

全民记者时代的新闻素养读本
立足当前媒介生态，通讯员写作实用工具书

Tongxunyuan
Xinwen Caixie Yibentong

通讯员 新闻采写一本通

(第二版)

主编 王卫明 倪洪江

人民日报出版社

全民记者时代的新闻素养读本
立足当前媒介生态，通讯员写作实用工具书

Tongxunyuan
Xinwen Caixie Yibentong

通讯员 新闻采写一本通

(第二版)

常书人编王日明
藏主编刘香章

倪洪江

张蕊郦叶

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

通讯员新闻采写一本通 / 王卫明, 倪洪江主编. —

2版. —北京: 人民日报出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5115-5337-9

I. ①通… II. ①王… ②倪… 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 (2018) 第 039037 号

书 名: 通讯员新闻采写一本通

主 编: 王卫明 倪洪江

副 主 编: 邵香云 张 蕊 郦 叶

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 林 薇 梁雪云

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 367 千字

印 张: 24.75

版 次: 2018 年 4 月第 2 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5337-9

定 价: 46.00 元

撩拨公众的新闻神经（代序）

张春林

每个人心中都埋藏着一颗自我表达的种子，都希望这颗种子能够生根、发芽、开花、结果，都渴望能够在公共话语空间分享自己的思维成果，并得到广泛的社会认可。但是，并不是每个人都那么幸运，只有深谙表达技巧的少数人，才能在自我表达的同时，享受公众认可的快感。

如果说在报纸、广播、电视等传统媒体一统天下的“他媒体”话语时代，只有专业技术人员和为数不多的通讯员等精英人士，才拥有公共空间自我表达权利，那么，今天这个博客、微博、微信兴旺的“自媒体”话语时代，则赋予了草根阶层进入公共话语空间的更多机会。

传统媒体与新媒体之间的媒介融合是传媒业发展的必然选择，“他媒体”与“自媒体”之间的话语沟通也是题中要义。而这种变化并不会自然而然地把草根阶层的自我表达送入公共话语空间，无论是草根阶层还是知识精英，想要更多地在公共话语空间露脸，都应该接受表达技巧方面的专业训练。我相信，南昌大学新闻与传播学院副教授王卫明博士领衔主编的《通讯员新闻采写一本通》一书，一定会撩拨起公众的新闻神经，满足更多自我表达者进入公共话语空间的期待。

在推荐这本书之前，我想先讲一个故事。老李头是小镇远近有名的“妻管严”，退休工资存折由老婆掌管，可他不仅不向老婆要一分零用钱，而

且还隔三岔五请镇上的一帮朋友吃吃喝喝。镇上的人最初都纳闷：老李头请客的钱从哪里来？后来人们发现，老李头经常往邮局跑，去领报社寄来的稿费。原来，老李头从一起吃喝的朋友那里获取线索，然后采集整理成稿件投往报社，稿件见报后他收到样报的同时，也有报社的稿费汇款单。在都市报快速扩版、用稿量增大的背景下，老李头给好几家报纸投稿，一个月下来，稿费也是一笔可观的收入。老李头的文章经常在报纸发表，他的名气大了，给他提供线索的人也多了，除了经常请客吃喝，他还偶尔给提供有价值线索的朋友买些小礼品。倘若非要给老李头冠一个专业头衔的话，“通讯员”这个词就非常合适，而那些给他提供线索的朋友就是地地道道的“新闻线人”。

如果说在传统媒体风头正劲的时代，如何做好通讯员，老李头还算是一个鲜活的典型案例，那么在新媒体引领传媒业发展的今天，再靠老李头这套显然行不通了。而作为“全民记者时代的新闻实战手册”的《通讯员新闻采写一本通》，立足于当前媒介生态，会成为普通公众实现通讯员梦想的实用宝典。

王卫明博士不仅有丰富的媒体实践经验，而且长期从事新闻实务教学研究，无论是之前出版的《校园新闻实战手册》，还是编著的其他新闻书籍，都熔理论性与实践性于一炉，既对新闻实务研究领域有较高的参考价值，又对新闻实务操作有较强的指导意义。

通读《通讯员新闻采写一本通》全书，我们不难发现该书的三大优点：一是内容全面，有系统性。全书一共八章，涉及选题来源、采访技巧、写作技巧、常见新闻体裁采写、新闻评论采写技巧、优秀通讯员报道经历与心得体会、投稿指南等多个方面，可以说是为通讯员成长提供一条龙服务。二是深入浅出，实用性强。从采写基础理论入手，各个章节均有相关论述，且这些论述充分结合案例，加之各种技巧归纳，很好地解决了通讯员做什么、怎么做的问题。三是博采众长，包容性强。学术专著强调观点独创，而实用图书侧重博采众长，该书参考了国内外数十本经典的新闻实务著作，

