

说书与唱戏

——老年人的广播生活

张广彦

评书与戏曲是我国传统的民间曲艺类型，最初采用“撺地”的形式露天演出，后来才逐渐进入茶馆、书馆表演。广播评书和戏曲则是在无线电广播兴起以后应运而生的。进入21世纪以来，评书和戏曲广播方兴未艾，近年来的收听表现不俗，特别是受到了拥有更多闲暇时间的老年人的青睐。本文通过分析CSM波次调查城市的收听率数据，揭示了评书和戏曲广播的收听情况，探寻老年人的广播生活，供读者参考。

如无特殊说明，本文引用数据中的目标听众为10岁及以上所有广播人口，时间段为全天，数据日期范围为2013年第1和第2波次调查数据，地区组合为33城市组合。

一、老年听众的收听特征

（一）老年听众的时段收听特征

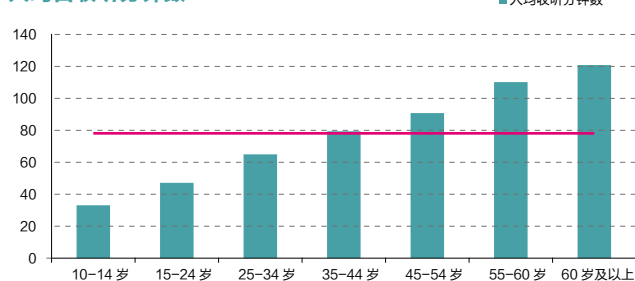
1、老年人是广播受众中的重度群体

人口老龄化是社会发展的必然趋势。60岁及以上的老年群体，有大量的闲暇时间，他们大都经历过广播的繁荣期，对广播有一定的情感，加上“视觉退化”等生理原因，老年人会选择伴随性强的广播作为娱乐消遣的工具之一。

2013年上半年，全国33城市人均日收听时长的均值为78.1分钟，以这一水平为基准线，10-34岁的人均日收听时长低于平均值，35岁以上的人均日收听时长则处于平均水平之上。60岁以上老年人日均收听广播120.1分钟，比所有其他收听人群的收听时间要高出很多，可见老年人是广播受众中的重度的群体。

图1 各年龄段听众日均收听时长

人均日收听分钟数



数据来源：CSM媒介研究

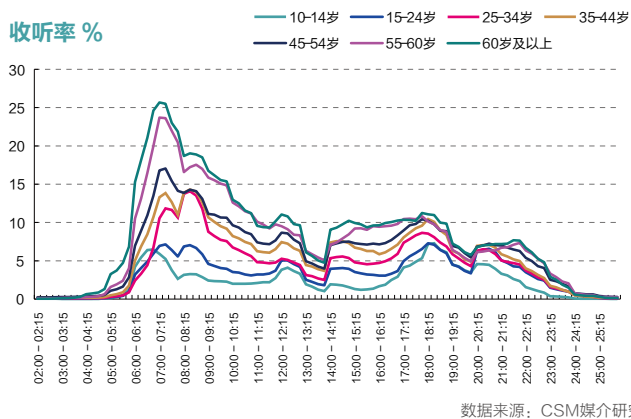
2、老年群体托举收听高峰

老年听众群体是目前我国广播媒体市场上的主力受众，从全天来看，60岁以上的老年听众从凌晨3:30到晚间23:00对广播的消费始终高于年轻群体。特别是早晨6:30-8:00的收听高峰时段，收听率超过20%，是托举广播全天高潮的主要力量。在日间大多数时段，老年人的收听都明显高于年轻群体，收听表现突出。因此，广播电台在制作节目时宜适量增多满足中老年听众需求的节目。到夜间23:00之后，由于老年人作息较早的原因，年轻群体的收听赶超了老年群体，在这一时段安排符合年轻人口味的流行和时尚性的内容，更有助于广播电台时段竞争力的提升。

3、文艺类频率是老年人重点关注的频率类型

在频率专业化日益成熟的今天，各类频率都有自身鲜明的特点，也给了听众依据自己偏好做出选择的空间。2013年上半年的数据表明，老年人收听对专业频率的偏好与十岁以上所有人的偏好有所差异。十岁以上所有人的收听以新闻综合广播频率居首位，其次是交通频率，音乐频率排在第三位。而老年人收听最多的是新闻综合频率、其次是文艺频率，交通频

图2 2013上半年不同年龄听众的全天收听率走势比较



率，音乐频率并未进入前三甲。同样是排在首位的新闻综合类广播，60岁以上的老人收听时长为49.11分钟，远远高于十岁以上所有人收听的20.84分钟。同样，老年人偏爱的文艺频率收听时长达19.28分钟，是十岁以上所有人收听时长的一倍还多。老年人和十岁以上所有人收听交通频率的时长均排在第三位，老年人的收听时间却比十岁以上所有人的收听时间少4.59分钟，可见，老年人收听需求明晰且忠实度更高（图3）。

单独分析老年听众收听新闻综合频率、文艺频率和交通频率的全天收听走势，可以发现，新闻综合频率全天都领先于文艺和交通频率。由于老年人有早起的生活习惯，早上五点就拉起了新闻综合广播收听的早高峰，6:00-9:00一枝独秀，远远领先于其他频率。午后稍有回落，晚间18:00-23:00老年人借助新闻综合广播知晓一整天发生的大事小情，形成了晚间的收听高峰；相对于新闻综合广播，文艺类广播收听平稳，午后悠闲的时光中，老年人更喜欢听轻松娱乐的节目，文艺广播有上佳的收听表现，傍晚18:00之后大量听众希望了解全天的新闻，于是又转向了新闻类频率，文艺频率有一定的回落；由于老年人出门较少，他们对交通类广播的关注程度不太高，早间6:00-7:30收听比较突出，此后一路走低，不及新闻综合频率和文艺类频率（图4）。

（二）老年听众的节目收听偏好

2013年上半年，北京、上海和广州三地的调查显示，在主要节目类型中，老年听众收听最多的节目类型是新闻、文艺和生活服务类节目，这三类节目的收听时长占据该人群收听总

图3 十岁及以上所有人和老年人群收听各主要专业频率的时长

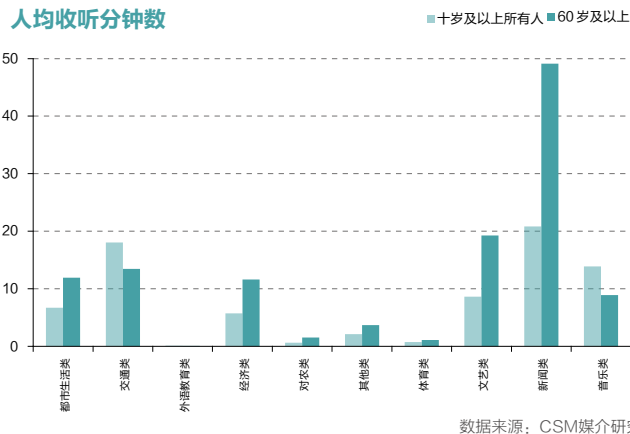
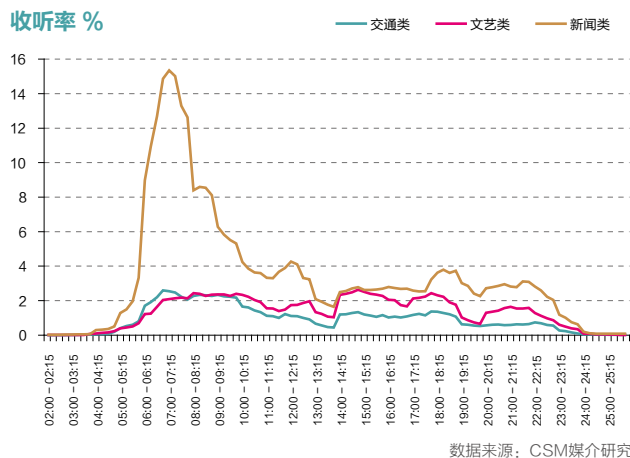


图4 老年人群专业频率全天收听走势



量的比例是63.87%。其中，新闻类节目是老年听众收听最多的节目类型，收听比重超过三分之一，其次为文艺类节目，收听比重为15.25%；生活服务类节目占据14.32%的收听比重（表1）。

综合各类节目的播出情况，新闻时事节目是资源利用率最高的节目类型，其播出比重仅占13.13%，却收获了老年听众收听总时长的34.3%，资源利用率高达161.23%。可见，老年听众对新闻类节目的关注程度不可小觑。而纵观所有节目类型，除新闻类节目外，唯有文艺类节目的资源利用率为正值，那么文艺类节目是怎样博得老年人的喜欢呢？

