

电视新闻节目创新的四大趋势

作者：唐宁 文章来源：南京电视台 点击数：238 更新时间：2009-6-4

电视新闻节目创新的四大趋势

唐宁(南京电视台)

每到岁末年初，我国省市电视台新一轮的改版便如期而至。改版提供了创新舞台，改版理应促进节目创新。但不可否认的是，不尊重新闻传播规律，不把握主流的创新趋势，为改版而改版，穷于应付，不求实效的情况时有发生。笔者认为，电视新闻从业者当务之急是认清电视新闻节目主流的创新趋势。只有这样，我们才能避免跟风、克隆，防止误入歧途，尽量少走弯路，以实现改版初衷。

一、民生化：内容选择与表达方式创新的趋势

电视新闻竞争日趋激烈是不争的事实。正因为如此，新闻类节目改版与创新的压

力越来越大。在巨大的压力作用下，多种表现形态的娱乐新闻、八卦新闻、方言新闻层出不穷。恕笔者直言，有些节目已经误入歧途。对时事新闻、社会新闻进行民生化改造，尽可能用贴近的视角、贴心的语态作轻松的表达，是城市台新闻制作理念的创新。但过度的策划，扭曲的加工，为迎合收视率而把严肃的新闻素材加工策划成娱乐新闻，走新闻娱乐化之路，在内容选择上走八卦之路，用八卦的方法解读，这恰恰是对新闻民生化改造及轻松表达的误解。更令人遗憾的是有的节目打着“民生新闻”的招牌，“不屈不挠”地走低俗、庸俗、媚俗之路，实践已证明这更是歧途。

什么是民生新闻？有些同志写文章认为《直播南京》是民生新闻的代表作之一。因为其被国家广电总局授予“首届中国广播影视大奖十佳新闻栏目奖”就断言她是民生新闻的成功代表。坦率地说，作为《直播南京》栏目的主要策划人、原总制片人及主要的组织实施者之一，笔者至今不认为

这档新闻栏目是所谓的民生新闻栏目。我甚至不理解、不接受所谓的“民生新闻”这个概念。其实，《直播南京》从创办之初起，就内容而言，它涵盖了时政新闻、社会新闻等。其中，经济文化新闻所占比重较大。无论是新闻资讯还是新闻专题，所有的节目都力求在上情下达和下情上达之间找准结合点、共振点，力求以贴近的视角、贴心的语态来关注民生、表达民意、关爱民情。笔者认为，把这些新闻笼统地称之为民生新闻，以示与时政新闻、社会新闻相区分的观点是不妥的。目前，学界、业界使用频率较高的民生新闻的概念，在内涵与外延上都有不确定性和不规范性。笔者主张电视人在新闻实践中少提概念，多干实事，应该在新闻内容的选择与表达方式的创新上多下功夫。

经历五年多的电视新闻大战，笔者意识到几乎所有的新闻都可以也应该找到民生的视角，都应该用关乎民生的语态来表达，这是新闻采访与编辑的理念问题，它体现的是媒体对观众的态度。

城市里发生的新闻因其绝大多数是市民身边的事，关心的事和想说的事，所传播的内容理应贴近市民、贴近生活、贴近实际。笔者认为，没有哪类新闻天生就有“民生新闻”的标签。其实，许多时政要闻的民生性就非常强。近年来，全国“两会”热点议题绝大多数是民生问题。“十七大开幕以来，数以百计的海外媒体从胡锦涛的报告中解读出这样一个信息：中国共产党在深入贯彻落实科学发展观、推动国民经济高速发展的同时，将更加注重‘民生’问题的解决。”“一定意义上讲，中国近五年来改革发展的辉煌成就确实可以用‘关注民生’来概括。2002年底，胡锦涛提出‘权为民所用、情为民所系、利为民所谋’。此后，中国一系列史无前例的重大民生举措受到全球瞩目：抗击非典、收容遣送办法废止、尊重保障人权入宪、农业税取消、农村免费义务教育、物权法出台、青藏铁路通向雪域高原……”党的十六大以来，各级党委政府倡导并实施亲民、爱民、以人为本的执政理念。党的十七大更是强调“着力保障和改善民生，促进社会公平正义，推动建设和谐社会”，把社会建设纳入与经济建设、政治建设、文化建设“四位一体”的中国特色社会主义事业的总体布局中。作为新闻传媒理应调整报道思路，创新传播内容，主动适应执政理念的变化，在新闻内容的选择上向民生倾斜。老百姓关注上学、就业、购房等民生问题，新闻的热点、焦点也自然是上学难、就业难、购房贵等。问题是作为新闻人，我们不能简单地“客观报道”，我们还需严格筛选，慎重策划，在党和政府与百姓共同关注的民生问题上，寻找到契合点、共振点和平衡点。

