

典型人物报道如何凸显传播效果

冯 绮

先进典型是时代精神的标杆，典型人物报道是我国宣传思想文化战线的有效法宝。主流媒体历来高度重视典型人物报道。但是，如今信息传播的多样化、阅读方式的碎片化、热点更迭的快速化，都为提升典型人物报道的吸引力、影响力增加了新的难度。在这个快节奏的时代，典型人物报道如何适应、发展、创新，并利用互联网的特点收获入耳、入眼、入心的传播效果，发挥出典型人物报道引领社会主流价值观、传播正能量的积极作用，值得我们不断思考和探索。本文以“时代楷模”——云南丽江华坪女子高级中学校长张桂梅校长的系列报道为例，梳理分析典型人物在融媒体时代如何增强传播效果。

一、层层推进，凸显传播节点

宣传心理学上有一个假设：“公众都是健忘的”。为了达到加强公众记忆的目的，传播的信息必须具有一定的重复性。但是怎么重复却大有学问。简单的重复，堆积无效信息会让人感到厌烦，从而不能达到预期的传播效果。多角度、多层次、循序渐进地适当重复，有利于大众增强对典型人物的记忆。这个过程如同画画一样，让人物形象逐渐清晰、完整和丰满。

张桂梅系列报道是2020年典型人物传播的一大亮点，新华网、人民日报、光明日报、央视、半月谈、中国青年报、中国妇女报、学习强国APP等主流媒体以消息、通讯、评论、采访手记等图文、视频各种报道形式，对张桂梅的事迹进行传播。传播过程大致可分为三个阶段：第一阶段以高考前后推出的《大山深处有位“老师妈妈”——张桂梅》《贫困女生命运改变者张桂梅：“还有一口气，就要站在讲台上”》《大山里的女校校长张桂梅：我想改变一代人》《大山女孩的明灯——记云南丽江华坪女

高校长张桂梅》等为主，主要记录了张桂梅个人成长、职业轨迹和价值实现；第二阶段从张桂梅拒收全职妈妈毕业生的捐款开始发酵，引发全网话题讨论，主流媒体纷纷发表《不必苛责张桂梅的“不原谅”，也不必污名化“全职太太”》《我们需要理解“全职太太”，更需要理解张桂梅这样的真师者》等评论；中宣部授予张桂梅“时代楷模”称号前后掀起第三阶段宣传高潮，微信朋友圈也连续多日被张老师“刷屏”。《张桂梅：“女高”意味着我的生命》《时代楷模！为了让贫困女孩昂首走出大山，张桂梅究竟有多“拼”》《张桂梅：让学生们远方有灯、脚下有路、眼前有光》《张桂梅的十二年家访路》等报道，让张桂梅的人物形象更加深入人心，她的先进事迹再度引发社会热烈反响。

整个传播过程犹如一部电视连续剧，主流媒体的报道是主角，网络大V、微博、微信公众号、抖音等社交媒体在其中扮演各种角色，各抒己见，起承转合，共同推进传播过程，当然这一切的前提是新闻的真实性。

二、描写细节，展现人物亮点

典型人物是马克思、恩格斯所说的“现实的个人”，是“有生命的个人的存在”，对读者来说是“熟悉的陌生人”。人物要有生动的细节，特别是在如今互联网的海量信息里，能够给人留下深刻记忆的典型报道要突出人物亮点，打动更多的人才能有更强的传播力，否则报道就会被淹没，无法达到预期的宣传效果。

张桂梅人物报道中有不少这样的细节，比如华坪女高挨着大山，难免会有蛇、鼠、鸟等“小动物”跑进来。张校长怕吓着姑娘们，每天早上5点15分起床，拿着手电筒先走一趟，赶一赶；晚上12点半，张校长才会回到自己的“家”，躺下歇息；身为校长的她住学生宿舍，

而且还有两个学生室友；命运坎坷，中年丧夫，无儿无女的她规定，高考完回校办完手续，学生就不允许再回来！她说：“我不希望她们老是惦念着女高为你做了什么，张老师为你做了什么，我不想让她们背上这样一个包袱！我只想要她们安心心地去读书，走得远远的，飞得高高的！”这些生动的细节报道中还有很多。一个坚毅不屈，处处为学生着想，无私奉献不求回报的老师形象让人不由心生崇敬之情。

如果这种共情体验只是发生在日常生活中，范围较小，这些东西“传染”给你后，也很难通过你再“传染”给其他人。然而，当人们的生活逐渐媒介化，特别是逐渐被社交媒体占据后，这种情况就发生了巨大变化。在社交媒体上，共情体验会迅速“传染”给其他人，引发全网关注和共鸣。

三、贴近生活，聚焦时代热点

一个典型能被推出，一定是其身上富有某种契合时代精神的特质。只有扣紧与时代脉搏的共振点，挖掘到反映人物精神特质的触发点，才能让典型人物既见性格风骨，又见家国情怀。我们既要回应“时代”的关切，即当今时代需要什么样的榜样、应当确立怎样的道德和价值坐标？同时，也要了解“个人”的感受，即榜样于个人而言有什么意义？如何在学习榜样中实现个人价值？

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。脱贫路上先要扶志，扶志就要从学生抓起，教育是非常关键的一个环节。张桂梅校长是教育扶贫这一理念的忠实践行者，也是贫困山区重男轻女思想的抗争者。张校长12年前筹建起全国第一所全免费的公办女子高中——丽江华坪女高，招收的大多是贫困、辍学或落榜的女学生，连续10年高考综合上线率100%，让1800多名女孩走出大山，进入大学。她像一盏明灯，燃烧自己，照亮大山女孩的梦。在张桂梅的帮助和感召下，许多华坪女高的学生大学毕业后，放弃了留在大城市的机会，选择投身艰苦偏远山区的教育事业。

正是在这样的时代背景下，张校长的坚毅和努力更显难能可贵。加上每个人对无私与自私的考量、对工作和生活的权衡，看似离我们

很遥远的一名山区优秀教师的故事，实则和每个人都息息相关，引发人们对人生观和价值观的思考。

四、引出话题，剖析社会痛点

以往的典型报道基本是单向的、正面的宣传，有些甚至被过度拔高、神化，没有一点杂质、杂音，对张桂梅这样荣获过全国先进工作者、全国“五一”劳动奖章、全国优秀教师，全国优秀共产党员、全国“三八”红旗手、时代楷模等一系列荣誉称号的人物来说，更有可能如此。但张桂梅人物报道的传播却体现出不一样的特征，除了大量的正面宣传，还引出两大争议话题，甚至主人公一度成为争议人物。

第一个话题是在各主流媒体对张桂梅老师的事迹进行报道宣传，一片赞誉之后，凤凰卫视记者胡玲发了一个微博：“张桂梅校长的学生因为当全职太太，张校长不接受她的捐款，并且要她滚出去。‘女人要靠自己，不能就靠男人’你同意吗？”一石激起千层浪，引发全网高度关注和激烈讨论。#张桂梅校长反对当全职太太#的话题迅速登上热搜，阅读次数达到6.8亿，讨论次数达12.6万，抖音上关于张桂梅话题的视频播放总量达到2.7亿次。随后《怒斥全职太太“滚出去”引热议，张桂梅的狠话有错吗？》《张桂梅校长反对全职太太的风波中，到底谁有错？》等分析文章成为爆款，阅读量10万+。第二个话题是针对张校长每天让学生睡5个小时，跑步去吃饭，其余时间大量刷题引发的填鸭式教育和素质教育之争。

不回避矛盾，不隐瞒人物的弱点乃至缺点，让人物形象更加鲜明、立体、生动，更加有血有肉。大家在激烈争论中找到自己的影子，产生强烈的代入感，引发更多的探讨和感悟，增强传播黏合度，同时对当前社会痛点进行剖析、梳理对策。

总之，在融媒体时代，典型人物的传播过程更加多元化、多维度，传播的速度、广度、频率都有提升，但同时内容的亮度、角度、深度、高度提出了更高的要求，在传播过程中必须要增强用户思维、创新思维、流量思维、运营思维，才能让传播效果达到最大化。

（作者单位：浙江广电集团广播音乐调频）