

版面，新闻背后的力量

张丽娜

消费日报社，北京 100075

摘要 版面信息的综合策划与整合，是“新闻力量”得以喷薄而出的不二之途。很多读者对网络来源的信息都抱很大怀疑态度，因为感觉有些消息就像坊间传言一样，说什么的都有。报纸要做的，或许从这些“口水新闻”中脱离出来，用最严肃，最值得信赖的面孔来告诉读者，真相到底是什么。

关键词 报纸；版面；信息；新闻力量

中图分类号 G214

文献标识码 A

文章编号 1674-6708 (2014) 106-0002-02

与精彩纷呈的电视和网络媒体比起来，无声无息的报纸多少显得有些不够吸引人。很多编辑不禁感慨：平面纸媒越来越难吸引人，几乎所有能想到的编排手段都差不多用尽了。还能用什么“花活”来吸引读者呢？

与此同时，报纸版面的同质化问题也日趋严重。很多尺寸相同的报纸，如果把报头遮住，读者甚至都不能看出他们到底有什么区别，更不用说用版面来确认是哪份报纸了。

然而，报纸是否真的需要在视觉上永远把标新立异放在第一位吗？

很多编辑认为，为读者提供他们需要的信息才是最重要的，这也是报纸最重要的使命。版面做得再花哨，没有太多有效信息也是徒劳，到头来也不过是浪费纸张。不过，如今读者的阅读习惯，已经严重“快餐化”，如果没有简洁而“养眼”的版面，很少有读者会耐着性子读完一整份报纸。即便里面有很多他们需要的信息，他们也往往会因为视觉疲劳而放弃阅读。

这样，一个矛盾就摆在了编辑面前：如何既能充分向读者传达尽可能多的信息，同时又不让花哨的装饰占领有效信息的版面？

在多年的编辑工作中，笔者领悟到其中一些方法，希望与同行分享、互通有无。

1 有效信息未必以量取胜

在信息时代，纸媒过去担当的角色，正在被其他媒体所瓜分。仅网络媒体就瓜分掉一大块。过去，很多新闻对事件的背景、来龙去脉交代得非常详尽，因为读者没有其他途径去完整地了解事件的真相以及事件背后的各种情况。如今，很多事情，尤其是科普、百科类的知识，人们用百度之类的搜索网站就可以很容易地获得，而手机上网更让这种搜索信手拈来，比翻报纸来得快很多。可以信手拈来的东西，为什么还要翻报纸去找？这样说来，如果报纸用太多版面去介绍很多“可以用网络搜索到的东西”，这些信息即便有效，也基本不能很完整地传达给读者，因此，有效信息也会沦为无效信息。

有编辑就会问，还有什么信息是网络搜不到的呢？

的确，网络几乎无所不能，也几乎没有什么能搜不到的。但是，正因为包罗万象，网络的弊端也显现出来：读者看花了眼，不知道哪些是最重要的，不知道该搜什么。

在这种媒体环境下，报纸完全可以充当读者的“关键词筛选器”。很多读者其实还会坚持这样的看法：网络上什么都有，但能上报纸的，都应该是比较重要的，也是最可靠的信息。

所以，那些最重要也最可靠的信息，就成为报纸“有效信息”不能错过的内容。因此，“标题新闻”也越来越多地见诸报端。简单陈述新闻事实基本要素，在第一时间告诉读者事件最核心的内容。至于背后的来龙去脉，读者完全可以借助其他媒体去

充实自己了对新闻事件的了解。在多种媒体共存的时代，没有哪个媒体可以排斥其他媒体独立存在，报纸更是如此。

2 版面设计要更加贴近现代阅读习惯

在提倡快捷、舒适阅读的时代，人们的阅读时间和阅读习惯都比过去发生了很多变化。过去，人们习惯在图书馆、办公室和家里，安静而“四平八稳”地读书看报。如今，能够坚守这种阅读习惯的，恐怕是中老年读者居多。对于年轻读者群体，因为工作生活节奏都非常快，阅读成了一件奢侈的事情。他们会在等公交车的间隙，掏出手机看新闻、读小说，或是在地铁中用各种电子阅读设备来获取信息。很少有年轻人捧着大部头的书或大开幅的报纸出现在公共场合。而在私下里，他们能够阅读的时候，也更加倾向使用电子设备。

在这种环境下，报纸的确有些“不招人待见”，读完还不能随手揣在兜里。买报纸也远不如掏手机方便得多。

但是，报纸编辑们也并不要因此灰心，能走到今天还没有消亡，正说明报纸还是有它自身顽强的生命力的。这种生命力，应该就是能够穿透纸张，从新闻背后传递给读者的“新闻的力量”。

世界在变，媒介环境在变，对每个报业人来说，整张报纸，从头版头条到最不起眼的一个人启事，都必须重新思考如何布置和规划。

在网络阅读已经成为大众习惯的新媒体环境中，报纸编辑工作的角色也要重新定位。网络信息量大、时效性强，但与此同时，信息“碎片化”也是其一大弊端。同一新闻事件，不同网络甚至不同链接都有不同甚至大相径庭的报道。而字字珠玑的报纸，就是要这些“碎片信息”整合为最真实、最可靠，最值得一读的“最终版本”。因此，版面信息的综合策划与整合，就成为重中之重，也是“新闻力量”得以喷薄而出的不二之途。

很多读者对网络来源的信息都抱很大怀疑态度，因为感觉有些消息就像坊间传言一样，说什么的都有。报纸要做的，或许从这些“口水新闻”中脱离出来，用最严肃，最值得信赖的面孔来告诉读者，真相到底是什么。

3 好的设计与花哨无关

为了在快速阅读时代冲击读者眼球，很多编辑在版面设计上煞费苦心，过分强调视觉冲击力，走向另一个极端：看上去很美，但没什么内容。单纯讲设计不讲内容，那是广告海报，即便是海报，有时也要表达很多有效信息。

有很多读者对冲击力“太过”的版面并不买账。很多人认为，再怎么“冲”，也比不上电视和网络视频。平面媒体就该有平面媒体自己的特点。报纸之所以有它存在的理由，就是因为它有着电视、网络、手机等传媒介质所无法替代的特点。

在而很多貌似强劲的“冲击力”，其实不过是银样镗枪头，

↓↓ (下转第5页) ↓↓

4) 要根据新闻生产流程构建新型管理流程。要通过搭建全媒体数字技术平台,对内容生产流程进行重造,实现总台所有编辑、记者对新闻信息资源的实时共享和互动,其生产流程应该按照新闻信息采集、制作、编辑、报审、播(刊)出等一系列功能来划分,如设置新闻采集管理中心、制作管理中心、审查管理中心、播控管理中心等,扁平化的管理更有利于资源共享、多媒体协作、形成合力;

总之地市级电视台在网络条件下发展必须借助网络手段,通过媒介融合充分认识自身条件,扬长避短,积极学习研究新媒体的运作模式,大胆开展合作向外探索发展,同时国家应该给予相应的制度设施方面的支持,使地市级广播电视台在新的

网络条件下仍旧充满活力。

参考文献

- [1] 吴云. 论新旧媒体的竞争与融合. 暨南大学, 2006.
- [2] 陈玉鹏. 央视布局新媒体. 互联网周刊, 2006(12).
- [3] 晓明. 传媒研究和传媒初中的现状与问题[J]. 现代传播, 2002(5).
- [4] 张云, 方世彤. 湖南卫视的节目突出. 电视品牌战[M]. 广州: 广东经济出版社, 2004.
- [5] 周志平. 媒介融合: 媒体未来发展新趋势[J]. 中国报业, 2010(3).

↑↑(上接第1页)↑↑

3.4 负面情感元素泛滥

由于信息来源多是满腹牢骚的倾诉者,因此,负面情绪的报道十分集中。如涉及离婚、婚外情、家庭暴力、一夜情、赌博、嫖娼等等。容易对受众的心理产生不良的影响。造成“爱情无望”的刻板印象;对非常态的情爱观从排斥、憎恶、不齿到接受和麻木不仁,造成现实生活中的道德尺度下滑;窥私心理决定了受众对隐私话题的关注,长期流连于负面情绪中,容易有饮鸩止渴的快感。

4《东南商报》情感专栏的趋向

增加新闻性与实名倾诉。这样能够很大程度地弥补情感栏目先天性的缺陷。它使得倾诉者对自己所讲内容负责,不再是路人甲、乙均可替代的角色。虽然实名倾诉在操作上仍存在很大难度,而且只局限于喜剧故事。但已经可以从现有的情感故事中找到愈来愈多的趋向。

在“大情感”的语境下,多种题材的情感故事都应是记者涉猎的内容。除了情感类别还可增加同事情、同学情、战友情等,在题材上也应有立体化的呈现。比如当下突出的情感话题的谈论,心理专家在接诊过程中遇到的情感案例介绍、名人专家的情爱轶事等。

参考文献

- [1] 杨保军著. 新闻价值论[M]. 中国人民大学出版社, 2003.
- [2] 杜骏飞著. 网络新闻学[M]. 中国广播电视出版社, 2001.

↑↑(上接第6页)↑↑

内容上与时俱进,紧跟时代潮流和趋势,贴近生活,创造人民群众喜闻乐见的节目内容,更应该在节目形式方面进行开拓和创新,不断学习和借鉴国外的先进技术和节目制式、制度来丰富我国电视节目的表现形式,同时注意做好节目移植的本土化工作,充分做到取材本土,打造受国内观众喜爱的电视节目。

总之,我国电视节目要想具备传播价值,必须在以上五个方面做足功夫,只有让电视节目具备了思想性、时代性、艺术性、实用性、创新性这几个特征,才有可能创造出既具传播价值又具有收视效果的好的电视节目。

参考文献

- [1] 马来顺, 阎江. 刍议强化电视节目的传播价值. 采写编, 2003, 1.
- [2] 胡智锋, 周建新. 电视节目编排的理念与策略. 中国编辑, 2007, 1.

↑↑(上接第2页)↑↑

没什么内容,让读者感觉很浪费版面。从环保角度讲,这也是浪费资源。

举例来说,有一些编辑使用很大尺寸的箭头或是感叹号等符号来冲击读者眼球。但往往这些符号太过粗犷,不能传达更多内涵。读者一般看过就会抛之脑后。

好的版面设计应该更注重图案与文字的配合,而不是单纯追求花哨。有很多报纸也强调视觉感染力,但无论插图还是图表都是对文字更直观的解读。不会让图形符号喧宾夺主。长期刺激读者的视觉神经,后果只能是让读者越来越麻木。好的版面不应当盲目讲究形式主义,而是在美观的同时让读者感受到新闻背后的力量。

另外,很重要的一点就是,在版面风格同质化日趋严重的时代,如何形成自己稳定而独特的风格,是每个编辑应该考虑的事情。一旦确定某种版式风格,应当基本保持不变。如果每天都刻意求变,风格太多,最后的下场就是没有风格了。

参考文献

- [1] 王咏赋. 报纸版面学, 2006-1-1.
- [2] 张庆钧. 视觉突击——报纸版面设计探索与实践. 辽宁人民出版社.

↑↑(上接第7页)↑↑

的节目创优激励机制,对于在创优中表现突出的员工给予应有的肯定与鼓励,激发他们的创优热情,使整个创优工作有条不紊地开展下去。

节目创优,是电视台实现自我提升、自我完善、自我发展的战略性举措。随着我国经济社会的进步,电视台面临着更加激烈的压力与挑战,应通过强化优化意识、加强团队建设、完善优化机制等策略,积极开展节目创优工作,走出一条“以优带弱、全面开花”的强台之路。

参考文献

- [1] 黄匡宇. 张杨形式: 优化电视节目的可能意义[J]. 现代传播(双月刊), 2003(3).
- [2] 牛丽红. 浅谈电视新闻节目的优化[J]. 甘肃政法成人教育学院学报, 2005(6).
- [3] 吉喆. 略论电视节目策划中的精品意识[J]. 长春师范学院学报: 人文社会科学版, 2007(11).