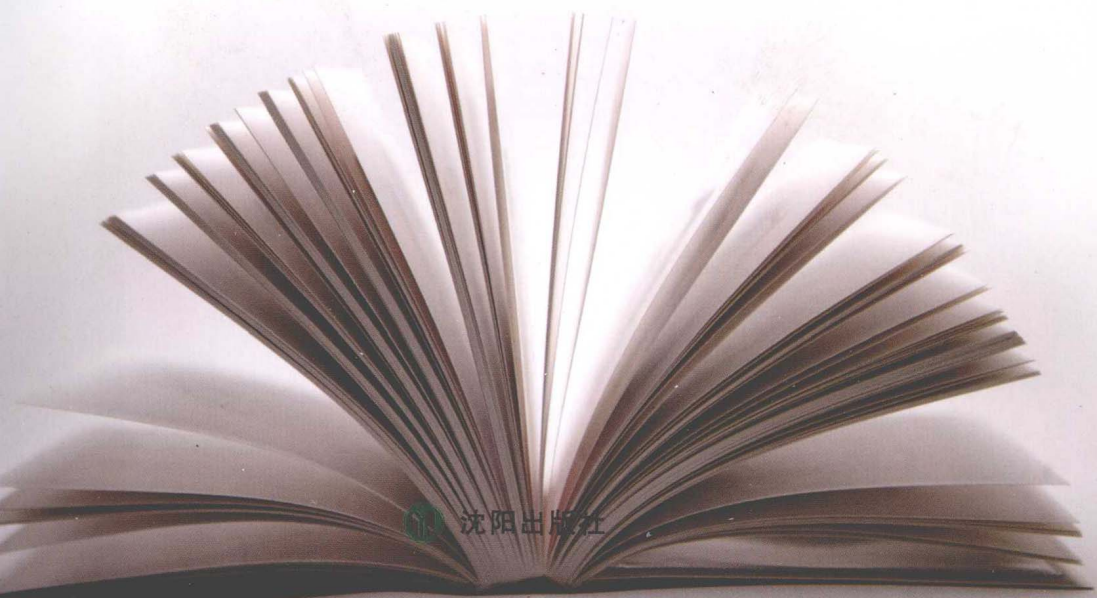


新闻式思考

THOUGHT FROM AN EXPERIENCED CORRESPONDENT

郑索军

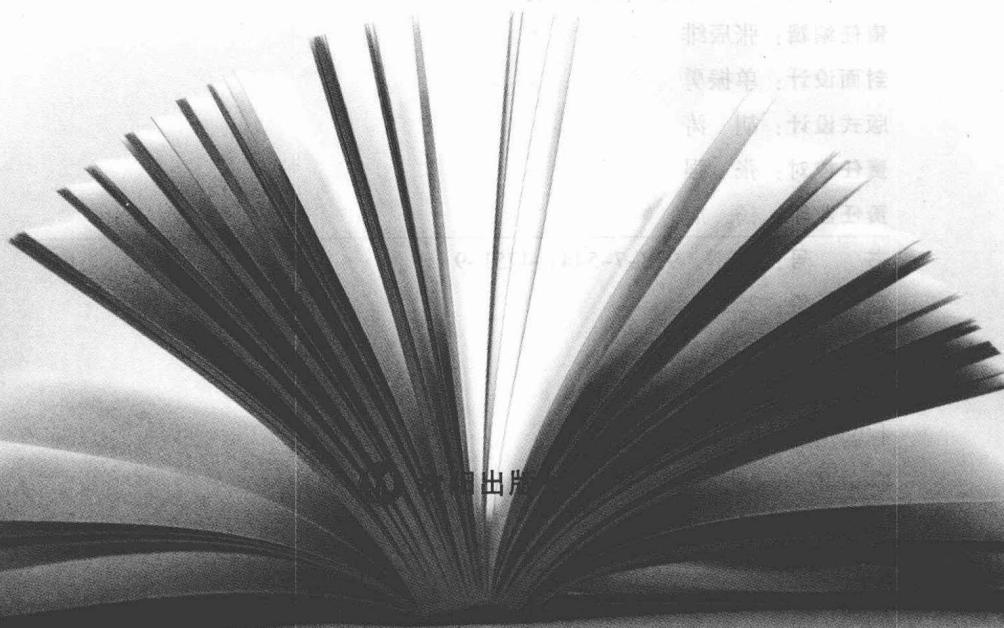
著



沈阳出版社

新闻式思考

THOUGHT FROM AN EXPERIENCED CORRESPONDENT



中国出版

图书在版编目(C I P)数据

新闻式思考 / 郑索军著. - 沈阳 : 沈阳出版社,
2010.8
ISBN 978-7-5441-4251-9

I. ①新… II. ①郑… III. ①新闻工作—中国—文集
IV. ①G219.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第166420号

出版者: 沈阳出版社

(地址: 沈阳市沈河区南翰林路10号 邮编: 110011)

印刷者: 抚顺光辉彩色广告印刷有限公司

发行者: 沈阳出版社

幅面尺寸: 148mm × 210mm

印 张: 6.5

字 数: 200千字

出版时间: 2010年8月第1版

印刷时间: 2010年8月第1次印刷

责任编辑: 张辰绯

封面设计: 单振勇

版式设计: 胡 涛

责任校对: 张 强

责任监印: 杨 旭

书 号: ISBN 978-7-5441-4251-9

定 价: 25.00元

联系电话: 024-24112447

邮购热线: 024-62564928

E-mail: sysfax_cn@sina.com

职业的思考

□ 媒体是否做“老大”的问题，不是一个胃口大小的问题，不是一个日子过得好坏的问题，而是一个生死问题。

□ 所谓强势媒体社会影响力的大小，已经不再是看谁拥有更多、更勤奋的编辑、记者，而是看它资讯分析整合能力的强弱。

□ 何谓主流化报纸？主流化报纸有着怎样的特征？主流媒体应是影响范围广泛，具有较高品位，具有权威性和较高声誉，能引导舆论，可持续发展的媒体。市民生活报要想迈入主流媒体的行列，首先必须具备“三力”，即影响力、公信力、引导力。

□ 原始编辑的原则和方法来自个人的经验，专业编辑的原则和方法则是从历史经验的积累中而来。

□ 新闻不是一个动态的概念，而是一种反复辩论和折中的动态领域。

□ 新闻是“历史的初稿”。

□ 短视的传媒往往习惯于用惨烈的场面刺激受众，而负责任的传媒则永远给人以希望和力量。记者代表社会的良知，是社会责任的承担者。他们理应以最大限度减少社会危机为己任，维护社会稳定，促进社会和谐，这也是人文精神的基本要求。

□ 改良中国政治新闻文风的一个重要手段就是努力实现“新闻个人化”。一个生动感人的普通人的故事和经历给公众留下的深刻印象，胜过几十篇讲大道理的社论和理论文章。

□ 偏重综合而忽视具体分析的报道方法，是中国媒体迥异于西方媒体的地方。中国新闻媒体的典型文风是什么？那就是新闻概念化、模糊化、笼统化、综合化。

□ 现在已经不是点子制胜的时代，而是执行力制胜的时代。

□ 叙述是新闻的基本功。有景的叙述更可信；带情的叙述才动人；含理的叙述更深刻。

□ 政治和文化是新闻的两个最大主题。对一个记者来说，政治责任让他不小、不私，高瞻远瞩，光明磊落；文化责任让他不浅、不俗，学养深厚，敏锐从容。

□ 众多研究表明，使版面富有吸引力的，首先是照片，其次是标题，然后才是文章内容。

□ 新闻竞争：别人没做的，我们先做；别人做了的，我们做深；比别人更强更深更细更早。

□ 从新闻无法摆脱商业控制的这个事实来看，越来越多的新闻已经成了广告和娱乐的囚犯。

□ 坏新闻的一种表现：事实让位于观点。

□ 在高度商业化的媒介环境中，媒体需要的是“眼球”。媒体最能激发公众注意力的方法是让公众愤怒，让公众不断地生气。媒体不再是靠事实来引导公众，而是靠情绪来引发公众的愤怒。媒体忠于的不再是事实的真相，而是公众的情绪。新闻策划就是一种利用和操纵公众情绪的手段，策划人应尽量按公众的感情来制造观点和言论。

□ 时评就是要让你读起来生气。

□ 媒体市场是培育出来的。当低俗成为风气和卖点时，一些媒体只能不断地提供更加低俗的内容去满足这个市场。

目录

CONTENTS



记者的风格	3
同城问题不同质——三种思维方式	7
开头，要直奔主题	12
新闻写什么	14
人物写得越鲜明越好	16
图片报道的三个关键词	18
预告性新闻的风险不小	20
“我”该在新闻里出现吗	24
能不能允许“记者的感受和评论”	26
新闻作品中能不能运用修辞格	28
如何抓社会新闻	29
深度报道的理性思考	31
文化新闻重在原创	34
娱乐新闻不完全炒作术	36
谁推波助澜了娱乐新闻的庸俗化	39
媒体不可跟着王朔玩随便	41
怎样才能成为一个优秀的娱乐记者	42
娱乐新闻如何选稿	43

经济新闻应易读易懂易记忆	45
经济报道数据处理技巧	47
新闻报道的落脚点还是新闻，不是文学	49
从“富士康事件”看媒体的舆论引导力	51

编辑篇

办报的八“是”与八“不是”	55
版面的四大冲击力	59
打造连载品牌	61
好版面的两大因素——六大亮点与四大美感	63
“艳照门”事件中的新闻侵权现象	66
沈阳晚报创办《新电影》周刊的启示	70
值班评报（一）	74
值班评报（二）	77
“通稿”难以乐乎	80
一眼放不下的几个文娱标题	81
编辑不能囿于“成稿再加工”	84
《盛京论语》专版开办得很好	86
时评之弊	97
写好新闻之“三要”	99
标题一定要准确、简洁、生动	100
点评几家报纸的同题	102

策划篇

主旋律人物报道的立体化操作

——沈阳晚报策划组织“读书心语”系列报道的体会	107
-------------------------------	-----

以大文化观策动媒体活动	112
组织“辽宁省老游戏大赛”活动的启示	115
新闻策划方案不宜过多过细	119
媒体策划的四种类型	120
互动,晚报文娱报道的创新之举	122
从一组特刊报道谈编辑的策划能力	126
策划是责任,是水平,更是境界	130
成功的策划案例	132
策划组织“市民读书心语大赛”	
并主编出版《读书心语》一书	132
策划组织“市民读书微博大赛”	
并主编出版《读书微博》一书	135
寻访“辽沈读书种子”,	
整理完整、准确、翔实的“辽沈读书档案”	138
策划组织三届辽宁省老游戏大赛并	
主编出版《老游戏》一书	140
策划“2010 郎朗沈阳音乐会”并推出《沈阳郎朗》特刊 ...	143
组织十二届小记者夏(冬)令营	144
毛泽东外孙女孔东梅与沈阳晚报读者真情面对面	146
陈佩斯三次做客沈阳晚报	147
“六君子”书画义卖	148
“观赏《日出》,感受经典”特别策划	149
“名门痞女”洪晃做客	150
《国失瑰宝》——隆重纪念大师杨仁恺	151
“笑洒人间”——马季去世特别策划	152
“国嘴”罗京逝世特别策划	155
濮存昕与沈阳晚报读者过小年	156
《乡村爱情 2》剧组做客沈阳晚报	157

李云迪做客沈阳晚报	158
吉尔特伯格演奏会	159
开设《东北星故乡情》专栏	160
开设《辽沈名家进行时》专栏	161
首推《新电影》周刊	162
成功打造“沈晚观影团”	163
侯耀文逝世策划报道	164
郎朗做客沈阳晚报	165
2009 抗击“甲流”大行动	166
“2008 我十八”成人礼系列活动	167
绿色奥运社区行	168
“新玛特杯”沈阳阳光儿童大选	169
舞星舞秀 舞魅沈阳	170
清明, 给逝去亲人一份特别的爱	171
集体婚礼	172
“07 沈阳第一新娘”大选	173
寻找“榜样妈咪”大行动	174
世园会小使者大行动	175
沈阳“十大魅力家庭”评选	176
吃汉堡大赛乐趣多	177
沈阳“十佳父亲”评选	178
寻找“十大特色同学会”	179
“钢琴小王子小提琴小公主”才艺大赛	180



大家评说纸媒传播	183
名家点评娱乐文化	193

采 访 篇

记者的风格

综观中外名记者，无论在采访还是在报道写作上，都有自己的独到之处。在采访上，法拉奇长于采访政要，李普曼著于时政评论，穆青则以采访农村基层劳模而闻名。在写作技巧和方法上，范长江饱含激情，梁启超气势磅礴，穆青形散神聚，艾丰理性批判……他们的思维方式和文笔，他们的立场观点、思想水平、个性特点，也都流露在他们的新闻作品中，这就是他们的风格美。

新闻作品的社会职能有二，一是社会认识功能，引导读者认识周围环境和客观事物并做出判断；二是审美欣赏，同一件事情，不同的报道方式，会在读者中产生不同的效果。在新闻作品中，并不是每一篇作品都能够达到第二个层次的。

新闻是对事实的报道，但事实或是曲折或是错综复杂的，如何去报道区别很大。客观事物经过记者大脑思考、分析，然后通过不同的文笔跃然纸上，产生出来的新闻作品则风格迥异。因此，我们可以肯定地说，每一篇报道都留存着记者的风格。

晚报曾做过多篇“乞丐文章”，有一篇给笔者留下深刻印象，这就是《乞丐直言：沈阳钱好要，我不回家。》文中这样写道：

“在沈阳要的钱最多，我不回家！”4月19日，市内五区行政执法人员深入大街小巷，清理街乞，在北行附近，执法人员规劝乞丐返乡时，一名乞讨儿童道出了心底话。

当日中午12时许，天空中的雨慢慢变大，北行农贸大厅附近仍然有几个乞丐身影。一名小男孩正面朝下趴在一个商场门口的雨搭下。该男孩五六岁的样子，执法人员走上前，对小男孩说：“请上车，送你们回家。”男孩带着哭腔说：“在沈阳要的钱最多，吃得最好，我不回家！”

对于乞丐这个社会顽疾，是个常见题材，本文可见其角度、力度的新奇与深刻，体现出记者明显的个性特点。本文记者跑行



政执法战线多年，对乞丐这个事件也做过多次报道，甚至扮过乞丐进行暗访，将他们讨要幕后的生活状态，分别以照片及文字的形式见诸报端，使广大读者认清了职业乞丐的真实嘴脸。对于记者的风格，可以从以下几个方面来理解：

记者风格是多样的。新闻作品说到底是一种精神产品，精神生产与物质生产不同，它必须追求个性与创新。同时，记者风格和读者的兴趣是紧密结合在一起的，受众需求的多元化要求新闻作品在内容和形式上与众不同、独具风格。

风格纯属个性化的东西，它没有是非之分，也没有优劣之分。并不是说每一个记者都有风格，只是其中的一部分优秀的记者在长期的实践和工作中摸索了很多经验，写出新闻作品后，受到了广大同行和读者的认可。

风格并不等同于性格。性格是每个人都有的，但不能说每个人都能形成自己的风格。风格必须在长期的实践中形成，必须有长时间的积累，并在自己的新闻作品中得到体现。

记者的风格并不是在记者的每篇作品中都体现出来，它是记者所有作品总的抽象和概括。研究某个人的作品风格时，实际上已经略去了他的若干次要特点和偶然的作品特色。

记者风格的差异是无限的。因为记者风格的形成原因是复杂的。既有外在的客观因素，又有记者自身的主观因素。鲁迅说风格“不仅因人而异，而且因事而异，因时而异”。新闻事实、外部的具体时代条件、历史环境以及记者个人阅历、禀赋、气质、学识等都会影响风格的形成。正是多种因素的交互作用，形成了记者风格的千差万别。

附文：

丁香湖水清 引来三百鸥鸟做客

(王野蛟 2006年3月30日 《沈阳晚报》)

阵阵春风吹过丁香湖面，数百只水鸟翩翩起舞，追逐、嬉戏、入水捕食……这些洁白的精灵悠闲自得，全然不顾观看的游人。3月29日，记者在于洪区的丁香湖面亲眼目睹了难得一见的生态美。

湖上醉人美景

当日下午4时，位于于洪区英守乡的丁香湖波光粼粼。数百只水鸟落在湖心，如洁白的精灵引人注目。它们三五成群，或是展翅飞翔，或是俯身觅食，或是梳理着洁白的羽毛……湖水被它们的翅膀拍打出朵朵水花。所有的一切显得宁静、惬意。

聚在岸边的围观者开始多了起来，但水鸟们并没有显出丝毫惊慌，这些翅膀上长着黑色羽边的小家伙，依然在湖里怡然自得地抬足舞翼。湖面中央，几只水鸟舞动双翅，腾空而起，水鸟群也跟着纷纷轻挥两翼，一飞冲天，蓝天中，水鸟围着湖面缓缓盘旋，展翅起舞。在晚霞的映衬下，这幅美轮美奂的画面不由得令人陶醉。

村民期待贵客落脚

“今几个它们已经来了第三天啦！我们还是第一次看见这种动物……”一名村民向记者介绍。据村民们介绍，早在三天前，这里就飞来了数十只白色水鸟。没想到一天以后，水鸟越聚越多，到目前为止，丁香湖的水鸟已多达三百余只了。这几年丁香湖水质越来越清澈透明，河里鱼虾丰盛，常有水鸟在此栖息。在最近三年的春季里，途经这儿的候鸟都要停上一站，歇一歇。一到夏天，野鸭子满湖都是……”村民们感慨地说：“丁香公园马上就要落成了，真希望它们能永远留在这里！”

沈城环境越来越好

辽宁大学生命科学系教授刘明玉接受记者采访时，证实了这些“贵客”的身份。这些白色水鸟名为黑尾海鸥，属于鸥形科目的一种候鸟，俗名海鸥、水鸽子。它们的光临说明丁香湖的水质



得到很大改善。刘教授肯定，海鸥造访沈城，完全证明我们城市的环保和生态环境越来越好了。

点评：

新闻也能创造意境

——读《丁香湖水清引来三百鸥鸟做客》

(张宝华 沈阳晚报新闻研究室)

一条好消息，一篇美文章。读了令人心旷神怡。

读者不仅需要知道信息，还需要美的享受。这篇短文做到了。使阅读成为一种享受，应是报人追求的一种高境界。诗歌有意境，散文有意境，好新闻也有意境。意境由何而生？美的画面、美的动态、美的色彩、美的声音、美的韵律、美的情感……

动态美——数百只水鸟翩翩起舞，追逐、嬉戏、入水捕食，或是展翅飞翔，或是俯身觅食，或是梳理着洁白的羽毛，抬足舞翼；

色彩美——蓝天、水鸟洁白的羽毛、黑色羽边的小家伙；

环境美——春风吹过丁香湖面、丁香湖波光粼粼、在晚霞的映衬下、丁香湖水越来越清澈透明；

细节美——这些翅膀上长着黑色羽边的小家伙，依然在湖里怡然自得地抬足舞翼；

宏观美——湖面中央，几只水鸟舞动双翅，腾空而起，水鸟群也跟着纷纷轻挥两翼，一飞中天。蓝天中，水鸟围着湖面缓缓盘旋，展翅起舞。在晚霞的映衬下，这幅美轮美奂的画面不由得令人陶醉；

