新时代，讲好中国故事

近日将新闻传播大讲堂的内容认真浏览了一遍，虽说不至于深入研究，但是听了诸位资深媒体人的讲述，对中国的媒体环境、新闻编写有了进一步的认识和较深的感触。尤其众人都是紧扣当下时代，讲述的都是最新的、最贴合实际的观念，颇有现实意义。

我大致总结出几条观点，既是频繁出现的词汇，也是业界内的共同认知。我觉得这些核心的观念对当代的新闻传播界“讲好中国故事”是颇具指导意义的，而且对于我们这些新闻专业的学生也大有裨益，还需在日后的实践中更加深入地体会它们的意义，并将这些信条真正地践行、传播下去。

其一，顺应新媒体趋势。

第一节课，人民日报的曹磊主任就以 2021 年两会期间人民日报的制作的建党百年主题 mv《少年》作为例子，提出了“必须围绕年轻人去寻找突破口，以他们喜闻乐见的形式讲故事”这一中心观点。而在当下的年轻人群体中，“中短视频其实要比文字和图片等等形式更加流行”。贴合广大网络原住民群体心理的《少年》mv 受到了年轻人的一致好评，此 mv 在全网观看量超过 1.6 亿次，网友点赞超过 260 万次，五百多家新闻网站和微博账号、微信公号进行了转载，成为两会期间宣传的爆款。

而我想其成为爆款的重要原因，除了内容的精品，不可忽视的是采用了视频这一新媒体惯常采用的形式，大大扩大的受众面，提高了受众的兴趣。

无独有偶，新华社《中国记者》的张维燕编辑也提及了相似的观点。她讲道，在首届中央新闻单位青年记者践行四力交流活动的评选中，“在获奖的 108 篇报道中，只有九篇是采用了纯文字或者纯广播的单一媒体形式，其余九十九篇都具有两种及两种以上报道形式，融合报道的占比达到了 91.76%的一等奖作品中，除了评论报道，其他 15 个报道都是融合报道。”

我觉得可以提取两个重要信息，第一是众多资深的评委对摄影、视频等新型新闻传播形式都持认同态度，也更容易从被些形式触动情绪。第二是当下青年记者的新媒体意识非常强，都乐意且擅长运用新媒体技术进行新闻的报道。

用新媒体讲好中国故事。其实我觉得这已经是个老生常谈的问题了，因为随着这些年互联网的发展，新媒体已日益占据了我们的生活。传统媒体的式微，尤其是许多实体报刊和杂志的陆续停刊，令即使不从事相关行业的人们，都清晰察觉到了时代巨变对新闻行业的影响，它已经渗透到了每个人的生活中。

而这一现象也引起了众人的唏嘘。前段时间《意林·小小姐》纸质版杂志的停刊对许多 90 后、00 后的网友来说可谓是一次打击，大家纷纷表示了不舍、惋惜之情。而对于我来说，我同样感到惋惜，因为这可以说是我学生时代的启蒙刊物，我现在仍记得当时阅读的一些文章，至今仍觉得非常精彩和生动，当时还用一个小册子专门记录文章中喜欢的话，那个小册子也留存至今。传统纸媒的衰落，是大势所趋，可是它们承载的儿时记忆、阅读经历，是无法消逝的，这也是人们于此现象产生巨大情感波动的原因。

孙中山先生百年前就说过，天下大势，浩浩汤汤，顺之者昌，逆之者亡。我并不反对那部分高举“坚守纸媒阵地”的同志们，他们是悲壮地、赤诚地捍卫着这方净土，以一腔热爱坚守着情怀与温度，但我想如果我要投入新闻大流中，我会毅然选择新媒体。作为千禧一代、网络原住民，我对网络有种感情，从新媒体本身来说，视频和图片本身就是更加丰富多元、更具体验感与沉浸性的形式，形式变了，但作品依旧可以高质量，而且更容易影响大众。

但我想时代对新闻人、媒体人就提出了更高的要求。从从前的“妙手著文章”，到不仅可以倚马可待、行云流水，还需要学习各种新媒体技能，洞察年轻人心理，深谙网络环境与

节奏，将作品进一步传播，这也是我们这一代人需要为之努力和大胆尝试的。

其二，做“接地气”的作品。

曹磊主任提出新时代要做“利益远、站位高、接地气、有品质的产品”，我对“接地气”有很深的感触。这与上文讲述的“顺应新媒体趋势”有些许重叠之处，但我理解的“接地气”，更重在“以生动、形象的细节展现宏大主题”，而新华社的周科同志无疑给我们上了一堂生动的课。

事件源自十一年前，那张在火车站拍到的母亲的照片。“她肩背比人还高的巨大行囊，一手拎着破旧双肩包，一手抱着襁褓中熟睡的孩子，眼神刚毅坚定地望着前方。”

周科同志如十一年前的我们一样，深深地被这位母亲感动，但是没有留下她的联系方式。他们一直在寻找，直到今年才找到了她，一位来自四川大凉山的彝族妇女，她的名字叫做巴木玉布木。记者们与这位母亲进行了深入的交流，并对她生活的环境进行了调查。

问及十多年前的状况，她说当时在南昌一家砖厂打工，一个月挣五六百块钱，身边带着一岁不到的二女儿。“那时回家是因为孩子得了病，但是村里医疗条件有限，孩子五个月后去世了，我慢慢的振作起来，不管我们家里困难为了什么，就是坚持起来，就是振作起来，就是都要往前走。”现在的她养育着四个健康活泼的孩子，与 11 年前相比，她略显消瘦，但那双眼睛依旧明亮，炯炯有神。

“背着那么大的包外出打工，她当年的生活条件肯定不怎么样，她家到底是不是贫困，生活有没有改变？她还是不是在外面打工，在脱贫攻坚的收官之年呢？这张照片的一系列疑问不断撞击了我的心灵。我想，如果能够找到她一个小人物的故事，来彰显一个脱贫攻坚的大主题，这可能是一篇打动人心的精彩报道。”

我实在无法用概括性的语言去描述如此生动的灵感和心理活动，最后的作品也是极其震撼心灵的。“外面下大雨，房屋下小雨，未拆除的旧房里，简陋的木板床和补了又补的被褥……”周科同志实地走访，深入跟踪，他曾为这位母亲两次落泪，与她产生了强烈的感情共鸣，最后的作品也以第一人称的方式去讲述，真正做到了有深度、有力量、有血有肉。

我觉得诸位听了周科同志的娓娓道来，应该已经明白了我的意思。脱贫攻坚是个宏大得几乎难以触碰的主题，没有过真实生活经历的平民大众很难从宏大叙事中产生共情。我想说，文学在这个时代产生了变化，从以往的作者居于绝对主导地位，到当下作者和读者交互、平等的一种模式。新闻其实也是一样。中国的发展速度太快，重大事件太多，林林总总的、面目统一的长篇大论，“没有现场感，没有画面感，全是知识点，却没有记忆点”，可谓让我们“望而生畏”。

从几十年前，我们就反对党八股，反对唱高调，在如今这个时代更加需要强调。我并不是说不要那些宏大的理论、旁征博引的议论、洋洋洒洒的大道理，这些是必要的，但是在生活中，已太多太多，我们更加渴求的，是真实的、细致的的故事，那更生动，也更容易打动人心。周科同志的作品“既讲述了母爱的伟大，又反映了脱贫攻坚为巴木玉木生活带来的巨大变化”，是个人情感与宏大主题的完美融合与统一。我觉得这就是一个非常值得参考的点，家国情怀，须有家的情怀，也有国的情怀，如此，个人才能真正打心底里生出关心社会、关心人类的情感，不论何人何事，“都是伟大时代的生动注脚”。

