

AGING SOCIETY

AND RADIO BROADCASTING
FOR THE ELDERS

老龄化社会与老年广播

AGING SOCIETY AND
RADIO BROADCASTING FOR THE ELDERS

张彩 著

AGING SOCIETY
AND RADIO BROADCASTING
FOR THE ELDERS

中国传媒大学出版社

老龄化社会与老年广播

AGING SOCIETY AND
RADIO BROADCASTING FOR THE ELDERS

张彩 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

老龄化社会与老年广播/张彩著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 8

(传媒学术前沿)

ISBN 978-7-81127-014-3

I. 老… II. 张… III. 老年人—广播节目—研究—中国
IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 114599 号

老龄化社会与老年广播

作 者 张 彩

责任编辑 李钊祥

责任印制 曹 辉

封面制作 孙 鹏

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86-10-65450532 65450528 传真: 65579405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988mm 1/16

印 张 14

版 次 2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-014-3/K·014 定 价: 39.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

张 彩

中国传媒大学新闻传播学
院教师

主要研究领域：外国广播电
视、广播新闻

主讲课程：“当代外国广播
电视研究”、“外国新闻事业”

主要著作：《日本广播概观》、
《电视新闻频道研究》、《世界广
播发展研究》



传媒学术前沿系列丛书

- 社会性别与媒介传播
- 广告即战略
- 内容产业论
- 媒介素养
- 农业传播学
- 电视纪实论
- 媒介交流研究
- 全球化与中国国家电视安全
- 中国电视业资本运营系统分析
- 国家形象建构中的传播策略
- 广电产业化进程中的节目形态演变
- 虚拟品牌社区研究
- 中国区域媒体发展研究
- 英国公共广播政策变迁与问题研究
- 中国数字电视产业政策形成研究
- 老龄化社会与老年广播

序

人口老龄化是世界许多国家面临的重大社会问题。中国作为世界上总人口和老年人口最多的国家,面临的人口老龄化问题更加突出,从而也备受舆论关注。

提供有效社会保障机制,是党、政府、社会以及媒介神圣的社会责任。中国处于社会转型时期,养老问题的难点是多数人“未富先老”,从而对我国的政治、经济、文化、资源、环境等领域的可持续发展将产生深刻的影响。中国进入老龄社会以后,社会对于老年人的物质生活和精神生活,承担着越来越大的责任。如何向日益增多的老年人群提供社会保障、医疗保障、生活照料、精神慰藉等方面的服务,向中国社会提出了挑战,也是我国构建和谐社会的社会所面临的一个重大历史性课题。

老龄化问题是我国广播媒介发展必须考虑的一个外部约束。老龄化意味着老年听众正成为大众传媒不容忽视的、一个数量日益增长且具有社会影响的受众群体。就广播的传播特性而言,与其他媒体相比,广播在老龄化进程中将有作为。

老龄化与广播的关系在我国传媒界是个新课题。它是我国传媒面临专业化、数字化、网络化课题之外的又一个重要的新课题。关于传媒与老年受众的课题,国外已经有了许多相关的研究,并且建立了长期而系统的专门针对老年人的媒介服务。但是这些问题对我国广播媒介来说还是一个新领域。加强中国老龄化社会与老年广播的研究,创建中国特色的老年广播频率和老年节目,具有深刻的现实意义和前瞻性价值。

本书的主要特点是:

一、较全面、系统地论述了广播媒介与老龄化社会的关系和面对社会转型的媒介责任与中国进入老龄化社会的现实语境。

二、提出了老年广播是我国广播在新媒介生态环境下媒介资源存量优化发展的思路,提出了老年广播发展的前瞻性构想。

三、提出了当代广播媒介在老龄化社会中独特的媒介功能价值,包括在

和谐社会大背景下,老年广播在建设和谐社会中不可替代的媒体角色和媒介责任。

四、系统深入地研究和考察了美国和日本老年广播的发展状况、节目形态和传播理念与传播效果。对具代表性的老年广播节目作了较全面的介绍与解读。

五、对我国的老年广播节目的内容、形态、传播效果进行了较系统分析。对中国老年广播节目的创新提出了建设性意见,对建设中国特色的老年广播事业具前瞻性和实践意义。

正如联合国世界老龄大会的“政治宣言”所说:“老年人口是社会的重要资源,老年人的发展对社会经济发展的作用是不可忽视的。全社会都要关心老年人,努力营造支持性环境,保障他们的合法权益,使他们活得有尊严、有价值、有意义。”全书体现了作者“积极老龄化”的前瞻理念,也体现作者强烈的社会责任感和不断进步的专业精神。

本书作者是我的同事,也是我的学生和朋友,作者在担负繁重的教学科研任务的条件下,潜心做好老年广播这一课题。就广播媒介的专著而言,这是第一本较为系统、全面的对中国老年广播的专业性研究,从中体现了特有的时代内涵、媒介内涵和专业内涵,相信广播同行和媒介研究同行定会开卷有益。

曹璐

目 录

序	曹璐 (1)
前言	(1)
第 1 章 老龄化与中国社会老龄化的特征	(8)
一、老龄化	(8)
(一) 老龄化研究的历史回顾	(8)
(二) 对老龄化及人口老龄化的界定	(9)
(三) 老龄化社会的成因	(13)
(四) 人类老化的四种分类	(15)
二、中国社会老龄化的结构特征	(16)
(一) 中国人口变动的四个阶段	(17)
(二) 中国老龄化的五大特征	(19)
三、中国社会老龄化的动态特征	(21)
(一) 人口老龄化是个动态的概念	(21)
(二) 未来十年我国老龄化的三个特点	(22)
第 2 章 中国老龄群体的生活形态、消费观念及媒介习惯	(26)
一、中国老龄群体的生活形态	(26)
(一) 从需求层次理论看老年人的需求	(27)
(二) 老年群体更注重对精神需求的追求	(29)
(三) 我国老年群体的闲暇生活形态	(30)
二、老龄化对我国消费结构的影响及老年群体的市场潜力	(33)
(一) 老龄化对我国消费结构的冲击	(33)
(二) 中国老龄群体的市场潜力	(35)
三、中国老龄群体的媒介习惯	(39)
(一) 我国老年人每天接触各类媒体的现况	(40)
(二) 我国老年人媒介接触的动机、偏好及感受	(41)
第 3 章 中国广播发展现状及老年受众的广播需求	(43)
一、中国广播媒体的增量发展与存量优化	(43)

(一)中国广播媒体的增量发展	(44)
(二)中国广播媒体的存量优化	(47)
二、我国老年受众对广播媒介的需求	(53)
(一)老龄化社会给我国广播业带来了雄厚且坚实的受众基础	(54)
(二)广播是适合老年人生理及生活特点的媒介	(55)
(三)我国老年听众收听广播的特征分析	(58)
第4章 中国老年广播节目现状分析	(64)
一、我国开办老年广播节目的现状	(65)
二、老年广播节目形态分析	(68)
(一)中央人民广播电台“中国之声”:《老年之友》	(68)
(二)北京人民广播电台“北京城市管理频率”:《老年之友》 ..	(69)
(三)河南人民广播电台“新闻广播”:《健康晨曲》	(74)
(四)江苏人民广播电台“健康频率”:《长青金钥匙》	(77)
三、老年广播专业频率:江西人民广播电台“健康老年广播”	(81)
(一)主要栏目内容构成	(83)
(二)贯穿整个频率的听众定位	(84)
四、我国老年广播节目编排特点	(86)
(一)节目内容	(86)
(二)节目播出时间及时长	(88)
(三)节目形式	(89)
(四)节目主持人	(89)
第5章 全球化语境下老年广播的发展(上):美国	(91)
一、高度细分的美国广播与美国广播听众	(91)
(一)美国广播的发展轨迹	(91)
(二)高度细分的美国广播	(93)
(三)美国广播的听众构成	(96)
二、“婴儿潮”族群逐渐成为老龄受众的主流	(97)
三、美国商业广播的老年节目	(100)
(一)老歌电台	(101)
(二)怀旧电台	(105)

