

从印度洋海啸报道看灾难新闻的策划报道

作者：谭燕燕

2004年12月26日，印度洋发生里氏9.0级强烈地震并引发海啸，突如其来的灾难给印尼、斯里兰卡、泰国、印度，马尔代夫等国带来了巨大的人员伤亡和财产损失。面对毫无防备的灾难，世界各国的媒体都立即行动，展开了对海啸的报道。

这是对海啸的报道，对人们知情权的满足，也是媒体的一场较量。由于灾难发生过程无法预先得知和控制，而又往往具有重大的影响和报道意义。近年来，对突发事件的报道已经成为新闻媒体灵敏程度和反应能力、准确判断能力、策划水平与公信力等综合实力的检验和体现。对于报纸来说，在信息资源丰富的情况下，如何吸引读者，增强传播效果？如何在内容和形式上创新？如何通过报道增强媒体的品牌？这些问题，都需要通过有效的策划来实现。

12月27日，《北京青年报》开始通过策划对事件展开了有组织有计划的报道。其实在灾难性新闻发生时，一般媒体面对的是相对雷同的信息，如何在竞争中胜出，关键是要看报纸的策划是否敏感。此时，《北京青年报》及时策划确定编辑思路，并调整版面对海啸进行了充分的报道。我们下面针对《北京青年报》这次的策划报道进行详细的分析，以探求在灾难事件发生时报纸的有效的策划报道思路。

《北京青年报》的海啸策划报道

报纸版面安排的主题、思路和层次，是显示一家报纸编辑策划功力的重要体现，特别是对于重大的突发性报道尤为如此。报纸信息量的大小，信息的整合性和连贯性、稿件布局以及标题图片的合理设置，都会对读者的阅读行为产生很大的影响。

12月27日，《北京青年报》开始设置4个专版对事件进行详细的系列报道。头版以一张非常震撼人心的斯里兰卡妇女痛苦的图片作为头版图片（在对海啸的报道中一直用此图片作为标志性的图标），连同大标题“主标：印度洋大地震万人遇难；副标：胡锦涛致电慰问，部分中国公民受困，中国要求全力以赴救助”占据了四分之三版面，文字简洁又具有现场感，以最吸引人的方式第一时间为读者报道了海啸的发生、伤亡情况，既征服了读者的眼睛，也征服了读者的心灵。

从第二版到第四版根据读者关注重心的层次推移分别以：“现场”、“救援”和“华人”作为各版的大标题，依据不同的视角配以图片对灾难进行报道。第三版更在动态报道的同时配以“今日社评”，加深读者对海啸发生以后更深层次的认识。充分发挥了策划的作用，使对海啸的报道更有整体性和洞察力。

随着事态的变化，《北京青年报》在12月28日进一步调整策划报道方案。报纸并没有停留于对海啸之后灾区难民的报道，除了继续报道受灾伤亡情况外，把报道重心放在了对受灾国的救助、中国游客的救助情况和解析海啸的发生上。头版登出了外交部开通的亲友查询热线；第四版以“连线”为标题配以彩图引出《北京今包机接回游客》并报道了游客的情况、海啸后的航班情况以及国家旅游局的建议。而第五版利用三张彩色的剖面图、模拟图和截面图说明海啸的发生原因、并配以对下一次地震和预警的相关思考。几个版面的新的安排体现了策划随着事件的动态发展又同时向纵深开拓。各个版面共同体现了总的策划思想，形成了新的发展和延伸。

12月29日已经是海啸发生的第三天，在后续的几天报道中，策划保持着对事件的追踪后续报道，特别是在关注北京游客回京的动态报道上。而此时，读者对海啸发生的认识已经由一开始的震惊发展到相对接受，同时随着掌握信息的增加，媒体可以对事件进行更为细节化的报

道与深刻的反思，从细处透析本质。同时又从多角度多形式对海啸进行立体的报道，让读者从报道中了解到关于事件的一切信息并有所启示。

综观整个报道策划，报道前期以动态消息为主，深度报道为辅；后期则以深度报道为主，动态消息为副。既符合了事件的发展规律，也符合读者的接受心理。

《北京青年报》这次对海啸的策划报道，快速地报道了事件的发生，满足了读者的“欲知”的需求。而媒介在报道事件的同时，又全面地表达了对事件的理解，媒介对事件的解释同事实一起抵达读者，有效地引导受众思考，把读者引向“深思”的领域，积极地引导了舆论，产生了良好的社会效益。

对类似海啸这样突发性事件，策划报道出色的媒体还可以在事件的报道中实现资源的充分有效利用，树立公信力，创立自己的品牌优势。当媒体在数次成功报道之后，媒体的报道特色及定位自然会得到读者的认可，从而加大市场占有率。

对灾难报道策划的冷思考

尽管灾难难以预测，对此类新闻事件的策划报道难度相对比较大。有些媒体在面对灾难事件发生时束手无策，其原因不仅在于应变能力的欠缺，还在于没有达到明晰的认识。然而只要我们能实践中及时总结出规律性的思考，对这类新闻事件的策划我们还是有意法可循的。

首先我们来分析一下突发性灾难报道的一些特点：

时效性强

突发性的灾难的发生都是突如其来的，正如印度洋海啸、台湾地震、交通事故和现在的澳洲暴雨一样。因此对此类事件的策划报道工作必须迅速及时，在事件刚一发生便采取相应的报道方案，抓住最佳的报道时机。

连续性

灾难性新闻一般影响面广，事件的各方面随时都会有新的变动，其发展和结束还要经历多阶段多状态的变化过程，策划报道有相当大的空间可以发挥。因此编辑在策划报道时要随时根据事件的变化发展而调整，充分开发新闻资源，关注事件的最新动态跟踪报道，报道各方面的反映及影响。

立体性

灾难性事件往往会对社会各方面产生巨大的冲击力和震撼力，有可能会触动社会的任何一条神经。因此策划不能只停留于事件的单线报道，而应该辐射发散开来，多角度分析，有广度又要有深度，让受众能立体地理解事件。

要想在对灾难事件的报道中抢好“第二落脚点”，从而“后发制人”我们在策划报道中应遵循以下几点原则：

1. 确立报道结构、报道方式及方案设计的思路

由于灾难事件报道要求的连续性和立体性，因此报道结构一般采用网状结构模式，即从多个客体、多种角度切入，报道随时间延续或追踪、或拓展、或沿着客体各自的方向发展，互相烘托、交错递进。①对海啸的报道即体现于此：

客体一：各国灾情——→	灾情的最新发展	
客体二：中国被困公民——→	遇难、返国	主题一
客体三：国际救援——→	捐款、物资	归结
客体四：关于海啸的解析与反思		主题二

客体的多元化、角度的多样化以及报道进程中的各个条块相互应和，此起彼伏，上下呼应，使报道呈现立体化，因此受众能从多方面认识理解事件。

灾难性新闻的报道方式一般采用一时多地的组合式与连续式的结合，针对灾难性事件的社会影响和自己的受众定位和功能定位，媒体还可以综合运用受众参与式、媒介介入式和媒介联动式，使报道更具社会影响。在确立了报道结构与报道方式之后，再进一步确定具体的报道范围、规模力量、重点与进程，以及发稿计划、表现形式和报道的运行机制等。

2. 处理好时效性与准确性的关系

记者编辑应该在判明基本情况属实的同时立即采取行动，扩大信息的来源与权威性，力争在第一时间获得第一手资料，及时策划报道。

3. 处理好真实性与人性化的关系

新闻的生命在于真实，但在追求客观真实的同时应该把握分寸与尺度，增强社会责任意识。尊重人的价值、生命与尊严，特别是一些新闻照片的处理上更要顾及到读者的心理承受能力。从社会进步与人文关怀的角度做报道，引导读者进行有社会价值的思考。

4. 提前策划多套方案，以便根据事件的发展随时进行动态调整

灾难事件具有突然性与破坏性，媒体要想从容应对，应该有预案准备，建立应急机制。在事件发生后，及时了解、掌握事件的变动情况，整体上调配新闻资源，保持畅通的资讯渠道，让策划方案能高效便利地实施。同时根据记者的报道和受众的反馈及时调整报道策略。

5. 重视版面语言

制造报纸的亮点，力求达到“图文并茂，两翼齐飞”，让版面“动”起来，把新闻内容与新闻图片融为一体，寻找版面的最佳视觉表现形式。由于突发性灾难事件涉及的面广，占据的版面较多，因此还应该设置相关的链接，引导读者进行合理的阅读。

灾难事件是对媒体各方面素质的综合检验，很多媒体也是通过对灾难事件有步骤、有计划的策划报道而赢得受众，赢得知名度的。当然，策划是手段，不是目的。策划报道是为了减低灾难事件造成的负面影响，引导舆论，促成社会向正常的轨道发展。因此，策划性报道要以最终产生良好的社会效益为标准来进行。

（谭燕燕：中国传媒大学（原北京广播学院）新闻业务硕士研究生）

注释：

① 蔡雯 著：《新闻传播的策划与组织》，新华出版社，2001年5月第一版，P210页

参考书目

[著作类]

1. 蔡雯 著：《新闻传播的策划与组织》，新华出版社，2001年5月第一版
2. 郑兴东，陈仁风，蔡雯：《报纸编辑学教程》，中国人民大学出版社，2001年12月第一版
3. 赵振宇 著：《新闻传播策划导论》，华中科技大学出版社，2003年8月第一版

[杂志类]

1. 《中国记者》（2004年，第1期，第10期）
2. 《新闻战线》（2003年，第7期）

[网站]

1. <http://www.cjr.com.cn> 中国新闻传播学评论(CJR)
新华网

回首页

来源：传播学论坛
阅读：2083 次
日期：2005-02-21

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：2004年新闻界十件大事

下一篇：对哈尼族口传文化的修辞批评及启示

- 论“述而不作”——孔子传播思想管窥
- 戊戌变法时期名报研究综述
- 梁启超在爱国救亡中的报刊活动及特色
- 精确新闻的功能失调及其改进
- 精确新闻与社会研究制作程序的异同
- 强化新闻策划意识刍议
- 锱铢积累，披沙炼金，成一部史论专著——评彭兰《中国网络媒体的第一个十年
- 锱铢积累，披沙炼金，成一部史论专著——评彭兰《中国网络媒体的第一个十年

发表评论



点 评:

用户名:

字数0

密码:

发 表

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .