



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

冷眼看中国网络新闻

时间: 2005-4-6 14:05:02 来源: 博客中国 作者: 吴聘 阅读1821次

以下是我几年前在某网站从事网络内容管理时办的一份电子版刊物, 定位为新闻部门内部交流文件。内容主要涉及网络业务、新闻业务、编辑业务, 旨在提高和加深对本行业的认识, 以及活跃内部气氛。双周刊, 周四出刊, 内部发行, 内部轮流出刊。其中有个我主持的栏目叫《冷眼看新闻》, 三言两语讲述我个人的网络新闻体会。可惜由于种种原因, 这份电子刊物没办几期就停办了。现摘录出来, 与诸网友探讨交流。

【冷眼看新闻】(之一): 寻找独特的新闻点

从本期开始, 《冷眼看新闻》将成为新闻简报的一个固定栏目。为什么要用“冷眼”来看新闻? 我个人的体会是, 互联网经过四五年的发展渐趋成型, 网络新闻从内容、传播方式上也有长足的进步。

正因为这样, 网络新闻应该有新的诠释, 应该用更挑剔的眼光。由于水平所限(不是新闻科班出身), 看法并不专业, 仅供参考。同时也希望大家都来写两句, 或开辟新话题, 或就老话题发表高见。惟百家争鸣, 百花齐绽放, 方可共求进步与发展。

本节谈的是从不同的角度寻找新闻点, 新闻亮点。有的新闻事件里包含多个兴奋点和亮点, 只能从金子里挑钻石, 选取最大的钻石。如果能换个角度做题, 你的新闻自然也就靓了起来, 不愁掳获不了网民的眼球。因此, 我们对新闻点的取向应该是我们的受众关心的是什么, 什么样的新闻点才是网民所需要的, 最能打动他的“心”。

例举: 萧灼基: 中国股市处于发展新阶段(原题)——萧灼基乐观预测: 上证指数3年内将攀3000点

外资会以哪几种方式并购国企?(原题)——分析师认为外资进入证券市场有四种方式

北京旧房改造工程基本完成(原题)——大多数北京居民不再去公共浴室洗澡

南昌“11?11”特大银行抢劫案公开审理(原题)——南昌“11?11”特大银行抢劫案6名罪犯被处死刑

【冷眼看新闻】(之二): 挑剔的网人

网人何以挑剔呢? 九八年的时候, 互联网刚开始在中国兴起时, 最缺乏的是内容(Content)。那时的中文内容是很贫乏的, 有实力点的网站甚至翻译外文资料然后上传。这也可以解释为什么当时四通利方的体育论坛如火如荼。那时的网民是忠实的, 他们什么都

- 视频新闻新奇特强
- 民生新闻的网络新解
- 电子杂志应以内容为王
- 网络评论怎么评?
- 网络时代新闻的未来
- 网络新闻评论研究
- 网络新闻标题传播特征
- 网络新闻写作的12个技巧
- 浅谈网络独家新闻运作
- RSS出道: 新浪新闻塌掉
- 深度撞击: 撞击了什么
- 抢滩网上评论的新阵地
- 把好网络评论的度
- 冷眼看中国网络新闻
- 论网络时代的全时化新...

“吃”，不挑食不厌食。

时代不同了，互联网在中国有了长足的发展，媒体上网在极大程度上丰富了中文信息。然而，网上信息却有了垃圾化的倾向。再加上网络泡沫的破灭，众多网站的倒闭，死链接充斥网络。如同年年的央视春节联欢晚会一样，网人也开始变得挑剔厌食了，他们倾向于浮光掠影，东瞧瞧西看看，一不留神就出了国。

与其它媒体不同，网人在阅读的时候，不是被动的。网络读者是主动的，它们是在猎取信息，而不是被灌输信息。要求读者长时间地盯着电脑屏幕，逐字阅读网上新闻的每一个字，大段大段地读完整篇报道，是不可能的，而且是一件十分痛苦的事情，会令读者产生急躁情绪。这也可以解释周末躺在床上可以悠闲地读完整版整版的北青报，把报纸整篇新闻细嚼慢咽地每个细部都读到，却无法在网上看完一篇稍长的深度报道。

挑剔的网人通常是在浏览文本，挑选关键词、关键的句子和有兴趣的段落，对那些激发不起兴趣的段落，他们通常是跳过去不看。面对挑剔的网人，如何侍候好他们是网络内容建设方面的最主要问题。

【冷眼看新闻】（之三）：论形容词

新闻报道中出现大量的形容词、概念化等模糊语言这无不与中国记者的文风有关。语言文字是思维的表现，那种“居于前列”、“取得新进展”、“新成就”的思维方式与实事求是的科学精神不相容。

不要使用排比句、套话。不要滥用修辞手法。每一段只陈述一个事实或一个思想。是拥有动感的动词或有锋利的名词。运用幽默诙谐的轻松手法和态度，显示一种个性化的风格和声音。对于段落中的关键人物、关键名次，采取辉亮关键词、黑体关键词、或变色关键词的做法，同时以关键词作为超链接点。

英国记者格林说，“要让事实说话，而不是让形容词来拔高这个事实，要抛弃那些形容词。”清华大学新闻传播学专业给学生一个硬性规定，稿件中有一个形容词就扣一分，一切要通过作者深入现场采访的细节和感人的事实来表明。

我们在写文章的时候，要通过自己把眼睛观察到的或采访到的事实，通过筛选，把作者的观点、感情表达出来。感情不要通过形容词、更不要通过排比句或成语来表达，要通过用朴实的语言描述的事实来表达。

【冷眼看新闻】（之四）：呕心沥血做标题

在网民心目中，什么样的网站属于新闻网站？网络新闻的读者是否只对个性化了的新闻感兴趣，新闻阅读兴趣是否越来越狭窄？网络媒体的读者到底在阅读什么？他们在网上究竟阅读哪类新闻？整篇文章？仅仅是新闻标题？

问题在于我们的大多数信源来自于平面媒体，而平面媒体在标题制作上与网络媒体不同。主题说不清的附题说，甚至还有两个从题。

注意新闻标题的制作。标题不仅引起读者的注意，还被用来对信息进行分类。不要搞华而不实或哗众取宠的新闻标题。新闻标题要直截了当，使用意义明确的标题，而不是故意雕琢、装腔作势的标题，更能吸引读者的注意。也可以通过给标题加亮区或凸显关键字眼，以吸引读者的视线。也可以通过对标题的变色、变体，来强调某条新闻。

【冷眼看新闻】（之五）：新闻摘要

直截了当地写新闻导语，反对拐弯抹角地处理新闻摘要。最重要的或最有意思的永远放在导语里，最没有意思的永远放在故事的最后。坚决不写概括性导语；不要在导语中提供新闻背景。

导语要有一个兴奋点或卖点，要把新闻事件中最重要和最能吸引读者的行动、讲话、声明和场景放在导语中。不要在导语中埋葬新闻。没有吸引人的导语，读者是不会往下读这篇报道的。导语要在读者心中激发一种悬念，诱惑读者往下读。

无新闻导语埋葬的不仅仅是新闻事实本身，它埋葬的是读者对的阅读兴趣。新闻导语要的是气势。导语是新闻事件中最重要的事实和亮点。如果导语写得精彩，就能抓住读者，否则读者就溜掉了。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 网络新闻

- [析网络新闻传播与传统媒介传播发展关系 \(2007-8-20\)](#)
- [网络新闻阅评初探 \(2007-4-18\)](#)
- [由"美女记者"报道析策划网络新闻 \(2006-11-9\)](#)
- [新浪、网易的网络新闻比较分析 \(2006-10-30\)](#)
- [网络新闻信息服务法制管理 \(2006-4-21\)](#)

[>>更多](#)

冷眼看中国网络新闻 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.