

传播者

2007

硕士卷

下

策划 朱冰

主编 周三省 舒怡 张萌

传播进行时

中国  广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

传播者 2007 硕士卷

策 划 朱 冰
主 编 周三省 舒 怡 张 萌
副 主 编 宋 华 祝海燕 邓文卿
编 委 崔 敏 丁 曦 余 蕾
郭璐璐 周 曼 李 斌
主 编 郑 桃 杰 南明康

江苏工业学院图书馆
藏书章

传播 进行时

中国  广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

传播进行时 / 周三省, 舒怡, 张萌主编. —北京: 中国
广播电视出版社, 2008. 2

(传播者·2007 硕士卷; 下)

ISBN 978 - 7 - 5043 - 5553 - 9

I. 传… II. ①周…②舒…③张… III. 传播学—文集
IV. G206 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 014675 号

传播进行时

策 划	朱 冰
主 编	周三省 舒 怡 张 萌
责任编辑	高子如
封面设计	张一山
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京忠诚信胶印厂
开 本	880 毫米 × 1230 毫米 1/32
字 数	378 (千) 字
印 张	11
版 次	2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5043 - 5553 - 9
定 价	30.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

序

胡智锋

研究生这一群体,自改革开放的1978年恢复招生以来,已日益从“象牙塔尖”走近百姓大众,从“时代精英”汇入世俗生活。尤其传媒领域的研究生,从20世纪80年代寥若晨星般的稀缺罕见,到近几年星火燎原似的铺天盖地,这一群体已成为引人瞩目的社会构成单元。这一群体的形成,一方面是社会发展必然要求的一种反映和体现,另一方面也是研究生教育的一种自觉适应和主动选择。但我们也必须看到这样的情形:传统“精英化”教育所形成的研究生培养理念、模式、标准、要求和途径、方法等,已与迅速变化着的、越来越“大众化”的研究生招生规模、内容与方式很不协调契合了。比如,过去一个硕士阶段的研究生。在读三年期间至少要在核心期刊发1-2篇学术论文,我们中国传媒大学(原北京广播学院)从1979招收硕士研究生以来,前15届毕业生事实上每一位都远远超过了这个要求,出色的甚至可以超过20篇。当然,这期间与传媒领域的硕士生平均每年也只招收10位左右,而有资格招收传媒学科硕士生的高等院校、科研院所也只区区不足10家。近向年,传媒教育前所未有的蓬勃发展,使这一领域研究生的数量、招收研究生的高等院校、科研院所至少扩张了数十倍,但能够刊发此类论文的学术期刊并没有明显增多。这就产生了一个极其尖锐的矛盾:“精英”研究生的要求,与客观上达到这一要求的条件、环境、载体极不相应。比如,全国新闻传播类核心学术期刊只有10余家,但仅在中国传媒大学一家就读的与传媒相关的硕士生就达两三千人之多,每家期刊平均每年可刊发论文不过一二百篇(我主编的《现代传播》每年也不到200篇),可按过去“精英”时代的标准要求,

每人如果在核心期刊发表1篇论文,那该有多少期刊才能满足这个要求?显而易见这是不可能的,即使新闻传播类核心期刊全部腾空版面,恐怕也无法满足这个要求。

既然如此,我们是不是可以降低对研究生的培养要求?当然不可以。那么怎样才能解决这一相当棘手的矛盾呢?在近几年的传媒学科领域研究生培养过程中,许多出色的导师和优秀的学生都以各自的探索做了不少可贵的努力。如通过参与国际国内相关学术研讨会向会议提交论文;如参与导师的研究课题,参与著书立说;如以书评、争鸣、年度报告等方式介入主流核心期刊;如将视野转向报纸、网络等新媒体,将研究成果及早呈现……这些都是解决研究生,尤其是硕士研究生研究成果出口的很好方式,是目前这一阶段解决研究生培养“转型”时期各种矛盾的有效途径。

研究生尤其是硕士生在近几年数量的剧增,与我们培养研究生的目标并无根本冲突。尽管从表面来看,硕士研究生招收培养与过去相比出现了“大众化”的端倪,但这并不等于研究生培养可以放弃其基本原则和要求。顾名思义,“研究生”离不开“研究”这一基本前提,只是怎么样进行“研究”,怎么样将“研究”成果转化为可呈现的成果,这的确是一件具有普遍意义的难题。

因此,当朱冰带着目录和书稿找我审读的时候,我感到相当欣喜和兴奋,因为这不仅仅是一批相当有积累、有思考的中国传媒大学的硕士研究生们相当新锐、前沿的思维的较为集中的呈现,而且这种自发、自主的研究方式也让我们看到了当今研究生如何呈现自己研究成果的一种可行的渠道与方式:由研究生自发、自主地联络组织起来,围绕相对集中的主题,按照各自的研究特长与兴趣,写出一批有价值的学术论文,并集结为一部书稿,统一联系出版。这既可以避免在主流核心期刊“排队”等待而未必有结果的烦恼,又可以较为有保障地出版发表,还可以较为自由、率性地发挥,张扬出各自的才华与水平,岂不

是一举多得的好事！

据我所知，朱冰他们组织此类书稿并非首次，从此次送给我审读的文稿目录中可以看出，他们是相当认真而非敷衍了事的。这部书中的论文既有高屋建瓴的宏观理论阐释，又有生动有趣的微观个案剖析；既有传媒学术前沿的思考，又有艺术前沿的探究；既包括中国传统，又涉及海外国外，显现出鲜明的青年硕士研究生活跃的思维状态和思想状态，这是一个特定时代青年研究者对传媒与艺术学问探讨的鲜活记录，它们也许不够老辣，不够成熟，但却别具新意。相信这些研究成果可以为业界、学界及社会带来新鲜独特的观点、命题与视角，其借鉴与参与价值不容低估。

在多年指导研究生的过程中，我发现一个规律：对研究生培养教育最有效的榜样、模版的确立，未必是研究生高不可攀的大师、大家、大人物，往往是他们身边活生生的与之相近的人，比如同学、师兄、师姐等，这些人的所作所为、所思所想对周边、身边的研究生常常会产生着极为重要的影响。

因此，这部书稿又有了它另外一重的意义和价值：对正在求学的研究生们，特别是传媒学科领域的硕士研究生们可以起到应有的“示范”效应。

一句话，本部书稿未必算得上鸿篇巨制，但应当说得上清新可人，它的出版意义与价值理应是多元的。

是为序。

中国传媒大学《现代传播》主编
教授、博士生导师
胡智锋

目 录

新闻·专业主义

“民生新闻”有声语言叙事主体初探

——以“民生新闻”的播音员主持人作为例 汤嘉旻 2

中国电视新闻节目中的新闻专业主义呈现 徐 寒 张 萌 6

电视新闻直播综合系统分析 江 斌 10

对早间新闻节目的比较与研究

——以《朝闻天下》、《第一时间》和《看东方》为例 詹 晴 15

关于城市电视新闻评论生存发展的思考 李炜填 19

论电视的深度报道优势

——以《新闻调查》为例 赵希婧 24

浅论电视民生新闻的困境与转型 徐雅菲 29

试论《新闻调查》记者的情感流露 郭 扬 马学良 34

浅析农村广播节目

——以“中国之声”《中国农村报道》为例 熊 妍 隋 欣 38

浅析新闻中的主观性与倾向性

——以“黄健翔专题”为例 王 婷 43

从《新京报》看厚报时代的都市报副刊 季 轲 47

节目形态

浅谈科教节目的生存策略

——《走近科学》个案分析 孔 茜 52

《学徒》与《赢在中国》叙事方式比较 张 慧 57

从中美播出季对比看我国播出季的发展方向 张 翠 62

聚顶尖财智,看商界风云

——对《商务时间》与《头脑风暴》的电视节目形态比较研究

.....	董琳娜	67
试论如何淡化电视访谈节目主持的预设性.....	金书艺	72
谈话节目主持人的生存战略.....	张 宇	76
证券财经节目比较谈.....	古晓宇 王大伟	81
那一季《情书》:非典型“经典”		

——韩国综艺游戏类节目《情书》(第一季)文本解读

.....	王 苗 赵 辉	85
-------	---------	----

媒介·地缘性

凤舞东方耀霞光

——谈凤凰卫视国际新闻报道带给我们的启示.....	丁 曦	90
浅议媒介报道自由与承担责任的并重.....	袁贺娟	95
广电媒介气象信息报道新趋势.....	江 彧	100
品牌与媒介:电视媒介的品牌经营策略初探		
——以《法制进行时》为例	李 真	105
东方卫视“新闻立台”的困境与对策	夏 进 舒 怡	110
媒体的地缘性		
——读《十年》《解密凤凰》有感	俞 骅	115
委托—代理理论在我国媒介组织中的应用.....	王 赢	119
“全球暖化”迷思——媒体如何让全球更暖?	倪伟峰	124
从梅罗维茨的媒介场景理论看西方媒介生态学的研究取向		
.....	赵 辉 王 苗	129
论省级卫视功能的重新定位		
——从黄金时段禁播选秀节目谈起.....	周红梅	133

新 媒 体

网络宽频:能否后来者居上

——从网络直播“红楼选秀”看网络宽频与传统电视的合作

.....	闫春红	138
-------	-----	-----

微视频网站运作研究·····	陈 飞	143
博客与传统媒体对公众影响力的比较分析·····	南明婕	148
互联网企业并购的动因分析·····	林婷彦	154
赞助——企业与动画产业的双赢之路·····	叶晨曦	159
FLASH 动画艺术特征初探 ·····	马 珂	164
浅析国内门户网络体育报道的语言及其传播学解析		
——以新浪、网易体育频道报道为例 ·····	栾振兴	168
中国广告期刊网络广告研究的回顾与展望·····	昌 蕾	172
浅析网络化环境下电视媒体的生存发展 ·····	刘 琳	178
数字时代中国电视广告新思路·····	田 湓 于正川	183
我国对美剧 P2P 传播的应对措施 ·····	朱 畅	188
浅谈游戏中的嵌入式广告·····	王 春 姜 浩	193

美学·艺术·文化

真实同虚幻的博弈 功利与艺术的抉择

——对电视广告创作的美学思考·····	马晓燕	200
民生新闻当道		
——《第七日》编导艺术浅析 ·····	李 婷	205
“青春”无处安放？		
——从大陆青春偶像剧看中国浪漫主义问题·····	曹 畅	209
浅析中国动画电影美学特色·····	吴雯雯	213
艾滋病防治海报的传播策略研究·····	李 晶	218
大众传媒影响下的节日民俗变迁·····	罗 梅	224
试用马克思市民社会理论解析中国传统社会对建构当代市民		
社会的影响·····	顾建平	229

纪录片·电影

纪录片：你拿什么来撼动人心？ ·····	田 程	234
溯洄从之，道阻且长		
——纪录片的隐忧与动力·····	白 云	238

陈英雄影像风格简论·····	冯铁民	243
论纪录片的故事性·····	孙 洋	247
人性迷途:道德与欲望的平衡		
——看拉斯·冯·提尔的《狗镇》·····	梁君博	252
论影视造型的基本构成元素及相互关系·····	郭璐瑶	257
民族影像与跨文化传播·····	孙 毅	261
将事实叙述到底:浅析现代电视纪实语言的意义·····	廖祎蕾	266
韩国爱情电影风格初探·····	杨 帆	270
嘈嘈切切错杂弹,大珠小珠落玉盘		
——以《悲伤电影》为例观照韩国影视叙事艺术·····	张 琰	275
纪录片中的真实再现·····	高 帅	280

国际新闻·公共外交

传媒集中现象与国际新闻同质化关系研究·····	巩 固	286
战争中的媒体公关		
——战争中的媒体顾问与公关公司有利于促进新闻业发展吗? ·····	王金栋	291
政府与媒介“共舞”		
——美国政治公关对新闻报道和公众认知的影响·····	崔 敏	300
中国公共外交浅析·····	余 蕾	306
公共运营与商业竞争		
——对 BBC 与 CBS 的比较性研究·····	陈蓁洁	311
试论环球资讯广播的频率定位·····	隋 欣 熊 妍	315

“民生新闻”有声语言叙事主体初探

——以“民生新闻”的播音员主持人为例

汤嘉旻

【内容提要】 本文以“民生新闻”有声语言为例,进行有声语言新闻传播叙事方式研究。主要出于以下考虑:一方面是“民生新闻”栏目当前在各个省级、地市级媒体推出并加以推广,渐成一种潮流,是新闻传播中的“新生事物”,值得关注;另一方面,在一些典型的民生新闻当中,也存在着一定的问题,某些叙事话语有悖于有声语言新闻传播叙事方式的普遍规律,有必要对其进行理论的观照和分析。以“民生新闻”为例,对其叙事方式进行研究,具有较强的现实针对性。

【关键词】 叙事 民生新闻 播音主持

恰当的叙事方式使新闻传播成为强有力引导工具,“如何说,怎样说”成为现今传播者尤为关注的问题,它是有声语言新闻传播叙事方式价值取向和价值导向的前提。

针对当前有声语言新闻传播叙事方式而言,一线省市电台、电视台在叙事话语如何传播、如何表述新闻事件上,有了众多理论和实践上地探索。一些诸如“民生新闻”、“民生节目”的词在媒体上出现的频率日益增多,新闻界出现了“故事化”、“情节性”、“平民化”等修饰民生新闻节目的字眼。这些新闻传播的出现同传统的新闻叙事有别,具备一些典型的研究价值。同时其中一些典型的民生新闻节目(例如《南京零距离》)存在着一定的问题,同有声语言新闻传播叙事方式的规律有悖。

因而,本文以“民生新闻”有声语言为例,分析有声语言新闻传播叙述方式,一方面是考虑到“民生新闻”在当今新闻界普遍“走俏”的现状;另一方面,此类新闻同传统新闻播报相比在叙事内容、语言样态及文本结构方面有着一定的特殊性。

作为叙事主体的播音员主持人

从叙事者同叙事主体的关系来看,叙事者主要是指叙述事件的说话者,他不受任何限制,只要拥有语言能力就能进行叙事。有声语言新闻传播叙事主体要有客体——受众的参与,才能称之为有声语言新闻传播叙事主体。因而,有声语言叙事主体的行为特点和价值体系所体现出的观念意识往往显得

比较直观:由于有声语言新闻传播的叙事主体充当讲述事件的身份,又处在显现的形式当中,所以受众很容易判断他的态度。这种直观性特点主要体现在:有声语言新闻传播的叙事主体已不仅仅局限于自身价值体系和观念意识当中,它要同社会主流的文化价值体系相结合。

除此之外,由于有声语言的表现性及艺术性,对有声语言叙事主体又提出了更高的要求,那就是在表述新闻事件时,叙事主体的叙事话语又具备了语言艺术分寸的表现性。这种表现性对于叙事主体而言首先是要具备良好的语言表达能力及技巧。再次,我们要求叙事主体要具备一定的艺术语言表现力及感悟能力。

1. 有声语言新闻传播叙事主体的观念意识

观念意识作为业界经常提到的名词,它在我们当日常语言和学术语言中出现的频率是比较高的。“它的本来领域是政治理论,在这里它有时指隐藏的动机,有时指那些我们意识不到的、导致错误意识的因素,巴赫金用它指一种特定的观看世界的方式,一种力求得到社会意义的方式。”^①新闻语言叙事的责任在于呈现新闻事实,通过这种呈现,去体现主导观念意识,使受众得以感知叙事主体的个人意识同主导意识的交互。有声语言新闻叙事话语对社会的意义不只是在通过选择、界定、评价和解释等手段对原初的社会事实进行阐述,更在于通过意义化的语言实践过程将驳杂纷乱的世界条理化,通过有声语言去建构一个有意义的有关国家和社会的主流观念意识世界。因而,作为有声语言新闻传播,叙事主体的叙事话语所体现出的新闻价值带有强烈的主导性,也就是说叙事主体要所传递的新闻价值要同主流观念意识相一致。

新闻叙事话语是主流观念意识的栖息地,在人们意识当中,广播电视新闻始终作为党和人民政府的喉舌。叙事主体应当利用叙事话语把握叙事权利,恰当的体现叙事主体的集体意识从而更好的为广大的人民的利益服务。迄今看来,叙事主体、主导观念意识这两方面的结合才是有声语言新闻传播叙事方式行为层的最佳状态。

2. 有声语言新闻传播叙事主体的文化态度

在当今多元文化并存的情况下,体现主流文化价值对于整个时代而言具有强烈的现实意义。有声语言新闻传播作为大众文化传播的一个重要组成部分,叙事主体承担着主流文化传播的责任。作为有声语言“叙事”的叙事主体,叙事主体是有声语言的施动者,对有声语言有一定的驾驭能力,他的话语能够充分体现叙事主体的文化态度。

叙事主体向受众卑躬屈膝,一味的满足受众需求而不要有所甄别地去传播,就会丧失有声语言新闻传播的文化态度。可以说,一味的迎合大众也就自动解除了有声语言叙事主体道德义务的生存状态。我们可以称之为随俗或是媚俗,通俗上讲就是随大流,“随俗就是传统的、教育的、现行意识形态或者

① 华莱士·马丁著:《当代叙事学》,北京:北京大学出版社,2005年版,第152页

说是时髦的产物,是某种先于或外在于个人生活的产物。”^①新闻话语缺乏反思性和深刻性都来自于此。

我们倡导叙事主体话语的审美性,罗兰·巴特曾经在他的随笔中曾提到了“审美话语”这个概念,话语的审美在于这种审美活动提供给人的感觉,这种感觉不仅仅是视、听、触那样的感觉经验,也是观念或意念的感觉化,或者说是思想的现在进行时态的状况。现今来看有些新闻话语,由于缺乏对运动的细微性的把握,缺乏思想的进行时态,一些难登大雅之堂的语言频频出现在播音语言当中,这些难登大雅之堂、陈词滥调的话语本身就是不思想的一种表现,叙事话语中本身的修辞性和隐喻性对于语言本身的活动而言就是一种不间断的思想活动,审美话语本身固有的理性的、细微的、思想在场感本身所拥有的深刻话语就排斥了所谓新闻话语中的随俗。真实的,活灵活现的思想性话语始终处在有声语言新闻传播叙事方式的探索中,文化态度是叙事行为下叙事主体始终的追求。

作为叙事主体的播音员主持人分析

有声语言新闻传播叙事主体的行为是一种叙事行为,它是一种创造性活动,隐藏在叙事话语当中,包括有独特的叙述方式和叙述角度。这就造成了叙事主体的话语往往表现出的是一种个人化、角色化的叙事方式。

从现今民生新闻当中叙事主体的叙事行为来看,叙事主体在播报新闻当中体现着一种个人化和经验化的色彩。

在一些民生新闻当中,叙事主体作为新闻事件中的叙事主体,他是隐藏在叙事话语当中,以恰如其分的方式和角度对新闻信息进行述评,有时这种叙事活动有着较强的介入性。例如在《南京零距离》的一则报道中,主持人以自身儿时的过年经验谈起,进而转至记者的报道南京市民过年时的习俗,最后以总结性质的话语结束。在新闻的结语中叙事主体将自身经验融入到叙事话语的“先在的结构”中,加以分解、斟酌、改动、调整和完善,形成全面的结构。这种“先在的结构”和话语的完成之间存在着对应的张力,“先在结构”和介入性话语赋予整个结构以完整的世界意义和完整体验,给予受众以个人化,经验化的色彩。

在这种个人化和经验化的叙事行为当中,叙事主体的叙事行为是一个自我思想的外部投射。此时叙事主体如果以一个恰当的身份融入到了新闻事件当中,就会使整个新闻事件变得生动及有趣,这种叙事主体的叙事活动就值得提倡。但在叙事主体的行为介入到叙事话语时,不当的叙事行为有可能使叙事效果、观念意识的直观性减弱,甚至向相反的方向发展。叙事主体一定要注意把握语言叙事的“尺度”,恰当的表达新闻事件。叙事主体在新闻话语

^① 张颂著:《传媒语言引领价值的本土意义》,载《语言传播文论(第三集)》,北京:中国传媒大学出版社,2006年版,第156页

中并不仅仅代表了自我,同时暗含着自我在公众形象中的地位、自身语言在社会中的价值等一系列鼓舞受众和语言示范的直观性作用。这种直观性在民生新闻的叙事主体对新闻事实进行评述和总结中显得尤为明显。

笔者选取了《南京零距离》的一则新闻《没拿证的婚怎么离》,我们来看一看主持人对这则新闻的结语:

“我觉得这个王先生啊,恕我直言是个标标准准彻彻底底的法盲。包括这个片子的标题我都个人觉得值得商榷,什么叫做“没拿证的婚怎么离”。没有领证就根本不叫结婚!那就叫两个人在一块儿过,叫同居。事实婚姻不等于婚姻,这个问题我们应该搞清楚。他都没有领过结婚证哪来得离婚呢,你们俩就散伙不就拉倒了吗?还来问怎么离婚,我们再去领个证再去把它给撕了换成一个离婚证!纯粹是有病!”

这则新闻是否具备一定的新闻价值我们暂且不考虑,通过主持人的评述,我们能够明显的看出叙事主体在这一则叙事当中明显的介入性。其中对新闻人物王先生的态度,带有明显的介入性特点,而且话语特征显的很为“直观”,这种直观性的反映体现出的是一种不和谐,一种叙事主体和新闻人物的不和谐。不和谐的结果使整个新闻事件中的叙事效果及价值形态、观念意识的直观性减弱,甚至向相反的方向发展。

叙事主体同受众结合方能彰显出叙事主体,上文的叙事话语可以称的上是叙事主体同受众的不和谐。“有病”这个词的运用就是叙事主体对新闻人物的态度。法盲也好,无聊也好,既然这则新闻出现在大众视野当中,对民众的尊重是每个新闻工作者必要的道德准则。如果文中将“有病”这类词语来修饰新闻人物,实在是人格上的一种侮辱,势必影响叙事效果,甚至对叙事主体的观念意识产生置疑。

只有感受到叙事活动的价值、体恤大众的叙事主体才是成功的叙事主体,一切随感性流露而脱离理性思考的叙事行为都是不成功的。我们倡导创造性的叙事方式,但这种创造性活动并不是所谓的“标新立异”、“个性化”。我们的传播必须服从传播的需要,孤立的强调“个性化”容易导致自我的膨胀,失去对受众的责任感和关怀。

参考文献:

傅修延著:《文本学—文本主义文论系统研究》,北京:北京大学出版社,2004年版。

黄旦著:《新闻传播学》,杭州:浙江大学出版社,2003年版。

华莱士·马丁著:《当代叙事学》,北京:北京大学出版社,2005年版。

张颂著:《语言传播文论(第三集)》,北京:中国传媒大学出版社,2006年版。

张颂主编:《中国播音学》,北京:北京广播学院出版社,1999年版。

(作者单位:浙江萧山广播电视台)

中国电视新闻节目中的新闻专业主义呈现

徐寒 张萌

【内容提要】 本文从专业主义视角切入,选取《新闻联播》、《南京零距离》、《新闻调查》等主流个案,从宗旨、标语以及报道内容等面向审视中国电视新闻节目的社会特征与发展趋势。同时指出,在中国电视新闻节目中,新闻专业主义中“新闻自由”、“社会责任感”和“新闻客观性”等呈现有着不同于西方语境下的意义。

【关键词】 中国 电视新闻节目 新闻专业主义

专业(profession)和专业主义(professionalism)的概念源自社会学,西方新闻专业主义的思想起源于美国,作为新闻专业社会功能与角色的体现,新闻专业主义强调,传媒具有社会公器的职能,新闻从业者是社会的观察员、事实的报道者,新闻工作服务于公众利益。作为维护专业权利的方法和理念,新闻专业主义的前提是新闻自由,最高理想是传播真实、真相或真理。

中国电视新闻节目类别繁多,形态各异,本文研究范围界定在中国主流电视媒体,即国家领导下的中央级、省市级电视媒体的电视新闻中。根据新闻节目本身在体现专业主义上的不同特点,本文将中国主流电视新闻节目分为以下三类:联播新闻,民生新闻,调查新闻,并分别选取了三档具体的电视新闻节目(《新闻联播》、《南京零距离》、《新闻调查》),作为分析样本。

电视新闻节目宗旨、标语中的新闻专业主义

一般来说,电视新闻节目宗旨、标语的建立与执行,体现出电视新闻节目对新闻专业主义话语的诉求,以及在专业形象建构上的策略。电视新闻的节目宗旨可以看成是电视媒体为记者建构的专业理想,为节目本身塑造的新闻专业主义形象。新闻机构希望从业者遵循本节目的意识形态来开展工作,更希望公众接受用媒体话语建构的新闻节目形象,从而开拓并维护新闻专业主义的发展。不同的新闻节目有不同的节目宗旨,意味着有不同的专业化策略。

《新闻联播》是中国最重要、收视率最高、影响力最大的综合电视新闻节目,它在一定程度上反映了中国联播类新闻节目的现状,代表了中国电视新闻的形象。《新闻联播》的节目宗旨是“宣传党和政府的声音,传播天下大事”,节目功能与定位是“党、政府和人民的喉舌”。这样的宣称反映出《新闻

联播》服务于党、政府和人民,在党和人民之间起到中介作用,发挥宣传与传播功能。这样的节目宗旨也影响着新闻从业者对于职业角色的定位,对于自身新闻专业主义话语实践的认识。原《新闻联播》播音员赵忠祥曾说到:“我们就兢兢业业、谨谨慎慎、认认真真地工作,就是为了把国内外重大的新闻按照既定的原则和框架,恰如其分地传达给观众。这是我们日复一日的工作……我们口述再大的事情,都只是一个传递者,而不是一个参与者”。

《南京零距离》是民生电视新闻的代表。这档新闻节目在南京地区被称为“南京人的电视晚报”,节目宣传语为“南京零距离就在你身边”。它宣称要“为平民百姓服务”,并在节目宗旨上详细阐述了这项宣称:报道南京、服务南京、宣传南京。这些宣称反映出《南京零距离》制作新闻的诉求。它不仅希望新闻从业者要服务于人民,而且还赋予了电视新闻一种为人民说话以及帮助人民的使命。但同时,“服务人民”这一宣称和西方话语中的“服务公众”是有所区别的。从《南京零距离》的节目宗旨中,我们可以看出,这种宣称是“帮助人民解决可以解决的问题”,而不是作为“第四种权利”来服务公众利益,推动整个社会更深层次的进步与发展。

《新闻调查》是中央电视台最具深度的调查类节目。《新闻调查》的节目宗旨是“做真正的调查性报道”。它以记者的调查行为为表现手段、以探寻事实真相为基本内容,崇尚理性、平衡和深入的精神气质。节目致力于维护公共利益和公共的价值观念,促进社会的公正与和谐。这些宣称在节目的重要元素——出镜记者身上体现得更具体:《新闻调查》要求记者要有质疑的精神,平衡的意识,平等的视角,平静的心态。由此可见,《新闻调查》强调新闻的真实、客观,要求节目中的新闻从业者追求新闻事实真相,并担负起社会责任。

我们可以看到,这三类电视新闻节目一致的专业主义呈现是“服务人民”。这不仅反映了社会的影响力、市场的影响力,而且也反映出中国知识分子的使命感。如著名新闻史学家宁树藩所说,“中国新闻记者的出现,是在西方大炮轰开中华封建帝国大门之后。当他们的开始拿起笔杆的时候,他们的脚便踏在正孕育着巨大变动的大地上”。民族与国家的危亡,唤起他们强烈的社会责任感和历史使命感,令他们感受到并参与推进中国的不断激进化,而当代中国的新闻从业者仍然保留着这种知识分子的底色。而作为一种专业策略,电视新闻机构建构新闻专业主义不仅是为了给他们员工工作上的指导,也是为了树立电视新闻机构在公众面前的形象。换句话说,电视媒体希望公众知道一个专业的电视新闻节目应该具有的特点。使用标语和节目宗旨来告诉公众是一种方式,而通过电视新闻的媒体报道来推崇则是另外一种方式。

电视新闻报道中的专业主义呈现

在利用标语和编辑方针推崇专业主义之外,电视新闻节目通常还通过播