

# 拓展与回归： 中国电视新闻报道的实践革新与观念演进

高贵武 江灏锋 胡蝶

## 摘要

在中国电视60年的发展中，电视新闻报道的观念在各种环境因素影响下发生了巨大变化，电视新闻报道的实践随之也在不断革新。本文依据1958年中国电视诞生至今电视新闻报道实践的发展脉络，通过考察中国电视新闻报道在各阶段的观念转变和实践革新发现：无论在报道的主体上，还是在报道的内容和方式上，中国电视新闻报道都在不断拓展中向着真正的电视靠近。

## 关键词

电视、新闻报道、观念、实践

## 作者简介

高贵武，中国人民大学新闻学院教授，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员。电邮：gaoguiwu@ruc.edu.cn。

江灏锋，中国人民大学新闻学院2016级博士研究生。电邮：jhf795@126.com。

胡蝶，北京电视台研究发展部。电邮：alenehu1217@163.com。

本文系国家社科基金项目“新媒体环境下的中国主流媒体声誉管理研究”前期成果，项目批准号：14BXW063。

## The Practice Innovation and Conceptual Evolution of Television News Coverage in China

GAO Guiwu, JIANG Haofeng, HU Die

## Abstract

With the development of television in 60 years, the concept of television news coverage under the influence of various environmental factors have undergone tremendous changes in China, the practice of television news coverage is constantly innovating. Based on the development of television news coverage practice from 1958 to the present in China, this study investigates the changes of concept and practice in China television news coverage at divided stages: the personality characteristics of Chinese television news coverage continue to

be highlighted on the coverage subject; while on the content of reporting, it emerges<sup>4</sup> features of stressing on timeliness, live-stream, civic news, public opinion supervision; in addition, the tendency on the way of reporting emphasizing visual, participation, interactivity and sociality.

### Keywords

TV, News coverage, Concept, Practice

### Authors

Gao Guiwu is a professor of the School of Journalism and Communication of Renmin University of China. Email: gaoguiwu@ruc.edu.cn.

Jiang Haofeng is a doctoral candidate at the School of Journalism and Communication of Renmin University of China. Email: jhf795@126.com.

Hu Die is a postgraduate student at the School of Journalism and Communication of Renmin University of China. Email: alenehu1217@163.com.

This research is granted by The National Social Science Fund of China (Approval number 14BXW063).

中国电视诞生于1958年，至今已走过了60年的发展历程。从电视诞生之初，电视新闻报道就一直在其中扮演着举足轻重的位置，“新闻立台”一直是包括中央电视台在内的各级电视台的发展方针。60年来，电视从业者不断探索如何利用电视视听媒介的特质，将电视新闻报道的优势发挥到最大。面对相关技术及传播环境的变化，中国电视新闻报道的观念也在不断调整，并体现在电视新闻报道的形式、内容、播放平台等实践层面。从最初的倚重听觉到发挥视、听两方面优势，到开展深度调查性报道，再到通过现场直播实现新闻报道的现场同步，再到关注百姓生活的民生新闻等，中国电视新闻报道60年间在报道观念和实践上的变化从未停止。当下，面对互联网、移动直播等新兴技术带来的冲击和挑战，传统电视媒体又开始借助网络的优势，通过媒体融合，在新闻报道的互动性、社交化方面开始了新的尝试。

## 一、亦步亦趋：翻版广播的电视新闻报道

1958年5月1日，中国国家级电视台北京电视台（即中央电视台前身）试播，并在同年7月1日正式开播（刘习良，2007:16；郭镇之，2016:174），这标志着中国电视事业的诞生（岳淼，迟月利，2014:16）。北京电视台的开播不仅标志着中国电视的诞生，也标志着中国电视新闻报道的开始。在诞生初期，电视媒体尚无自办新闻节目的能力，一段时间内，中央新闻纪录电影厂的《新闻简报》和长、短纪录片是电视经常和大量的节目内容来源（郭镇之，2016:175）。之后，随着业务能力的提

高,北京电视台开始尝试播出一些自办新闻节目,如用新华社图片完成的4分钟图片报道《图片报道·东风牌小轿车》、电视记者拍摄的新闻片《中共中央理论刊物<红旗>杂志创刊》等。同时也尝试着转播了国庆活动和《重大会议实况——周恩来总理在二届人大一次会议上》。值得一提的是,1958年11月2日,北京电视台开始有了自制新闻栏目《简明新闻》,稿件内容主要来自中央人民广播电台,每次约5分钟,包括图片报道、科教片、电影等节目,节目形式主要是播音员口播串联外加图片报道的配音画面,少量邀请嘉宾到现场进行直播采访(刘习良,2007:34)。

在电视初创阶段,由于从事电视工作的人大多来自广播,彼时的电视新闻报道并未脱离广播的影响,电视新闻报道在实践中体现的仍是广播的特点,即更倚重听觉而非视觉通道来传递信息。虽在电视台播出,虽也有播音员出图像,但电视新闻报道整体上与广播新闻报道相差无几,电视新闻稿件仍是经过反复修改的文字稿,甚至是典型的报刊稿。“电视声音传播与画面传播则以文字为主,画面为辅,重文轻图,画面往往不能配合解说内容。”(弥建立,欧阳宏生,申文宣,2015)。中央电视台原台长杨伟光曾回忆,“上个世纪90年代初以前,中国电视的一个缺点是呆板,节目内容基本上是图像加解说,两张皮。图像是单调的,解说词是说教的,缺乏亲和力和生动性。”(杨光伟,2003)。所以,当时的电视新闻虽有意识地引进了播音员出像,但实际上并未将电视较之广播的视觉表达优势发挥出来,所传达的信息与受众听广播所能获得的信息基本无异。

同时期的电视新闻内容更是没有同期声,主要以无声片后配音的形式呈现,因为没有同期声,新闻报道也缺乏电视新闻应有的现场感。加之当时采用胶片拍摄,拍摄完成后还需要送去冲印,除少量直接转播的报道外,大量新闻报道的时效性也较差,无法保证新闻在第一时间播出。总之,诞生之初的中国电视新闻报道在观念和实践上并未脱离广播新闻报道的影响,而是跟着广播亦步亦趋,并未找到适应电视自身传播规律的报道方法和路径。

## 二、自己走路:回归视觉的电视新闻报道

对媒介而言,技术的革新往往是推动内容变化的重要因素。从1978年12月起,除了彩色电视正式出现,中央电视台开始使用电子新闻采录设备(ENG),电视记者也开始利用可及时录放的ENG系统制作新闻节目(吴廷俊,2011:332)。由于省去了电视新闻胶片的冲洗时间,简化了制作流程,电视新闻的时效性得到提高。此时,电视从业者开始意识到除了坚持遵循新闻报道共性的规律,如何运用电视媒介声画结合的独特性,达到电视新闻报道“时效快、篇幅短、容量大、内容新、现

场感强”的（弥建立，欧阳宏生，申文宣，2015）要求也是一个重要的问题。

1978年元旦，已在北京电视台（1978年5月1日正式更名为中央电视台）试播一年半的晚间新闻节目正式定名为《全国电视台新闻联播》（后简称《新闻联播》）并正式开播。两年之后，即1980年7月12日，中央电视台又创办了一档全新的新闻述评性栏目《观察与思考》（1988年更名为《观察思考》）。《观察与思考》栏目早期的播出时间和电视台大部分节目一样不固定，大约每周播出一次，节目多时则为隔天播出（袁沫，2000）。回顾历史，这档只有10来个人的栏目的开播与《新闻联播》的开播一样堪称中国电视新闻史的里程碑。与早期电视新闻报道“画面加后期配音”的方式不同，《观察与思考》不仅第一次在中国的电视屏幕上打出了“主持人”三个字，而且率先启用了记者出镜采访的报道方式（岳淼，迟月利，2014：236），并开始用同期声记录和评析新闻。透过这档栏目，观众不仅能听，而且能看，特别是能透过现场看到许多仅靠听觉根本无法获得的现场信息，大大满足了观众“看”电视的心理需求。1988年，《观察与思考》和《社会瞭望》合并为《观察·思考》，新节目中更是增加了主持人在现场的大量采访，同时不断插入主持人的画外音或记者的现场点评。

“电视与纸质媒介和广播媒体最大的不同就是，电视传播符号中出现了形象的活动画面。”（黎力，2013:153）。此时的电视新闻报道与上一阶段有了很大不同，虽然在形式上仍和之前的新闻报道大体相似，但较之从前，电视新闻报道中多了许多现场画面和同期声的视听元素。这些元素不仅让电视新闻报道的信息量大大增加，也让电视新闻报道有了较强的现场感，让电视新闻开始从报纸“图像版”和广播“声像版”的旧有传播模式中摆脱出来，逐步实现了电视新闻报道由“听”向“看”的转变，开始突显出电视新闻自家的优势，从而让电视逐渐成为了中国最强势的传播媒体之一（弥建立，欧阳宏生，申文宣，2015）。

### 三、走自己路：监督舆论的电视新闻报道

上个世纪九十年代，在改革开放的大背景下，特别是1992年邓小平发表南巡讲话以后，电视界也随即迎来了更为巨大的变化。在宣传新闻主义为主导的新闻意识形态下，电视新闻工作者开始批判性地吸收和接纳专业新闻主义和商业新闻主义的观念和做法（杨保军，2011），电视不仅“看”的特色日益突出，电视作为大众传播媒介的其他功能也开始突显出来。以前文提及的《观察思考》为基础，一系列具有明显舆论监督特色的电视新闻节目横空出世，《东方时空》《焦点访谈》《新闻调查》等一批电视特色鲜明、强烈关照社会现实、监督舆论环境的优秀栏目相继问

世。这些栏目的问世不仅使电视新闻报道的电视特色更加突出,使中国电视开始有了自己的评论,也使电视媒体监督舆论、干预社会现实的媒介功能得到空前彰显。电视新闻评论这一独具电视新闻传播特点的报道方式的出现,标志着中国电视正式开始“走自己的路”(谭天,2012:91)。尽管当时孙玉胜认为所谓的电视新闻评论不过是国外电视媒体十几年前就有的节目形态(高长力,王旭东,鹿敏,1995),但不可否认的是,以《焦点访谈》为代表的电视评论类节目对当时中国电视新闻报道的观念与实践发展而言,的确算得上是一个里程碑(刘习良,2007:328)。

对于中央电视台1993年5月1日的开播的新闻杂志型栏目《东方时空》,已故中央电视台原台长杨伟光曾回忆过其在节目形式上的创新:

一是设节目主持人,拉近同观众之间的距离,增加亲切感;二是实行现场采访,记者到实际中去采访工人、农民、战士、干部、专家、学者……让他们自己通过话筒表达自己的看法,他们的要求、愿望和呼声,引起观众的共鸣,节目的吸引力就可大大提高。主持人和现场采访新闻人物,一扫荧屏的说教、枯燥之风,给人以面目一新之感。(杨光伟,2003)。

1994年4月1日,《东方时空》栏目主抓热点话题的子栏目《焦点时刻》被独立出来,成为全国最著名的电视评论栏目《焦点访谈》。节目在每晚黄金时段播出,每期13分钟的节目秉持“硬焦点软着陆,软焦点硬道理”的方针,开创了“演播室抛出观点”“记者论证”“演播室评论”的三段式的深度新闻报道方式,从不同角度披露一定比例的负面报道,被百姓誉为“焦青天”。由于《焦点访谈》在舆论监督方面所发挥的巨大作用,1998年10月7日,时任国务院总理朱镕基在视察中央电视台时,破例为《焦点访谈》题词:“舆论监督,群众喉舌,政府镜鉴,改革尖兵。”(朱镕基,2003)。《焦点访谈》诞生后的几年,电视新闻舆论监督节目在全国各级电视台遍地开花,同类型的节目在全国就有60多个(刘畅,2004)。

1996年5月17日,中央电视台创办《新闻调查》栏目,这档周播45分钟的调查性电视节目从《焦点访谈》衍生而来。在其“探寻事实真相”节目理念的指引下,《新闻调查》对许多社会事件和问题进行了公开报道(Zhao Yuezhi, 2000),如非典时期地方官员的腐败黑幕、贫困地区的教育问题、中国的艾滋病状况等。通过深入的采访调查、有力的事实证据,《新闻调查》不仅对影响社会发展的重大事件和重大问题进行了监督,推动了社会问题的解决,也使中国电视新闻报道开始“走向深度调查”(陈华,2003;蔡晓芳,2010)。

诞生之初,《新闻调查》并非真正意义上的调查性电视纪录片,大多数时候是司法和检查机关而非记者个人对事件进行调查。从2001年开始,《新闻调查》开



始真正由记者参与调查,通过记者的努力来寻找新闻背后的真相,在某种意义上逐渐成了真正的调查性报道,并向着揭幕式的调查性报道转型(常江,文家宝,2016)。《焦点访谈》《新闻调查》在选题及报道方式上的变化,体现的正是这一阶段中国电视新闻报道观念的变化,即电视媒体监督干预社会的功能逐渐被重视并得到有效发挥。《新闻调查》甚至部分承担了政府监督者的职能,通过新闻报道大大拓展了电视媒体的社会功能。学者赵月枝曾提出,《新闻调查》这样的调查性新闻节目帮助中国领导层推动了具体的改革举措,加强了领导,令市政府更加高效,开放和反应灵敏(Zhao Yuezhi, 2000)。

#### 四、优势彰显:现场同步的电视新闻报道

由于电视录制技术出现相对较晚,诞生之初的电视除了“口播+画面”的简明新闻,大多数时候都采用直播方式播出,直到电视录像和编辑设备出现后,电视新闻报道才由“直播转入录播”。直播虽是初期电视新闻报道的常态,但由于观念落后,当时的直播实属无奈,尚处于“不自觉”的状态,与今天的直播概念不可同日而语。采用录播后,电视新闻的播出安全有了保证,电视新闻节目制作的水平也有了大幅提高,但由是录播,电视相反也开始逐渐缺位重大事件的电视直播(杨伟光,1998:421-422)。“从1986年开始,央视开始通过卫星传送节目,这是我国广播电视事业建设上的一件大事,大大提高了电视覆盖率。”(吴廷俊,2011:346)。直到1996年,央视才又斥资八亿元购买了两台全世界仅有四台的最先进的转播车,引进了便携式卫星上行设备和移动卫星地球站,为多点直播报道的大发展创造了必要的技术条件。随后的1997年,中央电视台先后对日全食和彗星同现苍穹的天文奇观、香港回归、中共十五大开幕、黄河小浪底和长江三峡水利工程截流等进行了大型直播报道,这一年央视所做的直播报道“内容之多,时间之长,规模之大,操作之复杂,可谓前所未有”。(何绍伟,1998)。以三峡截流直播为例,报道中首次实现了空中陆地多角度、多层面的立体全景式报道。而香港回归报道,则更是打破常规进行了连续72小时的直播报道,并临时加开了英语频道(杨伟光,1997)。因为大量直播,这一年也被称为“现场直播年”。随着一次次直播成功,中国电视新闻报道的时效性和现场感也得到了空前提升。电视新闻报道开始由报刊时代的TNTR(Today's News Today Report)模式开始向NNNR(Now News Now Report)模式转变,开始追上了世界先进的电视报道大潮。由是直播,电视新闻报道不再受录播局限,而是充分利用实时优势,将电视新闻报道的即时性发挥得淋漓尽致。透过电视,观众得以获得充分的现场感和同步感,“让新闻在观众眼前发生”不仅成

为现实,电视媒体也因对自身优势的充分发挥成了毫无争议的“第一媒体”。

之后,经过大量重大事件直播报道的实践,中国电视直播积累了丰富的经验,在技术、内容、形式乃至操作机制等方面都实现了重大的跨越,逐步走向成熟,并呈现出常态化状态(王启祥,2010;曾一果,2010)。

### 五、贴近受众:关注民生的电视新闻报道

在中国电视新闻报道的观念和实践向着视觉化、现场感、即时性的不断演化中,另一个巨大变化也在悄然发生,电视新闻报道中人的价值逐渐被看重(陈力丹,2009)。“以人为本”除了体现在新闻报道内容中的“见人见事”,对“新闻事中新闻人”的关注,也反映在电视新闻报道视角的改变上。电视新闻报道开始“俯下身子与百姓拥抱”,其中最具有代表性的就是《东方时空》子栏目《生活空间》中那句脍炙人口的栏目标识语“讲述老百姓自己的故事”。当然,真正将“讲述老百姓自己的故事”融入日常报道的还要算是电视民生新闻。

2002年1月1日,以江苏电视台城市频道民生新闻栏目《南京零距离》为标志,各省级电视台都纷纷推出了民生新闻栏目,如江苏卫视的《1860新闻眼》,广州电视台的《新闻日日睇》,湖北经视的《经视直播》等。由于始自地方,电视民生新闻报道一改以往以央视为代表的高屋建瓴的宏观新闻视角、居高临下的精英叙事,不仅仅是国内外新闻大事,百姓生活也能够在电视中被报道,多元性的新闻报道选题体现了本土化和贴近性(周小普,王冲,马琪,2008:33)。

地方媒体受众本位的观念也影响到国家电视台新闻报道,其平民性、大众性也逐步升华为对新闻公共性的关注。2012新春期间,中央电视台在《新闻联播》节目中推出“新春走基层”系列报道。在“走转改”的背景下,该系列报道突破了以往民生新闻“鸡毛蒜皮、家长里短”的模式,而是注重对于普通百姓的命运、生活的记录报道(高贵武,寸洋,2012),民生新闻以民为本的价值取向,体现在报道方式上就是“平民视角”,体现在报道风格上就是变单向传播为相向传播,使百姓拥有了更多的话语空间(高贵武,2006)。“新春走基层”一度取得了良好的效果,明显提升了《新闻联播》相关报道的收视率。该系列报道目前仍在每年春节期间制作播出,其背后所代表的“受众本位”观念和电视新闻报道平民化的思路,也深入了其各类新闻节目,如央视著名的“你幸福吗”报道,体现的都是平民视角。

除了平民视角的贴近性,民生新闻也衍生的拓展了新闻报道的服务性,在报道过程中,电视新闻不仅触及社会现实,也帮观众解决了许多实际问题,实现了真诚地服务观众的理念。2003年在浙江电视台教育科技频道首播的民生新闻节目

《小强热线》可谓此类报道的代表。15年来,《小强热线》接听观众来电超过350万人次,接到来信30多万封,帮助观众解决问题4万多件(我和《小强热线》,2016)。其主持人王志强曾表示,报道的贴近性、记者的专业性、对事件结果的追踪落实,这样的使命感和职责追求为栏目带来的是美誉度的提高(浙江,2013)。民生新闻虽然涉及的都是鸡毛蒜皮的“小事”,但它实际上弥补了电视新闻只关注“大事”的空白,民生新闻在本质上体现的是平民视角、民生价值和民本取向(董天策,2007;王雄,2016:10)。因为电视的大众性和平民性得到凸显,有学者甚至称民生新闻的崛起为中国电视的第三次革命(李幸,2004)。

