



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

电视新闻采编教程

张红军 邹 举 著



凤凰出版传媒集团

 江苏教育出版社
JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE

电视新闻采编教程

DIANSHI XINWEN CAIBIAN JIAOCHENG

张红军 邹 举 著

凤凰出版传媒集团



江苏教育出版社

JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE



图书在版编目(CIP)数据

电视新闻采编教程/张红军,邹举著. —南京:江苏教育出版社,2009.4

ISBN 978-7-5343-9026-5

I. 电… II. ①张…②邹… III. ①电视新闻—新闻采访—高等学校—教材②电视新闻—新闻编辑—高等学校—教材
IV. G222

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 045165 号

- 书 名 电视新闻采编教程
作 者 张红军 邹 举
责任编辑 孙 艺
装帧设计 李广珪
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏教育出版社(南京市湖南路1号A楼 邮编 210009)
网 址 <http://www.1088.com.cn>
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京理工出版信息技术有限公司
印 刷 南京玉河印刷厂
厂 址 中山门外胜利村路100号(邮编:210014)
电 话 84806386
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 22.5
插 页 1
字 数 468 000
版 次 2009年4月第1版
2009年4月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5343-9026-5
定 价 35.00 元
批发电话 025-83657708,83658558,83658511
邮购电话 025-85400774,8008289797
短信咨询 02585420909
E-mail jsep@vip.163.com
盗版举报 025-83658551

苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换
提供盗版线索者给予重奖

目 录

第一章 导 论

1

第一节 什么是新闻 / 1

- 一、《南京零距离》的启示
- 二、重视受众的需求

第二节 真实:新闻的生命 / 6

- 一、制造新闻、故意歪曲(故意造假):职业道德的缺失
- 二、主观妄断、真假不分(判断失误):调查核实的不足
- 三、摆拍重演、移花接木(表达低劣):制作观念的误识

第三节 电视新闻的分类 / 16

- 一、消息类电视新闻
- 二、专题类电视新闻
- 三、评论类电视新闻

第四节 电视新闻业务流程 / 22

- 一、发现:从新闻线索出发
- 二、了解:获取事实的真相
- 三、传达:新闻事实的讲述

第二章 电视记者

26

第一节 你适合当记者吗? / 26

- 一、充满好奇心
- 二、观察分析能力强
- 三、正直勇敢
- 四、适应别样的生活方式

第二节 电视新闻记者的道德素质 / 29

- 一、记者首先是一个有良知的人
- 二、有偿新闻和记者“拿红包”
- 三、保护被摄者应当成为记者的自觉

第三节 电视新闻记者的业务素质 / 34

- 一、较强的新闻敏感
- 二、熟练的采访能力

- 三、得体的出镜能力
- 四、(摄像记者)熟练的现场抢拍能力
- 五、较强的文字表达、视听表达能力
- 六、机动灵活能力

第四节 电视记者的思维方式 / 36

- 一、求异思维
- 二、聚合思维
- 三、逆向思维
- 四、形象思维

第三章 发现新闻

46

第一节 电视新闻取材的原则 / 46

- 一、新闻价值原则
- 二、电视表现力价值原则
- 三、新闻敏感与电视敏感的培养

第二节 新闻线索的来源 / 56

- 一、各级政府部门及各行业部门
- 二、其他媒体
- 三、观察体验
- 四、观众反映
- 五、新闻线人
- 六、各种会议
- 七、简报及书面材料
- 八、衍生新闻线索

第四章 采访中的访问(上)

64

第一节 访问与日常谈话的区别 / 65

- 一、目的性明确
- 二、交谈双方主次分明
- 三、具体性和明确性强
- 四、“人为”的谈话环境

第二节 访问对象的选择和了解 / 68

- 一、访问对象的选择
- 二、对访问对象的了解

第三节 访问环境和时机的选择 / 73

- 一、访问环境的选择
- 二、访问时机的选择

第四节 相关知识的准备 / 76

- 一、对政策知识的了解

二、对背景知识的了解

三、对专业知识的了解

第五节 提问的准备 / 80

一、问题提纲的准备

二、提问顺序的设计

三、“热场”问题的设计

第六节 访问中的物质准备 / 85

第五章 采访中的访问(中)