四、美国公共广播的老年节目	(110)
(一) WUSF 的“阅读服务广播”	(111)
(二) 电台部分栏目内容与节目编排特点	(115)
五、美国老年广播的“非老年化”形象	(117)
第 6 章 全球化语境下老年广播的发展(下):日本	(121)
一、日本广播与日本广播听众	(121)
(一) 日本广播的发展轨迹	(121)
(二) 双轨体制的日本广播	(123)
(三) 日本广播的听众构成	(125)
二、日本社会老龄化现状	(127)
(一) 老龄化对日本社会与产业结构的影响	(129)
(二) 日本老年人的市场潜力	(130)
三、“团块世代”成为老龄受众的主体	(132)
(一) “团块世代”的由来	(132)
(二) “团块世代”的退休观念与意识	(133)
(三) 日本媒体开始向“团块世代”倾斜	(136)
四、NHK 的老年节目	(138)
(一) 《广播深夜便》的节目形态	(138)
(二) 《广播深夜便》的收听实态调查	(144)
(三) 对《广播深夜便》的思考	(149)
五、日本商业广播的老年节目	(150)
六、日本老年广播的“世代情结”与“一同走过”	(152)
第 7 章 和谐社会与中国老年广播发展机遇、挑战与对策	(156)
一、中国老年广播发展的机遇	(157)
(一) 社会老龄化与构建和谐社会	(157)
(二) 老年广播在建设和谐社会中将担当重要的媒体角色	(158)
(三) 互联网技术与互联网广播为老年广播的创新提供了 更大可能性	(159)
二、挑战:制约我国老年广播节目发展的主要因素	(162)
(一) 面对“未富先老”的中国老年群体,老年广播应坚持 公益性	(163)

(二)从健康老龄化到积极老龄化理念的提升	(169)
(三)老年广播存在着不同程度无意识的“老年歧视”	(173)
三、对策:中国老年广播的优化与升级	(178)
(一)从老年节目到老年栏目到老年频率	(178)
(二)以人为本,最大限度地服务老年听众	(180)
(三)社区广播——广播的细分和老年广播的新空间	(184)
(四)老年广播节目与老年广播频率的品牌化建设	(188)
结语	(190)
参考文献	(194)
附录一 联合国老人法	(205)
附录二 《中国老龄事业的发展》白皮书	(206)
附录三 “团块世代”人生地图	(208)
后记	(215)

前 言

二十多年前(即20世纪80年代),作家湛容写过一篇小说《减去十岁》。小说写的是一条“小道消息”:听说“中国年龄研究会经过了两年调查研究,又召开了三个月的专门会议,起草了一个文件:‘文革’十年所耽搁的时间应该减去。文件已送交有关部门,马上就能够批下来。”年龄能减去吗?时间能倒流吗?听者竟不顾是否荒唐,消息如旋风般卷起,人们奔走相告、欣喜若狂,在三个家庭和一个大龄女子中间产生了强烈的反响。在这些不同身份和不同年龄的人物中间,为能“减去十岁”激起了不同程度的兴奋和期待,进而陷入矛盾与不安……

湛容用文学的荒诞和丰富的想象力为身处当时境遇的所有中国人“减去十岁”,而面对当下转型期的中国,我们又应该用怎样的科学态度和对未来的想象力为中国“加上十岁”呢?中国人口的老龄化就是这样一个大背景下时代的新课题。

一、老龄化与广播的关系是我国传媒面临的新课题之一

联合国对老龄化国家与非老龄化国家的划分标准是:65岁以上的人口超过全国总人口数的7%,被认为是“老龄化社会国家”;超过14%则是“老龄社会国家”。按照这一标准,从1996年开始,全世界65岁以上老年人口比重已上升到7%,从这一年开始世界就已成为老龄型的世界。人口老龄化,已成为世界许多国家面临的重大社会问题。中国作为世界上总人口和老年人口最多的国家,不仅所面临的人口老龄化形势更加严峻,而且其发展趋势也备受世界关注。

根据联合国在第二届老年大会上发布的数据,预计到2020年,我国65岁以上老龄人口将达1.67亿人,全世界每四个老年人中就有一个是中国老人。到2050年甚至会达到40%。这样庞大的老年人口已成为世界之最。从世界的范围看,1999—2020年世界老龄人口平均年增速度为3.3%,世界老龄人口占总人口的比重从1995年的6.6%上升至2020年的9.3%,同期我国由6.1%上升至11.5%。无论是增长速度还是所占比重,我国的老龄化都超过了世界的平均速度和所占比重。

