



全方位整合报道资源——记新华社“两会”报道策划会

时间：2003-4-11 14:55:56 来源：中国新闻研究中心 作者：吴长伟 霍小光 阅读1588次

“报道成功在于策划，策划的成功在于有成果，请大家把想到的都谈出来，形成一批重点报道题目系列……” 副总编辑夏林给新华社“两会”报道策划会定了个畅所欲言的调子。

一年一度的“两会”报道是对各家媒体的一次考验，新华社也以“两会”报道为契机，探索深化新闻业务改革的路子。2月18日，新华社“两会”报道领导小组召开报道策划研讨会，相关部门的负责同志以及一线记者，进行了跨编辑部的报道策划。

确保程序报道权威准确

新华社的“两会”前方报道从组织架构上分为人大报道组、政协报道组，跨人大和政协的重点报道组，前方发稿中心及发稿中心所属的特供组。

做好程序性报道是新华社“两会”报道的重中之重，担任主力报道任务的国内部、对外部、摄影部等部门都各自制定了详细的报道计划。同时，还要组织好重点报道、专题报道，在深化主题，开掘深度，创新报道形式上下功夫。

程序报道参照以往做出了逐日的报道安排。程序报道的重点是做到权威准确，不出任何差错，同时也力求有所创新，解读性的报道要比过去更到位。国内部副主任吴锦才提出，可以围绕“两会”将要审议的一系列报告，把九届人大五年以来的工作串起来。着手分析前四次报告与今年报告的异同，寻找脉络，挖掘新闻。同时也适应媒体的需求，做好了充分的资料准备工作，策划一些链接式报道，提供背景新闻。“两会”特稿将紧密结合政府工作报告中的主要内容和议题，通过对代表、委员的深入采访，抓住带有全局性、趋向性的重大问题，把党和政府的声音同人民群众想听的统一起来。

今年“两会”上，新老领导进行交接的场面较多，图片报道负责记录这些历史性的画面。摄影部在认真研究如何捕捉精彩瞬间，如握手、拥抱、互致问候等，让照片更加出彩。

加强部门联动

今年的“两会”报道，新华社计划通过人力资源的优化组合，在报道上进行合作，解决单个部门采访名额不足的问题。《新华社2003年新闻业务改革实施要点》中提出要“总编辑室直接协调中央新闻采访活动”，“两会”报道就成了落实新闻业务改革方案，整合新华社报道资源的一次重要实践。

- 如何让新闻抓住读者
- 一个记者眼中的四川地震
- 采访札记一次难忘的采访
- 以法律维护法律的尊严...

“两会”期间，国内部、对外部、摄影部、音像部等四个编辑部从事政协会议报道的记者打破部门界限，实行人员混编，成立由“两会”报道领导小组直接组织指挥的新华社政协报道组。报道组统一调配人力进行采访，并做到文字、图片和音像三方面的联动。

借鉴十六大报道的成功做法，成立了由“两会”报道领导小组直接组织指挥的重点报道协调小组。由各编辑部记者，跨越部门界限，联合策划并组织采写一批有影响的重点报道。

国内部孙杰和对外部韩松是“两会”报道的骨干记者，他们被授命从各有关编辑部初步拟定的重点报道选题中，增改筛选出二十个题目，由摄影部提出图文互动的意见后，提交“两会”报道领导小组审议。报道领导小组在此基础上，确定十个左右题目，作为新华社的“两会”特稿，并统一安排“两会”报道组记者进行采写。这十篇特稿将成为新华社“两会”报道中具有代表性的拳头产品。

“两会”期间，国内部和对外部各有1名文字记者，摄影部有2名记者上主席台，担负程序报道任务。为了形成合力，国内部和对外部的文字记者明确了建立合作采访机制。两名记者对各场次程序报道进行分工，有所侧重，采访结束后实行资源共享，合作编写稿件。国内部记者采写的稿件可以对外播发；对外部记者也可以采写对内稿件。改变了以往按照对内报道、对外报道划线，造成重复劳动和资源浪费的现象。

图文、多媒体互动

新华社从去年开始提供组稿，很受媒体的欢迎，但在组稿中图文互动不够。为了适应用户的需求，今年“两会”报道将成立图文互动协调小组，全程负责部门之间互动性报道的联系和协调工作。

通过整合，最终将形成文字与图片、图表、图像（音像报道）的互动，同时形成与新华网、《新华每日电讯》的联动机制，充分发挥新华社在报道上的优势。

国内、对外、摄影、音像等几个编辑部明确了从报道策划的源头上形成图文互动的工作机制。要求文字记者在策划报道时，应主动提出配发图片、图表和音像报道的计划，并提前将报道设想通报给摄影部和音像部。同时要求摄影部和音像部记者也主动策划互动性报道，不只是“被动”，做到真正地“互动”起来。对策划好的图文互动选题，要求文字、摄影和音像记者共同组织采访。“两会”期间，任何一个编辑部门约到具有较高新闻价值的采访对象，都要事先通报其他编辑部门，以便于联合组织采访。

在访谈、特写类报道中，将试行图文记者捆绑作业并实行报道任务责任制，确保每天推出一到两组的图文互动报道；同时遵循新闻报道规律，不刻意追求篇篇报道图文互动。选择那些适合互动的题材，推出“连环画”式的图文互动报道，使图与文在内容上结合得更加紧密，融为一体，突出新闻性和故事性，使文字组稿和图片组稿在报纸版面上活起来。

创新报道形式

对于各媒体来说，“两会”报道年年有，如何做出有新意的文章，就是各家媒体绞尽脑汁的事情了。新华社将在报道栏目设置上有所创新，准备推出“新华视点·两会热点”文字和电视版以及用记者名字命名的文字和摄影栏目。

“新华视点”栏目的宗旨是紧紧抓住重点、难点、热点问题作深度报道，而“两会”上代表委员关注的问题，往往就集中在这“三点”上。今年将是“新华视点”栏目首次参与“两会”报道，这体现了新华社以密切联系人民群众为新闻业务改革突破口的指导思想，也是新华社扩大品牌影响力的一次重要机遇。

同时还将设置“‘两会’今日媒体集萃”栏目，每天摘发各家媒体的精彩之作，发挥通讯社的独特作用，体现“汇天下之精华”的改革思路。

以记者名字命名的栏目，具有个人写作风格。它从新华社记者个人独特的视角出发，用较具个性化的语言，报道“两会”的国家政策方针和百姓关注的热点话题。

另外还有“情景网络滚动报道”这种报道形式的创新。在正式的大会程序性报道之外，对某一领域、某一问题、某一场景做全方位的文字网上滚动报道。例如，开会前代表走上人民大会堂台阶，历来是摄影报道的领域，今年准备通过情景滚动的形式，尝试进行文字报道。

“两会”中的人物是摄影报道的一个重要方面。摄影部专门策划、分析了代表、委员的构成，特别关注了那些引人注目的名人，如“海归派”的代表、委员，体育界的金牌代表、委员等，将镜头对准有代表性的人物，准备突出重点，形成人物摄影系列，采用“蒙太奇”等表现手法，力求在发稿形式上突破。

新华社还将进一步加强与媒体和读者的联系。将在一些媒体和新华网上，公布热线电话或信箱，接受普通读者的“点题”；并以公鉴形式，向海外媒体公布联系办法，直接听取海外媒体对新华社“两会”报道的意见和需求。

经过一系列报道上的策划与创新，新华社的“两会”稿件将以全新的面貌出现在各家媒体上。“两会”是媒体的试金石，通过在大型报道中对资源进行整合配置，新华社的新闻业务改革也在不断走向深化。

文章管理: [wujiang](#) (共计 687 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 两会

- 一位普通公民对“两会”的期待 (2009-3-16)
- 2009两会: 喜见政协委员抬杠 (2009-3-12)
- 2009两会记者: 沉甸甸的记者证 (2009-3-12)
- 2009两会: 记者提问竟拿反话筒 (2009-3-12)
- 危机关头新闻工作者以大局为重 (2009-3-12)

[>>更多](#)

全方位整合报道资源——记新华社“两会”报道策划会 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.