

岭南

Lingnan Media Research

传媒探索

■ 中国电视选秀节目模式的仿制与创新

——《中国达人秀》本土生存策略案例分析 高黎黎

■ 从春晚插播公益广告看传媒责任 喻季欣 曾金

■ 微博对传统媒体时政新闻报道的突破与影响

——以“学习粉丝团”为例 田秋生 黄贺铂

■ 港媒在香港政治生态中的若干角色和作用

肖小穗



广东省新闻工作者协会 编
广东省新闻学会

羊城晚报 出版社

2

2013

岭南 *Lingnan Media Research* 传媒探索

最具影响力的

传媒学术平台



广东省新闻工作者协会 编
广东省新闻学会

 羊城晚报出版社

·广州·

图书在版编目(CIP)数据

岭南传媒探索. 2 / 广东省新闻工作者协会, 广东省新闻学会编. — 广州: 羊城晚报出版社, 2013.4

ISBN 978-7-5543-0027-5

I. ①岭… II. ①广… ②广… III. ①传播媒介—文集 IV. ①G206.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 067470 号

岭南传媒探索

出版发行 羊城晚报出版社(广州市东风东路 733 号 邮编:510085)

网址:www.ycwb-press.com

发行部电话:(020)87133824

经 销 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷 广州家联印刷有限公司(广州市天河区东圃镇吉山村坑尾路 3-2 号)

规 格 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 9.25 字数 280 千

版 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5543-0027-5/G·345

定 价 18.00 元

版权所有 违者必究(如发现因印装质量问题而影响阅读,请与印刷厂联系调换)

历年的“两会”报道在我国政治生活中都具有特殊意义。2013年的全国“两会”是换届大会,涉及人事安排、机构改革等热点,更是备受境内外广泛关注。在新媒体异军突起的今天,作为“两会”报道的主力军,传统媒体如何避免同质化,并在与新旧媒体同台竞技时杀出重围出彩出新?本期11家媒体单位分别撰文,从“实战”的角度对本单位的“两会报道”进行了“揭秘”。比如:南方日报、羊城晚报等传媒单位由社长、总编辑牵头,成立“两会”报道领导小组并实行多重把关的签审制度,一些媒体派出精兵强将,实施“多兵种、全媒体”全方位报道,有的单位干脆打通两个“舆论场”实时互动……

香港是一个多种媒体共存的社会,不少传媒集团都掌握在财团手中,媒体如何“在商言商”?又如何通过“媒介民主”影响政治生态?香港浸会大学传播系教授肖小穗的《港媒在香港政治生态中的若干角色和作用》,对港媒在香港“一国两制”政治环境中的生存和发展现状进行了解读。

在自媒体和网络时代的背景下,今天人们获取及传输影像的手段与技术比任何时候都先进,每天都生产出海量的影像,摄影记者似乎被逼到了“穷途末路”。本期刊登的组图《2012年度广东新闻摄影年赛部分获奖作品选登》,兴许可以给读者一个鉴评的度量秤杆,优秀新闻摄影作品并非那么容易随随便便取代。

不管承认与否,当今中国事实上已进入了“全民表达”的时代,“草民”和公众通过微博等形式形成一个即时的、真假莫辨的“舆论场”。专业媒体人在报道危机事件时应该遵循什么样的职业操守?——《岭南传媒探索》杂志编辑部以早前引起全国民众广泛关注的危机事件——“长春周喜军盗车杀婴案”为例,特别邀请暨南大学、中山大学、华南理工大学、广东外语外贸大学、广州大学等高校的传媒专家予以点评,所有精彩分析都在《报道危机事件媒体需遵循专业准则》一文中得以呈现,以飨读者。

章纹

目录

CONTENTS

两会报道

001 《南方日报》“两会”报道主打“聚合 创新 引导 贴近”

——做好“三个传播”，打通两个“舆论场”

陈广腾 陈枫 徐林

004 用好“天时” 做足“广味”

——从三个侧面看《羊城晚报》2013 年全国“两会”报道特色

林兆均

007 传播好声音 激发正能量 塑造新形象

——《深圳特区报》2013 年全国“两会”报道的主要特色

《深圳特区报》编委会

011 “街坊两会”上通下达接地气 “报告解读”京广连线彰权威

——《广州日报》全国“两会”报道特色

胡巧娟 赵东方

014 插上创意的翅膀 让新闻飞

——浅谈《新快报》全国“两会”的创新报道实践

张英姿

018 发力高端政治新闻 打通两个舆论气场

——“两会”报道创新的策划与实施

《南方都市报》编委会

021 广东南方电视台“两会”报道 践行改文风精神

翟晓竞

023 广播放“眼”看“两会”

——广东电台今年全国“两会”报道的几个亮点

杨晓红

025 前后方联动，跨媒体合作

——地方广电媒体报道全国“两会”的创新之道

黄江雷 谭志芳

027 地方广播在全国“两会”报道中抓民生才是重点

张靖 李婷婷

030 本土化 做深度 出特色

——《珠江商报》全国“两会”报道的创新实践

高文哲

032 关注新风与民生 全媒体诠释“中国梦”

——《新京报》、《广州日报》2013 年“两会”报道比较分析

赵晶 薛国林

港媒传真

036 港媒在香港政治生态中的若干角色和作用

肖小穗

评论世界

040 小微评 大威力

——兼论微博视域下的新闻评论写作

曾金

编辑委员会

主任委员 黄斌

委员（按姓氏笔画为序）

丘克军 丘敬平 白玲

刘建新 汤应武 杨兴锋

李婉芬 张晋升 杜若原

张惠建 陈君聪 周建平

宣柱锡 凌广志 黄扬略

曾少华 曾国欢 蔡照波

管智坚

目录

CONTENTS

「时事点评

042 报道危机事件媒体需遵循专业准则

——众传媒专家点评“周喜军盗车杀婴案”的传播范式

「新媒体

047 微博对传统媒体时政新闻报道的突破与影响

——以“学习粉丝团”为例 田秋生 黄贺铂

051 网络树立广东文化对外形象的可为空间

邹高翔

055 新媒体时代财经新闻图像化策略

——以腾讯财经《图片报告》为例 袁梦婷

「新闻图片

058 2012 年度广东省新闻摄影作品年赛评析

杨宇红

059 2012 年度广东新闻摄影年赛部分获奖作品选登

谭 唯

063 公义,让我们看见

——2012 年美国普利策社论性漫画奖评析

黄昌海

065 新闻漫画:以视觉形式直接介入新闻报道

——39 年创作实践解读新闻漫画的传播效应

郭 慈

「实战论道

067 记者应以专业视角求证真相

——以南都等媒体记者揭穿“深圳最美女孩”骗局为例 徐 丽 范以锦

070 “把关人”理论在传播实践中的现实意义

——以“李双江之子涉赌轮奸案”新闻报道为例

林兆均

074 人人都对公共政策“评头品足”是好事还是坏事?

多媒体时代公众舆论对公共政策影响力研究

梁 彤

077 引入新闻思路办副刊

童雯霞

079 从春晚插播公益广告看传媒责任

喻季欣 曾 金

081 微博时代,纸媒应如何做好理性引导舆论

——以三月份广州纸媒关于城管与小贩冲突报道为例 王厚启 薛国林

主编 周建平

副主编(按姓氏笔画为序)

王 玲 许期卓 张中南

张桂萍 陈士军 范干良

范向群 梁 彤 曾 志

执行副主编 张桂萍

目录

CONTENTS

- 084 发挥纸媒特性,探索公益新秩序
——浅谈《羊城晚报》公益专版报道的形式和特点 王晓云 周萍
- 087 打造适合读者口味的都市报
——以《东江时报》为例谈谈都市报如何谋篇布局 何万明
- 089 从白酒“塑化剂风波”看媒体报道之“度” 杨洪权
- 092 浅谈国际新闻的编译方法
——以《羊城晚报》国际周刊“聚焦”栏目为例 赵鹏
- 095 政务微博在网络问政背景下的话语权分析 刘学峰
- 097 提高青年群体慈善活动参与度的分析与思考
——基于广州地区80后青年慈善观念的状况调查 高静宁
- 100 媒体新型公益模式初探
——从深圳报业集团媒体转型看媒体社会责任 梁金河
- 105 体育新闻是“香馍馍”
——从中美体育产业对比看中国体育新闻报道的未来趋势 汪晖
- 108 媒体慈善报道的问题研究和转型建议 闫修彦 胡军 白晶

广电时空

- 111 对广东电视台嘉佳卡通频道发展的若干思考 肖兵 方芳
- 113 中国电视选秀节目模式的仿制与创新
——《中国达人秀》本土生存策略案例分析 高黎黎 詹素馨
- 118 “静”看电视节目模式之“热” 詹素馨
- 121 “快”,仍然是广播的制胜法宝
——韶关电台增强新闻时效性的实践与思考 佟虎
- 123 博雅榜的价值导向与电视创新 黄耀华
- 127 新派粤语新闻节目创新制胜
——简析南方电视台《卫视新闻坊》栏目 薄义群
- 129 少儿娱乐节目创新发展的三个要素 陈武
- 134 浅论交通消息的广播播报 陈志弘
- 136 中国电视谈话类节目的话题选择与分析
——以《一虎一席谈》等为例 熊禄中

传媒动态

- 139 传媒动态

主办

广东省新闻工作者协会
广东省新闻学会

编辑

《岭南传媒探索》编辑部

联系我们

电话 020-87664981
传真 020-87664981
QQ群 151895345
邮箱 xwxh2@126.com
网页 <http://gdsxwxh.ycwb.com>
地址 广州市东风东路733号
羊城晚报社编辑大楼18楼



《南方日报》“两会”报道 主打“聚合 创新 引导 贴近”

——做好“三个传播”，打通两个“舆论场”

陈广腾 陈枫 徐林

【摘要】 2013年全国“两会”，《南方日报》高度重视，精心策划，坚持正确舆论导向，派出精兵强将，转作风改文风，积极改革创新，体现“聚合 创新 引导 贴近”八字方针，做好“三个传播”——创新品质传播、强化议题传播、深化全媒体传播。

【关键词】 南方日报 转作风改文风

2013年全国“两会”，是党的十八大胜利召开后的首次全国“两会”，也是十二届全国人大和全国政协的第一次会议。会期长、议程紧、热点多，报道任务重，把关要求高，新闻竞争激烈。

《南方日报》高度重视，精心策划，坚持正确舆论导向，派出精兵强将，转作风改文风，积极改革创新，体现“聚合 创新 引导 贴近”八字方针，做好“三个传播”——创新品质传播、强化议题传播、深化全媒体传播。会议期间，平均每天有10个版报道，最多一天有12个版，采访了200多位代表委员，开辟了《履职手记》、《图解两会》、《盛会全媒体》、《广东厅议发展》、《问道改革大家谈》等专栏专题，取得良好的报道效果。

报道反响强烈，网络转载量大，得到广大读者好评。全国人大常委会副秘书长、大会新闻组组长李连宁告诉广东省人大常委会办公厅有关负责人说，“南方日报的两会报道做得很好”，要求把报道合订本送去存档。《图解两会》专栏受到多方好评，3月7日见报的《如何读懂1.2万亿赤字》受到国新办关注，特意来电要求传送电子版以供宣传。

一、改文风、严把关，唱响主旋律

今年的全国“两会”是换届大会，涉及人事安排、机构改革等热点，备受境内外关注。

《南方日报》高度重视，由社长、总编辑牵头

成立集团“两会”报道领导小组，社委担任前方总指挥。后方启动双编委、双主任值班制，把好关、把好感，牢牢把握正确导向。

报道把政治性、思想性与亲和力、感染力结合起来，全力以赴做好主旋律宣传。及时准确做好大会程序性报道，浓墨重彩报道张德江同志到广东团参加审议、广东代表团媒体开放日等重大活动，充分展示广东代表委员风采，为广东“两个定位、三个率先”，继续当好排头兵营造良好的舆论氛围。

按照中央八项规定的要求，报道注重深化“走基层、转作风、改文风”活动，关心基层、写短文、讲实话。除了持续关注钟南山、朱列玉、黄细花等广东明星代表委员，今年还把报道重点放在基层代表身上，在头版等重要版面图文并茂报道广东基层代表履职情况，比如三个农民工代表、三个大学生村官代表等有代表性、有故事的人物，反映基层实情和群众心声，质朴感人；还开辟《履职手记》专栏，反映基层代表提前数月调研、读报告写建议到深夜等鲜活情景。另外，鼓励记者写现场短新闻，展现会议新风。比如，头版报道广东团首次全体会议领导与基层代表同坐“主席台”，不排座次不放名牌，新风扑面。

二、创新品质传播，强化议题传播，深化全媒体传播

全国“两会”召开，各路媒体记者拼智力、拼体力、拼魅力。《南方日报》努力做好“三个传播”，打赢这场新闻大战。

第一，创新品质传播，贡献智慧启示

品质始终是传播的灵魂，是决胜市场的法宝。《南方日报》把品质传播的理念贯穿到每一条稿件的采写、每一个版面的编排，拿出丰盛的

001

“新闻盛宴”。

优质的新闻产品，必须有“高度”和“深度”。全国“两会”是一座“新闻富矿”，代表、委员中高端人物荟萃，他们掌握了很多核心信息，是平时难得的优质采访资源。《南方日报》坚持“高度决定影响力”理念，采访了数十位部委高官，从他们身上找新闻、挖新闻。

比如，针对本次“两会”的重大热点国务院机构改革和职能转变方案，《南方日报》拿出5个版，充分报道和解读方案，精心制作一批图表，一目了然。在解读方面，除了用好新华社稿，还专访了一批涉及改革的相关部委领导，如交通部副部长高宏峰，卫生部副部长黄洁夫、陈啸宏，国家食药局原局长邵立明，电监会副主席史玉波、王禹民，分析改革意义和政策走向，关注度高。同时，突出广东元素，采访广东省发改委主任李春洪和钟南山院士等广东代表，反映广东改革探索，为全国方案作出贡献。

另外，策划推出了“问道改革大家谈”系列报道，前后方联动，针对新时期中国、广东改革发展的热点话题，专访吴敬琏、厉以宁、林毅夫、胡鞍钢、贾康等十数位国内顶尖专家学者，畅谈对策建议，每人一个整版报道，大气耐读。开篇专访全国政协委员、著名经济学家、李克强总理的老师厉以宁，研讨新一届中央政府力推的新型城镇化话题，提出城镇化既是发展转型又是体制转型、关键要推动“人的城镇化”等独到观念，备受关注，反响强烈。

第二，强化议题传播，主动引导舆论

针对目前复杂多元的舆论格局和纷繁多变的新闻热点，《南方日报》关注民生热点，提前摸排社会热点、民生焦点，加强议题策划，用高品质、“接地气”的议题传播引导舆论。

比如，楼市调控新政、香港奶粉限购、雾霾治理、网络反腐等，都是今年“两会”热点敏感话题，《南方日报》坚持不回避、不炒作，请代表委员、专家学者积极释疑解惑，提出建设性意见，有效引导舆论。比如谈雾霾，侧重如何治理，请钟南山院士等权威专家代表支招；谈楼市新政，采访住建部副部长齐骥等高官，解释政策意义；奶粉限购话题则采访了霍震霆等知名香港委员，解释“香港奶粉限购是暂时之举”，呼吁“香港与内地应加强交流，互相体谅理解”，正面回应舆情，做好疏导工作。

做好议程传播，兼顾“全国视野”和“广东视角”。重点关注广东如何加快改革发展、实现习近平总书记视察广东时提出的“三个定位、两个率先”，按照省委书记胡春华审议政府报告时的讲话精神，精心梳理了广东三大创新平台、粤东西两翼展翅、山区市生态文明建设等一批题目，邀请代表委员热议支招。比如关注广东“如何壮大发展第二梯队”，培育更多的“狼”，采访珠三角几位市长代表，很有针对性，观点独到。另外，做好配合性报道，每天推出一整版的“广东厅议发展”系列报道，前后方互动，关注重大项目建设、交通基础设施、区域协调发展等话题，做出深度、关注度。

这次议题传播的一大亮点，就是前后方联动，策划报道学雷锋50周年。今年3月5日是学雷锋活动50周年纪念日，《南方日报》根据新闻热点事件，精心策划报道。在前方，报道代表委员热议学雷锋，邀请全国政协委员、《离开雷锋的日子》编剧王兴东网络访谈；在后方，重点关注广东武警郑益龙跳江救人牺牲，推出长篇通讯《击水归龙湖未休》和系列报道，并发起“寻找我们身边的雷锋”报道活动，展现雷锋精神的时代意义，唱响主旋律。

第三，深化全媒体传播，打通两个“舆论场”

目前，官方媒体与以微博为代表的网络媒体这两个“舆论场”的距离较大，看上去有点各说各话，但其实在国计民生的重大题材上，是完全可以共振、共鸣的，全国“两会”就提供了一个绝佳的平台。

近年来，《南方日报》全力推动“全媒体转型”，全国“两会”已经成为一个“全媒体转型”的重要战场。《南方日报》做好全媒体生产、全介质传播，灵活运用网站专题、特刊专栏、网络访谈、音视频直播、微博互动等多种手段，打造平面媒体、网络媒体、移动媒体、广电媒体、户外LED和电子阅报栏六条生产线，第一时间传播权威信息、促进沟通互动，构建定位明确、特色鲜明、功能互补、覆盖广泛的舆论引导新格局，努力打通两个“舆论场”。

“两会”中，《南方日报》邀请代表委员、专家学者在线访谈，与网友互动对话，取得良好效果。比如，邀请著名“三农”专家党国英与广东的农民代表一起热议政府工作报告，珠海、梅州、湛江等多市的市长代表介绍发展思路，反响良好。促进“官民沟通”的一个典型例子，是邀请广东省委常委



委、常务副省长徐少华代表与网友互动,坦言“要相信网友的每一个批评都是坦诚,网友发牢骚是为了推动工作改善,网络有正义和温情”,没有官话套话,展现广东领导干部的风采性情,在微博上广获好评。

三、整合集团力量,创新沟通平台,实施聚合战略

多年来,南方报业针对重大会议报道形成一整套卓有成效的聚合作战的机制,发挥《南方日报》的“龙头”作用,整合集团各报刊网的力量,在重大题目策划、全方位把关等方面发挥了

重要作用,锻炼了一支政治强、业务精、纪律严、特别能战斗的队伍。

今年《南方日报》继续聚合集团力量,形成集团军作战优势。创新优化例会制度,利用信息技术,开通“两会”记者、“两会”领队“微信群”,打破时空限制,实现即时沟通,在选题策划、把关提醒等方面发挥重要作用。

此外,今年继续在广东代表团驻地宾馆设立“南方报业全国‘两会’全媒体直播室”,由《南方日报》牵头整合南方网、南网、大粤网等网站资源,协同作战,擦亮南方报业品牌。

(本文编辑:陈士军)

(上接第20页)

目标:打通两个舆论场

新华社前总编辑南振中提出存在两个舆论场,一指以党报党刊党台为代表的官方舆论场,一指以微博、BBS、QQ、博客等新媒体手段为代表的民间舆论场。两个舆论场重叠的部分越大,舆论引导的针对性和有效性越强;重叠的部分越小,舆论引导的针对性和有效性就越弱。如果根本不能重叠,主流媒体就有丧失舆论影响力的危险。《南方都市报》意识到,导致形成两个舆论场,传播介质并不是绝对因素,而在于内容和形式的高度协调。时下两个舆论场的错位甚至对立,正是报道方式呆板僵化的后果。《南方都市报》作为主流媒体,以社会主义核心价值观为指导,以“三贴近”为立报之本,以丰富新的传播手段为拓展之路,具有打通两个舆论场的先天优势和内在动力。

