

2008年中国电视研究报告（上）

2009-03-10

作者：徐帆 单位：中国传媒大学电视与新闻学院|复旦大学新闻学院 来源：中华传媒网

关键词：2008 中国电视 研究报告 | 阅读：2988次 |

引言

电视研究 (television studies)，是一个综合研究领域 (field of study)，拥有多学科视角，包含五个层面的问题[1]：文本 (text)、制度 (institutions)、观众 (audiences)、社会角色 (the role within society) 与演进史 (history)。在研究活动与学术沟通中，不同层面的问题也往往会在某一项具体的研究里形成“复调”。

2008年，中国电视业态呈现丰富，并逢50年时间节点，为该年度的电视研究提供了多元的框架、主题与对象。基于中文社会科学引文索引CSSCI目录 (2008-2009) 中15种“新闻学与传播学”来源期刊[2]的数据，本文将透过属于电视研究范畴的论文进行分析，并做出综述，力图描摹2008年中国电视研究已知与未知的界限 (boundary) 以及学术前沿 (research front)。

一、电视演进趋势研究：以“50年”为主框架

1958年，是中国电视发展元年；1978年，是中国改革开放元年。由此，在2008年，一个以“50年”为主框架，辅以“30年”概念的演进趋势研究理路较为清晰，划分阶段与总结特征、规律成为其主要模式。

自2004年起，《现代传播》在每年第一期设置“年度对话”版块，2008年的主旨即是对“五十年”框架的一种响应，在对话中，胡智锋认为，中国电视50年，以1983年“四级办电视”方针的提出为界，可划分为两个阶段：前25年是起步与积累，后25年是起飞与繁荣。在后25年中，中国电视的媒体形象、社会职能、文化角色发生了很多变化；面对变化，高峰提出“重塑电视尊严”的命题——就这一命题的对话，两位对话者得出的结论是：电视重塑尊严，要体现国家利益与观众诉求，让电视传播真正做到以人为本，和观众建立一个平等的关系。而要达到这一目标，最终还是要在内容生产中找到突破点，建立电视媒体的“主流感和权威感”，在“直播日常化”与“高端化、大制作”上“做足功课”[3]。

如果说，以上的对话是学界和业界在反思中国电视50年历程之后，共同描绘的一个愿景。那么，朱虹则代表政府监管部门（国家广电总局），以转变、转折为关键词，梳理了近半个世纪以来中国电视的“新陈代谢”：在传播内容上，从观念至上向以人为本转变；在体制上，从国家统包向面对市场转变；在功能上，从传统的喉舌功能向新闻宣传和产业功能并重转变；在服务方式上，从大众传播向分众传播转变；在技术上，从模拟电视向数字电视转变；在形态上，从传统媒体向现代媒体转变。他还认为，把中国这个电视大国变为世界电视强国，是未来的趋势所向[4]。

把握中国电视的演变趋势，除了站在一定高度，进行全局观照之外，还有一条路径是从节目创新、编辑理念、军事宣传以及典型节目等具体分支切入，进行解析——

在胡智锋、周建新看来，中国电视的节目创新，可以用“品”字划分出三个发展阶段：前20年是以“宣传品”为主导的阶段；后30年可分为以“作品”和以“产品”为主导的两个阶段。不同的主导，体现了不同的节目创新目标、内容与方式。在“宣传品”阶段（1958-1978），中国电视以模仿、借鉴别种传媒样式、艺术样式的状态为主；在“作品”阶段（1978-20世纪90年代中后期），开始探索具有电视传媒特征、艺术特征的新形式和新观念，以及具有中国特色的电视内容生产之路；而在“产品”阶段（20世纪90年代中后期至今），通过产业化、市场化的探索，节目创新的主要任务也成了吸引观众的眼球，赢得观众的认可，提高收视率，增加广告额以及获取最大的市场回报[5]。

无论是“宣传品”、“作品”还是“产品”，都是电视传播的文本呈现，从电视文本反推而上，另一个值得关注的问题，则是具体的电视采编业务——张君昌、吕鹏的学术视点，也就落在这其中。在“30年”概念下，他认为，随着中

请输入您要搜索的关键词



jm 文章 jm 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

• 新兴媒体的广告受众研究

作者：罗晓娜 | 2007-10-14

2005年，传媒市场风起云涌，在这一轮革新中，新兴数字媒体成了时代的弄潮儿。他们时尚、新锐，懂得如何借势炒作吸引眼球，明白如何通过资本运作来迅速壮大自己，在与传统媒体市场的受众争夺中，这些新兴媒体能否……

下一篇 NEXT

MORE >>

• 2008年中国电视研究报告（下）

作者：徐帆 | 2009-03-10

（接上） 六、电视规制与运营研究：在变革的媒介生态中 电视规制 (television regulation)，作为电视传媒领域具体的制度安排，体现了政府对电视传播活动的管理、制约，因此从媒介组织角度来看，其中的重……

动态 NEWS

MORE >>

- 全球化时代的传播史研究 2013-05-29
- 香港中文大学第七届传播学访问 2013-05-27
- [征文]第十三届“中国新闻传播 2013-05-13
- 《中国新闻传播学评论》征稿启 2013-05-03
- [征稿]2013年“两岸资讯一体化 2013-05-03

国社会政治、经济和文化发展，广播电视编辑理念也经历了四个发展时期：起步期(1978-1982)，编辑理念从革命话语转向建设话语；发展期(1983-1992)，从建设话语转向经济话语；成熟期(1993-2002)，从经济话语到民生话语；自觉期(2003-2008)，从民生话语到和谐话语。而从宏观上看，电视编辑理念的几次转变，既体现了中国社会的话语转变，也影响了中国社会的进步和发展[6]。

