

全媒体环境下如何写出好消息

□王春霞

消息因篇幅短小，以往被戏称为“豆腐块”，是最常见的新闻体裁。在全媒体环境下，新闻铺天盖地，但是优秀的消息报道并不多见。个别媒体刊登的消息存在着消息来源单一、冗长不简洁、语言晦涩不生动等问题。写出优秀的消息，是新闻工作者应当具备的基本功，也是新闻媒体公信力、影响力的重要基础，在当下全媒体环境下尤为宝贵。本文结合获得中国新闻奖的消息作品和日常报道中取得较好传播效果的消息，探讨消息写作的路径和策略。

优秀消息作品的特点

一是重大主题小切口呈现。优秀消息作品反映的主题应当有很高的公共价值，不仅仅是偶然的社会现象，更重要的是蕴含其中的具有普遍价值的内容。近几年获得中国新闻奖的消息作品，有一个共同的特点就是反映的主题都比较重大。比如《铁路投融资体制改革破冰 全国首条民营控股高铁通车运营》《小岗牵手北大荒》，并不是单纯的经济新闻，而是反映重大的政策指向、产业导向。

二是具有原创性。优秀的消息作品一定不是通稿，而是具有鲜明的个性，有媒体记者创造的独特价值，有信息增量。要实现这一点，消息一定要有采访，不能是单纯的资料汇编。只有扎实的采访，才能够为消息提供鲜活的语言和独特的内容。比如，一些重大政策出台后，及时采访业内专家进行解读，采访利益相关方的观点，赋予消息更多的新闻价值。2024年4月13日《中国妇女报》刊发的消息《女性申请国家社科基金青年项目年龄放宽至40周岁》受到业内好评，除了新闻事实重大，也离不开对业内专家和利益相关方的采访。

三是具有可读性。好的消息应该是吸引人的。这至少包括两个层面的内容，一方面，消息内容是多个角度，多个侧面的。如同宝石的不同切面，有不同角度的呈现，优秀的消息容纳的信息量应该是多层次的，既有新闻事实，也有新闻背景，可以深化主题，揭示新闻本质，使得新闻有历史纵深感。另一方面，消息的语言是朴实、鲜活、生动的。受众读起来不会有距离感，愿意读，消息才可以真正抵达受众。

提升消息报道品质的路径

一是提高新闻判断力和预判力。每日信息量巨大，哪些值得传播？新闻点是什么？需要记者具备扎实的新闻判断力。新闻判断力是一个综合素质，一方面需要“上接天线”，对国家大政方针、重大决策部署了然于胸；另一方面要“脚踏大地”，深切体察人民群众所思所想所忧所盼，知道“民生疾苦”，在此基础上，还要了解该领域的最新进展、最新动态，才能敏锐地发现新闻，在有限的时间内作出准确的判断。

注重日常对信息的收集和研判，及早发现好的新闻线索，提早准备，在关键时候才能拿出好的消息作品。《浙江日报》刊发的《浙江为“最多跑一次”改革立法 审议通过全国“放管服”改革领域首部综合性地方法规》获得第二十九届中国新闻奖。该新闻线索最早来自2018年年初浙江省人大常委会和省政府年度立法工作计划。《浙江日报》看重该线索的新闻价值，相关人员前后“跟”了近一年时间，才有后来荣获新闻奖的佳作。

二是扩展获取新闻线索的路径。信息化时代，消息报道获取新闻线索的源头也更为多元，记者应该拓展消息来源。这些线索来源可以是互联网、记者的观察思考体验、其他媒体的报道线索、爆料、会议消息、文献等，形成立体的线索获取路径。《首次详细披露毛泽东全程参加青年团二大》是《中国青年报》获得中国新闻奖的消息作品。其线索来源就是中央级学术理论期刊《党的文献》上的一篇文章。2024年3月22日登上热搜的一篇消息《最高检表态：对未成年人实施故意杀人等严重犯罪要依法追究刑事责任》，线索来自于最高人民法院官方微博公众号当日凌晨发布的一篇报道《最高检调研组在宁夏调研》。正值社会公众高度关注河北邯郸三名初中生杀人案，最高检的表态是对公众期待的及时回应，起到了很好的媒体沟通效果。

