

聚焦“十三五”，深化“走转改”

第二十五届中国新闻奖颁奖报告会举行

刘云山会见获奖代表并讲话



“走转改”，激发正能量，为全面建成小康社会提供有力舆论支持、营造良好舆论氛围。

刘云山说，“十三五”时期是决胜全面建成小康社会的关键时期，事关国家发展、民族振兴、人民福祉。新闻工作服务党和国家工作大局，就要聚焦“十三五”，围绕党中央的战略部署，着眼促进创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展，弘扬新的发展理念，展示新的奋斗实践，讲好新的中国故事，为全面建成小康社会贡献智慧

和力量。

刘云山指出，“十三五”发展最生动的场景在基层，好新闻的富矿也在基层。要继续深化走基层、转作风、改文风活动，深入基层报道中央部署的落实情况，深入群众感受奔小康的生动景象，使“走转改”真正走进老百姓心里，转出对群众的真感情，改出新闻队伍的好形象，使

本刊讯 在第十六届中国记者节到来之际，第二十五届中国新闻奖颁奖报告会 11 月 8 日在京举行。中共中央政治局常委、中央书记处书记刘云山会见获奖代表，对党的十八大以来新闻工作的成绩给予肯定，向广大新闻工作者致以节日问候。他强调，新闻战线要深入学习宣传贯彻党的十八届五中全会精神，聚焦“十三五”，深化

要目

■ 本刊要讯

2

第二十五届中国新闻奖颁奖报告会举行
刘云山会见获奖代表并讲话
· · · · · · 新华社

■ 本刊特稿

3

深入基层，记录时代，引领舆论
· · · · · · 史竞男 陈 峭

■ 采访札记

5

写好消息，要善于「以小见大」
· · · · · · 曾晓新
换个角度看问题 结果大不同
——《写航理赔 何去何从？》采写感悟
· · · · · · 李 暄

■ 采编谈艺

7

「中国民航报」请您多关照
· · · · · · 许晓泓

■ 业务交流

9

如何让记者采出好新闻
——浅谈民航企业的媒体采访保障
· · · · · · 徐 爽

■ 慎思慎语

11

网络时代的信息传播
· · · · · · 曹慎慎

■ 论新媒体

14

「100万+」的启示：你推送的微信内容紧贴用户了吗？
· · · · · · 郑华如

■ 封面照片

· · · · · ·

为 A330 飞机除冰
· · · · · ·

胡承皋 摄

深入基层，记录时代，引领舆论

——第二十五届中国新闻奖颁奖报告会侧记

□史竞男 陈 喙

11月8日，第16个中国记者节，第二十五届中国新闻奖颁奖报告会在北京举行。来自全国报社、通讯社、电台、电视台和新闻网站的294件作品获得这一全国优秀新闻作品的年度最高奖。过去一年里，新闻工作者们的辛勤耕耘结出了丰硕成果。



深入基层，践行党的群众路线

“离基层越近，离真理越近。”这是当代著名新闻工作者范敬宜对新闻工作最深的感受，也是中国新闻界广为人知的一句名言。

一年来，新闻工作者以实际行动自觉践行走基层、转作风、改文风的要求，用一篇篇浸润着泥土芬芳的报道，抒写人民的心声，见证时代的进步。

中央电视台电视系列《新春走基层·家风是什么》大胆创新，脚踏实地深入基层进行采访，在《新闻联播》栏目中以头条、提要的方式连续8天播出，形式活泼、客观真实地记录了普通百姓的“家国情怀”，引发了海内外观众对中华传统家教和中国社会主流价值观的强烈关注与思想共鸣，在网络上获得了大批网民的“点赞”。

“我们的一百多路记者，在海内外展开调查，从农民到白领，从老人到孩子，一共采访了4000

我们的新闻报道接地气有朝气。希望新闻工作者树立正确的新闻理想，保持我们的文化自信和价值观自信，恪守职业道德，坚守社会责任，多做凝聚共识、提振士气的工作，推出更多激发正能量的好新闻，更好凝聚广大干部群众奋发进取、干事创业的精气神。

中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东参加会见。

中共中央政治局委员、中宣部部长刘奇葆参加会见，出席报告会并讲话，就新闻工作者的社会责任问题同大家进行交流。他强调，自觉履行社会责任是党和人民对新闻工作者的基本要求。要在服务改革发展中彰显社会责任，做改革发展的见证者、记录者和参与者、建设者，积极投身

实现民族复兴中国梦的壮阔征程。要在积极引导舆论中彰显社会责任，增强引导意识，坚持正确导向，提高引导水平，巩固壮大积极健康向上的主流舆论。要在引领先进文化中彰显社会责任，高扬社会主义先进文化的旗帜，传播文化精髓，推崇高尚精神，加强社会主义核心价值观宣传，在全社会激发和凝聚正能量。要带头遵守公序良俗、保持高尚情操，以自己的模范行动影响和带动全社会，在履行社会责任中实现新闻工作者的价值。

中国记协主席田聪明在会上致辞。新华社、中央电视台、吉林日报、北京电视台获奖代表先后发言。中央有关部门、中央新闻单位负责同志和新闻工作者代表约400人参加会议。采

(据新华社)

多人。”中央电视台新闻联播组制片人张宇璐说，俯下身子，肯下功夫，直探民心，自然会受到群众的欢迎和好评。

“党的群众路线教育实践活动，锤炼了执政党党纪党风，催生了全社会新风新貌，为全面深化改革凝聚起强大的精神力量，标注出新时代共产党人的精神坐标。”人民日报评论《标注共产党人的精神坐标——论党的群众路线教育实践活动》有机结合了来自基层一线的深入采访与深刻的理论辨析，挖掘了党的群众路线教育实践活动的内涵，富有极强的感染力，让人们深刻地意识到“贯彻群众路线没有休止符，作风建设永远在路上”。

记录时代，弘扬社会主流价值

过去一年，广大新闻工作者利用手中的笔、话筒和镜头，讲好中国故事，传播中国声音，弘扬主旋律，激发正能量，推动社会主义核心价值观成为全社会共同的价值追求。

围绕着“政治工作永远是我军的生命线”，解放军报、新华社创作出气势恢弘的通讯《生命线在强军兴军伟大征程中闪耀——习近平主席、中央军委领导和推进新形势下军队政治工作纪实》，系统而深刻地阐述了习近平同志建军治军的重要思想初步实践成效，真正做到了新闻性、思想性、艺术性的高度融合，记录下新时代军队政治工作的铿锵步伐。

人民网的网络专题《学习路上——习近平总书记系列重要讲话大型网络数据库》充分运用网言网语和图表、音视频等多媒体表现手段，把热点报道更“接地气”地展现出来，大胆创新，适应新媒体传播，在网络上充分展示了社会主义核心价值观。

新华网多媒体融合产品《习近平的大外交》是新华社作为国家通讯社在新媒体时代探索媒体融合有效路径的有益尝试，是以创新手段弘扬主旋律的具体体现。作品使用数据新闻、时间轴等全媒体报道形态，集纳展示了中国新一届领导集

体的外交理念与方略，从正面发声，破除一些西方媒体对中国快速发展的曲解与误读，向世界展示了我国良好的国际形象。

获一等奖的江西日报文字消息《项目审批“长征”698天 泰豪动漫变“动慢”》、中央人民广播电台广播专题《巡航钓鱼岛亲历》、内蒙古广播电视台电视访谈《住在涵洞为讨薪》、北方网网络访谈《“当代鲁班”的中国梦》等不少作品都展现了主流媒体对中国改革发展进程的细致观察和深入思考，为国家与人民发出了属于这个时代的声音。

引领舆论，自觉担当媒体责任

铁肩担道义，妙手著文章。正确引领舆论导向是主流媒体义不容辞的责任担当。

缅怀革命前辈，坚定改革信念。在邓小平同志诞辰110周年之际，新华社通讯《更高举起改革开放伟大旗帜——写在邓小平同志诞辰110周年之际》以丰富的史料、扎实的采访还原历史，以邓小平同志开创中国特色社会主义伟大事业的丰功伟绩为切入点，展示出新的历史时期新一届中央领导集体迎难而上、全面深化改革的勇气、担当与成就，引领社会舆论，获得了强烈的反响。

获新闻名专栏的中国纪检监察报《方圆谈》、新华日报《漫说快评》、西藏人民广播电台《驻村夜话》等栏目主动设置议题，围绕社会热点发声，立足小切口讲好大故事。

“记者需要心怀时代，主动担当。”获奖代表吉林日报记者李大川说，主动把握时代脉搏，把握发展大势，去发现、挖掘这个时代主流的精彩故事，应该成为新时代党的新闻工作者的自觉担当。

党的十八届五中全会明确了全面建成小康社会的新目标、新要求、新理念，描绘了新时期发展的蓝图。广大新闻工作者继续跋涉在党的新闻事业道路上，吹响改革奋进的号角，为人民和时代抒写放歌。采

(作者系新华社记者)

写好消息，要善于“以小见大”

□曾晓新

近日欣闻我采写的《北京值机天津飞》获得第二十九届中国产经新闻奖二等奖，因为不是当初报的一等奖，因此还是觉得相当遗憾的。当然，此文能获奖，最重要的还是要感谢当时的编辑肇茜和签版主任程凌。因为她俩对稿子的编辑相当用心。

我记得，程凌当时为想“北京值机天津飞”这个标题费了好久的心思。结果标题一出，确实言简意赅、生动形象地概括了该文的主题。因此，这篇文章能获奖的一个重要理由估计就是标题取得好。

我们常常说，看书先看皮，看报先看题。一篇的好新闻，如果标题平淡乏味，就有可能与读者失之交臂；而准确生动、耐人寻味的标题，可以像磁铁一样吸引着成千上万读者的注意力，所以必须重视新闻标题的制作。我记得多年前看到浙报集团还专门召开了一次新闻标题研讨会，把新闻标题的制作提高到关乎报纸整体质量的高度上看待，可见新闻标题对读者的影响有多大。而如今，在新媒体环境下，标题的作用似乎更加重要。对于我们来说，锤炼基本功，做好标题，是编辑记者长久的必修课。

当然，这篇消息的另外一个亮点，就是用以小见大的方式反映了京津冀协同发展这一国家战略的重大主题。这里所说的“小”，主要是所写的事情小，比较平凡，似乎不起眼；这里说的“大”，主要是指主题重大，有显著的社会意义并能反映时代的变迁。因此，作为记者编



辑的我们，一定要善于“居高临下”观察小事，用全局的观念去看待客观事物，增强自己的新闻敏感。

就这个消息来说，其实就是报道当时北京南站城市候机楼的正式启用。然而，它背后的意义却不是一个单纯的异地候机楼启用那么简单。北京南站城市候机楼的启用，是在京津冀协同发展上升为国家战略的背景下，民航单位积极贯彻交通要先行的理念，天津机场为推动京津冀协同发展而推出的一项实质性举措。正因为

在采访伊始，我便意识到该新闻事件背后的重要意义，于是就在采访过程中也格外留意受访者对新闻事件的点评和看法。

当然，要写好以小见大的文章，还得会抓住典型意义的细节、人物、事件。一旦能抓住有效的细节和事件，往往能达到一斑窥全豹的效果。即使取材细微，同样可以反映全貌。在选取细节、人物或事件时，我们一定要选取那些能有效地增强新闻事件和新闻人物表现力的细枝末节或者人物、事件。我当时采访这个事件的时候，与五六位旅客进行了交流，但还是只选取萧女士这个具有典型意义的旅客，将候机楼启用后的便捷写出来。当然，要写好以小见大的文章，也要尽可能多地占有采访素材，采访到更多不同的声音，以便能够更全面反映新闻事件本身。虽然看似小事，如果通过不同角度和多种方式反映新闻的各个侧面，那么就能在无形当中更加立体生动地突显出新闻背后的意义。采

(作者单位：本报新闻专刊部)

换个角度看问题，结果大不同

——《马航理赔，何去何从?》采写感悟

□李 暄

获悉自己采写、编辑的《马航理赔，何去何从?》一文获得第29届中国产经新闻奖三等奖时，高兴之情难以言表。作为一手将本报民航法制版“带”到3岁大的编辑，在得到认可之余，也深感未来肩上担子沉沉。应《采编通讯》之邀，在这里谈谈一年多前采写此文的感悟，与大家共同学习探讨。

2014年3月8日2时40分，马来西亚航空MH370航班失联，机上载有239人，其中有160名中国人。此消息一出，牵动着亿万国人的心，也牵动了我的新闻神经。在为机上所有旅客祈祷的同时，我必须从理性角度看待这起事件带来的新闻线索。这架航班凶多吉少，随之而来的有关民航法律的问题，无疑就是马航对旅客及家属的赔偿。

然而，和韩亚OZ214航班空难事件不同，马航MH370处于失联状态。从法律的角度而言，并没有确实证据证明其失事，此时谈论赔偿问题，于情于理都为时过早。因此，我并没有在第一时间就联系专家进行采访，而是持续关注事件进展。毕竟，能够用作事故分析的“黑匣子”都没有找到，马航MH370仍然是失联，而不是失踪，更不能说其发生空难。

时间一天天过去，到了3月24日，马来西亚总理纳吉布宣布马航MH370“终结”于南印度洋，但这一单方面的结论遭到了各方质疑。第二天，网上开始出现了一些媒体采写的关于马航MH370赔偿的新闻稿。作为行业权威媒体的记者，体现民航专业性是第一位的，为此，我迅速



联系了西北政法大学副校长、中国国际私法学会副会长王瀚教授，想听听他对于马航MH370赔偿方面的看法。

鉴于马航MH370失联事件的特殊性，王瀚教授并没有在第一时间同意接受我的采访，因为这起事件也引起了国际法学界的研讨。他告诉我，航空索赔和相关保险法律关系须以航空事故发生为前置条件，目前的结论都没有MH370飞机残骸的确实证据，特别是航空事故依法定程序应当由空难事故

调查当局做出结论和宣布才有法律意义，马来西亚总理的宣布是否具有航空事故认定的法律效果很成问题。无论怎样说，这次空难赔偿将是航空史上最复杂和引起疑惑的航空法律问题，将会引起多方面航空公法和航空私法问题，也给多边民航合作机制带来了挑战（指空难事故搜救和调查的多国合作）。另外，王瀚教授邀请我参加4月2日在国际关系学院举办的马航失联法律问题专题研讨沙龙。我觉得这是非常好的采访机会，并且还能了解到不少航空法和国际法的专家的看法。

在此之前，我已经看了多篇关于马航MH370赔偿的新闻报道，大多都围绕着赔偿金额进行采写。那么，在马航MH370索赔过程中，除了赔偿金额外，还有什么可以作为文章内容？同时还要有别于其他媒体的写作角度，体现出《中国民航报》作为行业媒体，既立足民航，又富有专业性。

带着这些问题，我来到沙龙准备洗耳恭听，

“中国民航报”请您多关照

□许晓泓

11月13日周五，当晚的法国巴黎发生多起暴恐事件，100多人遇难。因为时差的原因，我们大多数人是11月14日一早起床才知道这个消息。看起来和民航不沾边的消息，因为有很多国人在巴黎旅游、有很多华人华侨在巴黎工作和生活、有多家航空公司执飞巴黎航线而与我们民航产生了强关系。国内各家航空公司也从11月14日下午开始，通过自己的微博、微信发布了旅客出行的安全和服务提示。

这种突发事件，社会公众需要在第一时间知道相关信息，而我们作为专业的民航新闻传播机构，自然要努力成为公众关于巴黎航线航班信息的主要信源，要做到这一点，社交媒体的作用不可或缺，微信公众号这个当下最热门的社交媒体平台，就成为我们必须占领的阵地。那么，中国民航报这个有着36年历史的行业权威媒体要不要行动？如果行动又该怎么做就成为了新问题。

发现新的角度。当天，沙龙邀请了王瀚教授和北京法学会航空法学研究会常务副会长、蓝鹏律师事务所主任律师张起淮作为主讲人，对马航事件所引起的法律问题及目前事件处理的程序进行了重点分析。沙龙结束后，我又就一些关键性问题，如赔偿依据、赔偿金额等问题对王瀚教授进行了单独采访。

随着录音整理完成，3个与众不同的角度逐渐清晰——赔偿金额、法律行动和马航财务状况。

赔偿金额，这个角度并不新鲜。按照1999年在加拿大蒙特利尔签订的《统一国际航空运输某些规则的公约》（以下简称《蒙特利尔公约》）规定，通过双梯度的形式对旅客人身伤亡进行赔偿。但是对于其他媒体所说的“旅客至少获赔120万元”这一说法，王瀚教授表示这是一种误读，并给出了正确的解释：11.31万特别提款权（约合120万人民币）只是第一梯度中航空公司承担的最大赔偿限额，并不代表航空公司自动赔付这么多钱。虽然《蒙特利尔公约》在第一梯度中免除了旅客举证航空公司的责任，但没有免除旅客证明自己损失的责任。换言之，旅客如果想要获得第一梯度的全额赔偿，必须证明自己实际

经济损失的具体数额达到了11.31万特别提款权。而这正是其他媒体所不具备的专业性。

法律行动，这个角度并没有太多人关注，却体现了民航法制版的法律专业性。马航MH370的残骸一直没有被发现，而空难事件处理的第一步就是搜寻与救援，确知空难事故的发生地点，之后才是对航空事故进行调查以及赔偿。从法律意义上讲，马航MH370航班失联并没有构成事故，因此不具备诉讼的条件，而唯一能够由法律解决的途径可能就是通过谈判交涉的方式一揽子解决问题。

马航财务状况，这个角度并没有得到足够重视，但本报却要从行业视角看待马航是否有能力进行赔偿。事实上，马航由于经营不善，连年亏损，而MH370事件无疑是雪上加霜。因此，王瀚教授也提出对马航资产进行必要的了解和一定控制，调查一下究竟有哪些债权人可能卷入其中。

综上所述，我想《马航理赔 何去何从？》这篇文章之所以能获奖，更多的是因为它角度新颖，分析全面且有理有据，同时体现了行业媒体的专业水准。这也是我未来继续努力的方向。采

（作者单位：本报新闻专刊部）

在公众号的海洋里，不能只有一条船

经过多年来的不断发展，我们几乎拿到了所有的媒体牌照。报纸、杂志、网站、网络电视台，在新媒体方面，也有多个官方微博和中国民航网等微信公众号，布局已经完成，所做的工作应该是把每一块做到更好。而从报社出版社发展的布局来看，我们的新媒体业务应该是以中国民航网为龙头，其旗下的微博和微信公众号都在很早以前就投入了运营，而且在行业内和产业媒体领域有了相当的影响力。

