

中外媒体灾难报道比较研究

——以温州 7.23 动车追尾事故新闻报道为例

和平 于燕华

(河北工业大学, 天津 300401)

【摘要】: 自然灾害和重大安全生产事故的发生, 不仅造成巨大的生命财产损失, 破坏了人们正常的生产生活秩序, 更是新闻媒体关注追逐的热点。新闻工作者对灾难新闻报道研究和探讨, 是应尽的义务和承担的社会责任, 对社会预防和完善灾难应对机制, 将会产生积极的作用。中国《中国日报》、英国《泰晤士报》分别是两个国家的主流媒体, 在本国乃至全世界有着广泛的受众基础和影响力, 有一定的代表性。选取《中国日报》和《泰晤士报》两家媒体有关“7.23 事故”的报道文本作为样本, 分别从报道信息来源、报道时效性以及高频词等方面对两家媒体“7.23 事故”相关报道进行对比研究, 发现中外媒体在灾难新闻的报道上, 有着不同的报道视角和报道方式。中国媒体的报道表现可圈可点, 西方报道的平民视角也给中国报道带来不少启示, 值得学习和借鉴。

【关键词】: 灾难报道 《中国日报》 《泰晤士报》 信息来源 时效性 高频词

【中图分类号】: D9 **【文献标识码】:** A

1 引言

灾难是人类社会发展中难以避免的情况, 灾难的突发性、难以预测性、破坏性等特征给人类带来巨大考验, 由此产生的灾难新闻报道也是对媒体的巨大考验, 考验媒体的洞察能力、新闻队伍建设和媒体的综合实力。在多元化的媒介环境中, 学习借鉴西方媒体先进的报道经验, 提高自身报道水平, 也成为必然议题。本文对 2011 年 7 月 23 日温州动车追尾事件当中中、英两国媒体灾难新闻报道进行分析, 总结其异同, 以求参考。

2 温州动车追尾事故新闻报道比较

2011 年 7 月 23 日 20 时 30 分 05 秒, 甬温线浙江省温州市境内, 由北京南站开往福州的 D301 次列车与杭州站开往福州南站的 D3115 次列车发生动车组列车追尾事故。此次事故造成 40 人死亡、172 人受伤, 中断行车 32 小时 35 分, 直接经济损失 19371.65 万元。事件本身具有极高的新闻价值, 引起世界强烈关注, 各国主流媒体竞相报道。本文选取《中国日报》和《泰晤士报》两家媒体对“温州动车追尾事故”灾难新闻报道, 从新闻来源、时效性、高频词等方面进行分析比较研究, 寻找差异, 以求借鉴参考。

2.1 新闻来源比较

新闻来源, 指新闻事实的提供者。明确新闻来源, 便于受众判断新闻的可靠程度, 获取受众信任, 帮助受众监督媒体, 确保新闻的真实性。按照学术界标准, 出现在新闻报道中的新闻来源有两类: 一是出现在新闻报道中的新闻来源, 即谁是消息的提供者, 常表现为被采访对象; 二是提供新闻报道的渠道, 包括媒体自采稿件、联合报道、独立撰稿人来稿和转载稿件等。

2.1.1 中国媒体“温州动车追尾事故”报道消息来源

中国主流媒体对新闻来源的选取持有谨慎态度,当前我国主流媒体新闻来源主要包括记者采访、公众来电来信、政府信息发布等方面。

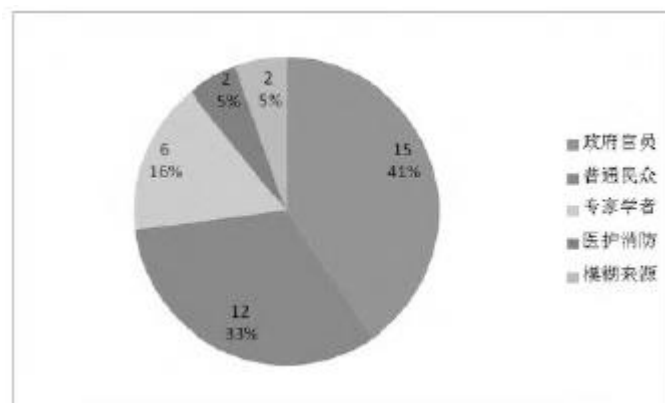


图 1 7.23 事故记者采访对象占比图

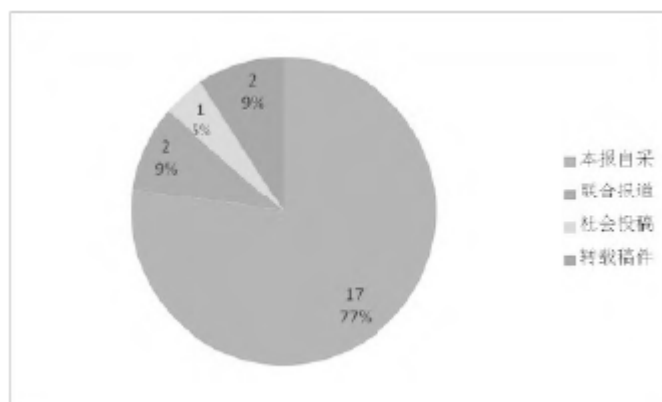


图 2 《中国日报》7.23 事故新闻来源占比图

《中国日报》在 2011 年 7 月 24 日至 8 月 12 日共刊发 22 篇追尾事故相关新闻报道。其中 17 篇新闻来自本报自采稿件, 占总量的 77%, 自己的声音在《中国日报》中占主导地位, 引导社会舆论走向。2 篇报道是与新华社联合报道, 1 篇报道采用社会投稿, 2 篇转载财经报, 有关高铁公司股价下跌的相关报道。

22 篇报道中明确的消息来源出现 37 次, 由被采访对象提供。《中国日报》记者采访的主要信息源为政府官员, 出现 15 次, 占比 41%, 普通民众出现 12 次, 占比 33%, 专家学者出现 6 次, 占比 16%, 医护消防出现 2 次, 占比 5%。由此观之, 《中国日报》对新闻来源要求高、把控严、新闻来源精准性高, 具有相当的权威性, 但是信息来源单一, 内容具有倾向性。

2.1.2 外国媒体“温州动车追尾事故”报道消息来源

新闻来源在西方主流媒体历来受到高度重视, 西方媒体通过本国信源、外国信源、其他社交网络等获取新闻。由于温州事故等灾难性新闻对西方媒体来说属于跨地域的突发性事件, 西方主流媒体没办法立刻派记者来到事故现场做调查报道, 因此西方媒

体想要立刻获得温州动车事故的准确信息难度较大。

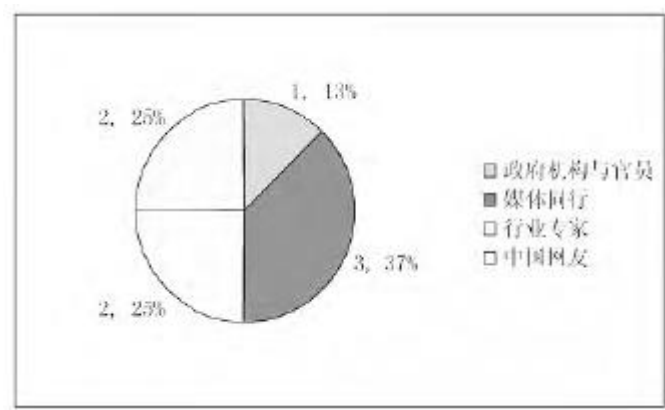


图3《泰晤士报》7.23事故新闻来源占比图

《泰晤士报》在2011年7月24日至8月12日共刊发5篇相关报道，消息源频次达8次。《泰晤士报》在温州动车追尾事故报道的第一时间从微博微信等社交网站中摘取了部分网友的评论，出现2次，占总数的25%。其中援引了一些新华社等中国媒体对灾难的报道，出现频次为3次，占总数的37%，政府机构与官员出现频次为1，占比13%，后期增加了行业专家的信息源，占比25%。新闻来源更多的侧重于群众而不是政府官员，增加了受众的信任度。

