

暨南新闻传播学术系列

ACADEMIC SERIES ON JOURNALISM AND COMMUNICATION

广播生态与节目创新研究

The Research On Broadcasting
Ecology And Program Innovation

申启武 著

暨南新闻传播学术系列

ACADEMIC SERIES ON JOURNALISM AND COMMUNICATION OF JINAN UNIVERSITY



广播生态与节目创新研究

The Research On Broadcasting Ecology And Program Innovation

申启武 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS
中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

广播生态与节目创新研究/申启武著. —广州: 暨南大学出版社, 2008. 5

(暨南新闻传播学术系列)

ISBN 978 - 7 - 81135 - 023 - 4

I. 广… II. 申… III. 广播节目—研究 IV. G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 073765 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15.25

字 数: 333 千

版 次: 2008 年 5 月第 1 版

印 次: 2008 年 5 月第 1 次

印 数: 1—2000 册

定 价: 29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

“暨南新闻传播学术系列”编委会

顾问：吴文虎 马彦珣 梁洪浩 黄匡宇

主任：范以锦 董天策（执行）

委员：蔡铭泽 曾建雄 林如鹏 刘家林

马秋枫 杨先顺 谭 天 薛国林

喻季欣 张晋升 星 亮

总 序

在中国新闻传播教育发展史上，暨南大学新闻传播教育已走过 60 多年坎坷不平而又不断奋进的历程。

1946 年，暨南大学新闻学系在上海创立。1949 年，因暨南大学停办而并入复旦大学新闻系。1958 年，暨南大学在广州重建，中文系于 1960 年开办新闻学专业。1970 年，暨南大学在文化大革命中被迫停办，新闻学专业随中文系并入华南师范大学。1978 年，复校后的暨南大学重建新闻学系。从此，暨南大学新闻传播教育走上不断发展的道路。

改革开放以来，暨南大学新闻学系逐渐扩大办学规模：1984 年开设国际新闻与传播双学位专业（后改为国际新闻本科专业），1994 年创办广告学本科专业，2001 年创办广播电视新闻学本科专业。2001 年，在原新闻学系的基础上组建新闻与传播学院，下设新闻学系、广播电视学系、广告学系。与此同时，暨南大学新闻与传播学院努力提高办学层次：早在 1986 年即成为我国第三批新闻学硕士点之一，2001 年又获准设立传播学硕士点；2003 年，新闻学同时成为广东省高校名牌专业和国务院侨务办公室重点学科；2006 年成功申报新闻学博士点，成为华南地区首家设立新闻传播学类博士点的院系，建成本—硕—博一体化的完整人才培养体系。

继 2006 年成功申报新闻学博士点之后，暨南大学新闻与传播学院在 2007 年又取得了一系列可喜成绩：①获准设立新闻传播学博士后科研流动站；②与中文系联合组建的海外华文文学与华语传媒研究中心获准为广东省重点人文社会科学研究基地；③新闻学获准为广东省重点学科；④新闻学专业获准为教育部首批特色专业建设点；⑤获准增设播音与主持艺术专业。所有这一切，都令人感到气象一新。

之所以能够取得上述各项成绩，一个重要原因是暨南大学新闻与传播学院多年来十分重视学科建设。特别是 2006 年暨南大学百年华诞、暨南大学新闻传播教育六秩荣庆之后，学院明确提出了要从教学型学院逐渐转变为研究型学院的发展战略，确立了学科建设的核心与龙头地位，完善了学科建设的激励机制，加大了学科建设的支持力度，全院教师以饱满的热情参与到以学科建设为中心的教学与科研工作之中。

在当代中国学术事业蓬勃发展的历史进程中，一个单位的学科建设要有所建树，必须发挥优势，强化特色，开拓创新。为此，凝练学科方向至关重要。经过多次讨论，暨南大学新闻与传播学院已明确了六个重点建设的学科方向，即新闻传播理论与媒介批评、中外新闻传播历史、新媒体与新闻传播业务、传媒产业与传媒经营管理、

