

# 县级广电媒体新闻专题创优路径浅析

陈基臣

新闻专题是指与某一新闻事件或新闻话题相关的新闻集合,既具有新闻的时效性,又具有专题的详实和深度。一般用来报道突发或者具有重要社会影响的新闻事件,通过深入挖掘,全方位地解读事件;往往会跟踪报道,具有延续性;常用于报纸、网络或者电视媒体。在报纸等纸质媒体中,新闻专题往往表现为整版、连期连刊集中报道某新闻事件或话题的相关信息;在网络媒体中,新闻专题通过网络连接来实现;在电视媒体中,新闻专题一般表现为深度报道,通常在某个时段内会分期连续报道。

2022年,临海市广播电视台报送的网络新闻专题《“鲸”险大救援》获得了省新闻奖新媒体类作品一等奖,同个题材我们与浙江卫视合作的新媒体直播,也获得了省新闻奖一等奖。取得这样的成绩一半是机遇,一半是充足的准备。以下笔者结合《“鲸”险大救援》,浅谈新闻专题如何创优。

## 一、要有抢抓机遇的能力和转化机遇的判断力

机遇往往是一个可遇而不可求的东西,当它来了,我们必须有能力抓住它,并把它转化成我们想要的东西。对新闻人来说,要有能力将眼前的机遇转化成优秀的新闻作品。

比如2021年临海头门港海域的鲸鱼搁浅,干部群众自发参与救援的事,这是一个可遇不可求的突发事件,是一条有内容的社会新闻。如何抓住和转化这个机遇是考验我们能力和素养的关键。好在我们没有浪费掉这次机遇,通过我们的努力和全国各级媒体的推动下,临海头门港海域救鲸事件成为2021年一个有全国影响的能量级暖心事件。事后台州市委宣传部曾经做过统计,2021年7月份救援鲸鱼的话题全网累计阅读量超4.1亿,省内外微信公众号发布的推文阅读量3760万。

县市级新闻专题要在众多作品中脱颖而出非常不容易,但是就“营救瓜头鲸”事件而言,我们综合判断非常有戏。

## (一) 良好的舆论氛围,为新闻专题创造受众基础

所谓的“舆论氛围”是指社会效果。在选题时,我们首先要考虑的是该事件是否充满正能量。比如这次瓜头鲸搁浅事件,我们获得鲸鱼搁浅的消息后,第一时间赶到现场开启新媒体直播,并迅速联系上级媒体提出联合直播。之后浙江新闻、天目新闻、中国蓝新闻、小时新闻和“美丽新江”抖音号等省级新媒体都采用我们的信号开启直播报道,利用航拍等技术,全景呈现救援现场,同步制作分发短视频、图文快讯、长图等产品,相关话题迅速登上热搜榜。《台州救援搁浅瓜头鲸全记录》等报道单条单平台阅读量超30万;浙江日报、浙江卫视、台州日报、今日临海、临海电视台等整合信息,与小屏端形成呼应互补;新华社、中央广电总台、人民日报等媒体也随即介入,参与报道。四级融媒报道引起社会的广泛关注,救鲸行动成了全国性的一个热点。

## (二) 正能量的救援故事,为新闻专题定下主基调

在这次瓜头鲸搁浅事件中,发现瓜头鲸搁浅的是附近的村民。在营救过程中,大家都是自发地去帮忙,不求回报。有路过的,也有听到消息专程开车过去的热心人。高温下,救援人员和热心群众合力挖坑接力浇水、怀抱瓜头鲸连续好几个小时泡在泥水里。为拯救瓜头鲸,大伙奋不顾身的样子可敬又可爱。营救的背后体现的是人性的善良、救援的温度和满满的正能量。我们始终在聚焦现场的这种感人救援故事,并为上级媒体提供现场采访素材。人民日报微信推送《你无法想象,这场生死营救他们有多拼》、钱江晚报《驯养员小哥哥实在太困,抱着“鲸鱼”睡着了?当事人:不敢睡,只是闭目养神》等,展现的细节都非常温暖。网民们纷纷点赞,如“国富民强的时代才能关注到更多动物,为祖国加油”“为我们生活在一个有温暖的国家而感到骄傲”。