这样来说，我们没有必要再注册一个中国民航报微信公众号。但我们还是做了，为什么？在我看来，主要是基于如下原因。首先，大众的阅读习惯已经从桌面 PC 端向移动端转移，而每一个读者的时间都是有限的，如果不主动顺应读者阅读习惯的发展趋势，在移动端加以布局，短期内会使我们的影响力减退或下降，长期更有可能导致边缘化的命运。其次，从市场需求的角度来看，我们需要在微信公众号领域加强布局，即不能在海洋中只依靠一条船。微信方面对媒体公众号的鼓励政策是很明显的，比如限制条件是一个营业执照只能开 50 个认证公众号，这意味着再大的媒体都可以在公众号平台做很多事。

我们之所以要多方面布局，还因为竞争环境变了。在传统媒体领域，我们竞争对手屈指可数，到了微信公众号时代，竞争对手是几十个甚至几百个，如果我们只有一个官方公众号，即便做得再好，也无法保持过去的领军优势。最后，新媒体降低了媒体的门槛，并不是原来做传播的人在纷纷投身新媒体，公司与草根也都可以参与这个平台，也就是我们服务的两个受众都已经或随时可以变成自媒体，那我们这些专业做传播的人，为什么不把在信息积累、资源聚合、快速反应、持续跟踪方面的优势转化为更多的产品

呢？

万事开头难 开头了就不难

说实话，刚刚接到这个工作时，我内心是拒绝的。部门的工作我还处于上路阶段，还在和各位前辈和部门领导学习管理经验当中，记者站的工作也没有怎么开展，加上还在做新闻采访和报纸编版工作，个人的精力有限是其一；其二是个人能力有限，这个不像我熟悉的记者和编辑工作，只是流水线上的一员，而是从头到尾，整个采编流水线的工作都得懂一点，而且光做内容还不行，还得想着怎么推广，让更多人关注、转发、点击，跟发行工作也有点关系。实在是感觉头大。最重要的是牌子，我们是一家业内知名媒体，认证的公众号做得太差，知道的以为是我个人的问题，不知道的会怀疑媒体品质。

但事实来看，开头了也就还好，做下来也没有想像中那么夸张。一方面，是因为有包容的环境，其他工作忙的时候，暂停公众号的更新，大家也都给予理解；另一方面，大家也在力所能及地帮忙，让人感觉是好多人一起在努力。“中国民航报”微信公众号开通的第一天，报社就有快一半的同事关注了。对于一些热门的、好的稿件，大家也都积极帮忙推广和宣传。报纸内部的主要信箱也都向公众号开放，让可供选择的内容大大增加。有的同事原本都没开通朋友圈，为了转发公众号的内容特意开通了朋友圈……

现实运营中也必然会有难题，有的时候特别精心准备的内容，并没有得到很好的阅读量，让人有较强的挫败感；有的时候在新闻发生后，找不到我们自己的相关稿件，只能遗憾地和热门事件说 BYEBYE，这个时候也只能自我安慰，不要让负面情绪影响太久。好在微信公众号可以每天更新一次，也就是“失败”了一次，24 小时内你就有机会再战一次。

如何让记者采出好新闻

——浅谈民航企业的媒体采访保障

□徐 爽

接待记者采访、维护媒体资源，是企业新闻事务的重要工作之一。民航企业的新闻具有画面好看、内容关注度高等特点，但采访时安全管理要求高，内容专业性强，因此，保障工作需要考虑得更细致，准备得更周密，才能让记者采访充分、出好作品。

充分准备 提供“好料”

每一次接待记者采访，我们都要做到心中有数、言之有物。新闻点在哪里、想给公众呈现什么、采访什么人合适、要去几个现场、画面拍出来会不会好看、有哪些背景的文字材料可供参考等等，这些都要提前思考和准备的。记者提出的

采访需求，通常要请对方发送采访提纲，提前有针对性地做好准备；如果是我们自己的新闻线索，那就更要策划好采访的内容，毕竟我们更清楚自己的家底。特别是不熟悉民航的业外记者，还要多些介绍公司或行业的背景，尽可能提供文字材料，以免写出的报道贻笑大方。

另外，还要熟知文字记者、摄影记者、电视记者采访的特点和需求，我们是记者和被采访对象之间的桥梁，每次正式采访前，都要提前沟通采访内容、形式、需要和能够提供的资源，双方都准备好，采访起来就事半功倍。某种程度上讲，我们为记者准备得越充分，记者的作品就出得越多越好。

失败不是结束 成功只是开始

公号文章做失败了可以再战，公众号失败了呢？

传统思维里，每做一个项目都要评估可行性，评估收益成本，然后再上马，不打无把握之仗。但在新媒体领域，特别是微信公众号方面，这一套难以实施。因为我们对这一块没有充分的了解，我们的知识储备没有覆盖到这一领域，或者在我们从书本上获得了这方面的知识后，我们没有实际操作经验。等别人充分历练后，等行业成熟后再进入，那我们就只能拾人牙慧。

所以在公众号平台，我们不用担心失败。只要尝试了，我们就会逐步知道公众号该怎么运营，知道我们的短板在哪里，可以通过不断地努

力去修正自己的认知，完善自我。甚至，当我们觉得这个公众号难以成功时，我们也可以重新开始，把这个公众号放弃掉，转而利用我们在这个公众号的教训和经验，开始新的尝试。毕竟，中国民航报这5个字在传统媒体领域是老兵、是大树，但在微信公众号江湖，它就是一个新生儿。从过去的两个月来说，这个新生儿也有了一些进步，但每一点小成功其实都只是向前迈了一步，都只是它漫漫人生路的开始。

作为一个媒体，我们是不是应该永远保持新锐、新鲜、进取的姿态？我们是不是不惧怕失败？答案都是不言自明的。只有当我们和读者、和用户建立起更紧密的关系，我们的传播价值、我们的信息服务、我们的公共平台才会得到彰显和最大化。采

(作者单位：本报新闻专刊部)

想要出好报道，就要认真策划。我们需要为记者提供更多可选择的角度和素材。今年5月，厦航第六代新制服全面换装，由于新制服发布时新闻已经发得很热闹，全面换装的新闻需要另找角度。虽然大家对新制服充满期待，但对使用了11年的旧制服也充满感情，我们就通过对比来增加表现力。记者拍照时，我们准备了两个乘务组，一组穿旧制服，一组穿新制服，两个乘务组大厅里擦肩而过、回首凝望的定格，老乘务员整理着衣橱、把旧制服整整齐齐折好收起的画面对比，让服装有了人的情感，很走心、很感人。全面换装那天，恰逢母亲节，乘务组还手绘了感恩母亲的卡片送给机上旅客，这些卡片也成为记者拍摄的素材，一次采访，出了两个组图，把小题目做出了大新闻的效果。

