

新的媒介环境下电视民生新闻的生产力提升之路

——以河北电视台《今日资讯》为例

陈晓光, 李洪壮

(保定学院 宣传部, 河北 保定 071000)

摘要:随着广播电视网与互联网的相互融合,媒介环境发生了急剧的变化,电视民生新闻也随之进入了发展的瓶颈时期。提升电视民生新闻的媒体担当力、舆论影响力、传播有效力、议程设置力以及情感表现力,有助于激发电视民生新闻的内在活力,从而使其转化成为电视民生新闻后继发展的生产力。

关键词:视网融合;新媒介环境;电视民生新闻;新闻生产力;《今日资讯》;报道理念

中图分类号:G223

文献标志码:A

文章编号:1674-2494(2012)02-0084-04

当今时代,随着媒介传播技术的开发和传播手段的创新,媒体传播格局正在发生着深刻的重构式变化。“视网融合是三网融合中的重要一环,即广播电视网、互联网的互动和融合,既包括物理层面的合一、无缝覆盖,又涵盖业务和服务层面的相互渗透。随着视网融合的推进,其对电视业的媒介形态、业务模式乃至观众的收视行为都产生了重大影响。”^[1]以互联网的高速发展为基础而不断衍生和涌现出新的媒体形态,博客、微博等新媒介的崛起使传播理念进入个人化和非主流化的传播时代;媒介不再是各自为伍,而是通过各种媒介的内外资源的整合和合作模式的改进,从而优化媒体的功能结构,以期实现媒体的最优化发展。

新媒体的勃兴和融媒体的应用印证了新的传播时代已然来临。在新的媒介环境中,电视民生新闻必将遇到更多的机遇和更大的挑战。在新的媒体时代如何更深入地挖掘出电视民生新闻的剩余生存空间?在竞争激烈的新的传播格局之下电视民生新闻的可持续发展之路又在何方?河北电视台《今日资讯》的实践值得思考与探讨。

一、电视民生新闻在困境中求生

1. 内忧与外患:电视民生新闻的生存困境

在当前的媒介环境之下,民生新闻能够迅速而有效地吸引和凝聚受众,从而提高电视收视率与网络点击率,进而扩大媒体影响力,因此,民生新闻成为各种媒体着力打造的新闻形态之一。20世纪90年代初,互联网开始在我国兴起。凭借着传播迅捷、互动性强、即时交流等优势,互联网迅速俘获了受众,而崛起成为继报纸、广播、电视之后的“第四媒体”。在网络信息的海量传播中,民生新闻因能更容易获取高的点击率,而成为网站吸引受众眼球的法宝。“网络媒体凭借相对宽松的舆论环境,内容更加出位,更加吸引眼球”^[2],从而使电视民生新闻在内容竞争上处于劣势,挤占了电视民生新闻的生存空间。网络的崛起也深深影响着受众的媒介选择意愿,电视观众流失严重,并且越来越趋向于老龄化。

而在电视媒体内部,民生新闻同样也面临着激烈的竞争,几乎每家电视台都有至少两档民生新闻节目。据统计,仅在每天17:30~22:30这个时段中,南京观众就可在电视上看到共计20档的自制新闻栏目,累计时长超过16小时^[3]。电视民生新闻行业内的竞争之惨烈由此可见一斑。因此,电视民生新闻于内面临着本行业内部激烈的收视率之争,于外面临着以互联网为代表的新媒体的汹涌冲击。

收稿日期:2012-01-11

作者简介:陈晓光(1982-),男,河北张家口人,助教,主要研究方向为广播电视艺术。

2. 后续发展乏力:电视民生新闻的生长困境

电视民生新闻在迅速到达了鼎盛时期之后,因片面强化节目的“可看性”而导致节目选题过于琐碎化、报道视角低俗化、题材同质化,屡屡受到“低端新闻”的质疑,久而久之给受众留下了“民生新闻品位不高”的刻板印象,电视民生新闻难以摆脱被诟病为庸俗、低俗以及过于娱乐化的窘境,这些都成为了制约电视民生新闻继续前行的瓶颈。由于受众需求构成已然发生了变化,电视民生新闻如果不及时转型,就不能很好地满足受众的收视需求、引导受众建立良好的收视习惯,从而必将被市场所淘汰。

