

分类号 G21-213  
U D C

密级 公开  
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

# 硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 央视 vlog 新闻的叙事特征及创新研究

研究生姓名: 陶悦佳

指导教师姓名、职称: 黄建军

学科、专业名称: 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2024. 5. 16

# **Research on narrative characteristics and innovation of CCTV vlog news**

**Candidate :Tao Yuejia**

**Supervisor:Huang jianjun**

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已 在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 陶悦佳 签字日期： 2024.5.30

导师签名： 苏世军 签字日期： 2024.05.30

导师(校外)签名： 周尚如 签字日期： 2024.5.30

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意 (选择“同意” / “不同意”) 以下事项：

- 1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；
- 2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊(光盘版)电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 陶悦佳 签字日期： 2024.5.30

导师签名 苏世军 签字日期： 2024.05.30

导师(校外)签名： 周尚如 签字日期： 2024.5.30

## 摘 要

媒介技术的不断发展推动人类社会迈入了万物互联的媒介化时代。短视频凭借其碎片化、实时性等特征掀起传播热潮，vlog 凭借其独特性在众多短视频形式中脱颖而出受到年轻受众的追捧。近几年在主流媒体的不断试验下，vlog 被引入新闻报道中，并运用在时政类新闻、突发事件新闻等多主题新闻报道中，并获得了十分不错的成绩。而央视新闻自发布“大国外交最前线”vlog 系列报道并成为爆款产品后，为众多主流媒体的 vlog 新闻报道发展提供了思路。央视 vlog 新闻报道与传统媒体时代下的新闻报道叙事话语、叙事符号等都存在较大的差异。那么 vlog 新闻报道目前呈现出怎样的叙事特征，存在哪些可优化的问题以及如何推动其更好的发展是当前时代下值得被不断探究的问题。

央视新闻是较早开始试验将 vlog 引入新闻报道的众多主流媒体之一。本文以“央视新闻”官方微博发布的 vlog 新闻报道为研究对象，对其官微账号自 2019 年 1 月至 2023 年 12 月期间发布的 151 条 vlog 新闻进行研究，从新闻叙事学视角出发，采用个案研究法和文本分析法，主要从叙事故事、叙事话语两大方面总结分析央视 vlog 新闻报道的叙事特征。

本文主要分为四个部分，第一、二大部分主要是对 vlog 新闻的研究背景、研究意义以及样本选取、类目建构来解释说明表明本次研究对未来 vlog 新闻研究发展的实践性意义。第三大部分重点从 vlog 新闻报道的叙事主题、叙事人物、叙事事件、叙事时间、叙事符号、叙事视角出发，讨论其叙事特征并从视频点赞量、评论量等角度对其取得的叙事效果进行总结；第四部分则是以前几大部分为基础，提出当前的不足点并提出对应的优化建议。本文通过对央视 vlog 新闻报道的叙事特征加以分析，在分析基础上找到当下 vlog 新闻报道中出现的叙事主体缺少标签，叙事内容焦点过于模糊以及叙事技巧同质化缺乏新意等问题，并针对以上问题，从加快培养叙事主体，优化叙事技巧以及增加系列化报道增强栏目意识等方面给出优化策略，以此推动央视新闻更好的将 vlog 视频形式与新闻报道结合起来，为其他主流媒体的 vlog 新闻发展提供参考和借鉴意义。

**关键词：** 央视新闻 vlog 新闻 叙事研究

## Abstract

The continuous development of media technology has pushed human society into the era of media interconnectivity. Short videos have sparked a wave of dissemination due to their fragmented and real-time characteristics, while vlogs stand out among many short video forms and are sought after by young audiences due to their uniqueness. In recent years, under the continuous experimentation of mainstream media, vlogs have been introduced into news reporting and applied in multi topic news reporting such as current affairs news and emergency news, and have achieved very good results. Since the release of the "Frontline of Major Country Diplomacy" vlog series by CCTV News and becoming a popular product, it has provided ideas for the development of vlog news reporting in many mainstream media. There are significant differences in narrative discourse and symbols between CCTV's vlog news reporting and traditional media era news reporting. So, what narrativ characteristics are currently presented in vlog news reporting, what are the problems that can be optimized, and how to promote its better development are questions worth exploring in the current era.

CCTV News is one of the many mainstream media outlets that started experimenting with introducing vlogs into news reporting earlier.

This article takes the vlog news reports published on the official Weibo account of CCTV News as the research object, and studies 160 vlog news reports published on its official WeChat account from January 2019 to December 2023. From the perspective of news narratology, case study and content analysis methods are used to summarize and analyze the narrative characteristics of CCTV vlog news reports from two aspects: narrative story and narrative discourse.

This article is mainly divided into five parts. The first and second parts mainly explain the research background, significance, sample selection, and category construction of vlog news, indicating the practical significance of this study for the future development of vlog news research. The third and fourth parts focus on the narrative theme, narrative characters, narrative events, narrative time, narrative symbols, and narrative perspectives of vlog news reporting, discussing its narrative characteristics and summarizing its narrative effects from the perspectives of video likes and comments; The fifth part is based on the previous sections, pointing out the current shortcomings and proposing corresponding optimization suggestions. This article analyzes the narrative characteristics of CCTV's vlog news reporting, identifies potential issues in current vlog news reporting, and provides corresponding optimization strategies to promote CCTV's better

integration of vlog with news reporting, providing reference and reference for the development of vlog news in other mainstream media.

**Key words:** CCTV news; Vlog news; Narrative Research

# 目 录

1. 绪论 .....	8
1.1 研究背景 .....	8
1.2 研究目的及意义 .....	8
1.2.1 研究目的 .....	8
1.2.2 研究意义 .....	9
1.3 国内外文献综述 .....	9
1.3.1 关于 vlog 研究 .....	10
1.3.2 关于 vlog 新闻研究 .....	11
1.3.3 关于 vlog 新闻的叙事研究 .....	13
1.4 研究方法 .....	14
1.4.1. 个案研究法 .....	14
1.4.2. 文本分析法 .....	14
1.5 研究理论基础 .....	14
1.6 研究创新点 .....	15
1.6.1 研究选题新 .....	15
1.6.2 研究视角新 .....	15
2.1 “央视新闻” vlog 样本说明 .....	17
2.1.1. 样本选取对象 .....	17
2.1.2. 样本选取原因 .....	17
2.1.3. 样本选取时间 .....	17
2.2 类目建构 .....	18

2.2.1 叙事故事	18
2.2.2 叙事话语	18
2.2.3 叙事效果	19
3.1 叙事故事	21
3.1.1 叙事主题：短标题全类别叙事传递正向价值	21
3.1.2 叙事人物：从“我”出发的公开身份叙事	26
3.1.3 叙事事件：核心事件与卫星事件相互交织	27
3.2 叙事话语	28
3.2.1 叙事时间：中等时长搭配顺序记录适应阅读习惯	28
3.2.2 叙事视角：多元视角交错提高代入感	31
3.2.3 叙事符号：视觉与听觉符号联动	32
3.3 叙事效果	35
3.3.1 点赞评论量较高，话题延展性强	35
3.3.2 系列化发布聚集传播热度	36
4. 央视 vlog 新闻叙事的不足及创新路径	38
4.1 央视 vlog 新闻叙事的不足	38
4.1.1 叙事主体缺少个人标签	38
4.1.2 叙事内容焦点模糊与泛娱乐化	39
4.1.3 叙事技巧缺乏新意	40
4.2 央视 vlog 新闻叙事的优化路径	40
4.2.1 培养全媒叙事主体，个人风格加持下成就新闻品牌	40
4.2.2 优化多元叙事技巧，多形态交融增强内容丰富性	41

4.2.3 增强栏目意识聚焦热点叙事，强化舆论引导作用 ...	42
结语 .....	43
参考文献 .....	44
致谢 .....	47

# 1. 绪论

## 1.1 研究背景

根据中国互联网络信息中心发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2023 年 6 月，我国网民数量已达 10.79 亿人，较去年 12 月增长了 1109 万人。同时，互联网普及率也达到了 76.4%。此外，我国短视频用户规模已经达到 10.26 亿人，占总网民数的 95.2%。媒介技术的应用使得移动化、智能化、社交化和场景化成为媒体行业创新的主要方向。近年来兴起的短视频形式受到了广大青年观众的喜爱，并且 vlog 作为一种延伸形式具有低门槛性、碎片化和个性化等特点，正好满足当前融合发展和受众需求多样性的变革趋势，在网民中备受追捧，并成为短视频传播领域的新风口。

作为党和人民思想工作宣传以及新闻舆论传播工作领导者的主流媒体，在现代媒介环境下面临着许多挑战。央视作为主流媒体之一，在万物互联时代不断遭遇受众流失、传播渠道失灵以及引导力下降等问题。因此，《关于加快推进媒体深度融合发展意见》提出了加快传统与新兴媒体在机制、政策、管理流程以及人才技术等方面融合步伐，并尽快建立一批具有影响力、引导力和传播力的新型主流媒体。在这样背景下，央视新闻进行了多方面尝试与改变，包括报道思路与形式等方面进行创新。其中一个重要尝试是将专业新闻内容融入 vlog 这一载体中进行报道，并通过采用全新表现形式和传播语态等方式来塑造主流媒体形象并提升其影响力。这些努力初见成效，并给我国新闻事业发展提供了全新思路。但在深度媒体融合背景下，以央视为领军的主流媒体如何利用 vlog 新闻报道模式提升权威性、扩大用户范围、增强用户粘性，进一步提升其影响力还需进一步研究分析。

## 1.2 研究目的及意义

### 1.2.1 研究目的

随着媒体融合的不断加深，新闻传播的媒介不断多元化，受众群体也更趋于年轻化。vlog 新闻报道作为媒体融合大背景下出现的一种新型新闻报道模式，虽然在各大主流媒体的尝试中取得了一定的传播效果，但由于其在中国的诞生时间短，在 vlog 新闻的主体塑造、传播效果、受众凝聚、创新发展等方面还存在

一定不足。而央视作为国内最官方和具代表性的主流媒体，本文从“央视新闻”官方微博发布的 vlog 新闻入手，结合新闻叙事学理论及新媒体时代下短视频的特殊特点进行分析，运用内容分析法和个案研究法分析 vlog 新闻在叙事故事、叙事话语、叙事效果等方面的特征，对央视 vlog 新闻报道目前在新闻报道中的叙事方式、叙事特征及其不足之处进行研究，并在此基础上为以央视为领军的我国主流媒体 vlog 新闻报道形式的未来发展提供一些创新策略，为主流媒体进一步提升传播力、引导力提供借鉴。

### 1.2.2 研究意义

在深度媒介融合的广阔背景之下，Vlog 作为一种创新的新闻报道方式，其内容与形态正经历着持续的变革。这种变化从最初主要在自媒体个体创作者中流行，演变至今日，众多主流媒体正不断探索通过 Vlog 进行新闻报道的可能性。本研究以央视新闻官方微博所报道的 Vlog 新闻为例，借助新闻叙事学的理论框架，从叙事内容、叙事风格、叙事效应三个维度深入分析 Vlog 新闻报道在媒体深度融合时代如何寻求其发展道路，利用自身优势，弥补短板，以更有效地拓宽受众基础。此项研究旨在探讨如何增强 Vlog 新闻的影响力，在该领域内不仅具有重要的实践价值，同时也提供了理论上的贡献。

随着媒介技术的不断迭代发展，短视频逐渐进入受众视野，在此背景下 vlog 作为短视频的代表形式也迅速发展，以自拍为主要记录视角且可与弹幕评论直接互动的中短 vlog 凭借其互动性、沉浸感以及生活化叙事感等诸多特点也引起了主流媒体的重视，伴随着智能设备和短视频的普及并在国家大力倡导新媒体转型的大背景下，各大主流媒体争先恐后的对如何将具备新媒体时代传播特征的 vlog 视频形式作用于新闻报道进行探索。在这一背景下，央视率先做出 vlog 新闻报道的运用尝试，通过叙事视角、叙事内容及适应新媒体时代下的叙事技巧转变，不断加快转型尝试，为受众提供更为丰富和优质的内容，研究并分析央视 vlog 新闻报道的叙事特点并总结其发展面临的问题，进行剖析提出创新意见，具有充分的现实意义。

### 1.3 国内外文献综述

本文的主要研究内容为“央视 vlog 新闻的叙事特征及创新研究”，所以围绕研究的研究现状梳理主要集中在类：vlog、vlog 新闻、vlog 新闻的叙事研究。

### 1.3.1 关于 vlog 研究

#### （一）国外研究综述

vlog 这一短视频形式最早在 YouTube 上受到广泛关注，从此进入了受众视野，因此对于 vlog 的研究，国外学者的研究相对于国内开展的更早并且更全面。最早的一篇关于 vlog 的文献是 2005 年 Conrad Parker 和 Silvia Pfeiffer 发表在期刊《IEEE MULTIMEDIA》上的《Video blogging: Content to the max》一文是最早关于 vlog 的研究文献，文章内就 vlog 的形式定义以及 vlog 自出现在人们视野中并被广泛运用后的各方面情况进行了描述，且其提 vlog 在国外发展初期遇到的作用、无法进行规模化传播发展等问题，为 vlog 后续被广泛运用和借鉴提供了主要参考。自此，随着网络技术的不断发展普及，外国关于 vlog 的相关研究数量不断增加，一段时间内形成了研究高潮。通过搜索发现，vlog 发展的日渐成熟使得国外学者对于 vlog 的研究主要集中在广告品牌营销及消费方面，他们更热衷于分析探索 vlog 的商业发展模式，如何实现商业变现成为国外 vlog 发展日渐成熟的主要研究方向。2023 年 1 月至 2023 年 5 月期间，国外学者对 vlog 的研究更多集中在医学、心理学，教育学等社会多领域，由此可见，vlog 在各行业中显现出的应用价值更加吸引了国外学者。但以“主流媒体 vlog”“vlog 新闻”等为关键词进行检索显示，国外对于主流媒体在 vlog 运用方面的研究几乎很少出现于国外对于 vlog 的学术研究之中。

#### （二）国内研究综述

本文在知网中以“vlog”为关键词进行相关中文文献检索发现，截至 2023 年 6 月通过检索共找到 1122 条结果，其中包括 3 篇博士论文和 274 篇硕士论文。整体来看，vlog 这一研究对象在 2018 年以前十分罕见，每年只有几篇发布，而自 2018 年以后，国内对于 vlog 的研究呈现显著增长态势。其研究内容也从早期紧紧围绕 vlog 自身的定义、特点、传播方式等进行研究，而后从初步发展阶段探索至 vlog 出现之后的新创作方式、盈利模式等，研究学者多数量大，为后续相关发展奠定了坚实的理论基础。国内相关文献主要集中在对 vlog 本身发展及创作的研究、vlog 商业模式方面的研究、vlog 在各领域应用的研究以及主流媒体 vlog 应用的相关研究等方面。尤其自 2020 年后，vlog 在主流媒体新闻报道的应用研究数量中急剧增多，本文也集中于主流媒体对于 vlog 形式的应

用研究。通过整理分析发现目前国内对于 vlog 的研究总共可以分为以下几大部分：

一是关于 vlog 的概念界定。目前国内文献中还尚未出现对 vlog 的概念进行准确全面界定的权威著作，国内学者大多是从不同视角出发对 vlog 概念进行论述。张燕指出 vlog 的含义是视频博主（Vlogger）用短视频的形式记录自己的生活，以自己为拍摄主角，主题不限，内容真实，经过后期制作成记录性和人格化较强的视频日记，提出当前国内 vlog 在发展过程中主要面临本土化、大众化、商业化等困境<sup>①</sup>。李志宏（2021）将其定义为“把日常生活、体验感悟、情感抒发等内容用视频记录下来，并分享到互联网平台中，展示自己最为真实的生活”<sup>②</sup>。王长潇等（2023）认为 vlog 作为一种新兴的视频表达形态，其在视觉主因的激活赋予媒介某种力量，一方面是媒介重新呈现，另一方面涉及意义的生产，以此他们认为其意味着 vlog 具有记录现实生活与反映背后文化隐喻的双重含义<sup>③</sup>。

二是关于 vlog 的分类及内容特点。国内对 vlog 本身的分类及内容特点研究主要在 vlog 刚进入大众视野时期，多将 vlog 作为一种新的内容形态进行其自身特点分析研究，还并未涉及时政、体育等细分领域的应用特点研究。隋岩和刘梦琪（2018）指出 vlog 相较于一般的网络视频更强调人格化、社交化及高黏度精准投放等特征，同时认为 vlog 可从内容上分为旅游、聊天、时尚美妆、美食、生活事件等几大类型<sup>④</sup>。饶鉴和苏艳（2019）围绕 vlog 泛娱乐化走向垂直化、个人 IP 以及受众需求三方面进行论述研究，同时指出其在内容上可分为学习类、明星生活类以及日常生活类。而 vlog 传播内容主要有分享日常，注重真实感；个性化的内容输出与人格化的色彩及商业变现三个方面的特点<sup>⑤</sup>。

三是关于 vlog 的商业营销策略。王健（2021）认为，在品牌推广视角下，vlog 的制作及推广成本低能够带给受众沉浸式体验，因此品牌在利用 vlog 推广和营销时能够实现垂直精准定位，并从微信等不同渠道进行大数据精准投放，能够节约多方资源同时给受众带来兴趣便利，是品牌推广的不错选择<sup>⑥</sup>。

### 1.3.2 关于 vlog 新闻研究

①张燕. 短视频背景下视频博客（Vlog）发展策略研究[D].兰州财经大学,2019.

② 李志宏.国内 Vlog 的发展现状和对策[J].北方传媒研究,2021(01)

③ 王长潇,孙玉珠,张丹琨.参与、本真与圈层：Vlog 影像的文化表征[J].教育传媒研究,2023.

④ 隋岩,刘梦琪.视频博客(Vlog)的内容特点及其治理[J].学习与实践,2018

⑤ 饶鉴,苏艳.Vlog 内容特点及商业转化方式[J].新闻传播,2019.

⑥ 王健.基于 4C 理论的 Vlog 营销研究[J].西部广播电视,2021.

本文以“vlog 新闻”为关键词在知网中进行中外文献搜索发现,截至 2023 年 6 月,通过检索共找到 498 条结果,其中国内包括 2 篇博士论文和 177 篇硕士论文。通过整体分析研究来看,国外学者关于 vlog 的研究对新闻报道领域涉及尚浅。而国内对于 vlog 新闻的研究集中开始于 2019 年两会期间,研究内容从 vlog 本身转向 vlog 在主流媒体报道、时政新闻报道及 vlog+新闻模式等新闻报道中的现状及反思创新等问题,通过归纳分析发现,国内学者对 vlog 新闻的主要研究内容可分为以下三大类:

一是 vlog 应用于新闻报道现状。vlog 伴随着短视频传播的盛行日渐出现在受众视线中,媒介技术的进一步发展使受众需求在国内掀起关注热潮。主流媒体在习总书记加快转型加深媒介融合等的号召下,积极探索转型之路抓住了 vlog 新闻这一报道形式。在 2018 年博鳌亚洲论坛上首次运用 vlog 形式做的时政新闻报道受到了国民的一致好评,受众关注度大幅上涨,自此之后主流媒体在春运、两会、外交及疫情等多领域进行 vlog 报道,吸引了大批年轻群体关注,成为了时政新闻报道转型的成功案例。作者通过整理学术界成果,发现主要是集中于 vlog 时政新闻的报道实践和创新运用。

二是关于 vlog 新闻报道的特点。张英娜认为 vlog 在新闻领域的 vlog+新闻模式借用第一视角的新表述,结合其叙事元素的亲民性和叙事结构的灵活性进行严肃的政治传播,吸引当代年轻受众的目光<sup>⑦</sup>。何秋红和王璐妍指出:vlog 在新闻报道中具有场景融合、叙事融合、符号融合等特点,“新闻+vlog”模式能够实现报道中视角的转变,用户从旁观者变成参与者,强烈的参与认同感使新闻主流价值的引导性获得了社交动力,用户分享力得到了增强,从而扩大新闻报道的影响力<sup>⑧</sup>。荆永乐认为 vlog 应用于新闻报道领域主要有内容主题日常化、叙事角度人格化、传播形象个性化、主体角度平等化以及传播内容碎片化等多方面的特征<sup>⑨</sup>。

三是关于 vlog 新闻报道的思考与创新路径。韦东晗认为 vlog 新闻报道存在的新鲜有余而深度不足、娱乐化倾向明显、新闻策划不足等问题需要在新闻角度

<sup>⑦</sup> 张英娜.VLOG 在新闻生产中的应用与发展研究[J].新闻传播,2021.

<sup>⑧</sup> 何秋红,王璐妍.从“Vlog+”到“+Vlog”:媒介融合背景下时政新闻报道创新路径研究——以《大国外交最前线》为例[J].电视研究,2022.

<sup>⑨</sup> 荆永乐.视频博客作为新新闻生产的内容特点[J].西部广播电视,2021

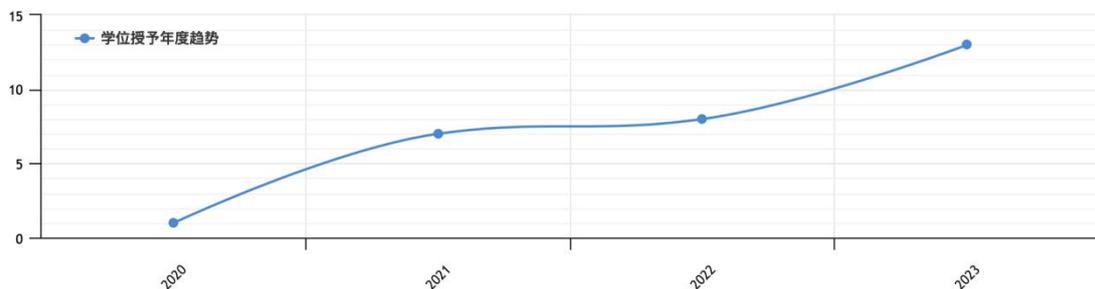
孙浩,巩奕.媒体深度融合背景下主流媒体“新闻+vlog”内容生产的内在逻辑及其未来进路[J].教育传媒研究,2023

的故事化选择、强化新闻策划、加强队伍建设、强化 vlog 新闻的深度挖掘、有效增强时效性等方面进行创新改进。孙浩和巩奕指出主流媒体“vlog+新闻”模式存在传播主体单一且固化、信息传达片面化及新闻价值浅薄化三方面的问题，同时针对此问题提出打造多元化 vlogger 阵营、构建新闻叙事网、勾勒新型新闻传播矩阵三种未来发展进路，以期完善全媒体内容建设<sup>⑩</sup>。

### 1.3.3 关于 vlog 新闻的叙事研究

本文将“vlog 新闻叙事研究”作为关键词在知网中进行中外文献搜索，截至 2023 年 10 月共检索出 32 条结果，研究文献相对较少。国外学者关于 vlog 新闻的叙事研究尚未涉及。从现有的 32 篇文献来看，国内对于 vlog 新闻叙事的研究自 2020 年逐渐开始，近两年关注度有所增加。目前由于主流媒体的 vlog 新闻报道还处在起步阶段，可研究参考的 vlog 主题较少，多集中在时政新闻方向。从整体来看，目前学界对 vlog 新闻叙事的研究主要集中在叙事策略和叙事视角两方面。

郝玉佩以全国两会 vlog 新闻报道为例，从时政新闻的叙事方式、叙事策略方向分析出 Vlog 报道采用新技术提升观赏性、趣味化人格化报道提升亲切感两大结论<sup>⑪</sup>。徐欣以“武汉观察 vlog”为例，认为 vlog 报道能够以第一人物视角在集体无意识的氛围中激发受众的情感共鸣。冯杨以“康辉 vlog”为研究对象，从康辉第一视角的轻松化表达、与观众互动等叙事特征总结出 vlog 新闻报道实现了硬新闻的软着陆，取得良好传播效果。



<sup>⑩</sup> 孙浩,巩奕.媒体深度融合背景下主流媒体“新闻+vlog”内容生产的内在逻辑及其未来进路[J].教育传媒研究,2023

<sup>⑪</sup> 郝玉佩.重大新闻报道中的 Vlog 叙事研究——以 2019 年全国两会 Vlog 报道为例[J].新闻论坛,2019,(05):15-16.

## 1.4 研究方法

### 1.4.1. 个案研究法

央视新闻作为头部主流媒体，其微博官方账号的粉丝已达到 1.32 亿，具有很强的影响力。本文以“央视新闻”官方微博为研究对象，从中筛选出 151 个 vlog 新闻样本，其中“央视新闻”关于大国外交最前线系列 vlog 及航天系列 vlog 两个爆款 vlog 系列报道是“央视新闻”进行时政新闻报道的创新实践，并且取得了不错的传播效果，值得其他主流媒体学习借鉴，通过对这两个系列报道案例的分析，找到两个不同主题的 vlog 系列报道在叙事内容、叙事特点、叙事视角等的不同，从而寻找出 vlog 新闻报道的优势及不足之处，从而对主流媒体的新闻报道创新提供可行性建议。

### 1.4.2. 文本分析法

本文选取“央视新闻”官方微博账号在 2019 年 1 月至 2023 年 12 月期间发布的 151 条 vlog 新闻报道作为样本分析，在对该 151 条 vlog 的新闻报道反复观看总结的基础上对这些 vlog 新闻的叙事主题、叙事人物、叙事事件、叙事时间、叙事视角、叙事符号及视频播放量、点赞量，是否是系列化发布等方面进行归纳整理和数据分析，从而分析总结出“央视新闻”官方微博在选择 vlog 作为新闻报道形式时的偏好策略，为论文的撰写及结论的得出做好坚实的理论基础。

## 1.5 研究理论基础

新闻叙事学是一门由新闻学、叙述学等多学科理论基础相互补充借鉴所形成的学科。20 世纪 60 年代法国学者托多罗夫率先提出叙事学概念，叙事学成为一门独立学科后新闻叙事学开始萌芽，一些学者开始借鉴叙事学的理论及方法进行新闻文本研究；20 世纪 70 年代新闻叙事学逐渐发展壮大，越来越多的学者将其应用于新闻领域，逐渐形成新闻叙事学的基本框架和理论体系；20 世纪 80 年代至今新闻叙事学的研究范围逐渐涉及到新闻报道的叙事结构、叙事视角、叙事时间、叙事策略等多个方面。20 世纪 80 年代叙事学才被引入中国，20 世纪 90 年代才受到我国学者关注并得以迅速发展，如何将叙事学本土化成为当时学者的研究重点。

关于新闻叙事学，不同的学者给出了不同的定义。何纯认为新闻叙事学是一

门论述新闻原理、规则和方法的学科<sup>⑫</sup>；齐爱军认为新闻叙事学是运用话语分析对新闻的叙事行为及策略进行的科学研究<sup>⑬</sup>；蔡之国指出新闻叙事学是从叙事故事、话语、叙述等三方面对新闻事实进行研究的学科<sup>⑭</sup>。新闻叙事学虽在国内的起步相对较晚，但经过几十年的发展，已经逐渐形成了具有中国特色的理论体系和研究方法，并在新闻传播研究与实践中发挥着越来越重要的作用。融媒体时代下，短视频新闻传播成为新闻传播的新起之秀，因此，新闻叙事学仍需要不断创新和发展，如何用新闻叙事学的理论框架进行短视频新闻传播研究成为目前学界的关注焦点。

## 1.6 研究创新点

### 1.6.1 研究选题新

从以往的发展来看，官方主流媒体对新鲜事物的接受度往往呈现谨慎观望的态度，行动力稍落后于国内许多的自媒体平台。而 vlog 新闻作为新媒体时代下的新鲜产物发展和起步较晚，而“央视新闻”作为主流媒体中率先利用 vlog 形式进行新闻报道的主流媒体，为我国主流媒体适应媒介融合，巩固其引导力影响力方面起到重要作用。本文针对“央视新闻”官方微博这一平台，将其不同主题的 vlog 进行深度分类总结，从叙事故事、叙事话语及叙事效果三个角度出发分析其叙事特征找到主流媒体在适应新媒体转型的报道模式探索中运用何种叙事方式，有哪些不足之处，应该如何优化，为央视新闻在深度媒介融合背景下如何利用 vlog 形式突破传统传播壁垒，保持主流媒体 vlog 新闻报道排头兵地位，为其他主流媒体加快自身转型提供借鉴。因此，选取“央视新闻”官方微博中的多主题 vlog 新闻报道为研究对象，不仅可以丰富新闻叙事学的研究思路，更能为主流媒体转型提供参考。

### 1.6.2 研究视角新

融媒体时代下短视频传播形式成为时代热点，而 vlog 新闻报道方式是短视频传播时代下新闻报道模式的一大创新。目前学界对 vlog 新闻的研究较浅，且多为学术期刊，硕博论文的占比甚少。目前的研究成果多集中在战役相关报道及

<sup>⑫</sup>何纯：《关于新闻叙事学研究的构想》，《湘潭大学社会科学学报》，2003年第4期。

<sup>⑬</sup>齐爱军.关于新闻叙事学理论框架的思考[J].现代传播(中国传媒大学学报),2006,(04)

<sup>⑭</sup>蔡之国.新闻叙事学研究框架的构想[J].南通大学学报(社会科学版),2006(04).

两会相关报道两个主题，研究主题比较单一，而本文以“央视新闻”官方微博为研究对象，将其官微中全类型的 vlog 新闻报道选取在内进行横向对比分析，对不同主题的叙事特色进行分析更能全面的得出 vlog 新闻发展的优劣势，提出有参考价值的创新路径。

## 2. 央视 vlog 新闻的样本说明及类目建构

### 2.1 “央视新闻” vlog 样本说明

#### 2.1.1. 样本选取对象

本文选取了“央视新闻”官方微博中自 2019 年 1 月至 2023 年 12 月期间发布的不同种类的 151 条 vlog 新闻作为研究对象。

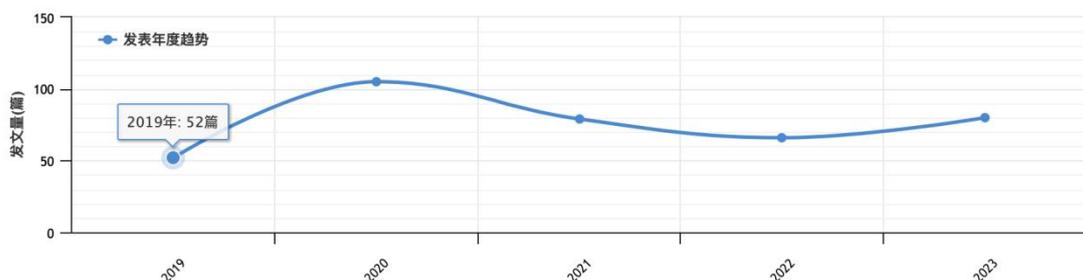
#### 2.1.2. 样本选取原因

自 2019 年各家媒体纷纷推出两会系列 vlog 新闻报道并取得良好的传播效果后，这一全媒体时代下台前幕后相融、人格化互动化的新闻传播形式为新闻报道注入了全媒体时代下的新能量，受到业界学界的广泛关注。央视自推出“康辉 vlog”系列开始在 vlog 新闻报道模式中不断探索后，其后续推出的众多 vlog 系列报道也成为热点引起众多网友关注取得不错的传播效果，成为主流媒体进行全媒体时代转型的排头兵，成为众多媒体参照学习的对象。且“央视新闻”粉丝群体庞大，话语权威性强，其新浪官方微博的粉丝人数达 1.32 亿，转赞评次数达 32.82 亿，在引导社会主流舆论传递核心价值观上具有一定的不可替代性。

#### 2.1.3. 样本选取时间

vlog 新闻报道在两会报道中脱颖而出取得良好的传播效果，vlog 新闻报道从此开始成为媒体探索的新型新闻报道模式，2019 年也被称为“vlog 新闻”元年。从知网中搜索 vlog 新闻报道可看到，学界对 vlog 新闻报道的研究从 2019 年集中至 2020 年达到高峰，而 2020 年至 2022 年开始热度下降，2022 年至今又呈上涨趋势。经过 4 年的发展，无论是从 vlog 新闻报道的数量或研究内容上都颇有成果，为了保证对央视 vlog 新闻报道的叙事特征作以透彻详尽的分析，本文选取 2019 年 1 月至 2023 年 12 月期间的 vlog 新闻报道为本文的样本分析数据。

图 2.1 vlog 新闻主题文献年度发表趋势图



## 2.2 类目建构

新闻叙事学这一学科自诞生之日起就受到众多学者的关注及研究,因此不同学者的研究视角也大不相同,为了能使研究框架和逻辑更加完善,本文在进行一级类目搭建过程中吸收借鉴了多个学者的分类及见解,从中提取分析,最终将本文研究方向确定为:叙事故事、叙事话语、叙事效果三大类。本文在进行二级类目建构时则是主要根据学者蔡之国和学者陈萱对新闻叙事的分类方向研究,同时结合 vlog 视频本身在新媒体时代下的特性进行类目构建。

### 2.2.1 叙事故事

叙事故事主要是指其所被叙述的内容,学者蔡之国在《新闻叙事学研究框架的构想》一文中认为叙事故事包含事件、行为者、场景及顺序节奏等四个方面;学者陈萱在《故事、话语、叙述:融媒体环境下新闻叙事研究》一文中指出叙事故事可分为主题、人物情节。本文参考学者分类将叙事故事划分为:叙事主题、叙事人物及叙事事件三大部分。

叙事主题是叙事故事中最重要的要素之一,陈萱将主题定义为故事的灵魂与核心,整个故事的叙述都应该围绕着叙事主题展开。叙事的主题功能对建构新闻叙事故事具有重要的影响,本文将叙事主题大致分为时政类、军事类、旅游类、自然环境类、社会类、航天类,其他类这7个子类。

叙事人物也即叙事者,是叙事故事中的主体,其既可以是故事的讲述者,也可以是故事的制作者,根据叙事者的身份其可被分为:隐蔽叙述者、参与的叙述者、旁观的叙述者三类。本文将新闻叙事内容的讲述者定义为叙事者加以研究,以此来分析其在新闻报道中所传递出的立场倾向及态度。

法国叙事学家巴尔特从叙事事件相关的地位和属性两个方面将其框定为可推动故事发展事关全局的重要内容的核心事件和作为核心事件的催化剂卫星事件,来区分不同事件在新闻报道中的重要程度。本文从核心事件和卫星事件分类出发来分析央视 vlog 新闻报道的叙事故事偏向。

### 2.2.2 叙事话语

蔡之国认为叙事话语本身是一种典型的编码建构,是在特定的理念、立场下塑造出来的、经过选择的话语,因此新闻叙事话语都具有相似性。何纯(2006)

认为叙事话语是叙事分析的核心点并从时间、情景、修辞三点将叙事话语分类。曾庆香在《新闻叙事学》中从新闻话语的生成、话语结构、话语事实建构和话语的神话性论述四个方面进行分析探究。结合学者的分类、央视新闻报道特点及新媒体短视频传播特性，本文将从叙事时间、叙事视角、叙事符号三个方面来进行研究讨论。

学者欧阳明和欧阳照在对叙事时间的划分上观点契合，都认为可由叙事时长、叙事时距和叙事时序三方面构成。总结大多数学者的研究意见，目前将叙事时序分为顺序、倒叙及预序三种；认为事件发生到事件被加以报道中间的时间为叙事时距，新闻报道所占时间长短定义为叙事时长。

方毅华在《新闻叙事导论》中指出叙事视角是叙事话语中的关键因素，不同的视角所呈现出的思想意义则会大相径庭。何纯则将叙事视角从叙述者知晓的信息、叙述者的参与程度、叙述者的称呼和数量四个方面进行划分。而本文在本文中沿法国结构主义批评家热奈特的三分法，从零度焦叙事、内焦点叙事和外焦点叙事三个方面来进行叙事视角划分研究。

传统的电视视听语言符号同样可以运用在新媒体时代的短视频发展研究中，传统视听语言包括了文字、声音画面三方面。而结合新媒体时代下表情包、弹幕、视频音乐等新型视听语言的热度，本文将从叙事声音、叙事画面两部分来进行叙事符号剖析。

### 2.2.3 叙事效果

新媒体“流量为王”的大背景下，叙事效果的评判更多的集中于用户，因此其也拥有了更多的可划分指标。彭兰、陈丽娟等学者都已经将研究范围扩展至用户效果研究层面，学者于晶根据短视频时代下短视频的检验指标指出从点赞数、转发数、评论数等方面进行视频传播效果验证。本文在对学者们对 vlog 短视频的划分指标参考的基础上，结合短视频传播特点，从视频播放量、点赞量、评论量、转发量、发布方式五个层面来进行类目建构。

具体编码类目框架见下表：

表 2.2 “央视新闻” vlog 新闻报道叙事研究编码表

类别	二级类目	指标分类
----	------	------

叙事故事	叙事主题	时政类
		军事类
		旅游类
		自然环境类
		社会生活类
		航天类
		其他类
	叙事人物	隐蔽叙述者
		参与的叙述者
		旁观的叙述者
叙事事件	核心事件	
	卫星事件	
叙事话语	叙事时间	时长
		时序
		时距
	叙事视角	零度焦叙事
		内焦点叙事
		外焦点叙事
	叙事符号	声音符号
画面符号		
叙事效果	视频播放量	0-500 万
		500-100 万
		1000-1500 万
		1500-2000 万
		2000 万以上
	点赞量	0-1000
		1000-5000
		5000-1 万
		1 万-5 万
		5 万-10 万
		10 万-50 万
		50 万以上
	评论量	0-1000
		1000-5000
		5000-1 万
		1 万-5 万
	转发量	0-1000
		1000-5000
		5000-10000
	发布方式	单一发布
		系列发布

### 3. “央视新闻”官方微博 vlog 新闻报道的叙事特色分析

新闻叙事学涵盖范围及类目构建相对较为庞大,本章节依托学者们对叙事学的研究总结,接上文叙事故事及叙事话语及叙事效果三大类目建构,结合 vlog 视频特征及央视新闻以往从叙事人物叙事特点,从叙事主题、叙事主体、叙事事件、叙事时间、叙事视角、叙事符号这六个要素出发来总结和分析央视新闻官方微博 vlog 新闻报道的叙事特色。

#### 3.1 叙事故事

##### 3.1.1 叙事主题：短标题全类别叙事传递正向价值

###### 3.1.1.1 网感化标题凝练报道核心

新闻标题往往是对一则新闻报道核心内容的凝练,能够最大程度、第一时间向受众展示报道核心内容。而新媒体时代下短视频的标题更是讲究简短、个性、具有网感,能够在眼球经济时代下迅速抓住受众关注。而在文本分析中,对词频的深入研究能够快速对“央视新闻”官方微博所发布的 vlog 新闻报道进行纵向了解,总结出其 vlog 新闻报道所挑选主题的偏向类别。因此对央视 vlog 新闻标题词频进行对比分析研究不仅能够从宏观上了解央视在 vlog 新闻报道选择中的主题偏向,还能够对其报道风格进行更深入地了解的同时,从中挖掘出与 Vlog 新闻叙事形式最契合和适配的主题类型。

图 3.1 叙事主题词云图



表 3.2 叙事主题数量及占比分析

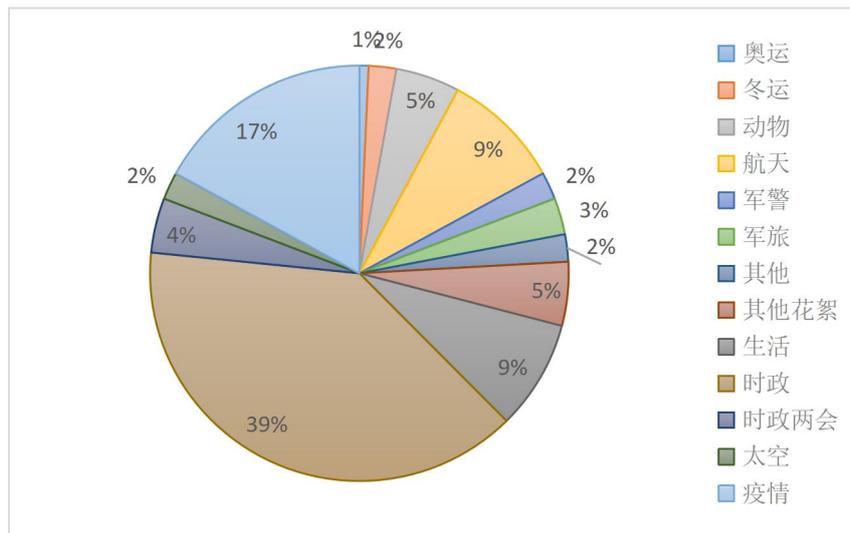
关键词	出现频次
VLOG	40
康辉	22
太空	10
记者	12
分享	10
中国	10
视频	10
央视	9
现场	8
元首	8
航天员	7
合作	7
会谈	7
会晤	7
首	6
美元	6
空间站	6
主席	5
俄	5
网友	4
外交	4
前线	4

通过对关键词及数据进行简单分类统计可以从中看出自 2019 年 1 月央视新闻官方微博发出第一条#分享一段视频,看“暖车小哥哥”的日常#vlog 新闻报道开始,“vlog”、“康辉”、“太空”“记者”“分享”等词出现频率最高,出现的词语大多是对新闻事件的主题概括或人物关键词。Vlog 新闻于“两会”期间受到群众的广泛追捧,掀起一阵热潮,后又随着“抗疫”、“隔离”等成为记录抗疫期间百姓生活和抵抗疫情进展的有效报道手段,vlog 新闻报道以陪伴式、共情式、互动式等特征成为央视等主流媒体进行新闻报道的第一选择。vlog 新闻报道形式经过两会和疫情期间报道的应用实践后,其叙事形式和技术手段等不断成熟,吸引了年轻群体对新闻报道的注意,受众粘度不断加深,成为主流媒体适应新媒体时代下转型发展的成功案例代表。从关键词分析中不难发现,央视新闻的 Vlog 新闻报道拥有丰富的报道主体,“记者”、“警犬”、“康辉”和“航

“航天员”等词语出现频率较高，极大程度上能够反映出 vlog 新闻报道具有丰富的广泛性，其群体可适应性强。而“网友”“小姐姐”等具有网感的词语出现能够明显看到主流媒体一改传统媒体时代严肃呆板的表达方式努力适应新媒体式表达，“第一次守着手机等待更新”“从没想到自己有一天会对时政新闻有如此兴趣”等正向、积极性的评论大批出现在评论区，极大拉近了主流媒体与年轻人之间的距离。“康辉”“刚强”“记者”等专业新闻叙事者也已非常新鲜且平易近人的姿态出现在受众视野中。具有网感的标题及微博标签能够快速吸引受众目光且简洁明了的强调视频重点，成为 vlog 新闻报道叙事主题的吸收方向。

### 3.1.1.2 着重时政、生活类报道传递正向价值

表 3.3 vlog 新闻报道具体主题类型占比



根据对央视新闻官方微博的 151 个 vlog 新闻报道样本统计归类，本文在进行归纳时将两会及国际时政统一定义为时政类新闻报道，以该种定义为标准来看，时政题材的 vlog 新闻报道在所有样本中占 65 条，占比量最高达到 43%。除时政外就是疫情、航天、生活类题材报道量占比较高，分别为 17%，9%，9%。

时政类新闻报道始终贯穿自 vlog 作为新闻报道形式出现在“央视新闻”官方微博开始至今，自以康辉为叙事主体的“大国外交最前线第一季”爆火以来，央视新闻一直延续这一系列化主题，以康辉、刚强系列 vlog 向受众展示国际外交一线情况，且以第一视角带受众身临其境感受会场氛围。《#康辉的第一支 Vlog#：明天要出趟远门》以生活化、人格化的标题和自拍式的视角更加贴近生

活的拉开时政类新闻报道新方式，迅速进入受众视野并且获得了 151 万点赞和 4.2 万网友评论，大国外交系列报道一直延续至今，从国内到国外会场、世界各地领导人的不同会面及宴会形式均以 vlog 报道的形式展示给受众，该种形式将严肃无趣的时政新闻报道转变为更加贴近生活、更加具有人情味的新闻，获得的网友的好评。通过时间节点的排序归纳能够得出。在本文的研究时间范围内，“央视新闻”官方微博关于时政新闻的报道主要集中在 2020 年两会召开期间及 2021 年多国元首会面期间。

疫情 vlog 新闻报道在“央视新闻”官微中主要集中在 2020 年 1 月至 4 月期间，共发布了 25 条有关报道。《#央视记者武汉 vlog#央视新闻增援记者抵达武汉!》《央视新闻第二批增援团队出发!》两条在 1 月 25 日发布的 vlog 新闻报道拉开了央视新闻对疫情实时情况的报道。三个月期间，“央视新闻”以记者实测、记录者专访等为切入点，对疫情期间武汉市的饮食生活情况、医护人员、患者等不同社会及病毒发展情况从不同视角进行实时记录，第一视角深入一线，通过各行业不同群众的随机采访加之弹幕和评论区的远程互动更加直观真实的让全国乃至世界人民看到中国抗疫的决心和成效。相较于演播室中报道的疏离感，央视通过延续 vlog 新闻报道形式强化受众感官形式，不同行业抓住受众不同的好奇心，其中《#被感染医护人员向镜头比 OK#》《#武汉小姐姐每天给医院做饭 800 份#》两个 vlog 报道分别得到了 41.2 万和 69.8 万的点赞，满足了疫情期间受众对疫情发展情况的了解，从接近民众生活和百姓迫切关注的生活状态加深对疫情实事的报道。

航天 vlog 新闻报道主要集中在神舟十二号至神舟十五号期间，以《#中国航天员太空 vlog》为航天系列报道，将宇航员作为 vlog 报道的叙事主体记录他们在太空中的生活，以更人情化、生活化的视角通过生活化记录传递太空知识，让受众了解不一样的太空生活。通过采用“新太空三人组”“太空洗头”“吃播”翟志刚杂耍式进食、王亚平稳准狠追纸巾”等极具网感的 vlog 报道标题吸引广大受众尤其是年轻群体的关注，通过对宇航员们在太空中的饮食饮水、洗澡洗头、大扫除等生活细节进行记录并且在报道中向受众普及一些航天知识，例如《#航天员喝水之前要先做实验#》向受众介绍了宇航员在太空中从过滤水样开始到可

以饮用的喝水步骤,让观众了解到宇航员的日常生活,将原本枯燥呆板的航天类  
事实报道转化为具有生活化气息的科普类展示,吸引大批年轻受众的关注。

### 3.1.1.3 不断输出花絮新闻维持热度

新闻花絮是指记者在采访前后的准备工作或与主题相关的一些趣事场景或  
片段,主要以新闻叙事者为中心的与正式新闻主题相关联的引申新闻报道。是在  
短视频盛行的新媒体时代下爆火的一种吸睛和预热形式。本文选出的 151 条“央  
视新闻”官微中的 vlog 新闻报道样本主题和内容统计分析来看,以新闻花絮形  
式出现的 vlog 新闻报道在总样本中的占比为 5%。“央视新闻”是众多主流媒体  
中较早采用 vlog 新闻花絮的媒体。在康辉的第一季“大国外交最前线”系列新  
闻领域的报道时尤为明显。从 2019 年 11 月 9 日《康辉的 vlog》第一集上线开  
始,该系列 vlog 主要报道内容是外交新闻,但在其短短 7 集系列报道中花絮  
新闻占其中三条,占比较高。该系列以《康辉的第一支 Vlog: 明天要出趟远门》  
这一条 vlog 为开始,康辉以第一视角拍摄自己上班的一天,带观众深入央广总  
台内部,并且以向观众展示自己出差行李箱并用“猜猜我要去哪里”等聊天和埋  
伏笔的方式为后续新闻报道提前预告,且随后“央视新闻”两次引用网友评论转  
发康辉的 vlog 进行二次宣传,点赞量也颇高。第五支 vlog 《快来追更!“秘密  
武器”到底是啥?》与第一期中提到的秘密武器相呼应,采用疑问式向网友揭秘  
了他的秘密武器-补光灯。除了外交系列正式报道内容外,央视新闻也会采用剪  
辑的方式挖掘出更具网感的报道点组成新的花絮眼神报道,例如《#康辉被花式  
抢镜合集#》通过剪辑出所有 vlog 新闻中入镜者招手、比耶的图片组成了 18 秒  
的花絮 vlog 视频吸引了大批受众,获得 3 万点赞量。央视新闻对 vlog 花絮报道  
的运用主要集中在康辉的 vlog 第一季拍摄过程中,后续由于 vlog 在新闻报道不  
同种类主题中的应用越来越广泛,内容丰富度也逐渐提高,花絮新闻在央视新闻  
后期的报道中越来越少的出现。受众对花絮新闻的兴趣往往受到人物 IP 或者系  
列化报道事件不断跟进过程中的小插曲,单纯的新闻花絮内容不足以支撑住整个  
vlog 新闻报道内容的丰富度,千篇一律的剪辑形式也会逐渐出现同质化,无法  
长时间抓住用户的关注点。“央视新闻”及一些主流媒体后期可以致力于打造“央  
视 BOYS”等人格 IP,让新闻报道叙事者打造连续性,生活化,趣味性的主新闻花  
絮延伸,与受众建立更加亲密的长期陪伴关系从而增强用户粘性。

随着短视频拍摄、剪辑技术的不断进步以及 vlog 在新闻报道中的实践经验积累，“央视新闻”的 vlog 新闻报道主题从早期单纯的时政类、春运类等重大事件和节日延伸到涉及群众生活美食、出行、军旅、宠物等社会多方面主题，如何从筛选适合新媒体受众的标题及从不同种类的新闻报道中不断探索出更适合用 vlog 进行新闻报道的新闻主题以及报道形式。央视在不同领域的率先尝试为自身不断适应媒体转型以及为其他主流媒体的 vlog 新闻报道适应及转型提供借鉴。

### 3.1.2 叙事人物：从“我”出发的公开身份叙事

叙事者在新闻报道中大多是以“讲故事的人”身份出现，不同学者更是从不同的层面对叙事者进行归类划分，本文采用查特曼的类别划分标准，将叙事人物分别定为隐蔽的叙事者，公开的叙事者，缺席的叙事者三类。公开的叙事者，即受众对于叙述者的存在有着较为精确的理解，主要是以“我”视角出发的人称视角识别。隐蔽的叙述者是指报道中尽量不将叙事者自身声音及面容暴露在镜头中，多是隐藏在暗处。而所谓缺席的叙述者，是指叙事者在进行新闻报道的过程中一反引导者的身份不表明自己的观点，主要以画面及事实的描述报道为主，同时隐藏真实情感且不发表观点性意见，不刻意引导受众的想法及情绪，让读者更多集中于自己思考，感受不到叙事者的存在。

表 3.4 叙事者类型分析

叙事者		次数	百分比
有效	隐蔽的叙事者	42	27.8
	公开的叙事者	98	64.9
	缺席的叙事者	11	7.3
	总计	151	10

在本文选取的央视新闻官方微博发布的 151 条 vlog 新闻报道的样本中，公开的叙事者为 98 条，隐蔽的叙事者为 42 条，还有 11 条叙事者是以缺席叙事者的身份出现，但在总样本中占比最少。根据本次统计的样本数据可以看出，“央视新闻”的 vlog 新闻报道中多是以央视记者作为公开的叙事者出现，以康辉为代表的公开的叙事者更多还在打造鲜明的人物 IP，不断地制造热点。以记者来作为 vlog 新闻报道的主要叙事者是主流媒体新闻报道彰显权威性及专业性的必然趋势。在新媒体时代下，Vlog 新闻的叙事者也可被称为 vlogger，原本的新

闻报道和 vlog 视频的双重属性要求叙事者必须不再被虚构或暗藏，他要成为一个有“自我意识”的个体，以独特的自拍形式展露于观众面前，并且直击新闻事件，经历新闻现场，展现出独特的人格魅力，这样叙事内容也会引发更强烈的共鸣，具备更深感染力、说服力。

央视新闻在《康辉的 vlog》叙事中通过台前幕后的人物对比彰显，塑造出不一样的人物体验，极大打破了记者身份单一及报道模式固定化的新闻报道现状，从全新的视角切入，增加了 vlog 新闻报道的趣味性和亲民感。相较于传统媒体时代下的新闻报道，隐蔽的叙事者在与传统新闻不同，Vlog 新闻报道中隐蔽的叙事者出现频率逐渐增多，在视频中，叙事者通常通过人物采访，视频连接及画面播放等方式提高用户的第一视角感觉，给用户提供一个不同于严肃顺序性的全新观看视觉体验。vlog 新闻报道的最大特征就是能够实时还原事件全貌，且视角贴近生活，且不可控性较强，能够不断从主要报道事件中挖掘出新的报道点。目前，在央视新闻的 vlog 报道中，缺席的叙事者被运用的频率低，相对于主流媒体的舆论和观点引导性，缺席的叙事者可控性低且容易出现内容丰富度低，同质化严重等情况。在新媒体时代下，利用 vlog 进行新闻报道里、应该将关注点更多的放在“讲好故事”中，叙事者应该多从不同角度出发，将自身身份设定为具有生活分享意识的“分享者”而不只是单一的事实报道和记录者。央视利用叙事者叙事身份的转变成为 vlog 新闻报道带来了亮点及关注度，是在 vlog 报道形式探索中的成功尝试。

### 3.1.3 叙事事件：核心事件与卫星事件相互交织

著名叙事学家罗兰·巴特根据事件的核心内容重要性将叙事事件分类为核心事件和卫星事件。在罗兰·巴特的分类下，具有重要且核心内容的，能够支撑起整个新闻报道的被称为核心事件，而卫星事件则是指穿插在核心事件之中的用来弥补和填充核心事件内容的事件片段。本文参照罗兰·巴特的两种分类将 151 研究样本从核心事件和卫星事件这两个大类进行统计分析。

表 3.5 vlog 新闻叙事事件细分

叙事事件分类及占比统计			
		次数	百分比
有效	卫星事件	68	45.1

核心事件和卫星事件是作为事件优先级别的区分。核心事件常常扮演着重要的角色，而卫星事件是作为核心事件的衬托，用来补充卫星事件。但这两个事件，全是在整个事件中包括了两个及以上的事件。因为每条短视频都是一个事件，所以事件序列的衔接、卫星事件、核心事件出现的频率就非常小。核心事件作为构成 vlog 新闻报道作品的主要脉络，起着牵动整个报道情节发展的作用，并且具有一定的推动力，核心事件的记录和报道质量能够彰显出 vlog 报道作品是否完整，是否严谨有序具有可读性。通常情况下，核心事件在数量上远远低于卫星事件，但是在内容的深度广度以及连续性上极具优势，通过本次样本分析研究来看，央视多是采用将核心事件与卫星事件相结合，且多运用转场等剪辑技巧，在 vlog 被运用在新闻报道未来的发展中具有重要意义，既能确保内容的丰富性及连续性，也能在一定程度上降低其同质化趋势，两者结合既能丰富报道内容增强可读性也能同时提高用户粘性。

## 3.2 叙事话语

### 3.2.1 叙事时间：中等时长搭配顺序记录适应阅读习惯

#### (1) 中等时长叙事满足碎片化观看需求

叙事时长又被称为叙事时间，其是指将事件发生时间的长短与叙事者对其进行叙述报道的时间相剪辑融合最终以视频方式呈现出来的时间长短。当今互联网节奏较快，五分钟以内的叙事时间更适应目前受众的阅读习惯，人们在等车、吃饭等短时间内进行短视频阅读，且微信微博等社交软件的出现也极大程度上拓展了 vlog 新闻报道的传播渠道，已经成为大众传播新闻报道及新闻事件的重要载体。但在此背景下，也对 vlog 被应用于新闻报道中提出了更多要求。一般来说一条 vlog 新闻需要涵盖整个新闻事件的始末，在此过程中还需要有叙事者进行讲解，这就要求其剪辑和制作技巧以及时间的把控合理。由于 vlog 新闻时长可能与该新闻报道是否能够完整呈现出叙事内容紧密相关，本文将 151 条样本的时间长短进行统计整理，希望能够从侧面了解“央视新闻”在建构叙事内容方面的偏好，并为主流媒体的 vlog 新闻报道转型提供参考价值。目前学界并未对 vlog

新闻报道的时长给出了明确的节点界定，因此本文以每五分钟为时间节点，从业界的具体实践中对其时长分布进行深入分析。

表 3.6 vlog 新闻叙事时长细分

时长	计数	占比
1-5 分钟	107	71%
5-10 分钟	31	21%
0-1 分钟	8	5%
10-15 分钟	3	2%
15 分钟以上	2	1%
总计	151	100%

如图所示，“央视新闻”官方微博 vlog 新闻报道的叙事时长有 71%集中在 1-5 分钟之间，其次是 5-10 分钟占比为 21%，0-1 分钟，占比为 5%；十分钟以上占比最低为 3%；通过以上分析可知，“央视新闻”官方微博 vlog 新闻报道的报道时长整体上还是偏向于 10 分钟以内，这与上文中提到新媒体时间下受众阅读碎片化的习惯联系密切。互联网的发展使得信息成爆炸式迸发，受众每天会被动的接受各种信息，因此注意力经济是新媒体时代下短视频不断发展进步的内在动力，而由于每天的时间有限，适应碎片化阅读习惯的短视频有了生存和发展的空间，vlog 新闻报道形式的运用更是迎合了当下的媒介环境，垂直推送更是能够有效筛选信息。央视新闻在两会时期推出的“两会 vlog”新闻报道短视频迅速爆火，其正是因为 vlog 新闻报道能够用简短的时间将长达几小时的新闻内容的重点以更亲民更满足碎片化阅读的习惯受到了广泛关注。后续推出的“航天系列 vlog”“大国外交最前线系列 vlog”都是用较短的时长进行全程报道和记录，内容丰富度和全面性更高。

Vlog 作为新媒体时代下爆火的新闻报道新方式，几乎包含了短视频实时性、互动性等相关特点并且综合了纪录片的拍摄剪辑习惯，可以根据不同的题材需要进行新闻报道时长的选择，甚至在短视频的基础上满足用户碎片化的阅读习惯，根据本文统计结果显示，“央视新闻”的 Vlog 新闻报道时长大部分集中在 10 分钟以内，其中 1-5 分钟占比最多，高达 71%。这一时间段的视频往往呈现出更高的信息密度，叙事节奏快且内容完整，通过不同新闻主题的筛选将新闻事件通过分享、讲故事的第一视角报道方式进行报道。此外，在本文所选取的研究样本时间段内，央视新闻在新浪官方微博中所发布的 Vlog 新闻报道的时间跨度不

大，时长越长占比越小，由此能够看出央视在适应新媒体时代下受众阅读习惯上成果颇丰，受到网友的一致好评。

### （2）不同时序匹配合理还原真实事件

时序是指事件和话语次序的关系，即讲述故事的先后顺序。对于两会期间 Vlog 新闻视频，它们的时序大致可以划分为顺叙、插叙和倒叙这三种情况。其中顺叙的意思是根据事情发展先后次序来进行叙述；倒叙就是先向受众展示事件的结尾，然后再将已经发生过的事情拼接报道，插叙则是在事件的顺序发生过程中穿插与事件相关连的一些片段或相关报道，两者相结合。

表 3.7 叙事时序

		叙事顺序	
		计数	占比
有效	顺序	95	62.9%
	倒叙	24	15.9%
	插叙	32	21.2%
	总计	151	100%

新闻故事通常是按一定的时间序列来进行的，如上图样本数据的统计结果显示，央视新闻官方微博中的 vlog 新闻报道多是以顺叙的方式来记录并报道新闻事件的，占总样本数的 62.9%。在收集的视频样本中，很少出现直接从事发地获取第一手资料的情况，通常是通过长视频剪辑进行报道。因此，在这些视频中，大多数都以旁观者的视角来叙述整个故事的进展。连续性叙事的使用有助于使视频组织更加合理，但可能缺乏创新性。

以“央视新闻”官方微博在 2021 年 12 月 15 日发布的时政类 vlog 新闻报道 #中俄元首视频会晤现场 vlog# 采用了顺叙的记叙方法，以刚强作为叙事者以手持相机的第一视角记录自己从会议开始前走进人民大会堂东堂候场开始以顺序记录的方式进行拍摄，以亲身体验的视角带受众深入了解会场状态以及各部门为会议准备的工作情况，后续又转用摄像机记录的方式正式严肃的作为记者对整个事件进行报道，以 2 分 30 秒的时长对中俄元首会晤的会议前准备进行了报道，整个视频画面极具真实感以及亲切感，能让受众隔着屏幕感受到切实的参与感。顺序的叙事方式在 vlog 新闻报道中被广泛运用能够确保整体事件随着事件发展

顺序展开的连贯性、逻辑性及完整性，能够帮助受众更快更好的了解到事件发展全貌。

插叙是指在叙述主要事件的过程中，根据表达的需要将一些与主线事件相关的另一些新闻事件的内容插入其中的叙述方式。在本次统计的样本中，采用插叙方式进行报道的 vlog 新闻数量有 32 个，在总样本中占比为 21.2%。在大国外交最前线系列第一季康辉的几期 vlog 新闻报道中多采用前后呼应，前期埋下伏笔后期解答的形式进行剪辑报道，也能够在一定程度上满足受众的好奇心理。

### 3.2.2 叙事视角：多元视角交错提高代入感

胡亚敏在《叙事学》一书中指出，叙事视角即是从哪个角度来讲述故事。不同的新闻角度会传递给读者不同的信息。法国理论学家热奈特将叙事视角分为三种类型：零聚焦叙事、内聚焦叙事和外聚焦叙事<sup>⑥</sup>。本文也按照这一分类进行探讨。在新闻报道中，自叙者和同叙者通常采用内聚焦叙事，而异叙者则倾向于选择零聚焦或外聚焦的方式。这表明，对人物观察方式的差异会影响到叙事者所选择的视角。Vlog 具备直播、对话以及自白等多种转换视角的能力，因此在进行故事讲述方面非常灵活且充满张力。在 Vlog 新闻中，由于其鲜明的个性化呈现特点，“我”式的讲述更加突出。这种视角下的新闻报道更具亲和力，并且主流媒体与大众之间距离被进一步拉近。当主流媒体采用这种视角进行报道时，新闻故事变得更加平衡，并且观众对硬性新闻尤其接收程度逐渐提高。传统主流媒体在进行新闻报道时通常倾向于选择零聚焦和外聚焦视角，在报纸和电视等代表性媒介上尤为突出。为了确保新闻客观公正，记者往往以旁观者身份进行报道并注重严肃性，在最大程度上展示出新闻事件本身所具有的客观性。然而随着新媒体不断发展以及观众接收信息方式转变，主流媒体所采用的叙事视角也逐渐发生了改变，并开始越来越多地使用内聚焦方式来进行报道。Vlog 新闻则采用第一人称视角，让记者作为参与其中，使得讲述故事方面记者与观众之间达到更平等状态，增强了两方之间互动交流。

表 3.7 vlog 新闻叙事视角细分

新闻叙事视角类目		次数	百分比
有效	内聚焦叙事	96	63.6
	外聚焦叙事	29	19.2
	零聚焦叙事	26	17.2

从上图数据得知,本文所统计的 vlog 新闻叙事聚焦视角样本发现,所有 vlog 新闻样本中有 96 个新闻样本为内聚焦叙事视角,占到总样本量的 63.6%,有 29 个为外聚焦叙事视角。有 26 个为零聚焦视角,占比 17.2%。

本文通过对所选取的样本进行分析发现,在 Vlog 新闻中,内聚焦叙事和外聚焦叙事往往是相结合的,它们可以加强 Vlog 新闻叙事性。内聚焦叙事从叙事者的视角出发,将叙事者所体验的事物叙述出来,这种叙事视角具有亲切性,增强体验感,拉近与用户之间距离。外聚焦叙事一般不会涉及人物内心,它从外部观察人物言行,自我表达较少,客观性较强,能够让用户对叙事者的生活环境有了清晰的认知,用户也可以从旁观者的角度观察叙事对象。在多数外聚焦叙事中,Vlog 新闻的拍摄者常用固定镜头进行拍摄,调整好镜头便开始讲人物的日常活动录入画面中,比如叙事者从早上起床、吃饭、学习、活动到晚上睡觉前的日常生活画面。在录制的画面中,叙事者并未表达太多的东西,通过后期的剪辑制作,在画面中添加字幕及背景音乐来简单介绍画面中的信息内容。在新冠疫情的 Vlog 新闻报道中,结合了内聚焦叙事和外聚焦叙事来进行拍摄。两种叙事类型的结合使得 Vlog 可以及时进行互动,给用户带来亲切感,促使用户表达出自己的意见,并期待自己的评论观点是否可以被接受采纳。通过上述方式满足用户需求,激发用户的表达欲,增加用户粘性,这也 Vlog 流行 Vlog 新闻受到年轻用户喜爱的一个重要原因。

### 3.2.3 叙事符号：视觉与听觉符号联动

符号是人类传播信息的一种方式,它可以通过声音和画面来传递信息。在电视叙事中,声音主要用于叙述表现,而画面则用于描写再现。传统的电视新闻报道通常使用主持人旁白和现场采访录音作为叙事声音,并且会使用专门的收音设备来确保录音质量。与传统新闻报道不同,vlog 应用中的叙事声音更加丰富多样,不仅限于出镜者的声音,还包括背景音乐和特效声音。个人可以根据自己喜好创造独特的价值观念。主流媒体 vlog 视频新闻中使用各种叙事声音使得视频新闻更加生动活泼,拉近了观众与严肃时政新闻之间的距离,并能够感受到重大时政新闻背后所蕴含的温情。生活化的叙事语言使得严肃新闻变得亲近可感知。

#### (1) 不加修饰的原声语言

作为一种视频日志，不经修饰的声音语言 Vlog 具有输出迅速、时长短、内容强大的特点。在主流媒体 vlog 新闻报道中，很少使用专门的收音设备，通常是由叙事者自己手持收音麦克风进行报道，以全面展示现场声音。这包括叙述者的录音、现场环境声音和人物对话等。Vlog 中没有任何背景音效可以帮助观众轻松识别视频中发生事件的场景，并且当场景发生变化时，现场环境声音能够影响观众感官知觉并传递新闻信息。央视新闻 vlog 新闻报道中，vlogger 既是出境报道者又是视频拍摄者，在口才和应变能力方面面临巨大挑战。然而，在新闻报道中，vlog 对语言播报没有特殊要求，采用了讲故事的方式展开新闻报道。Vlogger 会直接通过语言反映录制情况，在 vlog 中也会表露出许多人物真实情绪，如笑声、感慨声和叹息声等。

## （2）极具“网感”的生动字幕

字幕原本是指呈现在电视或电影中与演员台词或故事发展画外音想对应匹配的文字内容。而随着短视频的发展以及特效技术的进步，特效字幕在短视频中被广泛运用，出现了相较于传统比较严肃呆板的字幕内容更加逼真且具有观赏性的画面内容，例如康辉的 vlog 中，康辉脸上出现的萌萌哒表情包以及许多极具网感的漂浮字幕，在呈现新闻内容的基础上也可以帮助受众更好的理解视频的内容，重点呈现某些精彩的细节之处，起到提示、强化笑点的作用。

央视新闻在进行 Vlog 新闻报道时打破传统字幕呈现方式，率先创新运用花体字幕以及表情包的添加为新闻报道增添了不少的乐趣。《康辉的 vlog》在第一集护照展示时，央视就采用了扣取粘贴其大头照的方式将涉及隐私的个人信息进行遮挡，在后续的报道中也一改往日严肃的状态，给康辉添加可爱的卡通贴纸，与平时在直播间中严肃的播报风格大相径庭，给观众制造了强烈的视觉冲击感受。且 vlog 的新闻报道形式能够实时看到评论区，叙事者可以直接针对网友的提问进行回复，更加拉近了与受众的距离，为后续报道留下伏笔并且可以从评论区中找到新的话题进行延伸报道。此外，康辉的第二条 vlog 在开头就回应了网友对他“vlog”这一单词发音不准确，并向大家展示学习成果，同时加上英译汉的谐音花体字幕，通过极具网感和极具亲和力的形象吸引了大批受众，获得了截至本文研究截止日期中所有 vlog 新闻报道高达 151 万的点赞量，网友的评论得到了回复也同时引起了跟风效应，后续的评论中也有许多网友表示：翻翻我的牌

子,请康老师解答问题等评论,在观众了解完新闻报道的同时提高他们的互动参与能力,在减少受众流失度方面发挥了不可替代的作用。



图 3.8 航天系列 vlog 画面截图

### (3) 自拍式自由切换画面贴近生活

央视新闻以往的新闻报道大多以视觉语言与听觉语言高度贴合和匹配的方式进行,更多的偏向严肃,长期下来容易导致受众出现审美疲劳,尤其第三视角的方式无法吸引到当今的年轻受众群体。而短视频大多以第一视角的自拍方式记录增强感官体验,让受众有种身临其境的体验感,且拍摄多以往横屏的方式进行,更便于扩宽拍摄视角,增加画面可读性,更多的放大拍摄细节,让受众能够更加深入直观地了解到事件发生的场景和画面。传统的新闻报道通常采用固定的拍摄构图,需要使用专业设备、灯光和摄像机等进行录制,这对摄影师的技术要求很高。而主流媒体中的 vlog 新闻则将出镜者和拍摄者身份融为一体, vlogger 可以利用手机、便携小相机等自行拍摄,并配备收音器、防抖器和支架等设备以方便快捷地完成拍摄任务。现在智能手机都具有前置和后置摄像头,并且像素可与专业相机媲美,这使得拍摄者可以随意切换屏幕,在实时捕捉环境并叙述自己的感受时更加方便。



图 3.9 大国外交最前线系列 vlog 画面截图

Vlog 需要在短时间内呈现丰富的新闻内容，拍摄者应巧妙运用不同的镜头技巧来切换画面，在后期剪辑中使多个分镜头自然衔接，避免生硬突兀的感觉。常见的运镜方法是通过物品或手掌挡住镜头，以实现画面切换。此外，在这个过程中要特别关注叙事者的表情和肢体动作，并主要使用中景、近景和特写等镜头来拍摄叙事者的上半身，从而高度浓缩视觉语言信息量并增加情感表达层次。

### 3.3 叙事效果

#### 3.3.1 点赞评论量较高，话题延展性强

vlog 新闻报道模式作为融媒体时代下新闻报道的新起之秀，与传统的新闻报道有着不同的叙事方式，其传播效果分析也有不同的划分指标，通过上章在对央视 vlog 新闻“说了什么，怎么说的”进行深入分析之后，本部分从视频点赞量、视频评论量、视频转发量及视频发布方式这 4 个要素出发对央视新闻的 vlog 新闻报道的传播效果进行分析。

在对新媒体叙事效果进行分析时，可以使用视频点赞量、转发量和评论量作为衡量其受欢迎程度的指标之一。通过对播放量进行分析，可以挖掘出最受欢迎的 vlog 新闻内容，从而为央视 Vlog 新闻的内容构建提供有价值的参考。本文首先对央视新闻官方微博中 151 条 Vlog 新闻报道的点赞量、转发量和评论量进行统计，通过对不同区间内 vlog 新闻报道的点赞进行占比归类，对照其新闻主题分析出受众更感兴趣的话题，从而为之后 Vlog 新闻内容的生产与发布提供借鉴范例。

在网络时代,用户对新闻报道的认可和接受程度主要通过点赞、转发和评论来体现,这是评估叙事效果的重要因素。对于 Vlog 新闻而言,播放量也是一个重要的参考指标。通过分析点赞、评论和播放量数据可以发现,两家主流媒体在 Vlog 新闻报道方面呈现出正相关趋势。Vlog 新闻报道利用动人心弦、感人至深的画面潜移默化地引导用户的观念和行为,并且增加了用户参与感和满足感,促使一些人使用手机或相机记录日常生活并传递有价值的信息。

### 3.3.2 系列化发布聚集传播热度

央视新闻官方微博中的 vlog 新闻报道多采用零散的单一叙述为主,新闻追求的就是时新性,不仅更新的新闻内容要新,报道的时间也要迅速,因此 vlog 新闻通常都是一次性报道。但是在本文的样本归类研究中发现,央视新闻官方微博中的 vlog 新闻报道除单一叙述外,也有呈系列化集中报道的样本,比如《央视记者武汉 vlog: xxx》系列将武汉新冠疫情期间的相关战役报道从记者、医生、民众等众多视角展开系列化传播;《两会 vlog: xxx》系列针对两会报道以系列化形式对全国两会期间相关新闻进行叙述。

表 3.12 大国外交最前线系列 vlog 新闻报道部分内容

发布日期	标题	时长	评论数	点赞数
2019/11/9	#康辉的第一支 Vlog#: 明天要出趟远门	7:13	42000	1510000
2019/11/9	网友说: 让我康康! #康辉的第一支 Vlog#	6:50	3499	189000
2019/11/11	#康辉的 vlog#抵达雅典下飞机后第一件事做的啥?	6:35	19000	453000
2019/11/12	#康辉的 vlog 也被抢镜#	6:34	13000	468000
2019/11/12	#康辉自嘲是自拍菜鸟#	6:33	4137	61000
2019/11/13	快来追更! #康辉揭晓 vlog 里的秘密武器#, 一起来康!	6:30	4609	79000
2019/11/15	#康辉的 vlog 第一季收官#	6:08	3962	90000
2020/1/18	#刚强的 vlog#上线啦! 一起去“胞波”家走亲戚	5:48	3203	65000
2020/1/19	学缅甸语 看老照片啦	5:47	669	13000

如上表所选取的部分大国外交最前线系列样本,首先从热度数据来看,点赞及评论量多在5万以上,占据了大多数21%五万以上点赞总占比数的85%,从表1部分大国外交最前线的系列报道发现,自康辉第一支vlog#明天要出趟远门#播出后,大国外交最前线第一季的热度一直居高不下,无论是从点赞评论还是话题延伸上都取得了较好的传播效果。其次,从其报道标题中来看,该系列化报道多采用连贯性第一期、第二期等顺序推进的标题方式,都以康辉的ip标签入手拟采标题,例如“出趟远门”“自嘲菜鸟”“被抢镜”等与康辉在央视新闻中严肃高冷产生对比的生活化文字引出,能够更好的聚集传播热度,吸引受众连续性观看。最后从发布时间上,序列化发布时间多集中在2019年11月期间,第一季结束后也在两个月内迅速展开第二季报道,几乎保持日更的状态。

从上表所选取的部分央视记者武汉vlog系列样本显示,自该系列第一期“央视新闻记者抵达武汉”报道发布引出系列化报道开始,热度均保持在较高的状态,而后续的报道多从记者的视角出发,对医护人员,武汉市民,武汉生活状态等不同角度真实性记录、贴近式讲述。充分调动起受众对疫情关注的情绪,该报道也采取一日一更甚至一日多更的系列化报道,在整个“央视新闻”官方微博的vlog新闻报道样本中,五万以上点赞数约占总数的15%。

因此,通过对大国外交最前线系列vlog报道与武汉疫情系列vlog报道部分样本的分析可以得出,在新媒体时代信息呈现爆炸式增长且主题多零散的情况下,央视vlog新闻通过系列化的报道发布在一定程度上抓住了受众对某一话题的热度,在标题拟定、视频发布时间都呈现层层递进,集中呈现,在吸引受众及打造爆款内容增强叙事效果方面效果显著,为未来vlog新闻报道的走向提供了一定的借鉴。

## 4. 央视 vlog 新闻叙事的不足及创新路径

### 4.1 央视 vlog 新闻叙事的不足

vlog 新闻模式自被央视运用以来，其叙事方式虽然较传统媒体时代的新闻叙事方式有很大的差别，拥有适应新媒体时代下新闻传播特征的独特叙事技巧，但由于其被运用时间短，目前我们对 vlog 新闻的运用尚处在不断探索阶段，其在作为一种新型新闻报道方式被广泛运用的过程中，难免会暴露出其不足之处。如何将 vlog 与新闻报道相结合，更深层的挖掘其传播功能对央视及各大主流媒体都会有跨时代的意义。

#### 4.1.1 叙事主体缺少个人标签

叙事主体的个人风格不够鲜明，难以打造独一无二的个人标签是目前央视新闻的 vlog 新闻报道难以突破，后劲不足的主要问题。vlog 新闻报道最核心的要素是 vlogger 个人，新闻讲述者的叙事话语、叙事风格极大程度上决定了一则 vlog 新闻报道能否在新媒体时代下能够迅速脱颖而出吸引受众目光的重要法宝。相较于坐在演播厅中进行新闻播报的传统新闻报道模式而言，vlog 因为其自然、随性、真实等特征在信息泛滥的时代下取得受众欢迎，也就是说，除对新闻内容本身的关注以外，主播个人鲜明独特的 IP 特征是博取受众眼球，赢得关注的重要因素。而央视对叙事主体的个人标签塑造宣传和重视上存在参差，同以“大国外交最前线”系列 vlog 新闻报道为例，第一季康辉凭借其“央视 boys”的个人标签及台前幕后不同的人格魅力加之央视新闻官方微博#康辉的第一支 vlog#的话题设置，【网友说：这样的央视我爱的】等网友评论话题的二次转发，使得康辉第一期视频的微博播放量 4173 万次，点赞量 151 万，转发量评论量也远高出其他 vlog 新闻报道，推动其迅速爆火出圈，多次登上热搜榜前三。而第二季“大国外交最前线”交棒专业技能实力与康辉上不差下下的主持人刚强手中，但#刚强的 vlog#自首条播放量数据 609 万，点赞量 1.2 万后，第二条 vlog 的关注量直线下降，播放量仅为 198 万，点赞量更是大幅下降。对比两期视频来看，除央视新闻官方微博的推广宣传力度略有差异外，康辉凭借其个人标签较多的出现在观众视野中，受众对其好感度，好奇心都更强。同样，@央视新闻发布的#王冰冰的滑雪老师只有 8 岁#这条 Vlog，播放量高达 1735 万次，也与王冰冰本

人以甜美样貌在在央视主持人中爆火，吸引到受众广泛关注有万缕千丝的联系。由此可以看出，在 vlog 新闻报道中，叙事主体是谁，其个人有哪些独特风格及标签在受众关注度及流量累积上具有重要作用。因此央视新闻在未来的 vlog 新闻报道中应更加重视对主持人 IP 标签的打造和宣传，从而在 vlog 新闻报道的流量之争中成功出圈。

#### 4.1.2 叙事内容焦点模糊与泛娱乐化

叙事内容泛娱乐化最主要的问题是央视新闻在进行 vlog 新闻叙事主题，叙事人物选择时多碎片化，零散化且多将叙事内容引流在花絮、叙事主体个人情况中导致。vlog 最初只是短视频时代下博主用来记录生活的视频方式，其主要更偏向娱乐化。而 Vlog 新闻报道中呈现出的娱乐元素冲淡了新闻原有的严肃性，用户对当中存在的娱乐内容充满兴趣，进而减少了人们对新闻自身内容的关注。新闻的拍摄花絮、主播严肃生活化的反差感等内容更能抓住受众眼球，在流量为王的时代下其原本的娱乐性与新闻的严肃性产生了一定的博弈。但新闻的目的是讲述新闻事实，还原新闻真相，表达新闻态度，在融媒时代受众“流量密码”的加持下，vlog 新闻叙事内容的观点性内容及深度内容受到忽视。在对样本进行深度分析后不难发现，“央视新闻”在航天、疫情、军旅、春运、时政等众多领域和主题尝试运用 vlog 进行新闻报道，大多数报道内容和主题较为分散，多是为内容输出，数量输出，真正在新闻内容上深耕的 vlog 新闻报道较少。除“大国外交最前线”和“航天太空”系列 vlog 保持了系列化、连续性报道以外均呈现出零散特征。

其次是，记者同步进入新闻现场进行播报的准备力不足，难以即时深度的剖析新闻事件。相较于传统媒体时代下新闻报道的时效性差，主播在演播室中播报已发生新闻稿件的报道模式，vlog 新闻更多集中在事件实时性中，记者以第一视角以分享的形式同步、随机播报，这种方式更具备实时性和即兴性，央视新闻的 vlog 报道大多采用走马观花、平铺直叙的记录式报道，只同步向受众解释画面内容，事件进展，难免会出现叙事者本身态度不鲜明，新闻叙事焦点不够集中的问题。例如，两会 vlog 系报道中列中#云两会记者带了啥装备#的 vlog 报道中，整个 vlog 都呈现出无重点呈现的流程化记录特征，这种记录主要是以记者为叙事主体，以第一视角带领受众观赏一遍两会记者的装备，对于装备背后的科技乃

至“云两会”带来的背后意义鲜有挖掘。#人大代表草原萌婶的行李箱里有啥#更是采用连线方式，以探究“行李箱”内容为由头将以往的带货宣传视频剪辑拼接向观众们重复展示宣传产品，并无更深度的内容剖析。这些报道方式更是淡化了新闻原本“内容为王”的要求，其生产出的产品多缺乏深度内容及核心特点。

### 4.1.3 叙事技巧缺乏新意

Vlog 是在短视频时代下出现的新型传播和分享方式，其主要是博主将自身经历以第一视角进行拍摄，营造出一种参与感和陪伴感且极具个人风格，博主通过自身人格魅力及所传递出的生活态度使受众产生情感共鸣从而增强用户粘性提高流量。vlog 本身更多生产于生活类、工作生活类、明星生活等类别，更多强调真实感、参与性或反差性，而新闻的严肃性导致 vlog 新闻在发展中可借鉴的 vlog 本身叙事技巧较少。vlog 新闻自 2019 年两会逐渐出现在受众视野中至今也不过 4 年时间，其发展时间较短目前还处在探索时期。自其报道方式出现以来，各大主流媒体制作的 vlog 新闻报道无论从报道语言、风格还是内容上都大致相同，缺乏特色，且报道画面语言、声音语言及视频包装上也缺乏新意。在专业记者的 vlog 视频呈现中，拍摄形式简单，画面缺乏平稳度，例如，两会系列 vlog【记者探访两会代表所在驻地，一起看！】，央视记者齐莉莉采用手机拍摄，整个拍摄过程中虽语速适中，语言流畅，但整体画面简单，声音语言的呈现也较为简单，虽然后期加入了配音，但也难以掩盖拍摄场地嘈杂的背景音。而一些以非专业记者身份出现的叙事主体，在拍摄角度、事件讲述、剪辑修饰等方面难以与专业记者媲美，例如#国庆阅兵#vlog 中，飞行员张亮以第一视角进行拍摄带观众走进飞行员彩排准备现场，其在 vlog 中语言表述缓慢，镜头视角晃动，后期也并没有进行美化修饰。因此就整体而言，目前 vlog 新闻报道在整体的叙事技巧方面还有所欠缺，专业记者和草根记录者在叙事技巧的采用上难以平衡，都具有很强的局限性。

## 4.2 央视 vlog 新闻叙事的优化路径

### 4.2.1 培养全媒叙事主体，个人风格加持下成就新闻品牌

据央视新闻 vlog 新闻报道的数据显示，专业记者作为叙事主体的占比整体高达 75%，是央视新闻 vlog 新闻报道中最主要的新闻叙事主体。但目前视频呈

现中多存在拍摄角度单一、镜头角度把控差、后期包装差等问题,甚至部分 vlog 报道中的内容是采用以往报道中的视频剪辑拼接而成,画面清晰度及横屏竖屏的排布差异会降低受众观感,使受众在观看新闻内容时注意力难以集中,多关注画面及瑕疵点而不能聚焦于新闻内容本身。而从央视新闻官方微博的 vlog 新闻报道样本中不难发现,视频观看量较高的 vlog 新闻无论在剪辑、画面语言或人物表现上都都有其独特的风格,例如康辉给自己加上猫猫表情符号来提高网感,如何将 vlog 新闻视频的拍摄脚本、镜头视角、报道语言及后期加工进行完美地搭配,就需要央视着重于加强培养“全媒型、专业型、实践型”人才,增强专业记者对于 vlog 新闻关键点的掌握力、新媒体设备使用力,多元新闻传播力等多方发展,以此来提高央视 vlog 新闻叙事的独特优势。在培养专业性 vlog 报道者的过程中也应同时兼顾非专业记者,寻找并培养草根叙事主体并打造一支极具新媒体思维的后期制作团队,从后期包装上弱化非专业记录者的专业性劣势,从多角度抓住受众,增强用户粘性。

其次,记者个人的 IP 打造和宣传在新媒体时代下也十分重要,前文在对康辉和刚强的个人 IP 分析中通过数据对比指向央视应该在未来的发展中重视叙事主体的人格魅力,挖掘受众对不同叙事主体欣赏的关键点,从不同的视角和角度出发打造出像撒贝宁、尼格买提、康辉等极具个人特色的“央视 boys”标签,着力突出叙事主体的个人化风格。且在为保证受众粘性,同一系列报道应尽量由相同记者进行跟踪报道,避免由于叙事者更换而使受众无法持续性关注某一特定系列热点。

#### 4.2.2 优化多元叙事技巧,多形态交融增强内容丰富性

新媒体时代较传统媒体时代下的记者出镜报道不同的即传统媒体时代下的记者与受众多呈现出封闭式传播,而融媒体时代下技术支持出现的点赞、评论、弹幕等线上沟通方式打破了传统的封闭式传播格局,使得主播不再仅存在于演播厅中展示出一种高高在上的姿态,而更多的是一种平等互动的陪伴者。互联网的交互性,实时性能够让受众实时了解到新闻事件,强化参与感。这也给未来的 vlog 新闻报道发展提出了新的思路。首先,就是要积极主动的实时更新并利用好字幕与配乐,增加新闻趣味性的同时弥补报道画面本身所遗漏的关键要素,让镜头和场景的切换不再死板而是更加流畅自然,并通过极具“网感”的字幕吸引

更多的年轻受众；其次，在拍摄技术上也要增添画面及构图的美感，避免出现镜头过度晃动，且自拍形式作为 vlog 新闻报道中叙事者的主要记录角度，如何确保人物在画面中的占比及稳定性也值得进一步关注；最后，媒介技术的不断发展和交融出现了大批特效技能，实时弹幕，h5 小程序等多种形式的互动模式，加深用户在观看 vlog 新闻报道时的强参与感，不断强化用户的身份认同和在场感。央视新闻在未来的 vlog 新闻报道中应不断优化多元叙事技巧，巧妙增强多形态交融力，从声音、画面、互动等多方位增强内容的丰富性，不断打造爆火出圈的 vlog 新闻报道。

#### 4.2.3 增强栏目意识聚焦热点叙事，强化舆论引导作用

当前互联网正处在高速发展时期，网络上的信息多呈现碎片化、爆炸性特征，目前央视新闻官方微博中可搜索到的样本中只有航天系列和外交系列两个连续性主题的 vlog 新闻报道。且没有设置主题归类的搜索栏，在时间成本导向的生活中用户往往难以花费较长的时间精力去寻找特定信息，不够清晰简洁的搜索可能会丢失一部分受众。因此央视新闻官微在网页搭建的过程中可以通过不同主题的栏目划分，方便用户迅速搜索到感兴趣的新闻主题和类别。研究样本中“外交”、“军事”、“抗疫”、“航天”等多种类型的主题都可以将其归类设置为搜索栏，在未来根据时间和数量的累积不断增加数量更多更具体的子栏目。通过不同的主题和栏目吸引不同的兴趣用户群体，相互协同，加之未来的精准化智能推荐技术不断成熟提高用户体验感，形成流量互补的良性循环在用户规模和 vlog 新闻报道数量不断增多之际，提前做好 vlog 新闻报道主题栏目的搭建和归类是非常有必要的。

蔡之国认为新闻话语是一种典型的编码过程，是叙述者在一定的社会政治、文化等语境中运用语言系统叙述与建构新闻事实的产物。新闻叙事话语本就是一种意识形态的建构，央视新闻作为主流媒体 vlog 新闻报道的领军者，应更多的聚焦热点话题，形成系列化报道，不断挖掘新闻事件背后的深度内容，引出关联性话题形成具有强关联性的 vlog 新闻报道，通过更加集中性、深度化的事件呈现为观众设置议题，传递出主流意识形态，提升主流媒体的舆论引导力，从而实现新闻报道应有的价值和意义。

## 结语

央视新闻作为较早尝试将 Vlog 与新闻相结合的主流媒体之一，虽然仍有许多叙事呈现方面的不足，但已初步掌握 vlog 新闻报道的生产逻辑。本文以新闻叙事学作为理论支撑，在对个样本进行文本分析的基础上总结了其叙事特色，深入探究了央视新闻作为主流媒体的代表之一是如何利用 vlog 这种新传播模式进行叙事的以及这种模式具备什么样的特征，取得了什么效果。

深化媒体的纵深融合发展，构建全媒体时代是当前的趋势，也是主流媒体转型融合之路上必须解决的问题。而 vlog 新闻则成为主流媒体成功实践探索融合之道，在新兴媒介形态的帮助下，与受众之间建立了传播桥梁，使得硬性新闻更加易于接收。然而，新闻传播首要目标在于向用户传递信息，因此新技术应辅助生产者以更简洁、高效、快速地传达新闻。然而，在新技术介入后，一些报道过分强调技术创意而忽视了内容本身，导致了信息质量下降和焦点模糊问题。未来央视及其他主流媒体在 vlog 新闻叙事方面仍有很大提升空间。为实现短视频新闻传播效益最大化，传统媒体需要明确制作和叙事内容之间的关系，并保持理性对待技术潮流。具体到实际生产中，则需运用数字化技术为 vlog 新闻提供硬件支持，并丰富报道场景和内容。通过结合平台流量和用户密集特点与自身资源优势相结合，扩大舆论影响力，更好地打造全员、全程、全效、全息式多维度媒体。

本文只是结合叙事学理论探讨“央视新闻”官方微博 vlog 新闻报道在叙事主题、叙事话语、叙事效果三方面的叙事特征，并在其 vlog 新闻报道叙事的个性化规律方面分析出其在叙事主体、叙事内容及叙事技巧方面的不足并给出针对性优化建议，Vlog 新闻虽然在国内的起步和发展时间较短，在叙事方面也存在着叙事过于娱乐化，内容焦点模糊、缺乏专业 Vlogger 的情况，如何能平衡 vlog 作为短视频时代下新传播方式的娱乐性和新闻报道的真实性、严肃性，使 Vlog 新闻报道能够发挥其独特优势，适应融媒体时代下的传播模式取得更好的传播效果，是未来需要去不断深刻研究和讨论的问题。

## 参考文献

- [1]张燕. 短视频背景下视频博客(Vlog)发展策略研究[D]. 兰州财经大学, 2019
- [2]李志宏. 国内 Vlog 的发展现状和对策[J]. 北方传媒研究, 2021(01)
- [3]王长潇, 孙玉珠, 张丹琨. 参与、本真与圈层: Vlog 影像的文化表征[J]. 教育传媒研究, 2023
- [4]隋岩, 刘梦琪. 视频博客(Vlog)的内容特点及其治理[J]. 学习与实践, 2018
- [5]饶鉴, 苏艳. Vlog 内容特点及商业转化方式[J]. 新闻传播, 2019
- [6]王健. 基于 4C 理论的 Vlog 营销研究[J]. 西部广播电视, 2021
- [7]张英娜. VLOG 在新闻生产中的应用与发展研究[J]. 新闻传播, 2021
- [8]何秋红, 王璐妍. 从“Vlog+”到“+Vlog”: 媒介融合背景下时政新闻报道创新路径研究——以《大国外交最前线》为例[J]. 电视研究, 2022
- [9]荆永乐. 视频博客作为新新闻生产的内容特点[J]. 西部广播电视, 2021
- [10]孙浩, 巩奕. 媒体深度融合背景下主流媒体“新闻+vlog”内容生产的内在逻辑及其未来进路[J]. 教育传媒研究, 2023
- [11]郝玉佩. 重大新闻报道中的 Vlog 叙事研究——以 2019 年全国两会 Vlog 报道为例[J]. 新闻论坛, 2019, (05):15-16.
- [12]何纯: 《关于新闻叙事学研究的构想》, 《湘潭大学社会科学学报》, 2003 年第 4 期
- [13]齐爱军. 关于新闻叙事学理论框架的思考[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2006, (04)
- [14]蔡之国. 新闻叙事学研究框架的构想[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2006(04)
- [15]彭兰. 网络传播学概论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2014
- [16]胡亚敏. 叙事学[M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2004
- [17]沙晓羽, 王艺璇, 全会. 主流媒体 Vlog 报道的话语创新——以中央广播电视总台《大国外交最前线》为例[J]. 传媒, 2023
- [18]王长潇, 孙玉珠, 张丹琨. 参与、本真与圈层: Vlog 影像的文化表征[J]. 教育传媒研究, 2023
- [19]贾楚楚. 传播学视域下 Vlog 受众及内容分析[J]. 西部广播电视, 2022

- [20]张英娜. VLOG 在新闻生产中的应用与发展研究[J]. 新闻传播, 2021
- [21]张燕. 短视频背景下视频博客(Vlog)发展策略研究[D]. 兰州财经大学, 2019
- [22]李志宏. 国内 Vlog 的发展现状和对策[J]. 北方传媒研究, 2021 (01)
- [23]隋岩, 刘梦琪. 视频博客(Vlog)的内容特点及其治理[J]. 学习与实践, 2018
- [24]饶鉴, 苏艳. Vlog 内容特点及商业转化方式[J]. 新闻传播, 2019
- [25]王健. 基于 4C 理论的 Vlog 营销研究[J]. 西部广播电视, 2021
- [26]苏燕, 史钰婷. 5G 时代 Vlog 赋能品牌营销策略
- [27]何秋红, 王璐妍. 从“Vlog+”到“+Vlog”: 媒介融合背景下时政新闻报道创新路径研究——以《大国外交最前线》为例[J]. 电视研究, 2022
- [28]孙浩, 巩奕. 媒体深度融合背景下主流媒体“新闻+vlog”内容生产的内在逻辑及其未来进路[J]. 教育传媒研究, 2023
- [29]荆永乐. 视频博客作为新新闻生产的内容特点[J]. 西部广播电视, 2021
- [30]关子旭, 陈爽. 主流媒体视频博客存在的问题及解决对策[J]. 西部广播电视, 2022
- [31]王俪筑. 融媒时代主流媒体“网红化”转型现象研究——以中国日报小彭 Vlog 为例[J]. 新闻研究导刊, 2022
- [32]张晓宝. 主流媒体 Vlog 传播现状及优化路径[J]. 中国广播电视学刊, 2021.
- [33]宋金波. 后疫情背景下主流媒体 Vlog 新闻的传播实践探索[J]. 传媒论坛, 2021
- [34]鲁志峰. 浅析融媒时代主流媒体如何提升舆论引导能力[J]. 媒体融合新观察, 2021, No. 206 (02): 78-80
- [35]曾祥敏, 董华茜, 罗珂欣. 媒体深度融合语境下时政报道创新研究——基于 2021 年全国两会媒体融合产品的分析[J]. 新闻与写作, 2021
- [36]藏新恒, 刘巍, 胡绪颖. 浅析 Vlog 对新闻报道的影响[J]. 新闻知识, 2019 (09)
- [37]张晓宝. 主流媒体 Vlog 传播现状及优化路径[J]. 中国广播电视学刊, 2021.
- [38]张昕. Vlog 的特点与发展趋势——从视觉说服视角[J]. 青年记者, 2018 (17): 98-99.
- [39]张荣刚. 新闻叙事框架与新闻视角之关系[J]. 新闻与写作, 2004, (06): 20-22
- [40]张霄. 媒体融合背景下 Vlog 新闻生产模式的应用与思考——以《大国外交最

前线》为例[J]. 电视研究, 2020(05):56-58.

[41]郑满宁. 短视频时代 Vlog 的价值、困境与创新[J]. 中国出版, 2019.

[42]郑净, 吴振宇, 顾熠男. Vlog 新闻中的准社会互动[J]. 科技传播, 2021

[43]邹鹏. 康辉的 Vlog: 主流媒体的年轻化表达[J]. 新媒体研究, 2019

## 致谢

岁月荏苒，转眼在兰州财经大学的三年随着此刻停笔已经快要进入尾声。在兰财的三年时间里钻研学业充实了内心，奔波于不同城市实习历练了能力，经历过快乐和新鲜，承受过巨大的压力，看过了许多风景，但我想走过的每一步无论好坏都会是未来人生中无比宝贵的财富积累。

在这里我首先要感谢我的师父黄建军教授收我入师门，无论在生活还是学业中都给了我莫大的指导和帮助。从论文的选题、到开题、定稿，每一步都细心的指导给予建议。每一次师门聚会和组会中的交流和关心让我在兰州的三年时刻温暖时刻进步。无论走到未来的哪一个阶段，我都会时刻谨记师父在学业上及人生选择上给出的指点和支持。

其次感谢我的家人，无条件的支持我读研的决定并让我可以专注于学业，遇到困难和压力不知道如何选择时，那句“无论你怎么选我们都支持你”总是能让我有足够多的底气勇往直前去迎接挑战。

感谢来到兰财相识的舍友和朋友们，从未想到能在人生最后的校园时光遇到如此合拍的朋友，与你们相识是我这三年最幸运的事和最好的礼物。你们的存在都是我不可或缺的一部分。愿我们在未来的道路上仍然可以共同前行。

最后，我想感谢自己，感谢自己一直未曾忘记想成为怎样的人，永远为目标前进迎接挑战的独立和说走就走的勇气，感谢那些未曾后悔过的决定和所经历的一切让我变得更加坚韧和成熟。

再次感谢所有支持和关心我的老师和朋友们，在兰财的三年无比快乐，我会带着对过去的感激和对未来的期望继续前行，未来还很远，毕业意味着结束的同时也意味着新的开始，我也一定会努力成为更好的人，去看更大的世界！