呈現方式	<p>A0105F31：建議說你有歌的話你可以講一下這是出自那裡，因為有時候聽到好喜歡好喜歡，但他也沒有說是出自什麼 CD，那像陳文茜她在說，他就會說本週要播放是什麼 CD，尤其有時候是從中間聽，所以主持前後都需要介紹一下，例如是誰唱得，哪個公司出版的…</p> <p>A0101F51：主持人想放快樂的歌，那也可能分享一些快樂的事，那放一個感性的歌的時候，那又可以講一些感性的小故事…</p> <p>A0101F51：如果放的歌是阿美族就要講阿美族的故事，那如果是泰雅族，那就要講泰雅族的故事。</p> <p>A0106F51：要對原住民做一些宣導教育、健康、醫學以及法律上的宣導，最好是用學校的老師，或是有很多經驗及個案可以分享背景的人…</p> <p>A0105F31：是不是可以適度的給予一些 Call in 部份，因為有些節目很長，那其實我們原住民朋友其實是很友善的…</p> <p>A0102F41：Call in 分享自己的內心故事，這很好。</p> <p>A0406F40：主持人可以介紹一下這個歌曲，以及下一首歌曲的歌手及歌名，可以方便我們可以自己再聽…</p> <p>A0403M10：播放歌曲的時候可以多多介紹…</p> <p>A0507F31：我覺得可以每日一字，這個是很好的</p> <p>A0402F10：那不知這個節目有沒有可以讓大家每天學一個單字，但這個有</p>

	<p>個麻煩，因為我們原住民族蠻多的…</p> <p>A0402F10：音樂節目有沒有請原住民歌手來播報，我覺得這還不錯，但如果沒有那也可以在他們出專輯的時候來電臺宣傳…</p> <p>A0106F51：在一個節目裡頭，要講一些泰雅族的，就找一個泰雅族人來主持，反正這個都是全錄音的…</p> <p>A0103F41：學習淡水電臺，主持人非常多…</p> <p>A0402F10：可以在他們的 FB 發言，說什麼時間點會在 AM1134 有什麼節目，請大家一起來聽，這樣粉絲就可以很快地去宣傳了</p> <p>A0506F21：主持人最好是每個族的，不一定說每個族都有，譬如說母語的問候，原民上課的時候就有每個族每個族。希望能由 16 族的族人來到電臺裡面講，怎麼問安、問候這樣。</p>
--	--

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群眾座談對象對於噶海洋頻道節目期待一樣約略可分為二類，分別為節目內容及呈現方式。

針對節目內容部分，又可歸納為以下五個面向如下：

- (1) **資訊提供**：整合臺北市、新北市和桃園縣資源和資訊，並且有系統的將資訊列出清單，方便聽眾獲得原住民相關資訊；介紹原住民工作機會、介紹展覽的時間
- (2) **教育/傳承**：啟發兒童、注重母語教學、以教育來提升文化水準，要避免說一些滑稽的笑話，會加深外界對於原住民的刻板印象，認為原住民愛喝酒、不愛工作等負面印象；提供向 ICRT 的族語節目；文化與傳承的節目，適合許多都會區或是追尋原住民文化認同的原住民。
- (3) **生活/心情交流**：可以介紹哪邊有好吃的餐廳。
- (4) **音樂/娛樂**：走訪部落、推動部落的深度旅遊，藉由好玩把人帶進臺，文化才能夠完整傳出來。
- (5) **其他**：舉辦聯誼活動，促進不同族之間的交流；為單親家庭舉辦類似找尋第二春的活動。

另一方面，針對節目的呈現方式，可以歸納為二個面向如下：

- (1) **非音樂類型呈現**：啟發或是教育兒童時，要用活潑的方式帶動兒童學習；教母語時，也要多與兒童有互動；介紹文化的時候，可以利用雙語的方式介紹，讓語言和文化可以互相結合；另一方面，如同本次辦理座談會，也是很好認識噶海洋的呈現方式
- (2) **主持人的呈現**：主持人和小孩子互動的方式，除了要活潑多一點互動之外，如教英文時，就提供幾個單字，慢慢學，加深小孩子學習的印象。

構面	類別	原始發言文本
期待方向	內容	B0901F51：當然廣播也有廣播的作用，那我講原民臺這個部分，我覺得原民臺剛開始的時候都是著重在歌唱舞蹈，尤其豐年祭這個，真是看到瘋了，那建設性的節目都沒有看到，我是說剛開始，但後來就有很大的改變，有改善，是像部落的探訪…
		B0901F51：對兒童的教育，是最強的教育，是不是能像新加坡一樣，新加坡很注重小孩子的節目，小孩的節目不管是啟發或是生活教育也好，他們用很活潑的方式在帶動，在呈現這個節目時段是小孩下課的時間，對於基礎的教育觀念是做得很好的。
		B0901F51：禮義廉恥我們可以灌輸一些觀念，正確的觀念，那透過節目是可以給他們更多的啟發…
		B0901F51：語言的問題，因為原住民有太多語言可以學習…
		B0901F51：有一些互動或是教母語，用他們的語言，那我是覺得用這樣的方式或許能普及到每一個家庭，他們的小孩子都能接觸到…
		B0904F41：正面教育的是很重要的，因為媒體是每一個人都會看的，多少都會去接觸去吸收，有一種節目是他們講笑話…我覺得他們講得很不實在，這一節目講多了，播多了，他會把原住民水準降低，原本沒這麼低級的，其實我們有受教育，我們有自己的格，你知道嗎，我覺得很丟臉，因為我一直想提升，可是這節目卻一直將我們暴露在眾人面前。
		B0904F41：一些很滑稽的主持人，然後請了一些原住民朋友來去講笑話，就說我們原住民就是這樣，我看了以後覺得很丟臉，我不覺得這節目可以提升我們…讓我覺得很不公平，他們本來就對我們有刻板印象，認為我們愛喝酒、不愛工作…他們的講法都是負面的，我們自己原住民講的笑話也是那些，並沒有將我們的格給提高，反而把我們踩在地上，我覺得這節目很不喜歡。
		B1005F41：事實上，新北市也有辦原住民音樂季，今年已經是第三年，所以說這些資訊很缺乏，所以我想說最好是，新北市、臺北市、桃園縣要聯合，它們要去蒐集這樣的資訊…
		B1103M41：我覺得我們原住民讀書的風氣比較不夠，希望有個方法能夠提倡愛念書，喜歡看書的原住民小朋友不多…
		B1103M41：希望有北市我們原住民的補助資訊…
		B1006M11：活動要有系統的列出來，最好是有清單，幾月幾號有什麼事情…
		B1003F41：即便是原原通婚，他在家裡也沒辦法講族語，所以現在族語比較像是返璞的教育，是孩子學會了帶到家裡面去，我們的族語老師就說，就出了學習單回去跟你的爸爸媽媽對話，變成講族

	<p>語的部分，所以這也可能是我想要急迫的去知道，有什麼樣的管道或是資源，可以把族語給扶正起來，畢竟語言就是溝通…</p> <p>B1105F31：各個每一族的相關資訊，我很喜歡看一些部落的訊息，他的文化…</p> <p>B1104F51：我是覺得在很多的工作，比如說什麼樣的工作可以從節目上知道…</p> <p>B1104F51：哪裡有比較好的餐廳，特別給他介紹一下…</p> <p>B1104F51：有一種像聯誼方面那種可以做像紅娘這樣，提供這樣的交流，也認識不同的族，我想這個應該也是可以。</p> <p>B1105F31：有沒有那種第二春的那種？因為臺北市很多那種單親的！</p> <p>B1106F31：希望說有可能像ICRT一樣有個族語節目，就是可以學英文、族語…</p> <p>B1106F31：其實在臺北市文化活動很多，我有固定收聽復興電臺的節目，早年不在部落生活，那現在就是有點像是回歸，追尋自己的文化，所以我會對這種文化性的節目會比較在意…</p> <p>B1106F31：華山其實有辦展，大家講得原住民其實有很多藝術天份的，在辦展的資訊大家可能會很想知道，就是可以固定的接收到這樣的訊息讓我們去關注…</p> <p>B1106F31：很多電視有做一些旅遊的節目，那政府現在也是在推部落的深度旅遊，就是希望說能夠聽哪個部落好玩，藉由好玩把人帶進去，文化才能夠傳出來，我覺得電臺跟電視，應該有一個目的跟對象的，我剛講得希望大臺北地區想要聽到，但藉由這個節目可以傳播原住民文化給漢人朋友知道，可是我自己這樣看，我會聽到的時間真的很少…</p>
呈現方式	<p>B0901F51：對兒童的教育，是最強的教育，是不是能像新加坡一樣，新加坡很著重小孩子的節目，小孩的節目不管是啟發或是生活教育也好，他們用很活潑的方式在帶動，在呈現這個節目時段是小孩下課的時間，對於基礎的教育觀念是做得很好的。</p> <p>B0901F51：有一些互動或是教母語，用他們的語言，那我是覺得用這樣的方式或許能普及到每一個家庭，他們的小孩子都能接觸到…</p> <p>B1005F41：介紹文化時可以用雙語的方式，在這裡可以學到語言、文化，這樣做結合應該比較好。</p> <p>B1101F41：我們在外地的年輕人，比如說我們在臺北市，我知道我們這些已經很不錯了，因為可以收到很多的訊息，像你們這訊息，定期開一些座談會也不錯。</p>

主持人	B0901F51：主持人跟小孩子互動的方式，像在教英文一樣，幾個字，只有幾個字，但是是用加深印象的方式在教，其實政府應該多做一些比較有建設性，比較有效的方式。
-----	---

四、 收訊(訊號/網路)

(一)訊號

1. 收聽群

本次調查發現，收聽群眾談對象多在家中和開車中使用收音機來收聽，訊號反映如下：

- (1) **訊號良好地點**：座談對象表示在士林官邸、士林地區訊號都不錯。
- (2) **訊號不良地點**：開車時使用收音機多反映訊號不良，不僅訊號會有斷斷續續的現象，甚至會有蓋臺的情形；座談對象表示收訊不良的地點包含內湖南港、大安區信義路、和平東路、新生南路等地。

值得關注的是，多數座談對象使用收音機收聽喔海洋頻道的經驗為訊號不良，相因應的收聽行為包含不悅、感覺麻煩，甚至避開收聽，顯示訊號良好與否，對於喔海洋的收聽與否，存在著直接而重要的影響。

構面	類別	原始發言文本
訊號	收訊地點	A0403M10：有時候也會在開車的時候收聽，但收音機的收訊很差，會有隔壁臺的干擾…
		A0403M10：沒有廣告，那原來在臺北較常是在車上聽，但車上收訊就會斷斷續續的，就他們在講話及放歌都不太清楚，隔壁電臺的聲音還比較大聲…【原來在臺北/排灣小蔡】
		A0403M10：我是從鶯歌新北市到臺北，但是我開到內湖南港的時候，那都進到臺北市區了，但他還是有一些雜音，一直有DJ在講話，還有一些廣告的聲音，就不是這一臺的東西一直在這一臺裡面出現，雖然很小聲，但是有聽到…
		A0507F31：到士林官邸那邊就OK。
		A0508F41：我的訊號是我在家用轉的，訊號是可以，因為我用按得可以，我家也住士林，我家的收訊是可以的。
		A0503F41：我的區域是大安區的信義路，還有在和平東路還是聽不到…
		A0503F41：三重林口那裏，還是聽不到，大安區信義路跟建國南北橋都聽不到，新生南路都是聽不到。

收訊狀況	<p>A0403M10：…收音機的收訊很差，會有隔壁臺的干擾…</p> <p>A0403M10：…車上收訊就會斷斷續續的，就他們在講話及放歌都不太清楚，隔壁電臺的聲音還比較大聲…</p> <p>A0403M10：…還是有一些雜音，一直有 DJ 在講話，還有一些廣告的聲音，就不是這一臺的東西一直在這一臺裡面出現，雖然很小聲，但是有聽到…</p> <p>A0407F20：用收音機的話，就是有雜音，收音機收訊不好，搜尋不容易…</p> <p>A0503F41：收聽 AM1134，就是沒有成功，所以就開始放棄不聽了，因為很麻煩，收訊不好，我總覺得好像被擋住的感覺，我就不再聽了…</p> <p>A0506F21：我是隨機在聽，就算是你要刻意去轉那個喔海洋，很氣耶！轉不到像卡到陰。</p> <p>A0506F21：訊號真的非常不好！就像他講的，怎麼都轉不出來，不然說有時候放假我都會轉原民臺電視臺，原民臺電視臺都一定會看得到，但收音機就是轉不到，所以會很火大。</p> <p>A0501M41：可能就像卡頻，那個就真的不想再聽了，一播再播還是沒有，久了就會放棄，除非說 AM 去轉成 FM。</p> <p>A0507F31：不過頻道有落差的狀況大概一兩次人家就不會想要聽。</p>
------	---

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群眾座談對象和收聽群眾座談對象都表示收訊狀況較差，除了有雜音干擾，有時候還會完全搜尋不到的情形發生，僅有一位座談對象表示住在中和，收訊很清楚。

構面	類別	原始發言文本
訊號	收訊地點	B0906F51：我家樓上有個基地臺，收音機仍是聽不太到，可能也有干擾到。 B0904F41：我那時候在中和，都很清楚。
	收訊狀況	B0902M31：AM 的部分大概要搜尋都找不到… B0906F51：AM1134 這頻道收訊比較不良，收音機都收不到，都沒反應… B0902M31：廣播收聽不到，繼續轉就轉到，但並不是每次都可以。 B1006F41：收訊很不清楚，聽到的都是沙沙沙的聲音…

(二)網路

1. 收聽群

本次調查發現，收聽群眾談對象若是採用非收音機收聽的方式，就不容易受到收訊地點的影響，而是在任何地域裡收聽，收訊品質都算蠻良好的，在此可發現，其他收訊方式包含電腦網路、手機等。

利用網路、手機收聽，收訊狀況比收音機收聽時狀況良好，但也衍生以下兩點應用上的問題：

- (1) **手機無法收聽 AM 頻道**：座談對象表示會利用手機來進行收聽，但除非是開手機網頁連至官網收聽，目前仍是無法直接收聽或是下載 APP 軟體進行收聽。
- (2) **網頁的使用者介面複雜**：座談對象利用電腦網頁收聽時，會從臺北廣播電臺官網進去做連結，但從官網進去到尋找喔海洋頻道之間的使用者介面，操作上不夠簡單明瞭，希望對使用者介面上能夠更調整得更簡易一點。

構面	類別	原始發言文本
訊號	收訊方式	<p>A0404F20：收聽的方式是用手機。</p> <p>A0406F40：我是用電腦收聽。</p> <p>A0402F10：我是從臺北廣播電臺的網站看到，使用電腦來收聽。</p> <p>A405F30：我是用手機在聽，因為平常用手機的頻率很高，所以不會用手機來聽音樂及做其他事情，只有在假日時才會聽城市英樂廳。</p> <p>A0403M10：下班在家是用電腦。</p> <p>A0407F20：手機來收聽是沒有問題。</p> <p>A0404F20：我用手機聽較多…</p>
	介面親切度	<p>A0403M10：電腦收聽的訊號都是錄下來的節目，所以品質比較好，且在網路上聽現場直播訊號也很好，就不像收音機訊號就沒有那麼清楚，介面都 OK。</p> <p>A0407F20：網路電腦是可以的，我的手機有二臺，有一臺二種都有，但有一個是只有 FM，那二個都有的 AM 及 FM，AM 卻很小聲，但還可以聽，如果手機上網至官網就選 OK。</p>

	<p>A0405F30：通常不是有 FM 及 AM 可以聽嗎？但是手機的收音機 AM 聽不到，所以這不知道要怎麼請他們怎麼改善。</p> <p>A0404F20：因為手機收音機無法收聽，那還要另外去開一個網頁去聽很麻煩，通常都是一邊聽廣播，另外再做其他的事情。</p> <p>A0407F20：用電腦網頁收聽，但網頁介面格子較小會點到下一個節目…</p> <p>A0402F10：很多人都是用手機的收音機來收聽，但又聽不到 AM，那不能下載 APP 來收聽嗎？因為下載 AM 的程式也找不到，所以不能換過來 FM 嗎？</p> <p>A0402F10：電腦操作上是還可以啦，但是進入到首頁的話，會不知道 AM1134 是在臺北廣播電臺裡面，還要按到左邊的選項，應該是進入到首頁的時候就要有較大的喔海洋的廣播宣傳，讓大家可以馬上知道喔海洋是臺北廣播電臺之一，我是亂點，每個都進去點才知道有這個電臺…</p> <p>A0406F40：手機點選臺北廣播電臺的原住民喔海洋就完全都點不到，那網路我是希望可以更簡單一點，就例如網頁點進去就可以知道喔海洋在什麼地方，不要讓我們在那邊找找找的，找老半天，那現在我已經把他網路固定了，點進去他就在那邊，那可能第一次開的人可能會不知道，沒有辦法在首頁的地方就知道在那裡，還要從左邊找原音重現…</p>
--	--

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群眾座談對象和收聽群眾座談對象對於其他收訊管道一樣，都是利用手機及電腦網路進行廣播收聽；收訊狀況也表示 AM 頻道無法透過手機直接進行收聽；潛在收聽群眾座談對象另外提出兩點收訊建議供參考：

- (1) **針對年輕族群改善電腦收訊管道：**座談對象表示電腦網路的使用族群，應多為較年輕的晚輩們，建議可以鎖定年輕族群的使用習性，來做使用者介面的改善。
- (2) **開放電腦下載：**有座談對象表示部分年輕族群使用電腦的習慣，是透過下載而非線上收聽，此舉可以預防收聽到一半，停滯或當機的狀況發生，因此希望能開放下載，方便利用電腦來收聽。

構面	類別	原始發言文本
訊號	收訊方式	B0904F41：這個頻道是在 網路 比較清楚。 B0906F51：那我在家的那臺 電腦 可以收聽得到，我另外一臺工作室的電腦就收不太到，是 NOTEBOOK，收的都是小小聲… B1101F41：我大多都是用 手機 在聽廣播…
	介面親切度	B0901F51：說到 網路 ，第一個眼睛不行，然後會不會用，那可能就是要比較年輕的族群， 針對年輕的族群去做 … B1101F41：我那個 手機好像轉不到 ，沒有看到你們那個節目，手機沒有 AM，只有 FM。 B1006M11：因為其實 線上聽是很不方便的 ，像我很習慣能 下載就下載 ，因為我可以決定什麼時間聽，我不要 24 小時都守在網路上，我可以一次把它抓完，因為有時 線上下載速度慢的時候 ，播到一半沒了，然後我下次又要重聽會沒完沒了。

五、 推廣方式

(一)行銷推廣

1. 收聽群

本次調查發現，座談對象對於喔海洋頻道的行銷推廣方式，大致可以分為四個面向進行探討：

- (1) **節目**：喔海洋頻道提供的節目內容，如何更貼近聽眾的需求及提升節目的服務品質。座談對象表示節目內容可以多多提到喔海洋頻道關懷新住民、提供收聽喔海洋頻道的其他管道資訊、提供原住民的活動資訊、協助提供原住民的工作或就業資訊以及在整點的時候，可以請一些歌手來錄製臺呼或是和聽眾朋友互動。
- (2) **管道**：意即喔海洋頻道可以如何利用不同的管道，讓更多人有機會接觸及知曉喔海洋頻道的節目。座談對象表示可以透過臉書成立專頁、Line 的粉絲社群、原民臺、報章雜誌、校園公告欄、跑馬燈、發放 DM 等管道，來促進民眾知道喔海洋頻道。另一方面，座談對象也表示應當爭取於 FM 播放喔海洋頻道，藉由收訊品質的改善，才會有更多人知道喔海洋頻道。
- (3) **推廣模式**：意指如何利用不同的行銷方式，提升喔海洋頻道的知名度。座談對象表示可以對原住民的組織團體領袖進行採訪、透過喔海洋本身舉辦動態活動、和學校、政府機關或是公司行號異業結盟都會是很有效的推廣方式；此外，座談對象也表示，可以透過國際間的交流，來促進喔海洋頻道的發揚，如總統夫人帶領原住民小朋友出國，進行文化上的交流。
- (4) **人員**：廣播節目的主持人往往是能加深與聽眾連結的重要角色，透過主持人的調整，有機會加強聽眾收聽喔海洋頻道的黏著度。座談對象表示應該找較具有吸引力的主持人、請知名歌手來擔任

主持人；其中，主持人應該也要擔任行銷的角色，多加介紹喔海洋頻道的成立用意、頻道節目由來以及收聽的管道等。

構面	類別	原始發言文本
行銷推廣	節目	A0406F40：你說喔海洋頻道是 關懷新住民 ，那主持人就要說，這個頻道是要關懷新住民，講一些介紹，那剛主持人又提到，如果之前的節目我們沒有聽到的話，想聽 可以從網路去點 ，那像這種 訊息也可以講一下 ，讓大家說我錯過了那個節目，那我從那裡還可以收聽，可以回頭去找。
		A0406F40：覺得 整點的時候 ，可以 提供一些剛剛討論的訊息 ，因為我平常聽的時候，通常都是沒有廣告，沒有主持人的，所以可以在九點或是九點半的時候，可以傳達一下， 節目還可以在哪裡收聽 ，那像他們有做到什麼 關懷原住民、新住民的事情也都可以說 。
		A0406F40：現在大家假日都很想要往郊外活動，所以可以 報導有關原住民的活動，讓大家知道 。
		A0401F50：如果可以結合地方政府跟電臺一起辦活動， 可以告訴人家哪裡有活動 ，我們一起去，這也蠻有意思的。
		A0505M31：應該是 整合部落 ，把大家比較新的，比如說多的兩個族，現在到底是哪個部落、哪個族，他們這邊的資訊整合後，在這邊幫他 做一個國際的發聲...
		A0406F40： 整點的時候 ，就可以請一些歌手來 互動 ，可以介紹一下電臺，請大家來收聽。
		A0401F50：可以替原民做些什麼服務，例如可以 協助工作方面...
	管道	A0101F51：在 祭典的時候 也可以講，寫一些 宣傳紙張貼 在那裡...
		A0402F10：成立 臉書的活動專頁 之後，例如說舉辦個什麼比賽，或是一個有獎徵答。
		A0406F40：一樣可能要透過 報張雜誌 ，介紹一下，那一樣 FM 比較多人收聽...
		A0406F40：這個是屬於臺北市政府，那在 政府機關裡 或是 工廠裡 就可以放音樂，可以強迫放一些音樂。
		A0407F20：社區大學大都是一些媽媽或是退休人士，所以在 社區大學宣傳 的話，有興趣的人回去就可以聽，因為他們在家沒有事就可以收聽。
		A0503F41： 資訊上我會喜歡上 FB ，在 FB 我如果是看到很好的節目，我就

	<p>會很好奇去，那天我就會去聽。</p> <p>A0506F21：像發 DM，他們才知道，原來有這個喔海洋，有好幾次有電臺打給我說要到原住民的地方拿一張張的問卷表…</p> <p>A0505M31：其實我一直在想說臺北電臺喔海洋的功能到底是什麼？到底在哪裡？是在保留文化還是在發揚他，想保留，我想臺北電臺應該沒有能力做，因為部落群大部分在花蓮臺東，我們這邊應該做的事情叫做發揚，所以我覺得整合這些文宣宣傳是一個很重要的資訊，像原住民手冊、原住民電視臺、FB，或現在人家講的微信，這個都可以把它整合起來做，做一個宣傳…</p> <p>A0505M31：在電視臺打廣告，例如我臺北電臺辦一個夏令營，請大家來參加，這樣大家講，才能夠發揮嘛！</p> <p>A0501M41：最重要的一定要爭去爭取 FM 頻道，大家才能夠很容易去收聽，不是像我們在座的各位很努力去轉轉轉，轉到卡了，還很容易被蓋臺。</p> <p>A0504F51：臺北有 12 個行政區，可以跟服務員講推廣原住民電臺…</p> <p>A0501M41：小朋友都用 LINE，如果在 LINE 打上喔海洋會嚇一跳啊！能不能這樣建構…</p> <p>A0501M41：訊號就是因為 AM 的問題，換成 FM 會比較好。</p> <p>A0501M41：覺得要解決訊號的問題，最簡單是變成 FM 調頻，因為它是依附在臺北電臺，那可以拉出來變成臺北原住民廣播電臺，都是在臺北市政府的單位裏面，這樣我們比較不用老是因為訊號的強弱，那不是我們機器好壞的問題…</p> <p>A0105F31：因為跟原民臺是有聯播的，有串連的，那原民臺就可以講啊…</p> <p>A0105F31：打跑馬燈，本節目在臺北廣播電臺 AM1134 什麼時候有播放…</p> <p>A0105F31：我之前在學校擔任行政，就是教育局他會針對有一些活動或是消息請我們轉告給在校的原住民學生…</p> <p>A0105F31：政治人物宣傳的時候，也可以順便宣傳一下</p> <p>A0401F50：偏遠學區可以做個公告欄宣傳…</p>
推廣模式	<p>A0106F51：多多訪問臺北市原住民團隊裡的領袖、董事長、社長，由他這邊來講一些事情，那他下面的部屬就會聽，這種方式就會很快傳導出去了。</p> <p>A0103F41：如果廣播電臺有約我的話，我會馬上散播出去的。</p> <p>A0106F51：如果廣播電臺有邀請我去的話，我不只是原住民的同胞，還有漢人，全國性都會聽到，除非是這個電臺沒有辦法播到各地，因為我的學生真的很多…</p> <p>A0403M10：可以跟臺北的大學合作，請大家幫忙宣傳，或是一些社團去作一些推廣，重點是訊號要改善，要不然想聽的人會因為訊號不好而不聽了。</p>

