

# 新闻的写法

全媒体

耿伟 著

实战攻略



OMNIMEDIA

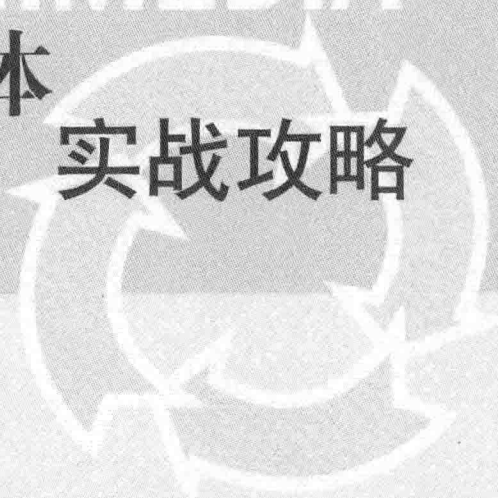
# 新闻的写法

OMNIMEDIA

全媒体

耿伟 著

实战攻略



中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻的写法: 全媒体实战攻略/耿伟著. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 10  
ISBN 978-7-300-19707-4

I. ①新… II. ①耿… III. ①新闻写作 IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 238076 号

深圳市新闻人才基金会资助项目

新闻的写法: 全媒体实战攻略

耿 伟 著

Xinwen de Xiefa: Quanmeiti Shizhan Gonglüe

---

|      |                                                                                                                                  |      |                     |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------|
| 出版发行 | 中国人民大学出版社                                                                                                                        |      |                     |
| 社 址  | 北京中关村大街 31 号                                                                                                                     | 邮政编码 | 100080              |
| 电 话  | 010-62511242 (总编室)                                                                                                               |      | 010-62511770 (质管部)  |
|      | 010-82501766 (邮购部)                                                                                                               |      | 010-62514148 (门市部)  |
|      | 010-62515195 (发行公司)                                                                                                              |      | 010-62515275 (盗版举报) |
| 网 址  | <a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a><br><a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网) |      |                     |
| 经 销  | 新华书店                                                                                                                             |      |                     |
| 印 刷  | 北京鑫丰华彩印有限公司                                                                                                                      |      |                     |
| 规 格  | 170 mm×240 mm 16 开本                                                                                                              | 版 次  | 2015 年 1 月第 1 版     |
| 印 张  | 17.5 插页 1                                                                                                                        | 印 次  | 2015 年 1 月第 1 次印刷   |
| 字 数  | 274 000                                                                                                                          | 定 价  | 45.00 元             |

---

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

## 自序 苦中作乐



本书作者在日本福岡游泳世锦赛新闻中心写稿时留影。

老家门前有条松花江，绕着宁江小城日夜流淌。那里隐溢着扶余帝国的古老遗风，流传着壮哉凄美的尘封故事。香港曾热播一部电视剧《朱蒙》，描述的就是三王子朱蒙分兵东走，打拼高句丽王朝的震撼与传奇。

记得读中学时，有一天老爸回家说来了几位记者，四处搜集那些无法佐证的口头传说。老爸仰慕道：“记者厉害，无冕之王啊。”后来阴差阳错，我成了传说的记者，几番苦斗，却省悟了新闻人的命运：遍尝酸咸苦辣，乃苦中作乐也！

在中国，当记者苦；当追踪真相的名记者，苦上加苦。

我敬重两种记者：一是发现社会楷模的，如报道大医郭春园、歌者丛飞的记者徐华<sup>[1]</sup>，记述《人民警察任长霞》的记者朱玉、程红根；二是揭露腐败黑恶势力的，如曝光《北京出租车业垄断黑幕》、《山西疫苗乱象调查》的记者王克勤，调查“十元店”、“二奶村”的著名卧底记者涂俏。这些记者的每个脚印，都留下坚韧和不屈。但前者往往会得到荣誉和光环，后者却可能遭受排斥和苦难。譬如王克勤以《河北定州血案调查》，将定州6名农民被打死的真相大白于天下，将原定州市委书记和风押上审判台；仅一年，被他揭露而关进监狱的黑恶分子多达160人，其人命被黑社会悬赏500万元！<sup>[2]</sup>

记者是一种高危职业。<sup>[3]</sup>你的批评稿若触犯黑暗利益，不仅会遭受冰冷的敌视，性命也会面临威胁：《深圳特区报》记者揭露某建筑违法，被电话恐吓“小心你的狗头”；30岁的河南洛阳电视台记者李翔被歹徒刺扎十余刀身亡；《中国贸易报》山西记者站兰成长，到浑源县了解黑煤矿内幕被殴打，双臂和一条腿骨折，因颅内损伤死亡，惊动国家最高领导人，批示速查。<sup>[4]</sup>但让人不安的是，当地官员还在甄别兰成长的身份。这引起公众质问：倘若他是假记者，就该打死吗？

但我不后悔选择了记者职业。回想在《黑龙江日报》时，绥棱乡下，一排跪倒在田野的老农呼喊“青天！”求我为假农药毁了庄稼说句公道话；在海伦市，一位从南方发运电视机的商人，向我诉说接到的集装箱装满了砖头，欲哭无泪！那时，记者的责任感油然而生，我拍案而起！

当记者，你身陷苦境，则离新闻奖很近。暗访《大动脉在失血》时，我和新记者李波在零下30度的罐车里冻得蜷缩成一团；追踪《大“机”为啥斗不过小“机”》时，我孤零无助地在小酒馆整理难得的素材；九运会上，众多记者蜂拥采访世界冠军黄金宝，我却独自采访身患绝症的自行车名将王艳，以一篇《中国的阿姆斯特朗》获得中国体育新闻奖。这让我明白，激动和遭罪是写出好稿的不弃伙伴。

新媒体，让记者全能和悲催；写稿，乃苦者无惧也。

“肩上扛着摄像机、胸前挂着照相机、口袋里装着手机、背包里是无线上网本、手上拿着录音笔……他们既是记者、编辑，也可以是播音员、主持人；既可以为报纸工作，也可以是电视台、网站、电台的记者……多么神奇的一

个职业，他们什么都会，无所不通、无所不能，简直就是万能记者，记者中的战斗机。”这是陈国权笔下描绘的“气喘吁吁的全媒体记者”。<sup>[5]</sup>天下最为刺激、紧张和劳累的职业，首推记者。

《在深圳的日子里》记者诉苦：每当凌晨关闭电脑，就会冒出古怪的念头，想把《北京人在纽约》那句名言改为：你想上天堂，请到深圳来；你想下地狱，请到深圳来。

有人预测：记者是今后消失的第一职业。残酷！因为网络嘛，每个人都可以是记者，电脑则可以当编辑，托夫勒30年前的天才想象，魔术般地出现在人们眼前。QQ、网站、贴吧、空间，以及视频、博客、微博、微信等新玩意儿，令人眼花缭乱。移动终端改变了传播渠道，报纸、电视、广播等传统营利模式，在网络拍岸下开始动摇。腾讯每年上千亿元的总收入，三四百亿的纯利润，哪家报社、电视台能比呢？

可我不相信记者会消失，就像中国著名报人范以锦所说：每种特殊载体都会有人喜欢。<sup>[6]</sup>

哪怕老媒体烟消云散，只剩下了网络，可记者职能依旧：写稿！

哪怕你会拍照和摄像，通晓剪裁直播，可记者根基依旧：写稿！

的确，无论是内容为王、渠道为王，还是用户为王、粉丝为王，那都是老总们的苦恼，普通记者的使命仍是寻觅新闻。

记者是社会记录者，原创新闻是核心力量；记者也是活动家，不仅要在血缘亲缘网、社会关系网、法律行政网里艰难穿行，还要架设网络人脉。

在这个充满诱惑的社会，记者没有人格定力和采写欲望，是难以苦熬到底的。当记者要像《亮剑》里的李云龙，既天不怕地不怕，又能屈能伸。记者只有血液里流淌着骑士般的正义感，才敢像乡村小人物那样——《我向总理说实话》。

