

代表作一：网络时代：互动视域中图片新闻的价值与优化

2021年6月10日发表于文化和旅游部官方新媒体平台“文旅中国”，被中国文化传媒网、网易新闻、百度、腾讯、中传云资讯系统、SEO资讯网等7个官方平台转载。浏览率截止2021年9月30日：221826次，点赞：1881次。

发表和转载平台如下：

1.文旅中国：

<https://www.ccmapp.cn/ccmapp3.0/index.html#/shareDetail?action=openedetail;richtext;17e42011-1dd3-4dec-8944-01e507adf9b9&terminalid=undefined&>

2.中国文化传媒网：

<http://www.ccdy.cn/portal/detail?id=17e42011-1dd3-4dec-8944-01e507adf9b9&categoryid=10942-mssql&categoryname=%E8%AF%84%E8%AE%BA>

3.网易新闻：

https://c.m.163.com/news/a/GC54G27D05505AV6.html?spss=adap_pc&referFrom=&spssid=c96fe18b023666b77a07707dbf54799d&spsw=1&isFromH5Share=article

4.百度：

https://mbd.baidu.com/newspage/data/landingsuper?context=%7B%22nid%22%3A%22news_8827741446256928387%22%7D&n_type=-1&p_from=-1

5.腾讯：

https://view.inews.qq.com/a/20210610A07JUC00?uid=&chlid=_qqnews_custom_search_all&qimei=f19147aaa1388ee02ff6c91810001b11511f&devid=e41e943658010b07&shareto=&openid=o04IBAM9d_OWBpuYlhQMz1YKp_4E&key=&version=6303004c&devicetype=Windows+10+x64&wuid=oDdoCt6mA5DgRUFsEU4C1ZzT4OSQ&sharer=o04IBAM9d_OWBpuYlhQMz1YKp_4E&openwith=wxmessage

6.中传云资讯系统：

<https://www.ccmapp.cn/news/detail?id=17e42011-1dd3-4dec-8944-01e507adf9b9&categoryid=&categoryname=%E7%83%AD%E7%82%B9%E6%8E%A8%E8%8D%90>

7.SEO 资讯：

<http://www.ylzug.com/ZX/31802.html>

网络时代：互动视域中图片新闻的价值与优化

06-10 原创

相较于文字新闻，图片新闻通过“直观”与“情节”可以激起受众的“直觉”和“情感”，比文字新闻更具有确凿性与说服力。图片新闻是新闻报道的重要组成部分，是新闻价值呈现的重要增长点，是新闻价值实现的有益补充。但长期以来，主流媒体虽也注重文字配图的方式进行新闻报道，但更多的图片新闻却以“事件现场全景”的方式呈现，这种模式化、脸谱化、程式化的方式，已较难引起公众的广泛兴趣与积极互动。随着媒体融合的纵深推进，互联网作为基础数字平台，已成为天然的信息互动媒介和公众交互生产、传播、获取信息的主渠道，也为图片新闻的生产、传播与深耕实现价值与增值的可能。

互动关系视域下图片新闻的价值表现

网络时代，社交媒体与移动通讯普及，倒逼图片新闻转型，传统思维的摄影记者采集图片后再回单位修图发稿的模式已不能实现受众的全面覆盖并满足受众个性化需求，以新媒体为代表的交互传播的方式，从生产视域、空间领域、社交场域等多维度构建了图片新闻的互动关系，及时发布、受众平等交流、深入表达自己观点意见，情感价值体现，均把图片新闻的传播效果提升至更为广泛和深刻社会影响力的范畴。

1、生产视域的多身份互动

客观的说，图片新闻作为一种新闻活动，包含了新闻画面的各种内容要素，具备主体对象、客体对象，新闻环境，一方面，图片新闻需要真实的呈现新闻的事实，并且客观反映；另一方面，网络时代，图片新闻更是精彩瞬间的记录，快速发布，体现“时时、处处、人人”皆可报道，且强调新闻效果实质等效。

从图片新闻的生产来说，网络时代，生产者个体自身就在现场，生产者可能是见证者，也可能是当事人，也可能是旁观者，生产者与见证者、当事人、旁观者是合一的，主体和客体都在新闻环境中并实境呈现。因此，与图片新闻生产发之关系

的相关联者们实质产生强关联的互动关系，在现场都呈现强势的互动参与关系。这些互动关系处在新闻环境现场，大脑通过眼睛对视觉刺激进行吸收，从不同距离、各种接触，基于自身认知态度，对图像产生感应，从而呈现自己亲身感受到的现场，不仅体现了自身看到的现场，也以互动的方式，提供了图片新闻生产的新方式。

比如：2020年3月5日，抗疫照片“落日余晖”刷爆了朋友圈，照片中，病床上87岁的病患老人与身穿防疫服的医护人员高举右手，指向天空落日，相携沐夕阳。4月1日，中央电视台新闻联播对“落日余晖”照片背后所蕴含的希望与真情进行了报道，并配以评语“山川日月，暮光银河；有爱相伴，人间值得”。在这幅图片新闻中，拍摄者、患者、医护人员和公众之间产生微妙的互动关系，让大家看到了战胜疫情的曙光。

2、空间领域的多时空互动

网络时代实现了时空传播的一体化，物理在场的地域性时空在逐步瓦解，网络架起了时空转换的桥梁，且传播者和接受者还可自由出入和转换。在空间领域，一方面，图片新闻的生产者通过自媒体终端，片刻时间就可以让图片传播“泛在”，

扩大了图片新闻传播覆盖的广度；另一方面，图片新闻通过网络发布，经过“看见”—“认同”—“热议”—“转发”的行动路线，进一步让图片传播“沉浸”，提升了图片新闻传播价值的深度。

事实上，图片新闻更能呈现受众在读图时代追求和挖掘图像的深层内涵。作为视觉文化的重要表现形式，首先，图片新闻通过互联网与传统媒介的时空交叉和时空交融，用图片符号的冲击力更容易刺激受众感官系统反映的能力，把被动传播转化为主动传播；其次，新旧媒体时空一体的传播格局，把图片新闻在扩张文字纵深的基础上，通过思维的作用过程，让受众能够在头脑中留下直观印象，不仅更大程度地达到了传播效果，而且构建着新闻报道的主观感觉和立体认识。空间领域构建物理场域不能实现的庞大网络结构，而图片新闻充分展示自身的图片视觉冲击力，在吸引受众眼球的同时，充分激发受众对新闻事件详情的关注程度，实现被动传播—主动传播—互动传播的空间领域多时空互动。

比如：2013年12月28日，“习大大吃庆丰包子”这张图片新闻，从习大大的排队、就餐、客人交流、合影等所有现场照片都来自于包子铺现场观众，通过这些现场观众的及时发布，瞬间突破时空，拓展了图片新闻传播的广度和深度，让全国上下感受到习大大的亲民举动。

3、社交场域的多维度互动

信息技术的裂变式发展，让更多“非媒体”具备了媒体的信息传播属性，比如微信、微博、抖音、社群等，也让更多的“非专业记者”具备了碎片化发布图片新闻的条件，大量“平民化记者”涌现，发布者—阅读者—参与者构建亲密友好的社交关系，拉近受众在社交场域对图片新闻的距离。

网络新媒体大背景下，媒体融合不断纵深推进，进一步突显其社群化趋势，不仅需要借信息产品来聚合社群，更需要用服务产品以深化连接。而图片新闻充分发挥自身优势抓住受众眼球，满足受众猎奇心理的同时也显现社群化多维互动趋势。首先构建“公共关系”社群，图片新闻本身内容体现了互动关系的进一步发生，“观看者”对待图片新闻的态度也关系着受众进一步“接近”程度，进一步塑造用户的认知和影响其行

动；其次，建立“社会关系”社群，受众一旦“观看”而“接近”，图片新闻就会通过“人际距离”拉近图片中所发生的事件、人物与受众之间的关系，从而进一步促进受众从“接近”到“卷入”；再次，呈现“亲密关系”社群，受众对图片新闻认知和认同后，就会自然的强化自身的“卷入”程度，增加“卷入”的效果，从而自发的产生转发、热议等行动。

