



顾顺坤 张 立 主编

中国青年出版社

浙江  
骄傲

THE PRIDE OF ZHEJIANG

中国青年出版社

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

浙江骄傲/顾顺坤,张立主编. —北京:中国青年出版社, 2006

ISBN 7-5006-7212-8

I. 浙... II. ①顾... ②张... III. 先进工作者—生平事迹—浙江省 IV. K820.855

中国版本图书馆CIP数据核字(2006) 第116722号

书 名: 浙江骄傲  
主 编: 顾顺坤 张立  
责任编辑: 郑国和  
装帧设计: 旻谷书坊

中国青年出版社 出版 发行

社址: 北京东四12条21号 邮编: 100708

网址: [www.cyp.com.cn](http://www.cyp.com.cn)

编辑部电话: (010) 84014085 营销中心电话: (010) 64065904

浙江印刷集团有限公司印刷 新华书店经销

开本787×1092 1/16 印张15.25 字数250千字

2006年9月北京第1版 2006年9月杭州第1次印刷

定价: 48.00元 (附赠DVD光盘)

本图书如有任何印装质量问题, 请与出版处联系调换

联系电话: (010) 84047104

## 内容提要

“浙江骄傲”2005年度最具影响力人物评选活动，由浙江广播电视集团联合全省30余家媒体共同推出。该活动历时3个月，获得民众选票逾百万，颁奖典礼由全省13家电视媒体联合直播，在省内外产生广泛影响。据此制作的电视作品，也获得浙江省广播电视政府奖一等奖和浙江省新闻奖一等奖。本书汇集了2005年度十大骄傲人物、十大提名人物的感人事迹以及专业人士对“浙江骄傲”品牌创立、推广并成功的精到评析。

本书附赠的DVD光盘收录了“浙江骄傲”2005年度最具影响力人物颁奖典礼及十大提名人物短片精编版，以供赏析和收藏。

■ 责任编辑：郑国和

■ 装帧设计：哂谷书坊

## 2005年度最具影响力人物评选活动

---

主 编：顾顺坤 张 立

编 委：韩卫兵

许 瑾

刘 菲

褚克非

俞李华

徐立峰

# 你在人群中

（「浙江骄傲」主题歌词）

钱建隆

你在人群中 普普通通  
却让那么多人为你感动  
你在人群中 步履匆匆  
全身心的跋涉 走向成功

大风大潮更显智和勇  
奉献的手 画出了大地彩虹  
你的故事 大家在传颂  
见到了你 依然普普通通

有爱有恨才有苦和痛  
为了阳光 把自己放在风雨中

那么多人为你感动  
你在人群中  
读懂了你 我们心心相通  
那么多人为你骄傲  
你在人群中  
你的付出 让今生无愧

那么多人为你感动  
你在人群中  
那么多人为你骄傲  
你在人群中

# 序

中共浙江省委常委、省委宣传部部长 陈敏尔

“浙江骄傲2005年度最具影响力人物评选”是一项很有意义的活动。无论是媒体宣传的20位候选人，还是最后当选的10位“浙江骄傲”人物，其言、其行、其德都深深地感动了我，也深深地感动了浙江的民众。今天重翻这些生动鲜活的画面，我又一次被感动，再一次受鼓舞。

这次当选的10位“浙江骄傲”人物，大多是人们日常所说的“平头百姓”，他们何以成为“最具影响力”的“浙江骄傲”，而且如此感动你我呢？我想，就源于人们从这些看似平凡的“身边英雄”身上，看到了真正的不平凡。譬如，身在异乡卖茶叶蛋却为家乡教育事业捐款1200万元的张杰夫妇、不惜倾家荡产救治养女小陆陆的罗雪华、舍生取义抢救遇险儿童的外来民工李学生、在本职岗位上默默奉献直至生命最后一息的王延勤……大家从他们日常生活的点点滴滴中，从他们一跃而起的壮举中，真切感受到了中华民族深沉厚重的真善美；体验到了当代浙江人民无私奉献、积极向上的励志精神；领悟到了浙江经济社会快速发展背后巨大的人文力量。他们以各自不同的方式，生动诠释了与时俱进的“浙江精神”的丰厚内涵。可以说，他们的人格魅力、精神品质，就是“浙江精神”人格化的体现，就是当今时代精神的最强音。他们众望所归，是全省

