



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 新闻报道的七个创新机会 (2)

时间: 2002-7-28 15:44:01 来源: 中国新闻研究中心 作者: 张立伟 阅读1200次

比“为什么”更复杂的，还可以追问“怎么看”。特别对一些涉及面广，性质复杂的热点。

“怎么办”与“为什么”都不是三言两语所能说清；而追问“怎么看”，却可以给受众提供视角、思路、观点及情感的引导。美国传播学家梅尔文·德弗勒曾提出媒介依赖论。认为受众对媒介的依赖有两种情况：一是日常依赖，平常提供的信息满足其基本需求；二是异常依赖，社会重大变化，情况不明，急于从媒介了解情况或看法，依赖明显增加。在后者，媒介也最容易通过引导热点来树立威信、深入人心。1999年5月8日，以美国为首的北约悍然袭击中国驻南联盟大使馆，各报都报道了人民群众的抗议活动。但北京青年报却超前策划了“怎么看”，在抗议高潮之后的5月15日，隆重推出“重新认识系列”：重新认识人权；重新认识新闻自由；重新认识国力；重新认识全球化；重新认识美国大片；重新认识西方文明。一天一题，一直持续到5月20日。通过众多专家学者的剖析，把广大青年学生从愤激抗议引导到深层次的思考中去。新闻出版报评价：动作之快，令同行吃惊！

### 五、击中时代之弦

法国学者福科指出：每一个时代的视野都是独特的，与其他时代不同，这使得一个时代的人不可能用另一个时代的人的方式去思考。时代视野的不同，决定了不同时代有不同的关注焦点，这就是一些绷紧的“时代之弦”，击中它就能引起共鸣。解放日报准备写上海人的生活水平。从统计局拿到两份报告，拟定题目时有人提出用《上海人的生活水平不断提高》，意思未尝不可，但总觉得陈旧老套。议来议去，觉得“钱”是当今老百姓关注的焦点。文章做在这上面，保证读者爱看。最后见报的题目是：《上海人，钱从哪里来？钱往何处去？》范敬宜曾要求：“寻找最带有共性的话题，最能引起共鸣的角度，最能动情的切入口。”兼顾这三个“最”击中时代之弦，想不引起共鸣都不容易！

时代之弦也有大弦与小弦，其共鸣的力度和影响是不同的。其基本内涵是“上下都关心”，上面关心是符合新闻宣传导向，下面关心是符合民心人情期盼。“上下都关心”，报道就引起上下的广泛共鸣，成为传颂一时的名篇。

汤因比认为，一部人类文明史就是人类面对自然和社会的挑战而不断应战的历史。时代主导大弦的基本内涵之所以是“上下都关心”，因为那涉及一个时代对重大挑战的回应。1999年，武汉一位个体餐馆的老板为了抢救不慎被毒蛇咬伤的打工仔，不惜重金包专机连夜送他到广州抢救，还有数百人自觉参与抢救行动。南方日报和广州其他媒介在同一天得到新闻线索，发出的第一篇报道与其他媒介也无二致，就是地道的社会新闻。然而，深入思考后他们意识到：包机救人事件除了具有可读性，还生动反映了新型劳资关系和新型人际关系，回答了一代人的道德问题：在市场经济条件下，在社会转型期，在金钱和道义之间怎样选择？这才是新闻的真正价值所在。

- 论新闻编辑的策划
- 新闻编排要注意的问题
- 新闻来稿的标题发布
- 现代报纸版面设计对版...
- 网络道德，舆论宣传的...
- 服务是永恒的主题

记者每天要接触很多的人和事，根据已有知识和经验，他们要对这些人和事归类。有的只能那样归类，有的则存在以不同方式归类的可能性。不同的归类就是赋予不同的价值。同一个包机救人，既可归入猎奇的社会新闻；也可归入“回答一代人的道德问题”。新闻的社会影响力离不开新闻发生的时代背景，正因为部分个体经营者利欲熏心，欺压雇员，人情冷漠，为商不仁已成为市场经济条件下新的重大社会问题，包机救人与之形成巨大反差，它才可能“回答一代人的道德问题”。在归类时，胸有时代的“问题目录”，尽量使对新闻素材的归类成为对时代重大挑战的回应。挖掘新闻素材的“挑战一应战”价值，深刻反映时代应对挑战的智慧及其成果。它就会大大“升值”。

在其他媒介追踪包机救人的旁枝末节，满足受众的好奇心时，南方日报拿出大量版面对事件的意义进行发掘。再次提炼素材写出长篇通讯：《为了一个受伤弟兄》。接着的一个多月，既对事件跟踪报道，又邀请专家座谈，发动读者展开大讨论：“包机救人告诉我们什么？”还连续发表三篇评论员文章，从市场经济条件下的义利之辨、新形势下的劳资关系、新型人际关系等方面总结提升包机救人的内涵。一时间，全国多家新闻媒介或转载或跟进报道。整个报道结束时，广东省委副书记在南方日报发表署名文章，称赞这是“深入人心的成功典型报道，精神文明建设的生动教材”。

## 六、新闻与历史互渗

有人说，“新闻是历史的初稿”，那么，历史就是新闻的二稿、三稿乃至定稿。在新闻中引进历史，从历史角度来看今日的新闻事件，在新与旧之间发现联系，就能大大加深报道的内涵，可以说是“对比出新闻”。

多数新闻报道都是“易碎品”，除了当时的信息，没有多少其他含义。但如果在当时信息中发现与一类事件的历史关联，往往就超越易碎品而具有更丰富的内涵。一位西方记者要写一篇关于严重交通事故的报道，在核查材料时，她回忆起不到半年前，在同一十字路口发生的另一起交通事故。她先写出今天的报道，然后去资料室查阅报纸。的确，那里是发生过一起致命事故，情形和这一次惊人地相似。她拨通了警长的电话，警长告诉她，从他服役以来，那里已发生过四五起致命事故。她觉得好奇，驱车出发。当她按照事故死亡人所走的同一道路驶近十字路口时，发现由于从左边过来的路有一陡坡，结果使能见度不到35码。这些材料有助于解释事故为何频繁发生，她写出了一篇重头报道。

互渗，既可以在新闻中引进历史，又可以从历史中发掘新闻。克罗齐的名言：“一切历史都是当代史”，对新闻人比对历史学家还重要。不是为了重现古典，而是从受众的当前兴趣出发，到浩瀚历史中提取“值得”回忆的事实。历史事实与现实热点相连，与受众有心理的接近性。这又通常有两个类型：“让历史告诉未来”型和“老照片”型。前者多用在节日庆典、纪念特刊；后者多用于日常生活。前者更偏于理性的思索与展望；后者更偏于情感的怀旧与追忆。前者主要是“以今天的事态，核对昨天的背景，说出明日的意义”；后者主要是“历史是人的自传”，从回溯中得到情感的慰藉。1999年8月，身处“火炉”的武汉人读到长江日报推出的专版：“本世纪武汉家庭消夏备忘录”。讲述老百姓的度夏故事——《九十年代：夏天不再属于家庭》；《八十年代：家有电扇的日子》；《七十年代：竹床最后的辉煌》；《六十年代：泡进江河最快意》；《五十年代：露宿到天明》……

卢斯认为，一个最佳记者的重要信念，就是把任何具有重要性的题目都变得引人入胜。新闻与历史的互渗有个特别的好处，它可以在一段较长时间中，选择关键时刻或重要人物，讲出一个又一个引人入胜的故事。2000年11月，为庆祝深圳经济特区建立20周年，深圳商报推出160版的《经典深圳》，共9个系列，实际就是两大部分：决策者的故事和建设者的故事。九串故事，合起来讲述改革开放的“春天的故事”。九串故事，就是九大视角，多层次多侧面地立体展现深圳20年的巨大成就。160版的大特刊，全部讲故事，一个故事几百字、千多字，生动有趣，可读性强，许多读者为之叫好。

## 七、后来居上

卢斯曾提出“快新闻”与“慢新闻”。借用这个区分，“快”是抢新闻的“第一落点”，是先发制人的时效竞争；“慢”是在不失时效的前提下抢新闻的“第二落点”，是后来居上的质量竞争。它通常有四种方式：

一是补充。增加新材料或新闻背景，使第一点新闻更加丰满。新民晚报复刊不久，解放日报登了一条消息：一游客跌进动物园老虎山，差点被老虎伤害。第二天，新民晚报获得了现场照片。鉴于该新闻的戏剧性，决定将照片放大，图文并茂地在第一版上重登一次。发表后引得市民议论纷纷。

二是追踪。以第一点新闻为由头，挖掘新线索，把人家的新闻接过来做成自己的大新闻。北京玉泉家具城失火，一般记者报道火灾发生的时间、伤亡、救援等情况就完了。但有记者发现了新线索：像这样一个豪华的大型商业场所，失火后在3公里之内竟然找不到消防栓，像这样消防设施不健全的情况是否普遍？他走访了许多豪华的娱乐场所，发现了新问题，如果这些问题不解决，类似的火灾还会在这里那里发生。他就由一个新闻追出了另一篇大新闻。

三是闪回。新闻事件结束，既可以精彩回放。如刚报道完查尔斯与戴安娜的婚礼，英国一电视台采访观众，问他们哪些场面特别值得回忆，就把这些片断拿来重放。这电视台也就在别人停止报道时独家出彩。也可以总结追溯。整理以往信息集中刊出，把别人零零碎碎报道过的“新闻快餐”，重新做成线索清晰主次分明的“新闻大菜”。1977年7月13日，纽约全市意外断电，持续达24小时之久。除两家能转移到外地印刷的报纸外，其他报纸都不得不停刊一天，包括默多克的纽约邮报。15日，纽约邮报复刊，出的就是——“停电专号”，用纽约人从未见过的特大字号作标题赫然写道：“恐怖的24小时！”一张图片说明是：“一座荒废的都市”。纽约邮报并未提供什么新消息，只不过重复两家未停刊报纸已经报道过的内容，区别在于它的总体回顾和编排手法。那天的纽约邮报比平时多卖7.5万份！

四是辐射。闪回是纵向回顾，辐射由点及面的是横向综合。以某个新闻事件作由头，将类似事件归类综合，引出更多的观察与思考，分析发现普遍性的东西。1999年1月4日，重庆綦江彩虹桥垮塌，各大媒体都作了报道。1月25日，长江日报做了一个专版：《“豆腐渣工程”惊回首》，版面顶头安排四幅照片、四个标题：九江堤倒；西客站破；昆禄路塌；彩虹桥断。由彩虹桥引出对我国近年来几桩重大豆腐渣工程的全面梳理。

以上逐一分析了新闻报道的七个创新机会——当然，每个都是相对的，边缘部分有些重叠，像七彩虹霓，各道色彩之间没有明确的界限，只有中心部位才是清晰而不同的。七个机会就是七个创新方向或线索，系统而有目的地寻找，有助于把创新从依靠“新闻鼻”、“天才创意”、“灵机一动”、“聪明的点子”那种半神秘、半浪漫的途径中解脱出来——我不否认它们能够带来创新，但是它们无法再现，无法教授也无法学到！创新需要从依靠“天分”的“无法可依”中解脱出来，成为依靠“人工”的“有章可循”。成为每一个愿意付出辛劳和汗水的普通记者都可学而至、可习而能的稳健的、有条不紊的、目的性明确、对可能获得的结果有高度可预见性的日常行为。做到这一点，我们的新闻报道水平就会大面积地提高。七个机会是七个创新的方向或寻找的线索，它们并不互相排斥，实践中往往把其中的几个结合运用。而至于“自己”此时此地究竟选用哪个机会，或结合哪些机会，要放进“竞争三角”来衡量。因为媒体竞争就是“三维竞争”，经常需要考虑三个维度：如何满足受众；如何胜过竞争对手；如何增强并体现自身实力与特色。受众、对手、自身，三点连成一个竞争三角。能够发挥自身特长比竞争对手更好地满足受众的机会，就是此时此地适合自己的最好机会！

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关专栏: 张立伟

- 读《传媒竞争: 法则与工具》 (2007-10-9)
- 评《传媒竞争: 法则与工具》 (2007-10-9)
- 郑志荣《志当存高远》序 (2007-10-1)
- 新闻研究如何与时俱进 (2007-10-1)
- 四川文化产业发展现状与特征 (2007-4-16)

>>更多

相关文章: 新闻报道

- 台湾主流报纸大陆新闻报道内容分析(7) (2007-3-1)
- 台湾主流报纸大陆新闻报道内容分析(6) (2007-3-1)
- 台湾主流报纸大陆新闻报道内容分析(5) (2007-3-1)
- 台湾主流报纸大陆新闻报道内容分析(4) (2007-3-1)
- 台湾主流报纸大陆新闻报道内容分析(3) (2007-3-1)

>>更多

新闻报道的七个创新机会 (2) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

关于CDDC ◆ 联系CDDC ◆ 投稿信箱 ◆ 会员注册 ◆ 版权声明 ◆ 隐私条款 ◆ 网站律师 ◆ CDDC服务 ◆ 技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.