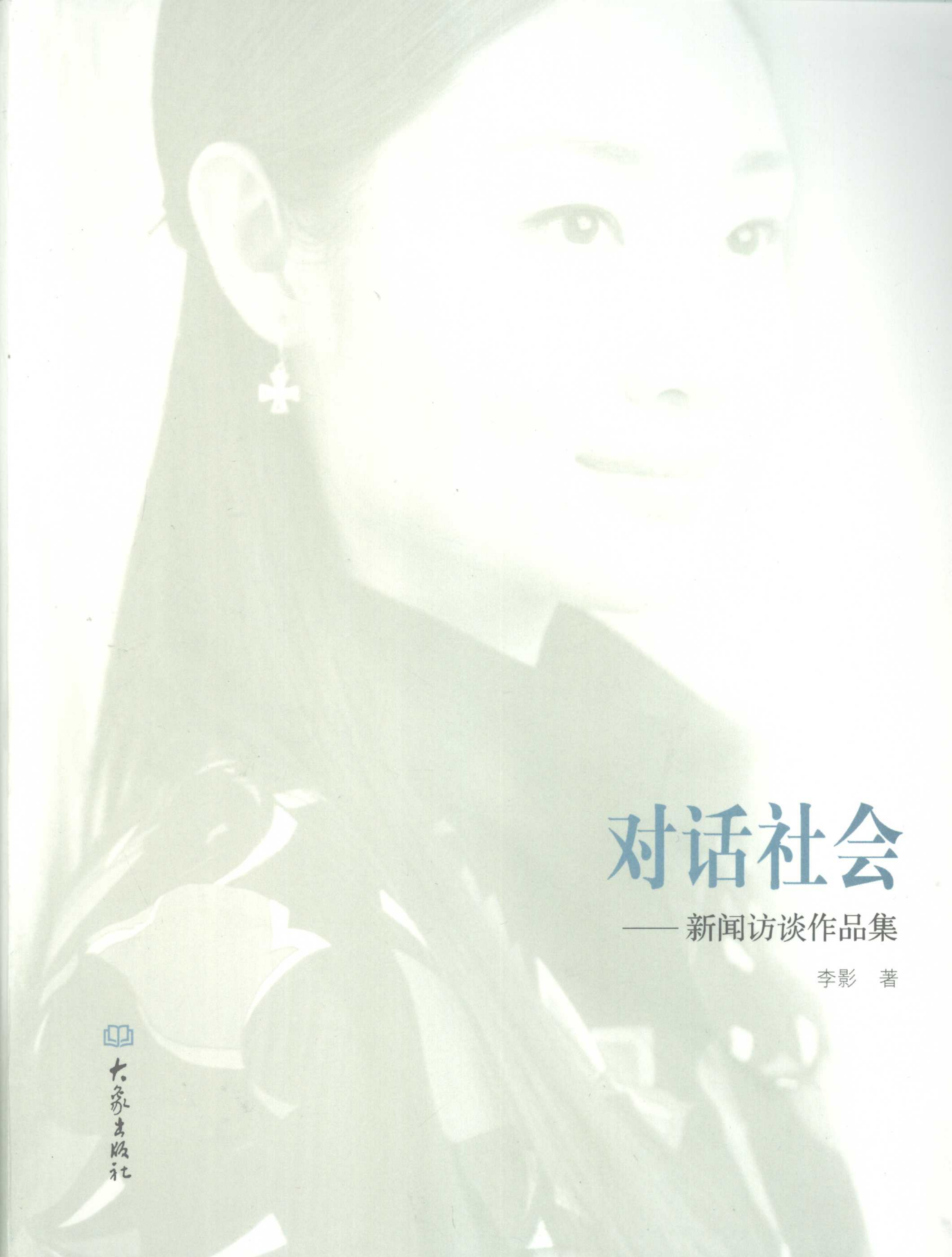




对话社会

——新闻访谈作品集

李影 著



大象出版社



上：握手曾荫权

下：采访结束后，曾荫权亲切地问我：“以前去过香港吗？”