二、打造新形态的电视民生新闻,提升新闻生产力

1. 媒体担当力:电视民生新闻的报道理念亟待升华

电视民生新闻在发展进程中,其与生俱来的一些问题逐渐显现出来。在相当长的一段时间里,由于受众普遍存在着“求新、求异、求怪”的收视心理,电视民生新闻过度地迎合着受众的这种心理,越来越依赖通过“奇、怪、俗”来争取受众,从而使报道缺乏深度与力度,陷入了低俗化与同质化的发展道路之上。长此以往,必将会使节目的起点越来越低,节目品质也会陷入恶性循环,流于肤浅而不能自拔。

《今日资讯》以人文关怀作为节目制作理念,树立“大民生”的报道理念,从“观赏性”中跳脱出来,努力使之升华为“人文性”。民生新闻的报道能否体现出人文关怀的精神内涵,根本取决于节目的报道意识是否具有“人文关怀”的理念,由此,节目的报道理念和报道手法发生了质的改变。

2010年12月30日,《今日资讯》报道了一个三岁男孩全身长满“黑毛”的事件。通常情况下,这类报道很容易成为迎合受众的观奇心理的报道,但是报道并未从这一思路出发,而是传播了男孩家人对孩子生这种怪病的焦虑与不安、对治好这种怪病的希望与期盼的信息,整篇报道围绕着男童渴望能同其他小朋友一样正常上学这一中心主题展开叙事。报道为这一事件奠定了关怀和帮助的基调,从而使节目在传播过程中尽可能地引导受众以正常的心态接受这一信息,摒弃观赏性和猎奇性的接受心理。2011年1月10日,栏目又追踪报道了男童已得到医院救治的最新情况。而男童能够在短时间内被社会广泛的予以关注,与栏目的帮助式报道是分不开的。记者在采写新闻过程中的着力点有了改变,节目报道理念的改变带来了报道视角的变化,从最初的猎奇化和娱乐化的报道方式到现在的沟通式和帮助式报道,使民生报道的新闻品质得到了升华。

在诸如此类的报道中,《今日资讯》通过主题报道的人文化呈现,过滤了琐碎小事,提高了选题质量,使宏大的人文关怀主题具有了可操作性的载体。因此,电视民生新闻应具有宏观的人文精神视野,微观的民生报道操作,从庸俗化的报道桎梏中跳脱出来,向更为广阔的“人情大爱”领域努力,从而使电视民生新闻的报道视域更为开阔,拥有更加深厚的精神底蕴。

2. 舆论影响力:电视民生新闻的舆论引导和监督优势值得挖掘

电视民生新闻自诞生以来,以“百姓观点、平民视角”受到受众的拥趸,成为与百姓联系密切的一种新闻形态。实践表明,大多数电视台的民生新闻栏目都保持着不错的收视份额和相对稳定的受众群体,这说明,在媒体行使舆论导向功能时,电视民生新闻具有天然的节目形态优势。

随着社会的发展,电视民生新闻的内涵与节目内容、节目形态都在逐渐发生着变化,电视民生新闻由初期的单纯的资讯类报道逐渐深入到舆论引导和监督报道领域。电视民生新闻担负起舆论引导和监督职能是新的媒介环境下的必然使命,是节目形态发展到一定阶段的必然变化,是舆论引导和监督工作的一个新的领域。

《今日资讯》开播于2001年7月,栏目在十余年的发展进程中,其节目内容和节目形态的渐进变化都说明了在新的媒体环境之下电视民生新闻的媒介功能已然转型,电视民生新闻的舆论导向功能从无到有,由弱到强。

《今日资讯》通过互动式的节目策划,组织开展了一系列专题报道活动。《今日资讯》每年定期推出公益行动系列报道,与河北省妇联、河北省第六人民医院等相关单位联手,相继推出了圆梦行动、春蕾计划、助残行动、解锁行动、暖冬行动等一系列关爱救助行动,通过策划和组织这一系列行动,先后报道了贫困家庭高考生的艰辛求学之路、面临辍学的女孩子们渴望能继续学业的迫切心情以及重症精神疾病患者的遭遇等。这一系列报道引发了强烈的社会反响,在社会上掀起了救助热潮。仅“春蕾计划”于2010年4月26日推出后,在历时40天的特别报道中,就直接资助了贫困女童20余人,每人的受助额都在千元以上^[4]。栏目注重保障民生系列的专题报道的策划,定期播出“每周3.15”系列节目。栏目还通过策划“金婚”、“四世同堂”等一系列民生报道,弘扬夫妻、家庭之间坚贞、互爱、