在中国，职业记者的生存训练，不可缺失“狗仔”<sup>[7]</sup>的吃苦性情。

每年有许多大学生失业，可记者总量调控在25万人，寻岗维艰。你要踏入任何一家传媒集团的门槛，须过五关斩六将，简直是一场彻骨折磨。我多次担任招聘考官，发现新闻专业女生90%以上，男生则凤毛麟角。于是苦了女生，先比考分，再比面试，不可声张的是比容颜，尚未入职就已经伤痕累累。因此，每当我看到有新记者辞职，心里便会一阵酸楚。

我曾在深圳大学开新闻实训课，事先看到的原理，往往是将简单的学问说得很复杂。其实，新闻是一门实践科学，记者哪需要知道那么多繁杂理念？在香港，中学毕业就可当记者，初学“狗仔”，苦啊：在明星、特首的家门口搭起帐篷，支起高梯，不眨眼地紧张搜寻。一旦发现有人出来倒垃圾，便蜂拥而上，一通乱翻。那场面像小品般搞笑，垃圾桶即是“新闻源”，教授的条文早就被忘到九霄云外了。

可我惊讶地获知，无论是“小龙女认亲”，还是“陈冠希艳照门”，不管刮风下雨，他们都能挖来最新消息，心底涌出一种对“狗仔”的敬意。

我以一位中国老记者的见识，对写新闻的故事笔法进行解读，目的是在全媒体背景下，以实战情境传授学生四种谋略：一是捕鱼说，如何在社会江湖里捕捉一条鲜活的新闻“大鱼”？二是烹调术，如何将这条“鱼”制作成色香味俱佳的报道“大餐”？三是幽默感，如何像小剧本那样巧妙布局稿件亮点？四是法纪论，如何让敏感的深度采写在法规保障下不被侵害？其中关键环节如动画意识、悬念设置、角度路径、亮点嫁接、幽默导语、灵感标题、人物底蕴、深度报道、隐性调查、网事报道等，因为配有精辟、有趣、震撼的课件演示，我又像周立波那般穿插了民谣和歌声，所以总让人听得如醉如痴。这些内容也许会让我的学生们今后少吃点苦头。

其实这种实训，也很适用于职业记者。只是专题内容不同。在深圳大运会前，我给有关记者和新闻义工进行压缩训练，让200多名熟手和外行在短短4个小时内，对特殊通道、独家新闻、情报架网等环节恍然大悟。许多人课后围着我兴奋地提问，让我尝到一种哲人的享受感。这也验证了我的判断：人的写作能力在中学就基本成型，大学只是锤炼成熟；对新闻只有浅薄知识的大运会义工，同样可以有信心写出像样的稿件。

关键是要拥有“狗仔”的职业素养：钢头、铁嘴、橡皮肚子、飞毛腿。

从1997年圣诞算起，这部书稿写了16年多的时间，可谓是头脑的苦涩长考。

当初，遇到采编困惑，我便从法兰西斯·迪利撰写的《华尔街日报》寻求答案。<sup>[8]</sup>幸运的是，美国密苏里大学和《西雅图日报》专家组来中国授课，我有幸得到普利策新闻奖得主巴娜金斯基教授的点拨，醍醐灌顶，智穴顿开。如今这部书稿经三次“大修”，恭呈中国人民大学出版社审定，算是对新闻生涯的一个交代吧。

托尔斯泰说：“无论怎样诅咒社会的丑陋，生活还是美好的。”书稿杀青了，心底有一种“苦中作乐”的复杂感受。回首逝去的不短光阴，听着书房里飘荡的莫扎特《魔笛》，我像是《哈利·波特》里巫师嘲讽的“老麻瓜”。奢望的只是书稿能给人一丝启迪，而不是万千误导。

耿 伟

2014年初于鹏城

#### 注释：

[1] 徐华，1962年生，黑龙江绥化市人。曾在《黑龙江日报》发表《非生理性病变》等隐性报道；在《深圳特区报》发表《少女写在魔窟的血泪账》、《“野马”旅行社祸害海岛游》等调查性报道。2005年7月，《做个好人咋这么难》丛飞系列报道，引起新华社、人民日报社、香港凤凰卫视等全国几十家传媒的记者云集深圳，采写五星级义工丛飞10年资助178名贫困山区孩子的事迹，中央电视台更是制作了9个频道的精品节目，通过《新闻联播》、《焦点访谈》、《面对面》、《艺术人生》、《经济半小时》、《中国周刊》、《文化访谈录》等，将丛飞的崇高形象传遍千山万水。深圳特区报社、深圳报业集团、深圳市委宣传部先后作出向徐华学习的决定。徐华先后被授予“深圳市劳动模范”、“广东省劳动模范”、“全国五一劳动奖章”、“全国劳动模范”等荣誉称号。

[2] 王克勤，1964年11月生，甘肃省永登县人。曾任《中国经济时报》首席记者、《经济观察报》总编助理，是中国当代著名揭黑记者，被评为2004年中国十佳曝光勇士。警方曾派4名刑警荷枪实弹进驻他家保卫安全。2011年9月28日，王克勤在新浪微博称，“本人已辞别工作了10年的《中国经济时报》，加盟《经济观察报》，任总编辑助理，正在组建调查报道团队”。2013年2月27日他离开《经济观察报》，调查报道团队被解散。资料据百度百科。

[3] 扩展到全球范围，记者也是高危职业。据《中国青年报》2003年4月11日报道，4月8日在巴格达，西班牙电视五台摄像师何塞·科索、英国路透社摄像师普罗兹尤克、卡塔尔半岛电视台记者塔里克·阿尤布相继死于美军炮火。据统计，伊拉克战争以来，已有13名战地记者死亡。据《广州日报》2012年11月23日报道，法新社22日援引数据称，2012年已有119名“一线”记者死亡。此前14年中，死亡人数最多的年份是2009年，共计110名记者失去生命。2008年这一数字为102人。

[4] 参见《胡锦涛等重视记者大同毆毙案要求迅速查明情况》，见中国新闻网，2007-01-24。

[5] 陈国权：《气喘吁吁的全媒体记者》，见人民网，2012-01-12。

[6] 范以锦，南方日报社原社长兼总编辑，南方报业传媒集团原董事长。现任广东省新闻工作者协会主席，暨南大学新闻与传播学院院长、教授。曾被《传媒》、《今传媒》、《南方周末》等媒体评为“中国传媒年度人物”、“最具影响力传媒人物”、“最具创新成就传媒人物”、“最具赞许人物”等。2012年获得广东首届“新闻终身荣誉奖”。引文系2013年8月23日，在深圳《宝安日报》“社区传媒创新发展论坛”上本书作者采访范院长时的记录。

[7] 1960年，意大利导演费里尼在电影《甜美的生活》中塑造了一名善于偷拍的摄影记者帕帕拉佐（Paparazzo），自此，这个词的复数形式Paparazzi便被人们用来称呼那些专挖名人隐私的记者们。后来被香港人形象地翻译成“狗仔”。

[8] 参见[美]法兰西斯·迪利：《华尔街日报》，北京，企业管理出版社，1998。

# 目 录 CONTENTS

## 引论 给我一个动人的故事吧! / 1

### A 捕鱼说 / 15



记者想讲一个动人的故事,必须先当一个瘾头十足的渔夫。捕捉到大量的新闻鱼儿,如何钓上来?“钢头、铁嘴、橡皮肚、飞毛腿”,乃笔者亲身感受也。新闻像鱼钩,标题像钓饵,导语像鱼钩上的倒刺,钓鱼术很精深呀。

- A1 突 发 新 闻——手疾眼快捕“游鱼” / 17
- A2 第 二 落 点——借风看水追“快鱼” / 39
- A3 “新 闻 群”——撒开大网捞“鱼群” / 49
- A4 政 务 报 道——清江淡水藏“鲜鱼” / 60
- A5 国 际 赛 事——特殊通道钓“大鱼” / 76
- A6 新闻工作室——机制灵活抓“活鱼” / 84

### B 烹调术 / 93



记者有了充足的素材后,能否讲出一个动人的故事呢?此时,你要从渔夫变换为新的角色——酒楼的大厨。无论稿件还是版面,都要制成色香味形俱全的美味佳肴,捧给受众品尝。

- B1 动画意识——妙手行文似摄像 / 95
- B2 破题收笔——苦辣酸甜贵在鲜 / 107
- B3 人物底蕴——形神升华意境远 / 120

B4 对比报道——口感迥异滋味浓 / 134

B5 动感版面——梦幻视觉的 CVI / 140

B6 无纸校对——差错怪影难驱走 / 151

## C 幽默感 / 157



记者想讲一个动人的故事，还要像小品明星赵本山、潘长江那样，善于用幽默、悬念等手法给故事情节嫁接亮点。那你就当一回出色的小品演员吧，“谢谢啊——”

C1 灵感标题——钩住读者的眼球 / 159

C2 幽默导语——首段文字读上瘾 / 173

C3 亮点情节——巧妙嫁接添趣味 / 181

C4 调侃评论——一针见血透机智 / 194

## D 法纪论 / 205



记者讲故事，也要顺从游戏规则，避免踏入雷区。保存自己，才能揭露阴暗。那你就要当一位“新闻律师”喽。你看，网络突发的爆炸性消息，如何辨别真假？传说中见官大一级的“无冕之王”，稍不留神就会引来指责，难也！

D1 网事报道——全媒体实战谋略 / 207

D2 情报新闻——布网盯住新消息 / 216

D3 批评报道——证据确凿揭真相 / 225

D4 揭假断真——幕后亦是真新闻 / 240

D5 焦点访谈——暗访秘录追热点 / 254

## 跋 知足常乐 / 266

# 引论 给我一个动人的故事吧！

记得是北京奥运会落幕的夜晚，在深圳梅林的一个饺子馆，我和“新闻奖专业户”毕国顺<sup>[1]</sup>、男高音王大军推杯换盏，高谈阔论。忽然，我想起要写一篇论文，是前不久去复旦大学研修的启示。

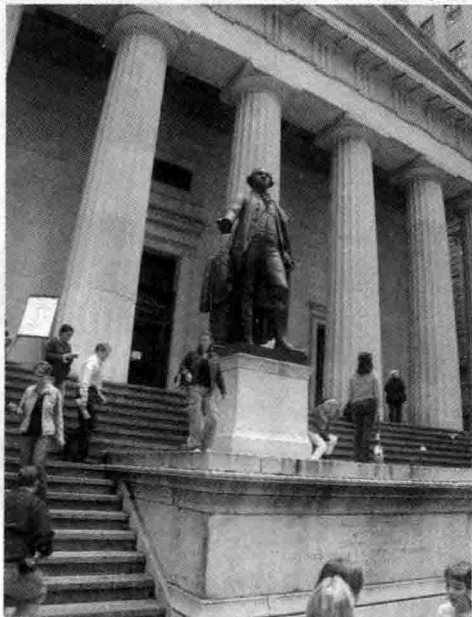
脑海里浮现出博导们推崇的一句话：“给我一个动人的故事吧！”这是《华尔街日报》激情四射的著名口号。我刚说出这句名言，对面的两个东北人就调侃道：那你就讲个新闻脑的故事吧。因为他俩知道我每逢授课都要先侃一通新闻脑的理念。<sup>[2]</sup>

不过，将“故事笔法”与“新闻脑型”联系起来，还真是个富有想象力的好主意。

后来，我在全国新闻核心期刊《新闻实践》上发表了一篇论文<sup>[3]</sup>，分析《华尔街日报》如何以悬念、冲突、幽默、动感等手法，对新闻人物和事件进行情境描述和深度分析，将新闻脉络和枯燥数字巧妙推演为故事报道，让人阅读上瘾。

这也引发联想：美国记者讲故事不是直接来自“新闻手”的记录，而是缘于背后“新闻脑”的中枢指令。

这篇论文沉淀了几年，如今我发现它竟然仍可以作为本书的引论……



华尔街掠影。

## 一、“华体”故事笔法的中国式解读

### 1. 为何从“华体”讲故事流脉谈起？

人类从诞生起，就离不开新闻信息。那些口头、文字、声像、视频、网络、手机等等新闻载体的兴衰轨迹，记录和催动了社会进步。唐朝孙樵所记的《开元杂报》、1609年德国《关系报：总汇消息》，以及《泰晤士报》、《纽约时报》、《读卖新闻》等百年大报都洋溢着故事笔法的灵感。特别是这种笔法真正上升为新闻学范畴，则不能不提及《华尔街日报》。

