

## 频道时代的电视新闻传播

——CCTV新闻频道开播一周年研讨会综述

2004-05-20

作者：李莉 吴晓晶

关键词：新闻频道 研讨会 | 阅读：287次 |

频道时代的电视新闻传播暨CCTV新闻频道开播一周年研讨会于2004年5月15日在北京广播学院召开。本次研讨会由中央电视台新闻中心和北京广播学院新闻传播学院联合主办。中央电视台领导以及新闻中心相关部门的负责人与来自中国人民大学、清华大学、和北京广播学院的二十多位专家学者就新闻频道开播一周年以来的经验和启示和新闻频道的发展战略等主题进行了研讨。广院院长助理吕学武、丁俊杰出席了会议。

本次研讨会由CCTV新闻中心频道编辑室主任许强主持。北京广播学院副院长任金州教授在致词中认为新闻频道的开播在中国的电视发展史上带有划时代意义，本次研讨会的召开对新闻频道今后的发展非常重要。中央电视台副总编辑孙冰川代表中央电视台致词，并介绍了新闻频道开播一年来的基本情况。他说，CCTV新闻频道于2003年5月1日开播，去年7月1日、今年5月1日经过两次调整与改版，整个频道栏目设计已趋向合理化。具体表现在：

一、新闻频道架构日趋成熟和规范。新闻频道主要由滚动新闻、新闻专题、大型直播、栏目内直播、纪录片、滚动字幕新闻、新资讯服务类节目几大块构成。24档整点新闻以最快速度向观众提供第一手的国内国际新闻资讯，突出时效性和信息量，实现滚动、递进、更新式报道。目前新闻频道每天播出新闻平均在450条左右，其中首播率和更新率为40%-50%和10%-20%。专题节目包括新闻背景、新闻评论、新闻调查、舆论监督、民意调查、法制等各种节目形态和8个日播栏目、7个周播专题栏目，是对整点新闻和分类新闻的补充和深化。此外，新闻频道还不定期的推出一些制作精良的特别节目，如反映神州五号载人飞船发射成功的《敢问苍穹》、年度人物评选节目《感动中国》、年度国际国内《“双十”新闻》评选等。

二、频繁的电视直播把新闻时效性推向极致，凸现了电视新闻报道的魅力。电视现场直播报道是最能体现电视特点、最有魅力、最能吸引广大受众的报道方式，它把新闻的时效性提高到极致。从新闻频道开播一年的实践来看，电视直播手段的运用正日趋成熟，现场直播已经成为央视新闻报道的常态报道手段，题材涉猎也更加广泛，涉及到政治、经济、军事、体育、文化等多个领域。据统计，央视2002年全年直播的新闻时间为60小时，而新闻频道开播一年来，现场直播报道累计近700小时，《神州五号直播》、《直播中国铁路春运》、《抗击非典直播》、《伊拉克战争》、《淮河抗洪直播》等大型直播报道显示了新闻频道在重大新闻事件报道中的作用。

三、专题栏目找准定位，特色出新，涌现出一些新的名牌栏目。新闻频道除了延续原有名牌栏目如《新闻联播》、《焦点访谈》、《新闻调查》、《东方时空》、《面对面》之外，还创办了一些新专题栏目，如《每周质量报告》、《法制在线》、《中国周刊》、《世界周刊》、《国际观察》、《新闻会客厅》、《小崔说事》、《社会纪录》等。作为新闻节目的补充和延伸，这些专题性栏目时效和深度并进，在题材、内容、主持人、节目方式等各方面不断自我反省和修正，日趋成熟。

孙冰川副总编还提到，新闻频道开播一周年以来，随着信号“落地”情况的改善，收视率不断上升。目前，新闻频道的收视份额在央视所有频道中排在第六位；在全国新闻类节目收视份额排名上，新闻频道的收视份额基本保持在1%以上，仅次于央视综合频道，成为观众获取新闻信息的主要频道。每逢国内外重大事件发生，新闻频道的收视率和收视份额更是大幅上扬，已经初步建立起重大新闻事件报道的权威地位。

在主题发言中，清华大学新闻传播学院陆地教授首先就《新闻频道的发展战略》发言。他提出了新闻频道必须增强的六个意识，即战略意识、品牌意识、国际意识、网络意识、使命意识和创新意识。他认为，增强战略意识应从战略定位、战略资源、战略空间、战略管理、战略手段、战略步骤和评估，以及相应的人才战略、节目战略和市场经营等方面入手，制定出自己的发展战略；品牌最重要的特征就是独立性和差异性，新闻频道要重视品牌主持人和品牌栏目的培植，打造新频道、新形象，为观众带来新感觉、新天地；谈到国际意识时，陆地教授说，国际市场上新闻频道强手如林，如CNN、BBC、MSNBC等，新闻频道应勇于加入国际市场的竞争，向世界性的新闻频道努力；而增强网络意识，就要求新闻频道整合台内外、行业内外、国内外多种资源，打造高效的信息采集网络；增强频道的使命意识，从社会责任角度看，就是满足公民的知情权，发挥舆论监督作用，从历史责任角度看，就是推动社会民主化进程，建立从事公共讨论的公共论坛；而归根结底，创新意识是一切事物焕发活力和竞争力的不竭源泉，新闻频道的未来发展急需锐意创新、敢闯敢干的精神。

北京广播学院广播电视研究中心主任胡正荣教授在《国外新闻频道创办的经验与启示》的发言中，分析了国外电视新闻

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

民族文化的抢救与传承

作者：张芳芳 | 2004-05-18

一、诗一般的《远山的瑶歌》（一）关注点的选择 瑶族是一个古老的民族，主要居住在五岭山脉。瑶族充满了传奇神秘的色彩，瑶家人的生存是在平淡中透着几分诗意。这里终年溪水长流，四季白云绕山，居住在青山……

动态 NEWS

MORE >>

- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03
- “中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24

频道的内部结构、运作模式、资源条件等方面的具体状况。他首先指出，国外新闻频道在时段设计上有大时段、突出重点时段、栏目编排少而精等特点。他提出，西方新闻频道在内容上以点一线一面的结构设计为特点，点指的是深度报道，线就是全天滚动新闻，面指的是栏目间的互相照应，多种类型节目相辅相成，形成媒介联动。谈到国外新闻频道的运作模式时，胡正荣教授首先理清其业务运作的特点，一是完善的记者网络，二是明星主持人制，三是建立快速反应机制，四是突出独家报道，五是大编辑部意识。在经营特征方面，他提出几点值得思考：一、定位清晰，风格明确；二、争夺主流受众；三、学会形象的包装、宣传和推广；四、利用独家报道加强核心竞争力；五、学会战略合作，资源共享。在谈到国外新闻频道的资源条件时，胡正荣教授认为，电视新闻频道作为智力、信息、技术、资金“四个密集”的特殊频道运行，智力、信息、技术、资金等资源是做好新闻频道的基础条件，需要下大力气做好。最后，他认为国内新闻频道更多在微观层面作调整和改革，有针对性地解决问题。

北京广播学院播音与主持艺术学院吴郁教授以《新闻频道主播形象定位》为题发言。她首先指出，新闻频道主播的形象定位要表现出时代水准、时代气息，要培养大气而不失活力，干练而不失亲和的个人素质，从而体现出新闻机构的公信力、亲和力和权威性。对于播音员的管理，要建立一套行之有效的管理体制，不能停留在片面强调播音技术的如差错率统计的层面上。至于新闻频道新闻的导出方式，应多体现在主播对新闻的导语、串联词和资讯整合上。吴郁教授还将国内新闻主播的四种形式进行论述，即轮流播出制、固定主播制、编播结合制、编播合一制。她还结合新时期的播报特点指出了当前新闻播音界存在的问题，一方面和新闻采集、编辑的生产流程脱节，另一方面缺乏记者经历和社会阅历，导致对政策、社会现实乃至新闻事件的全局把握不够，认识流于浅表。吴郁教授还提出要在做节目的同时对主持人进行个性化的整体打造，也就是栏目与主持人双向互动，同时要在人员配置上进行整体规划，用其所长，放对地方。在选用人才方面，要打破旧有模式，从新闻编辑记者队伍中挖掘语言能力强的人才，扶植他们迅速成长。

中国人民大学新闻传播学院副教授胡百精就《新闻频道发展的重点和难点》发表了自己的意见。他强调新闻频道发展有四个重点，概括来说就是四个矛盾，第一对是播报新闻和解读新闻的矛盾，现在衡量一家媒体优劣的标准不再是量的快速复制和传播，而是质的选择，央视应该把核心优势放在解读新闻上，要加强新闻连贯性的系统化解读。第二对是动态和静态的矛盾，新闻频道中相对静态的栏目较多，及时反映新闻事件、反映社会发展动态、直接体现新闻本质规律的动态性栏目较少。第三是开发和整合的矛盾，目前在新闻线索的发现、新闻内容的加工、新闻后期处理中的价值再创造等方面做的较多，但是整合的内容相对较少，特别是新闻价值、新闻线索、新闻信息资源的共享性还需加强。第四是内力和外脑的矛盾，如何把外脑的智慧从体制外的话语支持变成体制内的智力支持，需要建立一个合理的机制来整合。最后，在谈到新闻频道发展的三个难点时，胡教授从新闻频道整个运作体系的完善和继续打好重大新闻事件攻坚战、实行大品牌战略三方面进行了具体阐述。

北京广播学院新闻传播学院陈作平副教授的发言主题是《新闻频道的栏目设置》。他谈到电视栏目设置应从四个方面着手：节目内容分析、受众需求分析、竞争对手分析、自身定位分析。他认为，国内绝大多数新闻频道在节目设置上缺乏系统观念，导致具体节目分布上存在盲区，这就需要建立多种坐标系，整体把握当前新闻资源状况。在阐述受众需求分析时，陈作平教授指出电视媒体对受众心理需求的洞察力还不够。涉及竞争对手分析时，他认为，新闻媒体在辨别自己的竞争对手时，先要冷静的审视对方做了什么，还有哪些没有做，他的优势和劣势各是什么，还存在哪些不足，之后再确定自己的竞争策略。谈到自身定位分析时，他说，自身定位分析就是自身地位分析，央视拥有得天独厚的品牌资源和战略资源，应该打造一批精品栏目，尤其要在影响社会注意力的重大事件上，形成规模效应和品牌效应。陈教授最后强调，目前已经进入了频道和栏目时代，对重大事件的把握和高水平的栏目策划必将成为新闻频道保持旺盛生命力的两大支柱，处于成长期的新闻频道需要通过加强重大事件的报道和打造名牌栏目来提高栏目美誉度和增强观众信任感，从而形成稳定的收视群体，这是央视新闻频道逐渐走向成功的重要因素。

新闻传播学院刘京林教授从四个方面对当前新闻实践提出建议，即新闻媒体要多关注受众的收视心理、事故类新闻报道要注重人文关怀、适当加重思辨性节目内容、把好文字语言关等。她认为，应有意识地加强事故类新闻的防范性报道，加强节目的人文关怀，这样既可与相对较多的事后报道形成平衡，又有利于消解受众观看节目时的心理失衡。她提出，对于一些有争议问题的报道，可以有选择地增加思辨性内容，并把一些有代表性的观点引入到节目中去，这样对观众的心理冲击要强得多，传播效果也增强了。

电视学院刘燕南教授认为，新闻频道提高收视率和影响力的关键仍然取决于自身定位和受众定位的契合度。她强调要树立时段竞争意识，认为央视在打造次黄金时段的节目品牌方面力度还不够。刘教授还针对《共同关注》提出建议，认为该节目应从提高话题关注度和加强意见的交流、互动两方面改进、提高。广播学院副院长任金州教授从四方面提出自己的看法：第一，新闻频道直播质量仍有待于提高，直播节目中少事件，少新闻，少信息量的问题比较严重；第二，部分节目存在的假链接、假直播已成为削弱新闻频道公信力的巨大隐患；第三，滚动新闻重复率高，变量太少；第四，新闻编辑部应建立24小时实时工作机制，对重大突发事件第一时间做出反应。

新闻传播学院吴风副教授用三个问号和两个意识提出了自己的思考，即频道时代电视新闻传播的特征、要求和目标是什么，央视如何把自己各方面的资源尤其是人才资源利用的更好，实践中遇到的问题究竟怎样克服以及做节目的角度意识和分秒意识。角度意识是指如何从多个角度挖掘、利用信息资源，做到资源最大化利用；分秒意识则是指节目编导在具

体实践中能否在有限的时间里传达出最大信息量，做到信息最大化。他还认为，频道时代电视新闻的最大特点就是对新  
闻进行系统化的、深度的解读，因此今后的发展趋势是由改版走向微调，然后从栏目走向频道。

新闻传播学院的王军副教授从两个方面提出建议：一是新闻频道的演播室节目是否可以适当减少，二是食品质量类报道  
应注意报道平衡。新闻传播学院博士生李健刚提出三点建议，即新闻频道要以形式简洁、内容深刻为追求目标，新闻频  
道要以频道的整体概念进行品牌运作，新闻栏目宣传片要恰如其分，力戒名不副实。新闻传播学院梁一高教授认为新闻  
频道要成为世界级的大台，应该尽快培养真正意义上的新闻评论员。最后，中央电视台新闻中心副主任庄殿君高级编辑  
对研讨会作了总结发言。他指出，新闻频道的创办和健康成长，秉承了电视新闻传播领域贯彻中央新一代领导集体深化  
新闻改革思想的宏大背景，与中国电视媒体和电视新闻的发展一脉相承。对于中央电视台和新闻频道来讲，未来的工作  
可能更艰巨，运作体制、栏目设计、频道规划、人才使用以及节目制作的整个流程等方面还存在许多问题。在这种  
情况下，建立业界、学界之间的长效联系机制，共同把我们的新闻频道做好就显得尤为重要。

作者：李莉 吴晓晶（均系03级研究生）

单位：北京广播学院新闻传播学院

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： \* 密码：（游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： \* 游客发言需提交邮箱

效验码： \* 请输入：5164

[发表评论](#) 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016  
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved