

莊克仁◎著

廣播節目 企劃與製作

17



廣播節目 企劃與製作

莊克仁 著

台北國際社區廣播電台 (ICRT) 經理

五南圖書出版公司 印行

廣播節目企劃與製作

作 者／莊 克 仁

責任編輯／陳 貞 吟

校 對 者／石 曉 蓉

出 版 者／五南圖書出版有限公司

登 記 號：局版台業字第 0598 號

地 址：台北市和平東路二段 339 號 4 樓

電 話：27055066（代表號）

傳 真：27066100

劃 撥：0106895-3

網 址：[//www.wunan.com.tw](http://www.wunan.com.tw)

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

發 行 人／楊 榮 川

中部門市／五南文化廣場

地 址：台中市中山路 2 號

電 話：(04)2260330

排 版／五南電腦排版有限公司

製 版／和鑫照相製版有限公司

印 刷／容大印刷事業公司

裝 訂／信成裝訂行

中華民國 85 年 9 月初版一刷

中華民國 87 年 3 月初版二刷

ISBN 957-11-1223-2

基本定價 7 元

（如有缺頁或倒裝，本公司負責換新）

作者簡歷



莊克仁

學歷

美國南加州大學傳播事業管理碩士

美國史丹福大學傳播學碩士

高等考試新聞行政人員及格

曾任

台北市政府新聞處科長

台北市政廣播電台副台長

世新、銘傳、淡大專、兼任講師

現任

台北國際社區廣播電台 (ICRT) 經理



廣播是一個非常迷人的傳播媒體。

由於廣播具有無限的想像空間，節目製作過程與管理，不像報紙或電視般的複雜，所以較適合本人的個性，轉眼間已投入這個行業十餘年，仍樂此不疲。

我國廣播事業，在前輩們辛勤耕耘之下，數十年來，已有長足的進步，更是一般民衆休閒娛樂、吸取新知的主要來源之一。

今日承蒙五南圖書出版公司董事長楊榮川先生及總編輯陳念祖先生的厚愛，盼作者能編寫一本有關廣播節目企劃製作的書，乃利用公餘時間，斷斷續續寫作，也花費將近二年的時間，仍蒙五南圖書出版公司不棄，終於出版問世，至表感謝。當然，能完成本書，還要感謝過去與現在曾教導與指導過的師長與廣播界的先進和同事。

由於作者經驗與學識不足之處仍多，書中若有錯誤或疏漏的地方，尚祈各界賢達，不吝指教為感。

莊克仁 謹識

於台北市陽明山

ICRT 電台

目 錄



1	無線電廣播概論	1
◆	無線電廣播電台	3
◆	我國電子媒體生態的變遷	6
◆	電台宗旨與電台定位	9
◆	聽眾調查與類型電台	13
2	廣播節目經營與策略	17
◆	系統、社會系統與傳播系統	19
◆	節目策略系統	24
◆	電台組織與節目企劃製作	31
◆	節目企劃、製作人員職掌	36
3	節目與新聞企劃及製作流程	41
◆	廣播節目的種類	43
◆	節目企劃與製作的準備工作	49
◆	廣播節目的企劃與製作流程	52
◆	新聞節目的企劃與製作流程	59
4	節目企劃書撰寫實例	67
◆	節目構想與節目宗旨	70

◆ 節目收聽對象與節目內容	79
◆ 節目名稱、類型、播出方式、長度及每週播出次數	90
◆ 節目播出時間、頻率、語言、預期效果及預算	95
◆ 節目策畫指導群、諮詢團體、製作人及主持人	102
5 廣播新聞及新聞性節目製作	109
◆ 廣播新聞的重要性	111
◆ 廣播新聞的撰寫與編播	115
◆ 談話性節目的企劃與製作	119
◆ 實況轉播節目的企劃與製作	126
6 廣播各類節目企劃與製作	137
◆ 教學性節目的企劃與製作	139
◆ 服務性節目的企劃與製作	141
◆ 兒童與婦女節目的企劃與製作	142
◆ 戲劇節目的企劃與製作	147
◆ 音樂節目的企劃與製作	151
◆ 綜藝節目的企劃與製作	157
7 廣播廣告企劃與製作	161
◆ 廣播廣告的定義及特色	163
◆ 廣播廣告的製作流程	167
◆ 廣播廣告的寫作原則與表現手法	175
◆ 廣播廣告的音樂與廣告歌	181

