

相关链接

奥巴马罗姆尼网络实力比拼

奥巴马走上政坛巅峰的道路伴随着社交媒体的迅速成长。舆论普遍认为他在上届选举中获胜相当大程度得益于适时搭上社交媒体的车。

奥巴马执政期间里程碑事件无不打上社交媒体印记:他的就职典礼是第一个获推特关注的总统就职典礼,他是第一位从白宫发微博的总统……

脸谱:奥巴马好友超过3080万,罗姆尼930多万。奥巴马妻子米歇尔好友850万,罗姆尼妻子安38.1万。

推特:奥巴马粉丝数超过2080万,人气居全球第六,不过与Lady Gaga的3000万相比还差得多。

罗姆尼比奥巴马晚两年注册推特,有140多万粉丝,名列全球第925位。

谷歌+:奥巴马220万粉丝,几乎是罗姆尼的两倍。

以分享照片为特色的Pinterest:奥巴马团队不时在这个网站上发布一些奥巴马生活照,如抚摸爱犬“波”的照片,帮助奥巴马获得粉丝3.46万。

罗姆尼在这个网站上只有1700名粉丝。不过,妻子安凭借与孙辈一起制作曲奇饼之类的照片俘获1.24万名粉丝。

米歇尔在这里有4.3万名粉丝,发布照片包括在白宫菜园里劳动的场景。

奥巴马罗姆尼造势拉票 社交媒体成两党新战场
美选战:谁敢小看网络新势力

美国总统奥巴马2008年竞选时借助推特、脸谱等社交媒体力量拉到大量选票。

如今,共和党“醒悟”过来,再也不敢忽略这股网络新势力。双方网络选战比上一届选举激烈许多。

人多未必势众

奥巴马的竞选团队深谙社交媒体游戏规则,不断在这些平台上为奥巴马造势。他们每天发10到20条微博,是共和党总统候选人罗姆尼阵营的3至4倍。

从数字上看,奥巴马仍占据相当大优势。皮尤研究中心报告,奥巴马及其团队“有积极活动的社交平台几乎是对手的2倍”。

但网络分析师查伦·李认为,粉丝多不代表支持者多,奥巴马粉丝多,主要是因为他已经担任将近4年总统,“而赢得选举关键要看粉丝有多忠诚,他们仅扩大所支持候选人的声音还不够,要拉他们认识的人投票才行”。

网络媒体BuzzFeed的数据显示,谈论罗姆尼的好友比例和谈论奥巴马的好友比例分别是31.5%和5.84%。这意味着虽然奥巴马好友更多,但罗姆尼的好友关注度更高。



奥巴马和罗姆尼在脸谱上的个人主页

弄巧也许成拙

在社交媒体上设置讨论话题往往可以迅速达到引人注目、扩大影响的目的,不过,如果话题设置不当,结果可能是引火烧身。

今年9月,罗姆尼团队在推特网站上发起讨论,主题是“你比4年前富裕了吗”,打算借不少人不满意奥巴马振兴经济不力攻击对手。不过,由于奥巴马的推特粉丝数远超罗姆尼,回答“是”和罗列奥巴马政绩的帖子一个接一个,在推特上占据压倒优势,把这场讨论变成奥巴马的

“表彰大会”。

网络分析师查伦·李注意到,罗姆尼在脸谱上做广告效果显著。这些付费广告出现在“民主党人”、“奥巴马”等检索条目旁边,投放后,罗姆尼的好友数仍比奥巴马少得多,但增加速度是奥巴马的两倍。

不乏“双屏”观众

如今,各种智能移动装置让社交媒体使用变得更加方便,社交媒体对选举的影响越来越大,但电视仍是美国公众获取重要选举信息的首选工具。

第一场总统候选人电视辩论结束后,调查显示,85%观众完全在电视上观看辩论,3%纯粹在网上看,超过十分之一是“双屏幕”观众,即一边看电视,一边用电脑或移动装置关注辩论。年轻人的网络参与程度比较高。在40岁以下的观众中,22%是“双屏幕”观众,10%完全在线跟踪辩论。

社交媒体专家罗森布拉特说:“与选民握手之类的传统竞选手段尚未过时,要想赢得选举仍需做这些事情,但是如果你没有网上竞选做辅助,你还是赢不了。” 欧飒

宝莱坞明星直面印度阴暗面

办访谈节目揭露“伤疤” 想唤醒大众改变现状

“唯有真理得胜”,这是印度国徽上的一句梵文格言。宝莱坞明星阿米尔·汗以它命名自己制作并主持的一档电视访谈节目。

在这档也被叫做“真相访谈”的节目中,阿米尔·汗大胆曝光印度社会种种弊病,力图打动和唤醒大众,改变现状、治愈丑陋伤疤。

抹去“印度的眼泪”

第一期节目今年5月6日开播。在开场短片中,阿米尔·汗如此阐释创作初衷:“印度在崛起,作为印度人,我感到高兴自豪。但我们的社会还有许多令人心酸的事实,我们却对此熟视无睹。这些苦难让我深感不安和哀伤。”

