

中央人民广播电台
发展研究书系

广播比较研究

A COMPARATIVE STUDY OF BROADCASTING

赵 华 主编

[illegible]

中国广播电视出版社

中央人民广播电台
发展研究书系

广播比较研究

A COMPARATIVE STUDY OF BROADCASTING

赵 华 主编 C

[illegible][illegible]

中国广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHERS HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

2011广播比较研究 / 赵华主编. — 北京: 中国广播电视出版社, 2012.4

(发展研究书系)

ISBN 978-7-5043-6630-6

I. ①2… II. ①赵… III. ①广播事业—对比研究
中国、外国 IV. ①G229.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第055513号

2011广播比较研究

赵华 主编

责任编辑 陈丹桦

装帧设计 嘉信一丁

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 313 (千) 字

印 张 16.25

版 次 2012年4月第1版 2012年4月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6630-6

定 价 32.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

主 编 赵 华

副主编 万 梅 温秋阳

撰 稿 靳 雷 林 秀 李正国 安 康
宋 青 蔺 平 杨 振 周宇博
任安龙 张景玺 王钟的 钟 鸣
朱 薇 隋 欣 陈佳沁 陈 祥
陈譔懿 徐 健 李 林 时晓冉
吴 盈 周 婷 孟 洁 高 昊
欧阳春雪

创新 分享 发展

中央人民广播电台副台长 赵忠颖

党的十七届六中全会明确提出推进文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣的战略目标,文化产业要成为国家经济发展的支柱型产业。广播作为传统主流媒体,在推动文化大发展大繁荣的时代要求下,必将迎来崭新的发展机遇。

中央人民广播电台一直以来都十分重视节目样态研究工作。自从2008年发展研究中心成立以来,节目样态研究一直都是这个中心的重点工作之一。那么,我们为什么要重视节目样态研究呢?我想从三个方面回答这个问题。

首先,节目样态研究是对广播生产规律的研究,将直接推动广播媒体自身的进步与发展。从受众本位理念的建立、到广播语态的根本性变革,再到广播作为传播工具本质的回归,广播逐渐走出了一条符合传播规律的发展之路。频率专业化、受众细分化趋势使广播变为“窄播”,广播与受众的关系也发生了根本变化。在此基础上,广播节目结构的开放性,内容的参与性,节目的时效性、服务性、贴近性等追求也使得广播节目样态呈现出多元化特征。

其次,节目样态研究是广播节目创新的必要手段。我们必须承认,每一次传

① 本文为中央人民广播电台副台长赵忠颖在首届中央人民广播电台“广播影响力”节目样态研讨会上的发言摘录。

播理念的变革都直接影响着广播节目的样态。与此同时,每一次哪怕是细微的节目样态变化同样也不断更新着我们的传播理念。无论是话语表达方式、节目传播途径,还是制作流程、编排方式,无一不是广播人创新能力与智慧的体现。

更为重要的是,节目样态研究将对广播产业发展起到重要的推动作用。大家知道,英国是世界上最大的电视节目样式的创作国和生产国。根据每年的电视行业市场报告,在全球电视节目样式市场中,英国创意、制作、出口销售的节目占全球市场的20%左右。很多在全球范围内取得巨大成功的电视节目,如“美国偶像”、“学徒”、“百万富翁”等,都出自英国电视制作公司。可惜,在广播的营销领域,这样成功的节目样式还不多。过去,一提起广播的赢利模式,大都想到“卖时间”,而现在,广播营销早已从“卖时间”发展为“卖产品”,以后,还将发展为“卖模式”。我们台的一些频率,如音乐之声、都市之声、文艺之声等目前正在进行这方面的探索。

创意是文化的灵魂,创意就是生产力。

如今,加强创新节目研究,为一线的广播节目服务,为整个广播文化的繁荣发展服务已在全国得到越来越多同仁的认同。据我们了解,除了中央人民广播电台,北京台、黑龙江台、安徽台等多家电台都专设了研发机构,投入资金、研究力量,监测国内外节目样态,捕捉广播节目创意,总结广播创新发展趋势。

信息技术、网络技术造就了新兴媒体,开创了崭新的传播格局。今天,广播的传播渠道空前丰富,传播方式更为多样,节目生产也更加注重互动、更加产品化。打通产业链条,进行多种产业模式的经营已成为广播改革的目标和创新的动力。这一理念的确立,对于广播节目的策划、组织和呈现具有深刻的影响,这使得创作人员在策划节目之初,就要考虑节目如何运作更易与市场结合,品牌节

