

淺談娛樂節目—「大學生了沒」以中壢地區為例

投稿類別：教育類

篇名：

淺談娛樂節目—「大學生了沒」對青少年之影響 以中壢地區為例

作者：

謝華恩。中壢高商。資處科三年二班

徐巧耘。中壢高商。資處科三年二班

謝承容。中壢高商。資處科三年二班

指導老師：

許紫雲老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

歷史上有許多針對言論自由所做出評斷，例如：人人有權享受主張和發表意見的自由（國際特赦組織日本分部，2001），而所謂的言論自由是指按照自己的意願表達意見和想法的政治權利，有時也被稱為意涵更廣泛的表達自由。（維基百科，2013）

隨著社會的開放，談話性節目如雨後春筍般快速增加，但至成仍頗受歡迎的談話性節目卻屈指可數。而「大學生了沒」便是現在青少年學生常討論的談話性節目。

「大學生了沒」其播出時間已有多年歷史，然而，究竟是什麼原因能讓這個節目維持如此之久？甚至受到時下大學生們熱烈的討論呢？

### 二、研究目的

- (一)、了解此節目歷史背景、發展過程。
- (二)、調查各年齡層對於此節目的觀看動機與滿意程度。
- (三)、針對此節目進行SWOT分析。
- (四)、根據上述資料做出結論。

### 三、研究方法

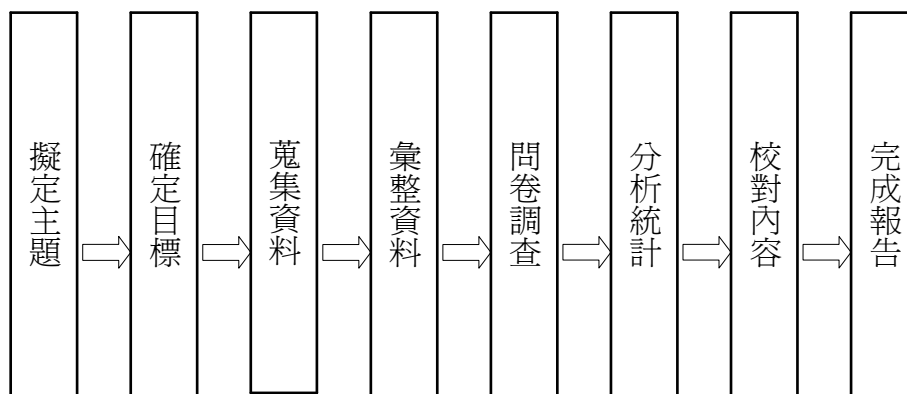
#### (一)、文獻蒐集法：

「文獻分析法是尋求歷史資料、檢視歷史紀錄並客觀地分析、評鑑這些資料的研究方法。」(葉至誠，2000)。本小組藉由中天電視台的官方網站、報紙、雜誌、期刊來蒐集與本主題相關的資料。

#### (二)、問卷調查法：

以中壢地區為問卷發放對象，透過問卷來了解各年齡層對此節目的滿意度。

### 四、研究流程



研究流程圖(資料來源：本研究自行彙整)

## 五、研究限制

(一)、受限於問卷格式，採訪者多為青少年族群。

(二)、平日因上課時間無法配合，發放問卷時間多集中於平日晚上及假日，較無法分析各時段消費者滿意度之差異。

## 貳●正文

### 一、「中天綜合台」發展過程

中天電視股份有限公司為中國時報集團的電視網，旗下有中天新聞台、中天綜合台、中天娛樂台、中天北美台以及中天亞洲台。「大學生了沒」為中天綜合台旗下節目。

表一：中天綜合台發展史：

◎ 1994 年	為啓播的港資「傳訊電視」大地頻道。
◎ 2000 年	1 月由象山集團接手後更名為「中天資訊台」。
◎ 2002 年	6 月由時報集團接手。
◎ 2004 年	1 月再次更名為「中天綜合台」。
◎ 2005 年	定頻在第 36 頻道。

(資料來源：本研究自行彙整)

### 二、「大學生了沒」簡介

## 淺談娛樂節目—「大學生了沒」對青少年之影響 以中壢地區為例

2007年7月30日在中天綜合台首播。由電視金鐘獎最佳主持人陶晶瑩以及模仿新秀阿ken與納豆搭檔主持，每集節目都會有十六位來自不同學校、不同科系的各校帥哥美女組成大學兵團，代表大學生發聲，討論與大學生息息相關的問題。



