

第十四届宁波广电杯“重大突发事件报道与舆论引导” 主题征文评选结果揭晓

由国家广播电视总局机关党委、中国广播电视社会组织联合会、宁波广播电视集团联合举办的第十四届宁波广电杯“重大突发事件报道与舆论引导”主题征文活动已圆满结束。本次征文共收到参评论文157

篇，评选出一等奖15篇、二等奖20篇、三等奖25篇。获得一、二、三等奖的作品将结集出版，适时将举办颁奖研讨会。

中国广播电视社会组织联合会

附：获奖作品目录

一等奖

重大突发公共事件宣传和舆论引导的基本原则与策略

——学习习近平总书记疫情防控宣传工作重要指示精神

杨明品

复盘疫情之下传统媒体阵地之战

——以湖北广播电视台为例

郭忠

凝聚力量，是为了更好地肩负责任

——重大突发公共事件面前主流媒体的“一效应”

王仁海

[接上页]

事，一个故事完成一集剧集。《海豚棒棒号》《海底小纵队》皆是如此。《超级飞侠》每一集满足一个小朋友的需求，快递送达后，乐迪还要完成小朋友们的一个愿望。《机灵宠物车》每一集会遭遇一个险境，或者解决一个团队队员的苦恼。单元剧看似是此类动画的唯一选择，实则低幼龄的受众定位也要求其必然采取单元剧的剧情发展模式。由此带来的益处，使得聚焦团队协作的低幼龄动画在剧情的延展性上具备十足的优势。

(三) 延续剧情的创新策略

《汪汪队立大功》已有上百集的播放体量，依然能够受到广大观众的喜爱，其中的创新策略值得借鉴。新角色的加入是首要的创新策略，汪汪队中除了阿奇、毛毛、天天、灰灰、小力、路马外，后续增加了珠珠、小克、塔可、埃拉等角色。次要角色的持续参与，不仅丰富了剧情，也给观众带来不一样的新鲜感，各种新角色拥有不一样的性格特征，带来更加新奇的功能特性。

《超级飞侠》的角色也在不断地更迭，《海底小纵队》持续带来前所未见的各色鱼艇。《机灵宠物车》则一直开发更加奇妙的陌生险境，这样的方式也是此类动画常用的创新策略，即转换故事发生背景。《汪汪队立大功》以城镇海岸为主要故事发生背景，涉及海洋、森林、建筑物、交通工具，乃至出发来到极地、海底、外太空等环境。在频频的场景转换中挖掘新场景中的奇妙故事与冲突，让人耳目一新。《超级飞侠》的创新策略最为突出，无可比拟。乐迪的航空快递员的职业背景使其能够穿梭于世界各地，体验到各种自然社会人文奇观

与风土人情。《海底小纵队》驾驶着潜艇基地，遨游神秘斑斓的海底世界，增添了动画的观赏性与趣味性。

四、结语

聚焦团队协作的少儿动画类型已发展多年，至今长盛不衰。先行者创造性地开发出此类动画的发展模式，持续生发出旺盛的生命力，在创新的路上不断前进。后来者根据经典作品的成功经验，努力创作出更具创新性的剧情与角色，在团队协作的故事发展中继续歌颂友情，传递正能量。让此类动画能够继往开来，给少儿受众带来更加新颖的电视动画作品。此类动画作品不仅在艺术上保持了较高的水平，其职业属性也为动画形象“IP”的衍生发展提供了较为突出的优势。《汪汪队立大功》《超级飞侠》《机灵宠物车》等动画作品的商业产品开发，以及动画形象“IP”的跨界授权，已经获得很大程度上的成功。此类动画的全产业链发展前景呈现出旺盛的生命力。^①

注释：

①[美]希德·菲尔德：《电影剧本写作基础》，钟大丰、鲍玉珩译，第74页，世界图书出版公司2016年版。

(作者单位：山西传媒学院。本文系2018年度山西省艺术科学规划课题“以《山西民歌动画》为例探索优秀传统文化的传承与创新”的成果，项目编号：2018C21)

(责任编辑：樊丽萍)

从新闻级合看美媒对新冠源头的“揭秘” 刘建明
 新冠疫情下网络直播行业社会责任治理研究 包圆圆
 国家治理体系现代化视阈下重大突发事件应急管理
 管理体系构建研究 胡剑

公民媒介素养在新冠肺炎疫情中的社会功能与价值研究 曾真 王镜宇 熊唯
 信息“战疫”：县级融媒体助力基层治理的实践 许静
 《守望家国》：主流意识形态影像化传播的新尝试 林于良
 电视在突发公共事件中的情感整合作用
 ——以中央广播电视总台《2020年元宵节特别节目》为例 李燕

《今日龙抬头》：抗疫之下的纪录片创作传播新探索 赵捷
 综艺节目引导突发社会舆情的有益尝试 徐臻
 重大突发事件与媒体应急机制 屠彪
 再塑重大突发事件舆论场的主流媒体公信力
 ——以绍兴市新闻传媒中心战疫报道为例 何国永 单滨新

重大突发事件与媒体的正确舆论导向
 ——以“突发新冠肺炎公共卫生事件”为例 冯伟

二等奖

突发事件报道与舆论引导的路径探讨 刘海霞
 疫情风暴考验媒体社会责任
 ——湖北广电抗击新冠肺炎疫情应急宣传报道的
 经验和启示 尚政民 徐开元

疫情影响下省级卫视热流量思考 刘芳
 从疫情防控看县级融媒体中心的功能作用 陈秀敏
 抗疫背景下慢直播的创新实践 王军 纪欣蕊
 反智主义、信息疫情与“后真相”合谋
 ——美国媒体的涉华疫情报道 吴炜华

疫情期间BBC等英国媒体对中国的报道分析 梁虹
 突发公共卫生危机下媒体履行社会责任的路径研究
 ——杭州文广集团的实践与探索 严晓青 麻佳佳
 社会突发公共事件中大学生信息传播与风险认知关联研究 宋红岩

重大疫情应对中的网络舆情引导机制研究
 ——基于耗散结构的网络信息治理视角 吴卫华
 主流媒体Vlog视频新闻的舆论引导价值
 ——基于对主流媒体中武汉疫情Vlog的考察 李光辉

重大突发公共事件中新媒体的舆论引导功能及策略 邹顺宏
 疫情之下公共舆论环境变化与应对思考 周羽
 疫情大考与媒体深度融合背景下的广播剧之变 王莹
 新冠肺炎背景下媒体深度融合的创新路径 俞挺 陈儒

把握时效度 提升媒体在重大突发事件中的引导力
 ——浙江卫视抗击新冠肺炎疫情传播策略 孙汉辰 张云洁 陶兆龙

常态化疫情防控下城市广电发展应对之策
 ——以金华广播电视台改革创新赋能的探索实践为例 方鹰
 县级融媒体如何做好突发公共卫生事件舆论引导 刘友才

重大突发事件报道中主流媒体创新与传播话语分析
 ——以湖南广电疫情防控媒体实践为例 胡当

少数民族地区重大突发公共事件的舆论引导策略
 ——以西藏广播电视台新冠肺炎疫情防控宣传为例 尉朝阳 程孝平

三等奖

浅析重大突发事件报道中以人民为中心理念的有效性要求 吴视广
 社交媒体在突发事件传播中的应用与挑战 陈亮 谢洪明
 媒体参与社会治理的运行逻辑与创新
 发展 ——以杭州文广集团为例 姚利权 程玲

广电主流媒体在新媒体环境下的舆情应对与引导
 ——以“突发新冠肺炎公共卫生事件”为例 王贞
 新媒体在突发公共事件报道中的正能量作用研究
 ——以2020年新冠肺炎疫情为例 许志强 刘彤 万思彤

重大突发事件中网络谣言传播的公共性问题反思 赵建超
 突发公共卫生事件网络舆情的演变机理与媒体引导
 陈硕 梁玉振

重大突发公共事件中公益广告的舆论引导
 ——以抗击新冠肺炎疫情公益广告为例 汤劲
 打造暖媒体 传播正能量 彰显战疫温度 陈月罡
 在互动融入中实现舆论引导 王武荣

疫情阻击战中新闻媒体的角色定位 张妍
 突发公共事件报道中地方媒体的“点”思维 田园园 田和旭
 大疫面前彰显主流媒体舆论场的统领能力 杨正义 张金雨
 于细微处见雄关

——6集政论片《雄关》如何讲好战疫故事 王刚
 坚持创新创优 做好抗疫宣传
 ——湖南广播电视台疫情防控宣传启示 周玲

全媒聚焦战疫 全力引导主流舆论
 ——长沙广电疫情报道融媒传播策略 陈爱军
 地方电视台融合传播路径探析
 ——以湘潭市广播电视台应对新冠肺炎疫情宣传为例 陈友胜

从抗疫报道看广东主流媒体的影响力 文颖
 尽锐出战 践行“四力”
 ——广州广播电视台在新冠肺炎疫情防控宣传中的
 担当与作为 孙宏利 谭志芳

全媒体环境下增强突发公共事件舆论引导能力的思考 董志强

重大突发事件与县级媒体的正确舆论导向
 ——以甘肃省岷县融媒体中心开展抗击新冠肺炎疫情
 疫情防控宣传为例 马爱军

公共事件中传统媒体的融媒矩阵传播
 ——海南广电疫情防控宣传实践与思考 温静
 浅谈边境民族地区突发公共卫生事件的舆论引导
 ——以广西靖西新冠疫情防控报道为例 周德光

广播电视在疫情防控中宣传报道策略初探
 ——以西藏广播电视台新冠疫情防控报道为例 王清江 夏纪明
 疫情期间“云综艺”节目的探索与创新
 ——以中央广播电视总台《希望搜索词》为例 孙聪