



新闻实战高级教程

XINWEN SHIZHAN GAOJI JIAOCHENG

罗庆学 著

图书在版编目(CIP)数据

新闻实战高级教程 / 罗庆学著. — 武汉: 湖北人民出版社, 2021.10
ISBN 978-7-216-10288-9

I. ①新… II. ①罗… III. ①新闻学—教材 IV. ①G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第182329号

责任编辑: 黄 军
 杨晓方
封面设计: 董 昀
 晓 刘
责任校对: 范承勇
责任印制: 肖迎军

出版发行: 湖北人民出版社
印刷: 武汉邮科印务有限公司
开本: 787毫米×1092毫米 1/16
字数: 373千字
版次: 2021年10月第1版
书号: ISBN 978-7-216-10288-9

地址: 武汉市雄楚大道268号
邮编: 430070
印张: 23.5
插页: 2
印次: 2021年10月第1次印刷
定价: 68.00元

本社网址: <http://www.hbpp.com.cn>
本社旗舰店: <http://hbrmcbs.tmall.com>
读者服务部电话: 027-87679657
投诉举报电话: 027-87679757

(图书如出现印装质量问题, 由本社负责调换)

源于新闻，高于新闻

——张昆

（系中央民族大学新闻与传播学院特聘院长，华中科技大学新闻与信息传播学院原院长、博士生导师）



罗庆学，1971年10月生，中共党员，高级记者，三峡大学教授、硕士生导师，三峡大学媒体战略与文化传播研究中心主任。湖北省青联委员，湖北省十杰记者，宜昌市记协副主席，宜昌杂文学会副会长，宜昌市侨联常委，知名评论员。三峡商报传媒公司原执行董事、总经理、总编辑。参与创办并主持《三峡商报》新闻工作25年，提出“活动办报”理念，创意策划新闻活动近千场，主持的《三峡商报》被评为“中国地市报十强”。发表各类业务论文100多篇，获省级以上新闻奖和新闻论文奖200多次，策划并参与三峡大江截流、汶川大地震、北京奥运会等重特大报道。在人民网、新华网、新浪网、凤凰网等网站发表网络评论近千篇，综合阅读量过亿次，文章被《人民日报》（海外版）、《光明日报》《工人日报》《中国记者》《中国报业》《人民论坛》《中国新闻年鉴》《网络传情》及新加坡《联合早报》等国内外报刊网络大量转载，被评为凤凰网和环球网十佳年度评论员。《人民日报评论为何入木三分？》入选全国首本语文时评课本。出版有新闻专著《传媒突围》《创新之魂》、小说集《美人无期梦有期》、随笔集《我把三峡奖给你》等。

| 序 |

创新成就媒体的未来

随着社会生活的多元化和互联网技术的发展，网络已经成为每个人生活中不可或缺的部分。而随着 5G 技术的成熟，AI 智能的发展，微博、微信、抖音、短视频的广泛应用，每个人都有一个圈子，每个人都成为一个信息的发布体，成为私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者。当今的传统媒体，除了各自之间的相互竞争，还必须面对新媒体的冲击。党报、都市报都是传统媒体的代表，在新媒体时代如何实现突围并快速成长？如何实现内容平台人员以及体制机制等各方面的转型融合？这是一个很难回答又必须回答的问题。

我与罗庆学教授相识于 2008 年 12 月的北京中国传媒大会。他当时是媒体总编，代表所在媒体领取了中国地市报创新力十强的奖项。在大会间隙，我接受他的采访，并与之探讨地市级都市报如何转型创新的问题，觉得他身为新闻一线领导，很有见地，也很有思想。采访完后，罗总请我为他所在的《三峡商报》写一句话，我写了“赢在创新”四个字。现在世易时移，无论是媒体生态还是经济社会环境都发生了很大的变化，如果再要我对当前的新闻业说一句话，我还是要说“赢在创新”！不过，如何创新，在新的媒体生态下却是一个更难回答的问题。

这些年来，我看过的新闻著作很多，但不是耽于理论就是耽于细节。耽于理论者缺乏实际操作的经验，难以运用到日常的编采工作之中；耽于细节者在字词句上反反复复，难窥新闻全貌。两者俱全又没有实践的印证，流于纯学术的空谈。于是，一直渴望碰到这样一本书，既有理论上的顿悟，又有细节上的巧思，还有与时俱进的理念和具体有针对性的操作策略。

读罢罗庆学教授的此书，一个用智慧办报、勇于创新的新媒体人形象跃然纸上。书的字里行间透露着他对于媒体如何实现“市场突围”的思索；新闻同质

化时代如何实现差异化的思索；新闻活动如何策划实施的思索；自媒体时代传统媒体从形式到内容如何转型的思索。这些思索给人启迪，让人大受教益。

问题是时代的回声。问题意识是专家学者做学问的根据，所谓“学以致用”。

当下新闻传播的理论和实践问题是什么？2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅发出通知，要求深刻认识全媒体时代推进媒介融合工作的重要性紧迫性，坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事，坚持正确方向，坚持一体发展，坚持移动优先，坚持科学布局，坚持改革创新，推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐，尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体，逐步构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局，建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。

如何做到这些？这就是当下新闻传播学理论和实践面临的问题。新闻工作者掌握着很大的社会发言权，承担着非常重要的责任，不仅要告诉人们事实真相是什么，而且要告诉人们为什么会这样？该怎么办？可以说，问题意识是新闻工作的重要导向。这是就新闻本身而言。但是，如何发现问题，如何报道问题，如何让媒体履行应担之责，在市场环境下如何获得生存的空间和机会，如何实现有效融合转型，这就不只是新闻本身的问题，也是一种行业策略的问题，是业务技能的问题，是媒体智慧问题。

这本书非常显著的一个特点是，回答了新闻工作中的一些带有普遍性、策略性的问题，这种回答有理论性的，也有自身实践的，这是一本从理论和实践两方面回答如何做好新闻工作的好书。

地方媒介融合如何创新？我与罗总交流时曾说，传媒创新不能凭一时冲动，更不能蛮干，一定要理性，要进行有效创新。新媒体的出现，使“第一新闻发布人”不再由传统媒体垄断，除了真实性、时效性之外，必须寻求一种更恒长的价值。对地方媒体来说，无论是传统媒体还是新媒体，都要嵌入地方生活，不仅成为地方居民的信息提供者，更要成为地方居民生活方式、价值标准的提供者和引领人；嵌入地方文化，成为地方文化的一部分，并在这一基础上，重塑和建构地方文化。

创新源自对媒体特点的深刻理解。比如都市报是“穿着休闲服的党报”，是党的喉舌，必须坚定不移地宣传党的政策和主张，因此，办报人必须具备政

治家的素质，必须具有很强的政治敏锐性和政治鉴别力，立场坚定、明辨是非。但都市报毕竟穿着“休闲服”，因此还应反映人民群众的诉求，倾听人民群众的心声，关心人民群众的利益。在坚持正确舆论导向的前提下，为读者提供可看、可用的信息，从而达到导向性与可读性的和谐统一。由地市报转型而来的新媒体同样如此，唯有融入本地居民的生活，打造“新闻+政务+商务+服务”的信息生态圈，成为市民不可或缺的生活指南，才能生存与发展。这本书的种种实战策略，正是在这一原则下衍生的。

创新源自长期业务研究和实践经验的积累。罗庆学教授从事新闻工作20多年，担任媒体业务老总10多年，还出任过媒体法人代表、总经理职务，经历非常丰富，对媒体转型发展有着深刻的认识和体会。他对如何办媒体、如何面向市场策划、如何应对媒体竞争都有较为深入的研究。他的文章涉及新闻业务、市场经营、转型发展、媒体管理运营等多个层面。他书中的大量章节，本来就是发表在中文核心刊物上的业务论文，论述精辟深刻，观点精彩独到。不仅如此，作为专业记者，他到过汶川地震的废墟，也到过西藏加查的现场，属于典型的实战派专家；作为知名评论员，他的评论文章更是针对焦点、热点频频出击，嬉笑怒骂皆成文章，被凤凰网、新浪网等各大网站争相转载，屡屡登上各大门户网站的评论头条。在长期的职业生涯中，他善于学习，善于思考，善于观察，善于创新，拥有媒体人所独有的智慧。

