

类型化电台 研究

Research on
Radio Format

覃信刚◎著

类型化电台 研究

Research on
Radio Format

覃信刚◎著



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

图书在版编目（C I P）数据

类型化电台研究 / 覃信刚著. — 北京：中国广播电视出版社，2013.7
ISBN 978-7-5043-6837-9

I. ①类… II. ①覃… III. ①广播电台—广播工作—研究 IV. ①G229.24

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第084834号

类型化电台研究

覃信刚 著

责任编辑	余潜飞
封面设计	亚里斯
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	北京市翰林印刷厂
开 本	787毫米×1092毫米 1/16
字 数	520(千)字
印 张	22.5
彩 插	4面
版 次	2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-6837-9
定 价	68.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

创造一流的类型化电台

——访云南人民广播电台党委书记、台长覃信刚

《中国广播》记者 园丁 特约记者 殷彭

近几年，云南人民广播电台开拓创新、不断进取，举办了中国大陆第一个广播节——广播百年/中国·云南广播节，创办了云南广播博物馆，受到了全国广播界的称赞，特别是他们进行的类型化电台的改版改革，引起了业界人士的密切关注。本期“与台长面对面”，我们将聚焦学者型领导——云南人民广播电台的掌门人覃信刚，请他介绍云南台的改革情况。

记者：覃台长，我从有关资料了解到，您是1995年8月到云南电台工作的，先任台长助理、党委副书记，一年后任副台长、党委副书记兼新闻中心主任、新闻频率总监，2004年任局党组成员、台党委书记、台长兼总编辑。作为一名电台的管理者和高级记者，您现在还有很多社会兼职，——云南省新闻工作者协会副主席、云南新闻学会副会长、云南师范大学硕士研究生导师等。我们还了解到，中国大陆和台湾一些著名学者认为，您是中国大陆类型化电台较早研究者之一，长期以来对类型化电台有着密切关注并进行了深入的研究，您的这些经历是否促使您对类型化电台研究情有独钟？

覃信刚：这种经历对我研究类型化电台有益，我从小爱好新闻和文学，到云南不久，就从事新闻工作。1978年至1984年，我采写了20多个英雄典型，多数在全国全省引起强烈反响，那个时期我发表了大量的新闻报道，同时还发表了不少小说、散文、诗歌和寓言。《人民日报》、《光明日报》、《解放军报》、中央电视台等100余家报纸、电台、电视台报道过我的工作和写作情况。我到电台之前，用6个月的时间收听了北

京市、上海市、昆明市能收听到的所有广播节目，跑遍了北京、上海、成都、昆明的大小书店，大量阅读了1995年以前出版的广播书籍。当时我就想，云南是中国西部欠发达的省份，云南电台与东部沿海电台相比，存在许多差距，云南电台要找到一个突破口，只能有所为，有所不为。

记者：这个突破口是不是类型化？

覃信刚：那时还认识不到。到电台工作后，我通过参加全国性的会议、评奖、考察，详细了解中央台和全国省级电台的情况，又托在美国、英国、日本工作的乡友和朋友了解这些国家的广播情况，进行了大量的调查。两年后，我注意到，类型化电台值得学习和借鉴，但遗憾的是，国内找不到这方面的书籍和资料，于是，我就开始想方设法寻找研究类型化电台的书籍和资料。但我的研究不是要发表几篇论文，而主要是用理论作支撑，指导实际工作。

记者：听说您率先带领编辑值完夜班再上早班，一年在办公室就睡了100多个晚上，工作那么忙，怎样研究？

覃信刚：我在报社工作时养成了一个习惯，喜欢作新闻比较。比如，比较同一天的几十种报纸或几种报纸，看哪一家的版面、标题、消息、评论、通讯做得精彩。到电台工作后，我就收听收看同一时期几个电台、电视台的节目，看谁的节目办得最好。到国外考察，我要带上收音机，一上车就开始收听当地电台的节目；回到宾馆，又收听收看几个小时的广播和电视节目。美国、法国、日本等国家的广播节目，我至少实地收听了1000家以上。在普遍收听收看的基础上，重点比较几家电台和电视台的节目。比如：电视我主要选的是央视、CNN、BBC、凤凰卫视和东森；广播主要选的是中央台的中国之声、美国的WINS、英国的BBC、中国台湾的中广新闻网，而且还将报纸、广播电视作横向比较，这些研究都是在工作之余附带完成的。

记者：这么大量的收听收看和对比研究，让您从中发现了什么？

覃信刚：感受很多。国外电台，特别是类型化电台先进的理念和成熟的运营管理模式，对我们很有启发，他们办广播节目的经验也很值得借鉴。就广播而言，中央台中国之声的节目比较大气；美国WINS的新闻简短，40秒一条，节奏很快；英国的BBC比较经典，每一分钟的新闻都制作得很精良；台湾的中广新闻网对热点新闻捕捉得很快，而且做得很轻松。国外电台的品牌意识普遍很强，电台的商业化运作也很规范。

记者：您和云南台的同行对类型化电台作了哪些研究？有什么成果？

覃信刚：云南省委领导对我台的节目改版提出了“把握方向、尊重规律、整体规划、板块谋划、打造品牌、体现特色、形式多样、精彩鲜活”的要求。为了做好节目改版，我们进行了大量的调查研究，特别是在类型化电台的研究上下了很多功

夫。台创新领导小组跟踪国内、国际广播发展的最新趋势，开展广播前沿性、前瞻性研究，对类型化电台的节目进行专题分析、研讨，形成创意、创新的方案；邀请法国里尔大学、台湾政大新闻学院、中国人民大学等大专院校以及国内知名专家学者进行了16次授课；专门召开了5次改版创新研讨会，邀请中国广播电视协会、云南省新闻工作者协会、中国传媒大学、台湾铭传大学等有关专家、教授以及受众代表对新闻广播、交通广播等5个频率的节目进行了专题研讨；召开了6次风格主持人研讨会，邀请云南省委宣传部、云南日报、云南大学等有关领导、专家、教授对台内主持人的主持风格进行了专题研讨。2007年，我们组织台内14名处级干部赴台湾考察了7家类型化电台，实地收听了50余家新闻、音乐类型化电台的节目；2008年，与中央人民广播电台《中国广播》杂志社主办了中国首届类型化电台品牌建设研讨会。台翻译小组组织110名专家、大学生翻译了美国迈克尔·C·基思、米切尔·凯斯、肯特·巴克巴特、史蒂文·沃仁等有关专家、教授、学者的15本广播理论学术著作，以及法国、日本、越南有关广播书籍，并对类型化电台的理念、管理、节目、技术、营销、咨询等30余个课题进行了专题研究，编印了内部刊物《类型化电台研究》18期，撰写了《关于类型化电台的解析》、《关键概念：类型化电台的词汇》、《类型化电台产生的媒介背景》、《类型化电台的时钟式编排》、《类型化电台的定位》、《类型化电台的子群体》、《类型化电台的受众》、《类型化电台的推广》等30余篇论文，有的在报刊发表，有的用于类型化电台的改版改革。与法国里尔高等新闻学院、法国里尔科技大学、上海大学开办“国际传媒管理”硕士研究生班，其中有24名在职硕士研究生专题研究类型化，撰写了24篇硕士论文。我在大学带的硕士研究生还撰写了《云南人民广播电台故事广播的建构》、《论农村类型化电台的建构——以云南电台农村广播为例》、《论类型化电台的高速路资讯广播》等论文。借助于云南广播博物馆，研究世界广播100多年的发展历程，特别是类型化电台的发展。可以说，经过多年的努力，云南人民广播电台的类型化电台研究，已经形成了一个很有特色的团队。这个团队在工作中研究，在研究中工作，有力地推动了类型化电台的改版改革。

