

21

世纪
新闻传播学
应用型教材

丁邦杰 / 著

时评要领

THE ESSENTIALS
OF COMMENTARY
WRITING

非
外
借

21
世纪
新闻传播学
应用型教材

丁邦杰 / 著

时评要领

THE ESSENTIALS
OF COMMENTARY
WRITING

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

时评要领 / 丁邦杰著. —北京: 中国人民大学出版社, 2018. 10

21 世纪新闻传播学应用型教材

ISBN 978-7-300-26225-3

I. ①时… II. ①丁… III. ①时事评论-新闻写作-高等学校-教材 IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 208984 号

21 世纪新闻传播学应用型教材

时评要领

丁邦杰 著

Shiping Yaoling

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东君印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 24.75 插页 1

字 数 401 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)



版 次 2019 年 1 月第 1 版

印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷

定 价 58.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

序 | 有道有术乃良师

鄢烈山^①

丁邦杰老师之前出版的两种涉及新闻传播领域的专著，令我对他刮目相看：他不是我这种书呆子式的报社编辑与评论员，也不是一般的懂得政治把关和经营管理的媒体高管，更不是大学校园里某些光说不练的新闻学教授。他的工作经历、阅历和思考成果凝结成兼有并超越以上三种角色的这本书即《时评要领》。同时，他使我对新闻传播领域的教师和著作刮目相看：他们传授的不都是屠龙术，学生也不是只得到一纸混世界的通关文凭。

丁老师已出版的那两种书，一是《新闻纷争处置方略》（江苏人民出版社，2011年），二是《企业危机公关中的媒体攻略》（江苏人民出版社，2015年），都是煌煌大著，前者52万字，后者41万字。“面面俱到”对这两本书不是贬义词，而是意指实操性很强的褒义词。像律师的职业道德要求“各为其（雇）主”没有什么可非议的，丁邦杰这两种书教人的都是正派与合法的手段。你看，他讲企业危机公关的种种技巧时，提出“纠正几种危机公关误识”（1. 搞掂媒体——出发点就错了；2. 无敌公关——期望值过高了；3. 金钱开道——成败论难料了；4. 欺骗隐瞒——灯下黑不能了；5. 斗智斗勇——树敌法碰壁了；6. 强势堵嘴——征服欲反弹了）。这是我所喜欢的，也是某些不走正道的人可能遭遇的滑铁卢。

有此前缘，他约我为他的这本《时评要领》写前言，我便请他将电子书稿发我先睹为快，看了再说。讨来一看，果然就放不下手了。又是大部头，电子文本显示是688

^① 鄢烈山，中国著名时评家、鲁迅文学奖获得者。曾任《南方周末》高级编辑，现为纪事丛书《白纸黑字》主编。已出版《点灯的权利》等个人文集二十余种，另著有传记《威风悲歌：狂人李贽传》等。

页；又是那么缜密生动，而且对我这个时评写手更切近、更有用。

全书分时评概论、选题、架构、论法、类别、声像、文风、投稿等八章，可谓条分缕析，言之谆谆。幸好还只是“时评要领”，否则恐怕要1 000页了！

显然，本书的基础是他这些年在大学主讲时评的教案。这不仅表现在全书结构的完整方面，也表现在语言的生动活泼——口语化方面，不避年轻人习惯使用的网络语言，有时甚至有活跃气氛的调侃性说法。

但是交付出版社之前，他又进行了梳理，改写了最新的教学案例，以便读者有亲近感和新鲜感。比如，书中写到了2017年7月5日《锵锵三人行》谈的主题是特朗普与辛普森。“这么严肃高端的国际话题，却从普通公民个体的视角去看去分析。主持人在周轶君和马家辉之间串联、收拢，非常得体。”

这本书的读者是大学本科的学生，也适宜社会上有志于在时评写作方面求发展的人阅读，基础性、实用性很强。与此前出版的那些时评写作教材相比，它不偏重研究性地讨论问题，而是着重讲时评写作的基本知识，但又比此前所有时评写作的讲义更周全、更扎实。

全书既有论时评写作之道的章节，比如我非常认同作者对优秀时评人素养和品格的概括（民主意识：平等主义思想，尊重论辩规则。关注天下兴亡，积极参与意识。法律观念浓厚，人民利益至上。坚持协商理念，论理不强加于人。权贵面前，毫不畏惧。科学精神：评论事实求真，理性存疑权威，认真容纳异见，追求创新思维。实践检验思想，勇于自我否定。独立人格：自主意识、自控意识、批判意识、社会责任意识、个性意识、敢于首先发声意识、善于恰当表达意识，经得起实践检验意识），强调“当代公民的责任修为”，是“时评写作者融入时代、介入社会的自我精神要求”。

同时又不避世俗与功利之讥，专辟一章，真诚地为习作者指点投稿迷津。稿件是文化产品，投稿当然要讲适销对路。作者以《新京报》的时评专版为例：“应该能发现这家报纸是不喜欢时评引进杂文写法的。你有道理直接明白晓畅地讲出来就好，只要事实靠谱、论据充分，能成一家之言。”

在“登门拜访的最佳时机”这一节里，讲“在和编辑已经熟悉的情况下，有条件或有重要稿件可去编辑部接受耳提面命”。作者引萧军、萧红等人得益于结识鲁迅，马云专程登门向日本企业经营四圣之一的稻盛和夫取经，说明中国的人际交往，对登门

求教有特别的看重。

小时候我看《封神榜》之类的戏剧和小说，厉害的人都有一个了不起的师傅，就像哪吒之有太乙真人，或者，某个英雄被打败了，重回山洞找师傅苦修几年，再出山就出手不一般了。这样的良师一定是有道有术的。丁邦杰老师虽然没有秘而不宣的武功秘籍能传，也没有奇门遁甲之术可授，但是，认真研习他的这本书，多练一练，对于时评写作者必有进益。至于时评写作所需要政治、经济、法律、逻辑、历史和社会学、统计学方面的基础知识，那当然不是这本书可以教会的。

对于我来说，读这本书的收获主要有三点。

一是提振了我对于当下从事时评写作的信心。

2011年底退休以来，我没有了工作压力，但也渐渐丧失了写作时评的热情和锐气。尽管我知道“江山代有才人出，各领风骚没几年”是很正常的现象，自改革开放以来40年之经验，言论尺度时松时紧也是规律，但是对言论自由的期待总是过于理想化，不免多有消极判断。丁老师此书一开篇就给我信心和力量。你看第一章“时评概论”的前两节标题，哪一个不切实呢？

想一想，可不是吗？传统的纸质报刊衰落了，可是新媒体方兴未艾呀！过千万的微信公号等自媒体发布文章，有不少是时评。只是细化了，可能有的只讲经济，有的只讲法治，有的只讲婚姻家庭，不一而足。“微信对于时评的意义不仅在于用户数量庞大，而且它的交流性表达、圈层式传递、非正统语言、平视切入、差异性观点，给时评体裁的写作方式、发表形态、黏性程度带来了革命性的重大变化。”

再看BAT三巨头，腾讯已办“大家”频道多年，阿里新收的UC网办了“名家”频道，百度奋起直追改造升级“百家”，纷纷出高价争抢有影响力的评论作者。还有“今日头条”“看天下”等新媒体也参与其中。丁老师说，不是名家，但“自嗨”也很有特点：“自嗨”的评说“快比全重要，批比颂更多，评比述靠谱”。

坚信人之异于禽兽者，是有思想，是有发达的语言交流思想；那个“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的范仲淹，他的誓言“宁鸣而生，不默而死”，也是许多志士仁人和爱国者的人生信念。

二是弥补了我对于时评的许多认知不足。

最明显的当然是第六章“时评声像”，电视台、电台、视频网站等媒体的时评，我

以前很少关注，从此书中得到了一些了解。关于杂文与时评的交集与区别，我有过思考但没有细心研究。关于时评的选题与写作，我有朦胧的感觉，但没有那么深入探讨，凭惯性与直觉写作。如果早有这种教材出版，我也会答应退休后去大学讲评论写作的，换几个自己熟悉的例子，添加一点自己的心得就可以了。