1889年7月8日，三位激情四射的年轻记者创办《华尔街日报》。他们是：查尔斯·亨利·道、爱德华·琼斯和查尔斯·博格斯特莱斯。然而，报道中那些枯燥的财经术语，令普通读者感觉晦涩难懂，也让专业人士感觉平淡，于是报纸的生存危机就难免了。

1912年春天，酷爱狄更斯小说的克拉伦斯·巴荣自任总编辑<sup>[4]</sup>，天才地提出一篇好稿件就是“说一个故事”<sup>[5]</sup>，并策划了诸多刺激性报道，大胆揭露财经内幕，令人刮目相看。可惜，在他任内尚未形成“讲故事”的明晰路径。



本书作者在纽约华尔街留影。

1929年6月，巴尼·基尔格尔进入《华尔街日报》。这位马克·吐温小说的粉丝<sup>[6]</sup>，曾在“亲爱的乔治”专栏写下大量精彩文章，并赢得罗斯福总统的公开赞赏。他任总编辑后，改变了巴荣的“讲故事”角度，提出“不是把故事讲给

银行家听，而是讲给银行家的客户听”。他要求编辑在记者稿件中巧妙地穿插情趣，使之“看起来像报纸，读起来像杂志”<sup>[7]</sup>。在其苦心“编织”下，该报

形成“讲故事”流水线，并成为日发行 100 万份、风靡全美的大报。

2007 年 6 月 28 日，76 岁的鲁珀特·默多克忽然全球大热，是因为他透露了吞并《华尔街日报》的秘密，立刻引起该报记者编辑罢工。2008 年 5 月《华尔街日报》改版上摊，以“纽约读本”叫板《纽约时报》。“华体”从此进入第三个“讲故事”时期：从长篇分析评论的非事件性报道，转为偏重破解突发新闻内幕的深度报道；从传统的重点揭示重大财经新闻的真相，发散为时刻追踪世界和美国重大社会热点，并为这种“特稿”设立了“最新专栏”。

为抢占全球传媒制高点，该报讲故事的选题范畴为：

(1) 全球热点。追踪灾害、战争等世界热点话题。譬如伊拉克战争、叙利亚内战，萨达姆被绞死、卡扎菲被杀、拉登被击毙，汶川大地震、日本大地震，钓鱼岛冲突、乔布斯逝世、李娜法网夺冠、斯诺登逃离美国，等等。

(2) 财经大势。盯住世界经济每天发生的大事件。这是该报作为财经大报的主题。譬如《鸵鸟效应可怕吗？》描绘了这样的效应：在股市，投资者不再觉得自己“牛”，但也不会成为“熊”，因为你可能变成了“鸵鸟”。

(3) 科技发明。这是顺应美国人的一个传统偏好。无论是轰动的、朦胧的还是有趣的天才发明，都会让美国人饶有兴致。譬如《狗活一年真等于人活七年？》质疑这个似乎根深蒂固的看法；《粒子对撞揭开宇宙秘密》针对科学家计划启动全世界最强大的粒子加速器提出疑问：这是否会引发黑洞让地球毁于一旦呢？

(4) 中国话题。这是东方大国崛起引发的高频见报。如 2012 年 12 月 4 日《读报：外媒评中国领导人要求收起红地毯》报道：“习近平上个月就任中共中央总书记后首次发表的公开讲话有着不同寻常的直率，他直接指出许多高级官员的那种帝王做派对中国共产党继续维持执政地位构成了威胁。报道说，习近平上世纪 80 年代末任厦门市副市长时，他住在单位宿舍里，自己洗衣服，并在单位食堂就餐。”<sup>[8]</sup>

2009 年，《华尔街日报》销量惊人地达到 202 万份，升至美国报媒第一位；2011 年 2 月，与苹果公司合创 100 个版的 iPad 网络报纸《The Daily》<sup>[9]</sup>，以每周 99 美分的低廉价格，赢得上亿人次的下载量。尽管《The Daily》23 个月上演绝唱，但其试探性的“报纸接收器”、强硬的“网络收费墙”，让该报握紧了主语话筒，仅 2011 年底销量就达到 211.8 万份，远远甩开《纽约时报》。<sup>[10]</sup>

全球传媒人缘何关注《华尔街日报》？其直接原因显然有两个：一是“华体”笔法飞扬的气场，让人像看故事一样津津有味地鉴赏“特稿”；二是“华报”盈利模式的能量，使其身处上百家报纸申请破产的狂潮竟然屹立不倒，逆势勃发，创造了世界报业的一个奇迹。<sup>[11]</sup>

眼下，报纸文字、电视画面、广播声讯等传统传播业态正遭受网络新媒体文字、图片、视频的快捷、海量、互动等多维包抄，特别是网络和手机的奇特捆绑——微博、微信等自媒体横空出世，以及必将来临的三网融合，令传统媒体难以掩饰内心的惶恐：谁能够抵抗新媒体的冲击？报纸将会消亡吗？《华尔街日报》的故事笔法，像是大海里幸存的一艘邮轮，怎能不让人发出求救的信号？

## 2. 写新闻和讲故事的不同

对中国记者来说，1998年法兰西斯·迪利的专著《华尔街日报》中文版问世，是一个重要事件。因为随后网络新媒体呼啸而来，传统媒体生存模式发生动摇，这部专著催化《华尔街日报》笔法（亦称“华体”笔法）在中国学院和媒体成为前卫理念。

《华尔街日报》笔法，其实是记者借鉴文学创作中的故事描绘手法，通过伏笔、冲突、趣味、幽默等戏剧性、冲突性、悬念性片段，让人“如临其境，如见其人，如闻其声，具有激起读者共鸣的力量”<sup>[12]</sup>。该笔法强调视觉动感，逼真地再现人物和事件的现场画面，并通过叙述事件的来龙去脉，揭示其背后的规律特点。因此，从某种意义上说，《华尔街日报》笔法也是一种深度报道方式。

所谓故事，俗称以前发生的事，可能是真实的事，也可能是虚构的事。

故事笔法是一种文学叙述手段，指作者对某一事件的延伸主线、情节片段、人物特性等进行的逼真描述。

写新闻借鉴故事笔法，是通过运用故事记述的特殊方式和技巧，再现新闻事件的场景，阐述其发生发展的缘由。我们拆分故事笔法的选题、结构、角度、悬念、亮点、深度等关键点，融入特殊通道、第二落点、幽默导语、动画意识、情报新闻、暗访秘录等理念，其实只是说明：“华体”并不神秘，就像讲述一个动人的故事罢了。

新闻和故事具有相同点：一是目的相同，新闻要传播、要耐看，故事也

要吸引人、要有趣；二是元素相同，要回答什么时间、什么地点、什么人、什么事、为什么、怎么样；三是技巧相同，都要讲究落笔的角度、悬念、动感、趣味等。

新闻和故事也明显不同：一是性质不同，新闻是以真实为基础，故事是以虚构为主体。二是结构不同，新闻报道是倒金字塔，要把信息内核放在第一段落作为导语；故事叙述是正金字塔，要把趣味内核放在水落石出的结尾。三是功能不同，新闻是第一时间传递给受众想知情的新信息，以引导主流舆论；故事是以出乎意料的情节感染读者，以传递一种哲理……

写新闻就像写故事，强调的是“像”，不是“编”，是指借鉴故事笔法灵动描绘新闻的一种境界。因为报纸、电视、网络和 iPhone、Samsung 一样，只是一种商品而已，能否像初升的太阳那样，每天都以鲜活的新闻温暖受众心灵，关键是稿件能否将故事娓娓道来。哪怕有一天“电纸报”替代了传统纸媒，甚至《哈利·波特》中的魔法报纸梦想成真，“带按钮的兰开夏晚报”风靡全球——一张半透明的胶片可以像纸张一样折叠和携带，轻轻触摸就会出现 3D、4D 视频！<sup>[13]</sup>也只能说明拯救传媒需要电子载体不可思议地涅槃，也只能导致媒体开始崇尚渠道为王、用户为王、粉丝为王，却改变不了记者的天职：新闻为王！