8	廣播節目與廣告製作法規	185
◆	節目製作部分	188
◆	廣告製作部分	196
9	廣播節目製作設備與操作使用	203
◆	發音室與控制室	205
◆	混音鍵盤	208
◆	轉盤、雷射唱盤與迷你磁碟片錄放音座	218
◆	錄、放音設備	222
◆	麥克風	227
◆	監聽器材	230
10	廣播的未來	233
◆	廣播節目企劃與製作新方向	235
◆	廣播新科技對節目的影響	238
◆	結 論	241

主要參考書目	243
--------	-----

無線電廣播概論



1

無線電廣播電台

我國電子媒體生態的
變遷

電台宗旨與電台定位

聽眾調查與類型電台

無線電廣播是藉電磁波來傳送訊息的，而電磁波根據其「調變」的型式，可以分為「調幅」(AM)廣播與「調頻」(FM)廣播兩種。

就廣播的特性而言，由於「調幅」廣播使用天波和地波傳送訊號，所以它的射程範圍較遠；但也由於天波會受到空中靜電的影響，故回到地面，從收音機常聽到廣播有雜音。至於「調頻」廣播則因使用直射波傳送訊號，遇高山或大樓會受阻，故發射範圍較小，概以眼睛所能看到的範圍為限。由於調頻電波不向天空發射，加上其頻寬較調幅為寬，故音質較好，不但沒有雜音，而且可產生立體聲的效果，適合播出音樂。

就廣播節目本身而言，不管其為調幅電台或調頻電台，最重要的，並不是其廣播訊號能傳送多遠，而是有多少人能接收得到它的訊號。



• 無線電廣播電台

□ 以工程性質區分

我們先就美國對調幅與調頻電台的分類，以瞭解其與「功率」、「發射範圍」，以及「市場大小」之間的關係。

根據「美國聯邦傳播委員會」(FCC)的規定，調幅廣播電台分為：淨頻道(Clear Channel)、區域頻道(Regional Channel)和地方頻道(Local Channel)三類。淨頻道的電台使用電力最大，從10,000～50,000 瓦特，以服務都市、鄉鎮和鄉村混合區為主。區域頻道使用的電力，在500～5,000 瓦特，以主要人口中心及其鄰近郊區為主要的

表 1-1 調幅電台種類

種 類	功 率
淨 頻 道	10,000 ~ 50,000 瓦特
區 域 頻 道	500 ~ 5,000 瓦特
地 方 頻 道	250 ~ 1,000 瓦特

表 1-2 調頻電台種類

種 類	廣 播 範 圍	功 率 大 小	天 線 超 過 地 面 高 度
甲 (A) 級	15 哩	100 ~ 3,000 瓦特	300 呎
乙 (B) 級	30 哩	5,000 ~ 50,000 瓦特	500 呎
丙 (C) 級	60 哩	25,000 ~ 100,000 瓦特	2,000 呎

服務。地方頻道最多不可超過 1,000 瓦特，除少數特殊機構經營電台准以 100 瓦特發射外，一般最小為 250 瓦特，屬於低功率電台，為城市或鄉鎮及其鄰近郊區及鄉村地區提供服務（表 1-1）。

至於調頻廣播電台，美國聯邦傳播委員會，則依功率及天線高度，區分為三種：甲、乙、丙級 (Classes A、B & C) 電台。輸出功率，由小而大，依序為：100 ~ 3,000 瓦特、5,000 ~ 50,000 瓦特，及 25,000 ~ 100,000 瓦特；廣播範圍亦由近而遠，從半徑 15 哩、30 哩到 60 哩；天線高度亦由低至高，分別為：300、500 至 2,000 英尺。因此，我們可以說，甲級電台屬低功率地方性電台，服務人口稠密之地區。乙級電台屬中功率區域性電台，服務城市及其周圍的郊區及鄉村等特定市場區域。丙級電台則為高功率之地區性電台，連同指配的都市範圍，對廣大的鄉間區域廣播（表 1-2，表 1-3）。

