







摄影师:李晋丰

【简介】自由摄影师李晋主是土生土长的太原 90 后。他与朋友组建了摄影团队,热衷于城市"楼 顶摄影",并命名为都市"天行者",和伙伴们攀爬遍了太原大小几十座高楼。











■ 搜集/点评:吴梓鸿 暨南大学新闻与传播学院2012级国际新闻专业本科生

■ 指导教师: 陈喆 暨南大学(国家级)媒体实验教学中心副主任、副教授、 硕士生导师;研究方向为新闻摄影与视觉传播

■本栏编辑: 孙启军 ■视觉设计: 区俭恒

"楼顶摄影" (Roof topping), 顾名思义,就是摄影师必须爬到城市中多 为代表性摩天大楼的顶端进行摄影,记录脚下整个壮观的景象。

早期的"楼顶摄影"主要是拍摄高空建筑工人的作业及生活情况。其中 更以美国摄影师查尔斯 · C · 埃贝茨的作品为主,反映了当时新一代美国人 (十九世纪末欧洲移民的后裔)的生活情况,而非单纯追求大厦顶楼的宏伟的 景观与惊险感觉。

时至今日,"楼顶摄影"已与废墟摄影、地下水道摄影等被人们分类到城 市探险的类别, 通过冒险者游戏的方式, 对高大建筑物进行攀爬, 冒险来到 楼顶边缘或者最顶尖的地点取景,拍摄城市各种美貌,甚至成为某种观念的 呈现。这也是一种寻求刺激的摄影方式。



摄影师: 查尔斯·C·埃贝茨 (Charles C·Ebbets) 【简介】1932 年纽约市建筑工人于洛克菲勒中心大楼



摄影师: 未知

【简介】摄影师查尔斯·C·埃贝茨在高 空铁梁上拍摄时的情景。摄于1932年 纽约市洛克菲勒中心大楼建筑期间。



摄影师: 查尔斯·C·埃贝茨(Charles C·Ebbets)

【简介】照片是顶楼摄影的先驱查尔斯·C·埃贝茨的代表作:摩天大楼上 吃(Lunch Atop a Skyscraper),内容为1932年纽约市洛克菲勒中心大楼 (现在易名为通用电器大楼)建筑期间拍摄11名建筑工人没有任何安全 措施,坐在800多英尺高空的铁梁上,吃着午餐高兴地聊天的情形。



摄影师: 未知

【简介】摄影师查尔斯·C·埃贝茨手持 沉重的5x7玻璃底片相机,于高空的铁 梁上拍摄时的情景。



摄影师: 俊安 (Ahn Jun) 【简介】32 岁的韩国 女摄影师俊安(Ahn Jun)在纽约生活时便 产生了拍摄一组名为 "自画像"系列作品的 灵感。照片中,这位 女摄影师在没有任何 保护措施的情况下坐 在世界各地的各式高 楼边缘, 俯视繁华的 都市,从一个孤独女 子忧郁的视角反映了 淹没在钢筋混凝土中 都市人的生活状态。







摄影师: 露辛达·格兰奇 (Lucinda Grange)

【简介】英国的 25 岁摄影师露辛达·格兰奇 (Lucinda Grange) 为了获得更特别的拍摄角度,专挑世 界上最著名地标建筑进行攀爬,并在建筑顶部拍照留念。纽约克莱斯勒大厦顶端、法国卡佩蒂姆大 厦、吉萨金字塔、苏格兰福斯海湾桥等世界著名建筑都曾留下露辛达·格兰奇的身影。















摄影师: 亚历山大雷蒙、妲妮拉、埃里克 (Alexander Remon、Danila、Eric) 【简介】2014年11月18日,摄影师亚历山大、妲妮拉以及埃里克在香港攀爬高楼, 并进行自拍。他们在360米高的高空中尝试单手悬挂在大楼边缘、踮起脚尖跨过突起物。









雷洋事件时间轴梳理

由于雷洋夫妇刚得一女,其亲 属来京探望,航班预计当晚23时30 分到达。当晚21时左右,雷洋从家 里出门去首都机场迎接亲属

雷洋激烈反抗,为防止再次逃 脱,民警给其戴上手铐,并于21时 34分带上车。在将雷洋带回审查途 中,发现其身体不适,情况异常 民警将其就近送往昌平区中西医结

家人接昌平东小口派出所消 息,要求亲属赶赴派出所。他们于 1时30分左右赶到后,被告知雷洋 因涉嫌嫖娼,在被警车带往派出所 的途中因心脏病突发死亡

雷洋的妻子证实了此事,并已 聘请律师介入此事,希望得到公正 解决

下午,开始尸检。中国人民公 安大学教授张惠芹教授接受雷洋家 属的委托,经检察院审批,担任专 家证人

5月14日10:00

北京市公安局通过微博发布通 报,北京市公安局对雷洋案高度重 视,事发后立即责成昌平分局及时 通报检察机关,并积极配合开展调 查工作,相关人员接受调查。公安 机关坚决尊重事实、尊重法律,坚 决依纪依法处理,绝不护短

昌平警方针对霍营街道某小区 足疗店存在卖淫嫖娼问题的线索, 组织便衣警力前往开展侦查。

21:00左右

民警发现雷洋从足疗店离开,立 即跟进,亮明身份对其盘查。雷洋试 图逃跑,在激烈反抗中咬伤民警。并 将民警所持视频拍摄设备打落摔坏, 后被控制带上车。行驶中,雷洋突然 挣脱看管,从车后座窜至前排副驾驶 位置,踢踹驾驶员迫使停车,打开车 门逃跑,被再次控制

21:34

22时05分进入急诊救治,雷洋 经抢救无效于22时55分死亡, 医院 表示送医时已死亡

● 5月8日01:0

亲属见到了雷洋的尸体,发现 其手臂和头部都有明显瘀血。警察 表示,途中雷洋曾强烈反抗,跳车 时头部着地,因此受伤

一封题为"中国人民大学88 级部分校友就雷洋同学意外身亡 的声明"的公开信在网络流传,信 中称,"惊悉人大05级同学雷洋5月7 日晚的突然死亡,我们无比震惊、 悲痛和愤怒",对昌平警方的执法 程序提出了质疑。

5月13日下午

雷洋尸检工作在结束第一阶段 的初步尸检后,进入下一阶段后续 工作 。长达约13小时的初步尸检 中,主要进行了全面详细的尸体解 剖和病理检验,预计将会在30天以 内作出尸检结论,如果有其他疑难 复杂问题,需要延长时间,会另外 作出说明

5月19日11:3

大型公共事件新闻报道路径的可视化分析

以雷洋事件为例

【编者按】这是一个以"非写作"(non-writing)的方法向"非阅读者" (non-reader) 提供"非文字" (non-text) 报道的新创栏目。它以"可视化"的 方式和技术对传媒学术研究现象或热点进行精确、量化和比较式的直观呈现。

- 数据挖掘与可视化整理: 华南理工大学新闻与传播学院
- 指导教师: 刘银娣 博士 华南理工大学新闻与传播学院副教授 翟雪词 李金旭 王芸蕾 林启慧 曹承资 (华南理工大学新闻与传播学院本科生) 邓数红 张幸 (华南理工大学经济与贸易学院本科生)
- 本栏编辑: 孙启军 视觉编辑: 区俭恒

根据报道时间点可以 看出,雷洋案从自媒体平 台知乎开始曝光, 经过微 博微信转载得到了较大的 关注度后, 传统媒体开始 进行采访和评论, 这些文 章又进一步地在自媒体平 台上扩散和二次加工。整 个传播过程是自媒体和传 统媒体的循环过程, 关注 点也在相互影响, 主要集 中在对警方的问责上。

门户网站 光明网、《人民日报》、 新浪、网易、搜狐. 新华社相继发表文章指 腾讯、凤凰网发表的 责警方未完整公布证据。 近20篇报道集中在舆 新华社同时指称该案件 情方向和警方做法, 中私德不应成为焦点。 关注点与官媒一致 5月10日—12日 5月9日 5月11日 白姐休 网络新闻媒体 知乎网帖在9日出现后 在微博获得转发, 传统媒 体报道也引发了更多的转 质疑警方在采访视频 发和讨论 除了对直相的 中的提问具诱导性, 关注,对删帖的愤怒,对 呼吁证据曝光。 人身安全的担忧也是博文 的主要内容。

以孙志刚、躲猫猫事件为例

	孙志刚事件		雷洋事件
事件概要	2003年大学生孙志刚 因缺乏暂住证被收容 后被殴打致死	2009年云南青年李荞明 在看守所死亡后,警方 称其因"躲猫猫"而死	2016年人大硕士毕业 生雷洋在便衣警察执 法过程中死亡
主要传播途径	报纸,电视新闻	网媒,报纸,新闻	大众新媒体为源头, 传统媒体与新媒体相 结合
事件的性质	警察失职, 收容所 人员滥用职责	看守所民警玩忽职守 罪,存在"牢头狱霸" 的现象	?
事件的影响	《城市流浪乞讨人员收容遣送办法》废止	牢头狱霸的整治, 看守所管理体制的改进	?

中国人民大学 1989 级和 1990 级次 序跟上,部分校友联 名在网上发表公开 求目标一致,文本也

2016年5月12 日凌晨, 1977 级和 1978 级老校友们集 的方式横空出世,实 名呼吁要求真相。

2016年5月11日 上午,中国人民大学 1988 级部分校友联名发 表公开信,信中对雷洋之死表示"震惊、悲痛 和债格",并要求"彻

在雷洋案中,以校友会和微信群为

纽带,横跨七〇、八〇和九〇这三个代

际的世代概念,史无前例地浮出水面。

人大校友会在 事件中的作用

此后,中国人民大学

1979级、1984级、1986级、 1992级联署次第出现。

20165.11 称末携带 执法记录仪,但有 20165.11 凌晨警方 通报后续侦查过程

2016.5.7 20:00 雷洋事件中的 接到群众举报 201657 21:14

民藝岩和雪草

2016.5.7 21:34

将雷某带上车 2016.5.8 01:00 家属接到消息

2016.5.8 04:30 安属贝到萨者德体

澧县,中国人民大学环境学 院 2009 级硕士研究生。 2016年5月7日晚, 雷洋 离家后身亡, 昌平警方通报 称,警方查处足疗店过程中 将"涉嫌嫖娼"的雷某控制 并带回审查,此间雷某突然 身体不适经抢救无效身亡。 此后,关于雷洋死亡的原因 受到了社会的广泛关注。

2016510下午

民警拒绝陪同家

属看死者遗体

20165.9 上午

20165.10 上午

20165.9 晚间

昌平警方通报此事

警方拒绝公布证据

雷洋, 男, 出生于湖南

类似公共事件媒体报道时间点对比

潘小梅事件



2014年11月6日19时许, 33岁的潘小梅, 在归 家途中挤入惠新西街南口的5号线地铁,被卡在列车门 与屏蔽门之间。列车开动,她被挤压掉落轨道内身亡。

东海失事的渔民



2016年5月7日3时40分,中国渔船鲁荣渔 58398 号在浙江东福山岛东南 50 海里处与马耳他籍 货船发生碰撞,造成17人下落不明。

58 泰宁县工地山体滑坡



2016年5月8日凌晨5时许,福建三明市泰宁 县开善乡发生山体滑坡,造成池潭水电厂 1 座办公楼 被冲垮、1座项目工地住宿工棚被埋压。



2016年5月7日晚,雷洋离家后身亡,昌平警方通 报称,警方查处足疗店过程中将"涉嫌嫖娼"的雷杲控 制并带回审查,此间雷某突然身体不适经抢救无效身亡。







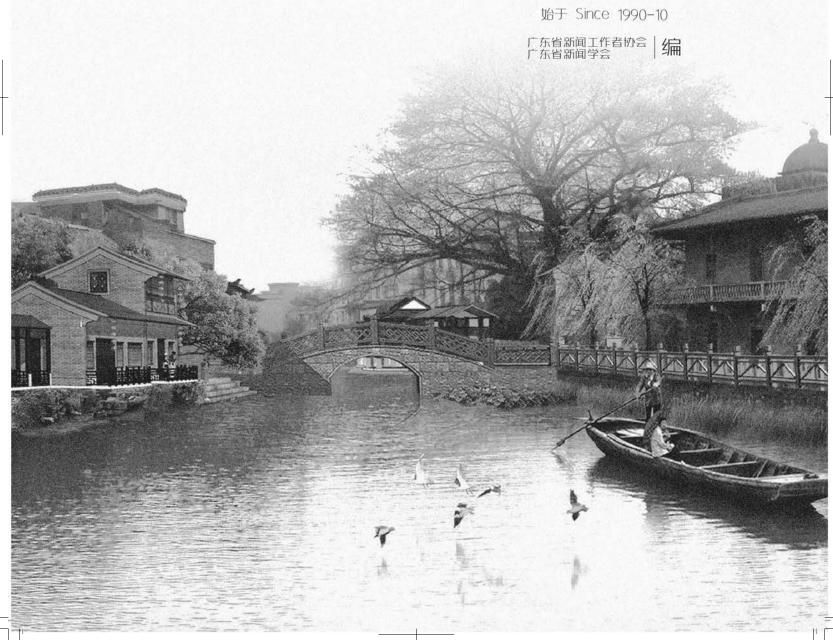


CMYK

最具影响力的传媒学术平台 总第 151 期

使某探索 LINGNAN MEDIA RESEARCH





总第 151 期

岭南传媒探索

编辑委员会主任委员:刘红兵 主办单位:广东省新闻工作者协会 广东省新闻学会

最具影响力的传媒学术平台

使媒探索





联系我们

电话:020-87664981 传真:020-87664981 87133247 QQ 群:151895345 投稿邮箱:xwxh2@126.com 网页:http://gdsxwxh.ycwb.com 地址:广州市天河区黄埔大道中 315 号羊城创意产业园内 1-04 广东省新闻学会 邮编:510665

期数:2016年第3期(总第151期) 出版日期:2016年6月30日 刊期:双月刊 登记证号:粤内登字O第11651号 印刷:广州新齐彩印刷有限公司(广州市天河区广棠西路8号厂房) 规格:889毫米×1194毫米 1/16 印张9 插页2 字数350千

内部资料 免费交流 版权所有 违者必究 (如发现因印装质量问题而影响阅读,请与印刷厂联系调换)



Lingnan Media Research 2016 (03

纸媒在下滑,报人价值却在提升

范以锦

"纸媒在下滑,报人的价值却在提升"——这似乎是一个比较诡异的悖论。 然而,只要充分理解报人对新闻内容影响力所做的贡献,以及认真分析报人潜 在价值在转型中的不寻常作用,就会觉得这样的看法并非没有道理。

面对纸媒平台的衰退, 报人有点迷 茫。尽管纸媒不会像一些人说的很快就要 进入消亡期,但毋庸讳言,纸媒规模不断 萎缩是不争的事实。在互联网信息大爆炸 的当下,接收信息的便捷渠道越来越多, 受众每天最早或最晚并非从纸媒上获取 信息。每天一早,在报纸还未到我手上之 前,我就先从"两微一端"上看到了新闻。 晚上睡觉前,也要在"两微一端"上瞄几 眼。当然,由于读报的感觉不一样,加上报 上有些内容属于我长期形成的习惯性阅 读,我还会看报。年轻人就不一样了,他 们中相当一部分人看报甚少。读者少了, 发行量下跌,报纸平台自身的传播力和 影响力也就下降了,报人自然就会自我 质疑:在纸媒圈里还有存在的价值吗?

这种质疑,源自混淆了传播力三个 层次产生的困惑。因此,需要对传播力 三个层次进行具体分析。

传播力三个层次为:内容传播力、内容制作平台传播力、内容生产者"声誉"传播力。一家报纸首发的某一则新闻,如果受众只是从新媒体平台看到,并且不知道是哪家报纸、哪位报人采写的,那这家报纸就只有内容传播力,而自身的内容制作平台传播力和"声誉"传播力就的"内容为王"的传统媒体时代,只要报人写出了重要稿件,一定是在本单位的报纸上首发,别

的报纸转载已属"迟到的新闻"了。在那样的年代讲传播力不用那么复杂,只要认定"内容为王",强化内容传播力就行了,因为内容传播力、自身的内容制作平台传播力和"声誉"传播力三者是统一的。互联网的快速发展,将传播力三个层次撕裂了。报人辛辛苦苦做出的新闻,很快就被新媒体传播,使报纸自身平台的传播力大大减弱,这必然又会影响报纸的经营。长期以来报纸经营主要靠广告,广告客户看中的不是谁先发布了新闻,而是看新闻主要聚拢在哪个平台上,覆盖面和精准人群有多大。

然而,报纸经营困境更多的是报业领导者和经营人员的困境,并非从事采编工作的报人价值的困境。在新媒体时代,报人价值的提升可从两方面去考量:一是内容传播影响力;二是内容型人才转型中体现出来的价值。

从内容传播力来看,传播力的三个 层次撕裂后,作为报人缺的是自身媒体 制作平台的传播力,也就是说报人写出 的新闻稿,大量的受众不是从报人从业 的报纸平台上看到的。不过,报人只要 写出了重要稿件,其内容传播力一定很 大,报人不要只考虑自身的报纸有多少 人看,还要考量本单位的新媒体平台以 及外单位的各种公共传播平台、自媒体 平台,有多少人在阅读、点赞和转发。有 了体制内、体制外各类传播平台的综合 传播,报人及其所在的媒体的"声誉"传 播力自然也强大了。现在网络传播比以 前规范了, 转载时一般都会注明出处。 有了全媒体的推动,随着内容的广泛传 播报人自身的价值内涵也提升了。

从内容型人才转型的现状来看,报

人的价值还在外延得以拓展。跳槽转型 的报人,有的加入别人的团队,有的是自 已创业。从中可以发现,报人跳槽后凡是 继续做内容的内容型人才转型, 其实是 报人原有价值的延伸。一般来说,出去之 后凡是有较大作为的人, 其在报纸从事 采编工作时也是优秀的。公众号"黎贝卡 的异想世界"主理人方夷敏,如今在自媒 体圈里名气很大。其公众号于2014年10 月才创办,至今年6月粉丝人数已达80 万。头条单篇阅读量基本稳定在10万左 右, 多次跻身公众号影响力排行榜单前 列。她不仅做出了内容影响力,而且找到 了内容变现的商业模式。方夷敏属优秀 的报人向自媒体转型的成功者。她任南方 都市报记者时因业绩显著, 曾被评为南 方报业年度记者。她转型创业成功的重要因 素,与其报人的经验积累和资源积累有关。 方夷敏说:"平台虽然改变,但做的工作仍然 是内容生产。"她只是换个平台做内容。

报人的价值,很重要的一点就是能做出新闻内容影响力。这种影响力不只体现在选取的题材和专业技巧对受众产生的发注度和吸引力,还体现在其公信力和权人不能自我矮化,伊在报纸坚守的报人不能自我矮化,伊朗,得过且过或混迹于不正当利益的价值缺乏的圈外,但只要就很难以权威性、公信力和专业视人的新闻。有些报人以是现出有影响力的新闻。有些报业专行就应尽职尽责。新闻理想、激情和专业位就应尽职尽责。新闻理想、激情和专业位就应尽职尽责。新闻理想、激情和专业位就应尽职尽责。新闻理想、激情和专业的价值终身受用,报人不仅能值中产生成就感,而且也有可能在新闻实践磨炼形成的潜在价值中点燃创业激情。



范以锦,暨南大学新闻与传播学院院长、教授、博士生导师



主办 广东省新闻工作者协会 广东省新闻学会

编辑

《岭南传媒探索》编辑部

特邀顾问 范以锦

主编 周建平 执行副主编 孙启军 副主编(按姓氏笔画为序) 刘银娣 许期卓 李保恒 张中南 陈士军 陈伟军 范干良 侯迎忠 龚彦方 梁 彤

传媒观察

纸媒在下滑,报人价值却在提升

	0 1
学习讲话精神 履行职责使命征文	
	1
讲好中国故事 强化国际发声 何国平 ——学习习近平总书记新闻舆论工作座谈会讲话精神	1
加强国际传播能力建设的四组辩证关系 柳剑能	4
提升对外传播能力 服务国家外交大局 赵 杨	•
——南方曰报"再寻沉默的道钉"系列报道且行且思索	7
微信舆论场:传统媒体创新舆论引导工作的新阵地 宋欣政	12
践行讲话精神 加强网络侵权信息治理 刘 涵	15
WITH IT WITH IN THE WITH WITH WITH WITH IN THE	13
與情研判	
探析网络"舆论反转"现象出现的成因及对策 韩 旭	18
——以"狗鷳下救女童系谎言"事件为例	10
新媒体时代政府网络舆论引导的策略 赵 凯	23
——对"天价虾"事件中青岛政务微博舆论引导失败的反思	
社交媒体对社会安全事件传播影响研究 詹扬龙	28
平衡把关机制 防范舆情打脸 周志坤	35
新媒体	
媒体微信与媒介融合 曾凡斌 黄勇智	37
——基于前 30 名传统媒体微信分析	
传统媒体智能移动端 APP 突围之路 王少浩	41
从"魏则西事件"看网络法律规管和网民媒介素养的提升 沈文金	43
	13
广东新闻奖	
2015年度广东新闻奖评选揭晓	45
2015年度广东新闻奖获奖作品目录•平面媒体、网络媒体	45
2015 年度广东新闻奖获奖作品目录•广电媒体	57
第十二届金枪奖获奖名单	57 67 67
第十二届金话筒奖获奖名单	6/
评点	
2015年度广东新闻奖参评作品述评	68
2015年度广东新闻奖获奖作品评析——消息类 李 幸	68
2015年度广东新闻奖参评作品评析——新闻评论与系列报道类 田秋生	70
2015年度广东新闻奖参评作品评析——通讯与深度报道类 莫继严	72
第二十六届中国新闻奖新闻摄影作品评析 陈 喆	74

范以锦

恭首



目录 Contents 岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016 (03)

4	63	本
Ы	回	T

媒介接触对城市流动人口中父母防子女被拐意识的影响 郑 姣	76
VR专题	
中国首届 VR 产业峰会和美国 VR 新闻教育体验	81
撰稿/陶 玲 指导教师/唐佳梅	01
VR:虚拟现实技术的前世今生	84
撰稿/沈诗鸣 史碧茜 指导教师/唐佳梅	01
虚拟现实技术中外媒体应用案例	90
撰稿/封婉琴 指导教师/唐佳梅	
颠覆性的现场感 : VR 技术应用于新闻生产	94
撰稿/张 靓 杨烨励 指导教师/唐佳梅	
VR 技术在新闻报道中的运用与思考 宋欣政 李远广	96
深度解析	
宏观经济报道舆论引导力研究 李 萌	100
——以第二十四届中国新闻奖获奖作品《如何看待当前经济形势》为例	100
论消费主义文化对人思维方式的异化及其损害 左 妮	103
The state of the s	
广电时空	
2016 广东春晚全媒体传播探析 智广平 黄祥明	106
地方台新闻信息平台建设初探 曾 震	100
守正 出新 创品牌 张 慧	112
—— 评广东卫视《你会怎么做》	114
探索社会观察类节目的创新之路 广东卫视策划推广组	114
——以广东卫视《你会怎么做》为例	
身影•中国	
	116
杨晖:一个站在"电视帝国"顶端的小女子 吴 瑕 张雅婷	116
占 即	
身影·国际	
莫利·赛弗:一代传奇记者的落幕 胡 岸 陈 斌	119
实战论道	
报网端屏融合创新,唱响两会好声音	122
——南方报业 2016 年全国两会报道浅析 陈 枫 梅志清	
搭建地方媒体智库,推动报业融合发展	124
11/11/11/11/11/11/11/11/11/11/11/11/11/	



深耕本土,主打原创,开辟报业突围之路 黄康生 高 玮	126
——《湛江晚报》从版面内容到活动策划的"本土化"探索	
让事件新闻落地,促地方经济发展 李建国	129
——以惠州报业传媒集团报道屠呦呦获诺奖为例	121
浅谈驻站记者的独立性与协调性 张伟群	131
校对工作的把关和纠错浅析 马少俊	133
旧闻新说	
	105
中共华南报纸"文人办报"风格的形成及影响 林 磊	135
——以抗战时期广东战时省会韶关《晨报》报人活动为例	
悦图・数据	
大型公共事件新闻报道路径的可视化分析——以雷洋事件为例	插页
执 行:华南理工大学新闻与传播学院项目组	
指导教师:刘银娣	
17.55	
悦图・广角	
楼顶摄影	插页
搜集/点评:吴梓鸿	
指导教师:陈 喆	
F7 1.4.	
争议	
网红兴起——引领创新还是娱乐至死? 陈 斌	封二
传媒大事记	
全球	138
执行/整理:熊 忭	136
中国	LI —
执行/整理:熊 忭	封三
17.17	//
记忆	
延续辉煌 跨越发展	封底
——梅州曰报社成长剪影	
	// (1)
	// //
	10/4

THE REAL PROPERTY.

讲好中国故事 强化国际发声

——学习习近平总书记新闻舆论工作座谈会讲话精神

何国平

【摘 要】 通过学习习近平总书记 2 月 19 日调研三大央媒,主持新闻舆论工作座谈会并发表讲话,这一系列活动坚持和发展了马克思主义新闻观。本文主要从承担职责和使命,遵循"四个牢牢坚持"原则;展示新媒体情怀,推进新旧媒体融合发展;提高国际传播能力,集中讲好中国故事等三个方面谈学习心得。

【关键词】 习近平/ 新闻舆论工作座谈会/国际传播

2月19日,习近平总书记用整个上 午的时间视察人民日报社、新华社和中 央电视台,下午主持召开新闻舆论工作 座谈会,并发表重要讲话。在讲话中,习 近平深刻阐述了新闻舆论工作的重大作 用、职责使命、目标任务和原则要求,科 学回答了事关新闻事业长远发展的一系 列带有根本性、战略性、全局性的重大问 题。这一讲话是在继 2013 年全国思想 政治工作会议上的讲话(8·19 讲话)、 2014年主持召开中央深改组第四次会 议, 审议通过《关于推动传统媒体和新 兴媒体融合发展的指导意见》并发表讲 话(8.18 讲话)后,习近平担任总书记以 来站在全局的高度专门就党的新闻舆论 工作发表的重要讲话,与上述两个讲话 思想一脉相承,但又全面深刻,进一步丰 富和发展了马克思主义新闻观,是指导 做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领 性文献。

一、承担职责和使命,遵循"四 个牢牢坚持"原则

由于国际政治经济格局的重大分化,国内经济社会快速转型,在技术和产业力量的双重驱动下,当前媒体结构、传播格局、舆论生态无不发生了深刻变化。

但是,党的新闻舆论工作的地位没有改变。习近平指出新闻舆论工作是党的一项重要工作,是治国理政、定国安邦的大事,要适应国内外形势发展,从党的工作全局出发把握定位,坚持党的领导,坚持正确政治方向,坚持以人民为中心的工作导向,尊重新闻传播规律,创新方法手段,切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。"此处,习近平将党的新闻舆论工作的重要性定性为"治国理政、安国定邦的大事"。

基于对新的时代条件下新闻舆论生态与传播技术演进现状与趋势的准确研判,习近平总书记首次提出党的新闻舆论工作的 48 字职责和使命。它们是:高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联接中外、沟通世界。48 个字一层意思,从6个方面阐述了党的新闻舆论工作的重要地位。

为承担起 48 字职责和使命, 习近平强调,必须把政治方向摆在第一位,遵循"四个牢牢坚持"原则:即牢牢坚持党性原则,牢牢坚持马克思主义新闻观,牢牢坚持正确舆论导向,牢牢坚持正面宣传为主。

习近平强调,党的新闻舆论工作坚持党性原则,最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。要坚持党性和人民性相统一,把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动,及时把人民群众的自觉行动,及时把人民群众创造的经验和面临的实际情况反映出来,丰富人民精神世界,增强人民精神思力量。新闻观是新闻舆论工作的灵魂。导行大新闻舆论工作者做党的政策主张的特播者、时代风云的记录者、社会进步的传播者、时代风云的记录者、社会进步的传播者、对平正义的守望者。同时,需要增强政治家办报意识,对坚持正确舆论导向,对导向的要求具体化和全领域化。

二、展示新媒体情怀,加快推 进新旧媒体融合发展

尽管 19 日整个上午对人民日报 社、新华社和中央电视台的调研侧重点 不一,但对新媒体的关注与运用,彰显了 习近平总书记的"新媒体情怀"。在人民 日报新媒体中心的大屏幕前,习近平听 取微博、微信客户端工作介绍,通过新媒 体平台发送语音信息,向全国人民致以 元宵节的问候和祝福。随后,他来到人民 网演播室,通过视频同人民日报记者连 线,同福建宁德市赤溪村村民交流。^②

对新华社正加快媒体融合发展,每 天用8种文字向世界提供全媒体新闻和信息产品,习近平表示肯定。在新闻信息 发稿中心,他点击手机屏幕,通过新华社 客户端为全国新闻工作者点赞。他听了 新华社传统报道形式与新媒体深度融 合,新华社客户端首创的"现场新闻"报



何国平,广东外语外贸大学新闻与传播学院教授、副院长

.....

Lingnan Media Research 2016(03)



道形式的介绍,接过编辑递上的手机,在"为全国新闻工作者点赞"页面上点击,现场大屏幕立即闪现"点赞+1"。习近平还饶有兴趣地观看了新华社的机器人写稿系统"快笔小新"、海外社交媒体等特色产品和服务,对新华社着力发展新媒体业务,增强新闻传播力影响力给予肯定。

在中央电视台,习近平通过视频连 线中央电视台北美分台负责人,询问他 们在外工作情况,希望他们用好国际化 传播平台,客观、真实、生动报道中国经 济社会发展情况,传播中国文化,讲好 中国故事,促进外国观众更多更好了解 中国。

在座谈会上,习近平专门就推动融合发展、助力新媒体传播优势提出要求,强调要从"相加"到"相融",着力打造新型主流媒体。在讲话中,他指出新的传播技术具有重要作用,新闻舆论的宣传手段需要创新,充分运用新技术新应用创新媒体传播方式,占领信息传播制高点。要求媒介融合要从"相加"到"相融",表明习近平对传统媒体与新媒体融合的点。推进传统媒体与新兴媒体的融合发展,不是不同传播介质的物理叠加,而应是内容、渠道、平台、管理与经营五个方面从产品到传播,从汇聚到分发,从生产流程到产业生态圈的全程的融合变革。

为了实现新闻舆论工作的针对性和 实效性,习近平提出新闻舆论工作"四个 着力点"的任务要求:

要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局。

要推动融合发展,主动借助新媒体 传播优势。

要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求。

要加强国际传播能力建设,增强国际话语权,集中讲好中国故事,同时优化战略布局,着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。

"四个着力点"的前两点,是基于以

互联网为代表的信息传播技术演进,特别是近几年来移动互联网和移动终端的快速运用,所出现的传播现实。以"两微一端"为代表的新媒体的广泛普及加剧了受众市场的分化,导致"两个舆论场"在一定程度上分离。为此,党的新闻舆论工作需要因应时代变化,主动借助新媒体传播优势,为我所用,加快推进传统媒体与新兴媒体的融合发展,加快构建舆论引导新格局。

我们欣喜地看到,这几年,广东省朝着这个方向不断前进,取得喜人业绩。南方报业传媒集团的南方+,羊城晚报的媒体融合中央厨房和羊城派,广州日报的大洋网等;广东各级部门的政务微博有效发挥了信息沟通、舆论引导的传播职责。

"四个着力点"的第三点是关于新闻 舆论的传播技巧:要抓住时机、把握节 奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度 效要求。一方面要求对时机、节奏和策略 的理性把握,另一方面要体现时度效的 内在要求,遵循新闻舆论的传播规律。

三、提高国际传播能力,集中讲好中国故事

第四个"着力点"是关于国际传播的任务要求:要加强国际传播能力建设,增强国际话语权,集中讲好中国故事,同时优化战略布局,着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。这和新闻舆论工作48字职责使命中的"联接中外,沟的国世界"相呼应,实际上是在定位传媒的国际传播职责。"联接中外"就是要求传媒将中国与世界连接,打通中国与外部世界的信息传播通道,实现互联互通。"沟通世界"是在信息与媒介连接的基础上,增进中国对外部世界的了解,同时加强外部世界对中国的认知,让世界了解中国,主动向世界说明中国。

加强国际传播能力建设,是 2009年以来中国外宣的总体任务,以习近平为总书记的新一届党中央加大、加强了国际传播能力建设的推进力度,丰富了建设内涵。而增强国际话语权则是中国

外宣的基本目标。国际话语权是国家文化软实力的重要组成部分。在既有西强我弱的传播格局下,着力推进国际传播能力建设,创新对外宣传方式,精心构建对外话语体系,发挥和运用好新兴媒体的传播平台,增强对外话语的创造力、感召力、公信力。

集中讲好中国故事,是当前的中国外宣的叙述策略,或者说修辞选择,目的在于提升新闻舆论的传播力、影响力、公信力和亲和力,向世界呈现一个客观、真实、全面的中国,进一步提升中国国际形象。

优化战略布局,着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体,则是总书记提出的提高国际传播能力的重要工作抓手。为此,首先需要加强渠道和平台建设,使中国故事、中国声音和中国特色能够传播出去,打造一批中国国际传播传媒旗舰品牌集群,成为国外受众乐于接受的、值得信任的消息源。

其次,"打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体"的题中之意,无疑包含了需要加强和加大国际传播人才培养力度。为此,需要扩大国际新闻传播高层次人才的培养规模,加大资助力度。为此,从国家外宣战略而言,需要一批国际化特色鲜明的高校充分利用自身优势,着力培养一批既有爱国、爱党情怀又有国际视野,能够讲好中国故事、传播好中国声音、阐释好中国特色的高层次国际新闻传播人才。

加强国际传播人才培养力度,对于 地处中国改革开放桥头堡的广东而言, 既是贯彻习近平总书记新闻舆论座谈会精神的体现和落实, 也是应对经济转型升级的内在动力。

在调研中,习近平对加强媒体国际传播能力建设工作格外重视。在中央电视台,习近平通过视频同位于华盛顿市中心的北美分台采编播人员进行了连线。北美分台台长麻静向他介绍,分台成立4年,每天提供5小时、全自制的节目,90%工作人员来自当地。习近平希望

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



他们客观、真实、全面介绍中国经济社会 发展情况,讲好中国故事,传播中国文 化,搭建与所在地区友谊的桥梁。

尽管在 2008 年底以来,中央着力推动以提高国际传播能力建设和增强国际话语权为主要目标的对外传播战略,在媒体全球布局、文化"走出去"方面取得了阶段性进展。但是,在西强我弱、中心国家 VS 边缘国家这一全球政治经济军事格局没有发生重大分化以前,中国对外传播将在一定时期内面对的现实是,中国在国际上基本上还处于有理说不清、说了传不开、传了没人信的尴尬境地。

国际传播能力建设是加快构建舆论引导新格局的重要组成部分。调研途中,习近平多次强调要讲好中国故事。在座谈会上,央视主播康辉回忆起总书记在坦桑尼亚发表演讲时引用在当地热播中国电视剧《媳妇的美好时代》拉近同听众距离的故事。习近平说:"据说后来这部电视剧在当地重播了。"习近平总书记接着说,要善于表达,深刻道理要通过讲故事来打动人、说服人。

"讲好中国故事"是 2013 年 12 月 30 日习近平总书记在中共中央政治局 第十二次集体学习时的讲话中提出的对 外传播策略:提高国家文化软实力,要努 力提高国际话语权。要加强国际传播能 力建设,精心构建对外话语体系,发挥好 新兴媒体作用,增强对外话语的创造力、 感召力、公信力,讲好中国故事,传播好 中国声音,阐释好中国特色。对中国人民 和中华民族的优秀文化和光荣历史,要 加大正面宣传力度,通过学校教育、理论 研究、历史研究、影视作品、文学作品等 多种方式,加强爱国主义、集体主义、社 会主义教育, 引导中国人民树立和坚持 正确的历史观、民族观、国家观、文化观, 增强做中国人的骨气和底气。

讲好中国故事需要生动鲜活的表达 方式。2015年新华社播发的"神曲" 《十三五》,就风靡海外社交平台,让许多外国受众记住了这个富有中国特色的表达,理解了中国发展。

集中讲好中国故事需要通过"造船出海"与"借船出海"双管齐下加强渠道和平台建设。据调查,美国民众了解中国信息的主要渠道中,美国媒体占84%,通过中国大陆传媒了解的占7%。这启示我们,借助海外成熟的传播平台加强对外宣传,能收到事半功倍扩大传播力的效果。新华社从2015年3月起,加强在推特、脸谱、优兔等国际知会已营,截至10月,总粉丝量已超过600万。此外还向区域性重要社交媒体拓展,已开设法、西、俄、阿、葡、日、缅、越、泰等15个语种的30多个账号。③

讲好中国故事的目的在于进一步提 升和优化中国国际形象。在十八届中共 中央政治局第十二次集体学习时(2013 年),习近平提出四个"大国形象"的表 述,要注重塑造我国的国家形象,重点展 示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、 文化多样和谐的文明大国形象,政治清 明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民 团结、山河秀美的东方大国形象,坚持和 平发展、促进共同发展、维护国际公平正 义、为人类作出贡献的负责任大国形象, 对外更加开放、更加具有亲和力、充满希 望、充满活力的社会主义大国形象,即当 代中国形象应该是"文明大国形象"、"东 方大国形象"、"负责任大国形象"和"社 会主义大国形象"。 这四种"大国形象" 的综合体, 就是中国故事必须塑造中国 形象,这是集中讲好中国故事的总体框 架和基本诉求。

集中讲好中国故事,应该成为外宣、外交等对外机构协同推进的国家软实力提升工程重要组成。习近平关于人类命运共同体的外交理念,对集中讲好中国故事具有方法论意义。"命运共同体"是

习近平外交战略中的关键词。据统计,自 十八大报告第一次出现"倡导人类命运 共同体意识"以来,截至2015年12月 中旬,习近平的公开讲话中已经 70 次 使用该词。外交意义上的命运共同体就 是一种新型的协作共赢的伙伴关系。它 给外宣提供的启示是, 讲好中国故事需 要找到同传播对象国接受兴趣的最大公 约数,在人类共通的文明、文化、宗教、经 济等多个层面发现和对接当代中国的四 种形象,找到中外关切的交汇点,凝聚发 展共识,激发思想与情感共鸣,维系接受 兴趣,建立"朋友圈"。以人类命运共同体 的理念指导讲好中国故事,需要把中华 民族实现伟大民族复兴的"中国梦",与 世界各国人民对美好未来的憧憬和对幸 福生活的向往结合起来; 把中国发展理 念、发展道路、发展模式与世界发展潮 流、全球发展事业相呼相应,造就人类共 同福祉。以"美人之美、美美与共"的开放 包容姿态,积极反映中国对人类共同命 运和全球事务的认识、思考和担当,体现 中国与外部世界的话语共同点、利益交 汇点, 贴近外国受众的思维习惯和语言 习惯。⁴

(本文编辑:张桂萍)

【注 释】

①《习近平:坚持正确方向创新方法 手段 提高新闻舆论传播力引导力》,新 华社,2016年2月19日电。

②《习近平总书记主持召开党的新闻舆论工作座谈会并到人民日报社、新华社、中央电视台调研侧记》,新华社,2016年2月20日电。

③蔡名照:《加强国际传播能力建设讲好中国故事 传递中国声音》,《求是》 2015年第23期。

④蔡名照:《讲好中国故事 传播好中国声音》,《人民日报》,2013年10月

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



加强国际传播能力建设的四组辩证关系

柳剑能

【摘 要】 当中国已经成为全球第二大经济体、在国际新秩序的重建上扮演越来越重要的角色时,中国的国际传播能力建设变得非常紧迫。本文以习近平总书记"2·19"讲话为指引,从加强国际传播的体系建设和能力建设入手,探讨提升国际传播能力的四组辩证关系,并由此提出进一步突出战略性、体现前瞻性、强化技术性、坚持专业性、彰显有效性、提高灵活性、注重策略性、确保系统性等八条建议。

【关键词】 国际传播/体系建设/能力建设

2016年2月19日,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话,指出在新的时代条件下,党的新闻舆论工作的职责和使命是:高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联接中外、沟通世界。讲话高屋建瓴,内涵丰富,立意深远,具有很强的政治性、思想性和指导性,为新形势下做好党的新闻舆论工作提供了强大思想武器和根本遵循。

2010年以来,当中国已经成为全球 第二大经济体,在国际新秩序的重建上 扮演越来越重要的角色时,中国政治经 济的国际影响力与中国的国际话语权严 重不对称的问题越来越突出,中国国国际 传播能力建设变得越来越紧迫。但在相 当一部分领域,常常直接把对外宣传的 专成对外宣传的表现形式,效果往 往适得其反,突出表现为对外宣传转 相当大量的人力物力财力,但是"联而 不接(地气),沟通不到位"。在这样的 背景下,习总书记强调"联接中外、沟断 期加强国际传播能力建设的新理念和新 要求。

一、观念转型:从"对外宣传" 到"国际传播"的新内涵

目前国际传播语境里"西强我弱"的 格局仍没有大的扭转,很大程度上跟以 往的观念有关。

在中国国际传播的发展历程中,由于历史和时代的局限性,从管理部门到执行单位,都沿用了"对外宣传"的概念,这与当下的"国际传播"理念完全处于不同的认识水平上。

首先,"对外"与"国际",视野完全不同。对外从字面上就打上了"以我为主"的烙印;国际则从内涵上体现了国与国平等,国际关系多元化的思维,是通用语言。

其次,"宣传"与"传播",适用的规律完全不同。宣传强调导向,典型的表达方式是"你听我说",给人感觉是主观性强;传播注重平衡,通常的表达方式是"你听他说",给人感觉是客观性强。宣传基本上是政治行为,讲政治效益;传播既可以是政治行为,也可以是市场行为,既可以注重政治效应.也可以注重经济效应.普

适件更强。

综合起来,"对外宣传"和"国际传 播"更显"代沟"。对外宣传实际上是冷战 的产物,是内宣的延伸,通常受国内宣传 纪律约束,充满着较为强烈的意识形态 斗争属性,表达方式较为显性;国际传播 是国际格局多元化、全球经济一体化的 结晶,是外交的延伸,通常遵循国际传播 惯例, 交织着国家硬实力和软实力的竞 争,不仅包含意识形态竞争,也包含市场 经济竞争和文化竞争,表达方式更为隐 性。对外宣传是单向传播,名为对外,内 容往往以纯国内题材为主; 国际传播是 多向传播,强调受众意识,内容往往是国 内外题材并重。即便同样以新闻为载体, 对外宣传往往专题报道多,国际传播往 往新闻信息多。对外宣传形式上常常直 接反映国家或政府利益,但收效不理想; 国际传播形式上常常间接反映国家或民 族利益,但因其隐蔽性、技巧性,往往收 效甚好。

用"国际传播"替代"对外宣传",恰 恰是十八大以来,以习近平为总书记的 党中央在治国理政新理念指引下,在新 闻舆论工作上又一次重大的理念更新, 对于扭转"西强我弱"的国际舆论格局有 着非常重要的指导意义。我们必须清醒 地认识到,加强国际传播能力建设,事关 国家战略,事关意识形态安全,事关经贸 文化交流,因而极其重要。在实现中国梦 的伟大征途中,中国必须不断调整与世 界其他国家的关系,通过讲好中国故事, 传播中国文化,弘扬中国精神,让世界更 好地了解中国,让中国智慧更好地造福



柳剑能,南方报业传媒集团南方新闻网副总编辑

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



世界。

二、辩证分析:国际传播体系 建设与能力建设的新思想

在对外宣传领域,中国以往较长一段时间忽视"宣传"与"传播"的区别,造成了中国国际形象较为刻板、传媒国际传播能力比较弱的困局。从国际传播的理念演进来看,中国对如何扭转局面已经有相当的问题意识,中央有关部门高度重视,着手制定了《关于加强国际传播的力建设的指导意见》,各地有关部记的插续出台了《加强国际传播能力建设,加强国际传播能力建设具有系统性、长期性和复杂性,难以一蹴而就。我们对当代国际传播的规律性把握还有待进一步提高,突出体现在处理四组辩证关系上。

(一)内与外的关系

用"国际传播"替代"对外宣传",并非抹杀对外宣传的特殊性,而是更加辩证地理解内与外的关系。对外宣传与国际传播在目标上是完全一致的,当下考虑问题的重点是为了真正达到效果,根据形势的变化调整执行层面的方法论。

首先,毫无疑问,内外有别。对内、对外新闻舆论管理的指导思想、职责使命、工作重点、表现手法完全不同,这种差异性仍是考虑问题的基准线,一直不变。而且,国际传播的议题设置,很大程度上仍然要借鉴和使用宣传的技法,只是更强调表达的场合和技巧性,以及目标受众的可接受、易接受性。

其次,不可避免,内外联接。中国是世界的一部分,中国市场已经全面融入国际市场,"你中有我、我中有你"的格局不仅是经济层面的,更是政治、文化层面的,新闻舆论工作交织在其中,国际传播承担起"联接中外、沟通世界"的重任是题中应有之义。尤其是当前及今后一段时期,在互联网高度发达的时代条件下,世界已经变成了"地球村",内与外的界限有时相当模糊。有些不良信息"出口后倒灌",不断影响国内的舆情,这种现象

时有发生。因此,从管理层到执行层都要充分理解内与外的辩证关系,正确把握国际传播问题的复杂性。

(二)硬与软的关系

中国政治经济的国际影响力与中国的国际话语权严重不对称,也就是硬实力与软实力不对称的问题越来越突出。因此,要更加深入地理解硬与软的辩证关系。传播力需要硬实力支撑,但在日常生活中更多地表现为软实力。现在各级管理部门考虑的问题,往往先从硬件和渠道入手(比如考虑了网络传输速度,在社交平台上注册账号进行推广,等等),实际上是加强国际传播的条件建设,而比较少涉及能力(软件)的建设。

美国好莱坞电影,不管什么题材,最 后都是具有典型美国价值观的传播,中 国作为大片引进,美国人在赚中国人钱 的同时,还向中国观众"倾销"其价值观, 这就是较高水平的国际传播能力。如何 把价值观输出做成产业,这需要启用市 场机制。韩国的外宣也比较值得借鉴。作 为消费者, 我们并没有强烈地感受到韩 国媒体在外宣上的作用, 但是韩国的电 视剧和各种小商品却在中国很有市场。 在比较长的一段时期里, 我们的外宣体 系,往往是沿用"我说—你听"的单向传 播模式,是反市场机制的,成效如何有目 共睹,这值得我们深思。付费的商品比免 费的商品更具传播能力,其秘诀就是市 场机制。中国的管理层要更充分地意识 到,新闻传播的基础是文化传播、文化认 同。有两个"品"是国际传播的有效支撑: 一个是商品,一个是作品。这也是一组硬 和软的配合。

(三)虚与实的关系

讲好中国故事,发出中国声音,传播中国形象。这是国际传播能力建设的总要求。用一个词可以很好地概括,那就是"中国梦"。但是中国梦是一个弹性很大的词,是虚的,需要很多具体的、可感、实在的东西来填充。这就需要对国际传播的议题做分类,包括基于内容选题的分类(比如时政、财经、文化体育娱乐等),

基于用户年龄层次的分类(老中青三代)以及基于周边外交的地区分类等等;同时执行的主体,也要在中国梦的大框架下根据中央和地方各自的资源、实力和具体诉求制定具体有效的传播策略。

中央媒体历来承担着国际传播的主要任务;接下来需要进一步改进的是地方重点媒体集团在国际传播层面如何有效配合中央。中国有漫长的海岸线,沿海、沿边省(市、区)各自有配合国家外交战略的特殊地缘优势,地方重点网络媒体也有各自的表达重点。地方党委政府在国际传播中应该更多扮演实的角色,加强经济和文化交流;中央部门根据外交战略的顶层设计,担任虚实结合的统度分,担任虚实结合的统度,是虚实实的立体传播格局。统分结合、虚虚实实的立体传播格局。

(四)知与行的关系

首先要明晰责任主体。国际传播是以国为单位展开竞争的,国家是加强国际传播体系建设和能力建设的责任主体。体系建设着重解决"知"的层面;能力建设着重解决"行"的层面。体系建设和能力建设辩证统一,相互影响,融会贯通,才能做到"知行合一"。

在方向性的把握上,往往知难行易。 国际传播体系建设,目前尚未发布一整 套规范性的文件,这说明总体上我们的 战略规划和业务布局还不是很完善,在 "知"的层面上仍需积极求索。国际传播 体系应该包含几个层次的建设,目标体 系、实施方法体系、软硬件配套体系、监 测体系、评价体系、纠偏体系等。国际传 播能力的建设,恰恰需要紧密围绕体系 建设来展开,是——对应的关系。

在执行层的落实上,往往知易行难。包括中央网信办在内的管理部门,是加强国际传播体系建设和能力建设的领导主体;各级主流媒体,拥有海外传播能力的企业(如互联网企业)及在海外某些地区拥有影响力的自媒体,具有符号价值的体育娱乐明星如姚明、章子怡等,都是加强国际传播能力建设的执行主体。可

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



资借用的资源越多越复杂, 统筹执行的 难度越大, 技巧性要求也越高。

三、创新举措:传播中国形象、 凸显中国价值的新实践

如何加强国际传播能力建设?理念是前提,思辨是基础,但关键还在行动。在进一步思考国际传播四组辩证关系的基础上,要加强国际传播能力建设,集中讲好中国故事,传播中国形象,凸显中国道路的价值,特别需要在如下八个方面大胆创新实践,着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体,从而进一步增强中国的国际话语权。

(一)突出战略性。互联网是国际传播的主战场。中央网信办对国际传播领域要有整体规划和业务布局。外交层面的战略当然是中央统一考量,而沿海、沿边省区,在中央指导下,需要进一步增强国际传播能力建设,通过经贸往来、文化科技教育等交流适度融入外交诉求。比如借助华侨因素,广东、福建对东南亚的国际传播可扮演战略支点角色;广西在地缘上连接东盟,针对东盟国家的国际传播,广西、广东都可以出出力。

(二)体现前瞻性。先进制造业、生物科技等很多行业中国跟西方发达国家的差距还很大,而互联网行业是唯一与美国的差距相比较小的行业,中国有庞大的网民可以为移动互联网行业提供足够的市场空间,从而培养起行业巨擘,激发创新活力。中国必须更好地把握技术逻辑到产品逻辑的演进应该提出有穿透力的研究和把握。微博的活跃度已经大大降低,微信渐入成熟期,APP客户端也许还能热一段时间,但是之后呢?下一个流行的产品将是什么?包括现在正热的VR(虚拟现实)、AI(人工智能)等,我们有没有这个

雄心,在从移动互联网到物联网演进过程中努力实现弯道超车,掌握下一代的国际传播主导权?

(三)强化技术性。在增强国际传播能力上隐含的条件是提供足够的技术支撑。不能让技术成为传播效果的掣肘,而应顺势而为,使之成为国际传播更好的平台。4月19日,在网络安全和信息化工作座谈会上,习近平总书记专门提到,要"坚定不移实施创新驱动发展战略,抓住基础技术、通用技术、非对称技术、前沿技术、颠覆性技术,把更多人力物力财力投向核心技术研发",这是对国际传播的技术性提出的全新要求。

(四)进一步坚持专业性。一是人才的专业性。要着力培养更多的多语种传播人才。不光是语言文字的翻译问题;更重要的是请那些更深层次地理解和制定中国国际战略的高参为国际传播策略出谋划策。二是传播方法的专业性。央视新媒体在海外社交平台上注册了@cctvnews账号,注重以专业视角介入国际突发事件报道,粉丝高达2177万,较好地呈现了央视强调"事实一平衡一负责任"的媒体形象,获得上级主管部门的充分授权,这一经验值得大力推广。

(五)彰显有效性。国际传播运行过程中既要给予必要的资金扶持,又要鼓励市场机制的引入。给钱是必须的,但是光给钱还是远远不够的,要使得传播效果真正到达国外主流社会主流受众,市场机制非常关键。要学会运用大数据分析,掌握受众心理特点和接受习惯,决定传播什么内容,以什么方式传播,不断发度播的针对性和有效性。南方英文网在广东省委宣传部、网信办的支持和指导下,注重国际特色和用户理念,自2015年10月启动移动端改版以来,整体流量大幅提升,页面浏览量从去年10

月的日均 97360 提升到今年 3 月的日均 282488,增幅为 190%;从 IP 地址分析,全球有 175 个国家和地区的网友浏览过英文网,海外访问量排名第一的国家是美国,占比 12%,排名二至五位的分别是法国、德国、澳大利亚和英国,国际传播能力建设初见成效。

(六)提高灵活性。根据有关数据分析,纯粹时政类信息,外国受众关注度低;经济类信息有硬需求,关注的人群特点鲜明,是中国最需要影响的实力阶层;外国普通民众对文化体育娱乐信息也感兴趣,但关注度相对分散。因此在海外受众的沟通机制上,要有高度的灵活性。青年外交、民间外交、公共外交对国家外交的配合,要分类实施,奇正相倚,各司其职,发挥灵活性和技巧性。

(七)注重策略性。建议中央网信办尽快出台鼓励各级网络主流媒体积极利用国际社交媒体平台开设账号抢占舆论阵地的操作指引和规范,并编制一整套用以对外解释中国互联网管理规则的话语体系。建议有针对性地并购或间接持有一批国际主流媒体,尤其是先从财经媒体入手。2015年日本的日经新闻并购英国金融时报时,中国没有出手竞购,值得反思。

(八)确保系统性。要建立一整套科学有效的评价体系,能够及时跟踪和评价各个执行单位在国际传播层面上做出多少贡献,取得多少实际效果。单纯追求点击率,以3G(Girl Game Gamble)话题吸引流量最奏效,可是做这些内容获得的短暂流量到底有什么价值,符不符合坚持主流价值的取向?这个问题内宣、外宣都是如此,都要反思。评价系统是指挥棒,要体现战略与执行的高度一致,尤其需要上下齐心,共谋发展。

(本文编辑:陈士军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



提升对外传播能力 服务国家外交大局

——南方日报"再寻沉默的道钉"系列报道且行且思索

赵杨

【摘 要】 提升国际传播能力、增强国际话语权,是一国文化外交的重要组成部分,事关一国软权力和国际形象的建构。落实习近平总书记重要讲话精神,新闻媒体在对外报道上如何发力?可以有怎样的作为?本文试以南方日报策划推出的"再寻沉默的道钉——纪念华工参建美国中央太平洋铁路 150 周年"系列报道为例进行分析。

【关键词】 国际传播/公共外交/美国华工/话语权

2014 年是美国首条横贯东西的太平洋铁路通车 145 周年,也是华工参建这条铁路 150 周年,同时还是中美建交35 周年。

150年前,至少12000名中国人远涉重洋,在美国参与创造了工业革命以来的世界第七大奇迹——美国中央太平洋铁路。这条铁路打通了美国东西海岸,为美国的现代化奠定了基础。

奇迹铸就了,美国崛起了。然而,这些修建铁路的主力军,被后人称为"道钉"的铁路华工,却"沉默"地消失在历史的汪洋中。他们绝大多数来自广东江门。

在这样的历史节点上,媒体如何主动作为?又能有怎样的作为呢?南方日报的做法获得了广泛好评,被中宣部阅评表扬,并获2014年度中国新闻奖国际传播类二等奖。

一、如何打捞"沉默的道钉"

打捞"沉默的道钉"就要有"道钉"精神,要借助这样的历史契机,做系统性、 开拓性的采访调研。

在整个采访中,南方曰报采访组坚持"三贴近"原则,将"走转改"精神

带到国外,被美国斯坦福大学及国内华侨史研究学者们称为"鲜活的历史打捞之旅"。

(一)做好学术史研究

做系统性打捞的第一步,就是要做好学术史研究,尽可能搜集到国内外关于"道钉"的报道和研究,并采访国内权威的专家学者。

为此,南方日报采访组到专门研究 华人华侨史的中山大学、五邑大学采访、 搜集了一批一手资料,又采访了长年研 究美国铁路华工史的北京师范大学退休 老教授黄安年,联系到斯坦福大学北美 铁路华工项目负责人费雪金、张少书寻 求帮助。

在这一过程中,采访组发现,目前国内外并没有对这段历史做过实地调研、考证,资料多来自分散的各类书籍。这样的研究现状更激励着采访组开展实地调研、打捞,尽可能地搜集一手资料,将新闻报道与修史有机地结合起来。

(二)做好国内实地采访

接着,采访组开展了大型的采访计划。

实地采访起于"道钉"的故乡——

江门。150年前,从美国归国的商人李天沛回到家乡——台山大江镇水楼村,招募了大批同乡前往美国修筑铁路,才有了"道钉的故事"。于是,采访组赶赴水楼村,并采访了考证过李天沛其人的五邑大学老教授梅伟强,进而还李家族增认定了李天沛招工的场景。采访组还在李家族,采访了八旬老人讲述祖辈传下来的华工出海的故事。当地俗语"打个乞炽,沛吉利惠"便反映了李天惠四个同族兄弟把村里人带去美国、加拿大打工的历史。

(三)赴美进行实地采访

为了更加真实地感受当年太平洋铁路华工筑路的艰辛,打捞"沉默道钉"的故事,南方日报两个采访组:第一组循着当年华工们的足迹,驱车从旧金山到加州首府萨克拉门托,再寻找铁路古迹一路进行采访,直至东西铁路合拢地——盐湖城;第二组走访美国的历史协会和铁路博物馆,寻访多名华工后人,做口述史采访,为历史存档。

为了精准找出铁路古迹,第一组在中美两国寻找当年修建铁路的文字档案、老照片、老报纸,对照着驱车,在美国西部的崇山峻岭与绝壁深谷之间艰难找寻铁路古迹、寻访华工后裔、采访专家学者,行程超过3000英里。

"你脚下所站立的地方就是美国第一条跨州铁路西段开始的地方……"清晨,美国西部的阳光打在木牌上。这里是加州首府萨克拉门托的老火车站。采访



赵杨, 南方日报时政新闻部政法新闻工作室主任,"再寻沉默的道 钉"系列报道主要采访成员之一

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



组对"沉默道钉"的追寻由此开始。

自此向东,采访组在荒僻的野外找到了华工参与开凿的"布鲁默深槽"。当年,铁路修到这里时被一座山截断,鹅卵石的山体松散易崩塌,没法修隧道。就在筑路队伍一筹莫展之际,华工来了。他们借鉴中国古代工程施工的开山方式,硬是将山从中开出一个倒梯形的深槽。

一个半世纪过去了,这道 300 多米 长的狭窄深槽依然完好。采访组看到,深 槽两边断壁与槽底呈 75 度往天空伸展, 每次火车驶过,深槽两侧还会滚下鹅卵 石,而倒梯形结构的秘密就是为了不让 石头砸到火车。华工这一创举征服了铁 路公司的负责人。此后,他们被大规模招 募,最后占到了中央太平洋铁路筑路大 军 85%以上。

继续向东,采访组驱车到达小城奥本。老火车站遗址附近矗立着一座"中国苦力"雕像:头顶斗笠、身着中国服饰、高颧骨的华工推着独轮车,双眼注视着前方,前倾的身体充满了力量感。在奥本,采访组采访了当地博物馆的讲解员,并搜集到多张反映华工修筑铁路的图片,讲解员说:"这条铁路是华人推进到奥本的」"

采访组沿着铁轨走来,一路向东,在 美洲人河谷上找到了合恩角,那里火车 声依旧。当年华工们借助开凿中国古栈 道的方法,将自己悬于半空中,点燃炸 药,开山辟路。(图1)由于人迹罕至,采 访组一行还引来了美国消防员和警察的 盘问,得知采访组的采访计划、检查了证 件后,他们竖起了大拇指,说了声"GOOD JOB!"。

为了寻找华工当年挑战的雪山传奇,采访组登上了5月仍在飘雪的塞拉岭,寻访华工当年凿穿的隧道和修建的"中国墙",遥想华工们当年冒着严寒,用铁铲、锄头一点点地打穿花岗岩山体,却留下了一路的尸体。

为了寻找当年华工的宿营地与部分华工的埋骨之所,采访组穿过雪山,行走在荒漠间。那里骄阳似火,龙卷风时而大作,华工们当年在那里征服了高温难耐的大沙漠和漫无边际的大盐湖。在铁路沿线的温尼马卡小镇,采访组又搜集到了很多反映当年铁路华工工作生活以及当地唐人街形成与消亡的历史资料。(图 2)

经过多方挖掘,采访组得知,铁路边的拉夫洛克小城附近,有一座华工墓地,于是立马驱车前往。只见山脚下,37个小土丘,经过百余年风沙的侵蚀,几乎被掩平。附近一个简易的牌坊,上面写着"中国人墓地"的英文。小城世世代代都说,这是太平洋铁路华工的墓地。没有墓碑、没有片纸记述,他们已在此孤独百余年。

一位白发苍苍的美国老人受华人好友的嘱托,自愿守护着铁路华工墓地。 (图 3) 采访组买了鲜花准备去祭奠,可是,老人却拿来了香烛、纸钱。他说,这才是中国人祭奠先人的礼数。

老人逢清明节便会来此焚香烧纸。 他说,没有铁路,就没有拉夫洛克,华工 在修建铁路中牺牲了,我要用余生守护



图 3 在拉夫洛克小城,一位美国老人利 维受华人好友嘱托,自愿守护着铁路华 工墓地





图 1 位于美国西部内华达山脉的合恩角,被称为太平洋铁路的另一个奇迹。 华工用智慧、汗水、鲜血乃至生命硬是在绝壁中开出一条狭小的通道,然后再 一点点扩宽,最后在美洲河谷之上铺出了一条铁路路基

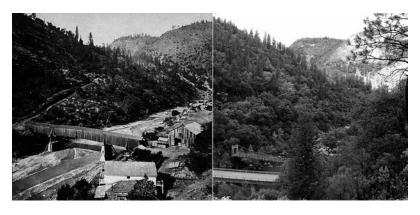


图 2 铁路华工挑战高温难耐的内华达大沙漠,在铁路边搭起帐篷休息。如今,铁路已经改道,仅留下荒漠与枯草

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



这块墓地。百年后,他就躺到这片墓地的旁边,和他们相伴而眠啦。

采访组一路行至当年中央太平洋铁路与联合太平洋铁路的合龙地。后者始自奥马哈从东向西建设,两条铁路连接后,便与东部铁路连为一体,横贯东西。采访组参加了这条铁路"竣工 145 周年纪念活动",并在现场采访了多位华工后裔,见证了历史性的一幕。

二、如何讲好"道钉故事"

就在华工用自己的生命修筑铁路,成就美国梦想后,太平洋铁路修成 13年后,一场对华工造成巨大冲击的"排华法案"出台,华人成为美国社会的众矢之的,形象被指不堪。

旅美学者赵汝诚生前曾写了一部名为《旅居者与移民——美国太平洋铁路华工与爱尔兰劳工报纸形象分析》的专著,对报纸中的华工形象进行了分析,发现美国媒体对华工充满了傲慢与偏见。

西方学者萨义德在《东方学》中曾引用马克思的话说:"他们无法表述自己;他们必须被别人表述。"

虽然近几十年,在不少旅美华人华 侨的抗争下,美国官方和主流社会开始慢 慢承认当年的错误,但是力度仍然不够。

南方日报"再寻沉默道钉"的系列报道就是希望将华工的血泪史传播出去,并获得国内外民众的认可,展示华工们的历史贡献与"道钉"精神。

国际传播的效果与新闻作品的品质 直接相关。要让新闻作品获得不同文化 理念人群的认可,传播的针对性、可读性 都要强,要用翔实的史料、扎实的调查、 权威的论断,讲好故事。南方曰报采访组 是这样做的:

(一)专题报道、沿线纪行、铁路古今 对照等相结合,讲述铁路华工血泪史

2014年5月14日至5月30日,南方日报在显著位置推出"再寻沉默的道钉——纪念华工参建美国中央太平洋铁路150周年"系列报道。报道一共12期,其中10期采取了专题报道、沿

线纪行、铁路古今照片对比相结合的方式。(图 4)



图 4 2014年5月14日,南方日报头版报道《150年后,再寻沉默的道钉》通讯文章

每一篇专题报道,都融汇了口述史 采访、专家访谈、首度发掘的历史资料和 现场实地采访获得的资讯与灵感,然后 以讲故事的办法娓娓道来。

这些专题报道包括:《百余年前超 1.2万华工远赴美国修铁路,九成来自 广东四邑地区——华工用血汗筑成美跨 州铁路奇迹》,用口述史和实地考证的 方式讲述当年这支筑路大军是如何组 成,为什么四邑华人会远渡重洋到异国 他乡修建铁路:《铁路华工后人赵耀贵 66 岁起研究华工历史——"我骄傲我是 '苦力'的后代"》在国内外首次披露美 国工程师、华工后人赵耀贵对铁路华工 的研究、考证,借以讲述当年华工的血 泪史: 《特定族裔歧视, 华人自此妻离 子散》一文通过采访数位华工后人,讲 述华工家族在大时代变迁中的境遇; 《魂归故里无人识 客死他乡谁守护》 一文讲述了采访组在江门华工义冢和美 国无名华工墓地采访到的故事;《美国 报纸对华工充满"傲慢与偏见"》首次披露旅美学者赵汝诚对报纸中铁路华书赵汝诚对报纸中铁路华家的分析,并利用史实和权威专家迟明的荣誉》一文以现场直击的方式,报后人立即中央太平洋铁路竣工 145 周年纪念活动,并展现华工后人、当地华裔受上,当地华裔一个"寻求与广东合作保护铁路等了,一个"寻求与广东合作保护铁路等工,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等,一个"寻求与广东合作保护铁路等。"》、《美国犹他州多元文化事务等,以及对达接受南方对华工贡献的新认识及对达去不公正做法的反思……

沿线纪行则以行思的笔触报道采访组赴美,一站站找寻、采访铁路古迹的过程、发现与感悟。(图 5)



图 5 南方日报两个采访组的路 线图见报

此次报道的另一个点睛之笔便是南方日报"太平洋铁路"的古今照片对照。 采访组在各大历史档案馆以及书籍资料中找寻出数十幅中央太平洋铁路当年在建时的老照片,据此寻访故地进行采访,并拍摄了老照片所摄地今日的面貌。古今对照,让读者产生历史穿越感,也将读者们带入那段尘封的历史。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



(二)用生动的讲述,真实、细致、感 人的笔触,报道铁路华工的故事

在实地探访以及与华工后人对话的 过程中,采访组收获了大量让人动容的 细节。在文本写作过程中,记者非常注 意借鉴海外媒体的叙述方式,把形象的 "肉感写作"与凝练的"骨感写作"相 结合,从微观的生活场景切入,讲好道 钉故事。

"'你不是说去杂货店买东西吗?怎么一走就是70年?!'比尔的中国奶奶望着时隔70年才从美国返乡的丈夫,泪流满面。"这是南方日报记者在洛杉矶华美博物馆采访时,78岁的比尔动情讲述祖父母漫长等待时的辛酸记忆。没有宏大叙事,一句话,大大拉近了时空距离,让读者身临其境。

"'彩合姑、秋三号'这是一位女性 遗留于世上的唯一印记。在一排排由灰 色构筑的墓冢间,这最后的印记依附在 一块红砖碑上。她叫彩合'姑'或许暗 示着她仍未婚嫁。'秋三号'则是她的 遗骸从海外运回时的编号。"这是南方 日报记者在侨乡新会寻访华侨义冢时的

图 6 2014年5月20日,南方日报推出的报道

发现和感悟。

这些细节大大增强了报道的可读性、真实性和感染力。

报道推出之后,在中美两国产生广泛影响。中山大学、暨南大学、五邑大学以及美国斯坦福大学等高校都收藏了系列报道,作为珍贵的史料。《广东华侨史》编修工作领导小组办公室、广东华侨华人研究会专门召开"华工与美国中央太平洋铁路建设"座谈会,邀请南方日报采访组介绍采访发现。与会学者认为,此次系列报道既填补了国内研究的多项空白又起到了很好的宣传作用。

南方日报采访组重史料、重实地、重细节的讲故事的方法,既增强了报道的深度和可信度,又提高了传播效果,对国际传播而言具有较强的创新意义。(图 6)

三、如何传播"道钉精神"

国际传播的效度除了有赖于讲故事的方式方法,还有赖于传播的平台与渠道。

以往,谈及传播渠道,人们往往指的



图7 美国《侨报》头版转载南方日报《150年后再寻沉默的道钉》通讯文章

是在哪个媒体上传播。但随着个人、媒体作为行为体在国际社会作用的不断提升,一个重要的新闻采访计划甚至能发挥出公共外交的效果。

此次系列报道,采访组一方面在海外新闻传播上发力,一方面又通过采访行动一路宣讲了"道钉"的故事,传播了"道钉精神"。

(一)通过海外版对外宣传,实现高 品质、有实效的国际传播

为了提升国际传播力,南方日报创新国际传播方式,利用与数十家海外传媒建立的合作关系,向多家华文媒体推荐该组报道,使整个调研采访在海外媒体得到了精彩呈现,进一步扩大了报道的覆盖面和影响力。美国《侨报》、《欧洲时报》、《加拿大商报》、《美洲商报》、《欧洲商报》、《欧洲商报》、柬埔寨《华商日报》、泰国《星暹日报》、美国《东方报》、《美中报导》等媒体相继转载、推出相关报道。(图7)

多家华文媒体反馈称,系列报道深 受海外华人华侨读者的好评,并成为华 人社团热议的焦点。

(二)通过海外采访,一路宣讲"道钉故事",在沿线的政界、学界、侨界、媒体界产生广泛影响

采访组沿着中央太平洋铁路古迹, 采访沿线美国居民、历史协会专家、相关部门负责人,并寻找铁路华工后裔,搜集整理大量口述史资料的行动受到了美国沿线政界、学界、侨界、媒体界的关注。让采访本身变成了一场宣讲道钉故事的公共外交行动。

得知南方日报的采访行动,旧金山市市长李孟贤和犹他州州长代表、多元文化事务部部长中野女士分别会见了采访组表示感谢。李孟贤称:"华人的丰功伟绩曾因种族歧视而被尘封,但时至今日美国正在修正当年犯下的错误。"他表示,希望与广东合作保护铁路华工的历史。中野女士听完采访组挖掘的历史故事,表示铁路华工故事应写入美国教科书,她会大力推动此事。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]() 学习讲话精神 履行职责使命征文



斯坦福大学北美铁路华工项目负责 人费雪金和张少书专门组织召开学术交流会,请采访组介绍采访发现,并交流 下一步的研究计划。他们说,南方日报 的努力给作为学者的他们增加了研究这 段历史的动力。

采访组艰难找寻到的十余位铁路华工后人,以及那些为采访组提供了很多帮助的美国华人社团的成员们听了采访组挖掘的故事后,既感动又自豪,其中很多人表示要组团回广东寻根。那些被采访组采访过的美国居民,听了采访组的讲述,对华工的贡献也连连称赞。

《星岛日报(美西版)》记者得知 采访组在加州的采访行动,专程采访了 采访组成员,并在头版头条刊文《华人 重走兼凭吊华工血泪路》称赞南方日报 的报道具有历史意义。除了美国华文媒 体外,BBC、CNN以及盐湖城当地具有 重要影响力的英文报纸《盐湖城论坛 报》也都报道了采访组一行,在国外产 生了广泛影响,以下为旧金山市长给南 方日报发来的感谢信。

翻译内容:

致南方日报:

非常感谢你们为讲述美国太平洋铁 路华工的历史所付出的努力! 这些故事 将会填补历史的空白,而这恰恰是我们



图 8 华人在铺设铁轨 (记者摄于旧金山华人历史社会博物馆)

的子孙后代需要知道的。祝越办越好! 旧金山市市长:李孟贤

当前,中美关系正处于战略互疑的 敏感期,南方日报"再寻沉默的道钉" 系列报道讲述华人故事,不仅传播了铁 路华工的历史贡献,还唤醒中美两国间 共同的历史记忆,传播了中美关系的正 能量,为推进中美民间友好交往和新型 大国关系建立挖掘了新的历史渊源和情 感依据。

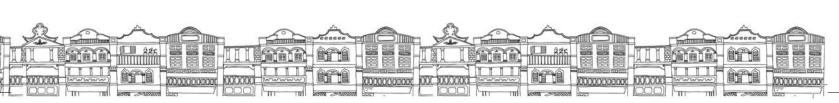
2015年9月23日,习近平主席访美的第二天,面对来自美国各地的华人华侨们,他也讲述了"道钉"的故

事。他说,中国华工以血肉之躯铺就了通往美国西部的战略大通道,创造了当时的工程奇迹,带动了美国西部大开发,成为旅美侨胞奋斗、进取、奉献精神的一座丰碑。(图8)

聆听习主席的演讲,笔者无比欣慰。南方日报采访组横跨美国西部,打捞"沉默的道钉",也是在挖掘"中国人帮助美国实现国家梦想的历史",更是挖掘深埋在美国土地中的、华人用血肉之躯树立起的那一座"奋斗、进取、奉献精神的丰碑"。

(本文编辑:陈士军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



微信舆论场:

传统媒体创新舆论引导工作的新阵地

宋欣政

【摘 要】 习近平总书记关于新闻舆论工作的重要讲话,深刻阐述了新闻舆论工作的重要地位及作用,并对新的时代条件下如何做好党的新闻舆论工作作出战略部署。社会化媒体时代,人们接收和发布信息的方式发生显著变化。过去传统媒体一元建构的媒介环境正在被新兴媒体多元建构的媒介环境所取代,逐步形成"主流媒体舆论场"与"民间舆论场"并存的社会舆论格局。以微信为代表的新媒体平台越来越成为网络舆情的集散地、公众舆论的放大器。传统媒体如何利用微信传播信息、引导舆论,提高新闻舆论传播力、引导力,是新时期新闻舆论工作的关键。

【关键词】 微信/新闻舆论/舆论引导/传统媒体

2016年2月19日,习近平总书记主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话,强调"党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话,强调"党的新闻舆论工作是党的一项重要工作,是治国理政、定国安邦的大事,要适应国内外形势发展,从党的工作全局出发把握定位,坚持党的领导,坚持正确政治方向,坚持以人民为中心的工作导向,尊重新闻传播规律,创新方法手段,切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力"。

在中国社会转型的大背景下,社会 舆论控制打破一元化格局。社会利益诉求的多元化和社会成员价值取向的多样 化,使社会舆论空间不断扩大,形成多 元舆论场并存的社会舆论格局。传统媒 体要做好新闻舆论的传播与引导工作, 就必须在新时期尊重新闻传播规律,坚 持正确舆论导向,创新方法手段,借助 新兴传播技术与平台,结合自身优势做 文章。

根据腾讯发布的《2015 微信用户 数据报告》显示,微信月活跃用户已达 到 5.49 亿,用户覆盖 200 多个国家、超过 20 种语言。此外,各品牌的微信公众账号总数已经超过 800 万个,移动应用对接数量超过 85000 个。基于微信所特有的技术属性与功能,由此形成的微信舆论场影响力不容小觑,也应当视为新时期传统媒体创新舆论引导工作的新阵地。

一、微信舆论场的特点

(一)强关系下的高效传播

微信作为以即时通信为特点的社交工具,自出现起就以关系为核心,以人际传播为主要形态。微信用户之间,通过手机通讯录、00 好友,通常建立起较为亲密的熟人关系,具有高度的实名化与私密性特点。基于用户之间的强势,不足力,都会即时出现在好友的朋友圈中,并形成信息的刷屏式传播。同时,由于用户之间已经建立起一种长期稳定的关系,在对微信上的信息做出判断时,通

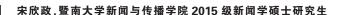
常具有较高的信任度,形成强关系下的 "口碑式传播"。

(二)舆论信息的选择性接触

选择性接触理论认为, 受众在对大 众传播活动进行接触时,往往更加愿意 接触同自己既有立场、观点或者态度一 致或相似的媒介或内容, 且有意无意地 回避与自己既有立场相违背的媒介或内 容。一方面, 微信用户的好友关系经过 一定人际交往选择后形成,这使得用户 在朋友圈接触到的信息同传统的大众传 播媒介(广播、报纸、电视)相比,信 源过于单一、意义解读片面化、信息链 条不完整。另一方面,用户对于微信公 众号的订阅常基于个人情绪、兴趣、价 值观念,这种选择使得用户无法接触到 更具广度的信息,因此在对社会行为做 出决策之际,无法获得全面的信息支架 与参考。

(三)多媒体的传播渠道

智能手机曰益丰富的技术特点与属性功用使得网络舆情在移动互联网时代形成多媒体式传播。首先,智能手机的便携式、移动化使得用户可以随时随地完成信息的发布、阅读与转载。其次,伴随 4G(第四代移动通信技术)的完成信息的发布、阅读与转载。其次,为则论信平台将为网络舆论的产生和制力能,如 LBS(位置定位)服务、附近的人、漂流瓶、微信群聊,多样的传播渠道和表达方式满足了用户的多石需求,为舆论表达提供了更为丰富的路径与技术支持。





岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



(四)舆论传播的精准直达

"微信点对点传播的属性使它具备了 精准传播的特征,微信是一个深度信息 精确到达的平台, 微信用户之间的关系 相对密切,对信息的了解也较为深入, 这就使得多数商家也利用微信进行精 准营销。"^①针对特定群体完成特定主 题或事件的舆论引导, 离不开信息的精 准传播。相比传统媒体看不见的受众, 微信公众号订阅用户的年龄、性别、地 域等数据统计为舆论引导提供了较为明 确的目标受众。另外,与微博上舆论信 息的广场式聚合相比,通过微信公众号 传递和引导舆论提高了信息的实时接收 和有效到达。通过微信发布的信息将直 达手机终端,避免了因刷新或离线造成 的信息遗失,提高了舆论引导的效率与 质量。

二、传统媒体针对微信舆论的 引导现状

在本次座谈会上,习近平总书记强调"随着形势发展,党的新闻舆论工作业须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制,增强针对性和时效性"。

目前,传统媒体针对微信舆论场进行引导可以分为两大路径。一方面,传统媒体通过对微信用户所关心的重大、意外、突发事件进行跟进报道与评论,达成引导公众的目的,这一过程相对被动。另一方面,传统媒体纷纷通过开设微信公众号主动抢占引导高地,争取目标受众的信任与支持。

(一)针对微信舆情的被动引导

1.多元與情扩散与传播中明确引导 主体

社会化媒体时代,突发事件的传播超过一地范畴,短时间内即可进行跨时空传播。"微信由于其自由、开放、互动的特点成为人们传播观念、表达主张、宣泄情绪、引导舆论、影响公众的主阵地,但微信传播的平权性也模糊了舆论引导主体。""针对牵涉众多利益团

体的突发事件,传统媒体"必须把政治方向放在第一位,牢牢坚持党性原则,牢牢坚持马克思主义新闻观,牢牢坚持正确舆论导向,牢牢坚持正面宣传为主"。明确传统媒体传递事实与真相的社会守望者角色,承担起引导社会的敌人生护主流价值观念的责任。只的指导主体,在新闻专业主义的指导下,即时传递真实信息,才能尽快消除公众对于信息的不确定性,消除不利间引导的社会恐慌心理,第一时间引导舆论,力争成为社会的稳压器和协调器。

2. 重大、意外、突发事件背后的 解读与舆论导向

习近平总书记指出,"新闻舆论工 作各个方面、各个环节都要坚持正确舆 论导向。"突发事件具有意外性、重大 性和群体利益相关性的特点。在公共危 机爆发时,极易造成信息的误读、误解 和误传。微信为公众个人或组织提供了 发现问题、表达诉求的平台, 媒体则通 过深度报道进行事件的分析、意义的解 读、事态的趋势预测与评价, 发挥其社 会动员, 教育大众, 普及知识的功能与 职责。以缅甸军机炸弹落入中国云南边 境造成我国公民伤亡事件为例,事件发 生后,《新京报》将连续客观报道与专 家权威分析相结合,通过微信公众平台 "新京报评论"发表多篇评论与报 道——《中缅边境事件别被"烟幕弹" 迷惑》, 提醒网民保持足够定力, 避免 被情绪、舆论和各种信息冲昏头脑、牵 住鼻子, 起到重要的事件解读与舆论导 向作用。

(二)利用微信公众号主动引导

微信公众号是腾讯公司在微信原有功能基础上新增的功能模块,通过这一平台,无论是机构还是个人都可以实现和特定群体的沟通互动。"微信公众平台促使社交网络从原来的浅社交、泛传播、弱关系,向深社交、精传播、强关系转变,实现深度信息精准到达。"③

首先, 微信公众号具有明显的大众

传播机制。微信的产品性质为移动社交应用,但目前传统媒体开设的微信公众号,都具备一对多传递信息、引导舆论的特征。微信用户主动关注传统媒体的微信公众号,表明用户对于传统媒体影响力、公信力的认同,这种极强的话语影响力,使得传统媒体的意见解读具的较高的接受度。同时,微信公众号的内容则由传统媒体专业的采编人员完成,新闻事件的报道与评论饱含传统媒体的两个分,专业精神。传者与受众的呼应机制促进了舆论信息的良性交流与传递。

其次,传统媒体通过开设微信公众号抢占互联网舆论高地,具有较小的试错成本。从当前的媒介生态格与来看,新旧媒体之间的边界正在消失,媒体的内容生产在被技术重新定共和国时也在悄然进行重构。谁能解决坏转回时也在悄然进行重构。谁能解决体转级换代的路径难题,谁就掌握了资讯的内容是难题,谁就能守住未来传媒领域的高级。谁能能守住未来传媒领域信息之后,是进行舆论引导,发展和布局属于联网思维,寻找转型突破口,从两更好的思维,寻找转型突破口,从而更好的思维,寻找转型突破口,具有较小的话话应当前的舆论格局,具有较小的话话成本。

最后, 传统媒体过去进行舆论引导 时,多为纯文字表达,微信公众号则将 文字、语音、图片和视频技术相结合。 以《东方早报》微信公众号为例,用户 只需要在该微信公众号主菜单回复关键 词"听见",就可以听到一条约为60 秒的语音消息,消息内容主要为当天所 发生的某一新闻事件速报或是针对该事 件的简短评论。另外, 传统媒体的微信 公众号窗口多为自定义菜单, 用户阅读 和浏览信息具有极高的自由度,通过回 复经过设置的关键词,就可以获取相关 新闻事件的推送解读,这种点播模式满 足了用户的个性化信息需求。开设后台 微信社区、文章原创评论, 微信用户也 可以在社区里对自己所关心的新闻事件

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



发表观点,从而形成新闻事件评论与解析的 UGC 模式。

三、善用微信新平台 创新舆论引导策略

习近平总书记强调,"要提高业务能力,勤学习、多锻炼,努力成为全媒型、专家型人才。要转作风改文风,俯下身、沉下心,察实情、说实话、动真情,努力推出有思想、有温度、有品质的作品。"传统媒体要用好微信新平台、引导好微信舆论场,应不断创新舆论引导策略,以改革创新助力新闻舆论工作。

(一)及时发布信息取代定时发布 信息

在"真理还未穿上鞋,谣言就已经 跑了半个世界"的网络舆论场, 信息的 及时发布与辟谣显得尤为重要。微信公 众号在时效性上落后于微博等其他社会 化媒体。碎片化的信息第一时间往往出 现在微博, 微信公众号则承担一定的信 息整理与后续的跟进报道工作,定时 发送为主的信息推送模式相比谣言的 病毒式传播,信息传递相对滞后。因 此, 在对微信舆论进行引导之际, 传统 媒体应以及时发布取代定时发布。借 助微信公众号便捷的信息发布渠道和 数量庞大的目标受众,及时发出传统媒 体的声音和舆论解读,增强传统媒体在 新闻事件第一时间、第一现场的话语影 响力和舆论引导力。这就要求传统媒体 目前所拥有的新媒体团队具备较强的新 闻信息采编能力和多媒体信息的制作能 力,从而及时推送适合微信用户阅读的"新媒体产品"。

(二)话题策划取代专题策划

传统媒体过去在进行舆论引导时, 多以专题策划为主,即有时间跨度的观 察、剖析同一现象,关注不同人群、不 同代际对于同一问题的不同态度。专题 策划目前作为报纸、杂志等纸质媒体的 一项经常性工作,在增强内容深度、报 道力度、把握现实性和影响力方面仍在 发挥着重要作用。在移动互联网的时代 背景下,相比较于对专题策划所形成的 严肃议题进行深度探讨, 微信用户之间 更倾向于对新鲜话题进行互动与分享。 因此, 传统媒体在对微信舆论进行引导 之际,应以互动话题策划取代专题策 划,从而吸引用户对于舆情的讨论,在 极强参与性的前提下形成微信舆论场中 的公共领域。

(三)转作风改文风 掌握新兴媒体 传播规律

传统媒体在运营微信公众号时,文本语系多以党政媒体的官方话语体系为主。打官腔,喊口号,自上而下一味输的多,互动分享接地气的信息少,本缺乏吸引力与创新感。传统媒体应转索和掌握新兴媒体的传播规律,辩弃过去的官话风,创新新闻报道和知知。时间,以两会期间《人民日报》微信公众号为例,该微信公众号推出《两会,这样影响"小明"的生活》一文,通过幽默风趣的语言和可爱的漫画人物"小明"向

用户解读两会给人民生活带来的切身影响。此后又在解读政府工作报告的《"任性"荣幸登殿堂 民本本是施政纲》一文中用"小明"举例子,将促进教育公平、控制城镇登记失业率等硬议题进行软报道,通过角色带入改进政治传播,增强了微信用户对于政府工作报告的理解,同时"任性""萌萌哒"等网络词汇的使用也改变了《人民日报》过去缺乏感染力的刻板印象。

习近平总书记在党的新闻舆论工作 座谈会上的重要讲话思想深刻、立意深远、高瞻远瞩、内涵丰富。不仅深刻阐述了新闻舆论工作的重要地位及作用,并对新的时代条件下如何做好党的新闻舆论工作作出战略部署。传统媒体要肩负起新闻舆论工作职责与使命,利用新平台,适应新形势,把微信舆论场作为创新舆论引导工作的新阵地,增强舆论引导感染力,切实提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

(本文编辑: 孙启军)

【注 释】

①詹恂、严星:《微信使用对人际传播的影响研究》,载《现代传播》2013年第12期,第112-117页。

②陈艳:《重大事件中微信传播的舆论引导》,载《新闻界》2014年第13期,第55页。

③姜胜宏、殷俊:《微信公众平台传播特点及对网络舆论场的影响》,载《新闻与写作》2014年第4期,第41页。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



践行讲话精神 加强网络侵权信息治理

刘涵

【摘 要】 习近平总书记高度重视网络信息安全和党的新闻舆论工作。他担任组长的中央网络安全和信息化领导小组成立两年多来,我国各方共同参与开展整治互联网低俗之风、整治网络欺凌暴力、清除网上敲诈和有偿删帖等一系列专项行动,网络空间日渐清朗。但仍然存在着诸多不容忽视的风险和问题。比如,网络有害信息持续泛滥、网络违法犯罪行为日益猖獗,特别是涉及公民隐私泄露、造谣中伤、人身攻击、以假乱真等问题举报日益增多。学习践行习总书记新闻舆论重要讲话,对于维护网络空间信息安全、推动互联网健康发展具有重要意义。

【关键词】 网络安全/网络治理/侵权信息

习总书记在讲话中明确指出,"要坚持党性和人民性相统一,把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动,及时把人民群众创造的经验和面临的实际情况反映出来。" 笔者作为网信战线密切联系群众的工作人员,每天都会接收到大量公众关于网络违法和不良信息的举报。本文结合习总书记的重要讲话精神,就人民群众反映强烈的网络侵权问题进行分析,从而试寻网络侵权信息的治理措施。

一、网络侵权信息具体类型

网络侵权的范围主要有侵犯肖像 权、隐私权、名誉权、知识产权等。笔 者主要梳理这些侵权信息的具体类型。

1.侵犯公民肖像权信息。肖像是公民"人格"的外在表现,与姓名一样, 具有专有权,但却屡屡被侵犯。主要表现为:一是未经公民同意或允许,在网上发布或转载其照片、视频,以达到提高点击率、营利等目的。此类情况较为多见。比如,有患者在一家医院就诊后,该医院未经该患者同意,在其网站 上登载该患者就诊时的照片及患病资料,称患者经过该医院的诊治已痊愈。该医院的意图是将此案例作为广告宣传,赢得其他患者的信任,赚取更多利益。二是不以营利为目的,但未经公民同意善意使用其肖像,或者虽经公民同意,但使用人使用时的方式和范围失当。比如,亲朋好友聚会时,互相拍照以留作纪念,有人将照片发到 QQ 空间、微信朋友圈等,被一些网站转载,给肖像权人造成精神上的损害。三是网上恶意丑化、玷污、毁损他人肖像。四是擅自创制公民肖像,公布于网络。

2.侵犯公民隐私权信息。大多数公民都不同程度地遭遇了网络侵犯隐私权的问题。一是未经公民许可,在网上公开其姓名、住址、身份证号码和电话号码。比如,有人通过微博等平台,发布多家媒体工作者的姓名、职务、手机号码等,给他们的工作生活造成了很大影响;有人非法集纳快递单信息,显示网购消费者的姓名、住址、电话等隐私信息,在淘宝店铺或专门开设网站大量售卖。二是未经公民允许,公布其财产状

况。比如,有人在网上公布某明星的豪宅的坐落地址、面积、图片等信息。三是将公民社会关系公之于众。四是将公民两性生活向社会公布。五是泄露公民资料,或故意公之于众、扩大公开范围。比如,有培训机构在其网站公布学员姓名、学历、培训内容等资料。六是未经公民许可,擅自公开其秘密。

3.侵犯公民、法人和其他组织名誉 权信息。近几年来, 网络恶意攻击、诽 谤公民、法人和其他组织的信息日益增 多,被攻击诽谤的对象主要有党政机 关、服务型机构及党政机关领导干部、 企事业单位高管、各界名人等。一是以 语言、文字、漫画等方式贬低公民人 格、毁损公民、法人和其他组织名誉。 二是散布虚假信息, 贬损公民、法人和 其他组织名誉。比如,有人通过博客、 论坛等平台发布"某地区查出大老虎贪 污受贿"的虚假文章,但该信息并未经 纪委、检察机关等官方渠道查实并通 报。三是新闻报道失实,致公民、法人 和其他组织名誉受损。比如,一批公众 账号冒用某集团董事长名义发布、传播 有关"淘宝不死,中国不富,活了电 商,死了实体"的文章。四是对公民、 法人和其他组织的评论明显不符合实际 情形, 致使其名誉受损。比如, 某食品 集团有限公司曾遭受"饮料中含肉毒杆 南"等谣言诽谤、品牌形象受损、部分 商品被下架。

4.侵犯公民、法人和其他组织知识 产权信息。一是侵犯著作权。未经著作 权人(单位)许可,在互联网上发表其



刘涵,中央网信办违法和不良信息举报中心工作人员

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



作品;歪曲、篡改并在互联网上发表他人(单位)作品;剽窃并在互联网上发表他人(单位)作品。二是侵犯商标权。未经商标注册人(单位)许可,在网站或网页上使用与注册商标相同或标,将与他人(单位)注册商标相同或者近似的文字作为网站或网译他加强,误导公众;复制、模仿、翻译他加强,误导公众;复制、模仿、翻译他加强,误导公众;复制、模仿、翻译他加强,是是侵犯专利权。三是侵犯专利权。未经许可,在网站或网页上使用他人专利证书、专利文件,在网上发布。

5.仿 (假)冒网站。目前,假冒党 政机关、学校、银行、新闻媒体、杂 志、娱乐节目官网的"山寨网站"从事 欺诈活动现象较为普遍。这些"山寨网 站"擅用正规网站名义实施诈骗,不仅 给公众造成困扰、带来经济损失或人身 伤害,甚至直接影响了党政机关、企事 业单位的公信力。比如,有些网站冒充 人社部、保定市政府、山西省安监局等 政府部门官网,推广制售假证等业务; 有些网站以住房城乡建设部名义,组织 建设领域专业技术人员、注册执业人员 和特种作业人员考核、发证, 骗取钱 财。有些网站仿冒人民网、中国日报、 中国新闻网、干龙网等新闻网站,发布 时政类新闻、虚假广告信息。有网站假 冒鲁迅研究月刊,向投稿人索要版面 费。有84家自称"北京大学培训网" "北京大学研修班"的网站,冒用北京 大学名义,开展教育咨询和培训活动, 影响了北大的正常教学秩序。

二、网络侵权信息特征及治 理难点

1.易发布。从硬件载体讲,在高速发展的互联网时代,任何一个人只要在连接网络的状态下,不论是通过电脑还是手机,都能随时随地发布信息。从构思内容,到输入编辑,再到点击发布,通常在几分钟内能即可完成。既方便又快捷。从发布者主观行为讲,他们普遍

认为公民有言论自由权利,通过网络平台发布信息可以在无需成本支出的基础 上即可实现信息交流共享、营利的目的。

2.传播快。互联网具有平台多、传播速度快、影响力广等特点,加之大多数网站往往对于一些负面信息、热点信息更加"敏感"、更加"青睐",有些媒体缺乏对新闻信息真实性的基本判断,审核把关不严,编辑随意发布或转载,不容易被监管。因此,在一条侵权不良信息发布以后,往往可以在非常短暂的时间之内就能传遍整个网络,一时间被几亿人浏览、转载,甚至会引发一连串的评论。

3.清除难。由于发布和转载的有境内网站,有论坛、社区、博客、微博等互动平台,有微信、QQ等即时通信工具,有移动客户端、应用商店等平台,甚至还有境外网站。因此,侵权信息特别是诽谤信息一旦被登载,想要清除干净,将是一项非常困难的工作。目前也很少有全部清除的先例。

4.维权成本高。对于被侵权人来讲,有时可从发布信息内容大致可以推断出侵权主体,但有时无法推断侵权主体。在整个过程中,侵权信息发布者、传播者、网络服务提供者、搜索引擎等都可以被认定为侵权主体,这也给监管部门集中管控带来一定难度。被侵权人如果通过司法途径维权,从收集证据澄清事实,到提起诉讼、司法机关审理、判决,整个过程也需要付出更多的时间成本和经济成本。同时,也给被侵权人带来了沉重的精神压力和心里阴影。

三、网络侵权信息治理措施

网络侵权信息治理涉及监管部门、 行业协会、互联网企业、服务商、技术 研究者、媒体机构、网络用户等多个方 面,近几年来,我国在网络侵权治理方 面做了大量工作,笔者认为还要加大力 度,多方发力、多措并施,共同打造文 明健康的网络空间。

第一,完善侵权相关法律法规。近

几年来,我国相继出台、修订了一系列 有关网络侵权管理的法律法规、司法解 释、行政规章。如 2012 年 12 月实施 了《全国人民代表大会常务委员会关于 加强网络信息保护的决定》; 2010年7 月实施了《中华人民共和国侵权责任 法》: 2013年1月、9月和2014年 10 月分别实施了最高人民法院《关于 审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件 适用法律若干问题的规定》、《关于办 理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适 用法律若干问题的解释》、《关于审理 利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案 件适用法律若干问题的规定》。2014年 中央网络安全和信息化领导小组办公室 成立后,协调相关部门出台了《即时通 信工具公众信息服务发展管理暂行规 定》、《互联网用户账号名称管理规 定》、《互联网新闻信息服务单位约谈 工作规定》等规范性文件。这些法规及 司法解释对规范网络行为、维护网民网 络合法权益起到了积极作用。但在当前 网络侵权形势日益复杂多变的情况下, 有必要制定单行法律,对侵权认定、管 辖权的适用、举证及违法成本等方面作 具体规定,从而为更有效地预防和治理 网络侵权提供更为明确的法律依据,有 效降低侵权事件的发生。

第二,加强网络监管和打击力度。 一是加强网络信息搜索巡查。网络监管 部门要积极充分发挥职能作用,加强网 上常规巡视和搜索巡查, 重点对那些带 有人身攻击、影响社会稳定的不良信 息,及时封堵、删除,并与公安机关联 手依法查处,随时随地跨地域进行责任 追究,严厉打击网络侵权行为。加大对 侵权人的追责惩罚力度, 提高侵权行为 成本。二是对首次发布恶意攻击、诽谤 他人言论和虚假报道的网络用户进行严 厉的责任追究。可以故意扰乱社会秩序 罪对其进行治安处罚或刑事处罚。三是 对不加鉴别, 随意转发侵权信息的记者 编辑及网络服务提供者进行连带责任追 究。不论是首发还是转发信息,都要经

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



过严格的审查把关流程,应建立媒体主编或责编引咎辞职制,转发媒体和个人应该对转发内容负有把关责任,对于加鉴别随意转发者,可视为从犯,应证的意转发者,可视为从犯,应进相应连带责任,给予高于其商业利益的赔偿金惩罚,使其承担法律责任和商业形象的损失。四是加大对管理不利媒体的惩罚力度。如网络服务提供者和现侵权存在而未及时采取措施,要对是以免权存在而未及时采取措施,要对政规以免,应给予相应的行政处理和经济处罚,情节严重社会影响恶劣的要移送司法机关追究法律责任。

第三,落实媒体把关责任。习总书 记指出,真实性是新闻的生命。要根据 事实来描述事实, 既准确报道个别事 实,又从宏观上把握和反映事件或事物 的全貌。媒体作为网络信息服务提供 者,要牢固树立把关意识,分清责任, 明确制度。要坚守信息真实性底线,激 浊扬清、明辨是非, 理性判断、理性发 声,向社会传递正能量。发表批评性报 道要事实准确、分析客观。要定期对登 载信息进行自查自纠, 一旦发现侵权信 息,要及时采取删除、屏蔽或断开链接 等措施。要加强对相关人员业务考核, 对于不遵守规章制度、随意发布或转载 未经有关部门核实查证、攻击诽谤他人 信息的行为, 应给予严厉惩罚。

第四,加强行业自律,营造健康向上的网络环境。一是推进公民、法人和其他组织信用体系建设。在一定程度上推行网民网络实名制。网民在网站注册时可采取"后台实名,前台自愿"的原则,既可以保护网民的隐私,又可以在侵权事件发生后申请公安机关向网络服

务提供者调取侵权人的登记、注册资料 等真实身份信息,实现对侵权用户责任 的有效追究。利用全国统一的信用信息 共享交换平台等政府网站, 要加强侵权 假冒案件等信息公开,建立失信企业 "黑名单"制度,完善信用评价和失信 行为联合惩戒机制。二是提高网民及从 业人员的道德素养。行业组织要定期收 集发布网络侵权的典型案例,通过多种 渠道进行宣讲, 教育广大网民自觉维护 网络秩序, 营造风清气正的网络环境。 要经常性地开展新闻职业精神和职业道 德的教育,增强自律意识。教育网络采 编人员、审稿人员、技术保障人员严格 遵守我国互联网管理法律法规, 始终牢 记习近平总书记对新闻舆论工作者提出 的"高举旗帜、引领导向,围绕中心、 服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风 化人、凝心聚力, 澄清谬误、明辨是非, 联接中外、沟通世界"的职责和使命, 积极维护网民权益、凝聚行业正能量。

第五,加强宣传教育,提高公民、法人和其他组织信息保护和维权意识。一是制作有关预防和保护公民信息的知识和方法的通俗易懂、简单实用的公公广告、视频等,通过广播、电视、行造、通过广播、电视等多户端等多户端等多个进行宣传推介。二是各级机关、开展外介进行宣传推介。二是各级机关、开展对价,对应的教育和培训,引导广大网及经营息注册登录、浏览等和路域,以其检查风路的数值息、网络购物、交流沟通等网络信息、网络购物、交流沟通等网络信息、网络购物、边,其储隐私设置等,避免在网上存储隐私行户,分级信息。单位要根据实际情况配备舆情监控系统,安排人员实时监测,确保舆情信

息安全。三是在不幸遭遇侵权时,第一时间开展自查,查询侵权信息源头,迅速向网络监管部门举报。同时,迅速联系侵权人,要求其立即停止侵权,并消除侵权影响;如无法找到侵权人,可联系登载侵权信息的媒体,在提交相关证明的基础上申请删除侵权信息。如以上方式无法解决,可通过司法途径维权。

网络侵权信息治理关系到公民、法人和其他组织的切身利益,需要全社会共同参与。规范网络行为,净化网络环境,必须以习总书记有关新闻舆论工作重要讲话为依托,实施综合治理,才能最终营造开放、规范、文明、安全的网络环境,使互联网成为传播先进文化、促进社会和谐的重要阵地。

(本文编辑: 孙启军)

【参考文献】

[1]尚遥.网络媒体侵权的成因、危害及对策建议[J].今传媒,2014(5):28-30.

[2]邓莉.网络侵权行为的预防与治理[J].管理观察,2011(6):17-18.

[3]《中华人民共和国侵权责任法》 第四章第三十六条:网络用户、网络服务 提供者利用网络侵害他人民事权益的, 应当承担侵权责任.

[4]徐伟. 网络侵权治理中通知移除制度的局限性及其破解[J]. 法学,2015(1): 135-139.

[5]赵静.个人信息网络侵权的形式及治理策略[J].现代情报,2014(3):31,35.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



探析网络"舆论反转"现象出现的成因及对策

——以"狗嘴下救女童系谎言"事件为例

韩旭

【摘 要】 从 2014 年 8 月的"湖南湘潭孕妇惨死手术台",到 2015 年的"庆安枪击事件"、"成都女司机街头被打事件",这些新闻均在事件报道过程中出现了剧情反转的现象,且新闻背后的网络舆情走势也随之跌宕起伏。新闻反转现象频频发生,不仅增加了公众的质疑声,更使媒体的公信力受到冲击。本文以近期最具代表性的"狗嘴下救女童系谎言"事件为例进行分析,探讨网络舆论反转现象频频发生的原因,并提出具体的调控策略。

【关键词】 舆论反转/新闻反转/舆情逆转

新媒体带给人们前所未有的话语权,以微博微信为代表的及时性社交媒体成为人们表达舆论的新阵地。网络媒体的瞬时性为人们了解信息提供了便利,不仅推动了网络舆论的产生速度,更加大了事件发生及舆论表达的不可控性,使热点事件的舆情反转几率上升^①。

"舆情反转"是指在新闻报道或舆情扩散的过程中出现的报道倾向、情感态度突然发生逆转的现象。继 2013 年底"外国小伙扶摔倒大妈反遭讹"事件之后,类似的新闻剧情大逆转现象一直频频上演。从 2014 年 8 月 "湖南湘潭 孕妇惨死手术台",到 2015 年 5 月的"庆安枪击事件"和"成都女司机街头被打事件",这些新闻事件无不在报道过程中出现剧情反转,而新闻背后的网络舆情走势也跌宕起伏,多次掉头发生转向。剧情逆转使网民措手不及,媒体陷入尴尬的境地。

2015年10月, "狗騰下救女童系谎言"的新闻在网页、微博和论坛上吵得沸沸扬扬。从"女子狗腾下救女童"到"狗腾下救女童系谎言",随着

新闻的反转,舆论也来了个一百八十度 逆转。人们发现,吸引舆论的不是事件 本身,而是让人瞠目的剧情大转弯以及 公众对此事态度的反转。本文以"狗嘴 下救女童系谎言"事件为例,描述事件 发生的具体经过,探析舆论反转现象频 频发生的原因以及提出具体的对策。

一、"狗嘴下救女童系谎言" 事件回顾

(一) 舆情发生阶段

2015年10月13日,安徽媒体《亳州晚报》发布一篇题为《为救女童女子被狗咬成重伤》的新闻。文中写到李娟的丈夫张宏宇向记者哭诉,9月1日晚,李娟因救一个10岁左右的小女孩,被两条大狗咬成重伤,四肢被狗吃、正在医院治疗。高额的治疗费不仅使他们花光了积蓄还到处借款。随起了使他们花光了积蓄还到处借款。随是了保体报道,该事件引起全国公共频道后,引起全国公共频道,该事件引起全国公共频道并始报道,该事件引起全国公共频道开造报道,该事件引起全国公共频道行卡和联系方式。搜狐、新浪等网站除了

转发了相关视频之外,也发布了为李娟捐款的消息。媒体的报道和呼吁引来了网民的积极回应,不少网民应声而起,对李娟表示同情,纷纷加入捐款的阵营。10月17日,他们已收到社会各界爱心人士的捐款70多万元²。

在最初的媒体报道中,新闻内容较为单一,大多数媒体是转发安徽媒体对张宏宇的采访视频,统一采用"女子狗嘴下救女童,四肢惨遭两条恶犬啃完"等相似的标题,视频中也多处呈现惨不忍睹的悚人画面。有部分媒体使用煽情的语言对李娟的腿部伤口细节以及救人被狗咬的过程进行描述。

在网络微博上,很多媒体官微在发布这条消息时,还配上爱心和心碎的表情。10月18日,拥有576万粉丝的知名博主@happy张江发微博:"太痛心!女子从狗嘴下救女童,自己四肢被恶犬啃完,每次换药就像死过去一次,目前治病花光了全部积蓄,而恶犬是谁家的到现在也没找到!被救女童和家人也一直没有出现!希望大家扩散,帮帮这个善良的女孩,也希望女童家人能够站出来证明女孩的见义勇为行为,不要让女孩流血还流泪!"

这条微博引起了巨大反响,被转发4250次。在舆论初期,网友们对李娟的不幸表示同情,为其捐款。舆论的焦点指向了未出现的小女孩及家长,对没有拴好猎犬的主人进行谴责。

(二) 舆情反转阶段

10月20日,当地媒体报道称,李娟是在男友家被自家的狗咬伤的。"狗嘴

韩旭,郑州大学新闻与传播学院硕士研究生



岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



下救女童系谎言"的新闻报道一经发布,立即被多家媒体转载,舆论再次掀起波澜。网民的舆论也随着剧情的反转由同情和支持转向谴责,负面舆情迅速增多,对张宏宇和李娟的责骂声不绝于耳。

当日 09:18,媒体微博@新安晚报发了一条微博,这条微博成为网络舆论反转的转折点。微博称: "剧情逆转! #狗腾下救女童系谎言 #狗主人家中喂狗被咬! 前不久,安徽利辛女子子娟称,下班时看到 2 条大狗追赶一女童,便上前撵狗,女孩跑开了,可自己四肢遭啃咬。该事引发全国关注,爱心人士共捐款 70 多万。利辛警方称,经调查,伤者并非救人被咬,而是在狗主人家里喂狗被咬"。

这条微博获得评论 6208 条,转发 6834 次。网友们开始问责媒体,认为 新闻反转的出现是媒体的不作为所导致。媒体没有核实清楚事实真相就发布 新闻,转发新闻的媒体也不经核实,都需要对谎言的传播负责。而媒体作为舆论的导向者,一下陷入尴尬的局面。

(三) 舆情发酵阶段

截止到 21 日,爱心捐款已超过 80 万元,其中最高一笔有 10 万元。虽然事情曝光超过一天,但舆论热度还在持续。网友@周斌说,才发现自己对社会的信任就是被这种渣渣一点点磨掉的,就当打牌输了吧;网友@三楚废人发问:为什么,一次又一次挑战公众的良知和信任?@延参法师在 11:23 发微博:就这么来自一场有关记者的有偿策划事情,又让多少爱心网友伤感,本来是一份祝愿伤者早日康复的美好心愿,就这样徒增一种茫然,这份爱心该怎样付出才踏实呢。

对于上述这些言论,媒体迅速采取应对行动。21日,四川新闻网一篇题为《别让"狗嘴救女童谎言"吓跑爱心的胆量》的评论文章说,"我们好不容易构建起来的道德力量,我们好不容易编织起来的爱心情怀,我们好不容易垒砌起来的勇为城堡,不能破碎,不能倒

塌,不能消失。我们要知道好人和坏人 永远都会存在。但是好人永远是大多 数,温暖永远会在身边"。媒体开始引 导舆论,呼吁大家不要因为一个"谎 言"而让真情望而却步³。

21 日 22:53, 微博用户@住 303 的熊熊在微博上写道:"我要举报安徽 省亳州利辛县张宏宇网络诈骗 80 万诈 骗罪一案,请公安机关予以立案调查。 本人捐款 1000, 要求张宏宇返还, 并 追究张宏宇刑事责任。我们受害人要求 维权者已超过100人,金额超7000, 会持续关注此事,绝不让骗子逍遥法 外。"并分别@安徽公安在线、@亳州 公安在线和@亳州利辛公安在线。同 时,还公布了"喂狗谎称护童骗捐维 权"QQ群,群里有127人在线,并贴 出了网友捐款的具体信息,包括银行转 账记录、微信红包等。这一条微博被网 友转发了7387次。网络舆论的焦点从 谴责媒体转向如何处理这笔捐款上。

(四) 舆情平息阶段

10月23日,参与编造谎言的伤者 男友张宏宇因涉嫌诈骗,被利辛县公安 局依法刑事拘留。利辛县公安局大案队 一位办案民警表示,待涉案金额、捐款 人数完全统计完后,会进行退款工作。 截至23日晚,参与维权讨要善款的捐 款者已经超过300人。张宏宇在利辛 县狱中接受央视采访时,还原李娟被狗 咬的经过,回忆为救女友向人借钱借 高利贷,最终走上骗捐的过程,其间他多次落泪表示悔过。至此,事情有了结果,舆情逐渐平息,退款工作还在继续(见图1)。

从图中的新浪热搜指数走向可以看出,该事件引起了舆论的两次小高峰。从19日开始,该事件的关注度呈直线上升状态,并达到第一个小高峰。与之对应的是,各新闻媒体与网络大V纷纷关注该事件,引起了网民的广泛讨论,并掀起了捐款热潮。从20日至21日,舆论达到另一个高峰。这一天,事件出现了反转,网友们或愤怒或伤心或责骂媒体、当事人,舆论一时哗然。

截止到 10 月 25 日 12 时,新浪微 博 # 狗嘴下救女童系谎言 # 的微话题阅 读量超过3529.2万次,百度搜索指数 超过 1300 万次, 而安徽公共频道的相 关采访视频也被点击了3432万余次。 @新安晚报发起话题投票"编造救人情 节获爱心捐款,该不该退?",有91.1% 认为必须退,亵渎爱心,涉嫌欺诈;仅 有8.9%的网民认为"不必退,捐款也 是为了救伤者"。从网民的舆情反馈上 来看,由于此次事件的反转,让人们的 爱心受到了摧残, 也让媒体的公信力大 打折扣。许多网民将之与当年的"彭宇 案"进行对比,认为这次事件如当年的 "彭宇案"一样,会是从社会意义上动 摇公众善良的又一把凶器。

北京青年报在《假新闻的制造者该

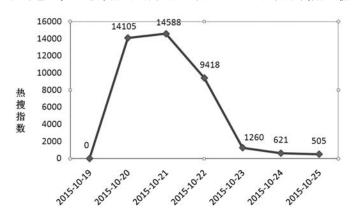
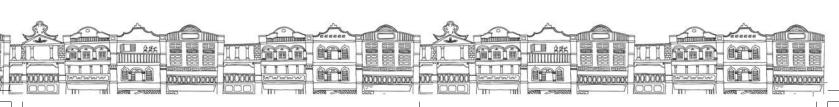


图 1 新浪微博微指数"狗嘴下救女童系谎言"热搜指数®

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)]9 舆情研判



担何责》一文中承认了媒体应对这起假新闻负主要责任,称"对编造假新闻的媒体和记者也应该严惩"。在此次事件中,媒体不仅是新闻事实的发布者,也作为一个意见主体不断影响舆论。在发布相关事实的同时,及时捕捉舆论焦点,推出相应评论文章,缓和舆论压力。由此可见,媒体与受众的传播关系早已从单向传播变成双向互动。不仅新闻报道影响了公众的舆论,而且公众在表达意见的同时,媒体也在及时"应对"公众的舆论走向。

二、网络"舆论反转"现象 频发的原因

随着"狗嘴下救女童"事件的细节和真相不断被发掘,剧情突然发生逆转,而舆论态度也立刻随新闻"剧情"的逆转而转向,原先被同情的受害者瞬间成为人人睡弃的"诈骗犯",网络舆论在新闻反转的瞬间发生了一百八十度的情绪大挪移。本文试着探析"舆论反转"出现的原因。

(一) "标签"决定态度

曹林(2014)在《"新闻反转剧"背后的浮躁标签战》一文中对反转新闻的原因进行了探究。他认为,"新闻反转不是事实的自然逐渐呈现,而是标签的变换。因为很多人浮躁,不看事实和是非,只根据事件当事人的身份去验的。人们的情绪很容易被变换的标签牵着鼻子走,而没有去探究事实和是非。一些误导舆论者,都善于借助标签去操纵舆论。知道公众同情弱者,就贴上一个弱者的标签,公众就很容易不去问这个人到底做了什么,而条件反射般站在'弱者'这一边了"⑥。

在"狗嘴下救女童系谎言"事件中,媒体在报道初期,给李娟贴上了"好人未有好报"的象征着弱者的标签,网民众声支持李娟,慷慨相助为其捐款,矛头一致指向未现身的"女童"及其家长。到真相被曝出以后,网民又把李娟和其丈夫贴上了"诈骗犯"标签,

舆论出现了对立反转,网友开始谴责夫妻俩不道德的行为。从弱者到诈骗犯,李娟夫妇在新闻中的身份出现了两个极端。当事实变得扑朔迷离,而身处于不是独立思考的舆论氛围中的人们又不愿做过多深入的研究时,贴标签的行为可以取代复杂的思考过程,让人们可象,随舆论流转的"乌合之众"。"城管"、"军二代"、"医生"、"女司机"都是人们贴标签后的结果。标签免除了人们思考的同时,也在简化后扭曲事实的过程中误导了受众。

(二) 直线型新闻生产模式

在以分秒计时发新闻的新媒体时代,信息传播的时效性成为各大媒体竞争的制高点。发现新源、写新闻稿、抢发新闻,已经变成一条直线型生产模式,中间缺少了筛选、证实及审查环节。在这种新闻生产模式下,媒体发布平台一味追求秒杀热点、登上热门,采访求证等报道过程则日益缩水,传统的三级审稿机制早已不复存在©。

借助互联网平台,人们可以随时随地不受时空限制发表言论,而微博的出现又打破了公众被动接受议程设置的状态,每个人都可以发布第一手信息。但是,在纷繁复杂的网络信息中,传统媒体依然以其受众的广泛性、获得信息的及时性和传播平台的权威性保持着不够感动的地位。然而,在这次事件中,媒体还是在设置议题的过程中缺乏些许耐心:抢发信息、争夺第一手信源、急流量高点击率,未等事实澄清就急于发表新闻,把片面的新闻呈现在大众面前,从而影响受众的认知。

新闻记者采访时获取的信息不充分 是事件发生最直接的原因。从"彭宇 案"、"湘潭产妇事件"到"成都女司 机街头被暴打事件",反转新闻之所以 频频出现,最根本的原因在于记者报道 时没有深入了解事情的真相就急于抢发 新闻。网络传播的及时瞬间性使得信息 得以被媒体第一时间披露,而很多的信 息在发布时还未被核实或者信息不够全面。当这些不完整的信息暴露在人们面前,受众很自然地选择相信媒体。但等真相大白于天下后,网友经历了新闻的大反转,舆论也自然跟随着反转。

(三)碎片化阅读和夸张式表达手 法

大众传播具有形成信息环境的力量,而网络媒体对社会现实进行的拼贴式的构建往往是不完整不充分的,网络信息呈现的碎片化、浅表化易给网络公众带来误导。在当今快节奏的社会,人们已很难静下心阅读一则新闻,快餐式阅读、情绪化阅读、碎片化阅读易使公众在表意时做出错误的判断。传统媒体一旦上网也容易夹杂在信息的洪流之中,从而难辨真伪。因此,人们在选择阅读时缺乏检验真假的耐心,其解析新闻事件、构建判断框架的能力弱化,易成为被舆论左右的无差异的个体。

一些媒体为了使新闻保持高温而采 用模糊化、主观性、选择化的报道手 法,进一步影响受众的判断。部分媒 体、网络意见领袖在报道、转发或评论 时采用了标题党、夸张叙事的方法。在 "狗嘴下救女童系谎言"事件开始阶段, 新闻记者在报道时带有明显的情感倾 向,采用某些夸张式、情绪化的表达。 如新浪新闻中心在《女子狗嘴下救女童 四肢惨遭啃完 [伤心]》一文中, 用到 了"四肢惨遭啃完"、"痛得像死过去 一次"这样带有情绪色彩的表达;央广 网在转发@武汉晚报中,使用"女子狗 嘴下救女童四肢惨遭啃完现场血腥丈夫 直接吓瘫"的表达,"血腥"、"吓瘫" 等夸张的字眼冲击眼球。大部分媒体门 户网站以及媒体微博在报道转发事件时 都用夸张、带有主观倾向性的词语吸引 受众关注; "图片+文字+视频"的组 合方式, 更为直观地给网民预设了道德 框架,引导其一波三折的舆论走向®。 靠着耸人听闻的消息和惊悚的图文,再 代入个人的主观想象和情绪,以抓取眼 球为目标炮制和推送所谓"热点"新闻,

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



已为每一次舆论的颠覆埋下了伏笔。

三、防范"舆论反转"的有效对策

当公众可以通过社交媒体平台公开 表达具有影响力的意见时,网络舆论就 此诞生。但是,近两年频发的舆论反转现 象不但容易引起网络暴力,更损害了主 流媒体的公信力。尤其是这次的"谎言" 事件,严重伤害了人们的同情心,是对社 会慈善事业的挫伤。因此,提出应对"舆 论反转"的对策十分必要。

(一)主流媒体建立层层过滤的用稿 机制

通过舆情梳理,我们发现,不仅广大 受众在盲目跟风,连我们的主流媒体也 不加考证盲目转发报道,让舆论走向一 轮又一轮高峰。主流媒体的权威性是不 言而喻的,当事件发生后,主流媒体对该 事件的呈现会使受众形成先入为主的观 念,如果首发信息失真,就会产生舆论反 转现象。因此,面对复杂的新闻事件,主 流媒体应快速做出反应,判断舆情走向, 第一时间发布权威报道,掌握舆论主动 权。但是,第一时间发布的信息要建立在 核实信息来源、捋顺事件真相的基础上。

在以分秒计时发布新闻的时代,主流媒体相对于网络媒体,其优势不在于第一时效性,而在于它的准确客观报道事件真相、冷静分析问题和发人深省的思索上。所以,主流媒体应该发挥其公信力的优势,建立层层过滤的用稿机制,无论是一手发布还是转发新闻,都做到对每一条新闻从不同渠道核实取证,避免一味抢头条片面设置议程,以此保证新闻的真实性。

(二)媒体营造舆论新格局

近年来,媒体通过"贴标签"的手法,在信息呈现的过程中过度倾向于"弱者"的一方,预设立场,这种新闻选择间接表达了媒体对事件的态度,且隐蔽地主导了公众判断事件的角度,引导舆论走势。这在舆论反转现象中表现得尤为明显,也成为媒体一直被诟病的原因。如在另

一起舆论反转案例"成都女司机街头被 打"事件中,媒体在报道初始就给当事人 贴上了"女司机"这种象征弱者的标签, 人们纷纷指责打人的男子。当行车记录 仪拍下的视频曝光后, 舆论又掉头指向 不遵守交通规则的女司机, 甚至有人对 女司机被打的行为拍手称快。因此,媒体 在舆论扩散的过程中要时刻紧密注意舆 论走向,掌握公众关注的焦点,积极回应 舆论, 契合时机地引导舆论走向正确的 轨道。同时,媒体应始终坚持新闻专业主 义,努力做到客观、公正,避免使用标题 党、夸张式的表现手法,把新闻的真实性 放在首要位置。重建规范的媒体报道体 系, 让主流媒体真正承担起过去被信任 与仰赖的社会良心价值结构®。

(三)新闻热炒中坚持冷思考

在信息渠道多元化的新媒体时代, 在人人都是记者的时代, 作为专业的新 闻媒体,不能把抢发新闻、第一时间发布 当作最高目标和唯一目标。面对纷繁庞 杂的线索,各执一词的表述,扑朔迷离的 真相,拥有专业报道队伍和经验的媒体 更应该成为嘈杂舆论声中的定海神针, 多方位了解事件真相、多角度报道事件 经过、多剖析影响和后果,为受众真正地 全面触摸真相提供可能。在网络狂欢中, 网络集体非理性现象的存在, 使公众成 为不假思索的乌合之众。根据 CNNIC 发 布的《第36次中国互联网络发展状况 统计报告》显示,截至 2015 年 6 月, 我国 6.68 亿网民中有 79.4%为高中 及以下学历®。从近几年不断发生的网络 暴力事件,可以看出,新媒体用户的传媒 素养不高,在众声喧哗中缺少理性思考 的能力,容易受到集体情绪的感染,对已 存观点采取盲目跟从的态度。因此,作为 社会风向标的媒体, 理应在新闻热炒中 坚持冷思考,为舆论热潮注入一股清泉, 坚守自己的原则,并肩负起培养公众媒 介素养的责任。

总结

从"狗嘴下救女童"到"狗嘴下救女

童系谎言",剧情反转的同时,舆论也跟着掉头转向,同时掉转的,还有媒体的公信力。在信息过剩的时代,如何将新闻做"准"是媒体需要思考的问题。或许媒体应该考虑将新闻产品慢下来,避免反转新闻的出现。这不仅尊重了受众的注意力,也能避免受众的善良被欺骗,避免受众被舆论牵着鼻子走。毕竟,"反转舆论"增加的是公众的质疑,消费的是媒体的公信力。

在中国社会转型期间,积压已久的强弱对峙、贫富分化早已成为社会发展进程中绕不开的议题。当旧有的价值体系遭到瓦解,新的价值体系还处在重新建构时,这一断档期留给了舆论反转更多的可能,也使得当代民主社会既迎来宽松的舆论话语空间,也暗含着社会既或激荡的不安因素^①。因此,建构当下致以下预,媒介层面的舆论引导,受众层面的传媒素养和道德约束都是重塑社会更流价值体系和建构舆论秩序的重要方式。

生活的真相总是藏匿于纷繁芜杂的生活表象之后,我们总是在渴望真相,但渴望的背后需要媒体人本着对公众负责的态度,坚定着自己的职业操守。在快餐化时代,我们追求新闻的脚步应该慢下来,每一条新闻都是构建社会生态的细胞,每一条新闻所传达的价值观都在不自觉地影响着受众的观念与思维,进而影响中国发展的进程。

(本文编辑:孙启军)

【参考文献】

[1] 田卉, 柯惠新. 网络环境下的 舆论形成模式及调控分析. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2010(01).

[2] 张璐, 湛婷. 狗嘴下救女童谎言, 與情反转挫伤媒体公信力. 與情观察室. http://mp.weixin.qq.com. 2015—10—27.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

2] 舆情研判



- [3] 别让"狗嘴救女童谎言"吓跑爱心的胆量.四川新闻网.http://opinion.newssc.org/system/20151021/000611527.html.2015—10—21.
 - [4] 微博热搜指数:热词《狗嘴下救女童系谎言》.http://data.weibo.com/index/hotword.2015—11—05.
- [5] 假新闻的制造者该担何责.北京青年报.http://epaper.ynet.com/html/2015-10/22/content_160519.htm? div=-1.2015-10-21.
- [6] 曹林."新闻反转剧"背后的浮躁标签战.中国青年报.http://zqb.cyol.com/html/2014-07/20/nw. D110000zgqnb_20140720_5-01.htm.
 - [7] 田甜.新媒体时代极速传播的失范与规制——以近期几起新闻反转事件为例.新闻窗,2015(4).
 - [8] 郭庆光.传播学教程.北京:中国人民大学出版社,2011.
- [9] [10] 王国华,等.议程设置理论视域下热点事件网民舆论"反转"现象研究——基于"成都女司机变道遭殴打"事件的内容分析.情报杂志,2015(9).
- [11] 中国互联网络信息中心.第 36 次中国互联网络发展状况统计报告.http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/t20150722_52624.htm.
 - [12] 张斌.浅析当下媒介传播过程中的舆论"反转"——以庆安枪击事件为例.东南传播, 2015 (10).

【注释】

- ①田卉、柯惠新:《网络环境下的舆论形成模式及调控分析》,载《现代传播》(中国传媒大学学报)2010年01期。
- ②张璐、湛婷:《狗嘴下救女童谎言,舆情反转挫伤媒体公信力》,载《舆情观察室》 (网址: http://mp.weixin.qq.com), 2015年10月27日。
- ③《别让"狗嘴救女童谎言"吓跑爱心的胆量》,四川新闻网(网址: http://opinion.newssc.org/system/20151021/000611527.html),2015年10月21日。
- ④微博热搜指数: 热词《狗嘴下救女童系谎言》 (网址: http://data.weibo.com/index/hotword), 2015年11月5日。
- ⑤《假新闻的制造者该担何责》, 载《北京青年报》 (网址: http://epaper.ynet.com/html/2015-10/22/content_160519.htm?div=-1), 2015年10月21日。
- ⑥曹林:《"新闻反转剧"背后的浮躁标签战》,载《中国青年报》(网址: http://zqb.cyol.com/html/2014-07/20/nw.D110000zgqnb_20140720_5-01.htm)。
 - ②田甜:《新媒体时代极速传播的失范与规制——以近期几起新闻反转事件为例》,载《新闻窗》2015年第4期。
- ⑧王国华等:《议程设置理论视域下热点事件网民舆论"反转"现象研究——基于"成都女司机变道遭殴打"事件的内容分析》,载《情报杂志》2015年第9期。
- ⑨王国华等:《议程设置理论视域下热点事件网民舆论"反转"现象研究——基于"成都女司机变道遭殴打"事件的内容分析》,载《情报杂志》2015年第9期。
- ①中国互联网络信息中心:《第 36 次中国互联网络发展状况统计报告》 (网址: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzy,j/hlwxzbg/hlwt,jbg/201507/t20150722_52624.htm)。
 - ①张斌:《浅析当下媒介传播过程中的舆论"反转"——以庆安枪击事件为例》,载《东南传播》2015年第10期。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



新媒体时代政府网络舆论引导的策略

——对"天价虾"事件中青岛政务微博舆论引导失败的反思

赵凯

【摘 要】 2015 年"十一"黄金周,有网友爆料在青岛旅游遭遇宰客事件,说好"38元一份"的大虾在结账时变成"38元一只",一份大虾收费 1500余元。此事经微博曝光后迅速发酵,多家媒体、大 V 介入,成为热点新闻。本文回顾青岛政务微博及政府部门对该事件的处理过程,揭示有关微博和部门在舆论引导中存在的误区,提出新媒体时代政府进行舆论引导时,应该重视新媒体在舆论引导中的作用,提高信息发布和信息应对的技巧。

【关键词】"天价虾"事件/青岛政务微博/网络舆论引导

2015年10月4日,有网友在新浪微博爆料称,在青岛市市北区乐乐陵路"善德活海鲜烧烤家常菜"吃饭时遇到店家宰客,说好"38元一份"的大虾在结账时变为"38元一只",整盘大虾收费1500余元。此事FM897等官方媒体转发后形广泛报道,在等发后形广泛报道,在等发点,进而被全国媒体广泛报道,在平处理中存在相互推诿的问题也件处理中存在相互推诿的问题为事件。

随着时间的推移,这一事件成为2015年"十一"黄金周最热门新闻,并充当了网友吐槽各地"黄金周"宰客事件的发泄口。当地政府作为事件主角之一,同时也是最重要的舆论引导主体,在网络舆论引导过程中存在的反应速度慢、态度不明朗、微博内容搭配不当等问题,使一件普通的消费纠纷演变成网络热点事件,对青岛市旅游形象损害严重,这暴露了在新媒体时代,政府对网络舆情认识的不足和引导能力的欠缺。

一、"青岛天价虾"事件的舆论传播与政务微博舆论处置过程回顾

1.舆论传播过程

"天价虾"事件发生于 2015 年 10 月 4 日,当日网友便在微博爆料此事。10 月 5 日,@青岛交通广播 FM897 于上午 9 点 45 分发布微博转发网友爆料,拥有 4800 万粉丝的全国知名账号@头条新闻于当日上午 11 点 53 分以 # 新浪直

播国庆出游#为标签发布了这条新闻,获得大量评论及转发。此时,该事件处于第一阶段,相关信息披露有限,具体情况不明,还未聚集足够的关注,形成热点。

10月6日,北京青年报采写发表了文章《青岛工商调查"大排档天价虾"》,北京青年报是第一个介入此事件的传统媒体,将事件的来龙去脉和各方观点进行了较为细致全面地梳理;同时,该报的采访第一次提到青岛市110及物价局在事件处理中相互推诿的情况。经过传统媒体的报道,此事件的细节得以还原,"38元一只很便宜"、"相关部门处理互相推诿"等极具眼球效应的"爆点"点燃了舆论场,@京华时报、@新京报、@澎湃新闻、@人民网、@新华网等媒体微博平台纷纷发布相关信息,引发各方讨论。

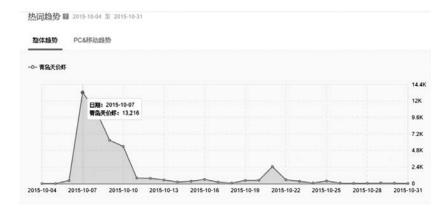


图 1 "青岛天价虾"热词趋势分析



赵凯,大连理工大学人文学院硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



10月7日,南方都市报发表稿件《青岛"38元一只大虾"店铺关停被罚9万》,同时,曾在国内多家知名报社任职的陈杰人,发表评论文章《青岛天价虾事件:工商和警察失职才是万众心寒的根源》,文章将矛头直指青岛政府部门事件处理不力。网络舆论在这一天达到顶峰,微博讨论数量达到13216。这也是第一次有文章鞭辟入里地将事件矛头对准了处理"天价虾"事件的青岛政府部门身上,"天价虾"和"政府部门推卸

责任"成为舆论场中的两个主题,同时传播发酵(见图 1)。

此后舆论出现回落,直到10月11日进入平稳期,该事件告一段落。

与此同时,网络上的调侃段子也喷涌而出。如:青岛人黄晓明结婚,却在上海办婚礼,难道昔日杨大侠也害怕青岛大虾吗? 当类似调侃不断出现时,青岛也被打上了"宰客"标签,越来越多曾在青岛被宰的游客在微博发出自己的经历,使青岛的旅游形象再度受损。

2.青岛市政府网络舆论处置过程

本文选取新浪微博上与此事件相关的4个政务微博——青岛市人民政府新闻办公室微博@青岛发布,青岛市市北区人民政府新闻办公室@青岛市北发布,青岛市物价局官方微博@青岛市旅游局官方微博,观察这4个微博在2015年10月5日至11日事件发生期间相关微博的发布情况,分析其舆论处置过程(见下表)。

@青岛发布:共针对事件发布5条微博,1条转发,4条原创

时 间	内 容
10月6日上午10点25分	转发@青岛物价关于案件办理进展的微博
10月7日晚6点16分	青岛消保委谴责宰客欢迎投诉。今天,青岛市消保委发布《关于维护消费者合法权益的声明》,对近日发生的青岛市市北区善德成活海鲜烧烤店宰客行为作出严厉谴责,表示将配合有关行政部门和行业组织,对消费者关心的消费领域开展监督检查,并公布投诉监督电话0532-85725315,欢迎消费者和游客对消费侵权行为进行投诉。
10月7日晚6点38分	青岛市饭店和烹饪协会倡议:诚信经营 公平交易。今天,青岛市饭店和烹饪协会发出《青岛市餐饮行业守法公平诚信经营倡议书》,号召全市餐饮行业企业秉承"诚实、守信、敬业"的职业道德,为消费者营造一个良好的消费环境,维护消费者的合法权。
10月7日晚7点04分	关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告。今天,青岛市旅游局、青岛市工商行政管理局、青岛市物价局、青岛市公安局联合发布了《关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告》
10月9日上午11点56分	昨日,市委副书记、市长、市旅游工作领导小组组长张新起主持召开全市旅游工作领导小组(扩大)会议。要依法全面治理服务业市场秩序,切实维护消费者权益,提升窗口行业服务质量和水平,营造良好的市场服务环境。

@青岛市北发布: 共发布2条原创微博

时 间	内 容
10月6日上午7点49分	发布"关于'善德成活海鲜烧烤家常菜'大排档价格违法问题的处理意见"。
10月7日晚7点17分	发微博称已作出行政处罚,对饭店作出返款玖万元处罚及责令整改。

@青岛物价:共发布3条原创微博

时 间	内 容
10月6日上午10点15分	发布"关于市北区乐陵路 92 号'善得成活海鲜烧烤家常菜'大排档价格违法问题的办理进展情况"。
10月6日晚9点10分	发布"我市物价部门节日期间查处多起价格违法行为"。
10月7日晚8点21分	分享青岛市旅游局、青岛市工商行政管理局、青岛市物价局、青岛市公安局联合发布的《关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告》,未有任何其他说明性语言。

@青岛市旅游局官方微博:共发布 1 条原创微博

时 间	内 容
10月7日晚6点56分	发布"青岛市旅游局、青岛市工商行政管理局、青岛市物价局、青岛市公安局关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告",无任何其他说明性语言。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



3.舆论传播与政府舆论处置时间对照表

时间	舆论发展	政务微博舆论处置过程	舆论引导的内容倾向
10月5日	@青岛交通广播 FM897 于9 点 45 分/@ 头条新闻于11 点 53 分发布"青岛天价虾"第一手微博信息。	无	无
10月 6 日	北京青年报采写发表细节 文章,首次提到"青岛市 110与物价局在处理中存 在推诿责任的问题"。各大 媒体官方微博以此为来源 发布信息。	@青岛市北发布早7点49分公布处理意见; @青岛物价10点15公布办理进展情况; @青岛发布10点25分转发@青岛物价微博; @青岛市北发布晚7点17分,发微博称已作出行政处罚事先告知书,对饭店作出返款玖万元及责令整改其违法行为。 @青岛物价晚9点10分,发布"我市物价部门节日期间查出多起价格违法行为"	公布处理进展,未有 道歉等表达。仅简单 发布相关的信息和 公告。
10月7日	网络舆论在这一天达到高潮,微博讨论数量达到 13216,为该事件最高峰。	@青岛发布晚 6 点 16 分《关于维护消费者合法权益的声明》; @青岛发布晚 6 点 38 分《青岛市餐饮行业守法公平诚信经营倡议书》; @青岛市旅游局官方微博 6 点 56 分,发布《关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告》; @青岛发布晚 7 点 04 分发布《关于进一步治理规范旅游市场秩序的通告》; @青岛物价晚 8 点 21 分发布同样公告。	公布处理进展,未 有道歉等表达。仅 简单发布相关的信 息和公告。

二、青岛政务微博舆论引导 存在的问题

1.反应滞后

将网络舆论传播与青岛政务微博舆论引导进程加以对比可以发现,青岛政务微博对相关网络舆情的反应是极为滞后的。

10月5日上午,就已经有青岛本地媒体和全国知名微博账号发布"天子园知名微博账号发布"天量的转发和评论,在网络舆论场引起了一定的反响。同时,"十一"黄金周期的东发和评论,在网络舆论场引起了一定的反响。同时,"十一"黄金周期旅游方面,就在于旅游方面,旅游方面,旅游方面,旅游方面,旅游方面,旅游方面,大洼和时间,大洼和时间,进而有所关注和准备。有关微博爆料出现的第一时间,,在由奥论的政务微博居然毫无反应,放弃不断聚集发酵,直到第二天才通过政务微博发出相关信息,但为时已晚。

10月6日北京青年报的报道在网络上掀起一阵波澜,青岛市110和物价局在事件处理过程中存在互相推诿的问题已经被报道出来,并成为一个独立的讨论热点在微博上大肆传播,而几个青岛政务微博对舆论热点的变化没有感知到,微博信息发布重点还集中在对宰客事件的处理本身上,完全没有注意到舆论已经有声讨职能部门的趋势。

10月8日,青岛市政府通过《京华时报》对事件处理过程中存在相互推诿的问题进行了解释和回应,这相比舆论出现已经滞后了2天。

2.态度不明

在10月6日,@青岛发布、@青岛发布、@青岛市北发布和@青岛物价在各自的微博平台上公布了事件的处理意见,但却只是陈述事实,没有任何对游客道歉的态度。如@青岛发布转发了@青岛物价发布的处理意见,但仅仅是写了简单的情况通报;@青岛市北发布则更简单,直接将不到300字的处理意见以长微博的形式发布,连一句说明都没

有;@青岛物价直接将长微博的开头几个字当作了微博说明,同样没有任何态度的表达。

10月7日是舆论的高潮和顶点,青岛市相关政务微博也在这一日发出了最多的相关微博,但所有微博内容均是对政府处理意见的机械复制和通知,同样没有任何官方的道歉或者态度。而在此时,各媒体微博账号都在发表"天价虾"事件的相关信息,不少知名人士也都针对该事件发表激烈的评论。在风口浪尖处,居然唯独听不到当事政府一方发出的道歉声音,会让受众感觉到青岛政府对此事不诚恳的冷漠态度,进而引发更激烈的声讨。

3.微博内容配合不当

"天价虾"是一起由普通价格纠纷 演变而来的网络舆论事件,最终导致了 青岛市旅游形象的损坏和"好客山东" 旅游品牌的贬值。按理说,这样严重的 舆论事件应该高度予以重视,相关政务 微博更应该全天以该事件为中心,进行 信息披露和处理。但青岛政府的几个政

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



务微博仅仅发表几条简单的处理意见后,便如同此事从未发生一般,继续在微博平台上"莺歌燕舞"。

@青岛物价在事件发生后,完全成 为通报事件进展的机器,除了发布事件 处理进展外完全噤声,没有发挥政务微 博舆论引导的作用;@青岛市北发布在 简单通报事件处理情况后, 转发了大量 无关内容, 如在10月6日转发了"快 要失传的中华礼仪"、"国庆长假返程 攻略"等,另外的@青岛发布、@青岛 市旅游局官方微博也如出一辙,似乎完 全无心引导网络舆论,反而是各大官方 媒体平台对该事件的进展给予了充分的 关注和讨论,连篇累牍地发布相关信 息,形成了舆论"风暴眼"现象,而真 正的事件中心由于缺乏传播能力而风平 浪静,环伺周围的媒体却风浪滔天,青 岛市的政务微博也完全失去了对舆论的 控制和引导能力。

三、青岛政务微博舆论引导失 效的原因

1.缺乏对新媒体环境下信息传播特 点的认识

新媒体环境不同于传统媒体,新媒体环境下的信息传播具有快捷性、裂变性、互动性等特点。由于新媒体这样的特点,从理论上讲,任何一个突发事件信息都可以在发出后的一定时间内传播到相当广泛的范围,并引发信息数量的繁衍和爆炸。又由于网络匿名性特结的繁衍和爆炸。又由于网络匿名性特结的繁衍和爆炸。又由于网络匿名性特结和观点,一旦形成热点舆论,很难加约。诺依曼说:舆论是社会的混乱和,舆论如果经常处于无序的混乱对。故会就会失去中心和方向,信息就会出现混乱局面。如果舆论过于分散,将不利于社会的整合,舆论的极度混乱甚至可能带来社会的崩溃。

人们常用"黄金一小时"来形容突发事件发生一小时内,有关部门就应当做出反应,核实相关信息,及时向社会各界发布,以此掌握舆论主动权,引导

舆论走向。在新媒体环境下更是如此,信息的裂变式传播无处不在,青岛相关政务微博在事件发生的第一时间没有介入对舆论的引导,导致其在舆论系统里完全处于失语的状态,直接导致舆论将对黄金周各类问题的不满都倾泻在"天价虾"事件上,最终损害青岛旅游城市的形象。

2.缺乏相应的突发事件舆论应对机 制

可以明显看出,青岛在面对"天价虾"事件时缺乏一套行之有效的舆论应对机制,对可能出现的舆论问题缺乏判断。通常来讲,一个旅游城市在"十一"黄金周期间,最有可能发生的矛盾就是游客和商贩的矛盾,宰客欺诈现象层出不穷更不是新鲜事,如果能够提早做好突发事件的监控、应对,第一时间发现舆论,解决问题,就不会坐视该事件不断发酵,成为典型负面事件。

青岛政务微博缺乏应对机制还表现在,事件发布过程中政务微博各自为战,重复发布相同信息,且信息发布后缺乏有效的反馈和互动,没能发挥出政务微博矩阵"1+1>2"的效果,引导舆论走向。这说明在缺乏相应机制协调的情况下,各政务微博无法发挥各自的特点进行舆论引导,而是一窝蜂复制相同的内容,这大大降低了政务微博自身的影响力。

3.陈旧的新闻观念

在该事件的报道中,出现了本地新闻媒体失语的现象。首先,是@青岛交通广播 FM897 在报道事件后停止更新,且多名该台主持人的微博也陆续停止更新。11 月 19 日,@青岛发布通报称,青岛正在对各层级官方微博、微信等互联网信息平台进行重新报备,暂未报备的互联网平台不得擅自进行信息发布,并表示@青岛交通广播 FM897 已经完成报备,恢复更新。

从这一事件可以看出, 青岛市在 "天价虾"事后对各类政务新媒体平台 加强了管理, 行为背后的目的不得而

类似的例子不胜枚举,在天津爆炸事件中,在全国媒体都将目光聚焦于天津时,天津电视台居然在播放电视剧,对发生在自己身边的重大新闻置若罔闻,饱受舆论批评。

可以说,在新媒体信息环境中, "遇事不敢说,说多不如说少,不如不 说"的陈旧新闻观念已经过时。

四、新媒体时代政府网络舆 论引导的策略

1.重视新媒体在舆论引导中的作用

政务微博是政府了解舆情,发布权 威信息的重要途径。但由于以往新闻传 播观念的限制,很多政务微博都成了 "僵尸号",根本没有发挥出政务微博应 有的权威引领作用。

在"天价虾"事件中,笔者观察青岛政府的几个政务微博,在平日里就缺乏系统的内容建设和与网友的互动,在微博内容的设计上也较为落后,还带着传统媒体刻板严肃的面孔,因此,每条微博的转发评论都较少,影响力有限。因为平日对新媒体的重视和建设不足,因此在"天价虾"事件出现时,也无法聚集关注,引导舆论。

新媒体环境中,信息传播的话语权 由原来的被媒体独占,转变为由媒体、 公众、政府共同分享,政府应该重视政

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



务微博在发布权威信息,进行网络舆论 引导中的重要作用,投入资源进行新媒体建设,在平日里就加强对新媒体信息 发布内容的重视,在平日里积累人气, 提升政务微博的影响力,以便在突发舆 论事件中能够迅速聚集关注,进行舆论 引导。

2.应用先进技术 建立舆论应对机 制

新媒体信息传播的特点决定了政府 必须建立相应的舆论应对机制,在网络 舆论出现的第一时间发现情况,在舆论 发酵的第一步解决问题。目前,大数据 技术的发展为政府进行舆论监督提供了 有效帮助,众多网络舆情分析软件能对 网络热点词汇进行分析,提前做出更的 "包度指数"均能通过对各自平台制力的 "百度指数"均能通过对各自平台制力的 信息发布与搜索的情况进行分析,得出 用户关注的焦点,相关舆论引导者必监督 的及时性,在第一时间介入舆论,引导 舆论的走向。

同时,应该建立一套舆论应对机制,有效统合现有资源,明确舆论发生到每一个时间节点时,应该如何进行相应的舆论引导工作,在舆论引导过程中做好统一指导与协调,避免出现类似青岛"天价虾"事件中政务微博各自为战的情况。

具体的舆论应对机制应该由当地的 宣传部门牵头组织,由熟悉新媒体传播 特点的专门人才进行管理。尤其应当注 意媒体信息传播的特点,新媒体的传播 是全天候、全方位的,不分节假日,甚 至逢节假日才是最容易出现舆论危机的 时候。因此,相关主管部门必须打好提 前量,不能认为舆论引导也要分上班和 下班时间,必须做到对网络舆论进行全 天候的监测,第一时间发现问题,抓住 解决问题的"黄金一小时",及时进行 舆论引导。

3.提升信息发布技巧

在"天价虾"事件中,青岛市政府相关政务微博在信息发布中存在态度不明现象。虽然发布了政府部门的处理信息,而且平心而论,政府的处理速度也算及时,但在舆论发布的过程中,仅仅将政府的处理结果以长微博的形式复制到新媒体上,完全没有任何说明和表态,难免在网络舆论场中会受人指责,认为政府高高在上摆架子,处理态度不诚恳。

在新媒体时代,政府的信息发布必须考虑受众的接受程度,要以受众为中心安排自己的内容。这完全是不同于传统媒体时代,政府自上而下的信息发布的。在新媒体环境,政府应该利用政务微博这一载体,通过适应新媒体的信息发布方式传递自己的信息,提升信息发布的技巧,使受众对政府信息产生信任,从而提升自身的影响力,更好论定位对类似突发事件,避免引发舆论声讨,对自身的城市形象和政府形象造成伤害。

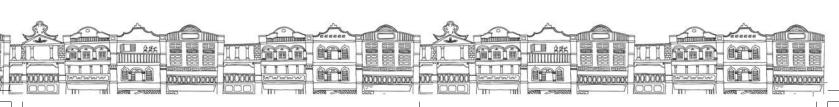
(本文编辑: 孙启军)

【参考文献】

- [1] 傅文仁,杨兼.舆情的节点控制——以"青岛大虾事件"为例[J].新闻前哨,2015,11:24-26.
- [2] 臧旭平. "青岛天价虾"事件的传播学研究[J]. 中国报业, 2015.22:19-20.
- [3] 胡燕,胡越英,张晓雯,徐睿. 新媒体应用中的平台错位分析——地方政府网络舆论引导的困境及对策[J].中共成都市委党校学报,2015,01:48-52.
- [4] 王艳玲,王洁.自媒体时代 舆论倒逼现象的有效引导[J]. 现代 传播(中国传媒大学学报),2015, 01:61-65.
- [5] 张静.新媒体时代政府舆论引导研究[D].内蒙古大学,2014.
- [6] 刘伯高.新媒体时代政府面临的舆论挑战及应对策略[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版),2011,06:168-173+196.
- [7] 黄妍.新媒体时代旅游城市危机传播管理机制研究——以"青岛天价大虾"事件为例[J].今传媒,2015,12:60-61.
- [8] 杨清波.新媒体环境下突发事件的信息管理和舆论引导[J].新闻知识,2009,01:63-65.
- [9] 李伟娜.新媒体环境下地方政府舆论引导策略探析[J]. 中国传媒科技,2012,20:215-217.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





社交媒体对社会安全事件传播影响研究

詹扬龙

【摘 要】 当前我国正处于社会转型期,各类社会安全事件频发,诸如抢劫、绑架、强奸、杀人、走私、诈骗等等。而基于互联网技术发展起来的交流、互动平台——社交媒体,也在社会安全事件传播中显现出其惊人力量。2014 年下半年,女孩失联遇害的消息频频传出。这类事件都是突然发生的,对当事人造成了巨大的伤害,同时也给社会带去了负面影响,需要采取某些应对措施予以解决,而且肇事者带有明显的主观故意性,因而认定这类事件属于社会安全事件的范畴。本文采用内容分析法和案例分析法,以 2014 年女孩失联事件作为研究案例。首先是探讨论文写作的背景,其次是对社交媒体以及社会安全事件的概念进行阐述,然后分析社交媒体对社会安全事件传播的影响,最后提出社交媒体上社会安全事件传播的优化策略。

【关键词】 社交媒体/社会安全事件/失联女孩/传者/受众

一、研究背景

(一)社会安全事件频发的社会

当前我国正处于社会转型期,各类社会安全事件频发,诸如抢劫、绑架、强奸、杀人、走私、诈骗等等,这给公众人身、财产安全造成了严重威胁,同时也扰乱了社会秩序。在事件的定性上,这些事件都是突然发生的,对当事人造成了巨大伤害,同时也给社会带去了负面影响,需要采取某些应对措施予以解决,并且犯罪嫌疑人都带有明显的主观故意性,应当认定为社会安全事件。

进入 2014 年下半年,女孩失联的 消息频繁传出,除了个别女孩得到警方 的成功解救,多数失联女孩惨遭犯罪嫌 疑人的毒手杀害。据不完全统计,仅在 8 月份,在社交媒体上大量传播的失联案 件就有 10 起,其中遭到犯罪嫌疑人杀 害的就有 7 起。

需要注意的是,本文所提到的 "2014年失联女孩事件"并不是一个专 有名词,不是代表具体的某一个案件,而是指发生在2014年多起女孩接连失踪遇害案件的总称。之所以选择2014年作为研究年份,尤其是选择8月份到11月份进行研究,是因为在这段时间里,失联女孩的数量较多,并且包括社交媒体在内的各类媒介对女孩失联事件有着较高关注度。女孩接连失联所带来的负面影响已经波及公众的日常生活,"女孩失联"一词也出现在各大搜索引擎的热搜榜榜单里,社会舆情达到较高点,因此本文选定2014年作为研究年份。

(二)社交媒体在社会安全事件传播 中影响巨大

互联网技术的兴起对人类社会产生了巨大的影响,而基于互联网技术发展起来的交流、互动平台——社交媒体,更是在社会安全事件的信息传播中显现出其惊人力量。

当社会安全事件发生时,社交媒体迅速充当起信息传播、交流讨论的工具,加速了受众之间的相互影响,甚至助推

受众个人情绪成为社会舆论,进而影响社会安全事件的进程。

社交媒体的出现使得每一位使用者都可以成为信息的发布者。正如美国传播学学者尼古拉斯·尼葛洛庞帝所说的一样,互联网上的每一位用户都可以成为一个没有执照的电视台口。社交媒体上受众不再仅仅是被动的新闻信息接收终端,他们也可以是新闻信息的生产者,每一位社交媒体的使用者或是组织机构都可以在网络上发出自己的声音。在2014年女孩失联事件中,许多社交媒体用户将自己所了解的情况或线索发布到社交媒体上,为案件侦破提供了一定和最新的侦查动态,一定程度上消除了社会恐慌。

以往,当社会安全事件发生时,由于时间、地域、政策等多种因素的限制,受众难以从报纸、广播、电视等传统媒体得到事件的最新信息。而社交媒体兴起后,由于其所具有的实时传递特点使得受众可以在最短时间里获得有关事件动态的消息,有时候还能达到现场直播的效果,这样的传播方式极大地满足了受众的信息需求。

Simon Kemp 在其著作《Social Media Today》里谈到我国拥有世界上人数最庞大的社交媒体用户数,社交媒体活跃用户达到了6.25亿,社交媒体普及率为46%^[2]。从这两个数据可以看出,我国社交媒体用户的数量相当庞大,并且整体覆盖率较高。社交媒体介入下,对社会安全事件的信息传播有着巨大影



詹扬龙,暨南大学新闻与传播学院硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



响,例如在2014年女孩失联事件中,社交媒体对该事件的信息传播发挥了重要作用,引起了公众、媒体乃至政府对女孩失联这一社会安全事件的极大关注。

二、理论探讨

虽然国内外学者对于社交媒体的研究并不少,但是很大一部分集中于社交 媒体营销方面,尚未出现专门研究社交 媒体对社会安全事件传播方面的成果。

社交媒体来源于英文单词"Social Media", 这一词最早出现于 2007 年, 一般译作"社交媒体",其最早提出者安 东尼·梅菲尔将其界定为一种为用户提 供巨大参与空间的新式的在线媒体[3], 强调用户的参与互动。传播学学者安德 烈·开普勒和迈克尔·亨莱因将 Social Media 界定为一系列建立在第二代互 联网技术和意识形态基础上的互联网应 用,而且鼓励使用者们自己生产内容的 创造和交流[4]。这种说法同安东尼·梅菲 尔的说法相似,都是在强调社交媒体的 用户们在互动中创造内容。在一些书籍 或文献中, "Social Media"还被译作 "社会化媒体"、"社会性媒体"、"社交网 络服务"或"社会性网络服务"。有学者认 为当"Social Media"译作"社会化媒 体"或"社会性媒体"时,其媒体属性更为 鲜明;"社交网络服务"或"社会性网络服 务"的译法则更突出的是一种技术属性, 强调"Social Media"是一种基于互联 网技术的应用[5]。国内多数学者认为"社 交媒体"的译法较为合适,这种译法侧重 功能性,强调用户参与[6]。综上,本文对 社交媒体的界定是:通过互联网平台允 许用户进行交流、互动的工具,它允许用 户撰写、分享、评价内容,具有自觉传播 的特点。

加拿大传播学大师哈罗德·伊尼斯 认为传播媒介或在时间上具备延伸性或 在空间上具备延伸性[7]。在社交媒体上, 人人都享有麦克风,都有发声的权利,用 户并不需要费多大劲便可以轻松发布即 时信息同他人进行信息分享。因而说社 交媒体堪称传统媒体在时间与空间上的延伸,即社交媒体在时空传输上有着明显的优势。有学者提出社交媒体一共有两大类共六个特征:一是具有高涉入性,即公开透明、参与分享和交流对话;二是强社交性,即融合联通、社区化和涌现性[8]。也有学者总结出社交媒体具有现性、对话性、匿名性、社交性和涌现性等五种特征[9]。当然社交媒体在报道社会安全事件时,其信息内容存在明显的碎片化特征。碎片化原意是完整的东西破成诸多零碎块,而在传播学领域中,这是用来描绘一种破碎的社会传播语境[10]。

社会安全事件并不是一个专门的法 律名词,它和自然灾害、事故灾难、公共 卫生事件统称为突发事件。社会安全事 件是突发事件中最为复杂的一类,表现 为发生时间难以预测,发生原因错综复 杂,并且可能发生在社会中的方方面面。 除了突发性、危害性以及紧急处置性等 特点之外, 社会安全事件同其他类别的 突发事件最为显著的区别在于其具有的 人为性和暴力性。在社会安全事件的具 体定义上, 学者宋英华认为社会安全事 件指的是威胁社会、国家稳定与发展,涉 及政治、经济、社会生活等方面的突发性 群体事件[11]。《公共危机系统管理》的作 者刘奕在宋英华的基础上提出了他的观 点,即社会安全事件指的是因人民内部 矛盾引起的极端行为,对行政部门管理 以及社会政策秩序造成威胁的突发性群 体事件[12]。两位学者的观点都强调社会 安全事件是发生在政治、经济或社会生 活领域,对个人、社会、国家的发展会造 成威胁,需要采取紧急措施给予解决。综 上,本文所说的社会安全事件,是指发生 在社会安全领域中, 因人为因素造成 的,对社会主体具有重大危害性的社会

在社交媒体上分析社会安全事件的 传播过程、传播效果和舆情变化,这是一 个既富有理论性内容,又离不开实际案 例研究的课题,而目前国内外还没有出 现将社交媒体上的社会安全事件传播作 为研究对象进行研究的成果,因此也就不存在统一的框架用于写作参考。在研究方法上,本文选用内容分析法和案例分析法两种方法进行写作,具体如下:

内容分析法。主要是在社交媒体上分析社会安全事件的传播过程、传播效果以及舆情变化,将社交媒体上的文字材料转换成相对清晰的数据材料,并依据数据内容,对文字材料做出分析。

案例分析法。根据女孩失联事件发生前后社交媒体上的信息内容,分析社交媒体对女孩失联事件传播的影响,包括对传者、对受众以及对信息本身等方面,从而提出较为合理的传播策略。

三、社交媒体对社会安全事件 传播的影响

传播过程包含传者、受众、信息、信道和反馈五个组成要素,其中传者、受众和信息是最为基本的三个组成要素,下文社交媒体对社会安全事件信息传播的影响研究也将立足于此三个组成要素进行。

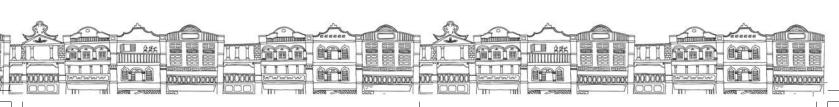
(一)对传者的影响

传者,也称为传播者、信源,在传播活动中担当发出信息的角色。以往,媒介机构或政府组织是最为重要的传者,受某些因素制约,受众难以在第一时间获取信息;社交媒体出现后,众多潜在传者聚合到具体的某一社交媒体上,有利于第一时间传递信息。

首先是对个人信息发布的影响。这 里所说的个人,一般是指社会安全事件 的当事人、目击者以及当事人的亲朋好 友。社交媒体拥有着庞大的用户群体并 依托于用户创造内容,这也是传者重视 社交媒体作用的原因之一。当社会安全 事件发生时,社会安全事件的当事人、写 击者以及当事人的亲朋好友这些原本较 为分散的传者可以借助于社交媒体迅速 汇聚起来,以不同角度切入到社会安全 事件传播中,即时向外界传递信息。一般 来说,这类传者发布信息的主要目的是 获取受众关注或帮助。

在重庆女孩高渝失联案件中, 重庆

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



市渝中区阳光 520 爱心协会的工作人 员在8月14日下午就通过微信公众号 发布"寻找20岁女孩高某"的寻人启事, 对高渝的性别、身高、年龄、体貌特征等 做了——描述,同时还公布了联系方式 以及高某的5张生活照,在时间上早于 纸媒的报道。这则信息发布后,迅速获得 受众的关注或转发,在24小时内有超过 10 万的阅读量;许多与高渝素未谋面的 人得知高渝失联的信息后,也纷纷加入 到寻找失联女孩高渝的行列中,一时间 QQ 空间、微信朋友圈、微博、贴吧、论坛 等社交媒体上充斥着寻找失联女孩高渝 的信息。图 1 便是某位用户将重庆市渝 中区阳光 520 爱心协会的寻人启事转 发至自己朋友圈的截图(已对号码进行 遮盖处理)。

通过当事人、目击者以及当事人的 亲朋好友等个人的信息发布, 加上其他

专注 【寻人启事】高渝,女、20岁,身高 1米61,下巴处有明显"斜排三小赛"特征 ,就读于重庆邮电大学,阳光520爱心志 题者协会志题者,于2014年8月9日20:00 时后,失去联系。疾则前,高海侧戴斜特 包(品牌:花花公子;颜色:黄白相间),并手抱一只小狗。 本人若见启事,请尽快与家人联系。 有知其下落者,请与刘老师(女孩母家) 联系 该:取来 该:1027,或联系 阳光520爱心志题者协会,联系电话: 68 80、李沸岑189 9889,也可 直接拨打报警电话:110。如有重要线索 ,定有重金酬谢! 为寻找女儿,对女士全家已经心力憔悴, 自前已报警,请广大爱心人士多简意身边 线索,定有重谢!

图 1 微信朋友圈截图

受众的互动,有利于在社交媒体上乃至 现实生活中形成一种舆论压力,引发政 府部门的高度重视,进而有利于社会安 全事件的解决。在寻找失联女孩这一类 事件中,个人发布信息后,网络上形成的 舆论压力也在鞭策着相关部门采取措施 处理这类事件。

第二种是对政府信息发布和传统媒体报道的影响。社交媒体的兴起极大地冲击了原有的社会安全事件的信源格局。社交媒体的兴起,对政府和传统媒体

来说,既是冲击也是机遇。以往,几乎所有的社会安全事件的信息传播依赖于政府发布信息或是传统媒体报道,因此社会安全事件传播的成败在很大程度上具有依赖性。有些时候,政府或是传统媒体为了社会稳定,常常在一些社会安全事件的信息传播上显得遮遮掩掩或者完全避而不谈,公众的知情权难以得到保障。

政府或传统媒体曾经是公众最为依赖的传者,在很长一段时间内为受众获取信息提供了便利。进入21世纪以来,受众获取信息的要求不断提升,而政府新闻发布或是传统媒体报道这两种信源本身就带有时空方面上的缺陷。例如重庆女孩高渝失联事件中,早在8月14日社交媒体上便出现了相关信息,政府部门在8月15日发布与高渝相关的信息,而传统媒体到了8月17日才出现高渝的相关报道。从时效性的角度出发,

社交媒体的出现确实给政府信息发布和传统媒体报 道敲响了警钟。

虽然政府发布和传统 媒体的时效性比不上社交 媒体,但是并不意味着它 开始失去作用。社交媒体 在快速传递信息的过程 中,也产生了大量的信息 碎片,导致网络谣言充斥 于网络之间,真真假假,难 以辨别。而此时,政府和传统媒体就可以利用自身优势担当起辟谣以及发布权

威信息的责任。基于社交媒体所具有的实时传播的特点,政府部门、传统媒体也开始重视社交媒体作为舆情监测的作用,利用社交媒体上获取社会安全事件的最新信息。来自新浪微博的数据显示:许多政府部门,以及大量的媒体机构和媒体人通过实名认证开设了微博,并利用微博作为其发布信息、接收信息的知知,并不会。用户可以以私信、@、评论以及专门的爆料入口等方式,为政府、媒介机构和媒体人提供社会安全事件的新闻线索,不

仅方便快捷,而且也增强了信息发布的 时效性。

除了利用社交媒体监测舆情外,政府部门和传统媒体还运用社交媒体充当社会安全事件新闻传播的重要工具。例如通过监测社交媒体的舆情后,政府部门或传统媒体也会利用社交媒体发布权威的信息,打消受众恐慌,发挥舆论导向作用。如公安部门就通过微博将失联案件的最新进展公之于众,在某种程度上消除失联事件对受众造成的恐惧。

(二)对受众的影响

受众是信息传输中的作用对象,又称为信宿、受传者或信息接受者。在社会安全事件的信息传播中,公众不但是传者,同时也是信息的作用对象,即受众。社交媒体对受众的影响,存在积极影响和消极影响两个方面。

首先是积极影响。以往受众只是单纯的信息接受者和消费者,处于极为被动的地位;而社交媒体兴起后,受众地位发生了翻天覆地的变化。

在社会安全事件的信息传播上,受众所扮演的角色不仅仅是接收者和消费者,同时也是信息的发布者和生产者。社交媒体出现之前,受众所接触的话题都是由政府机构或媒体组织提供,受众在这一过程中充当信息接受者和消费者的角色;得益于社交媒体的广泛使用以及受众传播意识的树立,受众也逐渐参与到信息传播过程中的生产环节里,并担当起重要的角色。

在社会安全事件的信息接收中,受 众由被动消极接收转变为自主选择。传 统媒体时代里,无论是政府机构或媒体 组织,他们在信息传播中都具有单向传 播的特性,这就导致受众接收信息时始 终是处于被动消极的地位,受众只能决 定接收或不接收信息,而不能决定信息 内容。社交媒体的出现给予了受众更多 的自主性和选择性,受众可以根据自己 的兴趣爱好、阅读习惯选择适合自己的 内容进行接收。

在社会安全事件的信息循环中,受

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



众一改以往反馈延迟的做法,开始及时自觉地对信息作出反馈。众所周知,在传统媒体时代,受众很少参与或者根本无法参与反馈,但是借助于社交媒体,传者和受众之间实现了真正的双向交流互动。社交媒体所提供的反馈平台,满足了受众的信息反馈需求,这有利于丰富新闻内容以及提高新闻深度。诸如微博、微信朋友圈、论坛都开辟了评论框供受众评论,传者也可以在第一时间作出回应。

在社会安全事件的传播的理念上,已经由过去的以传者为中心转为当前媒体环境下的以受众需求为中心。受传者为中心的传播理念影响,传播活动都是站在传者的立场进行的,强调对受众进行引导和教育,而不考虑受众的需求,因而新闻内容显得呆板生硬,给人一种盛气凌人、高高在上的感觉;如今,传者的传播理念发生了翻天覆地的变化,表现为传者会充分考虑受众的需求,并且尽可能地满足。

第二方面是消极影响。社会安全事件发生后,在社交媒体的介入下,原有传播模式发生了变化。一方面,社交媒体丰富了信源,使得社会安全事件发生后的信息传递更为迅速、透明,极大地满足了受众的信息诉求。另一方面,由于社交媒体上信息传播呈现出碎片化的特征,加上一些别有用心的个人、媒体机构利用议程设置的方式构建出拟态环境,给受众营造出一种置身于邪恶世界的感觉。

议程设置理论最初由美国传播学家 麦库姆斯(Maxwell E. McCombs)和 肖(Donald L. Shaw)在《大众传媒的 议程设置功能》这篇文章里提出的。他们 认为在 1968 年美国总统大选期间,经 过编辑和广播员每天的新闻播报,可以使 受众的认知水平、思维能力发生改变 [13]。 这段话表明媒介具有一种为受众设置议题的功能,其对议题关注和报道程度同 受众重视程度呈正比关系。简而言之就是媒介越是突出某一议题或事件,受众就越关注此议题或命题。

自 2014 年 8 月 9 日重庆女大学生

高渝搭乘黑车失联后,包括社交媒体在 内的各类媒体接连报道了数十起女孩失 联事件, 引发了社会各界人士的关注和 讨论。有网友表示在复旦大学投毒案报 道后,其他学校陆陆续续也出现了砍人 投毒案, 而重庆女孩打黑车之后各种搭 车失踪案接踵而至,因而怀疑是媒体的 议程设置功能在某种程度上导致犯罪案 件数量的上升。虽然并没有直接或间接 证据表明媒体的报道使得女孩失联案件 数量增加,但是部分媒体的大肆渲染确 实是有意为之,表现为媒体通过其议程 设置功能在一段时间内集中报道女孩失 联事件。社交媒体上的确存在这样一类 人,一边塑造社会对妙龄女孩的潜在危 害,一边利用人们对妙龄女孩的这类暖 昧与恶性事件的兴趣, 试图博取受众的 眼球和注意力。

美国著名报刊专栏学者、政治家李 普曼于 1992 年在其经典著作《舆论学》 一书中最早提出了"拟态环境"一词,其 核心观点就是认为我们大脑中所形成的 关于世界的看法与客观真实世界并不一 致。李普曼认为由于现实世界十分复杂, 而人们的直接感知能力相当有限,很多 时候我们大脑中所形成的关于世界的看 法主要是通过大众媒介间接形成的,这 是一种由媒介所构造出来的"拟态环 境",同真实的环境隔离开来。这个媒介 所营造的"拟态环境"歪曲了人们对真实 环境的看法, 而且我们又常常将其看作 真实环境并做出反应[14]。正如生活在北 方的人可能会认为云南人是骑着大象出 门的,那是因为受到了某些信息影响,所 以他们形成了关于云南的"拟态环境", 而现实的云南并不是北方人所认为的那 样——人们骑着大象满大街地跑。

来自中国互联网络信息中心(CNNIC)的数据显示,微信已经成为中国的第一大社交媒体,比例高达65%,用户中使用朋友圈的比例是77%[15]。然而在朋友圈海量的信息中,夹杂着大量对受众造成严重误导的谣言文章,而这些文章标题通常是危言耸听,句式内容更

是"语不惊人死不休",这给受众带去无尽的困扰。每当社会安全事件发生时,这 类谣言文章如洪水般迅速涌出,数量更 是惊人。

2014 年下半年媒体报道女孩失联事件的密集程度让不少女孩陷入莫名的恐慌氛围之中。"女孩黑车失踪"、"少女的黑色八月"还登上了新浪微博的热点话题排行榜,可见其影响力之大。一些社交媒体使用了诸如"抛尸水中"、"囚禁"、"性奴"等词语,交代了犯罪分子的作案手法,让人感到毛骨悚然。网友"女古王月"表示这几年过得好没安全感,甚至还发出长得丑是种幸福这样的感慨。网友"城南阿北"认为媒体总是在搞些负面报道,呼吁媒体多传递一点正能量。

社交媒体上也出现了大量批判黑车的言语,甚至直接将黑车与失联联系在一起,只要一乘坐黑车便会失联。有网友还提到"黑车司机许多是服刑人员"、"黑车无牌无证"等等言语,而事实上黑车与失联并不具有因果关系。经过社交媒体以及传统媒体的连番信息轰炸后,很多女性乃至部分男性都对黑车心有余悸。

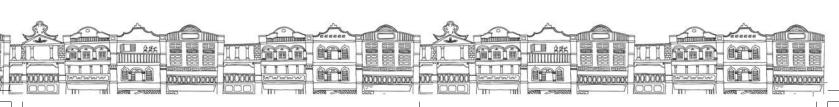
浙江金华女生乘坐出租车遭到两名司机先奸后杀的新闻曝出后,社交媒体上掀起了一阵热议。许多网友表示这个世界太可怕了,连正规出租车都出这样的事情。一些网友表示现在每次单独乘坐出租车都要先拍车牌号发给好友;也有网友表示拒绝独自一人乘坐出租车。

许多人甚至拒绝同陌生人讲话,整个社会笼罩着一种恐怖气氛。网上商城中"防狼喷雾"、"防狼棒"等女性防身用品的销量剧增,各种女性防身术也着实火了一把。

然而真实世界并非社交媒体大肆渲染的"拟态环境"那样危险,媒体所报道的可能只是一种小概率事件。正如搭乘交通工具可能会遭遇车祸,但毕竟不是常态。试想每天都提心吊胆生活,那么正常的生活秩序就将被打乱。况且女孩搭乘黑车出事的案件早已有之,并不是这段时间才开始出现的,但是这并不是意

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

3] 舆情研判



味着女孩可以毫无戒备,而是应当提高 警惕,学习必备的防身技巧甚至应当学 会应急措施。

当前我们处在一个网络时代,当类似事件出现后,社交媒体甚至是传统媒体都会以最快的速度介入报道,但是当报道过于频繁时,人们便会感到恐慌,殊不知这只是舆论所制造的一颗烟幕弹。

(三)对信息的影响

对信息的影响体现在信息形态和信息内容两方面。

信息形态的变化,首先是体现在信 息结构碎片化。社交媒体的核心是用户 在互动中创造内容。不同用户有着不同 的思维方式以及不同的教育背景,面对 相同的事件,每个人的表述都可能不同。 因此, 社交媒体上的信息存在着明显的 碎片化特征。一般来说,在社交媒体上发 布信息时,有着较为严格的字数限制,但 是这并不是导致社交媒体上信息碎片化 的原因。碎片化的信息形态符合社交媒 体的传者实时传播的特点,同时也符合 受众阅读的习惯。社交媒体将受众以往 的媒介接触习惯完全打破,并引导受众 形成新的阅读习惯。社交媒体对社会安 全事件信息进行传播时,与传统媒体喜 欢的"倒金字塔"式的叙事结构不同,社 交媒体的传者倾向于将完整的信息打碎 成信息碎片进而进行传播。这种碎片化 传播的方式,在无数用户参与传播之后, 具有高度新闻价值的核心信息被提炼出 来,进而形成舆论点,引发更多用户、传 统媒体乃至政府的关注和参与。例如在 2014年8月多起女孩失联后,描述受害 人身份信息、案件经过、涉案人员、案发 现场、受害人现状、女性自我保护常识等 内容成为热门转发对象。

信息形态的变化,第二个方面是个人信息发布与专业媒体发布相结合。个人通过社交媒体可以将所见所闻发布到互联网上进而引发其他用户广泛的关注和传播,此外针对社会安全事件所发表的评论同样也是个人参与社会安全事件信息传播的范畴。社交媒体几近没有的

使用门槛吸引了大批用户,并且这些用 户遍布于各个角落, 因此当社会安全事 件发生后,用户可以在第一时间,以当事 人、目击者或者当事人亲朋好友的立场 发布信息。虽然社交媒体上社会安全事 件个人化报道占据了较大的比例,但是 并不意味着专业媒体失去用武之地。由 于个人化报道存在一定的缺陷,这时候 专业媒体就可以站出来发挥其权威性的 作用。例如个人在使用社交媒体进行报 道时,信息较为零碎,这可能给受众带来 不小的困扰, 如果专业媒体能够把握住 舆情,对其进行解读分析、调查思考,从 而得出权威的信息,并充分利于社交媒 体进行信息传播,这对于提高专业媒体 的传播力、影响力和公信力有着重要的 意义,而这也正是专业媒体的优势所在。

信息内容的新特点,第一方面表现 在体察入微的细节描述。社交媒体上的 使用者中, 普通民众占据了相当大的比 例,他们在社交媒体主要关注与自己切 身利益有关的信息,表现出对社会安全 事件进行某些方面上体察入微的细节挖 掘,尽管这些是碎片化的信息,但是只要 将其串联整合起来,就会得到社会安全 事件完整的叙述。一般来说,当社会安全 事件发生后,事件的当事人、相关利害人 以及现场见证者等等都可以成为社交媒 体上信息的发布者,外人可以通过他们 传递出来的即时信息了解事件真相,包 括事件的起因、经过和结果。此外,许多 网民还会通过社交媒体展示社会安全事 件发生过程中的一些零碎细节,尽管有 些内容与事件本身并无多大关联。许多 女孩失联后,其同学或亲属利用社交媒 体,第一时间发布了女孩失联的寻人信 息。这类寻人信息不仅提及失联女孩的 基本信息,还包括失联女孩的失联原因、 兴趣爱好、情感状况、生活照片等等。

信息内容的新特点,第二方面表现在社交媒体上观点呈现多样化。截至2014年12月,我国网民规模达6.49亿,互联网普及率为47.9%;其中,手机网民规模达5.57亿,网民中使用手机

上网的人群占比为 85.8%^[16]。从这个数据中可以发现当前社交媒体的用户群体非常庞大。

从中国互联网络信息中心(CNNIC)的统计数据来看,网民性别、年龄、学历、职业、收入等有着很大区别,在这些因素的作用下,不同网民对于同一件事存在着不同看法。社交媒体作为网民声音的集散地,可以看到社会各阶层对同一社会安全事件发表的不同看法。例如有人认为是 2014 年的净网行动直接导致了社会强奸率的上升;也有网民认为当前处于转型时期,社会矛盾复杂,导致部分人有着仇恨心理因而犯案;还有网民觉得失联女孩自身的防护意识过低才会导致失联事件的发生……

信息内容的新特点,第三方面表现在煽情性、祈祷式言语充斥报道之中。当前我国的新闻媒体正处于蓬勃发展的时期,社交媒体因其传播速度快而备受关注。与传统媒体一样,社交媒体在发展过程中同样出现了一些不良现象,一方面,社交媒体上的有些报道显得十分僵硬,缺乏基本的人情味;另一方面,有些新闻报道却走向了煽情新闻的极端[17]。

新闻报道中的人情味又称为人文关怀,关注个人的生存状态以及个人尊严,认可符合人性的要求[18]。煽情新闻是以满足社会公众情感需求、引起感官刺激为目的,在内容与形式上,煽情新闻常常表现为耸人听闻、过分渲染细节,追求猎奇和新闻的趣味性,有时候甚至歪曲新闻事实 [19]。人情味强调的是以人为本,不仅表现出对人生命的关怀,更是对人性以及精神方面的尊重,而煽情新闻却常常打着人文关怀的幌子伤害当事人。

高渝遇害后,社交媒体上曾出现其 遗体和案发现场的照片,虽然所配文字 表达了对犯罪分子的不满,但是这样的 配图显然是不合适的。配图引起了受众 强烈的感官刺激,从新闻的类别来看,应 当归之于煽情新闻。图 2 是飞讯网在高 渝遗体找到后所发的微博截图,图中警 察正抬着高渝的遗体。据高渝家属描述,

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



高渝遗体身上仅着内衣,该微博配发这样的图片,明显是违背了伦理道德。有网友表示,这种尸体加几近裸体的图片渲染血腥暴力,让人心生恐惧。

又比如,郑州女大学生误乘黑车遇害的案件中,微博网友"于潇 2013"发布了一条消息,讲述了受害人遇害原因,并将



图 2 飞讯网微博截图

遇害细节毫无保留地发布出来,大肆渲染恐怖气氛,还附上女孩遭遇碎尸焚烧后的碎骨残骸,如图 3,不少网友表示看到这幅图片后感到强烈的不安和焦虑。

社交媒体上除了充斥着煽情性言语外,还存在大量的祈祷式言语。普通网友如果发表了这样的言论还可以理解,但

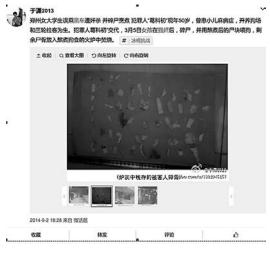


图 3 用户微博截图

是一些主流媒体也在社交平台上发表大量祈祷式、煽情性言语,这样的做法需要媒体进行反思。正如网友"浩正刘臻"曾在微博称中国媒体有三宝,即转发、蜡烛和祈祷。这并不是夸张的描述,事实上这样的情况确实存在,甚至已经到了非常严重的地步。每次遇到社会安全

事件,就会涌现出一大批奇人 异士开始点蜡烛祈祷。只要随 便打开几个专业媒体的社交平 台账号,便可以轻易找到虚的 电子眼泪、电子蜡烛,它的 甚至把媒体挖掘事件真相与 本责任放在一边,只知道一城 地祈祷、煽情,一遍遍呼喊 "××,我们为你祈祷"、"祈 祷××平安归来"等言语,进 而落个消费灾难之嫌。

四、社交媒体上社会 安全事件传播的优化策略 探究

本文对社交媒体上社会安全事件传播的优化策略的思考,集中在传者、受 众和信息三个方面。

(一)传者传播真实信息

真实是新闻的生命,这是亘古不变 的真理,过去如此,现在如此,未来同

> 样如此。失去真实性后,信息就成为谣言,不但误导受众,还可能对社会稳定造成 威胁。

> 传统媒体时代,一则新闻 从记者撰写到最后见刊,历经 记者自律、编辑把关、总编辑 审核等流程,这在某种程度 保证了新闻的真实性。新媒 时代,传者的门槛极低,"人 都是记者"、"人人都有者 风",任何人在任何地方有 以借助于社交媒体发布信息, 而这则信息很有可能被成千 上万的受众阅读、关注、转载,

试想如果这是一条虚假信息,那么其产 生的负面效应将难以估量。

社会安全事件爆发后,无论是何种类型的传者,都应该坚持传播的真实性原则,及时发布真实信息,这样既可以满足受众的信息需求,也能起到监督作用,促进事件的妥善解决。

首先是意识层面,传者应当充分认识真实性的重要性。社交媒体对于社会安全事件信息传播来讲是一把双刃剑,如果使用得当会对社会安全事件的解决产生有利影响,反之则会产生巨大危害。

第二是行动上传播真实信息。"人人都是记者"、"人人都有麦克风"不等于传者可以随意歪曲事实真相,散播负面信息。传者既要把握好时效性问题,也不能忽视真实性原则。

(二)受众提高甄别意识

社交媒体既方便了社会安全事件的信息传播,同时也为虚假信息的传播提供了方便。现阶段,一方面传者的素质参差不齐,另一方面部分传者受到利益因素影响,因此仅仅在传者方面上努力并不能杜绝虚假信息的传播。

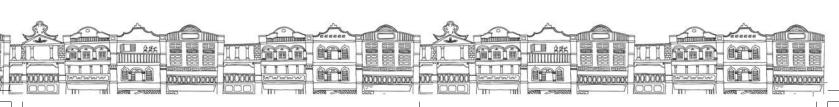
自媒体时代,受众与传者的边界被打破,也就是说社交媒体上的受众也可能是传者。社交媒体操作的便捷性,有时候也使得受众简化了思考,随手一个"转发"键便可以完成信息的传播。如果受众在转发过程中没有对信息加以甄别,那么受众很可能就会成为这一网络谣言的"传声筒"和"扩音器",例如"网络大 V"化身"网络大谣"事件。

受众作为信息的接收者,同时也可能是信息的发出者,应当擦亮眼镜,保持一份求证意识,注意提升自己的媒介素养,增强甄别虚假信息的能力,避免人云亦云、盲目跟风,沦为传播虚假信息的工具。

(三)信息监测必不可少

社交媒体充斥着各式各样的信息, 其中不乏信息噪音的存在,包括虚假信息、不良信息、危害公共安全信息等。"去中心化"的扁平式网状传播结构使得

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



"草根"获得了"发声"的权利,这为信息噪音的生成提供了土壤。社交媒体在加快信息传播的同时,也使得信息噪音漫天飞扬;信息噪音自古有之,关键在于如何应对。

社会安全事件发生后,大量的社交 媒体用户发布或转发毫无根据的猜测、 谣言,进而迷惑住受众,引发社会恐 慌。信息噪音的产生与社交媒体上宽松 的环境不无关系,因此应当加强对社交 媒体上的信息监测,这样不仅有利于相关部门掌握最新舆情动态、采取有力措施,同时也能够最大限度减轻信息噪音所产生的危害。

(本文编辑: 陈伟军)

【参考文献】

- [1]周裕琼. 当代中国社会的网络谣言研究[M]. 北京:商务印书馆, 2012:21.
- [2]Simon Kemp.Social Media Today. 2014.http://www.socialmediatoday.com/content/understanding-social-media-china-2014.
 - [3]Antony Mayfield. WHAT IS SOCIAL MEDIA. 2007.http://www.docin.com/p-403595988.html.
- [4]Kaplan, Andreas M, Michael Haenlein. "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". Business Horizons, P59.
 - [5] 邝启宇, 社交媒体在巨灾风险治理中的作用研究[D], 西南财经大学博士研究生学位论文, 2014;62,
 - [6]崔保国(主编). 2013年中国传媒发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2013:41.
 - [7][加]哈罗德·伊尼斯. 帝国与传播.何道宽(译)[M]. 北京:中国传媒大学出版社, 2013:200.
 - [8]邱蕾. 社会化媒体对消费者购买意愿的影响研究[D]. 江西财经大学硕士研究生学位论文, 2009:11.
 - [9]王晓光,郭淑娟. 社会性媒体初论[M]. 2008 中国新媒体传播学年会组委会. 中国人民大学出版社, 2008:15.
 - [10]张芳圆. 媒介环境学视野下的微博碎片化现象[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版),2011(2): 5.
 - [11]宋英华(编著). 突发事件应急管理导论[M]. 北京:中国经济出版社, 2009:55.
 - [12]刘奕. 公共危机系统管理[M]. 上海:上海人民出版社, 2012:12.
- [13]Maxwell McMombs, Donald Shaw. The Agenda-Setting Function of Mass Media. The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, No. 2 (Summer, 1972), p176.
 - [14]黄晓钟,杨效宏,冯钢(主编).传播学关键术语释读[M].成都:四川大学出版社,2005:260.
- [15]中国互联网络信息中心(CNNIC). 2014年中国社交类应用用户行为研究报告. 2015.http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/sqbg/201408/P020150401351309648557.pdf.
- [16] 中国互联网络信息中心 (CNNIC). 第 35 次中国互联网络发展状况统计报告.2015.http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201502/P020150203551802054676.pdf.
 - [17]毛家武.人情味新闻与煽情新闻辨——美国的一段特稿发展史给我们的启示[J].新闻知识,2009(4):38.
 - [18]刘保全(编著). 传媒书系 获奖评论赏析 兼谈评论的写作技巧[M]. 北京:人民日报出版社, 2013:64.
 - [19] 董天策(主編). 网络新闻传播学[M]. 福州: 福建人民出版社, 2004:134.

(上接第 36 页) 只是分析了珠江口表层 沉积物中的重金属元素质量分数。记者 还查阅了广东出入境检验检疫局检验检 疫技术中心食品实验室出具的《CIQ 残 留监控检测结果报告单》,检测内容正是 程村镇红光村出产的生蚝,抽样时间为 当年 8 月 24 日。这份例行检测的结果 表明,红光村出产的生蚝,铜含量(0.38 毫克/千克)、锅含量(1.5 毫克/千克),以

及其他各项指标的含量均符合农业部《无公害食品 牡蛎》标准。最终,南方日报的深度挖掘成功地引导了舆情,使其"反转"帮助广东蚝农成功应对了舆情。

结论

在网络信息时代,媒体如何从"新闻反转"的阵痛中增强免疫力,探寻真相时不忘自律自省;受众如何多存一份理性,

不轻信、不盲从,这是一项长期的任务。 而我们的舆论引导工作要十分重视时度 效的把握,在信息传播的速度、质量、效 果等各个方面占领传播制高点,提高宣 传的质量和水平,增强吸引力和感染力, 让群众爱听爱看、产生共鸣的同时,还要 通过牢牢掌握把关机制,增强主动性、掌 握主动权、打好主动仗。

(本文编辑:陈士军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



平衡把关机制 防范舆情打脸

周志坤

【摘 要】 本文通过案例分析、文本分析,对近年来若干公共事件中出现的舆情反转现象予以解读,并提出在敏感、突发新闻舆情事件中,媒体要按习近平总书记在新闻舆论工作座谈会讲话上所要求的,抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力抓好新闻舆论引导工作。

【关键词】 舆情反转/把关机制

进入5月中旬以来,電洋之死,像又一颗石子,被掷入舆论中心。这个2012年从中国人民大学环境学院硕士毕业的高才生,因涉嫌嫖娼被警方控制后死亡。目前,根据警方的多次信息披露和媒体报道,與情出现了多次反转,但是真相还在探寻中。

近年来,人们看到了太多舆情反转:在一些紧贴社会热点、关乎公众利益与矛盾、标注新闻热词的新闻事件中,因某些轻率报道迎合了社会上某些潜在涌动的共同集体情绪,很快出现一边倒的舆论评价;但随着责任媒体对新闻报道的深入挖掘,社会舆论又发生根本逆转。这也是网友常说的"舆情打脸"。

舆情打脸事件的原因分析

與情反转事件的成因非常复杂。既 有时代社会背景的影响因素,又受到媒体行业自身小气候的影响,还和媒体记者、编辑个人的素质密不可分。

笔者认为,首先,舆情反转的根本原因是,我们在这个时代不得不共同面对的浮躁、焦虑、不安、怀疑等负面社会情绪。在这个情绪之下,不少人就像是一座弹药库,点火就着,很容易形成"来势汹汹"的舆情。

2016年2月底,3次报道,引发3 个热点。河南乡村教师丁学玉的遭遇一 度牵动了很多人的心。2月23日,一篇 电视报道《26年后才知被"辞退"谁造 就了"黑户"教师?》,68岁的丁老师进入 公众视野,他质疑"辞退"无缘无故,让他 丢失教师身份。2月25日,有媒体二次 推送《教师被辞退引发领导"抹香香":河 南平顶山市已成立工作组》。2月27日 报道再度升温,网络新闻《河南乡村教师 教书 34 年总工资不过万 民师资格被 人顶替》,文中坐实了"顶替"情节。然而 后来,人民网记者调查发现,其被辞退的 原因是超生,四个子女,相关部门当事人 曾多次协调民政部门帮助丁老师一家。 又如,2014年10月,一则"陆童当众撒 尿"的新闻经台湾媒体报道后,引发了两 岸网友热议。台湾媒体最早的报道来自 TVBS 电视台 10 月 19 日的一段视频, 《扯!陆团用餐"儿童当众撒尿"鼎泰丰臭 翻》。该报道具有明显的舆论渲染倾向, 让众多台湾媒体先入为主地给大陆游客 贴上了"素质低"的标签。然而,该新闻后 来被证实为虚假,据台湾中视电视台调 查,这名"撒尿儿童"为台湾人,其母亲姓 纪,纪女士否认自己的孩子在饭桌上撒 尿,称当时有水弄湿了孩子的裤子,脱裤 子是为了给孩子"整理仪容"。

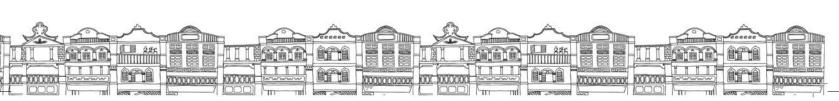
其次, 未经深入求证即仓促发布信 息,导致舆情反转。从2月6日起,一个 "孔雀女"与江西"凤凰男"分手的"故事" 刷爆网络,原因是上海城里的姑娘随江 西农村的男友回家过春节,结果被"黑糊 糊"的一顿年夜饭给吓跑了。这起自私人 领域的爱情小插曲,被网友发布在上海 的一家不知名的网站论坛上, 瞬间引爆 网络。众多媒体跟进,上亿网友讨论,成 为春节期间最热门的话题。而以此为题 材的"10万+"公号文章批量发售,还有 此后江西女孩致信"上海女孩"为江西农 村正名,上海本地媒体刊出的文章《放开 那个上海女孩》,都加入到"热炒大合唱" 中,有意无意地为其舆情热度添柴加薪。 然而,在持续发酵了近半个月后,中国江 西网在 2 月 21 日报道称: "2 月 20 日, 记者从网络部门获悉,'上海女孩逃离江 西农村'事件从头至尾均为虚假内容。自 称上海女孩的发帖者不是上海人,是某 省一位已为人妇的母亲, 她春节前压根 没来过江西;而其后发帖回应的'江西男 友',只是话题的碰瓷者,与发帖者素不 相识。"

再次,在日益碎片化的传播语境之下,受众阅读习惯的根本改变。受众日益丧失了思考能力,往往容易被碎片化的信息所误导。面对一条新爆出的新闻,许多受众尤其是网友开始都习惯性地把"声讨"矛头指向某一方,可当新闻事实突然发生逆转,舆论的倾向也立刻随"剧情"的逆转而转向。如,2015年5月3日,"女司机被暴打"视频在网络疯转,网



周志坤,南方日报时政新闻部副主任

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



友纷纷谴责男司机。5月4日,四川新闻 网提供了记录仪视频:女司机曾两次突然变道险酿事故。舆论又转而谴责女司机。再如,著名的"云南女导游骂游客"事件。2015年"五一"期间,"云南女导游嫌购物少骂游客"视频在网站传播:女导游对乘客破口大骂。管理部门介入调查,涉事旅行社和导游被处理。后来披露信息显示,游客参加的本就是购物团,团费只有1元钱。舆情随之反转。

最后,为追求轰动效应,报道失实、夸张甚至是虚构造假。2013年3月下旬,一家网站在一篇报道中称,深圳一名满头白发、身有残疾的老人眼巴巴盯着快餐店里的盒饭,一名路过的女孩看见后,当即买来盒饭,并单膝跪地将盒饭一口喂进老人嘴里。这位给乞讨老人喂饭的女生,被赞为"深圳最美女孩"。然而,事后有媒体调查发现,这是一起网络推手策划制造的假新闻,其目的是为炒作故事中提及的商业展览。这个由"美"变"丑"的事件,让不少网友前期津津乐道的"正能量",瞬间成为让人震惊甚至愤怒的"震能量"。

党报党刊党媒应平衡把关机 制和时效性

與情反转本质上是传播碎片化的缩影,也折射了当下传播碎片化的尴尬,暴露出所谓"网络民意"的可疑及其表达质量的堪忧。从这些事件中,我们也看出了专业化调查报道在碎片化信息时代的价值。根据皮尤研究中心发布的报告,在移动设备上,美国人阅读长篇报道的时间会更多。在智能手机上,读者阅读超过1000个单词的报道所花的时间是短篇报道的两倍。

研究还发现,更多人倾向于在早晨或夜间进行阅读,阅读所花的时间分别为 126 秒和 128 秒。另一方面,读者在上午和晚上阅读短篇报道所花的时间分别为 60 秒和 59 秒。

笔者认为,在新媒体风行时代,党报 党刊党媒要积极主动打好宣传仗,关键 在于把握好时度效和把关机制。在 2016年 2月的新闻舆论工作座谈会上,习近平总书记发表重要讲话。他强调,随着形势发展,党的新闻舆论工作要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求,不断在提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力和公信力上下功夫、出实效。

如何抓住时度效?

一是要强化互联网思维,抢抓时效。 "时",首先是要追求速度。移动互联网时代,人手一部手机,舆情信息瞬间万变。无论是新闻传播还是舆论引导都要讲速度。

在猴年春节新闻报道中,最为轰动的一篇文章是《春节纪事:一个病情加重的东北村庄[返乡日记]》。该文描述了作者老家农村的多种社会凋敝现象:父亲濒死儿子却用低保金"行乐痛快"、农妇组团"约炮"、媳妇骂婆婆"老不死妇组团"约炮"、媳妇骂婆婆"老不死的东西"、低保夫妇不顾儿子常年酣战牌桌……该文经微信、微博转发,在社会上引起广泛关注。然而,在新华社记者深入事件发生地调查后,发现"返乡日记"并非"返乡之作",文中描绘的礼崩乐坏的"时间、人物、地点都是虚构的"。这就有效地引导了舆情。

二是要把握好报道时机。善于在最佳时间点引导舆论,避免舆情给社会的 正常运行带来负面影响。

如,在2016年全省两会前夕,广东各地取消年票制的呼声不断,也成为代表、委员讨论的热点话题。面对舆情汹涌的局面,南方日报记者紧追省交通主管部门领导,第一时间向社会发出"广东将逐市取消年票,今年年内公布方案"的消息,明确二级以下公路不准再收费。同时,对全省各市年票情况、全省收费公路500多亿元的债务情况和各市财政债务偿还做了一个全面的分析、报道,回应了社会关切。

又如,2016年3月的"童车碰瓷事件"。一段被称为"碰瓷新高度"的视频在网上突然火了起来,视频上显示,老人坐在地上,一只手搭在玩具车上,而旁边站

着一位年轻女士拉着一位小女孩。老人 称:"我在这里,你就撞过来。"女士反驳 称:"我一直走的旁边,没走里面。"视频 发出后,多数网友予以谴责、质疑、嘲讽, 甚至是谩骂,称其为"碰瓷新高度",觉得 老太太连玩具车也不放过,实在太离谱。 "无证女司机,豪车撞上大妈,求小盆友 的心理阴影面积。""不要脸,为了钱什么 无耻的事都能干!"一时间,各种声音弥 漫于网络,许多媒体也进行了转发,并配 上"讹人也出新高度"、"车比大妈受伤 重"等标题。不过,事情很快发生了大反 转。受伤老人今年79岁,经医生诊断, 老人桡骨的中上段粉碎性骨折,"从片上 看有比较大的骨折块, 而且骨头出现明 显的移位。"此后,央视也对此事进行了 追踪报道。由于媒体报道介入迅速,该事 件迅速反转,没有形成更大的公共事件。

三是直面與情,亮剑深挖。做到既遵守纪律又尊重规律,使與情朝着更有利于公共利益的方向发展。

2011年10月,美国"生蚝信任危机",令广州不少菜市场和超市停止了进货生蚝,而著名的黄沙水产品交易市场依然有大量生蚝供应。一篇"生蚝铜元素超标740倍"的相关报道引发社会广泛关注,随即,生蚝销量大减,仅阳江市红光村,蚝农日损失就接近百万元。

然而,南方曰报记者调查发现,"生 蚝铜含量超标 740 倍"的说法来自中国 科学院南海海洋研究所研究员黄小平博 士的一篇论文。该论文题目是"珠江口海 域环境污染研究进展",发表在《热带海 洋学报》2010年第29卷第1期。文中 称,市民经常食用的生蚝中,铜元素和镉 元素分别超标740倍和90倍。文章的第 7 处注释标明,数据来源于其他研究人员 在 2004 年发表的一篇论文《珠三角表层 沉积物铜铅锌镉的分布与评价》,发表于 2004 年第 17 卷第 4 期的《环境科学研 究》,作者为王增唤、林钦、李纯厚等。令人 诧异的是,这篇成为数据来源的文章通篇 未提及牡蛎或生蚝,结论中也并没有涉及 海产量体内的重金属含量,(下转第34页)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



媒体微信与媒介融合

——基于前 30 名传统媒体微信分析

曾凡斌 黄勇智

【摘 要】 媒介融合是当今中国学界和业界探索和研究的热点,而媒体微信是当今公认的媒体实现媒介融合的最主要途径之一。由于微信的数据量较大且不稳定,故本文选取 2016 年 3 月 20 日至 26 日这一固定的时间段中,排名前 30 的传统媒体微信公众号作为分析的样本,研究分析媒体微信的发展现状,并通过对其现状的研究来探讨媒体微信与媒介融合之间的关系。

【关键词】 媒体微信/媒介融合/公众号

一、引言

媒介融合不只是业界的探索,已上升到国家政策的层面,成为当下媒体建设的焦点。媒介融合是指在以数字技术、网络技术和电子通信技术为核心的科学技术的推动下,组成大媒体业的各产业组织在经济利益和社会需求的驱动下通过合作、并购和整合等手段,实现不同媒介形态的内容融合、传播渠道融合和媒介终端融合的过程。

截至 2015 年 8 月,微信官方披露的数据显示,微信公众号的数量已经突破 1000 万,每天还在以 1.5 万的速度增加。现如今,许多媒体都纷纷开设微博或微信公众号,在中国新媒体指数管理中心记录的媒体类微信公众号约 6500个,微信公众号已然成为众多媒体实现媒介融合的主要途径之一。

二、相关研究综述

国内的很多专家、学者都对传统媒体微信公众号进行了研究,这些研究主要集中于对媒体微信公众号现状和出现问题的研究及如何经营媒体公众号等。谢新洲和安静指出现如今的媒体类公众

账号普遍存在推广运营力度不够、信息 同质化严重、缺乏用户管理等问题:公众 号在巩固已有用户群、维护品牌形象等 方面,具有不可比拟的优势,公众号应该 引导用户走向母媒体,为传统媒体、客户 端、微博、网站等带来新的用户。王棋指 出传统媒体在适应一种新媒体发展形态 时,会遇到一些问题,如出现的内容同质 化现象严重、好奇红利开始减退及关注 难度大,难有爆炸式增长等问题。针对媒 体微信公众号出现的问题, 不少专家和 学者也给出解决办法, 如孙世庆认为传 统媒体微信公众号应实施加大推广力度 和优化推送模式等措施来跟上微信快速 发展的时代; 王辉和罗蓓蓓认为传统媒 体微信平台应提高多媒体信息制作能 力、树立品牌意识和构建专业运营团队 等。与此同时,众多学者都强调微信公众 号最重要的还是内容。从上述的相关研 究综述的可以看出, 大部分的研究只是 单单对微信公众号进行研究,而很少去 深究传统媒体在经营微信公众号过程中 的经营策略、方法和存在的问题,更没有 从媒介融合的角度来研究媒体微信。故 本文以中国新媒体指数管理中心共享的 微信数据为分析样本,鉴于数据量较大,

仅选取 2016 年 3 月 20 日至 26 日这一周 WCI[®]指数排名前 30 的传统媒体 微信公众号作为研究样本,通过分析前 30 名传统媒体的微信公众号,来探究传统媒体经营其微信公众号过程中所存在 的问题及经营策略,并试着从媒介融合角度来研究传统媒体微信。

三、前 30 名媒体微信整体态 势分析

基于中国新媒体指数管理中心共享 的媒体微信数据,选取在2016年3月 20 日至 26 日这一周中 WCI 指数前 30 名的传统媒体微信,包括了报纸类《人 民日报》、《都市快报》和《半岛晨报》 等的官方微信:期刊类《男人装》、 《南都娱乐周刊》及《意林》等的官方 微信; 电视类央视新闻、财经新闻、央 视综艺的官方微信;广播类 FM93 交通 之声和交通 91.8 的官方微信。在这些 媒体微信公众号中,《人民日报》官方 微信号的WCI的指数最高为 1539.82, 且该数值也是所有微信公 众号中的最高, 其次是央视新闻的 WCI 指数为 1467.68, 最低的是红秀 GRAZIA 的 WCI 指数为 1123.22。3 月20日至26日,前30名媒体微信共 发文 1841 篇,平均每个媒体微信每天 发文约8.7篇。文章的阅读总量超过 8000万,其中有314篇的阅读量超过 10万(因腾讯官方规则限制文章阅读量 超过10万的均只显示10万+,因此无法 看出阅读量最高的文章)。全部文章的总 点赞量约为89万,而与总阅读量相除,



曾凡斌,暨南大学新闻与传播学院副教授,博士,硕士生导师 黄勇智,暨南大学新闻与传播学院新闻与传播专业 2015 级硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



得出的点赞率仅为 1.06%,产生这样原因主要是:其一,用户的点赞习惯尚未形成;其二,内容质量存在落差,标题党下却是令受众无法满意的内容,有些文章因太长或质量太低,读者甚至没有"滑"到文低就已退出,点赞更无从说起。

在前30名传统媒体微信中,其中报纸类的微信公众号为12个,期刊类的微信公众号为7个,电视类的微信公众号为8个,广播类的微信公众号为3个。具体的分布如图1。从图1可以清楚地看出,报纸类微信公众号的个数所占的比例最高,为40%;其次是电视类微信公众号,比例为27%;期刊类和广播类微信公众号的个数所占比例分别为23%和10%。

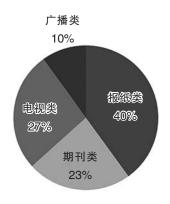


图 1

四、报纸类微信公众号分析

这一部分选取前 30 名传统媒体微信公众号中的 12 个报纸类微信公众号作为研究对象。在 3 月 20 日至 26 日这一周里,12 个报纸类微信公众号共发文802 篇,总阅读量达到 3000 万,但前三名微信公众号的总阅读量达到 1700万,占总阅读量的 56.7%,从这一数据不难发现,报纸类微信公众号的阅读量之间存在很大的差距。

按照其报纸的性质,将 12 个报纸 类微信公众号进行进一步分类,其中党 报类的微信公众号一个,为《人民日报》 微信公众号;专业类的微信公众号 2 个, 分别是《中国教育报》及《健康时报》微信 公众号;而都市类的微信公众号最多,有《都市快报》、《半岛晨报》及《钱江晚报》 等9个。

分别从三个不同类别的微信公众号中各选一个微信公众号进行对比分析,这三个微信公众号分别是《人民日报》微信公众号、《广州日报》微信公众号及《中国教育报》微信公众号。

公众号	文章总数	超 10 万文章数	点赞总数	发布次数	最大点赞数
人民日报	114	108	311084	45	13183
中国教育报	27	5	5904	6	684
广州日报	56	2	9430	7	3625

从上表中可以清楚看出,无论是文 章总数、阅读量超10万的文章数,点赞 总数、发布次数上,《人民日报》微信公众 号都高于其他两个微信公众号, 究其原 因、《人民日报》官方微信是有"中国第一 大报"的行业地位支撑,其微信自带有原 创性、公信力和权威性等优势。除了自身 的优势外,《人民日报》在推送文章及文 章内容上也是下足了功夫。在这一周里, 《人民日报》微信推送文章次数为 45 次, 几乎平均每天推送三次,较高频的推送 率,有利于保持用户的黏性。推送的时间 较为均等分布在早上8点、中午12点、 晚上8点及10点左右四个时间段,可 以看出《人民日报》微信是根据人们的作 息规律推送文章,有意在培养读者的阅 读习惯。在文章内容方面,《人民日报》微 信通过幽默诙谐、调侃或漫画的形式对 报纸上原本较为枯燥的文章进行改编, 使其更为适合在微信平台上传播。在文 章《再见了,打仗的时候再叫我》中,用漫 画的形式生动地介绍一位军人从刚开始 入伍到退伍的过程:在文章《这个贪官有 点"嗨",讲京开会竟有人一路陪唱1》中, 用中国古代的经典故事扁鹊见蔡桓公来 明喻松原市委原书记蓝军是如何一步步 走向深渊,这些形式能让读者在最短的 时间内抓住文章的意图。

作为专业领域的微信公众号,由于 受用户范围及文章内容的限制,传播效 果不明显。《中国教育报》所发的文章大 习情况调研结果惊人: 没上过辅导班的孩子学历后劲更足!》和《又有老师被暴打,难道教师也成了"高危职业"?》都是一些与教育相关的软文, 这些文章对学生家长或对教育感兴趣的人吸引力比较大,而对普通人则吸引力较小。从文章推送的次数及时间来看,《中国教育报》微

多与教育相关,如《上海 15 万小学生学

信公众号在一周里推送 6 次,且推送的时间选择在人们休闲娱乐的时间晚上的 8 点,这利于人们查看。

作为都市类微信公众号的《广州日报》,在一周推送的 56 篇文章中,仅有两篇推文的阅读量超过 10 万,且其点赞率仅为 0.0065,可以说其传播效果并没达到预期的结果。从其公众号所推的文章内容来看,有部分文章与广州有关,如《难得好天气,广东这 6 条小清新绿道走起!》和《原来广州各种煲汤中药材功效是这样的!》等,其所获得阅读量都比较高;但也有不少的文章直接转至其他微信公众号,使得其微信公众号内容同质化,缺少自身特色。

通过对比和分析三个不同类型的微信公众号,可以明显地看出,三个不同性质的报纸类微信公众号在经营策略、目标受众等方面上有明显的不同。人民日报的性质决定了其微信公众号在投营策略上要以服务党为主,目标受允等通的人民群众;而中国教育首任公众号则将目标受众缩小为与教育相关或感兴趣的人群;广州日报微信公众号作为当地纸媒的官方微信,目标群体主要为当地的民众,在其经营策略上偏重于增加本地用户的黏度。

五、期刊类微信公众号分析

这一部分选取排名前 30 名中的 7

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



个杂志期刊类的微信公众号作为研究对象。这一周内,7个期刊类微信公众号共发文318篇,总阅读量约为1200万,而在周平均点赞率上,期刊类微信的周平均点赞率为0.99%,略高于报纸类微信的周平均点赞率0.91%,这在一定程度上反映出微信用户对杂志推送的内容的满意度更高。

在这入榜的7个期刊类微信公众号中,其中《男人装》、《时尚芭莎》、《时尚COSMO》和《红秀GRAZIA》这4个微信公众号属于时尚生活类期刊;《壹读》和《意林》属于文史文摘类;《南都娱乐周刊》属于文娱类,可以说时尚生活类期刊的微信公众号在微信用户中受欢迎的程度高。

在7个杂志类公众号中,选取时尚生 活类的《男人装》微信与文史文摘类的《壹读》杂志的微信公众号来进行对比研究。 《男人装》微信公众号主要面向的是母体杂志的忠实粉丝,因此文章内容、风格及形式上更偏重于杂志本身;而《壹读》微信公众号面向的普通的大众,因此在风格上比较轻松活泼。

六、电视类微信公众号分析

此部分以8个电视类微信公众号为分析样本。在这一周里,8个电视类的微信公众号共发文400篇,总阅读量达到2500万。其中在这8个微信公众号里,有3个微信公众号来自央视,它们分别是央视新闻、央视财经和央视综艺,它们的总阅读量约为1690万,占总阅读量的67.6%,可以说在电视类的微信中,央视这一家可谓是一览众山小。这与央视自身内容的优势和在传统平台的积累的影响力密不可分。

央视新闻是中央电视台新闻中心对

公众号	文章总数	阅读总数	WCI	最大点赞数	点赞率
男人装	43	3301024	1299.3	875	0.0041
壹读	32	1399118	1194.22	1740	0.0076

从上表中可以清楚地看出,《男人装》 微信公众号在 WCI 指数以及阅读总量均 高于《壹读》微信公众号,但在最大点赞数 和点赞率这两项指数上,《壹读》微信公众 号远远高于《男人装》微信公众号。《男人 装》是一本男性综合类时尚杂志,其想男人 之所想,言同行所不敢言,创造了中国性爱 话语的最高禁忌尺度; 微信公众号继承了 其母本杂志的特点,所发的文章的内容大 多数与两性相关,抓住了大多数人的猎奇 心理,使人们点击阅读,但大多数人并不认 可这样的文章,从文章点赞率就可以看出。 而《壹读》微信公众号延续了杂志"轻幽默, 有情趣"的定位,文章的题材涉及面比较 广, 如教育、科普和娱乐等各方面都有涉 及。其笔调幽默且富于调侃意味,文章中也 使用大量图片及各种流行语,其标题多为 娱乐调侃类,如《韩国人真的吃不起肉 吗?》、《天天守着微信,能娶着媳妇吗?》,这 在很大程度上引起人们阅读的兴趣。从对 两个微信公众号的分析中可以看出, 两家 杂志经营的微信公众号的策略有些不同,

外的统一的新媒体平台,包括微博、微信、新闻客户端三款新媒体产品,"两微一端",布局完整,大大提升了央视新闻频道及新闻类节目的移动化传播水平,目前央视新闻有超过 2500 万微博粉丝,在传统媒体微信公众号中也稳坐头把交椅,"央视新闻 APP 的总订户数量过 4400 万"。央视新闻在微信平台一周内发布信息 51 次,高频率的发送次数在某些程度上增强了用户的黏性;且其依托央视新闻中心的强大背景,发布的新闻信息无论在重要性、及时性、真实性,还是影响力上都具有得天独厚的优势。

值得注意的是,在这8个电视类微信公众号当中,出现了电视节目《最强大脑》的微信公众号。选取研究时间段正巧是节目热播阶段,节目的热播也带动了其微信公众号的热度,但当节目结束,其微信公众号的WIC排名也随之下降。原因是其本身微信公众号的局限性,最强大脑微信公众号的开通是为节目服务,当节目结束后,其微信公众号就很少在推送文章,这

使其微信公众号热度降低,也使其微信 公众号丢失掉原先所积攒的粉丝。

七、传统媒体经营微信中存在 的问题

传统媒体开设及经营微信公众号有一段时间,在这过程有很多地方值得赞许,如 对文章内容进行适当的加工、注重推送时间的合理性等,但与此同时,也存在一些不足。

第一,缺乏对内容的管理。很多传统媒体微信的文章大多数都是直接转自本身的报纸、杂志或网站上原有的文章,但这些原有的文章在内容呈现的形式上并不符合微信传播的特点,因此文章在阅读量和点赞量都没能达到预期的效果。

第二,缺乏与用户的交流,功能应用不全面。微信传播的最大特点之一就是一对一的信息传播和交流,但很多传统媒体微信没能做到周期性的与用户沟通交流;微信最为主要的特点就是语音传送功能,但很多传统媒体微信也很少运用此功能来传播信息。

第三,缺乏专业微信运营团队。目前,许多传统媒体虽然开设了微信,但内部并没有组建起精通或者熟悉微信经营的专业人才队伍,有的由值班编辑兼职,有的是聘用计算机人才运作。由于这些临时人员时间、精力与专业落差等原因,优秀的内容和创新想法难以生产。

第四,对目标用户定位不清,缺少定制化服务。对媒介产品来说,突出个性、进行市场细分、寻求差异化经营无疑是制胜之路。微信公众号作为一种媒介产品,其微信公众平台应准确定位目标用户,且对全体订阅用户进行灵活的自定义分组,或是自定义分组,根据分组情况向用户提供特定的内容服务。但是在实际运作中,许多媒体跟风似的创建微信公众号,对自身的目标受众并不清楚,因此所提供的内容服务大多是模仿其他微信公众号。

八、传统媒体微信的发展策略

1.内容为王,实现业务形态融合 在信息快速流动的时代,人们更倾向

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



于认知获取信息的渠道而忽视对信息内容的关注。他们认为掌握一定的标题制作技巧,通过耸动性的标题调动读者感情和好奇心理就可以快速提高阅读量和粉丝量。的确,一定的编辑技巧确实能够吸引广大的读者,但如果内容质量不够硬,时间一久,读者也会对其失去兴趣,最终也会"弃你而去"。仔细研究上述媒体微信所推送的文章,不难发现绝大多数阅读量超过10万的文章,其质量都是比较好的。无论是过去,还是现在,内容为王一直以来都是媒介最为重要的生存之道之一。

在保证内容质量前提下, 媒体微信也 要用适当的编辑技巧对文章进行定制化加 工,这也是对媒介在业务形态融合的要求。 业务形态融合具体是指承载着媒介信息的 文字、图片、音频、视频等不同的媒介形态, 融合为多媒体形态,从而使信息内容的叙事 形式实现融合。"纸媒时代,传统媒体以内容 生产为核心,而互联网时代,渠道产品背后 的技术驱动价值凸显。传统媒体转型不成功 的原因,往往是过分倚重内容,总是认为一 篇文章是很重要的,面对互联网来说,一篇 文章的确重要,但它仅仅是信息海洋中的一 段浪花,要获得关注、产生影响更多要看内 容依靠什么渠道分发,以及内容的丰富程 度,比如有没有相关链接、延伸阅读、配图 等,关键是看你怎么能把读者'网住'"。

2.专业化人才运营,业务技能融合

学者奎恩就曾针对媒介融合对记者 业务实践的影响问题进行过深入的剖 析,并指出"媒介融合对于媒介组织的内 部运作尤其是对记者间的合作产生了根 本性的影响"。可见,业务技术的融合是 传媒从业者在现如今的媒介融合时代必 须面对的现实。运营微信的传媒从业者 专业职能的高低直接影响其微信公众号 的发展,因此运营微信的传媒从业者需 要掌握多方面的技能,尽可能实现业务 技能的融合。具体建议如下:

首先,要强化互联网思维。互联网思维的首要要求就是"用户思维"即以用户为中心,微信作为目前互联网时代最受欢迎的产品之一,微信编辑者应以用户

为中心的理念为指导,与用户形成周期性的联系,悉心听取用户的意见。

其次,重视技术。现如今,仅仅内容质量好不够,技术的包装也同样重要。因此微信编辑者应努力优化知识结构,增加技术性知识的比重,如 PS 图像编辑技术、PR 视频制作等专业技术,不一定要求具备专业的计算机编程知识,但是对于那些广泛使用的微信编辑工具应该熟练运用。如微场景编辑工具易企、MAKA(场景)等;微信辅助软件微友猎手、微信定位精灵等;微信提交收录/导航网站如微信啦、微信公众号导航等。

最后,要有社会责任感。很多微信编者为了吸引更多的读者,博取更多阅读量,所编辑出的文章往往过度娱乐化、打色情擦边球或报道一些虚假信息等等,在一定程度上助长了一些扭曲的价值取向。作为微信编辑者应提升自身的社会责任感,坚持正确的舆论引导观,为构建和谐社会尽一分力。

3.完善相关法律,实现媒介政府规制融合

除了媒体微信做好自身的相关工作, 法律、机构也应该给予必要的支持。目前, 我国关于微信传播的法律文件少之又少, 现有法律文件与互联网结合程度不够,一 些法律文件显现出滞后性与匮乏性,还有 一些领域还未涉及, 如电子商务、媒体运 营、公众账号管理、微信支付等方面都存在 漏洞。法律上漏洞以及管理上的缺失,使得 微信普遍存在侵权泛滥、虚假信息肆意传 播及诈骗事件层出不穷等现象,这些现象 一方面不仅打击媒体微信从业者的积极 性,另一方面也会给用户造成不良的影响。 因此完善相关的法律法规,这是现在微信 传播有序化的迫切要求,也是媒介融合时 代政府规制的根本依据。媒介的大量涌 现, 必然需要有新的融合性法律法规与之 相匹配,以使其行为有章可循,有法可依。

结语

从上述对前 30 名传统媒体微信公众号的分析可以看出,部分传统媒体的微信已初步形成规模,有自己鲜明的特

色及比较固定的用户基础。但绝大多数 媒体微信还是处于摸索阶段。媒介融合 是媒体未来发展的方向,需要媒体在实 现媒介融合的路径上进行长期探索。

(本文编辑:孙启军)

【参考文献】

[1] 蔡雯, 王学文. 角度·视野·轨迹——试析有关"媒介融合"的研究[J]. 国际新闻界, 2009(11):89-90.

[2]谢新洲,安静.媒体微信公众号的现状与发展趋势 [J]. 新闻战线,2014(9).

[3]王棋.媒体微信的内容价值与呈现途径[J].新闻战线,2014(3).

[4]孙世庆.浅论微信时代传统媒体如何借力发展[J].东南传播,2013(9).

[5]王辉,罗蓓蓓.传统媒体微信平台的发展现状、问题与创新[J].传媒,2015(9).

[6]刘景景,杨淑娟,沈阳. 2014 年传统媒体微信公众号分析[J].新闻 与写作,2014(12):16-19.

[7] 央视首次对 APP 广告招标 不邀请媒体参会 [N/OL]. 新浪财经, [2014-11-15] http://finance.sina.com.cn/china/20141115/172020829179.shtml.

[8]赵永会. 媒介融合时代微信编辑素养提升方法[J]. 成都行政学院学报,2015(11):71-73.

[9]新媒体人说.纸媒如何玩转互联网[N].中国新闻出版报,2014,4(1):6.

[10]刘颖悟,汪丽. 媒介融合的概念界定与内涵解析[J].传媒,2012(1).

【注 释】

① WCI: 微信传播指数 WCI (WeChat Communication Index) 通过微信公众号推送文章的传播度、覆盖度及账号的成熟度和影响力,来反映微信整体热度和公众号的发展走势。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 4() 新媒体



传统媒体智能移动端 APP 突围之路

王少浩

【摘 要】 随着移动互联网的快速发展和对用户的渗透,传统媒体要站稳脚跟赢得主流媒体的未来,首先就要在智能移动端 APP 市场上实现突围,在"连横合纵"基础上最大限度地发掘传统媒体原有的平台优势和内容资源优势,同时适时融入社会资本,打造自己的 APP 独立平台和拳头品牌产品。

【关键词】 移动端 APP/媒体转型/在线视频

传统媒体新闻资讯 APP 和在 线视频 APP 异军突起

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》数据,截至2015年12月,我国手机网民规模达6.2亿,有90.1%的网民通过手机上网,手机上网人数达到1.27亿人,占整体网民规模的18.5%,呈上升之势。移动端终将代替PC端,成为网民获取新闻资讯和进行娱乐游戏的首要入口。而随着平板电脑技术的发展和成本的下降,未来的电视心将是放大的智能平板电脑将取代电视。智能移动端是未来,也注定是兵家心争之地。

2015年,BAT强势介入移动端020市场,掀起的战火将移动端APP市场从蓝海烧成了红海。而根据中国网络视听节目服务协会发布的《2015年中国网络视听发展研究报告》数据,截至2015年10月,无论是在整体市场份额、移动端市场份额还是付费用户比例上,爱奇艺都超越了优酷土豆,成为新霸主。而爱奇艺、腾讯视频和优酷土豆三家则基本组成近乎垄断的第一集团。

但 2015 年,传统媒体转型的新闻资

讯 APP 和在线视频 APP 也在激烈的竞争中打下了一片小天地,媒体融合之路崭露曙光。根据"艾媒咨询"和"互联网周刊"等多个机构发布的《2015 年度 APP 排行榜》和相关研究报告,传统媒体推出的APP中,人民曰报、澎湃新闻和界面三个APP进入手机新闻客户端排行榜的前二十二,央视新闻、新华社、南方周末进入前二十;手机视频 APP 方面,芒果 TV、央视影音和风行视频进入排行榜前二十。而根据《人民曰报》发布数据,截至 2015 年 12月7日12时,上线一年半的人民曰报APP累计下载量超过1亿。芒果 TV 互联网全平台曰均用户则突破 3000 万,日均 VV 过亿,移动端累计用户破 2亿。

从 2015 年的情况来看,传统媒体 之所以能够在移动端 APP 上有所突破, 主要的原因包括:

一是促进媒体融合、打造新型主流媒体的政策要求。十八大五中全会提交的"十三五"规划建议中,明确提出"推动传统媒体和新兴媒体融合发展,加快媒体数字化建设,打造一批新型主流媒体"。对于中央媒体和地方媒体的领头羊而言,这将是贯穿整个"十三五"的一项重要任务。

二是发挥了传统媒体的党媒和舆论 监督优势。比如人民日报 APP 推出的移动 政务功能,有超过1400家机构入驻,用户可以利用移动端办理政务,也可直接向政府机关和地方"一把手"问政,从而吸引了大批用户不仅来看新闻,更是来"办业务"。

三是最大限度延伸传统媒体品牌节目的影响力,使电视观众或者是读者转移成为 APP 用户。比如芒果 TV。2014 年湖南卫视宣布所有旗下节目由芒果 TV 在网络端"独播"。由于芒果 TV 的大批年轻观众正好是移动端在线视频的主要用户,从而顺利将观众转化为受众,通过大量"独播"节目资源,确保用户量稳步增长。

传统媒体 APP 亟待创新赢得 用户

然而,正所谓"创业艰难,守业更难",在竞争激烈的移动端 APP 市场中,"创业"几乎与"守业"是同一个过程,不进则退,难上加难。

传统媒体的 APP 如何维持用户的增长和活跃度,从而顺利将用户转化为收入,形成一个良性发展的产业,还有多个问题要解决。如内容资源单一,新闻 APP 类内容同质化问题比较严重,这方面的劣势由于 BAT 在浏览器、新闻门户移植和社交应用方面的信息推荐优势,不断被放大。

而在线视频 APP 类,由于依托单一电视台的内容资源,只能在优势季播节目高峰期维持用户较高活跃度,而一旦处于电视节目收视率低潮期,APP的下载量和活跃度就随之严重下降。如芒果TV 一般在《我是歌手》等栏目热播时,其APP下载量能上到排行榜前列,而一旦这些节目播完后,就开始下降。对电视的



王少浩,广东广播电视台总编室科员

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

4] 新媒体



单一依赖度太高,依然难以摆脱电视网络窗口的印象;又如垂直类 APP 较少,且很少处于行业领头地位。

虽然"第一财经"、"央视体育"等专 业 APP 都榜上有名。但相较于频道频率 专业化多年的背景,垂直类 APP 标杆还 是太少。特别是垂直类 APP 通常是 020 的最好媒介, 失去垂直类 APP 市场,对 于介入 020 市场,影响也较大。这同时 也反映了垂直类 APP 在 020 市场开发 上的不足;再如移动互动平台分散,目前 各媒体各频率频道,或者是各报子媒子 报,都各自开通微博微信的互动平台,这 些平台既依附于第三方平台,又各自为 战,用户分散,资源也分散,虽然在充分 发挥第三方平台优势、提高影响力上有 帮助,但对于长远价值来说,打造聚集自 身人气和用户的独立平台,才是重中之 重;再就是网络特别是移动网络专业人 才包括运营人才不足,经验也不足。

传媒媒体一直是网络和移动网络的跟随者,而不是引领者,这既有专业领域和体制机制上的影响因素,也有专业人才不足、积累经验不够的问题。但如果要在移动端市场有所突破,专业的内容、营销和运营团队,是标配,必不可少。

传统媒体要想在智能移动端 APP 市场上突破重围,赢得主流媒体的未来,至少要跟 BAT 等巨头齐头并进,仍然需要"连横合纵",最大限度地发掘传统媒体仍然保有的平台优势和内容资源,并适时融入社会资本,打造自己的 APP 独立平台和拳头品牌产品。

一、传统媒体在智能移动 APP 市场上的"连横合纵"。从目前的情况来看,传统媒体如果只是依靠单一媒体的力量,在内容资源上很难形成竞争优势。以电视为例,目前单兵作战的"芒果 TV"虽然勉力进入前十(在有些机构的榜单没有进),但在内容上还是捉襟见肘,难以形成对爱奇艺、优酷等的有力冲击,二三线的电视台就更不用说了。但是,如果多个一二线卫视强强联合,就不一样。首先是一二线卫视基本上都各有数档强势品牌

栏目,优势互补,形成持续攻势,加法效应明显;其次是发挥各卫视的宣传合力,乘法效应更明显。而且,在智能移动 APP市场上的合作,并不像在传统媒体平台的合作那样,本身存在竞争关系。比如,不管是"一剧四星"还是"一剧两星",是写星同时段竞争还是比较明显的,可以是写星同时段竞争还是比较明显的,可以制力容易理顺。此外,在 APP 上的合作则没有这个问题,制机合作和对容易理顺。此外,在 APP 的合作和过去,传统媒体既可以选择在门户和专工上,传统媒体既可以选择在门户和专工,传统媒体既可以选择在门户和专工,传统媒体的可以选择在门户和专工,传统媒体的可以选择在门户和专工,传统媒体的可以选择不可以选择不更更为。

二、充分运用传统媒体平台吸引力,集合互动资源模块,将读者观众听众转移成为用户。根据中国网络视听节目服务协会发布的数据,传统广播电视等主流媒体地位仍然"屹立不倒",60.8%的视频用户几乎每天都看电视。当前主流媒体平台仍然有一定的竞争优势。

第一,作为党媒,传统媒体仍然是党和政府发布权威信息的首要通道;第二,主流媒体长期积累的权威性和舆论监督效应,仍得到最广大群众信赖;第三,观众长期养成的收视收听和阅读习惯,短时间内仍然有惯性,传统媒体仍然占有最大的收视收听和阅读市场份额。

因此,传统媒体在打造智能移动端APP时,首要是发挥内容和宣传优势,将读者和听众观众转移成为移动端互动平台的粉丝乃至成为APP用户,最后则是要充分发挥自媒体功能,以报料、评论等互动方式,吸引读者和听众观众通过APP参与到传统媒体平台的互动来,并留在APP用户中。传统媒体互动或者报料的吸引力仍然是巨大的。如过去两年广电春晚推出的"摇一摇"互动活动,吸引的互动观众数以亿计,如果能够转化为APP用户,传统媒体APP的关注度肯定是"秒爆",因此对这方面的技术和运营方式可以做进一步研究设计。

三、融入社会资本,丰富内容资源结构,做大做强 APP 独立平台。要想在当前的竞争市场上"玩得转",还要靠内容和资

本才能真正"上位"。搜狐 CEO 张朝阳在 一次媒体沟通中说,2016年"在版权投 入上,搜狐视频将恢复购买",这距离搜狐 视频声称要靠"自制内容"打天下仅过一 年。业界普遍猜测是因为 2015 年搜狐视 频暂停购买版权节目后, 引起其平台关 注度和广告收入的下滑造成的。而芒果 TV 则在广电媒体融资打造新媒体平台方 面处于引领地位。继 2015 年 6 月完成 A 轮融资超过5亿元后,芒果TV2015年底 启动了B轮融资,超过60家机构、200亿 元的资金参与申报, 预计投前估值超过 120亿元。融入社会资本将促进芒果 TV 在 内容方面的自制和购买能力,从而丰富内容 资源结构,提升用户"黏度",并进而实现平 台的独立化,成为宣传和产业发展新支点。

平台与内容,如果二选其一,传统媒体 能否选择内容生产作为未来呢? 毕竟在当 前, 电视媒体品牌节目的网络授权经常卖 出天价。与其选择挤平台的独木桥,何不选 择做内容的大蛋糕?但内容生产的产业化, 同样需要媒体本身拥有出色的创意和制作 团队,尤其是大型综艺节目,也同样需要大 量的资本投入。而当前国内各媒体在内容 产业的打造上尚未成型。目前高价热卖的 品牌节目,部分是依托传统广电媒体平台 的传播力产生的泡沫, 如果传统媒体平台 的影响力在下降,平台上附着的内容,也同 样随时使广电内容沦为鸡肋。2015年网 络内容反哺广电,可能就是个征兆。所以, 打造面向未来的平台,特别是智能移动 端的 APP 平台,对于传统媒体意义重大。

2015年,在线视频 PC 端的明显变化之一是广告时间增长增多,而在线视频移动端的明显变化之一则是要求下载 APP 客户端才能看完整视频。移动端 APP 竞争的白热化可窥一端。人民曰报 APP 用户过亿,芒果 TV 移动端累计用户破 2亿,且其全网络平台创收超 10亿元,则为传统媒体转型打了强心针。传统媒体通过"连横合纵"和融入社会资本,最大化内容、宣传和互动优势资源,实现庞大的读者听众观众群体向 APP用户转移,完全能够在 BAT 的东征西伐中突出重围,独树一帜。(本文编辑:张中南)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



从"魏则西事件"看网络法律规管 和网民媒介素养的提升

沈文金

【摘 要】 因通过百度搜索求医花费巨资还贻误病情的魏则西死亡事件,经过新媒体和传统媒体一波接一波的曝光和舆论推进,直接导致国家网络信息管理办公室、国家工商行政管理总局、国家卫生计生委联合组建调查组调查并对百度提出多项整改要求,百度方面也诚恳落实回应,但事件后面存在的本质问题仍然存在,本文从搜索排名机制的法律规管和网民的媒介素养角度对事件作一分析。

【关键词】"魏则西事件"/媒介素养/竞价排名

2016年4月12日,西安电子科技大学21岁学生魏则西因滑膜肉瘤病逝。去世前,他把自己生命最后的希望寄托于网络搜索。通过百度,他选择了武警北京总队第二医院,但因其生物免疫技术耽误了病情,最终不幸离世。他的去世,再一次激起了大众对互联网竞价排名商业模式的口诛笔伐,互联网信息搜索服务的商业利益和社会责任,受到各方的广泛关注。

而在此次事件中,已经具备媒体属性的新兴互联网企业暴露了其在高速发展中出现了一些失范行为,从另一个侧面印证了新媒体遵从传统媒体理性精神、坚持社会责任和道德责任的重要价值,同时对网民的媒介素养提升也提出了新的要求。

一、网络媒体存在法规漏洞

从相关部门公布的调查结果来看, 此次事件主要存在以下问题:

1.搜索竞价排名机制存在严重问题

竞价排名始于谷歌公司,本质上是一种商业推广模式,也是全世界互联网搜索公司主要的赢利方式之一。竞价排名,以广告主出价高低,来决定商家信息

出现的次序。但此次事件暴露一个问题——对于关系国家安全、人民生命健康的信息,单纯以竞价为主要排名依据,是否妥当? 医疗行业一直是一个高知识的前沿行业。对于普通大众而言,大多数缺少对医疗产品的基本辨别能力。因此,在医疗健康类信息中,采用竞价排名,有欠妥当。

首先,当大众搜索相关医疗话题时, 前几名出现的信息,无疑会对其作出决 策产生显著影响。当这些信息并不是以 专业标准而是以金钱来排序时,势必会 造成信息偏差甚至信息误导的结果。再 者,就搜索公司而言,竞价排名也是一把 双刃剑。医疗行业的经济效益比较不错, 因此其竞价排名投入的资金,会高于其 他行业。当这些资金占据搜索公司收入 重要部分时,企业无疑会陷入两难的境 地,就可能会被经济利益所绑架。医疗行 业竞价排名出现问题,不是一天两天了, 类似魏则西的事件,也不是第一例,之所 以不能柱绝,商业利益过高,可能是企业 无法痛下决心的一个重要原因。

2.网络推广标识不清且存监管漏洞

《中华人民共和国广告法》(2015)第十四条规定"广告应当具有可识别性,

能够使消费者辨明其为广告"。搜索竞价排名,本质上也是一种广告形式。但通过百度搜索,广告主推广信息并没有明显标记,只是在网页介绍右下角标有"推广"两字。对于大多数网友而言,通过百度检索出来的信息,如果不细心观察或是知道竞价排名机制,很容易将其视为普通信息。

标识不清的第一个隐患就是大众误 将广告当事实。其次,标识不清会导致网 友重复阅读大量推广信息,影响检索效 率。再者,就此次事件而言,医疗类信息 如果未被察觉是广告时,多数网友会基 于对搜索引擎的信任,将其视为权威信 息。一旦信息有误,将对网友产生难以弥 补的损失。

搜索竞价排名,虽然本质是一种广告,但由于其形式和传统广告有一定差异,因此关于其是否属于广告,是否应该接受《广告法》的监督,一直存在争议。

2000年9月25日中华人民共和国国务院令第292号公布的《互联网信息服务管理办法》第十八条指出"国务院信息产业主管部门和省、自治区、直辖市电信管理机构,依法对互联网信息服务实施监督管理。新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门,在各自职责范围内依法对互联网信息内容实施监督管理"。

由于互联网信息服务性质的不确定性,政府多个部门对其都有一定的监督权,但又不能确定哪个才是主管部门。百度的广告推广一直处于多个部门管辖的



沈文金,南方日报珠海新闻部副主任

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



灰色地带,其形式的隐蔽性加上政府监管的疏忽,也是造成此次事件的一个重要原因。

3.包括搜索在内的网络新媒体存在 法律监管漏洞

随着互联网技术的不断发展,大众 获取信息的方式正逐步从广播、电视、 报纸转向依托网络的新媒体。百度公 司,虽然主要提供信息搜索服务,但在 "大传播"的视角下, 信息搜索服务虽 然不生产信息,但同一关键词下,不同 信息的组合及其排列方式,也是一种信 息传播方式。并且,作为中国互联网信 息搜索龙头的百度公司, 其对于国民日 常信息获取有着极其重大的影响。由此 而言,百度公司并不仅仅只是一家互联 网商业公司,它同传统媒体一样,肩负着 提供信息的重要使命,是时代新型媒体。 作为媒体,除了自身的商业利益外,更为 重要的是其必须恪守的行业道德和社会 责任。当下,相较于传统媒体,互联网新 兴媒体的理性精神更为稀缺和急迫。

媒体的社会责任一直是一个老生常谈的话题。不论是传统媒体还是新媒体,信息传播的形式会随着时代的变化而日新月异,但媒体责任却是始终不变的。大众传媒是社会的灯塔,它在指引道路的同时,也在巡视着这个社会不够完善的地方。如果灯塔坏了,人类社会便失去了预警和自我监管的功能。因此互联网新兴媒体必须坚守媒体底线,这不仅是对媒体自身,而且对整个人类社会都是意义重大的。

如今,新媒体已经深入社会各个阶层和角落,其服务的对象已经跨越年龄、性别、专业等时空界限,因此,其肩负的责任比任何一个时代的媒体还要多。当新媒体成为整个社会交往的主要力量时,理性精神就成为其不可忽视的重要内容。坚守理性精神,也有利于新媒体良性的长远发展。

纵观此次事件,客观上政府监管不 到位,主观上百度公司业务不规范以及 理性精神缺失,都是导致悲剧的原因。为 了避免此类事件再次发生,可以从以下 方面思考并解决问题。

二、完善法律法规 政府监管 应落实到位

1.监管到位更利于新媒体发展

在我国,传统媒体信息发布有一整套完整的审查体系,这在一定程度上,能够减低媒体失范的可能性。但是,反观新媒体,由于其发展速度快,政策法规无法及时跟上。2015年7月,在国家工商行政管理总局起草的《互联网广告监督管理暂行办法(征求意见稿)》中,付费搜索结果被纳入互联网广告范畴。类似这种的尝试是改善互联网信息传播环境的有益之举。

其次,就互联网医疗产品服务而言,推广的准入门槛要极为严苛。政府应严格按照《中华人民共和国药品管理法》、《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规,对互联网医疗产品实行严格审查。好的制度是任何一个社会能够健康发展的基本前提,但加强政府监管,不意味着封杀竞价排名的商业模式。监管不是取代,而是为了新媒体更好的发展。

2.网络媒体应自律,强势企业更要 担当社会责任

正如上文所言,商业利益不是一个企业发展的唯一目标。一个企业既有经济责任、法律责任,也有社会责任、道德责任。互联网信息服务企业,在巨大的用户量面前,更应慎重地处理关系生命安全的商业产品。

据FT中文网《改进竞价排名,百度能从谷歌学什么?》一文介绍,为降低用户登录不法互联网药店的概率,谷歌认可获得美国互联网药房执业认证(Verified Internet Pharmacy Practice Sites, VIPPS)的机构向公司申请投放非处方药广告。处方药、化妆品的广告投递则必须经过美国药房理事会(NABP)的互联网广告审批程序,并被确认已列入美国食品药品监督管理局(FDA)数据库中,才能申请谷歌有偿推广服务。此外,夸大功能的保健品被FDA全线封杀。

从谷歌的做法可以得到一些启示,

在互联网医疗服务推广过程中,互联网信息服务企业应在国家法律法规的框架之下,制定行业标准。对于法律灰色地带,互联网信息服务企业应保持清醒的头脑,坚守作为一个大众媒体的底线。

三、网民媒介素养亟待提升 信息过载时代更要强调信息辨识力

此次事件之所以发生,另外一个不可忽视的原因就是网民媒介素养不高。网络搜索引擎的便捷性减低了信息获取的难度,从而成为网民钟爱的信息获取方式。在面对浩渺信息时,网民把检索和辨别信息的任务全部交给了搜索引擎。熟知竞价排名机制的网友,自会理性处理检索出来的信息。

但对于大多数网民特别是青少年和中老年网民来说,他们没有辨别信息的能力,稍有不慎就会将信息的决策权交由搜索引擎。尽管主观上,这并不是搜索引擎的错,但是客观上,由于媒介素养的缺失,信息的误读或误判是极有可能发生的。将百度搜索信息作为救命稻草的新闻,屡见不鲜。

这也正说明政府和互联网企业应该 携手,在提高网民媒介素养、提升信息辨 别能力的议题上多做功课。对于类似医疗 健康的推广信息,企业应多做标明,在显 要的位置上对推广信息做出解释。此外, 在存在安全隐患的检索中,企业应及时提 示网络检索存在的风险和不可靠性。

回到网民自身,在涉及医疗此类高知识领域时,应克服急躁心态,寻求专业机构的帮助才是解决问题的办法。在日常的检索中,网民应理性看待各类信息,在处理自己不擅长的信息时,要格外谨慎。

一个没有社会责任的企业,是走不远的;一个没有职业操守的媒体,是没有公信力的。新媒体以摧枯拉朽之势席卷全球,但其暴露的问题也越来越多。因此,不管是什么媒体形态,百年争论沉淀下的理性精神是任何时代媒介长远发展必须遵循的基本原则。

(本文编辑:张桂萍)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



2015年度广东新闻奖评选揭晓

由广东省新闻工作者协会、广东省新闻学会共同主办的 2015 年度广东新闻奖评选揭晓,共评选出广东新闻奖获奖作品 526 件,其中一等奖(含特别奖)47件,二等奖170件、三等奖294件、好标题奖15件,公布如下。

2015 年度广东新闻奖获奖作品目录·平面媒体、网络媒体

一等奖:消息(3件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
广东引导电商与实体经济融合发展	2015年1月29日	人民日报	王 楚 杜若原 李 刚	洪 岩
唯一对内企实行清单管理 广东自贸区更具效率优势	2015年3月8日	羊城晚报	黄丽娜 孙 晶	苏碧青
不是咱不会 原先没机会	2015年12月02日	珠海特区报	杨嘉	朱 彤 王木林

一等奖:通讯与深度报道(4件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
勇做发展中国特色社会主义排头兵 (特别奖)	2015年12月7日	南方日报	张东明 周志坤 骆骁骅	王垂林 梅志清
为广州式排队乘车"点赞"	2015年3月23日	广州日报	刘冉冉	曹苏宁 张晓雯
田泽明被困 67 小时获救了	2015年12月24日	深圳特区报	甘霖何龙	李一峰 刘一平
文化留住乡愁复兴"空心村"	2015年12月15日	惠州日报	李燕文 田铁流 孙晓说	方嘉琳 李光武

一等奖:评论(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
登报骂法院有违法治理念	2015年 12 月 17 日	新华社	叶 前 毛一竹	钟玉明
论五大发展理念(特别奖)	2015年11月5日	南方日报	田东江 丁建庭 周虎城	张东明 刘玉梅

一等奖:系列(连续、组合)报道(2件)

题 目	首发日期	推荐单位							主创人员	Į			
揭秘青蒿素和广东的故事	2015年10月10日—19日	羊城晚报	王	倩	刘	颖	张	林	梁克毅	苏碧青	袁	婧	傅铭途
深圳滑坡事故系列报道	2015年12月20日—27日	新华社	集	体									

一等奖:版面(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员
《南方日报》2015年11月8日01版	2015年11月8日	南方日报	王长庚 殷剑锋
《羊城晚报》2015年9月3日A1版	2015年9月3日	羊城晚报	朱 帆 林 圳 范英兰

一等奖:专栏(1件)

题 目	创办日期	推荐单位	主创人员						
南方时论	2013年2月18日	南方日报	田东江	刘玉梅	周虎城	翟丹然	丁建庭	施	经

一等奖:论文(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
奋力开拓 争当媒体融合发展排头兵	2015年第 9 期	南方报业传媒集团	莫高义	冷梅
媒体深度融合的有效路径	2015年第 9 期	深圳特区报社	陈寅	祝晓虎

岭南传媒探索 45 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



一等奖:国际传播(1件)

题	目	发表日期	推荐单位		作者姓名				
长怀赤子,	心 海外筑长城	2015年9月14日	南方日报	集 体(林亚	苕 曹	斯 洪奕宜	黄学佳 林旭娜)	王垂林	刘江涛

一等奖:摄影(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
手机照明做手术	2015年10月5日 南方日报 A03 版	广东省新闻摄影学会	张由琼	陈梅玉
深圳滑坡事故救援全纪录(组照)	新华社 12 月 20 日—28 日通稿	广东省新闻摄影学会	毛思倩 梁 旭 卢汉欣	张岩林格等

一等奖:漫画(1件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
不敢小觑	2015年11月4日	南方日报	赵晓苏	田东江

一等奖:副刊(1件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
广州艺术群落:在生长中显示力量	2015年2月1日	羊城晚报	朱绍杰	吴小攀

一等奖:网络新闻评论(1件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
倾力救援是最深沉的悼念和担当	2015年12月26日	南方网	张纯青 范子军 张 琳	莫 凡

一等奖:网络新闻专题(1件)

题 目	发表日期	推荐单位				3	主创人员			
创新驱动力·广东扛大旗	2015年 6 月	南方网	张	洋	王仕伸	周丹阳	林丽丽	罗俊杰	郭碧君	

一等奖:网络新闻专栏(1件)

题目	创办日期	推荐单位				3	主创。	人员				
南方网评	2001年8月	南方网	张纯青	莫	凡	陈秀梅	赵	艳	张	琳	庄	媛

一等奖:网页设计(1件)

题 目	发表日期	推荐单位		主创人员	
历史的镌刻——纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年	2015年9月1日	奥一网	陈艳媚	黄治军	郑逢得

一等奖:网络新闻访谈(1件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员
致敬峥嵘岁月 同沐南粤荣光——名将后代与你重温先辈的抗战故事	2015年8月28日	南方新闻网	唐莉娜

二等奖:消息(10件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
微信"民情日记"24 小时在线服务	2015年10月19日	茂名晚报	吴祖光 陈志坚 宁 波	谭斯惠
广州四教授万米高空救人	2015年6月16日	广州日报	任珊珊 王 鹤	田小平 王晓
区长出庭应诉 市长带队观摩	2015年7月22日	佛山日报	王 轲	何仁军
广东清远:给农民看得见的实惠	2015年12月9日	人民日报	罗艾桦 贺林平	李仕权
城里人到乡镇卫生院看病	2015年1月29日	湛江晚报	黄康生 陈凯杰 许 冰	高 玮 方
"家门口的最高法院"东莞响槌	2015年3月7日	东莞日报	李金健	林坤明 张洪
广州:万庆良涉足私人会所变身平民食肆	2015年5月2日	新华社	王凯蕾	蔡国兆
市长应诉 省内首例	2015年7月8日	湛江日报	集 体(林小军 郭春皇 王丽华 高沣秋)	梁 华 吴建
万名市民网络"种"水稻	2015年11月27日	惠州日报	谢菁菁 孙晓说 田铁流	伍 勇 张旭
深圳开出全国首张 2000 元违停罚单	2015年1月12日	深圳特区报	解树森	洪英亮

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 46 广东新闻奖



二等奖:通讯与深度报道(15件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
			集 体 (曹 斯 刘光明宝	王垂林 陈 超
MERS广东狙击战	2015年6月27日	南方日报	李秀婷 王 彪 陈 枫	
			陶 然 黄 沁)	
广东奶农每天忍痛倒奶超 20 吨	2015年1月9日	羊城晚报	陆志霖	杨清华
经济平台期催生"三大动力"	2015年5月28日	新华社	赵东辉 叶 前 扶 庆	蔡国兆
乡村治理改革激发基层活力	2015年4月20日	南方日报	集 体 (孙国英 李书龙	刘江涛 殷剑锋
			梁有华 龙跃梅)	
让60万"摩骑大军"平安返乡	2015年2月13日	人民日报	李刚	李智勇
公厕人家	2015年7月29日	广州日报	秦松	林朝晖 郭 盈
广东从严治村官 反腐绝不留死角	2015年10月19日	人民日报	邓 圩	苏显龙
佛山,为何值得中国关注	2015年8月25日	佛山日报	于祥华	宋卫东 沈 煜
合水糖厂不开榨愁煞上千户蔗农	2015年1月23日	阳江日报	任绍华	苏小琳
干部身子"沉下去" 群众拇指竖	2015年6月29日	韶关日报	王善业 张 伟 黄小广	张小卫 邹英杰
起来				
烈日下高龄院士倾情高产田	2015年7月19日	梅州日报	刘世锦 张 柯 黄 焱	林德培
			袁晓敏	
中国海军南沙守礁官兵的甜苦人	2015年5月10日	中国新闻社	蔡敏婕	唐贵江
生				
顶级会所私家沙滩 所占竟是公园	2015年4月27日	新华社	赵瑞希 白 瑜	钟玉明
用地				
地下代孕公司 运作 4 年 粤西物	2015年9月15日	深圳报业集团晶报	集 体 (王子键 商笑野	尹 菡 李慧芳
色妇女"借腹"			吴湘婷 叶梦丹 曾千芷)	
徐闻良姜:传统农产品竞逐资本市	2015年4月23日	湛江日报	集 体 (卢志民 肖 胤	刘世忠 贺雷春
场			刘 卫 谭 总 凌方兴)	

二等奖:评论(3件)

题目	发表日期	推荐单位	主创人员	编辑姓名
"理论上一定会坍塌"的高速公路	2015年6月20日	新华社	吴 涛 田建川	钟玉明
桥,你敢走吗?				
为官不为 不能为官	2015年4月2日	佛山日报	尹保山 刘军艳 邓 磊	陈晓大
翻开两岸关系历史性的一页	2015年11月8日	南方日报	丁建庭	张东明 田东江

二等奖:系列报道(5件)

题目	发表日期	推荐单位	主创人员
			集 体 (王更辉 王垂林 梅志清 胡念飞 周志坤
跨界治水 AB 面系列	2015年9月16日—11	南方日报	徐 林 赵 杨 谢庆裕 李书龙 戎飞腾 辛均庆
报道	月 22 日		梁文悦 王剑强 金祖臻 李秀婷 胡新科 刘江涛
			郑幼智 郁 石 王长庚)
			集 体 (胡智勇 何又华 林焕辉 赵 越 叶洁纯
致佛山市的十封信	2015年1月14日	南方日报	孙景锋 张培发 刘嘉麟 张素圈 赵 进 陈奕凯
	—4月20日		罗湛贤 王芃琹 蓝志凌 李晓莉 王基国 龚 晶
			王伯乐 李慧君 梁 锐)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 47 广东新闻奖



题目	发表日期	推荐单位	主创人员
广东潮州"教育验收	2015年1月21日—2月3日	新华社	车晓蕙 钟玉明 詹奕嘉 郑天虹
作弊"事件调查			
抗击强台风"彩虹" 系列报道	2015年10月5日—10月14日	湛江日报	集 体 (邓宏森 熊焱高 刘世忠 肖 胤 路玉萍 漆卫目郭 丹 林小军 林宇云 欧丹丹 郭春皇 卢志民 何有反莫松萌 曹龙彬 谢文雅 刘 兵 邓耀瑞 张永幸 梁 华 成斐荣 賀雷春 梁成福 伍 江)
金色的道钉	2015年 11 月 5 日—11 月 12日	江门日报	钟筱村 傅 健 陈淑婷 周春锋 陈方欢 何传贵

二等奖:版面(5件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员
《广州日报》2015年9月3日封1版	2015年9月3日	广州日报	赵东方 王 俊 张芷然
《南方日报》2015年9月4日08-09版	2015年9月4日	南方日报	李 劲 周煦钊 彭 雳
《深圳特区报》2015年12月24日A3版	2015年12月24日	深圳特区报	李剑辉 李一峰 余晓泽
《江门日报》2015年10月21日封2版	2015年10月21日	江门日报	冯江樱 黄 鹏 陆志坚
《佛山日报》2015年6月3日A02~A03版	2015年6月3日	佛山日报	莫丽仪 韦文毅 胡钢桥

二等奖:版面(2件)

题目	创办日期	推荐单位	主创人员						
大城小议	2005年 6月	羊城晚报	罗 韬 何 龙 陈桥生 林 圳 纪映云 高琏珩						
揭阳小姓概略	2005年2月21日	揭阳日报	蔡逸龙 (阿 龙) 曾楚雄 余映涛 黄晓旋 吴 嘉 郑培勇						

二等奖:论文(4件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
新形势下调研报道的方法论和新领域	2015年第 11 期	新华社广东分社	赵东辉	梁益畅
打好全媒体融合战 提高党报舆论引导力	2015年第 4 期	南方日报	张东明 梅志清 周志坤	冷梅
文化国际传播助建海上丝路	2015年第6期	羊城晚报	孙爱群 林 洁 张 林	冷梅
本轮股市报道得失谈	2015年第 9 期	新华社广东分社	王凯蕾	陈国权

二等奖:国际传播(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
海外"猎狐"推动中国加快国际警务合作步伐	2015年9月6日	新华社	毛一竹 王 攀	车晓蕙
"重走星海路"系列报道	2015年6月12日—8月28日	羊城晚报	何裕华 许 琛 纪映云 李红雨	

二等奖:摄影(5件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
雷霆扫毒	2015年8月12日,羊城晚报A1版	羊城晚报社	黄巍俊	
报到	2015年12月31日,大洋网	广州日报社	高鹤涛	罗知锋
穹顶之下	2015年12月31日,东莞时间网	东莞日报	郑志波	张洪波
浴火	2015年8月14日,羊城晚报	羊城晚报社	周 巍	区健妍 冷 爽

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 48 广东新闻奖



题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
物管闯民宅打业主"讨说法"	2015年 10 月 31 日《南方都市报》	南方都市报	霍健斌	
WENKENTE NUK	深圳版本 A10 版	的刀和中瓜	使)	

二等奖:漫画(3件)

题 目	发表日期	刊播单位	作者姓名	编辑姓名
圈里圈外	2015年1月27日	南方工报	王成喜	张任青子
高价学位房	2015年3月11日	广州日报	张明俊	郭宇晖
普京方式	2015年 10 月 13 日	羊城晚报	陈春鸣	钱克锦

二等奖:副刊(3件)

题 目	发表日期	刊播单位	作者姓名	编辑姓名
南侨机工的人生与家庭	2015年8月15日	南方日报	林亚茗 李汶哲 邹 璐	李 贺 郭 珊
寻找证人	2015年 12 月 29 日	战士报	何德来	杨建华 雷鸣剑
中国科幻文学能走多远?	2015年9月26日	广州日报	吴 波	孙 珺

二等奖:网络新闻评论(1件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名	
总理为互联网经济代言的信心来自哪里?	2015年3月15日	深圳新闻网	夏有为 李 侃 李少锋	黄成禄	

二等奖:网络新闻专题(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员			į				
克强总理在深圳亲自添柴 创客在中国火了	2015年3月1日	深圳新闻网	王	尧	王海婷	陈	K	林毓	堇	吴华钰
兄姐忘理任体训示目你采 创各任中国人 1			何	畅						
一带一路,广东出发	2015年11月30日	人 火 団	余	颖	彭佶群	张	健	李	禹	邬嘉宏
一节一时,厂东山及		金丰州	李萸	亭婷						

二等奖:网络新闻专栏(1件)

题 目	创办日期	推荐单位	主创人员
IN岭南	2015年1月	金羊网	余 颖 涂振涛 邓 辛 麦洁仪

二等奖:网页设计(2件)

题目	发表日期	推荐单位	主创人员
这三年:治国理政新实践	2015年 12月 29日	南方网	陈 飚 林泽文 潘正杰
海丝心语广东行	2015年10月12日	金羊网	张健李禹邬嘉宏

二等奖:网页设计(2件)

题 目	发表日期	推荐单位				主	创人	员			
张浩:在中国喊出"创客"的第一个人	2015年5月5日	深圳新闻网	周海斌	张	玲	秦	川	林毓瑾	王晓婧	肖	刚

二等奖:消息(22件)

题目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
人人免费上"大学"还能参与社区事	2015年 11 月 14 日	珠江商报	曾 明 吴景邦 王茂浪	彭梦青
高要检察院:律师申请阅卷实现"零预约"	2015年4月22日	西江日报	陈明红 刘贵云	蓝 斌 黄锐庆

岭南传媒探索 49 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
全球首条环岛高铁全线贯通	2015年 12 月 30 日	广州铁道报社	集体(江义广傅金海谭 亮 曾 勇)	林 琳
阳东一男子入狱前圆了"结婚 梦"	2015年1月8日	阳江日报	刘 空 陈 醒	刘立新
一大波果蔬凭"红肉"成新贵	2015年 11 月 10 日	南方农村报	赵飘飘	麦倩明 李秀林
昔吃香米靠进口 今朝暹罗建 "粮仓"	2015年7月1日	汕头特区晚报	刘文钊	黄锐辉 林维芳
Expat filming S. China trip documentary 五老外骑行南中国,沿路拍摄纪录片	2015年11月4日	深圳日报·英文	张茜	康 威 沈贤志
首张"五证合一"营业执照发出	2015年9月2日	江门日报	韩玲群	张 雷 傅 健
我市开出环保最大笔罚单	2015年 11 月 13 日	汕头日报	翁 夏	苏伟钿 曾 立
路遇客车侧翻 民工街舞团上演大救援	2015年8月21日	宝安日报社	黄 芳	高崇文
跨国握手传承 79 年友谊	2015年9月5日	中山日报	朱 晖	向才志
书记榕树头下听民意话民生	2015年7月1日	珠江时报	集体(付艳霞 刘永亮戴欢婷 基石)	欧晓敬
300多中外企业揭阳集体"相亲"	2015年6月7日	揭阳日报社	蔡晓惠	曾楚雄 杨桂青
借鉴支付宝 不怕欠工资	2015年1月11日	汕头都市报	蔡晓丹	海潮
"托举哥"爬上三楼单手举起男 童直至获救	2015年 11 月 6 日	深圳晚报社	周 松	颜 鹏
高校学子设计"可变行驶方向车 道"	2015年8月21日	广东科技报	冯海波	张建列
一名村医退休 全村老少头痛	2015年8月31日	梅州日报	罗诚浩 陈斌华	丘利彬
全国首张"多证合一 一照一码" 营业执照诞生	2015年7月2日	深圳特区报	肖 意 何 泳	李一峰 陈建中
深圳碳市场首度实现模式输出	2015年9月11日	深圳商报	王海荣 杨 熙	贺平波
学者:必须坚决抵制日本版《与 台湾关系法》	2015年 10 月 26 日	中国新闻社	郭 军 石龙洪	董会峰
急水村变身"电商村"	2015年8月3日	潮州日报	庞磊成 杨碧娜	陈益群
将安全罚款汇寄给员工家属	2015年8月14日	南方工报	许接英 张本杰 李俊鹏	张任青子

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **50 广东新闻奖**



三等奖:通讯与深度报道(43件)

- 5天: 旭川与木及1X足(43	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
吟唱在 305 线的诗句	2015年3月13日	珠江商报	曹开文 邵 姮	李海红
互联互通建设跟不上 广深第二 高速遇尴尬	2015年 10 月 27 日	羊城晚报	余宝珠	胡润斌
珠海创客获总理点赞	2015年 10 月 20 日	珠海特区报	廖明山	姜 玲 陈惠贤
华侨回乡讨要征地款,给不给?	2015年4月1日	西江日报	肖桂芳 廖水旺	赖英娜
"很多人"之死	2015年 10 月 12 日	东莞日报	刘耕	林坤明 何其洁
为了一个如花生命	2015年 10 月 30 日	汕尾日报	洪笳荣	罗迅革 施育玲
重商之城有大义	2015年 12 月 25 日	深圳商报	鲁军季杰涂竞玉	贺平波
槎城午托班亟需确认"合法"身份	2015年 11 月 22 日	河源日报社	王永红 吴粒萍	吴粒萍 米永霞
给你一把铁锤,你能把钉子钉正吗?	2015年1月14日	深圳青少年报	刘婉华	习世军
93岁抗战老兵和他的台湾养子	2015年 12月 18日	深圳报业集团晶报	马骥远	崔燕
从也门平安归来	2015年4月3日	潮州日报	洪树琴	蔡蔓红
每天能喊一声娘是最大幸福	2015年4月8日	宝安日报	王雪敏	林伟梁
她瞪人力三轮 送丈夫遗体回广西	2015年4月13日	东江时报社	刘豪伟	艾良华 谢永健
英雄,我用一生守护你	2015年 10 月 18 日	南方日报	集 体 (马喜生 黄少宏 郑佳欣 陈捷生 梅志清)	张东明 王垂林
重获欧盟入场券 拓展国际大市场	2015年6月10日	茂名日报	梁雪玲 谭 捷	张 越
2200万元巨额罚单背后	2015年4月22日	广东建设报	韩庆文 汤 璇	张晓琴
苏炳添返乡记	2015年6月8日	中山商报	谢琼	范展灏
英雄回家 必须一路走好	2015年8月6日	南方航空报	杨振刘艺刘燕飞	李 羚
治安"智囊团"的"周五会议"	2015年7月20日	珠江晚报社	赵思华 宋一诺	唐琪珍
为什么是东莞?为什么是民校?	2015年7月3日	南方教育时报	集体(黄浩刘丽曾志冯震山李若清)	黄 浩 刘 丽
通信企协"重启"资质审批 与市场严重脱节?	2015年 11 月 20 日	21世纪经济报道	陈宝亮	黄锴
子官缺失女性有望生育属于自己的宝宝	2015年11月17日	广东科技报	陶 慧	陶 慧
用爱心托起生命的朝阳	2015年8月21日	云浮日报	植发炜 李洪标	文长辉 刘荣兴

岭南传媒探索 51 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
用此平台预约医生就能插队看病?	2015年8月19日	信息时报社	瞿 洁(林 涛 孙婷婷,共用笔名)	徐光朝
5岁的他走了,他的器官救治 5 名重症病患	2015年 11 月 24 日	湛江晚报	陈纪臻 周文硕 庞志军	罗颖露 钟 忠
三年种粮补贴款 32 万元村干部抽提 2 万余元分掉	2015年 12 月 8 日	南方农村报	王伟正 杜玮淦	黄 婵
李总理来到我的家	2015年1月9日	南方工报	王 艳	林 莉
"坚强'强'"的不幸与幸运	2015年 10月 28日	番禺日报	丁山海	贺一鹏
中以专家携手"抗击"食管癌	2015年 11 月 23 日	汕头都市报	邓丹丹 纪金娜	张勇鑫
满目疮痍的小南山,你痛吗?	2015年5月21日	蛇口消息报	殷红光	吴小莉
离开公车的厅官	2015年 10月 24日	《南方》杂志	刘龙飞 殷立飞	母发荣
一群在乡村"追风"的青年	2015年11月11日	江门日报	谷江民 陈明思	唐 华 王平强
从被动挨打到主动亮剑	2015年 10月 23日	珠海特区报	廖明山	姜 玲 陈惠贤
李嘉诚的教育梦:超越生命的承诺	2015年 12月 14日	汕头日报	张明纯 李 敏	洪悦浩 刘彬彬
辞去高管职位返乡照顾卧床母亲	2015年 12 月 14 日	潮州日报社	詹树鸿	洪曼峰
廖博士在一线	2015年1月1日	广州铁道报社	邱育莲 林交彬 蒋嘉玮	舒 娟
"男丁格尔"们赢得尊敬与掌声	2015年6月4日	特区青年报	周永固 姚之涵	林 琳 郭 腾
垃圾焚烧发电项目获村民代表 全票支持	2015年7月16日	汕头特区晚报	王开颖	黄锐辉 罗晓红
环卫工刘坤明最后的 24 小时	2015年5月21日	深圳晚报社	陈龙辉	王珏
90后最美护士: 我把患儿当作弟弟妹妹	2015年 5 月 24 日	广东新快报社	黎秋玲 李绍斌 彭福祥	温卓涛
寒门三兄妹均成名牌大学生	2015年9月26日	揭阳日报	林春晓 王海燕	余映涛 刘春玉
他的名字叫江杰	2015年6月6日	茂名晚报	朱杰祺 杨振之	池榕
古老中医征服洋病人	2015年2月5日	深圳日报·英文	刘敏霞 操 颖	韦 杰 汪海洋

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **52 广东新闻奖**



三等奖:评论(14件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
勿让邻避情绪撕裂社会关系	2015年7月23日	东莞日报	贾庆森	张朝霞 谢泽元
江门在"珠西战略"中理应更有作为	2015年8月24日	江门日报	叶 田	程军锋 王平强
生养二孩,公共服务需跟上	2015年11月4日	惠州日报	白 璐	李凌霄 张旭华
停车费涨价争议 行政部门应"有所为有所不为"	2015年9月17日	新快报	张凯阳	赵志友
穹顶之下,梅州如何笑到最后	2015年3月4日	梅州日报	禺 安(洪观楷)	洪观楷
不能再无视那些"野生野长"的孩子了	2015年8月18日	羊城晚报	何 龙	傅铭途
行风热线:"着凉"了该咋办	2015年 11 月 26 日	汕尾日报	郑溢涛	罗迅革 杨 甜
法官如何才能成为"燃灯者"	2015年3月13日	深圳商报	苗凡卒	贺平波
该给航空急救立个规矩了	2015年 11 月 25 日	深圳商报社	胡蓉	李 诚
深圳行人闯红灯被罚戴绿帽奇葩规定何时休?	2015年8月5日	中国新闻社	陈启任	唐贵江
由土榨花生油受宠看品牌信用危机	2015年1月19日	茂名日报	童 戈 (吴彤彤)	尹兆平 吴彤彤
违建成本必须由违建者承担	2015年8月14日	珠江晚报	梅广	靳树乾
禅城"一门式"改革 规范的是权力 方便的是民生	2015年8月3日	珠江时报	李清平	冯 栋
高速公路该不该永远收费	2015年8月6日	南方周末	陈 斌	陈恺辰 (陈 斌) 魏章倩

三等奖:系列(连续、组合)报道(16件)

题目	发表日期	推荐单位	主创人员
梅城非法运售易燃易爆品系列报道	2015年10月15日—12月8日	梅州日报	罗诚浩 连志城
寻访抗日大战场	2015年7月7日—9月1日	深圳特区报	吕延涛 丁庆林 马 强 郭平保 尹传刚
"电商下乡"系列报道	2015年2月7日—2月14日	南方农村报	集体
探访富士康工会	2015年4月17日—5月29日	南方工报	詹船海 王 艳 周 昊
农田抛荒调查	2015年1月5日—7日	西江日报社	谢江涛 刘 哲 刘小洪 伍世锋 仇君模
"串起粤桂黔 小时经济圈——高铁上的佛 山"大型采访报道	2015年4月28日—6月10日	佛山日报	宋卫东 王丽萍 王亚亮 王 轲 李 静 马永钊 莫 璇
聚焦电城炒米饼 当小作坊遇上史上最严食品安全法	2015年 10 月 20—23 日	茂名日报	黄 策 黄月华
辍学两年后,虎门捡垃圾姐弟俩重返校园	2015年8月21日—9月2日	东莞时报	王 飞 朱爱民 李贤锋
蛇蝎毒保姆 疑杀八雇主	2015年12月24日—30日	广州日报	黄卓坚 曹苏宁 陆建銮 林霞虹 张丹羊 申 卉 周浩杰
惠州抗击中东呼吸综合征	2015年5月29日—7月2日	惠州日报	张 斐 孙晓说 龚 妍 伍 勇 李建国 谢仕亮 邓惠婷

岭南传媒探索 53 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



题目	发表日期	推荐单位	主创人员
"教育部指定下载 APP 只为统一管理学籍"系列报道	2015年6月8日—9月30日	羊城晚报	罗 坪 陈晓璇
"深中通道"启示录系列报道	2015年11月30日—12月4日	中山日报	集体
《苏炳添: 闯进世锦赛决赛创造历史》系列报道	2015年6月1日—8月24日	中山日报	江泽丰 张 英 曾淑花 徐向东 彭 晖 陈 彦
直面商人 (组合报道)——政府官 员求解和谐政商关系方法论	2015年 5 月 22 日	《南方》杂志	母发荣 刘龙飞 张宁宁
走转改 行进中国 精彩故事	2014年 12 月 15 日—2015 年 3 月 19 日	广东新快报社	林 波 陈琦钿 侯鹏飞 谭 欢 赵志友 孙安东
连南要歌堂·盘王节"瑶族公爹选 秀"系列报道	2015年 11 月 4 日—27 日	清远日报社	集 体 (周文峰 陈冰斌 刘 洋 黄作源 黄良珠 谭江波 蔡光辉 周东辉)

三等奖:版面(14件)

题目	发表日期	推荐单位	主创人员
《梅州日报》2015年9月1日第3版	2015年9月1日	梅州日报	吴 优 涂样生 叶颖聪
《羊城晚报》2015 年 9 月 27 日 A4 版	2015年9月27日	羊城晚报	卫轶杜卉
《湛江日报》2015 年 8 月 20 日 A02—03 版	2015年8月20日	湛江日报	田殷华 吴建韬 张永幸
《湛江晚报》2015年4月23日08-09版	2015年4月23日	湛江晚报	罗颖露 朱宇玲 彭 宁
《珠海特区报》2015年6月1日封1版	2015年6月1日	珠海特区报	李 阳 邱耀升 王木林
《东莞日报》2015 年 12 月 17 日 A06 版	2015年 12 月 17 日	东莞日报	李芳波 朱友谊
《汕头日报》2015年12月20日3版	2015年 12月 20日	汕头日报	陈效云 陈赛吟
《河源日报》2015年11月19日特刊二三联版	2015年11月19日	河源日报	黄剑锋 朱国良 吴粒萍
《东江时报》2015年6月10日A06/07版	2015年6月10日	东江时报社	李小杨 伍丁群
《揭阳日报》2015年12月31日第03版	2015年 12月 31日	揭阳日报	黄 鹂 黄燕丹 陈冰虹
《珠江晚报》2015年12月23日15版	2015年 12月 23日	珠江晚报	朱 晓
《清远日报》2015年6月26日A 02-03版	2015年 6 月 26 日	清远日报	集 体 (周东辉 张智健 吴 明 陈冰斌)
《广州日报》2015年7月27日A12版	2015年7月27日	广州日报	谢 奕 陈伟胜 邬恺山
《新快报》2015 年 12 月 7 日 A01 版	2015年12月7日	广东新快报社	林 飞 吴煌展

三等奖:专栏(8件)

题 目	创办日期	推荐单位		主创人员	
广调查	2014年7月26日	广州日报	李婉芬 黄卓坚	田小平 刘蕤红	曹苏宁 余骏扬
深 1 度	2013年3月28日	珠海特区报	孙锡炯 陈惠贤	朱万红	
以案说纪	2015年1月8日	汕头日报	苏伟钿 李岱娜	李 扬	
千村万象	2015年1月6日	惠州日报	于 泽 孙晓说	李建国 田铁流	贺小山 方嘉琳
援非日记	2014年9月24日	湛江晚报	黄康生 钟 忠	许 冰 张小明	朱榕芳 张 静
今日观察	2012年3月27日	茂名日报	赵志明 尹兆平	杜燕盛 吴彤彤	
摄影新闻	2013年5月7日	梅州日报	肖舒丹 陈 金	陈嘉良	
改革进行时	2014年2月24日	深圳特区报	胡恒芳 叶晓滨	肖 意 李一峰	石义胜 邓辉林

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **54 广东新闻奖**



三等奖:论文(10件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
打通报网端 理顺采编发	2015年第2期	南方日报	赵 杨 梅志清 梁文悦	陈士军
大娱乐:跳出"娱乐"做娱乐	2015年第1期	广州日报	张素芹	梁益畅
信息可视化:现代纸媒的大趋势	2015年第5期	广东新快报社	廖木兴	张桂萍
试析全媒体时代报纸副刊的应对策略	2015 年第 1 期	广州日报	文远竹	赵耀
"一带一路"下的文化报道如何融入城市专题	2015年第4期	潮州日报社	蔡楚标	张桂萍
论新闻评论语言暴力的规避	2015年第7期	深圳特区报	邓辉林 张露锋	肖 曜
重大疫情报道技巧和媒体责任	2015年第4期	惠州报业传媒集团	臧守祥 何万明	张桂萍
地市级党报媒体融合的区域化探索	2015年5月	佛山日报社	杨秀峰	左志新
从美国媒体融合的战略选择看传统报业融媒转型四大瓶颈	2015年第9期	南方教育时报	黄 浩	
坚守纸媒专业精神,推动与新媒体深度融合	2015年第5期	汕头经济特区报社	陈 珩	梁 彤

三等奖:国际传播(4件)

题目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
台湾老兵忆抗战往事:无法忘却的纪念	2015年7月28日	中国新闻社	郭 军	
中国核电"走出去"实现历史性突破	2015年10月22日	新华社	王 攀 赖雨晨	车晓蕙
归侨口述历史	2015年1月11日	中山日报海外版	赵 伟 杨彦华	毛文卓
越来越多友族走进"华文圈"	2015年5月7日	南方日报	林旭娜	郎国华 黄慧莹

三等奖:摄影(10件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
孩子的童话世界(组照)	2015年8月10日 南方日报 广州观察 A204 版	南方日报社	张由琼	曾 强
吻 别	2015年10月18日腾讯大粤网	广州日报社	卢政	王中杰
祈福暗战(组照)	2015年10月19腾讯网	信息时报	陈引	邹 怡
湿地 失地(组照)	2015年2月3日羊城晚报	羊城晚报社	王 磊	
90后微商辣妈 我为自己代言(组照)	2015年 5 月 24 日东莞日报 A07	东莞日报	曹雪琴	蓝业佐
航拍毕业照 换个角度定格大学生活(组照)	2015年11月11日中山商报A11	中山日报社	夏升权	杨健
瑶族威风公爹(组照)	2015年11月20日清远日报	清远日报社	李思靖	谭江波
图书馆里的丁台秀	2015年12月31日南方网	南方日报	孙俊杰	刘自如
木偶世家的守望(组照)	2015年12月31日南方网	南方日报	肖雄	彭晓枫
酒驾脸谱(组照)	2015年6月11日东莞日报 A13	东莞日报社	郑家雄	杨泽彬

三等选:漫画(5件)

题 目	发表日期	推荐单位	作者姓名	编辑姓名
有毒跑道	2015年 10 月 14 日	深圳特区报	冯大美	付 清
摘下面具谈交易	2015年8月17日	广州日报	张 滨	曹苏宁
困惑	2015年6月21日	深圳商报	王建明	赵 玉
中国足球的改革	2015年3月17日	信息时报	杨兆恩	魏必凡
中国式搞足球	2015年4月2日	晶报	勾 特	崔燕

三等选:副刊(5件)

题 目	发表日期	刊播单位	作者姓名	编辑姓名
《剧院魅影》为何无缘深圳?	2015年 10 月 22 日	深圳特区报	杨媚	王 文
潮州优秀文化特质在潮式建筑中的呈现	2015年11月21日	潮州日报	林 洋 陈月娟	陈丽丽
魂归故里越洋路	2015年9月11日	江门日报	傅 健	崔怡娟
历史剧的诗意表达——观话剧《康有为与梁启超》	2015年7月2日	南方日报	唐德亮	陈美华
战略定力熔铁成钢	2015年9月26日	湛江晚报	黄康生	詹亚旺 朱榕芳

岭南传媒探索 55 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



三等奖:网络新闻评论(2件)

题目	发表日期	推荐单位	作者姓名
东莞"倒闭潮"真相是制造业的蝶变	2015年10月27日	南方网	王志军 莫 凡 赵 艳
证明你妈是你妈折射公共服务水平低下	2015年4月9日	金羊网	舒圣祥

三等奖:网络新闻专题(5件)

题 目	发表日期	推荐单位			主创	人员		
情暖驿站·满爱回家	2015年 2 月	南方网	杨诚钢	罗 威	陆泽彬	崔 征	陈诗洋	梁仕熹
广州交通拥堵之战	2015年11月30日	金羊网	孙朝方	彭佶群	张健	林晓彦	李婷婷	郑健龙
青蒿素与广东的故事	2015年10月18日	金羊网	集体					
佛山拥抱互联网+创新驱动未来——中	2015年8月	广佛都市网	龙 上 逗	李 琳	去丽敏	张 翩 翩	陈婉莎	李细妹
国(广东)国际"互联网+"博览会专题报道	2010 0 /1) No the dated	九工行	7 %	久 1111 4人	20C JULI 1911	14, 7/6 11	7 24 /10
重走海上丝绸之路	2014年7月11日	大洋网	孔庆斌	张 薇	刘锦斌			

三等奖:网络新闻专栏(1件)

编 号	题 目	创办日期	推荐单位	主创人员	
A231	广州观察	2014年 12 月	大洋网	孔庆武 张 薇 刘锦斌	

三等奖:网页设计(3件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员		
粤拍粤美,广东 21 城颜值 PK	2015年6月18日	金羊网	孙朝方 彭佶群 邬嘉宏		
我们的节日——清明	2015年4月16日	大洋网	黎建科 胡 曼 蔡 兰 刘晓磊		
"广州,晚安"广州塔灯光公益设计大赛	2015年5月	大洋网	刘晓磊		

三等奖:网络新闻访谈(2件)

题 目	发表日期	推荐单位	主创人员						
"机器换人"即将"杀"到,工人难逃失业厄运?	2015年 10 月 20 日	南方新闻网	柳剑能	彭晓枫(彭少礼	吃)	陈宝平	刘艳秋	
加奋族人 邓行 示 到,工八准远入亚尼运!	2015年10月29日		罗凯旋	高 哲					
人大代表建言广州治堵之战	2015 年 11 日 12 日	2015年11月13日	全 至 図	孙朝方	彭佶群	张	健	李婷婷	曾育文
八八八衣廷百)则石均之成	2013 7 11 /1 13 11	亚十四	王绮静						

标题:不分等级(15件)

13. 17. 13. 13. 14. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11. 11				
题目	发表日期	推荐单位	作者	姓名
《神算子》失算《满堂红》不红	2015年10月2日	湛江晚报	黎东婵	左言交
被告人吴某非法出版报纸,以非法经营罪获刑3年	2013 10 /1 2 1	16 12 91 11	4. 74. 71	
习近平同马英九会面 两岸迈出历史性一步	2015年11月8日	汕头特区	黄锐辉	陈 瑶
66年,等了很久!80秒,握得很紧!	2013 - 11 /1 0 1	晚报	更犹胜	你 瑶
一个墓穴 20 多万元,真是死贵!	2015年8月28日	深圳晚报	刘国芳	
深圳墓地供不应求价格畸高,存在超面积建墓穴现象	2013 7 0 71 20 11	社	, , , , ,	
校长开"脑洞"午休变"一休"	2015年9月7日	广州日报	黄蕾	陈韬
佛山南海一小学让学生午休打坐"练好童子功"教育部门认为欠妥 学生昨恢复午睡	2013 4 3 7 7 1	/ // LINK		1.4
泪满津	2015年8月19日	晶报	陈绮宁	熊 灵
天津爆炸事故七日祭 各界沉痛哀悼遇难者	2013 4 0 71 13 1	nn 1V	1,4 . 2 . 4	/// /C
司法改革新貌 法官不挤"官道"	2015年4月24日		刘冠南	江 华
广州法院主动请缨加入司法改革试点,积极稳妥推进各项转变	2013 4 4 77 24 11	用刀 L IX	7.17G H	4- 7
行人闯红灯 信用"亮红灯"	2015年9月1日	南方日报	郑 44 知	刘江涛
深圳将交通违法纳入征信记录,闯红灯拒不接受处罚或影响就业、贷款等	2013 4 9 7 1 1	 用力口収	N 40 1	八八八
习近平同马英九昨日在新加坡会面,两岸领导人首度握手	2015年11月8日	羊城晚报	孙爱群	梁克毅
这一握,跨越 66 年风雨	2010 11 /1 0 1	7.4 90 110	11 00 00	71-70-00
		1		

岭南传媒探索 56 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



题目	发表日期	推荐单位	作者:	姓名
本想去抄底 结果遭"抄家" 昨日千股跌停 A 股持仓投资者人均亏 8 万元 本周人均亏损高达 18 万元	2015年6月20日	广州日报	田小平	陆 勇
港珠澳大桥青州航道桥完成 250 吨巨型钢结构吊装 "中国结"绣下关键一"针"	2015年3月20日	珠海特区报	冯 磊	陈平
火星是"水星"	2015年9月29日	广东新快报社	林飞	
用"芯"服务暖民心 ——郁南县推进社会保障"一卡通"村级全覆盖工作纪实	2015年12月17日	云浮日报	卢利文	
供电部门为春耕水稻育秧当好"电保姆" 室外阵阵"倒春寒" 棚内头顶"小太阳"	2015年4月9日	西江日报	仇君模	
乐视插足 "奇""酷"婚变 奇虎 360 要求酷派 14.85 亿美元回购合资公司股权	2015年9月10日	东莞日报	潘绍俊	谢泽元
"玉帝,俺老孙来也" 寻找暗物质探测卫星"悟空"成功发射	2015年12月18日	潮州日报	丁兆军	马旻

2015年度广东新闻奖获奖作品目录·广电媒体

广播作品一等奖(9件)

参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广东广播电视台	广播短消息	中国民航航班时刻首次举行公开拍卖,国内航班时刻行政性分配的固有模式"破冰"	12月 30 日	黎辉
深圳广播电影电视 集团	广播短消息	微众银行赢得总理点赞	1月4日	周明、王侃、吴军、胡凯
深圳广播电影电视 集团	广播长消息	龙岗生产世界首个生物工程角膜 为患者 带来福音	5月26日	陈海滨、葛逸飞、陈锦章、刘宏
珠海广播电视台	广播长消息	世界最大水陆两栖飞机今天在珠海总装	7月17日	黄华
广东广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	寻访华南抗日第一枪	8月14日	郜国欣、龙俊峰、张斌、胡志慧
江门广播电视台	广播新闻访谈节目	"我一直遵循爷爷的教导"——访司徒美堂 先生的孙女司徒月桂女士	9月3日	何庆庭、刘芳
佛山人民广播电台	广播新闻现场直播	机器人总动员——第二届世界机器人展暨 智能装备产业大会巡礼	9月12日	李红梅、谢智毅、陈杰、 梁怡兴、陈彩运、周元斌
东莞广播电视台	广播对外新闻和广播对港澳台节目	归来——大陆首例台湾籍罪犯假释期满回 归社会	4月1日	江军、蓝立新、莫佛基
广州广播电视台	广播新闻评论	连串的警示——2015·广州城市竞争力的 思考	12月31日	钟慧、赖婷婷、张婧、陈一鸣

广播作品二等奖(47件)

参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
鹤山广播电视台	广播新闻评论	创新驱动大引擎——鹤山中小企业逆风起扬	7月 18 日	龚拓、吕悦怡、徐艳、
M) 加州円以比	的启示	//1 IO H	肖仰乐
湛江广播电视台	广播短消息	湛江 800 多吨液化气储罐泄漏事故成功排险	10月6日	陈慧玲、肖建平、罗永强
清远广播电视台	广播短消息	 抗战支前模范何秀英阅兵现场感慨祖国强大	9月3日	宋兴强、邢振斌、曾智丽、
用起) 抽电况日	, ,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,		,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	侯新天
江门广播电视台	广播短消息	江门总分第一获选全国首批小微企业创业创	5月31日	徐鸿彬、梁伟雄、王娟娟
11/ W G 10 D		新基地示范城市		

岭南传媒探索 57 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
始兴广播电视台	广播短消息	"蝶中皇后"金斑喙凤蝶现身车八岭	9月 30 日	杨瑞莲、刘皓、何春伶 廖向荣
惠州广播电视台	广播长消息	"好人之城"回馈"好人",31 名志愿者今天领 到首批志愿服务卡	12月5日	杜倩、崔丹丹、邹欣欣
广东广播电视台	广播长消息	广州多个临时建筑转永久建筑遭市人大代表质疑	5月20日	方妍
汕头广播电视台	广播长消息	今天,广东以色列理工学院筹设启动	12月16日	集体创作
台山广播电视台	广播长消息	国家文物局启动 2015 年台山市川岛水下考古调查	6月5日	阮雁玲、费世江、陈刚严
惠州广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	抗击 MERS	5月28日	杨雪、崔丹丹、邹欣欣
中山广播电视台	广播系列、连续及组合报道	群众满意的医改——中山市小榄镇医疗制度 改革成效纪实	9月26日	林簇、蒙羿帆、林小军、 陈若珩、夏扬
深圳广播电影电视集团	广播短消息	深圳在全国率先推出"税银"服务新模式	9月8日	张春元
佛山人民广播电台	广播短消息	三水送别中国最后一个"红头巾"	10月3日	李立宪、阮湘茹、陈汉军、李文伟
揭阳广播电视台	广播短消息	揭阳在全省率先为老百姓投保	12月6日	卢晓新、辜美绒、何凯纯、 聂玉坤
云浮广播电视台	广播短消息	云浮:今起市民买菜可嘀卡	12月1日	陈庆才、刘友文、梁杰
广宁广播电视台	广播短消息	中学教师创新锅炉消除竹子加工百年黑烟	12月29日	叶宗锦、曹悦婷、骆翠云、 周志红
韶关广播电视台	广播短消息	市妇幼保健院发现世界首报人类染色体异常核型	9月20日	韩志立、严亮、邓丽
广州广播电视台	广播短消息	我国首次拍卖民航时刻 首锤花落贵州航空	12月30日	卜涛、朱晓辉、郭德欣
中山广播电视台	广播长消息	一张珍贵照片引发的相聚	9月4日	李少强、郑谊光、颜丽婷
广州广播电视台	广播长消息	十年磨一剑,《广州大典》今天正式发行	4月30日	张婧、谢晓林、席鸿
深圳广播电影电视集团	广播长消息	最高人民法院第一巡回法庭在深圳挂牌	1月28日	潘家玉
佛山人民广播电台	广播长消息	百亿富豪杨国强获 2015 中国消除贫困奖	10月16日	冯东生、刘杰静、刘燕、王佳莉
清远广播电视台	广播长消息	清远农综改探索成为中央决策 向全国推广	11月2日	宋兴强、叶振华、黎瑞冰、邱国辉
始兴广播电视台	广播长消息	新建高速经过墓地群 村民支持整体搬迁	9月29日	陈郁芬、袁春雨、何春伶、谭汉强
广东广播电视台	广播长消息	十年风雨路 今朝再启程——广州交通协管员守 护市民出行	12月31日	庞祎玢、冯竟玉
珠海广播电视台	广播长消息	珠海创新商事登记服务改革,在全国率先向企业颁发电子"身份证"	4月29日	集体创作
汕尾广播电视台	广播长消息	党员教育片《誓言无声:中国核潜艇之父黄旭华》 首获全国奖项	12月28日	杨锦胜、张东伟、周贵良
东莞广播电视台	广播长消息	中国最长路线班列"粤满俄"开通运行	12月25日	田飞跃、郑远龙、刘星、廖唯方
深圳广播电影电视	广播系列、连续及	深圳家先方国山市谷"拉战士"六柱温行	10月12日	潘想力、余洁琳、麦洁莉、
集团	组合报道	深圳率先在国内实行"拉链式"交替通行	10 71 17 1	林然、张春元、李轶群
珠海广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	珠海率先对海岸进行修复 在广东树立沙滩修复 样本	12月25日	黄菊、郭瑛
清远广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	联西村蜕变记	12月28日	张丽霞、林娟、孙卓、莫静、曾敏健、纪新锋、朱健
佛山人民广播电台	广播新闻评论	"互联网+"在佛山	9月12日	付国华、李洁莹、冯家殷、朱敏
广州广播电视台	广播新闻专题	我向亡灵忏悔——一位抗战时期日本遗孤的告白	8月15日	张婧、席鸿、梁俊飞、李熙 郁

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 58 广东新闻奖



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
惠东广播电视台	广播新闻评论	惠东大火拷问什么	2月6日	李志军、王晶晶、蒋波、李文聪
东莞广播电视台	广播新闻评论	车间革命——"机器换人"热的冷思考	5月2日	廖唯方、吴文斌、田飞跃、钱丽华
珠海广播电视台	广播新闻专题	"龙头"——珠海参与珠江西岸先进装备制造 产业带建设纪实	8月23日	集体创作
佛山人民广播电台	广播新闻专题	破"壁"——"广佛同城"的新进程	10月12日	宋秀辉、梁广棉、罗佳艺
中山广播电视台	广播新闻专题	"特殊"的探索——中山病残吸毒人员收戒的新经验	12月22日	梁盛开、林簇、林小军、陈若珩
江门广播电视台	广播新闻专题	四十一小时——江门缉毒民警江南的故事	4月17日	陈姝、林筱岚、周珊珊
深圳广播电影电视集团	广播新闻节目编排	《898晚新闻》11月3日编排	11月3日	熊忾洋
广东广播电视台	广播新闻访谈节目	我们也能消除贫困	12月30日	王晓菁、尹铮铮、邓东力、徐浩、高茵、吴晓萍
深圳广电集团宝安 广电中心	广播新闻访谈节目	"尽早实现天下无拐"——访宝安警方打拐部 门与义工组织"宝贝回家"的负责人	10月15日	陈姗、周磊
广州广播电视台	广播新闻访谈节目	留下遗书的试验——访第一个临床验证青蒿 素疗效的医学教授李国桥	12月11日	谢彩雯、招卓宁、梁皓明、徐若清
中山广播电视台	广播新闻访谈节目	光荣的 9 秒 99——专访中国田径短跑运动员 苏炳添	9月2日	叶常州、杨沛、林小军、陈 若珩
汕头广播电视台	广播新闻现场直播	蛟龙跨海 海岛圆梦	1月1日	集体创作
深圳广播电影电视集团	广播新闻栏目	《新闻周刊》	5月2日	延鹏、尹明子、吴军、胡凯
广东广播电视台	广播新闻节目编排	2015年11月7日《全省新闻联播》	11月7日	集体创作

广播作品三等奖(58件)

参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广州广播电视台	广播短消息	39名境外电信诈骗团伙成员今日上午被包机押解回国	11月 10 日	姜文涛
汕头广播电视台	广播短消息	汕头:热电厂超标排污吃 110 万元大罚单	5月7日	韩丽陶、杜耿、叶军
河源广播电视台	广播短消息	粤赣高速河源段城南出口匝道桥发生断裂,4 车坠落1死4伤	6月19日	陈盛开、董涵、倪科华
梅州广播电视台	广播短消息	建国以来广东单项投资最大水利项目今天动工	10月13日	张梅花、蔡柳
惠州广播电视台	广播短消息	惠州"两桶油"抱团发展,打造世界级石化产业基地	12月15日	汤惠明
阳江广播电视台	广播短消息	全省首个大型农光互补光伏发电项目并网发电	8月10日	林进鸿、陈仲华、何鸿儒、董帅帅
电白广播电视台	广播短消息	电白今天宣判特大电信诈骗案 30 个诈骗团伙成员获刑	10月19日	崔敏儒、骆开雄、廖小敏、陈晓霞
信宜广播电视台	广播短消息	水口赤坎村:肥猪奖给卫生村	7月19日	梁国飞、陆波、罗林
肇庆广播电视台	广播短消息	肇庆梁小静接力世锦赛 今天打破30年亚洲纪录	5月3日	陈树佳
惠东广播电视台	广播短消息	新疆务工青年惠东书写爱情故事	12月3日	王德民、黎爱平、王晶晶、李文聪
汕尾广播电视台	广播短消息	汕尾市第一批100部新能源电动公交车投入使用	12月30日	杨锦胜、张东伟、张锡凯
揭阳广播电视台	广播短消息	揭阳侦破全国最大微信红包赌博案	11月26日	卢晓新、辜美绒、陈洁荣、郑欣彤
番禺广播电视台	广播长消息	"涓涓互助"平台:"互联网+社区公益"新模式	11月30日	何颖仪
汕头广播电视台	广播长消息	汕头有了"华侨板"	9月15日	郑少强、林燕春、陈奋、张育纯
韶关广播电视台	广播长消息	首批棚改户拿到住房补贴卡,最高补贴19.6万	11月26日	张国栋、曹曦
龙川广播电视台	广播长消息	龙川:深山扫毒、缴获毒品 1.06 吨	6月22日	邹日青、杨伟新、黄少峰
东莞广播电视台	广播长消息	全省首户居民光伏发电获国家补贴	11月24日	唐幸耀、王红君、苏燕红、田飞跃
江门广播电视台	广播长消息	江门人人都能通过微信找"市长"	12月28日	徐鸿彬、马子淇
湛江广播电视台	广播长消息	湛江全面升级镇街纪委履职能力 反腐延伸"最后一公里"	10月30日	黄日莲、陈慧玲、彭芝玲、罗苏
潮州广播电视台	广播长消息	潮州鲲江青年喜获腾讯公益30万创投基金	8月19日	陈爱侬、唐秋英
云浮广播电视台	广播长消息	温氏走上互联网+养殖新路子	11月2日	刘永芬、陈燕舞、唐溯

岭南传媒探索 **59 广东新闻奖** Lingnan Media Research 2016(03)



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
潮阳广播电视台	广播长消息	马镇顺:跨国种粮获丰收	8月 31 日	陈扬戈、郭少兰、肖海腾
仁化广播电视台	广播长消息	拯救生命的"特别通道"	7月6日	邓金梅、曾文韬、闫敬宇
新会广播电视台	广播长消息	我国首列 CRH6A 型动车组今天出厂,广东南车从新会奔向广阔市场	12月17日	廖同乐、林鹤鸣、林晃炽
鹤山广播电视台	广播长消息	香港武术十大门派掌门会聚鹤山 让世界瞩目 梁赞咏春	11月23日	李文华、何建明、李晓军
佛山人民广播电台	广播长消息	佛山首部地方法规今天表决通过	12月17日	付国华、张欣
广东广播电视台	广播长消息	广州体育局花 350 万开发 APP,街头访问无人知	9月29日	胡志慧、龙俊峰
和平广播电视台	广播长消息	"微商"卖火了山村特色农产品(广播)	10月14日	叶琦望、张细祥、黄奔、卢赞尚
梅州广播电视台	广播长消息	广东养猪擂台赛冠军花落梅州	12月23日	张梅花、蔡柳
广州广播电视台	广播系列、连续及组合报道	2015.广州青年创新创业纪实	12月14日	谢彩雯、周洁瑜、梁俊飞
佛山人民广播电台	广播系列、连续及	"政府就是窗口"——佛山"一门式"政务服务	10 H 20 H	麦倩茵、杨灿峰、郭晓蕙、
	组合报道	改革一周年纪实	12月28日	蓝晓怡、陈家荣
韶关广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	小区里的车损赔偿	9月 15 日	黄冬青、李娟、陈健、谭然 之
湛江广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	《"彩虹"过后,仍是晴天》(共四篇,选送一、三、四篇的录音)	11月4日	陈慧玲、肖建平、彭芝玲、 陈红艳、周敏莉、温健
云浮广播电视台	广播系列、连续及组合报道	《云安:花季少女重度烧伤盼援助》、《新闻追踪:云安烧伤少女收到爱心善款近40万元》、《新闻追踪:云安烧伤少女正接受康复治疗》	9月8日	陈庆才、董楹、聂伟锋、刘 友文
花都区广播电视台	广播系列、连续及 组合报道	"寻找抗日遗迹 回忆峥嵘岁月"系列报道	7月1日	陈立科、曾超、叶晓明、陈 莹、武楠、黄锦培
珠海广播电视台	广播新闻评论	珠海,能否一马再当先?	12月8日	集体创作
肇庆广播电视台	广播新闻评论	愿景与动力——肇庆融入"一带一路"战略发展 思考录	9月19日	漆明明、李天文、孟雪梅、陈 建茹
广东广播电视台	广播新闻专题	从"公司+农户"到"互联网+养殖",温氏创造中国农业4.0 奇迹	11月9日	黎辉、迟芳思、陈凯
河源广播电视台	广播新闻专题	两位抗战支前模范受阅归来:国家强盛是我们 一辈子的梦想	9月4日	刘戈燕、董涵、芦艳、黄世翻
梅州广播电视台	广播新闻专题	寻找身边的好人——卓美琼	10月20日	胡影、刘翠峰
信宜广播电视台	广播新闻专题	当"妈"的姐姐——19岁女孩不离不弃照顾脑 瘫弟弟的故事	11月30日	陆淼、黄国通、周勇群
肇庆高新区广电中心	广播新闻专题	万里追缉 400 天	12月 20 日	何彼佳、魏义和、杨飞虎、 钟翔
花都区广播电视台	广播新闻专题	乡村小学里"跳"出世界冠军	12月3日	叶晓明、陈莹、武楠、曾广权
开平广播电视台	广播新闻专题	坚守	4月5日	黄铭敏、张怀芳、凌玲
广州广播电视台	广播新闻节目编排	9月18日《新闻在线》	9月 18 日	李素卿、梁皓明、黄裕鹏
茂名广播电视台	广播新闻节目编排	2015年10月4日《晚间新闻》	10月4日	李霞、王瑛、张英杰
云浮广播电视台	广播新闻节目编排	2015年10月6日云浮新闻	10月6日	范勤、陈庆才、张红梅
汕头广播电视台	广播新闻访谈节目	聚焦教育热点 解读教改新政	5月26日	吴小瑛、李珊、林赟、陈革
韶关广播电视台	广播新闻访谈节目	温暖的拥抱——韶关劫持人质事件中的广电人	11月16日	蒋励、吴卫萍、曹曦、王晓东
东莞广播电视台	广播新闻访谈节目	新丝路·新思路——从首届广东"智博会"看东莞 "一带一路"建设	11月18日	莫佛基、蓝立新、周羽、孙 曼曼、李斯轩

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **60 广东新闻奖**



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
清远广播电视台	广播新闻访谈节目	百姓议事厅——看乡村之变	6月 12 日	卢静、冯少颜、赵素华、宋兴
				强、罗军、练坚
潮州广播电视台	广播新闻访谈节目	"潮丑"方展荣 妙趣铸戏魂	12月10日	陈莹、陈小蓉、蔡晓明、刘 苇、丁纯泓、王天奇
云浮广播电视台	广播新闻访谈节目	牵挂百姓民生的知心人——访云浮市首个以	11月21日	陈小文、张红梅、苏东红、
2 44 / 411 0 100 1	7 1日初日 00 区 17 日	个人名字命名党代表工作室创始人:刘石明	11 /1 /1 /1	陈燕舞
番禺广播电视台	广播新闻访谈节目	拷问灵魂,反思历史——著名作家何建明访谈录	4月27日	齐格辉、苏诏辉、代妮娅、
1177 411 0 00 1	7 18 47 11 17 17 17 18	With the second with the secon		范汉庭、杜碧茵
广东广播电视台	广播对外新闻和广	把握"一带一路"新机遇,广东与马六甲续写丝	² 10月5日	陆敏华、黄慧、刘颖、薛晖
	播对港澳台节目	路情缘	10 /1 0 1	
惠州广播电视台	广播对外新闻和广	"一带一路共明月"——走近华人华侨中秋报	9月27日	李文君、徐晔、娄磊
79777 411 0 00 1	播对港澳台节目	道	3 /1 2 / -	4 × 5 × 6 × 6 × 6 × 6 × 6 × 6 × 6 × 6 × 6
珠海广播电视台	广播新闻栏目	951 主场	4月1日	郑兴华
清远广播电视台	广播新闻栏目	早安清远	6月9日	宋兴强、郭艳、吕彦续、邓
	/ VE 401 E4 12 E	一	0 /1 3 11	玲玲、郭伟建、张程光

电视作品一等奖(11件)

参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广东广播电视台	电视短消息	广东首例省直机关行政首长出庭应诉	12月4日	刘建琼、肖琳、陈威、张荩月
广州广播电视台	电视短消息	聆听决赛声音 感受夺冠喜悦	11月21日	姚毅鸣、吕方晓、宋玲
广东广播电视台	电视长消息	记者探访护理 MERS 患者 ICU 病区	6月1日	杨晓玉、邹炜旻、刘彪、李亚宾
深圳盐田区广播电视台	电视长消息	深圳盐田"城市 GEP"项目荣获"中国政府创新 最佳实践"奖	12月12日	邹晓东、钟胜、戴依妮
广东广播电视台	电视系列、连续及	《创新驱动发展·故事》系列报道:陈海佳 创业	3月27日	傅群山、郑亚琴、张彦冰、
7 不 1 1 世 1 7 日	组合报道	撑起实业梦	J /1 L/ H	曾超、曾小强、陈晓前
中山广播电视台	电视新闻评论	新常态 新出路——来自珠三角一座制造业城 市的转型思考	5月28日	陈晔、张哲、冯飞、邱少平
佛山电视台	电视新闻现场直播	2015"一路向前 美丽佛山"50 公里徒步直播	4月25日	何绮翎、王靓、肖润伟、黎 锦强、陈晓军、莫小峰、梁 晓敏、廖志明
开平广播电视台	电视对外新闻	张伟明:海外游子 十度寻根凝成诗	5月12日	严志强、靳晓文、张怀芳、 陈敏妍
清远广播电视台	电视新闻专题	小山村·大样本	12月31日	张丽霞、林娟、莫静、纪新 锋、曾敏健
广东广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	特别策划——为劳动者计步	10月8日	刘冬、邓香玉、谢建辉、康睿、严玮琦、洪毅彬
广东广播电视台	电视新闻栏目	《广东新闻联播》栏目	3月5日	龚军、欧琳琳、王媛媛、杨 田子、谭鸿鲜、曾广添

电视作品二等奖(55件)

参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广东广播电视台	电视新闻访谈节目	为了历史的真相	9月2日	陶凌、阮拥军、张琳玥、王
/ 水/ 油电优日	电忱制用切谈下日	7 7 加 久 的 矣 伯	J/1 Z H	世军、涂心怡、黄桂娇

岭南传媒探索 61 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



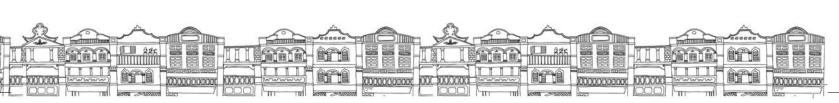
参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
佛 小 由 初 厶	电视新闻栏目	小强热线	4月6日	张袁华、沈晓维、钟传兴、
佛山电视台	电视测用作目	小姐 ※ 线	4/1 0 11	姚卫强、樊有国、郑淡涛
广东广播电视台	电视短消息	我国首宗林业碳汇交易成功	6月23日	冯逢、吴琳琳、王媛媛、曾
	石化和水	X 国 目	0 /1 20 4	超、陈晓前
广东广播电视台	电视短消息	115名滞留尼泊尔的旅客平安返穗:回家真	4月27日	齐柳、吴琳琳、戚智勇、潘
	3 4 7 7 11 11 1	好!	1 74 27 11	宇华、张毅
深圳广播电影电视集团	电视短消息	东非轻轨项目 中国企业运营	9月20日	陈程英、陈迪、但小立、曾 苑兰、李欣航
深圳广播电影电视集团	电视短消息	亚洲最大地下火车站福田站今日通车	12月30日	徐卫亚、何嘉琪、刘宇宁
珠海广播电视台	电视短消息	珠海法院全国首创"权力清单" 院庭领导被	7月31日	佟蕨、张燕红、钟筱雄、翁
外母/ 猫电沉口	电忧粒用心	"削权"逾八成	1 11 21 11	静莉
珠海广播电视台	电视短消息	我国攻克管幕施工世界性难题 港珠澳大桥连	5月28日	陈庆顺、胡志刚、李建军
	电饱粒相应	接线成功穿越拱北口岸	3 /1 /20 11	你 / 例 / 例 / N 、 子 程 子
汕头广播电视台	电视短消息	国内首个以"华侨"为主题的金融股权交易市	9月15日	陈璇真、朱思佳、谢岫峤、
	石化和水	场今天开板	3 /1 13 1	许珰烁
佛山电视台	电视短消息	南海农村分红按户不按丁 推进新型城镇化为	3月19日	许凌霄、庞伟杰、窦希、黄伟
W II G 10 I	石化和市	全国探路	3 /1 13 1	月 後 月 、
中山广播电视台	电视短消息	中国全球知识产权医药技术首次向国际制药	12月5日	耿海鹰、区球章、梁境标
1 1 7 41 3 83 1	0.00/22 41/0	巨头授权	12 /	
江门广播电视台	电视短消息	江门总分第一获选为全国小微企业创业创新	5月31日	徐鸿彬、何晓鹏、莫浩杰、
	it. Yes to vite she	基地示范城市		陈嘉亮
花都区广播电视台	电视短消息	农村娃三破世界纪录	12月1日	谢继文、龚耀东、陈琳
中山广播电视台	电视短消息	"绿色工厂"新样板 全球单厂最大光伏项目今	12月28日	陈晔、肖湘湘、邝献武、梁
		天并网发电	0 4 0	境标、吕亮生
开平广播电视台	电视短消息	开平仓东教育基地 2015 年荣获联合国大奖	9月2日	靳晓文、许文忠、袁琦、蒋艺
鹤山广播电视台	电视短消息	华南最大 LED 光植物工厂落户鹤山	12月18日	黄建华、肖仰乐、刘飞
肇庆广播电视台	电视短消息	西江大桥被撞损 广茂铁路中断	10月15日	覃鹏、张海全、张隽、赵坚 文、范骁勇
潮州广播电视台	电视短消息	庵埠:楼房起火 坠楼小孩获救	8月5日	李海、林晓瀚、李喜坤、周立伟
广东广播电视台	电视长消息	小丑医生为病房带来欢笑	1月11日	翁丽梅、叶剑、王燕、李敏
广东广播电视台	电视长消息	李克强考察广东纪实	1月7日	王斌、曾超、郑亚琴、彭斌良
南沙区新闻中心	电视长消息	广东三个自贸区挂牌 南沙自贸区面积最大	4月21日	梁嘉毅、罗伟宜、莫道庆、黄增才
佛山电视台	电视长消息	佛山成为中欧新型城镇化生态典范	12月18日	严剑锋、李青桃、何淳伟、王海涌
韶关广播电视台	电视长消息	韶关东火车站男子持刀劫持人质	11月15日	王晓东、蔡杏欢、王志强、钟健
清远广播电视台	电视长消息	清远实施"互联网+精准扶贫"	11月24日	宋兴强、叶振华、胡丽燕、江文华
增城广播电视台	电视长消息	万家旅舍:正在孵化的民宿天堂	10月7日	王珊珊、李俊傧、饶晨郗、王剑君
清新广播电视台	电视长消息	大南村:微信牵手 助力村建驶上快车道	12月29日	胡杰武、于海艳、李必纳、邱国标
东莞广播电视台	电视长消息	东莞首推医责险 解决医患纠纷	9月18日	王卉玲、陈婉琳、何水银、何振成
揭阳广播电视台	电视长消息	揭阳草根青年自创玉雕新艺逆袭走红	11月28日	庄贞耀、林卫强、辜美绒、吴耿标
广东广播电视台	电视长消息	父亲节策划:高墙内的父子	6月21日	李斯琦、雷嘉玮、张荩月、卢淦
广州广播电视台	电视长消息	看白天鹅老照片 别有滋味上心头	7月15日	郑瑾、谭耿彬、宋玲
鹤山广播电视台	电视长消息	职业农民成为鹤山现代农业发展生力军	10月23日	罗英花、李仁生、李晓军
深圳广播电影电视集团	电视长消息	龙岗生产世界首个生物工程角膜为患者带来福音	5月26日	陈锦章、刘宏、詹彦、龚丽卿

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **62 广东新闻奖**



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
新会广播电视台	电视长消息	城际动车有了"标配"全国首列 CRH6A 今天出厂	12月 17 日	夏景星、陈长灿、冯壮、李薇
花都区广播电视台	电视系列、连续及组	黑户 黑户	7月26日	邓必彦、龚耀东、温明智、
化即区厂推电饭口	合报道	<i>杰 广 杰 广</i>	, ,, 20 -	周若菡、向尚、黄剑飞
深圳广播电影电视	电视系列、连续及组	我用手机拍过年	2月18日	王云霞、韩继军、陈璐、俞震
集团	合报道	14/14 1 9012 2 1	271101	洲、宋菁菁、李偲、马诗月
汕头广播电视台	电视系列、连续及组	取缔澄海"黑油站"连续报道(共11篇,选送4	1月20日	陈俊雁、宋楠、陈勇、谢映
VII 7 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 1	合报道	篇)		珊、刘津、江佳宜
清远广播电视台	电视系列、连续及组	系列报道《永不磨灭的抗战记忆——纪念抗战	8月24日	集体创作
	合报道	胜利 70 周年》	0 /1 2 1 1	
潮州广播电视台	电视系列、连续及组	为盲人点亮一盏灯	10月14日	朱小齐、游向荣、蔡禧铄、
7/1/1/18/6/10/1	合报道	7V 117 CM 30	20 / 1 / /	余小望、王曙、吴晓晓
佛山电视台	电视系列、连续及组	"美食之都"向世界出发	11月10日	黎圣蓝、张晨光、诸红标、
	合报道	- Jew em (VD // Bloc		龙彩璇、梁建堂、黄群
东莞广播电视台	电视新闻评论	机器换人:抢饭碗还是促升级?	11月 21 日	郑远龙、赵俊杰、吴文斌、
				邓笛
深圳广播电影电视集团	电视新闻节目编排	直播港澳台(2015.11.7)	11月7日	集体创作
深圳广播电影电视	电视对外新闻	洋创客	12月1日	杜静、孙玲、史琦、陈楷、
集团	山 並 何 速 以	"		徐洁
花都区广播电视台	电视新闻评论	"奇葩证明"何时了?	12月17日	刘景义、袁武华、李力、胡姹
广东广播电视台	电视新闻现场直播	2015年亚冠决赛:广州恒大淘宝 VS 迪拜阿赫利	11月21日	周纯、丘国安、卢珏、陈伟、谢
广东广播电视台	电视新闻节目编排		10月5日	穂祥、卫蕾、黄嘉杰、宋辛夷
广州广播电视台	电视新闻评论	《广东新闻联播》10月5日版面 明天去哪儿养老?	1月6日	陈健、杨田子、董琳
广东广播电视台	电视新闻专题	"第一毒村"的前世今生	6月26日	郑瑾、成茗、谭瑞珊、郭子桃
7 水 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	电视机用专题	另一母们 的即世分生 ————————————————————————————————————	0 71 20 11	陈轶恂、郭鑫、李志、黄凯霞
广东广播电视台	电视对外新闻	从屠呦呦到中医国际化	10月18日	李子俊、许波欣、蔡文捷、
深圳广播电影电视				楼奕希 北碚 丁珠 防桃椒 茄和
集团	电视新闻专题	启航自贸区	4月21日	张臻、王璜、陈桦峰、苑劲
米 四				,
梅县广播电视台	电视新闻专题	不"安分"的老农	7月30日	李斯斯、古文蕨、罗梓鸣、 张仕加
				黄海坚、黄南灵、邓丽华、
英德广播电视台	电视新闻专题	夺命山洪	11月7日	杨育林、谭耀基
惠州广播电视台	电视新闻节目编排	2015年2月5日《第一直播室》	2月5日	杨莹、梁耀广、刘美娟
念川/ 御电700日		2013年2月3日《第一旦描至》	27131	张欢、刘伟、李秀生、舒顺
广东广播电视台	电视新闻访谈节目	两岸握手:同胞兄弟血浓于水	11月8日	龙、郭健强
				吴静华、李映东、龚广平、
江门广播电视台	电视新闻专题	仓东计划	9月8日	李灿杰、尹华乐
上 子 上 扭 山 加 人	由 初 並 ld 1 V ld	社会纵横	0 H 0 :1	阮拥军、张琳玥、陶凌、王
广东广播电视台	电视新闻栏目	14 云 纵 侠	9月2日	世军、秦东明、冯新宇
	1			- () No (4) (4) A (4) (4)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) **63 广东新闻奖**



电视作品三等奖(67件)

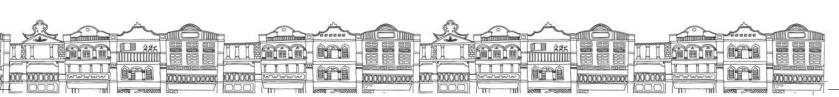
参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广东广播电视台	上 加	前线直击:雷高镇下午两点现十五级大风	10月4日	蔡志祥、陈少辉、潘宇华、
J 朱J 播电恍台	电视短消息	則线且面:田同镇下十份点况 五级入风	10万 4 日	邢云龙、罗慧
广州广播电视台	电视短消息	公交车撞人 众人抬车救	6月11日	何少敏、叶荣辉、郑嘉贤、
7 川7 油电池日	电饱粒用态		0 /1 11 11	王绍全
深圳广播电影电视集团	电视短消息	盐田破获路边偷油案	5月19日	邹晓东、侯庆国、闫琳、钟胜
汕头广播电视台	电视短消息	南澳大桥开通 海岛人民梦圆	1月1日	林树强、黄刚、官汉波
韶关广播电视台	电视短消息	韶关成为广东省首批被授予地方立法权的地级市	5月19日	集体创作
河源广播电视台	电视短消息	粤赣高速城南出口匝道今晨发生断裂,事故造	6月19日	江国强、曾敏
47 %/\ / H .C // L	-C 10/12/17/10	成一死四伤	0 /1 13 11	
惠州广播电视台	电视短消息	我市出现我国首例输入性"中东呼吸综合征"	5月29日	钟晓宇、王梅、陈曦、黄军
		确诊病例		亮
东莞广播电视台	电视短消息	全省首个居民光伏发电项目获国家补贴	11月24日	王红君、温秋明、刘华仲
中山广播电视台	电视短消息	中山颁发全省第一本不动产权证书	9月14日	叶倩儿、张智凯、郑碧清
江门广播电视台	电视短消息	江门在全国首创将103项公安业务下放镇街	10月15日	何晓鹏、莫新波、徐鸿彬、
77 77 71 70 70 11	0 101 11 10		10 /1 10 1	余永达
清远广播电视台	电视短消息	我市首发"三证合一"营业执照 早全国一个月	9月1日	陈怡然、梁永东、陈海鹏、
				刘兰芬、邱国辉
清远广播电视台	电视短消息	北江航道扩能升级打造千吨级"黄金水道"	10月28日	邢振斌、李诚、曾智丽
潮州广播电视台	电视短消息	潮籍"父子兵"参加阅兵式	9月3日	刘淑娟、林晓瀚、蔡栩梓、
***************************************	3	1007E 2C 4 21 2 2 3 7 10 7 10 7 10 7 10 7 10 7 10 7 10 7		林得亮、林泽杰
揭阳广播电视台	电视短消息	揭阳政府花钱为百姓买意外险	12月5日	卢晓新、辜美绒、何凯纯、
	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0		12 /1 0 -	刘大军
增城广播电视台	电视短消息	我省首个华人华侨创新创业家园"侨梦苑"落	12月22日	黄桂权、王剑君、黎苗、刘
1 /4/ 41 3 /41		户增城		明琦
佛山电视台	电视短消息	顺德"大黄蜂"赴法国"上班"	12月9日	卢雯婷、卢耀锦、蔡凤华
番禺广播电视台	电视短消息	何世良喜获山花奖	12月3日	卢晓韵、罗克立、古坤颐、
			40 11 00 11	黎华彦、齐格辉
广东广播电视台	电视长消息	深圳滑坡:奇迹 67 小时后首位幸存者获救	12月23日	袁方、谢建辉、康睿、黄西岳
深圳广播电影电视	电视长消息	国内首个"智慧图书馆"在盐田诞生	4月21日	陈汉福、钟胜、陈煜斌、曹
集团		政协委员举图说污染 市委书记表态"马上		怀玉
深圳广播电影电视	电视长消息	办"	5月29日	郭永佶、朱碧琪、何骁、张
集团	电视长消息	大规模"聚众斗殴"? 实际为"移花接木"	4月4日	度
油头广播电视台 佛山电视台	电视长消息	佛山:转型升级需求大 首家机器人超市开张	9月7日	陈若毅、余雁、王薇、陈勇
房山电优百	EW KAN	师山: 校里月级而水八 自豕仉奋八起中月派	37, 7 1	路静、屠海行、黄伟、窦希
连平广播电视台	电视长消息	九旬慈母言传身教 家训箴言代代相传	5月14日	邱映凤、何浩燕、何军阳、
东莞广播电视台	电视长消息	固守?变革?一家中小企业"智博会"上的抉择	11月22日	曾媛媛 何春辉、温秋明、潘少均
中山广播电视台	电视长消息	板芙小伙捐献器官救活 5 人 爱心让生命之树茁壮	8月5日	梁嘉宁、王冠
中山广播电视台	电视长消息	排放超标也能过检 摩托车年检有猫腻	5月22日	欧阳威、吴林平、汤嘉源
		江门边防破获近十年全国最大偷渡案 近		潘开亮、梁科、潘斌、孙天
江门广播电视台	电视长消息	3200 人涉案	11月30日	T 元、来 行、 T M M 、 W 八 歌
阳江广播电视台	山河	南海 I 号 94 件新发现精品文物在海丝馆精彩	7 F 20 H	曾流换、黄嘉荣、任蒙、关
四八川御电沈百	电视长消息	亮相	7月20日	秀同

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 64 广东新闻奖



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
高州广播电视台	电视长消息	高州镇江:乡间"和事佬"叫停吵架声	11月8日	李日宇、林海、李沛
肇庆广播电视台	电视长消息	三代人40年护碑 成就包公园"镇园之宝"	4月28日	傅 婷、曾肇潮、黄 毅、毛洪雷
高要广播电视台	电视长消息	土地流转把打工仔"转"成了种粮大户	11月17日	林建东、梁茵茵、王汉文
清远广播电视台	电视长消息	我国首个世界珍稀动植物种源基地在清远动工	11月11日	叶振华、吕博林、江文华、 侯新天
揭阳广播电视台	电视长消息	许小鸣:为了不能忘却的抗战英雄	9月1日	庄贞耀、杨毅、卢晓新、吴耿标
佛山电视台	电视长消息	患癌老人拾荒行善荣登"中国好人榜"	8月31日	庄衡、冯建珍、廖晓霞、陈昭锐
高要广播电视台	电视长消息	高要 3000 小五金转型升级闯大市场	10月19日	吕毅、谭梅、李杰、任桀熠
仁化广播电视台	电视长消息	觅得新良方"毒"地泛新绿	11月5日	何燕兵、廖志英、闫敬宇、 郭友慧
广东广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	高铁沿途的抗战印记	8月15日	曾国欢、陈晓前、濮涌、陈 玉梅、王秀娟、陈琨
佛山电视台	电视系列、连续及 组合报道	脆弱的水泥	7月1日	林健烽、沈晓维、叶亿强、 马文斌、陈浩彬
梅州广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	英雄百姓同唱正气歌	6月23日	孙程成、郭进达、李赟、刘 鹏、郑赞、曾展鸿
中山广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	《春节"据"闻》大数据新闻系列	2月16日	黄隽玮、耿海鹰、陈晔
茂名广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	主播看包茂系列报道	10月13日	姚大斌、吴佰洋、吴志森、 江丕、梁洁、刘屏、林婵
肇庆广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	关注泥头车运输乱象	6月23日	区志滔、黄海强、黄伯光、邓 建辉、刘竞、张海全、张立锋
云浮广播电视台	电视系列、连续及 组合报道	《访寻抗战故事》系列报道	4月14日	朱晓岚、虞力瑞、梁佩珊、 冯锦标、黄华荣、刘江波
佛山电视台	电视系列、连续及 组合报道	《走马珠西经济带 探寻佛企拓展路》系列报道	10月26日	张碧颜、陈春艳、李海斌、 严旭初、谢茹艰、林访群
韶关广播电视台	电视新闻评论	主动融入珠三角,"3+3"大有可为	11月16日	汪露蓉、陈旭东、徐东、刘子文
广东省广播电影电视协会	电视新闻专题	"互联网+"做引擎 广东汽车再升级	7月31日	胡芳、张伟伟、廖向阳、郭 浩铨
广东省广播电影电视协会	电视新闻专题	广州人的汽车梦想	7月30日	叶俭图、陈丽贞、张健辉、 王绍全
汕头广播电视台	电视新闻评论	"给鱼上色" 染黑了良心	12月12日	林秀彬、刘津、魏晓霞、陈勇
湛江广播电视台	电视新闻评论	雷人雷语广告为何引起全城热议?	2月23日	张超明、梁峥峥、赖仲斌、张婷
中山广播电视台	电视新闻栏目	城市零距离	2月7日	江秀娟、邱少平、梁彦政、 张媛媛、吴林平、肖湘湘
惠州广播电视台	电视新闻专题	滑滑车女孩站起来了	9月17日	梁淑珍、余梦、叶翔宇、刘 美娟、范洲
广州广播电视台	电视新闻节目编排	夜间新闻特别节目——南沙自贸区挂牌	4月21日	梁金汉、陈瑜、史跃峰
肇庆广播电视台	电视新闻访谈节目	市民问政——投诉曝光问题我们解决到位了吗?	11月25日	集体创作
广东广播电视台	电视新闻现场直播	大交通 大发展——广东高速公路建设巡礼	12月31日	龚军、薄义群、周舒媚、刘 彪、梁向阳、郑亚琴、华晓 倩、孟语凡
广州广播电视台	电视新闻现场直播	向伟大胜利,敬礼!——纪念抗战胜利 70 周 年特别节目	9月3日	陈蕾、吕方晓、钟兴兴、高晞、 李欣、甘锦文、黄晓丹、敖康达

岭南传媒探索 65 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



参评单位	类 别	作品标题	首播日期	主创人员
广东广播电视台	电视对外新闻	GD Pilot FTZ pushes reform and boosts investment	12月 26 日	李露一、刘帅、叶菁
广东广播电视台	电视对外新闻	细数广州非遗系列之:洪拳、细数广州非遗系列 之:钉金绣、细数广州非遗系列之:古琴斫制技艺	8月1日	詹媛、李画、刘艺、林海滨、褚永生、余欢
广东广播电视台	电视新闻评论	水源保护区为何成了挖砂者的"掘金"乐园?	4月10日	李玥颖、郑衍彬、阮拥军
中山广播电视台	电视新闻专题	一切为了孩子——记全国人大代表、中山纪念 中学校长贺优琳	11月1日	耿海鹰、邝献武、吕亮生、 卢家强
茂名广播电视台	电视新闻专题	拆迁户从不舍到喜见商机	11月13日	李萍、柯玮倩、曾道平、陈建儒
广宁广播电视台	电视新闻专题	山区教育"失血" 恶性循环何时休	11月20日	李东明、张胜芳、冯杰宇、 陆其金
茂名广播电视台	电视新闻节目编排	2015年6月2日《茂名新闻》	6月2日	凌旭珍、刘屏、陈忠传
清远广播电视台	电视新闻节目编排	2015年3月15日《清远新闻》	3月15日	钟倩、杨韶艳、林娟
云浮广播电视台	电视新闻节目编排	2015年9月3日《民生六点九》新闻编排	9月3日	邓灶棣、冯荣昌、梁哲熙
韶关广播电视台	电视新闻栏目	民生关注 20151014	10月 14 日	集体创作
云浮广播电视台	电视新闻专题	特色农业铺就致富路	12月4日	梁佩珊、冯国锐、余志咏、 虞力瑞、朱晓岚
肇庆广播电视台	电视新闻专题	守护"绿色明珠"鼎湖山	12月29日	李必辉、陈宝坤、毛洪雷、 段研

论文一等奖(1篇)

参评单位	作品标题	刊登时间	主创人员
广东广播电视台	广电转型:从"+互联网"到"互联网+"	6月 28 日	黄耀华

论文二等奖(4篇)

参评单位	作品标题	刊登时间	主创人员
佛山电视台	新常态下新思维 闯出发展新局面——佛山电视台顺德分台进入"全国 20 强市	10日15日	卢运莲
が 山 屯 沈 日	县电视台"的启示	12/1 12 1) ~E
暨南大学新闻与传播学院	传统广播的"变"与"不变"	1月15日	申启武
广东广播电视台	微媒体时代社会主义核心价值观的传播	12月 30 日	高 崴
潮州广播电视台	韩愈法治思想对当今新闻事业的启示	2月28日	曾文英

论文三等奖(5篇)

参评单位	作品标题	刊登时间	主创人员
广东广播电视台	论媒介融合中的电视组织结构变革	6月 28 日	吕晴春
佛山人民广播电台	因地制宜构建基层应急广播系统	3月15日	陈家荣
湛江广播电视台	新媒体时代电视节目的编排策略	8月28日	郑桂珍
广东广播电视台	从《粤讲越掂》与《谁语争锋》看方言类语言节目的新突破	2月28日	古晓燕
东莞广播电视台	经济"新常态"下传媒业的应对策略研究——以东莞媒体实践为例	6月28日	张曼缔

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 66 广东新闻奖



第十二届金枪奖获奖名单

报纸系统

姓 名	推荐单位	性别	职务	职称	新闻工龄
邓红辉	南方报业传媒集团	男	南方日报编委、经济新闻部主任	主任记者	22年
黄丽娜	羊城晚报报业集团	女	政文编辑部副主任	中级	14年
陈健	汕头经济特区报社	女	副总编辑	主任记者	26年
黄蓉芳	广州日报报业集团	女	记者	中级	15年
鲁军	深圳报业集团	女	深圳商报编委	主任记者	16年
肖 胤	湛江日报社	男	总编辑助理兼采访中心主任	中级	11年
查九星	中山日报社	男	副总编辑	记者	15年
詹奕嘉	新华社广东分社	男	对外新闻部副主任	中级	7年
段岸立	西江日报社	男	副总编辑	主任记者	23年

广电系统

姓名	推荐单位	性别	职务	职称	新闻工龄
苏再丰	广东广播电视台	男	副监制	主任记者	32年
郑瑾	广州市广播电视台	女	副总监	中级	19年
郑宇嘉	佛山人民广播电台	女	频率总监	主任记者	24年
于海滨	深圳广播电影电视集团	男	总编办副主任兼新闻中心副总监、纪实中心筹备组组长	高级编辑	23年
肖 琳	广东广播电视台	女	监制	记者	16年
耿海鹰	中山广播电视台	女	频道副总监	主任编辑(副高)	16年

第十二届金话筒奖获奖名单

姓 名	推荐单位	性别	职务	职称	新闻工龄
董 兵	广东广播电视台	女	无	一级播音员	30年
刘伟	广东广播电视台	女	制片人、主持人	一级播音员	13年
高 晞	广州市广播电视台	女	监制、播音员	中级职称	14年
高明洁	深圳广播电影电视集团	女	主持人、制片人	副高	24年
黄 华	珠海广播电视台	男	新闻主播、记者、主持人	一级播音员	20年

岭南传媒探索 67 广东新闻奖 Lingnan Media Research 2016(03)



2015年度广东新闻奖参评作品述评

【编者按】 由广东省新闻工作者协会、广东省新闻学会共同主办的 2015 年度广东新闻奖评选工作已落下帷幕。

2015年度广东新闻奖各奖项的评选工作,经过各单位报送材料、省记协评奖办公室初审报送材料、初评、获奖候选作品审核、定评、公示等一系列程序,全部参评的2234件作品中,526件作品胜出获奖。其中,47件作品拔得头筹获