表1 老年人群市场各类节目的播出和收听情况

节目类型	播出比重(%)	收听比重(%)	资源利用效率(%)
财经	5.3	4.15	-21.70
法制	0.92	0.83	-9.78
社教	6.84	4.46	-34.80
生活服务	16.45	14.32	-12.95
体育	3.55	2.15	-39.44
外语	0.42	0.06	-85.71
文艺	13.16	15.25	15.88
新闻/时事	13.13	34.3	161.23
音乐	25.28	8.22	-67.48
其它	14.96	16.27	8.76

数据来源：CSM媒介研究

广播文艺节目涵盖内容非常丰富,包括音乐节目、戏曲节目、曲艺节目、文学节目、综艺类节目、游戏类节目、电影、话剧录音剪辑、广播剧、广播小品等类型。节目类型丰富,节目资源众多,在此,我们把主要播出的节目归为七大类,分别是小说/评书、综艺晚会、综艺娱乐报道、地方戏曲、广播剧、情感故事,其他的都归结到文艺其他类。通过分析文艺类节目的各子类别发现,地方戏曲类节目、小说/评书类节目和文艺其他类节目的收听时长占文艺类节目的收听总时长的比例最大,分别达到25.29%、17.59%和48.58%。反观这三类节目的资源利用效率,地方戏曲类节目利用率最高,达到116.15%,小说/评书类节目处于供求平衡状态,而文艺其他类节目资源利用效率较低,下面,我们将从小说/评书与地方戏曲这两类广播节目着手进行一些探寻(表2)。

表2 各类文艺节目的播出和老年人收听情况

节目类型	播出比重(%)	收听比重(%)	资源利用效率(%)
地方戏曲	11.7	25.29	116.15
广播剧	1.57	1.5	-4.46
情感故事	8.55	0.5	-94.15
文艺其它	58.26	48.58	-16.62
小说/评书	17.41	17.59	1.03
综艺晚会	1.32	5.38	307.58
综艺娱乐报道	1.19	1.17	-1.68

数据来源：CSM媒介研究

二、评书戏曲类节目收听现状

结合CSM目前已有的节目监播数据及部分节目单数据,本文对老年人喜欢的说书及唱戏类节目进行了一些梳理。此类节目在各电台基本都有播出,不少节目颇受老年人欢迎。个别节目在特定地域占到了老年人收听市场30%-40%的份额,竞争力强劲。

由不同地域特定时段收听表现上佳的节目可以看出,,评书类节目更多,且更受老年的青睐。在有着相声传统的天津,其相声广播播出的《笑笑江湖》节目,占据三分之一的广播收听市场,平均收听率超过5%。在西安,陕西广播电视台秦腔广播下午播出的《乱弹书场》市场份额超过20%,平均收听率达到了2%。陕西广播电视台戏曲广播AM747午后播出的《三秦大剧院》,市场份额超过40%,平均收听率接近5%;在乌鲁木齐,新疆故事广播播出的《好书抢先听》节目获得了近10%的市场份额,平均收听率超3%。此外,吉林健康娱乐广播播出的《经典书场》和北京文艺广播播出的《评出演义》节目在当地市场亦有良好的收听表现。相比之下,华东、华南和中西部地区收听表现稍有逊色,但是不少有戏曲传统的城市,却以戏剧广播见长。在上海,上海曲艺广播播出的《越剧大观园》是较受老年听众喜欢的戏曲类节目。在南京,江苏文艺广播播出的《梨园漫步》也颇受当地老年听众欢迎。

总的来看,评书戏曲类节目在播出的时段和播出的频次上还是有一定规律可循。这些较受听众欢迎的节目大多集中在午间,由于说书唱戏类节目可以起到娱乐身心的作用,所以更多人喜欢在午间休息时收听。其余时段则分散在午后和早间时段。从播出频次来看,节目大多以日播形式呈现,偶尔会在周末播出(表3)。

三、评书、戏曲类专业频率发展特点

传统综合频率的广播节目往往是大超市,博而浅,广而粗,难以制作精品。要改变这种状况,需要在专中求深,在窄中求精,变“广播”为“窄播”,通过频率专业化的实行求得广播精品化的实现。当今,各大电台纷纷走频率专业化之

