

形态变革 与话语转型

1990 年代
央视新闻评论部
生产实践

Form Revolution
and
Discursive Transformation

*The Production Practice of
CCTV In-depth News Reporting Department
in 1990s*

张海华 _ 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

形态变革 与话语转型

[中国学者
如何看西方理论
与话语]

Form Revolution
and
Discourse Transformation

[后现代主义、后结构主义
与话语理论] 中国学者如何看西方理论与话语

2006.05.01

形态变革 与话语转型

1990 年代
央视新闻评论部生产实践

Form Revolution
and
Discursive Transformation

*The Production Practice of
CCTV In-depth News Reporting Department
in 1990s*

张海华 _ 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

形态变革与话语转型：1990年代央视新闻评论部生产实践 / 张海华著. -- 北京：社会科学文献出版社，2018.4

ISBN 978-7-5201-2340-2

I. ①形… II. ①张… III. ①中央电视台-电视新闻-话语语言学-研究 IV. ①G229.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第037902号

形态变革与话语转型

——1990年代央视新闻评论部生产实践

著 者 / 张海华

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 胡庆英

责任编辑 / 胡庆英

出 版 / 社会科学文献出版社·社会学出版中心 (010) 59367159

地址：北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：14.25 字 数：173千字

版 次 / 2018年4月第1版 2018年4月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-2340-2

定 价 / 69.00元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

北京语言大学出版基金资助

北京语言大学梧桐创新平台项目资助（中央高校基本科研业务费专项资金），
项目批准号：16PT08

北京语言大学青年英才培养计划支持

目 录

绪 论	001
第一章 形态变革出现的背景	042
第一节 改革开放的宏观环境	043
第二节 电视从业者的主体意识	049
第三节 电视纪实主义的兴起	056
小 结	062
第二章 电视启蒙话语初建	063
第一节 电视启蒙话语建构	066
第二节 如何看待 1990 年代电视形态变革	080
小 结	087
第三章 电视话语转型	088
第一节 观察纪实：失落的人文	089
第二节 谈话纪实：谁的话语权	099
第三节 报道纪实：尴尬的批判	109
小 结	130

第四章 电视话语权力关系演变	134
第一节 与主流文化的权力关系演变	135
第二节 与大众文化的权力关系演变	147
第三节 与精英文化的权力关系演变	157
小 结	164
第五章 电视话语主体变迁	167
第一节 虚幻的精英意识	169
第二节 精英意识幻灭	181
第三节 分化的主体	192
小 结	203
结论与讨论	205
参考文献	213
后 记	222

| 绪 论 |

我的目标之一是向人们表明，许多他们认为是普遍的、是他们风景的一个组成部分的事情，实际上是一些非常确切的历史性变革的结果。我所有的分析都是为了反对关于人类存在着普遍的、必要性的想法。

——福柯，1997

一 社会转型背景下的媒体变革

中国传媒的发展变化与中国社会现代化进程息息相关。在与社会互动的过程中，传媒一方面是中国社会现代化进程的促进者，另一方面也被深深地卷入现代化潮流之中。无论是从媒介话语、背后的权力关系，还是从媒体从业者主体的职业认知来看，中国的传媒变革都是一场趋向于现代性的变革。

“现代性”是社会发展理论中的一个重要概念，而传媒的现代性问题则是媒介研究的一个核心关注点。有学者认为传媒的现代性指的是合乎理性发展的传媒特征，包含两个层面：制度层面和文化层面。传媒制度层面的现代性，是指以效率、公平、自由、责任为原则和理念进行的传媒制度变革和转型所形成的传媒特征；传媒文化层面的现代性，是指对传媒文化依据

多样性、多元话语、大众主体性等观念进行的评价和反思。^①自1978年改革开放以来,整个中国社会经历了从强烈政治色彩的总体性社会到以市场和开放为导向的现代社会的转型^②。与之相伴随的是,从1980年代开始,中国的传媒变革一直在同步进行。这些变革使中国传媒在制度层面和文化层面都呈现了前所未有的复杂性。回顾三十多年来的中国传媒变化轨迹,有一些共同特征是清晰可见的。从单一的工具化的宣传功能向新闻信息传播、社会服务功能逐步转变,让新闻回归新闻、让媒介回归媒介的趋势明显。从媒介话语来看,中国传媒也在很大程度上经历了从宣传话语向专业话语转型的过程。然而这种转型并非一蹴而就,而是在过程中充满了各种权力关系的纠葛与调和,无论是在制度还是在文化层面,都有着不同于西方传媒现代化的转变历程。

1978~1989年是中国传媒快速发展的时期。这一时期以印刷媒体的发展为代表,以报告文学和深度报道的繁荣为主要表现形式。1992年邓小平南方谈话进一步明确了改革开放的方向不变,此后市场化进程加速,这为媒介变革注入了新的活力,也加剧了其复杂性。中国传媒制度和文化层面的变迁在电视新闻领域表现得最为明显,因为在中国无论是从国家管控程度,还是从市场化进程来看,拥有重要影响力的电视媒体都是最受影响的。一方面,中国电视新闻改革本身就是在国家主流话语倡导媒介改革和电视媒体市场化两个前提下发展起来的;另一方面,市场化步伐加速,国家管控加强,这些因素又不断地对中国电视新闻作为公共平台的成长施加影响。自然,这些

① 范明献、方琦:《新时期中国传媒现代化转型的现代性评析》,《湖南科技学院学报》2009年第10期。

② 孙立平、王汉生、王思斌等:《改革以来中国社会结构的变迁》,《中国社会科学》1994年第2期。

矛盾和冲突在中国唯一的国家级电视台——中央电视台的表现尤为集中。于是在当下就出现了一些奇特景观：一方面，央视的新闻生产要考虑到诸多的指令性任务；另一方面，广告份额、收视率这些营利性因素越来越成为套在所有电视内容生产者头上的“紧箍”。从传播的影响力来看，一方面，在重大新闻的报道方面民众对央视新闻依然十分倚重；另一方面，以互联网为代表的新媒体已经成为舆论传播的重要平台，极大地改变着舆论表达和舆论引导的媒体格局。中央电视台的垄断地位使其具有其他电视台无可比拟的媒介影响力，作为最大的电视公共平台，中央电视台的公共表达和市场化进程始终备受关注。所以学者李幸在总结电视行业的几次变革时说：“第一次变革只能在央视进行，不可能发生在别的地方。”^①

本书将研究目光聚焦到1990年代中国电视新闻发展的这一关键时期。从年代划分来看，距离纸媒蓬勃发展的1980年代，中国电视新闻的“黄金时代”似乎有了十年的错位。1990年代的中国社会更加“光怪陆离”，在学者戴锦华描绘的1990年代中国文化现象光谱中，知识分子日益分化，后现代主义已经在音乐、绘画、文学、电影等多种艺术领域展开实践，她将1990年代的最大特征概括为“大众文化的兴起和日益渗透于社会日常生活之中”。本书的关注对象就是活跃于这样的时代背景之下的电视新闻从业者和他们的电视新闻实践。1993年，也就是邓小平南方谈话的第二年，中央电视台在“荒芜”的早间时段推出了《东方时空》这一前所未有的电视新闻栏目，随后又在此基础上成立了专门从事电视新闻深度报道的新闻评论部，从而拉开了中国电视新闻改革的序幕。“关注普通人”

① 李幸：《十余年来中国电视的三次革命》，载《和而不同——全球化视野中的影视新格局——第三届中国影视高层论坛论文集》，2004。

“尊重”“平等”，这些理念成为这些栏目创办者的共识，也成为他们以电视节目推动社会变革的朴素信仰。年轻的电视从业者们以纪实主义为指引，开始尝试突破以往程式化的宣传话语，让观众从电视上看到与自己一样的普通人，看到不同于以往电视上主流新闻话语的新的形式和内容，用新的电视节目形态传达新的理念。《东方时空》的三个子栏目——《生活空间》《东方之子》《焦点时刻》分别成为观察纪实、谈话纪实、报道纪实三种节目形态的发展源头，这三种节目形态是建构电视话语的三种形式策略，共同体现和代表了人文关怀、价值多元和社会批判三种理念，从而形成了以“老百姓”为话语对象的1990年代独特的电视启蒙话语。

