

Media Writing

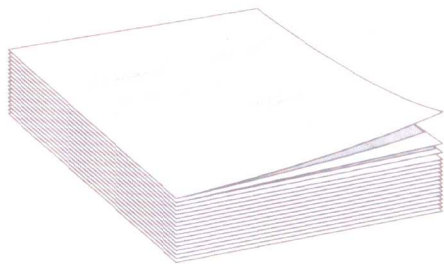
【现代文体写作教程】

传媒写作

方法 ◆ 技巧 ◆ 范例

孙春旻 编著

身处信息爆炸的数字化时代，报刊、电视、广播、网络都是生活中不可或缺的部分。我们不仅仅是传媒的受众，在很大程度上，我们就是传媒的作者。本文精选的传媒写作理论知识、方法技巧及经典例文将使您更自由、更准确地对新生事物表达自己独到的见解。



西北大学出版社

现代文体写作教程

传媒写作

孙春旻 编著



西北大学出版社

中国·西安

图书在版编目(CIP)数据

传媒写作 / 孙春旻编著. — 西安: 西北大学出版社,
2002.6

ISBN 7-5604-1717-5

I. 传… II. 孙… III. 应用文—写作—高等学
校—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 027874 号

• 传媒写作

孙春旻 编著

西北大学出版社出版发行

(西北大学校内 邮编 710069 电话 8302590)

新华书店经销 郑州文华印刷厂印刷

880 毫米 × 1230 毫米 1/32 开本

16 印张 400 千字

2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-5604-1717-5/H·83

定价: 29.80 元 (含光盘)

前言

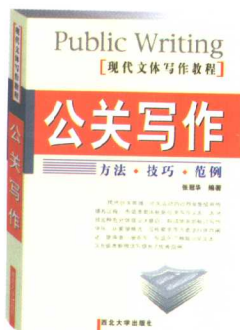
人们总是说，我们生活在一个信息爆炸时代，生活在一个数字化时代。的确如此，我们的生活已经离不开各种各样的现代传媒。读报纸、看电视、听广播、上网，这些都已经是我们生活中不可缺少的部分，否则我们就会闭目塞听，无法认识当下的生存状态。

而且，我们不只是传媒的受众，在很大程度上，我们就是传媒的作者。将观察到的各种有意义、有价值的事实报道出去，对全社会提供有益的信息，这已不只是记者的职责，也是我们每个现代人都应该担负的义务。更何况，我们已经有了在网络上自由发言的权利，可以随时对新发生的事情发表自己的见解。

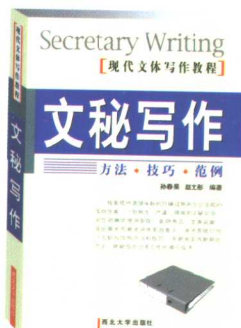
本书涉及四大类媒体的常用文体，分别是印刷媒体，主要指报纸；语音媒体，主要指广播；音像媒体，主要指电视；网络媒体，就是互联网。其中有些文体是各种媒体通用的，有些文体只适用于特定媒体。

对每种文体，本书都提供了相关理论知识、写作方法技巧、经典范文例文，可以为你的写作提供切实有效的帮助。

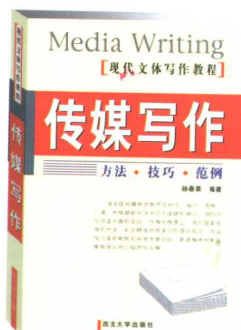
作者



定价:29.80元(含光盘)



定价:29.80元(含光盘)



定价:29.80元(含光盘)



定价:26.00元(含光盘)

目 录

第一章 传媒作者

第一节 传媒作者的素养 /1

第二节 传媒写作的思维特征和思维方法 /10

第二章 新闻和媒体

第一节 新闻和媒体的产生与发展 /23

第二节 新闻的定义 /27

第三节 新闻的要素 /32

第四节 新闻的深层本质和功能 /36

第三章 传媒写作的原则和要求

第一节 传媒写作的原则是用事实说话 /40

第二节 传媒写作的基本要求 /52

第四章 传媒语言

第一节 传媒自身独具的语体 /86

第二节 新闻语言的特点 /90

第三节 新闻语言六忌 /98

第五章 消息导语

- 第一节 导语概述 /105
- 第二节 导语的类型 /109
- 第三节 导语写作手法举要 /113

第六章 消息的主体、背景和结尾

- 第一节 消息的主体 /121
- 第二节 消息的背景 /127
- 第三节 消息的结尾 /138

第七章 消息标题

- 第一节 消息标题的特点和作用 /144
- 第二节 消息标题的构成 /149

第八章 消息的结构形态

- 第一节 倒金字塔结构 /158
- 第二节 时间顺序结构 /164
- 第三节 并列式结构 /168
- 第四节 其它各种结构形态 /173

第九章 消息的主要类型

- 第一节 动态消息 /180
- 第二节 综合消息 /186
- 第三节 述评消息 /191
- 第四节 经验消息 /196
- 第五节 人物消息 /202
- 第六节 简明消息 /208

