

浅析“两会”报道中的娱乐化倾向

文 | 杨 珊

【摘要】伴随着市场竞争机制引入新闻领域，娱乐化成为当前新闻报道的一大主流趋势，并逐渐从娱乐新闻本身向一般新闻渗透，更有甚者竟然逐步出现在严肃、重大的会议报道中。本文从政府、媒介、受众三个角度出发对今年“两会”报道中娱乐化倾向出现的原因及影响进行分析，并对其今后改进及发展提出自己的可行性建议。

【关键词】“两会”报道 娱乐化 时政新闻

一、引言

2010年3月3日，全国两会如期在北京召开，这场关乎国计民生的大事件不仅是政治界的盛会亦是新闻界的一次激烈的报道战争，全国各家媒体都摩拳擦掌，精心策划，希望在这场竞争中能够拔得头筹。

然而，不少媒体却在这场竞争中抱着不因缺少这部分新闻点而落后于其他媒体的心态去大肆报道这次的会议，在实施过程中不少记者也对报道会议心烦，认为耗损了设备，荒废了功夫，搞出来的新闻观众又不爱看，因而把会议报道当成了甩不掉的“包袱”。在这次的两会报道中，我们痛心地发现，无论是以《光明日报》为代表的主流媒体，还是以湖南卫视为代表的地方媒体，都将娱乐报道作为自己吸引受众注意力的有效手段。

二、本论

（一）“两会”报道的地位及作用。

“两会”是“全国人民代表大会”和“政协全国委员会”的简称。“两会”召开的意义在于：将“两会”代表从人民中得来的信息和要求进行收集及整理，传达给党中央，“两会”代表是代表着广大选民的一种利益的，代表着选民在召开两会期间，向政府有关部门提出选民们自己的意见和要求。

新闻媒体作为“两会”报道的主体，在社会生活中起着“传声筒”的作用。首先，新闻媒体应该将政府的决策及时有效地传达给民众，以实现大众传播环境监测的功能。其次，新闻媒体也应当将民众对于新的提案、决策的反馈及时地传达给政府，以指导政府更好的改进决策，更快的解决人民普遍关注的重大的问题。只有这样，才能实现政府、媒体、受众三方的良性互动。

（二）新闻娱乐化的定义。

所谓新闻娱乐化，就是在新闻报道中渗入各种娱乐元素，诸如美色、金钱、戏剧性、离

奇性等等，总之是越多越好，一应俱全，要让新闻和娱乐互动，在娱乐效应中凸现所谓的出新。

（三）“两会”报道中娱乐化倾向出现的原因。

1. 从政府的角度分析。

会议报道之所以成为记者们肩上沉重的“包袱”，我们不得不考虑被采访者政府会议本身的一些缺陷。

第一，多数代表委员们的提案缺乏建设性，会议时间大多用在了歌功颂德上；第二，会议发布的重大文件内容程式化色彩浓重，缺少生动、详细的描述，使广大民众根本没有兴趣关注与阅读；第三，会议机制存在问题，在“两会”报道中，各媒体的参与并不是一个完全平等的过程，大会的程序性报道资源至今仍然保留在新华社手中。在传统的新闻源的接近上，地方媒体不具备任何特权和优势，只得通过娱乐报道来弥补新闻资源不足的缺陷。

2. 从媒体的角度分析。

会议内容程式化、会议新闻缺乏可读性是媒体抱怨会议报道没有市场的主要理由，然而我们却不能被媒介不切实际的抱怨所蒙蔽，媒介自身在会议报到上存在众多问题，才是造成自己的新闻作品没有市场的关键。其中问题包括以下几点：

（1）报道泛泛而谈，过于表面化。

（2）报道内容程式化，公式化，毫无新意。

（3）会议报道排座次，不分轻重缓急，以出席会议领导人的职务级别取舍。

内容是新闻的生命，在这个以“内容为王”的新闻世界里，内容的好坏是评判新闻质量的关键，也是吸引受众的重要因素。当今的新闻媒介不将精力集中于改进报道质量，提高新闻可读性，以及创新报道角度等专业问题上，却愚蠢地将报道娱乐新闻作为自己应对危机的救命稻草，着实肤浅。

3. 从受众的角度分析。

在复杂的新闻传播过程中，以受众为主的新闻接受对于新闻活动具有决定性作用，主要表现在三个方面：决定了新闻内容的取舍、新闻的风格定位、新闻变革的方向和进程。

当代受众选择媒介，不仅希望获取丰富多彩的外界信息，还希望在紧张的工作之余，新闻传媒能为他们提供有益于身心健康的娱乐消遣。以往政治色彩浓厚，专业术语众多的会议报道与受众对于娱乐的追求发生了强烈的冲突。受受众本位意识的影响，媒介为了满足

受众的需求，自然地就将两会报道的方向转向了娱乐领域。

（四）“两会”报道中娱乐化倾向出现的影响。

1. 对政府而言，新闻媒体将娱乐引入“两会”报道，严重影响了“两会”的权威性，降低了其政治影响力和决策实践力。人民政府为人民的政策不再受人民关注，那么“两会”的意何何在？

2. 对媒体而言，随着娱乐报道经成为媒体“两会”报道中的重要组成部分，众多媒体公信力日渐丧失。另外，过度新闻娱乐化淡化了传媒社会责任。

3. 对受众而言，对于娱乐的疯狂追求，影响人们正确认识外部世界发生事件的真相，妨碍了人们的正确决策，削弱了受众对于民主权利和改善生活的追求。同时，对娱乐的痴迷，也使受众精神文化水平不断下降。

三、结论

“两会”报道中娱乐化倾向的出现虽然有政府、媒介、受众三方面的原因，但却不是一种必然现象。我认为它是市场经济条件下，激烈的市场竞争和泛滥的物欲思想共同作用形成的。如果三方能够采取积极的措施改进，定能实现良性发展。例如，政府方面可以改革会议机制，提高代表参政议政水平，密切联系群众，加强对媒介的管理，严肃“两会”报道氛围；媒体方面则可以加强对新闻从业人员的新闻专业化教育，呼吁媒介经营管理者担负自身的社会责任，对受众负责。受众方面应提高自身的政治觉悟、民主精神，同时应加强媒介素养教育，为改善传播环境作出自己的贡献。

大众传播的娱乐功能本身无罪，但是强加于“两会”报道之中就是时政报道的悲哀。我们期待着政府、媒体、受众三方都能自觉地承担起自身的责任，及时地进行改进，以尽快实现三方良性循环的美好局面，还“两会”一份庄重，还媒体一份专业，还受众一份自足。

【参考文献】

- [1]中国新闻研究中心: www.cddc.net
- [2]张小元. 回归与超越[M]. 成都: 四川科技出版社.
- [3]李苓. 传播学理论与实务[M]. 成都: 四川人民出版社.

(四川大学文学与新闻学院 四川省 610064)