

非集中式節目供應模式對策略聯播廣播網的 在地化服務之影響 ——一個個案分析

李嘉崑

義守大學

摘 要

自從1993年廣播頻道開放後，空中市場劇烈的改變與競爭，爲了爭取更大的生存空間，廣播電台之間的策略聯盟就成爲有效的解套方法。然而透過策略聯盟雖然可以獲取更多的節目或經營方面的資源與協助，但是卻相對減少在地化服務，有違廣播頻道開放政策對在地化、多元化的初衷。而城市廣播網運用網路科技發展出來的非集中式節目供應模式，打破節目由單一特定電台提供給其他聯盟台的作法，並增加在地化服務。本研究透過半結構式訪談與文獻分析法來了解城市廣播網在這方面的規畫與運作，本次研究發現科技創新與節目單安排是關鍵因素，並分析其對在地服務的影響。

關鍵詞：節目供應、廣播電台、在地化服務

李嘉崑 義守大學大眾傳播系助理教授，E-mail: chiakunlee@isu.edu.tw

（收件：2013年6月3日，修正：2013年9月18日，接受：2013年9月30日）

ISSN 2078-4279 print / 2078-4287 online © 2014 by Open University of Kaohsiung / Vol. 5, No. 2 / September 2014

壹、研究緣起

一、研究背景

廣播是最能貼近閱聽眾心靈的媒體，無論是在夜間發憤攻讀時、或是工作場域裡忙碌辦公時、或是往返在都會車潮中、或是在自我強化語文素養時，廣播這個非視覺性媒體，藉由無線電波的普及性與易得性，形成廣播獨一無二的廣泛、適時、陪伴、易接近、非獨佔等特質（吳財澄，2005）。在空中開闢出一片「無遠弗屆，無限想像」的聲音世界，正是廣播在傳播資訊科技強勢崛起時，仍能維持一定的市場佔有率（蔡念中、陳清河，2007），在經歷過電視、網路等新媒體的挑戰後，廣播並沒有被取代，反而激發其強大的潛力，在分眾化與類型化的市場中繼續耕耘（卓芳儀，2013）。

台灣廣播產業近年一直面臨多頻道競爭與重組的變化，空中市場劇烈的改變與競爭，主因來自於國內民主運動的逐漸成熟，促成報禁解嚴與頻譜重新規畫，在1993年開始，陸續進行十波的廣播頻道開放，從此台灣天空從原來的29家暴增超過200家，進入高度競爭時期（張以仁，2006）。在諸多頻道相互較勁之下，學者觀察到廣播產業出現幾個現象，包括了民營電台成為競爭主體、打破電台同質性過高的生態，以及電台地方性特色的強調等。其中地方特性強調正起因於所開放的中、小功率電台在播音範圍方面有區域性的限制，因此在開放電台頻道申請時，即成為審查重點項目之一，使得廣播產業的在地化服務得以被突顯（許宸翰，2011；李婉琳，2009；關尚仁，1996）。

然而在實際的經營之下，囿於有限的服務範疇、聽眾結構的改變、科技快速變遷等因素，無論是大功率還是小功率、指定用途還是一般用途，無不為了爭取有限的市場與資源而使出渾身解數，聯合經營或策略聯盟就成為中、小功率電台為了求生存而採取的策略（陳耀竹、黃心怡，2009；黃雅琴，2005），大大衝擊傳統廣播電台在經營、行銷、節目產製等概念與作法。許多經營有成的電台案例，諸如飛碟、好事、台北之音、城市廣播網等，都這股策略聯盟風潮的最佳見證者（孫國祥，2004）。

這些廣播聯播網可能因功能取向型，或是投資經營型、抑或是開放型的考量而進行策略性的聯盟合作。綜觀此類策略性合作的作法，多不脫以特定功能較強的電台為主導，針對企業價值鏈中某部份來結盟，藉資源分享或互補方式來增加經營優勢（許宸翰，2011；孫國祥，2004；林心茹，1999）。這種平衡品質與節省經濟考量的作法卻讓廣播開放政策逐漸失去其美意，原本強調的電台多元發展與地方化服務只能侷限於某些時段，甚至混淆這些參與策略聯盟電台原本服務社區的目標與功能，根據行政院新聞局在1997年公告的聯播行為規範中，就開始針對聯播比例有所限制，例如中大功率獨立電台的聯播時段不得超過50%，小功率獨立電台在聯播時段的比例不得超過70%（孫國祥，2004；孫彬訓，2003），希望藉此能在避免策略聯盟趨勢之下，參加策略聯盟的電台仍能維持服務地方的功能，而非形式上淪為附屬電台。

台灣的廣播產業正面臨著實際生存與專業區隔的兩難窘境，一方面配合政策朝地方化、民營化、專業性與區隔化的方向努力，但另一方面則在同業高度競爭中分食有限的資源，再加上其他傳播科技帶動的社會變遷，整體產業受到嚴重的衝擊，其中數位化廣播發展就是一個明顯的案例（賴祥蔚，2001）。為能藉由產學互助的方式來協助廣灣的廣播產業克服當前的經營困境，相關研究也陸續針對廣播電台各個面向進來探索與建議。根據研究者統計，從1995年起的全國博碩士論文中，有130篇是以廣播電台為研究對象，而在2000年以後的更僅只有68篇，分別針對廣播產業的經營與制度、傳播效果、聽眾互動、節目策略、收聽行為、人力素質、組織發展、法規管理等不同面向來切入，但是在科技運用的部份，則較側重於網路科技的規畫、手機應用介面開發、資訊系統的建置等議題，基本上都是理工技術的探討為主，較少提及訊號發射科技運用的作用與影響；而在國際文獻方面，藉由電子資料庫與學術文章搜尋引擎的檢索情形來看，雖有近百篇與廣播相關的研究，其內容也多半側重於制度、節目、管理、人力、科技等不同面向。因此對於上述所提到的廣播窘境，目前相關文獻著墨有限，仍是維持各業者自行摸索解決，以累積個別的實務經驗。

從台中起家的城市廣播公司聯合了台北的健康廣播電台、苗栗的大苗栗廣播公司、台南的台南知音廣播公司，共組了「城市廣播網」，提供音樂與資訊來服務聽眾。而該策略聯播網最大的特色之一，即高度應用電腦網路科技，不同一般策略聯播廣播網採取的中央廚房的節目供應模式，讓合作的廣播電台都能成爲主播音室，提供節目或服務給其他聯盟台，甚至可以做到在同時段裡有兩個或兩個以上的主播音室，讓節目供應不再固定由特定電台（通常是總台）來提供，大大增加節目供應與人力安排上的彈性，維持合作來帶的利益與優勢，同時也能讓各聯盟台在落實在地化服務時有創新的嚐試。

鑑於城市廣播網在節目供應上的創新設計，一方面能維持策略聯盟分享資源與有效管控的效果，另一方面還能兼顧到地區的聽眾需求與活絡節目設計，因此本研究擬鎖定城市廣播網在節目供應模式上的作法與內涵進行深度探討與分析，以了解其對廣播聯播網在提供在地化服務時之影響。

二、研究目的

本研究擬藉由個案研究方法來探究城市廣播網在節目供應方面的創新作法，以期能了解非集中式節目供應的模式的发展與應用，及此類節目供應模式對在地化資訊服務的實質影響。本研究目的包括如下：

- （一）釐清此非集中式節目供應模式的運作流程與作法
- （二）分析在此非集中式節目供應模式中對地方服務安排
- （三）討論此非集中式節目供應模式對在地化服務之影響

根據上述研究目的，本研究擬藉由文獻分析法及深度訪談法來蒐集資料，以回答下述研究問題，包括：

- （一）城市廣播網爲何會發展出這套非集中式節目供應模式？
- （二）城市廣播網在安排聯播與非聯播時段節目時是考慮那些因素？
- （三）在地方化服務方面，這套非集中式節目供應模式爲城市廣播網帶來那優勢呢？

(四) 在地方化服務方面，這套非集中式節目供應模式為城市廣播網帶來那缺點呢？

(五) 這套非集中式節目供應模式對城市廣播未來在地化服務有那些影響？

貳、文獻探討

一、廣播產業發展

台灣的廣播發展可追溯回1951年，當時是民營電台開始萌芽，廣播電台的任務以抵制匪波、政令宣導為主，當時僅23家民營廣播電台；時至1960年代，則是軍用電台蓬勃發展的時期；在1970至1980年代間，被認為是政府電台扶植時期，全國有95%以上的廣播電台都是由黨政軍所控制，進行政令宣導以及公共服務等任務，整體形勢可謂是寡頭壟斷；在1990年代以後，台灣的廣播產業進入到頻道開放時期，相較於先前三個時期，民營電台開始活絡運作，整體廣播市場進入高度競爭，不再如先前被黨政軍壟斷時期般，節日常見外製外包等形式，或是出賣節目時段，只求營收穩定，卻陷經營與節目於窠臼（莊克仁，1998）。

從台灣廣播產業發展沿革來看，頻道開放政策已前後釋放出十個梯次，讓台灣的廣播市場有著更多元的發展空間。綜觀前十梯次所進行的頻道開放案都各具特色，諸如第一到第四梯次，以及第七梯次都是開放中功率電台，第四梯次甚至開放調頻大功率電台、第四跟第五梯次則還開放社區小功率電台、第六梯次特別有針對金馬地區開放調頻頻道、第八梯次在台北地區開放客語調頻頻道、第九跟第十梯則是指定用途頻道，供原民與客語地區使用（許宸翰，2011）。但隨著電台大量開放，造成聽眾結構稀釋、廣告資源重新分配，因此各家電台紛紛找尋新的出路（卓芳儀，2013）。

綜觀政策面、法規面、社會面與經濟面的因素，可以發現台灣的廣播產業

在號稱「廣播元年」的1993年起，即陷入不均衡的競爭環境：從「禁制」到「開放」的發展歷程、從「管理」到「輔導」的廣播政策、從「稀疏」到「擁擠」的電台密度、從「地下」到「合法」的轉換過程、從「獨占」到「聯盟」的營運模式、從「單一」到「多元」的節目取向等等，台灣當前的廣播結構正是過去媒體禁令與近年頻道開放共同衝擊下的特殊現象（吳澄財，2005；黃雅琴，2005；孫彬訓，2003）。

除了合法廣播電台因頻道開放政策大幅度地釋出，台灣的廣播產業還存在未通過經營申請的地下電台，數量也近200台（蔡念中、陳清河，2007；黃雅琴，2005；孫彬訓，2003），地下電台的開始源自於對媒體資源長期由政府所控制壟斷的體制所產生的反動，以提供弱勢族群的媒體近用以及刺激節目多元化的發展，就此觀點而言，地下電台對廣播產業的自由與開放過程有一定貢獻，但是這樣高密度的廣播電台家數已擠壓到合法電台的生存空間，加上長期以來的電波干擾，甚至於竄音或蓋台等，更造成合法業者在電波傳送上的困擾，且影響收聽品質，其實已讓台灣廣播市場秩序陷入雪上加霜之窘（陳春富，2005）。

傳播新科技快速發展讓台灣廣播產業有限的市場更形見拙。首先，科技進步帶動的通訊、網際網路、傳播隨數位技術逐漸匯流跨業發展，不僅帶來新的競爭對手，如網路社群、移動媒體等，分食市場大餅，還影響原有的管理經營模式（卓芳儀，2013），從組織結構、管理法規、經營概念、產製流程等，都需因應調整科技匯流所衍生的問題（蔡念中、陳清河，2007；彭錦鵬、呂育誠，2005）。

另外，聽眾結構的改變也是新科技帶來的後遺症，網路與個人通訊媒體的普及與受歡迎，吸引大量的年輕族群的使用，相對地造成廣播的年輕聽眾大量流失，開始有產業老化的情形（蔡念中、陳清河、2007；陳春富，2005）；在收聽族群結構改變的同時，廣播產業的廣告產量也受到影響，綜合諸多學者

的研究報告顯示，台灣廣播產業在2000年以前，還能超過1000億，如1999年時還有1164億元的廣告總量，之後就由於高度的媒體競爭，廣播向來在傳統四大媒體間分配到的預算又最少，根據尼爾森媒體研究所公布的調查結果，2008年時，廣播電台的廣告總量約是38.3億，2009年時略降到37.6億，到了2010又回升到45.07億（卓芳儀，2013；許宸翰，2011；廖重凱，2011；陳耀竹、黃心怡，2009）。據此可看出廣播產業在整體廣告量下滑的情況，再加上廣播密度偏高，廣播公司開始透過其他財源管道，諸如活動或專案等方式，來維持電台的營收（黃雅琴，2005）。

在電台經營與內容設計上，自頻道開放後，各電台節目形態開始有所轉變，電台經營者開始思考如何突破先前被黨政軍壟斷時期的傳統窠臼，開創新形態的節目內容，以符合預期對象之興趣或需求。根據學者的整理（吳萬益、汪昭芬，2000；李婉琳，2009），廣播電台在整體內容形態方面開始朝專業化或類型化方向發展，相較於傳統電台節目，包山包海式的棋盤式節目規畫策略已經大為減少，而多以專業化內容或特定類型的內容為主軸，如古典音樂（classical music）、當代流行音樂（contemporary hits radio）、成人抒情樂（adult contemporary）等為主；而配合這樣的節目規畫，主持人說話的時間與次數也相對有所調整，特別是陪伴聽眾邊工作或邊讀書時的收聽，更是有降低主持人的情形；另外節目風格也不再以正式穩重為調性，而轉為活潑輕鬆的氛圍，以配合時下社會脈動之轉變（孫國祥，2004）。

綜觀而言，台灣地區的廣播產業已改變成為民營電台為調頻廣播主體，並刺激了長久以來消極經營的廣播產業走向較為積極的經營。同時，企業化的經營管理，也替代了經驗論法則，廣播產業正藉助著媒介管理科學逐漸成長與發展（吳萬益、汪昭芬，2000）。然而因受到政策性考量、社會結構改變、科技快速變遷等因素的影響，廣播產業正努力維持既有的生存空間，並重新反思如何建構其核心價值與發展競爭優勢，以期在資訊時代中繼續穩定發展。

二、策略聯播化

顧名思義，所謂聯播意指廣播電台之間藉由結盟方式，透過工程技術來聯結節目或服務的方式（林心茹，1999）。簡言之，就是在特定的收聽時段時，兩個或兩個以上的電台聯合播送同一個節目。根據Hill及Jones（2006）的看法，電台聯播可以有兩種方式：策略聯盟（strategic alliance）以及企業併購，前者是指兩個或多個公司彼此之間以協議方式來擴展合作契機，並分攤過程的成本、風險與利潤；後者則是企業為快速進入特定市場，因此採取的直接購買原先進駐該市場的廠商，以取得被併購者所有的資源與利益。若從策略聯盟的經營權取得方式，可以分為股份取得與契約合作兩種模式，在前者則視股份取得的多少，來決定主控電台對其他加盟台的影響力；後者則是透過契約方式來發展合作關係，不僅對合作電台的控制較小，也隨時有解約的可能（孫國祥，2004）。而根據許宸翰（2011）對廣播聯播的研究，所謂聯播是指無線廣播電台透過工程技術上的連結或盟約，在某些時段聯合播送相同節目，藉以擴大服務範圍、降低製作成本、或是增加廣告營收、吸引更多聽眾等，而這樣的聯播合作模式可分成三類來說明：

（一）廣播型聯播合作：需要投入大量資本，以股權收購或設立分台方式來形成聯播網，藉以擴大服務範圍與經營規模。

（二）互惠型聯播合作：意指電台與電台之間只做部份結盟，在資金投入程度並不高，合作的各電台皆獨立運作，各負盈虧，合作關係只在交換彼此資源，達到資源共享或互補的目的。

（三）行銷策略型聯播合作：藉由多家電台合作以提高整體的知名度，但其中各家仍是獨立運作，共共同以行銷宣傳手法來擴大市場，並形塑優勢的聯播網形象的優勢。

台灣的廣播產業在進行策略聯盟時，需遵照相關法令的規範。首先依據廣播電視法第五章中「政府機關所設立之電臺為公營電臺。由中華民國人民組設之股份有限公司或財團法人所設立之電臺為民營電臺。必要時各類電臺得聯

合經營之」。另在廣電法施行細則第二章第十二條也明定廣播電台申請換發執照時，應該審酌其過去營運計畫執行情形與頻率運用績效評鑑結果、電台受到廣電法獎懲記錄、電台財務狀況、發射機與天線地點是否與核准者相符、營運是否符合區域民眾需求，以及其他足以影響電台營運之事項。從上述可知，電台運作應維持頻道的使用效率以及為民眾發聲、增進公共福利為主（孫彬訓，2003）。而新聞局也針對電台的聯播提出說明：「各電台之播音範圍均有一定距離之限制，其服務地區不得逾越新聞局核配之頻率。另電台進行聯播等行為，亦不得喪失新聞局規劃中、小功率之原意及違背該電台之原設立宗旨；若電台因進行聯播而有營運計劃之變更時，亦需依法提出變更之申請（詹懿廉，2000）。」

鑑於廣播電台進行策略聯播已經成為明顯事實，行行政院新聞局在2000年時公告「廣播電台聯合經營及聯播等事宜現階段之管理原則」，藉以規範廣播聯播的行為：

（一）非屬新聞局依法指定之聯播行為，其進行聯播之電台應由主播電台向新聞局報備。

（二）電台進行聯播不得違背電台營運計畫。

（三）大、中功率之獨立電台聯播比率不得高於百分之五十；小功率獨立電台不得高於百分之七十；設有分台之電台，其分台聯播比率比照小功率電台標準。

（四）電台聯播時，仍應維持本台之台名、呼號及頻率。

（五）聯播行為涉及節目供應性質者，應依規定申請廣播電視節目供應事業許可證。

由於在台灣大功率電台的服務範圍可以涵蓋全區，因此並不需要發展此一策略，通常策略聯盟行為只會出現在中小功率之廣播電台之間。由於參與的廣播電台是透過合作方式來維持結盟關係，因此合作雙方並非是總台一分台之隸屬結構，而是互惠合利之合作；另外，限於當前法令，電台間無法進行併購，

以免造成經營權轉移，而無法落實預期的經營目標與服務理念，因此在聯盟時多半著重於節目或資源上的分享與使用，以獲取更大的雙贏局勢。

區域性電台彼此相互聯播節目始源於1996年以後，唯當時的聯規模不大且成效也不彰，真正開始公司化的策略聯盟是由1997年開播的飛碟電台做為開端，經過兩年的實驗，飛碟聯播網的收聽率在民營電台間拔得頭籌，策略聯盟也開始為其他電台經營者所重視與應用，合作層面也開始慢慢從節目方面擴及到經營層面的聯盟。在2003年時有好事、東森、大眾、亞洲、飛碟等8家聯播網成立，其中包括全區及部份區域，對當時其他獨立經營的電台帶來不少的壓力（蔡念中、陳清河，2007；孫國祥，2004），隨著時序遷移，部份廣播聯盟網略有變化，如大眾與東森廣播網之合作關係各有變化，但整體來說，電台建立聯盟網所帶來的經濟規模優勢仍是明顯可見（孫彬訓，2003）。

綜合學者們對聯播對廣播帶來的利益部份，包含了三大項目：減少成本、擴大範圍，以及增加影響力（陳耀竹、黃心怡，2009；詹懿廉，2000）。首先在減少成本方面，由於廣播電台之間進行策略聯盟，可以共享資源，因此無論是在人事費用、節目製播、行銷推廣等方面，都能減少成本的支出；另外電台的播音範圍得以藉由策略聯盟的合作而擴大版圖，有利於提昇收聽人數，不僅提昇節目製播成本的經濟性，更能增加廣告收益；再者，由於收聽人口數得以因策略聯盟而提高，因此收聽率與影響力也相對得到正向增強，對電台或節目從業人員而言，在知名度方面都會提昇（鄭貴月、李秀珠、朱秋萍，2009）。

根據張德娟（2000）對台灣地區中小功率電台策略聯盟的研究來看，電台業者進行策略聯盟的動機前三名是：強化競爭地位、擴大涵蓋區域、成本分攤。而從節目形態來看，節目聯播最多的是音樂節目、其次則為綜藝節目與新聞節目，再次則為評論節目或資訊節目。而在聯播時段的百分比方面，以31%~51%最多，其次是10%以下，再次是11%~30%。至於績效方面，多數策略聯盟電台都感到滿意，認為其知名度與收聽率略有增加，廣告收益也略有提昇。若依策略聯盟的效果來分析，目前台灣的廣播策略聯盟網應都有坐享到合作的好處。

若由系統管理理論的「投入—處理—產出」模式來分析，廣電媒體在製播與管理方面都受到內外部因素的影響，簡言之，電台的策略聯盟理應是經營管理的一個策略作為，而其內涵所涉及的不單單只是製播技術或內容設計，還包含其他不同的考量因素，包括了工程技術、財務預算、主管機構、競爭對手、預期對象等因素（關尚仁，1999），這些因素都會影響到策略聯盟的合作成效。根據研究者的統計，國內外對廣播的研究多以收聽行為、內容開發、經營管理、資料典藏、品質管理、聽眾互動、人員態度等議題為主，與工程技術的部份則多見於網路傳輸應用、行動媒體應用、資訊應用軟體開發等為主，鮮少涉及節目傳輸技術。而在電台在進行聯播時最大的問題乃在於傳輸技術與節目內容能否滿足服務區域的地方性需求，雖然在策略聯盟中，各聯播台都能分享到合作對象的節目資源或技術，但限於各台所在區域不同，對資訊的在地性、內容的偏好度、主持人的熟悉感等都會有所不同，也正是廣播電台在爭取更多的經營空間時所需深思與面臨的議題。

城市廣播網原名為「GOLD FM 聯播網」，最初是在1999年時以城市廣播公司正式成立，在台中提供經典音樂及以財經民生資訊等來服務聽眾；後來陸續在1999年及2010年時與台北健康電台、大苗栗廣播公司及台南知音廣播公司合作，建立策略聯盟的合作關係，隔年改名為「城市廣播網」，鎖定25-45歲的聽眾，並定位為「音樂資訊類型」電台，曾在千禧年間獲得中部收聽率之冠，而在2006到2007年之間，其廣告營收也維持在每年0.6億上下。城市廣播網與其他聯播網最大的不同處，即在其節目供應方式。一般廣播聯播網都採中央廚房的概念，在聯播時段都由總台來規畫、設計、製作、與提供節目給聯播各台，若到了非聯播時段，才由各聯播台自行播音或提供服務；但是城市廣播每個分台都有能力擔任中央廚房，更甚者，還能做到特定的單點對單點、或單點對多點等不同的傳輸模式，這樣的節目供應模式在國內實為首見，正得力於網路科技的創新應用，讓城市廣播網在節目供應方面有更多元作法與更彈性的調整，因此在本研究中正好做為個案，提供初探性的了解與討論。

參、研究方法

一、研究設計

基本上本研究採用質化研究方法。與量化方法所不同之處在於，質化方法更擅從參與研究者的角度來解讀一個社會情境或活動，藉以說明與詮釋更多複雜的研究議題（Gay and Airasian, 2003）。而在諸多質化研究方法當中，個案研究最常被用針對特定現象或對象進行深度探索，這可以是個人、特定族群、機關組織、甚至某類社群等（Ary, Jacob, Razavieh, and Sorensen, 2006）。而要進行個案研究首先需要明確建立一個有理論性的論點或主張，做為解讀特定現象或對象裡的內涵意理或關聯性之架構。

在研究對象的選擇方面，本研究鎖定城市廣播網，因為城市廣播網在節目供應方法有別於其他廣播策略聯盟的作法。一般廣播聯播的方式多以一台當做主要的節目供應來源，再藉由傳輸科技向其他聯盟台傳送，基本上可視為單向多點的傳輸方向，而城市廣播網裡的各個聯播台都能向其他合作對象進行單對多、或單對單的節目傳輸，因此每個聯盟台都具備主播音室的能力。此一模式不僅在形式維持策略聯盟的優勢，同時也符合各聯盟台服務地方的期待，相較於其他聯播網而言，在提供在地服務方面有更大的彈性與做到更高的節目比例，因為本研究擬鎖定城市廣播網來進行了解，這個非集中式節目供應模式是如何運作，以及此模式在節目產製、電台競爭優勢等方面的影響。

為能有效蒐集資料，本研究採用半結構式訪談法（semi-structured Interviews）與文獻分析法（document analysis）來進行。基本上在個案研究中常用來蒐集資料包括：觀察法（observation）、文獻分析（record and document reviews）、訪談（interviews）、調查（surveys）等等（Mertens,1998），藉由多種方法合併使用，通常能幫研究者獲取更全面的詮釋與解讀，另外透過不同方法來蒐集資料也能在彼此間進行比較與驗證，對研究內容的一致性與可信度都有正向的助益。本研究結合了半結構式訪談法與文獻分析法來蒐集資料，前者

能針對實務工作者進行訪談，進而獲取第一手訊息；而後者則透過相關文件的彙整，諸如公告、檔案、照片、工藝物品等，提供輔助性訊息（Yin,1994）。

二、資料蒐集與分析

在半結構式訪談法的應用方面，本研究鎖定城市廣播網裡的高層管理人員與節目主管為主。因為訪談能在與受訪者的互動中彙整出有意義的內容，雖然受到受訪者主觀判斷的影響，但仍能反應出受訪者對人、事、物的實際看法與觀點，頗具參考性（Denzin and Lincoln, 2000）。為能讓受訪者先行準備，並讓訪談能依循一定脈絡或架構，本研究發展出半結構式訪談題綱，內含七個問題，分成兩大類別：非集中式節目供應模式的作法與影響、此模式對電台在地化服務的影響。原則上本研究的訪談題綱乃依研究問題而衍生，題綱內容如下：

（一）前在台灣多數的廣播聯播網多以中央廚房的方式來進行節目供應，請問城市廣播聯播網為何會想到採用非集中式的節目供應模式？

（二）這套非集中式節目供應模式在城市廣播聯播網是如何執行呢？

（三）這樣非集中式的節目供應模式能帶來那些好處呢？請分從下列幾方面來談：

- 電台競爭優勢方面
- 節目規畫方面
- 聽眾服務方面
- 其他方面

（四）這樣非集中式的節目供應模式帶來那些挑戰呢？請分從下列幾方面來談：

- 電台競爭優勢方面
- 節目規畫方面
- 聽眾服務方面
- 其他方面

（五）在安排其他策略聯播電台做為節目供應來源時，是考慮那些因素呢？

（六）目前城市廣播聯播網有那些在地化服務的規畫與作法？

（七）未來城市廣播聯播網在節目供應模式上還有那些規畫與調整呢？

本研究選定三位訪談對象，若依工作地點而言，兩位在台中而另一位則在台北；若以工作職銜而言，一位是總經理、一位是特助、一位是節目部主管，這3位受訪者皆屬於城市廣播網的管理層級，也都擁有10年以上的廣播實務經驗；至於訪談對象的工作職掌，其中一位負責該聯播網的整體經營規畫與管理工作；另二位則是負責節目的設計與發展，包括節目排程、內容規畫、節目人員管理、節目品管等工作。為能確保受訪者能真實而直接地回覆，本次訪談採一對一方式進行，其中二位是安排在電台外部接受訪談，另一位則因身處台北，只有透過電話來訪談。訪談的時間安排在2014年的3月到4月間，平均每位進行二次訪談左右，每次約為一個小時左右，整個訪談過程皆在受訪者同意的狀態下有錄音留檔，以利後續分析之用。

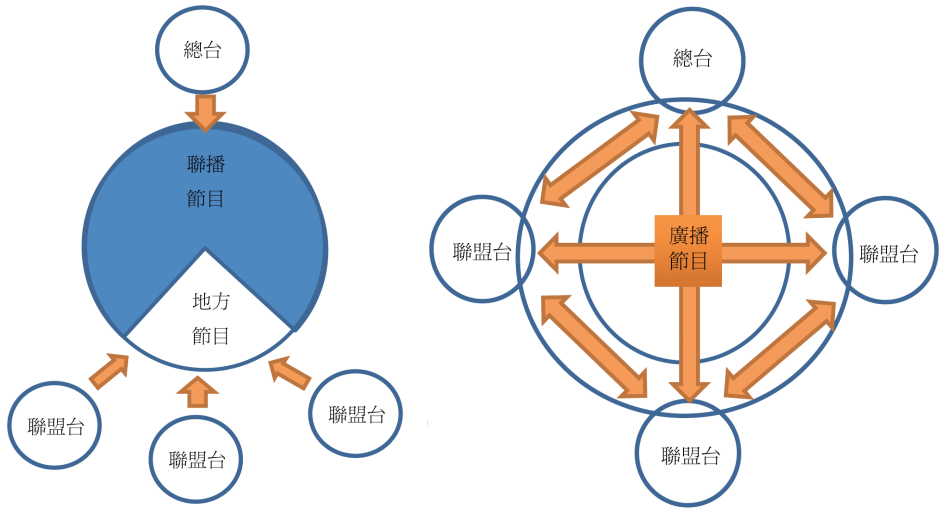
在文獻分析法的應用方面，本研究除自行蒐集城市廣播內部相關的經營資料外，也依訪談過程時所提到相關法規或行政命令，進行二手資料的蒐集。顧名思義，所謂文獻包括相片、影像、信件、檔案、日記、或其他各種做為輔助性說明的文獻或物品（Bogdan and Biklen, 2003），這類靜態資料能幫助研究者對事實性訊息或背景資料有更完整的了解。在本研究所蒐集到為城市廣播網在網站上的公告資料，以及相關的法規訊息；另外本研究也蒐集城市廣播網透過2014時一個焦點團體訪談所得的成果，來分析其聽眾對節目與音樂的滿意度，做為其地方化服務的實證資料。

肆、研究發現

一、非集中式節目供應作法

由訪談結果得知，基本上城市廣播在節目供應的作法上，仍是以中央廚房的觀念為基礎，再透過網路科技的運用，讓各聯盟台都有能力擔任主播室來發音。相較於一般策略聯盟台的作法，城市廣播網在節目供應作法上最大不同處，就是非固定的節目供應來源。一般的廣播策略聯播網通常是由特定一台做為中央廚房，負責節目或其他服務的製播，再由該台向其他聯播台發送，在非聯播時段時，再由各聯播台自行負責，藉由此供應模式，整個廣播聯網能在最經濟的人力與節目製作成本考量上，分享最佳品質的節目與服務，同時也因為聯播與非聯播（即地方各台負責時段）能簡單切割，在電台管理與節目安排上都相對地簡單與容易（如圖一）。而城市廣播網的作法雖脫胎於此，但藉由星狀網路科技的應用，將各聯盟台串連起來，使得每個合作電台都能當作節目供應來源，針對一個或多個聯盟電台進行播送；除了傳輸節目之外，星狀網路也支援城市廣播網各台能同時接收來自他台的節目訊號，換言之，這個星狀網路科技讓城市廣播網裡的每個節點在同時都具有傳輸與接收的雙向互動能力（如圖二）。