记者：类型化电台有哪些值得我们借鉴的文明成果？

覃信刚：类型化电台是声音媒介、声音版面编排组合的最佳模式，是广播史上最宝贵的历史遗产，也是广播媒介发展的主流，有许多文明成果可供我们学习和借鉴。择其要，我认为有以下几个方面：

一、市场区隔，准确定位，让广播无处不在。类型化电台不是用综合性的节目包打天下，而是采取细化模式定位，各种各样的人群都有符合他们需求和口味的电台。如，音乐类型化电台有50余种，少儿广播有30多种细化模式。类型化电台使广播无



处不在，在厨房、在海滩、在浴室、在餐厅、在飞机上、在轮船上、在火车上、在地铁里、在校园、在社区、在工作场所，可以说，渗透到了人们工作、生活的每一个地方。

二、让音乐伴随车轮滚动，把音乐类型化电台变成车载媒介。在美国，人们在汽车上不只是收听高速路资讯广播，还收听各种细化模式的音乐广播。2008年美国的受众调查表明，每周不同地点12岁以上听众的AQH（一个特定电台在15分钟节目单元至少收听5分钟节目的平均人数）份额，乡村音乐广播、流行时代金曲广播、经典摇滚广播、经典老音乐广播在汽车上收听的份额都高于在家收听、在工作时收听、在其他地点收听。

三、把受众调查当成一种流程、一种路径、一种方法。类型化电台不但运用人口统计学特征分析的成果，更注重受众消费心理学分析的成果，后者特别值得我们学习和借鉴。类型化电台几个总监背后就有一个咨询专家，充分运用了社会的知识和力量。

四、精备听觉盛宴，愉悦受众，让受众得到精神享受，切实满足他们的需求。类型化电台采取“主打节目+资讯短节目”呈现，资讯短节目一般在两分钟以内，是受众有用和需求的节目，形成了“听觉盛宴”；而且类型化电台“愉悦受众”的观念根深蒂固，他们的节目很受听众喜爱。

五、加盟联网，集团营运。以电台集团的形式或联网的形式运营，是广播的最佳模式，这一条类型化电台有许多成熟的经验。

记者：云南台在类型化改革方面做了哪些工作？这种改革对“品牌建设、事业发展、产业调整”能否起到“纲举目张”的作用吗？

覃信刚：2004年9月20日，云南省委宣传思想工作领导小组到云南台召开改版改革现场办公会，这次办公会主题是类型化改版改革，会议提出要把云南台建成“一流队伍、一流管理、一流节目、一流营销、一流技术”的省级强台，类型化改革就是从这“五个一”展开的，不是从单一频率入手，实施一个频率的类型化，而是整体推进，全方位改革。在改版改革中，根据现行情况，我们区分轻重缓急设计了“两个五年”的路线图和时间表。第一个五年，从2004年至2009年，主要是创新观念，改变生产方式，推进数字化发展，创新五个模式：一是创新管理模式。就是将综合性电台的体制机制转变成类型化电台的体制机制，改变行政机关式的作风，突出类型化电台人员精干的特点。2004年前，云南人民广播电台节目是综合性的，体制机制也是综合性的，而类型化电台的改版改革不但涉及节目，更主要涉及体制机制，如果不动体制机制，类型化电台的改版改革就非常困难。为此，我们经过广泛听取意见，聘请专家调研、评估，建立了《云南人民广播电台岗位量化数据库》、《云南人民广播电台绩效薪酬管理数据库》等管理规则，对全台干部员工的工作进行量化，人人述职，由领导、

