

同题报道何以出新出彩

□张萌

新闻事件具有公共性，每一次同题报道对媒体人都是一场拼笔力、看脑力、卷内容、比创意的考试。媒介同质化竞争激烈，大到全国两会，小到突发新闻事件，在同一时间节点，常常会出现同题报道的“批量上市”。如何让同题报道从“公众”新闻成为“独家”新闻？如何让报道出新出彩？成为摆在媒体人面前的必答题。

报道的“独家性”在于视角的不可替代性

报道视角的创新要求采编人员在报道中，对事件背景、原因和潜在影响深入挖掘，根据自身媒体的定位选取不同角度、突出不同重点，才有助于产出更加深入人心的新闻作品。

2024年12月12日，是南水北调东中线一期工程全面通水10周年。在这个时间节点，从中央到地方的多家媒体对这一重大工程进行了报道。

对于这一反映宏大主题的报道，《人民日报》以顶层设计的高度、宏观统筹的视野，全景扫描与深度剖析相结合，全面报道南水北调工程通水10周年。

《人民日报》以头版通讯《“南水”十载润北方》和一个视觉整版《事关战略全局、长远发展和人民福祉》，以新时代画卷的形式，报道大国工程的科技含量、民生温度，反映南水北调带来的经济、社会和生态效益。通过新颖独特的报道角度与呈现方式，为这一重大工程的报道赋予深远的意义。

新闻角度的选择是新闻报道成功的关键，它不仅关系到报道的质效，更关系到媒体的社会责任和使命。一个恰当的新闻角度不仅能够提升报道的吸引力和深度，还能有效引导舆论方向、满足不同受众的需求，最终实现新闻报道的社会价值。

“见微知著”以微观切口承载宏大叙事

新闻切入点是新闻报道介入新闻事实的位置，好的切入点会让新闻报道更具吸引力。因此，在同题报道中，寻找深度报道的切口很重要。

宏大往往藏在细微里，报道只有做到见人见事见精神，才能提升作品的立体纵深感和可读性。选取新闻切入点总的要求是切入点要小，落脚点要高。根据新闻主题的需要，从大量新闻素材中选取一个最能生动体现新闻主题的小素材。通过具体的人、事、物来阐释叙事主题，以“小切口”的微观视角洞察宏观，以点带面，探究全局。

以南水北调工程通水10周年报道为例，《湖北日报》创新叙事角度，将“小切口”选材应用到极致。湖北作为南水北调东中线的坝区、库区、核心水源区和移民安置区，他们将报道镜头聚焦百姓，将宏大政策具象为可感可知的民生细节。头版长篇通讯《这杯“南水”里的人民江山》以村民邹彦难忘记的回忆为切入点，牢牢抓住一个“心”字，围绕“初心里的历史承诺”“以心换心创造人间奇迹”“不忘初心是大党恒心”三个层面，以“南水”的远迹为主线，层层推进，阐述百年大党的恒心是“让老百姓过上更好的日子”“南水”的远迹事关国家永续发展和人民长久幸福。

从报道架构看，3个版以《1亿多人的日子在这杯“南水”里变甜了》《50多条干涸的北方河流被“南水”唤醒》《一泓“南水”奔涌千里牵起国家级城市群》为题，分别从民生、生态、发展等角度，捕捉社会肌体最细嫩的脉动，让发展的成果真切地映射在对民生的改善和百姓的笑脸上。在宏大叙事与微观关怀的交织中讲述“南水”的中国力量、“南水”里的人民江山。

这组报道选择大主题小切口，以故事思维为构思角度，通过深入挖掘话题背后的故事和细节，让宏大主题报道更加丰富、立体、有温度。

主流话语与特色表达柔性交响让问题大不同

同题报道常有而独家不常有。面对分众化、差异化的传播生态，《中国妇女报》以特色表达和内容创新为根本，用对待独家新闻的专注，挖掘同题报道中隐藏的“新闻眼”，在习近平总书记考察回访的系列报道中拿出不同寻常的作品，成功实现了重大主题报道的“破壁传播”。

采编人员沿着习近平总书记的足迹，以家庭为切入点，用独特视角探索重大主题的内容创新。从习近平总书记“家访”入手，每年推出一季“喜讯捎给总书记——回访习近平看望慰问过的家庭”系列。每一篇报道都深入现场“慢采访”，捕捉最本真的情感与细节；每一次采访记者都要“身入”，更要“心入”。鲜活的对话、生动的细节、朴实的文风、真挚的情感，那些打动人心的“家访”细节和发自肺腑的质朴“原声”，都是在记者和群众拉家常式的“共情”采访中挖掘出来的。故事化讲述、场景化呈现，提升感染力、营造沉浸感，引领读者深切感受习近平总书记的家国情怀、人民情怀的至深至浓。