老龄问题涉及到一个国家的政治、经济、文化和社会生活等诸多领域,

关系到国计民生和改革开放、发展稳定的大局,既是重大的社会问题,也是重大的政治问题,对此,中国政府予以了高度的重视。早在2000年,中国政府就制定了《关于加强老龄工作的决定》(以下简称《决定》),《决定》站在战略和全局的高度,客观地分析了中国人口老龄化的现状和发展趋势,明确了老龄工作的指导思想和目标任务,对加快发展老年事业提出了明确而具体的要求。2006年8月发布了《中国老龄事业发展“十一五”规划》,提出了“十一五”期间(2006—2010年),中国在养老保障、医疗保障、社会救助等老年社会保障,以及老龄事业基础设施建设、老年产业、老年精神文化生活等方面所要实现的目标和任务。2006年12月,我国政府又颁发了《中国老龄事业的发展》白皮书,这是中国第一次发布关于老龄事业发展状况的白皮书。白皮书全面介绍了中国老龄事业的发展状况,表明了中国政府应对人口老龄化的积极态度和在重视老龄问题、保护老年人合法权益、发展老龄事业方面作出的努力和决心。这几个关于中国老龄事业的方针政策的出台,表明了中国政府关心和重视老龄事业、积极应对人口老龄化的挑战,而且已把发展老龄事业作为社会统筹发展和构建社会主义和谐社会的重要内容。

大众媒介与一个国家的政治、经济、文化及社会存在着高度互动的关系,它们相互依存,相互作用,互为发展条件。大众媒介是社会有机体中不可或缺的一部分,它通过传播一个社会共同的信仰、规范和价值观来凝聚社会的方方面面,它作为社会大系统的一个组成部分而发挥特定的功能,为整个社会大系统服务。

中国广播事业在经历了20世纪80年代的增量发展与90年代直至进入新世纪以来的不断存量优化,社会影响力越来越大。广播媒体充分发挥了舆论引导作用,推动主流舆论、主流意识的形成,为构建和谐社会提供了强大的舆论支持,而且舆论引导水平不断地得到了提升,对我国正在建设的社会主义和谐社会担负起了较好的应尽责任。

老龄化问题,是我国广播媒介发展必须考虑的一个外部制约因素。中国进入老龄社会以后,社会对于老年人的各种需求承担越来越大的责任。如何向日益增多的老年人提供社会保障、医疗保障、生活照料、精神慰藉等问题,不仅向社会提出了挑战,也是包括广播在内的大众传媒应负的重大责任。同时,老龄化意味着老年听众正成为大众传媒不容忽视的、一个数量日益增长的受众群体,使得广播与其他媒体比较,在老龄化进程中更有可为。

世界上一些国家针对本国的老龄化现状,纷纷开播了面向老龄群体的

广播。英国广播公司(简称BBC)拥有五个全国性广播频率,其中的广播二台(Radio 2)以音乐为主,兼顾艺术、宗教和通俗娱乐节目,很长时间以来,一直以亲和、温馨的特点吸引了数以百万计的55岁以上的老年核心听众。日本放送协会(简称NHK)早在1989年就开始播出面向老年听众的广播节目《广播深夜便》,日本的商业广播电台也于近年纷纷开办了针对老年听众的节目。据国内一些书籍和文章对美国老年广播的介绍,美国已有800多家老年广播电台^①;又据《NHK世界放送2005》^②中的统计,拥有7套广播节目的韩国公共广播公司KBS的第三套节目是面向老年人的“爱之声广播”;法国广播公司(简称RF)也早在1980年12月就开办了专门针对老年人广播的对象性频率——法国蓝色广播电台(France Bleu),每天24小时播出,内容为适合老年听众的娱乐节目(轻歌剧、民歌等)和生活服务类信息(如养生、保健等)。这些国家针对老龄群体的广播节目,无论在节目理念、节目编排、应对老龄化社会等方面,都显现出了很多值得研究和探讨的内容。

我国在人口老龄化上有许多不同于其他国家的国情和发展特点。我们应学习外国老年广播的一些先进的理念,从我国具体国情出发,认真汲取和利用外国老年广播的成功经验。学习与借鉴,对我国老年广播的实践不无裨益。

二、对老年人口起点年龄的界定

如上所述,联合国对老龄化国家与非老龄化国家制定的划分标准是:65岁以上的人口超过全国总人口数的7%,被认为是“老龄化社会国家”;超过14%则是“老龄社会国家”。人口老龄化研究必须首先界定老年人口的起点年龄。年龄既是一个描述人的自然属性的概念,还具有社会学的含义。在不同历史时期和社会经济背景下,“老”的概念也具有相对性,老年人的起点年龄也是由社会来界定的。由于我国人民生活水平逐年提高,医疗卫生条件明显改善和全民健身运动的蓬勃开展,人均预期寿命多年来一直在稳步增长。新中国成立前,中国人均预期寿命仅为35岁,1981年为68岁,2001年已达到72岁,20年间增加了4岁。1964年第一届全国老年学与老年医学学术研讨会规定60岁为老年期,1981年第二届会议又建议65岁为

① 本书对美国老年广播电台进行了重新的统计和界定,具体内容详见本书第五章。

② 《NHKデータブック世界の放送2005》,NHK放送文化研究所编。

老年期的起点年龄(顾大男:《老年人年龄界定和重新界定的思考》,《中国人口科学》2000年第3期)。本书采用了杨中新主编的《中国人口老龄化与区域产业结构调整研究》一书中对老龄的起点年龄的定义:联合国在进行人口统计时,常以65岁为老年的起点,而在研究老龄问题时,多以60岁作为老龄起点。就中国而言,若用于同西方国家人口老龄化进程进行比较时,可将中国老年人口的起点年龄定义为65岁。但从分析中国老年负担比重、老龄化的经济影响等角度出发,参照中国的按照正常退休年龄标准女子55岁、男子60岁的退休制度,则相当部分的人在60周岁之后已退出劳动市场,若以65岁及以上为老年人口,将低估老年人口变化对社会经济的影响。因而,本书基本上采用65岁为起点年龄,但在具体分析中国的人口老龄化时,有时也采用60岁的界限作为参考。

三、本书结构

本书运用了社会老年学、社会学、人口学、政治学、新闻学、传播学、广播学等多学科整合框架,梳理了老龄化社会与广播的互动关系,尝试探索当代中国老年广播一些规律性的东西,在分析借鉴国外老年广播成功经验的基础上,结合我国老年广播实践的现状,探讨构建符合中国国情、具有中国特色的老年广播的发展模式和战略构想,积极促进我国老年广播的发展。

本书共分七章。

第一章:“老龄化与中国老龄化社会的特征”。首先对老龄化研究进行了概要性的回顾,并对老龄化、人口老龄化及老龄化社会的概念进行了基本界定。通过对中国社会老龄化的结构特征的描述,通过对未来十年中国社会老龄化动态特征的把握,提出了本书所要研究的系统对象和所要论述的特殊传播语境。

第二章:“中国老龄群体的生活形态、消费观念及媒介习惯”。通过对我国老年群体的生活形态的描述,分析我国老年群体从物质生活需求到精神生活需求的转变。从“银发经济”的角度,论述了老年群体是我国未来具有潜力的消费群体,并根据相关的调查统计资料,对他们的媒介关系习惯进行较为细致的分析。总结得出:一方面媒介会对老年人生活的诸方面产生多种可能的效应;另一方面,老年受众的规模与特征也将对媒介的服务内容、方式及发展态势带来多种可能的影响。

第三章:“中国广播的发展状况及老年受众的广播需求”。通过对中国广播业的发展变革与中国社会发展变革同步的描述,重点描述了改革开放

以来我国广播业从增量发展到存量优化的演变过程,把我国逐渐步入老龄化社会作为我国广播业发展的机遇提了出来。一方面,老龄化社会给我国广播业带来了雄厚且坚实的受众基础,面向老龄群体的广播是广播存量优化的方向之一;另一方面,广播是适合老年人生理及生活特点的一个特殊媒介。通过对我国老年听众收听广播的特征分析,提出了我国广播媒介必须清醒地意识到面对老龄化社会的媒介责任及其必须直面的挑战与发展机遇。

第四章:“中国老年广播节目现状分析”。以笔者统计的我国大陆 33 家省级及直辖市广播电台的主流频率的老年节目为第一手资料,结合笔者曾于 2004 年完成的广电总局高等院校人文社科项目《网络传播时代中日广播对比研究》的研究报告,重点选取了四家广播电台的老年广播节目:即中央人民广播电台“中国之声”:《老年之友》;北京人民广播电台“北京城市管理频率”:《老年之友》;河南人民广播电台“新闻广播”:《健康晨曲》;江苏人民广播电台“健康频率”:《长青金钥匙》,和一个老年广播频率,即我国第一家老年广播频率江西人民广播电台的健康老年频率为样本,从中分析和呈现了我国老年广播的现状及存在的问题。