得一等奖(含特别奖),二等奖作品共 170件、三等奖作品共294件、好标题 奖共15件。

广东新闻奖的评选工作的总目标, 不仅是检阅过去一年我省新闻工作的成绩,评选出能够代表我省新闻事业发展 水平的优秀作品。更希望能积极发挥优 秀作品的示范作用,将更多能讲好中国 故事、唱响广东声音的精品力作评出来、 推出去,促进更多有思想、有温度、有品质的优秀作品的诞生。

这组《2015年度广东新闻奖参评作品述评》稿件,撰述者均为本次新闻奖评委,也是资深的新闻学界专家学者,他们从不同角度,解读获奖作品的成功之处,分析参评作品中存在的一些问题,无论对于提高新闻作品的水平还是提高报评作品的质量,都具有一定参考价值。

2015年度广东新闻奖获奖作品点评——消息类

李 幸

新闻离不开重大题材,但日常生活中不乏具有新闻价值的事件,这是当下地方新闻从业者应给予重视并加以精心采写的。2015年度广东新闻奖获奖作品里有不少这样的例子,以下仅以获二、三等奖的消息说明。

《一名村医退休 全村老少头痛》,一看报道标题就有感觉,对比效果强烈,且具可能合理的因果关系。标题下又加了导读:"五华全县 46 个乡村难觅村医,乡村医生缺乏致'看病难'问题在我市越来越突出",使报道主题一目了然。正文亦中规中矩,导语第一句先点出其新闻背景与价值:"近年来,全国各地乡村医生缺乏的问题越来越受到社会的关注。"紧接着是 5 个 W 俱全的具体信源:"近日,五华县龙村镇云

溪村村民温先生向本报'民生一线'栏目反映,当地的乡村医生于2013年退休后,乡村医生一直空缺,乡亲们看病成了难题,希望有关部门能帮他们解决这一问题。"

在这篇只有一千字的消息里,有两个小标题,一为"乡村医生缺口大,村民就医难",二是"愿做村医者无资格,有资格者不愿来"。第二个小标题以及所叙内容尤其重要,点出了"何因",使这篇千字报道不仅完成了对现象的揭示,而且涉及、分析了原因。

《城里人到乡镇卫生院看病》,也是标题即有吸引力,是值得往下看的新闻。该消息开头:"昨日上午9点,赤坎区金沙湾小区居民梁兵带着3岁女儿驱车前往遂溪县城月镇中心卫生院看

病。梁兵的女儿最近老是拉肚子,后得知城月镇中心卫生院院长林行是儿科专家,就慕名前往。吃药后病情好转,这次是复检。"这种"华尔街日报"大报道的写法用在消息里,特别讲究言简赅,因为消息受到版面字数限制,这有能考验报道者的叙述功力。该消息这一段短短百字,不仅写出事件,而且客观道出为什么要到乡镇看病——卫生院院长林行是儿科专家,还巧妙地表达出就诊后的效果——吃药后病情好转,这次是复检。

关于到乡镇卫生院看病的好处,报道用当事人的话:"梁兵告诉记者,吸引他到乡镇卫生院就诊的主要原因是费用低、医保报销比例大、医疗服务水平高"。前两点是相当实在的,而"医疗



李幸,华南理工大学新闻与传播学院教授、名誉院长

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



服务水平高"这一点,报道能够用诊疗环境说明,也是有说服力的。如果能够介绍一下乡镇卫生院医生的学历构成,或许就圆满了。

另外还有不少在新闻价值上有看 头的报道。

《借鉴支付宝 不怕欠工资》,尽管这是条还在进行中的事件消息,但因为事关常见重大民生问题,且解决方法感觉新鲜,所以有其预告价值:"建筑施工行业是欠薪高发行业。记者采访了解到,接下来我市将出新招治理该领域欠薪问题——即借鉴时下流行的第三方支付形式'支付宝',实施建筑施工企业工资支付保证金制度,建立起治理欠薪的长效机制。"

《人人免费上"大学"还能参与社区事》,其导语:"只要你生活、工作在黄连社区,就不仅可以免费学到政治、经济、文化等知识,还能接触到礼仪、养生、摄影等感兴趣的内容。学习

地点就是昨日揭牌的佛山市顺德区勒流街道黄连社区大学,该校旨在打造'人人皆学,时时可学,处处能学'的氛围。" 地方报纸的社区性强,无疑应注意报道此类服务读者、对读者有用的新闻。

《区长出庭应诉 市长带队观摩》,报道称:"昨日,禅城区区长亲自出庭应诉,市长鲁毅率 30 多位市直部门负责人现场观摩一起行政诉讼案件的审理过程。……'没想到政府一把手和我一起坐到了法庭上。'原告余某感到有些意外。"同类题材还有一篇写到市长出庭的,也很有新闻价值——"民告官"已经到了面对面而不是仅见代理人的时候。

《一大波果蔬凭"红肉"成新贵》,以民众日常已知的现象为导语:"红色果蔬本不算稀奇,有趣的是本来并不红的果蔬育出红色品种后成为市场新贵。蜜柚、火龙果、猕猴桃、橙子等出现了

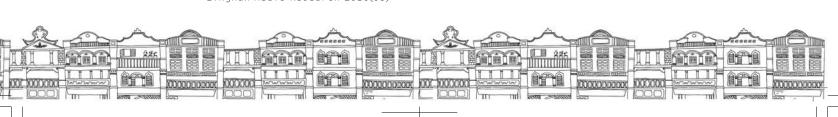
红心品种,甚至红皮红肉马铃薯也已经在市场出现。"利用新闻价值的接近性,引发出阅读兴趣,娓娓道来,最后才落到重心:"果蔬的'红色'如何得来?有消费者担心,艳丽的颜色是否强过时,是因获得?贵州省果树科学研究所自对对于人员从中席选培育出优势品种进行。中广炎介绍,血橙和三红蜜柚和原材料,这些都与转基因无关。"不要对从日常生活现象挖掘出来且具很强可读性的报道。

总之,不管媒介发生了什么变化,仍然是新闻价值和实在表达决定了消息的质量,这一点,即使在新媒体和自媒体时代也不例外。如何更好地发现新闻和表现新闻,是所有媒体工作者永远不变的职业素质和专业技能。

(本文编辑:李保恒)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





2015年度广东新闻奖参评作品评析——新闻评论与系列报道类

田秋生

一、优秀作品分析

(一)评论:宣传到位、引导及时、监督有力

本年度,新闻评论类共有 37 件参评作品,从最终评选结果来看,胜出的作品主要有两大类: 其一,发挥党和政府喉舌功能,宣传党的路线方针政策,为党和政府的中心工作营造良好舆论氛围的党报评论。其二,发挥媒体的舆论监督功能,对社会不良现象展开批评,充当公众利益的看门狗的评论。接下来,我们就通过代表性作品,对其特点展开分析。

第一类作品的代表有:《论五大发展理念》、《为官不为 不能为官》。

《论五大发展理念》由南方日报社 选送,对十八届五中全会提出的"创 新、协调、绿色、开放、共享"五大发 展理念展开了全面深刻的阐释。该文的 过人之处体现在以下方面: 其一, 反映 及时、规格超常。十八届五中全会 2015年10月29日在京闭幕,本文在 11月5日刊发,是全国第一篇全面系 统深入论述五大发展理念的评论, 也是 全国第一篇用一个整版篇幅刊发的近万 字评论员文章。其二,对五大发展理念 的阐释全面系统,占据了理论高地。文 章以横式结构展开,从含义、重要性、 贯彻落实的路线图三个方面, 对五大发 展理念依次展开解读。其三,紧密结合 地方实际, 对广东省的工作展开有针对 性的指导。文章做到了顶天立地, 充分 发挥了党报在宣传党的路线方针政策方面的独特优势。

《为官不为 不能为官》由佛山日 报社选送,这篇出自地市级党报的评论 之所以能获得评委的青睐, 主要有以下 原因:其一,在选题方面,直面社会焦 点,兼具地方性与全国性价值。本文所 针对的是反腐力度加大后出现的"为官 不为"现象,其依托的新闻由头是: 《佛山市整治领导干部"为官不为"试 行办法》在完成内部征求意见后即将公 布。其二, 观点深入, 有建设性。提出 若想真正改变"为官不为"的局面,不 能停留于一般性的理念灌输和道德说 教, 必须加强制度建设。其三, 行文流 畅,平易近人。该文不讲官话与套话, 而是采用日常生活的语言, 以平等的姿 态与读者交流。

第二类作品的代表是:《登报骂法院有违治理念》、《"理论上一定会坍塌"的高速公路桥,你敢走吗?》。

两篇作品均由新华社选送,体现出共同的特征:其一,选题方面,直面矛盾与问题,剑指地方政府与大企业的不当言行,体现出媒体的担当与勇气。《登报骂法院有违法治理念》批评东莞某镇政府以行政权力干预司法的行为,《"理论上一定会坍塌"的高速公路桥,你敢走吗?》则直指高速公路公司在事故面前推卸责任的谬论。其二,观点有深度,透过现象看本质,毫不手软,直指要害。其三,写作质量上乘。在结构上层层递进、抽丝剥茧,文字表达方面

简洁清晰,不写废话,掷地有声,最终说理透彻,论证有力。以《登报骂法治理念》一文为例,该文通篇篇句 547 个字,共分 6 个自然段。起第二段简要概括新闻事件,交代新闻评的行为有违的。第二段指出镇政府的行为有违的现象,第三段指出现于部分,有为后的观别,第四段进一步探寻深对法律"指于少数地方政府和干部良惯性;第五次的利益诉求;最后有自身的利益诉求;最后有自身的利益诉求;最后有自身的利益诉求;最后,投表明态度:不能让权力干预司法。文章由表及里,丝丝入扣,痛快淋漓。

(二)系列报道:及时报道、深度开掘、全景展现

本年度,系列报道类共有 46 件参评作品。胜出的优秀作品主要有三大类:其一,围绕党和政府的中心工作,发现问题、总结经验、营造舆论,以南方日报社选送的作品《跨界治水 AB 面系列报道》为代表;其二,精心策划,以地方视角切入重大国内新闻,以羊城晚报社选送的作品《揭秘青蒿素和广东的故事》系列报道为代表;其三,及时、准确、全面报道重大突发性事件,充分满足公众知情权,以新华社选送的作品《深圳滑坡事故系列报道》为代表。接下来,我们依次对上述 3 篇作品展开具体分析。

《跨界治水 AB 面系列报道》带有工作通讯的典型特色,选题方面,聚焦



田秋生,广州大学新闻与传播学院教授、副院长

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



广东省跨界河流治污问题, 这是涉及跨 地域协作的一项面上工作,从某种意义 上说,这样的选题,也只有省委机关报 适合做;内容方面,非常明确,主要由 经验与问题两个方面构成, 即所谓的 AB面, A面是跨界治河的成功经验, B 面是跨界治河存在的种种问题。两面实 为一体, 即探寻行之有效的工作思路, 协调、组织工作有序开展;整组报道的 成功很大程度上取决于典型案例的选 择, 如系列报道之一题为"淡水河蝶变 启示录 三级协同八年跨界治水树范 本",介绍了深圳、惠州两地实行三级 协同跨界合作治理淡水河的成功经验; 系列报道之八题为"污染难治'界'是 主要问题 协商待落实 公众欠参与", 揭示了涉及深圳与东莞两地的茅洲河治 理工作的困难,主要在于跨界扯皮。采 写编方面, 颇见心思与功力。记者采访 全面深入,找到各方权威信息源;写作 上,引入"华尔街日报体"的手法,由 个体的日常生活故事切入宏观的社会问 题,注重可读性;版面编辑上,采用双 版、跨版、彩版等手段, 营造视觉美感 与冲击力。

 别具一格的独家系列报道,可谓慧眼独具、点石成金。

《深圳滑坡事故系列报道》则属于 典型的重大突发事件报道, 其要旨是第 一时间准确全面地披露信息。综观该组 作品,其特色主要有:其一,题材重 大,事发突然,公众渴求第一时间了解 真相。深圳滑坡事故是 2015 年的一起 重大突发性灾难事件,造成重大人员伤 亡和经济损失,举世瞩目。其二,新华 社反应迅速、布置得当。在第一时间组 织调遣数十位记者到现场, 持续两周密 切跟踪。其三,采访全面深入,获得了 大量来自事故现场的一手资料,尤其是 救援过程中的细节素材。其四, 文本结 构清晰、文字表达准确简洁、信息量饱 满。其五,注意把握节奏与导向。整组 报道共三篇,第一篇着眼于全方位展现 事件过程与动态,第二篇则聚焦于点, 详细呈现首位获救者的获救过程, 第三 篇则在全面回顾事件过程的基础上,报 道了官方的正式道歉与反思,展现责任 担当与人间温情。

二、问题与方向

(一)关于新闻评论

新闻评论方面,一些作品之所以让人敬而远之,问题不外乎三个方面:其一,选题失当,无法引发读者的阅读兴趣;其二,观点陈旧、浮于浅表,无法给人以启示;其三,写作质量欠佳、论证之力、结构偏向、表达不清。以上三方面的问题,有的文章占了其中一项,有的占了两项,要是占了三项,就肯定是不堪卒读了。

找到了问题,大致也就明白了方向。一篇优秀的评论作品必须过好三个关:选题、分析、写作。选题方面,好的新闻评论选题往往具备以下要素:有

时效性、有较高的关注度、有一定的复杂性甚至是争议性,因而具备广阔的评论空间;分析方面,关键是能提出有新意和有深度的独到见解,从而让人豁然开朗;写作方面,首先要做到结构清晰、论证充分、表达准确简洁,在此基础上,若能形成独特的写作风格,当然更好。

(二)关于系列报道

系列报道方面,未能获奖的作品存在的问题主要有:其一,题材单薄,缺乏张力,有些只是当地政府组织的普通的常规性工作,可挖掘的东西不多,也难于引发公众关注。其二,报道理念与报道手法陈旧,有的还停留于传统的"宣教模式",一般性地歌颂好人好事,新闻与宣传不分,带着宣传的思维来写新闻。其三,采写质量欠佳,由于采访不够深入,使文章的信息不够饱满,也缺少鲜活的细节。

可见,要真正提升系列报道的质 量,首先要从选题入手,系列报道乃新 闻报道中的重型武器, 其选题必须是事 关重大,或者是一段时间内突出的社会 问题与社会现象,或者是重大的社会影 响面广的动态新闻。前一类题材往往是 为了配合党和政府开展中心工作,旨在 推进工作,解决问题;后一类选题则主 要是在社会发生急剧变动时, 主动满足 公众的知情权。其次,要更新报道理 念, 改进报道手法, 真正确立受众意 识与信息服务意识,摒弃传统的"宣 教模式", 确立"信息模式"和"故事 模式"的主导地位。再次,深入采访, 为写作奠定良好的基础: 注重写作艺 术,掌握新媒体环境下受众的信息需求 心理与接受习惯,以更直接、更简洁的 方式讲好故事。

(本文编辑:李保恒)

岭南传媒探索 71 **评点** Lingnan Media Research 2016(03)



2015年度广东新闻奖参评作品述评——通讯与深度报道类

莫继严

一、参评作品及获奖作品概况

2015年度广东新闻奖评选,共收到来自55家刊播单位推荐的"通讯与深度报道"作品128件。其中,超长作品7件,分别来自5个单位:南方日报、人民日报、珠江晚报、东莞时报各1件,南方周末3件。这些作品因超过规定字数,按规则只能参评一等奖,落选则不能再参评其他奖项。

结果,获奖作品共 62 件,约占所有参评作品的 48.4%,所有奖项由 53 家单位分享。其中,一等奖作品 4 件(含起长作品 1 件),约占 3.1%,获奖作品分别来自 4 家刊播单位;三等奖作品 15 件,约占 11.7%,来自 12 家刊播单位;三等奖作品 43 件,约占 33.6%,来自 42 家刊播单位。南方日报、广州日报、人民日报、新华社、羊城晚报、珠海特区报、深圳报业集团晶报等,不止一件作品获奖;其中南方日报实力最强,4 件作品全部获奖。而南方周末和东莞时报,其参评作品(分别为 3 件和 2 件),未能获得任何奖项。

二、获高等级奖项作品的成功 之处分析

因获奖作品约占参评作品之一半,而获高等级奖项之作品(莱一、二等奖者)占比不及16%,故在此仅对获一、二等奖之作品作综合分析,尝试归纳其若干成功之处。笔者认为,本年度本类获高等级奖项之作品,在如下方面表现较为优秀:

(一)重大的题材、贴近性强的内容 和正确的舆论导向

所有获高等级奖项的作品,都题材重大,内容接地气,能够紧密围绕当时各级党委、政府的全局或阶段性主要工作做文章,体现出正确的舆论导向。获一等奖的5件作品,其主题和内容都涉及重大问题,舆论导向鲜明、正确。(见表1)

此外,获二等奖的作品,也都涉及重大问题和题材,如疫情防治、乡村治理、科学兴农、基层反腐、南海戍边、干部作风、卫生建设、工业建设、城市规划、市场发展、计生管理、民心工程等。这些获高

等级奖项的作品,总体上广泛涉及政治、 经济、文化、军事、道德伦理和社会民生 等诸多领域的重大和热点问题。

在此基础上,这些作品还按照"三贴近"的要求,对相关主题和内容进行多维度的深入拓展。它们都善于以新近发生的新闻事实为由头,以时新性(准确起程时代脉搏)为基础,从某一个侧面切入,以问题为导向,对相应领域的时代风貌、社会背景、领域趋势、存在问题、典型事件、人物精神等进行解剖,积极挖掘新闻素材的重要性、显著性、接近性、趣味性,努力做到微言大义,深刻反映特定新闻

表 1 获一等奖作品主题和内容分析表

作品(单位)	主题、内容所涉及之重大问题和导向
勇做发展中国特色社会主	涉及重大政治问题:主题十分宏大。在总书记考察广东
义排头兵	三周年到来之际,以总揽本省工作全局之眼光,总结省
(南方日报)	委、省政府三年来的重点工作,明确工作成绩和方向。
	彰显时代精神。
	涉及重大社会治理问题:健康的社会秩序如何构建。紧
为广州式排队乘车"点赞"	扣"文明"、"和谐"、"友善"等社会主义核心价值观,接
(广州日报)	地气地展示了国家中心城市广州文明建设的鲜活成
	果。引领时代风尚。
田泽明被困 67 小时获救	涉及突发性重大灾难事件:在全国乃至全球瞩目的光
了	明新区滑坡灾害发生之后,及时细致报道首位也是唯
(深圳特区报)	一的幸存者田泽明获救的过程,温暖人心,鼓舞士气。
	传递社会正能量。
	涉及重大文化建设问题:城镇化浪潮下如何进行社会
文化留住乡愁复兴"空心	主义新农村建设?新农村建设如何与文化自信相结合?
村"	农村如何凝聚人气、成为农民的精神家园、避免空心
(惠州日报)	化? 观背村用文化复兴空心村的做法,探索如何解答这
	些重大问题。具有样本意义。



莫继严,广东财经大学人文与传播学院副教授

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



背景下社会生活的主要变化及趋势。

(二)问题探究式采访和课题研究式 写作

在全媒体出版格局中,通讯与深度报道的职责,不在于提供新闻快餐,而在于炮制新闻大餐。这些高等级获奖作品显示,其创作团队,善于进行问题探究式采访和课题研究式写作。

《勇做发展中国特色社会主义排头兵》,是典型。推荐表这样介绍其采编过程:"在初稿起草之后,由梅志清编委、王垂林副总编做了初步修改,后又呈省委常委、宣传部部长慎海雄,南方日报社社长张东明等领导多次修改,先后十易其稿,可谓千锤百炼,高度凝练有力地总结了省委、省政府三年来的重点工作。"该作品纵横捭阖,所涉及之文件、材料、数据、人物、事件,浩如烟海;仅第四部分"以排头兵的担当率先探路",就涉及广东经济社会发展的方方面面。其采访的深入、细致、全面,写作的呕心沥血,可想而知。

《广东奶农每天忍痛倒奶超 20 吨》,列二等第二,是另一典型。为采写之,记者涉足多个县市,对奶农、奶牛养殖小区、大中小奶场、省奶业协会领导和乳业分析师等,都进行了深入采访。写作时,则结合了国际、国内奶业和乳制品市场的形势,运用了大量资料。最终,采写出了以广东历史上第一次出现的奶农大规模卖牛、倒奶现象为由头,深刻反映了当时奶业和乳制品市场的基本面貌、发展困境以及群众心声的好作品。

问题探究式采访和课题研究式写作,应该成为通讯与深度报道采写工作的常态。新闻工作提倡"走转改",与学者做课题类似。学者做课题,必须"走转改"。他们必须走出书斋、深入实际,做大

量调研;写作申报书和结项书时,要努力实现从学术论文向课题报告的转变(让不那么专业的人也能看懂)。做学者型记者,有助于彰显记者的专业性,增强报道的核心竞争力。

(三)多渠道的刊播方式和较大的社 会影响

面对媒体融合发展的大趋势,传统媒体的新闻传播,必须积极利用多种渠道,努力扩大社会影响。许多获奖作品在此方面成效显著。在推荐表上"社会效果"一栏,大部分作品都会提到被网络转载方面的材料和数据。《广东奶农每天忍痛倒奶超 20 吨》,是一典型。该作品见报后,引发了全国网络媒体的积极跟进报道,几天内先后被包括新华网、人民网在内的 103 家网站转载。

正面传播效果较好,社会影响较大,是获奖的必要条件。《勇做发展中国特色社会主义排头兵》获大奖,与它产生了良好的政治反响密不可分。该作品"甫一刊出即引起新华社高度关注,当天予以转发,引起了广泛的关注"。同获一等奖的《文化留住乡愁复兴"空心村"》,刊发后,引起了中央、省、邓肖村也因此成为全国性的观摩学习对象,"观背模式"则成为政府推广的建设模式。这是一个把传播效果转变为实际工作效果的典型。

三、落选作品的不足之处分析

落选作品之不足,主要有三:

(一)有的作品超过规定字数

参加评选,要尊重规则。按规则,本 类别参评作品,一般不应超 3000 字;超 长者只能参评一等奖,落选则不能再评 其他奖项。所以,若非有把握拿一等奖, 超长作品不宜参评。但这次共收到 7 件 超长作品。南方周末因作品都超长且最终未能入选一等奖,而全部落选。

(二)有的作品的报道内容和手法, 容易产生负面影响

东莞时报也未获任何奖项。其作品 2 件:1 件,超长;另 1 件(《坑人的手机店》),其报道内容和手法均存在值得商榷之地方。从其推荐评语可管中窥豹,语云:"本组报道从现象出发,将骗局的花招和抗法的暴行和盘托出,影响深远,并最终获得了书记和市长的批示,政府相关各方随即在全市展开整治净化市场,效果明显。"可见,轰动效应和整治行动,掩饰不了其可能的负面作用。过于详细且全面地报道相关骗局花招和抗法暴行,难免会带来不良影响。对违法违规行为,违反适度原则,过度渲染,则难免有黄色新闻之嫌,亦易为不法之徒所效仿。

(三)文字方面的错误

新闻奖评选,对文字方面的错误,基本采取不容忍态度。第二十五届中国新闻奖,因"存在导向不当、事实性差错、错别字、标点符号使用错误等差错达到或超过2处",被撤销参评资格的作品,多达147件。本次评选,对此亦要求严格。部分落选作品,出现了一些文字方面的错误。如:

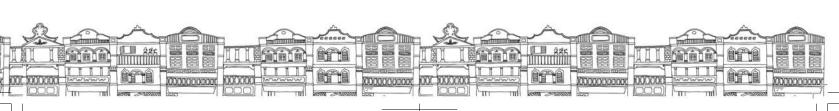
结果连"卡也没有"的小杨就怎么也 走不了,因为"不能坏了规矩",还使出各 种方法恐吓。

这句话至少有 4 处语病:1.前双引号要么不用,要么用如"连卡也没有";2."还使出各种方法恐吓",缺少主语;3."恐吓"后面缺少宾语,或前面缺少"进行":4.语句杂糅,表述不清。

在写作上多下功夫,确保语言使用的规范性,不犯语病,是获奖尤其是获大奖之必要前提。

(本文编辑:李保恒)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



第二十六届中国新闻奖新闻摄影作品评析

陈 喆

【摘 要】 第二十六届中国新闻奖新闻摄影作品初评会 2016 年 4 月 23 日在北京召开。本届作品评选一改以往十大项目分类作品的评比方式,全部合并公评,其评比更加激烈。最终选出推荐作品 28 幅(组),候补作品 4 幅(组),这是从符合参评条件的 722 幅(组)3000 多幅新闻摄影作品中胜出的,成为参加第 26 届中国新闻奖新闻摄影评比的候选作品。本文作者作为 14 名评委之一的最深切感悟就是,新闻摄影源头还可再扩展,新闻摄影传播还可更广阔。

【关键词】 中国新闻奖/新闻摄影/视觉传播

一、专业记者:广泛挖掘,全方 位报道新闻事件

新闻摄影是时代影像的现实记录,作为国家的最高新闻奖项,要真实地反映中国一年来发展变化的重大新闻事件。这次参赛作品中,内容涵盖了2015年中国诸多大事件,感觉摄影就在我们身边:大阅兵、习马会、抗战老

兵,股市楼市、淘宝商务、重大工程,特殊群体、城市人潮和多个突发事件…… 既有重大新闻事件的图片,又有普通老百姓生产生活的图片;既有反映重大时事的新闻图片,也有反映改革发展稳定的图片;既有重大政难事件的图片,也有重大灾难事件的图片。题材广泛,成为2015年中国发展进程的一个缩影。

这些题材单一从某一 家作品来看都是不错的, 题材重大、现场感强;但

将几家作品对照来看,真是就怕货比 货, 一二三见分晓。我们从任何一组图 片中可以读到摄影记者对新闻事件的视 觉把控,如何用光描绘画面,如何用镜 头讲述故事,如何用形象打动人心。以 中国纪念抗战胜利 70 周年的盛大阅兵 题材为例,这是2015年特别重大的新 闻事件之一, 多家媒体在"9·3"前早 有充分的准备,并在预演中做了精心的 安排。在多家媒体报送的作品中,新华 社的这组"我们的队伍向太阳——中国 首次以盛大阅兵纪念抗战胜利 70 周 年"照片脱颖而出,得到了评委的高度 好评。一是体现了新华社特殊的地位和 独有的优势, 且兵团作战, 这是国内任 何一家媒体所无法比拟的, 有它的特殊 性; 二是组图中每一幅图片真正发挥了 新闻摄影独有的魅力, 无论是瞬间捕 捉、影像构成,还是色彩表达,均有上 乘的表现。其实,这个普遍性才是对摄 影记者在新闻现场的真正考验。

一幅(组)新闻图片是否得到评委的青睐,重大题材会给你的作品加分,但如果摄影表达技巧不足,势必会减分。有一组照片,内容是反映我国著名科学家屠呦呦荣获诺贝尔奖。从题材来看,确实很有新闻性,但作品拍摄技术比较普通,画面的表现力不够,这组照片最终没有入围。

一个看似普通的新闻事件,如何用 镜头较好地表现?这考验着每一位记者 的新闻敏感和影像表现力。有一组照 片,标题是"'淘宝'进村"(南湖晚



第二十六届中国新闻奖新闻摄影初评现场,评委会主任、中国新闻摄影学会会长徐祖根介绍评选规则(来源:中国记协网)



陈喆,暨南大学新闻与传播学院副教授、硕士生导师,国家级媒体 实验教学中心副主任,曾任新华社摄影记者多年

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



二、手机记者: 随手拍摄, 多视角报道身边新闻

无论是西方国家还是中国,当今的手机普及率极高,突发新闻事件中经常会有手机现场抓拍。手机拍摄的照片第一次出现在传统媒体的头版,也许就在2005年7月7日,伦敦地铁爆炸案的现场新闻图片以大尺寸登上了《纽约时报》和《华盛顿邮报》的头版,不过照片的作者并非专业的新闻摄影记者,而是一名普通乘客。

从本届中国新闻奖的近 3000 幅参赛摄影作品中,目测手机新闻作品极少,分析原因有如下三点:一是当前手机摄影的新闻图片少有被报刊选用。大家依然认为"好题材"、"大题材"必须用专业单反拍摄。如此这样,限制了非专业摄影记者的文字记者或是报刊通讯员的新闻摄影采访思维;同样,编辑也往往会错失一些手机拍摄的现场感极强的优秀图片。

二是新闻摄影采访现场的纪实性特点,早在十多年前就有了"手机记者"。 手机记者是专指那些非职业化、用手机 拍摄新闻事件,并将照片发给媒体的大 众人群。新闻事件发生时,在现场的往 往是普通市民,当摄影记者赶到现场 时,现场拍摄到的图片可能早已失去了时效性,其新闻价值也大打折扣。2010年8月24日黑龙江伊春一架客机失事,新华社就播发了一张旅客用手机透过舷窗向外拍摄发动机起火的照片,其现场感十分强烈。之后的专业记者赶到现场拍摄发稿的照片都是扑灭大火后的飞机残骸。由此可见,"手机记者"能在一定程度上弥补专业摄影记者在突发新闻事件中不在场的缺憾,增强新闻摄影的时效性。

三是打破好的新闻摄影作品是由专业摄影记者拍摄的观念。由于报社专职记者党到时间、空间和经济成本等诸多限制,他们远远不能满足报纸版面对于新闻图片的需要。鼓励更多的"手机路"参与新闻摄影,即时媒体传播。2010年11月15日上海静安大火的照片也有多少,第一张播发建筑大火的照片也个,第一张播发建筑大火的照片也个等。一个大民众的关注。一部普通的上海市民通过个人微博发出的,手机是至比一台高性能的单反相机更能突显新闻的现场感,更何况当今的手机影质量完全可以胜任新闻摄影发稿的需求。

三、网络媒体:发挥优势, 抓时效报道最新新闻

视觉是人们了解一个新闻事件最直接的、最快捷的手段,一图胜千言的新闻照片往往在激烈的新闻竞争中脱颖而出。当前国内的网络媒体传迅猛发展,每时每刻都占据着人们大量的阅读时间,甚至连学新闻的在校大学生几乎全都不看报纸,他们的新闻信息来源就是依托于网络媒体。

网络新闻与报刊新闻相比最大的优势就在于实时更新。一个事件新闻图片的网络传播几乎可以与事件同步进行,而报刊的出版受到截稿时间、编排新闻、印刷发行的限制,往往滞后长达24小时。另外,网络媒体不受报刊版

面数量的限制,可以任意发布无限量的 新闻图片。在强调视觉冲击力和快读的 时代,网络媒体在一些突发新闻事件 中,会筛选出一些时效性强、现场感 强、真实性强的新闻图片发表,手机新 闻摄影的发展为新闻传播提供了更加有 价值的素材。不难看出,网络新闻图片 的传播不仅受到记者和编辑的重视,而 且深深影响着每一位关心国内外大事小 事的网民们。

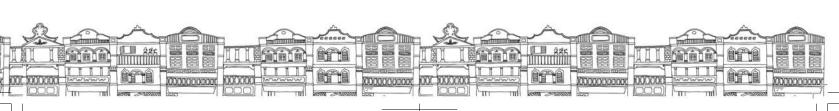
从第 19 届中国新闻奖开始,一些 具有刊登新闻资质的新闻网站首发的新闻摄影作品可以参加奖项的评选。这是 在全媒体时代主动适应传播生态的变 化,积极接纳新的图片传播方式,是一 个很大的进步。

手机随手拍摄的理念正逐渐被大众 和不少媒体所接受,由于手机通过网络 即时传送新闻图片便利性, 网络媒体更 是给今后新闻摄影更大更强的发展开辟 了一个广阔的天空。网络媒体包括新技 术、新形式和新内容。网络媒体发表的 新闻图片如果与平面媒体一样能够赋予 时代的精神,能够反映我们今天这个时 代的内容和时代的走向, 那就可以说它 完成了新媒体的传播。去年,澎湃新闻 不再招聘技能单一的摄影记者了, 其目 的就是与不适应新需求的媒体生产方式 及理念划清界限。团队需要的是全能型 记者,不仅要会拍照片,还应具备拍 摄、剪辑视频以及写稿的能力。所以 说, 网络媒体首先要完成自身的转型, 重要的是使新闻摄影要在内容和形式 上,以及技术上完成向新媒体的真正转 型,切实发挥自身的优势,这是一个新

相信在明年的参赛作品中,会有更多的专业新闻网站和手机拍摄的优秀新闻摄影作品出现。那时,参赛人数会更多,图片内容会更丰富,形式会更多样。

(本文编辑: 孙启军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



媒介接触对城市流动人口中 父母防子女被拐意识的影响

郑 姣

【摘 要】 本文集中探讨了城市流动人口中父母是如何预防子女被拐卖和如何建立防被拐意识的。研究发现,媒介接触对城市流动人口中父母防子女被拐意识有积极作用。媒介接触度越高,父母防子女被拐意识越强。媒介接触拓宽了城市流动人口的视野,也提高了他们对社会的认知度,但是并没有显著增强对于我国打击拐卖儿童和救助保护体系现状的认知,媒介只是对提高父母防子女被拐意识的一种有益补充。

【关键词】 媒介接触/流动人口/被拐意识

当前,拐卖儿童现象遍及,犯罪活动较为猖獗,受害人及受害家庭数以万计。全国妇联发布全国农村留守儿童调查报告显示,在被拐儿童中,流动人口的子女比例占据首位。云南省刑侦总队称自2000年以来,昆明市的失踪儿童有352人,其中仅有两名是本地常住居民,其余全都是外来农民工的子女。虽然近年来公安部加大了打拐力度,也先后破获了不少大案要案,但是由于城市流动人口自身多忙于生计,对子女疏于看管,防被拐意识薄弱,加之买方市场强大,犯罪团伙的精密化组织化作案对于防被拐意识和能力不足的流动人口父母更是沉重的打击。

在此背景下,一个值得关注的问题是,防拐和打拐并不单纯是国家和社会的事情,更是关乎每一个个体,尤其是案件频发的城市流动人口聚居区。而在移动互联网的时代,一些预防、寻找和解救被拐儿童的组织也开始利用互联网普及这些知识,那么城市流动人口是否会接触这些媒介,又是怎样发挥这些媒介的价值?媒介的接触程度对于他们预防子女被拐意识是否有影响?对此问题的探

讨,或许可以为打击和预防子女被拐有 一定借鉴。

最新的调研结果显示,随着技术的不断进步,智能手机和网络是城市流动人口接触最多的媒体,占到了有效样本总数的85.95%。与此同时,在传统媒体当中,电视的接触率是最高的。这也说明媒介技术已经普及到城市流动人口中,所以本研究以城市流动人口为研究对象,考察媒介接触对他们增强防被拐意识所带来的影响,并以此探讨如何利用新媒介环境来预防子女被拐以及帮助解决被拐儿童。

一、理论探讨

从国内研究现状来看,城市流动人口中父母防被拐意识与儿童拐卖现象、流动人口生存现状、流动人口子女教育这三个模块的研究是紧密相关的。目前在媒介接触这方面的研究尚属空白,直接将这部分研究归入"社会公益力量"。也对本研究提供了借鉴和参考。

一部分研究者认为,公安部在部署 全国公安机关开展"打拐专项行动"中, 也开始特别强调动员社会公益力量"打拐",明确提到要主动与民间"寻子联盟"、"寻子网站"以及被拐卖儿童家长、亲属交流沟通,让民间反拐力量和公安专门力量实现真正的汇流。推动建立高效运转"政府主导、公安主抓、社会协同、公众参与"的救助保护体制(李春雷、任韧、张晓旭,2013)。学者提出了要联合一些网站动员社会力量,但是并没有直接展开如何运用媒介进行社会动员,包括如何影响父母的防被拐意识,所以这也是本研究的特色所在。

另一部分研究者立足于互联网时代的大背景下,"网络化"的拐卖妇女儿童的犯罪形式出现,说明拐卖犯罪已经进入了一个更高级的发展阶段,从而提出"网络化"的侦查方式来应对新的犯罪形式(张鹏,2007)。虽然其在表述中并没有提出运用媒介动员社会力量,但是这给了我们一个很好的启示。

从国外的研究来看,西方学者对"拐卖儿童"方面主要针对的是一些非洲国家,研究也主要集中在跨国儿童非法交易层面 (Moodley, 2006),还有一些学者从人类学角度对中国流动人口现象进行了研究 (Liang Ma, 2004)。

综合国内外研究现状,媒介作为一种社会公益力量介入预防打击拐卖儿童行列中,确实对打击拐卖儿童和预防子女被拐有影响,但这种影响是积极的还是消极的、媒介接触是否能提升城市流动人口中父母防子女被拐的意识,现有研究还不能给我们一个



郑姣,暨南大学新闻与传播学院硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



明确的答案。

所以,在本研究中,我们需要考虑的问题是城市流动人口是否经常接触媒介,接触媒介的广度和范围怎样,利用这些媒介做什么,是否会运用媒介来增强对于预防拐卖儿童方面的认知水平。

我们根据"使用与满足理论" and gratifications approach) 作为理论依据,这个理论 是 1959 年卡茨在《大众传播调查和通 俗文化研究》中才首次提到的。1974 年,卡茨、布拉姆勒、格里维奇的经典 论文《个人对大众传播的使用》总结了 当时使用与满足领域所做的研究,他们 认为使用与满足研究指的是: (1)需 求的社会和心理起源; (2) 人们的需 要; (3) 需求产生的欲望; (4) 期望 指向的大众传播媒介或其他来源; (5) 这些来源引向对不同媒介的接触; (6) 由接触造成需求的满足; (7) 与满足 同时产生的其他后果,也许大多是无意 获得的结果。

依据此理论的研究探讨,我们试图 从城市流动人口中的父母角度出发,分 析他们的媒介接触动机以及这些接触满 足了他们的什么需求,来考察大众传播 给他们带来的心理和行为上的效用。由 此我们提出研究假设:

H1:父母的媒介接触程度越高,防子女被拐意识越高。

二、研究方法

1.变量的测量方式

本研究的自变量是父母媒介接触的程度与范围,因变量是城市流动人口父母防范意识的量表。我们采用李克特3级量表测量,例如问"外出时,会让孩子离开自己的视线吗?"(依据1=从不这样,3=经常这样,依次赋值)

2.抽样及调查实施

本研究采用的数据来源于对广州市流动人口聚居的白云区、天河区、番禺区、荔湾区、海珠区五个区的20个城中村的问卷调查和深度访谈。于2015年

12月1日—12月30日对这五个区进行了问卷发放和深度访谈。调查工发放问卷503分,最后回收有效问卷491分,回收率97.61%。之后,我们运用SPSS19.0版软件对调查结果进行了统计分析,得到研究结果。

3.深度访谈

我们选取了车陂村进行了3个深度 访谈,试图从访谈中找到对于研究有益 的案例,窥见流动人口中父母的防范意 识。我们就意识层面的问题对流动人口 进行了深入访谈,访谈时间控制在30

分钟之内。其中,在一个访谈中,一位来自出东的大姐向我们讲述了自己的小女儿走失的案例,她讲到她带着三岁的小女儿也失的家例,女儿们个家,街巷中人比较多,一个不明神孩路口人,城中村里岔路口太多,对子都没找到。幸亏孩子机灵,找了别她就自己去找警察了,从那以后这些案例也为我们的研究提供了一定的依据。

三、研究结果

在本研究中,我们首先对城市流动人口中父母防子女被拐意识做了 T 检验,对媒介接触程度做了频率分析,在父母媒介接触程度的条件下对防范意识的因子进行了方差分析,最后对父母媒介接触程度和防范意识进行了相关性检验。

表 1 呈现的是对研究假设的检验结

果,即城市流动人口中父母的媒介接触程度对防子女被拐意识的影响,表 1 列出了相关性检验结果。

相关性检验结果显示,我们看到测量防范意识量表与父母媒介接触程度之间关系的 P 值大于 0.01,说明父母的媒介接触程度与防范意识呈正相关。由此,我们得出结论:父母媒介的接触程度越高.防范意识越强。

图 1 呈现的是受访者使用媒体主要目的分布条形图。分析数据可知,了解新闻成为人们日常使用媒体的主要目的。

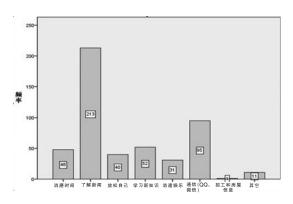


图 1 受访者使用媒体主要目的分布条形图

所以可见父母媒介接触的范围还是比较广泛的。而新闻中一般都会播报此类关于打击拐卖儿童的新闻,这也在一定程度上能增强他们的防范意识。这也是佐证假设的有力说明。

表 2 是受访者通过媒介了解被拐与打拐情况统计表。有 184 名受访者了解儿童被拐和打拐情况的主要途径是"网络";有 158 名受访者选择"手机"这一选项;选择"电视"这一选项的受访者有157 名;选择"日常聊天"这一选项的有

表 1 父母媒介接触程度与防范意识相关性分析统计表

		防范意识	治安状况	家庭结构	亲子关系	父母媒介 接触程度
父母媒介 接触程度	Pearson 相关性	.120**	.058	118**	.018	1

*. 在 0.05 水平(双侧)上显著相关。

**. 在 .01 水平(双侧)上显著相关。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



表 2 受访者了解被拐与打拐情况统计表

1K Z	农 2 支加有 1 所被扔到 11 肋 情况 3 时 农							
	网络	184	7.86	62.16				
	手机	158	6.75	53.38				
了解儿	电视	157	6.71	53.04				
童打拐	报纸、杂志等纸质媒体	54	2.31	18.24				
和被拐	广播	15	0.64	5.07				
的途径	政府部门宣传	36	1.54	12.16				
	日常聊天	71	3.03	23.99				
	其他	2	0.09	0.68				

71名受访者;选择"报纸、杂志等纸质媒体"这一选项的有54名受访者;选择"政府部门的宣传"这一选项的有36名受访者;选择"广播"这一选项的受访者有15名;选择"其他"选项的有2名受访者。

分析数据可知,网络、手机、电视成为被访者了解儿童被拐或打拐的主要途径,所以媒介当今已经成为人们接触信息的第一手渠道,受访者也大多是从这些媒介来接触相关信息,不再是以前比较封闭的政府下达,社区宣传的单向传播。我们从表2也可以看到非常有意思的一点,通过政府部门了解此类被拐窃者的12.16%,足以说明媒体对此类信息的传播远远超过政府对此类信息的传播远远超过政府对此类信息的传播。也说明了媒介在传播信息方面的优势。

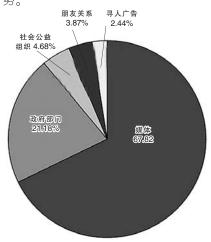


图 2 受访者对最快帮助寻找被拐 儿童途径认知分布饼状图

图 2 是受访者对最快帮助寻找被拐

儿童途径认知分布饼状图。数据显示,67.82%的受访者认为媒体能够最快帮助寻找被拐儿童;21.18%的受访者认为政府能够最快帮助寻找被拐儿童;有4.68%的受访者选择社会公益组织;有3.87%的受访者选择朋友关系;有2.44%的受访者选择可知,受

访者中选择通过媒体帮助寻找被拐儿童 的人数远远超过选择政府部门的,选择 媒体的比例是选择政府比例的3倍。

从表 2 和图 2 可知,媒体对于信息的传播远远高于此类职能部门,由于媒介给受访者提供了此类需求,而城市流动人口已经习惯了新媒体环境,媒介的方便、快捷、高效也让他们对媒介产生了一定的依赖,根据使用与满足理论研究显示,人们获得了解新闻的需求之后无意间就增强了防范意识。

但是有意思的是,虽然城市流动人口认为选择通过媒体来帮助被拐儿童,但是他们对寻找或解救被拐儿童的组织认知度并不高,甚至很多深入人心的组织,例如"宝贝回家""中华寻人网"等都未曾听过。更甚者,在491名受访者中,有195个人对儿童打拐和被拐情况是完全不了解的。如表3、表4所示。

表 3 就是对这一现象的统计。数据显示,在 491 名受访者中,了解"公安部打拐办"的人数最多,占有效样本总数的48.27%;了解"宝贝回家"占有效样本总数的37.68%;选择"CCTV《等着我》栏目"这一选项占有效样本总数的22.20%。有117 名对"宝贝回家"、"公安部打拐办"、"360 度寻人网"、"中华寻人网"和"CCTV《等着我》栏目"都不了解,占有效样本总数的23.83%。

分析数据可知,受访者对公安部打 拐办的了解程度最高,其次是宝贝回 家;有 117 名受访者对所列选项都不 了解,可见城市流动人口中父母对于寻 找或者解救被拐儿童的组织了解和认知 水平不高。

如表 4 所示,关于受访者对儿童被 拐和打拐的了解情况,有效个案是 296 个,缺失个案 195 个。也就是在 491 名 受访者中,有 296 名被访者了解儿童被 拐或打拐的情况,有 195 名受访者完全 不了解儿童被拐和打拐的情况。

可见,受访者对于我国目前儿童被拐和打拐的基本情况不是很了解,仅限于距离自己较熟悉的圈子,如若发生此类事件,对此有所耳闻和二度传播。从这个层面上来讲,第一,说明媒介或者政府对于普及打拐和被拐现状的宣传力度不够仅限于主动宣传,但并没有真正落实

表 3 受访者对寻找或解救被拐儿童组织认知程度统计表

= 11 b	宝贝回家	185	6.28	37.68
寻找或	公安部打拐办	237	8.04	48.27
解救儿	360度寻人网	47	1.60	9.57
童的组	中华寻人网	51	1.73	10.39
织	CCTV《等着我》栏目	109	3.70	22.20
	以上都不知道	117	3.97	23.83

表 4 受访者了解被拐与打拐情况个案统计表

个案						
有效的		缺失		总计		
N	百分比	N	百分比	N	百分比	
296	60.29%	195	39.71%	491	100.00%	

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



到重点区域的个人, 例如本文探讨的城 市流动人口区域。第二,也在一定程度上 说明受访者对于此类信息的媒介接触度 有待提升,我们从图1得知,人们使用媒 体的主要目的是了解新闻,这在一定程 度上能扩大被拐和打拐信息的可到达 度,但是是否重点区域的人们会点进去 看,这又另在话下了。所以还是需要媒介 和政府一起出力,线上线下一起推广,扩 大信息的可到达度, 也及时将相关措施 和应对方法传达给个人。第三,我们也看 到受访者对于预防子女被拐和寻找解救 被拐儿童组织却是知之甚少,而这种组 织的出现就是为了帮助人们解救被拐儿 童以及协助人们提供相关落地指导,可 见,这些组织自身也没有将自己很好地 推广到受众,尤其是本研究提到的城市 流动人口,所以,急需加强这方面的传播 力度,争取让每个人都对基础的组织加 以了解以此来保障人们的权益。

四、讨论及建议

综上所述,我们可以看到,媒介接触对提升流动人口预防子女被拐意识层面具有正面作用,但是媒介本身对于这方面的宣传还有不尽如人意之处。例如,在491名受访者中,有195名受访者是完全不了解儿童被拐和打拐现状的,有117名受访者不了解寻找和解救被拐儿童的相关组织。基于此,我们提出:

第一,从国家层面,要加强防拐和打拐的宣传力度,包括媒体宣传、社区宣传、讲座教育、学校教育等。政府要从各个方面统筹这方面的宣传教育,例如,整合公安部、学校、家长定期做此类讲座,让每位家长受到潜移默化的影响,从而自觉提升防范意识。尤其要对流动人口聚居区的家长进行定期教育指导。

第二,从教育层面来讲,学校要和家长形成良性互动,通过学校这个媒介,定期开展此类打拐防拐安全教育讲座、学生话题演讲、情景剧等形式,邀约家长到学校聆听,以期提升家长和孩子的防范意识。因为在调查中,我们发现大部分家

长并没有听到过此类讲座,社区、学校的都很少,所以一些常用的防范措施很多家长也都不太清楚,包括基本的公安部打拐办甚至少部分人都没有听说,所以急需增强这方面的意识养成。

第三,从媒体层面来讲,因为流动人 口对于媒体的依赖度比较大, 所以尤其 需要加强媒体的宣传来提升防范意识, 可以建立传统媒体与新媒体相融合的媒 体宣传路线,对流动人口定时推送相关 预防子女被拐的信息,帮助其提高防范 意识。首先,应该以普通大众能听得懂的 语言,将预防知识普及给受众,以风趣幽 默的表现方式呈现给受众, 让受众便于 入心入脑。其次,媒体可以多多宣传此类 讲座,以电视、电脑和手机客户端等不同 形式展现给受众。最后,媒体可以与相关 公益组织联合起来,办沙龙,开讲座,做 深度访谈或者举办公益性活动,来潜移 默化影响人们的价值观,帮助人们了解 和理解我国被拐和打拐的现状, 提供相 关预防措施, 普及相关寻找和解救被拐 儿童的政府组织、NGO 组织以及公益性 组织,宣传相关法律常识,让人们一旦遇 到此类问题,知道怎么及时应对,及时做 出反应,便于政府和相关部门、组织开展 工作,尤其要在城市流动人口聚居区进 行针对性宣传。媒体可以和政府合力,将 我国目前被拐和打拐现状、预防措施、寻 找和解救被拐儿童组织、一些热线服务 电话以及怎么通过媒体来寻找被拐儿童 等相关信息装订成册, 定期发放给重点 区域的人群,社区开展此类学习和宣传, 争取零被拐。

最后,从社会层面来讲,每个人都应该尽自己的一份心力。对于父母来讲,更应该主动去了解相关新闻以及法律常识,并且学习怎么去运用此类信息保护自己的权益,为自己争取最大的权利。而一旦发现此类现象,每个人都应该提起这样的防范意识,及时向公安机关报案,不能徇私舞弊,也可以运用手机、网络、电视等媒体渠道来广泛宣传,争取在最短的时间找到被拐儿童,这需要全社会

齐心合力,我们才能慢慢杜绝此类现象, 这也需要大家共同努力,提高防范意识, 营造一个更加文明、和谐、友善的社会。

(本文编辑:陈伟军)

【参考文献】

[1]李宁,倪春明.对当前预防和打击拐卖儿童犯罪的思考——昆明市公安机关预防和打击拐卖儿童犯罪专项整治分析.云南警官学院学报,2006(4):67-69.

[2]黄帮梅,骆华松,李江苏,赵兴玲. 流动人口聚居区拐卖儿童现象产生的原因,社会影响与对策.产业与科技论坛,2008,7(2):33-35.

[3]李春雷,任韧,张晓旭.我国被拐卖儿童救助保护现状及完善对策研究——基于对近年 133 个公开报道案例的分析.中国人民公安大学学报(社会科学版),2013,6:003.

[4]张鹏."网络化"拐卖妇女儿童 犯罪及其侦查对策. 山西警官高等专科 学校学报,2007,15(2):67-71.

[5]王金玲.华东五省云南/广西籍 未成年被拐卖/骗妇女/儿童流入地个 案研究. 浙江学刊,2005 (4):200-215.

[6]王金玲.地方性行为,当事人立场与公共政策指向——拐卖拐骗妇女儿童研究框架探析.浙江学刊,2009(4):213-218.

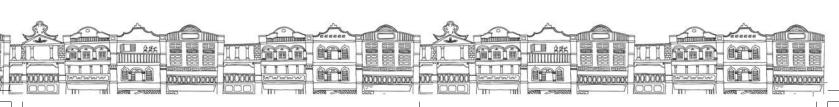
[7]郭永昌,丁金宏,孟庆艳.大城市流动人口居住形态与居住空间变动机理.南方人口,2006(3):40-45.

[8]孔冬.沿海发达地区流动人口居住现状及需求发展趋势. 中国人口科学,2009(1).

[9]蓝宇蕴.论城中村改造的社会基础——以广州市城中村为例的研究. 华中师范大学学报 (人文社会科学版), 2007,46(2):55-60.

[10]王薇.流动人口婚姻家庭的现实把握:粤省个案.重庆社会科学,

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



2011(7):43-49.

[11] 尹勤,高祖新,宗占红,朱海燕.江苏流动人口家庭生活现状,功能及发展研究.西北人口,2013(2):38-42.

[12]杨菊华.流动人口在流入地社会融入的指标体系——基于社会融入理论的进一步研究.人口与经济,2010(2):64-70.

[13]程瑜,周建新.珠江三角洲地区外来散工生存现状与对策研究.中南民族大学学报:人文社会科学版,2005,25(1):53-56.

[14]段成荣,吕利丹,王宗萍,郭静.我国流动儿童生存和发展:问题与对策——基于 2010 年第六次全国人口普查数据的分析.南方人口,2013,28(4):44-55.

[15] 唐琼一. 基于公民教育视角的流动儿童社会融入问题. 教育理论与实践,2008,26,001.

[16]倪士光,杨瑞东,李虹.流动儿童社会融合的理论路径与实践探索.中国青年政治学院学报,2014(6):011.

[17] 郭少榕.解决受农村人口流动影响的儿童问题的政策分析——以福建省为例.福建农林大学学报(哲学社会科学版),2010(2):12-17.

[18]纪颖,张炎,王倩怡.在校流动儿童健康风险研究述评.人口与发展,2012(4):94-99.

[19] 王远伟."复合二元教育"对流动人口子女教育的影响.教育发展研究.2007(12A):14-18.

[20]王冬云.流动人口子女教育问题与对策研究.人口学刊,2008(4):006.

[21]许传新,陈国华.流动人口子女教育的社会支持因素分析.中国青年研究,2005(9):25-32.

[22] 王唯.北京市流动人口子女义务教育政策实施分析.中国教育学刊,2003(10):9-12.

[23]海闻,梁中华,于菲.流动人口子女教育: 基于深圳模式的调研分析。教育科学研究,2014(010):43-46.

[24]徐建平,于林夫.关于流动人口子女教育"两为主"政策的再思考——基于对浙江慈溪市的考察.教育与经济,2008(1):31-34.

[25]陈国华.城市公立学校教师对流动人口子女教育的认知.青年研究,2008(6):44-48.

[26]罗云.城市公立学校中的流动人口子女教育:区别还是融合.教育

发展研究,2011(8):12-17.

[27] 杨帆,袁记平.机会平等的哲学向度——兼议流动人口子女教育问题.前沿,2009(10):133-136.

[28]王涤.关于流动人口子女教育问题的调查.中国人口科学,2004(4):58-64.

[29]刘庚常,孙奎立,朱勇.流动人口子女教育监护与影响.人口学刊,2007(6):16-20.

[30]Moodley, P. Inter-country adoptions and child trafficking—a fine line indeed.Agenda,2006,20 (70): 145-148.

[31]Liang, Z., & Ma, Z. China's floating population: new evidence from the 2000 census.Population and development review,2004,30 (3):467-488.

[32]王小为.流动幼儿父母自我效能感及其影响因素研究(Master's thesis,西南大学).

[33] 李晓静. 网络聊天对大学生社会交往的影响. 新闻与传播研究,2008(2):84-89.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





特约撰稿:

中国首届 VR 产业峰会和美国 VR 新闻教育体验

撰稿/陶 玲 指导教师/唐佳梅

由纽约时报中文网与钛媒体联袂推出的首届国际虚拟现实产业峰会2016T-EDGE VR 峰会暨2016T-EDGE 夏季峰会于2016年5月20日在深圳举行,为VR行业前沿创新者提供了国际交流的平台。



中国首届VR产业峰会现场

来自 VR 界生态厂商、行业专家、创业者代表和众多玩家用户等不同领域的与会者在会上展开思想碰撞与融合,不仅带来了相关高科技支持、前景开发的利用价值以及相关数据,还共同探讨了围绕"VR大生态"和"VR 产业颠覆性力量"两大主题的多项议题。会议提出,继个人电脑和智能手机之后,VR 有望成为下一个通用计算平台。"多家分析机构预测到 2020 至2025年,全球虚拟现实与增强现实产业可达百亿甚至千亿美元规模,2016年将是虚拟现实产业启动的元年。"钛媒体在峰会的宣传推文上如是提到。

VR 技术将应用于众多领域:游戏, 医疗,房地产等,给受众带来不可比拟的 沉浸式体验,会议展示了很多相关技术 和产品。VR 在新闻中的应用也是本次会 议的热门话题之一。



场外 VR 体验区里挤满了想要通过 VR 眼镜观看《纽约时报》VR 视频的人们

RYOT,一个与赫芬顿邮报合作拍摄 360 度全景新闻视频的团队,提倡每一个新闻被报道后都应该有相应的活动发生,"当我给我的父母看这些内容的时候,他们摘下眼镜的那一刻,我发现他们流泪了,你要知道在我毕业的时候他们都没有流泪"。Molly Swenson,RYOT的首席运营官在台上谈起利用 VR 做出灾难性新闻报道时这样说道,"VR 将灾难等新闻现场如实地展现在人们眼前,让他们更加感同身受地体会他人的痛苦,由此施予同情和援手。"

社会责任感和人文关怀成为 VR 与新闻结合的最大动力,RYOT 的创办人Bry Mooser 曾经这样表明自己建立RYOT 的初衷:"给边缘群体提供发言的机会"。Molly介绍RYOT 如何利用虚拟现实技术制作反映社会问题的视频,以此引发社会关注从而促发行动改变:捐款捐物,或者是顺手在社交媒体上发一条评论感想。他们发现这种切身体验给受众带来的冲击会有效地引发相关行动

以及加强对这些问题的认知,这也成为《纽约时报》敢于在 VR 的道路上率先做出创新举动的动因之一。

《纽约时报》的高级编辑 Graham Roberts 认为,让读者获得更好的阅读 体验是媒体的目标所在,VR作为能实现 这一目的的技术,理应与媒体深度结合。 本次峰会上,Graham Roberts 和《纽 约时报》的产品经理 Toni Cruthirds 分享了其团队纪实新闻制作的全过程和 一线经验:自去年11月向读者随报纸派 送百万件可自由使用的谷歌纸板 (Google Cardboard),用以观看纽约 时报 VR 应用中的配备的 VR 报道视频。 多达 20 多部不同的视频内容从第一部 报道难民流离失所到最新的探索冥王 星。这款新闻 VR 的 APP 成为《纽约时 报》自2008年发布以来下载量最高的 APP,目前已被下载 60 万次,给受众带 来前所未有的体验并引起巨大反响。后 来他们给这个设备做了蓝色包装,配发 的广告词就是"纸板(Cardboard)可以



《纽约时报》的产品经理 Toni Cruthirds 谈起他们当时派发的 Google Cardboard 在受众群中引起很大反响



陶玲,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2013 级本科生 指导教师:唐佳梅,广东外语外贸大学新闻与传播学院副教授

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 8] VR专题



带你去看全世界"。

纽约时报的 VR 产品创新也正是笔者在美国交换学习创新媒体课程时被提及的案例之一。笔者于去年 8 月至今年 5 月在美国西弗吉尼亚大学交换学习新闻学,并于今年 1 月起开始在学校新建立的创新媒体中心学习将 VR 与新闻媒体结合,达到以创新的手段解决问题、讲述 故事的目的。实践性报复度来自己。 文章,这些报程是西弗吉尼亚大学传媒学院媒体创新中心众多创新媒体课中的一项,这些课程鼓励新闻系的学生利用一些新兴创新的途径、技术和工具帮助周边社区甚至全社会解决问题、改善现状。



学生们在西弗吉尼亚大学的 媒体创新中心使用 VR 眼镜和 Google Cardboard

在该中心,笔者参与最多的是 VR 的新闻故事制作学习,对于新闻的 VR 应用,美国新闻教育更关注内容的选择以及如何利用 VR 体验来解决社会问题,并非像 VR 在其他行业中那样注重技术和硬件本身。笔者所学课程邀请来自《华盛顿邮报》的视频执行制作人 Phoebe Connelly和《匹兹堡新闻邮报》的视觉管理编辑助理 Danese Kenon,与其他三名西弗吉尼亚大学教授开展合作,引导学生探索和试验 VR 技术制作沉浸式的新闻报道与故事叙述。

VR 用以新闻制作的主要形式是360 度视频,通过360 度随意旋转角度的视频配合 VR 眼镜达到效果,例如《纽约时报》的 VR 应用 APP,观众既可以在没有谷歌纸板眼镜的情况下直接观看屏幕,用手拖动界面来观看全景,也可以选择在使用谷歌眼镜的情况下转动头部,享受更加生动的身临其境的效果。其

实,VR 在新闻界还处于探索阶段,无论是《纽约时报》还是美国其他主流媒体,都在努力探索更多样化的新闻 VR 之路。目前,新闻的虚拟现实不仅仅局限于使用 360 度视频和 VR 眼镜,3D 模型等也在慢慢发展,寻求更多创新和突破。



西弗吉尼亚大学的媒体创新中心 的网站上不断更新在尝试中的经验和 收获

也正因为新闻的 VR 创新之路还在探索之中,相关课程教育也在同步摸索,但是,正因为"新",教授们和创新指导者们也都不是特别清楚要怎样去教与学以及最终会出来什么样的结果,所以这门课是教授们和学生一起学习一起探索。教师们在第一节课就告诉大家,要做好失败的心理准备,开拓创新并不是一件容易的事情,要勇于冒险,不管最后这门课我们的结果是什么都不要对自己失望,所有的失败都是一个开拓创新者所必须经历的。



教授 Nancy Andrew 带着学生们在 游泳池进行尝试

在我们刚刚接触到这样一个"全景拍摄"与"新闻"结合的形式的时候,我们并没有开始去"做新闻",而是从身边有趣的事物开始。我们利用最简易的

THETA 相机开始拍雪景中校园内的标 志性建筑,拍我们乘坐的小火车,拍同学 经常去上的瑜伽课等等。后来开始接触 到更加高级的摄影器材 GoPro rig 和 Kodark rig 以及各种技术以后,便开 始尝试去拍一些更有"内容"的事情:从 第一次和教授们一起去拍一场酒吧里的 音乐会,到后来报道西弗吉尼亚大学实 验室揭露大众汽车排放丑闻,跟拍树枝 艺术家 Patrick Dougherty 在美国 各地的树枝空间艺术展览, 给匹兹堡当 地有名的户外艺术展览馆 Randyland 做宣传片等等。这众多的尝试过程难以 避免地出现过很多的"意外": 拍摄一 场女性创新思维大赛时没有摘下保护镜 头的透明镜头套导致最后的视频上面充 满了镜头套上粘的成片的指纹,跟拍测 量天气的升天气球并吊放了一个 360 度的相机在气球下,最后以气球还没走 多远就被电线杆子缠住而失败……但是 每一次的尝试都成为我们的经验,我 们分享给其他人,并用各种方式记录



来自《华盛顿邮报》的 Phoebe Connelly 在教学生们 如何使用 Gopro rig 来创造 360度全景视频

在课上,我们一起学习 360 度视频制作的技术,包括如何使用多种不同的 360 度相机,如何将多个相机的视频脚本缝合成一个完整的 360 度视频再进行后期的视频加工编辑,如何导出到相应的软件转换成可用眼镜观看的 VR 模式。我们还在课上交流想法,包括什么样的身边故事适合用 VR 形式来叙事,或者可以用来解决怎样的问题。我们在课下

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



花大量时间将交流后的想法尝试制作成360度视频,然后在课上展示互评,指出好的地方和不足之处,大家相互学习或者引以为鉴进行改进。同时,课上的两位业界导师通过实时视频进行指导,并经常邀请有经验的从业人士作为嘉宾进行实时访谈进行互动。我们还建立了自己的网站记录我们的探索过程,并在YouTube 视频网站上建立专门频道用以播放我们制作的360度新闻视频作品。



课上,导师 Phoebe Connelly 邀请有经验的从业人士作为嘉宾 进行实时访谈进行互动

除此以外,3D 模型是比 360 度视频 更为新鲜的尝试。我们用特殊相机建立静态空间的 3D 模型,但是可以随意在空间中移动和变换视角,通过拽动鼠标会在屏幕上有全景体验,这与通常意义上提及的 VR 还是有很大不同,但由强控的视角以及立为自由操控的视角以及立为自由操控的视角以及立为自由操控的视角以及立为自由操控的对方,我们使为不是一件容易的对论和改进后,我们建立了一个网站,用这些 3D 模型来解决西弗吉尼亚较学生的住宿问题,在短时间内获得较



这堂课专门设立了自己的 360 度视频频道用于放置所有的尝试过程中做的和后来改进的视频





以 3D 模型为主体的"大学生住宿问题"项目的网站建立起了雏形并在完善之中

高的点击率并还在不断完善中。这样一个共同探索共同进步,勇于冒险勤于实践的新闻 VR 创新教育模式,让我在美国的交换学习中收益良多。

利用 360 度视频报道 2014 年中期选举和密苏里弗格森动荡的《华盛顿邮报》制作者 Phoebe Connelly说:"在360 度视角中讲故事让我们带领着读者来到一个展开呈现世界的中心,但是这样在组建叙述的时候也会带来新的挑战……我们正在挑选出这些问题作为一个专业去做,那么这门课就给学生提供了机会去处理那些真正的新闻从业者正在这个领域所处理的同样的问题。"

目前,在中国,这样的新闻创新之路才刚刚开始,一些国内媒体在开始用这

项技术开拓全景式报道,《财新》媒体发布的虚拟现实纪录片《山村里的幼儿园》,向全世界展现了中国留守儿童的现状和中国社会为解决留守儿童问题所做出的努力。相关的新闻教育也在孕育之中,例如中山大学已建立起了VR实验室等。笔者与《纽约时报》产品经理ToniCruthirds在峰会后交谈中这样说道:"如果你想到了,你就要勇敢去做,你永远不会知道结果怎样,除非你尝试着去做了。"中外VR技术与新闻教育的发展,也正处在不断探索发展的道路上,激励我们互相交流共同进步。

(本文编辑:孙启军)

(作者的交流学习项目得到国家留学基金资助)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



VR:虚拟现实技术的前世今生

撰稿/沈诗鸣 史碧茜 指导教师/唐佳梅

一、什么是 VR

VR 是 Virtual Reality 的简称,即虚拟现实,是以现实物理世界为基础创建的计算机模拟三维环境[1],其重要特征是沉浸和交互,目的在于使人完全沉浸在虚拟世界里,忘却所有辅助设备的存在,用户不再是接收者,而是虚拟场景的参与者。

通过模拟环境传递的感官信息,VR技术"欺骗"我们的大脑,达到以假乱真的地步。但是科学家指出,人类的感官不止五感(视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉),还有其他,如平衡感、触感。因此想要达到严格意义上的虚拟现实非常困难。目前多数虚拟设备着力于通过显示器传递视觉体验 [2],越多工程师力图为设备增加更多的感官信息,如听觉和触觉,以增强真实感。值得一提的是,VR设备穿戴的不舒适性、使用不方便性、画面和声音延时都会降低参与者的沉浸感。

交互性让虚拟现实设备和电脑、手机、电影银幕等影像屏幕区别开来。目前的发展目标是在虚拟现实系统中,用户想走到哪儿就走到哪儿,想看哪里就看哪里。通过手柄等辅助设备,用户可以影响虚拟世界,达到交互目的。

总而言之,体验 VR 需要两部分[3]:
一个虚拟环境和必要的辅助设备。这种环境可以是实拍影像,也可以是通过计算机图像生成技术(CGI)模拟出来的世界。而辅助设备就是用来"欺骗大脑"信息输入设备(如,头显和立体声响),以及

沉浸式(Immersive)	身临其境之感,用户仿佛是虚拟环境的一部分
交互式(Interactive)	和虚拟环境进行有意义的互动
头戴式设备 (Head -mounted Display)	Helmet,headset 都可以指 VR 头戴式产品
增强现实(Augmented Reality)	AR是在实际环境中增加虚拟影像,使 "虚实"得到结合。而 VR 建构的世界是 全虚拟的。

用来交互的指令输出设备(如,手柄)。

二、VR的发展历程

1935年,小说家 Stanley G. Weinbaum 在他的小说中描述了一款虚拟现实的眼镜,而该小说被认为是世界上率先提出虚拟现实概念的作品,故事描述的就是以眼镜为基础,包括视觉、嗅觉、触觉等全方位沉浸式体验的虚拟现实概念。



20 世纪 50 年代,一个叫 Morton Heilig 的电影摄像师突发设想:通过刺激观众感官,让他们产生身临其境的体验,打造"未来影院"[4]。他发明了第一

个具有原始特征的 VR 系统——多感知虚 拟 现 实 系 统 (Sensorama Simulator),它是一台集 3D 影像、立体声效、气味排放和摇动座椅于一身的早期虚拟体验器。使用者可以模拟骑摩托车或者开飞机的体验,感受迎面吹来的风,抑或地面坑坑洼洼的感觉。然而在那个黑白电视还是主流媒介的年代,无论是模拟设备还是 3D 内容生产成本都很高,Heilig "未来影院"的构想和Sensorama 都没有得到赏识。

1968年,计算机图形之父 Ivan Sutherland 和 Bob Sproll 发明了第一台头戴式设备,但设备主要为美国





沈诗鸣,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2013 级本科生 史碧茜,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2013 级本科生 指导教师:唐佳梅,广东外语外贸大学新闻与传播学院副教授

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



军方和美国宇航局所用。1988年,VRLegend公司首台民用VR产品"眼电话"(Eyephone)研制成功,手部控制装置首次出现,用户可以扭转一个虚拟物体^[5]。10万美元的高价阻碍了将虚拟现实的概念推进消费者市场的尝试。从根本上说,当时的行业生态系统并不完善。

近年来,全景和 3D 摄像技术、计算 机性能、追踪技术、传感器等方面的进步 为 VR 迎来了消费级产品时代[6]。内容和 设备一起进步,而游戏领域一直引领 VR 内容生产的前沿探索。2012年,主攻游 戏领域的虚拟现实项目 Oculus 在全球 知名众筹平台 Kickstarter 上筹资成 功[该众筹项目主角为 Oculus 的虚拟现 实头盔Rift。其主要目的是为公司提供 一个原始的 Rift 模型,以便开发者将该 设备应用到游戏领域。现在该阶段被称 为 Oculus 的 DK1 (Development Kit 1) 时期,即"第一代开发者版"],2014年被 脸书(Facebook)以 20 亿美元的高价收 购,此举正式打响各种 VR 设备抢占市场 的战役。行业普遍认为 2016 是"VR 元 年"。2015 年对 VR 和 AR (即 Augmented Reality 增强现实, VR 是全 虚拟影像,AR 是在现实环境的基础上 增加虚拟影像)的投资达到70亿美元。 相关技术突破和巨额投资,过去制约 VR 进入消费市场的因素,成就了如今"VR 元年"[7]的热潮。

VR应用非常广泛,早期的应用集中

小故事:Oculus 创始人 Palmer Luckey

2009 年开始,16 岁的 Luckey 开始打工和倒卖手机赚钱买各种头戴设备,之后他觉得当时市面上的产品不尽如人意,于是决定自己做一个。2012年8月1日,他在众酬平台上发起项目,最初只想筹集25万美元,给几个VR迷提供便宜和高质量的头显,没想到在第一个小时该项目就筹集了超过67万美元,三天内超过100万美元。Luckey最大的成就是再次燃起世界对VR的期待。

于军事模拟、航天训练;VR 还可以提供心 理治疗的暴露疗法中需要的情景,帮助患 者克服恐高、恐慌症等问题,物理康复治 疗[8]方向也正在发展。娱乐媒体产业是当 前 VR 应用的另一大方向。从好莱坞电影 到 NBA 比赛,内容开发商已经开始试验与 VR 零距离接触。旅游体验也是一大亮点。 2016年3月18日,暴风魔镜、知萌咨询 与国家广告研究院联合研究联合发布首 份《中国 VR 用户行为研究报告》。根据《报 告》,除了看科幻片和游戏,用户最感兴趣 的 VR 应用是不出家门便把天下风光尽收 眼底的旅游体验[9]。在购物方面,VR有望 更好地为消费者提供零售体验。提供商点 位置搜寻服务的美国电商平台 Retale, 为消费者提供折扣促销的商店信息。在去 年年底,该团队投入1200万美元开发可 以和 Oculus Rift 这一类头显对接的 应用 Retale VR, 让用户坐在沙发上就 可以完成逛商场的过程,但是目前用户不 能直接在 Retale VR 里下单, 而是将看 中的商品和商店信息发送到手机上[10]。

三、2016 年:虚拟现实产业化 元年



全球虚拟现实产业生态图谱。



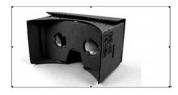
中国虚拟现实产业生态图谱(图片来源:新媒沈阳)

2016 年被称为虚拟现实产业化元年——更多企业、资本涌入虚拟现实市场,内容产品和技术支撑更加成熟,用户规模也不断扩大;产品逐步推广普及,并逐渐渗入各个垂直行业应用 [11],从游戏、影视、医学、教育、模拟驾驶、动作捕捉、全息投影、全景相机,到光学、裸眼3D、脑电波、神经肌肉电等,各种领域似乎都可以与 VR 技术完美融合。[12]

下文将深度解析虚拟现实产业生态 图谱,观察虚拟现实所涉及的领域和技术已经唤醒了哪些高频市场。

1.输出设备

a.手机设备



Google Cardboard(图片来源:百度百科)

Google Cardboard 是一款低端虚拟现实系统。[13]如它的名字所示,这款设备由纸板折叠构成。其优缺点都较明显。

首先,极便宜的价格使其性价比大大提高。不仅如此,该硬件的内容支持平台 Google Play Store's Cardboard 上的大部分内容都是免费的,即便是收费内容也很便宜。其次,安卓及iOS 手机系统皆兼容该头戴式设备,因此可观看资源较丰富。从该设备还可以看出,操作简单或许也是提升销量的有效途径——使用者只需在手机中下载一款名为 Cardboard 的应用软件,并将手机置入两只镜头前,就可以进行虚拟现实体验了。

该设备的缺点主要体现在用户体验不佳——相比于真正的沉浸式体验而言,Google Cardboard 的感觉更像是一款手机望远镜。此外,由于经过该设备的镜头过滤,手机屏幕的分辨率或将变得令人失望。在内容支持方面,虽然用

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



户也可用该设备玩游戏,但其中大多数游戏的场景都只能被称为 360 度,而非真正的虚拟现实。



Samsung Gear VR (图片来源:中 关村在线)

在很大程度上,Samsung Gear VR 和 Google Cardboard 类似。

但和后者相比,其优势首先在于,附着绑带可使使用者双手解放;但更大的区别在于该设备所植入的高科技,如距离传感器(proximity sensor)可通过判断使用者是否佩戴或取下来使设备自动开始或停止播放;Samsung Gear VR 旁的触摸板(touchpad)可保证使用者直接通过头戴式设备对屏幕上的内容进行选择;在头部负荷方面,该款设备只需通过一支手机 USB 接线就能完成连接,而不再要求将手机放入其中。

国建立在不少优点之上,但该款产品的局限性很强——除非用户是Samsung's Galaxy S6, S6 Edge, S6 Edge+, Note 5, S7, or S7 Edge之中任意一款手机产品的消费者,否则便无法获得虚拟现实体验。

b.电脑设备



Oculus Rift(图片来源:百度百科)



HTC Vive(图片来源:百度百科)



Sony PlayStation VR(图片来源: Chiphell)

这里将着重介绍以三款"头盔"为代表的电脑设备。虽然上文介绍的两款设备或许能保证使用者获得较好的虚拟现实体验,但和下一波设备及平台比起来,它们缺少了一味重要调料——位置跟踪(positional tracking),该技术可使用户在 3D 空间内自由移动。要将此技术应用在 Oculus Rift 和HTC Vive上,使用者必须在使用场所

内安装定位装置。

但新设备的最大特点或许在于高昂的价格。以 Oculus Rift 和 HTC Vive 为例,除了设备本身以外,使用者还必须拥有一台高性能电脑,最低售价就已达到 950美元;更别说其他的虚拟现实优化配件。

值得一提的是,虽然价格昂贵,但新一代头戴式设备的受欢迎程度依然是压倒式的——以HTC Vive为例,在预订开始的前十分钟内,就已经卖出了15000套。究其原因,美妙的用户体验是一个绝对的优势(见下表)。

2.输入设备

输入设备丰富多样,以下只是一些 典型产品。



Oculus Touch(图片来源:雷锋网)

Oculus Touch 是一款无线半月形双手手柄。

分辨率(resolution)	屏幕分辨率是屏幕图像的精密度,是指显示器所能显示的像素有多少。由于屏幕上的点、线和面都是由像素组成的,显示器可显示的像素越多,画面就越精细,同样的屏幕区域内能显示的信息也越多,所以分辨率是个非常重要的性能指标之一。[14]
视场角(field-of-view)	视场角即对周围环境可见的视野的广度。在不移动眼球时,人眼能感知到的视场角可达 180度;当眼球充分转动时,其视场角可高达 270度。虚拟现实头戴式设备都在追求更广阔的视场角。[15]
刷新率(refresh rate)	刷新率是指电子東对屏幕上的图像重复扫描的次数。刷新率越高,所显示的图像(画面)稳定性就越好。刷新率高低将直接决定其价格,但是由于刷新率与分辨率两者相互制约,因此只有在高分辨率下达到高刷新率,这样的显示器才能称其为性能优秀。[16]

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





Valve Controllers(图片来源:站长之家)

Valve Controllers 是一款由 Valve 公司生产,为HTC Vive 量身打 造的手柄。



Tactical Haptics(图片来源:百度图片)

除控制物体外,Tactical Haptics提供了另一种可能性——为使用者提供触觉反馈 (sense of touch)。通过一系列滑板,使用者可感受到摩擦力及反向作用力,或重量感。



Virtuix Omni(图片来源:网易科技)

Virtuix Omni 是 Virtuix 公司 开发的一款全向跑步机,配合 Oculus 使用,融资 700 万美元,2014 年 12 月 10 日正式发布。

Nod 是一款 VR 操纵器和跟踪装置, 2015 年 6 月 17 日宣布融资 1600 万美元。[17]



Nod(图片来源:凤凰数码)

四、虚拟现实发展的困难

虽然虚拟现实的发展正在如火如荼地进行,但现实亟待解决的问题依然不可忽视。针对该产业现存"疑难杂症",来自不同领域的人士分别给出了自己的解答。

1.困扰虚拟现实界的复杂神经系统 学

作家 Sarah Zhang, 来自 Wired (Wired 是一本从人的角度探讨技术的杂志,关注技术对政治、文化、社会和伦理道德带来的冲击):

"虽然如今虚拟现实界呈现一派欣欣向荣景观,但技术方面存在的问题仍不可忽视。首先,虚拟现实设备都使人看上去挺傻的,其次,使用者所见与所感之间的不协调会引发'虚拟现实恶心感'("virtual reality sickness"),从而导致呕吐等症状;除此之外,还存在一个相对不明显的瑕疵,也对使用者的平衡感产生影响,即视觉辐辏调节冲突(vergence-accommodation conflict),属于眼睛无法聚焦问题。不过这个问题并不如前两个明显,因为除了虚拟现实世界,使用者几乎不会在其他领域接触到它。"

2.法律危机:今天无法确定的事实 可能会成为明天的威胁

作家 Eric Johnson, 来自 Re/Code (Re/Code 是一家将主要关注点 放在硅谷的科技新闻网站):

"十年后,开发虚拟现实的公司可能会被告上法庭。但今年,他们并不知道自己做错了什么。在体验虚拟现实后,使用者的癫痫(seizures)、晕动病(motion sickness)(指晕船、晕车、晕

飞机)或创伤后紧张症 (post-traumatic stress disorder) 等疾病可能被触发。"

3.虚拟现实产业发展的金融风险

作家 John Gaudiosi, 来自 Fortune:

"虚拟现实产业中存在金融风险。相比其他交互式(interactive)娱乐业,虚拟现实业务每分钟的生产成本或许达到有史以来最高。因为该产业的新兴市场正在成长,但其开发者效率低下,生产速度仅为其他娱乐业的一半;而虚拟现实内容生产的成本又太高,高达其他交互式行业的一倍。且考虑到虚拟现实市场份额小,且增长缓慢的可能性,该行业在短期之内很难获得理想的回报或收益。"

4.无法在虚拟世界走动依然是个问 题

作家 Eric Johnson, 来自 Re/Code: "现在虚拟现实面临的最大漏洞在于用户输入(user input)——不管是现存设备的按钮、软垫,还是传感器,都使虚拟现实的交互性和传统的电子游戏一样差。"

5.虚拟现实设备的可携带问题

作家 Ava Kofman, 来自 The Atlantic (The Atlantic 是一本有关文学、政治、科学与艺术的美国杂志):

"许多技术界的奇迹都会被同一个问题困扰,那就是'力',"来自美国普渡大学对虚拟现实设备开发有兴趣的一名助理教授 David Whittinghill 说,"支持视频的电量怎么来?怎么使设备微型化?怎样使设备的重量达到可轻易携带的程度?"[18]

五、虚拟现实技术与产业发展 预测

1.游戏的未来还是一切的未来?

