

News Writing

Training Course

新闻写作 训练教程



樊水科◎著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

21世纪新闻写作教程

21st Century Journalism Writing Tutorial

新闻写作 训练教程

第三版

中国新闻出版社

News Writing

Training Course

新闻写作 训练教程



樊水科◎著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新闻写作训练教程/樊水科著. —西安: 西安交通大学出版社, 2013.9

ISBN 978-7-5605-5650-5

I. ①新… II. ①樊… III. ①新闻写作—教材
IV. ①G212.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第200367号

书 名 新闻写作训练教程
著 者 樊水科
责任编辑 王嘉

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路10号 邮政编码710049)

网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029) 82668357 82667874 (发行中心)
(029) 82668315 82669096 (总编办)

传 真 (029) 82668280
印 刷 陕西江源印刷科技有限公司

开 本 787mm 1092mm 1/16 印张 24 字数 587千字
版次印次 2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-5650-5/G · 1053
定 价 48.00元

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题, 请与本社发行中心联系、调换。

订购热线: (029) 82665248 (029) 82665249

投稿热线: (029) 82668851

读者信箱: xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

我们所生活的时代，传媒界正在急速变迁，尤其是网络媒体、社交媒体的兴起，给传媒界带来了机遇，也极大挑战着传统新闻业。本书对此作了回应，但其重点仍然立足于纸媒写作。因为简洁清晰的叙述、新闻写作的核心技巧、记者合乎伦理的行为准则是不会过时的。

本书约40万字，分为22章，第1、2、3章从总体介绍新闻写作的基本原则、基本要求、基本流程等，可以看成是全书的导言。

从第4章开始，依照新闻写作的基本流程与过程，将新闻报道分解成发现新闻、采集信息、选取角度、提炼标题、思考导语、安排结构、组织报道等7个基本流程，并讨论每个流程所需的基本方法和技巧。依照这7个步骤可以完成一篇完整的新闻报道。

但是，要让你的报道更专业、更好读，还要进一步掌握第11章到第15章的内容，这些章节重点阐述了新闻写作的语言叙述、引语使用、背景穿插、细节展现以及故事化等实用技巧和方法。

从第16章开始，主要涉及常见的不同体裁、不同题材以及不同媒介的新闻写作。具体来说，第16章讨论了动态、综合、解析、特写、专访等新闻报道的常见样式；第17章集中讨论通讯（特稿）的写作；第18章是深度报道，第19章是行业或领域报道，对涉及类型如时政、财经、科技、法制、人物、会议等集中进行了阐释；最后3章集中讨论了广播新闻、电视新闻和网络新闻的写作。

本书坚持简洁清晰的叙述风格，让读者易读易懂。

本书也注重内容的实用性和可操作性，教材选用了大量经典的案例，这些案例大多是中国新闻奖获奖作品。经典、恰切是选择案例的首要标准。因为本书有一个贯穿始终的理念：学习新闻写作的最好方法是模仿，新闻写作要从模仿经典案例开始。

国际视野也是本书在乎和追求的特色之一，不但关注卡罗尔·里奇、布鲁斯·D·伊图尔、道格拉斯·A·安德森、迈尔文·曼切尔等知名学者的经典教程，同时也选用了大量国外经典案例。

本书也力求有所创新，主要表现在：坚持新闻专业主义；按照新闻写作的流程与环节组织章节；淡化过于繁琐的新闻分类，强调所有报道体裁的共同点，如清晰简洁的叙述，必要恰切的新闻背景，尽可能使用引语，用细节展现等。

对本书写作产生重要影响的作者和他们的著作有：

清华大学李希光、孙静惟的《新闻采访写作教程》，中国人民大学高钢的《新闻写作精要》，中国人民大学刘明华的《新闻写作教程》以及刘其中的《诤语良言——与青年记者谈新闻写作》。书中很多地方直接引用或转述了这些书中的部分内容。虽然未曾谋面，但他们书中所表现出的专业水准和专业精神常令我掩卷深思，钦佩不已。在此衷心感谢他们。

本教材引用了很多新闻报道的案例，均来自出版物或互联网，而且以教学为唯一目的。衷心感谢这些作品的作者。我力求尽可能准确引用案例，但有一些引文并未明确标注，只是在叙述中做了简要交代。有些标注的信息可能有误，欢迎批评指正。



目录 Contents

第1章 什么是新闻？	1
一、什么是新闻？	1
二、如何判断新闻？	3
第2章 新闻报道范式	10
一、新闻报道的基本流程	10
二、新闻报道的基本结构	14
三、新闻报道的基本体裁	17
四、新闻报道的基本原则	18
第3章 什么是好新闻？	23
一、好新闻的基本要求	23
二、如何评析新闻作品？	28
第4章 发现新闻	37
一、记者是谁？	37
二、线索在哪里？	41
三、如何炼就新闻鼻？	43
第5章 采集信息	48
一、关于采访	48
二、采访的技巧	53
第6章 选取角度	61
一、什么是新闻角度？	61
二、如何确定报道角度？	65
三、如何判断最佳角度？	68

第7章 提炼标题.....	71
一、标题的种类.....	71
二、标题的作用.....	75
三、标题的基本原则.....	81
四、如何让标题闪亮?	85
第8章 思考导语.....	89
一、有了好导语,就有了好新闻.....	89
二、不同类型导语的写作.....	91
三、如何让导语不同凡响?	100
第9章 安排结构.....	110
一、几种常见的结构模式.....	110
二、结构原则及说明.....	122
第10章 组织报道.....	125
一、主体如何展开?	125
二、让报道顺畅起来.....	131
三、构思有力的结尾.....	135
第11章 使用引语.....	138
一、为什么需要直接引语?	139
二、如何选择直接引语?	142
三、如何使用直接引语?	144
第12章 穿插背景.....	151
一、何谓新闻背景?	151
二、新闻背景的作用.....	155
三、新闻背景的选择和使用.....	159
第13章 清晰叙述.....	161
一、为何需要清晰叙述?	161

二、如何才能清晰叙述?	164
第14章 展现细节	173
一、细节为什么重要?	173
二、细节从哪里来?	175
三、如何展现细节?	177
第15章 讲述故事	185
一、新闻为什么需要故事化?	185
二、记者该如何讲故事?	189
第16章 变换样式	194
一、动态.....	194
二、综合.....	198
三、解析.....	203
四、特写.....	209
五、专访.....	212
六、评论.....	221
第17章 力求感染	230
一、认识与理解通讯.....	230
二、如何写作通讯?	231
三、人物通讯.....	238
四、事件通讯.....	244
五、工作通讯.....	247
六、风貌通讯.....	251
第18章 挖掘深度	257
一、认识深度报道.....	258
二、如何挖掘新闻深度?	261
三、深度报道的基本形式.....	266

第19章 涉足专业.....	286
一、政治、人权与战争.....	286
二、财经.....	292
三、法制与犯罪.....	296
四、科技.....	300
五、环境与健康.....	303
六、灾难.....	314
七、人物.....	318
八、会议.....	333
第20章 为听而写.....	337
一、广播新闻的特点.....	337
二、如何写广播新闻?	338
三、几种常见形式.....	344
第21章 解说画面.....	351
一、理解电视新闻.....	351
二、如何解说画面?	353
三、几种常见报道.....	354
第22章 适应全媒.....	361
一、认识网络媒体.....	362
二、如何写网络新闻?	363



第1章 什么是新闻？

两个人在一起车祸中受伤，这算不算新闻？在有些地方，它是新闻，但在有些地方则不是。贾平凹的小说《秦腔》获第七届茅盾文学奖，在有些媒体，它可以成为几个专版，有些媒体会是头条，但有些媒体不一定会报道。

所以，尽管新闻犹如空气，我们的生活须臾不离，但“新闻”是一个极其复杂的术语，对不同的人，它有不同的含义。

它可以是“人咬狗”，也可以是你从未听说过的事情。

它可以是一个故事，一个关于幸福或痛苦、烦恼或快乐的故事。

它可以是编辑和记者所说的一切。

它可以是各种信息，关于国家的、政府的、社会的、民众的信息，关于一切“变动”的信息。

它还可以是一种话语，通过词语的选择与暗示、文本结构与句子的连贯等手段，来显示说话人作为团体而预设的社会知识和态度图式，并实践着其所属团体的价值范式、利益、权利关系和意识形态。

它甚至可以是信息产品，被专业机构进行包装、流通和交换，产生经济利益。

那么，什么是新闻？我们如何判断这件事是新闻，而那件事不是？这就是本章要讨论的问题。

一、什么是新闻？

据不完全统计，新闻的定义有170多种。

在中国新闻界，我们公认的新闻是时任中共宣传部长陆定一的解释：新闻是新近发生的事实的报道。但是，从时间角度来看，为什么正在发生的和即将发生的事件也被媒体报道？从事件角度来看，是不是所有新近发生的事实都要被报道？很显然，这个定义只是一个宽泛的说法。

美国《纽约太阳报》采访主任博加特说：“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。”的确，新闻追求轰动效应，但这只反映了新闻的商业化和娱乐化的特征，其实新闻还有与生俱来的政治、文化、社会 and 科学属性。

有学者认为，关于新闻的定义可分为六大类，分别是：事实说、报道说、传播说、手段说、信息说和反常说。比如，持手段说的甘惜芬认为：“新闻是报道或评述最新的重要

事实以影响舆论的特殊手段。”而博加特的“人咬狗”就是典型的反常说。

事实上，这些说法仅仅是在某个侧面或就新闻的某些特征加以阐释或限定。记者和学者们还有更精彩的描述：

新闻是一种建构，是记者笔下写出来的文字，是编辑印在报纸上的白纸黑字，是制片人播放的节目，是受众消费的内容。新闻是根据事实写的，但本身并不代表真相，不是记者对某件事情的客观描述，尽管记者试图要使他的作品看上去很客观、公正和平衡。

——美国新闻学教授，汤玛斯·伯纳

人们通过媒体获得的信息，在头脑里形成的画面，这种画面由于受众的偏见、不关注和无知，往往是扭曲的、不完整的。

——美国著名记者，李普曼

事物变化和冲突是新闻，和平和稳定不是新闻。就像历史教科书的中心是战争，而不是战争之间的和平。

——美国广播公司新闻编辑，约翰·钱塞勒

新闻建立在3个W的基础之上：女人（women）、金钱（wampum）和坏事（wrongdoing）。

——《美国纽约论坛报》记者，斯坦利·沃克

新闻就是报纸上发表的东西。只要你经常注意报纸上刊登的内容，就会比死记硬背教科书上的定义更好地懂得什么是新闻。

——杰克·伦敦

新闻是人们谈论的话题，新闻是社会的大脑。

新闻是对社会正常节奏的破坏，新闻就是惹你生气。

政府和企业试图掩盖的是新闻，试图宣传的是谎言。

凡是你不想让人知道的东西就是新闻，凡是你想让人知道的东西就是宣传或广告。

新闻是有关一个话题、一个事件、一种文化或社会发展的最新动态，是大多数人所关心或感兴趣的。为了保证新闻的“新鲜性”，记者必须在几分钟、几小时、不超过一天的时间内报道出去。

新闻是记者认为读者所需要的信息。

——转引自李希光等《新闻采访写作教程》

不管它是什么，对于初学新闻的在校大学生来说，新闻就是食堂饭菜涨价、谁竞选学生会主席、谁被评为最受欢迎的老师等。而对学校领导，新闻就是出台了新的助学政策、召开了教材工作会议、完成了教学楼的装修等。但对于学校所在的城市读者来说，这些可能都不是新闻。

清华大学新闻学教授李希光说，新闻是以最快的速度对读者感兴趣的事实进行的有选择的报道。新闻的这种“选择”体现了媒体的立场、编辑的好恶，也包括记者自己的偏见。媒体所处地区的政治文化氛围、受众对新闻接纳和理解水平、幕后商业运作程度、编辑部的意识形态、记者的知识结构等都会影响新闻的“选择”。^①

中国人民大学新闻学教授高钢说，新闻是大众媒体对于公众所关注的生存环境发生的最新变化状态的报道。因为新闻首先是一种客观存在的事实，客观发生的新的变化；其次，新闻是一种被公众所关心的信息；再次，新闻是一种借助大众传播媒体传播的信息。

