



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

新闻策划与“中国特色”

时间: 2005-2-23 14:25:41 来源: 中国新闻研究中心 作者: 陈坚 阅读1542次

原载: 《新闻广场》1997年第3期

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 陈坚

单位: 江淮安日报主任编辑

地址: 江苏淮安日报社

邮编: 223800

新生事物是社会环境的产物。它的出现, 常常不是偶然的\孤立的, 而是与其他事物相联系, 由客观形势推动的。新闻策划也是如此。那种认为新闻策划仅是从广告策划\公关策划\电视策划那儿搬用而来的看法是皮相的\肤浅的。有人认为, 它并非当代中国的新发明, 只不过是西方历史上商业报刊刚兴起期间就曾有的旧玩艺\洋玩艺。这种看法更是缺乏事实根据。

首先我们要肯定, 新闻策划早已不是人们头脑中的“胡思乱想”, 而是在我国新闻实践中, 被人们创造出来\看得见\摸得着, 大量实际存在的一种工作方法。许多人在工作中曾运用过它。它与实行精品战略共生。精品依赖策划, 没有精心策划, 也就不会出现党和人民都满意的, 可以称得上精品的好作品。。它是我国新闻界当前的一种追求, 是世纪之交中国传媒为了适应中国的社会的大变动\大发展\大崛起, 在党的领导下, 充分发挥主观能动性的一种努力, 体现了一种时代精神。要研究新闻策划, 我认为一定要注意到以下事实, 即我们所说的新闻策划, 是在社会主义新中国所发生的新闻策划, 而不是发生在外国, 或发生在其他历史时期的什么新闻策划。也就是说, 研究新闻策划要注意到“中国特色”。

当前之所以出现新闻策划这样工作方法的因素有哪些呢?我认为有如下几点:

一\我国的各项事业都是中国共产党领导的, 当然也包括新闻事业。各种传媒都要接受党的领导, 其中主干传媒是党的喉舌。

二\人民群众的实践是新闻的本源。新闻本源的自为性是我国传媒能够进行新闻策划的前提和基础。

三\邓小平建设有中国特色社会主义的理论\“二为”方针以及以正面报道为主方针的提出, 新闻出版\广播电视工作一系列具体政策和法规的制定, 为新闻策划规定了方向\目标和运行的轨道。

四\社会主义市场经济体系的确立, 市场经济对新闻传播的影响, 竞争的加剧和实现宏观调控力度的加强。

- 论新闻报道策划
- 论新闻策划的基本要求
- 多用消息让头条动起来
 - 张立伟: 新闻的大炮
- 一次成功的新闻策划
 - 农村报道的思考
 - 论单体新闻策划
 - 战役性报道浅论
- 新闻策划的七个步骤
 - 新闻策划十大原则
- 重大国际新闻报道策略
- 谁来监督媒体——以分...

五\新闻事业向现代化方向发展。

新闻策划是与弘扬主旋律\把握正确的舆论导向\提高质量\多出精品紧密相连的。范敬宜同志任“经济日报”总编辑时就发动编采人员出点子\搞策划，组织了不少像<关广梅讨论>\<香香臭臭话广东>\<五个变迁>\, <大机斗小机>等在全国有较大影响的报道。他到人民日报社任总编辑之后，又组织了，来自东南西北中的报道>\<大江东去>等有重大影响的报道。范敬宜同志明确提出：总编辑的主要任务，一是把关，二是策划。并认为，所谓“策划”，就是根据中央总的宣传方针政策，结合本报实际来安排组织报道。新闻策划概念的涵义是十分明确的。新闻策划就是新闻策划，它和有些人所说的“策划性新闻”根本是两码事。把新闻策划硬行区分为“报道策划”和“策划性新闻”，然后对所谓的“策划性新闻”大加挞伐，来说明新闻策划的不对，这种做法不是实事求是的，是不能让人信服的。

社会大变动常常引起新闻报道从内容到方法上的变化。新闻策划作为一种工作方法，既体现了强烈的主观能动性，同时又体现了客观科学性。正如本文开头所说是一个新生事物。它是新闻学教科书上所没有肯定的。有些搞新闻教学的同志从书本出发，采用演绎推理的方法，断言新闻策划不符合新闻定义的要求，因而也就不能被认为是正确的。这种从书本到实际的思路，即拿书本上的原则\定义去套现实生活的“本本主义”思路，常常是会碰壁的。

拿新闻定义去检验新闻策划，这是把新闻定义作为大前提，新闻不能策划成为结论。然而，只有大前提是正确无误的，结论才会正确。目前新闻定义有百种以上，究竟哪一种是正确的，尚有争论。笔者认为，我国新闻理论界认为比较权威的陆定一同志的新闻定义（“新闻的定义就是新近发生的事实的报道”），与范长江同志的新闻定义（“新闻就是广大群众欲知\应知而未知的重大事实”）相比较，我们不难发现陆定一同志的新闻定义的主要缺点是排斥了主体在新闻活动中的意义和作用。当然这个问题不是靠这篇短文就能说清楚的，尚待另文深入研究讨论。

美国传播学批判学派学者阿特休尔在其名著<权力的媒介>中归纳了新闻学发展迄今为止的七条结论。其中第七条是：“新闻实践往往背离新闻理论”。为什么新闻实践背离新闻理论?我认为主要原因在于新闻理论不承认新闻是社会意识形态。那种认为新闻不能策划的观点，也不承认新闻是意识形态的新闻理论有关。

(作者说明：此稿为参加上海<新闻记者>组织的“关于新闻策划问题的讨论”而写。但该刊没有采用。一位我不认识的编辑在退稿时附了一封信给我，他说：他本人是十分赞同我的观点的，但此稿发到主编那里，主编不同意发，他觉得很可惜。特地把稿子退给我。信的下面还署上了他的姓名。我觉得没有采用也就算了。

文章管理：mycddc （共计 4291 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：陈坚

- 喜读《事实选择与报道倾向》 (2007-6-22)
- “虚拟环境”和“新闻源主体” (2007-6-22)
- 1956年的一次“三贴近”的演习 (2007-6-22)
- “副总编的困惑”何时了？ (2007-6-5)
- “白皮红心”的《皖东北日报》 (2007-3-8)

[>>更多](#)

相关文章：新闻策划

- 张立伟:新闻的大炮 (2006-7-30)
- 绝妙的新闻策划:杀人凶手很满意 (2006-7-31)
- 一次成功的新闻策划 (2006-7-1)

- 新闻策划在新闻报道中具体运用 (2006-5-15)
- 论单体新闻策划 (2006-1-5)

[>>更多](#)

新闻策划与“中国特色” 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[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.