

DUAN

彭朝丞 著

现场短新闻 写作概要

人民日报出版社

XIN

WEN

现场短新闻写作概要

彭朝丞 著

人民日报出版社

(京)新登字 103 号

G72/2.2

PCC

1996

5

现场短新闻写作概要

彭朝丞著

*

人民日报出版社出版发行

北京科技印刷厂印刷

新华书店经销

787×1092 毫米 32 开本 印张 6 字数 125 千字

1996 年 9 月北京第四次印刷 印数 1.0000 定价 7.50 元

ISBN 7-80002-441-5/G · 120

前 言

自 1990 年以来,我国新闻界兴起了现场短新闻热。继 1990 年 6 月首都 21 家新闻单位首届现场短新闻评选之后,这一竞赛评比活动已扩大到中央各部委的报纸、全国各省(市)和部分地市新闻单位。第二届的参评单位,已多达 1500 余家。现场短新闻的兴起,无论是对推动新闻改革,改进新闻文风,使之更好地贴近实际、贴近生活、贴近群众,还是反映时代风情和广大群众在两个文明建设中的业绩、风貌都取得了可喜成果。

现场短新闻已经成为新闻家族中最活跃的“成员”。它理应成为新闻工作者娴熟掌握和运用的十八般武艺中的一艺。

正是基于这样的认识,笔者带着这一新的课题,从理论探索与实际操作两个方面,对现场短新闻的写作做了一些粗浅的研究,仅作引玉之砖奉献读者,敬请批评指正。

彭朝丞

1992 年 1 月

目 录

第一章	现场短新闻的提出及其必备要素·····	(1)
第一节	现场短新闻提出的历史背景·····	(1)
第二节	现场短新闻三个必备要素的把握·····	(2)
第二章	现场短新闻的几个理论问题 ·····	(20)
第一节	现场短新闻是一种值得倡导的报道方式 ·····	(20)
第二节	现场短新闻在传播媒介中的地位和功能 ·····	(24)
第三节	现场短新闻的界说及必须掌握的要点···	(31)
第四节	现场短新闻的价值取向 ·····	(42)
第三章	写作现场短新闻应处理好的几个关系 ·····	(51)
第一节	新闻与现场 ·····	(51)
第二节	记事与记情 ·····	(58)
第三节	现场与背景 ·····	(64)
第四节	眼见与耳闻 ·····	(73)
第五节	叙事与议论 ·····	(77)
第四章	现场短新闻的写作特色 ·····	(82)
第一节	人称选择上的直观性 ·····	(82)
第二节	题材选择上的广阔性 ·····	(86)
第三节	写作上的兼容性与形象性 ·····	(94)
第四节	表现手法上的小中见大·····	(104)
第五章	现场短新闻的结构和标题·····	(118)

第一节	现场短新闻的结构原则·····	(118)
第二节	现场短新闻的标题特色·····	(130)
附录	写作参考资料·····	(139)
一、	首届获一等奖的五篇作品·····	(139)
二、	第二届获一等奖的十五篇作品·····	(149)
三、	首届现场短新闻评选获奖作品名录·····	(175)
四、	第二届现场短新闻评选获奖作品名录·····	(178)

第一章 现场短新闻的提出 及其必备要素

应该说,现场短新闻之所以有今日的风行,成为读者关注的热点,我国新闻界的热门话题,是绝非偶然的。

第一节 现场短新闻提出的历史背景

1989年的金秋,在平息了北京发生的政治风波之后,我国新闻界在反思舆论导向上曾经发生过的偏差,于是十年新闻改革的实践便向人们提出这样一个问题:十年新闻改革要不要继续?如何继续?我们的传播媒介怎样做到既坚持正确的舆论导向?又贴近生活引人爱读爱看爱听?鉴于上述情况,以及一个时期来新闻传播媒介中长文章多,会议新闻多,第一线的报道少的状况,中共中央宣传部一位副部长于当年10月召开的首都主要新闻单位负责人座谈会上提出:“要继续推进新闻改革,必须有实际行动。一个具体的行动比写几篇文章更重要。我提议,各家报纸是否可以多采写一些现场新闻(新华社副社长郭超人插话:新华社曾提出多写视觉新闻),因为现在很少看到现场新闻,会议新闻太多。是不是由中国记协主持,组织首都一些主要新闻单位,搞一次现场短新闻评比,评出优良稿件进行奖励。”

