



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

从九江地震看网络媒体报道“软着陆”

时间: 2006-1-14 15:52:08 来源: 《网络传播》2006.01 作者: 皮藤江 刘 栗 吴跃军 阅读1472次

曾经以集纳、整合传统媒体的信息资料为主要内容的地方新闻网站，如今也开始以独立的媒体形象抢夺对突发新闻的首发权，并正以其信息的快速、准确以及全面，凸现其巨大的威力，并往往成为地方媒体“内容为王”之争的胜利者。

2005年11月26日8时49分，位于江西省九江县、瑞昌市交界处的九江县发生5.7级地震，9时15分，据地震发生仅26分钟，首条新闻“江西九江发生地震 南昌已无安全问题”通过大江网对外公开发布，并迅速在互联网上传播。

据统计，26日当天，大江网发布的12条地震相关稿件均被新华网、新浪、网易、搜狐、雅虎、人民网等国内20余家知名网站转载。同时，大江网记者还在地震现场和网易、湖南卫视以及江西省内诸多广播电台成功进行了连线，对地震的灾情进行了准确有度的报道，最大限度地遏制了谣言的传播。作为江西省主流网络媒体的大江网，对这一重大突发性新闻进行了及时、准确而连续全面地报道，显示出了地方新闻网站的巨大威力。

精确：争夺话语权

“地震了，地震了”2005年11月26日9时05分，在社会各界陷入一片惊慌之时，大江网记者迅速出击，第一时间赶赴江西省地震局，从地震专家对震情的紧急会商中，大江网记者得到了本次地震的三个“第一手消息”：一、“地震发生在九江县和瑞昌市交界处”；二、“震级为ML6.0”；三、“南昌虽受波及，但已经没有危险”。

2005年11月26日9时15分左右，大江网记者在得到消息后的第一时间通过电话和值班编辑取得联系，发布了此次地震的首条新闻——“江西九江发生地震，南昌已无安全问题”。消息一传开，迅速令灾区原本惊恐的受众奔走相告，成了安定人心的一颗定心丸。此时，该条消息也在第一时间被人民网、新华网、新浪等众多国内知名网站转载。一时间，九江地震的消息从网上传播到网下，全国人民聚焦中部古城——九江，并纷纷通过互联网了解灾情、问候亲人、表达爱心，并为抗震救灾、重建家园献计献策。

通过对九江地震的报道不难看到，与常态新闻相比，在突发新闻的报道中，地方新闻网站往往更具影响力，更能体现新闻媒体的竞争能力，也更容易吸引受众眼球。然而这一重要阵地在一些地方网络媒体里有时却得不到应有的重视，有时因政策、体制等方面的原因，视突发新闻为雷区，失去应有的话语权，反而使一些非主流媒体在突发新闻的报道中占据主动。

- 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...

此外，在突发事件中，一些地方新闻网站的记者为了尽快发布新闻争“独家”、提高点击率等原因，一些未经认真采访和核实的稿件便仓促出笼，结果漏洞百出，甚至消息失实，严重误导受众。

大江网的经验证明一个道理，那就是面对突发事件的来临，对地方新闻网站而言，必须直面这一前沿阵地，“不是不发，而是如何发、以最短时间准确发”。大江网充分履行了地方主流新闻网站应有的责任，才发挥了其主流宣传的威力，将谣言的传播遏制在萌芽状，稳定了人心。

延续：连续报道提升竞争力

一旦遇到突发新闻事件，网络媒体就要以最快时间建立“战时机制”，制定发稿方案，决不能有松懈、麻痹思想。有时，新闻媒体即使做到了“首发”，因为跟踪不及时，而贻误了“战机”，被别家抢了风头，起了个大早，赶了个晚集，最后销声匿迹。因此，能否延续在突发新闻中的优势效应，进而转化为品牌效应，是成功与否的关键。

2005年11月26日10时15分，距离本次地震消息发布后一小时，大江网记者并没有止步亦或满足于本次地震消息的首发，而是继续跟随江西省地震专家，第一时间走进了本次地震的震中心——九江县，并陆续发回了位于震中城门乡、港口街镇、涌泉乡的受灾情况和余震发生的最新消息，为政府有关部门抗震救灾做出决策提供了准确的舆论帮助。

“前方记者迅速报道，后台编辑紧张制作”是本次大江网报道九江地震在机制上的成熟表现。延续“突发效应”，重在提炼“新闻”的内在、外延，取其精髓，挖掘和展示最有价值的新闻，对于这些要求，制作专题就是保持竞争力的核心。唯此，才能在一个个报道突发新闻的战役中，树立鲜明的网络品牌形象，长时间占领受众的眼球。在九江地震消息发生后，大江网编辑只用了一个小时的时间，便制作出了《江西万众一心夺取抗震救灾胜利》的专题。这是国内网络媒体中最早开设这一新闻主题的专题。

互动：让突发新闻“软着陆”

突发新闻从内容上看，有自然灾害、安全事故、社会大事、政治事件等；从社会影响上看，在社会生活中具有“地震效应”，往往一经披露就成为舆论的焦点，成为关注的中心。从这一点上看，地方新闻网站在完成对事件报道后，应该担负起主流媒体舆论引导的功能，使社会心态趋于平稳，让突发新闻“软着陆”。

地震灾情发生后，党中央、国务院领导以及江西省委、省政府领导高度关注灾情，紧急部署抗震救灾工作。广大网民纷纷在大江论坛发帖，并表示要向灾区人民捐款。作为地方新闻网站，组织网民捐款捐物，支援灾区重建是理所当然的，如此也是引导网民消除猜疑，协助共建美好灾区家园的一大良举。

2005年11月28日，大江网联合江西省慈善总会发起“网络世界，爱心无限—全世界网友援助江西九江地震灾区”活动，倡议全世界网友为灾区人民奉献一点爱心。倡议一发出，立即得到了全国众多地方新闻网站的积极响应，北方网、中国广播网、搜狐、网易、中国吉林网、龙虎网等国内诸多知名网站在第一时间加入倡议队伍。

地震无情，网络有情。连日来，各地网民纷纷伸出援手，为灾民安置和灾区重建捐款捐物。各地网友也纷纷通过网络表达自己对江西的慰问。

提高网络记者素质

对新闻事实的准确表达是作为新闻记者的第一要务，网络记者也如此。网络新闻求快已是各家

新闻网站的共识。但如何在快的同时求准，应是对记者进一步的要求

网络记者一定要树立精品意识，在努力增强责任感的同时，养成一丝不苟、精益求精的工作作风，树立良好的整体职业形象，尽可能地减少和杜绝稿件中差错的发生，以顺利完成信息时代新闻传播者角色的转换。

在九江地震的第一条消息发布之前，大江网记者曾得到民间报料，本次地震的震级为5.5级，面对这一消息，作为网络记者，只要打开电脑便能在几乎和地震同步的时间发布。然而，大江网记者并没有盲目求快，而是迅速行动，前往江西省地震局采访地震专家，这才确切得知本次地震的震级江西方面定为ML6.0，主震区在江西九江，南昌已无安全问题，如此，本次地震的首条消息才得以在互联网上传播，消除了不少谣言的传播。

一小时后，江西省地震局再次公布了本次地震震级的远震面波震级标准MS（5.7）级和近震标准ML（6.0）级，由于省地震局公布了两种不同的震级结果，大江网值班编辑当即编发消息，权威发布了“九江发生5.7级地震”的消息，并将地震的具体方位在文中准确地用经纬度表现了出来，同时，还在消息中细心地注明了MS5.7=ML6.0的地震计量概念，为广大网民释疑解惑。

因此，随着网络媒体间的竞争的加剧，网络记者必须具备更高的文化修养，尤其是地方新闻网站的记者更需要丰富的知识积累，充分认识地方新闻网站在全球传播和“软力量”较量中的地位，充分发挥地方新闻网站在文化和意识形态传播中的积极作用，从而更好地面对和处理突发事件，更好地发挥地方新闻网站的威力。

皮藤江：大江网站副主任
刘栗：大江网新闻中心总监
吴跃军：大江网频道主编

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：媒体报道

- 媒体报道对弱势群体犯罪人文关怀的误区 (2005-11-15)
- 媒体报道奥运冠军的逻辑硬伤 (2004-12-17)
- 解读"长沙奔驰肇事案"媒体报道 (2004-11-16)
- 媒体，请维护贫困生的尊严 (2004-4-1)
- 典型宣传媒体要“顶天立地” (2002-10-23)

[>>更多](#)

从九江地震看网络媒体报道“软着陆” 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

