

文章编号:2095-0365(2014)02-0070-06

构建“善行河北”深度长效传播机制的思路与对策

张 芸

(河北省社科院 新闻与传播学研究所,河北 石家庄 050051)

摘 要:“善行河北”主题道德实践活动是河北省培育和践行社会主义核心价值观的有效载体,在全国产生了良好的示范效应。思想道德建设离不开强有力的舆论引导。新闻媒体“善行河北”主题报道在全社会营造出梦成于德、崇德扬善的浓厚氛围,为推动“善行河北”深入开展发挥了积极作用。当前,移动互联网的发展带来传播环境的深刻变化,“善行河北”宣传报道必须不断深化内涵,通过构建深度长效传播机制发挥坚实有力的舆论引导作用。

关键词:善行河北;传播;道德建设;舆论引导

中图分类号:G229 **文献标志码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxxb.2014.02.15

“善行河北”主题道德实践活动是河北省培育和践行社会主义核心价值观的重要实践。活动开展两年来,乐于助人、诚实守信、爱岗敬业、孝老敬老的道德风尚日渐深入人心。新闻宣传在“善行河北”活动中发挥着重要的舆论宣传和引导作用,在全社会营造出崇德向善的浓厚舆论氛围,有力地宣传了河北文化,塑造了河北形象。在移动互联网迅速成长的传播环境下,河北省急需构建“善行河北”深度长效传播机制,巩固“梦成于德”的思想阵地,通过有效地舆论引导,使社会主义核心价值观内化于心,外践于行,成为全民共筑中国梦的精神力量。

一、“善行河北”宣传报道的效果和经验

“善行河北”主题道德实践活动自2012年开展以来,燕赵大地善如潮涌,涌现出“诚信油条哥”刘洪安、为孤残儿童建起“爱心小院”的高淑珍、“最美援疆女医生”余文丽、“道德90后”李博亚、张珊珊等一大批道德模范。通过新闻媒体全方位、深入细致地宣传报道,榜样带来的社会正能量

聚少成多,汇流成河,“善行河北”已经成为河北精神文明建设的亮丽名片。

(一) 内容丰富密集,舆论引导鲜明有力

“善行河北”主题道德实践活动开展以来,报纸、广播、电视、网络等新闻媒体结合自身传播优势,纷纷开辟专题栏目,进行丰富多样的宣传报道。《河北日报》开辟“善行河北”专栏,报道助人为乐、舍己为人、爱岗诚信、尊老敬老的模范人物感人事迹。除了常规性报道,还对不同行业的道德新风进行专题报道。比如,从2013年1月18日起,河北日报开设《善行河北·民企行动》专栏,陆续刊发民营企业及其企业乐于奉献、诚实守信、善待员工的实际行动。河北电台除在日常新闻报道中加大对善行河北的报道力度外,还录制了百集系列微广播“善行河北好人榜”,讲述一百多位模范人物的感人事迹,在电台各个频道滚动播出11 000多次,形成了“常流水”式的不间断传播。正是新闻媒体全方位、多角度的深入报道,向社会传递道德模范的正能量,产生了强大的社会反响。

收稿日期:2014-03-20

基金项目:河北省社会科学基金项目(HB13XW002)

作者简介:张 芸(1978—),女,副研究员,研究方向:新闻业务。

(二)形式灵活多样,报道接地气、贴民生

向善是每个人内心深处的一粒种子,新闻宣传就是要营造春风化雨的温暖氛围,让善良的种子落地生根,唤起全社会崇善、行善、扬善之风。河北省媒体在“善行河北”新闻宣传中,不断创新形式,深接地气,贴近群众生活,贴近百姓诉求。

榜样的力量是无穷的。但是,如何让先进人物真实可触,有生命力和生活气息,而不是高大全的神话,这就需要新闻媒体的宣传报道深入道德模范的内心世界,善于发现细节,发现蕴藏在平凡中的伟大。河北电台根据当前新闻传播的碎片化特点,精心打造了百集系列微广播“善行河北”。每集的平均播出时长为1.5分钟,从平民视角切入,以采访录音为主,融入歌曲、音乐、音响等多重元素,用200字的“小体量”浓缩感动人心的好人故事,让听众耳目一新。

