文化视野

世界主流电视媒体“适时适屏”战略

□贾　健



2015年是传统媒体与新兴媒体加速融合的重要战略年，英国广播公司BBC、美国有线电视网CNN等世界主流电视媒体加速推进新闻采编体系大融合，充分运用大数据、新闻无人机等技术手段，形成了传统媒体与新媒体的广覆盖。对如何推进“电视无所不在”战略也产生了两种相互对立的观点。

一种观点认为，电视媒体实施“电视无所不在”战略的目标，就是要把流失到新媒体的受众夺回来。美国广电数字新闻协会负责人麦克·卡文德认为，互联网新闻网站和移动新闻平台对电视新闻产生了巨大冲击，尽管电视仍然是人们获取新闻的主渠道，但毫无疑问新媒体正在发挥着一种显著的“虹吸”效应，把观众从电视屏幕前吸走。因此“电视无所不在”的战略重点必须是建设新媒体平台，利用新媒体手段，让传统电视媒体在新媒体领域跑马圈地，尽可能多地扩大覆盖面，与新媒体争夺受众。另一种观点认为，电视等传统媒体与新媒体的融合，主要内容应是利用新媒体平台和手段，反哺电视媒体。这种观点的核心是把新媒体当作传统电视节目的补充播出渠道，提升电视节目在网民中的收视率和影响力，把网民转化为电视节目观众，从而争夺受众和广告，这实质上是电视屏之外的“第二屏”策略。

受以上两种观点的影响，几年来世界主流电视媒体大力向新媒体扩张，根据Adobe的统计，到2014年6月，世界主流电视媒体旗下移动新闻APP数量较同期翻了一番，仅美国主要电视机构的95个电视频道就建立了160个“电视无所不在”（TVE）网站或APP应用。2014年3月，英国广播公司宣布停播其青年频道BBC3，使之成为一个完全在国际互联网上播出的互联网电视频道，同时提出到2022年使BBC数字新闻全球受众达到5亿。加拿大广播公司使用行政手段使重点资源向手机、移动等数字媒体倾斜，提出到2020年使其数字媒体受众数量翻一番。2015年初，路透社发布了互联网电视频道——路透电视，由路透社全球160个国家的2500名记者直接供稿，倾尽全力打造移动互联传播平台，并将这一举措称为其适应“奈菲（Netflix）时代新闻”的重要步骤。

近日传媒大亨维亚康姆的研究却在一定程度上转变了国际主流电视媒体融合战略的方向。2015年3月，维亚康姆发布了其面向全球14个国家（巴西、墨西哥、印度尼西亚、菲律宾、澳大利亚、马来西亚、新加坡、俄罗斯、德国、英国、意大利、波兰、荷兰和瑞典）、10500名6—34岁受访者、26866次访谈基础上的研究报告。报告指出，在多屏传播环境下，受众选择哪种“屏”即播出载体观看视频节目，实际上与“屏”的关系不大，不是说“网民”就必然偏爱新媒体“屏”，而传统电视观众就必然偏爱电视屏。51%的受众并不关心电视节目在哪个平台上播出，收视“需要”才是观众选择的决定性因素。受众选择回看是因为错过了正常播出时间，选择网上视频点播是为了“追剧”，选择付费点播是为了一口气看完全剧集，而上网搜索免费电视节目视频是因为要看最想看的电视节目。调查显示，71%的受访者表示电视屏依然是收看电视节目的首选。

维亚康姆认为，目前为止几乎所有电视媒体的“电视无所不在”战略都走错了路。所谓“电视无所不在”并不见得是一个正确的表述。电视节目在什么平台播，以及怎么播，以什么方式播，都不是受众真正关心的。受众真正关注的是什么时间播。因此，“电视无所不在”的实质内涵应该是传播的即时性，也就是受众在他们有时间的时候能够看到节目。报告强调，“电视无所不在”的正确表述应该是“适屏适时电视”，即TV Right Now，也就是说，要让受众在最适合的时间，在最适合的屏幕，看到最适合的节目。

美国西北大学教授、收视统计与收视行为专家姆斯·韦伯斯特等人认为，尽管人们把时间越来越多地花费在数字新兴媒体平台以及社交媒体平台上，但统计数据显示，“新兴媒体平台上的热门节目还是来自于电视媒体和大型电视娱乐节目”。维亚康姆媒体网络执行副总裁兼首席研究员科琳·费伊·拉什强调：“你可以看到移动设备的使用量在逐步增长，但它并没有蚕食电视市场。”根据哥伦比亚广播公司CBS研究中心主任戴维·波特拉克的统计，如果将电视直播、回看，互联网视频点播等全部计算在内，过去2年间CBS的收视实际上增长了2%，这就意味着，网上视频特别是移动视频的快速发展，不仅没有“夺走”电视观众，反而拉动了电视节目受众的增长。

国际传播学者和世界主流电视机构已经认识到，单纯通过扩展“多屏”，搭建“电视+网站+手机APP+移动端应用等”跑马圈地式的基础建设来推进媒体融合，并不是当前电视媒体的明智之举。美国市场研究机构BTIG研究员理查·格林菲尔德强调：“内容为王”规律仍然主导着视频世界，平台和渠道都不是视频时代的焦点，谁拥有最有价值的视频内容，谁才在传播场上说了算。

当前世界主流电视媒体的融合战略已经转向四个方面：一是重视内容战略。英国广播公司已经决定逐步打破内部节目照单全收的成规，不再为所有内部节目买单，BBC内部制片人制作的节目需与外来节目同等竞争，按质选用，只有高质量的好作品才能登上BBC的播出平台。同时BBC内部制片人还要按一定指标，规定节目外销业绩，在全球节目市场中竞争，打造世界级节目。二是适应移动互联时代要求，大力开发微视频，发挥电视媒体的视频优势。目前，全球范围内的在线视频网站上的新闻内容以微视频为主，其中大多是对现有电视新闻节目重新剪接。针对这一趋势，世界主要电视机构纷纷启动微视频项目，电视节目和微视频节目共同策划、同步制作、按序分发，以微视频为刀锋使优秀节目切入移动互联时代。三是转变传播方式。按照时代传播特征，重新确定多屏分发次序，将传统的电视优先改为移动优先，重大突发新闻采用手机屏—移动端—网站—电视屏这种新的推送次序，使受众第一时间获取信息，然后再以传统方式进行分层次详尽报道。四是创新面向未来的传播平台。ESPN、CNN、National Geographic等电视机构联合社交媒体Snapchat创建了适应移动互联时代的新型传播机构——Discover，它是在电视内容与新媒体传播方式结合基础上产生的一种新的传播平台，充分结合了电视的视频优势和社交媒体的传播优势，国际传播界认为其代表了未来的发展方向。

义工：为善最乐

□魏　红

对新移民来说，位于加拿大埃德蒙顿唐人街105A大道96街49号的华人社区服务中心，是一个温暖的去处。这座外观普通的两层建筑，收藏了很多的故事、梦想和寄托，是很多新移民的人生起点，也是很多老年移民重要的生活据点。

华人社区服务中心的历史，可以追溯至1977年的一项为埃市华裔移民服务的义工计划。经过近40年的努力，中心已经发展成为一个能够提供多语种专业服务的非营利组织和慈善机构。该中心以“联系社群与社区的桥梁”为理想，以“通过优质服务和活动，提高个人和家庭之生活质素”为使命，主要任务就是帮助华人移民融入当地社会生活。一直以来，加拿大移民局是该中心的主要资助机构，此外，也有来自于社会各界的各种慈行善举。

中心一楼前台办公室面积不大，主墙正中贴着“微笑”与“smile”字样的贴纸，另一侧则摆放着数十种中心近期活动的中英文宣传彩纸和各种政府或非政府组织的惠民资料，以及当地华文报纸。业务繁忙时，办公室会稍显拥挤，但在三位工作人员的默契配合下，事项处理都是井然有序。

耐心、周到、友好，几乎是所有客人对中心工作人员的一致评价。对于一些长期定居埃城的老年移民来说，中心是最理想的去处。老人家有时难免琐碎絮叨，而工作人员自始至终都是关怀备至，毫无倦怠。埃城的主要慈善救助站“希望之家”与中心一个街区之隔，也会有无家可归人士过来寻求一些合理或不合理的帮助。无论客人的言辞容色，工作人员总是平和相待，没有丝毫厌弃。佛家所说的给予别人和颜悦色的布施，大抵就是这样吧。

