



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

关于新闻竞争的几点思考

<http://www.fristlight.cn> 2007-03-06

[作者] 姚志明

[单位] 宁波日报社

[摘要] 目前报业竞争谈不上如火如荼,但至少可以说日趋激烈。众所周知,在广州、南京、成都三个地区,报业竞争近乎惨烈,因为已经有报纸在竞争中倒闭了(历史悠久的四川《蜀报》和《商务早报》在竞争中停刊)。去年,“战火”蔓延到素来被报界称之为温文尔雅、缺少竞争的浙江。《今日早报》与《都市快报》为泔水油能不能炸油条开打笔墨仗。二家报纸除了在各自报纸的头版头条,以通栏标题方式推出记者调查报告,还用了大量版面详细刊登了大量的调查文字和图片。这次新闻仗,完全超出了正常的新闻竞争或报业竞争,以致宣传部门不得不出面干预。新华网还专门为此发消息,披露这场笔墨官司的来龙去脉。

[关键词] 报业竞争;新闻竞争;新闻媒体

目前报业竞争谈不上如火如荼,但至少可以说日趋激烈。众所周知,在广州、南京、成都三个地区,报业竞争近乎惨烈,因为已经有报纸在竞争中倒闭了(历史悠久的四川《蜀报》和《商务早报》在竞争中停刊)。去年,“战火”蔓延到素来被报界称之为温文尔雅、缺少竞争的浙江。《今日早报》与《都市快报》为泔水油能不能炸油条开打笔墨仗。二家报纸除了在各自报纸的头版头条,以通栏标题方式推出记者调查报告,还用了大量版面详细刊登了大量的调查文字和图片。这次新闻仗,完全超出了正常的新闻竞争或报业竞争,以致宣传部门不得不出面干预。新华网还专门为此发消息,披露这场笔墨官司的来龙去脉。竞争就在我们身边,竞争无处不在,竞争是全方位的,避免竞争是不现实的。眼下,作为报业同仁,要研究的不是要不要竞争,而是如何做到竞争有术,减少竞争的“成本”,以较少的代价获得较大的成果。报业竞争从外延上来分,包括新闻竞争和报业经济竞争。这里要探讨的是新闻竞争。因为报业经济竞争,各有各的竞争环境、竞争条件,因此竞争的招数也不一样。而新闻竞争,相对来说,人的主观能动性体现得更充分。因此,我们有必要探讨,尤其是对年轻的报纸,对年轻的新闻工作者来说。我们当老总的就应该广泛发动群众,至少要教会我们的部主任认识到竞争的必要性、重要性、紧迫性,学习如何开展新闻竞争,并做到战之能胜。我们的新闻竞争,是体制内的竞争,即大家都是社会主义制度下创办的新闻媒体,大家都是党和政府的工具,大家都是人民的喉舌。但这并不是说,大家都会相安无事。因为在政治因素取得共识后,经济因素就会成为竞争的主导因素。因为谁的报纸办得好,就会在读者中扩大影响,随之而来,就会提升发行量,并带动广告收入的增长,从而壮大报业的经济实力,以吸引更多更好的新闻人才,并以更多更好的装备武装采编人员,反过来再投入新一轮竞争。新闻竞争就是这样周而复始,强者更强,弱者更弱。在体制内竞争,必须讲诚信,不能尔虞我诈,不能像有的西方媒体那样制造新闻,或恶性炒作新闻。但是也不能学宋襄公,讲毫无意义的所谓仁义。皮之不存,毛将焉附?如果你在竞争中败北,即使你有为人民服务的良好愿望,最终关门(停刊)大吉,为谁去服务?当然这是极而言之。古人云,君子爱财,取之有道。为报社争取最大的社会效益和经济利益,这是职责所在,毋庸讳言,不必羞羞答答。难就难在如何取之有道。体制内的新闻竞争包含三个层次:一是各地报纸的竞争;二是同一城市各张报纸的竞争;三是同一城市同一报业集团下的子报与子报、子报与党报的竞争。对于这类内部竞争,结果也有三种:一是在竞争中优胜劣汰;二是在竞争中两败俱伤或多败俱伤;三是在竞争中获得双赢乃至多赢。我们期盼的是第三种结果,但在实际操作中,很可能出现前二种结果。对此,我们要有足够的准备。趋利避害,力争第三种结果。新闻竞争的结果,用老百姓的标准来衡量,就是哪张报纸更“好看”。这“好看”二字,内涵十分丰富,既有内容的要求,也有形式的要求。能否吸引读者的眼球,就应该研究一下竞争之术。这里着重从编委会角度或者说从决策者的角度,结合东南商报的实际谈几条想法,供大家参考。第一,强势推进,榨干挖尽,不留余地 2001年4月17日傍晚,一位女乘客将一个红袋遗落在出租车上。18日上午,出租车驾驶员拎着红袋上交到鄞县公管所。打开一看,里面有42个信封,信封上写着不同姓名、病区、药名和金额。共有3.8万多元。当天,东南商报记者得悉这一“报料”,向总编们汇报,这里面肯定有“新闻”!而且我们估计其他新闻单位也很快会知晓此事。怎么办?抢!抢时间、抢新闻。第二天商报即以《出租车上发现蹊跷巨款》为题在头版头条强势推出。接着商报又分别根据读者想知晓而未知晓的疑问,在第一版接连推出4个头条,分别报道了这笔药品回扣涉及到的我市医院和医生,分析了医药回扣为

何屡禁不止的原因，以及围绕这一事件，方方面面、上上下下的态度和处理意见，可谓把有关的新闻素材榨干挖尽，不留余地。以后，中央电视台（东方时空、现在播报、焦点访谈）、新华社、中央人民广播电台、人民日报、解放日报、新浪网等全国几十家媒体先后报道了这一新闻事件。这些媒体的报道在无形中播扬了东南商报的名声，因为新闻源在宁波，在东南商报。在评选2001年度市级好新闻时，《出租车上发现蹊跷巨款》被评为一等奖。当时，市级其他新闻媒体和鄞县日报也报道过这一事件，在时效上也不相上下。为何东南商报被推为一等奖？强势推进、榨干挖尽是该报的成功之处。好的新闻素材往往是可遇不可求的。如果碰上了，应该不惜版面，精心策划，并派遣精兵强将去采编，并在可能的条件下，把本报的影响扩散开去。机不可失，时不再来，这八个字既是在提醒记者，也在提醒总编们。抓住机遇，果断出击，往往能收到事半功倍之效。第二，巧借外力批评难，批评当官的更难！大凡搞过舆论监督的都有这个体会。怎么办？尽力而为，其中一个办法就是“挟天子以令诸侯”。2001年11月27日，东南商报记者得知南京一个局级干部带着一帮人，在宁波大酒店娱乐场所醉后胡闹，大喊大叫要“找小姐玩玩”，并阻碍民警执法。我们认为党的十五届六中全会刚刚开过，如果把这件事曝光，无疑会推动党风廉政建设。手中有这面大旗还怕什么？于是果断地把这篇新闻在第二天以《强要“小姐”对抗民警几名南京客前晚在我市滥发淫威》为题在头版刊出了。消息见报后引起轩然大波，全国许多媒体纷纷转载派记者前来宁波采访。在南京反应更为强烈。南京有媒体干脆转载了本报的报道，并在标题标出“据东南商报报道”字样。后来新华社报道了南京市委书记李源潮对这一事件的态度：谁砸南京的牌子，就敲谁的饭碗。参与这一“强要小姐，对抗民警”事件的局长等人都被罢官，有的还受到法律惩罚。事后，有同行问我们，为什么有这个胆量报道此事。我们笑答：是响应党的十五届六中全会的号召啊！事实上，有关领导部门在消息见报后也没有批评我们。也许有人会说，你批评外地人，当然可以这么干，本地的敢不敢？我们认为，假如“大旗”举得好，结果就不一样。前不久，新华社有一则通稿：《慈溪政绩工程是如何“套牢”百姓的？》，这篇通稿能不能在商报采用，颇费思量，因为其中涉及到一位县局级干部，本报是无权批评的。但我们还是接过了“新华社”这面大旗，在市级其他媒体都未转载的情况下转载了，并在本市引起较大反响。慈溪市至今未打电话来。就是打来了，我们的应答词已经准备下了：这是新华社的稿件，新闻纪律中没有“不能转发新华社稿件”这一条。第三，巧解情结，多找共鸣点。报纸是给老百姓看的，老百姓自有老百姓的共性，如民族自尊性、爱国、爱家、爱本土等等。我们搞新闻的，应该从百姓中来，到百姓中去。“来”，就是要了解百姓的喜怒哀乐；“去”，就是要设法找到老百姓的共鸣点。当然，这里所说的巧解情绪，不是指“煽情”，这是必须界定的。因为“煽情”之作，不是社会主义新闻媒体所要追求的。如果强要有“煽”字的话，那么我们要“煽”起的是高尚之情。作为总编要努力找准读者的“易燃点”。这样，一旦材料选得好，就能与读者“一拍即合”，“一点就燃”。古人云：阳春白雪，和者盖寡。办报纸，就是生产特殊的精神产品，是给许许多多的人看的，越大众化越好，越有共同性越好。当然这个“共同性”也是相对的。例如“爱宁波”这个主题，这对560万宁波人来说是有共性的，但超出宁波地域范围来谈爱宁波，就会“和者盖寡”。因此也可以这么说，作为地方报纸，“本土化”文章是值得大做特做的。2001年2月6日，东南商报发表了一条消息。导语是这样的：“记者近日在超市买了几包速冻汤圆，回家仔细一看，‘宁波汤圆’产地竟然是河南郑州，令人啼笑皆非……”宁波汤圆，是宁波人的骄傲、宁波市的品牌，现在出现宁波汤圆河南产，这一令宁波人悲哀和警醒的事，无疑会吸引许多宁波人的眼球，引起宁波商人和企业家的思考。共振，这是物理现象，同样适用新闻工作。第四，功夫在报外。古人写诗崇尚“功夫在诗外”，办报也同样，也要狠下“报外功夫”。收到记者一篇稿件，当总编的就要试想一下，消息见报后，会引起哪些社会反响（正面和反面的）？如何使一篇稿件起到“以少胜多”的连锁反应？尤其是舆论监督稿件，更应思前想后，左顾右盼，以争取最大的社会效果作为终极目标。东南商报曾有过一次暗访引出一个行业规范的经历，这就是“功夫在报外”。我们不能为监督而监督，不仅要反映问题、分析问题，而且要努力为解决而推波助澜。现在报纸大都开设了新闻热线，接受读者的投诉。这是报纸联系群众的桥梁和纽带。对此，我们也应该注意抓好二头。一头是在报纸上解惑释疑，另一头则是在力所能及的范围内为读者解决一些实际困难。我们平常一般比较注意版面上的新闻，而忽略新闻背后的新闻。其实，有些新闻的挖掘有一个过程，如果我们在某篇消息见报后，再做一些“报外工作”，也许会得到意外收获。余姚林业大户龚国庆承包大片水杉树，经过20年的养护，砍了舍不得，不砍又收不回成本。消息见报后，报社始终追踪报道着此事的处理过程和结果。最后二位副市长就此事指示：树不能砍！开元大酒店致电商报和有关部门，表示要认领这批树林为“开元林”，并作为职工的教育基地。问题得到了圆满解决。这篇报道的成功之处，就是记者多方奔走，促进问题解决，并追踪报道方方面面为解决而付出的努力。新闻竞争之术远不止上述四种。我们是实际操作者，更重要的是树立竞争意识，学会起码的竞争之术。简言之，要敢于竞争，善于竞争。

