



## 城市电视新闻节目需要处理的十种关系

时间: 2005-7-9 12:42:18 来源: 北方传媒研究 作者: 胡智锋 郑世明 阅读990次

城市电视新闻节目面临着央视新闻和省级台新闻节目的双重挤压，如何立足本地，办出特色，办出名堂，取得社会效益和经济效益的双赢，是一个值得关注的重要课题。本文依托《南京零距离》和《生活在线》这两个名牌地方新闻栏目，梳理和总结了城市台新闻节目需要处理的十种关系，从理论和实践两个层面探讨了城市台新闻节目的定位、特征、生产营销策略和出路。

诞生于2002年，崛起于2003年，火爆于2004年，一个主要落点于城市的电视新闻栏目——《南京零距离》，已经成为中国电视领域最近两年引用频率最高、最具影响力的名词之一。现在，提起这个栏目，人们马上会把它和当下许多热点问题以及名词联系在一起，比如“民生新闻”、“本地新闻”、频道拉动、栏目建设、最高广告标的，品牌建设以及区域新闻大战乃至媒体改革与竞争合作等等。

从2000年12月1日开播，历经3年精心打造，青岛电视台《生活在线》栏目已经发展成为青岛地区颇具影响力的电视新闻节目品牌，并在全国范围内引起同行的关注。

《南京零距离》、《生活在线》等城市新闻节目今天的成功，从某种程度来说，体现了以下十种关系处理的成功，这些关系贯穿了节目制作从内容到形式的全过程。

### 一、单个栏目个性与同类栏目共性的关系——个性与共性的统一

从栏目基本功能、价值取向和表现方式上看，《南京零距离》、《生活在线》与全国同类栏目不无相似之处。比如对于平民化价值取向的认同，对于新闻娱乐化观念的实践，对于新闻策划和媒体行动的重视，对于口语、方言播报方式的实验等等。这些可以说是同类栏目的共性特征。那么，如何在这种共性中寻找个性，《生活在线》在这方面进行了主动的探索。他们把这种“个性化”定位成栏目的核心竞争力，并把这种个性化诉求归结为两点：个性化的新闻节目和个性化的主持人。节目制作上具体体现为“特色鲜明的新闻编排，富有创意的节目制作和生活化的新闻语言”三个方面。主持人环节具体体现为“个性的表达，平民的姿态”，刻意寻找与其他同类新闻栏目不一样的感觉。

比如，在2003年12月27日这期获奖节目中，有一条题为《我来说新闻：为逃票躺车底 一出车门掉悬崖》的新闻，讲的是一位来自广东的旅客陈阿贵，和朋友一起去崂山旅游，出租车司机让他们躲进后备箱逃门票。不料，车过了收费站后，停的不是地方，阿贵一出车门，一脚踩空，摔下了悬崖。这条片子，他们用了“我来说新闻”的形式，让阿贵以第一人称的方式来讲述他的坠崖经历。正文请栏目组一位福建籍的编辑配音，用南方味普通话讲述了这个特殊事件，使这条负面新闻有了一种特殊的喜剧效果。

- 电视节目资源的效能管理
- 纪录片平民理念的探讨
- 纪录片艺术审美的价值
- 纪录片社会文化的意义
- 纪录片商业化的运作
- 电视节目的本土化思维
- 电视谈话节目生存之道
- 栏目化播出风险和成本
  - 电视频道之死？
- 谁砸了电视购物的饭碗
  - 评央视《社会记录》
  - “梦想中国”迷失背后
  - 免费体育节目不过瘾
  - 浅谈电视节目编排
  - 抢占娱乐节目制高点
  - 央视的三次节目革命
    - 电视节目的人情味
  - 电视节目的个性化思考
  - 论电视节目的策划思维
  - 论电视节目的精品思维
- 优秀电视栏目是运作出...
  - 2005选秀节目大比拼

对于电视新闻节目来说，真正长久的个性体现在节目内容当中。它包括个性化的主持人，个性化的报道内容(其实这种个性化已经和独家性重叠了)等等。所以，在对于节目个性的追求中，应该坚守的一个原则就是把握好共性中的个性和个性中的共性。内容的个性化比形式的个性化更具有不可替代的价值，而内容的个性化首先取决于本地文化的独特性。这就是下面要谈到的问题。

