

# 选题亲民化 表达年轻化

## ——融媒时代主题报道更具可看性的若干思考

徐 静

主题报道主要指围绕党和政府的重大决策、重大部署、重大活动及相关社会热点所展开的具有深度和广度的规模化宣传报道，是主旋律报道中的重要角色。在融媒时代，面对受众年轻化、内容个性化、交流互动化的媒体语境，主题报道如何打破“曲高和寡”的窠臼，更具可看性和传播力？笔者认为，不妨从受众角度出发，让选题亲民化、表达年轻化。

### 一、选题亲民化：遵循接近性原理 择取接地气故事

要做好主题报道，眼下最时兴、最有用的办法是讲故事。“一个好故事胜过万语千言”。那么，究竟该如何择取故事、讲好故事呢？不妨从选题亲民化入手。所谓的选题亲民化，就是要接地气。如何接地气？就是要以“小”见“大”，从一个小人物、一个小事件中破题。

主题报道是一份沉甸甸、菜品丰盛的新闻“大餐”。但为什么这顿“大餐”要在选材上弃“大”选“小”？正如周星驰所说，小人物的故事永远最打动人，最能与普通大众引发共鸣。2021年，央视新闻专栏推出《我们的日子有奔头》主题系列报道，讲述的就是一个个鲜活生动的小人物勤劳奋斗奔小康的故事。比如，帮人扛货的重庆“棒棒”冉光辉，广西百色酸笋闻臭师李永国，带着数千“鸡小弟”做直播、拍短视频、拓宽农产品电商销路的95后“鸡司令”尚育康等等。这些身边人、平凡事虽不起眼，但都具有很强的代入感，能真实地体现“中国的全面小康是辛辛苦苦干出来的，好日子唯有奋斗，别无他路”的大主题。值得一提的是，这些小人物的奋斗故事一经推出，每一篇阅读量都达到了10万+。

主题报道需要宏大叙事，但宏大也是由一个

个具体而真实的平凡小人物、小事件组成。可以说主题报道立意越大，切入口就要选得越小。但在做一些国之栋梁型的伟人系列主题报道时，因其工作的特殊性、功绩的卓著性，很多记者可能一时之间找寻不到小的切入口，那么不妨以平民化视角，捕捉一些小细节，让伟人变为“平凡人”，从而拉近与受众的距离，同时也能让人物性格的呈现更加立体化、多元化。比如，2020年，中央广播电视总台推出了一档针对国之大家的主题系列报道《吾家吾国》。其中在采访美术名家常沙娜时，记者王宁记录下了这样一段细节：在小区漫步，常沙娜告诉记者，“这树本来要砍，我没让砍，我什么都爱管闲事儿。他们说领导让我们砍的，我说你先砍我的腿。”说完她哈哈大笑，最后还不忘“嘲笑”自己一把，“成了个笑话。”

其实这一段同期，与常沙娜大半生奉献于敦煌艺术的主旋律并没有什么联系。但是反对砍树这个小细节，反而让这位老艺术家显得更加真实可爱，一位“爱管闲事儿”“较劲”认真的老太太形象一下子跃然于屏幕前，让受众看了之后感觉，原来高高在上的美术名家常老先生还有这样的一面，就跟身边的居委会大妈一样，有些“倚老卖老”，更有着一副热心肠。

“离受众近一些”是国内外新闻界多年来的追求。要想把主题报道这道“大菜”做得广受好评，就要学会充分利用新闻价值学说中的“接近性”原理，寻找所报道的事实与受众在事件、地点、心理或利益的接近点，即所谓的“接地气”“亲民化”。接近的因素越强，受众的观看欲望也就越大——放弃“居高临下”的俯视角度，选择从寻常百姓和寻常生活的角度出发，不但不会削弱主题报道的“权威性”“宏大性”，反而会变得

亲切可看。可以说，小人物小故事越精彩深刻，大主题的表现就越淋漓尽致。

## 二、表达年轻化：破圈跨界联动 善用网络流行语

传播力是检验主题报道成效的点金石。从传统意义上来说，重大主题报道是宏大的、厚重的，但如果一味刻板严肃、高高在上，就会让受众尤其是年轻受众感到索然无味，甚至避而远之。当前，读报纸看电视新闻的年轻人越来越少，很多人接受各类信息的主要渠道是互联网。因此，可以尝试运用互联网上的新梗、热词、潮元素等创新新闻主题报道，吸引年轻受众。比如，2021年，“YYDS”一度成为异常火爆的网络流行语。东京奥运会期间，人民日报就以《YYDS！中国举重梦之队》为题，报道了中国举重队在东京奥运会上取得的骄人成绩，一时间引发7万多名网友点赞转发。这其中固然有事件本身引发的热度，但也无可否认，这样的标题无疑让人眼前一亮，倍感新鲜。

在主题报道中大胆灵活地融入网络流行语，已成为很多主流媒体创新、引流的一种方式，并非只局限于标题中。以眼前“火出圈”的央视主持人朱广权为例，他的段子式口播经常融入网络流行梗，从而让原本严肃、高大上的新闻步入凡尘，变得趣味十足、充满温度。由他主持的《共同关注》《新闻直播间》等栏目也因此一度成为年轻人的“新宠”。2020年4月，央视新闻频道《共同关注》栏目推出一则《江城春色好 武汉复苏时》的报道，朱广权说出了这样一段“花样绕舌段子”式口播：“当街头出现穿着睡衣买菜的大叔，把葱往腋下一夹；街边生火炒菜的小贩，有着蓬松的头发；还有在无人处翩翩起舞的大妈……看到他们，你就知道，那个熟悉的武汉回来了，是它，就是它！”因为这个口播，使得该报道在一众关于武汉解封的新闻中脱颖而出，被网友广泛转载。究其原因，不仅仅是它押韵、朗朗上口，更因为朱广权巧妙地融入了一个网络流行梗——蓬松的头发。这个梗出自当时很火的一个综艺节目，朱广权的跨界联动轻而易举、别出心裁地透露出“街边小贩有着蓬松头发意味着理发店已重新开张”，这比平铺直叙地说出“武汉已经解封，菜市场恢复生机、理发店恢复运营”效果要好得多。

举一反三，要改善以往主题报道中官话多、官腔重、模式化的弊病，不仅可以在标题和内容方面下功夫，还可以找一些当下网络上的流量担当来为主题报道添彩，甚至可以在后期借鉴运用抖音式的剪辑手法。比如，2021年两会期间，中央广播电视总台推出融媒体特别节目《两会你我他》，节目特别邀请了张文宏、眼科医生陶勇等“网感”十足的嘉宾解答网友关注的“十四五”规划纲要、养老、医疗等热点话题。“网红”嘉宾的流量效应，搭配年轻化的传播语态，瞬间让严肃话题与“网感”十足的表达形式形成了“反差萌”，使得该节目在微博、B站、抖音等平台获得了巨大的点击量，实现了时政话题在年轻群体中出圈。其中，“朱广权杨禹为文科生就业支招”“张文宏分析五一假期旅游可能性”等话题在微信的阅读量和微博的阅读量分别达到了1亿和4.4亿。<sup>①</sup>

在当下融媒体时代，要创新创优重大主题报道，表达手法是否跟得上潮流很重要，这在一定程度上决定了报道能否获得更高的关注度和影响力。要使主题报道变得好看、能吸引人，记者的思路必须要活、用词要“鲜”，要学会跨界联动，脑洞大开，写出新花样，这样才能让受众尤其是年轻受众愿意看、喜欢看。当然，如果一味标新立异、毫无分寸、不分场合地滥用或乱用网络流行语，也是不可取的。此外，选用网络流行语时，最好选择一些流行度高、知晓率广的那种，若只是小众化流行，则会让受众看了之后一头雾水，达不到想要的传播效果。

随着新媒体的广泛应用，舆论生态、媒体格局、传播方式都在发生着深刻变化。新闻业态的转型重构，意味着主题报道也必须有所创新。如果还是沿用老一套，不仅会削弱新闻价值，更会直接影响传播效果。选题亲民化、表达年轻化，是对当前媒体加速深度融合的调整和适应，也是进一步提升主流媒体引导力、影响力、传播力和公信力的有力之举。

### 参考文献：

① 罗洋洋《媒体融合语境下重大题材报道创新研究——以2021年全国两会报道为例》，《新闻世界》2021年第10期，第3-6页。

（作者单位：象山县广播电视台）