



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

中国电视新闻节目之怪现象

时间: 2003-10-22 17:04:55 来源: 中国新闻研究中心 作者: 宋晓阳 阅读2993次

中国电视新闻节目真正步入发展期的标志, 当数1993年5月1日中央电视台推出的新闻杂志型节目《东方时空》。它的登场改变了电视新闻节目40多年一成不变的节目形式, 开辟了早间电视新闻节目一方天地, 培养了观众早间收看电视新闻节目的收视习惯, 加快了中国的电视新闻节目向多元化的方向转变的步伐。所以, 中央电视台新闻杂志型节目《东方时空》在中国电视新闻节目发展史中的里程碑的位置是无庸置疑。从1993年到2003年的10年间, 中国的电视新闻节目无论从节目形式、报道内容还是节目数量、节目播出时间量都达到了建国以来的最好水平。

同样在这10年间, 国外电视新闻的发展速度更是日新月异。美国有线电视新闻网CNN通过全球卫星电视系统覆盖了世界212个国家, 日观众人数达到5亿。作为首个全球电视新闻媒体CNN实现了英国大众传播学者麦克卢汉的“地球村”的学术设想。不甘落后的英国BBC也开办了24小时电视新闻频道, 其电视新闻报道宗旨成功的继承了BBC广播电台的公证性、客观性, 关于2001年美国9·11恐怖事件的客观报道得到了中东反美国家的一致首肯, 成为能与CNN一决雌雄的全球电视新闻媒体。美国的有线电视新闻频道MSNBC、第4大电视联播FOX旗下的FOX NEWS、被誉为“中东的CNN”的卡塔尔半岛电视台、“中国的CNN”的凤凰卫视咨询台等电视新闻频道, 先后在这10年间纷至沓来, 相互间的竞争局面异常激烈[i]。

这些电视新闻频道制作的电视新闻节目有力的证明了电视的速报性、同时性的媒体特性, 其电视新闻节目中不断渗透出崭新的电视新闻制作理念, 深深的影响着世界各国的电视新闻节目发展。与国外先进的电视新闻制作理念比较而言, 我国的电视新闻节目制作水平是相当的落后。代表国内最先进制作水准的中央电视台新闻频道(2003年5月1日试播, 比CNN整整晚了23年)的电视节目, 不要说与CNN这样的世界级电视新闻媒体比较有多么大的差距, 就跟日本普通的商业电视台的电视新闻节目比较来说差距也是一目了然。

美国、日本等电视新闻节目发达的国家, 在20世纪80年代就已经早早的步入到“电视新闻报道时代”。在日本, 早间、午间、傍晚、晚间各个时段都会有电视新闻节目, 各家电视台为了争夺观众, 不断汲取先进国家的电视新闻节目制作理念, 结合本国情况制作出适合本国观众口味的“电视新闻大餐”。1985年朝日电视台在黄金时间段首次推出了大型电视新闻节目《新闻站》一举成功, 瞬间点燃了黄金时间段电视新闻竞争战火。各个电视台新闻节目的竞争由晚间黄金时间段扩大到早间、午间、傍晚各个重要时段, 其结果使日本的电视新闻节目一跃进入了成熟期。随着现代电视新闻理念的不断深入、日本电视新闻节目整体制作水平达到了世界先进行列, 逐步确立了电视新闻人的职业形象和电视媒体的社会地位。以目前中国的电视新闻节目制作水平、节目质量的情况来说, 中国还没有进入到“电视新闻报道时代”。因为我国的电视新闻节目有一条无法越过的“鸿沟”就是不能达到“现场直播(声音与图像的同时传播)”, 在我们的电视新闻节目中不能够充分的表现出电视的媒体特性。作为新闻媒体, 电视新闻的优势不明显。除此之外, 目前的电视新闻制作现场中存在着许多不合理因素阻碍了我国电视新闻

- <桂林日报>荒谬的道歉
- 人文还是新闻?
- 娱乐媒体“迷路了”!
- 省委书记, 请勿动怒!
- 透过媒体看女球迷
- 媒体少一点“炮轰”
- 传媒生态恶化令人吃惊
- 刘德华给媒体上了一课
- 禁绝媒体语言歧视
- 不要这样写方汉奇
- 我怎么看不懂报纸了
- 重庆媒体缘何沦为娼
- 商业化社会下的媒体尴尬
- 媒介普遍存在性别盲点
- 谁策划了“新闻连续剧”
- 杜绝财经新闻“八卦”
- 媒体不要做沉默的羔羊
- 假广告让媒体贱卖职业...
- 媒体别被人“搞掂”
- 新青春杂志三问
- 媒体偏见竞争与妖魔化
- 媒体, 客观公正性何在

