



◎新闻记者行当中的“变色龙”——他们的身份不易被人察觉,不修边幅的穿着,避免成为“显眼包”,容易接近并走近普通市民,成为他们中的一员,了解、掌握其真实想法。新闻记者中“变色龙”是令人尊敬的,他们不卑不亢深入现场,拿到最新鲜的第一手资料。而写就又快又好又准确的新闻资讯,新闻从业者除了要有变色龙般的百变,最关键的是深入现场……从公众利益角度而言,科技变革引发的媒体行业的洗牌,是利大于弊,局部阵痛换来整体民众更多知情权,符合人民群众对美好生活的向往。



1. 我在现场

南宋诗人陆游的教子诗《冬夜读书示子聿》中有一名句:“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。”年少时,背熟这句诗只需三分钟;当我正式成为一名新闻记者时,却花了十年光阴略微参透句中乾坤!头脑清醒、心境澄明,又或夜深人静时,偶有感慨——为何如此后知后觉,愚钝木讷?

作为一名法学专业的毕业生,距离毕业还有三个月时,我懵懵懂懂、阴差阳错,就到了南方某大报实习。该报社历史悠久,与新中国同龄。社内名家名编多,俊男靓女,高矮胖瘦,十之八九戴着眼镜;衣着方面,有光鲜亮丽的,有短裤拖鞋的,有进进出出夹着公文包的,有斜挎小包的,也有上衣口袋里别着钢笔,裤兜里揣着小本本的……短裤拖鞋小本本者走在大街上,与路人甲乙丙丁无二。

俄国作家契诃夫的短篇小说《变色龙》,深受世界各地读者的喜爱,“变色龙”一词已成为见风使舵、善于投机钻营者的代名词。而报社里的短裤拖鞋小本本者,俨然新闻记者行当中的“变色龙”——他们的身份不易被人察觉,不修边幅的穿着,避免成为“显眼包”,容易接近并走近普通市民,成为他们中的一员,了解、掌握其真实想法。少了距离和内心不自觉抗拒,普通市民容易将所见所闻准确清晰、无滤镜无选择地讲述。新闻记者中“变色龙”是令人尊敬的,他们不卑不亢深入现场,拿到最新鲜的第一手资料。传统媒体时代,广播电台记者的新闻资讯最快,其次是纸媒,再其次是电视台。而在融媒体、自媒体时代,人人都是摄影师,人人都是记者和传播者。普通人只要举起手机,拍个照、录个像,手机内软件编辑一下,加个图片标题、配个旁白,同期声AI自动生成中英文字幕,一则简单的讯息就大功告成了!普通人与传统媒体新闻记者“抢饭碗”是毋庸置疑的事实。传统媒体的“好日子”似乎走到头了,日落西山的势头不可阻挡。在科技日新月异,突飞猛进面前,行业性危机,终究穿越历史和岁月的尘埃,暴露在人间。人们在认清残酷无情之后,终于收拾好心情,再出发,寻找解决的办法和路径。

各类资讯铺天盖地迎面而来,或好或坏,良莠不齐!置身其中,能否精准辨别真伪,去伪存真?一头大象,有的人摸到象腿,有的人摸到象鼻,有的人摸到象肚子,有的人摸到象耳朵……能说腿、鼻子、肚子、耳朵不属于大象吗?能说腿、鼻子、肚子、耳朵等部位就是一头大象吗?“盲人摸象”的故事告诉我们,局部与整体、个体与集体、具象与抽象的关系。资讯、消息越来越多,多到信息要爆炸,小象脏和小象脏的容量不够时,群众急切呼吁真实、权威、准确的新闻占领了头条和当天新闻资讯的主要位置。又快又好又准确的新闻资讯,倒逼新闻从业人员及后勤保障等一线、二线、三线相关人员,理论、技术、观念、知识储备等必须即刻升级,奔跑的速度比闪电还快,比风还疾,比太阳还勤快。从公众利益角度而言,科技变革引发的媒体行业的洗牌,是利大于弊,局部阵痛换来整体民众更多知情权,符合人民群众对美好生活的向往。

而写就又快又好又准确的新闻资讯,新闻从业者除了要有变色龙般的百变,最关键的是深入现场。1998年,武汉抗洪抢险;2000年,广东电白高考作弊案,我不过是给名记打下手的无名小卒,但老师的言传身教,一点一滴教会我,接近接近再接近现场。“兼听则明,偏听则暗。”每一位被采访对象都有主观情绪和立场,都是现实版的“盲人摸象”,需要我们去破除,需要我们用他们的矛击败他们的盾。名记就是名记,一张嘴深入浅出,句句是金句,直戳要害。“打铁还需自身硬”,我从法制的逻辑思维,逐渐转入新闻写作思维。实现这一突破的第一要义是如何写好新闻报道的开头,众多的新闻引路人中,名叫周小元的导师是第一个,“好肉一定要放在碗面!”碗里盛放着做好的饭菜,但最好的肉一定要在最顶端,这正如写好新闻报道的第一段,那么,这则新闻也就成功了一半。在周小元导师的启蒙下,我开始新闻之路,摒弃了有勇无谋、混混沌沌、稀里糊涂过日子,逐渐进入由现象到本质、由表及里的思考。重大矿难、特大车祸、塌桥塌路、洪灾风灾……只要有突发事件,报社编委第一时间就想到了我,“刘妍是我们的头牌,她去我放心,只有她去一定能到达现场,拿到别人拿不到的第一手资料。”此时已是总编辑的周小元在编委会上向部门主任发号施令。我能理解莫言新编历史剧《荆轲刺秦》重构历史故事的可能性。人总有抹不开面子的時候,其实,各种突发灾难事故,我也闻所未闻,见所未见。还记得刚上大学那会儿,竟打电话问父母:“为何我的衣服没泡沫,而同学洗的都起了……”来回沟通,电话那头的父母“哈哈”大笑,就此,干洗衣服成为了一个“笑话”。

除不辜负新闻引路人的信任和期望之外,还有我那不服输的韧劲作祟。有了第一次,就有第二次。之后与毒贩交谈、与死刑犯家属吃火锅,单枪匹马多次出现在全国“两会”现场,油罐油库火灾溜到总指挥车,深度采访艾滋病病人翻墙出院……一线新闻记者的日子五彩斑斓。如果说,做新闻记者一年等于正常人过三年,那么,我就等于别人过了五年,每天从天亮到天黑,睁眼到闭眼,脚从不沾地。日复一日忙碌,少了思考多了阅历,涨了知识少了休闲。各种大大小小的新闻奖来了,没在意没上心。关注焦点在,如何写出“有质量”“有影响力”的新闻报道。单纯而不简单的新媒体生涯,丰富了我的阅历,“毛头小伙”似乎发生了微妙的变化!



现场·好新闻·传播力

◎刘妍

2. 我爱现场

突发事件,突如其来,时效性强,新闻人毫无准备。“天选”之人——有主观的,也有客观的;有职业敬业之意,也有使命感之感。有时人在梦中,有时人在洗手间,有时人在吃饭,有时人在赶稿……突然来通电话,无论身处何时何地,内心和心灵,或是经受一次又一次冲击。天生乐观的新闻人称这类电话为“夺命电话”,不可预测因素及危险如影随形,幸运并不是总能眷顾新闻人。人若要发挥主观能动性,明知危险在前方,仍要冲锋陷阵时,可能更多的是“铁肩担道义”的使命感和责任感,无形的内在驱动。负责突发新闻的记者,唯一能做的多考虑、多设想,将各种情况和危机考虑,以不变应万变。“养兵千日用兵一时”,日日新,月月变,求新求变,新闻记者被要求要有很强的抗压和应变能力。

