

新传播形态下 传统电视新闻的变与不变

——2012电视新闻业观察与思考

□ 陆 晔 薛 丽

据复旦大学信息与传播研究中心“新传播形态下的中国受众”调查^①：2010年全国受众每星期收看电视的平均天数为6.29天。其中83.3%的受众每周7天收看电视。在电视观众当中，平均每天看电视的时间约3.2小时。同时，全国受众平均每星期上网的天数为1.48天，其中17%的人每周7天都会使用互联网。尽管网络受众比电视受众使用规模要低得多，但调查显示，互联网使用者平均每天的上网时间约2.92小时，已远远超过了报纸读者平均每天53.13分钟的读报时间。互联网的这一发展势头还在继续。传统电视新闻无论行业形态还是报道方式，都身处以新技术、新媒介为标志的新传播形态竞争格局当中，已是不争的事实。

2012年，以各家电视机构参与新闻界“走基层、转作风、改文风”活动的相关报道，和中央电视台新闻节目一系列“变脸”为标志，电视新闻朝向更加贴近社会民生的方向转变，“接地气”、“亲民”的变化被广泛关注。10月19日，央视在《新闻联播》的新闻公益行动“我的父亲母亲”小板块中，以“四兄弟：母亲你在哪里？”为题报道四兄弟驾车寻找走失母亲。这则首次出现在《新闻联播》中的“寻人启事”，一个多月来单是在网易视频里就被播放两百多万次，1.3万多人投票的10分制评分获得9.3分。据悉，2013年《新闻联播》不仅会延续广为热议的“你幸福吗？”这样的街头调查，还将增加

“寻人启事”小板块。^②总体上，“加重社会民生类新闻的比例”会是央视新闻栏目明年改版的基调。已影响中国社会二十年的《焦点访谈》将加强突发新闻深度报道，加大民生类节目比例；《新闻联播》也会突破以往报道模式，不仅注重百姓视角和故事化的电视语态，也要提升重大突发国际新闻事件的报道力度。^③在进一步强化已有的“新闻短评”环节、变单纯新闻播报为夹叙夹议的基础上，《新闻联播》还会增加“新闻现场连线”和“新闻评论员机制”，乃至加快新闻播报语速。^④此外，央视一套将重新编排《小撒时间——证据在说话》《王刚时间——收藏传奇》《张斌时间——传奇体育》《岩松时间——观天下》《柴静时间——看见》《崔永元时间——小崔说事》，打造23：30王牌主持人精品节目带。这些动向都可以被视为在新传播形态下，主流电视媒体为与互联网快速、海量、随便、多元的新闻信息进行竞争所力图做出的改变：一方面进一步提升电视新闻的信息量和接近性；另一方面不仅充分发挥电视优势继续强化新闻现场直播，而且更要在纷纭复杂的社会变革过程中，既报道事实又提供对事实的解读和多元阐释，以彰显主流新闻媒体的权威性和影响力。

平面媒体加速推进全媒体战略，
加入视频内容竞争

以2012年中国电视新闻业所处的竞争环境

看,首先面对的一个变化是平面媒体加速推进全媒体战略,深度加入视频内容竞争,媒介融合正在从理念变成现实。从2009年《南方都市》报提出构建“南都全媒体集群”,^⑤到2012年5月发布搭载了基于安卓系统的定制应用平台——聚合了南都新闻、南都视点、南都视频在内的平板终端产品“南都PAI”,^⑥平面媒体借助网络和数字技术抢占移动互联网入口,大力拓展产品线、扩大受众覆盖、再造商业模式、实现传播介质革新,已是大势所趋。手机等也都是平面媒体“全媒体战略”的目标,目前《南方都市报》《南方周末》的新浪微博粉丝都各有将近400万,南方日报报业集团的诸多纸媒产品手机版也都有专门的安卓、iPad客户端。

平面媒体进入视频内容制作领域,远不止南方报业一家。财新传媒在其官方网站上提供的视频产品已经形成了由财新时讯、实时报道、快评财新闻、国际财经观察、财经大广角、财经人物汇等栏目组成的丰富的内容集合,并与多家主流电视媒体机构合作制作栏目或节目。尽管目前尚未有确凿的实证调研的结论,证明传统电视新闻业的生存空间已经遭此类全媒体、新媒体产品的挤压,但这个趋势包含了通过内容平台的开放性特征来整合多种不同媒介产品的可能性,值得高度关注。

这一可能性不仅意味着电视新闻已不再是传统电视媒介的一统天下,受众的电视收看行为也不仅仅依赖于客厅里的电视机来完成——包括新闻在内的电视传播活动,从内容生产到个体收视习惯都正在被颠覆(比如,看电视不再是以往那种以家庭为主要单位、以客厅为主要场所的活动,平板电脑、手机等移动终端改变了电视收视方式,受众对内容的需求和喜好也随之改变,新媒体的互动性也重新构造了传播者与受众之间的关系);而且意味着传统媒体正在从单一的

内容供应者,拓展为信息集成和全媒体的综合营运商。显然,在这一情势下,电视媒介机构的改革步伐要慢得多。

新媒体:既是节目反馈推广的互动平台, 又是新闻线索来源

2012年国庆长假期间,中央电视台连续9天在新闻频道推出“喜迎十八大:走基层·百姓心声”特别节目“假日调查:你幸福吗?”,在《新闻30分》《朝闻天下》《新闻联播》等不同栏目播出,除了电视节目自身的影响力之外,“你幸福吗”这一议题在网络尤其微博上“滚雪球”式地持续扩散,为这一话题在公众中的热议起到推波助澜的作用。央视纪录片《舌尖上的中国》热播之际,总导演陈晓卿5月23日上午在新浪微博一小时的微访谈时间里,网友提问多达2593条,几乎每分钟就有40多条提问。^⑦2012年,电视与互联网的互动已成常态。这种互动,除了电视报道的各种热点话题在网络上引发关注之外,最常见的就是节目制作者主动在网络上进行推广。既有常规栏目的日常节目预告,也有重大报道、特别节目通过电视机构或节目、栏目组的官方微博在播出前为聚集人气进行预热。如上海广播电视台电视新闻中心新闻杂志节目《七分之一》,每一期的内容都会在官方微博上预告,节目编导也会在微博上与受众交流;^⑧新闻谈话节目《海上夜谈》还登陆了微信公众平台,观众可以通过扫描二维码加关注参与讨论。^⑨

除了电视新闻节目内容依托互联网进行全媒体推广之外,互联网内容进入电视新闻栏目,也是电视新闻报道与新媒体互动的重要方面。中央电视台新闻频道《24小时》栏目下设的小板块《微观天下》,就是针对每天微博上的热点事件或热议话题进行分析和评点。如2012年11月

28日,《微观天下》“女童公交车上骂老人,被女子扇耳光”这条新闻,节目主播先引述《大连晚报》官方微博有关这一事件的帖子,然后链接湖南经视提供的事发公交车上的监控视频画面,来还原事件现场,主播再结合微博网友的各种议论进行点评。2012年的一个热点事件“摄影师深夜偷拍湖南候鸟杀戮现场”,则是平面媒体《长沙晚报》摄影记者拍摄的视频短片,这部视频短片10月16日上传优酷网,一天之内点击量超过15万次,引起各方媒体关注,不少电视媒体在跟进这一选题时使用的图像资料便是来源于这段12分钟的视频。

互联网尤其是微博内容成为包括电视新闻在内的传统媒体新闻内容的组成部分,已变得越来越普遍。和中央电视台《24小时》类似,上海电视台晚间《新闻夜线》在整档节目结束前也有一个专门与网络互动的小栏目叫《微天下》,主持人会就当天微博上的一些热点事件和热点人物,看图说话,夹叙夹议一番。不过该节目更具标本意义的是其子栏目《夜线约见》。这一部分是就当天重要新闻事件和议题进行直播访谈——在这个日播新闻栏目中,常设观众的微博反馈,每天坚持把微博上的公众意见和观点引进节目,作为节目结构其中的一个重要环节,驱动访谈逻辑向前推进。

除此之外,传统媒体从互联网上寻找新闻线索更是屡见不鲜。当然,从2012年电视新闻业的具体实践来看,电视新闻从业者已经认识到,新媒体时代电视更应该学会把网络的内容当线索,再进一步发挥电视新闻报道的长处,进行自己主导的内容开掘。换句话说,电视新闻报道正在探索如何让新媒体“为我所用”,而不是跟着互联网人云亦云,被新媒体牵着鼻子走——尽管新媒体使得电视新闻报道的线索更多元、反馈更直接,但电视还是要在在此基础上充分发

挥自己的长处,凸显画面的现场表现和对新闻事件的发生发展进行伴随式调查的优势——“不能简单地从网络到电视。如果没有更详细的调查,没有更具冲击力的现场,观众不如直接看网络好了”。^⑩一个具体实例是,2012年四五月间,有上海市民在网络论坛和微博上反映孕妇建卡难的问题,上海广播电视台电视新闻中心《新闻透视》栏目以此为线索,就这个问题进行了深入调查,完成了一系列报道,探讨孕妇建卡究竟难不难,如何难,难在哪。类似的电视新闻报道,不仅超越了互联网的碎片式信息集合,提供了来自主流电视媒体职业记者更全面深入的报道内容,而且有效地对网络热点话题进行了引导,对群体心理也有所疏导。

新技术继续改变电视新闻报道语态

从2012年电视新闻的发展态势看,新技术本身依然持续地对电视新闻生产方式和播出流程产生影响,并逐步改变电视新闻报道语态。其中大型电视直播产生了重大社会影响。2012年3月25日至4月2日胡锦涛主席出席首尔第二届核安全峰会、金砖国家领导人第四次会晤和对柬埔寨进行国事访问期间,中央电视台首次实现通过专用信号对我国领导人在境外的讲话进行全程直播,这也是国家电视台朝着重大时政电视报道直播常态化迈出的重要一步。^⑪2012年7月,中央电视台《东非野生动物大迁徙》大型跨国直播项目,完成了全球电视媒体首次在非洲对野生动物迁徙进行的直播报道。^⑫

3D技术开始进入电视报道领域。北京台引进全国第一台3D电视转播车于2012年5月16日正式交付使用。这台转播车首先用于每天向央视3D试验频道提供一小时的首播节目,也为今后3D节目普及积累更多素材。除可进行3D

节目录制外,还可作为10讯道转播车完成高标清节目的制作。^⑬更大规模的3D演练是中央电视台购买了2012年伦敦奥运会3D电视报道权,在7月27日至8月12日期间,通过有线电视网在央视3D频道上提供包括开幕式、闭幕式,田径、游泳、体操等项目比赛共300小时的3D直播节目。伦敦奥运会报道也是央视第一次在电视屏幕上引入二维码——观众在收看赛事直播或插播广告时,只需用手机摄像头扫描二维码,就可以获取下载链接,了解电视报道以外的相关信息,如运动员介绍、赛况盘点,赛场所在城市的建筑、天气等资讯。^⑭

继2011年北京电视台、东方卫视等电视机构完成新闻演播室改造以来,2012年从省级台到地市级台,更多的电视机构加入到新闻演播室升级换代的行列中,直到年末仍能看到正在公开招标的“贵州省铜仁市电视台新闻演播室改造项目”和已招标完成正在公示的“湖北广播电视台经视频道新闻资讯演播室更新改造省级政府采购项目”。^⑮尽管大多数经过改造的新闻演播室并没有都采用东方卫视那样新闻主播站着的播报方式——这一播报方式的改变,被认为有助于将电视观众“带”入由大屏幕、多媒体影像构成的“虚拟新闻场景”,增加观众“看新闻”那种更真切的现场实感^⑯——但高清、大屏幕、交互、开放式新闻演播室,带给观众耳目一新的电视新闻收视体验,已经成为保障电视新闻报道内容品质重要的技术基础。

当然,演播室改造带来新闻播报方式变化,以拉近观众和新闻现场的距离,只是新技术对电视报道产生的最表面的影响。如何降低技术门槛,进一步改变新闻报道的语态、拓展新闻内容空间,才是电视新闻从业者更加关心的问题。^⑰比如,若能充分利用网络技术简化直播流程,提高直播的技术便利性,新闻直播被采用的可能性

就会更高;若解决技术门槛问题,大量利用网络视频连线,对新闻事件当事人和嘉宾进行采访,新闻报道的消息来源和意见观点就会愈加丰富。上海广播电视台电视新闻中心今年开始探索在不配备其他技术人员的前提下,记者自己用3G手机拍视频、进行直播,就是为了应对突发事件只有记者在现场时如何以更便捷的方式完成直播报道。显而易见,这些技术手段更符合新媒体时代的要求和趋势,电视新闻生产的过程和方式也会加灵活和开放。■

(作者陆晔系复旦大学信息与传播研究中心副主任,复旦大学新闻学院教授;薛丽系复旦大学新闻学院硕士研究生。本文为教育部人文社科重点研究基地项目“传统的消逝:影像传播与日常生活”的成果之一,项目批准号:10JJD86003)

注释:

- ① 资料来源:“传播与中国复旦论坛2012”Panel 1:新传播形态下的中国受众。2012年12月14日。上海:复旦大学。这是该中心首次基于全国31个省、直辖市、自治区(不含港澳台)所有城镇、农村家庭中18岁以上的常住人口的总体样本进行的调查。
- ② 《央视新闻联播将开辟寻人板块 变脸为接地气》,《华商报》2012年11月13日
- ③ 《央视2013玩变脸:“新闻联播”凸显民生,“舌尖”推续集》, <http://culture.people.com.cn/n/2012/0924/c22219-19091542.html>
- ④ 《央视新闻联播再“变脸”引入评论员语速还加快》, http://www.china.com.cn/ent/2012-10/26/content_26911298.htm
- ⑤ 曹轶、庄慎之、陈雨:《南都全媒体集群构想》,《南方传媒研究》, http://media.nfdaily.cn/cmyj/23/03/content/2010-04/27/content_11442721.htm
- ⑥ 参见:《南都PAI惊艳亮相引发订购潮》,《南方都市报》2012年6月1日
- ⑦ 参见新浪微博微访谈: <http://talk.weibo.com/ft/201205235598>
- ⑧ 参见: <http://e.weibo.com/u/1970890085>
- ⑨ 参见: <http://e.weibo.com/u/2456578934>
- ⑩ 作者访谈:上海广播电视台电视新闻中心《新闻夜线》主编张莉,2012年12月10日
- ⑪ 傅雪松:《试析央视时政新闻的改革和创新》,《电视研究》2012年第8期
- ⑫ 吴闯、龚玉辉、熊传刚:《央视力推东非野生动物大迁徙大型直播》,《电视研究》2012年第8期
- ⑬ 张鑫、赵多佳:《3D推动电视飞跃》,《中国广播影视》2012年6月号(下)
- ⑭ 黄奇玮:《文化视角下伦敦奥运会的媒体战略研究》,《电视研究》2012年第10期
- ⑮ 参见: <http://www.davinfo.com/tender/2012/11/t823379.html>; <http://www.chinabidding.com/zbzx-detail-217836265.html>
- ⑯ 参见:《东方卫视新闻将变坐播为站播》, <http://news.163.com/11/0618/11/76QVTOC600014AED.html>
- ⑰ 作者访谈:上海广播电视台电视新闻中心《东视夜新闻》主编孙劼,2012年12月9日