





图⑤ 3月19日,深圳医疗队告别监利,当地医务人员热情欢送。

图⑥ 3月19日,深圳医疗队告别监利,监利人民热情欢送。 廖建华摄图⑦ 3月20日,荆州,深圳医疗队踏上归途,深圳第二批支援湖北医疗队队长易黎(左)与队员范昭在荆州火车站前合影留念。

图⑧ 深圳特区报特派记者 何龙在武汉方舱医院采访。 图⑨ 2月16日,李晶川采 访荆州市副市长、监利县 委书记黄镇。 廖建华摄 图⑩ 3月8日,监利县首 例新冠肺炎重症患者治愈 出院后与深圳医疗队医务 人员合影留念。

图① 2月17日,李晶川在监利县人民医院采访。

唐亚明 摄









本版图片除署名外 均为李晶川摄



2020・02 | 总第64期 6月30日出版 (季刊)

管 深圳报业集团 主 办 深圳报业集团 编辑出版 《智慧东方》编辑部

编辑委员会

主任陈寅 副主任 周 斌 王跃军 丁时照 委 员 陈 鹏 邓自强 胡洪侠 吕延涛 张宝兴 白俊仁 朱永峰 吉书龙

主 编 刘军锋 责任编辑 黄 浩 视觉总监 张 浩 文字校对 谭万欧 向雅琴 发行广告 林 霖 黄文婷

编辑部电话 0755-83518910 发行广告电话 0755-83518076 投稿电邮 1754352384@qq.com 通讯地址 深圳市福田区深南大道6008号 深圳特区报业大厦 33 楼 邮政编码 518009

国内统一连续出版物号 CN44-1692/GO 国际标准连续出版物号 ISSN2095-4778 邮发代号 46-239 订阅热线 0755-83518076 广告经营许可证 440300500057 印刷 深圳报业集团印务有限公司 定价 RMB28 元

深圳报业集团廉政监督电话 0755-83515516

CONTENTS 目录



疫情报道研究

主流复盘

以权威主流声音牢牢占领战疫舆论场		
——以深圳报业集团全媒体报道为例 深圳报业集	团编委会	05
危急疫情中"逆行" 用坚守与付出践行媒体担当		
——以深圳广电集团为例 深圳	广电集团	09
从战疫报道看媒体融合发展十大趋势		
——以深圳新闻网等为例	唐亚明	12
高站位关注 建设性报道		
——深圳晚报新冠肺炎疫情报道分析	夏献法	15
传播理性好声音 汇聚强大正能量		
——河南日报关于疫情防控的相关评论评析	刘婵	19
三招并举讲好抗疫故事		
——以中国江西网 2020 年新冠疫情防控报道为例	王宣海	21
火线闪回		
新闻记者的武汉融媒体战役	何龙	25
我亲历的"荆州战疫"	李晶川	27
火线记者的阵前思考	唐光明	31
讲好背后的故事 感受动人的情怀		
——深圳报业集团"战役;群像与身影"专题宣传报道的体会	童晓燕	32

15/高站位关注 建设性报道



40/播放量超两亿次的《火线》是怎样炼成的



爆款揭秘

3 亿次传播量背后的技术与创意				
——读特客户端战疫报道方式的成功探索				
陈建中	刘思敏	许舜钿	34	
深网:用互联网资源抵达现场				
王海婷 金洪竹 吴梓欣	、叶青肖	刚 吴超	36	
短视频的"危"与"机"				
——以深圳商报·读创战疫报道中的爆款科	普短视频	作品为例		
		谭 彪	38	
播放量超两亿次的《火线》是怎样炼成的				
	赵茜庆		40	
晶数据: 读数时代的价值深耕	孙梦	圆王彪	4⁄	
快评:火线上的尖兵				
——晶报百篇"战疫快评"如何打出声势和	威风	彭健	50	
学术观察				
论主流媒体在疫情防控中的引领作用				
——以人民日报为研究对象		程道才	51	
新冠肺炎科普及防治类短视频的传播热度与效度分析 ——基于凤凰网、央视网、B 站和抖音的数据分析				
从回应型政府到整体性治理:基于新冠疫情新闻发布的分析				
	刘时	雨许静	64	
区块链技术"新闻打假"应用的路径及趋势	思考	秦绮蔚	70	
所冠疫情中的广播应急科普传播:表现、问题与对策研究				
	刘丽聪	董开栋	73	
新冠疫情与健康传播研究前沿对话				
——深圳大学传播学院举办云端研讨会议	综述	杨洸	77	
疫情防控信息的全媒体传播及其误区	王卫明	杨梓怡	80	
乡村标语口号的叙事模式与价值来源探究	胡沈明	引张俊亚	85	
突发公共卫生事件中的谣言应对				

--以新型冠状病毒疫情暴发事件为例

疫情条件下网络舆情演化与应对研究

乔书宁

李佩珺

90

94

海外风云

海外涉华公共卫生事件报道的泛政治化趋向研究

——以李文亮医生與情事件为例 毛 伟 97

从美国大报头版讣告看传统媒体创新

——以《纽约时报》《今日美国》为例 刘绩辉 105

医界专鉴

面向全生态链的健康科普平台的规划设计

——为实践"健康中国 2030 战略"的一项探索

余晓明 王小峰 施珍妮 111

业界·新方法论

融合新路

城市党媒融合传播创新路径

——基于长江日报报业集团实践的观察 朱建华 郑良中 114

采编论见

南方+客户端运营探析 古国真 119

傻傻分不清: 财经报道 or 经济报道? 李 诚 123

学界 · 新传播观

学人新论

免费与付费相扣 电子与纸质交融

——美国洛杉矶时报移动新闻客户端(L.A. Times)探析

李明 127

文化 · 东方纵横

深湾圆桌

新冠疫情是新媒体实验室	丁时照	131
从 4000 万到 1.93 亿! 时间视频"重生"背后	李 俊	132
评论的有情和无情	邓辉林	133
Vlog: 从李子柒的网络神话说起 马立明	月 郭莹莹	134

外媒新探

辜晓进 主持 135

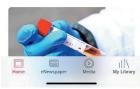
105/ 从美国大报头版讣告 看传统媒体创新



127/ 免费与付费相扣电子与纸质交融







以权威主流声音牢牢占领战疫舆论场

一以深圳报业集团全媒体报道为例

□ 深圳报业集团编委会



1月29日,深 圳市委常委、宣传 部部长李小甘(右 二)到深圳报业集 团考察指导疫情防 控宣传报道工作。

疫情就是媒体出征的命令,报道疫情防控就是党媒 集团最大的责任。

自新冠肺炎疫情发生以来,深圳报业集团党组高 度重视, 闻令而动, 将疫情防控宣传报道作为首要政 治任务,第一时间贯彻习近平总书记和党中央决策部 署,落实省委市委工作要求,各报网老总靠前指挥, 各媒体凝心聚力,党员干部率先垂范,采编队伍尽锐 出征,冲锋陷阵,依托地方优势,联手中央媒体,对 接各大平台,全渠道、全网络、全手段、全形态、全 时段展开立体化报道,以权威主流声音牢牢占领战疫 舆论场, 为深圳乃至全国打赢疫情防控阻击战提供强 有力的舆论支撑。

据统计,从1月20日至6月16日,深圳报业集 团各报网端共发出疫情防控稿件 182754 篇(条),其 中纸媒报道(含图片)13604篇,新媒体报道(产品) 181390篇(条),公益广告974条,总阅读量31.4493 亿人次。战疫正酣,战情持续。这样的报道规模,如此 的空前投入,取得这样的报道成效,在深圳报业集团舆 论宣传工作历史上前所未有。

一、以更高的政治站位,统筹谋划,担当起特区党 媒集团的政治使命

迅速行动雷霆出击。1月27日大年初三,集团领 导班子和各单位、各部门负责人召开集团党组扩大会议,

传达中央、省关于疫情防控的会议精神,要求认真学习 贯彻习近平总书记讲话,提高政治站位,以疫情防控为 当前最紧迫最重要的政治任务,各媒体负责人和业务骨 干迅速到位,主动作为,精心策划,组织最强力量,为 坚决打赢这场疫情防控宣传报道阻击战奋然前行。

空前全力尽锐投入。纸媒方面,深圳特区报、深圳商报同比版面增加一倍以上,深圳晚报、晶报提前结束体刊,版面增加一倍。经深圳市委宣传部协调,在全市各小区封闭管理的条件下报纸依然送达千家万户。新媒体方面,各家均开设疫情防控专栏或频道,大幅提升原创报道数量和质量,发稿量普遍比往常增加两到三倍,其中集团客户端读特每日原创报道猛增四到五倍。人员方面,全集团有近3800名采编、发行、印务、行政、后勤人员坚守岗位,稳定有序地做好新闻报道、舆论引导和内部疫情防控等各项工作。

精心设置议题议程。集团各媒体紧紧围绕中央坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策的疫情防控总要求,统筹谋划报道总体安排,按照深圳市委市政府"三严"等工作思路,落实"科学精准、及时到位、有力有效"的宣传报道原则,开设"最新疫情""深圳行动""一线党旗飘""科学防控"等栏目,紧扣重点、热点、节点、中心点、知识点、服务点等做文章,取得良好的舆论宣传效果。

二、以更强的责任意识,冲锋在前,发挥权威主流 媒体定海神针的作用

权威发布稳人心。报道疫情动态、防控举措、物资 供应等重要信息,准确权威,充分全面,有力有效引导 舆论。如深圳特区报《叶叶叶!深圳蔬菜总动员,1万 吨菜、10倍供应量,即刻"应援"》《@深圳人,不用抢, 有菜卖!全市农贸市场正常营业,初五初六选择更多》 等报道,消减市民恐慌,在关键时刻稳定了人心。

众志成城强信心。大力宣传党委政府、医护人员、 科研人员、街道社区、企业、民间组织、市民等各方万 众一心、多措并举的抗疫行动,有力增强全社会打赢疫 情防控阻击战的信心。我们一方面及时报道一个个鼓舞人心的亮点,如深圳出台惠企 16条送出 600 亿元大礼包、深圳"好房东""减租方阵"等;另一方面,重磅刊发对全市上下疫情防控的全景式报道,如综述《织密又严又实的防控网》《战疫,白衣战士冲锋在前》《举国战疫中的深圳担当》等。

一线直击贴民心。记者深入深圳的医院、实验室、 隔离点、交通关口、居民小区等各种抗疫现场,以及 市外疫情重点地区,通过"来自疫情防控一线的报 道"等栏目,推出最直观真切的报道。如深圳特区报 的《直击深圳市急救中心转运确诊病人》《首次直击 深圳疾控中心病原生物研究所实验室新冠病毒核酸检 测》,均属国内媒体首发此类报道,全网阅读量都超 过百万。深圳晚报的系列视频《嘉敏在现场》广受关 注。报道初期,我们依靠滞留湖北的集团 26 位记者, 在各媒体推出"湖北直击"专栏报道,后来,陆续特 派包括深圳新闻网总编辑在内的四位记者, 随深圳支 援湖北的医疗队出征武汉、荆州,连续推出全媒体现 场报道, 反响强烈。其中的"读特直播", 通过与梅州、 东莞等多地媒体联动,进行广东医疗队驰援武汉前后 方连线,单次在线人数达到15万以上,全网浏览量 超 1000 万人次。

典型故事暖人心。挖掘报道大量感人的疫情防控 典型人物故事,为抗击疫情注入温暖的力量。如有聚 焦一线人物的深圳晚报系列微纪录片《我们的战疫》, 有展现平凡人物不凡举动的深圳特区报报道《致敬! 抗击肺炎中的"小人物"》《32个武汉年轻人网购抗 疫物资捐赠前线》,以及深圳晚报系列报道《感动深 圳 100个凡人"疫"事》等。

热点评论聚民心。新闻评论成为集团疫情防控宣传报道的重要抓手和强大武器,在构建跨地域影响力上发挥不可替代的作用。比如晶报推出评论专栏"战疫快评",围绕热点迅速发声,以其热辣犀利、鞭辟入里赢得全国关注。2月11日该报先后发出《释惑:为什么是免职不是撤职》,阅读量达2206万。晶报"战



据统计,从1月20日至6月16日,深圳 报业集团各报网端共发出疫情防控稿件 182754 篇(条),其中纸媒报道(含图片)13604篇, 新媒体报道(产品)181390篇(条),公益广 告 974 条, 总阅读量 31.4493 亿人次。战疫正酣, 战情持续。这样的报道规模,如此的空前投入, 取得这样的报道成效,在深圳报业集团舆论宣 传工作历史上前所未有。

疫快评"系列总阅读量近1亿。

科普解读去疑心。通过普及疫情防控知识和方法, 报道高科技防控手段, 跟踪新药研发, 以及权威专家 访谈,为读者用户解疑释惑,大幅增强媒体服务性、 指导性。如深圳商报开发推出"新型冠状病毒感染的 肺炎科普与服务平台",分为"新型冠状病毒感染肺 炎知识""居家防护知识""工作区域防护知识"等 十大板块,基本涵盖用户所有需求。

三、以更多的创新手段,展开全媒体报道,涌现 出多个千万级乃至亿级爆款产品

在全媒体多手段报道上,集团媒体各显神通,图 文、视频、音频、海报、游戏、长图、手绘、漫画、 H5、动漫、航拍等竞相出彩。据统计, 1月20日至2 月29日,集团原创爆款产品频现,单篇全网点击量 合计达亿级作品1件,千万级作品17件,百万级作 品 113 件, 创造集团历史新纪录。

短视频大放异彩。点击量过千万的作品中, 短视 频占一半,过百万的作品中,短视频占三分之一。其中, 晶报原创视频《火线》,聚焦国家感染性疾病临床医 学研究中心、深圳市第三人民医院, 走进深圳抗击新 冠肺炎"硝烟味"最浓的主战场,记录下抗疫火线最 震撼人心的战场实况, 也记录下那些真实、勇敢、美丽 的瞬间,全网点击量破两亿。MV《全民战疫,有你必胜》 由集团领导领衔, 三报一网有词曲特长的采编人员联手 打造,是一支"有传唱度、能激发士气"的抗疫说唱音 乐作品,点击量6000万以上。

游戏和音频大受欢迎。由读特制作的《H5 小游戏 | 全民战疫,有你必胜!》,参与量达到6200万人次,随 后陆续推出 2.0 版《打破谣言,关于新型冠状病毒,你 知道多少?》、3.0版《2020新冠肺炎防治统一考试(全 国卷)》,三个版本游戏参与人次累计超过1.6亿。深 圳晚报在喜马拉雅开设战疫频道, 收听达1亿多播放次, 居喜马拉雅抗击新冠肺炎频道各类专辑之首。

手绘+视频成功跨界。深圳商报的《视频 | 全民战 疫 宅太久,这里有一份"心理处方"请你查收》,以 生动形象的手绘+视频形式,描绘了全民战疫的生活情 景,并传达了专家建议的心理自助方式,全网阅读量超 过4100万;《视频1全民战疫打开外卖和快递的新方式, 你 get 了吗? 》,同样采用了手绘+视频的手法,全网 阅读量 2370 万。

数据产品初露锋芒。如晶报的《晶数据 | 全国疫情 曲线会说话,可读出4点发现》《晶数据 | 深圳确诊病 例过百,得病的人有这些规律》,全网阅读量均超120万。

四、以更活的融合机制,整合全集团资源,释放出 占领战疫舆论高地的强大威力

坚持全集团一盘棋思路,集团四报一网媒体统一行 动,以读特客户端为主端,实施全网群推、联动出击, 即共同策划选题, 共同优先向读特供稿, 分工合作采写 稿件, 联手制作新媒体产品, 创新推广激励机制, 整 合 32 个各类自有媒体平台,在全网推送集团作品。截 至 2 月 24 日共推送 200 多件优秀融媒体作品, 大幅提 升传播力和影响力。这是首次集团作战,首次将全集团 资源整合在一起,发挥了整体规模效应优势。实践证明, 这是一次成功的探索,成效卓著。

这一举措有效重塑采编流程。以深圳特区报和读特 为龙头, 打破各媒体以往各自运作的常规做法, 加强统 筹策划,各报网各展所长、积极向读特供稿,报网端 微联动,形成强大声势。真正做到资源集中,移动优先, 龙头带动。

有效优化采编资源配置。几位集团副总编辑轮流到 读特值班,协调、集中各报网端微资源,变原先各自负 责一家媒体,为负责全集团所有媒体,整合全集团的力 量、流程、制度,向深融的方向发展,一举扭转各唱各调、 各吹各号的分散弱小局面,迅速发挥全集团合于一端、 融为一体的巨大威力。

有效调动各方生产积极性。各家媒体都可在读特 这个千万级的平台上一展身手, 且全网分发, 大家不 再受制于自身平台的局限,热情高涨,积极配合,提 高站位,加强补位,主动重塑流程,加强内部协作, 适应战时所需和读特所需,争相拿出看家本领,有好 作品就往读特推送,作品数量质量大幅提升,全网影 响力几何级数增长。

加强与中央媒体合作, 开辟占领主流舆论阵地的

新路径。疫情防控是一场全中国的人民战争,是一场 全中国的总体战,深圳报业集团作为地方媒体,不仅 要为本地服务, 也要为全国服务。深圳是千万级的移 民城市, 做好疫情防控, 更是服务全国大局的需要, 是深圳作为先行示范区的责任所在。为弥补在全网传 播上的不足,我们与中央媒体等全国性平台开展了深 度合作。上文提到的超 1.6 亿参与人次的爆款小游戏, 就是合作的结晶。1.0版被中央网信办全网推荐,央广网、 中国青年网、新浪等平台予以推送。2.0 版由读特和人 民日报客户端共同研发,读特重新设置题目,美化界 面,人民日报把关筛选,加入科普信息分享语等新功 能;双方再联手开发 3.0 版,所有题目和选项均由人 民日报策划设置, 读特设计答题界面和制作随机题库, 游戏在人民日报微信公众号发布,并被人民日报客户 端热点频道向全国推荐, 多个网络平台转发。短时间 内,双方用三版游戏将专业知识融于新媒体传播形态 之中,迅速占领疫情防控知识全网传播制高点。

五、进一步提高全媒体报道水平

与兄弟媒体相比,深圳报业集团的疫情防控报道 还存在一些不足之处。比如,站位高、视角新、大手 笔的作品,有冲击力的深度报道,以及来自疫情重 点地区的重头报道都比较欠缺,爆款产品没有形成 一定的规模和系列,典型人物故事挖掘有待加强; 各媒体的侧重点不够鲜明突出,深度融合机制尚未 成熟等等。下一阶段,在充分借鉴兄弟媒体先进做 法的基础上,我们将采取更有力的措施,统筹做好 疫情防控和经济社会发展的报道,为战疫情保民生 抓保障促发展提供强有力的舆论支撑。

(本文编辑 黄浩)

危急疫情中"逆行"用坚守与付出践行媒体担当

—以深圳广电集团为例

□ 深圳广电集团

新冠肺炎疫情发生以来,作为主流媒体,深圳广电 集团第一时间作出响应, 快速成立集团疫情防控工作领 导小组和工作小组,迅速调集精兵强将投入抗疫战斗一 线,众多广电人成为危急疫情中最坚定的"逆行者", 用坚守与付出践行着铁骨铮铮的媒体担当。

一、扎根实地, 主动策划, 权威发声服务抗疫大局

(一)持续开设专题专栏

疫情发生后,集团扎根实地,主动策划,新闻报道 始终坚持权威发声。除每日多达近五个小时的抗疫直播 节目外,集团《深视新闻》《第一现场》《898早新闻》 《民心桥》等主力新闻栏目以及壹深圳新媒体平台均开 设了《防控疫情深圳行动》专题专栏。《深视新闻》 栏目还先后开设《众志成城 抗击疫情》《关注新型肺炎》 《一手抓疫情防控一手抓有序复产》《防控疫情看基层》 《深圳援鄂战疫一线报道》《余治国观察》等多个专栏, 新闻频率开设《护士日记》等专栏,其他各频道频率也 根据自身定位, 开设特色专栏, 及时报道上级部门发布 的权威信息。截至5月26日,集团广播电视共播放应 急广播内容已达17.4万余条次,播发广播、电视防疫 宣传报道已达 3.09 万条次。同时,集团累计在央视各 频道发稿555条次,与央视客户端合作直播7场次。其 中央视一套《新闻联播》累计上稿48条,《焦点访谈》 累计上稿7条。在广东台各栏目累计发稿923条次,其 中在《广东新闻联播》累计上稿 122条。

(二)迅速编排,矩阵传播

截至5月26日,集团共播放公益宣传片19万条次, 以走马字幕等形式协助有关部门播放防控信息及通知通 告 9.5 万余条次。自疫情暴发以来,集团已紧急制作播 出了近76条电视公益宣传片、广播口播宣传片、走马 字幕等。在电视公益宣传方面,除集团自制的《致敬 一线的人们》《致敬春节在岗人员》《返岗防疫篇》《防 控三字经自制篇》《返岗上班动画篇》《防疫个人卫生篇》 《防疫小知识》(少儿版)、防疫字板等之外,集团还 积极播出上级部门推荐的优秀防范科普宣传片30多条, 同时,在13个电视频道均最大密度排播电视公益宣传 片,平均每天播出800余条次。广播方面,集团广播中 心创作了185条口播宣传片,主要包括《勤通风、勤洗手、 出门戴口罩》《蒙面大侠》等系列内容,平均每天播 出 2300 余条次。

(三)集结多元力量,创作文艺作品

除强化新闻宣传外,集团还不断丰富抗疫内容的多 元形式表达。集团娱乐中心按市委宣传部要求, 在时间 紧、任务重的情况下,圆满完成了首批六首优秀抗击疫 情音乐作品《每个人的战争》《天使之美》《请你相信》《为 了生命》《生》MV的制作及播出。集团广播中心推出《拿 出勇气》《2020》《每个人的战争》《加油! 武汉》等 主题歌曲。其中《拿出勇气》播出后,迅速被人民网等 超30家新媒体平台转发推送,并被中宣部选入抗击疫 情优秀歌曲展播,在"学习强国"全国优秀战疫公益歌 曲展播中点击率排名第一,成为抗疫歌曲的"当红爆款"。 歌曲《2020》上线不到 12 小时,即在腾讯 QQ 空间获得 350 万次浏览、42 万次点赞。目前, 歌曲《2020》已推 上学习强国深圳学习平台。集团广播中心统筹制作的抗 疫原创歌曲《加油!武汉》,实现全国百家广播黄金时 段同步刊发,并同步刊播在"央视频 APP",入选总台

评出的十大抗疫歌曲。此外,集团广播中心飞扬 971 还特别策划"安心行动,双城对话",用音乐谱写信件《武汉安心,愿平安归于你》发往武汉,并在深圳、武汉两地播出,感动无数市民。随后武汉发来回信,"安心行动"温暖两城。除两地广播外,喜马拉雅、华为音乐、企鹅 FM、蜻蜓 FM、i 深圳、壹深圳、深爱听等 APP 也同步播出"安心行动,双城对话"特别策划。

二、结合防疫一线情况,聚焦社会民生关切,定制 宣传策略

(一)第一时间响应,特派记者奔赴湖北,全 程直播、报道抗疫一线

为共抗疫情,集团四位特派记者进入湖北抗疫最前 线。2月9日,集团特派靳阳懿、杨阳两名记者随深圳 首批 13 位援鄂医护人员前往武汉一线,在江汉区湖北 省委党校方舱医院开展防疫工作。2月14日,深圳第 二批援鄂医护人员集结到位,集团增派王鹤宁、隋啸 作为第二组随队记者前往湖北荆州, 与医护人员共同 应对新冠肺炎疫情。作为主流媒体代表, 也是集团援 鄂力量,集团记者实时关注支援队伍动态,每日深入 一线采访报道,制作战疫前线日记 VLOG,并于《正午 30分》《深视新闻》《战疫进行时》等栏目,以及壹 深圳 APP、头条 APP、直新闻 APP 和深圳卫视、深圳 卫视深视新闻微信公众号等新媒体平台发布战疫前线 日记,把更多的抗疫正能量故事带给公众。3月16日, 集团收到广东支援湖北荆州医疗队前方指挥部的感谢 信,信中对我集团记者王鹤宁、隋啸随广东援鄂医疗 队深入荆州一线的采访报道工作表示充分肯定。3月29 日,学习强国平台发布推文《【榜样力量】他们是记者, 他们是记录者!》,记录4名记者最美逆行的点滴事迹。

(二)聚焦民生,对话权威,及时回应社会关切除进行大体量新闻直播报道外,集团始终聚焦"深圳行动",紧贴一线,聚焦民生,对话权威。5月10日起,集团深圳卫视《深视新闻》推出11集系列报道《深圳战疫实践启示录》,全面梳理总结深圳抗击疫情的实践

和启示。4月1日,深圳卫视就当前国内外疫情防控热 点问题、深圳抗击疫情做法成效等话题专访了国家卫健 委高级别专家组组长、中国工程院院士钟南山等专家。 系列专访一经推出,就被国内各大互联网平台竞相转载 转播,境外媒体也纷纷援引,引发高度关注。目前全 网阅读量、播放量近10亿人次,相关话题一度登上微博、 百度、腾讯等热搜榜。4月26日,市委宣传部《深圳 新闻阅评》第21期发表题为《深圳卫视专访钟南山院 士系列报道影响大》一文,对此进行了专题点评。集团 广播中心新闻频率"民心桥"栏目先后邀请了市交通局、 市应急管理局、市人社局、市教育局、市市场监管局、 市水务局、市公安局、市卫健委的主要负责人参加节目, 就社会关注热点进行有针对性的解答。截至发稿时止, 系列访谈共推出 12 期特别节目, 受到广泛关注。4月8 日,深圳市防控工作领导小组(指挥部)新闻发言人、 市卫健委主任罗乐宣做客直播间,就武汉解封后的热点 问题进行了有针对性的回应。4月14日,市公安局党 委委员、副局长马鸿雁走进节目,回答了在深外籍人 士的健康服务管理等相关问题。此外,福田区委副书记、 区长黄伟, 市人力资源和社会保障局党组成员、副局 长谷云宏, 市教育局局长陈秋明等也纷纷走进直播间, 就市民关切问题做沟通交流。4月22日,市委宣传部 第 17 期《深圳新闻阅评》的一篇,《访谈针对性强 稳 市场稳人心——评深圳广播电台新闻频率"民心桥"栏 目》文章,就新闻频率"民心桥"栏目系列访谈节目澄 清事实、纾解民意、出动出击,强化新闻舆论的针对性, 促成社会上及时更新对疫情防控的认知, 彰显党台时 度效方面进行了专题点评。

(三)加强各方合作,推出战疫惠民项目

疫情期间,深圳卫视推出"圳爱行动",特别定制 15 秒爱心企业抗疫公益片 +5 秒深圳卫视 X 爱心企业联合标版,在全国电视行业内首次大范围、全免费为在抗击疫情期间对武汉市、深圳市的医疗机构、医疗人员进行公益爱心捐赠或各类援助支持的企业提供公益广告宣传播出。为确保中小学生停课不停学,壹深圳

客户端与学而思强强联合,向全市中小学生免费提供 全新定制的校内同步在线直播课,一经发起,累计课 程点击即超过100万。同时,集团联合深圳市教育局, 利用深圳市天威视讯有线广播电视网络, 开设免费电 视端"空中课堂",供全市中小学生居家学习使用。 此外,集团广播中心还举行了"隔离不隔爱声音在陪伴" 公益行动,将1000台全新的收音机送到深圳市第三人 民医院、深圳市疾控中心等新冠肺炎疫情集中收治点、 隔离点,有效传播疫情防控的权威信息。此外,为方便 市民居家科学生活,广播中心飞扬 971 推出全国首档融 入 AI 主持基因的音乐社交类节目《多想认识你》, 节 目通过"奇妙能力歌""全民猜歌王""跑调大王擂 台赛"等多个环节,通过互联网、电话热线等方式全能 互动,节目吸引了包括湖北、江西等地听众的热情参与, 日均互动量多达千余条。

三、应对新形势,借力新媒体,全媒体发声有效引 导舆论

(一)开发推出《深圳惠企惠民抗疫政策地图》 H5 平台

围绕新阶段疫情防控指引,同时深度解读深圳惠 企 16 条政策信息, 让政策更易于知晓, 方便随时随地 查询,集团壹深圳客户端还特别开发推出《深圳惠企 惠民抗疫政策地图》H5平台,平台涵盖政策地图、实 时播报、园区行动、租金减免、防疫措施等多个版块, 汇聚国家各部委、广东省、深圳市及各区 300 多个政府 部门发布的政策、资讯、信息等,通过深圳地图形式 向企业和市民直观展示,用户可以根据企业所在地址、 行业等及时查询,从而省时省力解决信息获取难题。同 时,该平台还专门内设新闻案例版块,对深圳惠企16 条政策信息逐条深度解读。该 H5 平台自上线以来,已 获得1710万次上线查阅。《深圳惠企惠民抗疫政策地 图》H5 平台上线内容除通过《深视新闻》《第一现场》 等传统平台宣传外,集团旗下新媒体全平台也同步释

放传播,并即将登陆人民网客户端,从而及时有效服 务深圳全市新阶段抗疫防控大局。

(二)创新制作全国首档抗疫 VLOG《我的 白大褂》

为记录病房内外的真实画面,深圳卫视推出全国首 档以医务人员视角直击抗疫一线系列 VLOG《我的白大 褂》,节目组深入疫情定点医院——深圳市第三人民 医院,通过独特的视频日记形式,记录奋战在 ICU 的 医护人员、深圳首批援鄂医疗队、抗疫一线双职工夫妇、 首次发现粪口传播的研究人员等抗疫力量的动人瞬间。 多期节目在 B 站、腾讯视频、西瓜视频上线后,播放 量即达 1500 万+、引发话题阅读量超 8000 万、受到人 民日报客户端、学习强国总台、微博、今日头条等主 流媒体重点推荐。

(三)用好各类新媒体平台

集团新媒体平台也不断创新表现形式,截至5月 26日,集团共播发新媒体视频和报道10.4万条/次, 新媒体相关总点击(阅读)量21.1亿余次,1000万+ 的报道屡有涌现。其中,集团第一现场新媒体团队策划 制作的《钟南山院士亲身示范脱口罩》最高点击量突破 5000万。壹深圳平台专门开设《防控疫情深圳行动》《关 注新型冠状病毒肺炎》专题,并联合集团各频道推出 超过 205 场直播: 还联合学习强国深圳平台对标学习强 国总平台、省平台策划,目前发布稿件已达 2000 多篇。 民生节目中心策划推出#疫无情人有爱#, 微博话题阅 读量 1.5 亿次, 抖音播放量突破 5.8 亿次; # 我们一起 战疫#累计阅读量达1.2亿,新建话题#深爱天使雷神 山来信了#阅读量143.2万。

疫情发生后,深圳广电集团一直坚决贯彻落实党中 央、国务院和深圳市政府的各项决策部署,以高度的 责任感和使命感不断加强舆论引导,各部门、单位第 一时间将工作重心调整到防疫抗疫的宣传上来,不断 发挥好主流媒体的责任与担当,得到了来自社会各界 的广泛好评。 (本文编辑 黄浩)

从战疫报道看媒体融合发展十大趋势

——以深圳新闻网等为例

□ 唐亚明

半年前,当我们还在喜气洋洋地准备迎接新春佳节时,恐怕谁也没能想到,这个世界会因为一场突如其来的疫情,而发生如此巨大的变化!小到卫生习惯、休闲娱乐,大到行业生态、国计民生,变化无处不在。从某种程度上看,此次疫情对经济社会各方面影响之深远,堪比这些年来移动互联网带来的冲击。

在这场艰险的战疫中,媒体人在传递疫情信息、宣 传防疫知识、颂扬抗疫英雄等方面做出了积极贡献。与 此同时,媒体行业本身也发生了诸多深刻的变化,媒体 融合发展呈现出一些值得重视的新趋势。

一、传统媒体边界模糊化, 媒体融合加速

媒体融合发展早已在路上,不期而至的疫情则加速 了这个进程。

融合报道成了各家媒体的共同选择。一个有意思的 现象是,无论是报社、广播、电视还是网络媒体,大家 在报道手段、产品形态、传播方式上都有同质化的趋 势。在同一个新闻现场,各路记者手中的工具都是手机 或者摄像机,产出的都是整合了文字、图片、音视频、 H5、动漫、图表等表现形式的融媒体作品,然后第一 时间在各自旗下的新闻客户端、网站、官微分发扩散。 当你在朋友圈看到一条条包装精美的新闻时,如果不看 发布者的背景,已经分不清它是来自报纸、广电还是网 络。这种同质化趋势在经营领域同样存在。如何加强创 意,突出优势,实现差异化竞争,又是一个新的课题。 和传统的单兵作战相比,融合报道更加依赖团队作战,一个报道,需要前后方采编人员和工程技术人员的通力协作。疫情暴发后,深圳报业集团迅速启动了统一指挥、统筹策划、分工协作、集中推送的联合作战指挥机制,发挥了良好的效果。

二、无视频不新闻,电商直播前景广

在这次疫情报道中,视频直播以其直观、形象、及时、现场感强的特性,被广泛应用于各个场合,成为传递疫情信息、揭秘方舱内幕、传播战疫英雄故事、普及防疫知识的最佳手段,无视频不新闻已然成为共识。在形式上,短视频、VLOG 在疫情报道中大显身手,火神山、雷神山的工地的"慢直播",造就了上亿人一起"云监工"的奇观。

随着疫情好转,电商直播成了复工复产中最火的一道风景。政府官员、企业家、各路网红纷纷披挂上阵,带货直播,销售额颇为可观。宝安区新安街道联手深圳新闻网,通过直播为对口帮扶的车田镇推销腐竹、土鸡蛋等土特产,也取得良好效果。直播电商前景广阔,但目前仍处于探索发展阶段,有必要进一步规范化、专业化,方能持续发展。

三、数据新闻价值更加凸显

透明及时的信息发布,是稳定民心、研判疫情的重要措施。疫情期间,老百姓最关心的是确认病例、疑似

作者唐亚明系深圳新闻网总编辑

病例、死亡人数、治愈率等数 据,各媒体均给予及时报道。 许多媒体还以可视化的表格 和疫情地图方式, 直观动态 呈现疫情信息,疫情动态一 目了然。多家媒体推出"患 者同程查询"软件,帮助公 众方便查询所乘班次是否有 疑似患者,助力疫情防控。

部分媒体利用新技术对 疫情数据进行深入分析,透 视数据背后的信息, 更好地 了解疫情,解读疫情。例如, 《晶报》的"晶数据"栏目 2020年2月8日推出的一 篇报道《深圳公布的339个 确诊病例背后, 藏着什么规 律?》,通过对这339例确 诊病例的详细信息进行统计 和分析,揭示了病例的性别

构成、年龄分布、病例来源、发病时间、治愈率、死 亡率等信息,具有很强的实用性和服务性。

四、社交娱乐功能成卖点

宅家的日子长了,能干些啥?网上社交和娱乐成 首选。疫情开始后,媒体公司的经营遭受重创,但互 联网公司的游戏板块却赚得盆满钵满。美国在线娱乐 公司 Netflix 今年一季度新增用户 1580 万, 营收 58 亿 美元,同比增长28%,主要收入来自会员订阅。

疫情导致线上社交需求倍增。抖音海外版 TikTok 截至今年4月下载量已经突破了20亿次,是今年一季 度全球最受欢迎的 APP, 其吸粉秘诀也在社交和休闲 娱乐功能。TikTok 每晚都会邀请一些名人、专家分享 烹饪技巧、美妆教学、舞蹈课程、魔术秀、论坛对话 等各类活动,内容之丰富令人目不暇接。Facebook则



宣布在 Facebook Messenger 启用 "群组聊天室"功能,该功能适 合即兴或偶然间的互动, 比如用 户想就某个问题与好友进行讨论 或征求别人的意见,就可随时建 立一个聊天室, 感兴趣的好友也 可加入。聊天室最多可加入50人, 交流时间不限。

五、舆情服务需求趋旺

与疫情相伴随, 网上舆情此 起彼伏。当人们普遍处于紧张焦 虑状态时, 舆论引导工作搞好了, 可以稳定人心坚定信心; 搞不好, 则极易引发恐慌,形成次生灾害。 如何及时发布权威信息,公开透 明回应群众关切,掌握民众呼声 和诉求,增强舆情引导的针对性 和有效性,是一个重要课题。疫 情初期, 部分地方政府部门因为

缺乏经验,在信息发布和舆情处置方面出现明显失误, 造成不良影响。

疫情发生后,深圳新闻网舆情中心为数十家政府 部门和社会机构提供舆情定制服务, 主要包括提供舆 情监测、应对及相关培训。从客户反馈的情况看,各 单位对专业化的舆情服务需求颇为旺盛, 许多政府部 门在出台政策或者启动重大工程之前,都会请专业机 构进行舆情评估,了解民情民意,消除舆情隐患,化 解矛盾, 营造良好的舆论环境。

六、在线采访、远程办公效率高

在疫情特殊时期,记者的许多采访都是通过电话 连线或者视频来完成,在家远程办公也相当普遍。部 分采编人员疫情期间被困在湖北老家,但大部分工作 均可通过线上完成。人们甚至发现, 许多会原来可以

不开,许多人原来可以不见,许多饭局原来可以不吃, 该办的事还是办成了。

在线采访、远程办公高效便捷,并节省时间成本和金钱成本,因此必将得到进一步的普及推广。当然,这也对媒体公司的数据处理能力、网络速度和相关配置提出更高的要求。

七、澄清是非是主流媒体重要职责

疫情期间,百姓对疫情信息有一种饥渴感,另一方面,海量的网络信息,夹杂着许多虚假信息,泥沙俱下,常常令人们无所适从。在这个时候,主流媒体应该发挥优势,积极求证,澄清是非,体现其权威性和可信度。要充分利用人工智能技术来甄别假新闻,净化网络空间。另一方面,应努力提高普通民众的媒介素养,使他们在面对纷繁复杂的媒体信息时,具备较好的辨别能力、质疑能力和理解能力。

八、防护力也是战斗力,安全防护将成为新闻从业 人员的必修课

每每有地震、洪水、台风等突发灾害事件发生,总有许多充满激情的新闻工作者勇敢地奔赴一线,冲向现场。然而,在这种高风险的场所如何做好自我安全防护,我们过去无论是在学院教育或是后来的职业生涯中,并未受过专业的培训和指导。各媒体单位很少储存配备防护物资,台风暴雨天出去采访,连一双防电靴都没有。这次新冠病毒的毒性和传染性极强,记者在一线采访,面临巨大的风险。所幸在防疫专家、医护人员的帮助下,前往湖北采访的记者们进行了必要的安全防护强化培训,未发生感染事件。

经此一疫,我国的各大高校的新闻专业应该把安全防护作为一门必修课,在地震、洪涝、台风、火灾、战地采访中应该如何保护好自己,都要有明确的指引。 各媒体也应该邀请专家对在职人员进行相关培训,提高记者的防护技能,并针对不同的高风险采访的需要,储备相应的安全防护包随时备用。

九、政务类新媒体异军突起

在这次疫情期间,产生了一批"网红"政务新闻媒体,最具代表性的是"i深圳",凭借强大的技术功能和行政业务赋能,用户量短时间内暴涨,日活惊人。1月26日起,"i深圳"迅速开设了疫情防控的专区、专线、专席,汇聚了政策服务、信息发布、发热门诊、轨迹查询、人流热力图等市民群众需要的高频的服务。后来陆续推出的"深i您"自主申报系统、"深i您"健康码等均成为市民经常使用的工具。另外,各级卫健部门的官微成为信息发布的重要渠道,关注度大增。这些政务新媒体从某种程度上承担了传统媒体的一些功能,由于其功能比较单一,预计疫情过后其活跃度就会恢复常态。但如果能与正式媒体进行深度合作,则可能成为一股新的传播力量。

十、客户纷纷缩减预算,媒体经营需转变思路

受疫情影响,许多政府部门已经明确提出要"过紧日子"甚至"过苦日子",商业机构也大幅消减宣传推广预算。这对今后一段时间内媒体公司经营带来重大影响。一个明显的迹象是,今年以来政府部门工作性、形象性、成就性的特刊宣传大幅减少,有限的经费主要投向民生服务宣传、官微运营、视频制作、舆情监测等领域,并且普遍要求配套线下活动,成本高昂。商业机构的宣传推广则从品牌宣传向效能宣传转变,更加重视投放的直接效果。媒体公司显然需要调整经营的思路和方式,要靠更具创意、更具实效的服务来吸引客户。另外,要争取通过优质内容订阅、版权收入等来增加收入,减少对广告的依赖。

目前,新冠疫情在我国已经基本得到有效遏制,但 全球范围内疫情仍此起彼伏,前景不容乐观。适者生存, 面对这纷繁复杂的世道,媒体只有以变应变,顺势而为, 方可立于不败之地。

(本文编辑 黄浩)

高站位关注 建设性报道

-深圳晚报新冠肺炎疫情报道分析

□夏献法

【摘 要】面对新冠肺炎疫情、深圳晚报从高站位着眼、从时度效着力、秉持建设性理念、制作了 一批还原抗疫现场、普及抗疫知识、宣传抗疫人物、分析疫情动态、研判疫情影响的优质报道、折射深 圳这座超大型城市的社会治理能力和水平,取得了显著成效,彰显了媒体责任与担当。

【关键词】建设性新闻 时度效策略 新冠肺炎疫情报道 深圳晚报

2020年伊始,新冠肺炎疫情突如其来,深圳作为 超大型移民城市,防控任务更加艰巨,经济复苏更加紧 迫,媒体报道面对的挑战更加严峻。在自媒体密集披露 信息、各层次媒体多元角逐的局势下、门深圳晚报迎难 而上,发挥优势,守正创新,再一次体现了"深晚特色"。

4月28日,是深圳自1月19日起举全市之力抗击 新冠肺炎疫情的第100天,深圳晚报以此为契机,策划 了《战疫 100 天——超大型城市抗击重大突发疫情的深 圳实践》特刊,以16个版面见报,集中梳理了抗疫以 来的阶段性成果和经验,透视深圳的危机应对能力和管 理治理水平。

截至4月28日,深圳晚报累计发布各类抗疫报道 10000+篇,新媒体产品700件,全网阅读量突破3亿。 除此之外,深圳晚报新媒体还发布航拍、定格动画、新 闻视频近400个、直播近70场、创意长图近60张、创 意类海报近 50 组、创意 H5 与互动推文近 30 条,以及 数十个创意漫画产品等, 为打赢这场人民战、总体战、 阻击战贡献了"深晚力量"。

提高站位 反映深圳示范性意义

深圳是国家经济特区、粤港澳大湾区中心城市、中 国特色社会主义先行示范区, 其关于重大突发疫情的应 对措施先天具有示范意义。站位决定格局, 高度决定视 野。深圳晚报站在"三区"的高度,发布了还原抗疫现 场、普及抗疫知识、宣传抗疫人物、分析疫情动态、研 判疫情影响等相关报道,主题鲜明,具有全国性意义。

高站位关注,以全国意识统筹报道。疫情就是战 情,深圳晚报响应号召,迅速进入"战时"状态,全 媒体中心确立了积极、正面、及时报道疫情新闻的首 要任务,上线了《深圳:防控疫情深圳行动》和《全

作者夏献法系深圳晚报考评中心副主任, 主任记者





深圳晚报的战疫海报和2020年4月28日的专版封面。

国: 众志成城 齐心抗疫》两个专栏, 全天候监控并 推送湖北、深圳以及全国的重要疫情信息,准确发布 中央和省、市有关指示精神,各部门部署防控措施, 一线工作人员和定点医治医院信息等内容。全媒体中 心还不断创新形式,策划了疫情目历、实时数据柱状 图等新媒体作品,及时播报深圳、广东、湖北、全国 的疫情最新数据。

高站位关注,折射社会治理能力和水平。深圳晚报 "战疫 100 天"特刊通过一篇篇生动的事例,再现深圳 对公共卫生事件的成功应对,透视了城市管理的现代化 水平和能力。特刊第一篇《快速响应从第一声警报到"战 时状态"》,报道了第一个发现广东首例确诊新冠肺炎 病例的深圳社康医生。通过回顾深圳社康系统首次发现 疑似病例,再到相关区、市疾控中心等各级疾控系统是 如何逐级响应、发现、检测、确认、上报新冠肺炎病例、 开展流调,到最终公布深圳首例病例的全过程,反映了 深圳疾控系统应对突发公共卫生事件的超强能力。同时, 深圳晚报还通过对科学决策、联防联控、外防输入、驰 援湖北、科技赋能、国际抗疫等方面的报道,全方位展 示了深圳作为一个超大型城市在应对突发公共卫生事件 时的现代化治理能力和水平。深圳的抗疫经验也对国内 其他城市和地区起到了辐射和带动作用。

高站位关注,坚持"一盘棋"思维。深圳晚报利用 全媒体优势,以"一盘棋"思维将新冠肺炎疫情报道全 网铺开,客户端"深圳+"实时推送防控疫情产品,报 端推出"众志成城 打赢疫情防控阻击战"专栏,联合 深圳喜马拉雅推出"声援抗疫 圳在行动"音频特别节目, 视频产品跟进制作, 联动官方微博、微信公众号、读特、 深圳 ZAKER、今日头条等平台多渠道分发,着力打造 现象级传播作品,辐射用户超2000万。其中,融媒体 作品《已有8人因刻意隐瞒从武汉返乡事实,确诊新型 肺炎,被刑事立案!》首日阅读量突破127万;"深圳 我来守护"的人物系列海报登上人民日报客户端首页推 荐,产品流量合计约163万;疫情防控音频特别节目推 送18天,达到8000万次的总收听量。

把握时度效 凸显疫情报道建设性

建设性新闻是以正面消息和解决方案为主要内容的 新闻报道,以社会最大利益为考量,呈现完整的事实真 相,同时讨论社会问题的有效解决方案,引导受众产生 正面情绪。[2] 面对突发疫情,深圳晚报从时度效着力, 推出了一批直击现场、回应关切、传递力量、引导舆论 的建设性新闻,同一线抗疫人员一起铸就疫情防控的坚 强后盾,彰显主流媒体的责任与担当。

"时",包括时效、时机和时代。作为最具互联网 气质的媒体,深圳晚报大胆创新,关键时刻改弦易辙, 瞄准传播速度更快的社交平台,以新闻海报打头阵,做 有时效性的报道。全媒体中心从1月22日起不间断监 控网络, 及时抓取官方权威来源的新闻, 每天以固定模 板制作推出 40-80 张新闻海报,从新闻素材抓取到海报 发布,最快速度不到半分钟,以一种扫射式的发布,第 一时间抢占朋友圈、微信群等网络舆论传播阵地。截至 4月28日,海报总数已超过2800张,在网易客户端总 阅读量超 4.5 亿。

深圳晚报紧跟疫情动态,在每个重要时间节点推出 相关报道,做有时官性的报道。1月28日,深圳迎来 第一个返程高峰,是这座城市2020年面对的第一场"大 考",深圳晚报于次日推出专题报道《一座城的24小 时见证疫情防控责任担当》,记录了医务人员和交警、 网格员、环卫工人、保安、快递员等抗疫主力军坚守一 线、守护城市的故事,为打响抗疫总体战注入强心剂。 2月28日,疫情防控态势逐渐向好,深圳晚报推出《聚 焦深圳国企复工复产》系列报道,响应复工复产,为城 市复苏凝聚力量。4月28日,"战疫100天"特刊则 是对这场"大考"的回顾与总结,回顾了100天以来方 方面面抗疫的努力,总结了抗疫的成果与经验,为深圳 "答卷"点赞,也为继续抗疫鼓劲。

深圳晚报不仅抢时效、抓时机, 更致力于做具有时 代特色的报道。在新冠肺炎疫情报道的策划中, 深圳晚 报始终关注"科技防疫",一方面追踪科研进展,另一 方面挖掘各类科技项目在防疫中的应用, 体现互联网时 代背景下深圳作为科创之城的先进性, 以及城市应急与 管理的数字化水平。"战疫 100 天"特刊中,《科技赋 能 让防疫更加高效更为精准》一文梳理了"深i您"微 信申报小程序、深圳移动"5G+无人防疫车"、深圳华 大"火眼"实验室等科技抗疫故事,涵盖"互联网+" 防疫实现扁平化管理、"5G+"防疫提升工作效率和精 准度、"硬核科技"防疫助力全球抗疫三个层面,反映 出深圳如何应用科技能力和信息化服务进行抗疫,多角 度展现深圳效率、深圳精神和深圳力量。

"度",就是要综合考量新闻价值与社会影响,拿 捏好报道策划的分寸。疫情初期, 互联网充斥着良莠不 齐的信息, 舆论氛围愈加紧张。大浪淘沙, 深圳晚报坚 持"内容为王",既遵循报道真实之"度",也把握好 价值尺度。2月20日,深圳晚报推出长条漫画《一只 口罩的使命》,以一只口罩的"自述"勾勒全面战疫速 写图,赋予口罩人物化的设定,借此与用户产生情感联 结,进而缓解焦虑,提振抗疫信心。漫画发布当日获得 人民日报客户端热点频道抓取, 人民日报平台浏览量 32.9 万、全网流量超 50 万。深圳晚报继续推出多个主 题内容, 打造系列刷屏的爆款漫画, 成为"治愈系担当", 让受众在获知信息的同时,减少负面情绪,真正做到强 信心、暖人心、聚民心。

"效",就是在把握"时"与"度"的基础上,实 现传播效果,解决问题、凝聚共识。深圳晚报一手抓速 度,一手抓深度,在多层次、高密度发布权威信息的同 时,回应群众关切、普及科学知识、做好宣传教育,有 多篇文章阅读量超10万,抵达最广泛的用户,取得了 良好的传播效果。

深圳晚报连续推出《社区里的十扇"窗"讲述基层 战疫故事》《他们是"逆行者"也是平凡英雄》《市国 资委 28 家直管企业全部复工》等数十篇深度文章,用 最质朴的语言讲述最动人的故事,实录式呈现"抗疫群 英谱",其中,原创文章《特别策划 | 疫情阴影下的 16 个温暖瞬间》全网阅读量超 4000 万。深圳晚报还策划 了"我把深圳拍给你看""我在湖北思念着深圳""深 圳小区路条"等具有人情味的内容,唤起深圳市民和离 深回乡人员心中对深圳的记忆与情感共鸣, 在互动交流 中为防疫抗疫融入温暖的力量。

引发热烈反响的不仅有全景式的报道, 也有直击人 心的个体报道。2月25日至29日,深圳晚报在新媒体 平台连续推出"深圳美女学霸录制全英文抗疫演讲!" 的相关报道,独家专访全英文录制抗疫演讲的深圳学霸 刘洁, 讲述她创作的心路历程, 并推送了该演讲视频,

各大新媒体平台纷纷转载,全网传播量超过2亿。深圳晚报配发评论《全英文战疫演讲为何刷屏?因为看见青年智慧和中国未来》,指出"这段演讲不是一个人的诉说,而是整个中国的战疫宣言:每个人的力量汇聚起来,便是战胜疫情的中国力量!"报道生动,评论有力,展现了中国青年的担当,传播了鼓舞人心的力量。

秉持建设性理念 提升媒体品牌价值

深圳晚报以解决问题为导向,围绕疫情防控、应急管理、经济复苏等任务,不断输出高品质报道,增强了社会沟通的纽带作用,提升了媒体公信力和品牌影响力。

乘持建设性理念,敢于主动发声。互联网时代社交媒体的兴起,形成了两个舆论场,信息越是繁杂,各类冲突和情绪越容易被放大,越需要权威声音的主导。突如其来的疫情,造成了一定的恐慌。对此,深圳晚报主动发声,全方位部署,推送新闻性强的信息类新媒体产品,与喜马拉雅 APP 联合上线知识类音频产品,包括"最新消息""这才是真相""宅家生活指南"等内容;同时,在全媒体平台持续发布《深晚快评》,呼吁"每个人尽一份着眼于健康防范的'我力量'",引导受众科学防疫、调整心态,使意见表达更加具有理性和建设性,符合当前防疫工作的需要,为主流舆论场赢得了话语权和主动权。

秉持建设性理念,拥抱全媒体时代。全媒体时代意味着媒体生态、媒体格局、传播方式的变革,深圳晚报秉持建设性理念,积极推动传统纸媒与新兴媒体的深度融合,打造了融媒体创意生态体系,已成为一家拥有纸媒、网媒、新闻客户端、高端场景营销、创意策划、视

频影像等多平台的新锐融媒体集群。在新冠肺炎疫情报道中,深圳晚报利用自身优势,广泛调动民众参与,策划了"我家的战疫生活"中小学生征文活动、大学生谈特别春节假期、"众志成城 圳在声援"全民朗读等活动,运用传统媒体的线下资源搭建新媒体互动平台,为普通市民参与抗疫提供线上渠道,以此为契机深化融合。长远来看,这一融合交织了传播网络与社会网络,将重塑媒体在新时代的政治角色定位。^[3]

秉持建设性理念,参与社会治理。在这个"建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体"中,建设性新闻对化解社会矛盾、促进社会稳定发展起着积极作用。[4] 新冠肺炎疫情防控是一场人民战、总体战,媒体不单是旁观的记录者,更是参与者;媒体的任务不仅是传递信息、表达意见,更是以实际行动强化防控。深圳晚报抽调精兵强将,深入抗疫一线采写最鲜活的故事。同时,与多个职能部门合作,以公益活动助力抗疫,陆续开展了世界冠军为武汉加油短视频录制,《抗击新冠肺炎安心手册》音频版、《安心家书》《安心宝盒》+智能音箱爱心捐赠,在喜马拉雅 APP 上线"空中音乐会"音视频等活动,为受众提供服务,拓宽社会治理的广度和深度,提高城市治理能力和水平。

守土有责、守土担责、守土尽责,疫情防控舆论场就是媒体的战场。深圳晚报的新冠肺炎疫情报道,没有停留在信息告知的层面上,而是积极探求客观报道与主观引导的平衡,深入挖掘新闻事实的建设性,致力于做有建设性的新闻,为更好地防控疫情、恢复生产生活秩序指明方向,以深圳实践展示深圳应对危机的强大能力和现代化管理的高水平。

(本文编辑 黄浩)

注释:

- [1] 栾轶玫,张雅琦.新冠肺炎疫情报道中的信息呈现与媒体表现[J].新闻战线,2020(03):12-15.
- [2] 凯伦·麦金泰尔,林晓平.建设性新闻:概念的界定与实验[J].新闻与传播研究,2019,26(S1):42-45.
- [3] 唐绪军. 建设性新闻与新闻的建设性 [J]. 新闻与传播研究, 2019, 26(S1): 9-14.
- [4] 周然毅."建设性新闻"的中国化思考 [J]. 新闻与传播研究,2019,26(S1):71-75.

传播理性好声音 汇聚强大正能量

——河南日报关于疫情防控的相关评论评析

□刘婵

【摘要】自疫情防控阻击战打响以来,河南日报撰写了一系列疫情防控相关评论,积极主动引导社 会舆论、重点在提升社会大众对疫情防控的理性认知上做文章。在河南日报系列评论作品中、既包括大 气磅礴的"何言"系列,也包括每天一篇的常规性评论,还包括短小精悍的"今豫言"等各种短评、网 评。最多的时候,河南日报及其新媒体平台同一天刊发了4篇评论稿件,从不同主题、不同角度,对疫 情防控工作进行宣传引导。河南日报还较好地践行了媒体融合理念,报纸、客户端互动、联动、探索新 闻评论媒体融合新路径, 实现传播效果的最大化和最优化。

【关键词】 河南日报 "今豫言" "何言" "豫论场"

自疫情防控阻击战打响以来,河南日报迅速反应、 加强策划,组织撰写了一系列疫情防控相关评论,积 极主动引导社会舆论,提升社会大众对疫情防控的理 性认知。截至2月3日,河南日报及其新媒体平台,已 刊发各类评论 20 多篇, 汇聚了打赢疫情防控阻击战的 强大正能量,收到了良好的传播效果。

启动早动作快 营造强大舆论声势

疫情发生后,省委省政府快速启动疫情防控应急工 作。河南日报紧跟省委部署要求,在1月22日就推出 "今豫言"《落实"四早"科学防范肺炎疫情》,提 醒当务之急是各地各部门不折不扣贯彻落实中央部署, 落实早发现、早报告、早隔离、早治疗和集中救治等 措施。在快速启动的疫情防控阻击战中, 早早地把握 了舆论引导主动权。1月24日推出评论员文章《面对 疫情每个人都是一道"长城"》,呼吁每个人都要提 升科学素养和医疗知识水平, 政府严防死守, 个人管 好自己,全社会密切配合,构建一个休戚相关、有机

互动的命运共同体。在河南日报评论作品中, 既包括 《中原战疫心手相牵》这样大气磅礴的"何言"文章, 也包括每天一篇的评论员文章,还包括短小精悍的"今 豫言"等各种短评、网评。最多的时候,河南日报及 其新媒体平台同一天刊发了4篇评论稿件,从不同主题、 不同角度,对疫情防控工作进行宣传引导。

体现"三个紧跟"汇聚社会正能量

紧跟中央、省委部署要求。"何言"文章《中原战 疫 心手相牵》,以恢弘的气势,写出了河南深入贯彻 落实习近平总书记重要指示精神和中央各项部署的实 践,写出了黄河儿女与全国同胞一道抗击病毒、打赢 这场没有硝烟的特殊战斗的豪迈。

疫情防控阻击战打响后,省委书记王国生亲自点 题,要求起草一篇社论或者评论员文章,用鲜活的事 例展现防控一线广大党员干部始终与群众在一起抗击 疫情的事实,表达没有战胜不了的困难险阻的决心和 信心,给全省人民以温暖和力量。河南日报快速反应、

作者刘婵系河南日报评论员

连夜起草,次日发表评论员文章《"我先上",抗击疫情的党员承诺》。文中选取了一组感人故事,展现了我省奋战在抗击疫情战场上党员干部一份份豪情壮志的请战书、一个个义无反顾的"逆行"背影,呈现了中原大地处处党旗飘扬、党徽闪亮的战斗风貌。

紧跟疫情防控形势需要。评论员文章《共克时艰 共抗疫情》号召广大党员干部群众落实责任举措,筑 牢防线,凝聚形成联防联控的强大合力;评论员文章《黄 河儿女 风雨向前》展现了我省党员干部守土有责、全 力以赴,共筑疫情防控钢铁长城的劲头和精神;评论 员文章《保供应就是顾大局》强调了疫情防控物资供 应和群众日常生活必需品供应的重要性。

紧跟百姓心态变化。随着疫情防控工作的推进,百姓心态复杂多变,河南日报评论根据最新疫情防控工作进展,积极引导群众心态。短评《宅生活其实并不"窄"》,针对群众封闭在家的生活现状,建议大家科学健康地"宅",引导大家保持乐观向上的心态;短评《"囤货"心态要不得》,针对某些群众出于恐慌心态抢购口罩药品、囤购食品蔬菜等不理性行为,提出了盲目"囤货"的认识误区和不理性行为的负面作用,引导群众有序消费、理性消费……

河南日报的这些评论作品,尤其是一系列紧跟疫情 动态变化的引导性评论员文章及"何言"系列指出防控 误区的评论文章,通过观点鲜明的特有的评论语言,宣 传贯彻习近平总书记关于应对疫情的重要讲话和批示精神,贯彻落实省委省政府关于疫情防控的安排部署,积极引导舆论,营造众志成城、共克时艰的舆论氛围,提振全省疫情防控工作的精气神,增强全省打赢疫情防控阻击战的决心和信心发挥了重要的作用,体现出让正能量更强劲、主旋律更高昂的宣传报道效果。

践行媒体融合理念 纸媒新媒体双线作战

在生产、传播相关评论时,河南日报较好地践行了 媒体融合理念,围绕移动优先、新媒体导向积极探索, 实行线上线下、纸上端上两相结合。报纸、客户端互动、 联动,以分头生产、作品定制的方式,探索新闻评论 媒体融合新路径,实现传播效果的最大化和最优化。

双线作战,报、端一起发力。围绕疫情防控的评论, 既有传统型评论员文章、"今豫言"等文体,也有为 便于网络传播而量身定制的网评、短评。报纸上刊发 的文章,首先在客户端发表,在网上传播,第一时间 引导舆论。网评也有选择地在报纸上刊登,各取其长、 各擅胜场。《致敬,疫情中的"逆行者"!》《客观理 性看待病例数字》《小喇叭喊你"回家"》《在最近 最远的距离爱你》《"弹性上班"可以有》《请给我 一首歌的时间》等作品,大多则专为网络传播而作, 为的是针对快速变化的社会心态,及时以理性观点进 行疏导、引导。这些网评,不受报纸出版周期限制, 随写随发、机动灵活,与报纸上的评论形成了良好的 互补、互动关系。尤其值得一提的是,为宣传好打赢 疫情防控阻击战,河南日报客户端新鲜出炉了全新的 评论栏目"豫论场",并在人民日报和新华社客户端 河南频道同时推出;以对焦点的及时关切、对热点的 理性分析、对语言的创新表达, 甫一出现就推出了很 多高流量网络评论作品。

文体创新,语言生动鲜活。网评《"胡辣汤"对"热干面"的情意》的作者结合家庭生活、亲身体会,以引人动容的情感、轻松灵动的笔触,传递出豫鄂两省人民相邻相依、相惜相伴、相亲相爱的愿望和心声,阅读量很快达到了10万+;网评《白菜致口罩的一封信》,采用拟人手法,语言诙谐生动,既调侃批判哄抬物价的不义之举,又旁敲侧击劝告群众放松心态、冷静应对,不要抢购口罩等物资……这些网评,以创新的表达、生动的语言,成为一个个网络上的"爆款",在朋友圈广泛传播,收到了良好的传播效果。

作为宣传思想主阵地和舆论引导主力军,河南日报的相关评论反应快、数量多,形式活、语言新,注重舆论导向、注重媒体融合,有力体现了党报的政治担当,也体现了党报评论员的新闻敏感和硬朗作风。

(本文编辑 黄浩)

三招并举讲好抗疫故事

——以中国江西网 2020 年新冠疫情防控报道为例

□ 王宣海

突如其来的新冠肺炎疫情,是对国家治理体系和治 理能力的一次大考。作为治国理政重要工具和舆论引导 不可或缺重要力量的新闻主流媒体, 落实落细落小好习 近平总书记关于"要以更坚定的信心、更顽强的意志、 更果断的措施,紧紧依靠人民群众,坚决把疫情扩散蔓 延势头遏制住,坚决打赢疫情防控的人民战争、总体战、 阻击战"的重要指示精神,就愈加凸显新闻主流媒体的 职责使命和角色担当。

中国江西网作为江西省最大的网络媒体, 也是江 西省舆论主阵地、主战场,新冠疫情暴发后,第一时 间启动重大突发事件报道应急预案,按照媒体融合的 传播规律, 立即组织精兵强将投入到紧张而有序的战 疫报道中, 充分发挥旗下网(注: 中国江西网、大江 网、江西文明网、江西好人网)、报(注:信息日报、 江西手机报)、端(注:以江西头条新闻客户端为主 的江西系列头条矩阵)、微(注:以大江网为龙头的 微博微信矩阵)、视(注: 橙视频和江西视频手机报) 五位一体的大合唱优势, 把新闻报道的主方向即由春 节节日报道转向全民抗"疫",利用融媒体、多渠道 面向受众及时权威发布疫情信息、普及防疫知识、宣 传抗疫部署、粉碎谣言、传播真相,同时还积极发挥 新闻媒体社会沟通桥梁与纽带的作用,组织了系列策 划,增强了服务社会与群众的能力,有效地体现了媒 体应对突发公共卫生事件的水平, 也实现了地方主流媒 体传播能力的现代化提升。

两个多月的新闻报道实践,中国江西网与时间赛跑, 为生命加油,以"快速""策划""服务"三招并用, 实现满屏正能量,既讲好了全民抗疫故事,也收获了媒 体深度融合的影响力引导力传播力公信力。

快字当头 回应公众关切

疫情面前,媒体承担着及时传递权威信息、宣传防 疫知识的任务,如何加强媒体融合,讲好全民抗疫故事? 中国江西网发挥全媒体矩阵优势,坚持全媒体发布、移 动优先, 以江西头条系列客户端和大江网微信公众号为 龙头的矩阵平台及时发声, 联动发声, 共同发声, 积极 回应社会关切。

1月20日晚,钟南山首度确定新冠肺炎病毒可以"人 传人",并有14名医护人员感染。随后,舆论开始高度 关注湖北及其他地区的疫情防控情况,恰逢春运和节日 人员聚集高峰期,可"人传人"的新冠肺炎疫情事关重大。 在此特殊节点,中国江西网迅速做出反应,成立了由采

作者王宣海系中国江西网兼信息日报社总编辑、高级记者,江西师范大学硕士生导师。

访中心、编辑中心、新媒体中心和美工部等部门组成的 疫情宣传报道小组,取消了采编人员春节休假,火速进 人抗疫的战时状态,投入到紧张的疫情防控报道中。

1月21日,中国江西网率先在客户端平台"江西头条"、网页、江西手机报(彩信版)开设专题专栏,向平台上千万用户不停滚动报道新冠肺炎疫情动态消息;除日常的疫情疑似确诊人数通报外,连续报道党中央及江西省的指示、肺炎防治信息等,在页面内容推荐的处理上,快速从节日报道转向疫情防控报道。当天,中国江西网在网页、客户端、微信、微博和信息日报第一时间刊发《习近平对新型冠状病毒感染的肺炎疫情作出重要指示强调要把人民群众生命安全和身体健康放在第一位坚决遏制疫情蔓延势头》《防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情书记省长作出部署》,并配发《关于新型冠状病毒感染的肺炎 想知道的看过来》《应对新型冠状病毒,我们该怎么预防?》等多条科普内容。

在武汉"封城",各地开始限制出入后,让不能外出的人在刷屏信息中了解最可信赖的情况,让恐慌的群众放松心态,平和对待,成为媒体必须担负的首要责任。面对来势汹汹的生命威胁,及时、准确地发布与传播消息,是媒体人抗击疫情最好的方式。

疫情疑似确诊人数通报信息是网友们每日关注的 "头条新闻"。春节长假期间,全国及江西省的疑似确 诊人数通报信息常在凌晨1至3点间发布,网站的网页、 客户端、微信等岗位的值班采编人员24小时值班,彻 夜盯紧各级卫健委官方权威发布渠道,每日做到即出即 转即发即推送,第一时间把大家最关注的疫情动态消息 报准报好。

随着疑似确诊人数的增加,全国各地的疫情日益严峻,比病毒更让人惴惴不安的是各类谣言在微博、论坛、朋友圈、微信群的传播。"江西马上就会有很多人感染了,听说武汉华南海鲜市场大半是麻丘人" "万年已有一肺炎死亡病例" ……形形色色的谣言,挑动着人们本就紧张的神经。中国江西网主动打响向网络谣言的"防控阻击战",连续刊发《辟谣!上饶高速未封闭 老实待在

家就是对社会最好的贡献》《造谣!传播不实疫情信息! 江西多人被查处》《万年已有一新型肺炎死亡病例?假的!》等系列辟谣稿,同时开设《抓谣记——江西疫情实时辟谣》专栏,为广大受众提供最权威的官方资讯。 《别抢购!江西米面油菜肉等生活必需品供应充足!》 等多篇微信文章被广泛转发,阅读量超两千万人次。

同时,中国江西网与信息日报联合派出多路记者, 探访报道江西收治新冠肺炎定点医院的内部情况,深入 各个社区,报道基层联防联控的工作进展,及时刊发大 中小学和幼儿园春季学期延期开学等重要信息。《患者 要吃蛋糕医生出去买 记者实地探访江西省级定点救治 医院》《图片特辑:元宵节探访南昌"防疫封闭村" 生活井然有序元宵送到村口》等一线鲜活报道受到网友 关注和好评。

中国江西网还及时加强舆论引导,为打赢疫情防控阻击战营造良好舆论氛围。结合具体新闻和相关进展,陆续设置#联防联控江西在行动#、#抗疫一线江西党员勇争先#、#爱心守望情暖赣鄱#、#抗击疫情江西在行动#等微博话题,《防疫抗疫显威力"网络过年"也很暖》《科学防治汇聚起战疫的强大力量》《9天"速成"火神山医院让世界见证"中国力量"》多篇评论稿件被全国媒体转载。中国江西网与信息日报还坚持每日制作多张防控疫情科普的融媒体封面,持续在各平台推广和朋友圈转发,进行防控疫情提示和指导。

截至4月30日,中国江西网(信息日报)网站、客户端、手机报(彩信版)、橙视频、微信、微博、抖音等各平台共计刊播新冠肺炎相关稿件146849篇,拍摄和制作各类短视频1500余条,点击、转发、评论累计达76.9亿次。

策划制胜 传递满屏正能量

阻断疫情蔓延,缓解情绪紧张,最重要的是树立全 社会的信心。网络媒体除了利用平台优势,又快又好做 好疫情防控知识的积极宣传工作,成为疫情防控措施的 官方发布者,更要成为特殊时期网络正能量的践行者和 传播者。如何成为特殊时期网络正能量的践行者和传播 者,中国江西网认为,做好新闻策划才是王道。

在疫情暴发之初,中国江西网第一时间推出 H5 互 动作品《防控疫情从我做起!我在江西我承诺》,倡议 大家不串门、不聚会、不外出、不抢购、不囤货、不"恐 鄂"、不传谣、不信谣、不恐慌,疫情防控从我做起, 参与承诺的人次超过1330万人次,大范围有效宣传了 疫情期间个人防护的基本要点。

在战疫报道中,中国江西网就特别注重精品的策划 和制作,从1月底开始就以"疫情之下,这就是江西" 为主线,第一时间通过初心连环画、H5、视频、图片 等形式讲述江西全民战疫故事, 策划制作了一系列网友 喜闻乐见的融媒体产品,筑牢打赢疫情防控阻击战的必 胜信心。《疫情之下 这就是江西》融媒体产品突破传 统报道形式的各种限制, 专为移动端用户打造, 主要由 《这就是江西》《赣鄱战疫志》《孩子,我们欠你一个 拥抱》《"义"起战疫!红土地上马甲红》《"罩"之 即来 江西全民战疫》《战疫连线 江西 11 市干部群众战 报》《江西各地防疫奇招各显神通》和8期初心连环 画等新媒体作品组成。这些作品发布后被江西省三级融 媒体平台和各大新媒体显著位置推出, 阅读量累计超 千万。《战疫连线 江西 11 市干部群众战报》通过连线 的方式深入采访基层一线干部群众,聚焦疫情防控前沿 阵地上的最新"战报"。这些报道细节突出、感人肺腑, 并利用微博、微信、客户端等平台进行传播。《赣鄱战 疫志》以时间轴的形式,从高层关注、疫情播报、江西 行动、支援湖北四个方面全景式、档案式回顾江西全民 战疫大事记。

此外,中国江西网充分运用"短视频+直播"的形 式,加强视频方面策划。中国江西网、湖北"长江云" 联动全国 130 多家媒体共同策划启动 "见屏如面 我在 这里报平安"活动,邀请支援湖北的人员给家人打一个 视频电话报平安。通过手机屏幕,全国网友向那些为了 更多人的团圆而"舍小家"的一线英雄们致敬。同时, 还精心策划了《战疫连线系列》和《生机!复工复产系列》

《五四青年节特别策划:90 援鄂护师》等系列视频直 播策划。《战疫连线系列》以现场或视频连线等方式, 邀请江西援助湖北医疗队队员讲述他们在湖北开展医疗 援助期间发生的感人事、暖心事,其中,《"3·8特别" 策划——连线"杨护士"讲述"方舱故事"》备受关注。 该策划一周累计出稿24篇,连线了江西省各设市区的 乡镇党政一把手、派出所民警、医护人员、交警、保洁 环卫人员、志愿者等,反映了他们在特殊时期工作和生 活的点点滴滴。这些报道细节突出、感人肺腑,并利用 微博、微信、客户端等平台进行传播,综合阅读量近1 亿人次。系列策划的每篇稿件均被中宣部"学习强国" 平台转载推广。策划《牛机!》复工复产系列直播,深 入企业和基层,反映了江西各地各行业众志成城,坚决 打好打赢疫情防控阻击战的决心和信心。

因为交通、人员等不可抗力要素,新冠肺炎疫情发 生后, 江西省会城市南昌的蔬菜供应捉襟见肘, 且每出 去一次买菜无疑是增加人民群众一次被感染的风险,不 少无暇顾及家庭的一线医护人员家庭更是雪上加霜。1 月29日到2月5日,中国江西网推出"爱心蔬菜致敬 抗击疫情一线"系列策划。此策划报道在报、网、端、 视、微等多个平台进行集中报道,在专家建议少外出的 "第一潜伏期"内,中国江西网(信息日报)记者在外 奔波一周时间,全媒体现场记录了从采摘到送菜至南昌 市民手中的全过程。这次特别时期的爱心行动先后向省 直单位、南昌援鄂医护人员家属、各大定点医院一线医 护工作者、封闭社区居民和中央驻赣新、省市新闻单位 累计捐赠 3.05 万公斤蔬菜, 传递江西省共同抗"疫" 的必胜信心和能量。包括人民网在内的19家中央省市 等各类媒体平台累计刊发此次活动稿件210余篇,点击 量超过1500万人次。

2月11日16时, 江西省第五批援鄂医疗队128名 队员和 15 名前方指挥部成员启程出征随州,标志着江 西省对口支援湖北省随州市新冠肺炎疫情防治工作全面 启动。中国江西网、信息日报联合随州日报、随州广播 电视台随即推出了《赣鄂相"随"风雨同"州"》和《随

州日记》两个专题策划报道,全方位反映两地战疫实况、感人故事和先进经验,通过视频、广播、图文等多种形式直击两地人民在最前线的抗"疫"历程。尤其是来自江西医疗队队员的"原生态"《随州日记》颇受网友欢迎,其中《随州,你不孤单,更不会被放弃!》《汇集一束束微小的光照亮他们》等内容感人至深。截至2月17日,江西省共派出8批医疗队驰援湖北,上千名医务工作者挺身而出,冲锋在前,逆行汇成抗"疫"的滚滚洪流,用生命护卫生命。当日,中国江西网(信息日报)启动大型公益策划活动——"并肩抗疫支援前线",活动得到了赣鄱爱心企业(人士)的热烈响应,凝聚成赣鄱最大的"战役后援团"。

大小屏联动,致敬最美逆行者。3月13日,江西省11个区市100个县(市、区)2000多块户外大屏,10000多块楼宇小屏集中亮灯亮屏,同步播放由中国江西网策划制作的"战疫之中致敬英雄"系列公益海报,百县万屏同一个画面同一种声音,让战疫英雄成为夜空中最亮的星星,向广大抗"疫"英雄致敬!

