

摘 要

当今国内关于电视新闻的改革方兴未艾，而传播技术和观念的变革一直是改革的核心问题。本论文从历史的维度和社会文化的维度出发，对我国电视新闻发展进行纵向检索，是对电视新闻发展历程的总结，也是对相关业务问题的理论探讨，并力图从其动态变革中挖掘出理性轨迹。本研究的目的在于启迪观念，而科学的观念可以指导实践，认清历史的走向、明辨当下的格局无疑将有助于中国电视新闻理性而健康地发展。

目前国内有关电视新闻的研究多关注于具体业务问题的探讨以及对个别节目现象的分析，对整个电视新闻从观念到形式的发展变革缺乏系统梳理，这种相对孤立分散的视角容易使研究流于表面。而研究业务问题不能脱离史的视角，微观现象需要放置在宏观的社会文化背景下进行分析。以历史和社会文化发展的眼光分析电视新闻是本论文研究的宗旨。

本论文以时间为轴，分别从操作实务、观念形态和类型化分析等三重视野出发，运用定性和定量相结合的研究方法，按不同主题逐层递进地对我国电视新闻的历史演进进行梳理和总结。其中操作实务方面包括新闻节目类型、技术、语言、频道建设及市场运作等方面的革新和演进；观念形态的内容着重从新闻意识、画面意识、角色意识和主体意识等层面探讨转变的深层动力；而第三部分则立足现阶段，从时段和区域两个参量出发，对现今电视新闻进行类型化考察。在综合对历史和现状的考察与分析的基础上，总结出中国电视新闻的基本规

律，并在此基础上预测在未来阶段中我国电视新闻在传播观念、方式和内容等六个方面的发展趋势。

关键词：电视，电视新闻，新闻节目，新闻传播

Abstract

Nowadays the innovation of TV news is in the ascendant in our country, and the change of communication technology and ideas is always the very core of the innovation. This subject begins with the historical and cultural dimensions, and then make a longitudinal retrieval to the development of our TV news, which summarizes the historical journey of TV news and smooth the correlative vocational problems theoretically as well, in order to find out the rational track from its dynamic change. The purpose of study is to enlighten the ideas, and scientific ideas is good for guiding practice, so understanding the history and the actual state is instrumental in the rational and healthy development of news practice.

The internal study of TV news focuses on the specific vocational problems and the analysis of individual program phenomenon, but there is few systemic carding to the development and change for TV news from ideas to form, whose relatively isolated angle of view tends to make the study dip into superficial. Since studying the vocational problems can't depart from the historical angle of view, the microcosmic phenomenon should be placed into the macroscopic background of social culture for research. The goal of this subject is to analyze TV news through historical and cultural views.

The essay is on its axis around the time, respectively begins with the operational practice, the conception in form and the analysis of genre, adopts the qualitative and quantitative methods, and summarizes the history journey of our TV news according to different topics . The part of operational practice includes the innovation and development of genres of news programs、 technology、 language、 channel construction and market operation; the part of the conception in form is focused on the

deep impetus of change through the consciousness of news, picture, role and main body. Part III which is based on the stage reviews the genres of current TV news through the two parameters----the period of time and the area. On the base of analysis integrated with the examination of history and culture, I summarize the basic law of Chinese TV news and look ahead for the development trends of six aspects in TV news, such as communication ideas, methods and contents.

Key Words: TV, TV news, News program, Communication

引言：中国电视新闻的兴起

及时准确地向受众传递新闻信息，客观全面地反映社会时代的变迁，是现代传媒最基本、最主要的功能。而“电视新闻是以现代电子技术为传播手段，以多元素的图像、声音为传播符号，对新近或正在发生、发现的事实所作的报道”的一种新闻形态。^①电视新闻在新闻传播媒介中异军突起、蒸蒸日上的势头有增无减。当全球数亿人观看阿波罗号登月的情景，当世界上有十几亿观众收看奥运会比赛实况时，电视早已使世界变成了地球村。而在我国，当数亿观众紧密注视东北和南方受到洪涝灾害，关注着新中国盛大建国庆典实况转播时，再也没有人会怀疑电视新闻的威力。事实上，近年的受众调查结果也表明，通过收看电视了解新闻时事是人们最主要的收视动机之一。央视索福瑞媒介研究公布的 2004 年度《中国电视栏目发展报告》的数据显示，新闻时事类栏目的全年收视总量占到了总收视的 15.5% 左右，而这样的份额比例对于收视统计而言已经是非常可观的了。

1958 年 5 月 1 日，我国第一座电视台在北京诞生，当时不定期播出的新闻纪录片成为我国最早的电视新闻形态。1960 年 1 月 1 日，北京电视台（中央电视台的前身）设定固定的《北京新闻》栏目。至今，“中国电视新闻节目走过了四十多年辉煌的发展历程，形成了以卫星、微波、有线等多种技术手段传播新闻，以各地电视台自办新闻

^①杨伟光主编：《电视新闻分类与界定》，中国广播电视出版社，1995 年，第 3 页。

为点，以中央电视台新闻为主线的中国电视新闻网络系统”。^①如果对这段不太长的历史进行一番检索梳理，我们会发现一个与社会经济尤其是科学技术发展密切相关的轨迹。在 20 世纪 80 年代之前，国家级电视台一统天下，初创时期的胶片拍摄成本高昂，使得不少电视镜头呈现出明显的组织痕迹，时效性也差强人意。除中央台外，一些省级台几乎没有固定时段的新闻栏目。而后伴随着 80 年代改革开放的步伐，早先成立的省级电视台开始振作，中心城市的电视台如雨后春笋般涌现。随着电子摄录机的广泛使用，稍有规模的电视台都开办了定点播出的电视新闻。到了 90 年代，转播车尝试作用于电视新闻，实时传播由理论探索变为现实。世纪之交，数字摄像机出现，数字化传输手段启用，数字电视概念深入人心。这时，展现在人们面前的电视潮流波澜壮阔，由时政新闻而演化出经济新闻、专题报道、深度报道、现场报道……，随着栏目的不断扩充，类型的不断成熟，我国的电视台在新闻综合性频道的基础上最终形成真正意义上的新闻频道，实现了中国电视新闻事业质的飞跃。

新闻学研究一向注重理论与实践的结合，随着我国电视新闻行业的日益兴盛，电视新闻研究已成为了新闻学界倍受关注的课题。在中国，电视新闻有着自己特殊的历史发展过程，而在现阶段，电视新闻领域也出现了许多值得关注的新动向。纵观国外发达国家电视新闻事业的发展走向，我们不难看出当今世界范围内电视新闻发展的许多新趋势。本文就试图以时间为轴，分别从观念形态、操作实务和类型化

^①李东升：《重中之重》，《中国广播电视学刊》，1996 年第 12 期，第 15 页。

等三重视野出发，对我国电视新闻的历史演进做出梳理和总结，以史为鉴，以期为今后的电视新闻发展提供一些有益的借鉴和启迪。

电视新闻史从学科归属上看属于历史科学的范围，是电视史发展的一个重要的组成部分；从学科结构上看，它又是广播电视学的一个分支学科，与广播电视新闻理论、广播电视新闻业务等一起构成该学科的整体。因此，研究电视新闻的发展史也离不开对广播电视史和新闻业务的研究。

一、在广播电视史研究方面，赵玉明等编著的《中国广播电视通史》（北京广播学院出版社，2004年）一书是该研究领域至今为止的集大成者。全书约62万字，上迄1923年下至2000年，对20世纪我国广播电视事业从无到有、从小到大近80年的历程作了全景式的描述和评析。该书既吸收了近年来广播电视史学研究的最新成果，又突出了广播电视自身发展的特色，也是我国第一部完整的广播电视通史。它的出版也为电视新闻史的研究提供了详实而权威的史料依据。另外具有通史性质的研究成果还有李幸等著《传播媒介的历史之光——广播电影电视史论》（南京师范大学出版社，2001年），乔云霞著《中国广播电视简史》（内蒙古人民出版社，2001年）等。

而在广播电视事业史方面，以徐光春主编的《中华人民共和国广播电视简史》（1949—2000），（中国广播电视出版社，2003年）最具代表性。它是在国家广电总局领导下完成的我国第一部系统记录、梳理、总结、分析新中国成立以来广播电视事业发展历程的史书，对我国电视新闻事业从无到有，从小到大的发展变革历程都给予了浓墨重

彩的描述。其所展示的国内最高水平的思想性和理论性也为后来的研究者提供了权威的政策依据。

另外值得一提的是各种年鉴的编纂工作。从1985年开始编纂的《中国广播电视年鉴》（中国广播电视出版社）出版至今，记录了1985—2004年间中国广播电视改革与发展的新历程和新经验。该书具有的综合性和学术性、文献性、资料性、知识性以及创新性等特点，也成为电视新闻史学研究必备的工具书。除全国性年鉴外，中央电视台也每年出版一本年鉴。在省台中，江西、湖南等也在1999年以来继续出版了年鉴。2003年10月，《中国电视收视年鉴》（北京广播学院出版社）首次面世，至此，电视新闻发展性研究有了专业化市场化的调查数据支持。

与此同时，为了迎接全球化、信息化的到来，广播电视史学研究在一批中、青年学者创造性的思维和战略性的眼光中，已经跳出了广电编年体的研究模式，而是从媒介经营研究的视角来统领广播电视过去、现在直至未来的发展观。比较有影响的是2001年以来北京广播学院推出的媒介经营大视野丛书（第1、2辑）。第1辑已出版的包括《中国电视与市场经济对话》、《全球化与中国影视的命运》、《香港内地传媒比较》、《媒介经营与产业化研究》等9本；第2辑已出版的包括《中国广播电视发展战略》、《外国媒介集团研究》、《媒介市场与资本运营》、《中国西部广播电视发展战略》等8本。整体上看，上述成果既有宏观的总体研究，也有微观的个案分析；既有纵向的历史研究，也有横向的比较研究；既有地域性的研究，也有国际化视野下的研究，

对当前和今后我国广播电视尤其是新闻传播的发展走向有着重要的史学价值和前瞻意义。

二、在理论和业务领域也同样著作颇丰。理论方面，黄匡宇的《理论电视新闻学》（中山大学出版社，1996年）有着奠基石的作用。它从电视新闻的本体论出发，为电视新闻的实践和研究提供了一些理论视角和思维方法；业务方面，以各高校先后推出的应用性教材为主的专业性图书琳琅满目，比较具有代表性的包括陆晔的《电视时代——中国电视新闻传播》（复旦大学出版社，1995年）、叶子著《电视新闻》（中国广播电视出版社，1998年）、朱菁著《电视新闻学》（浙江大学出版社，2002年）、严三九《应用电视新闻学》（暨南大学出版社，2002年）等。这些著作虽然偏重于对广播电视新闻业务的归纳和总结，但是对于与技术息息相关的电视新闻发展史的研究而言，也是不无裨益的。

另外在电视新闻的总体研究下又衍生出一些新的子学科，例如《电视新闻报道学》（郑祖武著，浙江大学出版社，2000年）、《电视新闻语言学》（黄匡宇著，中国广播电视出版社，2001年）、《广播电视新闻性节目规范性研究》（王振业等著，中国广播电视出版社，2002年）等。这些新兴课题对于日新月异的电视新闻发展研究而言，同样具有积极的参考价值。

近几年，资深电视人出书热也为电视新闻研究带来了新鲜独特的视角。如中央电视台原台长杨伟光主编的《新闻联播20年》（三联书店，1999年）；《焦点访谈》的创始人之一孙玉胜出版的《十年——

从改变电视的语态开始》(三联书店, 2003年);《北京特快》的总策划张锦力出版的《解密中国电视》(中国城市出版社, 1999年)等等, 都是作者从各自的从业经历出发, 记录了我国电视业, 特别是电视新闻业的坎坷历程。可作为电视新闻史学研究中不可多得的实践性参考材料。

总体而言, 目前的广播电视新闻史学研究在既有的成绩上还应在强化基础性理论、研究方法多样化和跨学科研究等几方面下功夫, 以便从更广阔的社会科学、人文学科背景出发开拓和深化我国广播电视新闻史学研究。

第一章 中国电视新闻操作实务的演进

应该说，中国电视新闻的历史沿革跟电子信息技术的革命是密不可分的。电视技术和管理流程的每一步小的改良，或每一步大的变革都带动了新闻传播的发展以至对整个社会产生不可估量的巨大影响。从另一个角度说，电视新闻操作实务的进步，不仅极大扩展了电视的传播领域和表现领域，使电视新闻对传播工具的使用与操纵更加随心所欲，运用自如，同时，市场化和专业化的酝酿和诞生也驱使中国的传媒不再故步自封，逐渐与国际接轨。具体来说，操作实务又包括节目类型、技术、语言、频道建设及市场运作等方面的革新和演进，而这些层面的变革最终也会以物质手段形式融合到了整个传播形态的变革中去。

1.1、节目类型的演进

有研究者按照以传播信息这一功能为标准，将我国现存的电视新闻节目分为三类，“一是旨在迅速及时提供各方面最新信息的新闻节目；二是提供较详尽、较有深度的新闻内容的新闻性专题节目；三是力求满足受众不同信息需求的新闻性杂志节目”。^①而这几类节目类型并不是同时出现的，而是经历了一个从无到有、从少到多、从幼稚到

^①王振业：《广播电视新闻性节目规范研究》，中国广播电视出版社，2002年，第4页。

成熟的演变过程。我国的电视新闻在草创时期只有一种模式，就是以《新闻联播》为代表的联播体新闻。即使是有评论也主要来源于报纸，或由电视台自己编发在短消息前后的编前语和编后话。1981年，中央台开办了第一档评论性节目《观察与思考》。在央视的带动下，许多地方台也相继播出了自办的新闻评论节目，如上海电视台的《新闻透视》。这类评论节目极大地强化了作为电视的可视性特征。但是其一事一议、叙事加点评的模式，仍让人觉得这是电视化了的编前或编后。

1983年，第十一次全国广播电视工作会议正式提出“以新闻改革为突破口，推动整个广播电视宣传工作的改革”的指导思想。广播、电视节目改革逐渐深化，以新闻广播节目为龙头的各类节目呈现新的繁荣景象。首先体现在对《新闻联播》原有的新闻类型进行扩充。为适应电视的传播特点和规律，《新闻联播》中陆续开设了连续报道和系列报道。如曾引起广泛关注的大兴安岭特大火灾的连续报道、反映改革成就的《弹指一挥间》等等。而把经济类型报道提上议事日程也日渐成为电视新闻的另一大手笔。如央视率先开辟了《经济信息》、《经济生活》等专题性新闻节目逐渐成为吸引视听的热点。1988年，央视在总结新闻改革实践经验的基础上，进一步明确提出“电视新闻要摆脱广播、报纸、电影的影响，发挥自己多通道的优势”。^①

而真正实现新闻节目类型的质的跨越的是1993年由央视重磅推出的《东方时空》，它创立了一种全新的类型——杂志性的新闻节目，

^①中央电视台新闻中心编：《电视新闻文集》，北京出版社，1998年，第113页。

也就是把消息、专题和评论等新闻报道样式，通过主持人的串联有机地组成一个定时定期播出的综合板块栏目，这样就克服了已往电视新闻节目内容单调的缺陷，也是我国电视新闻跃上新闻栏目化的新台阶。紧接着是 1994《焦点访谈》和《新闻调查》的横空出世，使电视新闻的深度报道形式为国人所熟知。深度报道从 20 世纪 80 年代起在中国迅速崛起，如今已成为新闻媒体加强舆论监督、增强竞争力、提升传媒品牌、扩大社会影响、吸引受众注意力的有力手段。深度报道是题材重大、报道面宽广、全息组合、深刻透视新闻事件或社会问题、富有理性思辨的一种报道方式。它的特点一是在采访方式上强调所评论事件的过程性，注重对证据的深挖和展示；二是在报道内容上强调事件的调查性，突出展示事件的前因后果及相关背景；三是在表现手法上强调电视语言表达的丰富性，包括运用特技、音乐、文字、图表等。上述两档节目的空前成功表明我国的电视深度报道节目继报纸深度报道之后迈入比较成熟和成型的阶段，而且从单个深度报道节目制作进入批量深度报道栏目制作的阶段。

1995 年央视隆重推出的午间新闻节目《新闻 30 分》，它以“内容和新闻价值为标准混合编排的结构”特点创立了一种区别于时政新闻的新节目类型，从而广受好评。而近几年电视谈话类节目开始风靡国内的电视新闻界，如央视的名牌节目《对话》、《面对面》，《新闻会客厅》，《国际观察》等等，它的风格样式借鉴了国外的脱口秀，通过主持人与嘉宾共同营造的一个关于对新闻事件的民主论坛，帮助人们深层次了解新闻事件或是新闻人物的复杂内幕，以及它辐射到的社

会、政治、文化等等方面的因素。国外学者曾做出这样的评价：“电视和广播谈话节目已经成为影响我们思想和行为方式的一种新权威。它们像是城镇议事厅或社区忌讳场所，在这个日益数字化和原子化的地球村中把我们集合在一起”。^①从中我们可以看出，新闻谈话节目也使得电视新闻呈现出强大的媒体优势。

与此同时，除了精办上述标志性栏目之外，中央、省级和部分地、市电视台也陆续开办了一下专题性新闻节目，如体育新闻、国际新闻、文化科技新闻等，以及数量不等、时间长短有别的整点新闻；新闻性专题节目则日益丰富多彩，新闻性杂志节目也日渐增多。如今，即时报道、同步报道与连续报道已成为电视新闻报道的“常规武器”，在第一时间满足受众对社会环境重大变动的认知欲和知情权，大大增强了电视新闻报道的时效性、权威性、信息量与可信度。而电视现场直播类深度报道，在应对国内外重大突发事件中，也越来越显示其“独门武器”的威力。这样丰富多彩的节目类型相互配合的传播优势也就日渐显现了出来，不仅逐渐成为贯穿一个电视台全天节目的主线，而且形成了既提供最新信息、也提供解释性、分析性等各种深度报道的传播格局。

1.2 制播技术的演进

电视从 30 年代诞生起，从机械电视到电子电视，再由模拟形式

^①吉妮·斯克特：《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》，新华出版社，1999 年，第 1 页。

发展到数字形式，电视制播技术进步层次升级，电视发展跨度大得惊人。50年代，电视还处于同地方报刊和有线广播同等的地位，那时的电视节目只能依靠有限的电波在大城市及其郊区作“岛屿性”的传播，而在以后的几十年中，电视经历了完善和自我认识的道路。在中国，广播电视事业的每一个发展进步，都与现代电子技术尤其是广播电视专门技术的飞速发展密不可分。“特别是近二十年，由于磁带记录技术、超高频传送技术、彩色电视技术、卫星广播技术、计算机技术、大规模集成电路技术以及大功率固态器件制造技术等发明和大量推广运用，更使广播电视技术领域不断发生革命性的变化，也使广播电视技术领域在扩大事业规模、提高广播电视覆盖率、改善覆盖手段及提高技术质量和宣传服务质量等方面有了日新月异的巨大发展，使之成为亿万人民越来越重要的生活伙伴。”^①世界传媒大亨默多克曾经断言：一个没有新闻节目的电视台毫无价值！事实也证明，离开现代化的技术装备就谈不上现代化的电视新闻。由于新闻事件发生的时间、地点难以预测；重大新闻事件的影响范围不仅涉及到国内，而且涉及到全世界。因此装备现代化新闻采访设备，非常重要的一点就是为了应付任何突发性事件，要让记者能从众多、复杂的信息中整理和编辑出可靠、准确的即时新闻，并以第一时间迅速播送出去。因此从某种程度上说，“不断将先进技术应用于电视新闻的采编和传输，本身就是电视新闻不断现代化的过程”。^②

1.2.1 线性编辑——非线性编辑

①刘爱清主编：《广播电视概论》，中国广播电视出版社，1997年，第94页。

②严三九：《应用电视新闻学》，暨南大学出版社，2002年，第11页。

数字化是近年来随着计算机的兴起而日益为人们所熟悉的一个名词。电视设备的数字化，简单地说，就是采用计算机的数字编码方式，对电视图像信息进行采集、存储、编辑和传送。全数字化是未来电视节目制作系统的关键所在，只有在整个数字化环境中进行传输和处理，才能从根本上实现电视节目的高效率和高质量。

进入 20 世纪 90 年代后期，数字技术开始在我国电视新闻的制作部门崭露头角。近年来，以非线性编辑为代表的数字化的视频制作技术已达到了普及阶段，给电视制作尤其是新闻编辑领域带来了一场革命。“非线性编辑是将节目采集到计算机后直接从计算机的硬盘中以帧或文件的方式迅速、准确地存取素材进行编辑的方式，它能够随机访问任意素材，不受素材存放时间、区间的限制”。^①对于素材可以随意地改变顺序，缩短或加长其中某一段，比以前的电子编辑方式方便很多，线性编辑是用电子手段根据节目内容的要求将素材连接成新的连续的画面。这种传统的编辑方式的缺点是显而易见的，比如难于修改、信号磨损等。而非线性编辑相对于线性编辑来说无疑是一种革命。与传统的电视节目制作系统相比，非线性编辑系统有许多优异的性能，比如能够实现多层画面高速合成；拥有一体化字幕图形环境和完善的视音频接口；同时具有质量高，容量大，压缩比大和强大的网络功能等等优势。随着技术的日臻成熟，非线性编辑系统设备日趋小型化，且功能集成度高，与其他非线性编辑系统或普通个人计算机易于联网形成网络资源的共享，最重要的是，在非线性编辑系统中，浏览

^①泽特尔：《电视制作基础》，复旦大学出版社，1998 年，第 307 页。

素材运用软件进行编辑，直接完成作品，这是效率最高的非线性编辑工作方式，这也是非线性编辑系统之所以在当今电视新闻节目制作中占据重要位置的根本因素。

尽管非线性编辑系统的后期制作并非全能，但它对于传统的线性编辑来说无疑是一种巨大的技术飞跃。电视领域的数字化革命直接影响着节目后期制作这一重要环节，这场由数字技术进步带来的电视制作方式的革命不仅是信息革命、技术革命，同时也促成了电视新闻编导们思维意识的革命。因为这种高效便捷的制作流程极大的缩短了新闻产品从生产到下线的时间，也为电视新闻的“保鲜”提供了强有力的技术支持。

1.2.2 录播——直播——现场直播

我国电视新闻在刚诞生的时候由于20世纪50年代还没有录像设备，因此新闻片是用16毫米摄影机编辑录制完成，播出时用电影放映机放映出来的。随着电视技术的发展、更新，先进的电子摄录一体机在80年代末被引进，电视新闻开始有了录播。录播是指播出前把整档节目按播出要求编辑录制，做成完整节目的播出带，按规定播出时间进行播放。由于录播安全、便于把关等优势，使其一直被沿用下来。然而录播的明显缺点就是不能突出新闻贵在“新”的个性特点。

电视新闻节目直播是指节目播出在演播室边播出边传送，也就是说，播音员、新闻主持人在演播室主持新闻，与电视台播出、观众收看在时间上是同步进行的。进入20世纪90年代，广东、山西、上海

等省、市电视台率先实行新闻节目直播。1995年央视的《新闻30分》也以直播方式播出，为新闻节目直播积累了宝贵经验。较之传统的录播，直播有新闻实效性增强、节目编排灵活等优势，它符合新闻的本质要求，也是新闻节目播出的发展方向。

而真正能发挥展示电视传播优势的一种新闻播出方式就是新闻现场直播，它指在现场把新闻事实的图像、声音及电视记者在事件现场报道、采访等转换为电信号直接发射即时播出的方式。零时差的传播时效，零损耗的信息传播，毫无争议，新闻现场直播是电视最富表现力和冲击力的形态。1985年，全国六届人大三次会议开幕式首次实现电视直播，这是中国电视史上第一次将重大政治新闻以直播形态呈现给观众。随后，香港、澳门回归、长江三峡截流、虹桥垮塌案庭审等一系列重大新闻事件才纷纷以直播形态走上前台，中国电视业开始进入全新的直播时代。电视新闻直播在中国起步虽晚，但它所具有的影响和达到的效果却鼓舞人心。新闻是新近发生或发现的新鲜信息，而直播则将这种新鲜信息的“保鲜度”提到极至。直播中，人们可以最直观地感受处于进行式的事件，可以最快洞悉事件发生发展的脉络，尤其对于突发的重大新闻事件，会以怎样一个形态进行下去，无论记者还是观众，谁都无法肯定回答，而电视直播则在第一时间给出答案。

1.2.3 从技术单一化到视听多媒体

凤凰卫视总裁刘长乐曾说过：“重视对重大突发事件的报道，在重大事件中发出华人的声音，可以说是我们立足世界媒体之林的首要

一环”。^①而过去我国的电视新闻由于受技术条件的限制，传媒的声音远不能形成上述的力量，其中技术的单一化是最大的制约因素。而如今，有别于传统无线电波电视的有线电视、卫星电视、图文电视的诞生，彻底改变了我国信息传播和信息消费的性质，给电视新闻传播注入新的活力。例如在伊拉克战争的报道中，中央电视台、香港凤凰电视台、上海电视台等，都几乎在第一时间里通过卫星现场直播、前方记者播报、专家评析、同声传译、电话连线、移动字幕等，全方位多角度报道伊拉克战争的战况及其社会背景、发展趋势等，使新闻现场与受众之间的时间空间距离大大缩短。而伊拉克战争报道也是我国的电视新闻界首次采用视听多媒体技术进行对国际重大突发事件的实时直播报道。如今，省市级的电视台也将新闻报道节目的制作设备与普通节目制作设备独立分开设置。当新颖的卫星新闻采集系统正在世界各地得到应用后，各台的卫星新闻采集车能够在它到达 15 分钟内播出现场的新闻图像。新闻车的装备包括摄像和编辑设施，只需接通线路，调整天线，就能直接与卫星接通，实现即时播出，使当地观众如临其境，及时了解身边发生的新闻信息。而技术多元整合带来的巨大资讯效益对于视时间为生命的电视新闻而言无疑是如虎添翼。

1.3 语言模式的演进

按照学者黄匡宇的界定，电视新闻由“语言”和“非语言”（也

^①刘长乐：《向世界发出华人媒体的声音》，第二届世界华文传媒论坛 www.chinanews.com。

就是习惯所说的“声、画”)两部分组成。^①而本节探讨的是电视新闻语言系统中的抽象音响语言,也就是播音和现场语言。为了方便论述,我们将其分为叙述语言和评论语言两类进行探讨。

1.3.1 叙述语言的发展

众所周知,我国的电视新闻脱胎于报纸新闻,所以早期的电视新闻的叙述语言基本上就是报纸简明新闻的电子版,俗称“新华体”。

“它是我国新闻媒体在那个特殊年代中打磨出来的一种通用的新闻写作体式。这种体式表现在影视节目中,就是那个时代我们在电影院里经常看到的《新闻简报》及与其一脉相承的‘电视新闻片’。模式化的语言把新闻写作这种创造性的工作变成了简单劳动。”^②80年代起,我国的电视新闻界一度流行起了一种“政论体”,就是将长篇的政论文章配上画面,比如大型的专题系列片《让历史告诉未来》就是其中的代表。但这种政论体的新闻基本就是声画两张皮,听到的和看到的根本就是两回事。当时,只要打开电视我们随处可以听到播音员或主持人念着整篇的文章,看到一幅幅与文字无关、缺少内在逻辑联系的画面堆砌。不少的电视新闻解说词完全是报纸、广播新闻稿,不具备或很少具备电视新闻解说文体应该具备的特点。

而我们都知,一个媒体的新闻节目是否具有亲和力对该新闻节目收视率的高低是有一定影响的。亲和力的强弱是由多方面因素决定的,其中新闻语言的风格样式是这些因素的重要方面。如果一档新闻

^①黄匡宇:《电视新闻语言学》,中国广播电视出版社,2001年,参见第4至第5页。

^②孙玉胜:《十年——从改变电视的语态开始》,2003年,三联书店,第46页。

节目总是板着一副高高在上的面孔，语言总是脱离普通百姓的生活实际，不但晦涩生硬，并且还时不时地蹦出一些大众难以理解的词汇，那么时间一长，就势必会影响普通观众收看新闻的兴趣。从上个世纪90年代开始，随着大众化传播的盛行，一些电视新闻节目的语言已呈现出不同以往的随和亲切的特点，一度风靡内地的凤凰卫视的新闻主打栏目《小莉看时事》，就是通过吴小莉简洁流畅的解说，把当今世界刚刚发生的各类新闻事件亲切自然地传达给广大观众。从她那里传达出来的新闻事实，其语言即不华丽考究，又不晦涩难懂，完全像是一位熟悉的朋友在与你无拘无束的交流，而观众就是在一种如沐春风的感觉中毫无障碍、不知不觉地理解和接受了她所传达的每一条信息。此外，从中央电视台的早间新闻栏目《东方时空》中，我们也能感受到其大众化语言的风格特点。《东方时空》在初创时的子栏目《生活空间》曾经提出“讲述老百姓自己的故事”的报道理念，根据这一理念制作出的一系列新闻专题片，都以其关注大众生活，贴近百姓人生的总体把握，深受普通观众的喜爱。

1.3.2 评论语言的演变

电视中的新闻评论在刚刚起步时往往只是报纸或广播评论的电视版，以评论语言为主忽略对新闻的解释成为那个时代电视新闻评论的主要特征。随着人们认识水平的提高，这种概念灌输式的评论带来的后果却是受众的排斥甚至反感。于是电视人开始思索从根本上转变了电视新闻评论的语言模式，重视受众的接受心理，并不断探索评论的最佳表现方式。从接受心理的角度来看，解释性语言更容易被观众

接受，因此，用讲故事的方式从个案说起进而引出评论是作电视新闻评论的好方法。如央视的《新闻调查》、《东方时空》、《社会记录》、《今日说法》等。它们的成功告诉我们，评论节目要达到既吸引受众又传播思想的目的就必须把解释性语言和评论性语言完美结合起来，“寓教于乐”方为良策。再比如北京电视台的《北京特快》节目，它一向强调平实通俗，注重与观众的交流，它往往以一种询问、反问的语气，在用事实、背景传达自己观点的同时也不忽略观众的感受。比如它常用这样的话语，“记者每次在速冻食品柜台前有这样的感受：中国的速冻食品品种还能更多一些吗？味道还能更好一些吗？不知您是否有同感？”这种句式改变了电视新闻少修辞、以肯定陈述句为主的评论格局，而是运用对比、联想、比喻、转折等手法，由此及彼，纵横开拓，给人以语言和思维上的双重美感。

当然，新闻是有背景的，是有观点的，观点是可以争论的。因此，在近两年的一些谈话或访谈类新闻节目中，针对某一话题的各家评论语言在某种程度上回归了语言的抽象思辩性。如央视的《对话》、《国际观察》等栏目便是切合了这样一种电视新闻语言观。主持人或嘉宾会以辩论的形式评论时事，以思辨的色彩引导观众。观众在不同观点的论述下洞悉事件的不同角度，对事件的真相本质会有更透彻的了解。有传播学者认为，“电视新闻的言论要达到效果，在选题上就必须‘切中了社会绷得最紧的那根弦’”。^①因此，只有那些能够提出并善于提出一系列契合社会发展中心议题的评论语式，并在孜孜以求

^①喻国明：《当前中国传媒业发展客观趋势解读》，《现代传播》，2004年第2期，第3页。

的追问中体现其独有见识和价值的观点，才能真正形成与社会的良性“共振”，真正做到与观众情感上的深层“共鸣”。因此，电视新闻的评论语言也应力图契合社会热点和难点问题，对主流的社会现象从不同的视角进行解读，予以关注，做到紧贴新闻，又不仅仅只是简单描述。

1.4 产业化的演进

新中国电视新闻从诞生之日起，就担负起了建设社会主义精神文明、为社会主义物质文明建设提供信息的历史使命。长期以来，人们习惯于将新闻媒介当作非生产性社会事业看待。众所周知，新中国的广播、电视、报纸等媒介是随着新政权的诞生而建立的。当时的媒介生存环境决定了宣传是新闻媒体几近唯一的目的，是为国家服务的国家机器之一。然而随着整个经济环境的变化和对媒介属性认识的深入，我国的媒体开始重视产业化发展。作为宣传工具的新闻媒体在受到市场经济的巨大冲击后，经营性内容开始和事业性相结合。“1992年，中共中央和国务院发布《关于加快发展第三产业的决定》，把‘广播电视’归属第三产业”。^①以此为阶段性标志，中国传媒界开始了从事业向产业的加速度转变。

传媒业的大规模发展需要资金的投入和运作，资本在传媒业的大规模运作，是传媒集团化、产业化的一个重要保证。为适应加入 WTO

^①胡正荣主编：《媒介市场与资本运营》，北京广播学院出版社，2003年，第11页。

后的新形势，中国有关部门明确提出，要积极推进媒体集团化改革，组建跨地区、多媒体的大型新闻集团。业内人士表示，传媒业的结构调整、重组购并、传媒企业进入资本市场等，将成为行业发展的主流，并构成重要的商业机会。当然，站在国际竞争的角度来看，其更深远的影响在于，这是一场看不见硝烟的文化控制权之争，蕴含着强烈的政治意义。把传媒放在一个产业环境中去参与竞争，这已是发展的必然选择。而为迎接入世所面对的挑战，中国政府正力图与国际接轨。近几年来，中国广电集团化进程已相继展开。湖南、上海、北京、四川、中央等相继成立广电集团。目前，我国的广电集团化运作主要有几种模式：湖南广电集团、上海文广集团，中国广播影视集团等。在资金等实力有限的条件下，各产业集团充分整合资源，集中优势兵力，挖掘题材，办好自己的特色产品或形成局部优势、拳头产品，并由此推出自己的品牌。种种迹象表明，“进入到 20 世纪 90 年代特别是后期，广播电视产业经营逐步走向以开发自身资源为基础的新阶段，广电产业初步形成”。^①

具体到电视新闻而言，过去对于电视新闻过于强调它的喉舌功能，而忽视了它的产业属性和产品属性，随着我国市场经济发展的深入和传媒产业进程的进一步深化，电视新闻行业的产业属性也逐渐为人们所认识。国家决策层正在从无到有地逐步将电视新闻有计划有步骤地纳入电视产业化进程，例如开展收视率和满意度等市场调查，根据受众市场调整节目定位，引入竞争机制。同时，央视已经开始运用

^①徐光春主编：《中华人民共和国广播电视简史》，中国广播电视出版社，2003 年，第 525 页。

市场手段和游戏规则，他们制作了《焦点访谈》、《新闻调查》、《经济半小时》、《面对面》等名牌新闻节目，开始自觉培养水均益、白岩松、崔永元、王小丫、沈冰这样的明星新闻主持人。不讲市场的新闻节目不是一档真正的新闻节目。

1.5 频道地位的演进

“频道专业化，指的是频道定位相对准确，节目内容相对专一，收视人群相对固定。这是以受众为中心的传播模式的发展结果，是市场资源合理配置的客观要求”。^①而新闻频道是专门播出新闻节目和具有新闻属性的节目的专业电视频道，它一般全天 24 小时滚动递进播出新闻，是受众对新闻的需求形成充分的市场规模和电视媒体细分市场，实行频道专业化战略的合理产物。

进入 20 世纪 90 年代，尤其是在网络媒体蓬勃发展以后，世界各主要国家和地区普遍开办电视新闻频道，24 小时不停地向全球播出新闻，其中尤其以美国有线新闻网、英国广播公司世界电视台、新闻集团麾下的福克斯新闻网和天空电视新闻频道居于遥遥领先的位置。在亚洲，日本的 NHK 电视网，我国台湾省的东森、民视、TVBS、三立、真相新闻网等多家新闻频道，展开激烈的天空竞争。在香港，凤凰卫视领先于内地于 2001 年底开办 24 小时频道“凤凰资讯台”。国内外的案例证明，在电视对传播资源的开发上，新闻资源的大量、

^①胡正荣主编：《中国广播电视发展战略》，北京广播学院出版社，2003 年，第 39 页。

实时和可持续利用带来了巨大的政治和社会经济效益，而且前后两者兼有所得。

在中国加入 WTO 后，海外一些电视台陆续落地大陆，市场竞争日趋白热化。随着中国改进新闻报道方式和开放步伐的加快，随着国外电视频道的进入，央视新闻报道的改进乃至新闻频道的推出已经成为迫在眉睫的应对之计。就在央视新闻频道还在酝酿之时，1999 年 5 月 23 日，福建电视台推出 24 小时全天候新闻频道，在 24 小时连续播出之中，设置了 19 个栏目，涵盖了国际、国内、省内重大的时政、财经、文化、社会、体育、娱乐等方方面面的新闻信息，既有快讯、现场报道、深度报道、调查性报道、连续报道、评述、言论、谈话类栏目和纪录片等纪实性栏目；也经常每两小时一次的直播栏目中插播最新的动态。遇到福建观众关注的重大新闻事件和突发事件，各有关栏目联手合作、相互呼应，或中断原定播出的栏目，或打通栏目界限，持续跟进报道，成为大陆首家真正意义上的新闻频道。

2003 年，筹建多年的央视新闻频道终于尘埃落定，于 7 月 1 日全面起航。这是中国电视新闻改革的大事，也是中国电视新闻事业史上的一个里程碑，它标志着中国中央电视台向世界级大台方向迈开了大步。在它的“开篇辞”中就说到：“无论凌晨还是午夜，每天 24 小时，只要您打开电视机，选择中央电视台新闻频道，您就可以看到最新发生的事件，听到最权威的评论，触摸到这个世界跳动不息的脉搏……与世界同步，是新闻频道的宗旨……贴近实际，贴近生活，贴近群众，是新闻频道的方针……看见新闻的发生，看着新闻的发展。

让我们一起通过新闻频道，把握时代的脉搏，感受世界的变化，重塑我们崭新的生活”。^①正如承诺的那样，央视新闻频道 24 小时滚动播出，使国内外重大事件的即时报道、同步报道与连续报道成为电视新闻报道的“常规武器”，在第一时间满足受众对社会环境重大变动的认知欲和知情权，大大增强了央视新闻报道的时效性、权威性、信息量与可信度。它每逢整点有新闻，观众可以根据各自收视时段的需求，及时获取电视新闻信息。整点新闻将以最快的速度向观众提供第一手的国内国际新闻资讯，突出时效性和大信息量，实现滚动、递进、更新式报道，全天 24 档。而安排在整点新闻后的分类新闻主要有财经、体育、文化、国际四大类。专题节目包括新闻背景、新闻评论、新闻调查、舆论监督、民意调查、法制等各种节目形态，是对整点新闻和分类新闻的补充和深化。而就在央视开播新闻频道之际，媒体新闻大战渐趋白热的大形势下，省级电视台纷纷跃跃欲试，谋求转型。其中动作最快的当属江苏，2003 年，江苏广播电视总台新闻综合频道抢先出手，开始实现 24 小时新闻滚动播出。在原有《江苏新时空》、《星网传播》、《公共新闻网》、《英语新闻》、《手语新闻》的基础上，又增加 13 个时段的新闻播出，栏目名称为《新闻时报》。相信在央视新闻频道开播之后，各省级卫视新闻综合频道会加快动作，实现向专业新闻频道的转型。

中国电视新闻频道是中国电视媒体推行频道专业化战略的必然产物。它的出现在形式和内容上都大大改变了电视主要是娱乐工具的

^①赵仙泉：《略论电视台新闻频道的理念与探索》，《电视研究》，2003 年第 9 期，第 8 页。

专业认知和社会认知，并用电视专业化分工的频道形式为中国现代化事业的发展配置新闻信息。期间，无论是经济信息的传播和增值，还是文化信息的传递和张扬，都是极为重要的。同时，它的健康发展必将推动频道专业化战略的进一步发展和成熟，相应地会带动整个电视媒体市场的发展和成熟。“受众至上，内容为王，质量取胜，形态创新”必将成为电视媒体竞争的法宝。

第二章 中国电视新闻观念形态的演进

如果把电视新闻传播形态的沿革仅仅看作业务和技术的进步,就会过多地纠缠于变革的细节,纠缠于传播的具体内容和形式,流于表象而缺失理论解释的力量。所以,从观念层面去看待中国电视新闻的发展演进就有了充分的理由。在总结本土电视发展基础上,我们发现新闻意识、画面意识、角色意识和主体意识的转变是中国电视新闻历史发展的深层动力。

2.1 新闻意识的演进

中国电视新闻的发展历史中一个不容忽视的问题就是观念形态上的演进,其中对新闻主体地位的认识从缺失到重新强调经历了一段曲折的历程。“世界电视事业发展进程表明,电视——当它以新兴的传播媒介步入舞台的时候,新闻界和受众都把电视视为文化娱乐的工具。而当它进入成熟期时,则又成为一个权威显赫的新闻中心。”^①而我国的电视事业也经历了这样的历程,就是由早期的戏曲文艺作为电视节目支柱,发展到电视新闻赫然占据了强势性的主体地位。这种发展趋势也体现了电视传播领域由“电视剧立台”到“新闻立台”观念意识的转化。

所谓“新闻立台”,也就是指新闻类节目应该成为电视台所有节

^①朱 菁:《电视新闻学》,浙江大学出版社,2002年,第33页。

目中的骨干和核心。BBC、CNN、CBS 等全球知名广播公司都有代表各自风格的新闻品牌，并享有很高的知名度。然而曾有数据显示，“北京电视台在创办初期，电影占播出时间的 75%，转播剧院演出占 15%，自办（新闻）节目占 10%”。^①在我国，电视剧+广告构成的“电视剧立台”模式在草创阶段确实起到了“原始积累”的效应，然而，这种粗放型的办台和经营模式已经不能适应当代传媒的发展。从中国自身的媒介传统来说，新闻宣传是媒体义不容辞的责任，削弱新闻宣传工作无疑是舍本求末。央视经过几十年的积淀已经相继建立了自己的节目品牌。除了老牌的《新闻联播》外，相继创办了《新闻早 8 点》、《新闻 30 分》、《晚间新闻报道》，还有新闻性的节目如《东方时空》、《焦点访谈》、《新闻调查》等等，2004 年 5 月又开办了全新的新闻频道，这些无不体现了央视新闻为本的思想和理念。正是基于这样的思想和理念以及不断的追求、探索，才不断提升了其作为国家电视台的地位和作用。

另外，国内三次新闻改革对电视新闻和新闻传播观念的变化起到了推波助澜的作用。央视在 1993 年创办的《东方时空》，就曾经使电视人的眼睛一亮，因为在这个谁都不看好的时段，中央电视台却创造出了一个奇迹：它不仅改变了国人的收视习惯，而且成为电视台新的经济增长点。目前出现在江浙一带的电视新闻竞争，也加快了新闻本土化、新闻贴近百姓和改变播出方式的进程。尽可能地挖掘地区性的新闻资源，充分做好做足新闻资讯这篇大文章，不断扩大新闻资讯的

^①张雅欣：《电视概论》，中国广播电视出版社，1997 年，第 18 页。

市场占有份额，确保本土新闻的主流地位，是当前地方电视台新闻改革的主导方向；关注百姓的喜怒哀乐、百姓身边发生的故事，反映百姓的生活状态和心态，报道百姓遇到的急事、难事、趣事，则是新闻改革中内容上的一个大变化；而直播或准直播方式的大量运用，使得观众的参与热情大大高涨，从而获得了节目、栏目和观众逐渐接近“零距离”的效应。新闻改革带来的最大变化，就是观众从“远离”新闻到接近、喜欢新闻，观众的视角从电视剧转向新闻，因而用正确舆论引导人的作用也就日益彰显。

同时，在确立了“新闻立台”理念并致力于新闻改革以及新闻节目与栏目打造的地方电视台，不仅靠新闻节目赢得了观众，提高了新闻节目的收视率，而且创造了显著的经济效益，带动了电视台的经济增长。有材料显示，江苏电视台城市频道的《南京零距离》开播第2周，进入AC尼尔森南京地区电视节目排行榜（周平均收视率前50名），开播第6周进入前15名，第28周进入前5名、列所有电视新闻栏目排行第1名，2003年1、2月份，除央视春节、元宵晚会外，《南京零距离》连续列排行榜第一名，2002年创收达5000万。《江苏新时空》运行半年来，所有广告均不打折，保持原报价，广告量全部排满，全年广告销售额将达到1.5亿元，实现整个新闻综合频道全年广告总额的60%。杭州电视台的《新闻夜班车》自开播以来，很快就成为杭州市民最喜爱的节目，去年创收1500多万。这样，过去单纯依靠电视剧吸引电视观众的眼球，赚取观众的情绪，从而形成较高的收视率并获取高额的广告收入和利润的情形得到巨大改观。优质的新闻节

目同样也能带来丰厚的经济效益，既而在同行竞争中稳操胜券。

有学者形象地指出：“电视台不是文艺团体，不是教育机构，不是服务机构，它的‘户籍’历来落在新闻界。”^①当电视人真正树立起“新闻立台”的理念并按照这个理念去实践、探索，影视剧的神话终结也应该是为期不远了。

2.2 画面意识的演进

有关电视新闻观念形态演进的第二个方面就是画面意识的变迁。“电视画面是指由电子摄录系统拍摄和制作的，由电视屏幕显现的图像。”^②电视画面是电视造型语言的基本要素，是组成电视节目的基本单位，是电视摄像的成果体现，它的信息传输体现了多种传播媒介和传播方式的兼容及优化。尤其是在电视新闻中，电视画面变语言、文字、图片的“线性”信息传输为“信息场”传输，能够为观众提供视听完整、全方位、多角度的直观信息，大大增强了新闻内容的丰富性和客观性。然而在长期的实践中，我国的电视新闻确实存在重声轻画的问题，对声画双主体认识的偏差或不清晰，严重影响了电视新闻所传达信息的质量。

而对画面主体性认识不到位的原因归结起来有两点，一是我国的电视新闻在发展初期与广播新闻是捆绑在一起的。对电视新闻的认识完全是构架在对广播新闻经验的延伸上，而广播的传播特性完全是依

①高有祥：《电视新闻的理论与实践》，中国社会科学出版社，2002年，第8页。

②任金州、高晓红：《电视摄影与编辑》，北京广播学院出版社1999年，第4页。

赖于对声音的处理，因此导致人们对电视特性认识不深入、不到位，重声轻画的意思也就长期禁锢着人们的思想；二是由于电视新闻诞生在那个宣教意识被片面强调的特殊年代里，畸形浮夸的宣教片完全脱离了现实生活中的实际情形，“假、大、空”新闻比比皆是，因此当时有限的电视新闻中所呈现的画面自然呆板重复，根本没有信息量。

法国著名电影理论家马尔丹在讲到画面的基本特征时说：“电影画面准确而全面地重现了给摄影机提供地东西，而它所摄录地现实也可以说是一种客观视像。它能客观地重现现实，具有一种自然地现实主义表现”。^①可见，画面的形象生动在表现真实的层面上明显优于文字的概括抽象。而电视新闻是靠声音和画面向人们提供新闻事实的，它依赖屏幕与观众进行交流的特性，这就决定了可视性成为其显著特点。视听同时客观公正地传达信息，使人身临其境，让观众对信息来源产生认同感、可信感，也是电视新闻优于其他媒体新闻的内核。既然电视是以视觉为主，视听同步，声画合一，再现客观现实最形象、最生动的声像艺术，那么我们有理由认为在电视新闻片制作中强调画面语言、文字语言并重，“画”“声”结合才符合电视制作的个性和特性的。

在进入 90 年代后，电视新闻界开始重新回归对画面主体性的强调。在新闻的拍摄、撰稿、制作中树立声画结合的意识，最大限度地发挥用镜头“说话”的优势。记者拍摄前和拍摄时都会重视画面的直接表现力，画面能表现的，决不留给文字解说。环境特征、物体颜色

^①马赛尔·马尔丹：《电影语言》，中国电影出版社，1985年，第1页—第2页。

质感，被摄对象事物的运动变化、人物的情感变化、音容笑貌等等这些可视性强、看得见的画面，记者都会尽力捕捉和发现。由于新闻画面“能将生活中正在发生、正在进行的事件的存在方式和运动状态及时同步地传播到世界各地，其中包括形象、声音、氛围、环境、表情、动作等形成综合的多方位的信息场”。^①因此，如今在我们所能接触到任何一条好的电视新闻作品都是画面语言丰富、声画合一完美结合的产物。例如2001年9月11号发生在美国的恐怖袭击事件电视新闻，有一组飞机从不同角度撞击世贸大楼的大楼起火画面，人们奔跑的画面，两座大楼先后轰然倒塌的画面，这条消息只用了很少的文字语言，但画面给人们的视觉冲击力和影响力都远远大于广播、报纸。

画面是电视构成的基础，也是电视创作中最灵活、最有意义的、生命力最强的元素，人们可以津津乐道于看无声电影，但绝对忍受不了看没有画面的电视。因此，一个优秀的电视新闻记者或编辑，一定会对画面有强烈的捕捉意识和抓取意识，让画面语言在表现事件、过程、现场、人物之间关系及事件发生和发展方面，最大限度地传播意念、思想、情感和内心世界的各种感受，这才符合电视特征规律。

作为信息主体之一的画面在传播过程中所传达信息量的大小越来越受到观众的重视。然而，声音也是构成新闻信息两大要素之一。在很多情况下，画面难以表达理性观念及思想，“无法直接表现事件的意义，也无法直接表现事实的内蕴和人物的心理活动”。^②而这恰恰是声音表达的长处。另外，声音在新闻节目的结构上还能发挥省略视

^①朱羽君：《中国应用电视学》，北京师范大学出版社，1993年，第411页。

^②王振业主编：《广播新闻与电视新闻》，武汉大学出版社，1997年，第316页。

觉画面、转场等作用。因此，在重塑画面意识的同时，应该让画面与声音在传播过程中各扬其长、相互支撑，从而在新闻媒介传播方式中独树一帜。

2.3 角色意识的演进

关于电视新闻的角色意识一直是学界和业界争论不休的问题。在谈及电视的角色属性时，学界和业界大多会援引“喉舌论”的说法，但是从传播学的角度来看，喉舌论只是传播的一个单向维度，如何实现一唱一和、一唱百和是关键问题。新华社总编辑南振中就认为，“在现实生活中实际存在着两个‘舆论场’：一个是老百姓的‘口头舆论场’，一个是新闻媒体的‘舆论场’。老百姓从自身的感受出发，他们每时每刻都会关注一些共同的领域、共同的问题，在口口相授之中形成民间的口头舆论场，那些相对集中的社会话题，就成为一段时间的热点问题和热点话题”。^①只有两个舆论场和谐共生，才能保证传媒与社会关系的通透澄明。

应该说，中国电视人过去的新闻视角本质上是贵族化、宣教式的。在较长一段时间内，我国媒体由于对“工具”和“喉舌”性质的片面理解，将大量硬性新闻灌输给受众，固守在僵硬的政治关怀模式之中。因此，那个时候的电视新闻更多地承载了宣传与说教的功能，更多地是作为贯彻党和国家的方针、政策、路线的传声筒。

^①南振中：《“抓作风”与“改文风”——十五届六中全会精神学习笔记》，《新闻战线》，2001年第11期，第29页。

随着我国政治体制和经济体制改革的推进，市民阶层作为一个庞大的群体浮出水面，与之相应的是“市民社会”的概念。借用哈贝马斯“国家——公共领域——市民社会”的三元分析观点：市民社会通过公共媒介在公共领域中形成舆论。他认为，商品交换和新闻交流的发展是公共领域形成的两个主要因素。^①当然，当代中国是否存在或能否培育起一个成熟市民社会，是目前社会科学界争论的一个热点。西方市民社会与公共领域的概念肯定不能被生硬地照搬到中国来，但是它们提出的“公共性”的原则可以被我们批判性地吸收。

早期美国实践公共新闻学的记者之一汤姆·瓦霍沃说，新闻不是应该反映什么？而是新闻为的是什么？即，我们为着什么做新闻？^②这一别于传统思维的方式导致了公共新闻的产生。而这一问题的答案在于：关于新闻与健全社会民主社会的关系的基本观念上。正是基于对媒介、受众、政府的关系的新认识，对媒介的角色意识和操作者的主观属性开始引发学者们的思考。在对公共新闻进行界定的问题上，中国学者与西方学者的观点遥相呼应。孙旭培把公共新闻概括为四句话：“培育和营造公民社会、监督和构建公共领域，报道和指导公共事务，交流和引导公共意见”。^③我们可以将其理解为是公共新闻功能的凝练表述。

公共新闻是对现代社会中电视新闻理念的准确定位，是新闻专业主义的内在要求。“传统的新闻报道一般强调结果的客观，而公共新

①尤根·哈贝马斯：《公共领域的结构转型》，学林出版社，1999，参见第210-219页。

②刘肇熙 姚清江：《公共新闻学：美国新闻理论的第三次革命》，《青年记者》，2004年第四期，第13页。

③张恩超：《从民生新闻到公共新闻》，参见《南方周末》2004年11月4日D25版。

闻则更加重视方法的客观”。^①因此，公共新闻的力量和责任并不在于对错综复杂的新闻事件做是非善恶的评判，而在于对隐含于其背后的多元利益主体的呈现与疏通。它强调媒体力量在公共生活领域的介入与参与，强调培养人民的公民意识以及公民的公共意识，强调协调公共生活，以便达到提高公众面对社会问题的行动能力与缓解冲突、化解矛盾的目的。例如，90年代初在电视新闻界肇始的受西方新闻学影响以调查、揭丑、批判、曝光、舆论监督为主要特征的深度报道无疑是对新闻公共功能中社会监督功能的具体阐释。而时下正大为兴盛的民生新闻的出现也是有中国特色的公共新闻的诞生，它不仅是对长期以来新闻媒体“喉舌论”、“工具论”的一种改进，更是新闻话语权力由上到下的实践性流动以及对电视新闻本质的回归；既是对电视与受众关系科学的重新定位，更是新一届中央政府宣传政策的指导方针的具体体现。可以肯定，这种新闻改革顺应了时代要求。对于观众而言，他们从此有了一个监测环境，社会守望的一个新的平台；而对于新闻媒介而言，电视新闻角色意识的转变也是我国媒介产业新的发展阶段的标志。

2.4 主体意识的演进

新闻传播是人类特有的行为活动，新闻离不开人，人理所当然新闻的主体，那么作为以视觉和听觉为两大表现元素的电视新闻就更

^①蔡雯：《公共新闻：发展中的理论与探索中的实践》，《国际新闻界》，2004年第1期，第34页。

加少不了人的参与。在电视新闻的发展历程中，人的发展变化是非常值得关注的。在新闻传播的过程中，传者和受众是不可或缺的人的元素。

2.4.1 对传播者的认识

“主持人是以传播者的身份对接收者进行面对面的传播活动”^①。按此理解，主持人是传播活动过程中的主体即传播者，信息经由主持人流向受众。而传播者是新闻传播的链条中最基础的一环，因此，对传播者的认识研究是传播观念演进的重要课题。

我国早期的新闻传播者被称为播音员，他们中的绝大多数出身于电台的广播员，其职责特点就是不带任何观点的将新闻稿如实地传达给观众。沃尔特·李普曼曾说：“读者必须通过他个人感情的共鸣进入新闻……为了进入新闻，在新闻报道中他必须找到一个熟悉的立足点”。^②而在当时的传播氛围下，观众除了能在电视屏幕上看到一张播音员（或出镜记者）的人的面孔之外，根本谈不上寻求熟悉的立足点。因此，我国电视新闻诞生之初，受众在领略有声有影热热闹闹的电视节目的同时，却不得不忍受无处话衷肠的寂寞。直到1993年，随着东方时空的热播，一批记者出身的主持人开始崭露头角，他们亲自参与到新闻的制作与播出，并大胆加入了个人化的解说评论，许多成功的深度报道都是与这些主持人的个人素质和职业能力分不开的。在国外，如ABC《晚间世界新闻报道》的主播彼得·詹宁斯，他不仅要出镜播音，同时还参与新闻的选题、策划、编排、播出的全过程，其个

^①俞虹：《节目主持人通论》，杭州大学出版社，1996年，第46页。

^②李普曼：《舆论学》，华夏出版社，1989年，第234页。

人的价值观、新闻观贯穿于节目的整个生产流程，其报道不仅反映出美国的外交心态，影响到美国人民对世界的看法，也为整个美国的外交战略设置议程。因此从某种角度我们甚至可以说，“主持人角色的诞生是把人的精神注入到了媒介文化中”。^①

传播学者霍夫兰的实验表明，“假如传播对象喜欢传播者，就很可能被说服。如果接受者认为讯息的来源是来自一个与他自己或者她自己相似的人——即具有同一性，就更是如此”。这就是“自己人”效应。依据新闻传播中的受众心理，受众在信息接受活动中，如果感到传播者在许多方面与自己有相似或相同之处，就会在心理上定位为“自己人”，从而提高了传播效果。新闻报道的受众绝大部分是普通民众，他们拥有大致相同的表征，新闻报道如果能够从普通民众的立场着眼，或者在新闻报道中以普通民众为基点进行报道，能够产生一种“自己人”效应。

而从播音员到主持人的转变，恰恰印证了霍夫兰的“认同战略”，它的产生源于大众传播中的人际化要求。因为“主持人形式是大众传媒的个人化、人格化、形象化，它使受众在接受传媒提供的信息的同时，感觉不再是面对冷冰冰的媒体，而是活生生的、可亲、可近、可信赖的，与自己相同的人”。^②在现今的电视新闻中，“说”新闻成为了流行性的播报方式。它要求主持人以个人身份，用精辟生动的口语、恰当适度的形体语言讲述新闻。这样的播报方式改变了长期以来新闻节目播报沿用的以正襟危坐为主要形式、以声音的抑扬顿

^①李盛之：《主持人：角色的尴尬与超越》，《现代传播》，1996年第5期，第21页。

^②李立主编：《尴尬与超越》，北京广播学院出版社，2000年，第167页。

挫、字正腔圆、高亢洪亮为主要特征的播报风格，具有了口语化、生活化、趣味化的特点，在表达方式上注重朴素自然与活泼大气相结合，在风格上强调与受众的平等交流，像朋友一样，亲切地将信息传达给受众，对象感非常明确，体现了人际传播的亲合力。另外，“许多谈话节目主持人，尤其是社会问题型节目的主持人，都把兴趣放在为公众提供信息和鼓励真实对话上”。^①这样一来，主持人独特的个人魅力和亲切自然的人性化状态使大众传播具有了人情味，受众也似乎能从中体味到交流与沟通的乐趣了。

值得注意的是，近几年的电视荧屏里出现了一种新的称谓叫做新闻主播，从字面上看就是将播音员与主持人二者的特点合而为一，也就是说，新闻主播既要忠实于新闻事实，也容许在播报的过程中加入个人风格，比如《现在播报》的海霞，《中国新闻》的徐俐，《经济半小时》的王小丫等等，都是非常优秀的个性化新闻主播。而在这些称呼的变化背后，其实包含着对新闻传播者个性的释放，体现了电视新闻更加开放，更加人性化的发展诉求。

2.4.2 对受众的认识

信息的传播、接受与理解，是大众媒介的主要特征，也是新闻传播的基本模式。传播者制造信息并不等于传播，不论电子科技是如何地精巧，分工制度是如何地有效率，记者和任何大众传播者所制造的信息，是不能保证一定有阅听人的，而即使信息被接收了，也无法保证它能被完全的理解。因此，只有强调传播效果，也就是重视对受众

^①吉妮·斯克特：《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》，新华出版社，1999年，第147页。

主体性的研究，才算得上是历经了完整的新闻传播过程。

“大众传播的播出是单向度的，不像对话那样有情感心性的交流回应，这种无回应的播出缺乏沟通，使大众传媒成为‘为了沟通’的‘不沟通系统’。当然，现实中的观众也可以转换频道或关掉电视机而行使自己的选择权，这似乎也可以算是一种回应，但这仅仅是对施予的接受或不接受而已，仍然没有足够的权力运作方式给施予者以对等的回应。就这一关键性问题而言，传播是对接受者自由选择的限定，因为说到底，大众传媒的受众只有收看或不收看的自由，而没有对答回应这种平等交流对话的自由”。^①这段话现实地道出了我国新闻宣传领域过去一贯存在的漠视受众的现象。在我国电视新闻幼年时代，新闻媒体的喉舌功能被过度强化，而报道新闻、提供信息的职责则相对弱化。新闻媒体跟在党的指令后亦步亦趋，担当起宣传和政治教化的职责，而不是作为一个社会公器和公共领域，为国家的民主进程发挥应有的作用。长期以来，为受众服务的观点一度被认为是“淡化党性原则”，是“削弱党对新闻事业的领导”，是“资产阶级自由化”的表现。

直到20世纪70年代末的国家首次新闻改革后，新闻媒介才逐渐向受众本位回归。“受众中心论”是其中颇具代表性的观点，研究者认为在市场经济条件下，以受众为中心的观念必然替代以传者为中心的观念，其理由是“这种观念转变符合世界范围内传播观念发展的规律，是现代化社会市场经济发展的结果，这种转变开辟了中国新闻改

^①王岳川：《当代传媒的“后现代”盲点》，《文化评论》，中华工商联合出版社，1995年，第81页。

革的一条稳妥可靠的道路”。^①而从传播学的角度来看，“‘传播’一词很容易使人以为它是单方面付出的一种行为——像阳光一样，只是给予，没有回收。其实，它一直是带着一根看不见的‘倒钩刺’的。它所回收的就是受众的注意力”。^②因此，“只有以受众为本位，正确认识受众的差异，尊重受众，将受众置于媒介传受活动本体之中，彰显受众主体观念与服务意识，才使得优化传播和媒介的良性发展成为可能”。^③

另外，除了接受心理特征因素，受众文化需求的不断增长，使其对新闻信息的需求也不断增长，并呈现多样化的特征。人们不再仅仅满足于新闻信息的告知，更希望新闻能够体现社会对受众个人主体意识的注重，以人性化的报道实现与自己心灵的契合。“人”是任何新闻报道中最重要的因素，人的故事，特别是普通人的感人故事，往往是受众最爱看的。新闻内容人性化的一个表现就是在新闻报道中从个人的角度出发，从小处下笔，从一个小的地方切入，大处收尾，意蕴深厚，从而确立一种赋予人生以意义和价值的人文价值关怀。体现在新闻报道中，人文关怀是对人的生存状况的关注，对人的尊严与符合人性的生活条件的肯定和对人类的明天的思考，它关怀的是我们人类的和谐发展，体现了对所有生命的怜悯和尊重。例如在涉及人的尊严、人的生命安全的时候，尤其是在隐性采访中，电视画面越来越多地从

①黄旦：《80年代以来我国大众传媒的基本走向》，《杭州大学学报》，1995年第5期，第38页。

②喻国明：《跨世纪中国城市电视发展与展望》，中国广播电视出版社，2000年，第101页。

③刘京林：《大众传播心理学——从现代心理学视角看大众传播》，北京广播学院出版社，1997年，第298页。

人文关怀的角度出发，采用马赛克技术，对采访对象的面部或者双眼进行遮掩。再比如就“两会”报道来说，从普通百姓个人对“两会”的反映，或者“两会”对普通公民产生的影响，传通效果可能会更好。诸如此类的报道更加注重受众的感受和与受众的传通，也是一种人本化的传播。

电视传播的价值实现是由传受双方共同创作完成的。国内有些学者将其命名为“期待介入”，“指的是电视观众在电视节目创造过程中完全处于主动地位，由于电视观众的介入，极大地影响着电视节目的创制及传播效果的情形”。^①电视新闻现场报道就是“期待介入”的一个例证。由于具有无法替代的现场感和真实感，能够最大限度地满足观众第一时间了解事件、认识事物、获取信息的需要，因此这种报道形式就凭借着对现场声音、图像的完整捕捉和传递，给观众带来强烈的感官冲击，留下身临其境、同步感受的深刻印象。观众在记者的带领下，像目击者一样一步一步地观察和体验，从而有着强烈的参与意识，改变了以为被动消极地接收新闻信息状态。

电视新闻以人为本，是媒体逐渐成熟的标志。在激烈的竞争中，在社会和技术以及传者观念改变的共同作用下，新闻为受众的观念必然成为新闻报道的一种发展趋势。电视新闻工作者也应该正视这种趋势，适应受众并求得媒体自身的发展。

^①胡智锋：《中国电视观念论》，北京师范大学出版社，2000年，第124页。

第三章 当前中国电视新闻考察：类型化视野

由于我国的电视新闻一直处于一个动态的发展形势，伴随着电视新闻改革的不断深入，现阶段又出现了许多值得研究的新现象。因此，在分别总结电视新闻实务和观念形态的历史演进后，有必要根据电视新闻的固有规律和特色，从时段性和区域性出发，通过具体的节目个案对现存的电视形态进行一个类型化考察。

3.1 时段类型化

新闻和时间密切相关，在新闻发生与新闻播报之间的时间差越来越缩短的同时，新闻播报的行为也密布于媒介播出的各个时间段。而社会的发展造成观众在不同时段有了不同的收视需求，这就使电视新闻逐渐有了时段类型的概念。接下来我们将按时间的序列来观察中国电视一天的新闻流程，寻找其中的特色和发展规律。

3.1.1 早间节目：节奏明快重视服务信息

受经济发展和生活习惯影响，过去国内观众的收视群落大量集结在晚间，早间时段的开机率一度几近于零。近十年来，国内经济发展推动传媒业开放程度和改革步伐进一步加大，媒体逐步认识晨间资讯市场的重要，伴随着报业风起云涌的晨报大战，电视行业也开始纷纷抢滩早间市场。时至今日，随着卫星电视的全民性普及，国内 31 家省级上星电视台除湖南（曾创办《潇湘晨光》后停播）、天津、海南、

贵州、青海、内蒙、西藏外，均拥有自办的早间新闻。而央视索福瑞数据显示，国内观众在早间有时或经常通过电视等媒体接触新闻内容的已经占到一半以上（57%）。

在对拥有自办早间节目的包括央视新闻频道、一套、二套、五套、凤凰卫视以及 24 个省级卫视共计 29 家的早间节目做出的综合统计中，我们发现节目平均首播时间为 7:00，平均时长达 42 分钟，100% 实现日播，97% 采取直播，68% 采用版块栏目结构，而 100% 选择了新闻类型节目。这些数据表明国产早间节目从结构形态上已经接近或部分达到了国外成熟的早间节目指标。然而，观念的落后却使得本国节目相形见绌，最直接的体现就是“伪直播”的泛滥。清晨 7 点打开电视，除了专业的新闻频道有不断更新的整点新闻外，几乎所有的早间节目都在直播时间里做着相同的事情，就是对昨日新闻的回顾，而且这种汇总工作常常占据节目的相当比重，Live 在我们的直播节目中仅仅是一个时间概念。

我们再将 29 家卫星频道的早间节目进行横向比较，发现内容单一、版块雷同的现象比比皆是。这些节目大多走的是联播型的路子（如江西卫视《新闻早报》、云南卫视《早间新闻》、河北卫视《今晨播报》等），完全是早间版的《新闻联播》；有的选择杂志型的（如陕西卫视《早间特快》、湖北卫视《新闻早班车》、四川卫视《早间时空》等），版块虽多，但大多是新闻回顾+生活服务的模式；也有锐意改革的，如东方卫视《看东方》创国内早间节目播出时长之最（两小时）；北京电视一台《北京您早》力图冲破地方新闻栏目定位等等，但都因缺

乏新意而大多流于平庸。与国外发达的早间电视节目市场相比，国内的早间传播模式和理念亟待提高，而“早市”、“受众”、“特色”等三个概念或许应成为早间节目发展企划书中的几个关键词。

其一，“早市”意味着蓬勃和鲜活，它是奏响热闹而光鲜的新一天的晨曲。新闻的早市也应该为受众打捞晨间第一手新鲜资讯，提供覆盖全天的话语导航。

其二，“受众”研究是传播学的核心话语之一，而“对受众看法从被动转向主动体现了大众传播研究已经发生了一种从传者本位向受众本位的转变”。^①目前国内的数档早间节目之所以长期徘徊在低收视率的边缘，很大的原因就在于缺乏对早间观众收视诉求的分析判断。以央视一套《东方时空》的数次改版为例：93年第一版模仿美国CBS王牌节目《60分钟》创办杂志型新闻节目，开播后观众反应冷淡，原因是节目版块割裂、节奏缓慢；1996年第二版被指没有满足观众早间的资讯需求；2000年第三版收到的观众反馈意见为主持人风格僵硬呆板，缺乏轻松活泼的早间感；2001年第四版又被观众指出只适合坐着看，与早间流动的收视习惯不符。如此几经改版，该节目仍不见起色，近年来已逐渐淡出观众的主流视线。可见，用心揣摩观众早间时段的收视心理和收视习惯对于开掘尚不成熟的早间节目市场是何等重要。

其三，“特色”是节目存活并惹人喜爱的关键。从国内最早的一档早间节目《北京您早》开播至今已有14个年头，期间从中央台到

^①蔡 骥：《多维视野中的受众研究》，《新闻与传播》2003年第7期，第18页。

省台到地方台都陆续拥有了自办的早间新闻节目。在普遍乏善可陈的早间节目中，仍然不乏亮眼之作，央视二套《第一时间》亮相至今好评不断，这源于其快捷而轻松的资讯氛围和主持人个性化的播报；湖北卫视的《新闻早班车》首家组织夜间报道，推出反映武汉市及周边城区夜间新闻的“昨夜今晨”版块，迅捷贴近的都市特色吸引了不少市民的关注；凤凰卫视驰名品牌《凤凰早班车》充分利用地缘优势，捕捉两岸三地最新动态和新鲜全面的国际时讯，为观众提供国际时尚化口感的“知性早餐”……，这些早间节目的成功恰恰都在保留特色，走差异化生存之路方面具有自己的独到之处。

国外的成功经验告诉我们，重视早间、开发早间是媒介打造影响力品牌的重要策略。而国内的早间新闻虽经十余年发展，目前仍然处于收视的边缘时段，尤其是经济发展相对落后的中西部地区，至今还没有早间的电视节目。与整个尚处发育期的传媒产业一样，国内早间新闻节目的发展进步仍然任重道远。

3.1.2 午间节目：紧凑而偏重实用性

相比较早间，午间时段的开机率要大一些，而且由于时间不长，不利于对娱乐和影视剧的收看，因此新闻节目就成了人们的收视首选。根据央视索福瑞的数据分析，午间时段（12：00—13：00）总收视人群比较稳定，周一到周六平均有 18% 的观众群体收看电视，周日有 21% 的观众收看电视，而且在这一时段新闻节目是观众的第一选择（占 34%），这表明午间新闻还是有充分的观众规模保证的。根据人们在午间的收视倾向，节目编排紧凑、偏重生活实用性和信息指

导性成为午间新闻的最大特点。

就全国市场而言，央视几个频道的午间新闻尤其是新闻频道的《新闻三十分》是这个市场的老大，占有绝对优势。《新闻 30 分》于 1995 年开播至今一直保持着很高的收视率。由于它是中央台最早实行经费包干、人员大量招聘等改革措施的栏目，因此，雄厚的资金支持，巨大的媒体权威，再加上实用的新闻策划和灵活的运行机制，使栏目很快成长为融化午间收视冰点，改变观众收视习惯的王牌栏目。另外，央视国际频道的《中国新闻》午间版是央视国际频道内的一档重要时段的节目。这档除了承载对一些重要时事的追踪报道外，还强化跨媒体的理念和对港澳台地区新闻传播，而且很重视新闻的时效性，在节目中大量采用电话连线以及视频连线的方式，对一些当天发生的新闻事件做即时报道。今年年初央视对《中国新闻》进行了改版：一是加强了跨媒体的衔接，让观众更广泛地了解到其它媒体对同一新闻事件的观点；二是突出焦点新闻，在节目中设置了头条新闻板块，重点对当天最值得关注的新闻事件重点投入笔墨；第三个开设了港澳台新闻的板块，强化节目外宣的功能；第四个是增加综合性新闻节目里新闻即时点评的成分。这些都是为午间新闻起到承上启下的衔接作用而精心安排的。

如今，省级台大多也都在午间时段开办了新闻栏目，如山东台有《正午时光》、江苏卫视有《正午播报》、江西卫视有《午间新闻》、福建台有《午间新闻》节目等等。但是目前大多数省级卫视还没有清晰认识到午间这一时段新闻节目的价值，午间新闻节目水平参差不

齐，收视率和所占市场份额很不均匀，各台午间新闻的主要内容：上午时政要闻、外省及本省地市新闻、各类服务信息。从构成上看，栏目基本由以下几个部分组成：少数几条的上午新闻。新闻信息纷杂，有时政报道，有社会事件，有商业信息。再就是视点组合，对一种现象，一个事件进行曾经流行过的组合式报道，背景、过程、分析三要素聚合，还有不少省级电视台的午间新闻是录播节目。这种不重视午间传播效果，一味重复前日和早间新闻的做法使这些午间新闻很难进入主流观众的视线。由此可见，省级卫视的午间新闻尚未得到充分重视，因此依然还有很大的潜力可挖。

而对于城市台而言，由于覆盖面积小，新闻资源相对较少，城市台在新闻的权威性上一向无法和上级台抗衡，加之整体实力比较弱，城市台的午间新闻普遍堪弱。如成都电视台经济资讯服务频道《每日报道·午间新闻》节目，以每天上午成都的动态新闻及当天凌晨和前日夜间的消息为主要内容，还包括全国性的体育、娱乐新闻和北京、上海、广州等城市的“城际特快”。虽然目前城市台午间新闻的特色和优势没有显现出来，但是城市台自办频道所拥有的地域性、都市性、接近性以及便于与市民交流沟通，并有更多机会让观众直接参与节目制作等诸多特色。而这些都是中央台一套（或其他专业频道）以及各省上星台所不可替代的，因此，城市台的午间新闻市场潜力也是不可小觑的。

就目前的态势而言，在午间新闻节目的置办上，央视的垄断地位是很难撼动的，但是这并不意味着午间新闻的单极局面就不会改变。

湖南卫视开办午间新闻栏目《播报多看点》就是一个抢先占领市场的举动。这档节目以“为生活服务的新闻”、“生活可以简单一点，新闻可以好用一点”^①作为栏目口号，以贴近实用的新闻特色赢得不少观众的青睐。而随着新闻竞争的激流，午间时段作为白天的“黄金时间”，其市场潜力还会呈现巨大的上升空间，国内的午间新闻也将走向成熟多元的发展阶段。

3.1.3 晚间节目：汇总型、详解型

“《中国电视市场报告 2003~2004》的调查数据就显示：在全天 9 个时段的平均收视率排名中，处于第一位的就是晚间时间 19:00~22:00，平均收视率高达 50.8%”。^②而收视的高平台让新闻节目拥有了增强影响力、打造号召力的更好的场所与机会。加之中国的电视台一直有将新闻放在晚间黄金时段播出的传统，久而久之，收看新闻成为了中国内地观众日积月累的仪式化行为。

央视拥有它作为国家大台先天的政策、资源、人才等方面的优势，所以它在晚间时段的新闻以其权威和全面成为观众的首选。但是，央视身处国家台的位置，有着机制上、体制上的种种束缚，新闻改革和创新相较于地方台更要小心谨慎，这也成为它发展的一个掣肘。一方面在权威性上它独领风骚，另一方面，它庄重的新闻风格很难契合晚间时段观众自由、随意、懒散的“家”的收视状态。这些都是央视晚间新闻栏目前进途中需要解决的问题。而凤凰卫视的《时事直通车》是一档较成熟的晚间新闻。它强调对新闻的快速反应以及追求大信息

^①参见湖南卫视网站 www.hunantv.com

^②谢耘耕、周红丰：《中国电视新闻竞争报告》，《视听界》，2005 年第 1 期，第 13 页。

量的传播，特殊的地理优势使《时事直通车》的节目内容横跨两岸三地，同时放眼全球，特殊的政治待遇赋予《时事直通车》较宽的报道口径，这些造就了凤凰卫视《时事直通车》在内地有不错的观众缘和影响力。

另外，省级卫视中也有创新改革的。例如北京卫视的《晚间新闻报道》、黑龙江卫视的《新闻夜航》、山东卫视的《今日报道》和开播不久的东方卫视《东方夜新闻》以及以另类著称的湖南卫视的《晚间新闻》等。其中湖南卫视《晚间新闻》以怪味新闻的另类模式吸引了不少观众，也给栏目带来了巨大的经济效益，三分钟的插播广告代理权曾经卖到 4088 万元，成为了身价最高的新闻栏目；东方卫视《东方夜新闻》邀请方宏进加盟，开播不到一年就被评为“中国十大名栏目”，其影响力也是与日俱增。而城市台的晚间新闻在贴近性方面具有央视、凤凰卫视以及省级卫视所不具备的优势。上海、大连、宁波、杭州等城市频道的晚间新闻节目办得有声有色，在当地的影响和收视率不亚于上星频道。如杭州本地综合频道和西湖明珠频道的两档晚间新闻栏目在本地都拥有很高的收视率，尤其是西湖明珠频道的《阿六头说新闻》在每周的收视排名中基本上都是位居榜首，平均收视率高达 13%。这些各城市地面频道的新闻主要是打“贴近牌”，以地缘上、心理上的接近性赢得了不少本地收视人群。

然而也存在着不少突出的问题，同质化是最普遍的现象。首先从新闻来源上来讲，各台的国际新闻基本上来源于 CNN、BBC、路透社、美联社这四家国外媒体，造成国际新闻内容的选择基本上相同，而在

国内新闻方面，各台都在收录央视和各省市台的新闻，这样就造成新闻来源单一；其次是社会新闻也有同质化的趋势，各台都懂得适当穿插一些具有趣味性、新奇性的社会新闻来调整晚间新闻的节奏，但是选择的社会新闻都是大同小异。因此，下一步晚间新闻要在独家报道上下大功夫，光靠收录是很难做出特色新闻的。

3.2 区域类型化

随着电视台在全国各地的陆续兴办，不同的行政区域拥有自己的电视新闻，而不同的地域文化逐渐造就了不同的电视新闻风格类型。在中国现存的电视新闻中央级、省级、都市级的传播格局下，如何打造有特色的新闻品牌，成为各级各类新闻节目在遵循传播秩序前提下参与市场竞争的当务之急。

3.2.1 中央台新闻：大气、庄重、权威

国内媒体对新闻导向功能的强调从来都是旗帜鲜明的，新闻工作者务须谨记“牢牢把握正确的导向是新闻工作的首要政治责任，是搞好新闻工作的根本所在”。^①这一金科玉律。央视作为唯一的国家级电视台，最为重要的任务就是传达党和政府的声音，将新闻的导向职能贯彻到底。而《新闻联播》作为央视资历最老、受众最广、影响最深的新闻节目，多年来一直是国家媒体的形象代表，其权威的政治分量是该节目常年稳居央视收视头牌的根本保障。

^①徐光春：《江泽民新闻思想的核心内容》，《新闻战线》2004年第2期，第5页。

相比较其它新闻媒介，电视新闻有着自己特定的叙事方式。在叙事理论中，“每一表达都假设有一个说话者和一个听话者，在说话者身上存在着以某种方式影响听话者的意图”。^①而在国家意识形态的统召下，这种意图就是电视新闻中不言自明的政治隐喻。《新闻联播》政治导向深植于节目的方方面面，我们可以从其话语模式和采制方针上感受其无所不在的影响力。首先，该新闻的联播形式使得新闻的导向性处于价值主导地位，其根本原因就在于联播催生了职业“串”新闻的人——新闻播音员（或主持人）。由于人的主体性介入，他们就成为了维系客观信息和主观解说之间的文化符号。在弘扬主流价值观和倡导“大一统”的文化背景下，《新闻联播》的话语者们将主观形态的人文因素和公共利益整合于新闻事实之中，引导建构出上情下达、政通人和、国泰民安的媒介现实。因此，该节目制造的令人信服的话语权威就在于其矢志不渝的导向定位。

另外，《新闻联播》几十年来超稳定的采编方针也筑就了其政治导向的价值内核。该节目对新闻内容、播报、编排方式都有严格的限定。其一，《联播》新闻一贯坚持以正面宣传为主的方针，成就报道、典型宣传是《联播》的传统项目；其二，国内新闻较之国际新闻，无论从时间安排、报道量还是时长上看都是《联播》的绝对主体，体现了唯国事是举的宣传导向；其三，国内新闻中又以会议传达、外交事务、领导活动、重点宣传见长，表现出鲜明的时政导向；其四，《联播》的新闻来源 90%以上归口新华社、人民日报和中央电视台三家

^①王逢振主编：《电视与权力》，天津社会科学院出版社，2000年，第124页。

统发，以毋庸置疑的权威发布确立其导向地位；其五，在新闻的选取和排列上严格遵照政治化价值取向，是否具备重大而显著的导向意义是《联播》一以贯之的选排标准……。如今，《新闻联播》凭借鲜明的导向风格，在经历了旷日持久的节目积淀后，已经在国内电视新闻界确立起了独一无二权威品牌。

3.2.2 省级台新闻：差异性、特色化

看惯了盛产意识形态的央视新闻，日趋多元的受众群体难免会对其产生收视上的“审美疲劳”。受解构元叙事的后现代风潮影响，人们开始追逐能够给自己带来快感和愉悦的媒介文本。美国文化研究学者费斯克认为，“一旦信息的生产放弃了‘作者具有上帝的腔调’，那么这就会鼓励受众更加积极地投身于对世界意义的理解”，所以，“为了使新闻更加通俗，它需要有能力娱乐性地吸引受众”。^①而打着娱乐旗号出道的湖南卫视《晚间新闻》，以其当红数年而不衰的全盛记录，为上述颇具颠覆性的论调做了一个精巧的注脚。

这档娱乐化包装的新闻节目在 1998 年刚一推出就迅速窜红，并为其他电视台竞相效仿，一时间引发了全国性的晚间新闻现象。它大胆突破传统新闻的“禁区”，在新闻中加入娱乐元素，首创了诸如所谓“调侃新闻”、“戏说新闻”、“MTV 式新闻”等新闻风味，在新闻的选择、新闻的编辑风格、新闻的叙述方式、新闻的价值判断，新闻的报道视角等等方面，都强烈地追求世俗化的娱乐效果。相对于《新闻联播》浓厚的意识形态取向，《晚间新闻》另辟蹊径，“在新闻题材和

^①尼克·史蒂文森：《认识媒介文化》，商务印书馆，2001 年，第 148 至 149 页。

内容上关注平民百姓的社会生活、关注百姓喜怒哀乐，最大限度地发掘新闻的‘可看性’、‘可乐性’”。^①这种种“创举”对于传统的新闻及新闻价值的定义而言，不啻是一场惊世骇俗的革命。由此，人们不得不重新审视娱乐与新闻这对看似颇具对抗性的概念。

其实，在省域新闻普遍不景气的背景下，湖南卫视《晚间新闻》的逆风突围还具有强劲的市场意义。面对央视新闻在意识形态和新闻资源等领域的霸主地位，省域新闻只能望其项背，这使得全国性新闻和国际新闻势必成为其“软肋”；另一方面，上星卫视又要求节目的泛地域化，这使带有鲜明区域特点的地方新闻无法完全支撑省级卫视在全国市场的影响力。因此，出奇制胜就成为省域新闻谋求差异化生存的支点，而湖南卫视的《晚间新闻》就是凸显个性的成功典范。它的成功就在于聪明地回避了对央视新闻进行克隆和压缩这等吃力不讨好的差事，转而立足晚间的边缘时段，以自己不同的价值取向打造有别于“新闻联播”传统的节目形式。它以观众为本位，注重人文气息，追求新闻故事化、情节化和细节化，幽默风趣，嬉笑怒骂皆成新闻，在不违背主旋律的前提下，将娱乐作为一种态度与新闻价值巧妙嫁接，创立了新闻的另类文体，也成就了《晚间新闻》的收视神话。

3.2.3 城市台新闻：灵活性、贴近性

2002年元旦，代表着江苏电视台新闻改革首轮成果的全新栏目《南京零距离》在该台城市频道整装亮相。节目一经推出就在南京地区持续热播，并引发了多家媒体竞相热炒，而该节目也于2003年底

^①陈小莉：《〈晚间新闻〉，以世俗生活勾勒历史变幻的身影》，《南方电视学刊》，2000年第2期，第9页。

以1亿零88万元的创记录身价，在全国各城市台新闻节目中傲居新贵地位，谱写了继湖南卫视《晚间新闻》后国内电视界的又一新闻传奇。

在可以检索到的关于总结《南京零距离》工作业绩的文字中，我们发现“民生新闻”是使用频率颇高的一个新术语。用该节目所属的城市频道的总监景志刚的话解释，就是“我们更多是考虑老百姓，我们在做的是百姓生活中的愿望，生活中的困难等等，从题材上看是灾难报道和投诉，但实际上是老百姓的生活状态，是他们的一种心灵的状态”。^①从以上的表述中我们不难发现，“贴近性”就是“民生新闻”的题中之意，而其也正是城市台新闻在与中央台、省台新闻进行市场抗衡的过程中，所应选取的策略化生存之道。

我国的城市台节目的收视（直辖市除外）都是采用地面接收的方式，这注定其观众被限定在了地面信号所能覆盖的当地所属的行政辖区。因此，地域化收视是城市台制作新闻节目时必须考虑的现实因素。然而，看似不利的地域限制实则是城市新闻获得相对独立发展的良机。《南京零距离》的红火就在于制作方充分利用城市媒体对当地生活反应灵敏、行动迅速、反馈及时的窗口优势，积极把握城市脉动，与当地百姓进行尽可能的贴身接触，力求真正做到贴近实践、贴近生活、贴近群众。

为切实体现新闻“零距离”贴近的亲民本色，该节目在加强新闻的时效性和亲和力、增进受众的参与感和互动性等方面作足功夫。时

^①王寅：《〈南京零距离〉现在报纸抄我们》，参见2003年8月28日《南方周末》文化版。

效方面，节目要求每天以最新最快的城市快报充实直播内容，并且从去年7月开始，节目开播之前新增一块名为《绝对现场》的半小时节目，通过转播车对新闻事件进行直播。而新闻的选材和主持人的选取则是节目打造亲和力的重点，节目以百姓故事、都市生活作为报道对象，关注普通群众的冷暖痛痒、喜怒哀乐，并力捧颇具亲民形象的主持人孟非出任百姓代言人。至于加强观众的参与和互动方面则是该节目最为观者所津津乐道的。首先，该节目将“观众电话反馈”并入直播时段，主持人与观众的热线交流带出了逼真的现场感；其次，节目还增设现场调查环节，在当期节目的一头一尾进行问卷发布及公布调查结果，极大的调动了观众的参与热情；再次，该节目鼓励观众用DV记录身边新闻，启用百姓摄像师扩大新闻来源……。总之，取意贴近，是《南京零距离》谋求新闻城市化发展的平台。

央视《新闻联播》、湖南卫视《晚间新闻》和江苏城市频道《南京零距离》在各自的品牌保卫战中所采取的竞争策略，一定程度上代表了中央级、省级和都市级的电视新闻在未来相当一段时期内的发展方向。当然，任何模式都不是万能和永恒的，它们都有待于在实践中不断发展演进。新时期下，电视新闻工作只有坚持“三贴近”的工作原则，积极探索发展新路，才能在宣传战线和市场竞争中真正实现双赢。

结语：中国电视新闻之展望

历史性地纵向考察我国电视新闻 40 多年的发展，同时借鉴发达国家电视新闻的走向，可以预见，我国电视新闻将会朝下列方向发展。

1、“广播”走向“窄播”

我们当今所处的时代在传播史上发展的特征是“非群体化的传播”，^①它要求传播者不再把受众视作一个无分别的整体，而是要针对受众的不同群体和不同层面，分别实施特定的传播。基于这一认识，电视会由单一节目走向多元栏目，由综合频道向专业频道发展，也就是从“广播”走向“窄播”。我国电视在跨入 20 世纪 90 年代后，也大踏步地跟上了这一潮流。可以预见，电视新闻专业化窄播将会越来越稳健地步入成熟的发展轨道。

2、传播个性化、栏目化

从我国电视新闻发展理念的变化来看，其重视节目个性以满足不同受众个体的趋势愈加明显。其中包括先进技术手段的开发、报道手段、取材手段的个性化。把电视新闻作为一个完整系统来运作，各新闻栏目重视其定位的差异和功能分化，随之而确立不同的个性形象。可以说“已初步形成栏目互为补充，在深度、广度、时效、系统性和接近性等多方面的长期整体优势”。^②预计今后新闻性栏目将会不断开办增设，以其个性特色满足各种类型观众的信息需求。

3、主播专业化、风格化

^①参见托勒夫：《第三次浪潮》，三联书店，1983 年。

^②陆 晔：《电视时代—中国电视新闻传播》，复旦大学出版社，1997 年，第 59 页。

有学者指出，在我国的广播电视领域，“节目主持人的出现是大众传播领域里的一次深刻革命，给广播电视带来了深刻变化”。^①而随着新闻性节目栏目化趋势的加强，新闻主持人的推出和作用也将会越来越受到重视。名牌栏目和名主持人相互促进、相得益彰，也将成为电视新闻工作者努力的方向。同时，随着新闻节目的个性化发展，新闻主持人也将朝着个人风格化的方向发展。在实践中造就有独特风格的主持人，并最终在日趋多元的社会条件下培育出不拘一格的新闻评论员和个性化的新闻主播。

4、深度报道普及化

伴随着我国改革开放的不断深入和观众对政治、经济、社会问题的关注和介入的需求，电视新闻也必然要加深对重大新闻事件，重要的、有影响的社会问题、社会现象的深入集中报道的力度。“成功的深度报道有利于促进问题的解决，以新的观念、思想促进事物的发展，有利于推动社会的进步”。^②因此，深度报道将以其新闻性、调查性、社会性和思辨性的特点，以较长节目时段，或者运用各类新闻节目的合力效应，使报道形成强大的社会影响力，以正确的舆论导向作用来推动社会前进。

5、报道现场化、直播化

从加强新闻时效性出发，对重大新闻事件以直播形式播出是新闻传播的最佳方式。而尽可能地对新闻事件进行现场直播已经是世界各大电视网的共识，也是我国电视新闻传播的奋斗目标。可以断言，记

^①陆锡初：《主持人节目学教程》，中国广播电视出版社，1998年，第20页。

^②叶凤英：《电视新闻》，中国广播电视出版社，1998年，第114页。

者的现场报道、现场采访将成为我国电视新闻报道的主要形式。每逢重大事件的发生，观众将通过第一时间、第一现场密切了解事态的变化发展。而现场直播与卫星技术的完美结合，将进一步巩固电视新闻第一传媒的地位。

6、传播高科技化

法国记者阿·扎特曾说，20世纪90年代的革命是电视业的革命。事实证明，高性能电视摄录和非线性编辑的普及、有线电视和直播卫星的运用……，电视技术在软件和硬件上的同步开拓已经使人们尽情地享受了高科技带来的资讯快感；而网络与电视的结合也改变了信息传播的传受界限。毋庸置疑，现代科学技术的进一步发展将会进一步推动电视新闻事业的发展。

总之，传播时效更快、传播范围更大、报道题材更广，报道内容更详尽、更贴近群众、更贴近生活、传播方式更丰富等等，将是我国电视新闻的未来发展方向。作为“地球村”的公民，中国电视新闻将在更广阔的领域内和世界各国进行电视对话与合作，增进与各国人民之间的联系和交流。只要我们努力进取，并能有效地借鉴世界发达国家新闻传媒的成功经验，可以预见，我国电视新闻在经历坎坷而不平凡的磨砺岁月后，将拥有更为巨大的潜能和灿烂的前景。

参 考 文 献

图书类:

中文书目:

- [1] 徐光春主编. 中华人民共和国广播电视简史. 北京: 中国广播电视出版社, 2003年。
- [2] 杨伟光主编. 中国电视论纲. 北京: 中国广播电视出版社, 1998年。
- [3] 杨伟光、李东生著. 新闻联播20年. 北京: 三联书店, 1999年。
- [4] 郭镇之著. 中国电视史. 北京: 中国人民大学出版社, 1991年。
- [5] 袁正明主编. 用事实说话: 中国电视焦点节目透视. 上海: 上海人民出版社, 2000年。
- [6] 叶凤英著. 电视新闻. 北京: 中国广播电视出版社, 1998年。
- [7] 叶家铮主编. 城市台电视新闻研究. 北京: 北京广播学院出版社, 1998年。
- [8] 中央电视台新闻中心编. 电视新闻谈. 北京: 新华出版社, 1998年。
- [9] 陆晔著. 电视新闻——中国电视新闻传播. 上海: 复旦大学出版社, 1997年。
- [10] 陆地著. 中国电视产业的危机与转机. 北京: 中国人民大学出版社, 2002年。
- [11] 刘燕南著. 电视收视率解析——调查、分析与应用. 北京: 北京广播学院出版社, 2001年。
- [12] 胡正荣主编. 媒介市场与资本运营. 北京: 北京广播学院出版社, 2003年。
- [13] 孙玉胜著. 十年, 从改变电视的语态开始. 北京: 三联书店, 2003年。
- [14] 黄匡宇著. 电视新闻语言学. 北京: 中国广播电视出版社, 2001年。
- [15] 高有祥著. 电视新闻理论与实践. 北京: 中国社会科学出版社, 2002年。
- [16] 张君昌编著. 应用电视新闻学. 北京: 中国广播电视出版社, 1999年。
- [17] 刘连喜主编. 电视批判. 北京: 中华书局, 2003年。
- [18] 张锦力著. 解密中国电视. 北京: 中国城市出版社, 1999年。
- [19] 陈 龙著. 在媒介与大众之间: 电视文化论. 上海: 学林出版社, 2001年。
- [20] 蒋 祖编. 点击传媒: 湖南新闻阅评颀英. 长沙: 湖南大学出版社, 2002年。
- [21] 高世明编. 实用电视新闻. 北京: 中国广播电视出版社, 2000年。
- [22] 朱 菁著. 电视新闻学. 杭州: 浙江大学出版社, 2002年。
- [23] 张雅欣著. 电视概论. 北京: 中国广播电视出版社, 1997年。
- [24] 高有祥著. 电视新闻的理论与实践. 北京: 中国社会科学出版社, 2002年。

- [25] 任金州、高晓红著. 电视摄影与编辑. 北京: 北京广播学院出版社 1999 年。
- [26] 马赛尔·马尔丹著. 电影语言. 北京: 中国电影出版社, 1985 年。
- [27] 朱羽君著. 中国应用电视学. 北京: 北京师范大学出版社, 1993 年。
- [28] 王振业主编. 广播新闻与电视新闻. 武汉: 武汉大学出版社, 1997 年。
- [29] 俞虹著. 节目主持人通论. 杭州: 杭州大学出版社, 1996 年。
- [30] 陆锡初著. 主持人节目学教程. 北京: 中国广播电视出版社, 1998 年。
- [31] 吉妮·斯克特著. 脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响. 北京, 新华出版社, 1999 年。
- [32] 王岳川著. 当代传媒的“后现代”盲点. 文化评论. 北京: 中华工商联合出版社, 1995 年。
- [33] 喻国明著. 跨世纪中国城市电视发展与展望. 北京: 中国广播电视出版社, 2000 年。
- [34] 刘京林著. 大众传播心理学, 从现代心理学视角看大众传播. 北京: 北京广播学院出版社, 1997 年。
- [35] 胡智锋著. 中国电视观念论. 北京: 北京师范大学出版社, 2000 年。
- [36] 王逢振主编. 电视与权力. 天津: 天津社会科学院出版社, 2000 年。
- [37] 凯瑟琳·霍尔·甲米森. 影响力的互动. 北京: 北京广播学院出版社, 2004 年。
- [38] 尼克·史蒂文森著. 认识媒介文化. 北京: 商务印书馆, 2001 年。
- [39] 大卫·迈克奎恩著. 理解电视. 北京: 华夏出版社, 2003 年。
- [40] 安德鲁·古德温著. 电视的真相. 北京: 中央编译出版社, 2001 年。
- [41] 约翰·塔洛克著. 电视受众研究. 北京: 商务印书馆, 2004 年。
- [42] 罗杰·西尔弗斯通著. 电话与日常生活. 南京: 江苏人民出版社, 2004 年。
- [43] 约克著. 电视新闻实用技巧. 北京: 新华出版社, 2000 年。
- [44] 梵·迪克著. 作为话语的新闻. 北京: 华夏出版社, 2003 年。
- [45] 马修·霍斯曼著. 电视先锋. 北京: 新华出版社, 2000 年。
- [46] 尼古拉斯·阿伯克龙比著. 电视与社会. 南京: 南京大学出版社, 2001 年。
- [47] 哈贝马斯著. 公共领域的结构转型. 上海: 学林出版社, 1999 年。
- [48] 梁欣如著. 电视新闻神话的解读. 台北: 台湾三民书局, 1994 年。
- [49] 黄新生著. 电视新闻. 台北: 台湾远流出版社, 1996 年。
- [50] 马杰伟著. 电视文化理论. 台北: 台湾远流出版社, 1993 年。

英文书目:

- [1] J.Fiske & J.Hartley. Reading Television. Methuen & Co.,Ltd, 1978.
- [2] Horace M.Newcomb. Televison, The Critical View. An Anthology of Television Criticism. Oxford University Press, Fourth Edition, 1987.
- [3] Margaret Morse. Televison Reality, Discursive Formats and Genres of Everyday Televison. Indiana University Press, 1991.
- [4] James Shanahan &Michael Morgan. Television and Its Viewers, Cultivation Theory and Research. Cambridge University Press, 1999.

论文集类:

- [1] 第三届电影电视录影国际学术会议论文集. 台湾辅仁大学, 1993 年
- [2] 第二届世界华文传媒论坛论文集. 中国新闻社, 2003 年

附 录

作者攻读硕士学位期间已发表论文目录:

- [1] 后现代法则与电视新闻. 现代传播, 2004, (4) (国家核心)。
- [2] 早新闻关键词. 新闻记者, 2004, (7) (国家核心)。
- [3] 背后的故事: 故事背后的话语策略. 南方电视学刊, 2004, (1)。
- [4] 导向、娱乐、贴近: 中国电视新闻竞争策略研究. 当代电视, 2005, (2)。
- [5] 综艺亲子秀 电视合家欢. 新闻天地, 2004, (8)。
- [6] 论梁启超后期自由主义新闻思想. 湖南大学学报社科版, 2004, (3)。
- [7] 论张季鸾新闻思想的变化. 湖南大众传媒技术学院学报, 2004, (2)。

后 记

三年研学，一朝业休；四万赘言，黻墨成章。辅以后记，掩藏于数个不眠不休、殚精竭虑的创作背后，祈愿能在这方寸之帛完成与众多美好心灵的对话：感谢——感谢这一路上所有赐予我温暖和力量的人们！

饮水思源，首先我要深深铭谢我的恩师蔡骥教授。遥想踏入师门之初，我适逢改换专业的变故，处境唯艰，加之心性懒散，致使学业鲜有进展。而导师并未因此放弃对我的培养和教诲，几度长谈将我从情绪的低谷拉出，催促我快马加鞭跟上同门学友的进度。在综合考量我的研究兴趣和经历之余，导师为我定下了电视研究的专业方向，并悉心传授于我各种研究规范和撰文路数，而这也成为我毕业论文选题和写作的路径之缘起。之后的治学路上，导师的严明促使我潜心向学，不敢懈怠。为了我能尽快产出科研成果，导师不辞劳苦全面把关，从选题、拟纲、撰写到数度修订，篇篇文章都凝结着他无尽的心血和气力。而当我每有疑问和困顿向导师索求解答时，导师不厌其烦的指点和开导使我在豁然开朗之余，常对其善言精辩、中西贯通的学者风范钦佩不已。

三年来，导师予我的不仅是学问上的言传身教，更有对人生态度和价值观念上孜孜不倦的引导。少言多行、谦虚勤勉总是导师语重心长的叮嘱，这使我在为人处世中常有心得。而我深深明白，在平日里苛严的师表背后，实则深藏着一颗柔软博爱的心灵。正是这份亦严亦

慈的师恩指引着我渐脱玩劣，登上雅学博闻的知识殿堂，而恩师的点滴启蒙将是我事业和人生路上永远的指路明灯。

同样的叩谢我还愿赠予我的前任导师徐新平教授。入学之初即成为先生的麾下弟子，一年间幸承甚多关爱，为人学，受益颇丰。先生深厚的史哲功底和严谨的治学理念使我有幸获得一个较高的研学平台；而先生爽朗风趣的个性谈吐也使我与先生的交流甚少窘迫，惬意开怀。

我还愿将感恩的心送给我的师母胡琼女士。从我踏入校门的那一刻起，是她温柔的笑容和善良的心灵一直陪伴着我，使我如浴春风、福至心灵。此外，三年里给予过我教诲和关怀的系里老师，特别是在开题报告答辩中给我提供宝贵意见的各位老师，均请接受我真诚的致谢。

感谢授我身体发肤的慈父慈母，感谢与我颠沛相扶的知心连理，感谢和我手足情笃的同窗挚友，有赖你们的关爱和帮助，才使我快乐坚强地面对人生。仅以此文回报以上提及的和未及的师友亲朋，并作赠于我未知的希望人生。

湖南师范大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

学位论文作者签名： 俞燕

2005年 5月 10日