

全天不同时段电视新闻浅析

作者：张凌光、... 文章来源：海口台 点击数：214 更新时间：2009-7-17

全天不同时段电视新闻浅析

海口台 张凌光、范颖

凤凰卫视的宣传片主打几档新闻节目：早上7点开始的《凤凰早班车》，中午的《凤凰午间特快》，贯通全天整点播出的《时事直通车》，还有午夜12点的《凤凰子夜快车》。根据央视一索福瑞数据调查显示，我国观众在不同收视时段有着不同的收视节目类型偏好。在激烈的竞争中，新闻节目在不断创新、提高质量、增强可视性的同时，如何合理安排新闻节目的播出时段、如何在不同的时段根据主要受众类型的转换安排新闻节目，从而提高新闻节目的收视效果也成了主要的话题。

任何一种媒介都以受众为最终传播对象。因此，只有研究受众构成、受众特点，进行有针对性的传播，才有可能达到预期的传播效果。同时，电视又是一种以时间纬度展开进行传播的大众媒介，不同时段不仅有不同的受众，而且不同时段的受众也有着不同的收视情境，这些都决定着受众的收视需求。目前的电视新闻节目主要分成四个时段播出：早间时段，午间时段、晚间时段、夜间时段。下面我们根据这几个时段的主要收视群体、收视习惯，来分析不同时段电视新闻节目的特点。

一、早间时段新闻节目

从收视人群上看，早间时段新闻的受众是一群态度取向积极的观众群体。早间观众群体调查显示，近63%的人平均清晨6:10左右起床。早间有时或经常通过电视等媒体接触新闻内容的观众占一半以上（57%），早间新闻收视市场的潜力非常大。央视一索福瑞近期数据显示：在早间关注新闻的人群年富力强、教育程度在大专以上的比例占三分之一以上。特别是在经济发达的沿海城市，观看早新闻的人群中，大学以上学历的受众占30%以上。按照发达国家的经验和城市经济圈域影响的理论，经济发达城市的生活与媒介习惯会辐射到周边地区，从而形成更大范围的收视习惯。早新闻

正是这样一种具有巨大成长潜力的节目类型。

从人们的生活习惯上看，早间也是一天中时间安排规律性最强的时段。央视一索福瑞数据显示：早新闻的收视率一直稳定保持在3.83左右，没有剧烈的波动。收视率的数字再次验证了观众收视的稳定性。据调查，早间时段的主要受众是起床后准备去上班或者上学的人，他们的收视情境是“非独占”式的，往往边做饭、吃饭、收拾东西，边看电视，调查显示，只有约1/3的人全神贯注地看电视。对于这些上班族或者上学的学生，除了要迫切了解最新的新闻动态，他们还关心当天的天气交通状况。

从新闻内容上看，在早间收看电视的观众对突发事件和重大新闻的期待最为强烈。早新闻正是迎合了观众对新闻先睹为快的心理需求而具有生命力的节目。而且，充分考虑到早间观众开机时间不一和伴随性等特点，有规律地进行重播。

要办好早间新闻，不妨从以下几个方面着手：

1. 新闻娱乐相结合

在美国早间新闻节目在前半小时的新闻、信息之后的播出内容五花八门、包罗万象，涉及名人、家庭、娱乐、时尚、天气、旅游等许多方面，内容相对较“软”，而服务性、娱乐性较强。早间新闻节目应该是新闻+信息+娱乐的混合物，是为观众精心准备的一桌大杂烩式的新闻信息早餐。

以cctv-2的《第一时间》为例，在7：00—9：00的两小时时间内重复播出一档60分钟的节目，节目定位为早间经济咨询节目。分成四个板块：第一个板块是“第一时间·新闻”。以凌晨以后发生的最新的国内、国际新闻为主，偏重经济视角。以轻松的方式传播严肃的资讯，形成资讯扑面的感觉。第二个板块是“第一时间·读报”主持人马斌以轻松幽默的语气为大家评说报纸头条（多家媒体关注的重点）、城市话题、不同意见等。以适于电视表达的方式重新梳理平面媒体。第三个板块是“第一时间·时尚”。为观众介绍时尚的文化、科技、生活方式；科技产品、电影、CD、书籍、国内外不同的人们的不同的生活。从而引领时尚，介绍严肃且有品位的生活方式。第四个板块是“第一时间·天气”播报天气咨询。在这四个板块之间穿插主持人与观众互动内容，形成一种轻松亲切的氛围。

2. 突出早晨的氛围

早上是一天的开始，人的状态也是一天中最有生机的。早间电视新闻应该为受众展示早间第一手新鲜资讯，提供覆盖全天的话语导航。也就是说，新闻早市不应是旧闻的集散地，而更应成为昨夜今晨最新资讯的大卖场。CCTV-2《第一时间》的“氛围”是——轻松、温暖、明快、向上。CCTV新闻频道的《朝闻天下》关注当天焦点事件，提示当天生活服务。凤凰卫视《凤凰早班车》带领观众搭乘早班咨询快车，醒目的一天，从《凤凰早班车》开始。清晨7点打开电视，观众品尝的是一餐营养丰富的新闻早餐——节奏感强，新闻播报快捷迅速，这符合早间时段观众希望把握最新、最快的动态信息的需求，符合观众早间充满活力和动感的特点。

3、主持人的魅力

目前拥有自办早间节目的包括央视新闻频道、一套、二套、五套、凤凰卫视以及多个省级卫视，早间电视新闻节目平均首播时间为7:00，时长在60分钟左右，100%实现日播，少数采取直播，大多数采用版块栏目结构。在早间新闻节目在形式上、内容上乃至演播室风格上都日趋相近的情况下，观众区分并选择不同节目，在一定意义上就取决于节目当家主持人的功夫，主持人的能力和个人魅力因此就显得尤为突出。

“清晨起来，打开电视，第一眼看到的是夏丹的笑脸，心情立刻愉悦起来……”这是在观众互动中，观众发给《第一时间》主持人欧阳夏丹的短信。从中不难看出观众对欧阳夏丹的认可和喜爱。主持人作为电视连接观众最直接、最能沟通情感的中介，他（她）的个人魅力对节目来说是不可或缺的。美国电视网《今晨》的节目主持人詹姆·罗比利特(JAME ROBELET)认为：“两小时的早间电视直播颇具挑战性，在两小时的节目时间内，世界上任何地方发生的任何事件都有可能成为马上要报道的内容，这使主持人始终感到身后有着某种压力。同时，早间节目主持人又要是多面手，既能播新闻，又能主持如烹调等软性内容板块。”观众在起床之后不但要通过早间节目了解新闻和天气，同时还盼望清晨时分能如约见到让他们感到心情愉快的伙伴或朋友——节目主持人。所以说，主持人个性、才能与节目特色的有机搭配对于节目来说是相当重要的。

二、午间时段新闻节目

从收视人群上看，午间时段的受众主要有两类，一是离家较近的上班族和部分白领人士以及自由职业者；另一类是不上班的家庭主妇、离退休人员和待业无业人员。午间收视情景同早间同样不是很集中，往往是边吃午饭边看电视或者躺在床上边休息边看电视，但是不像早间那样匆忙，心态比较平和、随意。

根据央视一索福瑞的数据分析，午间时段（12:00—13:00）总收视人群比较稳定，周一到周六平均有18%的观众群体收看电视，周日有21%的观众收看电视，而且在这一时段新闻节目是观众的第一选择（占34%），这表明午间新闻还是有充分的观众规模保证的。午间市场可开发的较大。可以预见，在晚间黄金时段的竞争日趋激烈的情况下，大有潜力可挖的白天午间时段迟早将成为各家电视台展开新闻竞争的第二战场，这为午间新闻栏目摆脱目前的尴尬地位带来了契机。

午间新闻就其功能性应该定位为：以报道上档新闻之后发生的新闻为基本诉求。从定位来看，它应该及时播发上午发生的最新事件；迅速承接午夜和早间栏目包括平面媒体刊发的重大新闻的“第二落点”，及时追踪最新发展；捕捉聚焦新闻事件，适时实施新闻常态直播；聚焦财经、生活资讯，为观众提供实用信息。总之，要构建一座明亮的“新闻阳台”。

1) 播报方式——轻松活泼

要突破传统新闻播报模式，舍弃原来正襟危坐的播报方式，采用轻松活泼的方式播报，主持风格亲切，自然，活泼，幽默突显个性。CCTV-2的《全球资讯榜》主持人站着播新闻，并采用“说新闻”的语言形式，让观众在轻松的环境下享受获取信息的惬意。

2) 电视午休——享受午间的休闲时光

经过了一上午的工作，大多数人都会在中午这段时间稍事休息。所以午间新闻的时间不宜过晚，应该在12:00——12:30之间，边看新闻边午餐，所以午间新闻的风格应该定在让观众在轻松愉悦又不失严谨风雅的氛围中充分享受午间的休闲时光。

3) 点到为止、突出重点

在信息爆炸的时代，在生活节奏如此快捷的时代，同时在朝九晚五工作模式限制下的中午，人们收看电视台的午间新闻节目，需要的是信息快餐而不是信息慢餐或信息大餐，需要一条条最新的新闻象一个个信息胶囊一样，让他们及时吞服，感知环境变化的信息，获取新闻营养。午间新闻更多的是要做“落点”，而不是“视点”。尤其是中午，人们不需要释理，而是知晓足矣。正如传播学家麦克努汉说的：“媒介即按摩”。

三、晚间时段新闻节目

18:00——23:00通常被认为是晚间时段，受经济发展和生活习惯影响，国内观众的收视群体大量集结在晚间。从收视人群上看，晚间时段的受众主要是以家庭为单位，19点前电视节目通常由儿童控制，21点后电视节目主要由成人控制，但在节目的选择上，父亲角色的人起主导作用。晚间时段，人们收看电视的精力往往比较集中，而且有很浓烈的家庭氛围。

调查表明：中国人回到家里，85%的人最先做的第一件事情就是打开电视机，打开电视机后，又有67%的人会选择收看新闻。电视新闻还是有很大的收视群体，通过电视媒体来了解周围信息已经成为了中国百姓生活的一部分，中国的电视新闻市场潜质是巨大的。《中国电视市场报告2003~2004》的调查数据就显示：在全天9个时段的平均收视率排名中，处于第一位的是晚间时间19:00~22:00，平均收视率高达50.8%。正是晚间时段的这种即强又长的收视需求，使得电视台赖以生存的广告收入绝大部分来自这一时段，电视台的品牌塑造也主要看这一时段的得失成败，而收视的高平台让新闻节目拥有了增强影响度、打造号召力的更好的场所与机会，这样就让晚间时段的新闻节目成了各个电视台竞争的首选之地与主战场。

中央电视台第一套节目晚间版的模式是：《新闻联播》+《焦点访谈》+《现在播报》+《晚间新闻报道》。由此可以看出，晚间时段的电视新闻大体分为两种类型：时政类新闻节目、民生类新闻节目。

1) 时政类新闻节目

晚间时政新闻就其功能性应该定位为：将全天发生的新闻事件进行整理，去粗取精进行报道。节目内容是当天或近期的中国时政要闻。晚间时政新闻的代表《新闻联播》——央视新闻节目的“老大”，在几十年的时间里它几乎天天在19:00与中国的广大电视观众如期见面，它是党和国家传递信息的喉舌，它是人民群众获取信息的窗口。几十个地方媒体的转播，使它成为了央视收视率最高的新闻节目甚至可以说是央视收视率最高的节目。它和《春节联欢晚会》一样，已经不再是一种单纯的节目，而成为了一种社会现象……

近些年来，随着民生新闻的出现，有些人说时政新闻不再受欢迎了，但《新闻联播》居高不下的收视率证明了观众对其的关注度丝毫未减。由于几十年的收视习惯，老百姓已经习惯了晚上19点打开电视，通过《新闻联播》来了解国内外政要活动，重大新闻事件的发生。但是，不可否认，跟这几年风起云涌的电视节目改革大潮比起来，《新闻联播》的报道方式就显得落后了。这就给我们提出了一个如何把时政新闻做好、做活的课题。