公益助力服务"防控+生活"

"口罩去哪儿买""我是不是接触过确诊患者"…… 这些都是百姓特别关心的民生问题。中国江西网(信息 日报)利用江西最大网络平台和移动主阵地的优势,充 分发挥自身的传播力、引导力、影响力、公信力,在倡 导受众科学合理严格管控自身行为的同时,也通过提供 系列公益服务,助力做好特殊时期下的人文关怀服务, 体现媒体的社会责任。

中国江西网(信息日报)在旗下"江西头条"客户端和网站首页开设"江西抗疫防疫公益服务平台",向广大网友读者提供至少16项可在移动端和PC端便捷使用的公益功能。具体包括:江西疫情实时发布、江西疫情分布图、江西确诊患者轨迹查询平台、江西各地疫情通报、江西中小学云课堂、南昌防疫健康登记平台、南昌预约口罩购买平台、定点发热门诊导航、新余预约

口罩购买平台、抗击疫情爱心捐赠平台、江西疫情实时 辟谣、新冠肺炎症状自查工具、确诊同行程查询工具、 周边疫情信息查询工具、江西新冠病毒防控考卷等。

"江西抗疫防疫公益服务平台"的主要功能以中国江西网的媒体优势和在大数据方面的处理经验,整合了之前一直分散的防控资讯服务,充分利用中国江西网在江西省的主流媒体地位,以当地网友为服务主体,进行免费开放,打通疫情造成的信息隔阂,方便网友第一时间了解疫情防控动态、复工信息、交通资讯等,为网友预约购买口罩等急需的医疗防护用品提供绿色通道。

随着江西明确要求各级各类学校 2 月 17 目前不开学, 2 月 10 日起, 江西统一安排中小学线上教育教学, 确保学生"停课不停学", 倡导学生们在"赣教云"平台上收看学习课堂课程。但在实际学习过程中, 不少家长网友反映, 因为"赣教云"平台在多个运营商上的产品播出时, 每家每户的电视播放设备适配性参差不齐, 导致学生在学习效果上受到影响。对此, 中国江西网(信息日报) 立即与有关部门联系, 将"赣教云"课程同步接入"江西抗疫防疫公益服务平台", 网友只需用电脑、手机、平板在网页或"江西头条"客户端登录, 即可流畅观看学习相关课程。

一系列的服务举措的推出,让中国江西网(信息日报)的受众用户剧增,用户的黏性更强了。

疫情还在继续,我们的抗疫报道仍在持续。但面对 这次防控和抗击疫情报道的人民战争、总体战、阻击战 的大考,中国江西网以"三招"并举的实践操作,可感 受到,快速权威是基础,新闻策划是关键,服务用户是 根本,不仅为媒体深度融合下应对重特大突发事件探索 了新表达,而且发挥了新闻主流媒体主力军、主渠道、 主阵地的重要作用,真正做到了习近平总书记所要求的 "提升新闻舆论工作有效性",更凸显了新闻工作者的 职责使命和角色担当。

(本文编辑 黄浩)

新闻记者的武汉融媒体战疫

□何龙

在移动端越来越占据用户焦点的今天, 融媒体的报 道就是这次新闻战疫的主战场。如何在关键时期快速响 应搭建队伍、生产专业内容、创新报道形式、发挥全媒 体平台渠道提升传播力影响力,是这次疫情报道的重要 课题。针对此次武汉期间的融媒体报道实践,我们做了 一些思考与分析:

快速响应搭建融媒体队伍

2月9日, 我们跟随深圳市首批援助湖北应对新冠 肺炎疫情医疗队集结出征奔赴湖北武汉。出发的通知我 们是当天早上才收到的, 当时报社及时响应, 我们还在 前往出发仪式的路上就搭建出一个由新媒体部、摄影部、 民生部组成的直播报道组。这是报社长期以来积累的融 合媒体报道经验,关键时刻可以及时响应,机动灵活地 搭建出一支内容生产高效的团队,充分体现融媒体移动 优先的生产流程和组织机制。

这个团队也成为武汉融媒体报道团队的雏形,整个 武汉期间,团队前后方通力协作,针对用户需求,进行 了一系列策划,坚持融媒体先行,在读特客户端打造《深 圳医疗队驰援湖北 读特记者现场直击》专题频道,并在 微信、微博、今日头条、抖音等平台发力,运用图文、 直播、短视频、VLOG、海报等形式全方位报道了一线战疫, 传递希望,传播正能量,激励更多的人众志成城、共克 时艰,为打赢疫情防控阻击战提供有力舆论支持。

创新融媒体报道和传播方式

1. 直播

这次疫情与所有民众的生活高度关联,"宅在家中" 的民众对疫情信息获取的主动性空前提升,直播可以第 一时间满足民众的需求。

报道初期,武汉的现状和医疗队的动态是关注焦 点,从出发仪式开始,我们就对深圳医疗队整个武汉行 程进行全程直播报道。直播让读特客户端迅速成为深 圳医疗队和网友交流的窗口,吸引了众多用户特别是 医疗队员的亲朋好友和行业同僚在评论区中留言互动, 时刻关注着医疗队员的动态。

随着关注度活跃度的提升,在直播的同时,我们 加强与用户的交流互动, 前后方即时回复用户的留言 评论,并邀请医疗队员上直播,回应用户关心的问题, 将读特客户端打造成深圳援鄂医疗队的"第一信息源"。

当深圳医疗队工作进入常态化,我们报道逐渐转入 重要选题策划阶段。每天晚上武汉融媒体报道团前后 方都会发起线上会议,一是盘点当天新媒体报道的题 材、质量和传播力,然后根据当前全网重点热点,受 众的需求,结合我们的行程进行重点选题策划,让第 二天的报道有的放矢,达到更好的传播效果。根据热点, 我们进行了《读特记者进舱实拍方舱医院内部画面》《钟 南山最强抗疫天团连线武汉远程会诊》《武汉康复市民 捐血浆》等热点选题的直播;根据关键时间节点,我 们进行了《首批患者痊愈出院》《正式休舱关门大吉》《木 棉花开英雄归来》等选题的直播。每一场直播前都进行 相关主题海报设计,并配以直播二维码进行分发传播。

同时, 我们把目光放大到武汉东西湖方舱医院的 整个广东医疗队, 策划打造了直播访谈节目《金银湖 畔医席谈》,每天中午通过4G盒子网络进行直播。节 目更聚焦于普通的一线医务工作者和专业的权威人士。 我们访谈了广东各支地方医疗队队员, 并与队员所在 地媒体联动,在武汉进行了与东莞、梅州、河源等地

火线闪回

的连线直播。例如我们在方舱医院大帐篷内,联手东莞阳光网、知东莞专访了东莞第二批支援湖北医疗队队长师清莲讲述《方舱医院的日与夜》;我们在医疗队驻地,联手智慧河源访谈了河源医疗队《在方舱医院工作是怎样一种体验》等,让各地方民众通过读特平台了解当地医疗队在武汉一线工作事迹,感受医护人员奋战初心。同时,对话权威人士,例如我们在广东医疗队大本营访谈了支援武汉广东医疗队指挥部总指挥余德文《武汉战疫南粤大军如何排兵布阵》;我们在医院访谈了东西湖方舱医院院长章军建《武汉最大的方舱医院是如何运作的》等,对阻击疫情进行权威解读。

直播渐成气候,不仅在读特客户端,今日头条和新 浪等平台也加入其中,发挥各平台的渠道优势进行同步 推同步直播。

2. 短视频

短视频是这次融媒体报道的重点,前后方联动协作 是关键。

为了让外界看到最真实的武汉现状,前方记者不惧风险,深入到方舱医院、雷神山医院等隔离病区危重病房等地,第一时间发回现场采访拍摄的素材,后方编辑接收到素材,一方面进行直播编辑,另一方面对现场核心素材进行挑选剪辑,为受众精编出更集中的信息,第一时间推出一系列直击现场短视频:《定了!深圳医疗队入舱第一人是她,加油!》《患者清零,武汉东西湖方舱医院休舱在即!》《雷神山上的深圳力量》……迅速成为全网关注热点。

同时后方每天对这些素材进行收集整理归纳,在医疗队出征半个月、一个月、返程等重要节点提前进行选题策划,用更丰富的素材进行打磨,推出全景式的纪录短片,生产了像《武汉,我们相约春暖花开》《心窗,筑起最美防疫墙》《深圳战魂!深圳医疗队湖北抗疫全记录》等打动人心的作品,展现出深圳医疗队在援鄂一线的深圳速度、深圳力量和深圳担当。

3.VLOG

VLOG 是此次疫情报道的重要探索。

VLOG一方面是我们记者通过自己的视角来讲述 一线故事,制作了《阿唐哥 VLOG》系列和《有点萌! 一只 N95 口罩的 VLOG: 我的方舱一日》等作品。另 一方面,在前方记者人员紧张,分身乏术的情况下, 我们依靠医疗队员和患者拍摄的素材制作 VLOG,为 疫情报道增加了更多独特视角。我们为前方医疗队员 策划打造了方舱视频日记,根据医疗队员郑明谜的素 材,我们制作了《别人在袖子上写家乡特产,我写深 圳有爱》;发挥医疗队员戎晓函手绘的技能,我们制 作了《"天使"手绘又来了!这回的故事暖到心底》。 同时我们从患者中挖掘素材,通过患者手机拍摄的视 频素材,我们制作了《"我见证深圳中医队的精湛医 术!" 武汉雷神山医院一位老人的 VLOG》。这一系 列 VLOG 视频以医护人员和患者的视角呈现他们武汉 疫情一线的经历,没有过多专业技巧的修饰,亲历现 场的真挚记录更加朴实动人。

将医疗队员和患者变成我们的内容生产者,通过我们专业媒体来把关制作融媒体产品,这种 UGC+PGC 生产模式是这次疫情报道的重要探索和实践。

4. 创意海报

发挥可视化优势, 我们制作了一系列创意海报。创 新数据呈现方式,我们推出了一系列关键节点的图表新 闻《30天,这座"生命之舱"创下五个0!》《保卫武汉! 广东战队有多强,这些数字告诉你》等。传递最新疫情 进展,让读者快速获取关键信息,推出一些列海报新闻 《影像·方舱人间》《出征满月! 画说武汉战疫中的深 圳力量》等。在三八妇女节的节点,我们根据前方医疗 队女队员的特点制作了《火线女侠出征记》的系列女侠 海报,一经推出深受医疗队和用户好评,迅速成为网络 爆款,新华社海外客户端专门做成英文版向全球推广, 并在医疗队返深之际,制作了《战疫侠客行77人长卷》, 用武侠形象诠释 77 名深圳援鄂医疗队员的英勇大义。 创意海报更直观的信息传达, 更好的用户体验, 也是这 次疫情报道中频出爆款,引发受众情感共鸣的重要融媒 体报道手段。 (本文编辑 黄浩)

我亲历的"荆州战疫"

□李晶川

2月14日,情人节。手机在从宜昌到荆州的路上 没电了。

23 时 50 分, 我随深圳第二批支援湖北医疗队抵达 荆州,入住绿地花园酒店。在车上就看见酒店门口8名 当地民警在寒风中分两列在酒店大堂门口立正敬礼,直 到全部人员讲入酒店。

一进大堂, 就听见有人喊"领冬装", 发现排了一 长溜桌子,荆州当地政府给每个人准备了一件当地产的 的羽绒服。大家紧张有序地迅速领完衣服,然后各地医 疗队队长给队员分发房卡入住。

我发现我们4个记者还是没有人管,于是直接去找 了广东省医疗队队长李爱国。果然,他和广州机场的省 卫健委工作人员一样,不知道我们4名深圳记者的存在。 不过这种情况依然属于正常,战时条件下很多事情并不 需要废太多口舌,三言两语说明情况,李队和荆州当地 接待人员果断给我发了4张房卡,然后一人派了一盒方 便面和一个面包。我们从深圳出发开始就没有饭吃了, 当然,每个人都一样。飞机上,南航给了我们每个人一 个热包子,还有两杯酸奶。我跟唐总还有旁边深圳卫视 的同行排了个顺序,卫视的小朋友先吃,唐总第二个, 我第三个。吃的时候小心翼翼,不让手直接碰到食物。 打开口罩就意味着危险, 你身边的每个人都有可能是病 毒携带者。这当然不是指我们在飞机上, 而是在接受防 疫培训的时候,教官给我们灌输的防疫意识。

但行李什么时候到, 谁也说不清楚。我们的防护用 品都在大行李里, 现在只好先回房间。我有在摄影包里 放一个备用充电器的习惯,进到房间里一翻果然有,所 以终于可以开机记录了。

从宜昌落地开始,不停地收到同事和朋友的问候、 叮嘱和祝福,以至于都没有时间打个电话给家里报平安。 正在微信上跟新媒体的小伙伴商量明天做什么内容, 手 机忽然提示 30 秒后关机。正在这时儿子打电话过来, 我赶紧接通, 急速对他说, 我手机没电了, 已经到了官 昌,正在往荆州赶,一切都好,不要担心……我只听见 他在电话里说了一个"好"字, 手机就罢工了。

手机重新开机以后,我看见报社在发我们抵达的消 息了, 那是我在官昌下飞机的时候, 慌慌忙忙根据出发 消息改写的。

荆州对我来说既熟悉又陌生。1月19日, 我还带 着家人住在监利。当时,疫情已经公布,但县城里弥漫 的全是春节的喜庆, 商场酒肆里全是买年货的人潮和觥 筹交错的声浪,只有我们全家三口人戴着口罩行走在路 上,显得和一切格格不入。没承想,不到一个月之后, 那里竟然就是我的任务区。

从宜昌过来一路上大巴上寂静无声,没人说话,偶 尔有人看看手机,发发微信,大部分人都在闭目养神。 大家都知道,我们已经到了战场,得利用好各种机会养 精蓄锐。几个小时后,没有硝烟没有呐喊的冲杀就会开 始,那时候,像现在这样安心地打个盹儿,很可能都会 是一种奢求。

在广州机场担心跟不上大部队的时候,荆州日报副

火线闪回

社长邓凤奎先生跟我取得了联系。随后,安排了报社 负责卫健委和监利县的两名记者和我对接。"有什么 困难就说,你们是来救荆州的。"他们都这么说。

我在兵荒马乱的广州机场还抽空跟北大医院医疗 队的队长易黎、临时党支部书记王玲正式说了尽快组一 个联动群的事儿,他们答应了,不过暂时还没顾上落实。

易黎说,天亮以后他们就要接受相关培训,了解和熟悉当地医疗风格,然后具体领受任务。当然还有一个重要任务,就是队内人员的个人防护和集体防护。简单说,就是要在每个队员的住处设置隔离区,外出以后衣物鞋子随身用品,必须放在隔离区,坚决不能带进生活区。

但我们现在还不能指望易队他们,我看得出来,他们一时半会儿还顾不上我们。好在我们出来之前接受了培训,我们也可以自己试着在房间里设置隔离区,特别是从天亮以后开始。

第二天一早,一场纷纷扬扬的大雪突然降临,肉眼可见的雪花飘落在树上、屋檐上、汽车上,化作层层叠叠的"白纱"。

这是荆州 2020 年的第一场雪。

这就是我在荆州的第一天,在几乎所有人都闭门不 出的时候,我和战友们逆流而上,来到战疫的最前线, 准备用文字和镜头传递每个值得被记录的瞬间。

Ξ

自疫情暴发以来,我先后两次报名上前线,三次捐款抗击疫情、实名加入联署敦促立法杜绝野生动物非法交易,并采访深圳给排水专家得出需要提升污水处理消毒标准的结论。

得知国家公布了广东对口支援荆州的消息,我预料 到荆州医疗队随时可能组建,于是再次请缨前赴一线。

作为深圳晚报的一名老兵,我在从业的 20 年间曾 经先后走上"非典"、汶川地震、雅安地震、鲁甸地 震和光明滑坡的采访现场。长期从事应急抢险相关行 业报道且受过相关的专业训练,让我基本上没有缺席

这些年的重大突发事件报道。

2月12日深夜,我收到了代表深圳报业集团随队前往荆州采访的消息。就在差不多同时,我刚退役不久的儿子也接到通知,他报名参加志愿者的申请已获批准,将随时增援深圳社区防控一线。"打仗亲兄弟,上阵父子兵",我在朋友圈发出自己穿上防护服的照片打趣说。

在派出名单确定之前, 我没有告诉家人。

每次上前线都是这样,家人一定会担心,所以能让 他们少担心一天也是好的。

临行前,家人送我出小区,帮我把大大小小的装备和物资搬上车。以前出发都是我一个人背着包就走了,没人送,包括汶川地震去映秀的时候。那时情况很紧急,我接到任务马上就收拾行李出发了,家里也没有人。

四

2月15日下午,我们在风雪中出发,奔赴监利。 两天后的2月18日清晨,深圳医疗队正式上岗。

本次的任务区是监利县人民医院,距离医疗队驻地 不远,步行大概 10 分钟。

首批上阵的医护人员是三个90后小护士: 赵晨曦、刘璐、钟玲。她们当中两个25岁,一个26岁,是医疗队中年龄最小的三个队员。迎着朝阳,我把她们送到监利县人民医院感染科大楼门口。"你们都准备好了吗?嗯,你们注意安全。"在大门口,我目送医疗队员进入"战斗岗位"。然后,迅速发回一条视频新闻。

19 日早上,我分别送护士陈洁丽和张佳佳上小夜 班和大夜班,顺便把下了小夜班的陈洁丽接回酒店。

陈洁丽手背已被橡胶手套勒得通红,耳朵被口罩勒得很难受。她回到酒店的第一句话是:好饿!因为穿着防护服不方便,数量也有限,只要脱下来就得换一套新的。上班前她们都不敢吃东西和喝水,连续五六个小时穿着四套衣服,层层保护。

在采访中,护士们表示上班的感受比想象中好很多, 不紧张。病人情绪大都很乐观,有的还在病房里做操、 锻炼。医护人员首战的出色表现和平安归来让我感到十 分欣慰。

和医护人员面对面交流时, 我架起相机记录她们的 工作环境和状态。待她们的身影消失在医院门口时,我 在同样紧张的状态下整理素材、剪辑视频和编辑稿件。

疫区采访不同于正常状态下的采访, 未知的状况随 时可能发生。

从赶到监利开始就我没睡过午觉,大多数时间晚上 就睡三四个小时。因为随时都在待命, 所以没有固定的 休息时间。前线的很多情况,都是在后方很难想象的。

Ŧī

由于所有人都是被临时组合的,彼此并不熟悉,不 时会因各自的采访需求和任务差异产生冲突和矛盾。

刚到前线的时候,最大困难是队伍内外各方面的协 调问题。比如记者找到了想拍摄的场景却遭到队长拒绝、 前线的工作人员难以抽身接受采访等等。

但一线记者必须具备较强的应变能力, 从国家到地 方再到单位的战时联动机制不断完善, 问题逐步得到解 决。不过,在监利我始终没有得到进入病区采访的许可, 这是一个不小的遗憾。只是在全县新冠病例清零后,我 才被得到一个机会,和深圳医疗队的医护人员一起进入 当地最大的一个出院患者隔离点采访。尽管也是全副武 装,但隔离点毕竟不是病区,所以还是非常不甘心的。 还好,后来深圳第四批支援荆州医疗队队长卢涛给了我 一次机会,我终于走进荆州市第一人民医院的ICU病房, 完成了珍贵的火线采访。

当然, 医疗队如此慎重, 完全是为了我的安全考虑, 也是为了整个医疗队的安全问题考虑。如果队伍中有一 个人被感染了,包括记者在内,全队就会被立刻隔离, 这是一个大事情。所以, 在前线绝对不能任性。

我是随队记者,和深圳、珠海、清远、阳江的66 名医护人员住在同一个酒店里。记者的工作不可能让我 像医护人员一样,下班就在酒店房间里休息,我必须要 跑更多的现场采访更多的人, 所以我必须自觉把自己训 练成一个防护专家, 无论在外采访还是回到驻地酒店,



都要用比医护人员还要严格的标准来做好自我防护,因 为一旦我不慎中招,将会导致全队隔离,这种后果,我 承担不起,报社承担不起,集团承担不起,深圳也承担 不起。

绝大多数时候, 我只能根据采访对象的要求来决定 采访时间和地点, 这就导致我很多时候都是回来吃冷饭 甚至没饭吃,跑去后勤组要一盒泡面解决问题。我是以 集团特派记者身份来到前方的, 所以我要面对全集团所 有平台的报道需求,特别是各新媒体平台的报道需求。 每天读者看到的一两分钟的视频产品, 其实素材量非常 大,加上整理的时间,没日没夜连轴转是常态。连续一 个多月这样高强度高负荷的工作,对生理和心理造成的

火线闪回

压力可以想见。所以,每当报社其他记者跟我说他们其 实也非常渴望来前方的时候, 我都会半开玩笑半认真地 跟他们说:这地方可不是那么容易来的,来了更不是那 么容易待得下去的。

深圳这次派往荆州的两支医疗队,队员分别来自同 一家医院,这对他们开展工作来说非常方便,但对前方 记者来说,却是一个极大的麻烦。因为他们自成体系, 融入难度更大,加上疫情报道敏感的特点,记者想获取 自己希望得到的信息, 传统、常规的采访方法几乎没有 任何作用, 因为只要队长不说话, 任何队员都不可能说 话。这是技术层面上疫情采访给前方记者出的最大的一 道难题。我也想了好多办法, 先是让领导买了两部手机, 这就是战疫 24 小时、进留观点、进 ICU 的视频产品装 备保障。后来我进入住院楼给他们拍了天使之眼的专题 照片,据此做了七剑战荆州、容城卫、警医卫的漫画选 题,读特后方编辑部脑洞大开,让武汉的三支队伍也加 入了进来,后来又在做全体77位援鄂医疗队员的漫画 合集策划。战疫24小时的视频产品,是在全体医疗队 员的共同努力下完成的,他们在舱内既是被采访对象又 是直接采访和拍摄者,整个采访拍摄整整用了3天的时 间才完成。荆州和监利两支医疗队的天使之眼组照,也 是这样没日没夜地连续干了4天才完成的。

六

不过也有例外。有一条稿子就是好像非常轻松的意 外收获。

3月1日清晨,我按照事先计划,前往监利县人民 医院采访深圳医疗队护士下夜班返回驻地的情况,完成 采访后与医疗队员—同返回酒店餐厅,发现餐厅里安排 了厨师供应汤面。因防疫需要,之前酒店供应的早餐都 是盒饭,我马上采访了酒店后勤负责同志和厨师,得知 是县委为了改善医疗队生活条件,专门安排了县委食堂 的厨师从当日起每天到医疗队驻地酒店,为医疗队供应 汤粉汤面。

意识到这是地方政府的一个暖心举措, 我马上拍摄 了现场视频、写好文稿,以《隔着口罩都能闻到的汤 面香味儿》为题发回后方。随后,读特做成视频新闻, 晚报、深圳新闻网等平台先后进行了转发。

3月9日下午,广东医疗队荆州前指宣传组突然通 知我,这条稿子被孙春兰副总理批示了。原来,孙副 总理非常关注援鄂医疗队的生活情况,这篇小稿引起 了她的关注, 在对监利提出表扬的同时, 她要求湖北 各级政府一定要重视医疗队生活保障工作。

这篇稿件能得到孙副总理批示, 我本人感到非常意 外。但细想之后也在情理之中,证明了中央对各地援 鄂医疗队生活的高度重视和关心。这也让我明白了一 个道理: 作为地方媒体, 只要深入一线扎实采访, 抓 住党和人民群众共同关心的问题,同样可以写出有反 响的报道。

七

在前方,我不是一个人在战斗。在到达监利的第三 天,我在一个偶然的机会在街上偶遇了监利摄影家协 会的廖建华老师,通过廖老师又认识了秘书长何伟老 师。从那天起,直到我离开监利,他们专门组织了一 个团队做我的助手,不仅随叫随到,还成了医疗队的 志愿者, 搬物资、当车夫, 只要叫他们, 都是争先恐后。 当地宣传部、医院的工作人员,包括来酒店给我们做早 餐的大师傅,都成了我的哥们儿,特别是监利县人民 医院医务科的吴兆钊科长,很快就成了我最可靠的"友 军"。有了他们的鼎力协助,我才能有这么高的效率, 他们也收获了满满的成就感,我在监利又多了好多过命 的朋友,我走那天,他们全都跑来送我,让我非常感动。

作为一名记者, 我很自豪见证并记录过许多苦难与 辉煌,大到国家,小到个人。我们无不是在挫折中奋进, 但从来都没有泯灭良知,没有忘记理想,没有放弃希望。

(本文编辑 黄浩)

火线记者的阵前思考

□唐光明

武汉疫情暴发,深圳医疗队在全国的征召中出发。 深圳报业集团以集团名义派出一支媒体队伍: 四名尖兵, 分赴武汉、荆州; 采写深圳五支医疗队宣传与疫区新闻 报道,专门为报业集团旗下五报一网提供新闻素材,构 建了以报业集团为核心, 网、报、新媒体客户端为端口 的一点多面式传播形态。两个月期间,仅武汉一端就产 生近千条各类新闻、媒体作品,传播流量达到两亿人次。 成绩斐然,得益于团队作业和前后方协作、策划共同努力。

"四力"应用:扎实采访。2月9日,我作为深圳 医疗队第一批随队记者,从新城大厦与深圳医疗队会 合出发。在新城大厦,我就做出了战地记者的工作姿态。 所有队员的出发仪式中, 我把自己定位为深圳医疗队 的"第三只眼",用手机拍摄、见证着医疗队的一言 一行,捕捉医疗队的每一个细节。从医疗队生活到工 作,吃饭到培训;驻地到病区,穿脱防护服、工作难度; 在武汉工作的51天,从方舱医院到雷神山医院、汉口 医院、协和医院以及汉口血液中心, 我35次进入病区, 贴身医护采访,通过运动相机、手机用音频、视频记录、 挖掘了素材 663G。最晚凌晨两点四十休息,早上四点 半起床;每天工作时长长达十六小时以上,最忙时, 一天撰写文字 12000 字。

正是由于一线记者的不畏艰难, 敢干能干冲锋陷阵 的做派, 挖掘了大量新闻素材, 见证了方舱医院从无 到有,从有到无,也见证了雷神山的日日夜夜,形象 记录深圳医疗队在武汉期间的奋斗历程。

前后协作,新闻驱动。武汉期间,前后方一直保持 着良好的沟通和交流。每天午夜十一点至凌晨一点之 前,集团报道组前后方均会进行电话会议,沟通当天 新闻选题, 近三天新闻策划, 选题设置, 同时, 针对 选题素材与后期制作同事进行对接和细节交流。

针对动态新闻进行策划,分工、执行,以及产品包装 和定位。比如情人节策划,武汉、深圳、梅州的三地视频 通话, 展现了特区的温度、新闻的人文, 也体现医护人员 的工作能力, 前后方一心战疫的决心, 形成立体式新闻报 道产品,并通过报、网、端进行全方位和立体式的传播。

我在一线的采访札记还被央视著名主播陈铎老师选 择朗读,形成再次传播和产品衍生。策划中值得一提的 就是海报形态的新媒体产品,前后方从数据海报,最后 衍生出武侠海报,在传播中,深受读者、医护人员喜爱。 还有 VLOG 产品的设计,也深受读者欢迎,其中《方舱 医院门口帐篷做什么的》VLOG 传播量达到 1840 万之多。

一点多面, 物尽其用。在武汉战疫期间, 除了新闻 策划以外,大多数新闻素材都是一方对后期的多方制 作。一线记者形成一个报道采访组主要挖掘素材,后 方形成直播组、视频组、海报组针对一线素材分别进 行制作,并形成多样化的媒体产品。

从3月20日开始,深圳医疗队分批返回深圳。每 一批医疗队返回,我都及时对行程以及医疗队员心情、 工作总结、援汉的感想进行视频直播。后期编辑针对 直播视频进行了 VLOG 视频制作、抖音产品制作、离 汉感言视频, 一场直播视频, 穿插以往工作画面, 剪 辑作品多达30条。

用后期编辑的话说,一线采集素材不易,应当物尽 其用。高效率的素材采集,高效率的后期制作,不仅 在我集团战疫报道主阵地的读特客户端, 在集团其他 媒体平台, 也借助一个视频素材制作出大量视频、文字、 图片报道,将医疗队员的工作、生活制作成多样化产品, 完美呈现。 (本文编辑 黄浩)

讲好背后的故事 感受动人的情怀

——深圳报业集团"战疫:群像与身影"专题宣传报道的体会

□童晓燕

一、多部门协同合作,大力彰显集团正能量,宣传 榜样的引领示范作用

2020年新春暴发的新冠疫情,是新中国成立以来 最重大的突发公共事件。举国战疫以来,深圳报业集 团作为"先行示范区"的党媒集团,第一时间投身新 闻战场。一个个主动请缨的身影,出现在新闻现场。 从本地的火车站、机场、医院、疾控中心、社区、商 场到湖北抗疫前线,他们用作品奏响时代凯歌,为了 神圣的使命,为了真实的力量,逆风疾行斗志昂扬。 这些身影,是集团各报网记者、编导。还有一批身影, 是为前方记者服务的后方团队,编辑、技术、办公室、 党群等,他们为前方提供坚强的后盾。

2月12日,为弘扬正能量,及时总结宣传在疫情防控战疫中涌现出的先进典型和感人事迹,激发全集团斗志,凝心聚力,共克时艰,坚决打赢疫情防控阻击战,按照集团主要领导指示,集团办公室、新闻业务管理部、党群工作部、经营管理部主要负责人和相关工作人员组成战疫事迹宣传组,在集团OA开辟宣传专栏,以"战疫:群像与身影"专题的形式分期通报表现突出的集体和个人事迹。

"战疫:群像与身影"从2月12日第一期刊发到5月25日最后一期,历时4个月,共计刊发16期,编发战疫一线员工和集体的突出事迹文章近7万字,图片百余张。内容涉及一线记者、编辑、技术人员、办公室和参加群防群控的同事。刊发先进集体35个,先进个人38人。编发"三八"妇女节、"社区守护者"和"外防输入内防反弹"三期特辑。

集团党组高度重视,集团党组书记、社长陈寅多次作出批示,集团总编辑周斌也大力肯定了战疫宣传组的工作。集团各单位各部门积极响应,踊跃推荐投稿。报送材料经各部门、各单位一把手审核,并经分管的集团领导审定后,分别报送至新闻业务管理部、经营管理部和党群工作部,三部门编辑完善后,报送党群工作部统筹安排所有素材,拟定通报发布稿报集团领导审定后,交由集团办在集团 OA 宣传专栏 "战疫:群像与身影"发布。

"战疫:群像与身影"专栏里,逐期展现了疫情防控战疫以来新闻背后那些不平凡的日与夜,感受到集团上下各部门万众一心、铁肩担道义、舍我其谁的精神。这里有主动请缨、千里驰援奔赴湖北前线的记者,有多次采访市三医院后感冒发烧的女记者、有通宵达旦加班编辑文图和视频的编辑、有保障直播连线的技术高工、有下沉社区参与联防联控的干部、有紧急调配发放防疫物资的办公室人员……他们的事迹刊发后,在集团上下产生了热烈反响,极大鼓舞了集团员工抗击疫情的士气,发挥了榜样的引领示范作用。

二、以故事打动人,以细节感染人,激发鼓舞集团 员工抗击疫情的斗志和必胜信心

记者是重大事件的记录者,也是历史时刻的见证者。在这一场战疫中,深圳报业集团忠实履行特区党 媒集团应有的使命担当,认真贯彻落实习近平总书记关于疫情防控重要指示精神,紧跟中央决策部署和省市工作安排,在集团领导统筹安排下,集团各报网记

作者童晓燕系深圳报业集团新闻业务管理部网评网宣员

者编辑第一时间投身这场非同寻常的新闻战场。

"战疫:群像与身影"专栏聚焦之一是新闻背后的一 线记者。他们冲在抗疫一线,身影出现在深圳市第三人民 医院、疾控中心、急救中心、各大医院发热门诊。他们克 服重重困难,在做好自身防护的同时,履行职责、践行使命, 以过硬的脚力、眼力、脑力、笔力, 报道深圳抗疫前线故 事,传播好深圳抗疫声音。他们用真情、用信仰写就的 真实采访故事,深深打动了集团每一位员工。

如第3期刊发的深圳特区报民生新闻部记者罗莉 琼、戴晓蓉,大年三十夜,在部门主任余海蓉带领下, 釆访了深圳市第三人民医院、疾控中心、急救中心、深 大医院发热门诊的一线医务人员, 推出了《大年三十, 这群医护奋战在抗疫一线》《一盘凉水饺就是年夜饭》 等一系列有血有肉、有影响力的报道。第6期刊发的深 圳特区报记者何龙, 随深圳医疗队奔赴湖北武汉采访, 与后方密切联动,通过文字、图片、视频、直播等形式, 挖掘深圳医务人员在湖北抗疫一线的亲历和感受,特别 是文章配发了他身着厚厚的防护服带着护目镜全副武 装在汉口医院采访拍摄的照片, 获得了很多同事的关 注。第12期刊发的深圳特区报记者任宪平、凌晨采访 拍摄医护人员接诊发热患者,还有深圳特区报视频编辑 陈敏芝、深圳商报医疗新闻的记者郑健阳、深圳晚报记 者王宇, 都是多次采访深圳市第三人民医院, 近距离跟 拍疾控人员采样密切接触者。深圳晚报全媒中心视频编 导莫金龙, 白天在外采访拍摄, 晚上同时担当导演、摄 像、后期、文案等多项工作,对每一个作品不断进行打 磨。广州记者站张莹,是跑省市新闻发布会最多的记者。 北京记者站是国家卫健委新闻发布会现场到场的央媒、 外媒之外, 屈指可数的几家地方媒体之一。

"战疫:群像与身影"聚焦之二是后方编辑和技 术人员。如第3期刊发的深圳特区报图片编辑李忠,春 节期间,52岁的他一人身兼图片编辑和摄影记者二职, 几乎每天都工作到凌晨两点。第7期刊发的晶报新闻 服务中心编辑曹阳, 刚做完甲状腺癌切除手术后就在 家线上办公,处理海量疫情稿件。还有读特《侠客行》

手绘人物系列海报的美术编辑、深圳商报"新冠肺炎科 普与服务平台"编辑、深圳晚报的"安心家书"音频团队、 晶报纪录片《火线》视频团队等等。

这些"以人为主,以事见人""选取典型人物和事例, 注重还原现场和真情实感"的先进典型稿件,在集团内 部得到众多点赞和留言: "令人泪目! 感动你的前方付 出""你是深圳报业集团的骄傲!最美的身影就是你!"

三、典型群像彰显深圳报业集团的责任担当,记录 与历史时代同频共振

据不完全统计,截至6月16日,深圳报业集团各报 网端共发稿 182754 篇(条),其中纸媒报道(含图片) 13640篇, 新媒体报道(产品)181390篇(条), 公益 广告 974 条,总阅读量 31.4493 亿。全网阅读量或点击量 过亿级别的作品共有10篇(组),千万级别作品共42件, 百万级别作品共175件。作品传播数据一再刷新集团历史 纪录。正是一个个指头, 形成"拳头"合力, 让深圳报业 集团牢牢占领了全媒舆论传播引导的主阵地和制高点。

"战疫:群像与身影"聚焦之三就是新闻背后的集 体力量。连续推出了"三八"妇女节、"社区守护者" 和"外防输入内防反弹"三期特辑。通过集体群像故 事,展现了大时代下党媒集团的深圳责任担当。如在 "三八"节当天推出了第7期"三八"妇女节特辑,包 括深圳特区报、深圳商报、深圳晚报、晶报、深圳新闻 网 5 位女记者的典型事迹及金风帆物业公司女保安员、 党群工作部"娘子军"的群像,配合新媒体创意长图, 向战疫中的女新闻工作者致敬。一经推出受到全集团员 工关注和大量转发。第13期"社区守护者"特辑,刊 发了集团参加全市社区疫情群防群治工作人员:朱永峰 同志、刘华同志、田语壮同志、汤山文同志的突出事迹。 他们在下沉社区的两个多月时间里, 走千家, 访万户, 搞宣传,送政策,守卡口,作排查,测体温,筹物资, 帮老弱,身体力行地奋战在社区防疫、保障一线和复 工复产的最前沿,用行动彰显了深圳报业精神。

(本文编辑 黄浩)

3亿次传播量背后的技术与创意

-读特客户端战疫报道方式的成功探索

□陈建中 刘思敏 许舜钿

年初,一场突如其来的疫情,牵动着国人的心。举 国战疫之下,另一场没有硝烟的战争——宣传战疫也 在全国打响。深圳报业集团旗下的深圳门户客户端—— 读特在其中表现出色,成效显著。据统计,截至4月 1日,读特共推出疫情相关稿件15000多篇,制作海报 1100 多张、视频 300 多个, 开展直播 130 场。其中的 一批爆款产品全网传播点击量超过3亿次,许多作品被 人民日报、新华社、澎湃新闻等中央和地方媒体转载, 部分作品还被新华社客户端外文版转载,传播广远。

读特是怎么取得如此战绩的?

探索之一: 携优势技术与央媒合作

技术优势无疑是此次读特战疫宣传中的一大亮 点。凭借着由一批精干的技术团队和内容策划团队组 成的融媒实验室,读特在疫情初期就连续研发推出1.0 版 H5 小游戏《全民战疫,有你必胜!》和 2.0 版小 游戏《打破谣言,关于新型冠状病毒,你知道多少?》, 大受读者用户欢迎,取得了接近1亿的全网参与量。

2月10日,读特又与人民日报新媒体部合作推出了 "战疫小游戏 3.0 版" ——《H5|2020 新冠肺炎防治统 一考试》,在人民日报微信公众号发布,并被人民日报 客户端热点频道向全国推荐,多个央媒级网络平台转发。 截至目前, 3.0 版本的传播量和参与量超过 1.6 亿人次, 三个版本游戏参与量和传播量累计超 2.5 亿人次。

报道中,读特客户端融媒实验室的一支不到10人 的小分队发挥了重要作用。小分队成员春节期间加班加 点,短短一周时间内连续推出了两个版本的战疫科普游 戏,迅速掀起全国答卷式战疫产品热潮的第一波海浪。

读特的这一非凡之举,引起了人民日报新媒体部的 关注,他们主动对接读特客户端,积极参与策划,并对 产品质量提出了更高的要求。读特小分队成员连续一周 时间通宵研发,按时按质完成了人民日报新媒体部提出 的标准。央媒同行对读特的策划和开发能力表示赞赏。

此外, 读特融媒实验室发挥技术优势, 邀请深圳报 业集团员工填词作曲, 仅用 10 天时间制作完成了说唱 单曲 MV《全民战疫 有你必胜》,把宅家科普知识和深 圳战疫举措传唱出去,向全国传递深圳全民战疫的力 量, 传播量和点击量达 6000 多万。

探索之二: 坚持创意为王打造爆款作品

创意产品已经成为读特客户端战疫宣传的重型炮 弹,全员创意、重点孵化、市场试水、技术优化、全 案推广等流程,形成一套滚动推进的创意产品生产线, 通过这条生产线生产出大量的优质、爆款作品。

3月8日,全国"三八"妇女节到来之际,读特客 户端从这一天起,每天首发推出一集大型系列创意漫 画《侠客行之火线女侠出征记》。该产品以驰援湖北 的 5 支深圳医疗队共 42 名女医护人员为原型, 由读特 客户端优秀设计师合力手绘,连续5天分5组推出, 巧妙地将真实的照片头像和风格各异的手绘女侠形象 完美结合,形成"容城卫""江城盟""雷神山""警 医卫""康宁阁"等5大系列。作品一经推出,大受读 者用户尤其是医疗界人士的喜爱,被医护人员转发分 享。在全国媒体界,颂扬女医护人员的新媒体产品不少, 而读特的这组系列作品可谓技高一筹,令人不由点赞。

作者陈建中系读特编辑部主任; 刘思敏系读特客户端主管; 许舜钿系读特编辑记者



读特战疫《侠客行》海报系列。

读特客户端没有就此止步,接着又组织设计师为 广东医疗队中其余35位男性医护人员——画像,最后 做成由5组77幅手绘漫画海报组成的大型系列作品集 《侠客行——战疫群侠逆行归来》。作品集在深圳最 后一支医疗队 3 月 31 日返回时推出,全长 23 米的医护 人员"侠客"形象电子画卷推出当日,引发网友热议 和热搜,并被学习强国平台选用,新华网及其客户端、 光明网、澎湃新闻、新浪新闻、腾讯新闻、搜狐新闻、 网易新闻等媒体网站也连续把5期作品全部转载,目前 全网传播量超6000万人次。其中,新华社客户端更用 英文转载作品并向海外推送,在海外引发了热烈反响, 很好地宣传、树立了广东和深圳医护人员的良好形象,

读特客户端有较为明确的选题策划和创意激励制 度。女侠手绘漫画海报的创意缘起于前方记者与后台 编辑的一次线上讨论,在设计师的帮助下完成了第一 批形象的塑造。通过市场试水后, 创意被客户端果断 采用并做成全案推广,共同打造出后面的一系列产品。

探索之三: 以技术手段快速推出新产品

根据市场变化,通过技术手段推出新产品并改造客 户端功能, 使之最快适应读者用户的最新需求, 这又 是读特客户端在战疫宣传报道中一个探索。

1月19日,深圳确诊第一例新冠肺炎病例,读特

客户端立即制作、推出微海报,在新闻发生后10分钟 左右推出。该微海报取得成功后,读特又把内容推及其 他内容,大量制作微海报。目前已推送微海报1100多张。 这些微海报筛选与深圳关系最密切,深圳人最关注的 重要内容作为制作题材,丰富多彩,在防疫宣传中灵 活自如地发挥作用。

读特在疫情初期就运用大数据开设"抗击疫情"等 频道,将全国及各地疫情地图、最新疫情快报、查询交 通工具同程信息、病毒科普信息、科学防控知识及谣言 曝光台等功能,嵌入客户端专题频道中,方便读者用户 一键查询。利用 LBS 定位系统和广东省卫健委、深圳 市卫健委等官方平台发布的权威信息,制作推出了"你 的小区有无确诊者逗留?一键速查"小工具,让用户 最快时间查到最实用的疫情信息,深受用户欢迎。

在战疫进入复工复产阶段初期,市面上口罩缺货, 读特快速反应, 联手深圳市公益基金会, 共同推出"复 工复产读特有礼 爱心口罩免费送市民"活动,利用网 络慈善力量,组织一批口罩送给有需要的市民读者,解 其燃眉之急。读特还及时搭建了"复工复产招聘平台", 用大数据手段将企业用工信息和市民群众找工作需求 无缝对接,并提供各种惠企政策和人才补贴政策查询, 真正做到了一个平台服务产业全链条的功能。

(本文编辑 黄浩)

深网:用互联网资源抵达现场

□王海婷 金洪竹 吴梓欣 叶青 肖刚 吴超

新冠肺炎疫情发生以来,深圳新闻网迅速跟进报道, 主动策划,不断推出新媒体爆款产品。H5新媒体作品"上 班你准备好了吗? 抗疫时期上班防护手册来了, 转发出 去!"在首页刊发后,人民日报、澎湃、今日头条等纷 纷推送,总点量击逾1100多万。今年2月9日,由深 圳新闻网在抖音发起的"#战胜疫情深圳在行动"话题, 点击量突破 1.7 亿. 成为深圳抗疫最火的话题之一。

社区防疫报道抢占先机

深圳新闻网战疫报道的亮眼战绩,来源于精心策划 和对新媒体传播手段的充分运用。疫情期间,深圳新闻 网每天召开选题策划会, 注重网络传播的即时性、服务 性和直观生动性,受到市民网友的关注赞赏。深圳新闻 网基层社区防控报道,就是其中的典型之一。

1月29日, 当大家的目光还聚焦在医院、机场、 车站、高速公路卡口等外防输入关口时,深圳新闻网 是第一个将报道主力和重点投向社区防控的媒体。在 当晚的选题策划会上,深圳新闻网总编辑唐亚明提出, 要将基层社区和小区防控作为今后一段时间内的重点 关注方向。唐亚明要求,要重点采访深圳各小区具体 的防控措施,报道小区独创有效的经验做法,同时要 关注外来及返深人员排查情况, 在加强管理的同时如 何保障居民正常生活和物资供应等,以及疫情下普通 居民的日常生活动态。在明确重点报道方向后,深圳 新闻网近百名区融中心记者深入基层社区和小区,紧

密围绕物业小区疫情防控、基层人物故事、基层社区 防控、战疫深圳人的一天、战疫一线党旗飘扬等多个 主题,加班加点采写原创策划报道,推出了多个具有 较大影响力的基层战疫系列报道。

1月30日,大年初六,是往年外地人员返回深圳 高峰期。深圳新闻网区融记者兵分几路,深入抗击疫情 "最后100米"的居民小区探访防控情况,并推出报道《各 区调查:深圳疫情防护"最后100米"管好了吗?》。 1月31日,深圳市卫健委公布了确诊病例曾逗留过的 82个小区或场所,消息一出便刷遍了深圳人的朋友圈。 区融记者实地走访确诊病例逗留过的小区,通过短视 频方式采访小区当时采取的防控措施及居民情况,并 推出《实地探访罗湖"确诊病例小区",目前情况如何?》 《 福田"确诊病例小区" 航苑大厦西座情况如何? 记 者实地探访》等稿件。

在疫情防控期间,深圳新闻网还推出多个基层战疫 系列报道。《基层防疫有妙招看看他们都用了哪些"神 器"》聚焦社区防控"硬核"举措,《家门口的防疫"把 关人" 面对疫情他们这样说》关注小区保安的防疫目 常工作和心路历程,《风雨中,他们依然坚守在防疫 的岗位上》现场记录寒潮冷雨下基层防控人员仍然坚 守一线的动人画面,《这些在疫情中带来温暖的人们, 有一个共同的名字》聚焦疫情防控中那些挺身而出、 逆行而上的志愿者群体等。

据统计,战疫报道期间,深圳新闻网共发布各类基

作者王海婷系深圳新闻网政务事业部采访部总监; 金洪竹系深圳新闻网员工; 吴梓欣系深圳新闻网员工; 叶青 系深圳新闻网区融发展部内容管理部总监;肖刚系深圳新闻网总编室编辑部总监;吴超系深圳新闻网总编室编辑 部副总监。

爆款揭秘

层战疫原创稿件 2000 多条, 并成功推送学习强国稿件 近200条。

留学生系列报道体现家国关怀

作为深圳第一新闻门户网站,深圳新闻网善用互联 网资源"抵达"现场,其中的连线海外留学生系列报 道成为又一爆款系列报道。

今年3月份开始,新冠肺炎疫情在中国以外的国家 开始肆虐,成为全球共同面对的公共卫生危机。寰球同 此凉热,在国内家长的奔走呼吁下,我们意识到,海外 的中国留学生们已陷入了这场危机。他们过得怎么样? 如何保障他们的平安? 深圳新闻网敏锐地察觉到这一 情况,着手策划,展开系列报道。

感谢这个互联网的时代,深圳新闻网记者充分发挥 新媒体优势,通过网络、朋友圈紧急寻找身在海外的 留学生线索,这些孩子变成了记者在外的"眼睛"和"耳 朵"。短短一周时间,我们通过微信、邮件等互联网渠道, 连线了来自北美洲、欧洲、亚洲、大洋洲的留学生, 陆续推出5篇连载报道,客观展现他们在海外的生活状 态和抗疫心声。

在与留学生们沟通采访过程中, 深网记者非常注重 多媒体素材的采集,新闻网由此获得了很多珍贵的一手 素材。应我们的要求,一位留学生将自己从决定购票返 回祖国,到回国、入住隔离酒店并最终回家居家隔离的 过程一一记录发回,由深圳新闻网记者剪辑成短视频, 与稿件同步推出; 在采访过程中, 有留学生说出了"回 国就是回家,有事不瞒着家人"的心声,在中国输入性 病例增长的态势下,希望借助媒体呼吁留学生积极配合 回国各种检查和隔离,对自己和国人负责。我们鼓励 他将这一心声录制下来,这一建议也获得了其他留学生 的附议,录制了倡议视频发给我们,希望更多的人能从 自己做起,与大家携手共渡难关。我们将这些倡议小 视频进行剪辑处理,配文推出,取得了强烈的社会反响,

海外留学生纷纷转发。

战疫外国人系列报道远播海外

深圳作为改革开放的窗口,一直积极努力建设成为 现代化国际化创新型城市。这里居住着超过10万名外 国人,他们对深圳发展的肯定与期待反映了外国人对深 圳以及中国发展的理解。深圳新闻网记者注意到,新冠 肺炎疫情暴发后,不少在深外国人也自觉参与到防疫工 作中。为更好地宣传疫情期间在深外国人在日常生活、 复工复产以及对深圳政府在战疫方面的感受,深圳新 闻网推出《战疫中的外国人》系列报道,通过对不同 国籍、职业群体的外国人在疫情期间生活、工作的报道, 反映出他们眼中的深圳战疫关键词。

《战疫中的外国人》系列报道共推出4期,分别为 《IN 视频 | 外国人眼中的深圳: 战疫, 我们一起加油!》 《IN 视频 | 在深外国人复工了! 他们眼中的深圳战疫 关键词是这些》《IN 视频 | 走近在深外国留学生: 感谢 深圳为我们做的一切》《IN 视频 | 战疫中的外国人: 弗朗"大厨"出门记》,内容涵盖外国志愿者参与社 区消杀工作、复工复产后的外国人如何上班、深圳国 际化街区如何进行双语战疫、疫情期间留校的外籍留 学生如何生活等。

前期确定主题与提纲后,采访团队需联系疫情期间 在深外国人,尽量做到受访者国籍不同、职业多元化。 截至5月初,受访对象国籍遍布世界4大洲,从事职业 涉及自主创业、科技创新、新能源、教育等。后期采 访团队对拍摄内容进行翻译,根据不同主题和采访对 象将内容以快剪、VLOG 等方式串联,以展现外国人眼 中的深圳战疫。

报道推出获得广泛好评, 其中深圳市外事办对外 国人战疫系列报道高度关注,在公众号转发;港中大 (深圳)将采访内容翻译后转发到外网学校的推特、 INS 账号等。

(本文编辑 黄浩)

短视频的"危"与"机"

——以深圳商报·读创战疫报道中的爆款科普短视频作品为例

□谭彪

一、疫情下的"危"与"机": 短视频大暴发

一场突如其来的公共卫生事件,更是让"宅"成为了大家春节假期里的日常。而网端短视频也因此迎来了暴发式增长。

据 Quest Mobile 报告,2019年短视频用户规模已经超 8.2 亿。人民网舆情数据中心统计,截止到 2 月 14日,在抖音上搜索输入"冠状病毒肺炎",结果出现了上百个相关话题。其中,仅关键词"新型冠状病毒"的视频就多达 218 亿次的播放,29.7万个视频;与疫情相关的新闻发布会、疫情一线、居家生活、知识科普、等各类短视频,在防疫宣传中取得了良好的传播效果。

2月3日,深圳商报·读创视频中心推出手绘动画视频《宅家里太久,这里有一份"心理处方"请你查收》,以趣味生动的解说配合手绘动画效果,及时解答了大家最为关切的"宅"问题。一经推出便成为了"爆款"。三天内获得超过4000万人次的点击量,人民日报、光明网、学习强国、澎湃等上百家媒体以及深圳发布、深圳公安等知名公号均推送转发。2月5日,新推出的系列手绘动画视频第二期《打开外卖和快递的新方式,你GET了吗?》,一天阅读数超过2300万。《读创防疫小百科》系列视频累计发布共9期,及时关注了市民居家、工作最为关切的问题。

二、量身定制 "硬核"科普传递主流声音

在传统媒体融合转型的早期,多采取的是"拷贝式"融合方式,即把现有的内容简单复制到新的媒介上,如把报纸、电视的内容简单复制到新闻客户端上,

这样偷懒式的做法,实际上只是给记者编辑带来重复的劳动。在内容为王的时代,所有成功的作品都是"量身定制"的。

"防疫"+"科普"+"新媒体"能碰撞出什么东西? 疫情期间,各种辟谣、防疫信息成为新的刚需,这一次全新的尝试得益于深圳商报党委、编委会直接选题。2 月初,疫情持续发展,笔者在家中接到了报社交代的任务。整个制作过程也别具特色,视频是一项具有综合性的工作,而手上只有一台笔记本电脑,可以说,系列作品的诞生真的很"硬核"。

要解决的难点很多,有成型的案例吗?有靠谱的制作软件吗?文案是不是能够吸引受众……有时候为了一个音乐节奏的问题,我可能要反复导出好多遍。不过在我看来,这些都不是问题,只要有足够的耐心并善用互联网这些问题都能解决。



系列短视频制作流程

值得一提的是,在大年初三,深圳商报&读创还 上线了"新冠肺炎科普与服务平台",为广大市民提供 最及时的疫情信息、防护科普知识以及疫情地图、确诊 病例查询等 12 项服务。精准的选题加上量身定制的表 现形式, 围绕大家所关切的内容做文章, 读创的系列 短视频就这样在一夜之间形成"现象级"的传播,并 两次得到人民网客户端等主流平台"带货"支持。

三、启示与思考:在融合中寻找突破

普遍意义上认为,"媒体融合"指把报纸、电视台、 电台等传统媒体,与互联网、手机、手持智能终端等新 兴媒体传播通道有效结合起来, 资源共享, 集中处理, 衍生出不同形式的信息产品, 然后通过不同的平台传播 给受众。从这个定义出发,系列手绘动画视频可以说是 个经典的案例。《宅家里太久,这里有一份"心理处方" 请你查收》原本就是商报科技专栏的一篇报道,通过整 理改编成了视频的文案解说,在此基础上运用动画进行 可视化的呈现,一则创意小视频就这样诞生了。最后通 过多平台分发, 实现传播效果最大化。但是在实践中仍 然存在不少突出问题,制约了融合效果的进一步深化。

(一) 持续的技术创新抓住用户善变的心

新技术代表媒体融合的先进生产力,它改变的不只 是新闻生产方式和信息传播方式, 更是媒体的组织形 态、管理结构和运作机制。因为技术限制,系列报道 的动画效果还相对简单, 也是因为缺少手绘技术人才, 只能是通过网络图片、素材、通过 ps、pr、VideoScribe 等软件进行后期模拟手绘效果。我们还应该看到, 技 术力量的协作也是视频生产加工的重要一环, 系列视 频基本由我本人独立完成,这显然是不可持续的。团 队协作带来的不仅仅是工作量的分担, 更是专业化、 职业化发展的重要基础。

在用户喜好善变的时代,新技术运用还能向受众 提供全新的叙事模式及新闻视角, 使受众产生"沉浸 感"。以内容为基础,"量身定制"地综合 H5、无人 机及 VR/AR 等技术, 使短视频新闻的呈现方式得到创 新,才能提高其传播力和感染力。

过去二十多年的互联网发展已经充分证明了技术 对于媒体的重要性,而且未来相当长一段时间内技术仍 然是互联网迭代的关键因素。在这种情况下, 传统媒体

更要利用好未来的5G、人工智能新技术、VR、AR、 MR 技术 和区块链等技术, 唯有如此, 媒体融合才能真 正立于不败之地。

(二)以壮士断腕的勇气打破商业瓶颈

盈利是短视频新闻平台不可或缺的, 短视频的盈利 方式主要有平台分成、IP 推广及广告等。然而,由于 缺乏足够的用户, 传统媒体转型下的短视频商业模式 和盈利模式仍有很长的路要走。

在商业模式和盈利模式再造方面, 除了常见的广 告之外, 短视频可以借鉴"新闻"+"服务"的模式, 在做好传统新闻资讯、新闻专题的同时, 兼顾第三方 商业服务,为政府、企业宣传提供更多的选择。

深圳报业集团社长陈寅在2020青年员工代表事迹 报告会上讲到, "我们有的记者跑了十几年,还是不够 专业。他累积的只是跑线的时间,而不是对这个领域 的研究。"他鼓励我们要成为媒体融合领域的专业人士。 应当说作为传统媒体转型做新媒体"难"是自然的事 儿。短视频领域的盈利模式也是一个探索的过程,我 们现在有的项目只有三五万的收入, 却要好几个同事 投入一两周的时间,甚至熬夜通宵剪辑。但是我觉得, 这是一个不容我们过多犹豫的事儿, 媒体融合是一项 前无古人后无来者的艰难探索,作为青年一代的记者, 我们就是应该以壮士断腕的勇气和决心去迈过这个阶 段,通过一个又一个项目的沉淀去成为这个领域的专 业人才。

(三)加大扶持力度 完善体制机制

应当明确, 当下传统媒体必须转型升级, 否则面 临的不仅仅是发展问题,而且是生存问题。那么在政府、 单位层面, 为了鼓励更多有能力的年轻人投身其中, 就需要为媒体融合营造"宽容失败、鼓励创新"的舆 论环境,进行新闻资源倾斜。适当改革现有的不适合 媒体融合建设的体制机制,在充分试点的基础上,综 合运用多种考核标准,逐步在经营环节引入股权激励 等长期激励措施,甚至在采编环节也可以探索年薪制。

(本文编辑 黄浩)

播放量超两亿次的《火线》是怎样炼成的

--晶报战疫纪录片《火线》制作幕后

□赵茜庆 罗秋芳

2月21日18时许、深圳报业集团晶报传媒公司出 品的纪录片《火线》全网首发。片子呈现了深圳医护 人员勇敢无畏, 抗击病魔的感人事迹。在10天时间里, 《火线》在全网的点击量超过两亿次,成为一款货真 价实的爆款作品。

播放量即人心。《火线》的现象级传播, 既是向深 圳抗疫—线人员致以的最高礼赞, 也写下了传统纸媒 在生态转型、传播运营、全网引爆的经典范例。

《火线》, 让人们记住了火线上的一群人, 其实火 线上还有另一群人,奔波于火线去完成《火线》。

他们的名字叫晶报记者。

在疫情最汹涌的时候,他们进入深圳抗击疫情的主 战场——深圳市第三人民医院,用镜头记录下医护们 勇毅的身影,呈现深圳最真实的抗疫战场,让更多人 了解了深圳在这场疫情阻击战中的作为和担当。

在摄制过程中,晶报"火线团队"不畏艰险,深入 一线,克服困难,连续作战,充分展现了新时代新闻工 作者过硬的专业素养和良好的精神风貌以及在媒体融 合发展上的新作为,践行了习近平总书记对新闻工作者 "四力"的要求,不辱使命,勇挑重担,创作出了有温度、 有品质的作品,书写了属于记者职业的一份光荣。

那么,《火线》到底是怎样炼成的?不难想象,这 一定是一个艰辛的过程……

是否要冒险,一个最艰难的决定

善战是晶报人的传统。这也是晶报创刊总编辑陈寅

(现为深圳报业集团社长)带给晶报的与生俱来的基因。

庚子之初的新冠肺炎疫情来势汹汹,全国各地各行 各业都投入到了这场足以载入史册的"全民战疫"中, 作为新闻媒体, 晶报当然不能例外。

大年初一,深圳报业集团副总编辑、晶报传媒董事 长、晶报总编辑胡洪侠就在工作群发令: "党委会成 员即刻进入战斗,全体员工初四结束假期,全面投入 战疫报道工作!"

当时,"火线团队"的大部分成员都还在老家休假, 号令一响,大家纷纷第一时间赶回深圳,为相关报道 战疫的启动做好准备。

以纪录片的形式呈现深圳一线医务人员的抗疫故 事,初步的构思和策划已经在领导层的脑海中酝酿形成。

一家纸媒专门来拍视频记录抗疫?这并不奇怪。

从文字到视频,从快评到长图,从公众号到 H5, 从平面到立体……晶报全员的战略转型早已先声夺人, 快马加鞭, 所以, 对重大事件的报道形式追求多样化 自不待言,拍摄纪录片亦是顺理成章之事,况且"晶 报视频"声名在外,也是晶报转型的拳头产品。

只是,这次报道的事件非同寻常,要进入"危险 医院"中的"危险地带",关乎一线记者的生命安危, 需要慎之又慎。

这是一个最艰难的决定。尤其是听说前往采访拍摄 的记者事前都要签一份 "牛死状" (即"安全责任承 诺书",大意为本人自愿进入院方手术室和污染区拍摄, 自行承担相关责任),更让领导层忐忑不安。

作者赵茜庆系晶报赵茜庆视频工作室主编;罗秋芳系晶报全媒体运营中心执行总监

胡洪侠说: "我们想到过放弃。因为如果我们的记 者因为拍摄片子而感染上了病毒,这种损失就太大了。 但是作为媒体记者,如果在这种时候不冲上一线,也 不能称之为称职的记者。"

胡洪侠和晶报传媒总经理、晶报常务副总编冯景 (《火线》导演兼制片人)权衡、思量再三,最终决 定听听记者们的想法。

疾风劲草, 烈火真金。"火线团队"的勇士们生 怕"这件大事干不成了",他们坚信病毒并不可怕, 怕的是不讲科学,于是纷纷表示:只要做好自我防护, 严格按照医院的规定动作来做,安全肯定是没问题的。

这下子, 内部的顾虑打消了。

三签"生死状",一场最无畏的拍摄

毫无疑问,深圳市第三人民医院(以下简称"三 院")是抗疫故事当仁不让的叙事起点,因为那里是 深圳抗疫的最前线,收治了全市所有的新冠肺炎患者, 也是真正意义上的"火线"。

进一步的联系采访并不顺畅, 在与各方联系、反复 沟通的一周多时间里,火线团队"团长"冯景几乎要放 弃了, 但胡洪侠不断出主意、打气, 才使事情有了转机: 三院院长刘磊终于答应和晶报团队见面。

2月4日下午, 冯景带领"火线团队"前往三院, 与院长刘磊及三院相关人员见面,沟通拍摄事官,一 切水到渠成。冯景代表大家签下了第一份"生死状"。 随后,经过安全培训和心理建设,"火线团队"的几 位勇士各自就位,《火线》正式开拍。

当时疫情正处于紧要关头,院方出于安全考虑,没 有同意记者去核心区域拍摄。这其实是最让大家担心 和发愁的事情。

一方面正如救死扶伤是医生的天职一样,深入采访 一线也同样是记者的天职,在这种情况下,我们不可 能远远地观望;另一方面,每天拍摄完毕回来梳理素材, 我们也发现总是缺那么点东西——那种震撼人心的画 面,那种真实有力的现场,所以必须得有突破,得"入



虎穴,得虎子"。

领导层和院方不断沟通, 团队的摄像记者也在不 断找寻机会。最终, "火线团队"连续3天蹲守医院, 一点点突破, 在安全的位置拍到了核心画面。再后来一 次,还进入到为新冠肺炎患者做手术的现场,拍到了 最真实、震撼的场景。当然前提是要做好各项防护措施, 其中穿脱防护服就是一项"大工程",所有步骤都要 求慢点再慢点,细心再细心,千万不能出差错。

《火线》主创王子键事后回忆说: "穿上这'套装' (防护服),意味着几个小时不吃不喝,厕所也不能上, 全身裹得跟粽子似的,多少有点汗蒸的意味。和同事

爆款揭秘



播放量即人心。《火线》的现象级传播,既是向深圳抗疫一线人员致以的最高礼赞,也写下了传统纸媒在生态转型、传播运营、全网引爆的经典范例。 《火线》,让人们记住了火线上的一群人,其实

火线上还有另一群人,奔波于火线去完成《火线》。

一起连续十几个小时的记录,跟到最后,人也是懵的。 成江(《火线》主创,摄像记者)事后笑我,说看监 控我怎么呆坐了半个小时,我只能跟他解释——缺氧。"

由于要进入新的区域,《火线》拍摄记者又签了两次"生死状"。在冯景的带领下,整个团队勇猛无畏,不折不挠的信念、职业精神感染着每个人,也支撑了整个《火线》的制作过程。

推倒再重来,一次最呕心的制作

"生产一部好的作品并不易,必须经过反复打磨,数次推倒重来。"作为《火线》的导演兼制片人,冯景最有资格说这句话,也体会最深。

哪个环节都不是"省油的灯"。如果说,《火线》的拍摄过程可以用"危险"来概括的话,那么剪辑制作过程可以选择的词是"折磨"。正常来讲,一部群像类视频的制作最先启动的应该是前采,这是一个了解人物状态、环境、情况的基本流程,好比写稿子要先采访当事人一样,然后才能根据采访材料来完成稿件。视频的前采实际上就是脚本的基石,但是由于时间原因和事件的特殊性,我们不可能做到"万事俱备"了再来拍摄。只能是一边前采人物、一边进行相关内容拍摄,临机决断,相机行事,依据的是一个大纲类的东西,并没有形成一个完善的制作脚本。这是一个巨大的挑战!

结果,费了不少精力剪辑的第一版出来的时候,我们连方向都迷失了。"完全不是我们想要的东西。" 冯景在第一次的看片会上说,"推倒重来",成为所有与会者共同的心声。

问题到底出在哪里?还是片子的架构没有搭好,方

向没有理顺。我们再次梳理素材,调整思路、撰写文案, 重新上路。

压力盘旋在心头,未知引诱着我们,也生发成巨大的动力,最终让一切变得越来越可知、越来越清晰。

片子第二版出来的时候,大家眼前一亮,都感觉到 画面语言对了,方向也对了,但还有不少问题需要解决。

《火线》最终历经三版(如果时间允许,四版、五版也不是没有可能),大到片子的画面、配乐,小到一小节音效的微调、配音读字的准不准确等,往往牵一发而动全身,"一波还未平息,一波又来侵袭",个中艰辛,事非经过不知难。

在整个过程中,《火线》制作团队展露出的职业精神、团队意识,让冯景心生感动:"从范劭华、王子键、金羽泽、成江的采拍组合三签'生死状',到赵茜庆工作室、晶报科考团的制作与包装,从朱健的文案撰写,到王博、罗秋芳的推广运营,我为《火线》感到欣慰,我更为晶报这样的团队感到自豪!"

真实动人心,一种最耀眼的绽放

客观来讲,《火线》并不那么完美,但绝对有诚意。 真诚叙述,真诚表达。

因为真诚,所以真实,镜头真实,故事真实,语言 真实,记录真实;因为是平凡人说出自己的故事,所以 能闪耀出不平凡的伟大,能够引发全网共鸣、全民点赞。

酒香也怕巷子深!在《火线》运营推广策略上,晶报采用了两微一端首发,头部资讯客户端多平台分发,全网覆盖的方式,得到了良好的传播效应。一经播出,《火线》成了爆款。

2月21日首发后,在10天时间里,《火线》在全 网的点击量超过两亿次, 创下了晶报原创视频播放量 的最高纪录,成为一款现象级作品。紧接着,《火线》 2、3、4、5系列作品相继推出(分别为《火线上的 人》《看不见的火线》《火线上的尖兵》《火线上的 我们》),在口碑和点击量上也获双丰收,全网播放 量达到 2300 万 +。

"我落泪了,为他们的勇敢、求真精神而动 容。""《火线》火了!我想,这就是真实的力量!""致 敬白衣战士,向他们致敬"……网友们的点赞纷纷而来。

三院院长刘磊如此点评道: "晶报记者们冒着生命 危险, 深入一线, 拍写出了真实反映抗击新冠一线的 医护人员工作场景, 朴实, 感人! 值得看看!"

《火线》系列受到了深圳市委的充分肯定及包括 医疗系统在内的社会各行各业的交口称赞,口碑爆棚。 这些成绩的取得, 离不开深圳报业集团的坚强领导, 离不开报业集团社长陈寅一直以来对晶报内容生产的 严要求和高标准。

"不到一线,就没有发言权。"在今年4月29日 深圳报业集团举行的青年员工代表事迹报告会上,陈 寅社长说,火热的基层一线,是员工增长见识、积累 本领的大课堂,是磨砺才干、积累经验的练兵场,也 是锤炼意志、砥砺作风的磨刀石。

这也是晶报一直以来坚持和恪守的准则。在晶报看 来,点击量不是我们刻意去追逐的,作为媒体工作者, 我们必须身赴火线,才能真实地报道那些战斗在火线 的人,呈现火线上真实而动人的故事。

踊跃上火线,一颗最坚韧的初心

因为新冠疫情, 2020年的开端, 令人猝不及防。

但是,在深圳报业集团和晶报党委会的领导下,晶 报的记者们积极主动出击,迎难而上,及时报道深圳 抗疫斗争中权威、全面、真实的情况, 宣传解读有关 政策举措,回应群众的关心关切,讲好深圳抗疫故事, 体现了良好的职业精神和使命担当。

在深圳,一群群平凡人的坚守筑起了防疫抗疫的 "钢铁长城"。平凡人不平凡的责任感,面对危难时 的坚守和担当,正是全社会战胜疫情的底气所在。用 笔和镜头记录这样的深圳故事, 抒写这样的深圳情怀, 正是记者的职责所在。

"疾风知劲草, 板荡识诚臣。" 越是急难险重关头, 越是检验我们的时候, 我们经受住了这一份锤炼。

习近平总书记早就对新闻工作者提出殷切希望,要 求我们不断增强脚力、眼力、脑力、笔力, 政治过硬、 本领高强、求实创新、能打胜仗。

当下, 传统媒体与新兴媒体呈现加速融合发展之 势,本领能力绝非天生,也无法一蹴而就、一劳永逸, 而是在持之以恒的知识更新、实践锻炼中炼就的。《火 线》作为一款视频产品,产生于我们这些并非科班出 身的、摇笔杆子起家的记者之手,的确不易;这也充 分说明我们勇于转型、勤于学习,加快知识更新、掌 握新本领的决心和作为。

在青年员工代表事迹报告会上, 陈寅社长还说, 其 实写稿子、拍视频、拉广告都是如此, 要深耕自己的领 域,用心打造竞争优势,即便开头难一点、苦一点也不 要紧,时间会兑现你匠心付出的价值,"这是时间的回 报,也是专业的回报。越是对自己严苛要求,越是把本 职工作做到极致, 你的筹码就越多。"不断提升自身能 力, 打造视频精品, 向专业化制作迈进, 把晶报视频的 招牌擦得越来越亮,这也正是我们努力的方向和目标。

不忘初心,方得始终。万变之中亦有唯一不变者, 恰恰就是那份责任与坚守。只要我们牢记习总书记的 讲话精神,不断增强"四力",不断掌握新知识、熟 悉新领域、开拓新视野,增强本领能力,就能奋进在 时代前列, 为天地立心, 为生民立命, 为时代立言, 也能书写属于自己的职业光荣。

只有离得足够近,才能感知得足够真。记者的火线 永远在前方。

(本文编辑 黄浩)

晶数据: 读数时代的价值深耕

□孙梦圆 王彪

【摘要】战疫报道中,晶报 APP 的数据新闻栏目"晶数据"连出"十万+""百万+"爆款,成为疫情报道中的特色栏目,为深圳抗疫宣传增添更多的理性、科学精神,取得较大的社会反响。从 2020年1月9日推出第一期到4月底,"晶数据"栏目一共推出约100期。"晶数据"强化了新闻报道的数理依据,丰富了新闻报道的产品形态,有效提升了媒体的传播力、影响力、引导力、公信力。本文以案例研究为主,通过对新冠肺炎疫情这个特殊语境下"晶数据"栏目的团队组建、生产流程和生产工具进行分析,尝试探讨一种传统媒体尝试新型业态的可能性。

【关键词】数据新闻 可视化 晶数据

一、读数时代已经到来

(一)什么是数据新闻?

正如"互联网之父"蒂姆·伯纳斯·李 (Tim Berners-Lee) 所说,数据新闻就是未来。"数据即讯息"已成为这个时代的共识,而数据新闻也成为新闻界的新宠。

数据新闻 (Data journalism),也叫数据驱动型新闻 (Data driven-journalism)。数据新闻是以数据为中心,密 切围绕数据来组织报道,同时与数据相关的各种技术 在新闻生产中都被赋予了重要地位,其内涵就是"基于数据的抓取、挖掘、统计、分析和可视化呈现的新型新闻报道方式"。[1]

在大数据时代,数据对传媒的影响日益加深,一切事物都可以通过数字来解读,数据的无处不在也让数据新闻的持续生产成为可能。另一方面,也正是因为信息和数据暴发,读者更需要对这些碎片信息进行专业梳理和分析,化庞杂为有序,从庞杂的信息和数据

里得到有深度的见解,从而对抗这个碎片化时代,读数时代已经到来。

(二)数据新闻的特点

- 1. 数据驱动性。不同于传统新闻的以叙事为主体,数据新闻是基于大数据分析思维的新闻报道,它基于大量真实有效的数据,提取蕴含在海量数据中的具有新闻价值的信息,将数据转化为新闻背景和故事。[2]
- 2.工具依赖性。当今时代,大数据早已不是计算机、商业领域的专属,作为综合性很强的新闻领域,亦和大数据不断进行深度融合。数据新闻以数据分析为基础,故离不开分析工具、数学模型的运用。常用的基础分析工具以 Microsoft Excel 为主,比较复杂的则需要用到Tableau 或是 Python 之类的编程专业软件为数据分析提供技术支撑。
- 3. 可视阅读性。早期,新闻的主体是纸上的白纸黑字,图片和图表对文字起补充说明作用;而在全媒体

作者孙梦圆系晶报全媒体内容聚合中心主编;王彪系晶报全媒体内容聚合中心总监

时代,活泼的视频、动画、充满设计感的图表、手绘等, 都早已融入新闻的表达形式中。当然,数据新闻不是 让读者看表格, 而是以形象的图例、卡通图片等将数 据展示进一步优化,非常直观、形象、有趣,可读性强, 符合"视觉时代"人们的阅读习惯。

4. 预测研判性。在迈克尔. 苏德森 (Michael Schudson)《聚光灯,不是"真相的机器"》一书中, 他提出新闻不是"真相的机器",而是李普曼所说的"聚 光灯"和"探照灯"。[3] 当下,数据新闻不仅是一份为 读者呈现的当下时空的"调查报告",而且是在分析 的过程中往往会嵌入一些数学模型进行演算,或是根 据曲线规律清晰直观地得出某种趋势的判断。这亦是 数据新闻的最大价值,从数据中揭露事情真相。

二、国内数据新闻现状概述

数据新闻虽是舶来品,但作为后起之秀,国内仍有 不少媒体都开设了相应的栏目或者子品牌。传统平台 例如央视、新华社,新兴平台例如搜狐、新浪,都有 着各自的数据新闻呈现方式。一流的新闻媒体或平台 如财新、澎湃、新京报、界面等都开设了专门的数据 新闻栏目。国内的此类产品,主要分为两大类:

一类是侧重于可视化呈现的数据新闻产品。其特 点是将新闻中的数据以可视化的形式呈现, 并不涉及 太多分析。如新华社在每年两会期间都会制作"两会 词云图" "一图读懂 xxx 报告"等数据新闻产品,将枯 燥的文字报告转化成为简单易读的图表、长图等形式, 增添阅读趣味性,帮助普通读者理解。再如,每逢春 运,央视新闻都会推出"据说春运"等数据新闻产品, 以视频动画的形式居多, 亦是旨在让新闻"动"起来, 活跃严肃新闻的调性。

第二类则是数据分析新闻。其特点是更加注重数据 的分析和整理,更加贴近数据新闻以数据驱动的本质。 例如腾讯新闻旗下的"谷雨实验室"常常就一线城市房 价、毕业生就业等大数据进行分析, 直观地展现当下的 社会热点问题,可在一定程度上反映目标群体的行为取 向。由于拥有专业的设计师,它们在可视化方面通常 也表现优异。然而,针对预测研判性这一数据新闻的 最大价值, 国内媒体的产品长期处于不温不火的状态, 没有发挥太大的社会价值。

但 2020 年却是极为特殊的一年——新冠肺炎疫情 突然肆虐,各类信息繁杂纷纭,人们的内心充满焦虑。 重大事件往往能够催生新闻生产的创意,此次疫情"黑 天鹅",对于新闻行业尤其是传统媒体来说,是一把 双刃剑。

中国广视索福瑞媒介研究开展了疫情期间用户媒 介消费及使用预期调查,报告显示,疫情期间用户的媒 介接触普遍走高,近八成用户关注传统媒体在网络端的 信息。在获取真实可信的疫情信息上,传统媒体网站/ 客户端成为用户的首选,其次是电视、商业新闻网站/ 客户端。疫情信息强化了传统媒体、传统媒体网站/客 户端的公信力。

三、抗疫报道中晶报 App 的数据新闻生产探索

2015年5月28日,在经过历时5个月的全线试运营 之后,深圳报业集团晶报 APP 在社会各界代表的共同见 证下宣告正式上线,为深圳全媒体矩阵增添了一支重要的 生力军。在内容为王的时代,晶报 APP 一直致力于原创品 牌栏目的生产, 早在2019年初就已尝试数据新闻, 于市 区两会期间收集十区 GDP 数据推出了《深圳十区谁更强、 各区最新 GDP 排名来了》的独家报道,阅读量创 APP 初 期新高。2019年12月,晶报 APP 收集深圳车牌竞价5年 的全部数据,推出了《晶数据 | 如何低价拍到粤 B 车牌? 我们分析了5年的竞价大数据》,传播效果良好。

受限于数据收集的困难,这一段时间晶报 APP 数 据新闻的产出比较受限。而新冠肺炎疫情期间,数据 发布层出不穷,数据收集极为便利,"晶数据"这一 栏目迅速成长,持续生产,几乎能够一周生产推送多期, 高峰的时候甚至每天一期。

"晶数据"力争做到数据搜集全面,分析理性科学。 前期所作的疫情走向分析以及相关政策建议,都在战疫

爆款揭秘

实践中得到应验,包括对疫情阶段的关键性节点来临的时间等的准确预测,既为市民提供了理性的心态建设, 又为基层一线抗疫提供数据治理的参考。

2020年1月29日晶数据推出第一期以疫情为主题的作品《晶数据 | 深圳的新冠肺炎病例都是哪里人?》;1月31日推出《晶数据 | 深圳确诊病例过百,得病的人有这些规律》,在各平台的阅读数均突破100万;2月1日推出《晶数据 | 全国疫情曲线会说话,可读出4点变化》更创下168万+的阅读量新高,也是集团战疫报道最早一批过百万的爆款作品。其后该栏目一直坚持生产,到4月底,"晶数据"栏目一共推出各类产品约100期,受到了深圳市委宣传部的肯定和专题阅评表扬,认为"晶数据"充分利用数据科学的发展成就,强化了新闻报道的数理依据,丰富了新闻报道的产品形态,有效提升了媒体的传播力、影响力、引导力、公信力。

晶数据是如何做出数据新闻爆款的?现对产品的团队组建、生产流程和生产工具等作简要的介绍,并分享数据新闻的实战经验:

(一)"晶数据"的生产模式

1. 团队的组建和合作

"晶数据"栏目生产小组没有专职人员,是全媒体内容聚合中心在完成正常的 APP 端监控发稿与首页更新维护的本职工作之外的主动探索,由对数据新闻感兴趣的主编、编辑和视觉设计灵活组成。

抗击新冠肺炎疫情既是一场大战,也是一场大考。 打破既定分工、按照需要随时重新分组协作是许多媒体 此刻不约而同的行动。在此次抗疫报道中,数据新闻 的选题既有由上而下,可由分管编委或总监主编点题, 也可又由下而上产生,编辑监控发现选题,只要讨论感 觉可执行、有报道的价值就根据小组成员的时间来灵活 分工协作执行。正常的由数据收集、文案撰写和制表 制图,可各环节有人承担,特殊情况下则可能是一专 多能,一人承担起所有的环节,自己出文案,自己制图, 自己编辑成推文。

2. "晶数据"的生产流程

关于数据新闻的生产流程,比较有名的是数据记者 米尔科·洛伦兹提出的数据(Data)-过滤(Filter)-视觉化(Visualize)-故事(Story)四个步骤模式。

事实证明,多数数据新闻都采用了这样的生产模式,"晶数据"也不例外,亦是在这个大框架下根据实际情况作细微的灵活调整。

米尔科·洛伦兹的数据新闻生产流程



但由于疫情来得突然,晶报全媒体内容聚合中心人 力资源有限,数据小组的成员通常都身兼多职,每个 编辑都同时具备找数据、整理数据、分析数据、可视 化制作的能力,根据不同的选题和工作时限动态分工, 多线并行,极大地提高了生产效率。

"晶数据"栏目生产流程



3. "晶数据"的生产工具

(1)数据采集。数据新闻的生产基础,依赖于多 样性的数据。与互联网公司或是专业的数据公司相比, 传统媒体的记者、编辑缺乏海量的流量人口和数据库; 对于"晶数据"栏目而言,更是没有专业的数据工程师 提供技术支持。如何破局?"晶数据"栏目利用官方 媒体所独具的敏锐的新闻触觉、渊博的社会知识积累、 专业的判断力以及丰富的政府资源,将难题一一破解。

方式一: 自建数据库。如2月8日发布的《晶数据 1深圳公布的339个确诊病例的背后,藏着什么规律?》 一文,通过对深圳确诊病例的性别构成、年龄分布、发 病原因等进行统计分析,得出了两个结论:一是所有群 体都是易感人群, 所有人都应该做好防护, 不可掉以轻 心: 二是深圳确诊病例多为聚集性传染, 多为去过湖北 探亲以及从湖北来深探亲的人群。此文的数据来源则是 通过编辑手动建立数据库,将深圳卫健委每日公布的病 例个案按年龄、性别、离深日期、返深日期、发病时间 等十几项数据——录入 Excel, 再进行分类分析。

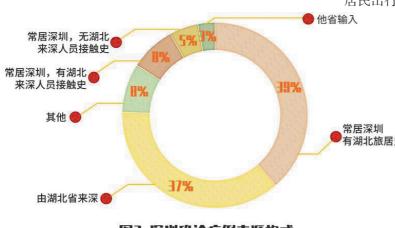


图3 深圳确诊病例来源构成

方式二: 政府数据再整合。作为权威媒体, 晶 报从深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控领导小组(指 挥部)办公室等官方渠道,获取每日报送的入深人 数、疑似病例数、发热楼栋数、轻重症人数等数据, 根据自己的需要进行分类整合,建立动态更新的数 据库, 随取随用。

再如2月9日发布的《晶数据 | 从北上广深数据看, 深圳迎接"抗疫大考"压力最大》一文中,从医疗压力、 外来人口数、现有病例数等不同角度,对比分析了北京、 上海、广州、深圳四大一线城市的抗疫压力,数据里 的常居人口数量、公立医院数量、人均床位数等数据, 都来源于各地卫健委官网、市政府官网的公报,权威、 准确,编辑24小时监控,将其一一搜集整合,为我所用。

方式三:第三方平台合作。"晶数据"与深圳大学 可视计算研究中心合作,发布了《深圳市新冠肺炎可 视分析》,随后通过加载深圳市公交车刷卡历史数据, 大致模拟全面复工后的各区域间的人群流动情况。再基 于现有涉病小区, 计算出与其有强关联的地区(不局限 在地理位置相近),为疫情潜在的流向区域。对每个潜 在区、按 Σ 人口输入量 × 输入小区涉病例数, 估算潜 在风险系数, 最终得出下图, 区域颜色越深, 表示潜在 风险越大,不同颜色的连接线段指示出几个潜在高风险 区域及其潜在病例来源,可以作为政府重点防控地区、 居民出行计划的决策依据。

"晶数据"在后疫情期推出的《晶数 据 | 深圳人的复工奶茶:大杯、超大杯,顺 便多加料》一文,通过跑线记者与饿了么 平台的合作, 拿到复工前两周的深圳白领 点餐数据统计,发现"奶茶"这一新闻点, ^{有湖北旅居史} 对数据进行筛选和整理,设计制作。

> (2)数据处理。如果说数据搜集是数 据新闻的基石,那么数据处理/分析则是数 据新闻的"灵魂"所在。数据新闻编辑需 要具备一定的数据库设计、数学统计能力,

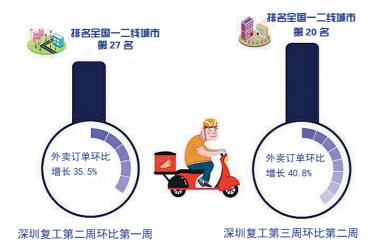
以及对数学模型的运用能力。

采集到的数据,如何分析、如何呈现?柱状图、 饼状图、折线图还是散点图?在工具方面,"晶数据" 则是将简单的 excel 用到了极致。Excel 能够处理绝大部 分复杂、抽象的数据,用一定的函数进行计算,再自 动生成简易的图表, 直观地显示出数据的对比、趋势等。

爆款揭秘

(3)可视化制作。速读时代,保障受众的阅读体验非常重要,除了保证新闻内容和新闻价值,在美观方面也需要做成自己的特色。初期的"晶数据"还比较简陋,通常使用 Excel 自动生成的图表,但中后期通过不断的学习,形成了一套自己的视觉表达系统,从配色、字体、布局方面独具特色,强化了"晶数据"栏目的品牌形象。

其次,在平面视觉传达技术方面,"晶数据"也在不断探索——设计师将 PowerPoint、Photoshop、After Effects 等设计软件混合使用,尝试了 GIF 动态图表,让趋势曲线"动"起来,更加直观、具有冲击力;还将数据新闻和长图产品合二为一,将内容融入图中,打破了"文+插图"的传统编排模式,给读者带来全新的阅读体验。



(二)数据新闻生产者的专业素养

1. 编辑角色、身份的转变

传统媒体中的编辑是一个什么样的角色?在很多人的印象中,编辑就是拿到了记者的文字、图片稿件,再进行进一步的编排和优化。而数据新闻的价值来源于对非结构式的混杂数据的二次加工,编辑此刻不仅只是一个文字编排者,更是一手信源的挖掘、整合者,相当于一个记者的角色。只是这与传统的记者采集事件不同,数据新闻接触到的,是纷繁的数据。此刻的编辑,是采集者、制作者、把关人,同时也是传播者、

数据搜集员、数据分析员、平面设计师·····编辑的身份不再设限。

2. 传统媒体从业者的思维创新

传统的新闻制作理念,是通过一条线索进行深度挖掘,直至找到隐藏在新闻背后的真相,为公众提供知情权。虽然说数据新闻也是深度挖掘,但挖掘的方式和对象却有所不同——根据主题或猜想,从数据库下手,再从中总结规律,发现新闻线索,以此验证最开始的猜想,形成一个闭环式的模式。这就要求新闻编辑在参与数据新闻生产的时候,要跳出处理传统新闻的思维模式,以预测性思维来推动生产。若一个编辑身兼传统新闻稿编辑、数据新闻编辑二职,则需要具备快速切换思维的能力。同时在日常生活中,也应时刻具备数据收集意识。

四、从"晶数据"中看数据新闻的社会价值

疫情把人们关在了家里,用户在信息的在 汪洋大海中,更加信赖权威传统媒体。晶报 APP 作为传统媒体的新媒体平台,以积淀已久 的公信力为基础,在形式方面不断创新,"晶 数据"这样的数据新闻栏目才能够获取公众的 信任和传播。在疫情初期,全深圳乃至全国的 人民都处在一种恐慌、无序的氛围中,各类传 言纷杂,有人过度紧张、有人盲目乐观、有人 无端臆测。在这样的氛围中,客观理性的科学 精神是公众迫切需要的。"晶数据"发出了不

偏颇、非主观的声音,摆出事实,让公众自行判断, 发挥了数据新闻巨大的社会价值。

(一)疫情之中:科学理性价值与预测研判价值 回到本文开头所说的数据新闻的特点之一——预 测研判性。舍恩伯格说,"大数据的核心就是预测, 不是要教机器像人一样思考,而是要把数学计算运用 到海量数据上,来预测事情发生的可能性。"^[4]虽说传 统的新闻也会有预测性的报道策划,常见的形式就是 邀请专家解读,个人主观性较强。而数据是不会撒谎的, 通过图表的展示,趋势、分布一目了然,无需专家解说, 也具备很强的说服力。

如《晶数据 | 深圳公布的 339 个确诊病例的背后, 藏着什么规律?》一文发布之前,流传着武汉人恶意 出逃传播病毒的谣言,而此文通过对深圳卫健委公布 的个案病例进行统计,分析了339个确诊病例的患病原 因——大部分都是家庭聚集传播。由于临近春节,许 多深圳常住市民回武汉探亲再返回深圳,或是武汉市 民来深看望自己的亲人,不知不觉携带了病毒,并非 恶意传播,谣言不攻自破。此文也在24小时内全网阅 读量突破100万,不仅被人民网等官媒转发,也被深圳 本地一些有影响力的自媒体转发。

再有,《晶数据1从北上广深数据看,深圳迎接"抗 疫大考"压力最大》通过累计病例数、医疗压力指数、 湖北迁徙热门城市排行等数据分析,提出武汉"封城" 后 A 类人员的流动已得到有效控制, 目前最大的隐患 是流动的 B 类和 2B 类人员, 随着返深复工人数不断增 多,会给深圳带来较大压力,故应把防控力量集中在 保障复工人群安全返程上。《晶数据 | 到了最吃劲的时 候了,疫情潜在风险区域赶紧了解下》一文,分析发 现深圳本地二代传播控制较好, 而一些出现较高密度 确诊病例逗留的区域应当成为防疫工作的重中之重, 亦是为公众提供了"风险预警",具有很强的实用价值。

针对此类突发公共事件,类似"晶数据"的数据新 闻,能够充分发挥预测研判的作用,帮助官方以及民 众更加冷静从容地应对接下来的风险。

(二)疫情之外:政策解读、民生服务与"智库" 不可否认的是,大数据时代,数据新闻的前景十 分广阔, 且无孔不入, 成为生活、经济、政治的一部分,

数据分析、利用、共享必定成为新闻的主要方向之一。

虽然"晶数据"栏目在疫情期间飞速成长,但并 非是一个"新生儿"。晶报 APP 推出第一期"晶数据" 栏目是在 2019 年 12 月 24 日, 题为《晶数据 | 如何低 价拍到粤B车牌?我们分析了5年的竞价大数据》, 本身就以民生话题为切入口,为读者提供有趣的参考 决策型资讯。2020年2月之后,随着疫情迎来重大转 折,"晶数据"主动呼应深圳市委市政府提出的"变 两难为两全"要求, 拓展"晶数据"内容, 将主题转向 如网课、消费、复工等与疫情相关的民生话题, 贴近市 民衣食住行,客观反映社会现状。如3月8日推出的《晶 数据 | 深圳人的复工奶茶: 大杯、超大杯, 顺便多加料》 就抓住了复工后年轻人面对久违的饮品的"报复性消 费"心理,表达了上班族的共同情感,一天的阅读量 突破 100 万。

经过一段时间的探索,不难发现,数据新闻最大 的价值其实仍是新闻本身的价值——服务性、贴近性, 注重从用户需求出发,以市民的工作、生产为出发点, 关于吃喝玩乐、环境保护、健康医疗、教育等一系列 民生话题, 表达群众呼声, 服务大众。以内容为主, 尊重新闻本质,发挥新闻最本质的价值。

此外,由于数据新闻是从普通老百姓最关心的点出 发, 进行大量的数据采集和分析, 很大程度上能够代 表某一时期关于某一议题老百姓最真实的想法,这也 能够为政府的相关决策、措施提供参考价值,相当于 是新闻版的"智库"。兼顾民生性、时效性、趣味性、 服务性,数据新闻的未来前景可期。

(本文编辑 黄浩)

注释:

- [1] 李婷婷.大数据时代数据新闻的传播特点与报道策略[J].传媒,2017(12).
- [2] 刘银娣. 从海量数据中挖掘新闻故事:数据新闻内涵探析[J]. 中国出版, 2016 (9).
- [3] 喻国明, 李彪. 新闻传播的大数据时代 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2014: 21.
- [4] [美]维克托·迈尔·舍恩伯格.大数据时代[M].周涛,译.浙江人民出版社,2013:45.

快评:火线上的尖兵

─-晶报百篇"战疫快评"如何打出声势和威风

□彭健

评论是媒体的旗帜和灵魂。战疫期间,晶报持续推 出 100 篇"战疫快评",为打赢抗疫阻击战贡献了媒体 力量,发出了深圳声音。

1月26日,大年初二,晶报推出第一篇"战疫快评"《让 临时隔离的那扇"门"变得更严密》,以评论为尖兵奔赴"火 线",吹响了抗击新冠肺炎疫情的"冲锋号"。

"火线"是阵地的最前沿,是战斗最激烈、最焦灼 的地方。如何打开报道的局面,如何让深圳为战疫助力 的声音让更多的人听见,需要一只尖兵像尖刀一样扎入 火线,进而带动整个报道格局。晶报评论是晶报的拳 头产品, 在此次抗疫阻击战中, 晶报推出的"战疫快评" 发挥了尖兵的作用。

从 1 月 26 日开始, 晶报推出的"战疫快评"对准 战疫这个城墙口发起猛攻,每天少则两三篇,多则六七 篇,每一篇都聚焦抗疫阻击战中最牵动人心的议题, 成稿后迅速全网发布,受到广泛的关注和好评。

这 100 篇"战疫快评"中,有 13 篇位列深圳报业 集团当日战疫作品流量总排名前3位,有8篇位列深 圳报业集团当日战疫作品流量总排名第1。其中,《湖 北卫健委书记被免!释惑:为什么是免职而不是撤 职?》一文阅读数突破2300万,《湖北退休司法厅 副厅长确诊后何以如此任性?》一文阅读数突破500 万。此外,包括《越危险越放松?很多深圳人正在干 这样的傻事》《疫情凶猛问责当严,打"苍蝇"也要 打"老虎"》《除了致敬和惋惜,更要对李文亮事件 一查到底》《疾控中心干部怕感染举家逃亡国外,连 做人的底线也击穿了》等众多作品都斩获百万以上流

量,十万+以上的快评作品达数十篇。这一篇篇既叫 好又叫座的"战疫快评"像尖刀一样源源不断地扎向 "火线",引发了极大关注。

晶报"战疫快评"的成功运作有以下几个特点:

其一,最大限度缩短采编流程,确保高效、优质。 在1月26日,晶报即组建了由总编辑领衔、两位编委 会成员和评论员共同参与的评论小组,并建立微信群, 共同讨论选题和写作思路,并迅速成稿发布。

其二,把"快"做到极致。很多新闻发布不到一小时, 晶报的"战疫快评"已经推出,不少受众通过晶报的快 评了解到新闻事实,即评论发挥了传播新闻信息的作 用,而相对于单纯的新闻事实,评论又更具观点和深度, 因此在纷纭的信息市场中具有竞争力。

其三,观点独到,分析深刻。晶报的"战疫快评" 总能先人一步透析抗疫战局,同时进行深入理性的分 析。比如在战疫初期刊发的《越危险越放松?很多深 圳人正在干这样的傻事》一文,即敏锐地发现部分深 圳人对疫情的严重性认识不足、放松警惕的问题,一 些判断也被此后的疫情形势发展所印证。

其四, 文风朴实泼辣, 一针见血, 情理交融。晶报 的"战疫快评"短小精悍,网感十足,很多文章发布 后不仅流量可观,而且互动性极强,部分快评的读者 跟帖就有数万条。

战疫期间,单个的"作品"多,成系列的"产品" 有限。持续推出100篇"战疫快评"后,晶报继续保留 了"快评"这个品牌,在重大事件中持续发声。

(本文编辑 黄浩)

作者彭健系晶报全媒体评论中心总监

论主流媒体在疫情防控中的引领作用

——以人民日报为研究对象

□程道才

【摘要】主流媒体是能够代表或左右舆论、具备一定规模和影响力、并代表事物发展方向的主要媒体。 其引领作用主要体现在设置议题引导社会舆论、报道主流信息引导信息走向、弘扬主流价值观影响人们 的思想观念、传播主流文化影响人们的精神追求等方面。人民日报作为我国最重要的主流媒体之一,在 此次疫情防控报道中、在上述诸方面注意充分发挥引领作用、为遏制疫情蔓延作出了可贵的贡献。

【关键词】主流媒体 引领作用 人民日报 疫情防控 舆论引导

2020年年初以来,我国遭遇到世所罕见的新型冠 状病毒疫灾。在大灾大难面前,如何积极而正确地传播 以习近平总书记为核心的党中央关于迎战疫灾的战略部 署,如何大力传播全国各族人民在党的领导下群策群力 与疫灾作斗争并战胜疫灾的伟大壮举,成为我国各类传 播媒体最重要的任务,更成为我国主流媒体的头等大事。 本文试图在探讨主流媒体的内涵及其引领作用的具体体 现的基础上,以人民日报的疫情防控报道实践为范本, 阐述在疫情防控中主流媒体是如何发挥引领作用的,以 求教于同仁。

主流媒体的内涵与衡量标准

主流媒体是与非主流媒体相比较而存在的, 指的是 能够代表或左右舆论、具备一定规模和影响力、并代表 事物发展方向的主要媒体。

对于如何给主流媒体下定义,目前国内新闻传播业 界还没有完全统一认识。有的研究者从政治角度出发, 认为影响力大、能够代表或左右舆论的省级以上媒体为 主流媒体;有的从经济角度出发,认为"主流媒体就是 关注社会发展的主流问题,成为社会主流人群所倚重的 资讯来源和思想来源的高级媒体";有的从经营角度出 发,认为主流媒体就是"依靠主流资本,面对主流受众, 运用主流的表现方式体现主流观念和主流生活方式, 在社会中享有较高声誉的媒体"等等。[1]

主流媒体具有拥有主流受众、主流信息、主流市场、 主流品牌等特征。那么,判断一家新闻媒体是否属于主 流媒体的标准是什么呢?新华社"舆论引导有效性和影 响力研究"课题组经过深入探讨,提出了以下六条判断 标准: 1. 具有党、政府和人民的喉舌功能, 具有一般新 闻媒体难以相比的权威地位和特殊影响,被国际社会、 国内社会各界视为党、政府和广大人民群众意志、声 音、主张的权威代表; 2. 体现并传播社会主流意识形态 与主流价值观,坚持并引导社会发展主流和前进方向, 具有较强影响力; 3. 具有较强的公信力, 报道和评论 被社会大多数人群广泛关注并引以为思想和行动的依 据,并较多地被国内外媒体转载、引用、分析和评判; 4. 着力于报道国内外政治、经济、社会、文化等领域 的重要动向,是历史发展主要脉络的记录者; 5. 基本 受众是社会各阶层的代表人群; 6. 具有较大的发行量 或较高收听、收视率,影响较广泛的受众群。[2]

作者程道才系广州大学新闻学院教授

主流媒体引领作用的主要体现

在当前国内外错综复杂的舆论环境下,我国新闻传播媒体担负着十分重要的职责和使命。习近平总书记指出: "在新的時代条件下,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。"[3]

要履行上述职责和使命,仅仅依靠主流媒体是不够的,必须组织和动员所有传播媒体来共同承担,同心协力才能奏效;但主流媒体充分发挥引领作用,则是获得成功的关键。

主流媒体的引领作用,主要体现在对非主流媒体和 社会大众的引导及影响上。这种引领作用,主要体现 在以下几个方面。

第一,设置议题,引导社会舆论。是否能够正确设置议题,是主流媒体能否正确发挥引领作用的关键。美国麻省理工学院教授 Noam Chomsry 在题为 What Makes Mainstream Media Mainstream (意为"主流媒体何以成为主流")一文中,一针见血地指明了主流媒体搞好议题设置的重要性,指出:主流媒体又叫"精英媒体"(Elite Media)或"议程设定媒体"(Agenda – settingMedia)。这类媒体设置着新闻框架(the Framework)。所有二、三流的媒体每天都在这个框架内筛选新闻。[4]

主流媒体的议题设置是一门难度较高的工作,要做好并不容易。人民日报社研究部刘烨先生在《新时代主流媒体如何发挥引导力》一文中指出:"主流媒体如何设置议题是门学问,引导力强弱直接和议题设置的优劣相关。如果主流媒体设置的议题能成为社会舆论的焦点,引导的话题讨论积极正面,就不会被社会上的流言蜚语牵着鼻子走,人们就会想看爱看,还会参与讨论。"[5]

第二,报道主流信息,引导信息走向。信息,指音讯、消息、通讯系统传输和处理的对象,泛指人类社会传播的一切内容。人通过获得、识别自然界和社会的不同信息来区别不同事物,得以认识和改造世界。在一

切通讯和控制系统中, 信息是一种普遍联系的形式。

新闻媒介所传播的信息属于新闻信息,即新近发生的为公众所关注的具有新闻价值的社会信息。真实而准确的新闻信息,可以消除受众的不确定性,反映和指导舆论,服务社会、指导生活,传播知识、普及教育,提供娱乐、丰富生活。 新闻媒介以传播各类新闻信息为己任。在这方面,主流媒体担负着特殊的使命。主流媒体应该及时报道真实准确的主流信息,引导信息传播的走向。正如习近平总书记所指出的: "主流媒体要准确及时发布新闻消息,为其他合规的媒体提供新闻信息来源。" ^[6] 他要求主流媒体报道什么、不报道什么,多宣传什么、少宣传什么,都要从大局出发,体现大局要求。

第三,弘扬主流价值观,影响人们的思想观念。主流价值观是主流社会的思想意识形态,是世人对社会反映的带有取向性价值观的认同。社会大众对同一类事物的不同价值判断会有倾向性取舍,即会赞成一种,反对另一种或另几种。当一种价值判断成为多数人的看法时,便形成了社会的主流价值观。

努力传播与弘扬主流价值观,是我国各类传播媒体的 崇高使命和职责,更是我国主流媒体义不容辞的责任担当。 正如习近平总书记所指出的: "我们要增强紧迫感和使 命感,推动关键核心技术自主创新不断实现突破,探索 将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中, 用主流价值导向驾驭'算法',全面提高舆论引导能力。"^[7]

第四,传播主流文化,影响人们的精神追求。文化是一个大概念,其内容包含了人类社会的一切活动及现象。不同地域不同国家的不同民族,由于对自然界和社会生活的不同认识,以及受不同的历史发展因素的影响,形成了独具风格与特色的文化。一个国家的文化(特别是主流文化)状况如何,直接影响和决定着其命运及发展前途。著名作家冯骥才说过:"文化似乎不直接关系到国计民生,但却直接关系到民族的性格,精神,意识,思想,语言和气质。抽出文化这根神经,一个民族将成为植物人。"[8]

我国前驻法大使吴建民先生指出:"中华民族与人

类其他民族不一样。全球百分之八十五的人口有宗教 信仰,可是中国人多数不信教。中国人的行为,是靠 主流文化来规范的。"[9] 主流文化往往会直接影响广 大人民群众的精神追求和社会发展方向。报纸、电视、 广播、网络媒体和各种新媒体,都是文化传播的重要 媒介。负责任的主流媒体,应该把传播主流文化、加 强文化建设作为自己的重要责任,努力做好这项工作。

人民日报在疫情防控报道中是如何发挥引领作用 的?

疫情发生以来,人民日报把疫情防控作为当前最重 要的任务来抓,全力投入疫情防控宣传报道和舆论引 导工作, 仅在1月20日至2月29日的40天内, "共 推出疫情防控相关版面 313 块,报道 1704 篇,人民日 报社全媒体矩阵制作报道及视频 12 万余篇(条),总 阅读量(播放量)超300亿次。"[10]这些报道坚持正 确的政治立场和报道方向, 为我国的疫情防控工作做 出了可贵的贡献。

1. 及时报道以习近平同志为核心的党中央关于疫情 防控工作的部署与指示。1月20日, 习近平总书记就 疫情防控工作作出重要指示,人民日报及时在显著位置 进行了报道。人民日报社领导还迅速启动疫情防控应急 机制,围绕贯彻习近平总书记重要指示精神,有序地组 织与开展疫情防控报道。1月25日、习近平总书记主 持召开中共中央政治局常务委员会会议并发表重要讲 话,人民日报社专门成立前方报道工作组,对会议精神 进行报道和解析。1月27日,习近平总书记作出重要 指示,强调"让党旗在防控疫情斗争第一线高高飘扬", 人民日报当晚便推出"让党旗在防控疫情斗争第一线 高高飘扬"专栏,充分展现抗疫一线共产党员先锋模 范作用。2月3日召开的中共中央政治局常务委员会会 议指出,要切实维护正常经济秩序,人民日报紧接着 便推出"统筹抓好改革发展稳定各项工作"系列报道, 展示各地各部门在坚决打赢疫情防控阻击战的同时如 何全面做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险、 保稳定工作。[11] 2月4日以来,人民日报又相继推出

一系列有深度的消息和通讯,及时报道以习近平同志 为核心的党中央关于疫情防控工作的指示精神和部署, 如: 2月20日播发消息《习近平作出重要指示强调务 必高度重视对医务人员的保护关心爱护 确保医务人员 持续健康投入战胜疫情斗争》;2月24日播发报道《习 近平在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工 作部署会议上强调 毫不放松抓紧抓实抓细防控工作 统筹做好经济社会发展各项工作》;3月17日播发新 闻《习近平回信勉励北京大学援鄂医疗队全体"90后" 党员: 让青春在党和人民最需要的地方绽放绚丽之花》 等等。这些新闻报道及时传达了党中央关于加强疫情 防控和经济社会发展工作的指示精神, 对指导全国各 地加强疫情防控和经济建设工作具有重要意义。

2. 及时报道各地开展疫情防控工作的进展与经验。 1月26日,人民日报迅速推出"来自疫情防控一线的 报道"栏目,图文并茂地报道疫情防控一线最新工作进 展,并有针对性地撰写评论。例如: 2月16日刊发通 讯《疫情防控,人民有力量!——实地探访荆门市抗击 疫情工作》; 3月24日刊发报道《坚守在疫情防控最 前沿——首都机场海关物流监控处航空器登临卫生检 疫关员素描》; 3月26日刊发通讯《风雨无阻向前进—— 写在中国人民抗击新冠肺炎疫情之际》等等。针对疫 情防控工作中出现的新情况、新问题, 人民日报还不 失时机地发表评论员文章和时评,表达意见,提出解 决办法。例如: 2月5日,人民日报刊发本报评论员文 章《疫情防控要坚持全国一盘棋》,强调各地区各部 门必须自觉从大局出发,正确认识大局,自觉服从大局, 坚决维护大局。再如: 3月27日,人民日报发表时评 《精准防疫,让城市动起来》,指出,在全国疫情防 控持续向好的形势下,既不能对不同地区采取"一刀切" 的做法、阻碍经济社会秩序恢复,也不能不当放松防控、 导致来之不易的持续向好形势发生逆转。要因时因势 利导,在确保防疫安全的同时,推动生产生活秩序全 面有序恢复。这些精当的分析和说理,对于各地搞好 疫情防控工作无疑具有很强的指导意义。

学术观察

- 3. 热情歌颂军队和各地医疗队在打好"湖北保卫战""武汉保卫战"中的大无畏精神和感人事迹,充分反映各条战线在疫情防控中涌现出的先进人物和好人好事。例如: 3月19日发表通讯《青春闪亮最前线——走近 ICU病房里的"90后"医护人员》,报道了武汉儿童医院医生张茂荣、武汉协和医院医生吴永然、武汉市肺科医院护士朱静、武汉市第三医院护士陈奕等青年医护人员坚守在 ICU病房为救治患者尽心尽力的事迹;3月28日刊发报道《"疫情当前,我们必须站出来"》,介绍武汉同济医院近 2000 名党员、4000 多名职工奋战在抗疫一线,用行动践行初心使命,体现责任担当的感人事迹;等等。
- 4. 运用多种文艺形式,歌颂防疫斗争中人民的大无 畏牺牲精神和可贵的奉献精神,赞颂中国共产党的英明 领导和社会主义制度的优越性,弘扬社会正气和主流价 值观。在疫情防控中,人民日报运用诗歌、散文、绘画、 图片等艺术形式,表现人性光辉,凝聚人心之力。例如: 2月16日刊登绘画《聚心聚力 众志成城》,反映我国 各地支援武汉和湖北抗击疫情的情况;2月29日刊登 报告文学《担当》,介绍中国医科大学附属第一医院重

症医学科党支部书记兼副主任丁仁 在武汉大学人民医院以高度的责任感救治患者的事迹;等等。这些艺术作品以弘扬社会主义核心价值观为主题,赞颂了广大医务工作者和普通劳动者的大爱精神、无私奉献品格和一往无前的英雄气概,谱写了一曲曲动人心弦的凯歌。

5. 积极发挥评论的作用,激浊扬清,正确引领舆论。本次疫情暴发以来,人民日报充分发挥评论理论优势,发表了大量评论员文章和时评,为打好疫情防控战提供有力舆论支持。其中,《打响疫情防控的人民战争》《坚决把思想和行动统一到党中央决策部署上来》等文章,很好地阐释了党中央和习近平总书记关于做好疫情防控工作的指示精神和决策部署。"今日谈""人民论坛""评论员观察"等品牌评论栏目,也纷纷针对相关问题发声,先后刊发了《"党员必须先上,没有商量!"》《疫情严重地方群众有些情绪宣泄,要理解、宽容、包容》《防止疫后放松的心情提前到来》《让返岗复工的路更温暖》等评论文章。这些评论文章有的放矢,针对性强,以理服人,具有很强的说服力,在引领舆论、提高和统一群众思想认识方面,发挥了重要作用。

(本文编辑 黄浩)

注释:

- [1] 主流媒体条目. (EBIOL). 搜狗百科. https://baike.sogou.com/v71516248.htm?fromTitle=%E4%B8%BB%E6%B5%81%E5%AA%92%E4%BD%93.
- [2] 新华社"舆论引导有效性和影响力研究"课题组.主流媒体判断标准和评价.〔J).中国记者,2002(5)期.
- [3] 习近平在新闻舆论工作座谈会上重要讲话引强烈反响(EBIOL). 中国新闻网, 2016-02-21. http://www.chinanews.com/gn/2016/02-21/7765941.shtml
- [4] Noam Chomsky: What Makes Mainstream Media Mainstream. http://www.chomsky.info/articles/199710--.htm.
- [5] 刘烨. 新时代主流媒体如何发挥引导力 (EB/OL). 人民网, 2019-03-19. http://media.people.com.cn/n1/2019/0319/c425665-30983956. html.
- [6] [7] 习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 (J). 求是, 2019 年第 6 期.
- [8] 什么是主流文化? (EB/OL). 百度知道. https://zhidao.baidu.com/question/10137228?from=knowledge.
- [9] 吴建民. 中国人的行为是靠主流文化来规范的(N). 北京日报, 2013-08-19.
- [10] [11] 人民日报社新闻协调部.人民日报: 唱响众志成城抗击疫情最强音(EB/OL).新闻战线微信公众号 引自中国记协网, 2020-03-17. http://www.zgjx.cn/2020-03/17/c_138886141.htm.

新冠肺炎科普及防治类短视频的 传播热度与效度分析

-基于凤凰网、央视网、B 站和抖音的数据分析

□王建磊 郭锦芸

【摘要】本研究通过数据挖掘和文本分析的方法,呈现出新冠肺炎疫情期间,传统媒体(凤凰网、 央视网)和新媒体平台(B站、抖音)上关于新冠肺炎科普及防治类视频内容的传播热度及效度。研究 指出:"新冠"这一社会高感度话题带来了相关视频的热度效应,尤其在新媒体平台上,有一半以上的 用户接触了此类科普型知识:在抽样检测的600条评论样本中,58%-93%的区间对文本内容持态度、 价值或观点上的正面肯定;与传统媒体相比,新媒体平台上的用户参与和交互数据具有显著优势;最后 通过视频样本个案分析,揭示出制作者通过可视化、人格化、高密度等策略有效提高短视频的传播效果。

【关键词】新冠疫情 短视频 科普 B 站 抖音

公共卫生事件的突发及大规模影响,成为当今"风 险社会"的显著表征。2020年初,新冠病毒在全球的 肆虐使人类社会经历了前所未有的严峻考验。在中国, 各级政府部门采用开放、透明、务实的治理理念和强有 力的行政手段保证区域隔离效果; 医疗系统投入最大人 力物力保障人民生命安全;公众个体自觉遵守疫情期 间的社会管理秩序。可以说,全国上下一心、众志成城, 在3个月左右时间就取得了阶段性成效, 既为国内创造 了安全的生活生产环境, 也为国际社会战胜疫情提供 了宝贵的中国模式与经验。

一、问题提出

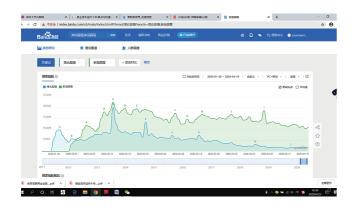
新冠疫情在湖北的聚集式暴发和大规模传播让人

始料未及,由于最初对这一新型病毒缺乏基本了解, 整个社会自上而下的反应是茫然和迟钝的。根据武汉 卫健委的通报,国内最早出现症状的病例为2019年12 月8日,而根据百度指数的显示(见图1),"湖北疫 情""新冠病毒"直到2020年1月末才引起社会广泛 关注,按照新冠病毒的潜伏期计算,彼时疫情已经全 面暴发和接近失控; 进入 2020 年 2 月份以来, "湖北 疫情""新冠病毒"等持续成为高感话题。随着封城、 封路、强制隔离等行政指令的执行,全民抗疫成为中国 社会的主体背景,每天滚动播报的感染人数、死亡人 数持续升高,整个社会生产和人员流动几乎全面停止, 新春佳节演变为恐怖笼罩的非常时期。

图 1 "湖北疫情" "新冠病毒"的百度指数

作者王建磊系深圳大学传播学院副院长、副教授; 郭锦芸系深圳大学传播学院硕士研究生

学术观察



在此期间, 电视、报纸等传统媒体不遗余力地聚 焦新冠病毒及疫情,与微博、微信、快手、抖音等新 媒体平台上关于疫情的新闻、个体感受、科普预防、 加油鼓劲的内容, 共同构成了特殊时期的信息环境。 相比 2003 年的"非典"疫情,"非典"初期曾"因疫 情信息不明确,造成了疫情早期谣言泛滥、大众恐慌, 在疫情后期才随着应急科普工作的逐渐展开配合疫情 的应急管理,社会秩序才逐步步入正轨"。[1]当下,微博、 微信为代表的社交媒体, 抖音、快手为代表的视频平台 共同构筑新的媒体环境和传播体系, 在传播效率和信 息透明度方面与此前的"非典"媒体传播不可同日而语。 研究者关注到: 在疫情期间, 凤凰网、央视网等传统媒 体, B 站、抖音等新媒体平台出现了许多生动、有趣的 新冠科普及防治类短视频, 官媒、自媒体甚至不少个 体制作者主动作为,转身科普主体,为广大民众提供 科普防范知识的视听内容, 对遏制病毒蔓延, 稳定社 会情绪起到了积极作用。本研究试图揭示: 高传播力 和影响力的抗疫科普短视频具备什么样的特征?其"数 字防疫"的效果如何?未来在应对突发公共卫生事件 时,短视频将如何进一步发挥其优势和特点?

二、研究方法

本研究依托凤凰网视频频道(http://v.ifeng.com/)、 央视网视频频道(https://v.cctv.com/),B站(https:// www.bilibili.com/)和抖音 APP 四大平台,采用八爪鱼 客户端及 Python 编程工具,以"新冠病毒""科普""预 防"为关键词进行了视频数据抓取。时间段为 2020 年 1 月 20 日至 2020 年 4 月 30 日,为期 3 个月有余。

经数据挖掘,四个平台共抓取了 205932 条视频数据(见表1)。

表 1

以"新冠病毒""科普""预防"为关键词的视频数据

凤凰网	央视网	B站	抖音 APP
269	144	945	204574
			共计: 205932

其中, 在凤凰网和央视网视频频道各抓取 269 条和 144条,数量较少,但实际上作为电视媒体的凤凰卫视、 央视频道几乎是全天候的围绕新冠疫情展开报道,以 新闻资讯、专题报道和现场直播为主,"科普"及"预 防"类的内容是被再加工、再选择之后的结果,如一 些视频片段来自于央视新闻频道专题栏目《战役最前 线》,在内容长度上都在3分钟左右,符合短视频资讯 特点; B 站上的内容量也不算太大, 缘于 B 站的生产者 自称 UP 主, 他们注重持续化、细分化的内容输出, 在 定位上清晰、专一,因而大多不会偏离原有的选题航道, 但是一旦生产,往往升级为工匠水准,采用专业的配音、 剪辑及后期包装等,视频时长平均8分钟;从规模上看, 抖音上的内容最多,这得益于其泛众化的生产机制, 生产方式上比较随意,即拍即得比较多,视频平均长 度 19 秒, 主题也比较灵活, 经过对标题的词频统计后 生成词云图如下(见图2):



图 2 抖音上新冠病毒 预防及科普主题的视频主题词云图

随后,研究者对所有的视频数据,依据时间分布进行排序,而后进行样本的分层化处理,在此基础上由统计 软件完成分层随机抽样,每个平台抽取100条数据,最后组成了一个总量为400的研究样本(见表2)。

表 2

平台	标题	制作者	发布时间	时长	点击率	点赞/评 论/弹幕	视频类型
凤凰网	中科院院士: 新冠病毒不能通过皮肤侵入人体	央视网新闻	2020-02-21	0分27秒	2.4 万	71	新闻资讯
凤凰网	世卫: 新冠病毒确有亚种但并非变异	凤凰特别报道	2020-03-06	1分23秒	1240	3	新闻资讯
凤凰网	科学"打假":新冠病毒被人为插入 HIV 病毒? 根本不靠谱	深圳卫视: 直播港澳台	2020-04-23	1分18秒	1.3 万	2331	新闻资讯
凤凰网	新冠病毒会像流感病毒一样长期存 在吗?专家:可能性不大	深圳卫视	2020-04-24	0分46秒	1.4 万	2606	新闻资讯
凤凰网	吸烟真能预防新冠病毒? 法国医学 界给出了专业的答案	凤凰卫视中文台	2020-04-25	2分21秒	6554	1192	新闻资讯
央视网	预防病毒仅仅是勤洗手这么简单吗?	_	2020-02-01	2分24秒	_	135	新闻资讯
央视网	病毒在空气中能存活多久,病毒是 否发生变异?专家回应来了!	_	2020-02-05	3分24秒	_	467	新闻资讯
央视网	留胡子会跑病毒? 美国疾控中心提醒	_	2020-02-29	0分36秒	_	78	新闻资讯
央视网	如何区分新冠病毒与流感病毒?世卫 组织梳理的这7个区别你必须了解	_	2020-03-06	1分37秒	_	374	新闻资讯
央视网	新冠病毒侵入人体 21 天里,身体会 发生哪些变化	_	2020-04-14	2分34秒	_	131	科普动画
B站	关于新冠肺炎的一切	回形针 PaperClip	2020-02-02	10分19秒	510.7 万	60.6 万	科普动画
B站	科学家光写论文不抗疫情? 几分钟 带你看完新冠病毒的所有论文	毕导 THU	2020-02-12	15分10秒	116.6 万	15.9 万	科普视频
B站	中国科研团队发现新冠病毒已突变, 意味着什么?【冠状病毒篇·第3期】	大家好我是桃子	2020-03-06	6分45秒	60.8 万	2.8 万	科普视频
B站	新冠疫苗的最完全解析:是科学的战争,也是大国的较量	毕导 THU	2020-03-29	13分51秒	134.4 万	22.8 万	科普视频
B站	新冠肺炎如何攻占世界	吟游诗人基德	2020-04-02	12分7秒	53 万	5.7 万	科普视频
抖音	钟南山:新型冠状病毒来自野生动物	今日中国	2020-01-21	0分19秒	_	11.3 万	新闻资讯
抖音	#主播说联播 返程途中如何防范疫情? 刚强给你一个建议	新闻联播	2020-02-03	0分58秒	_	77万	新闻资讯
抖音	放屁会传播新型冠状病毒吗? 最新 回应来了! #新冠肺炎 #疫情防控 福建在行动	远洋路1号	2020-02-23	0分11秒	_	64.5 万	科普视频
抖音	"福尔摩斯"张颖:目前口罩还不 能随意摘掉,还是需要佩戴的#防 控疫情天津在行动	津云	2020-03-21	0分37秒	_	2.8 万	新闻发布会
抖音	钟南山表示,很多外国人不愿意戴口罩, 这其中有观念差异。但疫情期间在密闭、 狭窄空间,还是提倡戴口罩,做好防护	中国青年报	2020-04-16	0分24秒	_	16.6 万	新闻资讯

三、研究发现

(一) 高话题感带来高热度效应

可以说,在过去三个月,新冠疫情既是中国社会的主体背景,也是新闻媒体的核心议程,在这种情形下,生产端的规模输出与接收端的高度关注变得理所必然。因为央视网和凤凰网上呈现的内容基本来自母体——各自的电视媒体机构,相关内容的传播热度理应结合收视率数据和点击率来定,因而单纯看网站平台的点击率数据并不严谨。不过,央视网和凤凰网目前也并不是流量高地,B 站和抖音的大数据反而更能真实反映出大众对新冠话题的追捧。

从面上来看,B站上新冠科普与预防主题的视频, 其总点击率约为2300万,按照其4000万活跃用户的说法,两个用户中有一个接触了此类内容;抖音的相关内容的总点击率为11.2亿,相当于其4亿用户中,每位用户平均收看过3条相关内容。从传播量或覆盖面这样的指标来说,这些数据反映出新冠疫情事件已达到"现象级"的高度!我们由此也可以为类似的社会高感话题设定出一个标准:当达到平台用户人均0.5-5次的点击数目,即可判定该话题已演变为一场社会热点事件。

从点上来说,央视网的《新冠肺炎患者治愈后要静养还是勤运动?》、凤凰网的《新冠病毒不能通过皮肤侵入人体》、B站的《关于新冠肺炎的一切》,抖音的《专家解读来了!新型冠状病毒来自野生动物,目前认知对儿童不易感》代表了各自平台上的热度最高的视频。但由于各平台对于数据统计方式不同,比如央视网没有点击率数据,而是使用点击红心的方式(类似于支持或点赞);B站使用的是常规的播放量,抖音则使用点赞量,故本研究不在横向上对以上几个案例做热度对比。

(二)网民对疫情科普的态度和价值非常正面针对视频传播的效度,本研究通过用户评论中表现出的肯定、否定、中立态度进行分析、把握。选取的样本是B站播放量第一的《关于新冠肺炎的一切》和抖音点赞量首位的《专家解读来了!新型冠状病毒来自野生动物,目前认知对儿童不易感》。同时为了与

关注度最高的视频之间有一个比对,研究选取了B站播放量第5和第15的视频《科学家光写论文不抗疫情?几分钟带你看完新冠病毒的所有论文》与《新冠肺炎疫情到底是如何发展的?我们应该如何正确预防?》,以及抖音上点赞量第5和第15的视频《钟南山:相信新型冠状病毒不会持续那么长!》与《穿山甲可能就是新型冠状病毒中间宿主。可是,这东西都快被吃绝种了,吃野味就不能停下来吗?》。而后又采用随机抽样的方法从6则短视频的完整评论文本中抽取100条评论,请两位编码员进行人工编码,分为赞同、反对、中立和其他四种态度进行统计,整理后的结果如表3、表4所示:[2]

通过对视频评论的语义判定,从表3表4中可看 出用户在 54%-93% 的大多数区间显示为正面评价, 也 就是说,网友整体上对此类科普视频持价值上的认可。 如 B 站短视频《关于新冠肺炎的一切》有评论说: "@ 我今天没有去学校:真的喜欢 paperclip 硬核的风格, 中国加油! 武汉加油!""@sofronio: 谢谢精美和精心 的制作""@深渊老鼠吹喇叭:回形针真的这段时间 看的最客观最全面没有之一, 在纷纭的资讯中也凸显来 得如此珍贵";抖音短视频《钟南山:相信新型冠状 病毒不会持续那么长》有评论说: "@秋天的风:钟 南山说的我们都相信""@用户449082775:这下放心 啦"。通过对评论关键词的筛选,研究发现:点赞、实用、 珍贵、加油、理性、硬核、客观等词汇有较高的使用频度, 大部分网民在评论中都表达了对视频内容的赞赏、对视 频制作者辛苦付出的肯定, 也表达了战胜疫情的信心。 同时值得一提的是,在中立部分的评论中,用户评论 也大都以询问的方式呈现, 主要是针对视频内容中不 清楚、不理解的疑惑点进行提问,视频作者以及其他 网友进行解答。例如这样的对话:

- "@ 挽风:直接用酒精喷外套不行吗?
- @ 丁香医生:直接喷洒 75% 酒精当然可以! (如果没有的话就放置在干燥通风的地方避免接触)
 - @ 不吃姜的冯小护: 如果家里有紫外线消毒灯。"

表 3	R	站短视频传播效度的抽样统计
100	ט	プログダイルグ火 (マ)田 メス/マ ロソ)田イナシル バ

			《关于新冠》	肺炎的一切》的	内评论统计				
赞	一同	,	反对	中	立	其他		合计	
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比		
63	63%	12	12%	6	6%	19	19%	100	
		《几:	分钟带你看完新	f冠病毒的所有	论文》的评论	统计			
赞	赞同 反对		反对	中立		其他		合计	
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比		
54	58%	36	36%	7	7%	3	3%	100	
	《新冠肺炎疫情到底是如何发展的? 我们应该如何正确预防?》的评论统计								
赞同 反对		中立		其他		合计			
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比		
62	62%	2	2%	5	5%	31	31%	100	

表 4 抖音短视频传播效度的抽样统计

抖	音短视频《专	家解读来了	'! 新型冠状病	毒来自野生动物	为,目前认知对	 	的评论统	计
赞	同		反对	中	立	其他		合计
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比	
82	82%	2	2%	11	11%	5	5%	100
	抖音	音短视频《	钟南山:相信新	f型冠状病毒不	会持续那么长	》的评论统计		
赞	同	,	反对	中	立	其他		合计
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比	
93	93%	0	0%	2	2%	5	8%	100
		抖音短	至视频《穿山甲	可能就是新型兒	冠状病毒中间宿	主。		
	可	是,这东西	都快被吃绝种	了,吃野味就	不能停下来吗》	的评论统计		
赞	同	,	反对	中立 其他			合计	
条数	占比	条数	占比	条数	占比	条数	占比	
67	67%	12	`12%	3	3%	18	18%	100

又如:

"@过河小卒:是不是可以用医用酒精浸泡了, 晾干再用?

