

“长江中游城市群”新闻舆论传播力探究

余艳波 张瑜烨

摘要：新闻舆论传播力是党的新闻舆论工作重中之重。新闻舆论传播力主要指新闻媒体对新闻事件、信息判断所形成的舆论导向的能力。“长江中游城市群”区域发展新闻舆论传播力对长江中游城市群发展起舆论导向作用。长江中游湖北卫视关于“长江中游城市群”区域发展新闻舆论传播力主要通过四个途径实现：创新城市群重要新闻报道跨地域合作，从新闻信息覆盖面扩大舆论传播力；集中开展“长江中游城市群”政策宣传，从议程设置理论提高舆论的传播力；整合长江中游城市群全媒体资源，从传播渠道融合层面加速舆论的传播力；创新“长江中游城市群”新闻报道实践，从“媒体建设者”角色主导舆论传播力。

关键词：“长江中游城市群”；新闻舆论传播力；长江中游卫视；新闻报道

习近平总书记2016年2月19日在党的新闻舆论工作座谈会上指出，党的新闻舆论工作必须“尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”。新闻传播力通常是指“媒体将信息向外扩散的能力。也就是媒体通过对新闻内容及各种传播方式的组合，将新闻向外扩散，导致产生尽可能好的传播效果的能力。它包括传播的信息量、传播速度与精度、信息的覆盖面及影响效果”。新闻舆论传播力内涵则指新闻媒体对新闻事件、信息判断所形成的舆论导向的能力，包括对舆论传播速度、对舆论控制能力和舆论影响力。“长江中游城市群”发展规划是国家批复的首个跨区域城市群规划，长江中游区域卫视传媒对长江中游城市群的新闻报道就是因势而谋、应势而动、顺势而为。长江中游卫视传媒突破了地域限制，频道覆盖率增大，使得城市群之间的新闻信息交流更容易。本文基于“长江中游城市群”湖北卫视新闻报道分析，探究长江中游卫视新闻舆论传播力。

一、创新城市群重要新闻报道跨地域合作，从新闻信息覆盖面扩大舆论传播力

城市群是中国经济区域发展的新动力，带来了信息流动频率的增加以及新闻舆论密集的加大。在经济区域化发展成为国家重要战略背景下，随着新媒体向受众传递新闻信息的频率和覆盖率的大幅提升，传媒跨地区发展已成为传统新闻业占据市场的新选择。

首先，要敢于克服跨地区扩张与地方保护之间的矛盾。按现行传媒体制和运行机制，省级传媒以所处省

级行政区域为主要服务职责，对其他省份的新闻有些忌讳。但传媒要发展，要抢占市场，跨省跨地域发展成为必然。特别是该地区的强势媒体，由于传播内容的优势和传播理念的先进，很快成为另一市场的新进入者，并可能主宰这个市场，抢占广告份额，抢夺受众注意力，掠夺新闻资源，扩张成为强势媒体的常态策略。但体制藩篱会成为该地区传媒的保护壁垒，地方保护主义会有效阻隔强势媒体的入侵，区域内的原居媒体与外来入侵媒体处于一种实力的博弈中，所以跨地区扩张与地方保护之间的矛盾始终伴随体制内传媒的发展。新媒体的迅猛发展可能成为地区传媒跨地区发展的新突破口，新媒体能有效突破体制、技术、政策等的限制，成为破解传媒跨区域发展的直接路径。

其次，要勇于克服跨区域传播与“本土化”之间的矛盾。传媒跨区域发展不仅是产业上的跨区域发展和延伸，也是传媒内容跨区域传播和影响力的拓展。同区传媒由于同一经济环境、同一文化氛围和对文化相似的欣赏理念，对跨地区合作和交流带来了难题。“长江中游城市群”作为区域发展的一条主线，无论对区域内经济发展，还是对区域内传媒发展，都将是区域内核力的集聚，会给新区域带来新的文化趋同和新的传媒市场的新闻信息共享。

最后，要善于克服跨地区发展的整体利益和局部利益的矛盾。跨地区发展合作的基础是双赢，但是随着合作的深入，利益的分配超越了发展的重要性。但作为对“长江中游城市群”有关信息资源的消费，什么是整体利益，什么是局部利益，需要智慧的眼光看待，有利于

“长江中游城市群”区域发展的利益是整体利益，死扣狭隘的地区发展的利益是局部利益。不能因为“武汉共识”在武汉签署，只有湖北的媒体花精力重金打造，湖南、江西和安徽的媒体敷衍或者不闻不问。

对于一些重要的新闻报道，要想扩大新闻传播的范围和影响力，应该创新新闻报道的跨区域合作。因此，以原先行政地域布局的传媒在传媒布局和传播方式上必须打破地域限制，立足新的城市群，让城市与城市之间实现传媒快速联动。所以，研究城市群传媒新的内容布局和传播新方式将有助于城市群区域经济发展。

湖北卫视对“长江中游城市群”的新闻报道，需要湖南、江西和安徽媒体的合力传递，需要央视和人民网等国家级媒体的托举，更需要新媒体高频率地予以转发或者有密度有目的地予以编发。四省政府应该给媒体放宽区域合作空间，鼓励长江中游媒体关注长江中游城市群的建设。政府可以从政治层面促进本地媒体的跨区域发展，以及鼓励外省媒体进入本省媒体市场，在“长江中游城市群”建设方面，积极邀请长江中游媒体听证和报道。公众也需要积极关注“长江中游城市群”区域发展的新闻报道，广泛接受媒体传递的有关“长江中游城市群”的信息，从内心接纳“长江中游城市群”，并产生认同感，最终形成舆论场，有利于推动“长江中游城市群”得到国家的政策支持。媒体在报道“长江中游城市群”区域发展新闻时要积极与四省或全国其他媒体合作，利用各自媒体的特色，着力打造“长江中游城市群”区域发展新闻报道的精品，为“长江中游城市群”区域发展做好舆论推动作用。

二、集中开展“长江中游城市群”政策宣传，从议程设置理论提高舆论的传播力

(一)“长江中游城市群”构建过程与政策议程、媒介议程和公众议程

“议程设置理论包含媒介议程设置、公众议程设置和政府(政策)议程设置。三者之间存在相互作用。媒介议程与公众议程的相关性是传媒宣传政策和引导舆论的前提与基础。媒介议程设置的功能建立在公众与自身经验以外事物无法直接体验的基础上。”“长江中游城市群”构建过程中议程设置的功能有其独特的影响方式。

当潜在的政策议程影响媒介议程后，通过媒介的传播功能，影响公众议程，产生社会舆论，与此同时也会影响显在政策议程。“长江中游城市群”的概念是潜在的政策议程，只是四省政府间的区域合作，社会认知度不高。湖北卫视传媒将其变为媒介议程，通过媒介传播，“长江中游城市群”逐渐影响公众议程，形成社会舆论，也帮助“长江中游城市群”显在政策议程的设置和提出。

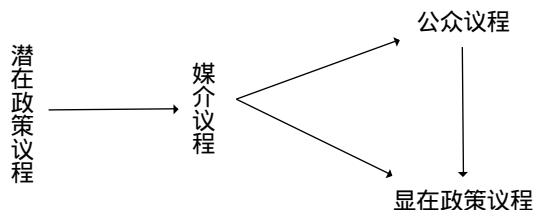


图. “长江中游城市群”议程设置构建过程示意图

1. “长江中游城市群”构建过程中政策议程对媒介议程的影响

对于党和政府的决议做及时报道是媒体的职责。

“长江中游城市群”是国务院对于区域经济发展的新规划，传媒要紧抓这一时代趋势。“长江中游城市群”目前作为中部四省政府的政治议程，在极大程度上影响着四省媒介议程。湖北卫视传媒对有关“长江中游城市群”建设的政策、热点事件、政府领导人讲话等做出相关报道。特别指出的是在《武汉宣言》期间，湖北卫视的《湖北新闻》节目作为省委、省政府的重要喉舌和舆论阵地对“长江中游城市群”开辟专题，连续多日深入探讨共建中三角、打造增长极问题。

2. “长江中游城市群”构建过程中媒介议程对政策议程的影响

湖北电视传媒要为“长江中游城市群”的构建营造良好的舆论环境，引领四省政府在政治层面的沟通合作，促使国务院对“长江中游城市群”建设给予政策扶持。

传统意义上主要是政策议程影响媒介议程，但是，在“长江中游城市群”的建设过程中，媒介议程也需影响政策议程。中三角的建设还只是停留在地方政府间的合作，而不是像长江三角洲城市群一样得到国家层面相关政策的大力扶持，所以，需要经过媒介的导向性宣传报道来影响国家政策议程。经过湖北卫视传媒的初步努力，从2011年开始掀起呼吁建设“长江中游城市群”的舆论浪潮，党中央及相关领导人也在此过程中接受了“长江中游城市群”的概念并对“长江中游城市群”建设做出相关指导意见，同时，在中国区域发展规划进程中逐步将“长江中游城市群”纳入总体规划。

3. “长江中游城市群”构建过程中媒介议程对公众议程的影响

在经济影响方面，媒体应该着力报道“长江中游城市群”相关省份的经济状况和发展机遇，引导四省在宏观经济层面进行合作。同时也要关注微观经济层面，如中小型企业之间以及个人层面之间的经济合作往来，形成经济上的公众议程。

在文化影响方面，媒体是文化的载体，整合长江中游文化，让老百姓产生“长江中游城市群”文化上的认同感。中国文化需求处于中长期繁荣的拐点。政策体制

改革持续引导需求,监管主体的合并将推动业内公司实现跨区域和跨媒体的全媒体运营;科技与文化的结合创造需求,互联网电视进入爆发期;新城镇化推进市民化进一步释放需求。

在教育方面,要鼓励高等学校进行多种形式的交流与合作。文化的交流和教育的合作有助于打破地域限制,让四省做到真正的融合和互助,形成文化上的公众议程。

在社会影响方面,媒体鼓励四省劳动力留在长江中游地区。由于长江中游城市群的建设需要大量的人力、物力,四省劳动力不需要跑到遥远的珠江三角洲或长江三角洲打工,留在长江中游地区就有就业机会。媒体的宣传有利于影响劳动力的流动,形成社会生活上的公众议程。

(二)正确评估政策宣传效果,及时解释政策,把握议程设置最佳时间

公众的兴趣、接受水平、接受引导的需求以及人际交流的状况等公众议程在某种程度上严重影响着媒介议程。反过来,媒介议程通过议程设置也会影响公众议程。湖北卫视通过媒介议程的设置,对“长江中游城市群”区域发展的有关新闻报道大部分安排在黄金时间晚上6:30的《湖北新闻联播》节目里,但这个媒介议程不一定能影响到公众议程。所以,特别是牵涉到“政策”这类议题的时候,要准确评估政策宣传的效果,不能过分夸大媒介议程的传播效果。

对议程设置最重要的时机把握也是评估政策宣传效果的关键。“长江中游城市群”区域发展有关政策的出台与区域内公众的切身利益是相关的,区域内公众对此事有较强的关注度,舆论密集度高,舆论点分散,这时,特别需要权威性的主流媒体及时提供关于政策的解释,甚至是议程设置,加强新闻舆论的引导和主导。另外,“长江中游城市群”区域发展是一个较长的过程,公众对这个政策的接受有一个相应的过程,是一个观念的注意、记忆、理解、态度和行为的漫长过程,所以,对于“长江中游城市群”区域发展的观念引导需要同类信息传播的不断重复、积累和反复的议程设置。

三、整合“长江中游城市群”全媒体资源,从传播渠道融合层面加速舆论的传播力

“长江中游城市群”相关信息内容需要通过多渠道传播,渠道畅通,内容才能得到有效传播。台网融合的传播渠道融合,就是实现电视台和新媒体平台联动传播,构建立体交互的传播模式。长江中游卫视传媒,在针对“长江中游城市群”发展新闻报道时,主要通过整合“长江中游城市群”全媒体资源,从传播渠道融合层面加速舆论的传播力。

一是将有关“长江中游城市群”建设发展的分散的新闻内容整合集纳,从实时单向传播到随时互动的融合传播,加速“长江中游城市群”的舆论宣传力。湖北卫视的《长江文化潮》专栏节目内容主要围绕文化强省建设,既报道湖北文化建设中对全国有着推广价值的文化活动,也介绍湖南、江西、安徽等兄弟省份对湖北有着借鉴意义的文化现象,为“长江中游城市群”建设发展产生一定的宣传声势。湖北卫视传媒结合湖北网络广播电视台,重新整合集纳有关“长江中游城市群”建设发展的分散新闻内容,在报道规模和报道合力上重点展示“长江中游城市群”建设发展突出成就,运用多媒体渠道,延伸电视节目收视价值,提升传播效果。

二是针对不同终端定制不同内容,为“长江中游城市群”区域发展带来内容上的传播影响力。在报道“长江中游城市群”区域发展关键节点期间,重点打造手机电视、IPTV、移动电视等不同终端的内容需求。湖北卫视结合武汉市政府在把“长江中游城市群”作为国家级发展区打造的关键时期,将有关“长江中游城市群”的新闻资讯依托手机新闻资讯类视频,有针对性地发给手机用户。IPTV则延伸了传统电视的功能,使电视不再只是一个播放电视信号的媒介,而是一个能够满足受众多种需求的平台,用户可以通过IPTV搜索新闻、网上购物,通过电视开展远程聊天,或者将电视变成游戏的主场。IPTV的内容具有更多的增值性,所以,利用IPTV开发“长江中游城市群”的新闻资讯,是未来政策类资讯扩大影响力的新路径。湖北三网的融合,为“长江中游城市群”区域发展带来了内容上的传播影响力。

四、创新“长江中游城市群”新闻报道实践,从“媒体建设者”角色主导舆论传播力

在报道“长江中游城市群”方面,主流媒体要树立问题意识,站在时代的高度提升媒体新闻报道的影响力,“从媒体建设者”角色主导舆论传播力。

在“长江中游城市群”区域发展新闻报道方面,主流媒体要以“服务社会”的心态提升媒体报道内容影响力。“长江中游城市群”中的单个城市有自己的个性差异,政府政策会改变其产业结构,新的产业布局会影响到城市之间的人口流动和人口结构,又会驱动人们消费行为的改变和对新闻信息新需求,以及对新区域的文化重新认同。所以,传媒企业不仅需要去思考城市群视域下传媒传播营销渠道的布局,也需要去思考城市群区域传媒市场信息传播营销整合策略,而不仅是单个城市的传媒营销策略。从服务“长江中游城市群”区域发展视野去主导舆论传播力。

“长江中游城市群”区域内主流媒体要坚持团结合

涉毒题材电视节目传播效果与对策

任立 商世伟

摘要：禁毒电视节目有其特性。要取得远离和禁绝毒品、打击和震慑毒品犯罪的宣传效果，就要从表现烈度、整体编排等方面综合考量。本文以中央电视台社会与法频道2015年上半年涉毒题材节目制播情况为样本，从传播效果角度探讨涉毒题材节目，以期为此类节目的制作提供参考。

关键词：电视法治节目；涉毒题材；收视情况；烈度

毒品犯罪不仅给涉毒人员个体和家庭带来极大伤害，其引发的各类案件也严重危害社会和谐稳定。开展禁毒宣传，警示人们远离毒品是电视法治节目承担的一项重要社会责任。涉毒题材是法制节目中的重要内容，其制作手段、宣传效益与主流舆论导向的实现程度息息相关。

一、涉毒题材节目特性与收视表现

1. 涉毒题材节目的特性

涉毒题材节目涵盖心理、道德、民生、社会等多个领域，采用主题式、集中式宣传方式较多，因此，涉毒题材适合多种制作者（栏目）的定位却又不易深入而专业；观众广泛但集中度和忠诚度弱。

涉毒题材的非单一性，易使制作者局限于自身定位和诉求，在取得传播效益最大化方面缺乏参照，在节目内容取舍、播放时机把握上缺乏“营销”设计，造成了涉毒题材节目收视成绩不突出。一般认为的涉毒题材刑事案件、名人事件等“理应”有较好收视效益的节目，

在实际传播中未必会取得预期的效果。这提示我们，制作者要把握住适合自身表现的内容，把握好表现的“度”，将节目内容与表现与预期效果进行贯通的精细化设计，使节目落点更加精准，做到有的放矢，扩大效益。

2. 涉毒题材节目的收视表现

中央电视台社会与法频道不仅在日常节目中安排涉毒题材报道，还在“6·26国际禁毒日”推出特别编排，集中开展禁毒宣传，专题、新闻、栏目剧等类节目中均有涉毒题材节目播出，其收视表现具有较强代表性。

2015年1~6月社会与法频道涉毒题材内容收视表现如表1。

2015年上半年，央视社会与法频道各栏目共播出涉毒题材节目77期，其中，《平安365》《夕阳红》《一线》《天网》《忏悔录》《道德观察》《夜线》等7个栏目的收视率低于栏目平均收视率，《热线12》《法律讲堂（生活版）》《庭审现场》《普法栏目剧》《心理访谈》等5个栏目的涉毒题材节目收视率高于栏目平均

[接上页]

作，稳定鼓劲，以正面宣传为主，牢牢把握有利于“长江中游城市群”区域发展的正确舆论导向，为“长江中游城市群”区域经济持续健康发展和社会和谐稳定营造良好舆论环境。要加强宣传中央关于“长江经济带”和“长江中游城市群”区域发展的意义，进一步坚定人们对区域发展前景的信心。在宣传过程中，既要敢于发现问题，也要善于建设问题，及时准确传播“长江中游城市群”区域发展的新闻信息，从“媒体建设者”角色主导舆论传播力。■

注释：

习近平：《坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论

传播力引导力》，新华社http://news.xinhuanet.com/2016-02/19/c_1118102868.htm

汪平：《大数据时代新闻传播力重构》，《今传媒》2014年第9期。

[美]沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德著，郭镇之译，第245页，《传播理论——起源、方法与应用》，华夏出版社2000年版。

（作者分别为：湖北大学新闻传播学院广告系主任、湖北大学新闻传播学院新闻系主任。本文系武汉市社会科学基金项目“长江中游城市群区域发展新闻报道对武汉市城市发展作用”的阶段性成果，项目编号：15036）

（责任编辑：李宝萍）