

新世纪报刊新闻评论的创新

2006-05-14

作者：韩炼

关键词：新闻评论 新闻观念 创新 | 阅读：766次 |

内容摘要：新闻评论是新闻媒体阐述立场观点和态度，影响引导舆论的“旗舰”，进入信息化时代，其地位和作用更加突出，新闻评论在各媒体蓬勃发展，研究它具有理论价值和实践意义。本文以报刊新闻评论为研究对象，从“新闻化”、“多元化”、“平民化”、“形象化”等等七个方面分析其在新世纪里的创新特色。

关键词：新世纪 新闻评论 新闻观念 创新

构建和谐社会要塑造有利于和谐发展的舆论环境。新闻评论是媒体阐述立场观点，影响引导舆论的“旗舰”，进入信息化时代，其地位和作用更加突出。现代国际新闻的话语权，乃至某些发达国家的话语霸权，在新闻评论中表现得最直接、最快速、最有力。新闻评论对社会舆论和人的行为方式的影响，比过去任何时候都显得更为重要，面对越来越复杂的外部世界，公众需要信息，更需要传媒提供分析、判断和见识，信息越丰富，信息消费就越费力。如何更有效地引领群众在纷繁复杂的多元世界中进行正确的价值判断和价值选择，如何在渗透力上下功夫，最大限度地增进干部群众的共识，最大限度地统一人们的思想和行动，就成为当今新闻评论的一个重要课题。

近几年，新闻评论在各媒体日渐兴旺，报纸已不满足于言论专栏，而不断涌现言论专版，形式也更为多样，新闻评论已成为各媒体的重要需要，看重新闻评论是时代的要求，是世界的潮流，新闻评论也形成了自己的时代特征和发展趋势。下面仅从七个方面探讨它的创新特色：

一、“新闻化”特色

新闻性是所有新闻体裁的共同特点，这是由新闻媒介的性质决定的。新闻评论作为新闻体裁，进入新世纪，由于新闻观念的发展变化，由于通讯技术的迅猛发展，信息传播速度的飞速增长，它的新闻性特征得到更加突出的强调，进一步发展为“新闻化”特征。评论新闻化，使新闻与评论互相延伸，互相深化，加重报道的分量，大大增强传播效果。主要表现为：

1、更强烈的时效性

新闻性要求新闻评论与新闻报道一样，讲究时效。评论的时效性就是评论的质量，新闻评论本身所具有的影响人们思想、行为的潜在作用，与时间是成正比的。时效性对于引导舆论至关重要，它已成为争夺总编辑眼球的“武器”，因它而竞争程度更为激烈，追求时效本身已成为新闻媒体竞争的永恒主题。

另一方面，网络媒体的迅猛发展，电子媒体的咄咄逼人，世界变成了地球村，时空的距离被打破，使任何新闻信息的传播十分容易，因此，报刊在新世纪更为重视新闻评论的时效性。为了加强时效性，报刊开辟了《今日社评》、《新闻时评》、《时评》等评论专栏或专版。社论和本报评论员文章也注重新闻的时效性。这些言论是对刚刚发生或正在发生的新闻事件、现象、问题进行评论，言论与新闻常常是同步见报。例如刊发在2005年4月11日《人民日报》二版的本报评论员文章《抢抓机遇促振兴》，就是配合当天头版发表的通讯《科学发展看东北》而发的评论；又如2005年7月6日《人民日报》五版的社论《加快建设节约型社会》就是配合当天头版刊登的国务院《关于做好建设节约型社会近期重点工作的通知》而发表的。都是当天新闻信息的深入，有助于提高新闻报道的影响力，也能更好地吸引公众的眼球。

有的是随着新闻事件的继续，刊发系列评论，这些系列评论同样也很重视时效性。如2000年3月江西萍乡爆竹厂发生爆炸事故，又过了3个月，广东江门市外海镇烟花厂发生特大爆炸事故，严重地威胁着广大职工的生命健康和安全生产，以维护职工合法权益为己任的工人日报，认真贯彻中央精神，面对上述流血事件，仅隔两天便撰写了一组评论，于2000年7月3日至7日连续在头版显著位置刊出，在全国广大职工中反响极大。

2、更强烈的现实针对性

新闻评论的新闻化表现在另一方面是具有更强烈的现实针对性，进入新世纪主要体现在“时评”的大量涌现。触及现实，是新闻评论的生命力之所在，它的存在价值和社会作用取决于它与现实生活联系的紧密程度。

在我国近代报业史上，第一次“时评热”是1986年上海创刊的《时务报》掀起的；第二次“时评热”是20世纪40年代，以《大公报》“星期社评”为代表掀起的；当前兴起的第三次“时评热”是从1998年开始的。新闻时评为什么会中兴？其原因我认为：一是随着媒体之间新闻同源化的增多，新闻竞争已由独家新闻之争进入到独家观点或独家视角之争的态势，言论已经成为提升媒体品位，打造传媒竞争力的力点之一，一些市场化报纸如南方都市报、新京报等新兴媒体能在短期内成功，时评版的功劳不可没；二是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，为新闻时评的中兴创造了发展条件；三是随着社会、政治、经济生活领域的巨大变化，社会现象的复杂性和价值观念的多元化，使

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

- 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03
- “中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24

人们迫切需要了解新闻背后的缘由和体制因素；迫切需要传媒去伪存真，帮助梳理与解析；迫切希望媒体有一个公众和专家参与并发言的阵地，人们渴望拥有话语的平等权，在大众传媒上表达自己的观点和看法。

时评的“时”是时事的“时”，更是“时代”的“时”。有的新闻时评虽然没有明确的时间要求，但是新闻评论所强调和关心的是“直接的当前现实”。时评就是“因时而评”，“合时而著”的新闻评论，也就是时事短评。如针对教育部发布的《普通高等学校学生管理规定》，《广州日报》在《今日时评》发表了本报评论员苏宁的评论《大学生真能结得了婚吗？》¹；针对高考日益成为整个社会的“大事件”，四面八方“优待”考生的事实，《人民日报》发表姜泓冰的时评《从“优待”高考到关注成长》²；针对《广东省省属国有企业负责人经营业绩考核暂行办法》的出台，《人民日报》发表郝洪的时评《国企，七十二万年薪高不高》³；针对一些党政干部参加境内境外的赌博活动，社会和国际影响恶劣，可是许多人对干部参赌的严重危害没有引起足够的重视，《人民日报》及时推出士心的时评《干部“沾赌”不可小视》⁴；不胜枚举。这些时评直面现实、关注民生，新闻性与针对性强，有力地表现了评论的“新闻化”。

二、“多元化”特色

新闻评论的多元化特色具体表现在：

1、新闻评论的话题丰富多彩，打破了多年由上而下的单一声音。现在国内话题不仅有经济建设方面的，还有经济生活、政治、文化、军事、体育、法律、医疗、保健、娱乐等等内容。尤其是贴近民众日常生活的评论如“时代热评”、“人民论坛”、“冰点时评”、“巴蜀小议”、“街谈巷议”、“都市早茶”、“今日谈”、“虚实谈”、“杨柳青”等等五花八门的专栏评论或专版评论层出不穷，而且采用群言型的开放形式，评论队伍除专业人员和学者外，注重吸引群众参与评说，各媒体把为民众鼓与呼作为自己的神圣职责；至于国际话题的内容也较以往丰富得多，如美国“9.11”事件，俄罗斯莫斯科人质事件、哥伦比亚飞船、伊拉克战争、反法西斯战争胜利60周年等等不一而足，涌现出许多不同意见、不同看法，以及分析研究探讨类的国际评论。

2、新闻评论指向的内容不同、对象不同、角度不同。现实生活百花齐放，千奇百怪，众多社会热点、焦点、冷点、疑点、难点常常包含于现实生活发生的各类新闻事件、现象、问题中，而这些，正是备受公众关注的。例如非典型肺炎2003年突然在我国爆发，直接威胁着广大人民群众的健康与生命安全，也给经济建设带来很大冲击，如何处理好抗击非典和经济建设的关系？如何在全力抗击非典的同时毫不放松经济工作？在这关键时刻，《人民日报》发表了评论员文章《一手抓防治非典 一手抓经济建设》⁵，辩证地分析了非典对经济的影响，全面论述了两手抓的重大意义和如何坚持两手抓等重要问题。再如，近几年学术腐败相当严重，社会上权学交易几成热潮，这一现实人们忧之，于是2003年刚刚结束的中国工程院院士增选第一轮评审工作引起了社会各界的广泛关注，《由高官落选院士想到的》⁶一文抓住“高官落选院士”这一新闻点，从维护社会公平的角度进行评论，引起了社会强烈反响。再如，《中国人过中国节》⁷从“情人节”之夜长沙街头玫瑰火爆，而元宵节红灯冷清的新闻事实为切入口，以捍卫民族的传统文化；《金杯银杯，不如百姓口碑》⁸以年末评比各种奖杯的新闻事实入题，旨在转变领导机关作风，密切党与人民群众的血肉联系，发扬艰苦奋斗的作风；《理解 拥护 支持 参与》⁹则以与农民息息相关的农村税费改革入题；再如《急于动武，缺理少据》¹⁰则以伊拉克战争入题……新闻评论指向的多元化还表现在对同一事件、同一现象、同一问题上的不同评论，如《南方都市报》、《中国青年报》等从不同角度发表了对马加爵事件的言论；又如各级党报从不同角度发表对“神六”飞天成功的言论。综上所述，各种各样的选题立论敢于面对公众所关注的多姿多彩的话题，进行激浊扬清、释疑解惑的积极引导，既有赞美歌颂的，也有批评谴责的，既有阐释说明的，也有建议、探讨、争鸣、商榷和研究的。思想活跃，观念多元，倍受群众欢迎。新闻评论指向的多元化是时代发展进步的产物。

三、“平民化”特色

毛泽东在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中说：“同志们是办报的。你们的工作，就是教育群众，让群众知道自己的利益，自己的任务和党的方针政策。”并强调新闻宣传要“三贴近”；江泽民2001年1月在全国宣传部长会议上发表重要讲话时也指出：“新闻媒体是党和人民的喉舌，应准确、鲜明、生动地宣传中央的精神，应及时、如实、充分地反映人民群众的意愿。”群众满意不满意、赞成不赞成、答应不答应、高兴不高兴是衡量一切政策的出发点和落脚点，新闻评论将弘扬主旋律的出发点和归宿定位在“实际、生活、群众”上，以实现主旋律宣传的平民化、大众化、多样化。我还是以《人民日报》为例。

《人民日报》评论的最大魅力就是平民化，用老百姓的话，说老百姓的事，不分老幼尊卑，大家可以平等地交流思想和看法。就拿我最近读的几篇评论说吧：《查禁“苏丹红”切莫一阵风》、《老虎与牙签鸟》、《引种大有学问》、《破坏环境者该受罚》、《“无声热线”暴露了啥》、《警惕——代表“光环”下的“黑暗”》、《好一个“馒头神”》、《有感于“市委书记公开手机号”》、《用好刘翔》，这些言论话题和素材来自于丰富多彩的社会生活，选题宽，有感而发，或赞叹、或感慨、或愤怒、或不满，针对性极强，往往从某一种现象、某一个“个例”，某一种事由入题，对其进行由此及彼、由表及里、由浅及深的解析，揭示出某种事物的普遍价值和意义，揭示出某类现象所反映的本质问题，站在平民的立场“代民者言”，或民者参与评说。例如黑龙江五常市市委书记肖健春将手机号告知群众，对每一个电话，他都仔细听、认真答，随时处理，使天天有群众上访的市政府，现在面貌一新，一个上访的也没有了，从日接300多个告状上访电话，减少到20多个的事实，评论《有感于“市委书记公开手机号”》高度赞扬了肖健春“群众利

益无小事”的公仆精神，言论旨在说明一个简单而重要的道理：“关键是要让民情民声能够有‘给个说法’的地方，反映的问题能够得到及时公正的答复。”真是一言中的，发人深省，这样的分析情理相融，理在事中，其逻辑力量和震撼力、说服力都很强。有的言论是针砭时弊，如《警惕——代表“光环”下的“黑暗”》，针砭的是时下有的人追求人民代表的种种“好处”，把代表资格变成不良行为和违法犯罪活动的“护身符”；《“无声热线”暴露了啥》切中的是一些政府部门公布了举报投诉电话，却无人接听的形式主义时弊；有的是于分析和论述中点出问题，如《老虎与牙签鸟》，从自然界合理的奇妙“共生现象”，抨击社会生活中制假、造假、行贿、受贿等等巧妙的“共生行为”，又如《查禁“苏丹红”切莫一阵风》，褒扬中以相关的时弊作背景，通过“扬清”而“激浊”。以上诸篇就事论理，言简意丰，文浅意深，都是百姓关心的问题，都是为百姓利益说话。体现出一股生气、正气、锐气，涌动着一种社会舆论的正面力量。

我们处在急剧变革而又竞争激烈的历史时期，新闻媒体要做好党和人民的喉舌，更好地担当起引导舆论的重任，必须对“三贴近”有新的认识和突破。现在的贴近与过去相比，难度更大，要求更高，媒体面对的是越来越成熟的公众，面对的是越来越多样、越来越咄咄逼人的媒体群，稍一懈怠，就会有失去市场，失去地位和声音的危险，新闻媒体必须关注新情况，研究新问题，开阔新思路，办好新闻评论。评论的话题不仅要有指导性，注重导向价值，同时还要注重服务价值，从思想观念、方针政策、科学知识、生活消费等体现其服务性，让群众满意、受惠，得到启发。这，有着深远的政治意义。

四、“解读”特色

中央电视台新闻频道的开播，标志着新闻信息由“传播”时代进入“解读”时代。什么是解读？解读，就是媒体分析、说明、解释新闻的意义。即对刚刚发生或正在发生的重要新闻事件，或社会现象，或问题，或政策法规等进行针对性地解读——在评论中安排一节或几节精彩的、切中时弊、鞭辟入理的分析，并提出独到的深刻的见解。深层解读与提供观点相结合，是新世纪新闻评论突出的特点。观点深刻、公正与否，解读深入、准确与否，决定着评论的成败优劣。

全球信息化，经济一体化，由于社会的复杂多变性，使今天的人们难以单凭个人知识和经验对所发生的万事万物做出解释和判断；另一方面，随着社会主义市场经济的深入，政府、企业、家庭、个人的社会决策需要上升，他们要求媒体分析信息对社会、对个人的影响，明确信息的意义，帮助群众发现信息之间的联系，透过现象揭示本质，因为对新闻信息的深入解读，给受众提供了一个多角度、多层面的观照与参考，使人们对其复杂内涵能有更深更远的理解，对其内在意义和价值能有更准确的判断，使之做出趋利避害理性的最佳选择。例如《免费西湖的启示》是针对一些文化遗产景点门票涨价后，不少景区景点也争相效仿，在门票价格“涨”声一片里，杭州却推出“免费西湖”，二十四小时免费为游客开放，此举使杭州市旅游收入大幅增涨，西湖免费开放给我们什么启示呢？该文解析道：“景区景点是一些地方的‘金饭碗’，但怎么用好这个‘金饭碗’，眼界不同，思路不同，结果也大不相同。一些地方提高景区景点门票价格，也能增加收入。但一味提高门票价格，往往会适得其反，不仅增加游客经济负担，也未必能发挥‘金饭碗’的作用。风物长宜放眼量，思路一变天地宽。杭州人正是用一种全面的、发展的、长远的眼光看待西湖这只‘金饭碗’，看到了‘免费西湖’聚‘人气’所产生的作用和影响力，靠精明的经营，带动整个杭州的经济和社会发展。”“在这里，我们也不是倡导旅游景点都‘免费’，而是说，杭州的‘旅游经济学’至少给我们提供了一个实现景区景点综合效益最大化的有益思路，值得借鉴。”

评论的力量在于理性的力量，在于它的思想穿透力，理性的力量最终要靠深刻独到的观点取胜。理性倡导的是尊重客观事物的规律，是认识事物分析事物的科学精神，理性批判精神和独立精神的复苏和高扬是新世纪新闻评论的可喜变化。所谓“批判”就是发现、分析、鉴别时代发展中的问题。面对困惑人们层出不穷的新事物、新问题、新情况，新闻评论要不盲从，不跟风，不炒作，不虚浮，坚持思想的独立，人格和精神的独立，凭借评论自身魅力体现高度，体现深度，体现生命力，竞争社会影响力——这，应是媒介言论发展的一个方向。如《从马德卖官说“机制”建设》一文，见解十分深刻、独到。该篇从引人注目的马德卖官案入题，为什么马德一方面非常“重视”干部制度建设，一方面又大肆卖官？为什么有关制度在“一把手”面前频频失灵？甚至起到了使卖官“合法化”的反作用？言论对这一触目惊心、令人深思的问题进行了独立思考，深层解读，进一步探讨行之有效的“选人用人及监督的机制”。

信息时代的媒体竞争，不仅是新闻题材的竞争，更是在对新闻事件、新闻题材总体把握上的新闻解读之争，进入新世纪的新闻评论更追求对新近发生的一些重大的、全局性的、前沿性的新闻事件作深度解读，为公众提供“独家”观点、“独家”角度、“独家”方法。

五、“意见性信息”与“新闻性信息”相结合的特色

在新闻传播中，新闻评论与新闻报道是两种基本的传播手段，在引导舆论与反映舆论等方面二者各有特色，不可替代。随着新闻观念的发展变化，新闻评论和新闻报道正由各自独立呈现出相互结合，你中有我，我中有你，把传播“意见性信息”与“新闻性信息”有机地结合。常见的形式是：

1、配合

配合就是指言论与新闻同时见报的形式。传统的新闻观点认为评论只是就新闻发议论，最重要的是表达观点，传达意见性信息。言论与新闻同步见报，说明评论已突破旧新闻观，重视新闻性信息对评论的作用与影响，重视意见性信息与新

闻性信息的结合。有道是新闻评论是以新闻为前提，有了新闻方有评论，一实一虚如鸟之双翼，不可或缺。言论依托新闻而发表，如评论员文章、短评、按语等，以发掘新闻背后的深层价值和意义，从而强化新闻宣传的导向效应，提高新闻传播的有用性与有效性。

刊发在2005年1月24日《人民日报》一版的本报评论员文章《在改革中做大做强文化产业》，就是针对北京歌舞剧院由差额拨款的事业单位，成功改制为多种经济成分的股份制企业，专门为同日发表的通讯《歌舞旅游结合 盘活存量资源 开拓演出市场（引标）让“北歌”插上腾飞翅膀（主标）》配发的评论。“北歌”在国内外文化市场竞争日益激烈的情况下，探索出一条发展文化产业的新路子，“北歌”是文化体制改革的亮点之一，《人民日报》抓住这个关键时机发言，旨在推动文化体制改革，把文化产业做大做强，以提高我国文化产业的整体实力和国际竞争力。再如，2005年4月5日《人民日报》一版的短评《沉甸甸的分量》就是配合当天的通讯《一位基层共产党员的答卷》发表的，该言论不仅为新闻报道“点睛”提神，也增强了言论本身的新闻性和可信度，强化了引导效应，延伸了报道思想。

2、融合

最常见的形式一是新闻评论中直接输入作者所见所闻的新闻性信息和事实，以此作为立论的由头和依据，缘此引发议论；二是在新闻评论中运用事理交融夹叙夹议、边述边评的手法。这种难度较大的论述方法在新闻述评等评论写作中常用。

例如发表于2005年1月20日《团结报》“今日杂谈”专栏陈鲁民的言论《金庸辞职与高校“追星”》，篇中输入了武侠小说名家金庸辞去浙江大学人文学院院长职务的新闻信息，盛赞金庸激流勇退，有自知之明，杂谈以此为头，对国内高校热衷于“追星”、攀名人，而明星又喜欢当教授的媚俗之风进行了有力的针砭，进而联系世界上著名大学哈佛、牛津等不媚俗的风骨进行深刻的解读，把传播新闻性信息和意见性信息有机地结合，由事入理，由具体到抽象，由感性到理性，新闻与政论融合一体，渗透力强，有效地提高了人们的认知水平。

再看融合的第二种形式——事理交融夹叙夹议，即在叙事的基础上生发议论，又在议论中穿插叙事，使具体的事实与抽象的议论有机地结合，以体现感性认识和理性认识的统一和升华的过程。如《大科学时代呼唤大科学家》是一篇体现时代特色的佳作、力作。新形势科研工作注重强调团队化和组织化，因此有人断言，在大科学时代科学家个人的作用已经不甚重要了，该文有力地论述了大科学时代不仅未削弱科学家的个人作用，而使个人作用变得更为重要和突出。言论从“大科学时代”的高度，提出“大科学时代呼唤大科学家”的深刻观点，并列了“人类基因组测序计划”等几个典型事例，运用夹叙夹议，边述边评的手法，在点与面的结合上开掘深度，在理论与实际的结合上充分揭示和论证中心论点，深化报道思想。

六、“小型化”、“版面化”特色

传统的新闻评论以大型为重，动则几千字。八十年代后，新闻评论开始呈现出小型化的发展态势，突出表现在专栏小言论兴起，进入新世纪，新闻评论小型化、版面化趋势更强，主要表现在：

1、社论、评论员文章的小型化、版面化

社论和评论员文章作为代表报社、刊物或通讯社编辑部，就当前国内外重大事件、事变或问题表明立场观点的指导性言论，写作时当然需要一定的篇幅，传统的社论和评论员文章短则二、三千字，长则数千言，如今，报纸对社论进行革新，降低“门槛”，把社论从节庆日或重要事件的“专贡品”回归到新闻评论的初始功能，改变报刊评论唱“独角戏”、垄断话语权，“大而长”、“论而不争”的局面，打破“栏”的界限，让言论版面化、小型化，尤其是市场化报纸。就拿广东说吧，《南方日报》增设了“观点”版，《羊城晚报》增设了“时评”版，南方都市报言论占了两个版，由“社评”和“来论”组成，《南方周末》开设了“众议”和“视点”专版；就全国而言，《中国青年报》的“青年话题”，《北京青年报》的“每周评论”，《北京晚报》的“新闻快说”，《工人日报》的“新闻评论”，《检查日报》的“法制评论”周刊，《新京报》的“社论·来信”和“评论”版，《21世纪经济报道》还辟有两版的评论专版，等等。各媒体主动吸纳不同观点、不同意见，使言论版或言论栏目成为意见多元、观点丰富、思想活跃的开放论坛，评论文章以中小型为主、大中小结合，积极向“短而精”的方向发展。

2、小言论受重视

小言论又称为袖珍评论，微型评论，因其篇幅短小，取材广泛，有的放矢、事理融合、以小见大，更是受到前所未有的重视，倍受读者的青睐。1980年1月2日《人民日报》开办“今日谈”小言论专栏后，全国各地新闻媒介纷纷仿效，出现了名目繁多的小言论专栏，长的五六百字，短的二三百字，具有“四两拨千斤”的神奇魔力。除新闻性小言论外，思想性或经济类的专栏小言论也日渐兴旺，如点评，随感、漫笔、琐谈、杂谈、絮谈等小言论走俏各报报端，使受众赏心悦目、美不胜收。

新闻评论向小型化、版面化发展，究其原因：由于社会的发展，人们生活节奏的加快，时间变得越来越重要，更欢迎短小精粹的言论；而小型化、版面化的言论也适应了当代社会新闻媒体自身激烈竞争的需要。如今新闻已很难“独家”获得，而“观点”可以“独家”产生——这样一来，报纸、广播、电视、网络等媒介都要在言论上大显身手，崭露头脚，张扬个性。时代呼唤着具有直接而鲜明的指导意义的新闻评论的强化。

各种新闻评论文体小型化趋势会越来越强，这是客观发展的必然，是可喜的，不过小言论要写好亦非易事。言论小型化

易犯言之无物，缺乏深度的毛病，作者须善于概括、精心提炼、舍得删改。我们强调新闻评论的小型化，并非唯“小”就好，唯“小”就高，不可因短害义。一篇评论，从选题到写作，从地位到作用，都应有自己的特点，有了特点，才有优势。

七、“形象化”特色

人们都爱看电视、电影，因为电视、电影是以视觉形象为主的艺术，展示的内容都是用画面，具体可见，中央电视台的“焦点访谈”之所以成为当代中国新闻界的一个金牌专栏，一方面靠央视的公信度权威，另一方面就是靠其形象的吸引力、冲击力，常常一两个画面胜过千言万语，把难以言说的事实表现得清楚明白，为了实现有效传播，我们要把形象化引入新闻评论写作中来。著名的马克思主义政论家胡乔木在《要加强对地方报纸的评论工作》中说：“形象的思维是回忆、想象，逻辑的思维是判断、推理。艺术家靠形象的思维，科学家靠逻辑的思维。我们报纸工作人员不是艺术家，也不是科学家，不是写小说，也不是写科学论文，而是面对着广大的群众说话，写的是有关当前问题的评论，所以就要两样都有点——既要有形象的思维，又要有逻辑的思维；既要有抽象的说理，又要有具体的形象。”如果作者能在言论中寥寥几笔勾勒一两个形象，或者在篇中加“故事”，寓理于事，顺事成理，就可使评论满篇生辉，增千钧力，使受众在阅读过程中获得道理、知识、情趣等多种启迪和愉悦。

请看2003年5月2日《新民晚报》发表的评论《国旗分外红》中的两节文字：

出租车上，鲜艳的五星红旗迎风飘扬……上海的出租车上几乎都出现了五星红旗；鲜艳的国旗很快也在众多的私家车上出现，商店、小巴，甚至于工地……那一片特殊的红色，染遍了整座城市。

……双休日，孩子手里的气球变成了一面小小的国旗；上班族的西服上，一枚鲜红的国旗胸针格外引人注目；办公室的案头，精致的国旗与家人的照片并排而立；特殊的日子里，巨幅国旗自大厦顶端悬挂而下……形象思维通俗地说，就是把看不见摸不着的东西，用看得见摸得着的形象，把它生动活泼地描摹出来，使之具有可感性。上面寥寥几笔勾勒的各个红旗画面，有力地表现了非典时期全国人民强烈的爱国主义情怀。评论中形象思维用得好，可使艰深的理论通俗化，把事物复杂的关系形象化，其感染力胜过逻辑的说服力。再如《中国主权不容侵犯》，为了说明中国人民的感情不可侮，中国的主权不容侵犯，针对美方的霸道行径，连用三个比喻说理：“中国领土绝不是哪家军队随便溜达的‘后花园’，中国领海绝不是哪家舰船随便游弋的‘游泳池’，中国领空绝不是哪家军用飞机随便进出的‘空中走廊’。”一个严肃的论题竟然写得如此生动形象，其感染力胜过多少逻辑的说服力！

我曾在专著《艺术与创新》中写道：“文字新闻中的视觉形象，是当前与电视，广播新闻竞争的强有力的‘武器’。”报刊新闻评论面对广播评论、电视评论、网络评论的严峻挑战，单靠逻辑思维的说理论述是难以满足新形势的需要，难以满足群众化的需求，在新闻评论中重视形象思维，把逻辑思维与形象思维结合起来，在渗透力上下功夫，可大大地提高传播效果。

说明：该篇是广州市哲学社会科学“十五”规划2004年度课题《21世纪新闻写作研究》的阶段成果之一。

注释：

- 1 《广州日报》2005年3月31日“今日时评”
- 2 《人民日报》2005年6月9日“人民时评”
- 3 《人民日报》2005年6月10日“人民时评”
- 4 2005年1月18日
- 5 皮树义 施明慎 潘岗《人民日报》2003年5月8日
- 6 张帆《科技日报》2003年8月29日
- 7 李万寅《长沙晚报》2003年2月16日
- 8 毕政《吉林日报》2002年12月31日
- 9 杜时国 李迎春《河南日报》2001年4月6日
- 10 古平《人民日报》2003年3月11日“国际评论”
- 11 石国本《人民日报》2005年3月31日“不吐不快”
- 12 郭振业《人民日报》2005年3月29日“金台随感”
- 13 耿福全《人民日报》2005年4月5日“今日谈”
- 14 陈芳丛 峰谭浩《人民日报》2005年4月6日“法制纵横”
- 15 吴龙贵《人民日报》2005年1月18日“读者论坛”
- 16 士心《人民日报》2005年1月17日“时代热评”
- 17 吴兴人《人民日报》2004年6月10日“人民论坛”
- 18 姜云宵 周广路《人民日报》2005年3月29日“时代热评”
- 19 钟文《人民日报》2005年3月31日“体坛走笔”
- 20 江南客《人民日报》2005年4月4日“人民论坛”
- 22 士心《人民日报》2005年3月29日“今观察”

23 周文斌《光明日报》2005年6月30日“科技时评”

24 《胡乔木文集》第3卷19页 北京 人民出版社 1994

25 刘格文等 《解放军报》2001年4月6日

36 韩炼 《艺术与创新》第17页 广州出版社 1997

作者：广州大学新闻与传播学院教授，对外经济贸易大学世界贸易组织研究院特约研究员

[首发《新闻大学》2006年第1期 转载请注明来源]

(责任编辑：)

收藏本文

！ 打印本页 ！ 关闭窗口 ！

读者留言

用户名： * 密码： (游客)请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

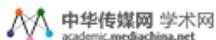
效验码： * 请输入：6828

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved