

一线直航多棱镜

——武汉直航巴黎国际航线开通报道评析

■简 桦 罗建华

样本——2012年4月13日武汉直航巴黎国际航线开通报道：

长江日报《武汉角逐航空“第四城”》

武汉晚报《去巴黎时尚的起点》

武汉晨报《湖北人游欧洲 不再被“北上广”》

楚天都市报《大武汉如何更有国际范儿》

楚天金报《能否长期“飞”下去》

长江商报《二四六去巴黎 一三五回武汉》

同城媒体,面对同一报道题材,并非要“咬”在一起死缠烂打,拼个高下,那样的结果也只能给受众以同质新闻;如果从自身定位出发,各取所需,倒能真正做深做透,给受众以多重满足。这才是高水平、高层次的竞争,这才是受众所期待、所欢迎的竞争。

4月13日,武汉——巴黎直航开通,武汉六家报纸均以头条、大图或报眼突出报道,同时又在基本信息之外,选择不同角度深化,像是一柱多棱镜,折射出不一样的风景,为此提供一个较好的例证。

《长江日报》最为高屋建瓴,站在武汉打造国家中心城市的高度,从政治、经济、文化视角,对直航进行全方位鸟瞰。该报拿出三个版头,分别为“现场”、“影响”、“纵深”,规模、气势、力度到位,与这一事件的重要程度相称。特别是,“纵深”浓墨重彩聚焦《武汉角逐航空“第四城”》,以翔实、密集的信息,勾勒出大武汉在迈向国际都市进程中,所表现出的“敢为人先、追求卓越”的精神。

《武汉角逐航空“第四城”》独家披露了“发力织空网 年均一条变月均一条、2015年国际直达航线将达20条”的信息,更独家描述了武汉、长沙、郑州、成都、重庆五市争夺我国航空“第四城”的态势。该报记者独家采访了权威人士,围绕“国际航线附加值高”,引用权威数据表明:一个航空项目发展十年后,给当地带来的经济产出比为1:20,技术转移比为1:16,就业带动比1:12,一条国际航线能为地方经济创造的GDP相当于3—4条国内航线。由此,充分挖掘了武汉—巴黎直航的潜在价值,非常有说服力。报道还整合了“明年有望直飞芝加



《武汉晚报》版面

哥”、“天河机场 T3 航站楼将开工”等综合信息,为“第四城”提供背景依据。

着眼于武汉方兴未艾的“文化五城”建设,《长江日报》借用“法国新浪潮之母”阿涅斯·瓦尔达首航乘机抵汉,又独家回顾她1957年曾来武汉拍摄建设中的武汉长江大桥的历史记忆,同时报道她正在武汉展出的《阿涅斯·瓦尔达的海滩在中国:1957—2012》,印证了武汉这座华中重镇的国际开放性。新闻如何“做厚”?由此可见一斑。报道还以“巴黎到武汉”、“武汉到巴黎”两个小板块,报道了中外人士对首航的感受,并在其中凸显法国政治、经济、文化界人士的建言——“借直航让欧洲了解武汉”。

纵观《长江日报》的整体报道,抓住一条国际航线对一个城市发展的影响,其立意高远而又贴近,其信息丰富而又集中,有助于受众全面把握此次直航背后的“意味”,总体显示了一张大报不同凡响的新闻眼光和文化底气。

一向追求新锐时尚的《武汉晨报》、正在迈步主流化转型的《楚天都市报》，也拓展视野，从“国际都市”的架构出发，组织自己的报道布局。

《武汉晨报》在一版采用“头条压大图”的形式，直呼《直航巴黎的飞机来了》，颇具冲击力；而引题又强调“提升国际化水平，大武汉越来越洋气”，使二者相得益彰。值得嘉许的是，该报在大图区导读，把当天看似孤立，实则有关联的事实集纳成组——“全市公共场所统一使用中英文标识”、“筹建外国领馆区”、“办首份英文周报”等，有力烘托了“大武汉越来越洋气”的报道主题。

与《武汉晨报》一样，《楚天都市报》以《楚天深读》整版推出《大武汉如何更有国际都市范儿？》，也对有关信息进行了梳理和整合，除“规范公共场所英文标识”、“领事馆区选址今年确定”之外，又增加了“落户世界500强今年力争破百”和“实施外籍人士‘家在武汉’工程”等，内容更为丰富全面。尤其是，该报采用“链接”形式，独家披露了头一天武汉市政府新闻办公室新闻发布会上的信息——《老外心中魅力城市，武汉排第五》，为武汉国际都市范儿的色彩，增添了浓浓的一笔。

《武汉晚报》在此前较充分报道的基础上，以《客机从巴黎来不亦乐乎》为题，作了亲切而简约的处理，但利用当日出版的周刊《新七天》，推出4个专版的特别策划——《巴黎时尚书》。它采用新潮手法，精巧别致，图文并茂，在一版以直航表达“去巴黎时尚的起点”之后，分别介绍了“巴黎·美人”、“巴黎·时尚”、“巴黎·灵感”，为武汉白领提供高层次的休闲资讯。其中，还有一个亮点是“时尚编辑中的巴黎”，借用媒体资源来画龙点睛。

《长江商报》注重“商味”，辟出两个专版，其中用一个区间《直航巴黎，武汉迈向国际化重要一步》，集纳了与武汉晨报、楚天都市报类似的信息，但更多从旅游、投资的角度，对直航本身进行信息开发。

一个专版的大标题为《二四六去巴黎 一三五回武汉(主)武汉直航巴黎航线开通，经济舱6200元起，单程耗时仅11个半小时(副)》，将航班、航程、票价等信息“一网打尽”，清楚明白，给市民以直观、完整的信息导航，这在同城报纸中唯一。同时，配置了《武汉将投

2412亿建综合交通枢纽》、《6条复合型通道辐射城市圈及全国大城市》等重要信息，标示出直航“系中部首条洲际航线”和“武汉将成中部出境游枢纽站”的大都市地位。

另一个专版的大标题为《“希望有更多的武汉市民到法国旅游”》，采访了法国驻汉总领事蓝博，内容实际超出旅游范围，包括法国企业来汉投资、中国学子赴法留学、双方开展各类交流等，很见信息含量。

《楚天金报》也从“华中首条直飞欧洲航线昨日首航”的定位，对此作了民生化报道，重在服务。与众不同的是，该报独家作出“思考”——《能否长期“飞”下去》，针对武汉一大阪航线直飞仅半年，武汉一金边航线直飞仅一个多月即停飞的现象，提出相关质疑。然后，通过权威人士的解答，表明武汉—巴黎直航，事前曾作充分的市场调查，并有武汉经济发展前景和对外开放格局相支撑，这一国际航线将长期运营，以事实来解答市民的疑惑，起到媒体消除“信息误区”的良好作用。

武汉直航巴黎国际航线开通报道业已落幕，应当注意到，在报道这一“交通新闻”本身的实用性内容方面，上述报纸也各有不足。航班、航程、票价等市民相当关切并急欲知悉的信息，除长江商报较全面到位外，有的报纸基本不报，有的报纸不乏缺漏。尽管，前一段在发布“预告新闻”时，可能已作报道，但此次毕竟是直航开通，再作完整报道是非常必要的。还应当指出，仅有楚天都市报一家在《楚天关注》版配发了《武汉—巴黎直航时刻表》，这其实是不可疏忽的。

世上难免“遗憾的艺术”，新闻亦然。一次见报之后，白纸黑字，覆水难收，优劣分明。不难想见，任何报道，都是对报纸办报理念、策划水准、采编能力的综合检验。不同的题材，做出不同的新闻，理所当然；同样的题材，做出不同的新闻，难能可贵。每个媒体，只要清楚自己的定位在哪里，自己的特色也就在哪里，我们的新闻也随之多姿多彩。

世上难免“遗憾的艺术”，新闻亦然。一次见报之后，白纸黑字，覆水难收，优劣分明。不难想见，任何报道，都是对报纸办报理念、策划水准、采编能力的综合检验。不同的题材，做出不同的新闻，理所当然；同样的题材，做出不同的新闻，难能可贵。每个媒体，只要清楚自己的定位在哪里，自己的特色也就在哪里，我们的新闻也随之多姿多彩。

(作者为长江日报报业集团高级编辑)



同城媒体，面对同一报道题材，并非要“咬”在一起死缠烂打，拼个高下，从自身定位出发，各取所需，真正做深做透，这才是高水平、高层次的竞争。