比如：2015年9月14日，一张“父亲为儿撑伞”的图片新闻中，滂沱大雨之中，一对父子走在人行道上，年轻的父亲穿穿衬衫、手提公文包，给小孩打着伞。尽管父亲全身湿透，右手的伞仍坚定地举在儿子头上，呵护儿子不受风吹雨打。父亲全身湿透的背影和儿子天真烂漫的步伐，呈现出一幅现实版的《背影》。这样一张简单的拍摄于纽约皇后区马路上的图片，通过互联网社交媒体的大量转发与民众社交的自发互动，在短短13小时内就遍及全球，可谓瞬间感动整个世界。

网络时代图片新闻互动传播的失范

现如今，网络赋予受众越来越多话语权，人人都可以借新媒体传播平台来发表自己对图片新闻的认识以及对背后新闻的看法，进而引发网民之间的互动，并形成舆论热点。但新媒体

泛娱乐化的环境却导致了不少虚假新闻的存在，甚至有的还触及道德底线和法律红线，生成不良的社会导向。

1、“有图”没有真相

图片新闻的目的是将事件直观展现在受众面前，应具备新闻的真实性，因为图片新闻本身就是客观存在。但现实中，有些发布者因为某种利益，用一些技术手段“制造”出“虚假图片”，以“有图”没有真相来迷感受众，导致受众主观倾向性地相信图片和转发图片，引发错误联想与传播，造成不良后果。

2、追求“泛图”呈现低俗

由于受众对感性的、直观的图片新闻的更感兴趣，“泛图时代”来临，图片新闻呈现“泛娱乐化”的趋势，图片的互动传播也同时出现泛娱乐化现象。许多图片新闻倾向于强调具有强刺激性的犯罪、花边、娱乐等“眼球”新闻，图片新闻报道目的在于抢头条，吸引快速消费，报道内容浅薄化、深度性受到巨大冲击。受众长期被庸俗图像文化所包围，追求表层视觉和感官刺激的图片新闻。事实上，纯粹为了轻松好玩的新

闻，不利于核心价值的传播。

3、侵权“盗图”触及底线

当前网络自媒体盛行，业界屡发侵权问题，盗图现象严重。一方面，不少传播者为一己私利，抄袭他人原创作品，图片新闻得不到有效的版权保护。另一方面，图片新闻传播中存在大量侵犯肖像权和隐私权等他人身合法权益的行为，引发了不少法律纠纷。特别是利用编辑软件PS他人作品后进行二次传播的行为，不仅会改变原有图片新闻真实性，更侵犯原作者的图片著作权。

网络时代图片新闻应坚持的价值导向

网络时代也称为浅阅读时代，一目了然的图片新闻在阅读中发挥着重要作用。受众通过“阅读”媒体的图片新闻，接受其所传递的视觉语言和新闻信息。因此，对于图片新闻的拍摄与编辑，要注重“以人为本”“内容为王”，增强图片与新闻的心理贴近性，在良性互动传播中提升效果，弘扬传递正能量。

1、增强“心理贴近”，提高图片新闻传播效果

新闻传播效果的好坏很大程度上取决于新闻报道给予受众的共鸣感与贴近心理。尤其对于突发公共事件报道，与大众一致的平民视角才能真正感人肺腑，将新闻镜头对准百姓生活能最大程度地引发公众情感共鸣。在平凡生活角落，总有一瞬间的感动能触发正能量爆棚。在捕捉过程中，要重视图片新闻与人民群众的心理贴近性，才能真正在拍摄成品出来以后实现图片新闻的良好传播效果。首先，拍摄时要尊重拍摄对象，与其进行“平等”交流，真诚地心灵沟通，才能挖掘出更真实、更有价值的内容，进而实现新闻事实由内及外、由表及里的全景展示。其次，拍摄中要积极融入平民意识，关注老百姓身边事，从百姓角度思考和选择拍摄与报道的内容和主题，从而用平民视角给公众以亲切感和认同感，展现应有的人文关怀。

2、坚持“内容为王”，建构以人为本拍摄理念

无论传统媒体还是新媒体，“内容为王”都是其新闻报道质量与温度的确实保证，要得到受众的广泛认可，有思想、有深度、有温度的图片新闻以及新颖的报道表现形式，缺一不可。网络时代，对于图片新闻生产而言，首先要不断加强拍摄

者的专业素养、摄影技巧和水平的培训与提高，以确保图片新闻的精准性和专业性。但即是对于摄影技巧水平已经达到较高水平的“专业选手”，也面临着巨大的生存挑战，传统的新闻摄影工作方式已然濒临“死亡”，行业生存发展需要他们不断锻炼和提升自己高效利用图片新闻进行报道和叙事的能力，增强专业水平，完成出有思想、有深度、有内涵的图片新闻。

除此之外，无论摄影设备如何先进，亦或是拍摄手段如何创新，“人”在图片新闻拍摄的过程中始终起着最为关键的决定性作用。尤其是当图片新闻的拍摄对象为“人”的时候，其神态、表情、肢体等的变化，会给拍摄出来的成品图片带来迥然不同的效果，从而影响图片背后的新闻信息。因此在以“人”为中心的图片新闻拍摄中，要建构“以人为本”的拍摄理念，拍摄中心集中在人物本身，通过不同的景深、景别、角度等与其匹配的拍摄环境来衬托主体，借构图技巧突出人物，用更富表现力的拍摄场景以提升图片的整体格调，并做好“少即是多”的摄影减法，从而呈现良好的效果。

3、用好“互动传播”，弘扬图片新闻正能量价值

网络时代，新媒体作为媒体间的通道与纽带，兼有生产、传播与连接三重身份。图片新闻的传播除传统媒体外，还存在大量像小程序、社交媒体一类的新媒体“互动传播”平台。各级各类媒体传播平台构建起的新媒体矩阵可以帮助图片新闻信息更好地触达目标群体，从而充分发挥其的传播效能。但在实现了内容个性化、形态多元化与协同放大宣传效果的同时，互动传播也带来了诸如信息解码偏差、“信息茧房”和“单向度的人”等问题。各级各类媒体在传播中需要及时发出“主流声音”、完成“主流叙述”，通过向大众推送具备正向价值的弘扬主旋律内容，实现正能量传播。具体就图片新闻而言，就要做到因势而谋、应势而动、顺势而为，同频共振于时代需求，通过不断增强报道内容的针对性和实效性，营造健康的舆论导向价值。

信息技术的持续迭变，不仅让新闻报道方式日益多元，且让更多的个体与技术相连接、与内容相融合。对于网络时代图片新闻来说，其实就是在用图像符号强化新闻报道的视觉说服效果，因此面对图片新闻的拍摄、制作与传播，无论是拍摄者、编辑者还是阅读者都应该坚持图片新闻应有的正确价值导向，做到去其糟粕、取其精华，剔除虚假、媚俗的毒瘤，择优

各大官方平台转载展示

中国文化传媒网 www.cctv.cn

中传云 https://w

中传云资讯系统

网络时代：互动视域中图片新闻的价值与优化

2021-06-10 16:12 来源：文旅中国

相较于文字新闻，图片新闻通过“直观”与“情节”可以激起受众的“直觉”和“情感”，比文字新闻更具有确凿性与说服力。图片新闻是新闻报道的重要组成部分，是新闻价值实现的重要增长点，是新闻价值实现的有益补充。但长期以来，主流媒体也注重文字配图的方式进行新闻报道，但更多的图片新闻却以“事件现场全景”的方式呈现，这种模式化、脸谱化、程式化的方式，已较难引起公众的广泛兴趣与积极互动。随着媒体融合的纵深推进，互联网作为基础数字平台，已成为天然的信息互动媒介和公众交互生产、传播、获取信息的主渠道，也为图片新闻的生产、传播与深耕实现价值与增值的可能。