目如何打造更利于节目价值在节目之外的延伸,节目形态如何呈现更易于满足目标受众的需要,等等。

广播自身的特性和历史的经验告诉我们,在新媒介产生之后,广播不会被取代,更不会消亡。它只是为适应新的传播需求,在内容、形式甚至渠道上发生一些变化而已,比如,广播发展史上广播网的建立和壮大,音乐排行榜作为节目形式的兴起以及车载广播的普及,等等。可以说,广播能生存发展到今天依然充满生机,与广播前辈们的智慧、创造力以及对这一媒介的热诚密不可分。

今天,广播站在了新的起跑线上。需要我们这一代广播人继续发挥我们的聪明才智,推动广播的繁荣发展。节目样态研究就是其中一项重要内容。我们是否能创造出像当年的“金曲排行榜”之类划时代的样态,取决于我们对广播理解的深度和对广播研究的程度。因此,广播节目样态研究工作不只是一家或几家电台的事情,它应该是关心广播的学界、业界共同关注、共同努力、共同去完成的使命。

目 录

上编 传统广播研究

频率研究

关于频率定位“专(窄)”与“杂(宽)”的思考

——以沈阳都市广播与沈阳文艺广播为例 4

故事广播频率的专业化之路研究

——合肥故事广播、陕西故事广播、上海故事广播对比分析 11

城市财经广播的繁荣需要因地制宜

——以上海第一财经和重庆经济广播为例 21

美国华语广播“夹缝中生存”的困境

——以洛杉矶KWRM AM1370、KAZN AM1300为例 28

日本广播下午板块节目比较研究

——以Tokyo FM《突触》和TBS广播《小岛庆子》为例 40

节目研究

英美老牌早间新闻广播栏目的品牌化发展之路

——以BBC《今日》和NPR《早间版》为例 48

相亲交友类广播栏目的生存策略

——以合肥故事广播《单身俱乐部》和深圳飞扬971《亲爱的相亲们》为例 56

婚恋节目的本位回归

- 广播栏目《全城热爱》与电视栏目《非诚勿扰》的比较分析 65

广播节目的剧场化发展

- 以天津文艺广播《音乐盛宴》与美国国家公共广播电台

- 《等等……不要告诉我!》为例 72

虚拟角色扮演类节目的比较研究

- 以东京FM的《喷气机》和《东京最棒的家常话——三得利周六AVANTI吧台》为例 79

尊重传播规律的广播科普节目才有生命力

- 以《大卫·阿滕伯勒的生命故事》和《无限的猴子笼》为例 87

如何打造个性化的音乐广播节目

- 以《赞恩·洛韦秀》与《边走边唱》为例 94

早间音乐栏目的生存之道

- 以江苏经典流行音乐广播电台的《阳光倾城》和北京音乐广播《先听为快》为例 ... 101

中外故事广播的比较研究

- 以北京故事广播《故事大全》与美国国家公共广播电台《心动故事》为例 106

“故事化”在儿童广播节目中的运用方式

- 合肥故事广播《童话亮晶晶》与重庆故事广播《大头小当家》比较分析 113

浅析青年音乐谈话类广播节目成功的要素

- 北京音乐广播《男左女右》与江苏交通广播《男生宿舍》比较研究 120

访谈类广播节目如何推陈出新

- 以天津人民广播电台《夜访百家》与美国公共国际广播电台《360工作室》为例 ... 128

致富节目的双重轨迹

- 广播与电视致富类节目的比较 134

健康类广播节目如何从“小众”到“大众”

- 《活到100岁》和《健康快车道》的比较研究 141

探析阅读类广播节目的文化效应

- 以英国广播公司广播4台《开卷有益》和

- 北京电台故事广播《读书俱乐部》为例 146

受众研究

从“被动服务”到“主动营销”