三是践行“四力”要有采访，多角度、多信源。新闻应该是多姿多彩的，好的消息应当有媒体独特的阐释，一定要有采访。受众对消息的信息需求不仅仅是知道是什么，还需要了解为什么，对自身产生哪些影响。2022年4月22日《中国妇女报》报道了《个人养老金制度出路每人每年缴纳上限1.2万元》。记者不仅报道了关于个人养老金制度的最新内容，还采访业内专家解读个人养老金的独特价值、资金是否安全等。2023年2月27日《中国妇女报》刊发消息《十四届全国人大妇女代表所占比重为历届最高》，记者采访了一位全国人大代表讲述履职故事，介绍了从第一届到第十三届全国人大妇女代表的比例情况，请专家谈新一届全国人大妇女代表比例的重要意义，为读者提供了多角度的信息，信息量大，层次清晰。

四是从受众角度用受众看得懂的语言写消息。消息的呈现要更多从受众角度出发，不能高高在上，尽量避免文件语言，不用空话套话，说的每一句话都言之有物，使用专业术语要尽量能够让读者看得懂，这样才能达到传播的效果。尽可能在“吃透”材料的基础上，用自己的语言表述出来，特别是最开始的导语部分，一定要通俗易懂、简洁明了，避免一板一眼使用文件的语言或者官方发布的语言。

【作者单位：中国妇女报社（全国妇联网络信息传播中心）】

媒体融合视域下电子音像出版的思考与探索

□姜鹏亮

进入新世纪以来，伴随着互联网技术的发展和家用电脑、手机的普及，网络资源丰富，数据存储轻便快捷，用户的阅读方式和习惯发生很大转变。特别是近年来，人工智能、虚拟仿真、5G、大数据、云计算等新一代信息技术的发展推动经济社会各领域数字化、网络化、智能化转型不断深化，催生了短视频、在线听书、网络课堂、手机APP等新的媒介形式。传统电子音像出版从传播内容到载体形式，都遭遇了空前的挑战，以售卖磁带、DVD光盘为重点的商业发行模式难以继，出版品种和数量呈波动收缩态势，行业发展面临严峻挑战。

电子音像出版突破转型的优势

面对冲击，机遇与挑战并存，破局与创新同在。电子音像出版业经过30多年的浮沉兴衰，既有高歌猛进的成功经验，也有低谷缓行的规律总结。今天，在媒体融合的背景下，电子音像出版业依然具备突破困境、创新转型的优势条件。

政策支持是根本保障。党的十八大以来，习近平总书记高度重视媒体融合工作，发表了一系列重要论述。2019年，在中央政治局第十二次集体学习时，习近平总书记发表了重要讲话，对推动媒体融合向纵深发展提出了明确要求，指明了前进方向。此后，一系列政策和措施相继出台。2020年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》；2022年，中宣部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》；等等，为做好新时代出版融合发展提供了政策支持。面对政策的鼓励和扶持，电子音像出版业应抢抓机遇、顺势而为，利用好政策红利，探索切合自身的融合发展之路，在实践中寻求突围突破。

内容资源是核心竞争力。与其他新兴媒体相比，独家版权和权威内容是电子音像出版业的核心资源与先发优势。经过数十年发展，全国电子音像出版社出版发行了大量的音像制品，有些出版社还形成了独具特色的品牌出版物和拳头产品，积累了丰富的音视频资源。许多专业类电子音像出版社汇聚了大量作者群体，长期以来深耕某个专门领域，如教育、农业、建筑、医学等，

守正创新，不断提高电视节目竞争力

□张建国

随着全媒体时代的到来，新的传播方式对传统广播电视节目影响力造成了一定的冲击。面对压力和挑战，广播电视媒体只有认清自身的优势和不足，不断自我完善，选用有效的应对策略，才会走出一条适合自身创新与发展的道路，提高节目的竞争力。

近年来，山西广播电视台综合广播坚守职责使命，把握方向导向，深化改革创新，主动顺应媒体格局深刻变革的趋势，不断优化新闻生产流程，拓宽全媒体传播格局，《山西新闻》节目在主题宣传、服务民生、弘扬主流价值等方面积极探索，探索形成了一系列有效做法，有力提升了频率的竞争力和影响力。

把牢方向导向，新闻采编体制机制更加集中

新闻宣传工作作为党的事业的重要组成部分，正确的方向、导向是生命线。山西综合广播将党性原则作为办好节目的根本原则，坚持党性和人民性相统一，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，着力打造全方位的省级广播主流舆论平台。

持续健全新闻报道工作体制机制，建立起“全面统筹+分类策划”指导体系，围绕体现党的主张、反映人民心声，有序推动“季度报道有主题，月度报道有重点，每周报道有特点”，做到重点突出、亮点纷呈。建立“通气会商+规范引导”制度体系，发挥“每周新闻例会”“每日选题策划会”“新闻线索共享平台”等机制作用，健全新闻策划、部门协调、快速反应等机制，构建信息发布、深度报道、评论、解读等全流程报道体系。此外，围绕新闻采编播发、选题申报、学习例会、安全播出、稿件打分等建立起相应的规章制度。

思想与故事有机融合，让重大主题报道有深度、有温度

重大主题报道是媒体围绕党和政府

核心阅读

声音与图像是音像出版物的表现形式，视听语言是音像制品的基本元素。因此，在电子音像出版单位的“基因”中，就注定与电视台、网络视频平台、短视频平台有着天然的联系。相比图书出版，电子音像出版距离数字制作、网络传输更近，具备媒体融合发展的“天赋”。

其音像资源具有权威性和垄断性。同时，随着国家对知识产权保护力度的不断加大，版权的商业属性也得以进一步激发，这必将促进各出版单位对内容版权的再度运营和二次开发，有力推动传统电子音像出版业突破壁垒、主动融合。

融合互通是天然基因。顾名思义，声音与图像是音像出版物的表现形式，视听语言是音像制品的基本元素。因此，在电子音像出版单位的“基因”中，就注定与电视台、网络视频平台、短视频平台有着天然的联系。相比图书出版，电子音像出版距离数字制作、网络传输更近，具备媒体融合发展的“天赋”。

电子音像出版融合发展的几点思考

旗帜鲜明坚持正确出版导向。今天，媒体融合的大环境无疑为电子音像出版社带来了诸多政策利好与发展机遇，同时，也要清醒地认识到，越是面临困境寻求破局，越是迎难而上抢抓机会，越要旗帜鲜明坚持正确出版导向，这是做好一切出版工作的前提和根本。广大电子音像出版单位和从业人员，必须深入学习领会习近平文化思想，深入学习领会习近平总书记关于宣传思想工作、意识形态工作的重要讲话精神，毫不动摇坚持正确的政治方向，始终把社会效益放在首位。牢牢把握音像制品的政治方向、舆论导向和价值取向，始终从政治性、思想性、艺术性等维度评判出版质量，牢固树立精品意识，用共融共生的发展理念推出更多精品音像出版物，助力全行业高质量发展。

整合激活优质内容资源。出版业始终是“内容为王”的产业，出版物的内容是任何出版时代的核心。电子音像出版也是如此，无论出版形态如何改

变，无论用户习惯如何变化，优质视听内容的重要地位和决定性作用难以改变。作为内容生产者与供应方，传统音像出版业拥有大量优质、成熟的内容IP（Intellectual Property，知识产权），这不仅可以对自有版权进行租赁和售卖等商业活动，同时，经过第三方平台委托开发，更是具备选题延展性，是打通音像出版与其他媒介渠道共融互生的桥梁。热门IP的跨界合作在图书出版业和影视行业由来已久，如今更是从影视拓展到更多领域。沉寂多年的音像内容放在出版领域是早已过时的尘封数据，但在其他媒体的视野下，却是当下市场竞争的热点。由此可见，优质内容IP历来是文化传媒产业的必争之地，广大电子音像从业者应善于利用新媒体、新技术、新平台作为优质资源服务，促成同一内容的多重开发，实现内容利用增值和规模效应，从而逐步完成由音像电子产品经营向立体化出版物产业链转型升级。这是音像出版业破局求变的重要方式，也是推动电子音像出版高质量发展的创新举措。

开发拓展商业运营模式。面对当下逐渐萎缩的市场，倒逼电子音像出版业必须突破固有的闭环发展模式，立足媒体融合，聚焦内容资源，及时更新多年来“卖产品”的营销观念，拓展新的商业运营模式。比如，随着智能手机的普及和电商平台的迅猛发展，以抖音、快手、小红书、视频号为代表的短视频平台逐渐扩容，已发展成为集娱乐、电商、社交为一体的融媒体平台，也带动了出版市场的快速增长。数据显示，2023年中国图书零售市场码洋规模为912亿元，同比上升4.72%，其中，短视频电商码洋规模占比达26.67%，成为第二大图书销售渠道。与图书相比，电子音像出版物的主要内容是音视频，恰恰

