

新闻导语探胜

■ ■
新闻入门丛书

■ ■
薄浣培 赵景云 著



员长、
3月26日
会见了联合
华代表曼佐。
联合国儿童基金会
在教育、卫生、保
参加工作等方面合作
意见。（据新华社）

书

新闻导语探胜

薄浣培 赵景云 著

新华出版社

京新登字 110 号

G212.2

BHP

3

235

新闻入门丛书

新闻导语探胜

薄浣培 赵景云 著

*

新华出版社出版发行

新华书店经销

北京通县西定安印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开本 7.625 印张 160,000 字

1993 年 11 月第一版 1995 年 7 月北京第三次印刷

ISBN 7-5011-2165-6/G·806 定价：7.20 元

出版说明

《新闻入门丛书》编写指导思想是理论与实践相结合，侧重新闻实践经验的介绍，强调实用性；同时注意通俗性，文字简洁，论述准确，从而达到易懂、易学、易用，体现出新闻普及读物的特色。丛书分册设置，考虑到新闻学各个领域，包括新闻、广播、电视及新闻摄影等，具有一定的系统性。

新华出版社编辑部

1993年4月

目 录

精心耕耘“寸金之地”	(1)
善于用事实进行概括	(12)
导语设计例析 (一)	(19)
显示新近时间	(25)
导语设计例析 (二)	(30)
突出新鲜内容	(35)
导语设计例析 (三)	(38)
引“旧”意在显新	(44)
导语设计例析 (四)	(50)
炼字 炼句 简言达旨	(55)
导语设计例析 (五)	(63)
言简不如意简	(69)
导语设计例析 (六)	(76)
新闻五要素的侧重交代 (上)	(83)
导语设计例析 (七)	(91)
新闻五要素的侧重交代 (下)	(96)
导语设计例析 (八)	(102)

靠读者近些再近些·····	(108)
导语设计例析(九)·····	(114)
调动“广泛的兴趣”·····	(119)
导语设计例析(十)·····	(126)
由已知说到未知·····	(132)
导语设计例析(十一)·····	(139)
注重影响读者的因素·····	(144)
导语设计例析(十二)·····	(151)
侧面烘托 先声夺人·····	(158)
导语设计例析(十三)·····	(167)
巧设悬念 似藏弥露·····	(173)
导语设计例析(十四)·····	(189)
“逆起法”:波澜起伏 跌宕有致·····	(194)
化静态为流动·····	(204)
妙于设问 发人深思·····	(214)
“借问梅花何处落 风吹一夜满关山” ——导语设计综合练习好导语评析·····	(224)

精心耕耘“寸金之地”

大家知道，任何体裁的文章，都必定有其开头部分，新闻即消息当然也不能例外。新闻的这个开头部分，新闻学上称之为“导语”。

新闻导语是新闻的重要组成部分。它是新闻的开头，但又有其特定的涵义。一般来说，新闻导语就是以凝练的文句揭示新闻要旨，吸引受众阅读全文的新闻开头第一段或第一句话。通常情况下，导语是新闻开头的第一段；而有的短新闻不分段，其导语便是开头的第一句话；有的新闻开头部分的段落很简短，则导语可以由两个或两个以上自然段组成，是谓复合导语。这时，它的第一段称为导语，第二段或第二段以后的导语段落，称为“次导语”或“准导语”。

偶尔有的新闻也可以没有导语，特别是一些简讯是没有导语的。但是，绝大多数情况下，新闻要有导语。有导语为读者阅读新闻提供了一大方便；没有导语却往往不受读者欢迎。这是为多少年来中外新闻传播实践所证明了的。

新闻报道客观事物时，对事实的安排有一定的规格。一般说来，它不是按照事件本来的发展顺序去组织材料，而往往是把事情的高潮或结果放在最前面，使新闻的主题通过最新鲜、最具有个性特色的事实或最有意义的内容，简明地表

达出来。这是新闻写作中组织安排材料的特殊规律，是在新闻报道实践中适应客观传播需要而形成的一种写作特点。也就是说，新闻导语是在新闻写作实践中为适应传播的需要而产生和发展起来的。