这本书是他20多年来媒体业务的回顾与总结。宏观层面，媒体如何守正创新，如何转型发展，他都有比较系统深入的思考；中观层面，媒体如何打造核心竞争力，如何实现主流化，如何在打造主流品质的同时彰显民生情怀，如何做到新闻的差异化，如何实现新闻策划的创新与升级，这些问题在书中都能找到答案；微观层面，新闻活动的注意事项、编辑技巧、写作技巧，标题制作、深度报道技巧，舆论监督的困境与解决之道，一线新闻工作人员都能从中找到可以具体操作的办法。当然，书中还有其他的思考，比如媒体如何走出低俗化的误区，舆情的处置策略与服务产业化的问题等，都令人耳目一新。

拿一个微观技巧举例：如何做成具有竞争力的新闻产品，或者说新闻处理技巧是什么？书中提出：做重突发新闻，形成强劲冲击力，“不看则已，一看惊人”；做足独家新闻，形成阶段性亮点，“独此一家，别无分店”；做尽特别新闻，形成整体性合力，“榨干取尽，与众不同”；做优“规定”新闻，形成比较性优势，

“别出心裁,技高一筹”;做近周边新闻,形成开放性网络,“立足本地,四面开花”;做准监督新闻,发挥喉舌功能,“有的放矢,掌握分寸”;做巧节日新闻,整合节日资源,“应节而舞,典型说话”。实践出真知,这些经验之谈对于新闻从业人员而言,可谓善莫大焉,可以迅速发挥作用,少做无用功。

读完这本书,我认为——

这是有思想高度、理论深度、社会广度、生活热度、情感浓度、业务纯度、实践检验度的新闻学术专著;

这是可以慢慢看、细细品、点点悟的新闻业务读物;

这是可以跟着学、照着干、对着看的新闻实战教材;

这是涉及新闻生产各个环节,探幽析微的新闻策略大全;

这是深刻而不失鲜活,厚重而不乏灵动,来自实践并经实践检验的新闻操作指南。

这里既有学理的探析,又有实战的运用;既有理念的阐释,又有方法的示范;既有术的运作,又有道的升华。

这不是一下子能写出来的专著,更非那些剪刀加糨糊的拼凑。

这是厚重扎实用心写出来的原创性新闻专著。它的厚重源于长时间的积累,也源于理论性与实践性的相融,更源于作者不懈的实践探索和自觉的学术追求。

创新、协调、绿色、开放、共享,是新时代的新发展理念。习近平总书记指出,实施创新驱动发展战略是立足全局、面向未来的重大战略,应变“要我创新”为“我要创新”。创新是高质量发展的内驱力,是加快转变经济发展方式、破解经济发展深层次矛盾和问题、增强经济发展内生动力和活力的根本措施。推而广之,创新何尝不是传统媒体转型发展的根本动力?感谢罗庆学教授,用多年的媒体实践为我们蹚出了一条媒体转型创新的实践之路。是为序。

喻国明

教育部长江学者,北京师范大学新闻学院原执行院长、新闻舆论研究所所长

| 自序 |

信息奔涌时代的传媒法则

这是一个信息奔涌的时代，这也是一个传媒遍布的时代。这是一个优质信息滋润每一个受众的时代，这也是一个芜杂信息干扰每一个公民的时代。

科技的进步与发达，已从根本上改变了人与人之间的距离和关系，电脑、手机作为终端的使用，以及即时通信工具的广泛普及，就像每个人面前都有一个麦克风一样，随时都可以向这个社会 and 时代发布自己的所见所闻所感，每一个人都从曾经的单纯的信息接收者变成了传播者，每一个人都变成了即时的信息源和受众。从这个意义上说，我们每个人都变成了新时代的新闻文化的符号，都成了新时代的传媒人。

但是，就像任何专业一样，新闻业也有自己的专业法则：既有宏观的行业规范，也有专业的技术要领；既有艰深的理论求索，也有须臾难离的实践印证；既有五彩斑斓的新闻现象，也有众里归一的本质本源。当今新闻的发达与行业的艰难并存，从一定意义上说正是传媒法则与产业法则脱节甚至背离而不能产生闭环效应的结果。

作为新闻人，我从写稿办报到产业经营，到新媒体转型，再到大学任教，近30年时间，在新闻的道路上上下求索、实践创新，新闻工作不仅是我谋生的工具，也成了我心之所系的灵魂依赖。特别是在《三峡商报》工作的20年间，我参与见证和主导了一个媒体从诞生到繁荣的全过程，在这个过程中，我还有幸负责新闻采编方面的工作和媒体全面工作，为我从实践角度认知新闻价值、实践新闻理念、创新媒体传播、实现产业经营提供了至为宝贵的平台。

如果以大学教师身份往前看，我所从事的近30年的媒体工作实际上就是在“媒体实验室”进行日夜不断的实验。在繁忙的工作之余，我努力从新闻实

践中总结、抽离一些共性的东西,并将之书写成文,用以继续指导工作,用以与同行交流。就这样,我先后撰写了一系列的文章,在《中国记者》和《中国报业》等专业杂志发表,从不同的方面探讨办报的策略与技巧,探讨新媒体时代的新闻走向,探索内容建设的规律性特征。也正是因为这些探讨与思考,所以才有了这本书最初的内容要素,也可以称之为“实验报告”。

本书写作历时十多年,大多成文于繁忙的工作之余或夜深人静之际,其中很多观点有一定的时代性。我个人也从媒体总编成了大学教授,各个时期的媒体发展环境、技术水平、平台要素等有着非常大的不同,这也都反映在不同时期所做的理论探讨和业务研究中。为了保证思想的原貌,成书之际没有过多修改。为了保证内容的完整性,个别涉及基础概念的章节,引用了权威教材的内容,在此向原书编著者表示感谢。书中多篇已经发表的文章皆进行了标注,除有明显差错的地方稍作修改,其他皆尊重原文。

现在为了教学方便,我重新对之进行了编辑加工,按照教材体例进行了完善。

我努力想通过这本书达到两个目的:一是总结自己的工作经验,并进行理论提升;二是建立一种理论与实践相结合的教学模式,并自编教材。通过这本书,第一个目的基本达到,第二个目的尚需课堂检验。不过,也不要紧,我会根据实际情况不断地完善和修订。本书共分12章,每章论述新闻工作的一个方面的问题。在论述的过程中,大多以我在媒体实践工作中的案例为证据,这样避免流于纯理论化的空谈。为了突出新闻的实战性特征,在每一章的后面附有案例分析,这种分析本可以在理论阐述中进行,为了保证独立性,故另外单列。

过去常讲新闻无学,这是对新闻工作的浅薄理解。新闻有很强的实践性,也有很强的理论性。新闻有很强的政治性,也有很强的技术性。新闻有很强的随机性,也有很强的规律性。可以这样说,新闻不仅有学,而且这门学问很广很深。新闻是政治之学、经济之学、文化之学、社会人心之学,现在,随着互联网和数字技术的发展应用,新闻更是一门技术工程之学、产业发展之学。新闻是政治性很强的业务,新闻也是业务性很强的政治。新闻是一门驳杂之学,环节众多,兼涉文理,横跨诸界,有其自身的规律性。

新闻贵在“新”,创新是新闻的灵魂。那么如何创新,涉及新闻理念、采写编评、运营管理等各个环节。本书从新闻各个环节的基本理念出发,探求其实

实践现状和创新规律。与其他相关教材不同的地方在于，本书研究的重点在于实战，在于创新，而不仅仅是理论本身。而且，这种研究是基于具体的媒体实践，而非空中楼阁；这种实战来自于我本人，而非拷贝摘抄。所以，这是一本以理论与实践为基础，以新闻创新为旨归的高级专业教程，它不是简单的基础理论的重复阐述，而是一种实践基础上的超越。比如什么是新闻，什么是编辑力，什么是新闻策划，直至媒体转型的研究，我都提出了创新性的理论，有些早就得到了学界认可。比如新闻编辑力研究成果，被收录于2008年《中国新闻年鉴》。从研究体例看，一半是理论基础的探索，一半是新闻实战的分析，做到了理论与实践的紧密结合。理论性、实践性、指导性、实用性是本书的特色。

我的这些文章，表面上是在探讨信息时代的传媒法则，属于术的范畴，实际上我的真正想法是，如何通过我们的守正创新，使我们的媒体和新闻更真、更善、更美，也就是说，我真正想达到的目的，是一种道的境界。

新闻的生命在于真实。真实是新闻的第一要义、第一职责、第一追求，但真实的获得并不容易，这里既有客观的原因，也有主观的原因。不同层次的记者编辑，甚至不同层次的读者，对真的认识是不一样的，真也有表面的真实和本质的真实，有生活意义上的真实，有政治意义上的真实，有哲学意义上的真实。我想做的是，在最大限度范围内让这几种真实有机地统一起来。

新闻的更高层次是向善。这既是实现新闻主流价值的需要，也是每个新闻工作者的新闻道德之所在。与之相对应的是“三俗”。媒体向善的价值观会直接影响新闻采编者对每一个环节的价值判断、处理策略，直至媒体的整体形象，最后的结果是其传播过程中的社会影响，这种影响表现出来的就是舆论导向。舆论导向的正确与否，既有政治导向的正确与否，也有道德导向的正确与否，我们有时关注更多的是政治导向的正确与否，而忽略了道德导向的正确与否，相对于政治导向而言，道德导向上尺度更加宽松，更加容易失范，这也是当今媒体“三俗”的根源之所在。

新闻的最高境界是美。至真至善即为美，这是一种政治哲学，一种道德哲学，也是一种新闻哲学。真善美的统一奔流在有着高尚新闻道德情怀人的心中，这是新闻价值与操作策略的最高追求。

新闻呼唤理性纯粹高贵，而不是感性狂躁轻浮。一切事实都应在客观中再

现，一切价值应在冷静中表达。新闻的最高道德就是对真相和人性的尊重与维护，与此相悖的一切都显得虚伪和无耻。

我的这本书，阐述更多的也许是新闻本身的策略与理念，但是其背后却是自己对新闻真善美的理解与追求。当然，因为时间的匆促与能力所限，再加上文中各个篇章的撰写时间跨度很大，这只是一种追求而已，心中所想未必能充分地表现出来，而这正是我下一步努力的方向之所在。不对之处敬请专家和同仁批评指正。

本书即将付梓之际，感谢教育部长江学者、北京师范大学新闻学院原执行院长、著名新闻学者喻国明教授欣然作序，感谢中央民族大学新闻与传播学院特聘院长，华中科技大学新闻与信息传播学院原院长、博士生导师张昆教授对此书给予的高度学术评价。感谢三峡大学文学与传媒学院院长、博士生导师吴卫华教授的大力帮助，使此书得以顺利出版。感谢华中科技大学新闻学院院长张明新先生等专家学者对本书的鼓励。感谢《三峡商报》历任总编和全体同仁，这本书从一定意义上讲，是《三峡商报》长期实践的结果，是全体商报人共同的智慧结晶。

最后感谢为本书出版做了大量工作的同事和工作人员，是你们的辛勤劳动才让这本书得以顺利出版。感谢我的爱人和女儿，你们让我有了温暖幸福的环境和轻松愉悦的心情，从而能长期不间断地研究和写作。

罗庆学

2021年5月20日于宜昌

目 录 |

◆ 第一章 绪论

第一节 “历史拐点”与传媒变革	001
第二节 传统媒体是否死定了呢	004
第三节 媒介融合成为时代发展的必然趋势	006
第四节 地方媒体“最后一公里”现象	009
实战案例分析	011
《新京报》编辑部之变	011
传媒要实现有效创新	016