互动关系视域下图片新闻的价值表现

网络时代，社交媒体与移动通讯普及，倒逼图片新闻转型，传统思维的摄影记者采集图片后再回单位修图发稿的模式已不能实现受众的全面覆盖并满足受众个性化需求，以新媒体为代表的交互传播的方式，从生产视域、空间视域、社交场域等多维度构建了图片新闻的互动关系，及时发布、受众平等交流、深入表达自己观点意见、情感价值体现，均把图片新闻的传播效果提升更为广泛和深刻社会影响力的范畴。

网络时代：互动视域中图片新闻的价值与优化

2021-06-10 16:12 来源：文旅中国

相较于文字新闻，图片新闻通过“直观”与“情节”可以激起受众的“直觉”和“情感”，比文字新闻更具有确凿性与说服力。图片新闻是新闻报道的重要组成部分，是新闻价值实现的重要增长点，是新闻价值实现的有益补充。但长期以来，主流媒体也注重文字配图的方式进行新闻报道，但更多的图片新闻却以“事件现场全景”的方式呈现，这种模式化、脸谱化、程式化的方式，已较难引起公众的广泛兴趣与积极互动。随着媒体融合的纵深推进，互联网作为基础数字平台，已成为天然的信息互动媒介和公众交互生产、传播、获取信息的主渠道，也为图片新闻的生产、传播与深耕实现价值与增值的可能。

信息技术的持续迭代，不仅让新闻报道方式日益多元，且让更多的个体与技术相连接、与内容相融合。对于网络时代图片新闻来说，其实就是在用图像符号强化新闻报道的视觉说服效果，因此面对图片新闻的拍摄、制作与传播，无论是拍摄者、编辑者还是阅读者都应该坚持图片新闻应有的正确价值导向，做到去其糟粕、取其精华，剔除虚假、媚俗的毒瘤，择优选取那些符合价值导向、民众喜闻乐见、对社会发展有进步意义的图片，从而弘扬真善美，传递正能量。

作者简介：肖仁丽，四川传媒学院讲师，从事摄影、传媒教学与研究。

责编：杨晓君

免责声明
本文来自腾讯新闻客户端自媒体，不代表腾讯新闻的观点和立场。

网络时代：互动视域中图片新闻的价值与优化

2021年06月11日 14:01:33 - seo(优化) - 阅读 121

相较于文字新闻，图片新闻通过“直观”与“情节”可以激起受众的“直觉”和“情感”，比文字新闻更具有确凿性与说服力。图片新闻是新闻报道的重要组成部分，是新闻价值实现的重要增长点，是新闻价值实现的有益补充。但长期以来，主流媒体也注重文字配图的方式进行新闻报道，但更多的图片新闻却以“事件现场全景”的方式呈现，这种模式化、脸谱化、程式化的方式，已较难引起公众的广泛兴趣与积极互动。随着媒体融合的纵深推进，互联网作为基础数字平台，已成为天然的信息互动媒介和公众交互生产、传播、获取信息的主渠道，也为图片新闻的生产、传播与深耕实现价值与增值的可能。

互动关系视域下图片新闻的价值表现

网络时代，社交媒体与移动通讯普及，倒逼图片新闻转型，传统思维的摄影记者采集图片后再回单位修图发稿的模式已不能实现受众的全面覆盖并满足受众个性化需求，以新媒体为代表的交互传播的方式，从生产视域、空间视域、社交场域等多维度构建了图片新闻的互动关系，及时发布、受众平等交流、深入表达自己观点意见、情感价值体现，均把图片新闻的传播效果提升更为广泛和深刻社会影响力的范畴。

1. 生产视域的多身份互动

客观的说，图片新闻作为一种新闻活动，包含了新闻画面的各种内容要素，具备主体对象、客体对象、新闻环境，一方面，图片新闻需要真实的呈现新闻的事实，并且客观反映；另一方面，网络时代，图片新闻更是精彩瞬间的记录。快速