我们不妨简单地回顾一下新闻传播发展进程中的一些有关史实。

1844年，美国油漆匠出身的科学家赛缪尔·莫尔斯发明了电报。1851年，美联社首先将它用于播发新闻电讯。这当然是新闻传播中一个极大的进步。但在当时，初创阶段的电讯技术还很不完善，发报收电时常出现故障。1861年至1865年期间，正值美国南北战争，当然有许多重要新闻要及时报道，人们更是怀着急不可耐的心情，迫切希望及时了解这场关系到美国历史命运的战争的各种信息。然而在战火纷飞的环境中，电讯稿经常是仅仅发了一半，甚至是只发出几句话，便由于或是战事的缘故，或是电讯收发的故障，而被迫中断了。这是个大矛盾。为了能够把重要消息迅速及时地传播出去，严峻的现实就迫使报社、通讯社和记者们开动脑筋琢磨怎样能够做到，一篇新闻哪怕在战争动荡等等非常情况下，即使电讯只能“见缝插针”地发出几句话，也能够让受众及时了解到最新鲜、最重要的事实；收发报时即使发生故障，报社编辑部只要能收到第一段，也就可以把它当作一条短而完整的新闻来报道。

这样，客观需要就促使记者将最重要、最新鲜的事实写在新闻的最前面。十九世纪中叶，美国的新闻报道便出现了新闻导语。随后新闻导语便被广泛采用，这种写法得到了新闻界和读者的肯定。而在此之前，新闻的要点，一般都是安

排在稿件的中间部分或是末尾的。

我们再从人们看报纸、读新闻时的阅读心理来看。

人们看报纸、读新闻时的心理状态同看戏、读小说的时候不尽相同。花钱买票看戏的人，一脚踏进剧场坐下，一般地说是已下了决心要看到底的，不管这出戏得演多长时间，剧情的发展和结局将是怎样。当然因临时有紧急的事而离席，或因演出质量实在差劲使得一些观众中途“抽签”的情况属于例外。人们都知道“好戏在后头”。人们阅读小说的情况往往也是如此。作品通过故事情节的发展，逐步刻画、塑造人物形象，并使读者渐入佳境。一部优秀的文艺作品往往会让人爱不释手，甚至以一口气读完而后快。要是戏剧或小说一开头就把人物的底细、故事的结局等等一下子告诉给观众或读者，那倒反而会让人感到失去艺术享受，觉得不来劲、没意思了。

可是，新闻的读者阅读心理状态却与此很不相同了。这时他们似乎都是些急性子的人，要求在接触到一篇新闻时，最好看上一两眼就能知道它主要讲的是怎么一回事。大家都是有多多年实践的老读者了，一定也会有这样切身的体验吧。这倒不是读者的性格有了改变，而是由于他们这时的阅读要求和阅读条件等有所不同。读者读报，主要是想了解当天或新近国内外发生了些什么重要的、有意义的事情，牵涉到什么人，结果又是怎样等等。如果不把这些主要内容开门见山地写在新闻的开头，就不大容易促使读者读完这篇新闻。纵然这篇新闻“好戏在后头”，后面的内容精采得很，那也可能是徒劳心机。这是完全符合人们思维活动的一般规律的。当有人告诉你某件事情时，你总是会希望首先了解事情的最主要

之点，或者是一个大意，当对这件事产生兴趣，需要或愿意进一步了解的时候，才乐意听对方往下叙述过程，讲清来龙去脉和交代细节。如果对方不分主次轻重，絮絮叨叨地从头说来，你可能就会感到不耐烦了。无论是口头传递消息还是写新闻，都得符合受众的这种心理，适应多少年来人们逐渐形成的习惯。这样才能很好地达到预期的效果。

现代社会，一切都是快节奏。人们的工作、学习都很忙，业余时间也还有许许多多的事情要做，每天只有有限的时间用来看报。而现在的报纸那么多，很多报纸天天出版，不同报纸所刊载的新闻又是那样的包罗万象、五光十色。新闻一开头就通过主要新闻事实突出要旨，点明主要内容，这就便于读者一眼就看明白一条新闻讲的主要是什么，可以有选择地阅读。这是广大受众的要求。

从上面所说的这些，我们不难明白，新闻导语是适应传播的需要而产生和发展起来的，是符合客观需要及读者的阅读心理的。

自从新闻导语产生的百多年来，中外新闻界都十分重视和讲究新闻导语的写作。

1951年2月，毛泽东同志在审阅《中共中央关于纠正电报、报告、指示、决定等文字缺点的指示》这一重要文件时，亲自加上了这样一段话：

一切较长的文电，均应开门见山，首先提出要点，即于开端处，先用极简要文句说明全文的目的或结论（现在新闻学上称为“导语”，亦即中国古人所谓“立片言以居要，乃一篇之警策”），唤起阅者注意，使阅者脑子里先得一个总概念，不得不继续看下去。

毛泽东同志的这段话，精确地阐述了什么是新闻导语，导语的作用和写好导语的重要性，以及导语写作的基本要求，所蕴含的内容是十分丰富的，值得我们好好地体会。

一些中外新闻工作者、新闻学者的有关论述和经验之谈，对我们也富有启迪。

二十世纪二三十年代，当时我国的新闻工作者和学者用“冒头”或“开句”等称谓导语，一些有识之士便强调了写好导语的重要性。

1922年，任白涛在其《实用新闻学》一书中指出：“冒头者，诱起读者读欲之饵也。故饵味不可不使之美。彼业务倥偬，神经疲劳之现代人士，一瞥平凡枯干之记事冒头，鲜有不厌读之者。”

三十年代，苏良克发表在燕京大学新闻系出版的《新闻学研究》上的《特别作品》一文里写道：“开句极属重要，苟开句不佳，无论该文章内容如何富丽，亦难望多人读毕全文，盖文章既不能发言，其所恃以引人读阅者，则只开句之吸力也。”

至于外国新闻界，有关重视新闻导语写作的说法就更多了，下面仅引美国的几例：

美国现代新闻学者麦尔文·曼切尔在《新闻报道与写作》一书中说：“写作过程中的第一步，也是最重要的一步，那就是写作导语了。”他甚至这样说：“写好导语相当于写好消息。”

《怎样当好新闻记者》一书的作者、美国《底特律新闻》社论作家杰克·海敦在书中写道：“导语需要你付出最大的力量。它是促使读者读下去的诱饵。”

受到美国新闻学教育中心之一哥伦比亚大学新闻学院推

荐的新闻学著作《新闻写作：从导语到结尾》，是美国大学新闻系乐于采用的、在美国新闻界流行较广的一本书，其作者威廉·梅茨在该书专立的《导语的重要性》一章中指出：“导语是新闻报道中最重要的部分。抓住或者失去读者，取决于新闻稿的第一段，第一句，甚至第一行。”“导语是记者展示其杰作的橱窗。……应当全力以赴地写好导语。写一遍，再写一遍，反复推敲，直到确信这是你能写出的最好的导语为止。”

美国哥伦比亚大学新闻系教授曼切尔说：“我写新闻，有一半甚至更多的时间用于琢磨导语。”

美国新闻学家赫伯特·里德甚至竟尽情强调说：“导语是新闻的生命所在。”

为什么这样强调写好导语的重要性？为什么要反复强调改进导语的写作呢？具体说来，这是因为：

其一，导语既可以使新闻紧紧抓住读者，也可能使读者罢读。

读者阅读新闻，一般是处于“无意注意”的心态，通常只是在打开报纸浏览标题和新闻导语部分的一瞬间，才匆匆决定取舍的。只有当标题和新闻导语让他感到有必要和有兴趣一口气读下去时，才能进入“有意注意”的状态中。因此新闻导语给受众的第一印象如何，至关重要。打个比方，读者的注意力就象飞舞在开满各色各样花朵的花圃里的蜜蜂、蝴蝶，只有那些醒目的标题，鲜明生动的导语，才能将它紧紧地吸引住，让它紧盯着吮吸花蜜。否则，百花盛开，艳丽芬芳的鲜花多的是，人家何苦落在狗尾巴草上瞎费劲呢！一条优秀的或好的导语，紧扣读者的心弦，就可以死死地牵住

读者的目光，让他非目不转睛地一口气读下去不可。写得不好的导语，刻板老套，平淡乏味，就有可能使读者看了第一眼便败兴，不乐意再往下看，从而把读者推得远远的，使他罢读。毛泽东同志就曾说过：我看新华社的消息看第一句，第一句看不下去，就不看了。这也道出了广大读者的心里话。

其二，导语的优劣对编辑决定新闻稿件的取舍和确定其编排地位很有影响，有时甚至起决定性的作用。

严格地说，编辑是一篇新闻的“第一读者”，只有打动了“第一读者”，你的新闻稿件才可能同千千万万的读者见面。否则，情况就将会是“一夫当关，万夫莫开”。大家都知道，每天涌进编辑部里的新闻稿件数以百计，甚至数以千计，有通讯社的电讯，有本报记者采写的新闻，还有通讯员来稿等等。面对数量如此众多的新闻稿，编辑们恐怕是很难做到逐条从头到尾都细细阅读的。编辑自有编辑的难处，神通再广大，一目能十行，怕也不胜其多。为了及时处理稿件，不至于让源源而来的新闻稿件堆积成山，编辑自然十分看重新闻的开头部分了。如果导语有内容，能引起编辑的兴趣，就能促使他细看全篇，再作修改，然后发稿；如果一篇新闻的导语平庸老套，索然无味，那么稿件很有可能遭到冷遇，被他“枪毙”。而导语十分吸引人的新闻，不但能及时被采用，而且还会被编排在强势的位置上。可见，导语设计的优劣，往往在某种程度上决定着一条新闻生死存亡的截然不同的命运。当然，细究起来，这当中也可能不尽合理，但事实上往往是如此，无可奈何！要是你花了九牛二虎之力采访写作，新闻中确实也有新鲜的内容，只是因为导语上没花功夫，显得平庸、一般化，致使稿件被编辑“枪毙”，那岂不冤哉枉也！

其三，导语为整篇新闻定下基调，关系着下文如何顺利展开。

高尔基曾经说过：“开头第一句是最困难的。它好象在音乐里给予全篇作品以音调，往往要费很长时间才能找到它。”

导语是新闻结构上的第一个层次，也是非常重要的一个层次。它在新闻中往往起着“一锤定音”、“一语定意”的作用。因而它也在很大程度上决定了一篇新闻如何顺当地展开叙述，甚至也决定着新闻主体等部分的格调和行文风格。所以能不能设计出一条好的导语，对下文能否顺利展开，关系很大。刘勰在其巨著《文心雕龙》的《章句》篇中说：“启行之辞，逆萌中篇之意。”这说的就是写在文章开头的話，已经包括有中篇意思的萌芽。要看到导语对新闻写作本身来说，也有个“先导”、“引导”的功能。优秀的导语能“引导”新闻主体等部分很自然地展开，为后面的行文铺设平坦的大道；否则，所出现的情形将会如同下棋那样，一步走错，可能就会步步跟着错下去，直至输棋，至少也会带来很大的被动和困难。因此，设计导语的过程中，在力求写出最优化导语的同时，也要仔细考虑如何为下文展开留有广阔的天地。导语应该是一篇新闻的最核心、最精采之点，既能驾驭全篇，提纲挈领，又不与下文重复。

其四，导语设计颇能显现记者的才华和功力。

正如美国的新闻学教授威廉·梅茨所说：“导语是记者展示其杰作的橱窗。读者和编辑（以及新闻学讲师）都会自然地设想，如果记者未能在导语中表现出水平，那么，他就是没水平。”

写作导语，有其技巧，但又不仅仅是文字表达能力的问题

题。它和整篇新闻的内容、主题、结构等等不可分割。因此导语设计得如何，在一定意义上说，最能检验记者的认识能力，分析判断能力，逻辑思维和形象思维能力，以及表达技巧和创新意识等等诸多方面的水平究竟如何。

记者写新闻，当然总是要首先设计导语。一动笔写导语，它就成了促使记者尽快准确地确定一篇新闻核心的“激素”。美国新闻记者亨利·费厄利说得好：“每个认真研究过导语的新闻记者都懂得，为什么导语必须经过这么多的努力才能写成。导语对于他和对于读者是一样的重要。写作导语能够集中记者的智力，迫使记者决定新闻中什么是重要的，他想强调什么；同时，记者写作导语时就能最终地确定新闻的其余部分是什么样子。”只有经过反复思考和不断推敲，确定了如何突出新闻的要旨，如何吸引读者，如何为全篇的展开铺路，如何有所创新等等之后，才可能设计出理想的新闻导语来。我们甚至可以这样说，报纸编辑最见功力的一个重要方面是制作好标题，而记者写新闻最见功力的一个重要方面则是写好导语了。导语是显示记者才华和功力的“用武之地”。

其五，一篇新闻只有一条导语，而它必须是最优化的方案。

设计一篇新闻导语的时候，你尽可以设想多种方案，可以从不同的角度，可以采取不同的表现方式，也可以运用不同的句式、词汇等，写出许多条导语来。但新闻发表时只能有一条导语，它当然应该力求是最优化的方案。这就紧紧联系着从采访得来的一系列新闻事实材料中，应该抓住哪一个或两个新闻事实，突出鲜明地亮在导语里，才算是最佳选择；如何遣词造句，才算是简明扼要，清晰流畅，生动引人。

表述手法和写作技巧方面的不断创新，不能不孜孜以求。新闻出现的频率高得惊人，一种新颖写法的“老化”速度，较之其它文体来，要快得多。一个记者经常要写新闻，甚至天天写新闻，有的还可能一天要写两三篇新闻，如何能够每出新，如何能够在同行的激烈竞争之中，常领风骚，绝非易事！而省心省力的所谓“轻车熟路”，具有极大的诱惑力，会让你自觉不自觉地循着某种莫名其妙的“套路”、“框框”走上平庸之路。

其六，新闻导语的写作实践也发出疾呼：对待导语写作决不可掉以轻心。

也许有人会认为，导语不就是一两句话，几十个字吗？那有什么难的。的确，导语的短小，很容易给人一种似乎轻而易举的错觉。其实，这种想法是要不得的。

我们不能不正视这样的现实情况：看报纸、读新闻，往往感到：公式化、概念化和一般化的平庸导语时有所见，甚或俯拾即是；只可惜有些内容颇为精采的新闻，因为导语不理想而令人黯然神伤，扼腕慨叹。而要找一条新颖别致、精采动人的导语，却并不是那样容易。即令获奖好新闻的导语，真能令人一见而惊喜的，为数也不多。至于能令人顿觉耳目一新，能令人拍案叫绝者，似乎更是寥若晨星了。

实践表明，不仅初学写作新闻的同志，提笔写新闻时会感到，要写出一条比较理想的导语，确实不易；即便是有多年新闻采写实践、有丰富经验的记者，也难免时常感叹：要写出一条尽如人意的导语，谈何容易！

的确，新闻的任务、作用，新闻写作的特殊规律，都要求我们对导语写作不能掉以轻心。

总而言之，导语在一篇新闻中处于十分重要的地位，发挥着独特的重要作用。它有它的“魔力”，它在写作上有它的难处。

可以不夸张地说，短短导语是“寸土寸金之地”，犹如北京的王府井大街、前门大街，上海的南京路和淮海路，善于经营，往往可以“广招天下客”，“一本万利”。我们确实应该在导语这块宝贵的“寸金之地”上，精心耕耘，不惜洒下滴滴汗水和心血，以求获得丰硕的成果。

导语写作成功的实践经验告诉我们：最有成效的做法，怕是莫过于精心设计、精心修改。具体说来就是，写作一篇新闻时，不妨呕心沥血多设计几种方案，写它七八条，甚至十几条，然后从中比较选择一种最佳方案，或者是在分析比较之后，来个各取所长，重新熔铸，推出最优化的导语。总之，要不厌其烦，精益求精。

请坚信：“苍天不负苦心人”，多一分耕耘，便多一分收获！

请留神：图省心、惜气力往往会与平庸连在一起！

请记住：一条正确无误的导语，并不就是最优化的导语。我们要奉献给广大受众的应该是不仅正确无误而且引人入胜的导语！