接待记者采访，还要有应急预案。遇到特殊情况，除非迫不得已，一定不能让记者空手而归。今年夏天，厦门持续高温，中新社的记者提前预约来拍机坪上一线员工现场作业的情景。约定日期的前一天，我查看天气预报，发现第二天有雷雨。记者已经从福州过来，隔离区通行证已经办好，总不能白跑一趟。我一面通知货运外场的同事照常准备，一面在心里计划替补方案。果然，记者来的时候赶上雷雨降温，我带他直奔机务工具房，非民航业内媒体的记者不了解航空公司，看到6万多件工具都有自己的二维码，个个都乖乖守纪律，他惊叹不已。雷雨过后，又引领他拍了一组飞机保障的特种车辆图片。进一次机坪，出两组报道，记者称不虚此行。

关注细节 做好保障

航空公司涉及到的采访点多面广环节多。一个环节没做好，就可能影响大局，特别是大规模现场采访和记者跟航班采访的保障，一定需要列检查单。

有些重大活动，需要邀请很多记者，通知、接机、车辆、酒店、用餐等安排，签到和

发放资料的地点、物料准备，涉及到进隔离区的，还要办证、引领、报备，这些如果不在检查单上列清楚，漏了哪条都会出问题。有条件时，我们会在活动正式开始前召集记者开个准备会，把乘车细节、活动程序（包括有无领导接受采访、以什么为背景取镜头、重点关注环节）、安全注意事项等通过PPT一一讲解清楚，如果没办法集中，就要把相关内容打印好，跟资料一起发放，避免现场混乱。新闻通稿和我们拍摄的现场图片，同时也会存在公共邮箱里，方便记者使用。

记者航班采访涉及到的细节也很多，而且每次采访面临的情况还千差万别，没有检查单更容易出错。9月，厦航的一位外籍机长退休，有文字和摄影记者全程跟随采访他最后一班飞行。这个采访，涉及到机票申请、与记者提前沟通拍摄环节、采访对象对接几大项内容，需要确认的细项有20多个，包括拍哪些点、机长到机组餐厅用餐时间、机组车发车时间、谁来负责翻译、驾驶舱准备阶段是否可以拍照、随机回程快速过检的安排、机上活动和礼物等等，我们事先按检查单与飞行、乘务、配餐、地服等部门挨个对接保障细节，比如记者搭机组车到达AOC拍完机组协同准备后，与机组分开，需要赶快换车到候机楼以旅客的身份过安检。时间非常紧，如果没提早安排去候机楼的车辆，可能就要错过机长检查飞机和驾驶舱内准备的拍摄时机；当班飞机停在远机位，需要单独安排小摆渡车提前进场。忽略了这样的小细节，就可能错过很多精彩内容，拍出的效果大打折扣。功夫不负有心人，细致周到的准备，各环节的紧密衔接，保证记者抓到了每一个新闻点，当天下午，新华社、中新社各发了文字报道，次日，中新社还发了一组20张照片的报道，有近30家媒体转发，朋友圈直接刷屏。

以诚相待 不厌其烦

以诚相待、互相尊重、积极配合，对维

网络时代的信息传播

□曹慎慎

谈到报业在互联网时代遭遇的困境,默多克(Murdoch)曾在美国新闻编辑协会的一次研讨会上这样说:“新闻由少数编辑记者控制的时代彻底结束了,报纸正失去对内容的控制权,尤其是对‘头版’的控制权,而这正是报纸权威性和社会价值的基础。”^①

新闻的本质改变了,默多克的这段话不仅是对报业编辑和出版人的警告,更是对整个传统媒体行业的警告。

因为社交媒体的兴起,新闻不再只由媒体记者收集并报道出去,一种包含记者、新闻源、读者和观众相互交换信息的新媒介生态系统已经形成。这种变化起源于1999年,那时博客刚刚走入人们生活,并在随后的几年中得到了极为广泛的应用。这种转变的结果是把原先的受众都变成了

生产或传播新闻的“工具”。

尤其是当社交网络的使用范围越来越普遍时,人们就可以通过链接分享这一方式简便快捷地将新闻信息传播给所有人,而不需要得到传统媒体的许可。从某种意义上说,人们这种“接收—发送”的行为已经可以等同于独立运营一个小型的广播电视网。

最初,传统媒体的工作者在对待这些新出现的“新闻工具”时充满了敌意。这场由主流媒体和博客作者主导的对抗战在2004年达到顶峰。2004年9月,美国最著名的电视新闻节目主持人丹·拉瑟在“CBS晚间新闻”节目中引用了一份未经证实的文件,称小布什当年是因为家族关系得到特殊照顾才进入国民警卫队服役,没有前往越南战场作战,因而未能完成服兵役的要求。节目一经

护媒体关系很重要。有时记者提出采访需求,折腾了半天却只能发一条小新闻;有时陌生的记者打电话来咨询一些业内的的问题,根本与厦航无关;有时因为某种原因采完发不出新闻;有时相同的题目,会有十几家媒体零零散散地来采访;有时可能是负面报道,也必须应对……不管什么情况,就一个原则:以诚相待,能做到的一定不遗余力。对我们来说,一次不妥当可能只是几十分之一,但对于来访者而言,不满意可能就是百分之百。

接待和保障记者采访,其实是非常好的学习和锻炼的机会。他们迅速整理资料、提炼归纳的能力,采访的技巧非常值得学习。大部分记者非常敬业,他们可以早晨三四点起床,也可以采访到凌晨。曾经陪同记者两天

采访十几个部门,思维不停地转换;也曾经为了5分钟的节目拍摄11小时的素材,深夜在机坪的寒风中瑟瑟发抖。越是高强度的复杂采访,越要打起精神,做好配合和服务工作。

与记者打交道,其实挺简单,不敷衍,不说谎,不做作,配合久了,还会成为朋友,大家共享资料,提高效率。比如有时一起去采访,大家分工整理访谈记录,避免重复劳动;有时,他们也会把照片、视频、文字等素材毫无保留地分享我们使用。