两个舆论场虽有分歧,但本质是体现社会生态的多元化,根本利益是一致的。传统媒体相对自媒体,需要发挥权威、理性、精细的优势,取

人之长,补己之短。《南方都市报》基层受众广泛,在机关团体也有很大影响力,决定了报道既要高屋建瓴,也要下接地气。“两会”报道正是打通两个舆论场的重要阵地,以各个特色版面对不同受众群体产生针对性影响,“高端访谈”对政经人士,“看时局”对知识阶层,“微两会”对网民,“数据汇”对“会盲”者。多篇策划性报道,既涉国计也涉民生,在会议期间就得到有关部门的积极回应,或引起强烈的社会反响。推出的“建议人大收回税收立法权”、“三八节高校女生呼吁教育部性别公平”,全国人大法工委和教育部分别迅速回应。

像全国“两会”这样的高端政治报道,当然需要高度,树立标杆,但并不意味着高高在上。它同样需要低姿态,以民生、民情、民意念,以打通两个舆论场为任。全国“两会”报道也是近年来《南方都市报》致力向主流大报转型的重要体现,占据主流话语权的重要举措。在这个意义上,《南方都市报》今年“两会”报道取得的成功尤为可贵。

(本文编辑:陈士军)

用好“天时” 做足“广味”

——从三个侧面看《羊城晚报》2013 年全国“两会”报道特色

林兆均

【摘要】 今年全国“两会”，因为公众关注的许多重要议程都安排在上午进行，《羊城晚报》充分利用时间优势，做到当天重大新闻当天见报的时间优势，此外《羊城晚报》在“两会”报道中敢于设置议题、善于捕捉细节，把本报记者对广东政治风气以及广东经济社会发展的观察与思考放在全国视野中去讨论，备受全国舆论关注，彰显了鲜明的广东特色和浓浓的晚报味道。

【关键词】 羊城晚报 “两会”报道 当天新闻议题设置

对于关心时事的广大读者和新闻同行来说，2013 年的全国“两会”有着非同寻常的意义，借用国人关于农作物收成的一个类比，这一年可以说是全国“两会”中的“大年”，除了产生新的国家领导人之外，酝酿已久的国务院机构改革和职能转变方案也在此次大会揭开面纱，许许多多关系国计民生的大政方针也在此次大会上确立基调。一言以蔽之，本次“两会”举世瞩目，会议本身的重要性自不待言，不同媒体之间同场竞技也给参与报道的记者和编辑增加了无形的压力，能否及时、准确、全面地做好报道，也就成了考验我们办报水平的试金石。

做好当天新闻，读者用掏钱买报投赞成票

就《羊城晚报》而言，第一关考验出现在 3 月 5 日上午，十二届全国人大一次会议开幕，温家宝总理作政府工作报告。从上午 9 时许开始，总理一个多小时的报告长达两三万字，编辑们需要一边观看实况直播，一边整理文字，一边提炼报告要点，一边草拟报道标题。按照出版流程和发行的需要，报纸大样须在下午 1 点钟前交付印刷，因此编辑们从整理文字到与美编、校对等各个环节组版合成，最后由值班老总签发付印，总的操作时间大约只有两个小时，紧张程度可想而知。

现在回头来看，3 月 5 日的《羊城晚报》用 A1 版、A2 版和 A3 版三个版对此做了准确而全面的报道，其中头版着眼宏观大局，以头条大标题报道了报告所提出的“今年 GDP 增速定为 7.5% CPI 涨幅为 3.5%”；头条标题下方又以“十大数字凸显中国发展走向”为题，将报告提出的 2013 年中国经济增速、物价涨幅、就业率、财政赤字等十个关键目标数据制成直观的图表，令读者一目了然。A2 版集中选取了报告提及的今年财政政策、货币政策和相关解读内容，向读者解释了为何将今年经济增长目标定在 7.5%。A3 版则重点选取政府工作报告有关今年工作建议中的新提法，这个版的大标题就用了温家宝总理谈到“城乡发展一体化”时首次提到的“为自由迁徙创造公平制度环境”的提法。三个版形成一个整体，又各有侧重，报道内容令人耳目一新。

顺利通过第一关就能过好第二关、第三关……事实证明，包括政府工作报告，“两高”报告，新一届全国政协主席、全国人大常委会委员长、国家主席、国务院总理以及国务院机构组成人员的产生，国务院机构改革和职能转变方案公布，新任国务院总理李克强在大会闭幕后回答中外记者提问等等。所有这些于上午进行的重大议程，《羊城晚报》全都做了当天报道。可以说，在本次全国“两会”的每一个重要节点，《羊城晚报》都在报业同行中以最短的时间，进行了最大限度的全面而准确的报道，把最受关注的消息第一时间传递到读者当中去。

值得一提的是，虽然“抢发”当天新闻导致出报时间十分仓促，但是由于《羊城晚报》在“两会”开幕前，就已做好了周密的领导指挥协调及把关制度安排，社长担任《羊城晚报》全国“两会”报道领导小组总指挥，总编辑每天坐镇编辑部审稿看样，采访及编辑两大部门的分管社委、值班编委、值班主任在前后方均实行“双人双岗”多重把关的签审制度，因此《羊城晚报》在舆论导向上也做到了积极正确，得

作者简介 林兆均，《羊城晚报》要闻部副主任



到有关各方的充分肯定。记者、编辑们的努力得到了广大读者的认可,据发行公司统计,由于及时报道全国“两会”当天新闻,《羊城晚报》“两会”期间的报摊日均零售量比平常上升了6%;除此之外,一些大的广告商还要求他们的广告每天要跟着“两会”报道的版面。这种情况在去年的伦敦奥运会和十八大召开期间也出现过,因为及时报道当天新闻,《羊城晚报》当时的零售量也明显攀升。

笔者认为,上述来自读者和市场的反应至少能解读出两层含义:一是我国公众对国家政治生活相当关注;二是公众虽然可以从广播、电视和网络等渠道获得最快的消息,但报纸这种纸质媒体依然有其巨大的市场,保证出报时效和内容质量依然是报纸的生命所在。

敢于设置议题,同台竞技需要差异化策略

如果说做好上述重要程序性报道还只是这场“新闻竞赛”的“规定动作”的话,那么一张报纸要想在“比赛”中表现得更出色,还必须做好更多的“自选动作”。这种“自选动作”需要结合自身实际,扬长避短,才能达到最佳效果。

纵观今年的“两会”报道,笔者认为,敢于设置议题成为《羊城晚报》的亮点之一。当然,这种议题设置不是无的放矢的空谈,而是把广东社会经济发展实际与全国“两会”规定议程紧密结合。其中令人留下深刻印象的议题有以下两个:一个是“粤苏八市领导对话‘追兵’‘标兵’”;另一个是“广东10市长,你敢下河游泳吗?”。

