

新时代背景下 电视新闻导语的个性化运用

文 | 朱苏妍

【摘要】人们常说“看书先看皮，看报先看题”在电视新闻报道中导语就起着“皮”、“题”的作用。一条电视新闻能否引起观众的兴趣能否以新鲜的，强烈的，集中的内容刺激观众涣散的注意心态，变无意识为有意关注，具有新意的导语，往往起着决定性的作用。

【关键词】电视 新闻 导语 个性化

当今时代，报纸、广播、电视、互联网等各大媒体，无时无刻地为人们传送着五光十色、包罗万象的新闻信息。快节奏的学习、工作、生活，使得现在的电视观众更加

挑剔，也更加没有耐心。如何才能吸引住观众的眼球？饱含信息要旨的导语，往往起着决定性的作用。目前，虽然对电视新闻导语作为一个科学、全面的定义还很难，但这并不影响我们粗线条的勾勒它的轮廓：一、电视新闻导语是新闻的第一部分；二、它是由画面、音响和文字解说有机结合而构成的整

分，各种报纸在改版的同时都不忽视对广告的调整。一些报纸通过改版，广告在版面上的位置和面积发生了变化。在广告的版面编排上，各家报纸做法均不相同，但头版广告版面所占空间呈上升趋势。

在激烈的市场竞争下，广告成为报纸的生命线，因此，编辑对广告主利益的考虑超过对读者利益的考虑。以致有些报纸的广告在头版的占用面积有点太过夸张，几乎淹没了重要的信息。所以报刊头版的广告应本着经济、适度的原则，依据宣传的效度不同进行刊载。

（三）头版应突出本报的品位和理念，彰显自我个性。

本着个性鲜明，风格独特的原则，头版设计可以通过版面的个性化元素来彰显品

牌，突出个性、品位和理念，以此塑造自身的品牌形象。

（四）注重头版版面创新与策划，并体现整体性。

头版版面创新可以从编排方式、版面语言、新闻图片三个角度入手。就编排方式而言，可以采用模块化编排，由于版面中的各类文章及栏目位置相对固定，便于读者查找，有利于提高报纸版面的易读性；头版易采用视窗化模式，这样的新闻陈列形式，使报纸头版版面既疏朗整洁又信息密集，重点突出。

除此之外，头版要体现整体性，将展示的各种元素有机的组合起来，给人造成一种和谐的视觉美感。如报头、头条、标题、图片、色彩、导读、广告等要相互协调。整个版

面新闻图片的使用要与文字相协调。图片尺寸要适当，防止太大或者图片重心失衡。整个版面的色彩搭配要适当，色调太暗或太杂都不利于信息的传播。

【参考文献】

- [1]张玉川.报纸的读图时代真的到来了吗[J].传媒观察,2003,(1).
- [2]王淑军.简论综合性日报头版的本质特征[J].新闻战线,2003,(4).
- [3]李培林.读图时代的媒体与受众[M].新华出版社,2005.
- [4]张玉川.报纸的头版封面化现象探讨[J].新闻采编,2002,(2).

- (1.重庆市荣昌电视台 重庆市 402400
- 2.西南大学新闻传媒学院 重庆市 400715)

体;三、它的作用是高度概括新闻要素和吸引观众。

一、电视新闻的传播形式对导语产生的影响

第一,在某种程度上讲,写作电视新闻导语并不是侧重于写出什么花样来,而是侧重于判断、分析导语到底应该包含什么东西。在传统的五个W和一个H这六个新闻要素中,电视新闻导语最有可能提供的是What。一条导语中的What可以成为许多内容,一般情况下,它是新闻中主要事件的交待。较好的导语交待“什么事”的时候,应该考虑观众的因素。

第二,从电视的传播形式看,它的传播过程是以时间顺序进行的,观众处于被动地位。你如果想让观众能够全神贯注地接受信息,不要因为一时分神而不知所云,那么新闻导语就是一个非常重要的因素,导语必须先声夺人,激发观众的求知欲望,唤起观众的注意力,吸引观众看下去,这些就是电视新闻导语所要达到的目的。

第三,与报纸、广播相比,电视传播信息手段更加丰富。

它能听又能看,这样和画面直接作用于观众耳目两个通道。

这样得天独厚的优势,不仅能使信息传播的效果增强,而且还赋予记者一个广阔的新闻创作空间。聪明的记者往往能够利用这种综合优势,创作出引人入胜的电视新闻导语。

第四,电视以形象表达事物,观众对事物的认识是直接的,这种表现方式具有人际传播的特点——面对面传播,因此,这种传播就要求画面语言丰富真实,文字语言直白口语。

二、电视新闻导语要从“视”觉方面强调个性特征

电视新闻是一个巨大的信息源,但并不是所有信息都是每个观众所需

要的。传播学研究成果表明“阅读文字可以记住10%,听可以记住20%,看画可以记住30%,边听边看可以记住50%”,电视新闻导语的个性特征就是充分利用电视传播得天独厚的优势,吸引人的注意,主导人的选择,让人记住更多的有效信息。

一般导语中会把新闻中的5“W”交待清楚,新闻导语或写得生动活泼,或写得简明扼要,也会体现导语的个性特征,但在目前数字技术飞速发展的情况下,合理运用特技手段可以强化新闻导语中的电视个性特征。

新闻播报时利用特技强化画面,使之成为电视新闻导语的个性特征之一,这在中央媒体已经得到广泛的运用,也有用大屏幕电视、电脑显示屏代替特技抠像的,这些画面交待时间、地点、人物等新闻要素,免去了繁琐的说明,观众能通过画面直接看懂新闻要点,起到补充说明导语内容的作用。

尽管以非线性编辑平台为基础,通过特技手段等辅助手法可以强化导语个性特征,但在不少电视新闻中还是采取传统的演播室播音模式,特别是在省级和地市级的电视台,这种情况尤为普遍,背景要不是空白,要么是以播出机房,既浪费了电视可视性的优势,同时也减弱了信息的有效传播。目前非线性编辑系统的技术比较成熟、价格趋向合理,在地市级电视台已经较多使用,充分利用好特技必将成为电视新闻导语重要组成部分。

三、让“听”彰显电视新闻导语个性

电视新闻导语的内容必须依靠主持人的播报得以体现,画面可以起到强化个性的作用,但内容必定是以听的方式传播给观众,从“听”的角度出发,表现自身的个性特征。

在一些民生新闻中,导语不但口语化,还极具地方特色,主持人不再用以

前那种“硬面孔”来播新闻,而是采用讲述的方式软化导语,使新闻导语更贴近生活。

比如。杭州电视台的《阿六头说新闻》,两个主持人就经常采用评书的方式,用杭州方言把新闻导语转化为一种极具感染力的语言,让人过耳不忘。

从受众方来说,电视是他们一种精神食粮,他们紧张工作一天之后,总喜欢看着电视,放松自己,电视新闻娱乐化适应了观众的这一需要。电视新闻娱乐化引起电视研究界的广泛关注,有肯定的,也有否定的,但从一些新闻栏目的实践来看,在电视新闻中,特别是新闻导语引入音乐、特效音效等形式,强化新闻特色的作用还是比较明显的。

四、结束语

导语虽短,却是“寸金之地”导语写作成功的经验告诉我们:最有效的做法,莫过于精心设计精心修改,努力在“新”字上下功夫,在同一新闻事实面前,拟制出十条以上的导语,然后比较、选择、修缮,久而久之,导语写作不仅会入木三分而且会形成自己独特的风格。总之,电视新闻的特点决定了电视新闻导语的个性特征,认识和适应这些特点,导语才能够让观众听得清楚、看得明白、理解得透彻,才能唤起观众的注意,达到信息传播的最终目的。

【参考文献】

- [1]段荣新,张建.浅谈电视新闻导语[J].新闻战线,1987,(04).
- [2]删繁就简.突破陈规——“第三代新闻导语”刍议[J].新闻采编,1998,(01).
- [3]程汉民.新闻导语漫议[J].新闻前哨,1999,(05).

(长沙电视台经贸频道 湖南省 410015)