

探索

2005年广电协会城市 电视台新闻理论研讨会论文集

Collection of Theses from the Municipal TV Stations'

Journalistic Theories Seminar Hosted by the Radio and

Television Society of China

孟 毅 王高宗 韩子夫◎主 编

探 索

2005 年广电协会城市电视台新闻理论研讨会论文集

孟 毅 王高宗 韩子夫 主 编

中国  播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

探索：2005年广电协会城市电视台新闻理论研讨会论文集 / 孟毅，王高宗，韩子夫主编. —北京：中国广播电视出版社，2006.10

ISBN7-5043-5139-3

I. 探... II. ①孟... ②王... ③韩... III. 电视新闻—电视工作—文集 IV. G222-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 119630 号

探 索——2005年广电协会城市电视台新闻理论研讨会论文集

主 编	孟 毅 王高宗 韩子夫
责任编辑	陈丹桦
封面设计	大盟文化
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号(邮政编码100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京友谊印刷有限公司
开 本	850毫米×1168毫米 1/32
字 数	478(千)字
印 张	18.875
版 次	2006年10月第1版 2006年10月第1次印刷
书 号	ISBN7-5043-5139-3/G·1907
定 价	38.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

广电协会城市广播电视台(电视新闻)委员会

潍坊电视台

编

主 编 孟 毅 王高宗 韩子夫

副主编 宋守志 周 围

张富国 庄梅贞

序

孟 毅

潍坊,是世界风筝之都,文事昌盛,人杰地灵。在新世纪的第一个五年,潍坊电视台受广电协会城市台电视新闻委员会之委托,在成功举办了第一届全国城市电视台书画邀请展和出版第一本《全国城市电视书画集》之后,又有幸承办了2005年全国城市电视台新闻理论研讨会。来自全国各省会城市、计划单列市和部分地级城市的36家电视台的电视同仁,带着89篇在电视一线实践中撰写的新闻论文与会。在“城市电视台发展中遇到的问题及对策”、“电视新闻的走向”等方面进行了研讨。良师益友的到来,也使潍坊电视台受益匪浅。

潍坊人通过成功举办二十余届国际风筝会总结出了一句话:“风筝牵线,文化搭台,经济唱戏。”由此可见,潍坊经济腾飞与举办国际风筝会是不可分的。同样,潍坊电视业的发展也受益于全国城市电视台协作体的孕育栽培,套用那句话就是“电视牵线,协会搭台,作品唱戏”。

1996年,我们潍坊电视台副台长韩子夫作为第一家地市电视台代表受邀观摩了在海口召开的第七届全国城市电视台新闻评比会议,次年我台被正式吸纳为全国城市电视新闻委员会会员,后又成为第一个地市台的评委代表。十年来,我们借这一平台发展壮大。首先是节目交流学习的机会多,接触大台的机会多,通过参加城市电视台的节目评比、节目交流和理论研讨,我们不仅广交了朋友,开阔了

视野,而且每次都能看到许多展现时代风采,体现电视台走向的好作品。其次,作品获奖的机会多。我们台提交的《棉花为什么收不起来》、《盐碱联合引发的话题》、《山楂树被砍的思考》、《安丘小公共乱拉乘客》、《监督呼唤力度》、《互联网上开花店》、《救助英雄的生命》、《代币券带来了什么?》、《重组切莫“拉郎配”》等作品先后获得城市台新闻评比一等奖,有的作品被推荐到全国电视好新闻评比中获奖,有七条新闻荣获中国广播电视政府奖一等奖,有一条获全国人大好新闻一等奖,有一条获中国新闻二等奖。潍坊电视台由此提高了知名度,得到了全国同行的认可,这些成绩理当归属于城市电视台新闻委员会这个平台。这十年来,我们将学习的经验对照自身的实际,详加揣摩,汲取营养,使一批有激情、有抱负的年轻新闻工作者成长起来,使电视新闻成为我们的强台之柱、立台之本。

本次研讨会是一次成功的交流盛会,本书从会上收录的89篇文章,多侧面、多角度、多层次地展示了各城市电视台近年来电视改革的成果以及城市电视新闻的定位、走向、发展规律和表现形式,题材各有侧重,文笔各有千秋。从电视台的管理运营、人才开发,到民生新闻的未来之路;从电视品牌的维护,到舆论监督的哲学思考——字里行间让我们看到了新闻工作者从理论到实践的运作轨迹,看到了电视新闻事业的方兴未艾。

