
新闻行动在提升媒体影响力上的运用

李方存

【摘要】 作为广播主频率,新闻是浙江之声的核心竞争力。在激烈的新闻竞争中,传统的主流媒体要取得更大的社会影响力,除了做好日常的新闻报道以外,还应该花大力气推出新闻行动。在过去的一年里浙江之声对此做了有益的探索,积累了一些成功的经验。一、新闻行动要引导社会热点在大变革的时代,我们的社会是丰富多彩的,也是纷繁复杂的,社会热点问题频现。作为主流媒体,我们的责任是正确引导舆论。要正确引导舆论,就要分更多还原。

【关键词】 主流媒体; 新闻竞争; 新闻报道; 行动; 浙江; 社会热点问题; 核心竞争力; 引导舆论; 公益活动; 污染源;

作为广播主频率,新闻是浙江之声的核心竞争力。在激烈的新闻竞争中,传统的主流媒体要取得更大的社会影响力,除了做好日常的新闻报道以外,还应该花大力气推出新闻行动。在过去的一年里浙江之声对此做了有益的探索,积累了一些成功的经验。

一、新闻行动要引导社会热点

在大变革的时代,我们的社会是丰富多彩的,也是纷繁复杂的,社会热点问题频现。作为主流媒体,我们的责任是正确引导舆论。要正确引导舆论,就要分析探究社会热点问题产生的原因和解决的方法。2013年12月初雾霾带来的重度污染至今我们都记忆尤深,全国许多城市口罩脱销,雾霾成为大家关注的社会热点。浙江之声策划推出“寻找雾霾污染源”新闻行动,向广大听众征集身边的“最黑烟囱”、“最脏工地”、“最脏道路”、“最脏运输车”等,追问雾霾污染源!短短一周时间里,就接到了数百个报料,我们派出多路记者赴各个污染点采访,把一个个雾霾污染源呈现在听众面前,并追踪报道相关部门查处情况。同时开通特别直播节目“追问雾霾污染源”,连线各方新闻当事人,追踪污染源存在的原因。连续一周数十篇的追踪报道在听众中引起很大反响,使更多的听众和网友加入到寻找雾霾污染源行动中去,新闻行动延续了近一个月。作为新闻行动的延续,我们还将推出“寻找能呼吸的新鲜空气”,重点推出生态市县、生态乡镇的生活新气象,曝光空气污染严重的城市和乡村。

一年来,浙江之声围绕社会热点问题,精心策划,推出了一个又一个新闻行动,都在社会上引起了很大反响。2013年3月,“瑞安老板悬赏20万元邀请环保局长下河游泳”事件发生后,推出了“污染河道随手拍”新闻行动,得到全省网友和听众的积极响应,陆续曝光了全省各地数十条污染河道。每接到一处爆料,浙江之声记者第一时间赶赴现场采访,寻求当地相关职能部门回应,拿出解决措施。在一个多月时间里,通过微博、微信平台共征集到4000多幅河道污染图片,涉及全省11个市县的河流。

二、新闻行动要关注人的生存状态

新闻要“三贴近”,要“接地气”,其中很重要的一点就是要关注人的生存状态,关注社会弱势群体,这是记者做好新闻报道的法则,也是记者的社会责任。2013年夏天,连续40多度的高温60多年一遇。炎炎烈日下,广大环卫工人挥汗工作,喝水成了一个难题。7月9日,浙江之声以“您的一杯凉水,将给高温下的他们送去清凉”为主题,策划推出“一杯水”新闻行动。全天新闻节目联动报道,呼吁城市沿街单位开放免费供水点,为环卫工人及户外高温劳动者免费提供饮用水和短暂的休息场所。在强大的宣传声势下,全省各地的爱心单位纷纷加入,越来越多的爱心汇聚起了浙江一道亮丽的风景线。一个月下来,全省有300多家爱心单位3000多个网点加入“一杯水”公益联盟。连续报道让“一杯水”的善举和爱心深入人心,在切实帮助高温劳

动者的同时，更滋养了民众心灵、弘扬了道德风尚，持续释放出强大的舆论引导正能量。著名央视评论员杨禹这样说：“酷热终将退去，想信浙江人的这一杯水能继续走过每一个春夏秋冬”。著名作家麦家在自己的微博上说“媒体呼吁沿街单位把环卫工人请入门小歇送茶，全城为之动容”。“一杯水”行动得到了省委宣传部领导的表扬和肯定。

浙江之声每年都要围绕弱势群体开展相关的公益行动。2013年1月，浙江之声精心策划了“让爱流动”和“温暖顺风车”两场公益活动，使70多名患有先天性心脏病和急性白血病的贫困儿童得到医治和救助，全省560多辆爱心顺风车顺路带人回家过年。两项活动在全省引起强烈反响，广大听众和网友纷纷称赞主流媒体在舆论宣传中彰显的爱心和社会责任感。

“让爱流动——关爱贫困家庭先天性心脏病和急性白血病患儿”新闻行动一经发起，就得到了社会各界的强烈关注，一些家长原本因为高昂的手术费用，打算放弃对患儿的治疗，但当他们得知这一消息后，重新唤起了希望。两个月来，浙江之声官方微博平台的内容被网友转发一万多次，评论上万条，打进浙江之声热线电话进行报名咨询的有300多个贫困家庭，以至省儿保医院组织专人接待。众多网友也加入到这次爱心接力，网友艾特丽水多次转发征集微博：“请转起来！因为你转的不是微博，而是贫困患儿生的希望。”

三、新闻行动要搅动社会精英阶层

新闻报道要做出影响力，很重要的一点就是要搅动社会精英阶层，引领社会舆论。而要引领社会精英阶层，就是要找准定位、选好热点话题、搭好活动载体。城市交通拥堵成为政府关注、百姓关切的重大民生问题。2013年5月，浙江之声联合省直机关工委和省交通厅、省环保厅、省体育局、省公安厅等11个厅局策划推出“上班路上少开车”大型公益活动，并发起“道路畅行，公务员带头绿色先行”的倡议，通过签名响应、环湖自行车骑行赛等多种形式号召机关党员和公务员在上下班路上减少公车和私家车的使用，尽量采用步行、骑行或公共交通等绿色出行方式，为杭城治堵、环境改善出一份力，助推公务员群体成为绿色出行新风尚的引领者。在省府大院一食堂、二食堂门口，许许多多机关干部纷纷在展板上签下自己的名字响应倡议，表示今后上班路上尽量少开车，践行绿色出行的承诺。省委常委、秘书长赵一德，省政府秘书长李卫宁，省直机关工委书记施利民以及省委宣传部常务副部长胡坚等领导也先后来到展板前郑重签名。

6月16日早晨，来自省直机关工委和11个厅局的200多名公务员集结黄龙体育中心东大门，开始环西湖骑行。伴随省体育局局长孙光明打响发令枪，参赛队员骑上公共自行车，分批从黄龙体育中心出发，省环保厅副厅长卢春中带头第一个骑出黄龙体育中心。一路上，不少市民和游客也纷纷加入到骑行的队伍中。骑行结束后，省环保厅副厅长卢春中这样为我们算了一笔账：“普通家用汽车车身长约5米，如果有一千名公务员响应“上班路上不开车”，大约就能空出五千米的高峰路段。如果按1.6升排量计算，一千辆车大约减少4500千克二氧化碳排放。上班路上少开车，既可以减少拥堵、又可以净化空气，一举两得”。活动结束后，省领导赵一德、王建满对“上班路上少开车”分别作出批示，肯定这一活动的重要意义。

作为“上班路上少开车”的延伸，7月，浙江之声联合省治堵办、浙江在线、全省11家市级广播电台策划推出了大型直播访谈节目《城市治堵进行时——市长多媒体访谈》。杭州、宁波、温州等11个市长相继走进直播室，与全省广大听众和网友畅谈当地治堵的新思路和新举措，并与听众和网友现场互动，解答听众和网友提出来的尖锐问题。活动结束后，省委书记夏宝龙作出批示：“活动开展得好，是推动工作的舆论方法”。

四、新闻行动要传递正能量

作为主流媒体，浙江之声热心社会公益活动和新闻行动，彰显主流媒体社会责任，传递社会正能量。在这些活动的实施过程中，频道坚持把广播节目播出平台与社会活动有机结合，使之延伸到广大听众、市民中去，彰显其公益性和引导力。

2013年2月8日至3月5日，浙江之声联合全省80家市县广播电台发起“万朵鲜花送雷锋”大型公益活动，面向全社会征

集了 2000 多位百姓身边的“活雷锋”，并由社会名流、广电主持人、记者为他们一一送上鲜花和证书。省委常委、宣传部部长葛慧君出席发车仪式，赞扬活动取得的良好社会效果。活动受到了省内外媒体的广泛关注，20 多家主流媒体进行了重点报道，网络上发布和转载超过了 10 万页次。著名作家黄亚洲说：“万朵鲜花送雷锋的公益活动通过送鲜花的方式，支持和赞扬了奉献精神，希望这种精神象鲜花一样全面绽放。”这一活动我们已连续做了多年，并作为频道一项品牌公益活动保留下来。

类似这样的公益活动我们每年都举办好多场，如已举办多年的“我陪父母游西湖”、“圆梦——贫困大学生助学行动”等都引起了很大的社会反响。2013 年 7 月，在党的群众路线教育实践活动中，浙江之声推出了党员微公益新闻行动——“点亮微心愿，共筑中国梦”，为老百姓搭起了一个实现心愿的平台，也为党员干部建起了一道联系群众的桥梁。历时一个多月的点亮微心愿行动，一共为 1000 多位听众实现了 1100 多个微心愿，获得了上级领导和广大听众的高度赞扬。

以上四个方面，说明新闻报道不仅是为受众提供有效信息，而且要使受众爱听、爱看、爱参与，使新闻报道产生应有的影响力，从而引领社会舆论。而要达到如此效果，新闻就要不断地付诸行动。