

# 从“广播”到“宽带”<sup>\*</sup>

## ——媒介融合时代电视新闻生产的流程再造

■ 周 亭

**【内容摘要】** 媒介融合时代的电视正从“广播”走向一种全新的融合形态媒体“宽带”。新的媒介环境对电视新闻生产提出了变革的要求,其中之一就是如何改造新闻生产的流程以适应“宽带播出”的需要。本文从“延展新闻”和“流程再造”的角度研究了媒介融合时代电视新闻生产流程的再造的方向和路径。

**【关键词】** 媒介融合; 新闻生产

在媒介融合时代,数字技术和网络技术搭建了全新的传播平台,在此之上所有传统媒体的特征融合于一体,媒介之间的界限变得模糊。技术的融合为电视媒体的发展带来了全新的机遇:在将传播效果最大化、拓展受众群体、寻求全新盈利模式等方面使电视媒体有了更大的运作空间。

新的媒介环境也对电视新闻生产提出了变革的要求。变革主要表现在两个方面:一方面是对新闻生产流程的再造。电视新闻节目为了适应多渠道、多平台的播出,满足融合时代受众的需求,必须改造传统的生产模式,重塑信息采集和新闻表达的方式。另一方面是电视媒体与其他媒体及播出平台关系的重构。如何与其他传统媒体合作,共享内容,在新媒体播出平台上竞合共赢、如何将新闻资源最大化,探索全新盈利模式、如何与新媒体播出平台共享用户,拓展受众市场?基于新媒体技术,不同地域的电视媒体之间如何协作、共同发展?在这两个变革的背后,还包含一系列的生产理念,生产管理体制,人才培养机制等的变革。

### 一、重新认识作为融合媒介形态的“电视”

对于我国大部分电视频道来说,新闻节目仍然是立台之本。频道的公信力、影响力、竞争力及品牌价值均有赖于新闻节目。

在媒介融合的背景下,由于新技术的不断出现及迅速被运用到新闻的日常生产之中,传统新闻节目生产的各个环节都在发生着变化。

在选题环节,电视新闻节目从业人员正在越来越多地依靠新媒体获取新闻线索。在素材采集环节,电

视新闻记者开始使用 UGC<sup>①</sup>作为新闻素材,依靠手机的录像功能完成新闻的现场报道,通过集采、编、播为一体的直播终端独立完成突发性新闻的直播工作,实现电视新闻直播的常态化。在素材的传输环节,基于 FTP 技术和 3G 技术的全新手段已经开始被应用到电视新闻直播报道和素材传输中来。在新闻编辑环节,新媒体技术的加入令电视新闻节目的表现手段得以大大丰富。虚拟演播室和 3D 成像技术的运用重塑了新闻演播室的空间感和延伸性,视频开窗在节目画面上的应用开拓了电视屏幕的全新维度。除了手机短信外,受众越来越多地通过网络论坛、博客和微博等社交媒体表达对电视新闻节目的意见和建议,这些互动渠道在电视新闻节目中的加入令新闻生产与受众反馈之间的关联更为直接、迅捷和多元。在新闻播出环节,电视新闻节目不再仅仅为“广播(broadcasting)”的平台而播出,它可以同时以视频文件、音频文件的方式向不同的使用终端提供内容,为不同播出平台定制的新闻节目已经开始出现。

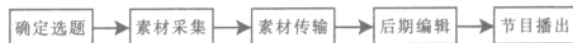


图1 电视新闻节目生产的基本流程

通过对传统的电视新闻采编播流程的简单考察,我们不难发现,新技术在电视媒体中的融合应用带来了媒介形态的融合。“电视”正逐步远离我们传统意义上的概念,向着一种全新的、融合的媒介形态演进。

\* 本文系中国传媒大学“211工程”三期重点学科建设项目“中国经济社会改革与媒介发展研究:传播学前沿理论方向建设”的研究成果。

电视是一种图像广播媒介,面向大众传播,一对多,线性传播,同时传播声音和图像——这些都是我们对于电视这种媒介的基本认识。但是在媒介融合环境下电视的媒体特性发生了改变:网络电视台和手机电视具有视频点播的功能,电视节目不再是线性传播稍纵即逝的;电视节目的文字版可以上传至互联网供受众阅读,观众不用等待一个新闻节目结束便可通过文字大体了解节目内容,决定是否继续收看;电视传播行为可能是一对多(传统电视节目),可能是一对一(个人定制电视节目);作为一个社会组织的电视媒体,发布新闻的不再仅仅是电视台,记者个人博客,电视台官方网站,电视台的手机应用程序(APP)共同承担着新闻发布的职责,电视媒介正在从广播(broadcasting)走向宽带(broadband)。

在这个转变的过程中,新技术起到了非常重要的推动作用,许多电视新闻节目都曾经因为在报道中率先应用了某种新技术而获得了市场的关注。但是新闻从业人员很快就会发现,大部分媒介生产赖以使用的技术都是非垄断性的,无法独享,并且会由于技术的成熟导致的成本下降令其很快得到普及。同时对于技术的使用也并非一项专业技能,为了普及市场而开发的新技术常常是极具亲和力,极易被掌握的。曾经率先运用新技术的电视新闻媒体发现它们永远处在被竞争对手紧密跟随的境地之中,并且非常容易被超越。

新闻报道的竞争从短期来看也许是资金、设备和新技术的竞争,但是从长远来看仍然是新闻报道理念的竞争,新闻生产管理的竞争和人才的竞争。

本文着重关注的问题是:电视进入宽带时代后应当如何有效地组织新闻生产?

对这个问题的回答也许要从两个维度展开:首先如何延展新闻的内容和形式?其次新闻生产的流程应当如何改造以适应“宽带播出”的需要?

## 二、如何延展新闻?

在这里我们要讨论的并非“什么是新闻”的基本理念,而是从实际的新闻生产的角度出发,探讨当一个事件发生时我们应当如何将如何报道它,如何不断扩充它的内容,丰富它的形式,将一个事件变为一组具有可延展性的新闻报道。而之所以要对新闻进行内容和形式上的延展,目的是应对所有新闻媒体都必须面对的现实挑战:充裕的信息和稀缺的注意力。

伴随互联网技术的发展和普及,全球信息的丰富性令人始料未及。过去的新闻竞争大都发生在媒体与媒体之间,而现在媒体从业人员面对的大量新闻生产竞争者并不来自媒体组织。人们的注意力被相对多元

的渠道和充裕的信息不断稀释。

延展新闻是对一个新闻事件在内容和形式上的拓展,它通过围绕一个核心事件组织新闻报道的网络,扩大新闻报道的信息量和覆盖面。对新闻进行延展的路径包括以下几点:

### 1. 抓住新闻的“第一落点”

新媒体技术让非职业传播者加入到新闻的生产中来,新闻的“时效性”被不断重新定义。对于传统媒介组织的从业人员来说,时效性已经不仅仅意味着“第一时间”报道,而是抓住事件的“第一落点”,因为第一时间他们往往不在新闻现场。已经有越来越多的新闻记者借助微博的转发功能获得新闻线索,通过个人的实名认证微博或者所服务媒体的官方微博尽可能快速地以官方名义发布新闻。还有不少电视媒体记者开始使用手机的录像功能进行现场直播报道。

### 2. 以事件为节点延伸

新媒体技术带来新闻叙事方式的变革。互联网提供的超链接功能令用户可以在阅读网络文本的过程中,随时点击文本中的某个关键词,迅速链接到与该关键词相关的另一个文本上。超链接的功能在视频节目的制作中同样得到了广泛运用,视频网站中的视频节目常常是可以相互关联的,受众可以很容易地从一个视频新闻报道“跳接”到另一则相关的视频新闻报道上去。

虚拟演播室技术也提供了这种超链接的可能性,在以演播室为背景的新闻报道中,主持人可以通过对虚拟屏幕的操作,将正在报道的新闻或讨论的话题与其他视频内容,比如新闻背景、人物采访、实时连线、专家评论和受众反馈等进行链接。

如果引入“超链接”的概念来组织新闻报道,会发现每一条新闻的叙事不再是孤立的或者线性的,而是网状的。以某个突发新闻事件作为出发点进行辐射和延伸可以构建一个新闻报道的网络。在这个网络上,所有的新闻报道都可以以某种形式与其他新闻发生关联。当这样的新闻报道出现在具有互动功能的个人终端上(比如电脑,手机)时,显然比单独的一则消息,一个深度报道,一条新闻评论更能获得观众的持续关注。

### 3. 为多平台播出而生产

媒介融合时代的电视媒体的播出的平台不仅仅是传统意义上的“广播”播出系统。进入宽带时代的电视新闻节目(或者叫视频新闻节目)的播出平台非常多元。比如网络电视、手机电视、车载电视等。未来随着新技术的出现,视频新闻节目的播出渠道还将大大拓展,意义不会仅仅局限于电视台、网站、手

机运营商之间的互相推广, 内容提供者与平台服务提供商之间的利益分成将会为电视台带来新的利润。

由电视台制作的视频新闻节目的接收终端非常多, 电视机、手机、电脑、车载电视和掌上娱乐终端等等, 不同的播出平台对于新闻的长度、话语风格、表达手段都有不同的要求。为了满足向多平台提供视频内容的需求, 电视台应当尽快建立一个在线包装和快速分发的工作系统, 为多平台播出而生产。