三是阐述了一些时评理论的创新观点。例如，书中提出并阐述“时评的新闻信息首发性”，是传统媒体的新闻评论和传统新闻评论教科书所没有论及的。作者用“数量最多、影响最广、用途最大、作者最众、传播介质最为纷呈、呈现形式最为多彩、发展势头最为迅猛的一个品种”来概括当今时评在新闻体裁十八般武艺中的显赫地位，令人耳目一新。他对时评“‘切’的学问”的理解和阐述，操作性很强。特别是书中对“新媒体正盛的碎片化时评”展开分析，充满着新鲜新意和新论新知。这些都是难能可贵的理论贡献。

最后，我想说，本书里引了毛泽东与李敖做范例，应该补充说明的是，毛泽东是个革命领袖、政治家，他笃信“谁是我们的敌人？谁是我们的朋友？这个问题是革命的首要问题”，坚信“枪杆子、笔杆子，夺取政权靠这两杆子，巩固政权也靠这两杆子”，对于他来说一切为了达成革命目标，政治效果考量第一，拿起“笔杆子”著文，主要是为了宣传鼓动；而我们这种普通公民发表意见、交流思想，崇真求实，“书生意气”，以表达自己真实而独到的想法为出发点，以促成社会共识为归宿，写作态度是不完全一样的。

至于台湾李敖，既是作家，也是文化商人，“五十年来和五百年内，中国人写白话文的前三名”，都是他李敖之类自吹自擂，足见其言之夸饰。其人坐井观天，自命不凡，为文情胜于理，我终不以为然也。

2017年10月3日

第一章 时评概论 /001

第一节 媒体进入热卖观点新时代 /006

- 一 新闻同质化竞争倒逼传统媒体卖点转移 /009
- 二 公民议政参与热引发众口评说之潮涌 /012
- 三 时效性滞后促使传统媒体观点求胜 /015
- 四 思想深度策略催生时评发展的春天 /017

第二节 公民自由评点江山之利器 /020

- 一 新形势下舆论表达方式日趋多元 /022
- 二 民主诉求催生千千万万公民写手 /024
- 三 网络新媒体开辟了时评新天地 /026
- 四 党和国家需要倾听人民的声音 /028

第三节 时评的定义、特点和涵盖种类 /030

- 一 定义标识时评的基本功能 /032
- 二 从传统新闻评论到公民时评的变革 /035
- 三 时评的语言、构成的要求完全不同于消息 /038
- 四 传统分类与泛媒体时评拓展创新 /040

第四节 当今时评讲究的思维方式 /042

- 一 常理推导, 不违背基本逻辑 /044
- 二 与时俱进, 不逆时代而动 /048
- 三 追求出新, 不说正确的废话 /050
- 四 有机联系, 观点与事实一张皮 /052

第二章 时评选题 /058

第一节 选题决定评析的基本价值 /060

- 一 时评选题的基本概念 /062
- 二 时评选题的方向性导引 /065
- 三 时评选题展现写作者的思想深度 /067
- 四 时评选题关乎受众阅读效果 /070

第二节 选题获取的主要渠道 /073

- 一 在媒介报道的新闻中捕捉 /074
- 二 在社会突发事件里寻找 /077
- 三 在街谈巷议的焦点中思考 /079
- 四 在工作的文山会海里挖掘 /082

第三节 选题需要考虑的关键因素 /085

- 一 事件性选题的四个要素 /086
- 二 非事件性选题的三个标准 /089
- 三 周期性选题的价值判断 /091
- 四 新颖、深刻、现实针对性 /094

第四节 选题转换为主题之间距 /096

- 一 时评主题是选题的具化 /098
- 二 时评主题是立论的雏形 /100
- 三 构思与寻找时评三要素 /103
- 四 查核新闻由头来源及其可靠性 /105

第三章 时评架构 /109

第一节 作者为文的思路、布局、编排 /110

- 一 时评架构的基本概念 /112
- 二 按内容需求组织时评结构 /114
- 三 照受众口味安排层次关系 /115
- 四 兼顾表达形式和个人风格特点 /117

第二节 常见的时评结构方式 /121

- 一 依照逻辑关系的三论式结构 /122
- 二 依照层次关系的四构式结构 /126
- 三 依照受众阅读心理的四法式结构 /129
- 四 依照文章表象的四式结构 /133

第三节 开头、结尾、中腹的表达规律 /136

- 一 靠什么开头就引人入胜 /137
- 二 精彩本论的决定性因素 /140
- 三 引发思索余味悠悠的笔法 /143
- 四 结构最要防止程式化毛病 /146

第四节 标题抓人夺睛的要诀 /147

- 一 时评标题不同于新闻标题 /149
- 二 时评标题成立的基本要求 /151
- 三 时评标题的惯常类型 /154
- 四 时评标题的创优套路 /156

第四章 时评论法 /160

第一节 确立论点的四大层面判断 /162

- 一 新闻事实真伪和走势的判断 /164
- 二 时评价值大小和典型的判断 /166
- 三 具体事实成因的性质判断 /169
- 四 论点普遍性适用的判断 /171

第二节 论证的逻辑方法与常见谬误 /173

- 一 时评观点的七大逻辑证明 /174
- 二 时评说明观点的简单方法 /177
- 三 把论证和解释的界限划清楚 /181
- 四 谨防论证中的八种谬误 /182

第三节 论据可靠所取决的因素 /185

一 时评论据的主要种类 /187

二 时评论据的基本要求 /190

三 论据引述的方式方法 /192

四 论据议论交融常见句式 /195

第四节 论的切入角度和表达效率 /197

一 时评写作者应当如何站位 /197

二 “切”的学问关乎时评生命力 /200

三 效率优先将“论”投入 /202

四 时评三要素心中有写时无 /205

第五章 时评类别 /209

第一节 公论及其把准身份定位 /210

一 公论现有的基本种类 /211

二 身份决定论的表达口径 /220

三 公论的特色化展现 /222

四 转型贴近的时代要求 /224

第二节 个论的自由发挥空间 /226

一 空前宽广的个论驰骋场域 /227

二 能重点突破的几个方面 /229

三 拓展的界宽和禁忌 /231

四 创优的基本套路 /233

第三节 介于两者之间的述评 /234

一 在叙事和评析之间驰骋 /236

二 论要咬定青山不放松 /238

三 对新闻事实承担全责 /241

四 在微观基础上评的推展 /243

第四节 新媒体正盛的碎片化时评 /244

一 微博里的博大空间 /247

- 二 微信中无所不在的互动评论 /248
- 三 BBS 论坛仍是网络舆论主战场之一 /251
- 四 “自嗨”评说的主要笔法 /253

第六章 时评声像 /256

第一节 广播时评 /258

- 一 行走在空中评点江山 /260
- 二 突破纸媒评论传统思维 /262
- 三 锁定听众对象讲道理 /265
- 四 各具特长的四种评点方式 /267

第二节 空中制约下的风格拓展 /269

- 一 篇幅精悍主题集中 /271
- 二 思想对流双向互动 /273
- 三 语言直白论理晓畅 /275
- 四 音响评论的特有空间 /276

第三节 电视时评 /278

- 一 有图有声有理有真相 /280
- 二 电视时评复杂的构成要素 /282
- 三 四大基本表现形式 /284
- 四 当前电视时评存在的问题 /286

第四节 形象化电视评论组织要点 /287

- 一 实现单向向多向的飞跃 /289
- 二 尽量用视听语言主评 /290
- 三 各道环节的抢抓时效 /292
- 四 小心悖论在不协调中产生 /293

第七章 时评文风 /297

第一节 风格特征事关时评生命力 /298

- 一 时评文风的两方面内涵 /300
- 二 立论和驳论的站得住脚艺术 /305
- 三 毛泽东时评风格嬗变的轨迹 /308
- 四 言之无文行之不远 /310

第二节 受众喜闻乐见的论述方法 /312

- 一 平视的态度行文论理 /314
- 二 有的放矢设置论题 /316
- 三 深入浅出的通俗语言 /317
- 四 幽默诙谐的表达手法 /319

第三节 个性化评析的语言风格 /321

- 一 起步达标才能追求个性 /324
- 二 个性特色彰显的标志 /326
- 三 话语个性反差下的共性三追求 /328
- 四 个体评析特征影响媒介 /330

第四节 时评和杂文攀亲结缘的问题 /333

- 一 非中国独有的文艺性政论 /334
- 二 时评和杂文的交集与分野 /336
- 三 两种文体写作之异同 /338
- 四 各自“拿来”的典范之作 /340

第八章 时评投稿 /343

第一节 把握市场需求精准发射 /344

- 一 品读目标媒体刊载样本 /345
- 二 分析媒体性质和口味 /347
- 三 揣摩写作特色与要求 /349
- 四 几家主流媒体时评介绍 /351

第二节 稿件自身需要把几关 /353

- 一 引述事实一定要靠谱 /355

二 政治立场不要站错位 /356

三 逻辑推理防止有硬伤 /359

四 用词用语万勿侵权 /361

第三节 和编辑关系如何相处 /363

一 经常投稿靠稿件结缘 /365

二 虚心求教敬请指导 /367

三 登门拜访的最佳时机 /368

四 良师益友是最高追求 /369

第四节 写作者素养起决定性作用 /371

一 新闻人的基本素养 /372

二 评论者的特殊素养 /373

三 优秀时评家的高尚品格 /375

四 当代公民的责任修为 /376

后记 /379

第一章

时评概论

在当今中国传媒乃至世界传媒新闻体裁的十八般武艺中，时评可以说是数量最多、影响最广、用途最大、作者最众、传播介质最为纷呈、呈现形式最为多彩、发展势头最为迅猛的一个品种。

舆论，是公众在特定的时空里，对特定的公共事务公开表达的基本趋于一致的信念、意见和态度的总和。它是社会评价的一种，是社会心理的反映。

构成舆论的要素的内涵，虽然有新闻信息的传播，但它的主体，应该还是最广大人民群众即公众的观点或意见。

那么，作为舆论传播介质的媒体，其纷繁复杂的表达形式中，哪种体裁还能“荣享”前面授予的“七最”美誉呢？当然只有时评。除此之外如消息、通讯、特写、调查报告、专访、新闻公报、深度报道等没有一个品种可以与时评争这个殊荣。没有一位媒体总编、台长、社长不认为评论的地位要远高于新闻报道本身。“媒体旗帜论”，是中外新闻界对时评早已耳熟能详的权威定论。

时评不单是一个国家和民族的“起居注”，而且鉴于其思想的力量、对舆论的干预性，在记录历史之外，又增加了一道催生未来的功能。

诚然，如果单从传统媒体如报纸、广播、电视、新闻性杂志中看，时评在发表数量上并不能压倒作为新闻信息传播的新闻报道。这除了要理解时评“七最”表述的角度是基于广义媒体介质、广义新闻外，还要突破新闻体裁认识和划分的局限性，即时评中传输的新颖观点也属于信息。

2017年3月14日《南方周末》的《刺死辱母者》震惊社会，这条新闻瞬间引发了网民排山倒海地发表时评。据人民网舆情监测室披露，它“拉开了近年来百万级跟帖评论的序幕”。另有媒体报道，全国网络和移动媒体“一天时间引起上亿网友的评论”。当年《南方都市报》的《被收容者孙志刚之死》，成为中国废除劳教制度的导火索，其影响力之大、震撼力之深，足以载入当代中国新闻史。但它的反响还没有这次来得迅猛。其间时隔14年，人民舆论对社会热点焦点的关注和参与程度，质和量都有了n次方的爆发性提高。原发报道必须客观中立，受众时评却扯开了观点的大旗——这些舆论几乎倾覆了山东聊城法院的判决权威。时评在这场浩大的舆情浪潮中，不仅担纲着主唱的角色，而且，其多维视角、多样剖析、多头论证、多重探究、多方观点，哪一方面不算新的信息传递和旧的信息深度再生产？尽管熙熙攘攘的“吃瓜群众”跟在后头随帖喊打，密密麻麻的平头百姓为那“凶手”变相点赞，但合计起来也还是一种舆论倾向信息。

