

郭建跃
邹维荣
著

新闻创新论



新闻创新论

郭建跃 邵维荣 著

长城出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

新闻创新论 / 郭建跃著. — 北京: 长城出版社,
2004.3

ISBN 7-80017-668-1

I . 新... II . 郭... III . 新闻工作—中国—文集
IV . G219.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 014183 号

作者: 郭建跃

出版: 长城出版社

责编: 徐 华

发行: 长城出版社发行部

地址: 北京甘家口三里河路 40 号

邮编: 100037 电话: 68993913

印刷: 北京市印刷集团第一印刷厂

开本: 大 32 开 (850 × 1168)

印张: 10.5 印张

印数: 1-3000 册

版次: 2004 年 3 月第一版

印次: 2004 年 3 月第一次印刷

ISBN 7-80017-668-1/G.544

定价: 22 元

目 录

创新联想(代序)	郭建跃 1
采访遐想	郭建跃 3
记者随想	郭建跃 10
典型断想	郭建跃 18
附(1): 我是“蜘蛛人”	23
附(2): 心脑血管病防治“秘诀”	33
让读者眼睛一亮	
——关于新闻消息的创新	郭建跃 39
附(1): 上课能否晚一点	52
(2): 美曾为伊提供炭疽病菌	55
(3): 做个牲畜好辛苦	56
(4): 再给后代五千年	58
开创电视新闻的风流时代	
——关于电视新闻的创新	邹维荣 60
附(1): 林蛙不归路	76
(2): 安徽省农村税费改革系列报道	81
怎样打动读者的心	
——关于人物通讯的创新	郭建跃 94
附(1): 一个共产党员的作用有多大	106
(2): 北京有个李素丽	118

调动口播新闻无与伦比的优势	
——关于广播新闻的创新	邹维荣 130
附 (1): 克隆诱惑	143
(2): 月照沙洋别样情	152
寻找立意的“亮点”	
——关于工作通讯的创新	郭建跃 164
附 (1): 假典型巨额亏空的背后	176
(2): 真正的“秘密武器”	184
闪耀着思想的光芒	
——关于新闻言论的创新	邹维荣 191
附 (1): “台独”即意味战争	209
(2): “刘邦文化”是什么	213
在简洁中浓烈	
——关于事件通讯的创新	郭建跃 217
附 (1): 红豆杉被毁真相	226
(2): 铁幕正被撕开一角	234
读图时代论摄影	
——关于图片新闻的创新	邹维荣 241
附 (1): 伊拉克人在战俘营安慰儿子	251
(2): 艾滋病村	253
让睿智的幽默为新闻添彩	
——论新闻中幽默的运用	郭建跃 255
附 (1): 基辛格: 三面人	268
(2): 快快乐乐当市长	271
新闻创新要远离失实	
——关于创新的忌讳	邹维荣 280

论新闻的节奏美	
——关于新闻创新韵律的把握	郭建跃 303
附 (1): 赤子心 赤子情	310
(2): 今夜天使不休息	313
论新闻的简约之美	
——关于怎样将新闻写短的话题	郭建跃 318
附 (1): 8000 万元保不住一个名牌	327
(2): 中国亟待普及艾滋病知识	329
后面的话	331
参考书目及资料来源	333

创新联想（代序）

郭建跃

没有人告诉你非要怎样写才是正宗的新闻，新闻是在人们一次又一次不停歇的创新中才发展到今天这个样子的。所以说，创新是新闻的催产婆。

我们的创新不仅是在除旧布新和革故鼎新，而且还是在吸取兼容中，吸纳西方和一切成功的探索为我所用。我们在世界一体化的进程中，必须有将中国新闻走向世界的雄心壮志，尽快搭建与国际传媒平等畅通的交流平台，不至于总是被动地让人家任意评说我们，使世界更真实全面地认识中国。

我们今天正处在一个创新的时代，社会发展需要创新，社会实践需要创新，一切变革都离不开创新，而创新就需要一种锐意进取，知难而进，百折不挠的锐气。创新的本质就在于人们对已知世界的不满足和对心灵向往的追求，是人们力图改变现状的一种积极行为。创新的本质和使命决定了创

新不是简单的重复和模仿，它意味着从否定到探索，再从探索到新的否定这样一个永不停歇、永无止境的过程，意味着敢为人先，走别人没有走过的新路。所以，创新有很强的前瞻性、探索性，而前瞻和探索不一定回回不败。

自有史记载以来，多少传媒人在前仆后继地追求着传媒效果的最大值，我们的前辈们艰苦奋斗，确实创造了不朽的智慧，把新闻的境界推向了新的高度，而今应该说，借信息化社会之舟，已使传媒的作用到了颠峰时期。然而，我一直认为，境界未必已经穷尽，新闻表现手法的任何一种流派和风格，甚至包括新闻本身的体裁样式，都还有进一步挖掘完善的余地 and 空间，在未来的创新实践中，新闻媒体很有可能被分化、派生甚至变异、整合成新的种类和样式，就像网络媒体的出现让人始料不及那样。

凡是媒体新闻的诟病大都是因为受了太多的新闻规律之外的种种因素的利用、干扰和限制所造成的，而解决这种羁绊的根本途径只有创新。直抒事实本身，直展意识心灵，新闻该干些这样的事情。

当新闻丧失了新闻的价值体现而沦为泛新闻事件和滥用政治口号的陷阱时，那必然将疏离受众，疏离时代，疏离新闻的进步和新闻的理想。不管它是怎样地喊着“我变，我变，我七十二变”，也不管它又是如何因为掉换了一个新姿势就洋洋自得和孤芳自赏起来，那也不过是刘姥姥新穿一件花衣裳，根本改变不了本质属性上的俗气。

新闻是人类真实生活的横断面和折子戏，而创新是新闻发展的本质特征和新鲜的血浆。

采访遐想

郭建跃

1. 不要被采访对象“摆平”

对方的官职、权力，对方的实力、势力以及对方的魅力等等一切可以征服我们的东西，很有可能在我们的采访中，“麻痹”了我们的神经，“淹没”了我们的心理堤坝，松懈了我们的职责之“束”，这样我们就很有可能在思考和采写中，加进一些欲望支配的东西。特别是当采访对象有目的地想和我们“套磁”和“贴近”的时候，当心我们很有可能会被人家给“摆平”。这里不谈这种潜在的交易之间有什么利害得失，只说从采访的成功与否这一纯粹传媒角度来衡量，被“摆平”就可能使新闻的取向天平发生倾斜，甚至颠覆。使我们的访谈跑偏，使我们的询问缺乏犀利，使我们本该正义的笔变得暧昧起来，使我们想获取的真实情况逃逸遁失。这种过程，我们常常是不自觉的、潜移默化的和无意识的。

我们能不能轻易地被“摆平”，能不能挡得住诱惑？有一条底线是，我们必须清醒地认识到自己的软弱和“缺钙”将可能付出的代价是什么？我们不能违心地去干“指鹿为马”或不分“青红皂白”的缺德营生。

我们通过采访认识了无数的风云人物，可我们通过采访又成功地塑造过多少真正的风云人物呢？我们深入过多少重大事件的现场，可我们又采写出多少可以名垂青史的好作品呢？

2. 做一个巧妙的访谈者

何谓访谈的巧？窃以为起码有四：

一曰深问。访者问的深度，基本决定了被访者回答的深度。就如掘井者，你的锹镐挖多深，这口井自然有多深，井是绝对不会不挖自深的。如何深？先要有打算往深挖的思想准备和心理准备，还要有往深处挖的精心设计和具体筹划，比如从哪里突破最佳，用什么方式挖最佳，同时还要备齐磨快手里的家伙工具，这样一来，恐怕没有挖不深的井。你和人家谈，当然要有充分的准备，对象的基本情况，所谈内容的熟悉把握，设计问题的准确全面，有了这些“预谋”和设计，你才能把你所需要的东西掏出来，直至掏空它。

二曰巧问。有时候被访者不愿意和你啰嗦，特别是那些人家不感兴趣的话题，或与人家毫不相干的话题，而往往这种采访又是最大量的，若你问的不巧，很可能几句话就把你打发掉了，而他肚子里真正有价值的东西却一句也没有给你说。怎么

办？问得巧，路通了。什么叫巧，态度要和蔼真诚，方法要轻松自然，有时候还要给人家一些利诱。这里的利诱不是指贿赂，而是指巧妙地讲明提供情况将对事件公开所做的责任和贡献，同时还要想法引起被访者打开话匣子的兴趣，找到他的兴奋点，然后尽情地挥发，让他说不出来不舒服。这种巧是根据现场的适时的智慧调控，要靠个人的体会和把握去运用。

三曰细问。这条简单，只有仔细，才能保证少遗漏。任何有价值的细枝末节只有靠细问，我们才能从各种看似无用的碎料中找到，正是这些细枝末节才有可能充分说明许多事实的真相。我们千万不要小瞧那些看似无用的东西，刨根问底式的采访是一个有经验的访谈者必备的技能。有时候一句玩笑话，一个小眼神，都有可能推翻我们已有的线索，都有可能牵出一条大新闻。采访最忌浅尝辄止。

四曰广问。何谓广问？广问就是如果有时间，完全可以不拘泥一个方面，完全可以在问完主要内容之后来它个信马由缰。或当谈得比较艰难的时候，完全可以把话题岔开，聊聊别的什么，可以是当下的热门话题，可以是对方的身世，也可以是对某个共同话题的各自看法，什么都可以。就是在这种闲聊中，我们可能就有意外的收获。

当然，巧妙的访谈者绝非仅这四巧，自然还可以有八巧、十六巧在等待我们掌握概括，但窃敢说，这四巧不可少，是必须应该驾驭的。

总之，记者对采访对象，须入乎其内，又须出乎其外。入乎其内，故能写之，出乎其外，故能观之。入乎其内，故有生气。出乎其外，故有高致。

3. 可怕的会议室

采访最危险最可怕的地方在哪里？会议室。在最可怕的会议室里，进来的每一个人都是有备而来，他们给你的谈话内容都是经过加工的，筛选的，过滤的；他们塞给你的材料也是经过多少人并不太高明的提炼，且已加进去许多个人的喜好和是非价值标准，揉进去许多主观的喜恶，等着你按照他们的要求去做一道只有他们喜爱的“快餐”。这种地方不会有什么太好的东西问世，就像被各种化学药水发泡过的鱿鱼、海参，不会新鲜好吃一样。

所以，高明的采访者是想方设法要逃离会议室的，他们更喜欢到被采访者的工作现场、办公室或家里以及一切可以达到的现场，让被访者在现场说，指着实物说，在这种环境中，被访者的话，很难脱离实际，也很容易实事求是。我们获得的感受也可能更直观、更具体、更生动、更形象。

当然，会议室不是完全不能进去，有些大型会议，有些新闻发布会，甚至有些指挥室，同样可以演绎许多生死活剧，这是我们获得相关新闻的有效途径。我们在没有条件和时间的情况下，也只有会议室了。但要记住的是：采访，会议室绝对不是个好去处，能不去尽量不要进去。

4. 与对象互动

任何一次采访，都不该是拙劣地听人信口开河，而自己

只有听的份儿，记者不能当外行，每次采访前都要对相关内容快速预习恶补一段，让自己尽快能说出行话，进入圈子里与对象一起“喜怒哀乐”，这样才能牵引着“对象”与你互动，与你一起思索，才能钩出层次较高的访谈内容。

不要随便匆忙上阵，像一个门外汉，这样的采访成功机率不会太高。互动是一种高层次人性化的采访，像同业的同仁的对话，这是我们寻求的目标。甚至我越来越觉得，采访时能扔掉采访本最好，那个劳什子最煞风景，让对方警觉，让谈话停顿，让本来轻松深入的谈话嘎然而止。扔掉采访本才能不让对方分心、走神，才能排除干扰。如怕遗漏，我们可以用录音笔等辅助手段。其实真正打动我们的谈话内容是不需要笔录的，永远会铭记于心。

不当被动的记者，提倡做互动的记者不是让我们喧宾夺主，互动的目的是采访的成功，而不是让我们去表现自我和可笑地卖弄。

5. 一条不变的守则

当我们面对“大人物”时，采访可能因为我们的拘谨而让我们发挥不好，或者忘记了准备好的问题，或者对自己的提问信心不足而只好仓促结束；当我们面对一个目不识丁的农民的时候，我们又可能因为对方身份的卑微而疏于认真地耐心地提问；当我们面对名望如天的学者或魅力四射的影星时，我们能不能做到心如止水，不仰不俯，平等、清醒地完成我们的使命？被影响、干扰和高不成低不就的状态不是一

个成熟的记者应有的状态。

其实，记者无论采访谁，只要他（她）被确定为你的采访对象，你们之间就是平等的，你们之间就应该展开对等的交流，因为这时你代表的绝对不是你自己，而是你身后的媒体和受众，这里不应该顾及彼此之间的年龄、资历、身份、职务、学识、背景、性别等所有区别。只有心灵的对等，思想的对等，我们才能平等地交流，才能坦诚相待，共同去探索媒体需要的话题。平等交流是采访的不变守则。