对于居住埃城多年的老移民们，互惠互益的公益观念已经非常普及。例如，中心前台办公室有个印着“食物库”字样的大箱子，时常会有人过来捐赠粮油食品。这是中心在帮助埃城食物库的长期慈善项目收集食物。与各种公益组织长期合作，谋求共同发展，一直是中心工作的重要部分。

加拿大是一个年轻的移民国家，同时也是一个义工发展成熟的社会。经过规模发展，各种公益组织和义工队伍高度社会化、普遍专业化。义工服务部分缓解了劳动力短缺的难题，更重要的是让“奉献”一词具体直接，关涉到每一个人。可以说，义工和志愿服务已经成为埃城人的基本社会身份和重要生活方式。

对于华人社区服务中心而言，义工更是其与生俱来的细胞和善因。专业的义工组织、活跃的义工队伍是中心发展的永恒旋律。到访中心的第一天，便见一名中年白人男士过来面试义工，走时便将一台出了故障的保洁设备载回去修理，足见效率。中心义工主管陈嘉宝小姐，自小就有公益情结，中学时期来埃城读书，大学期间发起组织慈善团队。大学毕业后，先是根据所学专业对口就职若干年，后得偿所愿来到中心，在义工主管位置一做就是7年。这位开朗快乐的香港女性，谙熟大陆流行文化，称自己很“二”，是精力旺盛、精神盛开的“盛”女，认为做好公益工作要有奉献精神，要感性与理性兼具，感性比理性再多一点最好。

作为义工主管，陈小姐会定期定点到阿尔伯塔大学等华人聚集地宣传、推介中心，并且招募义工。每次都有不少人报名登记。入选人员都需要填写义务工作申请表、犯罪记录调查表、义工协议、免责申明同意书等。以免责同意书为例，除了义工过程中，人身安全必须免责外，还特别设有关于在志愿服务期间个人影像许可的附项。对于该项内容，义工有权说不。华人社区服务中心的实践，表明了义工机构可能具有的多维功能。精神满足是义工的主要收益。通过志愿服务，助人助己、互帮互助。

“为善最乐，福有攸归。”从故乡到异国，为生活更美好，毕其努力，落脚一座城市。来来去去，同歌同泣，华人社区服务中心，这个不大的场所承载着各种各样的酸甜苦辣，这个小小的世界满是浓缩的人生和社会。在这里，所有的迎来送往都安静从容，各种努力投入只缘感同身受。在这里，温暖和希望源源不断辐射而出。在这里，大家愿意一起用华人的温度和暖意，共同成就此城以爱为名的荣耀。

随想录

遥想孔子授六艺

□郭小琲

《史记·孔子世家》记鲁国大夫孟僖子临终前对儿子孟懿子说：“孔丘，圣人之后……虽不当世，必有达者。今孔丘年少好礼，其达者欤？吾即没，若必师之。”先父留下话，孟懿子和南宫敬叔两兄弟便“往学礼焉”。然而孔子何时开始他的授徒生涯？经钱穆先生考证，鲁昭公二十四年孔子年三十岁，弟子琴张已从学孔子。之后，贵族身份的司马牛来了，贫贱出身的原宪、闵子骞来了，颜路颜渊父子、曾晳曾参父子也来了，还有善货殖的子贡甚至“大盗”颜涿聚都来了，一波接一波的。一时间杏坛下汇聚了来自鲁、卫、齐、晋、陈、宋、吴、楚、秦等国的学生，好不热闹。据说盛时有弟子三千，赶得上当下大学扩招前一所地方院校的规模。孔子了不起，一个人就办了一所大学。

可两千六百多年前的孔子是如何为这年龄大小不等、身份出身各异的三千弟子施教呢？会不会像当今教育资源紧缺时施行的二部制、三部制那样，一间教室里脸朝前听课一个年级，脸朝后做作业一个年级？孔子是圣人，无需那么复杂。大树下，田野中，走着坐着孔子都可以讲学。紧随他的有一批贤弟子，夫子的教诲由他们散播出去，一个传一个，水波涟漪似的，荡荡无极两千五百多年。