2.2 报道时效性比较

所谓时效性就是新闻事实，媒体进行报道在有效的时间范围内，产生社会影响力的效用。时效性的考量一般指时间与报道数量，媒体的报道速度越快，影响越大，时效性是一个媒体市场竞争力的体现。时效性对任何灾难性报道来说，都是生命般重要，毋庸置疑所有媒体都异常重视报道的时间。

根据《中国日报》和《泰晤士报》对“温州动车追尾事故”新闻报道数量与时间进行统计，绘制成图，反映出《中国日报》和《泰晤士报》对7.23事故报道情况的走势。

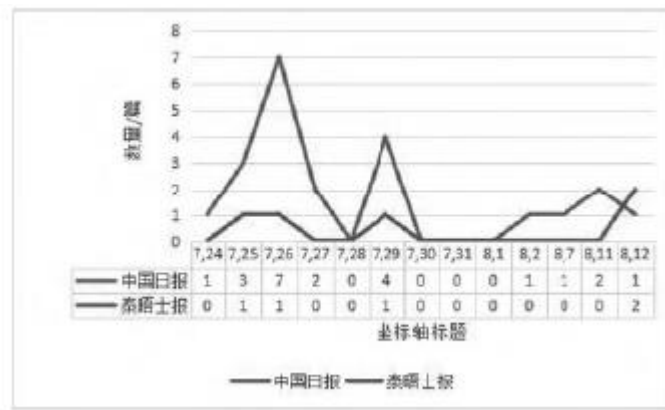


图4两家报纸7.23事故报道时间和数量走势图

“温州动车追尾事故”发生于2011年7月23日20时30分05秒，《中国日报》在事故第二天就进行了报道，而《泰晤士报》

在 2 天后才进行了报道。从《中国日报》和《泰晤士报》在新闻有效的时间范围内的不同报道数量来看,《中国日报》在前期采取大量、大版面报道,到事件中期出现很多细节报道。事件发展末期,报道数量逐渐减少。而《泰晤士报》在前期是平均每天一篇报道,时间中期没有相关报道,末期报道篇数每天多加了一篇报道。

7 月 24 日——7 月 28 日《中国日报》共计 13 篇报道,平均每天 2.5 篇。详细报道了灾情细节问题、政府救援过程和领导指示。

7 月 24 日——7 月 28 日《泰晤士报》只有两篇报道。内容主要涉及灾难本身、灾民状况和政府态度。

7 月 29 日——8 月 2 日《中国日报》共计 5 篇报道,平均每天 1 篇。主要进行政府救援和舆论引导工作,报道医务工作者,反思交通安全。

7 月 29 日——8 月 2 日《泰晤士报》只有 1 篇报道,内容主要涉及政府态度,民众意见,以及各界对此次事故的分析。

8 月 7 日——8 月 12 日《中国日报》共计 4 篇报道,主要报道事后影响,安全反思。

8 月 7 日——8 月 12 日《泰晤士报》共计 2 篇报道,内容主要涉及事后影响,外界对此次事故评价以及对中国政府的评价。

对灾难报道而言,报道的时效性与报道的篇幅数在一定程度上决定了灾难报道的舆论影响程度。当今网络信息发达,纸媒的时效性丧失,唯有重视质量才是媒体不被淘汰的不二法则,灾难类报道更是如此。

2.3 中外媒体报道高频词分析

在对报道逐篇阅读后,整合中外媒体报道中出现较多的关键词,对比情况如图 5。

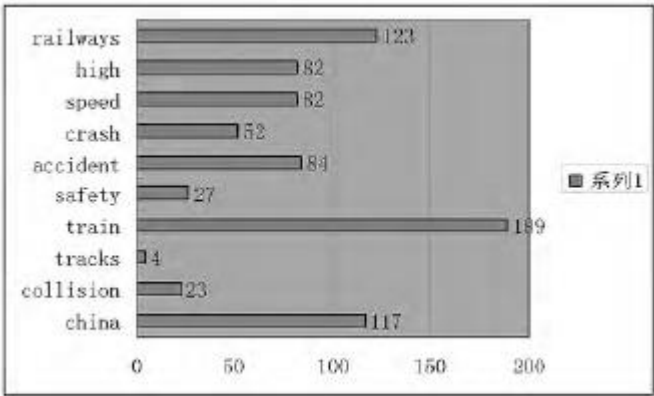


图 5 《中国日报》关于 7.23 事故报道的高频词

《中国日报》对 7.23 事故报道中出现频次最高的是中国高铁名词 China, train, railway, 分别出现了 117, 189, 123 次;其次是 high, speed 这类的正面词汇,都出现了 82 次;然后是 accident, crash, collison, track 等关于事故,撞车的词汇,分别出现了 84, 52, 23, 4 次,出现频次最低的是 safety, 出现了 27 次,通过这个高频词表表明了《中国日报》报道的侧重点在于本次事故本身,以及对于本次事故引起的安全隐患问题的反思。

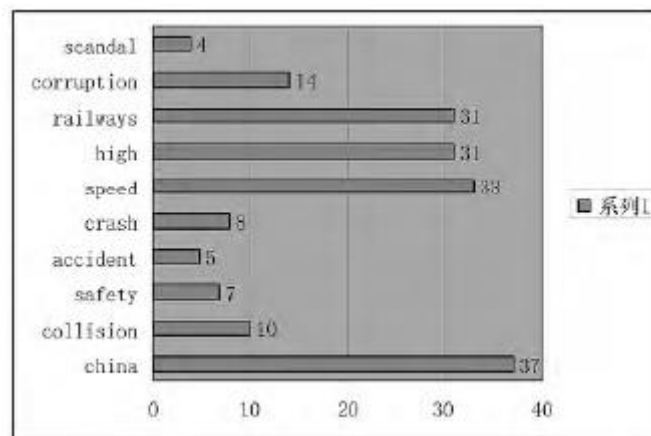


图6《泰晤士报》关于7.23事故的高频词

《泰晤士报》和《中国日报》相同点在于出现频次最高的是高铁名称 china high-speed railway, 分别是 37, 31, 33, 31, 同样出现了 collision, crash, safety, 分别是 10, 8, 7 次, 不同之处在于,《泰晤士报》的报道中出现了 corruption 和 scandal, 分别是 14, 4 次。通过对比发现《泰晤士报》关于本次事故的侧重点在三个方面, 分别是造成事故的原因, 政府腐败现象, 以及对于中国高铁安全的担忧。其中提及最多的是中国腐败现象严重导致此次重大交通事故。而《中国日报》相比较而言担当的更多的是政府代言人的角色, 没有关于政府制度方面的任何报道。

3 对于我国灾难新闻报道的思考

通过对比中外新闻媒体对灾难类报道的新闻来源, 高频词, 笔者发现国内报道信源、人文关怀等方面与外国发达媒体仍有差距。我们进行中外媒体灾难报道比较研究的目的是发现外国媒体灾难报道的长处, 进行反思和学习, 为我所用。借鉴外国媒体在灾难报道中科学的防灾机制和报道经验, 借鉴西方客观报道的手法, 将政治需要与受众需要结合起来, 促进业务水平上升新高度。

参考文献:

- [1]白丹茹. 中美高铁新闻报道中隐喻表征的对比研究[D]. 广州:广东外语外贸大学, 2017.
- [2]高文欢. 中外报纸 5.12 汶川地震报道框架比较分析[D]. 汕头:汕头大学, 2009.
- [3]李虹君. 《人民日报》对中国高铁媒介形象的建构研究[D]. 成都:西南师范大学学报, 2017.
- [4]李宛蔚. 国家形象视野下中国高铁品牌研究[D]. 武汉:华中科技大学学报, 2015.
- [5]马周. 中国大陆的英文报纸传播影响力比较——以 China Daily 和 Global Times 为例[J]. 新西部(理论版), 2012.
- [6]马若斌. 《中国青年报》与《纽约时报》汶川地震报道对比研究[D]. 兰州:兰州大学, 2009.
- [7]王娜. 从受众需求角度看灾难性事件初期报道方向-以“天津港大爆炸”事件为例[J]. 新闻研究导刊, 2016.