

汪言海 著

新闻

采写十五讲

XINWEN CAIXIE SHIWU JIANG



——一位老新闻的独门秘诀，一位老记者的经验之谈。
——一位老编辑的心得体会，一位老教授的解惑之策。

——王彦（安徽日报社编委、经济新闻中心主任、高级编辑）



时代出版传媒股份有限公司
安徽文艺出版社

XINWEN
CAIXIE SHIWU JIANG
新闻采写十五讲

汪言海 著



APCTIME
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
安徽文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻采写十五讲/汪言海著. —合肥:安徽文艺出版社,2013.8
ISBN 978-7-5396-4538-4

I. ①新… II. ①汪… III. ①新闻采访②新闻写作
IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 091981 号

出 版 人:朱寒冬

策 划:张 堃

责任编辑:刘姗姗 王婧婧

装帧设计:徐 睿

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 www.press-mart.com

安徽文艺出版社 www.awpub.com

地 址:合肥市翡翠路 1118 号 邮政编码:230071

营 销 部:(0551) 63533889

印 制:安徽星火印刷公司 (0551)65146875

开本:710×1010 1/16 印张:16.5 字数:320 千字

版次:2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

定价:33.00 元

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社联系调换)

版权所有,侵权必究

序

芮必峰

老实说,为汪言海先生的著作写序,我有些诚惶诚恐,因为在我心目中,他不仅是新闻界前辈,而且是我尊敬的业界导师(我一直认为,专职从事新闻学教学和研究的人,不论自己有没有新闻工作实践,都必须有心目中的业界导师)。从上个世纪80年代中期开始,我就关注、学习《安徽日报》上他的各种体裁的新闻作品,并常常引作教学案例。

与汪言海先生相识,始于上世纪90年代中期一同为通讯员讲课。我俩搭档,他讲新闻采写,我讲新闻理论。得知他竟是安大1965年数学系老校友,我很惊讶。前辈、师长加校友,自那以后,我们建立了忘年交。不久,我邀请他为我们学生做一次讲座。记得那晚,一些老师也闻讯赶来,听讲的师生把偌大的阶梯教室挤得满满的。我还请他为2002级研究生做过编辑学的讲座。2003年8月,安大聘他为新闻学院的兼职教授,请他为新闻研究生开一门《新闻采写专题》课。一个星期后,他报来了教学方案,我看了有眼前一亮的感觉,不仅各个专题设置循序渐进、合理科学,而且案例鲜活、联系实际、“实战”性强,学院很快通过了。一个月后,他登上了讲台。

总共算来,汪言海先生给我们开了三届研究生、一届研修班的课,还给专升本班开了一学期的新闻评论课。学生一致反映他讲课认真,案例丰富,批改作业细致。我曾查看过他为学生批改的作业,印象深刻的是一篇800字的消息,他给的批语有1000多字。研修班的学生来自现职的新闻单位,听课选择性强,但他的课是听课率最高的课程之一。

2008年,汪言海先生出版了《新闻的背后》一书,我觉得这是我省新闻业务论著中的力作。此书出版后果然受到欢迎,印刷了两次。2012年6月,他又从电子邮箱里给我发来了他的新著——《新闻采写十五讲》书稿,征求意见。原来,他把《新闻采写专题》课的讲稿变成了书稿。先生在我省新闻界已事业有成,按说,退休后可以安享晚年了。可是他不。他告诉我,他一辈子从事新闻工作,现已年过七旬,要抓紧总结自己的新闻人生,给世人留下一点精神产品。

翻阅整个书稿,我的总体感觉:脉络清晰、逻辑严密、内容丰富、案例典型,是

我见到的最具实用价值的新闻论著之一。30年的新闻教学生涯,使我觉得我们的新闻学教材中普遍存在“上不着天,下不着地”的问题,即史论缺乏高度,采写等应用教材不接地气。《新闻采写十五讲》无疑对这种缺陷起到了部分弥补作用。