节目的发展。

懒惰的电视新闻制作人

早上6点钟打开电视，全国上下40、50个频道的电视新闻制作人都还在睡觉。早起的观众看不到任何早间电视新闻节目，看到的只是1、2、3、4的健身韵律操。好容易有一个台直播新闻还是英语电视新闻（CCTV—9的英语新闻大多数的市民是看不懂的）。到了6点30分，有的电视台刚刚开张，可是这顿电视新闻“早点”可谓花样百出。①有的是新鲜出炉，例如黑龙江电视台的《共度晨光》，山东卫视、广东卫视也都是早上直播新闻。②有的则昨晚的剩饭早上再给我们热一遍，例如，北京电视台二套播出的是前一天晚上已经播出的《晚间新闻报道》（重播），上海卫视是《英语新闻》和《媒体大搜索》（重播），因为是重播节目所以节目结束跟观众说的还是“祝您晚安”的吉祥话，大早上刚起来就给观众道晚安。③还有的是前一天晚上做好早上“微波”了一下（前一天录制第二天早间播出），例如北京电视台一套的《北京您早》，中央电视台的《东方时空》。④还有的综合台一觉睡到7点钟才起来的，例如重庆卫视、天津卫视、湖北卫视、内蒙古卫视。这几家电视台是早上7点开张。

早间电视新闻节目播出的高峰时间是7点钟。中央电视台一套的《东方时空》、北京电视台一套的《北京您早》、中央电视台五套的《早安中国》、吉林卫视的《早安吉林》、湖北卫视的《新闻早班车》等。但是，节目时间长度不过30—40分钟。其中信息量最多的当数凤凰卫视的《凤凰早班车》（时间长度是1个小时，8点钟以后重播直到9点钟）。虽说有的新闻是前一天《时事直通车》的已经播出的“旧”的新闻内容，但是，从报纸、杂志、互联网等其它新闻媒体采摘的新闻，经过鲁豫、陈晓楠的拼凑，内容就比国内的电视新闻要丰富的多。再加上有后来开播的凤凰卫视咨询台为后盾，其新闻制作力量较中文台时着实进步许多。等到早上8点钟的时候，中央电视台一套的《新闻早8点》、北京电视台一套的《世界你好》（早7：55分播出）、凤凰卫视重播的《凤凰早班车》还在播早间新闻，而其它的频道早间电视剧场早就开板唱戏了[iii]。

笔者在日本学习期间看到了日本各家电视台的早间电视新闻节目，深深感受到日本的电视台之间早间电视新闻节目竞争的激烈。NHK电视台每天有3个小时的早间电视新闻直播节目，其它的商业电视台也是从5点半钟开始直播早间电视新闻节目。电视新闻就是LIVE（直播）的已经是圈内共识，象《北京您早》这样的录播式的电视新闻节目是在电视草创期的行为。身受日本国民信赖的NHK电视台的早间电视新闻节目从5点钟一直直播到8点15分，在摆满鲜花的明亮的演播室里，名为《日本您早》的电视新闻直播节目每天如约而至。新闻内容除了硬性的政治、经济、外交、犯罪、体育新闻报道之外，还包括国际新闻、亚洲特集、新闻事件解说（NHK新闻解说员来完成），最具特色的就是来自日本各地最新动态报道。这些最新动态几乎全部采用直播，不论是在富士山上还是海底，电视新闻工作者都会尽最大的努力将真实的世界展现给观众。每天还有来自直升飞机的直播报道，清晨的朝阳泻在壮观的跨海大桥上，留给我印象极为深刻。东京总局演播室的节目主持人与做现场直播报道的记者互动式会话轻松、愉快。来自地方台的直播内容大多以软性新闻为主，例如樱花盛开、夏天的祭祀活动，有时还有现场制作当地的小吃以及刚刚打捞上来的新鲜鱼虾等。早间电视新闻屏幕上流动着日本各地当天的天气情况，包括气温，上午和下午的降水率，道路交通信息。遇到因地震、台风而受到影响的新干线、高速路等交通运营情况等突发时刻，电视台都将以最快速度告知观众。NHK早间的电视新闻节目不仅仅是东京总局一方来制作，节目中的现场直播需要NHK各个地方电视台的共同参与。

偷梁换柱——“电话连线”代替“现场直播”

由于技术条件的限制，目前在我国的电视新闻节目中，来自新闻现场报道几乎清一色采用的是“电话连线”的传播方式，除非是重大主题性事件，例如1997年香港回归、1999年澳门回归、申办奥运会、长江三峡截流等重大活动的时候，根据事前安排会有来自现场的直播报道。

