

研究論文

方言節目與大陸新時期的地方媒體政治： 以《百曉講新聞》為例

莊梅茜

摘要

本文採用半結構化訪談與文本分析法，以溫州電視台《百曉講新聞》(《百》)節目為例，討論大陸威權體制下的方言節目如何在權力與資本夾縫中塑造去政治化的地方公共性。針對方言節目背後的文化政治，本文提出三個問題：第一，《百》是如何興起的？第二，《百》的報導展示出了怎樣意識形態？第三，《百》構建了怎樣的公共空間？本文認為，大陸方言節目既不是地方主義反抗中央威權的工具，也不是中央與地方之間的政治傳送帶，而是國家放鬆管制、地方認同複歸、市場邏輯深化與本土媒體行動互相作用的產物。

關鍵詞：溫州方言、節目意識形態、市場、地方媒體

莊梅茜，諾丁漢大學當代中國研究學院(中國及英國校區)博士候選人。
研究興趣：政治傳播、中國大陸媒體研究、中國大陸國家-社會關係。電郵：
lcxmz4@nottingham.ac.uk

論文投稿日期：2015年6月11日。論文接受日期：2015年11月5日。

Research Article

Dialect Program and the Local Media Politics of Mainland China in the New Era: The Case of “Baixiao Talking Show”

Meixi ZHUANG

Abstract

Using the dialect program “Baixiao Talking Show” (BTS) as a case study, the paper aims to analyze how the Chinese dialect programs strive to create an apolitical local public space at a time when the state’s power and the market logic prevail. To understand the cultural politics of the dialect program BTS, this paper asks three questions. Firstly, how did BTS rise to power in the local media market? Secondly, what is the ideology of BTS? Thirdly, what kind of public sphere has been created by BTS? By using the research methods of semi-structured interviews and textual analysis, this research found that BTS does not establish a “localism vis-a-vis nationalism” relationship with the party-state hegemony, nor is it a transbelt between the center and the local. The paper concludes that the orchestration of state deregulation, returning localism, ongoing marketization, and local media development together give rise to the popularity of dialect programs in contemporary China.

Keywords: Wenzhou dialect, ideology of TV program, market, local media

Citation of this article: Zhuang, M. (2016). Dialect program and the local media politics of Mainland China in the new era: The case of “Baixiao Talking Show”. *Communication & Society*, 37, 161–189.

Meixi ZHUANG (PhD Candidate). School of Contemporary Chinese Studies, University of Nottingham. Research interests: political communication, media studies in mainland China, nation-society relationship of mainland China.

研究動機與目的

大陸方言節目於上個世紀90年代在東南沿海的福建、廣東兩省興起，並在幾年間迅速擴散至四川、湖南、陝西等內地省市，在全國範圍內得到迅速推廣(王召金，2007)。以浙江省為例，各級廣播電視機構共播出方言節目42檔，每天播出時間(不含回放)累計近17個小時(吳雪清，2008)。從最初的欄目劇、配音劇，直到近十年才出現的新聞欄目，大陸方言節目的熱播獲得了傳媒學界小範圍的關注(莊梅茜，2011；郭鎮之，2009；黃明波，2010，2014；王曉漁，2009；Guo & Zhang, 2012)。

方言節目的走紅，很容易讓人聯想到全球化背景下本土化的反作用力。著名的未來學家約翰·奈斯比特(John Naisbitt)在《全球吊詭》(1994)一書中指出，儘管資本主義現代化在全球範圍內獲得了總體性的勝利，但其組成部分卻不斷趨於分離和自治。杜克大學的文化研究學者劉康將這種現象描述為「全球化的反題」，即「分離化、區域化、民族化、部落化、本土化、零散化、主體離心化」(1995：99)。曼紐爾·卡斯特爾(Castells, 2009)將這套悖論邏輯運用到媒體研究中。卡斯特爾認為，傳媒作為一項集經濟、文化與政治權利於一身的產業，其自主性與多元性在如今的市場經濟中得到了長足發展。與此同時，自由市場所帶來的媒體本土化格局則削弱了政府對意識形態的控制能力，甚至可能挑戰民族國家的合法性。

「語言是一個明顯的權力角鬥場」(Rawnsley, 2001)。近幾年來，由方言議題引發的社會討論及運動不在少數。2010年廣州亞運會期間，廣州政協起草一項提案，要求廣東廣州電視台綜合頻道縮減粵語節目、增加普通話節目播出時段來配合亞運期間的對外宣傳。此提案一出即引發了廣州和香港觀眾的強烈抗議。不少粵語民眾紛紛在博客、微博以及網絡論壇上宣洩不滿情緒(Guo & Zhang, 2012)。廣州市政協提案委員會此後的民意調研結果顯示，大多數受訪者並不支持這一提案，希望廣州電視台綜合頻道維持粵語播音的電視觀眾佔到79.5%(鄭天虹、馬曉澄，2010)。

方言在一定程度上製造了地域歧視和對立。2007年，一則題為「討厭廣東電視台的廣東話」的匿名帖子在大陸著名論壇「天涯小區」走紅。

籍貫湖南的務工網友抱怨，東莞絕大多數有線電視節目只說粵語，「只是在不斷強調廣東人的主體意識」、「感覺自己從來就沒有容入當地人的思想意識範圍」。在緊隨其後的800餘則跟帖中，支持普通話和力挺粵語的兩派網友針鋒相對。¹2011年，一條中國國航空姐暗諷溫州口音的微博引發了一場關於地域歧視的網絡討論。事件最終以涉事空姐賠禮道歉收場。²在今年的央視春晚，小品「小棉襖」也因為涉嫌歧視福建口音而遭受非議。

方言及其背後的地方主義還可能帶來政治後果。隨著內地移民與文化逐漸進入香港，部分當地人發起保衛粵語、抵制普通話行動。2013年10月，香港城市大學中文文學碩士課程因為粵語教學致使部分內地生無法聽懂上課內容。內地生提出的普通話教學的訴求立即引發了部分香港學生不滿，指責內地學生不守規矩。³「城大事件」並非偶然的孤立事件。授課語言爭議的背後實際摻雜著一系列近年引發中港矛盾升級的複雜因素，諸如文化隔閡、政見不一、移民問題等等。同樣的，Rawnsley (2001) 關於台灣政治轉型與公共電視的研究表明，公共空間中的方言傳播對於台灣建立本土主體意識、加速民主轉型功不可沒。此外，有關歐洲少數族裔與方言新聞發展的研究均表明，方言節目不僅有增強地域認同感的功能，而且能推動少數族裔身份的政治化 (Cormack & Hourigan, 2007; Cox, 2010; Graber, 2012; Zabaleta et al., 2014)。浙江大學的邵培仁教授在接受外媒採訪時也表達了對方言節目政治化傾向的擔憂：「方言的死灰復燃，加上節目主持人的教唆炒作，對於民族團結不利」。在邵看來，台灣政府鼓勵閩南話的目的就是要「將台灣從中國分裂出來」。⁴郭鎮之和張小玲在雲南昆明的田野調查中同樣發現，有觀眾將方言節目和分裂主義聯繫起來，批評「昆明電視台有支持昆明獨立的嫌疑」(2012：309)。

然而，當前大陸呈現的一番文化景象卻令人頗為費解：一方面，廣電總局不斷出臺各項政策管制方言節目；另一方面，全國各地的方言節目卻一直辦的有聲有色。方言的普遍流行是否驗證了卡斯特爾關於「全球化反題」的論斷？地方媒體公然違反國家推廣普通話的原則發展方言節目，是否對黨國意識形態提出了挑戰？「遠在天邊」的中央政府，是否已經缺乏足夠的能力管制地方媒體活動了？儘管地方方言節

目在中國已有二十多年的發展歷程，迄今為止卻鮮有深入關注方言節目與中央威權的學術研究問世。認識方言節目背後的文化政治之所以重要，首先是因為它在宏觀層面上牽涉到黨國文化領導權 (hegemony) 和政治合法性的問題。方言節目為學者認識黨國意識形態與地方文化生產之間的複雜關係提供了一個獨特的研究視角。其次，從實務層面而言，瞭解方言節目的運作邏輯對於當下大陸地方媒體具有借鑒意義。本文希望通過介紹一個成功方言節目的生存法則，為大陸地方媒體發展方言節目提供一定的實際參考。

