



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

浅谈网络独家新闻运作

时间: 2005-10-31 16:45:30 来源: 中青网 作者: 刘刚 邹青山 阅读1602次

精确制导是一个军事术语。借用到网络新闻传播范畴里来讲, 是指在对新闻的采访、写作、发表过程中进行有效控制, 从而使新闻在最恰当的时机爆出, 再导引其他媒体跟进, 产生连锁反应, 形成全面轰炸态势, 影响特定人群, 进而产生轰动效应。

2005年5月2日凌晨30分, 淄博日报社主办的淄博新闻网首发了原创独家新闻《一个让“土屋”变“别墅”的人——记第九届“中国青年五四奖章”获得者、张店区城东村党支部书记孙守年》。这篇重点稿件发表后, 《淄博日报》、《新浪网》、《大众网》、《新华网》、《山东新闻网》、《tom新闻》、《齐鲁晚报》、《青岛新闻网》等多家媒体转载, 引起较大反响。

从这篇网络独家新闻的运作中, 笔者概括出网络独家新闻的运作方式, 即“精确制导”与“连锁反应”巧妙结合。现以此文为例, 浅谈一下网络独家新闻的运作。

原创首发 精确制导

获得新闻线索时, 已经是2005年4月29日。孙守年是淄博市张店区城东村党支部书记, 成为山东省第四位“中国青年五四奖章”获得者, 也是淄博市建国以来获此荣誉的第一人。作为地方党报主办的新闻网站, 淄博新闻网有责任报道好这个新闻人物, 绝不能放过这个难得的机会。笔者了解到, 此前, 已经由中央电视台等多家国家级、省级媒体进行了采访。5月3日, 孙守年就要离开淄博赴京参加活动。时间紧迫, 29日一大早, 笔者就进村对孙守年进行了三个小时的采访。临近中午时, 新华社、中央人民广播电台、人民日报等媒体的记者赶到了村里, 笔者又参与了集体采访。下午, 笔者分头走进企业、走进居民家里进行了采访。

当晚, 就开始赶写初稿。笔者坚定一个信念, 孙守年是淄博诞生的新闻人物, 淄博新闻网必须运作好这个独家新闻, 并且一定要做到既是原创, 又是首发(因为笔者知道, 中宣部从15个获奖者中选择了三个人进行统一宣传, 是非常难得的。对孙守年的宣传, 计划是5月5日, 新华社播发通稿, 中央人民广播电台、中央电视台上新闻联播; 5月6日, 人民日报、经济日报、光明日报、科技日报、农民日报等多家大报转发新华社通稿。要想打一个漂亮仗, 必须对采编发的整个过程进行精确制导, 容不得半点时间的浪费和错误的发生)。

从采访上, 笔者的定位是一定要采访到最鲜活的材料。但由于笔者采写时间短, 发表又要早, 笔者面临很大竞争压力, 因为既要进行新闻质量的竞争, 又要进行时效性的竞争。

从写作上, 笔者做出的定位是不用原有的事迹材料, 完全另起炉灶, 利用采访来的素材进行写作, 达到写出来即使新闻人物本人看都感到新鲜的程度。

- 视频新闻新奇特强
- 民生新闻的网络新解
- 电子杂志应以内容为王
- 网络评论怎么评?
- 网络时代新闻的未来
- 网络新闻评论研究
- 网络新闻标题传播特征
- 网络新闻写作的12个技巧
- 浅谈网络独家新闻运作
- RSS出道: 新浪新闻塌掉
- 深度撞击: 撞击了什么
- 抢滩网上评论的新阵地
- 把好网络评论的度
- 冷眼看中国网络新闻
- 论网络时代的全时化新...

从发表上，笔者的定位是必须同时运用多种新闻体裁，既要发通讯，又要配照片和言论，形成一个“重磅炸弹”。原定5月1日发表，但是市里有重要活动，只好改在5月2日。腾出时间了，5月1日，笔者又对通讯进行了精心修改，并让新闻人物对文章进行了事实审核，通讯共2900字，配写了1000字的言论，选配了一张照片，以期通过多体裁并用做大做强冲击力(笔者认为，发表的时机必须是5月2日。早发，不可能。晚发，5月3日起《淄博日报》休刊，恢复出报就5月8日了。那时，中央省级媒体都已发表，作为当地媒体再发表已经没有什么意义了)。

5月2日凌晨30分，在刚刚完成编写审核之后，《淄博新闻网》在“图文报道”栏目头条位置首发了这个独家新闻。同日，《淄博日报》在头版头条位置把这个重大典型发表了出来。用的是通栏标题，同时配发言论和照片，整整占用了三分之二版的篇幅，形成了强大的视觉冲击力。这篇文章的发表既为淄博日报社争得了荣誉，也为淄博新闻界争得了荣誉。

媒体跟进 连锁反应

精确制导是笔者这篇独家新闻质量的保证。而独家新闻内容上的独特、时效上的抢先，则是国内各大著名网络媒体纷纷跟进的重要原因。

笔者认为，这篇独家新闻能够打动网络媒体编辑的因素主要有以下四点。

一是独在内容。从全新的角度，写出了新近发生的事实。行文上，讲究逻辑关系，没有按时间顺序写，而是选取了三个横截面，从不同的侧面展示新闻人物的精神风貌。

二是独在标题。主标题是《一个让“土屋”变“别墅”的人》，这个标题是个偏正词组，抓住村庄前后变化中最有代表性的两个形象可感的事物入题，形成强烈而鲜明的对比，而对比的目的是为了突出居于偏正词组正位上的“人”字。副题是“记第九届‘中国青年五四奖章’获得者、张店区城东村党支部书记孙守年”，点明了新闻人物是谁以及新闻人物的新闻价值所在，标题里还藏着巨大的反差，一是中国级的荣誉，一是村支书，具有引人阅读的吸引力。文章内的三个小标题也别具匠心。第一个是《奇，一个产品获得66项专利》，这反映的是农民企业赢利模式的根本变化，是由粗放转到了高科技。第二个是《钱，谁挣下的就花在谁身上》，这反映的是新闻人物的公正性和对从事集体经济的鼓励。第三个是《忙，再忙别忘了回家看爹娘》，这反映的是其精神文明建设方面的突出亮点。三个小标题具有令人过目不忘、迅速牢记新闻人物特征的功能。

三是独在原创。文章没有采用原有的事迹材料，用的都是最鲜活的事实，体现了原创网络新闻的本质特点。

四是独在首发。无论是作为网络媒体的《淄博新闻网》，还是作为传统媒体的《淄博日报》，在各自的领域都是首发，淄博日报社在这个新闻战役中，打响的是第一炮。

精确制导，使淄博新闻网对这一新闻人物的报道实现了原创首发。但作为网络媒体对独家新闻的运作并不能就此打住，必须吸引媒体跟进，进行全面轰炸，从而最大限度地实现独家新闻的影响力。

考虑到这篇独家新闻所具备的一些优势和特点。5月2日晨，笔者把淄博新闻网发表网址向各大网站进行了推荐，新浪网(2005年5月2日1:28)、中新社山东新闻网(2005年5月2日8:30)、tom.com网(2005年5月2日9:30)、大众网(2005年5月2日10:05)、新华网山东频道(2005年5月2日13:11)相继跟进，纷纷转载了淄博新闻网的这篇独家新闻。

次日，齐鲁晚报(2005年5月3日)发表了这篇独家新闻的改写稿，把通讯改为消息，题为《穷山村如今变成别墅村 创业村支书喜戴五四奖章》，大众网(2005年5月3日10:08)、新浪

网 (2005年5月3日10:18)、青岛新闻网 (2005年5月4日9:28) 等对此稿又一次进行了跟进转载。此外, 国内其他网站发现这一新闻后也予以转载, 从而在网络媒体中形成了“全面轰炸”的局面。

5月5日起, 中央级媒体开始发表自采稿件或转发新华社通稿, 各网络媒体又一次进行了跟进报道, 掀起了第二次网络宣传高潮。

事实上, 孙守年是淄博新闻网长期关注着的一个新闻人物。早在2003年, 孙守年获评全国十大杰出青年时淄博新闻网就进行过重点报道。这次报道之后, 淄博新闻网在做的反响报道里, 把原大众网2003年11月26日发表的《三个代表实践者——记青年创业致富带头人孙守年》进行了新闻回顾, 进一步丰富了这一独家新闻报道的内涵, 增强了新闻人物的纵深感和新闻人物事迹的厚重感。

笔者认为, 不论网络独家新闻, 还是传统媒体的独家新闻, 大都可以采取“精确制导+连锁反应”的运作方式, 使独家新闻的影响力实现最大化。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 新闻运作

- [企业新闻运作策略全析 \(2004-11-1\)](#)
- [畸变的媒体——市场经济中新闻的运作与功能 \(2003-3-13\)](#)

[>>更多](#)

[-] [浅谈网络独家新闻运作](#) 会员评论[共 0 篇] [-]

[-] [我要评论](#) [-]

会员名: 密 码:

[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.