這套節目供應方法開始成形的時間可追溯回2011年，當時城市廣播公司除了與台北健康電台原有合作夥伴關係外，又新增加台南知音、大苗栗廣播公司兩家，因此為了能有效率地進行節目供應，乃逐步規畫並測試作法，終於建立起非集中式的節目供應模式。做為此模式之核心關鍵因素的就是星狀網路，城市廣播網在多次測試後，確認此科技已甄成熟穩定，且能達成該廣播網所預期的功能，真正會影響這套節目供應作法的是節目上的規畫。目前城市廣播網的聯播時段是以早上7點到9點、中午12點到2點，以及晚上7點到凌晨之間，其他時段則由各聯盟台自行負責。而就算在這些聯播時段當中，如遇廣告破口或新聞時段或地方活動訊息時，各聯盟台仍能透過預設的電腦訊號自行切換到地方



圖一 一般廣播聯播網的節目供應模式 圖二 城市廣播網的節目供應模式

台，避免因聯播而使聽眾接收到其他區域的訊息。由此看來，就算遇到聯播時段，城市廣播仍能靈活將地方專屬訊息或廣告嵌入各台節目中，讓電台服務與聽眾生活能緊密結合。

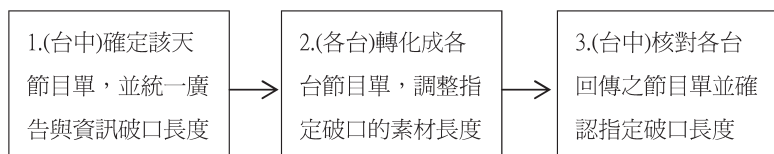
從城市廣播網的經驗來看，要做到聯盟各台都能當作主控播音室，最主要的關鍵點在於如何讓各台的節目單達成一致無誤差，城市廣播網與台灣多數廣播網基本上都屬於音樂類型電台，節目主要成份是以音樂為主，而資訊、廣告或新聞等則穿插在歌曲間當做節目破口，而這些破口有時就會因各聯盟台所處的區域不同而不一致，例如各台的廣告長度未必相同數量，或是各地的路況複雜情形或有程度上的差異。在非聯播時段安排節目單時自然沒此一問題，但若在聯播時段時則會引起節目單長度不一的問題。為解決此一問題，城市廣播網憑藉經驗法則與教育訓練，發展出一套標準作業流程（如圖三）：

- （一）首先由台中城市廣播公司負責提供公版節目單，將非聯播的廣告或資訊破口時間與長度固定。
- （二）再傳給各聯盟台進行轉化成當地節目單，其中特別針對各台的廣告

或資訊量來做調整，若時間不足者則以自製jingle或宣傳帶等支應，以期統一各台在這些破口的時間長度都是一致。

(三) 最後再回傳至台中城市廣播公司進行確認。

各台節目單回傳與確認作業雖然看似繁雜，但其實每小時只有少數破口需確認，以利設定電腦自動啟動機制回到各台，至於音樂或其他節目內容則由主持人自行調整口播或音樂長度來因應之，所以確認作業並不長，平均在15分鐘內即可完成。



圖三 節目單作業流程

除了節目單長度需一致之外，各台在切廣告或資訊破口時可能也會出現時間差。星狀網路雖然能做到各聯盟台在指定時間內自動從聯播狀態切回各台，但是有時囿於物理條件限制，諸如網路頻寬或流量問題，可能會有延遲的狀況，城市廣播網為解決此問題採用兩種方式，一則是藉由電子鐘統一對時，二則則是對主持人的教育訓練，以期讓主持人能事先解節目回場時的狀況，在開麥克風時可以略慢一些說話，讓聲音能完整呈現。

二、在地化廣播服務規畫

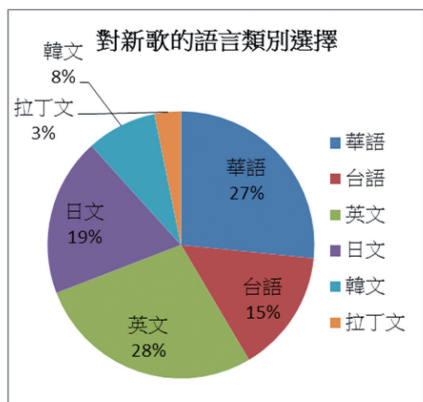
依照城市廣播網目前的節目表來看，聯播時段主要有三：以早上7點到9點、中午12點到2點，以及晚上7點到凌晨之間，其他時段則由各聯盟台自行負責。就算在聯播時段時，這些時段也由不同聯盟台負責，如早上的7點到9點及晚上9點到凌晨都是由台中負責，而中午12點到2點，以及晚上7點到9點則由台北負責。城市廣播網是依照時段與區域因素，來劃分聯播與地方時段，原則上

就是以沒有地域性需求，或比較休閒輕鬆的時段為主。如早上的聯播時段由於一天才剛開始，並無太多新資訊，因此主要提供各地最新交通路況訊息搭配國內外重要新聞訊息；而中午的聯播則以音樂加上軟性資訊為主，以配合一般聽眾在中午休息的生活習慣；而晚上聯播時段則因學生族群的減少，是針對游離族群來服務。而在地方時段時，則由各聯播台的主持人針對當地需求與情況來安排在地化服務。

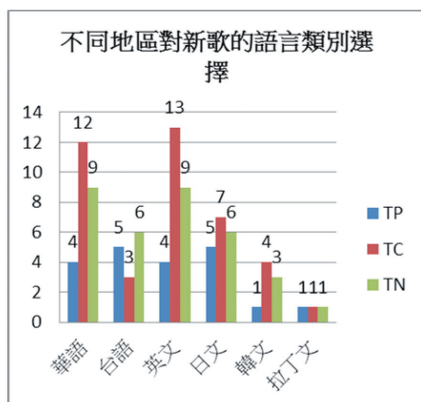
由於城市廣播網是以音樂結合資訊服務的音樂類型電台，因此其在地化服務也反映在主要的兩大類元素上：音樂與資訊。

（一）音樂：城市廣播網選擇音樂做為廣播服務主軸，為能了解聽眾的偏好與習慣，城市廣播已先透過科學調查來安排歌單，包括參考音樂風格、能量、節奏、速度、語言等指標，並結合一般生活作息，以期提供合適的音樂。不過，城市廣播網也注意到，台灣不同區域對音樂的偏好略有所不同，諸如在南部地方台語歌曲比例可以略高等，因此在音樂編排時，也預留調整空間給各聯盟台，以利因應當地的需求而改變。目前城市廣播也積極討論聯盟台可以自行安排的歌曲比例，以期真正能滿足在地聽眾的需求。

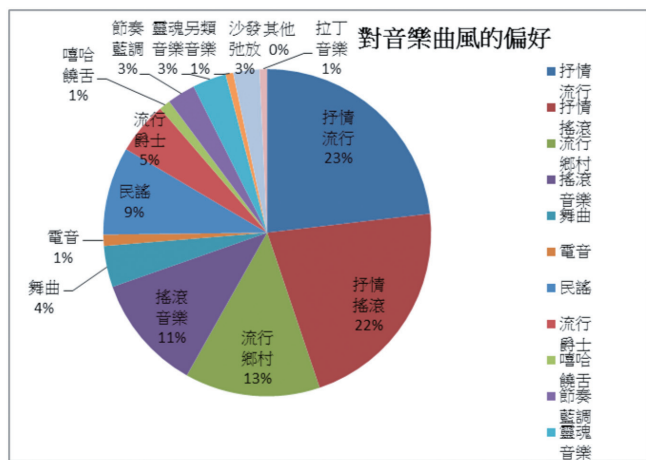
舉例而言，城市廣播網曾在2014年2月針對36位長期聽眾進行焦點團體調查，依比例分成北、中、南三區各選9、16、11位長期聽眾參加，其結果之一顯示：城市廣播網的聽眾對目前的音樂編排很滿意，而對新歌的語言比例來看，得分比例最高的前三名分別是英語、華語與日語。但若分從不同分台的聽眾來看，台中對英語新歌的偏好略高，台北與台南在英語、華語新歌上的偏好不分軒輊。再者，在音樂曲風的選擇上，城市廣播網的聽眾對抒情流行、抒情搖滾，以及流行鄉村最有偏好，但是各分台在這種樂風的偏好卻略有歧異，如台北的前三名就是抒情流行、抒情搖滾與搖滾音樂，而台南的前三名就是抒情搖滾、抒情流行與搖滾音樂（如圖四到圖七）。因此目前城市廣播在音樂編排上，雖然歌單由總台統一提供，但是各台卻能據此進行修正，以符合地區的音樂需求。



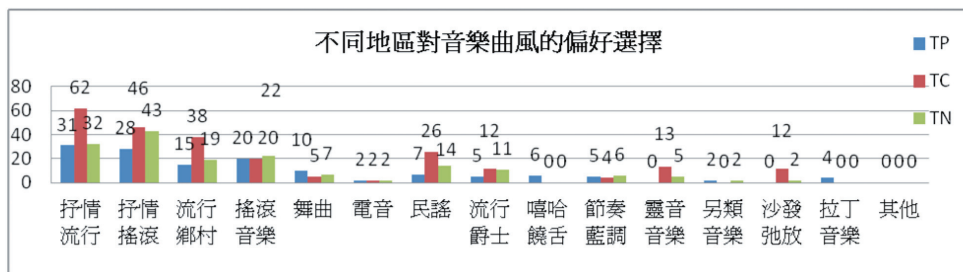
圖四 城市廣播網聽眾對新歌語言的選擇



圖五 城市廣播網各分台聽眾對新歌語言的選擇



圖六 城市廣播網對音樂曲風的偏好

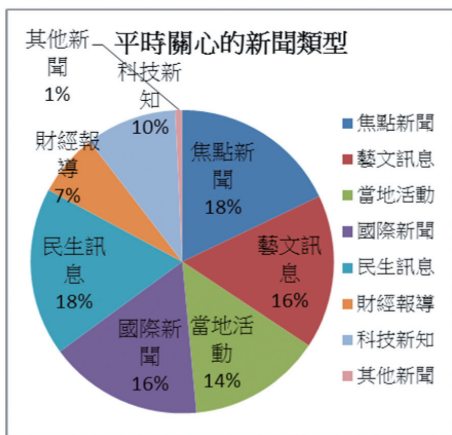


圖七 城市廣播網各分台聽眾對音樂曲風的偏好

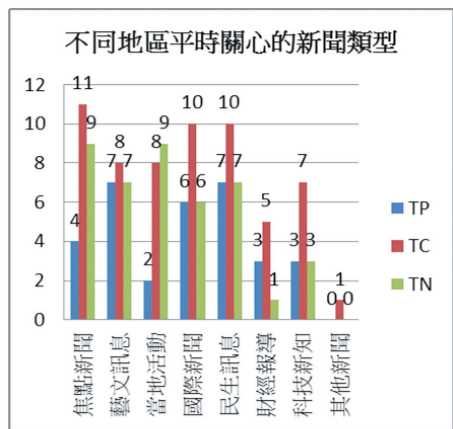
（二）資訊：地市廣播網的在地化資訊服務並非以長時段的說話節目方式呈現，而是以單元或主持人口播方式進行。相關的地方性資訊服務包括了：地方新聞、活動口播、交通路況、地方廣告，以及資訊單元（如地方大小事）等。

根據城市廣播網曾在2014年2月針對36位長期聽眾進行焦點團體調查來分析，當地活動與在地的藝文消息也是聽眾平時為關心的資訊，只排在焦點新聞與民生訊息之後（如圖八到圖十一），多數座談參與者都認為城市廣播網可以多針對當地活動及藝文訊息來深耕，以強化各台的在地性，這個從城市廣播網的聽眾對未來該新增的新聞類型中，即可見一斑。

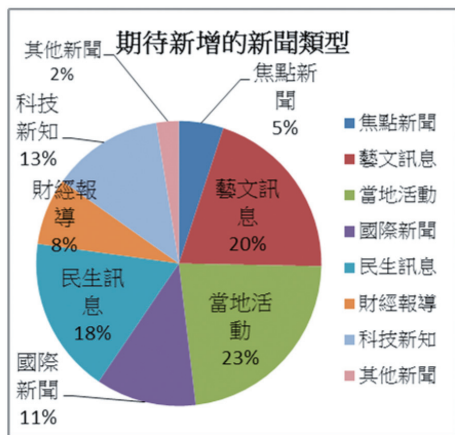
上述各項廣播在地化服務都由節目人員製作編播。城市廣播網的節目人員包含線上主持人及幕後工作人員，但主持人不僅只負責節目播音，下了節目後，也需協助節目單元製作、地方新聞編採、參與地方活動或事務等。目前在節目人力配置上，大苗栗電台有1人、台北健康電台有4人、台南知音廣播有2人、台中城市廣播則有7人（包含上線不上線的節目工作人員）。



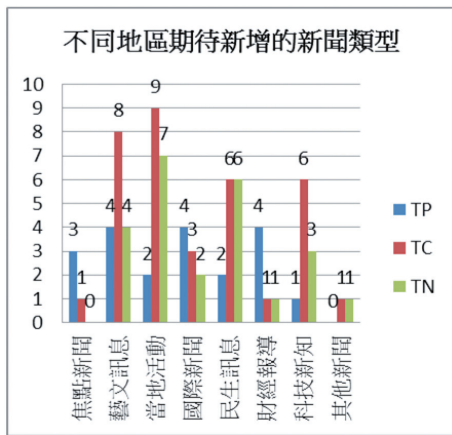
圖八 城市廣播網聽眾平時關心的新聞類型



圖九 城市廣播網各分台聽眾平時關心的新聞類型



圖十 城市廣播網聽眾期待新增的新聞類型



圖十一 城市廣播網各分台聽眾期待新增的新聞類型

三、對電台在地化服務影響

透過非集中式的節目供應方式，城市廣播網讓策略聯播方式能翻新形態，更具彈性安排與多元組合的可能，對在地化服務的影響說明如下：

(一) 一般廣播策略聯盟多將地方時段固定，以利在節目單編排時，方便將全區性與地方性的廣告與資訊區隔開來，此作法自然簡單好管理，但也失之彈性，特別是廣播是個強調即時性、陪伴性的媒體，城市廣播網的作法雖然複雜，但更能讓在地化服務更有效更平均在節目中呈現。

(二) 城市廣播網善於利用科技來增加節目創新性。透過非集中式節目供應模式，有些地方時段主持人也能在聯播時段出現，或進行CALL-IN或負責資訊口播，讓節目聽起來另有新鮮感；而在某些特殊節慶時，也能藉由此星狀網路來進行遠端現場，例如在跨年時，可以有三個聯盟台同時進行現場主持，配合預先安排好的節目單，聽起來就能像三位主持人是聯合主持一樣。