美国和日本都比我国更早地进入了老龄化社会,考察美国、日本老龄化社会的人口特征,分析它们的广播体制和受众特性,探讨两国面向老龄受众的广播节目运作经验,总结社会与老年广播互动发展的一般规律,对我国的老年广播的进一步发展不无裨益。本书的第五章及第六章分别就美国和日本的老齡化社会特征及老年广播节目进行了梳理与分析,为我国老年广播发展提供了参照视角。

第五章:“全球化语境下的老年广播发展(上):美国”。美国广播业是世界上最发达的,拥有 14000 多家广播电台,其高度细分的广播频率使得每家电台都有自己明确的目标听众,他们成为电台节目编排所针对的基本人群。随着社会发展,广播目标受众的人群也在不断变化。二战后生育高峰的一代即“婴儿潮”的一代,他们中比较年长的一部分人到 2008 年便会达到 62 岁(美国社会保障体系允许退休的最低年龄),而这一代人中最年轻的人口也会在本世纪 20 年代退休。庞大的“婴儿潮”族群将会在 21 世纪成为美国人口中最重要的年龄群体,美国人口老龄化即将进入到一个新的阶段,将对美国的政治、经济、文化、社会产生巨大的影响和压力。因此,引发了美国的政治体系和经济体系都在努力适应这一代人,美国文化关注这一代人的时代烙印,美国社会为他们预设未来的体制。与此同时,“婴儿

潮”族群越来越吸引广告商并成为他们更加重要的目标听众,因此,美国的广播市场也积极地去迎合他们的口味。笔者在本章重点考察了高度细分化的美国广播是如何去应对美国老龄化趋势,以及针对“婴儿潮”一代的节目编排策略的形态特征。另一方面,美国还拥有公共广播系统,美国老年听众对公共电台的依赖,要超过公共电台的其他听众群体。笔者选取了在美研修期间调研的 WUSF 的“阅读服务广播”(Radio Reading Service)进行了节目分析,以图说明美国商业广播主要以拥有强大消费能力的“婴儿潮”一代为目标听众,而公共广播的老年节目侧重体现的是公共服务的核心理念。

第六章:“全球化语境下的老年广播发展(下):日本”。之所以把日本作为重点研究对象主要有两个方面的缘故,其一,日本是亚洲最早进入老龄化的国家,目前也是世界上老年人口占总人口比例最大的国家,65 岁以上的老年群体是日本人口中增长最快的群体。NHK 是亚洲最大的广播电视机构,把它针对日本老年人的广播节目《广播深夜便》作为研究对象无疑是具有代表性的。其二,日本是我国的一个发达邻国,同样作为亚洲的两个国家在观念上和生活习惯虽有区别,也有相似之处。日本广播体制实行的是公共广播与商业广播并存的双轨体制,NHK 的《广播深夜便》针对的是年龄层更加广泛的老年群体;而日本老年人使得日本老年消费市场展示了巨大潜力,日本老年人也逐渐成为了商业广播电台竞相争夺的受众。同美国类似,二战后生育高峰的人口群体“团块世代”将在 2007 年陆续进入 60 岁,由此产生了日本的“2007 年问题”,日本商业电台特地对此采取了节目编排上的倾斜和侧重。本章选取了一直备受日本“团块世代”熟悉和喜爱的节目 TBS 的《大沢悠里悠悠板块》进行分析。通过对这些具有品牌意义的老年广播节目理念与形态的较翔实分析研究,对我国的老年广播的理论研究与实践探索会有一定的参考价值。

第七章:“和谐社会与中国老年广播发展机遇、挑战与对策”。人口老龄化是制约我国政治、经济、文化及社会发展的一个重要因素,已成为构建社会主义和谐社会的一项重要内容。本章重点分析构建社会主义和谐社会与老龄化关系以及老年广播在建设和谐社会中担当的重要媒体角色。对制约我国老年广播发展因素展开了分析,提出并强调在目前乃至今后相当长的一段时期内,我国老年广播面对“未富先老”的老年群体的特征,要坚持公益服务的思想,政府要从政策、体制层面予以有效扶持。这是中国老年广播在建设和谐社会中必须面临的挑战和必须履行的媒介责任。在这一章中,对我国老年广播节目的优化与升级提出了建设性意见。