

实用新闻
写作丛书

通讯员习作点评

陈力丹 著



版社

《实用新闻写作》丛书

通讯员习作点评

陈力丹 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

通讯员习作点评/陈力丹著. -北京: 中国广播电视出版社, 2000.1

(实用新闻写作丛书/时统宇主编)

ISBN 7-5043-3441-3

I. 通… II. 陈… III. 通讯-新闻写作-基本知识
IV. G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 53281 号

G212.2
CLT

通讯员习作点评(《实用新闻写作》丛书)

作 者:	陈力丹
责任编辑:	萧 歌
责任校对:	张莲芳
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	涿州先锋印刷厂
开 本:	787 × 1092 毫米 1/32
字 数:	140 (千) 字
印 张:	7.25
版 次:	2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-3441-3/G·1309
定 价:	11.50 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

《实用新闻写作》丛书
编委会

主编：时统宇

编委：（以姓氏笔画为序）

丁柏铨	王 蕾	刘大保
李德民	沈兴耕	陈力丹
杜骏飞	时统宇	孟 建
萧 歌	彭朝丞	

主编的话

1998年6月，我应邀到四川省平昌县讲课。平昌县是革命烈士刘伯坚的故乡。刘伯坚“戴镣长街行，蹒跚复蹒跚，市人争瞩目，我心无愧作”的气吞山河的绝笔，无疑有惊天地、泣鬼神的永恒魅力。平昌县山清水秀，人杰地灵，但山高路远，交通不便。在翻山越岭的跋涉中，我方领略了何谓“蜀道难”。然而，最令我感动的是那些听课的学员。他们大都是乡里的文教干部或乡村的小学校长，到县城听课，要跋山涉水。我很想跟他们去看看更偏远、更闭塞的小山村，去看看那里的父老乡亲，去那里回味我生命中曾拥有过的知青岁月。

从听课学员的认真，可以很容易地推断出他们对新闻知识的渴求。于是，我萌发了为这些“秀才”们写一些东西的愿望。我实在不是有好为人师的非分之想，我知道“何世无奇才，遗之在草泽”，在一个能够为中华民族贡献出了像刘伯坚这样优秀儿女的地方，也一定是个藏龙卧虎的所在。我只是想在从事研究工作之余，为新闻写作和新闻传播做一些普及的工作。一年后，中国广播电视出版社的编辑萧歌找到了我，请我组织编写一套《实用新闻写作》丛书。我一口答应下来。我约请到的作者均鼎力相助。

本丛书的读者对象设定为新闻从业人员、新闻院系师生和广大有志投身于新闻事业的人士。丛书的作者系活跃在新闻工作一线的记者和新闻研究、教学一线的专家学者。丛书的编写立足于实用，坚持学术品位和学理风格，力争在给读者具体的新闻写作指导的同时，带给他们一些新的启迪和感受。从书的写作注重列举实例，用语准确生动、深入浅出，努力体现“专家写小册子”的特点。我们对20世纪50年代一些大家写的通俗读物（小册子）充满了敬佩之情，来者可追，我们也希望本丛书成为新闻通俗读物的“这一个”。作为本丛书的特点之一，我们追求雅俗共赏，力争在某些方面有所突破，有所建树。比如，《社论写作》是迄今为止的第一本；《报纸编辑实务》出自人民日报资深一版编辑之手；《消息写作》从审美的角度切入讲述；《通讯员习作点评》通过讲问题，给予通讯员最切实而有效的写作指导……读者将会看到我们的努力成果。

既叫好，又叫座，这不仅是我们的市场理念，更是对本丛书寄托的希望。

时统宇

1999年岁末

写在前面

我自1992年至今，兼任人民日报新闻培训中心的指导教师，评点了上千篇新闻函授学员的稿件。1996年以前给学员的复信多数没有保留下来，但当时写了多篇关于学员们写作中存在问题的分析性小文章。后来的复信多数保留了下來，亦有数百件。同时又继续写了一些同类的小文章。现在经过整理，分门别类，选了一批复信，涉及到164篇学员的来稿；同时也选了33篇我评阅学员来稿时写的文章。这些复信和文章，主要是讲问题。这样就形成一种较为特殊的关于新闻写作的书的结构，对象是在基层工作的大众媒介的通讯员。所以要编这样一本书，理由如下：

许多通讯员读了各种关于新闻写作的教科书，很有收获，但是见报率却不见明显提高。这些书大都系统而完整地正面讲述如何写新闻，应予以充分肯定。但写作中的问题是具体而复杂的，有许多非写作技巧的因素影响到见报率，解决这类问题，是新闻写作的教科书所不能承担的任务。而许多通讯员确实需要有人帮助他们回答实际采访、写作、投稿时的具体问题。能不能有一种让通讯员多少感到可以解决些具体问题的书呢？我想，如果以挑毛病为主，以诸多通讯员

的来稿作为实例，谈谈具体的对事实的把握和写作问题，可能对通讯员提高见报率有直接效用。本书在这方面想作一尝试。我 1970 ~ 1973 年曾在黑龙江一个 3 万多人的大农场——二九〇农场担任专职报道员，在完全不懂、没有人指导的条件下极为困难地摸索，平均每年写 400 篇稿子，见报率不到 10%。我深切理解基层通讯员渴望得到具体指导的心情。而对稿件具体的批评意见，往往比正面讲述道理能给人留下更难忘的印象。

希望通讯员们模拟“对号入座”的心态读这本书，因为写作中的问题有不少是共通的。正是由于存在较多的共通点，一些复信指出存在的问题，虽然内容重复，我仍基本保留了原样。别人的教训经常讲、反复讲，对现在的读者会起警示作用。

由于多数复信谈的是写作中的问题而不是优点，涉及到的新闻函授学员较多，许多地址不存或变化，无法一一征得他们的同意，为了不因某句话说得不适当而无意中侵犯他们的名誉，学员的名字只保留姓。由于一些内容涉及复信时的背景，所以保留了复信时间；小文章则以内部学员刊物发表的时间为准。

陈力丹

1999 年 9 月

目 录

写在前面.....	(1)
第一章 选择什么样的事实来报道	
——关于新闻价值和宣传价值.....	(1)
第一节 学会用新闻价值的诸要素衡量准备报道的事实.....	(1)
第二节 依据事实的新闻价值和宣传价值架构文章, 不要简单模仿	(10)
第三节 不要把本单位的日常工作作为新闻来报道	(12)
第四节 不要把无特殊情况的一般社会活动作为新闻来报道	(17)
第五节 认真掂量一下小事件、小人物的新闻价值或宣传价值	(24)
第六节 明显的公关性质的报道不具有新闻价值	(27)
第七节 新闻评论也要具有新闻价值或宣传价值	(31)
第八节 要习惯于从全局估量事实的新闻价值和宣传价值	(33)

第二章 用正确的观点叙述和说明事实

——关于熟悉法律和把握政策	(36)
第一节 对事实的认识不能出现政策方面的偏差	(36)
第二节 不能以非市场经济的观念报道企业行为	(43)
第三节 注意报道中一种倾向掩盖另一种倾向	(50)
第四节 用词表达要跟上时代,符合法律和政策	(55)
第五节 表扬“带病坚持工作”的报道思路要改改	(61)
第六节 主动了解政策才能写好新闻	(64)
第七节 正确把握法律和政策也是提高见报率的 必要条件	(67)
第三章 消息写作中要注意的若干问题	(69)
第一节 消息写作的一般要领	(69)
第二节 用事实说话,力避套话和空话	(76)
第三节 要有明确、适当的报道主题	(84)
第四节 把事实交代清楚,写出事实的特色	(93)
第五节 防止小题大作和“穿靴戴帽”	(99)
第六节 怎样写会议消息	(103)
第七节 怎样写领导视察消息	(108)
第八节 写消息的几个“不要”	(112)

第六节	改稿时要从自己所在单位的视角跳出来	(203)
第七节	注意检查文章句子的逻辑	(206)
第七章	通讯员的头脑应是一部小百科	
	——关于通讯员的知识积累和开阔视野	
	问题	(209)
第一节	成功的新闻作品还取决于作者的知识和	
	视野	(209)
第二节	通讯员在新闻业务之外应学些什么	(213)

第一章 选择什么样的事实来报道

——关于新闻价值和宣传价值

不少通讯员为媒介写稿，最为关心的是技术性的写作技巧问题。其实，对于新闻报道来说，写作技巧相对来说是容易掌握的，困难的是学会用新闻价值或宣传价值衡量准备报道的事实，这是当好通讯员的首要功夫。不懂得新闻价值和宣传价值，即使稿子的文笔再好，也不可能被媒介采用。这一章里所选的对来稿的评点，主要涉及到这方面的问题。当然，多数稿件的问题不止这一个，考虑到其他写作方面的问题也带有普遍性，所以选取的基本上都是给通讯员复信的全文。

第一节 学会用新闻价值的诸要素 衡量准备报道的事实

王××同志：

你来信提的问题，可以归结为两点，即什么样的事实值得报道；作为基层通讯员采访困难怎么办。

新闻是新近发生的事实的报道，但并非凡是新近发生的事实，就都值得报道，这需要考虑事实的新闻价值。从记者角度考虑的关于新闻价值的要素通常有事实的影响力、时新

性、接近性、显著性、异常性、趣味性、人情味等等。在我国，由于大众传播媒介还承担着宣传党的方针政策的任务，同时需要考虑事实的宣传价值。当党的某项政策出台的时候，如果某个地方的做法符合党的当前政策，这样的事实也值得报道。

社会中的阴暗面，如果正是党和政府准备或已经实行某项政策、要加以解决的，例如“严打”，那么可以适当地报道。也就是说，阴暗面的事实，需要看当时的宣传需要，不是随便一件这类事实都可以报道的。有些可以作为情况反映，内部报告一下，而不宜公开报道。正面的事实，也不一定就都得报道，也要考虑是否具有新闻价值。

关于采访问题，你在基层，不要学着媒介的正式记者那样采访。正因为与采访对象较为熟悉，你的采访反而比记者要方便，一般不必正式言明我是在采访你，可以通过很自然的聊天、拜访亲朋好友来了解情况，这样得到的情况有时比记者正式采访得到的要真实。