新闻表达方式如何体现民生性？许多台作了可贵的探索。但笔者认为，走八卦之

路、不加分析地用方言传播新闻是歧途。有的城市明明方言十分土，当地市民中讲方言的人很少，且讲方言的人年龄较大、文化层次单一，社交场合更是以讲普通话为荣，但所在城市有的频道却以方言新闻节目为主打。方言在当地的影响力直接决定该方言节目的美誉度和市场份额。因此，在个别城市，即使方言节目有较高的收视率和市场份额，我仍然认为其可持续发展力和竞争力不值得期待。近年来，一些城市方言类新闻节目收视率下降正在印证这一观点。近期，笔者发现有的方言类新闻节目就内容而言挺好的，语态和表达方式也很有个性，但就是一说方言，节目品位没有了，美誉度下降了。

笔者认为新闻的表达关键是语态，无论是资讯还是专题，无论是文字还是画面，语态都要贴近民生。抽象而不写实、笼统而不具体，空洞而不真切，如此语态谈何体现民生性？主持人的语态至

关重要。他（她）代表的是所在媒体的态度，居高临下、盛气凌人，以代言人、断案人的姿态和语态出现岂能真正反映民生？

关于民生化趋势，笔者还想强调：民生化并不妨碍传播核心价值，民生化尤其要有媒体独特的见解和态度，民生化的解读更不会影响其公信力和美誉度。

二、故事化：叙事方法与结构方式创新的趋势

目前，新闻专题类节目面临着叙事方法和结构方式创新的压力。以《焦点访谈》、《新闻调查》为代表的新闻调查类节目曾经风光多年，其小切口、剥笋子的调查手法与记录方式，吸引了大量观众的目光。但近年来，此类节目面临越来越大的压力。在同城新闻竞争中，选题面临诸多困难，独家新闻线索难求。原有的模式化的叙事方法与结构方式越来越难以吸引眼球。故事类节目之所以吸引人且长盛不衰（如美国名牌新闻栏目《60分钟》），原因就在于“故事艺术已经成为人性的首要灵感源泉，因为故事在不断地设法整治人生的混乱，挖掘人生的真谛。我们对故事的嗜好反映了人类对捕捉人生模式的深层的需求，这不仅仅是一种纯粹的知识实践而且是一种非常个人化的、非常情感化的体验。”不仅如此，故事的叙事方法与结构方式更易于交流与沟通，更通俗易懂，更易于接受并进而让观众产生共鸣。故事是人们交往的媒介，几个人或二、三十个人围坐在一起，故事便开讲了。为此，我们要学习、借鉴中外电影、电视剧中讲故事的编辑手法，注重戏剧性，不断设悬念，观察、捕捉、表现有关家庭和社会、亲情和行为的人所未见的细节，把一个个新闻故事说得生动有趣、有情有义。

南京电视台2006年4月初创办的《周涛讲故事》栏目，在讲新闻故事方面作了大胆的尝试。这个栏目立足于讲社区里的文明人、文明事，以新闻事件为由头，凸现真实、可信、可学的节目理念，无论内容与形式都坚持自始至终讲故事的风格。特别是在叙事方法与结构方式上作了大胆探索。首先，我们要求所有的编导在布局谋篇时，分清类型、人物与背景，理清主情节与次情节，设计好切口、危机、高潮与结局。讲故事关键是激发观众的兴趣。激发观众兴趣的方式有三个：即悬念、神秘与戏剧反讽。采用比较多的方式是设悬念。因为有悬念，受众既好奇又关心，不知道结果如何又急于知道，兴趣由此被激发。就神秘方式而言，主要由主持人先讲一点新闻事实，随之将其掩藏起来。主持人在讲述过程中偶尔暗示事实的真相来撩拨观众，然后故意将观众蒙在鼓里，适时进行“误导”，让观众怀疑或相信虚假的事实。这一结构设计让受众疑窦丛生、迷惑不解，进而因好奇而产生兴趣。戏剧反讽主要靠关心来激发兴趣。这类故事在结构时常常以结局作为开始，故意泄露故事的结果，让观众因焦虑、担忧、恐惧与同情而激发兴趣。在叙事方法方面，我们要求编导与主持人精心策划，进行创造性的劳动即戏剧化表达，尽可能自然而然的交谈，严禁空洞说教与议论。因为，我们知道强迫观众参与思想讨论或呆板的说教只会赶走观众。

三、直播化：传播理念与报道手段创新的趋势。

目前，城市台特别是省会电视台的观众能够看到的电视频道有几十个，数字平移逐步推广后，许多城市的观众能看到一百多个频道的电视节目。在如此众多的电视频道中，新闻频道靠什么突围、靠什么彰显个性？我认为突出新闻直播效应是基本路径和主流趋势。《直播南京》成功的关键