使读者能够读一书而知多家精华。

总之，无论你是新闻爱好者、新闻专业初学者，还是成长中或者成熟的通讯员，都能在《通讯员新闻采写一本通》里找到你所需要的。

于重庆歌乐山

（作者系四川外国语大学新闻传播学院教授、博士、硕士生导师，重庆市有突出贡献的中青年专家）

CONTENTS | 目录

第一章 通讯员采写基础理论 // 001

第一节 必须掌握的基本概念	001
第二节 新闻采写的核心概念	006
第三节 通讯员采写工作的意义	013
第四节 如何成为新闻采写高手	021

第二章 通讯员常用选题方法 // 035

第一节 自己找选题	036
第二节 媒体给选题	042

第三章 通讯员常用采访技巧 // 045

第一节 新闻采访的若干类型	045
第二节 新闻采访的准备工作	048
第三节 采访提纲与问题设计	051
第四节 采访过程的说服对策	059
第五节 英文采访的常用句型与语句	068
第六节 新闻摄影的常规技巧	078

第四章 通讯员常用写作技巧 // 088

第一节	稿件结构的确定.....	088
第二节	标题的制作技巧.....	101
第三节	背景材料的穿插.....	109
第四节	发挥细节的魔力.....	111
第五节	引语的规范用法.....	114
第六节	通讯稿件的头尾.....	118
第七节	常见误区与硬伤.....	125

第五章 常见新闻体裁的采写 // 135

第一节	消息稿件的采写.....	135
第二节	消息导语的写法.....	141
第三节	人物通讯的采写.....	151
第四节	事件通讯的采写.....	160
第五节	工作通讯的采写.....	168
第六节	风貌通讯的采写.....	176
第七节	新闻专访的采写.....	190
第八节	新闻特写的采写.....	209
第九节	新闻述评的采写.....	219

第六章 新闻评论采写技巧 // 231

第一节	新闻评论要领.....	231
第二节	新闻评论选题技巧.....	234
第三节	新闻评论的切入点.....	241
第四节	新闻评论的可读性.....	249

第七章 新媒体宣传报道的原则与技巧 // 259

第一节 手机媒体新闻传播的悬念策略	259
第二节 微信新闻报道手法解析	271
第三节 H5新闻报道的炫酷之道	281
第四节 微博新闻的采写原则与要领	290

第八章 优秀通讯员报道经历与心得体会 // 300

第一节 机关通讯员的报道经历与心得体会	300
第二节 企业通讯员的报道经历与心得体会	309
第三节 学校通讯员的报道经历与心得体会	317
第四节 部队通讯员的报道经历与心得体会	325
第五节 摄影通讯员的报道经历与心得体会	331
第六节 业余评论员的成长经历与心得体会	336

第九章 通讯员投稿指南 // 340

第一节 投稿的若干技巧	340
第二节 如何提高上稿率	345
第三节 投稿邮箱与电话	354

附录一 新闻日历（特殊纪念日和节日） // 372

附录二 主要参考文献与重点推荐书目 // 377

附录三 新闻作品范例 // 382

后 记 // 383

第一章

通讯员采写基础理论

许多单位的新闻通讯员，并非新闻学或相关专业出身，对新闻学、传播学理论不够熟悉，这里挑出一些基本概念和核心概念介绍给大家。另外，通讯员采写工作的职责、意义、成长路径，也是广大通讯员开展采写工作的基础，本章对此一并论述。

第一节 必须掌握的基本概念

“新闻”，就是新近发生的事情，或是正在发生、将要发生的事情。

“新闻报道”，就是报道新闻的作品，或是报道新闻的行为，主要包括消息、通讯两大类体裁。

通讯员必须知道，新闻报道与作文、日记、日志、小说、工作总结有着明显的区别。

“作文”，是学生的写作业，体裁包括记叙文、说明文、应用文、议论文，其传播对象一般是老师或考卷批阅人。与新闻报道相比，作文可以是老调重弹，可以是虚构想象，也可以是陈年旧事，而新闻报道却必须真实、新鲜。新闻报道和作文，格式规范明显不同。新闻报道必须写明事实

发生的时间。下面的小学生作文^①，看不出是哪年哪月哪天踏青，虽然文字优美，但不符合新闻报道的要求。

清明记渔舟

古人云：“清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂。”我趁雨后时，来到了渔舟湾踏青。

在路上，美丽的映山红像害羞的姑娘一样迎风摇摆。迷雾将远处的卧龙山罩上了一层层纱布，使卧龙山在远处若隐若现，显得十分迷蒙。进入渔舟湾，让你感到什么才是真正的雨纷纷。来到湿地上，偶尔看到有人拿着鱼竿静静地钓鱼。若你向前远眺，你就会觉得自己完全进入一幅美丽山水画，真让人感到人在画中，画在自然中。陈森笔下的桂林山水虽美，但也比不上渔舟湾的秀丽景色。若我是作者，我会让它更美；若我不是画的作者，我会把它有所描绘。

来到渔舟湾的月季园，你好像会觉得它是一幅完美无缺的画卷。走进月季中，甚至可能连月季上的荆棘刺你的肉痛感都会有所消失，你完全沉浸在花香中，连自己是谁都忘记了。

这个秀丽的渔舟湾，它真是一幅绚丽多彩的画卷啊！

“日记”，是一种私人化写作，来源于个人对生活的观察，可以记事、写人、状物、写景、记述活动，凡是自己在一天中做过的、看到的、听到的、想到的，都可以是日记的内容。日记的随意性比较强，可以短至一个字，可以长话连篇，因为事关个人隐私，一般不对外传播。

“日志”，则是公开的个人日记或工作记录。

与日记、日志相比，新闻报道是一种有着严格规范的公共写作，要求文字准确、句子通顺、逻辑严密，不能局限在个人的圈圈里，必须站在社会、受众的立场设定角度、选择事实、加工稿件。

新闻报道和小说的区别在于：后者是虚构的，前者必须真实；前者求

^① 作者系南昌大学附属小学红谷滩分校学生王熙远。

新，侧重报道新近发生、新近知晓的事实（可以穿插一些旧事），后者则可以通篇传播旧事旧闻。

不过，小说的笔法、句式、结构，新闻报道可以借鉴。例如，古龙的武侠小说，段落很短，有时就是一句话，甚至只有一两个字，这种“短段”就可以用之于新闻报道，显得节奏感强、有韵味。再如，许多小说都善于制造悬念，文稿的第一段就可以制造悬念，这种写法可以用之于调查性报道、新闻特写等通讯体裁。

新闻报道的内容，不求“全面”，讲究“突出重点”，有着不同于工作总结的特殊形式；工作总结的内容，则可以“面面俱到”，可以毫无新意，可以泛泛而谈，可以“重点不够突出”。如果以工作总结为基础写一篇新闻报道，绝不能全文照抄，只能摘抄部分文字，挑出其中的“新闻点”，通过改写或补充采访，方能达到发表的要求。

一般而言，新闻采访必须了解清楚的问题，是新闻的六要素“5W+1H”，即：是谁？在哪里？什么时候？做了什么？经过是怎样的（细节）？为什么做（原因）？

通讯和消息，都是新闻报道，都不允许任何虚构，要真实，要有一定的时效性和新闻价值。

消息，是一种简要报道新闻事实的新闻体裁，分为事实性消息、非事实性消息（例如，人物消息），分为预告性消息、预测性消息、评价性消息，还有服务性消息。

根据篇幅的长短，消息可分为：长消息、短消息、简讯、一句话新闻、标题新闻，等等。

按写作特点，消息可分为：动态消息、综合消息、经验消息、评述消息。篇幅不长的图片新闻，其实也是消息。

通讯，是一种详细而深入地报道新闻事实的新闻体裁。西方传媒的“新闻专稿”（又称特稿，英文是 Feature），即“比消息更详尽的新闻”，近似于我国的通讯。

很多人（特别是新闻采写初学者）分不清消息和通讯的区别，以致混淆二者的写作手法。

通讯与消息的区别，主要体现在以下6个方面：

第一，通讯报道的事实，比消息更详细、完整、富于情节，可以满足读者欲知详情的需要。

第二，通讯报道的事实，往往比消息更形象、更生动，不排斥形容词、副词的大量使用。

第三，通讯的文体，比消息更加自由、多样一些，可以采纳各种笔法、各种结构、各种风格。

第四，通讯的篇幅，一般在500字以上，多则上万字，而消息的篇幅一般在1000字以内，100字以内亦可。

第五，通讯的时效性要求，没有消息那样严格。

第六，在客观性方面，通讯比消息更加主观一些，允许插入小量的评论和抒情。

按报道内容分，通讯可分为：人物通讯、事件通讯、工作通讯、风貌通讯、社会观察通讯等。

◎人物通讯：是以人物为中心报道对象，通过一个人物或一组人物新近的行动来反映时代特点和社会面貌的一种通讯形式。

◎事件通讯：反映现实生活中发生的，有较大影响且能引起普遍关注的新闻事件的通讯体裁。事件通讯的内容主要可分为突发性事件、可预测性事件以及反映社会精神风貌的小故事等。

◎工作通讯：是以报道工作成就或工作中的成功经验，揭示和讨论工作中存在问题的通讯类型。

◎风貌通讯：是反映国内外各地的发展状况、社会生活、风土人情等方面新变化的通讯体裁。也常被称为概貌通讯、旅游通讯。

◎社会观察通讯：是以社会现象为报道对象，报道社会现象、剖析社会问题的通讯。别名：“新闻观察”“纪实报道”“问题通讯”“调查报告”“社会大特写”等。

按报道形式分，通讯可分为：访问记、专访、特写、大特写、新闻小故事、集纳、侧记、巡礼、记者来信、速写等。

◎访问记：由记者出面登场，以采访活动的过程为主要线索来结构和

组织材料。写作时有问有答，现场感较强，而且可以穿插各种背景材料，使通讯有一定深度。

◎专访：作为访问方式，是就特定的问题、特定的对象进行的专门访问，内容集中。作为新闻体裁，是访问记的一种，是对新闻人物或单位、部门进行专题访问的报道。专访以人物、现场和记者为三要素，突出“专”“访”二字。专访涉及面一般不宽，不贪大求全。

◎特写：将生活中某个特定的画面予以放大，集中突出地描绘事件和人物的某些片段、细节和部分，给人以深刻的印象和强烈的感染。^①

◎大特写：是抓住社会热点中的事件、人物或现象，对新闻事实做全方位、多侧面的报道，用优美的文笔、新颖的题饰、突出的照片吸引读者的一种报道形式。它其实是一种深度报道的样式。^②

◎新闻小故事：或称新闻故事、小故事。其要求一是“小”，二是有“故事”，三是以小寓大。通常反映一人一事，表现一个片段，内容单一，篇幅短小、线索简单，不求写繁多人物，不必横生庞杂枝节，但求精悍、生动。

◎集纳：把表现一个主题的而又相对独立的小故事或片段事实组合起来，“集纳”而成为一篇。集纳中的事实，可以是发生在同一时间的，也可以是不同时间的；可以是发生在同一单位、一条战线，也可以不是。

◎侧记：从一个侧面反映新闻事件或新闻人物的通讯。取材自由，不求反映事件全貌、全过程，但求抓住特点，扣紧受众的兴趣点、回答受众普遍关心的问题。写作时往往夹叙夹议，兼谈感受。

◎巡礼：边走边看，巡游浏览，很自由地把所见所闻写出来告诉受众；讲求动态感、现场感、亲切感；常用移步换形的方法，有较多议论和抒情。

另外，深度报道、调查性报道，既可以是消息，又可以是通讯。篇幅较短的深度报道、调查性报道，是消息。篇幅较长的深度报道、调查性报

① 《江西日报》2014年9月25日A1版刊登了刘勇采写、梁振堂摄影的《“让群众满意，给孩子们希望”——强卫走访新建县第三小学二部速写》，详见<http://t.cn/Rhj55gE>。

② 2014年5月8日《江西日报》C1版刊登了杜金存、杨帆采写的大特写《一个山区贫困县的撤点并校观察：山高路远孩子上学更难》，详见<http://t.cn/8sgOpNX>。

道，是通讯。

◎深度报道：运用解释、分析预测的方法，深入表象背后的本质和意义，从历史渊源、因果关系、矛盾演变、影响作用、发展趋势等方面进行深入报道的新闻体裁。

◎调查性报道：是以记者调查为主要方式的报道形式，主要以揭露社会弊病为目的，侧重报道与公共利益有关的、被蓄意掩盖的丑恶行为，但也适用于报道中性、正面题材，比如对一些现象、新生事物的分析，发人深思。

第二节 新闻采写的核心概念

宣传价值、新闻价值、新闻点，是新闻采写的三个核心概念。掌握了这三个术语的含义，新闻采写就不会缺乏理论指导，通讯员就不会成为无目标的旁观者。

一、新闻选择的三把标尺

人世间，每天都发生很多事情，其中部分发生在通讯员身边，并非每件事都值得报道。那么，如何确定某件事是否值得报道呢？

这就涉及新闻学所讲的“新闻选择”了。新闻选择，就是在众多新闻素材（事实）中，挑选出适合报道的素材（事实）展开采写，或者在众多新闻中挑选出重点报道的新闻进行采编。简而言之，新闻选择就是对新闻或新闻素材的选择。

实际工作中，对新闻的选择或挑选，往往是根据一定的标准或原则进行的。

究竟有哪些标准呢？一般而言，每一次新闻选择，都要拿三把标尺测量有关事实的价值。

1. 用“真实性”这把标尺测量

真实是新闻的生命。列宁说过：“我们的力量在于说真话！”周恩来说过：“只有忠实于事实，才能忠实于真理。”1948年10月2日，刘少奇曾

对华北记者团说：“要采取忠实的态度，把人民的要求、困难、呼声、趋势、动态，真实地、全面地、精彩地反映出来……不要添油加醋，不要戴有色眼镜。”

通讯员写稿，一定要注意真实性问题，不能因为要宣传本单位的亮点而夸大其词或无中生有。在审视来自下级单位的新闻素材时，通讯员首先要看其是否真实，有关说法是否有足够的事实证据。

2. 用“宣传价值”这把标尺测量

宣传价值，主要是对传播者实现其目标有用的价值。有些事情，如果通过媒体进行报道，可以提升有关人士和机构的社会形象和美誉度，就有宣传价值了。

当然，有些事情（例如慈善活动）和观点（例如慈善理念），如果通过媒体进行报道，可以推动社会进步，也有其宣传价值。

3. 用“新闻价值”这把标尺测量

这是最重要的衡量。所谓新闻价值，就是新闻或新闻素材值得报道的价值。简而言之，新闻价值就是报道价值。

有些事实，有宣传价值，但无新闻价值：对有关人士和机构而言，值得报道和宣传；但对受众和传媒而言，毫无报道的必要。

有些事实，既有宣传价值，又有新闻价值：对被报道者而言，是一种正面宣传；对大众和媒体而言，也有报道的必要。这种事实，就值得记者关注和采写。

当然，有些事实有很大的新闻价值，却无明显的宣传价值，也是记者应该采写报道的。

如果我们对新闻价值的内涵有准确的把握，就可以发现新闻、大新闻，就容易写出新闻、好新闻。

一般而言，新闻价值的五要素是指：时新性、重要性、接近性、趣味性、显著性。

新闻价值是抽象的，但可以具化为新鲜性、重要性、接近性、趣味性、显著性、反常性（奇异性）、冲突性、热门性、冲击性、人情味、实用性、必读性等特质。

(1) 新鲜

事实越是新鲜，越有时效性，越有新闻价值。已经报道过的事实，已经众所周知的事实，就没有新闻价值了。事实新鲜，就有了时新性。

所以，一旦身边发生新闻，通讯员就应立即展开采写，尽快完稿，尽快投稿，以便及时发稿，使稿件的新鲜度、时新性不会损失太多。

(2) 重要

人物、事件本身越是重要，与受众关系越是重大，影响越是广大，越有新闻价值。

田野中、车间里、大楼内，有时会出现重要人物、名人，这时他们的言行很可能就是新闻。

(3) 接近

与受众的心理距离越近，与受众的利益距离越近，越有新闻价值。

这里所说的“接近”，包括地理上的接近，也包括心理上的接近。发生在读者身边的新闻，读者会更加关注；发生在读者亲友（或校友、同学、同胞）身上，或者是与自己相关的利益群体的新闻，读者会更加关注。

在采写新闻时，要尽可能突出表现新闻事实中的接近性因素。例如，发生在外国的一起灾难性事件，如果遇难者中有本校校友、本省同乡、本国同胞，就应该在标题、导语中突出叙述这种关系。

(4) 趣味

几乎每个人都喜欢趣味性的事实、故事，喜欢趣味性的文字、现场图片、视频、音频。只要有趣味性，哪怕被报道者没有名气，事情对社会的影响不大，也是很值得报道的。

对于那些并不重要的事件，寻找、报道其趣味性，是使之成为新闻的一个很好的选择。

这里有一个趣事变成报道的例子：2014年7月5日，在清华大学研究生毕业典礼暨学位授予仪式上，校长陈吉宁说，“我特别要介绍这样一家人。”这个家里的丈夫是该校热能系硕士毕业生仲晓波，被评为北京市优秀毕业生，而妻子陈程则获得清华大学优秀博士论文和优秀毕业生称号。在一片赞叹和喝彩声中，他们双双站起来，仲晓波怀中还抱着今年4月出