简洁化：一般的时政新闻要在30分钟左右报道国内外一天来所发生的重大事件，内容量可以说是相当大的，这就要求在报道中去粗取精，掌握分寸，尽量简短。对于时政新闻，通常认为其主题宏大，背景复杂，非三言两语能够说清，因此多采用长消息，长消息不够就用专题，专题不够还搞系列。实际上，完全可以将适于表现的重大主题、重大事件合理分割，化整为零。前期拍摄从不同侧面、不同视角加以观察和报道，后期编辑时将多个短消息形成一定的编排与组合，通过这些小新闻形成合力，同样可以将大主题落到实处，在一定程度上也弥补短消息“短、散、乱”的不足。

故事化：“新闻故事化”是记者在新闻报道中运用得越来越多的一种方式，这种方式增强了新闻报道的客观性与可读性，使新闻报道充满了趣味性和人情味。

直播化：传统新闻的报告的弊端，不重视现场，主要是靠解说词来传递新闻的意义。要在时政新闻报道中推行直播，一是要使直播不断突破“禁区”，从文化体育、科学技术、经济生活向政治领域拓展，使选题更加贴近社会、贴近百姓、贴近生活。二是要使直播从特殊报道手段向常规报道形式转化，减少参与直播工作的人员数量和缩短事先准备的周期，并确保直播效果顺畅自然、完美和谐。三是要使直播从简单的实况向综合全方位现场报道转化，把各种联系观众的手段用于直播中，使新闻信息互动传播得到加强。

2) 民生类新闻节目

最早“民生新闻”这四个字来自于港台的平面媒体，指的是民间的老百姓的财经和理财的生活。《南京零距离》最早用借用这个词，区别以往传统新闻模式，突出此类新闻的贴近性、以百姓的视角观察问题、讲求节目当中的互动、比较大的信息量等特性。民生新闻的出现，改变了传统电视新闻你播我看的单向传播局面，将话语权和决策权更多地让给了平民百姓，体现了电视传媒的平民化趋势，确是新闻节目的一大进步。在晚间这个时段播放民生新闻，刚好吻合了晚间电视新闻节目受众的家庭性。

民生新闻这几年在国内的发展可以说是风起云涌，从央视的《新闻社区》《晚间新闻》到各个省市电视台都纷纷办起了民生新闻节目。随着民生新闻的日益繁荣，许多缺陷和不足也日益暴露出来。综合起来集中体现在如下几点：

首先是新闻内容过度琐碎。目前的很多民生新闻定位于“贴近百姓”。很多人理解“老百姓的事”无非就是在“张家长李家短”的鸡毛蒜皮。越是繁杂，就越是贴近百姓；越是琐碎，就越是民生新闻。而不管它是否典型、是否感人、是否能引发对生活的思考。必须明确的一点就是：日常琐事是百姓生活的组成部分，但琐碎、庸常的事物并不是“民生”的全部内涵。关注民生话题，不是

堆砌生活中的琐碎事物，也不是单纯地还原事实，而是通过对身边典型小事、典型细节的报道，赋予其一定的情感、意义和判断，倡导一种社会理智、社会观念、社会秩序、社会道德和社会风尚，以期推动全民共建社会规范体系。

其次是正、负面报道比例失调。民生新闻内容主要集中在社会公德、邻里家风、购物看病、就业上学、物价波动、打假治劣、社会治安、天灾人祸和其他几个方面。其中，对打假治劣、社会治安和天灾人祸这些社会阴暗面内容显然更为关注。以海南电视台民生新闻节目《直播海南》2006年10月25日的内容为例：

- * 调皮学生书本砸到老师 老师动怒将其当社会青年打
- * 不远千里江苏女子来海南寻夫丈夫有外遇仍旧苦苦挽留家庭
- * 修路遭遇当地年轻人无理阻拦凌晨砸坏工程队四台施工设备
- * 酒吧里聚众吸毒 边防民警出动五个包厢内查获65名涉毒青年
- * 工地液压井疑是水井市民举报记者暗访工地用水仍需规范
- * 蚂蚁爬进了桶装水吓坏市民应用水容易生菌需定期清洗
- * 奥运舵手选拔进入新阶段海南十强将通过视频测验晋级
- * 刑满释放人员冒充狱警 女子轻信他人被骗走四万三
- * 狂妄歹徒竟然抢劫刑警 专挑美舍河旁情侣下手警方提醒市民注

通过以上新闻播出的目录，我们基本可以看到《直播海南》在题材、内容和编排上的原则和特点：它基本上定位于世俗生活中的百姓人、百姓事，是百姓生活方方面面的全记录。但也不难看出这档节目的正、负面报道比例严重失调，10月25日这一天新闻中，负面报道的数量几乎是正面报道数量的8倍。我们知道，新闻节目的报道不仅在微观上，还要在宏观上反映客观事实，要协调好正负面报道的比例，使之与社会现实相对应。决不能让所谓的高收视率压倒了责任和理性。作为民生新闻的新闻工作者，要强调一个新闻的社会责任感。不可否认的是，当很多负面题材的新闻出现的比例比较大的时候，整个节目给人的总体的印象，或者心理上的一种导向作用有时会是负面的，哪怕是从正面的观点去说、引导，做很多努力，但是你所报道的事实，这些东西如果说在一档节目当中过多，会产生一些负面的影响。民生新闻的受众目标往往是占当地人口绝大多数的平民百姓，而大众阶层的文化水平是参差不齐的，其信息判断和文化批判能力往往不如精英知识分子阶层，因此一旦节目的品味和格调滑坡，必然会给受众的审美情趣造成不良影响。民生新闻应在照顾受众接受能力的前提下，强化媒体的主导意识，积极引导社会大众的思想，倡导一种健康和谐的社会理念、社会道德和良好的社会风尚。在报道内容上以正面报道为主，积极展示社会美好光明的一面，传承真正的平民文化精神，真正关心百姓疾苦，大力弘扬人文情怀，帮助受众树立对社会和未来的坚定信念。在揭示社会黑暗面的时候，应注意深入挖掘和剖析新闻背景，对事件的成因、结果和影响进

行理性分析和评判，引导受众冷静、理性的看待和处理问题，打造媒体真正的“平民特色”，树立媒体在公众中的良好信用和形象。

第三是节目内容和形式缺少变化，风格日趋雷同。当前民生新闻节目普遍存在“跟风”和“模仿”现象，雷同现象十分突出，这就使得民生新闻丧失了原有的地域和文化特色，导致收视率下降。因此，民生新闻要实现健康发展，还必须避免形式和内容的雷同和单一，在“以质取胜”的同时，突出个性和创新性。各个民生新闻节目必须探索适合自己的风格，形成自己的特色。已有一些民生新闻节目致力于创新性的探索，并已形成了自己独特的风格。有的在主持人身上下功夫，着重打造主持特色；有的立足本土资源，着重体现本地地域特色；有的节目采用两个主持人搭档的形式，一唱一和，一庄一谐，有效地串连起新闻内容；有的则在节目形式上推陈出新，如大量运用同期录音，运用情景模拟使特殊场景再现，中间穿插相声、评书、影视片断、戏剧戏曲等多种曲艺形式使节目更加形象生动；有的在内容编排上进行定位，将新闻内容故事化，以讲故事的形式传达信息，让受众在听故事的过程中受到感染和启发。比如央视《新闻社区》，有一个“编辑说事儿”的板块，栏目的诸多编辑用不太标准的普通话把一件件新闻事件表述给观众，让观众看着觉得有新鲜感。海口电视台的《热带播报》相声演员用风趣幽默的口气讲新闻，他手里的小扇子以及滑稽的主持风格已成为节目的品牌和标志……这些节目在探索和保持节目个性方面提供了鲜活的例证。

四、夜间时段新闻节目

从23点以后到次日凌晨1点通常被认为是夜间时段。时间逐渐滑向深夜，整个家庭收看电视的人越来越少了，继续收看的这部分人就构成了夜间时段特定的受众群体。随着城市化进程加快、经济进一步发展，夜间受众群数目逐年增加。根据2001年对北京城区《“子夜”节目观众需求市场调查分析报告》显示，午夜时段电视节目的主要受众以男性居多；20—39岁年龄段是收看的主体；大都是高中以上文化程度，大专及大专以上学历者收看深夜节目的比重超过了自然人口比重2—3个百分点；从收入构成上看，居民的收入高低与其是否成为夜间电视节目的“主力消费者”曾明显的正比关系。