下面，本文將以浙江省溫州電視台《百曉講新聞》(以下簡稱《百》) 為例，探討新時期大陸地方媒體背後的微觀政治。本文選取該節目作為分析案例主要有兩個考慮。第一，該節目發展歷史較長，2004年開播至今收視率常年穩居本地前列，是一個典型的成功案例。第二，溫州地處中國東南邊陲，無論是從地理位置、行政級別還是歷史文化方面都與首都北京有著顯著的差異。相較於河北、山東、天津等北方省市，浙江溫州這一田野地點更有利於認識中央與地方間的文化與政治張力。

文獻綜述

方言節目與媒體政策

方言節目特指以漢語方言為播出語言的電視節目，具體表現為用方言播報電視新聞、方言版欄目劇、電視劇、情景喜劇、電視綜藝、小品和電影等等。⁵ 方言電視節目的共同特點是製作理念上立足本地，蘊含本土文化特色，內容形式上往往生動詼諧，輕鬆活潑，與嚴肅正經的普通話新聞聯播形成鮮明對比。

方言電視節目在中國大陸已經達到了遍地開花的地步。其中較典型的代表有廣東電視台的欄目劇《外地媳婦本地郎》，至今已播出了1,000多集(王兆金，2007)。重慶衛視的老牌欄目《霧都夜話》自1994年開播至今收視長虹，21年屹立不倒。地方文化濃鬱的閩粵兩省則分別開闢了閩南語和粵語頻道面向全球華人觀眾(黃明波，2014；王曉漁，2009)。其中1983年開台的珠江頻道不僅雄踞廣東省內所有電視收

視率之冠，並且通過跨區域合作覆蓋了港澳、馬來西亞等部分東南亞地區，同時還在美洲、歐洲、澳洲、非洲開闢海外頻道。⁶類似的，溫州新聞綜合頻率國際台採制的溫州方言節目《魅力溫州》於2014年在美國紐約落地播出，成為「溫州國際形象推廣工程」的第一項成果。⁷此外，雲南電視台的脫口秀《大口馬牙》、杭州電視台的《阿六頭說新聞》、浙江電視台的《浙江老娘舅》等方言節目也各有特色。常見的方言節目還可以細分為新聞評論類、民事調解類、人物故事類等等。

方言類節目在大陸觀眾中擁有一定的支持度。根據復旦大學新聞學院在上海地區九個區縣進行的民意調查顯示，75%的市民認為「方言電視節目比普通話節目親切貼近生活」(吳曉青、黃意，2006)。另一項由「中國語言現狀」課題組(Project Team on Language Situation in China, 2005)設計的網絡調查也顯示，在374個受訪者中，有56.4%的人支持方言電視節目發展。根據AC尼爾森的市場調研，杭州電視台《阿六頭說新聞》的收視率基本穩定在10%–12%。央視索福瑞的數據則顯示，山東齊魯電視台的《拉呱》在山東全省收視率達到55%；在濟南一地更是高達75%(閔德發、陸文傑，2009)。

地方方言電視節目的出現可以追溯到上個世紀90年代中期。彼時，全球化與市場化逐漸成為世界媒體行業的主旋律，而剛剛步入市場經濟正軌的中國大陸也對這股不可逆轉的趨勢做出了快速的反應。圍繞著市場化改革的總體目標，中國廣播電視行業經歷了一場內容生產到運作機制等各層面的深刻變化(黃升民，2000)，開始朝著集團化與產業化的方向前進。一方面，省級國有媒體單位機構通過三網聯合等一系列整合措施紛紛建立起龐大的廣電集團，從而得以在宏觀上制定統一政策及策略，並決定市場擴張方向；另一方面，面對著激烈的市場競爭，市縣級媒體單位則要面對如何運用有限的分配資源來落實總體策略，並同時通過其他手段獲得經濟收入(如廣告)來維持運轉。包括趙月枝(1998)、崔保國(2010)、鄭永年(2007)、劉擎和麥康勉(Liu & McCormick, 2011)在內的不少中國研究學者都認為，伴隨著市場經濟的發展，民眾生活水平的提高，媒體產品的多元化快速增長已呈不可逆轉之勢。今天，地方電視台的競爭對手不僅包括了有著豐富資源與強勢話語權的中央台和各級省台，還有網絡論壇、微信公眾號等其

他新媒體。觀眾市場也隨之由原先的單一大眾演變為需求各異的小眾。因此，地方電視台要想在激烈競爭中獲得利潤，就必須利用有限的資源搶佔本地市場。此前的相關研究均指出，方言節目的興起是電視市場細分、目標市場(niche market)發展的產物(王曉漁，2009；王兆金，2007；郭鎮之，2009；莊梅茜，2011)。

地方文化複歸是地方方言節目興起的另一個重要因素。在毛澤東時代，中央對地方社會的思想滲透達到了前所未有的強度。在社會主義的體制背景下，「全國民族大團結」成為了一個身體政治化的過程：它致力於改造政治身份的多樣性，把不同區域、不同語言、不同民族的人民納入高度同質化的無產階級框架內，從而製造出統一的普遍的政治身份(汪暉，2008)。因此，對地方身份的強調，往往會使個人陷入階級鬥爭的泥沼，被劃定為是「山頭主義」、「分裂主義」或「現行反革命」。在高度集權的總體性社會中，由上至下的強力動員使地方媒體徹底淪為中央的傳話筒(周雪光，1993；唐秀平，2000)。儘管地方話語散失在社會主義浪潮之中，但它卻從來沒有徹底消失過。在後毛澤東時代，市場經濟的發展、國家控制的放鬆為地方文化傳統的複歸提供了社會土壤。歷史學家杜贊奇(Duara，1995)指出，東南沿海語言與宗教的復興可能反映了地方文化的恢復，地方身份認同在不斷增強。

然而，由於地方方言節目明顯違背了國家推廣普通話的政策，當90年代中期方言節目開始廣泛流行時，國家也開始預備動作，出臺各項政策進行管制。2000年頒佈的中華人民共和國國家通用語言文字法(中華人民共和國第三十七號主席令，2000)中規定，廣播電臺、電視台必須以普通話為基本的播音用語。在2000年到2009年間，廣電總局頒佈了一系列相關規定，比如原則上不能播放方言節目、電視劇的語言(地方戲曲片除外)應以普通話為主，一般情況下不得使用方言和不標準的普通話、不得用方言譯製境外廣播電視節目(廣電總局，2004)、電視劇中出現的領袖人物的語言要使用普通話(廣電總局，2009)。2014年最新的一則規定通知《廣電系統大力規範廣播電視節目用語》則要求「播音員主持人除節目特殊需要外，一律使用標準普通話。不得模仿地域特點突出的發音和表達方式，不使用對規範語言有損害的俚語俗詞等」。

耐人尋味的是，這些政策儘管表面上非常嚴格，卻具有很大的解讀空間。首先，廣電總局至始至終從未全面禁止方言節目，而是在具體方面提出具體細則要求。其次，以上檔均使用了「原則上」、「一般」等措辭，表明廣電總局有意為地方媒體留有餘地。再次，違反規定者所受處罰不一，包括立即停播、播出調控等。2014年出臺的最新規定甚至沒有給出具體的處罰措施，僅要求地方媒體建立內審和獎罰制度進行自我管理。更加值得注意的是，至今頒佈的所有檔都沒有提出過包括「罰款」或「吊銷執照」在內的嚴厲處罰規定。以上表明，廣電總局並無意將方言節目一棒打死，而是採取了「引導型」的措施規範地方媒體，在實際操作層面形成了「不鼓勵」、「不反對」的曖昧態度。這種政策彈性為方言節目提供了一定生存空間。

既然方言節目不利於國家推廣普通話，廣電總局為何不將其一棒打死呢？本文認為這裡主要牽涉到四個原因：第一，方言節目能為國家創收，對於國家和電視台都是雙贏的。第二，當代中國社會的多元化已成定局，「國家-社會」關係今非昔比。使用硬性手段打壓方言節目不僅無法促進民族團結，反而會引起民眾不滿，造成社會情緒反彈，進而影響地方社會穩定。同濟大學的王曉漁教授(2009)強調，嚴打方言對公共行政、公共服務、公共文化沒有任何益處。上文提到的廣州市民反對亞運期間限播方言節目的抗議事件就是一個明顯的例子。尤其當香港民眾也一同加入到抗爭隊伍中時，事態更是進一步升級和複雜化。由此可見，政府實現「和諧社會」的美好願望很可能會因為其粗暴的治理方式適得其反。第三，大陸絕大多數的地方媒體都是「事業單位」。它們不但擁有發達的黨支部，而且受到宣傳部門的直接領導(Zhao, 1998)。方言節目不可能在意識形態方面越界，挑戰共產黨的底線。第四，包括粵語、閩南語、客家話在內的全球華人通用語種具有「文化統戰」的功能。針對這些特殊語種，國家不僅鼓勵中央台(如CCTV-4)開辦專門欄目，同時也積極配合個別地方台，在政策上給予寬鬆對待。比如，2007年泉州電視台獲得廣電總局批准，成為全國唯一有資質開辦閩南語頻道的電視台(戴明泉，2008)。為了避開「選擇性施政」的嫌疑，體現公平公正，廣電總局很難再要求其他地方台嚴格遵照規定開辦欄目，或是進一步壓縮方言節目比例。以上一系列因素導

致了當前大陸的方言節目「屢禁不止」的媒體奇觀(Guo & Zhang, 2012)。

過去的相關研究

關於方言節目與黨國意識形態的關係，過去的相關研究基本有兩派觀點。一些學者認為，方言節目實際上是政治宣傳的有機組成部分。黃明波(2010)在針對泉州電視台閩南語頻道的研究中指出，閩南語頻道的開辦離不開兩岸特殊的政治背景。該頻道的一個重要政治任務就是涉台傳播，即「立足文化認同，以文化軟力量的感召來化解兩岸分歧、以祖地傳統文化的弘揚來強化臺胞對中華文化的認同」，從而達到「文化統戰」的目的。戴泉明(2008)也認為，泉州電視台、CCTV-4，鳳凰衛視、海峽衛視、廈門衛視等各大以方言為特色的媒體是國家軟實力輸出計劃的一部分，能夠起到團結全球華人的政治效果。

除了站在文化統戰的高層面外，另一些研究者則嘗試解析方言節目與當地政府工作之間的關係。吳彤彤(2012)認為，地級媒體身處基層，應當擔當起政府與民眾之間的橋樑作用，包括方言節目在內的民生評論類節目需「突出當地黨委、政府重點工作與民生的結合點」，「更多地從政治的視野、宏觀大局的高度來點評民生、引導民意」。曾瑜(2010)在一項關於方言節目的專題研究中也指出，方言節目擔負著主導意識形態、充當黨的喉舌的重任。方言節目應該善於發揚貼近民眾的優勢，「抓好重大主題報導」，將硬新聞軟處理，讓受眾在愉悅的收視感受中接受黨和政府的領導，「做到入腦入耳入心，進而變為自己自覺的行動」(28)。

然而，另一些學者認為，方言節目與黨國的文化領導權之間存在緊張的關係。這一派的代表作品是清華大學郭鎮之和諾丁漢大學張小玲(2012)刊於《中國傳播研究》(*Chinese Journal of Communication*)的「文化領導權與反文化領導權：中國方言節目的政治」(“Hegemony and counter-hegemony: The politics of dialects in TV programs in China”)一文。郭與張的一個基本觀點是，方言節目處於黨國意識形態的「灰色區域」(grey zone)，爭議性和合理性並存(legitimate controversy)。方言節

目正是地方媒體在此場域內與中央政府「抗爭、互動和討價還價」的產物(312)。媒體通過發展方言節目，能夠獲得更多的籌碼(bargaining power)以持續推動自身的獨立自治。

郭和張進一步指出，方言節目能獲得意想不到的政治後果。首先，觀眾通過收看方言節目，能夠初步獲得一種不同於「中華民族」的強烈地方意識，從而重新認識「民族國家」的意識形態。換言之，方言節目有可能削弱民族凝聚力。其次，方言新聞節目「沒有任何有關國家或地方領導的政治活動的報導」，而是以地方社會新聞和公共民生話題作為主打，為觀眾提供了多樣的節目選擇，挑戰了黨國霸權的政治話語，大幅度減弱了國家對於民眾的直接影響。

儘管以上研究並沒有就方言的政治功能達成一致意見，但它們都清晰地指向一個議題，即方言節目與文化領導權(hegemony)的關係。根據葛蘭西(Gramsci, 1971)的文化研究理論，現代國家與原始(primordial)國家的一個根本區別在於治理方式的不同。現代資本主義國家不僅僅依靠暴力國家機器維護統治，而是善於運用市民社會的力量製造同意(consent)，通過同意和暴力的有機結合產生文化領導權，從而使民眾自願服從統治階級。在葛蘭西的市民社會理論中，以大眾媒體、自治團體、學校為代表的社會組織是複刻和傳播文化領導權的重要場所。從葛蘭西的視角出發，我們會發現，上述第一派觀點認為方言節目是黨國文化領導權的有機組成部分；而第二派觀點則認為它處於文化領導權和反文化領導(counter-hegemony)之間的灰色地帶，具有不確定性，其中暗含的地方意識與民族團結相矛盾，進而有可能產生出與黨國對立的意識形態。

根據前述研究背景及文獻回顧，本文將以溫州電視台《百》為例，從葛蘭西的文化領導權理論框架出發，通過使用訪談和文本分析兩種研究方法，以討論以下研究問題：

問題一：《百》是如何興起的？

問題二：《百》的報導展示出了怎樣意識形態？

問題三：《百》構建了怎樣的公共空間？

研究方法

本研究主要採用了深度採訪 (qualitative interview) 和文本分析 (textual analysis) 兩種研究方法。深度採訪是研究者與受訪者針對特定研究目的所進行的對話互動，是一種提問、聆聽與告知的藝術 (李美華，2015，p. 71)。本研究的實地採訪時間在2013年2月。筆者以研究人員的身份走訪了溫州電視台《百》欄目頻道，並通過私人關係結識了兩名工作人員。其中一人為實習記者，另一人為編輯。在聲明本次研究的目的學術道德規範後，他們表示願意接受採訪。採訪以半結構化的方式進行 (semi-structured interview) (Bryman, 2012)。筆者事前已擬定大綱，採訪主要圍繞大綱問題展開，涵蓋了該節目的製作理念與特色，運作模式及其與地方宣傳部的關係。此外，對話過程中湧現了一些新話題，從而使本次田野調查獲得了包括節目收視率、廣告收入、稅收數額等背景信息數據。

為了深入瞭解《百》的傳播內容及其背後的文化政治，本文選取了《百》在2013年3月27日至2013年4月3日八天內的所有新聞報導進行文本分析。文本分析從主題入手，對八天內的新聞報導進行主題分類 (Silverman, 2011)，得出八大種 (見表一、表二) 三大類 (社情民生類、時政法政類、廣告類)。分類完畢後再分別對三大類新聞報道進行質性的內容分析 (qualitative content analysis)，包括分其框架、風格與修辭。針對質性內容分析，筆者主要遵循由宏觀到微觀的分析步驟，首先判定新聞的大致框架和主旨，再檢視其修辭風格，從而全面理解各類新聞的特點。

研究發現

作為一檔植根本土的方言節目，《百》究竟是拉大還是縮小了國家與民眾間的距離呢？《百》的背後蘊藏著怎樣的意識形態？本文的一個基本觀點是，方言節目既不是地方主義反抗中央威權的工具，也不是中央與地方之間的政治傳送帶。在市場競爭和「黨管媒體」的雙重壓力下，媒體從業者一方面需要「為民代言」，積極努力地控訴、反思和解

決社會不公問題以獲得民心和收視率；另一方面，他們依然無法擺脫黨委宣傳部有形與無形的意識形態控制，時時進行自我審查。這種由新聞道德、收視率和宣傳部控制所導致的「精神分裂症」使得方言節目在內容與形式上繼續扮演著「宣傳器」、「看門狗」和「調解者」、「搖錢樹」的角色。這不但無法對北京中心的意識形態產生威脅，反而促進了當地社會穩定，提升了政府形象，又為當地廣電集團和政府部門創利創收，從而以一種柔性的宣傳方式加強了當地政府在社會治理方面的軟實力。

為了讓讀者大致瞭解《百》的報導取向，本文羅列出2013年3月27日至2013年4月3日八天內的所有新聞報導，並將其根據主題進行分類和統計(見表一、表二)。

表一 3月27日至4月3日的新聞報道一覽(按主題)

主題	新聞標題	日期	
奇聞軼事	釣包頭魚50斤重	3.27	
	司機救了一車人	3.29	
	南京推出雲祭掃	3.30	
	地鐵吃面路人勸阻被砸	3.31	
	女大學生舉辦生前遺體告別儀式	4.02	
	男子地鐵玩輪滑被處罰 奇聞軼事	4.02	
	0元搶購iPhone 竟是紙糊祭品	4.03	
	女子被罰不服 與警察當街舌戰	4.03	
	文化新聞	蒼南剪紙被套牌傳統技藝	3.27
		鬧花燈民眾祈福	3.27
廣電愛心接力		3.30	
骨灰撒向大海		3.30	
我市舉辦拒絕兩非 關愛生命大型展覽		3.31	
骨灰撒向大海(2)		4.01	
動手煎清明餅感受清明氣息		4.02	
百曉大獎今被領走 獲獎網友獻愛心		4.03	
祭品不敢時髦 文明祭掃更可取		4.03	
地方治理		設施建設滯後 倉促進場經營	3.27
	瑞安企業聯合懸賞 邀請市民監督排污	3.28	
	河水變灰 泥漿入河需整治	3.28	
	歐洲城旁臭水溝誰來治理	3.28	
	校園誠信公用車	3.29	
	小區綠化問題	3.29	
	百曉走進社區	3.29	
	小區過道塌陷	3.30	
	社區環境靠大家	3.30	
	路政部門整治高速亂象	3.31	

表一(續)

主題	新聞標題	日期
	公共自行車運行半年斷頭斷腳	4.01
	警民聯合巡邏 地方治理	4.03
	改善鐵路邊環境	4.03
政法新聞	警察被記二等功	3.27
	警察抓到縱火犯	3.27
	閑來無事亂打 110 被抓	3.28
	家庭關係不和 六旬老婦販毒 政法新聞	3.28
	午夜醉酒駕駛撞飛人	3.29
	高速卡點卡住冰毒	3.31
	紅茶灌進櫃員機被判刑	3.31
	溫州警方追捕老賴	4.02
	殺人出逃十年整被警察追捕歸案	4.02
	公交車拿針紮人男子被緝拿歸案	4.02
	高速疲勞駕駛釀車禍	4.03
	持假槍唬人被拘留 7 日	4.03
生活提醒	二手房過戶預約號暫停發放	3.27
	車管所提醒市民慎購進口車	3.27
	汽柴油價格下調	3.28
	幹擾器成行竊利器	3.31
	附一醫推出電話門診	4.01
	美白牙膏含漂白劑嗎	4.01
	應對 H7N9 莫慌	4.02
	溫州機場執行夏秋季航班計劃	4.02
	溫州城區中學分佈	4.02
	中國式過馬路今天起處罰	4.02
	春分過後摘野菜要注意	4.02
	保持個人良好衛生習慣	4.03
時政新聞	市工商局長接聽市長熱線	3.27
	《選定溫州金融改革風雲》首發	3.28
	新機構集體授牌	3.29
	心心工程啟動	3.29
	助力四邊三化	3.30
	國五條推出	3.31
	放心糧油進萬家	4.02
	衛生部通報 H7N9 疫情	4.03
維權糾紛	就餐腹瀉住院誰負責	3.28
	一家五口就餐病倒	3.28
	被騙買了山寨蘋果	3.28
	污泥糊車牌被扣分司機叫屈	3.29
	名牌水泥質量差	3.30
	十年前的土地賠償金去哪裡了	4.03
	電動車停放被盜 賠償起爭議	4.03
廣告	國際華府亮相溫州	3.31
	王老吉獨家秘方	3.31

表二 主題統計

主題	數目	百分比(%)
奇聞軼事	8	11.3
文化新聞	9	12.6
地方治理	13	18.3
政法新聞	12	16.9
生活提醒	12	16.9
時政新聞	8	11.3
維權糾紛	7	9.9
廣告	2	2.8
總計	71	100

以上的統計信息表明，作為一檔社會民生類新聞欄目，《百》的報導基本上是圍繞社情民生和政府動向兩大方面展開的。一方面，《百》貼近民生，關注本地的發展變化，善於發現普通民眾身邊的日常問題，向市民講述街頭巷聞。在八天的新聞節目中，有高達18.3%的內容涉及地方治理，包括環境污染，交通設施，城市基建和小區建設等公共管理問題；16.9%的內容是生活提醒，包括住房、醫療、食品衛生等多個方面的具有較強實用性的及時信息。《百》還涉及奇聞軼事和社會文化，時而追蹤一些具有獵奇色彩的「八卦事件」，時而關注本地傳統文化與技藝。此外，維權糾紛也是《百》的一個重要主題，佔到總條數的9.9%。其中包括了消費者與商家、公民與政府的糾紛。

另一方面，宣傳政府工作也是該欄目的一大重頭戲。時政政法類新聞佔到了總條數的28.2%。其中，有11.3%的時政報道涉及了高層政府部門近況，而16.9%的政法新聞則主要圍繞基層政府(尤其是公安警察)日常工作展開。

最後，八天內出現了兩條新聞形式的廣告。

就風格與語言特徵而言，《百》秉著「新聞的主角是平民、新聞的視點是平民」的欄目宗旨，打造了平民化的播報風格。「有趣、有用」是《百曉講新聞》的製作原則。為了增強新聞的可讀性、可看性和可聽性、服務性，主持人在敘事風格上力求生動、活潑，從而為觀眾帶來

了前所未有的觀賞體驗。由於節目中涉及大量日常瑣事與趣事，主持人不但會使用戲劇化的敘事形式，將新聞當做故事來講述，而且時常會在敘述中加入俗語、俚語，從而將方言節目與正經嚴肅的新聞聯播區別開來。下面，本文將圍繞《百》所扮演的各種角色進行更加細緻的文本分析。

作為「搖錢樹」的《百曉講新聞》

在2004年該欄目開播之前，溫州電視臺面對具有強勢話語權和資源優勢的中央台、省台，無奈自身資金少、規模小、覆蓋面窄，在電視節目製作上往往缺乏創意，乏善可陳，無力拉攏本土觀眾，導致觀眾大量分流(莊梅茜，2011)。選擇以較低的成本和技術要求製作具有濃鬱地方特色的電視節是溫州電視台搶回分流觀眾的首要措施和根本出路。

由於語言習慣的問題，在溫州開辦方言節目無疑是一個明智的選擇。隸屬吳語系的溫州方言與以北方方言為基礎的標準普通話在發音、語法和用詞上都有著天壤之別。這種差異的存在導致普通話推廣普及工作在溫州進行地異常困難。據2010年溫州市第六次人口普查數據顯示，全市文盲人數高達64.38萬人(溫州市統計局，2010)，這還不包括一部分識字但不會講普通話的中老年人。過去，聽不懂普通話的老人在看電視時只能依靠晚輩翻譯，或者連蒙帶猜地理解節目內容，獲取時事新聞的途徑受到了很大限制(B，採訪記錄，2013年2月9日)。筆者在多次實地考察中發現，很多溫州市民由於口音過重，普通話說得非常費勁，甚至會影響到交流效果。因此，他們無論是在工作還是平時生活中都不愛說普通話，部分中老年教師至今還習慣使用溫州方言進行授課。方言的普遍使用，成為了《百曉講新聞》得以播出的一個硬性條件。此外，《百》在以方言播報新聞的過程中，加入大量本地土語、俗語，主持人談諧幽默的語言成為了該節目的一大特色。除了語言這一天然屏障之外，語言背後的地方文化認同也是溫州興起方言節目的另一個原因。在外地經商的溫州人，經常會有意識地用語言

來標識我者與他者的身份區別。Fewsmith (2008) 發現，本地語言在溫州人心目中有著極高的地位，是溫州人自我團結的有力工具。這種情況表明，語言使用習慣的背後有著更深層次的文化與社會動因。

自2004年開播以來，《百》的收視率一直處於領先地位。在2012年由第三方做出的收視率統計表中，《百》的A、B兩檔節目更是以10.8%和9.6%分列全台冠亞軍寶座，將第三名(6.9%)遠遠拉開。⁸在本地市場站穩腳跟後，《百》接二連三地與本地企業合作，為企業客戶提供廣告宣傳服務，成為了溫州廣播電視傳媒集團的「財神爺」、「搖錢樹」。筆者通過文本分析發現，《百》的每期節目至少投放10個廣告，廣告時長佔到總時長的15%左右。節目通常在開頭處利用1.5-2分鐘簡單介紹所有贊助企業。在簡單亮相後，有3-5家支付高額廣告費的企業能在欄目中途及片尾處獲得1-3分鐘的廣告機會。更有甚者曾要求節目安排專門的付費新聞(即所謂的「軟文」、「軟廣告」)為企業進行促銷。例如，3月31日的節目中就出現了兩則軟廣告，分別為一家房地產公司和軟飲料公司進行了主觀導向性很強的宣傳報導。

作為溫州電視台的常年收視冠軍，《百》的收費價格不菲。有關數據顯示，在溫州電視台經濟科教頻道所有的九個欄目中，《百》的廣告報價位列榜首，高達每三十秒14,850元人民幣，而其他人氣略輸一籌的節目廣告費則要低廉許多，要價在2,000到8,000不等。⁹筆者向溫州廣電集團瞭解到，去年該集團的電視廣告收入就達到了2.77億，在全省12家廣電單位中排名第四(A，採訪記錄，2013年2月1日)。單是上繳給國家的稅收就達到了3,000萬(A，採訪記錄，2013年2月1日)。一位記者在採訪中(B，採訪記錄，2013年2月9日)表示，由於溫州近年來實體經濟蕭條，廣告客戶數額遞減，廣播電視集團的經營狀況呈現頹勢。為了維持正常運作，電視台相當依賴「人氣節目」的廣告收益。實際上，以《百》為代表的諸家方言新聞欄目的廣告收入目前佔到了電視台總收入的30%。如果《百》有任何變故，無疑會在很大程度上影響到廣電集團的發展甚至生存。

作為「宣傳器」的《百曉講新聞》

首先，《百》在「政治問題」上的自由度很小。在採訪中，一位編輯就坦率表示，欄目組領導必須定時向當地宣傳部「彙報工作」、「交流心得」（A，採訪記錄，2013年2月1日）。涉及敏感內容的新聞話題《百》絕不涉及。對於反映社會不公、官員腐敗等具有一定爭議性的話題，記者會嘗試打「打擦邊球」，但報導在「內審」環節臨時取消，或播出後「緊急下架」的情況亦屢見不鮮（A，採訪記錄，2013年2月1日）。一位受訪者透露，節目的選題製作必須按照既定的邏輯來：

我們節目領導每個月會被宣傳部叫去開會，也就是常說的吹風會。吹風會上宣傳部會根據當前市政府的工作計劃，給我們媒體提出工作重心要求。回頭我們節目領導再給佈置工作任務。我們既要圍繞政府工作的重點難點展開工作，也要關注民生問題的實際情況，兩相結合。不可能說這個月搞五水共治，我們就一個星期7天全報導五水共治，這裡有一個合理比例的問題。（B，採訪記錄，2013年2月9日）

儘管方言節目是以民生新聞為導向的，它依然需要在某種程度上適時地宣傳黨政工作，不可能採取漠不關心的態度。對於絕大多數的「體制內媒體」而言，扮演「宣傳器」幾乎就是一個硬指標。

僅以《百》在2013年3月27到3月31日的5天時間裡除（3月30日以外）的播出內容看，每天的節目中都播報了有關本地政府工作的事件。¹⁰ 3月27日有一則題為「市工商局局長曾雲傳昨接聽市長專線」的新聞，3月29日報導了「新機構『集體授牌』為溫州金改周歲慶生」。次日，《百》則宣傳了有關「四邊三化」（即城市綠化建設）的最新工作進展。在2012年2月8日市黨代會期間，就有四條與浙江省副省長、溫州市委書記陳德榮和市長陳金彪有關的報導「陳金彪出席甌海、樂清代表團會議」、「陳德榮出席平陽代表團報告會」、「市第十一次黨代會報告振奮人心」、「市第十一次黨代會隆重開幕」。

在時政新聞中，《百》有著非常明顯的主觀導向性，其「歌功頌德」的角色展現地淋漓盡致。比如在2013年3月29日的八條新聞中，一共

有兩條涉及到本地黨政機關的工作內容：「新機構『集體授牌』為溫州金融改周歲慶生」、「『心心工程』啟動救助貧困心臟病患者」。第一條新聞高度讚揚了溫州市政府在去年金融改革中獲得的巨大成就；第二條新聞則正面報導了溫州市委會和溫州慈善總會在「心心工程」中的優異表現。就新聞框架而言，這兩條新聞完全以政府工作為敘述重點，而其他與事件緊密相關的人員，包括金融改革中的私營企業家、「心心工程」中的貧困心臟病患者則成為配角，起到「受益者」、「蒙恩人」的襯托作用。第一條新聞內沒有出現企業家說話的鏡頭；他們只在與官員握手的若干短鏡頭中被匆匆帶過。在第二條新聞中，儘管心臟病患者家屬獲得了出鏡機會，但他至始至終只是在表達對政府的感謝，絲毫沒有提及任何要求、困難或不滿。相比之下，溫州市金融辦副主任在「金融改」新聞中兩度出鏡，侃侃而談，演講時間佔到了總時長的四分之一。在另一則時長為1分17秒的新聞中，溫州市工商局長的講話就佔到了30秒。就語言用詞而言，記者也毫不吝嗇對市政府的溢美之詞，多次使用「順利推進」、「卓有成效」、「積極回應」等正面詞語描述政府的工作態度和工作業績。

在政法類節目中，《百》很少直接承擔起「宣傳器」、「喇叭手」的角色，而是通過相對間接的方式構建出一個平安穩定、秩序井然的社會景象。3月27日至4月3日八天時間內的12條法制新聞全部涉及到了不同程度的違法違規行為，包括殺人、縱火、販毒、偷竊、醉駕、賴帳等。警察或是在高速卡點工作中發現藏毒犯，或是鏗而不捨地追捕殺人犯。有趣的是，所有的案件都以同樣的方式結尾——即嫌疑犯/違規者被警方成功緝拿歸案。這些新聞報道往往傾向於將公安幹警描述成機智神勇、無私奉獻的「人民英雄」。例如，3月27日「警察被記二等功」報導了一名樂清警察的英勇事蹟。根據描述，這名警察不僅勇敢無畏，與挾持人質的詐騙分子周旋，「飛身撲上奪刀，被刺兩刀」，身負重傷；而且極其熱愛本職崗位，傷癒後「閒不住」要求提前返崗。

方言節目擔任宣傳器角色在大陸並非只有《百》這一個例。比如，浙江遂昌的稅務部門就曾用方言電視節目宣傳稅收。為了「增強稅收社會遵從度」，當地國地稅搭載遂昌電視台，製作一期以稅收為專題的

方言節目，以漫談引題，稅務幹部解讀，納稅人感受，現場採訪等形式普及稅收政策。¹¹

作為「看家狗」與「調解員」的《百曉講新聞》

與此同時，在無關乎政府合法性的「瑣碎」民生問題上，方言節目扮演著「看家狗」(watchdog)和「調解者」的角色。《百》通過適當地揭露基層部門不作為現象，一方面幫助市民解決了棘手難題，為節目本身樹立了公正高效的調解者、監督者的形象，另一方面為政府高層提供了基層工作的參考消息，降低了政府社會管理成本。值得注意的是，該節目很少對溫州的高層黨政機構作出負面報導，也不敢就社會糾紛問題向地方高層領導問責，正所謂「只打蒼蠅，不打老虎」。在大多數時候，《百》更傾向於將黨政組織描述成知民心、順民意的「父母官」、為當地建設盡心盡力的「人民公僕」。

在2013年4月3日的節目中出現了一則題為「十年前的土地補償金哪去了」的問責新聞。在這則報導中，南白象村一名趙女士自家農田在十年前被政府徵用作輸水管道的建築點，但至今沒有拿到土地補償金。由於無處申訴，她向《百》市民熱線求助。記者隨後帶著趙女士尋訪了南白象街道辦事處的副書記。新上任的副書記表示不瞭解十年前的情況，但還是即刻與記者一行人來到現場，並找到了村會計要求進行查帳，還趙女士一個公道。這則新聞只涉及到了一位基層的街道幹部；在其給出答覆之後，記者也沒有對政府拖延補償金的問題提出任何質疑。與之類似的浮淺分析還廣泛出現於涉及地方治理問題的新聞中。在「設施建設滯後倉促進場經營」、「河水變灰泥漿入河需整治」、「歐洲城旁臭水溝誰來治理」、「公共自行車運行半年斷頭斷腳」等一系列報道中，記者與受害者一直在不停尋找「相關負責人」。「這事情究竟歸誰管？」「負責人到底去哪了？」——這是採訪過程中最常出現的兩種問題表述。一旦尋到負責人，並簡單追責後，整個採訪就基本結束了。針對一些棘手事件，記者偶爾會進行跟蹤採訪，將整個報道分集播出。但是，為了避免不必要的麻煩，記者總是儘量避免將衝突升級

(A, 採訪記錄, 2013年2月1日)。由此可見,《百》並無意對一些涉及到政府部門的糾紛作出深度報導,而是以解決單個糾紛事件為最終目標——只要搞清楚事情的來龍去脈,並且給出解決方案就萬事大吉了。這種流於表層的問責方式在方言節目中並不罕見。劉佩和陸懿(2012)在關於桂林電視台的研究中同樣發現,方言節目主持人「目光始終停留在事情的表面」,「就事論事」,「評論不痛不癢」。

《百》還通過對小區建設的大力報導,在廣大市民心中建立了關心小區、維護鄰裡友愛的形象。該類型的新聞報導具有加強民眾小區歸屬感、促進了地區文化認同的作用。這體現了方言節目在有意回避政治問題的前提下,塑造小區公共性的努力。同樣是在3月29日的節目中,有一則題為「『百曉』新聞惠民,走進青園小區」的報導。節目組當天來到青園小區,跟居民交流互動遊戲,活動場面相當熱鬧。根據官方資料統計(《百》,2014年1月11日),該節目「百曉走小區」系列新聞惠民活動於2013全年先後走進全市近40個小區,為市民提供了類似理髮、維修電器、表演節目、有獎問答、遊戲互動、徵集問題、法律諮詢等各種便民服務。

值得注意的是,在社情民生類的新聞框架中,普通民眾往往擔當主角。「十年前的土地補償金哪去了」一文將趙女士的維權之路作為主線,自始至終圍繞申訴過程進行敘事。其中,趙女士在鏡頭前針對基層政府的不作為表現多次發表批評意見,以顯示不滿情緒。在「『百曉』新聞惠民,走進青園小區」一文中,老百姓同樣扮演了重要的角色。他們或是發表高談闊論,或是參與各項活動,或是與媒體記者談笑風生。在民生類新聞中,記者也很少使用嚴肅正經的修辭,而是大量運用方言成語、俗語俚語和疊詞,從而使表述更加生動活潑。無論是框架還是語言風格上,以上的媒體再現都與時政新聞形成了強烈鮮明的對比。

實際上,地方媒體往往善於充分利用官方給予的有限空間來打造媒體的公共屬性。類似的社會空間塑造在眾多地方民生節目中比比皆是。比如,杭州電視台的「阿六頭說新聞」節目開設了「七嘴八舌」專欄,邀請民眾就公共管理問題提意見、出點子,給民眾搭建表達意見的輿論空間(曾瑜,2010)。與《百》類似,該欄目組定期策劃面向小區

的公益活動，六年內走訪杭州城 150 多個小區。Berry (2009) 在有關上海電視台紀錄片頻道與公共空間的研究也提供了類似的視角。該台紀錄片頻道在上世紀九十年代專注本地社會事件，面向普通人的生活點滴。在頻繁與民眾溝通互動的過程中，該頻道搭建了植根本土的公共空間，從而增強了上海觀眾對城市小區的認同感，將彼此作為「文化共同體」的一份子互相聯繫起來。一方面，這種「中國式的公共空間」並不見得是一個政治化、批判性的輿論場。無論是作為發起者的媒體工作者們，還是參與其中的普通觀眾，都無意於挑戰政府權威，抑或推動國家-社會的二元對立。另一方面，民眾針對公共事務的互動行為本身則有可能促進基層民主建設，以溫和漸進的方式增強公民意識。

結論與建議

以上的分析表明，大陸方言節目既不是地方主義反抗中央威權的工具，也不是中央與地方之間的政治送帶，而是中央放鬆管制、地方社會認同複歸、市場邏輯深化與本土媒體互相作用的產物。首先，就方言節目和中央政府的關係而言，《百》並沒有反對中央政府的權威，而是挑戰了以北方中心、普通話中心的央視文化霸權——這種策略又是和它的市場定位分不開的。對於《百》與其同類方言節目而言，通過創新的內容特色來將自己和中央台、省台區分開，打造本土的、親民的節目品牌，是在市場競爭中生存下來的唯一出路。該欄目有著敏銳的市場嗅覺，察覺到本土觀眾的語言與文化需求，及時推出民生特色的方言節目填補市場空白。其次，就方言節目與地方政府的關係而言，《百》並不僅僅只是扮演著「傳話筒」、「宣傳器」的角色。儘管該節目無法完全擺脫地方政府的控制，需要製作一定比例的時政政法新聞，它依然善於利用有限空間建立去政治化的公共空間，打造一種營造小區公共性的新聞邏輯。《百》通過打本地民生牌，關注公共議題和民眾切身利益，幫助民眾解決棘手難題，提供實用及時的本地信息，成為了具有公信力、能解民怨、知民心的公共調解人，成功地做到了集時效性、服務性、知識性為一體。許多原本需要城管、信訪部門出面解決的問題，現在都可以通過《百》得到解決。從某種意義上說，該節目通過一種柔性手段

促進了社會治理，維持了社會和諧穩定。這種作用顯然不能用「愛黨國 / 反黨國」這樣簡單的二元對立框架來解釋說明。把方言節目和政府的關係看做是絕對的對立或順從都有流於片面之嫌。

在過去的研究中，不少學者出於對方言節目政治功能的興趣而將其作為一個獨立的新聞門類進行研究。本文的實證分析表明，方言節目無論是在內容還是風格上都與使用普通話的民生新聞節目有相似之處。兩者均在一定程度上扮演著「搖錢樹」、「宣傳器」、「看門狗」和「調解者」的角色。唯一不同的是，由於個地的方言節目違背了國家倡導普通話的原則，同時又有強調地域身份的作用，使得它們與統一的民族國家身份之間存在不同程度的張力。至於這種張力是否會進一步推動地方主義，甚至實現「獨立」、「自治」，從《百》的個案來看，這種可能性在當下非常之小。

總而言之，在如今這個全球化與市場化並行的時代裡，媒體與政府之間的關係比我們想像的要複雜很多。儘管方言節目是「戴著鏢鏢跳舞」，但它們的走紅總體而言還是反映了國家自由化、多元化進程的加快。廣電總局默許方言節目的存在說明，中國政府在「團結愛國」的大前提下，能夠包容地方文化與身份的差異性。允許地方新聞節目在內容和風格上與中央媒體存在差異也給予了地方觀眾更多的選擇——當觀眾面對斥著屏幕的國家領導人感到厭煩時，總有一個轉臺的機會。

關於方言節目與意識形態的關係最終還是將討論引回到文化領導權這一深層次的理論問題上。在很長的一段時間裡，文化領導權的概念一直受到誤解，被機械理解為是宣傳(propaganda)的代名詞。¹²《百》及其代表的大陸方言節目的發展歷程則表明，文化領導權的生產並非是一個由上至下、主動宣傳和被動接受的簡單過程，而是流動、變化且具有彈性的適應行為。首先，儘管方言節目具有一定的負面效應，近20年改革開放以來中國政府還是基本秉承文化多元原則，尊重民眾的多樣化需求，以「引導型」政策規控方言節目，而非採取一棒打死的粗暴措施。第二，儘管地方媒體受到當地宣傳部的直接領導，但是在不觸及共產黨底線的前提下，前者擁有一定的自由發揮空間。地方媒體不需要完全圍繞市政府的工作重點，可以根據社會實際情況安排「自選動作」，通過與民眾互動建立公共空間。方言節目發展的背後反映出

中國政府為了改善國家-社會關係所做的努力。迪克森(Dickson, 2000)借用了政治學家亨廷頓(Samuel Huntington)的「適應」(adaptation)概念來解釋中國社會的變化，認為中國政府正在逐漸拋棄「暴力、宣傳和中央式計劃」的治理方式以適應現代化。鄭永年(2010)同樣指出，80年代以來中國政府一直在不斷改編其意識形態，其最終目的就是虜獲民心、取得政治合法性。正如哈佛大學的米格德爾(Migdal, 2001)所言，現代國家不是一個為所欲為的暴力機器，它必須不斷地與社會接合(articulation)來維持穩定統治。

由於研究方法和字數方面上的局限性，其他涉及方言節目的重要方面無法在本文中一一討論，有待未來研究者繼續探尋。首先，本文缺乏對方言節目受眾的第一手分析，無法深入獲悉受眾如何評價和解讀方言節目。未來研究者可以從受眾體驗的角度出發，通過問卷調查或訪談的形式進行受眾研究。其次，鑒於方言節目涉及到國家媒體政策的制定，本文建議未來研究涵蓋相關政府機構(如廣電總局)，通過與具體政策制定者的對話瞭解方言節目政策制定背後的邏輯。第三，本文的分析對象是中國大陸方言節目，未來研究可以進一步分析及比較兩岸三地的方言節目，探討其背後的政治價值、文化差異等等。第四，本文主要圍繞方言節目與政府關係展開，其中心是文化政治問題。未來研究可以從更加實務的方向出發，就市場拓展、收視率、節目製作等話題展開研究，從而彌補本文的缺失。

筆者注意到，無論是在大陸還是海外，有關中國方言節目與政府關係的研究在數量和質量上皆有所不足。伴隨著方言節目的「滿地開花」，應當有更多的媒體研究者進入這一領域，從不同的方面進行理論與實務的探索。筆者希望，本研究所獲得的初步研究發現能夠起到拋磚引玉的作用，為未來研究提供一定參考。

註釋

- 1 「新時期」在大陸語境中有通常有兩種意涵，其一是廣泛指代1978年以降的後毛澤東時期，其二是指代「89事件」後主張「不爭論」(鄧小平語)的商業時代。本文中的新時期取第二種含義。

- 2 詳見<http://bbs.tianya.cn/post-free-981034-1.shtml>。
- 3 詳見<http://news.66wz.com/system/2011/05/21/102545652.shtml>。
- 4 詳見http://www.gywb.cn/content/2013-10/14/content_305939.htm。「城大事件」最早刊於2013年10月13日的香港《明報》。但大陸《環球時報》隨即刊文稱，「城大事件」並沒有香港媒體渲染的那麼誇張，係香港媒體惡意炒作中港矛盾。
- 5 詳見《海峽時報》(*The Strait Times*) 英文原文，<http://article.yeeyan.org/compare/357126>。
- 6 方言節目不包括少數民族語言節目。少數民族語言與漢語方言受到的待遇大相徑庭。為了團結少數民族，強調尊重和保護少數民族語言，國家鼓勵用少數民族語言文字為影視作品配音或翻譯，使各少數民族的語言文字在社會中得到了廣泛應用。然而，漢語方言根本沒有受到這樣的待遇。遺憾的是，此前的相關研究一直沒有對「方言節目」這一概念給出過嚴謹準確的定義。關於少數民族文化生產的政策，詳見劉鋒(2005)。
- 7 見珠江頻道官網，<http://zj.gdtv.cn/>。
- 8 詳見報道〈方言廣播節目《魅力溫州》落地美國〉，<http://gov.66wz.com/system/2014/01/02/103947672.shtml>。
- 9 詳見濟南鴻霄廣告有限公司，〈溫州電視台2012年收視率統計〉，<http://www.jnhxgg.cn/NewsShow.asp?id=151955>。
- 10 詳見媒介網在2015年9月7號顯示的廣告報價，<http://www.mjceo.com/tv/1364/price.html>。
- 11 有關視頻詳見土豆網百曉講新聞2012、2013年豆單，http://www.tudou.com/home/playlist_u100417745p1.html、<http://www.tudou.com/plcover/kAyZU0aMfus/>。
- 12 詳見報道〈遂昌稅務部門用方言電視節目宣傳稅收〉，http://www.lishui.gov.cn/zwgk/lstdt/qxdt/t20130516_888771.html。
- 13 有關propaganda和hegemony的討論，在諾丁漢大學張小玲教授的著作*The transformation of political communication in China: From propaganda to hegemony* (2011)有詳細介紹。

參考書目

中文部分 (Chinese Section)

崔保國(2010)。《2010年：中國傳媒產業發展報告》。北京：社會科學出版社。

- Cui Baoguo (2010). *2010 nian: Zhongguo chuanmei chanye fazhan baogao*. Beijing: Shehuikexue chubanshe.
- 戴泉明 (2008)。〈傳承閩南文化服務海峽鄉親——閩南方言電視節目談〉。《東南傳播》，第12期，頁9-10。
- Dai Quanming (2008). Chuancheng minnan wenhua fuwu haixia xiangqin—minnan fangyan dianshi jiemu tan, *Dongnan Chuanbo*, 12, 9-10.
- 郭鎮之 (2009)。〈方言電視的本土追求——基於對昆明地區電視方言節目的調查解析〉。《現代傳播》，第6期，頁61-64。
- Guo Zhenzhi (2009). Fangyandianshi de bentuzhuiqiu—jiyu dui Kunming diqu dianshi fangyan jiemu de diaocha jixi. *Xiandai Chuanbo*, 6, 61-64.
- 黃明波 (2010)。〈方言電視·地域文化·涉台傳播〉。福建師範大學碩士論文。
- Huang Mingbo (2010). *Fangyan dianshi · diyu wenhua · shetai chuanbo*. Fujian shifan daxue shuoshi lunwen.
- (2014)。〈方言電視社會化與公共化——泉州電視台閩南語頻道未來生存和發展空間思考〉。《重慶交通大學學報(社會科學版)》，第4期，頁101-104。
- (2014). Fangyan dianshi shehuihua yu gonggonghua—Quanzhou dianshitai minnanyu pindao weilai shengcun he fazhan kongjian sikao. *Chongqing jiaotong daxue xuebao (shehuikexue ban)*, 4, 101-104.
- 黃升民 (2000)。〈重提媒介產業化〉。《現代傳播》，第4期，頁1-5、17。
- Huang Shengmin (2000). Chongti meijie chanyehua, *Xiandai chuanbo*, 4, 1-5, 17.
- 李美華 (2015)。〈新媒體與科學傳播：「低碳生活部落格」的內容與產制研究〉。《傳播與社會學刊》，第32期，頁59-90。
- Li Meihua (2015). Xinmeiti yu kexue chuanbo: Ditan shenghuo buluoge de neirong yu chanzhi yanjiu. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 32, 59-90.
- 劉鋒 (2005)。〈發展少數民族特有的文化傳統〉。《人民日報》，11月9日，第9版。<http://politics.people.com.cn/GB/1026/3843206.html>。
- Liu Feng (2005, Nov. 9). Fazhan shaoshu minzu teyou de wenhua chuantong, *Renmin ribao*, 9. Retrieved from <http://politics.people.com.cn/GB/1026/3843206.html>.
- 劉佩、陸懿 (2012)。〈方言民生新聞節目發展探析〉。《青年記者》，3月下，網絡版，http://qnjz.dzwww.com/gdst/201204/t20120412_7041205.htm。
- Liu Pei, Lu Yi (2012). Fangyan minsheng xinwen jiemu fazhan tanxi. *Qingnian jizhe*, 3 yue xia. Retrieved from http://qnjz.dzwww.com/gdst/201204/t20120412_7041205.htm.

- 劉康(1995)。〈全球化「悖論」與現代性「歧途」〉。《讀書》，第七期，頁98-105。
- Liu Kang (1995). Quanguohua 'beilun' yu xiandaixing 'qitu'. *Dushu*, 7, 98-105.
- 國家廣電總局(2004)。〈廣電總局關於加強譯製境外廣播電視節目播出管理的通知〉，http://www.sarft.gov.cn/art/2004/10/26/art_106_4564.html.
- Guojia guangdian zongju (2004). Guangdian zongju guanyu jiaqiang jingwai yizhi guangbo dianshi jiemu bochu guanli de tongzhi. Retrieved from http://www.sarft.gov.cn/art/2004/10/26/art_106_4564.html.
- (2009)。〈廣電總局辦公廳關於嚴格控制電視劇使用方言的通知〉
- (2009). Guangdian zongju bangongting guanyu yange kongzhi dianshiju shiyong fangyan de tongzhi.
- (2014)。〈廣電系統大力規範廣播電視節目用語〉。http://www.sarft.gov.cn/art/2014/1/7/art_112_15074.html。
- (2014). Guangdian xitong dali guifan guangbo dianshi jiemu yongyu. Retrieved from http://www.sarft.gov.cn/art/2014/1/7/art_112_15074.html.
- 閻德發、陸文傑(2008)。〈方言電視節目芻議〉。《青年記者》，2008年12月下，網絡版，<http://media.people.com.cn/GB/22114/42328/145312/8796365.html>。
- Yan Defa, Lu Wenjie (2008). Fangyan dianshi jiemu zouyi. *Qingnian jizhe*, 12. Retrieved from <http://media.people.com.cn/GB/22114/42328/145312/8796365.html>.
- 唐秀平(2000)。〈大躍進新聞報導失實論〉。《淮陰師範學院學報(哲學社會科學版)》，第6期，頁95-98。
- Tang Xiuping (2000). Dayuejing xinwen baodao shishi lun. *Huaiyin shifan xueyuan xuebao (zhexue shehuikexue ban)*, 6, 95-98.
- 汪暉(2008)。〈東方主義、民族區域自治與尊嚴政治——關於「西藏問題」的一點思考〉。《天涯》，第4期，網絡版，<http://wen.org.cn/modules/article/view.article.php/858>。
- Wang Hui (2008). Dongfangzhuyi, minzu quyu zizhi yu zunyan zhengzhi—guanyu Xizang wenti de yidian sikao, *Tianya*, 4. Retrieved from <http://wen.org.cn/modules/article/view.article.php/858>.
- 王召金(2007)。解析方言電視節目。《青年記者》，12月(下)，http://qnjz.dzwww.com/zt/200802/t20080201_3182023.htm。
- Wang Zhaojin (2007). Jiexi fangyan dianshi jiemu, *Qingnianjizhe*, 12. Retrieved from http://qnjz.dzwww.com/zt/200802/t20080201_3182023.htm.
- 王曉漁(2009)。〈上海是否需要方言電視頻道?〉。《東方早報》，2月19日，

- <http://media.people.com.cn/GB/40606/8830501.html>。
- Wang Xiaoyu (2009). Shanghai shifou xuyao fangyan dianshi jiemu, *Dongfang zaobao*. Retrieved on February 19, from <http://media.people.com.cn/GB/40606/8830501.html>.
- 吳彤彤 (2012)。〈民生類評論節目的角色定位〉。《青年記者》，3月中，網絡版，http://qnjz.dzwww.com/xinwenshijian/201203/t20120329_7004896.htm。
- Wu Tongtong (2012). Minsheng lei pinglunjiemu de juesedingwei, *Qingnianjizhe*, 3. Retrieved from http://qnjz.dzwww.com/xinwenshijian/201203/t20120329_7004896.htm.
- 吳曉青，黃意 (2006)。〈上海千名家長帶孩子學方言〉。《東方網》，8月17日。
<http://www.cctv.com/kids/20060817/101702.shtml>。
- Wu Xiaoqing, Huang Yi (2006). Shanghai qianming jiazhang dai haizi xue fangyan. *Dongfang wang*. Retrieved on August 17, from <http://www.cctv.com/kids/20060817/101702.shtml>.
- 吳雪清 (2008)。〈浙江省廣播電視方言類節目的理性審視〉。《浙江傳媒學院學報》第6期，頁11-13、85。
- Wu Xueqing (2008). Zhejiang sheng guangbo dianshi fangyan lei jiemu de lixing shenshi. *Zhejiang chuanmei xueyuan xuebao*, 6, 11-13, 85.
- 溫州市統計局 (2010)。〈溫州市2010年第六次全國人口普查主要資料公報〉，
<http://www.wzrb.com.cn/article247812show.html>。
- Wenzhou shitongjiju (2010). Wenzhou shi 2010 nian diliuci quanguo renmin pucha zhuyao ziliao gongbao. Retrieved from <http://www.wzrb.com.cn/article247812show.html>.
- 曾瑜 (2010)。〈方言節目的高度和底線〉。《南方電視學刊》，第2期，頁26-40。
- Zeng Yu (2010). Fangyan jiemu de gaodu he dixian, *Nanfang dianshi xuekan*, 2, 26-40.
- 鄭天虹，馬曉澄 (2010)。〈廣州掀起電視台普通話和粵語播報時長之爭〉。《羊城晚報》，7月9日。
- Zheng Tianhong, Ma Xiaocheng (2010, July 9). Guangzhou xianqi dianshitai Putonghua he yueyu bobao shichang zhi zheng, *Yangcheng wanbao*.
- 中華人民共和國第三十七號主席令 (2000)。〈中華人民共和國國家通用語言文字法〉，http://news.xinhuanet.com/legal/2003-01/21/content_699566.htm。
- Zhonghua renmin gongheguo di sanshiqihao zhuxiling (2000). Zhonghua renmin gongheguo guojia tongyong yuyan wenzi fa. Retrieved from http://news.xinhuanet.com/legal/2003-01/21/content_699566.htm.

莊梅茜(2011)。〈淺析《百曉講新聞》的本土化策略〉。《新聞實踐》，第1期，頁66-67。

Zhuang Meixi (2011). Qianxi baixiao jiang xinwen de bentuhua celue. *Xinwen shijian*, 1, 66-67.

英文部分 (English Section)

Berry, C. (2009). Shanghai television's documentary channel: Chinese television as public space. In Y. Zhu & C. Berry (Eds), *TV China* (pp. 71-87). Bloomington: Indiana University Press.

Bryman, A. (2012). *Social research methods (4th edition)*. New York: Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Power of identity: Economy, society, and culture (2nd edition)* (pp. 367-418). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.

Cormack, M., & Hourigan, N. (2007). *Minority language media: Concepts, critiques, and case studies*. UK: Multilingual Matters Ltd.

Cox, M. (2010). Silencing the call to action: A bird's eye view of minority language media and political participation in Eurasia. *Transition Studies Review*, 17(1), 181-193.

Dickson, B. (2000). Cooptation and corporatism in China: The logic of party adaptation. *Political Science Quarterly*, 115(4), 490-517.

Duara, P. (1995). *Rescuing history from the nation: Questioning narratives of modern China*. Chicago: University of Chicago Press.

Fewsmith, J. (2008). Chambers of commerce in Wenzhou: Toward civil society? In Y. Zheng & J. Fewsmith (Eds), *China's Opening Society: The non-state sector and governance* (p. 174). New York: Routledge.

Graber, K. (2012). Public information: The shifting roles of minority language news media in the Buryat territories of Russia. *Language and Communication*, 32(2), 124-136.

Gramsci, Antonio (1971). *Selections from the prison notebooks* (Q. Hoare & G. Nowell-Smith Trans.). New York: International Publishers.

Migdal, J. (2001). *State in society: Studying how states and societies transform and constitute one another*. UK: Cambridge University Press.

Project Team on Language Situation in China (2005). *Language situation in China: 2005*. Beijing: The Commercial Press.

Qing, L., & McCormick, B. (2011). The media and the public sphere in contemporary China. *Boundary*, 238(1), 101-134.

Rawnsley G., Rawnsley M. (2001). *Critical security, democratisation and television in Taiwan*. Aldershot: Ashgate.

Silverman, D. (2011). *Qualitative research (third edition)*. Sage.

Zabaleta, I., Ferré-Pavía, C., Gutierrez, A., Fernandez, I., & Xamardo, N. (2014).

- European minority language media and journalism: Framing their marginal reality. *International Communication Gazette*, 76(3), 275–295.
- Zhang, X. (2011). *The transformation of political communication in China: From propaganda to hegemony*. NJ: World Scientific.
- Zhang, X., & Guo, Z. (2012). Hegemony and counter-hegemony: The politics of dialects in TV programs in China. *Chinese Journal of Communication*, 5(3), 300–315.
- Zhao, Y. (1998). *Media, market and democracy in China*. Chicago: University of Illinois Press.
- Zheng, Y. (2007). *Technological empowerment: The Internet, state, and society in China*. CA: Stanford University Press.
- Zheng, Y. (2010). *The Chinese communist party as organizational emperor: Culture, reproduction and transformation*. London: Routledge
- Zhou, X. (1993). Unorganized Interests and collective action in communist China. *American Sociological Review*, 58, 54–73.

本文引用格式

莊梅茜 (2016)。〈方言節目與大陸新時期的地方媒體政治：以《百曉講新聞》為例〉。《傳播與社會學刊》，第37期，頁161–189。