作者@医路向前巍子回复:口罩不建议的。

@汤圆麻麻:实在不得已我们里面都垫的卫生护垫, 4个小时左右换一回。"

还有的评论对制作者提出更多的要求和希望。如: "@ReredBB:希望回形针分析一下香皂,洗手液, 酒精洗手液的杀菌效果区别, 谢谢。

@豆纸 Doupaper: 没差(错别),前两者能把病 毒拉下水冲走,后面是直接杀死。

@ 妻子儿 WHEAT: 其次, 病毒和细菌是两回事 哦(!)"

通过类似以上的互动, 其他网友可以更清晰地 了解本条视频所讲的科普知识, 甚至借此拓展知 识外延, 传达出更多有效的疫情防控信息, 进一 步提升短视频在传播疫情预防和科普知识方面的 积极作用。

四、视频个案分析

短视频凭借贴近生活、贴近大众的接地气语态和 "短平快"的传播效率,获得了市场和用户的追捧。大量的点击和积极的参与,也让每一个用户成为知识分享 的重要力量,在此次疫情科普中,短视频的传播力度和 效度已通过上文分析予以展示,接下来继续对平台上的 爆款内容进行个案分析,以揭示内容流行的内在逻辑。

(一)B站-回形针PaperClip《关于新冠肺炎的一切》的内容分析

1. 内容结构

《关于新冠肺炎的一切》由五个部分组成,包括: 引入、感染、传播、口罩和勇气,分别科普了人体如何感染病毒、病毒如何传播、如何科学防护以及死亡率的预测,总共7个传播要点(见图3)。

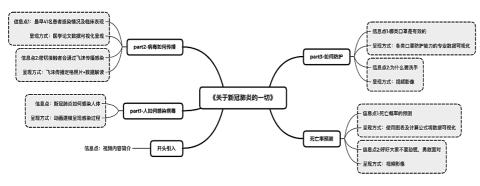


图 3 B 站个案内容结构

2. 内容生产策略

可视化的呈现方式

可视化是一种帮助人们理解信息和获取知识的方式,其视觉呈现方法是将数据映射为视觉符号。^[3] 在短视频《关于新冠肺炎的一切》中,抽象的医学知识以及艰涩难懂的实验数据以动画方式呈现给大众,代替了冗长、复杂的文字版本的医学论文以及防疫细则,重点更加突出,可视化程度得到很大的提升,从而更符合公众的观看习惯,更好地传递短视频科普的信息点。

首先,运用三维建模的呈现形式:视频运用三维建模描述了一段病毒 RNA(核糖核酸)与细胞"相爱相杀"

的故事,生动地告诉观者冠状病毒是如何感染人体的;

其次,最新权威数据的可视化:根据今年1月24日发表于《柳叶刀》上描述最早41名新冠病毒肺炎患者的论文,制作了传播途径动画,科普了病毒的传播规律:

再次,具有视觉冲击的影像设置:短视频中定格了一张一个人打喷嚏后 0.34 秒的图像,用绿色线条标注了 100 微米以上大飞沫的运动轨迹,并用红点标注了小飞沫形成的雾云,绿色与红色的搭配对观者视觉造成冲击,在解释了为何要戴口罩的同时,也能让观者有效地记住信息点。

尽管新冠病毒的直径只有 0.1 微米,是头发丝的千分之一,然而《关于新冠肺炎的一切》用三维建模、动画等可视化手段,构建起一个清晰、全面、通俗化

且有深度的传播场景。

(1)高密度的内容信息 专业化、高密度的内容 信息有助于促进视频有效传 播,是抗疫科普短视频保持 热度与有效传播的重要内容。

专业化:《关于新冠肺 炎的一切》的视频制作者尝 试把观众当成具有更高学习

兴趣的人,因此在内容选择上倾向于投放一些门槛高 的专业化内容。

高密度:《关于新冠肺炎的一切》的视频制作者没有为了刻意"有趣"而降低信息量,而是选择在视频里加入更多高信息密度的画面来辅助文本信息。在仅有10分18秒的时长里,视频成功科普了"肺炎是如何感染及传播的""如何防护"和"确诊数与死亡数的关系"四个重点信息。在此基础上,作者力图让视频信息密度高于文本信息密度,来消弭由信息密度过高而带来的可看性降低的问题。

(2) 严谨可靠的信息来源

信源是否具有可靠性,决定科普短视频能否具有更

持久的生命力。《关于新冠肺炎的一切》的视频制作 者在科普内容和视频素材使用两个方面都体现着对"专 业""严谨"和"可靠"的追求。

首先在科普内容的选择上, 视频作者回形针 PaperClip 有一个硬性要求是, 所有选用资料必须是一 手资料,并且要找到出处:视频在科普病毒传播过程 时使用了论文《2019-nCoV 感染患者的临床特征》;在 科普洗手的作用时使用了一份军事医学科学院的研究; 在说明戴口罩能抵御大部分的唾液传播时,他使用了 2007年一篇论文的研究数据。这些有

据可查的真实资料为《关于新冠肺炎 的一切》的严谨性做了最可靠的背书。

其次在视频素材的使用上,《关 干新冠肺炎的一切》使用真实的物品 影像、新闻、文件等原始素材,来展 现新冠肺炎的种种事实。越是在重大

突发事件面前越是容易滋生谣言,因此,抗疫科普短视 频在重大突发卫生事件发生时, 肩负着抑制谣言的作 用。专业、严谨、可靠的科普作品越多, 谣言的土壤才 会越少, 可靠的原创内容也会更容易获得受众的青睐。

(3) 客观冷静的叙事风格

客观冷静的叙事风格介乎于抒情性和议论性的语 言之间,采用带有一定节制特征的语言形态,有利于 引导观者冷静思考,提高科普效能。《关于新冠肺炎 的一切》在文本内容和配音情绪两个方面都明显地表 现了客观冷静的叙事风格。

在文本内容表现上:视频不夸张,不"煽情", 没有"苦口婆心"的劝说,专业数据资料随处可见, 每一句话都力求有据可查。例如, 在科普冠状病毒会 通过密切接触快速传播时给出了详细的专业数据,"首 先是喷嚏,会喷出10000个以上的飞沫,最远传到8米 之外。然后是咳嗽,1000-2000粒飞沫,最远6米。最后, 即使是平静的说话每分钟也会产生大概 500 粒飞沫"。

在配音情绪的把握上,制作人保持了克制的情感和 平静的叙述, 使观者在这个氛围下提高了理性思考的

能力,提高了对新冠肺炎防范的重视,从而提升视频 的可信度和传播力,为视频的爆红埋下了伏笔。

(二)抖音-中国之声《专家解读来了!新 型冠状病毒来自野生动物、目前认知对儿童不易 感》的内容分析

1. 内容结构

《专家解读来了!新型冠状病毒来自野生动物,目 前认知对儿童不易感》结构清晰简单,采用真实影像 的呈现方式,介绍了民众关心的新冠肺炎两个重要信 息点(见图4)。

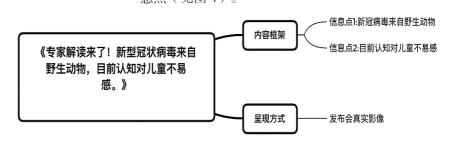


图 4 抖音个案 1 内容结构

2. 内容生产策略

(1) 权威的科普主体

《专家解读来了!新型冠状病毒来自野生动物, 目前认知对儿童不易感》所体现出来的科普主体的权 威性主要包括两个方面:一是信息发布媒体的权威性, 另外则是信息来源的权威性。

首先,发布媒体是否具有权威性和公信力是影响抗 疫科普视频内容流行的重要原因。新冠肺炎的出现和 流行之初,引起了民众不小的恐慌。因此民众对于权威、 准确、透明的新闻信息需求随之增大,以中央广播电 视总台、人民日报等为代表的主流媒体, 成为大家信 任且期待的信息来源。本条视频的发布者为中国之声, 它是隶属于中央人民广播电台的最具权威性和影响力 的广播节目。作为权威媒体的中国之声, 理所应当地 彰显出主流媒体在数字抗疫中的先锋作用。

其次, 信息源的真实性与可靠性同样是影响抗疫科 普信息传播的重要指标。自疫情发生以来,各种消息

学术观察

铺天盖地,其中自然不乏虚假消息,泥沙俱下的信息 内容极易造成信任危机。因此,受众在进行信息选择 时自然会倾向于"权威机构"与"权威人士"来规避 谣言的风险。中国之声发布的该条内容来自于中国疾 病预防控制中心主任高福在公开会议上的发言,其信 息内容的权威性不言而喻。该条内容也因此在抖音平 台引发了传播热潮。

(2) 客观的信息呈现

《专家解读来了!新型冠状病毒来自野生动物, 目前认知对儿童不易感》截取自新闻发布会的片段, 因此,其真实客观性主要来自于发布会的严肃氛围以 及"非剪辑"的真实影像呈现。

召开新闻发布会已经成为妥善处理各类突发事件与社会危机的常态机制。通过新闻发布会,向新闻界公布信息,可以及时提供相关资讯和服务,以便公众掌握真实情况。因此新闻发布会也成了公众了解实情的权威途径。中国之声将发布会的重点信息截取为短视频的形式,使得受众更高效地了解新冠病毒的相关情况。其"非剪辑"的呈现风格,也使得信息更具客观性,受众将重点信息连续传播,延续和叠加了传播效果,最终形成社会舆论,推进全民防疫的工作进展。

(三)抖音-丁香医生《疫情防护合集》的 内容分析

1. 内容结构

《从外面回家如何 xiao du?》由五个部分组成:

图 5 抖音个案 2 内容结构 第一步: 衣物处理 第二步: 如何洗手 第三步: 口罩处理 第四步: 开窗通风 2 现方式 视频影像,同步教学

引入及衣物处理、洗手、口罩处理、开窗通风四个消毒步骤,共科普了一个防疫知识,4个要点信息(见图5)。

2. 内容生产策略

(1) 场景化的知识呈现

由于人接受图像信息的能力更强,人所感知的60%以上信息来自于形体图像对视觉的刺激。将知识放进特定的情景,并用视频图像信息的方式呈现,会对人的视觉形成一种充实和刺激作用,尤其在传播晦涩难懂的信息时更为显著。此外,场景化知识呈现的方式也可有效提升内容的趣味性,以激发观众的兴趣和求知欲,降低因专业知识引发的枯燥感。将知识放进特定情景、具有一定的创意,避免照本宣科是丁香医生疫情防护科普短视频的显著特征。如视频《从外面回家如何xiao du?》,用视频图像的方式还原了外出回家后科学消毒的情景,并配以同步的文字讲解,来科普如何处理衣物、正确洗手、正确摘口罩以及开窗通风四个防疫知识点,具象化地将科普知识点化处理,提高内容的可接受程度。

(2) 人格化的科普主体

人格化是利用传播主体的人格力量所形成的"名人效应"来传达信息、沟通情感,使传播内容更易于接受。^[4] 人格化的特点主要来自于独特视觉形象的标记,丁香医生所使用的独特视觉形象主要是"田太医"——专业与幽默兼顾的医者形象。在视频《办公室防护 4- 吃饭千万不要这么做》中,"田太医"成为推动故事发展的线索。"田太医"的出镜基本有两部

分组成: "田太医"严肃地科普分享食物是传播病毒途径的防疫知识,倡导单人单桌的就餐方式;,科普后的搞笑段子。加上音效烘托氛围,使得枯燥的知识"趣味化"。在观者心中建立擅长抖机灵的专业医生形象,呈现"反差萌"的戏剧效果。

五、研究小结

随着移动短视频产业迅猛发展,基于短视频的知 识传播已成为一种新趋势,受到人们的青睐 [5]。新冠疫 情的突发提供了新情境,因而,以短视频为表现形式 的新冠肺炎科普及防治类内容, 因其创新的内容表现、 便捷立体的表现方式等优势成为疫情期间大众获取健 康资讯的主流形式,取得了良好的传播效果。用户积 极和深度的参与,也使得用户生产的评论、交流成为 科普内容的一个重要部分,有效深化了短视频的传播 力度与效度。

遗憾的是,基于凤凰网、央视网在网络平台上的内 容数据,无论是生产量还是用户参与度等指标,都已 经被 B 站、抖音为代表的的新媒体平台全面拉开。当然, 不可否认, 传统媒体尤其是电视频道依然有着不容小觑 的覆盖面和传播力,但是在效度测量方面,传统媒体 至今无法有效借用新媒体手段展现内容的有效影响力, 尤其是作为行业内优秀代表的凤凰网、央视网, 在用 户交互层的数据是缺失的, 也就意味着其在网络空间

并没有形成主导或引领舆论的作用。

《知识的普惠——短视频与知识传播研究报告》 显示[6],科普短视频是最受欢迎的一类,其播放量、 点赞量和作者的人均粉丝都是最多的, 但科普类短视 频的作者数量却是最少的。实际上, 抖音和 B 站上的 看起来庞大的20多万条内容中,处在内容金字塔顶端 的并不多,并非每个作品都能达到《关于新冠肺炎的 一切》的水准或高度,科普知识的质量总体上参差不 齐, 部分所传达的说法、观点或知识来源也缺乏足够 的严谨性。因而,短视频平台在运营上可积极与科学 机构、专业领域人士建立合作,确保权威的科学信息 和合格的内容质量;同时平台可以通过筹办活动、比 赛及话题创建等,吸引和鼓励健康科普知识爱好者加 入到健康科普短视频创作中来,扩大创作者队伍,并 给予流量倾斜,这样才能更好地促进健康科普短视频 创作的良性发展, 在科普工作的协同推动中发挥新媒 体的积极作用。

(本文编辑 黄浩)

注释:

- [1] 胡莲翠. 突发公共卫生事件中应急科普作用研究 [D]. 安徽医科大学,2016.
- [2] 该部分由研究者的两位研究生经培训后进行编码,共计600条评论,两人在初次编码后经T检验,P值为2.036, 说明判断趋同, 故对编码结果进行协商后采用。
- [3] ZIEMKIEWICZC, KOSARAR. The shaping of information by visual metaphors[J]. IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics, 2008, 14(6):1269-1276.
- [4] 张艳萍,何双秋. 政务抖音号"共青团中央"传播规律探究[J]. 新闻研究导刊,2018,9(21):41-43.
- [5] 杨圣琪,丛挺,基于抖音的知识短视频类型研究[J],出版参考,2020(1):48-50.
- [6] 参见 2019 年 1 月 8 日,清华大学新闻与传播学院、中国科学报社与字节跳动联合发布的《知识的普惠——短视频 与知识传播研究报告》[OL/BL], http://media.people.com.cn/n1/2019/0110/c14677-30514036.html.

学术观察

从回应型政府到整体性治理: 基于新冠疫情新闻发布的分析

□ 刘时雨 许静

【摘要】2020 年初暴发的新型冠状病毒疫情,已经发展为全球重大突发公共卫生事件。对疫情的防治,考验 着各国政府的执政能力。本文以回应型政府和整体性治理等公共管理理论为基础,结合疫情新闻发布、探讨重大 突发公共卫生事件应对中的政府角色和效力。

【关键词】 回应型政府 整体性治理 媒体分析

一、公共卫生与政府责任

公共卫生起源于人类历史上的传染病防治。由于卫 生措施可使很多人在短时间内同时受益, 具有很高的群 体性和公共性特征, 因此越来越多的人在强调个人卫生 的同时, 更重视政府组织的社会行为, 强调公共卫生的 公益性。德国医生弗兰克(J.P. Frank)认为, 医生能治病, 但很难预防和控制人群中传染病的暴发, 而只有国家具 备控制传染病的能力。因此他提出"医政"的概念,强 调政府在公共卫生中的重要作用。[1]1848 年英国霍乱的 再次大流行,促使英国议会通过了人类历史上第一个公 众健康法(The 1848 Public Health Act)。该法案明确规 定了政府责任,标志着现代公共卫生时期的到来。

中国的政府医药管理制度可以追溯到商周时代, 但真正有组织地提供卫生服务则始于19世纪末20世 纪初的清末民初。新中国成立以后,我国逐步形成的 初级卫生保障制度,曾获得国际上的广泛赞誉,但是 在改革开放的 20 世纪 80 年代却受到很大冲击。2003 年"非典"疫情使党和政府深刻认识到卫生体系对保 障人民健康的重要性。2005年之后启动的新医改, 致力于建立和完善覆盖城乡的卫生体系,发挥服务型 政府的效力,以实现善治。

二、新闻发布与回应型政府

我国的新闻发布制度始于1983年,最初只有外交 部新闻发布会。2003年"非典"期间,国新办从4月3 目起,一共举行了八场新闻发布会。北京、上海、广东、 四川、吉林、深圳等地,也纷纷建立起新闻发布模式。 从 2003 年 4 月 26 日到 6 月 24 日,连续 60 天,每天下 午 4 点,中央电视台直播卫生部"每日疫情通报",毛 群安等三名发言人轮流主持。从此以后,卫生部也确立 了定期新闻发布制度。与之前相比, 其最突出的变化在 于回应民意。回应民意,是服务型政府的主要特征之一, 也构成了回应型政府理论的核心,标志着我国政府管 理理念的重大转型。

2006年10月党的十六届六中全会《关于构建社会 主义和谐社会若干重大问题的决定》中明确提出"建设 服务型政府,强化公共服务和社会管理职能"。国家行 政学院刘熙瑞指出,服务型政府是对传统"管制型政府" 的全方位变革,体现出截然相反的两种管理理念、管 理哲学和管理体制。[2]不同于传统的以政治统治为目标、

作者刘时雨系北京大学新闻与传播学院博士生;许静系北京大学新闻与传播学院教授

强调"官本位、权力本位和政府本位"的管制型政府, 服务型政府是在公民本位、社会本位的理念指导下, 以社会发展和公民普遍的共同利益为出发点,即完全 从人民需要出发,以为人民服务为宗旨,实现社会公 共利益的最大化。

服务型政府理论中还包含着一个如何进行公共治 理的问题。公共治理,就是研究在新的社会历史条件下, 政府如何与社会合作,共同治理或共同解决公共问题, 以达到治理的良好状态,即"善治"。善治是公共治 理的目标。服务型政府的理论支撑是现代公共行政学, 它突出强调重视公共行政中的价值研究。在政府管理中 要更加突出"公平观念":要体现公民对政府工作的 参与,关注公民的满意程度,强调对公民要求的"回应"。 "回应性越大,善治的程度也就越高"[3]。因此,回应 是善治的根本要素。回应型政府理论,就是以公共治理 为理念,以解决公共问题、社会问题为责任,具有自觉、 稳定、可持续的回应性和回应机制, 以及有效回应社 会所需回应力,体现以民为本、服务导向、及时反应、 依法治理的基本特征。虽然它更多体现出作为单一主 体前提下的政府对于社会的管理模式,但在价值归属上 与服务型政府是一致的,都着眼于政府公共服务能力 与质量的提升。

三、重大突发公共卫生应急管理与整体性治理

2003年"非典"疫情暴发时,我国公共卫生应急 管理模式是临时性的,没有常设的卫生应急管理部门和 技术机构, 缺乏相关的法律法规及预案等制度规范, 也 没有形成管理体系和工作机制。从2002年11月16日 广东佛山发现第一起 SARS 病例, 到 2003 年 4 月 2 日 温家宝总理主持召开国务院常务会议,首次提出要"抓 紧建立国家应对突发公共卫生事件的应急处理机制", 再到 4 月 17 日中共中央政治局务委委员会召开会议, 专门听取有关部门关于"非典"防治工作的汇报,并做 进一步的研究部署,中国政府对重大突发公共卫生事 件的认识和应对措施,经历了艰难而痛苦的转变。4月

24 日,全国成立防治"非典"指挥部,多部门协调工作, 为今年的联防联控机制打下基础。 2003年5月7号通 过的《突发公共卫生事件应急条例》第三条明确规定, "突发事件发生后,国务院设立全国突发事件应急处 理指挥部,由国务院有关部门和军队有关部门组成, 国务院主管领导人担任总指挥,负责对全国突发事件 应急处理的统一领导、统一指挥。"

在 2009 年"甲流"疫情期间,中国建立了由卫生 部牵头的多部门联防联控工作机制。"33个部门(后 扩展为38个部门)和单位组成了综合、口岸、医疗、 保障、宣传、对外合作、科技、畜牧兽医等8个工作组 以及'甲流'防控工作专家委员会、形成'8+1'的联 防联控格局。"[4] 国务院新闻办也多次组织新闻发布会, 向社会通报防疫情况。

相比于以往,中国政府此次应对新冠疫情更加及时 有力。12月27日武汉接到病例报告,2020年1月1日, 国家卫生健康委即成立疫情应对处置领导小组。1月7 日, 习近平总书记在中央政治局常委会上就提出疫情防 控要求。1月20日就成立了中共中央应对疫情工作领导 小组和国务院疫情联防联控工作机制,并召开电视电话 会议, 部署全国疫情防控工作。[5] 在整个疫情期间, 国 务院启动的政府层面多部门协调工作的疫情联防联控工 作机制,明确职责,分工协作,横向上着眼干政府内部 机构和部门的整体性运作,纵向上注重各项社会资源的 整合,形成防控疫情的有效合力。定期召开的联防联控 新闻发布会,及时发布疫情信息,回应社会关切,也体 现了新时期我国社会治理迈向整体性治理的新特点。

整体性治理理论是在上个世纪90年代中后期提出 的,也被称为"全观型治理"[6]和"协同政府"[7]理 论。 传统官僚制强调功能性分工和等级化的控制, 而 新公共管理理论则是一种以市场为基础的模式[8],强调 分散、竞争和激励。传统官僚制和新公共管理改革造 成了严重的管理"碎片化", 整体性治理则是对"碎 片化"的战略性回应。[9] 整体性政府理论产生的另一 个背景则是20世纪90年代中后期信息技术的发展,"在

学术观察

一定程度上,整体性治理是从技术角度来理解的,技术要求从分散走向集中,从部分走向整体,从破碎走向整合"^[10],与网络治理、数字治理并称为后新公共管理时期三大主流治理理论。

整体性治理理论主要有以下三个方面的观点。一是整体价值导向的文化理念,强调公共部门内部的凝聚性文化,重视适应、灵活性和结果;二是超越部门分工的组织结构,强调用"整合"化的组织形式回应公共问题和公共服务的复杂性和内在关联性,等级式和协商式都是其可能的选择;三是跨部门协同的工作机制,强调伙伴关系式的沟通方式和工作方式。[11]

在这场新中国成立以来发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件应急管理实践中,我们可以很清楚地看到,"人的生命高于一切"成为凝聚一切力量的整体价值观。以习近平总书记为核心的党中央的坚强领导确保了全国上下跨部门的机构整合和跨部门协作,"中央统一指挥、统一协调、统一调度,各地方各方面各负其责、协调配合,集中统一、上下协同、运行高效的指挥体系,为打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战提供了有力保证。"迅速开展的全社会动员,通过超常规的社会隔离和灵活、人性化的社会管控措施构建的联防联控、群防群控防控体系,充分发挥科技支撑,以及依法及时公开透明的信息发布制度等,都充分体现了整体性治理的政府管理效力。

四、联防联控新闻发布会统计分析

相比于以往,此次疫情防控期间,中国的信息发布制度,以前所未有的速度、密度、力度,坚持国家和地方相结合、现场发布与网上发布相结合,建立多层次多渠道多平台信息发布机制,持续发布权威信息,及时回应国内外关注的疫情形势、疫情防控、医疗救治、科研攻关等热点问题。

武汉市从 2019 年 12 月 31 日起依法发布疫情信息, 并逐步增加信息发布频次。2020 年 1 月 21 日起,国家 卫生健康委每日在官方网站、政务新媒体平台发布前一天全国疫情信息,各省级卫生健康部门每日统一发布前一天本省份疫情信息。2月3日起,国家卫生健康委英文网站同步发布相关数据。

在疫情期间,截至5月31日,国务院联防联控机制、国务院新闻办公室共举行新闻发布会161场,邀请50多个部门490余人次出席发布会,回答中外媒体1400多个提问;湖北省举行103场新闻发布会,其他省份共举行1050场新闻发布会。其中,从2月3日到5月19日,联防联控机制在106天中共计举办了131场。其中,疫情较为严重的2月和3月,发布会举办较为密集,分别为40场和39场。本文结合网络公开信息,对这131场发布会进行了如下分析。

(1) 联防联控新闻发布会主题分析

每场联防联控机制新闻发布会都围绕一个特定主题,笔者对131场发布会主题进行了聚类分析,结果如下:

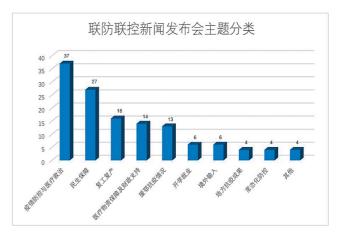


图 1: 联防联控新闻发布会主题分类

发布会主题具有以下特点: 1)回应及时,聚焦重点。新闻发布会除了每日通报疫情之外,还会针对民众当下最为关心的问题进行答疑解惑。如,对于民众普遍关注的春运返程防疫、开学复工复产、生活用品保障等问题,新闻发布会均作了——回应; 2)内容丰富,覆盖面广。新闻发布内容丰富,囊括医疗技术、交通运输、民生保障、市场秩序、财政经融、农业发

展方方面面。3)张弛有度、紧跟热点。在疫情较为严 重的2月和3月,发布会召开场次较多,有效地传达 信息;随着疫情的缓解,发布会场次逐渐减少。随着 疫情的发展,民众所关心的问题也不同。在疫情暴发 初期(2-3月份),人们最为关注的是春运返程、生活 保障、新药研发等问题,发布会主题也主要集中在医 疗物资保障、科研攻关、春运疫情防控、生活用品保障、 春季农业生产等方面; 3月底到4月中旬, 虽然疫情在 中国有所减缓,却在全球蔓延,回国人员随之增多, 境外疫情输入成为新的问题。在做好日常防疫工作的 基础上,新闻发布会将防控境外疫情输入和开展医疗 国际合作作为重点内容进行回应: 4月底到5月, 全 国疫情得到很大缓解,新闻发布会总结了江苏、湖北、 北京等重点城市的疫情防控工作和全国援鄂医疗队情 况,最为重要的是,新闻发布会对民众最为关心的疫 后常态化管理进行了详细的解答。

(2)新闻发布会出席嘉宾及部门分析

据本人统计, 131 场联防联控新闻发布会共激请了 约 450 位嘉宾, 主要来自政府部门、事业单位、医院以 及社区。嘉宾来自的单位可以分为三类:第一类是卫 健委、疾控中心、医院、高校医学院等医疗卫生系统, 主要是医生、科研工作者以及政府官员。这类人员数 量最多,他们对第一线的疫情情况、医疗水平以及技 术攻坚非常了解,能够专业地解答民众关心的问题; 第二类是国家部委以及其他政府部门,如农业农村部、 国家发改委、民航局、市场监督管理局等; 第三类是 社区工作者及其他基层工作者,如北京市石景山区八 角街道八角中里社区居委会、河北省保定市阜平县龙泉 关镇平石头村第一书记、中通快递北京厂洼路网点的 快递员等。以上三类部门及人员之间横向上相互联系, 纵向上互相沟通,体现了整体性治理理念。

(3)新闻发布会提问媒体分析

联防联控新闻发布会直面记者提问, 回应了记者 提问的 1200 多个问题, 表明政府信息公开的力度有所 增强。根据统计,提问媒体逾70家。媒体来源广泛,



图 2. 新闻发布会出席嘉宾及部门分析

按照媒体性质来分,有电视、广播、报纸等传统媒体, 也有互联网、客户端等新媒体。按照地域分布, 既包 括中国内地媒体、港澳台地区媒体, 也包括境外媒体, 如日本、美国、英国、新加坡的媒体等。新闻发布会 中,传统媒体如中央电视台、人民日报等传统媒体发 挥重要作用,但是互联网和新媒体的力量不容易小觑, 如人民网、农视网、读特客户端 APP等, 在新闻发布 会中起到了同样重要的作用。此外,新闻发布会还有 一个特点就是行业媒体,如企业观察报、中国交通报、 中国民航报等,都积极参与其中。

统计各媒体提问次数,发现提问最多的是中央人民 广播电视台,其次是香港经济导报。总的来看,主流 媒体提问较多, 积极引导舆论, 新媒体参与其中。另外, 新闻发布会照顾了国际国内两个舆论场域, 不仅回应 了国内媒体的提问,也引起了境外媒体的巨大关注,



图 3: 新闻发布会提问媒体分析

表 1: 新闻发布会提问媒体

所属地		媒体性质							
		广播	电视	报纸	网络及新媒体	其他(主要是通讯社)			
中国媒	中国大陆	中央人民广播电台等	深圳卫视、中国教育电视台、	经济日报、光明日报、人民日报、中国日报、新民晚报、 健康报、文汇报等	封面新闻、红星 新闻、读特客户 端 APP、农视网、 澎湃新闻等	中新社、新华社等			
体	港澳台	香港经济导报、香港 南华早报、大公报等	凤凰卫视等	澳门月刊等		台湾"中央通讯社"等			
境	美国	CNBC、彭博新闻社、美国国际市场新闻社等							
外外	日本	日本经济新闻、日本《读卖新闻》、日本共同社、日本东京广播等 联合早报							
媒体	新加坡								
144	其他	中阿卫视、路透社等							

如 CNBC、彭博新闻社、日本《读卖新闻》、新加坡《联合早报》等媒体均就疫情问题进行了提问,并得到相关人士的解答和回应。

总体来看联防联控机制新闻发布会体现了整体性治理的理念。横向上,一方面,联防联控机制超越了官僚制,整合了各政府部门资源,减少了跨部门造成的资源浪费并提高了效率;另一方面,其打破了部门之间的信息壁垒,使信息更为开放透明,为民众提供了多元优质的疫情信息服务。纵向上来看,其公国媒体打通了"政府一社会一公众"这条路径,基本实现了疫情信息"一站式"服务,对多元主体参与疫情防控工作起到动员作用。

结语

本文结束于全球新冠肺炎疫情尚未结束之时。今年 1月30日,世卫组织宣布新冠肺炎疫情构成国际关注 的突发公共卫生事件(PHEIC)。随后疫情逐渐蔓延, 并席卷全球各国。在 3 月 11 日世界卫生组织的新闻发布会上,总干事谭塞德宣布 "COVID-19 可以被定性为大流行" (Pandemic)。5 月 1 日在世界卫生大会上,谭德塞宣布,新冠肺炎疫情继续构成国际关注的突发公共卫生事件。不断增大的跨境转移的健康风险超出了任何一个国家的控制能力。对新冠疫情的治理则属于全球卫生治理的范畴。

早期的公共卫生治理被视为国家治理的范畴。19世纪国际贸易与航运的发展加速了传染病的跨国传播,欧洲国家间通过订立条约、设置边界壁垒等方式防止他国卫生安全问题传入本国,目的仅在保护国家主权和国家利益,而非更广泛的全球合作。在此次疫情期间,中国积极开展国际交流与合作,习近平主席在第73届世界卫生大会视频会议开幕式上发表致辞,呼吁各国团结合作战胜疫情,共同构建人类卫生健康共同体。然而我们不能不清醒地看到,当前的全球卫生治理体系基本以第二次世界大战结束后建立的国际政治经济秩

序为基础, 正如赫尔德和麦克格鲁(Held&McGrew) 所说, 最强大国家倡导全球治理总是以它们自身的利益为出 发点的: 因此, 作为全球治理的国际规制在原则上缺乏 独立的权力, 其作用主要是为了促进最具支配地位国 家或国家联盟的利益。[12] 这使得在国际健康治理领域 的公平性和公益性问题难以得到真正的解决。这也就

意味着,这种国际规制根本不能独立地实现全球的"善 治"。新冠病毒导致的不仅仅是新冠肺炎疫情,而是对 我们社会文明的政治、经济、文化、生活方式以及价 值观念等各个方面都带来挑战。只有站在人类健康命 运共同体的高度,才有可能真正在迎接挑战的过程中, 将人类文明进一步提升。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 李立明编.公共卫生与预防医学导论 [M].人民卫生出版社,2017:4.
- [2] 刘熙瑞,段龙飞.服务型政府:本质及其理论基础[J].国家行政学院学报,2004(5).
- [3] 俞可平主编. 全球化: 全球治理 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2003:12.
- [4] 薛澜、曾光. 防控"甲流":中国内地甲型 H1N1 流感应对评估 [M]. 社会科学文献出版社,2014:60.
- [5] 国务院新闻办. 抗击新冠肺炎疫情的中国行动白皮书 [D], 2020.6.
- [6] 彭锦鹏. 全观型治理: 理论与制度化策略 [J]. 台湾: 政治科学论丛, 2005 (23).
- [7] 吴建南,张攀,整体性政府与后科层制——行政集中执法改革的案例研究[J].行政论坛,2017,24(05):118-124.
- [8] 欧文·修斯.公共管理导论 [M]. 彭和平等译.北京:中国人民大学出版社,2001:4.
- [9] 胡象明,唐波勇.整体性治理:公共管理的新范式[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2010,49(01):11-15.
- [11] 竺乾威. 从新公共管理到整体性治理 [J]. 中国行政管理,2008(10):52-58.
- [11] 吕俊平. 整体性政府理论探析 [D]. 山东大学, 2011.
- [12] [英] 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁著,陈志刚译.全球化与反全球化[M].社会科学文献出社,2004:64.

区块链技术"新闻打假"应用的路径及趋势思考

□秦绮蔚

【摘要】随着区块链技术的发展,传统的新闻业将发生颠覆式的重塑,为新闻的客观性、真实性原则提供一个全新的架构平台,给新闻的多媒体融合进程提供了新的发展路径。本文在分析区块链技术的核心技术优势与基本技术原理、基于假新闻的特征与传统假新闻发现手段的基础上,对基于区块链技术的假新闻发现方法及应用趋势进行了研究。

【关键词】区块链 新闻平台 预防机制

2020年,新冠肺炎(COVID-19)疫情暴发并在全球大流行,导致数以万计的人们被夺去生命,全球市场巨幅波动。伴随疫情的蔓延,各种假新闻也满天飞,让人真伪莫辨。即使有强大的组织"背书",一些权威新闻媒介在此次疫情中也不可避免出现刊发或转载假新闻的事件。

当此之际,打击网络虚假信息,也成为应对新冠疫情危机的重要工作。随着区块链技术的成熟及应用领域不断扩展,其"在未来的独特用途之一可能是阻止虚假新闻的传播"的作用凸显。调研机构 Gartner 公司在《2020年预测:区块链技术》报告中指出,到2023年,全球新闻和视频内容将有多达30%通过区块链账本认证为真实内容,以应对"深度假冒技术"。

一、区块链技术概述

公认的最早关于区块链的描述性文献,是中本聪 所撰写的《比特币:一种点对点的电子现金系统》,但 该文献重点在于讨论比特币系统,并没有明确提出区 块链的术语。在其中,区块和链被描述为用于记录比 特币交易账目历史的数据结构。另外,Wikipedia 上给 出的定义中,将区块链类比为一种分布式数据库技术, 通过维护数据块的链式结构,可以维持持续增长的、 不可篡改的数据记录。

二、假新闻,新闻发展的痛点和难点

现代英语最全面、权威的字典之一柯林斯字典, 在调查了 45 亿个词汇后指出, 自 2016 年以来, "假 新闻"一词的使用率增加了 365%, 使社会对媒体报道 的信任度遭到破坏。该字典将"假新闻"(fake news) 收入 2017 年度词汇,并加入最新印刷版本。其对"假 新闻"的定义是: 假借新闻报道形式传播的错误虚假、 耸人听闻的信息。

此次新冠疫情中,各国的假新闻事件层出不穷。诸如:英国《每日电讯报》发表《新冠肺炎意味着我们要把中国作为敌人对待》等文章造假抹黑中国,受到广泛批评。"5G发射塔传播病毒"的假新闻引发基站被纵火,遭英国政府怒斥。《纽约时报》刊文《福克斯假新闻蔓延》,指福克斯新闻关于"新冠肺炎在美国暴发风险很低""像面对流感季一样对待新冠肺炎"等虚假信息,误导公众甚至致命。在广西南宁,犯罪嫌疑人谢某某因涉嫌编造、故意传播虚假信息,被南宁市青秀区人民检察院依法批捕。

(一) 假新闻的特征 假新闻的特征可以概括如下:

作者秦绮蔚系深圳特区报经济新闻部主任记者

- 1. 信息 / 内容完全或部分虚假, 或使用的误导操作 性的语言技巧来操纵或误导读者。
- 2. 其主要目的是造成危险的、敌对的或两极化的公 众情绪,来达到自身的某种目的。
- 3. 它涉及的内容为公众关心的热点信息(如时事、 健康、环境等)。
- 4. 虚假信息借助网络、人工智能等自动化技术,通 过建立虚假账户进行战略传播。
- 5. 假新闻可以迅速和广泛传播,某些假新闻在传播 速度、深度和广度都可能超过真相。

(二)识别假新闻的传统手段

新闻包含"六要素":时间、地点、人物和事件的 起因、经过、结果。这是甄别新闻真伪的一个重要标准。 如"六要素"皆齐,读者就可以依靠互联网工具辨别 新闻真伪。

- 1. 新闻材料来源是否可靠。多数新闻都有图片。通 讨"有图有真相"等信息源的对比,辨析新闻真实性。 比如,可以将新闻图片下载后使用百度的"按图片搜索" 功能搜索该图片,通常会找到相似的图片,即图片的 来源。然后再检查原始来源。如果是假新闻,图片来 源往往是一篇不相关的文章。
- 2. 分析新闻来源的权威性。通常,大型门户网站或 知名新闻媒介机构中的新闻更具权威性。使用百度或 其他搜索引擎搜索新闻标题,如能搜索到其他权威媒 体的类似报道,则消息的来源将更加可靠。另外,出 版商的身份也是重要依据。专业实名认证机构发布的 信息通常比匿名发布者发布的信息更可靠。

三、使用区块链预防假新闻

假新闻之所以出现,有两种可能性:一种是因为制 造者和传播者的误判、兴趣爱好,另一种是利益驱使。

由于普通公众在大多数情况下很难做到理性、专 业、信息对称,对假新闻的误判在所难免,单靠个人、 道德与现行法律制约还远远不够, 以至于基于互联网 的社交平台,已成为传播假新闻的主渠道和重灾区。

而区块链技术的出现和应用, 使信息制造与传播行为 的追溯成为可能。

(一)区块链预防假新闻的应用

未来,区块链技术下会出现一个通过交换可信新闻 并筛选出虚假新闻的网络系统。利用区块链技术的三 个特征:即信息不可被篡改、数据可追溯性与共识机制, 并通过全民参与的方式在该系统中记录新闻中所有参 与者的数据。其过程主要分为三个阶段:

- 1. 信息传播的初始阶段。在早期,发布者的身份 和其他信息也记录在此新闻公共账簿中。在发布的新 闻中,可以通过跟踪区块链数据找到信息发布的来源, 可以遏制大规模传播该来源的虚假新闻。
- 2. 信息传播的中期。如果在传播过程中出现人为篡 改, 区块链技术下的"信息不可篡改"性可以直接定 位并查看该区块修改后的记录。由于所使用哈希值难 以破解, 因此区块链技术将增加虚假新闻的生产和传 播成本,从而降低虚假新闻的发生率。
- 3. 信息传播的后期。通过区块链技术的"共识机制" 再次检查新闻区块信息。通过验证所有记录,借助数 据一致性判断新闻被篡改的可能性, 从而提高新闻的 可信度。
- (二)区块链在媒介融合中的应用与趋势 2015年, 互联网金融行业进行深度洗牌的一年, 区块链技术由此开始进入人类的视野。

2018年, 区块链技术在作为实现"共享经济"之 后的又一"黄金窗口期"后,逐步向金融、医疗、交通、 保险、物流等行业延伸, 也给新闻业的发展带来了历 史性的机遇。工信部发布的《2018年中国区块链产业 白皮书》表明,中国区块链产业处于高速发展阶段。

目前,区块链已成为全球各个行业中最炙手可热 的概念之一。传媒业也纷纷拥抱区块链。2016年3月, 《纽约时报》与 IBM 达成区块链合作意向,宣布将利 用区块链技术打击虚假新闻,这标志着传媒业正式进 人区块链领域。该项目为"新闻出处追溯",基于超级 账本的区块链网络技术,由《纽约时报》和 IBM Garage

学术观察

部门联合开发,通过创建和共享新闻图片的"元数据" (metadata),这些数据包括新闻的拍摄时间、拍摄地 点以及拍摄者等所有编辑出版的信息,凭借这些信息, 用户可以判断新闻图片是否经过 Photoshop 或其他类似 软件进行人为修改,进而判断相关新闻的可靠性和真 实性。

2017年5月,一个基于区块链技术的反假新闻平台上线了。该项目已成为世界上最大的分布式新闻耦合器。项目主要通过分散的新闻汇总,从全世界媒体免费获取全球最客观的信息。所有收集的内容将存储在分布式数据库中,然后通过神经网络分析信息的可靠性。此外,Google 在部分搜索结果中加入了事实审查。Google 的浏览器插件 Adblock plus 也可以使用区块链技术对新闻进行分类和验证,如果新闻来源是可靠的,浏览器将在其图标上标记一个绿色的复选标记。

2019年1月,习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习中强调推动媒体融合发展、建设全媒体,并指出应大胆运用新技术推动媒体融合向纵深发展。10月,习近平总书记在中共中央政治局第十八次集体学习时强调,区块链技术的集成应用在新的技术革新和产业变革中起着重要作用,要把区块链作为核心技术自主创新的重要突破口。

2020 年,新冠疫情迫使人类对全球化深入发展和命运共同体理念有了更深的思考。具备"去中心化"、不可篡改以及分布式账本等技术优势的区块链技术的推广和应用显得尤为重要,将继续成为传媒业关注的焦点。此际,美国区块链公司 HashCash Consultants 宣布与一家全球性媒体机构合作,通过区块链提供新闻来源。Google 宣布拿出 650 万美元用于打击网络虚假信息,重点是应对新冠病毒危机。欧盟将区块链的开发纳入研究资助机构"地平线 2020 工作计划"的活动中,该项目被认为是"欧盟有史以来最大的研究和创新资助计划",藉此提高在线平台的透明度,打击虚假信息传播,下一步还将制定覆盖欧盟的虚假信息行为守则。Gartner研究副总裁 Avivah Litan 在《2020 年预测》书中提出,到 2023 年,区块链分类账将对多达 30%的世界新闻和视频内容进行真实身份验证,以应对"深造假技术"。

综上,加快推动区块链技术与媒体融合、产业创新,既是新时代传统媒体转型升级的方向,又是新技术应用的场景之一。区块链技术通过对新闻本身及其发布者的身份信息进行在线准确验证,以防止新闻信息的捏造与杜撰,二次加工与破坏,有望归还新闻领域一片"净土",也将对解决媒体行业发展面临的痛点问题带来新启发、新特征、新趋势以及新愿景。

(本文编辑 黄浩)

参考文献

- [1] 叶丽锋. "区块链+新闻"实践中的愿景与隐患 [J]. 传媒, 2018(9):68-70.
- [2][美]Melanie Swan,龚鸣译.区块链:新经济蓝图及导读[M].北京:新星出版社,2016:65.
- [3] 信莉丽. 区块链技术视角下的媒体融合路径探索 [J]. 传媒, 2019(2):80-83.
- [4] 李泰安. 区块链重构网络舆论环境 [J]. 传媒, 2017(21).
- [5] 赵新乐.行业共识已形成:报业版权收入成为发展的突破口[J].新闻记者,2018(01).
- [6] 王仕勇,曹文扬.区块链媒体:新闻业发展愿景及路径省思[J].中国传媒科技,2019(2)..
- [7] 区块链将如何消除虚假新闻以及在 2020 年发展的四个预测.http://www.ciotimes.com/blockchain/184222.html
- [8] 刘曦. 柯林斯词典 2017 年度热词: "假新闻". 新华网 2017-11-3.
- [9] 郭全中. "区块链"时代下的传媒新机遇与新挑战. 人民网 2019-11-4.

新冠疫情中的广播应急,科普传播: 表现、问题与对策研究

□刘丽聪 董开栋

【摘要】应急科普传播在应对突发公共卫生事件中具有重要作用。作为基层应急科普的关键媒介, 各类广播在此次新冠疫情防控过程中发挥了巨大作用,呈现出地方性强、时效性强、受众广泛和出圈传 播等优势,但也暴露了内容单一、保留性差、接受被动和参与性低等不足。政策、内容和人才优化应成 为广播应急科普进一步发展的主要着力点。

【关键词】新冠疫情 广播 应急科普

抗击新冠肺炎疫情, 是对国家治理体系和治理能力 的一次大考。应急科普作为创新发展的重要抓手,其在 应对突发公共事件中的作用十分明显。如何在最短的时 间里将应急科普知识传递到每一个人, 切实提高大众 的防疫意识和防疫素养,真正做好群防群控、不留死角, 是疫情防控应急科普的主要目标。作为基层应急科普 的关键媒介,广播在此次新冠疫情防控过程中发挥了 巨大作用, 但也暴露了一些短板和不足。

一、新冠疫情广播应急科普的表现

相较于一般性科普,应急科普主要是针对突发公共 卫生事件,具备时效性、关联性和社会性等特征,即 应急科普要力争在最短的时间形成系统的知识整理、 制作和传播,要传播特定突发公共卫生事件的主体、 内容、危害等科学概念和原理,要贴合社会民众的需求, 让社会大众能够普遍接受科普。

广播应急科普在基层和农村中的主要传播方式为 大喇叭,按流动方式分为固定广播和移动广播两类。 本文通过几个典型案例,来阐述广播应急科普在新冠 疫情防控中的表现。

(一)固定广播

固定广播是一种定点广播,不能随意转移。通常 位于村县中心的电线杆等基础公共设施上。新中国"广 播下乡"的历史进程,可以追溯到上世纪50年代,全 国第一座县域广播站——吉林省九台县广播站的建立。 20世纪80年代,由于电视的普及,农村大喇叭逐渐衰 落。新世纪以来,我国的农村广播事业又进入了新的 发展阶段。新冠疫情期间,大喇叭再一次展现它的身影, 在应急科普方面发挥了重要的作用。其中, 天津和河 南两个地方的广播很好地结合当地特色而极具代表性。

1. 天津蓟州区广播

"你不要以为你上人家去,人家就很欢迎你,啊! 你不要以为你上人家去,人家就很欢迎你,啊!你别 太自信了。啊,别太自信了在这。咱们在这反复地强调, 反复地强调。"

这是 2020 年 1 月 25 日微博用户"奏耐天津"上传 的一个视频。视频中是天津蓟州区的应急科普防疫广 播。广播里防疫工作人员语言简单直白,不拐弯抹角, 直接道出"你不要以为你上人家去,人家就很欢迎你" 的大白话,并且一次不够,重复了两次。广播将一部

作者刘丽聪系广州大学新闻与传播学院本科生; 董开栋系广州大学新闻与传播学院讲师、博士

分人们碍于情面不好意思说出来的话直接讲了出来。 同时,对于想要串门的人们,听到这样一番话,也不 好意思再出门拜访亲友了。

2. 河南新乡广播

"把你隔离!你嘘气啥了你嘘气,你可高贵了还不是,你长了可了好看,可了苗条,叫大家去瞧你诺憋样了,你嘘中啥了嘘中,有些人不是非得要广播说这不好听话,有些人就是死皮不要脸,你真不怕死?好去聚堆儿,只怕自己死得慢!你干啥了你,你把党支部村委会的号召当耳旁风?你是个人不是?你扯淡了很你!再三地强调,叫你给家待着,你就待不住。给嫩家里待着能把你憋死咯?不是要这样说,疫情已极其严重!极其严重!你自己对自己不负责任,自己对自己不负责任是不是?把说的话当耳旁风!如果是明天,我再去街里头转,你再三五成群,你给我聚堆儿,我就对你不客气!我就让你去 24 小时值班,你不是不好在家待着?你好值班你就去值!有的人,那给家那可待不住,那一会儿要不去外头放放风,那都要要命。刀都架在脖子上了,还不知道厉害,还给那红哒哒白哒哒,你真能哒哒!"

这是2020年1月26日微博用户"何谓意识"上传 的视频。河南新乡的村支书,在夜晚人们都在家中休 息之时,用村里的大喇叭对村民进行疫情的应急科普 教育宣传。广播中村支书语气严厉中又饱含担忧, 愤 怒却又十分恳切。口头上虽在批评,实则是对村民的 关心爱护。方言的使用更是拉近与村民的距离, 使村 民们听了虽然被责备,不但没有反感,反而更多感受 到村支书的兢兢业业、负责与淳朴。村支书此广播, 也让村民更加自觉遵守防控措施,不再出门四处游走。 此条微博发布后的第二天,微博和 bilibili 同名用户"皓 月 _moongshine"发布了自己改编创作的歌曲。该歌曲 将河南村支书的广播语音内容做成了 rap(说唱音乐) 并迅速引发广泛传播。村支书的原广播声音,经过软 件处理剪辑变得富于节奏韵律感,加上充满动感的说 唱音乐背景,整个摇身一变,变成了一首流行说唱音乐。 这一改编,给原本的应急科普防疫广播,添加了流行 音乐元素,一下引起网络上年轻人的注意。

3. 河南豫剧版防疫广播

"冠状病毒,在蔓延。欲毁我中华,好河山。万 众一心,防突变。取消聚会,不聚餐。出门戴口罩, 回家洗手脸。蜗居家中,不去把门串。试看那,冠状 病毒咋感染。大家一条心,共同渡难关。互相传信息, 微信报平安。千家万户,众民都康健呐。"

以上是2020年1月27日微博"河南全搜索"发布的视频中的一段广播内容。视频中的广播通过豫剧演唱的方式进行应急科普。豫剧是中国五大戏曲剧种之一,以唱腔铿锵大气、抑扬有度、行腔酣畅、吐字清晰、生动活泼、有血有肉、善于表达人物内心情感著称。这条广播将防范病毒的主要措施手段编写成歌词,以豫剧的方式表演了出来,抑扬有度,朗朗上口,使人听过一遍便会不自觉哼唱出来。这是将本地独特艺术文化与应急科普很好融合的案例。这不仅使应急科普不再单调无聊,显得生动趣味,也增强了传播力度,是民众喜闻乐见的应急科普方式。

(二)移动广播

移动广播是一种流动广播,可以根据需要转换位置,通常放置在电动车、消防车等交通工具上,或人力拉动广播音箱走动。随着科技的发展,音响广播设备也运用到了无人机上。音响设备自 20 世纪初发明以来其主要功能主要是为音乐播放而服务,并且其音效等各方面性能也随着技术发展越来越好。在应急科普方面,移动广播流转灵活,不受空间限制的特性,对固定广播起到了一定的补充作用,使得应急科普广播能够传播到每个角落。湖南益阳村支书的音箱广播和江苏宿迁民警的无人机广播,具有一定的代表性。

1. 音箱广播

2020年1月25日,湖南益阳市肖家村村支书肖满意提着音箱进行移动广播: "请各位村民朋友一定要重视,暂时都不走亲访友,问候的话,用手机或者微信问候。现在正是呼吸道感染的高发季节,这也是新春佳节,人员流动比较频繁,所以提醒广大人民群众,

一定要注意讲究公共卫生。"

村支书肖满意拉着移动音箱在村里广播。在接受 记者采访时,她表示有村民说村里的固定广播听不到, 听得不清楚,她就干脆提着音箱,走到人口流动较多 的地方去广播一下。村支书肖满意人工拉着音箱四处 走动广播,可以走到村县每一个角落,确保防疫措施 传播到村里每一个地方, 使人人都能接收到防疫信息。 应急科普的对象是每一个民众。

2. 无人机广播

2020年1月31日, 江苏宿迁沭阳县公安局交警大 队民警钱雪, 用无人机在街头向市民喊话: "拎着超市 购物袋的那位大哥,请你把口罩戴好,一定要保护好 自己。""打电话的帅哥,你口罩呢?""不要再吃了, 外出的时候戴好口罩,回家吃。"

这是江苏宿迁沭阳县民警钱雪用无人机在路口向 过往不戴口罩的行人喊话的内容。喊话对象精准,谁 没有戴口罩就喊谁。口语化的语言,通过无人机这一 新奇的方式广播,被喊话的行人对这一应急防控措施 一边好奇害羞,一边也乖乖遵守。

二、新冠疫情广播应急科普的优势和不足

(一)广播应急科普的优势

1. 地方性强,融入当地语言与艺术特色

许多地方的广播都是采用当地方言来宣传应急科 普进行防疫的。河南的广播讲河南话,四川的广播讲 四川话, 广东的广播讲粤语等等。亲切的方言、俚语, 接地气的语调,对于村民来说,可以无障碍沟通,一 下就拉近了村干部和村民之间的距离。

2. 时效性强, 提升群防群控动员能力

相比于电视需要通过制作播出、报纸需要印刷发 行,高音喇叭进行的广播没有太多复杂的程序化要求, 传播速度快,可以突破时间、空间上的限制,快速到达 受众,较好地满足应急科普时效性的要求。广播是一种 声音媒体,诉诸人的听觉,而语言的正式或平常,音调 的高低,语气的缓急等不同组合可以传递不同的情感。

高音喇叭音调高,响度大,语调高昂,态度热切,并且 多使用方言,对民众具有很强的穿透力和动员能力。

3. 受众广泛,保障基层应急科普无死角

对于农村地区不会使用手机上网的老人或者是不 看新闻的小孩, 广播是应急科普中非常重要且有效的 手段。自由流动的移动广播更是扩大了广播受众的接 触面:音响可以走街串巷,无人飞机可以四处侦察, 还有一些放置在三轮车、消防车、电动车等交通工具 上的移动喇叭等。这些移动广播成为固定广播的补充, 使得基层应急科普可以传播到村县的每个地方, 人人 都能接收到防控知识,不遗漏任何一个角落,确保应 急防控传播落实到每个人。

4. 出圈传播,增强广播应急科普影响力

丰富多样的广播内容被有心民众拍成视频上传到 网络, 无意中对当地的应急科普进行了二次传播, 扩大 了应急科普的传播范围,获得了更多普通民众的关注。 甚至,有些上传后的视频被一些网友进行素材改编和 再创作,成为一个新版本的应急科普材料,形成第三 次传播。人们观看视频被逗乐之余, 也在视频中被科 普了防疫知识和措施,提高了防疫意识。

(二)广播应急科普的不足

1. 内容单一, 丰富性有待加强

广播只能通过声音传递, 这就使得广播的内容通 常是较浅层的、通俗易懂的内容。因此,广播应急科 普内容通常是一些简单基本的防疫措施,例如不出门、 出门戴口罩、勤洗手等。但是,广播内容的单一,不 利于民众新冠疫情知识的深刻把握。为了进一步提升 民众的科学素养,除了以上提到的基本防疫措施,其 他方面例如居家隔离措施、防疫的营养健康问题等其 他深层次的科普内容也要涉及。

2. 保留性差, 传播频率有待提升

广播是一种难以保留信息的媒介。广播应急科普 中民众当下收听到的内容具有短暂性: 如果当下没有 听清或者没有理解其广播内容, 民众无法再重新收听: 如果当下没有收听到, 更无法重新调取内容收听。现

实情况中很难保证每个人在广播播放时都在场并且全 神贯注地收听广播内容。广播保留性差的缺点不利于 民众的重复收听和科普内容的学习。

3. 接受被动,针对性有待落实

广播是一种线性传播媒介,按照时间线播出。广播 应急科普按时间从早上到晚上播放内容, 民众只能在 它播放的时间里收听,不能根据自己的时间安排收听。 同时,广播应急科普播放什么内容,民众只能被动接受, 而不能根据自己的需要来选择收听什么内容。对于不出 门、出门戴口罩等基础的科普内容,有些民众已经烂熟 于心,他们的需求是收听自己较薄弱或不甚了解的科普 知识。广播应急科普的内容较为普适,针对性有所不足。

4. 参与性低, 互动能力有待增补

广播是一种单向性传播媒介,广播播放什么内容, 受众即被动接收其所传递的信息。广播应急科普是一种 单方面的科普宣传活动,信息从一端流向另一端,而没 有形成回流。民众被动接收科普知识,无法反馈自身的 科普内容需求,无法提问,无法质疑,无法评论,无法 在广播科普过程中与之互动,形成良性的双向传播。

三、新冠疫情广播应急科普的优化对策

(一)广播应急科普政策优化

长远看, 应尽快在国家应急体系建设中补齐应急科 普体制机制短板,完善制度建设,从而更好让科学精神、 科学方法扎根群众。其中, 亟待明确应急科普工作的各 方责任,构建与应急管理体系相适应的体制机制。目前, 我国在各级应急管理部门中都设置了与应急科普相关 的机构。然而,从应急科普体系的实际运转情况来看, 对科研机构等社会力量的定位仍然不够明确, 应急科 普的组织仍比较依赖于政府部门的组织, 科研机构等 专业技术力量参与应急科普的潜力远未得到充分发挥。

建议构建以应急管理部门为核心,以科技、科普及相 关行业管理部门为成员单位的应急科普管理体制,组 建专业的应急科普工作委员会, 形成主体责任明确、 运转协调顺畅的应急科普组织体系,形成政府、媒体、 专业技术人员和公众等各方之间的有效合作。[1]

(二)广播应急科普内容优化

广播应急科普内容优化亟待实施。在内容类型上, 广播科普不应局限于播报一些简单基本的防疫措施,可 适当扩展其他方面的科普内容。例如,什么是新冠肺炎、 病毒如何传播的、为什么要戴口罩、儿童防疫注意什么、 老年防疫要点、防疫期间咳嗽问题、核酸检测是什么、 SARS 和新冠一样吗, 等等。同时, 广播应急科普不仅 要告诉人们怎么做, 也要告诉人们这么做背后的原因, 不仅要重复播放人们简单易懂的科普内容, 也要回答 民众最为关心感兴趣的科普问题。此外,要结合声音 媒介的特性,将较深层的难以理解的科普知识通过结 合热点、结合段子、结合歌曲等各种方式转换为通俗 易懂的内容,方便人们理解接受。

(三)广播应急科普人才优化

目前基层广播应急科普工作人员主要为村支书、 村长、民警等人。他们增加了广播应急科普的亲近感, 但也缺乏科学传播的专业性。他们是在自己的本职工 作之外进行广播内容播报,相关的媒介和科学素养并 不太强,通常按照自己的理解进行广播,对于广播什 么内容,如何广播,什么时候广播等没有专业的把握。 广播应急科普需要优化基层的广播人才结构:一方面, 与专业的广播媒体人才合作,由他们进行设计,改善 广播应急科普方式的不足, 使人们能够更好地通过广 播学习并接受科普知识,提高科学素养;另一方面, 与专业的医生科普人才进行合作,制作生产科学的、 大众的优秀广播应急科普内容。

(本文编辑 黄浩)

参考文献

[1] 袁汝兵 王彦峰,发挥科研人员应急科普优势,让科学跑赢谣言[N],科技日报,2020-04-10.

新冠疫情与健康传播研究前沿对话

-深圳大学传播学院举办云端研讨会议综述

□杨洸

【摘要】新冠肺炎疫情的暴发深刻影响了人类社会的正常秩序。基于人际传播、传统媒体、智能媒 体等多种传播机制叠加融合的复杂背景,关乎风险感知与应对、舆情衍生、健康信息扩散等诸多议题引 起社会各界的广泛关注,亦对健康传播研究的效用性提出了更高要求。为回答新冠疫情之下健康传播的 现状与不足、探讨建设健康中国的有效路径,深圳大学传播学院举办"深对话:新冠疫情与健康传播研 究前沿"研讨会,来自北京大学、中国人民大学、清华大学、武汉大学、南京大学、深圳大学等高校的 12 位学者围绕新冠疫情与健康传播研究进行了深入对话。

【关键词】新冠疫情 信息疫情 健康传播 智能媒体

作为智媒时代暴发的第一场全球性公共卫生危机, 新冠肺炎疫情对人类社会的影响广泛而深刻: 现实生 活的正常秩序被扰乱,且充斥着未知、焦虑、不安等 负面情绪;而在社交媒体、智能媒体等虚拟空间中, 海量疫情信息涌动, 真真假假、虚实难辨, 冲击着个 体的信息消化能力,加剧放大了社会的混乱与失序。 疾病疫情与信息疫情 (infodemic)的交织扩散、联动共 振为社会各界提出了诸多严峻挑战:如何正确认识、 理解和控制信息疫情?如何在中老年群体中有效开展 健康传播?如何促进重大突发事件下公共话语空间的 舆论融合?如何健全公共卫生应急管理体系中的风险 交流策略机制?上述议题均指向了新媒体语境下健康 传播策略的有效确立及良好信息传播秩序的构建,亦 是一次关乎全球健康社会的全新洞察。

为回答新冠疫情之下健康传播的现状与不足、探讨 智媒时代建设健康中国的有效路径,2020年5月23日, 深圳大学传播学院举办"深对话:新冠疫情与健康传播

研究前沿"云端研讨会、特邀来自北京大学、中国人 民大学、清华大学、武汉大学、南京大学、深圳大学 等高校的12位学者进行对话,会议同时吸引了数百名 来自全国新闻传播学学科的老师和同学共同在线参与。 本次研讨会充分彰显了健康传播研究前沿的学术深思 与人文关怀,获得与会人员的高度好评,受到健康传 播学界、业界的广泛关注。

一、深聚焦:深圳大学传播学院健康传播团队主题分享

自新冠肺炎疫情暴发以来,深圳大学传播学院健康 传播团队迅速聚焦风险感知与应对、健康信息分享与 扩散、舆情衍生等议题, 开展了一系列实践应用和学 理探讨。

2020年1月,深圳大学传播学院制作并向全院在 读本科生及研究生发放《新冠肺炎疫情的防护知识》 电子版材料,之后邀请学生(子代)及其父亲或母亲(亲 代)、祖父或祖母(祖代)参与问卷调查(共回收有

作者杨洸系深圳大学传播学院副院长、副教授

效问卷 1380 份,其中包括子代问卷 762 份、亲代 386 份、祖代 232 份)。基于上述样本数据,深圳大学传播学院副教授杨洸关注《信息疫情中的失序:信息渠道和代际差异对公众健康观的影响》,围绕"信息在新冠疫情中究竟在传播什么?人们获知信息的渠道是否影响其应对疫情?家庭防疫沟通对人们应对疫情有何帮助?"等研究问题进行分析,指出子代、亲代、祖代三代之间在健康观方面存在失序,其中,人际交流和教育程度的效应显著,而代际差异则调节了信息获取渠道与健康行为的关系。

深圳大学传播学院助理教授张燕以《健康共同体建设:新冠疫情下的社会规范、应对效能感与信息分享行为》为主题,以 166 名大学生及其亲代、祖代家庭成员为调查对象,探讨"信息分享行为是否受社会规范影响?应对效能的高低是否调节了信息分享行为与社会规范之间的关系?不同代际间的信息分享行为是否具有差别?"等问题,研究发现,不同代际的信息分享行为存在显著差异,个体的社会规范感知及应对效能感同样影响其信息分享行为。

深圳大学传播学院助理研究员秦佳琪以 223 个完整的三代家庭为样本数据,进行了《新冠疫情中家庭三代成员健康行为意向的比较研究》。研究结果表明,家庭三代成员在健康行为意向上存在显著差异,代际影响仅存在于相邻代际之间;关于健康行为意向的影响因素,首先,在共性层面,家庭规范对三代人的健康行为意向均有积极影响,而感知易感性和应对效能感则均无显著影响;其次,在差异层面,子代主要受自我效能感影响,亲代主要受感知严重性影响,而祖代则同时受到风险感知和自我效能感的作用。

深圳大学传播学院助理教授曹博林在《失声的主角:新冠疫情初期中老年人群的防疫行为逻辑研究》中,以疫情期间微博微信的热点话题"如何劝爸妈戴口罩"为切入点,于2020年1月31日至2月6日间(新冠疫情初期)、采用滚雪球的方式对35位中老年人展开访谈。研究发现,在风险感知与健康行为上,中老年人存在信

念博弈(个体层面)、代际间的互动与博弈(家庭层面)和年节聚众文化与防疫行为采纳的博弈(社会层面)。研究指出,在精准健康传播的趋势下,相关健康传播策略必须注重中老年群体的主体性,借助互联网对中老年人的健康行为进行积极干预,同时应避免陷入健康中心论的陷阱。

深圳大学传播学院助理教授汪翩翩的《融合与分化:疫情之下微博多元主体舆论演化的时序分析》聚焦疫情期间媒体舆论的发展态势。研究以社交媒体上的意见领袖、活跃分子、新闻媒体、政务机构及普通公众等五类用户为研究对象,关注不同类型用户之间的持续模式是否具有相似性、不同类型用户之间的相互影响存在怎样的同期效果等研究问题。结果表明,突发新冠疫情下的舆论声量呈现潜伏期、暴发期、高潮期、衰退期四个阶段,不同舆论主体的行为模式及其演化模式具有差异性,社会媒体中的公共话语空间存在融合与分化,官方舆论场未能对民间舆论场的相关焦点进行及时回应。

二、深对话: 各大高校学者的健康传播研究探讨

围绕"新冠疫情与健康传播研究前沿"的研讨主题, 各大高校学者带来诸多精彩研究,共同就"如何构建 智媒语境下的健康中国"进一步展开深入对话。

针对我国突发公共卫生应急管理体系与风险传播 相对割裂的现状,北京大学新闻与传播学院许静教授 进行了《健全公共卫生应急管理体系中的风险交流策 略机制》的主题分享,指出在以重大突发公共卫生事 件为代表的公共事务中,政府应当注重整体价值导向、 发挥主导作用,构建基于舆情大数据的风险交流策略。 许静教授还介绍了基于策略传播模型的初步构想,该 模型注重目标与传播的一致性,并通过对所制定的目 标进行充分评估来防范次生风险。

新冠疫情的暴发对个体的心理健康造成极大冲击, 而在居家隔离政策之下,人们难以从直接的人际互动中 获取足够的社会支持以积极应对疫情,此时,大众媒

体被期望于通过信息支持与情感支持缓解群体的压力、 帮助公众完成对疫情的认知重评。基于此,中国人民大 学新闻学院张迪副教授开展了《新冠肺炎疫情中媒体的 信息支持与情感支持》的研究,采用配比抽样法对来 自湖北、北京、广东、河南和辽宁等省份的用户进行 在线问卷调查。研究发现,人们从大众媒体处获得信息 支持与情感支持具备较高期望; 媒体所提供的信息支持 与人们对疫情的认知重评呈正相关,即媒体提供越多的 疫情资讯,人们防控疫情的信心就越高,而媒体所提 供的情感支持则与个体的疫情认知重评呈非线性相关。

伪健康信息普遍存在于全球传播语境中。武汉大学 新闻与传播学院吴世文副教授在其研究《新冠肺炎疫 情中伪健康信息的扩散及其纠正》中,将伪健康信息 定义为被"此时"的医学专业共同体据其现有共识认 定为非真的、非科学的健康信息,如错误的病毒知识、 无效的病毒防治措施和虚假的病毒起源判断等。吴教授 提出两个核心问题:一是信任和转发伪健康信息的个 体的共同特征及其深层动机, 二是伪健康信息的有效 矫正和治理措施。从信息处理与信息管理的角度出发, 研究指出, 伪健康信息的纠正受人们的信念、信念极 化以及世界观的影响,此外,证伪与纠正伪健康信息 的合法性及其"边界"、与伪信息共处的文明进程等 问题同样值得学界关注。

不同于 2003 年的"非典"疫情, 以社交媒体为主 的媒介生态网络在此次新冠肺炎疫情传播中扮演着重 要角色,引发了社会各界关于抗击信息疫情的深入思 考。而传统的议程设置理论并不适用于当前新媒体受 众所处的信息生态环境。据此,清华大学新闻与传播 学院蒋俏蕾副教授的研究《理解信息疫情的扩散:基 于网络议程设置的视角》围绕"信息疫情""网络议 程设置"两大关键词展开,指出网络议程设置视角下, 媒体所呈现的重要议题的网络状态与公众头脑中打破 以往线性思考的认知网络状态高度相关。未来研究应 继续关注疫情信息的需求侧,即关注受众在疫情期间 所使用的信息检索平台,探究受众获取信息的关键因 素:同时借助内容分析和数据挖掘等方法,关注不同 形态的媒体(传统媒体和社交媒体)中疫情信息的传

互联网的快速发展及其所具备的隐蔽性、便捷性、 丰富性等优势为公众从在线平台中寻求社会支持提供 了更多可能。基于社会支持和传播适应理论,中国人民 大学新闻学院潘文静助理教授的研究《在线抑郁论坛 中的社会支持》通过抓取北美最大的抑郁症论坛上用 户的发帖与回帖(2004年7月12日—2014年7月19 日),探讨结构化社会资本对用户所获社会支持的影响。 研究结果表明,在线用户所处的网络位置(社会资本) 对其所受到的社会支持存在影响,在线互助论坛用户收 到的回帖数与其健康状态之间存在正相关。随后,潘文 静助理教授带来了新的主题分享:《网络使用、风险 感知以及人口统计学变量与新冠病毒预防和检测行为 的关系》。基于中国和美国的调查数据显示,婚姻状态、 性别、种族、工作状态、在线疫情信息获取量等因素 均与人们的健康防疫行为相关。

流动人口及流动人口的健康风险一直是重要的传 播议题。南京大学新闻传播学院马志浩助理研究员就 《参照群体的意义:基于流动人口相对剥夺与心理健康 的研究》进行了主题分享,其研究以中国流动人口动态 检测调查 2014 年专题数据为样本, 注重探讨社会不平 衡状态下相对剥夺感的来源。结果表明, 无论是基于 内群体参照,还是基于外群体参照,相对剥夺均可以 触发流动人口的社会排斥感; 而在外群体参照情况下, 相对剥夺还将触发流动人口的心理健康损失。

本次健康传播论坛紧扣"新冠肺炎疫情"这一全 球性议题,立足现实语境,开展学理对话,旨趣鲜明 且前沿,内容丰满而细致,充分体现了健康传播研究 的社会关照和人文关怀, 具备一定的学界影响力。基 于人际传播、传统媒体、智能媒体等多种传播机制叠 加融合的复杂背景,传播学者将继续致力于风险社会 下的健康传播研究,提升民众的健康素养与媒介素养, 共同推动健康中国的战略构建和有效实践。

(本文编辑 黄浩)

疫情防控信息的全媒体传播及其误区

□王卫明 杨梓怡

【摘要】本文从新型冠状病毒的全媒体传播开始叙述,探讨疫情防控信息全媒体传播的全息化特征、 作用功效,并总结疫情防控全媒体传播的操作失误。疫情防控信息全媒体传播的全息化特征主要表现在 技术手段、媒介形态和媒介终端三个方面,并具有加强疫情防控,完善全媒体传播体系和推动社会治理 三方面的重要意义。同时,在此次疫情防控的全媒体传播中,出现了信息内容准确性有所欠缺、宣传与 鼓动表达方式有失妥当、境内外传播存在较大差异和舆情问题应对失当等操作失误,为全媒体传播提供 了一定的经验教训。

【关键词】 全媒体传播 疫情防控 全息化 操作失误

2020年开春之际,新型冠状病毒从武汉席卷神州 大地, 在短短时间内给全国带来了巨大冲击。面对这场 比"非典"更加严峻的挑战,全国人民众志成城积极抗 击疫情。在这场没有硝烟的战役中, 媒体界同样站在 一线,第一时间传递疫情最新讯息,不断加强防疫宣传。 相比 2003 年的"非典"时期, 当下信息技术快速发展, 媒体融合不断加强,呈现出全媒体时代符合媒体格局 发生深刻变革的必然趋势。

全媒体是指"在具备文字、图形、图像、动画、声 音和视频等各种媒体表现手段基础上进行的不同媒介 形态之间的融合,产生质变以后形成的一种新的传播 形态。" [1]在2019年1月25日的中央政治局学习会上, 习近平总书记对全媒体做出诠释,提出媒体不断发展, 出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。 而全息媒体的建设,对舆论生态、媒体格局和传播方 式的升级发挥重要作用。全息媒体,是"从技术手段、

媒介形态和媒介终端角度来说的, 指的是利用全部的技 术手段、媒介形态、媒介终端实现立体式传播。"[2]在 本次疫情防控的全媒体传播中, 媒介要素全息化特征 得到充分展现。多重媒介的运用在疫情防控中起到举 足轻重的作用,为媒体传播提供了大量经验策略,同 时也存在一些问题与操作误区。

一、疫情防控呈现全媒体传播全息化特征

(一) 先进技术手段提高智能化水平

在本次抗击疫情的斗争中,信息与通信技术支撑了 多项工作的开展。相比2003年"非典"时期,移动互联网、 大数据、人工智能、云技术等技术的发展为防疫宣传 的多样化传播提供了技术支持,智媒体运用广泛。

大数据的发展在追踪病毒传播路径, 构建疫情发 展模型,以及助力资源配置中发挥着重要作用。[3] 在大 数据的支持下,人民日报推出新冠肺炎疫情实时动态,

作者王卫明系南昌大学新闻与传播学院教授、博士生导师;杨梓怡系南昌大学前湖学院本科生

微信、360等互联网平台上线"确诊患者交通工具同乘 查询系统""疫情数据实时更新系统""发热门诊分 布地图"等功能。5G高带宽、低延时特性则有助于提 高沟通效率。中国电信率先在武汉火神山、雷神山临 时医院实现 4G/5G 信号全覆盖, 联合央视对火神山医 院建设进行24小时直播, 使全国人民实现远程"云监 工"。除此之外,各地政府部门积极应用无人机产品, 利用添加了语音模块和红外线成像热镜头的智能无人 机进行巡逻喊话,通过在线平台 PC 端和移动设备端远 程查看飞行视频,将无人机用于搜查人员聚众现象, 远程喊话劝说群众回家,极大提高巡逻效率,推进防 控工作的实时监督。[4]

信息技术推动全媒体传播朝着智能化、共享化方向 发展,极大提高了疫情期间信息的采集、生产、分发、 接受效率,丰富了融媒体数字化传播的内容和形式, 实现了疫情信息即时高效传播,助推疫情防控。

(二)丰富媒介形态实现立体化报道

在本次疫情的相关报道中,除了传统的报纸、广播、 电视以外,客户端、直播、短视频、H5 等多样媒介形 态实现全面布局,传统媒介、新型媒介多方融合,充分 实现防疫宣传效果最大化,满足受众对于资讯的需求, 优化受众体验。

在传统媒介方面, 党报和社会综合报等各类报社根 据自身定位,从不同角度对疫情新闻进行多方位报道。 国家广电总局宣传司则组织各级广播电视台及时推出数 十档防疫科普特别节目,大力普及防疫知识,帮助群众 理性防疫。与此同时,条幅标语、扩音器、大喇叭等传 统媒介也起到独特作用。特别是在受众老龄化以及农村 地区,一些县融媒体中心积极响应县委县政府号召,通 过应急广播定点循环滚动播放疫情防控的重要信息。[5] 各乡镇、小区也挂上了防疫宣传的标语,例如"你不聚, 我不聚,人人齐把病毒拒""万众一心除疫患,众志 成城送瘟神"等。这种传统的宣传方式看似简易,实 则极具传播力与影响力,成为部分不善于利用现代信 息科技的受众接受疫情信息的重要途径。

与此同时,新型媒介得到充分利用。例如,华龙网 融合运用视频、H5、VLOG等多种形态,采用图文视频、 动海报等多种形式,形成立体传播矩阵。[6] 央视网、湖 北广播电视台、中国军网联合策划推出"武汉加油""中 国加油"H5产品。一些地方报社也纷纷特派记者跟随 医疗队到达前线,原创众多短视频报道,有的还获得 数千万乃至过亿的播放量。传统媒介和新型媒介的融 合,形成了全媒体、多渠道、多形式的立体传播矩阵, 实现优质资源和个性化传播方式的结合,推动媒体融 合进一步发展。

(三)多样媒介终端发挥各平台优势

在抗击疫情的非常时期,各平台立足自身属性,内 容风格与受众特征, 为大众提供了不同的发声渠道, 同 时助力疫情信息的传递。微博、微信、B站、抖音、头 条系等多种媒介终端共同发力,打响疫情传播合力战。 例如,在微博平台上,人民日报等官方媒体微博账号 代表权威发声,而民间信息与舆论监督同样得到传播。 在快手、抖音等平台上,多数党媒、官媒利用短视频 快速传播重要信息。据快手与前线媒体互动统计, 入 驻快手的媒体超过30%向武汉前线派出记者,生产出 原创短视频超过3万条。短视频同样记录着民间支援力 量与一线抗疫各行各业人员的现状。B站则为年轻的用 户提供了平台,不少年轻用户拍摄与疫情有关的视频, 包含生活直拍、科普类投稿、疫情新闻、专家解读等等门、 同时为抗击疫情单独开设频道。

各种互联网平台既保证了疫情信息的公开透明高 效传递,同时提高受众的主体性,为不同受众提供发 声与获取信息的平台, 更具贴近性与共性性。

二、疫情防控全媒体传播的重要意义

(一)有助于加强疫情防控,降低疫情传播 在此次疫情防控中,全媒体环境下媒介要素的全息 化运用及时为群众传播疫情一线信息、普及科学知识、 报道政府政策,对加强疫情的防控,降低疫情的传播 发挥了举足轻重的作用。

疫情防控的全媒体传播由于海量的信息源、丰富的媒介要素、高效的传播速度,使媒体报道的数量极大程度地提高。科学准确的媒体报道可以增强受众对疫情的了解,提高防护意识,减少疫情传播。对于疫情等传染病,华盛顿大学 Louis Kim 教授和 Shannon M.Fast, Natasha Markuzon 等几位科学家研究表示,当媒体的报道量增加十倍,疾病的感染数量减少 33.5%。因此,媒体可能是预防疾病传播的有效手段之一。^[8]

同时,全息媒体能够迎合不同受众需求,最大程度地扩大疫情信息的覆盖范围。主流媒体的权威解读、社交媒体舆情讨论以及自媒体平台的草根新闻,均实现了疫情信息全覆盖,推动疫情信息全员知晓、全民防护,降低疫情传播。

(二)有助于完善全媒体传播体系,加强全媒体传播管理

紧急的公共卫生事件对于全媒体行业是重大的挑战。在突发事件中,全媒体传播的内容建设、管理机制等各方面的创新与失误都能够为推动全媒体传播体系的不断完善提供借鉴,以打造更好的全媒体生态环境。

本次疫情防控进一步实现了传统媒介与新型媒介的交叉融合,中央媒体与地方媒体的内外联动,主流媒体与商业媒体的优势互补,许多创新举措为构建全媒体传播体系提供了经验与借鉴。但与此同时,一些失误操作也引发了舆情突发事件,给社会秩序与传媒行业造成负面影响。全媒体行业从失误中汲取经验教训,接受舆论监督,能够有助于构建更加完善的应急宣传机制,坚持良性开放,加强全媒体传播管理,不断提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力。

(三)有助于凝聚人民精神力量,维持社会稳定 此次疫情作为紧急公共卫生事件,给民众带来了 精神恐慌,给民众的社会信任带来了一定程度的损害, 严重影响社会秩序。而新闻作为党、国家、人民的耳 目喉舌,作为政府和人民的桥梁,在紧急公共卫生事 件中理应发挥稳定器的作用。

在疫情的全媒体传播中,一系列的正面新闻及报道

起到了凝聚人民精神力量、维护社会稳定的重要作用。各媒体融合运用报纸、电视、短视频、H5等各类媒介要素对正能量事件进行报道。例如,华龙网推出动态H5《H5]坚定信心同舟共济抗击疫情我们在一起》,作品阅读量超过100万;本地党媒的公众号与客户端也频频推出《武汉,子弟兵在奋战!》《太好了!今天他们治愈出院!》等正面新闻报道。除了正面宣传,许多媒体发挥自身优势,推出系列深度报道,揭示疫情严峻形势,从理性、客观的角度进行分析,提高公众警惕,凝聚抗疫动力。[9]与此同时,各大平台推出辟谣平台,对虚假新闻进行辟谣,极大程度地减少了疫情给民众带来的恐慌。

构建全媒体传播体系,应服务于国家治理和社会治理。尤其在紧急公共卫生事件突发时期,真实、科学、及时、准确的信息能够引导正确舆论,促进主观能动性的发挥,凝聚起众志成城防控疫情的坚定力量。

三、疫情防控全媒体传播的操作误区

在此次疫情防控的全媒体传播中,各种媒介要素的融合运用对疫情信息的传播也起到较好的效果。但同时,由于多重媒体要素导致关联变量多,管理难度大,加上时间紧迫等客观问题,全媒体疫情信息传播仍存在一些操作失误和局限性。

(一)信息内容的准确性与真实性有所欠缺相比 2003 年"非典"时期,当下信息的发声渠道下沉,传播速度得到飞速提高,传播方式多样化,呈现海量信息交互的特征。然而,当紧急公共卫生事件发生,在海量的信息传播中,无论是主流媒体还是自媒体,都极易出现失实的情况,网络舆情管控更面临极大挑战。

首先,在疫情信息的传播中,自媒体由于发布的门槛较低,出现信息发布泛化的现象,由于监管力度低,信息的真实性面临极大挑战。在微信朋友圈、微博等媒体上散布着大量有关疫情的谣言,内容涵盖疫情研究、疫情发展情况、预防措施、相关政策等方方面面。这些谣言不但不利于疫情的防控,而且容易煽动人心,造成公众恐慌,危害社会秩序。即便在主流媒体中,部分新

闻的准确性仍有所欠缺。例如,新华视点最早在微博 上报道"双黄连可抑制新型冠状病毒"也引起较大争议。 但在这篇通稿中,记者对于双黄连是否可以抗病毒缺乏 进一步了解,缺乏进一步核实环节,表达语言也不够准 确,但由于媒体本身的权威性,消息发布后对公众产 生了一定的误导,一时之间,各地群众争相抢购双黄连, 而人群聚集则对疫情防控也带来新的威胁。

公共卫生突发事件的发生给媒体环境带了极大的 挑战。在当下海量信息交互中, 既需要媒体强化职业素 养与责任感,坚持新闻真实性原则,提供真实准确的 信息,公开透明回应民众关切。特别是对于专业性报 道,要坚持科学性与严谨性原则,同时也需要每一个 传播个体理智判断,避免焦虑,尽可能缩小谣言的传 播力与危害程度。许多媒体如腾讯新闻、人民日报为 此专门推出辟谣平台,尽可能及时准确地排除假新闻, 创造清朗的舆论空间。[10]

(二) 宣传与鼓动表达方式有失妥当

在此次疫情防控中, 为劝阻群众注意个人防护、 减少人群聚集、隔离疑似患者与确诊患者,各媒体与 基层管理层不断加大宣传力度,标语、口号随处可见。 但其中, 部分标语言辞激烈, 表达方式有失妥当, 容 易造成民众恐慌。

在疫情防控的标语中,不乏存在许多类似"返乡人 员不隔离,亲人不死扒层皮!""带病还乡,不肖子孙" 等带有极端色彩的标语,将斗争对象从病毒转移到了 流动人口身上;另外,类似"今天到处串门,明天肺 炎上门""不戴口罩乱聚集,家人含泪过头七"等带 有诅咒含义的标语也不鲜见; 更有甚者, 包含"阶级 敌人"等文革时代的词汇也频频出现。这些宣传与鼓动, 虽然对疫情防控起到一定效果,但同样带来社会管理 的成本。一些过激的标语既缺乏逻辑,不符合传播规律, 又容易给群众带来负面情绪与恐慌, 甚至对一些外地 返乡者造成精神压力与权利侵犯。

在疫情防控的宣传中, 媒体与基层管理者应该把握 好宣传用词的分寸与尺度,不能一味简单粗暴、急功

近利, 讨分追求吸人眼球。宣传标语应该注重文明理性, 尊重科学规律, 更要包含人文关怀, 特别是对于一线 的工作人员,避免造成社会排斥,制造人为恐慌。[11]

(三)境内外传播存在失误空间

全媒体传播不仅针对内地,还针对港澳台,同时对 国外发挥影响力。多元的传播形式逐渐实现全球资讯一 体化,全媒体传播也逐渐实现全球覆盖。在这种情况 下, 主流媒体的对外传播需要慎之又慎。但在此次疫 情防控中, 主流媒体出现了境内外报道存在失误空间, 产生不该出现的错误,严重影响媒体的公信力。

如在关于李文亮医生去世的报道中,2月6日21: 30 人民日报在推特平台上于宣布李文亮医生去世,却 又在其2月7日00:45的官方微博账号上于发文"期 待奇迹"。这种境内外平台上发布的错误消息很难不引 发公众的质疑与争议。伴随着网络的普及程度在全球 范围内的提高,国际传播的受众总体结构与特征出现 新的趋势,即"受众结构大众化、多元化、全球一体化", 国内受众能收到的信息,国际受众也可通过互联网获 知, 互联网的发展逐渐消解了信息传播的技术与制度 限制。[12] 对于国内受众来说,主流媒体出现对同一新 闻境内外传播的较大差异, 无疑会降低媒体的公信力, 甚至造成严重的舆情问题, 危害公共秩序。同时在网络 媒体高度发达的当下,新型媒体促进内政外交的融合, 新媒体已然成为各个国家意识形态与利益之争的政治 博弈平台。[13] 主流媒体在外国社交平台上的错误极易 被放大,被西方媒体进行"炒作",不仅危害国内外 社会的稳定, 更影响中国媒体的国际传播形象。

(四) 舆情问题存在应对失当

在紧急公共卫生突发事件中, 舆情的"突发性、 即时性与社交性"[14]特征放大, 舆情事件一旦被激发, 极易在各类媒体上快速发酵, 广泛传播, 引发关注与 热议。受众对于信息的公开度与透明度的要求不断提 高,这就要求媒体尤其是主流媒体及时真实回应关切, 应对舆情。

在关于李文亮医生去世的报道中, 主流媒体境内外

消息的差异性引发公众质疑,同时多个媒体对于李文亮医生的死亡事件报道存在较大偏差,这些无疑不引发受众的热议,消解受众对于媒体的信任。而面对突发的舆情事件,微博等平台删除微博、封锁账号,人民日报等媒体也采取删稿措施。然而,这些措施却再一次激发公众情绪,引发公众对于报道真实性的质疑,一时间舆论激荡,产生重大负面舆情。

在当下媒体融合时代,公众在媒体格局中占有着 越来越重要的位置,在官方舆论场与民间舆论场的博 弈中,主流媒体发挥着沟通民意的重要作用,要充分 兼顾两方利益。^[15] 舆情事件一旦出现,必然会立刻引 发广泛关注,而主流媒体的立场、态度则更能影响公 众情绪。当报道出现失误,媒体应把握好应对态度, 及时道歉,以诚恳的态度处理舆情事件,积极配合政 府,回应民众质疑,尽快消散舆情。切莫以谎言遮掩 谎言,或采取删稿禁言等措施,激化民众情绪,造成 更大的负面影响。

四、结语

新冠肺炎疫情的暴发作为紧急公共卫生事件对于新闻媒体界是极大的考验。在全媒体环境下,各种媒介要素的全息化运用既实现了海量信息交互,确保疫情信息的快速传递,同时也增加了关联变量与管理难度,加大了操作失误的发生率与影响力,无疑对全媒体传播体系的管理机制提出更高的要求。当下,疫情尚未消散,媒体界在疫情抗击中仍面临着重大的挑战,同时紧急公共卫生事件作为重要新闻点也为媒体提供了良好的机遇。各媒体应立足自身特征,充分发挥全媒体传播体系下的全息化优势。同时,应吸取过往的经验教训,传播真实、客观、科学、透明、具有人文关怀的疫情信息,承担社会责任,共同助力疫情防控。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 罗鑫. 什么是"全媒体"[J]. 中国记者, 2010(3).
- [2] 郭全中. 全程全息全员效媒体创新 [J]. 中国出版, 2019 (4).
- [3] 杜鹃. 肺炎疫情防控背后,有多少"大数据"在支撑[OL]. https://mp. weixin. qq. com/s/BNMSX7jTC5oRoaPoij9EuQ
- [4] 疫情当前,如何利用无人机进行侦察、喊话提醒? [OL] https://mp.weixin.qq.com/s/liRUo2LYU8NPbScCrYArRQ
- [5] 近万个大喇叭! 息县"村村响"成防疫宣传主力军! [OL]. https://mp. weixin. qq. com/s/FIqD6YQjKALXsF9VNbpk4Q
- [6] 陈乔弟 胡姮. 媒体该如何战疫? 这四招值得借鉴! [J]. 网络传播
- [7] 宁飞虹王半仙. 微博、B站、头条系的疫情传播合理战 [0L]. https://www.huxiu.com/article/337724.html
- [8] 孙嘉宝.比"封城"管用,媒体报道可以大幅度降低疫情传播[OL]https://mp.weixin.qq.com/s/-YyWvb3t4SGU2JyJBVOIFA
- [9] 2286 篇肺炎报道观察: 谁在新闻里发声? [OL]. https://mp.weixin.qq.com/s/xOUYUAZ10n3pvX7iCn1cPA
- [10] 马剑. 警惕"信息疫情"让防控工作雾里看花[OL].https://mp.weixin.qq.com/s/aWm_leYww5PZ03AX7qeLvw
- [11] 为什么抗击新型肺炎宣传鼓动不宜使用文革式标语? [OL]https://mp.weixin.qq.com/s/y-rLZb3j8L40MsLz-Z7AEQ
- [12] 田龙过. 全媒体时代中国国际传播布局战略反思 [J]. 西部学刊 (新闻与传播), 2016(5).
- [13] 叶皓.公共外交与国际传播[J].现代传播(中国传媒大学学报),2012(6).
- [14] 苑洪春,施金果.浅谈全媒体时代舆情应对策略[J].新闻传播,2019(13).
- [15] 刘璐. 媒体融合背景下公共事件的舆情应对 [J]. 记者观察 (中), 2019(2).

乡村标语口号的叙事模式与价值来源探究

□胡沈明 张俊亚

【摘要】作为一种事实、观点、情感的呈现方式,标语口号具有极强的社会告知和动员功效。乡村 语境独特、标语口号特色明显。本文以重大事件中乡村标语口号作为文本进行分析、发现它们具有如下 特点: 句式多采用因果断言式、对比选择式、隐喻陈述式; 意义与内涵多关注生与死的裁定、孝与不孝 的定论、法律审判; 其生成原因与乡村的媒体、社会以及文化场景密切相关, 此种标语呈现方式是简单 化和极化思维的典型表现, 易造成不必要的冲突。因此应充分利用标语口号场景化传播的优势, 积极推 动标语口号的正确理解、利用多样态传播结合的方式、以优化宣传效果十分必要。

【关键词】 标语口号 乡村 惩罚 理解错位

作为一种历史悠久的宣传方式,标语口号传播偏向 制作成本低廉,即便在媒介使用手段与传播方式多元化 的今天,依旧遍布乡村。鉴于乡村的独特环境,标语 口号成为一种重要的宣传形式。分析其内容呈现方式、 价值来源、生成原因以及存在问题,对于建构良好的 乡村交往环境具有一定的借鉴意义。

一、乡村标语口号的叙述模式

作为一种古老的传播方式,标语口号语句凝练浓 缩,带有极强的告知和社会动员目标。在突发事件中, 其信息告知和动员功能更强, 其形式层面的特征也更 显突出。分析表明,断言、对比以及"坏"的隐喻是 标语口号文本采用的主要叙述形式。

(一)因果断言式

简洁明了地告知他人信息的一种重要方式。因此,为 使信息传播效率更高,标语口号往往采用直接判断的 方式表明事物与事物之间的关系。在此次标语口号中, 直接进行因果断言成为一种主要的表现方式。如"出 来聚会的是无耻之辈,一起打麻将的是亡命之徒""串 门就是互相残杀,聚会就是自寻短见"等。在这个过 程中, "是"起到强烈的判断作用, 也是前者作为判 断的条件,形成最后的断定。虽然这种强烈的断定方 式存在一定的无理性, 但在重大事件面前, 强烈的呼吁、 严重的后果能有效地阻止受众的某些行为。这种断定 式的语言逻辑与因果式的语言逻辑存在相似性,即前 者的因造成后者的果。

(二)对比选择式

对比是把两个有明显差异、矛盾和对立的事物放在 判断是人们对事物加以辨别的一种重要方式,也是 一起,进行对照比较,让接受者在对比中分清好坏、辨

作者胡沈明系江西师范大学新闻与传播学院副院长、教授、博士研究生; 张俊亚系江西师范大学新闻与传播学院 硕士研究生

别是非,做出选择,从而达到传播效果。标语口号作为 一种简短的语句,目的是引起受众认知、态度和行为的 变化, 具有强烈的号召性。通过此种方式让受众在对比 中做出选择, 使他们在不知不觉中接受传播者的观点。 随着社会的发展,乡村群体的观念以及文化程度的提 高,因果断言式存在一定的弊端,不利于认知的改变, 强烈的灌输甚至会引起受众的反感,效果适得其反。 对比选择式的语言逻辑, 有利于受众在重大事情面前 做出自己的选择与判断, 也使得受众更好地履行相应 的责任与义务。本次乡村有关"新冠肺炎"的宣传中, 这种语言逻辑起到良好的传播效果。如"口罩还是呼 吸机,您老看着二选一""戴口罩总比带呼吸机好, 躺家里总比躺 ICU 强"等。"口罩"与"呼吸机""家 里躺"与"ICU躺",这种强烈的对比,使接受者自行 做出判断,容易达到传播者预期的结果。

(三) 隐喻陈述式

说服的实质将人们内心已有的观念、象征性符号与 陌生事物相连,从而完成不说而服人的目的。已有的 观念较为抽象,因此一般采用象征性符号来完成这一 任务。在这次宣传过程中,传播者通过隐喻陈述的传 播方式, 使得被说服者在不知不觉中接受传播者的观 点,引起认知、态度上的变化进而外化为人们行动, 从而实现传播者想要达到的目的与效果。如"发烧不 说的人,都是潜伏在人民群众中的阶级敌人""现在 请吃的饭都是鸿门宴""湖北回来不报告的人都是定 时炸弹"等。通过这种语言表达,受众更加清晰准确 地了解到此次"新冠肺炎"病毒的危害,从而改变认知, 规范自己的行为,遵循相应的制度,如"发烧要说""拒 绝请吃饭""湖北回来的要报告"等。这种陈述方式 的逻辑用语,简单易懂的短句将此次事件危机性一语 道破, 但是在这个过程中, 陈述式的宣传方式是一种 以强制性为突出特征的宣传方式,没有意识到受众的 主体性与主动性,直接的强调容易给人一种咄咄逼人 之感, 使说服对象产生心理上的抵抗, 网络舆论上的 反对即是明证。

二、乡村标语口号的价值来源

标语口号多以短小精悍的方式呈现在大众面前, 背后却有着深刻的意义指代。相关价值观与乡村特殊 的场景密切相关。说服离不开对情境和场景的把握, 反过来,对说服内容的分析亦可推演出说服双方生存 的社会场景。对乡村标语口号的文本内容进行分析表 明,生命、孝道以及法律惩罚是当前乡村进行说服传 播的三大母题。

(一)肉体惩罚:失去生命

作为一种历史悠久的存在方式,不管是早期的计划 生育还是当下的"新冠肺炎"事件,标语口号都体现 着生与死的强烈论断,如"该扎不扎,判处死刑""一 人结扎,全家光荣"与"今年初七,明年过头七""聚 餐就是找死,拜年就是害人"等。通过短而精悍的标 语口号实现事情严重性的传达, 背后是传播者所传播 的生与死的价值判断。标语口号体现着生与死只在一 念之间,"做"与"不做"与生和死存在着密切的关联。 发布者多为乡村的管理机构,通过"生死"对比,强 化其强大的震慑威力。简单的对比,强烈的刺激和冲突, 使得标语与既有生存环境格格不入,唤起受众的"危 机意识与紧张心理"[1],从而增强影响力。

(二)关系惩罚:不守孝道

标语口号作为一种观念的呈现, 反映着传播者的意 图,影响着接受者的认知。学习理论认为,知识源自于 既有观念的累加,标语口号要想说服大众,路径亦是如 此。在传统社会中,借助伦理道德强化受众对相关事件 的认知,容易达到相应的传播效果。作为一种重要的人 伦关系,"孝"是维系家庭稳定的重要道德观念,也是 个体与社会建立和发展关系的文化起点。"孝"的说教 与文化传承功能不仅体现在乡村的赡老、养老问题上, 更体现在对重大事件观念和认知的改变上。在这次"新 冠肺炎"事件中,传播者通过标语口号将人们的"孝" 与"不孝"的价值观念认知联系在一起,如"不孝子孙, 带病回村""带病回乡不孝儿郎,传染爹娘,丧尽天良" 等,简单标语口号的背后是道德的审判。在此突发事

件却通过以小见大的意义指向, 指导着人们在如此严 重的事件面前采取应对之策。这种通过营造某种气氛 或使用感情色彩强烈的言辞来感染对方的方式, 对于 中国传统文化的乡村来说,发挥着举足轻重的作用。

(三) 法律惩罚: 违法必究

乡村标语口号内容模式有着深深的乡村文化的气 息,然而当今是一个开放的社会,因此内容上需跟随时 代的步伐,变革图新,不断注入新的信息。将法律引 入其中, 既体现权威, 又体现文明开化, 法律的约束 与强调展示事件严重性以及人们对事件非野蛮的认知。 在这次新型冠状病毒的宣传中, 通过法律来强化乡村 群体对自我行为的约束。如"带病回家, 牢底坐穿""湖 北回来不报告的人都是定时炸弹""有事不报,先到牢, 再到(地)府"等,我们发现这些标语看似简单的信息 传达, 背后是发布者所要传达的信息与含义。不遵守 相关规定,必定受到的是法律无情的制裁,如"牢底 坐穿"(不得回);"定时炸弹""再到府"(终不归) 严重的后果。强烈而绝对的法律约束, 使得人们在这个 过程中更加强调自身存在的价值。这种宣传不仅仅达 到传播信息的效果, 更实现了法律究责行为的"共鸣", 使得法律在危机事件面前更显价值。在这个过程中, 法律成为处理事件的关键一步,实现问题的解决。

三、生成原因: 应用场景决定传播策略

不管是基于政策传播还是基于相关突发事件,标 语口号均扮演着重要的角色,并留下深深的历史烙印, 深刻地影响了人们的价值观念和行为方式。尽管我们 仅是从"新冠肺炎"分析相关标语口号的文本,但实 际上不同的历史时期, 乡村标语口号采用的话语模式 大致相同,即强烈的国家观念、家庭观念以及个体观念, 如法律审判、孝道以及生死。借用国家、家庭和个体生 存来进行观点说服和信息传播具有一定的极端化色彩, 但其与当前的载体场景、乡村生活场景以及社会场景 有着密切的关系。

1. 载体场景:碎片化传播容易形成极端化思想

社会化媒体时代,媒体侵入人们的日常生活,人们 生活的时空均被媒体占领,个体失去自己的独立反思的 空间。同时整体社会突然从信息匮乏时代迈进信息过剩 时代,注意力成为一种稀缺的资源。为获取用户的注意 力,媒体或采用碎片化的方式侵入个体的生活,或采用 极端化的方式简化信息传播。 突发重大事件发生之时, 无论是社会秩序、经济秩序还是个体思考问题的逻辑 次序均会发生一定的改变, 此时信息传播便容易获得 接受。但是由于存在大量自媒体,注意力资源依然稀缺, 于自媒体通过"补充、整合、戏仿、意义泛化等操作方 式"[2] 蹭热点,无论是何种方式,这种"蹭"终究需要 突破正常认知框架,符合人的本能需求,从而形成用"极 端"的方式迎合本能的现象。在场景化时代,标语这 种传统传播载体实际上也在与社交媒体竞争, 以获取 注意力,取得传播效果。从这个角度来看,标语口号 强烈的价值倾向,与媒体间争夺注意力存在密切关系。

2. 空间场景: 乡村场景导致理念简单化

典型的乡村特征有三:一是核心群体老龄化,社 会关系紧密; 二是核心群体文化素质相对较低; 三是 价值观念相对保守。上述三类特征使得一般性说服手 段难以凑效。尽管我们已经进入到全媒体社会,媒介 已成为人们日常生活的一部分,但是乡村的日常传播 渠道还相对原始,人们信任之点依然是人际传播,眼 见为实依然制约着大众的认知。所有能改变人们认知、 态度和行为的手段主要是马斯洛所言的基本需要:安 全需要和社会关系需要。无论是采用"生死""孝道" 还是"法律",他们均是较为基础的需要。基于这种 需要而产生的标语口号虽然偏向简单和极端化, 但是 比较符合乡村独特的空间场景。

3. 社会场景: 社会动员需要凸显后果

任何时刻,惩罚是一种重要的社会约束机制。在突 发事件、重大事件面前,通过对相关后果的凸显,展 现事件的严重性,引起受众的关注。乡村的标语口号 多以事实强调与事实判断的方式,展现着传播者对问 题的分析,符合打消受众对当下问题不确定性的困惑。

凸显严重的后果,有利于打消不确定性,是社会动员的一种重要方式。在特殊的乡村场景,这一宣传将会对受众产生强烈的动员效果。通过"不孝子孙"、口罩还是呼吸机等的对比,使受众在恐慌心理过程中,产生行动的约束。这种"敲警钟"的方法能够唤起人们的危机意识,对事物利害关系的强调可最大引起受众的注意。

四、存在问题与改进策略

乡村标语口号宣传效果一般较强,但存在的问题不可忽视,标语口号不管从形式上还是内容上均表现出一定的极端特征。如因果断言式等的宣传模式存在强烈的生死关联,这种宣传方式一定程度上将加深乡村居民心中的恐慌。"敲警钟"的语言逻辑如果把握不好分寸,容易招致自发的防卫性反应,对传播效果产生负面影响。如在"新冠肺炎"疫情好转、国家出台相应政策鼓励复工之际,基层依然固执地限制湖北籍民众进入本地。因此需要对此提出合理性建议,发挥标语口号宣传的最大作用。

(一)存在的问题

1. 理解容易失误,造成"硬核"行动

标语口号不仅仅是简单信息的传播,更要针对受众 采取可行性方案,使得受众在潜移默化中接受信息,从 而执行"命令"。由于它简短精炼,凸显后果的内在特性, 使得在乡村传播过程中引起强烈的反响。但在这个过程 中,标语口号仅仅强调着重大事件产生的后果,并且 将一种现象上升为价值观的审判。特别是在因果断言 式、对比选择式的宣传方式中,不戴口罩的后果便是死 亡,这种强烈凸显后果的宣传会造成受众极端化思想, 形成一种"硬核"行动。这种方式虽然传播效果较好, 但是容易引发恐惧心理,从而形成一种野蛮行为,例如: 乡村为防止其他车辆进入,形成防护垒,造成救护车 无法通行。因此在宣传过程中要有一定的限度,防止 形成过激行为。

2. 简单粗俗传播,造成思想鄙俗 特殊的生存环境和根深蒂固的传统文化,使得某种 文化价值观念更加深化,人们对于生与死的渴望、孝与不孝的认知更加强烈。同时,中国传统社会是一个主要依靠传统乡村道德及其伦理关系予以维系的封闭的乡土社会,伦理孝道成为乡村检验道德的一种重要指标。在这个过程中,宣传标语能够更加符合接受者的内心需求,使得他们在不知不觉中接受这些宣传口号,从而规范自己的行为。但由于相对闭塞的生活环境,受众的知识相对匮乏,相关价值观的过度展现,会使得受众认知的过分强调,造成粗俗传播信息,思想体现,表面上可谓思想的重要性,实质上是受众知识的缺乏,以所谓思想的"优越性"展现自身的思想的鄙俗,从而实现对自身所在环境的"掌控"。

3. 激烈冲突易发生, "权利"变"权力"

在突发事件中,标语口号作为一种信息传达的承载 方式,可迅速强化对事物的认知,一定程度上改变受众 的态度,进而产生行动。在这个过程中,由于相关价值 观的强调,使得普通大众之间,管理者与普通大众之间 的"管控"更加合理化。但就目前而言,随着"新冠肺炎" 事件宣传的不断强化,普通大众之间的"人人管理" 与管理者权力下的管理存在"民主幻想",甚至一些 人将自身的"权力异化",造成人人之间的管控约束, 甚至造成激烈冲突。特别在社群服务管控过程中,防疫 管理人员与普通大众发生冲突,甚至大打出手。在关 键时期管理与约束至关重要,从而在为群众办好事的 过程中,防止出现权力幻觉,造成社会群体之间的矛盾。

(二)相关建议

不管在任何时候,乡村标语口号都起着显著的作用,为发挥标语口号的最大效用,标语口号需要与乡村工作队、新媒体详细介绍等多样态传播结合。在口号起动员作用的过程中,加强工作队的巩固作用,并通过新媒体塑造氛围、提供详细介绍,从而打造一种和谐健康文明的抗疫行动。

1. 素养提升、全效动员

无论何时, 自身文化素养的提升对于了解身边 发生的事起着关键性的作用, 外部的宣传只是起到 信息传达的作用, 自身需要运用文化知识去分析。 对于重大或者突发事件的发生我们需要合理分析, 做到不恐慌、不盲信、不造谣、不传谣。但鉴于乡 村特殊的生存环境,乡镇政府以及社区将扮演关键 的作用。比如乡村工作队不定期的文化知识的宣传 学习,特别是常见健康卫生的学习;工作大队定时 的动员宣传、标语口号、广播与微信等知识传播, 营造科学的宣传氛围。

2. 新综合运用、多样态传播结合

单一媒体运用具有一定的局限性,标语口号虽言简 意骇、通俗易懂,对于传播者而言能够达到相应的传播 效果,形成一定的行为规范,然不利于群众的学习与 保护。重大事件的背后不仅仅需要传播者的行为实施 到位,还需要群众积极有效的配合,因此多种媒体的 运用, 如短视频的疫情相关介绍、公众号医生知识点 的宣传分析等,将会达到双效的作用,也在一定程度 上让受众在潜移默化中形成自己的认知与相对的保护, 而不是在强制的威慑力下采取措施。

3. 分阶段信息传播和社会动员 传统标语口号往往是一步到位式传播,即一条标 语包打一切,忽视事物发展的阶段性。"新冠肺炎" 来势迅猛但并不是不可控,标语口号的宣传在强化大 众认知的过程中,也应分阶段信息传播,帮助大众了 解时事动态, 在呼吁大众形成一种社会动员的过程中, 也应使大众合理分析问题。分阶段信息传播也可以在 一定程度上减少大众心理恐慌,降低因"一锤定音" 的负面标语所引起的自发防卫性反应, 从而实现大众 有效的社会动员。

五、结语

虽然媒体无处不在,但从日常生活实践来看,标语 口号十分常见, 既见于日常宣传, 也见于重大突发事件 的宣传。前者主要传递信息,紧迫性不强,话语相对 缓和,而后者由于较为紧迫,话语往往较为简单、极端, 以引起足够的重视, 乡村尤其如此。认识标语口号的 传播效能,避免极端化思想对人们行为的负面影响, 需要在日常生活实践中不断总结经验。

基金项目: 江西省社科规划课题"国家安全视野下 的新闻使命研究"(19XW05)

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 郭庆光.传播学教程(第二版)[M].中国人民大学出版社,2017:188.
- [2] 胡沈明. 自媒体"蹭热点"的逻辑、方法与问题[J]. 新闻论坛, 2018(04): 46-48.

突发公共卫生事件中的谣言应对

——以新型冠状病毒疫情暴发事件为例

□乔书宁

【摘要】本文从突发公共卫生事件中具体的谣言应对事例入手,分析公权力在介入谣言处理时应该注意哪些方面,如何用最科学的方式平息不准确信息带来的混乱。与此同时,面对伴随谣言的不满情绪,还分析了如何通过保障公众在网络上的表达权来进行疏导,降低对现实世界的冲击,并对谣言澄清的社会多主体行为进行总结和建议。

【关键词】突发公共卫生事件 谣言 公权力 安全阀

根据我国 2003 年发布的《突发公共卫生事件应 急条例》,突发公共卫生事件(简称突发事件)是指 突然发生,造成或者可能造成社会公众健康严重损害 的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病、重大食物 和职业中毒以及其他严重影响公众健康的事件。^[1] 在 2020 年农历春节前后暴发的新型冠状病毒疫情事件, 符合突发公共卫生事件的基本特点。

传染病疫情与大多数公民的健康安全和利益密切相关,必然引发大量的关注,再加上如今正处于web3.0 的社交媒体时代,民间舆论场较之曾经传统媒体把控信息的时代更为活跃,在 2020 年的 1 月 20 日前后形成了全国范围的声浪。正是在这样一个突发公共卫生事件的背景下,事发突然、涉及公共利益、新媒体的超级扩散三个因素提供了此次谣言快速流动和相互交错的土壤,其间引发的种种关于谣言的现象值得深思,尤其是疫情出现前期行政管理部门对于谣言的过度反应,使得公权力处理不够合理合规,以及忽视了谣言背后负面情绪的疏导,通过分析这些具体事例对于此类谣言应对有现实意义。

一、如何认识谣言?

谣言被称作是"最古老的大众传播媒介",从古至今,谣言都始终存在。如今网络成为谣言的主要传播载体,也显著助长了未经证实的信息完成更大范围的扩散。美国学者奥尔波特和波斯特曼认为,谣言是"与当时事件相关联的命题,是为了使人相信,以一般的口传媒介的方式在人们之间流传,但是却缺乏具体的资料证实其确切性。"[2]美国学者凯瑟琳·弗恩认为"谣言是一种由口头或电子通讯手段进行传播的信息,其内容没有经过事实验证,也没有可靠的信息源头。"[3]

从法律定义上来看,目前我国针对网络造谣、传谣的行为,承袭了前互联网时代的相关规定,已有较为明确的法律依据。据华东政法大学的刘宪权教授统计,我国现行刑法中可以用来规制网络造谣、传谣行为的罪名大约有 15 个, [4] 其中与突发公共卫生事件联系较为紧密的有:编造、故意传播虚假恐怖信息罪、虚假信息罪和网络寻衅滋事罪。此外,《治安处罚管理条例》的第 25 条也对造谣、传谣行为进行了规定。以此对网络上违法的谣言行为进行依法处置,在规范

作者乔书宁系西安外国语大学新闻与传播学院硕士研究生

网络秩序,维护受害者权益,制止明显而即刻的危险 等方面发挥重要作用。

二、行政管理机关惩处"谣言"要依法进行

在此次新型冠状病毒疫情暴发初期,由于对该病 毒的传染速度和致死率不清晰, 以及出于维持社会稳 定的管理诉求,还未引起全国、全社会的重视。以李 文亮医生为代表的"谣言八君子"在2020年的1月1 日被"平安武汉"通报,这8名医生散布"谣言"被 公安机关依法惩处, 起因在于李文亮等人在其私人的 同行微信群组中称"确诊多例 SARS 病例"。虽然在 当时这种说法是不完全准确的, 但要考虑到面对一场 有可能暴发的重大传染病疫情,这种在紧张情绪驱动 下的提醒是有益的。特别是随着人们对病毒的认识不 断加深, 大众媒体上的信息透明度不断提高, 证明了 新型冠状病毒与 SARS 确实有相近性, 事实上也已经 对社会公众的健康安全造成了重大损失, 加之李文亮 医牛因为感染病毒而去世的消息,刺激了大众因为最 初有关部门的轻视而贻误防治最佳时机的敏感神经, 一时间舆论全部倒向对官方言论的对抗式解读, 也动 摇了个别地方政府部门的公信力。

从这件事情的发生来看,最初"传谣"的8人是 在三个医生同行的微信群组中发言,他们的依据是偶 然看到的诊断书或者是医院里的异常情绪, 而当时地 方卫健委也已经通报了确诊病例, 因此具备一定的事 实依据,并非凭空捏造。再者,8位医务工作人员的 特定目的是提醒亲朋好友注意防护,传播者是出于善 意而不是恶意,他们担忧这个未知肺炎可能会带来不 亚于"非典"时期的重大损失,并且他们克制了传播 范围, 无意煽动情绪, 也没有企图寻衅滋事。但是, 武汉市的公安局还是对李文亮等人进行了"训诫书" (书面警告)的行政处罚。

根据 2012 年修正的《治安管理处罚条例》第 25 条规定, 散布谣言, 谎报险情、疫情、警情或者以其 他方法故意扰乱公共秩序的,根据情节轻重进行拘留

或罚款,对此一般看法是造谣行为的主观故意以及导 致后果的严重程度。[5] 所以, 惩处造谣行为, 不仅要 看信息是否能经过事实的验证,还要看其是否主观故 意以及最终造成的结果。在李文亮被公安局训诫的事 例中,相关行政部门其实是无法从医学专业角度认定 其所说是否为虚假, 但可以从李等人克制的传播范围、 善意的提醒目的、有限的社会影响力等方面判断其不 符合《治安管理处罚条例》中对于网络造谣、传谣的 界定。特别是在突发公共卫生事件时期,事态变化复 杂,行政部门往往会为了社会"维稳"的需求将证据 不完善但有一定事实根据, 并基于迫切的善意动机所 发表的言论当做"谣言"进行惩处,最终法律效果和 社会效果不佳。之后,李文亮被最高法"正名"、追 授为"全国防疫先进个人称号",印证其最初的训诫 是存疑的。所以,对于此类所谓的"谣言",公权力 介入需要更加审慎,才能减少随意解释和过度规制的 情况发生。

出于对公众在法定范围内言论自由的平衡, 审慎 判断言论是否带来了"明显而即刻的危险"很重要, 这一原则由美国的霍姆斯法官在1919年的申克诉合众 国一案中提出,适用于解决言论自由与国家安全、公 共利益的冲突, [6] 本文认为, 这一原则对于中国处理 类似情况时也有一定借鉴意义。当李文亮等人的言 论暂时无法判断是否为全部虚假时,可以就其是否 产生了"明显而即刻的危险"进行判断,考虑到未 知传染病的认知上升曲线,给予争议性言论一定的 存在空间, 当没有带来明显、即刻的危险时, 采取 更和缓的方式保障公众合理的言论更能产生良好的 社会效应。也要肯定在疫情期间,不能判断真实性 的言论对于提高公众警惕心的积极作用, 行政管理 部门如此应对,也能最大程度体现"权力保护权利" 的初衷,在突发公共卫生事件中有较重要的意义。 因此,最初将这一事件定性为谣言并不符合现实情 况,因为8人的行为没有违反《治安处罚管理条例》 的法定要件,也没有对他人的合法权益或社会秩序造

成明显而即刻的危险,所以行政管理部门应该给予这些言论一定的流动空间。这样做,一方面能够引发全社会对病情的重视,提高社会的舆论监督能力;另一方面在突发公共卫生事件中,言论类型多样,各种信息的相互竞争能起到最大限度逼近真相、澄清事实的作用。治理谣言要以法律解释为准绳,落实好依法行政,才能真正践行我国"依法治国"这一中国共产党领导人民治理国家的基本方略。

三、突发公共卫生事件中应对信息流动的方法

在突发公共卫生事件期间,尤其是在此次新型冠状病毒疫情暴发的事件里,谣言惩处如果脱离了法律的约束,自然会像"李文亮"一案产生负面社会影响,另一方面,如果对谣言的介入过于简单、刻板,压制了人们正常的表达欲望,就会放大人们的恐慌情绪,也无法起到良好的辟谣效果。

2020年1月19日, 武汉大型社区"百步亭"小 区举办万人家宴,还邀请许多高龄老人参加,这种 不符合疫情防治的行为引起了全国人民的批评。之 后 1 月 22 日, 武汉市当地领导谈及此事承认预警 不够。虽然地方负责人能够承认自己在疫情工作中 的不到位,具备反思精神,但此事已经在公众心中 对可能引发的大规模传染留下了害怕的情绪,这种 情绪在社区出现确诊病例后以部分谣言的形式暴发 出来:微博上有网民称百步亭社区已经感染暴发, 处于无人管的境地,每天只有一个核酸检测名额, 居民手足无措。很快,武汉市互联网信息办公室的 官微"武汉发布"就对此信息进行了辟谣,表示该 社区疫情还在可控制下。官方辟谣可以保障信息传 播的真实性, 比较苛刻的行政制裁能产生更加积极 的社会效果, 但是也要注意到人们的紧张情绪难以 消散——微博评论中有网友对百步亭社区的安全情 况表示担忧,或质疑官方说明的准确性,实地探访 中也有居民对百步亭社区防疫工作表示不到位,但 是这些质疑信息都没有相关官方机构进行清楚的解 释,"长江日报"辟谣的微博下面还关闭了网友评论, 看来单一的"辟谣"并没有起到应有的积极作用。 但是,另一方面我们也可以发现,微博相关话题下 面的评论中网民热烈地讨论,反倒降低夸张性负面 言论的热度。可见,在传染病暴发的特殊时期,辟 谣要做到有理有据,实事求是的同时,也要允许公 众的多种声音,积极疏导背后的负面情绪,引导公 众表达出自己的理性观点,才能更好地应对谣言。

从突发公共卫生事件期间的一般社会心理来看,一 方面考虑负面情绪需要一定的抒发渠道,能够克制我们 采用过激的强制性公权力介入;另一方面,官方政务 微博和传统媒体也要改变"报喜不报忧"的习惯,给 予社会不满情绪一定的表达空间,认识到公众对社会 公共事件的强烈关切,应尽力疏通信息传播渠道,及 时披露正确的官方信息,满足公众的知情权,降低信 息传播中的不确定性。尤其是在社交媒体提供给人人 "麦克风"的时代, 当公众对于社会公共事件有强烈 的参与意愿, 但在现实世界中又难以纾解, 特别是考 虑到重大传染病疫情发生时,人们普遍不敢出门,面 对面的人际交往通道活性也随之下降,公众的交流方 式进一步向互联网转移。社会学家科赛针对社会冲突 的正功能提出了"安全阀"概念, 其指出"冲突"是对 立双方要破坏以致伤害对方为目的, 当公众通过网络 这一虚拟平台将自己的对抗情绪指向替代目标时,对 于现实世界的不满也能得到消除, [7] "安全阀"的作用 也就生效了。所以,有关部门要在这个特殊时期允许 自媒体去发挥自己的功能,降低对现实世界的冲击。

在网络世界里发挥功能的社交平台也意识到了自己在突发公共卫生事件中应该承担的公共责任,如微博就开通了"肺炎""战疫打卡"的栏目,微信小程序的"较真辟谣"等对网络上流传的谣言进行真假辨认。特别是微博上各种类型的意见领袖如"来去之间""武志红""衣锦夜行的燕公子"等人,无论他们平时从事什么类型的内容互动,在突发公共卫生事件发生时,受责任意识的驱动,会对疫情发表言论,

如果他们能加入谣言澄清的环节, 作为平时关注他们 的用户, 出于共同的价值观或熟悉程度, 辟谣的效果 也会更好。同时, 也需要给予这些微博大 V 们一些容 错空间, 但恶意造谣的除外, 借由他们进行多种观点 的讨论和不同情绪的引导、平复,对于突发公共卫生 事件中的谣言应对更能产生效果。

四、结语

网络谣言突破了传统谣言时空上的限制, 以社交 媒体为主要的传播平台,以病毒裂变的形式瞬间传遍 每一个用户的移动终端。尤其是在突发公共卫生事件 期间,人们的不安情绪疯狂生长,加之信息过载,人 们疲于应对各种各样的疫情信息,注意力应接不暇, 难免无法分辨什么是真相, 什么又是谎言。针对特殊 时期的谣言,专业媒体人要多角度报道,客观、全面 传递事实的同时,还要做好"把关人"的角色,积极 传递不同声音。自媒体平台应配合专业媒体澄清谣言 的工作,考虑不同文化层次受众的阅读习惯,以及碎 片化阅读方式带来不少受众因误解新闻报道的意思或 歧义引发而产生的谣言,采用重要信息标题化、图片 化、可视化,提高文本内容的传播效果,打通不同人 群的符号系统,可以采用短视频、直播、H5 界面互动 等形式及时跟进,协助辟谣。

此外, 行政管理部门要依法对谣言进行辨别, 审慎 使用自己手中的公权力,给予公众一定程度的合法讨论

空间。慎重区分普通人的合理情绪与谋求经济利益等不 同动机驱使下的谣言产生与传播,对于恶意捏造、骗取 经济利益、有明确受害人的谣言, 比如散布蛋白粉可治 疗新型冠状病毒,在朋友圈诱骗大众大量购买的谣言, 应依法严厉制裁,而对于主观上无恶意但客观上造成一 定社会负面影响的谣言, 应采取和缓的方式进行舆论引 导和澄清事实,在执法过程中体现公正、公平的法治意 识。公共卫生事件中的事实是不断发展的,受阻于认识 发展上的局限而判断为"谣言"的行为是片面的,部分 谣言滋生与正常的信息传播渠道阻塞有关, 疏通信息渠 道、促进言论的自由流动是平复情绪的良药。及时通报 防疫进展,就大众关心的、涉及民生的问题进行详细回 应,同时给予大众一定程度的言论自由,激活言论流动 市场,发挥言论自证自明的功能,纾解全社会的紧张情 绪。一定程度上,允许受情绪影响下谣言的出现,在突 发公共卫生事件过程中,通过谣言表达情绪反倒能起到 "安全阀"的正面作用。

谣言止于公开,信任来自透明,应对突发公共 卫生事件中的谣言还需要尽力发展和完善我国政府 的信息公开制度, 让最准确的官方信息及时、完整 到达公众的手中,缓解因信息传播渠道紊乱而引发 的紧张情绪,保障公众知情权、参与权、表达权、 监督权,最大限度地凝聚共识,发挥我们同心协力 抵抗疫情的正能量。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 突发公共卫生事件应急条例.http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content_1860801.htm, 2020.3.10.
- [2] [美] 奥尔波特等. 谣言心理学 [M]. 刘水平、梁元元、黄鹂, 译. 沈阳: 辽宁教育出版社.2003:2
- [3] [4] 刘宪权. 网络造谣、传谣行为刑法规制体系的构建与完善[J]. 法学家,2016(06):105-119+178-179.
- [5] 白净,程子姣. 当前网络谣言的成因、性质以及处罚的合理性——基于65个治安处罚案例[J]. 新闻爱好 者,2018(02):30-34.
- [6] 彭桂兵. "明显而即刻的危险"原则的历史考察[J]. 国际新闻界,2012,34(03):35-41.
- [7] 刘易斯·科塞. 社会冲突的功能 [M]. 孙立平,译. 北京:华夏出版社,1989.

疫情条件下网络舆情演化与应对研究

□李佩珺

【摘要】與情是一个不断演化的复杂过程,并伴有與情风险。而疫情防控期间如何正确的引导與情和进行與情防控是在面对突发公共事件中的必要举措,因此,有效梳理疫情期间與情的演变过程,提出应对措施,以期能够更准确地了解网络舆情的演变规律,对日后更好应对突发公共事件舆情有着重要意义。

【关键词】网络舆情 疫情 新媒体

新型冠状病毒肺炎疫情是典型的突发公共卫生事件,自疫情发生以来就保持着较高的舆论热度,自2019年12月25日网络上有网友发布武汉出现肺炎患者的消息起,便开始引起舆论关注。此后,随着各大主流媒体的报道及新型冠状病毒肺炎疫情的不断发展,网络舆论热度也在不断攀升,并引发多次舆情高峰。

一、疫情条件下舆情的形成因素

网络舆情是由多项因素合力形成的,根据不同的 舆论背景、舆论对象、媒介等都会产生不一样的舆情, 因此网络舆情具有复杂性和多变性。而此次新型冠状 病毒肺炎疫情背景下所产生的舆情,也具有其特殊的 形成原因和影响因素。

1. 疫情爆发背景的特殊性

新型冠状病毒肺炎疫情的发生属于突发公共卫生事件,而突发事件本身就具有突发性、破坏性、多变性、刺激性等特点,很契合新闻价值的标准,因此突发公共事件容易成为社会关注的焦点,[1] 其特殊的事件

属性,决定了疫情可以成为與情热度较高的事件主体。 其次,新型冠状病毒肺炎是未曾有过先例的新型疾病, 具有未知性和不确定性,大众对于未知疾病的关注度 和焦虑感都会更高,而随着对新型冠状病毒肺炎的不 断研究和相关知识的普及也会产生不同的舆情反应, 甚至形成舆情高峰,特别是当有相关重大事件发生时, 很容易引发网络舆论场的爆发,形成"涟漪效应"。

2. 网络媒介平台的开放性

媒介对于舆情的传播和引导有着重要作用,网络平台的出现打破了传统的"传受关系",新媒体和自媒体的不断发展扩大也更大程度削弱了"把关人"的作用,网络为大众提供了一个更加自由开放的舆论场,每个人都可以更加自由的传播信息、交互信息、接收信息,但也因此而容易滋生不实信息,引发公众情绪,加重舆情风险。再者,新媒体的凸显也会放大网络意见领袖的影响力。此次疫情突发事件是由网络新媒体率先发出,在得到官方平台的证实后,公众对于网络意见领袖之后所发出的信息也会提升信任度,因此网络意见领袖的

作者李佩珺系湖南大学新闻传播学专业硕士研究生

观点会一定程度上扩大事件的影响力, 引导舆情走向, 影响舆情发展,例如"李文亮医生事件"便是通过意见 领袖的文章而引发了公众情绪,扩大了其传播的范围。

3. 官方平台信息的不实性

疫情发生初期, 网络舆论场中充斥着各种各样的言 论,官方平台没有第一时间发声且存在上报不实信息、 隐瞒真实情况的举措,没有满足公众的信息需求,没有 做到信息"及时、公开、透明"。在此次疫情中,早期 新冠肺炎相关事件的信息滞后性和不实性也引发了网 络谣言,甚至引发了公众恐慌,推动了负面舆论的影响, 也在疫情初期就激发了舆情产生。

二、疫情条件下舆情的演化过程

在此次疫情突发事件中,受到各方因素的影响,舆 情呈现一个不断演化的过程, 总体来说可以分为四个时 期:形成期、扩散期、高涨期、碎片期。在每个时期, 都会根据疫情的变化而产生不同特征, 出现不同的规律。

1. 舆情形成期

疫情条件下舆情的形成期大致是从2019年12月 25 日至 2020 年 1 月 9 日。2019 年 12 月 25 日,有关肺 炎患者的消息开始出现,但由于相关信息的不确定性和 匮乏性,还未成为公众热点。2020年1月3日,网络 出现 SARS 感染传闻,随着少数网络自媒体的发声和公 众讨论后, 舆情开始渐渐形成, 民众开始不断转载文章、 发表观点、传播消息,但仍未出现激发公众情绪突出事 件,此时的舆情还处于发酵形成阶段。2020年1月9日, 春运开始,专家发布"初步断定为新型冠状病毒引发的 病情"的消息,不断扩大消息的影响力,舆情开始逐渐 形成。在此阶段的舆情具有不确定性和较大的突变性。

2. 舆情扩散期

疫情条件下舆情的扩散期大致是从2020年1月10 日至2020年1月20日。在突发事件社会舆情风险扩散 期, 舆情主体、数量和议题等不断增加, 主要表现为由 小至大、由弱变强、由隐性到显性的变化过程, 其扩散 与发展并非简单的直线式上升或下降,可能是螺旋的、

非线性的发展。[2] 从 1 月 9 日专家发布新冠病毒感染消 息后,各大网络平台开始不断扩大针对疫情消息的传 播, 越来越多的民众通过网络媒介了解新冠病毒并进行 讨论,相关事件的关注度和影响力不断攀升,开始逐 渐形成具有关联性的热点话题,越来越多的官方媒体 和自媒体也开始加入讨论,逐渐形成多元化的舆论热 点事件。美国心理学家库宁认为,由一个出发点引起 周围的点持续性震动并波及扩散的过程称为涟漪规律, 突发事件社会舆情风险受到媒介传播和观念、情绪的 共鸣而不断发展扩散,呈现出明显的涟漪规律。[3]2020 年1月20日,媒体发布钟南山院士称此冠状病毒可"人 传人"的消息后、舆情更是进一步扩散、开始进入高 涨期。

3. 舆情高涨期

疫情条件下舆情的高涨期大致是从 2020 年 1 月 21 日至2020年3月1日。随着医疗团队对新冠肺炎的不 断深入研究, 相关的话题和热点讨论开始呈现快速增 长的趋势, 媒体对于疫情的报道也更加全面, 相关文 章报道数量也达到最高值, 舆论热点也更加多元化, 民众对于疫情的关注度也达到了顶峰状态。在 2020 年 1月23日,发布"武汉封城"消息、2020年2月1日"抢 购双黄连"事件和2020年2月7日发出"李文亮医生 去世"消息后, 更是出现爆炸性言论增长, 随着发文者、 评论者的大幅度增多,疫情条件下的舆情也出现了高峰 状态。此后几天, 越来越多的网络意见领袖开始高频率 表达观点,并且开始设置议程,也引发了大量民众的 情绪共鸣和观点发表。但其中也有出现发布不实信息、 夸大事件经过的内容,在李文亮医生去世消息发出后, 大量自媒体发表文章, 观点除了有缅怀李文亮医生外, 更有抨击制度、谩骂政府等恶意话语,对于民众的观 点具有强烈影响, 也造成了舆情的不稳定性。

4. 舆情碎片期

疫情条件下舆情的碎片期大致是从2020年3月2 日至 2020 年 4 月 9 日。随着疫情的逐渐稳定, 2020 年 3月1日开始,各省开始下调突发公共事件响应级别,

关于疫情的新热点、新话题也开始减少,各大媒体和自媒体也减少了话题讨论度和发文数量,舆情也呈现出较高涨期而言更平稳甚至是逐渐消退的趋势。此时,有关监管部门也已明确制度,开始对消极言论、不实言论等进行删除和辟谣,关闭涉及敏感话题的网站、账号,舆情呈现较明显的稳定状态。但此时疫情还未结束,依然会有新的热点引发关注,从 2020 年 3 月 28 日后,舆论热点就更多偏向于国外疫情现状。而 2020 年 4 月 9 日武汉解除封禁的消息发布后也引发了新的舆情,只是相较于高涨期密集的热点话题而言时间间隔更久,舆情呈现出碎片式规律。

三、疫情条件下舆情应对措施

习近平总书记强调: "要做好宣传教育和舆论引导工作,统筹网上网下、国内国际、大事小事,更好强信心、暖人心、聚民心。" [4] 因此,总结此次疫情期间舆情应对措施,更准确把握舆情规律,并以此归纳经验、追求进步,这样才能更好把握舆论引导能力,打造更加安全、健康的网络舆论场。

1. 大数据监测降低公共突发事件舆情风险

大数据时代,数据追踪和算法推送已经潜移默化深入到用户之中。所谓算法推送,是通过搭建数学算法模型,以对用户网络行为的数字化分析为基础,以最大概率的最优解来满足用户的最大关注和个性化匹配。这种"私人定制"的精准推送满足了广大用户的使用体验,也成为了全媒体时代的显著特征。而突发性公共事件

中的與情引导就要借用大数据的监测,以此更好掌握 與情发展状况,能实时了解网络舆论倾向,并通过合 理设置话题、干预推送内容等方式及时做出正确引导。 并可以对传播流向及舆情走向进行合理预判,能够提前 做好舆情风险防范措施,构建快速阻断舆情防范机制。

2. 提高"专业"传播力度,打造舆情引导体制 疫情初始期间,网络舆情开始处于萌芽状态,民众 开始感到恐慌,官方媒体和政府应及及时发声并打造一个公开、透明、及时的网络传播环境,要适应新媒体 时代的传播方式,不要让主流媒体边缘化、官方媒体滞后化。保证信息真实度,发挥官方媒体的权威性,引导 舆情走向。此次疫情中,新浪微博、腾讯等都有设置"辟谣专栏",发挥了主流媒体的权威作用,赢得了公众信任。再者,建立专业的医疗团队利用媒介平台进行疫情防控普及、科学防止疫情等,能更好地引导舆情趋于健康积极,打击不实谣言引起的公众恐慌和舆情波动。

3. 完善网络立法, 建立绿色舆论场

习近平总书记强调: "要完善疫情防控相关立法,加强配套制度建设,完善处罚程序,强化公共安全保障,构建系统完备、科学规范、运行有效的疫情防控法律体系。" [5] 因此,要将网络舆情引导融入国家治理现代化进程中,完善网络安全法规,依法打击网络不规范现象,构建网络管理法则。面对发布不实信息及传播谣言的账号进行严惩,可加入网络实名注册要求,做到可追溯传播源头,让网络舆情治理有法可依。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 中共中央宣传部舆情信息局编著. 舆情信息汇集分析机制研究 [M]. 北京:学习出版社. 2006
- [2] 中共中央宣传部與情信息局编著. 與情信息汇集分析机制研究 [M]. 北京: 学习出版社. 2006
- [3] 何振,卢坤. 突发事件社会舆情风险生成演化及防控研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版),2020,44(02):22-26
- [4] 中共中央政治局常务委员会召开会议研究加强新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作 [N]. 人民日报, 2020-02-04.
- [5] 习近平主持召开中央全面依法治国委员会第三次会议强调:全面提高依法防控依法治理能力为疫情防控提供有力法治保障 [N].人民日报,2020-02-06.

海外涉华公共卫生事件报道的泛政治化趋向研究

——以李文亮医生舆情事件为例

□毛伟

【摘要】2月6日,我国社交媒体舆论场经历了特殊的一夜。李文亮医生在各大自媒体平台被宣告 了两次去世,一次是6日晚间21点33分左右,一次是7日凌晨2点58分,前者是舆论,后者是医学, 舆情也随之达到高峰,甚至形成了中国史无前例的"朋友圈国葬"。在2月6日与7日的自媒体舆论场 中,"吹哨人"这个本来对大多数中国人所陌生的概念却因李文亮医生去世引发的舆情而家喻户晓,甚 至见诸主流媒体各端。本文以李文亮医生舆情事件为例、对海外涉华公共卫生事件报道长期以来的泛政 治化趋向进行了研究、并对我国国际话语权与舆论斗争问题进行了反思与讨论。

【关键词】"吹哨人" 政治无意识 舆论干预 舆论斗争

一、舶来的"吹哨人"与舆论的政治无意识危机

(一)溯源西方舶来概念"吹哨人"

突然占据我国各大自媒体头条的"吹哨人"的提 法实际上是一个从西方舶来的概念。中文的"吹哨人" 是对英文"Whistleblower"的直译,在英文历史文献、 研究资料及新闻报道中,对这个概念实际有着明确的界 定甚至法律依据。最早的"吹哨人"可以追溯到18世 纪美国革命战争时期,美国两名海军军官 Samuel Shaw 与 Richard Marven 对时任美国大陆海军 (Continental Navy) 总司令 Esek Hopkins 准将对待英国战俘酷刑的行 为进行"吹哨",该事件还促成美国国会通过第一部《"吹 哨人"保护法》。

什么是"吹哨"?谁可以算作"吹哨人"?为什么 中国几乎见不到"吹哨人"?按照《美国传统英语字典》 (The American Heritage Dictionary)的界定, "吹哨" 也即为告密、揭黑幕,"吹哨人"指的是揭露一个组 织(无论其是私有还是公共的)内部非法的、不诚实

的或者有不正当行为的人。对于所揭露组织的不当行 为又可以被分为几种不同的情况,例如违反组织内部 规定,违反法律,可能对公众安全及国家安全造成危 害或者是欺诈与腐败等。"吹哨人"可以选择将有关 这些行为的信息对内或者对外公布。如果是对内公布, "吹哨人"可以选择将信息披露给该组织内部的其他

人以引起注意并解决问题。如果是对外公布,"吹哨人" 可以选择将有关资料交予第三方组织,常见做法有联 系媒体公之于众,或者向政府部门、有关机构反映问题, 向法院提起诉讼等。[1]

(二)政治化的"吹哨人"成为我国舆情热点 "吹哨人"实际上与西方的文化传统及政治制度紧 密相关。在西方社会,"吹哨人"的职业和身份都有 一定的特殊性,能够获得一些公众所不能获得的信息, 如爱华德·斯诺登 (Edward Snowden) 便是典型的"吹 哨人"。当"吹哨人"发现所处的机构正在秘密从事 的一些有损公共利益的行为时,他们不惜违反规章制

作者毛伟系新华社新闻研究所编辑、清华大学国际传播研究中心研究员、中信改革发展研究院研究员,博士

度、保密义务等向媒体泄露相关信息。相较于匿名发布, 西方社会普遍重视"吹哨人"及其披露的信息,其中 主要原因在于"吹哨人"一般是实名,能够为其所披 露信息的准确性负责。而且即便有法律保护,"吹哨人" 往往也有遭受着人身安全危险的风险,其承担代价之大 使得公众往往珍视其披露的信息。从李文亮医生和一些 提及 SARS 重现的医生等在微信群里发布的信息内容以 及其行为目标等来看,他们实际上都不属于"吹哨人"。

舆论对于"吹哨人"这个概念的生硬嫁接与大力追捧可能并不只是因为其"洋气"。在中文语境中,以"预警者"去形容李文亮医生都比"吹哨人"含义准确,但从自媒体到传统媒体,都在报道李文亮医生去世时冠之以"吹哨人"的名号,相关话题当日仅在新浪微博就有超过3亿的阅读量,但网民们的讨论热点已经超出了事件本身。如对我国网络舆论管理的批评,对基层公安执法的质疑等,更有热门评论认为,公安部门的死板处罚导致了疫情预警的延误,使得一位英雄含恨而死。2月7日清晨,我国某主流媒体刊登长文《悼念李文亮医生》,更是掀起了新的网络舆论追讨,但话题早已经超出了李文亮医生事件的本真面貌,假想的"吹哨人"被舆论赋予了英雄主义,而公共卫生事件的网络舆论讨论也似乎一夜之间褪去了隐晦的政治外衣,直接转变为中西制度之辩。

(三)我国公共卫生事件舆论的政治无意识危机 回溯舆情发现,在1月31日李文亮医生微博公开 武汉公安局要求其签署"训诫书"的照片之前,网络舆 论并未对此予以广泛关注,而实际上有多位医生早于李 文亮医生在微信群中发布了SARS预警。但这张照片集 合了信息管制、公安执法、疫情发酵、医生传染等多 个敏感点,瞬间成为当日自媒体最为广传的内容之一。 西方媒体普遍将李文亮医生称为"吹哨人",但其醉翁 之意在于借此抛出我国网络管理、言论自由、司法制 度等政治性话题。西方媒体无需多言和解释,仅用新 闻标题中的"吹哨人"便能最便捷、最有效地向海外 受众传达其本意,可以简要概括为"作为医生的李文亮, 因为向公众公开了中国政府隐藏的疫情秘密而被公安 机关审讯,政府掩盖疫情失败导致李文亮传染肺炎病 死"。我国的主流媒体和自媒体直接复制了这一表述, 在该事件的报道中,集体政治无意识使得原本属于公 共卫生领域的事件潜移默化地转变为政治性话题。

新闻舆论由文本组成,而文本本身即是融在社会当 中, 文本的叙事象征的是社会行为, 不能脱离社会来 理解文本叙事和新闻故事。对舆论场和舆情进行研究, 也应该从分析社会和政治历史出发来切入文本叙事的 研究。长期以来,我国新闻传播领域存在"去政治化" 的政治以及新自由主义意识形态下的"集体政治无意 识",将西方的意识形态内化为自己的意识形态,[2]在 舆论中甚至真相已经不再重要, 舆论希望有一位"吹哨 人",希望相关机构存在不可告人的秘密,希望管理者 自我否定公共卫生制度乃至政治制度。弗雷德里克・詹 姆逊(F.R.Jameson)吸收了马克思的阶级政治和弗洛伊 德的"无意识"理论,在其《政治无意识:作为社会象 征行为的叙事》中指出,政治无意识不是那种与个体精 神有关的受压抑的欲望和驱动, 而是一种集体无意识, 一种被文本遏制的阶级的意识形态。[3] 在舆论中, 李文 亮医生已经成为一个符号、一个用于情绪宣泄的窗口。 一些新闻媒体和网民追捧舆论热点, 欣然接受李文亮 医生"吹哨人"的称谓,并以此输出了多种负面情绪, 如对武汉政府抗击疫情不力的不满、对网络管制的不 满、对自身生活被疫情影响的不满等。

二、海外媒体相关报道的泛政治化框架设置

(一)样本收集及研究方法概述

我国新型冠状病毒肺炎疫情暴发后,海外媒体一直 予以了较高关注度,为掌握国外媒体相关报道的态势, 笔者选择 Access World News(世界各国报纸全文库) 数据库搜集新闻报道样本。该数据库覆盖范围相对全 面,集纳了全球 9762 个英文新闻源,包括北美(6673 个)、欧洲(1005 个)、亚洲(620 个)、非洲(441 个)及中东(331 个)等地区。关键词设定方面,选择

"Coronavirus"和 "China" (样本集 I), "Coronavirus" 和 "Whistleblower" (样本集 II), "Whistleblower" 和 "Li Wenliang" (样本集 III) 三个组合, 在标题、导语及全 文任意一项包含相应关键词组的新闻报道皆收录进样 本集。样本集 I、II、III 分别集纳了选定周期内海外媒 体涉华新型冠状病毒肺炎疫情的新闻报道、有关此次 疫情"吹哨人"的新闻报道以及李文亮医生的新闻报道, 由此构成的三个独立样本集亦可以作为交叉对比分析 的基础。检索时间方面,考虑到研究分析应尽可能反映 舆论发展最新动态且能够较好覆盖李文亮医生事件的 舆情发展全周期,故将样本日期限定为2020年1月20 日至2月20日。

统计分析发现, 在排除重复项和干扰项(如广告) 后, 样本集 I 共有 347 篇; 样本集 II 共有 152 篇; 样 本集 III 共有 147 篇。虽然三个样本集中可能存在交叉 重复项, 但从报道量来看, 李文亮医生事件在海外舆 论场涉华疫情报道中都占据着重要流量,甚至被舆论 塑造为此次疫情全球最重要的"吹哨人"。长期以来, 海外媒体尤其是西方媒体的涉华报道存在偏见,这已 经是国内学界的普遍认识,而这个偏见往往内化为新 闻报道的框架当中,继而通过议程和议题影响受众认 知。本文借鉴的框架分析理论 (Frame Analysis) 并不 是源自新闻传播学领域,而是起源于社会学和心理学。 社会学家欧文·戈夫曼认为, "框架"可以影响人们对 于事件的主观判断,是人们认识和解释世界的一种认知 结构。在新闻传播学领域, "框架分析"是一种有效综 合研判新闻报道的研究方法, 罗伯特・恩特曼、托德・吉 特林等认为新闻框架的形成是一种"选择"和"凸显" 的过程,在新闻生产过程中,"框架"能够使新闻从 业者迅速对信息进行处理并向受众传播。[4]

本文以样本集 III 为研究重点,在进行内容量化分 析与文本质化分析时,将"框架"思维贯穿始终,重 点关照了报道议题和报道态度两个维度的框架特点。 样本集 III 共有 147 篇报道,细分为类型、主题、议题、 态度、信源等五个维度,由两位研究员进行编码,并 借鉴 Cohen 等提出的使用 Kappa 值对判断一致性程度 进行检验。通过 SPSS 对两个编码分类表进行计算发现, 五个分类维度的 Kappa 值均大于 0.75, 表明分类具有 较高的一致性。从研究焦点及实施研究的实际条件出 发,并未对样本集 I 和 II 进行全面编码,而是更有针对 性地从样本 I 随机抽样出 50 篇进行编码和分析。此外, 抽样分析发现样本集 II 与与样本集 III 有较高的重复性, 人工提取出样本集 II 的 7 篇特殊项进行分析。

(二)报道主题与议题框架分析:多元视角与 框架偏见并存

从报道主题看,海外媒体的涉华新型冠状病毒肺 炎疫情报道视角较为多元,涵盖经济、政治、卫生、 科技等多个领域。其中典型经济类报道如福布斯杂志 的文章《中国工厂正遭受因冠状病毒强制关闭的困扰》 (China's Factories Are Reeling From Forced Coronavirus Closures)称,此次疫情将对中国经济带来较为严重 的影响; 政治类报道普遍带有意识形态偏见, 如《纽 约时报》的新闻《病毒危机暴露中国政治体制深层缺 陷》(Coronavirus Exposes Core Flaws, and Few Strengths, in China's Governance),刻意从政治视角解读我国的 公共卫生事件并借此攻击我国的政治制度;卫生类报 道如《卫报》的新闻《中国对冠状病毒患者试用抗艾 滋病毒药物》(China trials anti-HIV drug on coronavirus patients),及时向外界传播了我国在医治患者方面做 的诸多新尝试。从样本集I随机抽样出新闻报道的主题 分布看,卫生类最高,占比为42%;其次是政治类, 占比为24%;经济类位列第三,占比16%。但对样本 集 III 分析发现,海外媒体在报道李文亮医生事件时普 遍从政治视角出发解读,公共卫生事件被舆论解读为 政治性事件,政治类报道占比超过七成,而卫生类报 道只占 16%。

从报道议题看,海外媒体涉华新型冠状病毒肺炎疫 情报道涉及范围较为全面,抽样出的新闻报道议题包括 疫情发展动态、政府最新举措、经济发展影响、市民生 活状态等。而对样本集 III 的议题分析发现,海外媒体在

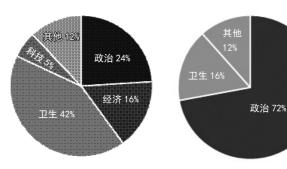


图 1 涉华新型冠状病毒肺炎疫情报道主题分布

图 2 李文亮医生事件报道主题分布

报道李文亮医生事件时,议题主要集中在对我国信息管理和国家制度的批判方面。报道议题可以进一步细分为民众言论自由、新闻信息审查、网络舆论管理、公共卫生制度、国家应急制度、医疗卫生环境及官方媒体行为等七类,涉及话题已经发生"漂移",远离李文亮医生事件本身。通过议题分析发现,海外媒体尤其西方媒体在报道该事件时,很少向受众展示事件的全貌,而更多先入为主地将李文亮医生设定为"吹哨人",并偷换概念进行解读和引导。按照西方媒体的框架设置看,李文亮医生"吹哨"的并不是疫情,而是民众言论自由。样本集 III 中近八成报道都会涉及该话题,几乎成为李文亮医生事件报道的标配。

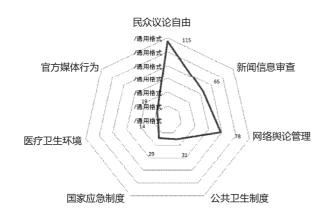


图 3 李文亮医生事件议题分布

从主题和议题选择方面看,海外媒体对于李文亮医 生事件的报道普遍带有框架偏见,其中被多次转引并 在海外社交媒体舆论场产生较大舆论影响力的报道主 要来自西方媒体。典型报道如《华尔街日报》的评论《这个"吹哨人"是真正的英雄》(This Whistleblower Really Was a Hero)称,李文亮医生去世激发了中国民众对于言论自由的追求,中国官方只能进行紧急公关,该文大量使用了带有意识形态色彩的词汇如"Autocratic""Dictatorship"等。再如,《纽约时报》的报道《感染冠状病毒医生去世在中国引起广泛抗议》(Widespread Outcry in China Over Death of Coronavirus Doctor)称,李文亮医生去世使得民众集体抗议网络信息审查。在 CNN 、NBC、BBC 的多档节目中,李文亮医生事件都登上了头条新闻,但议题却是批判我国的网络舆论管理,如指出迫于政府压力,新浪微博全网屏蔽了"我要言论自由"(#IWantFreedomOfSpeech)的话题标签,相关报道也在 YouTube 中引起了海外受众的广泛关注。

(三)文本叙事与报道态度框架分析: 舆论精 准策划与制导打击

从报道体裁来看,样本集 I 与样本集 III 中的报道 可以分为消息、评论和特稿三类。统计分析发现, 从整 体上看,海外媒体涉华新型冠状病毒肺炎疫情报道中消 息类(62%)占比最高,但在报道李文亮医生事件时却 更多以特稿(52%)和评论(40%)形式出现。媒体机 构在进行新闻采编时,编辑记者会综合考虑报道主题 的重要性、版面布局等多个因素,继而选择合适的报 道体裁。可以看出,海外媒体对于李文亮医生事件的 重视程度要远高于疫情本身。2月7日,多家西方主流 媒体连续发布了数条特稿和评论,表面上看其报道是 在纪念李文亮医生,实际上却是在批评我国的网络管 理制度,有的报道更是借此转移议程。典型如 CNN 的 报道《李文亮医生如何被中国官方媒体宣布两次去世》 (How Chinese doctor Li Wenliang died twice in China's state media)借與情热点批评我国官方媒体不具备公信 力等。

虽然李文亮医生事件仅是此次新型冠状病毒肺炎 疫情中发生的众多突发事件中的个案,但却被海外媒

体重点报道。为进一步提炼其叙事文本特点, 笔者通

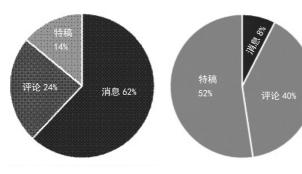


图 4 涉华新型冠状病毒肺炎疫情报道体裁分布

图 5 李文亮医生事件报道体裁分布

义的词汇如"where""but""how"等之后,生成的二十大关键词如表 1 所示。从提炼出的新闻文本关键词可以看出,海外媒体在报道李文亮医生事件时,带有负面情绪化色彩的动词和形容词占有较高权重,如"Reprimanded(谴责)""Suppressed(被压制)""Rebuked(斥责)""Rages(愤怒)"等。

关键词可被视为对新闻报道的精华浓缩,但一篇 新闻报道呈现的态度如何不能仅通过关键词进行研 判。在新闻传播学话语研究领域,荷兰学者梵·迪克 提出从文本和语境两个视角进行新闻的话语分析,继

过 Java 编程语言用 TF-IDF 算法对样本集 III 随机抽 样出的 20 篇报道文本(标 题、导语、内文)进行关 键 词 词 频 计 算。TF-IDF (Term Frequency - Inverse Document Frequency)算法 是一种国内外常用的较为成 熟的进行文本分析的数学算 法,其核心理念是如果某词

排名	关键词	TF-IDF 值	排名	关键词	TF-IDF 值
1	Wenliang (文亮)	0.921	11	Alarm (警报)	0.293
2	China (中国)	0.832	12	Reprimanded (谴责)	0.271
3	Whistleblower (吹哨人)	0.652	13	Suppressed (被压制)	0.251
4	Chinese (中国人)	0.491	14	Silent (无声)	0.247
5	Doctor (医生)	0.485	15	Hide (隐藏)	0.243
6	Coronavirus (冠状病毒)	0.441	16	Censorship (审查)	0.211
7	Lives (生命)	0.432	17	Rebuked (斥责)	0.208
8	Silenced (沉默)	0.401	18	Rages (愤怒)	0.201
9	Warn (警告)	0.401	19	Threatened (被威胁)	0.201
10	Death (死亡)	0.299	20	Block (阻拦)	0.198

表 1 李文亮医生事件报道关键词表

或某短语在一篇文章中出现的频率(TF)高,而在其他文章中频率低,则认为该"Term"具有类别区分力。在英文报道中,出现频次最多的词如"the""this""a""is"等是最常用却无意义并影响研究的干扰项,被称为"停用词(Stop Words)"。所以在统计中需要在词频(TF)的基础上,对单词或短语赋予代表重要性的"权重",也即逆文档频率(IDF)。IDF的值与所对应单词或短语的常见程度成反比,如果包含某词的文章数量越少,IDF则越大。TF-IDF的值就是TF与IDF的乘积。在Java编码中,计算单词"i"在文档"j"中的TF-IDF值使用的公式为"w_{ij}=tf_{ij}×logN/df_i)",tf_{ij}代表单词"i"在文档"j"中出现的次数,df_i代表包含单词"i"的文档数量,N指总文档数量。根据TF-IDF值的大小,在人工剔除了一些不在停用词表中但却无特定意

而掌握媒体中对于特定事件的报道态度。借鉴马丁(Martin.J.R.)与怀特(White.P.R.R.)提出的"评价理论",可以从"态度系统"对新闻文本进行评价研究。「5」"态度系统"又包括判断(Judgement)、情感(Affect)和鉴赏(Appreciation)三个维度,有积极和消极两类。其中判断是以道德伦理、法律法规等角度出发做出的评价词汇;情感是从各种行为和现象做出的情感反应词汇,一般有满意与否、幸福与否等;鉴赏是对除人和人的行为以外做出的价值评价。样本集III随机抽样出的20篇文本内容共可拆分为1913个小句,其中有521个小句具有评价意义。统计结果如表2所示,海外媒体对李文亮医生事件的新闻报道文本更多使用判断和鉴赏系统,表明这些报道属于情绪化的叙事表达,与西方新闻价值观和新闻专业主义

所谓的新闻报道应当是客观展示事实而非编辑记者个 人的情感表达不匹配,是一种双重标准。

从评价资源的量化分布看,海外媒体在报道李文亮 医生事件时更多呈现为消极负面框架,而对样本集 I 与

表 2 李文亮医生事件新闻报道样本评价资源分布

	判断 (Judgement)		情感(Affect)	鉴赏 (Appreciation)	
	积极	消极	积极	消极	积极	消极
资源数量	61	356	31	699	3	27
比例	5.2%	30.2%	2.6%	59.4%	0.3%	2.3%

样本集 III 的报道态度分析也与评价资源的统计结果相互印证。统计分析发现,虽然整体上看,海外媒体涉华新型冠状病毒肺炎疫情报道倾向呈客观中立(58%)的较多,但在报道李文亮医生事件时,消极报道占比超过八成,形成了负面报道框架。

三、涉华公共卫生事件的选择性报道与话语偏见

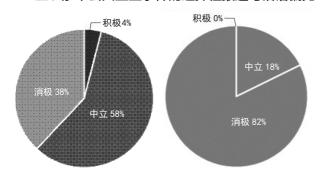


图 6 涉华新型冠状病毒肺炎疫情报道倾向性分布

图7李文亮医生事件报道 倾向性分布

"吹哨人"的提法在海外媒体多年前的涉华公共卫生事件报道中就已经出现,如 2003 年西方媒体在报道中国"非典"(SARS)疫情时,就将曾任中国解放军301 医院外科主任的退休医生蒋彦永视为"吹哨人"。由于当时我国互联网及社交媒体发展尚未成熟,西方媒体的报道框架和议程并未对国内舆论场产生较大影响,与此次李文亮医生事件报道产生的舆情完全不同。但至今,仍然有一些境外反华媒体如"德国之音"等借助舆情热点重拾"非典"时期的旧话题,英国《卫报》也发布了相关报道,称曾经的"抗疫斗士""吹哨人"

失去人身自由, 妄图抹黑我国政府形象。

通过 Google News 工具检索发现,最早以"吹哨人"来称谓李文亮医生的是德国媒体《法兰克福汇报》 (Frankfurter Allgemeine Zeitung)。其在2月3日发布

的新闻《他敲响了第一次警报》

(Er schlug als Erster Alarm)中将李文亮医生视为"吹哨人",并批评我国网络舆论管理不合理。但在样本集II中,检索发

现"吹哨人"的称谓最早出现于1月26日英国《每日 邮报》的报道《冠状病毒"吹哨人"护士称中国有9万 人患病》(Coronavirus Whistleblower nurse says China has 90,000 sick)。文中的"吹哨人"指的是武汉的一名匿 名女护士并附上了其发布在 YouTube 平台、浏览量超 过20万的短视频。很明显,西方媒体并没有再对这位 较早的"吹哨人"再挖掘,相较于李文亮医生,这位 护士虽然匿名,但其行为更接近"吹哨人",而且在 社交媒体平台已经产生了一定的舆论影响。对此, 西 方媒体选择了集体性忽略,因为这个"吹哨人"太普通, 报道她引起的关注焦点只能落在公共卫生事件本身, 很难进行文本叙事的"再造"和议程议题的"漂移"。 直到2月6日和7日,以《纽约时报》《华尔街日报》、 CNN、BBC 等西方主流媒体为代表的海外媒体发现了 可以进行意识形态输出的事件, 密集报道李文亮医生 形成舆论热点,相关新闻同步在 Twitter、Facebook 及 YouTube 等社交媒体平台推送, "中国舆论管控""中 国没有言论自由"等迅速成为海外舆论场的焦点话题 并影响了国内舆论场。

海外媒体在报道李文亮医生事件时的选择性,不仅体现在对该话题本身的意识形态倾向上,而且在具体新闻采写中,也存在较为明显的主观意愿和选择性。对样本集 III 的新闻信源统计发现, "国外学者" "国外媒体机构" "国外政府机构"等是海外媒体报道李文亮医生事件时的主要新闻信源。美国学者塔奇曼(Tuchman G)用"做新闻"(Making News)来形容新闻的生产,

她指出西方媒体机构会要求记者合理运用"直接引语"以彰显客观性;而赫伯特·甘斯(Herbert J.Gans)通过对 CBS、NBC等主流媒体大量的调查分析得出,媒体会综合运用各种表达手段如通过对事实的选取和组合,完成看似客观中立的新闻。编辑记者通过词汇选择、信源选择等看似微不足道的细节处理,却可能影响整篇新闻报道的态度,影响公众的认知。上述统计结果也表明,海外媒体在报道李文亮医生事件时,不仅有明显的报道议题和报道态度框架偏见,而且在新闻文本内容选择时存在话语偏见。

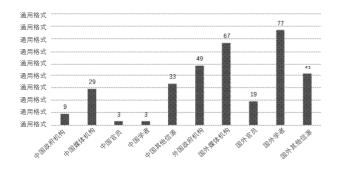


图 8 李文亮医生事件新闻报道信源统计图

四、浅析涉华公共卫生事件中的国际舆论斗争

"吹哨人"的概念本身就内涵着一种对现行制度的 讽刺和不满,对侵害公共利益的低效社会反馈机制的反 抗和解构。客观回溯事件经过,李文亮医生并不是此 次疫情的"吹哨人",但却被海外媒体塑造成为一名"对 抗体制的英雄"并成功引导了国内舆论场的舆情走势。 形成如此规模的国内外舆论联动导向并不是偶然。在此 次涉华公共卫生事件报道中,西方主流媒体准确抓住 了国内民众"痛点"并集中发力,甚至我国个别官方 媒体也紧随其后错误使用概念,播发了相关对外报道。

2003 年"非典"(SARS)事件发生时,我国的信息公开制度尚不完善,也缺乏突发事件的舆情应对经验,因此海外媒体尤其西方媒体肆意将发生的任何疫情事件都与中国的政治环境、领导人的执政状况以及民众实现自由的程度、中国的法治进程相挂钩。虽然

当时国际舆论场中涉华虚假新闻泛滥,但却并没有过多影响国内的舆论安全。当2003年"非典"疫情暴发时,我国只有约6%的居民可以使用互联网,而17年后的今天,我国网络普及率已达61.2%。在此次疫情中,我国民众获取信息的方式已经与"非典"时期完全不同,移动端、自媒体等成为了主要来源。海外媒体在报道此次涉华疫情时,报道框架甚至议程议题都继承了"非典"时期意识形态偏见的文化遗产。但由于我国已经有了一定的舆论斗争经验,能够及时公开并回应敏感信息,疫情暴发以来并未在国内产生较大的舆论伤害,甚至一度对外呈现积极正面的国家形象。直到李文亮医生事件的集中报道开始,西方媒体借助此次全民关注的公共卫生事件对我国舆论拟态环境进行了精准打击。

西方媒体成功抓住了李文亮医生去世这一舆情引爆点,精心设置了诸多负面议程议题,煽动公众消极情绪。虽然国内主流媒体大多进行了正面引导解读,但社交媒体舆论场早已"沦陷"。民众史无前例地集体参与的确是一种民意表达,但这种被精心设置并引导的舆情普遍缺乏理性,甚至带有某种"乌合之众"的情绪喧嚣。从西方媒体抛出"吹哨人"的概念起,李文亮医生就被推向了体制的对立面。在新闻叙事方面,无论是被动接受还是主动迎合,许多假想的元素都被强加到李文亮医生身上。"社会活动家""体制对抗者""人民英雄"等意识形态标签赋予了李文亮医生太多虚假"光环",但这些"光环"既符合西方媒体的引导需要,也契合民众在公共卫生事件危机时的心理需求,即便这些与事实相距甚远。

在重大公共卫生事件报道中,事实真相敏感且无比珍贵,西方媒体的对外宣传策略早已不是简单地报道虚假新闻或者捏造事实。从大众心理学的角度看,一些容易被公众遗忘的细节却成为西方媒体成功设置框架与议程的关键。李文亮医生是一名中国共产党员,是一名眼科医生而不是病毒研究或者传染病专家,他在微信群中发布消息更多是为了提醒亲友,并不是替民众奔走疾呼。李文亮医生既不是"吹哨人",也不是体制的对抗者,

因其有被警方训诫的经历, 西方媒体迅速将"言论自由"与该事件挂钩, 并由此引导公众建立更多的想象空间, 一种基调认为如果中国没有网络信息管理, 这次疫情就会因为李文亮医生而彻底改变。这种泛政治化的报道框架几乎成为西方媒体对李文亮医生事件报道的标配, 更有媒体过度"消费"该事件, 将对李文亮医生的抢救视为政府的"表演"和"政治性抢救"等。

一直以来,西方从未停止从思想上对我国进行分化。从互联网商用化、大众化开始,网络舆论便成为西方国家对他国意识形态渗透最有力且最便捷的武器。借助网络发起所谓"和平演变"让西方国家屡试不爽,但美国主导的"阿拉伯之春"不仅不并能使他国实现繁荣稳定,反而每况愈下,中东国家的网民群体被误导、煽动,从 Twitter 线上平台的语言宣泄走向了现实广场的暴力示威。表面看,中东国家坠入"民主化陷阱"是相关国家自身问题长期累积和自主选择发展道路的结果,实则为西方势力长期渗透后所策动的中东版"颜色革命"。"颜色革命"实际上也离我国很近,从 2014年多次暴发的"香港占中事件"到 2019 年的"香港修例事件",都能在网络舆论场中看到西方活跃的身影。在李文亮医生去世后,香港的反对派就立刻开始悼念"吹哨人",妄图将此作为颜色革命的新起点。

我国已经站在世界舞台中央,涉华公共卫生事件不仅是国内舆论场的焦点,而且是西方媒体进行舆论干

预的重点关注对象。从"非典"到新型冠状病毒肺炎疫情,西方媒体已经习惯于以泛政治化议题解读我国公共卫生事件。除了"吹哨人"的议题操纵外,西方媒体还设置了多种多样的泛政治化议题,如批评"封城"做法缺乏人道主义、推断中国开发生化武器导致疫情、假想病毒从中国实验室流出等,妄图用舆论将中国塑造成为一个"不可信任"的世界瘟疫传播者。

面对日益激烈的国际舆论斗争和话语权争夺,做 好涉华公共卫生事件的新闻报道及舆论引导, 既是我 国面临的巨大挑战, 也是作为话语主体和事件当事方 的历史机遇。在发生国际性重大突发公共卫生事件时, 国家官传管理部门应当从更高层次统筹传统媒体机构 与新兴媒体平台的力量,建立新闻媒体与卫生、疾控、 科研等机构的信息联动机制;中央级媒体在对外报道时 要形成合力避免单边作战甚至内部竞争态势, 要充分发 挥学界和业界的力量, 共同做好有关公共卫生事件对外 宣传的相关语言应用、话题设计、议程设置等基础工作; 网络管理部门和新闻媒体机构对国内外舆论中出现的 泛政治化议题以及舶来概念要及时做好辨析解读和引 导回应;新闻媒体机构要在实战中积极探索并总结海外 受众可以理解的公共卫生事件报道模式, 巧妙设置框 架、议程及议题, 充分发挥海外社交媒体平台传播潜能, 力争占据国际舆论主导权。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] Vandekerckhove Wim. Whistleblowing and Organizational Social Responsibility: A Global Assessment. 2006. Farnham: Ashgate Publishing.
- [2] 李彬. 水木书谭: 新闻与文化的交响. 北京: 新华出版社, 2016.
- [3] 弗雷德里克•詹姆逊.政治无意识:作为社会象征行为的叙事.王逢振,陈永国译.北京:中国社会科学出版社出版,1999.
- [4] 毛伟. "一带一路"倡议在海外舆论场的话语建构与报道框架——以印度主流媒体为例. 对外传播, 2019.
- [5] Martin J R, White P R R. The Language of Evaluation: Appraisal in English. Schools & Disciplines. 2005,23(2):371-381.

从美国大报头版讣告看传统媒体创新

——以《纽约时报》《今日美国》为例

□刘绩辉

讣告作为新闻刊发于报端在国内极为少见,一般 为逝者亲属向亲朋好友报丧的通告,呈现于版面大多 也就是一小小"豆腐块"。通常情况下,在国内,只 有较高社会地位的人的讣告才能作为新闻上报纸头版, 普通百姓讣告登上报纸头版几乎不可能。

然而,在疫情全球肆虐,美国"新冠逝者接近10万" 这个特殊节点,《纽约时报》《今日美国》两大报分 别用头版整版篇幅刊登普通百姓讣告,其深邃的寓意、 超常的构思、强烈的视觉冲击力,令人震撼,让人脑 洞大开。

一、"干人讣告"登上《纽约时报》头版

美国东部时间 5 月 23 日,《纽约时报》在社交媒体上提前公布 24 日即将出版的报纸头版。这个以 1000 名新冠逝者组成的"千人讣告"版,两小时内转发量超过 6.1 万次,点赞超过 1.1 万次。(见图一)

这个"千人讣告"报纸头版,除了报头下横跨六栏的通栏大标题、一句话提要、简洁约一百字的导语外,整版密密麻麻,刊发的全是新冠逝者名字、年龄和生平,名单中没有分段,也没留空白,一个接一个,黑压压一片。唯一容易让人区分的是,每一个逝者名字采用加黑字体,整个头版没有一张图片或图示,显得格外肃穆。1000名逝者,成为当日头版的唯一主题。

(一)"千人名单"与近十万新冠逝者 这个"千人讣告"版报头下通栏大标题赫然写着: U.S. DEATHS NEAR 100,000,AN INCALCULABLE LOSS (《美国

That's Fit to Peter Tork Times

ARLY EDITION

U.S. DEATHS NEAR 100,000, AN INCALCULABLE LOSS

	I could be a real tolorator - Michael Sor-	states you in the construction indus-	Vincent Lional, 60, New York City, Met	I Noveminder Havidic dynasty - Ja-	72, Bristol, Com., leved writing birth-
They Were Not Simply	confelie neural planters: Without Disease and application transport of particular and application transport of particular and application transport with resourced deleters. Dec. Insepara with resourced deleters and application transport and	Attention to the construction below in the state of the construction below in the state of the construction below in the state of the construction	Vincent Lionsi, 60, New York City, Met Opera violist and youth orchestra con- ductor - Ann Youngerman Smoler, 67, New York City, had a passion for so-	Noveminsker Hasidic dynasty - Jo- seph E Kelly, SI, New York City, did two toers through the Panama Canal to Antarctics John Prine, 73, Nash-	72. Brisin Corn., leved writing jointh- day and hilbby areas, peems and little. **Cheeler Constanting, 18, Morio Park, **Che
Names on a List.	cial justice through architecture -	lot still teaching people to fly at 88 -	Ouctor - Ann Youngerman Smoler, 87,	two toers through the Panama Canal	Charles Constantino, 86, Menio Park,
Names on a List.	D.C. lawyer who mentered others -	lif., veteran police detective - Regiss	cité justice - Thomas Waters, 56, New York City, armed the affordable hous-	one team formers) the Paraman Casts with contrary field sizer she was a flowered field to Sylam. Persy should have a field to see that the sale of the have a field to see that the sale of the have a field to see that the sale of the have a field to see that the sale of the have a field to see that the sale of the have a field to see that have a field to s	York Times - Ben Deberty, 53, Bos-
They Were Us.	Susan McPherson Gottsegen, 71, Palm Banch, Ela, Josef and expenses friend	D. Cullen, El, Shrewsbury, Mass., small	cold pointer. Thomass Maters, 16, News, 2004 (2014). Thomass Maters, 16, News Agent Park, Inc. 10 (1994). The Materian M	favorite of Bob Dylan - Perry Buchal- ter 51 Election sylest bean - Manies	ton, stockbroker who founded Doherty
	to many - Andreas Koutspedakis, 50,	dra Santae-Varraina, 54, New York City,	- Luke Workelf, 33, Huntington, N.Y.,	Maley, 74, Rehoboth Bench, Det., leved	way, \$2, New Brunswick, N.J., moth-
Monther along account possible	New York City, tradblazer for TriBoCa	belaved public school teacher - Frank	his refertless passion was for his fam-	unitrals, had dogs and cats, and rode	ematician known as the "magical ge-
measure the impact of the coro-	leader in Florida Pride events - Noel	cy room doctor who died in husband's	Pulm Beach, Fia., served with the	Longmeadow, Mass, mentored by the	City, developer and friend of the pres-
navirus on America, whether it is	Shikiat, 64, Olsey, Md., rurse planning	arms · Sterling E. Mathews, 60,	Point Beach County Sheriff's Office for	computer science ploneer Grace Hap-	ident - Rabby Browne, 72, New York
jobs interrupted or lives cut short.	Our retrement - Industria. August, 85, Our ming, Ga., created many wonder-	served as a dencen - Alby Kass. 89.	en, absent secreted to be busy with	Bf., backward birds were known to eat	socialized with colebetties - Wenn
As the country nears a grim mile-	ful memories for his family - Robert	California, lead singer of a Yiddish folk	some home project . Jeanne Hum-	from her hand . Faralyn Havir, 92,	Handman, 97, New York City, acting
to the virus, The New York Times	manney Argo Jr., 75, South Boy, Cast., member of Del Arno Fluers - Michael	group - Mager Bekart, 78, Inchana, re- tired firefighter and old-school barber	ented Syrnes, 97, Dattery, Conn., re- ceived numerous greants for her ac-	Manesota, her invorne tring was meeting new neonle - Tarrin Jamal	run Place Theories : Adam Kowers 77.
scoured obituaries and death no-	McRinnell, 84, Beverly, Mass., archi-	· Martin Douglas, 71, New York City,	counting skills · Alice Coopersmith	Howard, 26, Waterbury, Conn., gentle	New York City, cartoonist and an ex-
Numbers alone cannot possibly measure the impact of the con- navirus on America, wholse it is the number of politicals treated, As the course property nears a grain build- stone of 100,000 feaths attributed to the vinus, The New York Times scoured abitsacries and death re- tices of the wifetime. The Lidds people when reflect just I percent of the lid. Near were enter manufact.	Homeste Donner 54 Separatile N. I.	Species 65 Manualtis manualty to other	Parest, 87, Received, Calif., in the first	O'Brien Johnson 24 Jacks Mo. 2005.	New Jersey reasoner of the S.W.
toll. None were mere numbers.	coached several championship-win-	er Memphis artists - Mary Minervini,	High School of Science - Bobby Lee	tor of Mr. Sinal Church of God in Christ	Brown & Son Feneral Home - Irene
Brazileia Desed 57 San Jose Calif and	ning jurior high girls basketball teams	91, Oak Lawn, II., sign-language in-	Barter, 84, Backley, Wash, Scalawics	Joseph W. Hammond, 61, Chicago, grouped morbins to look offer his an-	Casior, 91, Pennsylvania, great-grand-
ditor in Silicon Valley . Marien	mother who was always full of ideas	New Jersey, loved to figure out how	americh, 74, Sheboygan, Wa., espe-	ing parents - Marris Loob, 90, North-	ley L. Morse, 88, Stark County, Ohio,
Krueger, 85, Kirldand, Wash., grent-	Louvenia Henderson, 44, Tonawaz- da N.Y. consideration method of these	things worked . Date E. Thurman, 65,	cially proud of his Lithuanian heritage	brook, III., endlessly curious, never re-	trombonist who once turned down an
Patricia Dowd, 57, San Jose, Calif., au- dier in Silcon Valley - Marien Krueger, 85, Rirkland, Wash, green- grandsrother with are ausy laugh - de- malos Form, 77, Loe County, Fla., wife	- Carol Sue Rubin, 60, West Elecenfield,	acting work and strong opinions . El-	teered for pot rescue organizations - Rhoda Hatch, 73, Chicago, first in her	62, Rome, Ga., his greatest access-	tra · Marparet Laughlin, 51, Masso-
with little time to enjoy a new mar- riage - Cornellus Lanyer, 84, Bellev-	Mich, loved travel, mahjong and	lis Marsalis, 85, New Orleans, jazz pi-		plishment was his relationship with	chusetts, had a mystic's direct sense
	Kajda, 92, Rayal Ook, Mich., would use	sicians - Richard Passman, 94, Silver	family to graduate college - Regina Dix-Parsons, 75, Schenectudy, N.Y., stalwart church gospel singer - Lak-	gs, moved artiques for more than 25	Whiting, 66, La Plata, Md., retiree de-
ta Mendera Dionisio, 68, Leo Argeles,	chalk and oil paints to capture family portraits - Alice Chavdarian, 92, Mich-	Spring, Md., rocket engineer in the	stalwart church gespel singer . Lak-	years - Myra Helen Robinson, 57, De-	termined to spoil her granddaughter
pines - Jordan Driver Havnes, 27, Co-	igan, leving, generous and adventur-	vid Driskell, 88, Hyazzyille, Md.	was helping to raise some of her daz-	Roger Mckinner-Wagner, 73, Lowell	manager with "an eye for beautiful
dar Rapids, Iowa, generous young	ous spirit - Bassey Officeg, 25, Mich-	champion of African-American art	en grandchildren - Barbara Yazbeck	Mass, professor at the Salter School	and unusual things" - Gerald Glenn,
Frieses, St. Chicago, former reams -	brought out their best · Bobby Joseph	master of lazz guitar - Tarlach Mac-	she was known to many as Bahs -	idence, N.J., enjoyed talking sports	turned paster - Marlear Jacoby Jr. 90.
Luis Jaures, 54, Romooville, Ill., trav-	Hebert, 81, Oat Off, La., a 33-year ca-	Niallais, 57, New York City, Belfast-	June Beverly HEL, 83, Sacramento, no	with furtily - John Herman Clomax,	Washington, D.C., inspiring reath
is Mendene Disablo, fig. 1, no Augusto, cancer survivor born in the Philip- pless - Jordan Driver Higner, 7, Co- che Regish, 1 breas, processor young man with a Golghink gris - Parising Link Jazzer, 5, Normovortik, 18, trav- ciol offens in the United States and Monicos - Merch C. Day, 55, Tudos, Ofe- la, contained ministers - Alan Land, 31, Whichington, conclusive with with the main sensing one "- Blanch Walf, 64, New Jates - Misherbilla, 72, Cleroca, Ver- ality - Misherbilla, 72, Cleroca, Ver-	of Transportation Miserie Gelf Coo-	sticine - Richard Passuma, 94, Silver, Spring, Md., rocket engineer in the early clays of supersonic flight - Da- del Briskell. Bi, Flyazovile, Md., classiption of Africat-American set - Endoy Pitzmell, 91, Saddle Pave, N., mostice of Juzz gelme - Tratish Mac- lor of Juzz gelme - Tratish Mac- born flighte for LB, GOT, and Gishbü- ty rights - Asteolo Chees, 67, New Perk City, social worker - Albert Ser Fert City, social worker - Albert Ser Perk City, social worker - Albert Ma- thon answered the call on 9/11 - Ad-	sweet corn the way she did . Kimar-	American corporate band traders on	18, Pennsylvania, escelled in the
la, ordained minister - Alan Lund, 81,	per, 79, Louisiana, loved big and told	York City, social worker - Albert Pet-	lee Nguyen, 33, Exerett, Mass., writer	Wall Street - José Torres, 73, New	kitchen - Josephine Posnanski, 98,
amaging our" - Black N MIG. 64. New	Jessica Beatriz Corter, 32, Los Anne-	who answered the call on 9/11 - Ad-	students · Kanud Ahmed, 63, New	on munic's story . Steart Cohen, 73.	Stokes St. 75. Crimes, retired preach-
Orleans, bounce D.J. and radio person-	les, immigrated to the United States	sen Seldesinger, 52, Poughkrepsie,	York City, hotel banquet worker and	New York City, Brooklyn cabble who	er - Phil Langley, 83, Frankfort, IIL,
nam veteran - John Colemanesen, 52.	Irree years ago - Marie Careas, 84, Irrecord, N.Y. Iconic Struce in the In-	N.Y., songwriter for rook, tim and the stage - Frederick Bowen Stage, 87.	land, 46. New York City, sanitation	Bacca \$1 New Jersey educator poli-	Farne - Vision Timely Mason, 55.
New Jersey, administrator at a men-	wood community - April Dune, 33, Ba-	Greensboro, N.C., Bled the mental	worker living his fullent days - Israel	tician and family man - Johanie D.	Resurreet, Mich., co-owned the Bark-
ing melity - Donald Represed Haws, 68, Jacksonville, Fla., administrated	ton souge, La., advocate for disabili- ty rights - Cedric Disse, 48, New York	encueriges of business - Beoglas Al- an Roberts. 69, Vencouver, West on.	saur, 22, Broken Arrow, Okks, now fa- ther . Lester Eber, 82, New York	veamy, 75, Country Club 108h, IE., teacher's side - Mary M. Desete 43	cia-Radelo, 52, Nevada, wpeld walk
Orient, Boarce D.L. and nadap personalsy - Nithand Polita, 23, Citicago, Vienam veteram - John Colinaceso, 33, Nova Liveny, Schmisters of a maning facility - Danald Bayassad Baw, 83, Jacksocrottill, Pla., administered Boly Eucharist to biospila politoria - Prew Shaber Lago, 76, Benina Courty, Park Control (1997), 18, 18, 18, 19, 19, 19, 19, 19, 19, 19, 19, 19, 19	chik med rigination copieces family con- ception of the compared of the con- tent parts. I have coffering 1.3 Med- mes parts. I have coffering 1.3 Med- ment parts are consistent to the compared of the first temporary content of the Lordring Department of the con- tent with the Lordring Department of the Partment of the Content of the con- pared of the Content of t	Nerk Cly, oodså verker - Albert Per- sonsil, 73, New York Cly, fire chief who asswered the call on \$171 - Ad- an Seldeslager, 5, Foughbreson, 5, Foughbreson, 1820 - Frederick Rowen Starr, 87, Greenbern, N.C., blad the mental challenges of business - Beeglan Al- desleys on seission. Swite H. 600; 600; C. 600; F. 100; F. 100; F. 100; 600; F. 100; 6	Intelly to experience codings — Register and American Conference and Conference Conferen	The second secon	and the second of the second o
Fred Walter Gray, 75, Benton County, Worth, Word his bacon and book	a get for interrogation - William Helm- roich, 74, Gerat Neck, N.Y. special and at	str. Cedarburg, Wis., taught her girls sheenshead and canasta . Besselv	Wine and liquor industry - Harry R. Histon, ST. San Francisco Province	Literacy Volunteers of America - Ve- ra Flat, 67, Benerity Mass, fare behind	Permando Mitelf, 60, New York City, graffiti artist with a properties.
brunns crispy - Johnn Stokes-Smith,	who walked New York City · Harvey	Collins, 83, Portland, Maine, longtime	Call, loved the ocean and enjoyed	the counter at a family-owned gracery	John Watson, 73, Philadelphia, 1819-
87, Charleston, S.C., loved to travel and	Bayard, 88, New York, grew up direct-	registered nurse and hospital volun-	swimming and booting . Lee Sceeb-	store - Mike Field, 59, Valley Stream,	where he went, he took pictures -
W. Lewis, 68, New Orients, preserver of that city's performance traditions	kee Stadium - Maxwell M. Maxell, 90,	Minn, worked as an engineer with	neckties, suspenders to belts · Rob-	attacks · Chianti Jackson Harpool, 51,	gen, N.J., editor at the Ladies' Home
of that city's performance traditions - John-Sebastian Laird-Hammond, 59,	Syracuse, N.Y., founded the Associa-	Comcast - Florencio Almazo Murin,	for observed assorbios . Burelos H	Baltimore, social worker and then a political fundament a Count Depok	Journal - John B. Lynch, 76, Winning-
Sehn-Golandia Lünd-Burnsend, 15, Washington, D., namebor et a Praviciosis monoculery - Garl Redd, Cl., Claiga, Sequence di nevery moranes le cesso se consultation de la revery moranes de la revery moranes de la revery moranes de la revery moranes de la reversión de la r	mer J. David, 50, Farihouk, Minn, had	Jennifer Robin Amold, 67, New York	Thatcher, 79, Clifton Park, N.Y., sang	er, 50, Chicago, longtime dentist - Pe-	do Moncado, 56, Brocoville, N.Y., Job
ciscon monustery · Carl Rodd, (2, Chi-	respect for every living creature -		in her church choir for 42 years - How-	ter Kafida, 91, Chicago, worked most-	Peru and grabbed hold of the Ameri-
could with his only grandchild - Lag-	S.C., active member of the South Car-	famous in family circles for his birria	leans, strong advocate for health care	Clara Louise Bennett, 91, Albany, Gz.,	Haute, Ind., volumeer youth football
ry Ruthgeb, 90, West Bloomfield Hills.	olina Progressive Network - Eastern	famous in family circles for his birri, famous in family circles for his birri, beef stew - Ralph Plaisance, 57, Mass- apopus, N.Y., *we called him the Grand Poobsh* - Audrey Malone, 85, Chica-	policy · Allan Joseph Dickson Jr., 67,	sang her grandchildren a song on the	coach - Theodore Gaffory, 92, Wash-
200-m p.h. stock car · Alvin Elion, 56,	an with a gift for peacomaking . Fre-	boof mars. "AlgoPhilanaes, E. Mano, Theolah", Autory Edmon, E. China, D. usang ganged franke in a membered processing of the control of the control of flower in Louisa Bioli, E. Chicago, December 1, Proceedings, M. L. China, China, C. L. China, China, C. L. China, China, C. L. China, C. L. China, China, C. L. China, China, C. L. China, China, C. L. China, C. L. Chin	resasic scene - John Cassano, 70, Palos	Marsi Kerman, 96, New York, Jentrared	Ferri and grabbed look of the American Count Court Live State, Inc., volumeer youth football court Live State, Inc., volumeer youth football court Live State, Inc., volumeer youth football court Live State, Inc., volumeer Joseph State, Inc., Court, Collector, of States of States and coils - Harred Boards A., GO, Cheenge, and Cooks - Harred Boards A., GO, Cheenge, Tondo House and Joseph States of States and Collector, Inc., volume States of States of States and Collector, Inc., volume States of States and States of States American Enablastic of Cheenical Engineers — Michael Galagrande State, States of States American Statistics - States of States American States - States of States and States - States of States and States -
Chicago, followed in his father's foot-	da Ocras, 51, New York City, russe with	go, sang gospel music as a member of	Park, III., family jobester - Engene La-	in multiple Broadway productions -	lin, Conn., collector of stamps and
San Juan, Puerto Rico, educator and	Deuglas Hickok, 57, Pennsylvania, mil-	Driscoll, 87, Plymouth, Mkh., lather	loved automobiles, especially trucks	ed everyone to feel welcome - Bobert	radio host and youth advocate - Jag-
marsthoner · Donald J. Horsfull, 72,	Stary's first virus canualty - Thomas	figure - Lucius Hall, 87, Chicago,	- Jim J. Welf St., 72, South Holland, III.,	Dugal, 58, Oak Park, III., advocate for	dish C. Agarwal, S3, Contord, Mass.,
computing · Kevin Charles Patz, 64,	on his Harley - Julian Angelano-Ma-	· Rennie Estes, 73, Stavensville, Md.,	players be coached - Robert LeBlanc,	Veget, 74, Aurera, Colo., photographer,	Chemical Engineers - Michael
Sectific, active in the ALDS Functionies. Hills Lange, Six New Yest City, Legardanie, composer and educative: Wait- terms, and the Composer and educative: Wait- terms of Electric Convention in Death Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could make mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 75, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con- Manual Con- Washeld, 76, Stockhorme, VV., could mything grow "Electric Con-	ya, 51, Chicago, life of the party . San-	always wanted to be near the ocean -	87, Cambridge, Mass., worked in con-	gourmet cook, sparkling hostess and	Glangrande Sr., 78, Bellmore, N.Y.,
planist, composer and educator - Wal-	worked as a meat-outer for Jewel su-	ing expert who brought eartic foods	Antologue Marie Lutz, 91, Chester,	Novi, Mich., belped drive the family	Rass, 65, Michigan, worked more than
ter Robb, 91, New York, Surmer Gen-	permarkets - Robert Rust, 88, Greens-	to green grocers - Patricia Berwarth,	Conn., candy striper at St. Rophael's	car along Route 66 - Chadla Obermili-	and pears of companies of the control of the contro
wards, 48, New York City, college bus-	til his last years · Melvin Pumphrey.	biographies of famous friends - Anade	lands, Calif., owned Praince Water	try sirl - Regule Bagain, 54, Lockport.	church · Larry Jones, 61, Chicago,
ketball assist wizard . Dec-Ann Ro-	80, Chicago Heights, III., relished his	Killic, 69, New York, two-time cancer	Trucks for 44 years - Andrew Kawal-	La., Republican freshman in the state	longtime high school referee - Shir-
high school principal - Lanceka Barks-	Naperville, III., assistant paster - Mar-	ate, Mass., besered to march with the	service - Jana Prince, 43, Gretro, Lo.,	Jr., 55, Pearl River, N.Y., man of faith	reader of books on birds and other
dale, 47, Detroit, ballroom dancing star	guerite M. Horgus, 86, Sweetgrass,	American Legion in many parades -	social worker who dedicated her life	and a proud trish-American - Deyr-	wildlife - Billy Ross, 53, Nilwaukee,
early woman on Wall Street and a	throughout Toole County and beyond	lif., trught math. English and history	Plains, N.Y. Sourth-seneration owner	made friends everywhere he went	wankee Rescue Mission - Helen Sil-
World Bank official - George Freeman	- Joseph Mice/ah Thomas II, 88, New	for over 30 years - Bruce W. Sowals-	of Mario's restaurant, a Brook institu-	Estelle Kestenbasen, 54, Leonia, N.J.,	via, 95, Brockton, Mass., known as the
make acrething prov Hareld L. Un-	and movie personalities - Beryl Ber-	cial place at Bir Bowman Pond - Sam-	City founded Strategy Associates -	made friends everywhere he went - Estelle Kestenbaum, H., Leonia, N.J., socretary to a New Jersey Judge - Ar- tends Nazarian, RI, Englewood Chills,	Davis Begave, 43, Codes, N.M., worked
John, 51, Burlingarne, Calif., combact-	say, 54, New York City, actress and	uel Kramer, 51, Potomic, Md., congre-	Gerard Resemberg, \$3, New York City,	N.J., opened a Los Augeles preschool	at the Home Depot - Rose Mary Infan-
ed clinical research at Walter Bood Ar- my Medical Center - Terrence McNal.	Jr. 74 Frimonds Wash, nassissate	Browes 46 Armondis Md. pharma-	tice - Marty Dever, 56, New Jectors	from life in prison - Richard Alexan-	Italian incrierants - Ann Sullivan 31.
ly, 81, Sarasota, Fla., Tony-winning	about retaining his town's small-town	cy manager with young daughters .	loved to referee basketball games -	der Ress Jr., 66, Boynton Broch, Fla.,	Woodland Hills, Calif., animater for
playwright of gay life - Theresa Ellole,	atmosphere - Sidney Siegel, 92, Wood-	Norma Huza, 101, Wilmette, III., mom	Harold Reisser, 78, Pittsburgh, took	Release karate instructor - Helen	Woodned Bills, Calf., asimono for Disasy Eris, including "The Little Merstadt" - Norman Guinarette, 19. Mer Provideou, N.J., art papply businssman with a remarket streak. Somewhall Provideous Comments and Comments of the C
business making detailed pira and cor-	products industry - Robert M. Wels-	Wright, Ky, original member of the	form - Clark Osojeicki, 56, Stil water,	what she had work for her . Marcus	New Providence, N.J., art supply busi-
signs - Sterling Madden Je, 75, Arting- ton, Va., developer known for his	the import expert business : Jae Dif.	Trans - Gleen Daniel Relitto 52 New	Ninn, well known in the work! of agil- ity doe training - Keyle John Cabill	boward Cooper Je., 83, Louisiana, he loved his wife and said "Yes dear" a	Kenneth L. Jewel, 78, Mountain Lakes.
friendliness - Alan Finder, 72, Ridge-	fie, 61, Nastrolle, Grammy-winning	York, town councilman · Babert Lee	83, New York City, directed Alba	lot - Nelson Perdome, 44, Middlesex	N.J., exceptional radiologist - Jerry
wood, N.I., unflappable New York Tirres increasing a Florid Contra 50	SS. Elected retired problem;	Amos, 66, Columbus, Ind., expert	House Cornerstone Bookstore in low-	County, N.J., veteran corrections offi-	of the WWII Polish Spitter plints .
Mornchit, N.J., Indian chef of fine din-	eager to travel - Horace Saunders, 96,	Judith Plotkin-Goldberg, 83, Massa-	Haverstraw, N.Y., known for having a	Ameresi, 87, New York City, retired	Joan M. Heany, 77, Upper Brookville,
ing - Klous Kelly, 48, New York City, nurse in the Covid Sett - Bami Cohn	heer 77 Mount Airy Md. cetterd fire-	dio and TV - Caby Adainh 44 Chica-	\$1. Schoolticake N.Y. member for	leans, Ind., worked for the Orange	ness into a successful company - De-
jaba 51, jau rilagjana, Call, endesk- ja 52, jau rilagjana, Call, endesk- ja 53, bosposta, Fia, Josepa-sinda, Ja, 15, bosposta, Fia, Josepa-sinda, Ja, 15, bosposta, Fia, Josepa-sinda, Januari, Januari, Januari, Januari, Januari, Januari, Lander, Januari, Januari, Januari, Januari, Januari, Januari, Lander, Januari, J	meters of two parts of the control o	go, entrepreneur and advenourer .	The state of the s	County Highway Department - Tom-	lla Regina Diffullio, 91, Jarraica Pizin, Mass., abusys put her children first Jeanne Stone Russak, 84, Endicott,
I Golde ST Confirm Win Green Bay	hered for his laws of trivia . Bahert	Ma. Journal constitute portlest straigs	neers Union, Local No. 196 - Robert L Crahen 87 Warmakee Wis nick.	mie Brown, R2, Gary, Ind., security	Jeanne Stone Russak, 84, Endicott.
Packers season ticket holder for 50	Gartt, 77, Utuh, former speaker of the	Don Whan, 67, Indiana, sports fan who	normed "Boscar Bob" for his lock in	wife - Doris Bown, 75, Merrillville,	N.Y., classy lady with style and ele-
sachusetts, an expherant laugh - fr-	hurthreeist - Phillip Thomas, 48. Chi-	Webster 82. New York City executive	Waterbury, Corn., spreagyring faith	as her husband - Marie Soudan Walk-	to, shared her knowledge and love of
via Herman, 94, Indianapolis, Army	cago, his Walturt co-workers were	behind New York Philharmonic's eco-	and dedication to the Catholic Church	er, 99, Louisiano, never drew atten-	reading - William U. Routette III, 93,
man modest about his service in the Partie: - Bicards Contamely 64 New	York City somewriter of "I I can Back	New York City Irenat Goldenia Sarks	Timethy Branscomb, 32, Chicago, al- source bases leading out for others	tion to herself - Frances M. Pilot, 81, Well, N. I. known as Rie Messens to	terman on his work heat on Chesa-
	"If Roll" - Peter Sakas, 67, Northbrook,	in 1975 · Randy G. Addison, 64, Car-	Paul Warech, 88, Vineland, N.J., wide-	all who loved her . George J. Foerst	puske Buy · Antoinette Meyer, 15,
who served his patients until the end • Mark Blam, 68, New York City, Obie	III., ran an animal hospital - Joseph Vasel 65 Indiana macros and friend	rollton, Ga., survived being shot in the	by surmised he could have played Ma-	Jr., 99, New Jersey, called "The Cap-	cheriff - Michael Woonish Jr. 92 Glen
Award-winning stage and screen ac-	to many - Mary Reman, 54, Nerwalk,	Except Systems. Board Standard Systems. The Work Standard Systems. Board Standard Systems. See Joseph Standard Standard Systems. See Joseph Standard Standard Systems. See Joseph Standard Stand	45, Chicago, bus driver and school so-	scorein y no les de les places de la companya del companya del companya de la companya del la companya de la companya de la companya del la companya de la companya del la c	James Stone Russia, St., Bridert, N., Catory law with style and ele- ptors - Anita Rubinson, 91, Minness- ton, shared her lower-ledge and lowe of reading - William U. Brothers III, 93, Swandsharp, Pac, polyoped being sys- tematic on his work head on Chem- pulon Bay - Annibates Meyer, 15, Crowseride, Md., trailbeining depays herif'. Mikhad Wassiak Je, 92, Olen Cove, NN, brought the family to charchevery week - Marvis L. Thes-
tor - Robert Earl Schaefer, 87, Seattle,	Corn., shot-put champion and fedure	logged over five million miles behind	Curity guard - Halley Herrera, 25, New York City, building the rapid parts and	decades loss carrer in ministra.	
scholar - John C. West Jr., 71, Caraden,	New York City, transgender inunigrant	Louisiano, inveterate harmonica play-	for empority - James V. Walsh, 78, New	ri Ann Kensedy-Tornkins, 48, Garrison,	für smile - Edmon C. Carmichael, 79,
S.C., avid observer and participant in South Carolina politics + Gordd An-	activist - James T. Goodrich, 73, New York City surround who supported con-	er - Helen Melina, 85, Washington, all-	Jersey, volunteered his time to church	NY, worked as a special education	nity - Linda Nate 61. Hazari Creet, III.
theny Merales, \$1, Louisiana, an ency-	joined twins . Japlee Preschel, 60, Te-	Hunkies - Rosald Burdette Oalp, 84,	Lindas Karolis Mikalonis, 86, Berkley,	Franzese, 70, Nevada, former hairstyl-	home helper for many years - Lela
clopedic knowledge of old Hollywood		Redding, Calif., helped countless peo-	Mach., arrenigrated to New York from	Bernard David New York Yardoors fam -	street, 10, Country Club Hills, Ill., bid- visitor for the local church - Jose Ca-
negather and blass quitarist - Maria	Jean-Claude Howeless 22, Artisetic 12th			Mass, math reader for Recordings for	cile Beregee, 60, Burbank, III., known
	azeck, N.J., founded a food pantry - Jean-Claude Herriee, 72, Adantis, Pla., always rode Harley-Davidsons - Je-	ple by previding housing and support • Norman Walker Jr., 80, China Town-	War II - Gene Zanas, 78, Oastano, Ca-		
Linda Villanueva Sus, 61, Newport	aneck, N.J., founded a food pantry - Jean-Claude Horrier, 72, Adastis, Pla., always rode Harley-Davidsons - Jo- seph J. Deren Jr., 75, Turners Falls, Mass. primd meteocoader.	ple by providing housing and support Norman Walker Je, 30, China Town- ship, Mich, and his produce with food manders and his produce with	Mr. II - Gene Zahas, 78, Osstand, Ca- M., Serce advocate for educational op- tortantic - Passes home 7	the Hind - Samuel Hargress Jr., 84,	Greendolm A. Carmichael, 72, Decom
Linda Villanseva San, 61, Newport News, Va., organized food programs for children in the Philippines - Susan	azeck, N.J., founded a food pantry - Jean-Claude Merries, 72, Adantis, Pla., always rode Harley-Davidsons - Je- seph J. Deens Jr., 75, Turners Falls, Mass., retired meter-reader - Gerald Cassidy, 86, Peachtree Corners, Gs.,	ple by previding housing and support • Nerman Walker Je, SO, China Tewn- ship, Mich., shared his produce with food pastries and his neighbors • Pe- ter Balnum, 82, Bethrods, Md., former	Paul Warreds, St, Vinchand, N.L., videl- y saminable to south have played this jo saminable to south have played this jor League Roseball - Marine Alexon, 44, Changp, the of their and action is corrieg panel - Balley Herrers, 25, New Jordan, 2002 - Marine Marine, 25, New Jordan, 2002 - Marine Marine, 25, New Jersey, volunteered this time to charch our radder, far-richers and plerion of Lindon Encells Milackeni, 86, Berlehr, Mich., transgrand to New York freeze a German reduger curry dainer Warld M., Horer advocates for characteristic processing - to Carrier, and the Company of the Jordan, Call, Novolet Canara, Vinchand (Marine) - Dageow Janese Zahas, 73, Oshdand, Call, Novolet Janes - Will	the Hind - Samuel Hargress Jr., 84, New York City, owner of Paris Blacs, a beloved Harlem juzz joint - Michael	Gwendolyn A. Carmichael, 72, Detroit, definition of love, loyalty, and the abil-
Linda Villamarva Sun, Gl. Newport News, Va., organized food programs for children in the Philippines - Susan Baken, 73, Verpinia, reading totar fo-	areck, N.J., founded a food parity - Jean-Claude Horries, 72, Adantis, Pla., always rode Harley-Davidsous - Je- seph J. Deens Jr., 75, Tumers Falls, Mass., retired motor-reader - Gerald Cassidy, 65, Peachtires Corners, Ga., owner of Sharrrock Salvage & Ap- recipal line Proof Bulletin **	the wheel. * Linge Paul Leftwich, 21 Leoisson, investment harmonic paper - Helen Melina, 85, Washington, allowed supporter of the Westhington, allowed supporter of the Westhington, allowed supporter of the Westhington, Medica, Chair, helped countains, Bending, Chair, helped countains, Bending, Chair, helped countains, Senden, Leois and Support Norman Weller A, 90, Chika Township, Mich., shared his produce with Coop paraties and his neighbors - Peter Balasum, 82, Dethouds, McL, formor accuragoes congressing professor at compact congression of the Chair	Wir II - Gene Zanke, 78, Ostaland, Ca- M., Secce advocate for educational op- portunity - Eugene James Zahas, 73, Onkland, Chili, broad diamers - Wi- liam D. Greeke, 55, Massachusetts, thought of the con-	the Hind - Samuel Hargress Jr., 84, New York City, owner of Paris Blacs, a belowed Harlem jazz joint - Michael Lee Jerdan, 60, McLeansville, N.C., re- rient from Sour Outer Stor.	Gwendolyn A. Carmichael, 72, Detroit, definition of love, loyalty, and the abil- ity to serve others - James Lowell Miller Jr. 61, Creber Banish, Jones
Linda Villanueva San, 63, Newport News, Va., organized food programs for children in the Philippines - Sasan Bakun, 72, Virginia, rending unter fo- cused on student success - Freely Ra- drigues St., 83, Denver, played the cas-	aneck, N.J., founded a food paintry - Jean-Claush Hearies, P.J., Adatais, Pila, always node Harley, Davidsons - Je- segh J. Deves Jr., 73, Turners Falls, Mass., retired motor-ceader - Gerald Cassidy, 68, Peachtree Corners, Cs., www.ret of Sharreck Schupp & Ap- praisal Inc David Belsidg, 83, Ver- mont, retired from the U.S. Outcoms	ple by previding heusing and support. Nerman Walker Je, 30, Chica Town- ship, Mich., shared his produce with food pastries and his neighbors - Pe- ter Balawa, 82, Bethinski, Md., fermer acrosspace engineering professor at Howard University - Helen Kaffis, 54, Chicaga, known for her Greek chick-	Wir II - Gene Zania, 78, Containd, Ca- M., Recce advocate for educational op- portunity - Eugene Zanes Zahia, 78, Osidand, Chilf, hoosed dinners - Wi- liam B. Greeke, 58, Massachusetts, though it was impertunt to know a person's life soary - Beatrice Ruhia.	Ann Kennesty Paralina, St. Carrison NE, voorford on a special education teacher for many years - Rasecardic teacher for many years - Rasecardic parameter, N. worked, Iramer Indirigi- iat and avid New York Yardoon for Bernard Davids Seciler, 19, Newton, Mass, much resoler for Recordings for the 1986 of Samuel Hargers Ar. 1986 1986 - Samuel	Int senifo - Edenson C. Garmschool, 179. Deswije, piller in the Detwin Commonity - Ladas Nasa, 64, Rosol Crest, 181, Dones helpe for many years - Lada Rosol, 86, Contray; Cash Hills, 181, halve piller for the local cheech - Josa Ca- cini Beregen, 60, Burbacki, 181, surven yellow for the local cheech - Josa Ca- cini Beregen, 60, Burbacki, 181, surven Controlly 18, Controlled, 17, Detvoti, definition of love, legisly, and the shall- give to serve chemicals - Lamas Lowell Nilker Leg. 64, Coden Rapido, Jova, Japowa as the Desrift builder - Desle- Japowa Survenir builder - Desle-
- Man Blanc, 60, New York Chy, Othe Awoud-wissing size and service active - Babert Earl Schadert, 55 earlie, service - State -	aneck, N.J., founded a food parity: Jean-Gaust Houries, P.Z., Mariani, Pila, always rode Harley-Davidsons: Je- seph J. Deven Jr., 73, Tumers: Falls, Mass., retired motor-creader - Gerald Gassley, 66, Poachtree Corners, Ga, owner of Sharrock Salvage, & Ap- praisal line David Reissig, 82, Ver- mont, retired inner the U.S. Customs Aneco; other 28 years - Angelo Piro. **Table** David Table** **Table** David Table** **Table** **Table*	ple by previding housing and support. Nerman Walker Je, SQ, China Tewnship, Niich., shared his produce with food pustries and his neighbors: Pe- ter Balaum, SQ, Bethnida, Md, former corospace engineering perfector at Howard University: Helen Kafida, Mc Chicaga, Ioanwn for her Greek chick- en and staffed proppers: John A.	Wir II - Uses Zanis, 78, Custaino, Ca- H., flecro andvocate for educational op- portunity - Eugene James Zahas, 78, Oskiand, Calif., housed diazers - Wi- lam D. Greeke, 55, Massachusetts, thought it was important to know a person's life story - Beatries Rubis, 95, New Jersey, her size belied her	the Blind - Sanneel Hargress Jr., 84, New York City, comer of Paris Blaze, a belawed Harlem juzy joint - Michael Lee Jerdun, 65, McLeansville, N.C., re- tired from Sears Oudet Stoces as an assistant manager - Merrick Dewsee, 67, San Francisco Bay Area, Calif.,	for the attacking sease of fautor of Gweedolyn A. Carmichael, 72, Detroit, definition of love, leyalty, and the abil- ity to serve others - James Lowell Miller Jr., 64, Cedar Rapide, Jova, known as the benfire builder - Delo- ces A. Will, 59, Torrington, Corn., her publishes included marking and approach
Linda Wilanearen San, Ed. Norsport. Nevez, Va. cognatzed feed programs for children in the Philippinus - Sasan Balean, 72, Vinginia, reading totor fo- cused on staneats success - Freedy Ba- drigues Ss. 33, Demery played the sas- ophore at lebeury fusiless, pazz class for 49 years - Christian Battauria, IR, Cal- ango, prever at a loss for words - Pus-	uzeck, N.J., founded a food parity - Jaco-Claude Herries, 12, Jelianti, Pla., always rode Harley-Davidsons - Je- negh J. Deem L., 78, Tramers Falls, Mass., retired motor-coasier - Gerald Cauddy, 16, Pacultrus Censess, Gs., www.cr of Sharrock Salvage & Ap- prisada Inc bould Belsing St., Ver- mont, retired from the US. Customs Agency after 39 years - Augule Pira, 87, New York City, leaven for serenal- ing Initials with Party Bennett tooms -	ple by previding housing and support. Nerman Walker A.; 90, Chika Tromship, Mich., shared his produce with food passiries and bis neighbour: Pe- ter Bahann, 82, Bethnida, Md., former acompace engineering professor at al- Howard University: Helen Kallin, 91, Chicaga, Isaawn Ser her Greek chika- en and staffed poppers: Jahn A. Bailangson, 72, Dennisport, Mass, Irus- outdoorsman: Viewal Dankhanaswal- outdoorsman: Viewal Dankhanaswal-	War II - Gene Zanke, N.; Condand, Ca. M.; Gecce advocate for educational op- portunity - Eugene James Zahas, 78. Oadsand, Calif, shooted diamers - Wil- laren D. Gerelle, 55, Mansachusetts, hought it was importunt to knew a person's life story - Reastrice Rubba, fel, New Jeccoy, her size belied her strength and spirit - Jack Butler, 78. Iraliana, lived in the bouse he rrew un	the Bind - Samoel Baggress Jr., 84. New York City, somer of Paris Blace, a beloved Harlem Jazz Joint - Michael Lee Jerden, 67, McCanavidle, N.C., re- tired from Sears Guider Socies as an assistant manager - Merrick Dewsen, G., San Francisco Bay Area, Calif., assising delighted frim more than pick- ing up the bill - Wealey Richael Fabri- ling up the bill - Wealey Richael Fabri-	for nor attracting sense of number of coverability. Certain, and the ability of coverability. Detroit, addition of flow, logisty, and the ability to serve others: - James Lewell Niller. In, 64, Cedar. Rapids, 50%, known as the benfire leather. Debones A. Vall. 38, Tornington, Corra, her hubbits included reading, especially controlled in Frank A. Hubden E., 87, records only. Frank A. Hubden E., 87,
Linda Wilanzawa Sun, G., Nomport, News, Va., organizarió foro pregrams for châthren in the Philippinas - Susan Balan, 73, Vippinia, reading touter fo- cused on student success - Freddy Ba- drigues III, S., Denney Byard the sax- ophore at Denver's oides jazz clus for 40 years - Christina Mitantan, IS, Chi- cago, never et al fons for weeds - Pug- ge Studentsway, 72, Matricas, III, Noved	areck, N.J., founded a food pastry - Jeac-Classic Horrier, 12, Asiastic, Pla-, always rode Harley-Davidsons - Je- adeja A. Deera, R. 73, Transers Falik, Mass., relief unted resolver - Gerhál Mass., relief unted resolver - Gerhál www.er of Sharrorch Salvings & Ap- pesiasis Inc David Beissig, 24, Ap- pesiasis Inc David Beissig, 25, Ver- mont, rective flows the U.S. Uscom- Ageor, other 28 years - Angele Plea, T., New York, Clu, Jeaswa for serenad- ing brinds with Yory Benefit songs- randra Lee Gelbeceut, 48, Natyland,	pile by previding housing and support. Nemman Waller A., 90, Chika Trans- ning, Mich., shared his produce with food passiries and his neighbors: -Pe- ter Balanus, 82, Bethrolds, Md., fermer acouspace cangiosoring professor of Howard University: - Helen Kafilia, 91, Chicaga, Isaami fie her Greek, chid- cet and staffled pepper: - John A. Balangson, 72, Choresiport, Baiss, true outdoornman - Ward Darnkhanauvin, L. 73, Hoffman Battack, III, worker ai.	War II - Gene Zanke, Nr. (OMBIAN, Cas- M., Recre ashrocia for educational in- portunity - Bagene Zanke Zanke, Zi- Oshdand, Child, housed disners - Wil- liams D. Greeke, 55, Minaschiusetts, hought it was importune to know a person's life story - Beautiee Rubla, 65, New Jerosy, ber side belief or strength and spirit - Jack Barler, Zi, Iredana, lived in the house he grew up in - Stann Gory Hupp Cerled, 57,	the Bind - Samcel Bargeres Jr., 64. New York Clip, comer of Paris Blass, a beloved Harlem Juzz Jeiz - Michael Lee Jerden, 69, Alexande, N.C., re- tred from Sears Guide Stoces as an assistant manager - Merrick Dewsen, G., San Francisco Bay Area, Calif., socking delighted him more chan pich- ing up the bill - Wender Michael Babe- bach H., 69, Fremont, Ohio, known	for nor alliabing, sense of funitor of coverablym, a Carmischeel, 72, Detroit, ubclassion of love, logstly, and the ability to serve others - James Lewell Miller Jr., 64, Ceclair Rapido, 59wa, bosons as the obegine baller - Debeces A. Vall, 89, Torringsor, Corns, her habiton included reading, aspectally conditionals - Penal A. Hadson Jr., 67, Bright, 3rd., averaced the Pational De-
Linda Villaraven San, El, Neugotti Ners, Via, organized food pregrams for children in the Philippins - Sansa for children in the Philippins - Sansa focused on student success - Freddy har- drigues (8, 8), Denney, played the case- option of Denney flavor the case of years - Contents Militaria, 87, Chi- cago, nover at a form for words - Pag- g Militaria, 77, Militarious II, 1900 or Militaria (1, 1900) or the case of the case of the Content of Denney (1, 1900) or the case of the Content of Denney (1, 1900) or the case of the Content of Denney (1, 1900) or the case of the Mark Balley (6, Crypt, II), one of nive	asseck, P.J., founded a food partry— Janes Claude Horrison F.J. Addatos, Ph. Mo- sage, J. M. Horrison, P. M. H	pile by previding housing and support. Norman Wilder A, 50, Cleis Teon-ship, Nicha, shared his produce with hot pattern and his neighbor. Per and the support of the produce with the produce with his neighbor. Per acceptance engineering preference acceptance engineering preference acceptance engineering preference and stateful pepper. Jahn A. Badaugson, 72, Dozenigort, Maisa, true and Stateful pepper. Jahn A. Badaugson, 72, Dozenigort, Maisa, true and Stateful pepper. Jahn A. Badaugson, 72, Dozenigort, Maisa, true and Stateful pepper. Jahn A. Badaugson, 72, Dozenigort, Maisa, true and Stateful pepper. Jahn A. Badaugson, 72, Dozenigort, Maisa, true and Stateful pepper. O'Hore International Airport - Cheere Deudet, 68, Buildington, Maisa	War II - Genz Zalasi, y (Sollatini, Casa, M., Berce advocate for educational lep- porting of the Control of the	the Bind - Seneral Hargenes Jr., 84, New Yark City, comer of Paris Buck, a beloved Harlem Jazz Join - Michael Lee Jones, 60, Med.casavidle, R.O., McLaustelle, R.O., and the Michael Buckers of the Company of the artificiant Insurance Insurance of the Company of the production of the Company of the Company of the Seneral Insurance Insur	for her attnaming, seese of humber of coverably in Acceptable, 17, Dector, definition of love, legisly, and the shift in serve of terms - James Lowell Miller Le, 64, Coder Rapids, Jova, known as the boriefin builder in Delevera A. Wal, 83, Torrington, Coren, her habbies included oreading, especially cookbooks - Frank A. Haddeen Je, 47, Ingals, 1rd., averand the Patricianal Defense Model for serving during the Nie-coak War. Williams Bert Trave, 51,
Linda Villaneaves Sun, Gl. Novegort. Norw, Vin, cognation food programs for children in the Philippions - Suns facts, 72, Virginis, reading store fo- cused on student success - Freddy has- rigues Sca. 50, conver, played the suc- ceptore of Demont Publishers Januari Dir- erga, covere at Jones for words - Pag- y Education, 72, Martinose, 18, Joved reading, expectally systems, newest- Woods Balley, Gl. Creen, II., one of nine skidigs - Insone Partick Unites, 50,	aneck, P.J., founded a food partry— Jesse Claudy Horrier, P.J. datasis, P., always noch Harley Choldesse - Ja- datasis, and the Company of the Company of the Company Mass, relation described recently described Caselly, 86, Pauchterso Coroner, Ga., womer of Harrorock Edwags & Ap- petical Inc. — David Belsing, 82, Vor- most, retired less the U.S. Chazcone Agency of the 2d years — Angele Pipe, 82, Vor- tor College Company of the College Sandra Lee dellevers, 88, Maryland, broot stating ones of people — Jose Vargers, 81, Chicaga, Husberd and flu- ther — Alberta Cantro, 82, Morroro Lee of Lancing ones of people — Jose Wargers, 81, Chicaga, Husberd and fluther — Alberta Cantro, 83, Morroro Lee of Lancing Company of the College Maryland, Joseph College Maryland, Schotter, 82, Morroro Maryland, Schotter, 83, Morroro Maryland, Schotter, 83, Morroro Maryland, Schotter, 84, Morroro Morro	pic by prevising housing and support. Norman Wilder 4, 90, Chia Tromos ship, Mich., shared his produce with food parties and life supplose. 79—tot Balanes, 42, Behndad, McL, terroer acceptance, and the supplose of the supplementary of the supp	War II - Geer Zanker, y Quantum, Can II, feeren abrockate for educational op- Ordsfand, Calif., housed diazers - Wil- Rem D. Greeke, 55, Mansachusetts, thought it was imperum to know a percent like story - Bearine Rubba, 65, New Jecosy, her size belded her berunght and gold - Jack Burder, 78, percent like story - Bearine Rubba, 11 - Smann Grey Hupp Crefeet, 29, it - Smann Grey Hupp Crefeet, 29, Westwood, NJ, 150 old great ply in writ- ling Bille dilities under her pen name, Pannishpo Prencipor - James Burde Pannishpo Prencipor - James Burde	the Bind - Sanneal Hangman Jr., Shew Yark City, counter of Paris Babes, a believed Harrism Jazz Joint - Michaels, a believed Harrism Jazz Joint - Michael Lee Jeening, 60, Med.casavdile, R. K.C., retired from Sears Guide Socies as an administration and the Socies as an administration of the Socies and Language - Merrick Demostra, and the Language - Merrick Demostra, and the Language - Merrick Demostra, up the ball - Wendey Richards pick-base int, 60, Freezonce, Glibs, Razowa merceglova Ghibs of his Insweddings of local Binstey - Harley E. Achier, 71 Tecophilage, NY, Glicoveved his https://doi.org/10.1016/j.	for het zilhäning sessos et halbur (Gerechijen A. Cruerichust, 72. Detroit, adrazition of kove, krysiky, and the abil- ment of the control of the control of the control of the Miller A., 64. Gooder Rapids, Jova, known as the bestire builder • Deise et al. Mal. 88. Formingston, Cerm, her habitos included reading, esspecially couldbooks - Printigaton, Cerm, her habitos included reading, esspecially, (a) reading a control of the habitos included reading, esspecially, (a) reading a control of the read Nut - William Breet They, (i) Sealthright, Go., great treature to a many sealthright, Go., great treature to a many
Linda Villamaren Sua, Gl. Noruport. Ners, Via, organizario food pregrams for children in the Philippiness - Suam Battan, Ti, Vieythia, readen on total risk of the Philippiness - Suam State, Ti, Vieythia, readen on the Philippiness Sci. 83, Deanne, pilopy the cast or depose as Decement-united signate data for deliveral sci. 1, Deanne, pilopy the cast or deliveral sci. 1, Deanne State Stat	asseck, N. J., hounded a food partry— Janes Claudy foreign F., J. (Joston, P., Mo- sage, J. (1998). A second part of the con- sistence of the control of the con- sistence of the control of the con- trol of the con- tr	pic by prevising housing and support. Norman Wilder 4, 90, Chila i house ship, littin, shared in produce with the littin, shared in produce with the littin, shared in produce with the control of the litting of litti	Onbland, Chilf, hoosed disarrer will- ham B. Gerebe, 50d disarrers will- ham B. Gerebe, 50d disarrers will have been been seen to be sow a hought it was imperture to know a hought in the seen of the seen of the seen of the feet, been Jeres, her sise beliefe her strength and gibri Jack Bauler, 78, Irrdana, Breed in the house he grew up it - Stame, Breed sing Jack Bauler, 78, Westwood, N.J., sook grey Hop Cerebou, 50 it - Stame Green, 19, sook grey proper or hame. Pennslope Pennsper - James Bude Gewitzunan, 71, New Crip, N.N., upper.	the Bind - Souncel Hargerses Jr. 36. New York City, course of Paris Blasses, abelieved Harden Jusz-jour Hickard Lee Jorden, Od. Micheanshile, N.C., rectived from Sears Guidel Stores as an assistant manager Morrick Dessoy, 67, Son Francisco Bry. Amor. Call., assistant manager Morrick Dessoy, 67, Son Francisco Bry. Amor. Call., assistant paragers of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Sounce of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of the Call of the Sear Store, Call., Rate of the Call of	res A. Wall, 89, Torrington, Oren, her hobbies included reading, especially cookbooks - Frank A. Badson Je, 87, Tagalli, Ird., sawried the National De- fense Medal for serving during the Ko- reas War - William Sect. Tracy, 61, Sadiville, Go., great neutre to many Ellen Spencer, 78, Newburgh, NY, princippils assistant - Tem Pergusses,
Lindo Villenseres San. E. Norsport. Norst. Van. Capatient fool preparates for children in the Philippine. Seans Radea, T. Villense, noeding tone-S- coast of a statest success. "Nodely ha- coast of a statest success." Nodely ha- cytone at Borenov rideoist pat child of 45 years Cardeine Mid-Lante, 18, Col- capa, nover at a loss for words. "Special page Radeistraw, T. Mattoons, 18, Loved roading, operating yrappers sweets." Washel Mader, St., Creen, E., or of the Cardeines, Wash. proceeded indeathy bits with of 107 years. "Samply Print, 52, Bedievas, Wash., engisterer Sorrer, and	Nagi, S.A. Johana, morror and frond Coras, shorp of centre on the State State of State Coras, shorp of centre and Royal in local policies. Learnas Royal, N. Coras, Shorp of Centre and State State National Coras (State State State State National Coras (State State State State National Coras (State State State State State State State State State State State State National Coras (State State State National Coras (State State National Coras (State State National Coras (State State National Coras (State National	pile by prevising housing and support. Norman Wilder A. O., Chia Tromo. Norman Wilder A. O., Chia Tromo. Norman Wilder A. O., Chia Tromo. Food parties and his neighbors: Per fore Balance, R. Gebrook, M. O., Cerror companion engistering prefixes or all the pile of the Control of the Cont	Obdand, Chilf, hoosed diazers - Wil- Bars B. Greeke, 15, Manaschaustts, throught a was imperura to know a process like shay - Beatries Ralik, strength and spirit - Jack Barler, 21, richans, Rived in the house he gree up in - Stana Grey Hopp Crefeet, 57, Westersoon, N.J., 1500 great ply in writ- leg little dittles under her pen name, "Pensidop Promptope" - James David Geneticsman, 77, New Copit, Nr., speat the Addronalodis - Heart K Grestl. 35.	the Bird - Sanned Hargers Jr. 36. New York City, usered Partia Blass. a belowed Harden Jusz-joint - Michael Lea-breden, G. McLeanswild, N.C., and Lea-breden, G. McLeanswild, N.C., and Lea-breden, G. McLeanswild, N.C., and Lea-breden, G. McLeanswild, R.C., and Lea-breden, Jr. 36. The Particle Design of the Markey Pathean Plantabeel H. 36. Freezood, Chilo, Kateson Bracegoins Official be in semeshaged and the Company of the	net net tallantig seeds et insilvi - Gereedolpin A. Carribott I. Z. Decrui (Marchael I. Z.
Lindo Villenares San, E., Norspart, Norre, Van, Cagaztari fool pregrams for children in the Philippium: Sean state of the Philippium: Sean candon material seasons Probelly be- dragents, S. B., Desmer, physical the cas- cebore at Desmer's ideals place that the children of the control of the con- trol of the con-	asseck, N. L. founded a food partry— Jane Claudy foreign F. J. Zdistor, Ph. M. Jane Claudy foreign F. J. Zdistor, Ph. M. soph a Deers M. 78. Transers Falls, Mass, retired native creater - Gentle Mass, retired native creater, Ga- praisa Etc Dood Belong, R. V. Person, retired fines the U.S. Calzens Agency rates 29 years - Angels Per, 20, New York Clay, Lawren for surread- sands I ace deliceres, 63, Maryland, Joved Institut Government, 19, Maryland, Parts, III., made firms to create and list- tent to crusis is — Part. Plact, III., made firms to create and list- tent for the company of the Company of the Processing of the Company of the	pile by previding heaving and support. pile to previding heaving and support. pile, hills, attent bit produce with food gustries and his neighbors: Pro- for Balance, R. Delohad, M. L. (retter bit heaving the pile of the	Obdand, Calif., housed dararrs - Wil- Jam B. Cerebe, 155, Manasariasetts, through it was impertura to know in through it was impertura to know in 64, New Jerose, the side belief her strength and spirit - Jack Barler, 31, redam, Reved in the house he grew up in - Saam Gery Hupp Crefeet, 197, Westmood, M. J. 150 dig great by in wrin- Westmood, M. J. 150 dig great by in wrin- Penningen Peroriper - James Barde Gewietzman, 77, New Crig, NY, upent some of his happinet bears hilling in the Addronkades - Heary K Gentl, 53,	47. San Francisco Bay Area, Calif., anching delighted him more dan picking up the bill - Wealey Richard Fahrhaeth R. 60, Freezooz, Olio, Racobe Herceghout Orbio for his knowledge of local history - Hanley E. Asher, 79. Treespalary, N.Y., discovered his true calling when he started driving a school bus. Antels Rawle, 31, Chicago, caretaker of her neighborhood.	res A. Vill, 38, Torringsten, Corta, her hubbins intaded reading, supercially cookbooks: « Frank A. Hedden Jr., 87, highls, brd., aswiede the National De- fense foldal for serving during the Kin- rean War. "William freet Trany," II, Smilividi, Co., great treated to surger Ellen Spence, "D, Norbough, DV, principals sustants." Free Perguens, Continued on Page 12
Linios Villenares Sas. 6. Noropart Norve Va. Organization food preparation Norve Va. Organization food preparation Blakes, 77. Virginist, resulting tomes in- cussed on instellant successes Problegh and photographs 8. 30. Dominer gipsych the case- wide of the photographs and the photographs of the case of years: - Conference Mildantin, 84(-)—24, 24(-)—2	aneck, N.J., Sonshell a Bood purely, and Australia Andrea (1997). The Markey Took Health Queek Let 70. Therefor Salas, related motors offer Garacter German (1997). The Markey Took Health Queek Let 70. Therefor Falls, Man, related motors of Sharmorch Edwigs & April 1997. The Markey Company of the Markey of the Marke	Howard University - Helen Staffe, St. Chicaga, Reasons he for Greek cidates and staffed proposes - John A. Badagaguer, Z. Descripcopt, Mass., inso outdoorsman - Word Darschbanzweil- I., 71, Melfrans Europea, St. Lover, G. Diese International Airport - Chester Dwiete, G. St. Burtingson, Moss, pread Union Investigation of Staffen Investigation, Vol. Spart - John Francisch Barr, V. Stochnost Hills, Mich., transice for the Conference of the Chester Conference on the Chester Che	Obdand, Calif., housed dararrs - Wil- Jam B. Cerebe, 155, Manasariasetts, through it was impertura to know in through it was impertura to know in 64, New Jerose, the side belief her strength and spirit - Jack Barler, 31, redam, Reved in the house he grew up in - Saam Gery Hupp Crefeet, 197, Westmood, M. J. 150 dig great by in wrin- Westmood, M. J. 150 dig great by in wrin- Penningen Peroriper - James Barde Gewietzman, 77, New Crig, NY, upent some of his happinet bears hilling in the Addronkades - Heary K Gentl, 53,	47. San Francisco Bay Area, Calif., anching delighted him more dan picking up the bill - Wealey Richard Fahrhaeth R. 60, Freezooz, Olio, Racobe Herceghout Orbio for his knowledge of local history - Hanley E. Asher, 79. Treespalary, N.Y., discovered his true calling when he started driving a school bus. Antels Rawle, 31, Chicago, caretaker of her neighborhood.	res A. Vill, 38, Torringsten, Corta, her hubbins intaded reading, supercially cookbooks: « Frank A. Hedden Jr., 87, highls, brd., aswiede the National De- fense foldal for serving during the Kin- rean War. "William freet Trany," II, Smilividi, Co., great treated to surger Ellen Spence, "D, Norbough, DV, principals sustants." Free Perguens, Continued on Page 12
Linios Villeneres Sas. 6. Noropert Norve, Va. Organization follow prepara- tion follows: A second of the control of the Blakes, 77, Virginis, resulting tome: bo- composed on misental second or misental second or misental second on misental second or misental second or misental del years: — Control of the March 1942— 45 years: — Control of March 2042— Sag, norwer at a host for words - Pag- rending, expectation Misental Second or March 1942— roading, expectation Parasital Villendo, and Sadangs — Same Parasital Villendo, and International Second of the March 2042— Lini Nide of Di years: — Sample Parasit, Villendo Sadangs — Same Parasital Villendo — Lin, Till Beard Circus, I.I., attrasse exter- tator — March 1942— March 2042— Lini Nide Second of the Novel Yorkship Misenson, Chilesop, devotwed at the very medi- tion — Regres Links, St. Pagas, N.A.	ander, N.L., Standard a food puerty - ander A. N.L., Standard a food puerty - steph A. Deers Ar. 73, Threster Palz, angle A. Deers Ar. 73, Threster Palz, coating file fluidation General Code and Coating file fluidation General Code and Coating file fluidation General Code and Coating file fluidation General Agency rafter 23 years - August Parts, and Code Code Code Code Code and Code Code Code Code and Code Code Code Code and Code Code Code and Code Code Code and Code and Code Code and Code a	pic by previous passing and support, providing human and support of the produce with food passing and the support of the food passing and the support of the food passing and the support of the support	Obdand, Chilf, hoosed diazers - Wil- Bars B. Greeke, 15, Manaschaustts, throught a was imperura to know a process like shay - Beatries Ralik, strength and spirit - Jack Barler, 21, richans, Rived in the house he gree up in - Stana Grey Hopp Crefeet, 57, Westersoon, N.J., 1500 great ply in writ- leg little dittles under her pen name, "Pensidop Promptope" - James David Geneticsman, 77, New Copit, Nr., speat the Addronalodis - Heart K Grestl. 35.	the Binds - Sancel Hagers & Fig. 8 When Which City control of Price Black. When Which City control of Price Black. Lee Breine, (N. McCanarville, K.C., Lee	res A. Vill, 38, Torringsten, Corta, her hubbins intaded reading, supercially cookbooks: « Frank A. Hedden Jr., 87, highls, brd., aswiede the National De- fense foldal for serving during the Kin- rean War. "William freet Trany," II, Smilividi, Co., great treated to surger Ellen Spence, "D, Norbough, DV, principals sustants." Free Perguens, Continued on Page 12

图一:《纽约时报》2020年5月24日"千人讣告"头版

作者刘绩辉系深圳报业集团高级编辑,原新闻研究所副所长

近10万人死亡,不可估量的损失)。(见图二)

That Fr to Prior That Fr to Prior The New Hork Times

U.S. DEATHS NEAR 100,000, AN INCALCULABLE LOSS

图二: 头版报头下的通栏大标题

整个头版以六栏走文,排列出 1000 名新冠逝者的姓名、年龄和生平。名单开头有一个饱含深情的提要: They Were Not Simply Names on a List.They Were Us. (他们不仅是一个个单纯的名字,他们曾经是我们。)

这句简短的话语,提纲挈领,蕴含着对逝者的无限深情,将活着的人,你、我,以及所有读者,与版面上的逝者紧紧联系在一起。"他们曾经是我们"让人很容易联想:"我们也可能成为他们",这种忧虑情绪的蔓延加深了读者对逝者的哀思、在疫情当前对自身命运的悲怜,增强了版面的沉重感。(见图三)

VOL. CLXIX No. 58,703

U.S. DEATI

They Were Not Simply Names on a List. They Were Us.

Numbers alone cannot possibly measure the impact of the coronavirus on America, whether it is the number of patients treated, jobs interrupted or lives cut short. As the country nears a grim milestone of 100,000 deaths attributed to the virus, The New York Times scoured obituaries and death notices of the victims. The 1,000 people here reflect just 1 percent of the toll. None were mere numbers.

Patricia Dowd, 57, San Jose, Calif., auditor in Silicon Valley • Marion Krueger, 85, Kirkland, Wash., greatgrandmother with an easy laugh • Jermaine Ferro, 77, Lee County, Fla., wife with little time to enjoy a new marriage • Cornelius Lawyer, 84, Bellevue, Wash., sharecropper's son • Loret-

Georg D.C. Susar Beach to ma New · Bob leade Sinkia for re-Cumr ful m Manle mem McKi tect of · Hug coact ning j · Lyn moth · Lou da, N

· Caro

Mich

cross

Kujda

cial j

图三: "千人讣告" 头版正文前的提要和导语

提要下导语这样写道: "数字不可能全面衡量新冠疫情对美国的影响,无论是病人的数量、被中断的工作,还是戛然而止的生命。当这个国家接近'10万人死于新冠病毒'这个灰暗的里程碑时,《纽约时报》收集了一些逝者的讣告。这 1000 人仅仅是近十万逝者的百分之一,他们不仅是数字。"

他们不仅是数字,他们曾经是我们!

导语结尾核心句"他们不仅是数字"与提要句"他们曾经是我们"呼应,通过浓郁的情感铺垫,开启了令人撕心断肠的"千人逝者"长篇讣闻。在特殊节点,以"千人逝者"组成新闻头版,代表近十万已逝去的鲜活生命,体现对生命的敬畏、生命大于一切的新闻理念。

"千人讣告"版一出炉,立刻在读者中引起强烈反响,引发全球关注。

(二)创意成真来自多部门通力协作

就在《纽约时报》公布头版内容当日,《纽约时报》网站专门刊登一篇文章,披露"千人讣告"版的诞生经过。

文章透露,随着美国新冠逝者接近 10 万,《纽约时报》的编辑们一直在计划如何纪念这个灰暗的里程碑。大家相信,应该有办法在呈现这个数字的时候,既能表现死亡人数之多,又能表现逝去的生命有多么丰富。因此,制图部门助理编辑西蒙·兰登(Simone Landon)想到一个好途径:可以从全国范围内收集新冠逝者家属在大大小小媒体上刊登的讣告,从中挑选出感人的文字。

研究员阿兰·德拉克谢尔从网上搜寻新冠逝者的讣告,他从数百份报纸上收集到近千个名字。编辑部的一个编辑团队,加上三名研究生记者用整整两周时间阅读这些文章,从各种原始讣告中筛选出描述每个逝者生命的独特话语。国内新闻版助理编辑克林顿·卡吉尔是西蒙·兰登的"编辑搭档",数字新闻设计部副主编马特·鲁比、软件工程师安妮·丹尼尔,以及图像编辑乔纳森·黄、理查德·哈里斯和拉扎罗·贾米奥,都成为该项目的关键人物,美术总监安德鲁·桑德恩负责印刷设计。

首席创意官汤姆·博德金说,在设计这个头版时,当时浮现出两个构想:一个是数百张新冠逝者照片,一个是"全文字"方式,无论选择哪种方式,"我们都想占用整个版面"。没有图片的超常规版面视觉冲击力可能更强,于是,"全文字"构想胜出。[1]

(三)"简要生平"的巧妙构思与精细提炼

整整一个头版,1000 名逝者,每位逝者的名字、年龄、职业与生平如何以最简要的文字囊括其中,同时,又要突破常规,给人以不同寻常的感受,体现编辑的文字功底,更体现编辑团队的巧妙构思和精细提炼。

细读这些名字,尤其是概括他们一生的一句话生 平,你能从中体味这些逝者千姿百态的丰富人生:

Orlando Moncada, 56 岁, 纽约市, 离开秘鲁来纽约追逐美国梦(见图四)

counter at a family-owned grocery re • Mike Field, 59, Valley Stream, £, first responder during the 9/11 acks • Chianti Jackson Harpool, 51, Itimore, social worker and then a itical fundraiser • Conrad Dunck-99, Chicago, longtime dentist • Pe-Kafkis, 91, Chicago, worked mostactory jobs to support his family • ra Louise Bennett, 91, Albany, Ga., ig her grandchildren a song on the t day of school each year • Hona rai Kerman, 96, New York, featured multiple Broadway productions •

John Watson, 73, Priliadeipnia, anywhere he went, he took pictures Joyce Posson Winston, 93, North Bergen, N.J., editor at the Ladies' Home Journal - John B. Lynch, 76, Wilmington, Mass., lifelong educator - Orlando Moncada, 56, Bronxville, N.Y., left Peru and grabbed hold of the American dream - John Schoffstall, 41, Terre Haute, Ind., volunteer youth football coach - Theodore Gaffney, 92, Washington, D.C., photographer of the Freedom Riders - Alan A. Potanka, 68, Berlin. Conn.. collector of stamps and

Tommie Brown, 82 岁,与妻子同一天去世的安保工作者(见图五)

ssa Delacruz, 31, wm for having a fford J. Williams Y., member for Operating Engilo. 106 • Robert tkee, Wis., nicking for his luck in beth Batista, 57, awavering faith Catholic Church, 32, Chicago, albut for others

cer and father of three • Rosemarie Amerosi, 87, New York City, retired bank teller • Timothy H. Gray, 66, Orleans, Ind., worked for the Orange County Highway Department • Tommie Brown, 82, Gary, Ind., security worker who died the same day as his wife • Doris Brown, 79, Merrillville, Ind., wife who died on the same day as her husband • Marie Scanlan Walker, 99, Louisiana, never drew attention to herself • Frances M. Pilot, 81, Wall, N.J., known as Big Momma to

of the WWII Polist Joan M. Heany, 77, U N.Y., built the family ness into a successfi lia Regina DiTullio, S Mass., always put h Jeanne Stone Rusn N.Y., classy lady w gance · Anita Robin ta, shared her know reading · William U Stroudsburg, Pa., en terman on his worl

Frank Gabrin, 60岁, 纽约市, 在丈夫怀中死去的急诊室医生(见图六)

gen, 74, Palm nerous friend Isoudakis, 59, r for TriBeCa ersburg, Fla., vents · Noel urse planning E. Anglin, 85, aany wondernily · Robert th Bay, Calif., ers · Michael nt., veteran ponce detective · Regina
D. Cullen, 81, Shrewsbury, Mass., small
in stature but strong in spirit · Sandra Santos-Vizcaino, 54, New York City,
beloved public school teacher · Frank
Gabrin, 60, New York City, emergency room doctor who died in husband's
arms · Sterling E. Matthews, 60,
Midlothian, Va., cancer survivor who
served as a deacon · Alby Kass, 89,
California, lead singer of a Yiddish folk
group · Roger Eckart, 78, Indiana, retired firefighter and old-school barber
Martin Daustac. 21, New York City.

ciai justice • Inomas
York City, armed the a
ing movement with di
• Luke Workoff, 33, H
is reientless passion
ily and friends • José
Palm Beach, Fla., s
Palm Beach County SI
14 years • Antonio Ni
go, always seemed t
some home project
mond Byrnes, 97, Dan
ceived numerous aw

Albert Petrocelli, 73 岁, 纽约市, 参加过 911 救援 的消防队长(见图七)

a 33-year caa Department nette Goff Coeel big and told all the time -32, Los Ange-United States te Caronia, 84, gure in the Inil Dunn, 33, Batte for disabili-, 48, New York

master of jazz guitar • Tariach Mac-Niallais, 57, New York City, Belfastborn fighter for L.B.G.T. and disability rights • Antonio Checo, 67, New York City, social worker • Albert Petrocelli, 73, New York City, fire chief who answered the call on 9/11 • Adam Schlesinger, 52, Poughkeepsie, N.Y., songwriter for rock, film and the stage • Frederick Brown Starr, 87, Greensboro, N.C., liked the mental challenges of business • Douglas Alan Roberts, 69, Vancouver, Wash., ausne was known to June Beverly Hill, 8 one made creamed sweet corn the way lee Nguyen, 33, Eve who inspired her Br students • Kamal York City, hotel ba Bangladeshi leader land, 46, New Yor worker living his ft Sauz, 22, Broken Ar ther • Lester Eb

Julia Maye Alexander, 81 岁, 加州, 教数学、英语和历史 30 余年(见图八)

relished his scamilla, 67, astor · Marweetgrass, ras known and beyond II, 88, New eatrical, TV Beryl Beractress and oseph Reed Kilic, 69, New York, two-time cancer survivor · John E. Broadly, 84, Scituate, Mass., honored to march with the American Legion in many parades · Julia Maye Alexander, 81, Upland, Calif., taught math, English and history for over 30 years · Bruce W. Sowalski, 68, Sand Lake, N.Y., found his special place at Big Bowman Pond · Samuel Kramer, 91, Potomac, Md., congregation's founding member · Sean

Trucks for 44 ye. ezyk, 63, Coral G service • Jana Pi social worker wi to others • Josep Plains, N.Y., four of Mario's restaution • Reuben C City, founded St Gerard Rosenber retired New Yorl

Lila A.Fenwick, 87岁, 纽约市,第一位从哈佛法学院毕业的黑人女性(见图九)

, 61, Maryland, beople · Jose usband and fao, 86, Melrose create and lisnley, 58, Prince police sergeant Paterson, N.J., · Cristina, 64, bwn New York wing · Robert | du Lac, Wis.,

la, 77, Hoffman Estates, Ill., worker at O'Hare International Airport • Chester Dwulet, 68, Burlington, Mass., proud Union Ironworker of Local 7 for 45 years • John Timothy Barr, 76, Rochester Hills, Mich., trustee for the Retired Detroit Police and Firefighters Association • Julie Butler, 62, New York City, veterinarian who served Harlem • Lila A. Fenwick, 87, New York City, first black woman to graduate from Harvard Law School •

in - Susan Grey Howestwood, N.J., took; ing little ditties under Penelope Penwiper Gewirtzman, 72, New some of his happiest the Adirondacks - Ho Greenwich, Conn., Co sity historian of U.S. p Jo Davitto, 82, Thorn were her hobby - Ya. New York City, I

还有:

Lynn Sierra, 68岁, 总是有很多点子的祖母

Louvenia Henderson, 44 岁, 骄傲的三个孩子的单 亲妈妈

Harold Reisner,把家具维修当成一种艺术 Sandy Pratt,永远在追逐风的工程师

.

一千名逝者有着一千种不同人生,一句话生平背后,蕴藏着无数精彩的人生故事,他们的生命原本不该就这么戛然而止,他们只是近十万新冠逝者的一个缩影。国内新闻主编马克·莱西(Marc Lacey)曾经提醒《纽约时报》首席创意官汤姆·博德金(Tom Bodkin),这个里程碑即将到来,"我想要这样一种效果,人们在100年后回顾它的时候,可以感受到我们现在所付出的沉重代价"。[2]

(四)《纽约时报》将讣告做成品牌

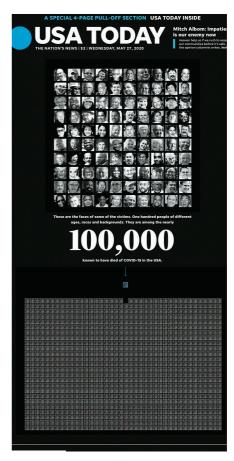
多年来,《纽约时报》坚持每天刊登逝者讣告,讣告成《纽约时报》一大品牌。《纽约时报》讣告版放在最为重要的 A 叠,记者们常常有意识地提前准备有影响人物的讣告,本·拉登的讣告就前后准备了 10 年。2010年,美国还没抓到本·拉登,《纽约时报》为本·拉登准备讣告的作者之一迈克尔·考夫曼就去世了。

《纽约时报》讣告有时长达万言,万言讣告写的是对世界产生重大影响的人物。1976年,该报为毛泽东撰写万字讣告,评价其为"历史上最伟大的革命人物之一";2013年12月6日,该报撰写题为《解放者曼德拉:从囚徒到总统》万言讣告,把对曼德拉的哀悼推向极致。

除了难以超越深度的万言讣告,《纽约时报》一 丝不苟忠于事实的精神,力求客观公平公正的态度, 也铸就了它的这一品牌,使之更加深入人心。2011年, 77岁的丹尼尔·施文克偶然读到 100多年前《纽约时报》刊登的他叔祖父的讣告,发现有些事实错误,于 是他给《纽约时报》编辑部写了一封信,指出这些错误,没想到《纽约时报》收到他的来信后,经认真核实, 竟然刊登一则更正启事,更正 122年前刊登的讣告中 的错误。2018年4月11日,《纽约时报》在其讣告栏 中刊发一篇本该 63年前刊登的"旧"讣告,讣告主角 是 1955 年 4 月 1 日去世的中国著名建筑家、作家林徽 因,《纽约时报》解释称,自 1851 年创刊以来,该报 的讣告一直以白人男性为主,此篇是为弥补当年因"性 别歧视"留下的遗憾。

二、"百人照片"讣告登上《今日美国》头版

如果说《纽约时报》"千人讣告"头版开启了讣闻报道的全新模式,具有划时代意义,那么《今日美国》 "百人照片"版,则将讣告这一报道形式再次向纵深 推进,推向又一个极致。



图十:《今日美国》2020年5月27日"百人照片"头版

5月27日,在全美突破10万人死于新冠病毒当天, 《今日美国》在头版刊发"百人照片"讣告专版,以 超常的构思和表现手法,再次震撼全球。

彩色报纸《今日美国》这一天头版采用黑白设计,

在大片黑色背景中,上半版印上了 100 张逝者照片,10 人一行,共 10 行,在上半版组合成一个大大的正方形。在这 100 张照片下面写着两句话,分四行走文: "这些是一些逝者的脸,100 个不同年龄、种族和背景的人。他们只是美国近 100000 新冠逝者的一部分。"数字"100000"被特别摘出,在版面正中央独自成一行,加粗,放大为特大号字,显得格外醒目。5 月 27 日,在美国新冠逝者突破 10 万这个特殊节点,《今日美国》头版以"百人照片"特有方式,纪念那些死于新冠病

毒的美国人。(见图十)

这个头版下半版有一个横卧的大长方形,内由一个个象征墓碑形状的小方格组成,小方格灰蒙蒙似隐似现,但条块划分明显,40个小方格为一行,有25行,正好1000个小方格。而第一行正中央有一个小方格出列,上有一个向下指示的箭头,表示这个小方格是由上方100名逝者照片缩小组成(这点在《今日美国》网由近到远的镜头推送中表现得格外清晰),以此类推,标志着下半版每一个小方格里,都代表有100名逝者,1000个小方格正好对应100000名逝者。《今日美国》通过巧妙构思,精细制作来纪念逝者,以有限的头版来承载10万逝者生命,这个充满创意的版面其深邃的寓意由此表现得淋漓尽致。

除了头版 100 张逝者照片,以及 100000 个浓缩的方格"墓碑",《今日美国》当日报纸还刊发有 4 个版相关文章,头版报头上报眉位置有一行文字对此作了导读。

内页 4 个版文章对封面导读内容作进一步深化阐释:

让我们花点时间来纪念那些逝去的人的生命,并理 解他们留下的创伤——

1月21日,美国记录了第一例新冠病毒患者确诊 病例。

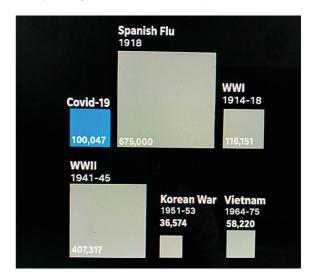
一个多月后, 我们报告了美国第一次有人死于这种 病毒。

接下来一周, 我们每隔10小时就有一人死亡。

上周, 我们每分钟都失去一个人。

.....

从2月29日第一个死亡病例到5月27日共89天, 美国因新冠病毒死亡人数超过10万。^[3]



图十一:美国历史上6次重大事件死亡人数对比示意图^[4]

文章说,新冠病毒是"美国历史上最快的杀手", 并列有一张对比示意图。(见图十一)

示意图将美国历史上 6 次重大事件死亡人数作了对比。1918年的西班牙流感美国死亡 67.5 万人,第二次世界大战 4 年时间美国死亡 40 余万人,新冠病毒肆虐 4 个月美国已有 10 万人死于该病毒。文章写道:"这是一场普通人的战争,我们都是潜在受害者,也都是潜在杀手。"读后让人百感交集。

从第一例新冠逝者,到如今每分钟有一个人逝去,从 1918年西班牙流感,到第一、第二次世界大战以及朝鲜战争、越南战争,再到如今的新冠病毒,《今日美国》"百人照片"封面讣告版以图片为导读,内页 4个版详细阐述,对新冠病毒报道所触及的广度和深度,由此可见一斑。

三、美国大报头版讣告给媒体人的启示

《纽约时报》《今日美国》头版讣告的成功实践,

海外风云

给我们几点启示:

1. 开拓创新, 是永恒不变的成功法则

《纽约时报》"千人讣告"版将凡人讣告这一传统 文体,由内页移向最重要的报纸头版,且以唯一主题整 版刊发,从内容构造和表现形式看,都是开创性的。

无论是《纽约时报》的"千人讣告"版,还是《今日美国》的"百人照片"讣告版,成功的关键在于大胆创新。《纽约时报》"千人讣告"头版的视觉效果,很大程度上来自于它的"全文字"设计,而《今日美国》头版讣告的视觉效果,则很大程度上来自于"百张照片"与方格"墓碑"的独到创意。两大报纸表现手法各异,但殊途同归,都是最大限度体现对生命的敬畏与尊重,它将人与人之间生死离别的真实情感,运用讣告这一传统文化载体,通过有限的版面空间,无限的创意,达到空前的传播效果,成为新闻史上的经典之笔。

报纸版面空间有限,但创意无限。

2. 精品"炼"成,需大专业化团队分工协作 《纽约时报》《今日美国》头版讣告的成功,无疑 是精心策划的结果,除了大胆创新,还得益于制图编辑、 研究员、研究生记者、新闻编辑、图像编辑、美术总监、 首席创意官等各路人马的精细分工,国内新闻、数字新 闻设计、印刷设计、软件工程等各部门通力协作。要创 作出具有强烈震撼力的作品,必须调动各种编辑、技术 手段,利用新媒体的广泛和便捷,才能打造出更有内涵 和内核的传世精品。

创意是前提,技术是手段,内容是根本。

优质内容的铸成, 是匠心的凝聚。我们早已告别单

打独斗的新闻采编年代,全媒体时代,必须依靠精细化分工,大专业化团队通力协作,传统媒体只要用心、用情,专心、专业,关键时刻,报纸的权威性和高尚情怀依然是其他媒体无法企及,更无法超越的,通过大专业化团队打造出的精品力作,在视觉、情感、思想等方面的冲击力、震撼力,也是其他任何媒体无法替代的。

3. 心无旁骛, 走出妄自菲薄的办报误区

近年来,"报纸消亡"的声音导致媒体人对新媒体内容的过度追捧,在"平台优先"还是"内容优先"的争论中,一拥而上、各自为政的客户端,并没有让我们找到前行的方向和盈收的人口,反倒使我们对报纸这一支撑我们生存的"传统工艺"逐渐生疏,心有旁骛,致使我们忽视甚至过分贬低了传统报道方式,尤其是图文报道价值。

新媒体时代,媒体报道的多种形式中,图文报道依然是最基本、最广泛的报道形式,图文报道所承载的广阔内涵和思想深度是视频、抖音等新媒体产品远远难以达到的。正如新京报副总编辑王爱军所说:"有人认为'图文过时'了,其实不是图文这种表现形式出了问题,而是过去图文所表达的内容有问题——离用户太远了。"^[5]

《纽约时报》《今日美国》头版整版讣告所产生的 强烈视觉冲击力、心灵震撼力,再次证明报纸不会消亡。 全媒体时代,只要媒体人以逆向而行的报人匠心,不拘 一格的无限创意,报纸以它广博而深厚的文化底蕴,依 然可以展现出惊人的爆发力,焕发出无穷的生命力。

(本文编辑 黄浩)

注释:

- [1]《时报的"千人讣告"头版是如何诞生的》,作者 John Grippe,来源:纽约时报中文网
- [2] 同[1]
- [3]http://www.usatoday.com 今日美国网
- [4] 同[3]
- [5]《新京报副总编辑:我们视频还没想做 APP,传媒业缺好内容不缺平台》,来源:腾讯传媒

医界专鉴

面向全生态链的健康科普平台的规划设计

----为实践"健康中国 2030 战略"的一项探索

□ 余晓明 王小峰 施珍妮

【摘要】2019年7月15日,由国务院副总理孙春兰担任主任的"健康中国行动推进委员会"正式成立,在《健康中国行动(2019—2030年)》规划的15个专项行动中,健康科普(健康知识普及)位列第一;但对如何落实健康科普纳入绩效考核工作已成为重大难题;本文提出以人工智能和区块链等战略性高新科技为切入点和突破口,着力建设集健康科普作品智能协作与发布,推进健康科普专家与资源库建设,建立健康科普指标智能量化考核、健康科普作品版权运营、健康教育与咨询为一体的创新应用平台,可以立起创新发展的"深圳样本",是打造健康深圳、助力健康中国的一项可行实践。

【关键词】 健康中国 2030 健康科普 绩效考核 区块链技术

一、背景、现状与存在的问题

1. 健康中国战略迎来大动作,健康科普提上日程 2019年7月15日,由国务院副总理孙春兰担任主 任的"健康中国行动推进委员会"正式成立。国务院 连发三文,要求把预防摆在更加突出的位置,细化落 实《"健康中国 2030"规划纲要》。

《国务院关于实施健康中国行动的意见》(国发〔2019〕13号)中强调:加快推动从以治病为中心转变为以人民健康为中心,动员全社会落实预防为主方针,建立健全健康教育体系,普及健康知识,实施健康中国行动。

《健康中国行动(2019—2030年)》规划的15个专项行动中,健康科普(健康知识普及)位列第一:(一)健康知识普及行动;(二)合理膳食行动;(三)全民健身行动;(四)控烟行动;(五)心理健康促进行动;(六)健康环境促进行动;(七)妇幼健康促进行动;

(八)中小学健康促进行动(九)职业健康保护行动;

(十)老年健康促进行动;(十一)心脑血管疾病防治行动;(十二)癌症防治行动;(十三)慢性呼吸系统疾病防治行动;(十四)糖尿病防治行动;(十五)传染病及地方病防控行动。

健康中国行动考核指标框架《健康中国行动组织实施和考核方案》发布,将纳入各级党委、政府绩效考核的26项健康指标考核框架中,有三项涉及健康科普:第6项"居民健康素养水平"、第11项"建立并完善健康科普专家库和资源库,构建健康科普知识发布和传播机制";第12项"建立医疗机构和医务人员开展健康教育和健康促进的绩效考核机制"。

2. 现状

当前,城乡居民关于预防疾病、早期发现、紧急 救援、及时就医、合理用药、应急避险等维护健康的

作者余晓明系武汉大学社会保障研究中心博士; 王小峰系深圳大学传播学院副研究员; 施珍妮系武汉大学社会保障研究中心博士。

医界专鉴

知识和技能比较缺乏,不健康生活行为方式比较普遍。 科学普及健康知识、提高全民健康素养水平(自我健康管理能力和健康水平),是提高全民健康水平最根本最经济最有效的措施之一。

3. 存在的问题

(1)医生本职工作忙、科研压力大,虽然掌握医学专业知识,但是缺乏健康科普新媒体制作技能,没有能力和余力投入到健康科普工作;(2)卫生部门虽已有健康教育中心等职能部门,但人员力量和专业水平均有不足;(3)现有的健康科普传播渠道存在关键缺失,没有能与医患就诊环节(例如医生工作站的诊断软件上)互动;(4)健康科普素材资源库缺乏,且健康科普作品版权难以得到保障;(5)健康科普作品种类繁多、发布渠道各异,难以建立科学的量化考核(作品质量考核、传播效果考核);(6)既有的健康科普量化考核主要采用人工模式(对文字、图片、视频等新媒体进行审阅),效率低下且存在着很大的主观因素。以上种种因素均导致在推进健康科普进程中,对如何落实健康科普纳人绩效考核工作成为重大难题。

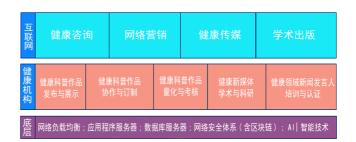
二、愿景、定位与总体规划

以人工智能国家战略规划、粤港澳大湾区建设为大背景,以深圳市委、市政府提出的"坚持把创新作为城市发展主导战略""加快建设国际科技产业创新中心"为指导,以人工智能和区块链等战略性高新科技为切入点和突破口,着力建设集健康科普作品智能协作与发布,推进健康科普专家与资源库建设,建立健康科普指标智能量化考核、健康科普作品版权运营、健康教育与咨询为一体的创新应用平台,立起创新发展的"深圳样本",打造健康深圳、助力健康中国。

整体规划: "一个平台、七个应用、两个资源库"。基于人工智能(赋能创作和考核)、区块链(赋能版权运营)等技术,设计一个让健康卫生领域的管理机构、运营机构、医生群体、患者群体、普通民众都能从中受益的"面向全生态链的健康科普平台",实践"健

康中国 2030" 重要精神。

- (1)一个平台:面向全生态链的健康科普平台;
- (2)两个资源库:健康科普专家库、健康科普创 意资源库;
- (3)七个应用:面向医生工作台的(打通科普资源库和院内 PACS 影像系统的 DICOM 接口)诊断辅助演示、面向医生的健康协作与发布平台、基于区块链技术的健康媒体版权运营、面向机构的健康科普智能量化与考核平台、面向民众的健康教育与咨询平台、健康领域新闻发言人培训与认证、健康新媒体学术与科研辅助。



三、分项功能设计

1. 面向医生工作台的诊断辅助演示应用

在医生的传统工作台界面中,展示患者的 PACS 影像的同时,同步展示三维器官模型;可辅助病理诊断过程中的医患沟通,建立医患信任、提升患者的就医体验。

2. 面向医生的健康协作与发布平台

在医生提出需求的情况下,定制/协作健康科普资源,健康科普资源的需求撮合(威客);并建立两个资源库:健康科普专家库、健康科普创意资源库。 提供健康科普资源的集中发布(本平台)和全网发布(其他平台,例如微信、抖音、快手等)。

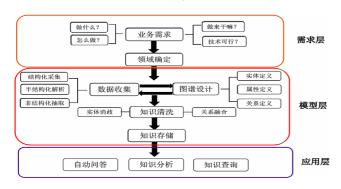
3. 基于区块链技术的健康媒体版权运营





基于区块链技术,打击健康信息领域谣言、保障健康科普资源的版权保护和运营,让建设优质资源的作者(医生或委托制作者)通过知识版权获利,让民众获取正确的健康知识与健康传媒信息。

4. 面向机构的健康科普智能量化与考核平台



针对健康科普资源的种类、质量、传播效果等 多模态数据,构建面向健康科普专业领域的知识图 谱,依托该系统建立起智能化的健康科普绩效指标 和考核机制。

5. 面向民众的健康教育与咨询平台



面向民众提供健康教育、健康咨询(名医直播间

或其他短视频应用)、健康网络营销服务。

6. 健康领域新闻发言人培训与认证

加强健康卫生部门与人民群众的联系和沟通,有效实行政务公开,保障人民群众对健康卫生部门信息的知情权,接受社会各界对卫生计生工作的监督,更好地调节公共关系、处理公共事务。

7. 健康新媒体学术与科研辅助

基于健康科普资源库,建立健康传播学术科研体系:健康传播是传播学的一个分支。美国学者罗杰 (Everett M.Rogers) 在 1994 年提出一种界定,认为健康传播是一种将医学研究成果转化为大众 易读的健康知识,并通过态度和行为的改变,以降低疾病的患病率和死亡率,有效提高一个社区或国家生活质量和健康水准为目的的行为。健康传播研究议题涉及广泛,既包括以艾滋病预防为龙头的疾病预防,也包括药物滥用预防、医患关系研究、计划生育、癌症的早期发现、戒烟等内容。

四、预期效益

1. 示范与政策效应

响应国务院关于"健康中国 2030 战略"与"健康中国行动(2019—2030年)"等顶层政策设计与规划,促进建成全方位全周期维护和保障市民健康的全民健康制度体系,落实深圳市加快建设"健康中国"先行区的目标。立足大湾区辐射全国,起到标杆、样板作用,产生巨大的示范效应。

2. 社会与经济效益

把握国家推进"健康中国"建设和大力发展大健康产业带来的巨大机遇,本项目将健康卫生、信息高科技、文化创意、媒体传播四大板块进行深度融合,在提高全民健康素养水平的同时,也可促成城市、产业、民生协调发展,提升科学合理规划产业布局、促进产业转型升级。2020年中国大健康产业市场规模将高达8万亿元,随着项目的建设和发展,提供大量商机和就业岗位;有效提升产值、收入及税收。

(本文编辑 黄浩)

城市党媒融合传播创新路径

──基于长江日报报业集团实践的观察

□朱建华 郑良中

【摘要】融合传播创新是媒体在新时代面临的挑战和任务。城市党媒融合传播创新是中国传播创新的重要组成部分。以长江日报报业集团为代表的城市党媒,融合传播创新路径主要体现在管理模式创新、平台建设创新、传播产品创新、时政报道创新、城市议题创新、队伍建设创新等6个方面,这在增强媒体自身发展活力的同时,也为城市党媒发展提供了借鉴和参考。

【关键词】城市党媒 融合传播 创新路径 长江日报报业集团

党媒既是党的意识形态工作的主阵地,也是融合创新传播的主阵地。以长江日报为旗舰的长江日报报业集团(简称"长报集团")其融合传播创主要体现在管理模式创新、平台建设创新、传播产品创新、时政报道创新、城市议题创新、队伍建设创新等6个方面。这6个方面作为一个整体,是新时代城市党媒融合传播创新实践的生动体现。

一、管理模式创新

推动媒体融合深度发展,科学的管理方式是重要内容和重要抓手。[1] 最近3年来,长报集团的管理模式创新主要体现在采编、经营、提升效能和考评等4个方面。

(一) 采编创新

2018年3月,长报集团旗下的长江日报、武汉晚报、武汉晨报及长江网采编力量组建为集团的14个公共采编部门,做到发布端口统一管理、统一调度、统一指挥。这在内容生产上初步实现了中央厨房模式下"一次采

集、多次生成、多元发布"。统一布局新闻资源之后,新闻生产按照"三个转变"稳步推进,即实现从全面生产向重点生产转变、从自发生产向目标生产转变、从个体生产向团队生产转变。2019年4月,长报集团又在此基础上进行了优化,形成了全新的"1+6"组织架构。"1"指长江融媒,负责整个集团日常全媒体报道策划、组织、制作、编辑、分发,内部分指挥、制作、运营三个团队。"6"是指按照全资子公司企业化运作的6个事业部性质的研究院。研究院担负传播和经营双重责任,但经营与采编按照国家相关规定实现分离。

(二)经营创新

长报集团 2018 年在统一布局新闻资源的同时,对经营资源同步进行了整合。具体是为把过去长江日报、武汉晚报、武汉晨报及长江网的经营资源统一整合为 14 个垂直的事业部。2019 年 4 月,长报集团在进一步深化改革的同时,对经营资源重新进行了布局。全新的"1+6"的组织架构中,原来的 14 个事业部合并组建为财经、城

作者朱建华系长江日报报业集团长江财经传媒研究院主编,郑良中系长江日报报业集团长江财经传媒研究院院长

市运营、城区传播、民生康养、楚才教育、地铁传媒 6 个按照全资子公司运营的事业部性质的研究院。这种模式让内部资源在更大程度上打通,作为"1"的长江融媒形成全媒体生产闭环,作为"6"的研究院,每个自成体系、自我发展,打造新品牌,培育新的增长点。在传统媒体面临严峻挑战的形势下,长报集团 2019 年经营收入、利润都有所增长,2019 年非报经营占比 40% 以上。

(三)提升效能

除对采编、经营在管理模式上进行改革外,提升行政效能也是长报集团近年来改革的一个重点。2019年,长报集团综合部门按照职能相近的联合办公、经营职能剥离、管理权限下沉等原则,从16个精减到8个,100多人进入事业部性质的研究院工作,激发全员干事创业活力。2019年,长报集团还首次正式在集团层面全面推行预算管理,这为推动长报集团从传统的报业集团向现代化传媒集团战略转型迈出坚实一步。

(四) 考评创新

考核评价是融合发展的指挥棒。2019年4月,全新的"1+6"的组织架构中,作为"6"的事业部性质的研究院,其采编人员由集团编委会进行考核。新闻奖是新闻评价机制的重要抓手,长江日报新闻奖不再按传统的消息、通讯、评论等传统模式进行评奖,而是分为主题宣传、公共服务、新闻调查、现场新闻、观点贡献、爆款产品、传播创意7大类别,其目的就是要彻底打破传统的体裁束缚,提高在移动端的传播力与影响力。这一评奖模式走在了全国党媒前面。长报集团还先后制定出台若干管理规定,让不同身份、不同部门的员工在干事创业中共享发展成果。

二、平台建设创新

长报集团平台建设创新主要体现在 4 个方面:全面移动化、报纸定格,坚持法人微信公众号优先,把城市留言板打造成媒体核心功能,把客户端作为主阵地。

(一)全面移动化、报纸定格

记者稿件原则上均须第一时间通过移动端首发,并

直接与考评挂钩。全面移动化,稿件通过移动端率先发布了,第二天出版的报纸还发什么?长报集团提出了移动互联网时代报纸的新功能是"定格"。"定格"原意是指影视片的活动画面突然停止在某一个画面上,现在泛指确定某种状态、格式、标准上,如比赛结果定格为2:1。^[2] 武汉智能网联示范区是"国之重器",记者长期跟踪建设进展,前期进行了大量采访,掌握到国内乃至全球都在抢占无人驾驶高地、竞相发放路测牌照,但尚未迈出实质商业化运营的关键一步。2019年9月22日,武汉市交通运输部门正式发放自动驾驶车辆道路运输经营许可证,记者深知此举的重大意义,在媒体中第一个发出快讯。报纸见报稿与前一日移动端报道相比,逻辑更加清晰,事实突出,有背景、有延伸,文本有张力、有厚度。

(二)坚持法人微信公号优先

微信已成为公众日常使用最多、频率最高的工具。明确"坚持微信优先",就是长江日报法人微信公众号优先。在坚持微信优先的定位下,长江日报微信公众号以"原创、武汉、正能量"为原则,不仅成为了武汉市委、市政府重要信息发布的出口,同时也是长报集团移动端精品化内容生产的重要出口。2019年第七届世界军人运动会在武汉举办,长江日报微信公众号共产生21个"10万+"微信作品。

(三)把城市留言板打造成核心功能

武汉在全国率先成立网上群众工作部,受理办理群众投诉问题的平台,就是依托长报集团旗下的长江网建设的城市留言板,这是武汉市委对城市主流媒体的一次赋能。"民有所呼我必有应",城市留言板上入驻的单位有117家,包括所有的区及市直单位,对市民留言反映问题,相关部门必须按期予以回复、办理,回复、办理情况,不仅会进行督查还会由市民进行评议。长江日报开辟全媒体专栏,对市民留言反映的代表性问题做公开报道,进一步督促相关部门予以回复或办理。2019年,城市留言板受理网民群众诉求增长60%。

(四)把客户端作为主阵地

融合新路

移动端是媒体融合时代的风口,新闻客户端是民众获取新闻资讯最主要的途径。^[3] 客户端是长报集团融合发展主阵地。新闻+服务+智能推荐,已成为长江日报新闻客户端的特色。2019年,长江日报客户端已升级到3.0版本,武汉15个区的客户端中11个由长报集团代为开发并上线。

三、传播产品创新

传播产品创新是融合传播创新的重要体现。长报 集团传播产品创新既体现在报纸端,同时也体现在移 动端。

(一)做强栏目、做精版面

报纸在移动互联网时代仍是传播的重要载体。2018年11月9日,"双十一"前夕,原创影像《过影》问世。何谓"过影"?用影像走到深处,直抵内心,希望大家看得"过瘾"。世界喧嚣,期望用镜头记录下个体沉浮、时代变迁、家国情怀,并以《过影》为窗口,凝住那些动人的瞬间。2019年,长江日报版面进一步优化,并推出了一些新的栏目。

(二)着力打造移动端品牌

受众在哪里,宣传报道的触角就要伸向哪里。长 江日报《早安武汉》微信专栏,集文字、图片、视频、 语音于一体,每天早上通过长报微信公众号进行推送, 是武汉人每天阅读武汉、了解中国的一个窗口。2019年, 该专栏内容得到进一步的优化和提升,内容更丰富、 可读。2019年推出的《十楼不打烊》《法眼》《厢见》 等融媒体栏目初具影响,受到青年群体喜爱。

(三)全媒体、可视化呈现

技术的发展为融合传播创新提供了更多可能。长报 集团传播产品创新另一个鲜明的特点是全媒体、可视 化呈现。2019年原创爆款视频、直播产生约70个"百万 +",2019年高考直播报道,以单场488万的观看量, 在今日头条上位居全国媒体之首。经湖北省记协推荐, 融合传播产品《72个红手印,究竟为了留住谁?》参 评第三十届中国新闻奖。

四、时政报道创新

做好时政报道,党媒义不容辞。时政报道创新对于 党媒提高传播力、引导力、影响力、公信力具有重要 意义。

(一)增强贴近性、针对性

这次新冠肺炎疫情是新中国成立以来在我国发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件。湖北和武汉是这次疫情防控斗争的重中之重和决胜之地。2020年3月10日,习近平总书记专门赴湖北省武汉市考察新冠肺炎疫情防控工作并发表重要讲话。对于这一重大时政报道,党媒该如何进行组织和策划?3月15日,长江日报围绕总书记讲话中"英雄的城市英雄的人民"推出"你是这样的武汉人"系列报道,相继刊发了《识大体、顾大局,你是这样的武汉人》《不畏艰险顽强,不屈你是这样的武汉人》《坚韧不拔、高风亮节,你是这样的武汉人》《同舟共济、守望相助,你是这样的武汉人》等整版报道。这一策划,既紧扣总书记在湖北考察时的讲话精神,也符合长江日报自创刊以来一直根植于武汉的特性,整个策划和报道有温度、接地气。

(二)强化思想性

思想性是党媒的"魂"。作为党的主流舆论阵地,党媒的舆论引导能力,既建立在权威性上,更建立在思想性上。思想性,是对党媒整体办报质量与水平的综合评价指标之一。党媒的思想性应贯穿在整个报道和全部版面中。2018年12月18日,在庆祝改革开放40周年大会召开当天,长江日报推出了12个版的"序章"特刊。"凡是过去,皆为序章。"与全国其他媒体推出的特刊相比,"序章"特刊具有很强的思想性。"序章"所要表达的寓意,与习近平总书记当天在庆祝改革开放40周年大会上的讲话精神高度契合。这体现出了党媒强有力的思想性和引领性。

(三)提高可读性

习近平总书记多次强调, 切实提高党的新闻舆论传

融合新路

播力、引导力、影响力、公信力。把传播力放到第一位置,是对新闻舆论规律高度总结。传播是第一位的,没有传播,对媒体来说一切都无从谈起。对于宣传思想工作者而言,要提高传播效果,就要"真正做到讲的话群众喜欢听,写的文章群众喜欢读,创作的影视作品、舞台艺术群众喜欢看"⁴。2018年4月28日,中印领导人在东湖边散步,当日晚长江日报微信公众号首发了《全球刷屏!从今天起,请叫"世界东湖"》的原创报道。点击量就超过65万人。这篇推文火爆朋友圈的原因有很多,最重要的一点,在于内容可读,能引发受众的情感共鸣,大家愿意自发地去分享、去传播。

五、城市议题创新

作为城市党媒,长江日报自创刊以来一直根植于武汉,既是城市形象的传播者,同时也是城市形象的塑造者和城市利益的维护者。

(一)创意策划

创新传播形式和手段并不局限于移动端的融合报 道,也理应包括报纸的版面。海报作为一种独特的传播 形式,利用报纸版面推出海报,是纸媒创新传播形式方 式之一。简而不凡的设计理念贯穿于长江日报整个战疫 海报。海报设计视觉是重心, 画面是关键, 一张照片、 一段文字,如何摆放和取舍,都事关效果。为让海报呈 现出最佳视觉效果, 每期海报的版头信息由版面最上方 面的横排变为最左边的竖排。自首期战疫海报推出后, 整个海报的版面和风格已基本固定,后期虽有调整和完 善,但整体上变化不大。看似简单的海报,还需要前方 与后方、记者与编辑、编辑与设计之间的联动与配合。 走心的设计加上有品质的内容才能更好暖心。长江日报 2020年1月23日推出了首期战疫海报——《最美勒痕》, 画面的主角是武汉市金银潭医院 26 岁的护士樊莉。她 脸上被护目镜勒出的勒痕,看着让人都心疼,而勒痕要 几个小时后才会消退。此时无声胜有声的画面, 传递的 正是"致敬奋战在一线的医务工作者"的主题。

(二)融合互动

融合互动是创新城市议题的重要手段,融合互动既包括报纸与新媒体之间的融合互动,也包括媒体与用户之间的融合互动。重庆的公交车坠江事故原因公布后让人唏嘘不已,长报日报融合互动的本地化报道,既及时回应了公众关切,同时又有力引领了舆论,推送的报道在微信公众号上连创"10万+",短视频网上一天的点击就过"百万+",人民日报、新华社等微信公众号也进行了转发。

(三)议程设置

议程设置在移动互联网时代仍是大众媒介重要功能,媒体尤其是主流媒体通过强有力的议程设置可以有效影响舆论。10月25日,是武汉的抗日战争沦陷纪念日,每年的这一天,武汉全城拉响防空警报,以警惕大家勿忘这段历史,2018年当天下午4点警报拉响时,长日报微信公众号推出《听!武汉全城正响起的警报,每一声都是一个暗号……》的推文,与市民同频共振,点击量达到"10万+",这是城市主流媒体在舆论引领上成功的议程设置。

六、队伍建设创新

困难面前,信心比黄金重要。人才竞争是媒体竞争 的关键,人才优势是媒体核心优势。

(一)用新人充实队伍

2018年是汶川地震 10 周年,一家自媒体公号上的文章《汶川地震 10 年,那些写报道的人在哪里》刷屏媒体人朋友圈。10 年时间,包括当年很多去汶川采访的记者,后来都因种种原因离开了媒体。巧合的是,汶川地震 10 周年之际,长江日报记者余坦坦撰写的《我在现场!》公开出版。这是一部长报 16位记者亲历汶川大地震的口述实录。与自媒体上所反映的情况不同,长江日报当年去汶川采访的 16 位记者,除个别因年龄原因退休外,其他没有一人离职,多数至今还在新闻采编一线工作。他们中约有七八人后来还获得过中国新闻奖。队伍的稳定,为发展提供了保障。长报集团是近年来为数不多的每年持续公开

融合新路

招聘的城市党媒之一。

(二)用实践锤炼队伍

在人才队伍建设方面,长报集团注重在新闻实践中锤炼队伍,尤其是注重通过主题报道、大型采访等来锻炼年轻人。"武汉的朋友圈"系围绕改革开放 40 周年策划的重磅报道之一。为此,长报集团派出记者飞到日本大分市寻访龟山弘"总工",他曾帮助武钢打造世界一流的炼钢生产线;派出记者飞到德国杜伊斯堡寻访市长林克,那里命名了一列"中国武汉号"火车;派出记者飞到乌克兰采访汉语教师,她有个中国名字叫"李娜"……这些到国外采访的记者,都是近年人职的年轻记者。此次新冠肺炎疫情的报道中,一批 90 后记者成为报道主力,年轻记者不断有所发现、有所创造、有所前进,同时脚力、眼力、脑力、笔力也得到锤炼和提高。

(三)用作风凝聚队伍

宣传思想工作是群众工作,有没有良好作风直接决定着工作的效果和水平^[5]。在人才队伍建设上,长报集团十分注重用良好的作风凝练队伍。首先,注重传承弘扬长江报人长期以来形成的优良作风。第二,营造拼搏赶超的浓厚业务氛围。2019年,全年举办各类培训班 40 多场,有效增强了采编队伍的脚力、眼力、脑力、笔力。第三,凝心聚力,凝练队伍,具体形式包括生日送祝福,举办东湖绿道徒步、趣味运动会等系列活动。第四,传播并分享记者的成绩与荣誉,关心记者成长。

结束语

2020年4月底,人民网研究院发布《2019报纸融合传播指数报告》,长江日报在"2019报纸传播力百强榜"上位居第二十一,排名湖北第一。这是自2016

年人民网研究院发布传播指数报告以来,长江日报百强 榜上排名最靠前的一次;在城市党报中,长江日报排名 第二。这从侧面体现了长江日报近年融合传播创新改革 的成效。

长报集团的融合传播创新从制度设计上来说,具有整体性,这是显性的,而另一个相对隐蔽的特性,是把传播创新与经营创新同步推进、有机结合,而这在某种程度上也是一种融合,而且是深层次的融合,这种融合不仅必要而且重要。

过去几年来,长报集团经营收入逆势上扬,为推进 媒体转型提供了必要的财力保障,这也为全国城市党媒 主业经营转型提供了新样本,不少媒体同行还专门到长报集团调研学习。

2020 年春节以来,受新冠肺炎疫情影响,居家成为人们娱乐休闲、工作生活的主要场景。对媒体而言,这为重新建立与受众的连接提供了机会。长报集团在做好宣传教育和舆论引导的同时,还针对市民痛点,建立在线求助、在线问诊、在线买菜等平台,是此次战疫的一大亮点,这背后源于长报集团这几年在融合传播创新上所做的探索。

总之,长报集团的探索与实践,既是城市党媒融合传播创新的生动体现,同时也反映了移动互联网时代城市党媒发展中的一些新现象、新趋势。但不可否认的是,一些制约发展的深层次问题仍有待破解,如自主可控的主流舆论阵地建设步伐还要加快,经营转型还处于探索阶段,体量不够大,运营质量不够高,经营模式还没有定型。

(本文编辑 黄浩)

注释

- [1] 张文君. 推进媒体从形式融合到实质融合 [N]. 北京日报, 2018-11-26(18).
- [2] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室.现代汉语词典[M].北京:商务印书馆,2016:308
- [3] 刘志明等. 中国微传播指数报告 2018 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2018: 54.
- [4][5] 黄坤明:增强脚力眼力脑力笔力 守正创新做好新形势下宣传思想工作 [J]. 求是, 2019 (1).