(三) 在人力支援與調度方面，非集中式的節目供應模式更能展現其極具彈性的優勢。針對某些人力較不足的聯盟台，則可以調度其他台的人員來支

援，而不會因此失去對該地方聽眾的服務品質。另外，在假日或聯播時段時，也能節省節目主持人力，方便讓節目人員能更有機會去參與地方活動或接觸地方團體。

伍、討論與建議

一、科技創新擴大在地化服務

城市廣播網能發展出非集中式節目供應模式，其先決條件是其所用之星狀網路已甄成熟，而藉用此新科技讓策略聯盟的各台都具有擔任主播室的能力，一舉擺脫一般策略聯盟裡的單向節目供應方式。這個模式讓城市廣播就算在聯播時段中，也能依區域上的需求，播放地區性的廣告或地方資訊，大大增加地方性服務的頻道與時數。這非集中式節目供應模式能同時兼顧了節省成本與服務地方兩端，一方面能在高度競爭的環境中維持策略聯盟帶來的資源共享與分攤成本的好處，另一方面也能符合頻道開放政策中所欲推動的在地化與多元化發展。

另外，星狀網路也讓城市廣播在節目主持與內容服務上有更多的嚐試。諸如受訪者中負責節目安排與主持人管理工作的兩位即認為，在假日或聯播時段中，可以用更精簡的人力來支援資訊播報、在call-in遊戲中能有不同主持人來與聽眾互動，增加新鮮感、針對人力不足的聯盟台提供節目製作資源、在特殊節慶時能同時開放遠端現場，模擬連線主持等，此二位認為這些都顯示因為科技創新的應用，直接或間接地豐富了在地服務的多元性，同時也是非集中式節目供應模式所帶來最大的優勢。

二、彈性人力配置有助在地深耕

根據訪談所獲得的資料來分析，原先發展出非集中式節目供應模式主要是為了精簡人力，及方便管理兩大目標。城市廣播網在台南知音與大苗栗廣播加

入後，由於節目量增多以及人力吃緊，因此需要儘快找到有效方法來解決，而透過星狀網路雙向傳播的能力，讓這問題能順利解決。甚者，這個模式的應用也能讓節目人員在休假時仍能輕易有人代班、或是位於某些地區的聯播台不易找到節目人員時，也可以其他地區來招募，再用以支援該台。這些都是這個模式在人力管理與調度上展現的優勢。

若以電台節目人員的總數看來，執行非集中式節目供應模式所需的人數未必比一般策略聯盟的少。一般策略聯盟電台通常會在「總台」擁有較完整的節目製作人力，來支援聯播所需的節目內容；而非集中式節目供應模式讓節目人力依比例分散在各聯盟台裡，也許從單一聯盟台看來其節目人力並不多，但加總之後卻也未必低於傳統模式中的節目人力。然而從三位受訪者的反應來看，這樣的人力配置非且不是負面影響，相反地，讓各聯盟台有較充裕的人力，在節目製播之餘，還能主動參與地方活動、編採地方新聞、或與地方團體直接互動，對建立在地形象與深耕地方都有正面的作用。

三、非集中式節目供應較適合類型化電台

非集中式節目供應模式雖然能多向且彈性地在聯播網裡互相供應節目，但是先決條件則是，廣播聯播網裡各台的節目單格式必需統一一致，包括廣告、單元、新聞、音樂、主持人口播等元素的時間點都需規畫在統一破口，才能透過星狀網路科技來設定供應節點，以及接收的各台。因此對非類型化的廣播聯播網而言並不適用，特別是在節目單長度不一、內容架構多元的情形下，無法適用。

再者，非集中式節目供應模式需事先建立完整的標準作業流程，以及有配套的人員教育訓練，才能事先核對總台傳送過來的節目單，並依各台需要來進行調整，若在其中過程有所不慎，可能會人為疏忽或溝通誤解而造成節目傳送的困擾。從效率的觀點而言，這是非集中式節目供應模式所需付出的代價，需要更多人力與時間來處理前置作業。

四、個案成效雖顯但仍屬初探

雖然透過非集中式的節目供應，讓城市廣播網在提供在地化服務時，能更具彈性與多元，但基本上只是一個個案的探討，其真正的效益仍需更多的研究投入，始能獲得更實証的資料。以下針對本次研究限制先做說明，以供日後相關研究參酌：

（一）本次研究在深度訪談中限於時間與精力，只先接觸城市廣播網裡的三位高階層管理人員，雖然能了解整個非集中式節目供應作法的來龍去脈，也能分析創新作法帶來的優劣，但仍屬有限。未來能針對城市廣播網裡更多的從業人員來訪談，應能提供更多分析的切入點。

（二）另外，在深度訪談的受訪者類型上，也欠缺不同的角色，諸如節目從業人員、工程技術人員等，應更能從實際運作面，蒐集更多執行上的問題與解決經驗，對做為其他電台參考仿效時，會更具參考價值。

（三）學界的加入應能厚植更多相關的文獻基礎。就目前廣播相關的文獻來看，多數的研究多鎖定經營管理、或節目製播、或傳播效果等議題，鮮少探究到節目供應的技術面，雖說此一面向涉及科技技術層面，但對電台經營或節目製播有著重要的影響，未來應可以與相關領域的專家合作，增加此方面的研究資料。

（四）在地方化服務部份，城市廣播網雖因其電台之「音樂資訊類型電台」定位，多強調在音樂編排與在地資訊服務方面，然一個廣播電台為能在地深耕，節目僅是其中一環，其餘還有電台行銷、聽眾互動、社區活動等不同的規畫，也需要深入探究，因此建議未來的研究也能循此方向繼續深入，以強化對廣播在地服務的定義、範圍與應用的了解。

參考文獻

- 李婉琳 (2009)。《廣播節目數位化產製模式與流程研究》。台北：國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- (Woan-Leng Li [2009]. *A Study of the Digitalized Production Model and Process for Radio Broadcasting*. Unpublished master thesis, Department of Radio and Television, National Chengchi University, Taipei.)
- 吳財澄 (2005)。《台灣廣播產業經營管理之研究》。高雄：國立中山大學中山學術研究所政治組碩士論文。
- (Tsai-Cheng Wu [2005]. *Administration Study on The Management of Taiwan Radio Industry*. Unpublished master thesis, Institute of Interdisciplinary Studies for Social Science, National Sun Yet-San University, Kaohsiung.)
- 吳萬益、汪昭芬 (2000)。〈『開放天空』前後成立之廣播電台其組織文化、典範選擇及經營策略之研究〉，《中華管理評論》，第3卷，第1期，頁105-132。
- (Wan-Yi Wu and Jhao-Fen Wang [2000]. "A Comparative Study of Corporate Culture Paradigm Selection and Management Strategy for Broadcast Firms Setting up Before and After the 'Open Air' Policy." *Web Journal of Chinese Management Review*, Vol. 3, No. 1:105-132.)
- 林心茹 (1999)。《中小功率廣播電台聯播策略之探討》。雲林：雲林科技大學企業管理系學士論文。
- (Shin-Ru Lin [1999]. *Research on Strategic Alliance for Medium And Small Local Radio Stations*. Unpublished bachelor thesis, Business Administration, National Yunlin University of Science and Technology Designed, Yunlin.)
- 卓芳儀 (2013)。《電台媒體之顧客忠誠度研究》。台中：國立中興大學行銷學系碩士論文。
- (Fang-Yi Cho [2013]. *Research on Loyalty of Listeners to Radio Stations*. Unpublished master thesis, Department of Marketing, National Chung Hsing University, Taichung.)
- 孫彬訓 (2003)。〈從台灣廣播產業結構分析電波開放政策〉，《傳播與管理研究》，第1卷，第2期，頁255-287。
- (Pin-Hsun Sun [2003]. "A Structural Analysis of Taiwan's Radio Industry in the Case of the Airwaves Deregulation Policy." *Communication and Management Research*, Vol. 1, No. 2:255-287.)
- 孫國祥 (2004)。《廣播電台聯播網形成的策略—以好事聯播網為例》。高雄：國立中山大學企業管理學系研究所碩士論文。
- (Guo-Siang Sun [2004]. *The Strategy of Union Broadcasting for Radio Station: The Case of Best Radio Corporation*. Unpublished master thesis, Department of Business Management, National SunYat-Sen University, Kaohsiung.)

