

出國報告（出國類別：考察）

新加坡新傳媒集團面對新媒體衝擊 之因應與借鏡

服務機關：國立教育廣播電臺

姓名職稱：節目組採訪員朱玉娟

派赴國家：新加坡

出國期間：104年9月2日至5日止

報告日期：104年10月20日

摘要

網路與行動裝置普及帶來新媒體衝擊，讓傳統媒體報紙、廣播、電視措手不及，這不只發生在國內，也在宣稱要成為全球媒體中心的新加坡發生。

不過，新加坡媒體發展局在 2009 年便推出了「新加坡媒體融合計劃」，投入 2.3 億新幣(相當 52.9 億台幣)，要把新加坡打造成為媒體融資、媒體交易、媒體應用和媒體服務功能的亞洲媒體商業中心，在新加坡最大也是以官股為主的媒體集團-新傳媒私人有限公司(MediaCorp，簡稱新傳媒)，也配合政策積極轉型，像新傳媒旗下唯一的資訊頻道-958 城市頻道，在思維、內容、平臺及商業模式上力圖求新求變，新傳媒旗下的訓練機構-傳媒學院(Singapore Media Academy)也積極開拓海外市場。

此次考察後發現，同樣受到新媒體衝擊的國立教育廣播電台，在資源無法大幅增加及人力有限的情況下，想採行新傳媒的轉型策略仍力有未逮，但在組織整合、內容及網路平臺上仍有可以參酌的改進空間。

目次

壹、緣起與目的.....	1
貳、考察過程.....	3
參、考察心得.....	13
肆、考察建議與結論.....	21
伍、參考文獻.....	24

壹、緣起與目的

一、緣起：

此次考察選擇新加坡新傳媒集團的原因如下：

(一) 傳統媒體受到數位匯流浪潮衝擊

數位匯流浪潮來襲，民眾接受訊息習慣改變，國內的傳播事業面臨衝擊，從媒體總廣告量的分配比例就可以一窺究竟。根據動腦雜誌發表的 2014 臺灣總廣告量調查報告顯示，雖然廣告量最多的仍然是電視，但傳統媒體下滑的程度卻令人憂心，其中電視廣告量比 2013 下滑 2.8%，報紙下滑 5%，雜誌廣告下滑 7.5%，廣播廣告下滑幅度最大，達到 10%。而相較傳統媒體，網路與行動裝置等新興數位媒體廣告量則分別比去年成長 16%及 100%（動腦雜誌，2015），顯見傳統媒體的生存已經受到衝擊，其中又以廣播受到的影響最大。

雖然公營電台非商業性電臺，沒有廣告的問題，但根據動腦雜誌觀察 2012 年至 2015 年第一季的廣播大調查發現，過去七天內，廣播收聽聽眾廣播設備使用情形，透過汽車音響以及一般收音機收聽比例皆有所減少，其中以一般收音機廣播設備減少較為明顯，呈現超過 10%的下滑（動腦雜誌，2015），因此屬於公營電台的國立教育廣播電台（以下簡稱教育電台）同樣受到威脅，面對閱讀、收聽、收視行為的改變，國內已經有傳統媒體開始轉型經營，比如聯合報系及蘋果日報在新舊媒體的融合與創新上，因為洞察先機，已有亮麗的表現，聯合新聞網 2013 的總廣告量已經超越聯合報系中的某份報紙，蘋果日報每月網路加行動廣告的營收，亦已經達到 4 千萬到 5 千萬元（中國新聞學會，2015），這也顯示只要傳統媒體能成功與新媒體匯流、融合，仍能拓展生存空間。

(二) 新加坡政府打造亞洲媒體商業中心

數位匯流的衝擊不只出現在國內，也在全球各地發生，為因應變化並

打造新加坡為全球媒體中心，新加坡政府針對媒體產業發展進行推陳出新的變革，新加坡媒體發展管理局(MDA)推動包括整併簡化補助計畫、建置緯壹媒體城(Mediapolis)、制訂媒體及資通訊產業發展宏觀藍圖等，其中最大的計劃就是新加坡媒體發展局 2009 年推出了「新加坡媒體融合計畫 (Singapore Media Fusion Plan, SMFP)」，投資 2.3 億新幣，約 52.9 億元台幣，希藉此形塑新加坡成為媒體商業中心(media business center)，從事媒體產業的融資、製作及交易活動；同時致力發展先進數位媒體科技，以及透過國際網絡行銷新加坡媒體內容及服務。

2008 年新加坡政府宣布在緯壹科技城(Mediapolis@one-north)內興建占地 19 公頃的媒體城(Mediapolis)，目的在打造動態性的國際性數位媒體中心，目標將新興媒體科技、內容、服務及應用透過 Mediapolis 媒體城孕育、包裝、產業化及國際化，而新加坡以官股為主的媒體集團新傳媒集團(MediaCorp)也將進駐（國貿局，2015）。

二、目的：

由於新加坡政府有計畫的建置新加坡成為全球媒體中心，新加坡新傳媒集團勢必跟著轉型經營，並因應數位匯流衝擊，因此選擇新加坡新傳媒集團所屬唯一的資訊廣播頻道-Capital 958 城市頻道（內文均簡稱 958 城市頻道）參訪，另外，成為全球媒體中心勢必要培養人才，此行也參訪了新傳媒集團旗下的傳媒學院（Singapore Media Academy），希望也能提供給負有廣播教育任務的教育電台參考。此行考察目的如下：

- （一）瞭解新傳媒廣播頻道如何因應新媒體浪潮的衝擊，在節目的製播、行銷及電台營運上，如何導入新科技及新媒體的思維，以作為本臺未來節目製播、電台行銷之參考。
- （二）瞭解傳媒學院如何培訓媒體人才，以作為本臺推動廣播教育或增加營運項目之借鏡。

貳、考察過程

一、考察行程：

日期	行程
9月2日(星期三)	去程(臺北→新加坡)
9月3日(星期四)	參訪新傳媒集團及所屬 Capital 958 城市頻道
9月4日(星期五)	參訪新傳媒集團所屬新加坡傳媒學院
9月5日(星期六)	返程(新加坡→臺北)

二、考察紀要

此次考察共計 4 天 3 夜，由於至新加坡的飛行時間約 4-5 小時，扣除前後兩天搭機時間，總計在兩天的時間內分別拜訪新傳媒集團廣播部門（主要為 958 城市頻道）及傳媒學院，以下按照考察時間順序敘述交流過程。

(一) 新傳媒集團

1. 時間：9月3日下午 14:00-17:00
2. 訪談人員：958 城市頻道節目總監溫國賢、執行編導及主持人黃淑君。
3. 紀要：

新傳媒集團目前不分廣電部門都集中在 Andrew Road，在抵達新傳媒集團後，參觀了新傳媒的廣播部門，新傳媒旗下共有 13 個頻道，每個頻道都有自己的定位，鎖定的收聽族群對象各有不同，如表 2-1。

表 2-1

頻道名稱	定位
938LIVE	新加坡唯一的英語新聞及資訊臺
987FM	廣受年輕人歡迎的電臺，電臺主持人在娛樂聽眾之際，也播放美國、英國及新加坡排行榜上的流行歌曲。
CLASS 95FM	新加坡最受歡迎的英語電臺，為聽眾播放 80 年代至今的英語流行金曲。
GOLD 905	播放英語懷舊歌曲的電臺，為 35 歲以上的聽眾選播耳熟能詳的不朽金曲。
LUSH 99.5FM	走都會高雅路線的電臺，主要播放都會音樂以及新爵士樂。

SYMPHONY 92.4FM	新加坡主要的古典音樂電臺。除了能欣賞世界級交響樂團所演奏的交響樂，聽眾也能聆聽近期優秀音樂家的作品。
CAPITAL 95.8FM	為聽眾提供華語新聞及資訊的電臺，除了播報新聞、提供財經及生活資訊節目外，也播放 80 至 90 年代的歌曲。
頻道名稱	定位
LOVE 97.2FM	播放 80 年代至時下聽眾最愛的華語流行金曲的音樂電臺
YES 933	頂尖流行音樂電臺 YES 933 是新加坡收聽率最高的電臺，聽眾不但能收聽到時下最新及最流行的歌曲，也能獲知最新的娛樂資訊。此外， YES 933 也主辦彙集頂尖歌手及音樂人的年度流行音樂盛事——新加坡金曲獎。
RIA 89.7FM	播放馬來語、英語及國際流行歌曲的音樂電臺。
WARNA 94.2FM	播報馬來語新聞、娛樂資訊與雜誌性節目之外，也能欣賞不同時代的馬來語歌曲。
OLI 96.8FM	全天為印度族群提供新聞、生活資訊和印度歌曲的電臺
96.3FM	本地唯一專為外籍人士而設的電臺，播放法語、德語、日語、韓語和興地語音樂與節目。

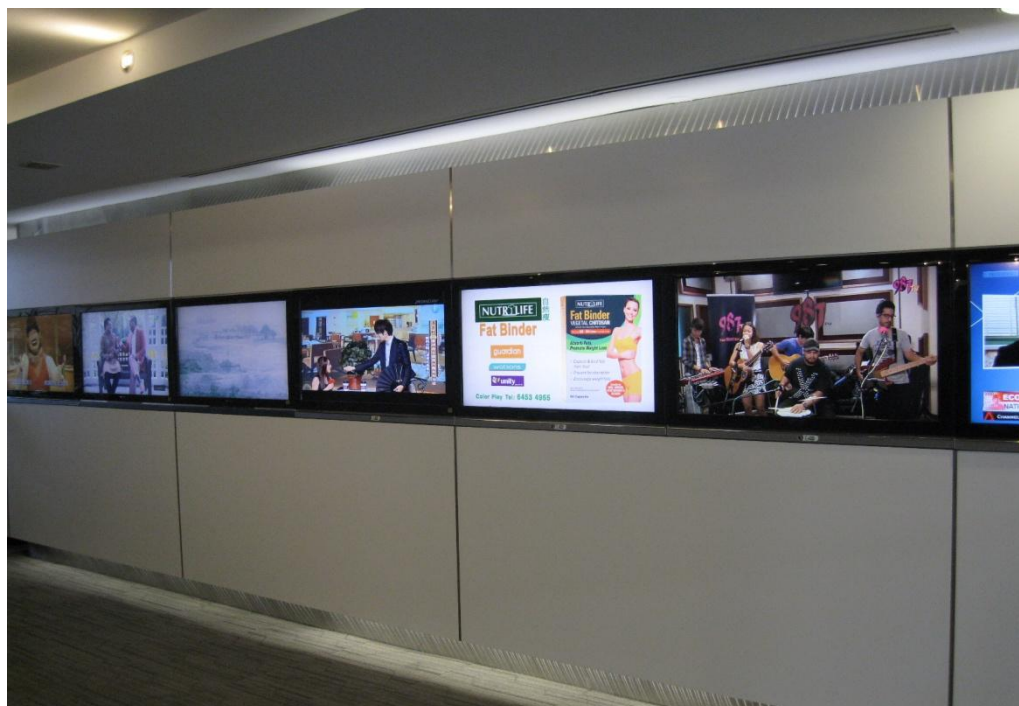


圖 2-1 一進入新傳媒集團大廳即可看到其電視頻道正播出之節目看板。

雖然此次參訪主要是參觀與國立教育廣播電台屬性比較接近的城市 958 頻道，但在參觀其廣播部門的過程中剛好看到其他兩個電台的現場播音室（圖 2-2），其中 987FM 已進階到廣播錄音室即是攝影棚的概念，訪

問到歌手時，會在錄音室裡同步拍下現場演唱實況並上傳至 Youtube，讓電台粉絲們固定訂閱，目前固定訂閱人數已達三萬多人(圖 2-3&圖 2-4)。



圖 2-2 新加坡唯一英語新聞及資訊臺 938LIVE 節目主持人正在現場播音



圖 2-3 987FM 的錄音室攝影棚



圖 2-4 987FM 影音在廣播及網路播送，粉絲除了聽，也可隨時上網觀看

此次在新傳媒集團的參訪主要由城市 958 頻道(CAPITAL 95.8FM)溫國賢總監帶領，除了參觀旗下各廣播頻道的錄音室外，最主要的重點還是參觀城市頻道的錄音室、現場播音室、路況中心，並與下午 2 點「一品下午茶」現場節目主持人一莎交流，在節目播出歌曲及單元的空檔交談，瞭解其作業模式及平時工作內容。

958 城市頻道主要以報導新聞、路況、財經、健康、醫藥、生活資訊為主（如圖 2-5），主持人的節目時段為 3 或 4 個小時，上下班尖峰時間為雙人主持，其餘為一個人擔綱。節目除了固定播報新聞的時間，也會有路況資訊的穿插，單元長度 5-45 分不等，單元會與音樂穿插，下午時段音樂的占比高過於上下班的尖峰時段，節目從早上 6 點到晚上 12 點均以現場為主，午夜 12 點過後則排播音樂。

參觀完錄音室及播音現場（如圖 2-6）後，在會議室中也與溫國賢總監、執行編導兼晚間 5-7 點節目主持人黃淑君座談，針對該頻道所面臨的新傳媒衝擊及因應之道進行討論，座談內容將於下節心得部分詳述。



圖 2-5958 城市頻道節目內容以新聞、路況、財經、醫藥、生活資訊為節目主軸，此為其宣傳海報之一。



圖 2-6 城市頻道「一品下午茶」節目主持人一莎正在現場自控自播，利用其播歌曲及單元的空檔與其交流討論工作內容。



圖 2-7 結束在新傳媒廣播中文頻道的考察後與溫國賢總監合影

年底前新傳媒集團即將搬遷到到媒體城(Mediapolis@one-north)的新辦公園區，此行參訪應該可為搬遷前的廣播部門留下紀錄。

(二) 傳媒學院

1. 時間：9月4日上午09：00-12：00
2. 訪談人員：傳媒學院副總裁陳雋暉、副經理翁艾薇
3. 紀要：

傳媒學院（Singapore Media Academy）與新傳媒集團的廣電部門在不同區域，廣電部門需要占地較大的空間，故離地鐵站較遠，而傳媒學院為了讓學生上課方便，地點就位在 Merchant Road 上的地鐵站旁邊的一棟商用辦公大樓內，傳媒學院位在辦公大樓中的其中一層樓，有約 10 間左右的教室（如圖 2-8&2-9）。



圖 2-8 教室一隅



圖 2-9 教室中學生正在討論

到傳媒學院參訪是由傳媒學院副總裁陳雋暉、副經理翁艾薇接待，他們仔細的介紹了每間教室的功能及設備，比如影音剪接班一定有每個人專屬的影音剪接機（如圖 2-10&2-11）。