颇具“中国特色”的电视军事宣传，既是我国电视传播系统中的子系统，又是我军新闻事业的组成部分。黄齐国撰文划分了中国电视军事宣传的三个阶段：1958年5月-1979年11月，初创事业，探索传播要素，确立了“立足部队、面向全国”的宣传方针；1979年12月-1996年3月，形成团队，打造宣传风格。中央电视台军事部在1979年的成立，是标志性事件；1996年4月至今，走向振兴，形成宣传规模，1996年成立了中国人民解放军电视宣传中心[7]。

此外，何思卿在改革开放三十年的框架中，关注“而立之年”的《新闻联播》节目。在他看来，《新闻联播》成为了中国改革开放忠实的记录者，也时刻扮演着中国电视新闻的领军者；其保持着党和政府耳目喉舌的角色，在形式和理念上也不断适应着时代前进的脚步[8]。

二、重大事件电视报道研究：汶川地震与北京奥运

在中国新闻传播学界，电视研究或许是与实务联络最紧密的领域之一。这种紧密性，其弊，体现在流于“做注脚”；其利，体现在时效性、功能性强。2008年，由于国家、社会间的大事、要事频出，对于若干重大事件电视报道过程与结构的关注成为了该年度的主要研究理路。于其间，汶川地震与北京奥运报道又成了“焦点中的焦点”。

1、汶川地震报道研究

就汶川地震期间，中国电视媒体的整体表现而言，胡智锋认为，其凸显了第一大众传媒的地位与价值，发挥了强有力的社会动员作用，塑造了良好的国家形象与民族形象，并张扬了中国对人类普世性价值的尊重。但也反映了若干问题，比如，电视应急信息传播体系尚需进一步完善，记者新闻伦理意识有待进一步加强，记者报道的专业水准有待进一步提高[9]。不过，瑕不掩瑜，在任金州、袁玉兴、刘玮来看，这一次电视媒体对重大灾难性突发事件的有效应对，不仅体现了电视媒体与灾区人民携手并肩，也展示出危机时刻的媒体责任[10]。

落实到震灾报道的具体操作与模式上，高晓虹分析了电视直播从“非常态”到“常态”的变化，阐述了这种变化对于电视新闻报道的意义，并提出常态化的新闻直播不仅适用于重大突发事件的应急报道，也将成为当前及今后我国电视新闻的主体形态[11]。陆小华同样强调震灾现场直播的重要性，认为现场直播报道的核心是形成信息流；其关键在于把握现场、筛选信息，而不只是描述现场；其深层影响在于解释能力，而不只是连续报道[12]。此外，何小兰则认为打破常规版面，推出持续性的全天候大报道，给媒体面对重大突发事件如何应急反应提供了一个范例[13]。不过，在归纳震灾报道的直播模式时，李兴达与关德兵发生了争鸣，前者用弃置信息噪音、整顿媒体资源、清扫传播盲区、持续守望社会及提升双重素养的5S架构，修正了后者的抽屉式模式（该模式强调主持人是传播核心，具有很很强的主动选择性，好比拉抽屉的人，其他信源就好比盛满东西的抽屉）[14]。

另有若干学者在汶川地震电视报道中读出了社会、政治与文化等层面的“深意”，比如，郑世明、曾健指出，电视媒体通过直播这种方式，在国家哀悼日的报道中有效发挥出强大的社会动员功能、社会记忆功能和社会抚慰功能，并完成了对于传统价值观的回归[15]。石长顺、徐锐认为，传媒的话语空间伴随着政治民主化的历史进程逐步放开，并在话语实践中渗透民主意识形态。汶川大地震报道以前所未有的开放性、及时性、透明性和人文性，实现了媒体话语机制的历史性跨越[16]。时统宇强调，此次抗震救灾直播，扭转了西方媒体自“3.14事件”以来对中国的妖魔化，树立了中国“以人为本”的良好国家形象；也明确并强化了中国电视新闻立台的基本规则[17]。张君昌提出，关注处于灾难中的“人”是传播者具有良好人文情怀的体现。应当警惕灾难报道用“新闻价值”遮蔽人文情怀，应当关注那些没有所谓“新闻价值”的普罗大众的命运和苦难[18]。

此外，形成各层级、区域电视机构之间合力的震灾报道实践，在经验梳理与总结上亦形成了合力，赵化勇从中央电视台，李兆丰从地方卫视，葛昕、徐帆从城市电视台的不同高度，展现了不同的电视媒体对于国家动员的不同响应能力与方式[19]。

2、北京奥运报道研究

在北京奥运报道“最官方”的经验总结中，赵化勇指出：第一、国际性重大体育赛事报道必须坚持正确的舆论导向；第二、坚持平民视角，突出服务功能，增强转播报道的亲合力；第三，在坚持国际化视野的同时融入中国元素，以独特的东方魅力，增强宣传报道的感染力和吸引力；第四、内宣、外宣相结合，极大丰富奥运报道内容；第五、融新媒体于电视媒体，充分运用新媒体丰富电视报道表现形式[20]。程曼丽在看到奥运报道成功经验的同时，更特别强调保持和巩固这个成果，把它延续到今后的常规性报道中，让中国了解世界，让世界了解中国，中国媒体还有很长的路要走[21]。

在具体的奥运报道与传播过程中，郑世明、张龙从“和谐”与“传播”两个命题切入，指出北京奥运开幕式电视传播要以和谐的方式处理好时间、空间、艺术与技术、本土与国际以及传统与现代等几组关系[22]。田维钢则从技术视角切入，认为与其说电视媒体成就了北京奥运的成功，不如说是传播新技术（高清技术、航拍技术、超高速摄影技术、新视频媒体技术）的使用，拉近了普通观众和北京奥运的距离[23]。而刘广宇以奥运、电视的各种现实与想象的身体介入为视野，论述了奥运与电视及身体的构成关系，并指出，在这场身体盛会及盛会的呈现中，不能为了某种单一的经济、政治、文化甚至竞赛本身的指标而忽视了中国人现实与想象的身体经营[24]。

此外，奥运电视转播的巨大社会-经济效应，也引发了若干学者从产业、广告层面的解读，诸如尚志强所言，余暇时间的增多、广告收益的巨大以及体育产业化等决定性因素，将以北京奥运为重大契机，加速我国体育电视产业的发展[25]。而符绍强认为，应借助于拍卖理论来创新央视的奥运电视广告销售：采用二级密封拍卖，即所有的买者同时定价，报价最高者有权力得到央视奥运电视广告，成交价格是第二个最高报价者的报价[26]。

三、公共电视研究：西方经验与本土路径

公共电视（或称公共服务电视），在较长时期以来，皆是中外电视研究的重点，其涉及到电视制度、技术与社会角色等多个方面的问题。2008年，中国公共电视研究的一大进展，就是在西方经验的引介之外，试图探索有效的本土路径。

1、西方公共电视研究

李继东梳理了西方公共电视的价值理念，认为公共广播电视传统（西欧）与商业广播电视传统（美国），其思想源头皆是自由主义价值观，因此并非水火不容。而在普适性、多样化和独立性原则指导下，大多数国家广播电视公共服务的收入结构趋于混合模式[27]。但是，在崔亚娟、俞虹看来，西方公共电视在财源方面还是困境多多，比如，收视费的义务征收困难加大；财源受国家的影响，政治因素无法摆脱；作为补充的商业收入暧昧不清[28]。

既然谈到了公共电视的思想源头是自由主义，郭小平关于新自由主义对西方广电业影响的论述也颇具意义，他认为，欧美电视传播机制从国营垄断向市场模式转变，在经济层面回应了八十年代以来在美、英掀起的新自由主义大潮。如何处理好市场逻辑与保护公众利益的社会责任、经济效益同社会公平之间的关系，成为广电产业规制的永恒的难点[29]。张毓强也看到了西方公共电视中的问题，他指出，“伪广播电视公共服务”的挑战，公共广播电视的弱势以及政治与市场的干预，形成了公共电视实践的阻碍[30]。

还有若干学者关注了英国、美国、日本的公共电视个案，并均着重于各国在该领域遇到的问题与挑战。侯红霞分析指出了英国BBC在当前所面临的两个问题：其一，新技术、新媒体带来的挑战；其二，BBC的管理必须面对日趋严格的公众监督[31]。沈国麟对美国电视新闻业者的访谈，则反映了目前美国公共电视生存不易，这种状况一方面是由于电视媒体本身受到新媒体的冲击，另一方面是由于媒体的体制和环境[32]。王婷婷分析了NHK发生信任危机引发日本学界和业界对“公共放送”进行讨论的案例，并指出，NHK作为公共放送拥有的公权利的主权是否属于视听民众，即是否“公权在民”，是日本学界和业界对公共放送理解上的分歧所在。

2、本土公共电视研究

2008年本土公共电视研究的特质，在于“有的放矢”：立足于中国，围绕着北京广电公共服务体系建设，产生了一批论文。

张国涛认为，目前我国政府要推进的广播电视公共服务体系，可以说是政府主导的，以满足农村的基本视听权益为重点，以均等化为目标的基本公共服务体系建设；他呼吁，我们还要认识到除了基本公共服务体系之外，专业公共服务

和市场主导性公共服务，以及高端的城市公共服务也不可忽视[33]。

那么，怎样建设适合中国国情、具有中国特色的广播电视公共服务体系？回溯历史，顾亚奇将中国广播电视公共服务演进分为三期：改革开放前（1940-1978）、探索期（1978-1992）与新时期（1992至今）[34]；杨乘虎提出本土公共广播电视体系的一个核心理念是中国特色，两大结构性支柱是渠道建设与内容生产，三大运营系统是实施主体、资金投入与监管评估[35]。而具体到北京市的情况，张政法指出，服务对象的多样性带来了广电公共服务目标设定的复杂性，利益主体的多元化则为广电公共服务建设的有效性投下了阴影，如何消除差异实现均衡服务、消弭矛盾兼顾各方利益，是必须解决的命题[36]。

在2008年的本土公共电视研究中，还有学者从技术视角切入分析，这一角度本身即体现了电视是“技术与文化的形式”（technology and cultural form）。曹三省、刘剑波认为，电视公共服务的有效实施，涉及一系列信息技术领域内的集成创新与应用创新，具体需从服务支撑、服务提供和服务决策三个层面来构建支撑技术框架[37]。

另外，由于台湾地区公共电视事业发展相对较早，对大陆地区或有启发，若干学者就此进行了探讨。比如，黄学建以台湾公共电视台为案例，从公共电视与政治、经济的关系，如何建立简明的绩效机制，精英路线与收视率的关系以及多种电视体制如何共存等维度，提供了一个参照体系[38]。而卢迎安在对台湾学者冯建三的访谈中，就公共电视的理念以及推进该理念的“媒体改造学社”（2003年成立）的实践进行了交流，并认为，在扩大“公的空间”的过程中固然会遇到很多阻力，但还是要通过朝野与社会游说、研究案及书报杂志的时论写作以及在电台制播节目，而为公共电视鼓与呼[39]。

四、电视节目研究：文本、模式与意义

节目研究，是通过对电视文本的多视角观照，在模式（format）、意义（meaning）等方面找寻问题、探索规律与可能性，这是较为传统的一种研究理路，接下来看看哪些电视节目，在2008年进入了分析视阈，相关分析又运用了哪些视角。

方言节目的研究，在近几年数量较多，却角度趋近、观点雷同（初始均吹捧，后续皆贬低）。但在2008年，若干学者的反思颇有新意与深度，比如吴玫、郭镇之在全球化和本土文化身份的框架中论述：方言电视节目不仅不应限制，还应制订专门政策，促进其发展，并成为中华民族文化发展的深厚基础和有机部分。因此，它们当然有在电视中表达的权利[40]。同样是关注电视领域的本土文化问题，郑西帆选择地方电视台的本土化节目作为研究对象，他认为，虽然本土化趋势让各地方电视台节目从“一体化”走向“多元化”，但在这一过程中，也有两方面代价：其一，对“本土化”的片面理解，导致地方公共电视传播资源配置不当，内容单一浅俗、市场片面拓展；其二，由于对“本土化”节目“文本转换”的片面理解与过度追求，消解了新闻专业主义精神与文化娱乐的审美追求[41]。

2008年，中国电视屏幕上的若干新节目、新模式也引起了研究者的关注。王磊从口播评论与图像评论组合，历史观叙事框架，客观、平衡话语场，微观事件的宏观框架，网络议程与媒体公共议程对接五个方面解读电视评论节目《新闻1+1》（CCTV新闻频道），认为其开创中国电视评论新范式[42]。郎劲松、潘飞选择贵州卫视“关注农民工”系列节目为分析样本，认为此类“电视公益节目”是颇具新意、营造强大舆论场的节目模式，其除了拥有舆论引导、关注民情等核心价值外，还拥有增进广告创收和社会效应双重效果的附加价值。针对当下广获社会热议（乃至非议）的电视购物节目，金成勋指出，在政府监管方面，要对电视购物的行业属性明确定位，要制定完备的保护电视购物产业健康发展的法律规范，还要建立市场准入标准及资质评估体系[43]。而同样是关注热门的节目模式，张立行就艺术品收藏（报道）节目的盛行，表明了他的隐忧：不少传媒为了眼前暂时的经济利益，或者默许或者索性与艺术收藏品经营者共谋，对某些艺术收藏品进行不实炒作，以诱惑消费者入局，成了艺术收藏品经营者的传声筒。在他看来，艺术收藏品市场与相关报道、节目也需要舆论监督[44]。

纪录片，往往被认为是电视产品中的“阳春白雪”。何苏六、王闻俊指出，电视纪录片具有和谐社会语境下的社会建构功能，并体现在核心价值构建、社会道德观念认知、人文精神传扬、艺术审美塑造、历史文化传中国特色的政治传播、跨文化交流等方面[45]。《大国崛起》、《复兴之路》总编导任学安从“影视史学”角度切入，解读了如何用纪录片的语法来重现历史，并认为该类纪录片创作，不仅只是用电视来表现历史，更通过“大历史”的故事化表述、运用多种艺术手段、结合细节来表现“活”在当下的历史，以此传递电视人对于历史的理解和观点[46]。除此之外，第一财经在2008年制作的大型电视纪录片《激荡·1978-2008》也引发了诸多学者的关注，不过其焦点主要集中于李岚撰文所描述

的：与其他电视作品多以采访“当事人”的视角不同，这部经济史纪录片排斥了所有直接参与创造历史的企业家，从“见证者”（财经记者）的角度再现了过去30年的一系列重大财经事件[47]。

在新闻资讯、谈话节目的文本研究中，赵云泽以《华人世界》（CCTV-4）整合全球多家华语媒体的运作形态为研究对象，指出“本土化”（glocalization）的传播模式是整合全球华语传播的有效策略，而情感联结、全球华语媒体联动报道是有效的具体途径[48]。

何兆武发现，“高官访谈”类节目是电视传播政治文化的重要载体，因此他从权力关系的明确与回归、公民意识的觉醒、媒介意见沟通功能的实现等方面探讨了其作为现代民主政治搭建公共平台的生存价值；同时，他也指出，该类节目价值的深化，却常受制于政府官员对社会稳定的担心[49]。

在解析美国电视新闻节目的两篇文章中，各自的观点正好体现了一个问题的两个方面：一方面，陆生分析了美国传统晚间新闻不断衰落的原因，包括：电视新闻环境发生了变化，网络的繁荣加剧了新闻竞争的激烈，受众对电视新闻的价值期待发生了转移，主流媒体与政府的关系使公众产生信任危机以及新闻精英开始逐渐远离平民大众的利益与价值取向[50]。另一方面，在传统新闻节目模式衰落的同时，新闻秀节目《琼·斯图尔特每日秀》却异军突起，高金萍指出正是因为颠覆了传统政治新闻客观、公正、平衡的基本原则，该档节目已成为美国年轻人大选新闻的一个来源。在近两届美国总统大选中，其受众群不仅数量远超三大电视网的晚间新闻节目，而且受众年龄更为年轻[51]。

五、电视受众与传者研究：从“看电视”到“做电视”

作为电视接收者，“看电视”的观众，以及作为电视传播者，“做电视”的电视人，均是中外电视研究的主要议题。在2008年中国电视受众研究与电视传者研究中，前者的若干反思与后者的经验探讨成为其各自的“标签”。

1、电视受众研究

在观众反馈研究领域，2008年是较值得一书的一年。刘燕南、商建辉建构了“数字受众”与“意见受众”两个概念，并基于这两个原创概念以及对全国11家中央和省级电视台调查的第一手资料，对“收视率至上”现象进行了学理上的反思。他们认为，目前“定性”观众反馈方式（即“意见受众”）兼具传统（来信、电话）和现代（手机短信、网络留言）双重特征，观众意见反馈量呈上升趋势，但是受重视程度不够，在应用的广泛性和在决策中的影响力两方面，均不及“量化”的收视率数据反馈（即“数字受众”）。他们提出“反馈的变奏”，认为电视业需要开辟更多适应观众需求的互动渠道，建立一种新的机制来平衡“数字受众”与“意见受众”这两种反馈模式之间的关系，以适应新媒体时代融合、交互、多元共生的传播趋势[52]。这一研究，既完成了现象描述，也提出了产业对策，更在理论上有所建构[53]，无疑是在2008年较具典范价值的电视研究成果。而同样对收视率导向进行反思的还有时统宇、吕强，他们撰文强调“社会的醒思”，认为收视率导向体现的是一种商业意识形态通过社会科学的变种向传媒文化所传递的诉求，以社会科学面目出现的收视率参与建构了电视商业性的物质基础的那一部分，提供了电视工业流水线的生产标准。如果不进行相应的反思和积极的体制探索，收视率导向的恶果将同样戕害远未达到丰裕社会发展水准的中国内地的精神文明[54]。

黄会林、王卓明、李国顺、钟芳与谭华根据“首都未成年人电视收视数据调查”的数据，分析指出中国少儿电视传媒的制胜之道在于实施少儿节目的本土化、民族化、现代化，以少年儿童为本，以产业思维指导少儿电视传媒，建设符合现代中国未成年人心理特点、成长阶段和接受习惯的电视传媒体系[55]。

那么，观众的电视收视与节目选择具体是怎么进行，又有哪些特点？刘新荣描述了一个完整选择过程的五个阶段，即明确问题、信息搜寻、评价方案、收视行动与收视后行为[56]。李思屈、王珂针对有线数字电视、IPTV、网络电视等交互电视出现和普及这一现象，分析直播、时移、点播三种交互收视方式在收视时间的限制和收视自主性两方面的不同特征，揭示了“时效性越强的节目，受众越倾向于通过直播方式收看”、“收视自主性越强的节目，受众越倾向于通过时移方式收看”这两条规律[57]。王长满则从观众对电视节目文本的解读中看到了“未读”的可能性，他认为，如果电视传递的信息总量过大，超出观众短时工作记忆的容量，则观众在文本解读中难以有效整合信息，解读线索就会显得零碎而混乱，解读监控也会失去依据，因此而留下“未读”空白[58]。

此外，根据上海市民文化需求状况调查的数据，陈虹发现上海电视观众的需求有如下特征：新闻性节目排在收视前列，且收视时间同质性较强；以电视剧为主体的娱乐类节目位居第二；观众收视行为、需求分众化与节目构成、设置多样化；观众本地情结明显，本地频道黄金时段占有绝对收视优势；城市与郊区观众收视趋同；观众选择更多，年轻观众

流失显著：期望电视节目提高创新性和文化品位，塑造国际大都市形象[59]。

2、电视传者研究

电视传者，俗称的电视人，在电视研究领域也常常成为关注的要点。而电视人里的电视主持人因为亮相频频，更成为要点中的热点（当然，这种表面化的热点效应并不足取）。高贵武关注这一热点，进行了冷思考，他对三家媒体近五年来关于主持人的报道进行定性分析，得出的结论是：媒介及受众对主持人的关注逐渐增多且面广，但节目主持人的媒介形象不容乐观，职业素养的高下直接影响媒介形象的高下。基于此，他提出节目主持人的媒介形象应该引起主持人及所在媒体的足够重视[60]。

另有研究者对于中外两位知名新闻主持人进行了解读，于丹将《南京零距离》主持人孟非称为“不可复制的民生符号”，认为他作为一个个体所彰显出来的民生立场、人文情怀、媒体理性和个人话语方式，在众多民生新闻的栏目中具有不可替代的唯一性[61]。武楠以丹·拉瑟对于萨达姆的专访为案例，归纳出新闻访谈类节目主持人的角色定位是“导航者”和“控制器，人格魅力体现于真诚、真实与个性鲜明[62]。

而在主持人之外，若干研究者就电视新闻记者的工作进行了解析。其中，本身作为时政电视新闻记者的徐少兵，从时空架构、拍摄手法、声音处理、内涵传递等角度，对一条获得中国新闻奖的新闻片《胡锦涛同延安老区人民共迎新春》进行“拉片”细读，从中反映出中国主流电视时政新闻改革的点滴推进[63]。而杨尚鸿、邬建中对台湾七家全电视新闻台记者进行抽样问卷调查，并就问卷结果对当地专家、学者进行深度访谈，得出：台湾电视新闻记者的自律状况不佳，其根本原因是台湾电视市场的过度竞争和政府管理缺失，而完善政府对电视台的合理监管机制是解决问题的根本途径[64]。（待续）

[注释]

[1]参考Bernadette Casey, Ben Calvert, Liam French: Television Studies: The Key Concepts (2nd Edition), London: Routledge, 2008, Introduction4-5.

[2]CSSCI“新闻学与传播学”15种来源期刊目录（2008—2009）：《编辑学报》、《新闻与传播研究》、《中国科技期刊研究》、《国际新闻界》、《现代传播：中国传媒大学学报》、《编辑之友》、《新闻记者》、《新闻大学》、《科技与出版》、《出版科学》、《出版发行研究》、《中国出版》、《当代传播》、《编辑学刊》、《中国广播电视学刊》。

[3]参见高峰 胡智锋：《重塑中国电视的尊严》，《现代传播》2008年第1期。

[4]参见朱虹：《中国电视在转折中——纪念中国电视诞生50周年》，《中国广播电视学刊》2008年第9期。

[5]参见胡智锋 周建新：《从“宣传品”、“作品”到“产品”：中国电视50年节目创新的三个发展阶段》，《现代传播》2008年第4期。

[6]参见张君昌 吕鹏：《中国广播电视编辑理念发展的四个时期》，《现代传播》2008年第5期。

[7]参见黄齐国：《中国电视军事宣传史略纲》，《现代传播》2008年第3期。

[8]参见何思翀：《〈新闻联播〉与改革开放30年》，《中国广播电视学刊》2008年第10期。

[9]参见胡智锋：《为尊严而战——对汶川大地震电视特别直播报道的探析与思考》，《现代传播》2008年第3期。

[10]参见任金州 袁玉兴 刘玮：《重大突发事件直播：电视媒体的态度与责任》，《现代传播》2008年第4期。

[11]参见高晓虹：《电视直播报道常态化的重大进步——“汶川地震”电视直播报道带来的思考》，《现代传播》2008年第3期。

[12]参见陆小华：《电视，天然为现场直播报道而生——CCTV汶川地震现场直播报道与电视竞争力》，《新闻记者》2008年第7期。

[13]参见何小兰：《大地震大直播大收视——从电视打破常规版面看媒体的应急机制》，《新闻记者》2008年第6期。

[14]参见关德兵：《灾难事件的抽屉式直播报道模式：以四川汶川大地震的直播报道为例》，《国际新闻界》2008年第5期；李兴达：《“拉抽屉”还是“挑樱桃”——解析汶川震灾的5S直播架构兼与关德兵商榷》，《国际新闻界》2008年第12期。

