



新闻精品 是这样采写成的

X I N W E N J I N G P I N
S H I Z H E Y A N G C A I X I E C H E N G D E



最新修订本



刘保全◎编著

新华出版社



新闻精品 是这样采写成的

X I N W E N J I N G P I N
S H I Z H E Y A N G C A I X I E C H E N G D E

✿ 最新修订本 ✿

刘保全◎编著

A series of overlapping, wavy, grey lines that sweep across the bottom half of the page, creating a sense of movement and depth.

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻精品是这样采写成的 / 刘保全著. -- 2版.

——北京 : 新华出版社, 2017.8

ISBN 978-7-5166-3366-3

I. ①新… II. ①刘… III. ①新闻采访 ②新闻写作
IV. ①G212

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第167799号

新闻精品是这样采写成的

作 者: 刘保全

责任编辑: 赵怀志 石春风

责任校对: 刘保利

责任印制: 廖成华

封面设计: 臻美书装

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路8号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

经 销: 新华书店、新华出版社天猫旗舰店、京东旗舰店及各大网店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 臻美书装

印 刷: 北京明恒达印务有限公司

成品尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 26

字 数: 400千字

版 次: 2017年9月第二版

印 次: 2017年9月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-3366-3

定 价: 68.00元

版权专有, 侵权必究。如有质量问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

再版的话

《新闻精品是这样采写成的》出版以后，受到了读者的欢迎与厚爱。有同行、读者来信来电，对书中的内容提出种种意见，有点赞鼓励的，也有建议商榷的。在此，特向这些同志致以衷心的感谢。

时至今日，也还常有读者来信、来电，要求购买此书，这使我感到有必要对此书进行补充、修订。于是，我将书出版后至今近十年间，在继续探索新闻精品形成的规律、特点过程中写就的 26 篇文章，共计约 10 万字，经整理补充进书中，并删去原书中不够精练的部分文章。

这次修订，主要是补充第一版中不够充实、不够周到的地方。如怎样发现新闻；新闻精品如何寻找新闻根据；对“新闻精品”的再认识；抓特点成就新闻精品；如何通过新闻作品的感染力和影响力写就新闻精品；灾害新闻、社会新闻、成就报道、问题新闻、非事件性新闻等如何写出精品，等等。修改的目的是想使这本书的内容更丰富、更完善些，以满足读者在写作新闻精品方面的要求与需要。但限于时间和水平，可能还满足不了所有读者的要求，这只有留待以后研究此问题的同仁们来弥补。

作为本书的编著者，我要在此衷心地感谢新华出版社的赵怀志主任、责任编辑石春风为此书出版付出的辛勤劳动。

作者 2017 年春

于北京高校望京花园住处

一版前言

新闻采访写作是一种复杂的脑力劳动，探索新闻特有的采访写作规律，是摆在我们面前的一个重要课题。笔者从全国新闻奖和第1—17届“中国新闻奖”众多新闻精品入手，对其进行深入考察和对比分析、研究后，发现它们在新闻采访写作中存在着一些潜在的规律，这些规律对于新闻采访写作，对于打造新闻精品都具有十分重要的方法论意义。于是将这些规律简要概括编著为《新闻精品是这样采写成的》一书。书中向读者一一介绍什么是新闻精品，新闻精品是如何抓问题的，是怎样进行访问、观察和调查研究的，是怎样求新的；新闻精品的标题、导语、背景、结尾是怎样写就的；新闻精品的语言、美感和角度是如何选择和运用的；新闻精品是怎样采写典型报道、人物通讯、经济新闻、会议新闻、批评报道的；新闻精品是怎样进行长期积累和精心修改出来的，等等。

书中的文章，曾先后在全国十多家新闻传播核心期刊上发表过，并受到广大读者的好评。现应读者要求结集成书出版，目的在于借以丰富我们的新闻采访写作基础理论知识，帮助记者（通讯员）、编辑及广大新闻写作爱好者提高新闻采写技能，以便写出更多的新闻精品来奉献给受众，满足受众对新闻精品的需求。

本书是《中国新闻奖精品赏析》一书的姊妹篇，前者是就某一篇中国新闻奖精品的采写特点而言，后者则是从整体上分析中国新闻奖精品形成过程所写。

由于书中的内容涉及新闻采访和写作两大学科，有的文章在谈采访时，又谈到写作；有的在谈写作中，又说到记者修养；还有的文章在论述时为了论述深刻，既列举了消息中的事例，又选取了通讯中的例子。故书中的分类，只能是个大概的。另外，还有几篇文章，虽不是直接谈新闻精品采写，但与此有关联，故也收入本书内。这是阅读本书时，需要提请读者注意的。

本书中涉及的新闻二字我还要做点说明。从新闻学来讲,新闻二字是指对新发生或新发现的事实报道。从新闻体裁来说,它又有两种解释:一种是狭义的解释,即单指报纸、电台、电视台和通讯社每天发表的消息,不包括通讯、特写等其他报道体裁。因此,新闻也叫消息,消息也称新闻。另一种是广义的解释,是指报纸、电台、电视台和通讯社每天发表的各种新闻体裁与新闻报道的总称。本书谈到新闻二字的含义,除标明消息、通讯写作外,其余都是指后一种解释,即包括消息、通讯、特写、调查报告等新闻报道的各种体裁。

还有,书中的内容,是联系当时新闻采写中存在的实际问题,对应获奖精品的采写特点及经验所写,虽不像教科书那样具有系统性,但具有很强的针对性、指导性、示范、可学、管用的作用。因此,本书是培训记者(通讯员)编辑的辅助教材,是从事新闻教学与科研人员值得一读的参考书,也是新闻院校学生及广大新闻写作爱好者的良师益友,愿大家喜欢它。

当本书付梓之际,我要首先感谢两位新闻学泰斗。一位是我国著名新闻理论家甘惜分教授,他在92岁高龄,又不幸跌跤生病、神经受损病休之时,还应我之求,为本书题词。另一位是我国著名新闻史学家方汉奇教授,他也已是80多岁高龄的大师,在为新闻史教材繁忙审稿之中,也应我之求,抽出宝贵的时间来为本书题词,给本书以很高的评价,给作者以极大的鼓励,让人永远铭记。他们二位新闻界前辈,真可谓是菩萨心肠,“有求必应”,诲人不倦,让人敬仰。

借本书出版之机,我要衷心感谢曾刊登过书中文章的《当代传播》《新闻实践》《新闻爱好者》《传媒观察》《新闻与写作》等新闻传播核心期刊的编辑同仁,因为本书的集成,也包含有他们的辛勤劳动。我还要感谢新闻界从事新闻学研究的同行,因为本书中也吸取了他们不少的研究成果。最后需要感谢的是新华出版社新闻图书编辑室的黄春峰主任和王纪林编辑,他们为出版本书付出了辛勤劳动。

由于本书是作者近十年陆续写出的文章集成的,书中诸文的体裁有异,题材不同,写作时间有先有后,撰写时为了说明问题和讲清道理,有的论点、看法、个别事例及引文难免有重复。为了保存稿件因岁月留下的印记,现在出版时,不再进行修改,敬请读者见谅,并提出宝贵意见。

刘保全

2008年春于北京高校

望京花园住处

目 录

CONTENTS

再版的话.....	1
一版前言.....	3

第一篇 关于采访

怎样发现新闻	
——以“中国新闻奖”作品为例	3
沉下去得“蛟龙” 脚板底下出精品	
——新闻精品是用脚这样采写的	10
做好调查研究 源头活水滚滚来	
——新闻精品在调查研究中诞生	15
抓准问题就成功一半	
——新闻精品是这样抓问题的	19
不同常人的观察 不同凡响的作品	
——新闻精品中的观察技巧	27
问得新奇 问得得法	
——新闻采访中“问”的艺术	31

弘扬时代正气 抨击社会弊端

——新闻精品是这样选择批评报道问题的	34
--------------------------	----

第二篇 关于写作

一、写作综述	39
--------------	----

掌握精品特性 按特性进行采写	39
----------------------	----

关于对“新闻精品”的再认识

——以“中国新闻奖”作品为例	42
----------------------	----

求新——新闻精品写作之魂	47
--------------------	----

新闻精品这样满足受众心理需求	54
----------------------	----

创新思维方式 成就新闻精品

——以“中国新闻奖”作品为例	60
----------------------	----

谈新闻写作中的“概括”

——以“中国新闻奖”作品为例	64
----------------------	----

抓特点成就新闻精品

——以“中国新闻奖”作品为例	70
----------------------	----

团队合作是产生新闻精品的有力推手

——以“中国新闻奖”作品为例	74
----------------------	----

新闻精品是这样选材的	76
------------------	----

遵循新闻规律

——新闻精品这样运用事实说话	82
----------------------	----

善用新闻语言 写出新闻精品	88
---------------------	----

美感催生新闻精品	100
----------------	-----

引而不发 趣味无穷

——新闻精品中这样运用悬念	112
---------------------	-----

老主题是怎样写成新闻精品的	118
---------------------	-----

经济新闻如何才能出精品·····	123
调查性报道的特点及采写要求	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	131
倡导人文性	
——科技新闻精品这样拉近与受众的距离·····	138
删繁就简三秋树 字斟句酌出佳篇·····	142
抓住特色采写,避免同质化新闻	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	147
找准报纸的“卖点”写新闻	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	151
数字在新闻中的作用与运用技巧	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	158
新闻作品的感染力从何而来?	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	165
要树立问题意识,要善于发现解决问题	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	174
提升新闻作品影响力的四种途径	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	182
二、消息写作·····	189
一语中的 巧妙点睛	
——新闻精品的标题是这样制作的·····	189
巧扮凤头抓人眼	
——新闻精品的导语是这样写就的·····	198
谈寻找新闻根据	
——以“中国新闻奖”作品为例·····	211
横看成岭侧成峰	
——新闻精品是这样选取角度的·····	217

精修绿叶扶红花

——新闻精品是这样运用背景材料的 224

刹长风 写短文

——新闻精品写短的十点经验 238

新闻要新 时效不可缺

——新闻精品中的时效瑕疵析 243

选活的事实 用活的材料

——会议新闻精品是这样写就的 245

瞻言见貌有画面

——消息精品中的“蒙太奇”手法 250

写好消息的“最后冲刺”

——消息精品是这样写结尾的 253

三、通讯写作..... 258

精心选材 巧妙构思

——短通讯精品是这样写就的 258

灵活多样 勇于创新

——人物通讯精品的写作特色 262

剥茧“抽丝” 凤凰“落树”

——新闻精品是这样进行提炼的 279

笔下带情实可贵

——新闻精品中的情感运用 283

怎样采写深度报道?

——新闻精品展示的七点“诀窍” 287

如何写好非事件性新闻

——以“中国新闻奖”作品为例 292

灾害新闻的特点、作用及其报道原则

——以“中国新闻奖”作品为例 299

时政新闻如何创新出佳作

- 以“中国新闻奖”作品为例 306

成就报道如何才能出精品

- 以“中国新闻奖”作品为例 313

社会新闻的价值取向和采写技巧

- 以“中国新闻奖”作品为例 320

抓好深度报道，增强报纸的竞争力和影响力

- 以“中国新闻奖”作品为例 328

问题性新闻的写作

- 以“中国新闻奖”作品为例 338

评介性稿件的写作

- 以“中国新闻奖”作品为例 342

第三篇 关于记者修养

- 新闻工作者理当学习、学习、再学习 349

- 新闻欲——记者成才的重要因素 351

- 激情——记者写出精品的力量 355

- 触景生情 有感而发 358

- 新闻精品需要的十二种意识 360

- 新闻精品需要的创新思维品质 369

- 长期积累出佳作 374

- 道德高于山 378

- 非诚勿写 380

- 为实现中国梦奋发读书 383

- 媒体人当守好三条底线 385

- 新闻要有文化含量 388

修行律己 拼搏向前

——当下新闻人应有的心态 391

敏锐的鹰眼 坚实的脚步 敬业的精神

——写在《新闻眼》出版之际 394

应当“雄鸡报晓” 勿学“乌鸦乱叫”

——鸡年寄语青年记者 396

作者自述与抒怀 399



◆ 第一篇 ◆

关于采访

怎样发现新闻

——以“中国新闻奖”作品为例

在一次新闻培训班上，我向听课的记者、通讯员提出这样一个问题：在新闻采写中，处于第一位的是什么？有人回答是写作。其理由是：同样的新闻源，同样的新闻素材，有人能写作新闻佳作来，有人则不能，可见写作是第一位的。我的回答是：积我从事新闻工作30多年的经历体验，结合我对“中国新闻奖”获奖作品的研究分析，我个人认为，在新闻采写中，发现一则新闻比写作这一新闻更重要。我很赞同长江日报报业集团潘堂林社长在《怎样发现新闻》一书中的观点：“生活中不是缺少新闻而是缺少发现，新闻记者的第一技能不是写作而是发现。”这正如大科学家爱因斯坦说的：“提出一个问题往往比解决问题更重要。”大艺术家罗丹也曾说过：“生活中并非没有美，而是缺少发现。”美国《塔尔萨论坛报》编辑鲍勃·福尔斯曼曾撰文说得更直接：“笔下功夫不强仍能当一名出色的记者。”这是经验之谈。

在报社的编辑部里，常常看到这样的情况，除了跑会议、领导活动的时政记者外，多数记者特别是年轻记者每天都在为缺乏新闻线索而犯愁。有的整天坐在办公室等电话，有的眼巴巴地等着主任分派任务，有的等着“捡漏”——时政记者跑不过来的动态活动，有的在外报里找观点，在本地找例子，有的在网上一扒新闻，有的一筹莫展……新闻线索在哪里？怎样去发现新闻呢？从笔者对“中国新闻奖”作品的研究发现，可以从下述12个方面去寻找新闻。

从反常现象中去发现新闻。国外新闻界有个说法：“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。”过去我们一直批判这种观点。如果换个角度，从新闻的特性来说这句话是有一定的道理的。一切违背常规的、反常的、与众不同的事件，本身就是新闻，有时还可能是好新闻，对此千万不能麻木不仁，否则将与新闻失之交臂。

以第2届“中国新闻奖”消息三等奖的作品《全国药交会开幕式变成了“闭幕式”》一稿为例，在全国药交会开幕当天，记者前往现场采访。在采访过程中，发现开幕式会场来宾稀稀拉拉，一些主要业务交易场所和前几天爆满的宾馆、饭店也冷清下来的反常现象。是什么原因呢？职业的敏感驱使记者顺藤摸瓜进行深入细致的采访。最后了解到：由于市场竞争的加剧，人们不再按部就班地等待大会的安排，

而是纷纷提前到会做起了生意。到大会开幕时,成交额已达10亿元,大部分代表已“打道回府”,从而挖掘出“药交会开幕式成了闭幕式”这一新闻中的新闻。文中向人们揭示了这样一个重大主题:发展商品经济不能按部就班搞花架子,必须进一步解放思想,在改革开放中充分发挥主动性和积极性。这篇消息见报后,一些到会的客户争相传阅当天的报纸;湖北一家药厂的业务员打电话告诉记者:他按时间表到会,却没有接到大业务,开头很纳闷,看了当天的报道后,“茅塞顿开”。他说报纸给上了“一堂课”。可见,这篇报道在社会上产生了强烈的反响。据一些业务部门的同志介绍,自“南京药交会”后,人们的竞争意识普遍增强,以至后来的各类交易会竞争越来越激烈。

依靠两条腿去发现新闻。记者是社会活动家。社会活动家的活动场所不应在报社的办公室、资料室,而应该在社会上,应把功夫下在两条腿上,放在“跑”上。记者对自己所负责的战线“横要跑到边,纵要跑到底”。所谓“横到边”,是指记者采访的面要宽,到机关要深入到机关的各职能科室;所谓“纵到底”是指到工厂的要深入到车间、班组,到商业的要到门店柜台,到农业的要深入到乡镇村组、田间地头,到军营的要深入到连、排、班。记者深入一步,新闻就冒出一批,“脚板底下出新闻”。这是千真万确的事实。

这方面的新闻佳作很多,可以说,绝大多数新闻佳作都是记者依靠两条腿去发现而采写成的。这里仅以第18届“中国新闻奖”通讯一等奖作品《走进卢氏土坯房》系列报道一稿为例,据“申报资料”介绍,河南日报总编辑亲自带队,组成精干的采访队伍,在卢氏县进行了多天的深入采访,从县委大院到深山农户,从干部到农民,从街道到乡村,记者终于发现了卢氏县土坯房的大量鲜活和生动的素材,最终写出了这篇既受到读者欢迎又受到评审专家青睐的新闻佳作。参与采写这篇通讯的记者讲:“可以毫不夸张地说,这是记者用两条腿跑出来的新闻。”这是经验之谈。

到开会的现场去发现新闻。对会议新闻很多人不愿看,其实对于一个优秀记者来说,会议完全可以称得上是“新闻资源的宝藏”。读者反感会议新闻有几种情况,一种是会议报道充斥版面,会议报道程式化、标题口号化、内容原则化、领导排名多;二是会议新闻大话、空话、套话多,可读性差。真正事关领导变动、国计民生、经济政治社会发展大计、老百姓利益等相关内容的会议新闻,读者关注度是非常高的。

利用“会议资源”进行的新闻报道有很多种:①对会议本身进行报道;②抓住会议中涉及群众或为群众所关心的内容进行报道;③对会场内外发生的“衍生新闻”进行报道;④从会议文件或领导讲话中获取的新闻线索进行报道;⑤对会上出台的

政策进行解读式报道等等。“中国新闻奖”获奖作品中的《人大校长纪宝成提出MBA教育不能言必称哈佛，东西方管理思想交汇与融合是方向》（第18届消息二等奖作品）、《地学科科研愁的是“没人花钱”》（第17届消息二等奖作品）。《“院士崇拜”不可过度》（第16届消息二等奖作品）、《安全会上睡着了》（第14届消息二等奖作品）、《百万奖励赠给下岗工友》（第13届消息二等奖作品）等等。都是记者到开会的现场发现的新闻佳作。

到各种节气节日中去发现新闻。中国的节气节日很多，如传统的春节、元宵节、端午节、清明节等节日，三八妇女节、五一劳动节、八一建军节、十一国庆节等节日，环保日、节水日、粮食日、预防艾滋病日等，立春、夏至、白露、冬至等节气，这类报道虽属“应景报道”，从发现新闻的角度来讲也是不可忽视的。这类新闻由于日期固定，如果在节日来临之前搞好策划，创新思维，选好题材，是可以挖出很多与之相关联的新闻来的，对此不容小觑。

以第14届“中国新闻奖”评论二等奖作品《中国人过中国节》一稿为例，据“申报资料”介绍，2003年2月14日是西方情人节，长沙街头玫瑰价格猛涨，很多人彻夜狂欢；2月15日是元宵节，街头平静地亮起红灯笼。中西节日的对垒让人深思，联想到近些年来洋节的泛滥，传统节日的观念在人们心目中正在淡化，作者通过分析判断，认为洋节充其量不过是商家的节日，是炒出来的，无法在有着五千年文明史的中国落地生根；而中国的传统节日，是民族文化的重要组成部分，捍卫民族的传统文化，是媒体的职责。于是，在2月15日夜，作者一气呵成写出《中国人过中国节》一文。文章以民族传统节日为切入点，针对当前洋节泛滥、人们盲目跟风的现状，发出了“中国人过中国节”的强音，立意新颖、高远。联系到当年5月发生的“端午节”被别国抢注的风波，文章的警示意义更是不言而喻。

文章发表后，立即引起巨大的反响，国内多家网站予以转载。湖南省委宣传部《新闻阅评简报》给予高度评价，认为“这是合乎国情的倡导，有眼光，也有胆量，导向正确及时，是在‘情人节’‘愚人节’‘圣诞节’之类洋节之风不断扑面而来的时候，向国人提了个醒，难得！”

从广交朋友与别人聊天中去发现新闻。记者应是善于交友、与人聊天的能手。有经验的记者，总是善于广交朋友并从与别人聊天中去发现新闻。以第16届“中国新闻奖”消息二等奖作品《3000小考生“妖魔化”妈妈》一稿为例，记者在饭桌闲聊时获悉，湖北地区最有影响的“楚才杯”作文比赛中，很多孩子把逼他们培优的妈妈塑造成“母老虎”“河东狮吼”形象。后经调查统计，发现有3000名小考生在