海外华文传媒与华文传播、广告公关与营销传播。除此之外，学院还将培育新的学科生长点，努力把暨南大学新闻与传播学院建设成为“华南学术重镇，媒体精英摇篮”。

学科建设是一个系统工程，涉及诸多方面的工作。譬如，建设高水平的师资队伍，开展高层次的科学研究，进行高质量的学位点建设，推动深层次的教学改革，都是学科建设的重要内涵。其中，科学研究上层次、上水平尤其重要，因为高水平的师资队伍主要是在科学研究的过程中锻炼成长起来的，高质量的学位点建设必须以高层次、高水平的科研工作与科研成果作为支撑，深层次的教学改革也必然以科学研究的进步作为根基与动力。因此，大力推进上层次、上水平的科学研究，便成为摆在暨南大学新闻与传播学院面前的历史使命。

在推进科学研究的过程中，一方面要加强领导，组织团队，争取项目，协同攻关，力求重大突破；另一方面要充分发挥学者个人的主观能动性，高度重视学者的自主研究。人文社会科学的发展史表明，许多重要的成果不一定出自“规划项目”，而往往出自学者的自主研究。鉴于此，暨南大学新闻与传播学院大力提倡多样化的研究，不仅鼓励积极申报国家级、省部级研究课题，而且支持学院教师进行富有学术价值的自主研究。

为了相对集中地展示暨南大学新闻与传播学院教师的各种研究成果，学院决定推出“暨南新闻传播学术系列”，陆续出版学院教师在新闻传播领域的学术论著。开放、多元、丰富的研究主题，将统一在“暨南新闻传播学术系列”的开拓与创新之中。

2008年，是暨南大学在广州重建50周年与复校30周年，也是暨南大学新闻学系重建30周年。在这个时刻推出“暨南新闻传播学术系列”，应当说具有令人充满想象与期待的意义与价值。我们相信，“暨南新闻传播学术系列”不仅是暨南大学新闻与传播学院致力于学科建设的重要成果，而且是学院在新的起点上迈向更加辉煌未来的重要见证！

暨南大学新闻与传播学院常务副院长

董天策

2008年3月

序

与申启武先生认识始于2002年，当时启武先生与安徽电台的周军副台长一同前往广西南宁参加中国广播电视学会广播文艺研究会年会，取道广州，我接待了他们，但是因为停留的时间只是一个晚上，所以对他没有什么深刻的印象。后来，听周军副台长说启武先生从安徽电台调入了暨南大学新闻与传播学院，我感到欣喜，终于有一位积累了丰富的广播工作经验的专家进入了新闻学府，专门从事广播研究。但由于工作繁忙，平时与启武先生并没有任何接触。

2004年，中国广播电视新闻奖电视社教节目在广州召开评选会议，启武先生应邀做了评委。省广电局举行了欢迎晚宴，受局长委托，我以副局长身份代表局参加，第二次与他见了面。因为人太多，彼此只有简单的寒暄，没有进行深刻的交流。

2006年，启武先生应《中国广播电视学刊》之约就广东广播实施跨越式发展战略问题与我进行专门的学术对话。因为工作太忙，第一次的交流刚刚开始就被迫中断，所以必须进行第二次的交流。这次，我才真正对启武先生有了较深刻的印象，也才知道他是专门从事广播的教学和研究的。我很高兴。在广播处于弱势，广播研究学者极度匮乏的今天，能有这样一位学者如此热衷广播的教学与研究，其精神本身就令人钦佩。作为广播人，我非常赞赏启武先生的这一选择，同时表示将对其教学与研究给予一定的帮助和支持。

今年3月，广东广播电视节目奖评选会在顺德召开，我与启武先生同在广播文艺组，所以接触与交流的机会多了些。评选中，我的感觉是启武先生非常严谨，也特别认真，对参评的节目从不轻易下结论；同时又很谦虚，他是评选组长，却能耐心倾听其他评委的意见。因此，我们的合作既和谐融洽又轻松愉快。

也许正是由于他的这种严谨认真的治学精神和工作作风，启武先生在调入暨南大学不到五年的时间里，虽然面临着从业界向学界的转型，但是很快适应了高校的工作和学术环境，并有比较多的学术成果问世。摆在我面前的这本厚厚的《广播生态与节目创新研究》书稿，就是启武先生严谨探讨和研究的结果。我觉得本书的最大特点，或者与以往研究广播的书籍最大的不同之处，就在于针对性和务实性。有些广播方面的研究问题都是首次较为系统地在本书出现：

一、广播生态问题。谁都无法否认当前广播的生态环境不容乐观，但是关注广播生存与发展的更多是就事论事，很少有人从生态学的角度探讨广播生态系统与生态平衡问题，而本书运用生态位理论探讨广播频率专业化问题，同时从广播媒介的

生态要求探讨广播的可持续发展问题，均有创造性的意义和价值。

二、节目形态问题。谈到节目形态问题，人们更多地关注电视节目形态的演变与发展，而广播节目形态很少有人关注，更没有人系统研究。本书对这一问题虽然没有进行专门的系统研究，但是对改革开放30年来广播节目形态的演变与发展及其表现的基本特征进行比较详细的梳理与分析，让人们看到“受众本位”和广播的媒介特性在节目形态演变与发展中的重要性，应该有一定的参考价值。

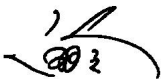
三、风格创新问题。过去，广播节目创新一直为人们所提及，但节目风格创新问题一直为人们所忽视。而在多媒体时代的今天，广播移动收听、伴随收听的功能特性越来越明显，所以仅仅着眼于节目的内容和形式创新已难以适应不断变化的受众市场环境。本书提出的节目风格创新的概念，将有助于广播工作者制作更多符合听众口味和欣赏习惯的广播节目。

另外，本书对于节目创优的理解和认识、对于专业频率的发展趋势以及对于短信互动的客观评说都有自己独立的见解。

当然，本书肯定有不完善的地方，希望这些不完善的地方能够在本书面世之后在读者的帮助与关心下逐步完善起来，这对于广播的进一步发展将是很有意义的。

南方广播影视传媒集团总编辑

广东人民广播电台台长



2008年4月30日

目录

100 \ 广播媒体自身发展态势与对策	第一章
800 \ 电视文化市场	第二章
900 \ 网络媒体与网络文化市场	第三章
510 \ 互联网上手机电视的发展现状与趋势	第四章
620 \ 新媒体“融合”与传播效果	第五章
820 \ 社会舆论与网络新闻的互动关系	第六章
880 \ 中国网络新闻的发展与趋势	第七章
180 \ 网络新闻的对外传播	第八章
240 \ 网络新闻的版权问题	第九章
120 \ 网络新闻的版权问题	第十章
520 \ 电视本港台新闻节目的制作	第十一章
820 \ 网络新闻的版权问题	第十二章

THE RESEARCH ON BROADCASTING ECOLOGY AND PROGRAM INNOVATION

暨南新闻传播学术系列
数字化时代的传媒产业
The research on broadcasting ecology and program innovation
002

总 序 / 001

序 / 001

导 论 多媒体时代：广播节目创新与节目风格创新 / 001

第一章 广播媒介生态 / 008

- 第一节 媒介生态与广播的可持续发展 / 009
- 第二节 媒介的生态位策略与广播频率的专业化设置 / 017
- 第三节 媒介竞争与“生态位”的选择 / 023
- 第四节 广播节目市场化的现状及其出路分析 / 028
- 第五节 多媒体时代的广播发展空间与策略 / 033
- 第六节 多媒体时代的广播发展战略 / 041
- 第七节 做大做强，离我们究竟有多远 / 045

第二章 广播栏目品牌 / 051

- 第一节 广播栏目品牌的基本理念 / 052
- 第二节 打造栏目品牌所应解决的几个问题 / 056
- 第三节 打造广播栏目品牌的方法与途径 / 063
- 第四节 广播栏目品牌主持人的内涵与特性分析 / 067
- 第五节 个案分析：品牌栏目《庆记茶寮》 / 071