2008年5月12日14时45分左右,我正在键盘上奋力敲击,试图将上午的采访内容,以新闻消息的形式完成写作。中午的盒饭摆在一旁,餐食凉凉是常态,饿的劲头早已过去了。“汶川地震,非常严重。”早已不记得是谁打破安静,口中爆了这么一句。大约在10分钟前,四川阿坝藏族羌族自治州汶川县发生大地震,说话的朋友手机,处于无法连接状态。

我的台式电脑里的文章,始终还停留在那个逗号状态。采编部瞬间“燃”了起来,每个记者都在打电话、接电话,异常忙碌。如果不是在报社,如果不是重特大突发事件发生的背景,只看现场,不听内容,还以为是股票经纪,又或是推销商品。无声无息中,全国大大小小的新闻机构,资深或刚入行的男男女女记者,都在绞尽脑汁,使出各种神仙路数。汶川地震给新闻界出了一道考题,新闻大会战已悄然进行。事发地在四川,距离广东有千余公里,采访难度可想而知。此时,汶川、总编不知从哪个角落冒出,前后脚到达采访部,“谁能去现场?”一连问了两遍,没人应答。汽车、火车太慢,飞机快,但那时全国飞往成都的航班都被叫停,实施临时航空管制。社领导见状,突然冒了一句,“刘妍和消防队门熟悉,古灵精怪的,努力一下。”领导发话了,我被架在火上烤,有点发愁!特大地震现场,还真没采访过。“全国新闻大会战,刘妍必须想尽一切办法到达现场。”这是社领导下的命令。说时迟,那时快,社长座驾的司机主动走到面前问:“几分钟后走?”我只好把上午采访省政府会议时穿的高跟鞋换上,穿上运动鞋,带上四五斤重的电脑,跳上车,直奔机场。

大约半个小时后,将一架救援专机从广州白云机场起飞,直达四川成都。全国的救援专机都在往成都方向集结——天上、地面,忙!川内、川外,人心,躁!权威新闻,滚动播出汶川大地震成都方面的画面消息。数年前的法律素养让我在瞬间冷静下来,深入到汶川之间约150公里的山路怎么完成。“11路”双腿步行,近30斤的电脑、行李、干粮、水,摄影男同志且体力不支。我一个弱女子,手不能提,肩不能扛的,150公里山路,力不从心!威武虎是智取来的,抵达震中,还需智力和运气的加持。2008

3. 现场与好新闻

经典新闻学教科书中一贯强调5个W:何时、何地、何事、何人、何因。初学新闻写作者,眼界和格局常受困于此。5个W俱全,面面俱到,将事情的前因后果以及后续跟进、处理等方面,完完整整、明明白白地说一遍。这样的新闻稿并没有大的原则性错误,却如白开水,平淡而无味!老练的记者,往往学会并掌握抽丝剥茧的眼力、笔力、脚力,能够从“小切口”以小见大,多采用白描词汇、语气,善于描写环境、心理,看到常人看不到之处。如被采访人的心理、所思、立场、态度和意见等。白描手法是新闻与散文之间,天平略微偏向散文而非散文的写法,与作家行当中的“非虚构写作”一说有异曲同工之处。在写法上仍是克制,适度表述,但切忌强烈的代入感,不可直截了当地代替被采访对象。真实、客观、准确,这是新闻采访中的底线和红线。

四川汶川处于四川龙门山断裂带,青海玉树则处于三江地震带。汶川地震后不到两年,2010年4月14日7时49分,青海玉树发生7.1级地震。当天早上到达办公室时,人还没坐下就被告知:社委会决定派你去玉树,摄影记者随你挑。玉树平均海拔在3650米以上,不少地方在4300米以上。高海拔对沿海地区生活的人而言,身体机能能有高原反应的挑战。省里一位熟悉的医生告诉我,“高反”明显时,服用阿司匹林肠溶片。出征前,在路边的药店里买了一盒阿司匹林肠溶片,去掉外包装减少体积,塞进电脑包缝里。

高海拔,人在高原上生活、行走、说话、驾驶,都得悠着点。坊间有个笑话,一对青年男女发生误会,原本想指责对方,此时女方有点呼吸困难,放弃争辩;男方觉得“好男不跟女斗”,女方先不斗,反倒有些不好意思。一来一

去,双方从陌生人到热恋男女,后来还成为了夫妻。故事的真实性无人探究,但在玉树还真是什么事情都要慢三拍。可地震救援抢险,黄金72小时与死神赛跑,慢不得!同行的男摄影记者,一落地,“高反”严重,斜挎着氧气包,渐渐地,吸着氧气也很吃力,结实的小伙子索性躺平,打起了回府的主意。冷静一想,摄影记者后面若“高反”严重,救治困难,终究是生命可贵!刚好,部队有专机回西宁,他乘机回了。

新闻最重要的仍是现场。最大限度接近现场,是采集新闻的第一要诀。15日上午十点多,我来到倒塌严重的住宅片区。这片住宅是老区,基本上都是木头结构,损毁非常严重。一个坡度不高的小山坡,全是横七竖八倒塌的房屋。一位穿蓝色衣服的小男孩在哭。泪水挂在他黝黑的小脸蛋上。同行的翻译转述:“为什么哭?”小男孩说:“想妈妈,找妈妈。”不远处,是男孩的家,不成型,山坡上家家户户都是如此。男孩的妈妈提着半桶水慢慢地走来。奶奶让翻译转述,男孩是她的孙子。男孩的母亲在地震发生后,房屋倒塌瞬间,用身体护住孩子的周全。孩子被压在母亲的胸膛下,完好无损,体温在一点一点流失,母亲走了!听着奶奶的讲述,翻译不再转述,我的泪水滴到了笔记本上……高原上发生地震,常常是一命换一命!

玉树这个盛产冬虫夏草的地方,因为有了母舍已救儿,让我终生难忘!2021年7月,我重回玉树时,重逢了汽修厂的夫妻,当时帮忙做饭,小男孩和奶奶搬走了。小山包的房屋已重建,全是钢结构。玉树新貌,为之振奋,一年一度的赛马节正如如火如荼进行。只要能第一时间抵达新闻现场,就能挖掘到感动人心的好新闻。汶川如此,玉树如此,南方冰灾、印尼海啸,无一例外!

◎最大限度接近现场,是采集新闻的第一要诀。老练的记者,往往学会并掌握抽丝剥茧的眼力、笔力、脚力,能够从“小切口”以小见大,多采用白描词汇、语气,善于描写环境、心理,看到常人看不到之处。如被采访人的心理、所思、立场、态度和意见等。白描手法是新闻与散文之间,天平略微偏向散文而非散文的写法,与作家行当中的“非虚构写作”一说有异曲同工之处。在写法上仍是克制,适度地表述,但切忌强烈的代入感,不可直截了当地代替被采访对象。在人人都是传播者、人人都是记者的时代,人们更希望获得权威而准确的消息。从“纸媒时代”的一纸风行,到“全媒体时代”的新闻舆论“四力”持续提升,新闻记者应始终牢牢抓住关键环节;新闻现场。一方面,这是一代又一代新闻人勇立潮头、勇于变革的光荣传统,秉持以内容品质塑造传播能力的思路,以内容方面的不断改版、改革提升传播力;另一方面,积极拥抱新技术新变革,在努力巩固以纸为介质的媒体影响力的同时,也专注于以网端为介质的传播能力打造,以技术赋能传播力。我们如何整合融通各种资源,避免掉入同质化重复建设陷阱,是不容回避的重要课题,传播能力建设的必由之路。有现场,才有好新闻的横空出世,才会在各种消息满天飞时代,成为群众认可的“有质量”的传播力。

4. 好新闻与传播力

窥斑见豹,凤凰涅槃。好故事不一定是好新闻,好新闻一定是有好故事的;能传播的不一定是好新闻,好新闻一定有较强传播力。面对信息化和互联网技术变革带来的深刻挑战,新闻人不但要在媒体格局巨变的时代经受住“寒冬”考验,还要探索出传统媒体与新媒体共荣互通、彼此依存的深度融合之路。

