

KINWEN CHUANBO JINGPIN DAODU

新闻传播精品导读

新闻(消息)卷

——范式与典例

总主编 刘海贵

本卷主评撰 孔祥军



复旦大学出版社

新闻传播精品导读

新闻(消息)卷

——范式与典例

主评撰 孔祥军

评 撰 黎明洁 许加彪 熊忠辉
姜 昕 宋祖华 万 珂

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播精品导读:新闻(消息)卷——范式与典例/
刘海贵总主编;孔祥军分卷主评撰. —上海:复旦大学
出版社,2004.5

ISBN 7-309-03989-0

I. 新… II. ①刘…②孔… III. ①新闻写作-学习参考
资料②新闻-作品-评论-中国-现代 IV. G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 030626 号

新闻传播精品导读:新闻(消息)卷——范式与典例
总主编 刘海贵 主评撰 孔祥军

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 顾 潜

装帧设计 孙 曙

总 编 辑 高若海

出 品 人 贺圣遂

印 刷 常熟市华顺印刷有限公司

开 本 890×1240 1/32

印 张 13.625

字 数 353 千

版 次 2004 年 5 月第一版 2004 年 5 月第一次印刷

印 数 1—6 000

书 号 ISBN 7-309-03989-0/G·527

定 价 20.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

总 序

刘海贵

总

序

1

新闻精品战略的提出,是20世纪90年代中国新闻界提出的最具魄力的口号之一,也是最具实际价值与意义的重大举措之一。

纵观中国乃至世界新闻史,任何一次新闻传播的变革与发展,任何一个新闻传播理念的提出与形成,都是与当时社会发展和时代背景所密切相关的。

正当世界处于世纪之交,中国正处于改革开放向纵深发展之时,每日每时产生的新事物、新现象、新矛盾、新问题等层出不穷,无可计数。在市场经济条件下,新闻作为一个特殊商品,也必然参与市场竞争。随着新闻市场的成熟,可以说,新闻市场也已从卖方市场向买方市场转化,市场呼唤品质优良的新闻作品。任何不想无为而治的新闻媒体都应当在剧烈的竞争中展示才华,求得生存和发展的空间。因此,新闻精品战略的提出和实施,就自然而然地摆上议事日程,这是大势所趋,不以人的意志为转移。受众是媒体的衣食父母,媒体所做的一切,都是为了受众。而中国广大受众,过去曾几度接触的是较多的假、大、空、泛

的新闻报道,他们企盼真实而优秀的新闻作品问世。所以,我们完全可以说,实施新闻精品战略,是时代的需要,是新闻竞争的需要,是广大受众的呼唤,是中国新闻业在新的时代、新的形势下面临的一个意义重大的紧迫课题。党中央审时度势,在具有重大历史意义的十四届六中全会及其决议中提出了著名的四句话:“以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”。这既是对包括新闻在内的整个思想文化战线的要求,也可视为实施新闻精品战略而吹响的号角。

所谓精品,原本是一个商业名词,意指高品质的商品。所谓新闻精品,意即高质量、高水准的新闻作品,也就是俗称的好新闻,包括好消息、好通讯、好言论、好版面、好栏目、好专题、好图片、好广告作品、好公关案例等。十四届六中全会决议中提出的著名四句话,完全可以视作新闻精品的一个衡量尺度。联系新闻实际,新闻精品具体的评判标准主要有——

政治性。判断一则新闻作品是否属于精品,首先应当从政治角度看问题。我们应当坚定不移地视政治性为新闻精品的首要价值标准,这也是无产阶级同资产阶级历来在新闻价值观上的明显区别。新闻精品必须具有震动人心、能在某种程度及较大范围产生重大影响的特质,必须能够引导形成正确的舆论,为人们排难解惑,树帜引路。这是因为,新闻工作本身就是一项政治性较强的工作,正如一位资深新闻工作者所说:“新闻工作者不是单纯的‘写稿匠’,他应该以一个政治家的眼光和态度去认识事物,并从中掘取能够解决社会矛盾、促进社会进步的‘珍宝’。”可以说,新闻作品若是所含政治性因素较弱或不含政治性,就难以产生强烈的吸引力和感染力,更无冲击力和震撼力可言,也就难以称得上是真正的新闻精品。当然,真理有时过了头也可能成为谬误,盲目追求政治上的所谓高度,任意添加或拔高,一味追求高、大、全,使新闻脱离客观实际;或是对一些影响社会心理稳定的敏感问题以及处于探索阶段的问题,不慎重对待,盲目追求所谓的“轰动效应”,这都可能会成为新闻精品的制

约因素,是我们必须警惕的。

显著性。许多专家、学者指出,新闻精品必须具有权威性和感召力,笔者十分赞同。新闻精品中涉及的新闻人物和新闻事件必须具有引人注目、非同寻常的特质。人物和事件要避免雷同,要张扬其鲜明的个性和特点,要尽量做到此人、此物区别于彼人、彼物。顾名思义,精品侧重一个“精”字,而这个“精”字则主要体现在对新闻人物和新闻事件选择的精心程度上。这些年来,中国新闻媒体先后推出的孔繁森、徐虎、钟南山、杨利伟等人物和1998年抗洪救灾、衡阳火灾消防官兵等事迹报道,影响力、感召力就非常巨大,其中的成功则首先体现在对人和事的精心选择上,他(它)们都具有显著性。

必读性。以往谈及新闻报道如何赢得受众时,往往总要提到可读性、通俗性等因素,这固然是保证新闻质量的重要因素,也是当前新闻竞争的重要内容,但是,这仅是新闻报道的一般性要求。新闻精品仅含有这些因素是远远不够的,新闻从业人员应当把可读性、通俗性等追求提升到必读性,即受众接触这则新闻后,不看、不听不行,欲罢不能。这就要求新闻报道反映的是与老百姓工作、生活密切相关的事情。你报道了他关心的事,反映了他的意愿,令他在情感上产生共鸣、共振,感到撩人心怀,因而就不得不看,不得不听。

我与复旦大学出版社新闻传播学的资深编辑顾潜先生在策划这套系列丛书时,我们从一开始拟定的编辑方针就是:不仅大学生喜欢,新闻爱好者喜欢,广大一线新闻传播从业人员也喜欢,力争成为他们采写新闻的一个好的范本,或使他们的新闻采访写作从理念和业务上达到一个新的境界。这是因为,我们所选的人物和作品都具各个时期、各个领域的典型意义,我们所作的评析都是详尽且注重理论梳理,我们的体例和范式都是新颖而别具一格的。

本丛书的各分卷主编均为各新闻传播院系的院级领导、系主任或教授,他们以精深的学术造诣和治学功底,为丛书精心打

造,使其总体上达到了较高的水准。

复旦大学出版社总编高若海教授、社长贺圣遂教授对这套丛书的编辑出版给予了很大的关注和支持。值得一提的是顾潜教授眼光深邃,以他积数十年的编辑经验,充分认定这套丛书的价值和广泛的读者群,并为其策划、组编、顺利出版付出心血。在此,我以全体作者的名义向出版社的专家们表示诚挚的谢意。

2004年春于复旦

全 书 评 撰

孔祥军：第一章—第四章

黎明洁：第五章—第六章

许加彪：第七章—第八章

熊忠辉：第九章—第十章

宋祖华：第十一章

万 珂：第十二章

姜 昕：第十三章—第十四章

目 录

第一章 新闻精品概述.....	1
第一节 新闻与精品.....	2
第二节 新闻事实与精品.....	6
第三节 主体意识与精品.....	7
第四节 新闻精品的定义与标准	11
第五节 新闻精品战略	17
第六节 新闻精品战略实施中的几个关系	20
第二章 新闻精品写作基础	24
第一节 新闻写作的基本问题	24
第二节 新闻精品写作基础	29
附 作品与评析	
《别了,“不列颠尼亚”》.....	44
新闻精品,尽在完美.....	46
第三章 新闻精品写作过程	52
第一节 精品新闻写作过程概览	53
第二节 分析材料,确定体式.....	57
第三节 概述事实,制作导语.....	63
第四节 展开情节,完善报道.....	73
附 作品与评析	
《今天立夏》	80
留心处处皆精品	81
《甘肃成为我国西部瞩目的科研基地》	84

把慢消息打磨成精品	86
第四章 新闻精品写作范式	90
第一节 结构范式	90
第二节 导语范式	93
第三节 主体范式	97
第四节 整体范式	100
附 作品与评析	
《我三十万大军胜利渡过长江》	110
“第二段”上见功夫	110
《当“非典”遭遇“高温”	114
精品在于出新	116
第五章 动态新闻及其写作范式	120
附 作品与评析	
《北京人争赏香山红叶》	123
对比出新意	124
《十五斤牛肉干成了难题》	127
宏观思维,慧眼识新闻	128
《革命圣地延安无铁路的历史结束》	131
在场景中展现五个 W	133
《武汉百里长堤巍然锁大江》	136
以节奏突出动感	139
《英文村的“战斗堡垒”垮了》	142
选材的立足点——可信	144
第六章 综合新闻及其写作范式	148
附 作品与评析	
《我国八亿农民搞饭吃的旧局面开始发生变化》	152
纵横捭阖,全面准确	155
《安徽省八万农民进城办第三产业》	158
点面结合,过渡自然	161
《我国中医研究当心别人赶上》	164

言之有据,令人信服	166
《“飞蝗蔽日”的时代一去不返》.....	168
以事明理,理直气壮	171
《浙江贫困农民依法享有最低生活保障》.....	174
手法多样,展示深透	177
第七章 人物新闻及其写作范式.....	180
附 作品与评析	
《经济学家赵集》.....	183
择取一枝绿意映春晖.....	184
《俞平伯赴香港说“红楼”》.....	187
妙用精彩的第一手引语.....	188
《李可染先生逝世》.....	191
笔下含情 写“活”讣闻.....	193
《昔日伐木建功 今朝栽树“还债”》.....	196
化繁为简和重点突出的有机统一.....	198
《我也是一片树叶》.....	201
扬起平民视角的清风.....	205
第八章 社会新闻及其写作范式.....	208
附 作品与评析	
《上海的严寒》.....	212
今昔对比大手笔 诗韵镶嵌文采美.....	213
《浙江:今年高考无“状元”》.....	216
热中求冷,正确引导	217
《蒜洲湾渡口“淹”出7000多人》.....	221
硬新闻的软着陆.....	222
《56名女工状告工厂投身侵权》.....	225
恪守客观和平衡的报道原则.....	227
《义乌外来务工人员首次当选人大代表》.....	230
寻找易“爆炸”的新闻点.....	232

第九章 经济新闻及其写作范式····· 236

附 作品与评析

《周末一条街夜市受欢迎》····· 240

胸有全局,于细微与平凡处见其大 ····· 241

《大寨也不吃火锅饭了》····· 244

以历史典型彰显新闻价值····· 245

《国资竞拍出“天价”“飞标”竟然是“废标”》····· 248

让人物和冲突亮相,让对话陈述事实和意见 ····· 251

《河南两重点项目贪大求洋酿苦果》····· 253

运用有效数据,在对比中显示指导意义 ····· 255

《武钢近7万人不再吃“钢铁饭”》····· 258

用经济新闻的“可用性”来吸引受众····· 260

第十章 科技新闻及其写作范式····· 263

附 作品与评析

《兰州出土写有文字的东汉纸》····· 267

准确恰当地反映科学发现····· 268

《人类征服肝癌的一曲凯歌》····· 271

少些专业性,多些新闻性和故事性 ····· 273

《我第一台类人型机器人亮相》····· 276

用知识性和趣味性吸引读者眼球····· 279

《按“智”分配造就亿万富翁》····· 281

写出科学技术的经济价值····· 283

《中国人的骄傲》····· 286

让科技精神在具体事实和典型数据中闪光····· 290

第十一章 述评新闻及其写作范式····· 294

附 作品与评析

《中国拒绝金融风暴登陆》····· 298

科学预测 决胜未来····· 301

《“天体大十字”预言宣告破产》····· 304

提炼富有针对性的主题····· 306

《“东北现象”引起各方关注》·····	309
形象性概括的魅力·····	312
《对水,要看得长远些》·····	314
运用发散思维 开拓报道深度·····	318
《国庆放长假 消费掀热潮》·····	321
用组合事实说话·····	323
第十二章 特写新闻及其写作范式·····	326
附 作品与评析	
《延安庆祝日本无条件投降》·····	329
精品源于成功的采写·····	331
《金山同志追悼会在京举行》·····	334
精雕细琢,一唱三叹·····	336
《这边明星表演 那边顾客受气》·····	339
在“画面”组合中升华新闻主题·····	340
《陕北有煤海》·····	343
以生动的形式包装内容·····	345
《“飞天”凌空》·····	348
定格,片断描述元数据·····	349
第十三章 会议新闻及其写作范式·····	353
附 作品与评析	
《全国优秀新闻工作者表彰大会在京开幕》·····	357
我们是记者,我们写新闻·····	359
《首都女记协纪念杨刚逝世40周年》·····	362
精选角度巧为文·····	365
《天安门事件完全是革命行动》·····	368
重要的事情要让人民知道·····	368
《NGO 全会代表批评西方新闻媒介缺乏公正》·····	372
巧用直接引语 精彩回放会议之声·····	374
《北京将投入250亿解决缺水问题》·····	377
为读者解读会议信息·····	378

第十四章 体育新闻及其写作范式·····	382
附 作品与评析	
《牛气冲天》·····	386
谈笑间尽显人物丰姿·····	387
《中国女排力克日本重夺世界冠军》·····	391
这一刻,心随我动 ·····	393
《重庆力帆告别中超》·····	397
重视第 12 人 ·····	399
《乔丹到底值多少钱》·····	403
将视线投向体育之外·····	405
《三分球,需要等 10 年吗?》 ·····	409
亮出最美的彩虹·····	413
编后记·····	418

第一章 新闻精品概述

美国著名未来学家约翰·奈斯比特说：“时代与时代之间，是催生新事物的时期，也是巨大的机会时期。时代与时代的交接中，一旦我们看到了前方的道路，我们就可以以个人和集体的力量来施加我们对时代的影响。请相信，我们正处在追求能生活得更美好的时代。”^①

新闻是时间的艺术，也是时代的艺术。当时代巨轮迎着人类纪元的又一个新千年和新世纪的曙光隆隆驶来的时候，中国新闻媒体领域的新气象如期而至：集团化经营、产业化运作，“厚报时代”、数字电视……新闻人在 20 世纪最后 10 年中所取得的新闻改革成就，必将为中国当代新闻事业史卷抹上浓重的一笔。

新闻业务领域的改革成就同样引人瞩目。继 1980 年代新闻界陆续推出散文式新闻（60 年代有过探讨，80 年代再度升温）、深度报道、立体报道、视觉新闻、现场短新闻之后，进入 90 年代，预测性新闻、精确新闻、新闻调查、新闻策划、新闻精品战略等崭新的新闻理念和体式，相继进入人们的视野。

其中，新闻精品战略的提出，即是“我们对时代的影响”，因

^① [美] 约翰·奈斯比特：《我们将进入一个什么样的时代》，载《中外管理》2003 年第 5 期。

而具有典型的时代意义。它显然使我们增强了追求媒体的“更美好的时代”的信念,对提高新闻报道的质量具有明显的推动作用,因而引起了媒体的特别关注——人民日报社即在1996年发起过“精品年”活动。不仅如此,新闻精品战略因与文化建设的“五个一工程”形成互动,而对政治文明建设具有直接的促进作用;因与“内容建设”一起构成了媒体经营链上的两个重要环节,也对媒体产业建构具有紧迫的现实意义。

所有这些,都为新闻学界和媒体业界展开新闻精品研究提供了充分的理论依据和实践空间。

第一节 新闻与精品

关于新闻,据说可以列举出上百个定义。若进行大致的归类,则“存在着并行不悖的两种新闻定义”:一曰“新闻是新近事实的信息”,一曰“新闻是新近事实的报道”。两种定义的共同点是,它们都概括或反映了新闻的“真”和“新”这两个基本特点(李良荣/2002)。而在新闻工作和日常生活中,新闻的语义中还包含着“新闻报道”、“新闻作品”和“消息”的涵义,且在许多情况下是很难分开的。如此,则新闻还具有变动性、即时性(网络话语中也作“实时性”)的特性。

关于精品,在汉语词典中还没有明确的界说。按一般推理,精品应是在“产品”的基础上推导出来的:产品有不同的等级品类,等级高者为上品,制作精良者为精品。但是,当“精品”进入人的主观认识层面的时候,就发生了问题:对产品等级的划分是由人完成的,而人的价值取向是多元的,对产品的评价很难确定一个统一的标准。尤其是,当产品是作为人的劳动的结果出现的时候,对精品的认定就可能仅仅成为一种假定。

姑且说,新闻是一种“产品”,是一种包含着人的主观认识和劳动的产品。如此,对新闻和精品之间的联系需要借助假定这个科学研究上的手段去实现。在新闻工作和日常生活中,人们对新闻与精品的联系通常有三种假定。

一、第一种假定:新闻是一种信息

在控制论的创始人维纳看来,“信息就是信息,既不是物质,也不是能”。按照维纳的这一判断公式,对新闻与精品之间的联系可以不置可否,不作假定。当然,这个公式也可以用来解构当下流行于新闻学界的一个新看法:新闻的基本功能是传播信息。

二、第二种假定:新闻是“易碎品”

显然,它包含着对“新闻不能产生精品”的判断,是一种反面的假定。用专业的尺度对这个判断进行解构,它是成立的:

- 1) 新闻事实的生命力是短暂的,从发生到报道,间隔时间很短,以媒体下一期的“截稿死线”(deadline)为界,“线”外判“死”。
- 2) 新闻作品的“寿命”也很短,一般只发生“即时效应”。受众可能会于事后记住曾经“发生了什么”,但往往不会刻意记忆作品本身的样式。因此,
- 3) 精品一般不与缺乏生命力的产品发生联系。

引人关注的是,这个反面的假定尚且在以下几个层面获得了认同:

1. 新闻的眼光

翻阅世界新闻史,1830年代美国“便士报”运动之前的新闻作品,鲜有流传;30年代到1917年美国“普利策新闻奖”设立,期间的新闻作品中,称得上“精品”的也不多。

2. 实用主义的眼光

新闻作品因其简短而被视为“豆腐块”,在现实中不太受社科界的重视,甚至连新闻工作者自己也不太情愿于此领域过久地驻足。综观中外新闻界,且不说查尔斯·狄更斯早年做记者