1999年8月24日

刘××同志：

你写的消息《长清县召开村村通电话动员大会》，写作上没有多大的问题。但若要报纸采用，可能性很小。如果你们县有县报，可能会被采用，送到全国性的专业报《人民邮电》，就没多大发表的可能了。这里有个新闻价值的问题。

新闻价值是足以使一事实成为新闻的特殊要素，你写的消息涉及到“重要性”（或叫影响力）这一项要素。你写

作时，看来是从自己的角度不自觉地衡量了所报道的事实。在一个县里，县长出席的会议当然是重要的，但放到全国，其重要性就微乎其微了。

新闻价值还有其他因素，例如显著性。泰安邮电局的一位同志写的《大汶口镇开通程控电话》被采用，除了写作方面的修改外，就是强化了新闻价值要素。我建议他突出“大汶口”这一新石器文化诞生地的显著性，然后再说那里发生的事实，这就无形中增加了这条消息的新闻价值含量。可惜，你所报道的事实中没有这方面可利用的因素。

1992年12月10日

附：来稿原件

发动全社会支持通信建设 长清县召开村村通电话动员大会

长清县马山乡于1990年初在全县率先实现乡镇电话自动化后，今年又筹集资金20万元，在济南市五区五县乡镇中第一个实现村村通电话。县委、县政府于7月23日在该乡召开“全县村村通电话动员大会”。

会上，县长曹维新、县委副书记郭恩庭向与会的各乡镇负责人提出，要加快通信建设的步伐，尽快实现以县城为辐射中心，连接各乡镇可直播国际国内的本地自动电话网；各乡镇要把发展通信事业列入本地规划，争取1994年全县614个行政村全部实现村村通电话，为长清县的经济腾飞创造良好的外部环境。

胡×同志：

你写的消息《局长和职工一起学电脑——台儿庄邮电局首期职工微机培训班开学》，主题显然是“局长……学电脑”，我想就此与你谈谈新闻价值问题。

局长在你们单位是行政一把手，你的最高领导。由于工作关系，你对局长的一言一行很看重，是正常的。但在写新闻报道时，你应变换一下视角，这时你的身份就像外边来的记者，起码也应是某报的通讯员，你需要站在报纸的角度想一想，全省、全国有多少个各级邮电局，那局长就多了去了，他们什么样的活动才可能见报？眼下我们正进入信息社会，邮电系统是信息技术发展的前沿，会使用电脑处理业务是职工在岗工作的必要条件，基层邮电局的领导者，会使用电脑也是他实现领导的必要条件。在这个意义上，一个基层邮电局长和职工一起参加电脑学习班，实在很平常。这样的事实，新闻价值当然非常微小。

进一步讲，一个基层干部的言行，不论是他在会议上的讲话，还是领导完成了某项具体工作，一般都没有新闻价值，除非他是一位先进典型，或者在某方面做出了特殊的贡献。不少稿件在报道基层干部（一般指县级以下干部）的活动时，常不自觉地使用“亲自”“亲临”之类的词句，这也是由于作者没有在写作时转换视角的缘故。基层干部本来就是第一线工作的领导者，如同我们不能说某个普通人“亲自吃饭”一样，在工作上说某位科长、股长甚至班长“亲自”“亲临”是荒谬的。

新闻价值有多个要素。18日发生的事情，你19日就写

成了消息，这说明你还是注意到了“新闻时效性”这个价值要素。但是一条新闻通常要具备多种价值要素，才能构成真正的新闻。你报道的事实的重要性（影响力）太弱；接近性只就你们县而言有一点点；其他诸如趣味性、异常性、人情味，都不沾边。

这样说来，类似的事情是否就完全没有了报道的希望？我看还是有的，你可以借助“显著性”这个新闻价值的要素。显著性是指发生在著名人物身上或著名地点的事实，具有一定的新闻价值。你所在的地方，有一个历史赋予的天然的报道优势，即“台儿庄”这个地名。现在正值纪念抗日战争胜利 50 周年，抗战初期在你们那里发生了中国军民与日寇的第一次大规模会战，消灭敌人 1 万人，“台儿庄”从此威名远扬。现在同样的事情，发生在其他地方无法成为新闻，但发生在你们那里，就有可能成为新闻。例如，你把这条消息的主题改为：“当年抗日战场，如今……”，下面报道你们为步入信息社会如何如何，这就可能使办电脑学习班这件不大的事情，在县以上的媒介成为一条新闻。你们局长参加学习，可以带上一笔，只是没有必要作为主题去写。

总之，在准备报道身边发生的事实时，你一定要养成一种通讯员工作的习惯，即用新闻价值先衡量一下它是否值得报道。当然，还要考虑事实的宣传价值，即能否借以宣传最近一个时期党的中心工作。别忘了，你们所在的“台儿庄”这个地点是“含金”的，在一定形势下（例如现在纪念抗日战争 50 周年），它能提供比平日更多的见报机会。

1995 年 10 月 20 日