

在这里，看到中国对世界的看法

本报记者 杨子岩

听老编辑说，海外版刚开始做国际新闻的时候，真是发扬了共产党抗战时小米加步枪的精神，用的是一把剪刀和一瓶浆糊，把《人民日报》的国际新闻剪裁、粘贴一番，照排中心照样打出字来，然后组版印刷。

海外版创刊的1985年，中国人也只是刚刚打开窗口看世界没几年。人们对知识和新鲜事物充满了渴求，更注重汲取，而没有输出。就像刘姥姥进了大观园，新鲜事物都看不过来，哪还顾得上说话。

当时国际新闻的产品形式是只注重介绍国外是个什么情况，多是新闻事实，很少有新闻评论。当然，这也涉及到了话语权的问题，当你没有什么实力时，想要说什么别人也不会在意。

现在的条件当然比以前好了很多，剪刀浆糊早已被电脑代替。世界正在发生着翻天覆地的变化。从大环境来讲，中国已经成了全球第二大经济体，在世界上的地位举足轻重。从小环境分析，传媒的生态已发生变化，手机、互联网、移动客户端、微博等新兴媒体掀起一波波媒介革命，形成了全媒体的新格局。

在周边生态格局发生变化的情况下，海外版的国际新闻怎么做，是固步自封报道新闻事实，还是另辟蹊径，做出自己独到的东西？这是摆在新旧国际新闻人面前的一道选择题。

固步自封肯定行不通。在新兴媒体流行的今天，通讯社比拼的是消息以秒计算的胜出，网络更是实现了全球的联通。纸媒如果还是走老路，新闻只能是旧闻，更不能吸引年轻读者的注意力。

那只有另辟蹊径，以独到见长。怎么“独到”？那就是注重分析，加强评论。大形势下，世界需要听到中国的声音。小环境下，人



的“积极的和平主义”，从来不考虑二战中的日本给周边邻国带来的灾难。

作为受害者一方，中国如何发声，想必是世界都关注的。观察身边的媒体，大部分是就事论事，而我们另求新意，探寻安倍放言的“底气”：经济向好，美国撑腰，安倍也无人可换，但也同时揭示，经济好但无支撑，美国支持但并不长久，“豪言壮语”难掩疲惫之态。这篇名为《安倍放言的底气在哪？》的文章一经刊出，就被百余家网络媒体争相转载。

同样针对日本议员参拜靖国神社事件，国内媒体口诛笔伐，但年年如此也没什么新意。我们的角度就是把日本的参拜行为与经济政治实力相联系，剑走偏锋，以《政客拜鬼，实因底气全无》为题，直指疲弱的日本虚张声势只是为自己壮胆，实则做贼心虚。文章刊载后，在网络上引起热议，仅网易一家就有3000多人讨论，7万多人参与。其他媒体也竞相转载，参与人数达10多万人。

朝鲜问题也是国际新闻里的“常客”，但扑朔迷离的朝鲜核问题，无非是朝鲜威胁韩国要进行核试验，或者进行卫星试验，美国要制裁，邻国关切，做得多了也了无新意。而我们的切入点是从美国国内出现的“半岛抽身”说起。这种论调认为美国应该将朝核问题留给朝鲜邻国解决。而我们的论断则是朝核危机之所以走到这一步，与美国的存在分不开，它在韩国的驻军、部署核武器直接刺激了朝鲜在核问题上的强硬态度。从半岛抽身是美国不负责任的言论。整篇文章既讲了朝核问题，又言明了其中的复杂关系。尤其文中专家一句“奥巴马可以给金正恩打个电话”成为网络热点，当天评论就达3000多条。

当下的传媒生态，有很多唱衰纸媒的声音，“报纸灭亡论”也多人提及。报纸的存亡与否尚待时间的检验，但国际新闻创新不容忽视。在众人言说的时代，多的是驳杂之音，少的是理性之言。只要把握住“怎么说，怎么说好”，也就把握住了关键。



为了便于读者了解中国的领事政策及各项领事服务内容，解答读者关心的相关问题，

司长黄屏借“领事服务”栏目问候本报读者时表示：“促进人员跨境交往便利化、维护海外中国公民和企业的合法权益是中国领事工作的重要职责之一，我们始终为之不懈努力。我们深知，在当前中国对外开放不断深化、人员跨境交往日益频繁的形势下，我们的工作现状与中国公民不断增长的领事服务需求还有差距，需进一步完善机制体制，创新工作方式，拓宽宣传渠道，提高服务质量，使人员跨国流动便利化措施惠及更多的中国公民和企业。正因如此，外交部领事司应邀在人民日报海外版的‘领事服务’栏目，刊文介绍与大家密切相关的领事政策、各项业务内容、具体办事程序、出国注意事项等，力求

外交部与本报牵手办专栏

“领事服务”开启服务之窗

本报记者 张燕萍

目标怀着海外华侨华人、留学生服务的至诚之心一路走来。一年多来，外交部领事司委派专人细心为海外版组织稿件，往往在第一时间将新的政策解读独家投给“读者桥”，并围绕“服务”二字做文章，共解读了数十个海外华侨华人、留学生最为关心和急于知晓的国家政策及相关问题，例如：“揭开电子护照的神秘面纱”、“如何办理海外文书的领事认证”、“五点建议助您平安留学”、“中国驻外外交机构能为您做什么”、“在什么情况下可以寻求领事保护”、“选择投资移民须慎重”、“您想结婚吗？中国领事能帮忙”、“如何提高中国护照的含金量”等，多家国内网站和海外华文媒体纷纷转载。

贴近民生，通俗易懂，务实有效，使领事资源更好地为民众所知、为民所用。真诚希望“领事服务”栏目能成为您行走天下的良朋益友。

“领事服务”栏目文章出自政府官员之手，既可信又实用，还通俗易懂，因而得到了读者的广泛关注，并形成编读互动：有的读者主动提出问题，希望该栏目予以解答；有的读者签证出了问题，致信本报寻求帮助；还有读者看了该栏目文章后撰文应和，像“中国人在海外如何树立文明形象”一文发表后，美国读者谷先生称受该文启发，随即给“读者桥”版投来“出境言谈举止要入乡随俗”一文，以自己在海外的所见所闻，劝诫国人勿失文明传统。

外交部与海外版牵手办专栏，可谓政府与党报的强强联合，使得“领事服务”栏目成为服务海外华人的重要“窗口”。

网编手记

唐人街社区的2013

张东伟 梅亚川

“你知道唐人街社区 (bbs.haiwainet.cn) 吗？没事儿来看看。”——出于工作的原因，或许是“职业病”，笔者有事儿没事儿总爱跟身边的朋友、亲戚、同行叨唠这么两句。于是经常碰到有人直言不讳，现在谁还玩BBS？泡论坛？同学，你out了吧？

是啊，网上的社区论坛千千万万，虽然还远远谈不上消失，但早已失去了曾经的光华万千，却是事实。即使对很多如你我一样貌似整个大学时光都消磨在网谈天说地的“70后”、“80后”们，泡论坛似乎也已成了许久以前的事情了。因为这个时代有了微博，有了微信，我们无法预料明天还会有什么。

但是，也许我们改变不了这个世界，但我们可以改变自己。对一份事业来说，更是如此。其实唐人街社区的2013年，是非常辉煌的一年，从日均300的访问量到日均30万，访问量最高的一天达到86万PV。论坛会员也从管理员到处东拉西拽人员，到不请自来、月增长新注册会员千人以上，不过用了不到1年的时间。从数据上来看，十几万甚至几十万的日均PV已经足以达到甚至超过海外大多数华人中文社区，“唐人街社区”在互联网上也早已不再是一个默默无闻的BBS。但居安思危，表面上无论多么优异的成绩在互联网的大趋势面前都很渺小。至少有一个问题一直困扰着我们，那就是“用户”的问题。怎么不断吸引和导入更多真实用户？怎么留住我们的活跃会员？海外用户的比例如何提高？论坛的管理者要在哪方面下更多功夫？一切的一切意味着，不改变，不



创新，不思考，只会被淘汰。所以，我们选择改变。数据显示，2013年，在PC端，社区交友类网站用户排名第四，仅次于即时通讯、在线视频和搜索服务。社区交友类服务月度覆盖人数为4.41亿人，也就是说，社区交友类网站仍然是一个“香饽饽”。诸如“天涯”、“猫扑”等社区“老前辈”，已经在紧锣密鼓地调整产品战略，实现从“看”到“用”的转变。那么，我们呢？

升级+转型！——2013年12月，在新的一年到来之前，唐人街社区将会全面升级论坛系统和页面展示。升级后，无论社区首页、logo、外观还是交互性等等各项用户体验都会焕然一新。毕竟，打造“全球华人的生活社区”是我们的理想，前途任重而道远。互联网的世界瞬息万变，但也永远有机会。作为创业者，我们不但可以借助这股“乱世出英雄”的契机来打磨自己，还可以借力使力，站在巨人的肩膀上来实现自己的目标。

转眼间，唐人街社区即将迈入第二个年头，怎么达成从“多人看”到“一起玩”的飞跃？亲爱的人民日报海外版的读者朋友们，亲爱的海外网网友们，我们的唐人街，需要你一起努力！新年快到了，常回家看看！

(作者为海外网唐人街社区管理员)
站长信箱：
hww-bbs@haiwainet.cn
扫描二维码进入唐人街社区

360新闻 一周新闻热搜词

http://sh.qihoo.com

- | | |
|--------------|-----------|
| 曼德拉追思会 | 张艺谋回应超生 |
| 央行不承认比特币 | 春运购票日历 |
| 外语拟退出高考 | 刘璇海上婚礼 |
| 李亚鹏谈激吻门 | 科比复出 |
| 12306手机客户端上线 | 故宫开放后宫生活区 |

“我最喜爱的网站评选”获奖揭晓

本报电 由中国第三大网址导航站——搜狗网址导航主办，海外网、搜狗输入法、搜狗浏览器、搜狗壁纸协办的“2013年度我最喜爱的网站评选”活动经过一个月的激烈角逐，圆满落幕。本次评选本着公平、公正、公开的原则，展示参选网站共122家，获得有效票数200余万次。从网友的喜好出发评选出获奖网站，充分体现了搜狗网址导航以满足用户体验为核心，全力打造精品站点及优质内容的聚合平台的决心。

在此次评选中，一大批优秀网站脱颖而出并被网友称为“实至名归”。其中，优酷网、乐视高清、迅雷看看荣登视频类网站前三甲，淘宝、聚美优品、亚马逊在电商类网站中榜上有名，美团网以绝对优势在团购类网站中胜出。除了人们普遍关注的网站类型，爱丽女性网、凤凰军事也分别成为女性、军事类“用户最喜爱”网站。“最喜爱网站”榜单的揭晓为人们的日常网站使用与查找提供了具有权威性的推荐。



们对信息芜杂的反感更激发出对思想精品的渴望。即将过去的一年，日本与中国围绕领土主权齟齬不断，民族主义安倍晋三更是口无遮拦，在钓鱼岛问题上态度蛮横，否认侵略史实，纵容官僚参拜靖国神社，谋求修宪拥有“集体自卫权”，还美其名曰推行

“新闻众筹”，是革命，还是昙花一现？

本报记者 石畅

作为媒体从业者，经常会遇到这样一种状况：你对一个选题非常感兴趣，但因选题属性与报纸定位不符，选题在所供职的单位并不能通过。

今后再不必为这种状况担忧了：你可以将你的想法上载到众筹网，由“众筹网”上对这个选题同样感兴趣的读者为你“众人拾柴”，为你筹得基本的差旅经费，你就可以顺利完成你想做的选题啦。