将重大主题与个体经历相结合，寻找贴近性，找到共情点，客观呈现百姓的所感所思、所获所得。每一篇报道都是新闻性和思想性相得益彰、小故事和大道理融合赋能的力作。以人无我有、人有我优”做到极致，让重大主题报道润物无声，触动人心，实现了正能量与大流量的同频共振，在宏大的时代叙事中留下独特印记。

创意视角、切口路径、特色表达扮演着新时期新闻报道中至关重要的角色。随着“指尖时代”的纵深发展，国家战略宣传、重大主题报道等新闻实践依然任重道远。未来，主流媒体还要优化叙事体系，持续创新表达，坚持用情感打动人心，用真诚鼓舞人，继续彰显新闻在价值引领和精神塑造上的力量，为主流媒体系统性变革探索一条可行路径。

（作者单位：中国妇女报社）

把握主流媒体系统性变革的历史主动

□彭爽

党的二十届三中全会提出“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革”的战略部署，已经在顶层设计上将主流媒体融合发展推进到改革“深水区”，体现出强烈的历史主动精神。新形势下，主流媒体必须在此前媒体深度融合的基础上，进一步实现全面彻底的自我改造、自我升级、自我革命，真正跨过互联网这一关，成长为符合信息时代要求的新型主流媒体。笔者在此试就如何理解系统性变革的科学内涵、把握主流媒体自我革命的历史主动进行探讨。

实现全面彻底的信息化转型和数字化赋能，坚持以价值逻辑驾驭技术逻辑

全媒体所指的全员、全息、全程、全效的信息传播格局，对应着媒介生态中的多元主体、多感官体验、多环节呈现和多应用场景。用户生产、即时发布、社交传播、虚拟体验，是在技术的底层逻辑加持下，对信息在内容边界、生产边界、分发边界、感受边界的全面突破和革新，而生成式人工智能的日益普及，更是让人机边界也开始被重新界定。互联网作为一个技术概念，已经成为“社会运行的底层逻辑架构，生产与再生产的组织方式”。那些原本就从互联网技术应用中诞生的商业化大平台，都是植根于这个技术逻辑发展壮大起来的，本身就是这个逻辑的体现形态。主流媒体要与它们把差距缩小到最小，乃至超越，必须实现全面彻底的信息化转型和数字化赋能，首先在“技术基因”层面作出系统性变革，完成自身的技术跃迁，否则就无法深度介入网络空间，更谈不上把握网络舆论引导的主动权和主导权。

但是，“转型”和“赋能”是为了让先进技术为我所用，而不是让主流媒体在价值逻辑上出现模糊。面对最新的人工智能技术应用，让主流价值驾驭算法是新型主流媒体的明确要求和目标导向。换句话说，建设新型主流媒体，不是要把传统主流媒体“自媒体化”，变成技术逻辑下新的自媒体平台，而恰恰是要让主流媒体完成对自媒体的新超越。因此，主流媒体的“转型”和“赋能”，绝不是针对商业互联网平台的“抄作业”，不是简单在技术层面上的“一更了之”。从“融合”到“深度融合”，主流媒体的“转型”和“赋能”之路从破题到破局，在顶层设计、制度安排、流程

融媒体视野下短视频新闻的重构与“破圈”

□刘珏

在依靠平台传播的信息智能化时代，媒介的传播方式向着开发视觉文化、抓住服务文化、链接媒介文化的方向发展。基于互联网和智能计算机技术发展的短视频，正在成为新时代网络信息传播的基础。然而，短视频新闻在生产智能化视域下所存在的“速度新闻”、平台差异等问题已不能忽视，因此，短视频新闻有必要在厘清新闻内容创作六大维度的基础上，找到“破圈”与重构的新方法。

