

第壹章 緒論

第一節 研究動機與研究問題

近來企業面臨顧客偏好特異化、個性化的趨勢，目前市場已經從分眾走向小眾，顧客不僅對多樣化的產品需求會有顯著提升，甚至講求客製化，要求更符合其個人需求的高品質產品(吳思華，2000)。

廣播數位化後聽眾調查也顯示，消費者對多樣化的節目內容感興趣，將來節目內容除了音樂外，其他如健康美容、股票資訊、新聞等各種資訊，也會在市場上受到關注(蔡念中，2004)。「content is king」內容為王的時代來臨，建立產製、蒐集內容的能力，成為內容提供者才是電台最重要的目標，誰能產製不同目標消費者喜好的節目內容，即握有了競爭的武器。換言之，能提供各式各樣符合消費者需求的內容的廣播業者，才能在數位時代勝出(關尚仁，2001)。

目前國內的類型廣播電台，其經營概念主要鎖定分眾市場，但面對同業競爭激烈以及新興媒體像是網路、電信業所帶來的衝擊，加上聽眾需求日益走向多元化、差異化，而數位化後傳播通道數量形式增加，有利於觸達分眾和小眾，節目產製如何控制成本又能達到多樣性，兼顧分眾、小眾市場，成為了核心課題。

在生產制度中，傳統大量生產制度能降低成本，但無法產出多樣化的節目，而採少量多樣的產品策略雖可以滿足顧客的需要，但往往使得產量減少，成本過高，不符經濟效益(王如蘭，2001)。模組化生產則是將產品分解為各種規格化次系統或單元(李友錚，2005)，分別設計、生產，再將次系統或單元組合在一起順暢運作，多樣化的產品其實是透過重覆的單元去重組、再生而成，這樣的做法可以降低成本且讓產製獲得極大的彈性，兼顧產品多元化與生產規模經濟的要求。

對類型廣播電台而言，數位科技帶來的 0 與 1 訊號標準格式和儲存、切割、重組、交換、傳輸、多功、再生、壓縮八大特性，讓節目內容容易於保存與傳遞，一旦內容產製完成後，還能透過重組再生讓節目內容產生新的生命力，數位科技的特性正有助於模組化運用於節目內容產製(謝宏暉，2004)。

類型廣播電台在聽眾需求多元、通道多元的趨勢下，加上數位科技的特性有助於實行模組化，節目產製發揮數位科技的特性走向模組化產製模式，以較少的成本創造最大量、多樣的節目內容，並依照不同通道中聽眾(消費者)的需求提供服務，會是業者努力的方向。

基於前述之研究動機，本研究欲探討的問題如下：

- 一、類型廣播電台節目模組化產製的現況為何？採用的模式與流程為何？
- 二、在數位化環境下，理想的類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程應為何？

第二節 研究宗旨與研究目的

本研究宗旨在於發展、建構一理想的類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。基於此宗旨，本研究之目的如下：

- 一、探討類型廣播電台節目模組化產製的現況。
 - (一)分析模組架構規劃的作法。
 - (二)分析節目中模組的種類、功能與規格。
 1. 剖析模組種類與功能的界定方式。
 2. 剖析制定模組規格所依據的原則。
 - (三)分析模組製作時採用的原則和方式。

(四)分析模組儲存與資料庫管理所掌握的關鍵因素。

(五)描繪模組組裝的各種形式。

二、構拼現行類型廣播電台節目模組化產製的模式與流程。

三、結合學理和數位科技的特性，建構類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。

(一) 結合學理及數位科技的特性，針對類型廣播電台節目模組化數位產製各階段作業技巧提出建議。

(二)統整研究結果，發展出理想的類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。

第三節 研究方法概述

本研究聚焦於剖析類型廣播電台節目模組化產製的現況，屬於橫斷式回溯性研究設計，從 2009 年 3 月回溯至 2008 年這段期間，透過對類型廣播電台節目產製橫切面的觀察，以獲得全面性的圖像。為解決研究問題、達成研究目的，研究方法上採用「質」(qualitative)化取向，重心在於分析、詮釋及呈現所發現之結果，希望了解業界目前的需求，並結合相關理論，研發出理想的類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。

研究者以立意抽樣依據研究目的選擇能夠為研究問題提供最大資訊量的研究對象。根據文獻探討，廣播節目模組化產製必先運用數位科技進行元素製作與儲存管理，故本研究抽樣策略採用強度抽樣，選取具有較高資訊密度和強度的研究對象一共六位，他們來自類型廣播電台，在節目產製領域都具有豐富經驗，熟悉數位科技設備的使用，也建置過資料庫，能為研究問題提供較豐富的資訊，進而反映類型廣播電台節目模組化產製的普遍現況。

由於將模組化生產運用於廣播節目產製屬於較新的研究主題，且先前與此主題相關的研究甚少，故適合以探索性研究做主軸。研究者選擇深度訪談以及文件分析兩種方法，來避免單一研究工具可能產生的缺失。希望透過廣播業界專業人士的深度訪談和次級資料的收集分析，對研究主題有更深入的了解，再結合理論和業界實務經驗，建立起一套類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。

第四節 研究流程

本研究的流程是先由研究動機形成研究問題和研究目的，接著從事文獻探討與理論回顧，探討的主軸在於模組化生產理論以及廣播節目產製相關理論，藉由文獻和理論的整理，釐清研究問題與目的，進一步建立起研究架構。接著確立研究方法與工具，依照研究目的選擇研究對象，發展合適的研究工具，透過深度訪談以及文件分析法，將獲得的資料整合，進行分析與討論，最後提出結論，建構類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程，並記錄過程中之研究限制與建議未來研究發展方向。

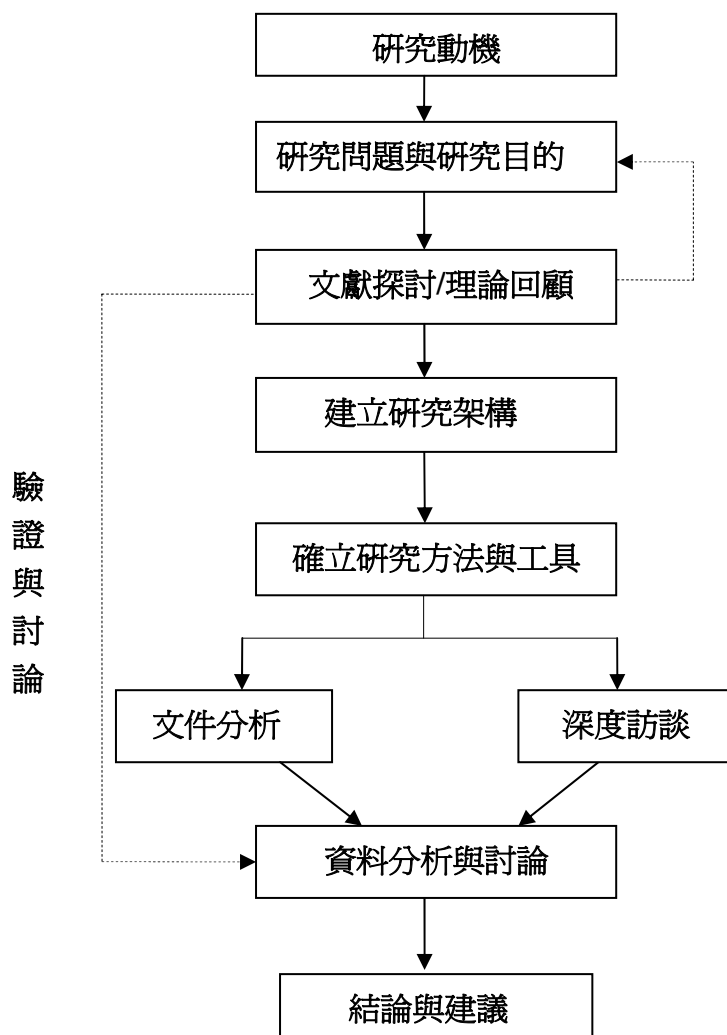


圖 1-1：研究流程圖 資料來源：本研究繪製

第五節 重要名詞定義

一、類型廣播電台

Keith(1987)說明類型電台就是節目元素的設計、製作與比例配置都能呈現出一特定型態，節目內容元素必須和選定的節目型態相呼應，以強化播出效果，建立電台的特色。Carroll(1993)等人認為類型電台(Format Station)，是指透過節目製作行為和各種元素的組成，達成產製者訴求某特定受眾的目標。關尚仁(1995)指出類型電台是以特定節目內容與呈現風格，針對特殊分眾的需求和喜好，製作特定