圖 2-10 影音剪接教室



圖 2-11 每人專屬的影音剪接機

而培訓電視攝影、導播、主播、記者等電視專業人員也會有電視攝影棚可以實地操作，當天剛好有一班學生正在電視攝影棚內製播節目，每個人各司其職的實地操演，為避免被中斷，該教室因此無法入內參觀。另外，傳媒學院也訓練廣播人才，有跟廣播電台一樣的廣播剪接及播音室（如圖 2-12&2-13），也有演員訓練班所需的可供表演及舞蹈訓練的兩

用教室等（如圖 2-14）。

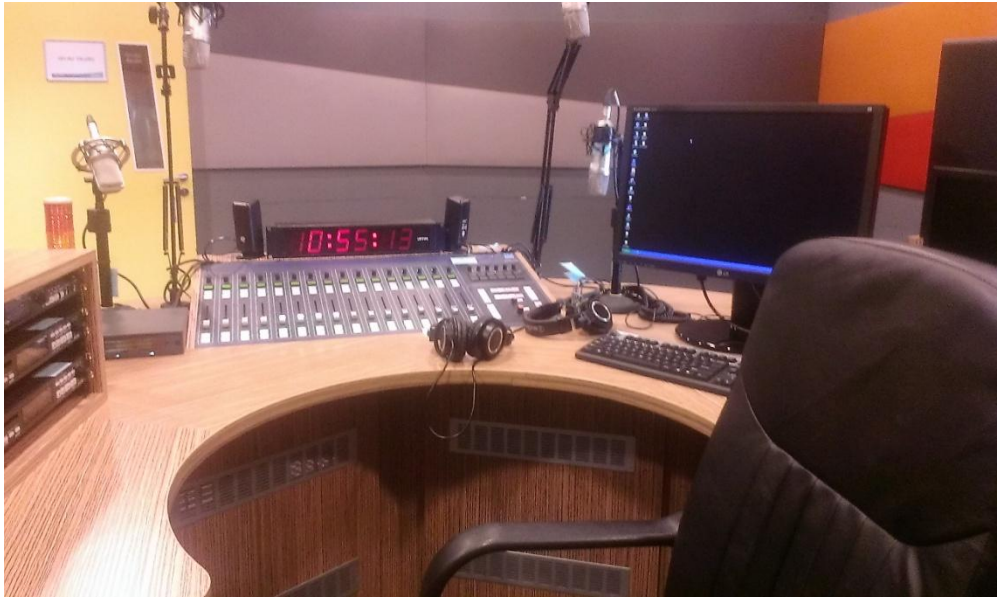


圖 2-12 廣播播音室

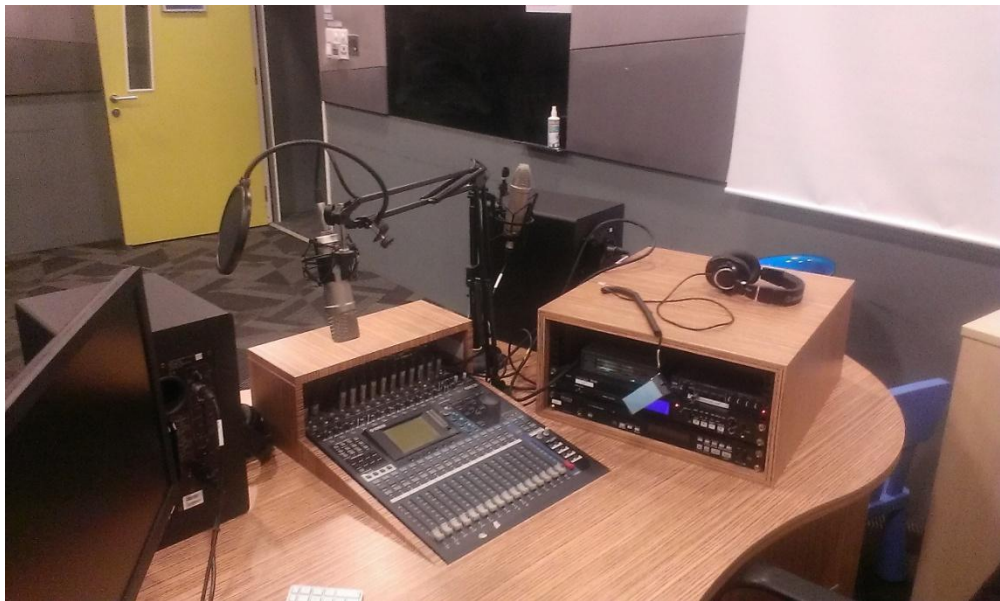


圖 2-13 另一間廣播播音室



圖 2-14 可作為舞蹈教室的兩用教室

為了讓學員有更好的學習環境，在教室外還有一處休息室提供點心及飲料可供學員享用（如圖 2-15）。



圖 2-15 學生休息區

傳媒學院在 2005 年 11 月註冊成立，副總裁陳雋暉在帶領參觀時說明，該學院提供培訓、教育、諮詢服務，雖然是新傳媒集團旗下的公司，卻也是新加坡訓練媒體人才的主要機構，因此傳媒學院也在 2008 年 10

