

1942年创刊

青年记者

www.qnjz.com

第五届新闻学子论文评选启事



文章标题

全部

指定年份

2013

搜索

· 首页 · 杂志简介 · 刊首快语 · 前沿报告 · 传媒骄子 · 新闻茶座 · 经历 · 冷风劲吹 · 边看边说 · 传媒透视 · 国际媒介 · 专栏作家

面对面 专题 博士笔谈 理论视野 新闻采编 经营方略 广电视听 新媒体 素养/管理 名家风范 往期回顾 主编信箱 新闻实践

媒体脸谱 政经资讯 观察与批评 调查与研究 传媒个案 新闻与法 学子论文 网文精选 编读网来 经营专区 采编技法 传媒史话

2008年电视媒体的“奥运娱乐牌”

时间:2009-04-28 12:04:00 作者:; 来源:

● 王 乔

2008年北京奥运会的举办,各家媒体的节目编辑方针也紧跟着进行了调整,出现了一批以奥运为题材的电视节目并且迅速走红。研究这些节目走红的现象与背后的原因,有助于媒体更好地把握编辑方针。

电视媒体以奥运为题材编排节目成为新趋势

1. 电视媒体的编辑方针

电视媒体的编辑方针是根据办台方针以及实际情况对电视节目的内容和形式所作的总体设计,是编辑工作所应遵循的基本准则。电视节目的形成是一个复杂的综合创作过程,在节目的创作过程中应该积极发挥创新思维来应对新的形势和其他媒体的竞争。

作为奥运转播机构的中央电视台毫无疑问成为2008年北京奥运报道的主力军和最大赢家;对于其他电视台来说,奥运节目看似“鸡肋”,但如果准备充分、定位适当、执行有力,也能从奥运中分得一杯羹。这就需要将奥运报道纳入到全台战略定位的环节中,对奥运节目进行战略性配置,而不是仅仅当作阶段性的系列体育赛事。对于电视传媒来说,奥运会不仅仅是阶段性的体育赛事,而是一个关涉各个行业的全球性事件,因此,奥运会不是体育类频道和体育栏目的“专利”,还可以从娱乐、经济、人文、环保等不同的角度进行解读,同样可以制作出一些不错的节目。

2. 电视媒体在编排节目时大打“奥运娱乐牌”

在奥运期间,湖南卫视依据自己“快乐中国”的频道定位,提出“激情看奥运,我们正年轻”的频道口号,巧妙地将奥运和自己擅长的娱乐定位相结合,娱乐资源成为湖南卫视节目编播创新的不二法门。《快乐向前冲》背靠奥运的大背景,吸引了全国众多观众的目光,这档与观众互动的节目,使得其一亮相收视率就一直飘红。奥运期间湖南卫视又接连推出了《奥运健谈》、《奥运天天奖》等一系列奥运特别节目,因此,将奥运激情完美融入自己擅长的娱乐节目中,以青春洋溢的风格夺人眼球,以创新精彩的节目吸引眼球,成为湖南卫视奥运期间节目编排创新的最佳诠释。

东方卫视继续着“新闻立台、娱乐见长”的频道定位,在奥运会期间,以奥运为轴心,打破常规节目编排,凸显频道的奥运特色。《奥运看东方》、《喝彩北京奥运》等几

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 4. 1
- [欢迎关注青年记者微信、微博](#)
- 业界资讯集萃2013. 3. 25
- 业界资讯集萃2013. 3. 18
- [第九届学子论文评选启事](#)
- [第八届学子论文获奖名单](#)
- [第八届学子论文评选奖励办法](#)
- [青年记者入选全国核心期刊](#)
- [青年记者电子版机构用户增长2](#)
- [今参考加快向山东第一刊迈进](#)

More...

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大征集
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展路
- 辽宁日报传媒集团新址奠基“
- 人民日报实行统一版数、统一
- 辽宁日报报业集团更名为辽宁
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More...

::: 学子论文评选 :::

- [第九届学子论文评选启事](#)
- [第八届学子论文获奖名单](#)
- [第八届学子论文评选奖励办法](#)
- [第八届学子论文评选启事](#)
- [第七届学子论文评选揭晓](#)
- [第七届学子论文获奖名单](#)
- [第七届学子论文评选奖励办法](#)
- [第七届学子论文评选启事](#)
- [第六届新闻学子论文评选揭晓](#)
- [第五届学子论文评选揭晓](#)

档以奥运为主题的节目占据了晚间的黄金时间，成功地利用观众流原理使观众在几档节目中完成顺流，避免了溢流。

原因分析

1. 从媒体角度

娱乐功能是电视传播最主要的功能之一，制造快乐是电视传媒娱乐效应的形象说明，电视传媒与奥运的结合使体育活动所具有的娱乐功能被充分挖掘出来，在市场经济的刺激下奥运文化和电视传播不约而同地强化了这一功能，体育消费同时也成了一种娱乐消费，这就为奥运传播的娱乐化建构了理论基础。央视以外的其他媒体要想在这个奥运的大背景下有所作为，就得另辟蹊径。媒体要做到以新颖的节目形态满足受众参与奥运的情怀，也是打赢奥运保卫战的必要举措。作为电视传播的特性，节目形态的简单易懂是必要的，这也符合美学上所称的“视知觉简化”原则。

娱乐是受众兴趣和需求的最大共同点，于是，电视媒体在操作方法、运营模式、编导方针等方面都不同程度地突出了商业化取向，电视媒体对经济利益的追逐是娱乐化现象产生的原动力，表现为媒介内容娱乐化倾向的强化。因为，电视传媒运作的市场化已经成为奥运娱乐化的动力，娱乐化可为奥运电视传播带来巨大利益，提供强大的经济支持。