	<p>A0405F30：利用一些活動而宣傳電臺，例如辦街舞比賽、或是百貨公司的活動</p> <p>A0503F41：我們可以異業結盟，各族各個活動可以跟喔海洋結合，只要一有活動就行文到那裡，然後就可以把宣傳打上喔海洋的廣告，只要哪個時段就幫我們播送…</p> <p>A0401F50：不管是聽還是看都覺得很靜態，如果可以再活潑一點，用辦活動的方式，會比較好…</p> <p>A0401F50：不管是原住民還是新住民，可以辦活動的交誼啊，互相交流一下，例如像我們合唱團也很多，像我們總統夫人也帶著我們原住民的小朋友出國，文化上的交流，所以也可以多介紹外國的原住民文化活動，會生動一些，國外原住民好多，好像有一些還跟我們的原住民有一些淵源，那我們還可以有機會了解一下，由電臺主辦一些活動…</p> <p>A0402F10：那如果只能在臺北地區，那就不知道有多少人有興趣，那我覺得收音廣播很多都是學生族群，那應該可以多到學校去宣傳，還有很多電臺 DJ 會到學校去做活動，這是一個蠻好的推廣。</p> <p>A0405F30：可以加入學校內的活動，因為學生號召力也很厲害。</p> <p>A0505M31：我在臺北部落大學上課，我發現那裡是臺北原住民一個很重要的聚集地，我們如果可以在那邊生根的話，結合臺北電臺喔海洋辦的活動，跟他那邊結合，可以吸引原民電視臺採訪，這個無疑的是對臺北電臺的一個加分…</p> <p>A0407F20：其實也可以跟公司合作…</p>
人員	<p>A0407F20：剛剛有說到知名度的問題，那像有些主持人是知名度很高的，那我是有想到一個點子，但很花錢就是請藝人當主持人，例如請張惠妹，但是很花錢，或是動力火車…</p> <p>A0407F20：找一些代言人，那因為是原住民電臺，所以找的原住民主持人，幾乎都不認識，所以還是要找一些較有吸引力。</p> <p>A0406F40：整點的時候，就可以請一些歌手來互動，可以介紹一下電臺…</p> <p>A0401F50：主持人就是要行銷，所以主持人就要像電視一樣，也可以讓人家看到，所以不管是在 AM 還是 FM，就是要盡量讓大家知道這個頻道…</p> <p>A0406F40：那一樣 FM 比較多人收聽，所以可以請 FM 的主持人幫忙介紹一下有這個節目及電臺…</p> <p>A0406F40：你說喔海洋頻道是關懷新住民，那主持人就要說，這個頻道是要關懷新住民，講一些介紹，那剛主持人又提到，如果之前的節目我們沒有聽到的話，想聽可以從網路去點，那像這種訊息也可以講一下…</p>

2. 潛在收聽群

本次調查發現，潛在收聽群的座談對象對於喔海洋頻道的行銷推廣方式亦可分為四大要素：

- (1) **節目：**座談對象建議喔海洋頻道提供的節目，可以多帶入原住民的經濟及產業方面，如何去提升原住民的生活經濟水準，並且教導他們有良好的理財觀念；另一方面，藉由臺北市政府的補助經費，可以投入在教育方面，協助原住民族發揮個人天賦，如唱歌，就可以多設計一些節目來促進此領域的開發。
- (2) **管道：**座談對象表示可以注重人與人之間的宣傳，如有座談對象表示自己有親友在政府機關上班，就可以透過本身的宣傳，再請朋友利用上班環境的資源再對外宣傳；此外，也可以透過報章雜誌，如臺北周刊、臺北畫刊、原世界雙月刊刊登文章宣傳。
- (3) **推廣模式：**除了可以透過訪問長老、意見領袖外；也可以自行舉辦活動或是參加大型活動擺攤位，來做宣傳；另外，有座談對象表示原住民生產的農產品多數都很優質，可以與一些農產品的推廣單位合作，推廣農產品，幫助原住民的生計，同時推廣喔海洋頻道。
- (4) **人員：**可以多觀摩 FM 節目頻道，如設計 CALL IN 節目，增加主持人和聽眾的互動，進而產生節目的收聽習慣；亦建議主持人可以在自己的部落格、臉書、Line 等個人網頁上，多多進行宣傳及與聽眾做節目之外的互動。

構面	類別	原始發言文本
行銷推廣	節目	<p>B1102F41：多推廣一些原住民的東西，經濟產業方面，部落的東西可以直接到部落，不要經過中盤商審核，從中剝削，可能對部落比較有幫助。</p> <p>B1102F41：做廣播的節目，可以去當地了解當地的狀況，把經濟帶入部落，互相呼應，然後在自我推銷，我覺得是這樣比較好，也可以提</p>