#### 4. 建立高效的受众反馈机制

美国传播学者施拉姆早在 20 世纪 50 年代就影响受众对大众传播节目选择的决定性因素提出过这样一个公式: 选择的或然率 = 报偿的保证 / 费力的程度。“报偿的保证”指传播内容满足选择者的需要的程度。而“费力的程度”则指受众得到使用传播途径得到传播内容的难易状况。

施拉姆的公式至今仍然在电视节目编排和广告投放等领域有很强的应用性, 受众倾向于选择最能满足自己需要的信息及获取成本最小的信息, 这两个因素都与反馈机制有关。受众的反馈能够帮助新闻生产者了解什么样的内容能令受众获得满足, 他们关心什么, 想看到什么, 同意什么, 反对什么, 喜欢什么形式的报道等。电视台在构建新闻事件报道网络的过程中, 受众反馈是不可或缺的一环。而在针对多平台的生产中, 了解受众的需求及爱好并主动将他们需要的信息推送到他们使用的终端上, 可以大大降低用户信息获取的成本, 提高用户选择的可能性。

上述延展新闻报道的路径, 无论是新闻事件网的建构, 在线包装及分发平台的打造和受众反馈机制的建立, 都有赖于对传统的新闻生产流程进行重塑。

### 三、电视新闻生产流程再造

适应媒体融合环境的电视新闻生产流程, 至少应当满足以下需求:

1. 基本功能: 新闻生产流程应当体现新闻资源管理和采编业务统筹的功能。能够为新闻主编的决策提供数据支撑和参考; 新闻编辑部能够在统一的平台上完成新闻选题的确定、报道的策划和组织实施等工作; 通过完善的管理软件处理来自不同技术手段和渠道的新闻线索; 实现对记者的动态管理; 实现跨媒体资源的共享与整合; 实现多平台的生产管理; 构建包括受众和专家团队在内的反馈机制。

2. 信息处理: 在全新的新闻生产流程中应当包含一个功能强大的信息处理平台, 真正实现“处理”信息的功能, 而非仅仅“存储”信息; 该平台需要处理的信息包括对记者报道的实时监控和动态管理,

对新闻报道质量和记者绩效的评估, 对受众反馈的处理, 对编辑完成的视频新闻的审核等。

3. 数据分析: 在新的新闻生产流程中, 素材的共享应当置于生产的前端。素材库应当成为新闻报道策划和组织的数据支持, 成为受众反馈机制的重要组成部分。

4. 在线编辑及分发: 建立在线编辑和节目分发环节, 整合资源和人员, 实现多平台生产和播出。

5. 受众互动: 建立即时受众反馈机制, 不但包含受众对已播出新闻的反馈, 还应当包含受众对新闻的前馈。

媒介融合背景下电视新闻生产流程的理想模式如图 2 所示:

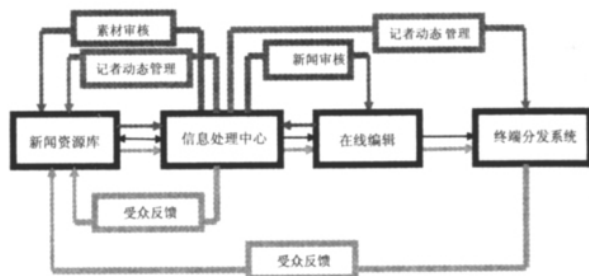


图 2 媒介融合背景下的电视新闻生产流程

1. 新闻资源库是信息共享平台, 不但可供电视台的新闻从业人员使用, 同时也向公众开放。目前国内几乎所有的电视台都建设了自己的网站, 但除了将本台的节目内容文字化及开放部分视频点播服务, 与电视台进行交叉推广外, 效用远没有被开发出来。新闻资源库可以在改造现有电视台网站的基础上进行建设。

新闻资源库位于新闻生产流程的前端, 这意味着它不但是已经播出的节目的素材库, 更是决定新闻选题、组织新闻报道的原始素材库。

新闻资源库中包含的素材至少可以包含六类:

- (1) 电视台记者自采的素材
- (2) 一般公众通过电话、短信、彩信、手机视频等多种形式自行上传的素材
- (3) 来自公共服务机构, 如气象局及其他政府部门的公共信息
- (4) 正在播出的电视节目
- (5) 已经播出的电视节目
- (6) 其他媒体的新闻报道(文字、音频或视频)

从外化的形式上说, 新闻资源库可以以专业新闻网站的形式出现, 公众可以随意浏览一般性的信息, 可

以发表评论。注册用户可以使用上传功能,将自己拍摄的新闻图片或视频上传至网站。

电视台工作人员则可以通过专用的入口进入记者工作平台,在此平台上浏览及调用各类新闻素材,完成选题的申报,等待信息处理中心的指令。

新闻资源库中的所有内容在后台技术部门和管理软件的配合下,能够实现对素材的初步分类和关键词搜索等功能,以方便记者筛选选题,以免遗漏重要新闻。

2. 信息处理中心是新闻生产流程的核心部门。它的职能包括四部分:

(1) 确定报道选题,组织报道,对记者进行动态管理。通过管理软件,值班主编可以在信息处理中心的平台上看到记者申报的选题,可以调阅新闻资料库中与选题相关的素材,可以向记者发出报道的任务,可以围绕新闻事件组织新闻报道网络,考虑跨媒体合作的可能性。经由信息处理平台认可的新闻选题将第一时间回传至新闻资源库,不但记者可以迅速领任务,受众也可以了解到电视台下一步的行动。普通用户可以通过发布评论的方式让生产者了解到他们的需求,并迅速对受众的需求做出反馈。

(2) 对新闻资源库中公众上传的内容(UGC)的真实性进行初步的审核。公众提供的信息将作为电视新闻报道的重要素材使用,必须对其真实性进行核实。

(3) 对已经制作完毕的新闻进行审核。记者采访拍摄的新闻素材经过在线编辑部门的包装后,信息处理中心值班主编需要对内容进行审核,以确定是否达到播出和多平台分发的要求。

(4) 对记者绩效进行管理。新闻节目播出后,完整的节目将放至新闻资源库供用户观看和使用。信息处理中心需组织受众和专家团队对新闻的质量进行评估,将其作为对新闻从业人员绩效考核的依据。

3. 在线编辑部门是整个新闻生产流程中最能体现技术含量的部门。它的主要职责是根据不同播出平台的需求即时对新闻节目进行深度加工。在这方面,不少电视台已经有了许多成功的探索,比如在新闻节目后期编辑和包装环节加入对虚拟演播室的应用,对3D成像技术的运用,对视频开窗的运用等等。

在线编辑部门可以事先制作一些简单的现场报道模板,前方记者完成采访后可以自行通过编辑模板完成后制作,经审核后直接发送至终端分发系统。

在线编辑部门与传统的新闻编辑部门最大的不同是,它整合了掌握新媒体技术的人才,编辑人员中既包含传统的电视后期编辑人员,还包括为新媒体播出平台生产的编辑人员。

4. 终端分发系统是视频新闻节目的出口,针对电视、手机、电脑、掌上娱乐系统等不同用户终端的视频新闻节目全部经由这个出口统一发送。未来这个分发系统还可能包含一整套计算流量和费用的系统,可以按照用户的需要为他们提供定制的新闻内容,并收取相应的服务费用。

除此以外,在整个新闻生产流程的外围,还有一个技术保障团队为每个环节的顺利运行进行技术保障,同时电视台要根据需要对相应的软硬件进行开发。

全新的新闻生产流程看似是一个线性结构,实际包含了诸多“控制-反馈”的环节。在这个新闻生产流程中,我们可以发现至少有两个对记者进行动态管理的环节,两个受众反馈的环节和两个审核环节,这些环节几乎全部都围绕信息处理中心工作。

在两个记者动态管理环节中,一个指向新闻资源库,是对记者日常工作的控制和调度;另一个指向终端分发系统,是对记者新闻报道质量的考评。

在两个受众反馈环节中,一个指向新闻资源库,是信息处理中心针对新闻资料库的反馈,这其中既包含了对受众上传素材的反馈,也包含了受众对尚未进行或者正在进行的新闻报道进行反馈,也就是前馈。另一个指向终端分发系统,指的是节目播出后受众可以在新闻资源库中对已播出的节目进行反馈,而受众在节目播出期间通过短信、电话等方式的实时反馈也会出现在新闻资源库中。

在两个审核环节中,一个指向新闻资源库,是信息处理中心对一般公众上传素材的审核;另一个指向在线编辑部门,是信息处理中心对记者报道的审核。

全新的新闻生产流程的各个工作模块看似有明显的先后顺序,但在高效生产的媒介组织中,各个模块之间配合严密,可以实现无缝衔接。

注释:

① UGC: User Generated Content,用户生产的内容,比如公众用手机拍摄的照片和视频。

(作者单位:中国传媒大学广播电视研究中心)

【责任编辑:张毓强】