

揭示南京电视新闻现象的内幕
探索中国城市电视新闻的走向

媒介经营大视野丛书

The
Third
Television
Tide

第一次浪潮：20世纪80年代“联播体”盛行

第二次浪潮：1995年后“焦点体”铺天盖地

第三次浪潮：2002年后“晚报体”全面勃兴

电视第三次浪潮

陈正荣◎著

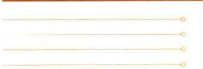
——解析“南京现象”

中国传媒大学出版社



电视第三次浪潮

陈正荣◎著



——解析“南京现象”

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视第三次浪潮——解析“南京现象”/陈正荣著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 10

ISBN 7-81085-600-6

I. 电… II. 陈… III. 电视新闻—电视工作—研究—南京

IV. G229.275.31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 119265 号

电视第三次浪潮——解析“南京现象”

作 者: 陈正荣

责任编辑: 愚 言

出 版 人: 蔡 翔

印刷监制: 曹 辉

封面设计: 武晓强

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779140

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 880×1230 毫米 1/32

印 张: 10.5

版 次: 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-600-6/K·411

定价: 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

关于本书的 10 个关键词

——序言

这是一本关于一座城市电视新闻标本的书。

2001 年后,如果一个新闻研究者,他没有关注南京乃至在全国电视界发生的新闻现象,那在他的从业生涯中肯定是一件十分遗憾的事情。

如果一个电视新闻工作者,他没有关注南京乃至全国发生的电视新闻现象,那他肯定太封闭了。

这不是本人故作高深、危言耸听,故意提高这件事情的意义,而是因为,本书探讨的“南京现象”已经不仅仅是一个地域现象、一个个案,如果那样,这本书就没有什么写作的价值。值得关注的是,“南京现象”已经蔓延到了全国,成了一种普遍存在的现象。起源于南京的一股新浪潮迅速演变成了新的电视潮流,席卷大江南北,成了 2002~2005 年间的电视发展方向。不仅如此,这股新潮流裹挟着的某些东西已经触及到了电视的本质,它昭示着电视新闻正在回归到它本来应有的样子。

在您还没有翻阅本书之前,想请您先浏览从本书中检索出的 10 个最具有代表性的关键词,目的是为了让您对本书的内容有一个总括的、先入为主的印象。

关键词之一:南京现象

提起南京,您也许马上会想起中山陵、玄武湖、夫子庙,还有长江大桥,历史上曾经有 10 个朝代和政权在此建都立国。南京是古都,这是南京留给许多人的印象。但如果我说南京也是新闻之都,您就可能感到很陌生了。南京的新闻业非常发达。1999 年,南京爆发报业大战;2002 年开始,这里又爆发电视新闻大战。如今,南京市场上每天出版的报纸有十多种;打开电视,电视新闻栏目更令人眼花缭乱,仅晚间就有 16 档,日播出新闻总量达 14 个小时。

关键词之二：民生新闻

民生新闻并不算一个新概念，说通俗点，就是反映老百姓生活状态的新闻。在报业市场，都市报早就曾打出民生旗帜。电视反映民生，也并非始自2002年。但第一次系统地阐述电视民生新闻理念，并且产生了很大影响的当属《南京零距离》的实践者。2002年之后，南京地区出现了以报道社会新闻和百姓生活资讯为主的电视新闻栏目群，也有人认为这是一股民生新闻热潮。让人关注的是，这股热潮由南京蔓延到了全国。

民生新闻研究文章已经很多。眼下，对于这个概念，有人喜欢，有人厌恶。不管喜欢不喜欢，它客观存在着却是事实。

关键词之三：大新闻

从新闻的内涵来看，新闻当然是没有大与小之分的，从概念的外延拓展角度看，大新闻是一种新闻外延拓展后的笼统称呼。相对于过去电视新闻中硬新闻较多的事实，现在的电视新闻更趋软化，尤其是一些电视故事，过去是没有办法进入到电视新闻栏目里的。此外，过去的社教类、专题类、谈话类以及生活资讯类等节目如今都能融入到电视新闻里，所以使电视新闻呈现出一种大拓展的格局。但大新闻带来的另一方面问题就是新闻的泛化。

关键词之四：LIVE(直播)

