

1978年5月,经中共中央批准,北京电视台改称中央电视台,英文缩写CCTV。一档承载了诸多特殊意义、具有崇高地位和经济价值的电视节目,也从此走进了国人的生活。

《新闻联播》审片室电话可直通中南海



1982年,《新闻联播》主播邢质斌在播报新闻

主播“只闻其声不见其人” 访美国同行引进“提示器”

1978年1月1日,当天值班编辑黄一手中手写的一张“电视新闻播出串联稿”上,满是勾勾画画的箭头和圆圈,这张纸上记录的是第一期《新闻联播》的主要内容:共5条新闻,加上配乐和切换时间,全长20分钟,头条是《邓小平出席国务院办公厅招待会,同外国专家欢庆新年》。

当时,电视台没有录像机,新闻画面用电影胶片拍摄下来送到直播间,一边播放带子,一边同步配音解说,播音员本人并不出现在节目画面上,“只闻其声,不见其人”。《新闻联播》首任男主播赵忠祥记得,这样的情况持续了两年,直到1979年底,他的面孔才第一次出现在《新闻联播》上。“第一次上镜,屏幕上只有我一个人,后来不久改成一男一女两人播报新闻。”双人搭档主播的形式一直沿用至今。

“当时我们要具备极强的文字辨别能力,(新闻稿)都是手写的,上面可能有20个编辑的字迹”,赵忠祥说,节目直播中有时还会插进临时来稿,重要信息容不得半点差错。赵忠祥回忆,1979年他跟随国家领导人去美国访问,看到美国的新闻播音都使用了“提示器”,就是摆在镜头和播音员之间的一块屏幕。赵忠祥回国后立刻向

台里打报告,引进了这种实用设备,才摆脱了“低头看稿”的紧张状态。

《新闻联播》开播之初,由于当时的电视信号主要依靠微波线路传输,容易受地理因素影响,无法覆盖全国。1980年10月,第十次全国广播工作会议做出决定,“各级广播电台、电视台、县广播站”,必须转播央视《新闻联播》。

审片室电话可直通中南海 副台长亲自审看待播样片

1982年9月1日起,中央明确规定,将重大新闻的发布时间从20点提前至中央电视台《新闻联播》的播出时间19点,重要新闻将首先在《新闻联播》中发布。这标志着中央电视台首次成为独立的新闻发布机构。之前,中央政令和重要信息的发布渠道,以《人民日报》和中央人民广播电台为主。《新闻联播》是中央电视台唯一享有专用审看间的节目,每天下午,分管新闻的副台长和新闻中心主任要在这里审看当天待播的样片。一位多次送审样片的资深记者这样描述审看间里的场景:“沙发中间的茶几上有两部引人注目的电话,其中一部是可以直通中南海的红机。”

《新闻联播》权威地位的确立,伴随着电视这一新兴传播媒介的迅速普及。在受众数量迅速增长,而节目生产仍处于相对匮乏状态的20世纪80年代,《新闻联播》几乎成为亿万电视观众每天必看的节目。数据显示,1986年,《新闻联播》收视率为35%左右,到1988年,上升到50%以上。而且,包括邓小平、李先念、邓颖超、胡耀邦等许多领导人,也都是《新闻联播》的忠实观众,他们在许多场合都表达了对该节目的兴趣和关注。随着影响力与日俱增,地方电视台报送央视播出的节目内容和数

量的增加,《新闻联播》引起了各地党政领导的高度关注。

广告时段供不应求 3079万催生第一届“标王”

改革开放之前,电视台是纯粹的事业单位,经费来自国家拨款。1979年,上海电视台首开“播出广告创收”之先河,广告收入很快成为电视台的主要经济来源。当时,央视许多节目里也都有广告,惟独《新闻联播》不插播广告,只在随后播出的《天气预报》里有一条5秒钟的广告。改变这一局面的,是1991年起任央视台长的杨伟光,他在任期内实施了一系列电视改革,包括《新闻联播》的市场化改革。

1993年,两家企业同时点明要《天气预报》中间的5秒钟广告,央视就又追加了一条5秒钟广告。1994年1月,这个时段的争夺愈发激烈。于是,杨伟光拍板,在《新闻联播》和《天气预报》之间,一举增加了30秒广告。同年4月,这个时段的广告又增加到60秒,仍然供不应求。

1994年春,杨伟光曾对时任央视广告中心主任的谭希松说:“看来这一时段的招标是势在必行了。”于是,1994年11月,谭希松操办了第一届“中央电视台黄金时段竞标会”。“黄金时段”的标志就是《新闻联播》前后的若干分钟。结果,山东“孔府宴酒”以3079万元的高价中标,由此诞生了人们熟知的“标王”。

此后几年,“标王”之争愈演愈烈,1997年“秦池”以3.212118亿元的天价夺得“标王”时,秦池酒厂厂长姬长孔说的一番话,代表了参与竞标企业的普遍心态:“我们每天向中央电视台开进一辆桑塔纳,开出一辆豪华奥

迪。今后,我们每天要开进一辆豪华奔驰,争取开出一辆加长林肯。”

2007年央视黄金时段招标总额突破80亿元,如今《新闻联播》前后数分钟的广告收入,占据了CCTV共计16个频道全部广告收入的大部分。

“微笑播报”引争议 “主播换人”成热点

《新闻联播》的主播向来有“国嘴”、“国脸”之称,他们被认为代表了“国家形象”。罗京曾戏称,自己换个发型都必须经过台长允许。

《新闻联播》的播报风格,则被赵忠祥概括为“字正腔圆”,“从栏目创立开始,就延续了老一辈播音员齐越、夏青在中央人民广播电台时确立的风格。”

然而,30年来,《新闻联播》也在悄悄改变。1984年,新晋女主播卢静首次在《新闻联播》中尝试了“微笑播报”,一改此前主播不苟言笑的严肃形象,增添了亲和力。虽然此次“微笑播报”引发了一些争议,但观众总体反响良好,于是,这种时而面露微笑,并伴有“观众朋友您好”等问候语的风格,就沿用了下来。

2006年6月5日,《新闻联播》的观众惊奇地发现,电视里出现了两张“生面孔”——年轻的康辉和李梓萌坐上了主播台。人们恍然大悟,这档节目已经有17年没换过新主播了。“主播换人”的提议,来自这年两会期间,全国政协委员叶宏明的提案。叶宏明认为,“播音员结构老化已是不争的事实,体现在屏幕上就是播音风格日益陈旧、沉闷,让观众感到面容疲惫、表情单一、缺乏朝气和活力。”

或许他也没有料到,《新闻联播》的反应,竟然这么快。(据《新京报》)

《新闻联播》的运作体制

相比央视其他栏目,《新闻联播》是一个相当独特的运作机构。在新闻形式上,它不同于一般的消息,也不同于纯粹的专题,其大致内容播出的顺序是:中央政治局常委的外交、访问、会议以及视察活动,中共中央或中央政府开的某项会议,有意思的是,这里面的新闻先后次序排列完全不是以其重要性,而是由领导人的排名先后决定的,同样,在重要会议上,政治局常委以外的每一个政治局委员,也都会给与时长大体相等的镜头。

在组织架构上,《新闻联播》虽然隶属于央视新闻中心的新闻编辑部,但迥异于央视绝大部分栏目采用的制片人负责制,也没有专门的采编团队,主要由中心下辖的时政新闻部、社会新闻部、地方新闻部和新闻采访部四

个部门供稿。

负责时政新闻供稿的时政新闻部,是其中最为要害的部门。和央视对驻国外记者站人选的要求一样,在该部工作的记者编辑一般要求是台聘以上的职工,这些在政治上要求绝对可靠的职工,因为近水楼台,某种程度上也成为了地方官员争相结识的对象,以至于一位跟随采访了几年某届国务院主要领导的时政新闻部年轻记者,在家乡举行婚宴时,竟有当地4名以上副省级领导出席。随着这位领导退休,这位记者索性也走向了从政之路,现在已经是内蒙古某盟的副盟长。

似乎是作为一种特别的规格和待遇,在复兴路11号的央视方楼二楼,《新闻联播》是唯一一个享有专用审看间的栏目。每天下午五时半左

右,分管新闻的副台长和新闻中心主任便在这里审看当天播出的《新闻联播》样片,重要的时政新闻往往还需经中共中央办公厅和国务院办公厅领导审看。一条新闻最后能否上联播,除了分管的副台长和新闻中心主任,谁也心里没底。

曾经在地方卫视和央视都工作过的资深电视记者喻三龙(化名),有选送新闻上联播和自己直接给联播拍摄新闻的双重体验。喻回忆,自己选送或拍摄的新闻,倘若能上联播,是一件相当令人兴奋的事情,倘若还能入选联播头条,通常会赢得领导的特别表扬。

喻三龙描述送审联播的数十次经历:巨大的联播审看间里,朝西是一台同样巨大的电视,审片时,分管的副台长和中心主任坐在东边的两张大沙

发上,送审的记者、陪审的制片人和部主任等则分坐在南北两侧的长椅上,沙发中间的茶几上有两部引人注目的电话,其中一部是可以直通中南海的红机电话。

喻三龙印象最深的是好几次正在审看时,红机电话一响,审看的台领导手一抬,送审的记者立即按住暂停键,众人马上屏息静气。鸦雀无声中,就见领导对着电话一边点头一边说是是,等到领导放下电话,手一指,记者马上按下PLAY键,大家也跟着松了一口气,继续审片。审过了的,欢天喜地,赶快将样片送到新闻编辑部联播组当天的值班编辑手上;要改的,屁滚尿流,也立即蹦到隔壁机房修改;片子毙了的,垂头丧气而去。

(据《南都周刊》)