

宫承波 刘逸帆◎主编

电视新闻频道 发展研究

——兼论新媒体时代电视新闻的生存空间



中国广播影视出版社

宫承波 刘逸帆◎主编

电视新闻频道 发展研究

——兼论新媒体时代电视新闻的生存空间



中国广播影视出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视新闻频道发展研究：兼论新媒体时代电视新闻的生存空间 / 宫承波，刘逸帆主编. — 北京：中国广播影视出版社，2016.6

ISBN 978-7-5043-7658-9

I. ①电… II. ①宫… ②刘… III. ①电视新闻—新闻工作—研究—世界 IV. ①G229.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第061985号

电视新闻频道发展研究

——兼论新媒体时代电视新闻的生存空间

宫承波 刘逸帆 主编

责任编辑 史闻峰

装帧设计 亚里斯

责任校对 张 哲

出版发行 中国广播影视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

微 博 <http://weibo.com/crtip>

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 415(千)字

印 张 21

版 次 2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7658-9

定 价 52.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

编 委 会

主任委员 张君昌 王 甫

主 编 宫承波 刘逸帆

副 主 编 王维砚 张学成

执笔人员

上篇

第一章 薄 璐

第二章 傲敦通拉嘎

第三章 张学成

第四章 王维砚

第五章 陈 雪

中篇

第六章 王 杰

第七章 吴星辰

下篇

第八至十一章 王维砚

上 篇

第一章

CNN：世界上第一个 24 小时电视新闻频道

第一节 CNN 诞生发展及频道组成	4
第二节 新时期的传播策略	16
第三节 经验与教训	27

第二章

FOX：新闻频道娱乐化发展的成功案例

第一节 FOX 新闻频道发展历程及现状	39
第二节 频道发展策略研究	60
第三节 对新闻娱乐化发展策略的思考	70

第三章

BBC：公共服务与新闻专业主义的先驱

第一节 BBC 发展历程回顾	74
第二节 BBC 新闻频道研究	92
第三节 经验与教训	104

第四章

半岛电视台：战争报道中崛起的传媒黑马

第一节 半岛电视台阿语新闻频道	110
第二节 半岛电视台英语新闻频道	121
第三节 成功之道与发展之困	127



第五章

NHK：观察亚洲的新闻窗口

第一节 NHK 与 NHK World TV 的诞生	140
第二节 NHK World TV 发展现状研究	153
第三节 经验与启示	161

中 篇

第六章

凤凰卫视资讯台：环球视野下的华语之声

第一节 凤凰卫视资讯台的创立与发展	172
第二节 新时期的传播策略	179
第三节 经验总结与问题分析	183

第七章

中央电视台新闻频道：后起的国家级强势华语媒体

第一节 央视新闻频道的开播	200
第二节 初现峥嵘：央视新闻频道起步时期（2003—2005）	215
第三节 方兴未艾：央视新闻频道发展时期（2006—2008）	232
第四节 勇攀高峰：央视新闻频道成熟完善期（2009 至今）	248
第五节 现状与不足	257

下 篇

第八章

新媒体环境下的电视新闻媒介生态重塑

第一节 新媒体与新媒体新闻	265
第二节 新媒体环境下的电视新闻媒介生态重塑	269
第三节 媒介生存空间	275

第九章

坚守与创新：电视新闻生存空间的维护

第一节 电视新闻内容传播的提升策略	277
第二节 电视新闻内容传播的整合策略	285

第十章

转型与重构：电视新闻生存空间的再造

第一节 电视新闻传播理念的转型与重构	289
第二节 电视新闻视觉语言的转型与重构	300
第三节 电视新闻听觉语言的转型与重构	309

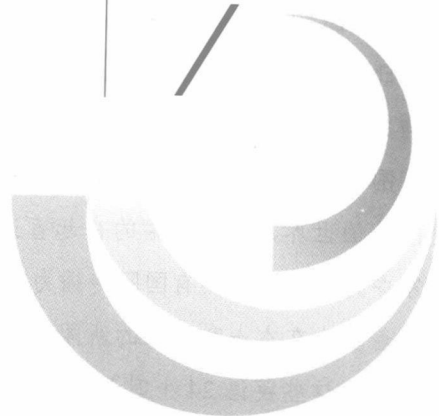
第十一章

变革与开拓：电视新闻生存空间的拓展

第一节 电视新闻传播策略的变革与开拓	316
第二节 媒介融合视域下的电视新闻生存空间	321

主要参考文献	324
--------------	-----

／ 上 篇 ／





电视诞生于遥远的 20 世纪 20 年代。自问世以来，为观众传递消息、播发新闻，一直是电视媒介承担的一项重要功能。在过去，全天候播出电视节目、24 小时不间断直播电视新闻、把讯号发送到世界各地，那简直是不敢想象的事。进入 80 年代以后，随着电视制播技术的改进、电视新闻业务的成熟以及卫星电视的发展，24 小时新闻频道诞生的技术条件已经具备。

美国是传媒十分发达的国家，得益于先进的技术、宽松的土壤，世界第一家 24 小时电视新闻频道——CNN（美国有线电视新闻网）就孕育在此。从最初的不被看好到后来的业界标杆，CNN 逐渐成为后来者竞相追逐的对象。在美国本土，有 FOX（福克斯新闻网）、MSNBC（微软全国广播公司）这样的新闻巨舰与之厮杀；在世界其他地方，更有像 BBC（英国广播公司）这样的享誉全球的老牌媒体与之分庭抗礼。

日本二战以后经济发展迅猛，跻身发达国家行列，在亚洲乃至世界都拥有巨大的影响力。日本 NHK（日本放送协会）采用与 BBC 类似的公营体制，二战以后成为区域范围内颇具实力的媒体。而同样身处亚洲的半岛电视台（Al Jazeera），则选择了立足阿拉伯世界，通过不懈的奋起直追，终于获得了“海湾 CNN”的赞誉。作为发展中国家中为数不多的具有国际传播力的媒体，半岛电视台正在以不同于西方媒体的视角，解读着发生在本土和外域的新闻事件。

以上这些英语 24 小时新闻频道（个别频道包含本国语言），虽然成功道路不同、制胜方法各异，但综观其发展路径，依然是有法可循的。

没有哪家新闻媒体不把做好新闻和维护品牌作为首要任务。当重大新闻或者突发事件发生时，时效性、准确性、排他性被摆在了突出位置。谁家的新闻更快、更准、更独家，谁就会在新闻战场上斩获殊荣，这将给一个电视台带来远远超过其所获得的物质收益——品牌效应。

走差异化路线是关键。在激烈的媒体竞争中，要使自己更胜一筹，绝对不能盲目模仿跟风，要避免同质化。比如 FOX 新闻，走的就是跟其他媒体不同的娱乐化路线。FOX 的新闻主播观点犀利、点评大胆、语言新锐，给人耳目一新的感觉。半岛电视台则以中东地区事务报道为主轴，形成了别样的新闻报道维度，风格上跟西方主流媒体有所区别。

国际视野，全球表达。大获成功的电视新闻频道往往采用的是英语。这与英语在全球使用的广泛性是密切相关的。然而这个命题反过来推导却是不成立的。一个新闻频道要想在世界立足，还须具有国际视野。在这一点上，BBC做出了很好的诠释。BBC十分注意跨越文化、宗教等观念上的壁垒，这归功于BBC遣词造句时所秉持的客观中立的立场、不偏不倚的新闻写作手法。但凡世界级新闻媒体，无不在积极扩张自己的新闻帝国的同时，争夺看不见的文化版图。

总之，树立品牌、差异化竞争、全球化视野是电视新闻频道沙场角逐的制胜法宝。如今，新媒体时代已经到来，这对电视新闻频道来说，既是挑战，也是良机。如何应对挑战，把握机遇，成为当前各大媒体共同面对的课题。



第一章

CNN: 世界上第一个 24 小时电视新闻频道

第一节 CNN 诞生发展及频道组成

享誉全球的 CNN，全称为 Cable News Network，是美国第一家 24 小时不间断进行新闻报道的有线电视新闻网，成立于 1980 年，创始人泰德·特纳（Ted Turner）。它从美国南部崛起，创立之初连年亏损，曾一度陷入破产困境，不为业界同行认同，但又曾在多次重大报道中崭露头角，异军突起，成为美国最大的专门报道新闻的电视公司，同时也是世界最早出现的国际电视新闻频道。继在美国创办第一个 24 小时电视新闻频道并向美洲国家播放新闻之后，CNN 又开始进军欧洲和亚洲市场，不断扩张其新闻事业。如今，它已过而立之年，这个最初被人们戏谑为“鸡肉面条网络”（Chicken Noodle Network）的电视台，覆盖全球 200 多个国家和地区，以 12 种语言播出，拥有 10 亿观众。毋庸置疑，CNN 是新闻传播全球化与区域化的时代先锋，它所创造的价值和蕴含的巨大意义必将给媒介变革带来广泛而深远的影响。

一、CNN 的诞生与发展

从组织筹建到顺利开播，CNN 仅用了 374 天。从最初播音到称雄世界，它却走过了一条曲折的道路。

（一）特纳的奋斗与 CNN 的诞生

说到 CNN，就不得不提到它的创始人泰德·特纳（图 1-1）。特纳是个媒体天才，被人们称为“南方的喉舌”。他脾气败坏又怪诞，他讨厌新闻，觉得播放娱乐新闻更赚钱，没人爱看新闻，新闻里只有强奸和谋杀。^①然而，CNN 便是在这样一个叛逆却有着极大魅力的天才手里诞生的。

^① [美] 里斯·舍恩菲尔德：《铸造 CNN》，机械工业出版社 2004 年版，第 8 页。

从计划、组织、成立到开播、发展, CNN 与特纳都有着密切的联系, 他喜欢的一句话是: 在潮流面前, 人们或急流勇进, 或被动跟从, 或遭淘汰抛弃。^①事实上, 起初特纳并不是什么著名的新闻人物, 应该说他对运动更有兴趣。作为世界级帆船运动员, 他勇于创新、敢于冒险, 正是这种精神让他成就了 CNN。

1938 年 12 月 19 日, 泰德·特纳出生在美国辛辛那提的一个富裕家庭, 父亲是一位有着百万资产的企业家, 性格怪异, 且极具宗派倾向。特纳的童年孤独寂寞又缺少家人关爱, 父亲的高傲和古板让儿时的他蒙受了巨大阴影。特纳从小养成了叛逆的性格, 不喜欢父亲做出的安排但又不敢违抗。大学生活让特纳变得堕落, 最后终因无视校规、频惹事端被学校开除。退学之后的特纳无路可走, 只能回到父亲的广告公司工作, 父亲非但没有让特纳受到特殊待遇, 还让他从最底层的广告推销员做起。不过, 特纳具有精明的商人头脑, 再加上疯狂的工作强度, 半年之内他便一举成为了全公司业绩最好的推销员。公司的销售主管霍德森·爱德华这样评价特纳父子: “他们父子俩是何等的相像, 两人几乎不可能在一间屋里平和地待上 10 分钟, 很快就会听到彼此冲着对方的喊叫, 为各自的主张互相争辩, 但他们却是谁也离不开谁。”^②

好景不长, 1963 年特纳的父亲突然自杀身亡, 留给特纳的只有其苦心经营的广告产业和复杂的债务。特纳善于把握机会, 运用非常规手段同债主打交道, 是“常常不按套路出牌”的典型。他用一年的时间整顿了特纳广告公司, 到 60 年代末, 特纳终于将这一烂摊子经营成为该地区的广告业龙头。

20 世纪 70 年代初, 美国的电视业发展前景广阔。1970 年, 特纳斥巨资买下了亚特兰大一家即将破产的 UHF 电视台, 并给它换了个新名字——WTCG (特纳通讯集团电视台)。随后, 他又买下了每月亏损 3 万美元的美国电视 17 频道, 并将电视网分布在亚特兰大郊区, 同时建立了特纳通讯集团公司。17 频道是一家濒临破产的电视台, 发射讯号十分微弱, 收视率极低。为改善 17 频道的收视情况, 特纳曾尝试用微波传送信号, 但效果很不理想。1976 年特纳斥巨资买下了归时代公司所有的一颗卫星, 利用卫星传送电视信号。至此, 17 频道成为当时全美第二家使用卫星传送节目信号的电视台, 该频道的节目覆盖 47 个州的 200 多万家庭, 收视率以每月 5 万户的速度上升, 盈利额达 4000 万美元, 频道影响力也不断提升。接着, 特纳又买下了亚特兰大勇敢者队 (棒

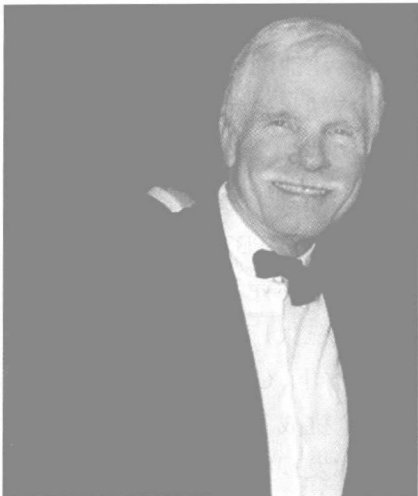


图 1-1 CNN 创始人: 泰德·特纳

① 王宇:《传媒巨子和他们的王国》, 中国国际广播出版社 2006 年版, 第 195-196 页。

② [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》, 上海财经大学出版社 2007 年版, 第 39 页。



球队)、亚特兰大鹰队(篮球队)和亚特兰大火焰队(曲棍球队)^①的赛事直播权,这些比赛让他的电视台拥有了更多的观众数量。

特纳将这种卫星发送的电视台变成了在当时广为流传的超级电视台,内容囊括了新闻、特殊事件、黄金时间的成人节目和儿童节目等多种类型。1979年,他的超级电视台延伸到了最偏僻的加拿大小镇,受到了当地人的普遍欢迎。这时,特纳把他的企业改名为WTBS(World Turner Broadcasting System),即特纳广播集团。

不过即使是超级电视台,特纳的全部家当加在一起也比不过当时独霸美国几十年之久的三大广播公司——美国广播公司(ABC)、全国广播公司(NBC)和哥伦比亚广播公司(CBS)。然而,生性爱冒险的特纳永远不知满足,他的风格是“继续寻找下一个挑战。你的机会不大,也要尝试每件事情。不要停止,跌倒了,爬起来,再跌倒,直到你发现自己在与风赛跑”。^②于是,特纳把视线放在了24小时新闻报道这一并不被人看好的领域,然而,他的想法遭到公司大多数员工的反对。那时一般人都觉得电视新闻节目收视率低、制作费用高,只能赔钱。当时美国三大电视网经营时数有限的新闻节目,一年还亏损1.5亿美元。市场调查结果显示,当时的人们对24小时电视新闻节目并不感兴趣。特纳却说:“飞机没制造出来之前,你去调查一下,看看有多少人愿意坐飞机!”^③没有人劝得动特纳,只能“任其妄为”,当时谁也不知道这种电视新闻的命运,就连特纳本人也说:“我做CNN主要是看它能不能成功。”^④

CNN开播的消息一传出,便受到了电视界很多人的质疑,甚至广播行业都讽刺CNN为“鸡肉面条网络”,更有人蔑称其为“鸡零狗碎电视台”。为实现24小时电视新闻报道的梦想,特纳投入了3500万美元的资产,这几乎卖掉了所有值钱的家当。

1980年6月1日,CNN在一片质疑声中创立,开始了24小时全天播报电视新闻的历程,并从此改写电视新闻报道有限时数的历史。那一天,特纳为CNN举办了一个露天酒会,邀请了数百名来宾,10英尺的喷水柱在军乐队演奏的《更近我主》(*Nearer My God To Thee*)乐声中显得更加魅力四射。特纳跟大家说:“CNN会一直播出,除非世界末日到来。就算那一天真的到来,我们也会在报道完这条爆炸性新闻以后,一边演奏着《更近我主》,一边关机。”^⑤

CNN建立的地点是亚特兰大,与发达的传媒之都曼哈顿相比,有着极大的文化差异。就连CNN总裁吉姆·沃尔顿后来也回忆说:“在许多方面,它就像蛮荒的西部。”^⑥亚特兰大不是美国的新闻中心,刚开播的CNN观众订户只有170万,远远不足特纳早期预计的一半;而且在最初的半年中,CNN每月的净亏损额高达200万美元,三大电

① [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 5 页。

② [英]露西·金·尚克尔曼:《透视 BBC 与 CNN》,彭泰权译,清华大学出版社 2004 年版,第 91 页。

③ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 6 页。

④ [英]露西·金·尚克尔曼:《透视 BBC 与 CNN》,彭泰权译,清华大学出版社 2004 年版,第 85 页。

⑤ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 192 页。

⑥ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 7 页。

视网根本不把 CNN 放在眼里。另外，编辑队伍严重缺乏经验，一半的人都是刚从大学毕业的新手，另一半也只不过是一些或边远或鲜为人知的电视台里的无名小卒，只能边学边做。在 CNN 最艰难的时候，特纳四处筹款以维持电视台的正常运转，他总是从办公桌抽屉里拿出一把手枪，顶着自己的头对可能借给他钱的人说：“我要开枪了，如果你不给我钱，我横竖都是一个死。”^① 虽然是玩笑，但可以看出特纳办好 CNN 的决心与勇气。然而，这场与三大电视网，甚至是与全美所有电视台的新闻恶战才刚刚开始。

CNN 开播刚三个月便遇到了很大的麻烦。竞争对手哥伦比亚广播公司的子公司——美国无线电公司（RCA）的通讯卫星发射失败，而 CNN 恰好租借了其中的一个卫星转发器，没有转发器，其他方面的努力都功亏一篑。气急败坏的特纳只好诉诸法律，几经周折无线电公司才最终同意双方谈判。然而在谈判的关键时刻，特纳却抛下了 CNN 的烂摊子，驾着他的“顽强者号”参加了一年一度的“天网杯”帆船比赛。特纳狂风把 30 艘船只打沉海底，公司总部与特纳失去了联系，人们都以为他就此葬身大海，就在这时，电话那边突然传来了特纳洪亮而清晰的声音，他驾驶的帆船不仅安全到达终点，还取得了比赛的胜利。

回到谈判桌前，特纳无法容忍无线电公司的拖沓推诿，他怒骂道：“这场比赛我奉陪到底，假如我输了，你们也绝不会好过，我要叫你们活不下去！你们的总裁是不是不了解你们今天对我说了些什么？假如他知道了，你们的饭碗肯定不保！”“我会与你们公司抗争到底，使你们的股票一文不值！我经过的风浪多得是，哪一次不是我最后取胜的？”^② 特纳的话让在场的人目瞪口呆，与母公司的利益相比，他们遇到的对手更为强大，无线电公司只好妥协，CNN 获得了转发器。这次谈判为 CNN 带来了今后生存与发展的良机，也在 CNN 成长历程中留下了难忘的回忆。

在肯尼迪执政期间，美国开始设立白宫记者团，但只有国内一流的大众媒体才能进入白宫对政府及总统事务进行报道。为了能采访到重要的政治新闻，CNN 愿不惜一切代价获得进入白宫报道新闻的席位。但是，作为美国电视媒体垄断组织，三大电视网制造种种借口阻碍 CNN 的计划，白宫方面也不顾情面，拒绝接受 CNN 采访。

得知这一情形，特纳采取强硬对策，他以“违背新闻自由”和“妨碍有线新闻网公平交易权”为由向法院起诉，控诉白宫设立记者团违反了《公平交易法》，连带将当时的美国总统里根（Ronald Wilson Reagan）、里根的新闻秘书布莱德（James Brady）以及国务卿黑格（Alexander Meigs Haig）一同起诉。特纳还在华盛顿租下了一家戏院，专门播放有线新闻的特别节目——《电视：道德的战场》，指控三大电视网的不法和垄断行为，并为众议院的议员免费安装天线保证他们收看。另外，特纳还打算向国会请愿，要求就美国三大电视网“污染美国人心”一事进行调查。八个月后，

① [美] 里斯·舍恩菲尔德：《铸造 CNN》，机械工业出版社 2004 年版，第 10 页。

② [美] Tony Tang：《全球最大的新闻频道 CNN》，上海财经大学出版社 2007 年版，第 12-13 页。



法院判 CNN 获胜，并同意 CNN 在白宫记者团拥有一个高级记者的席位。这一次的胜利对 CNN 来说是一个重要的转折点，标志着未来的 CNN 将与三大电视网平起平坐。

1981 年里根总统遇刺事件的报道让 CNN 名声鹊起。当获知这一消息，CNN 立即让主持人伯纳德·肖尔进行特大事件的重要新闻报道，这一报道比其他广播网早了 2 分钟，比三大电视网早了 4 分钟。CNN 首位总裁瑞斯·熊费德不顾行规将 ABC 播出的枪击录像带转录下来在 CNN 上播报，尽管气坏了 ABC 的经理们，熊费德还是指导 CNN 进行了连续 29 小时的独家报道，让观众在第一时间了解整个事件的全过程以及里根总统的身体状况。三大电视网停止播报后，CNN 继续坚守岗位，许多地方台则开始转播 CNN 的新闻。

1982 年 1 月 1 日，CNN 二台（CNN Headline News）开播，领先美国广播公司和西屋公司联合于 1982 年 4 月 1 日开播的卫星新闻频道 3 个月时间。CNN 利用时间差抢占市场商机，与 150 万个家庭直接连接，并以最快的速度将新闻摘要发送到 87 个广播电视台，其中 66 个是三大电视网的附属台。特纳用 2500 万美元交换了 750 万个订户，这使 CNN 的竞争对手感到无可奈何，西屋公司的卫星新闻频道在开播一年后就亏损了 6000 万美元的投资额。^①

1983 年，CNN 又连续报道了韩国航空公司 007 号班机被苏联空军击落、美国驻贝鲁特海军战队司令部被炸、美军入侵格林纳达等一系列消息，进而被美国国家广播协会授予了 PEABODY 奖，CNN 的初步胜利引起了同行们的极大关注。

1985 年 6 月，中东发生一起劫机事件，美国环球航空公司的 847 航班被恐怖分子劫持。经过政府与恐怖分子之间 17 天的谈判，恐怖分子最终在贝鲁特释放了 39 名美国人质。CNN 对这 17 天的谈判过程进行了连续的电视直播，连美国政府的决策者都是通过 CNN 的报道来了解这一事件的，这些报道成为决策者们做出决定的重要依据。这次直播是 CNN 所做的第一个重大突发性国际新闻报道，它为 CNN 赢得了更为理想的观众数量。

1986 年 1 月 28 日，“挑战者号”航天飞机第十次发射在肯尼迪发射中心进行。当地时间 11 时 38 分，“挑战者号”准时点火、升空，而在短短的 1 分 40 秒之后，航天飞机突然在空中爆炸，所有人的目光同时转向了这架航天飞机。CNN 将爆炸的整个过程拍摄下来，并作了实时转播，CNN 现场直播的报道实力又一次凸显。

从 1982 年 4 月 1 日 CNN 无线广播电台开播到 1985 年 9 月 1 日 CNN 国际台开播，再到 1988 年、1989 年国际台增加多语言新闻播报，CNN 的影响力逐年攀升。另外，1987 年 10 月 16 日的“黑色星期五”全球股市大崩盘事件、1988 年泛美 103 航班被炸、亚美尼亚大地震、“伊朗门”危机、阿拉斯加石油污染事件、1989 年美军入侵巴拿马事件以及 1991 年苏联强硬派上演针对总统戈尔巴乔夫的政变，CNN 都做了翔实的报道。1989 年美国的一次民意测验表明，观众对 CNN 的喜欢，已经远远超越了长期占据统

^① [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》，上海财经大学出版社 2007 年版，第 16 页。

治地位的美国无线电公司(RCA)。^①

(二) 海湾战争报道的完胜与 CNN 的发展

CNN 的建立成为美国乃至世界电视新闻史上的奇迹,一位新闻机构的主席这样评价 CNN 的诞生:“你一直期盼着这样(全部播放新闻节目的电视网)的事情发生在纽约或洛杉矶,但是却在南部的亚特兰大突然出现了这样一个电视网。相比之下,其他的机构显得非常保守。他(特纳)既有勇气又有风格,最重要的是他敢于冒险,我对他的成就极为赞赏。”^②1987 年,PEABODY 奖评委会称 CNN 是“创世纪的电视频道”。1991 年的海湾战争给 CNN 提供了一个展现自己的广阔舞台,在这次报道中 CNN 取得了完胜。

1991 年 1 月 16 日格林威治标准时间 23 时 35 分,海湾战争在中东打响。三大电视网的记者纷纷出动进行报道,但由于战争爆发后,伊拉克和科威特境内的国际电信线路全部被切断,世界各国派驻在战区的上千名记者只能靠伊拉克通往约旦首府安曼的一条电话线路与外界联系。各大电视网的记者们只能望战兴叹,ABC 的葛瑞·谢波德说完“现在显然正在进行空袭,天空中火光四起”便没了踪影。更令人失望的是,CBS 的主持人丹·拉瑟(Dan Rather)始终没有与巴格达的特派记者联系上,只好一句带过:“根据美联社的报道,中东已经开战。”

海湾战争爆发之前,萨达姆就将所有媒体驱逐出境,但 CNN 却未雨绸缪,以每周 1.5 万美元的高价租用了伊拉克的军事设备进行战争报道,又以 30 万美元的价格买下了 6 台卫星电话,获得了卫星专线电话的独家使用权。海湾战争的主体部分一共打了 1 个月零 12 天,虽然每分钟 8 美元的卫星电话通话费使 CNN 的总开销高达 2500 万美元,但却换来了收视率的空前高涨。

CNN 的记者伯纳德·肖尔出现在电视屏幕上,他用夸张、幽默的语言向人们描绘了当时的现场:“炸弹爆炸声像波涛一样每 15 分钟左右席卷一次,飞机投下炸弹后飞走了。你可以感到爆炸的炽热气浪一阵阵扑面而来。现在夜空闪耀,如同白昼,在我们西南方仿佛有成千上万只萤火虫在飞舞。我们马上爬到窗户那边去,把话筒伸过去,好让观众们清晰地听到我们今夜听到的声音……”^③随后,霍利曼、阿内特与肖尔并肩作战,奏响了长达 17 小时的战争报道凯歌。

战争的第一天,仅在美国地区就有超过 6100 万家庭,约 1.5 亿观众收看了老布什总统(George Herbert Walker Bush)的谈话,这是美国电视史上收视率最高的单条新闻。^④美国总统布什和伊拉克总统萨达姆都在各自的住处将电视机调到了 CNN 频道,随时了解战况。美国中央情报局局长威廉·韦伯斯特(William H. Webster)通过间谍卫星了解

① 王宇:《传媒巨子和他们的王国》,中国国际广播出版社 2006 年版,第 196 页。

② 王伟:《镜头里的“第四势力”——美国电视新闻节目》,北京广播学院出版社 1999 年版,第 142-143 页。

③ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 20 页。

④ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》,上海财经大学出版社 2007 年版,第 21 页。



到伊拉克发射“飞毛腿”导弹的消息，当美国国家安全事务顾问斯考克洛福就导弹落地位置这一问题向韦伯斯特发问时，韦伯斯特毫不犹豫地说：“我们打开电视看看就知道了，CNN 说它会落在什么地方就会落在什么地方。”^①

CNN 及时深入的报道一定程度上影响了国家军事和外交决策，它成为各国政治家了解国外政治决策必不可少的媒介渠道。美国哥伦比亚大学新闻学院副教授金格尔德说：“CNN 不但改变了普通新闻及电视新闻的本质，而且也改变着战争及外交的本质。”^②特纳这样说过：“现在安理会的议程也由我们 CNN 制定，我们的镜头到哪里，安理会就要讨论到哪里。”^③海湾战争使 CNN 成了举世瞩目、家喻户晓的电视媒体，它在世界政治、军事、经济、文化等多方面都产生了深远影响，当时有评论称：“海湾战争有三个参战者——老布什、萨达姆和 CNN。”足见 CNN 在政治、军事等领域的影响力。

以海湾战争为契机，CNN 租用了 10 颗通讯卫星组成了更加庞大的全球电视传播网，覆盖 200 多个国家和地区约 10 亿观众。《华尔街日报》曾报道说，由于 CNN 报道海湾战况既迅速又充分，它的收视率激增，在欧洲的收视率从战前的 15% 飙升至 85%。^④当时一项民意调查表明，观众对 CNN 的喜欢程度，已经远远超过了有极大影响力的三大电视网。CNN 成为仅次于迪斯尼、柯达和奔驰的第四大世界名牌。

战争结束后，世界各国高度重视卫星直播电视的发展，相继有 20 多个国家开办了共 50 多座国际卫星台，每天播出 300 多个节目，观众覆盖达全世界人口的三分之二。截止到 1991 年，CNN 总部已经建立起了 12 架卫星天线设备，向 265 个广播电视塔提供新闻的每日新闻供应社囊括其中，成为拥有 600 个分台的广播电视台和拥有西班牙语广播电视台的传媒巨子。

CNN 的新闻报道对美国政治、军事决策的影响并不总是积极的，在有些情况下也给美国政府施加了不小的压力。1992 年，索马里西德政府倒台后，索马里陷入军阀混战之中，美国趁机出兵索马里对其进行“人道主义援助”，以维持其和平。不料，美国一到索马里便与当地大军阀艾迪德发生冲突，几经交手，双方都有所伤。艾迪德打出了心理战，他在一场伏击战中打死了 19 名美国士兵，又在战后对他们的尸体百般凌辱，并将录像带送给了 CNN。录像带里的画面让美国上下舆论哗然，一周后，经讨论、投票后的克林顿政府立即从索马里撤军，艾迪德取得胜利，美国政府只好饱尝 CNN 酿成的苦果。据说，美国最初出兵索马里也同样受到了 CNN 电视新闻报道的影响。1994 年 4 月美国国会众议院对外关系委员会专门开会讨论电视转播与对外政策的互动，随后产生了“CNN Effect”（CNN 效应）一词。它由 CNN 的报道引起，其效果又远远超

① [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》，上海财经大学出版社 2007 年版，第 22 页。

② <http://122.224.81.3/node2/node26108/node27322/node28296/userobject7ai24220.html>。

③ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》，上海财经大学出版社 2007 年版，第 23 页。

④ [美] Tony Tang:《全球最大的新闻频道 CNN》，上海财经大学出版社 2007 年版，第 23-24 页。