表3 全国部分评书戏曲类节目一览

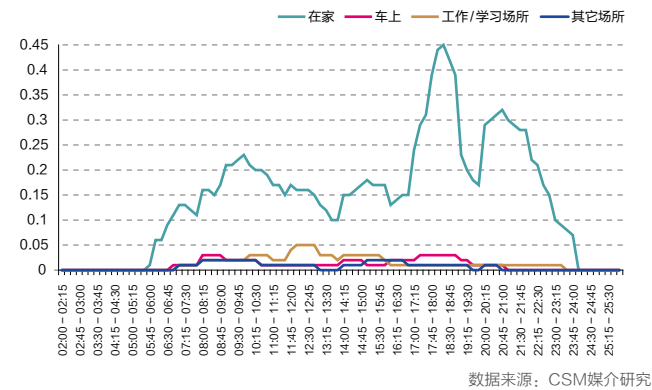
节目名称	播出频率	播出时段	播出频次
评书演义	北京人民广播电台文艺广播(FM87.6/CFM93.8)	10:00-10:30	日播
乱弹书场	陕西广播电视台秦腔广播FM101.1西安乱弹	15:00-16:00	日播
三秦大剧院	陕西广播电视台戏曲广播AM747	14:00-15:00	日播
笑笑江湖	天津人民广播电台相声广播AM567/FM92.1	18:30-19:30	日播
说说唱唱	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	8:00-8:50/17:00-17:50	日播
越沪艺苑	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	11:00-11:50/ 12:00-12:50	周六、周日
长篇神话小说	广东电台音乐之声FM99.3	12: 00-12:30	日播
评书连播	北京人民广播电台文艺广播(FM87.6/CFM93.8)	12: :30-13:00	日播
戏迷乐	北京人民广播电台文艺广播(FM87.6/CFM93.8)	16:30-17:00	周末
长篇反腐小说	广州新闻电台FM96.2	12:30-13:00	日播
广播书场	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	7: .00-8:00	日播
越剧大观园	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	11:00-11:50	日播
空中书场	南京交通台交通FM102.4	5:20-6:30	日播
梨园漫步	江苏文艺广播AM1053	14:00-16:00	日播
长篇连播	江西新闻广播FM104.4/AM729	14:00-14:30	日播
经典书场	吉林人民广播电台健康娱乐广播FM101.9	8:00-8:30	日播
青雪故事A	吉林人民广播电台健康娱乐广播FM101.9	22:00-23:00	日播
1028评书江湖	新疆人民广播电台102.8故事广播FM102.8	8:30-9:30	日播
好书抢先听	新疆人民广播电台102.8故事广播FM102.8	8:00-8:30	日播

路，播出评书、戏曲类的专业频率也应运而生了。当前评书、戏曲类节目的专业频率主要有：上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2、河南人民广播电台戏曲广播AM1143/FM97.6、苏州戏曲广播AM846、安徽戏曲广播、安徽小说评书广播、南京戏曲曲艺广播AM801/FM88.5、北京人民广播电台戏曲曲艺广播有线(105.1)、陕西广播电视台戏曲广播AM747、陕西广播电视台秦腔广播FM101.1西安乱弹、天津人民广播电台小说广播AM666、天津人民广播电台相声广播AM567/FM92.1等11个频率。

（一）不同场所全天收听走势

从收听广播的场所来看，听众主要在家收听评书/曲艺类频率，因此“在家”的全天收听走势各时段均高于其他场所，其高峰时段主要分布在8:00-11:30和17:00-19:00时段，午后和晚间20:00-22:00时段也有明显的收听高峰。工作/学习场所在午间休息时段有一定的收听，车上在早晚出行时段有少量的收听（图5）。

图5 2013年上半年评书/戏曲类频率在不同场所全天收听走势

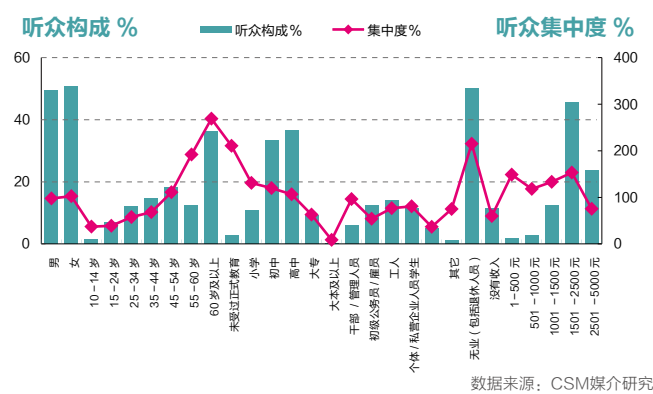


数据来源：CSM媒介研究

（二）评书/戏曲类频率的听众特点

2013年上半年，收听评书/戏曲类节目的女性听众略多于男性。从年龄结构来看，青年、中年听众均为轻度听众，60岁以上的老年人占近40%的收听市场。此类节目的听众学历和收入不高，且多为退休人员（图6）。

图6 2013年上半年评书/戏曲类频率听众构成（%）和集中度（%）



（三）评书/戏曲类频率在各地的收听表现

国外一些研究表明，受众收听广播的目的在于寻求一种亲密感和归属感。如果评书和戏曲广播节目成为传统文化精神的集散地，那么其所收获的就不仅仅是一大批忠实的受众，更重要的是，评书戏曲类广播会被听众视为精神归属圣地与文化心灵家园。

分析各曲艺频率不难发现，收听表现好的频率主要集中在一些有戏曲传统的城市。而且相比十岁以上所有人，60岁以上的老年人收听更为显著。特别值得一提的是河南人民广播电台戏曲广播，在郑州，60岁以上的老年人在全天收听该频率的市场份额达到了25.63%，同时，十岁以上所有人的市场份额也达到了9.54%。戏曲广播在郑州之所以有如此广阔的

市场，主要是由于，河南是豫剧的发源地。豫剧又名“河南梆子”、“河南高调”，是产生于河南的中原特色民俗戏曲文化。有人说，一部豫剧史，就是一部中国历史的缩影。还有人说，不了解豫剧，就不了解中原。对于老年人来说，从小在豫剧的耳濡目染中长大，豫剧已经不仅仅是用于一种娱乐的曲艺节目，更是一种心中难以割舍的情结，因而老年人成为了戏曲广播的主要听众。在苏州，苏州评弹是当地群众最为喜欢的曲艺类型，苏州评弹是结合说学弹唱的一种艺术表演形式，表演内容较丰富。主要以苏州方言来表达，其中“评”为评话，“弹”为弹词。简单来说就是一边讲故事一边插几段唱词，具有较强的地域性特征。苏州戏曲广播正是利用其得天独厚的地域优势，在十岁以上所有人中获得了8.17%的份额，在60岁以上听众群中更是收获了14.69%的份额，市场竞争力不容小觑。发源于安徽安庆地区的黄梅戏是深受全国观众喜爱的著名剧种。黄梅戏已有两百多年的历史，早期叫黄梅调，是“自唱自乐”的民间艺术。主打黄梅戏的安徽戏曲广播也是深受当地老年人喜爱的频率，全天市场份额超过10%。

同样，收听表现好的说书类频率也出现在有着“听书”传统的城市。有着相声传统的天津，2013年上半年收听天津人民广播电台相声广播的老年人占到了15.95%的份额，而且令人惊喜的是，相声广播不仅仅收到老年人的青睐，还赢得了不少年轻人的青睐，十岁以上所有人的市场占有率也达到了14.51%（表4）。

表4 2013年上半年各城市评书/戏曲类频率市场份额

城市	频率	十岁及以上所有人	60岁及以上老年人
合肥	安徽小说评书广播	3.29	4.98
	安徽戏曲广播	4.03	10.18
北京	北京人民广播电台戏曲曲艺广播有线(105.1)	0.68	0.79
苏州	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	0.74	1.03
	苏州戏曲广播AM846	8.17	14.69
郑州	河南人民广播电台戏曲广播AM1143/FM97.6	9.54	25.63
南京	南京戏曲曲艺广播AM801/FM88.5	1.48	2.78
西安	陕西广播电视台戏曲广播AM747	4.3	10.01
	陕西广播电视台秦腔广播FM101.1西安乱弹	8.21	8.55
天津	天津人民广播电台小说广播AM666	2.25	1.47
	天津人民广播电台相声广播AM567/FM92.1	14.51	15.95

数据来源：CSM媒介研究

四、评书、戏曲类广播发展对策

（一）评书类广播发展对策

作为一种已拥有广泛听众基础的节目类型，广播评书目前虽然优势依旧明显，但也面临着一系列新的生存危机，如新书段匮乏、听众喜爱的风格演员断档等。广播评书只有不断创新，扬长避短，才能在精彩纷呈的广播节目竞争中立于不败之地。

第一，联手其他主流媒体，让评书广播做到更有味道。时下电视收视率较高的像养生类、选秀类、足球直播节目都有其可取之处。还有原来红极一时的电影录音剪辑等等，这些节目都有很强的故事性。评书广播如果能买到这些节目播出，会带来意想不到的市场效果。

第二，更专业的品质，更热门的话题，会给评书广播带来更加广阔的市场前景做专业的品牌，做最热门的话题。健康热、国学热、婚介热、红学热、旅行热……话题要做到精到和敏锐，让《百家讲坛》的明星做客评书广播，让“单田芳”们做客电台直播间，所有这些会带来意想不到的收听率的增加。

第三，增加网络伸延，加大评书后产品的市场进程网络是评书广播的延伸和完善，使广播的覆盖不再局限于发射塔的发射范围，而是延伸到了全国，甚至国外。理论上，只要网络覆盖到的地方，都可能存在广播听众。此外，网络上无穷无尽的资源，也为故事广播提供了大量的节目素材。大量的网络文学、微博故事、笑话以及音频视频，都可以为故事广播的节目创作所利用。

广播评书完全可以产业化，把各种资源整合起来，建立节目库，充分共享。将其中最为优秀的节目商品化，还可以推出光碟、MP3、出书刊、推出故事杂志，把故事送上网、手机终端、电话平台等，从而扩大资源覆盖面，提高资源利用率，使广播评书成为真正意义上可增值的产品，推向文化市场。

（二）戏曲广播发展对策

面对新的时代，戏曲广播在戏曲艺术本体的不景气和电影、电视、新媒体等新兴艺术形式及娱乐方式的严峻挑战下受到了很大的冲击。戏曲广播固然应该承担起传播民族文化遗产、演绎民族优秀经典的责任，但也应该积极与时俱进，跳出传统戏曲广播只是舞台艺术线性再现的老路子，形成具有广播媒介特色和时代精神的戏曲广播艺术形态。

第一，将节目创新常态化。戏曲广播的节目，主要来源于社会戏曲舞台的演出，但不可拘泥于简单的再现播出，除了常规的戏曲选段欣赏、录音剪辑等节目外，还应该将节目创新作为一种常态。一是可以利用广播媒介自身的时空优势进行重新编排与组合，使得戏曲艺术的传播效果大大增加。如可以使用非线性的编辑手法，欣赏到同一演员在不同年代的演唱录音，从中看出他的艺术发展轨迹，如梅兰芳早期和晚期的唱段。二是可以把传统和流行的元素结合起来，加强节目内容与形式的现代特征。戏曲广播的主要受众群为老年听众，如果能把更多的流行元素融入戏曲广播，那么势必会吸引更多的广播核心受众群。比如李玉刚的《新贵妃醉酒》，借助戏曲《贵妃醉酒》的故事，在歌曲中既加入了流行元素、又融合进戏曲元素，并且将男女声混唱结合得非常融洽，该曲不仅受到老年朋友的喜欢，更受到了为数不少的年轻人的青睐。

第二，提升戏曲广播的文化与品位。戏曲艺术实质上是传统文化的代表，如果仅仅把戏曲广播简单定义为戏曲唱段的播放平台和传播手段，则是将自己束缚起来。各地的戏曲广播可以利用自身的资源，根据自己区域的文化属性和特色，将戏曲与文化结合，打造自身的戏曲文化，成为各地听众文化品格的化身与表现。比如安徽戏曲广播主打以黄梅戏为代表的徽文化；河南戏曲广播主推以豫剧为代表的中原文化；陕西戏曲广播推广以秦腔为代表的西北文化等。

第三，做好戏迷与戏曲广播的沟通。戏曲广播要在激烈的媒介竞争中占得一席之地，拥有最广泛的听众，就需要服务的延伸。对于戏曲广播而言，服务的延伸意味着听众忠实度

的提高和戏曲广播影响力的提升。一是要丰富收听渠道。广播应和网络联手，使听众无论是通过网络、有线广播还是无线网络，都可以随时都能收听到戏曲广播的节目。二是戏曲广播要为广大戏迷之间的沟通和交流搭建平台。比如经常组织戏迷歌友会、知识讲座、谈艺教学、听友沙龙，策划专业或业余的联盟、票友演唱会等，要将服务日常化，让听众随时都能感受到戏曲广播的存在，信任并依赖戏曲广播，从而使戏曲广播成为听众生活中不可或缺的一部分。

五、小结

60岁以上的老年人是广播受众中的重度群体，他们偏爱让评书和戏曲广播来陪伴他们度过大量的闲暇时光。说书和唱戏节目不仅是传统文化精神的集散地，更重要的是，他们已被老年听众视为精神归属圣地与文化心灵家园。我们国家已经步入老龄社会，越来越多的老年人会源源不断地加入到听众群体中，这是个广阔的收听市场，为老年听众服务将会是大有可为的。