当今是一个媒体多元化的信息时代,中国城市电视传播理念演化剧烈。电视业务、电视技术、电视管理都需要不断地更新发展。因此,我们需要全国城市电视台新闻委员会这样一个平台来为城市电视探索定位、走向、发展规律和表现形式,相互间更好地沟通信息、交流经验、探讨业务。我们希望城市台新闻委员会办大、办好,不断壮大,增强凝聚力,成为电视从业者的娘家。在大家的共同探索下,团结协作,互惠互利,不断创新,迎接挑战,为电视增色,为时代增色。

2006年6月

目 录

改革中的城市电视台

发挥地缘优势 打造本土品牌

——城市电视台新闻生存与发展的路径

..... 李银龙 冯 云 (3)

坚持“三贴近”观念要更新 郑抗美 (10)

顺应时代要求 打造城市台新闻品牌栏目 路良魁 (13)

理念,提挈城市电视突破之纲要..... 何 涛 于春芳 (19)

细节决定整体 细节决定成败

——兰州电视台“三项调整改革”成果解析 ... 何 涛 (31)

从石家庄电视台新闻综合频道改版看城市台新闻改革创新

..... 张建利 (38)

论“新闻立台”的构成要素 徐志东 (44)

主流电视媒体资讯新闻栏目的主流意识 光敏杰 (51)

从辽沈地区电视新闻改革看地方电视新闻走向

..... 任立影 (56)

满足受众心理需求与提高舆论引导水平策略论

..... 郭秀君 任晓润 李金宝 (60)

增强电视新闻审美意识科学地满足受众需求

——浅谈电视新闻“十美” 张 楠 (71)

新闻娱乐化应有度而为	徐志勋	(78)
略议收视率的市场含义与电视的文化追求	倪文娟	(87)
我们需要核心竞争力	黄志东	(95)
关于增强主题性报道可视性的几点浅见	孙宗勇 楚茂滨	(98)
试论电视经济节目的题材泛化.....	彭前旭	(103)
频道专业化 ——城市台的困惑与对策.....	朱兴华	(107)
电视频道专业化刍议.....	郝光华	(113)
对电视频道专业化的思考.....	赵 阳	(122)
试论地方台的电视包装.....	刘继进 云 翔	(126)
新传播时代城市电视台的内忧外患与两极化发展	孔德明	(136)
电视栏目与频道品牌形象的打造及维护.....	陆 颖	(143)
坚持以正面宣传为主 正确引导社会舆论.....	黄大明	(147)
电视新闻越“策”越精彩.....	李晓桃	(151)
新闻媒体在构建社会主义和谐社会中的角色和任务	杨晓凌 梅 华	(157)
电视如何在构建社会主义和谐社会中有所作为	刘长安	(163)
优势经营确保城市台可持续发展.....	王艳菊	(167)
逆向传播的意义和运用.....	刘 谦	(171)
论电视节目改版的误区.....	李 莹	(176)
城市电视台综合实力主要数据的统计与分析	王云翔	(181)
多媒体竞争下的城市电视发展攻略 ...	何光明 刘锦钢	(193)
立体化解释——经济新闻报道的关键.....	任桂林	(204)
新闻综合频道探索与发展.....	任晓冰	(211)

思考

- 主流新闻边缘化 边缘新闻主流化…… 赵寒行 (217)
- 创新城市电视台新闻发展的永恒之路…… 吴 涛 (222)
- 透析电视新闻节目改版热…… 孙 昱 汪 媛 (229)
- 电视文摘——城市电视台新闻节目的增长点
…… 孙 昱 沈 立 (235)
- 试论如何建立城市电视媒体的快速反应机制 … 朱幼兵 (240)
- 提高自主创新能力与频道核心竞争力的打造 … 肖小敏 (244)
- 打造本土品牌 提升核心竞争力
——也说“新闻立台”…… 谢鸿鹤 (251)
- 论城市电视改革中的急功近利与可持续发展
…… 杜晋光 朱幼兵 (258)
- 张扬媒体优势 打造活动品牌…… 周国强 (263)
- 城市电视台新闻节目需要孵化新思维…… 杜晓晶 (268)
- 试论现阶段城市电视台新闻节目的理想模式 … 张 超 (277)
- 英国公共服务广播研究…… 王宇宁 (283)
- 以小搏大的启示…… 张任远 王怀广 付 辉 (292)

思考与创新

- 关于电视民生新闻的再思考…… 张永祥 (305)
- 舆论导向与市场导向的有机结合
——以南京电视台《直播南京》的新闻实践为例
…… 唐 宁 (310)
- 试分析人文关怀在电视新闻节目中的体现…… 楼 伟 (319)
- 民生新闻 一抓就灵?
——民生新闻批判…… 陈正荣 (323)

新广角 新声音 新形象

——南京电视台新闻频道《社会大广角》特色分析

..... 徐 力 黄海璐 (343)

《兰州零距离》

——电视节目管理与创作的完美结合 李 杰 (351)

电视“民生新闻”的勃兴与发展方向

——兼议哈尔滨电视台《都市零距离》由“民生新闻”

转向“公共新闻”的探索之路..... 王 珊 黄志鹏 (360)

民生新闻的未来之路..... 叶继民 (369)

理念·精神·品牌

——从《新闻110》看社会新闻栏目成功的要素

..... 吴乙平 (375)

民生时代时政新闻该向何处去..... 葛 岚 高 磊 (382)

民生新闻 VS 主流舆论 靳 林 (387)

发挥地缘优势 打造本土品牌..... 梁冬花 (391)

浅析内容为王的内涵和重要性..... 张 宇 (394)

浅析民生电视新闻“热”的原因..... 刘 旭 (397)

《社会大广角》的栏目特色和运作机制

——回首名牌栏目《社会大广角》十一年 ... 郭之文 (400)

论城市台建立突发事件报道快速反应机制的必要性

..... 祁进举 苑志强 (412)

浅论如何建立城市台新闻快速反应机制..... 陈 娟 (417)

从对台风“麦莎”的报道看电视新闻如何应对

重大突发性事件..... 刘钦远 赵洪洲 (422)

从突发事件的报道看新闻的“三贴近”..... 刘天明 (427)

媒体的低俗化与道德缺失..... 戴姝英 (430)

试论电视传播中的受众模仿..... 柳耀辉 万 勤 (436)

电视新闻中的“人文关怀”情结

- 史 杰 王红梅 刘继进 (442)
- 试论民生新闻对构建和谐社会的作
- 《直播贵阳》的探索与尝试..... 扬 光 (447)
- “民生新闻”的人文关怀和节目档次..... 刘海昀 (453)
- 对城市电视台民生新闻栏目的几点思考
- 李 明 赵剑云 任晓文 肖 山 (456)
- “民生新闻”的受众需求观之反思
- 刘传琳 张富国 周 围 (464)
- 该“堵”还是“导”
- 对电视民生新闻走向的思考 ... 张建民 李哲莹 (469)
- 民生新闻崛起之探因..... 吴 军 (475)

加强舆论监督

- 舆论监督“度”的哲学思考 ... 周 围 刘传琳 张富国 (487)
- 对舆论监督报道中记者维权的思考 ... 张东寅 安顺德 (494)
- 浅析如何改进电视舆论监督节目..... 王红梅 史 杰 (503)
- 以人为本:电视舆论监督的终极价值取向 胡桂林 (508)
- 我的隐私谁来保护
- 论传媒大战中愈演愈烈的隐私消费热 ... 洪天辉 (519)
- 从三氯生事件谈媒体公众危机报道..... 林伟新 (527)
- 关于当代新闻传媒的人文思考..... 徐艺峰 刘敬尧 (530)
- 从虚假新闻看落实新闻求证体系的必要性..... 李晓光 (537)
- 角度·线索·证据
- 打击犯罪活动电视报道的采编体会..... 向 力 (544)

前进中的电视人

新闻敏感与政策水平·····	刘以农	(553)
市场经济条件下对电视人才的反思 ···	马 利 赵金祥	(556)
浅谈记者在新闻采访中的主观能动性·····	肖 雨	(566)
观察视角的平民化		
——浅论社会主义政治文明下的新闻传播 及主持人的价值取向		
·····	罗 梅	(571)
浅谈民生新闻中主持人的素质·····	彭 飙	(577)
浅谈电视节目主持人的包装艺术·····	刘 志	(582)
电视人才资源的开发与管理·····	惠 毅	(587)

改革中的 城市电视台

发挥地缘优势 打造本土品牌

——城市电视台新闻生存与发展的路径

石家庄电视台 李银龙 冯 云

当前电视传媒的竞争,从某种程度上讲就是新闻的竞争,城市电视台的新闻节目要在国内外强势媒体的夹击下争取一席之地,就要坚持走新闻“本土化”的路子,就要强化新闻内容、形式上的贴近性、亲和性,以浓郁的地方特色打造形象,这是城市电视台新闻节目发展应采取的基本策略。

电视媒体的激烈竞争促使新闻本土化

目前,我国电视频道数量之多居世界之最,达到了 3600 多个,众多的频道资源使电视荧屏呈现“百花齐放,百家争鸣”的态势,使人们的视听文化异常丰富。就在这种态势为各家电视台提供了发展机遇的同时,也带来了前所未有的竞争压力。城市电视台(主要指省会城市台)尤其如此,自然城市台新闻节目同样也就陷入竞争的激流中。城市台新闻节目面临着四个层次的竞争。一是中央台及各省级卫视的重重包围,其人力设备、财力、经营实力等条件是城市台所不能匹敌的。目前中央台已拥有 12 个频道,在一些国家设置了记者站,还能够向国内省级台优先约稿,这样,就使中央台在国际、国内新闻领域独领风骚。如果城市台希冀把国内国际新闻作为新闻节目主体,无异于以己之短攻他人之长,成败不言而喻。二是省地面台、同城纸