互助、孝老等中华民族的美好品德,使社会主旋律更加贴近百姓的日常生活,从而在社会上掀起了良好的道德之风。栏目通过这一系列调查式和组合式报道深入拓展了民生新闻的深度报道和舆论监督报道领域,多层次、多角度地展现了民生民情、解读了民生政策,从而有效地引导了舆论,极大地提升了媒体的公信力和影响力,彰显了一家主流媒体所应有的媒体责任感和舆论影响力。

“民生新闻不仅可以报道这些事关社区居民和城市发展的公共事务,还可以通过传播各方观点来探寻公共事务正确决策的统一意见,以更好地协调和处理涉及各方权益的公共事务。”^[9]电视民生新闻逐渐成为一种新形式的公共话语平台,在这个由媒介、政府相关部门、公众和专家等多方人士和机构组成的话语空间中,公众可以交流、讨论、汇集以及反馈公共性的社会事务。由此,电视民生新闻的内涵随着时代的变化发生了变化,由单纯地满足受众的信息需求,到主动地宣传主流意识形态,从而引领健康话题,带动全社会关注。电视民生新闻在发展进程中,由最初的无意识到现在的能够自觉地担当起舆论导向工作,电视民生新闻走出了“低俗化”、“媚俗化”的质疑,逐渐成熟起来,成为了能够有效进行舆论引导和监督的一种新闻节目形式。

3. 传播有效性:新媒体的主体性传播和融媒体的全景式传播方式值得借鉴

以互联网为代表的新媒体具有传播迅速的特点,以点对点的传播方式为主。传播方式的改变使受众身份也发生了变化,这极大地调动起受众的“我”的传播者心态,受众在传播过程中主体意识的增强使信息由单向传播变为网状传播。而在融媒体时代,由于多种传播手段的应用和媒介的相互契合,可以使信息呈现得更加丰富、生动和立体。传统媒体应借力于新媒体的传播优势,着重开发新的传播空间,从而提高信息的传播效率,扩大信息的传播范围。

“‘窗口化’策略原是好莱坞电影发行的一种营销模式,通过多级别的‘窗口’播出创造出范围经济效应。”^[10]依据“窗口化”理论,产品在越多级别和类型的“窗口”上播出展示,其所创造和产生的社会效应和经济效益就会越为突出、广泛和可观。在视网融合的媒介环境下,电视节目可在互联网上实现同步直播,使电视节目的“窗口化”效应更加突出。《今日资讯》已实现了与长城网的同步直播。实践表明,荧幕与网络的互联互动,有效地开拓了节目的传播新平台,吸引和带动了越来越多的网民转向关注电视节目,从而提升了节目的收视率与影响力。

除此之外,栏目自身的传播手段也得到了最大程度上的效用发挥。栏目设有热线电话,真正地成为了服务民情、沟通民意的传声筒和扩音器,也成为新闻线索采集的有效渠道;栏目配合建有官方网站,及时上传节目视频,有效利用网民交流版块,从而实现了对网络空间的开发与利用,最大限度地实现了新闻信息的多级传播与有效传播,延长了新闻传播链。

4. 议程设置力:通过电视民生新闻的议程设置彰显主流价值取向

现在的电视民生新闻在报道中还存在着许多误区,认为电视民生新闻无非就是报道诸如路灯不亮、井盖缺失、水管跑水、夫妻邻里关系之类家长里短的琐碎“小事”,或者是报道诸如杀人放火、抢劫盗窃之类的社会暴力事件,由此给受众留下了电视民生新闻多是负面新闻的错误印象。在这样的报道理念之下,电视民生新闻的价值取向也偏离了正确的轨道。因此,有必要提升电视民生新闻的议程设置能力,通过议程设置把握好电视民生新闻报道的尺度,处理好电视民生新闻报道中各类新闻之间的关系。

一是要处理好电视民生新闻“大”与“小”之间的关系。电视民生新闻因之公共性,同百姓之间具有天然的亲近性与亲切感,因此在电视民生新闻节目中,与百姓生活密切相关的生活类新闻被大量采用。但是如果记者仅仅限于奔波于解决路灯不亮、井盖丢失、道路积水、邻里纠纷、夫妻不和等“小”问题,不仅给观众造成了新闻报道琐碎化的印象,使电视民生新闻流于形式化和肤浅化,而且也在一定程度上浪费了宝贵的媒介资源。

因此,电视民生新闻在采写过程中要注意“大”与“小”之间的辩证关系。电视民生新闻应着眼于“大民生”,记者在采写新闻报道时要具有“大情怀”,但是“大民生”新闻如果通过枯燥的说教和机械的展示势必获取不了受众的关注,甚至还会引起受众的反感。这就对电视民生新闻报道提出了一个很高的要求,报道要通俗,但不能低俗;要庄重,但不能严肃;要轻松,但不能轻佻。

二是要处理好电视民生新闻正面与负面之间的关系。过多的报道负面新闻会给受众营造出一个恶劣的“拟态生态环境”,使受众片面的认为社会的治安环境和人文环境等都不尽如人意,会产生消极的负面情绪,从而对社会建设失去应有的信心与热情。

《今日资讯》通过合理设置议程,安排每期节目中各类新闻的数量与播放顺序,做到既能针砭时弊而不偏激,

既能揭示美丑而不主观,从而使民生新闻成为解决群众难事、烦心事的端口,而不是使媒体盲目的成为民众的情感发泄工具。电视民生新闻最终的报道目的是要通过议程设置而达到新闻报道点与点之间的平衡,以营造积极、健康的媒介环境,彰显主流的价值观念。

5. 情感表现力:要把控好电视民生新闻软实力

电视民生新闻在采写过程中更加注重故事性结构与情节化展示,在叙事过程中更多的偏重于使用情感因素,借助电视图像更易于展示事件的细节,从而打动观众,取得共鸣。《今日资讯》在节目中的情感因素就使用的到位而且恰当,情感表现恰到好处。

《今日资讯》在2011年11-12月连续两月的节目中持续关注了一对来自邯郸武安的农民夫妇,这对夫妇刚刚出生十几天的婴儿小金阳因为先天发育不足患上了脊柱裂,但是因为无钱为孩子医治,所以迫不得已想要将孩子“送给有钱人,让有钱人给孩子治病”。节目播出后,社会上的爱心人士纷纷捐款,在四天之内就凑齐了孩子手术所需的费用,小金阳最终得以顺利手术。这个采访过程是一次动情、温情的情感之旅,在采访中,记者多次通过镜头表现孩子的父母的“哭泣”,通过展现陷入绝境时、请求帮助时、得到捐助时以及送孩子进手术室时的不同阶段的哭泣,传达了“哭”在不同阶段所表现的不同内涵和心情。在孩子被推入手术室时,孩子妈妈终于忍不住趴在手术室的门上哭泣起来,她的手无力地垂了下来,这时镜头对准了她的手,手中拿的是孩子的安抚奶嘴。这一个小小细节,足以在瞬间使电视机前的观众的内心为之一颤。

情感因素的运用使电视民生新闻如虎添翼,但是这一切都是建立在保证新闻真实性的基础上的,过度的煽情,渲染和滥用情感,会使节目过犹不及,走向另一个极端,反而会使节目失去能够打动受众的真实情感,这是电视民生新闻在新闻实践中需要特别警醒的。

三、结语

视网融合的背景之下,媒体的竞争会更加趋于激烈,提升新闻生产力成为每个新闻节目刻不容缓的课题。在新的媒体时代,新闻生产力的创造事关节目品质的提升、栏目品牌的确立与媒体公信力的建立。提升电视民生新闻的媒体担当力、舆论影响力、传播有效力、议程设置力以及情感表现力,有助于激发电视民生新闻的活力,从而使其转化成为电视民生新闻后继发展的内在动力。

参考文献:

- [1]丁俊杰,张树庭,李未柠.视网融合背景下的电视节目影响力评估体系创新初探[J].现代传播,2010(11):99-102.
- [2]蔡小球.“大民生”开辟大舞台——访福建新闻频道主编杨青[J].中国广播影视,2009(11下):59.
- [3]谢耘耕.民生新闻节目是否已沦为“低端产品”?[EB/OL].(2009-11-17)[2011-09-20].http://blog.sina.com.cn/s/blog_4772a3310100foz2.html.
- [4]《今日资讯》春蕾计划[EB/OL].(2010-10-9)[2011-12-29].<http://jrzx.yzbbw.net/news/shownews.aspx?c=11&id=12950>.
- [5]侯迎忠.媒介与民生:电视民生新闻的理论与实践[M].北京:中国传媒大学出版社,2008.

The Road of the People's livelihood TV News Productivity in the New Media Environment

——Taking the *Information Today* of Hebei TV

Chen Xiaoguang, Li Hongzhuang

(Propaganda Department, Baoding University, Baoding 071000, China)

Abstract: With the development of media environment, People's livelihood TV news enters development bottleneck period. This paper thinks that it is helpful to examine the internal energy of the People's livelihood TV news, which transforms to be the subsequent development of productivity.

Key words: TV and network combination; new media environment; People's livelihood TV news; news productivity; *Information Today*; reporting idea