

XINWEN CAIBIAN PINGXI

新闻采编评析

费伟伟◎著

1-53

版社

-4

XINWEN CAIBIAN PINGXI

新闻采编评析

费伟伟◎著

G212.1-53
F377

知识产权出版社

G212.1-53

F377

内容提要

本书是作者出版的第二本新闻业务评论集。

书中主要收入作者针对 2006—2007 年《中国海洋石油报》写的系列评报文章，但评说的话题是许多报纸，特别是行业报在新形势下如何适应时代发展要求、创新新闻宣传工作、实现高效传播目标而共同面临的问题。作者每篇针对一个问题直击要害，切中弊端，条分缕析，给人以深刻启示。

责任编辑：国晓健

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻采编评析/费伟伟著. —北京：知识产权出版社，
2008.11

ISBN 978-7-80247-186-3

I. 新… II. 费… III. ①新闻采访—文集②新闻编辑—
文集 IV. G21-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 154887 号

新闻采编评析

费伟伟 著

出版发行：知识产权出版社

社 址：北京海淀区马甸南村 1 号

网 址：<http://www.cnipr.com>

发行电话：010-82000893 82000860 转 8101

责编电话：010-82000860 转 8240

印 刷：知识产权出版社电子制印中心

开 本：787mm×1092mm 1/32

版 次：2009 年 1 月第 1 版

字 数：260 千字

ISBN 978-7-80247-186-3/G·279

邮 编：100088

邮 箱：bjb@cnipr.com

传 真：010-82000893

责编邮箱：anxuchuban@126.com

经 销：新华书店及相关销售网点

印 张：9.125

印 次：2009 年 1 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

序

给办报人推荐一本实用好书

费伟伟是我的老朋友。

最初相识时，我称他费老师。他谦虚地说：“别那么客气，叫我小费，小费！”我连说：“岂敢，岂敢！”

这是心里话。

费伟伟虽比我略长几岁，但那时在京城跑能源口的记者中名气已不小。“小费”这称呼虽说朗朗上口，却让我难以启齿。后来，冯小刚拍的贺岁大片《手机》上映后风靡一时，剧中的男二号叫费墨，是位备受婚外情煎熬的文化人，给人印象深刻，影片里大家都称他费老。看过《手机》，我找到了称费老师的贴切称呼：费老。

我的朋友费老和电影里的费老确有相似之处：年龄相仿，职业相近。不同的是，我们的费老深爱自己的妻子和女儿，情感专注。如果说有移情倾向，那是把情感都转移到新闻宣传事业上了。

费老答应给《中国海洋石油报》评报，是我的荣幸，也是我们多年友谊的成果。2005年年底，我由中国海洋石油总公司公司信息与企业形象经理调任新闻中心主任一职，负责一报、一刊、两网的编辑出版工作。报纸从周一刊改为周二刊，公司内外网站都需加强建设，新增加的员工绝大多数是应届毕业生。新人多，任务重，如何保证采编质量？如何加快新人成长？成为摆在我面前的一道难题。

邀费老评报，便是我破解难题的方法之一。当时，费老刚从人民日报经济部调任市场报副总编不久，工作非常忙，但很爽快地答应了我的邀请。

从费老的评报中，可以看出他对新闻宣传事业的热爱，对朋友之托的负责。每次费老都准时把评报文章发来，每篇围绕一个问题，洋洋洒洒、引经据典、条分缕析。研读费老的评报，是我们每次编务会的重要内容，也是我们业务研讨、加强培训的有效手段。他的评报总是直击要害，切中弊端，让我们的采编人员心服口服。

2007年7月份报纸正式改为周二刊，新人很多，热情很高，大家对于《中国海洋石油报》的风格不太了解，在版式创新方面步子走得太大。有人甚至建议把报纸的蓝色报头和启功先生的题字也改了。我是报社的老人，参与了报纸的试刊工作，深知《中国海洋石油报》的风格定位，否定了提议。

但在日常操作中，大家还是对过去的版式风格理解不深，随意性很强，几位老员工向我提出这种担忧。我说，大家的积极性应该鼓励，这个倾向也要提醒，找个适当时机说一说吧。

这时，费老的评报寄来了。他写道：“从内容到形式都在强烈追求创新，是10月份报纸给人最深的印象。但创新不是破除一切，原有合理的、科学的东西应该继承发扬。从近几期报纸看，这方面的认识有些模糊，理念在发生动摇。比如，31日二版是一块新闻版，长期以来，各新闻版、专题版的头条，标题均用黑体，而此版编辑看来酷爱楷体，栏目主题是手写体楷书，主标题是楷书，《编者按》用楷书，几篇块头大一点的稿件也用楷书，照片说明还是用楷书。楷书当家，版面疏朗秀丽了确实不假，但如此大破常规，作为一张报纸，整体的版式美又何在呢？”

在下一期评报中，费老又接着说道：“展读11月份的《中国海洋石油报》，不知为什么，便联想到时下的街景。版式留白增多，标题字小了好几号，版上楷体字增多，清秀、隽丽，确有一种疏朗

的风韵。然而，却总觉得只是‘小家碧玉’。对《中国海洋石油报》此前的版式作改进，理应鼓掌。但具体到怎么改上，则还须以理性为向导。”费老深入浅出、娓娓道来，剖析了版式留白的处理方法和头版头条的特殊地位，读来让人信服。

结合费老的评报，我们对版式创新中出现的一些倾向进行了纠正，既延续了原有风格，又改进了不足，也由此进一步领略了费老在办报上的造诣和见地。

《中国海洋石油报》作为由中国海洋石油总公司主管、主办的大型企业报，有很强的机关报特征。我们这张机关报的主要任务是传递党组决策精神、交流所属单位信息、传播核心价值理念。要完成这些任务，表面看起来容易，但实际操作起来却难，尤其是要达到预期效果绝非易事。宣传工作向来只强调单向灌输、重视宣传主旨，而忽略受众感受、轻视传播效果。所以，长期以来，机关报的面孔普遍生硬呆板、缺乏创新，内容也官腔十足、套话连篇，形象不佳。

在当今价值取向多元、信息渠道多样、主体意识苏醒的时代背景下，如何按照新闻规律提升宣传工作的成效，实现高效传播，是我们一直探索和努力。

费老是《人民日报》名记，敬业，而且专业；水平高，观察思考问题很有深度，在以新闻规律指导宣传工作方面，具有丰富的实践经验。他通过评报的方式，把自己的经验毫无保留地传授给我们。比如，要求我们报道中一定要把新闻的真实性放在第一位、注意文章的可读性、心里装着读者等。而且结合报纸出现的问题，及时指出我们报道中存在的不足，让我们受益匪浅，心悦诚服。

现在，费老为《中国海洋石油报》写的评报文章结集出版了，我认为这是一本讲如何尊重新闻规律、提升宣传工作成效的好书，评得实在，极为实用。不仅对我们，而且对社会，尤其是很多体制内的报纸都很有价值。因为，适应时代发展要求，创新新闻宣传工

作，实现高效传播目标，是很多中国新闻宣传从业人员关注的焦点。在这方面，这本书会给人以深刻启示。

写下上面这些文字的时候，我接到通知，要到新岗位赴任。这时免不了也要对自己主持新闻中心的这段经历作点总结。回首这两年多的工作，能请到费老评报，深感这也是我新闻宣传生涯的一个亮点。

感谢费老。

刘俊山

2008年6月

目 录

序 给办报人推荐一本实用好书 /刘俊山 1

采写篇

1. 好的报道是“讲出来”的 /3
2. 工作新闻也要“讲故事” /9
3. 如何把消息写得更生动 /13
4. 访谈稿要“谈” /17
5. 让人物鲜明起来 /20
6. 在冲突中写人 /25
7. 多点人情味 /30
8. 挖掘富有感染力的典型细节 /32
9. 细一点，再细一点 /38
- 附：难忘的时刻
——小平同志会见最后一批外宾侧记 /44
10. 动人春色不须多 /46
11. 新闻也要勇于写“我” /52
- 附一：擦鞋者说 /57
- 附二：挨冻、受累，还不能上厕所，一天挣了 30 元
——我帮小叔子卖菜 /59
12. 让“我”走进报道 /62
- 附：平实行文更动人 /64
- 采写“我住进东北棚户区”一文的体会
13. 特写要抓特色 /66

14. 新闻背景分析要及时 /68
15. “景以情妍，独景则滞” /70
16. “文章且须放荡” /73
附：立体成就深度 可读成全必读
生动造就亲和 独到铸就独家
开发好“文件”这个新闻“富矿” /77
17. 好的开头就成功了一大半 /87
18. 开头既要生动活泼，又要直奔主题 /94
附：记者业务的 25 条军规 /98
19. “编筐编篓，全在收口” /100
20. 真实比诗意更重要 /107
21. 用引语表现人物神态 /114
22. 引古诗文要正确理解 /115
23. 评论宜缘事而发 /118
24. 海洋石油报道的三个意识 /119
25. 宜多读散文 /126
26. 抓什么·怎么抓·怎么写 /129

编辑篇

1. 头条需“经营” /145
2. 加强改进头版头条的三点建议 /148
3. 副刊要突出海油味 /157
4. 标题当求准确、简洁、生动 /159
5. 标题：具体才能生动 /164
6. 好标题当力求唯一性 /167
7. 长文须做插题 /169
附：陈云的批示我一直铭记 /171

8. 标题要注意协调 /172
9. 做题忌“断章取义” /173
附：深夜里的“头脑风暴” /174
10. 照片的本质在于“动” /177
11. 版式应简约、明快 /179
12. 版式定位要服从于报纸属性 /182
13. 版式好看要当“保守派” /184
14. 勇于创新，善于继承 /187
附：版面编辑与版面设计 /190
15. 重视编辑语言的运用 /195
16. 多一点读者意识 /197
17. 上海长江医院的行骗黑幕是这样被撕开的
——组织批评报道浅谈 /200

蓝笔篇

1. 法国核电快速发展揭秘 /213
2. 伊敏“奇迹”告诉我们什么 /222
3. 我国企业管理创新成果又收获 537 亿元 /226
4. 国投：引领中国投资业的一杆旗 /228
5. 执行力必须比钢还强 /232
6. 王春芝：欣将今生付治水 /234
7. 踏波过重洋
——中海集团开拓欧洲集装箱线纪实 /238
8. 屏幕里的开工大典 /247
9. 科学认识包装的“度” /249
10. 投资沙特时机不错
——沙特阿拉伯王国印象之一 /253

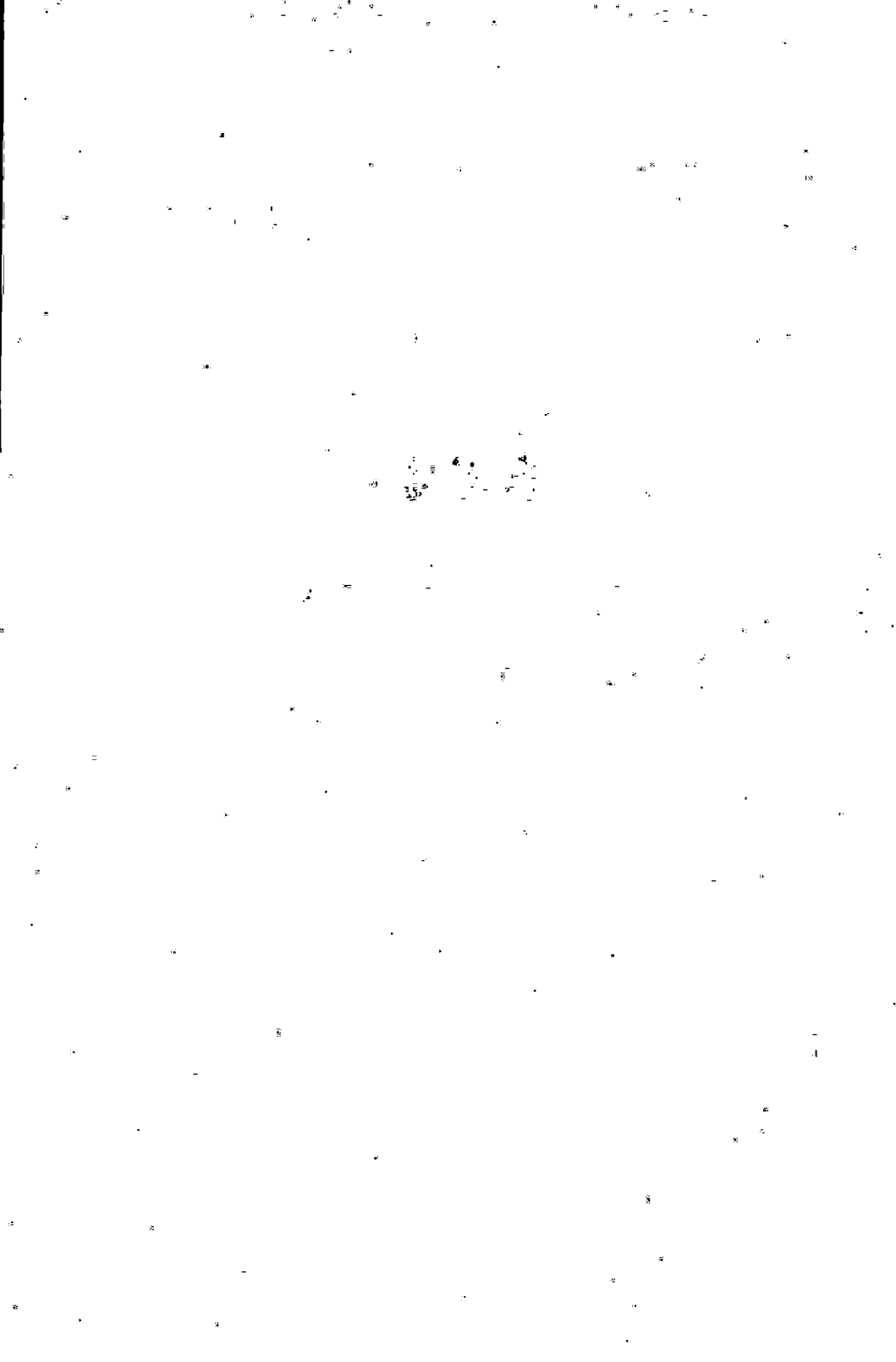
- 11. 亲切、友好，然而神秘
——沙特阿拉伯王国印象之二 /258
- 12. 多元化路上正跋涉
——沙特阿拉伯王国印象之三 /264
- 13. 与巴黎不期而遇 /269
- 14. 伊敏的“传奇” /272
- 15. 神秘沙特 /275

