

# 试论广播新闻栏目与传播环境的适配

## ——《93早高峰》栏目实践与分析

戴家琪

**摘要：**从汽车时代给广播带来的机遇，到互联网兴起对传统广播造成的冲击，面向移动人群的广播新闻栏目如何准确把握受众需求，如何与传播环境进行适配，是栏目保持持续影响力的关键。本文通过对浙江交通之声《93早高峰》十年迭代之路的分析，探讨广播新闻栏目与传播环境在实践中的适配。

**关键词：**类轮盘 现场报道 受众生成内容 评论 技术

《93早高峰》是一档由浙江交通之声原创并制作播出的大版块新闻杂志栏目。创办十年来，栏目稳居浙江早高峰广播收听市场龙头位置，被评为“浙江新闻名专栏”。栏目的十年之路，注重研究车上移动人群的收听需求，以及新媒体不断发展环境下的受众收听习惯的变化，并以此为基础不断迭代发展。因此，《93早高峰》是研究面向移动人群的广播新闻栏目发展及未来走向的有力参考。

### 一、面向移动人群，开启“类轮盘结构”

2009年，广播收听市场早已从居家收听转向以移动用户和有车一族为主力的收听群体。彼时，浙江交通之声计划在早间时段开设一档全新的广播栏目，经过科学细致的受众市场调查，摸清了三大问题：

一是受众在早间时段对新闻的诉求程度最高。调查数据显示，与音乐、娱乐等其它内容相比，清早醒来，人们更需要的是海量资讯。因此，早间设置新闻栏目是最佳选择之一。

二是移动人群在早间的收听时长是呈规律性的。调查数据显示，浙江人早上出门，从家到单位的车程，通常在40分钟左右。因此，这档新闻栏目是可以格式化滚动播出的，同时，



滚动节奏又必须符合受众的“上下车”规律。

三是移动人群在早高峰路上对资讯的需求是有差异的。调查数据显示，车上人群最需要的资讯内容依次为：第一、路况消息，天气实况及趋势；第二、新闻资讯；第三、新闻评论和深度报道。而新闻评论则是出人意料地从此次受众需求调查中脱颖而出。

基于上述调查情况，2009年10月起，浙江交通之声在工作日7:00-9:00时段推出新闻栏目《93早高峰》。

7: 00-7: 05	杭州路况、气象信息
7: 05-7: 30	本地要闻、国内新闻、国际新闻、新闻评论《曹景行有话说》、最新财经简讯
7: 30-7: 35	杭州路况、高速路况
7: 35-8: 00	本地新闻、新闻评论《93酷评1》
8: 00-8: 05	杭州路况、气象信息
8: 05-8: 30	深度调查《93焦点》、新闻评论《93酷评2》、本地报章浏览
8: 30-8: 35	杭州路况、气象信息
8: 35-9: 30	财经新闻、网络媒体最新消息浏览

以上是栏目开播时的版块设计表，这是一档“类轮盘制”设计的栏目。传统意义上的轮盘制广播，又叫格式化广播（Format Radio），是一种同样版块结构的滚动重复。而所谓“类轮盘制”，它并不是完全的轮盘制，而是一种线块结合。交通出行资讯以“线状”贯穿，信息量非常大，同时配以“块状”的新闻报道或者新闻评论。

传统的轮盘制模式存在一些问题，比如：它对信息量的要求极高，且有一定重复率，早高峰堵车的场景下，受众就不容易持续收听。另外，严格意义上的轮盘制，不容易打造主持人的个性形象。而线块结合的类轮盘结构，有效克服了上述问题。

与此同时，《93早高峰》栏目最早建立全国评论员和节目智库队伍，推出广播新闻评论版块。整个“类轮盘”闭环中，也形成了“新闻+评论”的组成结构。

## 二、伴随微博兴起，突出“新闻第一现场”

微博即微博客，以新浪微博为代表，自2009年问世后，至2011年底，我国微博总用户更是达到2.5亿<sup>①</sup>。到了2012年，微博成为网民获取信息的重要渠道。

在新媒体背景下，凭借着新媒体技术的优势，微博新闻采编工作的手段和方式呈现出多元化趋势<sup>②</sup>。最大的影响之一在于，微博时代的到来同步开启了自媒体时代的大门，任何一名博主都可以在第一时间将自己所见的新闻发布出去，而图文并茂的呈现方式，可以将受众第一时间带入新闻现场。这一传播环境的变化，也养成了受众对于“第一时间、第一现场”的更高期望。而仅仅播报“昨夜今晨”的早新闻，已然不能满足这一变化。

在此背景之下，2012年，改版后的《93早高峰》设置了现场直播报道版块——《第一现场》。一方面，栏目努力把受众带到正在发生的新闻现场。比如，高考报道被创意成《我的赶考路》：记者贴身跟随一名考生高考第一天的赴考全过程。从早餐到出门，从沿途的对谈到跨进考点的叮嘱，都通过记者的直播连线第一时间传递出去。再比如，杭州地铁一号线开通试运营，被设计成了《早高峰的昨天与今天》：通

过两路记者在同一区间内，地铁开通前后日行车速度的PK直播，鲜活传递地铁带给城市的深刻变化。

另一方面，栏目进行了行业内较早的融合传播尝试。2013年10月7日，受台风“菲特”影响，浙江余姚遭遇百年不遇特大洪灾。栏目组把直播室搬到了余姚，新闻主播、记者、编辑全部挺进灾区一线，连续6天，每天从余姚制作播出抗击台风的特别报道，开广播新闻栏目制播先河。

为了弥补广播直播在可视化上的不足，交通之声官方微博与《93早高峰》同步展开台风报道，共发布台风信息、路况信息、受灾情况、抗台新闻等近300条。第一时间发布的台风登陆信息，阅读量超过750万人次。同步微博接收到粉丝爆料信息、路况咨询信息过千条，而这些信息又成为了广播报道内容的有力补充。这也是《93早高峰》在大型新闻报道中，首次出现了新媒体编辑这一岗位。

## 三、直面新媒体冲击，实现“受众生成内容”

2015年4月20日，中国新闻出版研究院公布第十二次全国国民阅读调查结果显示，我国成年人手机阅读群体人均每天微信阅读时长超过40分钟。而中国社会科学院新闻与传播研究所和社会科学文献出版社发布的《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告（2016）》指出，微博微信普及率高，新闻客户端蓬勃发展成为2015年传播发展所形成的主要格局之一。

互联网、数字化打破了传统传播关系的格局，改变了受众接收信息的方式，更改变了受众参与传播的模式。一方面，受众通过新媒体更多、更快、更及时地获得了新闻资讯；另一方面，受众也成为了拥有传播阵地的自媒体，越来越多的受众热衷于当一名内容的生产者、发布者和传播者。

在此背景之下，2015年改版的《93早高峰》增设了资讯版块——《全球连接》，让受众在开车途中不“断网”，及时接受网络资讯。这一版块以“快”为特色，编辑每半小时刷新两微一端新媒体平台，挑选受众关注度高的新闻内容每半小时播报一次；以“多”为特色，2

分钟播出10条以上的新闻，满足受众对信息量的渴求；以“网”为特色，版块以播报新媒体平台新闻标题为基本样式，保持其互联网语态的本色，让广播受众体会到“网感”。

2015改版中，《93早高峰》还设置UGC版块（UGC全称为User Generated Content，即用户生成内容）——《我要上头条》。受众以语音的形式，通过微信这一载体，亲口讲述发生在自己身上，或是身边，以及其所见所闻的正在发生的事。这一版块设计创国内广播新闻栏目中受众生成内容之先河。春运路上特殊的回家行囊，浙江首推家庭医生的问诊故事，结婚登记前的感人一幕……这些经过挑选，既有新闻性，又有贴近性，还充满烟火气的新闻故事，通过受众的讲述，一经播出就深受欢迎。对于一些精彩的新闻内容，栏目组还剪辑并编辑成推文，在频道官微进行二次分发。

由此，传统媒体就不只是提供一个平台和推送信息的机构，而是要利用自身优势，主动参与到受众主导的内容生产中去，并为他们生成内容提供可供选择的支撑<sup>③</sup>。

#### 四、应对移动优先，发力差异化与技术支撑

2017年1月召开的推进媒体深度融合工作座谈会强调，推进媒体深度融合，要重点突破采编发流程再造这个关键环节。要确立移动优先战略，创新移动新闻产品，打造移动传播矩阵。此后，移动端逐渐成为最新、最快的新闻资讯传播阵地，也成为受众接受新闻的主渠道。

这一变化，对于在固定时段播出的广播新闻栏目造成了相当大的影响。按照广播新闻流程采编播出的新闻，对于受众而言极有可能已经是“旧闻”。当新闻传播优势不再明显时，提供新闻解读、发表权威观点、传播公众意见，彰显公信力与专业性，成为传统媒体区别于互联网的差异化竞争力。

在此背景下，2017年改版的《93早高峰》，一方面，在取消所有大篇幅广播新闻报道的同时，进一步放大网络资讯版块。将《全球连接》升级为《全媒体大标题》，进一步强化“网感”，并由半小时播出一次，改为每半小时播出两次。

另一方面，进一步强化新闻评论。上线《观点说话》版块，由杨禹、马晓霖、吴学兰等在内的近两百人的专业新闻评论员团队，提供独家的新闻解读与评论；节目还引入草根微信语音评论，及时互动。改版后，每天节目播出的各类即时评论不少于10篇。开放平台融入评论员、听众、网友等多方观点，有效打通了官方、民间、网络等不同舆论场。

在自身迭代的同时，《93早高峰》也积极与移动端进行互动，利用新技术助推发展。与频道官方手机客户端“浙江+”结合，《93早高峰》于2018年推出全国首个路况服务人工智能机器人“小鹿”，它能整合来自各个平台与端口的路况消息，做出科学研判；还能在广播中进行实时播报；更能在“浙江+”上进行语音导航和预警发布。基于“浙江+”APP，《93早高峰》还使用了全国广播领域首个“声音水印”技术。通过该项技术，诸如图文、视频、H5、各类链接等信息都能跟随广播的声音传递到受众的手机中，使得原本单一的广播新闻，变得可看、可互动、可转发。

随着5G的全面商用，广播将成为“直播流+移动端产品”的复合形态。2020年，《93早高峰》全面启动在广播端与移动端的双品牌打造，特别是栏目主播的互联网IP打造，短音频、短视频产品的生产，以及广播内容在移动端的定制化组合传播等。同时，随着车联网时代的到来，如何将广播新闻栏目与汽车通过互联网进行深度结合，也将会成为未来的挑战之一。

总而言之，广播新闻栏目唯有与当下的传播环境相适应，方能历久弥新。

#### 参考文献：

①中国互联网络信息中心（CNNIC）2012年01月17日在京发布《第29次中国互联网络发展状况统计报告》。

②廖宇飞：《微博新闻评论的特点及其写作要求》，《青年记者》2012年7月20日。

③陈雪奇：《数字时代传统媒体受众开发维度》，《厦门大学学报》2015年第1期。

（作者单位：浙江电台交通之声）