如果有人抬杠说，你举的案例太重大太典型啦，出现这种情况的概率并不高。

首先，我们要用当今互联网舆论事件形成热点焦点的基本规律，来论证视角多维、观点复杂、风格多样的时评已然成为新闻信息传播的主体之一。根据国务院新闻办实施的“互联网内容采集分析系统”和北大方正“方正智思互联网采集分析系统”大数据算法，可以推出我国舆情热点焦点呈此起彼伏的特点，基本上一周时间左右就会更迭替代。全年只有极少数网络热点可以长期发酵、霸占论坛。因此，没有“刺死辱母者案”，也会有其他热点焦点成为时评的中心议题。这波舆论高潮过后，还会有下一波舆论高潮扑将过来。

其次，我们要看到今日时评的外在形式，已经不能简单用长短字数来定义衡量。记得郭美美事件吗？中国红十字会曾经在事后发表公开声明、组织新闻发布会，目的就是切割撇清。电影导演冯小刚对此在网上只发出一个字评价：“呸！”谁想到，短短一个小时全国网民跟在后头，发出了240 000个“呸！”，这创造了史上最精练、最旗帜鲜明的微时评浪潮。愤怒、抨击、蔑视、嘲讽、批驳、群殴、对阵、厌恶、幽默、戏谑……这一个“呸！”字，内含的观点态度信息量之大之深，迄今还无人能够完全解读。如果谁把这24万个“呸！”，只当作网民起哄跟帖，那就看低了舆论水平，忽视了人民智慧，对互联网生态环境的认识还属一个“桃花源中人”——不知有汉，无论魏

晋也！所以，用传统的新闻评论模本来套新时代时评，就一定会显出苍白且落伍。如果能解决这个认识问题，我们对时评质的度量界定，就会进步很多。

再次，时评的新闻信息首发性，更是实践早已走在理论前面的现实。过去多少年，传统媒体的新闻评论实践和关于新闻评论的传统教科书，都强调抓过一个已发表的新闻由头来发挥。现在，大量的时评既是新颖论点的展现体，也是新闻发布的第一者。它并不按常理出牌循规蹈矩，它等不及记者先报道后通过引用评说来是非臧否。《新京报》的“圆明园湖底防渗工程”系列时评，就凸显出这样的特点。该报12篇大作“单兵作战”，紧紧抓住这桩事件的进展节点，盯住变动中的新闻不放，连续进行理性评点，直至国家环保局要求工程的有关方面“全面整改”。当然，时评首发新闻，还不至于抢了新闻报道记者的饭碗。但它已经形成了一种竞争态势。在教授新闻评论写作的教师对此种写法还说不出所以然、教科书对此暂付阙如的情况下，这既是新闻时效争抢之使然，也是大量非专家时评主流作者对新闻评论领域的实践创新。所以，人们总笃信康德的箴言：“理论是灰色的，而生命之树常青。”这位欧洲先哲的话，放在我们这儿用于认识今天时评的身份和身价，也是颠扑不破的真理。

时评和传统的新闻评论相比，已经有了极大的变革。著名时评家鄢烈山先生认为，新闻评论只是时评的子集。^① 沉睡在图书馆里那些汗牛充栋的关于评论写法的论著，以及那些习惯用老眼光来分析者，均无法准确定义和解读今日时评的许多个ABC。

从内容选择看，传统新闻评论的选题和新闻由头，基本取自已经发表的新闻报道，评论只是新闻报道的附属品。它起着深化新闻、揭示思想、表达判断的作用。时评却在新闻报道和作者自己的耳闻目睹及其他未报道的内容上，几面选题和取材。它不受已经报道或尚未报道的限制，只要具有评论价值，纵横驰骋皆成文章。

从写作者队伍看，传统新闻评论的写作者，只局限在传统媒体里供职的极少数评论编辑或总编那里，而群众投稿刊登播出的机会概率是很小很小的。老报人张季鸾先生主笔《大公报》期间，看完大样写评论，那种倚马可待的水平，曾经为几代新闻人所景仰追求学习。如果单从个体新闻业务上看，这当然值得点赞。但是，用与时俱进的宏观眼光看，新时代的媒体评论以这种模式为最高追求，那会束缚多少传媒的手脚？

^① 鄢烈山：21世纪的“新乐府”：我的“时评”观，青年记者，2006（10）。