

西葡留影

浙江传媒学院研究生论文集

黄鸣刚 主编



现代教育出版社

西葡留影

浙江传媒学院研究生论文集

黄鸣刚 主编



现代教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

西葡留影：浙江传媒学院研究生论文集 / 黄鸣刚主
编. —北京：现代教育出版社，2015. 1
ISBN 978-7-5106-2664-7
I. ①西… II. ①黄… III. ①新闻学—传播学—文集
IV. ①G210-53
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 300159 号

西葡留影——浙江传媒学院研究生论文集

策 划 庞 强 刘 媛
主 编 黄鸣刚
责任编辑 刘小华 王帅利
封面设计 贝壳学术

出版发行 现代教育出版社
地 址 北京市朝阳区安华里 504 号 E 座
邮 编 100011
电 话 (010) 64244927
传 真 (010) 64251256

印 刷 北京天正元印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 17.75
字 数 283 千字
版 次 2015 年 1 月第 1 版
印 次 2015 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5106-2664-7
定 价 52.00 元

版权所有 违者必究

如发现印装质量问题，请与承印单位联系。

序 言

浙江传媒学院是国家新闻出版广电总局和浙江省人民政府共建高校，是全国培养广播影视及传媒专门人才的两个主要基地之一，素有“北有北广，南有浙广”之称。我校研究生培养始终坚持以职业需求、实践能力为导向，致力于培养具有现代传播理念与国际化视野、深刻了解中国国情，具备良好职业素质、能够创造性地从事新闻传播工作的高层次应用型专门人才，做到立足浙江、面向全国、紧贴行业、服务社会。

浙江传媒学院研究生培养中课堂教学始终坚持“创新与互动”的教学理念：理论教学与实验教学的“知行互动”，构建实践教学与理论教学相互促进、循环提升的双向驱动结构；教师与学生的“角色互动”，构建互动式的教学模式，打破原有的师生角色定位，建立师生之间互动友好、角色流动的新型关系；实验与服务的“协作互动”，采取项目化教学的方式，依托与社会合作的项目，围绕项目展开教学，完成教学、实验、生产互相联动的人才培养。

浙江传媒学院研究生培养中实践教学强调“实践即实战”的教学理念，实施“实践—理论—实践”的螺旋式知行合一的教学模式。通过结合设备讲系统、结合系统讲操作、结合操作讲作品、结合作品讲实战、结合实战讲理念“五个结合”的实践型教学流程，将传媒产业的业务、现状、动态、问题等带入课堂，将教学场所演变为一个模拟的传媒实战场地。

《西葡留影——浙江传媒学院研究生论文集》共收录研究生论文近30篇。内容涉及学术研究、实践实训、调研分析等诸多方面。翻阅文集，一种真实、新鲜、生动的感觉油然而生。鲜活的素材、独特的视角、客观的描述，抒写着学子们对新闻传播事业的认真和执著，也抒写着他们对新闻传播事业的渴望和追求。

从文集中的点点滴滴，我们既可以感受到导师们扎实厚重的知识传承，又可以体会到学子们上下求索的坚定信念。忽而是深入凝重的思考，忽而是若有所思的顿悟，忽而是蓦然回首的释然。知难而进、勇于实践无不融注于一篇篇青春飞扬的作品中。

经验是思想的结果，思想是行动的结果。只要我们善于学习、借鉴、思考，只要我们敢于实践、质疑、革新，相信我们就能实现服务一线、应对实战、富于创新的教育理念。请让我们一起用勤勉和智慧，共同创造浙江传媒学院辉煌的明天，谱写出高等教育事业的华美乐章。

项仲平

2014年11月18日

目 录

第1辑 危机传播中的关注

浅析新闻报道中情感尺度的把握	3
论电视灾难新闻报道中的情感表达	10
浅谈政务微博在政府危机管理中的作用	16
突发社会安全事件中官方微博的传播分析	29
浅析马航失联事件中的央视新闻微博表现	39
浅谈突发公共事件中媒体的应对与引导策略	48
社交媒体的突发事件舆论引导分析——以微信为例	55
纸质媒体如何在突发性新闻报道中把握受众心理 ——以《春城晚报》对“昆明火车站暴力恐怖案”的报道为例	63
全媒体背景下突发事件的传播特点及舆论引导技巧探析	70

第2辑 互联网时代的浅思

众筹新闻在中国的兴起	79
移动互联网时代的网络新闻——以微信新闻为例	86
病毒视频广告的运作策略研究	94
用拉斯韦尔的5W模式浅析Mail Online	102
网络娱乐新闻专题研究——以时光网为例	116
解析数据新闻——基于两届数据新闻奖的分析	130



