

软新闻的“硬化”报道

——谈非事件新闻的操作

2005-11-28

作者：樊道福 程立君

关键词：非事件新闻 软新闻 新闻报道 | 阅读：215次 |

事件性新闻是指政治、经济、外交、军事等方面的突发事件或含有实质内容的信息报道。这类新闻有着明显的新闻特征，时效性较强，易于被人直观发现，也容易操作。而非事件性新闻即软新闻是以生产、经营、科研、学习和其他各项工作等方面取得的成就、经验和做法等为内容的报道。此类新闻题材本身不是最新发生的，而是已经存在一段时期。它没有完备的主体内容，事情的发生、发展过程没有时限，它所报道的事实的“新闻质”是隐性的，这些决定了此类新闻的报道难度。

然而把软新闻进行“硬化”报道，使软新闻即非事件新闻经过“硬化”操作之后，便像硬新闻（事件性新闻）那样显示出较强的时效性和新鲜感，它的操作手法正是本文所探讨的内容。

一、寻找新闻由头，使“旧闻”变新闻

新闻事实要求有比较明显的变动性和时间概念，而非事件性新闻在这两方面的表现却不充足，因而写出来就会“不像新闻”。所以，寻找非事件性新闻得以成为新闻的缘由，就显得格外重要。在我们的宣传报道中，非事件新闻特别是一些宣传成就的报道，常不注意抓新闻由头，只用“近些年来”、“近年来”、“今年以来”、“新中国成立50年来”或者干脆连时间要素都不提，直接从几年甚至十几年前讲起，而不是从事实的最新态势切入，形成了一种“总结语言+成绩罗列”的报道模式，这样给人的感觉一点都不象新闻。然而，如果从事件渐进性的变动中，发掘出最新的变动，以新的变动作为由头，就可以突破这一报道模式，可以以新代旧，由近溯远，吸引观众，增强新闻的可信性、保持新鲜感，有利于主题的表达和深化。

上海东方电视台的电视新闻片《外滩：悄然崛起的上海金融街》（获1994年第五届中国新闻一等奖），讲的是作为中国金融业窗口的上海外滩发生的历史性巨变。记者就很好的运用了新闻由头，使成就性新闻报出了特色。开头记者这样写道：

昨天记者在拍摄上海外滩时，一个境外游客的身影吸引了我们，只见他像回家一样走进花旗银行设在外滩的自动柜员机中心，片刻不到便取出一张可代付人民币的票据，这位纽约客体会到了外滩和国际接轨的便利。

记者就是抓住这一内涵丰富意义深远的新鲜事实作为切入点，以此为新闻由头代出全片，既体现出报道的新鲜性、时效性，又对观众产生了很强的吸引力。

在具体的寻找新闻由头的操作过程中，要注意（一）要从事物的变动中寻找新闻由头尽可能由近及远，找一个最新的、时间概念较为明显的事情作为新闻由头。（二）以作者现场观察到的材料作为带动其他材料的新闻由头。（三）避免陈旧的时间概念，善于发现新事物，以有新意或受人关注的新闻事实为由头。

二、寻找典型环境，发挥声画结合优势，突破时空限制

非事件性新闻时效性较弱，它所报道的内容跨度较大，许多新闻事实已经是“过去时”，无法再现，也不便采用“补拍”、“摆布”一类有悖真实的做法。那么，应该如何报道呢？这便需要我们用心思考，寻找最具体代表性的一幕——典型环境，即典型很可能重现的有代表性的场景。

由于注重新技术的推广、重视水利建设、实施种子工程等因素，焦作市夏粮生产连续11年获得丰收。报道这一事实，时间长达十多年，在这样大跨度的时间背景下，如果用常规手法去报道，虽则报出了事实，但很难解决采访的现场性与典型的历史性的矛盾。如果我们跳出新技术推广的过程、水利建设的场景、选取农民卖粮高潮这一天的典型环境、在画面上和文字表达上展现丰收的粮食和喜悦的农民，并配以送粮农民的同期声，从不同侧面追述，这样不但使画面优势得到了很好的体现，而且也在一个特定时间里，一个典型环境中反映了大范围、大时间跨度的典型事物，从而取得以空间换取时间、以一个场景换取多个场景的好效果。

同期声的使用打破了画面不能表现过去、不能表现抽象概念以及心理活动的局限性，不但弥补了缺少现场图像的遗憾，也增强了新闻的可信度，使观众产生了参与感。所以，在软新闻的“硬化”过程中使用好同期声也是一个较好的处理方法。

三、运用隐性采访手段，进行“亲历”式采访，使“非事件”显现“事件”特色

在“亲历”式采访中，记者一般不暴露真实身份，而是要充当另一种特殊的身份。根据现实生活中的大量存在的非事件性新闻素材，依照一例事实的样子，模拟某一事件的整个过程，从而拥有了具体的起始时间、地点和生动的过程，让本

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS

MORE >>

- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03
- “中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24

来难以具备完整始末的事随着采访者的“亲历”而显现新闻。《新闻出版报》曾载文介绍记者运用“隐性采访”手段进行“亲历”式新闻采访，模拟菜贩一天劳动全过程，采写反映“菜篮子”中间环节加价现状的非事件性新闻报道——

《记者贩菜记》。在报道中，记者以无容争辩的事实，活生生的展现出鲜菜从菜农到城市居民菜篮子，中间环节加价过高的现实，在社会各阶层引起了强烈反响。分析这则新闻报道成功的原因，可以说运用“亲历”式采访的方式是成功关键。

四、运用分析思维方法，从非事件性题材中选取一件能集中反映共性的“事件性”事实

在工作实践中，许多“非事件”题材本身具备“事件性”的事实，这时便需要运用分析思维的方法，从非事件性题材中选取生动具体的、能集中反映共性的“事件性”事实进行“硬化”报道。即从大量非事件性素材中，“抓取”一件能够集中反映新闻主题，有头有尾的情节化事实，深化主题，巧出角度、小中见大，窥一斑而见全豹。

1996年，我台在策划“来自河南轮胎厂的报道”、“大看台”等几组反映搞活国有大中型，加强企业内部管理，提高企业经济效益的系列报道时，便采用了抓取典型事例报道重大主题类非事件性新闻的方法。记者选取了“河南轮胎厂四单位分离、划企业包袱为企业财富”这一例事作为开篇报道，继而进行了连续报道，在社会上特别是国有大中型企业中引起了很大反响。这组报道的成功，就在于当初报道时找到了河南轮胎厂加强企业管理的“例事”，捉住了事件，极大地方便了观众透过事件进行思考、判断和选择，其指导性显然优与大而化之的综合报道、空洞的工作部署新闻及重复老套的“领导人”强调，收到了良好的宣传效果。

（作者单位：河南焦作电视台455000）

【责任编辑：潘可武】

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客)请在用户名处输入化名, 无需密码
邮箱: * 游客发言需提交邮箱
效验码: * 请输入: 6053

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved