

电视会议新闻同期声运用初探

——以央视、凤凰卫视“十六大报道”为例

2003-04-11

作者：曾励 周涛

关键词：央视 凤凰卫视 十六大报道 | 阅读：485次 |

内容简介：同期声作为电视传播系统的基本元素，在“十六大”期间备受央视和凤凰卫视青睐，在重大电视会议报道中，同期声如何发挥其作用及在运用中要注意哪些问题，这无疑都值得我们去关注和研究。

关键词：同期声 电视会议新闻

2002年11月8日，中国共产党第十六次全国代表大会开幕，这是一个举国关注、举世瞩目的日子，此间，各大电视媒体各显神通，派出自己的“精兵良将”对这一事件进行深度、追踪报道。面对同样的新闻源，各大电视媒体的“核心竞争力”主要体现在其对电视传播形式的把握上，如何采取多元化的表现形式对信息进行加工整理和传送，是摆在电视工作者面前的一大难题。作为电视传播形式的基本要素之一，电视同期声在央视和凤凰卫视“十六大报道”中“频频露脸”，在观众群中引起强烈反响，取得了良好的传播效果。为此，本文选择凤凰卫视和CCTV于11月8日至14日的“十六大特别报道”在电视新闻同期声的使用上进行分析比较，以望为国内同行提供一定的借鉴作用，可具一定的代表性。

一 同期声在央视、凤凰卫视两台运用模式之比较

所谓同期声，即指在拍摄人物讲话的同时录下的讲话声和背景声，包括现场效果同期声（伴随新闻事件发生而同时发出的各种音响）和现场采访同期声（新闻现场中被采访对象说话的声音）两种。1）生动、典型的现场同期声特别是人物富有个性化的语言和其他典型性的背景声，能够充分体现电视新闻声画互补、水乳交融的整体完美宣传效果。在重大会议新闻中，同期声在中央电视台和凤凰卫视等具有影响力的媒体中获青睐，就在于它紧密与画面结合，以纪实的手法营造真实感，增强新闻的可信性。笔者以为，凤凰卫视、央视两台对于新闻理论的不同理解在此次“新闻大餐”中更多地体现在两大媒体在电视新闻同期声的巧妙运用上。可以说，两者传播文化的差异导致了内地和香港记者对同一背景下发生的事件，会运用不同的镜头、符号及模式进行报道，从而在表象中显示出不同的传播效果。

同期声通常是怎样实现其在电视新闻中的巧妙运用呢？我们试以11月11日中央电视台《新闻联播》及凤凰卫视中的一条新闻为例进行分析：

11月11日 中央电视台《新闻联播》

“三个代表”写入党章是广大党员和亿万人民的心声

同期声一、十六大代表许开程

我完全赞成十六大把“三个代表”重要思想确立为我们党的长期的、根本的指导思想，所以我认为这样一个确立，是有我们党的基础、人民的基础。

播音语言一、长期从事信访工作的吴天祥来京开会前接待了武汉大学的一位老教授，这位老教授说，在三个代表重要思想的指引下，武汉这几年的变化太大了，他在国外的一些老同事老同学回到武汉，很多地方都认不出来了。

同期声二、十六大代表吴天祥

他拿了一封信要我带到北京来，这位教授他在信里面要求把“三个代表”（重要思想）写进我们党章。

同期声三、十六大代表刘力伟

来参加会议之前我到农村企业等基层单位作了半个月的调查研究召开了一些座谈会，基层的党员和干部群众一致要求将“三个代表”重要思想写进党章，并且和马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论一起作为我们党的指导思想。

11月11日 凤凰卫视 《十六大专题报道》

缩小贫富差距成为中国改革重点

播音语言一、在2000年中国的人均收入虽然达到了翻两翻的目标，但还是只有800美元，而中等收入的国家的水准已经达到了2000美元，可以说中国只是解决了温饱问题。十六大的报告当中提到了全面建设小康社会的目标，也就是说在20年后人均GDP达到3000美元，也就是当前中等水平国家的水准。

同期声一、中国国家计委主任曾培炎

到那个时候，我们城乡之间的差别、地区之间的差别要进一步减少，我们的城市的人口，也就是说城市化的进程到那时候会超过50%，社会保障也会更加健全。

播音语言二、不过有政府官员指出要全部的省份达到翻两翻的目标可以说是有困难，但是一些发展比较快的省份可以弥

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH»

