

观点速览

让更多视障朋友
走进影院享受文化

近日,在浙江绍兴、辽宁营口、云南保山等地的新时代文明实践中心,不少视障朋友在亲友和志愿者的陪伴下,兴致勃勃地走进电影放映室体验电影。

对视障人士来说,“看电影”是一道难以逾越的障碍。中国传媒大学联合多家机构发起“光明影院”行动,为视障者传递画面的光影、人物的情绪,弥补了视障者的视觉缺陷。这种将视觉符号转化为听觉语言,讲述画面信息及其背后所包含的情感与意义的方式,把电影、光明和希望带到了视障人群身边。

根据第七次全国人口普查结果及中国残联公开信息,2024年中国视障人士有1700万人,也就是说,每80个人中大约就有一名视障人士。让视障朋友也能“看电影”,不仅为视障群体搭建了走进光影世界的平台,更吸引爱心人士积极参与,为残疾人和健全人创造一个彼此看见、相知相融的机会,体现了社会的“温度”。

如今,“光明影院”已在全国百家新时代文明实践中心落地推广,上线无障碍影片300部,覆盖注视视力残疾人近450万人。“光明影院”项目让“看电影”这件日常之事化作视障群体触摸世界善意、感知社会关怀的希望之光,成为他们平等融入文化生活的窗口。当然,要让这条“精神盲道”延伸,还需要更多志愿者用心倾听视障人群的需求,持续打磨无障碍观影符号,同时也需顶层设计,将“文化盲道”纳入城市无障碍基建。

(12月8日 华声在线 冯新)

流行语里藏着时代脉动

近日,《咬文嚼字》发布2025年十大流行语。“韧性”“苏超”“活人感”“赛博对账”等热词上榜。这些热词用凝练又生动的表达,标注2025年的“记忆点”,记录下你我与时代共同经历的点点滴滴。

“韧性”位列十大流行语之首,是时代背景下备受关注的议题。从经济、发展等宏大命题,到外贸、制造业、供应链等垂直领域,韧性,是中国经济的内核与底气,也是对抗外部环境急剧变化与不确定性的答案。由环境到个人,韧性更具象化了,成为每个个体对抗生活压力的精神注脚。

“具身智能”“数字游民”“谷子”等成为流行语,勾勒出新质生产力发展下的经济新图景。人工智能从“云端”走向“地面”,人形机器人等技术与现实场景深度交互,智能时代不再是遥远的概念,技术正渗透进生活的每个角落;年轻人摆脱固定办公束缚催生新职业;二次元衍生产品从亚文化走向大众视野……新场景、新业态、新职业、新模式,彰显经济转型的活力与创造力。“赛博对账”更以独特的方式实现跨文化沟通,各国民众在分享生活日常中悄然发现:原来,消弭隔阂与偏见的方法就在交流与对话中。

流行语是时代发展的“晴雨表”,标注社会变迁的轨迹,更是情绪的“共鸣箱”,真切承载着普通人的生活感知与价值诉求。“××基础,××不基础”从穿搭公式演变为生活调侃,“预定××”从食品延伸到对定义生活标准的反思,“活人感”呼唤卸下刻意营造的虚假完美人设,别让算法困住生活……透过这些生动的语言符号,我们也将更好地理解这个时代与社会、理解我们自己。

(12月4日 《河南日报》于晴)

《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》明确提出,要打通体制机制、政策措施、流程管理及人才技术等方面的合作节点,构建现代化融媒体体系。融媒体时代对于新闻报道提出了更高的要求。融媒体时代对新闻报道的质量、传播效率和创新能力提出了更高的要求,新闻爆款短视频的涌现,标志着信息传播方式发生根本性变革。作为媒体竞争力的重要体现,新闻爆款短视频的制作质量直接关乎媒体在融媒体生态中的话语权与影响力。因此,深入探索其制作思路,对于媒体适应行业的发展、提升传播效能具有重要现实意义与行业价值。

新闻爆款短视频的创意技巧

使用热门音乐强化情感共鸣。在短视频制作中,音乐不仅是补充视觉内容的元素,更是情感传达和故事叙述的重要载体。选用热门音乐不仅能增强视频的吸引力,还能借助平台算法优化扩大传播范围。人民日报抖音账号发布的《姑娘,你努力的样子真美!》,以无腿女孩攀爬楼梯的画面,搭配牛奶咖啡组合《明天,你好》,歌词“长大以后我只能奔跑,我多害怕黑暗中跌倒”与视频内容的情感基调高度契合,触动海量观众。封面新闻抖音号《考前三周查出强直性脊柱炎,四川宜宾考生坐着轮椅坚持高考》采用高昂的旋律,营造出一种鼓舞人心的氛围,展现出男孩的乐观和坚韧。这一视频同样获得广泛传播。实践证明,新闻爆款短视频的成功不仅取决于内容的质量和表现手法,还依赖

做好人物报道应把握的十个基本原则

□朱建华

核心阅读

张严平人物报道的鲜明特点是文字质朴平实。新华社原总编辑南振中曾就张严平的一篇报道谈道,事迹本身已很感人,不需要很多“文学色彩”,稿子越朴实越有感染力。张严平的经验是,最好的文字是最朴素、最有味道的文字,永远都不要花里胡哨的东西,永远不要卖弄什么。

深入一线采访

张严平认为,采访是第一位的,采访占80%,写作占20%。她的采访是一种笨功夫,有时采访一整天,最后虽然仅仅得到两句话,也觉得值得。

张严平接到采写陕西省铜川市惠家沟村党支部书记郭秀明的报道任务时,郭秀明已经去世一年多。顺着蜿蜒几十公里的盘山公路,张严平和同事赶到了惠家沟。《山沟沟里的共产党人》播发后,许多人被感动落泪。

张严平跟随时任四川省语委副主任林强到位于凉山彝族自治州布拖县的“麻风村”采访时,整整用了4个小时才到达谷底。张严平和同事在采写“中国航空发动机之父”吴大观的报道时,为搞清楚“航空发动机究竟在哪儿”,他们不断地请教,不懂就问,听人讲理论、下场看设备,花了很长时间。

走进人物内心

张严平直言,要了解一个人的事,不难,但要了解一个人的心,不容易;对于记者,人物报道最重要也是最难的,就是探寻那一个人的那一颗心。

采写四川省木里藏族自治县马班邮路乡邮员王顺友的报道时,张严平与王顺友同走马班邮路,这让她真实地体验到了他的酸甜苦辣,真实地感受了他质朴而高尚的心。王顺友后来流着泪对张严平说:“你写的,我看了。你最明白我心头。”

采写四川省南江县原常委、纪委书记王瑛的报道时,王瑛已离世。谁最了解她?最终找到了一家茶馆的女老板,她是王瑛的闺蜜。经过4个小时的聊天,张严平走进了王瑛的内心。张严平认为,最后能写出闪动着人物灵魂光芒的稿件,就得益于这次采访。

情感炽热浓烈

张严平多次被《时代面孔》中的那些人物感动得流泪。这种情感并非刻意,而是实实在在的真情流露,这是张严平写作的鲜明风格。

陆幼青面对24次的化疗安排,他做了几次后就拒绝了,留下了15万字的《生命的留言——〈死亡日记〉》。张严平和同事采访到了病床上的陆幼青,写出了《永远的向日葵》的报道,向日葵是陆幼青最喜爱的植物,陆幼青追悼会上悬挂的横幅就是这篇稿件的题目“永远的向日葵”。

在报道四川省甘孜藏族自治州公路管理局雀儿山五道班班长陈德华时,张严平说,来到山上,当她亲眼看到这里人们的生活时,她被震撼了,鼻子一阵阵发酸——晚上屋上屋下烧了火,你可以在几分钟之内看着

铁桶里的水是如何结冰,冰又是如何把铁桶破的;早晨起来,连被子上也结着一层冰……泪水一次次涌落,走不出雪山上那双眼睛啊!后来,“走不出雪山上那双眼睛”成了这次报道的标题。

写出人物境界

中国记协主席席何平在推荐《时代面孔》时说,大凡优秀的新闻记者总是能够生动表现那些反映时代精神的典型人物。做好典型报道,关键是要能写出人物的精神和境界,在这方面,张严平树立了榜样。

《山沟沟里的共产党人》正文第一部分写当了11年赤脚医生的郭秀明为何要毛遂自荐当村党支部书记时,用直接引语的方式呈现了他说给妻子的话:“全村那么多穷户,咱一家富了有啥意思……你要是我是怎样让咱惠家沟乡亲们都过上好日子”寥寥数语写出了一个山沟沟里共产党员的精神和境界。

吴大观是一名报国有名的党员专家,《我的“中国心”》不仅抓住了人物特点,多处细节描写也写出了人物的精神和境界。比如,当吴大观清楚自己的日子不多时,便拒绝一切治疗。医院考虑请外院的专家为他会诊,他同样拒绝。这些细节描写,写出了一名科学家的无私奉献、淡泊名利的崇高精神和赤子之心。

精心选择故事

张严平的人物报道里面的故事很多。她说,文章中可能只写了五六十个例子,但采访了不下五六十个例子。张严平的人物报道中的例子,都是经过精心选择的。报道王瑛的《永远的巴山红叶》,稿件第一部分重点讲了王瑛如何顶住压力查办了一件震惊全县的大事。王瑛毫不犹豫,顶住了压力查出了真相。最终,10多名涉案人员全部受到法律的制裁和党纪政纪处分。这个故事写出了王瑛一身正气、执纪为民、敢于碰硬的优秀品格。

《黄土丹心》报道的是西北建筑工程学院69岁的退休讲师焦五一。他创造性地运用“弦线模型”理论使黄土地基的设计方法产生了革命性的飞跃。为了说明这一理论的效果和价值,稿件第一部分重点讲了他是如何让倾斜的烟囱重新“站”直的故事。

角度选择独特

《索玛花儿为什么这样红》《永远的巴山红叶》《赤子花,心中的花》《永远的向日葵》《格桑花依旧会开放》……张严平笔下的人物报道,一大特色是角度的选择很独特,有她个人鲜明的风格。

《写给英雄母亲的信》报道的是河北

省秦皇岛市公安巡警防暴大队大队长田川,他被病魔夺去生命时只有38岁。尽管她从当地有关部门、新闻同行、田川的战友以及他的妻子、姐姐那里,听到了许多田川的英雄事迹,但她觉得还没有找到那份感动。

田川人格的养成受父母的影响很大。他的父亲已去世,张严平便很想见见他的母亲。有人劝她,不必白费那个劲了,老太太因失去儿子悲痛至极,况且她知道的儿子的事迹也不见得比别人多,未必能聊出个啥,但张严平还是想见见这位老妈妈。这次见面,张严平找到了那份感动。最后稿件的标题是《写给英雄母亲的信》。

打破固有套路

张严平的每篇人物报道总能给人带来一些新意。她常常告诫自己,千万不要在自己的脑子里有模式,如果这篇稿件重复上篇稿件,那这篇稿件就毁了,僵化了。

《用爱点燃爱》报道的是傅宝珠帮助广东“麻风村”村民的故事,《赤子花,心中的花》写的是林强发现凉山布拖县“麻风村”并倾注心血帮助他们的故事,这两篇稿件的人物主角虽然都与“麻风村”有关,且报道刊发的时间前后仅相差几个月,但读者在读这两篇稿件时,并不会觉得选题上有雷同、内容上有重复。

张严平后来谈到自己一年两次进“麻风村”采访的经历时说道,广东的采访,让她惊异于曾经的麻风病患者所承受的那令人不忍目睹的身体残疾;四川的采访,让她深感震撼的是极端的封闭、贫穷,以及在这封闭与贫穷之中格外光芒夺目的纯情与善良。正是两次的不同感受和认识,使她最终写出了各有特点的稿件。

文字质朴平实

张严平人物报道的鲜明特点是文字质朴平实。新华社原总编辑南振中曾就张严平的一篇报道谈道,事迹本身已很感人,不需要很多“文学色彩”,稿子越朴实越有感染力。张严平的经验是,最好的文字是最朴素、最有味道的文字,永远都不要花里胡哨的东西,永远不要卖弄什么。

报道云南省保山市原地委书记杨善洲的《一个共产党员的一辈子》,文字质朴平实但十分具有感染力,稿件播发后社会反响强烈,杨善洲成为全体党员干部的旗帜与榜样。杨善洲退休时谢绝了到昆明安家的机会,选择了返回家乡到大亮山植树造林,22年辛勤耕耘,让大亮山重新披上了绿装;82岁时他觉得自己老了,把价值3亿多元的林场经营管理权又无偿交给了国家,还说这是“物归原主”;面对政府10万元奖励,他谢绝了:“我早就说

过,自己办林场是尽义务,不要报酬。”一个共产党员的无私、高尚、纯粹的形象,跃然纸上。

61岁的老汉赵义富是《明天,太阳照常升起——献给汶川灾区的父老乡亲》中的主角之一。地震发生后,赵义富在乡里的安置点住了两天,因惦记家中养的马、牛、羊、猪等家畜,他几乎匍匐在地,手脚并用地爬回了家。望着赵义富,张严平和同事惊异地说不出话来,但老人朴实的话语让一切不言自明:“马喂起来要运输,猪、牛、羊价格好了,年底能卖3万块钱。虽说都毁了,可日子总要过下去!”好的故事,其实只需要用质朴平实的语言表达出来即可,这是张严平人物报道中值得学习的地方。

观察细致入微

张严平人物报道中那些细致入微的观察,是她不凡眼力的体现。每次采访,她都是一切从零开始,投入全部心力,绷紧神经,生怕有价值的内容会悄然失去。

报道新疆龟兹研究院克孜尔尕哈石窟文物护理员热合曼·阿木提的《热合曼的守望》中有这样一段话:“房间一目了然。一个火炉子,一张破木床,两只储水桶,墙角放着一盏满满的油灯,墙上挂着三五个大如锅盖的烤馕,薄薄的被褥上摊着一本已经破旧得没了封皮的《汉语会话》,还有一个小小的、这间房里唯一的家电——半导体收音机。”这种细致观察是值得学习的。

追记青海火电工程公司玉树地震抗震抢险队队员杜金玉时,张严平和同事专门去了他位于青海省海东市营盘湾村的家。堂屋里摆放着一张简陋的沙发,上面铺着洗得干净的沙发巾,屋里还有一台电视、一部电话,顶棚上整整齐齐地糊着一层厚厚的旧报纸……如果记者没有细致入微地观察,是写不出这样的文字的。

现场鲜活生动

张严平人物报道写得好,可读性和感染力强,不仅在于她抓到了很多具有典型性、代表性的故事,还在于她总能用质朴平实的文字写出鲜活生动的现场。

《他用生命留下一片光明》在工友张福禄和杨维祥连夜流泪边流泪边开车带着杜金玉遗体从玉树向西宁返回时,其中写道:“他们走几十里就停下来,摸摸老杜的脉搏,再走几十里,再停下来摸摸,一连摸了三回。”这不仅写出了工友之间的真挚情感,也写出了大家不愿意相信杜金玉离开的情况。

《将军已经出发》报道的是第二炮兵某基地原司令员杨业功。文中专门写了一个小故事表现杨业功的清廉:有一次,一个湖北籍干部被提拔后,揣着一个“红包”来到同为老乡的司令员家表示感谢,他没料到,“红包”刚刚放到桌子上,就被杨业功一把扔到了门外。故事虽小,文字也短,但颇为精彩生动。

总之,人物报道是新闻产品的一种重要表现形式。新闻工作者要不断总结经验,积极探索人物报道的有效途径,转换观念,摒弃“高、大、全”叙事模式,将采写对象的共性与个性辩证统一,使人物报道等传统样式焕发新的生机与活力。

(作者单位:长江日报社)

融媒体时代新闻爆款短视频制作思路研究

□韩胜

于音乐的恰当运用。音乐与视频内容的精准适配,能显著提升故事表现力,激发观众情感共鸣,助力实现传播效益最大化。

元素高潮前置抓取用户注意力。在融媒体时代,用户处于碎片化信息消费场景,注意力分散且易受干扰,这就要求新闻短视频必须在开篇快速抓住观众目光。将最精彩、最震撼、最核心的高潮元素前置,成为爆款短视频的关键制作技巧。人民日报抖音账号在发布的多条点赞量超千万的视频中,均在开篇5秒内呈现核心亮点,既迅速吸引用户关注,又有效激发其持续观看的兴趣。这种策略不仅契合用户浏览习惯,还能在短时间内传递关键信息,大幅提升视频完播率,为后续传播奠定基础。

敏锐捕捉热点提升传播时效性。对热点新闻的预判和快速响应,是打造新闻爆款短视频的重要前提。例如东航MU5735客机坠毁事件引发全国关注。自事故发生后,封面新闻便在官方微博账号迅速开设专题,即时跟进并滚动发布最新动态,系列短视频中,第1集、第11集、第34集点赞量都超百万,整个专题累计播放量达10.6亿。这一案例充分说明,新闻短视频的成功,离不开创作者对社会热点的敏锐洞察力和快速反应能力。短视频形式的便

捷性与内容的即时性高度契合,追踪热点成为获取高流量与广泛关注的关键。新闻从业者需要具备扎实的新闻敏感性,第一时间制定报道方案、跟进热点动态,才能在激烈的媒体竞争中占据主动。

推动融媒体新闻“破圈”传播

发展驱动:技术应用与用户需求双重赋能。短视频新闻的兴起归功于新媒体的全球实践以及移动互联网技术的进步。短视频的特点是播放时长短、内容多元化,且主要在移动端播放,这些特征恰好契合了用户的碎片化阅读需求和快节奏生活方式。在宏观层面,文化政策的持续完善,网络视听监管的不断优化,以及人工智能技术的突破性进展,共同为短视频新闻的发展扫清了障碍、注入了动能。智能终端的快速发展以及人们的移动触网习惯,消费者更青睐于通过短视频新闻获取信息。短视频新闻以其新鲜感和优质内容满足了用户的信息需求,开辟了新闻传播的新形态。目前,青少年和青年观看移动视频的时间显著增加,70%的全球移动数据流量占比,表明短视频新闻具有较广的发展空间。

传播方式:平台融合和产品形态多元创新。新闻爆款短视频的传播方式经历了

PGC(专业生成内容)与UGC(用户生成内容)共存的格局。专业记者保障高质量内容,普通受众借助智能设备参与新闻素材的采集,丰富了短视频新闻内容的供给。短视频新闻的传播还体现出一种现场感的变化。受众在全媒体发展的过程中,其对新闻现场的沉浸感需求与日俱增。短视频新闻在H5技术、无人机、VR技术的支撑下,用全新的模式进行叙事,增强了短视频爆款的传播力。新闻爆款短视频的成功运营依赖于对技术的合理应用和对市场需求的准确把握。通过智能化技术提高制作效率,同时兼顾PGC和UGC的优势,以及通过智能算法精准分发,结合创新的叙事手法和优质的内容制作,共同推动了短视频新闻在融媒体时代的蓬勃发展。

综上所述,融媒体时代的新闻爆款短视频制作,是技术创新、内容创作与高效互动的有机融合。新闻机构需持续深耕内容质量,坚守真实性与专业性底线;不断优化技术应用,提升制作与传播效率;精准贴合用户需求,创新叙事与运营模式,才能打造出更多兼具传播力、引导力、影响力、公信力的爆款作品,推动融媒体新闻在时代浪潮中实现“破圈”传播,更好地履行媒体使命。

(作者单位:临汾广播电视台)