第十章 通讯的含义、特点和作用

第一节 通讯的含义 /211

第二节 通讯的特点 /212

第三节 通讯的作用 /218

第十一章 通讯的结构

第一节 通讯结构的意义和原则 /221

第二节 通讯结构的常见形态 /223

第三节 通讯的标题、开头和结尾 /231

第十二章 通讯的基本类型

第一节 人物通讯 /243

第二节 事件通讯 /249

第三节 工作通讯 /256

第四节 风貌通讯 /263

第十三章 专访

第一节 专访的含义和特点 /268

第二节 专访的类型 /271

第三节 专访的写作 /274

第十四章 言论

第一节 言论的含义和特点 /280

第二节 言论的类型 /286

第十五章 深度报道和新新闻主义报道

第一节 深度报道 /302

第二节 新新闻主义报道 /316

第十六章 语音媒体概述 /325

第一节 语音媒体的特点 /325

第二节 语音新闻的写作要求 /329

第十七章 录音报道

第一节 录音报道的特点 /339

第二节 录音报道的形式 /347

第三节 录音报道的制作 /354

第十八章 现场广播报道

第一节 现场广播报道的特点和类型 /371

第二节 现场广播报道的写作 /378

第十九章 电视新闻概述

第一节 电视新闻的发展历史 /383

第二节 电视新闻的特点 /385

第三节 电视新闻的主要体式 /387

第四节 电视新闻的写作要求 /390

第二十章 电视口播新闻和字幕新闻

第一节 电视口播新闻 /392

第二节 电视字幕新闻 /396

第二十一章 电视现场报道和专题报道

第一节 电视现场报道 /401

第二节 电视专题报道 /406

第二十二章 电视新闻评论

第一节 电视新闻评论的含义和特点 /416

第二节 电视新闻评论的写作 /423

第二十三章 电视谈话

第一节 电视谈话的类型与特点 /431

第二节 电视谈话的文案工作 /434

第二十四章 网络媒体概述

第一节 网络的诞生和发展 /452

第二节 网络媒体的特点 /455

第三节 网络媒体的文体类型 /462

第二十五章 网络新闻

第一节 网络简明新闻 /465

第二节 网络新闻特写 /469

第三节 网络专题报道 /473

第二十六章 网络评论

第一节 网络评论的意义和类型 /486

第二节 网络评论的写作 /493

第一章

传媒作者

以各种传播媒体作为文章发表园地的作者都是传媒作者。传媒作者与一般文章作者不同，他要直观地描述当下的客观世界，因而要有敏锐的观察感受能力，要有独特的思维和表达方式。

第一节 传媒作者的素养

一、反应敏锐

法国著名雕塑家罗丹曾说过这样一段名言：“美是到处都有的。对于我们的眼睛，不是缺少美，

而是缺少发现。”他说的是艺术创造的问题，但也特别适用于传媒写作。传媒写作，说到底是对有价值的事实的一种发现和发掘。传媒的作者，就像是淘金者一样，时时刻刻在生活的土壤中辛勤劳作，为的是能淘出那些闪光的金砂。不过，仅有勤劳是不够的，传媒作者还必须对现实有敏锐的反应。

（一）什么是反应敏锐

什么是反应敏锐？反应敏锐就是对客观世界的敏捷而又锐利的感知。通俗一点讲，反应敏锐就是能在人们司空见惯的平常生活中发现有报道价值的事物的本领。

据说在几十年前，法国著名印象派画家莫奈在英国伦敦完成了一幅风景画，画面上是哥特式的教堂，在雾中若隐若现，幽雅而又壮观。但作品展出后，却引起了不小的争议，许多人对莫奈把伦敦的雾画成淡淡的紫红颜色大惑不解，甚至认为莫奈犯了常识性的错误。但人们很快发现，不是莫奈错了，而是自己的感觉迟钝——由于废气和天然雾气的混合，再加上太多的红色建筑物，伦敦的雾确实是淡紫色的。于是人们把莫奈称为“伦敦雾的发现者”。当然，现在的伦敦，由于对大气污染的成功治理，已经不再是著名的“雾都”了。

对一种大家司空见惯的自然现象，尚能有新的发现，面对五光十色的大千世界，就更能不断地获得创造性的发现了。据资料记载，有一个资深记者带着一个年轻记者去农村采访，到了某乡天色已晚，他们在乡政府的办公室里住了一夜。第二天早晨，老记者问新记者是否发现了新闻，新记者愕然：我们还没有采访，怎么会遇到新闻？老记者告诉他，以往下乡采访，总见到不少农民围着乡干部要救济粮款，晚上乡政府也不断接到这样的电话，搞得乡干部穷于应付而又无可奈何。我们住在办公室里，要在过去是睡不好觉的，可是现在夜里一个要救济的电话也没有，这说明

农民已经富裕起来了，农村干部的工作也好做了。年轻记者听了恍然大悟，对老记者的新闻敏感性十分佩服。这就是反应敏锐的一个例子。

（二）怎样才能反应敏锐

1. 要有一个“有准备的头脑”

巴斯德说过一句名言：“在观察的领域中，机遇只偏爱那种有准备的头脑。”

不少成功的传媒作品，其题材的获得都是极偶然的。早就有人提醒我们：“不要忽略偶然性！”如果我们的头脑不是时刻准备着的状态，就会跟许多有价值的题材擦肩而过。美联社一位记者从哈尔滨飞到北京，飞机还没停稳，他就对一位陪同的新华社记者说：“美国有一个要人正在北京，请你帮我打听一下是谁。”原来他是看到了一架美国白宫专用的飞机停在机场。一打听，果然有一个美国总统的科学技术顾问正在中国访问。依靠这种时刻准备着的头脑，这位美联社记者在中国一个月，就写了25篇关于中国的报道。

2. “灵眼觑见”即放“灵手捉住”

这本是清代学者金圣叹的一句话。他在《读第六才子书西厢记法》中说：“文章最妙是此一刻被灵眼觑见，便于此一刻放灵手捉住。”这本来是说文学创作中的灵感问题的，笔者认为也非常适用于传媒写作。

什么是灵感？灵感是在某一瞬间对事物的意义和价值的创造性的发现。新闻的写作也不可能没有灵感的参与。

不过，灵感的来临往往带有很大的偶然性。专门去寻找它，常常会一无所得。古人所说的“尽日不能得，有时还自来”，“踏破铁鞋无觅处，得来全不费功夫”，就是对灵感偶然性的描绘。西方哲人费尔巴哈也说过：“热情和灵感是不为意志所

左右的，是不由钟点来调节的，是不会依照预定的日子和钟点迸发出来的。”^①那么一旦灵感来临，我们就要及时把它捕捉住，就像杜勃罗留波夫说的那样：“能够在随便一个特定的瞬间，摄住那正在飞驰过去的生活现象，把握住它的全部完整性和新鲜性。”^②

3. 以坚韧不拔的意志磨砺敏感性

瑞典化学家柏齐利阿斯曾把钒的发现编成一个有趣的故事讲给朋友听：女神凡娜吉斯在房中坐着，忽然听到有人敲门。她想：让他再敲一会吧。可是来人没有耐心，很快离去了，女神看到他是维勒。过了不久，又有人敲门，这人很坚韧地敲了很久，女神开门迎接了他，并爱上了他。他们生了一个儿子，名字就叫“钒”。这个后来的敲门者，就是1831年发现钒的科学家肖夫斯特姆。

对有价值的题材的搜寻也是去敲女神的门，可能会有所发现，也可能一无所获。没有坚韧不拔的意志做保证，敏感也就无从谈起。传播界认为作一个称职的传媒作者必须具备“五勤”：腿勤、眼勤、嘴勤、脑勤、手勤。现代新闻学创始人之一普利策曾说：“懒人是当不了记者的。”

4. 用丰富的积累滋养敏感

清人袁守定在他的《占毕丛谈》中有一段话说得很好：

文章之道，遭际兴会，摅发性灵，生于临文之顷者也。然须平日餐经馈史，霍然有怀，对景感物，旷然有会，尝有欲吐之言，难遏之意，然后拈题泚笔，忽忽相遭，得之在俄顷，积之在平日，昌黎所谓有诸其中是也。舍是虽刮精竭虑，不能益其胸中之所本无，犹探珠于渊而渊本无珠，采玉于山而山本无玉，虽竭渊夷山以求之，无益也。

① 《费尔巴哈哲学著作选集》下卷，第54页。

② 转引自宁殿弼：《论灵感》，《辽宁大学学报》1979年第2期。

袁守定强调“得在俄顷，积在平日”，写什么文章都是如此。传媒作者必须熟悉现实生活的实际情况，接触的社会范围越大越好，掌握的生活素材越丰富越好，这样就会使自己耳聪目明。否则就是“胸中之所本无，犹探珠于渊而渊本无珠，采玉于山而山本无玉”，即使“剜精竭虑”，也不会有什么有价值的发现。

二、调查采访能力

传媒作者不可能只写自己碰巧遇到的那些事情，题材要靠作者自己去寻找、去发现。因此，调查采访是传媒写作的一项基本功。毛泽东说过：“没有调查就没有发言权”，“做宣传工作的人，对于自己的宣传对象没有调查，没有研究，没有分析，乱讲一顿，是万万不行的。”前苏联女作家斯维特兰娜为写作《战争中没有女性》，先后采访了500多位经历过卫国战争的妇女。美国新新闻主义作家诺曼·梅勒为写好以美国十年来第一桩死刑案为题材的《刽子手之歌》，访问了数百名证人，调阅了全部审讯记录与诉讼原本，他的助手帮他采集的写作素材竟有15000多页。另一个美国著名作家斯特兹·特克尔写口述实录体的《美国梦寻》，录音采访了300人，最终将其中100人的口述实录结集出版。一般的传媒写作虽然用不上这样大型的长期的采访，但是没有采访是肯定写不出好文章来的。

调查采访能力，可从以下几点见出：

（一）真诚的态度和满腔的热忱

真诚与热情是采访者和被采访者沟通的基础。调查采访中最忌讳的就是那种不冷不热、麻木不仁、公事公办的态度。作家沙叶新向我们传授的经验值得吸收借鉴：

在采访之前，采访者要从文字材料和别人的介绍中尽量地了解被访者的有关情况，使自己逐渐对被访者引起兴趣，产生感情，激发自己的采访欲望。在采访过程中，你还得利用适当的时机，让采访者明白你对他并不是一无所知；而当被访者知道你对他是有所了解时，才会引起他与你交谈的兴趣。尤其重要的是，在被访者与你交谈时，你切不可象木头似地不动声色，只管听或记录；你应该与被访者在感情上有所交流，或赞许，或感叹，或同情，或惋惜，有时也可发些简短的议论。总之，要由衷地把你的感受很有感情色彩地传达给被访者，这样被访者在整个叙述中才会流露出他的真情实感。^①

张天来则用自己采访中的实际经历证明了真诚和热情的重要性。在全国科协二次会议期间，他采访了一个来自河南焦作的女工程师：

这是一位历尽了磨难，意志十分坚强的女性，然而同我每次谈起她的经历，她都情不自禁地在那里流泪。我呢，一边听、一边记，两眼常常含满泪水。在北京，她同我谈了七次，每次三小时左右。后来在焦作又谈过两三次，每次都难过得流泪不止。^②

传媒写作的过程，实际上也是心灵沟通的过程，“不精不诚，不能动人”，没有情感上的交流和共鸣，还谈什么新闻采访和写作？

① 沙叶新：《我与采访》，载《写作学习》第2辑。

② 张天来：《嗅觉·勇气·感情》，载《写作学习》第2辑。

（二）甘当小学生的不耻下问的精神

在采访中，必须摆正自己的位置。如果把人与人之间的交往都理解为一种交换，那么我们必须认识到，我们作为采访者，与被采访者之间的关系不是完全平等的。因为我们需要对方提供新闻事实，对方却并不需要我们提供任何东西。说白了，采访是对别人的索求，而不是对别人的施舍。明白了这一点，我们对那些盛气凌人、居高临下的采访者，只能投之以鄙夷。

世界上有不可穷尽的万事万物，有难以尽数的各行各业，每个人都拥有自己的知识结构和技能，因此每个人也都拥有自己的一段自豪。作为一个新闻作者，并不是什么都能精通的。一个满身尘土的农民，可以向我们传授许多农作知识；一个家庭妇女，也有不少操持家务的技巧和心得。在他们面前，我们只能做小学生，不耻下问。这方面的道理是很浅显的，但是做起来却很不容易。

（三）掌握调查采访的方法和技巧

调查采访其实并不是一项轻松的工作，它甚至需要高超的技巧才能做得好。采访的技巧主要在实践中摸索提高，我们在这里只能纸上谈兵式地提出一些条条供参考。

1. 调查采访前的准备

采访前的准备大致包括以下方面：

采访的目的：初步的主题和所需的主要材料及细节；

对被采访者必要的了解：年龄、职业、性格、爱好等；

对主要涉及事件的预先所知；

采访的发动、制动和大致步骤；

记录的方法和所需的器材。

2. 调查采访的形式

开调查会；