当然,民生新闻热潮的涌动也与当时国内媒介的市场竞争格局也不无关系,在市场经济背景之下,各级电视媒介也感受到了来自市场的压力,采取受众本位,以观众的喜好作为衡量标准,这也使得中国电视新闻报道的观念与实践变革第一次不是始于国家电视台,而是由省市级的地方电视台来推动。

## 六、见事见人:突显人格的电视新闻报道

1980年7月12日诞生的《观察与思考》栏目不仅使中国电视屏幕首次出现了“主持人”(黎力,2013:272),宣告了中国电视节目主持人职业角色的诞生,也开创了电视记者出镜报道的形式,拉开了中国电视新闻报道人格化演进的序幕。

人格化,即报道主体的人格化,指电视新闻的报道主体以真实个体出现,以类似人际交流的方式向受众报道新闻,实际上是“把人际传播中的心理沟通、情感互动、归属认同等基础特色,融入到大众传播之中,把新闻的客观真实性提高到了新的层面。”(韩彪,2007:434)。如果说《观察与思考》中主持人和出镜记者的出现是电视新闻报道人格化的第一步(高贵武,滕泽人,2014),《焦点访谈》与《东方时空》则通过记者现场出镜和演播室主持人评论的方式使电视新闻报道人格化的特征更进一步。特别是1996年,改版后的《东方时空》增设了评述性小栏目《面对面》,一改早期主持人口播报纸评论的样态,由主持人利用两三分钟时间对新闻事件进行评说,更是将电视新闻评论的人格化特征完整体现。开播半年多,其主持人白岩松的《面对面》尤其受到观众青睐。不少观众表示,“忒想听白岩松给咱们说点什么”“听白岩松的议论,过瘾。”(吴郁,1997)。在此基础上,1996年中央电视台又出现了完全以主持人为主导的谈话节目《实话实说》,它使“电视新闻评论不再是照本宣科,也不再是一言堂,而是开创了一种新的群言式的电视评论。”(高贵武,滕泽人,2014)。几乎与此同时,凤凰卫视的陈鲁豫也开始在《凤凰早班车》中用平实的交际性语言报告新闻,其独具魅力的播讲方式甚至开创



和引领了“说新闻”的风潮。电视新闻报道由此从单纯的“念”和“播”，发展出了“说”和“评”，电视新闻报道的人格化特征更加明显。

2008年3月，中央电视台《新闻1+1》节目开播，节目中主持人董倩和新闻评论员白岩松以一对一的交谈方式对新发生的新闻进行点评，再次将电视新闻报道推向了人格化的高潮。两人在节目中的交流真正使“电视从一个作为工具客体的传播媒介，变成了一个可供交流的对象主体。”（丁未，1997）。2008年的汶川大地震、北京奥运会，中央电视台及各省市电视台更是派出大量出镜记者进入现场进行报道。报道中，记者们除了面对镜头进行基本的描述和介绍，还通过亲身体验向观众传达独特的个人感受，更使报道主体的人格化特征一览无余。此后，记者出镜报道这一人格化的报道方式不仅在重大新闻报道中不缺位，而且被广泛运用到各类新闻报道，逐渐成为电视新闻报道的常态。

2009年，中央电视台新闻频道再次改版，此次改版不仅增加了评论的比重，更是引入了评论员机制，首次推出了专门的电视评论员。无论是《新闻联播》，还是《朝闻天下》，主播与评论员通过人际对话的方式评论时事，观众不仅从评论员口中得到了关于新闻的观点意见，更能感受到评论员独特的人格魅力，电视评论员的出现再一次使电视新闻报道人格化的特征得到了充分展现。

报道主体的人格化改变，使电视新闻有了更多元化的视角，从而使得电视媒体所提供的信息更有深度，更具个性，也更好地满足了观众对信息的个性化需求。通过人格化的传播主体，借助人际化的交流方式，电视新闻报道一改以往居高临下的宣教风格，使电视新闻更易被接受，更易获得观众的情感认同，产生情感上的共鸣，最终实现更好的传播效果。（高贵武，滕泽人，2014）。

## 七、社交互动：新媒体环境下的电视新闻报道

进入新世纪，随着媒介技术变革，以“数字化”和“互动性”为本质特征的新媒体（匡文波，2014:2）时代到来，经历了一系列变革的电视新闻报道又迎来新的挑战 and 机遇。一是传播主体与载体多元化趋势明显。媒介形态发生多元变化，单一的传统媒介向多元媒介转变，各种新兴媒介和新媒体层出不穷（孔德明，2011）；二是传播逻辑发生变化。传统以技术或内容为核心的媒体逻辑开始让位于以社会关系为内涵的人的思考逻辑。媒介被界定为“以人为中心的一切存在”（李沁，2015）；三是传播动力发生变化。新媒体技术革命催生了新一轮以人际关系为动力的传播范式。有学者认为，新媒体赋权的本质是关系赋权，谁能够用某种方式激活大家的关系认同、情感认同，谁就能跟多地创造出一些新的模式、新的办法（喻国

明, 2016)。已略显僵化的电视语态和与大众习惯不匹配的旧平台显然不能打动观众, 尤其是年轻观众。在互联网和移动互联时代, 一向以权威立足的传统电视媒体, 如何提高自身传播效应和传播广度, 增强社交和互动性, 更好地适应新型传播环境成为亟待解决的问题。

“2012年11月起‘央视新闻’微博、微信、客户端陆续上线运营, 短短一年时间, 用户数便从150万上到了4953万, 到2016年底时用户人数已超过3亿。”(杨继红, 2017a)。央视全媒体融合战略走出关键一步, 从而更好地体现了新媒体交互特性特征, 进而大大改善用户体验。微视频作为央视新闻在“两微一端”上的拳头产品, 在2016、2017两会期间观看量更是累计达到了13亿(杨继红, 2017b)。2016年, 由移动互联网催生的网络直播一跃而起, 进入爆发式增长阶段。据中国互联网络信息中心发布的第40次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至2017年6月, 网络直播用户共3.43亿, 占网民总体的45.6%(中国互联网络信息中心, 2017)。与网络直播相比, 传统电视直播报道是单向传播的“发布式”, 缺少互动性。如今的受众已经不再满足于做传播过程中的接受者, 受众渴望自己的意见得到充分的表达即“受众赋权”, 而网络视频直播报道正好为他们提供了实时交互评论的平台, 通过这样的方式, 受众不仅获得了参与感的满足, 也在参与互动过程中通过社交平台进行了自发的社会化传播。为了适应这种变化, 2017年两会期间, 央视制作了多档大小屏融合互动节目, 如《两会有啥事我们帮你问》节目, 通过互联网征集网友问题, 实时连线多位两会代表, 现场解答网友提问, 观众的问题往往提出一两分钟后就得到了解答, 基本做到了“实时交互”。

网络直播的出现不仅打破以往的传播格局, 受众也成为了新闻报道的生产者, 每当新闻事件发生, “用户不仅可以上传图文、视频素材, 还可以直接利用现有的移动设备, 如手机、智能眼镜等移动终端向演播室直接传输现场直播画面, 成为专业记者到达现场前的重要信息源。”(杨继红, 2017a)。2016年11月, 新西兰突发8.0级地震, 央视立即联系并在一名当地大学生的新浪微博平台进行了UGC直播报道, 而这在央视新闻+客户端的“云镜”计划中早已有所涉及。在传统直播报道中, 普通老百姓的视角与表达是缺乏的(喻国明, 2017), UGC直播报道则不仅大大提高了用户参与度, 也构建了电视媒体与用户新的互动关系, 成功地将媒体关系嵌入了以人为中心社会关系中。

传统电视媒体借助网络视频直播不仅弥补了电视单向传播导致的互动性不足, 更体现了电视新闻报道在新形势下社交化的趋势。过往的经验已经表明, 一味跟随新兴媒体来铺设零散的渠道, 是永远赶不上其形态更新脚步的(周勇, 何天平,

2017)。因此必须真正从报道观念上进行改变,注重移动互联时代的特征和要求,主动强调社交和互动性,才能从报道方式和报道内容上双重改变,实现受众参与和社会网络的分享,沉淀用户的社交关系,进一步向与互联网逻辑相吻合的“平台型媒体”(Platisher)发展(喻国明,焦建,张鑫,2015)。

## 八、放眼全球:走向世界的电视新闻报道

随着中国电视新闻事业的发展,电视新闻报道的领域与对象也不再限于国内,而是逐渐走出国门,开始面向世界对外报道。中国电视对外报道经历了由对外宣传到对外传播、国际传播,到现今全球传播的观念转变,其实质反映的是对传播规律和跨文化交流的不断重视。建国初乃至相当长一段时期,我国电视对外新闻报道受国内宣教观念影响,内外无别,“外宣节目多是反映国内重大事件、建设成就、人民生活的电视片”(孙国宝,2014:20)。这一时期的电视对外报道带有很强的政治色彩,对外宣传意味浓厚。“进入20世纪90年代,我国对外传播真正进入电视时代”(刘娜,2017:9)。随着与西方交流增多,电视对外报道也逐渐由“宣”向“传”转变(李宇,2013),开始利用国际公认的传播规则向世界展示真实、全面、客观的中国(赵化勇,2008a:324-325)。

“1992年10月1日,中文国际频道开播,形成了我国第一个面向全球观众24小时播出的对外窗口,标志着我国电视海外传播的一个历史性飞跃。”(赵化勇,2008b:54)。此后,我国逐渐形成了以中央国家级媒体为主导、各地方电视媒体主动参与、民营媒体协同发力的全方位、多层次对外传播格局并逐渐向世界看齐。为了适应海外传播和国际文化交流需要,中央电视台不断加强与美国有线电视新闻网、美国福克斯电视网等的比如互购新闻内容、共同节目策划等方面的交流合作(赵化勇,2008b:69-70)。同时,“央视新闻频道开启国际化改革路线,国际新闻报道时长增加,比如《新闻30分》国际新闻时长超过10分钟。”(宫承波,刘逸帆,2016:250)。央视英语新闻频道也采取形象包装、品牌战略等系列公关手法不断提高覆盖率和落地率。这一时期的中国电视对外报道开始重视交流合作,逐步形成了受众意识和市场观念,重视双向传播,开始摒弃建国初的单向对外宣传观念。

相比于国家行为体作为主导的国际传播时代,全球传播背景下的电视对外传播更加注重非政府行为体的传播功能和作用,蓝海电视、普罗派乐卫视、四达时代电视等中国民营电视开拓出了天然不同于政府行为体的对外传播策略和方法。譬如蓝海电视旗帜鲜明地以“立足中国、民间声音”为内容定位,其非官方背景和市场化运作手法及大量原创英文新闻节目迎合了西方主流受众的鉴赏品味和需求。全

球传播也体现在对文化类国际低级政治的议题关注。譬如以新闻类节目为主导的CCTV-4开设《城市1对1》节目,定期邀请境内外城市交流访谈,探讨共同问题、增进交流了解(刘娜,2017:169-170)。与传统传播观念不同,文化交流更注重不同文明主体之间的平等性和对话性(贾文山,江灏锋,赵立敏,2017),即“从自说自话到寻求共同话语。”(程曼丽,2017)。习近平指出“推进人类各种文明交流互鉴 增强文化软实力”,电视媒体则承担着传播中华文明,推动中外文明交流互鉴的使命,这为实现为我国创造良好国际舆论环境创造了新的契机。

## 九、结语

从上个世纪50年代末到现在,中国电视经历了巨大的改变,创造了无数辉煌,也面临着新的危机和挑战。在60年的发展历程中,经过不断探索,电视新闻报道的观念和报道的实践也在变化中走出了独具特色的中国道路。通过梳理中国电视新闻报道60年的观念和实践可以发现,尽管中国电视新闻报道的形式和品类层出不穷、色彩纷呈,但依然有着清晰的发展轨迹和趋向,无论在报道主体上,还是在报道的内容和方式上,中国电视新闻报道都在一步步向着真正的电视媒体靠近,其中的电视和媒体色彩越来越浓。在报道主体方面,随着电视媒体社交属性的突显,电视新闻报道中有着明显的人格化发展趋势;在报道内容方面,电视新闻报道的电视特色则越来越明显,重时效、重现场、重视觉、重交流已成为电视新闻报道不可逆转的发展方向。除此之外,电视新闻报道在内容上的民本取向也使其报道越来越体现出关注民生、监督舆论的发展势头;而在报道方式上,无论是出境报道、说新闻、网络直播和用户生产内容,体现的都是电视媒体不断适应时代潮流,重参与、重互动、重社交的发展大势。

(责任编辑:周楚珺)

## 参考文献 [References]

- 陈力丹(2009)。论60年来我国新闻报道方式的演变。《国际新闻界》,(9),18-23。
- 蔡晓芳(2010)。从《新闻调查》看电视新闻深度报道。《中国编辑》,(5),63-65。
- 陈华(2003)。《新闻调查》何以与众不同。《新闻大学》,(1),50-52。
- 程曼丽(2017)。中国对外传播的历史回顾与展望。《新闻与写作》,(8),5-9。
- 常江,文家宝(2016)。中国语境下的电视新闻调查性报道:基于对《新闻调查》(1996-2006)的个案考察。《国际新闻界》,38(3),91-113。
- 董天策(2007)。民生新闻:中国特色的新闻传播范式。《西南民族大学学报(人文社科版)》,28(6),88-95。

- 丁未(1997)。回归人际性:大众传播的另一个视野。《现代传播》,(6),12-15。
- 宫承波,刘逸帆(编)(2016)。《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》。北京:中国广播影视出版社。
- 高长力,王旭东,鹿敏(1995)。你在走一条什么样的路?——《焦点访谈》开播一周年访谈录。《中国广播电视学刊》,(5),28-32。
- 高贵武(2006)。民生新闻的价值取向和现实走向。《新闻与写作》,(3),16-17。
- 高贵武,寸洋(2012)。电视民生新闻的拓展与提升——从中央电视台《新闻联播》“新春走基层”报道说起。《新闻与写作》,(5),31-34。
- 高贵武,滕泽人(2014)。中国电视新闻评论中的人格化演进。《国际新闻界》,(10),119-131。
- 郭镇之(2016)。《中外广播电视史》。上海:复旦大学出版社。
- 何绍伟(1998)。现场直播:同步的魅力。《中国广播电视学刊》,(4),36-39。
- 韩彪(2007)。《现场直播——新闻改革的标尺》。北京:当代中国出版社。
- 贾文山,江灏锋,赵立敏(2017)。跨文明交流、对话式文明与人类命运共同体的构建。《中国人民大学学报》,31(5),100-111。
- 孔德明(2011)。多元传播格局中的舆论引导体系构建。《中国广播电视学刊》,(8),23-25。
- 匡文波(2014)。《新媒体理论与技术》。北京:中国人民大学出版社。
- 刘畅(2004)。“焦点访谈”:鲜为人知的舆论监督内幕。检索于[http://zqb.cyol.com/content/2004-03/29/content\\_845601.htm](http://zqb.cyol.com/content/2004-03/29/content_845601.htm)。
- 黎力(2013)。《广播电视学》。上海:上海三联书店。
- 刘娜(2017)。《中国广播电视对外传播力研究》。北京:社会科学文献出版社。
- 刘习良(编)(2007)。《中国电视史》。北京:中国广播电视出版社。
- 李宇(2013)。《从宣到传:电视对外传播研究》。北京:北京大学出版社。
- 李沁(2015)。泛在时代的“传播的偏向”及其文明特征。《国际新闻界》,37(5),6-22。
- 李幸(2004)。十年来中国电视的第三次革命。《视听界》,(1),5-7。
- 老台长杨伟光细述《东方时空》的背后故事(2003)。检索于<http://www.people.com.cn/GB/14677/21965/22071/1948939.html>。
- 弥建立,欧阳宏生,申文宣(2015)。我国电视新闻编辑理念的嬗变与发展。《编辑之友》,(3),56-61。
- 孙宝国(2014)。《中国电视对外传播研究》。北京:中国广播影视出版社。
- 谭天(2012)。《广播电视新闻研究》。广州:暨南大学出版社。
- 吴郁(1997)。听听白岩松要对我们说什么——评《面对面》中的白岩松。《电视研究》,(4),46-49。
- 吴廷俊(编)(2011)。《中国新闻传播史(1978-2008)》。上海:复旦大学出版社。
- 我和《小强热线》的故事,火热征集中(2016)。检索于<http://mp.weixin.qq.com/s/>



u7cZjweL1AQaMPFdZgOPCQ。

王启祥(2010)。我国重大事件电视直播报道回顾与反思。《电视研究》，(5)，27-29。

王雄(2016)。《电视民生新闻：成长与转型》。广州：世界图书出版广东有限公司。

喻国明(2016)。媒体内容传播应嵌入社会关系渠道中。检索于[http://www.js.xinhuanet.com/2016-06/25/c\\_1119110924.htm](http://www.js.xinhuanet.com/2016-06/25/c_1119110924.htm)。

喻国明(2017)。互联网发展的“下半场”：传媒转型的价值标尺与关键路径。《当代传播》，(4)，4-6。

喻国明，焦建，张鑫(2015)。“平台型媒体”的缘起、理论与操作关键。《中国人民大学学报》，(6)，120-127。

杨继红(2017a)。专注移动，创新融合发展新业态。《新闻战线》，(3)，31-34。

杨继红(2017b)。造平台成矩阵网络舆论大提升——“央视新闻”新媒体报道全国两会新亮点。《传媒》，(7)，18-19。

杨伟光(1997)。立足中国面向世界——香港回归电视报道工作回顾。电视研究，(8)，4-11。

杨伟光(1998)。《中央电视台发展史》。北京：北京出版社。

杨保军(2011)。新闻领域的中国模式：描述，概括与反思(上)。《新闻界》，(4)，3-7。

袁沫(2000)。《观察与思考》与节目主持人。《电视研究》，(4)，79-80。

岳淼，迟月利(2014)。《应用电视新闻学》。厦门：厦门大学出版社。

赵化勇(编)(2008a)。《中央电视台品牌战略》。北京：中国广播电视出版社。

赵化勇(编)(2008b)。《中央电视台发展史(1998-2008)》。北京：中国广播电视出版社。

朱镕基视察中央电视台，赠《焦点访谈》编辑记者四句(2003)。检索于<http://www.people.com.cn/GB/historic/1007/4950.html>。

周小普，王冲，马琪(2008)。新时期中国广播电视业改革与发展30年。载郑保卫(主编)，《新闻学论集(第21辑)》。北京：经济日报出版社。

周勇，何天平(2017)。重回内容价值：电视新闻融媒体转型的路径与反思。《新闻与写作》，(5)，49-52。

曾一果(2010)。媒介仪式与大众娱乐：关于现场直播的媒介分析。《当代传播》，(5)，36-38。

浙江教育科技频道主持人小强：责任、情怀、影响力(2013)。检索于<http://www.cztv.com/zrtghost/ztv4/xq/zcrdt/2013/12/2013-12-184190251.html>。

中国互联网络信息中心(2017)。《第40次中国互联网络发展状况统计报告》。检索于<http://cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxyzbg/hlwtjbg/201708/P020170807351923262153.pdf>。

Yuezhi, Z. (2000). Watchdogs on party leashes? Contexts and Implications of Investigative Journalism in Post-Deng China. *Journalism Studies*, 1 (4), 577-597.