与会同志经讨论同意。中国记协随即与首都新闻单位协商,筹办开展首届现场短新闻的评比竞赛活动,并相应地成立了“现场短新闻”评委会,1989年11月28日制订并发出了

《“现场短新闻”评奖办法》。在这份评奖办法的文件中，明确地提出了评奖标准，这就是：

1、作品要坚持一个中心、两个基本点，反映社会生活要真实、鲜明、准确、及时。对物质文明建设和精神文明建设所产生的社会效益要好，影响较大；提倡采写反映重大主题思想的新闻作品。

2、作品突出现场感，形式新颖、生动，可读性、可听性、可视性较强。电台和电视台的新闻作品提倡现场口头报道。

3、参评作品要求短而精。

报纸：文字限制在 1000 字以内；

广播：时间限制在 5 分钟以内；

电视：时间限制在 3 分钟以内。

经过两年多的实践，现场短新闻的评选活动，按上述评比标准，已经胜利的进行两届了。

首届现场短新闻的评选于 1990 年 6 月在北京揭晓，获一等奖作品 5 篇（电视作品一篇），获二等奖作品 15 篇（广播电视作品 4 篇），获三等奖作品 30 篇（广播电视作品 8 篇），共计获奖作品 50 篇。

第二届现场短新闻评比于 1991 年 9 月初在河北承德揭晓，9 月中旬在武汉颁奖。这届入选获奖作品 150 篇。其中获一等奖作品 15 篇（广播电视 5 篇）、获二等作品 45 篇（广播电视 15 篇）、获三等奖作品 90 篇（广播电视 30 篇）。

这两届评比中，均有若干作品获提名奖。

第二节 现场短新闻三个必备要素的把握

上面讲的各项评比标准，也就是现场短新闻写作上的三

个必备要素，简言之，即有较高的新闻价值，现场感强、短而精。经过两年多的实践，我们应该怎样来正确认识和把握这三个要素呢？从总体上说，三者缺一不可，但比较而言，“短”这个要素，伸缩性较大，且为新闻这类文体的共同要求；而新闻性与现场感，却是最有特色的要素了。

下面分别谈谈对这三个要素的认识与把握。

第一，新闻价值要高。它必须是真真切切的新闻，像苹果饱含果汁一样，必须饱含新闻价值。这也就是说，现场短新闻应着力于选择现实生活中新近发生的具有普遍社会意义和广泛社会兴趣的题材，作为自己的报道对象。从根本上说，新闻传播是一种社会需要。所谓新闻价值，从本质上说，就是指凝聚在新闻事实中的社会需要。这种需要，在现阶段来说，是由国家（政党）、传播者和受传者三个方面组成的。因而我们的社会主义的新闻事业必需是为社会主义、为人民服务的。同时，随着我国社会主义事业的发展，人民生活和文化水平的提高，当今受众对新闻作品自然就有了新的要求，他们不仅要了解新闻，而且要欣赏新闻，不仅要获取信息，而且要运用信息。所以，我们要奉献给读者的现场短新闻作品，决不是或主要不应是“餐桌上的小菜”，或茶余饭后供人们谈天说地的自娱品，而应着力于提供反映两个文明建设和现实风貌，具有信息价值，宣传价值和审美价值三者和谐一致的新闻佳作。

新闻是事实的报道。现场短新闻也不例外。但这并不等于说只要发生在我们身边的事实，都是可以写成现场短新闻的，都是所需要进入传播渠道的新闻事实。那么哪些事实应该报道，哪些事实不应该报道呢？分量如何？这一切都需要新闻工作者做出判断。这种判断，实际上就是对新闻事实所包含的

信息价值、宣传价值和审美价值的判断。在当前来说,要正确地实现这种判断,就应当:

增强对新鲜事物的敏感,善于识别新闻事实的信息价值。新闻贵新。如果说,“新”是新闻的生命力之所在,那么作为传播事物最新变动信息为目的的现场短新闻,更得“嗜新如命”。新闻,特别是传播动态信息为目标的新闻,是时代与事物发展的先声。它有似用兵,贵变,求新。“新鲜”本是现场短新闻最重要的品性,是它选择新闻事实的一个基本标准。一件事情,如果已是众所周知,或者已“事过境迁”,即使是新近发生的,再怎么重要,也难以成为现场短新闻所需要的传播事实。所以,我们所讲的新鲜,并不是单指时间上的新近;更重要的是指内容上的新,它传播的是读者欲知、应知,而未知的信息。同时,在衡量新闻信息的“新鲜”上,除了一般地说是第一次出现的,为人们所关注的之外,还常常表现为这么几个不同的信息价值层次:一是反映某一事物处于量变范围内进展性信息。这类信息是一般简明新闻和动态新闻的摄取物。它虽有一定价值,但却难以给人以“振聋发聩”的难忘印象。虽不应是现场短新闻的主要摄取物,但也是不可缺少的。二是具有重大意义的社会事件或属于质变范围内的反映某一事物发生飞跃性变革的信息。这类信息给人印象深刻,具有重大社会价值,应当及时捕捉住,及时传播。像首届获一等奖作品《难忘的时刻》(《人民日报》1989年11月14日)、《总书记的问候》(新华社1989年10月1日)、《美军入侵一周后的巴拿马城街景》(新华社1989年12月27日);第二届获一等奖作品《亚运圣火火种采集仪式在西藏举行》(中央电视台1990年8月9日)、《棉花姑娘出嫁记》(《河北经济报》(1990年12月18日)等,均属于

此。三是反映新事物初露端倪的信息。这类信息价值巨大,应是现场短新闻摄取的主要目标。第二届获一等奖的《欠债还房第一宗》(《经济日报》1991年5月16日),获二等奖的《广西电子商场里的新鲜事》(《广西日报》1991年1月16日),《长安田头出现“招手停”》(《陕西日报》1990年10月11日),《万里月圆》(《中国石油报》1990年10月14日),均属于此。

当然,我们所说的新鲜是现场短新闻的基本要求。但这不等于说,是新就好,见“新”就报。这是因为,新的东西,并不一定就得进入传播媒介。有的东西虽说很新鲜,但不一定很准确,不一定就符合现行的政策、法律的规定,更不能说就是新生事物;有的虽说新鲜,但不成熟,有待探索;有的从微观上看,是适宜的,宏观上看却未必妥贴,未必就适宜在全局提倡推广;有的可以在内部讲,不宜公开传播;有的需要统一行动,不能盲目抢先,等等。那种不问情由,见“新”就报的做法,从政治上讲是对党的事业不负责任的表现,从思想上看是一个新闻工作者不成熟的反映。一个好的新闻工作者,不仅要有勇于创新的素质,有强烈的新闻敏感,又要有高度的社会责任感;既要善于捕捉独家新闻,又要善于识别和把握住事实的新闻价值之所在。

增强“喉舌”意识,善于识别新闻事实的宣传价值。有的新闻事实有很高的信息价值,但并不一定就能公开传播,这就不能不考虑它的宣传价值,考虑到传播后的社会效果。在第二届评选中,就有几件作品,如果仅从写作和传播的信息上考虑是可以入选获奖的,但从社会效果上,从内容所涉及到的相关政策上考虑,就没有入选获奖。这也表明决定一条新闻价值的诸种因素中,政策的、政治的因素是起着主心骨和定盘星的作用。

用。一篇现场短新闻在各个价值因素瑕瑜互见的情况下，主要的因素佳，则瑕不掩瑜；主要因素不佳或者平平，则瑜不掩瑕。这是一条衡量新闻的价值的重要原则。我们的社会主义新闻事业，是党和人民的事业，在现阶段它的基本任务，就是宣传马列主义、毛泽东思想，宣传党的纲领路线、方针政策、工作任务，反映群众的呼声，让群众认识真理、认识自己的利益，并团结起来为实现自己的利益而奋斗。简言之，它的基本职能有：一是及时而准确地向人民群众宣传党的路线、方针、政策；二是忠实地反映人民群众的愿望、呼声和要求；三是有利于促进国家的稳定、人民的团结，有利于催人奋进、促进四化建设和社会的进步。一篇好的现场短新闻，或侧重于前者，或侧重于后者，或兼而有之，至少要体现其中的一种职能。这也就是说，我们的新闻宣传首先要考虑的问题，是对党和人民的事业有益还是无益、有利还是无利的问题。那些上合党心、下顺民意，又是真正的新闻，价值就高；反之，偏离了，违背了，就从根本上失去了它的生命力。

党的新闻工作，无疑是我们党的宣传工作的一部分。但最好的新闻宣传，却是让人看不出是宣传，看得出是在作宣传的，乃是不好的宣传。新闻宣传是一种艺术，它是通过事实讲话，潜移默化地来实现宣传的目的，而不是跟人家针锋相对地开辩论会，也不是板起面孔做宣传。显然，我们衡量一篇现场短新闻的宣传价值，并不在于它的说教或空洞的议论，而全在于新闻事实本身所包含的思想、理论意义。所以我们所讲的新闻的宣传价值不是文件的翻版或简单引用，也有别于理论文章，它不是通过概念、判断、推理来实现的。新闻的宣传价值，就是向受众报告那些重要的、鼓舞斗志或者引人深思的新鲜

事实、新鲜信息，以引起社会舆论的关注，当好党和政府、人民的喉舌。丢掉了这个个性，也就失去了新闻的宣传价值。

增强美学意识，善于体现新闻的审美价值。马克思指出，人们是在“按照美的规律来塑造物体”的。审美，作为人类的一种精神需要，早就存在于人类的文化活动之中。作为一种社会文化的新闻，既在“创造文化”又是文化的“载体”，就确定了它固有的审美属性，而社会与读者赋予新闻的愿望之一，也在于创造美的精神产品。同时，新闻事业的发展又总是与社会生产力发展水平和性质相适应的，要受一定的历史时期经济基础和人们的文化素养的制约。受众对新闻的需求、受众的阅读兴趣，都是随着时代和自身需求的变化而变化的。现代人们对新闻的要求，不仅仅是要获得某种信息，而且也有获得知识和美的享受的强烈欲望。无疑，现场短新闻的写作关键是要选准信息丰厚、思想性强的新鲜事实，但有无生动、活泼的表现形式，有无过硬的文字表达功夫，也是重要的一环。南梁朝人刘勰在《文心雕龙·征圣》中说：文美之说在于“体要与微辞偕通，正言共精义并用”。这话正确地说明了表达要义与含义微妙的言词及纯正的言辞与精深的义理的结合之美。刘勰在《文心雕龙·情采》中又说：“圣贤书辞，总称文章，非采而何”。的确，读有文采的现场短新闻，如饮米酒，满口清香；无文采的现场短新闻恰似一杯煞白煞白的白开水，淡而无味。

现在，有这样一种观点，认为新闻的职能是传播信息，只要能把事情讲清楚就行了，不必讲究文笔的美。这种看法有偏颇。我们的现场短新闻不仅要陈述、要传递信息，而且也要表现，要把事实本身的生动性形象性再现于读者面前。因为现代的人们需要通过新闻媒介获得众多的新信息，同时也要得

到美的享受。这就像人们需要合体、入时的衣着，不仅是为了蔽体、御寒，也希望它成为一种装饰品一样。如果我们的现场短新闻作品不仅有新鲜的事实和信息，而且又写得有文采、有美感，能让人“一见钟情”，不就能更好地实现自己的传播目的吗？

马克思主义的美学认为，美是一种客观存在。它的最主要的特性是，同生活、同社会实践、同文化艺术都有着密切的联系。新闻作品的美，一方面来源于新闻事实的美，另一方面则出自作者的构思和文采。当新闻作品如实地反映具有一定美的价值的事物时，构思和文采的价值也就自然寓于其中了。这里新颖的构思、优美的文采，无不经过作者煞费苦心的选择、安排与推敲。因此创造优美的现场短新闻，构思与文采起着不可忽视的作用。因为它既直接影响到读者是否愿意接受其内容，同时还可以体现出作者的才华和写作技巧。卓越的才华和娴熟的技巧，作者笔下得心应手，节奏快慢相间，结构上波涛起伏，文思得来或如奔腾怒涛，或如涓涓细流，读者享受舒适的阅读美已在其中矣！这样的现场短新闻，它所描述的新事实、新信息；它所展现在你眼前的人物形象及其思想精神、道德风貌，就能激起你的向往之情。它那叙事完满、结构的严紧、语言的传神，使你赞叹不已。它像一篇诗歌，意境深远；它似一篇散文，满目珠玑。这样的现场短新闻，读者往往一读再读，每读一遍，就觉得多一些享受。在上两届获奖作品中不乏这样的佳作。第二届评选中，中国新闻社有一篇现场特写《泉州“情侣堤”被冷落》，光看标题，给你的“第一印象”，作为一等奖，或许不会“一见钟情”，可当你多看上几眼，它好似行云流水和潺潺小溪，诱导你非读下去不可。关键是这篇作品较成功地运用了

清新的散文笔法去描述新闻事实，文中饱含着散文的情趣与引人联想的散文意境。作品整体结构自然，文笔流畅，情节有起有伏，感情跌宕多变，给人以轻松活泼、意趣盎然的快感。在客观上为这篇作品的入奖，增加了不少的竞争力。

在第二届评选中，还有写同一件事件的两篇现场短新闻。一篇是当地报纸的《抵押房产拍卖记》，另一篇是《经济日报》的《欠债还房第一宗》。前者没有获奖，后者却得了一等奖，高下之分，关键在写作。这件获奖作品不仅结构得体、语言讲究，而且还注意了围绕国内这次首宗抵押贷款房产公开拍卖这件新鲜事，向读者介绍了不少的有关知识。其实，知识性历来就是构成新闻价值，引起读者阅读兴趣的一个重要因素。特别是随着社会的发展，科技的进步，在现代新闻的传播价值中，知识因素越来越起着重要的作用。因为人们要摆脱愚昧，认识自然，发现真理，是离不开科学知识的。科学技术是第一生产力，科学知识是全人类共同创造的精神财富，它总是在人的生活的一切领域里发生着巨大的作用。因此，人们对知识总是具有共同兴趣的。所以有人说，人的审美情趣，人的趣味性，就是人们认识科学真理的反映。欧洲文艺复兴时期的美术家、科学家和哲学家，意大利人达·芬奇就把知识比作人类“灵魂的粮食和唯一的财富”，认为“掌握无论哪一种知识对智力都是有用的。它会把无用的东西抛开而把好的东西保留住”。所以，无论自然科学、社会科学，一旦有了新的发现，就必然会引起人们的强烈兴趣。第二届获二等奖作品《可可西里考察发现“无人区”里有藏族同胞》（新华社1990年7月16日），在相当大的程度上是借助于知识和新的发现而成为好新闻作品的。

第二，现场感要强。现场短新闻都是迅速而及时地来自新

闻发生地的现场报道，即作者在新闻发生的现场，主要用目睹耳闻、观察分析得到的第一手材料，在浓郁的现场气氛中，真实地向受众报告新闻事实发生及变化的状貌。这种现场的真情实感是贯穿全篇的。这与那种只是运用了这种表现手法，其中也融进了现场见闻的新闻作品是不能等同的。

这也就是说，现场短新闻与其他新闻形式的最显著的特点之一，就它要用作者在新闻发生的现场，捕捉到的细节、材料来报道新闻事实，要以“活动”着的视觉形象和现场画面来传递信息、报道事实、感染受众。

眼下，我手里有两篇发表在羊年3月间报上的挂牌“现场短新闻”，两者都有一定的新闻价值，篇幅相近，而且又都为报道现场发生的一件具体事，但其高下之分主要就在于对“现场感”这个要素的把握上。这两篇作品是：

依法治路威力大

“轰隆”一声巨响，一幢非法侵占国家公路留地的二层楼建筑倒塌了。这是1990年12月30日发生在大竹县境内国道210线侧边的一个镜头。现场上有欢笑的，有兴奋的，有哭丧的，但没有闹事的。

原来，这是大竹县牌房乡五村一社社员张兴万的家，他不顾公路养护管理部门的劝阻，强行在国家公路210线的公路留地上占用46平方米建私房，并修上了二楼。此房一开工就影响了道路通畅和行车安全，侵犯了国家的路权。达县地区路政大队一方面做耐心细致的思想工作，向张兴万宣传政策法规，一方面依法向大竹县人民法院起诉。张置公路执法人员的劝告于不顾，一味强行违章建房，大竹县人民法

院为保护国家公路产权,依据《中华人民共和国公路管理条例》第三十一条之规定宣布强行拆除。

在公安交警队、交通局的配合下,路政大队在大竹县人民法院庄严宣判后立即强行予以拆除。并当场依法对张兴万处以罚款40元,收缴执行费50元。过路的驾驶员纷纷赞扬:只要依法治路,公路就没有治理不好的。

(1991年3月1日某报一版)

街头“地摊”煤球俏

本报讯 2月12日,一辆满载煤球的卡车开到了江苏省东台市某镇街头,摆起“小地摊”来了。这是该市燃料公司优质服务的又一新措施。

“快来买哟,城里送煤下乡了。”人们不约而同地从四面八方赶来争购煤球,有拖车的,有拿筐的,也有挑担的。随车同来的东台市煤球总店主任王文忠顾不上休息,忙着指挥。

在现场,笔者看到一位40岁左右的妇女拿着钱,正吃力地挤着,服务员小孟见状,忙问她买多少斤煤球。“我买500斤。”“50元。”小孟边说边接过她手中的钱,把发票递给了她。“500斤,400只煤球,搬13箱子零10只。”发货员边说边帮中年妇女搭煤箱,并叫她清点数量。那人又问:“100斤,多少只球?”发货员随口应答:“80只。”说完,他又为另一个用户忙开了。

半小时过去了,5吨煤球很快销售一空。10个没