人类对于新信息的知情欲望与生俱来。新媒体虽然将逐步统治世界，“纸”可能会消亡，但“报”却将继续存活。传媒生存的内核是以新闻赢得受众，稿件耐读则是传播张力的源泉。无论《华尔街日报》如何崇尚“独立办报”，“正确使用真理”，坚守的仍然是满足受众的知情权。

默多克曾解释：把故事讲给银行家的客户听，隐藏着一个精深的盈利逻辑，即以调查报告逼近真相，新闻人才能获得尊重、市场和金钱；传媒无论以枯树为载体，还是以网络为载体，发现和传播新闻都是媒体的天职；其中办报赚钱的数学非常浅显。

### 3. 讲故事的结构模式和关键节点

《华尔街日报》从趣味情节引入报道主题，目的是分析热点现象，揭示新闻真相。要牵引读者思绪流畅地滑入下一个新闻画面，在结构上则要精心设置，使叙述层次清晰，场景交接自然。

“华体”专家王晓露认为，“华体”故事笔法突出的是“剥竹笋般的新闻

叙事结构”<sup>[14]</sup>。新闻学者张志安则形象地描述：“‘华体’结构就是一个葫芦。”<sup>[15]</sup>

历经百年探索，“华体”故事笔法形成了两种成熟的结构模式：叙述式、叙论式。前者以叙述事件来分析该新闻的本质，后者以夹叙夹议来推导该事件的哲理。

**导语：**叙述式导语，往往是一个饶有趣味的新闻，以一段像“鱼饵”般具有诱惑力的文字，挑动读者的好奇心来开头，切入事件报道；叙论式导语，则以一种有趣的现象、一个幽默的哲理来开头，强烈吸引读者，引入报道主体。“华体”专家廖卫民曾评价：“这类似于大餐前的开胃酒或精美的甜点，它能使读者在准备咀嚼诸如债券、期货等信息之前，先接触到甜美之味。”<sup>[16]</sup>

此时，新闻导语不再追求教科书的“5W”，而是以趣味、悬念等手法，引导读者思维进入新闻主体。如2008年美国面临金融海啸，《巴菲特高盛入股记》<sup>[17]</sup>导语描绘：

在过去6个月信贷危机袭来的日子里，亿万富翁巴菲特打发走了一个个低眉顺眼的华尔街公司。他说，昨天我正坐在奥马哈的办公室里，腿跷在桌上、喝着樱桃可乐、吃着坚果，突然接到高盛一位投资银行家的电话。他以罕见的直率上来就追问我：请告诉我，你会考虑以哪种方式投资高盛？

**主体：**从导语过渡至新闻报道主体，其使命是依照逻辑顺序推导出新闻主题。其中叙述式的人物故事情节起伏跌宕，容易引导读者进入猜测状态；而叙论式的主体部分，导语讲述的人物可能不再是新闻主角，代之为夹叙夹议的数字、事例、故事、人物或观点，让受众乐于参与分析热点话题。

**结尾：**叙述式会再度让导语人物或故事亮相，使结尾与导语相互呼应；而叙论式则可能在结尾揭示一个哲理，升华主题，如《冰岛又要捕鱼为生？》<sup>[18]</sup>导语讲的是银行高级职员戴维森的命运，但在结尾却是冰岛首相的呼吁：捕鱼吧！

故事笔法有许多关键节点，包括伏笔、亮点、幽默、动感等，但最突出的是悬念和冲突。

所谓悬念，是新闻事件的脉络延伸发生突变，造成逻辑链条出现断点，致使受众知情欲望逼近陡崖的心理感受。直接后果是令受众对新闻未知情境陷于急切猜测、渴求结果。悬念笔法贯穿于新闻稿件的各个环节，不仅导语从幽默生动的角度制造悬念，以激活读者的好奇心，而且新闻主体也以悬念