

# 新闻报道的化“旧”为“新”

## ——基于周报特点的分析研究

陈 煜, 刘伟丹

(湖南日报报业集团 科教新报社, 长沙 410005)

**摘 要:**网络媒体的崛起使新闻的生命更加短暂。周报由于出版周期较长,新闻易成“旧闻”。面对激烈的市场竞争,周报要明确市场定位、加强新闻策划、强化深度报道、凸显专业优势,化“旧闻”为“新闻”,让读者闻所未闻。同时,周报应将出版周期长的劣势化转为编辑时间充裕的优势,主动介入“旧闻”,挖掘深层故事,使周报新闻报道达到意想不到的效果。

**关键词:**周报;新闻;旧闻;新闻策划;深度报道

### Transforming “Out of Date” to “New” in News Reports

——Analyses Based on the Characteristics of Weeklies

CHEN Yu, LU Wei-dan

(New Science and Education Paper of Hunan Daily (Group) Corporation, Changsha Hunan 410005, China)

**Abstract:** Netmedia make news' life even shorter. For weeklies, as their publication cycle is rather long, the news published in them tends to become out of date. Facing fierce market competition, weeklies have to relocate themselves in the market, strengthen news planning and depth reports, present their professional privileges, transform "out of date news" to "news" and show the readers what is not heard. Meanwhile, weekly news shall change the disadvantage of long publishing cycle to advantage of careful editing done with enough time, actively probe into "out-of-date news" to dig the depth stories so as to produce unexpected effect.

**Key words:** weekly news; news; old news; news planning; deep report

新闻工作者都知“新闻是易碎品”。新闻贵在“新”,它既追求事实是新鲜的、独家的;同时又追求受众第一时间获知。<sup>[1]</sup>在纸媒独步天下时,就有“新闻只有 24 小时的生命”一说,“抢新闻”成为新闻工作者第一要务。进入 21 世纪,特别是网络媒体的崛起,新闻的生命更加短暂,新闻在发生的那一刹那就已成为“旧闻”,成为历史。

周报,顾名思义就是一周一期或几期。现在全国比较有影响力的周报有《南方周末》、《中国经营报》、《经济观察报》等。湖南省发行较大的周报多为行业报,如《体坛周报》、《科教新报》、《大众卫生报》等。周报由于出报周期较长,新闻无法在“第一时间”呈现给读者,因此,周报新闻不“新”,甚至新闻早已成为了“旧闻”。在媒体步入市场化运作、企业化经营的群雄逐鹿时代,周报如何解决“新闻”成“旧闻”的

问题,怎样在发展中赋予“易碎品”全新的含义,在日趋激烈的新闻竞争中争取更多的受众呢?笔者认为,应通过精心的组织和策划,强化深度报道和专业视角,化“旧闻”为更具影响力的、读者闻所未闻的“新闻”,甚至主动介入历史“旧闻”,挖掘其背后的深层故事,使周报的新闻报道取得意想不到的效果。

2008 年 5 月 12 日,四川汶川发生 8.0 级大地震,造成重大人员伤亡和财产损失。据统计,这条突发性灾难新闻几乎成为国内所有报纸 5 月 13 日的头条。一位老报人一语中的:在今天,“独家新闻”的概念已经发生了深刻变化,“独家新闻”已不仅仅意味着抢到了“第一落点”和“第一时间”,它

收稿日期:2009-07-03

作者简介:陈 煜(1974-)男,湖南衡东人,湖南日报报业集团科教新报社副社长、记者,湘潭大学 MPA 学员,主要从事新闻采编和公共组织管理及绩效考核研究。

还意味着独家观念、独家视角、独家方法。新闻竞争的加剧,独家新闻“概念”的变化,使新闻策划日渐被同行接受、青睐和采用。策划不仅渗透到日常编辑工作中,且已成为所有媒体出奇制胜的法宝。<sup>[2]</sup>

第一时间缺失、独家新闻难觅的周报,要在纸介媒体的市场竞争中,不被读者抛弃、不被市场淘汰,需要强化策划能力,在报道的深度上加强优势,充分利用已有的信息,选择新的角度和新的立意,挖掘“新闻背后的新闻”。也就是将过去、现在和未来充分揉合,多角度、全方位、立体化进行报道,充分体现报道的纵深感,不仅让读者知道发生了什么,更让读者知道为什么发生,从而揭示新闻事件问题的来源和实质,更好地发挥舆论导向的作用,增强报道的吸引力和感染力,展现周报新闻报道的亮点、特点和“新”点,从而达到吸引受众的目的。

电视、网络媒体在重大新闻报道中,24小时滚动播出等方式的应用使纸媒的新闻生命力几乎被扼杀,而对纸媒特别是周报的新闻报道提出了挑战。不仅要求周报的新闻策划要体现独特的观点和创意,强调策划的前瞻性,还需要既是“杂”家又是“专”家的新闻工作者。唯有知晓行业,了解整个事件来龙去脉的专业人才,才熟悉新闻事件背后的资料和历史,才会有创造性新闻策划。唯有“专”家型记者,他的策划和传递形式才会不断追求创新,并吸收电视、杂志等媒体的表现手法,选取的新闻事件才会区别于主流媒体而独树一帜。<sup>[2]</sup>

周报的新闻报道应尽可能选择模糊时效性的题材,如将新闻事件的报道转变为新闻人物的报道。新闻人物是新闻事件的主体,新闻事件的展开由新闻人物带动,一些新闻之所以有新闻价值,就是因为事件中的人物本身能够引起读者的兴趣。以人物通讯报道方式使新闻事件更加具体、平实,“旧闻”也就转化成了“新闻”。

2007年11月15日,《科教新报》发表了一篇“残疾小伙用脚‘舞动’奇迹”的人物通讯,就是从普通采访中挖掘出来的“活鱼”。记者在采访湖南省书画研究院举办的一场书法展——“脚走龙蛇书展”时发现,作者雷声响从小患小儿麻痹症,连走路都困难,面对逆境却努力拼搏,用脚苦练书法,成了中国书法协会最年轻的会员。记者挖掘雷声响的特殊成长过程予以报道,报道刊发后引起了很大的反响,雷声响的母校还把他作为学生学习的楷模,在书法界他也得到了更多书法名家的指点。该通讯后来被评为2007年湖南省好新闻三等奖。2009年,《科教新报》在改版时,又确立人物报道为新闻报道的重中之重。封面均刊登新闻人物照片,即形成视觉冲击又能使新闻事件化“旧”为“新”。

## 二

报道需要策划,报纸的定位也需要策划。不同的媒体有不同的受众,也有不同的读者定位。如《南方周末》“从这里,读懂中国”;《中国经营报》“经营成绩价值”;《经济观察报》“理性,建设性”;《科教新报》“传递智慧、超越梦想”,既

是口号更是定位。这种定位使不同的媒体对同一新闻素材的报道和处理有不同的方式和视角,在新闻素材的处理上就有所取有所舍,其侧重点和关注点也不一样。

《南方周末》被称为“中国周报翘楚”,它的报道关注点不在“第一时间”,而在“第一深度”。<sup>[3]</sup>深度成就权威性,使新闻的时效性产生质的飞跃。如重庆市发生的彩虹桥坍塌事件,《南方周末》的报道是在11天之后出来的。该报头版头条以“綦江跨桥的背后”为题,记者用生动的现场感、理性的阐述、深入的调查,详细报道了该事件背后的“新闻”,给读者呈现出不一样的解读。

周报大多有鲜明的行业特点,它们以行业为依托,突出业内和专业方面的信息和知识。如湖南的《体坛周报》、《大众卫生报》、《科教新报》等等,都以视角的专业、行业的敏锐、内容的深度,吸引了大量的分众读者。即使是同一专业媒体,它们的定位也有区别。如教育类媒体既有以新闻为主,也有以教辅为主;而且其中还有细分,如以新闻为主的教育媒体也将读者细分为教育管理者、教师、学生等等。这些细分的周报,其新闻不是以时效性见长,不是关注新闻何时发生、何地发生、如何发生,而是以专业的视角,挖掘新闻深层次的问题和事件的发展趋势。同时,了解该行业情况的编辑、记者,用记者的胆识和专业的视角,通过精心策划,将“旧闻”进行二次创作,对它进行专业化、多层次、全方位的解读,找出新的新闻点,向受众提供客观的分析与观点。

2008年,金融风暴造成全球金融动荡,失业大潮波翻浪涌,也影响了即将走出“象牙塔”的大学毕业生的就业。胡锦涛总书记、温家宝总理等党和国家领导人,先后走进校园、走访学子,找寻破解大学生就业难题的办法。大学生就业成为各家媒体“短兵相接”的战场,报道的精彩程度则直接取决于媒体策划水平的高低。

《科教新报》作为湖南省唯一的教育类周报,如何在这样的背景下发出自己的声音,寻找各所学校扩大就业的新招、奇招,引导学生走出困境呢?该报采编人员经过精心策划和翔实的采访,利用新年改版的契机,从2009年改版第一期开始,连续推出“金融风暴,让大学生遭遇就业‘寒冬’”、“寒冬还是暖冬?——再谈大学生就业”、“成因和出路——三探大学生就业”一组关于大学毕业生就业的特别报道,多角度、全方位、深层次解读了大学生就业的现状,展示了大学生在面对困境时积极、自信的风采,报道了各级政府、教育部门和各高校为扩大大学生就业争取的各种措施,使大学生和全社会对大学生就业问题有了充分的认识,也坚定了大学生及其家长们战胜困难的决心。这组报道推出后,取得了较大的社会反响。该报道提出的一些思路与中央、省教育部门随后出台的文件精神完全吻合。一些企业也积极地向大学生伸出援手,各高校也适时推出了更多扩大就业的新举措。同时,记者采访的过程也是大学生端正就业思想的过程,这组报道对引导大学生端正择业观具有重要意义。报道中涉及的某大学行政管理专业的小广、小屈、小朱等几名毕业生,原来的就业要求是一定要留在大城市、留在行政机关,我们的采访和

报道让他们逐步改变了思想,积极响应到西部去、到农村去的号召,在远离大城市、远离家乡的边远县城找到了与专业对口的工作。一组报道能在读者中产生不小的轰动,特别是改变一些毕业生的观念和命运,是编辑在策划之初没有预测到的。

### 三

崔永元、赵本山在春晚上表演的小品“昨天·今天·明天”令人记忆犹新。生活如此,新闻亦如此。有今天就会有昨天和明天,昨天的新闻,今日的旧闻,明天的历史。新闻、旧闻、历史终将成为回忆,也将勾起人们对它的再忆。生活的节奏越来越快,资讯爆炸的现代社会,尘封的“旧闻”往往更能勾起人们对往事的追忆,给人精神上的愉悦。熟悉的人看了回味无穷,不知道的看后顿生几分新鲜和神秘。

周报在“旧闻”中努力挖掘第二生命,并成为媒体竞争的重要阵地。“史海钩沉”、“见证”、“旧闻周刊”、“历史上的今天”等新闻栏目,无不散发着浓浓的怀旧气息,一些周报甚至就将“旧闻”报道作为媒体的定位。<sup>[4]</sup>不仅纸媒热衷于此,电视也纷纷推出了“旧闻”栏目。中央电视台新闻频道“旧闻新读”、凤凰卫视“口述历史”、中央电视台综合频道“探索发现”,均是挖掘“旧闻”背后的深层故事,梳理历史事件,还原时代背景,深受观众喜爱而名噪一时。湖南经济电视台2008年推出的专业纪实纪录片频道——金鹰纪实频道,走的就是一条专业化的“旧闻”纪实纪录片的路线。其中的主打栏目“故事湖南”,特邀原省委宣传部副部长郑佳明为特约评论员,讲述60年来发生在湖南的故事,汲取特定时代的草根印痕,讲述那年那月故事里的故事,浓缩60年来湖南历史发展的进程。尘封的记忆,遗忘的故事,“故事湖南”穿越时间,让旧闻成为流金岁月的典藏经典。

忘记历史的民族是没有希望的民族。“旧闻”给浮躁的社会以理性的思考,给迷失的记忆以理念的回响。周报对旧闻的报道不应是简单的历史回顾,更应该把“旧闻”与现实对接,让它的历史价值与现实意义巧妙结合,让它的价值得以

升华。<sup>[5]</sup>“旧闻”从历史走来,与现实对接,最终为现实服务。2006年长征胜利70周年,全国各大媒体都集中力量对这一重大历史题材进行专题报道。如新华社推出“永远的丰碑”系列报道,《人民日报》、《中央电视台》等全国各媒体纷纷推出专版、专栏;湖南省的一些媒体如《湖南日报》、《三湘都市报》、《长沙晚报》分别派出记者“重走长征路”,追寻红军长征足迹,报道这些地区70年的变化,显示出以重大历史题材为新闻由头,促进资源整合的强大力量。“外国人看长征”、“长征英雄今安在”、“长征老照片”等栏目均体现各大媒体的每一个选题策划都蕴含丰富的新闻性,将历史的回忆与现在的生活紧密交融,自然而真切。

2009年是新中国成立60周年,全国各大媒体开始了新一轮对历史“旧闻”的对接。6月14日,新华社率先开辟“共和国从这里走来”专栏,通过对新中国成立过程中重大历史事件发生地的今昔报道,描绘了中国共产党带领中国人民前赴后继、艰苦奋斗、建立新中国的历史画卷,大力唱响时代主旋律。因此,周报也应主动对接,勇立“旧闻”与现实对接的潮头,谱写周报新闻报道改革新篇章。

#### 参考文献:

- [1] 朱安华. 依存·助力·化合——新闻与历史的断想[J]. 新闻爱好者, 2000.
- [2] 陈煜. 吸引眼球[J]. 新闻天地, 2008(9).
- [3] 南方报业. 南方周末品牌价值两年翻一番[N]. 南方周末, 2009-06-25(8).
- [4] 徐建华. 旧闻新读, 钩沉历史中的新闻故事[J]. 传媒观察, 2006(8).
- [5] 刘永昶, 吴昌红. 新闻该怎样介入历史题材[J]. 传媒观察, 2006(9).

责任编辑:徐蓓