

中国广播影视出版社

叩问潮流

——纪念中央人民广播电台
对台湾广播60周年学术论文集

王求◎主编

中国广播影视出版社

叩问潮流

——纪念中央人民广播电台
对台湾广播60周年学术论文集

王求◎主编

图书在版编目（C I P）数据

叩问潮汛：纪念中央人民广播电台对台湾广播60周年学术论文集 / 王求主编. — 北京：中国广播影视出版社，2014.6
ISBN 978-7-5043-7189-8

I. ①叩… II. ①王… III. ①台湾问题—广播工作—文集②中央人民广播电台—广播工作—文集 IV. ①D618-53②G229.24-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第131860号

叩问潮汛：纪念中央人民广播电台对台湾广播 60 周年学术论文集

主 编 王 求

责任编辑	高子如
封面设计	亚里斯
排 版	阮全勇
出版发行	中国广播影视出版社
电 话	010-86093580 010-86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号
邮 编	100045
网 址	www.crtv.com.cn
电子信箱	crtv8@sina.com
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京鑫瑞兴印刷有限公司
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
字 数	200 (千) 字
印 张	15
版 次	2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-7189-8
定 价	32.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

编 委 会

主 编：王 求

副主编：赵铁骑 杜嗣琨

编 委：陈东健 杨贵明 黄少辉 乐艳艳
陈江滨 王 丰 刘明亮 甘永煌
谢际争 李 联

序

1954年8月15日，中央人民广播电台对台湾广播开播，一周后我呱呱坠地。28年后，我走进中央台大门，成为中央台对台湾广播的一员。这纯粹是一种巧合，而对个体的我来说，却也带着一种宿命的必然。转眼60年过去，在我退休之前，迎来了中央人民广播电台对台湾广播60周年。在这个具有历史意义的时刻编辑出版对台湾广播60周年纪念书册四卷，此时的我内心充满感慨，欣然提笔作序。

一个人的寿命，最长不过百年之余，而对于一项事业，其寿命则与历史进程紧密相关。六十年前，当硝烟依旧弥漫于台湾海峡之时，作为推动祖国统一大业重要战略部署的中央人民广播电台对台湾广播正式播音了。按照当时对国际国内形势的预估，对台湾广播应当是阶段性的战役化发挥。世事变迁往往令人难以预料，当年的开创者们或许预判不到，因为两岸统一事业的延宕，中央人民广播电台对台湾广播延续播出了六十年。如果当初没有两岸的政治分离，对台湾广播就不可能存在，而如果短期内统一无法达成，则它还会继续生存发展，不断发挥它独特的历史作用。

抚今追昔，唏嘘感叹，遥望未来，任重道远。在古诗词中，银浦为天河，时空转换，描绘出浓墨淡彩；海峡上空暴风骤雨后出现的彩虹，如桥影般映照着潮水的起起落落。按我们中国人的计年算法，六十年是一甲子，人生六十是“耳顺”之年，是一种高境界，而对台湾广播的“耳顺”之年的高境界是让受众入脑入心。这六十年间，我们的对台湾广播一直是能够将信息讯号直接播放至台湾岛内的媒体之一。从两岸对峙年代到开放往来交流时期，对台湾广播始终坚持沟通两岸，为台湾民众服务，增进了两岸了解，为推动祖国统一大业作出了不可替代的贡献。2011年中共中央台办授予中央台对台湾节目中心“对台工作先进集体”的光荣称号，就是对所有

从业人员的最高褒奖。

60年来，对台湾广播经历了一个由小到大、由弱到强的发展历程。在几代对台广播人的不懈努力下取得了令人瞩目的业绩。特别是1979年元旦全国人大常委会发表《告台湾同胞书》以后，对台广播走上了振兴改革的道路，开创了对台湾广播史、乃至是祖国大陆人民广播史上的许多记录，如1981年元旦开播的由徐曼主持的《空中之友》节目，就是祖国大陆第一个主持人形式的广播节目；进入21世纪以来，中央台对台湾广播在认真调查研究、广泛听取台湾听众意见和建议的基础上，按照现代传播理念，全面深入地对两套对台广播节目进行了改革；同时，为扩大对台广播的覆盖层面，“中华之声”“神州之声”两套节目借助互联网的优势，大力发展“你好台湾”网络广播，形成了网台融合联动、立体传播的对台传播新格局。

正所谓道路走过必留痕迹，中央台对台湾广播几代成员在默默工作中同样有大量的印迹和探索心得。目前展示在读者面前的这四卷纪念书册：回忆文集《晴虹耕海》、论文集《叩问潮汛》、图片集《银浦流云》、书画集《翰墨情缘》就是中央台对台湾广播六十年漫漫路途的部分真实写照。在翻阅这四部书稿时，我又看到那些对台湾广播的老前辈、同年人和年轻人的身影，记起了共同经历过的许多两岸关系变迁重要时刻，还有在岛内行走的记忆，欢喜结识的亲如兄弟姐妹的台湾朋友们；也特别珍惜与部门内各位同仁休戚与共的那些岁月，还有我们一道殚精竭虑、切磋琢磨的那些日日夜夜。从事对台湾广播编播人员的默默耕耘，无论是老同志还是年轻人，他们虽然不是明星大腕，但这些凡人影像、这些寻常故事；甚至是孜孜不倦的与现代传媒理念相结合的专业广播理论探讨；以及一件件心系两岸的艺术家们情深意长的翰墨佳作，在静心细细品味时，能令大众读者激起不一样的心灵感动和强烈的情感共鸣，能让人对于对台湾广播事业有一种不可名状的亲近感，能让人对于宝岛台湾有着更加浓烈的牵挂。六十年的历程是这样的不平凡，对台广播精英的辛勤付出应该让更多的人了解，无私奉献的精神积累应该代代流传。

对台湾广播先后举办了几届两岸书画家笔会，我特别喜欢很多年前一

位台湾书画家给我们题写的横幅：“两岸心桥”。我们中央人民广播电台对台湾广播的几代人就像搭桥筑路人，用六十年的时光搭建起了一座沟通两岸心灵的巨桥。作为曾经的搭筑者，即使有再多的风云变幻，有再长的岁月蹉跎，我对祖国统一大业的最终实现始终充满信心。因为即使在雾锁海峡的艰难岁月里，两岸民众之间都有心桥连接，而在两岸和平发展频繁交流的今天，坚持作为，克服障碍，那么，距离实现包括我们台湾同胞在内的民族复兴中国梦目标一定不会太遥远。