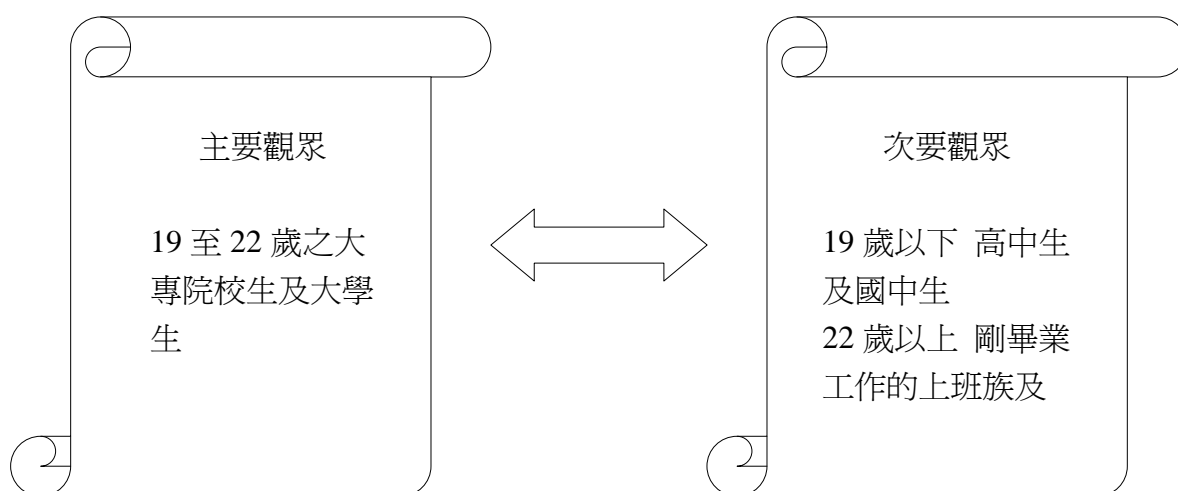
除了節目之外，『大學生了沒』還在2008年11月28日出版了：《大學生了沒——課表上找不到的青春選修課》。

(圖一)「大學生了沒」節目 Logo

資料來源：

<http://blog.ctitv.com.tw/university/Default.aspx>

### 三、「大學生了沒」收視群



(資料來源：本研究自行彙整)

### 四、「大學生了沒」SWOT分析

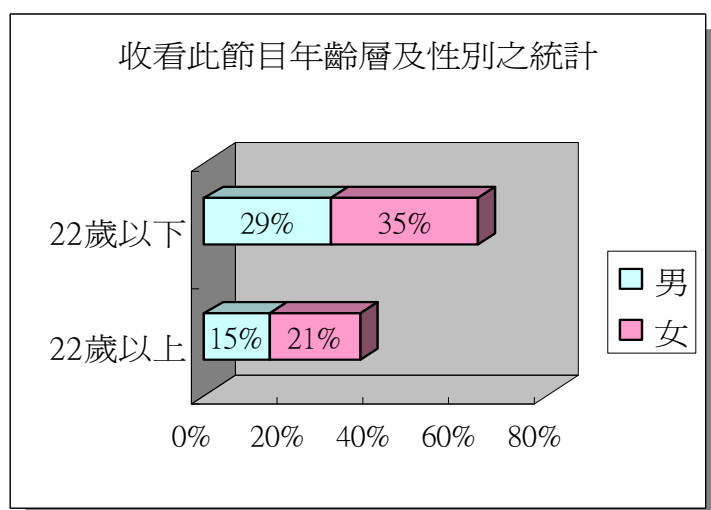
優勢(Strengths)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 主題千變萬化，吸引觀眾視線。</li><li>2. 在主持人知性幽默且默契絕佳的配合之下，帶給觀眾許多歡笑。</li><li>3. 資訊創新，且符合時下流行及觀點。</li><li>4. 以學生為主角，而不是以藝人偶像為主角，換一批學生來賓便有新的想法。</li></ol>
---------------	--

劣勢(Weaknesses)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 節目來賓言行過於犀利，令許多觀眾頗有微詞；且有時行為太誇張讓人覺得不真實。</li> <li>2. 製作環境和時間的壓迫，讓節目沒有辦法很精緻。</li> <li>3. 節目撥出時段不佳。</li> </ol>
機會(Opportunities)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與電子業產品廠商合作，增加其廣告收益。</li> <li>2. 替代性節目少，不易被取代。</li> </ol>
威脅(Threats)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 觀眾群多鎖定在學生，不易吸引其他觀眾。</li> <li>2. 隨著網路興盛，觀眾多以網路電視取代節目首播，導致收視率下降。</li> </ol>

(資料來源：本研究自行彙整)

### 五、問卷資料分析

本組針對曾看過「大學生了沒」這個節目的觀眾進行問卷調查，在中壢市區發放300份問卷，其中34份皆出現填寫錯誤，視同無效，總回收有效問卷為266份。本小組將所有回收之有效問卷分析整理如下：

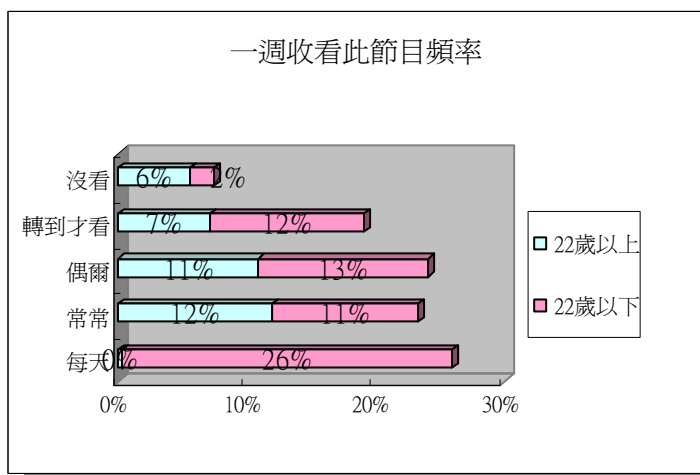


本組將收視群之年齡分為兩大部分做比較：分別是 22 歲以下之青少年以及 22 歲以上之社會人士。

由(圖二)可看出，收看此節目的觀眾大多數為 22 歲以下之青少年族群；且其中又以女性佔大多數。

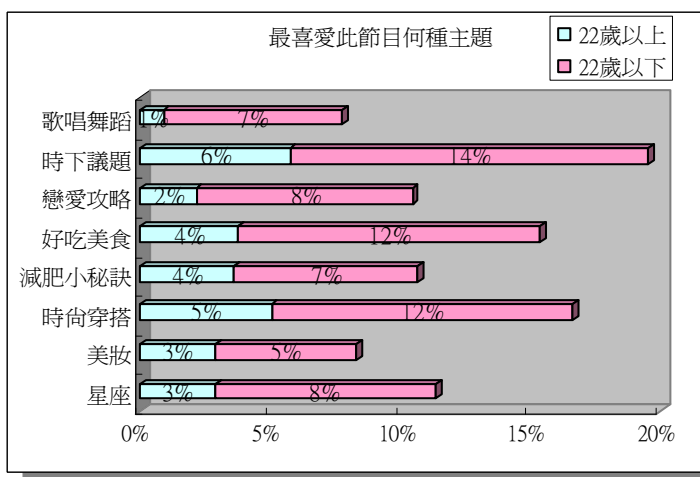
(圖二)

淺談娛樂節目—「大學生了沒」對青少年之影響 以中壢地區為例



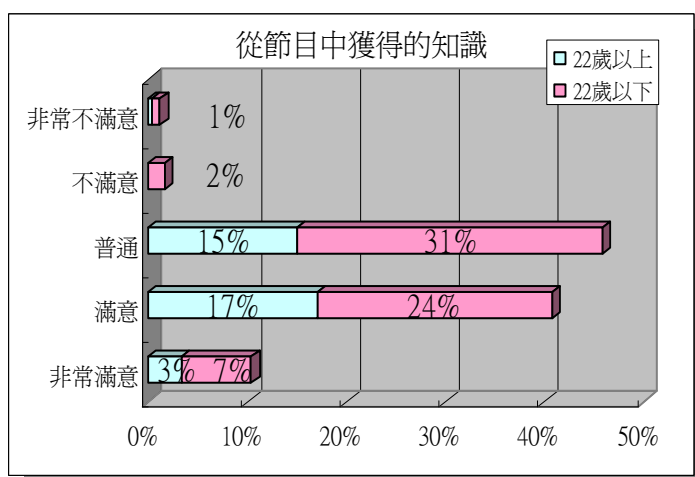
(圖三)

(圖三) 為本組將年齡層及一週收看節目頻率所做出的圖表，由圖表可看出，每天收看此節目之觀眾將近有 30% 皆為 22 歲以下之青少年；而選擇沒看的則多為 22 歲以上之社會人士。



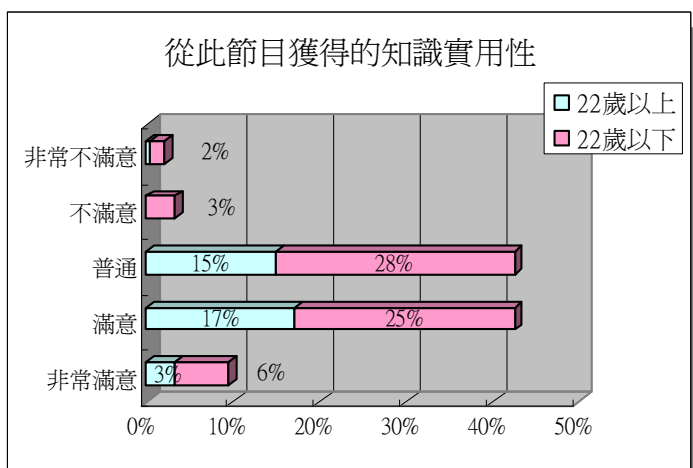
(圖四)

由(圖四)可看出「時下議題討論」為最受歡迎之節目主題；不論是 22 歲以下之青少年亦或是 22 歲以上之社會人士，大多數較為喜歡此主題，其次則是「時尚穿搭」。



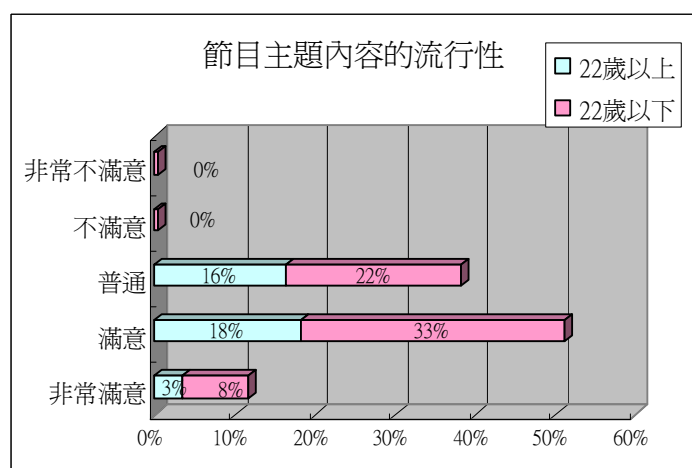
(圖五)

(圖五)為觀眾認為節目提供知識的多寡調查，(圖五)中顯示，過半數的觀眾對於節目所提供的知識尚為滿意。由此可知，節目提供了豐富且多樣化的知識給觀眾，讓觀眾學習到各種不同的知識。



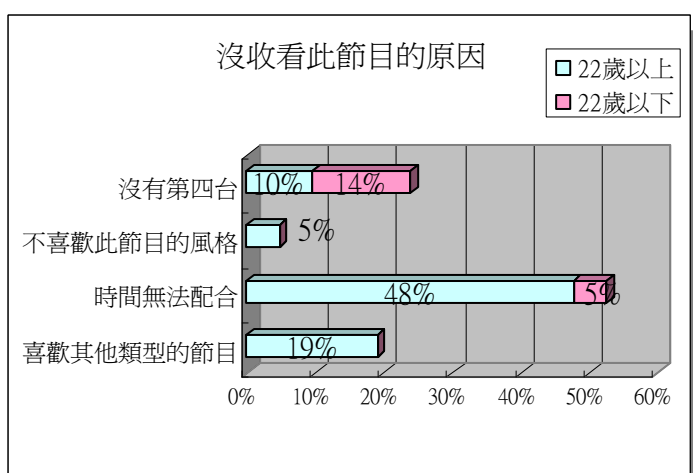
(圖六)

(圖六)為此節目提供的知識實用性調查，結果顯示，大部分觀眾認為從節目中獲得的知識，在生活上是有幫助的。由(圖五)及(圖六)可知，「大學生了沒」是個富有教育意義的節目，提供了許多不一樣的知識給觀眾，讓觀眾可以增廣自己的見聞。



(圖七)

對於「大學生了沒」此節目的主題內容流行性調查結果中得知，大多數的受訪者認為滿意，其次為普通，可以發現「大學生了沒」設定的主題符合時下流行，讓觀眾得知最新的消息與時事。



(圖八)

在比較未收看此節目的受訪者中可發現，52%的受訪者認為此節目的撥出時間無法配合收看，24%的受訪者是家中並未裝設有線電視，由圖可知，節目設定的撥出時間令觀眾難以配合，導致收視觀眾下降不少，(圖八)為調查結果。

## 一、綜合以上研究結果歸納出以下結論

### (一) 年齡層為影響節目收視率主要原因

由於此節目以「大學生了沒」做為節目名稱，吸引了許多青少年觀賞。而根據問卷調查結果顯示，收看此節目超過50%之觀眾族群，皆為22歲以下的學生族群，而在這些族群中，又以高中生及大學生佔大多數。

### (二) 「時下議題討論」為較受歡迎的節目主題

近年來人們對於時下議題愈來愈關注，研究發現當節目主題為「時下議題討論」時，收視率就會提高。

### (三) 節目內容富有知識性、實用性，較受歡迎。

由於節目時常會推出貼近生活的主題，所以觀眾大多可以獲得知識。例如：2013/4/23當天節目播出主題為「外派經驗談」，觀眾能從節目內容得知「在各個國家工作需具備什麼能力、在國外如何找到一份工作」，以及「比較出國外與國內工作待遇差別」。這些讓想到國外求職的觀眾獲得了寶貴的資訊。

## 二、建議

### (一) 再增加曝光率，以推廣節目內容。

這是一個對學生很有幫助的知性節目，中天電視應該多利用網際網路或報章雜誌上行銷這個節目，讓每個年齡層的觀眾也可以了解「大學生了沒」節目內容，藉以擴展觀眾群。

### (二) 推動關注社會議題運動

近年來科技發達，青少年多沉淪於網路世界中，而對於自己以外的人、事、物付出愈來愈少的關注；而此節目的主要觀眾群為青少年，所以此節目應多多增加關於社會議題之討論，讓青少年們可以多多關注社會議題，讓學生不再只侷限於自己生活周遭議題，對其他社會議題漠不關心。

### (三) 增加節目內容多元性，以擴張收視群。



淺談娛樂節目—「大學生了沒」對青少年之影響 以中壢地區為例

不論是根據SWOT分析亦或是問卷調查結果都顯示出，此節目觀眾群侷限於22歲以下之青少年族群為主(由圖二知佔64%)，但22歲以上的觀眾也有36%。可見即使已經大學畢業，仍有不少觀眾對「大學生了沒」的討論內容有興趣，所以此節目應試著增加主題豐富性，以吸引其他年齡的觀眾族群。

#### 肆●引註資料

胡春暉(2008)。專題製作—經營管理篇。台北：台科大圖書股份有限公司

呂聰賢(2008)。專題製作—書面報告呈現篇。台北：台科大圖書股份有限公司

國際特赦組織日本分部(2001)。世界人權宣言。台灣：英文漢聲

葉至誠(2000)。社會科學概論。台北市：揚智文化。

中天電視。2013年3月8日，取自

<http://blog.ctitv.com.tw/university/Default.aspx>

維基百科。2013年3月12日，取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%94%9F%E4%BA%86%E6%B2%92>

完全論文網。2013年3月19日，取自

<http://www.allw.com/chuanboxueshuoshilunwen/0R31M532009.html>

廣佛都市網。2013年3月19日，取自

[http://big5.cityqf.com/cul/cul\\_005001/201111/t20111108\\_2485187\\_2.html](http://big5.cityqf.com/cul/cul_005001/201111/t20111108_2485187_2.html)

全球媒體研究室。2013年3月26日，取自

<http://globalmedia.wikia.com/wiki/%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%94%9F%E4%BA%86%E6%B2%92>

新學網。2013年3月29日，取自

<http://www.newxue.com/mingrenmingyanmingju/134459270826396.html>

維基百科。2013年6月25日，取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A8%80%E8%AB%96%E8%87%AA%E7%94%B1>