再次证明：只有扎根基层，心系百姓，坚持不懈地将“走转改”推向深入，我们的新闻报道才能持续焕发新机与活力！

守正创新，与时代同频共振，让新闻节目更出新出彩

新闻节目以传播“权威声音”为主旨，以发挥好“喉舌”功能为己任。面对纷繁复杂的舆论生态，《山西新闻》当前做大做强的方法手段、平台载体、引导能力还存在一些薄弱环节：新闻策划的视野、角度、思维等方面还需转变观念，提升水平；重视主题报道的策划，而对民生热点的引导相对不够；存在“强报道、弱评论”的短板，播出的评论大多是被称为“报纸评论的广播版”；对融合传播的方式、技术及语态的知识与技能掌握不够等。这些都需要下力气解决。

高扬主旋律，以鲜活的新闻报道凝心聚力。

精心办好《沿着总书记的足迹》《思想之光》等主打专栏，深入宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵、核心要义、实践要求及其所蕴含的世界观和方法论，全面反映山西省各地落实习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神的生动实践。

在选题的针对性上下功夫，聚焦谱写中国式现代化山西篇章的生动场景，精心组织主题宣传、形势宣传、政策宣传、成就宣传、典型宣传，为时代放歌、为人民立言。在表达的贴近性上下功夫，将大主题、本土化、小场景、有故事等元素有机融合，持续转变话语体系，策划推出一批体现主流价值、富有时代气息、听众喜爱的重大主题报道与采访活动。

融合传播，形成报道合力。推进传统媒体和新兴媒体优势互补、深度融合、一体发展，定期组织融合传播业务培训与学习，掌握融媒传播语态，巩固壮大主流舆论的传播力、引

与短视频平台呈现的内容高度吻合。可见，依托短视频平台宣介、发行出版物，电子音像出版具有得天独厚的条件。在确保版权的前提下，将电子音像视频文件加密传输，在短视频平台“一站式”完成试映、购买、播放等流程。这样既可以利用平台快速、精准的投送能力，扩大发行范围和提高发行速度，也可以避免以往实物运输中出现的延误、缺损等问题，有力提升了发行效能。此外，自2015年开始，网络知识服务模式出现打赏制、商品化，直接促成了优质内容的商业变现，“为好知识付费”的消费观念逐渐成为青年群体的共识，像20年前为了获取音视频内容而去争相购买音像制品的场景已经很难再现。面对此种变化，多家音像出版社整合资源，通过搭建知识付费平台，向用户群体发布知识付费内容，用户则通过不同渠道实现了对感兴趣内容的消费。此种商业运营模式实现了从销售线下光盘到营销线上数字产品的转变，值得参考借鉴。

重塑音像出版物载体形态。一直以来，磁带、光盘等物理介质都是电子音像出版物的主要载体。近年来，随着数码科技的不断发展，大容量光盘、移动硬盘等数据介质也逐渐成为音像出版物的普遍载体。与图书出版纸介质的稳定性不同，音像出版物的载体受使用条件、技术水平、生产成本、运输损耗等因素的影响很大，优质的内容往往搭载不稳定的载体。可以说，电子音像出版的困局，有相当一部分的成因来自于载体。新媒体技术的进步为出版内容表现形式提供了更多可能，大数据、云计算、人工智能、AR、VR、H5等新技术与出版的深度融合，推动了出版内容呈现形式和产品形态的持续创新。例如，根据不同媒介，可分为电子出版、网络出版、移动出版、场景出版、智能出版等；有的将资源归类整合，分门别类打造数据资料库，以定制服务的形式，线上打包输出数据载体。同时，作为纸质图书的辅助角色，传统的“书配盘”模式为电子音像出版提供了一定的生存空间，但从长远发展看，还是要“反客为主”，例如借助印制二维码等渠道，打通媒介壁垒，变“书配盘”为“书带码”，使图书延伸承载更多音像内容，培养读者跨媒体阅读方式，从而实现融合增值的发展目标。

【作者单位：党建读物出版社】