

高雄市政府新聞局

防疫電視台的滿意度調查分析

日期：111年8月

防疫電視台的滿意度調查分析

鑑於 110 年 COVID-19 全國三級警戒一再延長，為了陪市民落實居家防疫健康新生活，高雄市政府除透過公用頻道（CH3）直播防疫記者會，更於 110 年 6 月 29 日至 8 月 31 日首創結合本市公用頻道推出「高雄好家宅 防疫電視台」，以增加公共頻道內容可看性，讓民眾在家防疫不無聊。

一、現況說明

公用頻道是媒體近用權的具體實踐，在於提升民眾在地參與和關懷，頻道內容可促進多元文化發展與多方意見呈現，以提升民眾對於社區認同與媒體教育，進而凝聚社區意識，增進社區參與，幫助推動社區發展。

鑑於 110 年 COVID-19 全國三級警戒一再延長，為了陪市民落實居家防疫健康新生活，高雄市政府除透過公用頻道（CH3）直播防疫記者會，更於 110 年 6 月 29 日至 8 月 31 日首創結合本市公用頻道推出「高雄好家宅 防疫電視台」，整合教育局、運發局、觀光局、文化局、客委會及青年局自製系列精彩節目陸續播出，以增加公共頻道內容可看性，

讓民眾在家防疫不無聊。

再者，透過對防疫電視台結合公用頻道之滿意度調查統計分析，從各項數據來了解市民對公用頻道使用知悉度，積極鼓勵市民善加運用公用頻道，藉由此溝通管道與地方民眾連結，以增進公用頻道公共服務性，並落實「媒體近用」精神。

二、防疫電視台結合公用頻道之滿意度分析

為了解市民對於防疫電視台結合公用頻道之實際感受，本局以 110 年所做有線電視收視滿意度調查報告數據為基礎，針對公用頻道、防疫電視台進行比較，結果如下：

（一）公用頻道節目內容滿意度

受訪訂戶收看過公用頻道，其中 94.5%對節目內容表示滿意(其中非常滿意佔 19.3%，還算滿意佔 75.2%)；5.5%表示不滿意(其中不太滿意佔 4.9%，非常不滿意佔 0.6%)。

108 年到 110 年比較，受訪訂戶對有線電視公用頻道節目內容滿意度整體呈現上升趨勢；相較 109 年，滿意度上升 2.8%，不滿意度下降 2.8%，詳表 1 和圖 1。經卡方檢定，受訪者性別、年齡、教育程度和收視業者呈現顯著差異。

表 1：公用頻道節目內容滿意度

選項	108 年	109 年	110 年		109 年暨 110 年
	百分比	百分比	次數	百分比	差異百分比
非常滿意	9.3	10.7	238	19.3	2.8
還算滿意	79.8	81	925	75.2	
不太滿意	9.7	7.5	61	4.9	-2.8
非常不滿意	1.2	0.8	7	0.6	
總和	100.0	100.0	1,231	100.0	-

註 1：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

註 2：歷年均已扣除「沒看過」比例。

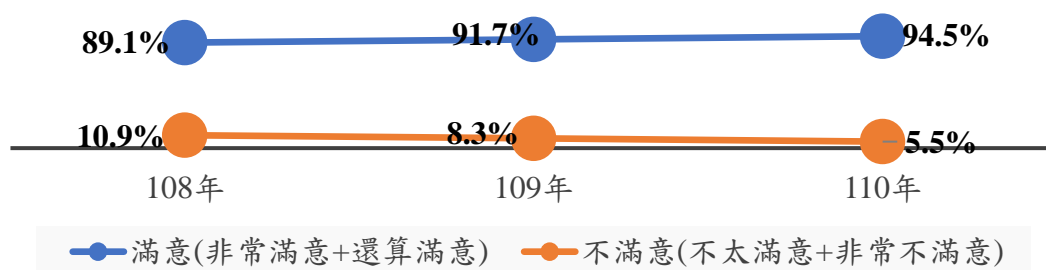


圖 1：公用頻道節目內容滿意度

(二) 公用頻道播放防疫記者會對防疫資訊幫助

受訪訂戶收看過公用頻道，其中有 78.4% 的受訪訂戶會因為公用頻道播放防疫記者會，對防疫資訊有所了解（其中一定會佔 34.2%，可能會佔 44.2%）；21.6% 表示不

會(其中可能不會佔 19.0%，一定不會佔 2.6%)，詳表 2 和圖 2。經卡方檢定，受訪者年齡、教育程度和職業呈現顯著差異。

表 2：公用頻道播放防疫記者會對防疫資訊幫助

	次數	百分比
一定會	422	34.2
可能會	542	44.2
可能不會	235	19.0
一定不會	32	2.6
總和	1,231	100.0

註：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

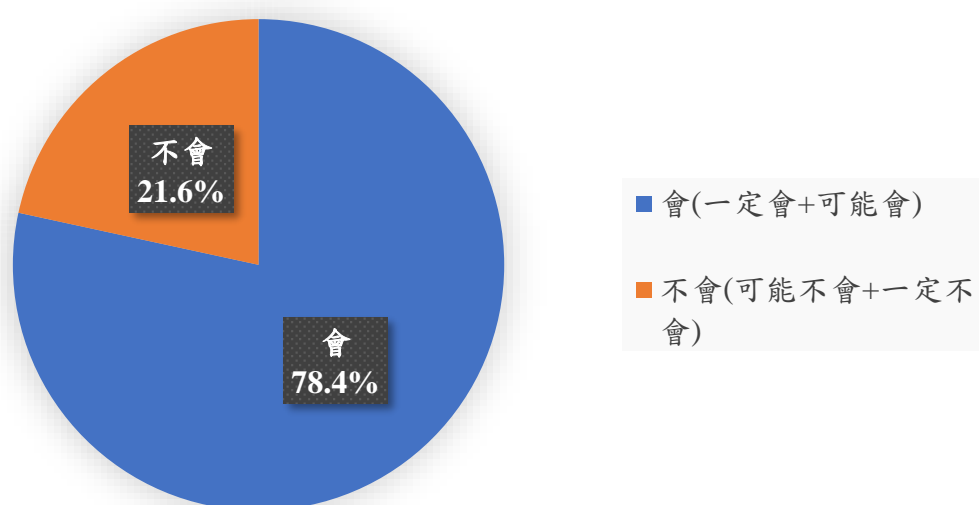


圖 2：公用頻道播放防疫記者會對防疫資訊幫助

(三) 公用頻道作為遠距教學管道對學習效果幫助

COVID-19(新冠肺炎)疫情爆發，高雄市政府因應停課不停學原則，在公用頻道提供高中職/國中/國小遠距教學課程。

進一步詢問輔助學習效果，有 68.9%的受訪訂戶認為疫情期間公用頻道提供遠距教學管道(達學堂)，會產生輔助學習的效果(其中一定會佔 17.7%，可能會佔 51.2%)；31.1%表示不會(其中可能不會佔 27.2%，一定不會佔 3.9%)，詳表 3 和圖 3。經卡方檢定，受訪者年齡、教育程度和職業呈現顯著差異。

表 3：公用頻道作為遠距教學管道對學習效果幫助

	次數	百分比
一定會	218	17.7
可能會	630	51.2
可能不會	335	27.2
一定不會	48	3.9
總和	1,231	100.0

註：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

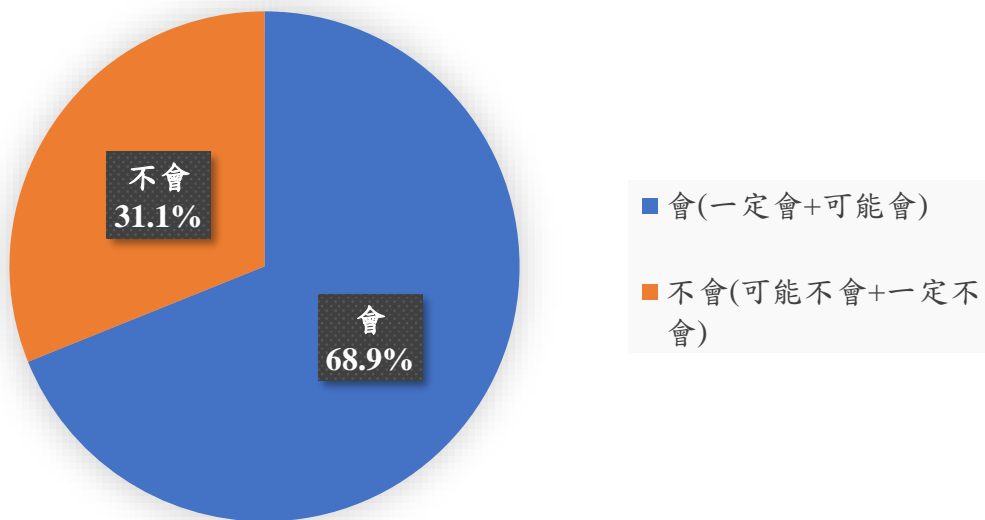


圖 3：公用頻道作為遠距教學管道對學習效果幫助

(四) 公用頻道播放政令宣導對生活幫助

受訪訂戶在公用頻道看過政令宣導，其中有 81.3% 的受訪訂戶認為在公用頻道播放政令宣導，有助於生活（其中一定會佔 27.5%，可能會佔 53.8%）；18.7% 表示不會（其中可能不會佔 15.4%，一定不會佔 3.3%），詳表 4 和圖 4。經卡方檢定，受訪者性別、年齡、居住型態和職業呈現顯著差異。

表 4：公用頻道播放政令宣導對生活幫助

	次數	百分比
一定會	286	27.5
可能會	560	53.8
可能不會	160	15.4
一定不會	34	3.3
總和	1,040	100.0

註 1：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

註 2：排除 191 位「沒有看/沒印象」比例，因此收視公用頻道受訪訂戶樣本數為 1,231-191=1,040。

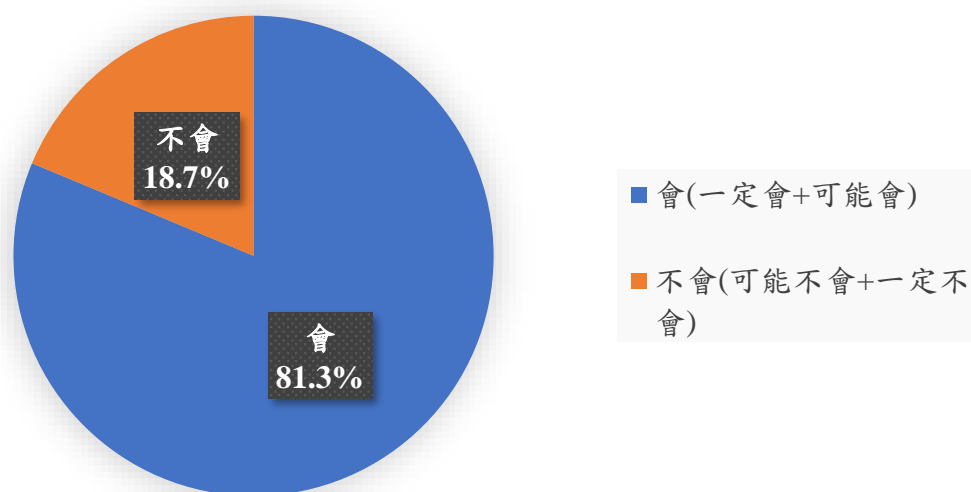


圖 4：公用頻道播放政令宣導對生活幫助

(五) 對高雄市府團隊 COVID-19「防疫表現」滿意度

92.6%受訪訂戶對高雄市府團隊在 COVID-19「防疫表現」表示滿意(其中非常滿意佔 30.7%，還算滿意佔

61.9%)；7.4%表示不滿意(其中不太滿意佔 5.4%，非常不滿意佔 2.0%)，詳表 5 和圖 5-1。經卡方檢定，發現教育程度、居住型態、職業和收視業者呈現顯著差異。

表 5：對高雄市府團隊 COVID-19「防疫表現」滿意度

	次數	百分比
非常滿意	1,352	30.7
還算滿意	2,721	61.9
不太滿意	238	5.4
非常不滿意	89	2.0
總和	4,400	100.0

註：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

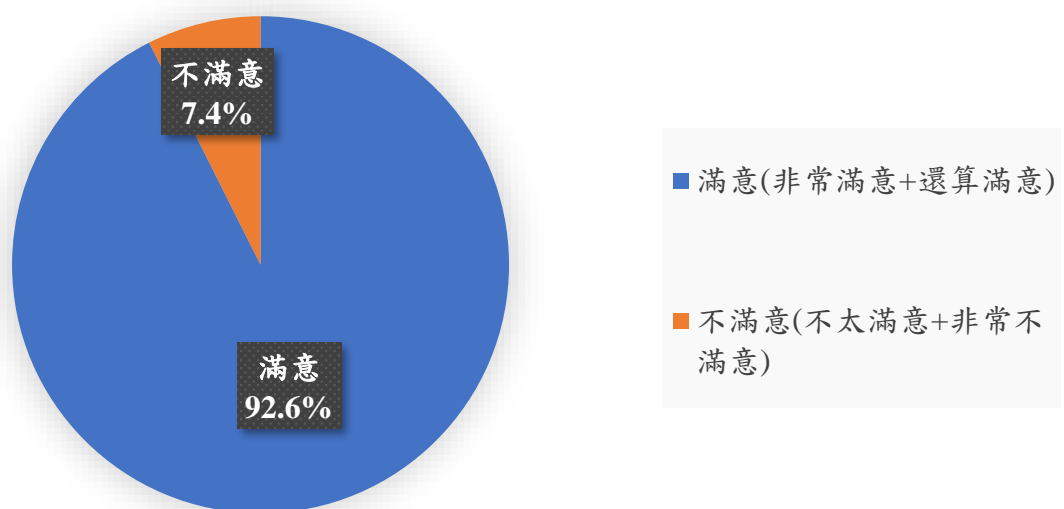


圖 5-1：對高雄市府團隊 COVID-19「防疫表現」滿意度

三、分析與結論

(一) 110 年公用頻道節目內容滿意度為 94.5%，歷年而言，公用頻道節目內容滿意度均呈現上升趨勢，相較 109 年，公用頻道滿意度上升 2.8%；在對高雄市府團隊 COVID-19「防疫表現」滿意度，則有 92.6%受訪訂戶表示滿意。據以推測，利用防疫電視台結合公用頻道的策略，可即時且有效提供市民了解市府對 COVID-19 防疫政策之推動。

(二) 在面對新興媒體的興起，大幅影響消費者的收視習慣，而公用頻道的使用目前僅是被動讓民眾申請播放影片，使用上又有諸多的限制，例如音樂版權等問題，導致使用率不高，為提升公用頻道之使用，建議有線電視業者能廣為宣傳公用頻道的用途，告知民眾有關公用頻道規範及媒體近用權的概念，或與大學、非營利組織合作推廣，以邀請創作者提供音樂創作，解決音樂版權問題，讓公用頻道的使用更活化，以提升民眾使用意願，保障民眾的媒體近用權。