

融媒体时代 典型人物报道如何从“老品种”走向“常青树”

左振乾

融媒体时代,典型人物报道采访中存在的问题

典型人物报道是我国新闻媒体的一种重要报道样式,在近年来受到行业广泛重视,典型人物及典型事件的深度报道成为传媒行业的重要体裁,甚至成为确立一家媒体行业地位的标杆。

我国典型人物报道经历了建国前的探索期、建国后兴起期,“文革”十年的伤痕期,20世纪90年代的繁荣期,以及当前自媒体兴起的多元化时期。

典型人物报道也在不同历史时期对国家政治社会发展、经济建设、民生生活等方面都起到了榜样作用,并对政策方针、发展道路指明了方向。

当前从中央到地方,从宏大叙事到市井小民,从央视《感动中国》节目到都市报见义勇为为市民,典型人物报道正在社会各个层次涌现出来,呈现出百花齐放的态势。

但是,典型人物报道大量出现的同时,报道质量上良莠不齐、鱼龙混杂的情况也成为典型人物报道继续向前发展的一大困扰。同时,新时期社会环境的急剧变化、舆论热点的多元化、大众宣传的去核心化,种种社会环境变化带来对传统典型意义的削减,也造成很多典型人物报道出现典型不“典”的情况。

近年来,网络、手机等新媒体迅速兴起,微博、微信、自媒体等账号内容遍地开花,从传统媒体到新媒体都因此受到剧烈冲击,融媒体也成为当前所有媒体的重要发展方向。

同时,融媒体也带来了全新的竞争格局,基于受众接收讯息方式的改变和生活习惯的调整,新技术、新平台也逐渐成为融媒体竞争中的重要基础。

在新时期融媒体环境下,如何做好典型人物的采访报道,其中需要转变的传统宣传思维及导向思维、采访方式、报道形式等,对典型人物报道未来发展具有重要社会意义。

一、“从上至下”推动的报道惯性

由于我国典型人物报道之前“从上至下”的推动报道模式,导致一贯以来典型人物的报道都是沿袭一套固定的“套路”。基于此,在典型人物采访中常常出现采访内容读者不感兴趣,读者感兴趣的采访中又没有。

典型人物报道通常是由上级领导机关(宣传部门)确定先进典型人物及报道主题,媒体根据确定的报道思路及方向进行采访,同时根据事先预定的不同报道方向按照计划同步展开各项宣传攻势,开辟专栏、评论、手记等形式,将典型人物报道集合成专题在显著版位或时段进行集中、突出、持续的报道。

这种传统典型人物自上而下的报道模式,采访内容按预定

访谈执行,常常造成采访出来的内容与受众的情感距离较大,造成的“光环效应”也让典型人物与读者之间充满距离感,这在当前资讯信息泛滥的情况下往往适得其反,对读者来说失去了阅读兴趣,对记者来说也失去了珍贵的采访机会。

二、融媒体时代的无效传播陷阱

在我国,典型人物报道的历史悠久,但也一直具有较强的宣传色彩,而新闻性较弱。这在改革开放之前,并没有明显缺失。改革开放以后,市场经济发展对于媒体业来说,新闻性需求日渐增强。典型人物报道“强宣传,弱新闻”的传统模式受到冲击,相关报道规模也一度萎缩。

在沉寂数年后,九十年代初期,媒体选择了一批典型人物进

行报道,例如孔繁森、李素丽、许虎等,获得了积极反响。究其原因,多元化与贴近性,让人物形象更鲜明真实等等因素,都赢得了读者认可,产生了巨大的社会效应。

由此可见,只有不断更新典型人物报道观念,跟上时代步伐,才能赢得更广阔的空间。

融媒体时代,各类访谈、邀请类节目经常成为社会舆论焦点,从科技创新开拓者到传统农业研发人员,时代人物的言谈与生活成为典型人物报道的又一个新模式,传播的有效性也迅速增强。

三、技术缺陷成为致命传播短板

在融媒体时代,技术创新在媒体影响力与传播力方面起着至关重要的作用。

传统媒体报道流程包括生

产、制作、传输和接收四个部分,技术的进步对上述四个环节均会产生很大的影响。融媒体时代,四个环节的界限逐渐模糊,新闻产品在生产的同时就在制作,制作的同时就在传播,传播的同时就在接收。融媒体将四个环节也“融合”在一起,导致当前新闻的流动性更强,持续时间更长,变化速度更快,接收范围更广。

典型人物报道在通过上述四个环节产生时,传统上对技术的忽视造成生产流程慢、周期长,甚至有的人物在典型报道出来之时,其内容已经跟不上时代发展。在融媒体时代,传播渠道多样化的大背景下,受众注意力已经发生普遍转移,拥有绝对掌控能力的媒体已经不复存在,核心竞争力从注重内容的精雕细琢转向内容资源的集成配置。

融媒体时代,典型人物报道如何转型

当前是一个社会急剧变化的时代,社会情景的剧烈变动以及由此引起的社会心群的更新,使传统典型人物报道难以引发读者共鸣,在社会结构日趋复杂、同质性弱的社会,传统典型人物报道的效果也逐渐走弱。

内容的竞争、技术手段的竞争、传播平台的竞争、新闻速度与品质的竞争,在融媒体时代都显得同样重要,典型人物报道要在融媒体时代生存,就必须参与这种竞争。

一、实录性手段提升真实性与贴近性

融媒体时代的到来,出现了“百家争鸣”,众说纷纭的局面,不同的人对同一人物有着不同的看法,这是不同阶层,不同的人生观、世界观、价值观必然会出现的分歧。而无论受众观点与看法分歧有多大,真实性是所有受众都能够接受并加以传播的事实。

因此,提升典型人物报道中的真实性也成为报道是否成功的关键。

融媒体时代,通过技术手段持续不断展现典型人物的真实生活,对典型人物报道来说是一次巨大变革。

2001年,《南方日报》派出记者组,连续8天追踪采访报道易新群与黄小南“三上巴别”婚

礼全过程,7篇系列报道全部采用现场特写、摄影摄像的方式,改变从前典型人物报道的静态报道模式,对报道的内容和程序进行了颠覆性改革与创新,持续不断的真实影像不断展现在受众面前,随着报道进程的推进,全程吸引受众关注与期待,传播效果取得了巨大成功。

2002年,湖北《宜昌日报》持续跟踪报道了“史光权南下广东卖猪”事件,将一位农民真实拓展市场空间的“猪经”完完整整展现在受众面前,取得了良好的传播效果和社会效益。

二、提升网络虚拟报道的传播力量

2004年,在重大典型任长霞的报道中,网络传播效果受到前所未有的关注。

人民网、新华网、央视国际网、中青网、中国网等5家中央重点新闻网站首次派出5位网络记者,并采用独特的采访方式,从网民的视角深入采访,获得的传播效果超过传统典型人物报道影响力,网民反应之热烈前所未有。

央视国际网《中国新闻》统计显示,在任长霞的报道播出后,48小时的新闻排行榜前20条热点新闻中有9条是关于任长霞的,一周新闻排行榜前20条新闻有4条是关于任长霞的,其中《缅怀任长霞》高居榜首。

典型人物报道在融媒体时代通过网络来形成传播,具有更广泛的优势。网络传播集合了视频、音频、论坛等技术,在全方位展现典型人物方面更加丰富,也更加真实。同时,网络媒体的受众覆盖面广、信息海量、交互性强、反馈及时,在人际传播上的优势也使得网络典型人物报道更容易在沟通中贴近受众的实际需求。

三、未来的典型是普通人的命运

融媒体时代,普通人的生活与经历开始频繁登上热点新闻与人物报道,而普通人的命运也开始前所未有地容易出现在各种媒体平台上。关注普通人的命运,是因为每一个受众也是普通人,每一个受众对普通人的喜怒哀乐更能引起共鸣。这些普通人的经历,每天也发生在每一个人的生活中。

结束语

综上所述,典型人物报道经历了数十年时间的变迁、时代的更迭,从备受冷落遍地开花,从宣传导向到普通人物,典型人物报道流程及形式也产生了天翻地覆的变化。融媒体时代,新闻传播环境中典型人物形象的

苦寻儿子14年的孙海洋在见到魂牵梦绕的儿子孙卓那一刻,这位坚强而伟大的父亲,仿佛在一瞬间成为了媒体的宠儿,引发舆论关注。孙海洋一家为什么火?难道是炒的吗?因为他们家价值观正确,一个深明大义的奶奶,体谅儿媳、家庭团结;一个奥特曼爸爸,打不垮;一个温柔贤惠的妈妈;怎么看怎么顺眼的三个不同个性招人喜欢的孩子。

媒体对于孙海洋一家的关注,其实也是对于寻子群体的关注。只有这样的热度一直持续下去,才会让越来越多的失散家庭团聚。

可以看出,由某些突发事件而产生,通过对人物命运的关注直面社会的重大矛盾,把人物遭遇与社会问题结合起来,由此引发的报道是震撼人心的。普通人的生存状态的典型意义便内含其中。

变迁以及“典型”内涵的深化过程将是典型人物报道不断调整的核心方向。把握时代脉搏,掌握新兴技术手段,提升全方位报道立体感,是典型人物报道观念更新的必由之路。

(作者单位:《中国企业报》)