

浅析全媒体时代 广播老年节目传播策略

刘婷婷

人口老龄化是贯穿我国21世纪的一个重要国情，积极应对人口老龄化是国家一项长期战略任务。据了解，按户籍人口统计，截至2020年末，浙江省60岁及以上老年人口1187.52万人，占总人口的23.43%。^①也就是说，浙江大约每4个人中，就有一位是老人。当前，浙江省委省政府正部署加快建设“幸福颐养标杆区”，合力打造“浙里长寿”金名片，助力共同富裕示范区建设。

在这一大背景下，深耕养老领域，打造退休一族专享定制节目，服务好老年群体，对媒体来说是挑战，更是发展机遇。浙江电台民生资讯广播《清晨阳光》栏目从节目内容、线下活动、媒体融合等多方面，助力浙江践行习近平总书记赋予老龄事业的新要求，做好媒体服务新文章。节目以“满足长者朋友所需”为主旨，打造老年节目有声陪伴的新窗口。笔者作为节目主持人结合工作实际，就如何在当下融媒体的新形势下做好一档老年节目谈谈自己的浅见。

一、走出直播间，关注受众关切

作为服务类节目主持人，首先要明确服务对象，即受众群体。老年节目服务的人群有其特殊性，想要更好地了解受众，就需要主持人走出直播间做节目。身为九零后，笔者对老年群体可以说是一无所知。花了近半年时间，笔者跑遍了杭州和长者人群相关的管理机构、老年大学，想方设法去走近和了解这个群体。这段经历帮助笔者在短时间内与受众建立联系，拉近与受众的距离，并学会和受众交朋友。

笔者发现，多数人对于长者人群的认识仍然存在偏差。如把老龄问题简单理解为老年人的养老问题；把老年人的养老问题简单理解为

养老服务问题，忽略了老年人除了养老服务方面的需求外，还有经济保障、精神保障、参与社会发展、自我价值实现等多方面的需求。许多退休长者朋友虽已离开工作岗位，但仍然保有一颗热爱学习、发挥余热的心，这也是为什么全国大多数城市老年大学一号难求的原因。笔者发挥自身特长，送朗诵公益课进老年大学，以此撬动线上节目与线下听众的连接，果然很受长者朋友的喜欢。3年来，笔者坚持做线上一周一课朗诵教学，并多次开展“四季诗会”线下系列活动。听众的朗读作品目前已达到播出标准，实现为节目正常供稿。在这一过程中，笔者也发现，老年群体的信任一旦建立，就是长久且稳固的。目前《清晨阳光》栏目已成立志愿者团队、诵读团队以及银龄诵读俱乐部。

二、从受众需求出发，力求提高节目服务性

退休一族的需求主要有两个方面，一是健康保健的需求；二是精神文化的需求。明确了需求，就要精准施策。《清晨阳光》栏目从受众需求出发，精心编排节目内容，以求提高节目的服务性。栏目设有《苏婷说给你听》《心中的那首歌》《做自己的健康保健医》《经典诵读》《银尚潮生活》等版块。

《苏婷说给你听》打造老年专享新闻内容，涵盖最新养老政策、文娱、天气、购物、旅游、体育、票务信息等各种与老年生活息息相关的新闻资讯，触及到老年群体所关心的方方面面。节目还为听众分享国内外最潮流的养老方式，以及黑科技、大数据、人工智能助力养老等相关内容。比如机器人如何陪伴照顾老人的退休生活，换房养老、田园养老、旅居康养等新兴养老模式的先进案例等。

对于任何时代的人而言，音乐都承载着其

特殊记忆。《心中的那首歌》每日一首经典歌曲，在节目中给人以舒适、亲切的收听氛围，通过经典歌曲拉近节目与听众之间的距离，调剂节目的收听感。《经典诵读》版块由节目听众代表成立的“银龄朗诵俱乐部”以及“编辑诵读组”成员为听众朗读经典文学作品或原创作品，给听众建立一个学习交流的平台，亦可增强节目听众的黏性和节目的可听性。

