

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 重大主题报道仪式化传播的社会治理效能探析——以主流媒体新中国成立70周年报道为例

研究生姓名: 陈思

指导教师姓名、职称: 张淑芳 副教授

学科、专业名称: 新闻传播学 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2021年5月20日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 陈恩 签字日期： 2021.6.1

导师签名： 张淑芳 签字日期： 2021.6.1

导师(校外)签名： 张建伟 签字日期： 2021.6.1

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分內容。

学位论文作者签名： 陈恩 签字日期： 2021.6.1

导师签名： 张淑芳 签字日期： 2021.6.1

导师(校外)签名： 张建伟 签字日期： 2021.6.1

**An Analysis of Social Governance
Effectiveness of Ritualized Communication of
Major Theme Reports
-- Take mainstream media coverage of the
70th anniversary of the founding of the
People's Republic of China as an example**

Candidate : Chen Si

Supervisor: Zhang Shufang

摘要

新中国成立 70 周年作为举国同庆的盛事，主流媒体作为主要报道者与传播者，在此过程中承担起重要的职责。重大主题报道一直以来是我国报道的重点，起到连接大众与国家的桥梁作用。面对当前信息技术的高速发展，5G 时代的到来，为大众提供更为便捷的信息服务之时，也对重大主题报道产生相应的影响。传播重大主题报道，创新重大主题报道，在媒体融合趋势下加强重大主题报道的传播效果是主流媒体应承担的责任。通过主流媒体主题报道，能够对当前社会稳定产生一定的影响，影响大众生活及价值观念形成。在 2019 年新中国成立 70 周年报道中，以人民日报、央视新闻、新华社为代表的主流媒体做出许多积极尝试，充分展示了新中国成立 70 周年以来的发展经历，最大程度的拓展了与受众之间的信息连接与情感互动。让受众转变角色，不在作为被动的信息接受者而存在，而是作为信息的接受者与传播者，在传播过程中分享观点，共享情感。

整体来看，主流媒体通过积极正面的传播报道，在实现大众身份认同、建构大众集体记忆及对塑造大众价值观念方面产生正面影响。在报道过程中，主流媒体通过借助新媒体技术，让更多的人更大的平台中聚集，更全面的实现互相之间的沟通、对话，产生共通的情感与共同的意见。大众在平台中最终实现融合，推动整体社会向前迈进。

关键词：主流媒体 主题报道 仪式化传播

Abstract

The 70th anniversary of the founding of new China is a celebration of the national day. As the main reporter and disseminator, the mainstream media plays an important role in this process. The major theme report has been the focus of our country's report, which plays a bridge role in connecting the public and the country. Facing the rapid development of information technology, the arrival of 5g era, when providing more convenient information services for the public, it also has a corresponding impact on major theme reports. It is the responsibility of mainstream media to spread major theme reports, innovate major theme reports and strengthen the communication effect of major theme reports under the trend of media integration. Through the mainstream media theme report, it can have a certain impact on the current social stability, and affect the formation of public life and values. In the report on the 70th anniversary of the founding of new China in 2019, the mainstream media represented by people's daily, CCTV news and Xinhua News Agency made many positive attempts, fully showing the development experience since the 70th anniversary of the founding of new China, and expanded the information connection and emotional interaction with the audience to the greatest extent. It is not the passive information receiver that makes the audience change their roles, but as the receiver and communicator of information, they share views and emotions in the process of communication.

On the whole, the mainstream media have a positive impact on the realization of public identity, the construction of public collective memory and the shaping of public values through positive communication and reporting. In the process of reporting, the mainstream media through the use of new media technology, let more people gather in a larger platform, more

comprehensive communication, dialogue between each other, produce common feelings and common opinions. The public will finally achieve integration in the platform and promote the whole society to move forward.

Key words:Mainstream media;Theme report;Ritualized communication

目 录

1. 绪论	1
1.1 研究背景与意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	1
1.2 文献综述.....	2
1.2.1 关于重大主题报道的研究.....	2
1.2.2 关于仪式化传播的研究.....	4
1.2.3 关于新中国成立70周年主题报道的研究.....	6
1.3 研究思路.....	7
1.4 研究方法与创新点.....	8
1.4.1 研究方法.....	8
1.4.2 创新点.....	8
2. 重大主题报道和仪式化传播理论相关概述	9
2.1 重大主题报道.....	9
2.1.1 重大主题报道发展现状.....	9
2.1.2 重大主题报道特点.....	9
2.1.3 重大主题报道机遇与挑战.....	10
2.2 仪式化传播.....	11
2.2.1 理论缘起及概念阐释.....	11
2.2.2 仪式化传播特征.....	12
2.2.3 仪式化传播内容基本分类.....	12
2.2.4 仪式化传播的意义与价值.....	13
小结.....	14
3. 新中国成立70周年重大主题报道概述	16
3.1 主流媒体融合报道.....	16
3.1.1 全程媒体加强引导力.....	16
3.1.2 全息媒体扩大传播面.....	17
3.1.3 全员媒体增加媒体话语权.....	18
3.1.4 全效媒体提升主流价值影响力.....	20
3.2 广播电视多手段传播.....	21
3.3 报纸大范围覆盖.....	22
3.4 对外媒体深度宣传.....	24
小结.....	25
4 新中国成立70周年重大主题报道的仪式化传播路径	27
4.1 打造仪式参与感.....	27
4.2 创造仪式互动感.....	28
4.3 构建浓厚仪式物质场域.....	29
4.4 故事化的叙事策略.....	31

4.5 碎片化的仪式整合.....	34
小结.....	36
5 重大主题报道仪式化传播的社会治理效能.....	38
5.1 构建身份认同.....	38
5.1.1 媒体记者扮演角色.....	38
5.1.2 社会成员凝聚共识.....	39
5.1.3 受众群体情感体验.....	40
5.2 塑造价值观念.....	42
5.2.1 加强媒体舆论引导.....	42
5.2.2 定义大众集体记忆.....	43
5.2.3 强化大众仪式效果.....	44
小结.....	45
6 结语与反思.....	46
参考文献.....	49
后记.....	53

1. 绪论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

2019年1月25日,习近平总书记在人民日报社进行调研,并在调研结束后做出一系列重要讲话,指出当前我们的首要任务是推动媒体之间融合发展、建设新型全媒体;要推动媒体融合纵深发展,发挥主流舆论的力量,弘扬主旋律,巩固全党全国人民的共同思想基础^①。做好重大主题报道,加强媒体的舆论引导力,成为媒体融合时代下,各大主流媒体重要的一项任务。

2019年是新中国成立70周年,对于整个国家和人民群众而言,无疑是值得重视的一件大事。在这全国瞩目的重要时刻,关于70周年庆祝活动成为凝聚人心、团结一致的重大主题事件。作为主流媒体,报道好、传达好、宣传好这次庆祝活动至关重要。同时,新中国成立70周年活动作为我国的重大主题事件,也成为主流媒体对于重大主题报道业务和传播能力的一项考验。

我国多家主流媒体针对新中国成立70周年主题做出一系列创新性主题报道。创新了内容、丰富了主题报道形式、打破了刻板化的主题报道思维,在提高受众参与度,提升我国主流媒体的竞争力与影响力方面提供了新的思路。

1.1.2 研究意义

从理论的发展意义看,以仪式的视角阐释传播的意义,为当前我们对于媒介的研究和解读新闻与大众之间的传播交流关系提供了新的理论研究思路。首先,仪式观的出现使得大批学者集中于对媒介事件中仪式特征为主要内容进行研究,如对历年春晚节目、阅兵活动、我国重大传统节日以及地方民俗文化等活动进行仪式化分析研究,着重强调仪式在传播活动中起到的作用。其次,从仪式化传播的角度看,新闻传播活动不再是简单的向大众传播信息,让大众知晓当前事件发生来龙去脉的

^① 赵桓: 习近平媒体融合发展思想研究[D]. 新疆大学, 2018.

过程。更多的运用象征符号向大众传递意义，与大众之间形成良好互动的过程，大众通过媒介接触信息、了解世界，并在此过程中传递意义，这样的一系列习惯性、长期的行为也会成为人们日常生活中仪式化的表现形式。比如人们习惯于早晨观看电视新闻节目、定期订阅报纸等，都是一种仪式化行为。此外，大众在参与日常生活中的某些活动时，也在无形之中与仪式进行互动。比如定期举办的奥运会、各个活动的颁奖典礼等。仪式化传播为我们的日常生活活动提供了新的观察角度，同时也在观察的过程中得出传播的过程中存在仪式的成分，有些仪式化活动让我们更好的理解传播的意义，有些仪式性行为拉近媒介与大众之间的距离。从仪式化传播理论视角出发对新闻报道传播进行分析，在丰富仪式化传播的过程中，探寻仪式化传播所带来的更深层次的传播效果。

从现实意义中看，重大主题报道作为一种重要的新闻报道形式，主要围绕党和政府的重要政治决策、新发布的法规条例以及影响大众生活的方方面面热点事件等进行的报道，是党和政府向人民群众传递信息，人民群众理解并认同信息的共通渠道。就目前来看，重大主题报道主要以传统的电视、广播、报纸等作为主要渠道进行报道传播。但受众对于重大主题报道一直以来具有刻板印象，大多属于被动的接受，重大主题的传播效果远远未能达到预期。从主流媒体角度出发，做好重大主题报道是媒体机构以及从业人员的核心任务，通过重大主题报道，可以提升媒体从业人员的业务能力，媒体机构可以实现更精准的定位，在传播信息的过程中，提升主流媒体在新闻报道中的地位，加强主流媒体的引导力与价值观的塑造力。

新中国成立 70 周年是一场举国欢庆的大事，面对如此重大的庆祝活动，我国主流媒体利用传统媒体与新媒体相结合，融入新媒体技术，以媒体融合为主要背景，进行一系列仪式化传播报道，达到了扩大重大主题报道的传播效果。梳理主流媒体对新中国成立 70 周年的报道情况，分析主流媒体在仪式化传播视角下的创新路径，在媒体融合的背景下，思考主流媒体的传播报道所取得的相应效果变得至关重要。

1.2 文献综述

本文以 CNKI 数据库的文献资料作为研究样本，通过对“重大主题报道”“仪式化传播”“新中国成立 70 周年主题报道”三个方面的内容进行搜索，可得出以下结果：

1.2.1 关于重大主题报道的研究

纵观整体，可以看出重大主题报道已成为当前不容忽视的一个研究领域，如何实现重大主题报道的创新实践是学者思考的关键之处，将近几年对于重大主题报道的研究内容进行分类可大致梳理为一下三个方面：

首先，关于地方传统媒体重大主题报道的策略研究。这一类研究主要是以传统媒体为主题，以地方报纸、电视、广播为主要内容，研究地方传统媒体重大主题报道的特征以及探索实践。李永斌在对地市级电视台进行分析研究的过程中发现，当前地方电视台在重大主题报道中存在着一些问题，并对此提出一系列对策，如需要从策划、制作两方面入手，以地方为落脚点联系实际情况，主要从四个角度出发提升重大主题报道的质量。邱隆、洪孙霞以《京江晚报》为例，认为重大主题报道可以有不同的形式，另辟蹊径传播报道。应该从小处着眼，通过加强采编一体的协作方式、创新表现形式，以实现增强报道的感染力的目的。

其次，关于融媒时代下重大主题报道的创新研究。这一类主要集中于思考融媒时代背景下传统媒体应如何实践以及媒体对于重大主题报道的传播策略研究。郭沁杨根据山西融媒体发展，以山西融媒体对外交部的成功试验为例，他认为在媒体融合时代下，重大主题报道应该改变传统的固定报道模式，发展移动优先、实现宣传推广一体化效果，同时要主流媒体带动新媒体相互结合，实现传播效果最大化；李一凡发现媒体融合已然是趋势，重大主题报道不应该拘泥于传统的传播报道，更应该实现技术突破。吕杏生进行补充说明，创新重大主题报道形式，做好重大主题的报道是多方面的。不仅要拓展和运用好更广的媒体平台和传播渠道，还要大力推进传播过程中实现移动化、个性化、以及互动化；更为重要的是要遵循客观的传播规律，重视专业人才的培养与队伍建设。

最后，对重大主题报道的路径探索研究。这一部分更加注重媒体对重大主题报道的具体内容生产制作和在传播过程中的创新实践研究。邢逸川指出重大主题报道需要多角度、多层次的不断创作，需要在传播的过程中创新技术手段、做好传播内容以及采取具体的传播方式等，此外对于媒体专业人员也需要有一定的要求，需要增强“四力”，夯实业务能力；王悦也对重大主题报道提出一些自己的见解，当前只有运用完备的新闻叙事策略才能讲好故事、表现事实、传递信息意义、实现更好的交流与沟通。为应对当前媒介不断融合的趋势，主流媒体媒体、媒体从业人员以及等都迎来了一系列挑战，需要从自身实现创新与升级。

根据以上对于重大主题报道的分析研究,可以看出目前有关重大主题报道的研究中,对于融媒时代中媒体创新与传播策略的实践研究居多,可见这一部分发展已经成为主流趋势,也是需要不断在实践中探索的现实问题。各个地方媒体在与中央主流媒体相互配合的同时,也要利用当地区域性优势,发挥地方特色,实现媒体融合,做好重大主题报道的创新传播。

1.2.2 关于仪式化传播的研究

通过选取相关的文献资料进行研究分析,笔者将目前学者对仪式化传播的研究大致分为以下六类:

第一类学者集中于理论概念辨析。邢彦辉、王琴对两个容易混淆的概念做进一步梳理,从我国传播学教学角度出发,研究发现目前中国传播学教材中关于“传播”的定义仍停留在单一的传递观维度,并未提到仪式观相关概念。而仪式观作为“传播”定义的一个重要组成部分,在传播学教材体系中应当享有与“传递观”同等的待遇,只有这样才能使得传播的定义更具有完整性与严谨性;刘建明与郭建斌教授进行仪式传播概念的研究中发现,在“仪式”视角下,存在部分学者对相关概念的误读与错误理解,因此在研究中对该误读现象进行解释说明。他指出从发展时间来看,“仪式观”出现的更早;从两者的作用来看,传递观注重信息传播过程中在空间中的作用,而仪式观则强调媒介在时间上产生的维系社会的作用。^①

第二类注重概念引申出的价值及意义。张伟在社会核心价值观的传播过程中提到,仪式化传播打破了时空的界限,又因其本身含有一定的仪式化特征,因此在传播核心价值观方面产生一定的效果。能够运用仪式化的特征,影响大众对于核心价值观的认同,从而对大众的实践活动产生作用,能够更好的履行作为公民应尽的责任与任务;王怡溪、王继乐通过再次阅读《作为文化的传播》论文集发现,人们在参与宗教活动时,就是一种仪式的象征。通过宗教活动与仪式进行互动,并在互动的过程中达成共识;牛静、黄彩莉认为仪式观理论对于我们研究传播的过程具有一定的创新意义。通过研究分析传播的本质所代表的具体含义,从现实生活中找到新的思考点;胡翼青、吴欣慰提到,凯瑞的仪式观更多的是为社会服务。将仪式化固

^① 刘建明:“仪式”视角下传播研究几个关键概念被误读现象研究——与郭建斌教授商榷[J].国际新闻界,2015,37(11):64-74.

有的特征加入传播过程中，传递给更多的人，从而使其无形之中扩大传播效果，达到社会整合与社会维系的效果。

第三类聚焦于传统文化中的应用研究。刘芝庭、李金贵认为，通过对道州龙舟比赛的仪式化传播，使得人们同处于同一物质场域，情感得到共鸣，对于道州龙舟文化实现更好的接收与传播，实现了社会成员间的关系维系，同时也丰富了仪式化传播的实践意义；郑带利通过分析研究龙胜红瑶集体婚礼活动，将龙胜红瑶集体婚礼作为一个具有仪式化特征的活动进行分析，该场集体婚礼吸引较多的人们参与其中，从而实现红瑶婚俗文化的传播，让更多人知晓的过程中，也达到对红瑶文化的近一步发展；刘欣然在《仪式观视阈下西和县乞巧节传播研究》中提到，乞巧文化距今已有 2000 多年的历史，是我国极富代表性的一种传统文化，西和县作为乞巧文化的主要传播阵地，通过举办乞巧活动使得乞巧文化广为人知，作者通过田野调查的方法，从仪式观视角出发，多个方面具体分析，最终得出这一仪式性活动所产生的方方面面的影响巨大，在社会中、当地民众之间产生的影响较为显著。

第四类关注理论的实际应用研究。袁滨烨、石宽宽采用相同的做法，以《见字如面》为典型个案，从仪式观的角度展开具体分析，研究发现，通过封闭的空间，加入具有仪式感的气氛制造，观众很容易进入状态，融入节目中。通过对书信的内容的传递，观众的情感很容易唤起并实现共鸣。针对这一研究，作者对文化类综艺节目中的仪式化传播实现更好的解读；张映雪将仪式化传播这一概念应用到广告营销活动中，当前社会充满了仪式感，广告在传播过程中，为大众塑造了一种仪式感，并运用直播的形式，让消费者身临其境。同时在广告仪式化传播过程中，运用品牌代言人这一象征符号，作为影响消费者心理的意见领袖而存在。但张映雪认为广告营销要注意适度原则，合理利用仪式化这一概念。

第五类将视角投入新媒体环境下实践研究。袁林艳以当前明星粉丝群体现象为例，探讨在新媒体不断发展的趋势下，大家探讨的饭圈文化如何实现仪式化传播，吸引更多年轻人加入。同时，在仪式化传播的过程中粉丝群体产生情感共鸣，达成共识，即所谓的饭圈文化。以社交平台为传播渠道，明星与粉丝之间实现信息交流。正能量的明星在仪式化传播过程中，能够为庞大的粉丝群体起到榜样作用，推动粉丝群体与明星之间实现价值观念塑造，建构正确价值观、人生观。张石磊提出，网络直播所提供的载体终究还是网络，在虚拟的空间中传受双方实现信息流通，更大程度的扩大信息的传播范围，提升信息的交流，受众处于平等的地位。同时网络直

播打破时间与空间的界限，连接更多的用户参与其中。从传播的仪式角度出发，网络直播更好的实现了意义传递与价值共享。

目前对于传播中的仪式化概念的研究，我国国内学者分为主要两部分，一种研究理论概念，一种将理论运用于实践当中。值得一提的是，对于该理论的研究一直走在前端，面对现如今的新媒体技术日益成熟，我国对于该理论的实践研究也实现结合新媒体，不断更新。但仍有不足的是，对于新媒体与网络的日益发达，大多仍集中与网络直播、网络主播这一方面，对于其他互联网平台方面的研究较少，与新媒体技术相结合进行实践研究也仍有不足。

1.2.3 关于新中国成立 70 周年主题报道的研究

本文以“新中国成立 70 周年主题报道”为关键词进行文献资料搜索，通过梳理当前学者对于该主题的研究内容，可总结得出以下结论。根据研究主体可大致分为以下几类：

第一类集中于地方广播电视媒体如何策划宣传。杨川源以浙江卫视为参考提出浙江卫视通过树立具有代表性的人物，对其进行全方位的传播，在一定程度上加深了报道的纵深感，并进一步提出地方媒体在重大主题报道中应该从多个角度出发来增强报道的传播效果；郑祎通过研究江西广播电视台得出结论，江西电视台以讲述自新中国成立 70 周年以来这一群人的生活变化为主要内容，从侧面表达新中国成立 70 周年取得的发展成就，创新了重大主题报道的内容与形式；沈弘磊、吕岸认为重大主题报道的策划有一定的好处，也存在一定的弊端。以宁波新闻广播为例，宁波新闻广播在此次新中国成立 70 周年活动新闻报道策划活动中，满足了受众的多种需求，丰富了报道形式，拓展了传播报道多样化的视角。

第二类以地方报纸如何创新实践为主要研究内容。宋治国认为《苏州日报》在新中国成立 70 周年报道中，为报纸这一传统媒体树立了一个良好的典型案例，《苏州日报》在新中国成立 70 周年相关活动的报道中，针对当前融媒趋势，创新结合新媒体技术，运用多样化的传播手段，契合受众多元文化，改变单一的传播渠道，以宽领域、精准化的特点向苏州人民展现新中国成立 70 周年盛况。在更大范围传播的过程中，极大地激发了苏州人民的爱国之情，为加强社会团结，维系社会关系产生一定的效果。米韵熹在对吉林日报进行研究的过程中，发现吉林日报将报道内容集中于向读者展现在新时代下吉林省取得的发展成就，开辟系列报道专栏，加入评述

专刊，在符合读者阅读习惯的同时，以小见大，从侧面出发用吉林省取得的成就映射新中国自成立以来的发展历程；^①张娜认为中国经济时报具有天然的优势，通过发挥智库型的新媒体优势，可以提升报道的质量，《中国经济时报》开创了全新的视角，也为传统媒体提供宝贵经验，利用传统媒体的地方特色，发挥自身优势，在一定程度上可以提升报道质量。

我国学者对于新中国成立 70 周年主题报道的研究集中于传统媒体的报道传播以及如何创新实践，更多的将关注点放在对于新中国成立 70 周年主题报道如何做深，对于新中国成立 70 周年报道取得的效果较少提及。

综上所述，我国学者越来越注意到当前媒体融合的大趋势，近几年对于媒体融合的相关研究文献呈现出逐年上升的趋势，对于仪式化传播的研究仍集中于理论及其延伸，对理论的研究价值及意义较多学者提及，但在新媒体环境下，仪式化传播的发展及其思考仍有较少学者进行研究。对于新中国成立 70 周年主题报道较多学者认为如何创新传播是其研究重点，将研究重点聚焦于地方传统媒体如何实现传播报道中。

目前，以上三种研究对象，研究较为分散且集中于对内容及传播策略的研究。将三者结合，探讨在媒体融合背景下，以仪式化传播为视角研究新中国成立 70 周年主题报道取得的效果研究仍较少。

1.3 研究思路

本文通过六章内容进行梳理阐释。第一章介绍本文选题的相关背景、选题的目的及意义，系统的阐释当前时代背景下选择该主题的重要性与可研究性。通过对学者已完成的文献资料进行梳理总结，发现学者对重大主题报道有广泛的研究。经过梳理笔者发现可以运用仪式化传播这一理论视角对重大主题报道进行解读，并拓展性的阐释其产生的效果。在第二章中重点阐释重大主题报道及仪式化传播的相关概念，第三章中主要介绍主流媒体在新中国成立 70 周年报道中的相关情况，比如报纸等传统媒体的报道情况，以及主流媒体利用新媒体技术完成的报道情况进行详细阐释。通过前三章的铺垫，第四章则重点阐释主流媒体对于此次举国同庆的盛事所做的仪式化传播创新报道方式，通过分析具体报道路径，为第五章总结主流媒体仪式

^① 米韵熹：讲好重大主题报道融合故事——吉林日报庆祝新中国成立70周年报道的创新实践[J]. 新闻战线, 2019(20):49-50.

化传播所产生的效果提供参考依据，并通过第六章进行总体概况，对本文做出系统的总结概述，并表达出本文仍存在不足，日后将持续梳理。

1.4 研究方法与创新点

1.4.1 研究方法

（一）案例分析法：

又称个案分析方法或典型分析方法。指对代表性的事物或现象深入地进行周密而仔细的研究，从而获得总体认识的一种科学分析方法。本文第3.4章中主要运用案例分析法，以人民日报、央视、新华社等主流媒体作为主要研究对象，将新中国成立70周年所做的具体报道为主要案例，分析得出主流媒体仪式化传播的具体创新路径。

（二）文本分析法：

指从文本的表层深入到深层，发现不能为普通阅读所把握的深层意义。在对文本有详细了解的基础上，提取和整理信息，理解和解释文本背后的含义。本文中第4.5章通过选取人民日报、央视新闻、新华社等相关报道内容进行细读，并选取部分大众评论作为典型，总结大众在接收、传播信息过程中的心理感情变化及主流媒体达到的传播效果。

1.4.2 创新点

本文选题具有典型性。通过新中国成立70周年主题报道可以看出我国主流媒体在新闻报道中的不断创新与进步，通过对这次主题报道进行分析，可以以此为典型案例，看出重大主题报道在传播过程中体现出的细节内容。

本文选题具有创新性。以往大部分学者集中于研究重大主题报道如何实现创新突破，对于重大主题报道取得的效果方面缺少涉及。立足于媒体融合时代下，以仪式化传播的理论视角，分析重大主题报道对于社会治理方面的研究仍较少，且针对性不足。本文通过分析研究主流媒体对于新中国成立70周年主题报道，得出主流媒体对于此次报道在社会治理中得到的反馈与影响，为以后重大主题报道、仪式化传播理论的延续与发展提供新的思路与研究方向。

2. 重大主题报道和仪式化传播理论相关概述

2.1 重大主题报道

总的来说，所谓的重大主题报道是指根据党和政府做出的最新决策、发表的重要讲话、出台的一系列影响人民政治生活的法规政策等做出的精心策划报道。参考当前对于重大主题报道的相关研究，对于重大主题报道进行相关概念阐述，即重大主题报道可解释为是围绕党和政府机关做出的一系列政策进行策划宣传的报道。

我国主流媒体以及地方媒体集中报道，实现大范围宣传效果。同时由于重大主题报道本身具有的重要性、政治性、严肃性、舆论导向性强，因此需要媒体机构明确自身定位，对媒体从业人员具有较高的业务水平要求，因此需要全媒体相互配合。相比较其他报道，重大主题报道需要投入更多的时间及注意力，达到最优传播效果。

2.1.1 重大主题报道发展现状

目前，我国对于重大主题报道最早的研究为沈原学者发表的《晚报“重大主题报道”大有可为》（1990），他认为在晚报这一报纸类型中，要加大对重大主题报道的投入力度，宣传重大主题报道是当前这个时代的需要，具有一定的时代性；张文波学者针对之前学者的研究资料进行进一步探讨，在2009年发表文章，在媒体不断融合的推动下，利用新媒介技术，通过以中央新闻网站对于“十七大”的主题报道为例，与当前传统的重大主题报道方式进行对比，得出重大主题报道应在策划、编排、宣传等方面进行创新。根据目前可得到的关于重大主题报道的文献资料，我国对于重大主题报道研究呈现出逐年上升的趋势，大多集中于重大主题报道如何创新实践这一方面。面对当前网络媒体技术的不断优化，关于重大主题报道的出现新的研究方向与思路。在媒体融合大背景下，利用新媒体技术，如何实现重大主题报道及时、准确的传播，重大主题报道内容如何选择将会是目前值得学者们研究的问题。

2.1.2 重大主题报道特点

（一）具有导向性

由于重大主题报道本身具有一定的重大性，大多报道的是国家重大政策、法律法规。重大主题报道的内容是大众关注的焦点，是引起社会舆论的热点，能够影响

大众价值观念。因此，在对重大主题进行报道的过程中，要求记者要有正确的政治意识，对重大主题事件进行正确报道，带来正确的舆论引导。

（二）影响范围广

重大主题报道大多涉及社会大众生活中的方方面面，为大众所关注的重点。在传播报道中，产生广泛的影响。因此，重大主题在报道中，将事件完整报道的同时，又因重大主题报道特殊的意义和内涵，在报道内容中，对主题报道中要有较丰富的报道形式，从理论到实践，由浅入深，实现最大程度的传播。

（三）具有时代性

重大时间节点，重要时代主题是重大主题报道宣传中密切关注的重点。一般在报道中，要体现出鲜明的时代特征和时代精神。

2.1.3 重大主题报道机遇与挑战

随着互联网的不断发展，推动相应的新媒体技术不断向前迈进。面对发展如此迅速的网络技术环境，对于新闻媒体而言是一次巨大的冲击。不同于传统思维的新闻传播报道，受众对于信息的需求逐渐多样化，不仅仅满足于简单的信息渠道，面对受众日益增长的需求，新媒体与传统媒体相互融合拓展传播渠道变得势在必行。融媒时代下，要做好重大主题报道对于媒体而言是一次机遇也是挑战。媒体机构需要从多方面考虑，精确找准自身的定位，同时为应对媒体融合，需要从业人员打破以往的固定思维，实现传播渠道、传播流程、传播技术以及传播内容等方面的不断创新，总体而言这是一场技术与思维的碰撞。传统媒体需要利用这次机遇，将人们过去主要接收信息的传统渠道，例如广播、电视、报纸等单一信息传统媒体，与当前新兴媒体进行技术上的创新利用，呈现出具有全媒体特色的报道，在拓展传播渠道的过程中，实现新闻内容多样性、传播效果最大化的目的。对于互联网及新媒体技术带来的冲击，主流媒体利用新媒体技术，在策划传播重大主题报道的同时，要提升主流媒体地位，塑造主流媒体在人民群众与党和政府之间的公信力，在弘扬社会主义核心价值观的基础上，传播正能量，实现社会和谐发展。

面对媒体融合这一趋势，做好重大主题报道对于新闻媒体而言也是一场挑战。如何利用新媒体技术，在做好第一时间报道的同时要保证高质量内容；如何实现多样化传播，拓展传播渠道；如何打破过去以往的传统报道旧思维，创新报道重大主题报道等等，成为当前媒体思考的首要问题。对于媒体从业人员来说，需要不断增

强专业领域内的业务水平，并且要紧跟当前信息技术动态，掌握新媒体领域内的专业技能，成为行业专业人员也是一场巨大的挑战。这是重大主题报道的一场机遇与挑战，也是顺应当前时代的一项任务，在完成任务的同时，提升主流媒体的地位，弘扬新时代思想，传播主流价值观是核心要求。

2.2 仪式化传播

2.2.1 理论缘起及概念阐释

这一概念最早起源于美国。20世纪40年代，美国传播学因深受施拉姆、拉扎斯菲尔德等著名学者的影响，将实证研究法作为主要的研究方法，注重传播效果。20世纪70年代以后，这种研究方式成为研究传播学的主要方式。但有学者研究发现，这一方式限制了研究方法的多样化，同时过分注重研究效果，忽视了其他方面的研究，导致当时对于传播学研究的视领域越来越小，无益于传播学理论的创新发展。面对这一现状，20世纪70至80年代，詹姆斯·凯瑞受以杜威为首的芝加哥学派等人的思想的影响，发表一本名为《作为文化的传播》的论文集，从文化的视角来讨论传播，提出了两种不同的传播观念，究竟是“传播观”还是“传递观”，以一种全新的视角来展现出人类文化的传播过程。他认为传播的最终目的在于让人们对于某种事物达成共识，同时经过文化的传播，让整个社会完整，社会关系得以维系；同时，创新性的指出符号这一概念在传播过程中的重要作用，对后来的研究者提供一定的思路；面对詹姆斯·凯瑞的这一全新观点的提出，其他学者纷纷开始研究。戴扬和卡茨于20世纪90年代初，发表《媒介事件》这一研究专著，来谈论传播和仪式的具体过程。整本书聚焦于那些经由电视这一渠道传播的重大事件，大多是全国瞩目的仪式事件，强调媒介在传播过程中的强大作用。戴扬和卡茨的学生罗森·布勒在导师的影响之下，在20世纪90年代末发表《仪式传播》，对传播和仪式这两个概念进行讨论。21世纪初，尼克·库尔德里发表《媒介仪式》概论，整本书从不同的视角以及不同的理论出发，研究媒介与仪式。作者表达了媒介在人们日常生活中所扮演的角色以及媒介是如何与人们社会生活互动的。

詹姆斯·凯瑞认为传播不仅是简单的传递，更是一种仪式，是人与人的互动和众人参与的狂欢。当受众观看视频时，分享的不仅是信息，更多的是意义，而

分享的过程也是唤起信仰的过程。^①戴扬和卡茨表明媒介事件要比日常电视节目对观众态度和仪式方面能产生更有力的影响，将媒介事件分为三种特征，竞赛、加冕与征服。罗森·布勒将仪式定义为某种模式行为，一种自愿性的行动表现，造成符号化般影响真诚生活的过程。任何传播都是仪式，任何仪式都具有传播的特性。传播的仪式性使得所有传播的参与者都介入传播的仪式化过程。

2.2.2 仪式化传播特征

仪式特征是由一系列象征性符号加以组合构建的，通过传播过程从而达到意义空间的共通和一致。以共同体的身份将人们吸引到一起，形成“共情”的神圣“典礼”。^②具有强表现性、表演性、象征性。

第一，仪式传播具有象征性。它本身由符号组合构成，将符号赋予一定的象征意义，在受众了解的过程中，能够实现在意义空间上的共通与一致。

第二，仪式传播具有表演性。戴扬和卡茨在对媒介事件进行研究的过程中强调，媒介事件是由电视呈现而不是由电视创造的事件，通过电视传播报道的事件大多具有表演性，比如媒介事件中的“加冕”这一特征就体现出表演性。比如对各种庆典活动进行电视直播，主要领导人的就职典礼、对国家做出重要贡献的表彰大会以及我国每年固定时间断播出的《感动中国》节目等都体现出仪式化传播过程中的表演性特征。

第三，仪式传播具有强表现性。对某个事物或活动赋予一定的意义，人们在参与活动或接触某个事物的过程中，该事物或活动中的意义会习惯性的被大众唤醒。通过仪式化的过程参与到大众生活中，并以一种强有力的表现性对大众生活产生影响。

2.2.3 仪式化传播内容基本分类

我们可以根据仪式传播内容简单的进行基本分类：

（一）对仪式的仪式化传播

詹姆斯·凯瑞通过大众对于宗教活动的参与，认为通过宗教活动，让大众的情感共享。而宗教本身带有仪式性，通过宗教活动的传播，大众乃至整个社会得以维

^① 詹姆斯·W·凯瑞：作为文化的传播[M]。丁未，译。北京：华夏出版社，2005：7。

^② 董天策，郭毅，梁辰曦，何旭：“媒介事件”的概念建构及其流变[J]。新闻与传播研究，2017，24（10）：103-119。

系。戴扬和卡茨在对媒介事件进行叙述时，提出媒介事件具有三种类型，分别为竞赛、加冕、征服。^①加冕这一类型本身就具有仪式这一特征，将加冕赋予到活动中，比如重大活动的开幕式、举行的庆典活动等，通过电视这一媒介传播到大众面前，扩大了活动的传播，也加强了仪式的传播效果。

（二）对事件的仪式化传播

社会中热点事件、重大事件等本身具有一定的热度，与大众社会生活息息相关，就事件本身而言具有聚焦大众目光的特点，媒体通过仪式化的传播，比如通过电视等其他主流媒体进行大范围的同步报道，加强观众对于该事件的接受与认同能力，甚至能够影响大众的看法及媒介的议程设置功能。

（三）对典型人物的仪式化传播

比如大众生活中的热点人物、能引起大众广泛讨论的典型人物。在社会中，通过对典型人物的不断放大，可以有正面人物与反面人物，相应的获得大众的反馈。通过对正面人物的仪式化传播，引起大众的情感共鸣，在社会整合中起到粘合的效果；通过对反面人物的仪式化传播，引起大众广泛讨论，在大众积极互动中，对大众的价值观念产生影响。

（四）对传播环境的仪式化建造

戴扬和卡茨借用涂尔干的理论，将视角聚焦于在崇敬和礼仪的氛围中完成的，威严的、令人敬畏的仪式事件；^②詹姆斯·凯瑞强调仪式要在特点的物质场域才能实现更好的传播，说明在仪式化传播中，对环境的仪式化建造十分必要。在当前社会中，通过比如活动现场的氛围制造、重大事件的循环播放等，实现对传播环境的仪式化建造，让大众聚集于特定的仪式空间，将情感共鸣推向高潮。

2.2.4 仪式化传播的意义与价值

（一）提供了维系社会，达成共识的理论依据

面对当前传播环境呈现碎片化、多样化的特征，更需要一个充满仪式化的过程实现信息凝聚。在网络、社交媒体越来越细分、越来越私人化的趋势中，受众接受信息与表达感情的渠道狭窄，因此信息分享变得私人化。对于传播而言，大众无法在同一时刻信息互动，缺乏一定的信息交流，近一步而言，影响大众对于某一事件

^① 郭建斌：如何理解“媒介事件”和“传播的仪式观”——兼评《媒介事件》和《作为文化的传播》[J]. 国际新闻界, 2014, 36(04):6-19.

^② 董天策, 郭毅, 梁辰曦, 何旭：“媒介事件”的概念建构及其流变[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(10):103-119.

产生共识。大众总体而言是以团体身份存在，对于一个团体而言，要有较为统一的意见从而才能推动一个社会团体更好发展。当社会中的每一个团体都能产生共识，那么基于共识，社会组织凝聚力加强，从而形成更大范围内的群体产生，继而影响整体社会发展。

在仪式化传播过程中，为大众营造仪式性物质场域，引起大众兴趣。采取多样化的，拓展传播渠道，利用大面积的信息覆盖宣传，可以实现更好的与受众互动交流，并在传播过程中将仪式符号更深刻的嵌入受众记忆之中，影响受众的生活。同时这些符号代表着相应的历史文化与价值意义，在影响受众价值观形成的同时，为受众在同一空间实现信息意义共享提供一定的基础。媒体在仪式化的传播过程中传递信息、解释事件，传递了主流价值观念，影响着受众的观念形成，在维系社会，受众达成共识，构建社会认同方面提供一定的理论依据。

（二）为传播学研究提供了新的方向

互联网技术的快速发展使人们接收信息的渠道变得多样，受众对于信息的需求多样化与具体化，同时自媒体的兴起使受众具有发布信息权利。网络传播技术日趋成熟并广泛应用所带来的影响之一就是人们不在受到固定范围的限制。不局限于单一狭窄的封闭空间，不受限于时间，拓展了新的传播范围。对于某一事件的发生，大众随时随地可以知晓该事件的最新动态；每个人都可以是信息的传播者、接受者及制作者。引起大众热议、引发大众自觉传播的作品，如同仪式化传播的渠道。信息通过这一渠道发布，人们自觉聚集在一起参与该活动中，在此过程中实现认同，达成共识。这一领域的热议，为当前传播学研究提供新的方向。

（三）更大程度扩展传播空间

在现代媒体技术的推动下，仪式功能不再受时空制约，新媒体技术的不断发展，直接打破传播在时间与空间上的限制。利用发达的传播技术会创造一个更大、更多样化的仪式传播空间，更宽广的平台为更大范围的受众提供信息交流互动的空间，随着信息传播的速度加快，最终会构建出一个包容多元的文化世界。

小结

通过对重大主题报道、仪式化传播理论进行系统的阐释，可发现在当前时代下，做好重大主题报道依然是媒体行业应尽的义务。运用仪式化传播的视角透视重大主题报道，发掘重大主题报道在传播中的仪式化特征，并总结出其产生的效果，能够

为当前重大主题报道的发展提出新的思路。同时重大主题报道本身就是戴扬和卡茨所提出的“媒介事件”，因此能够在一定程度上，丰富这一理论意义。

运用仪式化传播分析重大主题报道是必要的，前文已提及当前学者对于媒体融合时代下仪式化传播这一概念研究仍有一定的缺乏，同时对于媒体融合下重大主题报道的传播效果研究也较为不足。因此，在媒体融合时代下讨论重大主题报道仪式化传播的效果符合当前实际研究。

3. 新中国成立70周年重大主题报道概述

2019年是新中国成立70周年，作为举国同庆的盛事，大众对于此次活动有较高的关注度。我国主流媒体对于此次报道在总体上呈现出时间与空间上纵横联合，运用各种形式协同报道的特点。通过各种渠道各种形式，利用新媒体技术与平台，将此次盛况全方位的传递到受众面前，使受众在了解相关报道的同时，达到扩大宣传的覆盖面与影响力的目的。

3.1 主流媒体融合报道

主流媒体通过打造“四全媒体”，利用全程媒体、全息媒体、全员媒体以及全效媒体，共同建立完备的全媒体传播体系，作为此次新中国成立70周年主题报道成果的集中展示，扩大主流价值影响力。

3.1.1 全程媒体加强引导力

所谓全程，是指媒体运用新媒体技术，对于报道活动全程进行信息捕捉、记录并保存。在此次新中国成立70周年报道中，中央电视台独树一帜与中国移动咪咕公司联合打造，推出“央视新闻全景观盛典”栏目，对盛典活动全程直播。让观众享受5G时代下超高清观看全景直播，为观众打造一场震撼的视角观看效果，带来全新的体验。



图3.1 央视新闻客户端发布图片

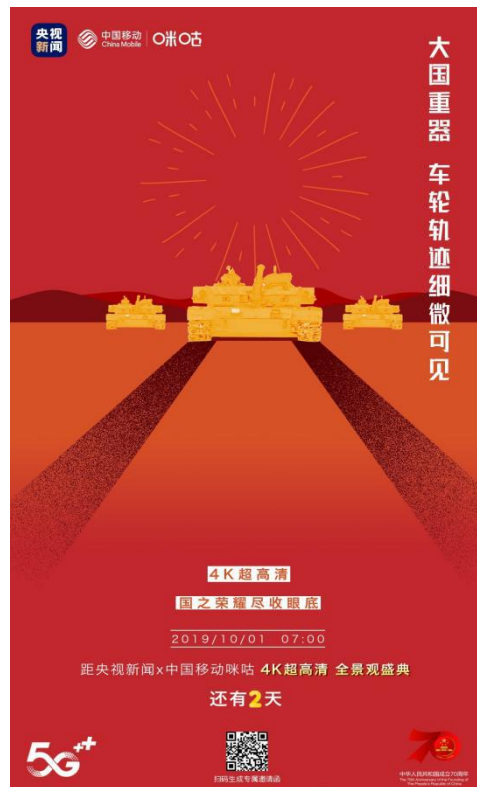


图3.2 中国移动客户端截图

任何时刻观众在打开电视或者手机时都不会错过庆典，实现实时收看的效果。新华社联合各省份以及地市级的主流媒体另辟蹊径，就阅兵前的准备工作及各个方阵的人员进行直播报道，以幕后活动为主要报道内容。参加阅兵活动的女兵在训练时不顾流进眼中的汗水，时时刻刻保持同一个动作，只为了在经过天安门时保持最完美的姿态，短短的几百米，对于走方阵的士兵们来说，是一种荣耀，也是一种油然而生的自豪感；年近九旬仍然执意要参加阅兵活动的老兵们也是新华社关注的重点。面对日益强大起来的中国，老兵们有话要说。老兵们走过的每一步，也是新中国自成立至今走过的每一步，每个人与新中国的命运紧紧相连。