资源也是未来电视媒介之间相互竞争、争夺受众的依托因素。在资源受限的情况下打出娱乐牌是各媒体权宜之计与策略调整的表现，各个频道因定位不同而积累下来的宝贵资源为频道的节目编播创新提供了扎实的基础。当奥运成为社会热门话题的时候，媒体在节目编排上都会考虑把这个元素加入其中，所以，奥运娱乐节目成了一个合适的方式。

2. 从受众角度

娱乐是人与生俱来的精神因素，在人类生活中，娱乐无处不在，由于娱乐有缓释压力、转换心理情绪、融洽人际关系的效用，受众也就更加偏爱娱乐化的媒体，这正是娱乐化的媒体大受欢迎的基本动因。人们渴望参与到奥运这一盛事当中去，所以，轻松的具有挑战精神、具有可观赏性的电视节目就成了观众们渴望期待看到的，普通受众对于能拥有一个属于自己的奥运舞台是非常享受的。

受众的国家、民族、地域、环境差别会导致个人在思想观念、生活态度和价值标准上都有着不同的特点，但是，人们对于健康积极向上理念的接受心理是相通的，所以，受众对于娱乐的要求是基本的，这也是奥运电视娱乐节目赢得受众的基本条件。除了稳定的体育迷之外，还是有一个可供挖掘的有着巨大潜力的“非体育迷”，在奥运成为社会最火热的词语的时候，打造适合这类人群的节目是必要和行之有效的。

3. 从现实角度

新闻娱乐化就是要看传播者对新闻的叙述方式是否软化，这就要求在对信息的解读中加入多样元素使信息在传递过程中既有专业眼光，又有趣味、有看点，抓住已有素材中的小情节、小细节，对其赋予带有戏剧性的看点。目前，各类电视体育新闻节目都在寻找独特的信息解读方式和切入方式以获得观众的注意力，明星资源是全球电视媒体娱乐化的发展潮流中不可忽视的元素。多年来奥运电视传播的体育新闻节目中永远是向明星倾斜，奥运明星尤其是奥运新星的时尚观、审美观、婚恋交友甚至饮食都被纳入选题。当然，必须警惕其庸俗化走向，防止一味追求所谓卖点和爆炸性而刻意夸大事实、制造话题。应着重展示其辉煌背后的艰辛，给受众带来真善美的享受。

对于这一趋势的思考

尽管奥运体育新闻节目娱乐性的功能日益巩固，但体育新闻所涉及的每一个领域，都有很强的专业性。体育新闻节目在提供信息、提供消遣的同时具备一定的诠释性、知识性。这就要求节目的编创者不仅要熟知电视业务，还要具备一定的体育专业素养，这样才

编读网来

- 青年记者2013年2月上评刊
- 青年记者2013年1月下差错
- 青年记者2013年1月上评刊
- 青年记者2012年12月下差错
- 青年记者2012年12月上评刊
- 青年记者2012年11月下差错
- 青年记者2012年11月上评刊
- 青年记者2012年10月下差错
- 青年记者2012年10月上评刊
- 青年记者2012年9月下差错

More...

经营专区

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮局
- 山东邮政公司充分肯定《今参
- 《齐鲁晚报》、《今参考》被
- 欢迎订阅《青年记者》
- 欢迎订阅《今参考》

More...

友情链接

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 凤凰传媒
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More...

能在提供资讯的同时使评论精练、准确，力求使观众在接受信息时不只是“外行看热闹”，而是可以跟随节目的解说或评论获得对信息较到位的理解，从而树立起节目在观众心目中的权威性。同时，在专业理念的指导下体育记者才能更好地同教练、运动员等进行深层次的采访与交流，以获得独家信息资源。由于体育活动本身带有复杂的技术含量，体育新闻节目比其他类别的资讯节目更要求以专业知识为节目运作基础。因此，体育新闻节目的娱乐化发展必须以专业性为前提，把握住了专业性，就把握住了节目创作的根本，才能使节目内容丰盈、充实，使娱乐化不至于沦为肤浅化、庸俗化、空洞化。

（作者单位：西北大学新闻传播学院）

来源：青年记者 2009年4月中

编辑：解西伟

[【发表评论】](#)

[【打印本文】](#)

[【收藏本页】](#)

[【返回顶部】](#)

[【关闭窗口】](#)

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法

[点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员,在此[注册](#)

• 所有评论仅代表网友个人观点 • 请各位遵纪守法并注意语言文明

[发表](#)

大众网版权与免责声明：

- 1、大众网所有内容的版权均属于作者或页面内声明的版权人。未经大众网的书面许可，任何其他个人或组织均不得以任何形式将大众网的各项资源转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合；不得把其中任何形式的资讯散发给其他方，不可把这些信息在其他的服务器或文档中作镜像复制或保存；不得修改或再使用大众网的任何资源。若有意转载本站信息资料，必需取得大众网书面授权。
- 2、已经本网授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：大众网”。违反上述声明者，本网将追究其相关法律责任。
- 3、凡本网注明“来源：XXX（非大众网）”的作品，均转载自其它媒体，转载目的在于传递更多信息，并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。
- 4、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的，请30日内进行。

地址：济南市泺源大街6号 邮编：250014 电话：（0531）85193517 85193383 85193379 85193140 投稿邮箱：qnjz@vip.sina.com

Copyright©2001-2007 qnjz.com All Right Reserved

转载需注明来源，未经许可，不得转载

鲁ICP备07006503号