

Xin Xing Chong Shu

熙卿新聞論文集

大连出版社

刘希清 著

熙卿新闻论文集

大连出版社

C7 210-53

封面题字：吴少琦

熙卿新闻论文集

刘希清 著

大连出版社出版

(大连市西岗区长白街12号) 邮编：116011

本溪市明山印刷厂印刷

开本：787×1092 1/32 字数：110千字 印张：6

1998年1月第1版 1998年1月第1次印刷

印数：1—1000册

责任编辑：星 鸣 责任校对：刘 熙 封面设计：大一

ISBN—80612—425—X/I·62

定价：9.50元

序

吴少琦

在辽宁省的广播电视战线，我有相当一批“忘年交”的朋友，刘希清君也是其中的一位。对于他的新闻文集的出版，我自然是十分高兴并致以诚挚的祝贺的。

看了《熙卿新闻论文集》的付印清样，我的印象大体上可以概括成三句话：理论意识的强化，改革目光的凝聚，勤奋精神的浇铸。

最近五、六年来，广播电视界不断有人出版专著，这是理论意识觉醒并不断强化的结果。理论意识是学术研究的驱动力；有强烈的理论意识，才会有自觉的持续的学术研究实践活动。希清君的专著出版，再次验证了这一道理。他在新闻传播活动中，对新闻的客观性与倾向性、共性与个性等等课题的探索，都是以理论意识为基础的。辽宁电视台建台 35 周年时曾出版一本论文集《荧屏跋涉》，我在为这本书写的序言里曾说过这样两句话：

“没有理论指导的实践,是具有盲目性的实践;不重视学术理论研究的电视工作者,是缺乏远见的电视工作者,是无法攀登业务高峰的电视工作者。”我把它抄录在这里,愿意和希清君及广播电视界的同仁共勉。强化理论意识,依然是当前我省广播电视工作者面临的共同课题。

强化理论意识,是为了使自己的传播活动具有理性的品格;在这同时,还要注入改革的精神,凝聚改革的目光。理论意识增强了,如果研究活动只是停留在一些陈旧问题上,人云亦云地“炒冷饭”,则落后于时代,对实际毫无指导作用。必须和新闻广播电视业务改革同步,审视其中的新课题,才会能动地指导实际。希清君的论文中显示了他对这一问题的注视,例如思考“变革中的新闻”,主张运用求异思维、对比思维、多向思维来开拓报道的广度、深度与力度,对广播界的新事物——直播板块节目、主持人的讲说基本功等等也及时作了理性审视。这是可取的。同时,我也衷心希望他今后能进一步加强这方面的研究的分量。

理论意识、改革目光必须以勤奋精神为前提,否则,都会成为海市蜃楼。在这方面,我常常推销我的“六字真言”:积累、思索、升华。广泛涉猎、借鉴,占有丰富的资料——学术信息,业务信息,刻苦用脑,勤于思考,(脑子是不怕用的,越用越好使);在此基础上得出规律性的认识

来。希清君的研究活动基本上具备上述的特点。《漫话新闻导语的写作》、《解释性报道之我见》都搜集了十分丰富的资料,据以作理论上的思考,提出了有自己的见解的(而不是别人的)带有规律性的认识。在饭局、麻将局盛行的今天,我真是希望我们的青年同行能分出一部分精力(哪怕是百分之四十!),勤奋地钻研一些业务问题、学术问题,力争取得成果。那样,极有可能使我们的传播活动再上一个台阶。

1998年元月于沈阳

(时年七十有一)

注:作者为前辽宁省广播电视厅厅长

目 录

序 言	1
浅谈新闻的客观性与倾向性的度	1
“共性新闻”的个性化处理	5
超前不“越位”引导不误导 ——对典型报道典型性的再认识	10
寻找变革中的新闻	15
体验性材料在新闻写作中的运用	19
新闻采访应保持适度的心理距离	26
浅谈新闻标题的制作艺术	32
话说广播的导向功能	41
信手拈来皆成趣,出口即是好文章 ——谈广播直播节目主持人的“说功”	50

浅谈新闻采访的心理准备.....	56
------------------	----

可听性+感染力=有效传播

——广播新闻信息采编之我见	65
---------------------	----

《新闻立交桥》开播一周年谈得失.....	70
----------------------	----

情近·文近·事近

——浅谈非事件性新闻的写作	73
---------------------	----

记者的“点子”.....	79
--------------	----

话说新闻的“包装”.....	84
----------------	----

接近,再接近

——录音述评《建行等你到八点的启示》浅析	88
----------------------------	----

新闻写给谁看.....	94
-------------	----

西方新闻理论和传播学(提纲).....	97
---------------------	----

解释性报道之我见	111
----------------	-----

漫话新闻导语的写作	134
-----------------	-----

浅谈新闻的客观性与倾向性的度

“度”是什么？“度”在这里是哲学名词，是一定事物保持自己的质的稳定性的数量界限，也是由量变向质变转化的临界点。水变成气，低变成高，美变成丑等等现象都是由度来进行衡量和解释的。而“度”在新闻实践中除具备以上特点与功能外，还是新闻采访、写作当中的一种操作技巧。比如，一件新闻作品不可能也不应该是客观事实的简单重复和再现，而应当是主观性、倾向性与客观事实恰到好处的一次碰撞与结合。一件新闻作品如果过分强调了自然性、客观性，那么，这样的新闻就像没有烧开的水一样没有多少价值。相反，如果过分地突出和强调了主观性和倾向性，把事实之外的东西、事实之外的感受强加给新闻，那么，这样的新闻就流于“宣传腔”，也会像烧过头的水变成蒸气一样，使新闻价值跑得无影无踪。由此可见，“度”是新闻实现其价值的杠杆，认识“度”是新闻事业的一种职业要求，把握“度”是新闻记者必须具备的基本功。

客观性是新闻产生的土壤和条件，倾向性是新闻实

现其价值的必要保证。我们在新闻写作实践中如何做到使二者有机的科学的结合呢？笔者从四个方面试作剖析，并与大家商榷：

一、对成就性新闻要掌握好一个高度

新闻对社会现象有两种功能：即正反馈作用和负反馈作用。正反馈起着提倡作用，负反馈起着抑制作用。正反馈过头，就是说提倡过分，会产生逆反心理，而负反馈过头就是说批判过重，又会引起不必要的同情，这些关系处理失度，就会使新闻的作用错位。比如，前些年对农村出现“万元户”的宣传就是个例子。本来宣传“允许一部分人先富起来”的政策，报道若干“万元户”的出现是个好办法，但问题是新闻中“万元户”的“浓度”大大超过了现实生活中“万元户”的浓度。新闻里“万元户”比比皆是，生活中，“万元户”却寥寥无几。结果，客观性与倾向性产生了距离，新闻夸大了农民的富裕程度，导致多方向农民伸手不说，还曾一度影响了农村的有关政策。可见，“度”的失控所造成的后果该是多么的严重。

二、对热点问题的报道要控制住一个热度

控制住热点问题中的热度，就是要处理好突出热点与分散热点的关系问题。对这个关系的适度把握就是：突出热点，不要白热化；分散热点，不致为模模糊糊。比如，前两年在对“承包”、“租赁”政策的宣传上就出现过“一刀切”、“白热化”的教训。在那个时候，“承包”“租赁”

被放大到“一包就灵”、“一租就灵”的绝对化程度，结果所谓的灵丹妙药并没有产生神话般的效果，有的承包或租赁企业效益下降，经营滑坡，不但使群众受到愚弄，记者们也有一种上当受骗的感觉。类似这样的问题，症结出在哪里呢？就是对于“承包”、“租赁”这样的热点问题缺乏冷静的思考和客观的分析。各企业、单位之间情况千差万别，哪有一“承包”、“租赁”就解决问题的道理呢？

三、对揭露性新闻要把握好一个硬度

揭露性新闻所涉及到的大都是敏感的问题，因此，把握好揭露的软硬度就显得至关重要。过软，缺少锋芒，会使人感到你的批评是隔靴搔痒；过硬，又会激化矛盾，产生不良后果。我在采写系列述评“倾斜的红十字”时就遇到了类似的问题。由于个体诊所的出现，使医疗市场出现了一定程度的混乱，特别是个体诊所与国家医疗机构之间形成的不平等竞争，使国家医疗机构的生存、发展受到严重威胁。如果单纯从这个角度出发对个体诊所加以否定，显然有失偏颇，因为个体诊所的出现还有积极的一面，就是它不但方便了群众就医，同时也使有限的医疗卫生资源得到进一步开发利用，特别是个体诊所的出现也逼着国营大医院不得不放下架子，改进服务态度和作风，你能说这种竞争没有积极意义吗？通过这样有理有据的分析，我在文章中既肯定了个体诊所的积极的一面，又揭露了个体诊所不平等竞争的消极的一面，

使文章入情入理,收到了比较好的效果。总之,我们强调把握好揭露性新闻的硬度,其目的就是要做到讲成绩,不使人松懈自满;讲忧患,不使人丧失信心。

四、在新闻写作中要把握好表现的尺度

随着时代的发展,追求新闻写作的形式美已经成为新潮流,这当然是件好事。新闻和文学一样,包括体裁、结构、语言、表现手段等要素,形式越完美就越能更好地表现内容。但追求表现形式美有一个度,就是不应当突出表现形式本身的美,而应借助于形式把内容恰当地、充分地、完善地表现出来,使受众为整个内容所吸引,不再去注意形式本身。宋代人刘熙载对杜甫的诗作过这样的评价:杜诗只有“有”“无”二字足以评之。“有”者但见性情气骨也,“无”者不见语言文字也。然而,我们有的新闻作品,特别是一些通讯、特写,常常堆砌了许多辞藻,令人感到别扭、造作,还有过分地渲染,言过其实的评论、评价、抒情等倾向性的过分流露,给人以“画蛇添足”之感。有些客观事实本来很真实生动,由于作者表现手法太露太拙太主观,反而打动不了人。总之,不能最好地表现内容的形式,不能算作完美的形式,而表现形式美只有否定自己,才能实现自己。

“共性新闻”的个性化处理

哲学常识告诉我们，共性与个性是一个矛盾的统一体。共性是个性存在的前提，而个性又是在对共性的不断否定之中，使共性得到不断升华，同时，个性本身也逐渐趋于完美。在新闻实践中，我们提倡或者说努力对“共性新闻”做个性化处理，其目的就是要寻求一种使新闻信息更广泛地传播的一种操作技巧。

“共性新闻”顾名思义是指在性质上相同的新闻。从横向看有政治新闻、社会新闻、经济新闻、科技新闻等等；从纵向看则有通讯、消息、特写、评论等等。所谓“共性新闻”也是相对于诸多种新闻媒体而存在的。实际上各种新闻媒体在对同一类新闻进行传播的过程也就是一个对“共性新闻”做个性化处理的过程。比如在对“京九”铁路开始修建这条新闻进行报道时，《人民日报》侧重宣传修建这条铁路的政治意义。而《经济日报》则侧重宣传它的经济价值。中央电台、电视台在报道这个消息时，除强调以上两点外，还在音响、画面上进行巧妙的点缀，从而使这条新闻更具感染力。总之，我们强调对“共

性新闻”做个性化处理的目的就是为了满足受众对新闻信息的不同层次的特殊需要。

对“共性新闻”做个性化处理是记者的基本功，也是增强新闻传播效果，实现新闻价值的必要手段。善于这样做的记者就能够笔下生花，化平淡为神奇。对“共性新闻”做个性化处理是记者综合能力的体现，并没有现成的办法和经验可供借鉴。下面结合自己的实践介绍四种“个性化”处理办法与大家商榷。

化硬为软，增强新闻的社会性

经济新闻是硬主题、硬题材的新闻，也是令众多同行头痛的新闻。如何把这类新闻写好写活，写得人人喜闻乐见喜闻乐听，我认为对这类硬新闻从社会性角度进行软化处理就是个好方法。1990年4月中旬，李鹏到上海视察30万吨乙烯、宝钢和大众桑塔纳三大建设工程，为配合这一重大政治经济报道，上海的《新民晚报》除了每天由记者从现场发回最新消息外，还编发了大量通讯介绍三大工程情况。然而，令人焦虑的是这些工程都是投资浩大，技术先进，工艺复杂的工程，如何写好这类硬性工业报道呢？记者们开动脑筋，化硬为软，分别写出了“夜访石化城”、“桑塔纳的时间表”等通讯，通过“夜访六十斤米丈夫”、“现代宝钢人的素质和观众”、“4分30秒造出一辆桑塔纳”等读者易懂喜读的角度和生活细节，反映出上海经济建设的崭新成就和上海工人阶级的时

代风貌。

化远为近,增强新闻的接近性

接近性是构成新闻的要素之一,这个“接近”可以包括时间因素、地理因素、心理共鸣因素等等。接近性因素越强,读者、听众的阅读、收听兴趣也就越大。比如,我们每个城市每年都要发布国民经济统计公报,它的统计数字既宏观又准确。但是,这些数字却与一般市民读者、听众离得太远。怎么样把这类经济公报新闻处理得让普通人感兴趣并能接受它呢?上海的《新民晚报》是这样办的,他们把一年 365 天的国民经济总产值的总数除以 365,得出上海一天生产的彩电、轿车、自行车数字和一天创造的价值。如上海一天可生产 1500 台冰箱,4800 台洗衣机,平均每天出口 1260 万美元商品等。这“一天”的时间因素就比一年更使人感到具体,有贴近性。在这种做法的启发下,上海市的各新闻单位分别开辟了“你知道上海的一天吗?”“你知道上海的每一小时吗?”“你知道上海的每一分钟吗?”等等专栏式统计报道,这样就把原本距离受众较远的事实变成了群众身边的,并与之息息相关的事,从而达到了较好的传播效果。

大事化小、增强新闻的针对性

针对性是一篇新闻有思想、有深度的具体体现,如果我们在采访、写作中能做到从大处着眼,从小处入手,就能够收到“一滴水反映出太阳的光辉”的效果。农业科

学技术的使用与普及促进了农业生产向深度和广度进军,这可以说是个大主题,作为一名跑农村的记者如何反映这个主题呢?1986年夏的一天,我到清河城镇望城村去采访时发现了一个怪现象:以往8月份正是水田除草的繁忙季节,今年这几千亩稻田里怎么见不到几个人影呢?一了解才知道这个村的稻田都用上了先进的药物除草剂。原来这个村每年仅水田除草就需用2万多个劳动力,现在500斤除草剂就解决问题了。我觉得这是一个反映农村推广科学技术的好素材,写出了“500斤除草剂,解放了2万个劳动力”的消息。从这个小角度来反映那个大主题其效果是显而易见的。

热中求冷,克服盲目性

关注热点,似乎是记者的一种职业本能。然而,并不是所有的热点都是我们报道的焦点。聪明人往往都会在这热那热中保持冷静头脑,进而出奇制胜。1990年本溪县县城兴起了一股办饭店热,县城不足两公里的街面上一下子冒出了126家饭店,这究竟是好事还是坏事?我在采访中了解到,饭店的兴旺虽然反映出经济发展了,人民的生活水平提高了,但是潜在的问题是人们在大吃大喝的同时是吃饱了肚子,吃空了脑子。按照这个思路我又把饭店的兴盛与新华书店的衰落进行了对比、分析,写出《1:126,一架倾斜的天平》这篇述评,在全县上下引起了强烈反响。试想,如果当时随波逐流人云亦云

地写本溪县出现兴办饭店热的新闻，那又该是一种什么样的效果呢？

对“共性新闻”做个性化处理还包括这样一些内容，比如报纸、广播、电视记者以及不同种类的报纸等媒体对同一件新闻的态度和不同的处理方法等。