



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

报刊时评：中兴与规范之路

时间：2004-11-5 0:21:09 来源：中国新闻研究中心 作者：陈旭鑫 阅读3432次

发稿：中国新闻研究中心

作者：陈旭鑫

单位：南昌大学新闻与传播学系新闻学专业硕士研究生

地址：南昌市北京东路339号

邮编：330047

【内容提要】新闻时评正在大众传媒上兴起。本文简要分析了时评中兴的缘由，着重探讨当前新形势下，报刊新闻时评写作应如何规范——缘事而发、迅速及时、敢言善言、贴近受众。

【关键词】报刊时评 中兴 写作规范

新闻评论是媒体阐述立场观点、影响引导舆论的“旗舰”。近年来，报刊时评作为一种新闻样式正大行其道。《人民日报》、《南方日报》、《新京报》、《南方都市报》等众多媒体，都以各自的方式开办起了时评类栏目，并越来越受到人们的重视。这是为什么？当前的报刊时评写作应如何进行规范？

时评中兴之三缘由我国的新闻时评，源于辛亥革命时期，“这一时期，出现了时事短评这种新的评论体裁，始创者是在日本出版的《清议报》，引起注意并为国内纷纷仿效的是上海《时报》。”^①时评在上海《申报》，天津《大公报》等报刊上也被广泛使用。建国后由于各种原因，时评趋于沉寂。但是近年来，在我国的大众传播媒体上频频露面，呈现出中兴之势。

《人民日报》平日里开设有“人民论坛”、“今日谈”，在“两会”时期的特刊中有“两会时评”、“热评”；《中国青年报》有“冰点时评”、“青年话题”；《南方日报》开设了“观点”专版；《南方都市报》、《新京报》等新锐报纸更是每天用2个专版的篇幅来刊载时评；不一而足。

笔者认为，当今新闻时评中兴的缘由主要有三：（1）新闻竞争 随着媒体之间新闻同源化现象越趋普遍，新闻竞争已进入“白热化”状态。面对受众，新闻媒体不禁要自问：“我拿什么奉献给你，我的爱人！”有人说，当今的新闻竞争已进入到一个观点竞争的时代。新闻时评已经成为提升媒体品位，打造传媒竞争力的力点之一。以报纸为例，如果说社论是重兵器，那么时评就是轻骑兵。《南方都市报》、《新京报》等新兴媒体之所以能在短期内成功，吸引读者“眼球”，时评版的功劳不小。（2）政治民主 近年来党和国家顺应时代潮流，积极稳妥地推进政治民主化进程。“三个代表”重要思想的提出，立党为公、执政为民、与时俱进；“尊重和保障人权”写入宪法；以人为本的科学发展观的确立，权为民所用、情为民所系、利为民所谋等执政理念的确立，等等，都为新闻时评的中兴提供了必不可少的大环境。（3）受众的

- 媒体时评的10大意见
- 中西当代新闻评论比较
- 新闻评论的话语空间
- 评论立意与用兵之道
- 评论的题目哪里来？
- 怎样才能写好评论？
- 新闻评论文体的思考
- 新闻评论学的新开拓
- 新闻评论的嬗变与坚守
- 新闻评论的历史性变迁

觉醒 现代社会通讯工具的发达，人员流动的加剧，人们接受信息的渠道越来越多。面对不断变化着的社会，受众的觉醒主要体现在两个方面：一是知晓权，即大众需要传媒提供充分的信息并对信息进行分析，去伪存真，以指导自己的生活、学习和工作，使自己处于竞争的主动地位；二是渴望拥有话语的平等权，在大众传媒上表达自己的观点看法，构建起一个“你说、我说、大家说”、“百家争鸣、百花齐放”的传播生态。

报刊时评写作的规范之路当前新闻时评中兴之时，新闻时评也存在着作者来源广泛、观点纷呈，甚至出现了观点“沙漠化”现象（即各种观点的“泥沙俱下”），值得我们去关注研究。为此，有必要对时评写作的要求进行一番廓清，以达到去莠存良、使之规范的目的。时评的写作规范化，主要体现在：缘事而发、迅速及时、敢言善言、贴近受众。

缘事而发，讲究可信

新闻时评要发挥引导监督舆论的作用，就必须使写作缘事而发——以客观事实为依据，而不以“据说”、甚至作者的主观臆断，做时评的由头。客观事实真实与否决定了新闻时评的生命。