- 从英国广播公司和日本放送协会的机构调整看当今媒体受众关系的变化 154

谈话类电台的听众互动方式研究

- 以美国WOR电台与加拿大CHML电台为例 160

下编 广播与新媒体研究

广播与播客

品牌化节目是广播多平台生存的核心资源

- podcast.com与BBC Radio对比研究 172

广播与新媒体融合的考察

- NHK Podcast与日本文化放送 Podcast比较研究 180

欧美社区播客发展状况比较分析

- 以哈克尼播客与波士顿城市播客为例 185

广播与微博

广播与微博的竞合分析..... 194

中日广播节目与微博的互动研究

- 以广东人民广播电台新闻频率《微博大视野》和
日本广播电台《音乐动漫+》为例 202

广播的新媒体终端

手机广播：最具活力的广播媒介终端

- 两种手机广播模式对比研究 210

数字多媒体广播发展的启示

- 以北京人民广播电台和英国talkSPORT电台为例 215

广播复兴发展新模式研究

——以新浪微电台和豆瓣FM为例 222

广播的APP研究

——以TuneIn Radio和Any Radio为例 227

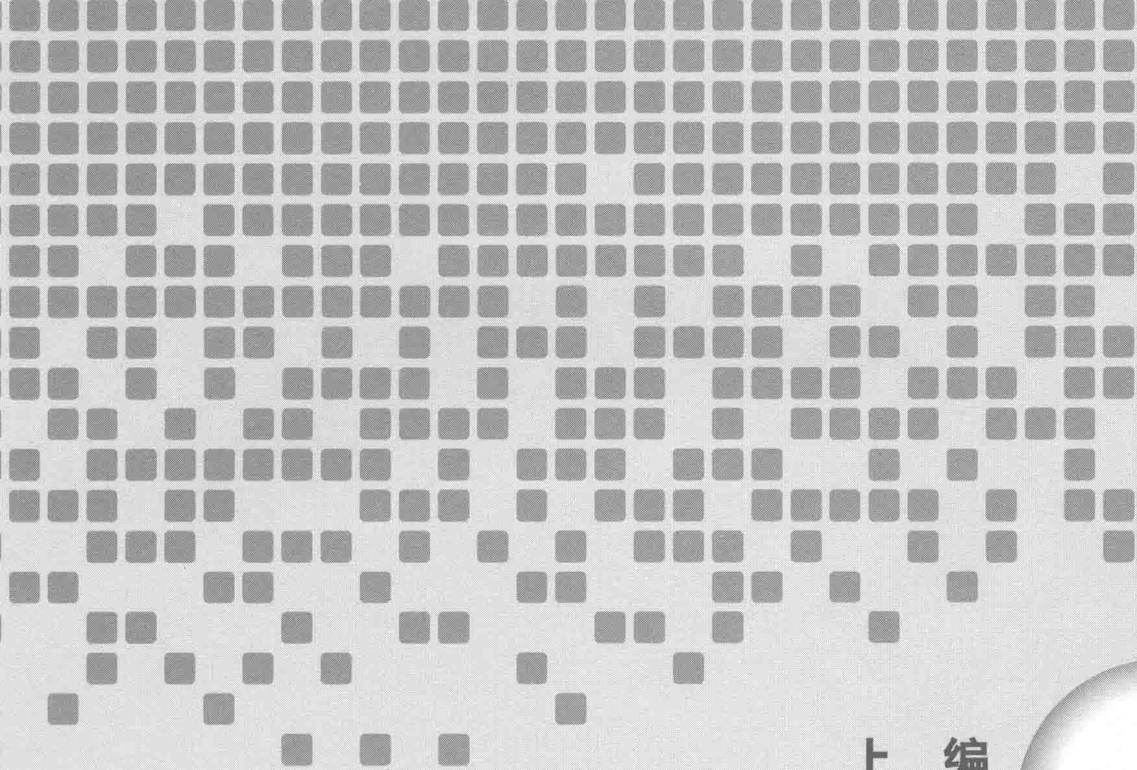
广播与社交网络

社交网络广播与专业网络广播对比分析

——以新浪微电台和美国TuneIn Radio为例 234

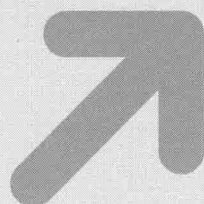
国外传统媒体工作人员社会化网络规范研究

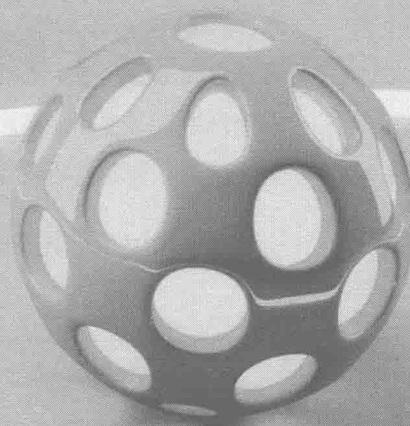
——以路透社和BBC为例 240



上 编

传统广播研究





[频率研究]

