



## “厚报”时代电视新闻的应对之道

时间: 2002-9-5 23:42:05 来源: 中国新闻研究中心 作者: 王永显 吴刚 阅读511次

说起媒体竞争,人们想到更多的是报纸之间的竞争、电视节目之间的竞争,其实三大不同性质的媒体(报纸、广播、电视)自其诞生之日起,对市场的争夺战就从来没有停止过。在过去的一段时间里,电视凭借其声画合一的传播特性和先进的技术手段,曾经一度成为受众的宠儿。但是最近的两三年来,因为“厚报”的诞生,媒体之间的竞争格局已经悄悄地发生了变化。

### “厚报”及其对电视新闻的冲击

“厚报”,就是变厚了的报纸。在二十世纪60年代,一种深刻的背景促成了西方“厚报时代”的到来——Newspaper is use paper(新闻纸即有用纸)的口号被提出,同那些铺天盖地的庸俗小报竞争得焦头烂额的严肃大报也开始重视过去被排斥的实用性信息。这些实用信息使《纽约日报》之类的报纸由过去的10—20版扩张至100—120个版,最高纪录曾达1572版。

像中国的许多行业同国际迅速接轨一样,中国报业也只花了十几年的时间,就从市场竞争初期跑马占地的“多报时代”,向竞争成熟规模化经营的“厚报时代”顺利过渡:四川出现了100个版面的市场型报纸,北京的《北京晚报》每日56版,广州的《南方都市报》每日80版,浙江的《杭州日报》(含下午版)每天对开32版,《钱江晚报》四开32版,从今年5月份开始,各报又纷纷推出“世界杯”特刊,版面又多了近三分之一。

报纸变厚,尽管很大程度上是广告数量的增多,但不可否认,报纸的有效版面也是增加了,这就意味着信息量的增多。翻开厚厚的一叠报纸,先不用看具体的稿件内容,单是看每一版的名称,就可以看出,厚报是靠新闻、实用信息“撑”起来:要闻、本地新闻、中国新闻、国际新闻、体育新闻、财经新闻,报纸成了名符其实的“新闻纸”。

厚报时代,报纸一改过去那种死气沉沉、一马平川的脸孔,而是向电视的表现手法学习,“师其强技”。上海《申江服务导报》在创刊时就提出了“办一张电视时代的报纸”的口号,就是试图通过版面强化、加大视觉冲击力来对撼以画面取胜的电视新闻。从某种意义上说,现在的厚报是“画报”,照片、图片、图表的大量、大幅采用(有的报纸甚至开辟了专门的“视觉新闻版”),形成视觉强势,激发读者的阅读欲。世界杯期间,《青年时报》、《今日早报》的特刊都采用精彩的大幅照片作封面,粗黑字体作标题,这种适应时代潮流、顺应读者视觉感受的版式设计,既突出了报纸的新闻卖点,又吸引读者手不释卷,再三品味欣赏;与之相比,电视画面虽生动逼真,却是稍纵即逝,是否显得美中不足呢?

在厚报时代,报纸改变过去以版为单位的格局,取而代之以版组为单位。现在的《北京晚报》、《羊城晚报》均设有A、B等版组,每一版组又有不同的侧重点:A版组是本地市新

- 奥运热潮引爆网络商战
- 张朝阳揭秘搜狐奥运资源
- QQ搜狐,谁是奥运真英雄
- 北京奥运的中国媒体军团
  - 媒体眼中的奥运
- 奥运北京:媒体的盛宴
- 媒体奥运大战前的记者
- 外媒关注奥运非赛事新闻
  - 媒体冲刺奥运
- 奥运媒体大战一触即发
- 报业无序竞争何时休止
  - 中国报业竞争之北京
  - 河北报业竞争的启示录
  - 财经媒体竞争力何在?
- 河北报业竞争之格局观察
  - 武汉报业竞争生态分析
  - 拍案天津报业
  - 报业德比战
- 报业竞争的出路何在?
- 网络媒体向电视发起总攻
  - 浅谈日本“报业大战”
  - 媒体“打架”,打掉了什么

闻，B版组是国际、体育新闻，C版组是文化娱乐新闻。如果你急切地了解最新一场球赛的结果，拿到报纸后只需将B版组从中抽出来就行，满满几版的赛事信息，挑选起来就象探囊取物一样容易。而电视新闻由于其特有的线性传播模式，受众的可选择性远远不如报纸。