新闻直播，一直是中国电视新闻的痛。像“9·11事件”这样的新闻电视都没有直播，可见我们的新闻缺失到了何等的程度。直播，不仅仅是重大事件的直播，还包括常态化的直播。央视《新闻联播》是直播的，但不是真正意义上的直播，它只是演播厅的直播。要常态化直播，就必须有卫星车，有双视窗，有新闻频道。但这些，我们都缺少。南京刚刚起步，但直播成为电视新闻的常态还有待时日。

关键词之五：新闻杂志

电视杂志不是中国人的首创，在美国，早就有了《60分钟》。尽管中央台国际频道此前有了《新闻60分》，但最近几年最有影响力的电视新闻杂志，无疑是《南京零距离》。“零距离”一炮打响之后，各地电视台纷纷借鉴，开设60分钟甚至更长的电视新闻栏目，这类栏目都冠以“电

视新闻杂志”旗号。既然是杂志,里面转载的内容自然很“杂”,有硬新闻,也有软新闻,其中包括大量的生活资讯,还有过去定义的社教节目、新闻专题节目以及新闻访谈等等。

关键词之六:零距离

“零距离”一词,不是《南京零距离》的首创,而是那个叫李响的女体育记者写的书名。如今做电视的人,没有几个不知道江苏有个“零距离”。《南京零距离》自2002年1月1日创办后,立即引爆了南京电视荧屏,随后引发了南京电视新闻大战。此后南京电视荧屏上的《直播60分》、《直播南京》、《1860新闻眼》、《服务到家》、《大刚说新闻》、《绝对现场》、《有一说一》、《日子》等等栏目如雨后春笋,让人目不暇接。《南京零距离》的走红,也在全国掀起了一股电视新闻“零距离热”,目前全国叫“零距离”的电视新闻栏目不下20个,如《西安零距离》、《兰州零距离》、《温州零距离》等。

关键词之七:“晚报体”电视

“晚报体”是相对于“日报体”而言的。人们将那些严肃的、正统的、以时政新闻为主要内容的报纸归为“日报体”,而将那些相对来说非正规的、轻松的、以百姓生活为主要内容的报纸归为“晚报体”。报业还曾有“新华体”与“中新体”的概称,也是这个意思。长期以来,“日报体”在电视新闻中占统治地位,各地的“新闻联播”大体上都是这一种风格。民生新闻栏目实际上是一种“晚报体”。大量的城市灾难事件、社区生活资讯、悲情故事、爱心故事、社会新闻等等都是“晚报体”新闻栏目重点报道的内容。

关键词之八:电视围观

围观,是我们经常在中国街头看到的一种景象。对于某些民生新闻栏目来说,围观则是再好不过的取材内容了。于是,一件件让人围观的事件,诸如杀人、骂街、吵架、车祸、乞讨、强奸、偷盗、跳楼、迷信等等,都上了电视,美其名曰“民生”,实际上制造了琐碎、庸俗甚至低俗。于是,电视机前又聚集了许多看客围观。所以,电视不仅制造了围观的内容,也制造了围观的受众。正因为如此,民生新闻在许多地方受到了警告。

关键词之九：第三次革命

《弱智的中国电视》作者、新闻传播学教授李幸认为，自1993年以来，中国电视有过三次革命：第一次以《东方时空》为始作俑者；第二次以湖南的《幸运3721》以及《快乐大本营》为标志；第三次则肇始于江苏南京的《南京零距离》。民生新闻，反映老百姓鸡毛蒜皮的小事，没有什么不好。电视从来就不是做给精英看的。他甚至认为：民生新闻，一抓就灵。民生新闻栏目开一个，火一个。这个观点一推出，立即遭到一些人的反驳。

关键词之十：第三次浪潮

电视浪潮，一浪接一浪。第一次浪潮：上个世纪80年代，电视刚刚起步，中央台有个《新闻联播》，各地纷纷仿效，所有的电视台都开设了地方“新闻联播”，形成了“联播体”浪潮。第二次浪潮：1995年，中央台推出《焦点访谈》，全国各地又纷纷学起中央台，一时间“焦点体”的栏目遍布各台。第三次浪潮：2002年，《南京零距离》、《直播南京》之后，“某某零距离”和“直播某某”纷纷出台，如今几乎全国各地都开设了类似的民生类栏目。

关键词说完了，要想了解其中的详细内容，请您翻翻这本书吧。

作者谨序

2005年秋

目 录

第一部分 解析“南京现象”

第 1 章 南京荧屏:硝烟弥漫

- “南京现象”扫描 /3
- 一、何谓“南京现象”? /3
- 二、三个概念:民生新闻、第三次革命、公共新闻 /15
- 三、三个现象:湖南现象、安徽现象、南京现象 /21

第 2 章 风从哪里来?

- 南京电视新闻大战缘起 /24
- 一、2001:暗流涌动 /27
- 二、2002:浪花飞溅 /30
- 三、2003:波涛汹涌 /32
- 四、2004:波谲云诡 /35
- 五、2005:潮起潮落 /37

第 3 章 一个城市和它的 14 个小时的新闻

- 南京电视新闻内容面面观 /39
- 一、新闻栏目体量 /39
- 二、镜头里的新闻 /40
- 三、新闻概念拓展得与失 /46

第 4 章 电视杂志:正在流行的样式

——南京电视新闻节目形态 /49

一、杂志板块 /50

二、导看新闻 /52

三、追求节奏 /54

四、重视包装 /55

第 5 章 徘徊在大桥上的线人

——新闻源之争 /59

一、电视新闻源 /60

二、热线电话 /63

三、特约记者 /63

四、市民 DV /65

第 6 章 策划:媒体制造新闻

——南京媒体的做点 /68

一、策划活动 /68

二、媒体进社区 /69

三、策划新闻 /71

四、推广栏目 /71

第 7 章 LIVE 与 SNG 的诱惑

——新闻直播离常态还有多远 /74

一、直播:让电视魅力无限 /74

二、未知:让直播最有价值 /76

三、困惑:直播走进误区 /80

第 8 章 除了“光头”,还缺少什么?

——南京新闻主持人评析 /85

一、南京的新闻主持人现状 /85

二、南京缺少什么样的主持人? /89

三、主持人才战,悄然打响 /91

第 9 章 色拉油与看新闻

——有奖收视的误区 /93

一、看新闻,送色拉油 /93

二、发短信,得大奖 /95

三、湖南人“炮轰”南京有奖收视 /96

第 10 章 达摩克利斯利剑高悬

——收视率大战 /100

一、收视率:想说爱你不容易 /100

二、风云变幻:南京收视率市场 /102

第 11 章 南京,为何制造了“现象”?

——南京的新闻情结 /111

一、“南京现象”形成的 N 个因素 /111

二、电视机前的南京人 /119

三、电视与受众 /122

第 12 章 报纸也疯狂

——对“南京现象”的另一种背景解读 /125

一、南京报业格局 /126

二、南京报业大战回顾 /129

三、南京报业大战的策略 /133

第 13 章 南京究竟改变了什么?

——“南京现象”得失论 /138

一、“南京现象”,改变了什么? /138

二、南京新闻,缺少什么? /141

三、南京媒体,路在何方? /149

第二部分 南京电视新闻栏目解析

第14章 “零距离”,就在你身边

——《南京零距离》 /155

一、“零距离”由来 /155

二、板块与内容 /157

三、成功之道 /165

四、影响电视界 /170

第15章 国内最长的新闻栏目

——《直播南京》 /173

一、《直播60分》 /173

二、板块与内容 /175

三、运行机制 /180

四、竞争策略 /181

第16章 有请当事人

——《法治现场》 /185

一、内容定位 /185

二、节目形态 /190

三、节目亮点 /191

四、林美娜事件 /197

第17章 “新闻眼”看到了什么?

——《1860 新闻眼》 /203

一、《江苏新时空》 /203

二、栏目定位 /204

三、板块设计 /206

四、栏目亮点 /210

第 18 章 渴望现场

——《绝对现场》 /214

一、栏目定位与内容演变 /214

二、渴望现场 /218

三、《绝对现场》与《南京零距离》的异同 /219

第 19 章 服务到家了吗?

——《服务到家》 /221

一、栏目定位 /222

二、节目构架 /223

第 20 章 给生活打上“标点”

——《标点》 /228

一、《标点》:另类名称 /228

二、《标点》的新点 /229

三、《标点》的反思 /231

第 21 章 “回锅肉”也喷香

——《大刚说新闻》及电视文摘体 /237

一、内容定位 /237

二、栏目亮点 /240

三、电视文摘体 /244

第三部分 新闻节目走势

第22章 “睡狮”醒了之后

——省台与市台之争 /249

一、同城之战 /249

二、覆盖之争 /260

第23章 与“狮”共舞

——城市台新闻节目现状 /265

一、三个时代：联播体、焦点体、晚报体 /265

二、城市台新闻形态 /270

三、城市台新闻编排 /271

附录 部分城市台新闻节目设置 /277

第24章 成都电视大战

——解读另一个城市的新闻标本 /290

一、成都为何屡烧“战火”？ /290

二、成都电视大战 /293

三、成都全接触 /296

四、成都向何处去？ /302

第25章 民生新闻，一抓就灵？

——民生新闻批判 /305

一、民生新闻缘起 /305

二、何谓民生新闻？ /308

三、民生新闻利弊谈 /316

后记 /325

第
一
部
分



解析“南京现象”

第 1 章 南京荧屏:硝烟弥漫

——“南京现象”扫描

古城南京是个新闻事业非常活跃的城市。

1999 年南京报业就曾爆发过新闻大战,直至今天,南京地区报纸之间的竞争依然非常非常激烈,无论报纸的数量还是版面数在全国中心城市来说,都是数一数二的。

自从 2002 年 1 月 1 日《南京零距离》推出后,南京地区的电视荧屏又燃起了“战火”,电视新闻大战激战正酣,并由此衍生出了“南京现象”。这一现象在随后的一两年之内逐渐生成一股电视新浪潮,迅速蔓延到了全国许多城市。因此,这一现象受到业界、学界以及有关管理部门的高度关注。

一、何谓“南京现象”?

“南京现象”包罗万象,这里特指南京的电视新闻现象,或者更准确地说,是南京地区电视新闻竞争中出现的若干现象。

南京的电视竞争中出现了哪些现象?

2002 年以来,南京地区的电视竞争进入了一个史无前例的新格局,江苏省台和南京市台形成了两大竞争阵营,电视新闻大战打得如火

这就是南京的媒体。从这个场面你也许能感受到新闻大战激烈的程度。



如荼。概括地说,有以下几个明显的特征:

其一,电视新闻大战愈战愈烈。省市电视媒体之间的竞争已由电视剧、综艺节目之间的竞争演化成本土化新闻之间的竞争。

其二,电视新闻栏目越来越多。从晚间 17:40 开始,南京地区的电视屏幕上出现了 17 档新闻节目参与竞争(截至 2005 年 6 月)。

其三,电视新闻栏目越做越大。由过去的 20 分钟普遍发展为杂志型的大栏目,目前 45 分钟以上的新闻大栏目就有 6 档,90 分钟的节目有 2 档。如果以时段来计算的话,连续 120 分钟的新闻编排已经出现在南京 4 个频道中(南京台新闻综合频道、南京台教科频道、江苏台城市频道、江苏教育台)。新闻报道的总量每晚超过 10 个小时。

其四,新闻栏目呈现杂志化趋势。南京地区的这些大栏目都构建出杂志化的框架,里面装载的有动态消息、有深度报道,还有谈话节目、生活资讯、舆论监督、百姓投诉等等,这些内容都不能简单归结于哪一种形态。

其五,这些新闻大栏目多数采取直播形式,现场连线报道前所未有地受到重视。

其六,新闻收视率不断飙升。《直播南京》、《南京零距离》、《绝对现场》等几个大栏目的收视率表现不俗,从 2002 年 10 月份开始,新闻栏目的收视率超过电视剧,南京观众对新闻的热情空前高涨。如果以晚间 19:15 这个节点计算,新闻的总收视率达到 30%,也就是说,在这个时间节点上,100 个南京人中就有 30 人在看新闻。收看电视新闻的人均时间也成倍增加。2002 年度南京人均收看新闻的时间比 2001 年度增加了 7 分钟,而 2003 年又比 2002 年增加了 13 分钟。

下面是南京地区电视新闻栏目一览表。

栏目名称	长度	所属台别	开播时间	首播时间	类型
南京零距离	60 分钟	江苏台	2002 年 1 月 1 日	18:50	新闻杂志
绝对现场	30 分钟	江苏台	2003 年 7 月 7 日	18:20	新闻