6. 永远不要满足

采访，到了任何时候都不要满足，都不要以为已经获得了全部的新闻素材。经常的情况是这样的，再问一个问题，再找一个对象，再去看一个本不打算去的现场，更有价值的内容就像一位漂亮的“小女孩”，“鲜亮亮”地出现在眼前了。尤其是我们觉得“山穷水尽”的时候，觉得“井枯缸干”的时候，觉得“也就这些东西该差不多了”的时候，不要轻易放弃，不要轻易满足。

采访的成功与否，决定着稿子的成功与否，所以要把采访当成头等大事认真对待，千万不能图省事，千万不能投机取巧。最好的办法就是永远不要满足，不到最后的时候，采访就不能停止，路远也好，麻烦也好，劳累也好，克服吧。

有时候有些线索获得的比较容易，据此写成的稿子还获得喝彩，这时候可不敢庆幸我们的运气，更不敢造次效法下

去。好线索本身的光芒遮挡了采访需要的艰辛，这是“彩虹新闻”，每个人碰到的机会不多，经常的、大量的还需要艰苦认真仔细不倦地采访，是偷不了懒的，所以不能随便满足。

7. 仔细核对关键词

采访中，所有打算在新闻中出现的人名、地名、时间，包括相关的名称、提法、标准用语、概念、结论、评判成绩、荣誉级别等等容易引起歧义的关键词，在采访结束时，都应该像会计管理的帐目，去认真仔细地核对。这是马虎不得的事情，越老的记者越懂得仔细对待关键词，而新手往往容易忽略。

要知道，读者在你的报道中发现明显的人名、地名或者其他明显的错误，就如同在餐馆端起一碗饭发现里面有一只苍蝇一样令人恶心，他会怀疑整个这家餐馆的卫生情况，也如不相信你这一家媒体的真实性一样严重。这样的报道如果多了，这个记者的声誉和信誉就算完了，要知道信誉毁灭后的修复是很难的。

记者随想

郭建跃

1. 记者的心态

一个好记者的真正目的是把生活中那些令人震撼的事和人告诉更多的人，把那些一偶的不凡变成能吸引人眼球、引发人思考的文、图、声、像，而不是把稿子当成达到各种目的的“敲门砖”。

记者云游于“崇山峻岭”之间，但又不能企望与任何一座“峰峦”比美争高，我们的职业和使命是描绘“山河”，记录它们的雄浑和灵气，传递人间的悲喜之情，启动人们的心灵之扣，而我们自己承担了这些责任就已经是莫大的荣耀了，再不能为功名利禄如蝇若趋。恬淡的心境是一个好记者修炼的境界。不求闻达的洒脱也是一个好记者所该具备的品质。

作文留意于名禄必无实诣，读书寄性于吟咏定不能触

心。当记者如果老想着当官，那这记者肯定是当废了。当记者如果心存旁骛，那这记者肯定是走样跑偏了。想想看，一个做学问的人如果老想着去做官，他的学问还能做好吗？如果记者这一行还算是门学问的话。

学问人一旦开始关注学问以外的东西，那就离“泡沫”学者不远了。同理，一个记者一旦开始盯着记者之外的“五光十色”，那他就离“泡沫”记者的实名很近了。问题是现在接近“泡沫”记者的人大有人在，而自己又没有意识，这能不能是记者的悲哀吗？

也许有人觉得，当今谁还能浪得个静持清名的守候者，人们普遍更注重实际，契约化的现实主义已经在笑弃被认为虚无的理想主义，但智者不应该忘记，历史的发展是直线加速度的，在我国物质初级积累的时期，人们的思想观念根本是幼稚不成熟的，这时的貌似“时尚”的观念往往是肤浅短命的，就如我们现在回首笑弃 10 年、20 年前我们曾经流行的思想行为一样，我们会为我们今天的某些观念和行为而懊悔。

大智者当有远眺之目，我们求真谛，我们求价值，我们唯不可求虚荣。这可不是什么高调，我们回想一下，大家名师哪个是求虚荣被人们不忘的，哪个又不是靠精湛的学道和累累的硕果而垂青史册的。

2. 记者的精神

跑铁路时髦提速，学英语流行速成，时下干什么都讲究