综上所述，我们可以对新闻必须具备的特质做如下描述：

^①李希光、孙静惟、王晶：《新闻采访写作教程》，清华大学出版社，2011年，第3页。

新闻一定是一种事实或信息,是关于客观世界即将发生的、正在发生的和已经发生的变动的各种信息;

这种信息要通过或者借助大众传媒报道出去,比如报纸、广播、电视、网络等;

媒体永远都追求“最新”的信息和“最快”的报道速度;

媒体所呈现的不管是什么信息,都必须让大多数人关注或感兴趣;

当然这种信息是经过“选择”的,媒体的性质和级别,编辑和记者的偏见、读者群体以及政府和商业都会影响这种选择。

因此,新闻可以简洁地理解为:**新闻是大众传媒对于公众所关注的生存环境的最新变化状态进行迅速而有选择的报道。**

教育部国家级“新闻采访写作”精品课程主讲教授、清华大学李希光认为,新闻不是宣传,不应使用僵硬的宣传模板和套用麻木的、令人窒息的宣传语言。

新闻也不应是另一个星球的故事,记者在报道中要尽量使用更多的直接引语,要对新闻背景做出必要的交代。记者在新闻报道中不应发表个人意见和抒发个人情感。

新闻绝不是谣言。记者的工作需要核实、核实、再核实。

新闻也不是八卦娱乐,用名人绯闻、丑闻、秘闻吸引眼球。

二、如何判断新闻?

当我们每天翻开不同的报纸,看到各种被选择和编辑的新闻事件,思考这些问题对理解和判断新闻是很有意义的:为什么这个城市的党报将“市长主持召开的关于净化城市空气的会议”放在了头条,而都市报则将“自来水管挖断造成一个区停水5天”放在了头条?同样是一位顾客在银行自动取款机取款时被抢劫,为什么这家报纸用了1000字的篇幅进行报道,而另一家媒体仅仅是300字的豆腐块,甚至没有报道?或者动物园一只熊猫成功受孕的消息为什么出现在了在这个城市的晚报当地新闻板块上,但地方党报对此却只字未提?

或者说,是哪些因素确定了一个新闻事件是否出现,出现在头条还是尾条,占多大篇幅(时段),是否配图,甚至以什么体裁报道,形成什么样的语言风格,标题使用多大的字号?处理新闻的依据是什么?

1.新闻价值要素

准确判断新闻事件的新闻价值,是记者的基本技能。通常最被认可的决定新闻价值的要素包括时新性、重要性、显著性、相关性、冲突性、新奇性、趣味性和人情味。

● 时新性

是最新的事件还是旧闻?报道的时间距离事件发生的时间越近,这条新闻就越有价值。时新性使我们的新闻报道更有力。

当今媒体间的激烈竞争主要体现在时间和角度两个方面——谁的时间更快,角度更新更有价值,谁就能立于不败之地。这就是很多西方媒体记者抢发新闻达到“争分夺秒”程度的原因。

1999年9月28日,当西起距天安门3公里的复兴门,东至距天安门8公里的八王坟,全长13.5公里线路,投资75.7亿元的北京地铁“复八段”开通,《人民铁道报》的《中国地铁列车今天穿过天安门广场》导语这样开始:

本报北京天安门9月28日15时15分讯(记者李丹 雷风行) 5分钟前,一列银灰色的地铁列车,在仅距地面2.8米的地下首次穿过世界最大的广场——天安门广场。

除了报道时间上的迅速之外,角度的新颖更值得重视。如果角度能够独辟蹊径,就会获取非时间差的独家新闻。

1996年1月初,中国最大的海上天然气田将举行投产庆祝仪式,很多报社的记者拿到了请柬,但只是把它当成一条重大经济新闻,等待庆祝仪式当日发稿。

一位新华社记者却敏锐地发现,气田投产事实中,崖13-1气田生产的绝大部分天然气,将首先向香港输送。而当时离中国对香港恢复行使主权还有一年多的时间。

于是,记者将这条报道主题由“中国最大海上天然气田建成投产”变成了“中国大陆开始向香港供气”,并以这样的导语写成了一条700多字的独家新闻:

今天凌晨,在海南岛以南91公里处的海面上,一座天然气平台通过778公里长的海底管线,正式开始向香港输送发电燃气。

时新性还体现在新闻的内容新,即新闻报道的是生活中发生、发展的新人新事、新气象、新成绩、新经验、新情况、新问题。首次发生的事情内容最新,如第一颗人造卫星上天、中国首次举办奥运会、中国首艘航母入役等。

