

总主编 郝克远 梁洪文

主 编 廖鲁川

副主编 韩 浩 姜长勇 张 涛

见证

2004

齐鲁晚报·生活日报
经典策划录

山东大学出版社

经典策划录

14

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

THE EAST ASIAN LIBRARY

530 SOUTH MICHIGAN AVENUE, CHICAGO, ILL. 60607

見
花

1014

1014

总主编 郝克远 梁洪文

主 编 廖鲁川

副主编 韩 浩 姜长勇 张 涛

见证

2004

齐鲁晚报·生活日报
经典策划录

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

见证 2004/郝克远,梁洪文主编.
—济南:山东大学出版社,2005.8

ISBN 7-5607-3038-8

I. 见...

II. ①郝...②梁...

III. 新闻-作品集-中国-当代

IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 089565 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

日照报业印刷有限公司印刷

720×960 毫米 1/16 90 印张 1602 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—2000 册

定价:128.00 元(全四册)

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

核心价值理念——传媒品牌之魂

(代总序)

梁国典

在日趋激烈的传媒竞争大战中,品牌经营越来越受到重视。聘请形象大使、进行CI设计、举办各类活动等等,各家媒体可谓解数使尽,试图以此吸引受众眼球,再造竞争新优势。但冷静审视就会发现,这些做法尽管对提升媒体的品牌形象不无裨益,却恰恰忽视了一个最根本的东西,这就是核心价值理念。如果把品牌比作人的容貌气质的话,那么它只是各种要素综合的外在的表现——体制架构是骨骼,运行机制是经络,人才队伍是血肉,而文化特别是核心价值理念则是精神魂魄。没有核心价值理念的所谓品牌经营,就像一个人失去了灵魂,是走不长远的。

核心价值理念,百年品牌长盛不衰的根基

美国斯坦福大学副校长杰里·波勒斯与商学院教授詹姆斯·柯林斯,曾联手对通用、波音、福特、沃尔玛和迪斯尼等十几个百年长青的全球知名品牌进行了长达六年之久的追根问底式研究,得出的结果出人意料,其长盛不衰的首要因素不是别的,而是无一例外始终固守着自己的核心价值理念。“就像一个伟大的国家、教会、学校或任何持久不坠的机构一样,高瞻远瞩的公司有一组基本的准则,像基石一样稳固地埋在土壤里,表明‘这就是我们的面貌,这就是我们的主张,这就是我们追求的东西’。”更让人惊奇的是,这些企业在核心价值理念中没有一个把“尽量扩大利润”作为主要动力和首要追求目标;其第一位强调的都是服务人类和社会,终极追求目标都是对社会对人类作出贡献,而利润只是随之而来的东西。

同样发人深思的是国内像巨人、三株、德隆系等企业的昙花一现。为什么它们都曾神奇般扶摇直上风光无限,却在一夜间“呼啦啦似大厦倾”?为什么国内的许多企业只是各领风骚三五年?与这些固本守根的百年品牌稍作比较就会发现,关键是这些企业的领导者缺乏长远战略眼光,更缺乏诚信

意识、道德意识和社会责任感。这也同时决定了其所领导的企业,不可能拥有或固守一种将员工和企业的自身价值实现,与一项值得奋斗的伟大事业紧紧联系在一起的、能够有效引导激励企业和员工源源不断迸发创造激情的核心价值理念。于是乎,坑骗客户、假冒伪劣等为了眼前利益无所不用其极的急功近利行为才会屡见不鲜。这既无法保证企业健康持续发展,更无法真正对社会和消费者负责,最终只能搬起石头砸自己的脚。

媒体持续协调健康发展离不开核心价值理念

核心价值理念对现代传媒同样至关重要。原因显而易见:传媒提供的产品同样需要消费者(对报纸而言就是读者)的苛刻检验和长期认同。更何况作为特殊商品的报纸,还肩负着引导舆论、教化人心的社会使命。在媒体竞争白热化程度一点也不亚于商战的今天,报纸的社会公信力、美誉度和读者认同感已经上升为决定媒体生死存亡的决定性因素。而核心价值理念正引导传媒志存高远,以崇高的社会责任感和使命感,向读者提供有用、有益、有趣的内容产品,以此来扩大影响力,提高公信力,增强认同感,确立其在社会的良好形象和市场的牢固地位,屹立百年而不倒。

