

# 中国生态故事中的全媒体传播体系研究

苏蕾, 郭文苑

(长安大学人文学院, 陕西 西安 710064)

**摘要:**为发挥全媒体传播体系建设优势,创新中国故事讲述方式,传递中国人与自然和谐共生的生态理念,选取云南象北迁这一现象级、标志性的生态故事传播案例,采集中外媒体新闻语篇,运用内容分析、话语分析的研究方法,对全媒体传播体系的内涵和传播规律进行研究。研究认为,全媒体传播体系包含全程、全息、全员、全效媒体观,云南象北迁案例正是发挥了全媒体传播体系的优势,成功实现向世界传播中国人与自然和谐共生的生态形象,成为应用和阐释全媒体传播体系的典型案例。全媒体传播体系在讲好中国故事方面具有积极的指导意义和优势,是以直播态、全方位的形式建构传播形象,通过数据话语权打造和多模态传播深化优化媒介记忆,发挥传统媒体、各级政务媒体、自媒体和公众的媒介内容建构能力,在对内对外、网上网下构建效能更高的新型传播体系。

**关键词:**全媒体传播体系;主流舆论;中国生态故事;云南象北迁

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2023)03-0076-16

## Research on the all-media communication system in China's ecological stories

SU Lei, GUO Wenyuan

(School of Humanities, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

**Abstract:** In order to give full play to the advantages of the construction of the all-media communication system, innovate the way of telling Chinese stories, and convey the

收稿日期:2023-03-03

基金项目:中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(300102113602)

作者简介:苏蕾(1979-),女,陕西宝鸡人,副教授,文学博士。

ecological concept of harmonious coexistence between Chinese people and the nature, this paper selects the phenomenal and symbolic case of the northward migration of Yunnan elephants as the dissemination case of eco-story to research the connotation and dissemination law of the all-media communication system, based on the collected Chinese and foreign media news discourse and the research methods of content analysis and discourse analysis. The research shows that the all-media communication system includes the whole process, holographic, all-staff, and full-effect media views. The case of the northward migration of Yunnan elephants successfully spreads to the world the ecological image of Chinese people living in harmony with nature, which is precisely the advantage of the all-media communication system, becoming a typical case of application and interpretation of the all-media communication system. The all-media communication system has positive guiding significance and advantages in telling Chinese stories well. It constructs a communication image in a live broadcast and all-round way, deepens and optimizes media memory through the creation of data discourse power and multi-modal communication, and leverages the ability to construct media content in traditional media, government media at all levels, self-media and the public, and builds a new type of communication system with higher efficiency internally and externally, online and offline.

**Key words:** all-media communication system; mainstream public opinion; Chinese ecological story; Yunnan elephant moving north

党的二十大报告指出:“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局。”<sup>[1]</sup>全媒体传播体系建设的提出可追溯到2018年,习近平总书记在致人民日报创刊70周年的贺信提出了“构建全媒体传播格局”<sup>[2]</sup>。2019年中共中央政治局第十二次集体学习时,习近平总书记扩充了全媒体传播体系的内涵:“形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系”<sup>[3]</sup>。从“格局”到“体系”,从“构建”到“加强”,习近平总书记重要讲话中这些词语使用的变化,显示出全媒体传播体系是新时代党的新闻舆论工作的目标和方向。

所谓“全媒体”,是基于现代媒介技术革命,融合图片、文字、视频、音频等多种表现形式,借助新的互联网技术手段及多种媒介类型来实现内容的立体式、全方位、全时空传播的新型媒介形态。在这种新的信息生产与传播形态下,不仅传播关系发生分众化和差异化改变,而且加快了传播速度,优化了传播效果。“传播体系建设是国家治理体系和治理能力现代化的内在要求,也是实现传统媒体转型升级的重要契机。”<sup>[4]</sup>全媒体传播体系是在国家顶层设计和媒体不断发展下建成的,表现在“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”4个方面。从更深入来看,它是在

信息无处不在、无所不及、无人不用的新形势下,各级各类型媒体在新闻、政务、服务、商务的运营层面,在资源整合和机制对接的管理层面,在对内对外、网上网下的内容建设层面,形成的功能更全、效能更高的新型传播体系。

全媒体传播体系建设是党中央新闻舆论工作在新发展阶段的重大决策部署,具有服务国家战略、完善主流媒体业态布局、实现新的媒体功能布局等重要内涵,是党关于新闻宣传工作的重要理论创新。构建全媒体传播体系,巩固新时代主流传播阵地、提升主流舆论凝聚力和引导力、强化主流舆论阵地建设,顺应了媒体工作发展演进的必然趋势,是媒体发展的应有之义和必由之路。

党的二十大更加凸显了全媒体传播体系建设的重要性和必要性,把全媒体传播体系建设深深地嵌入到党的二十大报告所擘画的“全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴”的蓝图中,为目标达成提供强大精神力量和舆论支持。同时,党的二十大报告也为全媒体传播体系建设确立了实践的具体领域和明确目标,即在意识形态和新闻舆论领域建设具有强大凝聚力、引领力的社会主义意识形态,塑造主流舆论新格局。党的二十大报告还将全媒体传播体系与中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系定位为塑造主流舆论新格局的4种力量。

总之,全媒体传播体系建设的核心目标是把握党对意识形态的领导权,塑造主流舆论新格局,弘扬主流价值观。在这一思想引

领下,2021年发生的云南象北迁报道,把中国生态价值传递到受众心中,为“塑造主流舆论新格局”贡献了显著力量,是全媒体传播体系建设的生动实践,成为现象级的中国生态故事传播案例,并列入中国对外传播优秀案例当中。习近平总书记在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上也对此给予高度肯定:“云南大象的北上及返回之旅,让我们看到了中国保护野生动物的成果。”<sup>[5]</sup>因此,本文将从全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体4个维度对这一传播案例进行研究,探究在中国故事的传播中,如何充分发挥全媒体传播体系优势?如何传递社会主义新闻理念和技术?以及如何创新性地讲好中国生态故事?

## 一、全程媒体:展现负责任 大国担当

全程媒体是根据新闻制作和传播过程发生深度改变而提出的新闻思想。随着新技术对新闻媒体采编流程的重构,一人一机、即采即传、即审即发的新采编流程实现了新闻事件的全过程、立体式、直播态报道。同时,全程媒体强调新闻报道提高沟通、协商力,使参与新闻事件的主体和受众之间及时互动,受众需求能够在新闻报道中得到反馈。全程媒体从时空维度为全媒体传播奠定了发展方向。根据第51次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年12月,中国网民规模为10.67亿,互联网普及率达75.6%,网民人均每周上网时长为26.7个小时,网民使

用手机上网的比例达99.8%<sup>[6]</sup>。人们随时随地可以接触信息,过去是人找信息,现在是信息找人。因此全程媒体应竭尽所能、及时全面地介入报道。

### (一) 直播态展示中国可爱生态形象

传统媒体受限于技术和思维,只能进行“片断式”报道。全程媒体下,中国各级媒体突破传统报道思维,利用融媒体优势,延展了传统媒体的效能。在云南象北迁案例中,创新使用直播态报道,全过程、全方位地完成了媒介内容生产,不仅报道了象群北迁回归的全过程,还充分展示出中国四级媒体作为有机整体协同报道的优势,成功实践“联动式”传播。

云南象群北上南归历时124天,行程1400多公里。中国各级媒体通力合作,对云南象活动关键节点进行直播态报道,即时反馈云南象迁移的时间点和象群的动态。例如,有群众率先发现云南象2021年4月16日22时许进入元江县因远镇安定社区,并拍摄视频。紧接着4月17日《新京报》即采用这段视频,并在微博“有料”账号发布相关报道,4月18日新华社云南频道也发表了《野象首次“造访”云南元江》,后被云南省昆明市宜良县政府官方微博“宜良之窗”转发。这就形成了群众拍摄—主流媒体的迅速介入—县级融媒体中心转发的传播链条。到达元江县后,大象开始北上,中国各级媒体顺势开展了连续报道。例如,新华社报道《一路逛吃,接近昆明!野象“旅行团”到底要去哪?》中写道,象群从“老家”西双版纳一路北

上峨山县,迁徙近500公里,几乎跨越了半个云南省。云南网在“亚洲象群迁徙追踪”专题中报道:7月1日17时至7月2日17时,象群总体向东南方向移动5.91公里,从峨山县塔甸镇进入化念镇。峨山县融媒体中心在《这就是峨山,“象”往的地方》提到:6月17日晚,15头北迁亚洲象从易门进入峨山县活动。这些都体现出象群北迁回归之旅的直播态报道。

### (二) 全方位展示中国政府形象

全程媒体不仅指媒体通过直播态报道完整“刻画”象群迁徙时间线,满足受众对迁徙动态的全程掌握需求,更深层次的内涵在于,媒体不局限于做信息的搬运工、流量的追逐者,而是继续发挥传统主流媒体在媒体公共属性坚守上的优势,在社交媒体时期,仍然能够从社会的长远利益出发,将公共性导向的社会实践纳入媒体报道议程,展现社会综合的、宏观的、全面的实践关系。政府以公共利益为服务目标,在公共领域实施行为有序的层级严密的系统,各部门各有分工、各司其职,最能展现一个社会健康有序与否。因此全程媒体下,媒体应将政府行为纳入议程设置中,向受众全程展示政府参与的活动,提升新闻报道的完整性和纵深感。

在云南象北迁新闻中,中国媒体对于各级政府参与这一生态事件的治理情况进行了详尽的报道,全程报道政府预警、监控、跟进、引导、治理、维护与协商整个事件的行为过程,并在无形中塑造了“负责任”“重服务”“专业性强”的政府形象。据《中国日报》消息,大象从西双版纳到峨山的最初迁

徙中,森林警察、消防人员和公安人员开始使用无人机和摄像机进行监控,并向当地居民发出避免受伤的警报。当大象进入密林深处时,政府调用红外无人机对他们进行监控,监控成员24小时轮班监视象群<sup>[7]</sup>。根据《人民日报》回顾,在整个象群迁徙过程中,政府实施的行为包括:全程监控、发出警报、调动人力物力、投喂食物、引导象群、为重点区域建立围栏、疏散群众、经济补偿、栖息地建设和维护等等。新闻媒体的报道展现了中国政府的整体素质、综合能力和施政业绩,展现了中国政府应对生态事件“负责任”和“重服务”的形象,使政府的公信力、美誉度大大提升。在报道过程中,新闻媒体还注意从微观个人视角展现政府的亲和力和工作的细致程度,透视出政府的“专业性”,如《人民日报》还对监测象群“北上南归”的巡护员董瑞的故事进行了报道<sup>[8]</sup>。政府的工作做到了让村民明白:大象的粪便不仅是很多野生动物的食物,也利于植物种子的传播;而象道还有利于动物扩散。这样的新闻报道,让读者明白生态文明观念的养成和生态多样性的实现,都是政府通过努力达成的。良好的政府形象是社会重要的资源,它能够提升社会的凝聚力、维护社会稳定、构建和谐社会。如果媒体没有全面地展示政府的工作,公众对社会运行的整体认知和评价很可能是不充分的,这在一定程度上会影响政府与公众的沟通,但此次报道中的媒体做了很好的示范,把政府行为纳入报道全程,帮助公众更全面地了解政府,成功拉近公众与政府的距离。

云南象北迁报道最大的魅力在于,传统主流媒体将政府的具体行动告诉群众,在展现媒体担当的同时,深刻反映出政府的透明度与公信力。媒体作为政府和公众之间的“纽带”,将二者紧紧地联系在一起。全媒体时代,万物皆媒,全程媒体不应仅仅发挥传递信息的功能,更应该突显舆论引导的价值引领作用,在社会公共事件中,媒体应把政府的具体行为纳入报道过程,帮助公众充分认识和了解政府,使受众在接受信息的同时,不自觉地接受主流意识形态,达到“润物细无声”的效果。所以,主流媒体应“走在前列”,保持“全程在线”,坚持公共性导向,成为社会价值的重要宣导者,从而建设新时代强有力的主流媒体。

### (三)建构人与自然和谐共生的国家共同体形象

全程媒体更宏观的维度就是展示国家作为共同体的形象。费尔克拉夫将任何用话语构成的“事件”采取知识结构、思维过程和表现形式3个维度进行分析,这也为理解全程媒体提供了有益的启示,即一个事件的报道既要有对基本事实的描述,也要展现社会实践是如何展开的,还要揭示导致这一切发生的更基础的原因。在云南象群迁徙事件中,最宏观的文本建构来自对国家践行共同体观念的话语建构。因此,全程媒体已经跳出了文本实践,跳出了社会实践,上升到国家的层次。云南象北迁成为展示中国人与自然和谐共生,生态文明取得重大成果的一个窗口事件,新闻媒体从“展示生态文明成果”和“解决人象冲突”两个维度成功

建构出中国人与自然和谐共生的国家共同体形象。

第一,新闻媒体展示了国家生态文明的成果。根据《中国日报》报道:亚洲象的数量已从20世纪70年代的170头左右增加到300多头。云南省已建立11个自然保护区,总面积约51万公顷,云南野生亚洲象居住的县从2017年的7个增加到8个。还有,7500公顷的土地也被改造成动物的新栖息地。自2008年以来,西双版纳为亚洲象提供了一个“食堂”,为它们提供竹子、玉米、芭蕉和甘蔗,2017年,这个试点项目扩大到原来的两倍。这说明中国在保护野生动物、保护生物多样性、爱护自然环境上多措并举、成效显著,体现出中国始终坚持“保护优先”的发展理念,多方位解读了中国的国家生态观,顺势建构出国家共同体形象<sup>[7]</sup>。

第二,新闻媒体展示了中国面对人象冲突难题时以人民利益为重,保障人民生命财产安全的责任观。据《新京报》报道:野象群在元江县、石屏县共‘肇事’412起,直接破坏农作物达842亩,初步估计直接经济损失近680万元。面对人象冲突问题,各级政府从提高监控象群能力出发,配置迅速识别大象的红外预警相机,建立下沉到村级的预警信息群,汇集各村镇警报信息的亚洲象监测预警平台,能够展示象群活动情况和方位的预警APP。此外,还以村镇为单位建立防象工程,设立防象围栏,安装太阳能防象灯,主动搬离安全受到威胁的村寨。在这样的防范措施下,人民群众的生命和财产安全得到了有效保障,安全感获得了极大提升,有村民表

示:“过去我们见到大象都远远地躲开。如今有时大象来到围栏外,我会抱着小儿子远远地看野象。”<sup>[9]</sup>不仅如此,云南省政府进一步通过为居民投保、政府支付保险费的惠民政策,保护受到野生动物袭击的村民<sup>[7]</sup>。由于人象冲突问题处理得当,村民们甚至可以借助带来的旅游资源实现创收,将人象矛盾真正转化为人象和谐。正是这些具体的举措,让民众安全和社会财产得到最大程度保护,所以民众可以更为理性和冷静地看待大象的破坏行为。从某种程度上,国家主动解决人象冲突,积极保障人民利益的行动为民众增添了底气,开拓出“人象一体”“政民一家”的和谐局面,有利于传递国家共同体的宏观价值。

“中国文化的贵生传统既讲究保护珍稀动物,又重视人民生命财产安全”<sup>[10]</sup>,这是国家共同遵循的传统观念。在云南象北迁报道中,新闻媒体站位于宏观实践,积极报道国家保护野生动物、保障人民利益的细节和具体事例,透视出“中国之治”的大国气魄,促使新闻媒体最大化和最优化地实现“共同体”观念,进而为建构人与自然和谐共生的国家生态形象留下浓墨重彩的一笔。

## 二、全息媒体:新技术助力 国家形象传播

全息媒体从媒介技术跃迁的角度出发,在传统媒体报道形式的基础上,利用AR、H5、音视频等多元化的媒介报道形式,使信息达到各类型信息接收终端,实现信息的立

体化多元化传播。

### (一) 基础设施打造数据话语权

传统媒介话语权的建立,很大程度上是借助“语言框架”来实现,而如今话语权的建构是通过可视化的“视觉框架”,这种转变衍生出一种新的媒介权力形态,即数据话语权。数据话语权是指媒体策略性地使用“数据”来使自身话语表达合法化<sup>[11]</sup>,但此“数据”并不仅限于也不等同于数字,还包括地图、图谱、动画、视频、图像等多种视觉形式。全媒体时代下,数据话语权是国际话语权新一轮争夺的对象,所以获取数据话语权也成为全球媒体实践的目标。

约翰霍普金斯大学凭借全球新冠肺炎疫情实时数据产品“疫情地图”奠定了疫情数据话语权<sup>[12]</sup>。数据话语权的打造离不开基础设施的建设,基础设施作为新闻报道的物质力量深刻地影响着媒体的生产和传播方式<sup>[13]</sup>。云南象北迁新闻采用先进的基础设施——高新技术,顺利建构了中国媒体数据话语权。在报道中,媒体注重采集以高科技技术为支撑的新闻事实和信息,以位置思维、地图呈现抓住云南象活动轨迹的同时,大量使用了无人机进行报道,这种消息获取的方法拓展了新闻报道面,使得大象的身形叫声都很清晰,展现了中国科技力量的先进性。

新华网在野象刚刚迁徙时,就利用无人机拍摄了象群在云南省玉溪市峨山县境内的图像。无人机拍摄的图像展示了“野象集体卧眠”“母象河里救小象”“小象打架”等无数个画面,新华社评价说:“构成了一部大片,

让人们在追剧中对野生动物生息繁衍有了全新的体验。”<sup>[14]</sup>“大片”感、“追剧”感正是无人机介入新闻生产带来的体验。即便从新闻最原始的功能信息提供方面看,无人机新闻大大提高了大象迁徙动态信息的准确度和完整度,也影响着新闻事件的转向和发展。有报道记录:“在象群的周遭,十几架无人机、一百多辆大型车辆与几百人的队伍,汇成一道沉默的防线,用润物细无声的柔性方式,悄然改变着北上野象的迁移方向。”<sup>[15]</sup>有时雨水很大,无人机无法工作。在这种情况下,装有红外观察设备的监测器必须穿越崎岖的山区,继续跟踪大象。

正是先进科技这一强劲基础设施的加持,云南象北迁报道的数据话语权得以成型和壮大,比仅提供资讯信息的报道更具传播优势和影响力。掌握了数据话语权,中国的本土新闻在整个国际舞台上的声音将会扩大,增加了被国际受众看到的可能性。虽然话语权是深层次的传播影响力,其构建过程长期且缓慢,但是此次数据话语权的打造为中国的国际话语权打开了一个窗口,所以在全媒体时代,加强对基础设施的投入也必不可少。

### (二) 多模态传播深化优化媒介记忆

从媒介补偿性的角度出发,新媒介的出现是补偿旧媒介的某些信息功能不足,新闻媒体的报道方式会不断进行创新性改变。这也是党的二十大报告提出“加强传播手段和话语方式创新”的动因所在。传统报道方式以图文为主,全媒体时代则趋向于多模态。

所谓多模态是指多种感官的融合形式,综合运用声音、视频、动画、图表和色彩等模态符号对陈述对象进行意义建构,能更好地呈现陈述对象的整体意义,使文本更直观形象、生动立体。云南象北迁新闻呈现出鲜明的多模态传播特征,借助图文相配、声画互映、夜间热成像、白天无人机等多模态化的报道方式共同构建话语意义,是中国媒体报道方式多样化的一次集中展示。中国三大对外传统媒体——《中国日报》、中国国际广播、中国国际电视台采用图文相配,附之以视频、音频、超链接的报道方式,体现出国家级媒体端正严肃又不失活泼的报道风格,外国受众通过点击链接可以看到大象深入林间、卷食草木、塘边喝水的画面,直观形象、令人动容。《四川观察》《红星新闻》制作的短视频则主要面向国内受众,“大象开水龙头喝水后忘关掉”“航拍视野里小象躺在妈妈怀里睡觉”“小象跌落水潭大象奋力救助”“夕阳下象群集体洗澡嬉戏”“十几辆消防车鸣笛劝返大象”“万里江山图里象群缓缓通过大桥”,这些温馨美好的画面将“可爱”中国的生态形象诠释得淋漓尽致。

云南象北迁报道关系到中国的生态形象,承载着丰富的生态内涵。新闻媒体通过多模态的传播形式,展示大象北迁活动过程,将社会成员的记忆重新激活,极大地提升了云南象北迁新闻的接受体验,拓展了受众的记忆空间和可记忆的内容,成为建构人们记忆的重要方式。这当然受益于动物议题本身有直达人类情感的“超能力”,更多地来自于媒介选择将这一能够反映中国生

态文明进步,政和人通、吉象身动的新闻事件用多模态的报道方式集中、全面、系统地报道出来。媒介的选择就是媒介记忆的开端,而多模态的报道方式是深化、优化媒介记忆的力量。《中国日报》从大象迁徙的最初400多公里就开始了报道,历时一年半,完整记录了大象北迁回归的全过程,展现了人象互动的艰辛与浪漫,将一个熔铸了爱与生命尊严的故事刻画进中国对外传播的历程,收获了无数外国受众的称赞。云南省石屏县融媒体中心《魅力石屏》抖音账号制作了“断鼻家族”的旅行日记,收获了3000多万播放量,以最接近象群的角度贡献了“泥巴糊脸”“上街干饭”“萌象滑倒”等有趣画面,引发评论区“到石屏吃杨梅”“到通海吃蔬菜”“到抚仙湖洗澡”“到楚雄过火把节”的亲切邀请,无数网友早起第一件事情就是看象群走到哪里,象群的一举一动印入网友的脑海,带来了视听上的冲击力和震撼力。由此发现,媒体活用多模态传播方式弥补了静态文本在观感上的不足,激发受众的共情意识,拓宽受众的想象空间,将云南象北迁的全过程诉诸感官体验并投射进受众认知,实现与受众之间的“共同意义空间”,使大象的形象根植于观者内心,从而深化和优化媒介记忆,并与“生态中国”的社会集体记忆相勾连。

媒介记忆依赖图像、视频等各种形式来深化或重温,所以建构媒介记忆需要借助多模态符号。在当前全媒体时代语境下,被技术赋能的多模态传播正不断重塑或维持强化人们的媒介记忆,在受众心中



镌刻媒介记忆纹理,形塑新的记忆景观。因此未来可以继续延用多模态传播,综合立体地打造真实鲜活、有情怀、且契合大众精神共鸣的新闻,增强集体认同,不断深化和优化媒介记忆。

### 三、全员媒体:多主体报道人与自然和谐共生的图景

展示真实、立体、全面的中国,需要发挥主流媒体、自媒体,发挥专业媒体和业余公众等多元化的媒介力量。全员媒体思想是分布式、去中心化的,突破了以往主要由传统媒体统摄的“你写我看”的单一传播模式。更为多元、更为多样的传播模式得以可能,表达空间日趋扩大,极大地扩展了内容面,形成一种新闻生产的社会化协作方式。

#### (一)传统媒体:融合报道占据主流

融合报道本质上是集图文、视频、动画等多种传播形态<sup>[16]</sup>,直播、VR、H5等多种技术于一体的全新报道样式。全员媒体框架中,传统媒体经过融合发展仍然担当起新闻报道的主力角色。在云南象北迁报道中,中国传统媒体积极求变,以“内容为王”,在多方面报道云南象北迁细节的同时坚持传递人与自然和谐共生的价值理念,既展示出了传统媒体对新闻专业主义的坚守,也顺应了全媒体时代立体式、全景化的融合报道形式。

传统媒体用融合报道的方式占据主流,在众多媒体中成功“突围”,展现出了许多“亮眼之作”。例如,新华社在象群迁徙初

期即开启“新华全媒+”报道,应用无人机采集象群动态图片,发挥分社地缘性报道优势,融合视频、图文形式,采写“云南15头野生亚洲象北迁追踪”的系列报道。《人民日报》先后两次以《演绎人与自然和谐共生的生动故事》《多方守护和谐共处》为题进行整版报道。《中国青年报》从报道象群迁徙路线、迁徙原因、迁徙动态、国际反映,到评论中国生态文明、中国政府保护动物的努力、中国民众的智慧和热情,再到构建中国生态文明叙事和立体丰满的中国形象,从表到里,全方位多角度地把云南象北迁的事实和价值传递给中国青年一代。《光明日报》则针对思想文化大报的定位,密切关注舆论动态,及时发表《专家呼吁不可把亚洲象北迁事件娱乐化》《讲好中国故事 提升文化传播力》来引导舆论。《中国日报》作为国外媒体转载率最高的中国报纸,从象群迁徙初期到象群返回后诞下小象,进行了长达两年的连续报道,透过报道还把中国森林保护区面积居世界第一、草地面积居世界第二、是世界上生物多样性最丰富的12个国家之一这样的事实传播到世界。在象群迁徙初中期的每篇报道中,《中国日报》都要强调“云南野生大象数量从20世纪80年代的193头增加到约300头”。在提供事实的同时传递了“绿色中国”“保护生物多样性”的生态价值观。这些传统媒体的云南象北迁报道事实清晰、情感鲜明,体现出“新闻性强、站位高、形式新”的多维特征,实现了传播效果与社会效果的统一。

对于传统媒体而言,在全媒体语境下要

守正创新,把固有的优势发挥到极致。先从整体上找寻最佳站位,再抓住全媒体融合的契机,探寻新颖的形式,最后在传播上发力,利用全媒体矩阵的复合传播优势,壮大主流声音,各个层面全方位发力,打造“有温度、有思想、高品质”的新闻。

## (二) 各级政务媒体:夯实信息传播“腰部”力量

全媒体时代,政务媒体迈入了多元化、体系化发展的新阶段,成为政府信息发布、引导舆论、服务群众、传播思想的重要阵地<sup>[17]</sup>,构建政民互动、强化社会治理的重要载体。各级政务媒体在全媒体传播体系建设中夯实了信息传播的“腰部”力量,发挥出重要的引擎和支撑作用。

在云南象北迁报道中,政务媒体正面聚焦问题,积极回应社会关切,成为信息传播的重要环节和关键组成部分。国家林业和草原局微信公众号发表的《致敬生命——云南亚洲象北迁南归全景纪实》被新华社全文转载。这篇文章首先报道了国家林业和草原局专门组建的北移亚洲象群工作指导组在云南开展工作的情况,主动回应受众疑问点,从专业性的角度解决了很多象群迁徙的争议性问题,成功实现政务媒体所锚定的“沟通群众”的社会功能。例如,象群的迁徙方向是如何被引导的?文中对此做出细致阐释:工作人员在象群周围布置了十几架无人机,100多辆大型车辆和几百人的队伍用润物细无声的方式悄悄地改变着野象的迁移方向。其次,大象迁徙的原因是中外媒体报道的主要框架选择,对此问题的回答决定着如何评判中国

的生态情况。这篇文章把两种专家的观点都呈现出来:一种观点认为,大象迁移是中国生态自然环境日趋改善,能够为大象提供更多生存条件后的自然结果;另一种观点认为大象迁移反映出我们生态保护的短板值得重视。此外,这篇文章还建议成立亚洲象国家公园,建设生态廊道,以自然保护区为主,联通破碎化的栖息地,使大象可以沿着廊道迁徙。这篇文章之所以被新华社转载,是因为政务媒体对野象北迁整体进行了更加深入和科学的报道,提供了中央主流媒体未能涉及的专业性角度,充分凸显政务媒体在宣传方面夯实信息的独特作用,反映出中国媒体格局的优势。

县级融媒体中心作为中国全媒体传播体系建设的“下沉”力量,在此次云南象迁徙中起到了“托底”作用。云南省昆明市宜良县政府官方微博《宜良之窗》参与了象群迁徙的最初报道,抓住了事件最佳“窗口期”,为政府开展预警工作提供了信息支持,发挥了为群众服务的功能。野象的活动区域是主流媒体难以深入、政府管理难以到达的地带,县级融媒体中心的报道却触及了社会末梢,成功实现信息传播的“最后一公里”。云南省石屏县融媒体中心《魅力石屏》抖音账号制作了“断鼻家族”的旅行日记,发挥了社会整合功能,实现了政务媒体亲和力的传播效果。

政务媒体是信息传播的中坚力量。在云南象北迁的新闻传播中,各级政务媒体不仅充分展示与宣介政府应对事件的专业性、科学性,还主动回应群众,其报道是政府与

群众互动的鲜活个案,既贴合网络传播中广泛互动亲和力强的特性,又展露出政务信息的权威性和公信力。总之,政务媒体的发展归根结底是为了更好地服务群众和提升治理效能。因此在全媒体传播体系建设中,各级政务媒体应增强责任感和使命感,逐步形成公众参与互动的模式,提高政务媒体专业化、社会化的服务能力,以开放包容的姿态和公众平等对话,构建“百家争鸣式”话语平台,进一步获得公众的高度认同和信任,促进政务媒体的健康运作与良性循环,方能行稳致远。

### (三) 自媒体和公众成就互动仪式共享情感

自媒体和公众是全媒体传播体系建设不容忽视的力量,他们的参与生成了柯林斯所说的互动仪式效果。互动仪式是社会结构的基础,由此生成的互动网络关系对宏观社会的和谐性作用巨大。云南象北迁新闻属于参与互动仪式准入门槛较低的动物类新闻,几乎所有的人瞬间都会被憨态可掬的大象吸引,对大象的迁徙表现出兴趣,彼此之间也能进行互动交流,参与者的情绪很快被仪式氛围影响,实现情绪共享。

自媒体公众号的文章较之主流媒体更能生成互动仪式的效果。《远方青木》公众号的文章《象群北迁,降雨线北移,大陆国家的盛世来了》从河南殷墟故址曾发现大象形象的文物出发,论证中国曾遍布大象,但随着商朝末年全球气温下降,大象也逐渐在北方消失。如今大象北迁,不仅证明气温正在上升,也表明北方生态正在发生改变,对我们这样

大陆国家来说,意味着北方降雨量大增,大量的戈壁和沙漠变成宜居地,极大地促进中国的农业实力和工业实力,意味着盛世到来。中国历史、文物古迹、民族主义都是这篇文章生成互动仪式的利器,因此收获了“10万+”流量。《旅行雷达》公众号则通过图文、贴文、视频、音乐、信息集纳的密集输出同样获得了“10万+”流量。

公众更多是以网友的身份参与到云南象北迁的新闻生产中。许多网友怀着极大的好奇和善意发问:“云南大象会吃到毒蘑菇吗?”类似这样出现在评论留言板上的问题,却能成为下一个新闻报道的选题,例如指挥部专家组成员沈庆仲就在新闻中回答说:“实际上没有必要担心(吃到毒蘑菇),大象鉴别能力很强,一是来源于家族信息的传递,二是在生活过程中,它们也在不断地学习。”<sup>[15]</sup>网友的留言和自媒体的参与,往往会筛选出最具“流量”的话题,其他各级媒体再将这些有价值有趣味、受众关心的话题作深作透,就能够极大地提高舆论引导的效果,还能体现全员媒体体系的协同优势。

## 四、全效媒体:对内对外传播中国生态故事

全效媒体意在媒体要成为具有良好传播效果的媒体。中国媒体的云南象北迁报道取得了对内对外、线上线下高效、协同、优良的传播效果,引发了国内受众的“云观象”,带来了西方媒体对中国最温情的报道。

### (一) 对内传播:彰显对中国生态故事的定义权

定义权是话语权的表现之一,顾名思义就是给事物下定义的权力,定义权是新闻话语实践本身具有的属性,彰显出新闻媒体的文化权威性。定义权包括限定框架的权力、阐释权和评议权。过去对媒体讲述中国故事的研究侧重在话语策略上,即如何讲述中国故事,却忽略了如何定义中国故事。李希光认为:“定义权和讲故事在新闻话语权彰显方面处于同等层次。”<sup>[18]</sup>党的二十大报告强调,要用治国理政新理念新思想新战略来武装头脑、指导实践、推动工作。这一指导思想落实到新闻媒体,就是要积极发挥新闻话语的定义权。

云南象北迁新闻事件对象群迁徙中对象群迁徙原因进行公正合宜地阐释,实现了中国版中国生态文明故事的传播。《人民日报评论》《中青评论》《新京报评论》《澎湃新闻评论》《红辣椒评论》《红星评论》等多家新闻评论平台主动定义事件,如《新京报评论》《善待“一路象北”,讲了一个“中国好故事”》中写到:对这批大象的守护,是一个引发无数共鸣的“中国故事”。《中国广播电视总台》发表的《象象的“远足 Vlog”:一场充满中国式的温情保护故事》从“人象同心”“人象同路”“幼象与象爸爸”等方面来展现温情故事,感染和打动受众;《云南广播电视台》发表的《“象”往云南》短片设定为“这是一个爱与包容的故事”,短片中“萌娃喂象”“守护大象”等场景瞬间定格了爱的故事。“信息越是纷杂,社会越是渴求打动人心的故

事。”<sup>[19]</sup>在全媒体时代,媒体不仅要讲述故事,还要讲述有温度、有情怀能够打动人心的故事,这考验着媒体对故事价值和内涵的定义能力。

### (二) 对外传播:主导国际议程,突破“新闻驯化”

国际议程设置主要是指国家或媒体围绕特定的目的,通过主动选择和界定议题、适时选择议程切入点,有效吸引国际社会的关注,最终纳入国际议程当中,并有利于选择和把控国际舆论导向<sup>[20]</sup>。“谁设置国际议题,谁就能主导国际议程。”<sup>[21]</sup>拥有较强国际议程设置能力的国家能在国际社会传播其偏好和认知。

在云南象北迁报道的对外传播中,中国媒体主动选择容易激发受众兴趣的软性议题——云南象北迁事件,成功主导了国际议程,获得世界瞩目,使国际媒体有效参与其中并广泛传播。例如,《纽约时报》《泰晤士报》、美国联合通讯社、CNN、BBC等媒体主要报道了象群的迁徙路线和动态,迁徙原因,迁徙影响(公众和社交媒体的反响),迁徙处置(政府和公众的举措),迁徙结果(经济、生态效果)等,并取得了良好的传播效果。这些报道框架和诠释信息基本来自中国对外传播媒体,即《中国日报》、中国国际广播、中国国际电视台所报道的内容。这和中国对外传播媒体做足功课,给予云南象北迁上天入地式的全媒体报道规模,主动向国际媒体输送充足的事实、议程、观念密不可分。中国媒体采集的有关云南象事件的事实和设置的议题能够被传播到世界各地,包

括中国对生态问题的执政理念和措施,中国人民对生态保护的重视及爱心,甚至大象迁徙过程中沿途真实的山川地貌、友爱的风土人情都被带出国门。

消息来源是媒介达成议程设置的重要部分,在很大程度上影响着媒介议程的设置<sup>[22]</sup>,国际媒体大面积使用中国的消息来源也是中国主导议程的重要表现。云南象北迁报道中,中国媒体的报道取得“高关注”,国际媒体把中国的报道框架中的消息来源纳入自身,西方消息来源反而被弱化。例如,云南象北迁国际报道共采集到的88个消息来源中,来自中国的消息来源是78个(89%),来自报道国和西方其他国家的消息来源是9个(10%)<sup>①</sup>。中国媒体作为消息来源共出现29次;中国普通社团、民众作为消息来源共出现19次;中国学者、专家、名人作为消息来源共出现24次;中国政府组织、官员作为消息来源共出现25次。《纽约时报》使用西方学者、专家、名人9次,美联社使用6次,CNN使用2次。美联社和《泰晤士报》各使用西方媒体1次。很明显,云南象北迁国际报道中,各国媒体大量调动中国消息来源的事实说明中国媒体“在获得解释权方面”起到了主要作用。通过进一步的文本细读,发现来自中国的消息来源有如下特征:一是提供新闻事实,如大象迁徙路径和状态;二是类型丰富,有政府、官员、工作人员、科学家、群众、媒体等分类,反映了中国社会各层面;三是定义事件,专家学者对北迁的解释得到转述;四是媒体实践备受重视,新华社、微博、抖音等都有记录。所以大量使用中国消息来源不仅较

好地传播了新闻事实,也较好地传播了中国生态形象和理念,这也和中国媒体评价国际媒体“画风变了”相符合<sup>[23]</sup>。总之透过消息来源的使用现象可知,国际媒体明显受到中国媒体议程的影响,并有利于中国媒体在国际中主导“中国议程”。

除了主导国际议程外,云南象对外传播还突破了新闻驯化。新闻驯化是国际传播的普遍现象,即一国新闻事件在他国传播中,会被他国媒体驯化成为适合他国报道框架和媒体接受习惯的新闻。但是云南象北迁国际报道被驯化的篇目占比仅为47%。对比美国媒体关于英国脱欧报道的驯化率达到88.7%<sup>[24]</sup>,国际媒体对中国雾霾的报道驯化率高达89%<sup>[25]</sup>,云南象北迁国际报道的驯化率较低,驯化策略也较为简单,且实施次数较少。这一方面是因为新闻类型属于软新闻,另外中国对外传播媒体对该事件的报道既全面又充分,给国际媒体提供了丰富的新闻素材,因此该案例冲破了新闻驯化壁垒,成就了经典的中国故事国际传播案例。通过本研究可以认识到,新闻驯化并非牢不可破的传播壁垒,只要深刻领悟新闻类型的优势,又能做足功课,就能扭转国际传播的局势,更好传递中国声音。

---

① 文章中来自中国的消息来源是78个(89%),来自报道国和西方其他国家的消息来源是9个(10%),数据总和为87个,与云南象北迁国际报道共采集到的88个消息来源不一致,作以下解释:因在美国联合通讯社的报道文本中《不要目不转睛,也不要给食物:中国城市附近的流浪大象》(Don't gawk or give food: Wandering elephants near China city)出现1个来自日本的消息来源——在线频道吉木新闻采访的居民,不属于报道国和西方其他国家消息来源,故剔除。

综上所述,云南象北迁的对外传播实现了主导国际议程和突破新闻驯化的双重传播效果。在全媒体时代的对外传播中,一方面要增强主导国际议程的能力,掌握国际议程设置的主动权,用中国独有的理论去设置国际议程和框架,提升对外传播媒体的全球议程设置能力、框架能力、内容生产能力和话语创新能力;另一方面要选用符合具有中国特色的新闻类型和新闻故事,突破新闻驯化,不断推动中国的国际传播影响力。

### (三)“情感本体”重构生态话语

党的二十大报告指出:“展现可信、可爱、可敬的中国形象。”“可信、可敬、可爱”的中国形象实质上是一个充满情感力量的形象。后现代社会,新闻媒体建构以道理、认知、观念为主导的话语已经变得越来越困难,相反,故事、情感成为可行之路。李泽厚提出了“情本体”的概念,他认为常常被忽略的情感力量恰恰是个体与世界连接的基本形式,具有本体意义,而通过社会实践积淀在历史、文化中的情感将成为道德树立的根基<sup>[26]</sup>。媒介化时代,新闻实践话语在建构历史、文化的情感力量方面是最重要的因素。诺曼·K·邓津的情感传播研究也证明了这一点<sup>[27]</sup>。云南象北迁新闻的“情感本体”视角十分突出,利用“社会历史语境”“叙事语境”的打造,呈现了引发大众情感共鸣的“媒介情感”,触发了情感认同。

大象在中国古籍中被视为“祥瑞之兽”,自古就有“吉祥”“招财”“富贵”的寓意,其雕塑形象、绘画图形作为平安吉祥的图腾被人信仰,形成较为普遍和持久的情感

原型基础,这种社会历史语境成为了云南象情感传播的前提。新华社发表的《大象奇游记——云南象群北移南归纪实》报道中提到:“在红河,为了不惊扰象群,人们庆祝传统节日时,不搞庆典,不点火祈福,转而通过粘贴吉‘象’标语、绘出心中吉‘象’等方式表达对亚洲象的关爱。”<sup>[28]</sup>由于社会历史语境本身就具有较强的文化感召性和认同感。用贴象、画象的活动来报道云南象迁移中人们对大象的关爱,将历史文化情感与云南象传播有机结合,通过社会历史语境来强化情感共鸣,使云南象北迁得到更为广泛和普遍的传播。

在叙事语境中,传播主体通过语言和场景两种方式来说和传递情感。《央视新闻》用“村民给大象带路”这样简单直白的话语叙述人象互动;用“撒个娇”“卖个萌”“立了大功”“肇事”等拟人化语言叙述小象性格;《人民日报》官方微博用“象宝宝滚上泥巴成了泥宝宝”“象宝宝吃奶画面”“云南象群萌睡画面上新”的视频刻画象群日常活动场景,生动、温暖人心,激发了共同的媒介情感。

云南象北迁报道成功实现了用社会历史语境衬托情感,用叙事语境传递情感的传播,并且凸显出尊重爱护自然的生态理念和交互共生的文化价值。由此可知,抓取受众情感要素是优化传播效果的不二法门。伴随着全媒体建设理念的深入,全媒体传播体系趋于完善,各种媒介形态的壁垒被打破,更加推动新闻情感话语的建构。因此应该把共情事件引入到新闻叙事中,与受众建构情感连结,激

发文化共振,不断拓宽全媒体传播话语体系,生产有灵魂的新闻。

## 五、结语

云南象北迁报道为我们提供了一个应用和阐释全媒体传播体系的典型案例。通过研究发现,加强全媒体传播体系建设,在传播“可信、可爱、可敬”的中国形象,塑造中国数据话语权,深化优化媒介记忆,动员传统媒体、各级政务媒体、自媒体和业余公众的新闻生产力,对内对外讲好中国故事方面具有积极的价值和优势,是塑造主流舆论新格局的利器。

### 参考文献:

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2022-10-25) [2023-02-16]. [https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content\\_5721685.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm).
- [2] 习近平. 习近平致人民日报创刊70周年的贺信[EB/OL]. (2018-06-15) [2023-02-16]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1603316116000317122&wfr=spider&for=pc>.
- [3] 新华社. 习近平在中共中央政治局第十二次集体学习时强调 推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础[J]. 新闻潮,2019,234(1):4-5.
- [4] 陈接峰,王成东. 全媒体传播体系建设的社会功能、价值规则与实践逻辑[J]. 安徽师范大学学报(人文社会科学版),2023,51(1):75-81.
- [5] 习近平. 习近平在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上的主旨讲话[EB/OL]. (2021-10-12) [2023-01-02]. [https://www.gov.cn/xinwen/2021-10/12/content\\_5642048.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2021-10/12/content_5642048.htm).
- [6] 中国互联网络信息中心. 第51次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2023-03-02) [2023-04-18]. <https://cnnic.cn/n4/2023/0303/c88-10757.html>.
- [7] YANG W L, LI Y Q. Roaming elephants wreak havoc[N]. China daily, 2021-05-31(1).
- [8] 沈靖然. 青春激扬中国梦[N]. 人民日报, 2022-11-30(6).
- [9] 杨文明, 沈靖然. 亚洲象国家公园创建持续推进 演绎人与自然和谐共生的生动故事[N]. 人民日报, 2022-10-03(7).
- [10] 吴沁宇, 韦清琦. 以整体性环境叙事构建中国绿色国际传播体系——以《中国日报》“北向追象”报道为例[J]. 传媒观察, 2022(1): 56-63.
- [11] 刘涛. 论数据话语权: 数据新闻与国家话语建构的视觉修辞途径[J]. 对外传播, 2018(3): 57-60.
- [12] 陆小华. 数据话语权: 国际传播的战略性竞争焦点[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(10): 1-6.
- [13] 陆小华. 深度媒介化时代 构建立体丰满的中国形象[N]. 中国青年报, 2022-12-02(8).
- [14] 新华网. 应对“野象北移”, 中国做得很像样[EB/OL]. (2021-06-22) [2023-04-18]. [http://m.xinhuanet.com/2021-06/22/c\\_1127588189.htm](http://m.xinhuanet.com/2021-06/22/c_1127588189.htm).
- [15] 刘东黎, 胡璐. 致敬生命——云南亚洲象北移南归全景纪实[EB/OL]. (2021-08-13) [2023-04-18]. <https://mp.weixin.qq.com/>

- s/8ab8l8f6vB6N3lJgo2522g.
- [16] 冯莉,丁柏铨.融合报道:传播特点、呈现策略及叙事特征[J].新闻爱好者,2021(11):17-22.
- [17] 罗朋,李小龙.转文风 巧叙事 强互动——政务新媒体“浙江宣传”的出圈密码[J].中国记者,2022(12):61-64.
- [18] 李希光.全球传播时代的议程设置与文化软实力[N].中国社会科学报,2009-07-01(3).
- [19] 澎湃新闻.每个时代都需要讲故事的人[EB/OL].(2020-11-08)[2023-04-18].[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_9895620.htm](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_9895620.htm).
- [20] 陈正良,高辉,薛秀霞.国际话语权视阈下的中国国际议程设置能力提升研究[J].中国矿业大学学报(社会科学版),2014,16(3):93-98.
- [21] 澎湃新闻.把中国的发展优势转化为国际话语优势[EB/OL].(2020-06-02)[2023-04-18].[https://m.thepaper.cn/baijiahao\\_7654212.htm](https://m.thepaper.cn/baijiahao_7654212.htm).
- [22] 樊永强,何芳芳.从揭丑警犬到舆情公器——美国主流媒体“虐俘”事件报道的新闻构架与议程流变研究[J].新闻与传播研究,2004(4):24-33,95.
- [23] 李磊,叶莉.现“象”级传播:如何激发外媒点赞中国的内生动力?[EB/OL].(2021-06-13)[2023-04-18].<https://mp.weixin.qq.com/s/wJ1wiSDriNf0P7IXoKLThg>.
- [24] 张梦妮.中美媒体对英国脱欧报道中的国际新闻驯化[J].今传媒,2019,27(6):123-125.
- [25] 田甜,王玲宁.新闻驯化视角下国际媒体对中国雾霾的报道策略研究[J].对外传播,2019(3):50-52.
- [26] 李泽厚.伦理学纲要[M].北京:人民日报出版社,2010.
- [27] 何婷.主流媒体微博中“云南亚洲象群北迁”事件的情感传播研究[D].扬州:扬州大学,2022.
- [28] 胡璐,伍晓阳,赵珮然,等.大象奇游记[N].新华每日电讯,2021-08-11(1).

(责任编辑:王佳)