值得注意的是,“最后”具有和“首创”、“第一”一样的价值。如当工人将京九铁路的最后一颗螺丝帽拧紧,或者上海将最后两辆人力车送进了博物馆等。表面上时间的“最后”,实际标志着一个新的阶段或时代的开始。如新华社的报道《上海的最后两辆人力车送进了博物馆》这样开头:

新华社1956年2月25日电 上海市交通局今天把上海的最后两辆人力车送进了博物馆。原来的人力车工人曾为此自动集会庆祝,感谢政府替他们挖掉了穷根,帮助他们走上了新的生活。

●重要性

也称影响力,即新闻事件对读者或产生什么样的影响?事件影响的人越多,新闻价值越大。

“9.11”事件之所以被全世界关注,不仅因为这种前所未有的恐怖主义袭击方式和事件所造成的震荡与影响,更重要的是,它将改变整个世界的政治对抗格局,对人类生存环境产生深远影响。

2003年非典型性肺炎被全球关注,因为它是一种人类历史上未曾出现的病毒,并在世界范围内扩散,对越来越多的人们产生威胁。

2012年中日钓鱼岛之争也是这样。它涉及中美日等国家利益甚至东南亚地区安全稳定,因此长期成为世界媒体的关注焦点。

新闻事件的影响力,说到底就是新闻事件对受众切身利益的影响程度。

●显著性

是否有著名人物或机构涉及其中?新闻事件中的人物与机构越是著名,新闻价值就越大。

每天都有人在长江游泳,但毛泽东畅游长江就是重大新闻。

每天都有人发生各种昏厥,但赵本山的昏厥成为各大媒体文化板块的头条;2002年美国前总统布什观看橄榄球赛时,因吞咽饼干阻噎而突然昏倒,成为全球媒体关注的对象。

每天都有性丑闻发生,但官员的性丑闻人们更关注,克林顿总统的性丑闻让全世界媒体盯上了他的裤子拉链和莱温斯基的裙子。

合影本是很平常的事情,但温家宝与工人合影就不同。2005年5月3日《人民铁道报》

的新闻特写《海拔4161米：总理跟我们合影》这样报道：

海拔4161米：总理跟我们合影

本报讯（记者毕峰 李晓华）今天16时30分，国务院总理温家宝专程乘坐火车，来到海拔4161米的玉珠峰站工地，与工人们共度劳动者自己的节日。

今天是第116个五一国际劳动节。14时30分，温总理来到青海格尔木市郊30公里的青藏铁路南山口铺架基地。他健步走下汽车，直奔工人中间，与大家热情握手交谈。工地上，欢呼声、掌声响成一片。

“来，我们一起合个影。”总理的提议让早已激动的工人师傅们更加欣喜若狂。青工小夏非常兴奋地说：“真没想到，总理会主动同我们照相，跟做梦一样。”

“和大家在工地上过节，心里感到非常高兴。”总理对这些长年累月工作在“生命禁区”的辛勤劳动者深情地说，“建设这条世界上海拔最高、难度最大的铁路，非常不容易。”“我向大家表示致敬和感谢！”

轨排成品区旁，温总理与70多名劳模合影。站在前排中间的罗发兵、李金城、马新安、程红彬最令人羡慕。他们昨天与总理同在北京人民大会堂出席全国劳动模范和先进工作者表彰大会，今天又和总理在青藏高原相聚。

15时，总理登上一列由两台东风4型高原机车牵引的铁路工作车，沿着尚未运行而被称为“幸福路”的青藏铁路新线，以70公里的时速，穿越戈壁荒滩。90分钟后，列车徐徐停靠在玉珠峰站。

玉珠峰站在全路首次采用数字无线通信网络，是全线25个无人值守车站之一，离格尔木站110公里。

天公作美，这里虽然不像南山口那样阳光明媚，但飘飘洒洒的雪花突然消失了。温总理身穿橘红色羽绒服，和蔼的笑容让大家无拘无束。职工们围在总理身边，用照相机将历史定格在“玉珠峰”站牌前。站台上100多名职工几乎人人都与总理合了影。

看到机车上两位司机一直坚守岗位，温总理多次举起右手致意。16时40分，总理独自走上铁道，背对机车和机车司机。霎时间，快门声响个不停。（《人民铁道报》，2005-05-03）

很多建筑物惨遭毁坏或轰炸却少有人知，但阿富汗塔利班组织炸毁了巴米扬大佛石像，因其为世界享有盛名的人类文化遗产而备受关注。

同样的道理，“9.11”之所以震撼全球，除了袭击方式前所未有，于美国纽约的世贸大厦和五角大楼的知名度也有关。一个是美国经济实力的象征，一个是世界上最强大的军事力量的指挥中心。

●相关性

该事件跟本地的读者有关系吗？事件与读者在地理和情感上越是接近，新闻价值就越大。

日本的核泄漏对日本读者来说，其面临的危险更甚，但相邻国家像中国、韩国等也会不同程度地关注，因为核污染会沿太平洋扩散，波及到这些国家。

同样是飞机失事，但2002年中国国际航空公司的波音737客机在韩国失事，就特别让中国读者揪心。

因施工不慎挖断自来水管主动脉的事件也许不算什么，但对于西安市长安区的30万居民来说，则意味着他们要停水5天。对当地媒体而言，自来水公司将使用942个储水罐为居民供水的消息远比美国总统选举更值得关注。

1998年美国大片《泰坦尼克号》在北京上演，许多媒体报道了影片上影的盛况、票房和观众的反映等，但《北京青年报》的报道却脱颖而出：“泰坦尼克”号上有6位中国人。

记者从首都图书馆查到1912年4月22日上海《申报》的相关报道，并从国际互联网查到6名中国乘客名单，发现他们都坐三等舱，票价30美元，可能是赴欧美留学生。

● 冲突性

冲突——无论是涉及人、机构或体育团队——总被认为是具有新闻价值的。

美国新闻界人士说：新闻是展示冲突的银幕。

媒体关注冲突，不仅仅是因为好奇，而是冲突时社会生活中矛盾的激化形态，反映了环境发生的本质性变化。

人类进入21世纪以来，冲突越来越频繁和出乎预料。小到汽车爆炸、空难和各种恐怖袭击，大到“9.11”、阿富汗战争、伊拉克战争，中日钓鱼岛事件。一部侮辱伊斯兰教先知的美国影片引发20多个阿拉伯国家反美浪潮，冲突似乎成为这个时代的常态。

而中日钓鱼岛事件成为2012年很长一段时间内世界媒体的头条，从台湾保钓到大陆渔船在钓鱼岛海域捕鱼，从日本右翼分子登岛到中国推迟中日邦交正常化庆典，从中国的各种反制措施到美国对此的反映，还有各种军演，吸引了全世界媒体的目光。

● 新奇性、趣味性

世界上有很多有趣的人和新奇的事，报纸的读者喜欢这样的人和事，是不争的事实。

无论是为主人忠心守墓3年的宠物狗，还是土耳其可以从泪腺喷射牛奶的28岁男子，或者印度与蛇相伴的女子，他们就像魔术师的表演一样令我们着迷，尽管媒体若致力于挖掘此类新闻则令人作呕。

翻开报纸，到处充斥着各种稀奇古怪的新闻：长着两个脑袋的牛、重350磅的南瓜、公羊产奶、一头鲸在旧金山湾搁浅等等。它的共同特点是：与众不同。

鲍勃·德沃夏克为美联社写的一篇特稿的开头两段，无疑抓住了读者的兴趣。它讲述了宾夕法尼亚州一个参议员助手的故事：

每周的工作日中，丹尼斯·斯西亚比卡作为一名州参议员助手在政治界努力工作。在闲暇时间，他是一个喜欢斗牛、骑“呼哧”喷气的公牛的十足的牛仔。

“这两件事情都是非常危险的，”斯西亚比卡说，“人们都说我平时把牛拴起来，然后周末来骑。”

● 人情味

新闻事件能否触动我们的同情心？能否掀起我们的情感波澜？能否引起我们情感的共鸣？故事中能否让我们体味人生的悲壮或者辛酸？是否闪烁着人性的光芒？

一个不慎从脚手架跌落被钢筋穿透身体的工人，远远比省政府一个重要的会议更令人揪心和值得关注。

要知道，我们关注新闻事件，并不仅仅是因为事件意义重大或影响深远，而是事件中的人物，他们的歌哭悲欢，他们的喜怒哀乐，他们的理想、追求和命运。因为他们是我们中的一员，他们是我们的影子。

7岁的孩子因病将骨髓和角膜无偿捐献给一对年轻的情侣。

70岁的老人白芳礼登三轮车捡垃圾积攒30多万元资助贫困学生。

四川乡邮员王顺友，一个人，一匹马，一条路，20年，双脚走过了26万公里，相当于21趟二万五千里长征、绕地球赤道6圈。

在中国的大地上，从来不缺少这样的新闻。这样的事情，无论写成报道，还是其他文体，都闪烁着人性之光。

事实上，很多通讯之所以经典，就是因为感人，因为人性的力量。

2010年中国伊春空难中,比空难更揪心的是42个有温度的生命,是那对才结婚198天的情侣,是那个去伊春参加客户葬礼的勤奋的生意人,是那个孩子刚满一周岁的父亲……

2. 如何理解新闻价值?

● **新闻价值是一把刻度模糊的尺子。**有价值 and 没有价值的新闻事件,两者之间并不存在很明显的界限。

某件事在这个国家是稀奇的,但在另一个国家并非如此。

同样的事实,发生在同样的地方,同一地域的媒体关注的角度和对事件的处理,也是截然不同的。

正如1粒豆子肯定不能叫一堆,3粒豆子也不是,4粒也不是……那么多少粒豆子才叫一堆呢?适当的界限在哪里?是不是20粒豆子不叫一堆,而21粒豆子就是一堆呢?

这就是美国数学家查德提出的“模糊”的概念。

新闻价值也是这样一个概念。

● **新闻价值是随时代变化的。**美国的新闻学者调查发现,新闻价值的构成因素正在朝三个主要区域集中:关联性、实用性和趣味性。

关联性是新闻与受众切身利益的密切程度;实用性是新闻对我们的生活是否有用,对改变自身现状是否有借鉴和指导作用;趣味性是指新闻能否满足人类普遍拥有的好奇心。

实用性变得日趋重要。交通台关于市区交通状况的报道,各大媒体提供的关于火车、民航、天气等信息,以及关于购房、装修、买车、买电脑、买手机的信息随处可见,因为它们“有用”。

但是,我们还感受到,新闻的“娱乐化”趋势渐趋明显。不但文化体育新闻,甚至战争,也加入了更多的娱乐元素,让读者“轻松愉快”。虽然娱乐元素的过分强调,会造成媒体低俗化和煽情化,让媒体付出责任缺失的代价。

另一方面,对新闻“可视性”的追求明显增强。在与电视、网络等电子媒体的竞争中,报纸新闻的可视性,不但是竞争策略的选择,更是读者的需求。因为读报纸时,读者首先会被彩色图片所吸引。如果文字的描述能呈现强烈的“画面感”,这样的文字至少是生动的。

● **新闻价值是一个相对的概念。**它会随着媒体所在的区域、面对的受众、传播的宗旨等一系列复杂的因素而改变。

长江上游仍在砍树

新华社攀枝花1998年8月19日电 (记者熊小立 黎大东)长江上游地区大片森林仍在遭受数千把斧头和电锯的砍伐。记者近日随世界银行组织的14名生态、环保和人类学专家考察雅砻江下游的二滩水电站库区生态环境,见到江面漂浮着上游漂运下来的上万根三四米长、脸盆般粗的木头,小舟左冲右突一个多小时后才驶离码头。行出不到1000米,数万根粗木密密麻麻地塞满了几百米宽的江面。

攀枝花市一位林业干部告诉记者,这仅是雅砻江沿岸近期所砍伐树木的很少一部分。由于二滩水电站关闸蓄水拦住了漂木的去路,大量木头在上面几个水运站捞上岸运走了,漂下来的只是“漏网之鱼”。他说,仅沿江国有森林工业企业今年就至少砍伐了30万立方米的木材,相当于砍光了5万亩原始森林。而流域各县乡伐木企业的砍伐量更大。

世行专家组成员、四川省林业科学院研究员刘仕俊说,四川宜宾市以上的长江三大干支流中,金沙江、大渡河两岸的森林早已所剩无几。雅砻江主要流经人烟稀少、交通闭塞的横断山脉,但现在,这条江两岸的森林资源也遭到了十分严重的破坏。

全长1517公里的雅砻江主要流经四川省甘孜、凉山、攀枝花等地市州。因水急谷深，沿江所伐树木主要以顺江漂流的形式运往下游，然后再装上火车经成昆铁路运出。

记者在几天的采访中看到，雅砻江下游两岸目前仅存些残次林木，水土流失严重。当地老乡说：“每一场暴雨都造成洪水和滑坡、塌方。以前江水一年四季都是清的，现在变成‘黄河’了。”（《光明日报》，1998-08-20）

这条获得中国新闻奖的消息，其事件本身异乎寻常。长江上游很多地方在砍伐森林，这事儿要搁在平时，不会有媒体愿意花费版面去报道。就连长江流域的伐木工人也未必关注。对甘肃人来说，也许民勤可能会成为“第二个罗布泊”的报道比这更值得关注。

问题在于，这个报道是在1998年8月发布的，而当时中国整个长江流域正在遭遇百年一遇的特大洪水，专家说洪灾与长江上游滥砍滥伐、水土流失严重有直接关系。在这种社会背景下，异乎寻常的“砍树”行为就具有了特别的新闻价值。

类似的例子很多。一个小山村村干部的选举也是太过平常的事情，但是搁在中共推进基层民主进程的政策背景下，新闻价值就会很不一样。

● **新闻价值是可以叠加的。**一个新闻事件可能同时含有多个价值要素。含有的价值要素越多，新闻事件的价值也越大。

动物园的熊猫怀孕的事实可以占据媒体的部分版面空间，但如果这只熊猫是作为和平象征送给某个国家的“礼物”，则占据的版面空间可以更大一些。如果这只熊猫是送往国外首次成功受孕的熊猫，或者碰巧成功受孕的日子与某个重要的政治仪式重合，则其新闻价值还会增加。

也许值得深思的是，这些关于新闻价值的标准还只是编辑记者在实践中总结的经验性描述，具有“实然性”特征，但是如果考虑到新闻价值还应该将我们媒体努力的方向和理想之“应然性”特征相结合的话，新闻价值还会有更重要的标准。

因为“实然性”特征的新闻价值要素更多地体现了商业化报刊时期的，以新闻的吸引力和可读性作为新闻选择和判断主要标准，其弊病显而易见。中国人民大学新闻学教授郑保卫总结认为：

第一，它过分关注趣味性。这种观念强调“读者兴趣是新闻价值的试金石”，为了迎合读者，媒体上充斥了犯罪、性、丑闻和暴力等内容，导致了“黄色新闻”和“暴力新闻”的泛滥。

第二，它过分强调时效性。一些记者、编辑出于竞争需要，为了抢发新闻，不去认真地核实信息，导致虚假新闻层出不穷。另外，为了追求时效性，一些记者往往无暇做深入的调查研究和细致的背景分析，从而使许多新闻报道流于表面，失之肤浅。

第三，它过分强调接近性，尤其是地域的接近性。过分强调地域的接近性会导致受众只关注本地的新闻而对整个国家和世界的新闻视而不见。

第四，它过分强调异常性、冲突性。由于过分强调异常性、冲突性，所以媒体充斥着大量的天灾、人祸、凶杀、暴力、色情、丑闻等消极新闻，使人们看到的是一个不完整、不真实的世界，是一个支离破碎的、被扭曲的世界。

因此，从理想状态的角度，新闻价值观中也应包括“发展新闻价值观”：

它强调发展中国家要把发展经济和提高人民生活水平作为新闻报道的重要内容；

同时，应摒弃对“反常”、“冲突”、“变态”等因素的过度追求；

强调新闻能否推进民主进程，强调新闻传播的正面、健康、和谐；

注重新闻事实信息的“有益性”、“有用性”、“有趣性”和“有效性”；

注意将新闻传播置于社会大系统中，置于社会发展的坐标上来考虑新闻价值的选择标准和新闻传播的效果问题。