这一期的主题是强制选择性堕胎。受害女性阿米莎在现场讲述自己第一次怀孕后,被婆家骗到医院做胎儿性别鉴定。当得知怀的是女孩,婆家立即让医生将她麻醉堕胎。结婚8年,阿米莎遭强行堕胎6次。察觉到自己又一次怀孕后,阿米莎借口逃回娘家,才得以生下女儿。但婆家抢走女婴,逼迫她跟丈夫离婚,好让他再找一个“能生儿子的女人”结婚。在阿米莎等人讲述时,阿米尔·汗专注聆听,与现场观众一起流下眼泪。随后,他邀请律师和医生到场,理性分析并探讨这一社会弊病。遵循这样的模式,阿米尔·汗共制作推出13期访谈节目,每期90分钟,探讨儿童性侵、嫁妆负担、包办婚姻、无良医生、家庭暴力、种姓制度等被忽视已久的社会阴暗面。



■节目中,阿米尔·汗随受害人的讲述震惊、痛苦和悲伤,声音哽咽 本版图片 © C

对于如何抹去这一滴滴“印度的眼泪”,阿米尔·汗说:“解决之道在于从我做起,从每一个人做起。”

借助宝莱坞之力

这虽是阿米尔·汗首次涉足电视节目制作,但收视率 and 轰动效应不输于他先前出演的任何一部宝莱坞大片。截至7月29日最后一期节目播出,收看“真相访谈”的电视观众高达5亿,还有更多人通过收音机、网络视频和报纸关注节目。

身为影星的阿米尔·汗深谙如何用宝莱坞的方式吸引观众。他本人的知名度和影响力成为节目成功的首要保障。为扩大节目影响力,阿米尔·汗向投资方“星空印度”,提出诸多要求:不能买断播出权,节目要在多个地方频道同时播出;配多种地方语言字幕;播出时间定在每周

日上午11时这个并不“黄金”但“适合全家人午餐时坐在一起讨论”的时段。考虑到阿米尔·汗的“票房”号召力,投资方最终全部同意。

名气之外,阿米尔·汗在节目制作上力求精良。内容上,他与工作团队耗时两年调查采访,选定主题,坚持“关注社会,但不涉足政治”。表现手法上,节目通常以受害人遭遇的悲惨故事开场,以引发反思的台词和鼓舞人心的歌曲结尾。节目中,阿米尔·汗随受害人的讲述震惊、痛苦和悲伤、声音哽咽。摄像机反复捕捉到他“悄悄”拭泪的动作。阿米尔·汗说,这些情感流露发自肺腑,绝非表演。但他也坦承,作为主持人,他有必要适当引导观众的情绪。

在节目录制的一些细节安排上,阿米尔·汗也颇费心思。以家庭暴力为主题的那期节目中,现场观

众全部为男性,观众席没有灯光。当他抛出权威统计数据说“50%印度妇女不同程度遭受过家庭暴力”,坐在黑暗中的男人们陷入尴尬的沉寂。“他们突然面对这样一个事实:就统计学角度而言,在座的一些男性可能就是家庭暴力的实施者。他们无法回避现实。”阿米尔·汗说。

究竟还能走多远?

但一些电影人担忧阿米尔·汗的努力会适得其反。喜剧片《三个傻瓜》的导演拉杰库马尔·希拉尼说:“他赌那些喜欢看他娱乐搞笑的观众也会接受更严肃的话题。但没几个演员敢冒这个险。”

阿米尔·汗深知节目面临的挑战和风险。敲定第一期主题时,他也不确定观众是否会在一个美好的星期天早上收看关于非法堕胎的“恐怖片”。但节目引起的社会反响打消了所有顾虑。大约9000万观众收看节目,一些邦随后立即出台措施严惩实施选择性堕胎手术的医生。

不过,节目内容也引来不满。一个医师协会认为节目丑化医生形象,要求阿米尔·汗致歉。这一插曲关乎阿米尔·汗需要面对的新问题:是否继续推出第二季访谈?还有哪些社会伤疤可以挖?能挖多深?如果深挖,冒犯的对象或许就不止医师协会了。

阿米尔·汗回应道:“我无心激化矛盾,只为能改变这个时代。无论是谁的心中,只要有星星之火,必将成燎原之势。” 张代蕾

相关链接

阿米尔·汗的公益之路

阿米尔·汗全名阿米尔·侯赛因·汗,1965年3月14日出生于印度一个电影世家。父亲是上世纪七八十年代印度知名电影制片人塔希尔·侯赛因,叔叔也是演员、制片和导演。阿米尔·汗8岁即参演叔叔执导的电影。

和许多演艺明星一样,阿米尔·汗成名后开始关注公益事业。他的首次尝试是拍摄一部关于道路安全的公益纪录片,但因缺乏经验未能实现,这在他心里留下遗憾。

2006年4月,阿米尔·汗参加一次反对地方政府占地修水坝的示威活动,导致他出演的一部电影随后在印度部分地区遭禁。不过,他的举动却得到总理辛格声援。

阿米尔·汗还逐渐在电影中融入对社会的感悟和理解,试图通过电影语言鼓励观众多关注社会、承担责任。无论是《地球上的星星》中循循善诱的良师、《抗暴英雄》中令人敬仰的民族英雄,还是《三个傻瓜》中勇于挑战教育弊端的天才,他的表演生动自如,引人思索。

2011年,阿米尔·汗出任联合国儿童基金会形象大使,呼吁公众关注儿童营养不良问题。此外,他还是世界自然基金会“地球一小时”活动的印度区大使。