阅读书稿过程中,我特别对老一辈新闻人可贵的品格感到由衷的敬佩。

——深入的采访作风。新闻作品的说服力和感染力从哪里来?来自会说话的事实;会说话的事实从哪里来?来自深入的采访和调查研究。这些《新闻采写十五讲》中都有答案。汪言海先生,为调查包产到户,吃住在农户,访问120个农户,收集4200个数据。我们年轻的新闻人可以扪心自问,你能做到吗?《新闻采写十五讲》告诉我们,浮躁之心要收一收了,伸手要资料的习惯要改一改了。数字时代,也需要跑新闻。我们要向汪言海学习,扎扎实实沉下去,真正写出原生态的新闻作品。

——精湛的业务能力。据我了解,汪言海先生是我省新闻界难得的多面手,消息、通讯、深度报道都写得很好,还是成果丰硕的新闻评论员。《新闻采写十五讲》中一个个专题课显示,他掌握了新闻十八般武艺。在第一讲中,他根据自己的新闻实践感悟出的“告知说”,其实是在躬行中对新闻报道基本功能的心得。深入的采访作风和精湛的业务能力与自觉贯彻这一心得也不无关系。理论和实践从来是一个问题的两个面,真正的理论源于实践,自己信奉的理论又能真正指导实践。

——强烈的责任心。这是新闻人最重要的品质。这一点书稿给我留下最深刻的印象。记者是什么人?记者是社会的守望者。他的职责是通过自己的报道,为公众利益服务。因此,记者的职责是守望公平和正义。记者的文章可以不完美,但绝不可缺少责任心和社会良知。有了这种价值观,记者才能在工作中抵制各种诱惑,坚韧不拔、百折不挠。在这个问题上,我们现在的一些年轻记者尤其需要向老一辈新闻工作者学习。

总之,《新闻采写十五讲》是一本让人长知识、实用性很强的书,是我省又一部新闻业务论著中的力作,我相信它会受到新闻学子和新闻工作者的欢迎。

以上是我读此书稿后的一点感悟。应邀权为序。

2012年8月29日于安徽大学龙河校区

(作者系安徽大学新闻传播学院院长、新闻学博士)

前言

我退休后,经安徽日报报业集团领导的推荐,被安徽大学新闻传播学院聘请为兼职教授,给新闻学研究生开了一门名为《新闻采写专题》的课。研究生课大都没有教材,老师各搞一套。这对于我来说,是一个挑战。问题还在于备课的时间仓促。从8月初接受任务到9月初登上讲台,只有一个月时间。这一个月是我“恶补”的时间(后来,我还旁听了一学期芮必峰院长的新闻理论课),同时,系统地总结我三十几年的新闻实践,在理论与实践相结合的基础上,我设计了带有提高性的十几个专题。

我之所以能在一个月内完成教学准备工作,与我平时的积累有关:其一,我原本是学数学的,阴错阳差地从事新闻工作后,自觉先天不足,因此我在工作的过程中,注重学习新闻理论,并致力于实践;其二,我经常应邀为通讯员讲新闻采写课,主要对象是省直各机关和各地市县,达百余场次。每次,我都认真备课,积累了数量可观的讲稿,为我备课提供了参考资料。

一些学生对我的课程很感兴趣,讨要讲稿,也有朋友劝我将在安大的讲稿整理出书。我自知,讲稿与书稿有很大的差距,犹豫再三后,于2008年出版了《新闻的背后》一书,围绕57篇有代表性的新闻作品(包括系列报道),以讲故事的方式和自我回顾、点评的方式,讲述采写之道。不想还颇受欢迎,印刷了两次。这使我受到了鼓舞,促使我继续总结我的新闻人生,这是我乐意做的事。2012年上半年,在身体允许的情况下,我对4个学期形成的讲稿进行整理和修改,按新闻采写应有的逻辑,形成了目前十五个专题的书稿。书稿保留原来讲课的框架,又充实了一些新闻界新近发生的事实,保留讲稿中口语化、通俗化的特点。这样做的目的,在于使本书的专业水平不仅能适应新闻学子和新闻工作者的需求,还能使一般的通讯员也喜欢。

一个人的新闻实践总是有限的。因此,我在教学中,除了讲自己的实践外,还挑选了新闻学上一些著名的案例。但总的看来,自己采写的案例较多,因为自己亲历的东西写起来顺手。这就造成了这本书中的少数案例与《新闻的背后》一书中重复的现象。就像事物有多个侧面一样,一个案例可以从多个角度去解读。在本书中,所有的案例都是为专题服务的,一个专题要用

很多案例去解读;而在《新闻的背后》一书中,则是解读案例,一例一解读,多数是取其一点。就是说,虽然案例相同,在两本书中解读的角度不尽相同。但不论怎么说,书中有“曾经相识”的东西总是一件憾事,只能敬请读者谅解。

如果这本书,能对新闻学子、新闻从业人员和通讯员有所启迪的话,将给我的晚年生活增添更多的幸福和快乐。

最后,再次感谢安徽日报报业集团领导和安徽大学新闻传播学院给我提供的平台,使我有了一个重新学习的机会,也使我能更多地接触朝气蓬勃的年轻人,感受他们的青春活力。对于一个退休老人来说,这是非常重要的。

汪言海

2012年5月26日于合肥

序(芮必峰) / 001

前 言 / 001

第一讲 新闻采写导论

——我的“告知说”

“告知说”解读 / 001

用什么告知? / 009

怎样告知好? / 010

第二讲 新闻是跑出来的

——一谈新闻发现

24年前的一次“走基层” / 019

新闻价值分析 / 025

结论:脚板底下出新闻 / 027

第三讲 新闻线索发现的路径

——二谈新闻发现

什么是新闻线索? / 029

固定型新闻线索 / 030

再生型新闻线索 / 031

随机型新闻线索 / 033

朋友型新闻线索 / 036

第四讲 掌握发现的招数

——三谈新闻发现

第一招:“七新”法 / 038

第二招:反常法 / 041

第三招:比较法 / 042

第四招:观察变化法 / 043

第五招:兼听争论法 / 044

第六招:转变思维定势法 / 046

第七招:跟踪法 / 048

目 录

第五讲 新闻发现力从何而来？

——四谈新闻发现

从“炒花生”报道看眼力 / 049

眼力源于胸有全局 / 051

眼力还源于丰厚的积累 / 054

记者的“知识圈” / 058

做“拾穗”的老妇 / 060

第六讲 记者要有亲和力

从李素丽的亲和力谈起 / 064

从四个案例看记者的亲和力 / 066

“主体”加“两翼”构成记者的亲和力 / 069

采访生活化是亲和力的一种境界 / 070

添加砝码,不使天平的两端失衡 / 071

尊重现代人五种需求的规律 / 073

第七讲 记者的思维要创新

开头语:打破思维定势 / 090

突破模式闯新路 / 092

冷饭炒好味亦香 / 093

“我要和你不一样” / 094

应酬之中抓“活鱼” / 095

“冷门”也出好新闻 / 096

跟踪“旧闻”出新闻 / 097

间接采访出名篇 / 098

写小人物亦风流 / 099

小事写出大文章 / 100

说个“不”字又何妨 / 101

第八讲 挑选好“统兵之帅”

——关于提炼主题的几个问题

从一个事例说起 / 103

主题是“帅” / 104
名篇是“炼”出来的 / 106
提炼主题“四要求” / 108
关于“主题先行论”的讨论 / 116

第九讲 写好消息是记者的基本功

消息写作是很多记者的软肋 / 117
消息结构图解 / 121
把最重要的事实放在前面 / 125
用事实说话是消息写作的最大特点 / 131
选择会说话的事实 / 134
当一回“考生” / 138

第十讲 消息写作创新初探

消息写作在探索中创新 / 141
评析三篇消息写作创新的探索 / 144
 案例一评析：跳笔行文的写法 / 145
 案例二评析：工作性消息写出现场感 / 147
 案例三评析：借鉴华尔街日报体 / 150
发展趋势：人性化、生活化和视觉化 / 151

第十一讲 写出群星璀璨的时代

——关于人物通讯写作的几个问题
写出具有时代精神的人 / 154
写出人物的精神境界和思想风貌 / 155
在矛盾和冲突中展示人物 / 159
写出“这一个” / 161
与先进人物息息相通、水乳交融 / 163

第十二讲 调查报告与西方的调查性报道

我们的调查报告 / 174
调查要客观、全面、公正 / 175
西方的调查性报道与“冰山理论” / 179

调查性报道在中国的崛起 / 181

坚持责任感与理性的批判思维 / 182

第十三讲 掌握说理的艺术

——关于新闻评论写作的几个问题

新闻评论及其地位和作用 / 194

选题从哪里来 / 197

立论要有新意 / 202

论点、论据和论证 / 206

常见的几种论证方法 / 211

新闻评论的文风 / 217

第十四讲 努力把报道写得深一些

——关于深度报道的几个问题

从三篇具有深度的短新闻说起 / 223

新闻学研究的深度报道 / 226

深度报道是社会的需求 / 227

深度报道的种类 / 229

写好深度报道的“汪氏公式” / 230

采写深度报道必备的素养 / 232

第十五讲 责任心:新闻人最重要的品质

——从一个案例说起

责任心驱使我调查包产到户 / 244

巨大压力下的采访 / 245

调查报告死里逃生 / 247

我为什么冒险调查包产到户? / 248

小结:做一个大写的“人” / 250

第一讲 新闻采写导论

——我的“告知说”

我是从自己 40 多年的新闻工作实践,特别是长期从事记者工作的实践来感悟新闻这门理论的。在这本书里,我的“新闻采写导论”自称为“告知说”,其框架是自问自答的三句话,然后加以阐述。

“告知说”解读

“告知说”解读:从传播者的角度来看,新闻就是媒体告诉受众关注的一件事。

什么是新闻?这是一个很难讲得清的问题,国内外学者众说纷纭。新闻的定义,安徽大学新闻传播学院院长芮必峰教授曾统计过,有 72 种。有西方“反常说”,主张正常的都不是新闻,反常的才是新闻,如“狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻”,如果去掉猎奇、刺激的意思,对发现新闻还是很有好处的;有“事实说”,如范长江的“新闻就是广大群众欲知、应知而未知的事实”;有“报道说”,如陆定一的“新闻是新近发生的事实的报道”,很经典,但有人修正为“新闻是新近发生或发现的事实的报道”;还有“事情说”,如美国密苏里新闻学院前院长莫特的“新闻是最近报道的事情”;有“传播说”,如王中教授的“新闻是新近变动的事实的传布”;有“手段说”,如甘惜分的“新闻是报道或评述最新的重要事实以影响舆论的特殊手段”;有“信息说”,如宁树藩的“新闻是经报道(或传播)的新近事实的信息”;有“变动说”,叫新闻就是变动着的事实。芮必峰教授下的定义是:“从本体论着眼,新闻就是人在社会实践中经验并关注的新鲜事实”,属事实论。

世界上的许多事情就是这样奇怪,有的可以定性定量地把它说清楚,如数学、物理学中的定义、定理,对事物的描述是很准确的,多一个字不行,少一个字也不行。但有些事情,看似简单,可要准确地讲清楚就不那么容易。比如,什么是桌子?可以从用途上讲,可以从材料上讲,可以从形状上讲,等等,很难讲清楚。新闻就是这样,它属社会科学,是一门历史的、动态的、发展着的科学,每一

种定义都有它的道理,都是相对真理,都是一种有益的探索。新闻还不是一门十分成熟的科学,就像美学,什么是美,也是众说纷纭,有“美在形式说”、“美在理念说”、“美在典型说”、“美在生活说”,还有“真就是美说”,等等。新闻的最终定义,我看一靠新闻事业的成熟发展,二靠新闻工作者和研究人员的睿智,完成它是一个历史的过程。

什么是新闻,可以从不同的角度去研究它,就像古人看山那样“横看成岭侧成峰,远近高低各不同”。芮必峰教授是从哲学的高度,从本体论的角度来研究新闻的,我则是从一个记者或传播者的角度来理解新闻的。什么是新闻?从传播者的角度来看,新闻就是媒体告诉受众关注的一件事。这就是我的“告知说”。

新闻就是这么简单,并不神秘,就是告诉人家一件事。告诉人家一件事谁不会呢?只要你会说话。农村里的一些“包打听”和“长舌妇”,整天东家长李家短的,什么“老张家的媳妇与婆婆吵架啦”、“李家的媳妇二胎又生了一个女娃,一家人气得不说话,媳妇睡在床上哭得稀溜溜的”。这些在一个村庄里就是新闻,但不是现代意义的新闻,也不是大众传播。当然,它也是一种传播。从这个意义上讲,搞新闻的人不一定文化程度很高,我们安徽日报社的一些名记者,一开始就是小学或初中文化程度,从写黑板报开始新闻生涯的。

告诉人家一件事,事情有大有小。有天大的事,如上世纪1969年7月20日,美国“阿波罗”号载人飞船登月,轰动全球;21世纪初,美国的“9·11”事件,是改变国际形势的大事件。有时间跨度大、地域大的大题材,如《五亿农民初尝民主直选》(写村民自治)、《历史的审判》(写审判“四人帮”)、《驯水记》(写全国治水)等大事件、大题材。也有告诉人家关于小人物、小地方的小事情,如全国获奖作品《会计怀疑我油壶小》和《谁见过这样的“五保”户》等。大事情,你可以写“三万里河东入海,五千仞狱上摩天”式的庄严雄伟的题材;小事情,你可以写“小荷才露尖尖角,早有蜻蜓立上头”式的轻松愉快的题材,如下面要讲到的《少走几步路 获奖一千元》、《天鹅动“凡心”》等。但不论大小,不论庄严还是轻松,新闻都是媒体告诉受众一件事。

新闻就是告诉受众一件事,如果是事件性新闻、社会新闻,比较容易理解;如果是非事件性新闻、工作性新闻,有人就难以理解了。事实上,从广义的角度来看,仍然是告诉受众一件事。比如,获中国新闻奖三等奖的《西出阳关好风光——巢湖地区与西北地区经济协作纪实》是一篇工作通讯,但它告诉人们的也是一件事:巢湖地区是怎样抓住机遇与西北地区进行经济协作的。

一些题材大、跨度大的事情,包含有较多的具体的人和事,只是大事情与小

事情、整体与局部的关系,绝不是并列的关系。因此,从总体上看,它仍然是告诉受众一件事。一些通讯员在稿件中写了很多事情,像工作总结,面面俱到,流水账,由于找不到一件大事情或一个思想来统帅这些具体的事情(这里有一个提炼主题的问题,需要专门讲),使这些具体的事实(有的是很好的事实)像断了线的珍珠一样,串不起来,形不成一条珍贵的“项链”。因此,我与通讯员研究稿件,常常提出这样的问题:你到底告诉受众一件什么样的事?而且这件事最好能用一句话的标题概括出来,如果做标题犯难了,那你就得重新考虑:你的稿件是否明确地告诉受众一件事。

这里要强调四点:

一是强调一件事,而不是多件事,叫“一事一报”。就是一篇报道中,不能告诉人家很多事,只告诉一件事。有时候在“一事一报”中,还要选择最佳角度,叫“独取一侧,勿及其余”。当然,也有“一事多报”的,多角度地告诉受众一件事,叫系列报道;按照事物发展进程不断进行报道的,叫连续报道。

二是强调一件事是广义的,包括一个观点、思想、倾向、问题、经验、信息等。“何人”,也是广义的,可以是具体人,也可以是由人组成的主体,一个单位、一级领导、一个法人、一个团体、一个政党、一个国家等,就是行为主体。如2000年4月1日温总理在《求是》杂志发表了题为《关于发展社会事业和改善民生的几个问题》的文章,中新社把文章中最具新意的观点拎出来编发了一篇报道,题为《温家宝就分配改革制度撰文表示:形成中等收入占多数的橄榄型格局》,这篇报道就是传达一种观点。中等收入者,国外叫“中产阶级”。社会学研究表明,一个国家,只有中产阶级占多数,最有钱的和穷人占少数,即两头小、中间大,呈橄榄形,这个国家才会长期稳定。

三是强调告诉受众一件事,必须把这件事发生的时间、地点、涉及的人物及来龙去脉写清楚,即何时、何地、何人、何事、何因,这就是新闻学上的新闻五要素,西方新闻学叫五个W,后来又增加了一个要素叫如何,回答怎么样,是什么的。新闻,不一定要五要素或六要素俱全,但关键的要素是不能缺少或模糊的。有例为证:

据第六届中国新闻奖的评委介绍,消息《上海家化公司好气魄 1200万元买回美加净》,就是因为时间要素的缺失和模糊,有可能被评为一等奖的,而被评为二等奖。消息说:

曾经是中国化妆品第一品牌的“美加净”化妆品牌,4年前曾“卖”给一家著名合资企业经营,现在又被原主——上海家化联合公司以每

年支付 1200 万元人民币的代价“买”了回来。到昨天为止,重归上海家化的“美加净”销售额已突破 1.2 亿元。

评委在评议中认为,这里的“现在”显然不是指稿件的见报之日,买回究竟是什么时间,受众无从知晓。在这里,时间要素的缺失或模糊,毫无疑问是重大缺陷。

请大家再看下列报道:

两角钱的尴尬

2 月 12 日,元宵节。在省城某中学任教的刘女士,高高兴兴地骑车来到一家大型超市。她将车停到指定位置,转身进了超市。

一个多小时后,刘女士兴冲冲地拎着一大包东西从超市出来,刚到自行车旁,看车的老太太走上前来,要刘女士交两角钱停车费。刘女士一摸衣袋:坏了,身上零钱被用了个精光。她拿出 50 元钱递给老太太,老太太说找不开。刘女士便对老太太说:“老人家,我下次来补交好吗?”老太太头摇得像拨浪鼓,坚决不放行。刘女士只得到附近店铺兑换零钱,可转了一圈也换不来零钱。无奈之下,刘女士只好返回超市,买了一块手帕,权当兑换零钱,这才交上了两角钱停车费。

问起老太太为何不同意刘女士以后补交停车费,老太太大倒苦水:“很多人都说下次来补交,可我从没收到他们补交的钱。尤其是一些人为了不交停车费,经常故意拿出大额的钱为难我,我不敢相信他们说的话。”

(原载 2006 年 2 月 19 日某报《社会公德》栏目)

这篇报道,题材小,但主题大,以小见大,反映了当前社会中一个最重要的问题:诚信的缺失,令人深思。但缺少两个要素:地点和人物。地点:省城“一家大型超市”,省城的大型超市太多了,不下几十家;人物:“省城某中学任教的刘女士”,省城的中学也是几十家,到哪儿去找呢?新闻要有可核实性,打电话或写信,能够找到当事人。但这条新闻你是无法核实的。尽管这篇稿件写得很好,但人们有理由怀疑稿件的真实性问题。我还有一个疑问,就是进超市买东西,除了刷卡,一般都要找零的,而刘女士是否刷卡,报道中没有交代。另外,“老太太头摇得像拨浪鼓”的描述,不妥,带有贬义。

四是强调“受众关注”。这是最重要的了。

我们天天接触到的人和事太多了,不可能事事都报道,因此要进行选择。选择的最重要标准就是“受众关注”。这种选择取决于记者的眼力,显示记者的政治水平、政策水平、知识水平和业务水平。

新闻的选择,谁在选择?看似记者在选择、编辑在选择、媒体在选择,其实,最终是受众在选择。因为新闻是一种特殊的商品,有价值,受众是这种商品的消费者,因此,受众具有最终的选择权。在媒体激烈竞争的情况下,这种选择对媒体而言,是生死攸关的。不满足大众的需求,他有权不买你的,就是不看、不听。因此,记者采写新闻,第一位的要研究了解受众关注什么,树立“为受众而写”的观念。根据“受众关注”的要求,我们的媒体必须进行一个根本性的转型,即从以传者为中心向受众为中心转变。这个转变正在进行中。这是历史性的进步。

受众关注的具体标准就是新闻价值五要素:重要性、时新性、显著性、接近性和趣味性。这是经典的标准,不过时的。问题在于怎样把它具体化。

一、重要性

重要性是指新闻事实具有震撼人心、能在某种程度和范围产生较大影响的那种特征。比如温家宝在全国人大会上宣布,2006年在全国农村免征农业税,结束了2600年皇粮国税的历史,备受全国农民的关注。2000年3月22日,安徽省委和省政府《致全省广大农民朋友的一封信》,宣布了16条惠农政策,而且很具体,这对安徽5000多万农民来说,其重要性不言而喻,所以《安徽日报》一版头条位置刊登了这条新闻。重要性是受众关注中的核心要素,我们在进行选择时,首先要抓住这个要素。重要性包括了我们通常所说的思想性、指导性、针对性等要求和内容。受众的关注程度与新闻的重要程度成正比。

二、时新性

时新性包含两个内容:

一是时效性,即新近发生的新闻事实,受众才关注,受众不关注陈芝麻烂谷子一类的事。芮必锋教授在讲课中举了这样的例子,如果一个门卫说:“同志,请注意安全,昨天这儿汽车撞死一个人。”马上就引起了人的警觉。如果他说:“同志,请注意安全,10年前这儿汽车撞死过一个人。”人们听了会怀疑这个门卫的脑子有毛病。一位同志花很大精力采写一篇稿子叫《一个“老治淮”的歌》,我一看,文中主要写“老治淮”过去的事,受众不会关注五六十年以前一个普通人的事,当然不能用。如果写“老治淮”的新奉献,过去的事作为背景材料来写,而且成就突出的话,就有时新性了。也就是说,受众的关注度与登载时相隔的时间成反比。现在,电台、电视台经常在新闻节目中插播“刚刚收到的新闻”。至于网上的新闻,则是以分秒为计时的“滚动播出”。在“时间就是效率,时间就是金

钱”的条件下,新近发生的事实若得不到及时传播,其新闻价值将大打折扣,有的甚至丧失。新闻的时效性作用到底有多大,可以用一个例子来说明。1948年10月,蒋介石为了挽救自己日益崩溃的局面,得知共产党中央所在地兵力空虚的信息后,想偷袭石家庄和西柏坡,以鼓舞国民党官兵的士气。毛泽东得知这一情报后,立即先发制人,亲自写了一篇消息《华北各首长号召保石沿线人民准备迎击蒋傅军进扰》,同时调兵遣将做准备。蒋介石、傅作义见阴谋败露,偷袭无望,只好撤兵。一条新闻配合其他措施,令10万大军撤退,作用何其大!原因在于时效。如果迟发一两天,可能就是另外一种情况了。

二是新鲜性,即题材新鲜,过去没有听说过的,有新意的。这里需要讲的一点是:事件虽然发现晚了,但事件本身鲜为人知,且受众关注。这样的情况,找个新闻由头仍然可以写出有影响力的新闻。大家知道,有关唐山地震的详情被保密了很多年,直到党的十一届三中全会之后,恢复了实事求是的思想路线,在1979年11月中国地震学会成立的报告里,才第一次宣布那次地震死亡24.2万人、重伤16.4万人。敏感的新华社记者从上万字的报告里,把死伤数字从中摘出来,以地震学会成立为由头,发了一篇短新闻,引起了全社会的关注。这叫新近发现的事实,也具有新鲜性。这是新闻学上“怎样救活迟到的新闻”的一门学问。

三、显著性

显著性是指被报道人和事的知名度问题,知名度越大,其新闻价值就越大。平常人涉嫌偷税漏税不是新闻,但歌坛明星毛阿敏曾涉嫌偷税漏税就是新闻了。平常人下水游泳不是新闻,但1966年7月16日毛泽东在武汉畅游长江,就是一条重大的政治新闻。消息向世人宣布:毛泽东虽年近七旬,但身体非常健康。

西方新闻学流行两个公式:

平常人+平常事=受众关注度为零。

不平常人+平常事=新闻。在全国“两会”上,一些明星代表的服饰也成了一些都市报记者的报道对象。

平常人坐民航飞机,是平常事,不是新闻。上世纪80年代初,当时的国务院总理赵紫阳有一次从广州坐民航客机回北京,新华社就发了新闻。

当然,也不是平民百姓就永远成不了新闻人物,从上述两个公式中还可以派生出这样的公式:

平常人+不平常事=新闻。

比如,常人游泳不是新闻,但七旬老人参加冬泳,这是一件不平常的事,就是新闻了。上海某房管所的水电工徐虎是一个平常人,因为他十几年来不仅为周