◆ 第二章 新闻策略论

第一节 媒体新闻竞争的焦点	018
第二节 融媒体时代内容依旧为王	028
第三节 打造核心竞争力	034
第四节 做活经济报道	040
第五节 打造名牌栏目	048
第六节 实施版面创新	051

实战案例分析	055
都市报如何实现“市场突围”	055
向暖而行 向融而生	066

◆ 第三章 融合传播论

第一节 媒介融合背景下新闻生产变革	076
第二节 新媒体传播特征及影响	088
第三节 传统媒体的应对措施	092
第四节 媒体转型的痛点与生态重构	099
第五节 重构传统媒体影响力工程	104
第六节 打造融媒体大平台客户端	114
实战案例分析	120
《晶报》又一次“创刊”	120
传统媒体如何办好官方微博	123

◆ 第四章 新闻写作论

第一节 新闻基本观念与原则	129
第二节 新闻写作的基本要求	135
第三节 消息的分类及基本写作方法	141
第四节 论“用事实说话”	148
第五节 新闻写作过程中的异化现象	152
第六节 反馈期待及其对新闻价值的影响	156
实战案例分析	160
新闻故事化, 让阅读更有趣	160
一篇好稿件的三个遗憾	163

◆ 第五章 新闻采访论

第一节 新闻采访的概念及特征·····	166
第二节 新闻采访中的“寻找”与“突破”·····	170
第三节 新媒体记者如何当·····	172
实战案例分析·····	174
我们在北京抢新闻·····	174
穿越灾区 见证苦难 感受坚强 体会大爱·····	178

◆ 第六章 新闻编辑论

第一节 新闻编辑力的概念及特征·····	184
第二节 新闻编辑力要素解析·····	187
第三节 编辑主体地位的确立和把握·····	192
第四节 全媒体时代编辑的市场对接与创新·····	203
实战案例分析·····	211
充分发挥编辑主体作用的一次尝试·····	211
做一个“复杂点”的新闻人·····	215

◆ 第七章 新闻策划论

第一节 新闻策划的概念及分类·····	218
第二节 新闻策划的特征和“要诀”·····	223
第三节 新闻策划的主要步骤·····	225
第四节 当前新闻策划存在的问题·····	226
实战案例分析·····	229
重大主题如何实现策划创新·····	229
寻访那些难忘的地震符号·····	232
赴藏采得“雪莲”香·····	236

◆ 第八章 新闻主流化论

第一节 新闻主流化的概念及内涵特征	239
第二节 媒体主流化的路径选择	243
第三节 吹响新闻评论的主流号角	250
实战案例分析	258
都市报如何传播好正能量	258
打造主流品质, 彰显民生情怀	263
市民报纸如何走出低俗化的误区	267

◆ 第九章 新闻差异化论

第一节 新闻差异化的概念及关键要素	273
第二节 新闻理念: 差异化的源头	275
第三节 内容产品: 差异化的关键	277
第四节 结构优化与精确打击: 差异化的核心	280
实战案例分析	286
做三峡最丰盛的周末“大餐”	286
“悦读”报纸 服务读者	289

◆ 第十章 新闻活动论

第一节 新闻活动的概念及分类	292
第二节 新闻活动的功能及特征	294
实战案例分析	302
最美的风景在基层	302
市民报纸如何介入重大主题新闻	311

◆ 第十一章 深度报道论

第一节 深度报道的概念特征及兴起	317
第二节 深度报道的选题策略	322
第三节 选题策划的价值赋能	323
第四节 深度报道选题策划操作模式	326
第五节 当前深度报道存在的主要问题	329
第六节 在矛盾的推进中展示报道深度	331
实战案例分析	334
用典型引领时代风尚	334
人民情怀尽在媒体细节里	338

◆ 第十二章 舆论监督论

第一节 舆论监督的概念及特征	340
第二节 舆论监督面临的问题和挑战	342
第三节 舆论监督的实现路径	345
第四节 舆论监督主体的情感控制与表达	350
实战案例分析	357
舆论监督为何失“度”	357

◆ 参考文献