民众认同的楷模，是当之无愧的“浙江骄傲”。

“浙江骄傲”评选活动，在典型宣传“三贴近”上作了成功的探索。从启动宣传，到民众投票，再到颁奖典礼，活动的推进脉络紧扣民众的心理曲线，高潮迭起，亮点纷呈，不断吸引全社会的注意力。活动将落点和切入口置于平常人、平常事，将原本抽象的“骄傲”概念，诠释得真实而具体，生动而深刻，让民众看得见、摸得着、信得过。对每位候选人事迹的宣传也是写实和原生态的，有血有肉，可亲可近，充满了贴近性和平民化色彩，典型人物充满生活色彩的感人事迹以及所蕴涵的精神力量，深深震撼了人们，在人们的内心深处产生了强烈共鸣。民众不仅认同、接受这种宣传方式，还积极自发地参与进来。媒体诉求与民众期待在“精神与感动”的缺口形成汇流，惊涛拍岸，卷起千堆雪。高涨的参与热情，广泛的社会赞誉，充分说明了这一活动所具有的影响力。

“浙江骄傲”评选活动，也是一次规模空前的全省媒体大合作。省市三十多家媒体在浙江广电集团的积极倡导下，倾情加入，优势互补，各展所长，形成了广电、报刊、网络等多媒体、多层次的立体传播。以共同的影响力和公信力，使这次典型宣传活动的辐射面和影响力产生了一加一大于二的倍加效应。这次媒体合作不仅是浙江人文精神的一次大展示，也是浙江媒体形象的一次大展示。

“浙江骄傲”评选活动的策划者把评选过程中形成的珍贵资料加以整理，把专家学者对该活动的研究文章汇集编撰成书，进一步弘扬“浙江骄傲”人物的精神品质，促进今后的“浙江骄傲”评选活动。这样做很有意义。诚望新闻宣传工作者不断总结经验，探索规律，保持并弘扬新闻宣传的创新之风、务实之风、合作之风，努力使宣传工作取得更大实效。

# C 目录 Content



|    |                                                    |        |
|----|----------------------------------------------------|--------|
| 1  | 序                                                  | 陈敏尔    |
| 1  | 策划感言                                               |        |
| 2  | 运用议程设置 创新典型宣传<br>——“浙江骄傲2005年度最具<br>影响力人物评选”活动案例分析 | 顾顺坤 赵瑜 |
| 11 | 展示媒体形象 共唱“浙江骄傲”                                    | 宋建勋    |
| 16 | 一次典型宣传的新尝试                                         | 李仁国    |
| 22 | 从“浙江骄傲”看品牌活动的<br>立体化构建                             | 张 立    |
| 31 | “浙江骄傲”2005年度十大骄傲人物                                 |        |
| 32 | 陈法庆                                                |        |
| 36 | 马 云                                                |        |
| 40 | 王延勤                                                |        |
| 44 | 2300位宁波市民                                          |        |
| 48 | 李学生                                                |        |
| 52 | 张 杰                                                |        |
| 56 | 王 选                                                |        |
| 59 | 罗雪华                                                |        |
| 62 | 刘 芸                                                |        |
| 66 | 陈惠平                                                |        |



|     |                     |
|-----|---------------------|
| 69  | “浙江骄傲” 2005年度十大提名人物 |
| 70  | 刘国平                 |
| 73  | 叶胜康                 |
| 77  | 徐爱娟                 |
| 81  | 吴美丽                 |
| 85  | 王法金                 |
| 89  | 殷顺民                 |
| 93  | 张康杰                 |
| 97  | 周启杰                 |
| 100 | 孙芬年                 |
| 104 | 施永源                 |



|     |                                |
|-----|--------------------------------|
| 107 | “浙江骄傲” 2005年度最具影响力<br>人物评选颁奖典礼 |
|-----|--------------------------------|



|     |           |     |
|-----|-----------|-----|
| 147 | 主持人感言     |     |
| 148 | 荣耀        | 龙薇薇 |
| 150 | 他们才是主角    | 席文  |
| 151 | 感受骄傲      | 周莹  |
| 152 | 我们的骄傲     | 曹力恒 |
| 154 | 印记        | 蒋禾佳 |
| 155 | 真情        | 何敏  |
| 156 | 一个不能忽视的名字 | 张雪晶 |