情感美——村民们感慨地说：“丁香公园马上就要落成了，真希望它们能永远留在这里！”此文三段分明，整体和谐有致，有诗有情有理，美从自然出。

美文在于用心创造。美文为本报添彩。杏花枝头春意闹，万紫千红还会远吗？

同城问题不同质——三种思维方式

曾连续推出多篇震惊日本政坛的独家新闻的日本《朝日新闻》社社长堀铁藏说得好：“今天的独家新闻与以往有很大的不同，在多媒体并存的时代，已经报道过的事件中往往隐藏着独家新闻，记者要去揭开已知的事件中尚未公开的秘密，这是当代独家新闻的一大特点。”

一个很简单的道理，从读者的角度来看，他们实在没有必要去买两份内容基本相同的报纸。因此，如何做到同城问题不同质，已经构成了新闻竞争中的新课题。种种竞争招数中，最具竞争力的是从同题资源中找出独家新闻。

以往对独家新闻的理解为“由一家新闻机构向外界发布的新闻，是形成、创造报纸（广播、电视）特色的重要因素”。然而，在今天这种多家媒体对新闻源激烈竞争的情况下，很难做到一个新闻源会被某一媒体独家占有。也就是说，这样的独家新闻几乎没有了。

那么，独家新闻何求？笔者曾在一篇有关专著中抄写一段，特辑录在此。“独家新闻”人无我有、人有我特的“十大标志与特点”：1. 是独有的新闻事实；2. 是独有的远见与时效；3. 是独有的地方特色；4. 是独有的问题与现象；5. 是独有的视野与眼光；6. 是独树一帜；7. 是独特的角度；8. 是独特的见解；9. 是独有的深度；10. 是独特的结构等。我认为，只要具备上述第一、第二这两个“基本条件”之后，再加上一二条“松动条件”，并善于在事物“微量”的变异上，发现新的独特“新闻、宣传价值”，那就完全有可能打响“马后炮”，拎出“独家新闻”来！

以下这一点是被业界的所有人所高度认同的，就是说新闻采写，就像采矿一样，有时遇到的是贫矿，有时遇到的是富矿。遇到贫矿不管如何挖掘，那点新闻含量一掘就完，再掘就免不了成



为炒作；遇到富矿，不善于挖掘，只在表层上做点文章，那就如入宝山，空手而归。所以从这个角度看来，要在同题资源中找寻独家新闻，关键是要改变我们的思维方式，从思维方式上去提升同题新闻竞争力。思维方式无非就是求异思维、逆向思维、辐射思维这么几种。

求异思维，通俗点说，就是另辟蹊径，而不人云亦云。它是指向事物的非似性与差异性的思维方式。它与趋同思维相对，后者是指向事物的相似性与同一性的思维方式。如果说趋同思维是将复杂的事物简单化的话，那么求异思维则是将简单的事物复杂化。当别人习惯于从某些固定的角度去观察问题时，求异思维可帮助记者设法从新的不同的角度去观察事物。

逆向思维，通俗点说，就是找碴，怀疑一切。它是指向事物的虚假错误或片面的思维方式。它与顺向思维相对，后者是一种顺从于思维定势的思维方式，它是一种习惯性的常规思维。这种思维对认识对象所采取的是认同的态度，证明其真实正确。而逆向思维恰好相反，它是从相反的方向或角度来考察事物，从而发现人家没有注意到的新鲜事物和新颖内容。逆向思维常可帮助记者产生新的报道思想，发现新的新闻价值。

·8·

辐射思维，通俗点说，就是四面扩散，多层次思考。辐射思维与辐集思维相对，后者又可称为聚敛思维，而辐射思维又被称为发散思维。它是以一个信息源为中心，把思路沿着不同的方向、不同的角度去思考问题，从众多方面寻找解答问题答案的思维方式。辐射思维最大的意义在于开启记者的思路，让记者从多方面对事物进行观照，多层次对问题做出思考。

同题新闻竞争，从某一个方面来说，争的是新闻资源，反映的是你发现新闻、挖掘新闻的能力。这一点对记者而言至关重要。