



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 谈谈新闻摄影报道的策划（下）

时间：2002-7-28 14:11:20 来源：中国新闻研究中心 作者：杨兴锋 阅读1649次

### 4. 新闻报道最终结果要产生良好的社会效益。

新闻报道的策划不是炒作，不是盲目地追求轰动效应。我们的策划是为了更好地进行新闻报道，更好地引导舆论。因此，在进行策划时，我们要时刻注意新闻报道进行的方向，要以最终是否产生良好的社会效益作为衡量策划是否成功的标尺。比如梁文祥卧底拍摄吸毒者的报道，本身是一个负面的题材，可能吃力不讨好。但经过我们的精心策划，这个报道一开始推出就锁定了治理挽救的最终目标，以报纸、电视、影展、书籍等各种形式进行戒毒、禁毒宣传，向人们传播“珍惜生命，远离毒品”的观念，取得了良好的社会效果。

### 新闻摄影报道策划的种类

#### 1. 关于重大新闻摄影题材的策划。

重大新闻摄影题材的策划主要是对重点题材、难点题材和热点题材三个方面题材所进行的策划。

#### ①重点题材的策划。

每个时期的中心宣传报道任务都会涉及到一些重点题材的报道。比如澳门回归的报道，这是政策性很强、题材重大而严肃的报道，我们决定把任务交给摄影部去完成，让新闻摄影唱主角。

首先，我们要找切入点。澳门回归祖国之际，究竟广大读者想通过我们的报道了解什么呢？切入点应该从读者的视角去观察澳门，通过了解其历史背景、政治架构、经济状况、文化结构、社会情况等，从中发现回归前后过渡时期澳门的变化。特别是人们在精神面貌上的变化，要以人为本，关注人的生活、人的命运，在人与社会、经济、自然的关系中体现出人文精神。因此，选题和内容就定位在“故事”的形式下包装，围绕回归这一主题，从知名人士、司警人员、职业女性、守法商人到从事各行各业的普通百姓之间展开。由于转换了视角，开阔了眼界，使记者感到澳门的确是个“小城故事多”的地方，有大量的选题可拍可写。

从1999年12月1日起，南方日报不间断地每天用一个整版（其中第一天用头版和第四版两个连张彩色版）推出题为《澳门回归篇——澳门故事》的专题摄影报道，历时半个月。见报内容包括：澳门水警、修建移交大典场馆的澳门商人、澳航空姐等18个专题、264幅图片、2篇文章，共16个版，组成了完整的大型系列摄影报道。

- 论灾难摄影中人的感染力
- 让观者睁大自己的眼睛
- 浅议新闻摄影的形象表...

这一系列摄影报道图文并茂，角度新颖，版式现代，可读性强，较深入地展示了澳门的方方面面，成为报纸的拳头产品，为把回归报道推向高潮做了厚实的铺垫。

②难点题材的策划。难点题材是指对新闻报道来说存在困难或阻碍的题材，这一类题材往往以批评报道居多。如何巧妙地获取报道所需的信息，如何克服困难刊发报道，又如何使报道最后能产生良好的社会效益，这的确需要周详的安排和思考。所以，难点题材的策划，主要在于寻找报道的突破口。2001年3月，南方日报及系列报关于汕尾“土葬收费每穴3万元”的报道，在社会上引起了巨大反响。记者在海丰采访时听说汕尾红海湾经济开发区遮浪街道办事处为土葬大开“绿灯”，便赶到遮浪下属的施公寮村调查，发现在村民交土葬费领回的收据上，赫然盖着遮浪财务所的公章，收据亦为广东省收款专用收据。记者来到遮浪街道办事处深入采访，该街道办的负责人却矢口否认有出卖土葬“指标”行为，反而大谈特谈殡葬改革的业绩。记者表示对他们的成绩很感兴趣，希望能找些相关材料来看看，负责人突然为难起来，让记者等一等。记者只好“声东击西”，说要到下面村子里走一走，让农民谈一谈当地殡葬改革的“成绩”。负责人急了，打了一个电话，2分钟后，材料就送来了。记者以一个借口支开了来人，从文件堆中找到了遮浪街道办在1998年9月13日制定的“土政策”——《遮浪街道殡葬有关具体规定》，当中一条写道：“土葬收费每穴收3万……”并将其拍摄下来。我们了解到这一情况后，即对报道的利弊进行分析、策划，决定以此为突破口，并安排版面，对事态的发展准备深入报道。报道发在南方日报的《焦点新闻》版后，引起当地市政府的重视，马上召开会议，要求有关人员迅速整改，并将有关整改意见传真给报社。

### ③热点题材的策划。

热点问题是全社会都关心的问题，热点题材是所有媒体都关注的题材，所以，从某种意义上讲，热点题材的策划是最能“考”策划功夫的。既然所有竞争者面对的都是同样的新闻素材，那么，如何做出富有特色、别出心裁的报道就是策划的重点。

2000年元旦是一个具有特别意义的日子。我们决定以100个版推出《新千年特刊》，分派给摄影部4个摄影专版的任务，主题也给他们定好了，以这4个版来完成对20世纪的回顾。当时，各家报社都在筹备类似的《新千年特刊》，特刊里，回顾过去的一个世纪也都是一道必上的“菜”。20世纪发生的事，谁也不会多出一件来。那么，怎样把这道菜炒得有点自己的特色呢？经过策划，把回顾的思路确定为：有意识避开那些人们耳熟能详的历史大事，因为这肯定是我们的竞争对手最有可能采用的内容；相反地，以一些并未出现在历史大事记中，但又十分有意思的事件作为回顾的内容，在每一幅旧照片的旁边，都以短小精悍的评语将当时的情况与现在的情况进行类比，使读者不但了解一些不为人知的有趣故事，还能从对历史的玩味中得到启迪。这四个摄影专版的名字就叫《20世纪的另一张脸》。这样的策划与编排，就显得独具一格，做出了自己的特色。

### 2. 关于突发事件题材的策划。

突发事件是新闻报道中常常面对的一种报道题材，由于它发生得突然，所以我们往往不能在一种有准备的情况下从容应战。但当突发事件发生之后，我们还是有机会针对该事件的特点，预测它的发展，通过策划进行有组织有计划的报道。

2000年广东江门一烟花厂大爆炸（见下图），南方日报闻风而动，速派记者前往采访，并嘱要做好预测和策划。在急迫情况下，记者迅速形成了一个报道方案：拍摄灾难现场实况、采访目击者、探查事故原因，并结合相关类似事故资料进行报道。这样，既做到第一时间抢到新闻，又能挖掘出新闻背后更深层次的东西。

### 3. 关于日常新闻（主要是社会新闻）题材的策划。

就新闻报道题材本身所具备的“先天条件”来看，重大题材蕴藏着重要而丰富的新闻报道内容，是每一个记者所盼望抓住的题材。突发事件由于在时效性上的优势，又自然而然地为新

闻报道提供了起跳点，也是每一个记者所喜欢报道的题材。然而，记者大部分时间面对的是日常新闻，也就是常态新闻。这一类新闻以社会新闻居多，它们往往是相对平淡、相对静止、相对孤立的，不像重大新闻和突发事件那样具有让人“一见钟情”的魅力。这一类新闻，更加需要记者与编辑主动地策划，主动地思考，从平淡中挖掘出精彩，从静止中演变出运动，从孤立中衍生出联系。

2001年5月南方日报和南方都市报推出的《解救湖北黄梅乞买童》系列报道，从5月7日到14日，刊发图文报道共7个版，引起广东、湖北两地省委、省政府领导的高度重视，还被上海、北京等地的媒体转载，老百姓反响强烈。这一报道，就是日常新闻的成功策划。开始，当记者了解到广州火车站有一群湖北黄梅籍的小孩经常纠缠旅客乞买物品时，广州其它一些媒体已经对此事做了报道。新闻报道最忌讳的就是雷同。怎么办？我们的记者马上想到，仅仅报道这样一个现象是远远不够的，应该透过现象探寻这一问题的根源。于是，记者迅速将这一事件的书面材料送到了湖北省主管公安与民政的省委副书记的手中，引起了他的高度重视，并亲笔批示督办函，责成湖北省公安厅与民政厅共同解决此事。这就促成了湖北警方千里赴穗，鄂穗警方联合抓黑手、救儿童的大行动。与广州的同行相比，我们已经成功地策划出了一个独家新闻。但我们的记者并没有满足于此，一方面积极配合警方行动，做好跟踪报道，另一方面又在寻找第二个新闻点。他们决定跟随这群湖北孩子回到家乡，去他们离开的地方寻找问题的根源。此时，湖北、广东两地主要媒体都在对此事进行跟踪报道，记者又借这股热潮策划了第三个新闻点，将乞买童一事与其它类似的非法雇用童工的案例联系起来，采访了法律专家和社会学家，从法律和社会学角度对非法雇用童工这一问题进行了剖析，使乞买童这一单纯的新闻事件扩展成为一个重要的社会话题。

（作者是南方日报总编辑）

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

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: [杨兴锋](#)

- [由《南方日报》看党报的新定位 \(2005-4-26\)](#)
- [南方日报社总编辑杨兴锋：高度决定影响力 \(2004-6-11\)](#)
- [以全新思路抓好主流新闻——《南方日报》改版的最大特色 \(2003-3-6\)](#)
- [成就报道的创新策划——南方日报迎接广东省第九次党代会举办“十大新闻大... \(2002-9-23\)](#)
- [谈谈新闻摄影报道的策划（上） \(2002-7-28\)](#)

[>>更多](#)

相关文章: [新闻摄影](#)

- [组图: 2005国内新闻摄影佳作欣赏 \(2006-7-17\)](#)
- [新闻眼在新闻摄影中的作用 \(2006-3-16\)](#)
- [让观者睁大自己的眼睛 \(2004-12-9\)](#)
- [新闻传播业务课程辅导——新闻摄影的地位与功能复习纲要 \(2002-9-21\)](#)
- [新闻传播业务课程辅导——新闻摄影的定义与特性复习纲要 \(2003-9-21\)](#)

[>>更多](#)

[谈谈新闻摄影报道的策划（下）](#) 会员评论[共 0 篇]

[我要评论](#)

会员名

密码:

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.