上一篇 PREVIOUS

MORE»

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE»

文化融合中的中国电影

作者：陶建杰 | 2003-10-10

第二届中国影视高层论坛论文 [内容摘要]：电影的创作分为三个层次。以观众为主体的，参杂了观众的价值取向、审美取向、认知取向的“三度创作”，使得对于电影的理解越来越趋于多元化。浓缩了各民族本身文化的电影，……

动态 NEWS

MORE»

赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18

国际青年影像季2009-2010 2009-10-18

2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18

首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13

香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

补，而对于不少省份来说要面对的也是要消除地域的差别。

同期声二、 湖北省省长 罗清泉

应该说我们还有一部分贫困、贫困的群体，但是我们党、我们各级政府十分重视这个问题，采取了许多措施。播音语言三、要全面建设小康水平，经济体制改革需要进一步发展，外界最关心政府有有哪些措施让民营企业与国营企业处于平等竞争地位。

同期声三、 国家经贸委主任李荣融

为国有企业的改革，正在努力，要建立社会保障体系，使它能够获得它的自主权，为这些中小企业提供金融、服务以及支撑体系。

记者出镜报道：中国的国营企业已经从十三年前的10多间减少到今年4月份的四万二千多间，政府表示国营企业会进一步减少数量，另外对于外界担心的中国面临的政府换届会不会造成中国经济政策的改变，政府强调十六大报告奠定了中国未来20年经济发展的大方向。

从上面的新闻中，我们认为同期声通常是以如下方式实现其在电视新闻中的作用的：A、从功能上看，在以同期声为主体的新闻中，同期声单独构成信息文本，“自成一体”传达特定的信息量，其成为新闻的主体，并与整条新闻“水乳交融”，形成一个有机整体。也就是说，同期声在一条新闻中的地位是不可或缺的，它承担着信息传递的功能，构成一个独立的文本，若将同期声从整条新闻中抹去，则这条新闻就会显得不完整。B、从数量上看，在同一条新闻中如果有两段或者两段以上同期声片断，这类新闻通常会遵循如下传播模式：

模式一 声音： 同期声1+播音语言1+同期声2+播音语言2+同期声3

画面： 人物1 +新闻环境+人物2+新闻环境+人物3

模式二 声音：播音语言1+同期声1+播音语言2+同期声2+播音语言3+同期声3

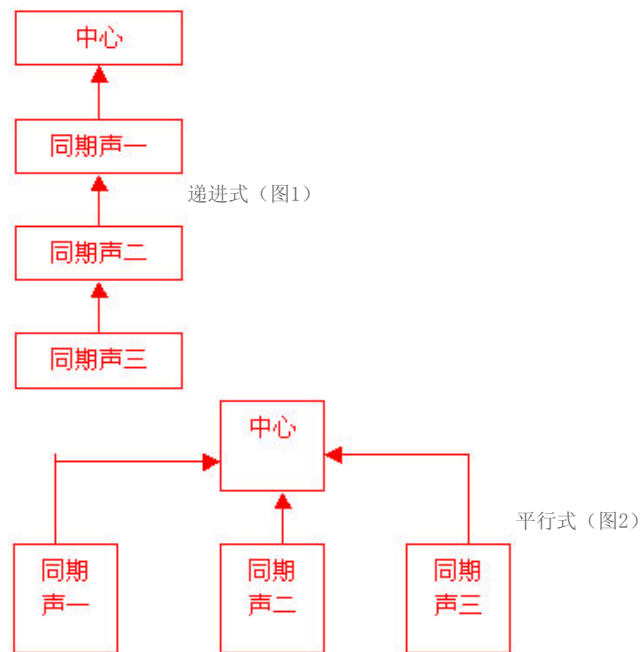
画面：新闻环境1+人物1+新闻环境2+人物2+新闻环境3+同期声3

在这两个模式中，同期声的作用和功能是不一样的。在模式一中，同期声的作用在于提出观点将问题引向深入，故能层层“剥茧”显示出事实的真相或“暗含”传播者的观点，其优点就是它能够对一个问题进行深层研究，而播音语言的作用仅仅是“承上启下”起过渡性作用；而在模式二中，播音语言的作用是提出观点或问题，而同期声却能以“声画结合”的形式去印证观点或对问题进行解答、阐释，在实际传播过程中，模式二的应用率更为广泛，这是因为这种模式可在单位时间内承载更多信息量，由于每一段同期声都是从不同角度切入，因而可以更全面地反映事件和问题，但其缺点就是无法深入反映问题。在“十六大报道”两台的具体应用中，两个模式有如下区别：

1、 十六大会议期间，凤凰卫视的新闻多采用模式二进行报道，而中央台则将模式一和模式二交替使用，这与两个电视台所处的地位和作用分不开。首先，在于两台对此次会议报道的重视程度有所不同。中央电视台作为党的主要舆论喉舌，承担着向全国各族人民传递“党的声音”这一重任，特别是象“十六大”这样的重大会议，有关会议的一切内容都应成为中央电视台新闻联播节目报道的主要对象，故中央电视台会给予其以足够的时间和更多的表现手法及表现方式去充当党的“喉舌”；对于凤凰卫视而言，十六大作为其重要的报道对象之一，仅是能吸引观众眼球的“注意力经济”，它之所以对其进行传播更多地是看中其潜在的商业价值及利益，它还必须兼顾到港台乃至国外的有关报道，因而，为了增大信息传递量，凤凰卫视会采用模式二进行传播。其次，两台的新闻文化存在明显差异。CCTV作为内地电视的第一大台，把传达党的路线、方针政策作为第一要务，强调维护安定团结大局，在考虑读者需求的同时，更以社会效益为重，故会从中国的整体战略利益出发进行传播，突出其深层政治意义和战略意义，故会大量采用模式一对其进行深度报道，并运用模式二进行补充；而凤凰卫视作为香港商业电视的突出代表，在报道时，则往往从多角度、多侧面进行传播，在考虑社会影响时，更多地是从平民视角看问题，以满足观众的求知欲和新奇感，因而采用模式二的机率更大。再者，两台的“目标受众群”在工作习性、生活节奏上有快慢之分。如CCTV的受众群体主要是中国内地的老百姓，由于受经济发展水平、生活工作习性、收视习惯等因素的影响，相对港台受众而言，内地观众更加容易接受节奏慢的电视新闻，这也是两台采用不同模式的重要原因。

2、在以同期声为主导的新闻中，各段同期声构成一个体系，但侧重点却有所不同。作为电视传播的表现要素之一，同期声是以时间版面的形式呈现在观众面前的，即是按时间的前后序列排列开来。这种同期声“体系”关系可分为递进式和并列式两种（如图1、2所示）。在模式一中，同期声之间的关系是递进式，三段同期声紧紧围绕一个话题，从一个角度深入，层层递进，将问题垂直展开。在模式二中，同期声之间的关系是并列式，三段同期声紧紧围绕一个话题，从三个不同侧面展示。在相同时间内，模式一可对一个问题进行深入探讨，而模式二则可对同一个问题进行比较全面的展开。并且，从时间角度而言，在以同期声为主导的新闻中， 同期声一般会在整条新闻的屏幕时间中占30%以上。即如果要以同期声为主导进行传播，除了在同期的数上要有有所保证外，还必须在时间版面上予以量的承诺，也就是说同期声必须占有一定的时间段才有可能在一条新闻中占主导地位并进行有效传播。当然，在这两种基本模式中，如果剪辑恰当，同期声和同期声之间还可以产生更好的传播效果，如可通过形成对话模式、变化叙事结构，造成对观众视听感受的强烈冲击，如11月11日中央电视台新闻联播中的“十六大代表分组讨论：把‘三个代表’写进党章将指导”及11月9日凤凰卫视“十六大代表谈‘三个代表’”等消息中就是把代表们的发言归纳在一个“母集”之下，表现一个代表们认同“三个代

表”这一主题，不同同期声的交互使用就可使新闻的叙事节奏富有变化。“变化所具有的张力，变化所带来的美感，都使其具有一种不可抗拒的魅力”



3. 以下是笔者对十六大期间中央电视台和凤凰卫视抽样统计：

日期	新闻标题	同期声 段数	同期声 时间	同期声镜 头个数	新闻总 时间	同期声时间所占 百分比
11月8日 (凤凰)	中国共产党十六大开幕	2	10秒	2	80秒	7.1%
11月8日 (凤凰)	江泽民强调要贯彻执行“三个代表”	1	26秒	1	113秒	23%
11月8日 (凤凰)	江泽民愿两岸搁置争议尽早对话	2	53秒	2	113秒	46.9%
11月9日 (凤凰)	十六大代表谈“三个代表”	3	55秒	6	138秒	39.85%
11月10日 (凤凰)	十六大进入小组讨论议程	3	55秒	4	122秒	45.08%
11月11日 (凤凰)	缩小贫富差距成为中国改革重点	3	40秒	7	105秒	38.09%
11月11日 (凤凰)	不能以财富判断人先进与否	2	37秒	2	99秒	37.37%
11月11日 (中央台)	“三个代表”写入党章是广大党员和亿万人民的心声	3	52秒	11	72秒	72.22%
11月11日 (中央台)	十六大代表分组讨论：把“三个代表”写进党章将指导	3	82秒	17	128秒	64.06%

从统计表中，我们可以看出在央视和凤凰卫视在对十六大的报道中都特别注意采用大量的同期声，直接让与会代表们自己说话。据统计，同期声在平均每条新闻中所占的百分比约为37.3%，同期声作为新闻事实的一部分，给节目带来了无形的真实感，从而增加了新闻的准确性、权威性和说服力。如在“江泽民愿两岸搁置争议尽早对话”、“江泽民强调要贯彻执行‘三个代表’”等消息中，江泽民的同期声讲话所表现的是一个中国改变面貌的大主题，它对观众的震撼力加上现场场面声音“高低远近”“喜怒哀乐”的组合，就能极大增强电视新闻的客观性和感染力，它生动地体现了人物个性，使得江泽民的个人气质、风度、才智魅力等诸多信息通过言谈时的表情、神态、语气、举止等等因素一一表现出来，使观众对其印象深刻饱满，并对祖国发展产生信心。此外，在镜头个数的运用上，中央电视台明显多于凤凰卫视，这主要在于中央电视台试图通过镜头的频频切换以弥补其使用同期声时的画面信息量之不足，而凤凰卫视由于在画面使用了暖色调，容易给人以亲近感，并且它在后期的编辑加工制作上舍得花功夫，故其画面精美、表现形式多样、信息容量大，因而它在运用同期声时会比较强调镜头推拉的稳定性和人物拍摄角度的变化。

二 同期声运用的启示及注意事项

可以说，同期声的优势就在于它的纪实本质特性，即它“强调真实地再现生活的原来形态”。这主要体现在以下几个方面：

一、电视会议新闻表现形式的单调性使同期声必然受到媒体青睐。毋庸置疑，会议新闻是各个电视台所要报道的重要内容，如国家方针政策的传达大多都是以会议新闻的方式报道的，但由于会议新闻的内容政策性、指导性太强，涉及面广，且十分抽象、持续时间长，故其表现形式往往非常单一，如传统的电视会议新闻的镜头表现形式多为“人头展示”——镜头在主席台和观众席之间不停地游移，扫过一个又一个“人头”，而内容传达上亦仅是通过播音语言传播。

这就必然造成观众的视觉极度缺乏冲击力、听觉上亦缺少节奏与变化。在缺失节奏变化和单一视觉、听觉刺激的情况下，观众的注意力自然容易涣散，参与感也难以产生，接近性和亲近感更无从谈起，宣传自然不可能取得理想的效果。

“自然的并不一定就是真实的”，事件的普通发生流程往往并不是观众最想听到、看到的，在“视觉时代”的今天，观众希望看到的是最精彩、最关键的声音、画面片断。此时，同期声的节奏尤显重要，同期声节奏即意味着变化，节奏的起伏能带动观众情绪的起伏，与画面的节奏相似，声音的剪辑也可以是有节奏的，声音的同期声包括人物同期声、环境声、音乐声，把它们在电视新闻中交替使用，或者适当运用播音声和环境声，甚至可以运用声音空白将其隔断，就能使得新闻叙述更有层次，声音的节奏富有变化，常能收到较好的效果。并且，同期声还能渲染气氛、点燃画面，使新闻内容更具真实感，通过传播形式的多样性给受众以充分的信息感受，并在扩大信息容量的基础上延伸画面，二维画面因此而渗入了情感特质，而情感正是通过这不断变化的声音来实现的，记者把录制的同期声，根据主题的需要，配合画面和文字稿一段段精心剪辑起来，此时的同期声已经摆脱了新闻事件的自然形态，而是以更加准确、真实、可信的综合意象形态反映到观众的视觉、听觉面前，牵动他们的情感，使他们如临其境，如闻其声，并感受到内心对美的需求。

二、使用同期声源于人们对世界真实性的追求。真实性是电视新闻的生命，也是电视新闻赖以生存的美学基础，同期声与画面的形声一体化，还原了生活的本来面貌，赋予了形象以运动发展的意义，它使被拍摄的事物更贴近人们日常生活的经验，更有一种逼真的效果。真实的世界是声音与形象并存的世界，与其他媒体相比较，电视的优越性就在于它“声画兼备”“聚天下之精华”，因而更能够贴近真实的世界。然而，在大多数的电视新闻中，这个“声”仅仅被理解为播音语言，如在传统的会议新闻中，尽管观众们可能一睹代表们的风采，却无法听见他们的声音，他们仿佛是远隔千里、高高在上的“神”，他们的所有的语言都是由播音员单调的播音语言来进行传递，由于无法“一睹庐山真面目”，观众往往会质疑播音语言的真实性和准确性，从而甚至对整条新闻产生怀疑，这就不利于新闻信息的有效传递。俗云：“眼见为实，耳听为虚”观众习惯以自己亲眼看到的，亲耳听到的事物状况，作为判断理解的基本标准，这个“听”应该是无间隔的，是直接的。此次在央视和凤凰卫视中的有关十六大的电视新闻中，代表们开口说话了，且还说了不少，观众们在目睹代表们风采的同时，还可以亲耳聆听他们的声音。传播学认为，最有效的传播途径是“面对面的传播”，此中，同期声的运用就构成了人们之间面对面的传播形式，并减少了传播的渠道，直接将声音信息还原到受众耳中。它增加了人际传播的亲近感和可信度，并达成信息与观众观念和情感上的交流和呼应，代表们由“神”落地而成为“人”，主体与客体的交流不再是“人”与“神”的传播，而是实现了“人”与“人”的交流。

三、并非在所有新闻中以同期声为主导都会产生好地效果，在大量采用同期声进行新闻传播时必须注意以下问题：

1) 大多数观众是在不经意状态下观看电视新闻的，如果新闻中同期声长篇大论、缺乏重点，或者要点迟迟不能“浮现”，观众会不知所云，并感到厌烦。因此，使用同期声必须简练，要做到言之有物，语言活泼生动，结构严谨得当，并要尽可能的简洁，提纲挈领，而不能过于泛滥，过于泛滥容易给人留下电视讲话的印象。

2) 同期声的使用不能过滥，但也不能过简。不能用过于简单到仅仅用同期声的“是”和“不是”的短句来表示肯定和否定，也不能仅仅用“好”和“不好”或者“可以”和“不可以”来表示倾向性，这很容易造成给观众的逆反心理和怀疑感；每一段同期声都应当给予其一定的时间，同期声是具有独特性的，此一场景的同期声有别于彼一场景的同期声，没有相同的同期声，同期声给观众的每一感受都是个别的。

3) 同期声有两种基本功能，一是叙事明理功能，即用它来记述某一事件的发生和经过，描述一个事物的存在和状况，这样，就要求一段同期声必须承载一个观点，或者一个中心，而且这个观点和中心要通过寥寥数语表达出来；二是抒情功能，它具有非报道的性质，由于电视新闻画面是以不断流动变化的场景作为表达新闻事件的基本方法，这种画面缺乏足够的力量撞击观众的情感大门，故应运用同期声调动观众对生活积累的认识，冲击观众心理的深层次，以唤起其对往事的回忆，特别是观众以真、善、美为基础的个性化的审美情感。

4) 一条电视新闻中，几段同期声之间必须构成一个系统，或者呈递进关系，以层层递进的方式从一个角度来证明一个观点，或者呈平行关系，从不同角度来证明同一个问题的不同侧面，同期声不是一种点缀，而应是和所表现主题息息相关的一个有效信息文本，只有如此，才可能带给观众一种“哦！原来如此”的信息满足感和“耳听为实”的真实性；此外，在电视新闻中，同期声必须和播音语言相辅相成，相互配合，才能形成新闻语言独特鲜明的架构和韵律。

注释：

1、黄匡宇 《电视新闻语言学》 中国广播电视出版社114页

2、彭吉象 《影视美学》 北大出版社第308页

作者： 曾励 周涛 暨南大学新闻与传播学院

电话：020-85227302

地址：暨南大学金陵一舍811# 邮编：510632

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码： （游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：8115

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved