

★ 广东省精品课程教材

高等院校新闻传播学系列教材

薛国林 张晋升 陈娟 编著

新闻写作

News Writing



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

新闻写作

News Writing

薛国林 张晋升 陈娟 编著



高等院校新闻传播学系列教材

★ 广东省精品课程教材



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻写作/薛国林, 张晋升, 陈娟编著. —广州: 暨南大学出版社, 2013. 6
(高等院校新闻传播学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0536 - 2

I. ①新… II. ①薛…②张…③陈… III. ①新闻写作—高等学校—教材
IV. ①G212. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 079400 号

新闻写作

编著者: 薛国林 张晋升 陈娟

策划编辑: 杜小陆 史学英

责任编辑: 史学英 王卓妍

责任校对: 卢凯婷 黄斯



地址: 中国广州暨南大学

电话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮编: 510630

网址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排版: 广海照排设计中心

印刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 24.5

字数: 475 千

版次: 2013 年 6 月第 1 版

印次: 2013 年 6 月第 1 次

定价: 49.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

高等院校新闻传播学系列教材

编 委 会

顾 问：林如鹏 范以锦 杨兴锋 白 玲

主 任：张晋升

成 员：（按姓氏音序排列）

曹 轲 陈伟军 丁邦清

胡 键 邱一江 杨先顺

张晋升 支庭荣 朱 磊

新闻传播类教材建设与 改进教学方法刍议（代总序）

吴文虎^①

新闻传播类教材林林总总，大体上可分为新闻、广播电视、广告公关和编辑出版四个系列。现在呈献在广大读者面前的这些教材，虽然还谈不上是千淘万漉，披沙沥金，但毕竟凝聚了老中青教师的共同努力，也是大家的一番心血。戏剧界有句行话：“剧本剧本，乃一剧之本。”有本可依，演员方能在舞台上施展才华，演出令观众为之动容的好戏。我们也可以说，“教材教材，乃施教之材”。有了出色的教科书，教师便有章可循，在讲台上挥洒自如，令学生如沐春风，得益匪浅。

教材，是培养和教育一代新人的不可或缺的主要载体。说起新闻教育的教材，首推的自然是在1919年北京大学新闻学研究会出版的徐宝璜的《新闻学》。这是中国人自撰的第一本新闻学论著。这本理论专著，是他以北京大学新闻学研究会的讲稿为基础修改而成的。换言之，这本专著是应教学之需而诞生的。类似的情况还有很多。如邵飘萍的《实际应用新闻学》。我国思想家孔子和瑞士语言学家索绪尔生前都是“述而不作”，只讲课不写书，他们的讲稿也是由弟子或学生（一说同事）整理、汇编成传世之作，这就是孔子的《论语》和索绪尔的《普通语言学教程》。

那么，怎样才算是一本好的新闻传播类教材？

笔者涉猎不多，以为最耐看而且深受启发的教材都有以下一些共同特点：一是在学理上或对有关原理讲得相当通透，并能追踪当时学术和理论上的最新发展，符合大学教育的“三基”（基础理论、基本知识、基本技能）要求。二是凡实务型教材，都能紧贴现实，可操作性和实战性强。三是教材反映出作者的独特见解，既融会贯通又另辟蹊径，编排也独具匠心。

^① 吴文虎，暨南大学新闻与传播学院教授，主编全国高等教育自学考试指定教材《传播学概论》、面向21世纪课程教材《新闻事业经营管理》（获教育部全国普通高校优秀教材二等奖）等。



这里,要强调的是,编撰者在教材中要善于处理博采众长与独特见解的关系。笔者以为,前者固然重要,但后者更能体现作者的功力和底蕴。好教材要言人之所未言,或说人之不曾说透者。这样,才能起到醍醐灌顶的作用。

新闻教育是培养通才还是专才,决定着新闻课程和新闻教材的具体安排与不同比例。教材因课程而设,如果是培养专才,那就势必要增加新闻传播类教材在全部课程中所占的比例,并忽视其他有助于提高新闻学专业学生整体素质和知识水平的课程。在这方面,我们应当注意到民国时期新闻教育十分强调培养通才,专业课和教材则要求少而精。比如,1947年暨南大学新闻系所开课程中,专业课非常有限,大量开设的是文史哲类课程。同期全国6所新闻院校中,民治新闻专科学校开设专业课最多,但也只占58.3%;政治大学开设专业课程最少,仅占27.7%。^①因此,按照上述思路,我们在编写教材时也应贯彻“少而精”的原则,既要加强各校优秀教材的相互交流,又要精编自己撰写的教材,防止和杜绝那些内容芜杂、质量不高的山寨版教材出笼。

教材建设应因时而异,与时俱进,要适应不同时期传播媒介和传播方式的发展态势。暨南大学新闻系首任系主任冯列山当年提出了“大新闻”的超前见解,在广播、电影问世不久时,就把电子媒介纳入了新闻学研究和教学的范畴和视野。他认为,以报纸为研究对象的科学,应称作“报学”,而以新闻事业为研究对象的科学,才可以称作“新闻学”。他把新闻学“描画”为理论新闻学和实用新闻学两个部分。理论新闻学包括新闻哲学、新闻伦理、比较新闻学、新闻法、舆论研究、言论原理、新闻原理、报业史、杂志史、广播史、电影史、出版业史、宣传学、新闻政策、时事分析。实用新闻学包括采访、新闻写作、编辑、社论、报业管理、广告、印刷、电讯、杂志业、广播业、电影业。他打破了我国多年来新闻学研究以报业为中心的理论格局,把广播、电影视为新闻传播的重要组成部分。^②这一立论,不仅对新闻学理论研究有着积极意义,而且拓宽了新闻教学和教材建设的内容,即使在今天,对编写新闻传播类教材仍然有其参考价值。与新闻传播类教材建设直接相关的一个问题是教学方法。20年前,笔者访问美国时曾亲身参与德克萨斯大学传播学博士生的多次课堂讨论,感受到现场集体参与、积极探讨的活跃学术气氛和事前做好充分准备的状况。回国后,又接触到引入我国的哈佛大学案例教学法及有关教材。联想至此,深受感触,为此,笔者建议,我们的新闻传播教学能不能在教材上换个写法、在课堂上换个讲法?如果我

① 龙伟,任羽中等.民国新闻教育史料选辑·代序.北京:北京大学出版社,2010.3.

② 冯列山.什么是新闻学?报学杂志,1948,1(5).转引自李秀云.中国新闻学术史.北京:新华出版社,2004.216.

们将以课堂宣读为主变为课堂讨论为主，那么教学方式将会是积极的互动式的，学生是群体的参与者，老师是引导、启发、掌控方向和进度的领路人。两者携手并进，可令教学相长，取得更好效果。

哈佛大学提出的案例教学法告诉我们：它是一种多方位的学习模式，而不是自上而下的灌输式教育。它允许学习过程中的不确定性、偶然性和冲突。收获来自所有参与者思想火花的碰撞。讨论答案没有对错之分，只是鼓励作出更为合适的回答。它有利于拓宽学生分析思路，培养和提高学生解决问题的思考能力。^①哈佛案例教学法应用范围很广。在国外应用的学科领域包括法学、医学、工商管理、跨文化比较、社会学、社区心理学、新闻、政治等等，近年来已陆续引入我国多个学科领域，如 MBA 课程，以及广告、公共关系等。

哈佛案例教学法对教材建设也有其不同要求。教师应精编多讲，力求深入浅出，而不要包罗万象，细大不捐。要给教师讲授和指导讨论、学生理解留下更多的空间。

总之，新闻传播教育界应当重视教材建设，把它视为提升新闻传播教育水平的重要一环。要锐意革新，站在新的制高点上，重新审视以往教材建设之成败得失，汲取经验教训，继续上路。在以教材为本的课堂教学中，要不断改进教学方法。从宣讲式照本宣科逐步发展到互动式课堂讨论，积极介入案例教学法，在教学过程中不断完善和撰写新的教材。

① [美] 威廉·埃利特. 案例学习指南. 刘刚等译. 北京：中国人民大学出版社，2009. 8.

目 录

新闻传播类教材建设与改进教学方法刍议(代总序)	(1)
-------------------------------	-----

第一部分 新闻写作理论

第一章 全媒体时代的新闻写作	(2)
第一节 新媒体对社会、政治、生活的影响	(3)
第二节 新媒体对新闻写作的影响	(5)
第三节 新媒体环境下记者的专业写作素养	(9)
第二章 新闻写作的基本要求	(15)
第一节 真实性	(15)
第二节 准确性	(20)
第三节 时效性	(23)
第三章 新闻写作的原则	(25)
第一节 客 观	(25)
第二节 平 衡	(35)
第三节 公 正	(38)
第四章 新闻写作规律	(46)
第一节 新闻写作与新闻价值	(46)
第二节 新闻写作的受众需求	(51)
第三节 社会责任	(54)



第五章 新闻报道语言	(59)
第一节 新闻语言概念	(59)
第二节 新闻语言的基本要求	(62)
第三节 新闻语言应该保持的特色	(68)
第四节 新闻语言之“忌”	(71)
第六章 新闻叙事与新闻写作	(78)
第一节 新闻素材	(78)
第二节 新闻故事	(82)
第三节 新闻叙事文本	(86)

第二部分 消息写作

第七章 消息文体概述	(98)
第一节 什么是消息	(98)
第二节 消息体裁的特点	(101)
第三节 消息体裁的优势	(104)
第四节 消息写作的基本规律和基本要求	(108)
第八章 消息的构成要素及写作技法(一)	(113)
第一节 消息的构成要素概述	(113)
第二节 消息标题	(117)
第三节 消息导语	(125)
第九章 消息的构成要素及写作技法(二)	(138)
第一节 消息主体	(138)
第二节 新闻背景	(142)
第三节 新闻来源	(147)
第十章 消息的结构类型	(151)
第一节 倒金字塔结构——消息最经典的结构	(152)
第二节 沙漏型结构	(155)

第三节 列举型结构·····	(157)
第四节 华尔街日报体结构·····	(160)
第十一章 消息常见分类·····	(164)
第一节 硬新闻与软新闻·····	(164)
第二节 事件性消息与非事件性消息·····	(168)
第三部分 通讯写作	
第十二章 新闻通讯概论·····	(178)
第一节 新闻通讯的特征·····	(178)
第二节 新闻通讯主题·····	(183)
第三节 故事与细节·····	(185)
第十三章 事件通讯写作·····	(191)
第一节 政治性事件通讯·····	(191)
第二节 突发性事件通讯·····	(196)
第三节 社会性事件通讯·····	(206)
第四节 文化性事件通讯·····	(213)
第十四章 人物通讯·····	(221)
第一节 人物通讯的类型·····	(221)
第二节 关于典型人物的典型性问题·····	(223)
第三节 人物通讯中的感情色彩·····	(225)
第四节 当代人物通讯的报道理念·····	(226)
第五节 人物通讯的写作·····	(231)
第六节 人物通讯的结构·····	(236)
第七节 负面人物通讯写作·····	(239)
第十五章 工作通讯·····	(245)
第一节 工作通讯的报道内容及文体特征·····	(245)
第二节 工作通讯的写作思路·····	(246)



第三节 工作通讯报道的变化·····	(251)
第十六章 风貌通讯·····	(253)
第一节 风貌通讯的文体特征·····	(255)
第二节 风貌通讯的写作·····	(256)
第十七章 专访·····	(263)
第一节 专访的特点·····	(264)
第二节 专访前的准备和专访时的注意事项·····	(266)
第三节 专访的类型·····	(268)
第四节 专访的写作·····	(271)
第十八章 速写、素描、花絮·····	(279)
第一节 新闻速写·····	(279)
第二节 新闻素描·····	(285)
第三节 新闻花絮·····	(293)

第四部分 深度报道写作

第十九章 深度报道概说·····	(300)
第一节 深度报道的起源·····	(300)
第二节 深度报道的种类及特征·····	(301)
第三节 深度报道的写作方法·····	(302)
第四节 中国的深度报道及其发展·····	(304)
第五节 深度报道的未来走势·····	(305)
第二十章 解释性报道·····	(307)
第一节 解释性报道概说·····	(307)
第二节 解释性报道的写作·····	(309)
第二十一章 调查性报道·····	(317)
第一节 调查性报道及其种类·····	(317)

第二节	调查性报道的写作·····	(319)
第三节	调查性报道的写作思维·····	(320)
第二十二章	连续报道与系列报道·····	(330)
第一节	连续报道·····	(330)
第二节	连续报道的思维过程·····	(330)
第三节	连续报道的写作技巧·····	(332)
第四节	系列报道·····	(339)
 第五部分 新媒体写作 		
第二十三章	博客写作·····	(346)
第一节	博客的定义、类型与特点·····	(346)
第二节	博客的起源与发展·····	(349)
第三节	博客在新闻报道中的作用·····	(352)
第四节	博客写作的基本要求·····	(353)
第五节	不同内容的博客写作要点·····	(354)
第二十四章	微博写作·····	(359)
第一节	微博写作的一般方法·····	(359)
第二节	微博写作特点·····	(360)
第三节	各类微博写作·····	(361)
后 记	·····	(377)

第一部分 新闻写作理论

第一章 全媒体时代的新闻写作

【本章提要】

媒体传播运作规律有三个基点，即产品力、渠道力、品牌力，又即内容、传播渠道和受众忠诚度。无论什么样的媒体都不过是一种机器而已，它的功能体现过程就是传播的过程，无论媒体怎么变化，这个基本功能是不会变的。^①

从这个意义上说，无论媒体形态如何改变，新闻写作作为产品的材料收集、制作、加工等程序，都不会有多大改变。

作为世界上第一份报纸，《通告报》自1609年在德国问世以来^②，传统媒体报纸已经经历400多个年头。当今，世界已进入“全媒体”时代。

“全媒体”即“Omnimedia”，源自美国一间名叫Martha Stewart Living Omnimedia（玛莎·斯图尔特生活全媒体）的家政公司。该公司成立于1999年，拥有并管理包括杂志、书籍、报纸专栏、电视节目、广播节目、网站在内的多种媒体，通过旗下的所谓“全媒体”传播自己的家政服务和产品。限于当时的科技水准，玛莎·斯图尔特生活全媒体公司的“全媒体”显然并不全，实际上更接近于Multimedia（多媒体）。

“全媒体”不仅包括报纸、杂志、广播、电视、音像、电影、出版、网络、电信、卫星通讯等在内的各类传播工具，涵盖视、听、形象、触觉等人们接受资讯的全部感官，而且针对受众的不同需求，选择最适合的媒体形式和传播渠道，深度融合，提供超细分的服务，实现对受众的全面覆盖及最佳传播效果。

新的传播技术不仅带给人们多手段、多渠道、多样化的信息，也正在改变着人类的思维方式和交往方式。

① 创新 从媒体的基本功能开始. 新闻窗, 2011 (2): 1.

② Desmond, *The Information Process*, p. 32. 转引自 [美] 迈克尔·埃默里, 埃德温·埃默里, 南希·L. 罗伯茨. 美国新闻史: 大众传播媒介解释史 (第九版). 展江译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004. 7.

第一节 新媒体对社会、政治、生活的影响

一、互联网诞生，开启人类大脑之门^①

互联网也被称为因特网（Internet）。因特网前身是阿帕网（Arpanet）。1958年在美国总统艾森豪威尔的正式提议下，美国国防部正式成立了高级研究计划署，开展阿帕网的研究项目。1969年10月29日，阿帕网开创了一种在计算机之间传送信息的全新系统。20世纪80年代，美国科学家基金会开始在军事领域之外推广计算机网络，兴建骨干网，向15个设在高校的超级计算机研究财团提供数据传输服务。到1991年，因特网数量达到3500个；到1996年，世界各国商业及其他机构建立了130万个局域网，拥有约1亿用户。^②据美国调研机构Royal Pingdom截至2011年初的统计数据显示：“全球网民人数20.8亿。”^③

2011年，中国互联网络信息中心发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》称，中国网民总数达到4.85亿，但是增长速度明显减缓。2011年上半年网民增长率为6.1%，是近年来的最低水平。此外，微博用户从6311万增长到1.95亿，半年增幅达208.9%。^④

当今，人们可以利用互联网处理各种政治、军事和日常事务。如，用电脑和手机浏览新闻、网上购物、视频会议、视频聊天、网上炒股、网上娱乐，等等。以往很复杂的事情，现在足不出户就可以在网上做到。这正是杰弗里·斯蒂伯所说的，互联网技术开启了人类大脑之门的含义。杰弗里·斯蒂伯还进一步指出：“今天的互联网是大脑的复制品，计算机和微型芯片好比神经元（细胞体或计算单元）；如同大脑有记忆一样，网站储存信息，网页间的链接形成了语义图；如同轴突和树突的作用一样，电话线将信息传输到各个区域。”^⑤

二、新媒体使信息传播变得透明、迅速

新媒体技术的发展让信息的传播更加便捷，它实现了所有人面向所有人的传

① [美] 杰弗里·斯蒂伯. 我们改变了互联网，还是互联网改变了我们·序. 李昕译. 北京：中信出版社，2010. 12.

② [美] 丹·希勒. 数字资本主义. 杨立平译. 南昌：江西人民出版社，2001. 17.

③ 讯纳网：网络信息覆盖日渐成熟. 中国网，2011-06-14.

④ 中国网民达4.85亿 微博用户激增. 中国新闻网，2011-07-19.

⑤ [美] 杰弗里·斯蒂伯. 我们改变了互联网，还是互联网改变了我们·引言. 李昕译. 北京：中信出版社，2010. 21.



播。新闻不再只由“正式”的新闻机构发出，传统意义上的阅听大众通过网络、博客、微博、论坛、手机短信等工具，可以很方便地与朋友分享自己每时每刻的生活，有时甚至可以让事实真相出现——如果他们愿意焙制新闻的话。

新媒体技术的发展终将对社会产生积极影响，比如可以使政治变得更加公开、透明。政府官员的日常行为、手机短信、上网发布的帖子以及邮件等都可能成为公共记录的一部分。信息传播的快捷以及新媒体工具的普及使得隐藏真相变得越来越难，如国务院新闻办公室副主任王国庆所说的，官员在互联网时代还试图“捂”住真相，无异于掩耳盗铃，“是比较天真的一种愿望”^①。这也正是政府听取民意、满足公众要求的大好时机。政府能够运用新媒体等工具获知民众的想法、观点，了解他们所关心的问题以及他们对政府的满意度等，从而与社会更合拍，制定的政策能够切入问题的核心，使政府真正民主起来。

三、新媒体改变了人们的生活方式，其获取信息的渠道更多

新媒体促进了人类社会的传播和互动，它们所具有的互动性、即时性、个性化及智能化等传播特征，不仅使人们更便捷地传递信息，而且使得越来越多的普通人成为信息传播的参与者。如“天价烟”事件、“躲猫猫”事件、“我爸是李刚”事件等，网友通过手机短信、博客、播客、微博、SNS网站、BBS论坛、QQ等各种新媒体介质参与事件话题的讨论，带动了更多人关注事件，进而在一定程度上影响到这些事件的发展。

与此同时，新媒体正在成为人们的一种新的工作和生活方式。人们通过网络不仅能够获取信息、发表意见、进行娱乐，也能够便利地进行购物（如淘宝网、卓越网、当当网等），同时可以利用QQ、MSN等进行社交活动。

新媒体如微博、博客、网络论坛等，虽然它们有些不是标准的新闻来源，但以多元信息的形式给人们提供了足够的可供选择的空間。如果传统的主流媒体关闭了大众需知的资讯渠道，那么通过新媒体的努力，这些资讯也能逐渐浮出台面。

总之，虽然新媒体的出现带来了各种各样的问题，但是谁也无法否认其带来的这种改变。这种演化会迫使各式各样的利益团体开始适应，包括新闻业。“新闻业的改变不仅仅必要，或许也无可避免。……如果新闻组织不与严苛的阅听大众携手赢得生存竞争，我们看到的新闻业将是难以尽数的宣传文稿，我们只能退回到那个站在肥皂箱上大发议论的年代。我们需要更好的媒介。”^②当然，无论

① 新媒体政治影响力日渐巨大 政府行政透明化加强。南风窗，2007-08-13。

② [美]丹·吉摩尔. 草根媒体·序言. 陈建勋译. 南京：南京大学出版社，2010.7.

采用哪种工具和科学技术，公正、精确以及全面等核心价值依然重要。在某些方面，传统媒体仍然是新闻的把关人，但是在新媒体环境下，“现代新闻业塑造大型的对话与提供来龙去脉的能力，至少会变得与收集并报道事实的能力一样重要”^①。

第二节 新媒体对新闻写作的影响

新媒体技术带来的诸多变化，都与新闻相关，或者说都与新闻写作有关。首先，互联网与传统媒体一样都是大众媒体。博客、微博等虽是个人社交媒体，但政府及社会组织近年来不断通过博客、微博等渠道发布公共信息，使这些个人社交媒体逐步被掺进了公共话题，博客、微博等媒体便具有双重角色，既有个人因素，又有公共因素。其次，真正影响普通大众生活的是互联网上广泛表达民意的各种方式，如论坛、博客等。传统媒体因不能更好地反映民意而退居其次。最后，新闻写作似乎变得没有门槛。任何人通过互联网、博客、微博等手段，都可以传递新闻，或文字，或图片，或直播。具体来说，有八大变化：

一、受众兴趣决定新闻采写的传播价值

受众是媒体的衣食父母。无论什么样的媒体，受众总是被放在第一位。没有受众，媒体无法生存。当然，也不是要求要毫无原则地迎合受众的低级趣味。新媒体时代，媒体要不断地做好新闻，就必须密切注意受众发生了什么变化。

（一）受众结构的变化：有知识的年轻人是主力

2002年佩尤研究中心调查显示，“大概有超过1/3的大学毕业生（47%的大学毕业生年龄低于30岁）每周上网阅读新闻至少一次”。该调查还显示，“在年收入至少5万美金的人群中，有34%的人每周上网阅读新闻至少一次”^②。而且，新媒体时代的受众越来越多地表现出自主参与的意识。他们不再只是被动的“消费者”，而是更为主动和理性的群体，其倾向于主动获取信息，也乐于共享信息、参与讨论和表达意见，他们对信息的真实性和客观性也变得越来越“挑剔”。

（二）不仅要引起受众注意，还要牢牢吸引受众

所谓引起受众注意，即采写受众认为重要的和关心的事件，这也是传统媒体新闻价值的标准。但新媒体时代，仅仅引起注意还不够，还要能抓住受众的眼

① [美] 丹·吉摩尔·草根媒体·序言。陈建勋译。南京：南京大学出版社，2010.7。

② Pew Internet and American Life Project, <http://www.peop-press.org>。转引自[美] 理查德·克雷格。网络新闻学：新媒体的报道、写作与编辑。刘勇主译。北京：中国时代经济出版社，2010.11。