

编者按：《新闻联播》作为中央电视台的旗舰栏目和全国最具影响力的电视新闻节目，在党和人民的政治、经济、文化生活中具有十分重要的地位。党的十八大以来，央视《新闻联播》积极贯彻中央精神，努力回应群众关切，进一步深化“走转改”，努力做到“三贴近”，在节目内容、节目形式、话语表达方式等方面进行积极的探索，栏目面貌发生了可喜的变化。为了及时总结央视《新闻联播》的新探索、新变化，本刊编辑部约请有关专家学者撰写了一组文章，以期对全国各级电台、电视台的新闻联播类栏目的改进有所裨益。

《新闻联播》“改文风”的点滴心得

◎ 李风 肖 瑛 栗 颖

中央电视台《新闻联播》“改文风”的提出始于2011年初。在中央领导的亲切关怀下，当年9月，《新闻联播》初步实现了内容选材、表达语态、形态包装等方面的一次转变。这次转变一言以蔽之：更“接地气”了。2012年12月中共中央政治局“八项规定”出台，《新闻联播》作为中央电视台新闻旗舰栏目，更是努力强化民生社会信息，贴近百姓大众，改进节目内容和话语表达方式，创新节目形态，使《新闻联播》不断发生新变化。从初步效果看，已经开创了《新闻联播》开播35年来的多项第一，受到社会各界广泛支持和高度评价。

回顾这段时间的实践，我们感到有以下方面发生了令人欣喜、实实在在的改变：立足重大性，版面重点向民生新闻、大众关切和社会热点倾斜；多用平实、清新语言，在新闻语态上改文风；推出言论新品种，加强评论力度和现场感；直播和现场报道改变节目样态，雄厚资源整合支撑，实时信息提升节目关注度和感染力。

以下仅据最近半年多来《新闻联播》的突出变化进行分析论述。

一、立足重大性，版面重点向民生新闻、大众关切和社会热点倾斜，突出民生视角、百姓情怀，体现“改文风”精神实质

第一，头条优选当日新闻，时效性之强，为《新闻联播》35年历史所罕见。

近段时间，《新闻联播》头条和主打消息，除了部分《走基层》报道和主题宣传任务外，基本都是时效性、新闻性强的消息。如雾霾天气、大病保险扩容、直击春运购票、经济形势与展望等，是热点绝不回避，事关重大民生必深入报道和解读，实现了权威性和新闻性的高度结合，更好地发挥了《新闻联播》品

牌的舆论引导力。

第二，时政新闻明显减少和缩短，重大典型民生报道成为头条或版面主打的重要选题方向，栏目进一步实现接地气。

以2013年1月份为例，31天当中，《新闻联播》累计播发时政新闻69条，去年同期为110条，减少了41条，同比下降了37.3%；占总时长比例从去年同期的29.9%下降到今年的20.1%，时政新闻占版面比重比去年同期减少三分之一左右。与此同时，社会民生类新闻由去年同期的159条增加到239条，报道量提高50.3%，占《新闻联播》播出条数比重从去年的21.8%上升到30.4%。

除头条之外，民生报道在版面其他位置也有充分空间。如春运买票难、CPI变动等，都努力突出民生视角、百姓情怀，用老百姓看得懂、听得清的方式，全面报道、纵深解读，增强了报道的贴近性。

《新闻联播》中的《走基层·为人民服务新观察》推出的《曹家巷拆迁记》、《不该发生的“离婚潮”》，《走基层·江家院被拐儿童寻亲记》等节目，平均时长都高于一般性报道，细节丰富，亮点频出，引发社会关注。

第三，改变《新闻联播》多年的单条新闻串接模式，不断推出组合报道，强化报道的深度。

今年1月3日至13日的10天时间里，《新闻联播》有六天推出了组合报道，分别关注严寒天气、皖电东送、菜价观察、云南昭通泥石流和雾霾天气。

以雾霾天气组合报道为例，既有各地雾霾状况和“环保部公布空气质量报告”的动态消息，又有“PM2.5背景介绍”“专家解读雾霾成因”“雾霾对健康影响”这样的背景小专题和深度解读；既有权威发布的各地应对措施，又有体现媒体服务意识的雾霾行车攻略；还针对性地配发了《既然同呼吸 那就共责

任》的本台评论。

一组报道最多组合6条之多，多层次递进、多视角观察，而每条消息又比较简短，这就使《新闻联播》兼具节奏明快、信息充足的特点。组合报道成为《新闻联播》“改文风”的有效方式。

第四，及时准确提供权威信息和深度解读，为观众解疑释惑，服务意识明显提升。

每逢重要节假日或公众关心的重要事件发生，《新闻联播》必开辟服务台小板块，比如元旦、春节，针对严寒天气，为观众提供了雪天驾车技巧、冰上活动注意事项；春运期间开辟春运服务台，介绍“车票丢了怎么办”、“什么物品不能带上车”、“农民工如何把钱带回家最安全”，等等。

在雾霾等民生热点新闻中，《新闻联播》及时插入带有鲜明服务动机的信息小“补丁”，填充新闻主体无法顾及的服务信息空白，服务内容观众急需，形式生动灵活。在持续关注雾霾天气过程中，《新闻联播》独家播发了《揭秘显微镜下的PM2.5》和《雾霾天催热口罩市场 专家称作用有限》两篇报道，通过权威专家声音和科学试验结果，回应老百姓关切，体现《新闻联播》“服务信息也权威”的特点。

第五，动用央视海外记者力量，增加国际新闻自采量，提高国际新闻可视性，增强国际舆论引导力。

《新闻联播》充分利用本台70个海外记者站的优势，让央视记者出现在国际新闻现场，带领中国观众跨越千山万水，直接置身全球新闻现场，提升了国际新闻的现场感和吸引力。比如今年1月12日国际新闻《本台记者探访大马士革南郊战区》，记者王薇薇带领观众穿行在叙利亚城市战区，亲眼见证狙击手挖的洞、受伤士兵流的血、逃离的居民家中还在煮着的面条，现场感强，画面直观，有冲击力。

自采国际新闻体现中国视角、涉我关切，打破了西方媒体对国际题材、视角和关注地域的垄断，增强了央视新闻对国际舆论的引导力。

二、多用平实、清新语言，在新闻语态上“改文风”

第一，时政新闻积极改文风，时长明显缩短的同时，新闻感染力明显增强。

中央“八项规定”颁布实施后，《新闻联播》时政新闻积极改文风。镜头更注重纪录性，注重领导同志与群众交流场景的气氛表现，展现更多富有情感内涵的细节，从而在新闻时长明显缩短的情况下，新闻内容显得更加丰富饱满，感染力明显增强。以《习近平春节前夕赴甘肃看望各族干部群众》为例，为了

让画面更具感染力、震撼力，记者深入采访、精心策划，才有了开篇时越野车在沟壑纵横的陇原上长途跋涉、在黄沙弥漫的深沟旁行驶的一组镜头；才有了总书记深一脚浅一脚走到尘土飞扬的村落里，双手端起水瓢，喝下老乡家的水的情景；也才有了总书记双手捧起餐盘，深情地递到老人手里并送上祝福的生动瞬间。

此外，运用新媒体，特别是时政消息通过微博快速报道，与《新闻联播》形成有效互动，也是《新闻联播》改文风的一个重要成果。在《习近平在河北阜平看望慰问困难群众》报道中，央视首次运用微博连续报道，及时、生动、准确，产生了很好的传播效果，也提升了公众对《新闻联播》栏目的关注度。

第二，内容提要、导语和标题精心制作，说好家常话，缩短与观众的距离。

为改进文风，《新闻联播》精心写作内容提要、导语和标题，努力“说好家常话”，让新闻导读和标题更具引导力、贴近感，缩短与观众的距离。

如今年1月4日的内容提要：“几十年老房子破旧拥挤，几家人共用一个五六平米小厨房，四川成都曹家巷居民多年盼拆迁，但十年拆不动，《走基层·为人民服务新观察》今天走进巷口人家，看当地拿什么好办法破解难题。”这条提要改变了以往一味追求字数精简而带来的信息缺损问题，将事件的主要矛盾和悬念提拎出来，吸引观众关注过程和结果。

再如今年1月9日提要，由以往惯常的一句话“温家宝主持召开国务院常务会议”改为：“企业退休人员今天有好消息，国务院常务会议决定，基本养老金月人均涨10%。”别看简简单单加上这一两句，它改变了《新闻联播》在漫长岁月里形成的僵化惯例，甚至把时政消息转化成了民生消息。

有些提要和标题大胆借用新媒体语言，如《“姜汤姐”：喝一碗姜汤驱寒上路》和《“豆饼哥”：来一个豆饼情暖冬日》，和观众更贴近，生活气息更浓郁。有的导语引用观众耳熟能详的歌词：“说句心里话，我也有家，家中的老妈妈，已是满头白发”，引出节日坚守岗位劳动者的情怀表达，引发观众情感共鸣。

这些表达方式在《新闻联播》35年的悠悠岁月里并不罕见，但是在短短6个月时间里密集出现，“说好家常话”成为栏目的一种价值观。这的确是前所未有的，也是极为难能可贵的。

第三，主播依时令民俗，增强新闻性的同时，播报更具人情味。

细心的观众也许会注意到，今年农历除夕和初

一,《新闻联播》栏目的开场白和报尾变得温情了:“无论您在亲人身边,在回家的路上,还是在岗位上,我们给您拜年了!”两位主持人满面笑容,拱手作揖,场面温馨、祥和。另外,主播为每一段45秒左右的各地实时景观镜头配上解说,宛如为家人朋友介绍景点一般,娓娓道来,也为景观镜头标示出明确的新闻性。

三、推出言论新品种,加强评论力度和现场感

第一,35年来首推“央视新年述评”。

从2012年12月31日起,《新闻联播》连续三天围绕“中国梦”的深刻内涵解读推出“央视新年述评”,这是《新闻联播》在之前一周首创“央视述评”这一评论品种之后,更大力度的一次创新尝试。三集系列述评平均时长两分半左右,夹叙夹议,语言平实,电视化程度高,使可视性、吸引力提高。

央视新年述评引起媒体广泛关注,被观众视为央视改变语态的一个重量级动作,被学术界视为《新闻联播》栏目一个新的节目样态和评论品牌。

第二,首次实现在直播中引进本台特约评论员,增强与观众的互动。

今年1月23日,针对习近平总书记要求勤俭办一切事业,反对讲排场比阔气的指示精神,《新闻联播》首次运用直播连线特约评论员的方式展开评论。主播与评论员在直播状态下,以双视窗方式实现提问回答的互动,打破了《新闻联播》评论由主播评述的固有样态,评论员的口语化语态生动活泼,令人耳目一新。

这一从未有过的创新之举,引起社会舆论高度关注和强烈反响。学术界认为,《新闻联播》首次使用专职评论员代替原来由播音员播报评论的方式,增强了电视新闻评论的竞争力和感染力。

四、直播和现场报道改变节目样态,雄厚资源整合支撑,实时信息提升节目关注度和感染力

第一,十路直播信号接入,海陆空全方位报道除夕,前所未有地生动展现华夏大地温馨祥和的节日气象。

蛇年春节期间,《新闻联播》呈现出前所未有的传播效果,又一次实现了历史突破。

2月9日除夕当天,《新闻联播》引入十路直播信号,其中五路景观镜头、五路记者直播连线报道,两组直播加起来总时长达到16分钟。其中,景观镜头分别展示了广州荔枝湾水上花市、福建漳州南靖土楼、黑龙江雪乡、南京秦淮河夫子庙和香港九龙尖沙咀,记者直播连线报道的地点分别为青岛某工地、台北圆山大饭店、北京警用直升机夜航巡逻、西太平洋我海

军舰艇编队和央视春晚后台。十路信号天南海北,是名副其实的海陆空多点直播,这样的报道规模在《新闻联播》是史无前例的。当然,这一历史性突破发生在万众瞩目的除夕晚上,还是冒了极大风险的。正因如此,电视界同行一片赞叹:《新闻联播》多点直播创造了历史!

从除夕开始,《新闻联播》一改30年来以两位主持人口播报尾结束的惯例,在每天的报尾后叠入约30秒的各地实时景观镜头,配以《春节序曲》的尾乐,烘托出浓郁而祥和的节日氛围。这种开放式报尾是《新闻联播》的又一重大突破,一直延续到正月初六。

第二,首次实现外景记者视频直播连线报道,实现新突破。

今年1月26日是春运第一天,上午10点,新闻主播海霞踏上从北京西开往汉口的1955次临客列车做跟车报道。列车停靠郑州站的时间为19点12分,当天主持《新闻联播》的主播康辉与身在郑州火车站的海霞做了时长3分钟的视频直播连线,成为《新闻联播》有史以来第一次外景记者视频直播连线报道。

外景记者视频直播连线报道手段的引入,丰富了《新闻联播》的报道形态,增强了栏目的时效性和现场感,向实现栏目直播常态化迈出了重要一步。

我们在实践中感受到,《新闻联播》之所以能发生这些受到百姓欢迎的变化,首先得益于中央“八项规定”和关于“改文风”的要求为我们明确了改进提高的方向;其次是中央领导同志率先垂范,严格执行“八项规定”的有关要求,时政新闻明显缩短,从而为改进《新闻联播》创造了良好条件;第三是中央领导的肯定和群众的鼓励也成为我们改进的动力。

如今,中央电视台已将《新闻联播》作为“改文风”的重中之重,并且提出“全台办联播”的战略方针,希望进一步强化《新闻联播》的新闻旗舰地位,发挥对央视全面实现“改文风”的引领和带动作用。

我们在实践中也感受到,《新闻联播》“改文风”依然任重道远。要巩固已经取得的成果,下一步必须依靠优化工作流程,改进运行机制,依靠制度创新来推动“改文风”走向深入,同时最大程度地释放“改文风”的红利。另一方面,我们仍需要进一步从结构、内容、形式、表达方式等多方面齐头并进,使之更加“三贴近”,使《新闻联播》发挥好引领舆论的重要作用。

(作者单位:中央电视台新闻中心综合频道新闻编辑部)

(责任编辑:陈富清)