157

感悟

金 晶

158

年轻的团队

贺争怡

160

在诗意中飞翔

陆剑秀

161

那晚，我们黯然失色

黄雨水

162

送人玫瑰，手留余香

陈 虹

164

英雄未曾走远

赵 颖

165

### 书画歌创作感言

166

奖杯设计的寓意

韩美林

167

山好水好人更好

王冬龄

168

你在人群中

钱建隆

169

传递感动

刘海波

170

用歌声赞美

白 雪

171

### 民众参与

172

百万票选见真情

179

### 编导手记

180

感受英雄

许 瑾

183

爱是永恒

徐立峰

185

透过那位母亲的身影

俞李华

187

在路上

褚克非



189

190

205

209

214

219

223



227

228

233

234

## 评述

### 从后视镜看风景

——探究“浙江骄傲”的成功推广路径

徐敏 沈珊珊

### 懂得“共生”

徐国跃

### 论“浙江骄傲”的品牌内涵

杨世真

### 骄傲何为

卢敦基

### 一个聚合传播的经典案例

萧敏健 钱锋

### 迎合眼球与贴近心灵

——“浙江骄傲”所体现的媒体责任意识

魏 琰

## 附录

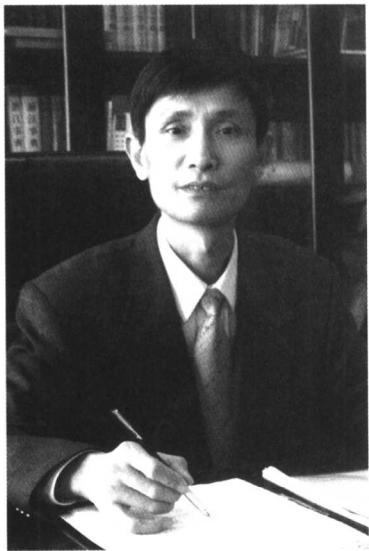
### “浙江骄傲2005年度最具影响力人物评选”活动方案

### “浙江骄傲”历程

### “浙江骄傲2005年度最具影响力人物评选”活动组委会、推委会、定评委员会成员名单



# 策划感言



## 运用议程设置 创新典型宣传

——“浙江骄傲2005年度最具影响力人物  
评选”活动案例分析

浙江广播电视集团副总编辑 顾顺坤

浙江工业大学教师 赵瑜

2006年1月15日，由浙江广播电视集团主办、浙江电视台钱江都市频道承办、全省三十余家媒体共同参与的“浙江骄傲2005年度最具影响力人物评选”活动在杭州落下帷幕，经过媒体推荐、公众投票和专家评选，张杰、马云等10位拥有突出事迹和感人故事的“浙江人”被评为当年度“浙江骄傲”人物。在这次历时三个月的评选活动中，全省三十余家媒体全程进行跟踪报道，全方位、多层次地报道了20位“浙江骄傲”候选人和10位获选人物的动人事迹，收到公众选票一百多万张，浙江卫视等16家媒体现场直播了颁奖典礼，三百多万电视观众收看了颁奖盛况，活动在全省引起了广泛而持续的影响，受到社会各界的赞誉。许多观众来信来电说，10位年度人物形象有血有肉，可亲可敬，是名副其实的民众楷模、当之无愧的“浙江骄傲”。省委宣传部领导称赞该活动是“浙江精神”人格化的体现，是典型宣传“三贴近”的成功实践，是省市媒体的一次大联合。

“浙江骄傲”评选活动是浙江省首次以媒体的合力在全社会倡导一种美好励志情绪的媒介实践，该活动在社会上获得的广泛影响力可视作公众对这一新型典型宣传方式的认可。与传统的“居高临下”、“倾盆大雨”式的典型宣传不同，“浙江骄傲”



在整体策划过程中科学运用了媒体“议程设置功能”，把主观舆论导向转变为客观议程。在活动过程中，主办方没有因为自身在舆论导向方面的优势而忽略公众，与此相反，该活动通过信息的立体化传播积极动员普通民众的参与，十大年度人物都在获取的一百多万张公众选票中产生。因此，无论是从策划的科学性还是活动的亲民性而言，此次评选活动都是对改进和创新典型宣传的一种成功探索。

### 一、媒介的议程设置功能

从大众传媒诞生之日起，媒体信息传播效果一直是学术界的研究焦点。20世纪60年代早期，学者普遍认为媒体传播的信息对受众不具备强大（powerful）和即时（immediate）的效果<sup>①</sup>。而上世纪70年代开始的大量实证研究表明，就物理视野和活动范围有限的一般人而言，关于当前及其重要性的认识和判断，通常来自于大众传播，“大众传媒不仅是重要的信息源，而且是重要的影响源”<sup>②</sup>。

媒介的议程设置功能正是以上理论假设下的主要研究成果。媒介的议程设置（agenda setting）功能就是指媒介的这样一种能力：通过反复播出某类新闻报道，强化该话题在公众心目中的重要程度<sup>③</sup>。

议程设置功能作为一种理论假设，最早见于美国传播学家M.E麦库姆斯和D.L肖于1972年发表的一篇论文《大众传播的议程设置功能》。在文章中麦库姆斯和肖引用了伯纳德科恩（Bernard Cohen）关于新闻界传播效果的一段话，从而点出了他们针对总统选举过程中就新闻报道与民众投票行为之间相关度研究的主要发现：“在多数时间，新闻界在告诉人们该怎样想时可能并不成功，但它在告诉人们该想些什么时，却是惊人地成功<sup>④</sup>。”

自麦库姆斯和肖之后，众多的传播学者开始以量化研究方式验证了媒介议程设置功能的存在。学者普遍认为，虽然这种效果具有潜在的歪曲“图像”的危险，但它并不是一个贬义词——议

① Milestones in Mass Communication Research Media Effects, Shearon A. Lowery and Melvin L. DeFleur, 中国人民大学出版社2003年版，P265。

② 《传播学教程》，郭庆光著，中国人民大学出版社1999年版，P213。

③ 《传播理论起源、方法与应用》，沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德著，郭镇之等译，华夏出版社2000年版，P246。

④ 《媒介研究的进路》，奥利·弗博伊德—巴雷特编，新华出版社2004年版，P187。

程设置是一种客观的功能<sup>①</sup>。因此近期的研究开始转向媒介如何利用这一客观功能达到更好的传播效果。不少西方学者就议题的选择、议程的时滞问题及不同媒体议程设置能力等问题进行了深入研究。到目前为止,我国尚未出现全国规模的议程设置功能实证研究,但因我国的媒体向来注重自身舆论导向的功能,所以对媒介议程设置这一功能在实践的角度并非完全陌生。

从传播学的角度关照,“浙江骄傲”活动本身就是浙江省内媒体有意识的一次媒介议程设置,其策划及操作过程是对省级媒体议程设置能力的一次检阅。“浙江骄傲”是一个非常抽象的概念,虽然说时下发生的很多新闻都可承载“浙江骄傲”的传播功能,但是如果把所有这些新闻都升华于一个活动的框架内体现,那它就完全不同于一般的重大新闻或突发事件。因此这样由媒体主导的事件要取得理想的传播效果,必须在策划和实施的过程中科学考察媒介的议程设置边界,方能有效吸引公众的关注与参与。从议程设置理论的框架下探讨,浙江广播电视集团主办的“浙江骄傲2005年度最具影响力人物评选”活动在议题的设置、议程时间跨度和媒介互动这三方面突破了传统的典型宣传模式,成就了一次较为成功的省级媒体议程设置。

## 二、巧用议程设置功能,把抽象议题具体化,增强贴近性

在一个信息爆炸的时代,各种组织包括大众媒介皆不同程度地陷入争夺受众注意力的战役中。与商业机构为公关绞尽脑汁相比,大众媒介本身在获取影响力方面有非常明显的优势。但同时,随着媒介数量的急剧增加以及都市生活节奏的“提速”,大众媒介的议程设置并不能屡发屡中,而是否能顺利设置议程首先就取决于媒体的议题选择。

传播学者雅各德和多齐比将媒介设置的议题分为具体议题(concrete issues)和抽象议题(abstract issues)两大类。在他们的论述中,抽象度被界定为一个议题难以理解或感受的程度。研究表明,“对于具体议题,媒介和公众议程之间存在显著关系;但在抽象议题上,则不相关<sup>②</sup>。”

① 《大众传播的议程设置功能》,郭镇之著,1997版。

② 《传播理论——起源、方法与应用》,沃纳·赛佛林,小詹姆士·坦卡德著,郭镇之等译,华夏出版社2000年版,P258。