何为传播力?对媒体人来说,传播力是既熟悉又陌生的概念。“熟悉”在于,这是一个在日常工作和生活中经常见到、说到、用到的概念,诸如文化传播力、国际传播力、自媒体传播力等时常见诸报端和网络;“陌生”则在于,虽然人们在彼此交流时似乎对这一概念不存在理解的障碍,但一涉及具体的场景和语境,其内涵和外延就会发生变化,而不同的人又有不同的理解和表达,以至于见仁见智、莫衷一是,缺乏清晰准确的理念共识。

在中国新闻传播学界,较早提出传播力概念的是清华大学新闻与传播学院教授刘建明。他认为,传播力是媒介传播力的简称,指媒介的实力及其搜集信息、报道新闻、对社会产生影响的能力。知名传媒学者喻国明认为,传播力是影响社会的一种最为重要的软力量,是影响人们情感认同、身份认同、价值认同的最为重要的力量。在国外,颇有代表性的学者美国南加州大学安纳伯格传播学院院长曼纽尔·卡斯特,在《传播力》一书中,他从跨学科、跨文化的视角出发,将传播力定义为树立与维护各种政治、经济、文化权力的重要力量。

综合学界研究来看,新闻媒体传播力至少包含两个方面:实力与能力。其实,传播力有狭义和广义之分,狭义传播力是指信息抵达用户的能力,而广义的传播力则涵盖信息采集、生产、分发和反馈的全过程。有采集、生产和分发的实力,而不重视效果反馈,就有可能因为目标用户模糊而无的放矢。相反,即便在理念上重视效果,倘若内容生产实力无法与之匹配,则会引发供给侧能力不足的缺陷。以此来看,新闻媒体的传播力建设,既要提升采编生产综合实力,又要强化影响用户能力。

无论实力还是能力,本质上都是新闻媒体的客观属性,而缺少了价值属性。新闻舆论工作属于意识形态工作的重要组成部分,因此体现出强烈的价值属性。推动媒体融合发展,切实提升传播力,根本目的是要打造“具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体”。如果说,这里的“影响力”“竞争力”属于媒体客观属性的话,那么,更不容忽视的是“主流”这一价值属性,即传播效力。换言之,提升新闻媒体的传播力,不但要重视实力和能力,更要注重传播效果,因为只有凝聚社会共识和主流价值观念,形成正向传播效力的新闻媒体,才可以说有强大传播力。

学者把传播力定义为:新闻媒体通过内容生产、分发形成积极社会效果的能力,是媒体规模实力、覆盖能力以及传播力的综合反映。评价新闻媒体传播力的主要指标是:采编实力、传播能力和传播效力;影响传播力的主要因素有:传播内容质量、媒介人员素养、传播渠道建设、技术支撑手段和媒体经济实力等;提升传播力的关键在于:打造“高品质内容生产—精准分发与广泛覆盖—形成积极有效影响”的传播闭环。

从“纸媒时代”的一纸风行,到“全媒体时代”的新闻舆论“四力”持续提升,新闻记者应始终牢牢抓住关键环节:新闻现场。一方面,这是一代又一代新闻人勇立潮头、勇于变革的光荣传统,秉持以内容品质塑造传播能力的思路,以内容方面的不断改版、改革提升传播力;另一方面,积极拥抱新技术新变革,在努力巩固以纸为介质的媒体影响力的同时,也专注于以网端为介质的传播能力打造,以技术赋能传播力。

在人人都是传播者、人人都是记者的时代,人们更希望获得权威而准确的消息。记者如何在与互联网新媒体尤其是头部平台的激烈竞争中扬长避短、巩固扩大优势,考验着新闻媒体决策者的战略谋划与智慧。作为坚持内容为王的新闻行业,记者第一时间到达现场是金科玉律。我们如何整合融通各种资源,避免掉入同质化重复建设陷阱,是不容回避的重要课题,传播能力建设的必由之路。有现场,才有好新闻的横空出世,才会在各种消息满天飞时代,成为群众认可的“有质量”的传播力。

