



聲音生力軍開拓傳播新管道

打開「聽」經濟 Podcast 世代來臨



在美國開創而後傳入臺灣的 Podcast，於 2019 年後發酵成熟，吸引許多名人轉戰開台；而過去培育出許多聲音人才的輔仁大學與世新大學，不只利用校園實習電台持續養成新世代聲音人才，也指出，未來聲音經濟的路子，有著你我所想像不到的無限可能。

撰文／李佳芳 圖片／世新大學、輔仁大學提供

由 蘋果 iPod 與廣播 (broadcast) 合成的新詞——Podcast，指的是利用網路發布並允許用戶訂閱的電台節目，這種新興聲音媒體在 2000 年左右的美國發跡，並在 2014 年至 2016 年間大幅成長，如今收聽人口已超過全球總人口數的一半，成為搶攻耳朵的新勢力。

Podcast 外溢影響力也擴及到臺灣，在本土整合平台業者 SoundOn、Firstory 等推波助瀾下，於 2019 年迎來關鍵性成長。這幾家平台業者

1	2	3	4
			5

1. 世新廣播電臺台長蔡珮教授認為，臺灣應發展聲音產業鏈。
2. 輔大之聲邀請相聲演員宋少卿參與節目《忙碌紫蔡包》的錄製。
3. 輔大之聲對全校公開招生，不限制科系的情況有助提供電台不同的創意思考。
4. 輔大之聲順應趨勢，從調頻轉往線上與 Podcast 的形式播放，圖為錄音室外觀。
5. 因為疫情的影響，2020 上半年臺灣就新開設了約 900 多個 Podcast 節目。



從製作到上傳的一條龍服務，大大降低工具操作的門檻，使得一年內誕生了 300 多個新節目，發起使用者不乏知名的 YouTuber、藝人與各界名人，帶動 Podcast 使用與收聽人口持續成長。到了 2020 年，在疫情宅居生活型態的影響下，光是上半年度就新開了約 900 個節目，每個月以超過 100 個新節目的數量爆發性成長，迎來所謂的臺灣 Podcast 元年。

節目內容是致勝關鍵

從最早透過收音機廣播，到改為線上收聽以及 Podcast 的隨選隨聽，聲音媒體的特性在於使用者可以一邊通勤、工作、家務，一邊收聽，利用零碎時間獲取新知、得到娛樂、補充知識，與必須使用眼睛才能體驗的 YouTube、抖音不同，是最好的「陪伴媒體」。

談到 Podcast 與傳統電台的不同處，輔仁大學傳播學院教授卓峯志表示，兩者在聲音工程上是沒有差異的，只是 Podcast 走自媒體路線，而電台則是具有規模的媒體，兩者能運用的資源不同，最明顯的差別就在所握公播版權的多寡造成獲利模式有所不同。

卓峯志進一步指出，目前多數 Podcast 都直接上線在 KKBOX 等串流平台上，以解決播歌上的問題，而未來會不會出現電台型的 Podcast 整合資源，還有待觀察。另外，電台可以插播各種廣告，但 Podcast 只能靠業配營利，目前也有參考 YouTube 發展 VIP 收費制，「Podcast 將從單打獨鬥走上公司或團隊的專業化經營，但是有組織並不是收聽保證，真正要站穩腳步，一定是要能提供收聽者需要的內容。」



在世新廣播電臺擔任台長的蔡珮教授也補充，Podcast 必須「短而精巧」，利用知識布局與聲音表情，使聽眾可以在最簡潔時間內吸收最大知識量，要吸引聽眾的興趣，比有影像輔助的 YouTube 更花費心思。「在所有媒體調查中，聽眾的忠誠度永遠是最高，這是聲音媒體非常獨特





1|2|3|4
5|

1. 輔大之聲運用參訪行程，讓學生體驗商業電台的運作模式。
2. 世新廣播電臺採用最高規格設備，提供學生實作練習與業界接軌。
3. 世新大學四年級學生吳姘儀認為，節目規劃師的訓練有助未來投入社群行銷產業。
4. 加入電台行列不僅可學習節目技巧，同時也增進與人溝通、合作的能力。
5. 輔大之聲不定期邀請業者或老師授課，增強學習效果。