孔子为这陆续前来的各色弟子教授仁义礼智，文行忠信，此外还有“六艺”当属规定内容不可或缺了。“艺”者，才能技艺也，与我们今天讲的文艺、艺术不同。《周礼·保氏》记：“养国子以道，乃教之六艺：一曰五礼，二曰六乐，三曰五射，四曰五驭，五曰六书，六曰九数。”概之共六种才能且各有节目。孔子简括，也曾一“艺”自许，“吾不试，故艺”。郑玄解：“言孔子自云我不见用，故多伎艺也。”

然而朱熹序《大学集注》时却说：“人生八岁，则自王公以下，至于庶人之子弟，皆入小学，而教之以洒扫、应对、进退之节，礼乐、射御、书数之文。”这样的话，孔子授六艺就有点加强基础教育的味道，或许还有补课的性质。因为孔子的时代，“贤圣之君不作，学校之政不修，教化陵夷，风俗颓败”。孔子“独取先王之法”而授“六艺”，那现实和历史的意义一定格外重要。

以“六艺”为人才教育的基本内容，可套用今天一句时髦的话——培养学生的社会实践才能。“礼”“乐”是立身处世的基本行为规范和职业素养，更是孔门弟子的看家本领。“三年不为礼，礼必崩”，即使周游颠沛，孔子仍不忘带领弟子“树下习礼”；“三年不为乐，乐必坏”，纵然子路尚勇也可鼓瑟登堂，皆属孔门特色课程。“射”“御”“书”“数”囊括效力家国服务社会的必备才能。子路“千乘大国，可使治其赋”，公西华“束带立于朝，可使与宾客言”。而政事科弟子中的佼佼者冉求，又独得夫子称“艺”。不仅“子适卫，冉求为之仆”，更兼“大用”，“百乘之家，可使为之宰”。皆可称得上是跨领域、多层面的复合型人才。

然而“六艺”之名，汉出别解。“六艺”转为“六经”，载治世之道，具为人之德，成孔门仁学理论课程体系。

于《论语》寻踪，则有“子以四教，文行忠信”“行有余力，则以学文”“文即六艺之文”等语，孔子总称先圣典籍，所谓“道沿圣以垂文，圣因文而明道”。孔子亦时有分说，“不学诗，无以言，不学礼，无以立”“五十以学易，可以无大过矣”。也常引《书》而教，“书曰，孝乎惟孝，友于兄弟，施于有政”等等。孔子皆以之为解惑释疑传道授业的历史依据和理论依据。也许还有《三坟》《五典》《八索》《九丘》。孔子说：“吾述而不作，信而好古。”又说：“吾非生而知之者，好古，敏以求知者也。”孔子“好古”而特立独行，只是尽在以“述”为教“明明德”，“诲人不倦”为“亲民”（新民）。单凭这一点孔子授六经之“艺”就具有划时代的历史意义。

孔子弟子三千，皆“各因其材之高下”而施教，故有“身通六艺者七十有二人”，实赖“六艺”学、术两驱。“六经”，形而上；“六艺”，形而下。“君子不器”“和而不同”。如此说来，孔子的这所大学还真是基础学科与应用学科一应俱全，人才培养理论水平与实践能力齐头并进，的的确确是一所综合大学。

尊“六经”而贤，重“六艺”而能。德与才，贤与能，孔子之教从不偏废，不愧是中国教育第一人。

文化长廊



作者：李铁

和睦相爱



作者：阿朗一笔

中华『和』文化一印一书法系列作品

文化新论

互联网“集智成慧”

□师曾志

汉娜·阿伦特讨论过，信息封闭、人与人之间的关系完全被解构掉的极权社会会给人带来什么；笔者由此想到，当现在的情况与阿伦特的语境不同时，这个社会会发生什么？互联网到底给中国带来了什么？新媒介中每个主体可以重新赋予自己的权利，互联网为此提供了一种新的空间，提供了更多的想象。