专家、部门负责人、员工代表组成的评审团进行分类评审，对专业人才进行高、中、低平衡配置，老中青合理调度，实施了大面积的交流、轮岗，裁减冗员 78 名。现在，人数最多的新闻广播只有 50 多人，少儿广播、教育广播只有 15 人。通过体制变动、人员的调整，使频率精干化，管理精细化、数据化，大大节约了成本。二是创新受众模式。不但做人口统计学特征分析，也做受众消费心理学研究，并用这些分析研究成果调整节目，对排名靠前、受众形象鲜明的频率给予奖励，对排名靠后的节目则限期整改或撤销，真正把受众调查当成一种流程。三是创新传播模式。主要是市场区隔，模式定位。我们实行分类型传播，突出公益性广播，推进类型化电台的本土化、个性化、市场化发展，进行了时钟式节目的编排与实践。时钟式节目的编排，既引入格式的概念，又保留了品牌栏目。四是创新营销模式。主要是采编与经营分离，制播分离，广告代理；五是创新技术保障模式。主要是将综合性的生产方式改变成类型化的生产方式，改进节目表和采编播流程，数字化系统对节目进行优化提升和精确控制。第二个五年，从 2010 年至 2014 年，主要是完善已有的各种模式，寻找空白模式，确立新的细化模式，推进市场化发展。

第一个五年的各项工作，是难度最大的工作，从实际效果来看，是比较好的。这里要说明的是，这五个模式既不是前苏联广播模式的翻版，也并非美国类型化电台模式的延伸。它是世界广播发展经验的组成部分，是国际最优经验与云南实践结合的产物，既具有世界性，更具有中国特色。

记者：您通过对类型化电台的研究和实践，觉得目前国内电台的细化程度还有多大空间？还应该建立哪些细化模式？

覃信刚：首先，我觉得电台的总量应多于电视台两倍左右。值得建立的细化模式很多，如老年电台、谈话电台、社区电台、少数民族语言电台、女性电台、校园电台、体育电台、高速路资讯电台等都值得关注。另外，音乐电台在我国的细化模式不多，还可以细分，再细分。

记者：在类型化改革中，云南台组织了 8 名同志到中央台、北京台挂职锻炼，组织了 35 名业务骨干攻读在职硕士研究生，组织一大批同志参加清蓝 MBA、蓝血 PMP 等精品课程的学习培训，抓好人才培养，对改革也是一大推动啊。

覃信刚：是的。我们投入 200 多万元，与上海大学和法国一所高等新闻学院合办了一期硕士研究生班，主要是培养处级干部和业务骨干，计划在适当的时候再办一期硕士研究生班，主要培养编辑、记者、播音员和主持人。同时，组织台内员工不间断参加各种有价值的培训，以此提高我台干部员工的文化素养。硕士研究生班请的是法国和上海著名的教授授课，如童兵、李良荣、戴元光等，大家反映很好。而法国教授的授课方式完全不同，这也使大家大开眼界。事实证

明，类型化改革不能缺乏理论的指导，不能缺少掌握类型化理论的人才队伍，要让类型化改革能够深入持久、取得成效，我们的理论培训、业务培训必须常抓不懈。

记者：云南台在类型化改革中，还有很多亮点，如中国广播界一流的广播博物馆、新闻滚动编播室、大型透明直播室、创优获奖走在云南新闻界前列等，请您简要介绍一下。

覃信刚：我们在类型化改革中，建立了“新闻滚动编播室”、“舆论监督大型透明直播室”。您知道，以往广播编发稿件、录音和播音往往在三个地方，非常不方便，而且阻碍了广播新闻的快进快出。新闻滚动编播室是集节目直播、节目导播、嘉宾候播、热线采访录音、语言口播录音等 12 项功能于一体的综合采编播机房，首次实现了多套卫星广播信号、光缆广播信号、直播转播专线、卫星电视、有线电视、新华社卫星网、本台新闻文稿信息网、INTERNET 信息网、电话采访、传真、热线电话、通讯员来稿、FIP 网等信息源高度集成的新闻滚动采编播一体化平台，信息的采集和播出实现了高速高效，改变了采编播生产方式，使新闻资讯随时进随时出，快速机动，可以与电视、报纸竞争。