祝愿中央人民广播电台对台湾广播60岁生日快乐。

中央人民广播电台台长 王求

目录

加快媒体融合步伐 实现入岛传播最大化

- 对台传播碎片化入岛思考 乐艳艳 001

贴近受众 做专业的对台广播

- 《台北直播室》栏目探索与追求 陈江滨 008

从方言广播重大报道看对台传播中的文化向度选择 甘永煌 014

天深地阔树不凋

- 两岸传统文化保留探论 张 浩 钱琳琳 020

两岸关系和平发展阶段对台广播播音语言特点试析 安亚强 025

台湾闽南语超高频词分析

- 基于“台湾闽南语字词频调查”的统计 刘扬涛 032

论对台新闻网站建设的评价标准 张腾阳 040

论对台工作前移整合地方资源打造个性化广播节目 张希达 047

如何使“强军目标”在对台军事宣传中产生正面效应 何端端 054

“大民歌”唱出两岸音乐广播精品

- 《中国民歌榜》策划与管理探讨 钱琳琳 付 纯 060

浅析两岸美食互动节目《口口声声》品牌培育与推广 白 强 066

加大信息量 提高针对性

——对台广播国际新闻报道探讨 苏伯皓 072

从台湾同胞入境旅游趋势的转变谈对台旅游广播的新思路 刘 杨 078

漫议对台湾闽南话广播转译中的“信”“达”“雅” 齐莺（谢琪瑛）086

两岸广播节目主持人人格特质比较研究 王 磊 095

播者传神 听者凝神

——试论对台体育广播节目主持人业务素养 曲 飞 113

对台湾广播客家话节目播音主持风格探讨 叶进华 118

浅谈对台广播节目对台湾手机受众的渗透 曾爱友 123

手机社交软件的入岛传播研究 乔国娇 何雨园 129

微时代的对台湾广播 付 纯 152

接受美学视角下对台网络传播如何“入脑、入心” 程莎莎 158

论“混搭”与对台文艺广播发展创新

——以《大国有学》系列节目为例 钱琳琳 169

让历史的光芒照亮现实

——浅谈对台湾广播巧用历史题材引发两岸情感共鸣 申冬云 176

对台广播中闽南文化要素运用分析 杜苏闽 183

对台广播专题节目传播力初探.....	林霞	189
试论两岸方言广播联合直播新路径.....	梁佳乐	195
对台广播节目需要加强的五个意识		
——从《两岸嘉年华》谈起	姚蓉梅	200
浅谈驻台采访中的情绪控制	叶进华	205
对台广播旅游节目互动模式初探	李制强	210
试论对台广播互动节目主持人的综合能力培养	廖莹莹	215
音乐，我要拿你怎么办		
——浅析对台广播节目配乐	江凯	219

加快媒体融合步伐 实现入岛传播最大化

——对台传播碎片化入岛思考

乐艳艳

随着传统媒体与新媒体融合的步伐加快,作为祖国大陆覆盖岛内媒体,对台广播已经不再是唯一。新媒体的蓬勃发展,使得传统媒体优势正在丧失,对台广播也不例外。然而,“两岸之间的网络传播基本上是畅通的,全民传播已经开始成为两岸之间最重要的新闻、资讯交流渠道和有效方式。”^[1]既然舆论斗争的主战场已转移到网络,那么对台广播融入新媒体实现岛内传播最大化已迫在眉睫。本文将就对台传播碎片化入岛必要性与紧迫感、优势及盲点与广大同仁深入探讨。

一、碎片化入岛的必要性与紧迫感

移动互联网时代,传播方式的改变,碎片化成为网络传播的主要特征之一并为广大受众所接受和欢迎。所谓“碎片化”,英文为 Fragmentation,原意为完整的东西破成诸多零块。我们也可将“碎片化”理解为一种“多元化”。随着互联网时代的到来,数字技术、网络技术、传输技术的大量应用,大大强化了受众作为传播个体处理信息的能力,不但受众群体细分呈现为碎片化现象,受众个性化的信息需求也使整个网络传播呈现为碎片化语境。正如美国西北大学媒体管理中心负责人约翰·拉文所说,“碎片化”是“遍及所有媒体平台最重要的趋势”。^[2]碎片化已影响到社会生活的方方面面,是受众追求自我、追求个性的必然发展,也成为传播者改变传播活动方式的主要依据。

传播学认为,所有的传播行为都有两个指向:一是披露事实,告知情况的指向;一是传受双方相互交流、互动的指向。而在全民传播的时代,传播不再是单向的,而是双向的,互动的。这种互动有两个方面的含义,一是全民都有披露事实的权利,每一条信息可能是告知情况的指向,也有可能包括披露者对情况的评说,多条信息累积叠加,呈现出事实的全貌;二是传受双方实时交流资讯与反馈,呈现出多维视角所观照的事实。在传播过程中,碎片化是特征也是手段。

目前全球正在经历传播方式的革命,两岸进入全民传播时代,民众需要直接

[1] 郭伟峰:《全民传播对两岸关系的影响——在厦门大学新闻传播学院举办30周年庆典暨两岸资讯一体化与新闻事业发展学术研讨会上的主题演讲》。

[2] 百度“碎片化”词条。

交流情感与思想，广泛参与两岸关系发展进程。对台广播六十年光辉历程，面对复杂多变的台情，一度曾是唯一能够覆盖岛内的中央媒体，在岛内拥有稳定的受众群。而今，面对移动互联网与全民传播对两岸民众生活的影响，作为一个持续见证两岸关系发展的大众媒体，中央台对台广播不能缺席也不应缺席。

在两岸关系发展进程中，台湾岛内大多数民众一直是两岸关系和平发展的支持者和推动者。岛内媒体竞争激烈，而岛内意识形态纷争占据岛内政治生活常态成为媒体关注热点。近年来，传统媒体的影响力锐减，全民传播正在成为主流。据台湾媒体披露，前不久台湾发生的民进党操盘的“太阳花学运”，学运的联络集结以及物资供给全部是通过网络发布信息，在学运现场直播专区架设了Wimax行动无线网路基地台，拉60M/15M的双向专线，将拉进“立法院”的有限网路扩增为无线网路，学生们的“零时政府网站”直播学运实况，设置议题并引领议题发展，发布与学运相关的资讯，以最快速度让人们了解学运的各方面情况及进程，“几乎成为参与学运的人出发到议场前的必备工具”（台湾《联合报》）。为了上刊纽约时报网站，学生们用一天的时间架设起4am.tw网站，除了以时间轴的方式述说服贸事件外，还有符合广告设计风格以及适应手机阅读版型。除此之外，学生们用现场WiFi在社交网络上炒作学运领导者及学运相关情况，从而超越岛内所有大众媒体吸引了受众的眼球。台湾《联合报》惊呼：“社群打败电视的学运，传统电视、报纸舆论主导权沦丧之警钟”。种种迹象表明，舆论斗争的主场已经从传统媒体转向网络特别是移动互联网，随时随地传播与接收信息成为媒体与受众特别是年轻受众不可或缺的生活需求。

综上所述，对台广播因应传播方式的转变碎片化入岛成为必然。然而对于对台广播这个有着六十年传统的大众媒体来说，融入新媒体，碎片化传播，机遇与挑战并存。

二、碎片化入岛的优势

（一）两岸进入和平发展时期 两岸民众交流频繁并逐渐走向深入为对台广播碎片化入岛提供了良好的人文基础与接受氛围

两岸关系发展到今天，两岸民众可以直接往来，直接沟通思想和情感，可以说是六十年来最好的时期，当网络赋予了民众更多的话语权力以及话语的表述更加自由与多样时，岛内民众可以通过“你好台湾网”在线收听对台广播节目并直接通过网络与主持人实时互动，还可以通过line和微博、微信与主持人、编辑、记者互动。“网络媒体的特点加上全民传播的方式，两岸人民不需要通过大众传播时期的只言片语来猜测对方的意图，不会只看到结果，或者只想到结果，而是

能够参与到两岸关系的发展、变化、进步，或者掌握危机的起始，了解方向何在。这样的新闻及资讯交流，再加上个人观点的汇聚，容易剔除政治人物、政治组织的恶意操纵，让两岸人民的思想与情感能够直接见面。”^[1]

（二）传播语境的改变让传播内容的碎片化成为常态并容易起到“润物细无声”的效果

长期以来，中央台对台广播承载着沟通两岸、传播中央对台政策的特殊功能，而岛内情况复杂，政治生态变化快，这给传播内容的碎片化处理带来一定的难度。既不能割裂所宣导的政策的精神内核，又要以受众易于接受的方式进行解读和传播。新媒体传播语境，“超文本结构”彻底改变了传统文本的线性结构，多种文本的平面组合和互通，构成一个有声音、图画、动画、影视、文字等各种传播介质的你中有我，我中有你的信息网络形态。让传播内容碎片化成为常态，研究受众兴趣点，按不同关注点将内容碎片化，犹如订制，吸引不同受众，更容易起到“润物细无声”的效果。碎片化传播是符合移动互联网传播语境的方式，岛内年轻族群被称作“数位原生族”，如果将传播主题植入拼图游戏般的内容碎片中，必将收获意想不到的效果。

（三）碎片化传播给受众提供参与新闻进程的空间从而使传播内容更易于岛内受众接受

碎片化内容的不断累积，给受众提供一个具有无限选择性的拼贴空间，各种信息与评论的不断加入使新闻基本沿着事件的发展而成为变化着的一个动态生成的过程，从而完成事实全貌的呈现。因为是经受众自由选择拼贴出来的事实全貌，所以更易于受众接受。

两岸经历了几十年的隔绝，民众生活方式以及情感心态都产生了一些疏离，这些疏离同样需要时间去慢慢弥合。中央台对台广播作为祖国大陆覆盖台湾岛内的媒体，要想赢得岛内民众认可需要时间还需要智慧。对台广播曾经是台湾老兵思家念家的声音载体，是“家音”的象征，在今天两岸往来频繁通讯畅通的情况下，如何赢得岛内民众的信任，传播的方式起了很大作用。碎片化传播给岛内民众直接参与新闻进程提供了机会和空间，对于消弭他们对大陆精神上的隔膜与不信任感是非常有好处的，因此，融入新媒体的碎片化传播有助于让岛内民众放下包袱，轻松心态，充分发挥自主性热情，参与到传播中来，接受传播的内容及事实。

[1] 郭伟峰：《全民传播对两岸关系的影响——在厦门大学新闻传播学院举办30周年庆典暨两岸资讯一体化与新闻事业发展学术研讨会上的主题演讲》。

（四）对台广播专业的采编播队伍与中央台全媒体多维度传播平台支撑使碎片化入岛实现传播最大化成为可能

传统媒体与新媒体相比，强大的全媒体多维度平台支撑仍然存在优势，随着中央台台网一体战略的实施，加快了中央台与新媒体融合的步伐。对台广播拥有自己的网络平台“你好台湾网”，与大陆多家门户网站和专业网站社交平台以及岛内媒体等均有不同方面的合作，全媒体多维度传播平台基本形成，善用全媒体平台，实现传播最大化是对台广播新时期的新目标，而六十年持续传承与培育的专业采编播队伍为新闻的真实性权威性 & 快速反应护航。正是上述因素的支撑使今天对台广播碎片化入岛成为可能。

三、对台传播碎片化入岛的难点

（一）警惕“内容”在碎片化传播过程中被恶意歪曲

相对于广播的瞬间即逝和线性刚力，网络传播因其异步性和海量信息，使碎片化内容可以长时间共存；而网络的交互性又可以让任何人都可以将完整的新闻结构拆开，以各种方式重组，使文本间呈现出分裂又融合的景观。正是由于传播的过程大众始终可以参与其中，所以我们仍需谨防断章取义或为吸引眼球而将新闻内容随意进行歪曲的碎片化处理，尤其是传播与中央对台政策相关内容以及两岸和平发展等严肃主题的新闻时，防止恶意歪曲解读碎片化内容至关重要，否则就会出现负传播效果。

（二）与岛内新媒体合作 要以不破坏两岸关系和平发展为底线 还要警惕消费主义倾向的审丑风潮

移动互联网时代，传媒消费主义倾向严重，“一方面体现为传媒对消费主义价值观念和生活方式的传播，另一方面也表现为传媒自身的消费主义文化变异。”^[1]传媒在经济利益的驱动下，以消费为目的，置社会责任与道义不顾，不断挖掘新、奇、怪的东西供受众消费，再加上把关缺失和网络传播无限复制的特点，为审丑风潮的发展提供了便利条件并催化了审丑浪潮。

岛内媒体曾经为吸引受众眼球，炒作像柯赐海、许纯美这些电视红人占据媒体版面已不是新鲜事。然而网络传播远比电视媒体传播更为迅速和高效，网络病毒式的传播模式可以帮助媒体迅速占领传播市场，这也是许多商业网站审丑风潮的缘起。但是，网络传播也是一把双刃剑，审丑风潮在吸引大众眼球的同时，媒体的形象也在减分。因此，选择岛内新媒体合作平台要以不破坏两岸关系和平发

