

Yungh “Canghhah” Dawz Sinhvwnz Ciengq Hwnjdaeuj

用“章哈”把新闻唱起来

□ 岩 三

少数民族文字报刊是我国新闻事业的重要组成部分，是继承和发扬民族事业的重要载体，它以独具特色的文字和宣传手段，成为党和政府联系少数民族同胞的桥梁和纽带，其作用是其他报刊无法替代的。创刊于1957年3月4日的《西双版纳傣文报》(以下简称《傣文报》)自创刊以来就设置了文艺副刊版，采用独特的“章哈”(说唱新闻)形式，宣传党和国家的路线方针政策，传承和弘扬传统傣族优秀文化，为建设富裕美丽开放幸福的西双版纳营造了良好的舆论氛围。

一、定好办报宗旨，唱好主旋律，用“章哈”为西双版纳文化大发展大繁荣服务

西双版纳傣族自治州有傣、汉、哈尼、布朗、拉祜、基诺、瑶等13个世居民族。截止2015年末，全州常住人口116.4万人，其中，傣族人口30余万人，占全州人口的1/4。

《傣文报》创刊以来，在西双版纳州委、州政府的正确领导下，紧紧围绕州委中心工作进行正确舆论引导，宣传报道突出边疆地区特点和民族特色，为增进民族团结、弘扬优秀民族文化、维护边疆稳定、扩大对外开放、促进西双版纳富民主文明和谐建设，积极营造良好的舆论氛围。创刊以来《傣文报》的发行量由开始的几百份逐年递升，2013年达到了1.4万份，创历史最高，在全省民族文字报中名列前茅。2014年以来，《傣文报》实行报社发行、政府补贴的方式，每年向读者免费赠阅1.4万份傣文报。

《傣文报》为对开四版，一、二、三版为正刊，四版为文艺副刊。目前，正刊版设有傣乡新闻、科技动态、农业之窗、一带一路、民族宗教、法制宣传、商业贸易等十几个栏目；副刊版设有章哈风采、警句格言、康朗讲故事、山歌对唱、快板等栏目。傣文报的正刊的稿件以翻译汉文报的稿件为主，突出政治性、政策性和新闻性；文艺副刊突出其特殊的地域性、民族性、特色性，所用的稿件都是直接用傣文撰写的“章哈”调稿件。文艺副刊的定位：一是保护、传承和弘扬传统傣族优秀文化，二是用“章哈”调这种文体，把新闻唱起来。

“章哈”有双重含义，一是指傣族歌手，“章”是“会”之意，“哈”是“唱”的意思，“章哈”即会唱歌的人。“章哈”历来被傣族人民视为有知识的人，在社会上享有很高的威望；二是指傣族歌手演唱的一种艺术表演形式，它是傣族社会文化

生活的重要组成部分，是傣族人民的精神食粮。就像傣族群众所形容的那样“生活中没有章哈如吃饭没有糯米，吃菜没有盐巴。”

“章哈”调属于曲艺的一种文体，它以富有地方特色的艺术手法来表现新近发生的事件或典型事例，把新闻和艺术融为一体，这种新闻体，既有新闻的原属性，又具有曲艺风格的特色，让《傣文报》副刊更接近民众，更具民族性。

作为《傣文报》的重要组成部分，副刊确立了培养文化新人、繁荣文化事业、丰富群众文化生活、提高审美情趣的办报宗旨。注重新闻性与文学性的有机结合，提高文学的新颖性，加强副刊策划，捕捉社会热点，突出时代主题，突出副刊特色，固守审美价值，高举文学为大众服务的旗帜，体现文化品味，追求雅俗共赏。多年来，《傣文报》文艺副刊的文化品位和精神守望，成为引领正确舆论导向、弘扬和传承传统先进文化、繁荣文学创作的重要阵地，形成了风格独特的文化品牌，为推动西双版纳文化大发展大繁荣作出了积极贡献。