大型透明直播室首创了建筑面积近 200 平米、三面透明的直播室。其中对于传统广播播音、监听的方式也大胆进行了创新，首创了与电视直播一致的德国著名 SCHOEPS 播音话筒、丹麦 DPA 头戴式微型话筒作为机房专用话筒，以及德国 SENNHEISER 入耳式监听系统，不仅具有高质量的拾音和监听效果，而且解决了传统播音话筒吊架和头戴式耳机影响节目构成画面的问题。在该机房中，除能够完成传统广播节目采访、直播、录制等各项功能外，还与新闻会客厅较好地融合在一起，能够完成我台包括各厅局领导参与的政风行风热线节目直播、重要嘉宾访谈、音频节目录制、重要节目 / 频率备播等功能，其中新闻会客厅还率先采用了美国 BOSE5.1 声道环绕声监听系统，能够为嘉宾提供高质量、高品位的节目视听环境。此外，在透明直播室中引进了美国先进的 MAC PRO 非线性采集、切换系统，能够实时进行双路 1080 全高清数字视频切换和采集、编辑及后期制作，这也是首创。

云南广播博物馆，是中国大陆广播文化专题博物馆，于 2006 年 8 月 8 日组建，2006 年 9 月 6 日展出了部分实物，是纪念广播 100 周年的标志性博物馆，是集广播历程展览、声音技术博览、收音机精品收藏和广播文化、教育、研究、交流为一体的广播博物馆。第一期工程建筑面积 1000 余平方米，收藏有各个时期广播实物和声音资料 60000 多件及 160000 余首曲目，整个场馆分为“百年沧桑”、“尘封记忆”、“收听世界”、“岁月留声”、“云南历程”、“领袖与广播”六个部分，不但是广播珍品图片博物馆，还是云南最大阵容的精品收音机博物馆、全国最具特色的广播声音博物馆、全

国最具规模的广播器材博物馆。广播博物馆的主题是“用广播的历史告诉广播的未来”，这个主题展示了广播深厚的文化底蕴和未来的发展潜力。如果说“新闻滚动编播室”的贡献在于：改变我们广播新闻的时间观念和生产方式，那么广播博物馆的贡献则在于：唤醒广播人的广播文化保护意识，建设广播文化强台。在创优方面，近几年我们把目光投向全国全省一些大奖，有不少收获，目前我台获奖累计已超过了1500件。

记者：云南台提出的2009年工作任务中有个“十化”，这怎么落实？

覃信刚：我台2009年工作任务中的“十化”，即“频率改版类型化、节目设置本土化、品牌形象全国化、技术设备数字化、产业发展市场化、广告代理规范化、营销活动大型化、综合实力最大化、行政管理精细化、队伍建设精干化”，这是根据台的实际工作提出的，是总的要求和规范，具体的事项又进行了层层分解，签订在了全台干部职工的《岗位目标责任书》中。同时，台每月召开一次精细化管理会议，安排、部署和检查各项工作的落实。

记者：云南台进行类型化改版改革，说到底是要建设一流的省级强台。目前你们面临哪些难题，如何突破？

覃信刚：云南是中国世居民族种类最多的省份，人口5000人以上并在云南世居的少数民族有25个，现还有14个民族没有民族语言电台，听不到、听不懂广播的受众至少在200万以上，分布面广，广播无处不在的特性还未得到充分发挥。云南台要争取更多的频率资源，运用好国家和省的政策，多办一些类型化电台，为特定受众服务，使广播“无处不在”，分类传播好主流信息。

云南又是中国西部一个欠发达的省份，经济发展既赶不上东部沿海地区，也赶不上西部的一些省市，如何多争取广播广告份额，是我经常思考的一个问题。解决的办法是：不但要完善广告体制，采取公司化运作，调整品牌结构，提升广告品质，还要沉着应对政策变化和市场挑战。只有这样，才能争取社会效益和经济效益双丰收。

记者：您对云南台未来的发展有何愿景？

覃信刚：深入进行类型化改革，创造一流的类型化电台；不断创作广播精品，争获广播大奖；丰富广播博物馆，把云南广播博物馆建成亚洲第一流的广播专业博物馆。同时在今年底、明年上半年，要完成5000万元的投资，改建一个大型录音棚，购买两台大型、小型转播车，全面更新台的采访和播出设备，完善新闻滚动编播室的功能，使之真正成为一体化的多媒体编播部。同时，要继续创新观念，与时俱进，不断取得新的胜利。



