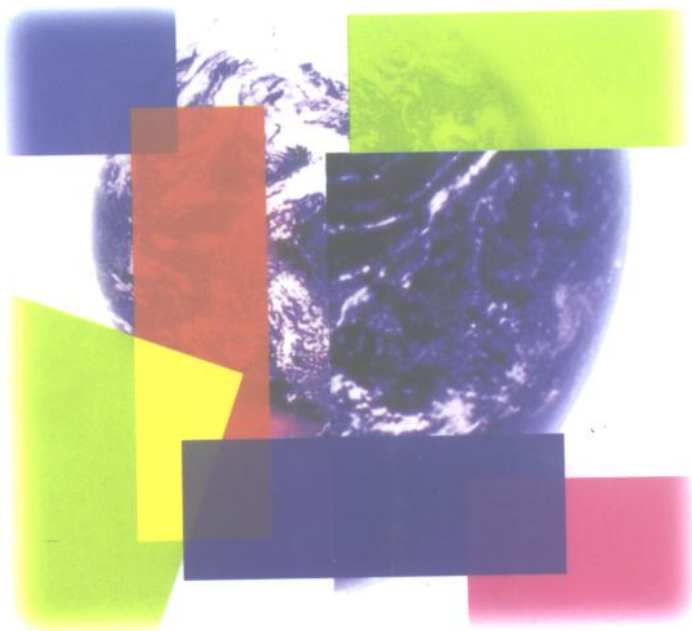


新闻角度与选择

蒋钦挥 著



新华出版社

新闻角度与选择

蒋钦挥 著

新 华 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

新闻角度与选择/蒋钦挥著. - 北京:新华出版社,1998.8

ISBN 7-5011-4061-8

I.新… II.蒋… III.新闻工作-角度-研究 IV.G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 14216 号

6.1
- 0.1

新闻角度与选择

蒋钦挥 著

*

新华出版社出版发行

(北京宣武门西大街 57 号 邮编 100803)

新华书店经销

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 8.5 印张 184,000 字

1998 年 8 月第一版 1999 年 8 月北京第二次印刷

印数:3001-7000 册

ISBN 7-5011-4061-8/G·1494 定价:13.00 元

内容提要

作为新闻业务专著,本书紧扣如何选择角度,从新闻价值的发现,到新闻价值的实现,把新闻策划、新闻采访、新闻写作、新闻编辑、报纸版面等程序有机地组合在一起,形成了一个比较完整的体系。

作者长期从事新闻工作,对新闻业务非常熟悉,对实践问题掌握深透,对其中的困难也了解具体,本书把来自长期实践的真实感受写了出来,使人感到是对客观事物精微体察的感悟,是将经验上升到理论以后的哲理思考,也是作者自己内心感情的凝聚外化。因此,书中很多观点深入浅出,深理浅喻,有很强的实践性和可操作性。

全书框架结构合理,选题新颖,立论正确,观点鲜明,材料翔实丰富,论述清楚有说服力,是一部兼具理论价值与应用价值的力作。

目 录

第一章	新闻价值与选择	(1)
第一节	新闻价值的确定与选择	(1)
第二节	新闻价值的构成要素	(9)
第三节	新闻价值与宣传价值	(19)
第二章	新闻策划角度与选择	(36)
第一节	行业竞争需要新闻策划	(37)
第二节	新闻策划的取向与选择	(41)
第三节	新闻策划的类型	(59)
第四节	新闻策划不等于策划新闻	(69)
第五节	新闻策划的操作原则	(76)
第三章	新闻采访角度与选择	(82)
第一节	采访形式的选择	(83)
第二节	采访氛围的选择	(93)
第三节	提问角度的选择	(98)
第四节	以记者的情感打动采访对象	(115)
第四章	新闻写作角度与选择	(123)

第一节	全局高度找角度·····	(124)
第二节	关切点上找角度·····	(134)
第三节	共鸣点上找角度·····	(140)
第四节	“人无我有”找角度·····	(144)
第五节	逆向思维找角度·····	(149)
第六节	多因多果找角度·····	(156)
第七节	以小见大找角度·····	(163)
第八节	以旧见新找角度·····	(170)
第九节	围绕特点找角度·····	(172)
第十节	反复筛选找角度·····	(176)
第十一节	角度的误区种种·····	(180)
第五章	新闻编辑角度与选择 ·····	(185)
第一节	编辑选择决定稿件命运·····	(186)
第二节	编辑工作重在发现·····	(198)
第三节	编辑要有读者心·····	(202)
第四节	最费思量是“点睛”·····	(221)
第六章	报纸版面角度与选择 ·····	(231)
第一节	版面编排的读者角度·····	(231)
第二节	版面编排的组合角度·····	(234)
第三节	版面编排的审美角度·····	(238)
第四节	“好苹果”放在哪里·····	(252)
第五节	版面操作需要职业化·····	(256)
后 记 ·····		(263)

第一章 新闻价值与选择

当我在动笔写这本书之前，我曾无数次想过如下问题：

这本书面世之后有没有人感兴趣？

读者会从中得到多少收获？

本书是侧重于理论方面，还是侧重于实践方面？

是引用那些耳熟能详的名人名篇做例子，还是引用自己不很成熟的亲身体验做例子？引用自己的例子虽然亲切，但是否有“王婆卖瓜”之嫌？

行文是努力以一种轻松的笔调，娓娓道来（尽管我很难做到，只是努力），还是仿照那些新闻专业的大学教科书，严谨地阐述书中的一些观点？

上述选择，我无法绕过，除非——不写！

同样的道理，新闻报道也有个选择问题。

第一节 新闻价值的确定与选择

一、任何新闻都需要选择

什么叫选择？瑞典经济学家古纳尔·米达尔说：“选择就是从无数可能性中，抽出一种可能。”这里的“选择”，是一种很主动的、很有创造性的工作。主动当然是一种主观的行动，但并不等于主观随意性。“抽出一种可能”，并不是任意的，不是按照主观好恶就可以决定的，而必须有其客观标准。

就新闻工作者来说，记者长有“新闻鼻”，每天都会有所见、所闻、所思，但是，哪一件事值得写，哪一件事不值得写，这就首先需要选择。不解决好选择问题，身在“宝山”不识宝，记者辛辛苦苦写出来，却没有新闻价值，或者价值不大，没有多少读者看你的文章，这当然不是记者所追求的社会效果。这是记者的第一次选择。

解决了“哪一件事值得去写”的首要问题，那么，接下来就存在着“这一件事”应该从哪一个方面或哪几个方面去写的问题。这是记者的第二次选择。

就算是一条三五百字的消息，怎样选好一个报道角度，怎样用事实说话，用怎样的事实说话，以及怎样制好标题、写好导语，写出特色……都很有学问。因为摆在记者面前的新闻事实，有些可能很庞杂，表面看起来枝枝蔓蔓，拉拉杂杂，并不是全部都具有新闻价值，有价值的可能只是其中的一小部分。记者不可能把一事实面面俱到，事无巨细地全都写进稿子。怎样表现主题、深化主题，怎样删繁就简，取其所需，选择最精彩、最精华的部分，这就很有讲究。

清人谢济世写猎人狩猎，说“塞北产麋，人亦知其脐之有香也，猎取之。呜呼，象有牙，犀有角，鹞有尾，雕有翎，鳄有皮，蝮有膏，蠃有甲，蚌有珠，貂有毛，蚺有胆，皆麋类也”。（清·谢济世《西北域记·麋》）猎人往往猎取猎物身上最有价值的部分，

而不同动物的“天下独有”之处，又分布在身上不同之处。高明的记者如同猎人一样，是选择不同新闻事实中的“牙”、“角”，还是“甲”、“珠”，这就需要有一双“慧眼”，去识别和猎取新闻事实中最有新闻的那一部分。

同样的道理，编辑每天都要领回大量的稿件，首先面临的是取与舍的问题。如果说编辑把关的话，这是第一关，也是最重要的一关，即这些稿件中，哪些能用，哪些不能用，需要编辑作出判断。能用的，又怎样删改，这是第二关。

版面编辑每天也面临选择。如何领会编辑或编前会的意图，在一个版整体中突出重点，哪条需要加框处理，图片、题图、花饰如何为版面服务，版式如何走向，以及字号、字型的使用，等等，都需要根据不同的稿件，作出选择。否则，该突出的不突出，整个版面平分秋色，重头稿处理得平平淡淡，当然会影响报纸的质量。

最后一个选择就是读者的事了。一张报纸出来，读者爱不爱看，看什么，不看什么，完全是读者自由选择。读者的选择是关系到新闻价值的最终实现，也是检验一张报纸质量的惟一标准。这是办报人最为关注的一件事。

因此，从新闻价值的发现开始，到记者的第一步采访、写作，编辑的判断、取舍，版面的处理以及新闻价值的最后实现，都离不开选择。可以这样说，“选择”二字渗透到新闻的全过程，贯穿始终。

二、选择、比较与新闻角度

在新闻的采写过程中，对材料的取舍、使用，又往往涉及

到记者观察问题、选取材料的角度。

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”。同是庐山，为什么横看成岭、侧看成峰？原因是看山的角度不同。

“角度”这个词，《辞海》里解释很简单：“角的大小称为角度。”《现代汉语词典》里还有一种解释，就是“看问题的出发点”。但在新闻实践中，却不那么简单。

“新闻角度”一词，来源于摄影。角度在摄影学中是指摄影者站在不同的方位去观察客观事物，经过比较，从而选择出最佳位置进行拍摄，以表达拍摄对象的特点和摄影者特殊的要求。

采写新闻报道，也遇到类似摄影角度的问题，于是，我们把它叫做“新闻角度”。新闻角度，是指新闻采写者站在不同的出发点去看待客观事物。换句话说，新闻角度就是认识和表现采访对象的入手处和切入点。它包括观察事物的角度，思考问题的角度，挖掘事实的角度，表现主题的角度。有看待新闻事实的立场、观点问题，也有新闻表现的手法、表达方式的问题。选取的角度不同，写出的新闻报道效果就不一样。一个角度，就是一个“窗口”，不同的角度，所见就不一样。角度选准了，入手就能抓住事物的特点，就容易反映事物的特征，就能写出新闻的魅力来。反之，就会事倍功半。

角度，角度，顾名思义，就是一角。如果贪大求全，面面俱到，就无所谓角度。一个物体可能有多个角度，严格说来，不管有多少个角度，只有一个最佳的角度，即最能反映事物特征的角度。从新闻用语来说，我们把这个最能反映事物特征的角度称为新闻的最佳角度。如果这个最佳角度已经报道过了，我们便去努力寻找新的变动点，从而选取最新角度。

新闻的最佳角度是客观存在的，不是关起门来瞎想出来的，也不是强扭出来的。但是，要真正选准最佳角度，又很不容易。

以记者的采访言之，采访本身就是找角度：选择什么角度去采访，才能更快捷地挖掘主题，得到自己最需要的材料；选择哪个角度提问，才能切中要害，一箭中的；以记者的写作言之，怎样选准最佳角度切入，才使笔下的文章更有时代精神，更能反映宏观问题，深刻地表现主题。以编辑选取稿件言之，怎样选择稿件，才能充分体现编辑部的报道精神；一篇文章从什么角度去删改，才使文章主题更突出、集中，而又不至于削足适履，从而才能更对读者的口味；等等。

当然，还有办报的宏观角度问题：这张报纸，主要是办给农民读者看，还是工人读者看；是办成一张综合性报纸，还是办成一张专业性报纸；是办成老少皆宜，还是给某个层次的读者看。

三、角度与选择对新闻的作用

角度对于新闻写作是十分重要的。以例为证：

新华社记者黄正根、傅上伦等接受采写“三北”（东北、华北、西北）防护林工程的任务以后，首先遇到的就是角度问题。“三北”地区占全国陆地面积的四分之一，东西万余里，从哪儿跑起？“三北”风沙干旱危害几千年，第一篇新闻报道从哪里落墨？这好比“老虎吃天，无从下嘴”。当时的新华社社长、著名记者穆青同志给他们出主意说：“东西万余里，就从北京跑起；上下千百年，就从眼前北京的风沙写起。”并且说，“现在正是

风沙弥漫季节，你们赶快调查，把问题鲜明地提出来，标题要尖锐，要有紧迫感，我看就取个《风沙兵临城下》，或《风沙紧逼北京城》吧。”记者按照这个入口处进行采写，在一星期之内，《风沙紧逼北京城》的通讯稿就脱手了。《人民日报》、《光明日报》和《北京日报》刊登了这篇报道以后，在读者中引起了很大的反响。北京市和中央主管部门进一步研究了“三北”的林业建设工作，连外国记者也为此发了新闻或文章。（新华社《新闻业务》活页版 1980 年 2 月 2 日）

