

新闻写作 画眼

李凌沙



海潮出版社

新闻写作画眼

李凌沙 著

海潮出版社

1993年·北京

(京) 新登字 127 号

书 名: 新闻写作画眼

著 者: 李凌沙

出 版: 海潮出版社 (北京西三环中路 19 号 100084)

印 刷: 湘民印刷厂

发 行: 海潮出版社

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 8

字 数: 200 千字

版 次: 1993 年 5 月 1 版

印 次: 1993 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000 册

书 号: ISBN7—80054—488—5 / G · 86

定 价: 5.80 元

序

· 杨正午 ·

在我们的宣传思想战线上，新闻工作是一条特别活跃的战线。广大的新闻工作者每天都在用自己的笔，最迅速、最广泛地宣传党的路线、方针和政策，满腔热情地讴歌人民群众所创造的英雄业绩，传播各类信息，提供各种服务。新闻工作者的笔是那样忠实，真切、翔实地记录着四化建设的宏伟进程；新闻工作者的笔又总是那样敏锐，及时、快捷地预示出社会发展的最新前景。新闻工作者担负的任务极其重要，他们作出的贡献令人敬佩。

我们党历来非常重视新闻工作，始终把社会主义的新闻事业当作党和人民的喉舌。今天，在我国加快改革开放，加快现代化建设步伐，建立市场经济体制的新形势下，我们将更加重视和充分发挥新闻工作的这种重要作用，运用新闻传播工具更有力地引导、激励、动员、组织群众，为建设有中国特色的社会主义而共同奋斗。而对广大新闻工作者来说，面临的一个重要任务，就是如何紧跟时代的步伐，深入改革，锐意创新，用好用活手中的笔，将新时期的新闻宣传提到一个新的水平，在实现党的总路线的伟大事业中作出自己的新贡献。

在新的历史时期，新闻工作必须坚持为人民服务，为社会主义服务的方针，努力满足在市场经济下广大读者、观众和听众不断增长的对新闻传播的需求。随着经济的发展和社会的进步，改革的深化和开放的扩大，广大读者、观众和听众对新闻传播的需

求将是全方位的。他们不仅需要政治方向、思想、行为上的正确引导，而且要求得到经济、科技、市场方面的最新信息；不仅想知道自己周围的新人新事新经验，还渴望了解外部世界的精彩与神奇；不仅希望通过新闻媒介得到各种指导和帮助，而且希望凭借新闻传播工具直接表达自己的意见、呼声和愿望；不仅要求新闻的内容真实、新颖，典型、深刻，还要求新闻的写作不断创新，引人入胜。新闻工作者必须认真研究自己的读者、观众和听众，认真研究新闻宣传的社会效果。在新闻报导中，做到既坚持新闻工作的党性原则，保持正确的政治方向，又不断加强新闻传播的开放性、参与性、信息性和服务性；既坚持正面宣传为主的方针，又十分注重宣传艺术，以生动活泼、丰富多采，为广大读者所喜闻乐见的内容形式吸引读者。实现这个目标，必须依靠广大新闻工作者长期不懈的努力，既需要在新闻采访和写作上进行艰苦的实践，又需要在新闻理论上大胆探索，认真总结，不断得到提高。

李凌沙同志的新著《新闻写作画眼》是他长期从事新闻采编实践和理论探索的一个成果。他当过记者、编辑，担任过省报的报道部主任，现在是湖南日报社的副总编辑。在分管报纸的政法、工财、农村、科教等方面的报道中，自己笔耕不倦，新闻采编实践在不断深入，新闻素养也在不断提高。读了他的这本书，读者不仅可以了解新闻写作的基本方法，而且能学到新闻创新的多种技巧，掌握提高自身思想和业务修养的有效途径。同时，在阅读中还能自始至终感受到一种令人鼓舞的改革进取精神。

我高兴地向广大的新闻工作者和所有爱好新闻写作的朋友们推荐这本书。相信这本书能成为大家工作、学习中的一位好朋友！

1993年2月

(序言作者系中共中央委员、湖南省委副书记)

前言

现在呈现于读者朋友们眼前的这本小册子，是我从事新闻采写实践和理论思考的一点体会。虽然印成了书，但不敢说有多大的价值。只要读者诸君不嫌弃它，进而能有耐心读下去，我就感到很满足了。

人们常说，人的眼睛最传神，画一个人，最好是画活他的眼睛。我以为，写新闻何尝不是这样？要写好一篇新闻，也必须画好画活“新闻眼”，写出新闻的最传神处。在几百字、千多字的短篇篇幅中，突出最新鲜、生动的内容，展现扣人心弦的场景，捕捉感人肺腑的意境。可以说，新闻写作中的“画眼”，也就是新闻写作中的创新。

画好新闻之眼，首先要定准着眼点。写新闻，应该着眼于自己的读者。很久以来，我常在思考一个问题：怎样使我们的新闻更加吸引读者，让读者更爱读我们的报道？下面这样的事实常令人焦虑：虽然我们的报纸每天都满满登出许多报道和文章，但其中的许多报道读者并不爱读，有的文章甚至很少有人去读！大家不爱读，是因为这些报道和文章的可读性太差，没有着眼于读者的需求，很少从容易被读者接受的角度去写，不讲或很少讲写作技巧。结果是新闻报道的作用大为减弱，为读者服务的效果也打去了许多折扣。我们每一个新闻工作者都要正视这种事实，努力改变这种状况。要知道，新闻的可读性是实现新闻的全部功能包括宣传教育、舆论导向功能的必要桥梁。可读性差的报道只会像英国哲学家赫伯特·斯宾塞所说：“不管作者的才智有多杰出，不管传播的信息有多重要，也不管印刷工人的技术有多高明，没有

人阅读的印刷品不过是一堆废纸和不值钱的油墨罢了。”所以，我们每一个有强烈社会责任感的新闻工作者，都要重视新闻的可读性问题，努力提高自己的写作水平和宣传艺术，大胆探索，积极创新，共同来建造通向读者的理想的桥梁。只有这样，我们的新闻才能真正发挥传播信息、提供服务、舆论导向、宣传教育的作用，新闻工作的“二为”方针才有坚实的落脚点。

画好新闻之眼，新闻工作者还必须有一双锐目，有很强的眼力。新闻创新的具体表现形式，可能是新闻内容的出新，形式上的求新以及写作技巧上的别出心裁等。研究新闻的创新，当然要着意在这些方面下功夫。但是，这些方面的突破，都离不开新闻工作者内在素质的提高。一篇优秀新闻作品的产生决不是偶然的，它总是和作者对现实生活的深刻观察与体验，和作者的理论修养、知识积累紧密相关。宋代著名的爱国诗人陆游说：“汝果欲学诗，工夫在诗外”，这个“工夫在诗外”指的就是诗人道德的修养和诸多素质的提高。我们从事的新闻写作，是一项实践性和理论性、社会性和政治性紧密结合、融为一体的艰辛劳动。它的成功，既需要新闻工作者理论上的深刻领悟，又需要在实践上进行刻苦磨练，既要有娴熟的写作技巧和扎实的功底，又要永远保持一种锐意改革，不断创新的进取精神。从这个意义上说，新闻写作的创新更需要这种“诗外”的工夫，值得我们为之毕生磨炼！

正是顺着上面谈到的思路，我在这本小册子中设计了“体裁”、“技巧”、“素养”诸篇，力求描绘出一个新闻写作创新的脉络。在问题的探讨中，力求探其新，掘其精，避免面面俱到，落于俗套。总之，想通过自己的一点探索，给朋友们在新闻写作中提供一些新的视角。

真诚地希望朋友们不吝赐教！

作者

1993年2月

目 录

序	杨正午(1)
前言	(3)

体 裁 篇

紧紧抓住读者的心	(1)
——消息写作漫谈	
确定主题 深化主题	(16)
——通讯写作漫谈	
关键是到现场去	(32)
——现场短新闻写作漫谈	
尺水兴波亦有法	(39)
——新闻小故事写作漫谈	
给经济报导一个社会视角	(48)
——经济新闻写作漫谈	
既要深入 又要浅出	(54)
——科技新闻写作漫谈	
在“深”字上下工夫	(61)
——社会新闻写作漫谈	
跳出去写	(71)
——会议新闻写作漫谈	
站到观念更新的高度	(78)
——典型报导写作漫谈	

技 巧 篇

行与知	(89)
——采访的技巧	
远与近	(104)
——选择角度的技巧	
首与尾	(124)
——开头结尾的技巧	
藏与露	(135)
——表述的技巧	
实与活	(145)
——语言的技巧	
精与杂	(167)
——改稿的技巧	

素 养 篇

“因为我是一个新闻记者”	(180)
——记者素养之一：社会责任	
“连反对他的人也拜服他的伟大”	(186)
——记者素养之二：求真务实	
“我随时准备为党服务”	(190)
——记者素养之三：廉洁奉公	
“要为真理而斗争”	(194)
——记者素养之四：坚持真理	
敢于争夺“第一块金牌”	(197)
——记者素养之五：竞争意识	

“新闻事业不是怯懦者的行业”	(201)
——记者素养之六:勇敢顽强	
“记者应该是一部百科全书”	(204)
——记者素养之七:勤奋学习	
“和周围的人一道进步”	(207)
——记者素养之八:加强团结	
“当一名耳聪目明的侦察兵”	(211)
——记者素养之九:新闻敏感	
“一定是爱因斯坦错了”	(216)
——记者素养之十:作风严谨	

附 录

“立碑风波”及评论节选	(220)
——一篇获 1988 年度全国好新闻特别奖的作品	

· 体裁篇 ·

紧紧抓住读者的心

——消息写作漫谈

消息是新闻体裁中的第一大家族，它与其他新闻体裁难以相比的篇幅短、时效快的特点，成为新闻报道中使用得最多的常规武器。但是，消息也很不容易写好。常常由于篇幅短，一些消息出现内容空洞、干巴、概念性东西多的毛病；因为要求时效快，不免出现写作上的粗糙、呆板、模式化的现象。这些，都妨碍了消息的可读性和吸引力，难以获得最佳的传播效果。因此，写好消息必须针对上述问题下功夫，使我们的作品从一开始就能紧紧抓住读者的心。

一、一道言简意赅、生动形象的标题

常言道：读书读皮，看报看题。确实，一报在手，读者总是先浏览标题，再选择读那些他感兴趣的新闻。消息能不能抓住读者的心，首先就看标题的吸引力强不强。新闻写作的行家们，把消息标题比喻为“新闻的眼睛”，就是从标题能传神，能够强烈吸引读者这个意义上说的。

使新闻标题吸引读者，最重要的在于用简明扼要的语言标出新闻最主要的事实，在标题中凝聚新闻的精华，话一出口就像磁铁吸引钢针一样，把读者的注意力一下子就吸引过来。这也可以说是消息标题最基本的方法。例如 1992 年 9 月 23 日新华社播发了中共中央政治局召开会议的消息，各报刊登这篇消息时标的题各有不同：

《北京日报》：

党的十四大筹备工作基本就绪 (主)

中共中央政治局建议十四大
于十月十二日召开，将提请十
三届九中全会审议决定…… (副)

《文汇报》：

中共中央政治局召开全体会议建议 (引)

党的十四大 10 月 12 日在京召开 (主)

十四大筹备工作基本就绪…… (副)

《人民日报》(海外版)

中共十四大筹备基本就绪
政治局建议 10 月 12 日召开 (主)

政治局全会通过的十四大
报告稿将提请十三届九中全
会审议 (副)

对比一下上面三条标题就不难看出，各报标题虽说各有侧重，各具特色，但都突出了十四大即将召开这一主要新闻事实。

在标题中突出主要新闻事实，是从满足读者阅读心理需要出发的。如果说，一条新闻所包含的“刺激”是渐进的、扇面的，那

么当我们给新闻标上一个凝聚新闻主要事实的标题时，它对读者心理上的“刺激”就成了一种突进的、尖锐的冲击，能扣响读者的心弦，产生震撼人心的力量。一条报道伊朗缺席审判英国作家、《撒旦诗篇》作者拉什迪的消息标题是这样的：

对《撒旦诗篇》一书怒不可遏 (引)

霍梅尼：把作者宰了！ (主)

如果标题一般性地叙述诸如开庭啦、辩论啦，就会显得很平常，但象现在这样将事实集中于一点：“把作者宰了！”，十分真实、形象地刻划出霍梅尼恼羞成怒、专横残暴的作为，读者由此受到震惊，产生“读下去”的强烈欲望。再比如一篇报道 1984 年印度前总理英迪拉·甘地夫人被刺，印度全国陷入种族骚乱的消息，标题也创造了同样的阅读效果：

大屠杀 (主)

300 人丧生血海之中 (副)

这种扣人心弦的标题，并不是报道战争、灾难之类的消息所独有，只要突出了新闻中最令人震惊的或最有新意的 facts，其他题材的报道同样能得到不同凡响的标题。一篇报道某厂讲排场，摆阔气，铺张浪费，坐吃山空的消息，标题就很有震聋发聩之感：

厂房修得好气派 机器设备老掉牙 (主)

——怪不得明日皮鞋厂要倒闭 (副)

这条标题把原因与结果的强烈对比，猛的一下推到读者面前，使读者读了标题欲罢不能。从这里可以看出作者在标题时费了心计。

标出好的标题，还要注意运用多种表现手法，将新闻中那些最能吊起读者“胃口”的内容在标题中显现出来。这也就象商店打扮自己的橱窗一样，总要把那些最新，最美，最能勾起顾客购买欲望的商品摆出来，还要用各种灯光，色彩进行装饰，目的就是

一个：引得路人驻足观看，进而步入商店购买。标新闻标题就要注意研究如何吊起读者“胃口”的办法。有这样一条消息的标题：

猪皮上长出人皮

猪皮上能长出人皮来？这似乎是根本不可能的事。读者正是因此感到新鲜，奇异。那么就来看看内容吧。原来消息是在介绍一种利用猪皮治疗人体烧伤的新技术。又比如：

供给沙漠的冰山

这条消息报道的则是利用南极的冰山作为沙漠地区淡水供应的前景。这篇科技新闻由于在标题中形象地突出饶有兴味的内容，使它产生了很强的可读性。

几乎各种修辞手法都可以运用于标题之中，我们略举几例：

【比喻】里根总统：“一只关在镀金笼子里的鸟儿”

这是一条国外消息的标题。记者在一次采访里根时，里根说起自己身居白宫，受到要员们的包围，警卫们的保护，别看身为总统，行动其实不自由，就象“一只关在镀金笼子里的鸟儿”。这个比喻可谓生动、贴切，读者看了很想进一步了解真相。记者于是拿来作了消息标题。

【拟人】伦敦“大笨钟”感冒了

伦敦议会大厦的一口大钟，因受寒冷的空气影响，其装置受到损害，原先人们所熟悉的钟声不那么宏亮了。英国的报纸报道这件事时，用拟人化的手法作了上述标题，为新闻增添了几分人情味和幽默感。再比如一条报道某地机构改革有名无实，越精简越膨胀的消息，运用拟人化的手法后使新闻产生了辛辣的讽刺作用：一个儿子生出两个老子

【对仗】立下一块“政策碑”

绿了大片“和尚山”

这是一条报道党的政策调动农民植树造林的积极性，干出显著成绩的消息，主要新闻事实通过对仗的手法，形象而又含蓄地

表达出来。

【巧用寓言】

高手挂牌修车 急煞“南郭先生” (主)

××市汽修厂让车主选人主修

企业信誉高效益好，职工奋起学

本领钻技术 (副)

这篇报道某汽修厂进行经营方式改革的消息，标题中的主题以寓言相喻，生动有趣又发人深省，副题说明产生的效果，对比鲜明，起了恰到好处的烘托作用。

二、一条富于新意、引人入胜的导语

消息的导语就是消息的开头部分。它是消息标题的继续，但决不是标题的重复或扩充。

消息的导语必须用简明、生动的语言，把新闻中最主要、最新鲜的事实提炼、概括或展示在开头部分。可以说，写好一条导语是一篇消息写作成功的关键。

常言道，“好的开头等于成功的一半”。凡作文，总要一开篇就能吸引读者，因此开头就要挖空心思，写得与众不同，正如明朝人谢榛在《四溟诗话》中谈诗时所说：“凡起句当如爆竹，骤响易彻。”清朝著名评论家李渔谈到文章开头亦有一段绝妙的话：“场中阅卷，看至第二、三行而始觉其好者，即是可取可弃之文。开卷之初，能将试官眼睛一把掣住，不致转移，始为必售之技。”他是认为只有第一句话就能“掣住”第一读者注意力的文章，才是最上乘之作，如果要到第二句、第三句才能引人注意，那则是“可取”亦“可弃”的作品了。他的要求不免过于苛刻了，但我们如果真想写出好文章，就应该对自己有这种苛求。

对于写好消息的手法，许多新闻写作的名家有精彩的论述。

毛泽东同志就说过：“一切较长的文电，均应开门见山，首先提出要点，即于开端处，先用极简单文句说明全文的目的或结论（现代新闻上称为‘导语’，亦即中国古人所谓‘立片言以居要，乃一篇之警策’），唤起阅读注意，使阅者脑子里先得一个总概念，不得不继续读下去。”美国著名新闻学者威廉·梅茨说：“导语是新闻中最重要的部分。抓住或失去读者，取决于新闻稿的第一段，第一句，甚至第一行。”他们的这些话都强调了导语对一篇新闻的重要性，而且把突破的关键提到了“开端处”、“第一句”甚至第一行。

写好消息的导语，要注意“三个突出”。

一是突出消息中实质性的内容。

导语最忌空洞无物，讲套话，抓不住最重要、最新鲜的事实。比如现在报道最多的会议消息，似乎已形成了一个固定的模式，就是时间、地点、主持人姓名、出席者张三李四等等，不厌其烦，一一道来。其实，最要紧的应该用二三句话，一语破的，将会议的实质性内容披露出来，而且尽可能写得平易近人，有兴味。象下面一篇报道硅研究的国际学术座谈会的消息就是这样：

在自然界没有一个人看到过一块纯硅，但这种元素却占地球地壳的大部分，科学家们发现，如果没有硅，生命大概不能维持下去。

世界的许多硅专家昨天聚集在里士海的约翰·马歇尔饭店，就他们喜爱的这个题目举行四天的座谈会。

这条新闻一开头就把硅的特点以及科学家研究硅的重要性作了说明，既实实在在，又有一种趣味，把会议的实质性内容和重要学术价值显示出来，使人有别开生面之感。

导语突出实质性的内容，文字自然是越简练越好。奢望在导语中囊括一切，这样只会使文字累赘而喧宾夺主，淹没最精彩的

内容。试比较下面三条消息的导语，它们都是报道我国优秀跳高运动员朱建华 1983 年 9 月 22 日再次打破世界跳高记录的。

其一：

我国优秀运动员朱建华今天在上海虹口体育场举行的第五届全国运动会田径决赛中，跳过 2 米 38，打破由他本人保持的 2 米 37 世界记录。

其二：

赭红色跑道、翠绿色草场相映成辉的虹口体育场沸腾了！四万名观众热烈地向飞越 2 米 38 高度，再次打破男子跳高世界记录的上海选手朱建华欢呼，朱建华手持鲜花，绕场一周，在热情的观众面前，他的眼睛湿润了。

其三：

“世界飞人”再创跳高世界记录。中国朱建华跃过世界新高度 2 米 38。

可以说，三条导语都是写得不错的，但比较而言，第三条的内容更为突出，语言更加明快，读者能更快地抓住要领。

为提高在导语中突出实质性内容的能力，可以有意逼使自己写“一句话”导语，不讲套话、空话、虚话：

▲我中原人民解放军于今日占领郑州。

▲英勇的人民解放军 21 日已有大约 30 万人渡过长江。

▲日本投降了！

▲欧洲大战于昨拂晓爆发。

▲人类今天登上月球。

▲今天，最后一个美国兵离开了越南。

二是突出新闻中戏剧性的场面。