電台上什麼？



10

10/13

10/13

楊士範 老師

Podcast介紹與主持經驗分享

的現象。YouTube 取悅的是大眾，Podcast 講求的是窄眾，當內容主題越是鎖定特別專門族群，越是清楚聽眾的樣子，則更容易與各界展開合作聯盟關係。」

雲端學習仍須節目企劃力

不管是官方或是業者的調查，聽眾使用 Podcast 排名第一的理由都是「學習新知」，而 Podcast 是否可以應用在遠距教學上，蔡珮認為「這是不錯的點子」，但對於沒有聲音企劃能力的教學者來說，會是一門相當艱鉅的挑戰。

卓峯志說明，「這幾年的教學很流行翻轉教室，也就是先把課程拍攝成教學影片，讓同學上課前先線上預習，把上課時間用來討論和解惑。如果把教學影片改成 Podcast，讓同學可以利用零碎時間來進行預習，倒不失為可以嘗試的做法。」在比較大型的畢業製作或對外競賽的企劃書撰寫也能結合「雲端共筆」技術，同步進行，打破時間與空間的學習限制。

擔任輔大之聲副台長的廣告系四年級學生鄭筑云分享自己收聽 Podcast 學習的

ON AIR





心得，「我很喜歡在通勤時聆聽《時間的女兒》，主持人將歷史內容包裝成有趣的故事，讓聽眾以聽八卦的角度吸取歷史相關內容，在輕鬆有趣的氛圍下學習了很多知識。」

不過，遠距教學與線上數位教學課程是不一樣的，要開設線上數位教學課程需事先申請，獲得核准之後才能製作教學影片放在平台上面，必須兼具教課書修訂與聲音節目企劃的專業，要完成上線並非三言兩語那麼簡單。

「在下學年度，我們即將推出新嘗試，由實習電台學生擔任節目規劃師，負責企劃、架構、剪接、宣傳技術，把學校最難選修到的課程包裝成 Podcast 節目。」蔡珮解釋，知識型節目是 Podcast 很重要的發展領域，如何讓知識內涵充足的人發展出切合聽眾的聲音內容，才是聲音好手的能耐。

不限科系向全校徵才

在此風潮下，輔仁大學與世新大學，也

從技術、企劃、實戰三方下手，培育人才，為下一波聲音經濟新浪潮增添生力軍。

位於新莊的輔仁大學，以校園為中心往外的泰山、五股、三重等周邊社區，都是「輔大之聲」（Voice Of FJU）的收聽範圍。這個自 2001 年開播的校園實習電台，除了過往調頻 FM88.5，更增添線上收聽、Podcast 播出以及官網隨選隨聽等多元管道，可見學術單位也順應趨勢，快速調整聲音人才培育的方針。

擔任台長的卓峯志指出，Podcast 解除了錄音工程與上傳管道的限制，持續 2、3 年的大爆發現象，使得臺灣約有 30% 到 40% 的人口成為聽眾。但當一窩蜂現象退去之後，勢必會有所謂「停頓期」，收聽率不佳或後繼無力的節目將被淘汰，而如何在反覆陣痛下緩慢且穩定成長，關鍵點還是在「創作」上。

卓峯志說：「大多數學校的實習電台



都是歸屬在廣電科系下，實習電台若只針對相關科系開放，錄取學生會有同質性太高的問題，容易使節目製作創意陷入瓶頸，所以輔大之聲是針對全校公開招生，不論是醫學院、法學院、文學院、織品服裝學院都可報名，有助於實習電台打開不一樣的想像。」

聲音與腦袋同步訓練

在 2/3 以上非傳播學院的組合下，輔大之聲開播的節目相當多元，無論是教育、健康、音樂、文化、社會議題等面向，都能在節目中收聽。在輔大之聲擔任節目主持人與節目部經理的廣告系三年級學生蔡丞哲表示，實習電台除了教製作節目的方法之外，還可以增進與人溝通、合作的技巧，無論將來從事各行各業，這個訓練都使他受益良多。

實習電台配合 2 年、8 學分的教學制度，第一年主要學習熟悉設備操作；第二年則開始學習製作節目，並以舊生帶新生的方式，組成運作電台的團隊。電台內主要可分為節目、新聞、公關、工程四個部門，課堂也會針對不同部門的需求，規劃不同專題，例如採訪

寫作、聲音訓練、廣告發想與製作等，並邀請知名業者或老師來授課，或是配合商業電台參訪與工讀，使學習效果可以達到最好。

發揮行銷力培養死忠聽眾

「我們新定位是 Knowledge、Radio、Podcast。」蔡珮教授表示，世新大學注重教育與產業銜接，實習電台的教學重點在實作，新生培訓集中在 3 月到 6 月，學習錄製廣播節目從頭到尾的設備操控，7 月便正式在實習電台上線節目，營運模式除了不播商業廣告之外，其餘與業界電台無異，節目每週都要有新的內容，也不會因為寒暑假停播，「每位主持人每學年要製播 52 集節目，壓力不小。」

蔡珮分享，世新廣播電臺的組織也分為四個部門：節目部、管理部、創意行銷部、工程部，電台會舉辦從企劃到編播的一系列工作坊，完整訓練從個人到組織的作業模式，每位節目主持人同時也是頻道的經營者，必須懂得數據、人力、管理、硬體如何相互搭配，才能成就好節目。在





世新廣播電臺完整訓練下，非廣電相關科系的口語傳播暨社群媒體學系四年級生吳姃儀，印證了節目規劃師的訓練有助於她未來投入社群行銷產業。

「企劃力、製播能力、主持採訪能力是聲音人才培養的三大重點，但進入 Podcast 時代之後，這三者之外更要加強的是行銷力。」根據 SoundOn 的預測，2022 年是「聲音變現元年」，一個 Podcast 就是一個電台頻道的縮影，Podcast 的未來潛力不在於把業配賣給聽眾，而在開發聲音經濟產業鏈，如跨平台經營延伸的有聲書、電子書等產品正是聲音變現的好方法。社群即是行銷，人們必須學習經營聽眾，不只利用自媒體宣傳與曝光，還要確保「窄眾」是「死忠」的，才能讓大數據說話，成為頻道變現的利基。



1	2	3
4	5	

1. 劉軒佑善用在電台學習到的聲音企劃專長，贏得工作機會。
2. 世新廣播電臺新定位為「Knowledge、Radio、Podcast」，圖為錄音室外觀。
3. Podcast 必須讓聽眾在最簡短的時間內，獲取最大的知識量。
4. 世新廣播電臺實習團隊第一屆實習台長劉軒佑與實習副台長葉宛昀、陳宗郁（右起）共同進行節目錄製。
5. 世新廣播電臺於今年大學博覽會在攤位上展現 Open Studio 戶外錄音室，成為全場最吸睛學校。

聲音舞台不僅止於線上

除了電台與 Podcast，聲音人才其實也時常走入實體環境，活躍在不同領域的舞台上。例如，世新第一屆的實習台長、廣播電視電影學系廣播組四年級學生劉軒佑便利用自己具有的聲音企劃專長，贏得餐飲公司工作機會，並期盼可以運用 Podcast 來行銷品牌。說明即便不是在媒體相關產業，聲音訓練背景依然可以有發揮空間。

「影視傳播產業有不少知名人士都是世新大學校友，擔任手遊、動畫或韓劇角色的配音，也在影音直播節目或大型活動擔任主持人，利用聲音專業在各行各業發光發熱。」這些都足以證明，聲音人才的出路不只有電台，只要是和聲音有關的任何行業，都是聲音人才未來的出路。✦