無線電廣播電台，就電波屬性而言，可分為調幅電台與調頻電台。這裡有兩個東西，與廣播電台有密切的關係，其一為「頻率」(frequency)，其二為「功率」(power)。

表 1-3 調頻電台種類對照表

市場大小	電台大小	功率大小	廣播範圍	電台種類	人口數
小型	小型	低	15 哩	地方性 (A)	5 千-2 萬 2 千
中型	中型	中	30 哩	區域性 (B)	10-50 萬
大型	大型	大	60 哩	(全) 地區 (C)	100 萬以上

現在調幅廣播所使用的是中頻的電波，經國際協商劃定在 540 千赫至 1,600 千赫；而調頻廣播所使用的頻率範圍，屬於特高頻，國際協商劃定在 88 兆赫到 108 兆赫，並規定調幅電台頻寬為 10 千赫，調頻電台則為 200 千赫，以避免互相產生干擾。

所謂「功率」，是指廣播電台發射電力的大小。一般而言，電台廣播發射範圍的遠近，與發射功率的大小有關。但低頻調幅廣播，更要借助天線鐵塔高度，來協助電波的發射，因為其二者恰成正比。調頻電台則需藉天線鐵塔高度與轉播站，將其特高頻 (VHF) 和超高頻 (UHF) 的電波傳送出去。

至於美國的廣播電台，以其市場大小來區分，可分為大、中、小型電台，而市場規模大小，乃是以該地區的人口數來計算的。在美國，大型電台多位於大都會，如紐約、洛杉磯、芝加哥……等人口最密集的都會中心。中型電台則位於人口在十萬至五十萬之人口稠密的城市，而小型電台則位於居民僅有五千至二萬二千名的小城鎮。

□ 以經營方式區分

其次，電台的種類，除以工程性質區分為調幅與調頻電台兩大類之外，另外，若以經營方式來看，則可分為商業 (commercial) 與非商業 (non-commercial) 電台。前者為營利性電台，後者為非營利

性質；後者又可分為公共(public)、學校(college，指教育性非商業性質)、社區(communitiy)，以及宗教(religious)等四種。在美國，調幅廣播原本有非商業性電台，後來，在一九三八年將它移往調頻，第二次世界大戰之後，又將 88 到 92 兆赫的範圍劃定為非商業性電台，共有二十個頻道，屬低功率（10 瓦特）之 D 類電台。

不管是商業性或非商業性之調幅或調頻廣播電台，均牽涉到經營理念與電台定位等經營管理上的觀念及實際運作等問題。而這些又會影響到節目企劃與製作。最明顯的例子，在我國公營電台，如由政府機關所設立的電台，大抵屬非商業性質之電台，而民營電台，由中華民國國民以公司或財團法人型態設立之電台，前者屬商業性，故以營利為目的，後者屬非商業性，故應屬非營利廣播電台。



· 我國電子媒體生態的變遷

民國八十年至八十二年，可謂我國電子媒體，尤其廣播媒體大鳴大放的時期，它不但在頻道開放的數量上，打破過去長期壟斷的現象，更在地下電台的言論上，顯示民間另外一種聲音，特別藉著叩應(call-in)訪談，讓沈默的大眾，說出內心深處的聲音，因此，廣播新聞節目中，受訪者不一定是政府要員，也未必是學者專家，而是許許多多名不見經傳的小市民，只要一塊錢，就可以透過廣播頻道，讓成千上萬的人，知道他（她）想要說的是什麼，也許講的不好，甚至不對，也就是廣播公共論壇的形式，在這個時候誕生了！

□民國三十八年至七十九年

回顧四十多年以來的台灣廣播史，電子媒體乃在執政黨的牢牢控制下，從早期的配合「反攻大陸」政策，舉凡公、民營電台的設立，均是做為「消極抵制匪波，積極從事對匪心戰」的用途。到六〇年代，政府推出十項建設，兩岸關係緩和，電子媒體轉而做為「政令宣導」的工具。

民國三十八年，台灣本地以及大陸遷台的廣播電台共僅十座，自民國三十九年起，一直到民國五十年間，便有民聲、警察、復興、天南……等二十餘家公、民營廣播電台成立。從民國五十一年至七十九年，又有高雄市政、漁業、台灣廣播（合併民聲、台聲、中興、民天、復興崗）等電台設立，總數達三十二家。

在結構上，三十二家電台中，屬於民營電台共有二十一家（不含中廣），公營電台則有十一家，然而以台數計算，公營電台為八十五個，民營電台則為五十八個；中廣本身即擁有四十五個台，可見執政黨與政府擁有電台台數（一百三十個）較民營電台總數超出二點二倍，若以發射機的部數和電功率計算，同樣公營較民營多出兩、三倍之多，這是台灣廣播生態結構較其他國家特殊之處。

上面所提公營電台，包括隸屬中央政府，如國防部、教育部、農委會等部會之漢聲、復興、空軍、光華、中央、教育、漁業……等電台。隸屬台灣省政府的警察電台，以及院轄市的台北（市政）和高雄市政電台。幼獅電台目前尚領取公營電台執照，因其前身為救國團，現則改組隸屬為幼獅文化事業公司。

中國廣播公司則隸屬於執政黨——中國國民黨，因歷史淵源，在民國七十九年時，即擁有四十五個台、七十部發射機及 227(KW) 輸出電功率，是台灣廣播界的巨無霸！

此外，同為電子媒體的國內三家電視台：台視、中視與華視，亦在資本結構與重要人事上，分別由台灣省政府、中國國民黨及國防部長來掌控。

□八〇年代：頻道開放政策

民國七十六年七月十五日政府宣告解嚴，接著同年十月十五日宣布開放大陸探親，七十七年元旦解除報禁。相對地，在電子媒體，尤其廣播媒體方面，產生極大的衝擊與變化。

1. 開放天空政策

首先是民國七十八年十一月，政府終於開放民衆使用小型衛星天線及接收設備（即俗稱「小耳朵」），合法地收視日本百合二號（BS-2）衛星傳送的 NHK 第一、第二台電視頻道節目；若加裝「中耳朵」則可收看日本櫻花二號的六個電視台。

2. 頻道飽和——飽受攻擊

過去，行政院新聞局對於廣播、電視電台申請者的答覆，都是千篇一律地以「頻道已呈飽和」為由駁回。民國七十九年，台灣地下電台鼻祖吳樂天，便宣稱替政府找到了多餘的頻道，未經申請核可，逕自設立「民主之聲無線電台」及「民主之聲調頻廣播電台」！

從此之後，政府壟斷電子媒體頻道，包括調頻電台，除 ICRT 之外，均為政府或執政黨（中廣）所使用，突顯我國廣播電視頻道使用權的集中，更提供在野黨攻擊政府最好的藉口。

3. 有線電視終於合法

就在政府長期壟斷無線電子媒體、飽受批評之際，另一新興電

子媒體——有線電視，也在此時期，正由「地下」走向「地上」。

早在民國六十至七十年之間，便於台灣冰菓室出現播映日本摔角節目的有線播映系統，觀眾趨之若鶩，於是有線電視系統（俗稱「第四台」）便如雨後春筍般在都市，甚至鄉間，搭起線路，開始營業。由於免繳營業、版權等費用，獲利率甚高，雖經新聞局及治安單位強力取締，但終究抵不過業者求生存、觀眾為爭收視權益，以及時代潮流的種種壓力，我國第一部「有線電視法」終於在民國八十一年正式公布實施，並接受業者申請合法營業執照。

4. 無線電廣播與電視電台的開放

行政院新聞局本著「開放天空」政策，分梯次陸續開放大、中、小功率無線電廣播電台，截至八十五年六月，已獲准成立的大、中、小功率電台家數，為一百零八家，而全國無線電視台亦於民國八十四年六月公布，由「民間全民電視台」獲准申請成立，成為國內第四家無線電視台。



• 電台宗旨與電台定位

媒體管理學者 Lavine 及 Wackman(1988) 在其所著「媒體組織管理」(Managing Media Organization, 1988) 一書中強調，電台宗旨要能提供一個廣闊的遠景，並且能說明電台設立的原因。

□ 電台宗旨

為何要確定電台宗旨？我國廣播界前輩陳本苞先生指出，電台宗旨的確立，在於使電台經營方式正確，因此他認為一位電台經營