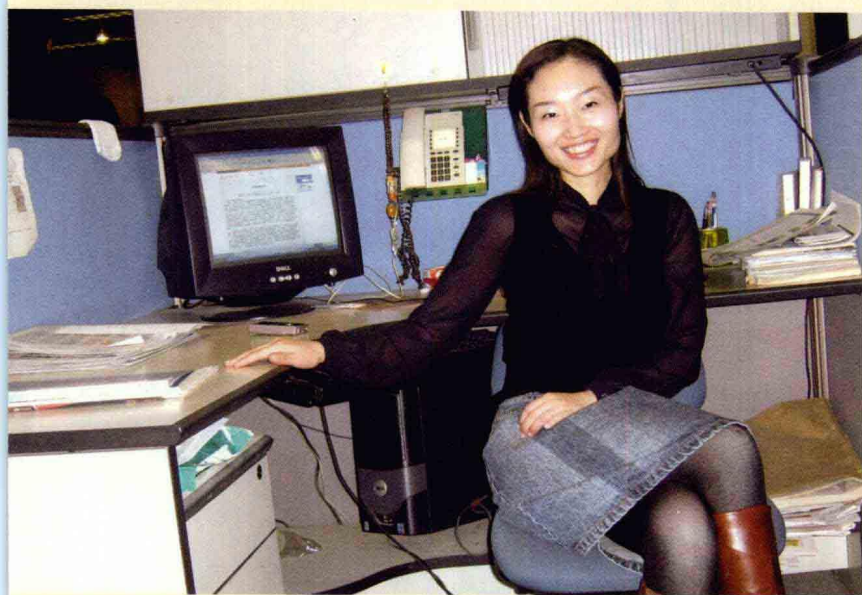
上：与同事在扬州采访问隙

下：就企业社会责任的话题对话孟电集团总经理范海涛



上：在上海杜莎夫人蜡像馆采访“盖茨”

下：在万商西进高峰论坛



上：做完“青春职业”的访谈，我结交了许多空姐朋友

下：就是在这个格子里，我完成了一篇又一篇“谈话”稿件

对话社会

——新闻访谈作品集



李影 著

大象出版社

图书在版编目(CIP)数据

对话社会：新闻访谈作品集 / 李影著. — 郑州：大象出版社，2008.8

ISBN 978-7-5347-5272-8

I. 对… II. 李… III. 新闻采访—作品集—中国—当代
IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 117319 号

选题策划：耿相新
责任编辑：范艳军
责任校对：沈志刚
整体设计：韩 青

出 版：大象出版社（郑州市经七路 25 号 邮政编码 450002）
网 址：www.daxiang.cn
发 行：河南省新华书店
印 刷：河南第一新华印刷厂
版 次：2008 年 9 月第 1 版
印 次：2008 年 9 月第 1 次印刷
开 本：16 开（889 毫米×1194 毫米）
印 张：18 印张
字 数：180 千字
印 数：1—3000 册

定 价：26.00 元

本书如有印装质量问题，由承印厂负责调换。

自序

让民众的声音更有影响力 / 7

寻找我省文化产业发展的突破口 / 14

新时期怎样推进“男女平等”(上) / 20

我的青春，我的职业生活（上） / 28

我的青春，我的职业生活（下） / 36

下岗工：创业培训助我梦想成真 / 44

职业教育要真正热起来 / 50

今天，我们该怎样学习雷锋 / 58

我们是真正的城里人吗

——与来自农村的纺织女工对话 / 64

让更多的人走近科学

——省会科学界人士谈论“全民科学素质” / 74

医护人员眼中的医患关系 / 82

那年我高考

——与不同年代考生聊应考岁月 / 90

建设新农村，当前怎么做？ / 98

教孩子学做人是一种社会责任

——关于卫滨区改革未成年人思想道德教育模式的对话 / 104

为何沉迷网络难以自拔

——与网瘾青少年和心理医生对话实录 / 112

到农村去实现人生价值

——对话大学生村官 / 120

你问我，为何独行在路上

——有关单身问题的谈话 / 128

善待河流就是善待我们自己

——关于河流与社会的对话 / 136

帮助低收入者实现安居梦 / 142

生死系于唇齿之间

——与警方“反劫持谈判专家”的对话 / 148

中间阶层，并非仅与财富有关 / 156

普通百姓的民生期盼 / 162

理财，该怎样伴随我们的生活 / 170

求职，你愿意被“派遣”吗

——关于一种全新用工方式的对话 / 176

教育要能启迪智慧

——由温总理批示引发的关于素质教育的讨论 / 184

高考与命运，不再必然划等号 / 190

新农合，给农民一个强力的支撑点

——关于“缓解群众看病难、吃药贵”的对话 / 196

企业的社会责任不仅仅是慈善捐助 / 204

我们参与了公务员招考面试

——关于“程序公正”的对话 / 212

在京城，有这样一群河南人

——对话豫籍在京务工保洁员李高峰和他们的环保志愿服务队 / 220

在河南找到了中华文化的精髓

——对话华人青年领袖与“龙汇100”系列活动主办方负责人 / 230

一部新法给企业带来什么

——就《劳动合同法》对话企业方 / 238

中部崛起，香港也将担当重要角色

——访香港特首曾荫权 / 246

理性与感性的双重选择

——与几位返乡创业者的对话 / 248

用承诺叫响“我是共产党员”

——由“漯河市十万党员公开承诺”活动引发的讨论 / 254

支援灾区，身处后方怎么做？ / 262

奥运志愿者不仅仅属于奥运会

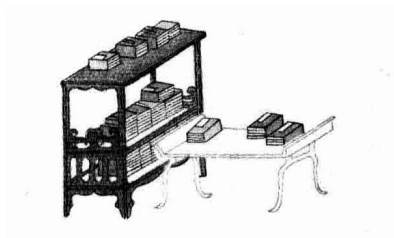
——对话我省奥运志愿者代表 / 270

附录1 报纸《谈话》专刊怎样体现差异性

——与电视谈话节目比较 / 278

附录2 读者眼中的《谈话》 / 282





自序

让民众的声音更有影响力

在各种新媒体重重包围的时代，人容易浮躁，有时虚无。而面对自己即将付莘的新闻访谈作品集，作为一名年轻的党报记者，我却感到恬静而充实。

我供职于河南日报社会周刊部访谈栏目《谈话》，这本书稿记录的是自己三年来在栏目发表的几十篇作品。把这些作品集结出版，不仅为日后追忆，也不单为让读者一窥河南社会近年来的改革变迁。在这些作品背后，是2005年以来河南日报作为党报，直面传媒市场化的残酷现实改版“突围”的故事；是社会周刊部作为报社的一极，不断开辟民生新闻大视野、攀登新高度的故事；是谈话栏目作为周刊部的子品牌，围绕让民众的声音“有用”，对栏目“差异化”优势深耕细作的故事。

正是这些作品背后的故事让我感到恬静而充实，让

自己作为勇于变革的党报记者群体中的一员而无比自豪。也正是这些追求卓越的故事让本书成为可能。借此谨向我的领导、同事以及大象出版社的编辑们深表谢意。还特别感谢多利斯莱辛，正是她的《金色笔记》经常提醒我，所谓“现代女性”，同样肩负着西西里弗斯般的社会责任。

贯穿本书的主线是自己至今仍在探索的一个问题：如何让民众的声音变得有用、有用、再有用？

这一问题关乎《谈话》栏目的品牌塑造，关乎栏目能否充分贯彻河南日报“高端、权威、民生、有用”战略大局。几年来在报社领导的指导和关怀下，自己在一线采编过程中进行了一些探索，特在序言中和读者分享，也算是为凝结了这些探索的几十篇作品提供一个引子。

《谈话》栏目的功能定位就是面向读者，倾听他们的声音，实现和他们的互动，让民众的声音更有影响力，最终占领传媒市场竞争的制高点。《谈话》的主体是民众的声音，这是栏目的核心优势。根据信息传播理论，传者要想和受者达到某种程度的契合，取得良好的传播效果，就要采用容易与受众沟通的传播语言，而最容易让受众接受的语言就是受众自己的声音。

更早市场化的西方媒体在单向传播的时代就开始关注“民众的声音”，邀请嘉宾参与的电视“脱口秀”访谈栏目是里程碑。它在网络出现之前就开创了双向交流的模式。从主持人、嘉宾、现场观众到电视机前的观众，人人都既是传播者，又是被传者。“脱口秀”本质上是通过媒体的“平民化”趋势，让民众实现了从“仰视”到“平视”媒体的转换，也让媒体成为民众产生亲切感和信任感的精神诉求。“民众声音”价值的充分释放加速了传统媒体变革的步伐。即使 youtube、Google、facebook 等互联网媒体已是“山雨欲来风满楼”，我们从方兴未艾的访谈类栏目《实话实说》《鲁豫有约》《锵锵三人行》到《超级女生》《赢在