我们知道，社会运动分为传统社会运动和新社会运动，新社会运动更多已经不是以暴制暴，不是你死我活的形式，更多是从另外一种方式重构美好社会。

互联网首先提供了空间，提供了无穷的想象，各种各样的主体、机构和品质在利用互联网时，权利会自我伸张。中国在很长一段时间里，通过革命、斗争，最后抗争国家权力，权利重新被赋予。但互联网的主体是网络的每个主体，有群体人员之间的信任，这种信任来自于企业、非政府组织、非营利组织对共赢的自觉。在这样的背景下各种群体交流、博弈、整合，获得一种社会的权力。有了互相信任，就已经形成了相对稳定的认知。比如壹基金曾经利用互联网平台，一天的捐款可以达到十几万、二十万，这些钱就这么“莫名其妙”来了。很多业界人士疑惑这些钱从哪儿来的，但一些80后、90后说，他们只需要被一个概念打动。他们只要看到别人相信、周围的同学相信，就会去相信，这是公益的力量。所以“免费午餐”其实是告诉你一个简单而生动的概念——只要你捐3块钱，一个孩子一顿免费的、热腾腾的午饭就有了。用年轻人的话说，就是“这太容易了，我捐了”，我们从前认为物质是根本的生活基础，年轻人却认识到物质还可以给自己带来存在感、成就感。每天捐3块钱，今天一天生活就有意义了，好像得到了一种满足，这样的生活多么生动啊。

在这样的前提下，“经验”和“体验”有什么区别。到了微博时代，大家为什么要用微博。得到的回答是：这是一种体验。首先经验主要是过去的，是积累下来的，比如概念、体系、学派、主义、规训、制度等等，这些是一种秩序，也是一种控制。在一定意义上，它的传承是非常有价值的。但另一方面经验时代正在过去。我们观察到，社会中人和人之间在使用不同媒介时，我们的交流是不畅通的。比如，习惯用微信的人，与别人沟通时，首先会用微信沟通，很少再直接打电话。而习惯打电话的人，也觉得使用微信麻烦。这种差异与矛盾，已经不像以前那种对立式的冲突，而是因为使用不同的媒介造成不同意识、不同习惯之间的冲突。所以要思考经验是否适用于互联网发展。而目前，互联网时代很多国外学者已经提出了“体验社会”的观点。体验从概念上讲很简单，就是一个过程，就是一次性的体验或者感受，在一个变动的时代里，体验是一刹那的东西。就像很多人研究“权力的褶皱”一样，各种流变恰恰在一瞬当中。互联网所提供的就是这样一个个瞬间，这么多人可以同时感受这样一个瞬间，但又各自得到不同的感受。

现在的学生不愿意走向社会、不愿意了解社会，究其原因，学生总是通过影视或虚拟世界去了解社会，从艺术的、美轮美奂的角度体验事物，这是“经验社会”给我们的。这些美感难以接地气，抽空了生活世界真正的土壤的味道。而作为人来讲，要有一些对日常、对生活的直接感受，要有对每一个人的信任，即使我们已脱离了土地，但依然能够保持人应有的淳朴本性。体验让我们不再局限于一些规训和程式去批判事物，而是在体验中不断地进行自我反思。在这个时代体验到的，不应该用过去的简单思维和经验予以否定或者肯定，而是应该在这个过程中以一种自我反思、自我怀疑的态度去追寻自我。没有真切的体验，也就没有真诚的信任。

在互联网时代，又必然涉及“智”和“慧”的问题。凯文·凯利曾经说过一句话“众愚成智”，在互联网上，每一个人都没有足够的知识。但在互联网上会形成社群和各种共同体，就会形成“智”。我认为他讲的是一种自然生态，讲了一种人工智能的情况，每个人、每个有机体都在最简单的操作上各自工作，这件事就是伟大的。在中国，在众多关系、事件里，人和人的智慧不完全一样、人的体验和判断不一样，在“众愚成智”的基础上，在互联网中可能会形成一种“集智成慧”的局面。智指的是聪明，掌握很多知识以及有掌握知识的能力。慧是一种悟性，是对事物的体验、意义有自我的认识，能够把外在的东西透射到自我，同时将自我的东西透射到外界。佛教里有一句“无缘大慈，同体大悲”，“慧”就归结到悲悯上，对事物能够从全人类命运的悲悯视角来看待。不少学者认为，我们的慧根正应在此。