- 莊克仁（1998）。《電台管理學》。台北：正中書局。
- (Ke-Ren Chuang [1998]. *Radio Station Management*. Taipei: Cheng Chung Bookstore Ltd.)
- 許宸翰（2011）。《台灣中、小功率廣播電台的聯播策略之探討》。台北：世新大學傳播管理學系碩士論文。
- (Chen-Han, Hsu [2011]. *The Network Strategy of New Entrants: The Case of Low and Medium Power Radio Stations in Taiwan*. Unpublished master thesis, Department of Communications Management, Shih Hsin University, Taipie.)
- 陳春富（2005）。〈我國廣播產業發展優劣分析〉，劉偉勳、蔣安國（主編），《中華民國廣播年鑑2003-2004》。台北：行政院新聞局。
- (Chun-Fu Chen [2005]. “Analysis of The Development of Radio Industry In Taiwan.” In Wen-Hsun Liu and An-Kuo Chiang [eds.], *Taiwan Radio Broadcasting Yearbook 2003-2004*. Taipei: Government Information Office, Republic of China, Taiwan.)
- 陳耀竹、黃心怡（2009）。〈應用模糊多評準決策於廣播電台聯播網關鍵才能評估之研究〉，《傳播管理學刊》，第10卷，第1期，頁65-94。
- (Yaw-Chu Chen and Sin-Yi Huang [2009]. “Applying Fuzzy Multi-Criteria Decision-Making Method to Evaluate the Key Capabilities of Taiwan Broadcasting syndicate.” *Journal of Communications Management*, Vol. 10, No. 1:65-94.)
- 張以仁（2006）。《中功率廣播電台經營與行銷策略之分析—以飛碟電台為例》。台北：銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- (Yi-Jen Chang [2006]. *The Research in Marketing Strategies of Broadcasting Stations: Taking Amoeba's UFO as Examples*. Unpublished master thesis, Graduate School of Communication Management, Ming Chuan University, Taipei.)
- 張德娟（2000）。《台灣地區中小功率電台策略聯盟研究》。高雄：國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- (De-Juan Chang [2000]. *Research on Strategic Alliance of Medium And Small Local Stations In Taiwan*. Unpublished master thesis, Institute of Communications Management, National Sun Yet-San University, Kaohsiung.)
- 彭錦鵬、呂育誠（2005）。《公營廣播電台（含警察廣播電台、教育廣播電台及漁業廣播電台）行政法人可行性之研究》。台北：行政院人事行政局委託研究計畫。
- (Jin-Peng Peng and Yu-Cheng Lu [2005]. “Research On Feasibility of Public corporatization For Public Radio Stations.” Taipei: 2005 Directorate- General of Personnel Administration Project.)
- 詹懿廉（2000）。《有關廣播電台聯播、聯營、策略聯盟問題之探討》。行政院新聞局八十八下半年及八十九年度研究報告彙編下冊，頁617-636。台北：行政院新聞局。
- (Yi-Lian Chang [2000]. *Discussing Questions Derived From Radio Relaying, Cooperating and Allying*. Government Information Office Research Yearbook 1999~2000: 617-636. Taipei: Government Information Office.)

- 廖重凱 (2011)。《廣播電台經營績效評估之探討—以B聯播網為例》。台中：朝陽科技大學財務金融系碩士論文。
- (Chung-Kai Liao [2011]. *Performance Evaluation of a Broadcasting Station Network- A Case Study of Radio Station B*. Unpublished master thesis, Department of Finance, Chaoyang University of Technology, Taipei.)
- 蔡念中、陳清河 (2007)。《95年度廣播事業 (含未立案電台與數位廣播) 產業調查研究》。台北：行政院新聞局委託研究計畫。
- (Nian-Zhong Tsai and Ching-Ho Chen [2007]. *Investigation of the Radio Industry (Including Uncertified Radio and Digital Service) in Taiwan, 2006*. Taipei: Government Information Office Project.)
- 黃雅琴 (2005)。〈廣播產業的環境分析與未來發展願景〉，劉偉勳、蔣安國主編，《中華民國廣播年鑑2003-2004》，頁55-58。台北：行政院新聞局。
- (Ya-Chin Huang [2005]. "The Environmental Analysis and Future Development and Vision for The Radio Industry." In Wen-Hsun Liu and An-Kuo Chiang [eds.], *Taiwan Radio Broadcasting Yearbook 2003-2004*. Taipei: Government Information Office, Republic of China, Taiwan.)
- 鄭貴月、李秀珠、朱秋萍 (2009)。〈策略聯盟與媒體組織資源運用之關聯性研究—以台灣廣播電台為例〉，《廣播與電視》，第30期，頁29-57。
- (Kui-Yueh Cheng, Shu-Chu Li and Chiu-Ping Chu [2005]. "A Resource-Based View on Formation of Strategic Alliances: A Study on Taiwan's Radio Industry." *Journal of Radio and Television Studies*, Vol. 30:29-57.)
- 賴祥蔚 (2001)。〈廣播電台聯播策略的利弊分析—從飛碟聯播網的歷史談起〉，《廣電人》，第76期，頁22-25。
- (Siang-Wei Lai [2001]. "Analysis Benefits and Disadvantages of The Alliance Strategy of Radio Stations: From The History of UFO Radio Network." *Broadcaster*, No. 76:22-25.)
- 關尚仁 (1996)。〈台灣地區廣播事業之現況及未來展望〉，《廣電人》，第15期，頁9-13。
- (Shang-Ren Kwan [1996]. "Status Quo and Future Prospects of The Radio Industry in Taiwan." *Broadcaster*, No. 15:9-13.)
- _____ (1999)。〈廣電節目品質管理研究〉，《廣播與電視》，第14期，頁1-24。
- (_____ [1999]. "Quality Control Of Broadcasting Program." *Journal of Radio and Television Studies*, No. 14:1-24.)
- Ary, D., L. C. Jacob, A. Razavieh, and C. Sorensen (2006). *Introduction to Research in Education*, 7th edition. Belmont, C.A.: Thomson / Wadsworth.
- Gay, L. R. and P. Airasian (2003). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*, 7th edition. U.K.: Pearson Education.
- Bogdan, R. C. and, S. K. Biklen (2003). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*. Boston: Pearson Education Group.

- Denzin, N. K. and Y. S. Lincoln (2000). *Handbook of Qualitative Research*. C.A.: Sage Publications.
- Hill, C. W. and G. R. Jones (2006). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. Boston: Houghton Mifflin.
- Mertens, D. M. (1998). *Research Methods in Education and Psychology: Integrating Diversity with Quantitative and Qualitative Approaches*. C.A.:Sage Publications.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. C.A.: Sage Publications.

The Impacts of A Decentralized Program Supply Model on Localized Service of Radio Strategic Alliances: A Case Study

Chia-Kun Lee

Abstract

The policy of radio channels release, which was initiated in 1993, has drastically changed the radio market in Taiwan. In order to sustain, radio stations develop the strategic alliance as an effective solution. This approach creates more resource and assistance in terms of program development and management of radio, but it also makes localized service relatively less. The balance between market expansion for survival and localization for diversity seems being violated. Gold FM Network develops a decentralized program supply model based on Internet technology, which is different from the traditional one-to-many model of program supply approach. This new approach can enhance localized service of radio stations. This study focuses on the case of GOLD FM Network to investigate how this technology impacts their service. The findings indicate that technology innovation and program log checking are the critical factors. In addition, the impacts of this model on localized service of radio are examined.

Keywords: program supply, radio station, localized service.

Chia-Kun Lee is assistant professor at Department. of Mass Communication, I-Shou University, Kaohsiung, Taiwan.