87

第一节 访问中问题的类型 / 87

一、事实性问题

二、观点性问题

三、调查性问题

四、情感性问题

第二节 两种提问方式 / 94

一、开放式提问

二、闭合式提问

三、两种方式提问的选择运用

第三节 提问的基本规则 / 101

一、准确简洁

二、具体明白

三、注重逻辑

四、口语化提问

五、注重倾听

六、控制方向

七、公正客观

八、沟通交流

九、讲内行话

十、一句一问

第四节 提问的常用方法 / 111

一、开门见山

二、循序渐进

三、迂回深入

四、刨根问底

五、联想假设

六、以误求证

第六章 采访中的访问(下)

120

第一节 问题的顺序和推进 / 120

- 一、问题的逻辑结构
- 二、问题顺序的一般规律
- 三、问题的推进

第二节 访问中的倾听 / 130

- 一、“听”的作用
- 二、“听”的状态
- 三、“听”的方法

第三节 访问中的回应 / 139

- 一、追问
- 二、质疑
- 三、打断
- 四、认可
- 五、总结
- 六、重复
- 七、征询
- 八、对述
- 九、救援
- 十、对沉默的回应

第七章 采访中的观察

154

第一节 观察：采访的重要“武器” / 154

- 一、获取第一手材料，验证间接材料
- 二、加深对事物的认识
- 三、发现新的报道线索
- 四、产生报道激情
- 五、有时是不可替代的采访手段

第二节 观察的方法 / 159

- 一、明确记者的角色定位
- 二、努力深入现场最前沿
- 三、观察视角宏微兼顾，更重微观
- 四、思考中观察
- 五、观察出数据

第三节 采访记者的观察 / 164

- 一、目的明确且灵活机变
- 二、观察与提问相结合
- 三、用身心去体验
- 四、多感配合，全面感受
- 五、注意采访对象的神情

第四节 摄像记者的观察 / 169

- 一、“两双眼睛总比一双强”

- 二、从理性到感性
- 三、双眼并用
- 四、拍摄环境的观察

第八章 理性材料的获取

174

第一节 理性材料的重要性 / 174

- 一、加强报道深度
- 二、提高可信度
- 三、作为论证依据
- 四、推进记者调查
- 五、弥补拍摄的缺憾
- 六、产生情感作用

第二节 理性材料的类别 / 178

- 一、文件
- 二、数据
- 三、证据
- 四、资料

第三节 理性材料的获取方法 / 184

- 一、资料检索
- 二、正面索取
- 三、迂回获得

第九章 电视新闻采访的类型

188

第一节 电视现场采访 / 188

- 一、新闻的现场
- 二、电视现场采访的特点
- 三、电视现场采访的任务
- 四、电视现场采访的要求
- 五、现场直播采访:电视现场采访的最高境界

第二节 电视人物专访 / 197

- 一、电视人物专访的特点
- 二、电视人物专访的分类
- 三、电视人物专访的要求

第三节 电视电话采访 / 204

- 一、电视电话采访的优势
- 二、电视电话采访的局限
- 三、电视电话采访的要求

第四节 电视连线采访 / 210

- 一、电视连线采访的定义

二、我国电视连线采访的发展历程及现状

三、电视连线采访的特点

四、电视连线采访的要求

第五节 电视隐性采访 / 215

一、电视隐性采访的定义

二、电视隐性采访的意义

三、电视隐性采访的适用范围

四、电视隐性采访的要求

第十章 电视新闻的拍摄

221

第一节 摄像记者的职责 / 221

一、确保采集到技术合格的视听资料

二、抓取能够反映事物本质的声画信息

三、熟练地进行现场场面调度

四、拍摄时要有编辑意识

第二节 拍摄的手段 / 225

一、挑选

二、等待

三、抢拍

第三节 增强现场感 / 228

一、增强现场感的必要性

二、过程的记录

三、同期声的录制

第四节 细节的捕捉 / 234

一、细节的重要性

二、细节的分类

三、细节的捕捉方法

第五节 记者出镜 / 240

一、记者出镜的作用

二、加强记者出镜的感染力

第十一章 电视新闻的整体结构

246

第一节 电视新闻节目的结构因素 / 246

一、现场画面(含同期声)

二、记者现场述评

三、访问对象同期声

四、电视新闻解说

五、其他因素

第二节 电视新闻结构的原则和要求 / 248

- 一、主旨突出,让观众欲于接受
- 二、清晰流畅,让观众便于接受
- 三、生动新颖,让观众乐于接受
- 第三节 消息类电视新闻的结构方法 / 250
 - 一、事件性报道结构模式
 - 二、非事件性报道结构模式
- 第四节 电视深度报道的结构方法 / 254
 - 一、结构的选择标准
 - 二、结构提纲的作用
 - 三、结构提纲的形成
 - 四、电视深度报道的常用结构方式

第十二章 电视新闻的编辑

271

- 第一节 电视新闻编辑技术 / 271
 - 一、线性编辑系统
 - 二、非线性编辑系统
- 第二节 视听元素 / 276
 - 一、图像
 - 二、图画
 - 三、字幕
 - 四、报道词
 - 五、人物同期声
 - 六、音响
 - 七、音乐
- 第三节 视听元素的组接和组合 / 281
 - 一、声画编辑的基本原理——蒙太奇
 - 二、画面的选择
 - 三、画面的组接
 - 四、声音的选择和剪接
 - 五、视听元素的组合
- 第四节 消息类电视新闻的编辑 / 289
 - 一、消息类电视新闻的编辑方式
 - 二、消息类电视新闻的画面编辑要点
 - 三、消息类电视新闻的声音编辑要点
- 第五节 电视深度报道的编辑 / 292
 - 一、深度报道的编辑特点
 - 二、深度报道的编辑方式
 - 三、深度报道的编辑要点
 - 四、现场直播的编辑

第一节 电视新闻写作的个性特征 / 297

- 一、非独立性
- 二、不完整性
- 三、结构独特性
- 四、作用多重性

第二节 电视新闻写作技巧 / 301

- 一、由谁来写
- 二、遵循“4C”原则
- 三、配合画面
- 四、结合人物同期声
- 五、根据节目类型,确定写作要点

第三节 为听而写 / 309

- 一、通俗化
- 二、口语规范化

第四节 为叙述而写 / 314

- 一、报道词的叙述能力和叙述地位
- 二、报道词的叙述方式
- 三、叙述视角
- 四、叙述的基本要点

第五节 为评论而写 / 323

- 一、电视新闻评论写作的特点
- 二、电视新闻评论写作的类型
- 三、电视新闻评论写作的方法

第十四章 当代电视新闻的特点和趋势

- 一、时效性的提高
- 二、现场感的提高
- 三、贴近性的加强
- 四、生动性的强调
- 五、深度性的追求

第一章 导 论

第一节 什么是新闻

一个广播电视新闻专业4年级学生曾对我说：“学了4年，我越来越不知道什么是新闻。”

这让我想到了一个故事。哥伦比亚大学传播学院的第一堂纪录片课上，教授问有多少人知道什么是纪录片？有4/5的学生举手。两年之后，当纪录片课程结束时，教授又问同样的问题，这次举手的只有1/5了。

毫无疑问，这一数字的变化说明同学们对纪录片的理解开始深化，认识到纪录片丰富的内涵和广博的外延。“知道的越多，就越清楚自己知道的很少。”

与“什么是纪录片”相比，“什么是新闻”似乎好回答一些。大多数一年级同学会有口无心地“新闻的定义，是新近发生的事实的报道”。也许个别人还会在“事实”前面加上一句“或正在发生的或将要发生的”作定语。

然而，那位同学的迷惑来自于你不可能拿这个定义来应付实习单位的新闻部主任。你的一个同学今天生病住院了，这在你实习的媒体中根本不算新闻。但如果生病的原因是学校食堂食物变质，这算不算新闻呢？新闻究竟是新近发生的什么样事实的报道呢？在现实生活中，新近发生的事实太多了，不可能也没有必要都作为新闻去报道。选择什么，舍弃什么有没有确定的标准？这个标准的依据又是什么？

一、《南京零距离》的启示

在探讨这个问题之前，让我们先来看看一个值得关注的新闻栏目——《南京零距离》。这是一档以平民百姓为目标受众的新闻栏目，每天一个小时面向江苏地区直播。开播不久，就创下南京地区收视率第一的神话，成为城市电视媒体的一个奇

迹。以下是笔者抽取的《南京零距离》2003年4月的两期节目内容。值得注意的是,这两档节目播出时正值美、英攻打伊拉克,在全球的目光都被战争报道吸引、各级电视台纷纷加大战争报道力度时,《南京零距离》却“反其道而行之”,很少选择战争报道,而收视率却是居高不下。

4月1日:

- 民工溺水身亡
- 建筑工人坠楼
- 车祸(3组)
- 大学生行窃
- 新闻下落:转校生得到妥善处理
- 一城市牛皮癣张贴者被抓
- 偷鸡不成蚀把米
- 水榭因何成住户
- 献皮救子后续
- 女儿吸毒不可救 母亲以毒攻毒
- 伊拉克战争回放
- 孟非读报
- 网上逃犯在宁落网
- 牛皮癣
- 居民与工地人员发生争执
- 邻里关系
- 立体绿化给南京城区添绿
- 税法宣传活动会成立
- 独家报道:大活人进了死亡档案
- 独家报道:没有手机何来的话费催缴单
- “口头承诺”不作数
- 选举风波
- 装中央空调需谨慎

4月5日:

- 一场家庭风波:零距离目击
- 女子坠楼:不幸身亡
- 涵洞:危险地带(车祸)
- 重现江湖 出师不利(偷窃)
- 和会街一消防栓被撞
- 一辆私车自燃
- 横穿铁路酿惨祸
- 大卡车深陷人行道
- 班次不够起风波
- 如此“小吃节”
- 岂能强买强卖
- 一男子在旅馆神秘被杀
- 这是钉螺吗?
- 屋内积水何来?
- 水果店打起价格战
- 江苏美食汇聚金陵
- 又到清明节
- 清明上坟 大树被焚
- 耕地为何成墓园
- 小狗取奶工
- 连线:解释钉螺问题
- 为要砖头 戳破轮胎
- 提高收费是否合理
- 独家报道:老婆,你在哪里?
- 独家报道:外出打工七年 孝儿至今未归
- “浪漫之旅”启动
- 徐州人来宁拉客
- 精神病人骚扰四邻 六儿女推卸责任
- 绝世夜明珠闪亮南京

从以上两档节目中不难看出,对于《南京零距离》而言,选择什么样的事实进行报道,取决于本地老百姓的需求,确切地说,取决于江苏地区平民的需求。伊拉克战争虽是全球瞩目的“大新闻”,但对万里之外的中国普通百姓而言,依然不如城市里发生的“小新闻”重要。正是了解了这一点,《南京零距离》才会“有的放矢”,长期获得高收视率。

可以说,新闻节目中传播者本位向受众本位的转换,是《南京零距离》成功的主要“秘诀”。

二、重视受众的需求

在“信息匮乏”时代,人们渴求信息的程度大大超过媒体所能提供的,于是,主动权和制导权掌握在传播者手中,传播者根据自己的意愿或主观判断决定传播的内容。而今天,在一个“信息相对过剩”的时代,受众可以在大量的信息中挑选自己感兴趣的東西,新闻真正具有了“消费性”。

再来看我们的媒体中的某些“新闻”,那些充斥着长篇报告、经验总结的大会、小会报道,那些空洞乏味的人物赞歌,那些板着面孔“教训人”的僵化模式,怎么会引起观众的兴趣?

CNN 著名主持人宗毓华在北京的一次座谈会上说到 CNN 是怎么做新闻时说:“什么是新闻?简言之,新闻就是人们不知道却又必须知道的事……我们节目播出之前,编辑们都要聚在一起开会。第一个问题常常是‘为什么观众会在乎这条?’如果想不出这条新闻对观众具有的意义,那它就没有播出的必要了。”^①

《南京零距离》的创始人景志刚曾说过一句令人深思的话:“按照传统新闻概念,我们现在播的很多东西都不是新闻,但用一种全新的眼光去看它就是新闻,而我们过去的新闻恰恰不是新闻。”^②

在我看来,新闻人具备这种“全新的眼光”是时代的要求。在一个受众定位日益明确的“窄播”时代,在中国新闻改革如火如荼、收视率成为衡量新闻节目质量重要标准的背景下,用“时代的眼光”来重新审视新闻的定义,重新审视新闻价值的因素,甚至重新审视那些曾一度被我们否定的西方新闻价值观,应当成为新闻理论和实践工作者的自觉。

“狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻”“能让女人喊一声‘啊呀我的天呀’的东西,就是新闻”“新闻是关于突破事物正常轨道或出乎预料的事件的情况”,如果说这些五花八门的关于新闻的定义是为了给可以称为“新闻”的“事实”廓定一个选择标准的话,那么,这个标准如何测定?由谁来测定?由受众测定,由传播者测定,还是由传播者代替他所估计预测的受众进行测定?难怪有些

^{①②} 《现代传播》,第 58, 60 页,2003 年第 2 期。

西方学者干脆说“新闻是报纸在它的新闻栏里刊登的,电台在它的新闻节目里广播的东西”。^①这似乎是一种循环论证。报纸的新闻栏里登什么?登新闻!新闻是什么?新闻是新闻栏里登的东西!似乎什么也没说,然而,这一定义显示出定义者对新闻实践工作的充分肯定,它隐含着这样的意思:所有新闻栏里的东西都是经过记者和编辑部严格挑选的,而挑选的标准无疑是受众本位的,是观众感兴趣的東西——这是这一定义的前提。

如此看来,暂且不谈什么是新闻,那些“新闻栏里刊登的和新闻节目广播的”不一定是新闻,而且那些大多数观众不感兴趣的东西一定不是新闻,至少它不属于我们所说的认识论层面的新闻。

依据这个标准,我们可以把中外历史上对新闻的定义按是否注重受众感受做一个简单的分类。

没有强调受众本位的新闻定义有:

新闻的定义,就是新近发生的事实的报道。——陆定一

新闻是一种新的重要的事实。——胡乔木

新闻是现在新的、活的社会状况的写真。——李大钊

新闻是新近变动的事实的传播。——王中

新闻是报道或评述最新的重要事实以影响舆论的特殊手段。——甘惜分

新闻者,最近时间内所发生,认识一切关系社会人生的兴味,实益之事物现象也。——邵飘萍

新闻是我说它是新闻的某种事情,是按我的标准,认为它值得被人知道的某种事情。——大卫·布莱克林(美广播节目主持人)

新闻是已经发生或正在发生的事情的报道。——约斯特(美国著名教育家)

新闻是最近报道的事情。——莫特(美国密苏里新闻学院院长)

新闻就是把最新的现实的现象,在最短的时间距离内,连续介绍给最广泛的公众。——道比法特(德国柏林大学新闻学教授)

新闻是根据自己的使命,对具有现实性的事实的报道和批判,是用最短时距的有规律的连续出现来进行广泛传播的经济范畴内的东西。——小野秀雄(日本新闻研究所所长)

新闻是变迁的记录。——英国《泰晤士报》

反常的事情就是新闻。——威尔·艾尔温(美国杂志作家)

新闻乃是女人,金钱和罪恶的纪录。——华尔克(美国报刊编辑)

狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻。——博加特(美国《纽约太阳报》采访

^① 麦尔文·曼切尔:《新闻报道与写作》,第48页,中国广播电视出版社1981年版。

主任)

能让女人喊一声“啊呀我的天呀”的东西,就是新闻。——爱德华(美国《阿契生市环球报》主笔)

.....

最后四条定义尽管已经暗含着对受众兴趣的估测,但毕竟是来自传播者主观的判断,并且会因为制度的不同及社会的发展变迁而发生偏差。

强调受众本位的新闻定义有:

新闻者,乃多数阅者所注意之最近事实也。——徐宝璜

社会上发生的,为大多数人民所关心的,有意义的事实,就是新闻。——徐铸成

新闻是新近发生的,能引人兴味的事实。能引起最大多数读者的最大兴趣的新闻,就是最好的新闻。——布莱尔(美国威斯康辛新闻学院教授)

新闻就是广大群众欲知应知而未知的重要事实。——范长江

构成新闻的要素是下列四个:第一,和大众有利害关系的,为大众所关心的,或是以引起大众的关注(或注意)的事物,第二,新鲜的事物,第三,用最迅速的方法及时传播,第四,大量散布。——恽逸群

.....

以上定义,从满足受众的需求出发,准确地反映了新闻产生的本质动因。仔细审视理解这些定义,对在实践中回答“什么是新闻”是极其有帮助的。

由此我们可以看出,什么是新闻,并不取决于传播者的主观判断,而要取决于它在多大程度上满足接收者的需要。传统新闻定义中对接受者客观需求的忽略使我们认识到,在当今新闻实践中,受众的需求成为回答什么是新闻的重要标准。所有的新闻记者和新闻编辑都应当时刻牢记:我们的观众会关心这个事件吗?他们想知道这个事件吗?

当然,受众的需求是随着社会发展而不断变化的,并且,不同地区、不同层次的人们对信息的需求也不尽相同,因此,新闻显然是一个相对的概念。同样的事实,在这个时期是新闻,在另一个时期就不是新闻;在这个城市是新闻,在另一个城市或者农村就不是新闻。20年前,给远在大洋彼岸的亲人发个E-mail是众人瞩目的新闻事件,而今,这无论如何成不了新闻。住户周围有个马蜂窝,这在大多数农村地区是很常见的事情,不应算是新闻。但若是在城市的小区里,就可以成为新闻了。

综上所述,我们可以看出,在实践中表述“什么是新闻”的关键在于什么样的事实能成为新闻。而毫无疑问的是,选择“事实”成为“新闻”的标准应当是目标受众的需求。因此,我们是否可以这样说:新闻是对新近发生的,能满足目标受众需求

的事实报道。

第二节 真实:新闻的生命

众所周知,事实是新闻的本源,是决定新闻存在的基础。新闻只是对事实的报道,是对客观事物的描述和写真。按照这一基本认识,一切新闻报道都必须如实地报道事实的真相,客观地反映事物的本来面目。真实是新闻的第一要素,是新闻的生命。

然而自新闻出现以来,中外新闻失实现象就从来没有消失过。新闻造假的现象屡屡出现,虚假新闻成了新闻传播中的一个痼疾。从1835年纽约《太阳报》的“月亮上发现‘鸟’一样的人”到1928年《大西洋月刊》的“林肯的亲笔信”;从1958年《人民日报》的“早稻亩产超万斤”到1961年美联社的“联合国秘书长哈马舍尔德与国家首脑会谈”;从1980年《华盛顿邮报》的“吉米的世界”到1983年联邦德国《明星周刊》的“希特勒日记”。这些著名的假新闻无不令全世界哗然。

近年来,随着媒体产业化进程的加快和竞争的日益激烈,争夺受众的注意力已成为中国各媒体的重要追求。在激烈的竞争中,各媒体纷纷加强受众本位意识,通过加快报道的速度、提高记者的采编能力、注重对新闻事件内在冲突的挖掘、改进报道方式等方法增加对观众的吸引力。然而,面对越来越“好看”的新闻,人们在感到欣喜的同时,也为越来越多的新闻失实现象感到遗憾和痛心。

从失实新闻产生的原因来看,主要有以下三种:

一、制造新闻、故意歪曲(故意造假):职业道德的缺失

早在20世纪30年代,鲁迅就曾经指出:“新闻记者要轰动读者,会弄些夸张的手段,是大家知道的,甚至于还全盘捏造。”^①1931年1月,上海《社会日报》登载署名为“密探”的《惊人的重要新闻》一文,声称“鲁迅被捕”。鲁迅的许多亲属和朋友听到这惊人的消息,纷纷写信询问实情,鲁迅不得不一封接一封地回信解释。他感慨万分:“文人一摇笔,用力甚微,而于我之害甚大。老母饮泣,挚友惊心。”^②鉴于当时的社会背景,人们似乎对“俯拾皆是”的假新闻并不太奇怪。然而,在21世纪的今天,类似的事情却令人震惊。

2003年10月28日,在某电视台一档社会新闻栏目中,出现了一条这样的新闻:在喧闹的城市街头,一名年轻男子突然晕倒在地。随着他身边女友的哭喊,路人展开了一场生命大营救。在施救过程中,一位路过的医科女大学生还毫不犹豫

^{①②} 杜荣进等:《中外新闻采写借鉴集成》,第44页,浙江教育出版社1990年版。