按照对“夜间时段”的界定，从23点以后到次日1点可谓“夜深人静”的时候。根据前面所描绘的“标准受众”特点，可以想象坐在电视前的观众的收视情境：晚归的青年男女、忙碌了一天中年人坐在沙发或者躺在床上，聚精会神地看着电视。他们白天可能无暇过多看到电视，希望在临睡前了解当天或者前一天发生了哪些重大新闻并尽可能获得最新消息。他有着较厚的知识背景、较深的社会阅历和生活体验，希望看到一些有深度的调查、分析评论性节目，并把节目中提供的观点和自己的看法进行参照比较，甚至进一步作为他处理现实变化的意义参照系。这时候他远离了白天的喧嚣，静静地一个人享受着一种寻找自我、寻求认同感的私人空间。可以这么说，夜间时段的受众的收视忠诚度最高。

午夜是一天的结束另一天的开始，午夜时段电视新闻就其功能性应该定位为：以总结全天新闻精华为基础诉求，兼有报道与国内存在时差的欧美国家所发生的重大新闻事件。通过上述分析我们可以知道，晚间听众是“脑力工作者”，他们与体力工作者不同，他们收看电视有自己独特的需求。

1、深度支持：当天的新闻话题深度分析。

2、信息补足：晚间节目受众的另一个需求，是对全天因为忙碌而错过的信息进行补足，或者是对当天新闻进行回顾与梳理。

时段的特殊性与影响力的局部性，使得夜间时段新闻无论在报道手段还是节目形式上，都具有一定的特殊性。下面我们以太空电视台新闻频道和凤凰卫视中文台23：00—01：00这个时段的节目安排为例，评述一下夜间时段电视新闻类节目的特点。

中央电视台新闻频道：	凤凰卫视中文台：
23:00晚间新闻报道	23:00 凤凰快报
23:30法治在线展播	23:02 秋雨时分
23:55天气·资讯	23:05 时事开讲
00:00午夜新闻	23:35 锵锵三人行
00:30体育报道（录播）	00:00 凤凰子夜快车
00:55天气·资讯	00:20 凤凰子夜财经

在23点到凌晨2点这一时段里，凤凰卫视中文台主要以新闻资讯和新闻评论节目为主，中间穿插余秋雨先生主讲文化的《秋雨时分》和谈话节目《锵锵三人行》，从这些节目安排上可以看出，凤凰台是针对午夜收看电视人群的特性而有意为之；而在同一时段里CCTV-新闻频道也是以新闻类节目为主，辅以法治节目和体育节目，以扩展收视群体范围。其中0：00左右的《午夜新闻》和《凤凰子夜快车》分别是两个台这个时段的主打节目。子夜时段电视开机率相对来讲处于一天的较低点，这一时段新闻节目影响的深度与广度都相对局限与局部，事实上，我们看到《午夜新闻》和《凤凰子夜快车》在报道方式与编排手段方面的确进行了很多尝试，比方说模仿CNN、BBC的现场报道模式等等。呈现出多维视角下的夜间新闻模式。

一直以来，新闻节目处于不断调整之中，这些变化是以中国的大众传播媒介自身发生的变化乃至我们国家的经济、社会、文化等方面的发展、变化为背景的，而时时处于媒介包围之中的受众更是流动变化的要素之一。根据不同时段的受众的收视需求，科学合理安排不同时段的电视新闻，直接反映了电视新闻的广度、深度，乃至自由表达的程度。

（编辑：贾妙静）

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入：jiamiaojing 责任编辑：jiamiaojing

- 上一篇文章：“合纵连横” 浅论电视新闻加强多媒体联动
- 下一篇文章：突出本土 打造精品收获城市台的“绿色收视率”

【发表评论】 【加入收藏】 【告诉好友】 【打印此文】 【关闭窗口】

站内搜索

文章 下载 影视 关键字

最新热门

最新推荐

会员评论 (评论内容只代表网友观点,与本站立场无关!)

| [设为首页](#) | [加入收藏](#) | [联系站长](#) | [友情链接](#) | [版权申明](#) | [管理登录](#) |

建议您使用1024*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话: 010-86091726 86091907 技术支持: 9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号: 京ICP备05037832号