

刘环城 著



LIU SAN LUN YU

刘二论语

中华出版社

刘环城 著

刘
三
论
语

中华出版社

编好电视节目时间表的一点思考

广播电视报是以刊登广播电视节目、传递声屏信息为主要内容的专业报，它具有独特的视听预告功能。正是这样一种预告功能将中央到地方所有的广电报与其它报纸区别开来。本人供职于一家省级广电报，因工作关系，经常要与电视节目单打交道。此外，作为一名电视观众，业余收看电视，也经常浏览广电报，从中找出自己的节目。现在几十家电视台在空中挤作一团，数不清的各类电视节目让人目不暇接。于是人们把注意力全放在挑选节目上，而对电视的三、六、九等却越来越淡化和模糊。久而久之，感到电视节目的编排存在一些问题，尤其感觉到电视台要在编排节目的时间上大胆创新，发挥节目时间的优越性，寻求一个切实可行的办法，编排出一个高质量的节目时间表。

广电报作为一份专业性较强的报纸，有着得天独厚的优势，即视听预告功能，这的确是广电报区别于其它

报纸的一大特色。而节目时间表正是这一特色的突出体现。作为广电报赖以生存的根本的节目时间表在广电报中绝不是可有可无的，一张仅有节目单的广电报当然是不完整的，但缺少节目时间表的广电报也绝对称不上是广电报。由此可见，节目时间表在广电报中所占据的特殊地位和它的视听预告功能，这也是广电报占有报业市场的“法宝”之一。然而，在竞争日趋激烈的市场中谁拥有“法宝”，谁就拥有了市场。各家报纸纷纷转载节目时间表，“法宝”也会多少失去了它的魅力，赖以生存的广电报发行面临着严重的危机。面对这种不利局面，广电报除了要在中心内容延伸上下功夫外，还要抓住节目时间表这个中心内容，在强化节目的时间表的视听导向功能上作文章，使其再度成为自己的“专利产品”。

目前，从中国电视报到国内大多数广电报的节目单一样都是一台加二台按时间顺序的简单罗列，随着目前电视台的增多，这样的节目单不但不利于查找、也不美观大方。确实有必要改进，编排好节目单显得十分重要。

节目时间表如何编排才能充分体现为读者服务的宗旨呢？我在香港翻阅港台电视周刊发现他们在节目时间上的编排常有新意，其变化之多令人耳目一新。比如，台湾《电视周刊》就很注意在节目表上的设计经常推陈出新，节目预告中穿插图片或将节目单设计成开合自如的折叠式；《香港电视周刊》在节目表中配影视剧照和明星照片，错落有致地分布在版面中，另外，每家电视

台的名称则一律采用各家的彩色台标代替。类似的小点缀加上漂亮的图片使节目时间表灵活、生动。所加的文字是对电视节目的进一步的补充和说明，如此一来，节目时间表不但预告准确，而且内容丰富翔实。当然，我们也不能一味地照搬照抄他们的做法，而在实践中，根据自己的实际情况可以探索出一条新路来。

1. 归纳固定节目时间，给读者提供更多的节目信息量。

时下从中央电视台到地方台的节目编排，经过长期的磨合运转，各自形成一定的套路。其中有不少时间是固定准点播出的，为了给读者提供更大的节目信息量，我们在实践中将那些时间固定的节目归纳后，编排成电视固定时间表，观众是喜欢的。

2. 采用分类法，创办节目总汇，令读者一目了然。如今电视“战国”时代，只认节目不认台，首先是缘于对某种节目的特殊爱好，象小孩手握遥控器，有如技术娴熟的打字员在键盘上“盲击”一般，央视、地方台各家动画片便随他手指跳动接踵而来，狮子王、猫和老鼠等卡通形象都是被他牵挂着而记住的。女人爱看言情剧，搜遍频道总能找到，于是乎编造的民间格格和乱嚷乱叫大哭大闹，一段时间弄得人天天脑袋个儿大。基于电视频道日趋增多，电视节目也更加丰富多彩，广电报的节目时间表虽然由一个版增至几个版甚至十几个版，但大多数的编排方法仍然是以往的一个台一个台地按时间往下罗列，读者想看什么节目只能按时间逐项查找，

稍一疏忽便会漏掉自己喜爱的节目。其实，电视节目虽多，却也是有规律可循的。今年，我们把相同类型的节目摆放在一起。如电视剧、体育节目、少儿节目等，总称节目总汇，这样在查找节目时很快捷地找到。这种编排方法既方便了读者，又使节目时间表一改以往的呆板单调，一成不变，富有时代特色。

3. 采取强调法，分清主次

节目时间表表面虽然不能像其它版面那样充分发挥创造性，但可以“因地制宜”，形成自己的风格。凡事都有主次、轻重之分。节目时间表也不例外，因此，在编排节目时间时便应遵循先主后次，先重后轻的原则，对重点的节目给予适当突出。我们是地方广电报，编排次序为本地节目全套—中央节目全套—各地卫视，而且在字体和底纹上加以变化。这种做法在一定的程度上对读者的收视起到引导作用。其实使节目表好看好用的方法还有许多，而目前缺少的是思考和挖掘。

应当说，电视节目时间表的编排是门学问和艺术，据了解许多发达国家是安排专门有经验的人来担当这个工作的。电视节目的播出事关千家万户不能草率行事。广电报得到的电视节目时间表都是由电视台提供的，节目再好，编排不好会流失观众，影响电视的收视率。

作为广电报之根本的电视节目时间表，只有在市场竞争中不断的发展变化，才能充分发挥它的优势，使其更好地服务于社会，服务于广大读者，因而也才能赢得最大限度的观众。

专业化与丰富性的辩证统一

——增强广电报可读性的思考

广电报是一张文化娱乐的工具报，它是随着广播电视事业的发展而诞生的。从诞生之日起，便得到读者的欢迎，贵州广电报曾创发行 55 万份的全省最高记录。现在，广播电视越来越受到群众的重视，其它各报不惜开辟影视专栏或专版形成对广电报的四面夹击之势。在这种激烈的竞争形势下，广电报应牢固地树立市场观念，以市场为导向，以读者的需求为目标，在办报上要增强广电报的可读性，突出特点，强化特色，以优势取胜。

一、以丰富多彩的内容赢得读者

广电报之所以在群众中受到欢迎，除了它具有帮助群众收听广播，收看电视的实用性外，还有它独具的观赏性。这些观赏性价值的高低又取决于广电报的文字、

内容、知识、信息、艺术等方面诸多因素。因此，一张报纸不仅要成为受众收听广播、收看电视的指南，还要让广大受众从视听信息、影视人物、日常知识，声屏漫谈各种文字的阅读中受到启迪。所以，广电报在办报过程中，必须围绕广播电视的工作做深做透，在此基础上，向社会文化生活靠拢，向家庭生活贴近，应注重知识性和观赏性的结合，着力在文字内容上下功夫。具体来说，应从如下几个方面努力：

一是精心采写，提高自采稿件的质量，突出地方特色。广电报的性质决定了它与广播电视的关系是为之服务，补其不足。为此，我们不仅要做好每周广播电视节目的预告和评价，而且还要精心采写，努力提高自采稿件的质量，配合电台、电视台作好宣传。有人说广播电视报不就是一张节目表吗？转转抄抄就行了，无须花多大力气。我认为，持这种观点的人，至少对广电报的性质和办报宗旨缺乏全面了解。作为一张广电报，因为要预告每周节目，介绍节目内容，少不了“抄”与“转”，但是作为这一张报纸，它要有自己的个性和特色。也就是说，要有地方特色，要反映当地的东西。这就要求报纸每期应有自己的记者和通讯员写出质量较高的稿件。

比如：当影视界举行大的颁奖活动或拍摄有影响的电视剧时，读者比较关心，作为广电报的记者，应不放

过一切采访的机会，可以用消息、专访、拍摄散记或拍摄花絮等连续刊载。如著名电视明星唐国强来贵州拍摄电视剧《长征》时，我们的记者就是这样用专版来处理的。这样，不仅能让读者及时了解他们所关心的人与事，而且使自己的报纸产生一定的影响。

二是精心编辑，汇集各类影视信息，发挥专业报自身的特色。广电报是广播电视的补充和延伸，它作为一张专业报，能否存在与发展，在一定程度上取决于广播电视事业的发展，从广电报自身来看，它是一张周报，在迅速传播信息方面，它虽然不如日报、晚报、商报，但它有自身的优势，可以发一些影视方面的独家新闻。如何在有限的版面上把一周大量的广播影视信息概括地刊发出去？怎样才能得到读者的青睐，这就要求该报编辑必须认真地研究读者的心态和要求，研究如何增加广播电视报的信息量。实践证明，思想内容好、艺术形式新、稿件质量高是报纸得到读者喜爱的基础，也是增强报纸可读性的具体体现。

三是办好有特色的周刊，丰富报纸内容，发挥广电报的特色。作为一张报纸，应有自己的特色。办好有个性特征的周刊，是突出自己特色的重要途径。那么，什么是广电报的特色？广电报应不应有自己的特色周刊。我认为，广电报的特色就是要以传播声屏信息、刊登广播电视内容、介绍广播节目为主，否则，就不能称之为

广电报。至于周刊，作为一张报纸，不论是党报还是专业报，都应有自己的周刊，只是这种周刊既要区别于日报的小说、散文、诗歌之类副刊，又要区别于晚报茶余饭后的周刊，而要办成一种围绕广播影视内容的、广泛的、丰富的、深刻且生动的周刊，这种效果，既是广播电视达不到，也是其它报纸达不到的。同时，应从广电内容延伸到生活服务领域，成为人们的生活指南，正如我拟定的本报广告词所说那样，贵州广播电视报，千家万户都需要。按照读者需要，我们把现在的贵州广电报分为四大版块，即：节目、影视、社会、生活四大周刊，加上封面版及一个综合信息版。

二、以图文并茂的版面吸引读者

报纸的内容必须要有版面的形式来与之相适应，才能使报纸在审美上获得统一的效果。版面是报纸的门面，版面的好坏直接影响报纸的质量和发行。

首先，要有独特的设计创新版面。创新版面不仅要求编辑具有美化意识和设计能力，而且还要有勇于创新的精神。近几年，全国各类大小报刊增刊扩版，现在本报也增至二十版，明年扩至二十四版，在版面设计方面作了一些创新，增辟新的栏目，改变编排方式，加大标题字号线条，增加照片面积，象现在的广电报一版就是杂志式的封面，使报纸的面貌有新变化，

更加吸引读者。

其次，要有上乘的照片美化版面。一张广电报，应重视照片的选择与运用。平时，应注意积累一些影视照和明星照，一旦需要就可以用上去。一是从作者、通讯员那里获得；二是从电视荧屏上拍取；三是从新出报刊上收集。有了上乘的照片，再加上简明的文字解说，每个版面错落有致安排照片，既能美化版面，又会收到好的宣传效果。第三要有精美的题图、尾花、插图、漫画来点缀版面。那种图省事，连美术编辑也不要，利用激光照排在标题上铺一个底纹或文章结尾处输上一个尾花了事。这样编排出来的版面“千版一律”，期期一个面孔，没有多少新意。现在我们配备的美编，期期报纸都有美术作品，运用插图、题图、尾花、漫画，让它们在版面中起到“报花”作用，使版面更加生动活泼，吸引了更多的读者。

三、搞好“三贴近”赢来读者心

广电报是一种文化生活类的专业报，它进入千家万户，靠读者自愿购买，现在上有中国电视报，下有地方广电报和我们争夺读者，必须从质量上胜一筹，特色上有独到之处才能赢得读者。为此，必须确定“三贴近”的编辑方针，即贴近声屏、贴近生活、贴近读者。贴近声屏，就是以预告广播电视节目、传播广播影视信息为

主，突出专业报的特点。贴近生活，就是针对广电报进入千家万户的特点，除突出导视听功能外，还发挥为读者家庭生活服务的功能。热点报道、焦点分析、舆论监督，为读者了解自己身边的人和事增加一个窗口，弥补日报、晚报进入家庭少的不足，同时也是他无我有，利于竞争的一项措施。贴近读者，是因为读者的喜爱决定本报能否生存。我们搞读者问卷调查，随时把握读者脉搏，根据读者的意见和要求改进工作。

四、把好三道关，坚持抓根本

报纸的质量是由文字内容、版式设计、照排印刷等各种因素构成。在编辑出版过程中，要着重把好发稿、编辑、出版三道关

- 1、发稿关。每期报纸发的稿件必须坚持三级审稿后才能送机房录入、组版。
- 2、校对关。为减少文字差错，除校对三遍外，严格查红，条件许可的情况下，聘用专业校对人员，我们要制定校对错误的扣罚标准，聘请审读人员对出版后报纸审读、挑错，凡是见报后的差错，属谁的责任扣罚谁的奖金。让本报的文字差错率达到国家规定万分之三以下的标准。
- 3、出版关。由于本报是贵州日报印刷厂印刷，对于最后一道工序，我们编辑人员也有监印的责任，这样才能使印刷厂增强责任心，在晒版、上版、印刷各个环节上认真对待，力求出版的报纸版正、墨匀、图文清晰。

一张报纸质量的好坏，关键在于办报人员素质的高低。为了提高人员素质，我们要对编辑人员进行爱岗敬业、职业道德、廉洁奉公、宣传纪律等方面的教育，还要尽快采取措施提高业务人员的素质。为了加强编辑工作管理，要制订出台一系列规章制度，如编辑工作制度、稿件处理规定、差错处罚规定、资料管理制度等，在日常工作中认真贯彻执行，严格依章办事，通过规章制度来约束规范每个人的行为，强化内部管理。为了创优，为了搞好版面要给予奖励。总之，在报纸竞争激烈的今天，必须重视报纸的质量，增强报纸的可读性，才能使广电报在报业竞争中立于不败之地，具有更强的生命力。

广电报：如何面对报业竞争

目前，在报业竞争十分激烈的情况下，广电报即广播电视报面临着严峻的考验。为了在市场上占有一席之地，不少广电报“更换旗帜”，盲目地模仿综合报，以己之短，比人之长。这种扬短弃长的办报思路，不但不能在竞争中站稳脚跟，相反会失去优势，失去竞争的前提和条件。

广电报之所以能立身于报业，并在报业中有过辉煌过去，笔者认为，是广电报不被综合报替代的独特的优势所决定的。正确认识广电报的优势，扬其所长，避其所短，才能在竞争中取得主动，创优仍是报纸发展的永恒主旋律。

（一）

现在的广电报面临着激烈的报业竞争，处于逆水行

舟不进则退需奋力拼搏的境地。表现在报业的形式，虽然已经改为彩印，但从内容到包装变化不大，尽管版面大了，内容丰富了，质量提高了，但发行却因广电业内要办地方版和晚报、都市、商报的鲸吞蚕食而走过黄金季节继续下滑。广告市场竞争激烈客观地受经济大形势的影响，新闻市场被分割，已从过去的在家里等广告应变为主动出走，可惜我们工作由于体制的问题，基本上没有迎头赶上，因此下滑的幅度也令人吃惊。可以说现在广电报面临生存与发展的重要关头。

对于这些问题与困难，多年办报的实践告诉我，创优是报纸发展的永恒主旋律，为报纸立身之本，是报纸进一步发展壮大的前提。只有调动采编人员争优的动力，提高创优的水平，讲究奖惩的手段，才能解决报社发展的后顾之忧。

（二）

在把握新闻导向的前提下，报纸应勇于创新开拓。争优的动力一是来自编采人员自觉的敬业精神和强烈的忧患意识；二是来自有效的管理体制。广电报究竟以什么样的面孔出现在当今报业市场，这既体现了办报宗旨，又体现了发展水平。过去我们这张报纸深入千家万户寻常百姓家，几乎是自费订阅，广大读者主要把它作为听广播看电视的工具阅读使用的。为了使本报在报业

市场上有竞争力，我觉得有必要在制订广电报的发展思路的同时，有必要作一个新的定位考虑，即把广播电视报办成有特色的一流报纸，形成“高质量、多版面、彩色化、低报价”，在内容上全面实现“四贴近”，即“贴近声屏、贴近家庭、贴近社会、贴近读者”。为了提高广播电视报的整体质量。新开拓应从打破用人制度，改变分配制度实行差额管理入手，招聘人员与原有人员同捧瓷饭碗，多劳多得重奖能人，拉大收入差距，大胆倾斜在第一线从事复杂劳动的工作人员。内部实行量化管理，调动全员积极性，增加创优活力的办法，要求编好稿、写好稿，开展内部评稿，要求记者月有优稿，编辑月有优版。实施精品战略，加强版面策划。在管理上除坚持总编负责制下的三级审稿外，开好编辑例会，做好通联资料工作，加强电脑激光排版工作至关重要。

在提高报纸质量上，应扩大编采领域，增加信息量。广电报除了保持以往的“带电”作业外，编采的领域是无限宽阔的，什么都可包容，应从广电内容延伸到生活服务领域，成为人们的生活指南。热点报道、焦点分析、舆论监督，丰富多彩的电视节目受到人民群众的欢迎，报社应加强这方面的编采力量。总之，通过我们的工作，使广播电视报成为读者喜闻乐见的一张报纸。

(三)

广电报作为自负盈亏的单位，非但没有要过国家一分钱的财政拨款，反而随着创收的递增，过去上交国家税收和上级财政作出了贡献。面临激烈的市场竞争，报社要两手抓，即一手抓质量，一手抓市场，应随着不断变化的市场以不变应万变。我认为报纸的关键是质量，质量的关键是人才，除了提高采编人员的素质外，报纸发行、广告创收都需要管理型开拓型的人才。如果我们有了一张读者喜欢的广电报，加上我们做了深入细致的工作，又加大了宣传的力度，我相信，我们的报纸发行量会上升，而在广告创收上，运用了智商高的策划性人才，运用广电报深入千家万户这一优势，以及使用周期长的特点，加上我们的广告人员主动出击，（比如招聘广告等）拉广告可以大胆一试，这样，我们报社的广告收入稳定在一定的基础上，并且持续上升，这不是没有可能的。

(四)

报社有效的管理机制应体现“以宣传为中心，以经营为基础，以改革为动力，发挥声屏报整体优势，两个效益一起抓”。这种管理的二重性特点可概括为宣传管理和经营管理二者的结合，以现实两个效益双丰收的目

刘环城 著