因素之一就是强化直播的传播理念，坚持直播的报道手段。

电视新闻从业者都十分清楚，突发新闻事件的直播风险很大，每策划、捕捉、组织一场直播都是一场“战斗”。实践证明，优秀的制片人、主持人和记者，包括技术保障人员，绝大多数都是在新闻直播的实践中磨砺出来的。有些记者在新闻直播活动中脱颖而出，成为优秀的主持人，许多记者、主持人在新闻直播的锤炼下，成为优秀的制片人、主任。新闻栏目在演播厅直播已不再争论，已成为日常的新闻节目生产与传播的手段。但突发新闻事件的直播，目前在理念上虽然逐渐为新闻人所接受，但在实践中却有起伏。有的台目前仍坚持突发新闻事件的直播，不惜代价，不遗余力，在同城新闻竞争中始终占据主动。而有的台因为资金、人力的投入不足等原因，在尝试了一阵后收缩退却了。依笔者看，突发新闻事件直播越来越少，甚至偃旗息鼓的主要原因还是人的因素。把关人瞻前顾后、胆小怕事，制片人、记者多一事不如少一事，久而久之，拼搏精神衰退了，苦干实干的品质蜕变了。这是电视人的悲哀。笔者真诚地呼吁：正直的、勇敢的、有牺牲精神的新闻人还是要拿起直播的武器，请保持电视人应有的精神品质吧！

电视新闻在同城竞争与博弈中，首先比的就是快。“第一时间”、“第一现场”应该是电视新闻节目最核心理念。这也是它区别于其它传媒新闻的基本品质。笔者认为，只要是新闻事件就应力求直播。即使是突发的、不可预见的或因为种种原因无法实现现场直播的新闻，我觉得栏目开播后也应安排记者在新闻发生地现场报道后续新闻或作现场点评。放弃新闻事件的直播，必然丧失新闻频道的优势，必然丧失新闻节目的品质。

四、 互动化：人文关怀与贴心交流创新的趋势

电视作为最通俗的传媒，实行的人际传播方式应该是充满人文关怀的人性化的传播方式。主持人、记者与观众之间的交流也应该是平等的、贴心的交流。如今，电视新闻面对网络新闻的竞争压力越来越大。我认为，网络新闻最大的优势不是快捷而是互动。网络传播资讯再快未必快得过电视现场直播，而参与性极强的互动性交流尤其是跟贴点评，这是电视新闻难以超越的。因此，电视新闻从业者必须挖掘自身潜能，吸纳网络传播的优势，在电视新闻的传播方面强化互动性。电视新闻传播的要义是拉近与受众的距离。实践证明，互动可以增强接近性和贴近性，从而缩短媒体与受众的距离。电视新闻如何增加互动性？

1、 节目的创意与设计要有互动性。

电视新闻一言堂的时代已告结束。电视观众参与新闻节目的热情不减，水平日益提升。因此，有的台把新闻事件目击者、当事人请进演播厅，主持人还就当天重要的突发新闻事件与有关专家、学者、特约新闻评论员作直播连线进行交流与辩论。我觉得更重要的是新闻栏目在创办之时就要确立强化交流的理念，在栏目版块设计、子栏目的设置等方面要有交流的空间和时间。如互动选题的设置、移动字幕的引导以及观众点题的评述等。

2、 内容选择与策划要有互动性。

电视新闻节目每天少不了策划，考量新闻人水平与能力的标尺除了对新闻突发事件的敏感与直

播外，就是能否策划出可看性强、有思想力和美誉度的节目。集束性报道或专题，这类策划务求互动性，从选题的选择上要围绕观众关注的生活中的热点、难点、焦点。征求新闻线索，从观众中征求热门话题，甚至观众直接点题采访，都是可行的方法。

3、主持人、出镜记者的语态与表达要有互动性。

主持人、出镜记者的语态与表达的互动性也是电视新闻强化互动性的重要一环。我们要求主持人、出镜记者在做节目时体现出亲和力。而亲和力如何体现？我认为，关键是语态的表达要有交流感，现场采访、主持人与出镜记者之间的互动、主持人与新闻评论员的对话等都要有互动性。当然，这对主持人和出镜记者在直播中的语言表达、语态设计等都提出了较高的要求。

综上所述，电视新闻节目的创新要立足于创名牌栏目，要把上述四个趋势纳入一个整体来统筹考量。我坚信，理性地、机智地把握住这四个趋势，一定能创办出名牌新闻栏目。

（注：此文系城市电视台2007新闻理论研讨会文章，已收入论文集，如需转载请联系作者。）

（编辑：贾妙静 审核：古文 左花）

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入: jiamiuojing 责任编辑: jiamiuojing

- 上一篇文章: 论如何打造电视品牌栏目及其意义
- 下一篇文章: 下一代广电技术发展之路

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

站内搜索

文章 下载 影视 关键字

最新热门

最新推荐

会员评论 (评论内容只代表网友观点，与本站立场无关!)

[| 设为首页](#) | [| 加入收藏](#) | [| 联系站长](#) | [| 友情链接](#) | [| 版权申明](#) | [| 管理登录](#) |

建议您使用1024*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话: 010-86091726 86091907 技术支持: 9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号: 京ICP备05037832号