

一本书学会新闻采写丛书

人民日报
传媒书系



一本书学会 自媒体新闻写作

刘建华 主编

闫伟华 申玲玲 郑雷 著

媒体从业者、新闻院校学生必备丛书

自媒体时代全民专业报道权威宝典

一本书让你从菜鸟升级成写作高手

最实用的自媒体（含三微一端）写作技巧一次告诉你

人民日报出版社



一本书学会 自媒体新闻写作

刘建华 主编
闫伟华 申玲玲 郑雷 著

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书学会自媒体新闻写作 / 刘建华主编; 闫伟华, 申玲玲, 郑雷著.
—北京: 人民日报出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5115-3658-7

I. ①—… II. ①刘… ②闫… ③申… ④郑… III. ①新闻写作
IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 033937 号

书 名: 一本书学会自媒体新闻写作
主 编: 刘建华
著 者: 闫伟华 申玲玲 郑 雷

出版人: 董 伟
责任编辑: 梁雪云
封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369509 65369527 65369846 65363528

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 225 千字

印 张: 16

版 次: 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3658-7

定 价: 35.00 元

一本书学会新闻采写系列丛书编委会

学术顾问:(排名不分先后)

喻国明 周蔚华 张晓明 魏玉山 黄晓新 郝振省 倪宁
周小普 周德仓 林如鹏 陈力丹 郑保卫 单晓红 郑思礼
钟新 涂光晋 高钢 蔡雯 支庭荣

主 编:刘建华

编 委:(排名不分先后)

刘盼 杨青山 闫伟华 申玲玲 李炜 刘小三 吴惠凡
巩昕嶝 许丽华 刘新利 王更喜 王樊一靖 卞丽敏 刘晓雪
刘艳婧 安平 王晶 朱静雅 李文竹 卢剑锋 查国伟
李玉洁 李康乐 宋婧 黄文芝 周树雨 周皓 周咏缙
杭丽芳 郝天韵 张勤 胥琳佳 高岩 马海燕 韩潇
邸昂 郑雷

★《一本书学会自媒体新闻写作》

闫伟华 申玲玲 郑雷 著

★《一本书学会软新闻写作》

周皓 杭丽芳 著

★《一本书学会经济新闻写作》

李炜 著

★《一本书学会新闻采访》

杨青山 朱静雅 编著

★《一本书学会新闻写作》

卞丽敏 李炜 著

自媒体时代的全民专业报道（总序）

传播是人类与生俱来的，而媒体却是一个历史性的产物。

当号子、烽火狼烟、鱼肚尺素、鸿雁传书、招幌等古老媒体成为人们美好记忆的时候，当报刊、广播、电视等现代媒体让人颇为倾心的时候，数字技术与网络技术却把人们对新事物的欣喜若狂搅得天翻地覆了。微信、微博、MSN、ICQ、QQ、博客、播客、公民新闻网站等自媒体的层出不穷，大数据、大资源、云计算、物联网、数字宇宙等新概念的梦幻降生，令人们目不暇接。我们不得不说：媒介真的就是信息！

历史上，人们的需求似乎都不是自己真实的需求，正如消费社会，太多的需求是被他人创造和培养出来的一样。其实，人们对媒体的接近权与传播权也是被提醒的权利。在生产力极其低下的时代，人们绝不会想去拥有媒体接近权与传播权的。只有当技术进步、经济水平提高、物质产品丰富、精神需求扩大的情况下，一些政治家与学者们突然告诉人们，“传播权是与生俱来的权利”。于是，对媒体接近权与传播权的奋争，似乎成为人类政治变革中的重要主题，也必然是民主平等应有之义。因此，西方资产阶级民主革命以来，媒体便成为一个重要的武器，不断地变换角色，不断地改弦更张，不断地进退自若，成为极具魔力的法杖，令人们对之心神俱醉。

媒体接近权与传播权，从此，成为一代代人求之不得的梦想！

自媒体时代的到来，终于遏止了这个梦想的无限蔓延。如同中国古人的飞天传说一般，随着嫦娥卫星的成功发射，梦想竟成为现实！

“自媒体”这一概念最早出现在2002年丹·吉尔莫(Dan Gillmor)对其“新闻媒体3.0”概念的定义中,“1.0”指传统媒体或旧媒体(old media),“2.0”指新媒体(new media),“3.0”指自媒体(we media)。2003年7月,谢因波曼与克里斯威理斯对自媒体进行如此界定:We Media是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。美国著名硅谷IT专栏作家丹·吉尔莫的专著《自媒体:草根新闻,源于大众,为了大众》(We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People),充分体现着自媒体的特点:全民新闻报道,全民受众即时接受全民生产者新闻。在自媒体时代,个体提供信息生产、积累、共享、传播内容兼具私密性和公开性的信息传播方式,多元声音来自多元世界,自媒体有别于由专业媒体机构主导的信息传播,它是由普通大众主导的信息传播活动,由传统的“点到面”的传播,转化为“点对点”的一种对等的传播概念。总之,自媒体的特点是平民化、个性化、简易化、快捷性、交互性,人人随时接近媒体,人人随时传播信息。

似乎,这的确是一个最好的时代。

然而,自媒体时代的全民报道与草根新闻也存在明显缺陷与诸多困惑。首先,新闻真实性受到严重挑战。丹·吉尔莫提出“自媒体”概念时,就曾指出,“草根新闻的兴起伴随着严重的道德问题,包括真实性和公然欺骗”。这一方面是大众没有受过专业训练,新闻报道的标准意识不强,随心所欲发布信息,不加甄别;另一方面是技术突破了惯常的新闻监管体系,新闻不论真实与否,只能在事后加以控制;更重要的是接受者成为虚假信息的二手传播者,出于对“腥星性”的热衷,转发信息时丧失了责任意识。其次,媒体可信度较低。由于新闻真实性存疑,加之报道者的草根身份,无法让自媒体在严肃的政治、经济、文化、社会生活信息传播中,成为民众信息获得的依靠与必然选择,因而造成自媒体公信力降低,其成功的商业运作模式也是迄今仍在艰难探索的问题。最后,自媒体会无限放大社会矛盾,激化冲突。由于自媒体完全解放了人们的媒体接近权与传播权,从政党或组织派别争论的平台演变为众声喧哗的油锅。

各色私人小隙被公之于众，加以放大，各种攻讦谩骂，如同热锅里的响油，喧闹不休，影响了人们的正常生活。

似乎，这又是一个最坏的时代。

破坏了人们亲和友善的关系，那种往昔的好时光，令人每每在回忆中，黯然神伤。

《一本书学会新闻采写》系列丛书，正是应时之作，为这个最好的时代与最坏的时代献上一把最有力的抓手，让自媒体时代的草根新闻，变成媒体接近权与传播权大放异彩的全民专业报道。如同喻国明教授的形象比喻：全民DIY应该是专业、标准、科学、有效的DIY。

本丛书是以新闻采写为研究对象，采取旅游全攻略的架构，利用工程技术的思路，兼撷专业新闻理念与业余记者思维精粹，接轨不同行业与类型新闻采写方略，引领非专业人员进入新闻采写的奇峰异洞，细语全民专业报道中的在哪做、做什么、如何做，形塑全民DIY时代非科班出身的合格记者。

我们正在尽力去做，而做的结果却只能任由众人评判。尽管心有余，却力有不逮。但为这个瞬息万变时代的众生，奉上一把有用且高效的抓手，是而且一直将是我们的使命与图腾！

刘建华

于五路居

2016年4月

目 录

第一章	自媒体概说 / 1
第一节	自媒体的定义与特征3
第二节	自媒体的主要形态6
第三节	自媒体的内容生产与盈利模式10
第四节	国内自媒体的发展现状与趋势15
第二章	自媒体新闻的传播力和影响力 / 17
第一节	自媒体新闻的传播力19
第二节	自媒体新闻的影响力21
第三节	自媒体新闻与传统媒体新闻的关系22
第三章	BBS 新闻写作 / 27
第一节	BBS 新闻的特点和类型30
第二节	BBS 的内容发布与管理32
第三节	BBS 新闻的写作与技巧34
第四节	BBS 新闻传播的基本方法40
第五节	案例分析42
第四章	博客新闻写作 / 45
第一节	博客的概念及特征47
第二节	博客新闻的类型与结构50

第三节	博客新闻的写作	……51
第四节	案例分析	……56
第五章	维基新闻写作 / 59	
第一节	维基的概念及特征	……61
第二节	维基新闻的形式与基本要素	……63
第三节	维基新闻写作的技巧	……64
第四节	案例分析	……67
第六章	播客音频新闻写作 / 71	
第一节	播客的概念与特征	……73
第二节	播客音频新闻的加工与编辑	……79
第三节	播客音频新闻的编辑技巧	……87
第四节	案例分析	……92
第七章	微视频新闻写作 / 95	
第一节	微视频新闻的基本特征	……97
第二节	微视频新闻制作的基本要求	……99
第三节	微视频新闻的拍摄	……101
第四节	微视频新闻的编辑	……113
第五节	案例分析	……117
第八章	图片新闻写作 / 121	
第一节	图片新闻的传播特征和表现形式	……124
第二节	图片新闻的拍摄与选择技巧	……125
第三节	图片新闻的文字写作	……135
第四节	图片编辑技巧	……140
第五节	案例分析	……144

第九章 微博新闻写作 / 147	
第一节 微博新闻的特点与分类 ·····149	
第二节 微博新闻的功能 ·····154	
第三节 微博新闻写作技巧 ·····156	
第四节 微博新闻的传播技巧 ·····167	
第五节 案例分析 ·····172	
第十章 微信新闻写作 / 181	
第一节 微信新闻的特性与分类 ·····183	
第二节 微信的功能 ·····186	
第三节 微信新闻的写作技巧 ·····187	
第四节 微信新闻的传播技巧 ·····193	
第五节 案例分析 ·····196	
第十一章 客户端新闻写作 / 203	
第一节 客户端新闻的特征与分类 ·····205	
第二节 客户端新闻的写作方法 ·····207	
第三节 客户端新闻的传播技巧 ·····210	
第四节 案例分析 ·····213	
第十二章 自媒体的法律规制 / 217	
第一节 自媒体新闻生产与传播的注意事项 ·····220	
第二节 政府关于自媒体新闻的管理 ·····224	
第三节 运营商关于自媒体新闻的管理 ·····225	
第四节 自媒体新闻生产者的自我管理 ·····226	
第十三章 自媒体人应具备的素养与能力 / 227	
第一节 自媒体人应具备的素养 ·····229	

第二节 自媒体人应具备的能力 ……231

附录 / 235

1. 《网络出版服务管理规定》(节选)……235
2. 微信公众号发送内容规范(节选)……238

推荐学习资料 / 241

第一章 自媒体概说

YIBENSHU XUEHU JI ZHIMEDIA XINWEN XIEZUO

“自媒体”一词，源于美国专栏作家丹·吉尔莫。2002年，他在自己的博客中提出了“自媒体”的几大原则：

读者比我知道得更多；

与其说自媒体是威胁，不如说是机会；

我们可以利用它创建讨论或对话，使大家共同感受；

互动和沟通的技术，无论是电子邮件、博客、讨论区还是网站或其他，都可以造就自媒体。

吉尔莫2004年出版的著作《自媒体：草根新闻，源于大众，为了大众》（*We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*），*We*与*Media*两个词被放在了一起。之后的十多年，伴随着一系列自媒体平台（应用）的普及，更是释放了网民自我表达的欲望，实现了“人人皆记者”，自媒体也变得更加名副其实。

互联网和移动互联网的快速发展，加上智能手机和平板电脑等移动终端的迅速普及，互联网媒介从形式到内容已经开始全面自我化、个人化、移动化，其核心也越来越趋向于围绕用户个人以及其关系圈做文章。这些演变使得“自媒体”这一概念进入人们的视线，并日渐引起人们的注意。

第一节 自媒体的定义与特征

时至今日，何为自媒体，并没有一个明确的定义，但也在诸多方面有共识。

一、自媒体的概念

2003年，谢因波曼与克里斯威理斯联合提出的研究报告认为，“We Media是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们自身的事实、新闻的途径”。

清华大学的彭兰教授认为“自媒体”在今天的中国有三种指向：第一种指向是公民新闻，其理念是人人即媒体；第二种指向是那些以专业化或准专业化方式运作，但又不在于现有媒体体制内的独立媒体；第三种指向是政府机构、企业机构自媒体。

综观众多自媒体定义，都与普通公民、信息、分享、科技紧密相关。

笔者认为自媒体的概念，一方面是指社会机构或个体公众借助互联网技术，利用多种渠道、多种信息表现形态进行的自我表达的传播形式；另一方面是指个人、团队或机构在制定了具体的传播诉求和目标后，借助开设在主流的自媒体平台账号，面向公众开展的持续性的信息传播行为。

从传播学角度而言，它与传统媒体模式的最大不同在于，个体表达的门槛和内容层面的束缚极低，基本摆脱了专业编辑对于内容的“把关”；内容上也多元丰富，既可以是来自各领域的专业性内容，也可以是个人化的、随意的感性内容；篇幅而言，既可以是不限字数的长篇大论，也可以是只言片语；信息表现形态上，可以囊括文字、图片、音频、视频、图表、动画等；传播模式上，将大众传播时代的“*One to N*”模式扩大为“*N to N*”（所有人对所有人的传播）模式。

二、自媒体的特征

自媒体的繁荣，代表了在技术背景下的个人意识的觉醒和表达欲望的释放，开启了全民“写作时代”，自媒体的简易发布、实时传播功能也得到了很好的诠释。

微博“围观”、网络反腐、微博打假、微博辟谣、微博公益等一系列由自媒体发起的新闻传播活动，将自媒体的新闻传播功能和联结功能生

动地表现出来。但是我们需要辩证地看待自媒体的特征，在具体使用中尽可能扬长避短。

（一）门槛低易操作

相比于大众传媒时代个人表达的高门槛与高难度，互联网以及相关技术和硬件的普及，似乎让平民大众几乎没有难度就可以发出自己的声音并及时传播出去。各类自媒体平台，用户只需要通过简单的下载、注册，就可以在服务商提供的免费网络空间上发布文字、音乐、图片、视频等信息，创建属于自己的“媒体”。其进入门槛之低，操作之简单，形式之新颖，让自媒体大受欢迎，快速发展。

（二）平民化个性化

2006年，美国《时代》周刊年度人物就是“你”，即互联网上内容的所有使用者和创造者。《时代》周刊对此解释说，社会正从机构向个人过渡，个人正在成为“新数字时代民主社会”的公民。每个平民都可以借助简单易用的网络应用，“想写就写”“想说就说”，构建自己的社交网络，而不用担心内容的私人化、表达的感性化。

（三）海量性碎片化

众多社会个体的积极参与，给自媒体平台带来了海量的内容：新浪微博用户超过2亿，腾讯微信用户超过6亿，各新闻客户端的注册用户也过亿，再加上其他众多自媒体平台，每天发布的信息数以亿计。但是这种全民化的随手发布，无形之中加剧了信息爆炸的速度和碎片化的程度，各种新闻、观点、趣闻、心灵鸡汤等快速生产并被传播，用户容易被淹没在信息的海洋，其实增加了用户的时间成本和甄选难度。

（四）重分享传播快

得益于科技的发展，自媒体实现了4A（Anytime、Anywhere、Anyone、Anything）传播，各大平台同步更新与分享，使得作品从制作到发表，迅速、