采访手记

覃台长谈类型化电台，滔滔不绝，视野宽阔，从美国谈到澳大利亚，从澳大利亚谈到中国台湾，从中国台湾谈到法国……如数家珍；谈到广播创新，他更充满了激情。他对广播是那么投入，那么热爱，不能不让人肃然起敬。在采访中，这位贵州汉子直言快语，鲜明道出了自己的观点、看法，流露出果断、刚毅的性格，又展现了博学多才的一面。有这样的台领导，又有云南台那么多喜欢研究、不断创新的干部员工，我相信，云南台的明天会更加美好！

（原载《中国广播》2009年第6期）

目 录

Contents

理论探讨

- 关于类型化电台的解析 / 3
- 类型化电台产生的媒介背景 / 11
- 类型化电台的子群体 / 17
- 类型化电台特征分析 / 28
- 类型化电台的定位 / 33
- 类型化电台的推广模式 / 40
- 音乐类型化电台的定位及节目编排 / 47
- 新闻资讯类型化电台的定位及节目编排 / 60
- 特定内容类型化电台的定位及节目编排 / 69
- 类型化电台的台呼、口号和台歌 / 72

经典案例

- 关于类型化电台的中美对话 / 79
- 关于媒介融合、台网互动的中美对话 / 119
- 关于全新闻电台的中美对话 / 145

关于流行音乐类型化电台的中美对话 / 187
关于新闻 / 谈话类型化电台的中美对话 / 223
探析美国清晰频道管理和运营之道 / 257
云南电台类型化发展探索 / 274

散 论

频率类型化：广播改革的必由之路 / 303
强台之路：广播类型化改革与产业化发展 / 305
关于类型化电台的思考 / 311
试论电台类型化传播对云南社会进步的贡献 / 324
解析交通广播的类型化 / 331
美国类型化电台受众细分及经营管理分析 / 338

后记 / 348

理论探讨

本 辑 内 容 提 要

关于类型化电台的解析

类型化电台产生的媒介背景

类型化电台的子群体

类型化电台特征分析

类型化电台的定位

类型化电台的推广模式

音乐类型化电台的定位及节目编排

新闻资讯类型化电台的定位及节目编排

特定内容类型化电台的定位及节目编排

类型化电台的台呼、口号和台歌



► 关于类型化电台的解析

在世界广播发展史上，类型化电台已经出现 50 多年，它是广播史上最主要的模式，也是广播媒介发展的主流。类型化电台的出现，有诸多因素，但主要源于日益激烈的传媒竞争。从国外广播业发展来看，当媒体竞争十分激烈的时候，广播要想生存和发展，走类型化道路应该是主要的选择。因为，类型化电台是广播应对挑战、特色化生存和提高核心竞争力的重要手段。因此，我们有必要了解、认识类型化电台，以便在实际中借鉴和运用。

一、什么是类型化电台

广播已经跨过了一百年的门槛，经历了岁月的风风雨雨。一百年中广播媒介有哪些思想之光，有哪些成功模式？这是学术界和广播人应该思考的问题。遗憾的是，这方面的研究在国内还不多见，能昭示、启迪人的学术见解就更是微乎其微。

事实上，在一百多年的广播历史长河中，类型化电台是一个最值得研究的领域。因为，类型化电台的出现，不但抗拒了电视媒介强有力的冲击，使广播“无处不在”的特质得以充分体现，能够与报纸、电视并存下来；更主要的是，广播因此成为人类的必需品，而受到广大听众的青睐。

在中国大陆，由于重电视、轻广播的学术生态环境还未能彻底改变，我们看到的关于类型化电台的研究还不多。但是，在世界范围内，特别是在传播学产生以来的传播学学者及业界专家的论著中，闪烁着思想火花的关于类型化电台的观点还是有不少的，尽管这些观点缺乏完整、系统的学术意义，也不妨引证一些，以供借鉴、研究和参阅。