媒介有关新闻资源的种种竞争、拼抢。三是网络的冲击,同样也从电视观众群中切去越来越大的“蛋糕”。四是显在或潜在的境外媒体的威胁。一说到境外媒体的竞争,有些人认为现在说还为时过早,其实,中国经济全球化进程步伐的加快,已经为国内外电视产品的交流打开了一条通道。境外媒体已开始威胁我们了。比如一些地方电信宽带网已在视频点播中开设了包括星空、华娱、HBO 等在内的最新锐的视频直播,只需交纳一定的注册费,就可以通过稳定的数据宽带系统流畅地欣赏到多套境外电视节目。

“无线上星,有线进户,数字进门”,现在的城市家庭可以接收几十个甚至上百个频道的电视节目,要想在 8 秒中之内让观众手中的遥控器不换台谈何容易。有人认为,目前国内电视台之间的收视竞争实际已形成面对面的“零和博弈”的格局。不进则退,稍有懈怠,便会失去受众,会被市场所淘汰,要想在多元竞争格局中占有一席之地,就要抓住城市电视台的生存之本——城市,也就是地域性和贴近性,使电视节目本土化,这是城市电视台的优势。

近期,作为比较权威的媒体调查机构央视-索福瑞,从时间、观众和节目三个角度实证分析了收视率数据在城市电视媒体经营中的应用:收视率与人数和时间都有关系,一般说来,观众到达率反映观众数量,而忠实度反映观众收看时间。平均到达率中央台为 55.3%,省级电视台为 55.5%,而地方级电视台为 61.1%;平均忠诚度中央台为 5.7,省级电视台为 5.5,地方级电视台为 7.2。城市电视台全国每天总体到达人数为 7 亿,全天人均接触时间中央级电视台为 46 分钟,省级电视台为 44 分钟,地方级电视台为 64 分钟。三项数据显示出了城市电视台(地市级电视台)的优势所在。同时从传播学角度看,传播的主体正在由传播者本位向接受者本位转化,它要求传播者必须懂得受众的实际需求。有一份研究报告表明,在一般情况下,受众对信息的需求程度依次为:与自己相关的事、身边事、社区的事、所处的地区的事,最后才是国际上的事。由此可以看出,普通受众对于

新闻的选择标准,除了重要性和时效性外,贴近性应占主导地位。所以说城市电视新闻要生存要发展就应该走地域化或者说本土化的路径。那么,何为电视新闻的本土化呢?所谓本土化,指的是城市电视台的新闻节目在内容上以报道所在区域范围内发生的新闻事件为主,在形式上采用适合当地观众口味的播报方式和语言风格,强化新闻的地域色彩。电视新闻的本土化实际上是一种分众传播。这类电视节目的核心受众群定位于中心城市及周边地区不同层次的市民。

新闻本土化:城市电视台实现社会责任的必然要求

发挥地缘优势,走本土化之路,不仅是城市电视台生存发展的需要,也是新闻媒体监视环境,守望社会,消除弊端,增进社会福祉的道德责任和义务所要求的。

新闻媒体应是社会的守望者,这是新闻传播学的一个基本原理。大众传播媒体不是个人的私产,而是社会公器,理应为最广大人民的利益服务。城市电视台要保持对自己城市的高度敏感和高度责任感,就像一名站在城市这条船上的哨兵、瞭望者,他们理应站在城市的最高处,忠诚地守卫着自己的城市,把发现的新现象、新问题、新变化、新动向、新端倪等城市发生的各种征兆及时地传达给船上的人们。为这个城市的安全预警,为这个城市的安全尽责。禽流感疫情的新闻报道就比较及时有效,基本发挥了新闻媒体的社会守望功能。这种守望不仅是来自自然灾害和健康传播领域,更应涉及政治法治、生态环保、教育科学、思想文化等各个领域。因为这种守望不仅要使人们的安全得以保障,更应该为社会转型期人文价值构建与民众精神质量提升的实现做出贡献。

同时区域文化是城市电视台的灵魂和根基所在,也是电视新闻本土化的源泉。作为传媒,城市电视台也有担负起衍传地方文化薪火、构建区域文化特色的责任。著名传播学者麦克卢汉说过:“媒介