对“三北”林业这样大的事情，为什么能够既快又好地拿出通讯稿来呢？重要的问题就在于选准了角度——在中国，没有哪一个城市像北京那样重要，那样牵动读者的心。选准首都人手，配上醒目的标题，文章当然收到好效果。

选准了角度，从一个侧面，或一个截面，去反映全局性的、宏观性的东西，会收到“一滴水见太阳”的效果。

选准了角度，往往能避免泛泛而写，较易集中地把握住中心，写得生动活泼，且能吸引读者——当然，这是从采访、写作角度而言。

著名记者艾丰把新闻角度的选择，比作“挖矿”和“打井”。他认为：“新闻角度是指新闻记者挖掘和表现新闻事实的角度。新闻价值在事实内的蕴藏是不均匀的，有各种不同的矿床，选择好的角度，就是为了便于记者更迅速、更顺利地开采这些价值，更准确、更鲜明地表现这些价值。如果说美术摄影的角度在于追求美的价值。那么，新闻角度的选择在于追求新闻价值。”（艾丰《新闻采访方法论》第 128 页）艾丰在他另一本专著里也讲到新闻的选择：“选择，从采访就开始了。首先是记者从大量的新闻线索中经过选择，确定报道选题。这是一个重要的

选择——具有全局意义的选择。选题选错了，采访和写作都是很难成功的。这犹如打井，打井的地点选错了，地下没有水，再好的打井技术，再努力的工作，都不会打出水来的。”（艾丰《新闻写作方法论》第17页）这个比喻是十分贴切的。

我们说新闻价值的选择，首先是确定这座“山”是否有“矿”，有什么“矿”，“含金量”有多少，然后再讲怎样察看“矿层”的走势，以及如何在最接近矿源的地方“打井”，等等。

矿石从开采到变成成品需要一个过程。它包括：发现（勘探）、打井、开采、运输、冶炼、走上市场。而每一道程序都很有学问。

一件新闻事实要实现它的新闻价值，也有这样一个过程：

- 新闻价值的选择与确定（发现）；
- 新闻策划的角度与选择（施工方案）；
- 新闻采访角度与选择（打井）；
- 新闻写作角度与选择（采掘）；
- 新闻编辑角度与选择（提炼）；
- 报纸版面角度与选择（包装）；

新闻角度与选择应该说是一个复杂的系统工程，综合工程，涉及到新闻领域的方方面面，比如，新闻理论方面、新闻实践方面；具体体现在报纸上，又可分采与编两大类：采包括新闻策划、新闻采访、新闻写作，编则包括新闻编辑、报纸版面美化等。

四、新闻价值是选择的标准

选择，就要有一个标准。

上文所述,同样是一个题材,同样面对一件新闻事实或事件,为什么这样写能获得读者的好评,那样写则不见社会的反应,这就有一个记者是否具有“慧眼”的问题,即能否发现所报道对象的新闻价值。

那么,新闻价值又如何界定?

有的学者认为:“新闻价值是新近发生的事实的一种社会属性,是指这个事实可能给人们带来的新的信息的分量。”(艾丰《新闻采访方法论》第112页)也有的学者这样认为:“新闻价值是新闻事实适应社会需要的各种素质的总和。素质的级数越高,新闻的价值就越大。”(郑保卫《新闻学导论》第16页)

以上论述虽然文字表达不尽相同,但其意思是大同小异的。

首先,强调新闻价值是蕴藏在新闻事实之中,新闻事实是第一性的,依附在新闻事实里的新闻价值是第二性的。没有新闻事实,就不可能有新闻价值。此所谓“皮之不存,毛将焉附”。

其次,都强调新闻价值有它的社会属性,即适应社会的需要。如果不能适应社会的需要,就不存在什么新闻价值了。

另外,强调新闻事实与新闻价值的关系。新闻事实给社会带来的新信息的分量或适应社会需要的各种素质,分量越大或素质的级数越高,新闻价值就越大。

如果我们把新闻价值的概念简单化、通俗化,那么,可以这样认为:新闻价值就是一条新闻在群众中受到重视的程度,对现实生活的影响程度,也就是记者、编辑的劳动得到报偿的程度。

新闻报道越是受读者欢迎,新闻价值就越大;新闻报道越是不受读者欢迎,其新闻价值就越小。

读者是检验新闻价值的试金石、标准。没有读者的新闻报道，一点新闻价值都没有。

这种简单的判断标准，可能会受到责难。比如有人会说：“低级趣味的东西，会迎合更多读者的口味，难道能以读者多寡来作为新闻价值的标准吗？”类似这样的责难，在“文化大革命”期间我们已司空见惯，见怪不怪了。那么，我要回答的是：喜欢真、善、美的读者，远远比喜欢低级趣味的读者多！

第二节 新闻价值的构成要素

新闻价值既然是选择新闻事实的标准，那么，它到底包括哪些要素，有哪些特点，我们怎么认识它呢？

尽管当前新闻界有人对构成新闻价值的个别要素有不同看法，但在中西方新闻理论界来说，对它的认识还是比较统一的，那些差异仅仅是引申而出的枝蔓。

西方新闻学者认为：“及时性、接近性、显著性、重要性、人情味——这些都是每个老练的记者和编辑在决定一条新闻、一张报纸或一则新闻广播应该包含什么内容时，自觉或不自觉地予以考虑的因素。”（威廉·梅茨《怎样写新闻》第3页）

根据学术界的研究成果和新闻实践，我们不妨把新闻价值的要素分成8种：

1、重要性——指新闻内容的影响程度。

凡是重要的事情，本身几乎都具有新闻价值。如：事关国计民生，影响到一个地区局部或全局的新闻事件，一个重要决策，以及严重的自然灾害，重大的科学发现等。影响的范围越广，新闻价值就越大；相反，影响范围越窄，新闻价值就越小。

新闻价值与影响范围成正比。1969年美国人成功地登上月球,就应该算是震惊全球性的特大新闻。

但某种重要性也可能因时、因地、因报而不同。比如,在工业城市能成为重大新闻的事件,在旅游城市甚至可能不会见报;一条在工人报一版的头条新闻,可能被深埋在地市报的二三版;一条发生在西北抗旱的重要新闻,在洪涝成灾的江南也许只是条简讯。

2、显著性——指采访对象在社会生活中的特殊地位,高知名度。有的书也把显著性称为显要性。

新闻发生在不同地点、不同单位,以及不同人物的身上,读者的关切度就不同。知名度与读者的关切度成正比。社会地位、社会名气越显著,越有名望,其新闻就越吸引读者,越有价值。

一般领导人退休,不构成新闻,但一代伟人即将告别正式国务活动,退出政坛,对广大读者来说,无疑就会成为重要新闻。

如《难忘的时刻——小平同志会见最后一批外宾侧记》这篇文章:

还是这间透着八闽风情的大厅,还是上午10点这一时刻,背景依然是那幅日光岩巨画,茶几上照例摆放着两盆鲜花……

接见现场的一切似乎都和往常一样,但是今天这里熟悉的一切,却又给人以不同于过去的感觉。

1989年11月13日,邓小平同志于人民大会堂福建厅会见外宾。

这是一个历史性的时刻。

小平同志身着深灰色中山装，站在屏风旁边，容光焕发，同来访的日中经济协会访华团的日本客人一一握手。当着几十位日本客人、几十位中外记者，小平同志向他们、也是向中国、向全世界宣布：“日中经济协会代表团将是我会见的最后一个正式的代表团，我想利用这个机会，正式向政治生涯告别。”

短短几句话，像以往那样说得明快、平和，几十位在场的中外记者却由此得到一条重要信息：今天，敬爱的小平同志将正式告别他 60 多年的政治生涯。

“退就要真退，这次我就要百分之百的退下来。我退下来，也是想让党、政府、军队的领导人能够放手工作。我相信他们能够把工作做好。”

记者注意到，当小平同志说这句话时，深邃的目光中透露出的神情是坚定的，是自信的。

整个会见充满亲切、友好的气氛。从斋藤英四郎先生向小平同志问候开始：“看到您满面红光我很高兴”，到最后道别时斋藤先生双手紧握小平同志的手，深情地说：“为了中国的繁荣、亚洲的繁荣，为了中日两国人民的友好情谊，希望您健康长寿！”近 70 分钟的会见，竟像一瞬间那么快地过去了。

以往会见结束时，在场的工作人员深知小平同志时间宝贵，虽然都想和他说上几句话，但谁都不忍心去占用他的时间。然而今天，几位经常采访小平同志会见外宾的记者再也按捺不住对小平同志的崇敬之情，异口同声地请求：“邓主席，与我们这几位中国