多年来,厦航就是以自己的真诚、友善、周到、细致,结交了越来越多的记者朋友,拓展了媒体资源的同时,也以最高的性价比宣传了企业的品牌形象。采

(作者单位:厦门航空有限公司党群工作部)

播出,立即有博客作者发表博文对其真实性表示质疑。对此,CBS前任新闻总监还以嘲讽的话语进行了回击,称博客作者只是“一群穿着睡衣坐在卧室里随便发表感想的人,他们的话毫无价值”。然而,最后的结果却证明了博客作者是对的。而在该文件被证实为伪造之后,丹·拉瑟对此进行了公开道歉,并于2005年初离开了工作43年的“CBS晚间新闻”节目。

也就从那时起,主流媒体对于网络公民记者的态度一下子转变了。其中一个标志性事件,是于2005年5月成立的赫芬顿邮报(The Huffington Post)。该报是一份网络报纸,采用“实时聚合新闻”的方式24小时不间断更新新闻、汇总讯息。在呈现方式上,该报邀请众多名流作为评论员,在网站上开博客写评论,利用这些精英人群的声音吸引读者。在人员配置上,该报没有一名职业记者,有的只是网络编辑,与此同时,编辑的角色也不再是原先的“守门人”而是变成了众多内容的“调节者”,他们不再专注于做文字工作,而是运用一切手段“调节、刺激”各个社群之间的对话,让读者不仅看到新闻,更要主动参与到新闻的发现、分享和评论中去。

融合背景下的新闻采集

在2012年的美国总统大选报道中,各家媒体纷纷亮出绝活,赫芬顿邮报也不甘示弱,早在当年年初就推出了一个名为“Off the Bus”的项目。该项目的目的是为了发动广大民众参与大选报道,他们会设置许多采访任务,比如追踪总统候选人奥巴马和罗姆尼在全美50个州的拉票情况,然后将这些细化的任务分给成百上千的普通民众,每个领到任务的民众只需要关注两位候选人在自己所在州的演讲和拉票情况,并在统一的表格上写上自己的观察,然后将素材发回给赫芬顿邮报的网络编辑即可。这么多人齐心协力,每人每天只需用上几十分钟,便可完成一个记者几个月的工作量。这种方式能最大限度地调动起民众的兴趣点,还可以集合群众的智慧来制作不同

风格的新闻。

赫芬顿邮报的创始人阿瑞安娜·赫芬顿(Arianna Huffington)认为,这是一个融合了传统媒体和新媒体、专业记者和公民记者的新型平台。传统报纸和电视台也同样需要在这个平台上创建自己的博客,招募博客作者,并允许读者随意发表评论。赫芬顿邮报还会邀请读者上传图片、视频或者分享网络上的其他内容,这样就为新闻系统培育了一大批公民记者。

与此同时,职业记者也变得越来越依赖于博客、微博等社交媒体。在《纽约时报》马丁·尼森霍尔兹(Martin Nisenholtz)看来,网络可以让我们这些传统媒体的记者在极短的时间内了解到读者的兴趣点,知道应当报道些什么样的内容去吸引读者,并调动他们参与评论和相互分享的积极性。网络上的这些内容,能够对我们所做的工作形成有益的补充。^②

在我国,传统新闻信息的发布仅限于媒体、政府机构和社会组织,而现在随着互联网及其衍生物的产生和发展,信息的发布已不再是政府、社会组织与传统媒体的特权,个人或由个人临时组成的松散型小团体(张朝辉,2006),如论坛、网络社区、博客(博客群)、微博(微群)、微信(微信群)等都成了信息发布的新渠道。

2014年8月,上海交通大学舆情研究室发布了《中国社会舆情与危机管理报告(2014)》,通过对2013年影响较大的舆情热点事件进行统计分析,得出舆情事件微博首次曝光的比例为15%,虽比2012年的20.7%略有下降,但从事件发生至微博首发的时间差而言,2013年微博的反应速度有小幅度提升。2013年事件发生至微博首发时间差在24小时以内的占比为69.7%,这一比例高于2011年的57.9%,与2012年的68.4%基本持平。就2013年而言,事件发生至微博首发时间差在半天以内的比例最高,达36.0%;微博首发在一天以内的事件占比为69.7%,成为网络舆情事件的主要参与平台。^③

短短140字的微博,之所以能产生如此强大

的传播力和影响力,是因为其身后特有的传播机制的支撑。相比传统媒体,微博更真实,尤其是实名微博。原因在于,传统媒体的传播是单向的,批评和质疑能否呈现出来取决于媒体的自身觉悟。传统媒体上,激烈的语言并不鲜见,只不过大家习以为常罢了。而在微博时代,类似的神话会被“秒杀”。粉丝们热烈地欢呼你的错误,兴奋莫名地抢转你的奇闻,然后不停地刷屏,计算着自己粉丝量的增长。由此看出,微博的确能够带领大众走向言说的狂欢。

哈佛大学法学院教授尤查·本克勒告诉我们:社交网络以其迅速、快捷的传播特征在网络用户中普及,它为文化提供了一个公共空间,更进一步说,是文化公共领域。

以 Twitter 和 Facebook 为代表的社交网络为人们的生活带来了质的变化。越来越多的人会变成一个个潜在的“发言人”,他们很容易受到公共领域(Public Sphere)的影响,由被动的听者、读者、观众变为参与者、发言人。公共领域里的每一个人用他的人格和行动证明着自己的价值。^④

就是这么简简单单的“140字信息,即时分享”却建构了一个大众言说的空间,具有广泛的公开性。一方面,它已从互联网的新产品跃升为信息传播的主要平台之一,开启了“人人都是记者”的自媒体时代,也引发了传媒生态的变革;另一方面,它的媒体特性正在深刻影响着中国社会的方方面面:流行文化、政务管理、商业营销、舆论监督、公益慈善……微博、微信以及随其衍生的各类自媒体正在引发社会生态的变革。当然,这种变革也削弱了传统媒体的力量。它影响了人们通过观察获取信息的数量和结构,影响了事件的表述方式和评论路径,影响了信息过滤和把关的过程,并撼动了“把关人”的地位。

从全球市场看,许多传统媒体已经在主动适应当前传媒生态的变化,接受社交网络并将其作为自身的助力者。如《纽约时报》、《华尔街日报》、英国天空电视台等诸多平面和电视媒

体都开通了 Twitter 账户,获取信息源,扩大影响力。

传统媒体利用微博追踪社会热点,将微博信息作为重要的新闻来源。微博信息缺乏深刻性和理性,为传统媒体施展身手提供了空间。借助微博平台,传统媒体改变着传统的信息营销推广方式。传统媒体设专人专职管理运营微博,将微博纳入其发展战略,同时,微博也不断借力传统媒体提升其影响力和在用户中的渗透率。



图1 受众与信息来源系统关系的变化

网络时代的传播模式

根据网络媒体信息传播的新特征和传播格局的新变化,我们可以构建出网络媒体时代的信息传播模型。

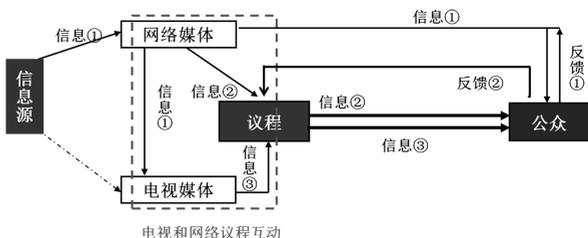


图2 网络媒体时代的信息传播模型

如图所示,由信息来源系统发出的原始信息有两条可供选择的传播路径,分别流向网络媒体(信息①)和传统媒体,其中网络媒体的优势更为明显,这一点在近期发生的诸多热点事件中都得到了验证;而电视媒体在占取原始信息上略逊一筹,由于速度、时效性和新闻容量都无法与网络媒体相抗衡,当社会热点事件和突发事件发生时,越来越多的电视媒体是在网络上筛选值得回应的话题,因此图中从信息源流向电视媒体的过程用了虚线来表示。

当社会热点事件发生时,事件的亲历者、当事人能够借助微博、微信朋友圈、博客等平

“100万+”的启示： 你推送的微信内容紧贴用户了吗？

——以羊城晚报官方微信头条选题为例

□郑华如

在移动互联网迅猛发展的大背景下,传统媒体受到的冲击前所未有。面对困境,传统媒体各显身手,积极探索应对之策,不断加快转型发展步伐。方兴未艾的微信公众号,无疑是传统媒体试水移动传播的理想试验田。

媒体公众号文章的阅读数,固然与其拥有的粉丝数量有着直接关系,但也并非完全是粉丝数决定阅读数。没有优质、紧贴用户的内容,就难有阅读数保证;而且,持续推送优质内容,也能不断吸引更多粉丝关注,形成良性循环。因此,优质内容始终是媒体公众号的基石。

案例:“200万+”阅读是如何做到的?

在探讨媒体公众号内容运维之前,先来看羊城晚报官方微信的一个成功案例:

2015年7月5日,羊城官微头条推送了一篇文章为《吃木耳炒蛋竟进了ICU,他犯了一个致命错误!8种毒菜,你家有吗?》的报道。短短数天,该文迅速裂变传播,超过1.5万人转发,收获超过1.7万个赞,总阅读数“250万+”!在当周全国160多家综合性日报公众号单条阅读TOP50排行榜上,该文高居榜首,打破了人民日报官方微信

台将原始信息传播出去。由于互联网的即时性,信息①一经网络平台发布,其影响力、传播速度和范围立即得到无限度地放大。此时的信息①既可以直接流向普通民众,也可以被媒体的新闻采编人员所获知,包括报纸、广播、电视等传统媒体和网络、手机等新媒体。

网络媒体的突破口,在于它可以不受版面和空间的限制,而且拥有强大的搜索功能。当网络编辑发现微博或其他网站有值得报道的话题时,他可以迅速设置议程、建立专题,在专题版面中梳理、提炼和整合已有的新闻内容,将信息②传播出去,并不断增添新的内容。如在纵向上,可以挖掘新闻的深度,对新闻进行二次解读(网络新闻评论)和深层加工(网络深度报道)。同时,由于网络媒体的互动性,打破了传者和受者之间的单向线性传播,受众还可以就自己感兴趣的新闻信息发表意见(反馈②),这些受众的意见通过网络平台,就可以得到快速的发散式传播。

网络技术的发展,拓展了电视等传统媒体的信息来源途径。通过搜索引擎,电视采编人员可以很容易检索到与新闻热点相关的关键词,这些信息经过专业采编人员之手,在核实、采访、写稿、编辑之后,便成了规范化的标准报道文稿(信息③),可信度和真实性都有保障。

(作者单位:中国民航杂志社)

注:① The Economist.(2011)Bulletins from the future. Special Report: The News Industry. July.9th.

② The Economist.(2011)Bulletins from the future. Special Report: The News Industry. July.9th.

③ 中国社会舆情与危机管理报告.上海交通大学.2014.8.

http://yuqing.sjtu.edu.cn/index.php?option=com_content&view=article&id=4435:2014&catid=49:2010-10-14-10-43-21&Itemid=85.

④ Benkler, Y.(2006)The Wealth of Networks: How social Production Transforms Markets and Freedom. New Heaven: Yale University Press.采

信对榜首的独占局面。

一条看起来普普通通的“小新闻”，为何有如此惊人的传播效果？也许很多人不太理解，但仔细分析，你会发现，“200万+”虽在意料之外，却在情理之中。

微信平台，一篇文章阅读数高低，与其被转发的次数有必然联系；转发越多，越容易形成裂变；尤其是不同地域、不同群体粉丝的大量转发，就有可能形成惊人的裂变传播。那么，什么样的文章容易被转发呢？当然是覆盖面足够大、内容足够贴身、服务足够贴心的文章。

这条“200万+”阅读的文章，恰恰具备这样的特点：“木耳炒蛋”是国人常吃的家常菜，有人因为吃这个出了意外，自然关注的人足够多——此为“覆盖面足够大”；而文章通过当事人意外中毒命悬一线的深刻教训，提醒人们“长时间浸泡的木耳可能会产生致命生物毒素”，信息及时、有用——此为“内容足够贴身”；在附加的服务资讯部分，文章整理了另外8种容易中毒的家常菜，提醒人们注意，进一步提升了文章的附加值——此为“服务足够贴心”。

因此，这篇文章具备了裂变传播的基本条件，而后台数据也印证了这一点：250多万点击，读者遍及全国各省市，甚至宝岛台湾都有超过3000的阅读，足见其覆盖面之广。

羊城晚报官微头条选题的“四项原则”

运维公众号的人都明白，头条是提升阅读率的利器；头条选择成功，平均阅读数才有保证，而不少新媒体榜单也把头条阅读数作为重要的指标。

头条“100万+”阅读，固然可遇不可求，但通过分析前述羊城晚报官微“100万+”，其选题和内容特点显而易见：①题材的覆盖面足够大；②内容紧贴用户，尤其是本土读者；③附加的服务资讯大幅提升文章的附加值；④时效性很强。

为了提升内容质量，运维团队有针对性地进行了“试错行动”：选择不同类型的文章和资讯进行推送，通过数据反馈果断舍弃不受读者欢迎的内容。一年来，我们不断修正选题方向，阅读数据

迅速提升，如今头条均阅读数基本稳定在12000到18000之间；其中，头条对阅读数的贡献巨大，平均阅读数保持在3万到5万之间。羊城晚报在160多家综合性日报公众号中稳居前20强。

在对阅读数据进行反复分析总结的基础上，我们在头条选题上坚持“四项基本原则”：

本土原则。地方媒体公众号，其粉丝以本地受众为主。从传播的角度看，人们更关心发生在自己身边的、或者对自己有直接影响的事情。因此，选题能否足够贴近本地人和本地人生活，对提升阅读数非常关键。

大众原则。即题材的覆盖面要足够大，尽可能关乎更多受众，尤其是已有粉丝中的绝大多数。媒体公众号每次推送最多才8条，每一条都要精选，头条更要精中选精，这就决定了头条常常出现“撞题”，原因也在于此——毕竟每天在微信平台传播最热的新闻或资讯就那么几条。所以，要想取得好的传播效果，首先要考虑题材是否属绝大多数人都关注的内容。

热点原则。题材的热度决定了其关注度，热度越高，关注度越高，传播效果越好。羊城晚报官微头条选题强调“贴着本土追热点，贴着热点做服务”，正是出于这种考虑。

时效原则。抢时效历来是新闻从业者必备的基本素养。时效的价值，在新媒体上的体现尤其明显。同题新闻，谁抢到第一落点，哪怕只领先10分钟，其传播效果会截然不同。

“新闻+服务”：让新闻资讯用户直接关联

人们到底喜欢在社交媒体上分享什么？一项调查表明，新闻的分享仅占22%。事实上，在微信朋友圈里，人们更喜欢晒自己的生活，比如自拍、美食、出游等等；即便是分享文章，也多以心灵鸡汤、各种段子之类的轻松好玩的内容为主。

作为媒体公众号，不可能像一些自媒体那么玩，新闻始终是主打内容。但公众号每次最多只能推送8条，数量十分有限。这就决定了媒体公众号推送的新闻必须精中选精，选择绝大多数读者都新闻乐见的新闻。如何选？本文前面已总结出了

“四项原则”。

在明确了选题方向后,另一个不得不考虑的问题是:如何提高文章的转发量?虽然好题材已经具备被转发的条件,但是对一些读者来说,单纯的新闻只是个案,他们会点击,但未必会转发。没有大量转发,就难以收获高阅读数。

因此,除了新闻本身,还得给新闻“加点料”。这些“加料”,除了要紧贴新闻本身,还要把新闻事件从“点”往“面”上延伸,赋予新闻更多附加值。

事实上,从去年8月初开始,羊城晚报官微就实践中摸索出“新闻+服务”这一组合模式,并一直坚持至今,也被越来越多的同行所借鉴。

选什么新闻很重要,同样,选什么服务内容也很重要。这个“加料”,如果没“料”,那就起不到提升附加值的作用,弄不好还会“狗尾续貂”,影响传播。

从羊城晚报官微的实践来看,服务资讯的搭配要包括这几类:

安全常识。这类服务资讯配搭的新闻主要是造成人身意外伤害的各种突发新闻。由于这类新闻在微信平台具有不错的传播效果,所以这类服务资讯的运用比较多。

健康知识。在微信平台,健康养生类新闻广受读者欢迎,这类新闻配搭的服务资讯大多以各种健康知识为主。

实用资讯。由于这类内容对很多读者“有用”,其附加值自然比较高。

新知或观点。这类内容可赋予新闻更多附加值。

延伸阅读。这类内容往往对新闻起到良好的补充,使其更具深度和广度。

在线调查。就新闻涉及的相关热点话题发起在线调查,也是吸引读者参与互动的常用方式;而调查的结果,也有助于引导读者“读懂”新闻。

预判热点,努力引领热点

运维媒体公众号,不错过热点是基本要求;

对热点进行重新整合包装,赋予热点更多附加值,则是进行差异化竞争、做到“你无我有”的基本法则;若能做到“预判热点并引领热点”,则是更高层次的要求。

羊晚官微把“热点原则”作为头条选题的“四项原则”之一,除了紧贴热点、赋予热点更多附加值,也在努力尝试“预判热点并引领热点”,并收获了不少成功案例。

试举一例:5月19日,羊城晚报官微头条推送了一条题为《惨烈视频!姑娘打手机遭车碾头!低头族,别再“玩命”了!》的新闻。单从题材来看,仅是一则突发的车祸,时效性也比较差,因为距离事发已过去6天时间。事发的当地媒体作了一篇小新闻,被网站转载后并没有引起多少关注。很快被“淹没”在一大堆更火爆的新闻中。

但是,我们还是决定对其进行重新包装组合,理由是4点:①低头玩手机已成为普遍社会现象,由此带来的诸如车祸、摔伤等种种意外也时有发生,这类题材的覆盖面足够大;②监控拍下的车祸瞬间非常惨烈,具有很强的视觉冲击力;③我们收集的一组类似视频和镜头进一步放大了这种冲击力;④附加的服务资讯详解了低头玩手机对身体的伤害,很贴身。

这条新闻推送后,不仅在微信平台收到良好的传播效果(阅读数超过7万),更重要的是,在微博和各大新闻客户端也受到热捧。一条看起来不怎么起眼的“小新闻”就这样成了公众关注的热点,收到了不错的传播效果。

与“不错过热点”“赋予热点附加值”相比,“引领热点”无疑更难,也更考验内容推送者的综合预判能力和新媒体素养。我们之所以能在一些热点新闻的传播上担当了“引领者”的角色,原因就在于我们在实践中摸索总结出了一整套行之有效的操作思路,包括选题“四项原则”,也包括“新闻+服务”的组合方式。采

(作者单位:《羊城晚报》新媒体部)