关于频率定位“专(窄)”与 “杂(宽)”的思考

——以沈阳都市广播与沈阳文艺广播为例

这些年,随着频率资源的扩容,频率间在内容设置上如何区隔,形成差异,如何独辟蹊径寻找自身赖以生存和发展之路,已成为频率经营者的头等大事。但总体来看,尽管不断整合和探索,时至今日,广播频率类型也不过十种左右,略显单调、更多雷同。而且后来者一般很难撼动新闻综合、交通、音乐这广播市场份额前三甲的位置。因此,如何另辟蹊径定位频率内容?如何从目标听众的喜好入手布局频率架构?如何从投入产出中寻找频率生存的最佳状态就成了众多新兴频率首先要回答的问题。沈阳都市广播和沈阳文艺广播的对比,特别是前者的成功实践,也许能给业界带来一些有益的启示。

>>> 一、样本分析

样本一:沈阳都市广播(FM103.4)



(一) 频率简介

2005年初创、2007年9月重装登场的沈阳都市广播(现沈阳广播电视台旗下)是辽沈地区唯一获得国家广电总局正式批准的都市娱乐专业频率,收听率 and 市场份额已连续4年排名沈阳收听市场的第一名。其以移动人群和男性为频率主要目标听众,在拥有单田芳、刘兰芳、袁阔成、田连元等著名评书表演艺术家辽沈地区新书首播权等独家资

源的前提下,以名家评书、娱乐资源为框架和主线,延展都市移动人群偏好的汽车买卖维修、房屋买卖装修、假日休闲等节目品种。频率内容架构融文艺频率(评书、娱乐笑话)与都市频率中的经典品种(汽车买卖维修、房屋买卖装修等),虽名为都市广播,实为都市与文艺交叉混合频率,最大限度利用现有资源,大胆组合出与众不同、但与目标受众吻合的频率架构。又因注意栏目的精品化制作和品牌栏目的不断扩张,从而超越新闻、交通、音乐类频率,连续4年占据沈阳收听市场头名宝座。《名家书场》、《1034讲古堂》、《评书江湖》、《娱乐二人转》、《老茂侃车》等主打栏目支撑起沈阳都市广播的坚固江山。

(二) 2011年沈阳都市广播 (FM103.4) 节目表

时 间	周一至周五	周 六	周 日
04: 50	开始曲 全天节目预告		
05: 00	1034听书馆(重播)		
06: 30	1034名书场(重播)		
07: 30	城市调查组 小妹说新闻	快乐星期天	
08: 00			
08: 30	1034讲古堂		
10: 00	买房听我说	快乐星期天	
10: 30	评书江湖		
12: 00	娱乐二人转		
13: 00	都市车友会	快乐星期天	
13: 30	1034名书场		
15: 00	老茂侃车	快乐星期天	
15: 30	都市故事会		
17: 00	优越生活		
17: 30	娱乐二人转 (精品版)	吃喝玩乐百事通	
18: 30	中国民居探秘		
19: 00	1034讲古堂(上)		
19: 30	1034讲古堂(下)		
21: 00	大兵笑话集	左岸留言	
21: 30	星空不夜城		
22: 00	1034听书馆		
00: 00	老歌猜猜猜		

注: 0:30~4:50 为医疗专题讲座

样本二：沈阳文艺广播(FM92.1)



(一) 频率简介

沈阳文艺广播是原沈阳电台(现为沈阳广播电视台)系列频率之一,开播于1994年,使用频率FM92.1兆赫,发射功率10千瓦,覆盖沈阳、辽阳、鞍山、本溪、抚顺等辽宁省部分地区,全天24小时播音。频率以评书、音乐、综艺、文学为骨架,间隔有11.5小时医疗专题,甚至还有一档一小时的体育栏目。主要栏目为生命力持久、质量持续稳定、深受特定听众喜爱的《开心无极限》、《老歌回顾》、《辽沈音乐排行榜》等。但由于医药专题过多,加之和所有综合文艺频率一样存在着特色不突出、互动手段匮乏、听众群年龄老化、节目形态陈旧等问题,在收听市场表现一般。

(二) 2011年沈阳文艺广播节目时间表

节目时段	节目名称
04: 00~04: 25	921热播书场1
04: 25~05: 30	医疗专题 65分
05: 30~05: 40	笑口常开
05: 40~07: 00	医疗专题 80分
07: 00~07: 30	朝闻天下
07: 30~08: 00	铁夫小弓唱着说
08: 00~09: 00	医疗专题 60分
09: 00~10: 00	921集结号 / 大员说天气
	开心转转转(周一至五) 大话流行(六、日)
10: 00~10: 40	医疗专题 40分
10: 40~11: 00	921热播书场2
11: 00~12: 00	医疗专题 60分
12: 00~12: 30	踏歌而行
12: 30~13: 00	医疗专题 30分
13: 00~14: 00	921集结号 / 大员说天气
	开心无极限(周一至五) 家电维修联盟(六、日)