

主题报道中形式主义的 成因剖析与解决路径探索

王千钧 蔡美兴 施羽

摘要：主题报道是各级主流媒体服务中心、服务大局的重要载体，也是主流媒体优势和权威性的集中体现。如何守正创新做强、做优、做深、做精主题报道，及时、正确、全面、有效地宣传好党委政府的决策部署，是各级党媒必须答好的一道考题。在答题过程中，各级主流媒体纷纷出招，创新形式、丰富内容、亮点频闪，但也出现了一些重形式轻内容、重过程轻结果的现象，影响了主题报道的效果。本文以主题报道的形式和内容切入点，用辩证的思维剖析当前主题报道中存在的形式主义表现和成因，提出了摒弃形式主义的方法路径，举一反三，为做好主题报道提供一些启发和借鉴。

关键词：主题报道 形式 形式主义 路径探索

宣传讲究形式，形式创新的宣传总是鲜活有趣，令人印象深刻。但如果仅有虚头巴脑的形式，忽视了实实在在的内容，那么就成为了令人生厌的形式主义了。当前，全省各级媒体都在聚焦二十大精神宣传贯彻、“八八战略”实施20周年、强信心拼经济等重大主题的宣传报道，通过创新策划，大量契合时代、推动发展的主题报道精彩纷呈，充分彰显了新时代主流媒体的责任担当和价值引领。但不难发现，在有些报道中，也出现了形式主义的苗头和倾向，内容上较为肤浅，表达上八股冒气。看似高大上、高节奏、高密度的宣传，实质起到的作用十分有限，甚至还会带来低级红、高级黑的负面影响。

一、表现各异，形式主义“版本多”

从一些媒体的宣传看，形式主义有着不同的

表现,可谓版本多、内容杂,甚至出现一些“变异”的苗头倾向。

一是“演”,走过场痕迹明显。一些报道表面上很火,却是借的形式外壳,内容简单加工,没有多少营养价值可言。在一些重大题材的策划实施中,本该“沉”下去的报道却“浮”了上来,给人感觉不扎实、没诚意。比如为了配合党委政府政策的宣传贯彻,提高宣传覆盖面,有媒体报道政策宣讲团在老人食堂用餐时宣讲、在医院里组织住院病人学习政策等内容。这些老人细嚼慢咽吃顿饭本来就不容易,病人吃药挂盐水也不怎么方便,还要配合前来宣讲的人当听众、鼓鼓掌。这些“导演”出来的“新闻现场”,不仅让新闻本身失去了严肃性,也使一些主题学习活动报道变了味。

再如某媒体在报道一种粮大户与村民一起在稻田里学习党的二十大报告时,画面中10多名村民坐在整齐排列的塑料凳上聆听他讲学习体会,此时旁白讲道:“为正在农忙的群众送上了一堂生动的理论宣讲课。”农忙时节,农民首要任务是抓紧做好秋种秋收,学习党的二十大精神可以错开农事、农时、农田进行,也可以利用其他时间和场合进行宣讲,没必要如此刻意布置。

还有是背稿表“演”。有些时政、经济类的主题报道,专业性比较强,出现在画面上的当事人在政策解读时表情语气僵硬,没有发自内心的体会和感想。作为媒体记者,没有事先与受访者进行充分沟通,使其在轻松的状态下回答出得体到位的真情话,是问题的主要原因。

二是“惰”,把专栏当成“筐”。目前,各地媒体均开设了大量专题专栏,集纳刊播当地共同富裕、乡村振兴、党的二十大精神贯彻落实等相关报道。但也出现了把专题专栏当成“筐”的现象,什么内容都往里面装,导致宣传浅表化,内容选取简单化。如某媒体“党的二十大精神在基层”专栏中,记者来到某村广场感受这里银杏树下满地金黄的景象,期间介绍了拍照时应该穿什么样的衣服、在哪里取景、摆什么造型,以及周围一个围炉煮茶的摊位变成网红打卡地等内容。这就偏离了学习宣传党的二十大精神的主线。还有的把重要会议作为主题报道题材,用大量会议

场景“撑时间”,缺少鲜活的基层镜头和互动内容;有的报道内容直接摘自党的二十大报告,且所占比例较高,而以党的二十大精神结合当地发展的特色内容不多,导使报道给人一种“高高在上”“照本宣科”的感觉。

三是“凑”,刻意做数字游戏。作为主流媒体,每年要推出很多主题报道的策划,但在推进过程中出现策划与落实衔接不够,有些媒体因为内容采制效率不高,跟不上刊播节奏,只得“饥不择食”,把一些常规的项目签约、开工和农村秋收冬种的“四季歌”,也塞进了主题报道的专栏里。如有的报道虽顶着“党的二十大精神在基层”的名头,推出走进村庄看变化等系列报道,却仅仅展示了当地的怡人景色、游客如织、美食繁多,缺乏对乡村振兴好政策的阐释,徒有文旅元素的堆砌,让报道变成走马观花般的“到此一游”。还有的报道中出现硬凑“数字”的现象,比如一些地方推出学习宣传贯彻党的二十大精神“十讲十赛十效”等活动,甚至还出现凑“二十项”内容的学习方案,而相关媒体在报道中照搬此类看似创新、实为拼凑的“案例”,客观上为这种形式主义的“学习宣传”唱赞歌,从而偏离了报道的初衷。

还有新闻雷同化,一个镜头、一个题材多次出现在同一家媒体的不同节目、版面中,缺乏对党的二十大精神深度解读和特色报道,让观众有枯燥乏味之感。

四是“俗”,严肃问题庸俗化。主题报道相对而言具有政治性、严肃特质,如何把严肃性话题变成通俗化鲜活表达是创新主题报道的重要一关,但创新如果把握不好,就可能偏离主题主线。比如有些报道出现通过“脱口秀”的形式入村、入企宣讲党的二十大精神,通过青年创、青年讲、青年听,名为让宣讲有“笑果”也有“效果”,但一些脱口秀内容游走在“通俗化”和“庸俗化”之间,容易滑出边界。“脱口秀”等娱乐化的表现形式本来就不适合宣传二十大精神这样严肃的政治内容。报道如果只追求形式上的“新、奇、特”,而忽视内容的精准表达,就可能让雷人的形式和内容出现在媒体上。

必须指出的是,有些形式主义的表现不一定

就是媒体自编自导的，而是当地有关部门的行为，不能对媒体一概而论进行批评，但对于明显形式主义的东西，媒体还需有所甄别、有所取舍。

二、剥除“外壳”，尊重规律求实效

当前尤其需要剥除新闻形式主义的“外壳”，着力用党的二十大精神统领思想、凝聚力量，把准方向、把牢导向，坚持贴近实际、尊重规律。针对新闻报道中的形式主义，有必要从以下几个方面去努力。

1. 媒体要先学先思先领悟。一是深学一步，新闻工作者要先行先学，对党的二十大精神、党的方针政策、经济发展举措等要点和重点表述应入脑入心；二是深走一步，深入基层多挖掘鲜活生动的宣讲题材，杜绝摆拍、“一拍了之”等现象，让报道真正接地气；三是深思一步，哪些场景不符合实际、哪些内容不宜播出等都要有一个思考过程，避免照搬理论、不切实际的解读，在讲政治、讲导向的同时讲方法、讲辩证、讲时度效。

2. 采访要主动抓“鲜活”。记者要善于提问、善于引导，更要做好沟通，对于“背书式”受访者应及时提醒、循循善诱，引导对方用生活化的鲜活语言，真心、真诚、真实地表达自己对党的二十大精神的理解与感悟。同时要接地气、聚人气，打通宣传脉络，将政策话语、文件话语、政治话语等转化为群众容易接受、可知可感、贴近实际、通俗易懂的语言，让群众听得进去、想得明白。

3. 报道要轻“装”上阵。一是要避免简单加工，主流媒体应充分掌握互联网传播“短、平、快”的特点，制播符合新媒体平台的优质产品。二是要避免过度策划包装，摒弃“形式大于内容”的策划思路，要真言不要假“演”，让新闻回归本真，轻“装”上阵。三是给传播渠道散一散瘀，打通各平台，利用5G、VR、AR等新技术手段，打造“沉浸式”新闻现场，进一步强化宣传效果。

三、对症下药，虚功实做改文风

新闻宣传，形式要有，形式主义要不得。形式为内容服务，内容因形式而出彩，但重要的是有效的形式，群众欢迎的形式，而不是为形式而

形式的形式主义。

当然，滋生在新闻宣传的形式主义也是由来已久，成因也是错综复杂。在治理新闻宣传形式主义这件事上，还是要探个究竟。媒体主观为之，显然不对，要“打板子”，要“刮骨疗伤”。但有时候新闻宣传的形式主义也是被客观生态所污染，比如，少数地方为了在“同题作文”中别出心裁博眼球，就挖空心思造“现场”弄“噱头”，让记者往“坑”里跳；有一些地方“抢新闻”的意识比媒体还要强烈，八字还没一撇的事，非要来个“兵马未动、舆论先行”，弄得媒体左右为难，硬着头皮也要整一条片子出来；还有一些虽是常规套路，但“打招呼”这个传统武器，的确也让媒体招架不住，采制的新闻“无市也无价”……凡此种种，不一而足。要祛新闻宣传形式主义之疾，还要将主观的“内因”和客观的“外因”结合起来，一道对症下药，方能内外兼治，久而根治。

新闻宣传形式主义一朝一夕显然不能彻底根治。也正因为如此，才需要久久为功，重在平时，像中药注重治未病一样，需日常调理。这里，不妨一起重温习近平总书记在《之江新语》里的两篇文章。

《虚功一定要实做》一文中说：“道理要说清楚讲明白，但任何道理要深入人心，都不能光靠说教，要有一个好的载体，通过积极探索和创造更多更加贴近实际、贴近群众、贴近生活的有效载体。”这个载体就是新闻呈现的形式，而虚的形式需要实打实的内容来支撑。

《文风体现作风》一文中，习近平这样说：“最要反对的是空话连篇、言之无物的八股文，那种‘穿靴戴帽’、空泛议论、堆砌材料、空话连篇、套话成串、‘大而全’、‘小而全’等弊病，都要防止和克服。”这段话击中了新闻形式主义的要害，从文风切入，找到病灶，就得及时“手术”。

虚功实做和改进文风，都是克服宣传形式主义的有效方法，应当用好这一消除形式主义的“真经”。

（作者单位：王千钧 施羽 浙江省广播电视监测评议中心；蔡美兴 平湖市传媒中心）