[1] 马丽娟：《从消费主义看网络媒介审丑现象》，《人民网》手机看新闻，2014年04月02日。

展为底线，还要有传播正能量抵制负能量的责任感。尽管两岸传媒在意识形态上有差异，但只要将媒体的社会责任感放在第一位，以不破坏两岸关系和平发展为底线，将媒体的口碑与形象作为重要的考量条件，就一定能够求同存异，建立良好的合作关系。

（三）要占据舆论主场与先机 时效仍是竞争点

既然舆论斗争的主场转移到了新媒体，那么，第一时间占据主场取得先机就格外重要。新媒体往往快过大众媒体是因为新闻发布流程的简化，因此，媒体竞争的关键有一点仍然没有改变，那就是时效的竞争。前不久在岛内爆发的“太阳花学运”，学生们打出的标语是反服贸，可实际上他们中大多数对服贸几乎完全不了解，另一小部分人对服贸的了解也仅限于台大郑秀玲教授抛在网上的服贸“懒人包”，郑秀玲教授的政治倾向在岛内众所周知，“懒人包”即郑教授对服贸所作负面解读的碎片化传播，一时间，对服贸正面的解读在网上成为弱势，负面的解读就占据了舆论的主场，主导了岛内许多学生及民众对服贸的认知。

由此看来，对台广播要在岛内占据舆论制高点，必须深入了解岛内民众所思所想有针对性地服务岛内民众，把握舆论先机。将专业性强的内容碎片化并命名为“懒人包”，是岛内网民的创造，我们的对台广播曾经数度请专家解读两岸服贸协议，采访各界台商，却没有“懒人包”在网上的传播效果，究其原因复杂，但我们应当反思的是传播方式对传播效果的影响。

（四）碎片重塑媒体形象

碎片化传播看似化整为零无逻辑关联可循，实则如拼图，每一块碎片都代表了一个关键的事实点，大众在无数次拼贴出事实的全貌之后也于无形中拼贴出了媒体的形象。正如刘奇葆同志在《加快推动传统媒体与新兴媒体融合》的讲话中指出的“对于新闻媒体来说，内容永远是根本，是决定其生存与发展的关键所在”。内容为王，传统媒体的优势在“内容”，继续把“内容”做精做到极致，个性特色鲜明，这既是互联网思维的精髓，也是大众传播传统媒体的优势。对台广播作为大陆面向台湾的媒体，要保持权威性，增强亲和力，就要用迅速、真诚以及针对性强的服务与互动来强化媒体在受众心目中的形象，而要做到这一点，就要求我们发布的每一块碎片都具备这样的特质，因为碎片的集合可以重塑媒体形象。

四、碎片化入岛的盲点分析及对策

我们研究对台传播碎片化入岛，绝不仅仅局限于声音的传播。移动互联网时代，视频成为竞争焦点，只有以全媒体形象出现才更具竞争力，所以仅有声音是不够的。笔者认为，目前对台广播碎片化入岛的盲点有两个，一是视频不足；二是两

岸移动网路社交平台的差异所造成的对接通路错位。

中央台对台广播作为广播媒体，曾经的辉煌已成过去，时代赋予了她新的内涵，再造辉煌的重任就在当下。鉴于碎片化入岛的两大盲点，笔者认为要加快与新媒体融合步伐实现对台传播最大化，对台广播需要具备以下应对策略：

1. 调整结构，整合资源。加大以“你好台湾网”为主体的视频技术投入和人员投入。

在视频成为新媒体竞争焦点的时候，打造全媒体对台传播平台，亟须加强的部分是视频建设，好在网络视频与电视视频的差异化使网路视频可以与声音录制或直播同步，（“你好台湾网”在与广播采访同步进行视频录播方面有诸多实践），而视频的碎片化传播需要更多的技术支持，相信经过技术设备的更新能够改善视频传播的容量和速度从而达到预期的传播效果。

2. 借力两岸移动通讯软件开发，实现与岛内受众互动通道无障碍对接。

“现在的世界是互联网的世界，两岸关系不可避免地成为互联网时代的组成部分。”^[1]移动互联网时代，路径通畅才能实现传受双方的实时传播与互动，使全民传播成为现实。目前两岸关系和平发展，在中央对台政策的引领下，在两岸民众及有识之士的共同推动下，已营造出前所未有的局面。然而随着两会会谈逐渐步入深水区，意识形态的渗透和交锋逐渐明朗趋于激烈，传媒作为沟通两岸的桥梁，应牢记使命，用互联网思维考量传播效果，跟上大数据时代的步伐，传播两岸关系发展的正能量。

“你好台湾网”曾经用网路社区即 BBS 论坛与岛内受众线上互动，线下则开展轻松活泼的活动。连续数年组织台湾青年大陆 longstay，了解大陆，与大陆青年面对面互动交流，在台湾社会造成一定影响，《苹果日报》、《自由时报》都曾刊文称“大陆媒体在台植入营销”。线下活动网上报名筛选，作为活动前期，网上交流为后来面对面的交流作了良好铺垫，取得了很好的效果。目前，台湾媒体人及知名人士特别是经常往来于两岸的知识分子青年学生，许多人都开通了大陆微博和微信，而众多的台湾民众运用的仍然是脸书、推特和 line，这就需要我们进一步拓展碎片化传播通道，用 line 和微信交叉使用，与岛内受众对接同步，进行零距离实时互动，无障碍沟通思想和情感。

[1] 郭伟峰：《全民传播对两岸关系的影响——在厦门大学新闻传播学院举办 30 周年庆典暨两岸资讯一体化与新闻事业发展学术研讨会上的主题演讲》。

3. 改变思维定式，充分利用互联网的开放性和交互性，实现对台传播的最大化。

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 2012 年先后发布了《第 30 次中国互联网络发展状况统计报告》和《中国网民搜索行为研究报告》，报告显示，搜索已经成为手机第二大应用，手机搜索网民数量已达 2.6 亿。CNNIC 分析师许琴表示，“互联网实际上是‘资源+搜索引擎’构成的，PC 时代如此，移动互联时代也是如此。目前移动互联网上的应用和服务都在快速增长，用户快速找到信息和 App 的需求越来越强烈”。^[1] 互联网最大的特征是开放性和交互性，2013 年、2014 年，与微博、微信、line 等社交媒介的普及和迅猛发展同步，搜索引擎的运用也越来越多。既然人人自媒体全民皆传播，那么我们的编辑记者主持人不妨也化整为零，用岛内民众熟悉的社交平台和喜欢的媒介方式进行碎片化渗透和传播，这样的对接与我们自身全媒体平台的多维度传播相结合，再将主动权交与岛内受众，充分利用搜索引擎的功能，引导他们将碎片重组拼接，呈现真实的事实，真正实现对台传播的最大化。

参考文献

1. 郭伟峰：《全民传播对两岸关系的影响——在厦门大学新闻传播学院举办 30 周年庆典暨两岸资讯一体化与新闻事业发展学术研讨会上的主题演讲》。
2. 蔡敏：《传媒话语生产与控制》。
3. 彭兰：《网络新闻学原理与应用》，新华出版社，2003 年。
4. 马丽娟：《从消费主义看网络媒介审丑现象》，《人民网》手机看新闻，2014 年 4 月 2 日。
5. 《社群打败电视的学运，传统电视、报纸舆论主导权沦丧之警钟》，《联合报》，2014 年 4 月 8 日。

[1] 《Cnnic: 搜索成为手机第二大应用，9 成用户首选百度》，《人民网》手机看新闻，2012 年 8 月 7 日。