

新传播

NEW COMMUNICATION

2020・04 | 总第66期 10月30日出版 (双月刊)

主 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 李 诚 视觉总监 张 浩 文字校对 李战利 王建交 发行广告 林 霖

编辑部电话 0755-83518693 发行广告电话 0755-83518875 投稿电邮 xcb0755@126.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 0755-83518875 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

前沿现场——特区 40 年新闻经典回看 (上)

从南山到大鹏湾的隐喻

——"时间就是金钱,效率就是生命"见报的背后故事

吴徐美 05

手执画笔,浓缩深圳发展史

——访深圳漫画家庄锡龙

尹春芳 09

"傻瓜"相机抢拍出中国新闻奖

——刘廷芳讲述《中国首次拍卖土地》新闻照片的拍摄经历

杨丽萍 13

为时代立言,为改革助威

——访"猴年新春八评"作者杨广慧、王初文、陈锡添、钱汉江

谢仕亮 王森 赵强 邓辉林 金文蓉 16

不唯上,只唯实,岂只写"东风"

——对话《东方风来满眼春》作者陈锡添

王永亮 辛华 21

"八论敢闯"为改革开放鸣炮

——访深圳商报原总编辑高兴烈

黄顺 27

《身份证大搬家》推动市场改革

——深圳 1992 年新股发行凭身份证认购 新闻报道揭露背后真相

钟鸿冰 31

差点"牺牲"在新闻现场

——访第13届中国新闻摄影金牌奖得主赵青 赵伟君 35

记录小平同志两次视察深圳,他让瞬间化为永恒

——"老记"江式高谈新闻摄影 张锐 38

做一名理性的记者

——访第12届中国新闻奖消息类二等奖获得者苏荣才

戚金城 42

传递底层民众真实心声 以新闻力量推动社会进步

——《解读"民工荒"》镜头下的时代意义

黄 文 郑志鹏 46

用电波在城市的空中架一座"桥"

——访深圳电台新闻频率《民心桥》节目组 李福莹 49

创业板: 十年磨剑终成锋

——深圳创业板"开板"报道出台始末 王 欣 53

35/差点"牺牲"在新闻现场



采编论见

各报网端密切联动 聚焦实干先行措施

——深圳报业集团关于建设先行示范区发布一周年报道回顾

万 晖 57

传统媒体主动"破圈"融合的一次尝试

——对深圳商报网红党课《致先行者》的回顾与分析

丁时照 徐香梅 59

浅析疫情中新闻产品的"超级链接"竞争策略

——以深圳晚报社"安心家书"项目为例 易 芬 62





38/"老记" 江式高 谈新闻摄影

融合新路

泛内容链接用户 优质内容锁定用户	沈婷婷	70
努力将地铁传媒培育成独角兽企业	尹晨	71
挖掘泛内容资源 开拓智库商务功能	黎 婧	72
深耕本地做好内容是第一要务	黄 浩	73
深挖泛内容延伸出的媒体产业链	张露锋	74
利用算法技术建深圳本土热搜榜	叶志卫	75
受众需求是新闻产品的制作导向	戴晓蓉	76
主动作为做好科技报道"新闻+"	陈妹	77
以连接思维深耕教育传媒领域	王瑛	78
互联网"下半场"媒体机会值得期待	黄 浩	79
学界 · 新传播观 ————		
学人新论		
抖音短视频迅速崛起原因探析	汪苏华	80
文化 ・ 东方纵横 ――――		
微观围观	李 明 主持	84
外媒新探	辜晓进 主持	92



前言

□本刊编辑部

2020年是深圳经济特区建立 40 周年。作为 40 年特区建设事业的重要组成部分,深圳新闻行业以改革开放窗口的使命担当,奋力宣传报道深圳各项事业的发展变化,不断传递和丰富深圳改革的时代精神,深刻影响着经济社会生活的方方面面,为特区建设提供了有力的舆论支撑。

新闻人是经济特区发展一线全方位的记录者、亲历者和见证者。40年来,一大批富有改革与创新精神的优秀新闻人脱颖而出。他们以波澜壮阔的改革大潮为背景,记录时代,亲历发展,见证辉煌,留下无数可圈可点的优秀新闻作品,在特区建设和中国新闻事业发展中写下浓墨重彩的一笔。

在深圳经济特区建立 40 周年的重大节点上,从本期开始,本刊特推出"前沿现场——特区 40 年新闻经典回看"专题,分两期刊出,主要从 40 年来获得中国新闻奖和广东新闻奖一等奖的作品中,选择具有标志性历史意义的 30 余篇代表作品,通过专访作者或赏析作品等方式,带领广大读者回到改革开放的前沿现场,倾听一个个重大历史事件背后的新闻故事,回顾特区媒体 40 年走过的光辉历程,以传承深圳改革开放精神、诠释特区发展中的先行内涵,进而总结新闻写作经验与探索新闻传播规律,敬请垂注。

从南山到大鹏湾的隐喻

——"时间就是金钱,效率就是生命"见报的背后故事

□深圳特区报记者 吴徐美

名: 从南山到大鹏湾

型:通讯 类

者: 原卿有

发布单位:深圳特区报

奖项名称: 未获奖

发表年份: 1982 年

"时间就是金钱,效率就是生命",这一引领中 国伟大改革开放实践风向的时代标语早已家喻户晓。 但在上世纪80年代,它是打破常规、促进改革开放的 思想冲击炮,是"冲破思想禁锢的第一声春雷""划 过长空的第一道闪电"的号角,成为激励人们投身改 革开放大业的时代强音。1982年11月22日,在当天 《深圳特区报》的头版上,一篇题为《从南山到大鹏 湾》的新闻报道,让"时间就是金钱,效率就是生命" 的口号首次见诸报端。

提及这篇报道,《深圳特区报》资深老记者原卿有 感慨万千。

采写见报一波三折

"下得山来,代表们为一幅巨型标语所吸引,不由 得停下脚步。北京市的一位代表大声念道:'时间就是 金钱,效率就是生命;人人有事管,事事有人管'。有 的人赶忙掏出钢笔把这几句话记在小本子上……"这是 原卿有在《从南山到大鹏湾——各省市外贸代表团参观 深圳纪行》这篇新闻报道中的原文。

原卿有回忆说,1982年,他受报社编委会派遣, 采访来深圳考察的各省市外贸代表团。这些代表刚参加 完广交会, 应深圳市政府邀请前来深圳经济特区进行为 期3天的参观访问。参访的第一站、代表们就看到了挂 在蛇口工业区"时间就是金钱,效率就是生命"这块标 语。他们驻足于前,对标语议论纷纷。原卿有说,上海 代表团抵触情绪最大,他们当场表示马克思早就说过"资 本从诞生的一刻起, 就从头到脚每一个毛孔都充满着血 污和其他肮脏的东西",你们却在这里宣扬时间就是金 钱,完全背叛了马克思主义。

尽管受到争议,报社开编前会时,原卿有还是把《时 间就是金钱,效率就是生命——各省市外贸代表团参观深 圳纪行》这个题目报了上去。当场就有人质疑。有人说, 党和国家领导人一再强调, 政策和策略是党的生命, 这两 句标语公然篡改党和国家领导人的思想,把效率说成生命, 这种提法从来未有,是宣传纪律所不允许的,这难道不是 在宣扬金钱挂帅,一切向"钱"看吗?还有人表示,这块 标语属于他们采访的区域,要能写能见报他们早写了,怎 么还轮得到其他记者。经过讨论之后,编辑部还是决定让 这篇文稿见报, 当时的总编辑敲下定音锤。

由于当时的深圳特区报还不具备印刷条件, 所有文 稿都被送到香港进行印刷出版。凌晨时分, 当原卿有在 报社集体宿舍睡得正香时, 突然接到值班编辑打来的电 话,告知他文章标题不能用"时间就是金钱,效率就是 生命"这条标语,认为其违反了马克思主义思想,让他 撤稿或改标题。由于这篇文稿已经被排版好,也经过了一校二校,临时换稿也很麻烦。在经过反复商议后,原卿有接受了修改标题,但在文章中可提这句话的结果。最终,这篇文稿主标题化用杜甫的诗句"即从巴峡穿巫峡,便下襄阳向洛阳",以《从南山到大鹏湾——各省市外贸代表团参观深圳纪行》为名第一次正式见报。

原卿有回忆说,这篇报道发表之后,在全国甚至 国外都引起了轰动。"时间就是金钱,效率就是生命" 的口号也更加广泛地传播开。1984年,邓小平同志视 察深圳时,肯定和赞许了这句口号。自此,"时间就 是金钱,效率就是生命"传遍中华大地,逐步成为人 们的共识和行为准则,被誉为"冲破思想禁锢的第一 声春雷"。

尽职尽责无愧时代和职业

实际上,"时间就是金钱,效率就是生命"这句话最早是时任蛇口管委会主任袁庚在 1981 年提出的。在改革开放的时代潮流下,招商蛇口积极开展商贸营商活动。在香港进行一场交易时,对方在办手续时直接将汽车停在门外没有熄火,一等交易完成,立即安排专人带着支票跳上汽车直奔银行,就是为了赶在当天下午 3 点之前将支票交给银行,否则将损失近万元利息。于是,"时间就是金钱"的观念开始在袁庚脑海中萌芽,并在建设指挥部领导人会议上正式提出,后来将其竖立在蛇口工业区建设指挥部所在地。

但在计划经济向市场经济过渡的初期,要让大众接受这个新观念,注定步履维艰。标语中的"金钱""效率"等字眼让很多人难以接受,甚至还有人给它贴上了资本主义的标签。一时间,到底"姓资还是姓社",特区到底"有没有存在的必要""要不要继续办下去"等种种问题引起了强烈争论,甚至有人直接说深圳经济特区除了五星红旗是红的,其他地方和租界已没两样。

1982年3月28日,事态转机出现了。时任国务院副总理的谷牧乘船到蛇口工业区视察,经过微波山下路

口时看到了这块标语牌。袁庚诉苦有人说这是资本主义的口号,谷牧微笑不语。而当 1984 年邓小平同志视察蛇口工业区时,更是肯定了这句口号,并为深圳作了题词: "深圳的发展和经验证明,我们建立经济特区的政策是正确的。"深圳作为改革开放的"试验田"和"窗口",算是得到了国家领导人的认可和肯定。

原卿有在接受采访时坦陈,虽然他是首个将这句标语写进报道中的新闻人,其实这篇报道并没有给他带来很多荣誉,只能算是他写过报道中的沧海一粟。《从南山到大鹏湾——各省市外贸代表团参观深圳纪行》曾入围广东省好新闻评选,但复评时被刷。在原卿有申报高级职称评定时,也因为该篇报道标题没有凸显"时间就是金钱,效率就是生命"这句话没有派上用场。但是他说:"我尽了我的历史责任,无愧于时代,无愧于职业道德。"如今,刊有原卿有这篇文章的《深圳特区报》,已被蛇口改革开放博物馆收藏、展览。

为改革开放鸣锣开道

"登顶梧桐山,南国美景尽收眼底,可以坐观云卷云舒;远眺大鹏湾,风云变化神鬼莫测,何方静听潮起潮落。"2014年,原卿有正式退休,并写下了这首诗。他说道,这首诗表达的不仅是他做记者的态度,更是他的人生态度。在深圳生活的这几十年间,他紧贴深圳改革发展第一动态,看着深圳跻身城市发展前列。

作为一名工作了 38 年的老记者,原卿有如今退休在家,安享老年生活。他的退休生活也非常丰富,参加老年大学,学习篆刻,读书看报……原卿有说,他是在1982 年支援经济特区建设来到深圳,是参与了深圳特区报创刊工作的那一批,历任记者、编辑、财贸部和财农部副主任、机动记者等,累计发表新闻报道 500 余篇,约 100 多万字,特写、消息、专访、评论都有涉足。他说,自己就像是深圳发展成长的见证者,亲眼目睹着深圳改革开放、开拓进取的历程。

新闻是历史的草稿纸。报纸承载着记录当下成为历史的责任,是人们回望历史最客观准确的备忘录。深圳

特区报伴随着特区的诞生而诞生,而如原卿有这样一批 富有改革与创新精神的新闻行业先行者,坚定着"铁肩 担道义,妙手著文章"的新闻信念,为深圳发展创造了 良好的舆论环境,为改革开放鸣锣开道。

时代的脚步永不停歇。从最初的纸笔到现在的"十八 般武艺"齐上阵、记者告别纸和笔、编辑告别火与铅。 原卿有谈道,干了近40年的新闻工作,不管工具怎么变, 决定新闻工作的始终是使用工具的人。他对当代记者提 出了两大要求: 首先记者应当始终坚持讲真话, 敢讲真 话。在这个自媒体和新媒体涌现的时代,社会信息纷繁 复杂,新闻工作从本质上来说属于党和人民群众,所以 新闻工作者一定要为了党和人民群众,做好党和人民群 众的耳目喉舌。其次,记者一定要淡泊名利,不忘初心, 坚定使命。在新闻工作中,往往会面临各种软性和硬性 诱惑,面对这些诱惑,拒绝应该是常态。要"沉下去" 做新闻,才能真正产出好的新闻作品。

正值深圳经济特区建立40周年,深圳面临着新的 历史使命。他说,新时代,新闻工作者应当努力当好推 动科学发展、促进社会和谐的排头兵, 营造正确的舆论 导向, 弘扬正能量, 推动深圳从最初的"时间就是金钱, 效率就是生命"的"深圳速度"逐步迈向"深圳质量" 和"深圳标准"的高质量发展。



从南山到大鹏湾

-各省市外贸代表团参观深圳纪行

□本报记者 原卿有

秋高气爽,正是金色的收获季节。参加广交会的各 省市外贸代表团应深圳市人民政府的邀请前来特区参观 访问。

日程表上的第一站是蛇口工业区。汽车向深圳湾畔 驰去。南山脚下,车水马龙,热闹繁忙,代表们听了蛇 口工业区指挥部负责人介绍情况以后,沿着顺岸码头, 登上微波通讯站的瞭望台,眼前只见碧波潋滟,对面的 新界元朗历历在目。下得山来,代表们为一幅巨型标语 所吸引,不由得停下脚步。北京市的一位代表大声念道: "时间就是金钱,效率就是生命;人人有事管,事事有 人管"。有的人赶忙掏出钢笔把这几句话记在小本子上。 大家七嘴八舌地议论说:"这就是蛇口精神,也是特区 建设的写照,令人耳目一新。但愿这种精神遍地开花, 结出累累硕果。"

动化流水线。厂长向大家介绍说:"这个厂是深圳市 罐头厂和美国百事可乐国际有限公司合办的,从谈判 到投产仅用半年多时间,原计划年产一百万箱,现已 超额百分之二十完成计划。"上海市外贸部门的一位 负责人深有感慨地说:"这么短的时间,办起这样一 间汽水厂,的确不简单。我们上海一千多万人口,汽 水供不应求,早就想扩建几个汽水厂,报告打上去, 这个部门转到那个部门,公章盖了一个又一个,直到 现在还在旅行。内地若有特区这样高的效率,什么事 都好办多了。"

代表团来到和平路,这里最近举办了盛况空前的商 品展销会。陪同访问的市财贸处负责人介绍说:"这次 展销会是一次尝试,我们在价格、经营方式上采取了一 些灵活措施,允许优惠折价出售,从九五折直至五折, 在深圳饮乐汽水厂,代表们参观了该厂的两条自 这就大大地打开了销路,一些滞销货反而变为畅销货,

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

既减轻了库存积压,又活跃了市场,满足了群众的需要。" 听到此处,河南一位代表说:"你们按照经济规律办事, 搞活了经济, 迈出了可喜的一步。我们河南, 也有许多 积压商品,不知积压多少年了,一些商品都失去了使用 价值,单仓库费用就超过商品现有价值了,说来叫人心 痛。你们的展销会给了我们很大的启发,为我们提供了 很好的经验。"

车队飞驰在特区东部的梧桐山下,公路旁边一幢幢

两层或三层的别墅式的楼房掩映在万绿从中。来自祖国 大西北新疆的一位维吾尔族代表指着窗外的农村风光 说: "早已听说特区的农民富裕起来,亲自看看,果然 名不虚传,人民富裕了,能不安居乐业吗?"

最后参观了大鹏湾的沙头角和大小梅沙区。

当他们离开深圳的时候,深情地挥动着手臂: "再 见了, 深圳! 再见了, 同志们! 祝特区建设一日千里!"

(原载于 1982 年 11 月 22 日《深圳特区报》)

深圳大学传播学院教授 彭华新:

《从南山到大鹏湾——各省市外贸代表团参观深圳纪行》一文深刻地反映了新闻在记录反映时代、 增进主流价值共识中的重大作用。该文现在看来是一篇深刻体现当时深圳发展速度与深圳未来发 展趋势的报道。"时间就是金钱,效率就是生命;人人有事管,事事有人管"。短短22个字,将深圳的未来 发展有预见性地刻在了历史长河中。其次,文章的文字简洁干练,篇幅虽小,结构紧凑,细节描写也很到位, 深圳饮乐汽水厂厂长的言论以及对于各省市外贸团的言论从侧面反映了深圳走在改革开放前段的发展景象。最 后, 脱贫攻坚一直作为一个大的时代主题贯穿于社会发展中, 文章在描绘深圳发展大场景的同时, 以小的故事 为切入点进行具体展示,例如所见之景所说之话,将笔落到了实处。这样的手法,让读者如临其境、深受感触。 该文章现收藏陈列在蛇口改革开放博物馆,"时间就是金钱,效率就是生命"现在传遍中华大地,逐步成为人 们的共识和行为准则,也被誉为"冲破思想禁锢的第一声春雷"。深圳经济特区建立40周年之际再次回看这 篇文章,深圳除了高举改革开放旗帜,也将树立新时代改革开放新标杆。

本文编辑 黄浩

手执画笔,浓缩深圳发展史

——访深圳漫画家庄锡龙

□深圳特区报记者 尹春芳

获奖篇名:深圳掠影

型:漫画 类

者: 庄锡龙 作

获奖单位:深圳特区报

奖项名称: 全国好新闻漫画奖

获奖年份: 1992年

生于1949年的中国知名漫画家庄锡龙与我们的共 和国同龄, 他是中国新时期漫画较早的践行者。在他 70 载漫画光阴中, 我们看到的是他对漫画的热爱、执 着与追求。他怀着对生活的深切体验、对社会的独到洞 察,用精巧的构思,在方寸之间展现独特的艺术趣味。

这位来自上海的漫画家,将他的艺术生命安放在深 圳这片热土上,成为深圳经济特区新闻事业的"拓荒者"。 几十年如一日,他坚守本心,用漫画记录着深圳这座城 市华丽蝶变。他创作的几千张漫画作品,每张背后都有 故事,将它们快速翻阅,就如同一部电影,展现了深圳 的温度与能量、速度与激情。

路漫漫其修远兮。在漫画创作的路途上他大胆求 变创新, 让漫画散发出生生不息魅力的同时, 也用这一 生动又直接有力的艺术方式不断丰富着深圳新闻的表达 方式,扩展着新闻的外延。他深入生活,观察社会万象, 以崭新的视角、正气的态度直面深圳发展中出现的种种 问题。他的漫画也成为我们回望40岁的深圳经济特区 的一份鲜活"样本"。

千磨万击还坚劲,任尔东西南北风

有人言,漫画是诸多画种中最接地气的一个。它 就像一面镜子,反映着大千世界。漫画不受任何绘画材 料的限制, 也可采用任何形式的造型来表现, 在外在的 表现形式上,漫画是一门"我手画我心"的艺术。

庄锡龙创作的漫画获奖无数,拿奖拿到"手软"。 这其中不得不提的是《深圳掠影》这组漫画,它曾经获 得过全国好新闻漫画奖、1992年度人民日报讽刺幽默 类优秀作品奖。

创作于1992年的这组漫画是庄锡龙精心选取的角 度和题材,7张漫画浓缩了深圳从1983年到1992年 间日新月异的变化,反映出深圳改革开放前期的硕果 和成就。

这十年也是庄锡龙来深圳的第一个十年。

1983年, 当庄锡龙来到深圳时, 他目光所及之处 正是一派黄沙滚滚、热火朝天的建设场景。当时的国贸 大厦还在浇灌地基,深南大道还在铺设当中,特区报原 址的报春大厦只盖到6楼,还未封顶,脚手架还在作业。 在深圳特区报从事美术编辑工作的庄锡龙每天上班还得 从施工现场经过。

当时深圳铁皮屋林立, 生机勃勃, 人人干劲十足, 给庄锡龙留下了深刻的印象。"当时的条件很艰苦, 但是我既然来了,就要怀抱满腔热情参与到深圳的建 设中。"

梅花香自苦寒来。艰苦的环境磨炼了庄锡龙的意志, 也让他更加坚定自己钟爱的漫画事业。

一辆自行车、一顶草帽、一个水壶,这是庄锡龙 出去跑新闻抓素材的"标配"。庄锡龙每天都骑着自行 车,穿梭在深圳大街小巷去寻找素材。"脚底板儿下出 新闻""新闻在路上"……这些新闻业界传承多年的行 业准则, 庄锡龙牢记于心。

"当时不像现在有空调,有私家车。我骑着自行车 在烈日暴晒之下,整个人都晒黑了",庄锡龙回忆说, "我现在特别怀念那段日子,虽然艰苦,但整个人跟拧 上发条、打了鸡血一样。白天出去找素材,晚上回来做 版,一天连轴转,但是心里很充实很满足。因为深圳每 天都在变样,我每天都有新的发现和素材。"

靠着用脚步丈量深圳的土地, 庄锡龙在漫画领域一 步步打开了一片天地。他全身心投入到工作和创作之中。 持续不断的灵感迸发在当时深圳特区报那间办公室里, 那些灵感和思考凝聚在一幅幅漫画作品中。《深圳掠影》 正是那段激情燃烧岁月的"结晶"。

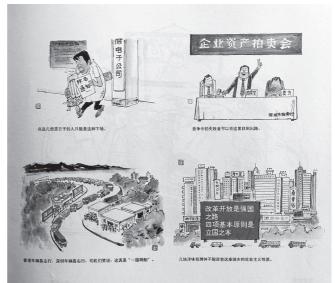
问渠那得清如许,为有源头活水来

为了此次采访, 庄锡龙还特地从家中找到了《深 圳掠影》的原作。打开这一幅幅作品,仿佛穿越到了过 去,回到那段峥嵘岁月。

《不是亲眼所见,谁能相信十年前这里是一片荒山》 这个作品气势宏大,是庄锡龙在荔枝公园所创作的。作 品的名字正是庄锡龙的心声。作为深圳改革开放的"亲 历者"和"见证者",他还记得刚来深圳那会儿荔枝公 园的情形。他回忆说:"当时一片荒山滩涂,很多工人 在清理水塘,上岸的时候身上还爬着蚂蟥。谁能想到十 年后它会变成一个如此美丽的公园呢?"庄锡龙正是在 荔枝公园湖边画下这张画。画面上高楼鳞次栉比,风光 秀丽,湖水与高楼相映成趣,风和景明。

第二组作品是深圳人耳熟能详的《拓荒牛》。市 委大楼门前的"拓荒牛"雕像是深圳人的象征。开拓进 取、敢为天下先的精神已经融入到深圳人的文化基因之





获奖作品《深圳掠影》 庄锡龙 绘

中, 庄锡龙认为, 这个雕像最能表达深圳精神。

从一个手拿锄把的客家妹到一个接受记者采访的 总经理,这个现象也是当时的社会写照。东方风来,人 勤春早,深圳汇聚着来自五湖四海的人,他们奋斗打拼 在这个新的家园,最终收获芬芳硕果。庄锡龙说,他当 年选取了这个场景也是经过细心构思。比如,从画面的 那几面锦旗可以看到这名客家妹收获的各种荣誉,起到 了催人奋进的作用。

既有前赴后继的"弄潮儿",也有各种"摸鱼"的人。 《在这儿想混日子的人只能是这种下场》作品就讽刺了 那些混日子的人。只见一个拿着"除名通知"和铺盖卷 儿的男人垂头丧气走出电子厂。庄锡龙的漫画更多的是 针砭深圳在发展中出现的种种社会问题和不良风气、丑 陋行为等。

竞争是残酷的,有成功者就有失败者。《竞争中 的失败者可以在这里找到出路》还原了企业资产拍卖会 的现场。中间的拍卖官一手高举、一手敲槌,正在进行 拍卖。旁边坐着卖方的人。庄锡龙说,深圳是试验田, 在很多事情上都是开全国风气之先,这也是深圳给他提 供的现成素材。

《香港车辆靠左行,深圳车辆靠右行,司机笑说: 这真是"一国两制"》这幅作品也是庄锡龙取自生活。 他第一次去香港, 过了关之后就发现司机开车的方向发 生了变化,这让他记忆深刻。他认为,虽然是生活的一 个细节,也反映"一国两制",于是便记录下来。

庄锡龙回忆说,上世纪90年代,在改革开放蓬勃 发展不可阻挡的大势之下,也出现过泥沙俱下的情况。 《几块洋招牌并不能改变这座城市的社会主义性质》 的画面中,远景有"桑拿浴""卡拉 ok""摩尔登" 等霓虹招牌, 但近景的大牌子成为视觉的主体, 在画 面中占据显要位置。上面写着"改革开放是强国之路, 四项基本原则是立国之本"共四行大字,态度鲜明, 一针见血。

《深圳掠影》在人民日报上发表时,曾引起强烈的 反响。这组作品生动形象地讲述了深圳的故事,刻画出 深圳精神, 当中有态度、有针砭, 也有趣味, 打开了人 们认识深圳了解深圳的一扇大门。而这些作品仅仅是庄 锡龙众多深圳题材漫画的一朵"浪花"。

正如深圳大学的苏东天教授所说: "如果将庄锡龙 的漫画全部展出的话,那就是一部形象的深圳发展史。"

崭新的视角,深刻的讽刺,精准的表达……勤奋的 庄锡龙在源源不断接受深圳这座城市带来的灵感时,通 过个人的持续思考和深入浅出的表达,形成了具有个人 化印记的风格,迅速得到读者的认可和喜爱。对于漫画 作品而言,作者创作出来仅仅是第一步,被读者认知理 解与消化,才算最后抵达终点。

伴随庄锡龙的名字在业内声名鹊起, 很多城市的 报社都跟他约稿,有时一天内全国几份著名的报刊都同 时刊登他的多幅作品。就这样, 庄锡龙渐渐成了人们熟 知的漫画家。

乘风破浪会有时,直挂云帆济沧海

时光荏苒,岁月匆匆。在深圳生活和工作的近 四十年间,庄锡龙笔耕不辍,精力旺盛。从他创作的作 品中,我们可以看到,他不囿于题材,大胆发挥。小到 火柴上的火花、杂志的封面,大到中央电视台曲苑杂坛 选用他的作品作为栏头、全国高考题目, 庄锡龙的漫画 以各种各样的形式被人们熟悉。尤为值得一提的是,在 新中国成立后的高考中,将漫画作为作文题仅仅有两次。 这其中就包括庄锡龙的《截错了》选作 1996 年全国高 考的作文题。

提到深圳,他常说的一个词就是"感谢"。他一 直认为,时势造就漫画家。"当时的深圳在全国乃至全 世界人民心中充满新奇与神秘,像一块金子一样吸引着 人们的目光。他们也想通过各种方式了解深圳。我们漫 画家在深圳,用手中的画笔真实反映出深圳改革开放的 进程、城市的变化、社会的现象等, 为他们了解深圳打 开了一扇窗。"

另一方面, 庄锡龙认为, "深圳速度"享誉全球, 每天都有新奇的变化发生,给他带来取之不尽用之不竭 的灵感和素材,这样他才能不断创作出佳作,在全国打 响名声。

如果说用一句话来概括庄锡龙与这座城市的缘分, 那就是:一位奇特的漫画家在这座奇特的城市,擦出了 强烈的火花。

如何成为一名成功的漫画家?这可能是从事漫画 这个行业的人都非常关心的问题。庄锡龙的答案是一个 漫画家需要全面综合的艺术修养和功底。早年学西画出

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

身的庄锡龙,后来的工作重心放在了漫画中,但他并非 只专注于漫画,还重在提高整体的人文素质。熟悉他的 人都知道,他在传统水墨的现代转型上下功夫,山水、 人物、花鸟皆有涉及, 其格调高雅、妙趣自然, 已经举 办多次个展。

作为深圳新闻事业的"拓荒者", 庄锡龙也亲眼 见证深圳新闻的发展壮大。他回忆说,深圳新闻事业起 步时,不少新闻人从四面八方汇聚在深圳,有的不是专 业出身,但依然在专业的道路上不断精进。他们不怕吃 苦,勇往直前,为深圳新闻事业打下坚实的基础。后来

"接棒"的新闻人能承前启后,不断为深圳新闻事业添 砖加瓦。

他说,无论传播的媒介发生怎样的变化,传播的 方式有什么飞跃,最核心的一点是希望"接力棒"能继 续传下去,深圳新闻人不忘初心,用更好的作品记录深 圳, 讲述深圳, 传播深圳, 不负韶华。

庄锡龙曾经说过: "人活着就是要做点事,就要有 点追求。我们漫画家的作用就是要给后人留点启发,这 就够了。"如今已过着退休生活的庄锡龙依然在艺术的 道路上砥砺前行。他的漫画事业没有"休止符"。

精品。

深圳大学传播学院教授 辜晓进:

庄锡龙创作过大量漫画,有很多是全国知名的,包括那幅列入1996年高考作文题的《截错了》。 相对而言,这组《深圳掠影》名气稍逊。但这并不妨碍其成为记叙深圳改革开放历程的写实性漫画

7幅作品, 有宏观, 有具象: 有颂扬, 有讽刺: 有静物, 有动态: 浓缩为一组蕴含丰富而线条简约的历史画卷。 有些作品居然能用寥寥笔触反映复杂的抽象概念或深刻的宏大叙事,如《"一国两制"》和《几块洋招牌并不 能改变这座城市的社会主义性质》。这显然来自作者长年累月浸淫于深圳生活以及对社会现实的敏锐观察和深 刻洞见。而最具"锡龙风格"的作品,当属《在这儿混日子的人只能是这种下场》,其人物之潦倒形态与身后 之严正景物构成一种强关系,画面信息量丰富,可据此写一篇故事。

现代报纸本是西方舶来品、漫画作为西方报纸常客历数百年而不衰(普利策新闻奖专设有报纸漫画奖)。 可惜中国报纸上的漫画近年明显式微,这令我们更怀念庄锡龙时代的漫画创作。

本文编辑 黄浩

"傻瓜"相机抢拍出中国新闻奖

—刘廷芳讲述《中国首次拍卖土地》新闻照片的拍摄经历

□深圳特区报记者 杨丽萍

获奖篇名:中国首次拍卖土地

型:新闻摄影 类

作 者: 刘廷芳

获奖单位:深圳特区报

奖项名称:第7届全国新闻摄影展银奖

共和国 50 年新闻摄影奖

改革开放 30 年摄影大赛金奖

获奖年份: 1987年、1999年、2008年

1987年12月1日,深圳会堂举行的一场特殊的拍 卖会引起了广泛的关注。之所以说特殊,是因为拍卖的 并不是通常的古董字画,而是一块8588平方米土地50 年的使用权。

这场新中国成立以来国有土地使用权的第一次拍 卖,被称之为中国土地"第一拍"。《中国首次拍卖土地》 这张黑白照片, 生动记录了这场开天辟地拍卖会最后成 交时的精彩瞬间。整张照片画面气氛热烈、现场感强, 具有强烈的视觉冲击力。照片获得了1987年全国新闻 摄影银牌奖、2008年"改革开放三十年"摄影大赛金奖。

照片的作者是原深圳特区报摄影记者刘廷芳, 作 为深圳新闻摄影的第一批拓荒牛,1982年3月调进深 圳特区报社成为一名摄影记者后, 他就执着地只干了一 件事情——用手中的相机,记录下特区的成长与变化。

《中国首次拍卖土地》这张照片是刘廷芳的代表作,

而鲜为人知的是,这张定格了拍卖土地第一槌瞬间的照 片,竟然是用一部"傻瓜"相机抢拍出来的。

30 多年只拍了一张好照片

虽然从事新闻摄影 30 多年, 作品无数, 但刘廷芳 认为自己只拍了一张好照片——"525 万!"

"525万!"是中国首次拍卖土地最后的成交价。 刘廷芳清晰地记得,1987年12月1日是个大晴天,深 圳市政府在深圳会堂举行中国首次土地使用权公开拍 卖。在此之前,我国的建设用地是无偿使用的,深圳举 行土地拍卖, 开创了我国有偿使用土地的先河, 意义之 重大不言而喻。

对这次公开拍卖,深圳市政府事先在报纸上刊登了 《土地竞投公告》。凭着强烈的新闻敏感性,获得消息 的刘廷芳觉得自己应该去现场, "我不是跑经济线的记 者,本来是没有采访任务的,但是当时我感觉这个事情 很重大,要去看看。"

带上3部相机,刘廷芳来到了深圳会堂的拍卖现场。 整个会堂都坐满了人,人声鼎沸。44家深圳企业代表 到场参加竞拍,100多名中外媒体记者蜂拥而至。过道 上都是记者, 摄影记者更是上窜下跳, 有的上台去拍拍 卖官敲槌,有的在拍竞拍者用计算器计价。拍卖官在台 上从 200 万元开始喊价,喊价声、应价声此起彼伏。随 着"420万""485万""490万"的举牌,会场里面 的掌声也是一浪高过一浪。

"我当时就站在前排过道上,面对着观众席左右移

动,一心想要抢拍到竞拍最后得主的镜头。因为竞争激 烈,举起的号牌让人目不暇接。最后得主在哪里,谁也 无法预料。"刘廷芳回忆说,"当11号和22号两位竞 拍者展开拉锯战时,我判断最后得主应该很快就会出现。 我赶紧选择了最佳位置,把镜头对准了他们。这时11 号竞拍者——深圳经济特区房地产(集团)股份有限公 司经理骆锦星,从座位上站起来高举应价牌,喊出了'525 万'全场最高价。"

然而,就在这关键时刻,刘廷芳却发现自己两台照 相机都没有胶卷了,而此时换胶卷已经来不及,只好举 起理光 30D"傻瓜"照相机,借着电视台记者的灯光, 连按三下快门。"525万一次!""525万两次!""525 万三次!"随着拍卖官的一声槌响,刘廷芳终于用"傻 瓜"照相机定格住了中国拍卖土地"第一拍"的瞬间。

这"石破天惊"的一拍,拉开了改革开放以来中 国土地使用制度改革的帷幕,并直接促成了宪法的修改。 1988年4月12日,七届全国人大第一次会议修改了《中 华人民共和国宪法》有关条例,将原来宪法中禁止出租 土地的"出租"二字删去,并规定: "土地的使用权可 以依照法律的规定转让"。

借用当时媒体的评论:"这是一次历史性突破,是 我国土地使用制度的根本性变革,标志着我国的根本大 法承认了土地使用权的商品属性, 跨出了土地商品化、 市场化的重大一步。"

宝安龙岗的农村跑了个遍

能够抢拍出这样经典的历史瞬间, 跟刘廷芳几十年 来对新闻摄影、记录历史的执着密不可分。

"晴天我骑着单车采访、雨天单车骑着我采访。那 时的深圳到处是工地,一片泥泞,根本骑不动,只好把 单车扛在身上,走着继续去采访。"今年已经76岁的 刘廷芳,如此描述上世纪80年代初,自己刚来深圳工 作时采访的情形。

当年的深圳,并无高楼林立。刘廷芳回忆说,建筑 主要集中在罗湖区和平路、建设路一带, 从上海宾馆往



获奖作品《中国首次拍卖土地》。刘廷芳 摄

西,房子越来越少,基本就是大片的农田和鱼塘。

作为一个从农村走出来的孩子, 刘廷芳对农村始终 怀着儿子对母亲般的眷恋。渔民村的新楼、东方村施肥 的农民、赶集归来的大嫂、南澳龙舟赛渔民的喜悦、西 乡敬老院的老人的歌声、劳务工愉快的周末……一个个 镜头记录下了特区农村沧海桑田的巨变。而让他特别自 豪的是,在当摄影记者这么多年里,自己把宝安、龙岗 的农村跑了个遍。

"我对深圳的农村特别熟悉,印象最深的是罗湖区 渔民村,1984年我乘坐直升机航拍了一次深圳。"刘 廷芳说, 当时从南山直升机基地起飞, 飞到蛇口工业区 上空转一圈, 然后沿着深圳河一直飞到罗湖。渔民村航 拍出来竟然象一把镰刀,这给我留下了很深的印象。

渔民村是我国改革开放后最早的"万元户村"。刘 廷芳从此一直关注着村里的发展,并用手中的相机记录 下这个小渔村几十年来由贫到富,再到幸福起来的历史。 "村里的人原来都是渔民,富起来后一开始每户都盖起 了两层楼,后来两层楼盖成了六层、七层的多层楼,现 在都住在高楼里了,变化非常大。"

2004年9月,深圳最后两个村——宝安沙井民主村、 福永塘尾村同时挂牌成立社区居委会,标志着深圳成为 全国第一个没有农村行政建制和农村管理体制的城市,

成为全国第一座没有农村的城市。

深圳农村的变迁见证了特区的发展。刘廷芳说,当 水塔边的铁杆子慢慢爬上去,再慢慢爬下来。" 年刚来深圳,一片黄土,到处尘土飞扬。38年来眼看 着一条条马路通车,一幢幢高楼拔地而起。"如今的深 圳成了拥有 2000 多万人口的现代化国际大都市, 当年 真的没想到今天会变得这么好。"

用镜头记录深圳历史

在特区做了30多年的摄影记者,刘廷芳说,自己 最大的乐趣就是每天出去采访,用镜头把深圳的变化纪 录下来。

其实当一名摄影记者是比较辛苦的,因为一定要到 现场才能拍到照片,不但是脑力劳动,也是体力劳动。 当年没有无人机,如果要拍全景,找个好角度,就要爬 山、爬高楼。刘廷芳记不得自己爬了多少山和楼, "最 危险的是爬到塔吊上去拍照片,在一些农村里没有高楼,

只好爬村里的水塔, 在没有任何保护的情况下, 手抓着

30 多年来,这份对事业的执着和责任让刘廷芳成 为特区不少重大事件的见证人和记录者: 股潮人群的拥 挤、三天一层楼的"深圳速度"、农村城市化的脚步、 中国人民解放军进驻香港的身影……特区建设者的喜怒 哀乐定格珍藏在了一个个镜头里。