现实社会是复杂的，客观事实也是复杂的，这就要求时评作者在选题是必须有敏锐的洞察力，分清主流与支流；把社会普遍关注、意义重大的事情做时评写作的由头，而不是些风花雪夜、无关痛痒的话题。

新闻由头的选择是新闻时评成败的关键，是时评可信性的源泉。

当前新闻时评最大的魅力在于，说当今社会的热点，抓民众关心的焦点，破群众生活的难点，解民忧释民惑。

突发性重大事件、“三农”问题、教育收费、金融财税、下岗职工再就业、环境保护、反腐倡廉等都可做当前时评写作的话题。

试以《南方日报》2004年3月17日在“观点”专版上刊载的经济时评《基金缘何热销》（作者：林文俏，广东商学院金融学院教授）为例加以分析。

文章以2004年一季度证券市场的亮点为由头。分别从去年基金投资业绩骄人；通胀预期使广大居民摒弃传统的银行存款理财方式；国务院发布的《关于推进资本市场改革开放和稳定改革的若干意见》增强了广大居民对证券市场和基金理财的信心；基金公司理财水平大幅度提高，推出各种基金品种满足投资者选择等方面进行了分析，并在文末用数字说话——“到2003年底，我国已有基金管理公司34家，管理证券投资基金95只，基金规模达到1650.09亿元。”

这则时评以受众关心的基金热销为主题，分析其热销的内在原因。选题具有很强的针对性、实用性，分析原因用事实说话，具有很高的可信度，自然会受到受众的欢迎。

迅速及时、讲究时效

时评必须迅速及时，具有时效性的时评才能赢得受众。其时效性不仅体现在刊发的时间上，也体现在选材上。好的时评如果压上十天半月，或选材上老是用陈年往事，当然不能赢得受众。

针对今天的新闻事实，报纸的时评应做到最迟在次日就要“出炉”；广播电视的时评应在当天就“出炉”；网络的时评应更快，做到“即时”传播，争取时效和主动。

由于出版周期的限制，现在报纸的时评一般在新闻发生的第二天见报。

今年“两会”期间，3月3日全国政协十届二次会议开幕。3月4日《人民日报》就在其《两会特

刊》的“两会时评”专栏中发表题为《为国辛苦为民忙》时评。3月5日发表了《委员的责任》，该文以3月4日政协委员梁晓声答外国记者问为由头生发开来。

《人民日报》在“两会”期间开设了《两会特刊》，迅速及时地刊载一些“时评”和“热评”，起到了很好的宣传效果。

3月3日，《人民日报》在“两会时评”栏刊登时评——《雨后的彩虹更绚丽》。该时评通过总结2003年内，全国人民在新一届中央领导集体的坚强领导下，取得抗击“非典”的重大胜利、国民经济健康稳步发展、人均国民收入首次过千元等重大成就，分析了2004年将面临的现实困难，在此基础上进一步表明作者的观点——对国家民族的前途充满信心，“雨后的彩虹更绚丽”。

配合“两会”开幕，该时评及时刊发，具有很强的时效性，为“两会”的召开营造了良好的舆论氛围，起到了团结鼓劲、积极向上的舆论引导作用。

银行卡收费提出来不日，《21世纪经济报道》就在4月7日的“时论”中发表时评——《银行收费 意欲何为？》，及时道出了广大消费者的心声，对银行的作为表达出了作者的观点。

快节奏的社会生活需要快时效的评论——迅速及时地传递政情、民情、舆情，尽到“守望者、传声筒”的责任义务，只有这样的时评才能成为媒体引导舆论、竞争制胜的法定。

敢言善言、讲究艺术

时评写作必须要有为民鼓与呼的勇气，又要有为民争取权益、促社会稳定发展的智慧——一敢言善言，二者相辅相成，缺一不可。敢言者，即要不唯上，不唯书，只唯实，不虚美不隐恶；善言，即做到有话会说，说两面，效果好。

《南方都市报》2004年4月10日时评版“来信/来论”中有一则题为《污染指数上升≠污染加重？》的时评。文章开头处说，“3月25日国家环保总局举行‘2003年中国环境质量状况’新闻发布会，指出包括深圳市在内的广东省3个综合污染指数与2002年相比有所上升。”“对此，深圳市环保局局长于4月6日表示，污染指数上升并不等于污染加重，深圳环境目前总体趋势向好，不能说深圳污染加重。”基于此两种不同来自“权威”的说法，作者指出，“这都是政府环保部门的权威看法，老百姓不糊涂也难。”是为敢言。

接着，作者进一步分析道，“综合污染指数是反映该城市整体污染情况的数量指标，它是由各个单项指标经过统计处理得到的，因此，确有编制的是否合理、全面的问题，但是，国家环保总局使用的指数还是比较科学和严肃，污染指数上升，就反映该城市整体而言污染情况加重了，应该引起有关部门注意，起一个警示作用。”

在分析中，作者心平气和，通过摆事实，讲道理，指出综合污染指数“确有编制的是否合理、全面的问题”、“如果环保总局编制指数的方法不合理，不能准确反映城市污染的全面真实情况，有关部门特别是各地的环保部门就应及早向总局提出意见，及时修改编制指数方法，以免误导政府和市民。”这就是说两面，换言之，就是辩证地看问题。

经过一番分析，作者指出，“其实，局长对深圳市环境状况的进一步介绍，并未能对‘污染指数上升≠污染加重’这一命题提供有力的支持，客观地概括局长的话，也许这样说更好：‘污染指数上升，表明我们的城市环境污染情况有所加重，但并未超出国家允许范围之内，并且这种趋势已经遏止了’。”如此，作者既做到了观点明确，又与人为善，使时评能为人接受，有利于问题的解决。是为善言。

敢言与善言相结合，可谓时评吸引受众“眼球”的“秘密武器”。

新一届中央领导集体提出了新闻宣传的“三贴近”原则，时评写作也应遵循。时评写作时，作者心中装着受众，有意识地贴近受众，写出的评论才会有可读性，才能为受众所喜爱。

如何使时评具有可读性？

在写作态度上，视受众为朋友亲人，给受众以亲近感。吸收目标受众时尚的话语，用他们熟悉的新闻事件为切入点，运用平衡的手法展现不同观点，稿件的语言风格多样化，可豪情奔放畅快淋漓，也可含蓄婉约点到为止。

时评写作时吸取点杂文的笔法，运用类比、借代、双关、反语等修辞手法+大众化的语言——使时评更幽默风趣，不失为提高时评可读性的一种方法。

《杂文报》2002年11月10日在“读者”栏中刊登题为《“官贩子”更可怕》的时评。文中把“卖官者”说成是“官贩子”，使之与人们熟知的“商贩子”、“人贩子”、“毒贩子”作个类比，说“这‘官贩子’比起‘毒贩子’、‘人贩子’更糟糕。‘人贩子’、‘毒贩子’有很大危害，这毋庸置疑，但它们的危害还只限于特定人群；而这‘官贩子’则败坏党风政风、危害整个社会。因此，‘官贩子’就更为可怕！”这样的时评通俗易懂，读者自然喜爱。

传统的媒体评论多半由专业人员，如编辑、记者或有关领导亲笔撰写，居高临下，官腔、大话、套话多，满纸的“必须……、应该……、要……”令人望而生畏、敬而远之——谁愿老被人教训呀？

没有可读性，没有受众的媒体，如何担当得起“喉舌、耳目”的重担呢？

当今的新闻传播已经进入了由大众传播向小众传播、人际传播转化的时期，受众地位日益凸显。受众的独立主体意识日渐浓厚，价值观多元化，对新闻传媒的自主选择性增强。时评的编辑写作必须认真研究受众个性心理，以人为本，重视新闻传播的人性化。

“人际传播的状态如何，是社会物质文明和精神文明的重要体现。”^②在新闻时评编辑写作中应尊重受众的知情权、表达权、反论权、监督权等权益，给受众留下“自己人”的感受。

小 结

报刊时评的中兴是我们伟大时代的产物，肩负着舆论引导、舆论监督的职责。报刊时评写作应认真研究受众、以“三贴近”为原则，充分发挥其可信、及时、能言、可读的作用，使之全面建设小康社会，切实推进物质文明、政治文明和精神文明建设，努力营造团结和谐稳定的社会氛围。

注释：

① 方汉奇，张之华 《中国新闻事业简史》中国人民大学出版社1995年12月第二版 P. 144

② 郭庆光 《传播学教程》中国人民大学出版社1999年11月第一版 P. 84

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：时评

· 积极探索网络主流时评的发展途径 (2007-7-31)

- 媒体时评的10大意见 (2007-7-18)
- 谁该对"虚假时评"负责任? (2004-11-22)
- 我们这样办《今日时评》 (2002-7-28)

[>>更多](#)

[-] 报刊时评: 中兴与规范之路 会员评论[共 0 篇] [-]

[-] 我要评论 [-]

会员名

密 码:

[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.