有人可能会说,办报特别是办生活类报纸,只要吸引住读者的眼球,发行、广告不是都有了么?用得着考虑这么多?正是在这种目光短浅、急功近利的办报思想影响下,不良信息、低俗之风、有偿新闻、虚假报道满天飞,成了令广大读者深恶痛绝的当今新闻界“四大顽症”。

事实上,这种出卖灵魂、不讲道德、放弃社会责任的行为,就像吸毒一样,短期内或许对报纸的发行和广告有刺激作用,但从长远看则无疑是一种自杀行为。特别是在读者阅读心理日益成熟挑剔、市场监管日趋严格的今天,一篇虚假低俗影响恶劣的报道,甚至可以让一个媒体辛辛苦苦在读者心目中树立起来的高大形象轰然倒塌,让一个多年打拼出来的知名品牌瞬间失色,甚至让你触“雷”关门。

西方媒体的竞争轨迹已经为我们提供了前车之鉴。以《纽约时报》为例,在1896年阿道夫·奥茨接手时,《纽约世界报》、《纽约新闻报》等众多美国媒体的黄色新闻大战正酣。但奥茨却坚定不移地确立了“无所畏惧、不偏不倚、力求可靠、庄重严肃”的办报理念和高品位办报风格。靠着这样的理念和风格,《纽约时报》这个奥茨接手时已经难以为继的三流小报,不仅迅速

起死回生,而且牢固确立了其在西方传媒中不可撼动的主流位置。去年,在该报记者杰森·布莱尔新闻造假事件发生后,该报不仅以多个版面向读者真诚致歉深刻反思,甚至不惜勒令总编辑辞职,其对社会公信力和品牌美誉度的重视程度可见一斑。难怪该报发行量高达200多万份,一百多年来一直在美国报界长盛不衰。

这些都再有力不过地说明,树立核心价值理念,将社会责任感放在首要位置,将社会进步和大众利益服务作为办报从业的终极目的,不仅是传媒扎根社会的坚实基础,更是其赢得读者、赢得市场、赢得利润、做强做大、基业长青的必由之路。

持久的创业激情和动力来自核心价值理念

新闻工作是崇高的职业。这一职业并非像外人想象的那样体面风光,而是充满了挑战和风险。那为什么还有那么多人向往追求这一职业?古人讲“铁肩担道义,妙手著文章”;现代人认为新闻工作者是“社会航船的瞭望者”和“人类灵魂的塑造师”。我认为,正是这种职业的崇高感、神圣感和价值感,才是大多数人追求这一职业、有的甚至不惜为之献身的主要动因。大家想想,为什么我们有些记者编辑刚参加工作时干劲冲天、激情四射;慢慢地就越干越疲塌,越干越没劲?主要原因是刚刚从业时的那种崇高感、使命感和社会责任感日渐淡漠,只是把这一职业当成养家糊口的饭碗,甚至有人说“办报为挣钱,记者是打工”。所以,钱多多干,钱少少干,斤斤计较,得过且过;作风漂浮,浅尝辄止。如此追求、如此境界的人,最终是不会有出息的,甚至可能被淘汰——砸了饭碗!

这种持久的创业激情和动力的缺失,有激励约束机制匮乏的原因,但根本上还是从业者没有树立正确的世界观、人生观、价值观,没有一种既立足现实,又志存高远的核心价值理念为引领。办好一张报纸关键在人,而人是由观念思想支配的。个人的价值,只有与服务社会 and 大众、与一项伟大的事业紧密结合起来,才能实现伟大和不朽。志存高远的核心价值理念,把个人的前途命运和自我价值实现,与媒体的社会责任、事业成败紧紧联系在一起,能够从内心深处激发出每一位新闻从业者的崇高感、使命感和责任感,进而获得创业的不衰激情和不竭动力,这才是媒体最核心的竞争力。

围绕《齐鲁晚报》、《生活日报》的品牌、队伍、文化建设和事业的可持续发展,我们最近提炼概括出这么一个核心价值理念:即“服务读者,奉献社会,成就自我——办主流大报,树百年品牌”。

具体来讲,“服务读者,奉献社会”,既是党的“为人民服务”宗旨和“三贴近”要求的体现,又突出了“读者才是上帝”的传媒市场化趋向和发展根基;既强调了传媒的社会责任感,又与提升两报核心竞争力有机统一。而“成就自我”,是指在做好前两者的同时,既能最大限度地成就每一位从业者自身的价值,也可最大限度地提升报纸的品牌价值;而在实现报纸价值最大化的同时,同样也水涨船高地实现了个人价值最大化。所谓“办主流大报”,主要针对一些人心目中生活类报纸只能是格调低俗的“小报”的偏见而言。表明的是—种政治追求、—种社会责任、—种格调和品位。现在《齐鲁晚报》在全省的社会影响力很大,但在影响主流高端读者方面还有待努力。所以晚报在继续保持其新闻性、可读性、服务性强等特色的同时,还应通过加大重大时政新闻(政策信息量大的)和财经新闻(与民生密切相关的)的报道,着力提升在主流高端读者中的吸引力和影响力。所谓“树百年品牌”,就是要通过上述努力,奠定两报在广大读者中不可替代、在市场上不可撼动的主流强势地位,锻造两报的核心竞争力,实现两报的可持续发展。

这一核心价值理念,既借鉴了国内外百年长青企业的成功理念,也是近年来晚报文化、队伍、品牌建设经验的一个概括、凝炼和升华;既是两报人的行为准则和两报做大做强、持续发展的共同愿景,也是实现两报社会责任、事业发展与个人成材有机统一的有效载体。它进一步明确“两报”既要追求经济效益,更要彰显社会效益;不但要实现事业的发展,而且更要实现“人的自由全面的发展”。让我们为实现这一崇高而远大的目标而上下同心,奋力前行!

(本文作者为大众报业集团党委常委、副总编辑,齐鲁晚报·生活日报党总支部书记)

前言

这是一本由齐鲁晚报·生活日报一线的编辑记者——齐鲁大地上一群最活跃的新闻人——撰写的新闻策划启示录,旨在总结一系列重大新闻事件报道、名牌栏目和社会公益活动的策划组织实施的起因、背景、过程,交流探讨得失,展现他们对为读者奉献最好的新闻这一目标的思考和努力。

新闻策划兴起于晚报都市报类媒体,既是新闻竞争的需要,反过来又提高促进了新闻报道水平。《齐鲁晚报》和《生活日报》通过多年的实践,形成了具有鲜明品牌特色的新闻策划风格:围绕新闻事件本身,通过进行视角新、立意高、开拓深的新闻策划,挖掘和整合新闻各个要素,全景式、一站式、立体化呈现新闻,最大限度地接近事实,揭示其思想内涵和本质特征,形成强势和强效的新闻报道,吸引读者、影响读者、服务读者。

《见证 2004·齐鲁晚报·生活日报经典策划录》共收录了 48 个新闻策划案例,分为舆论监督策划、新闻事件策划、名牌栏目策划、经典活动策划四部分,是从 2004 年《齐鲁晚报》、《生活日报》数以千万字计的新闻报道中精心梳理出来的 48 个精彩片段。

这些新闻策划,有倡导法制、净化社会环境、关心百姓疾苦的批评报道策划,如“违法的‘综管办’”、“揭开殡葬业黑幕”、“质疑供热涨价”等;有唱响主旋律,倡导社会新风尚的正面报道策划,如“新年心愿”、“翠玉伴侣的故事”、“创业在社区”;有在新闻业内、读者当中有广泛影响的名专栏策划,如“新闻时评”、“今晨第一眼”等;有服务读者、奉献社会的一系列社会公益活动的策划,如“利群阳光助学活动”、“世界华人作家笔会”等……从中可以品味到报纸高度的社会责任感和办报品位,感受到一个优秀的新闻工作者团队厚重的文化底蕴和成熟的新闻观。

办好报纸,关键在人,关键在先进的新闻理念。有这样一支成熟和有活力的采编队伍,有“服务读者,奉献社会,成就自我——办主流大报,树百年品牌”的核心价值理念,相信我们能够绘写出更辉煌的新闻事业的篇章。

编者
2005 年 7 月

舆论监督策划	3	舆论监督 扬鞭就要稳准狠
		——从“综管办”系列报道看舆论监督报道效果的诉求/赵志祥
	12	“综管办”这样被办倒
		——谈对“综管办”舆论监督报道的感受/张贵君
	17	用策划之网捕获新闻“活鱼”
		——谈“揭秘殡葬业暴利”的报道策划/张庆村
	24	互动策划的“点睛”意义
		——“天鹅之死”系列报道的策划启示/李军毅 张坚栋
	32	“卧底”捞出“口水鱼”真相
		——浅谈《“口水油”烹出沸腾鱼》的策划与暗访/鲁超国
	39	新闻策划要无限贴近事实本质
		——关注济南供热价格听证/杨飞越
	44	快速出击 策划制胜
		——从成功策划“千佛山公园封园”系列报道看现代新闻如何创新/张波涛 张刚
	50	不求一时轰动 但求长治久安
		——由两年穷追“分时度假”看新闻策划的“度”/李岩侠
新闻事件策划	59	工作着·感动着·幸福着
		——“新年心愿”策划的台前幕后/王立岭 宋燕惠
	66	大视野造就大娱乐
		——“关注红色经典改编”的策划过程/郝东智
	72	有理 有利 有力 有度
		——从寻找“王选爱国电脑”浅谈重大突发事件的新闻策划/彭传刚 尉伟
	79	一招占先 处处领先
		——浅谈王选“爱国电脑”系列报道策划经过/田连锋
	88	破解海面以下的冰山
		——从“李金华审计报告追踪”系列报道浅议专题报道策划/王德高

94	速度·深入·创新
	——从“阿拉法特逝世”专题策划看重大国际新闻报道策略 / 闫 杰
101	新闻眼中的老夫子
	——“重走孔子周游列国路”大型策划启示录/温 涛
109	感动中续写亲情连续剧
	——“过年一家亲”策划启示/秦建平 蒋 波
117	快意民生重在“零距离”
	——从《车多狗乱搅了千佛山夜景》看民生新闻如何实现贴近性 /王高峰 赵志祥
122	在大事中锻造新闻竞争力
	——参与中铁十四局工人在阿富汗遇袭事件报道体会/赵志祥 张 璐
128	讲述比“金子”更珍贵的爱情故事
	——《生活日报》“翠玉伴侣”系列报道启示/秦建平 雍 坚
135	出奇方能制胜
	——浅谈《齐鲁晚报》亚洲杯报道/于 欣 王玮琳 沙元森 马纯潇
140	“俊媳妇”也要巧打扮
	——《齐鲁晚报》欧洲杯报道的独家处理/于 欣 刘瑞平 王玮琳 宋国庆
144	救助性新闻 用策划换来更多爱心
	——谈“救助烫伤儿童系列报道”策划/张庆村
155	时评是新闻的一种处理方式
	——“新闻时评”版的编辑理念/张金岭
161	对话我们歌哭于斯的厚土
	——大文化旗帜下的“纵横齐鲁”/倪自放
169	突围“同质化新闻”
	——一次打造差异化新闻的成功策划/李岩侠 郝爱萍
179	“大排档”中的“特色小吃”
	——《生活日报》系列新闻重点栏目策划解析/王 颖

186	“今晨第一眼”为头版点睛	
	——谈《生活日报》头版“今晨第一眼”栏目运作/吕冰	
	张峰李海	
196	老实交代	
	——关于“大视野”的栽种生长絮语/张涛张贵君	
204	创新,生命力才能长久	
	——创办“创业在社区”栏目的思考/孟秀玲张波涛	
210	声声热线 送您欢乐健康	
	——《生活日报》“公益导医台”栏目的品牌策略/彭茜张丽	
216	踏山东阡陌巷尾 寻求齐鲁文化踪迹	
	——“齐鲁人文·发现”策划过程回览/李秀珍杨晓珍	
222	WWW.青未了.COM	
	——关于“青未了”副刊的电子版网站/韩青曲鹏车向平	
227	为娱乐理想而生	
	——“天天娱论”天天见/王铁	
233	让传统平媒“触电”	
	——引入新技术办报的几点策划尝试/姜长勇	
241	当好出行助手角色	
	——浅谈《生活日报》“交通预报”专版策划的信息价值取向	
	/王颖乔永华	
经典活动策划	249 瞄准热点立足公益 真情投入实现多赢	
	——2004年《齐鲁晚报》“利群阳光助学行动”成功举办的探索与	
	启示/刘忠信金云伟张伟	
	255 全球化时代的文人雅集	
	——齐鲁晚报世界华文作家国际笔会纪实/韩青车向平	
	262 一场漂亮的“整合战役”	
	——2004首届山东住交会策划纪实/支英珉	
	273 “百年”辉煌	
	——“纪念邓小平同志诞辰100周年齐鲁百名书画家作品展”	
	活动的启示/宜冰	

285	十次感动齐鲁的法律咨询会
	——《齐鲁晚报》律师团 2004 年度公益活动策划与实施过程 /金云伟 董 震
293	感性消费 理性点评
	——《都市消费·2004 省城消费印象》特刊策划纪实/夏雁青
300	横向嫁接结硕果
	——两报成功推出《2004 年“3·15”消费特刊》的策划体会/奚道贤
304	坚持到底,精心经营一个品牌
	——“每周救助一户特困家庭”活动启示/秦建平 雍 坚
314	为读者歌唱
	——《齐鲁晚报》艺术团消夏广场演唱会策划过程/闫循华
320	全心全意为弱势群体办实事
	——“六一光明行动”策划启示/高俊峰
327	在“国计”与“民生”间发掘新闻富矿
	——“金点子”征文活动出炉的前前后后/雍 坚
335	高起点成就高境界
	——“山东省首届巾帼人才招聘会”新闻策划回顾/金云伟 彭 东
340	策划,独辟蹊径超越自己
	——“2004 高考空中咨询会”策划心得/金云伟 徐 静

輿論監督策劃



舆论监督 扬鞭就要稳准狠

——从“综管办”系列报道看舆论监督报道效果的诉求

赵志祥

舆论监督报道,一直是媒体追求的热点,也是新闻从业人员报道中的难点。常言说得好,新闻有学,批评有术,舆论监督不仅仅要有批评的正义感和勇气,更要有正确的立场观点和良好的方式方法,体现到版面上就是报道要稳、要准、要狠。一篇好的舆论监督报道,只有具备了这些基本的要素,才有可能展现出舆论监督的威力,否则,批评一通,不但收不到理想的效果,反而会使报纸的权威性大打折扣,也难以使舆论监督坚持下来。

《生活日报》策划的《“综管办”不信法纪治不了你》舆论监督系列报道,具备了稳准狠三要素,引起了当地政府的重视,明令停止了“综管办”的一切活动,最终使这个单位被撤销。这组报道以解决了广大市民反映强烈却多年未能解决的“老大难”问题,得到了读者由衷的称赞,较好地提升了《生活日报》的形象,扩大了《生活日报》的社会影响,以“堪称近一个时期以来舆论监督的成功典范”的评价获齐鲁晚报·生活日报总编辑嘉奖令,荣获齐鲁晚报·生活日报 2004 年度十佳新闻策划奖,并荣获 2004 年度山东省新闻奖消息类一等奖。

省城市民支某向《生活日报》24 小时新闻热线 6991166 反映,2004 年 3 月 6 日下午,他驾车送朋友去济南长途汽车总站南区,下车后朋友强给了 10 元钱“油钱”。朋友走后,支某驾车刚走出大约 10 米,后面跑来一名穿“综合执法”制服的男子,他以“黑出租”为由拦住支某,并处以 200 元罚款。

热线记者张贵君随支某来到济南长途汽车总站地区综合管理办公室(下简称“综管办”)调查,拉开了这场舆论监督行动的大幕。

“综管办”负责人答复是,“综合执法”人员罚款程序错了,应该罚款 20 元,表示次日可退 180 元,并称“综管办”是与天桥区行政执法局联合执法。更为荒唐是,第二天“综管办”又将退款额变成了 100 元,并称已与当事人达成默契,直到第三天才在报道的压力下退还了另外的 100 元。这种先乱罚

款又“讨价还价”退款的行为，折射出执法权在这一区域的滥用。



从这些答复不难看出，“综管办”一方面承认了执法的随意性，另一方面对自身的执法有“心虚”的地方，欲扯上执法局作“虎皮”。然而，记者随后分别从历下区城管行政执法局了解到，该局执法人员制服上佩戴的标志是“城管执法”而非“综合执法”，当时也没有查处“黑出租”的职能。济南市城市客运管理中心有关负责人则告诉记者，按照公安部 63 号令以及济南市政府 54 号令，只有济南市城市客运管理处和济南市公安局公交分局有权查处“黑出租”。由此可以看出，“综管办”的执法主体出现了重大疑问，一个没有执法权的部门在一个城市的窗口地区乱执法、乱罚款，简直是“是可忍孰不可忍”的怪事，也是舆论监督的对象。这样，通过这种剥茧抽丝式的调查，我们开始找到了揭批“综管办”的“命脉”，也开始与“综管办”直接交手。

在这场典型的舆论监督报道中，如何在稳中求准，在准中求狠，追求实效，成为我们在采编中追求的目标。