关于类型化电台，择要归纳一些教科书、传播学论著的简要观点，主要有“目标、受众说”、“口味、需求说”、“内容、风格说”、“区隔、细分说”等等。

目标、受众说。美国传播学教授苏珊·泰勒·伊斯特曼等认为，类型化电台“定位于特定的目标受众（从人口统计学和心理统计学角度划分）”。^①

^① [美] 苏珊·泰勒·伊斯特曼、道格拉斯·A·弗格林著，《电子媒介节目设计与运营：战略与实践》（第六版），谢新洲等译，北京大学出版社，2005 年 9 月第 1 版，第 461 页。

美国传播学教授彼德·K·普林格尔等认为：“类型设计的主要目的是吸引人口的特定子群体，通常是指按照年龄、社会经济或种族等特征划分的群体。”^①在这里，学者们认为，类型化电台的设计，是以目标受众为目的，并应满足目标受众的需求。在类型化电台的理念中，目标受众要考量的内容有：年龄、文化素养、经济收入、所处地区等。

口味、需求说。台湾学者郑翰林认为，“类型化电台（format station）：就是指受众的特殊口味电台。电视发明之后，对广播产生极大威胁。广播的主要回应做法，就是针对特定听众口味的需求来制作节目。”^②

台湾新闻传播学者郑贞铭引述认为，类型化电台讲究内容定位及市场区隔，还“追求某些层级听众口味喜好与需求的满足，建立特殊族群对电台的忠诚度与收听习惯，以达成听众市场占有率的目标。”^③

在这里，受众的口味和需求，成了类型化电台设计的主要目标。

内容、风格说。持这种观点的人认为，类型化电台主要强调内容及其风格特征。台湾广播影视学学者洪贤智认为，类型化电台“是以特定内容和风格来满足特定听众喜好和需求而制作的节目”。^④而另一位台湾学者王天滨则认为，“所谓类型（化）电台，是一种新形态的媒体经营方式，它最明显的特征在于节目设计，尽量以同一种风格的内容作为主轴（例如有专门播放古典音乐或乡村音乐的电台），在现今社会中，这样的方式特别能满足受众的需求（诸如喜欢听古典音乐的听众能有个专属的频率服务他们）。”^⑤

特定的内容可以满足特定听众的口味，特定的风格同样可以满足特定听众的需求。因为风格也有各式各样，只此一家，别无他人。对于听众来说，他喜欢的是适合自己口味的风格，而不是对所有的风格都认同。

区隔、细分说。台湾学者庄克仁认为，“所谓‘类型（化）电台’，是以市场区隔为依据，而发展出有规则性的特性电台。”^⑥中广新闻网总监冯小龙则认为：“‘共同的收听类型倾向’，应为类型化电台的指标原则。”^⑦台湾广播电视学学者蔡念中、张宏源认为，“所谓类型（化）电台（format station）乃是以听众市场的区隔，依不同的

① [美]彼德·K·普林格尔/迈克尔·F·斯塔尔/威廉·E·麦克加维特著：《电子媒介经营与管理》（第四版），潘紫经、王雪、冯晓娜、张艳译，北京广播学院出版社，2004年1月第1版，第134页。

② 郑翰林编著：《当代传播理论Q&A》，风云论坛有限公司，2007年1月初版，第207页。

③ 郑贞铭编著：《台湾新闻传播事业卷》，复旦大学出版社，2005年4月第一版，第92页。

④ 洪贤智著：《广播学新论》，五南图书出版股份有限公司，2006年2月二版一刷，第31页。

⑤ 王天滨著：《台湾新闻传播史》，亚太图书出版社，2002年8月初版一刷，第567页。

⑥ 庄克仁著：《电台管理学》，正中书局，1998年9月初版，第227页。

⑦ 冯小龙著：《广播新闻原理与制作》，正中书局，1996年9月初版，第19页。