	<p>升生活素質。再來第二個就是說，可以做一些財經的部分，怎麼讓自己有更多的儲蓄，不是在我們都市的原住民賺一千塊全部花，要會理財觀念…</p> <p>B0901F51：推廣教育，比如說學習方面，因為現在多元的時代，也可以從小去栽培，比如說臺北市有很多的補助，原住民很會唱歌，國小補助栽培等，這就是我們原住民之間一個發展機會…</p>
管道	<p>B0902M31：不曉得市政府是不是有在臺北周刊有登錄這個消息？我覺得好像有看到這些，像臺北市政府每年都會刊物關於原住民的。</p> <p>B0906F51：然後我很喜歡原住民的音樂，只要是他們的我都喜歡聽，我希望喔海洋這個節目能上臺北畫刊，因為我經常在閱讀，臺北畫刊裡面講的好像很少講到這樣的節目</p> <p>B1105F31：我本身認識很多原住民朋友，我可以到北縣市去宣傳，叫他們去聽以這種方式。看到人就講，還有一些人在縣政府上班認識的，交給他們去處理。</p> <p>B1105F31：我覺得原住民族文化基金會，下個月他有一個雙月刊，叫原世界，可以跟他們接洽，PO 文在上面。</p> <p>B1107F31：至於散播也是要看族人自己，人對人是最快的，不過現在車子也看得到，我要介紹一個，就像補習班要介紹就打在一些行動管道上面。</p>
推廣模式	<p>B0906F51：可以訪問原住民長老，或是意見領袖…</p> <p>B0906F51：去舉辦活動，或是去大型活動擺攤位，發放一些文宣品、弄一些小遊戲或是小活動…</p> <p>B1102F41：…我們怎麼注重健康，也可以把我們部落的野菜阿，還有什麼樣的介紹，我們原住民的東西是沒有農藥，是有機的，可以帶到推廣機構什麼的，我覺得這是一個很好的管道</p> <p>B1102F41：走出去也是一個管道，我們臺灣原住民的文化是非常重要的，也是可以推廣出去的，自己臺灣的文化才可以到任何一個國家…</p>
人員	<p>B0902M31：學習 FM 一些節目的主持人，會有 CALL IN 節目，讓我想打電話進去跟他們互動…</p> <p>B1107F31：像小蔡就不錯，他會把他的節目在他自己的地方做宣傳，也會想和聽眾做朋友…【原來在臺北/排灣小蔡】</p>

(二)忠誠度

1. 收聽群

AM1134「喔海洋」頻道收聽群與潛在收聽群的多數座談對象對於「喔海洋」皆表示有主動宣傳的意願，收聽群由於本身已有頻繁性或間歇性的收聽喔海洋頻道，因此於座談會上，能夠對於喔海洋頻道有更深入的體會和瞭解，進而容易產生更深的連結，提高其忠誠度。

2. 潛在收聽群

潛在收聽群則因多為初次認識喔海洋頻道，對於座談會討論的議題感到有趣時，也表示會於閒暇之餘，透過網路或是其他管道來收聽看看喔海洋頻道，但若希望使潛在收聽群演變成長期收聽群，可能亦須透過硬體(收訊管道)及軟體(節目的內容及符合收聽者的期待與否)的持續改善及精進。

第三節 研究觀點

藉由本次調查結果，與 Riggins 提出少數族群媒介具同化功能的六點特色進行比對，提出本次調查的相對應研究觀點。

一、 節目來源

1. 文獻觀點

少數族群媒介內容隱含強勢族群意識型態，因為少數族群新聞工作者採用主流的新聞價值判斷，或因少數族群媒介常常採用主流媒體的訊息。

2. 研究觀點

本次調查發現，雖然 AM1134 定位於專屬原住民的頻道，但於深夜時段或是例假日時，仍會採取與 FM 聯播的方式，來進行節目的編排。有部分座談對象即表示自己雖身為原住民，但自己平常收聽的節目為 FM 聯播的節目，如尋夢園、聽 wawa 唱故事等，有透過喔海洋頻道收聽主流媒體之訊息的現象。

二、 節目類型

1. 文獻觀點

少數族群媒介的製作難以逃脫主流文化對於媒介類型之定義，不易製作真正具備少數族群特色之節目內容。

2. 研究觀點

本次調查發現，現今原住民族群有 16 族，座談對象對於節目製作上，也期待可以增加各族本身的族語教學，甚至希望可以請自己族群的主持人來介紹自己族群的故事和節目；然而，考量經費、時間等資源，實際上的製作難以兼顧 16 族群，如臺北廣播電臺在 97 年曾舉辦喔海洋頻道

原住民歌唱大賽，但聽眾期待能投入 16 族的相關資源，例如評審等，但就實際製作上，則有一定的難度，就座談對象的回饋，認為目前節目製作仍可再充實具備少數族群特色之節目內容。

三、 報導影響

1. 文獻觀點

少數族群媒介集中報導某個特定族群或部落，可能產生自我隔離之反效果，因為逐漸貧乏的內容，反而危害其生存。

2. 研究觀點

本次調查有座談對象提及部分節目會因為主持人身為特定族群，因此，節目內容就會特別對於此族群，進行大量而深入的介紹，座談對象反映雖然覺得主持人表現專業又幽默，但僅針對特定族群介紹，反而會失去部分聽眾的收聽興趣；故本次調查有所呼應文獻提及的「少數族群媒介集中報導某個特定族群或部落，可能產生自我隔離之反效果」之觀點。

四、 閱聽眾

1. 文獻觀點

少數族群媒介若以較廣大閱聽眾為目標時，促成更多與主流文化融合的可能性。

2. 研究觀點

本次調查發現，有許多座談對象由觀看喔海洋節目介紹的文宣品，或是收聽剪輯的節目，第一直覺會反映，感覺節目製作及主持人多以阿美族體系為主，較少其他人數較少的族群；同時，座談對象也表示，認同喔海洋頻道是為服務原住民的優良媒介，透過座談會認識此頻道後，

也樂意主動與身邊的親友分享，此舉亦為促成更多原住民族群與主流文化融合的可能性。

五、 語言

1. 文獻觀點

少數族群媒介若使用主流語言而非母語會加速同化。

2. 研究觀點

本次調查發現，喔海洋頻道的多數節目，會以國語為主進行呈現，但身為原住民的特定族群或是有外語能力的主持人，也會在節目中，以族語或是英語等，進行介紹或是作為口頭禪；然而，本次座談會，有座談對象反映希望可以增加族語教學、族語的兒童歌謠或族語的每日一字等；另有其他族群座談對象，對於主持人用特定族語介紹後，表示聽不懂，希望可以用聽眾的族群，或是乾脆以國語統一進行介紹；顯示座談對象多使用國語為訊息傳達的語言，近幾年，在被同化之際，卻也存在自己族群的意識，希望可以增加族語教學的部分，有機會貼近自己的族群語言。

六、 科技

1. 文獻觀點

少數族群文化在透過傳播科技的傳遞過程中將失去其精髓。

2. 研究觀點

本次調查發現，部落原住民因為所處環境，仍存在較為濃厚的原鄉色彩，以及保留許多獨樹一格的原住民傳統技藝；反之，都會原住民多已遷居於都市，逐漸適應都會區的環境及生活習慣等。

另一方面，許多座談對象對於喔海洋頻道提出可以擅用主流媒體或

是科技來進行宣傳，如利用電視臺跑馬燈宣傳、運用社群軟體 Line、臉書等進行節目的行銷，以及和聽眾互動和交朋友等；此外，座談對象雖表示可以多利用喔海洋頻道介紹原鄉的生活、文化等；但因為早已身處於都會區的環境，僅依賴傳播科技知曉或耳聞族群的文化及故事，可能對於文化和技藝的傳承，因缺乏身歷其境及實做，會逐漸失去其精隨。

柒 結論與建議

第一節 結論

本次調查區分為收聽群及潛在收聽群，共計辦理 20 場次焦點座談會，其中，邀請對象包含原住民、喔海洋頻道的聽友等，根據不同的身分背景，可以發現喔海洋頻道聽友，因為已經習慣於喔海洋頻道的收聽，多以此為基礎上提供想法及建議；另一方面，本次調查潛在收聽群，身分皆屬原住民，也多關注原住民的事物，故此，潛在收聽群多是收看原民臺、收聽其他廣播經驗以及因為本身身為原住民，會最直接的瞭解原住民的需求和生活，以此基礎上來提供喔海洋頻道一些想法和建議；以此背景之下，本次調查潛在收聽群所反映的事物，可能反而更貼近原住民族本身的需求，但有些反映不見得於廣播節目的應用上，具備可行性；若能將原住民族本身的需求，以更高的政府層級下，進行審視及規劃，對於整體原住民的福祉將會有所提升，而不僅限於提升喔海洋頻道收聽行為的範疇之中。

關於本次調查共分為五大構面，分別為第一次接觸喔海洋/廣播的經驗、節目內容、節目期待、收訊以及推廣方式。根據第一次接觸喔海洋/廣播經驗構面中發現收聽群第一次接觸喔海洋廣播的經驗多因親朋好友介紹、無意間收聽或因為接觸到喔海洋相關活動或節目才收聽；潛在收聽群則幾乎沒有收聽過喔海洋廣播，並且較喜歡及習慣收看原民臺。而收聽群表示收聽時間多會集中在晨間、中午、傍晚等固定時段收聽；潛在收聽群則較無固定時段，但會利用工作中或是開車中來進行收聽。

根據節目內容構面發現收聽群表示希望在晨間可以多編排適合小朋友學習的節目內容，也可透過此時段來進行族語的教學，達到文化傳承的目的，另一方面，節目內容可以進行縮編，由兩小時縮編為一小時，增加主持人及節目，提升節目的多元性；潛在收聽群認為可以把握住傍晚的時候，製播增加親子互動的節目。收聽群對於主持人的知覺多持正

面評價，由於已經有一定程度的認識，較少負面評價的部分；潛在收聽群藉由座談會上短暫收聽經驗，評價主持人優點包括口條清晰、說話幽默、親切且有互動等；亦提供回饋部分包括主持人間音頻相近、說話節奏太快或太慢等，供其參考。收聽群對於喔海洋六大主軸節目多持正面評價；潛在收聽群雖有部分座談對象表示肯定，但容易受到初次收聽節目片段影響，而有所負面評價。

節目期待的構面中，由於收聽群對於節目或主持人已有一定程度的認識，對於節目多更期待能增加與之深入互動的機會；潛在收聽群則因為接觸喔海洋頻道節目較少，多利用收看原民臺或是收聽其他廣播節目來複製經驗，對於節目期待則較具廣度及多元性。收訊的構面中發現，無論是收聽群或是潛在收聽群皆表示利用收音機來收聽時，不僅是喔海洋頻道收訊不良，許多 AM 頻道的收訊狀況多不穩定；唯幾位靠近圓山、士林一帶的座談對象表示收訊良好。另一方面，收聽群及潛在收聽群皆有採用其他收訊管道，如手機、網路等，來進行喔海洋頻道的收聽；對於使用者界面的親切度，收聽群希望可以改善手機無法直接收聽 AM 的問題以及優化網路的使用者介面；潛在收聽群則希望可以針對年輕族群優化網路的使用者介面外，亦可開放電腦下載來收聽。

藉由推廣方式的構面中發現，由於數位時代的興起，大多數收聽群及潛在收聽群皆表示宣傳管道上，應該要增加臉書、Line 社群網頁來宣傳；在推廣模式的部分，則應該多走出錄音室，辦理各型活動，甚至是跨出臺灣，越洋推廣；人員部分則是希望透過主持人的力量，培養主持人和聽眾之間的連結度；此外，節目部分，潛在收聽群對於提升整體原住民的產業及經濟部分，則是更加的重視。最後，由座談對象言談推測，座談會較易增加收聽群長期的忠誠度、引起潛在收聽群的好奇心而進行短期的收聽行為。

本次調查也發現，喔海洋頻道與原住民族群的關係，不論在節目來源、節目類型、報導影響、閱聽眾、語言及科技等指標，搭配座談會上

所觀察的部分現象或由座談對象的分享和回饋，皆有呼應到 Riggins 提出少數族群媒介具同化功能的六點特色。

第二節 建議

經由 20 場焦點座談會，收聽眾與潛在收聽眾的分享與交流後，將意見進行歸納整理，此外，考量可行性及預算等面向，本調查提出短期(約一年以內)、中期(約一年到三年以內)及長期(約三年以上)的相關建議。

一、 短期

- (1) **製作文宣品、DM、紀念品等發放**：相關單位可以規劃一筆小額預算，於學校、鄉鎮市公所、部落大學等處放置文宣品宣傳喔海洋頻道；並且可以藉由舉辦活動或是收聽行為研究調查，設計小型紀念品發送給參加民眾，藉由發放文宣品及紀念品，可以增加民眾對喔海洋的印象，達到提升喔海洋頻道知曉度之效果。
- (2) **維持預錄節目型態，採訪各組織團體領袖**：在不調整為現場節目的前提之下，邀請各組織團體的領袖來電臺接受採訪，並且可以透過此次收聽行為調查的部分座談對象，如老師、里長、牧師等，進行邀訪，藉由意見領袖的影響力與號召的力量，不僅可以增加喔海洋頻道節目的知曉度，更讓群眾有機會接觸及收聽喔海洋頻道的節目。

二、 中期

- (1) **整點時，播放不同族語的臺呼**：學習 FM 部分節目於整點時，請偶像或是歌手來錄製臺呼，另一方面，為因應許多座談對象對於學習族語的渴望，可以結合此兩種元素，邀請 16 族的相關代表人物，如排灣族的動力火車、泰雅族的徐若瑄、卑南族的紀曉君等來錄製擁有族語及國語的臺呼，並於不同整點輪流播放；藉由臺呼的播放，讓聽眾習慣音樂或旋律而產生記憶，更易使聽眾對喔海洋頻道的相關內容朗朗上口，進而加深品牌形象。
- (2) **營運社群專頁，並進行節目預告**：開設臉書或 Line 的粉絲專頁，

除了安排例行的 po 文之外，可以在專頁上，宣傳及預告節目內容，若有興趣的主題，聽眾也會藉由分享或邀請朋友一起收聽，增加節目收聽的機會；利用網路快速傳播，且具有低成本、高曝光度的特性，讓公眾主動將訊息傳播出去；倘若專頁經營得宜，讓相關單位與聽眾更密集的互動，更可以增加聽眾的黏著度。

- (3) **AM 頻道收訊品質的逐步提升：**直接且重大影響座談對象收聽要素即為收訊品質狀況，唯有針對硬體設備編列預算，逐步提升收訊品質，才能吸引到更多的民眾收聽喔海洋頻道。

三、 長期

- (1) **與組織洽談，進行互惠合作：**建議與各類原住民團體或教育機構進行互惠合作，如可與部落的偏鄉小學進行洽談，於中午時段播放喔海洋的節目，並且也可在喔海洋的節目內容中，帶入學校的活動或是政策，讓小朋友習慣於中午收聽之餘，回家也會與家中成員進行分享，吸引家中成員關注及收聽，使喔海洋頻道有機會獲得更多小朋友及家庭的認識與關注。
- (2) **進行長期忠誠度的研究調查：**對於廣播電臺而言，若能吸引聽眾進行長期收聽是很重要的，如本次收聽行為調查，接觸許多收聽眾及潛在收聽眾，若要觀察這群聽眾是否有培養出收聽的忠誠度，建議可視廣播市場發展現況，針對特定族群，規劃出較為長期性的忠誠度研究調查；藉由忠誠度的調查，找出可以吸引聽眾長期收聽節目的主要因素，作為相關單位研擬政策之參考，進而使喔海洋頻道能夠擁有更多忠實的收聽眾。
- (3) **部分節目從兩小時縮編為一小時，並增加不同主持人主持節目：**由於兩小時的節目可能會使部分聽眾的專注力下降，將某些節目調整為一小時，增加新的節目進來，並可邀請不同的廣播人才或是知名歌手來主持節目，增加新鮮感，吸引民眾的收聽，或是由

歌手的知名度，來吸引相關粉絲的收聽，以增加民眾收聽喔海洋頻道的可能性。

- (4) **製播現場節目，增加 Call in 橋段：**將部分節目逐漸轉型成現場節目或與 FM 現場節目聯播，安排 Call in 的橋段，如光禹主持的夜光家族，其中一段落，就有安排現場 Call in 問答或擬定主題，進行交流，聽眾就會期待每次能 Call in 進來與主持人互動的機會，而培養出固定的收聽習慣；藉由 Call in 節目的安排，不僅對節目或是對於主持人本身，都可能使聽眾逐漸產生可以寄託的感覺，進而長期的收聽喔海洋頻道。

捌 參考文獻

1. 朱柔若（1997）。社會研究方法-質化與量化取向。臺北：揚智文化。
2. 朱其慧（2001）。媒體素養社會行銷研究—以臺灣主要推行媒體素養非營利組織為例。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
3. 孔文吉（1992）。重視少數民族的傳播問題—應合理分配傳播資源。島嶼邊緣。
4. 孔文吉（1993）。讓我的同胞知道。臺中，晨星出版社。
5. 孔文吉（1994）。原住民與傳播媒介之批判：建構原住民自決的反論述。原住民文化會議論文集。
6. 孔文吉（2000）。《忠於原味：原住民媒體、文化與政治》。台北：前衛。
7. 林昶鴻（2011）。臺灣原住民族廣播發展歷程 1945-2010。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
8. 林福岳（2012）。主體性的呈現，傳播權的實踐—臺灣原住民族自主傳播的發展歷程。臺灣原住民研究論叢 第十一期
9. 夷將·拔路兒（1995）。從「山胞」到「原住民」的正名運動史。臺北：吳三連臺灣史料基金會。
10. 李慈敏（1991）。族群動員—以臺灣原住民族二次還我土地運動為例。國立清華大學社會人類學研究所碩士論文。
11. 宋巧霽（2000）。非營利組織之社會行銷策略研究-以文教基金會為例。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
12. 陳楚治（2008）。《臺灣原住民族傳播權利之理論與實踐—以臺灣原住民族電視臺為例》。國立東華大學民族發展研究所碩士論文。
13. 陳清河（2005）。廣播媒介生態與產業：臺灣廣播產業與政策研究 1992-2005。臺北：亞太圖書。
14. 陳清河（2011）。行政院原住民族委員會成立廣播電視媒體運作機制分析之研究。
15. 梁世武（1996）。〈廣播節目語言使用的過去與未來之展望〉，《第三

屈廣. 電學術與實務研討會論文》

16. 游景德 (1997)。《台灣原住民文化展現經營行為初探》。花蓮縣；東海大學企業管理研究所碩士論文。
17. 黃葳威 (2002)。聲音的所在。臺北；道聲出版社。
18. 黃葳威 (2008)。數位傳播與資訊文化。臺北；威仕曼文化事業股份有限公司。
19. 黃金益 (2001)。原住民廣播節目製播需求研究:以臺灣北部地區聽眾調查為例。
20. 蕭靜雯 (2001)。國立教育廣播電臺節目之成人教育取向內容分析。國立高雄師範大學。
21. Vane, E. T. and Gross, L. S.(1994). Programming for TV, Radio, and Cable. Boston:Focal Press.