腾讯移动平台游戏内容生成与付费机制研究	140
众筹网站的兴起——新型网络融资模式的传播学解读	148
手机APP 新闻传播的现状与困境——以网易新闻客户端为例	161

第3章 媒体实践中的所得

腾讯大浙网调研报告	171
电视读书节目研究文献综述	181
成舍我新闻思想研究文献综述	193
浅析视频网站网络自制剧的广告	204
关于《非诚勿扰》节目的研究报告	208
浅析电视节目《开讲啦》之人文价值	226
《我是歌手》与《中国好声音》节目对比分析报告	233
浅析新媒体时代下广播媒体的发展趋势和存在问题	248
基于“使用与满足理论”的《花儿与少年》传播效果研究	256

第1辑

危机传播中的关注

- ※ 浅析新闻报道中情感尺度的把握
- ※ 论电视灾难新闻报道中的情感表达
- ※ 浅谈政务微博在政府危机管理中的作用
- ※ 突发社会安全事件中官方微博的传播分析
- ※ 浅析马航失联事件中的央视新闻微博表现
- ※ 浅谈突发公共事件中媒体的应对与引导策略
- ※ 社交媒体的突发事件舆论引导分析——以微信为例
- ※ 纸质媒体如何在突发性新闻报道中把握受众心理
——以《春城晚报》对“昆明火车站暴力恐怖案”的报道为例
- ※ 全媒体背景下突发事件的传播特点及舆论引导技巧探析

浅析新闻报道中情感尺度的把握

徐 瑶

摘 要：客观、理性、公正是新闻报道必不可少的基本要素，而丰富的感情色彩则是新闻报道感染受众并与受众产生共鸣的必要条件。情感作用于新闻实践，从而产生新闻情感，又反过来影响新闻实践。一个优秀的新闻报道，必然融入了新闻工作者真挚的新闻情感，从而使得新闻在真实客观的前提下有感染力。但是，在要求报道具有感染力的同时，也需要保证新闻事实强于新闻情感，因此在报道中需要拿捏好新闻情感的尺度。

关键词：新闻 情感 把握

新闻的首要特征和基本要素是真实性，要求新闻工作者在报道新闻的时候力求客观。但是由于人的社会性，使之在社会群体交往之间产生了丰富的情感，因此在看待、判断客观事物的时候无法避免自身所携带的主观态度。因此，从根本上来说，新闻是客观与主观相结合的产物。任何一条新闻，都是客观事物在经过了新闻工作者的评价与选择之后才得以产生。而新闻情感是指，新闻工作者在进行采访的过程中，对新闻事件、新闻人物所产生的一种强烈且复杂的情绪，并在新闻报道中直接或者间接地表现出来，从而感染受众、引起共鸣。与此同时，新闻情感也是主客观相结合的产物，情感不能影响到事件的真实性，不能为了情感需要而强加于人，更不能夸大事事实添油加醋。

新闻情感在新闻传播过程中起着重要的作用。首先，能够引起受众的“有意注意”。阅读可分为“有意注意”和“无意注意”，一篇新闻报道，让受众从无意变成有意则是因为内容新鲜充实和记者情感的流露，从而激起阅读兴趣，进行高质量的阅读。因此，导致受众“有意注意”是新闻情感最基本的作用。其次，新闻情感能够带动受众的感情融入。记者作为新闻事件的直



接接触人，报道中体现的新闻情感如果和受众的直观情感相符合，便直接缩小受众与新闻事件本身的距离，从而使受众更加满意于媒体报道，产生认同效益并从一定程度上提高对媒体的信任度。由此可以看出，如果新闻工作者在新闻报道中，准确把握了新闻情感的流露，可以提高自身媒体的软实力。

尤其重大灾难事件是纷繁复杂的情感信息的集聚地，社会大众在此情境下情绪敏感、易受影响。2008年汶川地震，央视《抗震救灾众志成城》中的很多镜头至今都让人难以遗忘，而这些令人印象深刻的场景中一般都包含着激烈的情感表现。这次报道，继承了“98抗洪”电视报道以来形成的电视灾难报道情感信息传播策略，总结起来可归纳为两点：“去消极化”和“强化积极情感”。^①通过过滤和转移的方法去消极情绪的同时，强化积极情绪，从而使得这次报道得到了良好的评价。同时，也为重大灾难报道的情感信息传播提供了一个较为成功的样本。

客观、理性、公正是新闻报道必不可少的基本要素，而丰富的感情色彩则是新闻报道感染受众并与受众产生共鸣的必要条件。因此注意新闻报道中的新闻情感的把握则是一个十分重要的主题。

一、正确把握新闻情感

情感作用于新闻实践，从而产生新闻情感，又反过来影响新闻实践。一个优秀的新闻报道，必然融入了新闻工作者真挚的新闻情感，从而使得新闻在真实客观的前提下有感染力。但是，同样需要保证新闻事实强于新闻情感，因此在报道中需要拿捏好新闻情感的尺度。

（一）采访中的新闻情感把握

记者是新闻事实的直接接触者，因此在对事件进行采访的时候自然会产生产生喜爱、悲伤、欢乐等情绪反应，同时将新闻情感释放出来。所以在采访中把握好新闻情感释放的度，对于新闻记者来说是一种十分重要的职业修养。而电视新闻记者的新闻情感在被某些事实所激发出来的时候，电视便将这些心理活动通过记者的无声语言透过镜头等传递给受众，使受众在收听和观看的时候，不可避免地产生相应的情感反应，从而引起情绪感染和共鸣。因此，

^① 焦彦艳. 电视灾难报道的情感信息传播研究 [D]. 苏州大学, 2010

尤其对于电视新闻记者来说，新闻情感的把握尤为重要。

而较为公正的情感必须要求记者有正确的价值观和丰富的经验积累，想百姓所想、急百姓所急，对客观事物的认识才会更加准确、深刻。采访的同时，对新闻材料的捕捉和选择，可以让新闻情感表达更具感染力、说服力。记者与受众的情感是相通的，因此在报道新闻时，记者不能仅仅满足于报道新闻事实，还应该同时唤醒受众的情感，使受众可以得到对新闻事件正确客观的认识和情感反应。或者说，记者在让新闻用事实说话的同时，还要善于调动其他相应的情感表现方式，使新闻以情动人、牵动受众的心。

（二）记者对高级情感的把握

由苏联学者彼得罗夫斯基提出的“高级情感”的概念是，只有人能体验到的情感。这种情感，指的是人在社会生活中同自身需要相联系的复杂情感，它相异于高级动物也有的喜怒哀乐、愤怒和恐惧等基本情绪和情感。而新闻工作者所要具备的高级情感则是责任感和理智感。

责任感是新闻工作者作为受众接触世界的桥梁和望远镜，在报道新闻的时候必须对受众所要接收到的信息负责。新闻信息的真实客观既是作为记者的职业基本要求也是职业道德。除此之外，责任感还包括对社会的责任感。记者在采访新闻事件时，所表现出的新闻情感必须要符合大众的道德要求，同时，记者等新闻工作者在危急关头的挺身而出和见义勇为，则是来不及考虑的行为自然爆发的体现。

新闻工作者用真理或知识的标准去评价客观事物是否符合自身需求而产生的内心体验，则称之为理智感，包括辨别是非、明确利害关系等方面。

新闻工作者只有在掌握了责任感和理智感这两个高级情感之后，在处理新闻事件时才能表现出公正和正确的判断，才能将有责任、有理智的新闻情感融入到新闻中去，从而才能更好地与受众进行沟通，引起更为贴近的共鸣。

二、新闻情感在应用中的偏差

尽管情感具有较大的稳定性和深刻性，但由于情感是人被外界影响、刺激而发生的某种心理反应，随着事件的不断变换和心理情绪的复杂性，因此情感也带有暂时性、偶然性和随机性等特点。

同时，随着新闻情感的不断应用，尤其是在重大灾难报道中的频繁使用，一些媒体为了使得自身的报道更加充满感情以影响观众，加重了报道中的情



感要素，从而导致了新闻报道中的新闻情感产生了一些问题。

（一）模式化煽情主义严重

现在很多的社会新闻报道中，过分夸大其事实的悲剧性，力求最大程度地刺激受众的感官，有时甚至不顾被报道者的尊严和权利。尤其是在灾难性新闻当中，在进行报道的时候，通常会将一些带有明显悲伤情绪的字眼带入新闻中，营造一种悲怆动人的氛围，希望以此唤起受众同情心来引起共鸣。但新闻情感应该都是通过选择材料和报道角度加以表达的，不能主观臆断，情感投入要基于事实，做到情在事中。

例如在这次马航客机失联的事件中，某些主流媒体在报道新闻时不断运用煽情式的语言进行播报。用心灵鸡汤式的语言以换得受众内心对患难同胞同情和惋惜的共鸣。“揪心”“期待”“祈祷”是新闻媒体官方微博在此次新闻报道中最频繁出现的字眼。在事故发生的第二天，某媒体官方微博发出这样一条信息：“【致 MH370】此刻，清晨 6：30。昨天此时，载着 239 人的你，本该稳稳降落北京。可是 30 个小时过去了，仍没有你的消息。239 个生命，154 名同胞，你们好吗？救援今天继续，我们仍在守候，请你们也不要轻言放弃。我们知道，你肯定晚到了，但不相信你会不到。MH370，全中国都准备接机！平安，回家！”全篇满是煽情语句，在之后的两天里，在简讯类新闻的播报时也会同时转发该条微博，而这条微博的转发量达到了 24 万。与此同时，在对患难同胞信息的公布例如：“他随身携带一方印，不知这次他是否带在身上”“她不相信盼了这么久的丈夫就这么消失了”等带有强烈惋惜、同情和悲痛情绪的语言，虽然在一定程度上，有助于媒体与部分受众引起心灵上的互慰共鸣，但某种程度上也会对遇难同胞家属形成二次伤害。

不难发现，在经过汶川地震之后，我国对于灾难性新闻报道每次都会采用类似煽情式的报道模式。新闻情感附着于新闻报道之中，可以让报道更具有人情味和可阅读性，但是如果情感远超过于新闻事实本身，那么则会让报道的煽情意味更加明显，从而适得其反，可能会让受众产生不舒服的感受，以此对媒体产生疏离。尤其是灾难性报道，面对不幸信息，如果新闻工作者的新闻情感没有得以正常的抒发，反而不能抚慰受众情绪，从而导致受众的鄙夷和厌恶。

（二）过于着重“去消强积”，忽视受众感受

灾难性新闻往往携带了较多的负面消极情绪，如悲伤、痛苦、抑郁、绝

望等,因此有学者提出“去消极化”的情感信息处理原则,主张在新闻把关时过滤情感信息可能产生的负面效果,使其以积极情感的形态出现。因此在处理灾难性新闻的时候,媒体会将报道转移到对一些较为积极的事情上去,通过过滤一些信息,转移受众注意力来实现报道的平衡。

近几年,面对要对灾难性新闻的“去消极化”的同时“强化积极情感”,媒体在报道完事件本身之后,会将报道注意转移到灾难后人民的互助和相关领导的抚慰活动中去。2013年11月22日的“青岛输油管道爆炸”事件中可以看到后续报道内容有《青岛市民踊跃献血,排了一个小时才献上》《国务委员王勇赶赴青岛爆燃现场指导抢险救援》《青岛爆燃受伤老人盯着习近平看把女儿逗乐了》等新闻。转移受众注意力,减少负面报道,用积极乐观的新闻情感去抚慰受众。但是,作为媒体的问责却缺失了。追问事故发生缘由,问责相关部门,主动要求采访报道事故现场提出质疑,媒体态度没有拿出来,而只是一味“去消强积”则可能引起受众的反感,从而失去一定的媒体公信力。

(三) 迎合受众感官,忽视新闻公正

受众是媒介的传播对象,也是媒体传播活动中信息的目的地。近些年来,受众本位意识越来越受到了媒体的关注。而受众本位意识就是要求“大众传媒在信息的传播活动中,应以最大限度维护受众的根本利益为出发点,以满足受众获取多方面信息的需要为己任,以帮助受众提高思想素质、政治素质、道德素质和科学文化素质为目标,全心全意为受众服务”。^①因此,在一些新闻报道,尤其是网络新闻报道中可以发现记者为了迎合受众的喜好和习惯,刻意将一些新闻情感应用在新闻中,强化了情感但是却对新闻事件本身的理解有失偏颇。另外,在一些电视媒体中,新闻工作者将一些社会上的普遍情绪融入到报道中去,从而加深了受众对于这种情绪的认知,而这种认知可能是带有偏见的错误感受。例如在报道车祸事故时,报道中有时会强调肇事方的汽车品牌,豪车撞人似乎满足了社会上普遍对这类人群的刻板印象,从而报道从心理上与受众形成一种认同关系,但是对于新闻公正来说,这样的报道缺失了对于新闻事实本身客观性的表达。

^① 闫倩倩. 论民生新闻的煽情报道 [J]. 佳木斯教育学院学报, 2011 (2)



三、新闻情感偏差的防范

情感本身便是复杂的产物，因此在不同的环境和状态下的表现又是不同。另外，具体问题具体分析，对于现在一些新闻情感偏差所出现的问题反馈，可以进行具有针对性的防范行为。

（一）减少煽情成分，体现媒体责任

针对现在国内媒体在报道灾难事故事件时所呈现出的煽情式新闻现象，应该加以控制，在报道中更多地呈现出客观公正的态度，减少煽情成分。报道中同情怜悯弱者体现出人文关怀外，更应该表现出媒体的责任感。对存有疑问的新闻事件质疑、问责，为人民发声，体现出媒体的社会责任感和使命感，让所呈现出的新闻情感更有助于为媒体自身树立良好的媒介形象和社会形象，提高自身公信力。

（二）恪守职业道德，坚持新闻理念

媒体是人民的发声器，但是同时也要注意媒体也是人民的探路灯。受众本位的观念可以让媒体更好地为受众服务，但是也要坚持自己的新闻理念，保持鲜明的是非态度，不能一味地迎合受众口味降低自身的要求。新闻从业人员恪守职业道德，保持人格尊严，坚持理性思考，坚持平等相对。

新闻情感信息附着于新闻事实信息之上，并随着事实信息的流动而流动、相异于新闻事实信息的另类信息。其特点是普通情感在新闻传播上的反映，带有泛情感性和广泛性、复杂性，是一种特殊的传播模式。新闻报道中的情感必须建立在真实的基础上，新闻情感一般都是通过选择材料和报道角度加以表达的，不能够主观臆断。情感投入要基于事实，做到情在事中。因此，必须要把客观真实作为防范新闻情感偏差的最基本原则之一，从而最大限度地防止情感投入的偏差与扭曲，保证新闻报道的客观公正。

新闻情感是不断从新闻事件或新闻当事人经过新闻工作者的新闻作品达到受众的流动和反馈，形成了“情感流”。作为传播者的新闻工作者，是凝聚、提炼和推进情感流的主导因素。因此，新闻工作者要准确捕捉、过滤和选择合理的新闻情感，并通过自身的高级情感的介入来进行进一步深化，从而在加强新闻作品情感效益，寻求受众共鸣和认同感的同时，避免可能出现的情感偏差，恪守职业道德，保持社会责任感，树立良好的媒体形象，提高

自身媒体的公信力，从而更好地为受众提供优秀的富有人情味和专业的新闻作品。

【参考文献】

- [1] 潘艳. 论新闻工作者如何正确把握新闻情感 [J]. 贵州民族报, 2012 (7)
- [2] 谢忠余. 采访中如何恰当把握新闻情感 [J]. 新闻传播, 2012 (12)
- [3] 刘辉. 灾难报道中传播主体的情感介入 [J]. 新闻大学, 2008 (9)
- [4] 马琳. 论新闻情感 [J]. 学术交流, 2001 (5)
- [5] 王金礼. 社会建构抑或价值颠覆: 新闻煽情主义的伦理批判 [J]. 中国地质大学学报, 2011 (5)
- [6] 杨若文, 朱希良. 新闻情感信息传播主体的情感水平 [J]. 今传媒, 2008 (1)

论电视灾难新闻报道中的情感表达

杨 苗

摘 要：在有严重财产损失和人员伤亡的灾难面前，电视新闻工作者在进行新闻报道时应秉持感性与理性相平衡的原则。记者也是有血有肉的人，面对突发的灾祸，流露出人类共通的同情、悲痛、难过、惋惜之情实属正常，但作为时代变迁记录者与社会舆论引导者，这种情感表达还是应控制在一个理性的维度里。

关键词：电视 灾难新闻报道 情感表达

一、引言

我们都知道，新闻的首要原则是用事实说话，而电视新闻则是用生动形象、具体可感的画面讲述事实。想让观众接受自己传递的信息与思想，有一个不可或缺：情感。优秀新闻作品绝不仅仅是简单陈述客观事实，它还需要新闻工作者满怀激情地投入到整个事件过程中去，深入挖掘其中蕴藏的情感因素，用自身真挚、热烈的感情来激发受众的真情，从而加深新闻作品的感染力和影响力。尤其是在灾难新闻报道中，应当格外重视表达人类共通的感情，如悲痛、同情、理解、关心等。和情感较为单一、稳定的一般新闻不同，灾难报道不仅感情特征显著、多样，而且不同的感情交织在一起，极易相互转化。同时，由于灾难情境的特殊性，构建了受众的情感预期，加强了他们的情感需求，也使传媒传递的感情信息效果更加显著。因此，在灾难新闻报道中，媒体人如何进行良好的情感表达、以有效传递正能量，调动社会各界积极性，激发其共同应对灾难，是非常重要的。