[15]参见郑世明 曾健：《论电视直播在国家哀悼日中的社会功能》，《现代传播》2008年第4期。

[16]参见石长顺 徐锐：《媒介话语的历史性超越与重建——汶川大地震报道的电视话语分析》，《现代传播》2008年第3期。

[17]参见时统宇：《央视抗震救灾直播的历史意义和传播价值》，《中国广播电视学刊》2008年第7期。

- [18] 参见张君昌：《职业冲动与职业操守的博弈——有感于电视媒体在抗震救灾报道中的表现》，《现代传播》2008年第3期。
- [19] 参见赵化勇：《发挥电视媒体优势 凝聚抗震救灾力量——中央电视台抗震救灾报道的实践与思考》，《中国广播电视学刊》2008年第6期；李兆丰：《治理与动员影响媒体反应机制的多元结构——抗震救灾特别节目中的地方卫星电视》，《现代传播》2008年第4期；葛昕 徐帆：《在家乡与他乡之间：汶川地震的一种媒体视角》，《中国广播电视学刊》2008年第8期。
- [20] 参见赵化勇：《充分发挥东道国主舞台作用努力塑造国际一流大台形象——中央电视台奥运报道的实践与思考》，《中国广播电视学刊》2008年第9期。
- [21] 参见程曼丽：《关于广播电视的奥运报道》，《中国广播电视学刊》2008年第9期。
- [22] 参见郑世明 张龙：《从传播和谐到和谐传播》，《中国广播电视学刊》2008年第5期。
- [23] 参见田维钢：《北京奥运电视报道的新技术实践》，《现代传播》2008年第5期。
- [24] 参见刘广宇：《奥运·电视与中国人的身体》，《当代传播》2008年第3期。
- [25] 参见尚志强：《我国体育电视产业发展的现状与趋势》，《当代传播》2008年第4期。
- [26] 参见符绍强：《中央电视台奥运广告销售博弈研究》，《现代传播》2008年第2期。
- [27] 参见李继东：《西方广播电视公共服务的价值理念、基本原则和运行路径》，《现代传播》2008年第1期。
- [28] 参见崔亚娟 俞虹：《以财源为核心的公共电视运营模式分析——域外公共电视系列研究之一》，《现代传播》2008年第4期。
- [29] 参见郭小平：《新自由主义思潮对当代西方广播电视业的影响》，《新闻大学》2008年第1期。
- [30] 参见张毓强：《角色与责任：西方广播电视与公共服务》，《现代传播》2008年第1期。
- [31] 参见侯红霞：《英国公共服务广播面临的问题及对策》，《中国广播电视学刊》2008年第4期。
- [32] 参见沈国麟：《美国公共电视的生存空间——美国公共电视网（PBS）记者格温·艾菲尔访谈》，《新闻大学》2008年第2期。
- [33] 参见张国涛：《广播电视公共服务的基本内涵》，《现代传播》2008年第1期。
- [34] 参见顾亚奇：《中国广播电视公共服务的三个历史阶段》，《现代传播》2008年第1期。
- [35] 参见杨乘虎：《中国广播电视公共服务体系建设三论》，《现代传播》2008年第1期。
- [36] 参见张政法：《北京市广播电视公共服务体系建设面临的主要矛盾与问题》，《现代传播》2008年第1期。
- [37] 参见曹三省 刘剑波：《广播电视公共服务支撑技术框架分析》，《现代传播》2008年第1期。
- [38] 参见黄学建：《公共电视的四大难题——从台湾公视的经验和困扰说起》，《现代传播》2008年第1期。
- [39] 参见卢迎安：《公共电视：理念、实践与挑战——访台湾政治大学冯建三教授》，《新闻大学》2008年第2期。
- [40] 参见吴玖 郭镇之：《全球化与中国寻求文化身份：以方言电视节目为例》，《新闻大学》2008年第3期。
- [41] 参见郑西帆：《“本土化”：改变电视文化编码的意义及代价》，《现代传播》2008年第2期。
- [42] 参见王磊：《〈新闻1+1〉开创中国电视评论新范式》，《当代传播》2008年第5期。
- [43] 参见金成勋：《电视购物对社会发展的影响》，《新闻大学》2008年第4期。
- [44] 参见张立行：《浅谈收藏报道（节目）的勃兴：兼论当下传媒存在的几个突出问题》，《新闻记者》2008年第2期。
- [45] 参见何苏六 王闻俊：《论电视纪录片社会建构的多维体系》，《中国广播电视学刊》2008年第4期。
- [46] 参见任学安：《用纪录片的语法重现历史：兼谈影视史学在〈大国崛起〉、〈复兴之路〉中的实践》，《中国广播电视学刊》2008年第8期。
- [47] 参见李岚：《一部经济史的艺术表达——第一财经〈激荡·1978—2008〉》，《现代传播》2008年第6期。
- [48] 参见赵泽：《华语传播的话语整合与意象重构：以CCTV4〈华人世界〉为研究对象》，《国际新闻界》2008年第4期。
- [49] 参见何兆武：《电视访谈的民主政治传播价值——以“高官访谈”为例》，《现代传播》2008年第1期。
- [50] 参见陆生：《试论美国电视晚间新闻的危机与颓势》，《新闻记者》2008年第8期。
- [51] 参见高金萍：《〈琼·斯图尔特每日秀〉与美国总统大选报道》，《国际新闻界》2008年第8期。
- [52] 参见刘燕南 商建辉：《反馈的变奏：“数字受众” vs. “意见受众”——中国电视台观众反馈现状调研报告》，《现代传播》2008年第2期。
- [53] 此处的现象描述、产业对策、理论建构三个问题层次，参考潘忠党：《传播·文化·社会译丛·总序》，华夏出版社。
- [54] 参见时统宇 吕强：《收视率导向批判——社会的醒思》，《现代传播》2008年第3期。
- [55] 参见黄会林 王卓明 李国顺 钟芳 谭华：《首都未成年人电视收视行为分析报告（上）、（下）》，《现代传播》2008年第1、2期。

- [56] 参见刘新荣：《论受众的电视节目选择行为》，《现代传播》2008年第2期。
- [57] 参见李思屈 王珂：《交互传播模式下的受众偏好——关于交互电视收视方式与节目类型的实证研究》，《现代传播》2008年第1期。
- [58] 参见王长潇：《电视文本解读中“未读”现象分析》，《当代传播》2008年第2期。
- [59] 参见陈虹：《爱看新闻 关注本地 期盼创新——从一次调查看上海电视受众的需求》，《新闻记者》2008年第10期。
- [60] 参见高贵武：《节目主持人的媒介形象审视》，《国际新闻界》2008年第9期。
- [61] 参见于丹：《孟非：不可复制的民生符号》，《中国广播电视学刊》2008年第10期。
- [62] 参见武楠：《新闻访谈类节目主持人的角色定位和人格魅力——对丹·拉瑟专访萨达姆的思考》，《当代传播》2008年第6期。
- [63] 参见徐少兵：《把握时代理念 创新时政新闻的传播形态——我所体会的电视时政新闻改革》，《新闻记者》2008年第4期。
- [64] 参见杨尚鸿 郭建中：《看重“独家新闻”还是“自律规范”？——台湾电视新闻记者的选择行为研究》，《新闻记者》2008年第2期。
- [65] 参见石长顺 王琰：《广播电视媒体的政府规制与监管》，《中国广播电视学刊》2008年第1期。
- [66] 参见李法宝：《维护公共利益：香港电视管理原则》，《当代传播》2008年第5期。
- [67] 参见郑亚楠：《当电视本身成为“话语事件”》，《国际新闻界》2008年第5期。
- [68] 参见赵瑜：《电视媒介新技术背后的利益博弈——从欧美数字电视标准的确立谈起》，《中国广播电视学刊》2008年第5期。
- [69] 参见宋小卫：《公民“擅自制播讲演录像”的罚与法——对一起广播电视行政诉讼案的释评》，《国际新闻界》2008年第12期。
- [70] 参见吴丰军：《电视内容资产的经济学分析》，《现代传播》2008年第6期。
- [71] 参见李艳：《透过“包装”看电视媒体的品牌营销策略》，《中国广播电视学刊》2008年第10期。
- [72] 参见齐蔚霞：《电视行业实施体验营销策略的必要性分析》，《当代传播》2008年第6期。
- [73] 参见王晶：《试析凤凰卫视的三次产权变更》，《国际新闻界》2008年第5期。
- [74] 参见吕新景：《整合与分散：关于广电集团频道制的实践与思考》，《中国广播电视学刊》2008年第7期。
- [75] 参见雷蔚真 谢弛：《从体育电视的网络传播实践看“台网互动”的基本模式》，《国际新闻界》2008年第11期。
- [76] 参见李德刚：《打造网络影响力：“冷媒介”时代的电视节目生存策略》，《现代传播》2008年第3期。
- [77] 参见赵玉明 贾临清：《周恩来对我国广播电视事业的贡献——纪念周恩来诞辰110周年》，《中国广播电视学刊》2008年第3期。
- [78] 参见李琼：《论加密收费电视节目运营——以CCTV—3、5、6、8套为例》，《现代传播》2008年第6期。
- [79] 参见赵晓兰：《电视读报节目的五年回顾》，《中国广播电视学刊》2008年第6期。
- [80] 参见杨状振 欧阳宏生：《中国电视批评的史学建构》，《中国广播电视学刊》2008年第1期。
- [81] 参见刘宏 栾轶玫：《中国高校电视学研究的三个阶段》，《中国广播电视学刊》2008年第9期。
- [82] 参见谢勤亮：《一个消逝的频道——访深圳电视台原纪实频道申晓力》，《新闻记者》2008年第3期。
- [83] 参见朱涛：《风雨兼程十五年——写在《东视新闻》华丽谢幕时》，《新闻记者》2008年第2期。
- [84] 潘忠党：《传播·文化·社会译丛·总序》，华夏出版社。

（责任编辑：姬德强）

充气娃娃仿真充气娃娃日本充气娃娃充气娃娃日本充气娃娃仿真充气娃娃Handbags, Wallet, Purses, Chanel Bags, GUCCI Bags, Hermes Bags, Prada Bags摸奶忍够体AV男男优AV女女优AV日本av女优AV日本av日本av男优测试：30秒做102个俯卧撑ccav

wire mesh

wire mesh搞笑高考笑话电车痴女痴女净空法师谈玛雅预言净空法师 2012中国人的一天刘俐俐刘俐俐事件摸奶门谷歌翻译发声谷歌翻译发音野战门事件春晚吐槽精华女保镖展示特训成果沙漏超模沙漏女吐槽海贼王中文网hzw海贼王漫画中文网海贼王海贼王漫画海贼王在线漫画 海贼王 漫画海贼王漫画海贼王动画海贼王中文海贼王论坛漫画中文网海贼王剧场版海贼王下载海贼王国语版全集海贼王国语版海贼王中文版全集海贼王中文版海贼王高清晰海贼王全集在线观看海贼王全集海贼王国语海贼王女帝海贼王动画533海贼王动画532海贼王动画531海贼王动漫530海贼王529海贼王528海贼王654海贼王653海贼王652海贼王651海贼王650海贼王625话海贼王530海贼王图片海贼王壁纸software clearancesoftware salecheap softwarecheap Windows 7 Ultimatecheap ROSETTA STONE SPANISH LATIN AMERICA Lev 1-5 V3cheap Windows 7 Professionalcheap Windows 7 Home Premiumcheap Adobe Master Collection CS5.5 Creative Suite 5.5cheap Photoshop CS5 Extendedcheap Office 2007 Professionalcheap project professional 2010cheap windows 7rosetta stone spanish

收藏本文

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码
 邮箱: * 游客发言需提交邮箱
 验证码: * 请输入: 5752

[发表评论](#) 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

充气娃娃仿真充气娃娃日本充气娃娃充气娃娃日本充气娃娃仿真充气娃娃Handbags, Wallet, Purses, Chanel Bags, GUCCI Bags, Hermes Bags, Prada Bags摸奶忍够体AVav男优AVav女
 优AV日本av女优AV日本av日本av男优测试: 30秒做102个俯卧撑ccav

wire mesh

wire mesh搞笑高考笑话电车痴女痴女净空法师谈玛雅预言净空法师 2012中国人的一天刘俐俐刘俐俐事件摸奶门谷歌翻译发声谷歌翻译发音野战门事件春晚吐槽精华女保镖展示特
 训成果沙漏超模沙漏女吐槽海贼王中文网hzw海贼王漫画中文网海贼王海贼王漫画海贼王在线漫画 海贼王 漫画海贼王漫画海贼王动画海贼王中文海贼王论坛漫画中文网海贼王剧场
 版海贼王下载海贼王国语版全集海贼王国语版海贼王中文版全集海贼王中文版海贼王高清海贼王全集在线观看海贼王全集海贼王国语海贼王女帝海贼王动画533海贼王动画532海贼
 王动画531海贼王动画530海贼王529海贼王528海贼王654海贼王653海贼王652海贼王651海贼王650海贼王625话海贼王530海贼王图片海贼王壁纸software clearancesoftware
 salecheap softwarecheap Windows 7 Ultimatecheap ROSETTA STONE SPANISH LATIN AMERICA Lev 1-5 V3cheap Windows 7 Professionalcheap Windows 7 Home Premiumcheap
 Adobe Master Collection CS5.5 Creative Suite 5.5cheap Photoshop CS5 Extendedcheap Office 2007 Professionalcheap project professional 2010cheap windows
 7rosetta stone spanish

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2000-2010 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2010 MediaChina.net All Rights Reserved | Powered by MediaChina Tech