2019年, 刘廷芳出版了摄影集《深圳私人视觉史》, 把自己拍摄的深圳40年影像,共计120张照片结集成册。 在整理照片过程中, 无意中发现一张拍摄于 1983 年的老 照片中的花厂打工妹张燕婷已成长为一名 社区干部, 欣慰 之余, 刘廷芳把影集送到了主人公手上, 成就了一段佳话。

能够用镜头记录深圳和深圳人的历史与成长, 让刘 廷芳备感荣幸与自豪。他说,自己来深圳快40年了, 只做了一件事,就是执着地记录深圳和深圳人的变化, "假如还有来世,我愿还是一名摄影记者。"

深圳大学传播学院教授 辜晓进:

刘廷芳这幅照片,应是显示度最高、被展现次数最多的有关深圳改革开放的图片之一吧。该照片 意境深远,信息容量大,人物情绪饱满,现场的热烈气氛喷薄欲出。"中国土地拍卖第一槌", 就这样以一种感染力极强的画面广为传播,胜过千言万语。

懂行的人都明白,这幅图片绝非运气好、按个快门而偶然可以成功的。当年的现场,逼仄拥挤,还有100 多名记者穿插竞争,而拍卖最后花落谁家,事先无人知晓。能否捕捉到最有意义的瞬间,考验的是记者在动态 中抢位、构图、用光、聚焦的功夫,特别是对现场事态发展的预判能力,以及对"武器"的巧用善用。据悉, 刘廷芳当时是从过道上匆忙占位并判断两位拉锯竞争者之一可能胜出,借助电视台记者的灯光,用"拔枪"最 快的傻瓜机抢拍成功的。

这是以秒计算的速度,背后是长期千百次现场拍摄的功夫积累。这也是新闻摄影不同于静态拍摄的魅力所 在。认识刘廷芳的人都知道,这是一位整天浸泡于生活一线的草根记者。他的镜头,大都对准底层民众,展现 的却是高贵的人格。

本文编辑 黄浩

为时代立言,为改革助威

──访"猴年新春八评"作者杨广慧、王初文、陈锡添、钱汉江

□深圳特区报记者 谢仕亮 王森 赵强 邓辉林 金文蓉

篇 名: 猴年新春八评

类 型: 评论

作 者: 杨广慧 王初文 陈锡添 钱汉江

发布单位: 深圳特区报

奖项名称:全国改革好新闻二等奖

广东评论写作组特别奖

广东新闻奖一等奖

深圳首届新闻奖特别奖

获奖年份: 1993年

1992年2月20日至3月6日《深圳特区报》发表 了以邓小平南方谈话精神为主旨的八篇编辑部文章, 这 就是著名的"猴年新春八评"。可以说, "猴年新春八 评"和随后的长篇通讯《东方风来满眼春》,真正打响 了《深圳特区报》的知名度。

"敢闯",将南方谈话的声音传向世界

1987年5月27日,被一场突如其来的大雨淋湿的 杨广慧,走进了深圳市委大院。十天前,他接到通知, 从中宣部调任深圳市委宣传部部长。初到深圳,他就感 受到了特区一股"特"劲儿: "我感受到的就是打破一 切体制的框框, 实事求是, 认为这个制度要改进就改进, 别人不敢试验我们可以试验。我们敢试验, 有对有错, 错了就改。"

1992年,邓小平同志在南方视察时发表了南方谈话, 其中在深圳的谈话, 指导性、针对性都非常强。当时, 改革开放遇到挫折,社会上甚至一度出现了"特区还能 不能办下去?"的声音。小平同志的讲话传到深圳特区 报编辑部,大家倍感振奋。把小平同志的谈话精神,通 过巧妙的手法传递出去, 鼓舞特区建设工作的士气, 成 为了参与这一历史事件的深圳宣传工作者们的愿望。

随行参与了南方谈话,时任市委宣传部副部长吴松 营向杨广慧建议,虽然上级指示不能报道,但是不是可 以将邓小平谈话的重要内容以评论形式进行宣传。春节 前夕,用评论传达小平同志讲话精神这一建议,通过市 领导向深圳特区报社作了传达, 拉开了"猴年八评"的 写作序幕。

杨广慧提出, "八评"不应该以个人写作的"小作 坊"形式生产,而要成立写作组,发挥大家的智慧,好 好地总结小平同志谈话的精髓, 更有力度地把谈话的精 神展现给世人。市委同意成立学习宣传邓小平重要谈话 精神的协作组后,杨广慧担任组长,全程参与了写作, 提出了许多具体的意见。

在审稿程序上,杨广慧在市委常委会上提议,由他 一人负责审稿,拿不准的地方再向集体请示。杨广慧有 两层考量。一方面,是根据自己的报道经验,要保持系 列评论的文风, 最好让一个人修改, 这样做也能保证效 率。另一方面,此前"皇甫平"文章虽然引起巨大反响, 但也引发一些争议,写作"八评"的确要承担风险。"如 果文章一炮打响了, 那是市委集体的功劳; 如果写砸锅

了, 市委领导没有审查, 是我杨广慧审的稿, 那是我个 人的责任。"

杨广慧认为,干部要"敢闯",就要追求"出业绩、 出经验、出理论"这三点, "符合这三点, 不管当不当 官都是人才。"为了"八评"一炮打响,杨广慧向写作 组提出五点要求:思想上要有新意;理论上要有深度; 文章要有针对性; 篇幅是千字文; 不要授人以柄。后来 又增加一条,文章要有点文采。遵循这一方针,"八评" 精干有力,直击要害,将邓小平同志的讲话精神酣畅淋 漓地展现了出来。

"八评"中,《要敢闯》成为新闻史上的经典名篇。 可以说,在没有上级指示"打包票"情况下,"八评"横 空出世, 也是"敢闯"精神的一个体现。包括杨广慧在内 的新闻宣传工作者,生动地践行了"实事求是"的路线。

当年"猴年八评"宣扬的"敢闯"精神,现在仍是 特区的精神财富。杨广慧认为,特区要继续"特"下去, "特不特,不是创造了多少 GDP,而是在于当排头兵。 不管 GDP 怎么变化,只要敢于试验就是特。"

"精神是虚的,以实践为载体,不通过实践物化, 那叫魂不附体。把口号喊到天上去,也没有用。"杨广 慧说。"求真务实,产生实际效果才行。"这是他对于 深圳未来的期许。

成功是一种偶然,但其中蕴含着必然

1992年春节前夕,市委副书记厉有为、副市长林 祖基等市领导到《深圳特区报》拜年,慰问职工。当时 市领导就向报社提出,既然不让报道小平同志的谈话, 那能不能用评论的形式把小平同志谈话的精神传达出 去?这实际上是向报社作了一个指示,下了一项任务。

因为陈锡添是随访小平同志的唯一的文字记者,所 以报社让他去完成这一任务。那年春节他一天也没有休 息, 先拟出了几个题目, 接着写出了其中两篇评论:《经 济建设要搞快一点》《改革开放要敢闯》。后来标题改 短了:《经济建设要搞快一点》改成了《要搞快一点》, 《改革开放要敢闯》改成《要敢闯》。

小平同志在深圳视察, 五天的时间, 讲话内容很丰 富,但"猴年新春八评"的选题有着很明确的标准。首 先要着眼于能够体现小平同志讲话的主要精神, 所以必 须选取小平同志讲话中最核心、最重要,同时又是全国 上下最为关注, 也最迫切需要知道的重要内容。最终依 据讲话精神敲定八个题目:《扭住中心不放》《要搞快 一点》《要敢闯》《多干实事》《两只手都要硬》《共 产党能消灭腐败》《稳定是个大前提》《我们只能走社 会主义道路》。这八个题无一不切中时局要害,这组评 论及时、准确、全面、生动地传达了小平同志谈话精神, 先声夺人,对当时澄清错误认识、冲破思想枷锁,扭转 时局起到了助推作用。

"猴年新春八评"刊发后引起极大的反响。《人民 日报》全文转载了第一篇,还详细摘要转发了另外三篇。 内地许多报刊及香港《文汇报》《大公报》纷纷转发, 台湾、澳门和各国驻香港新闻机构、通讯社也纷纷转载 "八评"; 日本共同社、英国广播公司(BBC)、新加 坡《联合早报》等媒体都向报社索要"八评"传真稿。 陈锡添回忆道,这组新春系列评论刚刚发出第一篇,国 务院副总理邹家华的办公室工作人员就打来电话, 让报 社把将要发表的其余评论的初稿传给邹家华看。

陈锡添认为,这组评论能产生巨大影响,首先与当 时的形势密切相关。在当时东欧巨变、苏联解体的时代 背景下, "姓社姓资"的争论严重束缚了人们的头脑, 改革开放几乎止步不前,人们"闯""试"的勇气消减 了,深圳的改革也引发了一些不同声音。中国又一次面 临改革向何处去的重大历史抉择。这一组评论, 传达小 平同志谈话精神,正是针对当时的现实情况澄清错误认 识、冲破思想枷锁,对扭转时局起到了助推作用。其次, 与杨广慧部长等领导的改革意识、担当精神、宣传工作 水平有关。他提出的成立评论写作组、集体讨论修改等 工作机制,也非常合理有效。另外,还与《深圳特区报》 的传播力、引导力、影响力、公信力有关系。当时报社 每年都要寄 50 多份《深圳特区报》到国务院, 国务院 办公厅为此专门写了一封信给报社,信中列出了一个名

单,告诉报社这些报纸都分送给了总理、副总理、秘书 长、副秘书长等人,来信还对深圳特区报社表示感谢, 并勉励报社把报纸办得更好。

对今后怎么写好新春系列评论,陈锡添也提出了建议。他说,习近平总书记治国理政新理念新思想新战略,每年底中央经济工作会议精神,每年初全国、省、市两会精神,可以为新春评论写作提供指针。当时八篇评论的标题,几乎都是用的邓小平同志的原话,今后评论写作中也可以像这样大胆一些。其实,新春系列评论写作没有一定程式,而是要从新的形势出发,在中央大政方针和深圳的结合点上做好文章。

"猴年新春八评"丰富了评论文体的形式与内涵

"猴年新春八评"写作小组的组长由王初文担任,并不仅因为他是当时负责评论性文章的《深圳特区报》副总编辑,更主要是因为"他的文笔好,文风又符合领导的要求,写出的文章可供大家参考,以统一文风"。言而无文行之不远,从这一细节也可以看出当时的深圳市委领导和《深圳特区报》的一干新闻人,是多么迫切希望能够将邓小平的讲话精神传达到四面八方。

可以说,邓小平南方谈话精神是由《深圳特区报》的"猴年新春八评"最先透露出来的。"猴年新春八评"的诞生,对于新闻评论这种文体来说,本身也是一次带有"深圳特质"的创新。"猴年新春八评"丰富了评论这种文体的形式与内涵。

王初文曾经写过一篇题为《从"八评"看商品经济条件下新闻评论改革》的论文发表在《岭南新闻探索》1992年第2期上,及时对"猴年新春八评"的新闻评论实践进行了理论总结。现在来看,"猴年新春八评"对评论的创新与革新,对今天的新闻评论写作与生产仍有积极意义。

首先,新闻评论,顾名思义,通常是先有新闻,后有评论。但"猴年新春八评"突破了这种限制,先通过评论的形式,将小平谈话的消息"全真"地透露、传达出来,这是大胆的尝试与创新。

其次, "猴年新春八评"的标题几乎都是小平的原话,这种具有鲜明话语特征的标题,一看就知道评论不是凌空蹈虚,而是有新闻实据的。这样的表达技巧,胆识与智慧并存。

"猴年新春八评"集体写作的生产方式不算创新,但在如何解决集体写作文风不统一的问题上有了新做法。 "猴年新春八评"不仅由写作小组组长统一文章风格, 在审稿上也坚持由一名领导来把关,保证了文章风格前 后不走形。这样的新做法,既体现了能力,也彰显出担当。

再就是为"猴年新春八评"发预告, 既彰显评论的 重要性, 也提升了读者的阅读期待。

"猴年新春八评"的生产方式与流程,在《深圳特 区报》现在的新春评论写作中也大部分得以继承和保留, 是《深圳特区报》的优良传统与"传家宝"之一。

把握重大历史机遇,继续凝聚思想共识

小平同志 1992 年南方视察之后又奠定了深圳是中国改革开放的"领头羊"和"排头兵"的地位,在这片"试验场"中,《深圳特区报》又处在最前沿地带,深圳经济特区在全国的地位,造就了《深圳特区报》非凡的影响力;另一方面,《深圳特区报》总能保持特有的政治敏感和敏锐的新闻嗅觉,善于在重大政治经济问题上捕捉和发现改革的信号,并不遗余力地大力传播"试验场"的新事物、新观念和新经验,为中国的改革开放大业鸣锣开道,一直扮演改革开放的推动者和鼓与呼的角色。而评论在其中,则起到画龙点睛的作用,把特区的改革实践总结提升到思想和理论的高度,对全国改革开放舆论发挥举旗引领作用,为全国改革开放提供参考镜鉴。

今年是深圳经济特区建立 40 周年,不巧的是遭遇了突如其来的新冠肺炎疫情。"不可否认,新冠肺炎疫情在一定程度上冲消了深圳对特区建立 40 周年庆典的热情,但《深圳特区报》对特区建立 40 周年的宣传报道和评论不能降温减挡。"钱汉江指出,毕竟过去 40 年深圳的改革探索发展以及所取得的成绩是一个既成事实,我们依然要做好梳理,对成功经验进行总结提炼,

上升为理论的高度。

"评论是报纸的灵魂和旗帜,在社会发生重大变革 时期,以及在城市面临重大历史机遇期,报纸都应旗帜 鲜明地发表评论"。当前深圳面临"双区驱动"重大历 史机遇,正在先行示范区和粤港澳大湾区建设中"加速 跑"。钱汉江认为,作为改革开放先锋城市的党报,《深 圳特区报》更应继续通过评论来不断激发改革开放热情。 而要做到这一点,关键在于要全面、准确地理解并掌握 中央和省委、市委的工作部署, 立足新形势, 站在战略 和全局的高度深入分析、思考问题, 在中央大政方针和 深圳的结合点上发力,努力为破除改革创新发展障碍提 供思想指引和理论指导,为深圳打造高质量发展高地、 法治城市示范、城市文明典范、民生幸福标杆、可持续 发展先锋鼓与呼。同时,还要准确把握时代脉搏、时刻 了解干部群众的实践和思想实际, 为深圳建设中国特色 社会主义先行示范区持续凝聚改革开放共识。

对于如何提升党报评论的传播力、引导力、影响力、 公信力,钱汉江表达了自己的见解:一流的报纸,就应 该有全国乃至全球视野,要突破地域界限,不应局限于 一时一地。对于国内外重大的、受众普遍关心的热点事 件,《深圳特区报》的声音不能缺席,要有自己的观点。

新闻评论就应该关心大局,胸怀天下,不应有这样那样 的禁区, 因为除了极个别特别敏感的事情以外, 只要地 球上的甚至是外星上的事务,任何我们的眼力、听力、 思想力所及的地方都可以进行评论。尤其要抓住那些别 人讲了又没有讲清楚的事情,大家只知其一而不知全貌 的事情,大众存在认识误区亟待权威声音来廓清迷雾的 事情等,提出自己独到的见解,为受众答疑解惑。要以 真实的报道、客观的声音、冷静的剖析、热情的投入, 及时发声,为时代立言,为改革助威,书写一份报纸的 担当和责任。

《深圳特区报》一直以来,以"报业改革的先行者 和积极的探索者"的形象名闻于业界,在报纸经营、新 闻制作、管理制度上屡出创举,在中国最早将市场机制 全面引入报刊体制内,稿件评级制度、薪酬制度、采编 分离、首席记者制等传媒界耳熟能详的名词,很多都是 从《深圳特区报》这一"母体"孕育、"发明"和推广 去的。"今天,直面媒体发展新变局也亦然",作为老 报人,钱汉江坚信:《深圳特区报》定能顺势而为、乘 势而上,不断创新观念,创新内容,创新形式、方法、 手段做好新闻宣传工作,继续担负起舆论引导先锋的责 任,再创发展新奇迹。



扭住中心不放

——猴年新春评论之一

□本报编辑部

猴年春早,万象更新。

新的一年,深圳百业争荣,但最重要的是扭住经济 建设这个中心不放,把经济进一步搞上去,在讲求效益 的基础上能高速度就高速度。

是因为改革开放,狠抓了经济建设,才有了今天这样大

的发展,才提前进入小康生活,才引起世人瞩目,被誉 为"一夜城"。

中央要深圳经济特区当好建设有中国特色社会主 义的排头兵,我们就更要扭住经济建设这个中心不放。 十多年前,深圳还是一个贫穷落后的边陲小镇,正 贫穷不是社会主义,社会主义的根本任务就是发展生产 力。生产大发展,并日益满足人们不断增长的物质和文

化生活的需要,这才是国家富强、人民富裕,有中国特 色的社会主义的样子。积数十年正反两方面的经验,中 国建设社会主义,必须全面贯彻"一个中心,两个基本 点"的基本路线。一个中心,就是以经济建设为中心。 这个路线不能变,也不会变,至少要管一百年。一百年 以后,再让世人看看深圳、看看中国吧!

扭住经济建设这个中心不放,我们是经受了考验的。 1989年春夏之交的那场政治风波之后,国内外的一些 舆论曾经担心,中国又要以阶级斗争为纲了。事实怎样 呢? 我们仍然以坦荡的胸怀向世界敞开大门, 坚持改革 开放的基本国策,一刻也没有放松经济建设这个中心。 这个中心不能变;变了,中国就会倒退,就会几亿人没 饭吃,中国就会大乱,也会影响世界的安宁。我国那场 政治风波之后, 为什么社会更稳定了? 说到底, 就是"民 以食为天"。经济发展,人民生活改善,带来的必然是 人心稳定, 政治稳定, 社会稳定。总之, 经济是社会稳定、 发展的坚实基础。事实告诉人们,一些曾经是社会主义 的国家, 政局顷刻发生了巨变, 有的一下子就垮了, 解 体了, 其原因虽然是多方面的, 但其中一个重要因素就 是经济没有搞好,社会主义优越性体现不出来,群众不

满意。中国则大不一样。党的十一届三中全会以来,由 于一直抓住经济建设这个牛鼻子不放,致使经济繁荣, 社会发展,人心稳定,民族团结,可谓"风景这边独好"。 当然,我们还要清醒地看到,我们的经济发展距离我国 现代化建设的第三步战略目标还差得远呢! 必须扭住中 心不放松,向前跑,跑得再快一些。

其实, 只要我们现实一点看问题, 就会发现, 当前 我国社会各种矛盾的根源,都与经济这个基础有关,各 种社会问题的解决都有赖于把经济搞上去。经济发展了, 国力增强了,各种问题都迎刃而解。

总之,以经济建设为中心,符合广大人民群众的最 高利益和共同愿望,是社会主义时期的主要矛盾所决定 的,是实现现代化建设"三步走"的战略目标所要求的, 也是进一步打开外交局面和在国际上树立社会主义中国 的良好形象所需要的。所有关心国家前途的人,都要十 分关心经济建设。所有的一切工作,都要围绕经济建设 这个中心, 服从、服务于这个中心, 而不能离开或干扰 这个中心。

正是:咬定青山不放松,任尔东西南北风。

(原载 1992 年 2 月 20 日《深圳特区报》)

深圳大学传播学院教授 刘劲松:

《深圳特区报》从1992年2月20日到3月6日,连续发表八篇猴年新春评论。

这组评论以敏锐的嗅觉,开阔的视野,恢宏的气度,及时、准确、全面、生动地传达了邓小平南 方谈话的精神,在中国改革的历史关头,回答了社会关注的热点问题,解开了许多人心中的疑团,因而见报后 好评如潮, 反响巨大。

《扭住中心不放松》是"猴年八评"的开篇之作。这篇评论语言朴实生动,情感真挚恳切,像"必须扭住 中心不放松,夹着尾巴向前跑,跑得再快一些",说的是大道理,讲的却是大白话。"猴年八评"的标题主要 取自小平同志的原话,文中也承继了小平语言风格,运用朴素的语言,形象的比喻,表达深刻的道理和力挽狂 澜的勇气;评论立意鲜明,直击要害,运用事实论据说明道理,用深圳改革开放所取得的成就,有力地论证了 必须坚持以经济建设为中心的主题。

社论被誉为媒体的旗帜和灵魂。新闻评论要站在时代前列,把握时代脉搏,了解社会发展新趋势,并且以 对国家社会和人民负责任的精神和敢开"第一腔"的勇气,传播新的思想观点,表达公众的心声,推动社会变 革进步。"猴年八评"能够获得成功的主要原因,就在于把准了时代脉搏和社会发展趋势,以其政治敏感唱响 了主旋律,奏出了时代的最强音。 本文编辑 黄浩

不唯上,只唯实,岂只写"东风"

——对话《东方风来满眼春》作者陈锡添

□王永亮 辛华

获奖篇名:东方风来满眼春——邓小平同志在深圳纪实

类 型:通讯 作 者: 陈锡添

获奖单位: 深圳特区报

奖项名称:第3届中国新闻奖一等奖

广东新闻奖特别奖

首届深圳新闻奖特别奖

2000年韬奋新闻奖

获奖年份: 1993年、2000年

陈锡添,深圳特区报业集团原总编辑。1992年采 写长篇通讯《东方风来满眼春》,参与写作《深圳特区 报》"猴年新春八评",在海内外引起强烈反响。邓小 平 1992 年视察深圳时,他被深圳市指派为惟一的文字 记者。当年3月26日问世的《东方风来满眼春》使他 一举成名天下知。

《东方风来满眼春》有"遗憾"之笔

记者: 陈老师, 1992年的3月26日, 您在《深圳 特区报》头版上发表了11000多字的通讯《东方风来满 眼春——邓小平同志在深圳纪实》。对当年这"东风" 在传媒界引起的强烈"旋风",您今天回想起来已是一 种什么样的感觉?

我永生难忘的激情岁月。我还清晰地记得,文章发表的 当天下午,《羊城晚报》头版就换掉计划中的版样,详 细地摘要转载; 3月28日的上海《文汇报》《中华工 商时报》,30目的《光明日报》《北京日报》全文转 载; 30 日晚,新华社以 A 级稿向海内外播发,并配发 500 多字的消息; 31 日,《人民日报》《解放军报》《经 济日报》《解放日报》《中国青年报》《工人日报》等 全国主要报纸都予以刊登;中央电视台在"新闻联播" 之后,用45分钟的时间全文播发。新华社在发通稿时, 只改了一个字,就是去掉我原文中"时针正指9点正" 后面的"正"字。

记者: 媒体好像还报道过一则"芋头"的故事?

陈锡添: 是,《东方风来满眼春》传遍全国后,湖 南省祁东县姐妹岭张李湾村八组一个叫刘杜伟的青年农 民给我寄来一封信: "尊敬的锡添记者,昨日读您撰写 的《东方风来满眼春》一文,知道邓小平爷爷很喜欢吃 芋头,我想邓爷爷为关心全国人民奔小康呕心沥血,难 道我们就不能向邓爷爷奉献一点爱心吗? 我跟妈妈在自 家责任田种的槟榔芋还留有一些,我想给邓爷爷寄去, 但不知怎样邮寄。请来信告知。"我回信告诉他可以寄 中央办公厅转。结果, 刘杜伟真还把两个槟榔芋寄到了。

记者: 现在回头看, 这篇文章是否有遗憾之笔?

陈锡添:这篇文章我有一个最遗憾的地方,就是没 有把邓小平的一段很重要的谈话写上去。邓小平有一段 话:不要搞政治运动,不要搞形式主义,领导头脑要清 陈锡添:写作和发表《东方风来满眼春》的历程是 醒,不要影响工作。这四句是原话,我记得非常清楚。

这四句话听起来很散,其实连贯性是很强的。不要搞政治运动,不要搞形式主义,说明你的政治运动就是形式主义。领导头脑要清醒,说明你搞政治运动的领导的头脑不清醒。不要影响工作,说明你搞政治运动、形式主义是领导头脑不清醒,就是在影响工作,所以不要搞政治运动。但这几句话临上版之前,我把它删掉了,因为当时正在搞"社会主义教育"运动。

另外小平同志还说:年纪大了,要自觉下来,否则容易犯错误。像我这样年纪老了,记忆力差,讲话又口吃,所以我们这些老人应该下来,全心全意扶持年轻人上去,等等,这些我都没敢写。我当时不敢写,说明我的思想不够解放。

南方谈话开始时不让报道

记者:一名记者,能够在历史的关键时刻,近距离直接聆听伟人谈话是难得的幸运。中央、省、市的记者那么多,机遇为什么单单被您抓住?

陈锡添:当时我是《深圳特区报》的副总编,我写的一些评论、报告文学、通讯等发表后产生了一定的影响,在当地小有名气。所以,江泽民、李鹏等国家主要领导人视察深圳时,市委都曾指派我去采访。我记得那是 1992 年 1 月 18 日的下午 5 时,我接到电话通知后赶到市委,被告知小平同志将在第二天到达深圳,由我随行采访,并特别关照,此事绝密,不得外传。

记者: 您可曾料到这一次采访会产生这样一篇代表您记者生涯中最高成就的通讯?

陈锡添:这个倒是没料到。但是,第一感觉告诉我, 光是"邓小平到深圳"这几个字,就已是全中国全世界 的重大新闻了。当时的国内外政治形势错综复杂。由于 受姓"社"姓"资"问题的困扰,每出台一项改革新举 措都显得步履维艰。先行尝试市场经济运作的深圳,本 来有中央给我们的"尚方宝剑",就是要带头敢闯敢试 的,现在也有点畏缩了。湖南的一个市委书记曾对我说, 他就看《深圳特区报》,只要你报道深圳有一个新政策 出台,并且下次还有报道,他就去做了,不用问了。人 家都看着你深圳,但你深圳都是畏缩不前,那么改革开放的前景岂不是很迷茫?在这样的背景下,小平同志要来深圳视察,意义非同一般。因为深圳是在他亲自关怀下迅速崛起的现代化大都市,是他亲自设计的改革试验场。小平上次视察深圳已经过去8年了,8年来深圳是进步了还是倒退了?是否像有些人说的那样变成了资本主义社会?他一向倡导实事求是,前来亲眼看、亲耳听,肯定会发表关系我国改革开放走向的重要观感。

记者:最近,我们看到一篇报道,小平同志 1992 年到达深圳前,1月18日早晨,在武昌火车站短暂逗留,与当时的湖北省委书记关广富、省长郭树言、省委副书记兼武汉市委书记钱运录等人谈了话,这几位地方领导当晚就将讲话记录传至中共中央办公厅。您对小平在深圳活动的采访是 1992 年 1 月 23 日结束的,《东方风来满眼春》发表却是 3 月 26 日,为什么会相隔两个月?

陈锡添:这是外国记者问我最多,而且是我最要回 避的问题。我去美国访问的时候,有一个记者跟着我, 第一个问题就问这个,我说我太忙了,他说陈先生你没 有回答我的问题,哪有太忙的?确实不是太忙,其实是 上头不同意报。据说小平同志视察深圳时有"三不": 不题词,不接见,不报道。第二天通知我们,没有报道 任务。新华社广东分社一位副社长,是我的学长,以为 上面指示不报道了,他就主要抓摄影,拿着摄影机到处 拍照片, 所以后来出了一个摄影集。我心里虽然说不, 但是还是要报道。小平这个讲话太重要了。根本不是来 度假,根本不是随便聊天,是有感而发,不吐不快,而 且针对性非常强。我心里想这个稿子不发出去,一辈子 遗憾。所以我一天到晚盯着他,像一个保卫一样,站在 他旁边,认真地听,认真地记,本报摄影部主任说要给 我一个漂亮的相机,让我拍一些照片。我说不拍了,不 要一心二用。我每天晚上整理笔记。1月23日,小平 同志离开深圳去珠海, 当晚, 我与当时任市委宣传部副 部长的吴松营同志将小平的谈话记录全部整理完毕交给 市委后,就打道回府了。我心里想总有一天能够将这个 重要新闻发出去。

既然暂时不作报道,报社编委会就决定用评论的形 式,将小平谈话的重要内容和精神传达出去。市委也是 这个意思。春节过后,我参加了由市委常委、宣传部长 杨广慧与副部长吴松营组织的评论写作组,撰写《深圳 特区报》的"猴年新春八评"。我执笔写了《要搞快一点》 《要敢闯》两篇。小平同志重要讲话的内容被原汁原味 地穿插在"八评"当中。"八评"从2月20日到3月 6日在《深圳特区报》发表后,在社会上引起很大反响。 《人民日报》转载了其中的4篇。

记者: 但您还是想写一篇大通讯来完整生动地表 现小平南方谈话吧?

陈锡添:是这样的。不久以后,党内通过中央文件 的形式对邓小平同志视察南方发表的一系列重要谈话做 了传达。那时,我就想,能不能在适当的时候,以新闻 通讯特有的优势,活灵活现地将小平在深圳的言谈举止 来一个大展示。于是, 我更留意对采访记录的整理和调 查核实。只是日常工作太忙,一直没有动笔。大概是3 月15日的样子,我们社长区汇文主动提出代我值夜班, 让我找个安静的地方将通讯写出来。

我刚要动笔,3月19日下午,市委宣传部又来通知, 让我立即动手写作电视纪录片《邓小平同志在深圳》的 解说词。三天时间完成8000多字,21日晚回到家里, 我才得以睡了一个完整的觉。

3月22日, 我记得是个星期天。上午我到办公室 去看报纸,突然看到《南方日报》刊登了一篇通讯:《小 平在先科人中间》。我心头一震,心想开绿灯了吗?你 报道千把两千字, 我报道万把字不都一样吗? 再想, 如 果兄弟报纸沿着小平南巡的路线采访一遍,我再发报道, 就成了马后炮了。

我于是急急忙忙回到家里,中午吃了几口饭,走进 书房,铺开稿纸,当即写上《东方风来满眼春》这个标 题。当时真是激情澎湃、文思泉涌。为了抢时间,采取 了边写边发排的特殊运作方式。24 日下午, 我收笔。 当天晚上,社长区汇文就审阅了全部发排好的小样。25

日上午,我和社长就一起拿着稿件去市委宣传部送审。 当时的市委常委、宣传部长杨广慧说,发吧!稿子我就 不看了, 你们自己把关, 但要注意, 你们要把小平同志 写成人,不要写成"神"。

记者: 我们曾听说是有重要领导支持或者说是暗 示您写这篇通讯的。

陈锡添:这是猜测。绝对没有,在杨部长说了"发 吧"之前,没有任何一位比杨部长职位更高的领导有过 这样的指示或暗示, 南巡报道能面世, 首先应归功深圳 市委领导。

记者:文章正式发表时,修改得多不多?

陈锡添:不太多,但是它凝聚了本报编辑人员的心 血和智慧。编辑陈寅帮我把原文中的"过了猴年"改成 "过了新年",因为文章中的时间是还未到春节。当天 值班的要闻部副主任陈桂雄跑来对我说: "'人们的目 光和闪光灯都一齐投向这位领一代风骚的人物身上', 这句的'人物'要改成'伟人'。"还开玩笑说: "你 同意我要改, 你不同意我也要改。" 其他编辑也是一样 地群策群力,让我感动。

记者: 听说现在已经送入档案馆的原稿上有"机 密"二字,这是怎么回事?

陈锡添:这是编辑部的一个"小鬼"随便写的,因 为他看到文章是写小平的内容,又看到边写边发排这么 紧张,猜想此文肯定有"来头",所以就在稿件发排时 信手写了这两个字。没想到, 因为他的这两字"墨宝", 如今倒给收进历史档案馆里去了。

记者:文章在3月26日见报后,您是不是有如释 重负的感觉?

陈锡添:恰恰相反,人说"乐极生悲",我是"乐 极生惊"啊。当时这篇文章发出去,我害怕,就睡不着 觉了。不是怕丢官, 乌纱帽掉了算啥? 一个小小的副总 编算什么?邓小平的形象,国家的大事,才是真正重要 的啊。通讯中很多是"邓小平说",弄错了怎么办啊? 弄错了不得了,一万一千字。

3月28号,上海《文汇报》登了,《中华工商时报》

也登了。28号晚上《光明日报》的总编让该报深圳记者站负责人打电话来要照片,说他们想发。到30号,《光明日报》登了,《北京日报》也登了。30号晚上,我值夜班,突然发现那个接收新华社通稿的机器"嚓嚓嚓"打个没完,原来我的稿子出来了,一万一千字。稿子竖起来有两个人高。心中的石头落地了。我高兴得不得了!《人民日报》的副总编保育钧,是我的同班同学,给我打电话,他说,陈锡添,你成功了!邓小平的名字到哪里去,你的名字也就到哪里了!他说你的稿子有谁审过吗?我说没人审过啊,就我们社长稍作修改了一下。他说你们这么大胆,就这么出来了?我说,是啊,就这么出来了。没有任何背景。

记者:这在当时还是很冒险的。

陈锡添:是的。深圳当时的市委书记李灏在市委常委会上说了一个事情,在1992年的"两会"上有一位中央主要领导同志问他,你们这个稿子怎么出来的?李灏回答说,"我不知道,家里定的吧",意思是他在北京开会,他怎么知道这个稿子是怎么出来的?他说家里定的吧,就是说是在家的深圳市领导定的吧。这位领导说:你们的胆子好大啊。

不唯上,只唯实,"东"文以外的故事

记者:在中国社会发展过程中,新闻媒体与政治改革两者形成互动关系,这一点毋庸置疑。前面我们提到的《实践是检验真理的唯一标准》和《东方风来满眼春》,您能比较一下这两篇文章的历史功绩吗?

陈锡添:不久前,我拜会了胡福明先生,我们谈得很好。我觉得二十多年前,《实践是检验真理的唯一标准》出来以后,对中国人有一个振聋发聩的作用。那个时代的中国人唯上思想很严重,什么都是上面说了算,领导说了算。于光远有一次谈话,我听了觉得很过瘾。他说,每次开人大会议研究政府工作报告,本来人大代表就是审议报告的,结果不是审议报告而是去学习、讨论、拥护这个报告,所以有一回于光远在参加人大审议时,突然惊呼起来,我们人大代表怎么回事?我们是来审议报告

的,怎么都是学习,一个劲地叫好?大家好像这时才恍然 大悟。《实践是检验真理的唯一标准》也是这样一声惊呼, 不要"两个凡是",促成了中华人民共和国历史上的一次 思想大解放、让全体人民带来了一次恍然大悟。

我写过一篇评论《假如是毒草》。我说: 你除毒草 连人都除了, 那谁还敢说话? 有些人可能放一株毒草出 来, 他可能是对意识形态有某种看法, 但他个人不一定 是反党反社会主义的。

记者:最近在一些传媒网上,看到有网友在讨论您写的《不唯上,只唯实》一文,您写这篇文章的动因是什么?能否讲讲相关的故事?

陈锡添:我这篇文章发表在《新闻爱好者》杂志上, 是从谈怎样报道突发事件入题的。

1992年8月,深圳在股份制改革中经历一次重大挫折。由于缺乏经验,也无先例可循,深圳市决定以发售认购抽签表的形式发行新股,发放抽签表1000万张,每张100元,摇号抽签,中签率为10%,即每买10张,必有1张中签。消息传开后,成千上万的内地人赶到深圳。预定8月10日出售抽签表,但从8日晚开始,股民们就在全市300个发售点前排起了长龙,总人数有120多万人。为了排队买到股票,女的把男的紧紧抱住,男的把女的紧紧抱住,以防别人插队。一个队中间不许人插进来,怎么办呢?抱住。8月10日上午开始卖表,由于管理不善,现场秩序混乱不堪。两个多小时过后,多数网点就亮出"表已售完"的牌子,原因是很多抽签表被人从"后门"拿走了,排了几十个小时队却买不到表的股民们不愿离去,场面十分混乱。当天晚上,一些人乘机聚众上街闹事,阻塞深南中路,造成交通中断。

我当时也参与值夜班,记者回来说: "太混乱了, 惨不忍睹。"但后来我们写的报道只写道: "一些网点 人多拥挤,秩序较为混乱""没有发生重伤和死亡事故", 而没有去描绘现场如何混乱。市里的一位主要领导看过 稿子之后,又在上面加了一句话: "发售工作体现了'公正、 安全、高效'原则,发通稿。"编辑部对这句与事实大 相径庭的话议论纷纷。怎么办!有人说删去,又有人说

领导加的怎么能删! 删吧, 碍于纪律; 不删吧, 昧着良 心扯谎。最后,还是没删,照发。第二天见报后,报社 接到100多个电话,责骂特区报是"特吹报""闭着眼 睛说瞎话",这种骂声一连持续了许多天。上头也发文 批评深圳新闻界这次报道没有反映实情,是"文过饰非"。 我们哑巴吃黄连事小,严重的是,报纸的声誉受到了损害。

这是一次,还有轰动世界的那一次。1993年8月 5日中午,深圳清水河仓储区的安贸危险品储运公司 堆放危险品的仓库发生强烈爆炸,人称"8·5火灾"。 仓库上空黑烟笼罩,爆炸声此起彼伏,火光冲天,碎 铁块、石块似雨点般落下……死伤逾百人, 市公安局 两名副局长在抢救现场指挥中牺牲。但发新闻稿时, 市里指示,不登伤亡情况,不登两名副局长牺牲。只 登发生爆炸、市里正组织全力灭火。编辑部负责人看 了按指示写的报道生气地说,这叫什么新闻?通篇报 道不提伤亡情况,这样发出去不被人骂死才怪。总编 辑拿起电话,打给一位主管领导,说明我们的意图, 一定要如实报道伤亡情况。但电话中的回答是按市委 意见办, 我当时很激动, 甚至有点失态。我当时是主 管新闻的副总编,便对总编辑说,老总,你授权给我, 我明天准备被撤职,不干了。你授权给我,让我来安排, 我今天一定要按真实的情况。

他说这样不好。后来经过商量,我们要了一部军车, 我跟总编辑直奔救火现场。当时真是揪心啊, 大火烧了 大半夜都没灭。省委派了副书记黄华华来, 灭火计划正 在研究。我们去找主持工作的市里领导同志谈火灾报道 问题,这位领导当时非常紧张地部署灭火事宜,连连说 不要找我不要找我,找主管的领导去……我说找主管领 导没有解决问题。黄华华过来问怎么回事? 我说"我们 是特区报的, 市里指示我们报道时不要提伤亡情况, 新 华社、别的传媒人家都会报的。特区报不报的话,会被 视为深圳封锁新闻。"

黄华华立即说:"这样吧,你们如实报,据初步统 计,到目前为止死5人、伤超过百人,两位副局长死亡 也可以报。"关于这次火灾的报道,我们发了消息、火 灾现场目击的特写和驻军、武警、公安战士奋不顾身灭 火的报道,以及两位公安局副局长生平事迹通讯等,整 个报道比较全面、准确。

火灾第二天, 当时的省委书记谢非从北京乘机到深 圳直奔现场查看灾情。他说,在飞机上就看了《深圳特 区报》,已清楚了解火灾情况,《深圳特区报》这次报 道真实全面,报道得好。

(原载人民网・传媒专题与特别策划"与中国传媒 高层权威对话"专栏,有删节)



东方风来满眼春 (节选)

——邓小平同志在深圳纪实

□本报记者 陈锡添

1月22日下午3时10分,小平同志和杨尚昆主席 在市迎宾馆接见了深圳市委、市政府、市人大、市政协、 市纪委的负责人,亲切地同他们——握手。

接着、小平同志和杨主席同深圳市五套班子的负责 人合影。合影时,坐在前排的有:小平同志、国家主席 杨尚昆、中央军委副主席刘华清、广州军区司令员朱敦 法、广东省委书记谢非、新华社香港分社社长周南、广 东省委副书记郭荣昌、深圳市委书记李灏、市长郑良玉、 市委副书记厉有为。

合影后,人们都围拢过来,同小平同志握手,小平 同志亲切地和大家交谈。

新华社香港分社社长周南握着小平同志的手,向他问

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

好,并邀请他1997年访问香港。小平同志连声说:好,好。

广州军区司令员朱敦法中将向小平同志敬礼、问好。 中央军委副主席刘华清上将向小平同志介绍说: "朱敦 法同志在淮海战役中是个连长。"小平同志笑笑说:"那 时还是个娃子哩。"在淮海战役这场波澜壮阔、规模宏 伟的人民战争中,负责淮海前线一切事宜、统一指挥中 原野战军和华东野战军的总前委, 由邓小平任书记。

今天,小平同志同省市负责人作了重要的谈话。

小平同志说,改革开放胆子要大一些,敢于试验, 不能象小脚女人一样。看准了的,就大胆地试,大胆地 闯。深圳的重要经验就是敢闯。没有一点闯的精神,没 有一点"冒"的精神,没有一股气呀、劲呀,就走不出 一条好路, 走不出一条新路, 就干不出新的事业。不冒 风险, 办什么事情都有百分之百的把握, 万无一失, 谁 敢说这样的话?一开始就自以为是,认为百分之百正确, 没那回事,我就从来没有那么认为。

李灏说,深圳特区是在您的倡导、关心、支持下才能 文 11000 字,本文节选于第六部分内容)

够建设和发展起来的。我们是按您的指示去闯、去探索的。 小平同志说,工作主要是你们做的。我是帮助你们、

支持你们的,在确定方向上出了一点力。

小平同志还指出,社会主义的本质,是解放生产力, 发展生产力,消灭剥削,消除两极分化,最终达到共同 富裕。证券、股市,这些东西究竟好不好,有没有危险, 是不是资本主义独有的东西,社会主义能不能用?允许 看,但要坚决地试。看对了,搞一两年对了,放开;错 了, 纠正, 关了就是了。关, 也可以快关, 也可以慢关, 也可以留一点尾巴。怕什么,坚持这种态度就不要紧, 就不会犯大错误。

在谈话中, 小平同志还谈到了, 现在建设中国式的 社会主义,经验一天比一天丰富;在农村改革和城市改 革中,不搞争论,大胆地试,大胆地闯;我们的政策就 是允许看,允许看,比强制好得多,等等。

(原载于1992年3月26日《深圳特区报》,原



《深圳特区报》记者陈锡添同志采写的长篇通讯《东方风来满眼春——邓小平同志在深圳纪实》,于 1992年3月26日在该报发表后,在国内外引起了轰动。新华社播发了通讯全文,中央许多大报、中 央电视台以及省市地方报纸、电台、电视台都纷纷全文转载转播,港澳台和海外许多华文报纸亦予以 转载,外电也纷纷评述。一张地方报纸,报道如此重大题材,报道涉及中国改革开放之大事,并在国

内外引起如此巨大反响,这在我国新闻史上是罕见的。采写这篇通讯的记者,在严格遵守宣传纪律的前提下,发挥 了敢闯的精神, 积极、主动、深入采访, 以高度的责任感, 用朴实而生动的文笔, 写出了历史的关键时期一代伟人 关键的言行,因而在国内外产生了重大影响,这是新闻宣传上一次新的突破,赢得了新闻界的赞赏,获得了 1992 年 度全国计划单列城市党报头条新闻竞赛总评特等奖、广东新闻奖特别奖、全国改革好新闻一等奖、中国新闻奖一等 奖,并被评为中国新闻界1992年十件大事之一。

通讯《东方风来满眼春》在写作上是比较成功的。作者按时间的顺序描述了邓小平同志在深圳的视察活动, 把我国改革开放的总设计师的音容笑貌、重要的谈话内容,都穿插于逐日的活动中,并通过背景材料的衬托, 使人一看就非常信服。对小平同志的重要谈话精神,也就更加容易理解。

摘自《首届"深圳新闻奖"获奖作品集》

本文编辑 黄浩

"八论敢闯"为改革开放鸣炮

——访深圳商报原总编辑高兴烈

□深圳商报记者 黄顺

获奖篇名:八论敢闯

类 型: 评论

者: 高兴烈等 作

获奖单位: 深圳商报

奖项名称:广东新闻奖一等奖

获奖年份: 1992年

在1992年度广东新闻奖评比中,《深圳商报》"八 论敢闯"获得一等奖。这组系列评论体现了该报复刊后 首任总编辑高兴烈一"特"二"商"的办报理念,让刚 刚复刊的《深圳商报》在国内外打响了知名度,真正做 到为改革开放鼓与呼。

"八论敢闯"符合《深圳商报》重新定位

1991年初,《深圳商报》复刊。

早在1990年8月,深圳市委为适应深圳经济特区 发展的需要,决定让停刊整顿的《深圳商报》复刊时, 请求中宣部推荐一位总编辑。中宣部干部局领导跟时任 《中国开发报》第一副总编的高兴烈谈了这件事。

"深圳是改革开放的试验区,是大显身手的地方。 我去!"他欣然领命。9月1日,深圳市委下达了任命书。 9月5日, 高兴烈便只身从北京来到深圳, 迎接新的挑战。 那时,他已过知天命之年。

复刊筹备工作千头万绪, 高兴烈首先抓《深圳商报》

的重新定位。市委书记李灏强调: "深圳商报要在办出 特点上下功夫。深圳最有特点的还是改革开放。抓住这 一点,就抓住了方向。"高兴烈遵照这一指导思想,制 定了"立足深圳,宣传特区,辐射内外,服务经济"的 编辑方针。

在实践中, 高兴烈认识到, 改革开放是深层反思、 上下求索的历史觉醒, 所以一定要解放思想, 实事求是, 走自己的路。但是,有的人受"左"的影响,不能接受 自我变革, 散布种种奇谈怪论。在深圳改革开放的第二 个十年, 高兴烈为了引导舆论走向, 围绕中心, 设置议 题, 策划推出了九大系列报道, 自觉当好改革开放历史 进程的记录者、见证者和推进者。

这九大系列报道为:深圳发展战略大讨论;再创"深 圳效益"系列;探索有中国特色的社会主义道路系列评 论: "八论敢闯"编辑部文章: 建立社会主义市场经济 体制基本框架——"十大体系"综述; "怎样做个深圳人" 大讨论;组织"山区百村行"采访活动;"深圳第二次 创业"系列报道;"增创新优势,更上一层楼"大讨论。

抓住重要主题"大题大作"

"八论敢闯"就是这九大系列报道之一。

1992年春,邓小平同志视察南方的重要谈话,对 深圳特区的改革开放作了精辟的总结: "改革开放胆子 要大一些,敢于试验,不能像小脚女人一样。看准了的, 就大胆地试,大胆地闯。深圳的重要经验就是敢闯。"

"南方谈话"有着深刻的创造性和鲜明的针对性。

它既是改革开放的又一个动员令,又是思想解放的又一个里程碑。高兴烈认为,宣传改革探索,就是要激励改革者的敢闯精神。深圳是改革开放的"试验场",但是,闯盲区、禁区、难区是有风险的;闯,需要一个全社会支持改革的舆论环境。新闻媒介责无旁贷,必须满腔热情地为改革者摇旗呐喊、擂鼓助威。

于是,他抓住"深圳的重要经验就是敢闯"这一重要主题,大题大作,组织专门班子撰写系列评论。从3月12日至4月3日,在深圳商报第一版头题位置连续发表8篇编辑部文章,人们称之为"八论敢闯"。"一论敢闯"《为进一步解放思想鸣炮》,旗帜鲜明地指出:"深圳的重要经验就是敢闯。闯,就是要改革,就是解放生产力,发展生产力。""闯,必须以思想解放为先导。没有思想的解放,就闯不出改革开放的今天,就闯不出举世瞩目的深圳。"接着,在半个月内,深圳商报又连续推出了《快马再加鞭》《防右更防"左"》《实事求是贵在"敢"》《敢用他山之石》《险处敢登攀》《胸怀大局才敢闯》《借鉴香港,互利共荣》等7篇评论。

"八论敢闯"针对当时人们思想观念上的主要倾向,议论风生,引人深思,催人奋进。既是深圳过去 10 多年实践经验的升华,也是为 20 世纪 90 年代的新目标导航、鼓劲。"八论敢闯"发表后,在海内外引起了强烈反响。一些报纸、电台、通讯社纷纷转载、广播或发表评论,称"八论敢闯"是"八声春雷",体现了邓小平视察深圳时的重要谈话精神,为进一步改革开放指明了方向。香港《文汇报》载文指出:"《深圳商报》'八论敢闯'的出台非常及时,其影响决不仅仅在深圳,实际上是为中国整体改革的进一步深化造了一种声势。"

"八论敢闯"获得了1992年度广东新闻奖一等奖。

"敢闯"系列催人奋进

"八论敢闯"是当时深圳商报整个"敢闯"系列报道的一个组成部分。

如果说"八论敢闯"是进行"思想"发动的话,那

么"追述历史",正是说明改革是靠闯"禁区"、跨"雷池"推进的。4月20日发表的长篇通讯《敢闯,深圳之魂》,就是以大量的"史料",概述了深圳建特区以来探索改革开放新路、闯关夺隘的艰难历程。从80年的土地使用权有偿转让到外汇调剂市场的建立,从股份制的创立到股票市场的开通,深圳人在改革开放中闯破了许多禁区、盲区和难区。该通讯既肯定深圳过去的敢闯业绩,更着眼于未来,呼唤深圳人继续发扬敢闯精神,再创辉煌,气势恢宏,催人奋进。

当时,深圳商报还在第一版开辟一个"敢闯篇"专栏,主要报道深圳人发扬敢闯精神开拓创新的典型事例,用"榜样的力量"宣传改革开放。首篇是《"金融特区"从这里起步——招商银行试办离岸业务纪实》。接着又推出了《跨越雷池——深圳会计制度改革纪实》《冲破"壁垒"——深圳柏雅股份有限公司创立启示录》、《槌声在深圳敲响——深圳拍卖市场诞生记》《"禁区"从这里突破——深圳房地产市场建立纪实》等20多个方方面面的改革典型。

为强化这些改革的新事物,每个典型都配发大约 200字的"编辑点评",就实论虚,或赞扬敢闯精神, 或批评社会偏见,启迪人们思想,指引深化改革路向, 使"敢闯篇"不仅有纪实性,更具思想引导性。

一"特"二"商"打响品牌知名度

"敢闯"系列评论,高奏改革开放主旋律,在全国 新闻界引起了强烈反响。

此后,深圳商报每年都对"敢闯"主题作集中报道。 比如从 1992 年之后,深圳商报几乎每年春季都要发表 一篇关于邓小平"南方谈话"的纪念文章,作为深圳人 交出的一份年度答卷。1994 年发表的《敢向潮头驭飞 舟——写在邓小平同志视察深圳两周年之际》,从建立 现代企业制度到全国配套改革,写出了两年来改革开放 的最新成果。1995 年 8 月,在深圳经济特区建立 15 周 年的时候,又发表了万言述评《深圳的证明》。深圳的 经验证明: "贫穷不是社会主义",出路就是通过改革 开放, 走出一条有中国特色的社会主义道路。

在后来多年中,深圳商报还在一版开辟"改革追踪 专栏,又推出一批新典型,使改革开放的宣传成为强势。 典型报道,写出了改革历程的风风雨雨,写出了改革者 的酸甜苦辣, 也写出了改革给人们带来的好处, 给社会 带来的效益。

正是靠着"敢闯"等紧盯深圳经济特区、市场经济 的一"特"二"商"系列报道,让复刊后的深圳商报品 牌知名度、美誉度日益提升,品牌影响力、竞争力空前 强劲。2005年6月,世界品牌试验室和世界经济论坛 首次发布的《中国 500 最具价值品牌》榜单,深圳商报 名列第 201 位。



为进一步解放思想鸣炮

—— 一论敢闯

□本报编辑部

深圳的重要经验就是敢闯。闯,就是要改革,就是 解放生产力,发展生产力。闯,必以思想解放为先导。

思想解放之声, 生发已非一日。没有思想的解放, 就闯不出"两个凡是"的樊篱;就闯不出改革开放的今 天;就闯不出深圳举世瞩目的成就。在深圳十多年闯关 夺隘、开拓、进取的历程中,一直伴随着思想解放的强 音。思想解放功不可没!

当前的问题是,我们的思想要再解放一点。90年 代的深圳,改革开放进入一个新阶段。左邻右舍奋力崛 起;香港平稳过渡,回归祖国,迫在眉睫;深圳正向多 功能的国际性城市前进;经济要腾飞,结构要调整,人 们的整体素质要提高,面临的问题很多,很多。我们依 然没有现成的经验,依然没有可以照搬的模式,依然要 闯破许多 "禁区" "盲区"和"难区",不进一步解 放思想怎么能成?

解放思想,贵在无畏。不敢解放思想,无非是三"怕"。 怕"出风头"的流言,怕"搞资本主义"的帽子,怕闯 关的重重险阻。说到底,是怕犯错误,怕丢乌纱帽。

饱食终日, 无所事事, 专挑别人毛病的人, 历朝历 代都有。有的更以"左视眼"来批评敢闯者的行为和业 绩,怕此等议论而裹足不前,不是改革者的气概。对此 等流言、帽子,完全可以不争论,不理睬,让事实给其 有益的教训。

改革者就是要敢闯险阻,否则还叫什么改革者?要 闯关,要改革,就可能偶有失误。这是前进中的问题, 改了就是。何况出以公心,集思广益,还不一定会犯错 误。至于"乌纱",本就是党和人民给的,是为人民开 拓事业的扛杆。我们的时代, 呼唤和厚待的恰恰是思想 解放、勇于奉献的开拓者;倒是那些墨守陈规,庸庸碌 碌,毫无建树者,应该担心"乌纱"落地。

解放思想,必须甩掉包袱。改革开放以来,深圳 得天时、地利、人和之利, 步子较快, 走在前面一点。 于是,有些同志便骄傲起来,以老大自居,以功臣自居, 看别人这也不行,那也不是。这种仰起鼻孔走路的态度, 十个有十个要跌跤。我们要解放思想,首先要甩掉这 个大包袱,还要励精图治。其实,不必远视,只要看 一看我们周围,珠江三角洲这片蓬蓬勃勃的广袤土地, 看看那迅速发展的经济增长势头, 昂扬向上的精神风 貌,积极主动的出击态势,对于固步自封的同志,都 是绝好的清醒剂。国际市场风起云涌,千帆竞发,各 国都在寻求机遇,处处都在谋求发展。深圳可谓前有 重重关山待越,后有兄弟地区追赶,任重而道远,可

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

不自勉乎,可不自励乎!

思想解放是所有敢闯的先驱们共同的可贵品质。 没有哥白尼的思想解放,没有哥白尼的敢闯,哪有地 球中心说的废除?没有达尔文的思想解放,没有达尔 文的敢闯,哪有进化论的科学新说?同样,不解放思想, 月12日《深圳商报》)

不敢闯,就没有深圳迅速崛起的今天,更不会有深圳 辉煌壮丽的明天。

让我们为进一步解放思想鸣炮!

(本文为"八论敢闯"开篇之作,原载1992年3

深圳大学传播学院教授 李明伟:

好的新闻评论一定是扣准了时代发展的脉搏,洞见了社会涌动的大潮,《深圳商报》的"八论敢闯" 系列评论就是这样。它敏锐感受到了 1992 年邓小平南方视察带来的春天勃发的气息,抓住了邓 小平讲话中"深圳的重要经验就是敢闯"这句点睛之论,从内涵与意义,思想和观念,路径和方法等八个方面, 对"敢闯"二字背后的改革创新精神作出了鞭辟入里的宏论。评论既立足于深圳的改革开放实践,又指向了 全国思想解放的大局; 既高调赞扬了"敢闯"的既有经验和伟大成就, 廓清迷雾, 鼓舞人心, 又直言亟待"敢 闯"的盲区、禁区和难区,并指明了"敢闯"所需具备的胸怀、视野和魄力,可谓脚踏实地,又高屋建瓴, 为中国新一轮的改革开放吹响了深圳的号角。这八论已经了不得,而这只是《深圳商报》策划推出的九大系 列报道当中的一个系列,由此足见这份报纸在复刊之初的雄心和魄力,也足见该报主编、"八论"作者高兴 烈先生的眼力和胆识。

本文编辑 黄浩

《身份证大搬家》推动市场改革

——深圳 1992 年新股发行凭身份证认购 新闻报道揭露背后真相

□深圳商报记者 钟鸿冰

获奖篇名:身份证大搬家

型:广播通讯

者: 王子建 石建华

获奖单位:深圳广播电台

奖项名称:第3届中国新闻奖一等奖

获奖年份: 1993年

1993年6月23日,第3届"中国新闻奖"评出 154 件佳作。其中一等奖 18 件, 二等奖 52 件, 三等奖 84件。作为我国综合性年度新闻作品的最高奖,第3 届获奖作品突出了邓小平同志视察南方的重要谈话和党 召开十四大的重大历史意义的主题,坚持正确舆论导向, 高扬了时代的主旋律,反映了全国各条战线在加快改革 开放和现代化建设方面取得的伟大成就。

"这是27年前的事了,"石建华作为这篇报道的 编辑,回想起来,心中免不了还有点激动。因为这是在 深圳设立深圳新闻奖的"首届新闻奖"评选中获特别奖, 又获广东新闻奖一等奖的新闻作品。更让人兴奋的是, 《身份证大搬家》和《东方风来满眼春》在第3届中国 新闻奖评选中,同时获得一等奖。

《身份证大搬家》是1992年8月15日7时20分 在电台《新闻追击》栏目中播出的。该栏目是一档由记 者王健负责采访和尚超红共同主持的深度报道栏目(王 健系节目主持名。实名王子建,现任深圳市委统战部副 部长、市宗教事务管理局局长)。

深圳新股发行 身份证认购引混乱

《身份证大搬家》播出后,迅速在社会上引起巨大 反响。这是各大媒体第一个深刻揭示和记录震惊全国 "8·10事件"中关于"身份证"问题的真相报道,其 震撼力和影响力是不言而喻的。

1992年8月,深圳证券交易所公布6家企业同时 上市。当年股票发行方式不是上网发行,而是采取身份 证买表抽签认购股份,每个人可凭个人身份证购买10 张表。这次前后两次共发行认购表1000万份。按此计算, 证券交易所仅此项收入可高达 10 亿元。

根据当时的规定计算,如果每个人凭身份证购买 10 张认购表,中签率为 10%。每中一张签,即可在二 级市场获利一万到两万元。这是毫无悬念的百分之百 的稳赚。

深圳这次新股发行采取用身份证购表中签方式,引 发全国百万股民南下深圳,是受同年1月上海"股票认 股证"风波的影响。

当年5月2日, "上交所" 放开了仅有的15只上 市股票的价格限制,造成上海股票市场疯涨。沪市股 票市场当天暴涨 105%, 随后两天股市继续上扬, 炒 股"一夜暴富"成了股民的心理期望。深圳买表认购 中签的新股发行方式,无疑被股民视为千载难逢的发 财机会,赚钱的巨大效应裹挟着百万股民从全国涌进 深圳经济特区。

1992 年 8 月 10 日, 深圳发行认购表 500 万张。全 市共设置 303 个发售网点,不到半天时间,抽签表全部 售罄。排了三天三夜的百万股民对此产生质疑,纷纷提 出认购抽签表内部存在"猫腻"和"腐败"操作,股民 认为被"戏弄",在质疑声中群情激愤,秩序发生混乱。 当天傍晚, 近万人聚集深南中路, 高举"反腐败""要 公正"的标语示威请愿。深圳市政府紧急协调决定,再 增发 500 万张新股认购表,并明确严查内部违规操作, 事态方得以平息。

这就是震惊全国甚至还惊动中央的深圳股票市场 "8·10事件"。事件发生后不久, 国务院决定设立中 国证券监督管理委员会。

身份证成"商品"流入市场

"8·10"事件的背后, 隐藏着另外一个惊人的隐患。 据记者王健回忆,9日晚,他与公安派出所一朋友闲聊, 这位警官无意中说到"认购中签表"规定,一个人凭一 张个人身份证购表,但许多人有成百上千甚至上万张居 民身份证。

说者无意, 听者有心。新闻敏感使王健意识到, 这 是一个值得关注的严重问题。石建华回忆,"当天我在 广州开会, 听说认购中签表, 会后立即驱车赶回深圳。 说实话,内心也不想错过购表中签的难得机会。"那时, 广深高速还没影,公路坷坎不平,曲里拐弯,跑了近三 个小时回到深圳。记者王健立即与石建华讨论警官提出 的"身份证"问题,两人当即确定由王健连夜采访调查, 并确定了采访主题, "身份证"是怎么从全国"搬"来 深圳的。

采访调查结果令人震惊。记者王健在采访中发现, 有股民随身携带的包中,装着成千上万张身份证。接着, 王健从邮局得知,近几天内,邮局就收到成捆的千万张 身份证从全国各地快寄到深圳。在《身份证大搬家》的 报道中,"根据记者初步统计,流入深圳的居民身份证, 最保守的统计也有 1000 多万个。"

1000多万个身份证是通过什么途径,经过什么渠

道搬来深圳的呢?记者王健调查发现,"搬家"的渠道 五花八门,有个人的,有借用的,还有有偿租借的,也 有企业主征收员工的, 更多的是用钱买来的。王健采访 到了一位姓林的女老板,她在5天前赶来深圳,雇了近 十个人排队。她从新疆花50元买一张身份证,总共用 62000 元买了 1240 张居民身份证。

记者王健还采访到姓高的一位公务员, 他花了 10000 元从老家买了 200 张身份证。更离奇的是, 王健 发现,某派出所把未发出的10000张居民身份证,挪用 来购买中签表。王健在现场看到,许多人还给排队购表 的股民出售身份证,每张售价200元。

据记者王健回忆, 当时在《身份证大搬家》播出稿 中,有个调查统计的基本数据,1000多万张居民身份证, 至少有10%是购买来的。也就是说,受法律保护的居 民身份认证的 100 万个"身份证",竟然成为"商品" 流入市场,这是何等不可思议的严重的社会问题。

按照《中华人民共和国居民身份证条例》第15条 规定,有下列行为之一的属于违犯"条例规定",应 予处罚: 拒绝公安机关查验居民身份证的; 转让、出 借居民身份证的; 使用他人身份证的; 故意毁坏他人 身份证的。可见,转让、借用、租用他人身份证都是 违犯国家关于身份证管理条例规定, 更何况是买卖居 民身份证。

报道推动市场改革和公安部重视

1000 多万张"身份证大搬家",将给居民身份证 管理和社会稳定带来多么大的隐患和危害。可见,新 闻专题《身份证大搬家》播出的时效性、重要性和影 响力是不言而喻的。《身份证大搬家》的播出,的确 在社会上影响广泛,反响强烈。这一报道不仅引起政 府对股票市场的重新思考,及时纠正和解决股票市场 存在的弊端和腐败,为规范股票市场跨出改革的一步, 还引起公安部门的高度重视。公安部就此专门发出通 知,重申居民身份证管理规定,严格身份证的管理工作。

时任广东省新闻奖评委、高级编辑余碧君在评析《身

份证大搬家》时说,这篇报道成功之处还在干记者、编 辑以其新闻敏感, 抓住"身份证大搬家"这一重大题材 和社会热点,深入调查采访,冷静分析和提出问题及改 进措施,起到了"悟以往之不谏,知来者之可追""变 坏事为好事"的积极效果。报道不仅使决策者警醒,也

使裹入"身份证大搬家"浊流中的百姓受到活生生的、 深刻的一次增强法制观念的教育。

《身份证大搬家》在第三届中国新闻奖评奖中荣获 一等奖,实至名归。



身份证大搬家的思考(對选)

□本台记者 王健 尚超红

尚: 各位听众, 你们好, 欢迎收听深圳广播电台 的《新闻追击》节目,我是节目主持人超红。

王: 我是节目主持人王健,欢迎您收听由我俩为 您主持的《新闻追击》节目。

尚:哎,王健,8月10日发生在深圳的这场"股 市风波"牵动了全国,也引起了国外的关注,后遗症 很多, 教训非常惨痛。

王: 是的,这次新股认购抽签表的发放,引发了一 场规模空前的"居民身份证大搬家",但是,四五天过 去了,市里有关部门对"身份证大搬家"的问题却没有 给予应有的重视,或者说根本就没有注意到"身份证大 搬家"所潜伏的巨大的危害性。

尚: 身份证是居民的身份证明,应该只是随同本 人一块行动的。而如今却成千上万,一块儿搬家,这 当中就值得我们思考。

王: 我们深圳人,包括这次来深圳购买认股申请 表的外地人肯定都会清楚身份证搬家是怎么回事。因为 他们当中大多数都是这次"居民身份证大搬家"的实际 行动者、参与者。虽然很多人开始可能没有意识到,但 客观上已经是这样做了。

尚: 哎, 王健, 这次居民身份证大搬家到底有多 少身份证被搬来了深圳?

王:这个,还没有一个统一的准确的数字。有人说 么途径、经过什么渠道流入深圳来的呢?

2000万,有人说1000万,说法不一,各有理由。不过, 根据我们的统计,最保守的估计也在1000多万。

尚: 也就是说差不多全国每 100 个人中就有一个 身份证被搬到了深圳,这个规模可以说是空前绝后的, 恐怕世界史上也是没有的,那么这1000多万的数字是 怎么来的呢?

王: 这次新股认购抽签表总共是卖出了1000万份。 每一份需要一个身份证。加起来已经是 1000 万张身份 证。当然这里面有部分是重复使用的。还有相当一部分 人仍然没有买到表的。还有呢,有些人带了100张身份 证也只买到10张表,剩下的还没买到。1000多万张身 份证当然不能说很准确,但最少也在这个数。

尚: 根据我们所掌握的情况,8月9日买表 的80%都是內地来的。有关部门作了一个不完全的 统计, 内地涌入深圳的有近百万人。保守一点也有 七八十万。这近百万人即使每人只携带 10 张身份证, 这个数字也就是1000万张了。

王:不管从哪个角度去分析,全国被搬来深圳的身 份证都是在1000万张以上。这是个非常令人惊讶的数 字,是不可想象的,全中国差不多每100个人中便有1 张身份证被搬到了深圳,这搬家的规模有多大!

尚: 那么, 这大约 1000 多万张身份证是通过什

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

王:根据我们调查,方法是五花八门,渠道是各显 神通。从5、6月份开始,由于深圳市新股发行方案一 直都在酝酿讨论过程当中,不断有各种传媒传递各种消 息,虽然这些消息都不太一样,但有一点是共同的,那 就是说新股抽签方式肯定需要身份证,因此从5、6月 开始,已经有人开始筹借身份证了。在深圳的居民也纷

纷写信打电话到内地汇集家里的、亲友的、同学的身份 证拿来深圳,似乎都是早作准备的。而8月初,山雨欲 来风满楼的那些天里呢, 邮电局更是忙个不可开交, 那 几天特快专递的业务量迅速增加, 邮件增加, 绝大多数 寄来的都是身份证。

(原播于 1992 年 8 月 15 日 深圳广播电台)

深圳大学传播学院教授 彭华新:

《身份证大搬家》是一篇关于"深圳新股发行引发的身份证认购混乱"的深度报道。其背景是 深圳股票市场"8·10事件",记者以自身的新闻敏感性意识到事件背后的身份证买卖问题。

身份证买卖问题关切到社会公共利益,选题上兼具新闻价值和社会价值。报道的结构方面,由于报道是广播 作品,采用对话式的叙事方式。在两位主持人来回抛出问题、解释问题的环节中深入且简洁地阐明了事件的 来龙去脉。文章沿着"身份证大搬家"的背景、身份证流入深圳的途径以及"身份证商品化"可能引发的严 重后果的逻辑,使得读者能够清晰且容易地了解事件的全貌。对话式的叙事方式,娓娓道来,引人入胜。尤 其是记者最后提出的"身份证流通"可能引发的严重后果,引起政府、企业、个人的深思。报道推动市场改 革和引起政府相关部门的重视,可见报道的影响力是重大的。最后新闻报道的语言客观、简练,贴近群众, 贴近生活。包括一些数据的引入, "1000 多万张身份证", "高姓机关干部"和"林姓妇女"的具体案例的 引入,增添真实感。这篇新闻作品具有前瞻性,通过对现有身份证流通现象的报道、分析,警示这种现象可 能导致的严重后果。这篇报道很好地体现了 Roscoe Drummond 对深度报道的理解,"以今日之事态,核对 昨日之背景,揭示明日之意义"。

本文编辑 黄浩

差点"牺牲"在新闻现场

——访第 13 届中国新闻摄影金牌奖得主赵青

□深圳晚报记者 赵伟君

获奖篇名:深圳 "8·5"大爆炸纪实(摄影)

型:新闻摄影 类

作 者: 赵青

获奖单位:深圳商报

奖项名称:第13届中国新闻摄影金牌奖

中国新闻奖三等奖

获奖年份: 1994 年

"摄影就是我的信仰,摄影就是我的生命。"赵 青,《深圳"8·5"大爆炸纪实》作者,一个在和平年 代经历血与火的洗礼、生与死的考验的新闻工作者,从 业 28 年来, 用一个个镜头定格历史记忆和时代温度, 同时书写自己平凡而又不凡的职业生涯。

1994年3月,《深圳"8·5"大爆炸纪实》获得第 13届中国新闻摄影金牌奖、中国新闻奖三等奖。其中, 新闻摄影金牌奖可谓沉甸甸,不仅因为它实现了广东省 在此奖项上零的突破,更因为摘获此奖的赵青,差点"牺 牲"在新闻现场、付出生命的代价。

1993 年清水河仓库大爆炸,现场惨烈

赵青,现任深圳晚报党委委员、编委兼图片新闻中 心主任。1990年毕业于武汉大学新闻学院摄影专业, 1992年8月从湖北东风汽车厂调入《深圳商报》,时 任摄影部摄影记者。一年后,清水河仓库大爆炸,他作 为最早一批进入爆炸现场采访的记者,经历了世界末日 炸点附近的另一个仓库还存有4个双氧水罐,如引发爆

般的至暗时刻, 也为这起重大灾难事故留下宝贵的影像 资料,他和同行们的努力更推动深圳在城市公共安全规 划方面的反思和前进。

回忆当年,赵青至今无法平静。

"27年前采访深圳清水河仓库大爆炸的情景仍历 历在目,在第二次大爆炸中我的相机被炸坏,我也在医 院住了半年。"

27年过去了,清水河片区早在城市更新改造中旧 貌换新颜,如今在这里工作的人,大多不清楚甚至没听 说过那段惨痛往事,只有亲历者如赵青,永远忘不掉那 惨烈的场面。

1993年8月5日, 酷暑。13时26分, 清水河的一 声巨响,将不少正在午休的深圳人从睡梦中震醒。清水 河附近小区住户门窗玻璃随之爆裂,据说,冲击波使破 碎的玻璃像子弹般"扫射"。存放着1000多吨硫化碱、 硝酸铵、硫化镁和1000多箱火柴的清水河危险品4号 仓库浓烟滚滚,着火面积越来越大,燃烧的化学物散发 的刺鼻气味弥漫四周,像催泪弹一般。

14时27分, 距第一次爆炸刚过去1小时零1分, 存放着上千吨硫磺、磷矾、硫化碱和二甲苯、甲苯的 清水河 6 号仓,发生了更猛烈的爆炸。第二次爆炸地 动天摇,一柱黑色的气浪直冲云霄,"蘑菇云"腾空而起, 高达数百米,引发的熊熊大火映红了整个天空。

在爆炸点南面几百米处,矗立着6个大油气库,第 一次爆炸后,消防员就不停地给油气库喷水降温。而爆

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

炸,同样威胁到油气库安全,所以救火的同时还要防止 波及油气库。据事后消息披露,油气库要是被波及爆炸, 将像原子弹一样,毁掉罗湖、福田等半个深圳,想想都 令人后怕。当时有新闻报道,深圳市领导为防止发生第 三次爆炸,命令将附近仓库的危险物品紧急用火车拉走, 并在事故点与液化气库之间建隔火墙。

危机四伏的关口,深圳调动公安、专职消防队 38个,消防车 72 辆,但单凭深圳的消防力量,已无法扑灭大火。广东省公安消防总队先后从广州、东莞、珠海、佛山、中山、顺德、番禺、惠州等邻近城市调派 42 辆消防车来深增援;晚上,香港出动直升机投掷水弹参与灭火;当天参加抢险军警民超过万人;疏散了 10 余万居民……直到第二天早晨 7 时,大火终于被扑灭,油气库的险情才解除。

面对"要新闻还是要命",没有退缩

"那次大爆炸造成 15 人死亡,200 多人受伤,直接经济损失 1.5 亿元。是建立深圳经济特区以来最严重的突发事件,被列入中国重大灾难事故警示录。"事隔多年,这组数字还是清晰刻在赵青脑海,刺痛他的心,其本人也是重伤者之一。

赵青还记得,"当时深圳商报社在福田区振兴路的南光大厦,第一次爆炸时我们刚吃过午饭,在南光大厦 10 楼办公室透过窗户看到清水河方向浓烟滚滚,就知道出大事了,最初以为是油站爆炸,实际不是。那个时候也不懂害怕,就很单纯想着离得更近一点把照片拍好。我们报社一共有 10 多个记者奔赴现场,大夏天的又是中午,车少人少,我打了个车大概 10 来分钟就赶到清水河仓库。当时现场警方已经拉起了警戒线,我拦了一辆警用摩托车进去的,整个周边办公场所的玻璃全部没了,浓烟滚滚,越往里走越触目惊心,其实心里也有点害怕,因为看到了地上被炸死的人。"

油气库那边有警察跑过来劝阻记者"快走,这里危险,要新闻还是要命"。但赵青和同行们都没有退缩。 现场火大、烟大,眼睛睁不开,但穿着背心、短裤没有



获奖作品《深圳"8·5大爆炸纪实》。 赵青 摄

任何防护措施的赵青顾不上这些,冲上去就拍,还是旁边一名消防队员把自己的安全帽匀给赵青。

第二次爆炸来得突然,巨大的气浪把救援人员抛向空中,漫天水泥块落了下来。当时距离爆炸现场大概50米的赵青正猫着腰不停按快门,也被一股热浪撞击冲向天空。"感觉自己离开地面,飘起来了,在空中听到一声巨响后就什么都不知道了。"摔下来后又被石块、钢筋、竹竿埋住,"第二次爆炸前我看到消防队员和几位公安局长都在前面没有撤离,所以我也根本没意识到危险会突然逼近,导致自己几乎被活埋。"而那两位冲在指挥救火最前线的公安局副局长杨水桐、王九明,以及笋田派出所副所长曾志德,都在第二次爆炸中当场壮烈牺牲。

过了许久,一位消防队员冲进来,将浑身是血的赵青扶起。"当时神志虽不太清,相机带子还挂在脖子上,我凭着本能把散落一地的相机器材和摄影包紧紧揽在胸前。"被消防队员艰难扶起来的赵青,才哽咽出一句"我的腿断了"。

不只是腿断了,赵青的头部、腰部、脚部多处受伤,按护士的话说是"身上几乎找不出巴掌大没伤的地方"。全身一寸以上的伤口 26 处,腰部炸裂,左肾脏露出,

缝了18针。左脚还因为感染差点截肢,留下终身后遗症, 每年四五月份梅雨季节,左脚都会胀痛难忍,从此不能 太负重,不能进行剧烈运动。

赵青在深圳市人民医院整整躺了半年。此后经年, 爆炸带来的伤痛和阴影始终伴随这位"拼命三郎"。漫 天石子哗哗落地的声音, 那股混杂血腥味和化学物品 燃烧的刺鼻气味,如同世界末日般震撼的声响和场景, 总在午夜梦回时闪现。

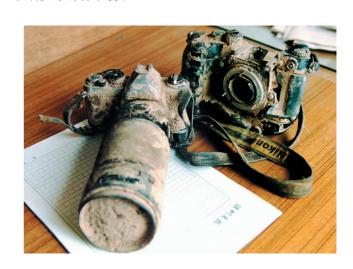
大爆炸当天, 赵青背了两部相机过去。一部完全炸烂 了, 胶卷全部曝光。"片子没了当然可惜, 但说实话, 经 历过生死一线, 我个人对那次采访没有什么遗憾, 能活着 就很庆幸。"幸亏另一部相机抢救出了20多张片子,最 终冲洗出来,在《深圳商报》刊登了一个整版,影像静默 但极具力量。其中一张尤其震撼人心,被深圳市档案馆永 久收藏,腾空的蘑菇云因为部分曝光上半部分变成红色, 仿佛火龙吐焰。赵青说,这一张是同事从我炸开的相机里 抢救出来的一张,而上半部分变成红色正是胶片爆光而产 生恰到好处的效果,我觉得这张照片是老天给的。

推动城市公共安全隐患反思,不辱使命

《深圳"8·5"大爆炸纪实》摘得当年中国新闻摄 影金牌奖,但最令赵青欣慰的是,自己与同行对新闻的 记录和对真相的追寻,推动了深圳执政者对城市公共安 全隐患的反思,以及城市公共安全规划的发展。

大爆炸事件后, 有关事故调查部门很快现场勘查认 定:深圳市安贸危险品储运公司清水河仓库4号仓因违 章将过硫酸铵、硫化钠等化学危险品混储, 从而引起化 学反应而发生火灾爆炸事故,是一起严重的责任事故。 而关于市区能否留存油气库这个"定时炸弹"的话题, 也引起了广泛关注和讨论。"8·5"大爆炸之后,深圳 官方则一直努力推进清水河油气库的搬迁工作。

至于赵青,一直在新闻道路上风雨兼程。采访三峡 移民, 记录港澳回归, 深入"非典"病房, 直击南方冰灾, 奔赴汶川、玉树大地震……曾主持开辟的深圳商报社"深 圳24小时目击"摄影栏目, 更开中国新闻摄影之先河, 吸引多家媒体效仿。



赵青当时使用的相机。

深圳大学传播学院教授 刘劲松:

对灾难现场的直击,最能够体现新闻摄影的冲击力,却需要摄影记者具备超越常人的非凡勇气。

《深圳8·5大爆炸纪实》的作者赵青为了这些极具视觉冲击力的影像,付出了巨大的代价,曾经 面临生死考验。警察在现场说的一句"要新闻还是要命",实际上是对新闻记者的灵魂考验。在灾难现场,记 者是勇敢的逆行者。面对爆炸现场的浓烟和熊熊大火,赵青没有退缩,一部相机炸烂了,胶卷全部曝光;另一 部相机抢救出 20 多张照片,无论是被炸烂的、一身泥土的照相机,还是逼近眼前的熊熊火光,都真实地记录 了这场灾难的细微刻度。这组照片最终获得了中国新闻摄影金牌奖和中国新闻奖等荣誉。

影像的力量来自于记者的职业精神,这些令人震撼的影像背后,其实是记者的职业精神在闪光。

本文编辑 黄浩

记录小平同志两次视察深圳,他让瞬间化为永恒

——"老记"江式高谈新闻摄影

□深圳特区报记者 张锐

篇 名:邓小平视察深圳

类型:新闻摄影

作 者: 江式高

发布单位: 深圳特区报

奖项名称:

1978-1998 中国新闻摄影精品展最佳奖 1998 年广东改革开放20年优秀新闻作品一等奖 首届深圳新闻奖特别奖

获奖年份: 1998年

1982 年,48 岁的江式高干起了专业摄影记者这个行当。"两轮过闹市,一镜走天涯。"这是他对自己摄影记者职业生涯的描述。作为深圳老一辈摄影记者、深圳特区报第一任摄影部主任,江式高在 20 世纪 80-90 年代,踩着单车,背着相机,穿行于深圳的工厂车间、高楼地盘、街道田间,将一个又一个农民工、打工妹的生活面貌定格下来。他的《死不瞑目》《斑竹泪》《金华"人"腿》《买股票的女人》《"比基尼"进入中国》等具有鲜明时代印记的作品都曾引起广泛关注。

然而,最令他难忘的,是 1984年、1992年小平两次视察深圳时,他都全程随同采访,拍下了大量珍贵的新闻照片。尤其在 1992年邓小平视察深圳、发表南方谈话时,他受命跟随采访。他把 88 岁高龄的邓小平的

伟人风采,通过一张张或目光睿智、手势坚定,或幽默 风趣、表情轻松的照片,呈现在世人面前。

好的新闻摄影,不是新闻事件"够了"就可以

1984年,小平首次视察深圳,江式高临时受命,全程陪同拍摄。那时候,江式高供职的深圳特区报刚刚成立不久,他带着一台尼康 FM2 相机,镜头也只有小变焦,"照片放大后,清晰度差了很多",江式高回忆起来,觉得有些可惜,"器材虽然不能决定新闻内容,但决定了照片的质素。我拿着照片去找领导反映,后来市委宣传部批了款项,报社购置了莱卡相机。从那以后,比较先进的器材,都是特区报先引进来,引领了一段技术潮流。"

能够拍摄国家领导人的重要行程,是摄影记者梦寐 以求的,江式高想着不能总是自己"出头",他希望把 这千载难逢的机会让给其他同事。所以在小平将要二次 视察深圳的消息传来时,他便表示过这个想法。但最终, 这任务还是交到了他的手上。1992年1月19日上午, 小平乘坐专列到达深圳火车站。这一次,江式高做了充 分的准备,带了三个相机:莱卡R6、莱卡RE以及尼 康801,以及5个镜头和充足的胶卷,全程共拍摄了10 多卷胶卷,每卷胶卷36张。

要知道,仅做足硬件准备,并不能保证一张优秀新闻摄影作品的诞生。

江式高说, 好的新闻图片, 第一取决于新闻事件的



获奖作品《邓小平视察深圳》。

江式高 摄

重要性。"大家都知道,随领导人视察出访,你的作品 就放在头条,拍出来的照片容易获奖。但是当你拥有了 绝对性的优势机会多了以后,就容易掉以轻心"。因此, 他常常强调不能仅仅满足于新闻事件"够了"就可以, 应付见报而拍,这是一种偷懒的行为。他提起俗称"机 器 + 人"的拍法,就是当时常见的一种政务新闻拍摄手 法,常见于领导考察企业工厂的新闻中。这样的"套路" 是不会出现在江式高的作品中的。

1992年1月20日,小平同志一行来到先科公司考察 参观,已随行拍摄了两天的江式高,都找不到拍特写的机 会,心急如焚。"因为每到一处,都必须考虑交待环境: 到了什么地方?做什么事情?陪同的有哪些人?特别是害 怕漏了谁,还必须尽可能地多拍一些随行者。拍好人物特 写,一要有机会单独拍摄一个人,二要他恰好有好的表情,

三要有好的环境和光线。假如环境一片杂乱, 假如用闪光 灯正面一闪,都不会有好的特写照片出现。"

在先科公司演播厅, 小平同志观看光盘, 有一段相 对稳定的时间。"我先利用电视射灯拍了一幅与谢非同 志谈话的镜头。电视灯熄灭后,大厅光线很暗,我连忙 换上 400°的黑白胶卷, 因为黑白胶卷由自己冲洗, 可 以提高感光度。装上400°胶卷一测光,测光表打不起来; 再提高到800°,仍然打不起来,只好再提到1600°, 我用莱卡相机 180mm 镜头, 光圈开到 2.8, 快门速度 也只有1/4-1/8秒。这样的速度加这样长焦距的镜 头,是很容易抖动的,我把相机紧紧贴在墙壁上,连拍 了几张。按常规冲胶卷,显影只要五六分钟,但这筒胶 卷显影 20 分钟时(一月天又冷),用安全灯一看还是一 条白带子。到30分钟才略见潜影。当显影到第41分钟时,

老人家的光辉形象终于出来了,心里的千斤石头终于放 下。后来证明,这是小平同志在深圳五天,我和我的同 行们拍下的唯一的一张最好的特写。"

在新闻摄影界流传着这样一句名言——"摄影记者 就是记者摄影"。江式高认为,"摄影记者要有头脑、 新闻意识、新闻修养,这是与'发烧友'的最大不同。" 在拿起相机前, 江式高做过多年文字记者, 练就了一身 硬本事。在文字采写岗位上积累的政治素养、新闻敏感 和业务素质,让他在进入新闻摄影职业道路上,多了底 气与判断力。

迟来 6 年的大奖

小平第二次视察深圳,江式高感觉和上次完全不同, "下车后本来是安排他休息,但一开始就坐不住,想要 到处去看看。从下车后在迎宾馆散步开始,他就发表了 很多谈话。他的谈话都是有感而发, 一句接一句, 非常 缜密。"江式高还记得,这一次,小平的精神很好,气 氛非常和谐, "他还首次穿上了夹克,以往他一直穿中 山装。"

在江式高拍摄的众多照片中, 有一张照片被广泛 使用, 那张照片是小平在仙湖植物园参观珍稀植物 花房,面露微笑,手指前方,前面鲜花盛开。"拍 摄时间是早上9时左右,阳光灿烂,小平前面的地 形有点坡度,并且有一条小水沟。我赶紧跑到他前 面,隔着小水沟和一排鲜花拍摄,那丛鲜花大概只 有三四十公分高,我差不多趴在地上拍摄,把前面 拍成一片虚幻的鲜花, 烘托出春天的气息和小平同 志满面春风的神情。"

6年后,这张照片从1978年至1998年间所有的新 闻摄影精品中脱颖而出,获得了由中国记协、中国新闻 摄影学会等单位主办,反映改革开放20周年的《改革 之光》中国新闻摄影精品奖唯一的一个"最佳奖",并 人选《中国百年新闻经典·摄影卷》,可谓尖子里面再 拔尖。1998年,在北京举行的颁奖典礼上,当代著名 新闻记者、原新华通讯社社长穆青为江式高颁发了特等 奖奖状, 奖品是一台当时最新款的尼康 F5 相机。

1992年的新闻摄影作品,1998年才获了大奖,这"迟 来的大奖"令江式高感慨万分。他说:"好的照片,第 一要被大家认可,大家说好才是好的;第二要经得起历 史的检验。摄影记者要常思考,眼前的照片过了10年、 20年,还是不是好的照片。"

新闻摄影,就是要"抓"那一瞬的永恒

作为老一辈深圳摄影记者, 江式高做新闻始终坚持 着高标准,要出"头等货"。他说:"除基本素质外, 至少要具备两个条件:一是比别人吃更多的苦,出更多 力; 二是比别人动更多的脑子, 要有高招。"曾在文字 记者岗位时,他就常要求自己"人无我有、人有我精", 独家新闻才珍贵。无论是新闻的主题、结构、语言、素 材等,总能有记者的发力点。比如:外国元首访问深圳 时,记者往往拍一张少先队员献花或参观的照片便可交 差了, 江式高则会坚持跟完全程, "因为你不知道参观 过程会发生什么。同时,还会有别的媒体记者同台竞技, 不可掉以轻心。"

20世纪80年代初,来深圳的外国领导人、国家领 导人很多,常常有多家媒体的摄影记者随行拍摄。次 日, 江式高都会摊开各家报纸的见报图片, 甚至剪下



江式高在领奖现场。

来比较:比细节,比角度。1992年,小平曾在深圳 仙湖植物园亲手栽下一棵高山榕树,将改革开放的 希望深深地根植在这片热土。为记录这一场面,多 家媒体的摄影记者都挤到同一个"最佳"角度拍, 江式高也在记者群中拍了两张, 但画面效果并不理 想,他环顾四周,巧妙地避开了杂乱的背景,让小 平同志植树的身影更明晰地呈现于画面中, 这张照 片, 也是独一份。

"人们都说演员台上一分钟,台下十年功,摄影 记者这一行,就看快门按下的那百分之一秒,也需要 有十年功。"新闻摄影要"抓"那一瞬的永恒,一旦 错过,就无法弥补。因此,江式高采访总是去得最早, 走得最晚,不惜体力。1992年,在民俗村和"锦绣中华", 小平同志乘电瓶车缓缓地游览,记者们边跑边照。"电 瓶车的直线里程是五公里加五公里, 我跑动的曲线距离 应该比这多得多,对于年届花甲的我来讲,不算是太轻 松。"而这样的工作态度,也成为了他两次随行拍摄小 平南方视察的原因之一。

江式高热爱摄影,专注新闻摄影,因为"新闻照片 在记录新闻的同时, 也就留住了历史, 所以它是摄影门 类中最能反映生活、反映时代、反映人的、最生动感人、 最有魅力的部分。沙飞拍摄的鲁迅, 吴印咸拍摄的白求 恩, 石少华拍摄的毛主席与小八路, 洛蒂拍摄的周恩 来,都给人留下了永恒的印象"。回忆过去,虽然他曾 两次拍摄了小平在深圳的行程,记录了无数动人瞬间, 但江式高却成了随行人员当中唯一没能与小平同志合影 的人。"能为小平同志留下这么多珍贵照片,已是我毕 生难忘和子孙都光荣的了。"

深圳大学传播学院教授 李明伟:

莱辛在其艺术理论名著《拉奥孔》中提出,艺术作品"最能产生效果的只能是可以让想象自由活 动的那一顷刻了"。新闻摄影通常被俗见排除艺术范畴之外,但它实为新闻与艺术的高度融合,

是对新闻事件中能让想象自由活动的一刹那进行瞬间定格的艺术。深圳特区报第一任摄影部主任江式高 1992 年拍摄的《邓小平视察深圳》, 6年后被评为 1978-1998 年间中国新闻摄影精品奖惟一的"最佳奖", 就是因 为这张照片以精巧的角度和鲜明的构图,抓取了一个极富生活化的场景和时刻,让人们可以无限畅想扑面而来 的春天气息和改革开放的明媚远景。但要发现和捕捉这一刹那,新闻摄影记者往往要千回百转,在同行的人潮 中,在不断行走和变换的场景中,苦苦寻觅,另辟蹊径。这对摄影记者的要求非常之高。文字记者出身,又专 职摄影十余年,让江式高既有出众的政治素养和新闻敏感,又能对作品的表现力拿捏有度,再加上他勤谨不懈 地投入与执着,才有了这张把伟大中国的历史性一刻变成永恒的新闻摄影精品。

本文编辑 黄浩

做一名理性的记者

——访第 12 届中国新闻奖消息类二等奖获得者苏荣才

□深圳特区报记者 戚金城

获奖篇名: 56 名女工状告工厂搜身侵权

类型:消息

作 者: 苏荣才

获奖单位: 深圳特区报

奖项名称:中国新闻奖二等奖

获奖年份: 2002年

放眼深圳经济特区走过的 40 年光辉历程,新闻事业在特区建设中留下了浓墨重彩的一笔,也为深圳的发展提供了有力指引。21 世纪初,随着改革开放的深入,经济全球化不断发展,我国已逐步融入全球经济体系中。当时,依靠"三来一补"产业发展起来的深圳就是经济全球化的一个缩影。时为深圳特区报社记者苏荣才采写的《56 名女工状告工厂搜身侵权》事件就发生在这个大背景下。

女工能在深圳集体起诉工厂搜身,除了她们维权意识的觉醒,还和当时深圳良好的法治环境息息相关。 2001年4月,深圳市委常委会议讨论通过《深圳市 2001年依法治市工作要点》,增创依法治市新优势和 建设社会主义法治城市成为"十五"期间深圳城市发展 的重要目标之一。

从提出"依法治市"到"打造一流法治城市",再 升级到建设"法治中国示范城市",扎根深圳新闻事业 27年的苏荣才,用"理性"的眼光见证着深圳越来越 完善的法治环境。尽管已经时隔19年,苏荣才对那次"搜身"事件仍然历历在目。

理性观察,巧选角度

《56 名女工状告工厂搜身侵权》这篇短消息刊登在 2001 年 8 月 3 日的《深圳特区报》上,并在第 12 届中国新闻奖评选中荣获消息类二等奖。这篇仅有 560 个字的短消息,能在众多参评作品中脱颖而出,主要得益于苏荣才选取了独有的新闻角度。

深圳市龙岗区坑梓镇(今坪山区坑梓街道)的宝洋产业制品厂(以下简称"宝洋厂")当时是一家以生产假发为主业的韩资企业,出口额在当年的坑梓镇居前几名,有员工2000多人。2001年7月30日,该厂怀疑女工偷盗原毛等原材料,6名女管理员及5名男管理员闯入车间,对56名女工进行搜身。8月2日,56名女工不满工厂管理人员"公然强行搜身",向龙岗区人民法院坑梓法庭递交诉状,状告工厂严重侵犯她们的人格尊严和人身权利,要求工厂公开赔礼道歉,并向她们赔偿精神损失费。

苏荣才在接到读者报料电话后,迅速赶到了宝洋厂,同时前去采访的还有许多其他媒体的记者。据苏荣才介绍,在采访现场,很多记者把目光聚焦在了工厂为何搜身、如何搜身、搜身时间有多久、女工如何哭诉等问题上。比如,部分媒体对此进行了详细的描写:管理人员呵斥女工双手抱头不准动,并要求她们像狗一样趴在地上,几名女管理员把手强行伸进女工内衣裤进行大肆搜

身,还将个别女工上衣及内衣脱掉。

这些细枝末节, 苏荣才的报道中基本没有提及。大 多数媒体将观察角度选择在"搜身"上,却忽略了这起 事件与以往类似事件最大的不同——女工自发拿起法律 武器维护自己的人格尊严和人身权利。在最初依靠"三 来一补"产业发展起来的深圳、虽然工人和企业之间时 常会有一些摩擦,但56名女工集体自发状告工厂搜身, 这样剧烈的劳资冲突是空前的。

中国人民大学新闻学院研究员刘保全在评析该获奖 作品时称, 苏荣才抓住这个不同点连续报道, 其观察角 度、思想角度的选择就独具特色, 胜人一筹。

平衡客观, 让双方说话

既然是双方纠纷, 在法院判决前, 谁是谁非尚无定 论,除了角度新鲜外,苏荣才凭着一股劲,让双方都发 出声音。

据苏荣才回忆, 采写宝洋厂女工被搜身事件并不算 很顺利。"8月2日上午,我们接到读者报料后,立即 赶往50公里外的工厂,采访女工、工厂的其他员工和 当地的劳动部门。"苏荣才说,当时原特区外的"三来 一补"工厂大多平时也大门紧闭,加之媒体闻讯后蜂拥 而至,可能面临"长枪短炮"的宝洋厂更是严守大门, 这成了苏荣才采访的一块绊脚石。

为了使报道更客观,让双方说话,苏荣才想尽办法, 最终通过当地劳动部门, 说服了对媒体紧闭大门的厂方 负责人接受独家采访。当天晚上七八点, 苏荣才很快就 完成了稿件。

第二天, 当纸质媒体、电视媒体分别把大量篇幅、 大量镜头对准如何搜身等细节问题时, 苏荣才的这篇 报道却独家加上了宝洋厂负责人的声音:否认实施了 集体搜身行为。此外,还有坑梓镇劳动站的调查结 果——宝洋厂管理人员对其中三四位工人的衣服口袋 进行了检查。

据介绍,考虑到这则新闻的重要性和敏感性,深圳 特区报在一版"今日导读"栏对消息作了推介,而将稿 件安排于 A7"深圳新闻"版的头题。在这条消息稿的 基础上,还配发了两条稿件:一条是宝洋厂5名女工讲 述事件经过——《"我们这样被搜身"》;另一条写的 是宝洋厂3名管理人员(含韩方)对搜身事件的看法— 《"这完全是一个偶然事件"》。

"三来一补"是中国在改革开放初期尝试性创立的 一种企业贸易形式, 指的是来料加工、来样加工、来件 装配和补偿贸易。正是凭借这种贸易形式,在深圳经济 特区建立的初期,深圳企业淘得"第一桶金",并进入 了加速工业化的进程中。劳资纠纷增多,也是深圳那个 阶段的产物。如何在外资和工人之间寻取平衡,对政府 和媒体都是一个考验。

"在劳资关系报道上,当时国内部分媒体过度强调 工人的福利和权益,比如工资。"苏荣才说,"到我们 这里来投资的,都是促进我们发展的,有问题讲问题, 没有必要贴标签。如果动不动就渲染日资韩资等外来企 业,煽动民族情绪,这显然不利于引进外资。"苏荣才 的稿件中, 提及韩资企业宝洋厂只有一句话, 并且放在 了最末尾。这样的处理,显然是淡化了外资企业的笔墨, 而将最具新闻价值的部分放在了前文。在初步工业化时 期,如何理性看待劳资纠纷,对外资和对工人的报道都 不失偏颇,是党报应有的担当。

报道引起轰动,纠纷很快解决

2001年,纸媒正处于黄金时代,报纸成为人们了 解国内外大事的主要载体。当时, 互联网还在起步阶段, 更不要说后来兴起的移动社交媒体了。据苏荣才回忆, 56 名女工被搜身事件见报当天,就在深圳引起了广泛 关注。相关资料显示,当时国内外有70多家媒体报道 或转载该事件。

从8月2日递交诉状,到8月24日至25日开庭审 理,并在审理后有了初步结果,宝洋厂和56名女工原 则同意进行庭外调解。党报的介入, 让这起重大劳资纠 纷案件快速案结事了。最终,经龙岗区人民法院调解, 厂方同意向56位女工每人支付4000元人民币的赔偿金,

并再次口头表示歉意,同时欢迎这56名女工回来上班。 然而,这些女工心灵上受到极大伤害,大部分都辞工了。

"搜身"事件就这样宣告落幕。然而,和该案有关 的话题却并没有停歇。苏荣才说, 劳资纠纷和冲突在当 时的深圳,还不算是最激烈的时候,"那个时候有一定 的苗头。"在此后的几年,类似"搜身"的事件仍然 时有发生。2004年,坪地某工厂每天下班排队搜身; 2006年,南联社区某工厂女老板丢失手机,全厂集体 搜身。这些事件都曾引起轩然大波。

苏荣才回忆,宝洋厂56名女工状告搜身侵权算得 上工人通过法律渠道维权意识的觉醒。后来,全社会的 维权意识也在增强, 搜身的事情也逐渐少了。但是, 劳 资纠纷与冲突, 仍是深圳存在的问题。进入 2010 年, 富士康跳楼事件的发生,又使得劳资关系成为深圳最引 人关注的话题。"劳资关系是深圳那个阶段的一个产物。" 苏荣才说。

时代在变,客观理性的报道方式不会变

苏荣才 1993 年从中国人民大学法律系毕业后,即 来到深圳从事新闻宣传工作, 先后在报纸和电视媒体供 职,现任深圳广电集团总裁助理、融媒体中心主任。一 直在传统媒体耕耘的他,不认同唱衰传统媒体的观点。

苏荣才举例说,假如深南大道发生一起多车追尾事 故,路过的车主或行人就会拍个照,再附上文字: "啊! 这里撞了,好惨烈!"他说,作为职业记者去到现场后, 要了解这个事情为什么会发生,发生的过程是什么,死 伤情况怎么样, 伤者送到医院后救治的情况怎么样。"原 因是因为司机违规,还是因为酒驾,还是因为道路设计 得不合理,交警部门对这个事情怎么看。"苏荣才表示, 努力呈现事件的全貌才是机构媒体人的职责, 而不是如 盲人摸象一样只知局部。

以移动智能手机为代表的信息传播载体, 对受众获 取信息的方式发生了颠覆性变革。此外,微博、微信公 众号等社交媒体的兴起模糊了传者和受者的身份, 使得 人人都能成为自媒体。苏荣才认为,和当年相比,如今 的媒体生态发生了翻天覆地的变化, 但受众获取信息的 需求没有变,记者展现事件全貌的职责没有变,新闻报 道的理性、客观性、真实性、建设性也没有变。

"理性"二字,是苏荣才接受采访时表述最多的字 眼。"单纯地揭露、揭丑、扒粪,这不是我们中国媒体 的生存之道。"苏荣才认为,把握和平衡报道方式,去 情绪化,保持客观、真实和理性才能推动社会进步。



56 名女工状告工厂搜身侵权

【本报讯】(记者 苏荣才)昨天,深圳市龙岗区 坑梓镇宝洋产业制品厂的 56 名女工不满工厂管理人员 "公然强行搜身",向龙岗区人民法院坑梓法庭递交诉 状, 状告工厂严重侵犯她们的人格尊严和人身权利, 要 求工厂公开赔礼道歉,并向她们赔偿精神损失费。

向法庭提交诉状的 56 名女工年龄最大的 41 岁,最 小的才 19 岁,她们均在以生产假发为主业的韩资企业 宝洋厂人毛部从事原毛整毛工作。

女工在诉状中提及的"搜身事件"发生于今年7月 30 日。据一位姓吴的原告女工称: 当天下午 5 时 50 分, 宝洋厂因怀疑工人偷盗原材料,6名女管理员及5名男 管理员闯入车间,对原告们进行搜身,时间超过1个小 时。原告女工认为,她们在雇佣期间,认真完成工作任 务,遵守厂规厂纪,而宝洋厂的行为严重侵犯了她们的 人格尊严,给她们造成了重大的精神损害。

对实施集体搜身行为,宝洋厂有关负责人予以否认。

记者为此采访了龙岗区坑梓镇劳动站负责人, 他告诉记 者,经了解,宝洋厂并未对56名女工实施集体搜身行 为,7月30日,宝洋厂管理人员在检查时确实"对其 中三四位工人的衣服口袋进行了检查"。次日, 劳动站 曾就这起纠纷在工厂和工人间进行了调解, 工厂负责人

也当面向工人道歉。不料矛盾进一步激化。

地处龙岗区坑梓镇龙田村的宝洋产业制品厂,是一 家韩资企业,设立于1991年,年出口额在坑梓镇居前 几名,现有工人2000多人。

(原载 2001 年 8 月 3 日《深圳特区报》)

深圳大学传播学院教授 辜晓进:

新闻记者靠新闻敏感吃饭,新闻敏感决定对新闻价值的判断,理性规范促成经得起历史检验的优 质稿件。苏荣才兼具敏感、价值判断和理性规范三方面优势、所以能脱颖而出、可产生获奖新闻。

一家外资企业的多位女工被强行搜身进而寻求法律保护,其中多个事实皆有新闻价值,如搜身细节、女工哭诉、 人格侮辱等。而苏荣才放弃了感性的描述、聚焦于女工为此集体诉诸法律、这才是史无前例和意义深远的最 高价值所在。更难能可贵的是,在这篇短短 500 多字的消息中,作者遵循新闻报道的职业规范,做到了 double check,即采访了冲突的双方,并给双方以平等的发声权利,保持了新闻传播规律所要求的客观与平衡。此外, 这篇消息还采用了典型的倒金字塔结构、满足了形式规范的要求、可作为新闻学生之范文。

我更倾向于将这消息视为一组专题报道中的主稿(另两篇分别是《"我们这样被搜身"》和《"这完全是 一个偶然事件"》)。而这主稿本身的事实已足够完整,因而具备了独立传播的条件。

本文编辑 黄浩

传递底层民众真实心声以新闻力量推动社会进步

——《解读"民工荒"》镜头下的时代意义

□深圳晚报记者 黄文 见习记者 郑志鹏

获奖篇名:解读"民工荒"

类 型: 电视纪录片

作 者: 欧阳宅光 邹志平 王为 许立群

获奖单位: 宝安广播电视台

奖项名称:第15届中国新闻奖二等奖

获奖年份: 2005年

2020 年是深圳经济特区建立 40 周年。40 年来,深 圳沧海桑田的发展变迁,是改革开放以来中国实现历史 性变革和取得伟大成就的一个缩影;而见证、记录这些 时代印记,用传播的力量推动社会进步,则是深圳新闻 人义不容辞的责任和担当。

时光回溯到 2005 年,在第 15 届中国新闻奖评选中, 宝安广播电视台选送的电视专题片《解读"民工荒"》 获得二等奖,是广东省惟一获此殊荣的电视作品。《解读"民工荒"》以深圳当时最主要的工业区宝安为切入点,通过记者在深圳各工业区和湖南山区农村历时近 3 个月的采访,运用大量的事实、调查和专家访谈,由表及里地解读了"民工荒"背后的深层原因,第一次在媒体上提出了"劳务工的心理成本"和"给农民工以国民待遇"的深刻主题。同时,对"民工荒"今后的走势及影响做出了预测和判断,并提出了建设性意见。

小线索牵出大背景——"民工荒"折射深圳时代印记

2004年7月,在宝安工业园区内的一家电子厂中, 偌大的生产车间只有两条生产线。电子厂老板卢才学介绍,由于招工难,厂内缺少大量工人,不得不关闭两条生产线,"人手少,我很多客户的订单没法做,只能全部推掉了。"卢才学说道。当时宝安电视台新闻部的采访团队敏锐地察觉到了这一信息,负责社会新闻的记者王为感到很诧异:"之前十几年,都是各地人民来广东打工的,总觉得我们仍然在享受人口红利,廉价劳动力是我们的资源优势,头一回听说因为没有工人关闭生产线的。"

带着这样的困惑,宝安电视台的采访团队在宝安的工业园区内实地走访。各厂区的墙上贴满的"诚聘女普工、修理、QC"、"急招女工、熟练工"的巨大横幅和园区内人头攒动、熙熙攘攘的景象形成了鲜明对比。各处大大小小职业介绍所,门前屋后都贴满了"急招"字样的公告,工厂的老板们用尽手段只为抢夺一个农民工……"空气中弥漫着'缺工'的气息。"随着调查的深入,王为认为其中必定大有文章。

2004年1月,广东省东莞市首次被官方确认民工短缺,"民工荒"一词被正式提出。"民工荒"指的是城市经济需求的民工劳动力普遍高于民工愿意和能够提供的劳动力,即民工劳动力出现短缺。在时任宝安电视台副台长欧阳宅光、新闻部负责人邹志平的策划下,王为与同事许立群开始进行跟踪采访,摆在采访团队面前的是无数个问号:在一向认为廉价劳动力处于无限供给的

中国,为何突然出现了"民工荒"? 当浩浩荡荡的"民 工潮"在持续涌动15年之后,大量的农民工去往了何方? 其为深圳经济带来的负面影响将如何解决?

新闻靠脚"走"出来——大雪天远赴湖南追本溯源

确定选题后, 宝安电视台采访团队多次来到宝安工 业园区内的工厂,拜托工厂老板联系采访对象。几经波 折,王为找到了正在深圳打工的郭盈,她的舅舅龙克生 是湖南省益阳市桃江县观音阁村的村民, 此前曾在深圳 打工,2001年离开深圳,回到家乡的木材加工厂上班。 王为与许立群决定,远赴湖南进行实地探访。

前往湖南的采访并非一帆风顺, 初入湖南之时, 采 访团队便遇到了大雪封路。王为回忆道: "长沙站到观 音阁村得有150公里左右,全程山路,同时还是下雪天, 已经记不大清当时是如何熬过这段进村路的。"

抵达村子后, 王为和许立群观察到, 路边有许多家 竹木加工厂,且工厂内的员工不少。龙克生解释了自己 离开深圳的原因: "我出来是为了淘金、挣钱,可我的 根还是在农村。家乡的工厂老板是本村人,根本不用担 心被拖欠工资。政府推行农业税费改革,种田有补贴, 也能更好照顾孩子。"回到深圳后,王为再次联系郭盈 进行采访,这次采访让王为有了新的发现。郭盈表示, 舅舅龙克生曾多次劝她返乡工作,但她依然想留在深圳 发展,她说:"我应该去外面多看看,学点经验,不遗 憾,以后找一个适合自己的事情做。"两代人观念上的 冲突在此交汇,新闻的关注点也在此聚焦。王为说:"两 代人对打工的定义不尽相同,对深圳的感情也完全不一 样。老一代人来到深圳工作的目的很明确,赚钱回家修 房子, 供孩子读书, 要落叶归根; 而年轻人是奔着美好 生活来的,他们渴望在深圳有家。"

同时,通过数据对比,采访团队发现,尽管郭盈与 舅舅龙克生在就业观念上大相径庭, 但两人在深圳打工 的收入却没有发生太大变化。以深圳宝安区为例,1994 年的最低工资水平为400元,2004年则是480元。为 进一步了解深圳农民工的收支情况,采访团队选择继续 深入调查。

由表及里挖掘"新闻眼"——一笔心理账传递群众呼声

"新闻片不能摆拍,也没有剧本,因此找合适的采 访对象是一个难题, 只能用心找, 耐心找。一天不成就 去两天,直到找到为止。"王为说道。因此在每一次拍 摄过程中, 王为时刻保持着高度紧张的状态, 他形容自 己大脑在高速运转,尝试预测接下来发生的事情,以便 提前做好准备,争取把握每一个瞬间。"这个瞬间的画 面语言不一定优美,但可能是最重要的。"

张凤娇是一位在深圳某电子厂上班的女工, 她与丈 夫分别在罗湖区、宝安区工作,每周仅仅能见上一次面, 两岁大的儿子只能在农村老家由外婆抚养。面对镜头, 张凤娇直言,在深圳"没有家"。她说:"在深圳打工 和我刚离开农村时的想象差距太远了。深圳政策很严, 学费很贵, 儿子如果想来读书就需要交借读费, 我的工 资收入很低,不够用。"她算了一笔账,在深圳租一套 一室一厅的房子最少需要 500 元,再加上日常开支和孩 子的教育问题,每个月支出将近2000元,超过了张凤 娇与丈夫收入的总和。

这笔账, 引起了采访团队年轻成员们的强烈共鸣, 也就此成为了《解读"民工荒"》的"新闻眼"。王为说: "我的感触很深,我就是在内地工作了几年才来到深圳, 他们说的很多话、很多事,我都感同身受。"之后,采访 团队找到时任宝安区人民政府副区长王立新、深圳大学 中国经济特区研究中心袁易明博士等专家学者, 让他们 算了一笔账——不仅仅算的是收支账, 更是算的一笔心 理账。

2003年,深圳工业对GDP增长的贡献率高达 72.7%, 劳动力作为生产活动中极为重要的生产要素之 一,深圳349亿元预算内没有一分钱的开支直接用在这 些外来劳务工人员身上。"农民工为城市创造财富,却 享受不到城市社会公共资源。当贡献与享受不匹配时, 还要抛弃农活和背负家人分离的心理成本,这笔心理账 不容忽视。"袁易明说。

好新闻的力量跨越时空——特区 40 年, 媒体人的坚守 始终如一

普利策曾说: "倘若一个国家是一条航行在大海上 的船,新闻记者就是船头的瞭望者,他要在一望无际的 海面上观察一切, 审视海上的不测风云和浅滩暗礁, 及 时发出警报。"王为认为,新闻记者不仅要找到问题发 出警报, 更要通过调查尝试提出观点, 找到解决办法。

针对"民工荒"的种种现象,记录片通过袁易明博 士的阐述,开出了一剂"药方":深圳需要从子女教育、 廉租房、医疗保险和技能培训四个方面入手,把外来劳 务工都看作深圳人看待,给予他们希望,才能真正留住 他们, 实现效益深圳, 构建和谐社会。深圳需要设置让 具有一定资历、水平、基础、前途的民工成为深圳永久 的居民, 让他们成为支撑深圳未来经济发展、产业发展 的主要力量。

在纪录片的末尾,滚动播放着这样一段话: "在本 篇即将播出时获悉,深圳市政府已开始酝酿大幅提高外 来工的最低工资标准。宝安区政府拟定将一批优秀农民 工的户口迁入深圳。"《解读"民工荒"》比较完善地 论证了"民工荒"背后深层的产生原因,并比较前瞻性 地提出了具体的解决措施。媒体人通过新闻传播的力量, 对推动深圳政策的改革起到了一定作用。

除 2004 年《解读"民工荒"》外, 宝安电视台(宝 安广播电视中心)诸如《登上〈时代〉的中国女工》《寻 找阿芝》等纪录片, 讲述的都是深圳底层民众的故事, 都是通过小人物见证了深圳发展变化的历史。王为说: "自改革开放以来,对中国人生活影响最大的事件,莫 过于沿海地区经济飞速发展带来的人口大迁徙。深圳经 济特区建立 40 周年,整个城市的发展史,就是一部外 来人口不断涌入、寻梦的历史。对于媒体工作者而言, 深圳这座城市就像是一座取之不尽的新闻富矿——当代 中国最波澜壮阔的历史画卷正在这里徐徐展开,而我们 新闻人,承载了记录历史,推动历史的重要使命。"

王为表示, 当今社会飞速发展, 科技更新迭代加快, 不少新闻人沉迷于新闻"炫技",忽视了其内核的情感 诉求。"先进的影视技术固然重要,它可以帮助我们更 加完美地表达与呈现新闻故事,但技术、技巧是为主题 服务的。"王为认为,想要讲好新闻故事,先决条件不 是拍摄设备,不是后期制作,而是新闻的真实性。



深圳大学传播学院教授 刘劲松:

这部由区级电视台拍摄的纪录片,不仅敏锐地抓住了深圳出现"民工荒"现象,而且深入挖掘背 后的深层原因。报道特色表现为:

- 一是记者的新闻敏感。记者在采访中敏锐地发现了"民工荒"的现象,并紧追不放;
- 二是精心选取报道视角。这部纪录片不以城市的视角看待"民工荒"问题,而是从进城务工者的角度进行 探究,这样才能将"民工荒"的问题分析清楚;

三是善于用事实说话。用事实说话,就要深入采访,记者在大雪天远赴湖南农村追访返乡的务工者,倾听 他们的心声。记者还为务工者精心算账,分析他们不愿意外出打工的原因,同时也分析了农民工在城市务工所 面临的生活难题:不仅工资低,而且心理成本高,无法享受城市市民待遇。揭示了"民工荒"的背后,其实是 农民工虽然为城市创造财富,却无法享受城市社会公共资源的残酷现实;

四是敢于"开药方"。为缓解"民工荒"出谋划策,探寻深层原因,借助专家直接为"民工荒"问题开药方, 前瞻性地提出从制度层面保障农民工的利益。

这部纪录片从"民工荒"现象入手, 层层深入, 细节生动, 扎实可信, 分析入情入理, 引人深思。

本文编辑 黄浩

用电波在城市的空中架一座"桥"

——访深圳电台新闻频率《民心桥》节目组

□深圳晚报记者 李福莹

名: 民心桥 篇

类 型:新闻专栏

者: 李静 陈洁 吴军 胡凯 朱克奇 戴思洄

发布单位:深圳广播电台新闻频率

奖项名称:广东新闻奖一等奖

获奖年份: 2008 年等

永不停歇的电波,来自永不消逝的新闻信念。深圳 经济特区建立 40 年以来,深圳新闻工作者一直以敢闯 敢试的先锋姿态,在新闻领域创新、坚守、担当,《民 心桥》便是其中优秀的新闻作品之一。

自2004年8月31日开播,深圳电台新闻频率的 《民心桥》节目用16年的坚守,在城市的空中架起一 座"桥"——传递民心民意,解读政策方针;直面社会 矛盾,督促问题解决;聚民意,汇民智,成为推进公众 有序参与公共事务,助力城市改革创新发展的有效平台。

截至 2020 年 8 月,《民心桥》先后邀请了 16 位市 领导和 600 多位政府部门、司法机关和社会服务行业的 相关负责人参与直播。听众反映的问题 100% 有回复, 90%以上得到解决和处理,广大群众则以超过十万次的 参与量表达了他们对节目的支持、信赖和喜爱。

2008年,《民心桥》获广东新闻奖一等奖,此后 更多次荣获广东新闻奖一等奖、二等奖; 2017年,《民 心桥》节目主持人陈洁成为首届"深圳新闻英才奖"获 得者;《民心桥》节目还得到中纪委、中央文明委、中 宣部调研组的肯定和好评,被深圳市纪委评为"反腐倡 廉优秀栏目",被中央纪委评为"党风廉政宣教教育优 秀栏目",其经验也被推广。《民心桥》不仅成为政府 与市民良性互动的新闻节目标杆, 更以十六年如一日的 坚守,见证了一座城市的成长和蜕变。

坚持做一座"桥"

如果说《民心桥》是一座长久而稳固的"桥",深 圳广电集团首席主持陈洁,便是一位守桥人。大部分深 圳人熟悉的是她的播音名: 陈希。对于《民心桥》这档 节目产生的历史背景, 陈洁依然记忆如新。

早在上世纪90年代,深圳电台新闻频率(先锋 898)已经有了一档《深圳事大家议》。虽然节目名几 经更改, 主持人也换了一代又一代, 但节目的内核一直 没有变,《民心桥》便脱胎于此。直至今日,《深圳 事大家议》仍锁定在深圳电台新闻频率898周一至周五 11:00-12:00 的时段播出,每周二便为《民心桥》。

《深圳事大家议》主要通过热线电话、短信平台、 网络微博等途径接受市民的投诉咨询,并通过记者调 查给予答复反馈;或就深圳发生的一些热点问题进行 讨论, 听取市民对城市发展、居民生活等的意见和建议。

"《深圳事大家议》的形式是单向的,虽然会依靠 记者采访进行回应,但节目组一直觉得还不够。我们想 创新一个双向的沟通渠道,《民心桥》由此应运而生。" 陈洁说,"大家在观点碰撞之后,将《民心桥》定位为 连通党委、政府与市民的桥梁。这个定位非常重要,我们不能把《民心桥》做成一个24小时信访,而是坚持'架一座桥',推动公众参与公共事务,同时也推动党委、政府的工作。不偏不倚,不预设立场,通过事实的报道,让受众自己得出结论。"

《民心桥》在这座城市上空不间断播出 16 年,得 益于这个精准定位。很多矛盾和意见的产生,是来源于 信息的不对称。《民心桥》能够让老百姓知道很多事情, 比如政府为什么这么干、正在干什么,以及将来打算怎 么干?信息畅通了,矛盾和意见也就消除了。

民心桥融媒体工作室主任戴思洄介绍,《民心桥》 诞生之初由深圳市纪委、深圳市监察局与深圳广播电影 电视集团联合主办、新闻频率(先锋898)承办。2016 年初,由中共深圳市直属机关工作委员会接手主办。几 经变化,党委、政府为节目运作提供了强有力的制度保 障,这也使得《民心桥》这档节目站在一个很高的起点。

2004年8月31日,《民心桥》首期节目邀请的嘉宾便是时任省委常委、深圳市市长的李鸿忠。此后,深圳市政府各职能部门的30多个主要负责人依次走进电台直播室,担任特邀嘉宾。

拒绝做"花架子"

作为首位走进电台直播间与市民直接对话的市长,李鸿忠曾给《民心桥》节目组下过一个"任务": "不管听众的问题有多刁钻多尖锐,全部接进来。如果我连这些问题都不敢和市民面对面,还能做一个合格的市长吗?"

他还强调, "民心桥"重在"民心", 办这样的节目, 不是为了作秀, 也不是为了博得虚名, 而是要做到沟通市民、了解民意, 解决群众关心的问题。一个好的节目可以对一座城市的经济社会发展产生很大的促进作用。正如李鸿忠当年为《民心桥》定下来的基调, 《民心桥》已经成为了深圳新闻界扩大公众参与、实现政府与市民良性互动的标签。

一开始,参与《民心桥》的听众,提的大多是关乎 个人利益的事情。但随着节目的延续,越来越多的市 民关注的是这座城市,不仅仅是提意见,更多是提建议。参与公共事务的意识越来越高,目标越来越趋于一致——让自己生活的这座城市更美好。

《民心桥》融媒体工作室主任戴思洄表示,《民心桥》在策划之初,就定下来一条规矩:每件事都要有回音,绝不做"花架子"。16年来,《民心桥》节目组一直坚持着这个原则,参与节目的职能部门对每一个听众的意见和建议,都必须回复到位。

做个真正的新闻人

一件事做一年不难,但做16年并不容易。《民心桥》 也面临过被误解、被质疑的时刻,作为节目主持人,陈 洁对此印象深刻。

多年前深圳"退保潮"中,陈洁每天都在节目中和听众解释政策。她说,当时连社保局局长都专门到社保大厅,在拥挤的人群中一个个劝说大家不要退保。但良苦用心在当时却没有得到足够的理解,当时的很多人,尤其是大量的来深建设者并不能理解,为什么要缴交社保,尤其是在工资本身并不高的情况下,还要付出一笔费用。陈洁回忆,当时很多听众指责她"不为我们说话"。陈洁没有因为听众的不信任和不理解而气馁,更没有因此打退堂鼓,她依然不厌其烦地在节目中进行劝说和解释。

时间最终证明了,陈洁在节目中所说的政策走向和时代发展的潮流是没错的。而当初质疑她、指责她的人,如今已经都成为了她的"铁粉"。很多时候老百姓是因为不了解、不明白,才产生这种对抗。而作为一个新闻工作者,最重要的是有定力、坚持住。

新闻工作者始终是深圳经济特区发展一线全方位的记录者、亲历者和见证者。谈及对新闻工作的思考,陈洁说:"做新闻的最高理想就是做瞭望者,当你看到别人要往礁石上撞的时候,哪怕顶着骂名,你也要提醒他们。"而如何做到这一点,陈洁给出最朴实的回答:坚持马克思主义新闻观,坚守新闻职业道德,做一个真正的新闻人。尤其在受到似是而非的观念冲击时,更要坚持价值底线。新闻人不是完人,但要有原则,让责任、

使命、理想、执着,成就你的信念。

见证城市精神的生长

不知不觉,《民心桥》成为一种见证城市发展的力 量。陈洁回忆,时任深圳市劳动保障局局长管林根第一 次做客《民心桥》时,拖欠工资问题成为那档节目的投 诉热点。当天 1300 多条投诉, 大部分指向欠薪。

9月份做完节目,深圳市劳动保障局马上出台政策, 在年底就开展"零欠薪"行动,此后这个政策延续了好 多年。当管林根再次做客《民心桥》时,拖欠工资的投 诉就只有零星的了。

在推动公共政策的完善方面,《民心桥》并未满足 只解决具体问题, 而是通过节目, 让党委、政府了解民 众最关心的问题,然后推出最新政策,或对现有政策进 行不断完善。

陈洁坦诚地说, 党委、政府的工作人员, 也生活在 这座城市,他们也是深圳人啊。他们的想法和市民的想 法是一致的。《民心桥》一直在参与和推动城市公共政 策的制定和完善,但不能贪人之功,更多是起到推动作用。

《民心桥》与深圳的先行内涵发生了怎样的链接? 陈洁思考了一下认真回答:链接的是这座城市的城市精 神。这座桥搭起来有多方的支撑,它不是浮在空中的一 座桥,它如此稳固而长久,来源于这座城市,最核心的 东西,就是深圳人对这座城市的热爱。

每座城市都有自己独特的精神,作为新中国最早建 立的经济特区, 创新、法治、务实、文明构成了深圳精

神的关键词。城市精神对城市的生存与发展具有巨大的 灵魂支柱作用、鲜明的旗帜导向作用与不竭的动力源泉 作用。城市精神如一面旗帜, 彰显着一座城市的特色风 貌,引领着一座城市的未来发展。

以前做节目的时候, 陈洁收到的市民表达常常是: 希望别人去改变,希望城市去改变,城市能给予我什么?

而现在, 陈洁感受到市民对这座城市已有了建设者 的自觉。在这座城市需要他们的时候,他们都会出现, 与这座城市融合共生。深圳经济特区建立 40 年来,能 够取得如此巨大成就, 其背后是城市精神所凝聚的强大 力量。

担当新时代的新使命

回望过去,展望未来。《民心桥》一直在主动出击, 不断创新节目形式,回应民生关切。

2020年,在抗击新冠肺炎疫情和复工复产双线作 战的关键时期,《民心桥》节目策划了"防控疫情, 深圳行动"局长系列访谈。2020年3月份恢复正常 播出,截至8月,节目共推出12期特别节目。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、市卫健委等主要负责人参加节目, 围绕疫情期间市民高度关注的学校开学、疫情防控、 公共交通、就业保障等民生热点问题, 重点介绍各部 门在疫情防控方面所推出的重要举措,及时主动回应 社会各界关切, 纾解民意, 受到了社会的普遍关注和 市民群众点赞。



直面问题,马上就办;真抓实干,民生幸福(节选)

—《民心桥》访深圳市委书记马兴瑞

主持人(陈希):各位收音机前的听众朋友们,大 家好!欢迎收听今天的《民心桥》特别节目,我是陈希。 今天我们邀请到了中共广东省委副书记、深圳市委书记

马兴瑞同志,走进直播室和大家直接沟通交流。我们的 热线电话是88310898,您可以随时拨打这个电话和马 书记进行直接通话。另外我们"898 民心桥"微信公众 平台也是为您开放的,您也可以发送微信给我们。

在节目之前,我们栏目专门开办了一个"我对书记 有话说"专栏,也收集到了三四百条市民朋友想对马书 记说的话,这些内容不管在节目里面有没有时间播出, 我们都会把它们集中起来,然后交给相关部门去处理。 首先非常欢迎马书记的到来,您是一个言出必行的人。 我记得去年的时候, 我第一次见您, 向您介绍了这个节 目,然后邀请您上桥,当时说等您熟悉一下情况就会来 《民心桥》做客,今天您来了,欢迎您。

马兴瑞:谢谢陈希女士主持这么好的节目,我也非 常高兴到这个节目来, 主要是我看你这个平台不错, 有 这么个机会可以跟我们深圳的市民多交流交流, 多了解 一下市民对于城市未来发展的一些期待,对我们当前存 在问题的看法。我觉得这是挺好的平台, 也是挺好的机 会,也是我作为市委书记一个正常的工作内容。

主持人(陈希): 非常感谢, 您也说过一句话, 您 特别喜欢老百姓,特别喜欢跟老百姓沟通。您在深圳走 了很多的地方,在很多地方都可以看到您的身影,比如 说地铁、滨海栈道。有人跟我说书记经常在罗湖绿道走, 也有人说书记经常走笔架山。您在深圳将近一年的时间 了,都走了哪些地方?

马兴瑞: 走的地方肯定是很多的, 有几种渠道可以 走。一个就是正常的调查研究活动,我有意识多安排一

些,到各个区、各个街道,到市委市政府的有关委办局 部门,到学校,特别是我比较注重到公司企业。还有一 个方面,也注意到深圳这座伟大的城市、辉煌的城市, 经过35年的高速发展,也面临着一些挑战。未来发展 从长远来说,基础性的问题,不解决好是不行的。所以 像包括医疗、卫生、教育, 也包括污染、水流域的污染、 城市公共交通、违法建筑,还有其他的一些情况,包括 基层治理,看看基层社区书记的工作状态、生活状态。 当然还有一类是通过统计方面, 比如说统计数据和统计 报告, 我经常看发改委、统计局他们的一些数据, 有时 候希望他们把背后的数据再挖掘出来,了解背后的本质, 包括 GDP 增长当中的一些不平衡问题,包括财政收入 的增长情况,也包括科技创新、创新驱动当中企业为主 体的情况。

我希望通过这些数据能够挖掘出发展当中的问题, 或者是研究经济社会发展的规律性的问题。当然有时 候我还参考一些国外的资料、国内的资料、其他城市 的资料。包括我有时候走路时碰到老百姓,就问他们, 你是做什么的? (他们说)做公司的,做企业的,当 公务员的, 当老师的; 生活怎么样, 住房怎么样? 反 正就是能有条件、能了解的情况,就尽最大努力多了 解情况。

(原播于2016年3月3日深圳广播电台)



深圳大学传播学院教授 李明伟:

在八卦风行、娱乐至死的时代洪流中,深圳广电集团的《民心桥》栏目十六年如一日,不忘初心, 牢记使命,让党委、政府与市民在电波中推心置腹,相互倾听,共谋深圳改革创新大业,共创 城市和谐发展华章,充分体现出了新闻媒体坚定的职业信念,卓越的专业水准。栏目风行 16 年,16 位市领 导和 600 多位政府部门、司法机关和社会服务行业的相关负责人进入直播间,直面问题,坦诚交流,汇民智, 聚民心, 有力体现了深圳党委政府民主执政、执政为民、勇于担当、智慧发展的理念与精神, 也生动体现了"来 了就是深圳人"的主人翁精神和建设者品格,以及深圳这座城市开放进取的昂扬姿态和现代化的文明程度。 正是得益于党委政府、新闻媒体和广大鹏城人民的协力合作,《民心桥》才成为深圳上空一座民主的桥梁, 深圳发展社会主义新型民主的一个硕果。从这方面来说,《民心桥》还是中国特色社会主义新闻事业的一个 优秀样板,一个开拓进取的样板。

本文编辑 黄浩

创业板: 十年磨剑终成锋

——深圳创业板"开板"报道出台始末

□深圳特区报记者 王欣

获奖篇名: 创业板终于在深圳闪亮开板

型:消息

作 者: 滑翔 王欣

获奖单位:深圳特区报

奖项名称:广东新闻奖一等奖

获奖年份: 2009 年

2009年10月23日,创业板启动仪式在深圳五洲 宾馆举行。

这是中国资本市场上首次出现"开板仪式"。无论 是改革开放之初的沪深主板市场,还是在那之前5年启 动的深市中小板市场, 谁都没有"开板仪式"这一说。

也许,十年磨一剑,创业板市场的诞生一波三折, 太需要一个更具仪式感的时刻,来纪念宝剑出锋的刹那。 作为一个全程跟踪报道创业板十年磨砺经过的财经记 者,细细回想,这其中的确有太多令人感慨的幕后故事。

一篇没能发出的报道

创业板市场最早起自国家科委的一项提议。 在创业板大事记上,最开始的几条是这样的:

1998年1月, 国务院总理李鹏主持召开国家科技 领导小组第四次会议,会议决定由国家科委组织有关部 门研究建立高新技术企业的风险投资机制总体方案,进 行试点。

1998年3月,民建中央向九届政协会议提出《关

于借鉴国外经验,尽快发展我国风险投资事业的提案》, 被列为"一号提案"。

1998年12月,国家计划发展委员会向国务院提出 "尽早研究设立创业板块股票市场问题", 国务院要求 中国证监会提出研究意见。

很明显,在整个第一年,这事还都没有证券部门的 参与。直到1999年1月,深交所向中国证监会正式呈 送《深圳证券交易所关于进行成长板市场的方案研究的 立项报告》,并附送实施方案。3月,中国证监会第一 次明确提出"可以考虑在沪深证券交易所内设立科技企 业板块", 直到这个时候, 证券部门才第一次正式参与 到创业板这件事里面。

作为一个地方媒体,深圳特区报也正是从这个时候 才开始真正关注起这件事来。

在那个"全民炒股"、老百姓眼里只有股市没有楼市 的年代,这类新闻的热度升温之快,比当今的楼市真是有 过之而无不及。每家媒体记者都削尖脑袋地想从不同角度 挖到一些蛛丝马迹, 搞到一点最新进展。而且, 在这种新 闻上, 财经媒体更有优势。时不时地, 就会有财经媒体从 某家证券机构那儿爆出"首批创业板上市公司备选企业" 之类的内幕消息,市场上也迅速引发一轮炒作……

我当时是深圳特区报负责金融财税线报道的记者, 身上的压力可想而知。

那会儿,深圳特区报没有专门的证券记者。我负责 线上有银行、保险、财政、税务部门, 跟这些部门和机 构一比,证券是最不出新闻的小线。

但是, 随着创业板一事的快速升温, 报社领导多次

要求我们主动跟进此事,第一时间抓到重要线索。

以当时的情况看来,我基本上是以一人之力面对其 他财经媒体整家报社的记者力量,大部分情况下都是跟 在别人后面去追新闻,深感苦无对策。

机会来得毫无征兆。每年4月,都是全国税务系统的"税收宣传月"。2000年4月,在税务部门的某次活动上,我见到了当时深圳市的分管领导。除了税务部门,这位领导同时还分管金融部门。在照常的寒暄"点卯"之后,我咬了咬牙,鼓足勇气提出:"领导,我想找个时间采访您。"

这位领导原本出身证券领域,创业板这事,他肯定掌握内幕。可我根本不敢直接说采访创业板,这事实在太敏感,他肯定不会同意。于是,就在开口的同时,我也做好了碰钉子的准备。没想到,这位领导深深地看了我一眼,竟然说:"行啊。"

我大喜过望,活动结束后,屁颠屁颠地跟着领导来到了办公室。坐下之后,那位领导不动声色地从桌面上拿起一份 A4 纸打印的文件,走过来递给我。也许,都不应该叫文件,更像是一份草稿,因为上面还有各种钢笔划出来的标记。

领导说: "你可以看看,但是,不能拿走,不能抄, 更不能报道。这就是我们现在正在酝酿的一个东西。"

20年后的今天,我当然知道我当时看到的是什么。可就在那一时刻,那个对资本市场几无所知、还自以为是圈中人的自己,对手中那几页纸的分量,真的完全一无所知!

那位领导后来还谈了些什么内容,我回来之后的专 访又写了些什么,现在都已记不太清楚。反正,稿子送 审的时候,秘书只简单地转达了领导的意见:不要发了。

在党报一线报道岗位工作 20 多年,这样采访了、写了,又不能发的稿子,也不在少数,但这一次,是给我印象最深的一次。

而且,从之后创业板事态的发展来看,领导的判断 非常准确:那篇报道还真不能发。事后揣度,这次采访 之所以能意外成行,很可能是因为当时市场上各种小道 消息满天飞,管理层考虑过通过主流媒体渠道发出正确 的信息,达到引导舆论、正本清源的目的。之所以选择 我们,自然是看中了党媒严谨认真的特质。

只是,从这件事情当中我也深深感受到,当历史行进在某些重要时刻,被裹挟于其中的人们,彼时彼刻,很可能并不知道自己正在经历着什么。而对于新闻记者来说,经历这种时刻的机会,又比常人要多得多。所谓的新闻敏感性,更应该包括把握大局、既有全局感又有纵深感的认识能力。

"偷渡"进去的摄影记者

创业板启动仪式在深圳五洲宾馆大宴会厅举行,因为 万众瞩目,记者证把控得非常严格,深交所只同意给我们 报社一张采访证。除了跑线记者外,政闻部记者滑翔因为 能够跟着省市领导进入,"无证行驶"了。摄影部副主任 岑志利马上找了过来:"怎么也得帮我们摄影记者搞张证 呀,这么大的新闻,没有自己的图片怎么能行?"

我赶紧去找深交所交涉。

负责宣传的工作人员也很为难: "申请采访的新闻机构太多了,现在每家都只给了一张证,如果多给你们一张,大家肯定都会要求增加,记者数量就得增加一倍。这次活动很多省部级领导出席,上面有要求,在新闻媒体的邀请上,我们说了也不算。你们是地方媒体里最重要的,能够给你们争取到一个名额,已经很不容易了。"

眼看到手的这一张也悬乎了,我不敢再强求,只好 跟岑志利商量对策: "不管了,那天咱们人先去,我进 去再想办法,怎么也得把摄影记者'偷渡'进去。"

到了开板仪式那天, 岑志利亲自出马, 大包小包地 跟我一起到了现场。

我把那张宝贵的记者证挂上脖子,艰难地挤过重重 人群,又被门口的安检人员反复查验对照,终于进了宴 会厅的大门。

一看这架式,我们原来打算的,进去之后偷偷把记者证摘下来,让人带给岑志利的想法,显然已不可行。

我只好再次找到深交所的工作人员,希望能够现场 争取到一张记者证。我跟这位工作人员平时接触很多, 大家关系非常熟。看得出来,他也很想帮我,只是职责 所限,他有心无力。但是,他还是做了一件非常仗义的 事情:把我带到他们领导面前,讲了我们的要求。

这位领导我也很熟,平时打过不少交道,只是他一 贯比较严肃,话也不多。这会儿,他听了我的要求,想了想, 问:"你们的图片可以提供给我们作资料图片吗?"

我也不清楚报社的新闻图片是否能够提供给报道单 位作资料图片,但到了这个时候,来不及咨询摄影部的 同事, 先大包大揽道: "没问题啊! 我们摄影部主任亲 自出马,专业水平杠杠的,图片质量绝对可以信任!"

领导点点头,没再说什么,摘下他自己脖子上的证 件牌,迅速塞进我手里:"那就这样吧。"说完他转身 就离开了。

待我反应过来,看了看手里的证件,简直大喜过望: 哇噻,这可是工作人员证件,比我的记者证权限还大, 还是一种通用证件,不用对号入座!

于是,我们的摄影记者就这么挂着工作人员证件, 大模大样地被"偷渡"进了开板仪式现场。

从1到100的资本神话

2009年10月30日,也就是创业板开板仪式一周后, 首批 28 家上市公司在同一个地点举行了盛大的挂牌仪 式。相比起开板仪式的简单、庄重,这个挂牌敲钟仪式 要喜庆热闹得多。

有个非常有意思的细节: 在规模颇大的会场里, 即

将上台敲钟的 28 家企业老总、全部集中在会场一隅、西 装革履、举止拘谨, 坐成一个很小的方阵。然而, 这个方 阵又实在太引人注目,记者们一边远远打望,恨不能冲上 去尽情采访,一边又纷纷打趣:这可是整个大厅里最重 要的一个角落, 亿万富翁的方阵。实际上, 作为高科技重 镇,深圳也是亲眼见证了这种资本神话最多的城市。

在第一批创业板上市公司中,只有一家深圳企业: 从事第三方检测业务的华测检测。这在当时还是一项很 新型的业态,华测检测也是国内资本市场上第一家从事 这项业务的上市公司。

到了今年7月底,深圳已有97家创业板上市公司, 其中, 有92家都是民营企业, 有95家是高新技术企业, 高新技术企业占比高达 98%。从 2009 年开板至今,深 圳创业板上市公司在资本市场直接融资达 1020.75 亿元。 深圳创业板上市公司的研发强度(研发费用/营业收入) 高达 7.44%, 数倍于全国平均水平。深圳创业板上市公 司中资产超百亿元的有4家,市值超千亿元的2家。其 中,深圳医疗器械领域的领军企业迈瑞医疗,成为了创 业板市场上市值第二大公司。截至目前的最新数据显示, 深圳的创业板上市公司已逾百家。

仅用这一组简单的数据,就可以清晰地勾勒出创业 板市场给深圳这座城市带来的种种奇迹。

从 1 到 100, 这是创业板市场为深圳带来的资本神 话。而我,很幸运地见证了这个神话故事的发展,甚至, 更幸运地,用自己手中的笔参与书写这些故事。

创业板终于在深圳闪亮开板

【本报讯】(记者 滑翔 王欣) "十年磨一剑", 中国创业板终于来了!

昨天下午,创业板启动仪式在深圳隆重举行。16 时25分,随着中共中央政治局委员、广东省委书记汪 洋与中国证监会主席尚福林共同按动水晶球,中国创业 板闪亮开板,一个与主板市场平行的崭新市场在我国正 式启动。

科技部副部长刘燕华, 国务院法制办副主任宋大涵, 中国证监会副主席姚刚、刘新华,上海证交所理事长耿 亮,工业和信息化部总工程师朱宏任,广东省和深圳市

前沿现场 特区 40 年新闻经典回看(上)

领导刘玉浦、黄龙云、王荣、徐少华、戴北方, 共同见 证了这一历史性时刻。深圳证交所理事长陈东征主持仪 式。

这是一个值得中国资本市场永远铭记的特殊日子。 创业板的开板,标志着我国资本市场在经过近20年发 展后,已经逐步确立了由主板、中小板、创业板和场外 转让市场构成的多层次资本市场体系框架。

这更是一个让深圳人翘首企盼了10年的喜庆时刻。 自 1999 年中央出台文件提出设立高新技术企业板块, 到创业板最终问世,10年征程不寻常,留下了深圳人 执着艰辛的足迹: 历届市委、市政府始终高度重视创 业板,不遗余力为推出创业板奔走呼吁;在深多位全 国人大代表,连续5年向全国两会提交建议,呼吁尽 快启动创业板; 受命探索建立创业板市场的深圳证交 所, 10年风雨兼程, 锲而不舍地为最终推出创业板市 场精心准备……

"我国创业板市场从最初酝酿到筹备建设历时 10 年,可以说是厚积薄发,水到渠成。"尚福林表示,创 业板的推出和发展,将成为高科技、高成长创业企业的

"助推器",为各类风险投资和社会资本提供风险共相、 利益共享的进入和退出机制,促进创业投资良性循环, 提高我国资本市场的运行效率和竞争力。

创业板正式推出,沪深股市昨天双双放量上行,以 一个"笑脸"迎接新成员的加盟。有分析人士指出,有 着"中国纳斯达克"之称的创业板正式启动,必将对中 国创新型经济产生重要影响。

"我国创业板市场主要面向成长型创业企业,重点 支持自主创新企业。"中国证监会有关负责人透露,目 前创业板已受理188家企业的发行申请,涉及电子信息、 新材料、生物医药、现代服务业、制造业等行业。其中, 首批 28 家创业板企业,将集中于 10 月 30 日在深交所 挂牌上市。

"从这 28 家企业来看,获得高新技术企业认定或 承担国家项目计划的占绝大多数, 在金融危机中都表现 出很强的成长性。"科技部副部长刘燕华评价说,"我 国创业板上市资源非常丰富",创业板必将成为推动自 主创新的一个重要平台。

(原载于 2009 年 10 月 24 日《深圳特区报》)

深圳大学传播学院教授 辜晓进:

阅历和人脉是新闻记者最重要的财富。对专业记者而言则还需加一条: 在本专业领域长期浸泡学 习而产生的专业化认知。王欣作为深圳从事财经报道时间最长而又勤奋好学的记者、完成这样一 篇获奖报道, 具有优势条件, 本在情理之中。在她之前, 至少深圳特区报还没有连续跑财经线超过两年的记者。

以这篇关于中国创业板启动仪式的报道为例,此事在中央政府决策层面酝酿超过10年,也在王欣脑海里 存储了10年。当这件重大金融政策终于要成为新闻时,她对此事的专业性积累,包括决策过程、事件意义、 社会反应乃至 10 年前的采访尝试等,便都开始发挥作用,最终令她在对事件的把握和描述上胜人一筹。相信 她对证监会主席尚福林"厚积薄发,水到渠成"等话语中蕴含的深意也更有体会。

这篇消息虽近千言,但框架清晰,话语凝练,背景穿插自然,且重要事实多用直接引语表述(这在尚无智 能手机、录音笔也很稀罕的当时,难能可贵),增强了稿件的权威性和说服力。

本文编辑 黄浩

各报网端密切联动 聚焦实干先行举措

-深圳报业集团关于建设先行示范区发布一周年报道回顾

□万晖

2020年8月18日,《中共中央 国务院关于支持深 圳建设中国特色社会主义先行示范区的意见》正式发布 一周年。值此一周年之际,按照市委书记王伟中讲话精 神和市委宣传部多次策划部署,深圳报业集团紧扣"黄 金8月"宣传契机,精心策划"一周年"整组全媒报道, 做到浓墨重彩,有气势、有亮点、有创意,既有厚重全 景的长篇综述、社论,又有 5G 新基建、地铁新线路通 车等重要标志性事件全媒报道,还有创意的专题专辑、 新媒体产品,通过报网端密切联动,与央媒报道同频共 振,形成强大传播合力,为深圳建设中国特色社会主义 先行示范区提供强有力的舆论支持。

一、重磅综述、专辑特刊"齐上阵",浓墨重彩呈现"一 周年"行动答卷

重磅综述气势磅礴全景展现。深圳特区报8月18 日头版通栏推出超万字长篇综述《奏响先行示范的新 时代强音——写在〈中共中央国务院关于支持深圳建 设中国特色社会主义先行示范区的意见〉正式发布一 周年之际》,从七大方面全面阐述一年来深圳奋力跑 出新时代的"加速度", 行稳迈向发展新高度的"第 一程", 先行示范区建设正全面铺开、纵深推进; 大 事记《先行示范区建设一年间》以时间为轴,对一年 来深圳推进先行示范区建设的56件大事实事进行梳 理总结, 配以大幅摄影图片, 达到图文并茂的效果。 深圳商报在头版刊发记者原创综述《不忘初心再先行 牢记使命作示范》,介绍一年来深圳在高质量发展政 务服务、文化改革、法治建设、医疗卫生改革、发展 民生以及公园之城建设等领域, 所采取的改革措施、 结出的丰硕成果; B 叠跨版"图说深圳这一年",用 近20张图片,生动、形象、直观地展示深圳先行示 范的成就。

评论理论齐上"硬菜""创新菜"。深圳特区报头 版重磅推出社论《风起扬帆正当时 乘势而上开新局》, 4个版"理论周刊"同样围绕主题刊发了系列要论,如《肩 负起法治城市先行示范的重任》《思考经济特区探索中 国道路》《共担经济特区历史新使命 促进东西两岸融 合互动发展》。晶报当天出刊 16 个版, 头版 A1 至 A8 为"一周年特别策划",以"为城市定制报纸"的方式, 回顾"先行示范这一年"——头版开篇用社论等形式呈 现深圳设立先行示范区的相关内容, 后七篇分别以一个 字为主题,整齐划一推出"幼有善育""学有优教""劳 有厚得""病有良医""老有颐养""住有宜居""弱 有众扶"等述评报道,制图新颖、形式鲜活。诚如头版 文章所称: "这样一个屏幕统领注意力的时代,今天, 我们还是要将荣光交给纸——为城市定制一期报纸, 在新闻纸上,临摹对城市最新鲜的想象"。深圳晚报则 以社论《始终用奋斗定义先行示范区》统领整组报道。

专题专辑展现各区各领域行动。深圳特区报推出 16个版的特刊《征程万里 踏浪前行》,主要以行政区 (新区)为单位进行同题挖掘报道,展现各区"先行"

采编论见

措施,各版通栏用图大气疏朗。深圳商报同步重磅推出 8个版的大型特别报道《先行示范 真抓实干》,聚焦"科 技创新""文化创新""金融创新""高质量发展""战 疫担当"等几个领域,刊发《优化营商环境助推高质量 发展》《向综合性国家科学中心迈进》《加快建设全球 区域中心文化城市》《跨境汇款移动支付更便利》等重 要稿件。深圳晚报推出10个版的"先行示范这一年" 专栏稿件。

二、5G新基建等"齐上线",全媒报道深圳真抓实干"先 行"措施

紧扣"5G新基建"。8月18日,深圳特区报推出 《深圳实现 5G 独立组网全覆盖》《深圳"炼"成全球 5G"第一城"》。深圳商报推出《深圳实现 5G 独立组 网全覆盖 率先进入 5G 时代, 基站建成超过 4.6 万个、 密度国内第一》。深圳晚报推出《深圳实现 5G 独立组 网全覆盖 率先进入 5G 时代, 基站建成超过 4.6 万个、 密度国内第一》。晶报推出原创视频报道《5G 独立组 网全覆盖,深圳率先进入 5G 时代! 超 4.6 万个 5G 基站 建成!》。深圳新闻网首页推出原创直播新媒体作品《今 天,深圳拥有了一个新名字,5G智慧之城》,介绍了 深圳将重点抓好 5G 技术攻关, 打造 5G 全球标杆城市。

全媒报道地铁新线路开通。此前,各报网端通过 全媒体报道, 多层次、多方位为地铁新线路开通进行 预热。18日,深圳特区报刊发《地铁6号线10号线 今日开门迎客 轨道交通延伸到光明、平湖》,深圳商 报刊发《配合地铁 6 号线 10 号线开通 部分公交线路 明起优化调整》,晶报刊发《两条地铁线今开通部分 配套公交线明起调整》等稿件。此外,读特等新媒体 平台推出直播栏目,通过互动体验式报道,展现创新 驱动下的深圳速度。

三、多层次的新媒体产品"齐亮相",与央媒同频共振 提升传播力影响力

读特客户端制作的新媒体产品《H5 | 建设先行示 范区第一年,深圳干了这些事》,对一年来深圳推进先 行示范区建设的重大实事进行梳理总结。读创客户端推 出《读创图说 | 深圳文化创新这一年》《读创图说 | 深 圳金融创新这一年》《读创图说 | 深圳科技创新这一年》 等原创长图,《视频丨先行示范—周年 快闪见"圳" 奇迹》《茅洲河守护者——深圳先行示范—周年治水篇》 等原创视频。制作6图海报矩阵,挑选先行示范区一周 年主题相关重要报道,制作适合聊天群、朋友圈分享的 矩阵海报集中推送。深圳晚报新媒体携手盐田区委宣传 部,推出航拍视频《山海盐田,书写最梦幻的深圳故事》, 用镜头记录"一城春色半城花、万顷波涛拥海来"的美好 画面,展现深圳经济特区建立一周年以来盐田所取得的傲 人成绩。此外,深圳晚报新媒体还推出创意海报《深晚 海报 | 我们这一年——聚焦深圳建设中国特色社会主义 先行示范区》, 展现这座城的拼搏与奋斗, 同时向市民 传达朝着先行示范区方向加油闯、继续干的精神。晶报 APP 推出《我们给深圳写了7封"情书",因为今天太 特殊了!》。深圳新闻网全新 PC 端页面于当日上线, 以改版致敬一周年,形式上瀑布流更加直观,内容上突 出深圳十区(另含深汕、前海)原创报道。其相关原创 作品《特区 40 年 | 南山上半年 GDP 增长 2.5% 专家解 读广东第一区经济快速复苏"密码"》被人民日报转发。 《深圳:藏在公园里的美术馆》《国贸大厦,"深圳速 度"的历史见证》等原创重点篇目被学习强国转载,在 全国产生广泛影响。此外,各新媒体及时转发人民日报、 光明日报、经济日报等几大央媒相关报道,对纸媒的重 点报道进行联推,形成融媒声势,宣传效果良好。

本文编辑 李诚

传统媒体主动"破圈"融合的一次尝试

——对深圳商报网红党课《致先行者》的回顾与分析

□丁时照 徐香梅

【摘要】一群热爱深圳的老干部,退休不退岗,继续发光发热,获得全国和广东省离退休干部先进集体和 先进个人光荣称号;一群来自深圳报业集团与深圳广电集团的记者,主动携手"破圈"融合,出色地完成一组 高品质的全媒体报道,并打造了一堂集声光电和多种传播手段于一体的融媒体党课《致先行者》,大大增强了 传统媒体在现代传播环境下的传播力。

【关键词】破圈 融合 创新

最近,一堂由记者讲述,采用视频、Keynote、灯光、 音乐等舞台表现手段,通过直播、抖音、新闻客户端、 报纸、电视等多途径呈现的融媒体党课在深圳爆红。9 月29日在深圳会堂首次亮相受到热捧后,这堂名为《致 先行者》的党课开始在深圳各区巡讲,不少大企业、大 机构闻讯纷纷向巡讲团队发出邀请。

这堂创新型党课历时70分钟,被观众称为"全场 只有泪点、没有尿点"。所讲之处,无不引发称赞和热 议,成为2020年深圳的网红党课。这堂党课也是作为 传统媒体的深圳商报,主动"破圈"和深度融合的一次 成功尝试。

报社内部"破圈":跨部门融合,组建联合团队

事由:深圳,一群拓荒者、先行者、退休后继续回报 社会、发光发热,两个团体和4位个人,分获2019年全 国和广东省离退休干部先进集体和先进个人称号。

这本是一则常见的时政新闻。按常规,只需在报纸 和移动客户端上,同时发一篇或一组新闻稿件,就完成 了任务。当然,我们也明白,在当今的传播格局下,再 按过去的老套路出牌,几乎不可能在受众中激起什么 涟漪。

如何创新报道形式,让主旋律真正入耳入脑入心, 是我们一直在思考的问题。

就在这时,深圳市委老干部局也提出创新报道形式 的想法,双方一拍即合。深圳商报将这次报道作为一个 独立的项目,授权项目负责人自选人马、自定方案、自 求外援。

在主管编委的协调下,报社内部的部门"圈子"很 快被打破。《致先行者》项目组从不同部门挑选出6名 资深采编人员,分别负责6组先进事迹的稿件采写。这 些采编人员多次深入现场采访当事人,数易其稿,拿出 一篇篇内容翔实、细节感人的文字稿件。

面向外部"破圈": 主动牵手广电, 促传统媒体融合

纸媒报纸记者能写会摄影,广电记者能说会摄像, 如果能将文字、图片报道与声光电报道相结合, 无疑会 大大增强受众对信息的接受兴趣,增加传播深度和广度。 为此,深圳报业与深圳广电这两大传统媒体集团的记者, 在渴望创新的共同愿景下,第一次进行"非官方"的联 系,竟然顺利地组成了"非官方"的联合采访组,共同

作者丁时照系深圳报业集团党组成员、深圳商报总编辑;徐香梅系深圳商报金融全媒体中心主任(总经理)

采编论见

走访报道对象,一起策划现场对话。

对话前,联合采访组反复碰撞,坚持"思想引领、 提高站位",一致同意以深圳商报文字稿件为事实基础 和认识高度。报道对象中的两个先进集体,以视频形式 呈现(由深圳商报与深圳广电记者共同完成);4个先 进个人,以文字+图片的形式呈现(由深圳商报记者独 立完成)。

采访中,深圳商报和深圳广电的采编人员分工协作, 各展所长。所有的现场采访、图片摄影等,由深圳商报记 者完成; 所有的现场视频拍摄, 由深圳广电记者完成。采 访结束后,双方记者分别完成各自的写稿与视频剪辑工作。

深圳市老年科技工作者协会, 2019年获全国离退 休干部先进集体称号,是本次采访的重点对象之一。 今年初,深圳商报采访组就来到协会办公所在地,进 行第一次全媒体采访,拿出了第一稿。6月份再次采访, 拿出第二稿。8月下旬,深圳商报和深圳广电联合采访 组,来到协会办公所在地,对协会的近10名成员又做 了一次大型集体采访,深圳商报徐香梅担任对话主持 人,深圳广电的视频团队全程摄录。采访结束后,深圳 商报的侯丽华与谢静圆,完成视频脚本以及同期声的 文字整理工作,深圳广电的记者完成视频后期的创造 性剪辑和再加工——一个时长8分钟的视频作品,就 这样完美地诞生了。

跨越媒体"破圈":发挥纸媒和广电优势联手发力

两大传统媒体集团的主动融合, 使这组报道变成 了别开生面的融媒体报道:不仅有报纸记者的文字、 图片,还有广电记者的视频,加上在网络媒体平台的 各种再编辑再传播,传播力为之大增。

尝到了融媒体报道的甜头后,深圳商报与深圳市委 老干部局决定继续创新传播形式,共同打造一场集声光 电等媒体技术于一体的创新型融媒体党课, 以受众喜闻 乐见的形式,把报道送到党员身边。于是,一则新闻报 道就这样一步步变成了在全市巡讲的党课。

陌生的角色,而在这场名为《致先行者》的党课中,要 在舞台上讲述先行者的先进事迹,怎么讲?谁来讲?总 体效果如何把控?

