

# 刍议新闻写作中的“软”与“硬”

张锦文

(湖北行政学院 湖北 武汉 430022)

【内容摘要】新闻写作中的“软”与“硬”，指写作方法上的不同，前者注重情趣性，后者注重思想性。但是精彩的新闻往往在写作中“软”、“硬”穿插，硬中有软，软中带硬，以此增强作品的思想性与可读性。在新闻写作中做到“软”与“硬”的有机结合，可以通过重视新闻表现形式、以情动人、通俗化、新闻标题制作、精简等等手段获得。

【关键词】新闻写作 思想性 情趣性 有机结合

中图分类号 G212.2

文献标识码 A

文章编号 1007-9106(2012)03-0129-02

新闻写作，就是将新闻事实用文字表达出来，是新闻作品的构思、凝文的整个过程。新闻写作最重要的标准是记者或通讯员要准确、鲜明、生动地报道新闻事实，既要充分体现党和政府的政策思想导向，又要引起受众浓厚兴趣和广泛关注，这就必须讲究新闻写作的技巧，并进行相关的专业训练。

现在人们在谈到新闻时，常听到“软”新闻与“硬”新闻的说法，“软”新闻与“硬”新闻主要是西方新闻学的划分。“软”新闻是指不平常的、奇怪的、娱乐性的新闻，所报道事实人性味较浓、易于引起受众兴趣。主题可能会不应时或不甚重大，但不枯燥，常使受众欢笑和悲泣、喜欢或憎恨、嫉妒或遗憾。“软”新闻主要从感情上吸引受众，而非以理性赢得受众。“硬”新闻是指题材严肃、着重思想性、指导性和知识性的政治、经济和科技等新闻。如重大犯罪、火灾、意外事故，劳工纠纷或政治运动等。也称现场新闻，是一种强调时间性和重大性的动态新闻，重在迅速传递消息。

“软”新闻与“硬”新闻之划分主要是指新闻作品风格的迥异，其实它就是因为新闻写作方法上的不同使然。但精彩的新闻，往往是“软”“硬”穿插，硬中有软，软中含硬，以此增强作品的指导性与可读性。这里所说的软，就是指写作方法上注重情趣性与娱乐性。所谓的硬，就是指写作方法上注重思想性与指导性。

毛泽东在谈到报上的文章时曾说过：“不要太硬，太硬了人家不爱看，可以把软和硬两个东西统

一起来。”他又说：“鲁迅的文章就不太软，但也不硬，不难看。”新闻写作就应该如此。

新闻写作中只有软硬穿插，硬中有软，软中含硬，才会吸引受众，使作品产生较大影响力。如理论宣传报道一般比较枯燥乏味，受众不喜欢阅读，但2011年6月20日光明日报头版头条的《一群人一辈子一件事》及系列报道，从新闻专业角度所表现出的创新价值十分明显。特别是其中《记奋战在马克思主义中国化第一线的中共中央编译局优秀翻译家群体》一文的报道，情感真挚，血肉丰满，感人肺腑，催人泪下。该文从写作方法上摒弃理论宣传报道通常从理论上阐释某一观点，宣传某一经验，论述某一思想的写法，而采用人物通讯的形式来宣传马克思主义，宣传共产主义理想，这种写作方法增强了理论宣传报道的吸引力，也扩大了理论宣传报道的影响力。文章中有姜椿芳、林基洲、周亮勋等一批翻译家先进事迹的描写，在描写中作者选用了大量具体事例与生动细节。如周亮勋工作勤奋，患脑溢血病倒了，在醒来后只记得没有翻译完的稿子。还有林基洲，干什么都讲究快而好，被人们称作工作上的“拼命三郎”，由于长期辛苦工作，使他64岁就病逝了……这些事例和细节的生动描写，很吸引人也很有感染力，显然要比长篇的理论阐述效果好得多，受众对这样新闻的喜欢程度是可想而知的。由此可见，硬性的政治理论宣传报道中，插入一些软性的东西，确是另有一番意义与作用。同样，在一些带娱乐性和日常生活

\* 作者简介 张锦文(1962—)，男，湖北行政学院报刊部副教授，主要从事新闻学、中国文化和中外关系领域的研究。

性的软性新闻中,最好也让它软中含硬,使其产生强大积极作用。如在全国好新闻评选中获得过一等奖的《“光棍堂”引来的四只“金凤凰”》这篇新闻稿,记者娓娓道述了一家婚事的变化,显然是篇软性的社会新闻。但文章通过人民群众生活的巨大变化,从侧面反映出了党的有关政策落实后对社会所带来的巨大利益和人民群众得到的实实在在好处。因此这篇新闻稿产生的政治影响也就不言而喻了。

在新闻写作中做到“软”与“硬”的有机结合,可以通过多样化的手段获得。

#### 1.从重视新闻表现形式入手

马克思说过:“写作一方面要有超人的思想力量,另一方面也要有同等的超人的力量才能表现出来。”也就是说,写作的内容与写作的表现形式对写作来说同等重要。报纸新闻体裁现在一般以消息、通讯为主,同时配以言论、照片等。我们在新闻写作时,一定要根据所报道的对象、事实,要达到的宣传目的,选择好能充分满足写作需求的体裁,不要拘于一体。只有做到内容精彩,形式活泼,新闻作品才会为受众所注意、所品味、所喜爱、所吸引。上面提及的光明日报《一群人 一辈子 一件事》的系列报道,选择了人物通讯的形式来进行理论界典型宣传报道,使厚重的理论宣传性新闻变得生动活泼,具有很强可读性,也非常感动受众,获得了很好的效果。

#### 2.从以情动人入手

报纸新闻宣传要突出人的主体作用,既要反映人的典型业绩,更要表现人的思想和精神,表现人的情感,用真挚的情感感动人和教育人。如果我们的新闻作品在报道中只有“某某企业家锐意改革、开拓进取”,“某某经理善经营、会管理”等等这样的文字,受众肯定会感到呆板枯燥而不愿多看。我们要使新闻报道带有人情味,才能引起受众的共鸣。如有家报纸刊登《陈香梅在北京》的新闻。这本是一条硬性的政治新闻,记者却抓住以情动人作开头。新闻一开始,就用大量文字写邓小平与陈香梅的问答。邓问陈在北京是否有亲友,陈回答说在北京有很不少亲友。邓又问陈是否探望过了这些亲友,陈说她在北京不仅看望了亲友,还看望了自己的老师……因此新闻一开始就给受众非常亲切的感觉。接着,记者笔锋一转:“之后,邓小平同陈香梅就双方关心的问题进行了会谈。”这样,这条硬性的政治新闻就不再是冷冰冰的,没有生气的文字结合,而变得血肉丰满,富有情感了。

#### 3.从通俗化入手

报纸上有些新闻,比如科技或经济新闻,因具有较强的专业技术性,显得较深奥,又大都与普遍群众没有直接联系,对一般受众来说,缺少共同兴趣,因此受众很难读下去。可读性存在问题,这则新闻的思想性与指导性就大打折扣了。由此可见,可读懂应该是报纸新闻可读性的起码要求。一条新闻,受众根本弄不懂说的是什么,也就无从谈起可读性。报纸的受众,生活在社会各个阶层中,文化有高低之分,阅历有深浅之别。面对这种状况,我们在新闻写作中要做到深入浅出,把高深的专业知识用形象的比喻化为普遍受众都能理解和接受的口语,尽可能地借鉴散文的笔调,增加新闻的文采等。经济日报记者鲁国枢在德国采访时曾写过一篇五百多字的《电子有多么重要》的报道刊登在《经济日报》上。报道中完全没有电子技术术语,而是通过电子在公共服务和人们日常生活方方面面的应有,用极通俗地语言娓娓道来,连报道的题目都口语化,这自然让各种层次的受众喜闻乐见,它的指导性也自然很强了。

#### 4.从新闻标题制作入手

新闻作品的标题制作得精美,细细品味,可让受众精神愉悦感和满足感油然而生。比如,记者想让自己的作品具有文彩,让受众喜闻乐见,可从一些诗词作品中信手拈出家喻户晓的名句作标题。如果标题又与新闻报道内容十分吻合,往往能起到妙趣横生,让人过目不忘的美妙效果。如有家报纸在报道连战率团访问大陆这件大事时,根据新闻四个部分内容的不同,用了一首古诗的四句稍加改变分别作为每个部分的标题,分别为《少年离家老大回》,《乡音无改鬓毛衰》,《莫愁前路无知己》,《天下无人不知君》。四个标题与各个部分内容契合得天衣无缝,使得这样严肃政治事件的报道富有了诗情画意,让受众乐于阅读并难以忘怀。

#### 5.从精简入手

《墨子·附录》中有一则寓言:学生问墨子:“话多好吗?”墨子答:“青蛙日夜鸣个不停,但无人理睬,报晓公鸡一叫,天下为之振动。话不在多,关键在合乎时宜。”的确如墨子所言,在新闻写作上,话不在多,精短亦灵;文不在长,合时则宜。就是重大新闻的报道,只要写得论点鲜明、思想深刻、雅俗共赏、好思好记,即便文章短小精炼,也能成为新闻佳作。比如,泰坦尼克号遇难事件,是一个非常重要的灾难事故,但是合众国际社当时报道此遇难事件的消息仅用了700来字,但消息对沉船原因、现场情况、生还者自述等都写得清清楚楚,没有一句废话,成为了流传至今的百年新闻佳作。