我觉得要想做到家国情怀的统一，就必须践行“脚力”，这也是四力中排在最首的“力”。所有感人肺腑的故事，不是凭空飞来的，而是自己深入基层，挖掘、探索出来的，先有自己情感的投入，才有资格让读者为之投入感情。“四力”是新闻界一直在强调的，我觉得当前许多文章坐而论道的姿态，来源于传播技术的发达，往往不需要到达第一现场，就可以凭借所见所闻写出新闻报道，可是各位应明白，信息的高速传播，与一步一个脚印的速度，还是不一样的，它有深度、有温度。唯有真正感受，才能写出真正的好文章。

其三，坚守新闻内核。

这点我放在最后说，但是并不意味着这不重要，我个人认为这一点是最为重要的。

当下这个时代，道德滑坡，流量明星独占鳌头，许多媒体为博得眼球突破底线，尼尔·波兹曼在上个世纪八十年代就发出了“娱乐至死”的时代悲叹。在这样一个看似“流量为王”的时代，新闻工作者除了向群众及时传达消息，另一重要任务就是引导好社会舆论，做好真实不做作的文章，不哗众取宠，让人民大众树立起正确的价值观，看到“内容为王”的本质，这也是我所说的“内核”所在。新华社的韩洁同志就在这方面做了深刻的阐述。

她从中美关系这一重要政治话题谈起。中共十九大闭幕，中西方各有报道，但是却给出了截然不同的画像，分析习近平同志的报告，判断中国发展方向，十分艰巨。韩洁同志调侃道，“但有一个方法要容易的多，读读英国《经济学人》周刊对此次党代会的报道，然后判断与之相反的事情就是事实。”而中国经济的增长问题，“疫情前的 2019 年，中国经济四个季度的增速分别为 6.4%、6.2%、6%、6%，”也被西方媒体想当然的以“贸易战重挫中国经济” 继续报道。在经济报道上，这些数字已经被严重的意识形态化，不再是它们初始的样子了。而对于新闻来说，真实，不就是生命吗？失掉了真实，只服务于意识形态，那还能叫做“新闻”吗？

近年来政治形势复杂，但是“越是复杂的形势，越要把准中国经济新闻的时代坐标”。韩洁同志说，“在经济全球化和互联网广泛传播、自媒体异军突起的传播新格局下，做好中国经济报道，必须把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作的定盘星，把准时代方位，把握好大局大势。”我觉得作为新闻媒体，尤其是权威媒体，做到高站位、大局观，众说纷纭的时刻拿出真实报道，掷地有声，引导好社会舆论，这是义不容辞的责任。

人民日报的张铁同志讲“任仲平”，点明“任仲平选取的这些话题虽然不一定自带流量，但以其深刻的影响力成为这个时代的刚需。可以说，党报评论的讲政治首先体现在这一点上。”许多人为博得眼球、吸引流量、谋取私利，甚至打擦边球、突破道德底线，也令“新闻”这两个字的神圣性被严重亵渎，这就更突出了权威报纸的作用，《大公报》百年前就提出“不党、不私、不卖、不盲”，不卖，即不受贿、不接受带有政治性质的入股投资，保证了自身的形象与纯洁性。在当下，大众尤需公言公议的指引。

新闻的“内核”，需要从把握四力做起。脚力、眼力、脑力、笔力，这几个字眼在讲堂中被反复提及。白岩松曾经说过一个理论，在变化如此快速的时代，如果没有坚守着一些不变，如何用这些不变来应对变化的时代呢？时代无论如何快速变化，新媒体无论如何压倒传统媒体，想成为一个合格的新闻人，这些就是应该毕生追求和学习的能力，百年前如此，我相信，百年后亦是如此。人工智能也能写新闻，可是他们写的新闻有人类特有的温度与感情吗？传统媒体再如何式微，也不可能消亡。有些东西是一直在那里的，无论怎样的磨难和风霜，都不可能让它们消散，也永远值得坚守和奋斗。

以上三点，便是我从《新闻传播大讲堂》中感触最深的三点，作为新闻新人，笔力拙劣，理论浅薄，若有不恰当的用词或不合逻辑的言论，也请各位多多斧正。标题是“新时代，讲好中国故事”，而我所列三点，也就意味着我会以怎样的信条和姿态，描绘一个中国的社会给大众、给世界了。