

新媒体环境下城市台广播 主题报道如何创新表达

——基于绍兴新闻广播新闻实践的几点思考

何国永

摘要：新兴媒体的裂变式发展，使媒介传播理念、渠道、方式发生深刻变革，传统媒体的生存空间正在遭受新媒体的挤压、侵占，中心地位遭到解构，导致其主流舆论功能不断被弱化甚至缺位失声。那么，作为区域性传播的城市台，如何才能有效掌控主流舆论、传播主流声音，实现主流媒体地位的回归？本文结合绍兴新闻广播近年来的新闻实践，分析和思考城市台广播如何立足实际，做强广播主题报道，扩大广播媒体影响力。

关键词：城市台 广播媒体 主题报道 创新表达

主题报道一直以来就是主流媒体的宣传重器，在宣传报道中发挥着重要作用。然而在互

联网横行、自媒体搅局的大背景下，传统广电媒体特别是城市台已遭遇用户群体流失、市场不断萎缩、优质内容生产动力不足等诸多问题，主流媒体价值和地位负压日益沉重。受区域传播限制的城市台不仅话语权不断被削弱，扩展传播和边际传播能力进一步受限，而且舆论引导力也有被边缘化之虞。在此背景下，作为城市台广播媒体的主题报道如何创新出彩？绍兴新闻广播近年来立足自身实际，在坚持内容为王的前提下，聚焦重大题材和社会热点，在创新主题报道方面作了一些有益的探索。

一、立足城市台实际 做出主题报道地方特色

城市台因本土化、地域性、贴近性的特点而受到当地市民的接受和喜爱。但因城市台视

野局限、力量配备和资源整合能力不足，无法与中央及省级台同日而语。如何在共性和个性的对立统一中寻求具有自身特色的发展之路，增强议题设置能力，创新话语体系和表达方式？

一是寻找关联度体现地方特色。地方媒体受地域限制，大事件发生不多，重大题材相对较少。但是，在国内外重大新闻发生时，及时从本土化视角出发寻找关联度，把“远在天边”转换为“近在眼前”，是实现新闻触角延伸和新闻价值增值的有效方法。

2015年是中国人民抗日战争和世界反法西斯战争胜利70周年，9月3日，北京天安门广场举行了盛大的阅兵式。以绍兴市上虞区英烈、抗战英雄、新四军浙东游击纵队五支三大七中队长观杰名字命名的英模部队和荣誉旗帜，代表新四军浙东游击纵队参加“9·3大阅兵”。绍兴新闻广播以此策划创作了《“观杰中队”参加大阅兵》这一主题报道，获得了2015年度浙江新闻奖一等奖。

在一年一度的全省颁奖研讨会上，点评专家认为这篇报道具有三个特点：一是巧用新闻源，精心构建新闻，实现了北京与绍兴两个地区结合、现实与历史两个结合；二是采用“以大见小”的手法，既有全局视野，又独具绍兴特色；三是巧用音响，有强烈的听觉冲击力。专家认为，这种“大题小作”的创作思路，值得借鉴。

二是通过串珠成链折射时代进步。对地方媒体而言，因地域小，大事件少，有重大影响的典型经验相对缺乏是一种常态。在这样的状态下，可以通过发掘一个个小微事件背后所蕴藏的典型意义，用“串珠成链”的方式，展现一个地方进步发展的重大主题。

2016年中国经济最热门的话题之一无疑是“供给侧结构性改革”。绍兴新闻广播策划推出了系列报道《创新供给微样板》，从一双鞋垫、一幅窗帘、一双袜子等等“接地气”的微观视角出发，生动讲述创新供给侧改革的鲜活故事，通过串珠成链的方式，来折射绍兴深化改革、逆势而上的经济社会发展新图景。每篇报道力求通过丰富自然的现场音响，体现广播特色和优势。同时配上特约评论员简短有力的点评，

起到画龙点睛、提升主题的作用。作品获当年浙江新闻奖二等奖。2017年采用同样方法创作的系列报道《创新农业供给的绍兴图景》，获浙江新闻奖重大主题报道二等奖。

二、挖掘平台潜力 凸显主题报道广播优势

传统媒体特别是地方台的主题报道普遍存在的一个通病是，架子拉得很大，气势恢宏，一大堆数字堆砌，但大多是材料罗列的总结类报道、格式化的统计类报道以及与其他媒体的同质报道，往往空而无物，让受众无形之中有一种距离感。新闻价值中的接近性是新闻创新的理论基石。其实大主题从小处入手，通过一些看得见、摸得着、令人信服的变化，折射和反映整体全局的变化，反映重大主题，效果反而更好。而广播的主题报道更要彰显广播的特性，关键是如何找准新闻的着重点、着力点和创新点。

（一）简化结构强化线性传播特性

传统广播线性传播的特性决定了其转瞬即逝的弱点。要克服这一弱点，就必须把广播节目尽量做得通俗易懂，越浅显直白反而越容易被听众接受。广播的主题报道要做出广播特色，也必须根据这一特性来演绎。为此，绍兴新闻广播策划推出的广播主题报道，力求做到结构相对比较简单，从小角度、小切口深入，通过讲故事的方式让听众在娓娓道来中接受信息。

绍兴新闻广播曾经推出的一组系列报道《创新农业供给侧》，每一篇报道都从小切口推进，围绕一个人，讲述一个故事，反映绍兴创新农业供给侧改革的一个侧面。如《一个珍珠蚌遇到网络直播后》讲述的就是“网络主播”卖珍珠蚌的故事，反映的是传统珍珠产业走上电商之路，改变传统营销模式。这样的报道以小见大、由点及面、事例鲜活，很好地展示了绍兴在农业供给侧结构性改革中的生动实践。在形式上，采用“报道+短评”的方式。报道的主体只是讲一个故事，每篇报道的后半部分则是特约评论员简短扼要的快评，点出故事蕴含的“大道理”。通过报道与评论的结合，整组报道既有可听性，又增添深度和力度。

（二）声音元素彰显有声语言魅力

声音是构成广播的唯一物质材料和运动形式，没有声音就没有广播。语言是广播最基本、最直接、最主要的表现手段。有声语言通过喜怒哀乐所体现出的情感表达，是书面语言无法比拟的。在广播主题报道中，充分发挥有声语言的优势，能使主题报道锦上添花。

2019年，在庆祝新中国成立70周年之际，由绍兴广电和绍兴报业合并组建而成的绍兴市新闻传媒中心推出“名士乡·中国梦——今天，我们给您写封信”全媒体报道，遴选了葛云飞、鲁迅、周恩来、俞秀松、蔡元培等“最中国”的20位绍兴先贤，挖掘“鉴湖越台名士乡”得天独厚的名贤文化，回望仁人志士的奋斗历程，讲述绍兴大地的沧桑巨变。为了在这组全媒体报道中充分发挥广播特色，广播以“人物旁白+宣传片花+主播读信”的主体构架，把一封封书信通过主播有声语言声情并茂的演绎，使听众重温绍兴先贤的历史故事，架起后人与先人跨时空对话的桥梁。20篇广播特色鲜明的报道，激发起了听众的强烈共鸣，升华了报道主题。广播与纸媒、电视、新媒体等共同参与打造的这组报道，在2019年度浙江新闻奖重大主题报道奖评比中，获策划创新奖。

三、发挥连线功能 提增主题报道速度广度

时效性是衡量新闻好坏的重要标准，广播新闻也不例外。在传统媒体中，广播以快著称，广播新闻最大的优势是“快”。新媒体时代广播“快”的优势如果得到充分发挥，依然能立于不败之地。事实上，广播新闻在“快”上是有自己拳头产品的，这就是广播连线报道。广播记者通过一部手机就能随时对现场情况进行“直播”，从而使广播新闻的报道与新闻事件的发展进程同步进行。

（一）运用广播连线提高主题报道速度

近年来，在各种重大事件、极端灾害天气等主题报道中，绍兴新闻广播充分发挥广播连线报道的优势，快速出击，关键时刻彰显了主流媒体应有的担当。

2019年，超强台风“利奇马”来袭时，绍兴新闻广播及时推出连续20多小时的“抗击台

风特别直播”。直播中有本台记者发自抗台一线 的连线、有省内沿海各兄弟电台和绍兴市内各区（县、市）台的即时连线、有气象专家的定期连线、有受灾群众的连线、有参与救援的民间组织的连线……100多个电话连线极大地丰富了直播内容。雨大风急道路中断，当电视在为如何传回图像、报纸在为明天如何安排版面着急上火的时候，广播连线跨越时空距离，最大限度地张扬了广播媒体的个性优势，实现了“零时差和零距离”的信息传递。

（二）做好广播连线拓展主题报道外延

近年来，在配合市委市政府各项中心工作推出的主题报道中，绍兴新闻广播充分发挥广播连线便捷性的特点，足不出户使主题报道的外延得以大大拓展。

2017年10月至11月，绍兴国际马拉松赛（简称“越马”）、绍兴皮划艇马拉松世界杯（简称“水马”）两项赛事相继举行。这是绍兴首次举办国际马拉松比赛，而“水马”尽管已经举行了八届，但往年都属于经典系列赛，承办皮划艇马拉松世界杯也是第一次，还是亚洲首次承办该赛事。成功举办绍兴“水陆国际双马”成为绍兴市委市政府中心工作的重中之重。如何发挥广播所长，宣传报道好绍兴“水陆国际双马”，自然也成为绍兴新闻广播的重头工作。为此，绍兴新闻广播及时在新闻节目中策划推出了《马不停蹄》专栏，联系全国各地举办过马拉松比赛的30多个城市电台，请他们的主持人、记者通过电话连线，介绍各地举办马拉松赛的成功经验。

2018年6月，绍兴举办以“拥抱大湾区、发展大绍兴”为主题的发展大会。绍兴新闻广播推出《乡贤特别连线：寄语家乡 共襄发展》专栏，电话连线丁仲礼、周秉德、周令飞、劳春燕、谢震业、江一燕等十几位乡贤寄语家乡发展，并统一制作成精简版插件，在三个频率中每天错时滚动播放60次。通过简单便捷的电话连线，使宣传广度得以大大拓展。

四、融合新媒手段 扩大主题报道传播效果

当前，“社交媒体”虽然很大程度上挤压了传统新闻媒体的生存空间，但是“社交媒体”

的“自媒体”性质和碎片化、扁平化传播特征，使其公信力不断受到质疑。而传统媒体作为党和政府、人民的喉舌，是党和政府联系群众的桥梁和纽带。传统媒体所具有的公信力是“社交媒体”无法企及的。因此，传统媒体生产的好内容，同时通过新媒体途径发布，更能获得叠加的传播效果。

一是多媒呼应实现传播效果最优化。近年来，绍兴新闻广播在主题报道的策划、采制、传播等过程中充分嫁接新媒体手段，形成了多媒体呼应的宣传声势。

以绍兴新闻广播策划推出的喜迎十九大的主题报道《我说这5年》为例，报道前期，就在自身官方微信平台上推出《网络招募令》，征集市民分享他们的“这5年”的故事。网络征集充分调动了微信平台上网友的积极性，他们纷纷建言献策，提供自己或身边人的素材。通过仔细筛选，从众多素材中选择到了理想的采访对象。

在报道的采制过程中，编辑部给拿着话筒的记者们布置了一项额外的“任务”，要求每位记者用手机随时随地拍下现场照片。在广播作品播出的同时，每一篇报道都第一时间将音响和照片进行整合，通过后期工作人员的精心制作，编辑合成为视频，发到优酷网、绍兴网络电视台和绍兴新闻广播微信平台。整组系列报道在同一主题、同一专栏的基础上发挥广播和新媒体的各自优势，同步宣传推广，其内容含量、报道范围远远超过了以往的广播单线传播，赢得了听众、网友的广泛赞誉。尤其是在各新媒体平台上，既有丰富的音响、生动的图片，也配上了详实的文字，这样图、文、声并茂的百姓故事引起了网友们的纷纷围观和点赞。既让广大网友对传统广播媒体更为“亲近”，也让广播人进一步融入新媒体。

二是催化融合实现共融互通高效化。近年来，绍兴新闻广播大胆探索有利于解放生产力的体制机制，借力互联网催生的新闻传播新技术、新机制、新模式，积极构筑全新传播生态。

在推动广播可视化中，绍兴新闻广播尝试用“广播+视频”的模式打破电台“只闻其声、

不见其人”的神秘感，每年组织十多场视频直播，不断拓展重大主题报道的影响力，集聚了大量移动直播粉丝。当然，可视化并非简单的广播视频化的概念，而是从节目的播出方式、节目内容的定制和节目快速分享等方面入手，实现传统广播的融媒体播出形态。接下来，绍兴新闻广播还将侧重于两个方面进行迭代演进：一是致力技术创新。媒体融合首先是技术上的融合。绍兴广播将有计划推进数字化改造，并未雨绸缪适时跟进DAB等全新的技术形态，以在新媒介时代获得更多主动。通过最先进的可视化广播技术，充分运用直播、弹幕、真人秀、视频等元素，使广播能听，能看，还能玩。二是融合传播形态。寻求与中心网络新媒体以及商业门户网站的跨媒介融合，尝试从单一广播内容生产者向全媒体内容提供商转型，借道挖渠、开路突围。

借助广播天生具有的社交优势，积极向“广播生活传媒综合运营商”的战略跨越。依托多年来在本地受众中形成的“一对一、一对多、多对多的互动传播，大量的听众聚集在节目和主持人周围”的传播优势，绍兴新闻广播将全力经营和维护好一个又一个黏性强大的社交群，突破“时空思维”，探索重大主题报道平民化表达的路径，通过线上做节目、线下搞活动，有效地形成线上线下良性互动，使之成为广播“接地气”的主要形式。

近年来，绍兴广播三个频率的整体市场占有率一直在稳步递增，从2015年的55.2%到2018年的57.4%，去年以来更是达到了61%左右。2019年9月，国内知名收听率调查机构赛立信发布的“2018-2019全国广播收听市场风云榜”中，FM93.6绍兴新闻广播在全国200多家城市台中脱颖而出，跻身全国城市电台新闻资讯类前10强，这其中绍兴新闻广播在主题报道方面的创新探索功不可没。实践证明，在新媒体传播语境中，城市台的主题报道如果能立足自身定位，挖掘自身特色，发挥自身所长，通过整合全媒体资源，实现内容创新、模式创新、表达创新，那么主题报道的舆论引导力和社会影响力定能获得进一步提升。

（作者单位：绍兴市广播电视台）