

21世纪媒介理论丛书

媒介与民生

电视民生新闻的理论与实践

■侯迎忠 著

中国传媒大学出版社

媒介与民生

电视民生新闻的理论与实践

■ 侯迎忠 著

（此处为书籍正文内容，因文字过小且为低分辨率扫描，内容无法准确识别，呈现为模糊的灰色块状。）

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介与民生：电视民生新闻的理论与实践 / 侯迎忠著.
—北京：中国传媒大学出版社，2008.12
(21世纪媒介理论丛书)
ISBN 978-7-81127-381-6
I. 媒… II. 侯… III. 电视新闻—研究 IV. G210
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 183456 号

媒介与民生：电视民生新闻的理论与实践

著 者 侯迎忠
策 划 欣 文
责任编辑 蔡开松
责任印制 曹 辉
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)
北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编 100024
电话：86-10-65450532 65450528 传真：65779405
<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司
开 本 670×970mm 1/16
印 张 16.5
字 数 210千字
版 次 2008年12月第1版 2009年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-381-6/G·381 定 价：48.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序

电视民生新闻在国内盛行已有六年多的时间,吸引了众多普通民众的目光,广受新闻传播学界与业界的关注。电视民生新闻的源头可以追索到1993年《东方时空》的开播,其《生活空间》子栏目提出“讲述老百姓自己的故事”的口号,其中所包含的平民意识和反映真情实感的基本内涵,无疑具有关注民生的价值取向。《东方时空》可以看作是中国电视新闻媒介回归新闻本源、回归平民化的开始,而电视新闻媒介大规模、大面积实践民生新闻则是2002年以后的事。2002年1月,江苏广播电视总台城市频道开播一档地方新闻栏目——《南京零距离》,随后,全国各省市雨后春笋般兴办了许多类似的电视新闻节目,标志着电视民生新闻真正开始大规模兴盛。

电视民生新闻的兴起与兴盛,是政治民生化、媒介市场化、传播平民化的时代产物,是地方电视新闻媒介在激烈的市场竞争中寻求突围与自我发展的重大举措。它不仅给地方电视台带来了良好

的经济效益和品牌价值,更重要的是形成了一种以平民化为导向,以记录百姓生存状态、现实需求、话语空间为主体内容,以人本化、接近性、互动性为传播策略,以人文关怀和社会责任为基本准则的新闻传播范式。电视民生新闻以独特的传播理念和价值取向,在内容生产、播报方式、服务性、话语平台及舆论监督等方面的大胆尝试,培育出一种新闻媒介与社会发展良性互动的关系,为现阶段我国电视新闻改革提供了极有价值的参照。

与此同时,我们应当看到,电视民生新闻在发展过程中也受到了市场利益与媒介伦理因素的影响,造成一些有碍自身发展、不利于社会和谐的不良倾向,消解了传统新闻的道德原则与立场。一些民生新闻在节目内容与形式上趋于肤浅、琐碎、庸俗与同质化,而以收视率为导向的片面作法又弱化了新闻媒介对社会公众的话语倡导功能,强化了对受众的迎合与误导,出现了低俗化和娱乐化的现象,其结果势必导致收视率、关注度与品牌影响力的下降,这是不利于电视民生新闻的可持续发展的。

新闻传播的基本规律告诉我们,单纯以形式吸引受众的电视新闻节目的生命周期是有限的,而缺少内容上的创新与深度,同样不会有长足的发展。电视民生新闻在经过了一段时间的繁荣,获取了一定的注意力资源之后,必然面临从内容、结构到形式的转型。因此,电视民生新闻的转型与可持续发展,是现阶段电视新闻媒介必须面对的一大关键问题,也是新闻传播学术界十分关注的一大话题。侯迎忠博士的这部专著,便是其中的研究成果之一。在攻读博士学位期间,侯迎忠就已经开始关注民生新闻问题,并注意从媒介生态学的角度,对民生新闻这一新的传播样态进行思考,采用多种研究方法探讨民生新闻的产生、兴盛、繁荣、问题与走势,做了大量的研究工作。本书是由他的博士论文完善而成,也是我主持的教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“新闻传媒发展与建构和谐社会关系研究”(项目编号:05JZD0026)的阶段性成

果之一。

本书运用媒介生态学的理论分析框架,将电视民生新闻这一特定传播现象放在媒介生态的大环境中考量,探寻民生新闻的内在规律及其未来走势。作者从传播外生态层面对民生新闻与政治民主化进程的互动关系进行讨论,分析了社会政治力量与民生新闻的相互制约与协调;通过对民生新闻与人文社会环境的关系研究,从受众研究、传播内容与传播效果分析层面对民生新闻与社会发展的良性互动进行了探讨;通过对民生新闻与市场竞争环境的关系研究,提出了民生新闻在目标市场转型与分化、栏目内容与形式创新、品牌构建等方面的发展对策;从传播内生态层面对民生新闻的传播内容、传播伦理、传播结构等现状与问题进行分析,提出了改进传播内容、规范传播伦理、平衡传播结构的策略与方法。在书中,作者还提出电视民生新闻可持续发展的内在要求在于:培养自我发展的能力、与社会协调发展的能力以及不断创新长远发展的能力。为此,要注重锻造自身品质、构建核心价值体系,拓展内容选择的广度和深度,加强社会责任感和舆论引导力,培育一种集人文精神、社会责任与职业理念于一身的电视新闻传播范式,努力成为引领社会主流价值观念的媒体。应该说,这一研究路径的选择是精到的、颇具创新意义的;其研究结论也是具有远见卓识的,富于启迪价值。

我国新闻传播业的发展已经步入文化产业化发展阶段,这一阶段的时代背景是与数字化紧密相连的。传播技术的不断发展在电视民生新闻中的主要体现是DV记录、短信参与、实时调查、SNG直播车现场报道,以及目前盛行的网络话语平台等,数字新媒体技术可以说占据了民生新闻的重要部分。这是从电视民生新闻的内部发展来看的。从外部环境来看,数字新媒体技术正在给民生新闻带来新的机遇与挑战。目前的数字新媒体技术已催生出新的媒介生态环境和媒介形态,那就是多媒体融合。在不久的将来

来,多媒体融合的趋势将会给电视民生新闻乃至电视新闻媒介带来什么样的变化,值得我们进一步关注与研究。

罗以澄

2008年11月于武汉大学

目 录

序 / 1

第一章 绪论 / 1

- 一、研究背景与问题的提出 / 1
- 二、本论题的研究现状 / 3
- 三、研究思路与研究假设 / 21
- 四、研究方法与基本框架 / 23

第二章 电视民生新闻概述 / 25

第一节 电视民生新闻界说 / 25

- 一、电视民生新闻的涵义 / 25
- 二、电视民生新闻的传播方式与特征 / 34
- 三、电视民生新闻的传播理念及其现实意义 / 36

第二节 电视民生新闻的发展历程 / 39

- 一、电视民生新闻的兴起 / 39
- 二、电视民生新闻的发展现状 / 53

第三节 媒介生态学理论框架下的电视民生新闻 / 57

- 一、媒介生态学理论概述 / 57
- 二、媒介生态学的主要理论框架 / 60
- 三、电视民生新闻的媒介生态学考察 / 64

第三章 电视民生新闻与政治民主化 / 70

第一节	政治民主化进程中的电视新闻媒介 / 70
	一、新时期中国政治民主化的历史进程 / 70
	二、电视新闻媒介与政治民主化 / 78
	三、政治生态环境与电视新闻媒介的现实局限 / 85
第二节	电视民生新闻推进政治民主化的途径与策略 / 87
	一、电视民生新闻中的舆论监督 / 87
	二、电视民生新闻与公共话语平台的构建 / 92
第四章	电视民生新闻与人文社会环境 / 111
第一节	电视民生新闻与人文精神 / 111
	一、人文精神的社会政治渊源 / 112
	二、电视民生新闻对于人文精神的现代价值 重构 / 118
第二节	电视民生新闻与媒介社会责任 / 121
	一、新闻媒介的社会责任解析 / 121
	二、电视民生新闻践行社会责任的表现形态 / 122
第三节	电视民生新闻与社会发展的良性互动 / 127
	一、城市化背景下电视民生新闻与社会发展的 互动关系 / 127
	二、电视民生新闻与社会发展良性互动的表 现形态 / 130
	三、受众研究视角下的电视民生新闻:对 《都市一时间》观众的实证调查 / 135
	四、对《都市一时间》播出节目的内容分析 / 143
第五章	电视民生新闻与媒介市场竞争 / 148
第一节	市场经济改革与电视新闻媒介市场竞争态势 / 148
	一、市场经济改革与媒介市场化、产业化进程 / 148
	二、电视新闻媒介市场竞争态势 / 153
第二节	电视民生新闻的市场竞争策略 / 163
	一、电视民生新闻的市场定位 / 163
	二、电视民生新闻的栏目创新 / 167

三、电视民生新闻的品牌构建 / 174

第六章 电视民生新闻的传播现状与发展对策 / 179

第一节 电视民生新闻的传播内容 / 179

一、电视民生新闻的内容生产及其缺陷 / 179

二、电视民生新闻传播内容的改进策略 / 187

第二节 电视民生新闻的传播伦理 / 195

一、电视民生新闻的伦理问题 / 196

二、强化职业理念 完善伦理规范 / 198

第三节 电视民生新闻的传播结构 / 199

一、同质化与结构失衡 / 200

二、电视民生新闻传播结构的平衡与协调 / 202

第七章 电视民生新闻的可持续发展之路 / 205

第一节 电视民生新闻的转型与可持续发展 / 205

一、可持续发展的涵义与内在要求 / 206

二、电视民生新闻的转型 / 208

三、电视民生新闻可持续发展的途径 / 212

第二节 数字新媒体时代电视民生新闻的发展趋势 及前景 / 217

一、数字新媒体技术条件下的多媒体融合 / 218

二、数字新媒体技术条件下电视民生新闻面
临的挑战。 / 222

三、数字新媒体技术条件下电视民生新闻的
发展机遇及其前景 / 224

附录：地方电视台民生新闻栏目选介 / 227

参考文献 / 245

后记 / 251

第一章 绪论

一、研究背景与问题的提出

我国当代民生新闻经过多年的发展,已经形成一定的社会影响力,广受社会大众喜爱,也是目前学界与业界共同关注与讨论的热点话题。电视民生新闻的兴起,既是政治民主化、媒介市场化与传播平民化的产物,又是中国新闻媒介“新闻本位”、“受众本位”观念的革新与强化。在构建和谐社会的时代背景下,“民生新闻”成为新闻媒介与社会环境形成良性互动的一种传播范式。平民化的传播理念与传播方式使民生新闻与普通老百姓的日常生活、喜怒哀乐紧密联系在一起,体现了“以人为本”、“三贴近”的社会政治话语与新闻媒介人文关怀、社会责任的价值认同。作为一种全新的新闻传播现象,电视民生新闻的产生有其深刻的时代背景,与当下的社会政治经济发展密切相关。政治方面的因素在于:党和政府“以人为本”的工作方针以及一系列亲民、为民政策的出台,为民生新闻的兴盛营造了良好的政策环境。经济方面的因素在于:新闻改革与传媒体制的变迁,催生出电视媒介市场竞争的空前张扬。电视内容产业结构调整以及新一轮电视频道竞争引发省级电视台新的策略选择。社会方面的因素在于:城市化进程中暴露的一系列问题,受众群体分化及其对信息需求的多元化等等。所

有这些环境因素造成电视民生新闻在全国各地迅速兴起。电视民生新闻诞生伊始,便带给民众全新的印象,本土化的新闻内容,人本化的播报风格;内容上锁定老百姓的生存状态、生存环境,关注与百姓生活息息相关,对群众有影响的事件及讯息;形式上充分利用现代传播手段,提高新闻报道的时效性、互动性,以拉近新闻媒介与社会大众的距离。随着电视民生新闻的兴盛与发展,不可避免地出现了一些问题,如:传播内容的平庸化、娱乐化、琐碎化、同质化等。另外,传播内容与形式的创新是新闻媒介发展的基本规律,电视民生新闻的健康发展需要自身的不断改进与完善,在获取了第一步的注意力资源,树立了自身的品牌之后,民生新闻面临着内容、风格、模式的调整,特别是传播价值的提升问题。目前的电视民生新闻正处于一个转折点,明确地说就是民生新闻向何处去的问题。这不仅仅是新闻传播业务层面的问题,也是电视民生新闻与社会环境的互动过程中,以及与其他新闻传播模式、其他新闻媒体的竞争博弈中必然会出现的问题。因此,跳出既往研究中仅仅关注电视民生新闻传播理念、方式、竞争策略等内生态问题的范畴,将观察的视角转向外生态,即民生新闻的社会政治经济环境,在媒介内外生态的双重视角中审视电视民生新闻存在的价值,以及今后的发展趋势,可以拓展我们的研究视野,也可以为电视民生新闻的转型探索出一条新的发展思路。媒介发展的内外环境构成新闻媒介特殊的生态环境,从生态学的层面考察媒介发展的现状与未来,是近年来国内外学术界研究媒介发展的新视角。邵培仁教授指出:“媒介生态观念是当代媒介生态学在市场经济条件下为建立人一媒介—社会系统的和谐关系和实现媒介生态系统良性循环而做出的新的认识和理性思考。确立正确的媒介生态观念,对于迎接市场经济的考验,与西方媒介巨人展开全方位的竞争,化解媒介生态危机,正确而科学地管理媒介,建立可持续发展的媒介

经济,都具有重要的意义和作用。”^①由此看来,从媒介生态学的角度对电视民生新闻的生存现状与发展前景进行研究,无疑有助于探讨民生新闻的健康、持续、协调发展问题。

二、本论题的研究现状

本书的研究取向在于以媒介生态学的视野研究电视民生新闻与社会环境的互动关系,因此,媒介生态学与电视民生新闻是我们思考问题的两条主要线索。国外关于媒介生态学的研究以及国内对于这一学术理论的引进与吸收,是我们首先必须关注的问题。

(一) 媒介生态学研究概述

“媒介生态”这一概念最早是由加拿大传播学者麦克卢汉在20世纪60年代提出来的。麦克卢汉(McLuhan)无疑是媒介生态学历史上最有影响力的人物之一,他所代表的多伦多学派的研究重点是寻求某一时代起主导作用的传媒科技与社会之间的关系,主要研究传媒对社会的影响、传媒与社会整合、社会变化的关系等问题。在具体的媒介研究中,我们可以将其作为分析媒介外生态或媒介间生态平衡、物种协调、互补、共存关系的理论依据。

1968年,纽约大学的尼尔·M·波兹曼在拓展媒介研究课程时,正式采用“媒介生态”这一术语,并将媒介生态学定义为“将媒介作为环境来做研究”,使之转变为媒介研究中的学术专有名词。波兹曼还是最早将媒介生态学研究在北美学术背景下机构化的创建者,他于1970年在纽约大学的教育学院设立了“媒介生态学研究”(Media Ecology Program)的博士和硕士学位课程。在波兹曼

^① 邵培仁:《论媒介生态的五大观念》,《新闻大学》2001年冬季号。

的学术领导下,再加上诸多对此持有共同兴趣的学者、思想家、作者和研究生的贡献,媒介生态学开始作为媒介研究的崭新领域而逐渐成型^①。较之麦克卢汉将传播技术作为影响传媒与社会关系的重要因素,波兹曼则更多地把媒介视为文化的一部分,认为媒介生态学是考察“传播媒介如何影响人们的知觉、理解、情感与价值”,以及我们如何就媒介促进或妨碍人的生存状态采取对策。因此,他对媒介生态的最直观的阐释便是“媒介作为环境”的判断。尽管对媒介生态学的理解存在不同的视角,麦克卢汉所代表的注重媒介外部生态环境的“多伦多学派”和波兹曼所代表的注重媒介内部生态环境的“纽约学派”仍然属于媒介生态学传统中的文化人类学取向^②。

另外一种典型的研究取向是符号互动论取向。美国亚利桑那大学法学院教授大卫·阿什德指出:传播生态(ecology communication)指的是各种论坛、媒介和信息渠道的结构、组织与可接近性。研究传播生态的挑战在于,发现一种视角,把信息技术、传播形式同传播行为(活动)连接起来。他将传播生态进一步分解成三个维度:“一种信息技术、一个传播范式、一个社会行为”。并相信传播生态能够解释我们的实在环境,即:“社会的和物理的环境”^③。关于媒介生态的概念,还有以下三种较为具体的定义:一种意见认为,媒介生态是关于媒介环境的研究,是关于技术与技巧、信息模式及传播符号在人类事务中扮演主导角色的观念,是关于技术决定论与技术演化论的研究。第二种意见认为,媒介生态是在20世纪以来社会迅速而剧烈变迁的背景下对作为环境的复杂传播系统的研究。第三种意见认为,媒介生态考察传播媒介怎样影响人类的感知、理解、情绪与价值,以及我们与媒介的互动是

① 林文刚:《媒介生态学在北美之学术起源简史》,《中国传媒报告》,2003年第2期。

② 支庭荣:《大众传播生态学》,浙江大学出版社2004年版,第5页。

③ [美]大卫·阿什德:《传播生态学:控制的文化范式》,邵志译,华夏出版社2003年,第8页。

怎样帮助或促进我们的生存机会的。简言之,就是对作为环境的媒介的研究”^①。综合来看,第一种意见是将媒介看作社会系统中的一部分,并与社会系统中的其他部分有着密切的联系,如:技术进步对于媒介传播方式与自身发展的影响等。而第二、三种意见似乎有着某些共同之处,即两者都将媒介及媒介的传播活动看作是人类社会化过程及社会活动中的外部环境及决定因素。

相对而言,国内的媒介生态学研究尚处于介绍、引进和吸收国外相关研究成果的时期。邵培仁教授较早开始关注并深入探讨了媒介生态学问题,他提出的“媒介生态学”和“传播生态学”等等概念为传播生态学学科体系的建构创造了条件。他提倡要树立媒介生态的五大观念,即:媒介生态的整体观、互动观、平衡观、循环观、资源观。认为确立正确的媒介生态观念,对于化解媒介生态危机,正确而科学地管理媒介系统,建立可持续发展的媒介经济,具有重要的意义和作用。“传播生态学要求人们确定媒介与环境,人与自然和谐相处的新型价值观和资源观,构建正确的信息传播与消费模式,建立科学的媒介经营与管理机制,确保生态的总体平衡和良性循环。”^②而国内第一本系统介绍与阐述媒介生态学的专著是支庭荣的《大众传播生态学》,在书中,作者分别讨论了“大众传播生态学的知识基础”、“媒介化与拟态环境”、“大众传播技术与组织生态”、“大众传播内容与形式生态”、“大众传播交往与行动生态”等内容,具有科学性和合理性。作者在引进并整合北美、港台关于传播生态研究的理论观点的基础上,从作为社会机构的媒介组织在社会系统中存在的几种联系的角度,阐释了传播生态的三个层次:中间层是传播原生态,传播活动和现象本身构成了一个生态系统。活跃于其间的媒介是传播生态系统的主体,这一部分是媒介人类学、传播与科技、媒介产业组织学研究的对象;内层

① 支庭荣:《大众传播生态学》,浙江大学出版社2004年版,第9页。

② 邵培仁:《论媒介生态的五大观念》,《新闻大学》2001年冬。

是传播内生态,传播活动和现象是个体甚至社会生存的“肌肤”,这一部分涉及道德和审美评价,也是传播社会学、新闻伦理学、媒介批评学、文化研究的对象;外层是传播外生态,传播活动和现象是更广阔的人与自然环境的一部分。这部分涉及制度安排,是传播政治经济学研究的对象。因此,传播生态是传播系统内部的组织、构成、冲突及其与个体、人群、社会大环境之间的互动与演化^①。作者运用演化经济学、生态学等跨学科知识,系统分析了大众传播组织演化、媒介种群竞争、媒介化与拟态环境、大众传播技术与组织形态、大众传播内容与形式形态、大众传播交往与行动形态等问题,对于媒介生态学学科体系的建构有相当大的贡献。

在上述两位学者之前,尹鸿教授可以说是最早关注到媒介生态这一概念,也是国内最早将媒介生态学研究取向用于电视媒介研究的学者。他指出:“媒介生态学关注的是与人的生存相关的动态的变化的媒介环境,媒介对人的作用,作用过程、方式,特别是人类如何限制、控制、修正对媒介的使用,以维护和保护一种健康而平衡的媒介环境,使人与媒介、媒介与人之间保持一种和谐互动的良性关系”^②。这与国外特别是北美媒介生态学先驱们以宏观的视角关注媒介生态的研究取向比较相似。2000年,张国良教授在上海开展了媒介生态方面的系列实证研究,重点针对受众的媒介接触行为进行研究,在《新闻记者》2000年7—9期连续发表了“上海市民与媒介生态”系列调查报告。其研究视角属于受众与传播效果层面以及媒介发展的外部生态环境。崔保国教授将媒介与环境的关系比作鱼与水的关系,并将媒介生态学的研究对象分为两大部类:“一个部类是以媒介为中心展开的,研究媒介与其生

^① 支庭荣:《大众传播生态学》,浙江大学出版社2004年版,第11~14页。

^② 尹鸿:《电视媒介:被忽略的生态环境——谈文化媒介生态意识》,《电视研究》1996年第5期。

存发展环境问题的媒介生态学;另一个部类是以人类为中心展开的,研究人与媒介环境问题的媒介生态学,可能把这类研究称为媒介环境学更恰当。这两方面的内容构成一个完整的媒介生态学体系。人与媒介环境的研究是把媒介环境作为社会信息系统的—个子系统来研究,研究它的运作规律及其与人的相互关系;媒介与其生存环境的研究则是把对媒介的生存发展影响巨大的社会政治经济和人文环境、市场竞争环境等作为一个生态系统研究,研究媒介与此之间的互动问题。美国的媒介生态学研究接近于前一种研究,日本的媒介环境学研究也侧重于这种研究;而我国学者对媒介生态学关注和研究则更倾向于后一种研究。”^①刘建明教授在研究目前新闻学的前沿问题时讨论到了媒介生态问题。他认为媒介生态是审视媒介发展环境的一种观点,媒介体系与制约其发展的若干因素,构成相互依存与演变的生态系统,同类媒介之间的依存关系称之为媒介内生态,异类媒介间的依存关系称为媒介外生态。内生态层是指同种媒介内部的生态结构,表现为多个媒介的技术构成、管理体制及信息传播活动的能量比例^②。这种关于媒介内外生态层次的划分主要侧重于考察媒介种群之间的相互依存关系,而不是媒介种群与外部环境之间的关联。因此,还是属于我们所讲的媒介内生态的范畴。

单波、王冰发表在《新闻与传播研究》2006年第3期上的《西方媒介生态理论的发展及其理论价值与问题》一文^③,对媒介生态理论的起源、发展、沿革、理论基础、基本框架以及媒介生态理论对于传播研究的参考价值和存在的主要问题进行了系统的梳理,可以看作中国学者引进、吸收、推介、评价媒介生态学的学理性概括。还有一些研究则呈现出以媒介发展过程中的现实问题为研究对

① 崔保国:《媒介是条鱼》,《中国传媒报告》2003年第2期。

② 刘建明:《新闻学前沿》,清华大学出版社2005年版,第305页。

③ 单波、王冰:《西方媒介生态理论的发展及其理论价值与问题》,《新闻与传播研究》2006年第3期。