除新闻报道外,话剧、微电影等也成为“善行河北”主题报道的重要载体,形成了广覆盖、全渗透的传播格局。保定市根据刘洪安事迹创作了歌曲、话剧和微电影《油条哥》,以道德模范群体河北农大果树9301班为原型创作的话剧《约定无期限》,在北京和河北省高校巡演,直接受众达5万多人。

(三)新媒体突显优势,成为报道主力

在“善行河北”主题报道中,“善行河北”官方网站、官方微博等新媒体平台充分发挥了迅速快捷、实时互动、双向传播、伴随性、个性化等优势,发挥了主力作用。

“善行河北”腾讯、新浪官方微博于2012年2月25日注册上线,截至目前,已经发布微博1.2万条,粉丝数超过285万,每天发布微博13~20条,成为传播河北好人善举的新媒体品牌。微博发布的内容主要包括四部分:第一,传播社会上的好人善举;第二,省内重要新闻动态,及时传播河北声音;第三,固定播发“早安”、“晚安”的问候,分享生活中的点滴感悟,发布实用生活资讯,比如天气预报、生活小窍门、时令养生知识等等;第四,开设“买难卖难”、“失物招领”等民生服务栏目。

“善行河北”官方微博充分发挥了新媒体互动传播的特点和优势,围绕重大活动和道德模范、河北好人的先进事迹,广泛开展微话题、微直播等互动活动。对“网络媒体河北行”、“净化网络环境”、“志愿者活动”、“河北网络文化节”、“爱心网友基地挂牌”、“塞北林场先进事迹报告会”、“中国梦·

赶考行”和“中国梦·绿色行”等多个活动进行了全程直播,吸引了数十万网民参与,有效传播了社会主流价值。针对微博受众以年轻人为主的特点,“善行河北”官方微博组织青少年广泛开展社会公益活动,目前,已经组织全省各大中专院校学生、中小学生志愿者对特殊学校、敬老院、贫困学生献爱心活动10余次。^[1]

(四)中央媒体持续关注,社会反响强烈

“善行河北”主题道德实践活动取得的成效令人瞩目,在全国产生了广泛影响,吸引了很多中央级新闻媒体的关注。中央电视台、《人民日报》、《光明日报》、新华网、人民网等多家新闻媒体都对“善行河北”给予重点报道。2013年1月20日,光明日报开设《走基层·“善行河北”新风景》专栏,分别从互助、诚信、敬业、孝敬4个侧面刊发系列报道。中央电视台《新闻联播》等节目连续10次播出高淑珍“爱心小院”故事,创同类报道之最。中央级媒体的宣传报道扩大了“善行河北”活动的影响力,成为展示河北形象的新窗口。

二、实现“善行河北”深度长效传播应注意的问题

“善行河北”主题道德实践活动是河北省践行社会主义核心价值观体系的生动载体,需要持之以恒地推动贯彻,并将其内化为人民群众自觉的价值追求。这就需要新闻媒体“弘扬主旋律、放大正能量”,不断创新“善行河北”主题报道。

(一)注重深度挖掘,避免简单动态报道

在“善行河北”主题道德实践活动中,河北省各行各业涌现出众多先进典型,他们身上有许多感人的故事。故事虽能打动人,但真正能感动人的还是人物内心的思想情感。有些媒体在“善行河北”主题报道中,仅仅是停留在对好人好事动态报道的简单层面,缺乏对人物内心思想的深度解读。还有一些媒体报道典型人物时,喜欢先入为主,带着主观色彩加以评判。比如,对于某些社会底层群众拾金不昧的事件,媒体在报道时常常会拿当事人的贫困与拣到的巨款做对比,想当然地认为他们对金钱非常渴望,面对不义之财却能抵制诱惑,好像只有这样才能突显当事人道德的高尚。其实,一个人对财富的欲望并不和贫富成正

比,媒体有意为其贴上标签,使报道陷入模式化。深化“善行河北”主题报道应该通过扎实的采访,深刻挖掘典型人物的心路历程,让人物形象鲜活丰满,把握与受众同频共振的情感“结合点”,才能使报道真正深入人心,发挥典型模范的道德引领作用。