此后，《焦点访谈》（1994年）、《实话实说》（1996年）、《新闻调查》（1996年）等多个有影响力的深度栏目相继诞生，电视启蒙话语日益壮大。然而随着1990年代中国的媒介环境急剧变化和市场化加速发展，电视启蒙话语必然会受到多种社会环境因素的影响。进入21世纪，电视媒体面临的是更加多元的媒介生态环境和更加专业化的发展趋势。随着各地方卫视新闻栏目的崛起和2003年央视新闻频道的成立，及时快速、碎片化的滚动新闻以及对重大突发事件的直播报道成为电视新闻专业化浪潮的发展方向。1990年代初期建构起来的电视启蒙话语也逐渐向电视专业化话语转型，观察纪实、谈话纪实、报道纪实这三支脉络经历了各自的兴衰起伏，它们的发展、演变、消亡从一个侧面反映了中国电视话语中的权力关系变革。

二十多年后重新回顾这段历史，会发现无论是拍摄手法还是技术手段，曾经引领中国电视新闻潮流的《东方时空》所做出的实践探索以今天的眼光来看已经不再前卫，当年的形式突破和技术创新很多已经成为今天电视新闻生产的常识。一方面，

就纪实形态而言,纪实作为一种媒介传播手法已经被广泛运用,不仅央视成立了专门的纪录片频道,在电视新闻领域,纪录片栏目虽然从形态上失去了独立存在的根基,但是在各种新闻节目中,甚至娱乐节目中都被广泛使用;另一方面,媒体格局已经发生了天翻地覆的变化。21世纪以来,以手机、互联网为代表的媒体崛起,博客、播客、微博、微信……各种媒介形式层出不穷,虚拟现实、直播、数据可视化……各种新的媒介技术概念让人目不暇接。如今人们已经很难定义哪一种媒介形式是所谓的“新媒体”。电视媒体已被明确贴上了“传统媒体”的标签,以纪实为主要长项的电视新闻深度报道早已风光不再,1990年代中国电视新闻形态变革的短暂辉煌正在成为被人遗忘的媒介历史。为什么要在当下重新去追寻二十多年前中央电视台新闻评论部的故事?因为以下几个方面引起了笔者的兴趣。

(一) 里程碑式的公共媒体实验

1993年的电视新闻改革是中国电视新闻发展历史上一个真正称得上里程碑的节点。中国的电视发展开始于1956年,作为比纸媒更加通俗易懂和更加平民化的大众媒体,从1980年代开始,电视凭借全新的视觉冲击力和吸引力逐渐超越了广播,成为中国的第一媒介。但是电视真正成为具有重大影响力的公共媒体,是从1990年代开始的。这一时期,新闻时事类节目紧随影视剧等娱乐内容不断得到扩充和丰富。电视新闻节目是直接面向广大民众的最为基础的公共媒介,也是民众了解公共事务、参与公共讨论的最便利的窗口。《东方时空》的诞生可以说代表着1990年代中国电视新闻变革的最强音。学界往往把1993年作为电视新闻发展历史上的一个转折点,普遍认为《东方时空》的出现拉开了中国电视新闻改革的序幕。在行业内,电视从业者们将《东方时空》的出现作为电视新

闻“黄金时代”的象征。

这一时期电视媒体承担了更为复杂的任务，在承担国家意识形态宣传的职责之外，电视新闻媒体人自觉地将电视预设为民众的发声媒介，他们将关注焦点对准普通人，他们在媒介话语权的使用分配方面明显向大众倾斜。甚至有的栏目将主旨设立为“讲述老百姓自己的故事”。这种“人民性”不同于以往马克思主义新闻理论中的传统论述，而是与纪实理念在中国的广泛传播，与媒体人的启蒙意识，以及电视拍摄技术的进步都有着千丝万缕的联系，这些内容笔者会在下面的章节中进一步详细阐述。

1993年之后，以《东方时空》为代表的电视新闻在广大民众中引起了巨大反响。《生活空间》《焦点时刻》《东方之子》这些子栏目家喻户晓，当时社会上甚至有一句流行语——“吃方便面、打面的、看《东方时空》”，这被看作《东方时空》在大众群体中具有影响力的印证。从节目文本来看，这一时期，《东方时空》各栏目传播的内容带有明显的启蒙色彩；从各类资料来看，新闻评论部作为一个深度新闻节目的制作组织，具有明确的启蒙诉求，他们以电视节目为表达手段，试图推动社会进步的意图十分明显；从大量的观众来信来看，民众的主体意识在一定程度上被唤醒，具有民主思维的选题内容通过电视媒介与受众建立起了一种新的民主沟通模式和言论表达模式。这些变化在中国媒介发展历史上具有举足轻重的作用。

