

行政院所屬各機關出國報告（出國類別：考察）

96 年節目人員赴荷蘭法國 考察報告

服務機關：國立教育廣播電臺

出國人：職稱 臺長

姓名 陳克允

出國人：職稱 節目組組主任

姓名 呂敏君

派赴國家：荷蘭、法國

出國期間：96 年 9 月 7 日至 9 月 14 日

報告日期：96 年 11 月 20 日

摘要

本次考察最主要目的是參觀荷蘭阿姆斯特丹之廣播電視多媒體科技國際大展 IBC 2007 (International Broadcasting Convention) , 藉由參觀國際大展瞭解相關產業發展最新趨勢 ; 另參訪法國國際廣播電台 RFI (Radio France Internationale) 與 RTL 盧森堡電台 , 與電台代表進行實務、觀念的印證溝通 , 實地瞭解法國當地廣播數位化推廣情況 , 希望藉由觀摩參訪 , 吸取其成功營運管理經驗 , 學習其運用數位科技 , 降低廣播成本 , 設計節目與多元數位內容 , 以提供聽眾現代化之廣播服務。參觀考察項目包括 : 電台經營理念與節目規劃策略、法廣廣播數位 DAB 及網路運用管理情形、廣播收聽率調查研究及聽眾服務活動情形、瞭解電台與節目行銷策略。

目次

壹、 前言-----	4
貳、 目的-----	5
參、 過程-----	6
肆、 參訪紀要-----	7
伍、 參訪心得-----	21
陸、 建議-----	23

國立教育廣播電臺節目人員赴荷蘭法國 考察報告

壹、前言

國立教育廣播電臺成立於民國 49 年，法定任務為闡揚國家教育政策政令、實施空中教學、推動特殊教育及職業教育、推動原住民教育、推展社會教育、協助學校推動廣播教育及其他有關教育廣播事宜，屬性為公營電台，定位在文教專業。

自從 82 年台灣廣播頻道開放後，市場競爭劇烈，公營電台面臨更多經營上的挑戰。有鑒於此，近年來，本臺除製播精緻的文化教育節目以滿足國人終身學習需求外，更致力於增值服務的創意規劃，例如，利用網路隨選隨聽彌補無線廣播收訊死角的缺憾，運用文字、圖形、影像豐富節目的內容，設立主持人部落格加強與聽眾互動，提供聽眾下載講義教材以強化廣播教學效果等，希望以現代化科技的技術符應現代學習社會的多元需求。

為持續推動廣播數位化，瞭解先進國家數位廣播最新經營模式與發展脈動，並與世界先進國家傳播科技發展接軌，

本臺規劃考察計畫，期透過參訪方式，吸取國際發展經驗。本次出國計畫，由本臺臺長陳克允及節目組主任呂敏君，於本（96）年9月7日（星期五）至9月14日（星期五）前往荷蘭及法國參訪。期間承蒙外交部駐荷蘭代表處王代表豫元、呂秘書國霞與新聞組陳秘書宜銘協助聯繫、熱誠接待，駐法國台北代表處呂代表慶龍、劉副代表時之、文化組李組長蜀鄭、新聞組董組長竹英悉心安排參訪行程、接待與翻譯，特藉此一隅致申謝忱。

貳、目的

本臺 96 年赴荷蘭及法國出國考察計畫，主要是參觀廣播電視多媒體科技國際大展 IBC 2007 (International Broadcasting Convention)，期藉由參觀國際大展瞭解數位廣播 DAB (Digital Audio Broadcasting) 發展及相關產業發展最新趨勢。另參訪法國廣播電台亦是此行重點，在行程規劃上，分別安排參訪性質完全不同的公營電台及商業電台。由於法國的法國國際廣播電台 RFI (Radio France Internationale) 屬於國家電臺，與本臺亦是長期節目交流合作夥伴，希望藉由參訪該臺，了解其運用數位科技設計節目與多元數位內容情形，汲取其成功經營經驗；而歐盟國家

頗具知名度的 RTL 廣電集團，成功的商業經營模式有目共睹，藉由參訪，了解其運用資源與整合行銷的手法，提供聽眾現代化之廣播服務。主要考察項目包括：

- (一) 參訪 International Broadcasting Convention(IBC) 展覽會，瞭解最新廣播設備及工程技術發展情形。
- (二) 參訪法國廣播電台，瞭解電台經營理念與節目規劃策略
- (三) 瞭解電台與節目行銷策略
- (四) 加強海外跨媒體合作

參、過程

本次出國考察自 96 年 9 月 7 日（星期五）至 9 月 14 日（星期五），參訪荷蘭 IBC 2007 展與法國電台均事先參閱網站等相關資料並由駐荷蘭代表處、駐法國台北代表處事先接洽安排，行程簡述如下：

9 月 7 日（星期五）搭機抵達阿姆斯特丹

9 月 8 日（星期六）參觀 IBC 2007 展覽會

9 月 9 日（星期日）參觀 IBC 2007 展覽會

9 月 10 日（星期一）抵達法國巴黎

9 月 11 日（星期二）參訪法國國際廣播電臺（RFI）、盧

森堡廣播電臺（RTL）

9月12日(星期三)參訪巴黎文教機構

9月13日(星期四)搭機返國

9月14日(星期五)抵達桃園國際機場

肆、參訪紀要

一、參觀展覽：2007廣播電視多媒體科技展(IBC)

IBC展每年9月在荷蘭阿姆斯特丹(the RAI Exhibition and Congress Centre in Amsterdam)舉行,是歐洲最大的廣電專業展覽,也是國際間廣電主流廠商以及專業人士交誼

聚會與資訊流通的重要平臺。從1967年開辦的IBC展,迄今剛好是40周年,今年有來自130個不同國家,超過46,000人參與盛會,把阿姆斯特丹擠得水洩不通,飯店旅館更是一位難求。



台長陳克允(右)詢問廠商有關傳輸設備問題。

IBC 2007同時舉辦的研討會(9月6日至10日),討論之五大議題包括:寬頻傳播(Broadcasting by Broadband)、全球傳播市場(Global Broadcast Markets)、數位生活



廠商朝向研發單一系統 (All in One) 解決電台聲音處理的需求,包括數位剪輯軟體、電腦、麥克風、混音器等,目標就是打造一個數位化錄音室。

(Digital Lifestyles) 內容產品 (Content Production) 和數位劇院 (Digital Cinema)。

今年展覽 (9月7日至11日) 的熱門主題有數位劇院 (D-Cinema) 行動電視 (Mobile TV) 數位簽

章 (Digital Signage) 網路電視 (IPTV) 與大螢幕 (IBC Big Screen)。參展的廠商約有1300家,分別在12個展示大廳,包括電視廣播頭端系統傳輸設備、終端接收設備、數位廣播傳輸與製播設備 廣播系統管理設備 數位電視內容製作設備 電視廣播平台等,專業器材琳琅滿目。

雖然展覽會參展廠商眾多且場地廣闊,不過由於出國前已有規劃,因



可放在手掌上的攜帶型麥克風處理系統,小巧玲瓏。

此，此次參觀著重於第 7 廳的後製作設備和新媒體區，以及第 8 廳的音響與廣播區。其中第 7 廳的 Harris、Adobe、Apple 等大廠均設置相當大空間的展示。另外第 8 廳的 Omnibus、DMT、Netia、Miranda 等公司，展示的設備也令人耳目一新，印象深刻的是共塔設備、數位化錄音室設備與攜帶型收音器材。以當前數位化廣播趨勢來看，各家廠商均是朝向一套解決電台聲音處理的需求（All in One）來做系統設計，包括數位剪輯軟體、電腦、麥克風、混音器等，目標就是打造一個數位化錄音室。



駐法國台北代表處代表呂慶龍（中）帶領本台台長陳克允（右）及節目組主任呂敏君（左）參訪法國國際廣播電台，背景為該台圓弧形建築。

二、拜會單位：

- （一）法國國際廣播電台
（ Radio France
Internationale,
RFI)

1. 電台定位與任務

法國國際廣播電台（Radio France Internationale）中文簡稱法廣，位於巴黎的一棟現代化圓弧形大樓，是戴高樂總統在

1960 年代所興建，建築物無論外部、內部走道、錄音室、辦公室隔間等線條都是圓弧形，法廣國際事務處的處長喬治羅利（George Lory）表示，當初設計的理念就是認為「傳播首重良好溝通，而圓形是便於溝通的。」因此設計而成了法廣具特色的圓弧形建築物。

2000 年組織章程中明文規定法廣的任務在於「針對國外聽眾與海外法國公民，設計製播法語與其他語言廣播節目以傳播法國文化。」因此，法廣播送的節目內容以法語新聞及國際時事為主。

2. 電台歷史沿革

1974 年 7 月，法國廣播電視法將當時唯一的一家電視台，也就是公營的 ORTF（Office de Radio diffusion Television Francaise）變成 7 家獨立自主的公司，包括 3 家國營電視台，1 家廣播電台 RF（Radio France），1 家負責無線廣播電視傳輸的公司，1 家半民營的製作公司以及 1 家保存視聽資料的公司。1983 年法廣 RFI（Radio France Internationale，）再由 RF（Radio France）獨立出來，1986 年正式成為獨立的國營廣播電台。

3. 電臺組織與經費預算

法廣為國營廣播電台，由法廣董事會 (RFI Board) 管理，董事會的成員共有12人，董事長由法國最高視聽委員會 (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) 任命，任期5年。

董事長下設秘書長、顧問、研發處、傳播處、世界服務處、非洲服務處、多媒體服務處、法語節目處、外國語節目處、國際事務處、聽眾調查研究處、資訊系統處、公關處、人力資源處、會計處等單位。



法廣國際事務處處長 George Lory (左一) 率領該台節目、資訊等重要業務單位主管與本台考察團舉行座談，交換意見。



本台台長陳克允 (左四) 與法廣國際事務處處長 George Lory (左五) 於參訪後互贈紀念旗幟。

法廣經費由國家預算支應，一年的總預算約1億2千8百萬歐元，其中59%由外交部支付，40%來自收取家戶的電視費，其餘1%則是其他如廣告等少數收入。法國的廣電法容許法廣播出商業廣告，不過

上限是不得超過年度總預算的8%。正如一般國營單位，法廣的人事費用占總預算的53%，亦是沉重的負擔。

4. 節目製播與人才培訓

法廣屬於國際廣播媒體，包括法國與海外員工共有1013人，全職人員約有830位。由於節目以新聞及國際時事報導為主，因此記者就有450餘人，加上散佈世界各地的海外特派員300餘人，每日製播節目24小時，每半小時就播出1檔新聞，內容以國際事件焦點新聞為主。由於在法廣全球4千5百萬聽眾群中，非洲聽眾將近有2千5百多萬人，占絕大多數，因此每天早晨同步播出西非、中非等非洲新聞。法語新聞的主題以政治、經濟、法國選舉年等占最大宗。整體而言，節目的製播以輕薄短小的單元為特色，除了新聞外，還包括生活資訊、健康醫療、文化、婦女



法廣節目人員製播現場節目情形。

議題等多元內容。

節目時段規劃多以30分鐘為基準單位編排，主要以19種語言向海外播音，不過巴黎地區也可以收聽得到。19種語言為阿爾巴尼亞語、阿拉伯語、保加利亞語、柬埔寨語、西印度群島語、中國普通話（國語）、英語、德語、寮國語、波斯語、葡萄牙語、俄語、南斯拉夫語、西班牙語、土耳其語及越南語。其中，法廣外國語節目處的處長Barbel Moser女士表示，目前除了保加利亞語節目外，其餘的外國語節目都在法國境內製作錄製。對於法廣能擁有大批優秀外國語言節目製播人才，實令人讚嘆，透究其原因，法廣為員工開闢許多廣電媒體相關培訓課程，例如新聞採訪、主播播報、節目製作、數位科技、網路多媒體等主題課程，形式包括工作坊、研討會等，每年培訓將近3,000人次。

5. 發展數位新媒體

數位廣播（Digital Audio Broadcasting）在歐洲的發展最早，技術也最領先。1997年法國在巴黎地區正式開始數位廣播系統的運作，當時的法國廣播公司RF（Radio France）是首要的推動者，透過租用的數位廣播的頻道，播

出旗下包括法廣RFI等相關頻道的節目。2001年，有鑑於具特色的各種外國語言節目沒有機會在法國本土發聲（巴黎除外），為了服務法國境內的外國人士，也為了讓一般聽眾拓展國際觀，法廣RFI積極發展數位廣播節目製作。可惜的是多年的努力嘗試後，由於數位廣播接收機一直無法普及，市場無法突破，目前法廣已放棄DAB與DRM的試播，轉而發展新媒體。

法廣為了因應數位與新資訊傳播科技變革，調整組織結構，2006年成立了多媒體計畫小組，期望豐富網路廣播和其他新媒體的內容，來面對未來廣播市場的挑戰。法廣資訊系統處處長Tuncer Akyurek告訴我們，該小組體認到多媒體時代來臨後，內容將是最關鍵的改變，而擁有處理國際新聞的專家、了解非洲與中東事務、多語言與廣播即時性等優勢的法廣，在自我評估後，毅然決定投入發展新媒體內容。目前法廣設立專責的多媒體



法廣網站首頁，每月有 2 百萬人次的高點閱量。

服務處 (Multimedia Service) 推展相關業務，除了傳統廣播外，結合文字、聲音、圖像等數位化內容，透過固定或行動網路、電子報、RSS訂戶、行動電話與podcast等提供服務。另外，所有的數位內容也透過數位平台分享傳送，並與唱片公司和出版社等合作夥伴共同發行CD、書籍等。單就網路而言，法廣每月就有2百萬人次的使用者點選運用法廣節目，績效相當耀眼。

6. 聽眾服務與行銷活動

法廣4千5百萬的聽眾遍布全球，其中非洲2千5百萬，人數最多，其次是中東近東地區約1千萬人，拉丁美洲聽眾約370萬，歐洲聽眾2百萬，亞太地區聽眾約150萬，北美洲聽眾約35萬。為了解聽眾需求，法廣在14個地區的首都設定年度指標，長期追蹤收聽情形。

在聽眾互動的服務上，法廣主要以電子郵件與聽友互動，每年收到聽眾的電子信函高達10萬封信。此外法廣為聽眾成立RFI Club，還配合各地區文化差異，開闢網路論壇，與聽眾討論互動。配合事件發生，召開記者會、辦理展覽會、音樂會、比賽等，以活動行銷電台，強化聽眾互動，例如法

廣每年在拉丁美洲地區頗具知名度的「西班牙文學獎」活動，成功的建立法廣知名度，同時對於西班牙文學創作的推動，居功厥偉。

（二）RTL盧森堡廣播電台



1. 電台簡介

RTL 集團是歐洲最大的電視/廣播電台及製作公司。該媒體集團的總部設於盧森堡，在歐洲 10 個國家經營電視頻道及廣播電台。RTL 在法國經營 MC6 電視台，廣播則有盧森堡電台(Radio Luxembourg)。今天的盧森堡電台已名列歐洲最流行的電台之列，每天有 700 萬聽眾收聽節目，其收聽率經常位居法國電台榜首。

盧森堡電台的建築物外觀裝飾螺旋式的圖案，顯現一種前衛式的流行感。走進大門，長廊兩側牆面布置該台各個重點節目主持人的相片海報，海報中



盧森堡電台大門入口長廊兩側牆面布置該台各個重點節目主持人的相片海報。

並留有主持的親筆簽名及給觀（聽）眾的一句話，在簡單的設計中展現多元活潑的節目氣息。

2. 組織與成員

盧森堡電台經營的廣播頻道包括綜合台、音樂台與 Fun Radio。RTL 綜合台主要以新聞和生活資訊為主，RTL2 屬於成人音樂台，Fun Radio 則針對年輕人設計，以流行音樂為主。員工總共約有 700 人，其中記者 135 人，節目人員約 300 人。

3. 節目規劃與內容特色

盧森堡電台屬於都會型電台，結合都會生活型態的節奏規劃節目，早晨和上午的節目內容時效性強，節目長度較短，有幾分鐘的，有 1 小時的，並不一致。下午節奏漸緩，節目長度多為 1 小時。晚餐時間節目節奏再度變快，直到夜間 10 點以後漸又舒緩下來。

節目內容貼近生活，主題豐富多



透過大型落地隔音玻璃，可以清楚一覽盧森堡電台現場節目製播情形。

元，包括醫藥健康、休閒娛樂、烹飪美食、購物情報、占星術等應有盡有。以節目規劃策略而言，屬於新聞、音樂、生活實用資訊、娛樂、遊戲和溝通互動等綜合性，目標聽眾年齡層設定在 25 歲以上，但無特別嚴格界定。

4. 收聽率調查

由於盧森堡電台是商業經營模式的電台，廣告是主要收入來源，故非常重視收聽率調查。負責接待我們的盧森堡電台副總經理 Charles-Emmanuel BON 表示，電台每年委託民調公司進行深度聽眾調查研究 1 次，問卷題目約 100 題，調查內容包括電台政策、主持人的表現、播音內容、收訊情形等。基本上採用電話訪問方式，每天進行的電訪約 300 至 400 通電話，原則上有效的樣本數為 12600 份，藉以了解主持人的表現、聽眾的滿意度等，並與友台節目



由駐法國台北代表處呂代表慶龍（右二）率領本台考察團陳台長克允（左一）、節目組呂主任敏君與盧森堡副總經理 Charles-Emmanuel BON（左二）於參訪後合影留念。

互為比較。收聽率的排行榜還會定期公布，通常收聽率下降的節目主持人會承受頗大的壓力。

5. 數位科技運用

在數位科技運用上，盧森堡電台積極推動的是網路數位內容，由於 RTL 集團的內容製作主力軍 Fremantle Media 公司每年製作 8000 多個小時的節目，如黃金時段的戲劇、連續劇、娛樂節目、真實故事和喜劇等，這些節目不但叫座而且叫好，經常獲得節目大獎，而這些大量的獲獎節目成為數位典藏後，相對的豐富了網站的內容。

在數位資源共享部分，由於電視與廣播特性不同，盧森堡電台無法大量運用電視節目的資源，因此目前僅有 2 個節目，「大審判」節目及足球運動，是廣播和電視共同合作的



盧森堡電台網站，每月有數百萬人次造訪點閱。

節目。以廣播節目的製作而言，盧森堡電台除了傳統廣播節目製播外，增加製作節目相關的文字、圖像資料等，建置於網站

中，並提供 Podcast 服務。至於數位音訊廣播 DAB 部分，盧森堡電台副總經理 Charles-Emmanuel BON 表示，目前 DAB 推動計劃已經停止。

6. 行銷活動

盧森堡電台的行銷方式通常在節目中自我推銷或設計活動，鼓勵聽眾參與，刺激收聽率。另外還結合每週出刊的電視週刊，加強宣傳。

該台節目與聽眾互動的活動，設計非常多元活潑，且大量運用。這在參觀該台現場節目製播時即可看出，基本上盧森堡電台任何一個製作現場節目的播音室，除了基本配置的副控室外，還區隔出 Call-in 服務區，服務區內至少配置有 6 至 10 具電話，由節目助理負責接聽並過濾，提供互動服務。助理們除了利用麥克風與播音室內的主持人溝通外，亦可



參觀時探看盧森堡電台現場節目的助理們，在 Call-in 電話服務區內忙碌的接聽電話。

以鍵盤輸入來電聽眾之基本資料，透過電腦螢幕顯示的方式通知播音室內的主持人，以確保節目進行順暢。

伍、參訪心得

此行參訪的行程緊湊，除了參觀廣播電視多媒體科技國際大展 IBC 2007 外，僅拜會了法廣及盧森堡電台，由於兩家電台分屬的集團組織龐大，例如法廣 RFI 屬於法國國家廣播集團，盧森堡電台屬於 RTL 廣電集團，旗下均有電視和廣播，因此僅能就部份廣播業務切入了解，無法一窺全貌。雖然只是短暫停留參觀，但對法國傳播媒體重視精緻文化傳承與專業嚴謹分工的態度，留下印象深刻。參觀心得簡要歸納如下：

一、廣播設備全面數位化時代來臨

此行參觀廣播電視多媒體科技國際大展 IBC 2007，在廣播部份，從收音設備、編輯系統、播出系統、發射系統、音頻處理、傳輸設備等新產品研發，整體而言廣播已全面邁向數位化發展，數位化技術提供了更高品質的應用處理。至於號稱明日之星的數位廣播 DAB，雖然高音質、免雜訊及多媒體服務的特色十分吸引人，然而卻無法形成夠大的經濟規模，其前途尚未可知。

二、專業細緻分工重視精緻文化傳承

不論是屬於法國國家廣電集團的法廣，或是屬於 RTL 廣電集團的盧森堡電台，都用高成本製作文化節目，由於法國人視文化精緻節目為法國文化傳承之重要工具，因此重金延攬專業人士製作節目，成立節目製作小組團隊，讓節目小組成員各盡其職，專心一致盡情發揮。除了製作精緻文化節目外，也辦理各式藝術與文化活動或比賽，提升文化水準，傳遞法國文化。

三、數位典藏提供多媒體服務

由於看到未來媒體融合新趨勢，法廣及盧森堡電台均大量使用網路多媒體服務以吸引更多網路新貴加入聽眾行列。例如新聞的編、採、播，除了提供用耳朵聽的廣播新聞之外，更加入相片、圖表、文字內容等，建置於網站資料庫中。優良精緻的節目也運用數位科技保存，建立數位資料管理系統成為數位典藏，增進傳播效益。

四、促進國際合作機會

由於法廣本質即為國際短波電台，目標聽眾群即為國外聽眾與海外法國公民，對於國際合作案之推動向來十分積極，本臺亦是長期節目交流合作夥伴。而盧森堡電台是歐盟

RTL 集團之一，跨國或跨媒體的合作經驗豐富，未來更可提供本台合理使用法語教學節目資源，加速國際化的腳步。

陸、建議事項

此行參訪的法國兩家電台一為公營電台，一為商業電台，兩相比較下各有其廣播經營理念與節目製播之經驗與長處，可作為本台改進的參考，茲將考察心得歸納建議如下：

一、強化多媒體服務以增加閱聽人數

面對使用網路的人口逐漸超越廣播收聽人口的重大環境變化，本臺一直以來都以正向態度接受挑戰，運用數位技術處理廣播節目，建置成資料庫以強化網站內容之經營，這和法廣及盧森堡電台 2 家電台的處理方式不謀而合。此次參訪看到法廣表現相當積極，大刀闊斧調整組織，成立多媒體服務處，增加人力與預算，大量開發新數位內容服務聽眾，以吸引網路潛在聽眾群，成功提升網路瀏覽點播率及節目收聽率。

本臺網站迭經努力已略具規模，體質健全。可惜心有餘力不足，建議投注經費與人力，有系統的規劃與分類，將本臺廣播節目數位典藏，同時發揮創意，以舉辦活動或開發文字、圖像等新數位內容等方式來服務聽眾。

二、 辦理精緻藝術文化節目與活動以提升文化水準

本臺屬於國家級的電台，定位為文教專業的廣播頻道，本就負有傳承文化之使命感與責任感。為製播精緻的文化節目，應加強相關人才的延攬培訓。除了全方位培植節目人員主持、剪輯、配樂、企劃、編撰等廣播技術能力外，建議嘗試辦理全國性藝術、音樂、文化等競賽，例如法廣頗具知名度的西班牙文學獎創作比賽，或是結合發揮廣播特質的朗讀比賽、音樂比賽等，提供舞台讓優秀藝術文化人才得以展現能力與才華，引起社會重視，提升我國藝術文化水準。