先说说“粤苏八市领导对话‘追兵’‘标兵’”报道出炉的幕后故事吧——早在今年1月广东省“两会”闭幕之后、全国“两会”开幕之前,《羊城晚报》采访团队就多次开会讨论如何做好全国“两会”报道,讨论认为,作为一家地方性媒体,我们要有全国视野,但是重点还要紧扣广东省情,认真做深、做透、做活有关广东代表团的报道。而在广东省“两会”上,有关广东经济增速能否继续保持“全国一哥”地位的话题,当时就曾引起本省部分官员以及人大代表、政协委员们的热烈讨论,但是那些被认为属于广东“追兵”省份的官员和代表、委员们怎么看待这个问题,此前广东的媒体还没有进行过深入采访。因此,《羊城晚报》采访团队决定继续把这个议题带到全国“两会”上去。

按照原先的设想,《羊城晚报》计划与北京、上海、天津、江苏四个地方的晚报联动,共同开展一番

关于经济发展速度与发展质量的对话,但是这四个地方的官员和媒体起初对这个话题并不感兴趣甚至有些排斥。后来几经周折,《羊城晚报》联系到新华社旗下的《现代快报》,反复商谈后,两家媒体达成了在这个话题上进行采访合作的意向。《羊城晚报》一方采访了深圳、东莞、湛江和清远四市的市长,《现代快报》一方则采访了南京、苏州、扬州和宿迁四市的市长或书记,两省的多名市长在对话中都认为,GDP增速不是最重要的,找准发展方向才重要,两省应该互相学习借鉴对方的长处,做到真正科学发展,满足民生需求。这个专题报道在粤苏两省同时推出,在两个代表团中引起了强烈反响。

《羊城晚报》敢于将这个议题放在全国“两会”上做,这是与记者长期的观察和思考分不开的,早在十年前的全国“两会”上,有关江苏在经济发展上追赶广东的话题就曾引起过热烈讨论。去年,江苏的经济总量已经达到广东前年的水平,相比之下,江苏每年的固定资产投资等指标十年前就已超过广东。在这个背景下,讨论广东如何保证经济增速并确保经济发展质量的话题就有了现实意义。由此可以看出,议题设置非常考验记者的日常积累和场外功夫,上到会场临时抱佛脚是肯定做不好的。

当然,成功地设置议题除了需要记者长期的观察思考,也需要他们上会后“灵机一动”找准触发点。同样是《羊城晚报》策划的“广东10市长,你敢下河游泳吗?”这组报道就是这样的案例。随着中共十八大作出“大力推进生态文明建设”的战略决策后,保护生态环境越来越受到人们的关注。在今年的全国“两会”上,习近平总书记参加江苏代表团讨论,当全国人大代表、苏州市委书记蒋宏坤谈到当地生态修复和环境改造工程时,习近平总书记风趣地插话说,现在网民检验湖泊水质的标准,是看市长敢不敢跳下去游泳。这段对话经《苏州日报》3月9日报道后,在全国“两会”上引起代表、委员们的热议。广东境内江河纵横,一些市县水环境污染严重,这个话题在广东团很有讨论的价值。《羊城晚报》记者敏锐地抓住了习近平总书记“插话”这个触发点,立即设置了针对广东各地治理水污染的议题,分别采访了广州、佛山、东莞、珠海、汕头、汕尾、河源、梅州、清远、云浮等10个市的市长,共同谈论各地治理污水的措施和决心。

在这组稿件准备推出的当天,恰好全国人大会议也安排了环保部副部长吴晓青举行“环境保护与生态文明”记者会,吴晓青在记者会上也谈了水污染

治理的问题,表示环保部将督促指导和支 持各地加大水污染治理力度,改善水环境质量,让更多的河流、湖泊尽早适合游泳。因此,《羊城晚报》的这组报道推出得正当其时,而且经互联网传播后持续发酵,成为网民监督广东各地官员治水的重要舆论力量。

在西方传播学研究中,有学者专门总结过“议程设置理论”,这一理论认为,当某一问题被大众媒介所关注,那么该问题在公众心目中的重要性就得以提升,媒介在使人们怎么想方面很难奏效,但是在使人们想什么方面却很有效。笔者认为,在全国“两会”这样有全球媒体共同参与的“新闻大战”中,媒体记者和编辑必然要面对同一题材“同台竞技”的压力,谁更敢于设置议题,采写的报道在一定范围内引领舆论热点,他就是成功地实施了差异化的策略。

重视独家观察,于细微处显晚报南粤情怀

许多报业同行在谈起历年的全国“两会”报道时,往往会感叹在海量的同质化报道中,只有少数的稿件能让读者留下印象;而在那些让读者留下印象的稿件中,让人印象深刻的又往往并非长篇鸿文,而是一些于细微处见功力的短稿。今年的全国“两会”报道,《羊城晚报》就涌现了多篇这样的佳作——

3月3日,十二届全国人大一次会议开幕前两天,广东代表团召开全团大会,选举代表团团长,介绍大会注意事项,这种会不设代表发言环节,记者们通常觉得“没什么料可挖”,一般不愿意到场。但是《羊城晚报》一位具有多年跑“两会”经验的记者尹安学却依然认真对待,提前去到会场后,他立即“嗅”到了非常有价值的新闻:这一次的广东代表团全团大会与往年有了很大的不同——第一排省长朱小丹左边坐的是揭西县凤北村一名大学生村官代表王玲娜,省长右边坐的代表是一名科级干部。代表们的座位安排不再以官衔大小来排!这种变化体现了会风的变化。尹安学很快写了一篇《开全团大会,村官坐在省长旁》的消息,这篇800多字的短稿刊登在3月4日《羊城晚报》A6版上,受到了读者的好评。广东省委常委、宣传部部长虞震也称赞这篇短稿抓得好、标题起得好。

3月4日,广东代表团召开第二次全团大会,分组讨论广东团准备向全国人大提交的13件议案,陈舒、朱列玉、黄细花等代表现场介绍自己准备的议案,通过自我“推销”来争取其他代表签名支持,借此提高议案被采纳的几率,并更好地推动

相关问题的解决。《羊城晚报》记者薛江华敏锐地捕捉到了这种颇具广东特色的现象,写成了一篇题为《代表现场“推销”议案》的消息,刊登在3月5日的《羊城晚报》A5版上,通过细节生动地向读者们反映了广东人大代表们认真履职的精神。

3月8日,《羊城晚报》A4版刊登的一篇题为《41块牌子摘了,只给墙壁减负!》的小通讯,写的是全国人大代表、深圳南岭村社区居委会主任张育彪在去年全国“两会”上,向参加广东代表团讨论的时任中共中央政治局常委、中央纪委书记贺国强反映,自己所在的基层社区被挂了43块牌子,由于中央领导关注,一年过去之后该社区摘掉了41块牌子,但是社区居委会的工作一点也没减少。在今天的广东团全体会议,张育彪再次发言,反映基层社区居委会会议多、检查多、考评多,疲于应付。广东省人大常委会主任黄龙云听了,不仅为张育彪发言申请延时,而且当场表态,要将张育彪的发言整理出来,发给广东21个地级市的市长看,要求为社区减轻负担。虽然记者没有在稿件中作任何臧否,但是读了稿子,分明可以看到广东人大代表敢言的形象,同样也能看到广东省有关领导广开言路形象。

同样令人印象深刻的短稿还有《羊城晚报》3月16日A6版刊登的《“最后的铁道部”:从遮牌到打灯》的小特写。自国务院机构改革方案公布后,铁道部不再保留,原铁道部办公地址将改为中国铁路总公司,人们纷纷到铁道部门口牌匾前留影。《羊城晚报》记者温建敏经过几天的留心观察,捕捉到了“最后的铁道部”从排斥市民拍照到为拍照者打灯的细节,此稿全文不到600字,却生动形象地反映了“铁老大”走向市场的复杂心态。

以上列举的几篇短稿,都是记者留心观察所得,他们并不直接宣示宏大主题,也不表达什么重要意义,但是别具一种娓娓道来、深入人心的力量。

谈及《羊城晚报》的特色,广东的老报人往往会提起一句话:《羊城晚报》姓“羊”又姓“晚”,说的是《羊城晚报》具有鲜明的“羊城特色”和“晚报味道”,也就是指这份由省委管辖、根植于广州的党报,它既有别于党委机关报的严肃面孔,又有别于一般都市报的激越或者生涩。在国内国际舆论越来越复杂,读者(受众)口味越来越多样化的今天,《羊城晚报》能够始终坚守这种市民情怀,这也算是广东特色和岭南文化的一种体现吧。

(本文编辑:张桂萍)



传播好声音 激发正能量 塑造新形象

——《深圳特区报》2013年全国“两会”报道的主要特色

《深圳特区报》编委会

[摘要]《深圳特区报》以“共筑中国梦:改革开放再出发”为“两会”报道鲜明主题,开设《我的中国梦》、《两会热点观察》、《对焦改革》等专栏,着力呈现代表委员,尤其是广东代表委员的圆梦大计、改革智慧,将“两会”好声音、权威深解读,与深圳当前中心工作和改革实践密切结合,呼应互动,以“多兵种、全媒体”的报道方式,立体化、全景式展现了“两会”盛况。

[关键词] 深圳特区报 “两会”报道 全媒体

对今年全国“两会”报道,《深圳特区报》编委会精心策划、周密安排,总编辑抽出时间,亲赴北京一线指挥。从各部门抽调人员,组成了14人的“多兵种、全媒体”“两会”报道团队,包括文字、摄影、评论、新媒体、技术保障等人员种类,在北京专设全媒体直播室,聚合了文字、图片、视频、官微、网络等多元传播形态,立体化、全景式展现“两会”盛况。

在前后长达17天的时间里,报道团队始终精神饱满、兢兢业业,与后方编辑部紧密配合、默契互动,顺利完成了各项报道任务,舆论导向正确,传播效果良好,实现了“传播好声音、激发正能量、塑造新形象”的预期目标,得到了省市有关方面的高度评价。

强化热点,聚焦美丽中国梦

今年全国“两会”,最热的话题莫过于“中国梦”。《深圳特区报》从报道主题、栏目开设,到稿件组织与版面安排等,都将有关“中国梦”的报道放到了首要位置,并作为一条主线贯穿整个报道始终。

把“中国梦”确定为“两会”报道主题。在今年“两会”召开前夕,《深圳特区报》报道团队还未出发,就分头开始对在深全国人大代表、全国政协委员进行“摸底”采访,提前了解代表委员议案、提案和建议的准备情况,预判今年“两会”的

热点话题走向;与此同时,还通过旗下特网,在互联网上征求网民意见,以在策划报道时更好地把百姓心声带到“两会”上,替读者“捎话到京城”。根据这些提前做的“功课”,确定了今年“两会”报道的鲜明主题:“共筑中国梦:改革开放再出发”。3月2日,《深圳特区报》即在头版刊发消息《本报全国两会采访团队抵京——共筑中国梦:改革开放再出发》,向读者第一时间传递本报今年全国“两会”报道的主旋律。

及时开设《我的中国梦》等专栏。“共筑中国梦”的报道主题,要通过具体的栏目来实现;而国家富强、民族振兴、人民幸福,这是国家的梦,也是国人的梦,在策划报道时要以个体的人为切入点,将个人的命运与国家、民族的前途命运结合起来,“小梦”才能串成“大梦”,这样才能以小见大、生动鲜活。出席“两会”的代表委员,都是来自各方面的代表人物,每个代表身上承载着67万人的梦想与重托。为此,我们的“两会”报道的一个鲜明特色,就是聚焦代表、委员的“中国梦”。从3月3日全国政协大会开幕起,《深圳特区报》在“两会”专题中率先推出《我的中国梦》专栏,刊发首篇稿件《全国人大代表、农民工易凤娇:努力就能实现梦想》,此后该专栏连续推出,包括钟南山等在内的近十位代表委员接受采访,结合自己如何更好履职,畅谈各自的“中国梦”。

结合会议进程,加强“中国梦”报道策划。“两会”大幕开启后,《深圳特区报》在一版开设《两会热点观察》专栏,首篇即为《“中国梦”何以热透两会》,第二篇为《“中国梦”如此真切》,为读者近距离解析全国“两会”上“中国梦”这一重大主题。中国梦,是用每个人的行动串起的。3月7日,一版刊发稿件《实现中国梦,要从每件事做起》。3月8日,适逢三八国际劳动妇女节,前方记者特别策划,分头采访二十余位女性代表委员,请这一全国“两会”中的特别群体,畅谈各自的家国梦。3月12日,政协大会闭幕之际,报道团队采访

十多位政协委员,发回《各界全国政协委员畅谈中国梦——让“我的梦”与“中国梦”同行》。在全国“两会”即将闭幕之际,前方团队采访了部分代表委员,听他们畅谈十余天的参会履职心得,以及如何在接下来的实际工作中宣传贯彻“两会”精神,以实际行动推动“中国梦”变成现实,3月17日,《深圳特区报》刊发《真抓实干共筑“中国梦”》。

这些围绕重大主题的报道策划,将“梦想照进现实”,让“中国梦”点燃激情,不仅是对全国“两会”的精彩呈现,也推动了十八大精神的贯彻落实。

凝聚智慧,激发改革正能量

在全国“两会”召开前,深圳市委、市政府部署在全市开展为期两个月的“弘扬改革创新精神、树立优良工作作风”学习讨论活动。如何将深圳正在推动的中心工作、将深圳肩负的责任与使命,更好地同全国“两会”宣传报道结合起来,是今年“两会”宣传报道的一个重要着力点。

正是基于这样的思考,《深圳特区报》把“改革”话题作为今年全国“两会”报道的“重头戏”,形成报道议题的互动,并为此专门在重要版位开设《对焦改革》专栏,聚焦“两会”代表委员有关深化改革、推动创新的真知灼见,为深圳新时期的改革发展凝聚共识、广纳智慧,为深圳继续推进改革提供决策参考,为特区继续当好排头兵激发更多正能量。

《对焦改革》专栏于3月5日在《深圳特区报》要闻版主打位置推出,首篇为《全国政协委员为南科大教改把脉——南科大要盯紧目标卸掉压力》。此后,前方团队连续推出十余个专题,内容涉及教育改革、医疗改革、审批制度改革、公车改革、科技体制改革、户籍制度改革、收入分配改革、社会建设等领域,通过记者对“两会”改革建言较为系统的梳理,力求对深圳的相关工作有借鉴意义。该专栏贯穿了《深圳特区报》“两会”报道始终,成为今年该报“两会”报道区别于其他媒体的又一鲜明特色。

把“两会”报道与深圳市委、市政府中心工作有机结合的这一思路与做法,受到广东省委、深圳市委有关领导的充分肯定。在“两会”期间,省委常委、宣传部部长虞震看望《深圳特区报》报道团队时,认为“这样的两会报道思路很好、体现了特区报的一贯特色”,希望我们抓好

落实、求得实效。市委常委、宣传部部长王京生看望慰问《深圳特区报》“两会”报道团队时,认为这不仅很好地宣传报道了“两会”精神,还把深圳改革开放的声音带上了“两会”,不仅体现了胸怀全局的开阔视野,更是深圳人家国情怀的生动体现。

胸怀全局,传播广东好声音

广东处在改革开放的前沿。每年全国“两会”,来自广东的代表委员参政议政、履行职责,历来以务实、敢言著称。胸怀全局,传播好“两会”上的广东好声音,特别是突出报道深圳代表委员的议政声音、履职风采,是深圳特区报“两会”宣传报道的一个重要内容。

为加强这方面的报道,报纸在头版每日推出的《两会粤讯》专栏里,每日集纳“两会”期间广东代表团和广东政协委员的各种要闻动态和重要观点,特别是抓住民众关心的热点问题进行深入报道,“反映最原汁原味的民意”。为此,对媒体热追的明星代表,如钟南山、宋丽萍、马化腾等代表的“两会”建言,《深圳特区报》都进行了重点关注。针对食品安全多头管理现状,钟南山代表认为,“对食品药品行业要由一个部门一竿子管到底,责任明确,无法推诿”,建议通过大部制改革实现统一管理,打破部门利益,填补管理盲点。《深圳特区报》3月10日作出报道后,受到了会场上其他代表的关注和讨论。再如,有广东代表建议改革中央与地方财权和事权关系,“放水养鱼”,加大对广东支持力度,《深圳特区报》也及时给予刊发。

同时,突出报道来自深圳的代表委员的建议、提案、观点和声音。对在深全国人大代表领衔提出的有关深港战略合作、撤除特区“二线关”、大气污染防治、拓展深圳发展空间、前海开发开放等重点建议、热点话题,《深圳特区报》浓墨重彩、强化处理,进行了立体化、聚焦式报道。前方报道团队还及时与后方采访部门进行沟通,加强前后方的互动配合。如,前方报道代表提出撤除特区“二线关”时,后方记者获知线索后,前往“二线关”进行实地调查采访,把“二线关”继续存在给市民带来的影响讲清讲透。又如,在报道许勤等代表提出大气污染防治的建议时,后方跑线记者对深圳多年来实施“蓝天行动”、加强大气污染治理的做法进行了配合性报道。这样的组合式报道,无疑让全国



“两会”上的“深圳好声音”更响更亮,也更有说服力、影响力,产生了较好的传播效果。

特别值得一提的是,在本次全国“两会”报道中,《深圳特区报》还特别注意“打捞”广东团里基层一线代表的“好声音”,其中一些报道还形成热点,效果良好。比如,3月7日在参加代表团审议时,张育彪代表说去年我谈社区牌子多、负担重,今年牌子只剩两块了,但只是给墙壁“减负”了。他因此呼吁“真该给社区松松绑了!”次日,报社对此进行了及时报道,引起多方反响。

京深互动,报道特区新成就

全国“两会”是各家媒体必争之“高地”,但作为地方媒体,在放眼全国、胸怀广东的同时,也应该立足本地,将“高地”与“本地”连接起来,只有这样新闻才能真正“接地气”。

怎么实现“高地”与“本地”、京城与鹏城的互动?根据编委会的提前策划安排,《深圳特区报》今年的做法是:一方面把“两会”热点及时传递回深圳,另一方面把深圳在这方面的新成就及时反馈上“两会”,力求在互动中强化报道主题,在配合中唱响深圳旋律。应该说,报社较好地处理了现场新闻与策划新闻的关系,形成了自己的特色与亮点,具体体现在几组重头报道上。

一是有关深圳文化的报道。文化建设的话题是每年全国“两会”的热点。在文化建设方面,深圳经过多年的培育,也走出了一条富有特色、亮点鲜明、充满时代气息的路子,像“深圳观念”这样强烈的文化符号,悄然流行全国,并在全国“两会”上引起热议。基于此,《深圳特区报》在全国“两会”期间策划推出了以“崛起中的深圳文化”为主题的系列述评,梳理深圳在文化发展关键期的跃升、发展与繁茂,见证文化与城市的激荡交融,展现一座城市矢志不渝的文化追求,报道在“两会”代表委员中引起强烈共鸣。

二是有关深圳质量的报道。今年的政府工作报告,对全年工作总体要求明确提出“以提高经济增长质量和效益为中心”、“实现经济持续健康发展”。近年来,深圳积极探索有质量的稳定增长、可持续发展的全面发展,经济社会发展质量取得新的跨越。因此在“两会”期间,《深圳特区报》从3月5日开始,在头版连续推出《从三个突破看经济成色》、《创新之城的“世界节拍”》、《一减一增折

射环境提升》、《转型升级天地宽》、《宜商之城、宜居之地》等以“深圳科学发展提升发展质量”为主题的系列综述,从深圳质量、创新之城、转型升级、绿色之城、宜商宜居等方面入手,报道深圳发展的新变化、新事例,反映新理念、新风貌。

三是有关社会管理的报道。今年“两会”,政府工作报告中首次专门论述“加强和创新社会管理”,其中“广泛动员和组织群众依法参与社会管理”,“实现政府行政管理与基层群众自治有效衔接和良性互动”均属首次提出。在这方面,近年来深圳不断加强和完善社会管理格局,加强社会管理制度建设,加强基层社会管理和服务,社会管理改革创新不断,像今年3月1日正式施行的“商事登记制度”改革,在全国起到了较好的示范带头作用,也引起代表、委员们的强烈关注。对此,《深圳特区报》在“两会”期间及时推出了“聚焦深圳社会管理创新之路”为主题的两篇通讯,受到会上一一些代表委员的好评。

这些紧紧围绕“两会”议题、精心组织策划的配合性报道,在全国“两会”这个舆论场上展示了特区发展新成就,放大了深圳科学发展的声音,也进一步增强了深圳在全国的影响力、美誉度。

权威访谈,解读发展新开局

权威访谈,是《深圳特区报》今年全国“两会”报道的又一特色。根据报社编委会的安排,前方报道团队与本报驻京办紧密配合,邀请了多名京城知名专家学者,结合“两会”热点话题,解读党的十八大后我国改革发展的新开局,这些观点颇具见地、理性色彩浓厚的专家访谈,在让“两会”报道向纵深延伸、增强报道厚度的同时,也为深圳改革发展提供了有益的借鉴。

比如就深圳文化建设,今年“两会”期间本报驻京记者先后采访了全国人大代表、《光明日报》总编辑何东平,中国社会科学院文化研究中心常务副主任张晓明,全国政协委员、《求是》杂志社原总编辑张晓林,国家行政学院博士生导师祁述裕,分别刊发《三首歌凸显深圳文化引领作用》、《深圳为文化产业发展探索出一条新路》、《高度自觉自信走出文化发展新路》、《文化创造力成为城市活力源泉》等稿件。这些专家高度肯定深圳文化建设近年来取得的丰硕成果,并对深圳下一步文化建设提出了意见和建议。

积极进取,放大传播影响力

近年来,报道形式、花样不断翻新,各媒体“十八般武艺”尽出,是参加全国“两会”报道的媒体新特点,在这方面《深圳特区报》今年也进行了尝试,取得良好效果。

一是把握趋势,全力打造“两会”全媒体平台。《深圳特区报》“两会”期间在北京专门设立了全媒体直播室,先后邀请20位全国人大代表、政协委员来到直播室进行访谈,再通过报纸和“特网”进行互动报道,起到打通传统媒体、新媒体两个舆论场的作用。为了让全媒体直播室发挥更大作用,邀请更多代表委员参与特网访谈,前方新媒体记者不辞辛苦,精心打造“流动的直播室”,把《深圳特区报》直播平台搬到政协委员的会议室隔壁,搬到代表委员驻地的酒店大堂。正因为这样,今年的全媒体直播室共采访了7位人大代表、13位政协委员,大大超过去年。出席“两会”的市长许勤、市人大常委会主任白天,以及专程前来看望“两会”报道团队的深圳市委常委、宣传部部长王京生,均欣然坐到《深圳特区报》直播台接受记者的采访,并对这种全媒体报道形式给予充分肯定。而报纸和特网前后方结合也更紧密,流程更合理,采取“一站式”流程播报,即:特网、官微同步预告→特网、官微同步报道→特网发布访谈视频→文字成稿见报→向访谈嘉宾反馈报道情况。

二是主动作为,成功争取两次提问机会。今年全国“两会”期间,大会秘书处组织了十余场记者

会,这是各路媒体比拼实力的竞技场。报社主动作为、提前策划,积极利用相关资源和渠道,先后在科技部部长万钢、民政部部长李立国的两场记者招待会上,成功争取到了提问机会。在全国“两会”期间,作为地方媒体,能够获得两次提问机会,《深圳特区报》是唯一一家。在现场数百中外媒体的关注中,在亿万观众面前,记者在提问时喊出了“深圳特区报”名字,发出了《深圳特区报》自己的“声音”。这些问题,既展示了深圳的发展成就,如万钢在回答记者提问时认为“深圳不仅是我国改革开放的先行地,也是科技创新的先行地”,李立国答问时充分肯定“深圳是我国现代社工制度的主要发源地”,又展示了《深圳特区报》作为主流媒体、全国大报的良好形象,有力放大了本报传播影响力。

三是探索开设特色栏目,丰富报道品种和内容。如《两会热点观察》,该栏目主要在一版刊发,主题侧重热点强、宏观类、引导性,写作强调以点带面、见人见事,篇幅要求短小精悍,文风要求鲜活生动。这是李立国“两会”期间首次在头版开设该专栏,稿件关注“中国梦”、“美丽中国”、深化改革、公平正义、政府职能转变等“两会”热点,观点也带有引领性质,效果很好。又如,《传文看两会》,这也是近年来报社“两会”报道首次开设的署名专栏,由派往“两会”现场的资深评论员鲍传文执笔,紧扣会场热点展开热议,每日一篇,不间断推出,观点犀利,文风活泼,篇幅精短,导向正确,有多篇受到上级宣传部门的点名肯定。(执笔:叶晓滨,李文生)

(本文编辑:张桂萍)

(上接第26页)跨媒体的合作有利于传媒业内部融合,盘活资源,优势互补,是传统媒体转型升级的出路之一。《会声会色》的成功是节目本身特色之外,其意义和启迪更在于,它是南都全媒体集群与广州广播电视台“跨媒体合作相互借力”的产物。

2010年广州亚运,广州广播电视台新闻频道和《南方都市报》首度携手,通过资源共享、内容合作、品牌推广合作等,结成“亚运报道战略合作伙伴”,以专业严谨品牌管理和内容运作,取得了良好的双赢品牌推广效果。随后,2011年、2012年,连续两年进行《南都公益盛典》直播合作,同时,双方又以《会声会色》看“两会”方式,联袂出

现在全国“两会”报道现场。

继2012年《会声会色》初试啼声后,2013年,双方在公信力、品牌效应、内容策划、人脉关系和专业音视频技术制作力量上找到了更好的结合点,《会声会色》品牌日渐成型。尤为值得一提的是,今年双方的合作已从单纯的内容品牌发展到商业经营合作。几年来的合作经验表明,对于双方不能直接动用的资源,要先去发掘资源本身所连带的效益;当合作持续深入,先前不开放的资源,慢慢就会逐步开放、共有。

(本文编辑:曾志)