2016年上半年,游戏是高端虚拟现实应用的主要领域;下半年,非游戏类的新兴领域将逐渐登上舞台,但距离各行业广泛应用还有一定时间。行动虚拟实境装置(mobile VR)(如 Oculus Rift 头

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



戴式设备)将关注非游戏领域的体验,如 演唱会、旅行和纪录片等虚拟现实娱乐 体验将为这项新技术开辟更大的市场。 但距离虚拟现实彻底为社会所接受还有 一段时间。[19]

2. 屏幕分辨率与大脑视觉输入 (visual brain input)相吻合

未来虚拟现实设备的像素将会小到 肉眼无法识别,对于虚拟现实技术来说, 这将是一个神奇的转折点。当设备的分 辨率被开发至 4096 ×2160 到 7680x4320,人类将无法分辨现实和虚 拟现实的区别(至少肉眼如此)。设备的 升级速度将超过人们的想象——可能就 在 Oculus 和 HTC 等公司生产的头戴 式设备的更新换代中实现。

3.眼部追踪(Eye tracking)——现场 感 (presence) 与控制力 (control) 的双赢

眼部追踪及互动技术领域取得了极 大进展。一家名为 Eyefluence 的公 司,正在为一个新的眼部互动技术模型 铺路,目前全球还有不少同样致力于眼 部技术开发的公司。虚拟现实界专家 Philip Rosedale 称: "此业务已尘 埃落定。只需将屏幕对准使用者的脸, 该人眼球的运动轨迹就能被观测到。这 对交流的影响将不可估量——假如使用 者在参加一个虚拟现实会议,这项技术 将能使与会者进行眼部沟通。在另一方 面,使用者还可将眼球作为鼠标,以控 制电脑。"

4.头戴式设备的面部追踪技术将助 交流登上新台阶

同眼部追踪技术一样,面部追踪也 将成为关键一环。同样地,如果一个设备 靠近某人的脸,那么他的面部表情将得 到测量及追踪,从而为开发人员将其形态 具象化提供了机会。这意味着在用虚拟现 实设备与他人交流时,一个完美的替身将 出现在信息接收者的屏幕上,呈现信息 发送者的各种面部动作。以 Avatar(电 影《阿凡达》)为例,制作人员就是通过这 种方式将演员转化为大银幕上的形象。 而如今,每个人都有机会拥有一个自己 的"Avatar"了——在一场会议中,替身 们将会准确表达使用者的情绪。

5.不管你是否做好准备,未来已经 来了

如果悠闲地待在客厅就能使人拥有 更高的效率及更深刻的体验,为什么我 们还要亲自前往会议室、学校或出差呢? 在最初的几年,并不是所有人都会拥有 虚拟现实设备,正如智能手机刚出现时 一样,只有极少数的人会选择使用这些 头戴式设备。但当某些至关重要的应用 出现时,游戏规则将被迅速改变——如 果为孩子买一个600美元的虚拟现实 设备,将促使他们的学习效率达到别人 的五倍,并且他们也不必去一个特定的 社区或学校, 那么家长会欣然接受这种 新事物。这就是虚拟现实的优势所在。同 样的原理适用于会议、不同类型的旅行, 以及游戏。而在人们习惯或拥有这些设 备之前,就已经会出现一大批影响深远 的应用。

【参考文献】

[1] Virtual Reality.http://www.businessdictionary.com/.

[2]Explained: How does VR actually work. Wareable. http://www.wareable.com/vr/how-does-vrwork-explained.

[3]Metaversed: Virtual Reality Analysis and Social News. http://www.metaversed.com/.

[4]Scott Tate. Virtual Reality: A Historical Perspective [J][1996-9-28]. http://ei.cs.vt. edu/~history/Tate.VR.html.

[5] Virtual Reality: History. National Center for Supercomputering Aplicants Multimedia Online Expo. http://archive.ncsa.illinois.edu/Cyberia/VETopLevels/VR.History.html.

[6] Rath, R. Milward, J. Owen, T. Pitt, F. Virtual Reality Journalism. Tow Center for Digital Journalism. https://towcenter.gitbooks.io/virtual-reality-journalism/content/.

[7]2016: The Year of VR?. http://www.vrs.org.uk/news/2016-the-year-of-vr.

[8]Tim Bowman.VR Meets Physical Therapy.[J].Communications of the ACM CACM Homepage archive. Volume 40 Issue 8, Aug. 1997. Pages 59-60 .ACM New York, NY, USA.

[9]首份中国 VR 用户行为研究报告(完整版). http://www.sfw.cn/xinwen/481047.html.

[10] Retale is bringing VR shopping to the Oculus Rift.http://www.theverge.com/2015/12/16/ 10287786/oculus-rift-retale-shopping-deals-app-virtual-reality.

[11]清华大学沈阳教授团队. VR的新浪潮 [EB/OL].

[12] 网易科技报道. 一张图看遍 10 个 VR 细分领域 74 家海外创业公司 [EB/OL]. [2015-12-12].http://tech. 163.com/15/1212/15/BAL4EGEN00094POU.html.

88 VR专题

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



(本文编辑:孙启军)

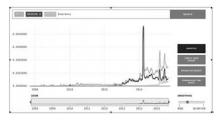
- [13][EB/OL]. http://tech.163.com/15/1212/15/BAL4EGEN00094POU.html.
- [14] 百度百科 [EB/OL]. http://baike.baidu.com/link?url =E-Gmin_AGPJ1KxIiamBRlpJEqcJ42Lq-6c76yC9_05v83luM9DtuXHJDCizj5C1x760x2BCxpmeuARuCegwufK.
 - [15]百度百家[EB/OL]. http://87870.baijia.baidu.com/arti.
- [16]百度百科. http://baike.baidu.com/link?url=vc-5ButkMxKpFf61QrmRzwGIZzZ8B46RowThj65aPuLZPMk 5loZ6jr60TbcGEpRK6ruSzpPQHUf1SsdMYLH31q.
- [17]Jason Dorrier. Beyond Sight: The Gadgets Bringing Our Bodies Into Virtual Reality [EB/OL]. [2015-08-11]. http://singularityhub.com/2015/08/11/beyond-sight-the-gadgets-bringing-our-bodies-into-virtual-reality/.
- [18]SvetaMcshane. Stories From Around The Web: The Challenges Facing Virtual Reality [EB/ 0L]. [2015 -08 -14]. http://singularityhub.com/2015/08/14/stories -from -around -the -web -the -challenges-facing-virtual-reality/.
- [19]Jason Ganz. Virtual Reality's Moment of Truth Is Finally Here[EB/OL]. [2016-03-10].http://singularityhub.com/2016/03/10/virtual-realitys-moment-of-truth-is-finally-here/.



虚拟现实技术中外媒体应用案例

撰稿/封婉琴 指导教师/唐佳梅

许多媒体已经开始尝试使用 VR 技术,无论是谷歌的 360 度全景视频,还是 Oculus Rift 或 HTC 联合 Valve推出的 Vive。VR 技术的出现开辟了一种全新叙述故事的方式,它不仅出现在新闻报道中,连好莱坞电影的拍摄也开始使用这种技术。



虚拟现实技术近 10 年发展趋势图 (图片来源:www.themediabriefing.com)

VR 技术会为一些行业提供赚钱的新机遇。比如游戏行业,它可通过 VR 技术提升用户体验感。有报道称,Oculus的 CEO Brendan Iribe 常提到:"如今大部分人已不再花费大量的时间玩游戏,但我认为,逐步向虚拟现实游戏转移才是游戏行业未来的方向"。游戏行业可利用虚拟现实技术的"存在"体验,如360度全景视频,使用户置身于虚拟场景中。目前,这种"存在"体验主要应用于视频游戏的开发中,游戏的玩家们将成为早期使用 VR 平台最多的用户群。

尽管刚开始对于 VR 的关注多停留在游戏行业,但未来对 VR 的关注和应用将可能扩展到工业应用方面。VR 技术衍生的产品对于大部分人是一种相对陌生的体验,但它的优势难以被复制。现在的消费者也越来越意识到:提升一个品牌

的价值将越来越依赖于虚拟体验,在利用虚拟体验传达品牌信息的时代,将消费者吸引到一个以品牌信息传播为主题的虚拟环境中,对于企业打造品牌价值至关重要。VR技术在增加品牌附加值上的优势不可替代。

国内外应用 VR 技术的例子很多,一个新闻的新时代将可能出现。媒体已经越来越多地尝试虚拟现实和 360 度全景视频,将新闻在虚拟现实中进行现场直播。本文将选取一些较为突出的案例作为展示。

一、国外传媒业 VR 技术应用 实例

就国外新闻媒体对 VR 的应用来看,较有影响力的有美国的《纽约时报》、《今日美国》和英国广播公司、英国《卫报》等。

1.《纽约时报》

《纽约时报》2015年就声明要开发虚拟现实的 APP,该应用程序可支持360度视频,并设计了触摸屏以增强用户体验感。在大多数人仍然认为 VR 是一个游戏平台的时候,这个虚拟现实专用应用程序体现了媒体将致力于把技术应用在《纽约时报》新闻上,从而促使更多的人把虚拟现实作为新闻的一种重要的形式和工具。

纽约时装周的一些公司,通过虚拟现实体验传播品牌信息。一些出版商也以 360 度全景视频和虚拟现实来吸引公众,提高收入。比如,YouTube 可以使用谷歌纸板查看它的视频,只要你有 10

美元的纸板耳机你就可以体验。《纽约时报》最近赠送131万美元谷歌耳机的纸板印刷产品给读者,使更多读者从纸质和打印世界中逐渐转移到开始适应虚拟现实环境这种全新体验。

《纽约时报》通过 360 度全景视频技术打造了第一部虚拟现实纪录片《流离失所〈The Displaced〉》,讲述了被战争逼出来的"流离失所者"的故事。这是一部关于难民危机的纪录片,展示了三个孩子身处饱受战争蹂躏的地区,过着流离失所的生活。

媒体方面通过使用虚拟现实技术拍摄影视作品,能够把读者带到他们不能 去的地方。

2.美国广播公司(ABC)

美国广播公司以拟真的新闻业为实验,并创办 360 度虚拟现实的视频作品,用谷歌纸板式耳机在智能手机上观看。该视频带观众深入了解从叙利亚穿越大马士革的旅程,通过虚拟现实显示,在战乱地区的一些地方,生活仍在继续,而在其他地区,叙利亚正经历着历史建筑和文物被破坏的过程。为了创作这部视频,美国广播公司与一家公司展开虚拟现实技术合作,该公司以创造 360 度全景视频而出名,总部位于加利福尼亚。

在 ABC 新闻推出 VR 频道之前,就已经尝试利用 VR 技术为自家的网剧做公关和宣传了。美国广播公司最近为犯罪剧《Quantico》制作的 VR 短片《缉凶》,不仅为观众提供了一次沉浸式的虚拟体验,还巧妙地将赞助商雷克萨斯的新车广告完美嵌入到剧情中。



封婉琴,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2015 级硕士研究生指导教师:唐佳梅,广东外语外贸大学新闻与传播学院副教授

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 9() VR专题



3.《今日美国》

《今日美国》正在借助 VR 技术浪潮重新定位。伴随对虚拟现实技术需求膨胀式的呼应,各大媒体公司逐渐开始充分利用拟真技术将读者用户群和广告商连接起来。

《今日美国》的母公司甘尼特集团既负责监管媒体《今日美国》的财产,也负责监管覆盖全国其他92个网点的财产。该公司宣布,他们将计划推出一个网站专门提供虚拟新闻。这个网站将着重突出头条新闻、体育、娱乐和商业等。访问该网站需通过一个专门页面对《今日美国》的网站进行浏览,或通过虚拟现实故事的应用。该公司还计划利用VR作为广告载体,并与自己的内容制作公司结合获得广告创意。

虽然高科技公司和营销人员被期待利用虚拟现实技术,但最终应用程序的开发可能需要一个增强现实耳机才能够将虚拟内容覆盖在现实中。智能手机持有者如谷歌纸板和三星99美元的Gear VR能够提高视频身临其境的自然感。

4.英国《卫报》

英国《卫报》尝试推出第一个虚拟现实视频,关于体验一个人生活在隔离牢房里,可通过 VR 应用程序和 360 度的视频在 YouTube 上观看。



(图片来源:www.journalism.co.uk)

这部《卫报》作品虚拟现实体验时长达9分钟,它建立在文本的故事基础上,由一系列的播客的照片组成,并会刊登在《卫报》网站上。虚拟现实作品的交互性,可以让观众选择他们特别想看的故事。虚拟现实体验相比360度的视频还具有不同的和更深入的内容。

二、国外游戏产业 VR 技术应用实例

1.索尼即将推出 PSVR4

VR 有潜力成为游戏市场上一支颠覆性力量。2016年 VR 硬件设备销售火爆,也印证了市场预期。三款主要 VR 头部设备 Oculus Rift、HTC Vive 以及Sony PlayStation VR 均推出了消费者版本。如果你把三者进行一次比对,可能会发现 PlayStation VR 在很多方面都是排在最后一位的,毕竟 PS4 比起中高端游戏 PC 还是差距明显。PlayStation VR 的分辨率是单眼960×1080,而另外两者的单边分辨率达到 1080×1200。

PlayStation VR 是索尼公司开发出来以游戏互动为目的的虚拟现实游戏头盔,代号为 Project Morpheus,只要配合 PS 主机就能用,PS4 即将在2016 年 10 月推出。它的设计充分利用了视频操纵功能,在游戏演示的虚拟现实中,戴着耳机与其他无需耳机玩家不同的是视频输出方式不同。



(图片来源:http://www.ithome.com/ html/next/200490.htm)

PlayStation VR 有一个 5.7 英寸的 OLED 面板,RGB 子像素矩阵分辨率 1080P。耳机还具有一个处理器盒子,使得耳机的"第二屏"的视频输出直接被监控,提高了采用耳机插孔 3D 音效。耳机也有 9 个位置的 LED,PlayStation摄像头可 360 度跟踪头部运动,并连接到 PlayStation的 HDMI 或 USB。据传升级版 PS4 在中央处理器、图形处理器和存储器方面都有所提升,索尼可能将

在 6 月举行的 E3 游戏展上正式揭晓,但 截至目前索尼还尚未公布参展计划。

2.波兰游戏团队开发灾难虚拟现实 游戏

波兰的游戏开发团队 The Farm 51 计划在切尔诺贝利事故 30 周年之际,推出一款名为"Chernobyl VR Project"的虚拟现实游戏。玩家可以通过在这款游戏近距离感受这座"死亡之城"。这款游戏将于 2016 年 6 月登陆 Oculus Rift, 也将 支持 PlayStation VR 和 HTC Vive 平台。切尔诺贝利的虚拟现实项目将给观众们提供一次虚拟之旅,仿佛置身于灾难现场。波兰的游戏开发团队 The Farm 51 还表示将向那些受灾的人捐款,这笔经费将从销售切尔诺贝利虚拟现实项目得来。

3.2016 年世界游戏年度盛会 PAX East 游戏展示

作为世界年度最重要的游戏盛会之一的 PAX east 在美国波士顿举行。众多知名游戏厂商在这次展会上公开旗下作品的各种消息。出席 PAX East 盛会的 VR 阵容有 HTC 和 Oculus 还有索尼互动游戏 PlayStation VR。

下面是出现在 PAX East 盛会上的一些游戏:

(1) Rez Infinite

作为 PAX East 展示的亮点,这是一个惊心动魄的 PlayStation VR 体验。

(2)FATED: The Silent Oath 沉默的誓言将推出在 Oculus Rift和 PlayStation VR 版本,这种游戏的玩法非常小众,但这次最终发布的版本达到了承诺的早期预览版。



(图片来源:http://www.vrfocus.com/ 2016/04/the-best-vr-games-at-paxeast-2016/)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

9] VR专题



(3)Orion Trail

"猎户座"踪迹是可供下载的齿轮虚拟现实,所以早期采用的技术已经备受赞誉。然而它独特的视觉设计和喜剧价值使猎户座成为移动虚拟现实的最佳看点。

(4)EVE: Valkyrie

这款以女神为载体的作战游戏是由 CCP研发的是一款虚拟现实新游戏,体 验直接有趣。

三、国内传媒 VR 技术应用概览

1.财新传媒

2015年初,财新传媒在总编辑胡舒立的决策下开始推进 VR 全面研发。在做了一系列调研、实验后,确定与联合国以及中国发展研究基金会合作,共同制作了《山村里的幼儿园》这部 VR 纪录片。事实上并非所有选题都适合 VR 形式。VR 技术可以将场景更真实地还原、呈现,与新闻报道所追求的"真实"本质相符,而 VR 技术的呈现又有"浸入式"特点,可以增强观众的体验。这种影像传达的形式,正好符合纪录片真实、客观的本质。

但是, VR 技术却未必适合所有的场景, 比如会议的报道。除此之外, 财新还拍摄了另一部春运相关的纪录片《离·聚》, 也用到了 VR 技术。

2.《新京报》

2015年6月1日夜晚,一艘名为"东方之星"的客轮在长江中游湖北监利水域突遇龙卷风不幸倾覆沉没,致442人罹难。6月2日,即翌日凌晨,该突发事件经由央视新闻在新浪微博传播扩散;6月3日及以后的五天内,各大传统媒体均用头版专题对这一灾难事件给予了持续关注。值得注意的是,不管是聚焦事发原因、再现事发经过,还是关注搜救进展,传统媒体对"东方之星"客轮倾覆的报道已不仅仅局限于传统的文本报道,3D还原、Flash动画等技术手段的运用,都为文本报道的叙事延伸提供了可能。

不同于以往纸媒对新闻传播媒介的转型探索,《新京报》新媒体中心成立的"动新闻工作室",秉承"用最潮的形式为受众展现最热的新闻"的宗旨,利用虚拟现实(VR)技术将众多热点和传统的报纸新闻通过 flash 动画、3D 模拟的方式加以呈现,对新闻叙事进行了一场革新。

四、国内游戏市场 VR 技术运 用案例

1. 爱奇艺发布 iVR+虚拟现实产品 套件

"爱奇艺世界 i VR+全球虚拟现实大 会"在京举办。爱奇艺正式发布 i VR+虚 拟现实产品套件,启动 VR 生态激励计 划,率先在10个高热 IP 上全面实现 VR 化,开放 100 个顶级 IP 进行游戏合 作开发,联合300家合作伙伴共同打造 全球最大中文 VR 真生态,未来 12 个月 内协助国内外 VR 硬件厂商共同发展 1000 万 VR 用户。说爱奇艺这次发布的 iVR+产品套件包含了专为VR 一体机量 身定制的全景影院 APP、全景游戏中心 APP, 及爱奇艺 APP 的 VR 模式和全景 专区,实现了对于国内 VR 手机架、一体 机及 PC 头显等所有 VR 设备的全面支 持。目前已与市面超过九成的 VR 硬件 实现对接与适配,基本铺平了通往 VR 内容生态的道路。

2. 新浪 VR 正式上线,要做 VR 游戏领域的"Steam"[注]

新浪 VR 正式上线,要做 VR 游戏领域的"Steam",背靠新浪网,新浪想做的却不止媒体,还想涉足游戏分发、线下展厅、一站式测评和投融资对接。新浪VR 表示,将通过多方合作,参与和积极报道国内外各大 VR 硬件发布会;对重要互联网、游戏大会上给予 VR 论坛支持,关注开发者动态,与国内各大 VR 游戏开发者均建立良好合作关系,并积极开展线上活动和线下沙龙合作。目前已经上线的功能包括:媒体、线下体验馆、VR 直播。

附 VR 相关书籍推荐:The VR Book



(本书的网址:http://www.thevrbook. net/,来源:微信公号 VR2048)

如果没有从以人为本的 VR 需求出发,VR 应用设计很有可能会失败。"The VR book"就是一本以人本身需求出发教你设计 VR 应用的书。设计 VR 应用是一个非常大的挑战,如果设计成功,应用带给人的感觉是比较愉悦和惊艳的,但若设计失败,会让使用者困惑和恶心。本书的作者认为主要的问题在于设计者对于使用者对 VR 交互的认知、设计原理、误区不了解。

"The VR book"不仅仅适用于 VR 应用设计者,还适用于管理者、程序员、艺术家、心理学家、工程师、学生、老师,和人机交互的专家。

VR 行业的发展高速迅猛,本书阐述了搭建一个产品原型的重要性,收集用户反馈,和使用可调整的设计流程。本书包含了599页,348个参考设计,615个应用指导建议,和61个完整的VR设计应用案例。

本书作者,Jason Jerald 博士是ACM SIGGRAPH, IEEE Virtual Reality, and IEEE 3D User Interface Committees 的核心成员。在VR设计领域已经有20年的工作经验。虽然我们这两年才知道VR,其实VR在工业领域的应用已经有悠久

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



的历史了。他本身参与过超过 60 个 VR 应用项目的设计工作,帮助过 Valve,Oculus, Virtuix, Sixense,NASA, General Motors,Raytheon,Lockheed Martin,3个国家实验室和 5 所大学。他本人也拥有 20 多篇 VR 领域的论文和专利。

(本文编辑:孙启军)

【参考文献】

[1]VR in-depth part one: The present and the potential. https://www.themediabriefing.com/article/vr-in-depth-part-one -the -present -and -the -potential#rd.

[2]The New York Times to launch virtual reality app. https://www.journalism.co.uk/news/the-new-york-times-to-launch-virtual-reality-app/s2/a576249/.

[3]TRULY IMMERSIVE JOURNA LISM TAKES FORM IN ABC'S VIRTUAL REALITY TOUR OF SYRIA. http://www.digitaltrends.com/ cool -tech/virtual -reality - brings -journalism -into -the 21st-century-in-a-major-way/.

[4]Super Bowl fans get hit of virtual reality future. http://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/02/04/super - bowl -fans -get -hit -virtual - reality-future/79737124/.

[5]USA TODAY Network to launch VR news series this spring.http://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/03/10/usa-today-network-launch-vr -news -series -spring/81586114/.

[6]The Guardian's first VR project lets viewers experience solitary confinement.https://www.journalism.co.uk/news/the-guardian-s-first-virtual-reality-project-lets-viewers-experience-solitary-confinement/s2/a632602/.

[7]PlayStation VR.https://en.wikipedia.org/wiki/PlayStation_VR.

[8]New Chernobyl VR Project Trailer Released.http://www.

vrfocus.com/2016/04/new chernobyl-vr-project-trailerreleased/.

[9]The Best VR Games at PAX East 2016.http://www.vrfocus.com/2016/04/the -best -vr -games-at-pax-east-2016/.

[10] 想用 VR 技术报道新闻?或许我们可以先看下财新这一年的经验.http://36kr.com/p/5045324.html.

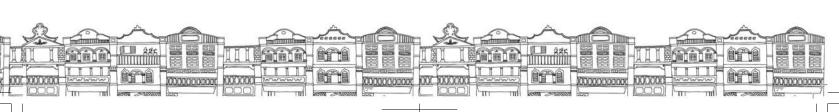
[11]袁素文.虚拟现实:传统文本报道的叙事延伸——以《新京报》对"东方之星"客船倾覆事件报道为例 [J].现代视听,2015(11).

[12] 爱奇艺发布 iVR+产品套件 启动 VR 生态激励计划.http://www. diyiredian.com/tech/2016 -05-06/57295.html.

[13]新浪 VR 正式上线,要做 VR 游戏领域的"Steam"和"36 氪".http:// www.vrrb.cn/kuaixun/4504.html.

[注]Steam平台是 Valve 公司聘请 BitTorrent (BT下载) 发明者布拉姆·科恩亲自开发设计的游戏平台。 Steam平台是一款目前全球最大的综合性数字发行平台。玩家可以在该平台购买游戏、软件,下载、讨论、上传、分享。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



颠覆性的现场感: VR 技术应用于新闻生产

撰稿/张 靓 杨烨励 指导教师/唐佳梅

如今,像脸书、微软、谷歌这样的技术巨头已经开始砸重金开拓虚拟现实(Virtual Reality)领域,虚拟现实或将成为一种新的生活方式,它带给人们前所未有的颠覆性的现场感,可能将给新闻行业带来翻天覆地的变化。记者如何高效运用虚拟现实工具生产出有意义、高质量的新闻?本文从三个方面进行初步梳理。

一、选题

什么样的新闻报道适合通过 VR 去 展示,记者需要明确他们的报道形式、所 需材料,以及虚拟现实媒体自身的特点、 作用和局限性。新闻报道选题可从以下 几方面去考虑:环境类题材、大场面的事 故或突发灾难事件是适合 VR 新闻报道 考虑的题材。如 2015 年 12 月 20 日爆 发的深圳山体垮塌事故,新华社、财新视 频团队以及澎湃新闻第一时间赶赴现场 并制作了VR新闻报道。新华社团队采 用记者现场口播的带入式短报道, 澎湃 利用无人机进行了约一分钟的航拍报 道,财新视频团队则从救援、安置、医 护、周边群体和事故成因等从"黄金 72 小时营救"、"受纳场附近工程停 工"、"生死线上的人家"等角度发布 了六条 VR 新闻,客观、深入和多角度地 对事件进行报道。

"财新深圳垮塌事故报道是国内专业 VR 新闻报道的开端里程碑"。财新传媒 表示与乐视就 VR 新闻内容达成战略合 作计划,未来将联合推出大量专业 VR 新闻和纪录片产品。



除此外一些展现稀缺性环境的选题也较为适合 VR 报道,通常这类场景一般人难以亲身进入,这种神秘感易激发受众的探索欲和好奇心。此类报道对时效性要求较低,需要着眼于更好的视觉呈现。美国广播公司(ABC)已经和科技创业公司 Jaunt 合作,利用 360 度全景相机对平壤进行拍摄,利用算法将至个镜头得到的影像进行处理,最后通过输出设备就能为用户提供代入式的现场体验。美国广播公司主播鲍伯·伍德拉夫(Bob Woodruff)表示:"许多出入朝鲜的记者没能揭开朝鲜神秘的面纱,但是我们做到了!"

另外,感染力较强的社会焦点问题 也是较适合的选题,VR 技术能让观众置 身于新闻报道中,获得"身临其境"的 感官体验。

二、构思

记者需要构思自己在虚拟新闻制 作中的角色, 在受众和内容之间评估 自己所处的位置。因此如何挑选素材、 搜集素材,如何进行拍摄,要取得何 种预期效果, 都是记者需要提前思考 的问题。比如美联社曾和AMD (Advanced Micro Devices) 公司合作, 制作具有真实性感官体验的新闻报道 和纪录片。为了制作出这种基于 VR 技 术的新闻报道,美联社计划启用图像 技术 (graphics technology) 并结合 AMD 公司所开发的硬件平台作为技术 支撑, 而这些技术的具体运用都将牢 牢掌握在编辑手中, 如何让观众与故 事之间产生情感联系(emotional connection), 如何让观众获得真正的 "在场感 (a real sense of being present on the scene)"是着重关注的问题。

另外,记者拍摄前应构思新闻报道形式与技术(forms and technologies)的契合度问题,即要找到新闻内容的最佳呈现形式。对于当前各大媒体尝试较多的纪录片式的新闻报道,美国最大的报业集团甘尼特(Gannett)公司制作的《丰收之变》(Harvest of Change)是该领域的先行者,团队利用360度全景相机(360-degree video)实时记录现场的声像,让观众在后期通过VR眼镜即可快速体验爱荷华州农场人们的工作状况、农场的转基因作物乃至农场文化的转变。



张靓,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2015 级硕士研究生 杨烨励,广东外语外贸大学新闻与传播学院 2015 级硕士研究生 指导教师:唐佳梅,广东外语外贸大学新闻与传播学院副教授

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





《丰收之变》(图片来源:Johnjayjordan)

三、拍摄

360 度视频所带来的视觉冲击,改 变了文艺复兴以来单眼观看的透视传统 与视觉秩序, 其实质仍是一种发展到极 致的机器视觉。以 VR 来讲故事,还需 要探索与建构一套全新的视听语言,以 VR 的"第一人称视角"体验到沉浸感与 参与感。①而要实现这种"机器视觉"效 果,选择合适的拍摄设备至关重要。现阶 段市面上全景视频的拍摄工具主要有三 类:一是专业的影视级拍摄设备,比如 OzO、Lytro 或 Jaunt,加上辅助设备 的价格可以达到百万元级别; 二是小型 工作室级的拍摄设备,一般都是由 Gopro、Drift 组装而成,包括 Ladybug 等设备,联合辅助设备,价格 在数万到数十万之间; 三是民用便携式 全景一体机,比如 Insta360、理光 Theta S,价格在数千元,但拍摄质量不 太理想。

媒体机构应根据预期成本、所需效果等条件选择适当的拍摄设备,不能因过于倚重于昂贵的特效或者设备而忽略了对新闻质量的把关。无论何时,报道永远是第一位的,新闻报道的传统要素——时间、地点、人物、原因等才是根本。

除了设备选择,全景的拍摄还对新闻记者提出新的要求,必须拥有更完备的综合技能。由于 VR 技术意在给观众营造一种更加真实的"沉浸式体验(immersive experience)",因而 VR 新闻报道对真实信源和基础素材的需求量极大(demand far more authenticity)。所

以,记者必须深入现场采集丰富的视频和音频资源,在保证素材的完全真实性的同时,还要考虑素材进行加工后能否形成完整的故事。另一方面,记者应尽可能获取高质量的新闻素材,否则劣质画面会让观众产生抽离感,破坏了这种"沉浸式体验"的预期效果(Audio and video alike must be high quality, or the participant will be torn out of the experience)。



ABC News VR: 带你"走进"大马士 革 (图片来源: Yahoo)

TIPS:你不知道的 VR 专业术语解

- 1.HMD:头戴式可视设备
- 2.Near-Eye Light Field Displays:近眼光场显示器
 - 3. Panorama:三维全景技术
- 4.Image Based Rendering, IBR:基于图形绘制
 - 5.ASR:语音识别技术
- 6.Eye Movement -based Interaction:眼动跟踪技术
- 7.camera stabilizer for cell phones:自拍稳定器

(本文编辑:孙启军)

【参考文献】

[1]媒体制作 VR 新闻 探索用 VR 技术报道突发事件.http://tech. 163.com/15/1229/10/BC0EV50B 00094P0U.html.

[2]H ow virtual reality could put us into news stories. http://www.bbc.com/future/

story/20140828 -bringing virtual-reality-to-news.

[3] How virtual reality is going to change our lives. http://www.telegraph.co.uk/technology/news/12047279/How-virtual-reality-is-going-to-change-our-lives.html.

[4] 一场由观众自己导演的电影: 试图打造 360°全景 VR 电影的初创 公司 Jaunt 获得 680 万美元融资. http://36kr.com/p/210947.html.

[5]Virtual reality news is becoming a reality in many newsrooms.http://www.poynter.org/2015/virtual -reality - news-becoming-a-reality-in-many-newsrooms/372330/.

[6]HARVEST OF CHANGE: Virtual reality project is a journalism first.http://www.usatoday.com/story/money/agriculture/2014/09/17/harvest - of -change -virtual -farm - virtual-reality/15785377/.

[7]杜江,杜伟庭."VR+新闻":虚拟现实报道的尝试[J].青年记者,2016.

[8]想用 VR 技术报道新闻?或许 我们可以先看下财新这一年的经验.

[9] 财新发布第一部 VR 纪录片,视觉化尝试能否让深度调查到达更多受众.http://www.tmtpost.com/1495330.htm].

[10]你不知道的 18 个 VR 专业术语 解 析 .http://nyyezi.baijia.baidu.com/article/403887.

【注 释】

①杜江、杜伟庭:《"VR+新闻":虚拟现实报道的尝试》,载《青年记者》2016年第6期。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



VR技术在新闻报道中的运用与思考

宋欣政 李远广

【摘 要】 作为新的媒介形式,VR 在改变传统新闻业"讲故事"的方式上被寄予厚望。通过第一人称视角重现新闻现场,读者能够获得身临其境的视听体验。在当下中外媒体试水虚拟现实技术领域的实践中,也存在新闻报道题材单一、技术设备受限、体验不足等问题。如何运用 VR 提升用户体验,提升交互性是亟待解决的问题。VR 提升了新闻的临场和感染力,是探索新闻报道的新路径,新闻报道只有坚持以内容为根本、以技术为支撑,方能得到读者垂青。

【关键词】 虚拟现实技术/新闻叙事/新闻报道/媒体转型

自2014年3月 Facebook 宣布以20亿美元收购虚拟现实技术公司0culus后,虚拟现实技术(Virtual Reality,以下简称VR)便得到资本与技术市场的广泛关注。所谓VR技术,"它是以仿真的方式给用户创造一个的反映实体对象变化与相互作用的三维虚拟世界,并通过头盔显示器(HMD)、数据手套等辅助传感设备,提供用户一个与该虚拟世界交互的后,提供用户一个与该虚拟世界交互的后,是明中可直接参与并探索仿真对象在所处环境中的作用与变化,产生沉浸感。" "随着 VR技术不断走进大众视野,2016年也被称为"虚拟现实技术元年"。

作为一种新的媒介表现形式,VR技术不仅吸引了影视、游戏、电商、军事等领域的开发商,不少媒体也纷纷抛来橄榄枝。在国外,BBC、ABC News 等知名传统媒体纷纷试点"VR+新闻"的呈现形式;在国内,CCTV、东方卫视、深圳卫视等媒体,则与 VR 内容团队合作录制 VR电视节目。除了传统媒体,YouTube、优酷这些流媒体平台也纷纷支持 360 度视频,新媒体的诸多 APP 也提供相应的

VR 新闻资讯。传媒行业的诸多单位纷纷 趋之若鹜让 VR 新闻正处在风口,我们仿佛会看到它即将到来的爆发式发展。新一轮 VR 技术革命真的会为我们创造新的新闻报道方式吗? VR 技术究竟在传媒行业显现了哪些身手?

一. 虚拟现实+新闻业

新的传播技术决定新闻媒介未来变 革的方向与进程。"虚拟现实技术的出现 和应用,为新闻业提供了新的工具和手 段,改变着新闻报道的方式。"②2015年 11月16日,《纽约时报》正式发布 VR 新闻客户端"NYT VR"。通过该新闻客户 端观看新闻视频,用户可以获得 3D 虚 拟的"沉浸式"视听体验。无独有偶, 2015年12月20日,广东省深圳市光 明新区某工业园区发生重大山体滑坡事 故。财新传媒利用 VR 技术对该事故讲 行了详细报道. 一系列 VR 视频为用户 360 度还原了事故发牛现场的基本情 况,帮助用户及时、全方位了解灾情。今 年"两会"上,VR 技术更是受到了新闻媒 体与网站的青睐,中央电视台、《人民日 报》、新浪新闻、网易新闻等媒体均推出

VR 全景式报道,为传统"两会"报道增添 了不少新意。

针对 VR 技术同传统新闻业的结合与发展前景,焰火工坊 CEO 娄池认为:"媒体是一种内容服务,可以和任何新的技术结合,一定要跟进先进技术的步伐,如果不跟进,会有其他非媒体行业的人和公司跟进,就会洗牌,传统的媒体会更加被动。"[®]尽管 VR 技术犹如"星星之火",目前尚未得到传统新闻业的广泛运用,但中外媒体的 VR 新闻报道实践却为新闻业未来的转型与发展提供了多样的探索。

二、讲好新闻故事,虚拟与现 实同在

新媒体语境下,受众获取信息的方 式正在发生着变化。受众不再是盲目被 动地接收媒体提供的信息, 而往往更加 强调主动性与参与感。因此,一篇好的新 闻报道,不仅需要意义深刻、极具新闻价 值的优质选题与素材,还需要借助新的 传播技术增强新闻内容的表现力,从而 刺激和发挥用户的主观能动性与泛在体 验。VR新闻报道其最大的特征在于信息 传播过程中的"沉浸性",沉浸式传播带 来的全新体验将与新闻内容本身进行有 机的融合,增强了新闻的可读性、参与 性、趣味性, "能让使用者产生自己似 乎完全置身于虚拟环境之中,并可以感 知和操控虚拟世界中的各种对象,而且 能够主动参与其中各种事件的逼真感 觉。" ④讲好新闻故事,优质主题内容与 虚拟技术支撑同在。



宋欣政、李远广,暨南大学新闻与传播学院硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



1.场景重现,还原新闻发生现场

新媒体时代,人们第一时间就能知晓世界各地即时发生的各种新闻事件,但对于新闻事件的了解也仅仅局限于何时何地发生了何事件,事件发生时现场情况如何,人们往往不得而知,或者单纯来自对文字、图片新闻报道的片面想象,VR 新闻报道正在帮助人们更好地理解新闻。通过这一技术,读者将以 360 度的视角亲临新闻发生的现场,信息传播超越时空界限,新闻现场无处不在,用户接收信息无所不能。

新闻《流离失所(The Displaced)》时长 11 分 08 秒,该报道利用 VR 技术向读者讲述了三位儿童饱受叙利亚战争摧残,无处安身到处流浪的故事。当用户在报纸上阅读战争中儿童流离失所的新闻报道时,往往很难感同身受。通过 VR 技术提供的 360 度全景视频,房屋塌陷、满目疮痍的新闻现场得以重现,读者进入了现实生活中难以到达的地区,从而了解到更为丰富的新闻故事。

2015年8月,美国广播公司记者亚历山大与他的团队利用VR技术报道了叙利亚首都大马士革某机构致力于保护珍贵历史文物的故事,读者足不出户就可以跟随报道进入叙利亚,与当地人民一同走在大马士革的街道上,详细和了一同走在大马士革的街道上,详细和了贵古迹的保存情况。同样,在新闻视频《漫步纽约 Walking New York》中,读者只需要跟随目光扫到窗外,就可以自上而下俯视整个纽约城区,这赋予了读者极高的自由度与新闻级区,以图新闻报道在还原新闻发生现场的潜力、图片,从而为读者带来更大的视觉冲击力与震撼效果。

2.第一人称视角,用户身临其境

相较于传统的文字新闻报道按照倒金字塔或者金字塔结构完成新闻的线性叙述,VR新闻报道不需要记者告知读者何时何地发生了什么、将产生何种的影响。只需要环顾四周,读者就能够身临其境般地目睹和感受事件发生的起因、经

过和结果,这样一种视听体验让新闻更加真实,且充满动人细节。

新闻报道《流离失所(The Displaced)》一开始,读者就可以全景观 看一间倒塌教室的全貌,四周被破坏的 桌椅、窗户,散落的课本清晰可见,抬起 头就能看到摇曳的电风扇,画面中11 岁的乌克兰男孩奥列格立体地站在眼 前, 当读者走到他的身后也能看到男孩 的背影,这使得读者对于新闻人物的个 体命运有了更为真切的感受,同新闻人 物建立起了更为深刻的情感联系与共 鸣。同样,在新浪新闻推出的两会 VR 特 别报道《人民大会堂全景巡游》中,读者 可以通过人物换位选择总理、省长、群 众、记者、外宾等不同身份,从而获得多 样的视觉体验。在总理视角,读者仿佛置 身"两会"主席台,第一视角面对各位代 表报告政府开展的一些工作,这样的阅读 体验让"两会"报道充满新奇与趣味性。

与以往读者基于第三人称视角被动接收新闻信息不同的是,VR新闻报道为读者提供了更加真实的第一人称视角,读者从眼睛中观看到的一切信息均主动来自周围虚拟环境的反馈,目光所到之处均为读者对于新闻现场主观的探索。

2015年末,澎湃新闻推出全景视频 VR 年终系列报道,涉及专车司机、医疗 改革、二胎新政等多个主题。《全景视频 跨省上班:每天在路上五小时,上下班跟 打仗一样》这一报道记录了"北漂"王江 每天早上五点半起床奔波于河北燕郊与 北京两地之间上下班的故事。通过鼠标 上下左右移动屏幕,地铁、公交周围的环 境信息都能够顺畅捕捉, 乘客互相拥挤 时视角瞬间逼仄,读者仿佛成为一名北 漂, 站立在抖动的公交车里。 画外音为新 闻人物王江自己十年心路历程的讲述, 读者通过视觉、听觉系统主观感知周围 环境来获取信息, 更加主动地参与到信 息的接收与反馈过程中,将 VR 技术在报 道内容上的深度、广度优势与第一人称 视角相结合,带来了超强的时空临场感 与交互体验。

3.全景扫描,弥补叙事缺漏

"新闻素材是进入记者视野并被记者 所意识、所采摘的信息资料。"⁶新闻报道 所呈现的事实是记者主观选择新闻素材 后形成的事实,然而面对一些重大灾难 性事件如空难、地震、沉船等,受主客 观条件的制约,记者往往很难第一时间 接近事故发生现场,手头拥有的新闻素 材如果极其有限,新闻叙事就难免丢失 部分重要细节或者难以对全局做出准确 把握。

深圳市光明新区某工业园区发生重大山体滑坡事故后,新华社全媒体报道平台第一时间赶赴事故发生现场,组织VR技术团队拍摄全景新闻视频,及时获取了灾区的高分辨率影像资料。在新华社全媒体报道平台发布的《虚拟现实带你"亲临"深圳滑坡救援现场》这一报第一中,读者可以从各个方位灵活切换观看角度,观察山体滑坡的区域、范围、界限等,直观地了解到房屋、道路与植被的受损情况,灾区原貌一览无余、清晰可见。通过这一全景视频,救援团队能够大致估算出灾区面积,从而对科学救援、灾情预测以及灾后重建提供重要参考。

传统的文字、图片报道尽管能够尊重客观事实,却很难真实记录事件全貌,利用 VR 技术完成对新闻现场的全景扫描,不仅能够强化新闻报道的真实性,也弥补了新闻素材因获取受限导致的新闻叙事缺漏。

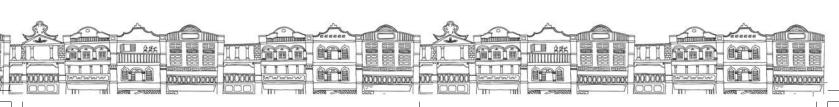
三、当前 VR 新闻报道的局限

尽管中外媒体纷纷布局 VR 新闻报道,其未来的前景似乎非常光明。但是对于一项新技术来说,VR 运用仍处于基础阶段,VR 技术是传统新闻业转型发展的救命稻草还是匆匆过客,关键在于解决以下几个问题。

1.题材受限, VR 作品风格单一

VR 技术一定程度上改变了传统新闻的生产方式,但不是所有的新闻都可以被制作成 VR 新闻报道。目前 VR 新闻报道多为策划类的硬新闻,以深度报道

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



与纪录片为主。《得梅因纪事报》推出的 VR 新闻报道《丰收的变化》"报道的主要 对象就是四家位于该地的家庭农场,通过对其历史变迁和现状的描绘来展示美国农业社会中人口、科技、家庭结构、移民、全球化经济等各方面的变化。"⑥另外,在灾难性报道中发挥重要作用的 VR 技术也面临新闻专业主义精神的考量,还原苦难场景可能对当事人造成二次伤害,体验事故现场则不免存在消费灾情的嫌疑。从新闻伦理观的角度尽快确定 VR报道的题材适用场景与使用规范,有助于 VR 技术的合理推广,从而更好地为新闻报道服务。

2.技术尚不成熟,制作成本高昂

VR 新闻报道的完成需要专业的拍摄装备与技术人才支撑,因此当前媒体多采用与技术公司合作生产的模式推出新闻报道,澎湃新闻便携手 Insta360全景相机航拍深圳山体滑坡事故。然而,一部完整的 VR 新闻报道从开始创作到最终生成需要耗费较大的人力、物力与财力。 VR 新闻客户端"NYT VR"自发布至今仅更新新闻视频 8 部,国内财新传媒制作的深度报道《山村里的幼儿园》从确定选题到拍摄完毕耗时 4 个月。因此,在生产效率得不到提高的背景下,大规模运用为时尚早。

3.VR 新闻内容短缺,人才相对匮乏

在今后一段时间可以预见 VR 技术的发展会变得越来越成熟,但是如果呈现的内容发展相对缓慢,则依然会拉低 VR 新闻的发展速度。打个比方,如果用户拥有了 VR 设备却没有足够的内容,就像有一台电视机却没有可持续吸引的节目,结果是显而易见的。当前 VR 的内容生产只有很少的一部分公司兼顾,科技行业巨头纷纷表态投入 VR 的科技行业巨头纷纷表态加强内容生产。因为 VR 概念变得火热,资本开始大量涌入,但是多数都是投入到了硬件制造方面,国内生产和计划制造 VR 设备的企业已经超过了百家,并且这个数字还会继续增加,但是好的内容提供商却

寥无几。由于 VR 内容和游戏的制作成本比普通内容高得多,大多数从业者还是希望从事硬件开发,旁观坐等内容生态丰富起来。另外,高校新闻专业也少有专攻虚拟技术的课程,实践中大部分从业者因为没有接受过足够的专业训练,专业的人才队伍不足,这也是 VR 新闻内容呈现和艺术表现不够的一个重要原因。 VR 新闻如果只有足够的硬件,没有相应的内容作为软实力支撑,没有供给的人才输出,也不可能形成一个完整的产业链。

4.体验不足,用户难买单

说到底,VR 技术采用的是密封的环 境来替换用户的视野, 从技术上封闭了 用户的视线。因此要达到充分的"沉浸 式"体验必须要配备专业的虚拟设备,否 则用户体验将大打折扣。以《纽约时报》 为例,在其推出 VR 新闻客户端"NYT VR"时,就为读者提供了简易的谷歌 Cardboard 用以观看全景新闻视频。笔 者在使用该客户端选择手机模式观看视 频时,仅能通过视角切换获得360度的 实时动画,缺乏数字互动环境带来的沉 浸感,"伪虚拟"难以吸引更多读者。另 外,长时间虚拟设备的佩戴也容易产生 晕眩与不适感。全景镜头下缺少必要的 新闻特写,信息表达不明确。在虚拟现实 设备还未普及的情况下, 对于大众消费 者,设备消费还不是刚需,因此读者很难 为此类新闻买单。

四、关于 VR 新闻未来的思考

从近几年 VR 技术的发展我们可以清晰地看到,总体而言,VR 技术在各领域有着蓬勃的需求:军事领域用 VR 技术模拟战场以此提高士兵遇到突发状况的反应能力,在科研领域,实验环境也能被逼真地创造出来,实验变量也可以被精确控制;在教学中引进 VR 技术,能逼真再现人体解剖、远古时代、宇宙探索等各类话题。目前除了军事、医疗、教育领域之外,建筑、旅游、电商等行业也不乏对 VR 技术的追求,越来越多行业想在

VR市场分一杯羹。传媒业想要在未来拥有自己的一席之地,就必须依靠传媒业自身优势做文章。从中外媒体 VR新闻报道的实践梳理来看,"VR+新闻"这一模式在改变传统新闻业生产方式上还处于探索阶段。如何有效地将 VR 技术应用在新闻传播领域,笔者认为可以从以下几点展开。

首先,VR新闻要以增强用户体验为 核心提升竞争力。在当今的传媒界,新 旧媒体之间的边界正在消失,新技术的 产生与发展已经成为未来媒体发展的起 步点,媒体的内容在被技术重新定义的 同时也在悄然进行重构。从媒介发展历 史来看,每一次的技术革新都会带来传 媒行业的巨变。谁能解决升级换代的路 径的难题,谁就掌握了媒体转型的命 脉。谁能重新定义新闻资讯的内容形 式, 谁就能守住未来传媒领域的高地。 如果 VR 技术逐渐成为未来新闻报道的 主流工具,那么其核心必然是增强受众 的体验。而 VR 技术本身就是让受众成 为新闻现场的目击者或当事人。那么当 VR 技术足够成熟逼真, 它将彻底改变 人类的交流方式,这一点在游戏领域已 经初现端倪,但是媒体市场还没发生明 显的变化。目前电视和电影等二维的模 式依然是分享信息最便捷最廉价的方 式,但却不一定是最佳的方式。VR技 术已经初步显示了它的强大威力,新闻 报道使用了 VR 技术能为读者提供新闻 在场感。这种体验作为核心竞争力必须 得到不断增强和提升,不仅能从技术上 迎来新的突破和颠覆, 而且能通过赢得 用户市场彻底改变整个新闻行业的叙事

其次,VR 新闻要重视内容生产,以拓展市场规模为目标。到目前为止,国内的 VR 内容以免费提供为主,还没有成功的商业化探索。VR 新闻最为关键的是如何让 VR 技术成为实打实的用户体验工具,而不是看起来哗众取宠的奇技淫巧。市场是决定成败的试金石。有市场才有需求,没有足够数量的用户群,开发者

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



无法从中获得收益,就不会有热情去产 生更多的优质内容。VR 技术的内容和资 源,取决于用户市场规模。与此同时,VR 技术的内容制作是不可或缺的一环。目 前的所谓"虚拟现实技术元年"只是 VR 新闻发展的冰山一角,我们无法想象当 整个新闻行业以 VR 技术为主要运用工 具会给受众带来多大程度的改观。纵观 国内传媒行业,VR 技术产业链里中下游 都尚未被大规模开垦,各路投资方都在 寻找适合自己的金矿。虽然 VR 技术是 个很火的概念,但是目前为止 VR 新闻 的市场反应与期待相比不尽如人意。 2015年国内涌现出100多家相关硬件 厂商, 而用 VR 做新闻的依然屈指可数, 专门从事 VR 新闻内容制作的单位更是 寥寥。不以市场为目标的活动终究是小 打小闹,很难实现 VR 新闻大规模的生产 和普及。

最后,VR 新闻要以非交互性向交互性转变为业务主攻方向。拥抱新技术不是单纯生硬的做加法,虚拟现实新闻报道应突破360度全景图片或视频的简单非交互式体验,在非交互式体验下,"用户在一定程度上选择视点,引导虚拟场景数据的调度,但不发生实质性交互行为。"[©]对于新闻媒体来说,VR 媒介虽然增加了空间的维度,能够传达更丰富的信息内容,降低实现现场感的难度,并带来新的、更客观真实、更富感染力冲击力的内容体验,但是光有体验没有交流

是还不够的, 如果单纯是体验式的那么 最终结果依然是被动式的接受。VR 新闻 报道这撮"星星之火"要想烧成"燎原"之 势,在全景式新鲜视角给读者带来的新 奇感、趣味性逐渐褪去之后,更要在交互 式体验上做文章。借鉴 VR 在电商领域 的应用, 淘宝推出的全新购物方式 "Buy+"就是利用计算机图形系统和辅 助传感器,生成可交互的三维购物环境。 在这一虚拟购物环境下, 衣服可以自由 穿戴在用户身上,家具可以从计算机端 □搬到家中。这种颠覆性的购物体验或 许可以给新闻业提供参考:通过交互设 备对虚拟环境进行实时交互,依靠相互 作用带来仿真体验,是未来"VR+新闻" 报道模式的突破方向。

结语

麦克卢汉在 20 世纪 60 年代提出媒介是人的感觉能力的延伸或扩展。在他看来,文字和印刷媒介是人的视觉能力的延伸,电视则是人的视觉、听觉和触觉能力的延伸,电视则是人的视觉、听觉和触觉能力的综合延伸。从这个观点来看, VR 技术在视觉的延伸方面表现突出,更是综合感知能力的拓展。单从媒体的发展进程而高, VR 技术实质上是对人体感知的一种颠覆,并且 VR 技术本身就是一种颠覆,并且 VR 技术本身就是一种介奇观。从媒体行业在 VR 新闻报道进行的诸多尝试来看,面临的困难和挑战不少,但其应用前景是广阔的。从 VR 技术

与传统新闻业的简单相加升级为相互融合,新闻业既要看到新技术的无限潜力,又要坚持其报道事实、舆论引导的本职工作。以新兴技术为支撑,坚持真实、权威、专业的内容生产为根本,只有内容充实、体验良好、秀外慧中的新闻资讯方能得到读者的垂青。

(本文编辑:陈伟军)

【注 释】

①赵沁平:《虚拟现实综述》,载《中国科学(F辑:信息科学)》2009年第1期。

②张宸:《2015年外媒引人注目的四大变化》,载《新闻与写作》2015年第12期。

③刘胜男:《焰火工坊 CEO 娄池:媒体需关注虚拟现实技术》,载《中国传媒科技》2015 年第 8 期。

④杭云、苏宝华:《虚拟现实与沉浸式传播的形成》,载《现代传播》2007年第6期。

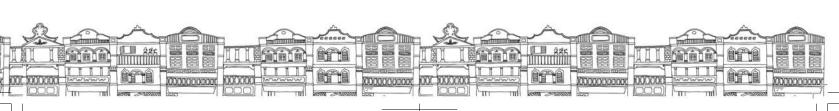
⑤何昕:《试论记者对新闻素材的选择 和使用》,载《新闻传播》2011年第2期。

⑥俞哲旻、姜日鑫、彭兰:《〈丰收的变化〉:新闻报道中虚拟现实的新运用》, 载《新闻界》2015年第9期。

⑦赵沁平:《虚拟现实综述》,载《中国科学(F辑:信息科学)》2009年第1期。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





宏观经济报道舆论引导力研究

——以第二十四届中国新闻奖获奖作品《如何看待当前经济形势》为例

李 萌

【摘 要】 反映经济发展现象、分析经济形势走向、解读政府经济政策、探寻经济运行等问题,媒体的宏观经济报道必须具备有效的舆论引导能力。本文以第二十四届中国新闻奖《如何看待当前经济形势》为例,分析了舆论引导力的不足和对策:一是通过精心策划系列报道以引导舆论方向;二是引导方向要正确和宏观全面;三是内容定位要善于解释、传播国家宏观政策;四是文风要通俗易懂,经济数据解读要接地气。

【关键词】 主流媒体/宏观经济报道/舆论引导/中国新闻奖

近年来,全球经济复苏艰难曲折,我 国经济的发展面临着复杂严峻的环境,国 内经济下行压力持续加大,多重困难和挑战相互交织。在党和政府领导全国各族人 民克难攻坚的过程中,主流媒体的新闻报 道在引领社会、凝聚人心、推动发展方面 起着至关重要的作用,尤其是对宏观经济 的报道,反映经济发展现象、分析经济形 势走向、解读政府经济政策、探寻经济运 行问题,为各行各业的发展指引道路,必 须具备有效的舆论引导能力,才能更好地 引导社会发展。

那么,主流媒体应该如何适应当前的形势变化,切实提高舆论影响力?怎样才能全面、客观地分析中国经济的走向,引导全国人民团结一致共创辉煌?本文以第二十四届中国新闻奖系列报道《如何看待当前经济形势》为例,分析主流媒体应该如何写好宏观经济报道,有效提高新闻报道的舆论引导力。

一、优秀宏观经济报道可强 化舆论引导力

媒体舆论引导,指新闻媒体运用舆论功能影响人们的意识,引导人们的意

向,从而控制人们的行为,使他们按照社会管理者制定的路线、方针、政策从事社会活动的传播行为。媒体舆论引导的目标是以一种核心的价值理念为中心,形成普遍认可的意见和态度,并传播这种共识。具体来说,媒体舆论引导包括三个方面的内容:对当前社会舆论的评价、对当前社会舆论及舆论行为的引导、就某一社会事实制造舆论。"媒体舆论引导力,指媒体发布的信息对社会舆论的干预和影响的能力,是用新闻舆论改造和同化公众舆论的能力,也是以媒体的立场观点改造公众的立场观点的能力。简言之,就是媒体导致公众"态度的改变"的能力。

但是目前不少媒体在报道宏观经济 时仍存在诸多不足,主要集中在以下几 个方面:

一是不能宏观把握经济走势,错误引导舆论发展。经济运行过程中难免会有一些波动,但是一些媒体在经济报道中对媒体引导能力认识不足,片面描述部分经济现象,夸张渲染经济动荡,不仅没有对经济复苏和稳定发展提供有力帮助,反而成为社会动荡的元凶。

二是舆论引导规律研究不足,被动 反映舆论发展。宏观经济报道分为政策类 宏观经济报道、预测类宏观经济报道、成 就类宏观经济报道、问题类宏观经济报道。除预测类宏观经济报道之外,绝大多数新闻是对既有事实的描述,如果对于经济发展没有一个前瞻性、双向性的思维,那么新闻报道就会总是事后描述,出现盲目跟风、被动反映舆论发展的现象。

三是宏观经济报道艰涩难懂,减弱 舆论引导力效果。宏观经济报道的数据 来源和资料,一是来自国家经济主管部 门,比如国家发改委、国家财政部、国家 统计局等,这些部门掌握了我国宏观经 济运行的主要经济数据,并且能够代表 国家对外发布宏观经济数据,数据来源 可靠权威; 二是来自经济学者或者行业 权威人士, 他们也掌握了大量有关宏观 经济的数据和资料,并且有许多鲜活的 实践案例, 他们从专业角度进行的思考 极大地丰富了宏观经济报道的内涵,使 得宏观经济报道更加让人信服。但是,这 些经济数据和专家学者口中的经济术 语,对于毫无经济学基础的普通人来说, 就会形成理解的鸿沟,目前仍有很多宏 观经济报道依旧是简单的数据罗列,缺 乏生动简明的术语解读,导致了宏观经 济报道艰涩难懂,一定程度上减弱了舆 论引导力的力度。

二、有数据有逻辑 复杂经济 问题策划系列报道

系列报道《如何看待当前经济形势》于 2013 年 8 月 5 日至 8 月 15 日

李萌,中南财经政法大学新闻与文化传播学院新闻学硕士研究生



岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 100 深度解析



刊登在《经济日报》头版,获得第二十 四届新闻奖二等奖。该系列共计 10 篇 报道,分别是发表于2013年8月5日 的《为什么说良好开局来之不易》、 2013年8月6日的《中国经济不会 "撞上长城"》、2013年8月7日的《转 方式调结构步伐加快》、2013年8月8 日的《"三期"叠加是当前中国经济的 阶段性特征》、2013年8月9日的 《世界经济深度调整复苏艰难》、2013 年8月10日的《统筹推进稳增长、调 结构、促改革》、2013年8月12日的 《牢牢把握调整中的重大机遇》、8月 13日的《宏观政策如何稳》、2013年 8月14日的《微观政策怎样活》、 2013年8月15日的《社会政策咋托

该系列报道便是有效提高舆论引导 力的示范,辩证地看待中国经济增长放 缓的现实,坚持两点论,用数据和现象 阐述主题,有理有据,既深入分析经济 形势中的积极因素, 也不忘警示经济风 险。整套报道由十篇稿件组成,看似单 篇实则有着内在逻辑性,整套报道从不 同角度和维度全面反映了中央政治局常 委会会议对于当前经济形势和经济工作 的判断与部署: 既有国内经济形势分 析,也有国外经济形势分析;既有设置 议题的点题报道,也有针对舆论焦点的 主动回应; 既有经济形势的分析, 也有 政策走向的预测; 既展现了中央部署, 也反映了百姓诉求; 既解答了"是什 么"的问题,也解答了"怎么办"的问 题。并且,经济报道最忌讳的是自说自 话、术语连篇、脱离实际、夸夸其谈, 这套报道力求通俗易懂, 把经济形势、 宏观政策用简洁、形象的语言表述清 楚,让普通读者都能读懂读明白。

1.目标明确主动引导舆论方向

2013年上半年,中国经济增速为7.6%,相对之前经济的两位数快速增长来说,这不是理想的数字。如何评价中国经济走势成为人们热议的话题。悲观者看到经济增速逐季下滑,经济增长

动力不足,担心全年增长预期目标落空;乐观者看到物价可控、就业增加,结构调整呈现可喜迹象,认为抓住调整中的机遇有利于提高中国经济增长的质量。

《经济日报》在这个时候推出《如何看待当前经济形势》系列专题报道,引导目标明确,就是要帮助广大读者更好地认识经济形势,把握政策取向,增强发展信心。在报道的过程中,《经济日报》对该系列报道进行了完整的策划,并调动具有专业水平的编辑和记者参与,最终完成这个获得中央和群众广泛认可的优秀报道。

首先,分析舆情策划选题。报社充分利用智库和内参,收集了经济学家对于经济形势的判断,也收集了《华尔街日报》、《金融时报》、《纽约时报》等国际主要财经媒体对于中国经济形势的报道,同时结合中央政治局常委会会议精神,精心设定了十个选题。

其次,专业的记者和编辑团队,扎实的新闻调查采写。近年来,《经济日报》培养了一批各经济领域的专业记者,这套报道全部由资深记者牵头完成,具有一定的功底。对于世界经济形势的分析,调动驻纽约、布鲁塞尔、东京、雅加达、约翰内斯堡、利雅得可靠。另外,指定资深编辑统稿,整套报道都经由一位韬奋奖获得者进行编辑,并与记者反复沟通打磨,按重大稿件的流程逐级送值班编委、总编辑、社长审改,严格把关。

2.以宏观视觉引导舆论发展

全局意识、宏观意识是从整体上观 照国家经济发展的意识,是从世界经济 发展的大环境来考察具体经济现象的意识。当前,各国经济深受世界多极化和 经济全球化发展趋势的影响,因此主流 媒体的宏观经济报道在观察经济现象 时,应当把它放到世界经济的大背景下 去观察、分析与研究,只有这样才能正 确把握我国经济发展的脉搏和世界经济 发展的大趋势。

以该系列报道第二篇《中国经济不会"撞上长城"》为例,报道第一段如下:

随着我国经济结构调整的深入推进,经济增速放缓也随之出现。一些人士惊呼中国经济"遇到了大麻烦",诺贝尔奖获得者经济学家保罗·克鲁格城"。 大了短期局部困难,更没有看到当前宏观调控"稳增长、调结构、促改革"正不断释放的政策红利,实在过于悲观草率。

报道开篇,说明中国经济增长速度放缓的事实,展示了社会人士甚至经济学家对中国经济的悲观看法,《经济日报》深刻认识到如果这种悲观情绪继续在社会上蔓延下去,会导致人们对经济发展的信心不足,不利于社会的健康稳定发展。因此,观点鲜明地指出:"这些观点放大了短期局部困难,过于悲观草率。"接着,从中国经济增长潜力、从财政情况、从通胀预期、从长远发展的政策组合等方面,有理有据地分析了为什么中国经济不会"撞上长城"。

但是,记者并没有一味地表明经济 发展前途光明,同时也关注到"投资下 滑需谨慎"等方面的问题,接下来解读 了在经济放缓情势下,中国政府的宏观 调控政策。最后,报道结尾一句,中国 经济不但不会"撞上长城",还将抓住 时机"跨越长城",使经济发展从低效 益保增长之路驶入高质量稳增长通道。

从上述分析可以看到,记者在写作报道时便以大局为重,在宏观意识的指导下稳定人心、引导舆论,尊重经济信息、经济数据,并力求早快,对现状和政策进行解读。在全媒体时代,对经济社会发展重大问题和重大政策,如果不具备全局意识、宏观意识,对于舆论引导不及时、不到位,正确的舆论就会被绑架。这套报道紧接着中共中央政治局会议后推出,迅速发出正面声音,回应了社会疑虑,发挥了中央主流媒体的作用。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]()] 深度解析



3.内容把控有度善于解释深奥宏观 政策

宏观经济报道和国家政策息息相关,因此宏观经济报道记者要具有政策敏感性,运用专业知识研究政策、解读政策,阐述政策的重大意义,用深入浅出的语言将经济政策的具体内容讲述给老百姓。在国家的经济政策中,分析出经济发展的方向和变化,在经济政策中寻找新闻点,发现隐藏在政策中间的选题。

该系列最后一篇报道《社会政策昨托底》就是解读国家经济政策的一个范例。中共中央政治局会议指出,下半年"要坚持稳中求进,坚持统筹稳增长、调结构、促改革,坚持宏观政策要稳、微观政策要活、社会政策要托底,努力实现三者的有机统一,提高经济发展质量和效益,不断改善民生"。记者在该系列最后,以"社会政策要托底"为题,解读国家如何托底社会政策。

先是提出近年来党中央、国务院作 出的一系列重大决策部署,如 2003年 的"新农合"、2007年的农村低保全覆 盖及城镇居民医疗保障等等,认为这一 系列措施"让人们看到了党中央、国务 院解决民生问题、推进社会建设、构建 和谐社会的决心和信心",继而指出改 善民生是一项长期的任务,不可一蹴而 就,并指出我国经济所面临的复杂国内 外形势,这说明在促民生的进程中,难 免会遇到波折和阻挠,但"惠及民生的 投入和支出不会因此缩减",让百姓服 下了一颗定心丸。接下来解读政策如何 托底,强调了社会保障体系的发展成果 会更多地惠及全体人民,并保证财政支 出重点关注低收入群体的基本生活等。

从上述例子可以看到,《经济日报》的宏观经济报道不仅传达政府的政策,而且记者角色转变为政策的解读者,以使政府政策发挥更加积极的作用。宏观经济报道记者要从新闻规律出发,对政府的经济政策及发布的经济数

据进行分析和阐释,将政府的经济发展 思路尽快地传达给广大受众。

4.通俗易懂妙解枯燥经济数据

统计数据具有经济分析的功能,宏观经济报道的记者要能够充分利用国民经济统计数据,分析我国经济发展的现状。如果在报道统计数据时只是简单地罗列数据,这样的报道就没有多大意义。《经济日报》的记者充分发挥了他们经济理论方面的专长,针对这些数据背后蕴含的经济学意义展开分析,尤其是结合国际经济形势和国际经济背景,及时反映我国宏观经济方面存在的问题。

以该系列报道的第四篇报道《"三期"叠加是当前中国经济的阶段性特征》为例,分析该报道是如何通俗易懂地解读经济数据的。

该报道首先点明:"中国经济正面临着近年来少有的错综复杂的局面。这从经济运行中的一些重要指标关系出现的新变化,可见一斑。"接着,报道通过城镇新增就业、工业用电量、铁路追运量、财政收入增速、货币信贷增速、社会融资规模等数据的变化,进行相线数据的对比,指明当前经济增速的减缓只是"阶段性特征"。然后,引导人们逐渐认识这种阶段性特征的缘起"增长速度进入换挡期,是由经济发展的客观规律所决定的"。

接着,该报道引用了从改革开放以来经济增长数据,从各生产要素、产业结构、国际金融危机影响等角度分析,得出我国经济增速下降是阶段性现象,在这里通过专家之口,说明"七上八下"的经济增速是在合理区间,再加上之前对于经济放缓的详细分析,真实数据的佐证,让人们能够感受到中国经济的发展阶段和面临的复杂局势。

然后,该报道通过中国经济发展与 资源环境的矛盾,说明产业结构转型是 大势所趋,目前结构调整面临阵痛期, 是加快经济发展方式转变的主动选择, 是化解多年来积累的深层次矛盾的必经阶段。但是政府并不是无所作为的,报道展示了政府的一系列经济刺激计划以及对经济影响的数据,同时生动形象地说明政府的刺激政策需要市场消化期:

我国 30 年来的宏观调控实践表明,政府干预只能像"病人休克"时使用的"复苏器",而不能成为装在人身上的"起搏器",更不能成为"人工心脏",用政府干预来替代市场调节。经过 20 多年市场经济的"游泳",中国的市场主体已经逐步熟悉了"水性"。经济增速掉一点也要沉住气。

这一系列的形象解释,让读者更通俗易懂地了解了国家经济政策的用意,比前面的数据描述更易于理解。因此,宏观经济报道记者除了要具备较高的经济理论和宏观经济视野,也要具备解读数据、有效传播的能力,从统计数据中发现经济问题,通过对比分析展现内在关系,运用形象类比灵活展示经济信息。(本文编辑:张桂萍)

【参考文献】

[1]方琦.经济新闻实务.西南财经大学出版社,2009.

[2]周乃菱.国际财经新闻知识与报道.清华大学出版社,2009.

[3]莫林虎.财经新闻概论.浙江大学出版社,2013.

[4]中国新闻奖评选委员会办公室. 2013年度·第二十四届中国新闻奖.新 华出版社,2014.

[5]皮树义. 把握大势写宏观——谈谈宏观经济报道. 新闻战线,1997(02):17.

【注 释】

①百度百科: 舆论导向.http://baike.baidu.com/view/18367.htm.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



论消费主义文化对人思维方式的异化及其损害

左 妮

【摘 要】 互联网日益发展,不仅改变了社会的主流价值观,甚至是民众观察、思考问题的方式,也带来了消费主义思潮的进一步发展和异化。新闻消费主义呈现的"新闻产品商品化、软化、娱乐化和叙事碎片化,正在深刻影响受众的思维方式,包括转移对政治的注意力导致公共领域的消失、浅阅读导致的批判性思考能力的丧失等。

【关键词】 消费主义/思维异化/信息碎片化

新闻产品的异化

互联网特别是移动互联网的快速发展,不但改变了民众浏览信息的方式,也转移了人们对于政治及其他重大事件的注意力,许多人成为马尔库塞书中所说的"单向度的人"。不可否认,消费主义文化对社会发展有不可磨灭的责要,它极大地提高了人们的生产人们的生产人促进了经济的发展,但也使人们产生"一切向钱看"的思想观念,并若将其作为衡量一切的标杆、准则,势必会极不利于社会的和谐,让人丧失批判能力。本文着重论述消费主义文化是如何对人的思维方式造成异化及其异化的后果。

伴随着新闻媒介的发展,以及互联 网的信息大爆炸,当今社会的信息传播 已经进入注意力经济的时代。我国电视 新闻媒体虽然是国有的属性也不能幸免,其在运作和生产上受市场的影响。为了销售量、点击量和收视率,媒介必须根据受众的喜好制作新闻,以求赢得 消费者青睐,达到较好的效果,在此基础之上才能把受众转化成商品售卖给广告商或赞助商,从而实现赢利的需要。

当新闻成为商品,媒介从业人员所关注 的也不再是如何挖掘新闻的意义, 而是 如何使新闻受到受众的欢迎,这种行事 逻辑使消费主义完全渗透到新闻生产制 作的过程当中。而受众作为被传播者, 在阅读新闻的过程中, 不可避免地受到 其中所包含的消费主义思潮的影响。这 本来是无可厚非的, 毕竟任何事物都有 利有弊,消费主义文化的存在也有其合 理性,它也是经过了受众、市场以及新 闻组织和记者的相互协调博弈之后形成 的。它从受众的角度出发,脱离高高在 上的精英意识,以及更加实际适应新闻 形式所做的调整与改善, 都是有益的。 但是在改革开放以来, 伴随着经济的飞 速发展,消费主义思潮也发生了异化, 开始演变成为拜金主义,这是绝不可 取的。它腐蚀了受众的意志,其影响 和后果不可估量,具体来说,新闻消 费主义主要表现在以下方面:

1.新闻产品商品化

这是新闻消费主义最主要的原因, 也是新闻媒体市场化的重要表现。在媒体市场化的进程中,新闻产品由原来的 社会公共产品转化成新闻生产机构的商品,受众由原来的要获得知情权的社会 公众转化成电视新闻商品的消费者,因 而对媒介的内容生产产生了巨大的影 响。施拉姆对大众传媒的受众的作用做 了形象的比喻: 受众参与传播犹如在自 助餐厅就餐,每个人都根据自己的口味 以及当天的食欲来挑选所需要食品的品 种和数量,而自助餐厅供应的大量的、 五花八门的饭菜就相当于媒介提供的琳 琅满目的信息^①。新闻媒介迫于生存的 压力,开始了受众注意力争夺大战。经 济日报社发展部曹鹏博士在《影响力经 济与媒体赢利模式》一文中谈到: "网 络普及一个新名词:注意力经济。网络 企业大多是在这一理论基础上建立起来 的,因此格外迷信注意力。所以,网站 在圈来钱后烧钱时就格外的大方,造神 运动,炒作,无所不用其极,可以说, 刷新了宣传广告的纪录。网站甚至在两 年前成为电视、报纸等媒介广告额剧增 的主要驱动力。"炒作、恶搞、事件影 响、网络推手都是媒体争夺注意力的产 物。媒介变得一味迎合受众需要,表现 在实际行动上就是逐渐减少政治新闻的 数量,增加社会新闻、娱乐新闻的数 量。但不难发现,虽然某个热点能迅速 进入大众视野,但也容易迅速被遗忘, 消失于无形。

新闻被娱乐化地生产,产生一定的 社会影响但又迅速地被新的新闻所覆盖 并被大众所遗忘。这也从某种程度上说 明了新闻消费主义理念下生产出来的新 闻产品的快餐化消费的特征,在这种理 念下生产出来的新闻满富娱乐化的气 息,因而也逐渐转移了人们对于政治事



左妮,暨南大学海外华文媒体与国际传播专业硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



件的注意力,使民众整日沉浸在一些家长里短、明星八卦的氛围中。受众对事件的关注点发生了偏移,沉浸在物质世界的包裹之中,耽于享乐,缺乏对政治事件的注意力与分析解读能力,也就意味着丧失了政治方面的话语权。舆论监督也终将沦为一句空话。

2.硬新闻软化, 软新闻娱乐化

所谓硬新闻以经济时政和国际新闻为主要报道内容,以理性见长;而软新闻是富有人情味、纯知识、纯趣味的新闻,一般靠情感取胜。具体来说,硬新闻软化,软新闻娱乐化表现在:首先,新闻的形式发生了变化,开始用受众喜闻乐见的方式报道新闻;其次,竭力用娱乐化的方式来生产硬新闻,切入点增以,体验式报道等描述性报道开始增多;再次,加大对受众的议程设置,表现在对新闻的炒作和策划的加强上;最后,减少国际新闻的报道数量,即使报道国际新闻也努力寻找其中有趣味性的点。

新闻五要素中,重要性、显著性— 直是相对重要的要素,这也体现了媒介 监测环境、沟通协调的功能, 但是显然 对于部分受众来说,趣味性、接近性、 时效性才是吸引他们的要素,特别是网 络的飞速发展, 使得新闻娱乐化以一种 流行的趋势在发展,同时娱讯已经成为 电视节目中非常重要的一种类型。这种 现象越发明显,为了博眼球,某些媒体 无所不用其极,各种炒作、恶搞充斥电 脑屏幕,甚至发展到线下,电视、报纸 等传统媒体也受到网络媒体的冲击,为 了生存,也开始消费主义至上,放下严 肃的面容,努力将新闻向趣味性靠近, 自觉不自觉地以新闻营销的理念经营 新闻, 使新闻生产符合消费者的消费 需要,以至于有专家学者大呼,"这 是个娱乐至死的年代。"

3.新闻叙事碎片化

所谓"碎片化",原意为完整的东 西破成诸多零块。新闻叙事碎片化是新 媒体报道新闻的重要特征。平板电脑、 手机等移动媒体信息化时代信息大爆 炸,各种资讯泛滥,为了追求时效性, 这些媒体呈现的内容比较碎片化;它们 能随身携带的优点,使得随时随地的阅 读成为可能,同时随着社会节奏的加 快,人们能用来阅读的时间越来越少, 也失去了阅读长篇大论的耐心, 只能利 用休息的间隙阅读一些碎片化的内容。 阅读变得走马观花,不求甚解,人们没 有精力对书籍进行仔细阅读与深入思 考,对知识与事件的了解仅仅止于表 面。以互联网为基础的各种网络阅读平 台、电子书、手机报等新媒体的出现深 刻地改变了大众阅读方式, 引起了阅读 习惯的根本性变化,造成的后果是浅阅 读的盛行。

以微博为例,它的每条信息字数限 制 140 个字, 而缺乏对事件的完整描 述,信息存在于各种零散的事件中,因 而受众对事件大多停留在表面,不利于 公众全面深入认识某个事件或问题。同 时,微博的进入门槛较低,只要注册一 个或者若干个微博账户,就可以在这个 平台上随时随地生产微内容,不管何时 何地任何内容。但是问题是微博作者既 没有经过专业的新闻业务培训,对新闻 生产流程也并不熟悉, 其所发布的信 息,也没有经过传统媒体那样的审查, 甚至会存在虚假信息的可能。最典型的 是关于某事件、比赛的直播, 因为在其 进程中, 微博进行简短的实时播报, 这些碎片会不断累积成一个庞大的数 字, 受众如果想通过微博了解比赛相 关进程,同时信息存在着大量的重复, 受众必须对其中的大量碎片进行阅读筛 选.才能得到想要的信息。同时.微 博报道所报道的信息比较简短.让人 只能对事件有个简要的了解, 很难通 过微博进行深入的分析和思考, 这对人 的思维方式也是极为不利的, 它使我们 在阅读中无法形成深度的、系统且具批 判性的思维意识, 更甚者, 这种阅读忽 视了阅读的细致入微的情感品味和深刻 思想的领悟。

新闻异化对民众和社会造成 双重损害

综上所述,这种新闻消费主义渗透进了民众生活的方方面面,对受众思维方式也产生了潜在的、长期的、深刻的影响。具体如下:

1.转移了对政治的注意力,进而导 致公共领域的消失

当今中国正处于改革的阵痛期, 国 际纷争、官员贪污受贿、环境污染等问 题层出不穷, 但是由于中国特殊的舆论 环境, 对此类问题的报道都比较中规中 矩, 甚至某些媒体因为害怕犯错, 刻意 避开此类问题, 转而去报道风险较小的 社会新闻、娱乐新闻,即使必须报道某 些国际报道以及会议新闻, 其报道方式 千篇一律,读来显得有些枯燥。媒介受市 场的压力,不得不开始了受众争夺战, "把关人"们更倾向选择受众较为感兴趣 的轻松或者刺激性的话题,争夺受众的 注意力。在信息丰裕的互联网时代,注意 力成为一种媒介争夺的重要资源, 也是 传媒经济的意义所在。由于媒体报道方 向的转向, 以及受众生长环境等因素的 影响, 受众感兴趣的点已经发生了改 变,比较偏爱基调轻松的新闻。消费主 义影响着媒介的价值观念、报道偏向、 精神面貌,这些传者的变化都会间接体 现在受众身上,间接影响受众的思想观 和价值观,改变了受众的兴趣点。他们已 经将目光从政治事件转向娱乐话题。

不可否认,舆论的力量不容忽视,"水可载舟,亦可覆舟",民众通过各种渠道表达心声愿望,对重大事件表达自己的意愿,从而起到影响其进程的作用。受众转移了对政治事件的注意力,其后果不容小觑。哈贝马斯的公共意力,其后果不容小觑。哈贝马斯的公共意以政、表违意愿的重要阵地。所谓公共领域,是指一种介于市民社会中日常社会的私人利益与国家权利领域之间的机构空间和时间,其中个体公民聚集在一起,共同讨论他们所关注的公共事务,形成某种

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



接近于公众舆论的一致意见,并组织对抗武断的、压迫性的国家与公共权利形式,从而维护总体利益和公共福祉^②。当媒介不再履行其公共领域的职责,不再关心重大的政治事件,民众也就丧失了表达意愿的重要渠道。试想,一个国家在做重大决策的时候,不能倾听到群众的声音,其结果究竟是好是坏?

2.浅阅读,知其然不知其所以然

浅阅读,就是简单、快速甚至跳跃 式的阅读方法,对阅读内容则浅尝辄 止、囫囵吞枣、一目十行、不求甚解, 它追求的是实用的资讯或短暂的视觉快 感。固然, 手机、电子书或者平板电脑 的诞生, 使人们可以随时随地阅读, 在 坐公交、地铁的路途中, 利用短暂时间 进行断断续续的阅读。可以说, 在阳光 明媚的午后翻动书页的场景已经适应不 了现代快节奏的生活。但是浅阅读成也 便捷, 败也便捷。在信息浩如烟海的时 代, 浅阅读让我们大多处于一种"知其 然,而不知其所以然"的状态,因为很 多东西我们只是看到了肤浅的表面,深 层次的内涵并没有弄清楚。浅阅读的背 后, 传递出来的是社会大众视野越来越 狭窄, 心态越来越浮躁。当人们的思维 习惯了"知其然,而不知其所以然"的

浅阅读状态,就纵容了思想层面的惰 性, 久而久之, 受众就会丧失思考的积 极性、主动性,而沉溺于被动的知识积 累。当人们把阅读当成单一的获取心理 愉悦的方式,就不自觉地弱化了思维的 能力,进而变得浮躁、浅薄。众所周 知,阅读决定着一个民族思维的深度和 高度,对文化传承、国家发展有着重要 的意义,一个浅薄、浮躁的民族是无法 强大和发展的。如果仅仅满足于浅阅 读,或者过分热衷于浅阅读,对于国家 和民族将是灾难性的。这是消费主义对 大众思维方式异化的重要表现。一方 面, 生活的压力以及对物质的追求, 导 致人们将越来越少的时间花在阅读上; 另一方面,互联网的信息过于精简,也 使得受众没有进行精读的机会, 因而细 水长流般地异化受众的思维方式。

3.丧失了批判性思考的能力

批判性思考是一种独特的认知技能,是一种反思的能力。只有具备了批判性思考的人,才有能力分辨信息有无用处,才不会盲从于权威,也不会面对虚假信息毫无抵抗之力。

今天这个信息饱和的时代,对各种信息的筛选和认识更是至关重要。我们 必须看到媒介消费主义价值观对受众批 判能力带来的弊端。传播学家拉扎菲尔德和默顿指出现代大众传媒具有明显的负面功能,认为受众过度沉溺于媒介提供的表层信息和通俗娱乐中,就会不知不觉地失去社会行动力,而满足于"被动的知识积累"³。受众的批判能力如此重要,不难想象当受众丧失了批判能力,拒绝思考,擅长附和,最后只会沦为一群只知道附和的"乌合之众"。

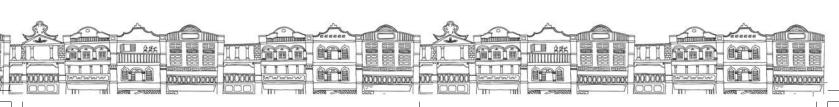
总之,随着经济的发展,消费主义 对民众的影响是方方面面的。从媒介到 受众、从媒介的阅读方式到内容,消费 主义已经从各方面对受众的思维方式进 行了异化。这种潜移默化的改变是长期 的,也意味着它难以在短时间内改变, 因此也更应该引起大家的重视。

(本文编辑:张桂萍)

【注 释】

- ① 李彬:《传播学引论(增补版)》,新华出版社,2003年版。
- ② 汪民安:《文化研究关键词》, 凤凰出版传媒集团、江苏人民出版社, 2007年版。
- ③ 郭庆光:《传播学教程》,中国 人民大学出版社,2011年版。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



2016广东春晚全媒体传播探析

智广平 黄祥明

【摘 要】 2016 广东春晚收视强劲增长。本文从节目的内容制作、宣传推广、双屏互动等方面,分析了该春晚如何实现全媒体运作并且取得突破性创新,从而展现了广东本土春晚在三网融合背景下的发展新范式。

【关键词】 综艺晚会/互动新模式/全媒体运营

2016 广东春晚又称"珠江春晚"、 "南派春晚",因粤味浓郁,立足广东本土 而深受观众喜爱。2016 正值猴年,广东 春晚主题定为"金猴圆梦万家欢",首次 整合原广东广电三台资源, 由广东综艺 频道晚会节目团队和新媒体团队全程制 作,以珠江频道为强势播出平台,联合全 广东知名主持人艺人资源,力推"广东制 造"。根据 CSM 央视-索福瑞收视数据 显示,2016广东春晚在广东全省(城 乡),收视率达4.46%,全省收看人数超 过 4600 万人。在广州地区, 收视率 6.26%, 较"央视春晚"收视率高出 59.08%,较广州综合频道"广视春晚"的 收视率高出132.71%。在三网融合背景 下, 广东综艺频道紧跟趋势, 在内容制 作、宣传推广、融媒体运营等方面运用互 联网思维为广东本土观众奉上了一台精 彩绝伦的除夕夜收视大餐。

一、"内容为王"助力"体验为 王",打造"广东人自己的春晚"

互联网时代的"用户观"是 2016 广东春晚制作团队从节目创意征集环节就树立的理念,通过春晚本身的内容来提升观众的收视体验是晚会成功的关键。整台晚会从观众兴趣点出发,致力于打造"属于广东人自己的春晚",观众可以

在晚会播出前从官方公布的海报、节目单中明显地感受到浓浓的"粤味"。



《金猴圆梦万家欢》2016广东春晚宣传主海报

增,以看老朋友表演的心态观看广东春晚,将在除夕夜给观众带来无比温馨的场景体验。主持人团队不仅撑起了晚会的主持阵容,更在晚会节目中有亮眼表现,胡向真就不仅参与了主持工作,还在小品环节为观众送上了压轴演出,让人印象深刻。启用广东本土主持资源,不仅让"广东制造"的标签更加显眼,打造"属

于广东人自己的春晚"的品牌形象也深入人心。

其次,节目内容本土 化色彩浓厚。语言类节目 一直是各类春晚内容的重 头戏,广东春晚也不例外。 为了给观众最佳的收视体验,广东春晚制作团队根据广东网友的线上反馈, 召集了广东本土剧组最弱、 《七十二家房客》、《都市笑 口组》、《高第街》、《开心

吧》等剧组都在春晚舞台有情景小品表演;广东本土著名表演艺术家卢海潮、何笃忠,以及观众熟知的各大剧中角色扮演者例如《七十二家房客》的太子炳、八姑等都来到春晚舞台,为观众朋友奉晚的语言类节目中找寻记忆,满足则作情怀"需求,和演员们一起回味剧晚。"情怀"需求,和演员们一起回味剧晚会重点,除了港台艺人的登台演唱之外,广东本土艺人的献唱可谓是抢尽处外,广东本土艺人的献唱可谓是抢尽以,"东山少爷"以及《麦王争霸》人气选手冯博、叶枫华、梁子媛的演唱让



智广平,广东广播电视台综艺频道总监 黄祥明,广东广播电视台综艺频道编导

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



观众直呼过瘾。主持人加入歌曲类节目更是本次晚会的亮点,玉婷、俎江涛、邓璐等名主持带出的方言歌曲秀,杨森、曾文瀚、张宇航、边策组成高颜值组合 GRT F4 等都为广东春晚的歌曲类节目增添了更多看点,让观众一听就知道是"广东制造"。

再次,邀请港台明星加入广东春晚 直击观众 "G点"。从主海报阵容不难 发现,2016广东春晚邀请了众多港台 知名艺人。杨千姓、张卫健、汪明荃等 广东人熟知的明星登台献艺, 给春晚舞 台增色不少,同时,他们的加入也让众 多年轻观众在除夕夜收看广东春晚成为 可能。杨千姓首登广东春晚就带来知 名代表作《大城小事》, 张卫健更是在 早年扮演孙悟空就把"美猴王"的形象 根植在广东观众的心中, 汪明荃作为老 一代广东观众的偶像也带来经典《万水 干山总是情》, 更有潘美辰演唱《我想 有个家》让无数观众沉浸在当年的春晚 氛围中,还有香港名嘴阮兆祥、演员钱 嘉乐等加入主持阵营, 主持阵容的多元 化也让整台晚会看点多多。2016 广东 春晚以"内容为王"为根本,以"体验 为王"为诉求,全方位打造了一台属于 广东人自己的春晚。

二、全媒体宣传火力全开, 为广东春晚收视保驾护航

晚会的宣传工作一直是 2016 广东春晚工作安排的关键部分。据不完全统计,2016 广东春晚得到了南方都市报、羊城晚报、广州日报、信息时报、南方日报、广东电视周报、南方日报、广东电视周报、南方日报、广东电视周报、南方网、大洋网、金羊网、网易新闻、凤凰网等 60 余家国内主流,煤体,以及网易新闻客户端、今日头条、腾讯、以及网易新闻客户端,广州吃喝玩乐、增城圈子等微信大学,从启动、录制再到开播,它们对春晚进行了全程全方位的立体宣传报道。

纸媒方面,宣传团队对广东大小纸 媒进行全方位覆盖,根据时间节点定制 宣传计划,从最初邀请嘉宾消息爆料, 到晚会现场录制,再到晚会开播前预热 等方面进行纸媒渠道覆盖,南方都市 报、羊城晚报、广州日报等媒体都对 2016 广东春晚进行过大面积多篇幅的 报道。电视媒体方面,宣传团队整合全 台资源,把各版本的预告片在全频道全 时段推广,并且积极录制明星宣传 ID, 丰富宣传片资源,提前在广东电视上大 面积营造春节氛围。

除了在纸媒、电视媒体上启动大面 积宣传外,新媒体宣传是本次春晚宣传 工作的亮点。其中, 在众多本土知名微 信公众平台上的宣传摆上了宣传工作的 关键位置,宣传团队整合台内和台外新 媒体资源,全方位地覆盖本地新媒体用 户。生活计多仔、增城圈子、娱乐没有 圈等微信大号加入宣传阵营,其中,广 东卫视珠江频道微信公众号发布的《直 冲 3000 集!揭秘〈外来媳妇本地郎〉 剧组里你所不知道的秘密》一文阅读量 更是直冲 10 万+, 《听说央视根本没 请猴哥,朋友圈全都炸了》、《〈外地媳 妇本地郎〉陪伴广州人 16 年, 广东孩 子满满的回忆》、《【揭秘】周星驰电影 的几大杀手锏》等文都在短时间内冲破 5万+,宣传团队利用"情怀营销"直 击观众"G点",通过本土剧和结合时 事热点勾起一代人的青春回忆, 引发了 多次朋友圈的转发高潮,宣传效果明 显。广东综艺、GRT 桌桌有娱等公众号 更是制造例如"梦想征集之广东春晚主 持人"等话题对观众熟知的广东春晚主 持人进行专访,不仅吸引观众转发点 赞. 更是在广东传媒圈内部形成规模效 应,为广东春晚造势。

除了微信公众号平台,门户网站也为宣传发力,宣传团队积极建立各网站专区,广东荔枝网、广东手机台、广东IPTV、2016广东春晚手机官网等平台都建立专区,为广东春晚开辟专区信息发布基地,各专区总访问量已破百万。

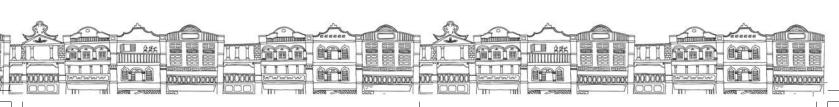
除夕当晚,广东荔枝网、广东手机台更是对广东春晚开辟新媒体渠道全程直播,当晚收看人数约 20 万人次。截止到 2 月 15 日,所有合作媒体发稿共计500 余篇,百度搜索"2016 广东春晚"关键词达 3390 万,据网监数据统计,新闻点击率和宣传覆盖人群约8200 万人次。真正意义上实现了对广东本土观众的全面、全年龄层宣传覆盖,形成了立体化全面的宣传阵势。

三、O2O 互动新模式,堪称 最具"参与感"春晚

在"电视+""互联网+"的时代, 地面频道借力融媒体突破地域限制, 创 建更大传播运营平台已经成为新常态。 电视已经不再是只给观众看这么简单, 单一的传播不能够满足观众的需求,也 不利于电视频道本身的发展, 如果可以 通过电视节目与观众互动, 传播形成反 馈路径, 观众黏性将加强, 成为该频道 的忠实粉丝。从 2015 央视春晚"抢红 包"风靡全国之后,各卫视都不间断地 在大型晚会上尝试互动新方式,增强观 众的参与感,2016广东春晚就在互动 模式上大胆创新,不仅打造属于广东人 自己的春晚, 更要让广东人参与到春晚 当中,从线上的梦想征集、扫一扫赢大 奖,再到线下的除夕夜走入广州各大社 区给路人和家庭送利是,都体现了广东 春晚制作团队极力打造线上线下互动新 模式的大胆尝试,通过一系列的双屏互 动, 观众真正地参与到广东春晚, 成为 广东春晚真正的主人公。

首先,开启"梦想征集"活动,帮广东家庭实现家庭梦想。广东春晚节目组在1月4日就通过电视和网络平台正式开启"梦想征集"线上活动,节目组向全广东的观众征集家庭梦想,同时也发起号召,让更多的广东知名企业参与进来,为梦想助力。"梦想征集"活动让广东春晚的舞台不仅是一个表演节目的舞台,更成为一个传递社会主流价值观、弘扬社会主义正能量的舞台。为

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



了方便观众参与,节目组采用最简单的互动方式,只要扫描电视屏幕下方的二维码,就能够跳转到梦想征集页面,把梦想录成小视频即可参与活动。幸运的家庭将被邀请到春晚录制现场,与千千万万个广东人一起分享家庭梦想,并见证梦想实现的时刻。"梦想征集"活动吸引了过万的忠实观众参与,让观众大声说出家庭梦想,也为观众提供了参与春晚的平台,与观众拉近距离。

其次,双屏互动送出千万大奖。开 播前,广东春晚节目组就联合优步公 司给观众发福利,只要打开优步客户 端,在优惠券一栏输入"广东春晚", 就能够轻松获得 10 元到 20 元不等的 打车券,这在开播前不仅给优步公司 引入流量,更在参与活动的观众心中 引入了"广东春晚"的标签;在除夕当 晚, 电视屏幕上也会不时地显示优惠 码,只要观看节目,获取优惠码,并输 入至优惠券一栏,便可分享总价值 3000 万元的礼金。双屏还可以这样 玩:只要扫描屏幕上的二维码就可以 进入相应抽奖页面,参与"整点摇利 是"以及"录制明星贺卡赢大奖"的活 动,让观众在看节目的同时,拿起手机 与节目互动,参与到形式多样的晚会 互动中来。

再次,线下送福利形式多样化,增

强观众参与感。除了在梦想征集活动中 被抽取的幸运家庭可以参与到春晚现场 录制之外,在除夕当晚,节目组设置了 特殊环节跟广州街坊们亲密接触,《幸 运快的》和《大吉利车队》的主持人化身 送礼大福星现场送奖,在当晚的20:00、 21:00、22:00、23:00、24:00 五个时 间段, 主持人会出现在广州 5 个不同的 地方给路人街坊送奖,有在广州酒家吃 年夜饭的、在花城广场享受除夕夜静 的,或者在白云机场刚下飞机的人都可 能成为幸运儿, 并且成为春晚直播的对 象,在直播过程中为所有观众送上新年 祝福,这种线下创新的互动方式给观众 一种全新的体验,这种体验也拉近了和 观众的距离,通过对采访背景的接近性 认知, "本土"色彩增强, 无形间让观 众的参与感爆棚。

2016 广东春晚播出后,从珠江频道、广州综艺、广东卫视、广东南方卫视等广东广播电视台所属的微信公众号得到观众的许多积极正面的评价,绝大多数观众都认为本届晚会的节目特别好看,粤语味道浓郁,充满了岭南文化特色,语言类节目非常接地气,歌舞类节目既欢乐祥和又能引起情怀共鸣,圆梦环节给则人以温暖和满满的正能量,抢红包送礼物环节又让人参与其中,从多方面印证广东广播电视台在此次春晚的

全媒体运营是成功的。2016 广东春晚运用全媒体运营,从内容制作、宣传推广、双屏互动三方面深化"广东制造"标签,让"广东人自己的春晚"品牌力量真正地成为每一个广东人选择观看晚会的最好理由。

在三网融合的背景下,传统电视媒体必须结合互联网时代的发展特点,积极拥抱互联网,运用互联网思维让台网联动给予传统电视媒体新的生命力。2016广东春晚正是广东电视人在互联网高速发展的时代背景下所做的有力尝试,广东春晚的成功必将带动更多的广东电视人鼓起勇气,推动广东电视创新发展,让更多的观众用户因为喜爱广东电视,所以选择。

(本文编辑:张中南)

【参考文献】

[1] 杜泽壮.从全媒体收视调查看 马年卫视春晚竞争态势 [J].广电聚 焦,2014 (3):44-45.

[2] 戴元初.融媒体时代传媒跨界生态营造的核心突破[J].传媒观察,2015(4):11-15.

[3] 左琳.央视网络春晚新媒体传播探析[J].新闻世界,2011(4):73-74.

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



地方台新闻信息平台建设初探

曾震

【摘 要】 打造具有强大竞争力的新型城市主流媒体亦可从新闻信息化管理入手。本文以地方广播电视台案例分析为样本,查找其信息化建设过程中存在的问题,提出通过信息化平台战略组织与整合信息资源运作模式,助力广播电视台传播效率的提升。

【关键词】 广播电视/信息化现状/发展战略/平台建设

广播电视作为上个世纪最伟大的发 明之一, 也是一个地方信息时代最为重 要的标志之一。经过了多年的累积,无论 是广播媒体还是电视媒体, 既有广泛而 深厚的群众收听、收视基础,也有无与伦 比的信息采集与制作能力。但是在网络 信息化飞跃发展的今天,广播电视这一 广大群众最为普遍接受的信息传播方式 已经发生了根本改变, 收听广播或者收 看电视不再是各家各户不可或缺的主要 信息来源,各地广播电视开机率、新闻栏 目收听(视)率逐年下滑也充分证明了这 一事实。笔者认为,打造具有强大竞争力 的新型主流媒体有很多路径,城市广播电 视台从信息平台建设入手,整合众多新闻 资源深度融合亦是一种必要的路径。

一、地方台新闻信息与资源管 理存在的问题

在网络飞速发展的今天,传统媒体受到了前所未有的冲击,人们获取新闻信息的渠道源众多,由过去的报纸、杂志、广播电视,到现在的各种新兴媒体,新闻信息的多样化导致了当今媒体竞争的白炽化。可以说媒体的竞争最根本上还是新闻信息化手段的竞争,占领新闻信息传播效率的"制高点"就掌握了"赢

机"。

然而,纵观当前各地广播电视台尤其是中小城市广播电视台,大多新闻信息管理滞后,未能真正跟上时代发展的步伐,主要表现在:

1.信息系统不健全,管理不科学

信息系统(information system) 是以提供信息服务为主要目的的数据密 集型、人机交互的计算机应用系统。但 是,从各城市台的情况来看,过去,储存 材料大多系纸质文档,个人未单独保存, 只有依赖于集中归档、保管,以便需要时 翻阅、备查。而今呢?大部分城市台的局 域网信息管理系统多数仅局限在提供与 利用电子文件、接收与传送文档方面,管 理功能十分简单,缺乏音视频资料的存储。这类系统严格来说,不能算作是真正 意义上的电子文件管理系统,充其量只 能算作现行内部文件的一个集中发布平台罢了。

2.信息机制不完善,运作不流畅

所谓信息平台就是信息的数字化、网络化存在方式,是基于互联网数字化 网络运行系统承载的各种信息,但是过 去广播与电视两个不同媒体各自在自己 的信息平台上独立运作。所谓广播电视 新闻信息化共享也仅是文字稿通用, 音

频与视屏则互不相干不能通用。现在随着各地电台、电视台合并成为新的广播电视台以后,发现业务的合并效应远远超过行政管理上的合并效应,业务能力突然强大了不少,出现 1+1>2 的良好效果。看来广播电视系统要寻求发展不被社会淘汰,就必须顺应时代发展,借助新技术的支持,建立健全适应广播电视新闻资源共享的信息平台。

二、新闻信息平台建设及运作 设想

由于当前大多数城市广播电视台缺乏新闻信息专业系统,或者说缺乏比较规范的新闻信息共享平台,因而不仅影响新闻信息发布的时效性,降低新闻信息的竞争力,而且严重地影响和制约着广播电视媒体的飞速发展,跟不上时代发展的步伐。如何切实转变工作理念,加速新闻信息平台建设,整合有效资源,成为城市新型主流媒体提升竞争力的重要手段之一。

1.树立一体化发展理念,谋划信息 发布工作

过去城市广播电视台管理人员在谈及广播或者电视媒体如何提升自身竞争实力时,总是从自身特点谋划发展、寻求有关信息,诸如"广播应该怎么处理文字写作与语言表达的问题"、"电视如何处理解说词与图像的关系"等等,缺乏广播电视发展一体化的理念。众所周知,城市广播电台与电视台组合成新的广播电视台与电视台组合成新的广播电视台与电视台组合成新的广播电视作为"两大块"独立进行运作和经营,河水不犯井水,在新闻信



曾震,广州商学院信息管理与信息系统专业本科生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



息的操作上"各管各"或者"一边倒",没有广电"一统化"的思想和"一盘棋"的观念。所以,"一体化"理念是广播电视信息化发展的内在诉求,它不仅有助于实现新闻信息资源的共享,而且能最大限度地满足不同工种的工作需要,因为其能包括广播信息、电视信息,还有手机等其他新媒体方面的信息需求。

2.建立中心化指挥机构,统筹新闻 采编事宜

据了解,目前许多城市广播电视台基本采用扁平化的管理模式,台决策层直接管理广播、电视中心和广播电视网站操作层。与之相适应,台层面各科室(机构)也直接协助管理广播、电视等相关部门。因此,此时成立新闻信息中心(机构)也就更加直接地管理、指导和协调全台包括广播、电视、网站还有新兴媒体在内的有关新闻资讯的采集、编辑和发布等等(图 1),使之责任更明确、工作更具体。如何建立信息中心指挥系统成为一体化改革的重中之重。

一般来说,一个完整的信息系统应该包括信息资源的收集、存贮,资源的加工、利用,信息的发布、传播等三个主要环节,这也是新闻信息平台建设的最大本条件与基本要求。实际上,第一个环节的信息资源有来自广播记者和电视记者采集的新闻,也有受众的报料,还有网上征集的信息等。汇集的这些资料,类似料第三个环节是根据不同媒体,如广播、电视,或者微信等新媒体的特点,制作编辑成广播或电视或其他媒体的新闻信息,这相当于一盘又一盘适应不同群体受众口味"上桌的菜"(图 2)。这些都是一般

力把自己培养成为一专多能的新时期专业人才。所以说,新闻信息化平台系统不是一个简单的"货物"平台,而是一个庞大的"成品"加工厂,它关系着新闻作品能否按时"出厂",是否符合不同媒体的传播需求和刊播质量,甚至直接关系到能否创作出新闻精品的大问题。

可以说,所有的竞争力最终都取决于人的能力。只有人的知识结构优化了,才有可能以最快的速度找到不同的角度与切入点,通过合适的选题和选材,为广播、电视和其他不同的媒体传播提供便捷的通道与优质的服务。

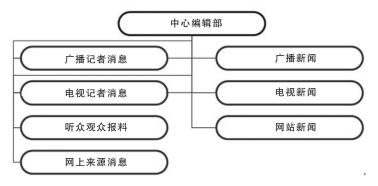


图 2 信息第一、第三环节



图 1 新闻信息指挥系统

图 3 信息第二环节

笔者认为,作为新闻信息中心尤其 是管理者,应该深入了解广播、电视和网 站等媒体的不同传播特点、不同受众对 象,熟悉和掌握广播电视各种机器设备 的功能和运作方法,充分考虑各个层面 业务、各个管理环节数据处理的方法方 式,并且把满足部门生产和受众需求作 为第一要务,进而合理安排人力、人员有 效分工与工作科学调度等等。

3.健全信息化平台系统,适应媒体 编播需求

人只听到或看到的最基本现象。

但是第二个环节对整个体系来说则至关重要。这个环节就是对整个新闻信息平台的资讯进行采集、过滤,筛选、挖掘,分析、优化等的一系列处理过程(图3),形象地说,第二个环节就是对"买来的菜"到了"厨房"之后,做好"挑拣、洗净肉菜",加"配料及调味料"和"按顺序下锅与把控好火候"等项技能性工作。这就要求采编人员不要沉浸在一技之长的"摇篮"里,而要努

4. 深入挖掘大数据信息,提高新闻 传播效果

在信息社会,资讯资源作为最重要的组成部分的城市广播电视台,理当全面开发、利用众多资源,充实有限的新闻来源,也可以解决目前城市台人手不足的问题。有"互联网之父"之称的蒂姆·伯纳斯·李曾提到:"数据新闻就是未来"。一个媒体拥有处理大数据的能力,是走向智能媒体的基础,大数据将重构媒体生产、展示、传播全链条^①。

岭南传媒探索 110 广电时空 Lingnan Media Research 2016(03)



现实中,大数据分析不仅可以帮助记者 找到更多的热点新闻,更好地策划选 题,又能协助编辑进行高质量的组合, 编辑成有针对性又活生生的群众喜闻乐 见的新闻报道。

5. 加快传播的转型升级,实现跨越式的发展

 用,新闻自动化编辑的日子的到来,掌握新型技能的采编人员将如虎添翼,以机构团队做出来的新闻资讯的可靠度会远超个人自媒体。所以适应新媒体的传播规律,掌握数字技术和网络技术的发展特点,才能充分发挥传统媒体在内容上的优势,有针对性地设计开发出生动活泼的各类新视听产品,满足各层次受众的精神文化需求。

对传统广电媒体内部来说,要获得生存空间与持续健康发展,唯有积极与新兴媒体融合,打破单向的内容生产方式、传播方式和垂直型管理运营方式,创新互联网载体与传统媒体资源的复合模式,构建立体、互动、实时的复合全域体形态,向产业化、市场化方清之型媒体形态,向产业化、市场化方清整型。第但是,我们还应该清重型,广播电视信息化建设必须坚持党管媒体的原则,坚持正确的宣传舆致,坚持社会效益和经济效益的地,坚持社会效益,坚定不移分认识等向,坚持社会效益,坚定不移分认识,有其重社会效益,坚定不多分认识的。

传统媒体与新媒体之间相互依赖、相互促进的关系,真正做到传统媒体与新兴媒体的高度融合,新闻信息既在传统媒体上播出,又在新兴媒体上发布,做到"物尽其用"、"物超其值",牢牢把握新闻信息的主动权,担当起社会责任,真正成为全媒体新闻信息的掌管者与权威者。

(本文编辑:张桂萍)

【注 释】

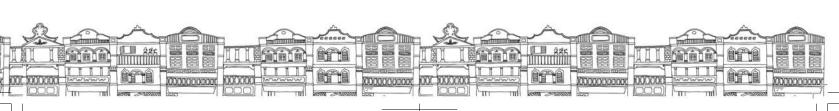
①商艳青:《新闻的未来在哪,媒体的未来在哪?》,载《新闻与写作》 2016年第1期。

②宋素红:《数据新闻:对传统新闻的完胜?》,载《中国记者》2014年第8期。

③ 谭志芳:《融合转变全面提升 舆论引导力——媒介生态格局嬗变下的 广州广播》,载《岭南传媒探索》2015 年第2期。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]]] 广电时空



守正 出新 创品牌

——评广东卫视**《**你会怎么做**》**

张 慧

【摘 要】 电视节目历来竞争激烈,但广东卫视一档社会行为观察类栏目《你会怎么做》,把真人秀的理念与调查类节目深度融合在一起,演绎各种真实而充满争议性的社会现象,一经推出就获得好评如潮和良好收视。总体来看,节目成功一方面与通过观察人们的态度和表现启迪民众传递社会正能量有关,也与节目在表现形式上追求创新刷新观众认知有关,更与节目利用新媒体平台制造话题实现广泛用户互动有关,本文对该节目的成功之道逐一浅析。

【关键词】《你会怎么做》/电视纪实/社会热点/真人秀

《你会怎么做》自 2015 年 1 月 1 日 正式播出后,迅速得到业界和观众的好评。它选取当下社会受到关注和热议的话题,通过运用演员表演模拟还原事件情景,以全方位隐藏拍摄的方式,观察不知情的普通人在面对这些事件时的真反应,并由心理学家、媒体评论人、社会学家等在演播厅对事件呈现的生活百态进行点评与分析。节目播出后获得观众热议,迅速打破广东卫视 2009 年以来自办常规节目收视的最高纪录,2015 年全年节目平均收视率为 0.363,最高收视达 0.505,收视排名基本保持在各大卫视晚间档前八名,成为广东卫视的王牌栏目。

一、真实记录拍摄,展现社会 多元价值观

《你会怎么做》自开播以来一直坚守"真实"这一重要原则。它以让人们进行观察为落脚点,将每一期节目的选题聚焦在社会热点话题上,如"老人摔倒扶不扶"、"年轻人啃老"、"公共场合哺乳"等,所有选题都来自于生活的真实现象,是每个人身边随处可见的矛盾和社会问

题。节目通过真实的记录手段,透过镜头直击各类社会现象和大众行为。虽然事件情景的模拟还原需要演员按节目要求乔扮,但他们演绎的都是普通老百姓在日常生活中经常遭遇的困境。还原这些困境以观察群众的真实反应和表现,这些表现就是最真实的社会行为。

该节目完全采用真人秀形式,没有 任何人气明星的参与,整个节目都是普 通群众毫不知情的本色演出。场景的再 现也不在演播厅举行, 而是安排在生活 中人们随处可见的商场、餐厅或大街上。 拍摄的外景是真实的, 观察的话题是真 实的,所反映的社会矛盾是真实的,群众 的反应更是真实的。这种真实性带给观 众亲切感,感觉事情就发生在自己身边, 因此也极易带动观众积极参与其中,跟 随节目中事件的发展及周围群众的反应 和表现,引发对自身的思考"换了是我, 我会怎么做"。这种真实性使节目不仅仅 成为观众在"观看"的节目,而是多了观 众能"参与"的因素,正是这种新颖的创 作视角使《你会怎么做》迅速拉近了与观 众的距离,获得好评如潮。

在《你会怎么做》每一期节目里,虽

然都是以还原事件的方式来"讲故事", 每一期节目都只有一个主题,但节目中 并不会仅仅设置一种情况,反映一种意 见和声音, 而是保留大众多样的反应和 态度,当中可能有正面的,也可能是对事 件表示非议的。如《目睹女童因分数低当 众遭打骂》节目中,大多数人都认为孩子 因考试分数低,就被父母当众打骂这种 做法是错误的,但也有一位女士对这种 行为表示赞同,这说明社会上的确也有 一部人会认为"考不好就可以打"。《你会 怎么做》栏目组没有把这个少数意见剪 去,而是保留了下来。这反映了栏目组始 终坚持客观的观察角度,坚守真实记录 的制作原则。尊重社会上的不同声音,从 而更深入地挖掘大众对某个社会问题的 理解和思考,这种均衡的处理方式也为 《你会怎么做》栏目树立了真实而客观的 节目形象, 带给观众朴素和生活化的真 实感。

二、捕捉善意与良知,传播社 会正能量

作为全国首档社会行为观察类栏目,《你会怎么做》始终紧密与现实生活接轨,将每期选题聚焦在社会热点话题上,透过摄影机镜头让观众直面社会问题。虽然节目中也会出现一些所谓的"反面"行为,但栏目组不放大也不掩盖,始终坚持以观察实验者的客观角度,还原每个人的真实状态,反而让观众在反面例子中受到教育和警醒,并且在观察中体会到各类暖心之举。《你会怎么做》通过呈现普通人各种善意的本能反应,传



张慧,广东广播电视台总编室工作人员

岭南传媒探索



达出社会上仍有许多人愿意主动施以援手以帮助他人渡过难关的满满正能量。

《你会怎么做》在2015年共计播 出 51 期,通过 51 个热点话题或事件 的再现,为我们发掘了许多有正面示范 作用的人物和平民英雄, 让我们看到了 许多善意和爱心。如2015年1月1日 首期节目《流浪汉遭驱赶》中的土耳其 大叔,不仅制止了老板将流浪汉逐出餐 厅,还邀请流浪汉共享比萨的行为感动 了许多人; 在节目《礼让救护车》里, 一名出租车司机下车呼吁前方车辆为救 护车让行,被网友评为"深圳最美司 机"。为了鼓励这种行为,深圳市交警 局发起"寻找深圳最美司机"活动,寻 找到视频中的出租车司机穆金祥,为 其颁发了奖品和深圳市道路安全信息 员的聘任证书。《深圳都市报》、《南 方曰报》等报纸媒体对此都进行了大力 报道。

除了展现人们在面对他人陷入困境时的表现以外,《你会怎么做》也观察到有时人们由于惯有的错误认识,会导致其反应和行为让原本需要帮助的人陷入更加困难的处境。对于这种现象,《你会怎么做》依然真实地展现事件的过程,但同时也有意识地承担起媒体的过程,但同时也有意识地承担起媒体的社会责任,对观众存在误区的错误认识给予积极引导和纠正。如在《盲人与自术对性地向观众普及关于导盲犬与自通宠物狗的区别,帮解释导盲犬与普通宠物狗的区别,帮助观众纠正对导盲犬一直存在的偏见认识,从而很好地宣传了如何帮助盲人及如何正确对待导盲犬的知识。

播出一年时间,《你会怎么做》发掘了许多令人感动的好人好事,让许多人感受到社会正能量的温暖与力量,它的社会影响力也因此得到显著提升。节目曾受到广电总局的高度赞赏,评价它"注重将社会主义核心价值观日常化、

生活化、具体化、形象化。用真诚善良、乐于助人的美好行为展现至善至美的人性与温暖,用行动证明大爱无疆,为社会树立榜样",并在《监听在看知上报》发文表扬,还要求全国所有省级无国的发文表扬,还要求全国所有省级无国的人。同样是真其无。同样是真其无。同样是真其无数,《你会怎么做》没有受到其选为创作发生"为宗旨的真人秀或选为创作理念,而始终坚持严肃地选为创作理念,向人无证,以传播正能量为创作理念,原则,从传播正能量为创作理念,原则,从后面对导。

三、经济效益与社会效益并 重,创新全媒体推广渠道

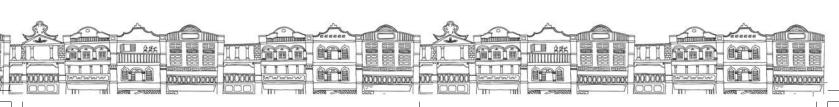
《你会怎么做》在广东卫视推出 后,首播收视率便达到 0.433, 随后 收视一路飘红。为扩大节目受众面,提 升节目知名度,《你会怎么做》在 2015年与腾讯视频建立起独家合作关 系,在腾讯视频综艺频道首页、腾讯视 频 APP 首页精选及综艺频道推荐板块、 QQ 迷你新闻页、腾讯新闻 APP 等重要 版面位置上设置节目视频推荐。同时, 联系《羊城晚报》、《信息日报》、《新 快报》等报纸媒体,发表网络通稿,所 有稿件同步发布在腾讯娱乐、凤凰网、 中国新闻网、中国青年网、中国网、今 日头条和 ZAKER 等全国主流网站的娱 乐首页重要位置上。并且通过官方微 博、微信公众号平台, 根据每期节目主 题发起相关话题,积极引导网友热议讨 论,使栏目成为各种观念呈现与交锋的 载体。在新媒体平台的支持下,受众不 仅可以直接与节目内容对接, 同时还能 将自己因为节目内容创造生发而来的信 息与其他受众实时共享。这种宣传造势 增加了栏目宣传推广的有效性,拓展了 节目受众群体, 也为受众获取节目信息 和内容提供了全新而丰富的渠道。

2015年,腾讯视频上《你会怎么 做》的全年节目网络播放量高达 18.6 亿次。其中,2015年1月1日《流浪 汉遭驱赶》(1.4 亿)、4月9日《清洁 工摔倒》(1.0 亿)和4月16日《礼 让救护车》(2.5 亿), 三期节目单期的 播放量都超过了惊人的 1 亿次,接近浙 江卫视《中国好声音》、湖南卫视《爸 爸去哪儿》等现象级综艺节目的网络播 放量。而微博话题#你会怎么做#的 阅读量高达 2.2 亿, 讨论量为 8.2 亿, 常跻身在热门话题排行榜上, 最佳曾冲 击到1小时热门话题排行榜的第9名, 并经常得到业内各大名博的转评。微信 公众号平台上的图文阅读总次数也高达 93万,图文转发总次数达2.5万,每 期节目的片段视频屡屡被人气微信号自 发分享转载, 部分节目甚至被人气大号 推荐。作为一档新办的栏目,《你会怎 么做》努力整合传统媒体与新媒体传 播的优势,积极探索以电视为主要载 体、互联网辅助补充的宣传推广方式, 通过媒体平台的互动讨论,促进自身 节目在网络上的话题进一步发酵,从 而增强节目传播的叠加效应, 对节目 本身既起到了很好的宣传效果,也为 栏目能建设出自身独特的品牌提供了有 力支撑。

在电视节目"泛娱乐化"的怪圈中,《你会怎么做》是国内少有的以传播社会正能量为宗旨,具有正面引导力的真人秀节目。尽管与其他热门真人秀节目相比,它的收视仍属平平,但这不能否定它创新的节目形式和传播正面积极力量所带来的影响力及口碑。在满足观众娱乐需求的同时,《你会怎么做》更关注观众精神世界的构建。引导民众树立正确的价值观,《你会怎么做》做得很好。

(本文编辑:张中南)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



探索社会观察类节目的创新之路

——以广东卫视《你会怎么做》为例

广东卫视策划推广组

【摘 要】 广东卫视推出的全国首档社会行为观察类电视节目《你会怎么做》自 2015年开播以来,社会反响热烈,观众好评如潮,获得了较大成功。本文从该节目 的主题、选材、叙事和节目的责任担当角度,分析了该节目多方面创新的成功做法 和经验。

【关键词】《你会怎么做》/广东卫视/社会观察节目

进入 2016 年, 各类电视娱乐节目 层出不穷、扎堆荧屏。在激烈的竞争态 势中, 社会观察节目作为一类崭新的节 目形态,获得了广泛关注。以广东卫视 推出的全国首档社会行为观察类节目 《你会怎么做》为例,节目自 2015年1 月1日开播以来,一跃成为收视"黑 马"。据央视一索福瑞统计数据显示, 节目单期最高收视率达到 0.567%, 最 高排名全国第5位,全国共有29.1% 的观众,通过《你会怎么做》的镜头观 察真善美、接收正能量。节目在新媒体 平台同样火爆,截至2016年3月,腾 讯视频网站播放总量达到20亿; 爱奇 艺视频网站短短3个月的播放指数最 高达到34万;节目官方微博总阅读量 达到1.2亿,节目内容被舒淇、沈腾、 雷明等名人自发转载; 在微信平台, 节目视频被人民日报等众多人气大号 转发,阅读量频破10万。《你会怎 么做》所传递的深度人文关怀,获得 了一致好评,该节目荣获国家新闻出版 广电总局颁发的"2015广播电视创新 创优奖";并得到总局监管中心在《监 听监看日报》上刊发专题点评表扬。之 所以能获得这些殊荣,不在于各项"冷 冰冰"的数据,而是因为在真正意义上 实现了"电视传播"与"客户端传播" 的高度融合,让大量受众自发收看,并 形成有价值的二次传播。这一"融合"

的成功,主要归结于该节目的三大创新 之处。

一、主题创新:节目立意符 合时代需求

众所周知, 电视节目要好看, 必须 使镜头中的人物, 在规定的情境中真实 展现自我个性、情感、能力, 其中必然 贯穿着个体与他者、个体与环境的冲 突,势必展示出被拍摄者乃至节目制作 者的价值取向。作为一档社会观察类节 目,在为中国电视注入新鲜血液的同 时,如何能既体现当下社会多元价值的 冲突, 又规避价值失衡的偏颇, 这是摆 在电视工作者面前的一个重要课题。以 《你会怎么做》为例,从一开始就不仅 是想展现人性道德的激烈"冲突",而 是将主题立意着重于对"人性善"的挖 掘,这是从社会意义的层面进行考量的 必然结果,符合电视观众的审美认知, 也是社会所需。中国人民大学新闻学院 教师常江认为,对于社会转型期中,处 于普遍焦虑状态的中国人而言, 这类节 目为现实问题提供了一种文本层面的、 想象式的解决,坚持不懈地在普通人所 能感知到的生活情境中,源源不断地生 产"正能量"。正是基于这一点,《你 会怎么做》的着力点就在于挖掘"人 性",展现"人情",思考"现代人"的 价值。节目组用镜头记录了许许多多的

平民英雄,虽然他们的身份各不相同,但同样的善良举动感动了亿万观众。正如 2015 年 11 月 3 日国家新闻出版广电总局监管中心在《监听监看日报》中刊发专题点评中指出的:"《你会怎么做》取材紧扣时代主题,发掘身边的平民英雄,引导人们增强道德判断力和道德荣誉感,向往和追求讲道德、等道德的生活。节目温暖的力量,如涓涓细流沁人心脾、启人心智、传得开、留得下,优秀的收视成绩代表了社会的广泛关注,实现了社会效益和经济效益的统一。"

二、选材创新: 话题场景贴 近百姓生活

在电视节目大多靠明星、靠炒作抢眼球的今天,《你会怎么做》这档社会观察类节目,将镜头对准了身边的平凡人。从对"流浪汉"无私施以温暖的土耳其大叔,到向"见网友被欺侮少女"勇敢伸出援手的"最加加",还有为"摔倒的清洁工"挺身而出的"奔驰哥"与"学生妹",一个个丰满亲切的"平民英雄"形象,在节目中被树立、被传播、被点赞,所产生的社会影响力毋庸置疑。

谈及 2016 年迄今为止印象最深的选题,《你会怎么做》导演李刚提到了关于"女性在公共场合哺乳孩子适不适合"的话题。要找到一个真正的正在哺乳期的孩子和妈妈,并且配合节目在公共场合哺乳,是十分有难度的。当时,节目组在栏目微信和微博上发出了邀请函,热心观众中有一位妈妈主动请缨,

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



带着刚刚两个月的宝宝配合拍摄,原因 是她看过很多期的《你会怎么做》,希 望通过自己的出演,继续用正能量感染 大家。在为期两天的拍摄中,这位妈妈 无数次因为陌生人对她的帮助而感动落 泪。"这位妈妈的出演让我很感慨,节 目带来的责任感油然而生, 让我坚定要 把这档节目始终如一地做下去, 用爱温 暖那些我们并不熟悉的陌生人。"李刚 说,"通过看别人怎么做,观众思索的 是自己会怎么做、该怎么做,这也是这 档节目的初衷所在。"当然,《你会怎 么做》也遭遇过质疑之声,比如在"流 浪汉"主题的节目中,个别网友对"见 义勇为"者的身份提出质疑,认为镜头 中出现的参与者太漂亮,神似"刘亦 菲",怀疑其是群众演员,"这位女士 确实是美貌勇气与智慧并存,但其实我 想说的是,世界其实比我们想象的更加 美好。"导演邢迪曦说。

三、叙事创新: 生产制作彰 显团队活力

节目通过360度全方位隐藏拍摄的方式,来观察普通人们的真实反应。这一模式本身并不复杂,而真正考验电视人功力的,是如何通过头脑风暴,不断产生叫好又叫座的节目选题,以供应周播版面的需求;如何使得表数以场景更加真实,更能调动被拍摄者的积极性;如何能在3天多机位拍摄摄的积极性;如何能在3天多机位拍摄摄的的海量素材中,梳理出的效果。《你会怎么做》制作团队的主创人员均为80、90后,是一群有激情、有梦想、脚踏

实地的年轻电视人。他们在创作中展现了"价值追求、责任担当",在严肃的社会话题与娱乐化表达之间,找准了平衡点,让节目的选题更加"接地气"。为了使预设场景更加真实,得到最特别提到,节目中出现的场景更加真实,更是事件的参与者。此一个是演员,更是事件的参与者。此一个是有关。"如何表达情感时,当他们表达情感时,不仅是在演戏,更是在呈现真实的自己,由此减少了很多创作台词的过程,使得节目代入感更强。

在每一段感人至深的画面背后,都 是摄制组的苦苦等待, 你可以说他们是 在守株待兔,但连他们自己也不知道 "兔子"会不会出现。邢迪曦说:"当 我们看中某一区域的某一人群后,我们 会针对他们进行行为假设。这档节目没 有任何编排, 我们只有靠等待去记录不 同人群的不同表现。有时可能是一两 天,有时可能是一两周,甚至更长。虽 然很辛苦,但对于我们来说,最大的魅 力就是不知道下一秒会发生什么。"在 拍摄"职场妈妈遭受不公平待遇"话题 时,演员所在的餐桌旁边坐着一对高三 学生。现场记者对其进行了捕捉采访, 这对学生说:"小时候并不理解爸爸妈 妈回到家为什么总是那么累,长大后才 明白,他们既要承受工作的压力,又要 照顾家中的我们, 所以当看到职场妈妈 遇到一些刁难和压力时,希望能尽自己 所能,帮助这些不容易的父母摆脱压 力。"话里的真挚触动了在场的每一位 工作人员。只有先感动自己,才能感动 观众。节目播出后,《你会怎么做》官方微博和微信,收到了观众发来的上万条评论和私信。他们被节目所感动,为国人展现出的正能量而感动,同时也为节目出谋划策,给出了很多中肯的建议和想法,希望节目能继续传递正能量,发掘更多的好人好事。

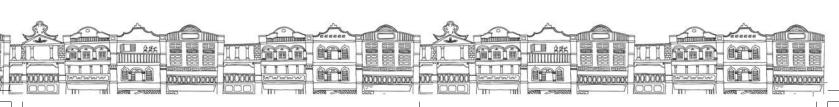
四、未来发展:媒体创新与 社会责任并存

作为现代媒体人,不仅要去观察社会、呈现社会,更要监督社会、引导社会,这是时代赋予的责任与使命。《你会怎么做》的成功,给我们带来了一系列的启发。通过场景化的设置,提前去预知和感受社会公众的痛点,从而产生情感共鸣,进而对受众与媒体的连接和反馈渠道进行改善和创新,真正实现传播学所追求的身份认同、价值认同、情感认同,最终达到媒体对社会所产生的监督和引导作用。

《你会怎么做》超过 20 亿的网络 视频点击量背后,蕴含着一条朴素的真理,那就是移动互联网时代的到来,没有宣判传统媒体的死亡,而是宣判传统媒体的死亡,而是宣布 了陈旧的思维模式和生产模式的死亡,为缺乏价值观和人文关怀的媒体敲响了警钟。通过《你会怎么做》,广东迎视在敲响了一次媒体价值的回归,彻底形成有别于其他娱乐型卫视的竞争力回归。未来,广东卫视也将继续紧扣时代主题,坚持弘扬社会正能量,为亿万观众朋友献上"有营养"的电视节目大餐。

(本文编辑:张中南)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)]]5 广电时空



杨晖:一个站在"电视帝国"顶端的小女子

吴 瑕 张雅婷

近年来,电视节目泛娱乐化现象,呈现井喷趋势,在激烈的市场竞争下,大量国外娱乐节目的版权被引进并进行本土化,且占据了电视节目的大半江山。《奔跑吧,兄弟》《爸爸去哪儿》《极限挑战》《我们结婚吧》等节目成为电视台俘获各个年龄层观众的王牌节目。与此同时,综艺节目形态和主题的同质化现象也日趋严重,明星真人秀节目大行其道。

广电总局曾下发通知,要求真人秀节目摒弃"靠明星博收视"的错误认识,摆脱引进境外版权的"依赖心理",节目不仅得"有意思",而且得"有意义"。即在追求"笑"果的同时,能够打动人心、引人思考、继而回味,这需要电视媒体人不断地探索和思考,不断创造出有品位、有思想的原创性电视节目。

在此期间,《波士堂》《开讲啦》《青年中国说》等一波有创意、有格调的本土电视节目如一股清流注入现今沸腾的电视媒体之中,其幕后的操盘手的名字也不断被提及——杨晖,一个默默耕耘的传媒"大咖",23年来在幕后为电视观众精心制作了50多档优质原创电视节目,是当之无愧的金牌制作人。

精致得体的收容,大方自信的微笑, 杨晖作为一个在"最熬人"的电视行业奔 波了 20 余年的女性媒体人,始终是年轻 和活力的发射器,常常能让人忘记她的 年龄。

现在的她有多重身份,传媒人,企业家,公益慈善家,然而"传媒人"始终是她永远的不会消失的身份。就像不久前,她

当选了"2015年度全国三八红旗手"时在表彰大会上所阐述的那样:不忘初心,追逐传媒梦。

在湘十载:我注定是为电视而 生,我无可救药地爱上了电视



杨晖出生于湖南,1989年入读湖南湘潭师范学院中文系,"读中文的我心里却一直揣着一个传媒梦。"

大学期间,杨晖没有浪费宝贵的时间,不断为自己传媒梦累砖砌石。学校图书馆有关媒体的书都被她借了一遍,没有书源以后,她又跑去湘潭市图书馆借书;她加入了当地有名的学生团体——湘灵文学社,在里面磨炼自己的文笔;她还不断地向校报投稿,将校报当成她新闻梦发芽的土壤。

随后,她通过函授的方式进修新闻, 拿到了结业证书,进一步坚定了她做新闻的梦想。她的本科毕业论文也是从《湖 南广播电视报》原总编何立祥的《立言走笔》着手分析,阐述其艺术特色及作为新闻评论的理由。

大学毕业时,正遇上湖南电视台一档少儿节目《蒲公英》在找编导,杨晖毅然放弃了留校工作机会,牢牢抓住了这个圆梦的机会,最终在近300名应聘者中脱颖而出,成为湖南电视台的一名电视工作者。

像初入社会的菜鸟一样,杨晖一开始只是做着端茶倒水的杂事。但她不放过任何学习的机会,作为非传媒专业的毕业生,她必须付出更多的努力让自己成长起来。"老师吃饭、睡觉的时候,我就躲在机房里反复看老师编辑的节目,自己悄悄重新编辑"。

半年后,杨晖加入了湖南电视台春节晚会剧组,这个机会让她感觉离梦想又近了一步。然而她所能做的却只是简简单单抄字幕的工作。但杨晖不甘"平凡","我发现,这之前所有晚会的字幕都是白字黑边黑体字。而春晚是一个喜庆的节目,能不能把字幕的颜色、边框、字体都做一些改变?"于是杨晖成了台里第一个对春晚字体进行创新的字幕员,这是杨晖职业生涯正式开始的地方。

一年后,杨晖扛着简陋的摄像机,利用自己"偷师"所学的知识和经验,拍摄了一部关于湘西大山里一群师生靠勤工位学托起自己的未来的纪录片——《山里的这所学校》,获得政府最高奖——第三届全国少儿电视"金童奖"纪录片一等奖。初出茅庐便有了如此成绩,杨晖在背后付出的努力可想而知。"我终于学会了



吴瑕,暨南大学新闻与传播学院 2015 级硕士研究生 张雅婷,暨南大学新闻与传播学院 2015 级硕士研究生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]]6 身影·中国

与暨南大学新闻与传播学院合作栏目



用镜头表达情感和思考,对自己做电视这一行更有信心,我想这条职业之路选对了。"这之后,杨晖更坚定了成为一名优秀的媒体人的信念。

三年后,杨晖再次进入春晚剧组,不 过当时的她不再是字幕员,而是春晚的 总撰稿。"我知道,当下每一份暗自种下 的努力,都终将作用于未来"。

1997年开始,湖南卫视正式上星,推出了《快乐大本营》《玫瑰之约》《新青年》等一系列名牌栏目,产生了广泛影响,在全国地方电视台中一路领跑,确定了娱乐传媒的强势品牌地位。杨晖就担任了热门节目《新青年》的制片人,成为湖南卫视第一批制片人。

从一个抄字幕的场记、导演到湖南电视台第一批制片人、节目中心副主任,在湖南台从业的 11 年中,杨晖逐渐掌握了"至柔至善"的女性力量:"至柔是对梦想的深爱,传媒人的理想让我面对辛劳和琐碎时始终甘之如饴,以极致的用心在时光中缓慢而有力地积聚力量;至善是对创作的初心,在当时电视荧屏娱乐风渐起的年代,我始终坚持创作人文性和思想性兼具的非娱乐节目,深信传播真与善、传递正能量是电视人的使命"。

在她的事业如日中天的时候,杨晖决定辞职。2004年开始,她在北师大艺术与传媒学院攻读博士学位,同时加盟全球最专业的财经电视台CNBC,学习境外媒体的管理和运营经验。她清楚地明白,要在传媒的梦想道路上走得更远,必须让自己的知识体系有所升华,不断奔跑,永不放松。

入沪创业: 只做有意思又有意 义的精神产品

"我一直有创业的梦想,作为传媒人,如果能作为内容供应商,应该能更好地表达你对观众需求的理解,会表达更尽兴一些"。于是在2006年,杨晖在上海创办了一家民营传媒公司——唯众传媒,成为制播分离的实践者和推动者。

"唯"是"单独、只"的意思,"众"字的



意思则是"许多、众人"。这两个字看似是相反的,但却被杨晖用来为公司取名——唯众。

"其实有时候对立和统一,它是密不可分的。我们唯一的是要看重的,或者需要重视的就是观众,所以在这一点上面,我想这也是很符合。"杨晖这样解释公司的名字和定位。

2006年,中国正处于经济腾飞的大时代背景,日益壮大的中产阶层成为杨晖锁定的目标受众。"这一群人,他们有强烈的进取心,有很好的经济基础,他们是这个社会的意见领袖,有很好的消费能力和消费的欲望,他们可能引领这个社会,是社会的主流群体"。因此,唯众传媒推出的第一个品牌节目《波士堂》就是为他们量身打造。

当时,中国的财经节目过于传统,但凡出现在财经节目里面的人物,他一定是西装革履,一脸严肃,像个商业机器一样在说一些商业理念,"无疑,这个财经,这个商业离我们非常的遥远"。杨晖认为,我们所有的财经节目可能够财经,但是不够人道。那么,我们能不能在商道即人道,财经也轻松的氛围下,尝试财经节目的创新呢?

杨晖的思考奠定了《波士堂》独特的财经节目理念:不再空谈财经知识,以"财经+娱乐"的独特电视理念、个性化的表达方式去迅速占领收视,向大众展现出一个个真实生动、充满挑战精神的企业家形象。一经开播,节目收视率便一直居于第一财经频道之首,在业界取得了令人瞩目的成绩。

《波士堂》的成功给了杨晖极大的信心,也由此奠定了唯众"谐趣其表、

守正其中"的原创节目风格,即在人们认为难以突破的领域做创新,将文化中的严肃元素加以解构,保留其正能量的内核,打造轻松、耐看的外在表现形式,成为人人都能参与并且互动的电视节目。

"作为媒体人,见证和呈现国家的发展和强大,无疑是我们的责任。"而如何将责任转化为用视听语言的表达,便是她从业多年积攒的功力。

从《新青年》开始,杨晖的视线一直没有离开过年轻人。"年轻人永远是代表最有希望的,只有跟上他们的步伐才不会落伍,所以我就觉得如果我们能够一直为年轻人做节目,而年轻人买账的话,我们的工作是有意义且更有价值的"。

在娱乐狂欢消费的今天,目标受众是思想开放、价值观念多元的 90 后青年,节目既要满足这一群年轻人的收视品味,又要为面临社会转型期的他们提供精神补给。2012 年的《开讲啦》应运而生,这是国内首档以青年励志为主题的电视谈话类栏目。节目邀请来自社会不同领域的"中国青年心目中的榜样"人物作为演讲嘉宾,与同学们一齐分享他们的人生经历以及生命感悟,体育明星邓亚萍、企业家王石、影视明星刘德华等都曾参加节目。

《开讲啦》的制作压力颇大。团队 在杨晖的带领下,研究人生转折期青年 群体的心理,并将其与央视平台的语境 在兼容性和突破性上做到平衡,反复不 停地打磨半年之久才让节目得以问世。

《开讲啦》没有夸夸其谈地兜售励志的成功学,而是用真诚的精神内核鼓舞着青年人的士气,凭借嘉宾所表现出来的对于事业、生活的热爱和不计回报的付出打动人心,创造了央视跨午夜时段的最高收视,被誉为"中国思想好声音"。

杨晖曾在微博上说: "在娱乐时代,有时退半步,可能就是一种进步。或者说,价值观的坚持与创新本身,更值

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]]7 身影·中国

与暨南大学新闻与传播学院合作栏目



得关注。"

杨晖对于电视和传媒的理解在不断 发展。"TV2.0"是杨晖顺应 Web2.0 技术发展而提出的电视新思维理念,相对 于传统电视生产以"产品"为核心的理 念,"TV2.0"更为强调互联网时代中 以"受众"为核心的节目生产机制。

单向的"我播你看"是"TV1.0"时代传统电视的传播格局,那么强调互动的受众参与则成为"TV2.0"时代的主要特色。"今天 TV2.0 中的'T'指 Television(电视),'V'指 Video(视频),已经是花开两朵,各表一枝。"杨晖说。

而在网络视频节目制作上,杨晖认为,必须让互联网的平等精神和自我表达在节目中有很好的体现,也从单一的电视产品变成了全媒体产品,在微博、微信、视频网站进行全媒体整合营销。

2014年开播的《你正常吗》网络视频节目在腾讯视频独播,第一季以高达3亿的播放量,创造网络原创出品节目的新纪录,成为真人秀大军中一匹黑马。

这是国内第一档通过数据调查、问题设置与网友互动累计分析来完成主要内容的节目。基于网络大数据调查让千万网友参与互动调查,由网友意见决定



节目内容设置,节目现场通过明星与素人组合答题的方式,用"是"或"否"的动作回答问题,若嘉宾答案与大众一致则为成功。

"如果按照以往的节目制作方向,这个节目很可能会归为大文化一类,请一帮名嘴来点评 90 后的生活方式、行为范式和价值观念等等,但我们颠覆了这种思维惯性,通过纯粹的网络调查方式,拐了一个弯,把它变成了一个彻头彻尾的综艺节目。我们将社会调查、数据调查成功转变成综艺节目的重要元素。"杨晖贯彻 TV2.0 的理念对综艺节目的题材和形态进行了新的探索。

十年过去了,杨晖带领的唯众传媒已经制作了50余档精品节目,在喧嚣浮躁、娱乐至上的节目界坚守节目品质、坚持人文气质、坚定受众素质,这也正是杨晖一直坚守的初心——要做只做有意思又有意义的精神产品。"精神产品不能没有灵魂,我坚信安静的力量"。

持续追梦: 我是一只无脚鸟, 生来就没有脚

唯众传媒自 2006 年在杨晖成立之初,已经在发展的总体战略上做出了规划,即"大财经"、"大文化"、"大生活"和"大综艺"的四大内容布局。

十年间,"大财经"领导下的《波 士堂》、《爱拼才会赢》已交出令人满 意的答卷,以《开讲啦》为代表的"大 文化"矩阵掀起了电视人文讲坛的新高 潮,"大生活"下的《我是先生》通过 素人真人秀带给电视业思维的革新和观 念的升级,而作为"大综艺"的代表 《你正常吗》成为在"网络自制节目元 年"里响亮的第一枪。

2016年,唯众传媒已布局好与视频网站的合作与发展:与优酷的合作,针对白领人群推出综艺脱口秀《暴走法条君》这样一档"白领花式大吐槽"节目;与爱奇艺合作的节目,更符合目标用户的年轻化、时尚化、生活化;与腾

讯的合作则将会放大社区化和媒体属性。

对于即将上线的每一档网生节目, 杨晖强调在内容和形式上都应注重当下 网络文化,赋予其创意性,为现有的同 质性节目市场注入新鲜血液,在保证质量的基础上最大限度地做到创新。

目前,网络上活跃在90后甚至00后群体之间的二次元文化,成为网生节目极为重要的收视元素。对于制作人杨晖来说,这是吸引受众主力军的亮点与机遇,但是对于从传统电视节目起家的她而言也无疑是一种挑战。她强迫自己看一些时下流行的二次元内容,了解二次元群体的兴趣,她坦言尽管这样做很崩溃。

在对二次元文化进行研究后,杨晖做了一场名为《进击的"二次元"》的演讲谈中国视频创业创新趋势,她从二次元的社交属性推动内容生产和传播的创新说到二次元语态的创新必定会影响产品的创新和气质,强调未来文化产业会是针对95后,这群人将改变未来中国文化产业的商业模式。

因此,杨晖认为今后的商业模式一定要升级,自己作为文化产业公司的老板也应是一个首席产品经理,在发展中要有二次元思维,从文化理念输出到文化产品构建,必须关注 90 后目标人群和社交网络传播,关注一切新的文化产品和生产模式。

即将推出的《暴走法条君》、《你是我的菜,就酱》、《范儿神经》、《有种》等节目从命名而言就凸显出二次元风格,足以看出杨晖对市场需求的把握与节目主攻的方向。

杨晖说,如她在博客中所写"我是一只无脚鸟,生来就没有脚",她愿意做一个永不止步的奔跑者,她用自己的行动践行电视人这一神圣岗位的媒体使命。"热爱是坚持的动力,坚持是最长情的告白。"她将带领大家在传媒路上一直奔跑下去。

(本文编辑: 孙启军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

]]8 身影·中国

与暨南大学新闻与传播学院合作栏目



莫利·赛弗:一代传奇记者的落幕

当地时间 2016年5月19日,美国 哥伦比亚广播公司(CBS)发布新闻,其 王牌节目《60分钟》旗下的著名主持人、 记者,莫利·赛弗因病于纽约曼哈顿的家 中逝世,享年84岁。哥伦比亚广播公司 在一篇对莫利·赛弗的怀念文章中,称其 为"团队的基石与引导者"。

作为一名新闻工作者, 赛弗堪称 业界"常青树", 其职业生涯长达 61 年,其中,共有46年的时间奉献给了 《60 分钟》节目,是该节目在职时间最 长的员工。在为 CBS 工作期间,赛弗 做出了许多震惊世界的报道, 最著名的 当属揭露越南战争真相的报道。

这些深刻的调查报道在带给民众真 相的同时,也为赛弗赢得了巨大的声 誉,据统计,他共获得 12 项艾美奖^① (其中包括一项终身成就奖), 3 顶乔 治·福斯特·皮博迪奖®和 2 次乔治·波尔 卡新闻奖3。

棱角分明的脸庞、银灰色的头发和轻松的笑 容是赛弗的标志性形象

生于加拿大多伦多,年轻时受海明威影 响立志成为一名记者,于是加入加拿大 西安大略大学,不久后退学,曾先后在加

拿大报纸和英国路透社工 作, 1956 年被招募至 CBS旗下的《新闻杂志》 做电视节目工作。

早期的赛弗作为一名 战地记者,穿梭于欧亚非 大陆, 负责报道冷战时期 的国际战争新闻,包括中 东战争、尼日利亚内战、 阿尔及利亚独立战争及华 约入侵捷克斯洛伐克。 1961年,作为当时唯一

在东德的西方记者, 赛弗报道了东德修 建柏林墙的新闻。

赛弗的早期新闻报道同样没有忽略 中国, 1967年, 赛弗和他的新闻团队 以旅游的名义进入中国,为 CBS 拍摄

> 制作了特别节目《莫里·赛弗 的红色中国日记》,这也是首 部美国新闻团队在共产主义中 国内部摄制的新闻节目。在 节目中, 赛弗和他的摄像师 用一部家庭录像机近距离地 拍摄了"文革"时期中国老 百姓的日常生活。此外, 赛弗 还曾参与了1972年美国总统 尼克松的访华之旅。

深入越战 揭开侵略

从退学少年到战地记者

者的面纱

莫利·赛弗于 1931 年 11 月 8 日

1961年,时任美国副总统的林登:

约翰逊访问越南西贡,宣布派遣 100 名美军特种作战人员进入南越,这也标 志着美国正式加入越南战争。适逢电视



赛弗关于越战的关键性报道扭转了美国社会对 于越战的舆论走向

开始在美国普及,民众主要在通过收看 摆在客厅里的电视获得关于战争的报 道,因此越战也被戏称为"客厅战争"。

1965年, 赛弗受命前往越南开设 CBS 西贡中心, 负责 CBS 关于越战的 报道。由于当时美国媒体的自我审查, 媒体关于越战的报道主要集中于描述美 军在越南取得的辉煌胜利, 缺乏客观真 实的报道。公众相应地也对战争的残酷 程度缺乏了解,特别是由于报道的视角 始终以美军为主,公众对于越南人民的 真实情况根本不得而知。赛弗的出现开 始扭转这一局面。

当年8月,赛弗在跟随美国海军陆 战队攻占越南 Cam Ne 村庄时, 亲身拍 摄到了战争的真实一面。在面对已确认 丧失抵抗能力的村庄,美军将村庄焚烧 殆尽,并杀害了多名手无寸铁的村民。

赛弗的这一报道向世人揭示了战争



胡岸,香港中文大学新闻与传播学院全球传播专业硕士研究生 陈斌,中山大学传播与设计学院新闻学本科生

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)

身影・国际 119



残酷的一面,更重要的意义在于自赛弗的报道后,越来越多的美国媒体开始打破自我审查,从客观真实的角度报道越战,美国国内关于越战的舆论开始反转,间接促成了此后一系列美国的反越战运动。除了业界外,学术界也对赛弗的这段报道给予了很高的评价,纽约大学将其评为美国 20 世纪最优秀的新闻报道之一,赛弗的其中一次乔治·波尔卡奖也源于这次报道。



赛弗对美军在越南村庄的暴行为民众揭露了越战的真相

赛弗的报道也遭到了美国政府当局和军方的反对,当局批评赛弗的报道是在抹黑美国,时任美国总统的林登·约翰逊甚至愤怒地致电赛弗所供职的CBS,要求开除赛弗。

在获得大量关注的同时,赛弗的越战报道同样充满着危机,在三年的越战报道生涯中,赛弗曾多次面对死亡的威胁,在1965年的一次报道中,赛弗与两名同事所乘坐的直升机被北越地面火力击中,所幸三人最后死里逃生。

四十六年如一日 赛弗和《60分钟》

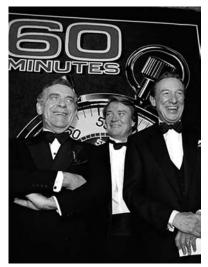
1968年,《60分钟》新闻杂志节目 开始在 CBS 播出,节目创始人唐·修伊 特致力于将节目打造成一档以记者为中 心的调查节目,并请来了麦克·华莱士做 节目主持。然而节目开播后效果并不理 想,只能在生存线徘徊,直到节目开播后 的第三季,随着赛弗的加盟,开始 有所好转。

刚加入《60 分钟》节目组,赛弗就做了关于北部湾事件的调查报道。该事件被认为是美军开始全面越战的导火索,此前的声明中,美国军方一直宣称冲突由北越方面挑起,并夸大事件的严重程度。赛弗的报道则为人们展示了事件的真实情况,揭露了当局的谎言,

制片人修伊特更将赛弗的这一报道称为自己"53年CBS工作生涯中合作过的最好的报道",同时,这一报道也为赛弗和《60分钟》制片组赢得了当年的艾美奖。

1975 年 8 月,CBS 将《60 分钟》节目的播出时间调整到了周日晚间的黄金时间,赛弗也将节目提升到了一个全国性的高度。当年,赛弗采访了当时的美国"第一夫人"、总统福特的妻子贝蒂·福特,在节目中,福特表示自己 18 岁的女儿如果曾发生过性行为自己并不会感到震惊,但这一论调却着实震惊了当

时的美国民众。



莫利·赛弗(左)与《60 分钟》的同事史蒂夫·克罗夫特(中)及麦克·华莱士(右)



莱内尔·哥特在狱中度过了 16 个月

更多的重量级采访让《60分钟》开始受到越来越多的关注,1976年,《60分钟》跻身美国尼尔森收视榜单前20位,此后,更是连续23年排在榜单的前十位,其中更有5年排在当年榜单的榜首位置。

随着《60分钟》节目的不断发展,赛弗的采访内容也愈发多元,据统计,在为《60分钟》节目制作的919部新闻报道中,赛弗采访过作家、政客、戏剧演员、流浪汉及失业人员等多个行业的人员,覆盖议题包括官僚体制、银行账户、心脏病治疗以及失眠问题。相较于以尖锐的提问风格而闻名的节目主持人麦克·华莱士,赛弗的风格则较为幽默轻松,在提问中,总是用一种友好礼貌的方式与采访对象交流。

当然,作为一名调查记者,赛弗更为人称道的是他追求真相的制作与高度专业的客观立场,在为《60分钟》奉献的众多调查报道中,另一则著名的当属哥特案的报道。

1982年,美国黑人工程师莱内尔·哥特被警方以持械抢劫一家肯塔基当地的儿童餐馆而逮捕,法庭随后判决抢劫罪名成立并判处雷特无期徒刑。这一案件引起了当时媒体的广泛关注,其中包括赛弗和《60分钟》节目组,在进行了大量深入的调查与采访后,《60分钟》于1983年制作了《莱内尔·哥特在监狱》的节目,在节目中,赛弗采访到了一位警方

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)]2() 身影·国际





赛弗在 CBS 为自己制作的纪录片中接受访问



₩ Follow

It's been a wonderful run, and I want to thank the millions of people who have been loyal to our @60Minutes broadcast. Thank you!

7:54 PM - 15 May 2016

★ ₹ 2,068 **♥** 4,586

赛弗在推特上发表自己的退休感言

此前并未挖掘到的关键性目击证人,指出了该案检察官在证据链条方面的错误以及警方的草率办案,并质疑案件审判的公平与正义性。赛弗的报道引发了全国性的关注,最终导致哥特在无端服刑了16个月后被无罪释放。这则报道也是赛弗个人最喜爱的报道之一。

赛弗为《60分钟》制作的另一个为人称道的新闻发生于2001年,当时已经70岁高龄的赛弗采访了一家无家可归者的学校,这所富有争议的学校致力于为美国一百万流离失所的儿童提供教育。

今年5月,赛弗宣布从《60分钟》退休。作为该节目工作时间最长的记者,CBS制作了《莫里·赛弗:一个记者的一生》的特别纪录片向他致敬,赛弗还在家中与家人观看了这部纪录片,并表示"看别人采访自己是一件奇怪的事"。

5月16日,赛弗在社交网站 上发表了自己从《60分钟》退休的 感言,他说道:"这是一趟愉快的旅程,我想对每一个关注我们节目的观众说声谢谢。"令人唏嘘的是,在这句离职感言发出后的第三天,赛弗却永远地离开了人间。

谢谢赛弗,愿新闻理想不灭。 (本文编辑:孙启军)

【注 释】

①艾美奖 (Emmy Awards)是 美国电视界的最高奖项,地位如同 奥斯卡奖于电影界和格莱美奖于 音乐界一样重要。

②乔治·福斯特·皮博迪奖 (George Foster Peabody Awards) 是一项一年一度的国际性奖项,以 表彰杰出的广播和电视节目。

③乔治·波尔卡新闻奖(The George Polk Awards) 是美国纽约 长岛大学每年为新闻业者颁发的 奖项,是美国新闻界一项殊荣。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)]2] 身影·国际



报网端屏融合创新,唱响两会好声音

---南方报业 2016 年全国两会报道浅析

陈 枫 梅志清

【摘 要】 全国两会报道一向是历来各媒体的"兵家必争"之地,传统媒体如何在竞争中出新意?笔者认为,一是要坚持内容创新,二要探索流程创新,在多端发布的基础上完善融媒体采编发机制,三是要将报道本身当作一个产品做好产品创新。

【关键词】 融合创新/主旋律/立体传播

2016年是中国"十三五"时期的开局之年,也是全面建成小康社会决胜阶段的开局之年。2月19日,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话,深刻阐述了新闻舆论工作的重要地位和作用,就新的时代条件下做好党的新闻舆论工作作出战略部署。因此,今年全国两会报道,对于新闻媒体来说,既是开局之年的第一场重大战役,更是贯彻习总书记重要讲话精神的第一场大考,意义重大,不容有失。

作为在国内外有重大影响力的党报集团,南方报业传媒集团深入贯彻习近平总书记重要讲话精神,实行全媒体全流程导向把关责任制,发挥集团"1+X"采编协调机制优势,由南方日报牵头为"1",集团其他媒体为"X",重点推进报、网、端、屏各终端融合生产传播,推动内容、流程、产品创新,唱好主旋律的大合唱,获得良好的立体传播效果,得到中宣部、省委、省人大、省政府、省政协主要领导和社会各界的充分肯定。

据统计,南方报业传媒集团旗下 10 家媒体共派出 85 名记者编辑,《南方日报》、《南方》杂志、《南方周末》、《南方都市报》、《21 世纪经济报道》、《南方农村报》6 家纸媒刊发版面 335 个,总计约130 万字。集团各新媒体终端点击量超6000 万。其中南方网推出中英文专题,发布图文报道 1972 篇,国信办及省网

信办全网推送原创作品 26 件;集团新媒体拳头产品"南方+"客户端首次亮相全国两会,直播公开会议 28 场,刊发两会报道 1027 篇,制作 H5 和视频产品 50 条,成功打造广东权威资讯移动传播主平台;南方全线通、南方户外 LED 联播网分别在广东代表团驻地、全省各地多个商业中心实时滚动播报两会资讯,日报》网站、《联合早报》网站先后刊文介绍南方报业创新报道举措,《参考消息》3 月 9 日在同一版刊发两条稿件报道,新华网、腾讯网、凤凰网等网站纷纷转载,"两会精彩 尽在南方"观点深入人心。

坚持内容创新, 权威悦读,壮 大主流声音

习近平总书记指出,党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制,增强针对性和时效性。其中,内容创新是根本。在移动互联时代,传统媒体特别是党报的核心优势,依然是优质权威的内容。要主动适应党和政府工作的新要求、人民群众的新期待、传播技术的新进步,创新会议报道内容,做到既权威又悦读,积极壮大主流声音。

今年两会期间,习近平总书记先后到 6个团组与代表委员共商国是,发表了一 系列重要讲话。南方报业除了及时充分用好新华社稿件,还积极创新,全媒体、立体式传达总书记重要讲话精神。《南方日报》开设"牢记总书记嘱托,广东谱写新乐章"、"学习贯彻总书记系列重要讲话精神"栏目,结合广东实际,前后方联动,突出引领和指导作用;《南方都市报》推出7个版的《总书记的两会时间》特别报道,图文并茂梳理总书记下团组的精彩场景和重要讲话;南方网、"南方+"客户端推出习总书记重要讲话报道专题,扩大传播面。

其中, 围绕总书记首次提出构建 "亲""清"新型政商关系这一重大命题, 《南方日报》敏锐把握到,广东是中国第 一经济大省,也是民营经济大省,民营经 济占 GDP 比重超过一半。总书记的重要 讲话精神为非公经济健康发展提供了政 策"定盘星",具有重要的理论和现实意 义,在全国特别是广东各界引起巨大反 响。于是,《南方日报》迅速策划,连续推 出评论员文章、代表委员热议、南粤回响 等三篇报道,前后方联动,掀起学习贯彻 总书记重要讲话精神的热潮。特别是独 家专访全国政协委员、省委常委、统战部 部长林雄和省委常委、纪委书记黄先耀, 披露广东即将出台《关于构建新形势下良 好政商关系的意见》,鼓励政府"重商亲商 安商护商",落实及时有力,振奋人心,企 业家纷纷欢呼"民营经济迎来新的春天"。 这组报道获得中宣部新闻阅评表扬。

坚持内容创新,要遵循新闻规律,聚 焦热点话题,找权威人士释疑解惑,做好 舆论引导。南方报业由集团领导带队,整 合集团各媒体资源,做好"1+X"高端访谈,



陈枫,南方日报时政新闻部副主任 梅志清,南方日报编委、时政新闻部主任

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



专访了全国政协委员贾康、张晓山等知名 专家,以及省政协和省"两院"领导,围绕"十 三五"规划、供给侧改革、民主法制、司法体 制改革等重点议题,解读政策、分析走势、献 计献策。其中,省政协主席王荣、省高院院长 龚稼立均为上任后首次接受媒体专访;《南 方都市报》还专访了海协会会长陈德铭、浙 江省省长李强等30多位副部级以上领导。 针对有人"唱衰"中国经济形势的论调、《南 方日报》记者深入采访了著名经济学家厉以 宁、林毅夫、李稻葵,国务院发展研究中心前 副主任刘世锦、招商银行原行长马蔚华、中 国常驻联合国粮农机构代表牛盾等高端人 物,发出正面声音,坚定改革发展信心。《南 方曰报》还刊发两会评论专版 14 个、评论 文章48篇,其中本报评论员文章16篇,《让 民营企业真正从政策中增强获得感》等评论 广获肯定,全力构建起"南方评论高地"。

坚持内容创新,要弘扬精益求精的 "工匠精神",多抓"活鱼",多出精品。《南 方曰报》在头版推出"现场短新闻"栏目, 在要闻版开设"人民桥——基层代表履职 记"、"好代表讲好故事"栏目,鼓励记者多 抓鲜活新闻,挖掘代表履职精彩故事。比 如 3 月 11 日头版刊登的短新闻《"大姐 很动情,我看都流泪了"》,就是记者在听 会时敏锐地捕捉住广东团三届老代表陈 舒连续十年呼吁经济立法、动情落泪的场 景,展现了广东代表尽责履职的情怀。又 如"三八节"当天刊登的《一纸柔情 万千 期待》,聚焦广东基层女代表刘小权、熊锦 梅心系民生、为民建言,短短千字,饱含十 多个小故事和细节,记者精心打磨修改到 凌晨,再经值班领导修改点睛,制成精品。

探索流程创新, 多端发布,完 善融媒体采编发机制

今年,南方报业新媒体拳头产品——"南方+"客户端首次参与全国两会报道,加上南方网、南方日报官方微博微信,以及南方全线通3个大屏幕进驻广东代表团驻地,南方户外LED联播网在全省多个商业旺地滚动播报,这么多的传播终端,如何确保安全、高效、优质播出?

