

人民日報
RENMIN RIBAO
1949.10.1

传媒书系

一本书学会 软新闻写作

媒体从业者、新闻院校学生必备丛书
一本书让你从菜鸟升级成采访写作高手
最实用的技巧、小贴士一次告诉你

周 皓 杭丽芳 著

人民日报出版社

一本书学会 软新闻写作

刘建华 主编
周 皓 杭丽芳 著

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

一本书学会软新闻写作 / 周皓, 杭丽芳著; 刘建华主编. —北京: 人民日报出版社, 2013.11

ISBN 978-7-5115-2215-3

I. ①一… II. ①周… ②杭… ③刘… III. ①新闻写作 IV. ①G212.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第262834号

书 名: 一本书学会软新闻写作

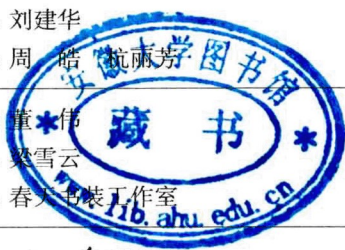
主 编: 刘建华

著 者: 周皓, 杭丽芳

出版人: 董*伟

责任编辑: 樊雪云

封面设计: 春天书装工作室



出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.com.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 416千字

印 张: 23

印 次: 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-2215-3

定 价: 42.00元

一本书学会新闻采写系列丛书编委会

学术顾问:(按姓氏笔画为序)

支庭荣 李 炎 李晓晔 张晓明 周小普 周蔚华
周德仓 林如鹏 陈力丹 单晓红 范建华 郑保卫
郑思礼 钟 新 郝振省 涂光晋 倪 宁 高 钢
喻国明 蔡 雯 魏玉山

主 编:刘建华

编 委:(按姓氏笔画为序)

马海燕 王更喜 王 艳 王 晶 王樊一靖 卞丽敏
申玲玲 刘小三 刘晓雪 刘艳婧 刘新利 闫伟华
安 平 许丽华 巩昕颀 朱静雅 杨青山 李文竹
李玉洁 李 炜 李康乐 宋 婧 吴惠凡 杨春兰
周 皓 周美蓉 周咏缙 杭丽芳 张 勤 查国伟
胥琳佳 高 岩 黄兆玺 梁雪云 韩 潇

★《一本书学会经济新闻写作》

李 炜 著

★《一本书学会软新闻写作》

周 皓 杭丽芳 著

自媒体时代的全民专业报道（总序）

传播是人类与生俱来的，而媒体却是一个历史性产物。

当号子、烽火狼烟、鱼肚尺素、鸿雁传书、招幌等古老媒体成为人们美好记忆的时候，当报刊、广播、电视等现代媒体让人颇为倾心的时候，数字技术与网络技术却把人们对新事物的欣喜若狂搅得天翻地覆了。微信、微博、MSN、ICQ、QQ、博客、播客、公民新闻网站等自媒体的层出不穷，大数据、大资源、云计算、物联网、数字宇宙等新概念的梦幻降生，令人们目不暇接。我们不得不说：媒介真的就是信息！

历史上，人们的需求似乎都不是自己真实的需求，正如消费社会，太多的需求是被他人创造和培养出来的一样。其实，人们对媒体的接近权与传播权也是被提醒的权利。在生产力极其低下的时代，人们绝不会想去拥有媒体接近权与传播权的。只有当技术进步、经济水平提高、物质产品丰富、精神需求扩大的情况下，一些政治家与学者们突然告诉人们，“传播权是与生俱来的权利”。于是，对媒体接近权与传播权的奋争，似乎成为人类政治变革中的重要主题，也必然是民主平等题中应有之义。因此，西方资产阶级民主革命以来，媒体便成为一个重要的武器，不断地变换角色，不断地改弦更张，不断地进退自若，成为极具魔力的法杖，令人们对之心神俱醉。

媒体接近权与传播权，从此，成为一代代人求之不得的梦想！

自媒体时代的到来，终于遏止了这个梦想的无限漫延。如同中国古代人的飞天传说一般，随着嫦娥卫星的成功发射，梦想竟成为现实！

“自媒体”这一概念最早出现在2002年丹·吉尔默（Dan Gillmor）对其“新闻媒体3.0”概念的定义中，“1.0”指传统媒体或旧媒体（old media），“2.0”指新媒体（new media），“3.0”指自媒体（we media）。2003年7月，谢因波曼与克里斯威理斯对自媒体进行如此界定：We Media是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。美国著名硅谷IT专栏作家丹·吉尔默的专著《自媒体：草根新闻，源于大众，为了大众》（We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People），充分体现着自媒体的特点，即全民新闻报道，全民受众即时接受全民生产者新闻。在自媒体时代，个体提供信息生产、积累、共享、传播内容兼具私密性和公开性的信息传播方式，多元声音来自多元世界，自媒体有别于由专业媒体机构主导的信息传播，它是由普通大众主导的信息传播活动，由传统的“点到面”的传播，转化为“点到点”的一种对等的传播概念。总之，自媒体的特点是平民化、个性化、简易化、快捷性、交互性，人人随时接近媒体，人人随时传播信息。

似乎，这的确是一个最好的时代。

然而，自媒体时代的全民报道与草根新闻也存在明显缺陷与诸多困惑。首先，新闻真实性受到严重挑战。丹·吉尔默提出“自媒体”概念时，就曾指出，“草根新闻的兴起伴随着严重的道德问题，包括真实性和公然欺骗”。这一方面是大众没有受过专业训练，新闻报道的标准意识不强，随心所欲发布信息，不加甄别；另一方面是技术突破了惯常的新闻监管体系，新闻不论真实与否，只能在事后加以控制；更重要的是接受者成为虚假信息的二手传播者，出于对“腥星性”的热衷，转发信息时丧失了责任意识。其次，媒体可信度较低。由于新闻真实性存疑，加之报道者的草根身份，无法让自媒体在严肃的政治、经济、文化、社会生活信息传播中，成为民众信息获得的依靠与必然选择，因而造成自媒体公信力降低，很难在市场经济中发展壮大，其成功的商业运作模式也是迄今仍在艰难探索的问题。最后，自媒体会无限放大社会矛盾，激化冲突。由于自媒体完全解放了人们的媒体接近权与传播权，从政党或组织派别争

论的平台演变为众声喧哗的油锅。各色私人小隙被公之于众，加以放大，各种攻讦谩骂，如同热锅里的响油，喧闹不休，影响人们的正常生活。

似乎，这又是一个最坏的时代。

破坏了人们亲和友善的关系，那种往昔过去的好时光，令人每每在回忆中，黯然神伤。

《一本书学会新闻采写》系列丛书，正是应时之作，为这个最好的时代与最坏的时代献上一个最有力的抓手，让自媒体时代的草根新闻，变成媒体接近权与传播权大放异彩的全民专业报道。如同喻国明教授的形象比喻：全民DIY应该是专业、标准、科学、有效的DIY。

本丛书是以新闻采写为研究对象，采取旅游全攻略的架构，利用工程技术的思路，兼撷专业新闻理念与业余记者思维精粹，接轨不同行业与类型新闻采写方略，引领非专业人员进入新闻采写的奇峰异洞，细语全民专业报道中的在哪做、做什么、如何做，形塑全民DIY时代非科班出身的合格记者。

我们正在尽力去做，而做的结果却只能任由众人评判。尽管心有余，却力有不逮。但为这个瞬息万变时代的众生，奉上一个有用且高效的抓手，是而且一直将是：我们的使命与图腾！

刘建华

修改于三路居

2013年11月

（作者系中国新闻出版研究院副研究员，中国社会科学院文化研究中心博士后）

目 录

第一章 软新闻是什么? / 1	
第一节 硬新闻和软新闻与硬处理和软处理	3
第二节 软新闻的概念	6
第三节 软新闻写作的要求和原则	14
第二章 社会软新闻写作 / 19	
第一节 社会软新闻基本程式	21
第二节 社会软新闻写作方法	24
第三节 社会软新闻基本技巧	35
第四节 社会软新闻的特征和功能	37
第五节 社会软新闻注意事项	41
第三章 科技软新闻写作 / 47	
第一节 科技软新闻基本程式	49
第二节 科技软新闻写作的基本要求	53
第三节 科技软新闻基本技巧	61
第四节 科技软新闻注意事项	64
第四章 文化软新闻写作 / 69	
第一节 文化软新闻基本程式	71

第二节	文化软新闻写作方法	71
第三节	文化软新闻基本技巧	81
第四节	文化软新闻注意事项	87
第五章	娱乐软新闻写作 / 91	
第一节	娱乐软新闻的基本程式	93
第二节	娱乐软新闻写作方法	96
第三节	娱乐软新闻基本技巧	103
第四节	娱乐软新闻注意事项	111
第六章	服务性软新闻写作 / 119	
第一节	服务性软新闻的基本程式	121
第二节	服务性软新闻写作方法	123
第三节	服务性软新闻基本技巧	134
第四节	服务性软新闻注意事项	138
第七章	政治软新闻写作 / 141	
第一节	政治软新闻的基本程式	143
第二节	政治软新闻写作方法	145
第三节	政治软新闻基本技巧	158
第四节	政治软新闻应用领域	170
第五节	政治软新闻注意事项	180
第八章	经济软新闻写作 / 183	
第一节	经济软新闻的基本程式	185
第二节	经济软新闻写作方法	193
第三节	经济软新闻基本技巧	196
第四节	经济软新闻应用领域	200

第五节	经济软新闻注意事项	210
第九章	法制软新闻写作 / 217	
第一节	法制软新闻的基本程式	219
第二节	法制软新闻写作方法	222
第三节	法制软新闻基本技巧	230
第四节	法制软新闻应用领域	242
第五节	法制软新闻注意事项	244
第十章	生态软新闻写作 / 249	
第一节	生态软新闻的基本程式	251
第二节	生态软新闻写作方法	254
第三节	生态软新闻基本技巧	263
第四节	生态软新闻注意事项	269
第十一章	公关软新闻写作 (上)(政府公关) / 275	
第一节	公关软新闻的基本程式	277
第二节	公关软新闻写作方法	282
第三节	公关软新闻基本技巧	289
第四节	公关软新闻应用领域	297
第五节	公关软新闻注意事项	304
第十二章	公关软新闻写作 (下)(企业公关) / 307	
第一节	公关软新闻的基本程式	309
第二节	公关软新闻写作方法	313
第三节	公关软新闻基本技巧	316
第四节	公关软新闻应用领域	319
第五节	公关软新闻注意事项	324

第十三章 广告软新闻写作 / 327

第一节 广告软新闻的基本程式329

第二节 广告软新闻写作方法332

第三节 广告软新闻基本技巧336

第四节 广告软新闻应用领域341

第五节 广告软新闻注意事项349

后 记 / 352

第一章 软新闻是什么？

YIBENSHU XUEHU JI RUANXINWEN NIEZUO

第一节 硬新闻和软新闻与硬处理和软处理

一、硬新闻和软新闻

新闻，可以分为两大类，即“硬新闻”和“软新闻”，两个术语都来自西方新闻学。

20世纪90年代中叶，随着都市新闻传媒的崛起，大众传媒逐渐向新闻本位回归，新闻传播实践不断深入，于是，赋予了这两类新闻明确的内涵：硬新闻是指时效性强的事件性的新闻；软新闻是指时效性相对较弱的非事件性的新闻（《都市新闻传播学》第107页，中国社会科学出版社，2001年）。这两个定义是从时效性、事件性两个特点来规定硬新闻和软新闻的本质属性的。时效性强是指新闻必须及时报道，否则就会变得毫无价值；时效性弱则是指对报道的及时性要求不严的新闻。事件性是指新闻事实发生在特定的、具体的时空，有明显的发生、发展过程，具有事件的独立性和过程的完备性；而非事件性则是指新闻事实是片断性的，甚至是抒情性的、理论性的、抽象性的，等等，往往单独写其中一个难以成篇。

列宁曾说：“所有的定义都只是有条件的、相对的意义。”因此，不要说一个不明确的概念，即使是一个明确的概念，它的内涵也可能随着客观事物的发展变化而变化。

如果将“硬新闻”简单地理解为“事件性新闻”，把“软新闻”简单地理解为“非事件性新闻”。这样界定，虽然比较简明，但也很难说非常严谨。究竟怎样下定义更科学更准确，还可以继续商榷。好在本书研究问题，不是从抽象的定义出发，而是从客观实际出发。有一点可以肯定：这里讲的“软”和“硬”，不是指新闻内容上的软和硬（也不是指政治上

的左与右、思想上的是与非、情趣上的高与低),而是指事实上的软与硬以及报道时效的缓与急。

硬新闻与软新闻之间的联系:都是新闻;新闻价值的诸种要素(如时间性、重要性、接近性等)都起作用。

二者之间的区别:

1. 要求重点不同

硬新闻重在迅速传递信息,强调时间性,多为动态新闻和现场报道。软新闻重在引起读者兴趣和情感呼应。尽管新闻价值和诸种要素都起作用(特别是时间和重大性),但硬新闻要求的程度较高,软新闻要求的程度相对较低。

2. 写作方面不同

硬新闻有一定之规(在大多数情况下沿用倒金字塔结构);软新闻则不拘一格。硬新闻直截了当,简明扼要,形式简练,具有直接性;软新闻样式复杂,细节描写和记者感情色彩占据重要地位,具有间接性。