## 二、地方新闻、本地新闻与国际国内新闻的关系——贴近性与陌生感的统一

从文化角度来看，栏目的个性建立在一个地域文化、本地文化的背景下。它具体包括本地目标观众的文化趣味、文化习惯和文化特征等方面。一档电视栏目，一个频道，乃至一个电视媒体，首先应当考虑本地观众的口味，符合本地的地情，满足本地观众的需求。这是城市电视新闻节目生存和发展的基石。但是，重视本地化并不等于视野狭窄，排斥国际国内新闻。在具体的新闻实践中，《生活在线》合理地分配了本地新闻与国内新闻，本地新闻与国际新闻之间的比例。从结构上看，《生活在线》不是按照传统的新闻重要性来进行节目编排的，而是划分为三大块，其基本编排模式为：城市快报+深度报道+休闲、娱乐、服务新闻。2003年12月27日的这期节目中，城市快报一共有11条。当时，农民工讨薪的问题成为全国关注的焦点。当天编排了4条组合式报道，包括头题《拖欠农民工工资 6家外地企业被逐》、口播《市建委向80家欠薪企业下达最后通牒》、短消息《拿到了自己的血汗钱 农民工纷纷奔商场》、口连画《农民工成了香饽饽 爱心大姐来应急》，这四条消息从各个侧面，反映了青岛为解决拖欠农民工工资问题做的各项工作。这样一个组合式报道和其他国内国际新闻合理搭配，既突出了新闻的贴近性，又兼顾了新闻的陌生感，取得了不错的传播效果。

从新闻传播的规律来看，本地新闻体现出新闻的贴近性，外埠新闻则体现为新闻的陌生感。观众既需要贴近的温暖感受，又需要陌生的新鲜味道，远近结合，内外联动，才能天下风云，身边故事一览无余。

## 三、主旋律与民生新闻的关系——政治导向与市场需求的统一

中国的电视传播已经从过去的宣教时代，经历了创作时代，进入现在的生产与传播时代。受众与收视率，广告与栏目生存，媒介经营与产业运作，都成为当今的热门话题。当下的中国电视，地域和层级的差异以及经济发展的不平衡，导致了上述三个时代的理念相互混和，共生并存。但是，总体的趋向显然是义无反顾地走向受众，走向市场。在这样一个大背景下，对于城市电视新闻节目来说，需要解决的一个基本问题就是如何处理好主旋律报道与民生新闻的关系。主旋律报道关系到政治导向，民生新闻关系到市场需求，两者缺一不可。在中国特殊的媒介背景下，充分利用媒介在政治生活中的特殊地位和影响力，掌握传播艺术，完全可以把这种政治优势转化为经济优势。也就是说，主旋律报道只要做得好看，同样具有不可估量的市场价值。在对党的十六大的宣传报道中，《生活在线》播发了《你说，我说，小康社会》系列节目，让各行各业的人们畅想美好的明天；在世界反法西斯战争胜利58周年纪念日前后，播发了《劳工血泪》、《毛子埠屠村血案》等新闻故事，同样引起了市民的关注。对于城市电视新闻节目来说，不能因为势单力薄，而一味追逐节目的通俗卖点，在主旋律报道上无所作为。事实上，对主旋律报道的重视，不仅有效提升了节目的权威性和影响力，占据了主流话语的地位，而且开拓了比较好的收视空间，赚取了可观的利润。

## 四、宣传教化与消遣娱乐的关系——严肃性与娱乐性的统一

媒体的基本属性既是党的喉舌，又要反映百姓的心声，两者不能割裂。因此，承担宣传教化的使命是电视媒体义不容辞的责任，也是工作的重中之重。反之，从百姓的角度来说，打造老百姓喜闻乐见的节目，服务百姓，娱乐百姓，也是电视媒体题中应有之意。从根本上说，这两者并不矛盾，这就要求在新闻报道中，坚持严肃性与娱乐性的统一。新闻报道尽管有其特殊性，但是并不排斥娱乐的内涵和方式。只要真正做到“贴近生活，贴近群众，贴近真实”，电

视新闻报道一定能够在严肃性和娱乐性之间找到一个平衡点。坚持平视生活，平民视角，城市电视新闻节目就能在群众中扎下根来，进而获得老百姓的支持和信赖，有了这样的基础，才能更好地实现宣传教化的目的。

