



交通广播新闻资讯的 “节目化”运作浅析

李节 钟强

摘要：交通广播凭借其庞大的移动收听受众，目前在传统媒体中依然呈现逆势而上的态势，此乃天时；杭州广播电台位居江浙富庶地区，经济发达，此乃地利；在节目中巧妙地运用各种资讯，给听众耳目一新的听觉感受，这是人和。本文作者以浙江地区乃至全国交通电台台中名列前茅的杭州文化广播电视集团交通91.8电台为例，选择“新闻早高峰”节目作为案例模版，就如何将“新闻资讯等素材节目化”的方式和手段进行探讨。

关键词：交通广播 新闻资讯 节目化 手段途径

为了适应现代人收听习惯的改变，尤其是移动收听逐渐成为广播主要受众的现实，经过前几年的探索和实践，现在的广播节目早就打破了诸如新闻类节目、音乐类节目、服务类节目以及综合类节目、专题类节目的分类界限，在早晚移动收听的黄金时间，设置集新闻资讯、话题互动、音乐穿插、娱乐参与等广播元素于一体的拼盘节目。杭州交通91.8电台从2010年左右开始探索将早高峰时段7:00-8:00的新闻节目与8:00-9:00的娱乐版块合并拉通，

内容上尝试将新闻与节目有机结合起来。此处之“节目”特指广播节目中除新闻播报之外的综艺类播出形式。

一、新闻资讯播报节目化的手段

根据受众收听的习惯分析，一般我们会将早高峰节目时间的内容推送偏重于新闻及各类资讯的传播。这些新闻资讯在早高峰节目中主要有两种呈现方式：

一是集束式新闻。即“一句话新闻”。表现形式为将新闻编辑为20-50个字不等的标题式新闻，在一个小时当中出现频次2-4次，约为40条左右。这是一种告知式的播报，主要功能是尽可能大量地传达最新的资讯，以满足早间时段人们出行途中对于最新资讯的获取需求。

二是讲述式新闻。这一类新闻一般会比较软性，贴近生活，或者是具有一定争议性，便于主持人在讲述的时候可以跳脱新闻进行一些延展，而这种播出模式的运用通常就是使之“节目化”的过程。

新闻资讯在节目中呈现的各类操作手法概括起来有以下几种情形：

1. 增加后缀语言。以简洁明了的语言予以阐明、点评、串联、引申、调侃、自嘲。此项

手段在集束性新闻和讲述性新闻中都可以使用，只是在集束性新闻后面紧跟的内容需要更加简短。比如，在“即将降温”和“杭州的紫薇花盛开”的新闻之间，主持人使用了“降温了，你的秋装有没有准备好”的“串联”，妙就妙在主持人口中的“秋装”，指的是杭州城市的秋装，就是盛开的紫薇花。

2. 关注别人怎么看。这是将新闻事件做横向延伸，必要时应用名人效应，将新闻的各方观点、观察等引入参考，增加新闻的宽度。从内容上看似乎并不属于“节目化”，但是一般选入的都是声音素材，或者观点比较新奇和个性，有些还颇具幽默感，因此，这些观点和评论本身也具备了“节目化”的元素。

3. 裂变为一个话题。将话题穿插在后续节目内容中作为互动使用。这是一个非常凝练的操作过程，需要主持人有很强的节目感。结合得好与不好，在后续的互动结果可以马上验证出来。比如，某天有一个中国登山队登上珠穆朗玛峰的消息，主持人在这个消息的后面出了一个互动话题：如果你登上了珠峰，你会说一句什么话？这里，主持人使用的是很常见和简单的“一句话参与”的互动方式，但是放在这里，简单的方式却激发了受众各具想象力的“豪言壮语”；而主持人又将“登上世界最高峰”与节目正在进行时的“杭城早高峰”结合起来，一语双关，一题多联，取得良好的时段互动效果。

4. 运用段子进行趣味评说。段子是近期在网络流传的一些能让人会心一笑的冷幽默文字，使用恰当贴切则有画龙点睛、趣味横生之效果。

5. 各种知识链接。早间版块节目中新闻和资讯掺杂，其中一些生活类的资讯需要有一些解释和说明，尤其是交通广播，对于车上人群关于汽车的一些基本常识的解释，通常可以带起较高互动量。比如，某次节目中有一个女司机高架爆胎，交警帮忙，10分钟解决问题的新闻，在这则新闻中交警透露，10个爆胎事故中8个驾驶人不会现场换胎。主持人借此将一个“9步换胎法”的“秘笈”公布在电台的新媒体平台“开吧”的互动区中。当天这一节目的话题点击和下载量超过1200多次。这样的互动数

量已经超越了节目时段，几乎成了全天候节目在线的立体互动。

6. 娱乐互动增加可听性。如：关联某一句歌词，使用恰当的、大家耳熟能详的某一首歌当中的一句歌词来进行互动，往往可以达到意想不到的效果，这取决于主持人对于流行歌曲的熟悉程度，和对新闻的理解程度，在两者之间进行无缝连接。

7. 使用影视作品、小品、相声等艺术作品中的经典台词。这一个声音库也是非常巨大的，并且目前的各种互联网平台也为此提供了选择的无限可能性。只要精心选择最贴切的声音素材来诠释新闻资讯，可以巧妙地一语中的。

8. 主持人的即兴原创。节目主持人通过歌唱、吟诵、自创顺口溜等形式，通过自带幽默的语言，创造性地予以诠释。

二、新闻资讯素材节目化呈现带来的变化

通过以上列举的各种手段和方式在节目中的运用，我们可以看到各类新闻资讯的节目化操作并非简单地将新闻资讯娱乐化、口语化，而是节目再创作的操作技能。实践证明，新闻资讯节目化操作的新节目形式，对新闻资讯的传递做了很好的延伸，节目的收听性、到达率、可听性、互动性都有了明显提升。由此带来的节目收听变化体现在以下几个方面：

（一）早间节目娱乐化，但不减弱传统新闻节目的资讯量

资讯量是通过集束新闻来保证的，而且对于广播听众来说，一句话的集束新闻可以基本满足他们在早间行车过程中对资讯了解的需要。讲述性新闻中的有部分延伸内容还会对新闻的背景，或者相关联的内容进行介绍，一定程度上扩展了新闻资讯本身的内容范围。

（二）在新闻资讯播报上强调质的提升

这里所说的“质”是指整个节目的新闻类型的完备。在综艺类节目里对新闻资讯进行延伸加工处理实际上是一个再创作的过程，虽然这里没有传统新闻节目中的诸如标准体裁的“专题”“特写”“评论”等等，但是它使用了一些网络时代受众普遍接受的艺术加工手段，或画龙点睛，或话外有音，或使用话题讨论的

形式不露痕迹地引领着受众的思维和价值判断。一些主持人对于新闻资讯的后缀点评看似调侃，实则精心设计。这些都比传统新闻播报“我播你听”的直线灌输式的节目形式有了进一度的深化。

（三）突出新媒体时代广播媒体的参与性

广播电台网络化。很多传统电台都会在多媒体平台同步播出和互动，强化受众的参与度是吸引受众和粉丝的重要节目手段。节目参与渠道的多元化促进了节目在参与手段上下功夫，利用节目话题和实用性的小知识，流行的影视作品、歌曲等艺术作品等都会激发受众的参与欲。新闻资讯在综艺节目中变得有温度、有历史厚重感，也更有人情味。

（四）节目的可听性、接受度明显强化

传统的新闻播音就好比做菜，虽然菜每天不一样，但是烧法没什么变化，调料明显不足，所以在形式上千篇一律缺少变化。综艺节目的传播优势是同样的内容也要变化说法、变化包装、变化编排，花样百出吸引受众耳朵。当节目为受众普遍接受，就会产生一定的忠诚度，在网络上体现为粉丝的黏合力。这种可听性不是庸俗化，是主持人智慧和功力的展示，是一种主持艺术，具有相当的专业性。

（五）凸显主持人能力优势

广播节目好听不好听，能不能听得下去，就看主持人是不是出彩。主持人的出彩绝不是不假思索、信口开河就会妙语连珠。所谓“能力”是体现在扎实下功夫进行知识储备并不断实践的基础之上的。一位优秀的综艺节目主持人要写稿、备稿，不打无准备之仗，并且要将各种可能的应对方案尽可能地梳理、整理、备用，这样才能够临场显得从容不迫、信手拈来。

交通91.8电台要求主持人具有运用“十八般武艺”的能力。所谓“十八般武艺”并不是指固定的十八种主持技巧，而是泛指在节目中使用各种“节目化”的手段，使得节目更加轻松、灵动、精巧、好听并耐人寻味。“节目化”就是把新闻资讯、音乐、音响、语言等广播元素进行艺术加工，使之成为一种既好听又实用

的艺术作品。

三、新闻资讯节目化过程中要注意的几个问题

新闻资讯节目逐渐综艺化，这是广播在移动化、网络化过程中逐渐摸索出来的新形式，虽然这种运作具有一定优势，但是操作过程中也不可避免的有一些问题存在。

首先，“节目化”是一种处理方式，但不是所有新闻都需要或都能够被“节目化”。这需要编辑、主持人有相当的敏感性和把握能力。在不该延伸的地方延伸、不该点评的地方乱点评、不该调侃的地方瞎调侃，分不清轻重里外的，都容易“踩线”，这给节目的监管提出了新的要求。

其次，不能将所谓的“节目化”曲解成为庸俗化，甚至低俗化。有一些主持人将其中不太健康的段子或词语使用到节目当中，以为这就是“节目化”。其实这样的广播语言降低了媒体节目的格调和品味，是主持人思想品德、艺术品位不够的表现。这种现象目前在一些电台的娱乐节目、综艺节目中或多或少存在。

再次，新闻资讯要节目化，要具有可听性，就需要调动各种艺术手段。现在不少节目呈现出来的是手段单一、缺少变化、不够丰富。这样的“节目化”无非是从前一种“单一”变成另一种“单一”，没有解决“好听”这个关键问题。

最后，归根结底是人的问题。主持人是节目的灵魂，对于每一个广播电台的每一档节目来说，一个适合于这一档节目的、敬业的、能力超群、受众喜爱的主持人是电台难得的资源。

杭州交通91.8电台在节目的调整改进中不断解决出现的问题。近年来早晚高峰时段的收听率也一直稳居本地区电台节目平均收听的首位，平均收听率达到15%以上。来自杭州文广集团视听中心的视听研究报告：杭州电台全天收听最高峰出现在7:10—9:45时段，这样的数据表现也验证了“早高峰”时段节目运作的科学性和实操性。

（作者单位：杭州文化广播电视集团交通91.8电台）