中国》等“现场秀”的热潮中仍然能够感受到传统媒体不屈的斗志。

动辄上亿人覆盖率的电视如此，受自身传播规模局限的报纸求变决心更甚。“民众的声音”几乎不约而同的成为报纸媒体栏目创新的杀手铜。从《中国青年报》平民化视角的《冰点》专刊，到报网合一获得中国新闻奖的河南日报《焦点网谈》，再到强力融合读者参与的深圳商报《谈话空间》，“民众的声音”始终是这些品牌栏目产生较大社会反响的源动力。

简单回顾“民众的声音”走过的辉煌岁月，读者可能就会理解作为《谈话》栏目编辑们的“高处不胜寒”。面对类似栏目的“汪洋红海”，河南日报《谈话》品牌的“蓝海”必须定位在具有不可克隆性的核心优势上。而在科技无孔不入的今天，只有思想无法克隆，只有思想的高度不易跨越，只有思想的优势才能让《谈话》栏目成为河南日报“中原向导、时代高度”的具体体现。让理性的思想、深刻的思想、独创的思想通过《谈话》栏目不断涌流，让《谈话》充满思想的力量。这就是对“民众的声音”如何“有用、有用、再有用”的回答。

知易行难。在近3年的探索实践中，我也深深地感到，让《谈话》具有思想性必须付出很多努力。还清楚地记得在采写《新时期怎样不断推进男女平等》这篇访谈时的焦虑和紧张。面对一个极易老生常谈的话题，我从“新时期”这三个字入手，翻阅了大量资料，从中搜集妇女问题研究的前沿理论信息，还联系到女性研究的专家学者，了解她们的关注焦点，综合各种信息设计出了诸如“大众传媒对女性角色如何进行歧视性解读”等问题，为采访嘉宾碰撞出思想的火花奠定了基础。由于《谈话》栏目选题广泛，编辑记者们最大的压力在平时。为了适应栏目的定位要求，对于知识的积累、信息的搜集和广泛的专家学者网络的积累一刻也不敢放松。接到新的访谈话题，还要抓紧“恶补”相关前沿知识，

征求专家意见，巧妙设计访谈角度，力争超越曾经已有的报道。现在回忆起来，每篇稿件的背后都有一段“为思想消得人憔悴”的艰辛历程。

在操作层面，为实现“让民众的声音有用”，我还摸索出一套更容易让访谈稿件产生好思想的“角度选择模式”。根据对《南方周末》、《三联生活周刊》、《中国社会导刊》、英国《经济学人》以及《河南日报》记者集体研修的美国《华尔街日报》等获得广泛赞誉媒体文章的研究，我发现相对静态的新闻稿件按“思想性”划分大致可分为六类，一是“归纳模式”，是从带有规律性的新闻中归纳出新思想、新观点；二是“反驳模式”，通过分析非规律性的新闻对常识性的观点或理念进行反驳；三是“应用模式”，用常识性的观点分析崭新的新闻个案；四是“支持模式”，提供一些崭新的新闻个案，对常识性的观点或理念进行证据支持；五是“献策模式”，通过新闻分析提供社会政策建议；六是“趋势模式”，通过新闻分析提炼出某些重大趋势或应该引起高度重视的潜在热点、焦点。每次拿到访谈题目，在经过充分调研和专家咨询后，最需要举轻若重的一步就是思考六种“角度选择模式”哪一种更适合本期话题，真正让读者产生震撼、豁然开朗和更“有用”的感受。在和读者的多次互动中，我发现日报的核心读者群——党政机关干部、公务员、社会白领，有话语权，有消费能力的读者对于“反驳模式”、“献策模式”和“趋势模式”情有独钟，这也为《谈话》栏目如何贴近读者需求提供了科学的依据。

所有这些探索和努力，所有其中的汗水和幸福都浓缩在本书收集的36篇作品中。在这本书中，在每篇作品后面特地注明了采写时间，这是考虑到，新闻作品是易碎品，要么以抢先时间取胜，要么以抢先刊发时机取胜，若不交代时间背景，就不易对其价值做出准确判断。

自己当然也非常清楚，区区三十几篇《谈话》作品和这个栏目实