



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

对广播“窄播化”的观察与思考

时间: 2001-10-12 20:54:26 来源: 中国新闻研究中心 作者: 何志平 阅读746次

一、当前广播的“窄播”现象

目前在我国广播事业改革中, 最引人瞩目的现象有两点。

其一就是各地的专业台建设正方兴未艾。以湖北人民广播电台、楚天广播电台、武汉人民广播电台为例, 目前这三家电台都办有自己的专业台。湖北台的专业台有: 经济台、文艺台、交通音乐台; 楚天台的专业台有: 音乐台、城市之声; 武汉台的专业台有: 长江经济台、文艺台、交通台。这些专业台已经构成了武汉市密集而强大的广播网。它们的建立一举改变了过去武汉人不听或极少听广播的习惯。有些专业台还在自己的领域内拥有很高的收听率。

其次专业台的节目设置充分体现了“窄播”专业化、对象化、系统化、服务化的要求。以湖北台的经济台为例, 这个台紧扣经济脉搏来设置节目, 主要开设有《经济信息早报》、《商海金桥天天“315”》、《置业广场》、《经济一刻钟》、《股市午评》、《人才市场》、《财经广角》、《百姓物品交换站》、《证券广播网》等节目。这些节目经济特色鲜明, 服务对象明确, 服务特点突出, 涵盖了经济领域的方方面面, 有很强的专业性、对象性、系统性、服务性。如《百姓物品交换站》免费为听友置换闲置物品, 被人们亲切地称为空中旧货市场, 深受听众欢迎。现在经济台已经形成了固定的听众群, 特别是在广大股民中深有影响, 它也因此而获得了良好的经济效益。

从上述现象中, 我们不难发现, 今日的广播, 由“广”而“窄”的趋势已经成为广播发展的主流, 广播的针对性已越来越强, 服务对象也越来越单一, 它已经逐渐表现出专业化、对象化、系统化、服务化的特性。我们不妨把广播的这种趋势和这些特性统称为广播的“窄播化”。

二、“窄播化”适应了人们对文化多样性的需求

广播作为一种文化活动, 它的兴衰荣辱无不与它所处时代的社会文化类型和经济发展程度密切相关。

我国的广播事业在建国后到80年代中期的特点基本上可以用“泛广播”三个字来概括。在这一时期, 我国实行的是计划经济体制, 社会文化呈现大一统的特点。广播文化作为社会文化的一支, 也存在千台一面的现象。

到了80年代中期, 我国的市场经济开始露出端倪, 社会经济高速发展, 人们的物质生活水平不断提高, 文化需求更是日益膨胀。此外这一时期, 社会主义的民主得到了发展, 人们的思

- 娱乐广告传播模式
- 寻找“直指本心”的广告
- 企业新闻运作策略全析
- 焦虑性编辑倾向对报纸...
- 英雄形象传播的新趋势...
- 论卫星传播对国家主权...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 从“广东非典型肺炎事...
- 修辞学观照中的视听传播

想获得了空前的解放，主体意识也不断增强，文化品位不断提高，人们对文化生活的广度和深度不断提出新的要求。面对人们这种强劲的文化需求，社会迫切需要提供丰富多彩的文化生活供人们选择。这样一来大而全的“泛广播”传统模式就显然适应不了人民群众文化多样性的需求。面对这种新形势，广东台率先进行了改革。1986年，广东珠江经济广播电台宣告成立。该台对传统的广播模式进行了大刀阔斧的改革：在内容上以新闻和信息为主，在形式上以大板块直播为主，并开通热线电话，让听众直接参与节目，主持人则一对一地和听众直接交谈。这就完全改变了广播传统模式封闭型灌输的弊端。珠江经济广播电台的这些改革措施在广播界产生了广泛而深远的影响，人们称之为“珠江模式”，后来这一模式被全国各级电台普遍采用，从而翻开了我国广播事业崭新的一页——从“泛广播”走向“窄播”。

三、“窄播”是广播的立身之本

如今广播、电视、报纸这三大媒体之间的竞争越来越激烈，它们都在采取不同的手段招揽受众。电视由于图像优势，在这场竞争中正处于有利的位置。但是电视并没有因为这种优势而沾沾自喜，相反，电视无时无刻不在锐意进取。如：近几年电视频道不断增多，卫星电视、有线电视不断涌现。此外电视在做好自身节目的系统化、对象化的同时还不断借鉴广播的成功经验，比如近几年电视兴起的“TalkShow”这种节目，（如中央台《文化视点》、凤凰卫视的《铿锵三人行》等）就是从广播谈话节目衍生而来的。而报纸改革的步伐则迈得更大。它们充分借鉴了广播改“广”为“窄”的改革成果，大办专业报以适应不同的读者群。以武汉的报业市场为例，《湖北日报》就办有《楚天都市报》、《市场指南报》、《湖北农民报》；《长江日报》则办有《武汉晨报》、《文化报》；《武汉晚报》也不甘示弱推出了《今日快报》。它们的这些改革措施和广播大办专业台有异曲同工之妙。在这场竞争中，传播手段相对落后的广播较之电视、报纸来说，应该有更强烈的危机感和紧迫感。因此，在当前这种形式下，广播应该进一步做好“窄”播工作，通过兴办专业台，改善栏目设置，挖掘新的传播方式，把广播的触角伸向社会生活的各个细微的领域，满足不同文化层次的听众对信息传播的个性化需求。

四、“窄播化”改革要注意的几个问题

当前我国广播事业的窄播化改革，经过前一段时间的建设，已经进入内部调整深化时期。在这一过程中，有三个问题值得广播人注意。

问题之一：专业台的建设缺乏系统性，重复雷同。比如在武汉市，交通台就有三家，经济台、文艺台、音乐台也各有两家。如果我们在专业台建设上能做一个系统的考虑，把眼光放开一点，比如说建一些老年台、体育台、健康台，这样效果也许会好得多。因此，在广播“窄播化”改革的下一阶段，专业台的调整和系统化建设应是当务之急。

问题之二：专业台良莠不齐。前几年，我们一些地方在专业台建设上头脑过热，只讲数量不讲质量，他们在建台时往往缺乏必要的人才、技术、资金储备便仓促上马，这样一来节目便只好盲目模仿他人，粗制滥造，话题重复，方式雷同。主持人则素质低下，语言贫乏。因此笔者认为专业台并不是建得越多越好，一定要慎重，要办一个精一个。

问题之三：综合台的改革相对滞后。目前，在广播“窄播化”改革中存在这么一种错误认识：搞“窄播化”就是要多建专业台。这样就忽视了综合台自身的“窄播化”改革。其实，综合台也存在一个由“广”而“窄”的问题。

综合台的“窄”应该“窄”在哪里呢？

笔者认为，首先要“窄”在新闻上。综合台由于覆盖广，再加上广播“快”的特点，因此在办新闻上和其它媒体比较起来具有得天独厚的优势，我们要充分发挥这种优势，拿出黄金时间大办新闻。

其次，要“窄”在地方特色上。特色就是生命。地方台不同于中央台，就在于它们的地方文化特色上。如果缺少了这一点，那就只能沦为中央台的传声筒。因此，各地的综合台一定要围绕本地的风土人情、文化特点来安排节目。

此外，综合台的“窄”还要“窄”在对象性上。综合台的黄金时间都办了新闻节目，非黄金时间怎么办？笔者认为，在非黄金时间设置的节目一定要对象性强。具体来说，就是在节目设置之前，要对当地受众的年龄层次、兴趣爱好、教育程度、收入情况、作息习惯……有一个详细的调查，从而根据这些不同情况设置专门节目来吸引听众。

湖北人民广播电台 何志平

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 广播

- [把握变局 应对挑战 打造地域性强势媒体 \(2007-6-20\)](#)
- [析新世纪对外广播的形势与对策 \(2007-6-8\)](#)
- [公共广播体制在我国实践的可能 \(2007-4-13\)](#)
- [广播连线报道的实际操作和现场调控技巧 \(2007-3-9\)](#)
- [广播影视的当代生存状况与文化建构功能 \(2006-11-24\)](#)

[>>更多](#)

对广播“窄播化”的观察与思考 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.