

广播服务类节目创新创优刍议

胡倩

摘要：广播电视频率频道普遍办了以服务百姓生活为宗旨的栏目，其内容也越来越广泛，几乎涵盖了生活的方方面面。服务类节目一直以来深受广大受众的欢迎，也是各地广播电视节目的重要组成部分。本文结合近几年来温州交通广播在服务类节目创优中的实践，探讨如何在媒体融合中，打造更多具有新闻性、贴近性、服务性、传播性的广播服务类精品节目。

关键词：广播服务类节目 媒体融合 创新创优

服务类节目主要指为公众提供公共安全、法律、科学等公益性服务，以及满足受众生产生活需求的广播节目，涵盖了应急安全知识、公共卫生权威科普、政策解读、法律法规、健康知识和社会关注热点等内容。很多广播电视频率频道开办的以服务百姓生活为宗旨的栏目，都有一定的服务性、贴近性和实用性，能满足受众的需求。随着近些年来各种新媒体的兴起，人们接受信息

的渠道和形式不断丰富，导致广播服务类节目出现内容单调，与群众需求脱节，或者表现形式单一，服务性与可听性不强等情况。笔者认为，广播服务类节目做好创新和创优需要强化以下几个方面。

一、服务类节目的新闻性

服务类节目需要新闻性吗？答案是肯定的，而且相较于普通的新闻节目，它更强调内容与百姓生活的贴进度。从近几年广播服务类精品节目创优可以看出，优秀的服务类节目一定是当时当下围绕群众所需、社会所需以及关注度较高的内容来提供服务。

比如，2021年的《接种新冠疫苗，权威解答来了》，节目紧抓群众广泛关注的“接种新冠疫苗的各种疑问”之聚焦点，邀请专家及时给予权威回复，对群众的困惑一一解答，起到了积极的舆论引导作用。其实从2019年底新冠疫情发生后，很多群众存在焦虑、不知所措、恐惧心理等。面对突如其来的社会公共卫生事件，温州市

广播电视台交通广播（以下简称温州交通广播）一方面深入宣传防控政策措施，积极引导群众凝聚人心形成众志成城抗疫情的强大力量；另一方面广泛普及科学权威的防疫知识，制作了大量的服务类节目。从日常个人卫生常识，居家、公共出行、办公场所的防护措施到疫苗接种、快递收取等多方面，邀请专家走进直播间，解答群众疑惑，回应群众关切，引导群众正确看待疫情，增强自我防范意识和能力。FM103.9温州交通广播还利用自身新媒体平台扩大疫情防控的宣传面，交通广播微信公号、微博发布推出共抗疫情版块，内容包括每日疫情实时数据、每日辟谣专栏等权威信息，以及高速公路出行服务等。推出融媒体专栏：连线各大医院专家，解答市民关注的就医、日常防护、心理调节等问题，并制作扫码在线收听海报朋友圈转发等内容。及时制作防控新冠疫情的各类生活服务类节目，通过广播和新媒体平台进行传播，引导舆论、配合防控工作。2020年相关内容的新媒体点击量超3000万，在这场疫情防控的战疫中发挥了重要作用。

再比如，2018年8月25日，20岁的乐清女孩乘坐滴滴顺风车被害案件，引起社会各界广泛关注，也带来了女性独自乘坐网约车的恐惧心理。案件发生后，温州交通广播第一时间制作《女孩，你该如何保护自己安全出行》的节目，邀请警官、专家，从乐清女孩遇害案说起，讲述女孩们单独出行的注意事项，以及遭遇危险时该如何应对。随着共享经济的发展，网约车已经成为人们日常寻常的一种出行方式。该节目的及时播出不仅消除了一些社会恐慌，也引发更多人对滴滴顺风车整改和安全性的监督。节目获当年浙江省服务类节目三等奖。

广播服务类节目的新闻性体现了节目对社会热点、难点的关注，体现了节目的广泛性和及时性。在社会关注最迫切的时候，不仅能起到正确引导舆论的作用，还能及时普及知识，消除公众的恐慌情绪。

二、服务类节目的服务性

服务类节目自然拥有一定的服务性。但优秀的服务类节目，关键在于服务的精准性，即服务的及时性、针对性和专业性。简单说就是

在最需要的时候给最需要的人提供最专业权威的服务。

2020年底我国首个新冠病毒灭活疫苗获批上市，我国推行全面开展新冠疫苗的全民免费接种。2021年初，温州全力推进新冠疫苗紧急接种工作，刚开始许多市民对接种新冠疫苗持怀疑态度或举棋不定、犹豫不决。面对“要不要接种？哪些情况下不能接种？接种疫苗后会不会有副作用？”等一系列问题，温州交通广播推出了《接种新冠疫苗 权威解答来了》特别节目，通过街访收集市民对此提出的各类疑惑，通过记者在疫苗接种点的亲身体验和接种者的感受消除大家的疑虑，同时邀请温州市疾控中心专家针对大家非常关心的问题，在节目中做出全面科学权威的解答，并通过新媒体平台与网友互动问答。节目播出后，很多市民逐渐接受了正确的科普知识，积极参与新冠疫苗的接种工作。本期节目正是在社会舆论引导的关键时刻，第一时间对新冠疫苗接种知识进行了权威科普，不仅及时消除了市民们的疑惑，而且对温州全力推进新冠疫苗紧急接种工作起到积极的正面引导作用，真正体现服务类节目针对性强、服务对象广、服务性强的特性。

随着人们生活水平的提高，越来越多的民众开始热衷于登山探险等户外运动，但与此相伴的却是频频发生驴友出行的安全事故。2014年6月，仅半个月时间，温州就发生3起户外运动意外死亡事件，引起社会广泛关注。温州交通广播帮忙节目组立即搜集相关案例，并邀请户外运动专家以及参与救援的专家，从户外运动的组织，到户外运动路线的选择、户外运动必备的装备，以及发生意外情况应采取的措施等内容，一一为大众做科普知识的宣传。节目及时传递了受众需求量大的信息和知识，引来纷纷点赞。该节目获得当年度浙江省广播电视服务类节目一等奖。

三、服务类节目的可听性

服务类节目在传播过程中，如何让政策解读、科普知识更通俗易懂，让节目更具可听性，让更多的受众接收接受，温州交通广播一直在不断地探索和实践。随着媒体融合的不断推进，近几年来广播服务类节目不断创新节目的表现

形式，丰富节目的传播平台。从最初的请专家进直播室答疑，到后来的实验式、体验式、真实案例、虚拟人物，以及情景剧等多场景演绎，再到除了广播之外的微信、微博、短视频等新媒体平台播发，只有积极了解受众的需求，精心策划，让节目形态丰富多彩，让传播更立体化，才能使得节目影响力更广，更吸引受众关注。

随着通信技术的不断进步和发展，电信网络诈骗案件层出不穷。网络诈骗作案手法和形式也不断更新变化。为此，温州交通广播从公安反诈部门收集了本地的网络诈骗的案例和各种诈骗的形态，采制了《通讯网络诈骗层出不穷 怎么防?》，邀请各主播演绎各种不同类型的网络诈骗案例：有冒充领导的，有冒充学校老师的，有冒充公安、法院的等等，通过搞笑的情景演绎，以及节目最后邀请警官作严肃的正面提醒，两种形式形成鲜明对比，让受众提高自身的防诈意识和能力。这种简洁明了、轻松活泼的表现形式，寓教于乐，让人记忆深刻。受众反馈，主播们演绎得很搞笑，节目好听又实用，听完再也不会上当受骗了。为此，温州交通广播根据节目的内容形态制作了系列公益广告在网络平台同步发布，收获了不少的阅读量，也达到了节目预期的效果。该节目获得当年浙江省广播电视服务类节目二等奖。

四、服务类节目的融媒化

借助媒体融合向纵深推进，服务类节目除了在广播平台发布，相关文字、图片等可在微信、微博等新媒体平台进行互动和推广，有些还制作成短视频，以更直观更具冲击力的形式在视频号、抖音号推广。比如，针对每年因心源性猝死的人数居全球首位的状况采制的浙江省广播电视服务类三等奖节目《护住生的希望——黄金四分钟》，邀请专家介绍心肺复苏和除颤仪使用等急救知识。同时走上街头，通过主持人的演绎制作科普视频在各平台发布，在节目中宣传。该短视频的传播量达5万+。媒体融合让广播受众不仅可以在节目中跟专家进行互动问答，还可以在互动平台通过短视频更直观地了解急救知识，让受众更易学习掌握。

近年来，温州交通广播的日常服务类节目也在不断地创新。从生活中群众所关注的热点和痛点问题为切入口，通过媒体融合平台进行推广和传播，强化融媒互动。同时以视频直播、短视频等方式为辅，通过直播间的互动、抽奖、发粉丝福利让受众去现场体验等方式，积极引导并提升受众的关注度和参与度，让受众从被动接受到主动参与，达到更好的服务和传播效果。比如，每年的高考结束后，如何填报志愿也让很多家长和学生感到困惑？为此推出的《高考志愿填报 名师线上公益讲座》融媒节目，广播、视频同步直播。邀请各大名师专业指导开展现场互动答疑，为家长和学生提供各种服务信息和知识。直播活动受到家长和学生的欢迎，收看人数超10万人次。

交通广播日常的汽车、房产类服务节目也积极向短视频方向拓展，从新车介绍到车辆维修保养；从楼盘介绍到验房收房时的注意事项，以及装修时的各种踩坑提醒，这些兼具知识性、服务性内容的短视频，基本上每条的平均阅读量都能达到5000以上。丰富多样的表现形态、更立体的融合传播形式，让服务节目展现更充分、传播面更广，弥补了广播的不足。短视频让节目的服务更直观，传播效果更好。同时融媒传播也增加了受众对广播及其新媒体平台的关注度和忠诚度。融媒新广播由此成为传播知识、好看又实用的广播。

五、结语

服务类节目来源于生活，服务于群众。只要怀着为受众做好服务的初心，紧跟时代潮流、细致观察生活；了解社会热点，引导生活理念；体察群众所需，分享科普知识；展现生活追求，凝结社会思考，就能找到好的节目选题，为群众提供多元化的服务。媒体融合也让服务类节目有了更多的呈现方式，可以触达更多更广泛的受众。未来温州交通广播将继续发挥主流媒体的舆论引导作用，秉持初心，精心策划，不断创新，深入推进媒体融合，打造更多具有新闻性、贴近性、服务性、传播性的广播服务类精品节目和品牌。

(作者单位:温州市广播电视台交通广播)