節目內容。Pringle(2006)等人認為類型(Format)是指電台用獨特的節目內容元素來訴求某一個特定的次群體，節目的組成有其主要的內容元素，訴求特定分眾比方：年齡、社經地位或族群等。

本研究定義的「類型廣播電台」乃指「為特定屬性的目標對象提供符合其需求與喜好的節目型態及內容。其節目內容是透過節目製作行為將各種元素組成一特定的類型型態。」

二、 節目

廣播節目的定義根據廣播電視法第二條第八款的規定：「稱節目者，指廣播與電視電台播放有主題與系統之聲音或影像，內容不涉及廣告者。」，所謂節目的意義，並未包括廣告在內。而廣義的廣播節目則是指「播音內容」，也就是聽眾收聽廣播時接收到的所有內容，是由許許多多的元素編排、連接而成。根據 Keith(1987)與 Donald M Davis(1993)分析，廣播節目內容元素包括：主持人、音樂、新聞、公共事務與資訊、運動、路況與氣象、廣告、促銷與競賽、台歌台呼。

結合廣播節目的廣義定義，廣播節目的組成可說是「主持人」加上「播音內容」--音樂、新聞、公共事務與資訊、運動、路況與氣象、廣告、促銷與競賽、台歌台呼。

本研究中的「廣播節目」則是採用廣義的定義方式，指的是由各種內容元素；音樂、新聞、公共事務與資訊、運動、路況與氣象、廣告、促銷與競賽、台歌台呼串連而成的播音內容。

三、 模組化

「模組化」就是將整個龐大的系統，先分割成一些較小的次系統，等到這些次系統分別獨立完成後，再整合成一個複雜的成品。「模組化」是一種產製策略也是一套產品多元加工產出的生產方式，在標準化的產製系統中，原型產品依其功能、物理架構、設計者目標等要素，分類切割成獨立的功能單元 (unit)，功能單元間

具相容性、可再利用性與擴充性，經重組與再利用後可組成新產品(謝宏暉，2004)。

綜合上述，「模組化」就是將原型產品依其功能、架構、機能等要素，分類切割、生產製作成獨立的模組單元。這些模組單元是由各種零組件組成的次組零件，具有既定的規格，經重組與再利用可組成新產品(謝宏暉，2004)。

四、模式

模式又稱「模型」，是對真實情況的近擬描述。可以是對一個物體或系統的不嚴格的圖解；也可以是用物理的、數學的或以其他方式高度抽象概括的有嚴密結構的圖或公式。Bill&Hardgrave(1973)對模式的解釋為「對外在真實世界所做的簡單化與理論化表徵」。模式本身有助於建構理論，模式使用於社會科學上具有組織、啓發、預測及測量四種功能(引自辛翠芸，2005)。而模式的產生是經過重複經驗的累積，在模式中必可發現其系統結構。本研究定義的「模式」是指用結構性的圖解或公式來描述廣播節目的產製。

五、流程

流程(Process)是指單一或多項的活動，其功能是轉變投入，並創造附加價值，以提供顧客所需的產出。流程具有投入和產出，投入包括人力資源(勞工和管理者)、資本(設備和設施)、購入的原物料和勞務、土地和能源等。流程提供產出給顧客，這些產出包括服務與資訊(潘昭賢，2005)。

若把廣播電台比喻為工廠，產品即是節目，產品的產製就是節目的產製，而廣播節目的產製流程就是把各種資訊組織、整合、編輯成有主題、有系統的作品，成為讓聽眾喜愛的廣播節目之工作過程(劉建順，2001)。

六、關鍵因素

在任何企業的策略管理系統中包含許多重要「關鍵成功因素」(Key Success Factors/KSF)，決定了企業能否生存與發展(許長田，2005)。關鍵是指一切事物的扼要部份，所謂關鍵成功因素係執行任何事情成功的竅門與決勝點，本研究簡稱

之為「關鍵因素」。