第三章 广播新闻节目创新 / 077

- 第一节 广播新闻录播节目的操作技巧 / 078
- 第二节 广播新闻直播节目的运作策略 / 082
- 第三节 连线报道及其运行方式 / 088
- 第四节 热线互动的价值及其有效利用 / 093
- 第五节 “《阳光热线》现象”解读 / 097
- 第六节 在创新与超越中寻求突破 / 105

第四章 广播文学节目创新 / 111

- 第一节 广播文学节目选题 / 112
- 第二节 广播文学节目编辑 / 116
- 第三节 广播文学节目的音乐配置 / 120

第四节	广播评书的存在价值与小说连播的编辑构想 / 125
第五节	广播文学节目创新浅说 / 128
第六节	个案分析:《感受〈远东朝鲜战争〉》的审美解读 / 132
第七节	个案分析:《不该忘却的英雄》的编辑思路 / 136
第五章	广播节目形态 / 140
第一节	广播节目形态的理论阐释 / 141
第二节	广播节目形态的演变与发展 / 144
第三节	广播节目形态演变与发展的基本特征 / 153
第四节	广播节目形态演变与发展的根本原因 / 159
附 录	/ 164
附录一: 相关论文	/ 165
改革·创新·探索·实践——关于广东广播实施跨越式发展战略的对话 / 165	
粤港广播电视传媒竞争与合作的历史考察与现状分析 / 173	
在竞争中合作: 新形势下粤港广电传媒的必然选择 / 180	
附录二: 作者主要获奖节目文本	/ 186
《感受〈远东朝鲜战争〉》 / 186	
不朽的民族魂 / 191	
不该忘却的英雄 / 197	
生命的呼唤 / 203	
春暖千万家 / 212	
文学的幸运与悲哀——关于影视剧改编名著现象的访谈 / 218	
参考文献	/ 226
后记	/ 228

导 论

多媒体时代：广播节目创新与节目风格创新

谁也无法否认，在多媒体时代的今天，弱勢的广播处境尴尬、步履艰难，生态环境十分恶劣。广播除了要与报纸、电视这两大传统的主流媒体争夺受众市场与广告市场外，网络媒体的步步紧逼，也使广播本已恶劣的生态环境“雪上加霜”；手机媒体的粉墨登场更将进一步瓜分广播媒体的市场空间。与此同时，网络技术、数字技术以及现代通讯技术的发展和运用，使得媒体的传播方式不再泾渭分明，各种媒介的传播形态呈相互渗透、彼此融合的趋势。针对这一状况，有的人对广播的前景忧心忡忡，但更多的人对广播的未来则充满信心，并为广播未来的生存与发展提出了一些建设性的意见和建议。其中，通过节目创优打造栏目品牌以提升广播的核心竞争力，在多数人那里达成共识。节目创优的关键无疑是节目创新，但是在笔者看来，节目创新固然重要，但节目风格创新更应该得到应有的提倡与重视，因为当“受众本位”意识开始主宰和支配广播工作者从事节目的经营和运作时，节目创新就被常常挂在嘴边，节目风格创新却很少有人关注。事实上，在多媒体时代的今天，广播节目的风格创新已经越来越凸显出其固有的意义和价值，只要对广播节目创新与节目风格创新的本质内涵作一些具体的阐释，我们就很容易看到这一点。

一、广播节目创新

一提到节目创新，人们很容易想到形式创新。在多数人看来，形式创新就是节目创新的代名词，然而事实并非如此。中共十六届四中全会《关于加强党的执政能力建设的决定》，在谈到“不断提高建设社会主义先进文化的能力”的问题时，提出了“创新内容、创新形式、创新手段”的要求。那么广播节目创新也应该涵盖内容、形式和手段三大方面：内容是节目的实质和含义，形式是节目的状态和结构，手段是实现目的的方法。^①

1. 创新内容

创新内容包括三方面的含义：

^① 胡妙德. 创新内容 创新形式 创新手段. 中国广播, 2005 (2)

一是选择新鲜的富有个性化的题材，能够让听众感兴趣。一篇看似并不起眼的军事题材的短篇小说《官司》仅有短短一万字，却衍生出投资近亿元的战争大片《集结号》，而且电影一上映就好评如潮。对此，喜爱文学的听众不禁要问，小说作者杨金远究竟用什么魔法让他的短篇小说《官司》得到著名导演冯小刚的青睐，带着这样的问题，广东电台选取杨金远的短篇小说《官司》作为解读和评说对象制作了文学专题《一段没有吹响的集结号——介绍杨金远的短篇小说〈官司〉》，自然在题材的选择方面就占了优势。河北电台的广播消息《四个月没死人，村主任丢了官》就是一篇在内容上颇具创新精神的好作品，因为它所反映的新闻事件本身就具有新、奇、怪、巧的特点。说它“新”，是因为消息反映了河北某县给地方下达“火化指标”，让地方一年死去一定的人来达到收费目的。说它“奇”，是因为下“火化指标”的背后是罚款，达不到指标就罚活人的款，而且指标还很具体，死人是活人的千分之五，如果不按这个数字死人就罚款，当然是“奇”冠天下了。说它“怪”，一个村主任在打井、修路、建学校、计划生育等各方面都能够完成任务，却偏偏因为完不成“火化指标”的任务而丢了官，岂不怪哉？说它“巧”，因为下“火化指标”、“罚款”和“村主任丢官”恰巧凑到一起了，从而构成了一篇完整的新闻。而黑龙江电台的广播消息《危困地区领导在五星级酒店为儿子办婚礼》，从标题就能够看到其与众不同。

二是选取新视角，即对一个新闻事件的评说与解读，尽量能够突破常规的视角，选择一个一般人难以想到或根本想不到的视角去解读和评说新闻事件。广州电台的文学专题《有梦总是最美的——走近台湾散文大家林清玄》以林清玄及其作品为解读和评说对象，不是面面俱到，而是围绕林清玄的梦阐发开去，以寻梦为主线，反映出作家的文学追求和思想境界。与此同时，为了充分地表达这一思想主题，节目在叙述作家寻梦的过程中穿插了三段林清玄的采访录音以及三段林清玄的散文作品，既丰富了节目的声音元素，对评介性的串联语言是一种有益的补充，又在生动与具体之中从不同的侧面与角度进一步揭示节目主题的作用。黑龙江电台新闻专题《忏悔》的成功，在很大程度上就得益于节目制作者新闻视角的新颖独特。在黑龙江省首届“现身说法警示大会”上，有7名罪犯作了典型发言，但节目制作者仅选取了最有典型教育意义的焦锋作为报道对象。通常对犯罪分子的处理只是叙述犯罪过程，从而给人以警醒。但是，《忏悔》的高明之处是选择“亲情”这一独特的视角来安排节目素材，让妻子薛玉莲的诉说和焦锋的忏悔，在亲情的笼罩下形成心灵的碰撞，并在亲情中创造了能够与听众产生情感共鸣的契合点，从而产生打动人心的感染力。

三是揭示新含义。菜头、鱼头和蟹头被推举为村头，在辽宁省盘锦地区是个新鲜事。当地政府很重视，媒体也进行了报道，但是主题往往局限于农村基层干部选拔方式的新突破，不拘一格地进行人事制度改革的层面。而辽宁电台新闻专题《菜头、鱼头、蟹头当了村头》则从几位菜头、鱼头和蟹头担任了村头后，带动了全村人致

富的事实,揭示出菜头、鱼头和蟹头们代表了先进的生产力,也代表了广大农民的根本利益,进而展现了“三个代表”重要思想在农村的实践过程。文学专题《一段没有吹响的集结号——介绍杨金远的短篇小说〈官司〉》摒弃了对英雄主义作简单的理解,通过战争与人性、命运与承诺,歌颂“平凡的认真人”的坚忍和勇于承担责任,从而挖掘出“每一个牺牲者都是永垂不朽的”这一深刻主题,呼唤人们对生命的尊重,对历史的尊重。

2. 创新形式

创新形式,即用与众不同的表述方式或结构形式去反映新闻事件,揭示节目主题。形式创新可以从以下两个方面去理解:

一是结构创新。比如《忏悔》采用的是双线推进结构。节目中焦锋的忏悔是一条主线,薛玉莲的倾诉是一条副线,两者相互依托、相辅相成,将一对远隔千里的夫妻会聚在记者创造的新时空中,再加上记者感情沉重的叙述和评说,使节目得到了立体化的呈现,具有亲情的感染力和冲击力。《菜头、鱼头、蟹头当了村头》是故事叠加结构,用讲故事的形式从一张大客票把记者送到了地头,展开故事情节,用赵书本棚场上的吆喝、韩书成老槐树底下的谈判成功,以及张忠奇看大戏的热闹有机串联了三段故事,既吸引了听众,又避免了重复。广东电台的新闻专题《悠然说南山》则采用板块整合结构,打破了传统人物专题按照事实重要程度和内在逻辑联系的顺序安排层次,或者按照时间先后顺序谋篇布局的做法,创造性地采用小标题的板块整合形式来安排结构。每个小标题突出钟南山的一个侧面,一共七个标题就等于七个板块。七个板块整合在一起突出了七个侧面,就是一个完整的钟南山。这种结构灵巧别致、一目了然,很符合广播的特点。

二是手法创新。一般说来,新闻与音乐是格格不入的,但是在湖北电台新闻专题《造林还是造字》中,背景资料配上节奏较快的音乐颇有创意。而山西电台的戏曲专题《〈范进中举〉闯上海采访手记》则借鉴新闻的表现手法,穿插现场报道的形式,向听众介绍晋剧《范进中举》在上海演出的盛况。江苏徐州电台的戏曲专题《京腔京韵满校园》,借鉴新闻访谈的形式介绍当地一所学校的特色教育。在天津电台的文学专题《擎火的路人》中,鲁迅先生的作品不是以原有的文学作品形式出现,而是借鉴了广播剧艺术,以人物对话的形式呈现出来。广东电台的新闻专题《家人眼中的郭春园》的主体内容则全部是音响元素。文学节目和音乐节目是两种不同的节目类型。在以往的广播文艺节目中,文学与音乐在任何一种节目中都是不存在交汇融合的。当然,文学节目始终离不开音乐,但音乐在节目中只是起到转换时空、切换场景或者烘托情感渲染气氛的作用,自身不具有独立性;音乐节目在解读音乐家或音乐作品时也常常采用抒情化的笔调,使用音乐节目洋溢着文学色彩,但节目的本质精神属于音乐而不是文学,文学只是一种表达方式。然而广州电台的音乐专题《追寻·黑骏马——黑骏马组合音乐专辑欣赏》不仅叙述的笔调充满文学色彩,而且选取了著

名作家张承志的中篇小说《黑骏马》中的两个片段，作为节目的有机组成部分，从而对“黑骏马”组合的象征意义作了具体的阐释。因此，节目抒情性的串联语言与音乐作品的完美结合，文学作品与音乐作品的交汇融合，再加上几段穿插其间的采访录音，便构筑了一个美妙的音乐听觉空间。

3. 创新手段

创新手段，也就是传播方式的革新。从“珠江模式”开始，广播节目手段创新就一直没有停止过。热线电话、手机短信，以及广播与网络的融合，创造了新的节目形态。如连线报道、新闻谈话类直播节目、热线参与类节目等。所强调的是，无论形式上怎样创新，都应该万变不离其宗，也就是说，广播节目的革新与创造必须符合广播的媒介特性和传播规律。

二、广播节目风格创新

客观地说，长期以来，各级各类广播电台都非常注重节目创新，也确实制作了大量富有创新精神的广播节目。上面列举的都是近年来在各类广播节目评奖活动中获奖的节目，堪称“思想精深，艺术精湛，制作精良”。但是，我们不得不承认这样一个事实，许多富有创新精神的节目却难以征服听众。原因在哪里呢？注重节目创新，却忽视了节目风格的创新。换句话说，过去我们一直强调的节目创新更多的是在固有的风格下进行的。这种风格更多地表现为厚实凝重、超凡脱俗的特点，所以大部分节目严肃有余，活泼不足，尤其是一些专题类的节目听来非常沉闷，容易产生收听疲劳。比如黑龙江电台的《珠峰日记》，其创新之处在于用音响说话，但是节目中的许多音响由于缺少必要的交代，听起来总觉得有些费神。因此，节目创新固然重要，但节目风格创新更应该得到应有的提倡与重视。

1. 广播节目风格创新的必要性

广播节目风格创新，顾名思义就是改变广播节目原有的风格特征，进而在节目的革新与创造中形成一种新的风格特征。那么，怎样理解广播节目风格呢？广播节目风格即广播节目在整体上体现出来的一种格调、作风和特征。它的形成由客观与主观两方面的因素所决定，而且是两者统一的产物。客观因素指的是社会生活环境，包括政治环境、经济发展状况、文化传统和时代风尚、民族特点等；主观因素指的是广播节目制作者的立场、世界观、生活经验、审美趣味和创造才能等。下面，我们具体谈一谈广播节目风格创新的必要性：

首先，广播的产业属性决定了广播节目必须进行风格创新。计划经济时代，广播电台是国家政权机关的一部分，其业务经费由国家财政直接划拨，广播媒体的“喉舌”功能主导一切，节目往往追求严肃、庄重、权威的风格，并且在一种“我播你听”的状态下运行。在信息匮乏的年代，广播这种单向传输，以及严肃、庄重、权威的风格特征是能够为听众接受的。但是，在多媒体时代的今天，媒体竞争残酷激

烈，无处不在。而媒介竞争的焦点是对受众市场份额的争夺。广播节目追求的风格如果仅仅在严肃、庄重和权威方面“兜圈子”，即使在内容或形式方面有所创新，也无法满足广大听众的接受兴趣。我们还应该看到，广播的产业属性决定了广播的经营目标是效益最大化。广播在经营过程中要考虑投入产出比，绝不能因为固守严肃、庄重、权威的风格特征而放弃追求经济效益。

其次，广播的媒介特性决定广播节目必须进行风格创新。广播是单信道传播，声音是听众收听广播节目时可感知的唯一信号，所以广播节目一味地追求严肃、庄重、权威，缺少必要的风格变化，就容易让听众产生收听疲劳。不仅如此，我们还应该看到，如今让一个人像收看电视那样连续几个小时收听广播已不再可能。许多人常常是在伴随和移动状态中经意或不经意收听广播的。因此，轻松幽默、欢快时尚、自然清新的节目更能吸引听众。

再次，近年来，我国社会的政治、经济、文化结构出现了变化，社会越来越多样化、多元化乃至多极化。人与人、阶层与阶层以及集团与集团之间的社会观念、价值标准、文化理想、生活态度以及消费欲望、消费能力都存在着比较大的差距。人们对广播节目的收听要求、判断标准、欣赏趣味也不尽相同。因此，单一的节目风格是无法满足多数听众的接受需求和欣赏趣味的，要达到这一目的，较为理想的方法与途径应该是节目风格的创新。

2. 广播节目风格创新存在的问题

事实上，在手段创新的作用和支持下，目前日常播出的广播节目在风格特征方面已经发生了很大的变化。新的节目形态不断涌现，轻松幽默、欢快时尚、自然清新的广播节目层出不穷。在广播节目变革与发展的过程中，新闻节目碎片化、文艺节目娱乐化、广播剧小品化的形态追求已经成为一种时尚和潮流。不过，许多在风格上有所创新的节目却存在着一些不容忽视的问题：

(1) “口水多过茶”的现象严重

主持人、直播化、互动性的广播节目在很大程度上借鉴了人际传播方式，其风格追求显然更注重轻松自如、亲切自然。直播化的播出方式不要求主持人把节目中所说的每一句话都写出来，但必须根据不同节目的特点进行精心的前期策划。所谓的“提纲加材料”是在精心的策划和充分的准备基础上的“提纲加材料”。遗憾的是，目前许多直播节目宗旨不明确，主题不集中，缺乏精心的策划和充分的准备，在节目进行的过程中缺乏必要的过渡环节和节奏感，而且主持人东扯西拉，即兴发挥，过于随意。因此，节目常常因“口水多过茶”，半个小时过去了，听众还不知道主持人究竟说了些什么。

(2) 娱乐节目低俗化倾向

目前娱乐节目低俗化的问题非常严重，主要表现在以下几个方面：一是内容低俗。诸如打情骂俏、宣言宿命、八卦炒作、自恋自夸等。二是表现失范。比如油腔滑

调、怪声怪气、矫揉造作、语言粗俗。三是形式大于内容。爱玩花架子，片头片花太长，皮厚馅少，过多依赖短信，内容空洞无物。^① 国家广电总局副局长胡占凡认为，低俗化的问题不仅出现在电视节目中，在广播节目中也同样严重。他说，“广播节目中‘撒娇’问题非常严重，今天早上我听广播时发现了这一点。男女主持人用非常亲密的语气互相挖苦、调侃，听起来更像中学生在宿舍的‘密室聊天’，主持人完全忘了是在向大众广播”。胡占凡进一步指出，低俗化的出现是由于一些主持人忘了自己的定位，“把大众传媒当作炫耀自己的舞台和成名谋利的阶梯。比如，有的主持人控制不住自己的表现欲，节目总长60分钟，主持人讲话就占了40分钟。另外，有的主持人称嘉宾为‘老师’，还有的称‘张哥’、‘李哥’”。^② 胡占凡副局长对这种不健康的现象进行了严肃的批评。

（3）节目精细度的缺失

有人可能认为，直播节目一闪而过，不留痕迹，没有必要像录播节目那样精雕细琢，刻意求工，所以在节目的经营和运作过程中就不怎么花工夫；再加上主持人“口水多过茶”的主持，整个节目的精细度远不如录音播出的广播节目。安徽电台2001年曾委托美兰德媒介公司对该台不同频率的所有节目进行收听问卷调查，结果显示，所有的录播节目收听率普遍较低，但是满意度却普遍较高；而几乎所有的直播节目收听率普遍较高，但是满意度普遍偏低。由此，我们看出，许多直播节目的风格追求可能切合了多数听众的接受兴趣和收听习惯，但是节目精细度的缺失同样影响自己在听众心目中的地位。因此，节目的满意度不高是情理之中的事。

3. 广播节目风格创新的几点建议

（1）加强策划，精心准备

众所周知，直播节目一旦进入播出状态就将自己的一切和盘托出，清楚地呈现在听众面前。如果事前不加以策划，不做好充分的准备，就容易出现无法挽回的局面。而经验告诉我们，只要精心策划，准备充分，成功的几率就会很高。在这方面，广东电台的娱乐节目《天生快活人》堪为典范。1998年主持人林颐怀揣广播梦想在广东电台音乐之声创办了《天生快活人》节目。节目开创了很多广播的先河，比如第一个全数码户外直播室、第一个“站在广播最前线”的节目等等。林颐在节目中不断改革创新，成为一个集游戏、音乐、选拔和互动为一体的综合性广播节目。《天生快活人》在同时段广播节目中稳守收听率第一位。《天生快活人》节目几乎每年都进行“快活美少女”的选拔，挖掘和培养了大量广播电视新人。值得一提的是，10年来，不管顺境逆境，林颐都坚守在广播第一线，为广大听众带来欢乐。面对年龄层次偏低的年轻观众，林颐和他的广播团队注重公益，举办了大量慈善探访活动；广播

① 胡妙德. 解读广播娱乐节目. 中国广播, 2005 (10)

② 赵楠楠. 广电总局领导痛陈节目低俗“撒娇”现象严重, news.xinhuanet.com/newmedia