

# 日治時期的廣播事業發展及其影響

文／李承機（國立成功大學臺灣文學系副教授） 圖片提供／國立臺灣圖書館



▲ 1930年代臺灣放送協會臺北放送局。（圖片提供／高傳棋）

廣播電信（radiotelegraphy）原意指無線電通信，20世紀早期專指音聲通信的無線電傳送技術。至1920年代「電波播送—受信收聽」的傳播模式實用化並形成廣播事業後，廣播（radio）一詞開始具有大眾傳播的意義，也成為和報業或出版業（the press），以及電影等既有大眾傳播媒介並駕齊驅的文化領域。臺灣在這段時期仍處於日本殖民統治下，廣播事業當然由殖民地政權所引進。

透過日本引進或移植的「現代文明」至今仍受到相當程度的討論，也確實需要更深入的檢視。若把廣播事業的發展作為檢視的材料，緣於相關技術在當時所呈現的特性與其限制，很容易將其視為全盤被動接受自日本。然而，若透過聽覺媒介的角度觀之，日治時期的廣播對臺灣社會卻具有相當重要的影響，因為廣播擁有即時性與確實性，及其不受限於文字教養（literacy）而得以同時連結大量人群的共時性（synchronousness），在當時識字

率未達50%的媒介環境裡占有相當關鍵的位置。

## 廣播的出現與發展

世界上最早的實用化無線電廣播乃1920年美國的KDKA電臺，之後廣播產業迅速成長，日本本土的實驗播送也早在1922年初開始，同時期香港與上海也相繼出現廣播電臺，臺灣最早的廣播受信紀錄是在1921年10月間，由設在基隆的無線電信局接收香港與上海的廣播之後，再中繼到基隆公會堂擴音供市民收聽。

1925年初東京放送局（JOAK）正式設立，臺灣總督府即開始籌畫接收日本本土廣播電波的相關事宜，並在6月的「始政30年紀念展覽會」期間於臺北會場設置臨時電臺進行實驗播送。至1927年中正式決策之前，總督府內部對於應否在臺灣設立電臺有一番意見折衝。主要考量大致分成兩種，一是開設電臺所費不貲，自行製作廣播節目難度甚高，所以僅接收本土廣播進行中繼即可，如此也能強化臺灣與本國間的聯帶。另一種意見認為臺灣周邊地區已出現不少電臺，日後難免對「島民」產生「惡影響」（主要來自中國），而設置這種「文明設



▲《臺灣遞信協會雜誌》實驗放送紀念號。

電台名	電台呼號	電台地址	電台種類	電台功率	電台頻率	電台備註
東京電台	JOA	東京	廣播電台	500W	1430kHz	
神戶電台	JOB	神戶	廣播電台	500W	1430kHz	
大阪電台	JOC	大阪	廣播電台	500W	1430kHz	
名古屋電台	JOD	名古屋	廣播電台	500W	1430kHz	
京都電台	JOE	京都	廣播電台	500W	1430kHz	
福岡電台	JOF	福岡	廣播電台	500W	1430kHz	
台北放送局	JFAK	台北	廣播電台	500W	1430kHz	
台南放送局	JFBK	台南	廣播電台	500W	1430kHz	
台中放送局	JFCK	台中	廣播電台	500W	1430kHz	
嘉義放送局	JFDK	嘉義	廣播電台	500W	1430kHz	
花蓮港放送局	JFEK	花蓮港	廣播電台	500W	1430kHz	

▲日本時代收音機頻道表。（圖片提供／黃裕元）

施」亦可彰顯日本殖民統治的功績。從此處可了解，總督府非常清楚廣播在宣傳上的重要性，也可預知日後臺灣的廣播事業乃亦步亦趨跟著總督府的政策方向。

1928年底臺北放送局（JFAK）以官設電臺的名義開局播送，以鼓勵收聽為名許可費及受信收聽費暫時免除，節目編成以自製與本土中繼相夾雜。隔年中受「空電」（atmospherics、大氣放電現象引起之電磁波干擾）影響嚴重，始放棄本土中繼的時段而改為全數自行製播。總督府自此開始編列大筆硬體設備預算，經過1932年臺南放送局（JFBK）及1935年臺中放送局（JFCK）開局，臺灣西部人口稠密地帶基本上已包攝在廣播網之內。1942年嘉義放送局（JFDK）超大功率播送設備的落成與戰爭期的「電波戰」考量有關，1944年花蓮港放送局（JFEK）的開局則意味著「文明的恩澤」已拓展到東部，也就此聲稱完成全島廣播網。

在聽取者數（相當於受許可的收音機臺數）方面，當1926年初總督府公布實施「臺灣廣播聽取規則」時，受許可者應為少數特定人，擁有的收音機也以能夠接收島外電波的昂貴機種為主。同規則規定了廣播聽取者僅需繳交年費1圓，但至隔年底統計擁有收音機者僅有3百多名。1928

年底臺北放送局開局時全島各主要都市皆已出現收音機的商業販賣，但此時較為普遍的收音機以僅供一人收聽的礦石式為主，售價大約在5～10圓之間。考慮到同時期中產階級月薪約在2、30圓間，以及廣播內容幾乎全數使用日語，判斷得以享受廣播樂趣的臺灣人仍屬少數。至於受信較佳使用蓄電池並可接擴音設備的真空管式收音機幾乎都需進口，動輒數百圓更是遠超過一般受薪水所能負擔。

大約在1928年使用交流電的改良式真空管收音機出現，以及1930年代初受信與擴音裝置組裝成一體、使用較為方便的收音機得以（日本）國產化之後，因收音機價格大幅滑落臺灣的聽取者數才明顯增加，至1943年聽取者數終於突破10萬，其中臺灣人約占47%。若從普及率（以戶數為計算基準）觀之，相較於在臺日本人在1930年代中期就已超過50%，臺灣人的部分在1943年的最高峰也僅逼近5%。亦即，臺灣人收聽廣播的比率太低，使得當時以收聽費來維持營運的廣播事業經營得相當困難。

## 殖民地體制下的臺灣放送協會

1931年2月社團法人臺灣放送協會（臺放）成立，總督府將節目製作編成及聽取者相關業務委託予該會，名義上成為管理監督者及技術者的角色。臺放亦開始收取月額1圓的收聽費，並試圖比照本土日本放送協會以聽取



▲1931年臺灣放送協會之聽取料領受證。（圖片提供／高傳棋）

者數量來維持營運。若考慮臺灣人口結構中日本人占少數，臺放的發展原應寄望在臺灣人聽取者數的增加。但1930年代正值國際局勢與日本政治氣氛愈發緊張，且日本的殖民統治政策也愈朝向緊縮，臺放這個由官設電臺轉換而來的機構，畢竟不可能完全依照資本主義邏輯運作。換言之，在日漸傾向「同化主義」的政策之下，臺放沒有太多利用「臺灣語」或「臺灣色」來編成節目以吸引臺灣人加入收聽的可能性。

在「二重放送」與「臺灣音樂」這兩個議題上，最能清楚顯現臺放其經營難處。早在1932年初，百分之百由臺灣人出資經營的週刊《臺灣新民報》，就已具體要求增開第二頻道以專門作為臺語廣播之用。直到1937年間，每年度增列廣播設施預算時「二重放送」總會出現在臺灣的主要日、週刊新聞版面上，總督府高官則屢次表示第二頻道並不會專門使用臺語。臺放總務課長小坂正文在1934年受訪時也承認，在廣播中大量使用臺語會違背總督府的本意。亦即，想要兼顧「國語（日本語）政策」與「臺灣色」，臺放僅剩下「臺灣音樂」這條途徑，1932年中也開始以每週一次的頻率安排「臺灣音樂」的播送。

然而，何謂「臺灣音樂」對臺放來說也是難題，因為同時期開始受到歡迎的臺語流行歌並不符合政策方向，即使較具本土特色而在1920年代起席捲全臺的歌仔戲，則受到臺灣人知識分子的輕藐甚至厭惡，其不用固定腳本的即興演出更被認為



▲1940年臺灣放送協會理事長深川繁治於「部報」上發表的「二重放送」。(圖片提供/高傳楨)

不適合登上現場播出的廣播節目。依據現存的史料看來，除了初期的〈臺灣講古〉是較為純粹的臺語節目之外，臺放較能夠操作的「臺灣色」還是只有邀請著名南北管樂團進行現場演出。但又隨著中日間衝突的氣氛升高，南北管之流還是遭到在臺日本人的國粹主義者批評為「支那劇」或「支那音樂」。

在這種狀況下，1937年中日戰爭爆發後及1942年底「二重放送」開播後，臺灣人的聽取者數兩度呈現較為顯著的增加，一方面使用臺語的「時局放送」時間增加，另一方面則因對戰爭消息的關心升高所致，實非臺放本身努力經營臺語節目或「臺灣色」之結果。如此一般，臺灣的廣播事業就營運面上看來，終究無法脫離殖民地體制下的統制色彩，進入1938年中以降的國家總動員時期之後，更是只剩國家宣傳機器這項主要功能。

其實，臺放本身具有將廣播事業公共化之意義，但若從日本本土廣播系統先在1926年即已公共化的背景開始追究，可以發現相較於維持「官設」（國營），使其公共化才能將廣播事業排除在資本主義的市場競爭之外。只不過，從日本本土到殖民地臺灣的這項政策結果，到了戰爭時期反倒讓法西斯軍國主義更易於對廣播進行操控，並意圖發揮其大眾動員的力量。

### 聽覺傳播技術與臺灣社會

廣播這項新式聽覺傳播技術很早就被認為會對既有的大眾媒介形式造成威脅，在1920年代初期的日本，以報業為主的



◀1938年臺灣放送協會所發行的廣播報紙。(典藏/陳慶芳)

新聞事業體已準備投入廣播事業經營，而政府方面為避免出現民營電臺的商業競爭，就率先確立將廣播事業公共化的政策方向。往後廣播事業原則上不應受商業影響，臺放卻在甫成立後的1932年初導入商業廣告，使得當時的相異大眾媒介之間產生嚴重的競合問題。由於本土完全禁止廣播從事商業廣告，臺放的作法立刻招來本國大型報社、通訊社、廣告商等聯手進行反對運動，就連臺灣的三個主要日刊「御用新聞」（《臺灣日日新報》、《臺灣新聞》、《臺南新報》），也因長期仰賴本土大型廣告商的鼻息而加入此行動。結果是本國的內閣直接施壓要求總督府進行干涉，使得臺放在1932年底不得不終止商業廣告，成為日本帝國統治區域裡最早也是唯一的廣播廣告播送紀錄。

臺放成立之初已在協會會則中保持了接受其他資助的可能性，應早已預料在殖民地體制下不太可能僅依賴收聽費收入維持營運。反對廣播廣告的報業集團，則全然以相異媒介形式間的利益衝突角度進行思考。然而，從唱片這種聽覺傳播媒介自1920年代開始進入黃金時期看來，廣播這種新式聽覺傳播技術的出現，其實更加誘發出人們對聽覺的感受性，並更進一步營造了媒體組合（media mix）的文化狀況。

廣播實用化之初，擁有記錄音聲技術

的唱片業從著作權的角度反對廣播直接使用唱片播送。殆日本本土廣播開始普及，唱片業反而得到爆發性成長而成為最大獲益者，並進而提供報業更多的廣告收入，也更促進媒體組合之間的資本獲利循環。

稍晚於日本本土，臺灣也在1930年代初出現具有大眾文化意義的臺語流行歌，加上延續自1920年代中期以來歌仔戲等本土音聲文化已經與唱片產業相互拉抬帶動，廣播所營造出來的聽覺媒介環境與媒體組合現象，對臺灣社會所施加的共時性影響，已經遠高於聽取者數這種數字上的意義。況且，臺灣人的收聽者數應該超過正式統計數據，因為自製礦石收音機在1930年代中期相當常見，這類未從經銷管道購置正式器材的收聽方式不需付收聽費，一向未被列入統計。

最後，從廣播所具有的即時性與確實性來看，1933年從中部地區開始盛行「期米賭博」的例子值得一提。「期米賭博」並非真以米穀期貨作為買賣標的，而是利用廣播每日數次的大阪期米市場市況播報，直接以當天市場報價浮動的差額進行賭博，至今臺語中仍存在「博米局」的說法應與其有所關聯。而這種賭博得以風行至全島的小型地方都市，無疑說明臺灣社會在很短的時間內就已熟悉廣播這項新式聽覺傳播媒介的特性。E



▲唱片這種聽覺傳播媒介自1920年代開始進入黃金時期。