短视频新闻的责任价值解读

当下信息传播方式被短视频平台刷新，短视频新闻在生产传播结构上呈现出层级性，从专业生产内容（PGC）、用户生产内容（UGC）到专业用户生产内容（PUGC），保证任何一层都不出错才会发挥短视频新闻的价值。专业内容的产出在传统媒介中能够较好地被保证，每条新闻内容的权威性和报道的专业性是经得起检验的，但是传播方面的时效性等存在着问题。短视频新闻的发展恰恰相反，内容的时效性和延展性等方面得到极大提升，但专业性和权威性却难以得到保障，这就是“速度新闻”的弊端。虽然信息及时有效地传播并被受众接收，但是内容的真实性、导向性却存在疑问。在互联网时代，主流媒体介入短视频新闻领域可以改善这种现象。以抖音平台为例，主流媒体注册账号后，进行蓝V认证等成为官媒账号，官方发布使短视频新闻的第一层责任得到了保障。互联网技术赋权下普通大众也可以参与信息的生产、改造和传播，信息时代下的“信息为王”让越来越多的大众享受这种掌控信息和传播信息的快感，从观望者到入场者，再到参与者、传播者，实现了“将故事创作交给观众”的目标。这种创作模式可以极大

核心阅读

主流媒体必须重建自身在互联网时代的平台思维 and 用户思维，真正从传统的单一新闻采集、单向信息发布的平台模式，转型成为链接社会资源、重组生产要素、介入用户服务、实现多向交互的服务型媒介基座。

再造、平台运营、内容创新、技术迭代等各方面作出了全方位的探索，取得了一系列成果，但最终如何实现“超越”，这是今天系统性变革需要给出的答案。价值逻辑与技术逻辑并不对立，关键是要坚持以价值逻辑驾驭技术逻辑。实际上，近年来，国家也在通过各种政策规范，来引导商业互联网平台彰显价值逻辑，增强其社会使命感、责任感，实现与主流媒体融合发展的相向而行、双向奔赴。

推动传统媒体向社会服务主体转型，强化以平台思维聚合和服务用户

据最新统计，截至2024年底，我国网民已超11亿人。在移动、交互、物联、虚拟、智能、大数据等应用飞速发展，我们已经对“数字化生存”有了切身体验，而媒介平台在其中居于基础和枢纽位置。要从根本上防止和扭转边缘化趋势，主流媒体必须重建自身在互联网时代的平台思维 and 用户思维，真正从传统的单一新闻采集、单向信息发布的平台模式，转型成为链接社会资源、重组生产要素、介入用户服务、实现多向交互的服务型媒介基座。当前全球已经进入服务经济时代，世界银行数据显示，服务业创造了全球2/3的GDP。服务业致力于社会生产的附加值和效率提升，越来越成为大众的切身需求。商业互联网平台的兴起，特别是新媒体的兴起，最初几乎都是从娱乐、社交服务开始，逐渐渗透至传播、生产、经济、社会各领域，并最终深度影响价值观乃至社会意识形态。因此，主流媒体进行技术迭代，不是为了对自身传统生产模式缝缝补补，而是要向新的社会服务主体全面转型，通过深入联结、聚合和服务用户来重塑主流媒体功能，将媒介平台看作一种超越物化概念的生产机制和聚合机制。当然，主流媒体变革与商业互联网平台的起点不同，所行路径也必然

有所差异，但许多经验是可以借鉴和汲取的，如用户思维中的垂类意识、分众意识等。需要说明的是，主流媒体对服务功能的拓展，绝不能毫无针对性、毫无目标地追求“大而全”，而应该聚焦主营业务，有的放矢，从打造自己的独特应用产品和用户体验开始。

更为重要的是，主流媒体向社会服务型主体的系统性变革，是解决“自我造血”问题的关键路径。互联网是技术密集型产业，也是技术更新最快的领域之一。持续的技术迭代需要持续的高成本投入，不可能长期依靠行政支持和财政投入来解决，必须找到自我运行、自我造血、自给自足的新机制。否则，动辄数千万元乃至上亿元的技术投入，靠外部“输血”是难以想象的，既不符合文化产业发展规律，也无法支撑主流媒体与商业互联网平台开展可持续的市场竞争。因此，系统性变革必须推动主流媒体深度嵌入信息社会整体的产业链条，而不是游离于市场机制之外。面对经济社会蓬勃发展的态势，诸如银发经济、文旅电商、文创开发、艺术美育等诸多新兴领域，都是服务产业的新蓝海，都可成为主流媒体创新开拓、有所作为的广阔天地。主流媒体在系统性变革中，也必须成长为新型传媒的旗舰巨舰，才能真正担负起新闻舆论工作主力军的职责使命。