### （三）中央级媒体的高度评价，为新闻专题提高影响力

我们的报道播出不久，在朋友圈看到了一段视频，内容是央视评论员对临海营救瓜头鲸行为的高度评价，有一句话是这么说的：“我们用行动践行的是人与自然生命共同体的理念，展现的也是可信可爱的中国形象。”正是这段评论，为临海营救瓜头鲸的行为赋予了更深层面的意义，是人与自然生命共同体理念的实际行动，展现的是中国的形象，这样的“高度”正是我们所需要的。

对这个有全国影响、正能量、和时代主题人与自然生命共同体相符合的突发新闻事件，我们几经讨论，决定用新闻专题的方式呈现，这对于县级媒体来说会更有优势。因此，在新媒体直播、电视连续报道之外，救鲸行动我们重点做的网络新闻专题，获得了省新闻奖一等奖。

## 二、建立创优机制，时刻为冲奖做准备

“不想得奖的新闻人不是一个好的新闻人”。我们一直在强调创优对采编人员的重要性。特别是对于处于一线的县级媒体而言，创优非常重要，我们也一直努力探索建立一整套创优机制保障和激发员工的学习能力与创优能力。

### （一）建立机制，融媒思维做新闻

融媒思维做新闻。经过几年的媒体融合，我们逐步形成了一套融媒运行的制度，要求用融媒思维对待新闻事件。实行大小屏之间、各平台之间的新闻联动。这次救“鲸”行动就是很好的检验。接到报料线索后，我们是所有媒体中最早赶到救援现场，最先开启新媒体直播的媒体；我们派出了7名记者，是现场派出最多记者的媒体；我们手头掌握了足够多的资料，为新闻专题的制作提供了丰富的素材，是实现全平台新闻联动的媒体，包括直播、短视频、消息、评论、手绘、H5、图片等。

制定奖励办法。在内部我们实行每季度一评奖，获奖的员工可以得到规定数量的奖金；在省、市、县评奖中获奖的作品，可以另外获得一笔奖金。这种机制在一定程度上激发了员工做优作品的动力和潜能。

坚持全员学习。我们每年都会制定新闻线人员（包括班子成员在内）有针对性的学习计划，内容从文字采写到摄像拍摄、小视频制作，再到

直播等等，形式包括内部交流学习和邀请专家来上课，同时收集当前最受关注的作品供大家学习观摩。这种学习会的形式从2017年媒体融合以来，已经坚持了5年，目前还在持续。

### （二）删繁就简，用新闻事实说话

做新闻，我们一直强调用事实说话。要回归新闻本源，重视“内容为王”，抓住事件的亮点和重点，复杂的事情尽量用简单直观的方式去呈现，做到全而不杂。这次网络新闻专题我们采用的就是这样的方法。比如营救现场，我们使用大量的图片素材，用最简单的方式还原当时情景。又如后期，大家对瓜头鲸的去向都很关注，我们就专门派了记者进行跟踪报道。经过对文字的提炼和再加工，在专题的表现方式上选择用图片加简短的文字，动态呈现每头瓜头鲸的去向，使受众一目了然。

### （三）与时俱进，创新表达方式

创新一直比较难，但是随着新媒体技术的发展，新闻呈现的方式有了很多种可能，运用得好会起到事半功倍的效果。这次我们在网络新闻专题上进行了小小的尝试。比如动静态结合、在本台报道合集的基础上嵌入全国各大媒体对救鲸事件的报道等。

### （四）善于借势，用联动增加影响

对于县级媒体来说，做新闻专题同上级媒体同台竞争，没有多少优势，但是我们可以借势。特别是突发事件，更容易借到“东风”，因为这类事件各级媒体都感兴趣。这次救鲸事件，我们就特意加大同各级媒体的联动。直播我们第一时间力邀省级媒体参与，素材我们尽全力提供给上级媒体，新媒体端、电视端、报纸端多线发力，加强同上级媒体的联动，合作共赢。结果也确实比较理想，整个事件上了全国热搜，成了热门话题。浙江日报、天目新闻的评论和央视“主播说新闻”的评论，以及我们自己的报纸《今日临海》的评论，让这次起于自然、发于理念、终于美好的救援行动，成了人与自然和谐共生的一个经典案例。正能量引爆了大流量，我们把上级媒体的这些报道与评论都集合在了新闻专题里，借势发挥。

做新闻没有捷径。县级媒体要想做好新闻专题获得奖项，除了机遇，更重要的是有做好新闻的技能和专心。

（作者单位：临海市新闻传媒集团）