

实用

新闻 宣传学

SHI YONG XIN WEN XUAN CHUAN XUE

史振伟 高熠 著



中国传媒大学出版社

实用新闻宣传学

史振伟 高 熠 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

实用新闻宣传学/史振伟,高熠著. —北京:中国传媒大学出版社, 2011.3

ISBN 978-7-5657-0207-5

I. ①实… II. ①史…②高… III. ①新闻工作: 宣传工作
IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 056057 号

实用新闻宣传学

作 者 史振伟 高 熠

责任编辑 刘大年

封面设计 刘全乐 郭丽莎

责任印刷 范明懿

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 廊坊市金盛源印务有限公司

开 本 787×1092mm 1/16

印 张 20.875

版 次 2011年12月第1版 2011年12月第1次印刷

书 号 978-7-5657-0207-5/G·0207

定 价 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



增振同志

康樂祥和

一九九六年春



这是我国成就最高、影响力最大的记者，新华社原社长穆青赠送给本书作者的字。我们认为用这四个字指导有中国特色的新闻宣传工作很合适，“康”指新闻选材和立意要“以正面报道为主”；“乐”指采访写作时的心态要快乐，要采写那些能让自己感动的人和事；“祥和”指文章发表后产生的效果，力争能给刊发的媒体、文章所写的人和单位以及作者自己都带来吉祥，实现“三赢”。

干好新闻宣传工作有诀窍

（前言）

“外行看热闹，内行看门道。”这句话用在新闻宣传行业再合适不过了。我们眼前的社会热闹非凡，每天发生的大事、小事，好事、坏事，奇事、怪事多如牛毛，它们都是新闻宣传的好材料，可报纸的版面有限，电视台的时间有限，不可能都去报道。对一个新闻宣传的外行人来说，要从这些热闹的事情中提炼出几篇符合发表要求的稿件，还真不是一件轻松的事情。但对一个职业新闻工作者来说，就很容易了。职业记者知道哪些事情能报道，哪些事情不能报道；哪些事情可以多写点，哪些事情只能一笔带过。这当然不是因为职业记者天生聪明，而是因为他有着丰富的实践经验，懂得新闻宣传行业的规矩和窍门罢了。

新闻宣传行业有哪些规矩和窍门？这不是一两句话能说清楚的，否则高等院校里的新闻学院就没有存在的必要了；但其中的规矩和窍门也决不是需要学习三四年才能够掌握的，否则就不能解释为何不少新闻单位要招收非新闻专业的人士了。

我们两人获得文学硕士学位后在国内新闻宣传行业工作了近20年，当过记者、编辑，从事过广告、发行、策划、公关等工作，各种各样的新闻宣传活动都干过，积累了比较丰富的实践经验，自认为还是懂得这个行业的各种规矩和窍门。我们把自己的实践经验总结出来编写成这本书，与一般新闻学院专业教科书相比，这本书中的有些表述可能不够十分严谨，但总结出来的规律很实用，多数可以直接应用于目前的主流新闻媒体，特别是党报党刊和国有企事业单位办的行业报刊。我们相信，本书能够帮助新闻宣传行业的新人短时间内明白这个行业的主要规矩和窍门，又快又好地完成领导交办的新闻宣传任务。

建设有中国特色的社会主义，我国已经取得了举世瞩目的成就，经济总量已

经位居世界第二,赢得了国际社会的高度赞誉。搞好有中国特色的新闻宣传工作,我国也取得了一定的成绩,但离世界一流水平还有很大的差距。中共中央总书记胡锦涛2008年6月20日在人民日报社考察工作时指出:“当前,世界范围内各种思想文化交流、交融、交锋更加频繁,‘西强我弱’的国际舆论格局还没有根本改变,新闻舆论领域的斗争更趋激烈、更趋复杂。在这样的情况下,新闻宣传工作任务更为艰巨、责任更加重大。”要扭转“西强我弱”的国际舆论格局,需要我们每一个从事新闻宣传工作的人贡献出自己的聪明才智。本书算是抛砖引玉,希望大家都来著书立说,共同探讨中国特色新闻宣传工作的规律,推动我国的新闻宣传工作早日跻身世界的前列。

由于水平有限,本书错误在所难免,敬请广大专家和读者批评指正。

史振伟 高 熠

2011年8月17日

目 录

干好新闻宣传工作有诀窍（前言）	1
-----------------------	---

上 编 新 闻

第一章 干新闻工作前要弄清的问题	2
第一节 新闻与学问	3
一、新闻的学问在新闻之外	3
二、记者必须掌握的四门学问	5
第二节 新闻与政治	7
一、政治正确是第一位的	7
二、政治家办报的由来	11
三、“耳目喉舌”论的来历和发展	16
四、不断发展着的马克思主义新闻观	19
第三节 新闻与经济	24
一、多数新闻单位是企业，经营不善会倒闭	24
二、媒体的收入主要靠广告	25
三、财经类报纸很受欢迎	27
四、红包与“封口费”腐蚀着新闻工作者	29
第四节 新闻与历史	33
一、新闻是易碎品，成为历史文献不容易	33
二、不少记者喜爱写历史著作	35
三、史家办报思想	36

四、新闻主要记述的是“民史”	38
五、口述历史和影视史学	39
第五节 新闻与文学	42
一、新闻与文学的区别和联系	42
二、文人办报思想	43
三、副刊	46
四、新闻文学化尝试之一：新新闻主义	49
五、新闻文学化尝试之二：荒诞新闻	52
六、新闻文学化尝试之三：新闻散文化	54
七、不可阻挡的潮流：新闻娱乐化	59
第六节 新闻与科技	62
一、印刷术的发明催生了大众报纸	62
二、电子传播技术提高了新闻的时效性	63
三、摄影术让人们看到了精彩瞬间	64
四、电视把活动的世界真实呈现在人们面前	66
五、网络让人人都可成为记者和总编辑	68
六、科技改变着新闻的写作方法	68
第二章 新闻的主要概念	71
第一节 新闻有标准	73
一、新闻的定义	73
二、判断新闻价值的标准	74
三、新闻专业主义	77
第二节 新闻要真实	81
一、真实是大家的一致追求	81
二、事实真实、总体真实与本质真实	81
三、辩证看待合理想象	84
四、新闻造假	86
五、正解对待假新闻问题	89
六、新闻报道的客观性原则	90

第三节 新闻要有力量	93
一、无产阶级革命家重视新闻自由	93
二、新闻舆论监督的威力很大	96
三、搞负面报道一定要慎重	100
第三章 新闻采访	105
第一节 采访是新闻报道的前提	107
第二节 与采访有关的问题	108
一、采访权问题	108
二、付费采访问题	110
三、新闻线人问题	112
四、正确认识狗仔队	115
第三节 采访前的准备工作	119
一、人脉、资料的准备	119
二、器材、身体的准备	120
三、采访提纲的准备	121
四、态度要天天修炼	122
第四节 记者该怎么问	123
一、开场第一句话很重要	123
二、中间要问尖锐的问题	124
三、质疑是提问的基调	125
四、倾听和沉默也很重要	126
五、提问要注意国情	126
第五节 记者该怎么看	128
一、看是最常见的采访方式	128
二、记者要看得更多	129
三、记者要看得更细	130
四、记者要看得更深	130
五、看的时候不能过于冷峻	132
第六节 记者该怎么体验	134

一、不能带个人偏见	134
二、不能搞猎奇	135
三、不能过多关注心理活动	135
第七节 记者该怎么暗访	136
一、暗访是展现事实真相的有力手段	136
二、暗访要在万不得已的情况下才使用	137
三、暗访时要注意法律禁区	138
第四章 新闻写作	139
第一节 新闻文体的性质	141
一、新闻属于应用文	141
二、新闻属于记叙文	143
三、新闻不追求积极修辞	145
第二节 新闻的结构	147
一、新闻的外部结构	147
二、新闻的内部结构	148
第三节 新闻的标题	150
一、新闻标题的类别	150
二、评判新闻标题的标准	151
第四节 新闻的导语	155
一、新闻导语的演变	155
二、时效性强的导语写法	157
三、时效性不强的导语写法	158
四、导语常见的毛病及改正办法	161
第五节 写新闻需要直接引语	164
一、中外媒体对直接引语的态度不同	164
二、使用直接引语的好处	165
三、使用直接引语的注意事项	167
第六节 写新闻离不了旧资料	170
第七节 写新闻要注意平衡	172

第八节 精确新闻	176
第九节 深度报道	180
一、深度报道的由来	180
二、写调查性报道最需要的是勇气与毅力	181
三、写解释性报道需要有观点和大量的背景资料	182
四、要有充分的证据	183
五、深度报道需要特殊的结构	184
第十节 写内参的注意事项	186
第十一节 会议新闻写作	188
一、按新闻规律写会议新闻	188
二、写点会议花絮	191
三、“中庸之道”的写法	193
第十二节 通讯写作	195
一、主题一定要有政治意义	195
二、激烈的矛盾冲突不可少	196
三、要有感人的细节和响亮的口号	198
四、描写、抒情、议论都要用	199
第十三节 新闻评论写作	202
一、必须有新闻性	203
二、一定要有独到的观点	203
三、写新闻评论要注意态度和文采	204
第五章 写新闻常用的模式	205
第一节 按模式写新闻完全可行	207
一、已经有了能写新闻的机器人	207
二、学习借鉴不能变成抄袭	208
第二节 新华体	213
一、新华体主要适用于国内时政新闻题材	213
二、新华体的例子	214
三、辩证看待新华体	218

四、下级单位如何使用新华体	220
五、负面新闻报道如何使用新华体	222
六、新华体在不断发展进步中	224
第三节 南方体	228
一、南方体的由来及结构	228
二、南方体的例子	229
三、南方体写作注意事项	232
第四节 民生新闻	234
一、民生新闻的特点	234
二、民生新闻的例子	237

下 编 宣 传

第一章 宣传与新闻的异同	247
一、宣传的定义	247
二、宣传与新闻不同的地方	249
三、宣传与新闻相同的地方	250
第二章 议程设置	252
一、议程设置的有关理论	252
二、议程设置在宣传中的应用	253
三、网络时代设置议题不容易	255
第三章 新闻发布会	257
一、新闻发布会的历史	257
二、召开新闻发布会的目的	258
三、新闻发言人这个词有中国特色	259
四、既是人又不是人，发言人不好当	260
五、外交辞令少不得	262
六、外交辞令未来的发展趋势	264
第四章 典型宣传	266

一、共产党善于搞典型宣传	266
二、典型宣传的特色	268
三、典型宣传存在的问题	269
四、典型宣传在改进中	270
第五章 广告宣传	271
一、广告是付费的宣传	271
二、广告的历史很悠久	272
三、广告的效果能测量	274
四、广告创意的理论	275
五、广告文案写作的 KISS 原则	278
六、用好形象代言人	280
第六章 常态下的宣传策略	283
一、节庆日是宣传工作成绩的好时机	283
二、利用名人搞宣传	283
三、普通人的感人事迹也有宣传价值	284
第七章 激烈竞争情况下的宣传策略	285
一、精彩的电视广告很重要	285
二、妖魔化对手的策略很常用	287
三、人身攻击是个歪招	288
第八章 公众演说	290
一、公众演说的威力很大	290
二、发表公众演说需要有真知灼见	291
三、要用口语，要简短，还要有文采	291
四、达到高潮时可喊口号	293
五、引经据典能增强说服力	293
六、具体生动的事例很吸引人	294
七、客套话不可少	296
八、表演技巧很重要	297
九、电视演说是潮流	297

第九章 公关游说	300
一、游说是公开合法的职业	300
二、前政府官员是说客的主力军	301
三、游说花钱要谨慎	304
四、民意是游说成功的基础	305
第十章 新闻策划	306
一、媒体喜欢搞新闻策划	306
二、企业最热衷搞新闻策划	309
三、政府部门也需要搞新闻策划	311
四、新闻策划要掌握好分寸	312
学习穆青、梁衡好榜样（结语）	314
一、找个根据地，写自己最擅长的东西	315
二、看清大形势，始终与人民群众在一起	316
三、下大力气，写出几篇像样的文章	317

上 编

新 闻

第一章

干新闻工作前 要弄清的问题

“汝果欲学诗，功夫在诗外。”干新闻工作也是如此，不能把主要精力用在新闻作品的外在形式上。新闻工作者首先需要搞清楚新闻与学问、政治、经济、历史、文学、科技等的关系。