大学生广播收听现状调查与分析

——以重庆高校广播收听为例

李建秋 吴斯一 董 蕾 夏玉燕

（重庆邮电大学传媒艺术学院）

2009 年 5 月和 10 月，笔者所在课题组以重庆高校广播收听情况为例，调查了广播在大学生群体中的收听现状和影响情况。

本次调查以在高校学生中随机投放问卷的方式进行，选取的是重庆三所高校的本科大学生。为了达到取样的多样化，课题组分别选取了这些高校不同学院，不同性别的共计 350 名学生进行了问卷调查。最后得到了有效问卷 334 份，有效问卷回收率达到了 95.4%。

本次调查问卷共涉及有关广播收听的 10 项内容，包括：对广播的形象认知；每次收听广播的持续时间；通常在哪些时段收听广播；选择收听广播的原因；遇到突发事件时会采取哪些方式来获得相关信息；喜欢哪些电台频率；对电台频率满意程度；愿意收听哪些类型的节目；希望广播更多地提供哪些节目；平时接触过哪些媒体的广告等。

调查统计与分析

作为直辖市和西部的文化经济中心，重庆广播媒体发展较早，基础较好，与我国发达地区的广播水平相差并不多，同时由于人口众多，传播范围较广，听众群体相当广泛，在全国广播界应该说具有相当的代表性。由于广播收听的地域性较强，在重庆，除了能够收听到中央人民广播电台和四川人民广播电台的节目外，听众主要听的是重庆广播电台共 7 个不同专业频率、内容相对多样化的节目。

同时，我们所调查的重庆这三所高校都在重庆市区，完全没有收听障碍，能够很好地收听到中央电台和重庆全部广播频率的节目。

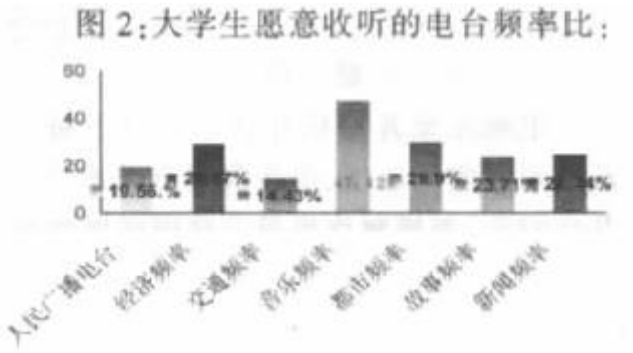
调查中我们发现，大学生对广播节目的需求整体情况较好，对广播电台有一定认知度，但满意度不是太高，对不同广播频率及其传播功能的了解比较清楚。他们收听广播节目比较随意，收听工具主要是学校的广播（学校广播站每天早晨要播放中央人民广播电台的“新闻与报纸摘要节目”）、收音机和 MP3 或者 MP4。

那么，学生们在哪些方面对广播节目注意、关心或者说需求呢？又喜爱哪些频率和节目呢？根据调查所获得的数据，我们做了以下统计和分析。

图 1：大学生愿意收听广播节目的类型比：

通过图 1 所示，我们可以看到，新闻类节目是同学们的首选，达到 82.51%；其次是音乐类节目，为 77.32%；再就是娱乐类节目为 63.92%，信息资讯类为 32.99%，财经类为 22.68%，谈话类为 18.56%，其他节目为 10.31%。很明显，了解国内外大事和消遣娱乐是学生们收听广播的主要目的，像谈话类、财经类节目，学生收听得较少，这主要是和学生们收听广播的时间长度有关，他们大多数是收听 15～30 分钟，而一般谈话和财经类节目时长都要超过

这个时间长度；另外，和学生们收听广播的时段也有关系，68.04%的受访者都选择了在晚上收听广播，这个时候是学生们上完一天的课最疲惫的时候，所以放松是首要目的，而谈话类和财经类节目需要聚精会神，认真去听，加上大学生们没有就业，也没有经济收入，所以选择这两类节目的学生较少

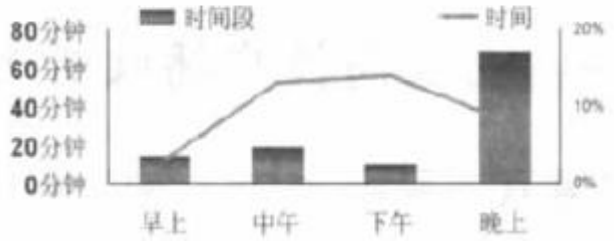


首先，我们可以看出，大学生主要热衷于音乐频率，收听人数占所调查总人数的 47.42%以上，经济频率、都市频率、故事频率、新闻频率也分别达到了 28.87%、29.90%、23.71%、24.74%的收听率。但是，人民广播电台和交通频率相对于以上几个电台频率来说，收听率就较低，只有 19.56%和 14.43%。但是从总体来说，重庆大学生对广播电台频率的选择范围还是比较广的，基本上七大电台频率均有学生喜欢收听。

其次，由于大学生是一个年轻化的群体，他们主要热衷于积极、欢快、新潮的事物，加之音乐频率主要播出流行音乐和娱乐资讯，形式新潮、内容活泼，所以受到了同学们的喜爱。

再次，大学生在日常生活中的主要任务是学习，面对考试、就业的压力，大都选择音乐节目来放松自己的身心，都市频率则可以让在校大学生积极了解社会生活。

图 3：大学生收听广播时段和时间长度图：



首先可以看出，大学生收听广播的时段主要集中在晚间，晚间时段是大学生收听广播的黄金时段，而收听时间持续较长的时段主要集中在中午和下午。

其次，根据大学生的时间分配，上课、自习、课程实践主要集中在白天，是学习的黄金时间，而晚上相对于白天来说，事情较少，学生都处于休闲状态，所以多在这个时段选择收听广播放松心情。

再次，从白天和晚上广播电台设计的节目内容来看，白天主要是关于交通、新闻、事实的内容，而深受大学生喜爱的音乐、综艺娱乐类节目主要集中在晚间。

调查结论和建议

通过以上数据分析，广播在高校还是有一定收听市场的，但与网络和电视媒体相比，基本还处于弱势地位。广播电台怎样扩大在高校里的收听率、加强市场竞争力呢？注重受众多样性，完善节目内容。从调查数据中可以看出，他们收听广播的主要时段周一至周五是在中午休息时段和晚间，周六和周日基本都可以收听，但收听时段更多的是在上午和中午，晚上他们爱出去游乐。电台可以在这几个时段重点设计针对大学生兴趣和需求的节目内容，重点打造心理类、音乐类、娱乐类节目。

所以，注重节目多样性，完善节目内容，对于广播电台确定自己的受众群体极为重要。调查表明，大学生整体还是喜欢收听广播节目的，只要广播电台不同频率根据不同的收听群和收听时段制定不同的节目内容，我们相信大学生收听群体是可以稳定增长的。

加强媒介融合，注重互动参与。从我们对广播节目现状的考察来看，现在的广播互动模式基本分为热线电话、来函来信，与新媒体融合的时候不多。广播与新媒体结合，会深刻地影响广播节目的发展，对于大学生群体来说尤其如此。网络和手机媒体是大学生接触最多的媒体，所以，广播电台完全可以针对这个群体的特点，加强媒介融合，更多地设置一些互动方式，例如通过语音的方式参与节目，使得学生们在网上实时收听的同时，通过网络互动、语音聊天就可以参与节目，也可以通过手机短信点播节目，甚至可以成为他们表达意见的有效平台。

除了加强媒介融合外，广播电台也要加强节目的收听对象调查，可以走出去，到高校组织广播收听讲座和广播节目主持人见面活动，组织与节目播出相关的征文活动或者娱乐活动，同时，还可以让大学生参与新闻策划、采访、报道、评论等，让大学生在互动参与中成为广播节目的忠实听众，也加强了大学生们的媒介认识和媒介素养。

求新求快，突出时效性和便捷性。节目的时效性是广播的突出优点，这些是网络和电视比不上的。大学生群体是所有人群中最为求新求快的群体，节目求新求快，当然符合大学生的心理需求和信息期待。一个突出的例子是，2008 年 5 月 12 日的四川汶川大地震时，广播在大学校园就成为最主要的了解信息的工具，那个时间，许多大学生都围在一台台收音机旁急切地了解大

地震的所有信息，广播几乎成了大学生最喜爱的媒体，而网络和电视反倒退居其次了。另一个是广播便捷性和灵活性的特点，这也是其与网络和电视竞争的一个有力手段，在大学生中同样如此。如今大学生都随身携带手机、MP3 或者 MP4，这些随身携带的手机、MP3 或者 MP4 都能接收到各种广播节目，只要广播节目办新办活，学生们是喜爱收听的。由于不受时间、空间、地点的影响，应该说广播的参与性更强，而灵活性更能吸引活动中的大众。“由于声音传播有着文字或图像传播无法比拟的灵动，广播的便捷性这一媒介特征也体现在节目制作上。

广播节目内容可以说是题材广泛，包罗万象。收音机是平民家庭里的一件会说话的家具，是伴随人们出行的小精灵，于是人们想听什么，电台就播什么，而电台播什么都方便。”[①1]虽然说大学生们的 MP3 或者 MP4 可以录存一定的音乐，但容量毕竟有限，广播节目如果丰富多彩、资讯快捷，符合大学生心理需求的话，就会成为大学生在课外活动和旅行中最喜爱也是最强势的媒体之一。

[1]①杨雪：《永远的前卫———从广播的历史看未来》，《视听界》，2005（2）。