但是，在平时的电视新闻节目中来自新闻现场的直播报道可谓凤毛麟角，达到日常性的现场直播报道（声音和图像）就目前而言是不可能的。就连凤凰卫视的新闻节目中“电话连线”的使用频率也是非常的高，其咨询台的电视新闻节目中的现场直播的使用比例也是较小的。

在CNN、BBC、FOX NEWS的电视新闻节目中也会使用“电话连线”的方式，但是，其主流的直播方式还是以图像和声音共同传输为主。在日本的电视新闻节目中，来自新闻现场的直播报道非常多。日常性的现场直播报道保持在3、4条左右，非日常性的重大事件时，例如2001年美国9•11恐怖事件、美国对阿富汗报复攻击、2003年3月20日的爆发的伊拉克战争，电视新闻节目的构成几乎是由分布在世界各地的支局和东京总局互动性的共同完成。倘若新闻事件发生在日本本土，各家电视台会在第一时间进行现场直播报道，例如，1995年阪神大地震、2000年北海道有珠山火山喷发，都是在发生几分钟之后，各家电视台就开始了全天候的直播报道。处于“电视新闻报道时代”的受众从快速的电视新闻报道中深深地感受到电视新闻巨大的媒体冲击力，来自新闻现场的直播报道充分的说明了电视新闻的速报性、同时性、现场性。

电视新闻不同于报纸新闻、广播新闻。作为平面印刷媒体的报纸新闻以解释•分析新闻事件见长；以电波为载体的广播新闻以速报性、同时性见长；同样以电波为载体的电视新闻的优势在于报道新闻事件时图像与声音的同时传输。它不仅仅具有广播新闻的速报性、同时性而且还兼顾报纸新闻对于新闻事件的解释•分析•评论等双向媒体优势，更重要的是电视新闻是通过图像传达出来逼真的现场画面，这是报纸新闻和广播新闻不能匹敌的。现在，在电视新闻节目中大量采用的“电话连线”传播方式在广播新闻中同样可以使用。如果采用“电话连线”的传播方式的话，广播新闻与电视新闻在传播效果上是等同的。在电视新闻节目中受众只能听到记者的声音，看不到现场的情景，对于记者的描绘只能凭空想象。由于电视新闻报道的“现场性”优势不能够得以表现，所以电视新闻的传播效果就会大幅度地减弱。

在西方的电视新闻理论中曾有过这样一句话“没有画面就没有电视新闻”，虽说得过于偏激，但是，电视新闻中特别是在直播报道的过程中，来自新闻现场栩栩如生的画面派生出来的传播效果比记者一大筐的形容词都要来得直接。回想2001年发生在美国的9•11恐怖事件，全世界数亿观众通过电视目睹了世界贸易中心两座大厦先后倒塌，人们目瞪口呆的表情就已经证实了电视新闻现场直播的巨大震撼力。如果当时观众只是听记者的“电话连线”报道，这种震撼力就会小得多了。

从另外一个角度来说，现场直播对于电视新闻节目的重要。其实，电视新闻主要分为演播室和新闻现场两大类型[*iii*]，固定时间段的电视新闻节目应该由演播室的播音员、节目主持人为中心，同时结合记者来自新闻现场的直播报道。以此标准来衡量，目前我国的电视新闻节目还停留在以演播室为中心的发展阶段。1985年以前日本商业电视台在黄金时间段没有大型的电视新闻节目，其原因是电视新闻节目制作费用巨大，商业利润小。朝日电视台的小田久荣从美国有线电视新闻网CNN的成功得到启示，一手打造了《新闻站》这一改变日本现代电视新闻发展的里程碑式的节目。节目开播以来收视率不尽人意，1986年因现场直播了美国挑战者号航天飞机爆炸事件收视率迅速攀升，该节目至今深受观众喜爱。NHK晚间电视新闻节目《新闻10点钟》，自2000年4月开播以来收视率总是处于低迷状态。2001年9月11日在节目开始时，作为日本唯一一家成功现场直播到第二架飞机撞进世贸大厦的电视新闻节目，使当晚的收视率创出开播以来的历史记录。从此该节目的收视率稳定在10%以上。在电视的诸多节目中，恐怕只有电视新闻节目才能最大程度的突出电视的速报性、同时性、现场性的媒体特征。所以说，真正的电视新闻应该是“LIVE”。