“新闻众筹”的国内首秀

据媒体报道，11月28日，“众筹网”正式发布“新闻众筹”平台，为各类媒体的娱乐、时尚、汽车、体育、房产、互联网等内容题材提供公众预筹服务，成为国内第一家试水新闻众筹的网站。

“众筹”（Crowdfunding），顾名思义，是指在互联网上面向大众筹集资金，以帮助筹款人完成某个有特定意义的项目。“众筹”这一概念于2006年由美国互联网杂志《连线》率先提出，其后，一批受到投资人和公众追捧的众筹网站如雨后春笋般出现在公众视野。在这些网站上，用户可以发布自己的众筹项目，并接受公众额度不等的“资助”，而网站可以从各项项目所筹金额中提取管理费作为收入。2009年诞生的Kickstarter现已是风靡美国。在中国，最近两年也出现了几家按照这个模式运营的网站，著名的有“中国梦网”、“众筹网”、“点名时间”等。

“众筹”这一概念真正波及到新闻行业，是2008年新闻众筹网站“Spot.us”的上线。“新闻众筹”，即为新闻而进行众筹。媒体记者或是自媒体人可以在众筹网发起新闻报道计划，并筹集资金，如果在设定的时间内，资助款达到预期数额，这笔钱将用于资助媒体人开展报道或是调查。



实验性的新闻作业

五年间，Spot.us 发展得已经日趋成熟，“新闻众筹”今冬的国内首秀则是姗姗来迟。对于“新闻众筹”平台的上线，相当部分的媒体人表示出极大热情，不少曾经他们想做却因资金短缺没能做的选题再度被提上议事日程。

从“众筹网”网站页面，检索“资讯”可以看到，已经筹款成功的有《21世纪经济报道》记者侯继勇发起的《成都创业者生存环境调查》、《21世纪商业评论》记者罗东发起的《杭州：动漫之都的升级与转型调查》以及自媒体人赵楠发起的《中国比特币市场调查》等十余个“新闻众筹”项目，这三个项目的筹款目标金额分别是3400元、6000元和2000元。

侯继勇说，他对这个选题感兴趣，但没能从报社申请到出差采访的经费，而在众筹网在96个资助者的合力下，侯继勇筹到了这个选题的差旅费，能够将这个选题进

行下去。罗东从小就是动漫迷，对中国本土动漫业的困境有颇多关注，但这个选题与他所供职媒体的报道风格并不吻合，“众筹”让他另辟蹊径达成所愿。

众筹网母公司网信金融 CEO 盛佳表示，“任何项目，只要找对了结合的点，都可以采用众筹模式……并不是任何你认为好的选题都可以最后见诸报端，那些未能见诸报端但却闪烁着创意火花的选题或许能通过众筹的方式获得新生。某种意义上，‘新闻众筹’为那些有想法有追求的媒体人提供一个新的玩法。”

不能取代传统新闻操作

“新闻众筹”究竟行不行得通？是革命，还是昙花一现？“新闻众筹”作为实验性的新闻尝试，值得肯定。中山大学传播与设计学院讲师、法学博士周如南在接受媒体采访时表示，众筹新闻通过“无组织的组织力量”探索新的新闻生产方式和内容，这本质上是一场新闻革命。

但在实践中，也要注意“新闻众筹”中自媒体人的加入，降低了新闻门槛，极易触及政治红线。众筹新闻最大的问题在于，众筹新闻可能变成迎合资助者的新闻生产方式，而背离了客观、公正等做新闻的基本要求。此外，“新闻众筹”还存在着运作模式和合法性边界尚不清晰、公众新闻消费习惯尚待改变等问题。一位资深媒体人认为，比较安全的做法还是远离时政话题，侧重专题和历史开掘。

仅在“新闻众筹”平台上线尚不足一个月的时间里，一个很有意思的现象就悄然发生。12月初，众筹网上“新闻”这个类目，被谨慎地改为了“资讯”。而在12日交稿前，“资讯”这个类目再度“降级”，被归档到了“其他”栏目，靠检索才能找到“新闻众筹”项目。