(二)保持长线关注,避免一过性宣传

在众声喧哗、信息传播碎片化的新媒体环境下,信息的聚合化传播变得困难重重,传播学的“靶向”效应开始弱化。在重大主题报道中,受众对典型事件、典型人物的关注度也明显弱化。如果媒体的典型报道只注重在短期内集中报道形成舆论强势,而不是长期、持续性跟踪报道,典型报道就会走过场。只能成为昙花一现的焦点,难以产生持久深远的影响。河北省两年来对“善行河北”主题道德实践活动的宣传报道,注重挖掘社会各个阶层、各个领域的好人善举,涉及面广,辐射影响力较大。但对典型人物的宣传报道应注意保持长线关注,通过对好人行善事获得社会认可与支持,宣传好人有好报,增强群众自发向善的积极性。以诚信油条哥“刘洪安”为例,虽然媒体对刘洪安当选全国诚实守信道德模范、成为河北省及全国人大代表后,他的早餐店经营发展状况都有跟踪报道,但报道层次不深,应该深刻揭示他的心路历程,让群众看到道德成长的力量,增强人们自觉向善的信心。

(三)加强系统报道,避免就事论事

深化“善行河北”主题报道应强化系统报道,提高舆论引导的主动性,积极利用社会关注度较高的典型事件,扩大舆论影响。

2013年2月6日,石家庄市的王女士在银行取款后,不慎将4万多元钱散落一地。路过的市民纷纷帮忙拣钱,最终分文不差地归还给她。此事经河北省媒体首发后,央视《焦点访谈》也跟进报道,在社会上引起强烈反响。就在这一事件发生前不久,上海的一个打工者不慎把辛苦讨来的工资撒落街头,却被众人一抢而空。两相对比之下,石家庄市民乐于助人、从善如流的道德品格更加鲜明。河北省新闻媒体虽然意识到这一点,做了比较报道,但是对新闻内涵的挖掘不够,过多地集中于叙述新闻事件,缺乏有引导力和舆论扩大效应的评论。此外,各新闻媒体没能充分配合,没能产生“组合拳”式的舆论集合效应。

三、巩固“善行河北”传播效果,构建深度长效传播机制的对策

当前,移动互联网正迅速发力,传播环境更趋社交化、参与化,舆论生态更加复杂多变。“善行河北”主题报道需要不断深化与拓展内涵,通过构建深度长效传播机制,巩固提高传播效果,发挥坚实有力的舆论支撑与引导作用。

(一)开设固定性道德建设类节目(栏目),培养忠诚受众

20世纪六七十年代,美国传播学者格伯纳等人提出了著名的“培养理论”,认为大众传媒能够在潜移默化中“培养”受众的世界观。几十年来,的传播学实践也鲜明印证了这一理论。^[2]社会主义核心价值观的培育是一项长期的系统工程,非一蹴而就。新闻媒体也只有形成常态化的宣传报道,才能使思想道德宣传深入人心,实现育人、化人的作用。根据国家广电总局要求,从2012年元旦开始,各省级卫视都要开设一档道德建设类节目。经过两年多的发展培育,一批道德建设类节目已经脱颖而出,比如重庆卫视的《重庆好人》,山东卫视的《天下父母》、天津农村广播的《最美乡村人》等。这些栏目讲述好人故事,传播助人为乐、见义勇为、诚实守信、敬业奉献、孝老爱亲的道德风尚,不仅得到观众的认可,也很好发挥了凝聚道德力量、引领社会主流价值观的作用。但是,同各家媒体风生水起的娱乐类节目(栏目)相比,河北省各级新闻媒体固定的道德建设类节目(栏目)数量还是较少,社会影响力也较小。媒体应根据自身的受众特点和传播结构,积极开办固定的道德建设类节目,将其作为媒体的一项精品工程切实抓紧抓好,打造品牌效应,努力营造扬善、亲善、向善的良好氛围。