笔记本电脑——摆设一件

笔者发现在许多电视新闻节目有一样不可或缺的摆设（道具）——笔记本电脑。记得首位在电视新闻节目中使用笔记本电脑的节目主持人，是凤凰卫视早间电视新闻节目《凤凰早班车》中的鲁豫，在节目最后为了增加轻松的生活化氛围，她在互联网中找出几幅好笑的漫画来当笑

料。不成想这一举动，立刻引来大批的效仿者，于是连台式电脑也都粉面登场。当然在例如像股市分析之类的节目中确实需要使用电脑是无可厚非的，笔者在此要指出的是很大一部分的电视新闻节目中的笔记本电脑真的只是摆设一件。那些播音员看提词器还来不及呢，哪还有功夫看笔记本电脑。在节目的整个过程中播音员、节目主持人连键盘都没有碰过一下，这笔记本电脑的作用跟花瓶还有什么区别吗？

其实，明眼人都知道放一台笔记本电脑目的是做：软广告。东芝、联想、IBM等品牌的笔记本电脑比较常见，最有趣的是有的电视新闻节目中的笔记本电脑机壳上贴的是药品广告。还有另外一个目的是大多数电视新闻制作人们认为，价格不菲的笔记本电脑在国人的眼里代表的是“高科技”，在节目中摆上一台，表示自己节目内容是紧跟着时代的步伐，意味着一有什么重要消息我们马上告诉你（受众），你看电脑不是摆在这吗！我们的节目主持人随时看着呢？显然摆设的意义远远大于使用的意义。在日本如此发达的信息·商品社会里，各家电视台的电视新闻节目中从来没有摆过一台笔记本电脑，更不要说在节目中如此露骨的表现商品广告。

不少电视制作者认为，模仿成功的电视节目是获得较高收视率的一条捷径。既然鲁豫会“说”新闻，会用“笔记本电脑”，我们也会照办照抄。要说赶时髦晚点的要数北京电视台的早间新闻节目《北京您早》了。大概刚刚拉到东芝笔记本的广告，最近在播音员右边搁了一台只摆不用的笔记本电脑。

电视新闻节目包装——华而不实

近几年来，内地电视台无奈地承受着来自香港凤凰卫视的巨大冲击力。1996年开播的香港凤凰卫视中文台，不仅仅成为近几年来中国大陆观众最喜爱的境外电视台，而且其别具一格的节目宣传理念更是令国内电视媒体眼前为之一亮。其实国外电视媒体也制作播出节目宣传片花，例如美国第4大电视联播网福克斯（FOX）旗下的电视新闻频道FOX NEWS频道、CNN以及英国24小时电视新闻频道BBC，只是以上几家电视台的宣传片花的播出量远不如凤凰卫视那么多。凤凰卫视自我宣传上的“洋为中用”深深地启发了内地电视台。于是电视新闻节目、综艺娱乐节目的宣传片花首先登场，铺天盖地的节目片花一夜之间纷纷亮相。各家电视台把自家当红花旦、小生也都拉出来比比画画，又抱肩膀，又画大圈，花样不断翻新。播音员、节目主持人不仅仅摆姿势，还要念念有词。为了达到一石激起千层浪的宣传效果，编辑们挖空心思琢磨出来的词听起来着实挺唬人的。精挑细选的宣传语配以经典的新闻事件画面，再加上CG制作出来令人眼花缭乱三维图像画面，每家电视台经过包装的电视新闻节目似乎个个都成了业界精品栏目。

近几年，随着电视频道专门化形式的确立，传统意义上的电视新闻节目逐渐向专门化、细分化的方向发展。以往包罗万象的综合性电视新闻节目划分为时事新闻、经济新闻、体育新闻、娱乐新闻、生活服务信息等类别。节目形式也打破了单一的播报式，时事评论、新闻杂志型、深度调查报道型等新闻报道形式应运而生。所以电视新闻节目的宣传片花，根据各自栏目的报道方向来树立自己的节目宗旨。例如时事新闻大多强调的是时效性、信息量大；调查评论型节目的宣传重点放在深入分析新闻背景、了解事实真相、发挥舆论监督作用上。

表面看来，似乎节目播出内容与宣传语十分吻合，但是事实上却是“挂羊头买狗肉。”大多多的时事新闻内容是以会议、领导考（视）察新闻为主，新闻内容模糊，缺少新闻性。事件·事故新闻比重小，早、中、晚的新闻内容重复率高。国际新闻来源渠道几乎是清一色外国的通讯社、西方电视媒体。至于一味强调的新闻时效性更是差强人意，日常节目中来自中国本土的现场的直播报道几乎没有，更别提在国外发生重大事件时会有来自国内媒体的现场报道。各个地方台的电视新闻节目完全是中央电视台的《新闻联播》的孪生兄弟。此外，调查评论性的新闻节目制作最具水准的当数“用事实说话”的《焦点访谈》，该节目所揭露、所曝光的更多是省市县级的不轨行为，甚至一度还变成了“农村节目”。这些评论中时常出现的是“希望有关部门怎么怎么样”，“建议有关单位如何如何”等，显得颇有些无可奈何。[iv]中央级别的节目尚且如此，地方级别的更是举步维艰。北京电视台的《7日7频道》是由《北京您早》中的《元元工

作室》派生出来的节目。伶牙俐齿的元元报道的只是谁偷了小孩的自行车、无名英雄帮助主妇买到特价冰箱这些不痛不痒的小事，说来说去过的还不只是一个嘴瘾吗？《今日话题》、《特别关注》等节目完全是一个地方版的《焦点访谈》。“希望有关部门怎么怎么样”，“建议有关单位如何如何”已经是这些节目的专门用语，专用商标。

精心打造出炉的电视新闻节目宣传片花与电视新闻节目的实际制作水平之间的距离是客观存在的。华而不实的宣传片花再多、再精美都代替不了节目内容本身。电视新闻除了具有告知功能之外，还具有解释•说明的功能。所以，与其花心思包装节目不如好好深入研究电视新闻的本质特征，更新记者队伍的电视新闻制作基本理念。

以上提及到的关于我国电视新闻节目中的怪现象，涉及到的主要是电视新闻节目制作的基本理念问题。我国的电视新闻节目从90年代初至今，不过10几年的时间。虽说进步迅速，但就目前情况而言，最基本的制作障碍是由于技术限制始终无法逾越，间接的造成了我国的电视新闻节目不能达到“质”的飞跃。由于我国政策上限制像CNN、BBC等国外电视新闻媒体的节目在大陆落地。所以，在电视新闻节目制作水平上，大陆观众没有机会来比较我国电视新闻节目制作与国外电视新闻媒体之间的差距。但是，制作力量尚属薄弱的凤凰卫视的电视新闻节目已经令内地电视台感到岌岌可危，更不要说那些航空母舰型的电视新闻媒体了。

CNN、BBC、FOX NEWS等电视新闻频道的节目，日本市民通过卫星接受器可以自由收看。（附有日本同声翻译）但是，普通的日本国民还是喜欢看NHK、每日放送、朝日电视台等本国电视台的电视新闻节目，这些电视新闻节目的收视率最高可达到15%以上。究其原因还是其先进的节目制作理念、不断更新的传输设备、素质精良的记者队伍、节目内容的本土化。日本的电视新闻经过50年的发展，随着媒体环境的变化自1995年已经进入了再编期。从其50年的发展过程中可以给我们一点启示，就是始终不要忘记电视新闻应该是“LIVE”的。

综上所述，我国的电视新闻节目只有根除以上这些怪现象，真正的回归到电视新闻的本质，才会制作出符合电视媒体特征的电视新闻节目。

[i] 以上资料摘自笔者的《全球化时代下日本电视新闻节目的特征》硕士论文

[ii] 笔者于2003年7月4日星期五早间6点—8点30分进行了一次简单的抽样性调查，调查的目的只是想了解我国早间电视新闻节目状况。

[iii] 天野胜文 松冈由绮雄 村上孝止 《从现场看大众传播学—报纸•电视•出版的构造》（1996年4月10日）学文社 102页

[iv] 刘敬东《电视新闻评论，还在路上》摘自《传媒观察网》

作者：宋晓阳，北京广播学院播音主持艺术学院

文章管理: [wuj iang](#) (共计 687 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：宋晓阳

- 只传递火炬 不传递信息——评“奥运圣火传递”电视直播活动 (2004-6-10)
- 中国电视新闻三“病” (2004-1-16)
- 实时电视直播报道的历史性空白——评央视首次载人航天飞行的新闻报道 (2003-10-27)

[>>更多](#)

相关文章：电视新闻

- 电视新闻从更深层次关注民生 (2007-5-14)
- 谢耘耕北大演讲：中国电视新闻竞争报告 (2006-6-25)
- “公共领域私人化”视角下的电视新闻 (2006-2-25)
- 电视新闻“情景再现”的叙事者与“陌生化”传播效果 (2006-1-5)
- 中国当前电视新闻竞争新格局 (2005-12-17)

[>>更多](#)

中国电视新闻节目之怪现象 会员评论[共 1 篇]

问题却是不小，我们不能一下解决所有的问题。因为我们的国情是这样的。 [net8888于2003-11-12发表]

我要评论

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.