月被新加坡勞動力發展局定位為媒體的繼續教育及培訓中心，從青少年及成人都有人報名上課，甚至還有公司委託傳媒學院進行公關人才發言培訓，課程分為短期及長期，最短的課程是夏令營的半天到一天的體驗探索課程，最長的課程長達一年，分期上滿 200 個小時才能拿到結業證書，由於是政府認證的培訓機構，因此只要想從事媒體工作的新加坡人符合一定資格，還可以透過勞動力發展局的補助，只要自付百分之十的學費。

在結束參觀行程並短暫晤談後，陳雋暉副總裁表示，年底開始他們將到亞洲各國巡迴舉辦招生講座，而台灣也是他們相當看重的市場，期待有機會在台見面。



圖 2-16 新加坡傳媒學院參訪結束後與副總裁陳雋暉、副經理翁艾薇合影

參、考察心得

本次考察共分為兩部分，一為參訪新傳媒集團所屬之958城市頻道（Capital 958 城市頻道），了解新加坡廣播電台如何因應新媒體的衝擊，第二則為參訪新傳媒集團所屬之傳媒學院，以瞭解其如何建立廣播人才培訓制度，以下分別就此兩部分說明此行考察心得。

一、958 城市頻道如何因應新媒體衝擊：

新媒體對傳統媒體的衝擊世界各國皆然，新加坡的廣播電台同樣也面臨聽眾年齡層老化、年輕族群不聽廣播的危機，以 958 城市頻道為例，他們鎖定的是 35 歲以上的聽眾，但實際進行聽眾調查時卻發現，聽眾的年齡層平均在 55 歲以上，而且 80% 仍然以收音機收聽，至於他們所推出的 MeRadio 的網路收聽及 APP 服務主要以海外聽眾使用較多，新加坡當地的使用人數仍然較少。而面對新媒體的衝擊，不論 958 城市頻道或其所屬集團本身都在進行改革因應，茲就與廣播電臺相關部分說明如下：

（一）組織轉型：

新傳媒旗下有報紙、雜誌、廣播、電視等傳統媒體，一直以來不同的媒體都各自獨立營運，但年底新傳媒集團即將搬遷至緯壹科技城內的媒體城，配合新加坡政府將新興媒體科技、內容、服務及應用產業化及國際化的目標，新傳媒將進一步整合旗下的媒體，改變過去單打獨鬥的方式，進行跨媒體整合，比如過去廣播頻道都需要製作宣傳短片，過去 958 城市頻道均外包給傳播公司製作，但未來將由新傳媒集團旗下的電視製作部門負責。另外在網站內容整合上，在 958 城市頻道中的新聞均來自其電視媒體第八頻道新聞改編，而在 958 城市頻道網站中上的新聞也直接連結電視新聞影音（如圖 3-1）。



圖 3-1 958 城市頻道網站上新聞

(二) 內容轉型：

因應新媒體衝擊，廣播傳播的形式更多元，958 城市頻道除了原本廣播頻道中的節目外，也在臉書上推出影音版的廣播節目或預告（如圖 3-2），類型如下：



圖 3-2 958 城市頻道的影音內容

1. 配合節目屬性設計影音：比如一位資深主持人梁萍經營許多年的百草園節目，除了在廣播中邀請專家分享中草藥食補等資訊外，更帶領聽眾走

進中草藥植物園，以每次 2 分鐘的影音，介紹大家認識一種中草藥（如圖 3-3）。而配合外採的節目單元，也上傳影音預告，如出去走一走單元，在錄音室外收音，便配合上傳 30 秒影音，由主持人在採訪地點開場介紹，製播節目預告（如圖 3-4），影音內容推出後，單則觀看次數均高達 3-5 千次左右，按讚人數 60-100 多人不等（臉書按讚人數 2,8139 人）。



圖 3-3 百草園



圖 3-4 出去走一走節目預告

2. 配合活動，推出影音內容預告：如中秋節推出「愛心同行、中秋義走」慈善募款活動，由各節目主持人一起錄製 50 秒廣告（如圖 3-5），上傳至臉書，有 5,500 人次觀看，169 個讚數。



圖 3-5 中秋義走預告

3. 由電台規劃推出影音內容：958 城市頻道最近在臉書中新增每週五在臉書上播出的「958 就說吧！」影音單元（如圖 3-6），長度約 5 分鐘，由三個節目主持人針對廣播節目中一週來可以延伸的熱門話題，從不同角度再進行討論，希望讓聽眾也能用影音的方式更深入了解與民眾生活相關的議題，到底問題在哪裡？又該如何思考解決？曾經討論過的話題包括：2015 大選塵埃落定、校園霸凌、地鐵故障應變管理計劃、中央醫院集體感染 C 型肝炎事件等，這個單元推出後，最高的觀看次數高達 4 千多，也有最高 30 多次的分享，100 多人按讚。



圖 3-6 958 就說吧！影音節目

(三) 平台轉型：

在新傳媒集團搬遷至媒體城新園區後，將進一步提升廣播電視傳播科技，新傳媒集團已與從事網際網路隨選電視、高畫質電視廣播以及網際網路電視(OTT)互動服務的廠商簽約，希望運用新媒體科技，協助傳統廣播媒體轉型，而目前新傳媒集團則是成立 Toggle 網站（如圖 3-7），利用網路平台整合旗下所屬之平面、聲音、影像媒體之資訊內容，讓民眾只要上網就可以同步看到或聽到新傳媒集團旗下的雜誌、廣播、電視內容（報紙則有獨立的網路報 TODAYonline.com 電子版），甚至還有電視隨選功能，可以重看已經播過的節目。

而電台線上收聽的 MeRadio 網站，不僅有各電台頻道的線上收聽，更因應許多人聽廣播主要想獲取流行音樂資訊的需求，結合流行音樂資訊、音樂 MTV、音樂排行榜、娛樂新聞及電臺贈送電影票、演唱會門票等資訊，讓聽眾上網後可以得到想獲取的資訊（如圖 3-8），而在線上收聽時，廣播頻道視窗更會彈跳出正在播出的歌曲名稱，即便是以播出新聞、路況、生活、財經資訊為主的城市頻道也是如此，由此可看出，新傳媒廣播頻道的定位及對音樂的重視。



圖 3-7 Toggle 首頁(紅色圈內為其網站功能)

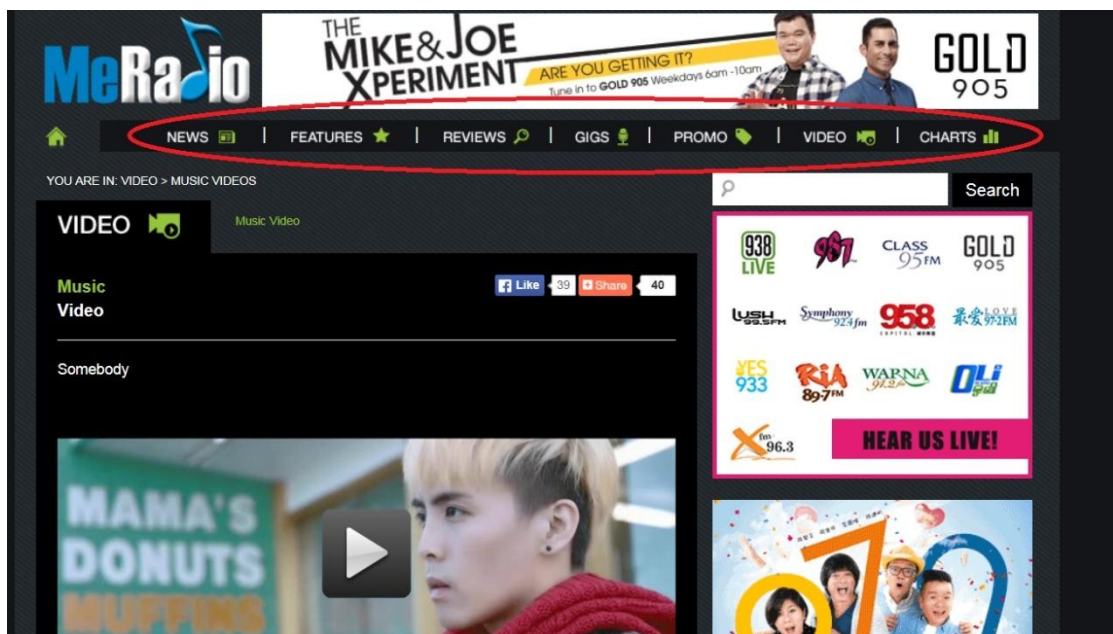


圖 3-8 MeRadio 廣播線上收聽網站(紅色圈內為其網站功能)

(四) 商業模式轉型：

由於傳統廣告收入日漸萎縮，廣播電台也需另闢能夠開源的商業模式，其類型分類如下：

1. 廣告製播：以 958 城市頻道來說，以往的商業廣告是由業主委由傳播公司製作後在電台頻道播出，未來 958 城市頻道則會承接廣告製作與播出。
2. 與廠商合辦宣傳活動：由節目主持人主持廠商的活動，配合節目播出以

現場連線的方式插播宣傳，比如旅行社在週末舉辦宣傳活動，主持人在現場與觀眾玩射紙飛機遊戲，並搭配贈送機票吸引民眾到現場參與。

3. 與廠商合辦健康講座：邀請專家學者演講養生保健之道，並以單人 15 元新幣（約合新台幣 350 元）、雙人新幣 25 元（約合新台幣 600 元）收費。
4. 主持人帶團旅遊：旅遊節目主持人除了在節目中提供旅遊資訊外，也與旅行社合作，由主持人帶團旅遊，增闢財源外也拉近與聽眾的距離。

（五）思維模式轉型：

由於年輕一代獲取資訊的管道大多以網路為主，因此廣播從業人員的思維也應有所轉變，以 958 城市頻道為例，傳播管道除了既有的廣播頻道外，節目主持人也開始從事新媒體行銷，如：為了臉書拍攝電臺行銷影片、節目影音預告或錄製影音節目內容已為常態。而為了讓不聽廣播的年輕人也能熟悉廣播頻道，958 城市頻道經常舉辦講座、活動、旅遊團，希望吸引更多聽眾參與，進一步成為忠實聽眾。而在這樣的目標設定下，廣播節目主持人開始走出錄音室，並經營社群媒體。

二、傳媒學院如何打造亞洲媒體人培訓機構：

- （一）傳媒學院師資：有來自傳媒集團旗下的廣播電視專業工作人員及專聘講師，非固定講師則是每個月邀請不同領域的傑出人才到傳媒學院授課，如邀請美國皮克斯電影動畫大師及臺灣導演王小棣等擔任客座講師。
- （二）傳媒學院課程：除了傳播人才的培訓課程外，也接受企業委託，針對公關人員如何與媒體溝通及如何發言的技巧，開設語言表達訓練課程，而在暑假期間，也有遊學課程代辦業者專門帶學生到傳媒學院上廣播電視體驗課程，只要有顧客提出需求，傳媒學院便可為不同族群打造其所需的課程。
- （三）設備更新：由於傳媒學院需要許多專業設備，因此每年都編訂一定金額的設備更新費用，像去年就編列 60 萬新幣，約合 1,380 萬元台幣汰舊換新。
- （四）學生來源：目前傳媒學院的學生除了新加坡本地學生外，還有來自鄰近的

馬來西亞、印度等國家的學生。

(五) 行銷策略：為了吸引更多國際學生到傳媒學院上課，傳媒學院這幾年更結合海外富有盛名的影藝專業學校合作，如好萊塢哥倫比亞學院、北京影藝學院跨國異業結盟，標榜可以獲得藝術專業結業證書，可以轉換好萊塢哥倫比亞學院及北京影藝學院學分，並獲得優先錄取的機會，吸引海外學生到新加坡傳媒學院上課，每年還會巡迴亞洲各國舉辦說明會，臺灣也是他們必到的行銷之地。

肆、考察建議與結論

此次考察參訪了 958 城市頻道，雖然此廣播電台為商業媒體，但因為最大股東仍然是官方掌控的淡馬錫控股公司，因此官方色彩仍然濃厚，其因應新媒體衝擊的部分作法對教育電台仍然有參考價值，茲就此行考察提出以下的建議，以作為教育電台因應新媒體衝擊及未來轉型之參考：

一、 組織內各部門的整合：

由於新傳媒是跨媒體的集團，和許多大型媒體集團相同，在面對新媒體衝擊時需要組織的轉型與整合，才能形成統一營運的跨平台全媒體播出管理系統，教育電台雖然不是跨媒體集團，但同樣要有組織整合的概念才能發揮整體效率，比如：在社群媒體上播出影音內容，除了節目部門策劃內容、主持人參與拍攝外，更需要資訊部門協助平台上架與影音後製，推廣行銷部門參與網路平台行銷主題規劃，才能讓新媒體的運用更有效益。

二、 節目製播及行銷需多元化：

(一) 節目製播：

過去的時代，廣播節目只在廣播頻道上呈現，但在網路及行動裝置普遍，改變民眾獲取資訊的行為模式後，網路影音就成了可以運用的另一種節目製播方式，新加坡 958 城市頻道百草園節目，以簡單的單機攝影、單一主題，帶民眾走進中草藥用植物園認識中草藥的做法可以參考，

如：節目介紹旅遊或藝文活動等「用看的比用聽的」更直接的主題，主持人就可以走出錄音室到現場採訪錄音，並錄製 2 分鐘內的介紹影帶，用手機拍攝就能完成，如需後製剪接則應有資訊專業的專人協助。

另外，958 城市頻道每周五推出的「958 就說吧」單元，讓三個節目主持人以類似辯論聊天的方式，針對一週中節目裡提到的熱門話題進行對談，可延續節目議題的熱度，也能讓電台臉書粉絲更認識主持人，是未來教育電台活化粉絲頁及行銷節目內容可以參考的做法，但此影片需至少 5 分鐘，必須有簡單的片頭及字幕，因此建議執行前須先規劃支援人力，以 958 城市頻道來說，便是由懂影像剪接的資訊工程人員協助後製，至於議題選取，建議也應經由節目及行銷推廣部門人員參與決定，所以如要增加影音節目的製播，建議先評估人力配置，如無法像 958 城市頻道另闢臉書影音節目單元，則可從平時節目錄音時同步錄影做起，目前教育電台粉絲頁雖然已經有節目錄音的影音片段，但因為不是專程為拍攝影帶而談話，影帶內容對粉絲來說較有距離感，音質不夠清晰也應再克服，故建議可再設計影帶內容，長度宜控制在 2-3 分內，可達預告目的即可。

除了節目外，958 城市頻道臉書中也有長度 1-2 分的新聞影音，教育電台因為人員編制較少，無法完全比照，但建議如有重要新聞議題或活動，會動員 2 位以上的記者到場時，可由其中 1 人用手機錄製現場實況 1-2 分鐘，無須剪接可直接上傳，此乃新聞影音化可考慮的方向。

（二）節目行銷：

現在廣播節目在臉書上做節目預告，大多以文字加照片的方式構成，958 城市頻道「出去走一走」單元節目以 30 秒的影音，預告要帶聽眾去逛的地方，是更能吸引聽眾聽節目並讓聽眾清楚節目主題的做法。觀看其影音內容可以得知，30 秒預告是以手機錄製，且一氣呵成，未經剪接，此乃省時省力的做法，可供未來教育電台行銷節目時的參考。

三、 網路平台可開拓多元性應用服務

因應新媒體衝擊，目前教育電台已有網站上的線上收聽、節目 60 天內隨選功能，及具有線上收聽功能之 APP 可供下載，讓廣播的傳遞從傳統收音機延伸至網路平台，但如能將網路平台變成資源聚合及關係轉換的平台，將能創造更多元服務，擴大網站效益，如新傳媒集團的 Toggle 網站，試圖跨平臺將娛樂、新聞和資訊帶給觀眾，同時可在智慧手機、平板電腦和智慧電視使用，讓觀眾隨時隨地享用此服務，而教育電台雖然不如新傳媒集團是跨媒體的商業集團，但也可以利用教育電台在國內媒體市場中獨特的教育定位，建置更多元的教育資訊服務，讓教育電台官網成為大家想要找教育專業資訊時會進入搜尋的平台（但需有別於教育部官網的教育政策宣導），不過，要將官網擴大至這樣的規模，需更多經費及人力的投入，主客觀條件能否配合，將是達標的關鍵，但建議可朝此方向思考，讓新媒體的威脅化為轉機。

四、 未來如需開源，可從廣播體驗、人才培訓著手

教育電台是國內少見平時就開放給民眾免費參觀體驗的公營電台，而每年在廣播金鐘獎中均有相當傑出的表現，在廣播節目的製播上也有極佳口碑，電台節目主持人更經常受邀至學校教授廣播課程，所以在主觀條件上已經具備開設廣播專業課程或體驗課程的能力，未來如需成立電臺作業基金，必須開源時，可思考開設收費的廣播體驗課程、廣播節目製播專業課程及口語表達能力訓練課程，師資可由現行廣播節目主持人擔任，設備可用電臺既有的錄音室設備，但教室則需在教育電台內找空間另設。

雖然教育電台無法擁有與傳媒學院一樣的經費資源及多元化的經營條件，也沒有勞動部門的配合與資源投入，但可從國內各級學校的需求開始著手，配合增設聲音體驗的互動區域，從有趣、新奇的廣播體驗開始，中小學生可以到教育電台進行職涯探索、上廣播體驗課程，高中、大學生則可循序漸進上初進階的廣播課程及口語表達訓練課程。不過，由於受限於經費人力等條件，此發展方向可訂為中長程目標，配合電臺整體營運發展進行規劃。

五、 結語：

網路的特性之一就是「去中心化」，在全面網路化的時代中，媒體已經很難單打獨鬥，唯有進行跨媒體融合，開創超乎原本媒體本身的多元應用服務，才能開展生機。

隨著傳播科技的發展，媒體型式也不斷在進化，雖然有人不看好廣播的發展，但所謂最壞的時代也是最好的時代，如果能把危機化為轉機，就能時勢造英雄，而能否掌握時勢正是英雄崛起的關鍵。新媒體的衝擊可以讓廣播媒體重新審視閱聽大眾的需求到底是什麼？媒體從業人員更應體認，唯有求新求變、才能發揮傳播效益，所以與其懼怕新媒體衝擊，還不如擁抱新媒體，讓廣播也能因為創新而再創高峰！

伍、 參考文獻

動腦雜誌(2015)。2014 臺灣總廣告量調查報告。動腦雜誌，2015 年 10 月 9 日取自動腦雜誌網站。

網址 <http://www.brain.com.tw/News/RealNewsContent.aspx?ID=21462>

動腦雜誌(2015)。【調查報告】誰在聽廣播？用什麼設備聽廣播。動腦雜誌，2015 年 10 月 9 日取自動腦雜誌網站。

網址:

<http://www.brain.com.tw/News/RealNewsContent.aspx?ID=21866&refer=mobile&layout=n#AnchorAlert>

中國新聞學會（2015）。傳播媒體概況。21 世紀數位匯流下華文傳媒合作之理論與實踐論文集，頁 25。

國貿局（2015）。新加坡影視產業發展措施報告。臺北：國貿局。