(二)深化走转改,发挥新闻报道叩问心灵、引领道德的作用

“深化走转改”是宣传系统常抓不懈的核心工作。在“善行河北”的深度传播中,各级新闻宣传主管部门和新闻媒体要抓住活动的核心要义进行顶层设计,从培育和践行社会主义核心价值观、推动社会发展、促进社会和谐等层面增强报道的系统性。在宣传报道方式上要从百姓视角切入,通过深入扎实地采访,扣准与受众情感共鸣的结合点,全面深刻剖析典型人物、道德楷模的精神世

界。传统媒体和新兴媒体要相互配合,统筹利用新闻资源,发挥各自的传播优势,形成媒体间协同联动的优势效应。

(三)用好新兴媒体,积极建设移动媒体平台

目前,我国的移动互联网用户规模已经超过8亿,2014年将是移动互联网的发力之年,微博、微信、移动客户端引领新媒体的未来。这些新媒体具有“自媒体”体验式传播特征,在“善行河北”道德实践中能够让人人都有机会体验登临精神高地的意境,收获精神的满足。^[3]“善行河北”主题报道抓住了“微时代”的传播规律,以官方微博为代表,在新媒体传播中积累了成功的经验。然而,传播技术的飞速发展使新媒体的发展变化更加迅速,强化“善行河北”的宣传效果还需要不断拓展新媒体传播渠道,充分发挥新媒体的引领作用。目前,“善行河北”官方微信正在筹备开通,在微信的运营上要注意和官方微博相互配合,深度挖掘用户个性化需求,发挥各自的优势,在整合资源的基础上,打造自身特色,避免同质化。

新闻客户端是移动互联网的一个新入口,发展势头强劲。面对信息技术的瞬息万变,新媒体

平台的竞争也就意味着媒体资源的竞争。据统计,目前,河北省尚没有党政机关开通在搜狐、网易、腾讯等新闻客户端的专属账号。应该敏锐地抓住时机,借势而为,尽快开通“善行河北”新闻客户端,抢占新媒体资源,打造代表新时期河北形象的新媒体品牌。

(四)深化主题内涵,统筹聚合新闻资源

道德建设需要长期引导和激励,使道德建设逐步成为一种社会思想的培育过程,而不是一场有时限的运动。^[4]当前,中国梦宣传报道是新闻宣传战线的重要使命。“梦成于德”,道德的力量是实现中国梦的强大支撑。深化拓展“善行河北”主题报道的内涵,应大力弘扬道德助力梦想的领航作用,引导广大群众积极投身道德实践,做有爱心、有善心、有诚心的追梦人、圆梦人。在宣传报道方式上,应充分展示各行各业的模范人物在道德坚守中努力,记录他们脚踏实地追逐梦想的闪光足迹。新闻媒体要系统梳理、有效整合内容资源,既要开展集中性、系列化的宣传报道,又要使不同形式的报道相互配合、合力推进,共同筑牢“梦成于德”的社会道德基础。

参考文献:

- [1]王文静.“善行河北”微博汇聚网络正能量[N].河北日报,2012-9-7(1).
- [2]邵培仁.媒介舆论学[M].北京:中国传媒大学出版社,2009:123-127.
- [3]刘瑞红,任倩.新媒体环境下“善行河北”的现实价值

- 及网络传播研究[J].党史博采,2012(8):33-35.
- [4]李菱,李艳玲,狄英娜.充分发挥理论、政策和法律在道德建设中的引导作用[J].红旗文稿,2012(7):11-13.

Thoughts and Countermeasures of Profound and Long-term Effective Communication Mechanism for Building “Shangxing Hebei”

ZHANG Yun

(Institute of news&broadcast, Hebei Academy of Social Sciences, Shijiazhuang 050051, China)

Abstract: The moral theme activity named “SHANGXING HERBEI” is an effective carrier for cultivating and practicing socialist core values in Herbei province, which has a good demonstration around the whole nation. Ideological and moral construction could do nothing without strong public opinion guidance. The theme report of “SHANGXING HERBEI” created a positive atmosphere suggesting a good dream of morality and kindness for the whole society, which played an important role in promoting the activity’s development. Currently, the development of mobile Internet has brought profound changes of communication environment, so media reports on “SHANGXING HERBEI” must deepen its connotation constantly, and play the role of strong public opinion guidance by building profound and long-term effective communication mechanism.

Key words: Shangxing Herbei; communication; moral construction; public opinion guidance