运用主流媒体独有竞争优势，力争以一体化路径重塑中心节点地位

传统媒体之所以受到新媒体的巨大冲击，关键在于新媒体以互联网的扁平化、去中心化、多中心化等特征，从信息分发、传播反馈、内容生产、效果评价等各环节，渐进式革新了传统渠道和方式，从而逐步削弱了传统媒体在社会网络中原有的中心节点地位。此前一个时期，传统主流媒体积极应对，从最初开设新媒体账号、成立新媒体部门，到

后来打造“中央厨房”、进行内容生产全流程改造；从最初拓展新闻服务、广告服务，到后来不断扩大直至彻底进行部门重构，陆续成立项目、品牌、策划、运营等一系列市场化、服务型产业部门；从原来点击量、粉丝量、触达率等传播力参考指标，到最新的日活量、点赞量、转发量等更科学客观的流量评价标准，说到底，都是在新媒体不断扩张、原有中心节点地位不断削弱的同时，积极学习新媒体优长、弥补自身短板弱项、寻求改革发展路径的主动作为。这种主动学习，从最外层的表达方式如微观叙事、可视化、“卖萌”等，到最深层的机制模式如用户生产、算法推荐、评价方式等，可谓全面而深入。

但是，笔者以为，互联网所谓的扁平化、去中心化、多中心化，其实质并非对信息中心节点的取消，而是转移。在这个转移过程中，多元主体会各自重塑自身在信息网络中的社会关系和地位。面对这一重塑过程，主流媒体在新兴媒体面前并非没有竞争优势。事实恰相反，对非理性、成熟的互联网用户而言，主流媒体所固有的强大社会公信力、内容权威性、信息可信度，是自媒体和商业平台最终无法替代的。主流媒体所坚守的社会主流价值观、主流意识形态和其身份所决定的社会责任感，不但决定了其社会舆论“定音鼓”和“压舱石”的作用，而且在信息技术加速迭代的时代背景下，具有放大效应和广阔的拓展空间。比如，有数据报告认为，当前互联网内容中AI生成内容已有许多，且未来还会快速增长，网络信息的真实性、准确性、安全性等问题已成为全球用户关心的核心问题。显而易见，主流媒体以其积累的社会信用，其用户信任度天然高于自媒体和商业平台，在未来的媒体竞争中具备先天优势。因此，在向新型主流媒体转化中，要特别注意保持和强化这一固有优势，而不是削弱甚至放弃。个别主流媒体曾在转型过程中过度强调娱乐化、“卖萌”式表达，反而受到广大网友质疑，即是用户对主流媒体定位“失范”的一种反映。在知识爆炸和信息碎片化背景下，用户需要媒体具备更强的专业整合和深度分析能力；在多元思维和多元立场碰撞下，用户需要媒体具备更强的理性思维和更有说服力的科学判断水准。这恰恰是主流媒体的强项和优势所在，也是主流媒体通过系统性变革在信息网络中重塑中心节点地位的核心竞争力。（作者系《中国艺术报》副总编辑）

不同的受众所接受和了解，也扩大了短视频新闻的传播面。

传播策略引导短视频新闻

用户被正确的媒介引导是短视频新闻传播“破圈”的重要策略，引导用户在接收新闻信息和传递新闻信息的过程中有意识地对自身所接收的信息进行筛选、评估和处理，使其保持理性的思考和正向的互动；加强对公共热门话题传播的监控，来引导公众正向的传播和思考。互联网智能化大数据架构建立强推荐算法，对短视频新闻的“破圈”传播有着驱动作用。平台算法推荐对单一和正向的新闻内容可以让受众在潜移默化中构建闭合回路的信息接收体系，既可以影响自身的知识水平对新闻内容的理解偏差，也可以给新闻生产者带来方向性的指引。

加强舆论引导，平台应该平衡理性价值和感性价值的关系，不断优化算法推进机制，增强信息的聚合和共享能力。短视频新闻想要“破圈”传播就应打破传统思维固化模式，充分考虑传播时效、传播量级、多重叙事和用户体验等基本要素，重塑传播理念，树立平台化、技术化、社交化等思维。各大平台一方面肩负着以主流价值观影响用户的责任，借助平台的“流量叠加”的信息推送模式和转发互动的多链条传播模式，拓展信息传播空间，实现全方位立体化传播，最为广泛地覆盖短视频用户。另一方面围绕新闻事件和价值观传播的正向新闻内容进行报道，并结合多元化视听手段和矩阵化传播渠道进行规模化策划和生产有力量、有价值、有温度、有引导、有作用的短视频新闻，营造风清气正、健康有序、开放包容的网络空间。（作者单位：太原广播电视台）