南方 + 客户端运营探析

□古国真

【摘要】南方+客户端的组织架构由内容运营中心、产品研发中心、南方号运营中心、市场运营中心、行政中心 5 个部门组成。从 2015 年 10 月创办至今,目前下载量已达 6000 万,南方号入驻机构 6000 家、连续三年居全国 300 多家省区市党报"自有 APP 传播力"之首位,2019 年度经营收入突破 2 亿元,牢牢占据广东第一权威移动发布平台位置。南方+在短短四年半时间里为何能如此迅速成长? 笔者根据南方+各个业务部门的功能试图从机制再造、内容创新、平台拓展、技术保障、市场推广等五方面对此问题作简要梳理。

【关键词】机制再造 内容创新 平台拓展

一、机制再造:建立适应融合发展的组织结构与生产机制

新的生产力,需要有新的生产关系与之适应,从顶层设计上看,南方报业传媒集团组建了报网端运营委员会,全面协调指挥报网端融合运营。据了解,该报网端运营委员由南方日报、南方+等集团旗下各媒体参与采编值班的编委或主管内容生产的负责人组成,其运作模式主要是将以前各媒体自行召开的编前会、采前会合为一体召开,统一策划、统筹指挥。 在报网端运营委员会的统筹部署下,南方报业将集团各媒体特别是南方日报的优质采编力量、社会资源,重点注入了"南方+"客户端,实现生产力的"真正融合"。可见,南方报业是举全集团之力打造南方+。

2017年6月,南方报业正式启用"中央厨房"系统,

以此为中枢, "南方+"与集团内各媒体的沟通成本大为降低。2019年初,中央大厨房(又称南方报业融媒体中心)全新升级为3.0版。报网端一线采编人员的"策、采、编、发"流程,都以融媒体中心为基础便捷推进,替代了原本基于电话、微信的沟通调度工作,起到了事半功倍的效果。以融媒体中心建设推动流程再造,形成融媒体中心指挥、报网端联动的融合生产机制,出现了以下一些融合新现象——

由南方日报各采编部门具体运营了十几个南方+新闻频道,每天由南方日报记者提供的"先端后报"稿件数百篇;南方日报各地记者站站长兼任客户端城市频道CEO,实现记者站与南方网地方频道、南方+城市频道的一体化运营;南方杂志与"南方+"共建的"观点"频道,已成为广东移动互联网理论评论高地的重要组成

部分;南方网在集团一体化稿库对接、网络稿源抓取、智能推荐研发等方面,与"南方+"共同展开技术攻关;集团重点打造的"南方名记",更是与"南方+"合作生产了《武松来了》《洪记鉴证》等一大批现象级融媒体产品。

在报网端融合运营委员会的统筹指挥下,以"南方+"客户端为纽带,"移动优先、融合传播"理念已转 化成南方报业全媒体集团采编人员的工作习惯。

二、内容创新:调动一切可融合的资源

南方+客户端内容运营中心团队只有40多人,但他们以新媒体实验室、直播广东平台、共建频道为抓手,通过紧密连接集团"南方名记者"工程和全网分发,统筹整合报网端新媒体生产能力和分发能力,深化内容供给侧结构性改革。

媒体融合,首先是记者加速向新媒体转型融合。南方报业传媒集团 2016 年 10 月启动了"南方名记者"培育工程,在全国率先提出培育"主流网红",大力培育全媒型、专家型优秀人才。而"网红名记"的主阵地,不再仅仅是南方日报,而更多的是南方+!依托新媒体实验室制作力量,发动头脑风暴,从日常采访中发现创新创意点,改良现有工作方式,促进从"分散式"个人创新为主、到"集群式"团队创新的转变,增强团队成员间的技术共享、资源共享。

"网红名记"佳作频频:南方名记者赵杨工作室推出反腐脱口秀视频节目《武松来了》,已更新三季,每季全网点击量均过亿;南方名记者吴哲首发《一图读懂2018广东政府工作报告》,南方+二维码首次打上广东省政府工作报告;南方名记者曹斯推出聚焦中国首个医师节MV《相信》,获得第三届健康中国微视频大赛最具传播力作品大奖……以"网红名记"为龙头,以南方+为主平台,南方报人加速融合转型。以2018年为例,南方+推出流量10万+作品600件,500万+作品11件,千万+作品1件,破亿作品2个系列,全年直播超1500场,直播总点击量1.47亿。

产品质量高,并不意味着点击量一定高。这又倒逼 内容运营中心必须建立起渠道、有推广策略和技巧。第 三方推广团队从原来的一人孤军奋战,到现在的团队协 同作战,逐步摸索出有效的策略和技巧,实现南方+精 品内容传播的最大化。

目前,南方 + 客户端内容运营中心业务板块十分丰富:直播、新媒体、两微、第三方平台、南方号……这个团队主动策划别人想不到的事;做别人想到了、执行不到位的事;做别人做了、但做不好的事:2019全国两会,把文艺范的"飞花令"、广东委员代表风采、大时政主题结合起来了;2018广东省两会,把当时最火的直播答题与政府工作报告结合起来了;庆祝改革开放40周年,把走心的城市24小时生活视频与经济社会发展结合起来了,还把抖音短视频元素融进来;"七一"建党纪念日,把潮流的Rap和党建工作结合起来了;早在2017年底,就给粤港澳大湾区全球首发了中英文形象宣传片……[1]

三、平台拓展:聚合全省政务资源,延续"机关报"品牌

"南方号"是南方+重点打造的一个创新平台,旨在聚合全省具有权威发布职能的政务新媒体和机构新媒体资源,为用户打造一个"最懂广东"的新媒体平台,从而有效地将南方日报作为省委机关报的品牌资源在南方+客户端上进一步得到延续和扩展。2016年10月推出至今,南方号已在全省21个地级以上市和多个垂直系统实现了政务新媒体集体入驻,入驻数量超过6000家,月均稿件发布量超过5万条,月均阅读量超过6500万。

打开南方+,点击"南方号",进入"南方号矩阵", 选择"地域矩阵",点击"深圳"进入后会发现赫然在 首的是"王伟中活动报道集""陈如桂活动报道集"、 其后依次是"深圳发布""南鹏友""深圳公安发布"…… 笔者很耐心地一边往下拉一边数着数,结果发现,仅深 圳各市直机关、各类单位和机构入驻南方号的新媒体就 有 200 多个!如此看来,假如以每一个公众号背后运营维护人员平均 5 人来计算,在深圳为南方+服务的工作人员确实过千人了。这支庞大的公众号运营人员因为人驻南方号后成为了南方+的"记者",或可称为新媒体时代的"通讯员"。

在"南方号"运营过程中,"南方+"紧紧围绕中心工作,及时设置热点议题,协调引导各入驻政务新媒体参与重大主题宣传报道,在移动互联网上形成主流舆论强势。比如,在党的十九大前后,全省南方号共发布相关主题稿件 100 余篇,总阅读量超过 700 万。通过南方号平台的聚集效应,南方报业的重大主题宣传,呈现出职业媒体和机构用户自媒体优势互补、此长彼长的良好局面。

作为主流媒体建设运营的新媒体平台,"南方号" 平台还致力于向入驻单位输出传播能力,支持各级政务 新媒体健康发展——

一是为入驻单位免费提供新媒体多功能编辑后台, 该后台具备文字、图片、视频等多媒体内容的编辑功能 以及传播效果统计分析功能,政务新媒体运营人员可以 快速查询、跟踪自身账号的各类运营数据。

二是每月发布"南方号"影响力排行榜,根据发布量、阅读量、推荐数、订阅数等数据对入驻单位进行排名,促成政务新媒体良性竞争。

三是定期编发《广东政务新媒体》月刊,既为广东 各级领导干部提供政务宣传决策参考,也为全省政务新 媒体运营人员提供学习资料。

四是牵头组建数十个南方号小编微信群(前文 提到"南鹏友"公众号即为南方号深圳矩阵的小编 之家),为同地域或同系统的政务新媒体小编搭建 线上沟通渠道。

五是广泛举行线下座谈会、交流营、训练营等活动, 为广东政务新媒体小编提供业务培训、经验交流的机会。

四、技术研发:从"技术赋能"向"技术引领"迈进媒体融合发展,必须以技术创新为引领。为此南

方报业传媒集团于 2017 年 12 月 7 日在全国传统报业 集团中率先成立了集团技术委员会,其宗旨是为了提 升集团技术发展与投资的决策效率和水平,充分运用 新技术加快推动集团深度融合、全面转型。 在集团 技术委员会的指导下,南方 + 早早地确立了"技术引 领"的思路:一定把核心技术掌握在自己手上,避免 "卡脖子"。

南方+的产品研发中心就像南方+的中央处理器。 这支南方+规模最庞大的团队由47名成员组成,日夜 兼程,响应各个部门的技术需求,集成处理海量技术问 题,为内容生产保驾护航。以作为南方+拳头产品的"直 播广东"为例。刚上线时,流量不高,直播页面访问缓 慢。产品研发中心痛定思痛,不断打磨,经过数十个版 本的优化,后台系统终于实现了自动增加服务器,自动 扩展后台服务能力,当大量用户集中在同一时段访问直 播系统时仍可实现稳定流畅。"直播广东"也在一次次 磨砺中逐渐擦亮品牌。

这两年,南方+以大数据建设等核心项目为抓手,研究和应用大数据技术、人工智能技术等关键前沿技术,探寻前沿科技和媒体业务结合应用的场景,努力在"数据化""平台化""通用化"等方面加强实践,在快速支撑业务的同时形成技术能力的输出和平台集聚数据资源的能力,使智能化成为南方+内容生产的新的底层支持,逐渐形成内容智能化生产和智能化分发的新生态。

又以南方号的顺利运作为例——南方号现入驻数量超过 6000 家,月均稿件发布量超过 5 万条,月均阅读量超过 6500 万,所占用的计算资源超过 50 台服务器,处理的数据容量超过 100T,日处理用户行为记录条数以亿为单位。智能推荐引擎对用户点击预测准确率超过85%,为用户带来"千人千面"的智能阅读体验。这些庞大的数据流量和智能体验都离不开产品研发中心的技术支持。

南方+产品研发中心这支具有强大战斗力的队伍, 奋斗成果丰硕:截至2018年,获得国家知识产权局颁 布的软件著作权累计11项;"面向移动新媒体的传媒

大数据智能服务平台及其示范应用"人选国家新闻出版 广电总局改革发展项目库 2018 年度入库项目;获得工 信部颁发的"高品质 APP 证书"及安卓绿色联盟的绿 色应用认证;通过搜索引擎技术优化措施入选百度原创 风云榜的第 24 位。^[2]

五、市场推广:依靠特色活动拉动下载量

如果只用一句话来概括市场运营中心的功能,那应该是"通过开展一系列线上线下主题活动,拉动南方+客户端下载量,实现品牌传播力和影响力的有效提升"。

2017年,南方+承接了"两学一做"答题系统的开发, 契合当时全国上下开展"两学一做"的热潮,通过答题 的形式,帮助用户实现了学习、复习和考核的功能。短 短两个月的时间,该产品为南方+拉动了超 10 万次的 下载量。

同年,已经连续举办了8年的"广东省小学生诗歌节"牵手南方+,设立投票系统选出当年的最佳人气奖项。这也是该比赛首次通过移动互联网的形式与用户互动。第二年,"广东省小学生诗歌节"在南方+实现了报名、投稿、投票的功能,共收到了13万首报名诗歌,总投票数超过60万。

2018年,南方日报时政新闻部与南方+客户端市

场中心联合策划"厉害了,我的校"广东高校微视频 大赛,比赛共收到333件参赛作品,这些作品在南方 +客户端进行移动平台展播和投票,总投票数超过220 万。^[3]

实践证明,通过不断与强势营销活动绑定,将活动流量导入南方+客户端,可以实现四两拨千斤的效果。 至此,投票和答题产品已成为南方+客户端拉动下载的 两枚利器,形成"线上为主,线下为辅"的格局。

"南方+"在建设运营过程中,既深耕媒体自身转型升级,也着力拓展"传媒+"跨界转型,从用户需求出发,探索开展政务办事服务、城市生活服务、文化服务、党建服务等多元化运营,并从中形成新的经营增长点,实现自身良性循环。"南方+"设立服务页卡,分政务办事、交通出行、充值缴费、求医问药、文化教育、综合服务等六大系列接入了省内数十个政府部门的政务服务窗口和10个合作机构的13项生活服务窗口。在服务拓展过程中,南方+积极运用新媒体产品与服务拓展经营业态,着力推动报网端融合经营,均取得了社会效益和经济效益双丰收,并由此推动"南方+"从新闻客户端向信息服务、数据服务、公共服务综合平台转型,从而快速实现了增创党媒新价值的成效。

(本文编辑 黄浩)

参考文献

- [1] 杨小妍 张西陆 范玉平 陈峥 罗彦军 陈枫.南方+客户端:创新赋能融媒生产,奋斗擦亮青春底色[J].中国记者,2019(6).
- [2] 同上
- [3] 同上

傻傻分不清: 财经报道 or 经济报道?

□李诚

【摘要】 财经报道、经济报道和金融报道,是可以相互通用的概念,还是有所区别,不少人说不清楚。本文通过多途径论证,认为财经报道包括经济报道(主要指实体经济)和金融报道(主要指虚拟经济)两部分。这两部分相互补充,共同构成一个完整的"财经报道"概念。而"财政报道"不应该涵括在"财经报道"里面。

【关键词】财经报道 经济报道 金融报道 财政报道

改革开放之后,我国发展社会主义市场经济,在以公有制为主体的基础上,增添了私营经济成分,也就是民营经济,以激活市场主体的积极性。吸收"社"与"资"的优势,中国经济创造了快速发展的奇迹。在这样的背景下,财经报道应势而生,并且规模和地位逐步扩大和提高,在财经专栏、专版的基础上,后来还出现专门的财经报纸、财经杂志、财经频道,财经报道,成为很多投资者每天的必读内容。

与人们经常提到的"财经报道"这个词相比, "经济报道"也是广大投资者使用频率较高的词,同样的,还有"金融报道"。在不少人的眼里,甚至在很多财经报道从业者看来,"财经报道"和"经济报道",说的都是基本相同的东西,差不多可以通用。至于这两个词指的是哪些内容,"财经报道""经济报道"和"金融报道",它们之间的区别和联系是什么,不少人一时说不清楚。

对于广大投资者来说,"财经报道""经济报道"和"金融报道",能否分得清,似乎影响不大,反正都是根据自己的需要去阅读,能帮自己实现财富保值增值的报道,就是好报道,没有多大必要去区分属于哪种类

型。但对于财经报道的从业者,无论是从报道机构、部门的设置,报道人员的分工安排,版面、频道的划分,还是日常报道工作的需求来说,都很有必要弄清楚这三个概念。

要弄明白"财经报道""经济报道"和"金融报道" 三者之间的区别与联系,只需搞清楚"财经""经济" 和"金融"的含义、区别和联系就行了。

"经济"主要涉及实体经济

百度中"财经"的检索结果是: 财经(财政金融经济)是指财政、金融、经济。财经类专业是指经济类和管理类专业,常见的专业包括市场营销、会计、人力资源管理、金融、国际贸易、企业管理、统计、财税等。

《现代汉语词典》第六版对"财经"的解释是:财政和经济的合称。

上面两个解释中,都出现了"财政"一词。

"财政"是什么意思呢?百度的解释是:所谓财政,就是指国家或政府的收支活动。《现代汉语词典》的解释是:政府部门对资财的收入与支出的管理活动。两者对"财政"的解释基本上是一致的,大致就是与"政府

的收入与支出"有关的活动。

那么, "经济"又是什么意思?

百度的解释是:经济是价值的创造、转化与实现; 人类经济活动就是创造、转化、实现价值,满足人类物 质文化生活需要的活动。

《现代汉语词典》的解释是:经济学上指社会物质生产和再生产的活动。

可见,两者对"经济"的解释基本一致,大致就 是指与物质有关的生产劳动。也可以说是与实体有关的 价值创造活动。

综合起来看,百度和《现代汉语词典》对"财经"的解释,有两个方面是一致的:一个是指政府的收入和开支,另外一个是指与实体物质有关的价值创造。所不同的是,百度的解释多了一个"金融"。

"金融"更多地涵括虚拟经济

金融的含义是什么?

百度的解释是:金融指货币的发行、流通和回笼,贷款的发放和收回,存款的存入和提取,汇兑的往来等经济活动。一般指与货币流通和银行信用有关的一切活动。

《现代汉语词典》的解释是:指货币的发行、流通和回笼,贷款的发放和收回,存款的存入和提取,汇兑的往来以及证券交易等经济活动。

两者对"金融"的解释基本上是一致的,即都是与 货币有关的活动,与钱的比率有关的活动(汇率),以 及与银行和信用有关的活动,都没有离开"钱"(货币)。

我们知道,经过物物交换时代之后,盐、贝壳、铜钱、白银等,曾经都是早期的货币。后来,经过"大浪淘沙",黄金长期成为很多国家一致认同的货币。在纸币出现之后,也有很长一段时间,纸币的发行是以黄金作为基本"锚",也就是现在所谓的"准备金"性质的东西。在货币发行过程中,有多少黄金,才能发行黄金数量一定倍数的纸币,不能超发。

同样,在"金本位"制下,美元"锚"定黄金,同

时,美国超群的经济、科技和军事、文化实力,迫使各 国货币以固定汇率的形式,与美元保持一定比例的汇率 关系,从而间接地与黄金形成固定、紧密的联系。

上世纪 70 年代"金本位"制解体之后,各国货币对美元出现浮动汇率制,各个国家的货币,没有了黄金的掣肘,便开始进入根据需要来印钞的时代。如果经济出现衰退迹象,政府就会通过降低利率、降低存款准备金率、增加货币投放等,来增加流动性刺激经济复苏。比如,为了应对 2008 年发生的次贷危机,美国不仅把利率从超过 5% 的水平,在短期内降低到接近于 0,而且先后三次实施量化宽松,向市场释放了巨量的货币。

从上面的论述可以看出,无论是之前的"黄金",还是后来的"美元",都是一个时间段内的硬通货币。简单地说,"金融"就是与"钱"有关的行业,是从具有信用关系的虚拟资本衍生出来的,并随着信用经济的高度发展而发展。一句话,"金融"主要涉及的是虚拟经济。

可见, "经济"是与实体的物质生产和价值转换有 关的概念, "金融"则是与虚拟经济有关的概念。

百度与《现代汉语词典》在关于财经的解释上,都认为"财经"包括实体经济的"经济",以及政府的收支活动(财政)。只是百度的解释多了一个内容,认为"财经"还包括虚拟经济的"金融"。

"财经"包含实体经济的"经济",以及虚拟经济的"金融","虚""实"两方面恰好可以互补,进而构成一个完整的概念。而体现政府收支的"财政",则显得比较突兀和多余。有的"财经"概念里,之所以要加进去一个"财政",可能想要突出的是政府在经济发展中的作用。其实,无论是实体经济领域,还是虚拟经济领域,都有政府、政策的力量和存在,不可能脱离政府和政策去发展实体经济和虚拟经济,即便在市场经济非常发达的西方资本主义国家,也不存在政府不介入实体经济和虚拟经济的情况,在政策上,同样有政府"计划""调控"的必要。

也就是说,作为"财经"的概念,从新闻、传播的

角度,以及财经报道研究的角度来看,把"财"生硬地理解为"财政",是不合适的。

"财经"一词有着浓厚的计划经济烙印

"财经"一词,虽然很难考证最早出现在什么年代,但是其发端于封建社会的可能性不大,因为人们所认为的"财政",出现在中文词汇中,只有百年的历史,进而可以推断,被人们认为涵括"财政+经济"的"财经",其历史要比"财政"更短。

据考证,清朝光绪 24年,即 1898年,在戊戌变法"明定国是"诏书中,有"改革财政,实行国家预算"的条文,这是在政府文献中最初启用"财政"一词。"财政"概念的使用,是当时维新派在引进西洋文化思想指导下,间接从日本"进口"的,而日本又是从英文public finance 一词"进口"过来的。孙中山先生在辛亥革命时期,宣传三民主义曾多次应用"财政"一词强调财政改革,民国政府成立时,主管国家收支的机构命名为财政部。

"财经"这个词在中国的出现,应该比"财政"还要晚。从民国到改革开放初期,尤其是新中国成立到改革开放初期,中国的金融行业不发达,银行业、保险业都比较弱,而证券行业,直到1990年12月19日,上海证券交易所才正式营业。所以,当时人们对"财经"的认识,很自然地仅仅停留在"财政"和"经济"上。尤其是在改革开放之前,我国实行比较纯粹的计划经济,"财政"起到举足轻重的作用,加上以"银行、证券、保险"为主要内容的"金融"行业,一直处于相对边缘的地位,所以,人们很自然地将"财经"归纳为"财政+经济"。

可见,"财经=财政+经济",是一定经济发展阶段的历史产物,由于当时经济发展水平所限,人们基本上不把"财经"和"金融"联系起来。当前,随着市场经济的壮大,银行、证券、保险等金融行业发展迅猛,这些虚拟经济领域,成为实体经济发展必不可少的血液和润滑剂,其重要性日益突出。

当前,尽管计划的手段仍然是必需,但经济发展 更多的,是让市场来配置资源,即便政府也要尊重市场, 按市场规律办事,而以往计划经济时期处于中心地位的 "财政",跟以前相比,其重要性相对要弱化很多。

我们发展社会主义市场经济的时间,也就三四十年, 财经报道出现得又要晚一些,也算是个新生事物,新闻 研究界对财经报道的思考,也还处于初级阶段,新闻院 校中没有单独的财经报道学院或者财经报道系,即便是 单独的财经报道专业也很少,相关的研究论文相对要少 很多。

所以,在市场经济发展阶段不长,对财经报道的研究不深,以及财政曾是经济发展的主要动力等背景下,无论是检索百度,还是查《现代汉语词典》,它们对"财经"的解释,基本上都是"财政+经济"。"财经报道"也一直被理解为"财政报道+经济报道"。

"财政"专业不是财经大学的拳头专业

我们再从国内财经大学的院系设置角度,来探讨"财 经"的含义。

有不少财经大学和综合性大学的经管类学院,设置 了财政税务院系,但也有很多没有设置与财政有关的院 系,比如上海财经大学的主要院系是:商学院,会计学 院,金融学院,经济学院,法学院,公共经济与管理学 院,统计与管理学院,数学学院等,就没有以"财政税 务"冠名的学院。而设置了财税院系的财经大学,其财 税院系的排名,基本上都不靠前,应该可以理解为在这 些财经类大学看来,"财政税务系"的重要性,要在"经 济系"和"金融系"之后。

梳理知名财经大学的专业设置,可以看到,"经济"和"金融"是它们的必备学科,也是重点学科。从这个层面来看,对于财经大学来说,"财政"并不是"财经"里能够与"经济""金融"并列、必须突出的内容。

美国财经高官眼中的"财经"

经济非常发达的美国,是如何看待"财经"的

含义呢?

美联储前主席伯南克在他的专著《金融的本质》 里谈到中央银行的职能时写道:中央银行的第一个 职能是维持宏观经济稳定,即追求经济稳定增长, 避免大幅波动(如衰退等),并维持稳定的低通胀, 这是中央银行的经济稳定职能。另外一个职能,就 是金融稳定职能。中央银行要尽可能地保证金融系统 的正常运作,尤其是要尽可能防止金融恐慌,避免发 生金融危机。^[1]

美联储是美国的中央银行(有美国学者认为,借助美国的经济影响力,从某种意义上看,美联储在很长一段时间里也起到世界的中央银行的作用),掌管美联储的伯南克,先后获哈佛大学文学学士学位、麻省理工学院博士学位,在普林斯顿大学任教17年,曾担任经济学系主任。他就职于多家美国的联邦储备银行,后担任美联储理事,2005年6月,担任总统经济顾问委员会主席。2006年2月1日,接替格林斯潘出任美联储主席。

可以说,伯南克既是经济学领域的资深专家,也 是掌管美国这一世界超级大国货币政策的官员,理论 知识渊博,实战经验丰富。他对央行两个职能的理解, 可以看出他对国家经济生活,也即"财经"的准确解读, 那就是: "财经"包括"经济"和"金融"两部分。

小结

显然,认为"财经=财政+经济"的理解,滞后于 经济的发展阶段,不能很好地指导财经报道实践活动。

"财经 = 经济 + 金融",这样的理解,就更为全面和切合实际。那就是,"财经"包括实体经济和虚拟经济两部分,其中的"实体经济",就是农业、工业、交通通信业、商业服务业、建筑业、文化产业等物质生产和服务部门;而"虚拟经济",主要就是指以银行、证券和保险等为主的"金融"。

从理论和业务探讨的角度来说,无论百度还是《现代汉语词典》,把"财经"概念里的"财",解释为"财政"是一定历史时期的产物,因为对"财经报道"的研究仍然不够深入,所以,仍停留在计划经济时期的解释是不妥的。

这里的"财"应该包括两方面的内容:一是"经济"和"金融",即实体经济和虚拟经济,第二,就是人们获得的"财富";"经",也有两个含义,可以解释为实体经济和虚拟经济发展的"规律",以及人们获得财富的"策略"和"方法"。

(本文编辑 黄浩)

注释

免费与付费相扣 电子与纸质交融

——美国洛杉矶时报移动新闻客户端(L.A. Times)探析

□李明

与英美多家媒体移动新闻客户端,如纽约时报、泰晤士报不同的是,美国洛杉矶时报移动新闻客户端(以下简称洛杉矶时报 APP)是免费阅读的,而纽约时报、泰晤士报 APP 均要付费后才能阅读。以英国泰晤士报 APP 为例,阅读泰晤士报 APP 每月需付人民币 40 元,苹果手机用户通过 Apple ID 付费,前 7 天免费试读,不付费订阅看不到泰晤士报 APP 的任何新闻内容。

本文以洛杉矶时报移动新闻客户端为例,一窥美 国媒体移动新闻客户端的设置特色、传播手段及路径, 探寻传统媒体如何在新媒体、新技术中获得新生,重 聚人气,寻找赢利突破口。

一、首页强化重点新闻,图题导读清晰明了

笔者在 2020 年 4 月 7 日 9: 25 和 14: 14 两个时间 打开美国洛杉矶时报 APP 首页,从上下滑动浏览的页 面上可见,两张置顶图片几乎占据手机屏幕一半的空 间,重点文章均以通栏图片打头,三四行标题居下,可 见图片在首页中的阅读引领作用。首页头条照片及其标 题占据手机大半个屏幕,成首页的重中之重,凸显夺目, 第二条新闻同样是以图片打头。开屏首页主题集中, 眉清目秀。

在顶端"洛杉矶时报"(Los Angeles Times)几个大字统领下,可左右滑动的页眉依次为以下几个栏目:"要闻"(Top News)、"加州新闻"(California)、"体育"(Sports)、"饮食"(Food)、"娱乐与艺术"(Entertainment and Arts)、"观点"(Opinion)、"商贸"(Business)等(见图一)。

4月7日,正值美国新冠肺炎确诊病例暴发上升期,



Newsom: State has enough ventilators for now. Coronavirus peak not expected until May





L.A. officials urge residents to stay indoors this week as coronavirus deaths spike again



图一: 2020年4月7日洛杉矶时报 APP 首页截图

从以上4月7日上午和下午两个不同时间的两张截图可以看到,当日客户端首页头条均与新冠肺炎有关,且都以跨栏大照片主打,通栏新闻标题随后,标题下另有一行小字,标明新闻推送日期和时间。整个首页集中强化头条新闻,第二条新闻仅以半图探出,引导阅读,图题导读清晰明了,简洁大方。

二、民生为大,天气设置体现服务意识

细节设置精心考究,服务性强,是洛杉矶时报 APP 的一大特点。细观图一你会发现,首页页眉栏目下、主打照片上的左右两端分别是当天的年月日及洛杉矶

学人新论

当地即时气温,从右边的"气温"栏点击进入,可以查阅洛杉矶当日天气情况、气温云图及未来10天的天气预报。

让人颇感意外的是, "天气" (WEATHER)页面最上端、占屏幕四分之一部分,呈现的是五个滚动播放的广告,点击进入可见每则广告详情,其中一个是警惕新冠病毒、提醒人们配戴口罩的滴滴安全出行广告,还有送旅行优惠券、购买健康保险等广告(见图二)。

首页小小的一个温度窗口,页眉 下醒目的摆放位置,体现重视民生所

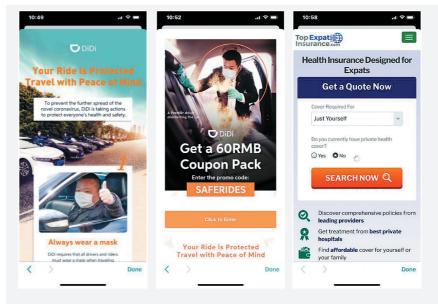
需及媒体极强的服务意识。从客户广告的投放上,可以看出小小天气栏目的受欢迎程度,同时从一个侧面体现关注民生是媒体生存的前提,重视民生所需也是广告来源的基础。

三、电子与纸质的交融与互动

首页另一重要区域就是底部的导航栏。洛杉矶时报APP首页底端导航栏从左至右分别为:"主页"(Home)、"电子报"(eNewspaper)、"视频"(Media)、"我的收藏"(My Library)四个窗口区域。点击"电子报"(eNewspaper)进入,你可以查看洛杉矶时报当天报纸的所有版面(见图三),可以点击进入阅读每篇新闻,可以转发,还可以打印。

然而,在你阅读版面和新闻大约几分钟,页面会自动跳出一个订阅付费窗口,你必须付费才能完成阅读、转发、打印等动作,订阅付费价格为每月7.99美元(含税)(见图四)。到期后自动续期。你也可以在每个续期日期至少提前一天,在"设置""Apple ID"中取消订阅。

令人惊讶的是,这个订阅价格是随时调整的, 笔者一个月后的5月7日再次点击阅读"电子报"



图二:点击进入滚动推送的广告页面

(eNewspaper)进入时,每月订阅价格已调整为15.99 美元(见图五)。订阅内容包括洛杉矶时报 APP 和洛 杉矶时报网站,试用期为一个月,一个月后收费,价 格折合为人民币118元。

这点与国内媒体客户端、网站的做法完全不同。

国内媒体这些年客户端或网站的推广挤压了报纸的销售空间,一般从客户端或网站读者可以免费阅读旗下所有电子报,纸质报纸以电子报形式呈现,免费阅读,客观上形成了客户端、网站用户抢走报纸用户,以牺牲报纸用户为代价发展客户端和网站,报纸的发行空间随着客户端和网站的推广以及免费阅读而日益萎缩。而洛杉矶时报的做法,避免了国内媒体因免费看电子报而导致纸质报纸收入大减的局面,相反,APP助力报纸,通过 APP 的便捷,实现全球订阅,全球送达,为传统报纸插上科技的翅膀,电子与纸质形成唇齿相依的互助关系。

洛杉矶时报 APP (L.A. Times) 在电子报栏付费订阅之后,你还需要注册你的账户、设置密码,每次需登录才能进入阅读。上洛杉矶时报网站同样需要注册才能继续阅读。这种通道设置的最大好处是,通过订阅建立起与读者的沟通渠道,随时掌握读者的阅读喜好,



图三: 5月23日洛杉矶时报报纸版面

强化了媒体与读者的联系,为媒体进一步提供个性化 延伸服务做准备。

客户端为媒体开拓了一个电子订阅平台,通过客户端实现电子报全球订阅,全球收费,极大地拓展了新闻(包括纸质新闻)的到达率和阅读率,为新闻的变现开辟了一个有效路径,为纸质媒体提供了一个新的价值舞台。电子和纸质、免费与付费真正实现相互交融、优势互补的良好互助局面。

四、视频在首页中的特殊地位

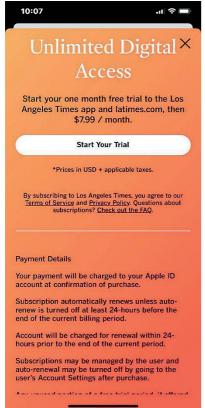
回到洛杉矶时报 APP 首页,底端导航图标往右,与"电子报"(eNewspaper)相邻的是"视频"(Media)。点击"视频"(Media)进入,又分为两个栏目,"短视频"(TV)和"播客"(Podcast),所有音频、视频产品在这里得以集中呈现。点击"TV"进入,置顶左右滑

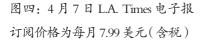
动的是四个并列头条,与下方二栏列队呈现的视频, 在标题相间中显得格外有序起眼(见图六)。

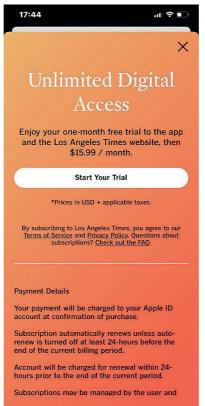
音频"播客"(Podcast)栏目也是丰富多彩,每个主目录下又有多个子目录,围绕主题,系列推送,每篇 10—30 分钟不等。比如 5 月 26 日专题"加州冠状病毒"(Coronavirus in California)推送的是洛杉矶时报记者发自抗疫一线的一则报道,反映医务人员的抗疫故事,以音频对话交谈的形式呈现,别有特色。清晰标准、流畅舒适的美式发音,听来让人心旷神怡。多个主题层层叠叠,内容丰富多彩,为想休养眼力的读者提供了一个听新闻的渠道,成为人们日常生活中可选择的移动电波。

五、一级导航"我的收藏",方便读者

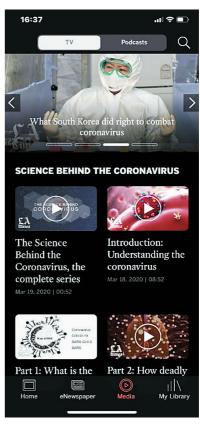
首页底端导航图标最右下角是"我的收藏"(My







图五: 5月7日 L.A. Times 电子报订阅价格为每月15.99 美元(含税)



图六:洛杉矶时报 APP 中的视频新闻

Library)。当读者打开一条新闻,觉得有价值想要今后 重读时,只要点击屏幕右上方的保存图标,该条新闻就 会按时间顺序,收藏在此栏目下,方便查找,这点与今 日美国 APP 首页的设置完全一致,但在国内 APP 上将 "个人收藏"放在首页如此重要位置则很少见,国内媒 体 APP"收藏"栏大多放在二级甚至三级菜单中,由于 "隐藏"太深,用户真正使用此功能的不多。从功能设 置上看,美国媒体相对简洁明了。

六、主体新闻中的链接模式及其他

返回主页,随意点开一篇新闻,你会发现洛杉矶时报 APP 主体新闻中的链接方式与国内媒体完全不同,国内媒体一般将相关新闻链接集中于文后,而洛杉矶时报 APP 将链接以新闻关键词(语)为切入口。以 5

月 23 日置顶新闻《纪念日能控制病毒传播吗?这对加州是个严峻考验》(Can California enjoy Memorial Day without spreading coronavirus? It will be a big test)为例,这篇新闻从头到尾有 16 处文字链接,可见链接内容之广泛。

值得一提的是,洛杉矶时报 APP 每篇新闻的最后,都会附上记者的头像照片,另加一段记者的简要文字介绍,说明该记者在什么地方长大,毕业于什么学校、什么专业,在洛杉矶时报具体负责哪个行业,哪一年加入洛杉矶时报,主要作品或成果。多位记者采写的新闻会附上多位记者的照片和简介。这种人性化做法,给新闻注入了更多的个性和温度,增进读者对记者的了解,也为打造网红记者增添了色彩。

(本文编辑 黄浩)

新冠疫情是新媒体实验室

□丁时照

一个小小的病毒, 引发一个大大的变化, 产生一串串的新词。

今年初,新冠肺炎疫情给整个社会按下"暂停键"。 人人戴口罩,个个勤洗手,不聚餐,禁野味,拒扎堆,好 习惯批量形成。看着普遍的口罩,看着电视里医护人员 的白色防护衣,仿佛中有种代入感,觉得自己不在前线 也在一线,每个人都像是"白大褂",大家都是战疫者。 因此,就有了这个判断:新冠疫情是新媒体实验室。 我国 10 多亿人都宅在家里,该看的书都看了,该想的问 题都想了,该吵的架也吵了。春有百花秋有月,夏有凉风 冬有雪,若无一事挂心头,便是人间好时节。

这是一场全民参与的新媒体实验。与外面的基本链接是互联网,设定的目标是"不得人与人接触",最低要求是保障人们的日常生活与工作。因此,与社会的勾连,与人的社交,与信息的获取,全在网中。

这是一场改变习俗的新生活运动。新冠病毒看不见, 摸不着,新冠疫情却能清晰地感觉到,它改变了我们的心 态,改变了我们的习惯,改变了我们待人接物的方式。有 的改变是永久的。

宅在家里,有几个基本的需求:

一是生活需求。柴米油盐,吃喝拉撒网上解决,这些对城市人来说早已是常态,一个额外的收获是,经过"封闭"的强化训练,农村的人们也越来越熟练地运用网购,网上生活成为新常态,网红也批量从农村产生。

二是休闲需求。除了传统的电游、追剧外,新媒体的休闲创意五花八门。吃得多,动得少,"云运动"是不二之选。自家客厅变成运动场,去网上跟随奥运冠军直播体育课一起燃烧卡路里。更有闻所未闻的"云蹦迪",还有在家移步换景逛遍全国3000家景区,真正实现的"云游四海"。

三是工作需求。网络会议成为标配,销售员变身"主播",各级领导都亲自带货,卖房卖车卖买卖一切,都可以在网上进行。新冠疫情也使得过去备受非议的网络采访,正式洗清了"不深入"的诟病,成为记者的"标配"采访方式。

四是学习需求。全国的大中小学都实行了网上教学,都开了网课。有的小伙伴觉得"云练琴"好过现实,自己练琴,过程孤独痛苦,互联网的方式可以达到"一起练琴,痛苦减半"的效果。有的还推出面对医护人员子女的"云支教",众多大学在线开学第一天,推出了全体师生参与的"云升旗"仪式,这种方式既是延续传统,又是爱国主义的创新。

人们的创造力无限,面对新冠肺炎,人们"疫"呼百应。 深受考验的是报纸等传统媒体,深度获益的是顶级移动互 联商业平台,深层次开拓的是政府自办的移动互联媒体。

以"i深圳"为例,作为深圳市统一政务服务 APP, 自2019年1月11日上线以来,截至今年6月初,已进驻1个中直单位、39个市级单位、10个区政府的7676项服务 以及29类电子证照和电子证明,全市95%以上个人事项和70%以上法人事项已实现掌上办理。"i深圳"APP累计下载数已超过1700万,注册用户数超过900万,月活用户数超过500万。新冠疫情期间,没有"i深圳"寸步难行。

科研发现,新冠病毒会在人体的基因里留下印记。 新媒体实验发现,新冠也会在媒体里存留烙印。"陌上花开, 可缓缓归矣。"许多慢慢改变的东西,都急吼吼地发生了 变化。连病毒都在与时俱进,我们怎能不加速进化。

想起"非典"的老笑话: 张绣击曹公, 典韦舍命相救, 曹公言: "'非典', 吾命休矣。"17年后, 新冠来了。 想起《诗经·大雅·文王》中的一句话: "周虽旧邦, 其 命维新。"以此共勉。 (本文编辑 黄浩)

从 4000 万到 1.93 亿!

——时间视频"重生"背后

□李俊

四个月前,有关"时间视频是否会死"的疑问还不绝于耳。彼时,主要负责人和一大批核心骨干相继离职,减员一半,人心惶惶。但如今,时间视频不仅没有"死",甚至创造了单周微博观看量 1.93 亿的历史记录。

数据是最好佐证。去年 10 底,时间视频遭遇空前 危机,微博单平台观看量一度跌至 4363 万,作为新闻 资讯类短视频平台,时间视频面临着被踢出第一阵容 的风险,甚至被微博、头条等平台消减权重的尴尬境地。

屋漏偏逢连夜雨。1月21日, 全国防疫抗疫的新闻战打响。摆在时间视频面前的只有两种选择:要么被淘汰,要么放手一搏。

提高选题精准度是有效提高观看量的核心办法。难 点在于,需要编辑记者主编等具有丰富的选题经验,这 恰恰是时间视频的短板。前期人员流失十分严重。在这 种情况下,总编辑金鹏同志主动到一线与全体编辑记者 一起探讨选题、派发选题,提高选题的命中率。

紧密联动, 化被动为主动。由于时间视频无法派记者前往湖北抗疫防疫一线报道, 又必须要拿到第一手的新闻报道资料, 主动出击是唯一办法。时间视频充分利用本部门在湖北同事资源, 发表了《我在 武汉送快递的 30 天: 一直没见到刚出生的女儿 她"肯定认不出我了"》等多篇(条)独家报道。

与此同时,时间视频紧密联系北京广播电视台前方记者及时发布一线抗疫新闻。截至3月30日,由前方记者传回的独家和重磅报道56条。其中,《怕浪费资源拒绝治疗的90岁老爷爷出院了:我要锻炼身体报答你们!》的短视频微博单平台观看量高达1108万。

策划先行,突出温暖。针对三八妇女节、海外防疫抗疫、留学生回归、社区防疫等,时间视频组织专门队伍,策划了《三八特别报道·女性力量》,从李兰娟院士到一线护士,再到理发师志愿者等等,通过鲜活的女性故事,彰显防疫抗疫中的女性力量。《海外华人见"疫"系统报道》则重点针对滞留在海外的留学生,他们在国外的亲身经历告诉观众一个真实的海外防疫抗疫现状。时间视频在防疫抗疫中的暖视频占比一度高达 65%,受到中宣部阅评的表扬。

坚持正确舆论导向, 勇于栏目创新。在信息爆炸时代, 如何坚持正确舆论导向且符合新媒体运营模式是各家探讨的话题, 时间视频仅用两天时间就创办了"时间锐评"栏目, 并迅速推出"三问特朗普"等评论, 初露锋芒, 受到阅评的表扬。同步与青年频道原《军情解码》栏目组合作, 推出"美航母感染新冠肺炎人数激增"等原创节目, 延续了老品牌的影响力, 力争形成头部的内容产品。

今年第一季度,时间视频共发稿 3393 篇,全平台观看量 20.4 亿; 微博观看量 14.5 亿,同比增长 6%;企鹅号 4.5 亿,同比增长 100%; 头条号 0.9 亿、百家号 0.3 亿,与去年持平;百万级短视频 315 条,500 万级 61 条,千万级 25 条,同比都有所增加。

更为可贵的是,时间视频单日最高发稿量达到 78 条, 创历史纪录;单周微博平台观看量连续三周在 1.8 亿以上, 创历史纪录,稳稳占据了全国新闻资讯短视频平台头部位置。

(本文编辑 黄浩)

作者李俊系北京时间视频总监

评论的有情和无情

□邓辉林

2006年,主持《新京报》笔政的王爱军谈道,该 报评论尽量不用感叹号。14年来,余音不绝。少用感 叹号,意在高扬理性、克制情感,但不代表作者冷血。

2020年1月21日下午1时31分,微信公众号"新京报评论"推出《武汉"万家宴":他们的淡定让人没法淡定》,阅读量疾速升至10万。这篇评论仅在文末用了一个感叹号,但揶揄式标题以及文章对当地市民轻视疫情的分析,却传递出爱、责、盼的感情。作者在文后回复网友时说:"因为爱武汉,所以希望她更好。"

好的评论,貌似无情。一因不宜煽情。评论是为了交流和说服,实现思想交流和说服读者,靠有说服力的论证。抒发愁绪、渲染激情、分享喜乐,或能搅动读者情感,但无力增进读者理性。把情意绵绵的话塞进评论,相当于给肉注水,损了品质。二因无暇煽情。把评论写短,提高表达效率,是对读者的尊重。在紧凑的篇幅之内,要紧的是摆事实、做推论。1948年11月14日,新华社播发评论《中国军事形势的重大变化》。在这篇857字的文章中,全是事实和判断,作者毛泽东通过分析全面内战暴发以来敌我双方力量消长,对战争进程作出了与此前迥异的预测。倘若添些煽情的闲笔,不仅空耗读者时间,而且模糊了焦点。

不动声色的评论文本背后,是有情有义的作者。 没有捍卫法治公义的决心,何来监督权力运行的选题? 没有国计民生萦怀,何来为国"献金点子"、为民"吼一嗓子"的文章?但凡有所持守的评论人,不当"自了汉",主动关心同胞、国家、社会。评论人把情藏在纸背, 用情支配笔尖, 终将与读者心心相映、情意相通。

相反,有的评论满纸煽情,读来却味同嚼蜡。何也? 因其或于理不通,或并无值得一谈之理,只能"为赋 新辞强煽情",满纸遁词、浮词。看似情感浓烈,实 则虚情假意、无情无义。

貌似无情,并非真无情,只是不抒情、不煽情。有人提出"无情未必真评论",如果是说评论也包含感情,那没有错;如果是说评论可抒情、煽情,那还得悠着点。以往确有冠以"评论"之名的文章,有不少脱离论证、纯粹抒情的句子。但是,这些文章如果也曾助人明理,靠的可不是这些"情话"。

不抒情、不煽情,容易被扣上"硬邦邦""干巴巴""没有亲和力"的帽子。但看那些"意见领袖",每篇评论阅读量惊人,即知这些帽子扣错了。读者争相阅读,甚至每逢大事盼君动笔,这样的评论可谓是精神食粮,何曾生硬推开读者、干巴到难以下咽、冷漠到拒人千里?不打"感情牌",好好说人话,评论可以很有魅力。

不能否认,包括一些社论在内的评论,使用了 抒情手法。这可能和媒体长期形成的文风有关,也 可能和传播的需要有关,但和评论质的规定性无关。 这些评论如果说理到位并且抒情的话不多,也完全 可以成为评论中的名篇佳作。但是,如果打着"文 无定法""文贵情真"等旗号主张评论也可以抒情, 甚至在文中大段抒情或动辄抒情,那最好把这种体 裁政个名称。

(本文编辑 黄浩)

Vlog: 从李子柒的网络神话说起

□马立明 郭莹莹

所谓的 Vlog,是 Video 和 Blog 的合成词,属于 Blog 的一种变体,本质上是个人的网络日志,同时增加了视觉化的效果,集文字、图像、声音于一体。乍一看,这个产品没什么了不起。但是,我们注意到网红李子柒的 Vlog,这位呈现"彼岸生活"的女子正在制造一个新的网络神话。

Vlog的内容生产,与其说是记录,不如说是表演。 李子柒产品迎合了广大城市白领对田园牧歌生活的想象,带有减压、治愈的功能。因此,该产品更多是一种精心设计的视觉景观。这种互联网逻辑,值得新闻机构认真思考。

在网络短视频时代,人们通过镜头所看到的画面并非只是景物的堆砌,而是客观世界通过媒介形式视觉化后的产物。海德格尔曾提出"世界图像时代"的论述,在今天已经成为现实。而 Vlog 的内容,尽管标榜真实性,但是它显然是一种经历了修辞的表达。本质上,它是一次寻求共情的视觉历险。

首先,"视觉盛宴"是 Vlog 最关注的核心区域。 在李子柒的乡村美食类 Vlog 中,李子柒将各种舞台符 号的作用发挥到了最大化,无论是乡村的自然环境变 化还是传统饮食文化符号都通过视觉化展示在了观众 眼前,配合画面和声音符号,向观众还原了一个乡村 自然世界。

通常情况下,语言符号在 Vlog 的互动过程发挥着自身独特的作用,是联系 Vlogger 与观众的纽带,然而非语言符号也可以作为媒介进行信息的传递。戈夫曼提出,观众往往会将表演者的微小暗示视为其表演的

重要意义符号。李子柒在拍摄乡村美食类 Vlog 时,将各种可视化的符号注入表演行为之中,如穿着古风元素的服饰,同时隐瞒和避免流露出那些与理想化形象不符的符号,以此达成舞台与角色本身的统一。

其次,叙事视角的变化也值得新闻媒体机构的重视。传统的宏大叙事方式被个体的自我表达所取代,个体作为内容中心被赋予了一定的话语权。从真实性来看,Vlog往往不是对客观世界的真实再现,而是基于李子柒个人的逻辑对其进行剪辑和编排处理后的表演内容和形态,通过简单的交代性字幕和镜头语言可以自然地形成 Vlog 的叙事逻辑。这种高度的个人化叙事模式可以令观众与李子柒共处于同一语境之中,最大程度地拉近观众与李子柒之间的心理距离。

共情,是网络媒体打造爆款的经典路径,从而强化用户对产品的心理依赖。无论是刷屏的 10 万十,还是爆款的抖音视频,大部分都带有情感共鸣的特点。有分析家指出,李子柒建造了一个乡村田园的数字景观,但呈现出来的情境与传统乡村有很大的区别,也就是说,它是建构的,是演绎的。从某种意义上来说,它更符合现代人对于乡野归隐生活的想象,更像是一种"虚实相间的桃花源"。李子柒 Vlog 的案例,已经可以窥视出网络爆款的基础模型,它不是新闻导向,而是遵循"视觉一叙事一情感"的逻辑。情感永远是最重要的开关,它是很多爆款产品背后的秘密关联因素,而拥有强大内容生产能力及创意的传统媒体机构,打造出另一个爆款的 Vlog,并非不可能。

(本文编辑 黄浩)

作者马立明系暨南大学新闻与传播学院副教授,政治学博士,加州大学圣巴巴拉分校访问学者,前深圳特区报评论员; 作者郭莹莹系暨南大学新闻与传播学院学生

外媒新探

□ 辜晓进 主持

《华盛顿邮报》抖音账户粉丝过50万

《华盛顿邮报》自去年开设抖音(海外版为 TikTok)账户以来,其粉丝数已超过 50 万。而自疫情暴发以来,其抖音视频的生产和传播更为火爆,主持该视频的记者大卫·乔根森(Dave Jorgenson)被网民称为"抖音哥"(TikTok guy)。目前该账户视频的累计点赞数已超过 2200 万,比一些热门数字视频网站还多。

该报执行总编辑加西亚 - 瑞兹(Garcia-Ruiz)在接受采访时说: "在被很多人认为烦闷而传统的新闻编辑部,我们一直努力在进行一项开创性实验。我们要让自己的内容在尽可能多的平台成功传播。" 加西亚 - 瑞兹自 2013 年开始负责集团的数字传播业务,2014 年就令该报网站的独立访客数量增长 47%,达 4200 万。今年 3 月的独立访客量已增至 1.39 亿。

他说: "我总是告诉人们,对记者而言现在是最好的时代,因为我们读者的规模前所未有。" (辜晓进编译自 5 月 14 日 pressgazette.co.uk)

谷歌脸书成为新闻业最大资助者

多年来,谷歌和脸书既希望依靠新闻媒体的内容吸引和留住用户,却又不愿为此付费。 他们希望新闻业采用新技术生产和传播新闻内容,但又不愿看到它们建立自己可依赖的商业 模式。但如今,共享经济的发展进入中期阶段后,脸书和谷歌正在支持未来新闻业的发展中 扮演重要角色。

在未来数月里,谷歌和脸书将向地方新闻业提供总共 2.5 亿美元的资助。谷歌称,这些资金将至少抵达 4000 家地方新闻机构。而脸书已经向 200 个新闻编辑部提供了 1600 万美元。此外,两巨头还为地方新闻也带来明显的广告便利。谷歌副总裁理查德·金格拉斯(Richard Gingras)说:"通过我们提供的广告工具能赚多少钱,完全取决于新闻机构的运营效果。"

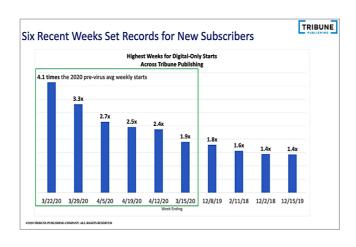
此前,两家机构已经分别资助 3 亿美元用以帮助新闻机构建立可持续的商业模式,包括 发行实验室、品牌内容优化等。

(辜晓进编译自 5 月 11 日 digiday.com)

论坛集团疫期发行量增 293%

美国论坛出版集团首席营销官马克·坎贝尔(Mark Campbell)透露说,集团 2019 年纯数字订户较上年增长了 33.3 万,增幅 34%,发行收入增长了 60%。疫情大暴发以来,民众

作者辜晓进系深圳大学传播学院教授、博士生导师、《深圳日报》(英文) 原总编辑



论坛集团数字订阅量增 长图(从右至左)

对新闻的需求旺盛,报纸的数字订阅量猛增,3月份较2月份增长了293%。坎贝尔同时将这一增长归功于成功的付费墙策略,尽管疫情期间全集团对疫情新闻内容采取免费优惠。论坛出版集团是美国第二大报业集团,旗下包括《芝加哥论坛报》《纽约每日新闻》《巴尔的摩太阳报》等10多种知名报纸。

(辜晓进编译自5月3日 whatsnewinpublishing.com)

论坛集团部分记者每月减一周工作

美国论坛出版集团与芝加哥论坛报业公会达成一项临时协议,同意集团旗下 160 名编辑 部员工在5月、6月和7月的三个月里,每月放无薪假一周,并视7月底情况决定是否延续下去。 5月12日签署的这项协议称,此举将避免公司永久性减薪,也可以确保至少在7月底之前不会再裁员。

这 160 位员工都是受公会保护的采编人员(在美国报界,管理层员工不受公会保护,编辑部受保护的多为记者、摄影人员等——译注)。根据协议,他们可以继续享受年薪不低于4万美元的待遇,也可以选择自愿买断工龄的离职套餐计划。

(编译自5月12日 New York Post)

新加坡报业控股与谷歌合作拓展数字用户

新加坡报业控股集团(SPH)和谷歌公司最近合作推出一个项目,用以拓展数字平台的付费受众数量和数字广告收入。在谷歌和脸书数字双寡头等的冲击下,作为新加坡最大报业集团的SPH收入每况愈下。2017年,集团广告和发行收入分别下跌1.03亿美元和870万美元,导致内部大幅裁员。就在上一财务年度末季度实现净利润和主营收入双增长后不久,又遭受新冠疫情的冲击,收入再次下降。

而谷歌也面临澳大利亚政府对新闻内容付费使用的压力,希望与媒体大公司合作分享原创内容和数据。谷歌于是和 SPH 达成协议,共同建立数字生态环境,促使受众通过搜索引擎和算法从谷歌和 SPH 平台分享更多内容,进而扩大数字广告在双方平台的销量。双方还将通过

技术手段,减少受众的飘移数量,通过视频和博客等产品的独特内容将受众转化为订户。 (辜晓进编译自 5 月 14 日 thedrum.com)

《巴尔的摩太阳报》寻求非营利转型

刚刚获得普利策本地报道奖的马里兰最大报纸《巴尔的摩太阳报》,正在考虑转型为非盈利机构,以走出经济困境。有着 183 年历史的该报,近年来为削减成本而持续裁员,而新冠疫情令其雪上加霜。如今有媒体专家认为,这场大流行病对新闻机构是"灭绝性事件"(extinction-level event),而巴尔的摩市一批公益慈善家正筹划将该报转化成非营利的社会公益性机构,以摆脱被"灭绝"的命运。

这些慈善家们发起了"拯救我们的太阳报"活动,希望集资从论坛出版集团手中买下该报。活动发起人、哥德赛克基金会总裁兼首席执行官马修·加拉格尔(Matthew Gallagher)说:"这(太阳报)是令公众知情、分享新闻与信息以及鼓励公众讨论的极好平台。我们认为,如果将它置于真正关注其长期生存发展的本地机构手中,必然对这座城市的未来大有裨益。"

(辜晓进编译自5月12日《卫报》官网)

推特鼓励员工长期居家办公

推特 CEO 杰克·多尔西(Jack Dorsey)今晨向员工发了一份电子邮件,提醒员工说,如果他们觉得舒适的话,今后可以按自己的意愿长期居家办公,哪怕疫情过去。这位 CEO 说,推特是居家办公的早期样板,尽管后来的疫情导致全球很多公司都不得不这样做。

与此同时,推特也在为那些喜欢人际工作和当面开会的员工做恢复线下活动的准备。尽管旧金山市长4月27日宣布将居家隔离令延长至5月底,但加州州长已暗示将放松某些管制。推特则表现得十分谨慎,其人力部门的规定显示:除少数例外,办公室在9月份前不会开放;即便开放之后,也不会像之前那样自由。

(辜晓进编译自5月13日 techcrunch.com)

英三报纸向小企业提供 300 万免费广告支持

英国《每日邮报》《地铁报》《我报》联合向挣扎于危机中的小微企业提供免费广告支持,总额约300万英镑。这三家报纸同属于每日邮报综合信托集团(The Daily Mail and General Trust)。集团将向1000家小微企业提供每家3000英镑免费广告的支持。这些广告必须刊登在上述三家报纸及邮报在线(Mail Online)网站。这是该集团4月28日发起成立一个慈善基金会后的重要行动。该基金会目前已集资670万英镑,其中170万英镑来自读者的捐赠。这项广告支持计划从5月13日起接受申请。

(辜晓进编译自 5 月 11 日 pressgazette.co.uk)

印度一周刊发行量因"菜种计划"逆势增长

印度的《曼诺拉玛周刊》(Manorama Weekly)在 封城期间的发行量不但未下跌,还获得30%的高增长。 究其原因,提高优质内容比重以增强吸引力是重要一环, 也借助其令人瞩目的免费菜种项目。该周刊是马拉雅 拉·曼诺拉玛集团旗下的马拉雅拉姆语娱乐杂志,创刊 于 1937 年。

印度因疫情而采取封城政策后,人们待在家里无所 事事,自己种菜自给自足成为一种时尚。该刊瞄准这一 新需求,精选多个优良菜种,每期随期刊免费打包赠送 给订阅者,并附种植方法,竟大受欢迎。自3月份启动 这个项目以来,员工们全部投入到相关工作中,杂志的 发行量从 19 万增长至 24.7 万,增幅近三成。



印度《曼诺拉玛周刊》近期封面

(辜晓进编译自5月10日 whatsnewinpublishing.com)

美多数民众愿资助地方新闻业

美国盖洛普 / 奈特基金会于 4 月 14 日至 20 日,就疫情以来民众对地方新闻业的资助意愿 进行调查,发现大多数民众通过疫情更加理解地方新闻对民生和民主的重要意义,因而愿意以 各种方式资助新闻业。这项调查是"公信、媒体与民主"调查项目的组成部分。

调查显示,65% 民众主张给地方新闻机构以资金支持,以帮助他们渡过疫情难关。有趣的 是,在支持者中,民主党人与共和党人表现出明显差异。民主党人中,支持者为87%,反对者 为 13%; 共和党人中,支持者为 58%,反对者为 43%。

美两大报团疫期暂时取消付费墙

美国最大的报业集团甘尼特公司和西部报团麦克拉奇公司宣布,在全国范围内暂时取消旗 下所有地方报纸网站的付费墙,以满足更多民众获取疫情新闻的需求。麦克拉奇总裁兼首席执 行官弗曼(Craig Forman)在周五旗下 30 家报纸的评论版发文说:"公共服务是我们的重要使 命。在这危机时刻,新闻成为最基本的公共需求,我们将与社区媒体机构并肩承担我们的责任。" 麦克拉奇迄今已经发表 2500 多篇疫情报道。拥有 260 种地方日报的甘尼特公司,也在各地报 纸的社论版发文宣布,疫情期间取消付费墙,民众可以免费阅读任何有关疫情的报道。

(辜晓进编译自 3 月 23 日 mediapost.com)

(本文编辑 黄浩)