南方报业积极探索流程创新,完善融媒体采编发机制,抽调各端口骨干特设"融小组",建立指挥群、报道群、融媒群、专题群、人大群、政协群等多个微信工作群,集团领导、各单位负责人及具体联系人加入相关群中,融合生产传播。

具体融合生产传播流程如下:1.一线采访记者通过微信及时发送现场文图新闻,经领队审订后通过即时新闻微信群,在"南方+"客户端、南方网的"南方快报"栏目发布。南方全线通、户外 LED 联播网编辑从"南方快报"上取稿刊播。2.大会开闭幕式、广东代表团开放日、记者会等重要活动,"南方+"客户端、南方网整合报道资源,图文直播。3.由"融小组"集合前方记者、要闻部编辑、"南方+"编辑、技术人员,专门研发生产适合"南方+"等户端、官方微信传播的相关产品。4.报纸按成熟的一体化平台完成采编发。

一次采集、多渠道传播,初步实现了报纸、客户端、网站、微博、微信、全线通屏幕、户外 LED 七个终端的采编发一体化生产。不同终端发布的新闻内容,不是简单的转载报纸新闻,而是根据不同端口特性,定制个性化的新闻产品。比如,见报稿要求更严谨,"南方+"客户端、微信报道的题材更多样、语言更活泼,全线通屏幕、户外 LED 则主打图片报道。

跑会记者真正成了全媒体记者。除了要给报纸供稿,还要第一时间给"南方+"客户端、南方网、官方微信供稿;除了写稿,还要邀请代表委员做客直播室、采集"天天好声音"音频素材、推介新媒体产品……对于传统媒体采编业务流程来说,这是一种颠覆性的改变,走出了关键一步。当然,还需继续磨合完善。

推动产品创新,入脑入心,提升有效到达率

移动互联网时代,如何生产更多受众喜闻乐见的新媒体产品,巧妙宣传大政方针,提升有效到达率,入脑入心?南方报业从受众需求出发,研发了多个网络"爆款"新媒体产品。

《南方都市报》参与主创朝阳工作室

"三严三实"系列动漫短片,第一部短片《当官不能任性》全网推送,"习大大打虎"的动漫形象深受网友欢迎,播放量超 480 0 万人次。《南方日报》、"南方+"客户端联合推出的《广东创新的样》和《21 世纪经济报道》推出的《Come on,十三五》这两支"神曲"走红,网络总点击量超过 400 万。南方网原创的动漫视频《未来五年,广东人的生活会有多幸福》点击量超过 429 万,南方+客户端原创 H5《广东团开放日,精彩问答有哪些?》点击量也超过 200 万。

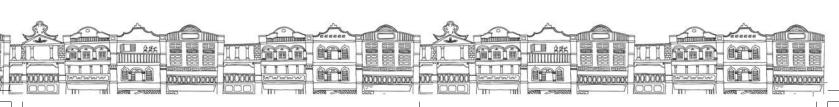
"神曲"《广东创新的样》是一个典型案例。早在会前,《南方日报》、"南方+"客户端"融小组"团队就琢磨围绕"创新驱动发展"这一广东核心战略,创作一首适合网络传播的"神曲",用"广味普通话"唱出粤式创新成就。经过几番讨论,敲话唱出粤式创新成就。经过几番讨论,敲定改编去年网上很火的一首流行歌曲《我们屯里的人》,由记者创作歌词,把广东载等创新元素都写进去,再找学音乐机器人上央视春晚、深圳无人机销往全球等创新元素都写进去,再找学音乐的亲友编曲、演唱,联系视频制作,这种"关系网众包"的开放式生产方式,极大释放了生产力,旋律"洗脑",唱腔"鬼马",刷屏迅速,网络点击量突破300万次。

活泼精彩的短视频产品,是今年一大亮点。《南方日报》、"南方+"客户端开辟"两会聊天室",邀请23名广东代表委员走进南方报业全媒体直播室,由视觉新闻部记者精心拍摄,剪辑制作一批音视频产品,讲述广东改革好故事,发出"天好声音"。还从中精选部分代表委员的"金句",制作了马化腾、钟南山、黄明珠、雷军、许钦松等人的系列精美海报,在"南方+"客户端开屏页、《南方日报》刊播,取得很好的网络传播效果。

两会闭幕当天,南方报业多个终端推出两会报道团队形象短片《我们的24小时》,展现敬业拼搏的职业风采,刷爆了微信朋友圈。就像短片最后所说,"因为热爱,所以坚守"。因为热爱,所以在一次次重大新闻战役中、在媒体转型融合发展的征途上,南方报人仍将不停奔跑,不断创新。

(本文编辑:陈士军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



搭建地方媒体智库,推动报业融合发展

——以**《**汕头日报**》**"产业发展智库"建设为例

洪悦浩

【摘 要】 从城市发展到地方决策,智库的作用正在日渐凸显。作为地方媒体,在基层企业的需求和地方研究机构、高等院校的研发能力间搭起桥梁,以媒体智库搭建跨界联合、资源共享的大平台,有利于增强媒体核心竞争力,推动媒体加快转型发展。本文以《汕头日报》谋划筹建"汕头日报产业发展智库"为例,探索地方媒体搭建新型"智库"雏形的融合发展之路。

【关键词】 智库/融合发展/汕头日报

2015年10月27日,中央全面深化改革领导小组第六次会议审议了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》(以下简称《意见》),明确支持中央重点新闻媒体先行开展高端智库建设试点。在此之后,媒体参与智库建设甚至自办智库便呈现百花齐放的局面。

就在中央《意见》审议通过的同一天,《汕头日报》推出了"产业之变——工业特色镇基层行"专题策划,创新性探索"媒体+高校"、"记者+专家"报道模式,集新闻报道、产业观察、政策建言、专家视点等于一体,强化对具体产业发展乃至汕头区域经济的思考。这组策划也成了地方主流媒体借力身边研究机构和高等院校,探索搭建媒体"智库"的雏形,并引发了《汕头日报》谋划筹建"汕头日报产业发展智库"。

一、探索:集聚"外脑"构建媒体"智库"平台

《汕头日报》"产业之变——工业特色镇基层行"专题策划,由总编辑带队,以"走、转、改"形式,组织记者走遍全市7个区县的10个特色产业

镇,发掘鲜活案例;同时,邀请汕头大学商学院、新闻学院和市委党校、汕头职业技术学院等高校老师,组织专家团参与采访,撰写调研报告。这组跨界联合策划体现了几个特点:

一是深入基层一线,发掘鲜活案 例。

当市场在资源配置中越来越起到决 定性作用的时候, 更多的新闻只会出现 在市场经济的"运动场"上,出现在火 热的基层和一线。正是敏锐地感受到这 种变化,《汕头日报》组织骨干采编人 员,深入乡镇、街道,走马园区、企 业,关注最基层感受,倾听第一线声 音。《凤翔玩具:由"镇"到"城"的 谋变》一文,落笔就是"沿着澄海莱美 路驱车, 道路两侧的玩具广告牌一个接 一个, 岭海、莱美、凤新等工业园区内 的玩具企业鳞次栉比……"生动点出了 凤翔街道推动特色产业企业向园区集 聚、立足产城融合发展思路的谋变之 道。有专家认为, 这次策划把基层特色 产业镇作为一个整体来报道,以一个个 产业镇的生动案例, 剖析和透视了汕头 工业的发展轨迹,由点及面,既源于基 层,又服务基层,跳出了一般经济新闻 的报道模式,突出问题,写得鲜活。

二是创新报道方式,增加新闻厚 度。

《产业之变》策划的每一组报道见诸版面,都作为主打稿件突出处理,综合运用"要闻版一组新闻报道+专题版整版调研报告"的"1+1"形式。其中,要闻版的新闻报道包含"通讯+总编手记+照片",专题版的调研报告包含"产业观察+政策建言+专家视点+产业镇简介+数据图表"等,整组报道有通讯、有言论,有观察、有建议,有照片、有图表,多视角、多层面挖掘新闻深度,开发新闻厚度。(参见图1、图2)



图 1 《汕头日报》产业之变七期 1 版



洪悦浩,《汕头日报》总编辑

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)





图 2 《汕头日报》产业之变 七期 3 版

三是借力身边"智库",提升理论高度。

可以说,每一期的产业观察都归纳了各地、各产业的做法"亮点",推广了经验,开阔了思路;而专家们撰写的政策建言、专家视点,更是作为一种理性的思考,对各乡镇的产业发展乃至汕头区域经济都具有很强的指导性。如面对峡山街道家居服务产业的结构调整,经济部期等长江新闻与传播学院副教授赖明明认为,应该推进传统产业与新兴产业两轮并进格局,建立"+互联网"与"互联网+"互补模式,打造经济"升级版"。这些理性思考让整组报道的新闻性和理论性、思辨性、指导性达到有机的统一。

经济报道是主流媒体不可或缺的重要内容,也是最容易陷入形式"单调枯燥"泥沼的一类稿件。《汕头日报》的这组策划源于新闻又高于新闻,报纸成为理论与实际结合的产学研融通大平台。

二、体会:媒体智库建设为跨 界融合转型发展探路

当前媒体智库建设主要以中央和省级重点媒体,以及新媒体为主,如新华社整体纳入国家高端智库建设试点名单;

江苏紫金传媒智库政企学媒携手共建;新浪网建立新浪财经智库;湖北日报建立长江智库;无界新闻推出无界智库;南风窗新成立传媒智库……地市级媒体办智库的还比较少。当前,各地经济社会正处于深刻转型期,改革发展稳定任务艰巨繁重,所遇到的问题复杂性前所未有,这对地市媒体办智库建设提出了要求,提供了空间。地市级媒体智库能够更接地气,同时也能够有效推进媒体融合转型。

一是媒体有建设智库的优势。

不管中央、省级还是地市级媒体,它们不仅传播最新发生的新闻事件,而且还传播先进思想、科学理论,传播科学技术与智慧文明。媒体的评论以及调研、课题、理论文章等,都是智慧产品,至于内参与智库就更接近了。媒体还有天然的传播优势、广泛的信息渠道;"外脑"资源丰富,媒体自身的线条记者还是某些方面的专家,所以,媒体建设智库有条件和基础。

二是智库有传播的需要。

理论来自实践,也要指导实践。智库如果不注重传播,就会曲高和寡。由于媒体了解社会和民众舆论动向、深谙如何传播好声音,智库如果巧用媒体资源,就能厚植实力,既引导大众形成对公共政策的理性态度,又通过信息分享、观点交流,促进决策部门更加全面地倾听社会意见。

三是媒体智库为媒体转型探路。

虽然影响力有所下降,但纸媒积累了很好的品牌资源,开发空间巨大;同时,媒体圈内存在大批优秀人才,他们比较接地气,也了解社会,思想更符合社会现实,媒体办智库不失为媒体转型的一个好抓手,也给诸多有思想、有理想的媒体人带来发挥的机遇。今年2月29日,深圳市媒体研究会"深媒+"经深圳市民政局批准成立,这是集合各类媒体人及相关人员自发组成的传媒人联合体。"深媒+"以"众筹人才、众筹智慧、众筹理想"方式,汇聚各路精英,探索研究媒体转型和新媒体成长新途径。

可以看到,中央《意见》发布以来,智 库与媒体之间的关系愈加紧密,融合发 展之势鲜明凸显,联动运作更加成熟。 "媒体型智库"最大特点是把传统新闻生产方式转变成以深度研究为核心抓手的资源平台,形成深度报道、深度加工、深度传播的产品链。

三、前景:媒体大融合平台空 间广阔

乘着中央重视智库建设的东风,媒体智库迅速发展将成为趋势。但智库成立容易,日常运营怎么做?赢利模式在哪里?又如何提升资政建言能力?

以《汕头日报》为例,在前期"产业之变"跨界采访模式的基础上,已有政府部门和地方研究机构主动联系报社,要求加入融合平台,合作愿望强烈,这增强了我们创建地方媒体智库的信心和力量。按照汕头市委办公室关于在全市重点扶持三四家基础较好、成长较快、带动能力较强的新型智库的思路,《汕头日报》已经向地方相关部门申请成立"汕头日报产业发展智库"。

一是组建团队。

以《汕头日报》为平台,建立起一个以《汕头日报》产业记者、汕头大学、汕头职业技术学院、汕头市委党校教师为骨干力量,相关职能部门和企业骨干参加的,30人左右为核心的产业发展研究智库。团结专家、记者、行业领军人物,把专家资源、政府资源、课题资源聚拢到报社平台上。

二是课题研究。

汕头民营经济发达,是广东省三个"广东省小微企业创业创新基地示范城市"之一。产业发展智库以服务汕头产业发展为直接目标。宏观上以处于深刻转型期的汕头产业为主要研究对象,微观上选择30个左右有代表性企业作为汕头产业研究样本,开展对实体经济如何适应国家供给侧结构性改革,寻找加快发展新动能等课题的战略研究。

三是传播引导。

传播是报纸的优势,必须放大智慧效应。譬如请智库专家学者参与课题研究,以约稿、访谈、座谈会、"连线"等方式,就某些重大问题请他们发表意见,等等。以专家效应增强媒体传播能力。(下转第128页)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



深耕本土,主打原创,开辟报业突围之路

—《湛江晚报》从版面内容到活动策划的"本土化"探索

黄康生 高 玮

【摘 要】 从互联网和新兴技术的发展深刻改变了媒体生态,但媒体的核心竞争力,还是创造内容。《湛江晚报》以深耕本土、主打原创为主线,以"版面设置本土化、新闻策划本土化,活动策划本土化"为抓手,凝神聚力做足做优本土新闻,通过强化本地元素开辟出一条突围之路。

【关键词】 本土新闻/媒体生态/湛江晚报

报纸的传统市场空间正在被严重挤压。《湛江晚报》和全国很多都市类报纸一样,受到了前所未有的挑战。如何才能在夹缝中求得生存和发展?

互联网颠覆的,只是内容的中介,并非内容的本身。媒体的核心竞争力,还是创造内容。作为地方都市类主流媒体,它的核心竞争力,就是本土新闻。《湛江晚报》编辑部经过调查研究后认为,《湛江晚报》的根在湛江,血脉也在湛江;办有本土特色的报纸,采有"海味"的新闻,编有"红土味"的文章,拍有"半岛味"的照片,就应该是晚报的改版方向。

2014年,《湛江晚报》改版,确定以"接地气,立公信"为新的办报理念,以"深耕本土,主打原创"为新的办报口号,进行深度的创新改革。2015年,《湛江晚报》再一次改版,叫响"心中有大局,笔下有百姓"的改版口号,努力探索本土新闻立报的路子。

版面设置本土化

2014年改版之时,《湛江晚报》就推出了"湛江实时"新闻版块,下设"政情"、"快报"、"社会"、"话题"、

"现场"、"有讯"、"微观"、"法眼"等专栏,力推新闻版块全面本土化。同时,开辟了"赤坎金版"、"霞山金版"两个社区版块,2015年又增开了"坡头金版"。社区版由于固定一个区域内进行详细报道,针对性强,读者群也从原来的松散型变为集中化,互动性大大加强。

2015年,《湛江晚报》再一次改版,新开设了"鉴江水"、"九洲江湖"、"三元塔下"、"灯楼角风"、"观海长廊夜话"、"瑞云湖论道"等具有本土特色的专栏,并以此细化各县域的亮点新闻,贴上醒目的标签。

《湛江晚报》改版后,每天本地新闻版面平均数从原来的6个增至18个。

除了推动新闻版块本土化外,还力促专刊、副刊走上本土化轨道。 2014年改版时,编辑部针对湛江年轻人多等特点,新开设了微观、微播版,"8090"专栏。这些版块坚持走本土化路线,紧贴网络热点,比如,《中科院微博晒湛江牡蛎》、《气象大 V 盛赞湛江天空"土豪蓝"》、《高考考生注意:假 2B 铅笔作崇,100 分或只读出 87分》、《网络社交平台抢红包泛滥,兑

奖"太坑爹"》等等,几乎每一期都有和湛江有关的网络热点话题,达到了吸引年轻读者、网友,增加用户黏度的目的。

2015年改版时,编辑部了解到,湛江市60岁以上老年人有104万人,占全市总人口的13%。这庞大的群体需要一个了解社会、获得资讯、抒发情感、展示才华的平台,更希望通过这个平台得到社会更多的关注和关爱。而且部分老年读者对《湛江晚报》有很深的感情,对此,编辑部又特别开设了《金秋周刊》。《金秋周刊》每周一期(周日第9-12版),设置资讯、关爱、怡情、长寿等版块,服务性、可读性强,受到老年读者喜爱。市新闻审读小组对此给予充分肯定。

很长一段时间,《湛江晚报》没有 文学版,编辑部在改版后新开设了本土 文学栏目"海风",重新将一批热爱生 活,喜欢写些散文、美文的市民吸引到 晚报上来。"海风"开办100期后, 著名文艺评论家龙鸣教授发表了评论: 《湛江晚报》"海风"栏目,开辟了一 个大家关注和喜爱的文学专版, 既为读 者提供健康有益的精神食粮,也为以本 市作者为主的文学爱好者提供一个发表 作品的园地。同时,又开设了"湛江悦 读"栏目、读者来稿非常踊跃。平凡的 生活琐事、不一样的人生际遇、浓烈的 乡土情怀、暖心的亲情爱情, 所有这 些,他们都——道来,描绘出了当今湛 江人一幅幅真实而精彩的生活画卷。

在文体娱乐版块,《湛江晚报》开



黄康生,《湛江日报》总编辑 高玮,《湛江晚报》新闻部执行主任

岭南传媒探索



设了"星闻"、"视听新势力"等栏目,及时 报道湛江年轻人的文化娱乐新趋势;在 体育版块开设"城市跑道"栏目,反映了 本土都市健康生活的新动向。2015年再 次改版时,编辑部又根据湛江的市情推 出新专版——《家史》。《家史》版报道的 家庭有革命家庭、文艺家庭、教师家庭、 经商家庭和体育家庭等,这些家庭无论 在革命战争年代,还是在和平建设时期, 都重视文化教育,有着良好的家风。这对 读者是一种很好的启迪, 家庭是社会的 细胞,每一个家庭的发展史都是社会发 展的缩影。由于很多史实是首次公开披 露,引起读者强烈反响。湛江市新闻学会 副会长、市新闻审读员宋立民来信说:小 报亦可厚重,家史大可挖掘。不少热心读 者提供有价值的采访线索,有的主动要 求记者采访其家庭历史。每逢《家史》版 付印前, 本报记者总会接到被采访对象 要求加印报纸的电话,有的读者还将报 纸寄给远在美国、加拿大等国及我国香 港、澳门的亲友。

《湛江晚报》坚持本土新闻优先的原 则,坚持走本土新闻立报的路子,并在国 内国际的热点新闻报道上寻找"湛江元 素",力求实现本土化"落地"。比如高考 改革、中考改革、房地产新政、公积金新 政、医改等与老百姓息息相关的新闻,通 过与本地有关部门联动, 做到了当天报 道就"落地"。如高雄燃气大爆炸,报道这 一突发新闻用了两个跨版,并根据湛江 的实际,配发相关安全知识,提醒市民注 意。这样的时事新闻,接上了湛江的"地 气",极大地提高了读者的关注度。2014 年2月,西非爆发大规模埃博拉病毒疫 情。编辑部抓住这一重大的国际题材,组 织记者连线湛江 27 名援非医疗队员,并 开设了专栏《援非日记》。同时,请援非医 疗队员自己采写迎战埃博拉的故事,做 到了国际热点事件本土化落地。

一个好的栏目就是一面旗帜,就是一个品牌,就是一种导向,既可以推动提高办报质量和水平,又可以吸引凝聚各方读者,扩大媒体宣传的广度和深度。

新闻策划本土化

在媒体激烈竞争的今天,传统媒体最大的优势是本土、独家、原创新闻。而要做到这一点,搞好独家策划是重中之重。策划到位,执行到位,才能产生精品力作,才能凸显媒体的影响力,吸引广大速者。

自 2014 年起,编辑部就实行全员 联动,坚持每周一个小策划会,每 10 天 一个大策划会,还有不定时的突发事件 策划会等等,形成了有本土特色的独家 策划机制。

2014年,《湛江晚报》的独家策划接 二连三重磅推出:《记者千里追菜》、《烂 尾楼的故事》、《红嘴鸥与湛江的 15 年 之约》、《合湛高铁》、《洗肺之城》、《21 世 纪海上丝绸之路》、《百岁老人》、《直通海 东》、《芭芭拉》、《劳丽诗开网店》、《交通 整治》、《看守所的故事》、《凉茶妈妈》、 《驾考市场》、《让候鸟飞》、《依法治市 湛 江实践》等系列报道。一个个热点话题相 继引起了社会的关注,在读者中产生较 大的影响。

都市类报纸不能远离时政报道,轻视时政报道。《湛江晚报》有其相对固定的读者群,这些读者同样希望在报上看到鲜活的时政报道。因此,要把时政报道做到位,特别在市委、市政府领导关注和市民群众利益攸关的重大事项上寻找结合点,突出时政报道的亲民性、贴近性。

2015年2月,湛江市"两会"召开,《湛江晚报》开设系列栏目"新常态·新气象"、"新常态·新思路"、"新常态·新动力"、"新常态·新突破"等,把会场内的信息发布与会场外的现场采访、市民心愿与部门回应相融合,疏理、整合、提炼,既避免信息碎片化,又形成规模效应。随后,编辑部又连续推出了60多个独家策划报道,如《一带一路之湛江机遇》、《湛江钢铁带动效应》、《聚焦交通大会战》、《茅草房改造》等等,这些报道都是审时度势,统筹把握报道规模与节奏,有条不紊地

推出,与政府的意图不谋而合,也及时给读者传送了城市发展的重要信息。

《湛江晚报》的独家新闻策划体现了几方面特色:

一是在大题材中寻找与市民生活息息相关的结合点。如在《湛江钢铁带动效应》系列报道中,既不断报道湛江钢铁基地建设进展情况,同时还多角度、多侧面反映该项目对湛江工业、商业、就业、文化、教育、思想观念等方面的深刻影响,例如东海岛村民学说普通话,驻地村民主动融入钢铁项目建设等事例,故事感人、分析透彻,社会反响热烈。

二是抓好具有本地特色的事件宣传和典型宣传。专题报道《鉴江水今日注入东海岛》用跨版编排,图文并茂,特别绘制了鉴江供水示意图,当天新闻和现场解读使读者对鉴江供水有了全方位的了解。同时注重本地典型宣传,如《从东海岛走出的极地英雄吴林》,吴林是中国雪龙号极地考察船水手长,曾19次赴南极考察,两次赴北极考察,10次被评为南极优秀考察队员,是湛江人走向世界、建功立业的典范。

三是着眼于平凡人的不平凡事,使报道离市民近些、更近些。如退休教师林茂坚持记账 18年,8本家庭账本记录下每天家中的开支,反映市民生活水平提高、消费观念变化。5岁小男孩伟伟因患绝症即将离世,其父母冲破世俗的观念,强忍悲痛,捐出孩子的器官救治5名患者,彰显了人间大爱。东海岛渔民自筹资金50万元,建起湛江首家中华白海豚保护基地,不仅想方设法保护中华白海豚保护基地,不仅想方设法保护中华白海豚城处生存的环境,还为渔民转产转业树立了良好的典范。这类社会新闻给人以感动、震撼和启迪。

四是强化服务性,读者的需要就是报道的重点。如《湛江你为啥热得早?》通过采访气象部门,了解湛江历史上最高的气温就出现在5月,较好地解除了市民的疑虑,并针对解暑降温给予生活、工作方面的提醒。对于涉及面广的重大民生新闻,编辑部组织力量,深耕深挖。如

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



市区公共自行车系统,从筹备、建设、启动、办卡、体验,到设施受破坏、呼吁护车、加强调配等方方面面,针对市民、游客关心的问题,一环扣一环及时跟进,服务性很强。

《湛江晚报》在抓好独家策划的同时,也不遗余力抓独家新闻,在人无我有上做足文章。如《遂溪县委节记检讨》、《吴川林屋村走出3名全国劳模》、《东海岛民安镇文丹村村民为盲人举办婚礼》、《男子命悬一线,记者现场救援》等。

因为有了这些独家新闻,《湛江晚报》便区别于同城的其他媒体,避免了似曾相识的"老面孔";因为有独家新闻作支撑,彰显了晚报的特色,增强了晚报的吸引力。

活动策划本土化

网络和数字技术的裂变式发展正强 烈地冲击着传统媒体的格局。然而,信息 技术再发达,渠道再丰富,也替代不了新 闻工作者深入基层、深入实际、深入生 活。

为增强与读者的黏合度,《湛江晚报》先后举办了"流动记者站进厂区"、"帮办工作室进社区"、"用户办报进县区"活动;举行了春节送福进社区,社区好婆媳、好邻居评选等活动;开展了"市民观看红月亮"、"8090 父母晒娃"集体采访等活动。同时成立了"好人好报"志愿者服务队、"老友记工作室"、"红嘴鸥

工作室"、"随手拍工作室"。

2013年12月7日,广东海洋大学加拿大籍教师芭芭拉突发脑溢血,情况危急。《湛江晚报》持续不断的追踪报道使广大读者对这位可亲可敬的外教有了深入的了解。2014年5月1日晚,《湛江晚报》在赤坎金沙湾广场举办"好人好报走进金沙湾"文艺演出,为芭芭拉治病筹款。

2014年8月14日,《湛江晚报》报道了赤坎区中华街道办南方社区居民李女士的儿子吴振东身患尿毒症依然自强不息的故事。多年来,吴振东一家除了靠低保,还靠其妈妈在街边卖凉茶维持一家生计。刚刚大学毕业的吴振东还没来得及孝敬父母,却被诊断出得了尿毒症。《湛江晚报》发起爱心义卖活动,一共筹得36万多元善款,吴振东成功换肾。

2014年11月30日,《湛江晚报》 联合市博物馆在广州湾法国公使署旧址举办以"城市之变"为主题的摄影展。展览展出记者拍摄的百余幅照片,集中展示反映了改革开放特别是近年来湛江城市的发展变化。湛江市领导刘小华、王中丙、赵志辉、梁志鹏观看展览后对摄影展给予高度评价,并建议延长展期和深入社区巡展,让广大市民更加了解湛江、热爱湛江。

2015年1月,"红嘴鸥工作室"召集200名志愿者上街宣传保护公共自行车,报道刊出后,吸引越来越多志愿者加入。此后,"红嘴鸥工作室"再接再厉,

又组织志愿者开展了清洁金沙湾等系列环保活动,受到市领导的高度肯定。1月8日,市长王中丙在《湛江晚报》刊登报道《打造脚印城市》报纸上批文:"向红嘴鸥工作室的志愿者们致敬!晚报的策划体现了新闻工作者的责任与良心,值得全社会学习。"

2015年3月14日,《湛江晚报》 联合市文明办举办"节俭养德旧物互换 文明生活"活动,数千读者线上线下热心 参与。湛江籍著名运动员劳丽诗、刘鸥等 捐出珍藏的私人物品和世锦赛奖牌用于 拍卖,最终拍卖所得的款项也用于晚报 帮办的捐助对象身上。

《湛江晚报》的一系列精准策划活动,不断创新形式与内容,努力寻求新突破,产生了政府重视、读者喜欢、企业欢迎的多赢效果,极大地提升了报纸的品牌影响力。

通过强化本地元素拉近与本地读者的距离,《湛江晚报》终于在两年的深耕本土之后,获得了丰厚的回报:去年底,湛江日报社顶着"寒流"逆势提价:2016年度《湛江日报》、《湛江晚报》均提价到1.5元/份,《湛江晚报》发行考核目标为5万份。报价逆势上调50%,发行目标与上年基本持平,这个任务怎么可能完成?报社很多员工对此捏了一把汗。结果令人欣慰:2016年度《湛江晚报》收订近6万份,超额完成发行目标。

(本文编辑:孙启军)

(上接第 125 页)出版《汕头日报·智库》版,以展示智库研究成果、助推产业转型升级为宗旨,内容涵盖智库研究成果发布、智库专家对策建议、智库自身建设研究、智库成功经验介绍等诸多方面。设立新媒体发布平台,开办智库网站和运营微信公众号,通过新媒体平台实现智慧碰撞、数据收集,同时向公众征集研究议题和方向。

四是承接服务。

以政府部门和企业为主要服务对

象,开发常规性产品如年度研究报告、论坛、承接政府课题等,同时开发创新性产品。《汕头日报》目前已经初步与汕头市政府振兴发展办公室达成了由《汕头日报》作为第三方,编制汕头区(县)"振兴发展指数"报告,这将成为在粤东西北之中第一个发布此类指数的城市。与汕头市各商会合作,定期组织智库和企业咨询会及产业形势分析会,为高校与企业开展产学研合作提供平台。

当然,媒体办智库,还存在着没有坚

实的学者队伍,缺乏深度研究,仍然以媒体思维运营智库,缺乏专业性等缺陷。在媒体转型融合发展的大背景下,只有砥砺前行,媒体改革发展才能破题。值得一提的是,筹建中的《汕头日报》产业发展智库骨干团队30人中,主体是介乎30岁到40岁处于成长期的中青年专家。作为一个正在学步的媒体智库,它还需要更多的青年学者与其一起成长,从而打造一个从体制到研究都充满活力的前沿团队。

(本文编辑:孙启军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



让事件新闻落地,促地方经济发展

——以惠州报业传媒集团报道屠呦呦获诺奖为例

李建国

[摘 要] 重要事件新闻的发生具有不确定性,非常考验地区新闻媒体的策划应变能力。本文以惠州报业传媒集团报道屠呦呦获得 2015 年诺贝尔奖为例,简要分析区域媒体如何充分利用重要事件新闻推动地方社会经济文化事业发展。

【关键词】 地方媒体/事件新闻/落地新闻

紧紧抓住新闻事件的本地线索

重要的新闻事件,具有很强的不确定性,对于区域性的地方媒体来说,并不具备报道的时间优势和深度挖掘的资源。但如果具有足够敏锐的新闻眼光,就能够抓住那些具有新闻价值的"走地鸡",行内称为落地新闻。这是新闻与生俱来的贴身关注的特性决定的,比如说某地发生空难,新闻媒体总会在第一时间了解有没有当地人乘坐这架航班。因为这正是本地读者最强烈的关注所在。

2015年10月5日,我国女药学家屠呦呦获得2015年诺贝尔生理学或医学奖,这是中国科学家在中国本土进行的科学研究而首次获得诺贝尔科学奖,是中国医学界迄今为止获得的最高奖项。消息传来,举国欢腾。6日,全国各大媒体都浓墨重彩地报道了这件喜事。

对于绝大多数普通民众来说,这喜讯确实激动人心,但因为与自己关联性不大,所以关注度的持续性应该不会很强。而且,这个结果既出乎意料,又在情理之中。因为早在2011年9月24日,屠呦呦就获得了国际生物医学奖"拉斯克奖",因其在治疗疟疾的青蒿素

研究中做出了突出贡献。"拉斯克奖" 获奖者一向以美国人为主,屠呦呦是唯 一获此殊荣的中国科学家。

2011年9月25日,《惠州日报》与全国其他媒体一样转载了新华社稿件《中国科学家屠呦呦获颁拉斯克奖》。但是,细心的《惠州日报》记者从新闻通稿中发现屠呦呦研究青蒿素的灵感来自葛洪撰写的中医方剂《肘后备急方》一书,并因此获得成功。

葛洪(公元284—364年),东晋医药学家,中年后弃官隐居惠州博罗县境内的罗浮山炼丹,直至81岁仙逝,其著作《肘后备急方》是中国古代最早的医疗"急救手册",也是在民间普及中医中药知识的最早教科书。也就是说,屠呦呦的获奖与惠州、与罗浮山、与葛洪有莫大的渊源。

这个发现太振奋人心了。为此,《惠州日报》在2011年9月27日推出报道《屠呦呦研究青蒿素灵感来自葛洪》,详尽介绍了屠呦呦在经历190多次实验失败后,是葛洪《肘后备急方》中的几句话"青蒿一握,以水二升渍,绞取汁,尽服之"引起她的注意,促使她改进研制药剂的方法并最终获得成功。消息还链接了葛洪的生平,让惠州的广大读者进一步了解屠呦呦获奖与惠

州的关联性。

该报道在惠州社会各界引起广泛热议,并由此促成了几天后"2011 葛洪文化研讨会"举行。

《惠州日报》和同为惠州报业旗下的《东江时报》在此期间相继刊登了《我国 81 岁女药学家离诺奖仅一步之遥》、《屠呦呦研究青蒿素灵感来自葛洪》、《青蒿显露庐山真面目》等近 10 篇消息评论,除了屠呦呦家乡的媒体外,惠州报业在报道屠呦呦的新闻方面热度和强度相信比其他媒体都要高。这些报道也让广大惠州民众熟知了屠呦呦,同时也宣传推介了惠州罗浮山,更为 4 年后屠呦呦获得诺贝尔奖的大规模宣传报道做了一次很好的演练。

主流媒体应牢记为社会发展 鼓与呼的职责

党的新闻媒体的主要职责之一就是充分利用自身的权威性、公信力和影响力为国家发展服务。习近平总书记多次反复强调新闻媒体的重要性,2016年2月19日,他在党的新闻舆论工作座谈会上要求各新闻媒体要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求。他还对全国新闻工作者提出殷切期望:做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。也就是说,新闻媒体有责任、有义务充分利用各种有利时机推动社会发展。

屠呦呦在 2011 年获得具有诺贝尔 奖 "风向标" 之称的拉斯克奖当年没有



李建国,惠州报业传媒集团要闻部主任

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



顺理成章获得诺奖,而是在 2015 年获 诺奖。但她获奖肯定是大力推介惠州的 绝佳时机,这一点毋庸置疑,机会来了 就要紧紧抓住,不要错过。

居呦呦获得诺贝尔奖的消息—经公开后,惠州报业传媒集团随即策划了详尽的报道方案,组织多名骨干记者专门负责这项报道任务。据统计,自2015年10月6日至2016年4月的半年多时间里,《惠州日报》和《东江时报》分别推出了《屠呦呦获诺奖催热罗浮山青蒿园》、《屠呦呦的力量源泉》、《罗浮山拟建珍稀植物观光园》、《境外老记罗浮山"围观"中草药》、《屠呦呦签名赠书给葛洪博物馆》、《第三届中医科学大会选址罗浮山》等40多篇颇有影响力的报道,使罗浮山成了享誉海内外的名山胜地,惠州的知名度也由此获得了很大的提高。

政府媒体联动促进地方发展

新闻媒体的舆论引导作用需要有政府部门的支持配合才能发挥出更好的效果。屠呦呦获得诺贝尔奖后,惠州报业领导当即意识到这是一个推介惠州和罗浮山的好机会,以此促进当地旅游业和中医药行业的发展,这种机会可遇不可求。集团领导随即与惠州有关部门和罗浮山属地博罗县政府部门商讨宣传报道事宜,大家都想借这股东风促进地方社会经济发展,所以加大宣传力度自然而

然成为各方共识。

2015年10月6日,也就是屠呦 呦获得诺贝尔奖第二天,《惠州曰报》、 《东江时报》和今日惠州网等媒体就第 一时间披露了屠呦呦获奖与罗浮山的渊 源,时值国庆长假,这一消息不仅刷爆 社交媒体圈, 博罗县罗浮山景区内纪念 葛洪的青蒿园也随即成为众多慕名而来 的游客参观留影的热门景点。7日, 《惠州曰报》、《东江时报》均在头版分 别推出《屠呦呦获诺奖催热罗浮山青蒿 园》和《罗浮山青蒿园火啦》等长篇报道, 为宣传推介罗浮山推波助澜。随后,博罗 县加大了建设罗浮山带动当地健康养生 等相关产业发展的力度, 计划在景区内 恢复"洞天药市"的奇观盛景,建设珍稀 植物观光园,修建葛洪博物馆,加强与省 内中医药大学合作,大力发展中医药产 业,对此,《惠州日报》、《东江时报》等均 做了及时跟踪报道。

随着宣传报道的密集推出,舆论引导的叠加效应愈加明显,罗浮山也声名鹊起。11月16日,"2015年世界主流媒体看广东"大型联合采访活动在博罗罗浮山景区启动,首批20家境内外主流媒体记者就惠州旅游文化和中医中药文化等内容进行采风。12月3日,2015年第六届(惠州)东坡文化节暨第八届惠州旅游节闭幕式首次选择在罗浮山景区举行,凤凰卫视主持人、文化学者王鲁湘在闭幕式上主持现场版

"文化大观园",他以葛洪、苏东坡文化 等为主题,结合屠呦呦教授提取和运用 青蒿素获得诺贝尔奖的情况, 讲述了罗 浮山与葛洪、苏东坡的亲密关系。屠呦 呦教授因启程前往瑞典参加诺贝尔奖颁 奖仪式而无暇与会,于是托人在闭幕式 上将其编著并盖上亲笔签名印鉴的《青 蒿及青蒿素类药物》—书赠送给刚刚启 动修建的葛洪博物馆作为藏书,这是她 获诺奖后首次签名赠书给馆院。博罗县 也乘势而上, 计划建设以中医药保健和 健康养生为主的粤港澳健康服务基地, 做大做强环罗浮山中医药健康养生服务 业,并将其打造成百亿元产值产业。广 东省十二届人大四次会议期间, 省人 大代表、博罗县委书记江菊莲(时任县 长)向大会提交建议,呼吁将罗浮山中 医药产业纳入省中医药产业"十三五" 规划。2016年新年伊始,农工党中央 社会服务部部长刘峻杰来惠州调研后决 定今年9月在罗浮山召开第三届中医科 学大会,届时将邀请屠呦呦教授参加。 就这样, 惠州报业传媒集团记者以敏锐 的新闻眼光从远距离的事件新闻中发现 富有本地价值的新闻点进行大力宣传报 道,与惠州、博罗两级政府部门通力合 作,共同将惠州的旅游业和中医药文化 产业发展推向了一个前所未有的高度, 彰显了主流媒体的传播力、影响力和权 威性。

(本文编辑: 孙启军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



浅谈驻站记者的独立性与协调性

张伟群

【摘 要】 驻站记者一向是各传统媒体深入新闻第一线的前哨兵,驻站记者本人应是"当地通",写出的报道才有"鲜活度",除工作独立性外还要兼具灵活协调性:在工作方法上要注重"开拓性",要正确处理与驻地人民群众的关系和地方新闻媒体的关系,更要正确处理与地方党政部门的关系。

【关键词】 驻站记者/记者站/群众关系

驻站记者,一般是指媒体单位向在 某地设立的记者站派驻的记者,主要负 责派出媒体对驻地的宣传报道工作。驻 站记者具有自身独特的优势,也就是其 站记者身在基层一线,拥有一方新闻 源;但也有劣势,因长期待在一方新闻 源;但也有劣势,因长期待在一个不 方,驻站记者往往站得不高,视野记者在 是婚子的人,驻站记者的 最大优势? 笔者认为,驻站记者的 最大优势? 笔者认为,驻站记者先是 要写好稿,然后是善协调,能克己。 去想 问题,处理问题,同时也需要正发的 理好与地方的各种关系。也就是说, 驻 站记者要发挥好独立性又要兼具灵活的 协调性。

驻站记者应该如何发挥独立性

驻站记者常常是报社或者媒体派往驻地的业务骨干,所具备的独立性一般不比总部采编部门的记者差。驻地方记者站,是媒体的前沿阵地,位于前沿阵地的驻站记者肩负更为沉重的责任,也就更要发挥其独特作用,在突发事件中快人一步、深入一层,在重大主题报道中力求不同凡响,在常态报道中多采写独家新闻,以凸显媒体的优势和驻站的长处。驻站记者应该利用地缘

优势,积极开掘,释放地方新闻资源能量,充分发挥驻站记者的独立性和能动性,达到报道效果影响的最大化,这就要求:

其一, 自身应是"当地通"。也就 是说, 驻站记者要非常熟悉当地的各 种情况。作为地方的"专家",驻站记 者首先要成为"当地通",要善于从驻 地中寻找新闻线索, 要善于从驻地中 搜集新闻素材,要善于在这些新闻线 索新闻素材的共性中寻找个性。驻站 记者长期远离编辑部,没有总部的新 闻配套服务和支持, 所有新闻采写任 务都要独立完成,同时还要承担发行 及总部交办的其他任务,可谓"多面 手"。因而,驻站记者要在各方面锻炼 自己,全面提升自身素质,与时俱进, 开拓创新,要善于观察生活、观察社 会,深谙驻地的地理人文,不断提高新 闻敏感性,不断发现新闻线索,不断搜 集新闻素材, 认真提炼并写出精彩的新

其二,报道要有"鲜活度"。善于从地方中寻找新闻素材是驻站记者的基本功。驻站记者提高驻地新闻的鲜活度,需要不断拓展资源、挖掘深度。在媒体竞争,内容为王,质量制胜的信息

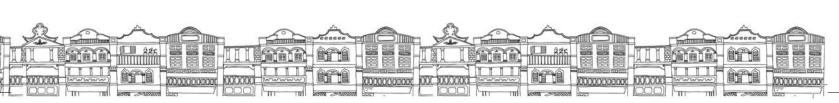
社会,不缺信息,缺少的是有特色的新闻信息和有深度的解读,拥有一方新闻资源的驻站记者应该俯下身子,深入基层,采写出更多不同凡响、反映民生的精品,为广大读者提供高品质的新闻内容,为主媒体召唤更多的受众。另外,驻站记者身在基层一线,在日前交流,是可以有少少,要对自己所在地区的过往新闻,形成自己的新闻资源网,在遇有突发事件或有新的信息时能及时捕捉、快速进入角色,提高驻地新闻的鲜活度,多出独家新闻。

其三,工作要重"开拓性"。 驻站 记者在地方的工作要体现其"开拓性", 这主要是要求驻站记者的工作能够主动 配合主媒体延伸新闻资源。驻站记者是 媒体前沿阵地的先锋战士,不仅肩负着 新闻记者的职责,同时也背负着本行业 宣传报道的责任。这双重的职责与责 任,就要求驻站记者不仅要具有普通新 闻记者的敏感,同时也必须是驻地挖掘 新闻资源的行家里手,以发挥出独特的 作用。粤东地区历来拥有共同的"潮汕 文化",笔者曾任汕头经济特区报社驻 某市记者站记者。当时报社策划了一项 "寻找面临失传的潮汕传统工艺"的系 列报道,本人在该市各区县、各乡镇走 街串巷,寻找到大量的关于潮汕传统工 艺的艺种和艺人,配合主媒体,在这个 系列报道中发挥了独特的作用, 延伸了 新闻资源,写出了一批有特色的新闻报 道。该系列报道在当时取得了相当好的 社会效益。



张伟群,汕头经济特区报社大华网副主任

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) [3] 实战论道



驻站记者要协调处理好三个 关系

驻站记者不单要具有较强的独立性,写好稿,还要善协调。作为长期派驻在地方的记者需要正确地处理好与地方的各种关系:一是要正确处理与驻地人民群众的关系;二是要处理好与地方新闻媒体的关系;而最重要的是要正确处理与地方党政部门的关系。

正确处理与驻地人民群众的关系。 驻站记者应该树立基层为重的思维,采 访报道要"接地气",要俯下身子,深 入基层,反映民生。驻站记者和驻地群 众交往越多, 越容易赢得群众信任, 就 越能够发挥新闻媒体的作用。驻站记者 要尽可能为有困难的老百姓办实事,在 准确理解党和政府决策, 站在时代高度 的基础上,对群众不能理解的问题要耐 心引导、耐心解释,不断建立与地方广 大群众的鱼水关系,这样就会获得更多 的新闻来源。随着驻站记者在当地的知 名度提升,直接向其反映意见的群众也 会越来越多, 驻站记者既能树立起良好 的形象, 也能扩大信息来源, 从而采写 出更多群众喜闻乐见的精品, 提高本媒 体在驻地的影响力和权威性。

处理好与驻地新闻媒体的关系。驻

站记者要处理好与驻地新闻媒体的关系并尽量发展基层通讯员。地方新闻媒体的关系是是通讯员。地方新闻媒体的记者更为熟悉当地情况,拥有丰富的信息源,而社会通讯员则是扩展新闻媒体的资源的生力军。相对于当地新闻媒体的少者和社会通信员而言,驻站记者即记者的记者是一些约束,更应积极与当地媒体到了。一些约束,更应积极与当地媒活新闻;重量,也可以向地方媒体推荐转载向上级的景势,以提高本媒体在驻地的景势,以提高本媒体在驻地的号召力。

正确处理与地方党政部门的关系。主流媒体的驻站记者,要善于上传下达,把基层的情况向上面及时反映,把基层的情况向上面及时反映,策及时传达。驻站记者承担着全面采写和政府的路线、方针、政策和政府的路线、方针、采写和政府的路线、方针、采写和政府的路线、有量,不过头对。等人事关系隶属本媒体管辖,不过头对。有人事关系隶属本媒体管辖,不过头对。有人事关系隶属本媒体管辖,不过头对。有人事关系隶属本媒体管辖,不过头对。有人事关系隶属本媒体管辖,不过头对时,当时,这个人事关系,以为人员,以为人员,以为人员,以为人员,以为人员,以为人员。

由此可见,驻站记者必须兼具很强的独立性和协调性,才能切实履行好自己的职责职能。驻站记者的独立性是指遇事有主见,能冷静独立思考,不依赖他人就能独立完成主媒体布置的各项实际工作;驻站记者的协调性是指要深入了解驻地的风土人情,正确地处理好写地方的各种关系。驻站记者必须具备很强独立性和协调性,一方面拿出人民群众关注和喜闻乐见的精品报道,另一方面又有效地促进和延伸本媒体的影响力,从而成为一名称职的驻站记者。

(本文编辑:陈士军)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



校对工作的把关和纠错浅析

马少俊

【摘 要】 过去,在平面媒体中,校对的重要性普遍被忽视,但伴随互联网技术的快速发展和信息海量的增长,校对工作的重要性也日益凸显出来,校对不再局限在校异同,而是时刻考验着校对的知识储备和政治敏感,新时期校对人员的把关和纠错技能成为一道新亮点,成为为纸媒公信力保驾护航的隐形防线。

【关键词】 校对/政治敏感/校对把关

校对从校异同的简单劳动变 身为考验知识储备

说起报纸校对,在一般人眼里,只是中学生都可以胜任的差事,无非是改改错别字和标点符号,其实不然。校对是报纸最重要的出版条件,校对工作是编辑工作的完善和补充。校对水平的高低,直接影响着一家报纸的质量。

首先,校对工作是报纸出版的重要环节和条件,它将各种差错消灭在报纸印刷之前,从而保证报纸的质量。列宁曾说过:"保证校对得很好,做不到这一点,根本用不着出版。"毛主席和鲁迅先生对自己写的文章就曾亲自校对,马克思也曾三次校对《资本论》。如果未经校对或校对得粗放,存在很多差错的报纸出了街,报纸的公信力和水平也就大打折扣了。

其次,校对是编辑工作的补充和完善。以往的校对是校异同,即对着原稿看校样,查出校样与原稿内容、格式和批注方面的不符之处予以订正。

现代校对则是凭着自身的知识储备 和其他权威资料来判断原稿的是非,是 一种更高层次、难度更大的校对功能。编 辑编稿是根据记者、通讯员采写的内容 进行编辑,因而不可能像身临其境一样对现场每个细节都把握得很准确,可能存在各种疏漏。校对是在记者、编辑已经做好的东西上去挑毛病,就像"鸡蛋里面挑骨头",这就要求校对善于对原稿提出质疑,发现疏漏,及时与编辑沟通改正,以免出现政治性政策性差错,甚至出现舆论导向问题在社会上产生负面影响。

校对作为报纸出版的最后一道关口,其重要性是不言而喻的。如果差错没有被校出,那么报纸印出来产生的影响是无法估量的,尤其是国家领导人的职务、姓名是绝对不能出错的。报纸涉及的政治内容很多,每年的全国两会、省市两会更是新闻报道的重中之重,其校对是非常重要的,不能出现任何政治差错。

香港著名作家梁羽生曾说过:"高明的校对不止于校出错字,还能校出作者错误、谬论的地方。"这也说明校对水平往往要比作者更高才能胜任。校是非,要求校对员博学多识,具备较高的语文水平和政治思想水平,帮助编辑把好文字关、政治关。校是非不仅是校文字是非,还要校政治是非,如导向是否正确,观点是否符合党的方针政策。笔者在校对实践中就曾碰到稿件中"某旅游公司负责人提到了'日本钓鱼岛事件'","任志强

称斯大林、列宁都善于诡辩"。众所周知,钓鱼岛自古以来就是我国的神圣领土,这是无可争议的;列宁、斯大林是伟大的革命导师,其光辉形象是不容诋毁的。这种存在严重政治问题和导向错误的言论或表述,一旦见报,其影响之恶劣是不堪设想的,甚至会引起外交争端。

所以鲁迅先生说过"校对和创作的责任是一样重大的,校对存在的价值在于正确、完善地传播作者的劳动,并在作者劳动的基础上进行再创造,它可以弥补作者的疏漏和消灭排版差错,从而尽量达到无误,完整无缺的效果"。这也充分说明校对在报纸出版中不可或缺的地位

严格来讲,校对的知识面比编辑还要广,做好校对工作,不仅要求校对员具有相当高的文学基础及文字水平,更要有强烈的事业心和高度的责任感。

但在现实中,在报业行业里,校对的作用普遍被忽视,地位也较低,校对的作用被严重低估,校对的创造性劳动得不到应有的尊重和认可。校对的艰辛努力往往不为人理解,报纸、文章获奖,往往是记者、编辑、美编们风光露脸,校对成了被人遗忘的"绿叶",而报纸文章出现差错,校对往往是首当其冲,指责,问责小不了!

校对工作考验责任心和政治 敏感

祖国的语言文字,历史悠久,博大精深。复杂的汉字,多一撇少一点,其结果往往是差之毫厘,失之千里,汉字的严谨



马少俊,新快报校对室高级校对员

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)]33 实战论道



程度,足以让人収为观止。汉字的繁难,汉语语法的复杂多变,众多的语文"陷阱"令人防不胜防。而单个汉字组成了词,结成了句,则驾驭的难度,就是博学多才的专家学者也不敢掉以轻心。这些都注定了校对工作的繁杂与艰辛,一字之差往往造成恶劣的繁致的影响,如"最高领导人×××"错成"最后领导人×××","祖国万死",这些严重的政治差错成"祖国万死",这些严重的政治差错成"祖国万死",这些严重的政治差错成"祖国万死",这些严重的政治差错成"祖国万死",这些严重的政治差错成,有些甚至是新华社稿。造成差错的原因在于没有经过严格、规范的校对。

从目前报业行业整体现状来看,校对的地位可谓是"人微言轻",待遇上也不尽如人意,工作强度大、责任更是山大,还经常要上夜班,收入却与付出不成比例,更是造成人才大量流失,以致报纸质量每况愈下。

校对为何不受"待见"? 究其原因,在于在部分人眼里,校对工作没有创造性,只是一种简单劳动,他们对校对的认识依然停留在过去"校异同"的旧观念上,忽视校对默默的付出,导致校对人才奇缺,报纸质量严重下降,有的文章令人不堪卒读。

而当今报业的竞争,实质上是人才的竞争、质量的竞争,校对水平的高低很大程度上决定报纸质量的高低。为此,我们不禁要大声疾呼,要重视校对工作,重视校对人员的培养,把校对放在重要位置上,在待遇、职称评定上予以倾斜。校对的地位和作用需重新"校对"。

新时期校对技能既讲传承也 要创新

随着报业的发展、社会的进步,校对工作也面临新的挑战,对校对人员的政治文化素质和专业能力也提出了新的要求,校对方式也由专一校对向校对编辑转化。那我们应如何做好校

对工作呢?

- (一)要热爱校对工作。只有热爱,才会耐得住寂寞,才能把校对作为一项事业来做,而不仅是为了糊口而得过日过。
- (二)要有强烈的责任感。校对工作重大,没有强烈的责任感是做不好的。有没有职业责任感校对出来的东西质量迎然不同,同样的工作,同样的错误,有强烈责任感的人就会发现问题,没有责任感的人往往心存侥幸,很多该想想的问题一滑就过去了。笔者在某次校对中看到导读中有"××国人赚一百万安字中有"××国人赚一百万安字于是,提出质疑,经核实,原来是该国在一百万元以上的部分才按75%纳税,表述不当差点闹出大笑话。
- (三)要全身心投入。校对是一项极严谨、极细致、极认真的工作,来不得半点大意和马虎,要全身心投入,把自己融入报纸文章中去,心跟着文章走,这样才能发现不易发现的差错。
- (四)要有扎实的基本功。校对面对的新闻稿件,包罗万象,涉及古今中外、天文地理,所以校对不一定要对各方面有多么精深的研究,但知识面要广,要博览群书,涉猎广泛,多读书,读好书,所谓"书到用时方根少",厚积才能薄发。掌握了丰富的知识,遇到原稿写错就能作出正确判断,全部或大部分消灭校样上的差错,校对不仅要纠正打印上的错误,还要能敏感辨别和正确判断原稿的错误。

(五)要善于总结经验教训。校对的专业性很强,有自身的规律,校对时要认真负责、一丝不苟,凭自身的知识、经验找出原稿可能存在的问题和疏漏,还要善于总结经验教训,把自己和他人犯过的差错记在脑子里,举一反三,防止类似错误再次发生。

(六)要有明确的政治意识、大局意识,有清醒的导向意识。只有这样才能从表面看上去无错的稿件中发现大问题,如某次笔者在校对旅游版稿件时发现用"跟着习××夫人游什么、吃什么"做标题,但仔细一想,不对劲啊,我国领导人是进行国事访问,不是去游山玩水的,这样的标题有导向错误。

(七)对稿件中的语言色彩也要十分 注意。汉语中的部分字词有明显的褒贬, 如"位"字,含敬意,不能说"一位歹 徒""一位嫌犯"。对不同的人,不同 的事,用什么词,褒贬意一定要分清, 否则易出大问题。如某次笔者在校对一 篇对国家领导人视察某地的报道,竟然 有"我国领导人这副'尊容'"的表述, 记者编辑显然对"尊容"一词一知半 解,以为是敬词,其实该词含讽刺意, 如误用该词,报纸一旦出街影响将非常 恶劣。还有一次,在介绍一部红色电影 《烈火中永生》时用了"许云峰、小萝 卜头、徐鹏飞……听到他们的名字,我 们倍感亲切"的标题,这部电影笔者看 过很多次, "徐鹏飞"是一个双手沾满 共产党人鲜血的刽子手, 是臭名昭著的 国民党特务头子, 怎能与共产党人的英 雄人物并列在一起,对这样一个血债累 累的恶棍,人们只有切齿的仇恨,又怎 么会"倍感亲切"呢?本来报道文章 写得很出色, 专题策划 (红色经典电 影报道) 也很成功, 很吸引读者, 可 这个严重导向错误如果见报, 负面影响 就大了。

综上所述,校对无小事,校对质量 是报纸的生命。作为版面付印前最后一 道关口,校对工作决不可等闲视之。只 有重视校对,才能减少差错;只有把校 对工作放在重要位置上,才能提升报纸 质量,牢牢守住报纸的公信力和政治生 命线。

(本文编辑:张桂萍)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03)



中共华南报纸"文人办报"风格的形成及影响

——以抗战时期广东战时省会韶关**《**晨报**》**报人活动为例

林 磊

【摘 要】 抗日战争和解放战争时期,中共在国统区和香港创办了以《华商报》为代表的大众化报刊,其办报风格被称为"党领导下的文人办报";这种办报风格在中共华南报业发展中影响深远。抗战时期的韶关《晨报》从民办进步报纸逐渐转型成为由中共主导的具有统一战线性质的左翼报纸,其主要成员的办报经历具有"南方流派"革命报人的典型特征:将革命理念的宣传隐于灰色的民间报纸面目之下;并且大都具有在香港从事商业化办报的经验。从韶关《晨报》报人的办报活动可以发现,党领导下的"文人办报"风格源于中共统一战线政策在文化工作中的因势利导,体现的是革命报人以坚守党性原则的基础,力图以办报来实现群众的知情权和舆论监督权的"民间意识"。

【关键词】 文人办报/革命报人/韶关《晨报》/华南报业

抗日战争和解放战争时期,中共为了向海外广大桥胞和外国进步友人宣传党的方针政策,以创办大众化报刊的形式在香港建立了文化宣传阵地。《华商报》是其主要代表,其特点是,在党的领导下以通俗化、市场化的形式刊行,将报纸的民主主义、爱国主义的政治诉求和建立扩大统一战线的社会功能融合于报纸通俗化传播之中。

有学者将香港《华商报》与重庆《新华日报》、桂林《救亡日报》归并为革命报刊中的"南方流派",它们具有不同于在共产党执政区域发行的机关报的办报风格,这些报纸发行于国统区或海外华人区域,办报成员多为身份公开或秘密的中共党员、左翼或中间派的分开或秘密的中共党员、左翼或中间派的申报》、《大公报》"文人办报"特色,以知识分子议政的方式影响国统区社会。[1] 而《华商报》在香港的办报实践则进一步强化了这种寓政治宣传于社会关注、文化传播与商业推广的办报特

点,从而被称为"党领导下的文人办报"。^[2]

这种办报风格在中共华南报业发展中影响深远,尤其是参与《华商报》工作的革命报人(其中知名者有杨奇、黄文俞等人)大多参与了新中国成立后《南方日报》及随后《羊城晚报》的创办工作,连创办于改革开放时期的《南方周末》也间接受到这些前辈报人的影响。

从报业发展历史可知,一种办报理 念、风格的形成绝非凭一时之力可得, 而是来自于众多报人在特定政治、社 会、文化环境中经过长期摸索与实践。 当前,学界对于《华商报》本身办报经 过、报纸内容风格的研究成果丰富,而 关于中共华南报纸"文人办报"风格的 形成及其影响方面的深入研究较少,本 文试图从抗战时期广东战时省会部,从 他们以民间进步报纸起步,然后参与中 共香港报刊的工作历程来观察:党领导 下的文人办报风格的发展特点,以及其 长久影响力的价值所在。

一、韶关《晨报》的"文人办报" 模式:"文人议政"与"服务大众"相 结合的民间立场

1938年底日寇攻陷广州,省政府于 1939年1月迁至曲江(今广东部关),一大批文化人随同文化教育机关、学校、书报刊出版发行机构汇聚于此,曲江由此成为广东战时的文化中心之一。其报业兴盛一时,官办、军办、商办、党派办、民办报纸多达二三十种。此时的日报市场为官办报纸所垄断(主要有国民党广东省党部《中山日报》、广东省政府《大光报》、第七战区政治部《建国日报》)。民办报纸中只有《晨报》(前身为《时报》、《新报》、《明星报》)从1941年到1945年始终坚持在粤北发行,并且在省内外产生了广泛的影响力。

《晨报》前身为革命报人梁若尘与《中央日报》驻广东记者汪铿创办的《时报》(1941年3月)^①,二人对于皖南事变后国民党当局保守、僵化的舆论控制政策不满,商定创办一份"讲公道话"的报纸。应时而生的《时报》受到国民党当局的打压,后经历了一报三易其名的曲折过程方于1943年6月以《晨报》之名在韶关正常发行。^②

《晨报》主办者为梁若尘、赵元浩、邬维梓、林铃等人,报纸继承了《新青年》、《大公报》等知识分子办报的传统,采取了同人办报的组织方式,即编辑部成员共同商定编辑方针、合作



林磊,广东韶关学院文学院新闻系教师

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 135 旧闻新说



经营,共同主持编辑业务,并不依赖于政府及任何政党组织。因而能关注国是,言论不受权贵势力掣肘干涉;他们通常不直接采用各大通讯社的电讯,而是运用综合新闻、时事分析、纵横谈等专栏形式对国内外时事进行分析评述,帮助民众摆脱当局的新闻封锁来了解,帮助民众摆脱当局的新闻封锁来了解中及国内外的真实形势。在1944年冬,梁若尘在其撰写的"时事纵横谈"中根据日寇的军事调动,预测敌人有侵犯部关意图,呼吁当局和民众要警惕准备。在韶关沦陷后,有些读者对梁的文章记忆犹新。[3]

同时,《晨报》报人没有停留于文 人议政的阶段, 而是着力于民生新闻报 道,通过经济版为商家及民众的战时经 济生活服务,尽力为民谋利。例如,国 民党当局曾在国统区实施"火柴专卖" 政策, 当韶关火柴专卖局企图以此政策 来压榨韶关各间火柴厂家从中渔利时, 赵元浩以《晨报》名义联络各报社及火 柴厂同业公会共约百人召开记者招待 会,以同业公会代表发言、记者询问、 分析等方式力陈"火柴专卖"的弊端, 批评当局这种倒行逆施、与民争利的行 为。由此形成的社会舆论压力最终迫使 韶关火柴局妥协,与各火柴厂达成协 议,只按市场价格收购、销售,不得任 意加价出售。③

作为民办报纸,《晨报》以其公正立场和大众化理念,在当时战时省会的普罗民众中获得良好信誉。为解决战乱时期报纸的经济困难,赵元浩代表报纸在韶关市工商界征求订户,又到衡阳、湘潭、桂林、柳州推销报纸,以预收订户的方式来稳定收入,解决困难。 [4] 由此亦可见《晨报》在当时南方国统区的影响力。

二、韶关《晨报》报人的革命之路:从关心民众疾苦的"文人办报" 到成为党和人民的喉舌

韶关《晨报》主要成员的办报经历具有"南方流派"革命报人的典型特

征:将革命理念的宣传隐于"文人议政"的民间报纸面目之中,同时在香港办报实践中获得商业化办报的经验。

从《晨报》鼎盛期核心成员社长梁若尘、经理赵元浩、编辑邬维梓、经济编辑林铃等人的身份来看,这家独具特色的民间报纸实际已悄然转型成为由中共主导的具有统一战线性质的左翼进步报纸。

《晨报》创办者梁若尘在大革命时期已加入了中国共产党,他在大革命失败后与党组织失去联系,转而赴东南亚从事教育和新闻工作;国共合作抗战时期,他返国与党组织取得联系。《随后他赴韶关与汪铿等人创办《晨报》,与国民党当局的舆论封锁进行抗争。林铃、赵元浩二人也同为共产党员,在香港沦陷后他们先后由党组织派遣至韶关《晨报》工作。《同时,邬维梓在梁若尘、赵元浩等人影响下也从进步青年转变为具有共产主义信念的革命工作者。

1945年1月韶关被日寇攻陷,报社疏散后四人撤离韶关,后来在党组织的安排下,他们先是赴广州创办中共领导的以灰色面目出现的《广州晨报》。后因报纸被当局查禁,四人先后赴香港从事办报工作(梁若尘在民主党派主办的《愿望》周刊,赵元浩、邬维梓在《华商报》,林岭在中共主办的经济报纸《经济导报》)。而在此四人经历中,报人邬维梓的办报活动尤其体现了党领导下的"文人办报"经验的价值所在。

邬维梓善于将民间办报时期灵活通俗的报道方式、善于捕捉新闻热点的工作特长运用到革命宣传工作中。®他曾任香港《华商报》港闻部记者的经历亦使得他熟悉了香港商业化报纸的采编技能。

广州解放后,邬维梓先后在新华通讯社广东分社、南方日报社工作。在当时社会主义新闻事业以学习苏联新闻工作经验为重要指导思想的大背景下,他对如何通过新闻业务工作来达到联系实际、联系群众的工作目的有着自己的独

特观点:"报纸要有思想性、知识性和趣味性,三者要结合好……镜子不能反映自身,政治不能反映政治,要从生活各个领域汇合来反映社会主义的优越性。"^[5]

1957年,广东省委书记陶铸决定创办一张晚报作为党委机关报的补充和"百家争鸣"的园地,《羊城晚报》应时而生。作为筹备工作小组成员,邬维梓在确定办报思路时发挥了关键的作用。据黄文俞回忆:"邬维梓同志献计说:解放前办报的主要经验是'新闻主攻,副刊主守',搞好新闻报道借以扩大读者,办好副刊借以巩固读者。我采纳了他的建议,以一、四版登新闻,二、三版办多个副刊专刊一半对一半。"

在创办《羊城晚报》的过程中,邬维梓具有与当时党委机关报不同的新闻采编思路。他认为:"既然晚报不必承担党委机关报的任务,就更加不必顾忌,凡是与市民生活息息相关的事情,衣食住行、文化娱乐、天气预报,都是有人多方面为读者服务。" [7] 他强道,多方面为读者服务。" [7] 他强道,多方面为读者服务。" [7] 他强道,多方面为读者服务。" [7] 他强道,多方面为读者服务。" [7] 他混道,多方面为读者服务。" [7] 他混道,多方面为读者服务。" [7] 他混道,多方面为读者服务。" 经济证明和社会主义多时,要用生动的新闻报道内容、义的战越性。由他主编的新闻版《五层极下》栏目成为突出体现《羊城晚报》"移风易俗、指导生活"编辑方针的名牌栏目。"

尽管邬维梓在办报工作中尽显才华,却因其办报工作实践与当时极左思潮相抵触而被划为右派,在长期蒙受不白之冤后于1972年因病辞世。

邬维梓在《羊城晚报》办报过程中努力实践的"新闻主攻,副刊主守"的策略方针对后来广东报纸的革新亦产生了深远影响。《南方周末》创办者左方在回忆报纸创办历程时曾提及,当他请教前辈黄文俞时,后者与其分析了邬维梓当年提出的"新闻主攻,副刊主守"策略,而左方亦将之列为了《南方周

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 136 旧闻新说



末》办报方针之一。[8]

三、党领导下的"文人办报"风格源于中共统一战线政策在文化工作中的因势利导,体现的是革命报人以坚守党性原则的基础,力图以办报来实现群众的知情权和舆论监督权的"民间意识"

纵观抗战时期的韶关《晨报》、解放战争时期的香港《华商报》乃至20世纪50年代的《羊城晚报》,党领导下的"文人办报"风格始终贯穿其中。一方面,建立人民民主统一战线是党在抗战和解放战争时期争取民众支持、开展政治斗争的主要策略,而通过党领导下"文人议政"、"讲公道话"的方式来针砭时弊、关注民生是团结民众、打击敌人的有效途径;在社会主义建设时期,生动活泼的晚报内容可以满足人民的精神生活需求,是党的机关报的有效补充。

另一方面,国民党当政时采取了保守、僵化的文化政策,其报刊虽有强大的行政、财力支持,但依然逐渐失去民心,而应时而生的韶关《晨报》、香港《华商报》等中共主导的报纸则体现了新民主主义文化论倡导的"民族的科学的大众的"进步文化特色,从而在文化斗争中占得上风。

从韶关《晨报》主要报人的背景、经历来看,他们的职业生涯都经历了民主革命、社会主义建设时期,并且大都具有在民间进步报纸、香港报纸和党报的工作经验,一方面他们都具有坚定的共产主义信念,在工作中秉承"报纸是党的喉舌"的信念;另一方面,他们曾在国统区、香港的办报经历又使得他们具有关注民

众、体恤民生的"民间意识"。 中共华南报纸"文人办报"风格的形成与发展有赖于这些革命报人将政治信念、职业操守和社会需求结合于办报实践中; 其中,既有杨奇、黄文俞、左方等知名报人前辈的努力,亦有如韶关《晨报》报人群体般,沉默于历史中的无数革命报人所做出的贡献。

他们的新闻工作实践亦是对"大时代中,报人何为?"这一历史命题所做出的有力回应。因此,中共华南报纸"文人办报"风格的特点和影响,值得报业后来者深入研究,对其中经验教训之总结亦有益于当下处于变革中的报业的创新与发展。

(本文编辑:孙启军)

【参考文献】

[1]罗韬. 试论现代新闻史上的"南方流派". 岭南新闻探索[J],2008 (03):77.

[2] 陈鲁直.《华商报》——党领导的文人办报.《华商报》创刊 65 周年特刊[M],2006:130.

[3]林铃.在乌云滚滚中翱翔——回顾韶关《晨报》出版前后.《韶关文史资料》第六辑 [M],1985;62.

[4]林铃. 经济学家赵元浩与韶关 市商会.《韶关文史资料》第九辑 [M], 1987:58.

[5]林铃. 为人民报业献身的邬维梓. 成才之路——广东文化名人录之二[M].广州:广东人民出版社,1990:68、70、75.

[6]黄文俞.《黄文俞选集》[M].广

州:广东人民出版社,1997:239、109.

[7]司徒炯昌. 羊城晚报诞生记——杨奇同志访谈录. 与时代同行——纪念羊城晚报创刊五十周年[M].广州:羊城晚报出版社,2007:17.

[8]左方.创办《南方周末》.中国传媒风云录[M].香港:天地图书有限公司,2008:56.

【注 释】

①韶关《晨报》创办经历详见梁若 生:《抗日战争时期韶关〈晨报〉经历掠 影》(《韶关文史资料》1985年第四辑)。

②《晨报》的发展情况根据林铃《搏斗在暴风雨中的韶关〈晨报〉》(广东文史资料第四十七辑)、李世亮《韶关的"火柴专卖"》(韶关文史资料第七辑)等文章整理。

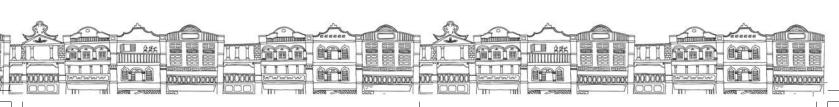
③梁若尘办报经历见林铃《老报人 梁若尘》(广州文史资料第四十辑)。

④林铃、赵元浩革命经历见林铃《搏斗在暴风雨中的韶关〈晨报〉》(广东文史资料第四十七辑)、和平、小文《历经沧桑不老松——记暨南大学赵元浩教授》(《南方经济》1996年第六期)

⑤ 邬维梓办报经历详见林磊《邬维梓:〈羊城晚报〉创刊时期首提"新闻主攻,副刊主守"的南粤报人》(《中国报业》2013年第12期)

⑥关于《五层楼下》栏目的创办及影响力详见: 林洁:《五层楼下毛毛雨 微言大义树新风 羊城晚报五十周年纪念特刊》[N],羊城晚报报业集团,2007年9月20日,T13版。

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016(03) 137 旧闻新说





本栏编辑: 孙启军

本期执行/整理: 2013 级新闻学专业 熊忭

大约 60% 美国人从社交媒体获得新闻

5月29日消息,皮尤研究中心调查显示,在10个美国成年人当中大约有6个美国人从社交媒体获取新闻。Facebook是迄今为止最大的社交网站,覆盖率达到美国成年人口的67%。Facebook用户当中有2/3在其中获得新闻,这相当于44%美国成年人通过Facebook获得新闻。 (据 cnBeta)

苹果公司考虑收购时代华纳

5月27日消息,苹果公司提出收购媒体集团时代华纳的可能性。 时代华纳拥有美国家庭电影频道(HBO)、美国有线新闻网(CNN)和华纳兄弟(Warner Brothers)。苹果的举动,凸显出其越来越希望提供自家的内容,寻求新的增长领域。 (据《金融时报》)

联合国否决媒体自由团体认证申请

5月26日,由于俄罗斯、中国和南非等国的反对,联合国非政府组织委员会否决了国际新闻自由监督组织"保护记者委员会"的咨商地位认证申请。获得咨商地位将使非政府组织有权出席联合国的各种公开会议和大会,特别是日内瓦召开的联合国人权理事会大会。(据 BBC)

領英1亿多账户信息外泄

5月23日消息,在线职场社交网站 LinkedIn.com(领英)对外证实,领英在2012年遭遇黑客攻击时,有多达1.67亿个账户信息外泄,但只有1.17亿个账户信息同时包含电子邮件和密码。而黑客正以5比特币,约合2300美元的价格,出售这1.17亿条 LinkedIn 登录信息。(据《福布斯》)

亚马逊斥巨资制作音视频内容

1月26日,美国证券公司 Wedbush 在一份研究简报中称,在过去一年中,亚马逊已斥资30多亿美元制作音乐和视频内容,旨在确保Prime 会员续费。亚马逊 Prime 服务实行付费会员制,会员可享有两天内免费送货上门服务,可观看数干种免费电视节目、电影、音乐和图书,以及可享受不限量的照片云端存储服务。 (据BI中文站)

微软关闭 MSN 中国

5月21日消息,微软决定6月7日关闭MSN中国网站。目前,MSN中国站提供新闻、生活方式内容,以及面向中国用户的必应搜索引擎。但在去年,中国的搜索市场,必应的份额只有不到2%。微软MSN也未能成为中国领先的门户网站。 (据 Business Insider)

谷歌推出 VR 操作平台 Daydream

5月19日,谷歌发布了一款基于安卓系统的虚拟现实平台 Daydream。全新的 Android N 系统将直接内置 Daydream,用户只 需将手机与支持 Daydream 的 VR 头戴设备连接,"VR 模式"就会自动开启,用户可以使用安装好的应用和游戏,也可以进入 Play Store下载新应用。 (据 Engadget)

BBC 关闭旗下多家网站和应用

5月17日消息,BBC确认,将关闭并整合专注于特定垂直市场,例如美食、地方新闻和旅行的多个应用和在线资产,削减原创点播内容的预算,瞄准"更专注、更具特色的服务"。有报道称,BBC正考虑为iPlayer(旗下流媒体)加入基于订购模式的服务,发言人仅指出,BBC正在成为第三方内容开发平台。 (据 TechCrunch)

新闻集团连续第五个季度营收下降

5月9日消息,全球传媒巨头新闻集团日前宣布,在截至3月底的财季当中,集团净损失高达1.49亿美元,当季全球营收同样下滑7.3个百分点,至18.9亿美元,这也是新闻集团连续第五个季度营收下降。新闻集团表示,这一财季表现令人失望,相信第四财季会有所改观。

《纽约时报》进军食材外卖领域

5月5日,《纽约时报》宣布和创业公司 Chef'd 合作,出售食谱配料。消费者有两种订购选择,一是《纽约时报》的烹饪食谱里选择订购一次性的套餐,二是注册成会员,每周可随意订购不限数量的菜谱。订餐后,Chef'd 公司将在 24 至 48 小时内提供新鲜现成的配料到家。

(据 TechWeb)

WhatsApp 被巴西政府封杀 24 小时

5月3日,根据一份巴西当地法院网站公布的声明,Facebook的 WhatsApp 将被封锁 72 小时。此举影响了100多万本地用户,而法庭拒绝遵守秩序的行为,在社交媒体中引发愤怒。5月4日,遭24小时封杀后,WhatsAPP 在巴西解禁。 (据 BloombergTechnology)

法国印刷业工会大罢工报纸停印

4月28日,法国巴黎地区以及外省城市的工会组织和学生开始新一轮罢工动员,印刷部门积极响应全面罢工,导致法国多家报社的报纸停印。包括《费加罗报》、《观点报》、《团队报》、《西南法国报》、《巴黎人报》在内的多家报纸表示,不会有当日报纸发售。(据核系传媒)

谷歌面临欧盟反垄断指控

4月20日消息,欧盟指控谷歌在安卓智能手机操作系统上偏向谷歌自身的业务,使其获得了相对于竞争对手的不正当优势。这次的指控将在数月内得出结论,可能会带来超过70亿美元的罚款,即目前允许的最高额罚金,相当于谷歌最近年收入的大约10%。(据《纽约时报》)

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016 (03)

138 传媒大事记



自媒体在纸媒上做广告

5月26日、《信报》登出一个"妈妈,我累了,我不想过六一"的广告, 并附上了二维码,导向公众号。此前公众号"南宁圈"和熊猫自媒体联盟 承包了5月25日《深圳晚报》的头版广告。 (据徽信公号:刺猬公社)

清华大学首部 VR 影片正式发布

5月25日,清华大学正式发布首部VR虚拟现实影片。进入这部VR影片,观者会拥有"走进百年清华学堂,与两代清华学子并肩而行,站在朱自清教授身旁欣赏荷塘月色"等众多独特体验。

(据清华大学新闻与传播学院)

甘肃检方不起诉记者张永生

5月19日,甘肃省武威市凉州区人民检察院官方微博发布消息称,该院对《兰州晨报》记者张永生涉嫌敲诈勒索一案审查终结。因张永生犯罪情节轻微,认罪悔罪,积极退赃,对其作出不起诉决定。张永生表示服从检察机关的决定。 (据人民网)

《2016 中国媒体人健康问题调查报告》发布

5月17日、《2016中国媒体人健康问题调查报告》发布,报告显示,肠胃病、肥胖症、高血压等问题成为媒体人普遍的毛病。在收集到的500多份问卷样本中,80%的媒体人每天工作超过8小时,有66%的人认为媒体行业特点可能是造成媒体人不健康的原因。 (据深蓝财经)

淘宝电影获 17 亿元 A 轮融资估值 137 亿元

5月15日,阿里巴巴影业集团宣布,公司旗下的互联网售票业务平台"淘宝电影"获得17亿元A轮融资,此轮融资后淘宝电影整体估值达到137亿元。数据显示,淘宝电影提供全国超过5000家影院在线选座购票服务,覆盖影院票房占全国总票房95%。 (据中国新闻网)

国家新闻出版广电总局: 电视剧拍摄需说明思想内涵

5月12日,国家新闻出版广电总局发布通知称:电视剧创作要始终把社会效益放在首位,自觉提升作品思想价值和文化内涵。自通知下发之日起,申报电视剧拍摄制作备案公示剧目的 1500-2000 字剧情梗概,须对思想内涵作出概括说明。 (据国家新闻出版广电总局网站)

"魏则西事件"调查结果公布 百度被要求整改

5月10日消息,由国家网信办会同国家工商总局、国家卫生计生委和北京市有关部门成立的联合调查组发布对"魏则西事件"的调查结果,并对百度提出三点整改要求:"立即全面清理整顿医疗类等事关人民群众生命健康安全的商业推广服务"、"改变竞价排名机制,不能仅以给钱多少作为排位标准"、"建立完善先行赔付等网民权益保障机制"。

(据《上海证券报》)

《中国传媒产业发展报告(2016)》发布

5月6日,《中国传媒产业发展报告(2016)》在京发布。报告显示, 2015年中国传媒产业增长了12.3%,整体市场规模达到12750.3亿元。 传统报业发行量与广告量都在经历着两位数的持续下滑,其中都市报 类零售总量下滑幅度最大,已经达到50.8%;电视媒体也面临增长乏力和马太效应的双重挤压,广告投放量首次出现下滑。

(据《中国新闻出版广电报》)

爱奇艺启动 VR 生态激励计划

5月5日,爱奇艺正式发布了IVR+虚拟现实产品套件,启动 VR生态激励计划——率先在10个高热 IP上全面实现 VR化,开放100个顶级 IP进行游戏合作开发,联合300家合作伙伴共同打造全球最大中文 VR 真生态,未来12个月内协助国内外 VR 硬件厂商共同发展1000万VR用户。 (据《京华时报》)

封面新闻客户端正式上线

5月4日,由四川日报报业集团与阿里巴巴集团联合投资的封面传媒核心产品"封面新闻"客户端和封面新闻网正式上线。据称,封面新闻将为80、90后"网络原住民"群体打造一个正能量、年轻态、个性化的全国性新闻产品,三大特点分别是"因人而异看新闻"、"身临其境读新闻"以及"用户生产写新闻"。

广电总局新规:不得宣传"未删减版"

4月27日消息,广电总局就电视剧及相关广告播出管理又出新规: 不得宣传炒作"完整版""未删减版""被删片段"等概念;剧中不得插播 广告及节目;片尾播出演职人员表时不得插播广告。 (据财经网)

新浪微盘将调整服务功能

4月25日,新浪微盘发公告称,将从即日起调整服务功能,停止普通用户的存储服务。公告还表示,为配合国家有关部门积极开展网上涉黄、涉盗版内容的清查工作,对不良信息进行集中清理,将关闭新浪微盘的搜索、分享功能,直到清理完毕。 (据 cnBeta)

网络主播将实名认证

4月13日,百度、新浪、搜狐、爱奇艺等20余家从事网络表演(直播)的主要企业负责人共同发布《北京网络直播行业自律公约》,承诺从18日起,对所有主播进行实名认证,其中各平台新申请主播将按要求进行包括面对面人工认证等认证环节,现有未进行实名认证的主播于今年6月1日前完成认证。



本栏编辑: 孙启军

本期执行/整理: 2013 级新闻学专业 熊忭

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016 (03) **村二 传媒大事记**





背景 随着视频网站、直播网站业务的不断丰富,新一代明星——"网红"也越来越多地进入人们视野。在前不久以搞笑视频红遍网络的"Papi 酱"视频广告贴片招标会上,化妆品品牌"丽人丽妆"最终以2200万元的价格成功竞拍。"天价"的背后,是网红引领的娱乐创新还是娱乐至死?



"网红"引领娱乐产业革新 刺激文化活力

着华大学新问与传播学院教授 史安斌: 以 Papi 酱为代表的"网红"现象有一定的正面作用,如代表互联网原住民的干禧一代敢于针砭时弊的特征,改变中国传统文化中沉默是金的成规,同时使用方言与外语的文化杂糅进行转文化传播,顺应了全球媒体文化新变局。

知名互联网评论人 例夕: 娱乐行业的传统造星链条冗长而讲究可控度,虽然偶有艺人成名之后违约撕毁早年协议的事情发生,但是总体而言,经纪公司与艺人之间的合作基础依托于亲密的人情关系和合理的利益分配,机构的栽培在很大程度上决定了艺人的早期发展。

以《超级女声》为代表的全民选秀活动,是挑战造星工厂防线的第一次攻势,名利场的权力一旦外流,便难以再度回收。"Papi 酱"等网红的成名在史上首次摆脱传统媒体的领土,在新的财富创造过程中,娱乐行业的陈旧资本不再具有魅力,广泛意义上的互联网和在新媒体上布局多年的前沿商业成为盆满钵满的赢家。

對二

岭南传媒探索 Lingnan Media Research 2016 (03)

依赖炒作且大多短命 "网红"前景堪忧



中国青年报评论员 曹林: 各领风骚没几天,网红是快餐,是速朽的,可复制可替代性非常强,一炮而红,有红得超过半年的网红吗?

"网游圈那些事"《薛蛮子谈网红经济:有知识性的网红会越来越多》:

今天为了网红而网红,为了直播而直播一定没戏,就像我们若干年前的干团大战,大家都玩团购,现在一个团购都没有了。以前是个做电商的都玩团购,现在做社交的都玩直播,直播实际是非常昂贵的东西。无论是网红还是直播,虽是大热,也不免是创业投资的陷阱。这个时代发展太快,一个是事物还没发展成熟,另一个产业就被推翻,这个事还没往前走两步呢,新的事情又出现了,太快了。想在这个时代中留下来,必定是脚踏实地做产品,真正解决用户刚需的企业。

自媒体评论人 很常完: 炒出来的网红带来的多是负面内容,利用众多网 民猎奇、省丑的心理。网红与造星的道理一样,给许多想一举成名的草根 提供了机会。但炒作出来的网红,明显是在欺骗广大网民,甚至利用了网 民的同情心理。例如:最美女孩事件,纯粹就是为了商业推广,再经过媒体的宣传,这样产生网红很容易。但前提是有当事人配合,与背后的炒作团队瓜分利益。

争议

与中山大学传播与设计学院合作栏目

本栏编辑 孙启军

本期执行/撰文 2012 级新闻学专业 陈斌



← 梅江报社编辑部全体人员于 1974 年 5 月合影于梅江桥畔。

- ●2008年,被评为"中国地市报新 闻创新10强"之一
- ●2013年,梅州网被评为"广东省优 秀地方网站"
- ●2015年,梅州日报跻身全国报业 移动传播百强
- ●2015年,荣获"2015十大创新力地

柳梅州日报

延续辉煌 跨越发展

梅州日报社成长剪影

《梅州日报》是中共梅州市委机关报,创办于1972年2 月,至今已有44年的历史,是梅州最具影响力的主流媒体。

四十载春秋,报纸与时代同步,曾先后名为《梅江报》、 《嘉应日报》、《梅州日报》。报社的发展也随历史长河而实 现一步步的跨越:从小报到大报,从四小版到十二大版,从 传统纸媒到现代传媒,而今,梅州日报昂首进入全媒体时 代,拥有"两报两刊"(主报《梅州日报》、学生报《围龙灯 塔》、《客商》杂志、《客家人》杂志)等传统纸质刊物,网站、 微博、微信矩阵、网络视频、手机客户端等新媒体平台,以 及户外电子阅报栏、户外下牌等新传播媒介,全媒体传播 力、品牌影响力步入广东省地市报前列。

多年来,《梅州日报》优秀作品层出不穷,每年均获全 国、省、市新闻奖项;全媒体平台影响力与日俱增,用户已 达百万之多,新媒体平台频获殊荣;经营逆势发展,2012年 以来连续四年保持两位数增长。

未来,是"融"的时代;未来,善"创"者得发展。今日之 梅州日报正沿着现代化报业集团的发展之路迈进,延续辉 煌,融入时代,创出精彩!





↑ 1998年、嘉应日报社编辑部全体员工在报社旧址前合影。



梅州日报社 20 世纪 90 年代的夜编室。



↑ 1991 年底,梅州日报社结束了铅字排版、铅版印刷的历史。这是报



2015年度广东新闻奖获奖作品名录 2015年度广东新闻奖参评作品述评

> 讲好中国故事 强化国际发声

新媒体时代政府网络舆论引导的策略

2016广东春晚全媒体传播探析

VR: 虚拟现实技术的前世今生

指导教师/唐佳梅 撰稿/沈诗鸣 史碧茜

莫利·赛弗:一代传奇记者的落幕

中共华南报纸"文人办报" 风格的形成及影响

广东省新闻工作者协会 编