## 五、引导性与服务性的关系——单一信息传播功能与社会服务功能的统一

现代新闻理念明确指出，新闻的功能不仅是传播信息，引导受众，还承担着服务受众的责任。这里，需要区分一般信息服务与媒介服务的不同。一般信息服务是从给受众提供及时、真实而又有价值的信息的方式来理解的，媒介服务则上升到一个更高的层面，它侧重于媒介机构为受众提供更大范围、更全面的帮助。主要体现在：1. 通过精心设计的媒体行动，为特定社会人群、特定社会现象提供有效的舆论关注和社会服务。比如2002年《生活在线》播发《是谁搅浑了大桶水》系列报道，通过栏目的持续关注，最终促成青岛市“放心大桶水”联盟的形成。2. 与政府或者企业以及其他社会组织建立固定联系，为他们提供有效的信息服务和帮助。比如单个栏目创造一亿多元广告收入奇迹的名牌城市新闻栏目《南京零距离》，就在自己的节目里先后组织春节特别服务、下岗职工再就业培训等活动，发挥中介作用，不仅给百姓和企业、事业部门提供相互需要的信息，而且直接干预生活，帮助百姓、企业、事业部门解决实际问题。《南京零距离》提供的媒介社会服务之所以引人瞩目，恰恰就在于不仅能提出问题，更能够解决问题。它在目前的中国电视新闻栏目中，提供的媒介社会服务无疑是相当到位的。

另一方面，在社会转型期，电视媒介有必要承载更多的社会服务内容，改进社会服务的方式，提高社会服务的效能。对于转型期的社会分层甚至断裂现象，电视媒体的这种社会服务，一定程度上还具有调整社会矛盾、促进和谐社会建设的意义。但是在进行这种社会服务时，我们既要谨防媒体缺位，也要避免媒体越权，要锦上添花，不要人为添乱。

## 六、被动报道与主动设计议题的关系——有闻必报与策划设计的统一

从电视新闻的实践来看，某种角度上可以把报道内容划分为两大类：一类专指那些自然存在、自然发生，没有媒体主导、介入的新闻事实。反映在报道方式上就是一种被动报道。媒介的使命是发现和报道。各种时政的、经济的、文化的以及社会性的新闻节目是其主要代表，这类新闻占据报道的主体地位。另一类是指那些并非自然存在和自然发生，而是主要由传媒主导、参与、制造和策划的新闻事实。反映在报道方式上就是一种主动设计和策划。媒介的使命是创造和表现。

在传媒高度发达，信息大量过剩的背景下，电视机构越来越重视电视新闻的策划和加工。它的基本原则可以归纳为：用最有效、最合理的方式对新闻事实进行加工处理，并实现最大化的信息传播效果。具体到电视实践，经过精心策划的电视新闻节目或者栏目会成为一个电视台的品牌，带来巨大的社会效益和经济效益。从这个角度说，城市电视新闻节目也要坚持有闻必报与策划设计的统一。它不仅包括微观层面，比如在一些自然发生的新闻中，对一些无法补拍的画面采用真实再现的手段进行技术处理；也包括宏观层面，比如报道媒体策划设计的活动本身。

## 七、摆事实、讲道理与说故事的关系——理性传达与感性表述的统一

在实践中人们发现，新闻的魅力不仅在于事实的可信度和理性的穿透力，也在于新闻事件中的过程、细节和情感、情绪，这些软性的东西也是新闻不可缺少的有机组成部分。特别对于以影像表现见长，生动直观为上的电视新闻来说，新闻的意义不仅仅在于告诉观众事实和结果，更重要的是展示过程。所以，坚持理性传达与感性表述的统一同样是城市台电视新闻采编的重要原则。

但是，对于故事性的追求，必须以不影响和损害新闻的真实性为前提。任何改进新闻报道的方式，首先要在保证新闻真实的原则下进行。

## 八、转引其他媒体信源与独家信源的关系——新闻“拿来主义”与独家报道的统一

城市新闻节目一方面有必要对有限的新闻素材进行深度加工，另一方面也要善于借助外力。借助外力，就是与其他相关媒体合纵连横，分享其新闻资源，并利用各自媒体表现手段的优势，进行新闻资源的重新整合与开发。这是一个成本较低，传播效果较好的策略。比如凤凰卫视“有报天天读”、“媒体大搜索”这样的栏目，都是一种电子媒体与平面媒体或者电子媒体之间的新闻资源的交叉、整合与开发。所以，对于城市新闻节目来说，不仅要追求独家报道，也要善于转引消息，以自己独特的改造，把其他媒体采集的新闻进行第二次增值利用。这就要坚持新闻“拿来主义”与独家报道的统一。

当然，在这个过程中，我们要特别警惕的一个可能后果是“新闻同质化”现象。所以，对其他媒体的新闻资源加以改造和利用，必须立足于从自身媒体特色出发，在报道内容和报道形式上独辟蹊径，找到独家视点和解读角度。

## 九、单向输出与多向互动的关系——可视性与必视性的统一

在传播时代，双向甚至多向交流的理念，互动的理念，使可视性追求上升为必视性的探索。这样一种转变背后包含着深刻的经济原因。

以电视游戏娱乐节目为例，随着电视传播技术的进步，新的带有强烈技术特点的盈利方式出现了。那就是以互动技术为特征的盈利模式。这种技术通过节目主持人的频繁提示，鼓动电视机前的观众拨打声讯电话和发送手机短信，参与节目进程。观众在拨打声讯电话的过程中，要完成一个复杂的个人资料提交过程，同时要付出一定的声讯费用。这样，不仅栏目本身获得了绝对真实有效的收视率资料，而且获得了一笔不小的经济收益。比较重视“互动性”和充分地采用“互动”声讯技术播出的节目主要有内地CCTV-2的益智博彩游戏大餐《非常6+1》，上海电视台的《今天谁会赢》以及中国台湾的台视重头戏《超级大富翁》。《非常6+1》非常重视互动技术的运用，据知情人士透露，在“砸蛋”环节，其线上流量高达800万人次。如此高流量的声讯电话和手机短信，无疑成为节目的一个重要利润来源，节目也实现了“可视性”与“必视性”的统一。

## 十、编内采编与编外采编的关系——“正规军”与“游击队”的统一

新闻资源匮乏是摆在各级地方电视媒体面前的普遍性问题。城市新闻节目既没有国家级电视媒体的新闻资源优势，也没有地方主流媒体新闻综合频道的新闻资源优势，只能在社会新闻和软新闻上开展工作。开辟新闻资源，关键在于探索出一种行之有效的新闻资源整合与拓展机制，换句话说，就是把采编新闻的权力下放到普通老百姓手中，妥善处理编内采编与编外采编的关系。

《南京零距离》在记者编辑队伍的培育上采取了分层分级的“传、帮、带”的做法。制片人的理念传达给骨干记者，每个骨干记者、编辑带动几个新进的记者、编辑，在分层分级的“传、帮、带”中，一批批新进记者、编辑成长为骨干，而骨干记者、编辑在实践中又逐渐成长为“分制片人”，能够独当一面。此外，《南京零距离》充分利用相关传媒和大专院校及有志于投身电视新闻工作的普通民众，形成外围的报道力量。在分级培训中，数百个业余记者拿起DV，奔走在社会生活的各个领域和各个角落。一套清晰明确的奖励机制激励着这些记者去捕捉社会生活中的突发事件和有意义的新闻。这种发动群众、分层培育、分级奖励的机制，调动了广大业余记者的积极性和热情，有效地补足了该栏目硬件与软件上的不足。

《生活在线》成立了“新闻自己拍”俱乐部，发动市民用手中的DV关注现实生活，把拍到的资料和新闻线索有偿提供给节目组，这些“编外”力量，对开拓新闻资源，丰富节目内容起

到了十分重要的作用。需要指出的是，在使用业余通讯员和记者时，第一要对他们进行必要的培训，第二要注意甄别其提供素材的真实性。

(中国传媒大学教授、《现代传播》主编胡智锋、中国传媒大学讲师 郑世明)

文章管理: mycddc (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 新闻节目

- 新闻节目的电视化 (2004-12-5)
- 地方新闻节目创优的思考 (2004-5-16)
- “说新闻”电视节目形态发展及操作 (2003-6-2)
- 办好晚间新闻节目的思考 (2002-8-16)

>>更多

城市电视新闻节目需要处理的十种关系 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点击[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.