《银尚潮生活》版块主要讲述银发一族积极享受退休生活、发挥余热再做贡献的典型故事。宣传长者人群中传播中国文化、紧跟时代潮流的精彩事迹，他们也是这个时代最时尚的代言人。

《做自己的健康保健医》版块致力于为退休一族提供各种最新的前沿医学知识，教大家如何给自己治“未病”。在此版块基础上，2021年《清晨阳光》栏目携手浙江省级三甲医院推出特别策划——“百位名医谈百病”。节目组与各位医学专家共同筛选近百种长者人群易发高发的健康问题，如《肺结节与肺癌的关系？》《如何与更年期“握手言和”？》《一张药品说明书的由来》等，让大家了解，很多疾病是由于人们的认知错误导致的，很多疾病的治疗目前已经可以实现日间康复。同时让大家明白：疾病在于防，不在于治。与病共存，是现代人人人生必修课，力求帮助听众树立科学的个人健康管理观念。节目一推出，就有听众留言道：“正是所需！”

三、运用互联网思维 创新节目运营模式

时代发展所遇的挑战，背后也充满着机遇。李克强总理在2021年全国两会上指出：“银发经济，未来必将会成为中国经济新的增长点。”^②如何在中国老龄化进程中承担起一份媒体人应尽的社会责任与担当，如何在服务好退休一族的同时把握住银发经济，值得大家深思耕耘。当下，大屏已裂变为各种小屏，人人都是自媒体的时代，需要主流媒体拥抱变化，取长补短，大胆创新，积极融合。笔者认为，必须跳出广播做广播，带着互联网思维、产品思维去运营节目，耕耘市场。

2020年，栏目联合省文明办、省委老干部局、省老年活动中心共同开展“银尚达人助力公筷公勺进我家”全媒体公益倡议活动，以活动定制公筷公勺为载体，积极发动全省长者力

量，将文明用餐新风尚传递到全省千家万户。活动先后在富阳、桐庐、杭州三地开展线下活动。邀请中国工程院院士李兰娟、亚洲食学论坛主席赵荣光、浙江省级八家医院院长以及百名抗疫英雄以录制短视频的方式共同为倡议发声。活动累计触达浙江省十万余户家庭，同时联合省委老干部局联系55家省直属单位，为浙江省8654名离退休干部和在职干部发放“公筷公勺”宣传品21500份，获得了较好社会影响力。

2021年，《清晨阳光》栏目携手省老年活动中心在疫情之下举办全省银龄朗诵大赛。来自全省11个地市的千余名退休长者朋友在云端用诗歌献礼中国共产党成立一百周年，以诗会友，享受美好退休生活；携手省委老干部局共同推出“在‘浙’里·潮生活”全省银尚达人评选活动，共评选出20位在各个领域有较深造诣的达人，并拍摄系列短视频，依托浙江广播电视集团“喜欢听”平台，建立音视频合集，实现扫码实时收听收看，在全省营造退休一族追求时尚、争当达人的潮流氛围。让中老年朋友看到，衰老不是退休的代名词，追求梦想，就是最青春的人生。通过和相关单位的携手，孵化品牌IP活动，讲述退休一族精彩动人的故事，让节目有创收、有创优，更有受众服务性和社会影响力。

四、结语

快时代背景下，更需照顾好“慢速度”。这是媒体工作者的职责与使命。深入践行“四力”，走进和了解受众群体，关注其关切，扎扎实实做好内容，用心用情做好服务，方能在中国老龄化进程中，贡献出媒体人应尽的社会责任与担当。

参考文献：

① 《浙江省2020年老年人口和老龄事业统计公报》，2021-11-22，<http://www.zchsp.com/home/news/info.html?id=88&catId=32>。

② 《银发经济正在变得越来越有活力》，人民网，2021-12-14，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1719072038117184423&wfr=spider&for=pc>。

（作者单位：浙江电台音乐调频）