

融媒体语境下广播早间新闻节目的探索与转型

安建军

摘要：《93早高峰》是浙江广电集团交通之声制作的一档早间新闻杂志节目，于每周一至周五的早7点-9点播出，是交通之声重点打造的品牌节目。本文尝试通过对该节目在融媒体语境下的内容设置和形式调整为切入点，分析这档广播早间新闻节目的独到之处，以期为同类型广播节目在融媒体时代的运营提供启发与参考。

关键词：融媒体 广播 早间新闻节目

随着媒体融合技术不断向纵深发展，有声语言已然成为现代受众最喜闻乐见的传播内容之一。为了生产出符合市场需求的有声语言内容，一个重要前提就是紧密结合收听环境。在融媒体时代到来之前，广播早间新闻节目的收听主力军

是有车的“上班一族”习惯使用收音机的“复古一族”。随着媒体融合时代的到来，移动互联网技术渐趋成熟，收听市场结构的变化倒逼广播早间新闻节目生产主体调整播报形式与播报内容，从而更充分地满足受众需求，更密切地迎合早间广播新闻节目发展态势，在提升媒体市场竞争力的同时生产出富有时代特色的早间广播新闻节目。

一、《93早高峰》在融媒体语境下的转型举措为顺应融媒体时代的节奏，彰显自身在媒体融合态势下的特点与强项，《93早高峰》的节目编排和风格调整都指向增强节目的信息量、凸显节目的节奏感、提升节目的延展度，并由此形成了“广选精编”和“快播浅聊”两种节目制作理念。前者是指内容生产，后者是指形式调整。

（一）广泛涉猎基础上的内容优化：广选+精编

一方面，融媒体时代的广播早间新闻受众类型广泛，身份多元；另一方面，收听广播早间新闻节目的受众需求之一是在“一日之晨”获知近日或当日要闻。正因如此，广播早间新闻节目的内容应当丰富多彩、不拘一格，既要涵盖政治、社会、文化、科学，又要涉及基层民生、娱乐，这样才能兼顾到各类受众的喜好。但节目时长有限，需要在广泛涉猎上述主题的基础上进行精挑细选，将信息价值最丰富、时效性最强、社会影响最大的新闻遴选出来，合理地编排到广播节目的相关版块中，以此凸显媒体的专业性。“广选”方面，《93早高峰》采取每半小时为一个周期的“类轮盘”结构进行内容编辑。每隔半个小时便进行一次实时新闻的播报，以此确保新闻具有最强的时效性，以及确保整组节目具有最高的信息饱和度；“精编”方面，《93早高峰》对广播早间新闻进行模块化播报。如“评论”版块会邀请权威评论员对重要新闻事实进行评析，受众在收听新闻的同时也能获取权威新闻人输出的观点；“观点PK”版块会邀请受众通过微信端、客户端等渠道实时加入到观点的沟通与碰撞中；“舆论监督”版块则由记者充当监督主体，受众通过记者的口头播报了解某个监督类报道幕后的故事。

（二）传播效果基础上的高效率：快播+浅聊

融媒体时代受众获取信息的渠道十分丰富，近年来又深受短视频的影响，获取信息的习惯和解读新闻内容的思维已被悄然重塑为以“短、平、快”为特征的模式。《93早高峰》敏锐地意识到融媒体时代的受众对节奏、效率的要求，将“快”作为有声语言创作的形式要旨，集中表现为《93早高峰》的新闻播报员普遍拥有较快的语速，但与此同时语音标准、语调生动、识读速率高，听起来轻快顺畅。广播新闻节目对播报员语言质量的要求极高。通常而言，语速过快将折损新闻信息的传播质量，但之所以《93早高峰》的“快播”风格备受听众喜爱，原因在于播报员十分善于根据新闻的

内容和结构动态地调整语频语速，每隔3-5分钟的“快播”（针对客观的新闻事实），便穿插一次相对慢速的“浅聊”（有关感性的个人观点），在听众得以“喘息”的同时，也使节目在节奏上做到张弛有度、分寸得当。值得一提的是，《93早高峰》快而有序的背后是一支有条不紊的编播队伍。为了配合“广选精编”，将尽可能多且精品的新闻纳入到一期节目中，新闻稿件在写作编排时必须做到简短凝练、朗朗上口，不仅有利于播报员正确和清晰地报出新闻，也有助于融媒体时代中形形色色的广播早间新闻受众准确捕捉到新闻要点。

（三）休闲放松基础上的新闻价值输送：舆论引导

融媒体时代的受众除了诉求获取丰富的新闻信息，也希望从新闻的第二落点了解事实背后的事件根源。作为肩负着揭露事实、找寻真相等使命的传统主流媒体，交通之声《93早高峰》广播早间新闻同样致力于从横向上链接与新闻事件相关的信息事实，然后从纵向上对新闻进行深挖细掘。在这样的节目运营理念下，《93早高峰》在十余年的实践中逐渐将新闻评论的归集、整理、采纳塑造为节目的一种个性。纷繁的媒体观点一方面是节目标新立异的旗帜，另一方面是作为传统媒体的交通之声彰显社会责任感、进行舆论引导的利器。相比其他广播早间新闻节目以单纯报送新闻为主的运营理念，《93早高峰》对媒体述评、专家点评等的融入在很大程度上增加了节目的厚重感，使融媒体时代的受众得以感受这档早间广播新闻节目深刻的一面。

（四）多元主体参与基础上的和谐稳定：内容与形式协同

作为一档在早间播出的有声语言广播节目，为迎合融媒体时代的受众在单位时间内获取大量信息的需求，新闻内容的分布也体现了《93早高峰》控制节目节奏的意图，如节目内容的“浓淡配比”是从采编环节就开始设计和体现的，不仅主持人的语言样态保持灵活变动，就连内容分配也比较考究，以长短穿插、轻重变换、疏密结合的方案进行内容布设，既体现广播新闻内容的序列性，又展现节目话语

节奏的生命力。

二、《93早高峰》对广播早间新闻节目转型的启发

(一) 立足内容、创新形式

在融媒体时代，传统媒体顺应技术环境的变化进行积极转型势在必行。但这种转型并不是简单地在新媒体平台上开通账号，借新媒体之力实现“引流”的目的，更不是直接把节目“嫁接”到移动广播平台以“换汤不换药”的方式播出。真正需要转型的是广播早间新闻节目的运作模式和运营理念，结合新媒体即时互动的特征，在进行内容生产时注重产品的开放性与精细化，使广播早间新闻节目既具有原创性，彰显媒体的运营理念和品牌个性；又具有集成能力，体现媒体博采众长、关切更大范围内的国计民生的眼界。

广播电台要充分发挥新闻工作者的专业优势，确立以主持人为核心，以编辑、记者、主持人为支点的内容生产架构。其中，编辑通过大数据技术对昨日和今日新闻进行热度分析，从中遴选出兼具热度和新闻价值的内容进行加工编辑，确保每天的节目都能将国际、国内、省内以及时政类等不同层面的新闻囊括其中，条数控制在30条左右。确定内容范围后，主持人和编辑共同从中选出符合媒体特色的选题进行评论，辅以背景音乐烘托广播氛围。在进行用户生产时，生产主体应最大限度地实现多元化，将社会各行各业各阶层的用户都纳入到内容生产体系中，为广大的潜在内容生产者打通新闻线索传输通道，如来自新媒体的“两微一端”和来自传统媒体的信函、电话等。用户提供的新闻内容不拘泥于形式，只要能被进一步加工为有声语言即可。广播电台还可以考虑与社交平台上的“意见领袖”合作，一方面有助于增强媒体的影响力，另一方面有助于提高广播早间新闻的品质。

此外，在融媒体时代，广播早间新闻节目转型过程中要着力解决的一大问题是激活传统媒体的内容生产能力，使传统媒体在新媒体技术环境下得到内容的扩充与渠道的扩大。作为传统媒体领域中至今仍保持着旺盛生命力的传播形式，广播节目必须更好地适应新媒体传播

方式，扭转传统媒体产品的形态和架构。为此，既要坚持通过电波进行广播早间新闻的传播，又要在新媒体渠道如微博、微信、移动广播平台等进行传播，最大限度地将有声语言植入到新媒体技术能抵达的各个场所、各类场景。

(二) 打造对用户友好的界面

在融媒体时代来临之前，广播节目以线性传播，输出端与输入端的互动性较差，而且节目内容难以留存。但在融媒体技术环境下，以上问题几乎都有了解决方案。近年来国内发展速度较快的广播平台如“蜻蜓FM”“喜马拉雅FM”，包括本文研究的《93早高峰》等，都允许用户进行内容的自主定制，因而用户能够进行场景化的广播收听。这对传统广播早间新闻节目的转型带来了如下启发：其一，节目应当尽可能保持高水平的线性和流畅度，使节目内容如串珠般既独立又紧密地关联在一起，这样用户既可以根据自己的喜好选择性地收听，又可以从头到尾连贯性地收听。其二，不断增强节目与用户的互动。《93早高峰》与受众的互动就很高效率，是以吸纳意见和观点的方式激发受众对传播的参与热情，而非简单地插科打诨。因此，未来的广播早间新闻节目在转型时应当为受众拓宽参与渠道，激励各行各业各阶层的听众成为节目的参与者和内容的生产者。其三，将节目的命脉向线下延伸，如定期为节目的“粉丝”举办线下活动，通过现实情境中的人际活动将用户打造为媒体的品牌“社群”，从而实现用户线上内容消费到线下体验的无缝对接。

在融媒体环境下，一档好的广播节目应该具有较强的内容原创和集成能力，内容产品应该具有融媒体传播的形态，同时借助新技术，构建对听众友好的界面，实现线上内容生产向线下服务的延伸。早间节目的追求目标是：塑造集幽默感、草根精神、媒体情怀、正能量于一身的品牌形象，通过内容持续创新、融媒体高度覆盖，形成节目粉丝群。目前我国的大部分广播早间新闻节目离这一目标还有很长一段路要走，亟需继续努力，坚持媒体融合的方向，不断调整前进步伐。

(作者单位：浙江电台交通之声)