《东方时空》的实践并不是特殊的时代另类，而是一个电视话语风格的开启者，是媒介变革的先声。《东方时空》开播之后，中央电视台新闻评论部又相继开发了众多知名电视栏目：1994年《焦点访谈》栏目开播、1996年《实话实说》和《新闻调查》栏目开播，这与1993年《东方时空》栏目开播

一起被誉为中国电视新闻改革的“三部曲”。新闻评论部旗下各栏目被多个地方台仿效，各地兴起“老百姓的故事”的报道热潮，寻找老百姓关注的“焦点”类的节目成为很多电视台的标配栏目，甚至很多地方台也仿效建制，设立了新闻评论部。新闻栏目从教化方式转向注重观察纪实、现场追踪报道，并将节目关注的焦点集中在以往默默无闻的中国个体民众身上，这些变化是当时社会共同的价值取向，是媒介顺应时代发展而变的大势所趋。因此本书选取中央电视台新闻评论部作为研究对象，因其具有相当的代表性。可以说央视新闻评论部1990年代开始的新闻实践是一场有别于以往媒体变革的媒介启蒙运动，因而具有里程碑意义。

（二）中国电视新闻现代化的标本价值

1980年代末90年代初，正是中国新闻界与西方开始接轨的关键时期。这一时期中国的电视新闻工作者从大洋彼岸的同行那里获得了巨大的希望和憧憬。美国的电视新闻事业在1960年代、1970年代突飞猛进，肯尼迪遇刺事件、民权运动、越南战争，凭借在这些相继而来的重大事件中的突出表现，电视超过了报纸成为第一大媒介。美国电视新闻节目在1980年代和1990年代正如日中天，1987年美国学者在描绘电视新闻影响力的时候写道：“一个普通的周末之夜，大约有550万人围坐在电视机前，将电视频道锁定在三大电视网（NBC、CBS和ABC）的新闻节目。我们美国人相信电视；我们把它看作权威（这与我们相信‘眼见为实’不为关系）；我们热情地欢迎亨特利（Huntley）、克朗凯特（Cronkite）、布罗考（Brokaw）和其他新闻主播出现在我们的起居室。”^① 1993年洛佩尔调查公

① 仙托·艾英戈、唐纳德·R. 金德：《至关重要的新闻：电视与美国民意》，新华出版社，2004。

司（Roper Organization）的受众调查显示，有 72% 的美国公民认为电视是他们获得新闻的最主要来源，而有 51% 的人宣称电视新闻是最值得信赖的新闻来源。^①

本书所关注的《东方时空》栏目也是中国的国家级电视台最早向西方学习制作早间节目的产物。中国的新闻行业和新闻从业者开始接受和借鉴西方新闻生产的方法和观念，并将其与自身的本土行业实践相对照、融合。“新闻专业主义”作为最为典型的西方现代新闻话语开始受到中国电视新闻从业者的响应，成为从业指导理念中的一部分和解释中国电视媒介发展的一个重要的理论和实践的支点。

按照美国学者拉尔森对于专业主义所进行的概括，新闻专业主义至少包括三个层面的内容：首先是自我评价层面；其次是规范层面；最后是最为初级的知识技能层面。而恰恰被认为最初级的知识技能层面首先对中国的电视从业者构成了巨大的冲击。就电视新闻领域而言，西方专业主义的意识理念对于中国电视新闻实践最直接的影响就是形成了对国外电视节目制作水准的向往和模仿。这一时期的新闻从业者开始大量学习国外电视节目制作和拍摄的先进技术，观摩国外的一些知名电视节目。比如新闻评论部后来创办的《新闻调查》栏目是仿照美国 CBS 著名调查类栏目《60 分钟》而设立的；《实话实说》则是仿照《奥普拉脱口秀》而在中国首先开始尝试的谈话节目。虽然节目样式并不完全一致，但从业者会定期观摩国外翻录来的节目，从片头包装、灯光布景，到镜头运用、情境转场以及主持人在节目中的各种表现，对国外电视节目尤其是美国电视同行各种技术理念的学习和模仿可谓细致入微。

① 转引自王玮主编《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。

技术层面上的借鉴，带来了中国电视新闻走向现代化和与发达国家接轨的冲动与想象。在此基础上，从业者也开始了规范层面的探索。新闻评论部的从业者们设计了一套现代新闻组织的制度规范，各种规章也以一种领先国内同行的姿态确立起来。“加入新闻评论部是我们自愿的选择，我们愿意为中央电视台的荣誉和尊严尽职尽责。在这里，我们崇尚求实、公正、平等、前卫。”这是新闻评论部成立之初拟定的部训，新闻评论部也是央视最早开始有明确部训口号的组织部门。此后又制定了《新闻评论部工作手册》，该手册更是囊括了从操作技巧到行业规范，再到媒介伦理的各种规定，一时间成为央视其他部门以及其他电视台同行争相参考借鉴的典范。

与技术 and 规范相比，自我认识层面则是最为矛盾的。有学者认为新闻专业主义的逻辑起点和核心内涵就是独立性，它所强调的专业技能和行业伦理无非是赋予这种独立性的一种合法基础^①，而中国媒体人的知识分子传统和宣传喉舌的现实境遇决定了他们自我认知转型的困境。人文情怀向现代传媒产业中的专业主义理念转型必然会遇到诸多不适，可想而知，专业主义带来的自由主义思潮对中国新闻从业者在自我认识上带来的冲击是巨大的，媒体人的纠结深刻地根植于传统和现代的碰撞。源自西方市场化媒介环境中的新闻专业主义范式是否能取代宣传员和知识分子传统，成为中国新闻工作者共享的职业规范？对此直接下结论太过于简单。中国电视从业者的独立意识形成于中国改革开放这一大的历史背景下，对应的不仅仅是中国电视领域的变革，更是中国社会的一场巨变。媒介技术的发展加上资本对于媒介领域的浸透共同催生了中央电视台 1993

① 王维佳：《追问“新闻专业主义迷思”——一个历史和权力的分析》，《新闻记者》2014年第2期。

年的电视新闻改革，形成了一个不同于央视其他部门的半自主的文化空间。在以往的新闻专业主义研究中，学者更多的是从产品内容生产的角度来理解专业主义，而很少有人从内容生产、制度规范、独立意识几个角度来综合考察。因而有必要回到1990年代初期的社会语境下，对以往的媒介话语进行重新认识，有必要对二十多年前的专业主义实践萌芽进行剖析和反省。就中国新闻传播学研究领域而言，这种历史性的分析和考察显得尤其稀缺。

（三）新闻史的多样书写

20世纪末期，美国学者詹姆斯·凯瑞对美国的新闻史研究提出了尖锐的批评。他尤其对有研究将美国新闻史中的美国新闻实践描述成不断争取新闻自由、不断走向民主繁荣的编纂倾向进行了质疑，提出了“新闻文化史”的研究模式。凯瑞提倡的文化史既包括对于人行为的描述，也体现在对行为背后意义的“深描”^①。沿着凯瑞的思路，本书将新闻史研究的目光投向电视新闻人的从业实践和电视新闻人的主体意识，这种深描性质的研究只能通过个案和民族志的方法来实现。媒介社会学经典著作《发掘新闻——美国报业的社会史》的作者迈克尔·舒德森在该书前言中写道：既然思想的发展有历史可循，知识也可以从社会学角度来研究，那理想不是也应该有历史，价值观不是也可以从社会学角度来审视吗？^② 本书的写作也有相似的学术取向。当下我们从研究者的角度回顾这段电视新闻历史，从某种意义上正是为了弥补媒介历史叙述的另外一个维度。

① 方晨、李金泳、蔡博方：《忽略的维度：詹姆斯·凯瑞的新闻历史观及其批判》，《国际新闻界》2016年第2期。

② 迈克尔·舒德森：《发掘新闻——美国报业的社会史》，陈昌凤、常江译，北京大学出版社，2009，第1页。