二、立足本土，突出民族和区域特色，设置精品栏目，继承和弘扬优秀傣族文化，用“章哈”增强报纸的吸引力

创刊以来，《傣文报》坚持正确的办报方向，立足本土实际，突出民族和区域特色，设置精品栏目，积极培养人才，继承和弘扬优秀傣族文化，增强报纸的吸引力和感染力。

1.坚持正确的办报方向。《傣文报》走过的60年也是副刊成长的60年。60年来，《傣文报》文艺副刊与正刊一样，坚持正确的政治方向，坚持当好党和人民的喉舌，努力宣传马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想和党在各个时期的路线方针政策，坚持弘扬社会主义先进文化，坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的办报宗旨，坚定文化自信，充分运用传统的傣族群众喜闻乐见的章哈、谚语、民间故事、连环画等形式，结合傣族人民的心理状态、宗教信仰、风俗习惯、人情伦理等方面，进行实事求是的宣传，使内容和形式生动活泼，受到广大群众欢迎。在报道中，本报记者岩温胆撰写的《小小胶树金珍珠》、通讯员岩甩撰写的《科学养猪走致富路》、通讯员岩温玛撰写的《傣乡喜迎十九大胜利召开》等多篇说唱新闻分别荣获全国和州级好新闻奖。

2.突出地域性、民族性，办精品栏目。众所周知，新闻是报纸的主题，要想把民族文字报纸办好，办出民族特色，深受少数民族同胞的喜爱，就必须在报纸中融入本民族的文化，让报纸具有浓郁的民族气息，具有独特的民族色彩，从内容到形式都突出民族特色。《傣文报》文艺副刊立足于本民族、本地区，设置了章哈风采、山歌对唱、快板等群众喜闻乐见的精品栏目，引导和组织具有一定基础的通讯员运用“章哈”体来写新闻，创新了一种报道形式，把党的政策和新闻消息用民歌编写出来，使读者读起来朗朗上口，并且由“章哈”传唱出去后，使许多不识字的群众也能够及时了解信息，这样既提高了《傣文报》的办报水平，又让群众及时了解到党和国家的重大事件、重大政策，得到了傣族群众的好评。例如党的十九大的召开，在开幕前，副刊编辑就事先与通讯员进行约稿，要他们注意收听收看大会召开的情况，并及时用“章哈”体撰写新闻稿件传送给报社。编辑从中选取了两篇稿件进行刊登。一是退休干部通讯员岩温玛从机关干部收听收看学习的角度撰写的文章，二是农村通讯员岩三布外从基层农村群众收听收看学习的角度撰写的文章，让党的十九大精神得到及时学习贯彻。

实践证明，曲艺性新闻深受读者喜爱，把新闻编成民歌，用“章哈”调来宣传党的方针、政策，反映群众的疾苦和呼声。由“章哈”传唱出去，不仅容易记忆又有新鲜感，深受群众欢迎。

因此，民族文字报纸只有办出民族特色，才能真正吸引读者。《傣文报》文艺副刊的特色就是在于它运用了“章哈”这种形象思维的手法来宣传党的方针、政策，传授科学技术和文化知识，赞扬真善美，批判假丑恶。“章哈”是一朵古老蓓蕾绽放的鲜花，我们要为这朵鲜花浇水、施肥，让它在新时代里开放得更加鲜艳绚丽，把傣文报点缀得更美、更能吸引读者。

3.培养一批能写能唱的通讯员队伍。1957年3月，西双版纳傣族自治州傣族有了自己的报纸——西双版纳傣文报，有了自己的宣传舆论阵地和民族新闻队伍。随着社会的不断发展和报纸的需求，傣文报培养了一批传承和弘扬传统傣族优秀文化、能写能唱的傣文通讯员，这些通讯员一边从事农业生产劳动，一边用他们的智慧和手中笔杆子来反映人民生产生活的变化，讴歌党的民族政策和改革开放以来所取得的成就。

长期以来，西双版纳报社傣文编辑部利用下乡采访机会，与通讯员交朋友，同他们进行沟通交流，让他们及时了解各阶段的报道重点。同时，还积极组织通讯员进行培训。2006年傣文编辑部举办了一期傣文通讯员培训班，来自全州村寨、学校、机关的60余人参加了培训；主要向通讯员讲解了《章哈写作技巧》《通讯写作基础知识》《消息写作技巧》等写作知识。目前，傣文通讯员有25人，有干部、工人、农民、傣族歌手等不同行业人员。

三、坚定文化自信，多想办法，加大傣文报的覆盖面，用“章哈”不断丰富群众的精神文化生活

近几年来，《傣文报》文艺副刊的稿源越来越少。今年，《傣文报》副刊的通讯员已锐减至25人。这其中的原由一方面是老通讯员的逐渐老去而减少，另一方面是西双版纳傣族自治州双语教学得不到具体的落实，致使青少年学习和懂傣文的人数逐年减少，再一方面是傣族学习和传承傣族文化的另一摇篮——寺庙里的僧侣越来越少的缘故(这些僧侣还俗后即为傣文人才)，使通讯员出现了青黄不接的现象，并逐渐影响到了《傣文报》文艺副刊的宣传质量。为此，西双版纳报社采取了积极的应对办法措施。

1.提高认识，充分认识《傣文报》在全州经济社会生活中的地位和作用。《傣文报》是该州文化产业的一大特点和亮点，是州委、州政府和有关部门用傣文向该州农村的傣族群众宣传党的路线、方针、政策和州委、州政府的中心工作，有关法律法规、农业科技知识的重要渠道，是该州开展三个文明建设的重要内容和载体。因此，傣文报纸的出版发行工作也得到了各级各部门的重视。

2.加强通讯员的培养工作。采取深入农村交朋友、举办培训班等多种形式对民族文字作者进行民族文字写作基础知识、创作技能的培养，提高他们的民族文字写作和创作水平。

3.加强与多部门协作，拓宽培养传承和发扬传统优秀文化的人才队伍。结合“民族文化名州”建设，与文联、章哈协会、学校等部门协作，发挥西双版纳报社的傣文人才优势，加强保护和培养传承弘扬传统傣族优秀文化的人才队伍，不断壮大能写能唱的傣文通讯员队伍，用“章哈”把新闻唱起来，不断丰富农村农民群众的精神文化生活。

(作者单位系云南省西双版纳报社)

Aen Meizdij Dangj Aeu Miz Gij Gienz Fat Sing Daih’it

党媒需要第一发声权

□ 丹 洛

这个命题去年某个时刻曾在笔者脑中一闪而过，却又时常转回来侵扰我，2019年4月22日偶然看见全国地市报社长总编群和朋友圈里转发的《浙江长兴停办220多个镇级村级政务微信公众号》的报道，忽然觉得有必要把这个命题做一做，写篇小文，供大家参考。

中国共产党自成立之初起，就很重视新闻宣传舆论工作，把“笔杆子”当作与“枪杆子”同等重要加以强调，无论在革命战争年代还是和平建设时期，都同样如此。在报纸、广播、电视(即传统媒体)盛行的年代，中国共产党就把批号、刊号等稀缺资源牢牢掌握在手中，把新闻宣传舆论工作的领导权、主导权牢牢掌握在手中，近百年来一直如此。这是传统，也是必须的。

但是，自从步入互联网社会，网站、微博、微信、客户端等新媒体兴起以来，中国共产党的这个传统做法受到了极为严峻的挑战。大家可以有目共睹：“两微一端”的审批权基本不在中宣部或新闻出版总署，更不在省级有关部门，而是在腾讯等互联网巨头公司手里。国外也同样如此。我们把这个审批权让给公司(无论是有意还是无意)，直接导致的后果是：中国共产党对新闻宣传舆论工作的领导权、主导权受到较大削弱。这是问题的一个方面。

另外，为了适应新媒体时代的变革，从中央到地方，从党政部门到各企事业单位都不约而同地向网络公司(而不是宣传部门或新闻出版

管理机关)注册运营“两微一端”，自行发布相关新闻、消息、公告等，浙江省长兴县就有220多个乡镇级、村级微信公众号，这是个典型例子。不仅全国上下、各级各部门、各县市有“两微一端”，很多单位同样拥有某微或某端，还把开办运营“两微一端”当作加强新闻宣传工作的“政绩”，率先通过“两微一端”发布各自的重要新闻信息、通告公告，而传统媒体却只能做一点转发的事，这对传统媒体来说是比较致命的。因为，即使传统媒体历来所担当的使命和任务十分明确，比如，围绕中心、服务大局、“48字职责使命”“15字方针”等，但是很多党政部门、企事业单位一经率先发布了最重要的新闻信息、通告公告，传统媒体只能转发，其结果是：无论在信息渠道还是舆论高地，传统媒体都无法站住、站稳，其引导力、传播力、影响力、公信力都受到严重影响。

互联网社会有个显著的特点是“赢在首发”，即哪个平台、渠道优先发布信息，其受到的关注度、影响力就高，而转发的平台就难以受到关注。互联网社会的另一个特点是碎片化阅读，不管哪个读者、受众或用户，同样的信息不会看两三遍。比如，同一信息读者在甲平台看过，就不会再看乙平台的报道，更不会再看丙平台的报道。

如今传统媒体受到的挑战，不仅仅是读者、受众、用户锐减，广告经营收入断崖式下降那么简单，还有一个重要结果：传统党媒渐渐失去了

“第一发声权”，影响了传播力，最终导致其权威性，其引导力、影响力、公信力都受到严重挑战。而这是由于各地各部门热衷于追捧“两微一端”、与传统媒体以及传统媒体创办的新媒体抢夺“第一发声权”导致的。说直接一点，这是自相“残杀”的结果。因此，党媒应该有第一发声权，必须要有第一发声权。那么，如何才能具备第一发声权呢？

首先，党媒(传统媒体)必须与时俱进，坚定不移地走媒体融合发展的道路。习近平总书记对此多次发表过重要讲话，尤其是2019年的“1·25讲话”，对媒体融合发展作出了明确而具体的要求。中国8亿多网民大部分是通过智能手机、pad等阅读信息，2亿左右的老年人基本通过广播电视台接收信息，还有几个亿的未成年人(包括幼儿园的小朋友)将来必定会通过手机、pad或其他方式接受信息。这是现实，也将是中国读者、用户明天的生活方式、阅读方式。我们必须适应这种阅读方式和阅读习惯的转变。如果只满足于传统的传播方式，跟不上时代的发展需求，那么传统媒体只有死路一条。

其次，党委政府应该为媒体融合发展给予更多的重视和支持。这种支持应当体现在三个方面：一是体制应该基本一致(广播电视台做到了)。比如，各省区和各地方对党报执行的体制区别很大，有的是事业单位，有的是报业集团；有的是全额预算，有的是差额预算；有的编制宽

松一点，有的日报只有40多个编制，不具备办日报的基础条件却只能硬着头皮办日报。对此，需要制订一些相对可行的行业标准或办报条件基本要求。二是专业的事情让专业人士去做。各地各部门所办的“两微一端”之类的事情就交给党报党台的专业人士去做，不要再把有限的资源抢夺回去，或是瓜分得支离破碎，不要再与传统媒体抢饭碗了。三是传统媒体尤其是州市级党媒要尽快自我革新、加快融合发展的步伐。对县级媒体融合发展，中宣部的要求十分明确：“努力把县级融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台和社区服务枢纽。”而州市一级的融媒体怎么做呢？好像还没有见过哪个领导提出过更具体、更明确的要求。当前，各级党报几乎都是在摸着石头过河，在探索中亦步亦趋。而边疆民族地区传统媒体在资金、人才、技术等方面都十分欠缺，很难通过自身的能力解决媒体融合发展中碰到的问题和困难。

如果州市一级媒体融合发展的问题得不到有效解决，那么迟早会造成州市级传统媒体或许被省级和县级媒体架空的局面。这就需要我们认真反思，认真研究，认真考察学习其他州市报社可借鉴、可复制的经验以期为我所用，奠定基础，加快融合发展。否则，如果连自身的生存都是岌岌可危，那就无法用好“第一发声权”，也就说不上发挥好引导力、传播力、影响力和公信力了。

(作者单位系云南省西双版纳报社)