美国报业协会最新的调查显示，目前美国早报的总日发行量已达5600万份，比1950年增加300万份，平均有58.6%的成年人每天阅读日报，同时另一项与电视观众的比较调查表明，在黄金时间收看电视节目的时间达到半小时的成年人为40.8%，与前两年相比已大为减少。

上面举的数字是美国的情况，在中国内地，“厚报时代”还刚刚开始，电视事业如日中天，广大受众的注意力仍被五光十色的电视荧屏所吸引。但安于现状往往是溃败的前兆。美国是厚报发展最为成熟的国家，他们的情况是否可以作为我们的前车之鉴呢？我们应该居安思危，未雨绸缪，研究厚报对电视造成了哪些冲击，并据此提出电视新闻的应对之道。

## 电视新闻的应对之道

### （一）深化“新闻立台”观念，加大新闻节目投入，创办“新闻频道”

随着社会经济的发展，人们关注的不仅仅是身边的人和事，人们需要寻求对周围世界的了解和剖析，从而调整自己的行为，以适应生存、发展的需要。人们对信息的需求之大是前所未有的，而新闻节目作为提供信息的主渠道，任何电视台都应将其作为全台的工作中心和重点。电视宣传要突出、强化新闻节目，各级电视台应把最好的设备、最强的力量放在新闻节目上，努力加大信息量，提高时效性，努力办好新闻节目和新闻评论性节目，以此带动专题节目、文艺节目等各类节目质量的全面提高。电视新闻也受到了中央领导同志的极大重视，江泽民总书记、李鹏委员长曾多次询问中央电视台新闻采访部的记者：你们的设备是不是全台最好的？在得到满意回答后，领导同志强调，新闻要用最好的设备，要创造一切条件，满足新闻节目，这是党和国家利益的需要，也是社会和大众的需求决定的。一句话，新闻是党和政府的喉舌。

加大新闻节目的投入，其极致就是创办专门的“新闻频道”。这也是电视由“广播”走向“窄播”的必然方向。在全国广电行业探索电视频道化、专业化之路的今天，中央电视台和一直引领行业改革风气之先的浙江广电集团，都率先将属下第一套节目改版、定位于“新闻综合频道”，以新闻传播为中心，调整节目结构，朝着要成为国内外（省内外）要闻总汇和舆论中心的目标前进。我们可以预见，在不久的将来，象CNN、凤凰卫视资讯台这样24小时不间断播出新闻节目的频道也将在内地应运而生。新闻事件随时直播，跨地域的新闻报道第一时间播发，从表面上看，是电视荧屏日益精彩丰富，而更深刻的意义，是培养了观众崭新的收视习惯，锁住频道，从而在激烈的媒体竞争中立于不败之地。

### （二）优化电视新闻的栏目设置

纵观目前内地电视台的新闻栏目，在设置上大多模仿中央台的格局。以晚间新闻栏目为例，各台均以一档类似于《新闻联播》的本省（市）新闻打头阵（以消息为主，俗称“六点半新闻”），再创办一档新闻杂志性栏目（以深度报道为主，其地位、性质类似于《焦点访谈》），实力雄厚的还有逢整点推出的“整点新闻”。乍一看，似乎新闻节目的时间很多，门类很全。但仔细一研究，当中的水分不少。

本省（市）新闻（如《浙江卫视新闻》）是一档涵盖各行各业消息的综合性新闻，几乎包括了当天本地区发生的所有重大新闻事件，因此常常会出现与新闻杂志栏目的选题“撞车”的情况，尽管一个是报道事件，一个是交待背景、深入阐释，两者不可互相代替，但至少浪费了观众一部分宝贵的时间。至于整点新闻，其设置的原本目的是充分发挥电视新闻滚动播出的优势，但由于技术、人力上的限制，再加上值得追踪报道的事件不是很多，因此，现在的整点新闻往往是精缩了的“六点半新闻”，无论观众是八点还是九点打开电视机，看到的都是这么几

条新闻。整点新闻的“滚而不动”，自然给观众造成了厌烦的情绪，对宝贵的节目资源也是一种浪费。

针对这种现状，我们提倡电视新闻的栏目设置应向“厚报”学习，好以“版组”的概念来安排各个时间档的新闻栏目。“六点半新闻”就好比报纸的要闻版，大标题、小文章，消息唱主角，简短报道本地重大新闻，对于将在新闻杂志栏目中重点推出的内容，则在“六点半新闻”中作简单的一句话介绍，就象报纸要闻版上的导读。各整点档的新闻，则改变那种“麻雀虽小，五脏俱全”的模式，转向按新闻的不同题材分门别类，如设置“财经新闻”、“体育新闻”、“娱乐新闻”，不同的整点，推出不同的新闻小栏目，重大突发事件则在其中予以插播。这样一来，观众要选择自己喜爱的电视新闻，只需在相应的整点打开电视机，就象读报纸只需将自己喜欢的版组抽出来一样，再也不用在电视机前苦苦地守候了。中央电视台一套晚间十点的《世界报道》、《体育新闻》，浙江卫视晚间六点档的《财经报道》、《今日证券》，都在这个方面做出了有益的尝试：每一档节目的时间虽然不长，但由于新闻之间是集纳式的综合编排，题材同类，内容相关，对于关注这一方面新闻的观众来说，看起来的确过瘾至极。

### （三）大力挖掘电视特性，以先进技术实现“现代传播理念”

即使是“厚报”时代，报纸可以增设版面，连篇累牍地刊登醒目的大照片，给人以直观的形象感，但它不可能将事件发生当时的现场声真实地再现；即使文字记者妙笔生花，新闻当事人的语言、神情跃然纸上，新闻现场的环境、声响描写面面俱到、栩栩如生，但诉诸于文字、见诸于报端，感觉就象从南国空运来的玫瑰花，虽然新鲜，却没有初采摘之时的娇艳欲滴，而电视新闻则是把观众引到鲜花枝前，不仅看到了水灵灵的花骨朵儿，还能闻到芬芳浓郁的花香，这要归功于电视声画合一的传播特性，更是电视高新技术利用的结果。

在竞争日趋激烈的今天，浙江卫视一直占据全国新闻节目创优的制高点，很大程度上，是充分发挥了“天上一颗星，地上一张网”的技术优势。1999年度荣获中国新闻奖一等奖（节目编排类）的《阳光直播室》，就是在一档常态性的新闻栏目中，五家省、市电视台的新闻主持人跨地域双向交流，共同主持节目，并实时播出，让观众走进丽水、温州、宁波、绍兴，感受全省人民欢度国庆的喜庆气氛。这种全新的新闻播报和编排形态，让人耳目一新，在当时就产生了很大的冲击力。业内人士认为：利用光缆、微波连网，实现异地多点新闻直播，这在国内尚属首次。三年前，《阳光直播室》的光缆连线直播还仅限于重大节日、重大新闻事件的报道；而现在，浙江卫视新闻中心的主创人员已经将之视为一种日常的节目形态，几乎每个月都要搞几次，直播点也从演播室直接设到新闻事件现场、从主持人转到新闻人物自身。这样的传播理念和技术手段，国内其他的省级台还鲜有做到，平面媒体更是难望其项背。

其实，从2000年的台风杰拉华、钱江潮直播，2001年的广州九运会双视窗直播，一直到今年全国“两会”报道的虚拟演播室，浙江卫视的每次大型报道战役，从表面上看，是技术手段的日新月异，而背后的实质，则是全体采编人员在积极实践和体现着“现代传播理念”——满足观众第一时间了解事物、认识事物、获取信息的需要。而这，恰恰是再厚的报纸都难以抗衡的。

本文所阐述的，是电视面对“厚报”竞争应采取的对策，但电视的危机，仅仅来自于报纸吗？在新兴媒体的挑战中，我们已经看到了一个咄咄逼人的网络，还有许许多多现在还不能预见的对手。不思改革进取，依然原地打转，将严重制约电视的发展，更不利于同其他媒体的竞争。站在21世纪的门槛上，面对下一个千年，电视，理当居安思危。

（作者单位：浙江电视台）

相关文章： 电视新闻

- 电视新闻与网络媒体融合的方向 (2009-2-11)
- 电视新闻也可以造假? (2008-5-17)
- 电视新闻从更深层次关注民生 (2007-5-14)
- 谢耘耕北大演讲：中国电视新闻竞争报告 (2006-6-25)
- “公共领域私人化”视角下的电视新闻 (2006-2-25)

[>>更多](#)

“厚报”时代电视新闻的应对之道 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.