3. 新闻导语不同

硬新闻将最重要的事实放在最前面,要求开门见山,一语中的,概括新闻的中心。软新闻导语则不拘一格,有较大的宽容性。

硬新闻是易碎的,时间性是第一位的。软新闻的“软”不是指“软绵绵的故事”,而是指在时间性、重要性方面不如动态新闻那样“过硬”。

其实,除了“硬新闻”和“软新闻”以外,还有“硬中有软”、“软中有硬”这两种“软硬兼施”的新闻——这也正是“硬新闻”与“软新闻”只能看作是一对“反对关系”的概念,而不能看作“矛盾关系”的原因。应该说,这样的定义和分类是严谨、缜密的。因此,本书既介绍软新闻的写作方法,又穿插讲述“硬新闻软处理”的写作方法。

二、硬处理和软处理

传统说法认为,硬新闻主要报道重大事件,软新闻报道非事件性或不重大的新闻。其实不尽然。

小贴士

一个重大事件同样可以写成软新闻。例如：1963年11月23日合众国际社记者梅丽曼·史密斯在达拉斯目击肯尼迪遇刺，肯尼迪遇刺是一个重大的动态事件。但梅丽曼·史密斯将这个重大事件以特写的形式处理，同样属于软新闻的范畴。

梅丽曼·史密斯将肯尼迪总统被刺这一重大事件以特写形式处理的现象，只要稍加考虑，我们就不难看出，用特写形式并未降低肯尼迪遇刺事件的重要性，相反，它通过增强趣味性更加强化了受众对其重要性的认识。

虽然用特写报道肯尼迪遇刺事件并未降低其重要性，但也应看到，用特写报道与用倒金字塔形式报道肯尼迪总统遇刺事件效果存在一定差异，但这种差异是由于报道形式的差别引起的，绝非新闻内容的重要性改变所引起的。为此，本书引入“硬新闻软处理”和“软新闻硬处理”两个概念，以区别这些差异。由此不难看出，用特写报道肯尼迪遇刺事件，属于硬新闻软处理。

综上所述，硬软新闻与国内的动态新闻、评述性消息、经验性消息等是按不同标准对新闻进行的分类，新闻文体是新闻内容的表达形式，软硬处理是新闻的表现手法，它们是完全不同的概念，将这些完全不同的概念不加区别地统统归入一个框架，只会徒增混乱。当然，在实际操作中，新闻内容与文体、表现手法之间存在一定的关系。虽有法可依，但法无定法。为更好地处理硬软新闻与新闻文体、表现手法的关系，本书将从新闻内容入手，分门别类地介绍软新闻的写作方法。

小贴士

硬题材的新闻虽然力度大，但往往因缺少可读性而不为读者所接受，影响了宣传效果。如何让读者接受？就是把硬题材软处理。例如：写经济报道和企业报道往往是干巴巴的，离不开数字。但是，如果能有给人耳目一新的标题，或者是深入浅出的文字，受众就能被吸引住了。

第二节 软新闻的概念

一、软新闻的含义

究竟什么是“软新闻”？

所谓“软新闻”，是与“硬新闻”相对应而存在的。时下社会上普遍有一种看法，认为党报、国家主流媒体文章讲大道理多，官话多，说教的东西多，缺少可读性、吸引力、贴近性，一句话——硬。后果是读者减少，发行、广告下降，影响力下降。而都市类媒体却以服务性的文章多，知识性的、与人民群众贴近的新闻多，可读性强，发行量飙升，广告客户越来越多。

从本书的体例安排来下定义，软新闻是指可读性较强、易被读者接受的新闻，向受众提供娱乐、开阔眼界、增长知识、陶冶情操，形式上通俗，注重趣味性。即那些人情味较浓、写得轻松活泼、易于引起受众感官刺激和阅读视听兴趣、能产生即时报酬效应的新闻。在写作动机上，以调动读者的阅读兴趣为目的；在表现手法上，则讲求轻松、活泼和吸引人。软新闻指的是新闻事实上的软，样式灵活，不拘一格，细节描写占据重要地位，在写法上通常都是采用描述性的，文字优美，故事情节强一些。

一些主流媒体的记者习惯写时政性的报道、宏观性的报道、批评性的报道、问题性的报道，认为此类报道有力度，在社会上有影响。在一个较长的时期，在报纸版面上软新闻所占的位置很可怜，就像餐桌上临时加的两碟小菜，只是陪衬。随着观念的转变，现在的情况不一样了。软新闻走入大雅之堂——《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》等中央级党报上都出现了不少软新闻，多次在头版头条位置刊登一些有品位、有价值、受读者欢迎的软新闻。

软新闻也有很多是事件性的，时效性很强，更符合新闻要素的要求。需要注意的是，软新闻虽然事件性新闻多一些，能引起读者兴趣，但不能有闻必录，更不能为追求报纸卖点而迎合某些读者的低级趣味。软新