一开始这些真的难倒了纸媒人。面对使命, 面对深 圳市委老干部局的信任,面对"思想引领"的舞台要求, 深圳商报人发挥敢闯敢试、埋头苦干、勇于担当的精神, 由丁时照、徐香梅、刘虹辰、侯丽华、童蓉等组成一个 编导组,担负起总编剧和总导演的工作。

深圳商报编导组初步确定在舞台上用两个视频,来 讲述两个先进集体的故事,并分别作为开头和结尾。另 外四组个人的先进故事, 因主人公的年龄偏大, 上舞台 讲述有难度, 初定由其亲友来讲述。

有了初步想法后,深圳商报编导组与深圳广电团队 编导组、深圳市委老干部局的领导一起,多次进行"头 脑风暴"。大家一致认为,可以打破常规,让采访记者 直接上台讲述先进人物的故事,这样会更有新意,也更 能将台下的观众代入故事中。

这一创新性的想法让各方都很兴奋,并得到了大 家一致认可。说干就干, 编导组迅速组建了由总编辑 丁时照领衔的党员记者演讲队, 队员包括深圳商报教 育报道跑线记者吴吉、深圳商报驻大鹏新区记者张妍、 深圳广电记者孙明非。考虑到多次巡讲的可能,特地 安排深圳商报司法报道跑线记者张玮玮, 作为总编辑 丁时照的演讲 B角。

文字记者"破圈": 向能写会说的全能型记者转型

讲述先进人物的故事,对记者来说面临着挑战。

挑战一: 从写新闻稿到写演讲稿。这次的演讲团 队由两家新闻集团的记者组成,写演讲稿是首要任务。 为此,5位演讲记者在原先的采访基础上,再次深入一 线进行补充完善,并迅速拿出全新的演讲稿,经过各 方反复打磨,最终定稿。

挑战二:从文字记者转型为演讲者和主持人。如何 将写在纸上的故事,在舞台上声情并茂地讲出来,直击 过去,编导对深圳商报的传统媒体人来说,是十分 观众的心?这对纸媒记者来说,是一个很大的挑战。为



深圳商报采编团队与深圳广电采编团队,主动携手、各展所长,创新性地开展"破圈"融合,打造出 网红党课《致先行者》。 郭力铭 摄

此,编导组特别外聘知名演讲专家赵梓钰,请她对演讲 商报以及传统媒体的认识。 者进行全程辅导。在她的指导下,文字记者演讲水平提 高很快,深圳商报记者张妍在彩排讲述时,就让试听者 泪流满面。而对于广电有专业基础的孙明非记者来说, 则是英雄有了用武之地。在演讲过程中,每位记者还兼 任串场主持人的角色。

媒体转型"破圈":探索建设现代融媒体传播平台

让文字记者全程编导, 让采访记者走上舞台, 讲 述先行者的动人故事,由此形成一堂真正能打动人心 的创新型融媒体主题党课,并在全市各区多家单位的 大型舞台上巡讲,这对传统媒体来讲,是一次全新的 尝试。它是深圳商报内部的主动"破圈"和融合,是 线上线下的"破圈"和融合,也是传统媒体之间的主 动"破圈"和融合, 更是"主流声音"与现代传播平 台的一次成功"破圈"和融合,大大增强了传统媒体 的自信心、凝聚力和影响力,刷新了社会各界对深圳

这次火爆全城的《致先行者》党课,创新了报道和 传播的形式,也给了我们带来思考:

- 一、媒体内部机构设置要不要改革,怎样改革才能 适应今天的传播环境?
- 二、如何把传统媒体的公信力,与受众的阅读和观 赏偏好有机结合、融为一体,从而达到"润物细无声" 的效果?
 - 三、如何鼓励同城媒体的联合和相互借力?
- 四、如何鼓励、推动纸媒采编人员主动向多技能、 多面手发展?

五、如何将传统媒体的政策优势、智力优势、信息 优势,真正化为内容优势和传播优势,牢牢地成为受众 获取信息的"第一来源"?

总之,这次尝试,为深圳商报下一步深化改革提出 了问题,也作出了有益的探索。

本文编辑 李诚

浅析疫情中新闻产品的"超级链接"竞争策略

——以深圳晚报社"安心家书"项目为例

□ 易芬

【摘要】在疫情防控大背景下做一款有流量有口碑的新闻产品, 需要用互联网思维, 从组织架构、内容提升、 创意设计、传播拓展等方面进行"超级链接"。本文通过对创意型新媒体深圳晚报的"安心家书"项目进行深 入剖析,挖掘这一"爆款"产品的生产逻辑,分析疫情环境下新闻产品的"超级链接"竞争策略。

【关键词】疫情 超级链接 "特种"部门 情感产品 创意设计

疫情防控大背景下,如何在媒体竞争中赢得更多受 众, 打造更具时代特色的新闻产品? 这是众多媒体共同 面对的时代命题。

"一个创意型传媒,其最大的特征,不是永远在开 创某种从未有过的事物,而是愿意通过超级链接,把本 来平淡无奇的事物拼接出非同凡响的新形状。" "此次 疫情报道中, 创意型传媒深圳晚报的"安心家书"项目, 就是这种"超级链接"的产物。

"安心家书"链接了家书的既有形式,同时链接传 统媒体的优势——广泛的内容收集、深度的文字加工, 还链接了新媒体的优势——极具创意地进行策划,多媒 体平台分发,再加上统一的视觉创意设计和传播方式的 拓展, 让这款新闻产品有内容深度, 有传播速度, 也有 传播广度,在媒体竞争中处于有利地位。

从 2020 年 2 月 24 日起近一个月,《深圳晚报》 主报连续刊出"安心家书"近百篇,在喜马拉雅平台上 传开栏语、音频版、沙画版、歌曲版等 111 集音频、视 频。截至9月份, 收听和播放量达到934万次。同时, "安心家书"图文、音频、海报、长图等多类型产品, 刊载在 ZAKER 新闻 APP、网易新闻 APP 上,被学习强 国平台采用数十次,其中65条音频进驻学习强国-听 电台-听长书栏目,还在武汉多个电台、方舱医院等播 放。3月14日晚,"安心家书"登上央视《新闻联播》, 受到全国广泛关注。"五一"假期,深圳航空共执飞航 班约 1500 班, 渝 16 万人次通过飞机上的视频观看沙画 版"安心家书"。据统计,各种版本的"安心家书"全 网点击播放量达上亿次。

"安心家书"这款新闻产品通过"超级链接",实 现了执行团队给力、内容有料、"外包装"抢眼、名人 代言传播"市场营销"到位的综合亮眼元素加持。在同 城甚至全国的媒体新闻产品中独树一帜,赢得口碑和流 量双丰收,成为各方点赞的爆款,是一个极受关注且感 人至深的现象级 IP。

一、传统媒体平台和新媒体平台组织架构的无缝链接

多年来,深圳晚报的媒体矩阵在主报之外,陆续 增加深圳 ZAKER(合作 APP 的深圳频道)、网易深圳 (合作 APP 的深圳频道)、官方微信、官方微博、深 圳 +APP(自有 APP)等多个新媒体传播平台。在组织 架构上,深圳晚报更是先后成立创意策划中心、直播中 心、创意设计中心等 10 个"特种"部门。

2019年12月,深圳晚报联手喜马拉雅APP,双方 出资成立深圳市喜马拉雅深晚发展有限公司(以下称深 圳喜马拉雅),深圳晚报内部由此又新增一个部门—

作者易芬系深圳晚报城区新闻中心副主任、罗湖记者站站长



著名学者周国平为"安心家书"倾情朗诵的海报。

音频中心。这些"特种"部门"为深圳晚报在复杂多变 的传媒生态中创新发展,提供强大的组织支撑和结构性 动力"。[2]

这种变化,是基于"为了在互联网这个主战场上重 新赢得生存权、发展权和主动权,必须对纸媒传统的组 织架构进行外科手术式的改革,基于互联网化发展的实 际需要和痛点,推出更具针对性和发展活力的'特种' 机构,以组织的进化,补全传媒创意价值链和产业链, 释放更强大的发展动能。"[3]

2月下旬,由深圳晚报社编委会牵头,创意策划中 心、创意设计中心、全媒体中心、音频中心等"特种" 部门,及负责采编的时政新闻中心、城区新闻中心,联 合启动了"安心家书"项目。

采编部门通过各家医院相关负责人, 联系 77 名支 援湖北医护人员的亲朋好友,以及湖北一线抗疫的医护 人员在深家属等, 动员他们写家书, 并请他们录下3到 5分钟的无伴奏音频文件,再由音频中心筛选优质主播 进行制作。

这种形式, 充分考虑了疫情防控政策下的可操作性, 家书写作、记者采访、主播录音均可无接触进行,最大 限度地将感染的风险降到最低。因此也得到诸多医院负 责人,以及支援湖北一线医护人员亲朋好友、同事的广 泛认同和配合,记者在联系、获取录音过程中几乎一路 顺畅。

2月24日, "安心家书"创意设计版面在深圳晚 报头版刊出,深圳晚报内页同时推出两个与头版风格一 致的"安心家书"版面,刊登6篇写给支援湖北医护人 员的家书。随后该版面固定在深圳晚报封底,以每天整 版、三篇家书的节奏推出。至3月21日,近一个月时 间里刊出近百篇家书,成为深圳同城疫情防控报道中一 抹醒目的暖色。同时,根据这些亲朋好友原声制作的音 频,添加喜马拉雅极具亲和力的主播朗读导语,配乐制 作后在喜马拉雅 APP 推出"安心家书"音频版上百集。 不只是收信人——支援湖北的深圳—线医护人员看得感 动、听得掉泪, 也抚慰众多深圳和湖北各地, 甚至全国 其他地方的一线抗疫人员和普通市民。

可以说, "安心家书"项目充分体现了深圳晚报提 倡的创意新媒体应具有的、互联网思维的"用户至上" 理念。通过深度挖掘,满足了受众了解一线支援湖北医 护人员的需要,链接了传统媒体的优势——权威性、专 业性和组织性, 链接了喜马拉雅作为中国音频第一媒体 的平台优势, 使"安心家书"这个制作精良、极具话题 性、充满人文情怀的新闻产品得到广泛传播。

二、链接情感内核,内容锤炼注重选取家长里短细节

细究近百篇"安心家书",用"家书"这个温情满 满的"旧瓶",在特殊时期装满充满家国情怀的"新酒",

采编论见

并且"新酒"的内容质量极高。

因为, "内容成为了信息黄金, 时长解药, 成为黏住 用户的不二法宝。"[4]"用户变得厌倦了标题党,同质化。 对收获好内容的期待,正跟随审美一同上升。"[5]

采编团队发挥深圳晚报对内容进行精雕细琢的一 贯传统, 引导抗疫人员的亲朋好友提升写作家书的水 平。拿到家书草稿之后,文字记者连线作者,引导其 从生活细节等方面,来修改提炼家书,再制作一个吸 引人的标题。

罗湖区中医院主管护师杨艳前往武汉雷神山医院 支援,杨超是她的哥哥。2月17日,记者联系杨超, 请其写一篇 600-800 字的家书, 杨超发来的初稿比较 平淡。记者在电话中提示杨超回忆一些细节:是否收 集了关于妹妹的新闻报道?有没有去送行?有些情况 是不是通过新闻报道才了解的?家里情况如何?杨超 根据记者的提示,对家书进行修改,增加诸多和妹妹 相处的感人细节,描述了妹妹前往湖北支援的前后情 况和自己的感受。

在原稿中,杨超写道:"你也不用担心家里的爸爸 妈妈, 他们都挺好的, 而且有我在家照顾, 你只管安心 工作, 让更多的病患早日战胜病魔, 早日康复。"在记 者的指导下,他将这一段改为:"妈妈现在还是那么自觉, 每天三次按时测量而压,按时吃药。不那么自觉测量而 糖的爸爸, 我会盯着的, 你就放心吧。"这样, 呈现出 来的家书非常接地气且真实感人——"新闻里,我们才 知道,你把披肩长发剪成短发,显得更精神了。我们才知道, 疫情来临时, 你从 ICU 重症监护室的主管护师岗位抽调 到发热门诊,承担咽拭子采样工作三周了。"

同时,在编辑环节,深圳晚报的编辑、部门主任、 副总编辑和总编辑,接力修改、提升文字表达水平,同 时提炼出相当接地气的标题: "妹妹你放心,我会盯着 爸爸每天测血糖"。最后成文的家书都是充满画面感的 温暖文字和充满生活气息的家庭细节。透过文字,能让 读者和听众走近有血有肉的杨艳和家人。

和提示, 初稿的文字水准和细节丰富度均得到提升, 字 里行间,传递着独有的温情力量。

文字版家书出炉后,记者同时写了四五十字的背景 介绍导语,以喜马拉雅主播极具亲和力的朗读引入,加 上制作完成后写信人的原声音频配乐, 让人一边沉浸在 文字中,一边深入到声音里。无疑,文字有着耐人寻味 的特点,声音有着直抵人心的力量,两者的深度链接, 更是互相成就。

可以说, 充满情感而不刻意煽情、简要不拖沓而细 节多多、充满画面感的文字, 是疫情防控背景下的稀缺 品。在"安心家书"的提炼加工过程中,从记者、编辑 到部门主任、副总编辑以及总编辑,都很好地把握了文 字写作的深度和温度, 几乎每篇家书都得到写信人的认 可,也感动了读者和听众。

三、链接创意"外包装"颜值高、情怀浓

曾制造了头版创意设计"现象级"刷屏的深圳晚报, 在"安心家书"项目的设计制作上,也下足了功夫,充 分链接了创意,链接了疫情防控这个特殊大背景下该有 的尺度、温度和"时代情绪"。

是的, "任何时代做创意, 都要读懂人心人性, 进 而创造一种穿透时代情绪的人格,做到了,每一种创意 都会打动人"。[6]

从"安心家书"首发的深圳晚报头版,到数十期报 纸版面,从每一期的音频产品海报到音频主 logo,再到 结束以复盘方式制作的设计长图,均颜值高、情怀浓。

深圳晚报全媒体中心和创意设计中心深入合作,为 "安心家书"创作了走心文案,设计了简洁醒目有温度、 有颜值、有情怀的"外包装"。

在2月24日的深圳晚报头版淡黄、充满老宣纸感 觉的暖色调画面上,"安心家书"四字以书法体呈现, 黄鹤楼和长江的水墨剪影下,线描的中国地图上深圳和 武汉两地遥遥相望。再加上走心的文案: "思念来自两 个省/每一天关心那里的每个人/家书寄往一座城/是 在近百篇家书的写作和提炼中,通过记者前期引导 因为牵挂那里的一个人/这是特殊时期的两地书/是与

每个人有关的家国之爱/是家里长短的相濡以沫/更是 从磨难中奋起的风雨同舟",多个元素糅合成一幅简洁 而温暖的画面, 让读者和听众容易产生共鸣。

刊登家书的内页报纸版面也沿袭了这种风格, 用飞鸟衔信的配图、纸卷的立体造型为底,刊登家 书及一线抗疫医护人员的全家福,或者一线医务人 员的高像素照片。喜马拉雅平台音频海报、家书长 图、音频的主 logo, 也均沿袭深圳晚报的头版创意, 进行再加工。

3月25日,近百封"安心家书"刊登完毕后,深 圳晚报全媒体中心和创意设计中心再次携手,推出《深 晚长图 | 感动! 百封安心家书, 这个词被提了 109 次》 新媒体推文。这款长图产品对 100 余封"安心家书"进 行复盘,制作了跟"安心家书"深晚头版视觉语言一致 的动态长图,突出提炼家书中被提到109次的词语"等 你回来",提到81次的"牵挂思念"、60次的"回家" 和 28 次的"一切安好"。

同城、国内其他媒体也推出类似新闻产品:湖南新 闻媒体推出《潇湘家书·防疫战地书》, CCTV-6 电影 频道《今日影评》栏目推出打赢疫情防控阻击战特别节 目《两地书》,山东大学齐鲁医院官方微信公众号推出 "两地书",陕西师范大学出版总社推出视频《讲述"战 疫家书"》。对比上述新闻产品,深圳晚报推出的"安 心家书"项目规模大,达到近百封;内容质量高,特色 鲜明; 创意设计的"外包装"视觉冲击力强。

四、链接名人影响力广泛传播:邀请周国平、濮存昕、 欧阳夏丹献声

在广泛传播"安心家书"作品方面,深圳晚报的多 个移动媒体平台全体上阵。因为,"要坚持移动优先策 略, 让主流媒体借助移动传播, 牢牢占据舆论引导、思 想引领、文化传承、服务人民的传播制高点"。[7]

在《深圳晚报》主报连续近一个月刊登近百篇"安 心家书"的同时,喜马拉雅APP先后上线111条音频。"安 心家书"图文、设计长图、海报等,还在ZAKER新闻、

网易新闻等多平台刊发, 随后多条音频、设计长图、图 文报道,陆续登录"学习强国"APP。

在湖北,《安心家书》音频专辑被湖北和武汉广播 电视台全辑转播,并在部分重症隔离区和方舱医院循环 播放。此外,湖北广电新闻政务客户端"长江云"和湖 北广电官方音频客户端"九头鸟 FM",对该音频专辑 给予全面深入报道和呈现。

另外,为了拓展"安心家书"的影响力和传播力, 除了登上深圳市"安心行动"的海报在全市张贴外,深 圳晚报编委会先后联络到多位名人大咖献声。大咖们为 这组产品或点赞,或朗诵感想性文字,或朗诵医护人员 家属写的家书。

著名学者周国平在听过多封家书后,录制了内心感 受的音频专辑《亲情是牵挂也是支撑》。他动情地说: "亲情是不尽的牵挂,也是有力的支撑,会让人的心灵 充满温柔,也会让人的意志无比刚强。"

著名演员濮存昕也深受感动,有感而发地为远赴湖 北的医务工作者,写下一封情意真挚的书信《大爱纵横, 我们是命运相连的一家人》,并录制成音频,发布在喜 马拉雅"安心家书"音频专辑和自己的微信公众号上。 他在信中写道: "苟利国家生死以, 岂因祸福避趋之", 就是白衣天使的写照,并以"大爱纵横"四个字,为他 们脸上红肿的压痕点赞。

中央广播电视总台主持人欧阳夏丹也为"安心家书" 献声,深情朗诵支援湖北的深圳医疗队家属王陈绩写给 丈夫林诗杰的家书——《我已听到花开的声音》。

中央电视台总台主持人张琳, 朗诵了支援湖北医疗 队家属刘蕴写给丈夫李学武的家书——《待到明年春暖 花开时,我们再去武汉看樱花》。

7月上旬,在深圳市福田区委的大力支持下,深圳 晚报社将"安心家书"辑录成册,并在9月11日深圳 市委党校"致敬战疫英雄 让爱充满城市——《安心家书》 书展"展出。同时,深圳晚报制作了《安心家书》特别 纪念版,即深圳77名援鄂医护人员签名版,供深圳市 档案馆收藏,为深圳战疫留下生动的历史见证。

采编论见

五、结语

深圳报业集团副总编辑、深圳晚报社总编辑邓自强 曾在多个场合表示,"创意是深圳晚报最鲜明的基因和 最强的原动力,而声音本身就是极具创意的元素,声音 本身就充满了无限可能。"正是在疫情防控的特殊大背 景下,深圳晚报的创意再次迸发,深圳晚报编委会直接 指挥,多部门集体推动,通过各方面的"超级链接", 诞生了"安心家书"这款值得点赞的新闻产品。

同时,深圳晚报坚守主流价值观,将传统媒体和新 媒体平台的优势充分融合、无缝链接, 在互联网思维下

重视内容锤炼、视觉创意和传播拓展,新闻产品才能在 白热化的媒体竞争中立于不败之地。

"安心家书"之所以成为流量与口碑双丰收、吸金 又吸睛的新闻产品,是因为装载了满满的正能量和主流 价值观,并通过这些书信的情真意切和质朴温暖,让读 者和听众从平凡的生活点滴以及温柔的喃喃诉说中,感 受到疫情下爱情、亲情、友情、家国情等"时代情绪"。

总之,新闻产品要用高质量的"里子"和充满创意的"面 子",并通过链接名人等多类型营销手段,将包裹的主流 价值观送到受众面前,才能得到受众的喜爱和认可。

本文编辑 李诚

参考文献: -

- [1] 邓自强. 努力打造广具影响力的创意型传媒[J]. 《新闻战线》2019 年第十期 https://mp.weixin.qq.com/s/aG10mRsWNgEWsJ61SfCpQw(2019 年10月25日"新闻战线"微信公众号)
- [2][3]邓自强.激活"特种"战力,焕发创新活力——深圳晚报重塑传媒组织架构的探索与经验[J].《智慧东方·新传播》杂志 2020 年第一期。 [4] 企鹅智库: 互联网第一战场: 2019 泛内容消费趋势报告 (51P) [EB/OL]. 2019 年 4 月 24 日 "企鹅智库" 微信公众号 https:// mp.weixin.qq.com/s/yQH1pxnw9Jwd_xhTtoOJcw
- [5] 企鹅智库: 2019-2020 内容产业趋势报告: 66 页 PPT 解读七大拐点 [EB/OL]. 2019 年 12 月 3 日"企鹅智库"微信公众号 https:// mp.weixin.qq.com/s/BmgTqQ7o3C8nFudKPv9NCg
- [6] 周智琛.说深圳晚报是中国最有创意的报纸,你不会有意见吧? [EB/OL].2017年11月24日"周智琛频道"微信公众号 https:// mp. weixin. qq. com/s/J-10VT71WnFqexUQpGhZIA
- [7] 习近平:中共中央政治局 2019 年 1 月 25 日就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习时习近平的讲话「EB/0L」.新华社 http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content 5361197.htm

新闻摄影中如何体现人文关怀?

□ 汪阳

【摘要】作为时代的记录者,摄影记者应该更多地关注人文精神,在新闻摄影实践中展示出人文关怀。我 们可以从贴近人的生存状态,从与采访对象的平等交流,以及从不同国家民族独具特色的人文题材中,来体现 新闻摄影的人文关怀, 赋予新闻摄影报道丰富的人文内涵。

【关键词】新闻摄影 人文关怀 生存状态 平等交流

2020年年初,新型冠状病毒蔓延开来,令世界猝 不及防。疫情防控中,努力前行的身影里有不分昼夜奋 战在一线的医护人员、披星戴月的社区基层工作者,更 有复工复产中步履不停的企业生产者。没有人是一座孤 岛,生命的跃动与我们息息相关。

除了四面八方涌入的物资援助,还有包括摄影作品 在内的精神食粮。摄影是一种快速真实反映时代发展变 化的记录形式,无论河清海晏还是硝烟弥漫,无论欢庆 场面还是抗灾现场,摄影工作者们总是冲锋在前,捕捉 并定格一个个令人感动的难忘瞬间,成为历史的见证。

在此次抗疫过程中,摄影艺术与其他艺术一样,用 特有的形式反映着这场伟大的阻击战。综观全国各地创 作的抗疫文艺作品, 诗歌、书法、美术、歌曲、曲艺等 数量比较多,摄影作品相对来说较少。

由于疫情的原因,不提倡也不允许摄影工作者亲临 抗疫主战场湖北武汉, 因此, 在这场前所未有的抗疫阻 击战中,一些摄影作品,多是摄影记者、摄影家和拍摄 爱好者借工作之机拍摄的,这些在隔离病房等地拍摄的 照片,尤其珍贵。新闻记者和摄影师通过新闻摄影作 品,履行自己的社会职责,将人世间应受弘扬的真、善、 美铸成永恒,同时也针砭人世间应受谴责、鞭笞的假、 丑、恶。近日由中国日报社、中国画报出版社出版的《百 名摄影师聚焦 COVID-19》画册, 汇集 268 位摄影师的 356 幅作品,记录了中国人民抗击新冠肺炎疫情过程中 的感人瞬间。这些照片中的人物有钟南山、李兰娟、陈 薇等专家,也记录了大量基层医护工作者日常工作的点 点滴滴,彰显新闻摄影工作者浓烈的人文关怀。

从专业学术的角度看,一幅好的新闻摄影作品可能 涉及许多业界特定的评判要素,而对于广大群众来讲, 标准就是作品能否用情感人,能否打动人。这就需要我 们在平常生活中去关注身边的小事,并且探索这些小事 给我们带来的思考,从以人为本的角度出发,用照片去 透射和表达新闻摄影工作者应有的人文关怀。

一、贴近人的生存状态去体现新闻摄影的人文关怀

人文精神涵盖面十分宽广,新闻摄影只要涉及与人 有关的事件,人和他们所生存的环境、社会、工作甚至 暴力,或某些毁灭性灾祸之间的互动关系,就需要彰显 人文关怀。人文精神存在于很多方面,大到世界的和平 与发展问题,小到一家一户的孩子入学、离婚财产分配 问题等,这些都值得新闻记者去思考和挖掘。

作为时代的记录者,摄影记者更应该关注人文精神, 不断地在新闻摄影实践中体现人文关怀。中国青年报摄 影部主任贺延光说过: "作为职业记者,应该有一个共

采编论见

同的性格特征: 关注社会、关注新闻、关注别人, 而且 必须从一些别人不曾注意的小事上,发现预示社会进步、 彰显人性的有深度的新闻。" [1] 随着社会的发展, 人们 越来越多地依赖于传播媒介所提供的信息,新闻摄影作 为一种重要的报道手段,体现出人文关怀,应该是在读 图时代新闻摄影理念转变的着眼点之一。

荷赛评委之一的文森特・门泽尔在评论一张表现海 啸的照片时谈到,这种灾难性的照片,并不是刻意去选 择的, 而是必须承认在现实生活中存在这样的灾难, 这 种战争或海啸还有可能像空难之类各种各样的灾难,它 都是存在的,不能说没有看到它而不去提它。

法新社伊拉克籍记者法利斯 · 阿勒德利米拍摄的 《受伤的伊拉克儿童》,获得首届华赛年度最佳新闻 奖和突发性及重大新闻类单幅金奖,这幅作品也成为 大家关注的焦点。拍摄者用俯视的角度、近景的画面, 给读者一个悲悯凝眸的视角: 画面主体虽然鲜血满脸, 但是双目紧闭, 面容安详, 没有以往此类照片里的那 种极度恐惧、悲愤,就是说没有了通常那种紧张、逼 人的冲击力,一切都无声地放置在我们眼前。严谨的 画面构图,体现出一种肃穆与庄重;而左右对置形态 的两个孩子,却以一种前所未有的视觉方式让人无所 适从,我们的情绪就这样被痛苦地分裂开去。无疑, 这是一张比死亡更深刻的照片。虽然有人认为它使我 们想起伊拉克战争时央视专题片头那个哭泣的孩子, 但这张照片里,没有煽情,没有口号,它只是在以冷 静的画面陈述一个事实。

华赛将能否"反映世界的和平发展,表现人类的 生存状态,展示民众的命运情感",作为衡量优秀作 品的一个标准。摄影家胡颖认为,"华赛和荷赛一样, 都是用世界优秀新闻摄影专家的眼光与水准, 评选出 世界水平的新闻摄影精品。" [2] 华赛、荷赛, 都是在 追求以强烈的视觉语言,反映人类所经历的重大时刻 与喜怒哀乐,表现人的命运、情感、力量与生存状态, 都是在展示具有国际水准的新闻摄影成果,展示人类 创造的现代文明成果。这也显示出中国新闻摄影在意 识和观念上不断成熟,是中国新闻摄影与国际实质接 轨的标志。

二、从与采访对象平等交流中体现新闻摄影的人文关怀

采访者和被采访者之间要试图建立一个沟通的桥 梁,以便更好地为采访服务。在采访过程中,特别是做 某些专题性的深度报道时,采访者可以通过与采访对象 共同劳动等方式,来进一步融入他们的生活、交流思想, 掌握第一手素材,着眼细节,从细微之处入手,用一些 独到的手法,来表现被采访者的真实生活和生存状态。

有一种认识的误区,以为做新闻就是要报道所谓公 众人物和形形色色的名人,以为做新闻就是反映刺激性 的事件,以及突发的大事。其实,这只是新闻的一个层面, 对于现代受众而言,新闻是发现生活里的真实,更是关 注社会上普通人的喜怒哀乐、悲欢离合。在我们日常采 访活动中,有许多采访对象是弱势群体或受伤害者。作 为一名新闻记者,从客观的角度出发,只有放下拍摄者 的架子(形式上的和心理上的),才可能更好地挖掘人 物性格, 使其真实、丰满。放下架子, 才可能创造交流 的机会,哪怕只是短暂的一会儿也是必要的,因为交流 意味着一种沟通和信任,这种沟通和信任引发的松弛, 有利于发现人的真实想法,而争取这种交流机会的最好 办法,就是给被摄者留出空间。有时往往会因此错过一 些好的拍摄时机,导致一些好的画面溜走,当然这个度 是由每位摄影者自己来掌握的。

由美国摄影师 Jehad NGA 拍摄的《乌干达的夜行 者》,获得首届华赛突发性及重大新闻类组照金奖,而 这组照片的背后隐藏着更多的故事,照片只是表现了整 个故事的一瞬间。2004年3月2日至8日,每当夜幕降临, 乌干达的圣主抵抗军就会像幽灵般地出现,或者强迫儿 童加入其中,或者将他们逐出家园。为了避免遭此厄运, 乌干达北部每晚都会有超过 1.3 万名儿童离开家园, 步 行来到古卢, 住在当地和国际组织建立的避难所里, 黎 明时分则纷纷返回自己的家园。怎么去体现当地当时存 在的恶劣生存环境? 怎么用图片去呼吁更多的人关注那

里所发生的一切? 小说可以采取拖延法、间隔法和伏笔 法,但新闻摄影不能。新闻摄影作品表现出的紧张激烈 时刻、剑拔弩张的瞬间,可以让人产生震撼的感觉,同 样,一个出乎意料的事件、捉摸不定的场景,乃至一种 莫名的眼神,或者从眼神中透视出对未来的踌躇,对生 活的迷惘甚至对死亡的恐惧,都可以引起人们对这个事 件的关注,引起人们对那里居民产生关切的情感。

三、从不同国家民族独具特色的人文题材体现新闻摄影 的人文关怀

中国台湾摄影师黄子明的《日军性奴隶——台籍慰 安妇》, 获华赛新闻人物现场肖像类组照金奖, 它以一 种难能可贵的沉着而又理性的笔触,来刻画沉重苦难的 人物,使得作品远远地脱离了对事件具体而又紧张的描 写,但是又绝不逃避历史、淡化苦难,它所揭示并引发 的对历史、命运、人生的思考,使得该组作品达到难得 的思想理性高度。人文色彩的体现我们都知道, 那就是 "民族的才是世界的"。

综观荷赛的获奖作品,我们可以发现,有关战争、 暴力、灾难、疾病、丑闻的题材占据相当大的比例,如 《逃离战争前线的车臣小男孩》《印尼暴乱》《切尔诺 贝利的悲剧》《苏丹饥荒》等。虽然这些是不少国家、 民族面临的问题,但是否意味着我们拍出的摄影作品就 都是一个风格呢? 当然不是。虽然题材大同小异, 但问 题爆发的原因、民众面对问题的状态、解决问题的手段,

却带有各个国家、各个民族的特色。记者拍摄这类题材 时,应该而且也完全可以体现各个国家、各个民族纵深 的历史、独特的风俗、传统的文化和虔诚的宗教。人文 色彩, 更可以通过各个国家或民族独特的宗教、文化、 习俗等题材得到充分展示。有关非洲苏丹式的饥饿一再 得到关注,如《苏丹的饥荒》。具有独特民族风味的题 材,需要摄影记者用好奇、敏锐的眼光去发现、去抓拍; 而大家共同面临的题材,则需要他们用理解的、深刻的 眼光去捕捉去表现。只有这样,我们才能拍出具有人文 色彩、具有鲜明个性的作品,读者的见识才能得以丰富, 兴致才能保持盎然, 眼光才能延伸至历史、文化、宗教 的纵深之处。

回到上述与抗疫有关的作品, 在全球热点事件的关 注面、国际问题揭示的深刻性、新闻摄影语言的创新度 等方面,都达到了世界级的水平。一幅在内容上缺少民 族情感和社会责任的新闻照片,不会打动读者更不会感 动社会: 一双没有关爱和远离生命的眼睛, 抓不住动情 的瞬间;一位眼界狭隘、修养浅薄的摄影记者,很难和 深度与思考结缘。恪守新闻为本、信息为本、以人为本, 永远是新闻摄影传播的出发点。中国新闻摄影呼唤更多 具有人文关怀, 能够感动读者、感动中国, 乃至感动世 界的好照片出现。在新闻传播过程中, 摄影记者只有以 平等的心态关怀拍摄对象,才有可能赋予新闻摄影报道 丰富的人文内涵。

本文编辑 李诚

参考文献: ——

- [1] 贺延光.《报道摄影》[J]. 2018.
- [2] 胡颖.《执着求索 40 年》——《摄影世界杂志》[J]. 2019.

10月12日,深圳报业集团媒体融合经营专题培训班在中山大学开班。50名"高潜人才"在为期5天的时间里, 聆听学界和业界大咖范以锦、喻国明、张志安、蓝裕平以及南方+相关负责人等的精彩授课,内容涉及媒体 深度融合中的运营模式、5G 时代的未来传播、媒体发展资本运作、电商直播业态与发展路径等, 学员们还实 地参观了羊城晚报社及羊晚创意产业园。大家结合中办国办新近印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的 意见》,以及在工作中的所思所想,积极展开思想碰撞和互动。学员们反映通过培训开阔了视野、拓展了思路, 对深圳报业集团融媒转型的紧迫感增强了,对融媒转型的思考也更为深入。培训结束后,大家及时总结学习 心得和思考成果,这里呈现给读者的,是其中10位学员的学习心得文章。

泛内容链接用户 优质内容锁定用户

□ 沈婷婷

过去的 10 多年是"互联网的上半场", 传统的新 闻生产和传播逻辑被互联网平台解构。从信息匮乏时代 到信息爆炸, 网络的信息已经过剩, 人们不再需要更多 的信息,而是需要有专业的平台,来提供优质有效的信 息,即专业的事情由专业的人做。

5G 时代是智能互联网的时代,对传播内容、传播 途径、传播形式等传播业态带来革命性的变革。首先 是编辑部,智能编辑部将成为媒体机构的核心引擎, AI 写稿将成为编辑部的日常操作,人的生产力和创造力将 被极大解放,转向更高层次、更深度的内容产品研发、 用户研究工作等。第二是传播的渠道,所有的商业化平 台都可以成为分发平台,利用大数据和 AI 技术进行智 能算法推荐,所有的平台都可为我所用。第三是内容的 形式, 随着网络速度的提升, 未来将是中长视频的天下, 视频/直播将成为媒体机构的兵家必争之地。

据统计,互联网上80%的流量是由几大商业互联 网平台占据, 其他媒体机构, 包括我们的主流媒体合计 只占 20%。事实上、腾讯、阿里巴巴等互联网平台、已

占据了民众日常生活的方方面面,不仅仅提供信息和新 闻,而是具备了准基础设施的功能。

党媒的优势在于生产优质内容, 弱势是链接用户。 党媒转型发展必须突破原有的模式,通过泛内容即政务、 服务、商务、直播等链接广泛的用户。在这一点上,党 媒可以通过充分发挥在地性优势, 争取政府在这一方面 的资源和政策倾斜。如就医预约平台,深圳报业集团读 特新闻客户端如能提供就医预约平台,就可以链接广泛 的用户,形成"刚需"使用。在拥有广泛用户的基础上, 深入分析其需求和痛点,在此基础上衍生一系列健康医 疗信息内容,通过垂直的精品信息锁定用户,最终形成 良性的循环。

中央在推动媒体融合发展的论述上,提到要统筹处 理好主流媒体和商业平台的关系。在互联网发展下半场, 党媒的社会赋予功能是稀缺资源, 也是独家资源。商业 平台想要继续发展,必须拥抱党媒。党媒要获得技术、 用户和可持续发展的商业模式,必须积极联手商业平台,

(下转91页)

作者沈婷婷系深圳报业集团深新传播智库研究员

努力将地铁传媒培育成独角兽企业

□尹晨

范以锦教授在培训班上指出,只有将媒体能力延伸 至泛内容领域,才能更好地找到商业模式。5G传播时代, 人工智能、大数据、互联网+供应链等多领域发展,为 我们下一步的产业经营思路,提供了更广阔的想象空间。

以用户需求为中心,重构产品运营与内容变现路径

得益于 5G 强大的数据处理能力,超高清视频广告 将更加普遍,有望提高广告内容质量。此外,5G与VR 等技术结合,不但可以更好地提升移动广告"沉浸式体 验",还能在技术赋能中创新广告形式。

这就要求我们加快转变传统广告营销模式, 充分挖 掘内容产品变现价值和团队服务优势,引入"场景营销" (结合 VR 技术)、整合营销、创新企业服务、电商商城、 直播整合、智库咨询、深度报道内容付费、数据服务、 用户内容收费分成、版权运营等多元化经营路径,加大 与社会头部资源的战略合作、项目合资经营力度。

在产业布局上,深圳报业集团要在坚守"广、发、印、 技"基础上,巩固"国、资、物、新"业务板块和新产业矩 阵, 厚植"传媒+资本""传媒+地铁""传媒+数据""传 媒+版权""传媒+会展""传媒+园区"等新业态,积极 培育新的利润增长点。

重点突出地铁传媒,努力打造独角兽企业

深圳报业集团产业运营媒体方面,要重点突出地铁 传媒多元经营,努力通过差异化运营,打造独角兽企业。

深圳报业集团的地铁传媒业务已成为集团的重要收 入来源,同时也是目前国内三大地铁媒体运营商之一, 我们有参与市场竞争、经营好地铁传媒的巨大优势。同 时,今年以来,深圳公司、成都公司的新媒体矩阵建设,

以及直播带货、线上线下立体运营实践也初见成效,有 望走出"产业运营媒体"的新路子。

以产业思维推动主题物业运营效能提升

培训期间,大家实地参观了羊城晚报及羊晚创意产 业园。羊晚创意产业园前身为广州化纤厂,羊城晚报报 业集团 1999 年收购化纤厂, 并于 2007 年创建文化创意 产业园,由羊晚旗下专门运营公司自行运营,积极引进 文化科技创新企业, 先后引进滚石中央车站、酷狗音乐、 网易 CC 直播、荔枝、洋葱等 130 多家企业进驻,成为 国家级孵化器培育单位、广东省 A 级孵化器。2019 年 园区产值 200 亿元,租金收入约 1 亿元,是羊城晚报集 团重要的租金来源。

此外, 羊晚旗下还有4家分园区, 其中3家为羊晚 旗下公司运营,1家(同创汇)成立合资公司共同运营。

参观羊晚创意产业园带来的启示:一是拓展产业 运营思路, 开放合作, 引入专业性运营主体; 二是要 充分了解深圳行业发展政策指引,结合集团优势,立 足长远规划; 三是要擦亮文化品牌, 探索切合深圳城 市定位及深圳报业集团文化属性的园区运营路径。

利用资本市场力量,打造集团基金群

深圳报业集团要在积极推进"借壳上市"的同时, 利用创业板注册制改革试点契机,继续做强做优一本投 资平台,加大募资力度,加快设立融媒体基金、版权基 金等,打造集团基金群。

此外,可考虑通过资本投资和资金扶持引导,与外部 技术企业建立链接,构建信息互通的新型技术支持体系。

本文编辑 李诚

挖掘泛内容资源 开拓智库商务功能

□ 黎婧

在这次培训班上, 范以锦教授认为, 中央给主流媒 体明确了两大主功能,一个是新闻,一个是智库。9月26 日,中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快推进媒 体深度融合发展的意见》指出,主流媒体的运营模式要 发挥市场机制作用,增强主流媒体的市场竞争意识和能 力,探索建立"新闻+政务服务商务"的运营模式。

这里的政务、服务、商务,就给出了媒体的商机。智 库可以提供政务服务,也可以提供商务服务。因此,集团 开拓智库的商业服务功能,具备充分的政策支持。智库的 政务服务商务创收可包含做项目、提供报告等形式。

多维度运用好采编工作中的泛内容资源

记者和编辑因为岗位的特殊性, 在采访和编辑稿件 当中,可以积累大量一手和二手素材,最终见报的新闻 只占素材当中的一小部分(除突发事故新闻外),而未 采用的素材里还包含大量的泛内容。

所谓泛内容, 就是范以锦教授所说的除新闻之外的 别的内容。新闻本身往往较难具备商业价值,但是泛内 容可以。《意见》里所指的建立"新闻+政务服务商务" 运营模式, 正是鼓励媒体做新闻要延伸至泛内容领域, 从中寻找适合自己的商业模式。

记者和编辑对积累的大量素材经过筛洗、优化和 进一步研究分析, 多维度运用现有资源, 可以形成具 有一定商业价值的政务服务商务报告,他们具备这样 的能力进行相关内容创作,并赋予内容以商业价值。

首先,相对于智库聘用的专家学者和社会上的调研 咨询机构,采编人员采集的素材大多是一手的、生动的、 具有实操性的, 在遇到政策解读和办事流程问题时, 他 们还具有直接采访相关部门和机构的便利性和时效性优 势。结合政府和专家学者对政策等的分析研判,采编人 员的政务服务商务报告商业价值会更高。

其次,虽然人才队伍存在流失、断层现象,但报业 集团依然卧虎藏龙。如能以强有力的培训制度作为支撑, 采编人员采写具有商业价值报告的能力将会大幅提升。

第三,集团作为党媒和政府喉舌,还兼具引导舆论、 解读国家和地方政策的功能,因此采编人员获取的泛内 容, 较互联网公司和咨询机构推出的商务报告, 更具权 威性、全面性和准确性。

要为媒体智库配备专业的运营人才

标杆智库大都配备了专业的运营人才。有关研究报 告就媒体智库建设进行盘点分析,列出目前四家"标杆 媒体智库",分别为光明日报"光明智库"、第一财经 研究院、封面智库和紫金传媒智库。

从其调研来看, 标杆智库的运营人员大都有着多年 媒体从业经验,熟悉市场和受众的需求,能够在研究者 和项目委托方之间发挥桥梁作用。如策划经理能快速把 握专家需求,抓住共鸣点,做深入沟通。

因此媒体智库的运营人员既要具备专业知识, 还要 在媒体思维和商业思维方面训练有素, 也要擅于争取政 府和社会资源。深圳报业集团还可以建立有效的激励机 制鼓励记者编辑向智库投稿,一经采用可获得稿费,同 时可以建立政务服务商务报告提成制度,在后续的商业 销售中,记者编辑可持续获得提成和版权保护。

深圳报业集团可以挖掘英文商机,激励英文《深圳 日报》的采编和行政人员,以及集团其他单位和部门的 英语人才,为智库打造英文版本的商务报告。

本文编辑 李诚

深耕本地做好内容是第一要务

□ 黄浩

结合本次中山大学"高潜人才"培训班的学习,以 及本人工作过程中的感悟,我谈一下对深圳报业集团转 型发展及媒体融合的看法。

传统媒体融合及转型有很多种方向, 目前只有澎湃 APP、封面新闻 APP 及四川观察抖音号等, 具有较大规 模和影响力。这几家有影响力的媒体,都无一例外专注 于内容, 且内容都会深耕本地但不仅仅立足于本地, 而 是做好本地的同时,还有着全国甚至全球视野。

这些媒体为何如此重视内容呢? 我认为有两个原因:

第一,内容才是媒体的核心竞争力。现在今日头条、 抖音及快手这类平台型新媒体,不管是技术还是用户群 体,已经形成了垄断优势,区域性媒体因区域性局限, 很难与他们在同一个层面上竞争。区域性媒体不管是做 区域性平台,还是与平台合作靠内容争取用户和影响力, 都离不开有吸引力的内容做支撑。

就拿报纸来说,有比较好的内容能吸引读者的报纸, 影响力肯定会大过内容差的报纸。新媒体时代也是一样, 比如,在抖音、快手上那么多网红,都是他们本身出品 的内容吸引了用户才火起来,才有流量换取广告或实现 其他经济价值。

所以,深圳报业集团无论采取何种媒体融合的方式 转型,都不能丢掉内容这个核心竞争力,一定要把做好 内容当成第一要务。现在集团内部有些单位采编经营不 分, 靠政府部门的宣传业务取得了不错的收入, 但这样 的收入对集团的媒体影响力,扩大舆论宣传阵地来说并 没有太大益处。因为许多记者已经不把写稿当成工作的 一部分, 甚至稿件上版都不计分不计酬, 记者写稿没有 动力, 更谈不上写出好稿, 读者能关注这样的媒体吗?

深圳报业集团首先是一家党媒集团,我觉得不论怎

么重视经营,都不能丢了媒体影响力,而提升影响力最 有效也是唯一的途径,就是做好内容。抖音、快手、头 条影响力这么大,技术只是一个方面,最重要的还是他 们利用技术手段,给自己建立了一个可以源源不断产生 优质内容的平台。所以,这仍然是一个内容为王的时代。

第二,做好内容还要从深耕本地开始,并兼顾全国 及全球关注度高的内容。深耕本地是根本,深圳报业集 团是区域性媒体,对于深圳本地新闻的报道,深圳报业 集团是有优势的,深圳本地新闻在全国的关注度很高, 做好了有深度、有温度的本地化内容,就不怕没有影响 力。但是,原有的这些优势正在慢慢淡化。

在这次培训中,南方+的老师直言不讳地说,报社 跑线记者都跑不过他们。同时,南方+在深圳的本地化 方面做得比一些本地媒体要好,没别的原因,就是因为 重视本地的内容,派的人多。"我们南方系一个街道能 派几个人甚至十几个人,一个人跑线跑砸了,其他人跟 上再捡回来就好。你们能学得来吗?"

深圳报业集团可以迎头赶上。首先, 与以前及与南 方系相比,深圳报业集团在采编方面投入的人力可能不 足,但是这个方面改变起来不难。其次,集团有很多有 经验的记者,也可以招聘记者采取以老带新的方式培养。

但是,做好本地化并不是全部,全国、全球的热点 新闻也需要跟进并做本地化处理。这是由读者的信息需 求决定的,现在跟身边的人交流,大家不再仅仅关注本 地新闻,所有全国、全球热点都会第一时间迅速传播开来。

我认为让专业的人做专业的事非常重要。不管是提 升新闻报道内容的核心竞争力,还是报业集团进行投资、 经营以及参与资本市场,这些都需要专业人才作为支撑。

本文编辑 李诚

深挖泛内容延伸出的媒体产业链

□ 张露锋

盘点此次学习收获,结合深圳报业集团实际,我有 几点建议:

打造"新闻+政务服务商"模式,以泛内容延伸产业链

目前深圳报业集团各新媒体,大都还是依赖传统广 告模式。这种模式无法让新闻内容实现直接变现,我们 要把以往"做报纸、卖广告"的传统经营模式,向"社 区"模式(聚用户、做服务)发展转型,把"注意力" 变现为"广告费"。泛内容产品应该包括舆情分析、数 据产品、评估监测、智库服务、文化会展、项目运营等。 想获得客户的认可,提供的内容方案不仅要有创意,同 时还能将内容依托媒体平台进行分发扩大影响,这也是 我们主流媒体的优势之一。

从建设媒体智库到转型为智库媒体, 向政府部门提 供定制化调研报告, 拓展政府政务方面的商机。例如, 南方农村报的抖音直播间,不仅自己直播,还帮助全省 农户卖农产品,后来承接了政府部门的"广东国际网络 荔枝节"等活动,实现社会效益和经济效益双丰收。

从拉广告变成"泛内容"服务广告客户。以"黎贝 卡的异想世界"公号为例,该公号不仅用新闻内容和新 闻报道方式去连接,还会提供穿衣搭配技巧、消费购物 指南、时尚潮流趋势等泛内容,来打造品牌赢得用户。

自建平台与商业平台协同, 共建全媒体传播体系

主流媒体生产了许多优质内容,但自身平台的传播 力弱,仍需要借力大型商业平台借船出海,将严肃的新 闻内容,与短小精悍、活泼欢快的短视频相结合,加强 内容输出和传播,扩大自身影响力。

主流媒体仍要建立自主可控的传播平台, 主动将用

户引流到自己的领域"圈地",生产一大批叫得响的融 合产品,将传播影响力的触角,深入到其固有区域的忠 实受众群体。

强化在地性资源和社会地位授予功能优势

传统主流媒体目前仍具备定义事件、引导舆论、凝 聚共识的设置议程能力,不能自废武功。比如许多社会 热点事件, 多从商业社交平台上点燃引爆, 却只有得到 主流媒体的广泛报道,才会成为社会瞩目的焦点。还有 就是网上假消息乱飞,只有主流媒体报道跟进,才会令 人信服,主流媒体这种在群众中的品牌信誉权威性仍在。

区域性媒体更容易对本地的新闻进行深度加工,在 内容方面有专业化的保证以及权威性,容易产生更大的 影响力。深圳报业集团旗下媒体,在本地政府部门中仍 有相当大的影响力和品牌价值,应该深挖这方面的潜力。

借鉴网络直播红人模式,积极布局新媒体的 MCN

MCN 是一种多频道网络的产品形态,是新的网红 经济运作模式, 其特点概括起来就是专业性、多渠道和 商业变现。湖南娱乐频道去年成立 MCN 机构, 共签约 达人主播 200 多位, 范围横跨母婴、剧情、颜值、美妆、 萌宠等多垂类,在抖音排名靠前。他们成功打造了"张 丹丹的育儿经""叨叨酱紫""维密也小曼"等 IP 矩阵, 其中"张丹丹的育儿经",目前抖音粉丝 568 万,成为 母婴知识分享垂类头部账号。

深圳报业集团具有强大的内容创作能力,有高质量 的"网红"(名编名记等),应尽快发力 MCN 领域, 培育自己的网络红人, 打造艺人自媒体矩阵, 构建完整 的MCN生态链条。

本文编辑 李诚

利用算法技术建深圳本十热搜榜

□ 叶志卫

5天的培训课程比较丰富,在众多内容当中,我印 象最深的是两个字: 算法。

用算法来摸清爆款的"爆脾气"

从最早的门户网站编辑上传稿件分发的人工形式, 到给用户画像的聚合模式,进化到目前新闻客户端智能 推荐的算法模式,算法深刻影响着信息分发环节。

王勇幸老师在培训班上介绍说,南方+通过"稿库 池+算法"的形式,向300多个频道分发内容,通过机 器识别图片自动进行配图,节省了大量的人力,实现精 准推送。算法的价值已经不仅仅是内容分发,也体现在 自动"识别"新闻价值、辅助编辑等各个方面。

在信息过载的时代, 技术不仅仅在主导信息分发, 未来也许将主导信息的采集、生产和反馈等环节。比如, 新浪微博"热搜"的形成,就是算法收集、计算用户反

在内容生产中,常说"内容为王",但什么样的内 容为王? 我们经常说, 摸不清"爆款"内容的脾气: 我 们认为的"爆款",没有人关注,而一条不起眼的小稿 件,却有可能成为"热搜"。有没有可能建立模型,摸 清楚"内容为王"中"王"到底在哪里?

深圳报业集团可以通过对过往海量内容, 尤其是爆 款内容的分析,建立一个模型(当然这个模型是变动的), 从而指导内容的生产和编辑模式, 根据受众的兴趣点生 产内容,同时通过算法的迭代,不断提高内容和受众兴 趣的匹配度。

再比如,深圳报业集团经营的地铁传媒,在广告内 容的生产和分发上,目前还是单向传播。我们可以对地 铁不同站点的人群进行技术分析,在广告内容生产和分

发上与用户建立互动,在分析内容和互动数据的基础上, 利用算法实现内容和用户兴趣的匹配, 进而提升广告投 放的精准度。

在用户反馈上,目前普遍认可的新浪微博热搜榜是 一个全国性榜单,我们可以结合深圳本地用户的兴趣, 以及目前深圳报业集团分发内容的数据等,建立相关的 算法,形成深圳本土的热搜榜,从而引导舆论。

建议集团组建专门的算法队伍

如何通过算法对海量新闻的抓取, 在互联网海 量数据和内容中, 快速识别有价值的新闻, 洞察舆 论先机?

算法之外, 是大数据的挖掘。报业集团经过几十年的 积累,已经形成海量新闻报道,并且大部分已经电子化, 这在全深圳独一无二。新闻是历史的草稿本,历史不会重 复细节,过程上却会重复走向。这些海量的新闻,对社会 经济发展走向判断、舆情发展判断等, 具备一定的价值, 关键是如何对这些数据进行挖掘,并且让价值显性化。

让技术主导新闻传播的内容生产和传播模式。也许 有人会问,这不是人的新闻价值判断,向机器的价值判 断妥协吗?我认为,这并非是向机器妥协,而是向用户 妥协。因为模型是建立在对用户的关注点上,建立在用 户接收信息的方式上。

建议深圳报业集团的技术部门,建立一支"算法队 伍",结合新闻传播的规律,对集团涉及新闻传播、广 告分发的单位,进行调研、指导和体检,在成熟的基础 上建立模型, 协助记者进行新闻判断、辅助写作, 通过 技术协助精准地进行内容生产和分发。

本文编辑 李诚

作者叶志卫系深圳特区报区域新闻部宝安区记者站站长

受众需求是新闻产品的制作导向

□戴晓蓉

我到广州参加媒体融合经营专题培训,增长了 知识、开阔了思路, 受益匪浅。结合培训收获谈谈 我的看法。

做个让"食客"满意的"好厨师"

传播学之父威尔伯·施拉姆把受众比作餐厅里的顾 客,媒介是餐厅,传播者是厨师。厨师提供尽可能丰富 的饭菜,至于顾客吃什么、吃多少,吃还是不吃,全在 于他自己的意愿和喜好,任何厨师都不可能把饭菜硬塞 进他的嘴里。

事实上,不少传统媒体不算是个"好厨师"。长久 的传统媒体从业经历, 使一部分人习惯了我写你看的传 播模式, 习惯了根据领导的意图做选题, 不太考虑受众 是否会喜欢。因此, 作为传统媒体从业者在进入新媒体 代时,最重要的是要扭转思路,以受众的需求为产品制 作导向,做出来的东西无论承载什么,首先要保证有人 看,先谈传播到达力,再谈影响力和使命。

纵观目前, 在主舆论场和所有的超大媒体平台上, 几乎完全根据用户的反馈来分发信息,即由"餐厅的顾 客"来决定这条文字或视频的生死。

以抖音为例, 当一个账号发布一条视频后, 抖 音系统会先将这条视频推送给1000个用户,如果这 1000个用户的交互行为反映不错,完播率、评论率、 转发率、点赞率等指标,都达到了算法的要求,抖音 系统就会再分发给 10000 个用户; 如果这次分发后的 用户反馈也很好,抖音系统就可能给这条视频十万人、 百万人的流量。如果这个账号能够经常发布百万流量 级的视频,用户反馈良好,用户数不断增加,那么该 账号在抖音平台上的权重就会增加,每发布一条视频 的起始推送量也会增加,从而进入一种良性循环。

在传统大众传播优势被瓦解的今天, 传统媒体要想 在当前的传播市场存活,就要放下身段,认真了解和研 究当下大平台的规则,研究"顾客"的喜好和审美。内 容的制作不是炫技,内容的背后是人的信息需求,要能 够满足用户的终极心理诉求,才是最本质的目的和最具 指向性的追求。

注重以服务和实用资讯吸引流量

现在一条信息的传播可能还等不及被思考加工,就 已经由众口传播到了全球。因此,在"人人都是自媒体" 的时代,必然会根据不同的需要、不同的性格,而形成 不同的小圈层。因而,未来媒体的体量也将缩小,会有 一些传统传播载体退出市场,取而代之的是 PC 端和移 动端的都市类、生活类信息载体。

传统媒体要在长期以来形成的权威影响范围内, 创 新包装新媒体,利用可控的社会资源,开拓移动产品市 场,着力点在"移动媒体门户",而不是单个移动媒体 产品。同时,做新闻资讯只是一方面,还要大力拓展对 本地市民的服务功能,以服务和各类实用资讯吸引流量, 以流量进一步支撑新闻资讯的传播。

此外, 对移动领域的媒体整合而言, 传统媒体的影 响力以及政策支持很重要,但最终成功仍旧要靠市场。 可以看到,上海报业集团旗下澎湃新闻的火爆,仍然来 自微信公众账号和移动端的转发传播, 就是说澎湃的未 来在 APP 和移动端。这也启示我们,传统媒体要重视新 传播格局下的渠道建设,将内容优势通过新建渠道发挥 出来,同时辅以用户的社交诉求,推广优势资源,扩大 转型后的品牌影响力。 本文编辑 李诚

主动作为做好科技报道"新闻+"

□陈姝

中办、国办最近印发了《关于加快推进媒体深度融 合发展的意见》。这次培训班上,范以锦教授解读《意见》 的三层涵义:一是主流媒体的发展需要国家扶持,但也 要发挥市场机制的作用,不能走完全"包养"之路;二 是主流媒体要坚守"生产和传播好优质新闻内容";三 是"新闻+政务服务商务"隐含商机。他特别强调,"新 闻+政务服务商务"的前提,是在"新闻"统领下做加 法,弱化新闻内容"不是转型,而是转产转行"。

"新闻+"而不是"+新闻",强化新闻内容,是 深圳商报科创新闻部近两年的中心工作之一。结合本次 学习以及采编实践,在做好科技报道上,我有以下体会:

科技报道要全力服务中心工作

2019年,深圳迎来"双区驱动",也进入"科创 双中心"建设新阶段。今年3月,深圳成为中国第四个 综合性国家科学中心。

《深圳商报》一直强调媒体担当,全力服务中心工 作,为深圳建设科学科技双中心贡献媒体力量,"科学 家精神与深圳"年度报道就是一个很好的实践。

2019年6月,中办、国办印发《关于进一步弘扬 科学家精神加强作风和学风建设的意见》,《深圳商报》 和读创客户端随即启动相关报道。我们深入基层,报道 深圳科技工作者如何在日常工作中弘扬科学家精神, 报道深圳的职能部门如何进一步构建良好科研生态, 报道深圳各界如何营造尊重科学、尊重人才的社会氛 围,报道深圳如何建设国际科技创新中心和综合性国 家科学中心。

年度报道陆续推出"科学群星谱""科学中心建 设""深圳科创22条""科研国家队""从科研到产业""腾

讯杰出科学家访谈"等系列专题,发稿超过百篇。这组 年度报道不仅体现了学习落实的深圳速度, 而且在报道 内容上立足深圳实际, 更为可贵的是体现了深圳精神。 中宣部新闻阅评认为,这组报道立足国家战略、凝练城 市精神、诠释先行示范,其中围绕深圳"建设综合性国 家科学中心"新任务、深圳科学家新群体"企业科学家" 的集中宣传, 让人耳目一新、印象深刻。

紧跟民生热点做好科普报道

做好科技报道,一方面要紧跟时政,牢记媒体担当, 主动作为,从中提取可从科技角度深入挖掘的新闻点, 做深做透;另一方面要紧跟民生,明确受众所需,转变 话语体系, 创立与他们链接更紧密的媒体形态。

习近平总书记指出:"科技创新、科学普及是实现 创新发展的两翼,要把科学普及放在与科技创新同等重 要的位置"。科技新闻如何紧跟民生?在推进科普工作 方面,深圳科普传播矩阵是一次全新的尝试。

以科创新闻部为主要执行部门,深圳商报致力打造 深圳科普传播矩阵。这个矩阵由以下三部分组成:深圳 商报科普版+读创 APP 科普深圳频道+科通社。今年5 月,深圳商报与深圳市科协签署战略合作协议,全力推 进科普传播矩阵建设。

结合采编业务,科创新闻部推出科技志愿服务和科 普基地两大项目:一是深圳市科技志愿服务商报分队, 深圳市科技志愿服务总队成立于去年11月,深圳商报 分队是同时成立的十支队伍之一,而且也是唯一来自 传播领域的队伍; 二是深圳商报科普教育基地, 成立于 2019年,是深圳 162 家科普教育基地中唯一的信息传 媒类基地。 本文编辑 李诚

以连接思维深耕教育传媒领域

□ 王瑛

通过培训,我深刻认识到必须以连接思维构建内容制作、产品经营等,来深耕教育传媒领域,这样才能做大做强。

传统媒体目前面临两大困境: 自身平台传播力减弱, 商业模式难有突破,导致内容生产、传播平台和传播影响力三者撕裂。据统计,三年前主流媒体的私域流量不 到 20%,现在的情况更不乐观。媒体培育市场竞争力, 要探索建立"新闻+政务服务商务"的运营模式,媒体 能力要延伸至泛内容领域,消融媒体边界,重构产品运 营与内容的变现路径。

教育传媒集团成立时的构想,就是这样的思路。该 集团成立之初,通过有效整合资源和品牌,实现了传媒 主业的巩固和提升,同时瞄准教育市场巨大的刚性需求 和消费潜力,探索以市场化的手段,大力开拓教育领域 的培训、会展、智慧服务等市场,努力探索"教育+传 媒"的产业发展新路。

目前,教育传媒集团也在努力建立与各级政府主管部门和市、区教育局的沟通机制,最大限度争取行政资源支持,分解、明确政府支持项目和购买服务项目,以基于权威话语的平台建构,来占领产业高端位置,建立核心业务群。

教育传媒集团在发展布局层面,执行泛内容领域的 大连接,通过连接产生不一样的张力和合力。具体工作 中的内容生产和输出,在保持专业性和高水准的同时, 也充分认识到,媒体融合时代内容不仅是资讯,还是关 系表达。在这里,连接有着重要意义,要把连接思维体 现在工作的各个方面。

内容连接。要立足行业,发挥自身掌握专业资源、 熟悉行业状况等优势,坚持"内容为王"原则,通过 新颖饱满的策划、精耕细作的采编工作,不断推出优秀产品,比如特区教育杂志开设的"幻想世界"想象作文栏目。南方科技大学科学与人类想象力研究中心,正在进行青少年想象力与科学创新培养研究,一些中小学也开设了科幻课程。编辑联动这些资源,借助专业优势和社会地位授予优势,整合公共资源不断加强内容建设,思考如何将一个栏目扩大成一个活动,从而产生更大的影响力。内容推广上要思考如何用连接方式,做出易分享、乐推荐、有话题、可互动的内容,并加强转换能力与渗透能力,实现社会影响最大化。

情感连接。在工作中,鼓励有影响力和传播力的名记者、名编辑开设个人工作室,既打造一批具有影响力和传播力的拳头产品,也通过推进名编名记打造媒体的网红,抓住受众的情感心理需求,以媒体人的个人形象聚拢人气,形成固定读者群,让读者找到认同感和归属感,从而找到核心用户。我们的报刊和新媒体,可以塑造个性鲜明的主持人形象,让名编名记与公众产生价值匹配,这样就可以通过形象创造影响力和价值。

活动连接。强化用户研究和社群化运营,进行用户数据分析和精细画像,推进用户与内容的个性化匹配,打通线上与线下活动,形成稳定的圈层。在粉丝群管理中,要认识到泛众化传播时代,挖掘和培养关键意见领袖的重要性。通过多元活动形式,让用户与教育传媒集团之间建立联系,从而形成长期使用的依赖习惯。

在社会结构呈现微粒化时期,我们要充分认识到连接成为一种赋能赋权的力量源泉,要采取开放的方式,借助外部的生产能力和生产能量,形成新的内容生产机制和经营机制。 本文编辑 李诚

互联网"下半场"的媒体机会值得期待

□ 黄浩

在媒体面临深融挑战、互联网已进入"下半场"的 当下, 传统主流媒体将何去何从? 在 10 月 12-16 日中 山大学举行的深圳报业集团媒体融合经营培训班上,专 家学者们隐然呈现出两种不同的判断和态度。

一种是年轻的研究人员与互联网创业者,他们认为 传统主流媒体的信息与价值传播近于死亡,传统媒体(平 台)的经营是一种"既烧脑又烧钱"不讨好的营生;另 一种则是资深媒体人、知名学者和投融资专家,他们认 为主流传统媒体的发展正在形成一种全新逻辑,属于其 未来的市场机会已经开启。

我认为对后一种意见应该给予足够的重视。

这是一种基于战略思维的建设性判断。原南方报业 的掌舵人范以锦首先揭示了机会的窗口。他结合中办国 办新近印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》 指出, 传统媒体的困境是显而易见的, 但主流媒体在深 融过程中始终没有放弃对新的运营模式的探索, 其中至 少产生了以华西都市报、东方早报、新京报、京华时报 以及南方日报等为代表的报业运营新模式的探索, 有成 功也有失败,但方向已越来越清晰。

教育部长江学者、北师大新闻传播学院执行院长喻 国明则提到,随着"渠道中断"和"渠道失灵",媒体 传统发展的逻辑已在终结,目前80%以上的信息传播 已为社交媒体所拥有。以 TiKToK(抖音)为例,今年 年初的用户还只有2亿,半年时间过去已突破10亿。 理论上说,这个时代"人人都是传播者"似乎是成立 的,但一个根本的事实不应被忽视,即内容生产供给侧 的传播主体,正在经历着从专业化到精英化的转变,网 上 95% 的有效内容,将仍然要由 3%-5% 的人来生产。

喻国明对未来传播全新逻辑与操作关键的进一步分

析是, 传统媒体的价值支撑点被完全解构, 但在互联网 的"下半场",必然是垂直、专门领域的对相关要素的 连接、激活、协同、整合与管理,而这不是只能提供连 接功能的互联网公司所能完成的。在这个场景之下,所 谓流量(用户)在BAT平台上将成为富余的资源,传 统媒体可能通过自身的独立端口,同样获得属于自己的 "私域流量",重中之重是实现对用户的精准管理。他 认为, 传统媒体目前有两大机会, 一是"在地资源", 可以以此构建在专业领域的资源再造;二是"社会地位 授予功能",可以以此实现对资源的激活与动员。在一 个碎片化、"微粒化"到来的时代,媒体或将使马克思 所说的"自由人与自由联合体"社会真正实现。

喻国明对一直以来媒界热衷的"中央厨房"模式并 不看好,认为这不符合互联网环境中"以我为出发点" 的信息需求特征,只能作为一种对敏感信息的舆论调控 手段,与老百姓对服务的体验与需求是偏离的。

北京师范大学金融研究所教授蓝裕平, 从经济学的 角度对传媒业未来给予乐观的期待。他说,对经济学现 象有三种解读的方法,一是历史的,二是统计的,三是 理论推理的,他认为历史的方法最具价值。对二战以来 主要国家产业结构历史变化的趋势比较可以发现, 中国 未来第三产业将迎来大的发展,特别是轻资产高回报的 传媒产业,可以媲美当前的金融业。"哥伦布发现了新 大陆,摩根重组了新大陆",传媒产业的并购重组,将 伴随着中国经济崛起的全过程, 必将成为产业的明星。

关于互联网"下半场"的媒体机会,谁的回答最具 启示意义? 我的体会是, 只有在传媒业发展道路上真正 经历痛感的人,才会对上述花式技术和流量恐慌早以免 疫的观察,报以赞同的掌声。 本文编辑 李诚

抖音短视频迅速崛起原因探析

□汪苏华

【摘要】在我国短视频矩阵中,抖音短视频的发展尤为迅猛,稳居该领域第一。抖音能够在近四年中取得如此骄人的业绩,其成功之道在于稳扎稳打、稳步发展,产品设计别出心裁,功能多样、用途广泛,策略得当便于传播。

【关键词】抖音短视频 产品设计 功能 用途 传播策略

近年来,随着科学技术的发展和碎片化阅读的兴起, 我国的短视频行业发展迅速。抖音、快手、火山小视频、 好看视频、梨视频、土豆视频、西瓜视频等短视频, 自 2016年以来纷纷上线、竞争激烈。在这场竞争中,抖 音短视频的发展尤为迅猛,稳居短视频领域第一。根据 2020年1月6日抖音发布的《2019抖音数据报告》, 截至2020年1月5日,抖音日活跃用户数已突破4亿。[1] 到今年6月底,抖音的月度独立设备数达到4.7亿,充 分展现了抖音用户数的庞大。[2] 如今,抖音已经成为不 少人的必备 APP, 许多中央和省市级传统媒体及国家企 事业单位也纷纷入驻抖音,开设账号。与此同时,抖音 海外版 Tik Tok 在一些西方国家也广受欢迎。今年一季度, TikTok 在美国的下载量达到3.15亿次, 创下全球新纪录, 超过脸书等美国应用程序。由于这个原因, TikTok 受到 美国政商界的排挤和打压。抖音短视频能够在近四年的 时间取得如此骄人的业绩,其成功之道值得总结与借鉴。

稳扎稳打 稳步发展

抖音是北京字节跳动科技有限公司发布的移动社交软件,致力于拍摄与发布 15 秒以音乐创意短视频为主打的产品,于 2016 年 9 月上线。用户可以通过这款软

件选择歌曲,拍摄音乐短视频或其他内容的短视频。"抖音"所秉承的宗旨是帮助大众记录美好生活、表达自我。 用户可在拍摄视频时加入平台配备好音乐,也可加入各项特效完成视频制作。

有研究者将抖音的发展历程划分为蛰伏期、推广期、发展期三个阶段:

从 2016 年 9 月 26 日 发 布 抖 音 V1.0.0 版 本,到 2017 年 4 月 18 日升级到 V1.3.7 版本,为抖音的蛰伏期。在这一阶段,抖音制作团队没有急于将产品推向市场,而是重在提升产品性能、优化产品体验,不断提升视频清晰度和质感,优化视频加载和播放流畅度,并增加了如滤镜、贴纸等简单有趣的特效。

从 2017 年 4 月 28 日的 V1.4.0 版本,到 2017 年 9 月 26 日的 V1.6.8 版本,为抖音的推广期。在这一阶段,抖音制作团队在持续优化体验的基础上,开始大力推广自己的产品,扩大差异化竞争力,争取更多的用户。他们结合抖音定位,拍摄发布了首支 TVC 广告、邀请明星在抖音发布新歌、赞助综艺娱乐活动、举办线上线下等造势活动,以不断扩大抖音的社会影响。在这一时期,其母公司北京字节跳动科技有限公司,开始逐渐加大对抖音的投资力度,出资 10 亿美元收购北美音乐短视频

社交平台 Musical.ly, 并将它与抖音合并。从 2017 年 9 月 26 日升级至 V1.7.0 版本之后,为抖音的发展期。在 这一时期, 抖音制作团队一方面积极挖掘和支持有较高 素养的音乐爱好者和原创音乐人, 到抖音平台发布优质 资源,另一方面优化举报和评论功能,上线了反沉迷系 统,邀请各界代表研讨拟订《抖音社区公约》,努力减 少低俗恶趣的视频和评论,以保证抖音健康发展。在这 一时期, 抖音还发布了包括国际版、日版、韩版等海外 版本,吸引了大批的海外用户。[3]

经过几年的战略调整及稳步发展,"抖音"逐渐受 到越来越多用户的关注,成为北京字节跳动科技有限公 司的战略级产品。目前, 抖音在国内的日活跃用户数已 突破 4 亿,在很多国家的 store 下载中都位居前列。不 仅如此, 抖音还成为我国各行各业传播与营销的必争平 台和新风口。

产品设计 别出心裁

抖音将目标受众定位于90后、00后青年人。他们 的主要特征是酷、潮、追求新鲜感、有表现欲、敢于大 胆实践和创新,希望通过表达自我获得关注。为了有力 地吸引这些用户, 抖音在产品设计方面下足了功夫。

在产品的设计方面,抖音短视频与其他短视频相比, 有不少创新之处。

首先,在主界面设计上,抖音可谓别具一格。在抖 音 APP 的主界面,运用竖屏全屏、高清视频,使画面 更有冲击力, 让人眼前一亮。主界面专门设计了推荐板 块,旨在推送部分内容优质的视频。这些视频在WiFi 环境下均自动播放,并在数据浏览下提示"是否继续浏 览"。如果受众希望更换浏览视频,只需通过手指上滑 或下滑来切换视频即可,操作起来非常方便。

其次,在个人界面,除了可以编辑个人资料和进行 基本设置外, 抖音还通过三种方式来增强其社交属性: 一是通过分享主页和邀请好友的功能, 鼓励用户自发传 播并新增其社交关系链。二是显示用户拍摄的作品、故 事和喜欢的视频,以引起其他有相同兴趣用户的关注与 观看,从而产生新的关系链。三是显示用户的获赞情况、 关注数和粉丝数,从而增加用户的成就感,激发用户创 作出更多更好的短视频作品。

再次, 抖音专门设置了搜索板块, 鼓励用户大胆挑 战、展示自己。搜索板块下设热搜内容、热门挑战和发 现更多等小板块,激发年轻用户大胆展现自我,多制作、 多发布优质内容。

此外, 抖音还专设了附近板块, 显示用户附近的人 拍摄的短视频。附近板块页面采用瀑布流排列方式,一 次呈现多个视频画面,方便用户挑选观看。

在利用平台创作短视频内容方面, 抖音也设计了简 单易行的操作流程,并配备了内容丰富的音乐库、范本、 美颜、表情包等资源,供用户选择。由于制作门槛低, 用户只需一台智能手机,加上较好的创意,便可制造出 优秀的短视频来。

功能多样 用途广泛

具有多种功能, 也是抖音短视频能够吸引众多用户 的重要原因。抖音的功能主要表现在以下几个方面。

观赏与发布功能。抖音为用户提供了免费观看和发 布短视频的平台。它整合了网内抖友发来的内容丰富、 数量众多的短视频,放在平台内供用户浏览。用户只需 在手机屏幕上上下滑动,就可以随时观看,大饱眼福。 抖音还为用户提供了免费制作短视频的平台。用户可以 利用这个平台, 在选好歌曲的基础上拍摄短视频, 形成 自己的作品。用户还可以通过调整视频拍摄的快慢、特 效(反复、闪一下、慢镜头)等,让视频更具动感和艺术性。

展示自我功能。美国社会心理学家亚伯拉罕・马斯 洛在 1943 年发表的《人类激励理论》一文中,提出了 著名的人类需求层次论。他将人类需求从低到高,按层 次分为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自 我实现需求五种; 而自我实现需求是最高层次的需求, 其含义为实现个人理想、抱负,最大限度地发挥个人能 力、实现个人理想。[4] 这一理论由于比较科学地揭示了 人类的需求规律,受到广泛赞誉。随着我国人民生活质

学人新论

量的稳步提升,越来越多的人开始追求自我实现,力求更好地展示自己。抖音短视频注意满足人们的这种需要,力求为用户展示自己提供一个理想的平台。抖音为用户专门设置搜索板块,下设热搜内容、热门挑战和发现更多等小板块,并提供了良好的拍摄、编辑与美化短视频的条件,鼓励用户大胆展示与挑战自己,制作与发布优质短视频。许多年轻的用户充分利用这一现代化舞台,拍摄和发布了大量反映自己日常生活的短视频,展示与表现自己,不仅获得了心理上的满足,也扩大了自己的影响和交往范围。

社交与交友功能。抖音是一款社交软件。在其个人界面,专门设置了分享主页和邀请好友专页,旨在帮助用户增加社交关系链,在分享自己生活的同时,结识更多的朋友。抖音还设有点赞、评论等工具包,以加强用户间的互动。抖音由于入门门槛比较低,用户数量众多,是青年人结识新朋友、扩大社会交往的重要媒介。用户在获得他人点赞、评论或对他人拍摄短视频进行点赞、评论的过程中,自然而然地实现交互,扩大了交往,并与有共同兴趣的人形成共同体,从而有效地增强了社会认同感和归属感。

商品直播营销功能。抖音的平台特色是音乐短视频 +直播 + 社区化运营。抖音的社区化运营,从点到面, 扩散性很强,因此逐渐上升为"带货王",带火了许多 产品,如兔耳帽子、海底捞、滑板、COCO 奶茶、小猪 佩奇等。今年疫情期间,许多商家都开设了抖音账号, 利用抖音短视频平台直播带货,有效地促进了产品销售。 此外,用户还可以利用抖音,拍摄自己的产品图像进行 宣传、出售。因为按照抖音平台的规定,用户前期拍摄 短视频的粉丝数如果达到一千,就可以开设橱窗,出售 自己或别人的产品,获取利润和佣金。

策略得当 便于传播

抖音短视频能够在不长的时间内迅速崛起,与其采 取成功的传播策略息息相关。这些传播策略恰似巨大的 吸盘,吸引着数量众多的年轻用户。

一是以用户需求为中心的接近性传播策略。接近性 强弱是传播媒介能否吸引受众的关键,在这方面,抖音 可说是做足了功课。首先,它注意迎合当代青年人表达 自我、加强社会交往的需求, 为他们提供了一个展示自 我、加强社会交往的现代化平台。其次,它尽量满足现 代人快节奏生活、碎片化阅读的需要,以15秒、全屏 高清、即时交互的特征,很好地满足了青年人快节奏生 活下的阅读习惯,为人们的碎片化阅读提供了方便。再 次,它的传播内容多样化,满足了不同兴趣和爱好用户 的需要。抖音传播的内容丰富多彩、多种多样,包含了 人们的日常生活百态。其中既有明星网红的活动,也有 普通大众的点点滴滴: 既有高雅的艺术, 也有轻松愉快 的搞笑视频。这一传播特点能够满足人们对于多元世界 的好奇心。最后,它所提供的沉浸式体验,能够有效地 吸引住受众。抖音短视频的设计十分方便受众观看:一 打开其 APP 就可直接进入视频播放界面;整体界面为 竖向全屏播放,内容随机推送,这就减少了用户选择的 麻烦;依靠精准的算法,可以在一定时间内为用户提供 多样优质的视频内容。上述这些传播理念和措施,有效 地拉近了它与受众的距离,增强了其接近性和粘连性。

二是以虚拟社区为基础的互动性传播策略。互动性强是互联网传播的特点和优势。在互联网条件下,人们不再受制于传统媒体单向传播的局限,可以在网络虚拟社区进行交互传播,互相传递信息、表达情感、加强交往、增进友谊。抖音短视频进一步强化了互联网的这一传播优势,充分利用其交互性传播及虚拟社区传播的特点,并将其充分利用。它以增强短视频内容之间的关联性和用户之间的交互性为目标,在平台上巧妙地设置产品功能,从多渠道帮助用户增加社交关系链,结识新朋友。它还通过设置点赞、评论等工具包,加强用户间的互动。与此同时,抖音还通过智能算法,根据各位用户的收视特点,有针对性地向其推荐相关联的短视频内容,以吸引用户继续浏览,并结交新朋友。

交互性传播策略的实施,有效地增强了抖音对用户 的吸引力和影响力,并将越来越多的用户吸引过来。许

多年轻用户将抖音视作展示自我、结交朋友的重要平台 和媒介,每天都要上抖音徜徉一个小时以上。有的青年 朋友甚至这样说:"如果哪天没有上抖音,这天算是白 过了。"

三是以内容生产为依托的体验性传播策略。我们知 道, 抖音是致力于拍摄与发布音乐创意短视频为主打产 品的移动社交平台。虽然播发短视频是其第一要务,但 它也十分重视短视频的拍摄业务, 积极为用户提供优良 的拍摄条件与环境,激发用户踊跃参与短视频的拍摄体 验,大胆地展示自己的形象和日常生活,并以此来招徕、 吸引用户。抖音设置了专门的短视频拍摄专区,用户只 要运用智能手机按照设置要求,点击平台提供的工具包, 就可以进行拍摄体验,并将作品予以发布。为了帮助用 户提高拍摄质量、烘托现场气氛, 抖音配置了多首流行 音乐, 供用户在拍摄中选用。大量高质量、有特色的短 视频作品,就这样被用户拍摄出来。抖音所采取的这种 以内容生产为依托的体验性传播策略,为广大用户提供 了理想的体验场所和实践基地,有力地吸引着众多的用 户,对于扩大其用户数量发挥了重要作用。许多用户热 衷于参与其中, 踊跃投入拍摄体验实践, 并不断提升拍 摄与制作短视频的质量。越来越多高质量的短视频,就 在这种背景下诞生了。这一策略的运用,不仅有效地提 高了用户的拍摄能力、增强了他们对抖音平台的联系与 依赖,而且进一步扩大了抖音的影响力、增加了短视频 的拥有量,可谓一举两得、相得益彰。

四是以内容广泛分发为目的的智能性传播策略。随

着大数据技术和智能算法技术的推广和运用,智能推送 已经成为网络新媒体普遍采用的传播策略, 抖音则将这 一传播策略加以充分运用,以求更有效地吸引用户。抖 音平台采用智能分发和粉丝分发两种方式,通过算法属 性+实时热度+用户关系的运算方法,针对各位用户的 需求和爱好,精准有效地为其推荐相应的短视频产品。 所以, 抖音用户在使用过程中, 往往能够看到自己感兴 趣的内容, 进而引起共鸣和持续关注。实行这种传播策 略,可以有效地提升老用户的黏性,并不断吸引、扩充 新用户。

抖音短视频之所以能够取得成功,关键在于它懂得 广大用户的心理需求, 并从多方面来满足这些需求, 因 而赢得了广大用户的青睐。

20世纪50年代,美国大众传播学者施拉姆曾经深 入研究过影响受众选择大众传播媒介或信息(即传播内 容)的因素问题,提出了著名的受众选择或然率公式, 指出:选择的或然率=报偿的保证/费力的程度。在这 个公式中, "报偿的保证" 指传播媒介或信息满足选择 者需要的程度,"费力的程度"则指使用这个传播媒介 或得到这则信息的难易程度。[5] 用施拉姆的这个公式来 解释抖音短视频的成功之道,是顺理成章的。抖音短视 频的功能多样,满足用户需求的程度高,但入户门槛低 目免费使用,浏览方便目占用时间不长。简言之,它的"报 偿的保证"高,而"费力的程度"低。这样的传播媒介 自然会受到广大用户的欢迎。 本文编辑 李诚

参考文献: —

^[1] 创业点子. 抖音用户量有多少. [EB/OL]. 华风扬网. 2http://www.uxxsn.com/. 2020-06-19.

^[2] 剧本创作工厂. 抖音短视频推广对我们有什么好处. [EB/OL].https://mp.weixin.qq.com/s?src=11×tamp=1597631355&v er 2020-07-23

^[3] 邵征锋. 抖音传播的特征、挑战及未来发展趋势探析(J). 现代教育技术. 2018 年第12 期. 本文转自"猪友之家"网. https://www. pig66.com/2019/145 0225/17645723.html. 2019-02-25.

^[4] 马斯洛需求层次理论. [EB/OL]. 360 百科. https://baike.so.com/doc/2102592-2224471.html.

^[5] 选择或然率. [EB/OL]. MBA 智库·百科. https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%80%89%.

编者按

在日益活跃的微信平台上,出现一批值得关注的公众账号,涌现出许多颇有见地的媒体人。这些人思想开放、触觉敏锐,文中广阔的视野和独到的见解时时闪耀出迷人的智慧和思想的光芒。

"微观围观"专栏特别邀请广东外语外贸大学新闻传播学院副教授李明主持,将 微信平台中媒体人的真知灼见精选、提炼出来,与大家一起分享、品味。

微观围观

□李明 主持

微信新闻标题如何避免"标题党"

衡量微信新闻的好坏通常有两个重要指标,一是点击率,二是传播率。点击率是指读者在看到标题后,会不会被吸引去点开,传播率是读者在看完文章后,愿不愿意去分享此篇文章。当然,影响传播率的还有文章的质量,但点击率则几乎完全取决于标题。因此,有些微信标题为了夺人眼球,玩起了所谓"标题技巧"。

1. 标题与内容脱节

把臆想中的内容放在标题里,以增加读者对新闻的点击量。如:《太原周边有近百座山!这12座竟这么美,周末我们去探访吧!》,看到这一标题,读者普遍认为,既然是"太原周边",那肯定是指太原市附近的景点,但是打开微信一看,发现文内提到的原平、介休、灵石、盂县、宁武和阳泉等地的景点,距太原二三百里开外,这能叫作"太原周边"吗?读者大有上当受骗之感。

2. 用词不准、夸大其词

作为新闻传播平台,微信新闻标题必须与新闻内容一致,恪守准确、恰当这一新闻规律。但是为了增加点击率,达到"题不惊人死不休"的效果,一些微信新闻标题忽视这一新闻原则,夸大、歪曲事实,故弄玄虚,损伤了媒体的权威性和公信力。例如,《太原"蒙眼神厨"冲上热搜!这所高校竟藏着一位"绝世"高手》,"绝世"就应该空前绝后,但实际上,"蒙眼神厨"过去就有,所以此处的用法太夸张,不准确。

3. 创新不足、停滞不前

创新是新闻的生命,鲜活是新媒体的标签,微信在起步阶段大量采用 UC 浏览器的"震

作者李明系广州外语外贸大学新闻与传播学院副教授

惊体",新鲜、有趣、圈粉无数,但是,经过若干年的发展,许多媒体的微信标题仍然在 用这种"震惊体","新鲜出炉!……""快看!……""刚刚!……""最新!……""罕 见! ……""痛心! ……""重磅! ……"等, 千篇一律, 过多过滥, 引起读者反感, 根 本无法调动读者的好奇心, 更谈不上吸引读者去打开内容。

显而易见, 微信标题中的这些问题已成为新闻传播力、引导力、影响力、公信力的掣肘。 点击量或许上去了,却被读者冠上"标题党"的恶名。

原标题:微信新闻标题,如何避免"标题党"却又足够吸睛? 文/雷永棠 来源:传 媒圏 2020-10-09

以金庸先生去世为例,看新媒体如何生产热点内容

9月18日,《校园创作者培训计划》系列课程如约进行,食味艺文志副主编周天意 带来主题为《短视频时代,图文自媒体值得做吗》的分享,以金庸先生去世为例,分析 印象深刻的5个公众号如何生产热点新闻。

1. 新浪新闻: 快速而准确

新浪新闻的定位是快速和准确。所以当时金庸先生去世的消息传来,新浪新闻和其 他一些新闻平台,在第一时间发出了这个内容。这种内容不需要深度,只需要把信息报 出来, 让大家知道有这件事情。这条新闻报道后, 很多自媒体迅速跟进。

2. 张佳玮公众号: 热点内容再解读

这个公众号采取了一种典型的自媒体做法,追新闻热点。它选取的角度是热点内容 再解读,回顾了金庸先生的生平,把金庸先生去世这件事情,以及他的人生经历再复盘 了一遍。

这种内容是大家最容易想到的角度,相对来说可能也是最容易写的角度。金庸是一 个大名人,他的相关内容在网上本身就有很多,这种好写的内容往往意味着对角度的切 入要求比较高,有可能马上就能产生爆文,也有可能会淹没在一大片选取同类角度的内 容中。

3. 新浪娱乐: 影视作品的复盘和回顾

新浪娱乐选择把金庸小说改编过的影视作品,进行复盘和回顾。因为新浪娱乐的定 位是娱乐, 它的内容肯定要跟娱乐相关, 所以它会选择将金庸先生去世的消息和影视相 结合。

4. 麦杰逊公众号: 反向思维蹭热点

它选择了一个反向思维的角度。当大家都在悼念金庸的时候,这个公众号反过来, 说金庸先生去世这件事情不应该成为大家争先恐后追逐的热点,这相当于在消费金庸先 生。这个公众号看似用了一种批判的精神说这件事,但实际上也在消费金庸。不过这种 角度比较讨巧, 所以这篇文章的阅读量很高。此外它还提供了一种不一样的思路, 能够

微观围观

体现出这个公众号的个性。

5. 食味艺文志: 紧扣定位做美食

食味艺文志也追了金庸的热点,回顾了金庸小说里面的美食,比如在《射雕英雄传》 里"二十四明月桥"这道菜。金庸先生的老家在浙江,所以他文章中的饮食基本是江南的 风物,《天龙八部》中写苏州的姑娘、美食等内容,也给人留下了非常深刻的印象。

热点不能乱蹭。这则新闻刚刚报道出来时,作为曾经的武侠小说痴迷者,食味艺文志的编辑记者们第一反应也是悼念金庸先生,但是后来觉得不对。首先,全网已经有很多悼念金庸先生的内容;其次,单纯地悼念金庸先生,抒发个人的感受,和公众号没有联系,对于公众号并没有益处。所以在蹭热点这件事情上,食味艺文志结合自身公众号的定位,从美食的角度出发,把金庸笔下的江南美食复盘一遍,新颖独到。

原标题: 短视频时代, 图文自媒体还值得做吗? 文/腾讯媒体研究院 2020-09-23

标点符号使用中的常见错误

当前社会上,标点符号使用中出现最普遍的问题,是序次语后标点的使用,最突出的错误表现在阿拉数字做序次语时后面使用顿号。规范用法是:不带括号的阿拉拍数字做序次语时,后面应使用实心圆点。类似的标点符号使用错误还有很多。

GB—T 15834—2011 标点符号用法于 2011 年 12 月 30 日发布, 2012 年 6 月 11 日实施, 是对 1995 年发布的《标点符号用法》进行修改后重新发布的现行国家标准, 新用法有一些新变化, 也是目前使用中最容易出错的。

- 一、问号(?) 最多可叠用三个
- (一)在多个问句连用或表达疑问语气加重时,可叠用问号。通常应先单用,再叠用, 最多叠用三个问号。
 - (二)问号可用于句内,表示存疑或不详。

例如:马致远(1250?—1321),大都人,元代戏曲家、散曲家。

- 二、叹号(!)可在问号后再用
- (一)表示声音巨大或声音不断加大时,可叠用叹号;表达强烈语气时,也可叠用叹号,最多可叠用三个叹号。

例如:我要揭露!我要控诉!!我要以死抗争!!!

(二)当句子包含疑问、感叹两种语气且都比较强烈时(如带有强烈感情的反问句和 带有惊愕语气的疑问句),可在问号后再加叹号(问号、叹号各一)。

例如:这点困难就把我们吓倒了吗?!

- 三、标有引号、书名号的并列成分之间通常不用顿号(、)
- (一)相邻或相近两数字连用表示概数通常不用顿号。若相邻两数字连用为缩略形式, 官用顿号。

例 1: 这种凶猛的动物常常三五成群地外出觅食和活动。

例 2: 农业是国民经济的基础,也是二、三产业的基础。

(二)标有引号的并列成分之间、标有书名号的并列成分之间通常不用顿号。若有其他 成分插在并列的引号之间或并列的书名号之间(如引语或书名号之后还有括注),宜用顿号。

例 1: "日" "月" 构成"明"字。

例 2: 办公室里订有《人民日报》(海外版)、《光明日报》和《时代周刊》等报刊。

四、连接号(一)取消了连接号中原有的二字线,将连接号形式规范为短横线"-"、 一字线"一"和波纹线"~"三种,并对三者的功能做了归并与划分。

(一)标示化合物的名称或表格、插图编号;连接号码,包括门牌号码、电话号码,以 及用阿拉伯数字表示年月日等; 在复合名词中起连接作用; 某些产品的名称和型号; 汉语拼音、 外来语内部分合等均用短横线(占半个字的位置)。

例 1:3- 戊酮为无色液体,对眼及皮肤有强烈刺激性。

例 2: 参见下页表 2-8、表 2-9。

例 3:安宁里东路 26 号院 3-2-11 室

例 4: 联系电话: 010-88842603

例 5: 2011-02-15

(二)标示下列各种情况,一般用"一"字线(占一个字的位置),有时也可用波纹线"~" (占一个字的位置)

1. 标示相关项目(如时间、地域等)的起止。

例 1: 沈括(1031-1095), 宋朝人。

例 2: 2011年2月3日—10日

例 3: 北京一上海特别快车

2. 标示数值范围(由阿拉伯数字或汉字数字构成)的起止。

例 1: 25 ~ 30g

例 2: 第五~八课

原标题: 《标点符号用法》的新变化 来源: 编辑校对 2020-10-23

中国新闻奖评选办法有重大调整

2020年,中国记协对中国新闻奖评选办法作出重大调整,主要集中在两个方面:一是"并 转"一批奖项,涉及面较广;二是删除一批条款,减少主观性争议或适应新形势。

2020年起,中国新闻奖评选办法从删除的文字上看,至少弱化了5个评选标准:

1. 标点符号使用错误的,不再影响获奖

【删除】标点符号的不规范应用不影响文意的,音视频作品中记者、主持人、访谈嘉宾 等非原则性口误,数量在3个以内的,不影响获奖。

微观围观

2. 有错别字的,不再影响获奖

【删除】存在错别字、标点符号错误、多字、落字等情况的作品(含视频作品和新闻论文)以及存在主持人、记者表述错误的音视频作品,不得获一等奖。

3. 有不良社会影响的,不再影响获奖

【删除】有不良社会影响等情况的作品,不得获奖。

4. 新闻要素不全的,不再影响获奖

【删除】新闻要素不全等情况的作品,不得获奖。

5. 交代不清的,不再影响获奖

【删除】事实交代不清、文不对题、表述有歧义(被采访对象口述和引用原文的除外)等情况的作品,不得获奖。

【删除】意思表达不清等情况的作品,不得获一、二等奖。

原标题:中国新闻奖评选办法,已弱化至少5个标准来源:老总派单员2020-10-21

视频流媒体前瞻: 无互动, 不内容

36 氪研究院近日发布的《2020 年技术赋能娱乐视频用户体验升级研究报告》,复盘爱奇艺、Netflix、YouTube等一众头部行业头部平台的最新动向,预判视频行业三大趋势,其中互动成为最有亮点的部分。

1. 从"平面观看"到"立体消费"

娱乐视频建立集视听、娱乐、社交、营销、探索知新等场景在内的立体内容消费链路,实现了从"平面观看"到"立体消费"的升级。

2. 用户与内容生产者双向融合

互动剧、互动综艺等视频呈现形式的崛起,重塑了用户与视频内容关系,未来用 户与内容生产者的关系将更加趋于双向融合。

3. 用户全感化体验将持续升维

5G 技术的成熟将攻破越来越多的 VR/AR 应用难题,用户全感化体验将持续升维,观看体验更具真实感。

原标题:视频流媒体前瞻2030:无互动,不内容来源:壹娱观察2020-10-14

"直面消费者": 网络视听行业发展的长期方向

最新发布的《2020 中国网络视听发展研究报告》援引 Quest Mobile 数据指出,短视频在今年 6 月用户人均单日使用时间长达 110 分钟,甚至超越了即时通讯应用的使用时间。放眼全球,TikTok 的火爆同样说明了短视频的吸引力。

1. 联网时代压缩一切中间渠道

10月12日,迪十尼盲布重大业务重组方案,成立媒体和娱乐内容分发部门,专门 负责内容的商业化管理。同时,过去负责流媒体的直面消费者和国际业务部门也被一分 为二,国际业务继续由新任 CEO 鲍勃·查佩克直接领导,直面消费者业务则由新部门 领头人贾里姆·丹尼尔全权负责。

2. "直面消费者"将带来商业模式变革

同一天,国内各大流媒体平台掌舵者齐聚成都,参加一年一度的中国网络视听大会。 其中爱奇艺创始人、CEO 龚宇在主题演讲中,恰好也提到了"直面消费者"一词,他 表示"D2C (Direct to Customer)是网络视听行业未来发展的长期方向,将带来商业模 式的变革。因为互联网时代就是一个压缩一切行业中间渠道的时代,由消费者直接决定 供给方是好还是坏,是优胜劣汰、最公平的交易方式。"

3. "直面消费者"没有中间商赚差价

所谓"直面消费者"善于发明流行语的国内互联网行业还有另一种更通俗的说法: 没有中间商赚差价。

抛开从广告到订阅、从买内容到做内容等战略,将内容直接摊在观众面前任君挑选, 一直是流媒体的主要工作,而在传统影院行业遭遇百年危局之时,如何将"直面消费者" 这一目标贯彻到底,决定整个"后影院时代"的行业格局。

4. 流媒体平台被进一步推向中心位置

在新冠肺炎疫情暴发的今年, 迪士尼迎来大规模的业务重组和运营重心调整。新的 调整措施将把迪士尼的流媒体平台(包括 Disney+ 和 ESPN+等)进一步推向公司的中 心位置,包括影视制片公司在内的各个节目部门,将把精力集中在为这些流媒体服务提 供内容, 而不仅仅是为传统平台提供内容。

原标题: 当心! 别被流媒体 D2C 时代抛下! 文/大娱乐家 来源: 壹娱观察 2020-10-16

融资 17.5 亿美元的短视频平台 Quibi 宣告关闭

据外媒报道,推出仅半年多的移动端短视频娱乐服务平台 Quibi, 在美国时间 2020 年 10 月 21 日正式对外宣布关闭。

1. 融资 17.5 亿美元的短视频平台

公开资料显示, Quibi 由好莱坞制片人杰弗里·卡岑伯格和惠普前首席执行官梅格·惠 特曼共同创立,在今年 4 月推出。Quibi 在成立之初共筹集高达 17.5 亿美元的资金,投 资方包括迪士尼、康卡斯特的美国国家广播环球公司(NBC Universal)、AT&T的华纳传媒、 阿里巴巴等。

2.700万与50万,订阅用户数远不及预期

据新浪科技报道, Quibi 最初预计在推出一年后获取超过700万的付费用户, 但截 至几周前,其付费用户数只发展了约50万,远不及预期。

微观围观

Quibi 的领导层将其归结为"新冠疫情带来的影响"。但这个理由似乎牵强。不同于 Quibi 的用户颓势,同样在疫情期间,美国流媒体平台 Disney+ 和 Netflix,在今年上半年的付费用户却在大幅增长。Netflix 今年一季度新增 1577 万用户,创下季度新高;Disney+ 用户截至 5 月初则突破了 5450 万,一个月不到又增加近 500 万用户。

3. "灯塔"项目烧钱不止,构成极大的资金负担

放眼全球,短视频平台几乎都是依靠 UGC (用户生产内容)起家,无论是美国的Youtube、Snapchat,抑或是国内的抖音、快手等产品。

Quibi 最为看重的项目是分章节播出的电影, Quibi 将这类作品称为"灯塔"项目, 一两小时长的电影, 被分成十几个片段推出, 每集最长 10 分钟。

按照 The Verge 网站的报道, "灯塔"项目每分钟成本最高达 12.5 万美元, 一集 10 分钟的成本超过 125 万美元。这对于刚刚起步的 Quibi 来说,构成了极大的资金负担。

4. 免费时长到期后客户出现断崖式下跌

据棱镜深网报道,尽管 Quibi 在上线前后将 2020 年 1.5 亿美元的广告库存全部卖光,客户包括安海斯・布希公司、Discover、谷歌、宝洁、百事、沃尔玛等品牌,但该公司主要还是希望靠专业内容的付费会员订阅来收回成本。

Quibi 的付费模式如下:用户在下载 Quibi 后,可享受 90 天免费观影服务,到期后有两种续费选择: \$4.99/月(含广告)或\$7.99/月(无广告)的订阅方式,这比Netflix、Apple+、Disney+都更便宜。因此,Quibi 团队对于用户订阅量有着很高的预期。

然而,事与愿违,Quibi 的订阅用户却在免费时长到期后出现断崖式下跌,导致其再也无法支撑高额的影视剧开销。

原标题: 融资 17 亿美元的短视频平台 Quibi 宣告关闭: 推出仅半年 文/陶淘综合腾讯棱镜深网、新浪科技、The Verge 来源: 钛媒体 2020-10-23

社交和记录生活成短视频发力重点

10月12日,第八届中国网络视听大会在成都召开。会上发布了《2020年中国网络视听发展研究报告》(以下简称报告),报告指出与短视频行业发展相关的五大趋势。

1. 短视频将推动市场格局变化

未来 1-2 年, 网络视听行业中占主导地位的重要玩家, 将由"1+3+1"(1: 中央广播电视总台; 3: 腾讯视频、优酷、爱奇艺; 1: 抖音)转变为"1+2+2"(1: 央视新媒体; 2: 抖音、哔哩哔哩; 2: 腾讯视频、爱奇艺)。

调查认为,未来 1-2 年网络行业中占主导地位的重要玩家,除了腾讯视频外,抖音、哔哩哔哩、快手排名跃升明显,甚至超过爱奇艺、优酷、芒果 TV 等综合视频平台。

2. 短视频与网络直播将成为行业主要增量

在疫情防控期间,线上直播在短期内取得巨大发展,直播带货、线上教育、云演唱

会等"直播+娱乐"方式迅速成为行业热点,而行业增量主要体现在短视频和直播领域两大 细分领域。其中,短视频的市场增量占在线视频细分领域的85.5%,网络直播则占比67.1%。

3. 看好"耳朵经济"前景

报告显示,有60.3%的用户认为未来一年,网络音频用户规模还将继续稳步增长;有 45.3%的用户认为,未来一年平台将加大对内容生产者的扶持,打造各平台独立的内容生态。

4. 技术赋能成发展新方向

74.6% 的受访者认为 5G 在互动内容领域将大有作为,将催生如互动剧、互动电影等新的 音视频内容形式,52.9% 的受访者认为 5G 将大力推动 VR/AR 等提升视听体验设备的普及。 33.3% 的受访者认为 5G 对行业整体格局将产生重大影响,推动视音频平台和内容制作机构的 重新洗牌。31.2%的受访者认为,5G环境下视听体验的场景化,将对内容垂直化提出更高要求。

5. 社交和记录生活成短视频发力重点

报告显示,社会、生活类短视频内容最受行业认可,有66.49%的受访者认为,该垂直类 别将是未来一年短视频内容重点发力方向。尽管短视频在电商引流方面的作用越来越受到重 视,2020年上半年视听+电商掀起了一个小高潮,但行业依旧更为看重短视频在社交和记录 生活两类功能方面的发展。

原标题: 网络视听用户破9亿, 短视频未来发展有何趋势? 文/叶莉 来源: 传媒茶话会 2020-10-12

本文编辑 黄浩

(上接70页) —

扩大影响力。党媒最懂政策,商业平台最懂用户,两者互补能产生巨大的正能量和传播声量。 在这方面,新华社、人民网等央媒,已经有较为成功的实践。

对于报业集团旗下新媒体平台,以读特为例,可在各大商业平台如抖音、快手、微博、 微信/微信视频开设账户,通过商业平台用户数据/算法推荐的分析和共享,不断迭代读特内 容, 进而满足用户的"社交"需求。

互联网技术背景, 社会进入了人人都有麦克风的时代。在纷繁芜杂、真假信息混杂的信 息时代, 党媒生产的精英化内容正是这个时代所缺乏的。在全媒体传播体系的建设中, 中办 国办印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》明确内容建设是根本。党媒应当坚守优 质内容创作的根本,在内容创作方面创新思维,根据用户"场景化"需求生产内容,让内容 具备社交属性和体验感,真正把内容当成产品一样去研究、去深挖,做好垂直服务。传播方 式方面,必须走泛众化传播路线,5G技术意味着万物互联,视频语言将成为未来议程设置、 社会表达和沟通最重要的语言。

在媒体融合发展当中,智媒模式,即"媒"与"智"合而为一,通过媒体+智库解决影 响力问题,也许是一种行之有效的模式,值得继续探索。 本文编辑 李诚

外媒新探

编者按

"外媒新探"专栏邀请深圳大学传播学院教授、博士生导师、《深圳日报》 (英文) 原总编辑辜晓进主持。一直密切关注全球媒体最新走向并保持高度敏 感的辜晓进,在专栏中以"快、新、精"的原则编译国外新闻传媒的最新动态, 其中很多是独家信息。

外媒新探

□ 辜晓进 主持

英圣诞广告投放创近 40 年最大跌幅

在即将到来的节日季,英国的广告商围绕圣诞节前后的广告投放预算将减少7.25亿英 镑,同比减少10.5%,创这个黄金季节自1982年以来广告投放的最大跌幅,主要原因还是 疫情仍然严重。跌幅最大的是电影院广告(-66.1%),其次是在线分类广告(-26.4%)。 接下来分别是: 地方报纸(-20.5%),户外广告(-19.6%),期刊(-16.6%),全国报纸(-15.7%), 广播(-13.2%), 直邮(-12.0%), 电视(-2.7%)。此外, 由谷歌和脸书主导的英国在线 搜索和展示广告,也将减少3亿英镑,但这些数字巨头的广告,仍将在英国圣诞季广告总 盘子的62亿英镑中占据57%的份额,达35.7亿英镑。

(辜晓进编译自 10 月 28 日《卫报》官网)

谷歌将投 10 亿美元帮新闻界做"新闻展示"

谷歌近日宣布,将在未来三年内投资超过 10 亿美元推出"谷歌新闻展示"(Google News Showcase),供新闻机构展示优质新闻内容。2018年,谷歌曾宣称要投3亿美元支持 新闻业。此次计划建立在那个基础上以及"谷歌新闻"的相关应用上。该项目已先在巴西 和德国上马,包含一整套新功能,用以帮助读者发现更优质的新闻内容,以及为新闻机构 拓展网站流量。

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

谷歌公司新闻项目副总经理布莱德·本德尔(Brad Bender)说: "谷歌新闻展示与 以往产品有很大不同。它既是将用户与其感兴趣的新闻相连接的新方法,也是我们与新 闻机构合作的新途径,同时也有利于他们在谷歌搜索和谷歌新闻之外从内容赚钱。因此, 这也是谷歌支持未来优质新闻业务的新方式。"

(辜晓进编译自 10 月 1 日 www. axios. com)

《我报》总编:纸媒寿命将长于任何人预期

英国《我报》(i)总 编辑奥利弗·迪夫(Oliver Duff) 近日在一次会议上表 示, "纸质报纸的繁荣期 (prosper)将远远长于任何 人的预期。特别是全国性报 纸。"他说,纸媒"厄运论" (doom mongers)在10年前《我 报》创办时就存在,而那时 没有什么解决办法。如今已 经发展出很多增加收入的不 同商业模式。"纸媒会继续 生存……并与报纸的客户端、 新闻推送及其他多媒体产品 合理共存。"

《我报》于2010年10 月26日创办于伦敦,但直到 2016年4月才建立自己的官 方网站 innews.co.uk。创办时, 业界普遍怀疑这时还往本已



2020年6月19日《我报》头版

拥挤的伦敦报界扎堆的做法是否明智。如今, 这家只有85名采编人员的报纸品牌, 已抵 达每月870万读者,实现每日83.5万发行量(含纸媒和数字版)。在今年新冠肺炎疫情 高峰期的 4 月,该报网上独立访客量达到 1850 万的高峰,成为最受信任的报纸之一(信 任率 86%,与《卫报》持平)。该报以多种差异化的出版物以及官网和两个客户端,实 现了市场的有效覆盖,并一直保持健康的盈利状态。其四分之三的收入直接来自读者(零 售、订阅和两个客户端)。其中除主客户端外、另一个客户端每日更新三次(中午12点, 下午5点,晚上12点)。

(辜晓进编译自 10 月 26 日 www. pressgazette. co. uk)

外媒新探

加《环球邮报》AI 塑造未来编辑部

Sophi 是加拿大最大报纸《环球邮报》(The Globe and Mail)开发的一款人工智能(AI)工具。 该工具今年同时获得在线新闻协会(ONA)颁发的年度在线新闻奖以及世界报业协会颁发的 2020 北美数字新闻奖。该工具能够自动发现并推送最具价值的内容,而"价值"在这里指能 够驱动订户增长或保持订户不流失的价值,而非单纯带来高流量。

有着 175 年历史的《环球邮报》从 2012 年起建立付费墙, 开始了以订户为中心的改革, 目前拥有 600 万读者。"在 Sophi 开发成功之前,环球报穷尽一切工具来分析哪些是最受欢迎 的内容,"该报高级产品经理索纳利·威尔玛(Sonali Verma)说,"但没有一个工具能给出 Sophi 那样的答案,即什么是真正最有价值的内容。"

现在环球报数字端 99% 的内容是 Sophi 自动选择产生, 其每 10 分钟扫描一次, 然后将最 有价值的内容通过社交媒体等平台推送。现在记者的精力集中在发现和报道最重要的新闻—— 机器无法完成的新闻。这构成未来编辑部的基本景象。

(辜晓进编译自 10 月 23 日 www. whatsnewinpublishing.com)

国际新闻界抨击美外国记者签证新政

外国记者目前在美国持有的是"I"签证,该签证只要工作需要和没有移民倾向,可以一 直保持生效状态。但最近美国国土安全部提议结束这一政策,代之以最长只有 240 天的短期 固定时间签证,且每次延期都必须重新申请。国土安全部称,这一政策也将覆盖学生和交换 学者签证。该建议立即遭到国际新闻界的强烈反对。

世界报业协会(WAN-IFRA, 总部在巴黎)首席执行官文森特·裴瑞恩(Vincent Pevregne)说: "外国职业记者在美国驻留会危及美国国家安全的说法毫无根据。" "美国政府限制外国记 者驻留的规定是一种歧视性政策,其所针对的是一个无中生有的问题。新闻界要确保言论不 受干涉,并能够通过任何媒体采集、获取和发布新闻信息,无关国界。美国新政是对新闻界 的一种新攻击。"

世界报业协会已呼吁各国出版商、编辑和记者组织利用一切机会,在该政策征询意见的 10月26日截止期前,通过网络积极发表评论。外国新闻协会(FPA)总裁兰・威廉姆斯(Lan Williams)在一封致美国海外媒体俱乐部成员的信中说,国土安全部的建议将压抑外国媒体对 美国及联合国的报道,同时也因可能导致的外国政府的报复,而给美国驻外记者带来风险。

(辜晓进编译自 10 月 20 日世界报业协会官网)

桑兹: 两年内更多地方日报将转为周报

《北方回声报》(Northern Echo)前总编辑彼得・桑兹(Peter Sands)在完成一项全国新 闻业的调查后表示,在未来两年内,将有更多地方日报变成周报;此外在2022年前,报业所 有权私营化和个人化将成为趋势。在过去的 10 年间,已经有一批地方日报变更为每周出版一

次,其中包括最近的《格罗斯特公民报》(Gloucester Citizen)和《格罗斯特郡回声报》 (Gloucestershire Echo)。桑兹说: "最新的发行量统计表明,有 10 多种日报的发行量已 经跌至不到1万份。在人工、产品、发行等的每日成本压力下,地方报纸难以继续成活。 而9年前将出版周期延长至每周一期的《托基先驱快报》(Torquay Herald Express)等多 家报纸目前生存尚好。"

(辜晓进编译自 10 月 26 日 www. holdthefrontpage. co. uk)

新 iPhone 的 5G 数据将影响新闻业

高速的呈现将视频、AR(增强现实)、VR(虚拟现实)以及尚未进入现实的 RS(遥 感传播)等的传播手段,提高到一个崭新水平,而新闻产品迄今尚未被惠及。最近发布的 苹果旗舰级产品 iPhone 12 系列,将改变这一状况。公司在发布会上称:"现在我们看到 了令人惊异的真实世界的速度,以及通话质量的改善、电池寿命的延长和对全球事物的覆 盖。这就是 5G iPhone style。"

iPhone 并非最早的 5G 手机,但这一市场增长缓慢。今年1月,美国只有3%的手机 销售拥有 5G 功能, 8 月份增长到 14%。但美国市场的这些产品都不能与新 iPhone 相媲美。 它的问世, 将令 AR 和 VR 进入主流传播。4G 时代的新闻传播明显好于 3G 时代, 5G 将有 更大变化。

(辜晓进编译自 10 月 13 日 www. niemanlab. org)

谷歌脸书油管瓜分澳八成数字广告

澳大利亚竞争与消费委员会(ACCC)上周五发布的一份最新报告显示,谷歌、脸书 和油管(YouTube)三家互联网巨头,在澳大利亚数字广告收入的占比,在原有很大比重 的基础上继续快速增长,目前占比高达81%,只留下不到20%的数字广告,供新闻机构 和其他内容供应商分享。该报告称,如果按100美元广告计算,2018年谷歌和脸书分别 获取 49 美元和 24 美元, 其他机构为 27 美元。2019 年谷歌和脸书继续增长至 53 美元和 28 美元, 其他机构只剩 19 美元。澳大利亚政府正考虑强制数字巨头与本土新闻机构分享 更多广告,如果做不到,它们将可能面临数亿美元罚款。

(辜晓进编译自 10 月 22 日《卫报》官网)

疫期线上阅读飙升为新商业模式铺路

新冠肺炎疫情是改变生活的事件——我们的工作环境、社交行为和媒体使用习惯随之 改变。而根据一项新研究报告,某些改变将成为今后的新常态。对媒体而言,就是用户优 先将高于广告优先。随着广告的剧烈下滑,新闻界正在重新聚焦以用户为中心的商业模式, 拓展直接来自用户的收入流。报告显示,整个疫情期间,内容的消费持续增长,而居家办 公的倾向加速了这一增长。甚至地方新闻机构也受益于疫期本地新闻消费量的增长。流量

外媒新探

纪录和在线订户显著增长,也勾勒出新闻媒体与消费者之间日益增长的紧密和信任关系。

(辜晓进编译自 10 月 20 日 www. digitalcontentnext. org)

韩国新闻传媒的转型之路

当《纽约时报》开始考虑将一些运营工作放到香港以外地区时,韩国成为首选地,理由是 其具有更自由的舆论环境。与此同时,韩国本地的新闻媒体也在考虑如何实现数字转型,以应 对绝大多数人口从免费聚合网站获取数字新闻的现状。

2013 年,《朝鲜日报》(Chosun Ilbo)推出付费的在线内容服务,包括新闻和有豪华专家 团队撰写的专栏,作者包括韩国前总理郑云灿。起初效果还不错,有5万读者订阅,而该报希 望通过设立每月 3000 韩元(2.5 美元)订费的付费墙,探索数字端盈利模式,但这一结果并不 理想。韩国大多数报纸都不相信读者会为在线新闻内容付费。于是,该报于2017年终止这一 尝试。

然而纸质发行量一直在下降。《朝鲜日报》的发行量去年为116万份,较上年的119万继 续减少。《东亚日报》(Dong-a Ilbo)同期的发行量,也从73.7万降至73.3万,《中央日报》 (JoongAng Ilbo)则从 71.3 万份降至 67.4 万份。这些报纸决心向《日本经济日报》《金融时报》 《纽约时报》等转型成功的国际报纸学习。

《朝鲜日报》今年2月与《华盛顿邮报》签署协议,借鉴其数字政策并获得业务支持。《韩 国日报》(Hankook Ilbo)数年前已开始向日报报纸学习数字战略。但这些报纸面临一个强大敌手: Naver。这是韩国最大的网络公司,其提供的免费新闻覆盖了韩国 62% 网民。而韩国主流媒体 正是这个新闻门户的主要支持者。

(辜晓进编译自 9 月 18 日 www. asia. nikkei. com)

《纽约时报》掌门人年底退休

纽约时报公司 23 日宣布, 69 岁的小苏兹伯格(Arthur Ochs Sulzberger Jr.),将于今年 12月31日从董事长和董事会成员位置上退休,由其40岁的儿子A.G. 苏兹伯格接替,后者 从 2018 年起已接替父亲担任该报发行人。小苏兹伯格长期致力于提高内容质量,在其担任 发行人期间,《纽约时报》总共获得61次普利策奖,超过其历届前任。在其长达40年的任 期内,他将报纸转型为一个数字优先的新闻机构,并建立了欣欣向荣的订阅商业模式。

当他 1997 年担任董事长时,报纸的发行量大约 100 万份,多数订户位于纽约都市圈。 如今,该报拥有650万份的发行量(含数字订阅),订户遍布世界几乎所有国家。今年第 二季度,《纽约时报》在长达170年的历史上,第一次实现数字收入超越纸媒收入。小苏 兹伯格于 1992—2017 担任发行人, 1997— 2020 担任董事长。

(辜晓进编译自 9 月 23 日 www. businesswire.com)

本文编辑 黄浩