通过中央电视台的全程直播与新华社及其他地方主流媒体的全程直播，不仅及时有效的彰显了国威军威，也将镜头转向了更多平时观众注意不到的地方。对于主流媒体而言，通过对新中国成立70周年活动的报道，在一定程度上提升了主流媒体的舆论公信力与引导力。对于观众而言，通过不同渠道多角度的观看与了解庆祝活动的内容，无形之中增强了爱国之情与对祖国的崇敬与自豪之情。

3.1.2 全息媒体扩大传播面

所谓全息，是指媒体改变以往单一的信息格式，创造信息格式多元化。媒体融合的时代下，少不了新媒体技术的参与。面对日趋增加的网民，快速阅读成为现如今绝大部分受众的习惯。大篇幅的文字、全程图片的报道显然已不适合。因此主流媒体利用新媒体技术，让报道焕然一新。人民日报推出H5制作的报道，文字、图片与音视频相结合，引发受众的阅读兴趣；央视新闻结合高清传播技术手段，将4K超高清信号通过卫星传输引入电影院线，运用极具地方特色的粤语配音，并通过70家影院同步播出，让电影院的观众如同在现场般实现超高清观看；人民网另辟蹊径选择在进入网站的开屏页面中，运用新媒体技术，实现动态动画效果，将70周年活动在首页中鲜活灵动地展现出来。



图3.3 央视新闻微博客户端截图

新媒体技术的参与，让报道变得不再枯燥乏味又充满严肃的政治意味，反而多了些生动有趣，更能引起受众的观看兴趣，同时对于主流媒体而言，相比较一板一眼的文字报道，这样的报道方式更能通过受众再一次传播，扩大主题报道的传播面。

3.1.3 全员媒体增加媒体话语权

所谓“全员”，是指社会方方面面各种主体通过网络的联系，进入到社会信息

交互的过程中。不同于以往的主流媒体传递主流声音，在此次70周年主题活动报道中，出现了主流媒体与新媒体合作报道的新方式。中央电视台与各个地方主流融媒体中心对阅兵活动采用5G+4K现场直播的方式进行报道，让观众实现更好的收看效果；新华社与线上较火的“知乎”平台进行合作，制作出“你好中国·问答70年”活动，邀请众多用户参与话题进行交流互动；人民日报与哔哩哔哩联动，推出动画追梦者，并通过微博预告：



图3.4 人民日报微博客户端截图

在国庆期间，中央电视总台三网全力推出人工智能编辑部，打造首批重点创新产品“课本里的新中国”，用户通过微信小程序搜索便可参与全民朗读活动，满足大众的个性化需求。截止10月上旬，在微博平台上实现话题参与讨论72.4万。央视联手商业短视频快手，在快手平台中同步直播国庆阅兵活动，实现阅兵活动更大范围的观看；哔哩哔哩APP中邀请上百位视频制作发布者共同演绎《我和我的祖国》节目；新华社在社交平台中与微信小程序合作，利用微信小游戏“熊猫跳一跳”，让用户在娱乐的过程中，无形之中接受传播信息，在游戏中体验祖国一路走来的历程，了解新中国成立以来伟大成就。

表3.1 部分主流媒体在部分短视频平台的粉丝数量（单位：万）

	抖音APP	快手APP	Bilibili
人民日报	12000	4806.8	7.9
央视新闻	11000	4978.8	494.8
新华社	3622.7	2636.3	70.8

表3.1为主流媒体在当前比较热门的短视频软件中的粉丝数量，可见以人民日报、央视新闻、新华社等为主的在主流媒体在其他平台中拥有数量可观的大众粉丝群体，因此主流媒体通过与其他平台合作，提升公众参与度的同时，也增加了受众与媒体的话语权。不局限于同一频道，不同渠道也可以参与其中。如今的时代，是全民参与的时代。

3.1.4 全效媒体提升主流价值影响力

所谓全效，是指媒体不局限于某一特定功能，实现效果全面化。互联网时代，使得越来越多的媒体具有一定的平台化趋势。除了中央电视台的现场直播外，各个主流媒体利用自身资源优势，精准发布新闻报道。地方媒体挖掘地理等特色元素，突破传统媒体较为单一的信息传播功能。十堰晚报原创微信《十堰骄傲！刚刚东风军车扬威大阅兵，还有这些十堰元素让人热血沸腾！》，首先带大家观看80分钟阅兵直播回放，接着用动态图片重大向大家展示阅兵方阵中的东风汽车。十堰作为东风车的家乡，当看到从自己家乡走上天安门广场的东风装备，引起十堰观众内心的自豪之情。同时，在阅兵活动现场，有来自十堰的各界代表。该条微信一经发布，在当地引起广泛关注，不少十堰人民表示在微信中阅读该新闻时，对祖国的热爱以及自己家乡的自豪之情油然而生。同时，阅兵仪式中的花车巡游，既丰富了阅兵活动也将各个省份具有特色的地方元素发挥的淋漓尽致。

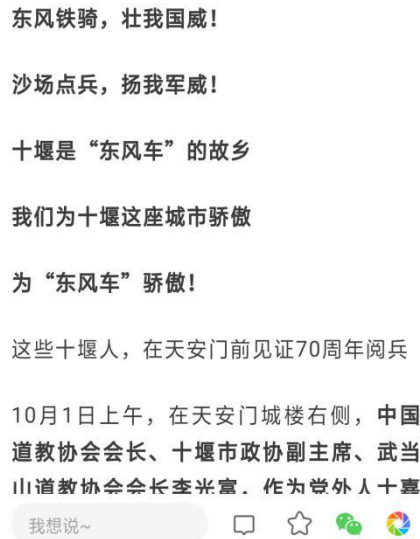


图3.5 《十堰晚报》原创微信页面截图

主流媒体可以通过一定的平台优势，更加精准、高效地将报道传播分类。在丰富报道内容的同时，传递了主流价值观，让观众以自己家乡自豪，为美丽祖国自豪。

3.2 广播电视多手段传播

相比较新媒体快速及时的报道，传统主流媒体也毫不逊色。电视、广播在新中国成立70周年主题报道中，发挥传统媒体独特的优势，为观众与听众带来了一场视觉与听觉的盛宴。在70周年主题报道中，除了中央电视台对庆祝活动的全程直播外，广播也发挥出了自身特色，将播音内容与传播技术相结合，完成了别开生面的报道。中央广播电台采用直升机、伸缩臂、无人机、移动拍摄机等多种特种设备，采用电视与广播融合的方式，全流程5.1+4K环绕立体直播，组成中国电视史上最大的直播系统；^①同时中央广播电视总台与全国各省市地方主要电视媒体机构携手，联合推出大型直播特别节目《壮丽70年·奋斗新时代——共和国发展成就巡礼》，以连续系列报道的方式，带领观众走遍祖国大江南北，展现各地地方风土人情的过程中，映射出新中国自成立以来的发展成就，在镜头的不断变换中，反映出人民群众对于祖国的热爱与自豪之情；央视推出纪录片《彩色新中国》，中央档案馆将新中国成立初期的画面进行复原，并通过央视新闻频道第一次以彩色影像资料与观众见面。央视利用新媒体技术，通过重新采访拍摄当时的场地与当时的人民，在回顾当时令人

^① 张树伟:重大主题报道的战略与策略——人民日报社、新华社和中央广播电视总台庆祝新中国成立70周年报道分析[J]. 青年记者, 2019(30):9-12.

难以忘怀的历史记忆中展现新中国一路走来的的崭新面貌；地方广播电视结合本地风土人情，以展现当地风貌为特色，表达对祖国成立70周年的祝贺。例如福建省省级电视台东南卫视，推出专题系列片《壮丽70年福建新跨越》，通过记者走近福建人民的生活，了解福建人民奋斗路上的故事，在向观众叙述的过程中，展现出福建70年以来的发展历程；海南电视台以自身独有的贸易特色，推出《自贸有新招》节目。通过展示海南自由贸易港的来来往往，在体现各行各业不断奋斗的过程中，向时代下的奋斗者致敬。在广播中，新华社向社会各界发出邀请打造出以声音传递感情重点栏目，并联合腾讯集团中的腾讯音乐协助共同推出《声在中国》音乐专辑，共邀请大众熟知的歌唱家廖昌永，以及符合各大听众年龄阶层的青年歌手共同录制广大听众耳熟能详的音乐节目，实现用声音与广大听众交流，用声音传递感情，用声音唤醒听众共同共同记忆，激发广大受众的爱国热情。



图3.6 《声在中国》专辑海报封面

通过广播、电视的传播，既吸引了爱好传统媒体的受众注意力，同时也提高了媒体的报道质量，增强了主流媒体在70周年主题报道上的仪式感。

3.3 报纸大范围覆盖

纸媒作为传统媒体，由于其历史悠久，在传统媒体中占据主要地位，具有受众面广，读者数量稳定，出版印刷数量巨大的优势。因此，在新中国成立70周年主题报道中，以人民日报为代表的主流媒体与我国各省市地方各级媒体相结合，进行持续不断的出版报道。

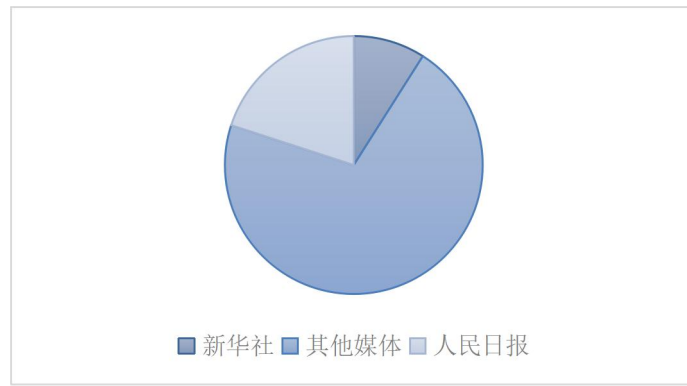


图3.7 主流媒体新中国成立70周年报纸报道统计

人民日报社呈现出全媒体特征，在活动期间共发布新闻稿件200余篇；新华社在头版头条共发布90多篇报道，并在版面中推出各省份的专版专栏。让关注报纸消息的读者，通过手机等设备，可以随时随地地浏览。地方主流媒体发挥自身优势，对于新中国成立70周年主题报道进行一系列的创新。比如《四川日报》为庆祝新中国成立70周年，自5月起开始策划为国庆系列报道预热，前后共完成十大引起大众热议的系列报道。从报道内容到传播渠道，从记者采访到呈现完整报道，四川日报社及从业人员另辟蹊径，跟着《行走》系列报道，读者在跳动的字里行间跟着记者们走了一趟历史现场；跟着《长征》中动人的故事，读者置身于图画中与长征中的小同志们交流情感。《四川日报》这一创新策划报道，增强了读者对祖国的热爱之情，向社会传递了正能量；《江西日报》通过刊载“壮丽70年·奋斗新时代”专栏，向读者大众展现新中国成立以来江西不断发展的过程，引起读者共鸣；在这次70周年庆祝活动主题报道中，报纸呈现出质量优良、持续时间长的特点，与新媒体相互融合，发挥出一定的优势，具有一定的创新性。



图3.8 《四川日报》数字版长征节选截图

3.4 对外媒体深度宣传

在新中国成立70周年主题报道中，主流媒体不止面向国内受众，对于国外受众的传播报道也一样重视。中央广播电视台下属的新闻国际传播机构针对70周年活动进行创新报道。“Tales along the yellow River”报道中，记者探访阅兵式幕后花絮，揭秘庆祝活动背后的故事，立体展示新中国成立以来发展成就；同时加入深受年轻人喜欢的VLOG形式“this is how we welcome china’s 70th birthday”以及短视频“on the Road”用微纪录片的形式，刻画新中国成立以来历史映像；通过“Chinese Animated Films in 70 years”向国外介绍中国70年以来的发展历史，向国外读者展现博大精深、延续千年的中国传统文化。此外，《中国日报》还创立创新特别节目：“70years on”特色英文直播，吸引更多观众观看。



图3.9 《中国日报》70 years on 预告封面

《中国日报》作为第一家准确及时报道新中国成立70周年庆祝活动的对外媒体，10月1号当天在国际版中刊发庆祝新中国成立70周年报道，通篇以多幅图片为主要表现形式，连续多图展现出中国军队走过天安门广场的精神面貌，接受全国人民群众检阅的英姿飒爽形象。同时，国际版以头版头条形式刊发习近平总书记在阅兵活动中的系列讲话，在宣传新中国成立70周年这一庆祝活动的同时，提升此次宣传报道内容的深度。

2019-10-01 11:55

庆祝中华人民共和国成立70周年大会在京隆重举行（三）

10月1日上午，庆祝中华人民共和国成立70周年大会在北京天安门广场隆重举行。



图3.10 《中国日报》版面截图

我国对外媒体针对新中国成立70周年进行的生动而又富有深度的主题报道，对国内受众而言，能够向国外展示中国的良好形象，也在无形中加强了自身对祖国的自豪与热爱之情；对国外受众而言，能够在第一时间接收到中国的消息，感受到中国国庆阅兵的震撼与人民群众的热情；同时，也能在一定程度上展示中国的发展成就，对塑造中国形象，增进国际间的相互理解起到一点的效果。

小结

在新中国成立70周年主题报道中，主流媒体与地方各省级媒体相互配合，实现全面覆盖。人民日报、央视新闻等官方权威媒体通过新媒体中心，利用多样化高科技技术，全程对阅兵及庆祝活动进行现场直播，打造全媒体融合报道的盛况；传统媒体中，报纸以长时间、制作多篇质量较高报道，实现大面积、全范围传播；在中

中央电视台循环播放阅兵活动的同时，中国之声推出新的系列，用声音与听众互动，带领大家感受新中国一路走来的过程；此外，在对外传播中，以《中国日报》、CGTN为首的主流媒体，用短视频的形式介绍中国历史，讲述新中国自成立以来的发展成就，用英文进行特色直播，用整版大篇幅的图片排版，用社论言论进行深度报道，全方位的展现了如今不断发展的中国。在展示中国良好形象的同时，也加强了人民对祖国的自豪与热爱之情。

总体而言，主流媒体在此次报道中，打破了时空限制，实现时间与空间上的纵横联合。在媒体融合这一背景下与新媒体技术相结合，多种传播平台协同合作，实现全媒体融合创新性报道。为大众提供高质量、高水平的传播报道，以大范围、多样化、全覆盖的形式将新中国成立70周年的盛况完整的呈现在大众面前。

4 新中国成立70周年重大主题报道的仪式化传播路径

以人民日报、新华社、央视新闻为代表的主流媒体，通过结合新媒体技术，改变以往传统报道模式，呈现出独特性、多样性报道特征，制作符合当前多样化需求的新型产品，为大众带来全新体验。打破时空限制，不局限于单一的传播媒介渠道，实现传播范围不断扩大，与大众实现情感互动。连接了与大众之间的信息传递，引起社会热议，收获好评不断。

4.1 打造仪式参与感

詹姆斯·凯瑞通过论文集《作为文化的传播》指出：“传播的‘仪式观’并非直指在空中的扩散，而是指在时间上对一个社会的维系；不是指分享信息的行为，而是共享信仰的表征。传播的起源及最高境界，并不是指智力信息的传递，而是建构并维系一个有秩序、有意义、能够用来支配和容纳人类行为的文化世界。”^①他指出的传播仪式，是受众需要在一个特定的场域中也就是充满仪式感的空间内完成对信息的接收与传递，由于全体受众的共同参与，使得情绪不断进入高潮，在共享信息的过程中交流意义，实现情感共鸣。主流媒体通过电视直播的形式，在同一时间实现全频道覆盖，大众聚集在一起实时观看。同一时间，特定的仪式气氛，大众情绪空前高涨。在观看电视直播的过程中传递信息、表达想法，产生情感共鸣，最终实现更高领域的对话沟通。

在新中国成立70周年的主题报道中，主流媒体改变以往的碎片化、不连续化报道模式，通过策划连续的、长期的、系列性的新闻直播视频活动报道，将公众的视线长时间的聚集在报道活动中，实现受众的共同观看，吸引受众进入媒体营造的仪式化传播氛围中，使受众共享情感，获得新闻内容最大化的被接受吸取。新华社、央视新闻等主流媒体实现与新媒体传播技术结合，对新中国成立70周年的阅兵活动进行电视、手机等移动视频进行同步直播，总是能引起人们的关注，并产生很强的聚集效应和吸引功能。主流媒体对于阅兵活动的直播策划报道，满足了受众在特定时间内实现共同观看的需求，同时受众在观看阅兵活动时高涨的情感，强烈的民族自豪感与爱国情怀在特定的时间内被无限放大。当人们在共同的场域看见军队士兵们英姿勃发的身影、现场观众脸上洋溢着热情的笑容以及年迈的老兵们仍保持着高昂的精神状态向全国人民敬礼的姿势，与现场解说员们共同组成庆贺祖国70华诞的

^① 詹姆斯·W·凯瑞：《作为文化的传播》[M]。丁未，译。北京：华夏出版社，2005：7。

美丽图景。一幕幕画面作为仪式符号与观众的记忆融合，在加深人们对于阅兵活动记忆的同时，实现情感共鸣。

随着传播中媒介技术的不断改革创新，媒介在社会生活及大众关心的重大事件中扮演不可或缺的角色，那些影响世界影响人们生活的重大事件经由大众媒介的介入，变得人尽可知。卡茨和戴扬将媒介应用到具有仪式性的事件当中，通过研究得出媒介在传播中起到的强有力效果。戴扬和卡茨指出重大的事件只要通过媒体直播，就能实现让来自世界各地的人们同时观看的愿望。在共同观看某个重大事件直播的过程中，对于观看者而言，不仅是事件的见证者，还在无形之中成为事件的参与者。每个事件见证者都可以完成再次传播信息，并与更多的人实现交流互动。在观看主流媒体新中国成立70周年直播报道的过程中，每个观众都是这场活动的见证者与参与者，在参与这场直播活动时，人们因为同一个事件聚集在相同的地方，比如在家里、在酒吧里等其他地方，作为传播者与参与者，使得中华民族的爱国情怀无限放大，原有的价值观念得以重塑，共同的记忆得以巩固。主流媒体长期的、系列性的主题直播活动，为观众营造出新中国成立70周年的氛围，观众在感受这种仪式感的同时，也能更大程度的引起观众深刻共鸣。

4.2 创造仪式互动感

凯瑞的仪式观指出，传播是“以团体或共同体的身份把人们吸引到一起的神圣典礼”。^①在传播过程中，大众构成一个共同体，而身处这个共同体中的大众不作为单一的接受者或者传播者而存在，每个人都是主动参与活动的成员，拥有共同的身份。一场仪式化互动活动，需要大众的共同参与协作完成。在参与活动时，加强了每个人的存在感。由于每个人都是事件的参与者，因此第一时间接收信息，身处仪式场域中，设身处地的对融媒体时代下的信息进行传递。

如果只是媒体的一味灌输新闻，受众单一的接受，只会让受众在接收相关新闻时变得越来越麻木，对于媒体的关心程度越来越低。在主流媒体策划新中国成立70周年主题报道活动中，将受众作为活动参与者，观众不再只是作为接受者而存在，他们既可以是媒体传播信息的接收者，也可以是实现二次传播的新闻发布者。新华社开辟了专门互动版块，便于与大众进行互动，及时收到大众对于活动报道的反馈。大众可以在观看现场直播的同时，在视频中以发布“弹幕”的形式，即时有效的与

^① 詹姆斯·W·凯瑞：作为文化的传播[M]。丁未，译。北京：华夏出版社，2005：7。

媒体之间进行互动，可以发布自己的观点看法，也可以发表自己此时此刻的心情。此外，媒体在报道时，也将“#带话题发微博#”的互动消息告知受众，因此可以看到各种各样的关于祖国的话题讨论，在活动期间，曾一直居于热搜榜之中。比如，央视新闻通过微博客户端发起#我和国旗同框#合影，向祖国告白的话题，与大家一起积极互动；比如人民日报官方微博发起的#30天表白祖国#，实现全民互动。



图4.1 人民日报官方微博发表图片

媒体与受众之间的良好互动，使得媒体在引导舆论方面的能力大大增强，同时受众自己也在参与其中，这种受众与媒体之间强烈的情感互动会加强媒体对于受众的报道传播效果，丰富了受众对传播的过程的理解，让更多受众知晓并深刻体会到自己国家的发展过程，在增强民族自豪感与爱国之情的同时，这种情感让不同的个体产生情感共鸣，达到身份认同，更好的实现价值认同和提升主流媒体对于新中国成立70周年报道的影响。

4.3 构建浓厚仪式物质场域

詹姆斯·凯瑞强调受众需要在“特定的场域”才能获得情感共享，信息共享，最终达到身份认同的目的。^①这个“特定的场域”，即活动中特定的空间，在此空间中具有强烈的仪式氛围。人民日报新媒体中心在北京蓝色港湾创造出充满仪式感的空间，吸引众多受众前去观赏。比如首先将一辆红色的车投入特定地点，并在车中

^① 詹姆斯·W·凯瑞：作为文化的传播[M]．丁未，译．北京：华夏出版社，2005：7．

放置具有年代感的事物，过去的人民日报、老式收音机、最早出现的自行车等等，浓厚的年代感扑面而来。在观赏的过程中唤醒受众的年代记忆，并通过交流，在互动的过程中接收人民日报所要传递的信息及背后的意义。在展现中国一路走来的历史瞬间中，实现受众情感共鸣，传递爱国的价值观念。同时，将中国的传统文化也在特定的仪式空间中得以弘扬；中央广播电视总台“央视频”平台，结合我国线下电影院共同推出的《此时此刻——共庆新中国70华诞》，国庆期间在全国70家影院同步直播。我国首次将4K超高清信号引入电影院线，与电影院线完美融合。这一创新举措，让观众在封闭的电影院实现共同观看，身临其境地感受阅兵活动这一盛大场面带来的强烈视觉感受，将观众的情感推向高潮。

中央广播电视总台投入直播历史中最完整的拍摄设备，运用5G+4K高清信号和无人机设备等对国庆阅兵庆祝活动进行现场全景直播。在阅兵活动直播前，央视新闻频道对现场环境、现场布置状况进行直播报道，向观众介绍活动场地布置，与观众进行互动交流；央视新闻微博客户端实时不间断直播，为微博平台用户传播现场完整画面。央视新闻以独家视角进行的国庆70小时不间断直播报道，充分营造出特定的仪式场域，吸引观众实时观看，达到传播效果最大化。



图4.2 央视新闻客户端截图

主流媒体利用媒介技术，将分散在各处的受众聚集在一个特定的场域中，在该领域中，仪式氛围实现最大化创造，受众的情感得到高度共鸣。在直播阅兵庆祝活动时，解说员与现场画面共同制造仪式气氛，身处这一氛围中的受众为自己是一个中国人而自豪。

4.4 故事化的叙事策略

面对新媒体技术的日益成熟，大众对信息的选择变得多样化、个性化。当大众对于某个事物或话题产生兴趣，媒体要利用新闻敏感性迅速捕捉到这一动向，制造话题吸引用户。身处互联网等其他新媒体制造的信息空间，对于年轻一代群体而言，报纸、广播等传统媒体制作的新闻报道已不能完全满足他们的信息需求，固有的报道方式、固定的文字版面已不能满足他们的阅读需求。在现如今的融媒时代下，主流媒体要想吸引更多人的注意力，并能引起他们的共鸣，与他们之间形成良好的互动关系，就要转变固有的写作模板与思维模式，使用故事化的传播方式，选择生动有趣的文字叙述，选取更多普通人的事例，通过文字、图片、视频相结合的方式，让主题报道变得生动有趣而又贴近受众生活，符合他们的阅读习惯，把宏大的政治主题放入平常生活中。把政策理论和政治事件融入现实生活中，由浅及深、以小见大，让严肃重大的主题报道富有活力。以用户为中心，满足受众个性化需求成为此次主流媒体对新中国成立70周年报道的创新之处。

（一）报道方式年轻化，契合受众个性化需求

对于受众来说，一提到重大主题报道，首先想到的就是严肃宏大的政治事件报道，因此重大主题报道也给观众留下了庄严严肃的刻板印象。以往报道内容大多有固定的写作模式，严肃的语言，加入单一固定的报道方式，让较多观众形成主题报道的刻板印象对大众的吸引力下降。而已经适应如今的互联网模式的观众，更乐于接受具有故事性、生动性、互动性强的报道内容。不同于单一的阅读模式，更喜欢观看视频、图片的相关报道。

在主流媒体新中国成立70周年主题报道中，一些网络词语、引起大众广泛讨论的词语创新应用于报道中，有效拉近了媒体与年轻受众的心理距离。央视新闻采用年轻态的Vlog视频形式成为此次报道的一个亮点。这些视频作品以记者为第一视角切入，用接地气的语言，简短的视频时长讲述幕后故事。风格独特、贴近大众生活，同时吸引受众观看了解更多幕后信息。年轻态的报道方式完美契合网民的个性需求，能够实现传播效果最优化。

（二）人物平凡化，贴近受众心理

央视新闻通过电视、手机客户端等其他移动设备循环播放70周年献礼系列短片“壮丽70年，奋斗新时代”，记者走访全国各地，与当地人对对话交流，通过与他们对话了解当地随着时代变化取得的发展成就。大众跟随记者的脚步，在游历祖国大

好河山、了解每个地方风土人情的过程中，感叹新中国随着时代变化实现迅速发展的不易。人民日报在国庆期间向社会全体成员征集具有时代感的影像，与中国摄影家协会联合主办以庆祝新中国成立70周年为主题，以“大国小家70年”为内容的影像分享活动，吸引各个平台用户参与其中，将每个分享影集的个体作为主角，在分享个人或家庭在时代下的故事中，引起大众情感共鸣。人民日报借助征集影像活动，让用户自主参与其中，增强用户的参与感与互动感，同时反映新中国成立70年征程的时代印象。新华社将镜头聚焦于时代中的奋斗者，推出《你》系列三部曲短视频。通过讲述每一个在社会中默默付出，为祖国发展贡献自己一份力量的奋斗者的故事，无数个奋斗者共同组成了当前的中国梦主题。观众在观看视频的同时感同身受，每个奋斗者都可以是“你”，“你”代表了社会中默默付出的人，拉近与观众之间的心理距离，在与观众情感互动的过程中，加深观众对于祖国的成就记忆。

表4.1 部分主流媒体的报道情况

主流媒体类别	主要内容	表现主题	表达效果
央视新闻	“壮丽70年，奋斗新时代”	走访全国各地，讲述时代故事	通过镜头展现各地发展状况，了解新中国70年来成就
人民日报	征集影像	分享时代下的个人或家庭影像	互动交流中唤醒记忆，增强感情共鸣
新华社	《你》三部曲	社会中奋斗的人	时代下的平淡人物更容易打动人心

通过选取社会生活中平凡人物进行报道，通过其具有生活信息的表达，展现大时代下的小人物，用小人物的变化来反映新中国自成立以来以来的发展成就，拉近了观众的心理，更能引起受众的情感共鸣。习近平总书记一再强调：“一种价值观要真正发挥作用，必须融入社会生活，让人们在实践中感知它、领悟它，要注意把我们所提倡的和人们的日常生活紧密联系起来。”^①对于主流媒体而言，将宏大主题、严肃报道融入普通人的生活中，以普通人的角度出发，可以有效提高打中对主题事件

^① 张慧. 习近平青年观研究[D]. 吉林大学, 2019.

的关注度和理解力。

（三）故事生动化，引发情感共鸣

相较于一篇充满严肃性、政治性的报道，富有故事性，情节生动性、具有趣味性的报道总是更能引起人们的阅读兴趣。通过独特的视角讲述发生的事件，让读者有亲临现场的感受。以记者为第一视角，符合大众观看习惯。这种故事化的传播方式，将原有的枯燥变得有趣，将大主题变为小故事，达到更好的传播效果，引发受众的情感共鸣。

新华社利用社交媒体平台新华视点，在微博中以“70秒说70年”为主题，每日发布70秒的短视频，通过固定的时间播出，吸引观众在当前时段观看。通过小故事透视大时代，例如河南卢氏县84岁的胡玉良半辈子辛劳，作为与中国共同发展起来的农村贫困人民，不再居住在早已破旧不堪的房子，而是在国家的大力帮扶下，实现入住新房的愿望；河北省辽城乡辽西村村民王益清说：“1978年光在吃的上面花的钱，就占了六成。”随着时代的变迁，祖国的发展，在吃的上花的钱越来越少，幸福指数越来越高；53岁的赵顺华是湖南邵东的一位普通农民，他在种地的时候说“以前‘双抢’，天不亮就下地，1小时也就收一分左右的地，今年夏天开着收割机，一个人完成了承包的200亩地，最快的时候1小时收了近3亩稻”。从人民群众关心的事情出发，以人民群众为主要采访对象，用70秒诉说70年，用70秒感受70年。



图 4.3 新华社微博平台截图



图4.4 央视新闻微博平台截图

此外，央视新闻推出《记者再走长征路》专题纪录片，通过1300多名记者重走长征路，用每天记录行程的方式向大家传回最新消息。比如第18天，记者追寻英雄的足迹带大家了解红军师长陈树湘的故事；第26天，红军战士曾广贵寻找到了曾经帮助过自己的救命恩人；第66天，记者走进甘南藏族自治州，身临其境的向观众讲述当时红军的艰难困苦。通过记者充满故事化的万余篇报道，不仅再次带领大众回忆那段壮怀激烈的长征故事，还向大众传递激励大家不停奋斗的长征精神一直存在于中国人的心中，难以忘怀的价值观。

4.5 碎片化的仪式整合

麦克卢汉认为，真正有价值的，有意义的讯息，不是各个时代的传播内容，而是这个时代所使用的传播工具的性质及其所开创的可能性以及带来的社会变革。在新中国成立70周年重大主题报道中，主流媒体通过根据场景制作内容与形式^①相匹配的新闻内容，利用新兴的传播技术制作融媒体可视化产品，打破时空限制，呈现出全景式报道。

在国庆节当天，人民日报在微博平台共发布17部再次剪辑短视频。通过表4.1可以看出其中超然混剪短视频《90秒看完大阅兵装备部队》，视频发布当天共实现

^① 董天策, 郭毅, 梁辰曦, 何旭: “媒介事件”的概念建构及其流变[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(10): 103-119.

1149万次观看；《90秒看完大阅兵徒步方队》混剪短视频实现转发、评论、点赞均过万，通过视频再次剪辑技术，实现迅速、及时的传播，第一时间向大众传播当时现场画面完成报道，打破了国庆阅兵活动短视频传播的时效性。

表4.2 人民日报部分短视频报道情况

短视频内容	观看量	转发量	点赞数	评论数
90秒看完阅兵装备部队	2339万	3万	6.4万	2578条
90秒看完阅兵徒步方队	7947万	12.8万	30.8万	2.2万条
45秒看完空中梯队	1208万	5452次	2.5万	992条

数据来源：人民日报微博客户端

除了实现短视频的最快时效性传播，人民日报利用H5页面制作技术，为大众创造出融媒体可视化产品。以国庆系列专题H5报道为主题，人民日报以#复兴大道70号# #新中国成立70周年#为话题，以网页链接的形式与用户进行互动，实现50万的转发量。通过滑动手机屏幕来操纵画面，带领用户体验新中国成立70年以来的波澜壮阔，并在其中加入当前能够代表年轻一代的优质偶像团体，符合大众的多样化需求。在大众观看500多个场景，了解每个场景背后故事的同时，产生情感共鸣。此外，人民日报还邀请广大用户绘制自己心中的新中国70年，运用H5页面动态技术，实现大众共同完成新中国70周年的画卷。用户在参与的过程中，唤醒自己的年代记忆。在与他人分享画面的同时，引起更多人的情感共鸣与时代记忆。



图4.5 人民日报客户端截图

人民日报把握住了当前网络媒体时代下的用户需求心理，利用新媒体技术，让大家都能在H5中产生共鸣，找到我与祖国一同成长的故事，让每个用户在参与的过程中产生共识。以《人民日报》为例，通过再次剪辑技术，动态节庆活动主题H5页面，在及时传播信息的同时，将社交媒体渠道的传播作为主要传播方式，迎合了年轻人表达感情的多样化方式，创新新中国70周年主题报道形式，实现全景式传播。

小结

在媒体融合的形势下，主流媒体对新中国成立70周年做出的一系列创新性报道，为重大主题报道提供了新的思路，改变了大众被动性接受新闻信息报道的局面。从不同报道角度着手，将镜头聚焦于普通生活中的每一个时代下的奋斗者，以小见大拉近与受众之间的心理距离；利用新媒体技术，制作符合当前更受大家更喜爱的融媒体可视化作品，利用AI、VR技术，让大众身临其境的回顾新中国自成立以来的发展成就；主流媒体与其他平台联动共同报道，连接更多的用户。

通过仪式化的传播方式吸引大众以共同体的身份进入到活动中与主流媒体之间相互互动，实现了主流媒体对于大众新闻报道的最大程度传递，大众对于主流媒体报道的内容也实现了最大化的吸取接收，达到扩大主流媒体对于重大主题报道的影响力的目的。与此同时，主流媒体对于新媒体技术的融合利用，突破了以往主题报道中的时空限制，大众可以随时随地接收到信息，不局限于时间、地点。对于主流媒体传递正能量，传播主流价值观提供了更广阔的平台，在引起大众情感共鸣的

过程中，影响大众主流价值观的形成。

5 重大主题报道仪式化传播的社会治理效能

重大主题报道的影响力决定了媒体引导舆论的影响力，占据全年各个新闻报道的主要部分。媒体融合的发展趋势，成为当前我国主流媒体新闻制作传播的主要生报道形式，习近平总书记曾说过“一张图，一段视频经由全媒体几个小时就能形成爆发式传播，对舆论场造成很大影响”。^①在新中国成立70周年主题报道中，主流媒体通过构建大众身份认同、塑造大众价值观念两方面，让大众在此过程中实现对话、沟通，最终实现意见相同，情感共通的最大程度融合，在交流中推动社会向前发展。

5.1 构建身份认同

在新中国成立70周年主题报道中，主流媒体不断创新报道方式，组成了一部完整的描写新中国自成立以来不断发展强大的画面。对于所有参与此次活动的人而言，是一场收获颇丰的体验。在这场体验中，能更加深刻的感受到祖国在不停进步，能在某些时刻某些瞬间感动不已，励志做一个与祖国共同奋斗的奋斗者；在这场体验中，能打开报道模式的新思路，能改变以往固定的报道模板主动与新媒体技术实现巧妙融合；在这场体验中，各行各业都是传播者，人人都是传声筒，能与媒体进行交流互动，主动表达自己的想法；在这场体验中，每个人都为自己是一个中国人而感到骄傲。

通过新中国成立70周年主题报道，关于这次活动的记忆会完整的保存在每个人的脑海中，在某些时刻这些回忆被唤醒，人们的情感也会再一次实现分享，对于祖国的热爱与崇敬之情会随着下一次活动的报道而被激起，自身的身份认同达到高度统一。通过主流媒体对新中国成立70周年主题活动的仪式化传播，从每个人的身份认同方面来看，更多的是对所有参与者的情感及自身的身份认同起到一定的效果，在实现社会整合中，这是必不可少的。

5.1.1 媒体记者扮演角色

主流媒体作为此次庆祝活动的主要报道者，面对如此重大的主题新闻报道，本身就承担着重要的使命与任务，同时也要扮演好制作者、传播者与传达者的角色。以人民日报、新华社及央视新闻频道为首的主流媒体在阅兵活动中，为了更好的呈

^① 习近平:加快推动媒体融合发展构建全媒体传播格局[J].求是, 2019 (6) .

现出报道的完整性与现场感，记者提前做好现场准备，包括所携带的设备以及现场直播的机器，新华社专门在天安门广场中搭建了平台，负责现场直播的主要报道；央视将现如今新兴的技术应用于直播中，建立了近年来最大的直播系统。这不是一次简单的采访报道活动，是一次重大的主题报道，需要全身心投入。从最初的提前策划到中期的制作以及最后的传播报道，每一个步骤都是一个巨大的挑战。通过此次主题报道活动，对媒体记者来说，取得了以下几点效果：

首先，对于记者自身来说，这是一次不断提升自身能力的活动。在策划此次报道中，能够丰富自身的知识面，拓展不同于以往报道的新思维。为了带给受众更好的阅读观看体验，需要不断的创新，不仅需要创新报道内容，还要创新传播方式。对于参与这次主题报道活动的记者们而言，是一次学习的机会。通过此次主题报道，激发了更多的创作灵感与创作能力。在创作中提升写作水平，在创作中提炼精华，在创作中感受新中国成立以来的每一步。

其次，对于记者思维意识来说，这是一次加强责任感与政治意识的过程。新中国成立70周年活动本身具有重要性，对于担负此次报道的记者而言，自然而然扮演着重要的角色。对于报道内容，大多是关于祖国发展成就与深入平凡普通人的生活事迹，记者在走访的过程中，需要深入了解实际，为了完整的报道整个事件，无形之中记者的责任感、使命感与政治意识也不断加强。

最后，对于记者内心来说，这是一次全心感受对祖国热爱之情的体验。记者作为主题活动的第一接收者，与时代进行对话，与时代中的每个人物、每个画面进行交流。媒体记者在采访活动中，第一时间接收到每个人物传达的信息，第一现场感受新中国自成立以来的发展成就；在直播活动中记者身处现场，用眼睛与心灵直观感受现场气氛与现场的每一个画面，感受阅兵活动中走过天安门广场的每一个人带来的热情与自豪，近距离感受阅兵仪式背后的每一个参与者，用摄像机与话筒记录他们的每一滴汗水；在报道内容中，记者与新中国一起成长起来的老兵们进行对话，感同身受老兵们走过的每一步。通过媒体记者对于此次主题活动的参与报道，一个接一个报道组合起来的画面直击内心，在浓厚的气氛中感受祖国不断繁荣富强，在采访活动中深刻体会内心对祖国的热爱与崇敬之情。

5.1.2 社会成员凝聚共识

对于新中国成立70周年如此盛大的庆祝活动，主流媒体作为主要的传播者，承担

着重要的责任。随着新媒体的不断发展，传播渠道变得广泛而又多样，不止主流媒体记者，更多的是社会中的各行各业也开始扮演着主要的角色。作为主题活动的隐形传播者而存在。他们作为此次活动的参与者，在一定程度上与主流媒体之间形成良好的互动关系，在互动中对主题活动内容进一步传播，在传播过程中对自身也起到一定的影响。

一方面，对于社会中的各种组织而言，在主流媒体仪式化传播的氛围中，其组织凝聚力与向心力得以加强。为庆祝新中国成立70周年，社会各个组织以一个团体的身份积极参与其中，比如参加由央视发起的“我和我的祖国”快闪活动，以制作短视频的方式传递对祖国的自豪与热爱之情，在活动过程中大家扮演着同一个社会角色，感受到共同的情感；对于媒介组织而言，在此次报道中实现全媒体融合，多种媒介组织相互合作相互沟通，在融合的过程中，作为一个整体而存在，同时也为媒介组织打开了融媒体的大门，传统媒体组织与新媒体组织相互沟通，自媒体组织与新媒体组织相互传播。

另一方面，对于各行各业从业者而言，身处在主流媒体制造的场域之中，主流媒体将报道的视角转向生活中的普通人，通过讲述与新时代一起成长的一群人，平凡的人坚守岗位十年如一日；通过对《我和我的祖国》电影的宣传，将镜头聚焦于参与新中国建设的每一个普通人；通过记者采访参与阅兵的各个方阵代表，并重点进行报道。让各行各业的从业人员通过接收信息，自身得到鼓励，从平凡中感受伟大。每个人都是时代的奋斗者，每个人都是中国梦的一部分。

5.1.3 受众群体情感体验

作为此次报道传播中最重要的群体，受众不只是被动的接受者，同时还是参与者与传播者。在传播过程中，与媒体之间积极互动。在接收主流媒体对70周年主题活动报道的过程中，大家聚集在一起，在同一时间实时观看阅兵活动的直播画面，在同一时刻实现情感高度共享；人民日报、央视等主流媒体与新媒体技术结合，制作出视频、图片与文字相结合的报道，以及VR技术的应用，受众在体验过程中自动接收到媒体想要传递的信息；这些作为受众对于此次活动的记忆会保存在脑海之中，当下一次活动举行时或者受众接收到有关于这次活动的某些符号，记忆也会被打开，受众仍会投入下一场活动，在无形之中增强对祖国的自豪感与热爱之情。通过主流媒体对于此次报道仪式化的传播，受众实现心理情感共享、达到高度一致的身份认

同。人民日报在微博平台对新中国成立70周年联欢活动直播时，引发网友的热烈反响。比如：

太好看了，我好后悔自己没有能力去现场看看，长得了一定要去看看。

——@韦一航9

我是中国人，这几个字，是我一生最大的骄傲与自豪。

——@山茶-ELF

实在太美了，实力的体现，为自己身为中国人而自豪!!! 永远为我大中国大CALL

——@完美玛丽艳顾问Amy

真的是联欢催泪弹，阅兵，晚会，真的是从早到晚，眼泪止不住，看会这个还必须看会别的，不然真的是缓不过来了都

——@今日宝藏

镜头切换到每个笑的非常开心的人我也跟着非常非常开心，切换到老一辈的时候总是热泪盈眶充满感恩感动，厉害了我的国，祝福祖国繁荣昌盛、和平美好。

——@何以解忧唯有暴富啊啊啊

啊啊

生逢盛世，无比自豪。

——@爱吃鱼干儿的小芒果

看得我热泪盈眶泪崩

——@其意大妈

我超级感动，超级激动，自豪骄傲自己是中国人！

——@雨霏兮梦

看个晚会我也能哭 祖国目前愿你平安昌盛生生不息

——@杰音悦耳·

许多人聚集在一起共同观看现场直播活动，大家在同一时间接收到相同的信息，实现信息的共享，在某一时刻实现情感共鸣。在相对封闭而又狭小的空间内，仪式氛围浓厚，随着周围环境的变化心理也随之变化，在现场大家欢呼雀跃气氛中，每个人内心的情感也被唤起。在情感得到共享的过程中，对自我的身份也实现高度认同。受众感受新中国自成立以来的发展成就中，不仅产生对祖国的热爱之情，还伴

随的是对自我身份的肯定与认同。当人们看到退伍老兵们的采访视频时，会眼含热泪；当人们看到整齐划一走过天安门广场的士兵们，会全体瞩目；当人们看到祖国发展至今取得的创造性成就时，会心中震撼。这些画面通过媒体的传播报道，形成一幅完整展现新中国发展成就的画卷，人们置身其中，感受祖国的发展道路。

5.2 塑造价值观念

在国家大力提倡的媒体融合背景下，新媒体技术日趋成熟实现广泛应用。传统媒体与新媒体相互结合，在一定程度上，拓展了新闻报道的渠道，也为重大主题报道提供了新的思路。各类媒体不断推陈出新，为重大主题报道传播搭建了平台，在全方位、宽领域、多层次的传播后，对大众的价值观念塑造产生一定的影响。

由于媒体融合的不断发展，主流媒体在传播重大主题报道过程中，全方位的使用新媒体技术，打破了时空的限制，拓展了传播空间，营造了充满仪式感的环境氛围。通过主流媒体对新中国成立70周年主题报道，提升了主流媒体对于舆论的引导力，用符号塑造并加强了大众对于新中国成立70周年庆祝活动的集体记忆，诠释了中国的发展成就。媒体融合时代下为主题报道提供了平台，让更多的人通过不同渠道沟通，对大众仪式中符号的建构与大众记忆的塑造也起到一定的效果。通过对大众记忆的塑造，对大众仪式中符号的应用也更进一步，加强了主流媒体对舆论方面的影响力，实现大众价值观念的统一。

5.2.1 加强媒体舆论引导

重大主题报道自身具有一定的政治性与重大性，媒体融合时代下，做好大众的舆论引导，加强主流媒体的舆论引导力变得尤为重要。主流媒体借助新中国成立70周年这一主题报道，运用仪式化的传播方式，提升了主流媒体权威性与影响力。同时，在舆论方面取得了一定的效果。

首先，拓展了舆论的传播渠道。以往的重大主题报道，受众大多都是通过电视、广播、报纸等单一的渠道获取信息，受众群体相对单一。在此次主题报道活动中，主流媒体在媒体融合这一大背景下，通过利用新媒体技术，打破了以往固定单一的形式，突破了时空的界限，构建了多元立体化的传播路径。受众随时随地可以接收到关于此次活动的任何消息，主流媒体通过与其他社交平台联动，满足了不同受众的多样化阅读需求。在进行主题报道过程中，人们可以在观看浏览视频、文字或图

片的同时发表自己的想法，主流媒体与受众之间实现良性互动，受众在接收信息的过程中，自觉接收到媒体所要传递的观念。

其次，加强了舆论的影响力。在此次主题报道中，主流媒体采用系列报道、深度报道的方式，运用大篇幅叙述一件事。央视新闻在活动期间，每天循环播放历经沧桑的老兵，用镜头传递信息，用镜头表达感情，通过老兵们自己讲述新中国自成立以来走过的每一步路，自己与新中国共同发展，共同经历的每一个值得被记住的时刻，让观看者感同身受。在叙述中感受老兵们走过的路，在感叹老兵们经历的同时层层深入，体会到新中国自成立以来的不易，为中国不断进步不断发展的成就而自豪。在提升主题报道内容深度的过程中，升华主题报道内容厚度，让更多人随着镜头由浅及深实现深度阅读，主流媒体对于舆论的影响力也在此过程中得以不断加强。

近一步，提升了舆论的引导力。重大主题报道的内容大多集中于政策、法律法规以及在社会中引起人们广泛讨论的事件，写作方式较为固定，文字缺乏生动性。因此，受众对于重大主题报道容易形成严肃性、政治性的刻板印象。在此次主题报道中，主流媒体通过以小见大的叙事方式，走访体现时代特色的大江南北，采访社会中的平凡人物，贴近大众生活；为了符合当前更多年轻群体的阅读习惯，人民日报、央视新闻推出VLOG形式，结合当前流行的热词，吸引更多年轻人观看并引发讨论；在报道中，大多使用有趣生动的文字，通过讲故事的方式报道事实。故事化的报道方式、有趣生动的文字报道、创新性的视频制作，使得主题报道具有可读性，能够吸引受众产生阅读兴趣，在高质量的传播报道中改变受众对于重大主题报道的刻板印象，提升主流媒体对于舆论的引导力。

最后，塑造了舆论的公信力。主流媒体具有上传下达的特点，将国家发生的事情完整的传递给受众，同时将受众的意见反馈给国家，其自身具有一定的政治性与权威性。新中国成立70周年庆祝活动是一场举国同庆的盛事，主流媒体在传播报道时，创新重大题材报道，牢牢把握住了政治方向。站在一定的政治高度，向受众传递时代下的奋斗者与历史车轮走过的每一个画面。

5.2.2 定义大众集体记忆

新中国成立70周年对每个人而言，是一场盛事也是让大众以一种热忱、崇敬的情感积极参与其中的活动。主流媒体对庆祝活动仪式化传播报道的方式，将这次事

件作为具有纪念意义的石碑保存在历史长河中，在叙述事实的过程中重新定义集体记忆，作为连接大众记忆与事件报道的代码。在下次活动中，再一次唤醒大众记忆。

从对大众集体记忆书写方面来看，主流媒体作为集体记忆的书写者，以人民日报、新华社等主流媒体在此次活动中运用画廊、打造具有历史感的场所，为传播报道创造浓厚的仪式氛围，大众参观与体验的过程中，会将自己感兴趣的内容与庆祝活动联系起来保存在记忆中，书写了大众关于国庆的特色活动记忆；人民日报通过专栏“共和国发展巡礼”，主要报道中国的发展成就，书写了大众关于新中国的成就记忆；在“壮丽70年·奋斗新时代”专栏报道中，为时代中忙忙碌碌不停奋斗的代表人物进行特写，书写了大众关于新时代奋斗者的记忆。在主流媒体将新时代奋斗者的记忆与新中国成就记忆贯穿于整体报道中，与这次活动的记忆一起完整的书写了大众的集体记忆。

从对大众集体记忆建构方面来看，新闻媒体作为重大事件的传播者、记录者，在对大众集体记忆建构、唤醒大众关于时代记忆方面扮演重要角色，成为搭建大众记忆建构与重大事件之间的主要桥梁。以人民日报、新华社等主流媒体为主的主流媒体在新中国成立70周年主题报道中，通过连续策划以“壮丽70年·奋斗新时代”为主题的报道活动，唤醒大众对于历年国庆活动的集体记忆。同时，在媒体融合时代下，使用微信、微博、QQ等社交媒体的用户数量逐年上升，这些社交平台的用户在接收信息并与主流媒体互动交流中，也加入到集体记忆的建构中来。人民日报官方微博在宣传期间创建名为“30天表白祖国”的话题，邀请网友参与讨论，并在其中挑选优质回答，以图片、视频的形式向广大用户展示，引发受众的共鸣。

主流媒体通过唤起用户对于祖国发展成就的个人记忆，用户具有个人色彩的评论补充丰富了主流媒体对于祖国发展成就的内容与细节，共同建构了一个祖国不断繁荣富强，大众与之感到骄傲自豪的集体记忆。

5.2.3 强化大众仪式效果

主流媒体通过具有仪式化特征的传播手段，把一个个具体生动的事件与人物用符号来象征、体现，并将它们放入宏大的主题当中，进一步增强了对于新中国成立70周年主题活动的内容和意义呈现。既促进了仪式化特征的形成，同时也是构成仪式必不可少的一部分。通过隆重的典礼仪式集中地讲述一个国家发展至今的成就，

在增强社会大众相关记忆的同时，在大众传播仪式中实现用符号传递信息，用符号表达意义，用符号连接受众的效果。

首先，象征符号是仪式传播中不可或缺的组成部分。利用象征符号进行仪式传播，为大众对国家产生认同提供了丰富的内容及手段。象征符号的使用与传播承载了整个国家及民族的文化资源与历史记忆，起到构建大众认同的功能。比如人民日报、央视新闻等主流媒体在国庆节期间报道视频画面中多以大街小巷随风飘扬的五星红旗为主，体现着中华民族的精神和内在价值观，也是新中国的象征，强化了大众的民族自豪感。

同时，国庆阅兵活动、庆祝活动的参与者，也起到了强化大众仪式中用符号连接受众的效果。出席活动的主要领导人是国家形象的主要象征符号，特写镜头中向祖国和人民群众敬礼的老兵、各个阶层的代表人物如广场舞阿姨、天安门广场前手拿气球的儿童、歌唱少年先锋队队歌的祖国青少年们，以及各国出席活动的领导人代表等等均是象征符号。用他们的身份象征符号连接受众，用符号传播仪式。经过央视对阅兵现场的直播报道，构建出一幅中国繁荣发展，社会秩序稳定，人民生活幸福的美好图景。

最后，在新中国成立70周年报道中实现了用符号表达意义。在10月1日当天，习近平总书记发表讲话，对新中国自成立以来的发展成就进行回顾，在回忆中表达和平得来不易，新中国取得的重大成就离不开所有人的共同努力。身处和平年代的我们，更应该不断奋斗，完成自己的梦想。习近平总书记的讲话就是一种象征符号，用语言符号向全社会成员传递更深层次的意义。此外，在央视新闻的直播报道中，选用央视播音员康辉和海霞担任现场画面解说员，将其富有感染力的播音与现场震撼的画面相互结合，在浓厚的仪式氛围中，播音员与现场画面的互动组成象征符号使观众产生强烈的情感共鸣，表达了国庆阅兵活动中民族融合、社会稳定、人民生活富足、祖国繁荣发展的意义。

小结

主流媒体的仪式化传播报道，从身份认同方面来说，中华人民共和国成立70周年庆祝活动通过“一种盛大的仪式与庆典传播”，唤醒了民族与国家的共同记忆，通过仪式本身所具有的强表现性、象征性，使得不同的个体都能通过主流媒体传播的内容找到社会认同。主流媒体对于70周年活动的仪式化传播，使得这份共同记忆

重新嵌入到人民的生活中，当所有的目光聚焦在媒体营造的国庆仪式中，仪式变成一种桥梁作用，连接大众与仪式活动。当这种仪式结束后，这种桥梁作用仍会存在于人民的记忆中，并在大众生活的大事小事中发挥作用，当下一次媒体进行仪式化报道传播之时，受众的记忆会被重新打开，投入到下一次的自我身份认同之中。

从塑造价值观念来看，重大主题报道自身的重要性已不需要过多赘述，通过主流媒体对于新中国成立70周年的仪式化传播，为重大主题报道传播提供了广阔的平台，主流媒体在对大众集体记忆的建构过程中，用象征符号传递信息、表达意义，传播更多积极的正能量。大众在产生情感共鸣的同时，价值观念形成。

大众与新闻媒体作为社会生活的重要组成部分，以媒介为互动平台，通过对新中国成立70周年主题报道的互动交流，信息传递时效快，受众反馈及时有效，建立了媒体与受众之间的良性互动关系。主流媒体作为大众生活中的桥梁，连接大众与信息，为大众生活营造良好的信息环境。在一定的信息沟通中，主流媒体成员形成责任意识，社会大众成员形成身份认同，两者在你来我往的互动中构建更广泛的交流平台，并在共通的意见空间里形成社会凝聚力。

以人民日报、新华社、央视新闻为主的主流媒体，通过媒体融合这一时代背景有效的打破信息之间的壁垒，借助仪式化传播方式可以为信息传播提供技术支持，扩大信息传播的范围，使公众在更广阔的平台中实现积极互动以此推动更程度的共识达成。通过塑造大众价值观、书写大众的共同记忆，将社会大众以“中国人”的共同身份在同一时刻聚集起来，感情达到统一，从而达到意识相通。大众作为社会生活中的成员，为实现社会更好发展而不断奋斗，每个人都是时代的奋斗者，无数个中国人合起来共同为实现更美好的社会生活奋斗，从而推动整体社会向前迈进，为社会整体发展带来正面积积极的意义。同时，在一定程度上实现传播者、接受者、参与者更好的沟通。在沟通中实现对话、融合，最终实现社会整合。

6 结语与反思

本文以媒体融合作为研究背景，以仪式化传播为理论视角，通过分析主流媒体对于新中国成立70周年报道的概况，重点探析主流媒体在这场盛大活动中的仪式化传播创新报道。大众不再作为被动的信息接收者，而是作为参与者与主流媒体之间互动交流，在接收信息的同时传播信息，在传播信息的过程中反馈意见。主流媒体在媒体融合的背景下，与新媒体技术巧妙融合，在创新报道方式的过程中，实现对新媒体技术的使用与拓展；在媒体融合的趋势下，以人民日报、央视新闻为主的官方主流媒体与其他社交媒体平台联动报道，拓展了用户的信息渠道，引起更多平台用户加入其中，也在一定程度上实现了传播内容最大化。在媒体融合的环境下，主流媒体将宏大的主题放入普通人的生活中，将镜头聚焦于时代下每个奋斗的人，用朴实感人的叙事风格，将他们不断地放大，呈现出了新中国自成立以来以来的发展过程，引起大众为祖国骄傲自豪的情感共鸣，无形中实现大众身份认同。将仪式化传播融入在新中国成立70周年报道中，用仪式化的传播理论视角打量整体报道，通过仪式化传播报道，无形之中提高了在大众传播媒体中的主导地位。在引导大众舆论方面，主流媒体增强报道内容的深度，实现报道主题升华，提升了主流媒体的媒体地位，加强了主流媒体引导舆论的公信力与权威性。国庆阅兵中，主流媒体全程直播，将仪式中的传播象征符号代入，这场仪式活动成为连接大众记忆的桥梁，建构出大众关于阅兵活动的集体记忆。通过大众集体记忆的形成，对大众价值观念的塑造产生影响，大众为自己是一个中国人而感到自豪，为自己出生在中国，身处当前祖国发展最好时期而骄傲。

整体来看，主流媒体通过积极正面的传播报道，在实现大众身份认同、建构大众集体记忆及对塑造大众价值观念方面产生正面影响。在报道过程中，主流媒体扮演了积极正面引导大众的角色。以媒体融合为平台，通过借助新媒体技术，仪式化的传播方式，让更多的人更大的平台中聚集，更全面的实现互相之间的沟通、对话，产生共通的情感与共同的意见。大众在平台中最终实现融合，推动整体社会向前迈进。

总而言之，通过对主流媒体关于新中国成立70周年主题报道的分析与梳理。从多角度研究中可以得到启示，主流媒体本身承担着一定的社会责任，尤其在引导受众这一方面。面对重大事件，本身具有一定的重要性及舆论性，因此当前主流媒体可以以事件内容为主要报道内容，结合媒体融合这一时代背景，进行创新性报道，以便受众在接收信息、传达信息的过程中达成共识。通过主流媒体与时俱进的报道

方式，使得社会大众凝心聚力，对祖国的热爱与自豪之情通过媒体的传达达到高度一致。每个人对于自己中国人的身份而骄傲，也可以将每个人看成一个整体，主流媒体报道起到了社会凝聚的作用。同时，主流媒体作为一个“粘合剂”，连接大众与社会，为加强社会秩序，稳定社会生活起到重要的作用。因此，通过主流媒体新中国成立70周年主题报道，可以为未来的相关报道提供新的创新路径与思路，通过不断的创新报道为大众带来多样化的亮点之外，在社会维系方面起到加强的作用，增加大众的认同感与信任感，共同促进社会的更好发展。

由于当前笔者能力有限，对于选题内容思考有一定的局限。本文研究仍存在不足。在主流媒体新中国成立70周年报道中，报道形式丰富、报道内容多样、报道事例广泛。因此对于文章内容无法完全深入透彻的进行分析研究，只能选取几个较为经典的案例进行研究。后续希望可以在继续研究的过程中尝试更多的研究方法，进行更大范围的资料收集，对此次研究主题产生的影响进行更透彻、全面的研究，可能会得到更有创新性，具有思想深度的观点与发现。

参考文献

专著:

- [1] Nick Couldry. Theorising media as practice. *Social Semiotics* [M]. volume 14 (2) : 115-132.
- [2] Rothbuhler, Eric, W. *Ritual Communication: From Everyday conversation to mediated ceremony* [M]. Thousands Oaks, CA: sage 1998.
- [3] (美) 丹尼尔·戴扬, (美) 伊莱休·卡茨. *历史的现场直播: 媒介事件* [M]. 北京: 广播学院出版社, 2000.
- [4] 詹姆斯·W·凯瑞. *作为文化的传播* [M]. 丁未, 译. 北京: 华夏出版社, 2005: 7.

期刊论文:

- [1] 安平. 戴扬、卡茨的新媒介事件研究 [J]. *内蒙古大学学报(哲学社会科学版)*, 2012, 44(05): 117-120.
- [2] 陈力丹. 传播是信息的传递, 还是一种仪式?——关于传播“传递观”与“仪式观”的讨论 [J]. *国际新闻界*, 2008(08): 44-49.
- [3] 程刚. 重大主题报道中数据新闻的应用——以“新中国成立70周年”新华网数据新闻报道为例 [J]. *新媒体研究*, 2019, 5(22): 19-21.
- [4] 丁静. 聚力“三招”做好重大主题报道——以海南日报庆祝新中国成立70周年报道为例 [J]. *青年记者*, 2020(08): 57-58.
- [5] 董天策, 郭毅, 梁辰曦, 何旭. “媒介事件”的概念建构及其流变 [J]. *新闻与传播研究*, 2017, 24(10): 103-119.
- [6] 巩晗. 重塑仪式感: 媒介事件中短视频新闻的报道创新——以人民日报微博新中国成立70周年报道为例 [J]. *新媒体研究*, 2020, 6(03): 1-6+15.
- [7] 郭建斌. 如何理解“媒介事件”和“传播的仪式观”——兼评《媒介事件》和《作为文化的传播》 [J]. *国际新闻界*, 2014, 36(04): 6-19.
- [8] 郭沁杨. 融媒体时代重大主题报道的传播策略探讨——以外交部全球推介山西融媒体报道为例 [J]. *科技传播*, 2019, 11(16): 56-57.
- [9] 郭毅. 传媒·仪式·社会: 西方学术语境中的媒介事件理论 [J]. *新闻界*, 2018(07): 25-32.
- [10] 胡翼青, 吴欣慰. 再论传播的“仪式观”: 一种社会控制的视角 [J]. *河南社会科学*

学, 2015, 23(05):112-116+124.

[11]黄禹铭. 仪式观下的新闻观——读《作为文化的传播》[J]. 新闻世界, 2012(02):104-105.

[12]李康跃, 果凤春. 国庆70周年阅兵媒介事件的宣传报道分析[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(22):74+7.

[13]李一凡. 融合背景下主流媒体重大主题报道的创新传播研究[J]. 电视研究, 2019(09):32-34.

[14]李政. 电视新闻仪式传播与国家认同构建——以央视庆祝新中国成立70周年直播特别报道为例[J]. 中国广播电视学刊, 2019(11):8-9.

[15]刘建明. “仪式”视角下传播研究几个关键概念被误读现象研究——与郭建斌教授商榷[J]. 国际新闻界, 2015, 37(11):64-74.

[16]刘建明. 传播的仪式观: 仪式是传播的本体而非类比[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2018, 45(02):152-158+169.

[17]陆芸. 宏大主题的生动叙事——以庆祝新中国成立70周年报道为例[J]. 对外传播, 2019(10):68-69.

[18]鹿璐. 融媒体时代文化类真人秀节目的仪式化传播——以第四季《见字如面》为例[J]. 东西南北, 2020(10):176-177.

[19]吕杏生. 融合传播背景下重大主题报道的创新[J]. 中国广播, 2019(12):60-61.

[20]米韵熹. 讲好重大主题报道融合故事——吉林日报庆祝新中国成立70周年报道的创新实践[J]. 新闻战线, 2019(20):49-50.

[21]牛静, 黄彩莉. 传播仪式观之理论探究及其启示价值[J]. 浙江传媒学院学报, 2017, 24(06):18-22+147.

[22]邱隆洪, 孙霞. 重大主题报道也能做出“绵柔味”——以《京江晚报》“那些年的心头好”系列报道为例[J]. 记者观察, 2019(32):68-69.

[23]宋垣. 仪式观与芝加哥学派传播思想——詹姆斯·凯瑞的传播思想源流[J]. 西部学刊(新闻与传播), 2016(07):23-25.

[24]宋治国. 融合创新中做优做精重大主题报道——以《苏州日报》新中国成立70周年报道为例[J]. 中国地市报人, 2020(01):53-55.

[25]唐蕊, 黄薇莘. 广播电视“庆祝新中国成立70周年”主题宣传异彩纷呈[J]. 中国广播电视学刊, 2019(11):5-7+21.

[26]王军. 新媒体语境下重大主题仪式化传播的实现路径及其文化图景——以爱国主

题为例[J]. 山东社会科学, 2020(06):159-166.

[27]王胜利,张婷. 主流媒体节庆报道创新——以新华社“声在中国”新中国成立70周年系列报道为例[J]. 传媒, 2020(06):66-68.

[28]王怡溪,王继乐. 在传播中构建认同——读《作为文化的传播“媒介与社会”论文集》[J]. 新闻传播, 2018(16):21-23.

[29]邢彦辉,王琴. “传播”定义教学的两个维度:传递观与仪式观[J]. 视听, 2020(09):194-195.

[30]邢逸川. 练好内功讲好故事做好传播——浅谈重大主题报道的创作[J]. 视听纵横, 2019(06):15-16.

[31]杨川源. 如何增强主题报道的纵深感——以浙江卫视“新中国成立70周年”为例[J]. 中国报业, 2020(05):80-81.

[32]郭建斌,程悦. “传播”与“仪式”:基于研究经验和理论的辨析[J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(11):21-36+126.

[33]张建中. 詹姆斯·凯瑞与美国传播学研究[J]. 国际新闻界, 2007(04):24-27.

[34]张娜. 以智媒视角生动讲述现代化伟大历程——中国经济时报新中国成立70周年主题宣传报道概览[J]. 报林, 2019(06):8-9.

[35]张淑芳,杨宁. 网络爱国话语的仪式化传播——基于新中国成立70周年“国旗”与“盛世”话语传播的参与式观察研究[J]. 太原理工大学学报(社会科学版), 2020, 38(05):34-40.

[36]张树伟. 重大主题报道的战略与策略——人民日报社、新华社和中央广播电视总台庆祝新中国成立70周年报道分析[J]. 青年记者, 2019(30):9-12.

[37]张伟. 论社会主义核心价值观的仪式化传播及其实践[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2019, 22(02):160-165.

[38]郑带利. 龙胜县红瑶婚礼仪式的双重属性:文化与传播[J]. 传媒论坛, 2020, 3(04):16-17.

[39]郑祎. 以融为媒,创新重大主题报道——以江西广播电视台新中国成立70周年大型融媒体直播活动为例[J]. 新闻战线, 2019(20):51-52.

学位论文:

[1]陈奕. “媒介事件”研究[D]. 华中科技大学, 2009.

[2]谌湘闽. 詹姆斯·W. 凯瑞传播仪式观研究[D]. 中南大学, 2013.

[3]贾艳霞. 媒介融合背景下我国移动视频直播在新闻报道中的应用[D]. 重庆大

学, 2018.

[4]江铭宇. 传播仪式观视域下“我和我的祖国”快闪活动传播研究[D]. 重庆工商大学, 2020.

[5]李冬. 失序时代的传播——“传播仪式观”研究[D]. 中国政法大学, 2017.

[6]刘欣然. 仪式观视阈下西和县乞巧节传播研究[D]. 兰州大学, 2019.

[7]王美华. 新中国成立70周年集体记忆的媒介建构研究[D]. 中国社会科学院研究生院, 2020.

[8]张慧. 习近平青年观研究[D]. 吉林大学, 2019.

[9]赵桓. 习近平媒体融合发展思想研究[D]. 新疆大学, 2018.

后记

时间的脚步匆匆，大把光阴弹指一挥间。求学三年，这一路程即将驶向终点，收获颇多。从最初的不知所措到现在的坚定不移，从彼此陌生到现在志同道合。感叹时间宝贵，回忆人生旅程大部分时间都用在了学习这一件事情上，磕磕绊绊在所难免，好在不负自己，不负时光，取得了阶段性的胜利。感谢一切，感恩所有。

“甘为孺子育英才，克勤尽力细心裁”，感恩我的导师孜孜不倦的教导。告诉我学术一直是很深奥的东西，需用严谨认真的态度对待；告诉我既然选择了研究，就要坚持不懈；从最开始寻找自己感兴趣的领域到最终毕业论文的写作完成，老师给的每一条意见都很有帮助，不仅教会了我一篇论文如何完成，也教会了我研究生阶段要清楚自己的目标，在学校的每一天就要为之努力一天。老师的辛勤付出，带给了我无限的精神动力。此外，对商务传媒学院的所有老师表示感谢，感谢对我学习上的鼓励与帮助。

“谁言寸草心，报得三春晖”，感恩父母一直以来的陪伴。在成长的路上，有不如人意的时候，有遭受挫折的阶段，也有年少无知的青涩。父母一直默默支持鼓励我，教我为人处世的道理，教我面对困难不畏惧大步向前走的勇敢；教我不卑不亢对未来充满信心，教我人生很长对学习要从始至终。说感谢太浅，我会带着这些在人生道路继续努力，不辜负你们，不辜负陪伴。

“桃花潭水深千尺，不及汪伦赠我情”，感谢在学校能够遇到志同道合的朋友。正是因为有了你们，让我的学习生活增添了颜色。一起奋斗，一起努力。因为大家在一起，平淡生活温暖又有趣。朋友可遇而不可求，能够遇到这么多的好朋友，是我的幸运。在此祝福我的朋友们幸运之神常伴左右！

未来值得所有人期待，努力都不会被辜负。祝愿每一个人万事胜意，前路有光明！