后记

在不惑中跋涉 /278

采写篇





好的报道是“讲出来”的

8月，流火时节。《中国海洋石油报》（简称《海油报》）从8月中旬起推出的《候选“十佳”班组长风采》系列人物通讯，也可谓“热浪逼人”。这一策划定位准确，组织有力，篇幅每期不少于两个整版，浓墨重彩，很有声势。这组大型报道无论从内容到形式，都是空前的，且不少报道人物形象鲜明生动，写作上亦颇可圈点。

比如，15日《扳手上的泪水与微笑》一文中的周世祥：

运输公司最火的时候，共有700辆车。每天早上，等候修理的车就排起长队，单位催，司机急。军旅出身的周世祥一声令下，全班15个人紧急集合：“按计划两人一组，开始修理。”七个小组噼里啪啦开始干活，不一会儿就修好开走一辆车。邻班班长李德生急了：“快呀，周世祥他们班又修好一台车，不能落后他们呀！”但是无论怎么追赶，三班总是在全车间遥遥领先。

作者采用旁敲侧击的铺垫笔法，用邻班班长李德生的着急，来衬写周世祥的组织有方，干练从容。就像古诗写美女罗敷出场，不直接去写美人有多美，而道那挑担者、行人都纷纷止步，痴痴傻看，足见其美。即所谓“烘云托月”。

比如，17日《铁骨柔情 精彩人生》一文中的朱杰：

一次、两次、三次……几次三番的尝试也找不到症结。安装人员身心疲惫无可奈何，日本EBARA公司技术专家佐藤焦头烂额一筹莫展。

“师傅，我来试试。”在一旁看了很久的朱杰站了出来。

“你?”安装师傅看着这个“新手”,半信半疑地将扳手交给了他。

拆外壳、摸轴承温度、看叶轮的异常……

“叶轮和壳体间隙处有焊渣!清除就没事了!”一边说着,朱杰一边麻利地将焊渣去除。

工艺人员按下启动开关。“动了,动了!”现场人员都兴奋地叫了起来。

安装师傅握着朱杰的手:“厉害!我折腾了几几天都没有注意到这个小问题。”

读这样的文字你就好像面对面地在听作者讲当时的情况,若置身现场,亲临其境。每句话都切合人物的身份,每句话都能让你感觉到说话人的声情笑貌。

可以这样说,8月份已经刊出的近30篇《候选“十佳”班组长风采》人物通讯,但凡写得好的,都如上引的二例一样,语言往往很口语化,写作中很注意用引语。

美国著名记者唐·怀特黑特认为:“一篇好的报道并不是写出来的,而是讲出来的。我这样说的意思,是指写作要具有对话的特征——仿佛记者正和读者交谈。记者采用这种方法,可避免使用呆板的句式和令人费解的措词。……如果一篇报道朗朗上口,那么它读起来就会流畅、自然。你要是不相信这一点,那么你就试着大声朗读写得好的新闻报道。你会感到这篇报道在经过你的舌头和眼睛时如何的流畅。”(《美国名记者谈采访工作经验》,新华出版社1981年版)

这是一位名记者的切身感受,也确实道出了写好报道的真谛——把报道“讲出来”。

那么,用什么办法把报道“讲出来”呢?怀特黑特给我们支了一招:写作要具有对话的特征。

所以,一个最简单的办法,就是让你的报道中多点对话、多些引语。

有位学者作过一个调查,美国三大报纸《纽约时报》、《华盛顿

邮报》、《华尔街日报》中，新闻作品用直接引语的占全部新闻作品的93%，使用3条以上的占76%（刘其中《净语良言》，新华出版社1981年版）。

为何美国三大报纸在用引语这个问题上认识如此一致？

不妨简单分析一下引语的作用。

所谓报道，无非就是记一件或几件事。再精彩的事，你老是用一种叙述方式表达时，就会让人读久而生厌，用现在流行的说法叫作“审美疲劳”。因此，在报道中适时增加引语，可以拉大叙述距离，使文势随引语的变化而不断变化，文本节奏不断改变。变则新意无穷，便抓人。此其一。

其二，多用引语，能增强报道的真实感和客观性。正如美国哥伦比亚大学新闻学院《新闻报道与写作》教材中所说：“如果新闻中使用了直接引语，读者就可以这样推断：既然新闻事件的参与者在直接说话，那么这件事必定真实无疑。”

其三，多用引语，能使报道更生动，使人物的音容笑貌、性格情趣跃然纸上。引语通常是口语，它会使你的报道以“写—读”的传播方式产生“说—听”的传播效果，使读者阅读时听到“同期声”，获得现场感。

8月29日《开拓不言缅甸路难》一文，总的说来写得比较生动，但有些地方还不够流畅。可以说，多用引语处，便生动流畅；反之，一叙到底，缺少变化，便显得节奏呆滞。试比较这样两个段落：

他带领项目组认真分析了前期取得的研究成果，多项工作梯次展开。面对中国海油勘探研究中首次接触的缅甸挤压推覆构造，朱光辉先后邀请了多位专家来项目组交流讲学，引进了断层相关褶皱理论、平衡剖面理论和大量的推覆挤压样式实例，结合缅甸区块构造位置、丰富的露头资料，建立了构造解释模式。

同样是比较专业的勘探方面的事，“C1区块构造”一事则是这样讲出来的：

C1 区块进行构造解释时，一天，地质解释工程师兴冲冲地把朱光辉叫到工作站的显示器前，兴奋地说：“我们捞到了一个家伙。”……项目组的人全都笑逐颜开……等大家冷静下来后，朱光辉立即打电话与缅甸前方的技术人员和负责地震资料处理的四川物探局有关人员进行了交流，详细询问了地震资料的采集及后期的处理工作，最终发现外方提供的导航数据有误，导致解释人员发现了一个假构造。

“煮熟的鸭子飞了。”解释人员遗憾地说。“可那是只假鸭子。”朱光辉纠正道。

“讲出来”不是作陈述，而是作展示。上面引的两个段落，前者只是陈述，后者才是展示。后者在讲述中注意插入引语，叙述的差异性突出了，行文节奏也就有了显著的变化。

其实前者也是完全可以插入引语的。引进断层相关褶皱理论、平衡剖面理论这些新学说、新观点毕竟不同于引进硬件设备，会没一点观念方面的碰撞？不可能。如果加入点争议之声——引语，这段文字就会生动许多。

还应该提醒注意的一点是，一朵鲜花放在桌上的瓶里固然是展示，而与让它在旷野中随风而舞相比，后者更为自然生动。展示也是这样，应当力求于动态中展示。

举例来说。

他，矢志不渝，26 年如一日守护检修大型化工生产设备，无怨无悔；

他，不负重任，52 次担任大型压缩机组检修项目负责人，52 次出色完成任务；

他，临危受命，在化学公司工作 5 年来，8 次组织紧急抢修化工生产装置核心设备，100% 交出满意答案；

他，身怀绝技，练就了一身“带压堵漏”的绝活，5 年来 6 次成功避免生产装置停产重大事故，挽回直接经济损失 700 多万元；

他，就是化学公司装置保运部检修二班班长朱杰。