

面对面

与通讯员朋友

律德成 著

吉林时代文艺出版社



面对面 与通讯员朋友

律德成 著

吉林时代文艺出版社



图书在版编目(CIP)数据

与通讯员朋友面对面/律德成著-长春:时代文艺出版社,2006.12

ISBN 7-5387-1437-5

I. …与 II. 律… III. 新闻-中国-企业 IV. 1273

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 0462704 号

与通讯员朋友面对面

作 者 律德成

责任编辑 孙亚男 魏洪超

责任校对 李 琳 春 明

封面设计 战 斌

版式设计 王 旭

出 版 时代文学出版社

(长春市人民大街 4646 号 邮编 130021)

发 行 时代文艺出版社

印 刷 沈阳艾琪制版中心印刷厂

开 本 850×1168 毫米 1/32

印 张 15.5

字 数 303 千字

版 次 2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

印 数 1000 册

标准书号 ISBN 7-5387-1437-5/I·1399

定 价 23.00 元

版权所有 翻印必究 装订有误 负责调换

发行电话 13342153600 0414-8673553 0414-2105953

Email: ytxypymdm@163.com

前言

16年前,当我辞去科级干部职务考入报社当记者时,原单位的一个小青年问我:听说你调走了,去了哪里,干什么工作?我告诉他去当记者。当记者!他怔了一下,眼睛里充满极羡慕的光芒,这就是记者在当时的社会地位。

那时报刊相对较少,中国新闻界的竞争还没有今天这么激烈,基层见个记者不亚于见官员,记者到哪里都属座上宾,一些重要的场合也出入,什么人都敢采访,一些稿子见报后,不仅有鲜花和掌声,还有实现人生价值的欣慰与快乐。在记者风光的背后,我有过采访不到位稿被“枪毙”的时候,有过刚提问就被人无情说出“无可奉告”的尴尬,有过要探明事实真相被拒门外的窘境,还有被曝光者冲我拍桌子瞪眼睛时的痛苦……每逢此时,之所以能克制自己并冷静地面对,因为我深知,我是一名用事实说话对得起良知的职业记者。

记者与通讯员,都是为新闻媒体不断提供“薪火”和“粮食”的人,如果没有这些人的辛勤劳作,读者不可能享受到丰美的新闻大餐,如果没有这些人的艰辛付出,再好的媒体也会“断炊”倒闭。

记者和通讯员的角色是相对的。他们之间只有工作量的不同,没有质的差异。对我而言,既是国企里的一名专职新闻工作者,又是本钢以外新闻媒介的一个通讯员。因此,曾有过7年基层企业工作经历,曾有过16年职业记者和通讯员双重身份的我,对通讯员的体会要比别人更深更多一些。有邮寄稿件时的希冀,有稿件发表后的喜悦,也有稿件石沉大海时的迷惘。由此,我更理解企业通讯员

采写新闻时的甘甜与苦辣。

近几年,我所在的报社连续办了若干期通讯员学习班,一些基层厂矿每年也不停地举办通讯员学习班,个别单位还办起了厂报,他们邀我去讲课。每次课后,有些通讯员围上来说,办班时间较短,听起来不解渴,因为当时听得津津有味,过后一忙又都忘了,动笔还是无从下手。我让他们多看看新闻写作方面的书籍,他们告诉我,那些书大都太专业,而且离企业太远,对企业报的业余作者不适用,尤其对工厂车间、班组这层的通讯员更不适用,听到这些真挚的话语,看到一双双渴求的眼睛,我就产生了一种专门为他们写本书的想法。

在写这本书时,我尽量避开一些抽象的纯理论性的东西,力求用通俗的语言和企业里鲜活的事例,解读我对企业新闻工作的感受和我在16年的实践中摸索出来的写作方法和写作技巧。另外,本书还引用了部分市场报及国外同行写的新闻作品,我的目的是让初入企业新闻领域的青年记者和通讯员朋友跳出行业或企业的局限看企业,开阔眼界,提升新闻报道的思想高度。

在本书撰写的过程中,我参阅了国内外一些学者、专家的相关论著,还引用了国内外许多新闻同行的优秀作品作为范例,在此深表谢意!同时,在本书撰写和出版过程中,也得到了报社同仁和社会各界朋友的大力支持,在此也一并致谢!

诚然,为企业基层通讯员朋友做点事的想法是好的,但由于本人水平有限,书中一些观点难免有失偏颇,敬请通讯员朋友、新闻同行和老师批评指正。

作 者

2006年8月于辽东本溪

目 录

第一章 怎样辨识新闻	1
第一节 什么是新闻	3
第二节 新闻价值与哪些因素有关	4
第二章 通讯员写稿存在哪些弊端	21
第一节 内容空泛	21
第二节 专业术语太多	32
第三节 缺少宏观意识	35
第四节 从表扬领导的角度写稿	41
第五节 新闻淹没在材料里	44
第六节 缺少新闻要素	52
第七节 时效性不强	68
第八节 把日常工作当成新闻	71
第九节 不注意客观平衡	77
第十节 写作不合规范	78
第十一节 对政策缺乏了解	84
第十二节 缺少新闻背景	86
第十三节 语言模棱两可	89
第十四节 语言相似套话泛滥	94
第十五节 生产、经营、建设及其他新闻报道不平衡	98
第三章 怎样寻找新闻线索	102
第一节 仅“吃透两头”是不够的	103
第二节 怎样寻找新闻线索	111
第四章 新闻与公文的关系和区别	134
第一节 公文和新闻	134

第二节	总结和新闻	142
第三节	从材料中发现新闻	146
第五章	采访注意事项	156
第一节	新闻的生长发展期和成熟期	156
第二节	充分利用新闻资源	158
第三节	做好采访前的准备	173
第四节	注意提问内容和方式	176
第五节	采访需注意细节	178
第六章	怎样写新闻故事	190
第一节	新闻故事的基本要素	191
第二节	新闻故事的各种题材	196
第三节	何时开始写作	209
第四节	怎样写新闻故事	210
第七章	常用写作技巧	222
第一节	巧用新闻背景	223
第二节	注意捕捉细节	225
第三节	采用对比手法	234
第四节	注意使用比喻	239
第五节	重视使用直接引语	241
第六节	适当使用方言和俚语	243
第七节	多用行为动词	244
第八节	注意数字换算	248
第八章	企业科技新闻	254
第一节	科技人物新闻	255
第二节	科技成果新闻	268
第三节	科技生活新闻	278
第四节	科技活动新闻	280
第九章	企业经济新闻	283

第一节	各类成就新闻	284
第二节	经济合同新闻	287
第三节	发展规划新闻	289
第四节	建设新闻	297
第五节	信息管理新闻	299
第六节	降成本新闻	301
第七节	销售新闻	304
第八节	售后服务新闻	306
第九节	能源综合利用新闻	308
第十节	现场类新闻	309
第十一节	设备管理新闻	311
第十二节	安全生产新闻	313
第十三节	运输新闻	316
第十四节	计量新闻	319
第十五节	环保绿化新闻	321
第十六节	档案管理新闻	323
第十七节	循环经济新闻	325
第十章	企业文教卫生新闻	329
第一节	职工教育培训新闻	330
第二节	职业技能鉴定新闻	336
第三节	医疗卫生新闻	337
第四节	企业文化建设新闻	343
第十一章	企业服务新闻	346
第一节	对大多数读者服务新闻	347
第二节	对特殊群体服务新闻	354
第三节	对企业生产建设服务新闻	358
第十二章	企业人物新闻	361
第一节	人物消息与人物通讯的区别	361
第二节	人物消息	364

第三节	人物通讯	368
第四节	人物专访	383
第十三章	企业社会新闻	390
第一节	灾难(事件)性新闻	390
第二节	警事新闻	394
第三节	职工及家属获得荣誉新闻	396
第四节	文体及娱乐新闻	398
第五节	伦理道德新闻	404
第六节	新时尚新闻	407
第七节	趣闻轶事新闻	409
第十四章	企业其他新闻	413
第一节	计划生育新闻	413
第二节	厂务公开新闻	416
第三节	公选新闻	417
第四节	群团组织新闻	419
第五节	党员队伍建设新闻	430
第六节	干部队伍建设新闻	435
第七节	党风廉政建设和效能监察新闻	435
第八节	友好往来新闻	438
第十五章	企业舆论监督新闻	441
第十六章	我的采访写作案例	453
	新闻稿件上数字用法的规定	470
	每年的节日和纪念日	471
	主要参考书目	474

第一章

怎样辨识新闻

我们身边每天都发生很多的事情，对于写作者来说，面对色彩斑斓的世界，究竟哪些是新闻，哪些不是新闻；哪些该写，哪些不应该写，这是首先要弄明白的。下面列举一些简要的事例，请大家辨识一下：

1) 我市某医院急救中心昨晚成功抢救一名煤气中毒的患者。这名患者来医院时血压和脉搏已为零，当班医生李某、护士长王某、护士田某某、刘某某连晚饭都没有来得及吃，就参加了抢救，最终使这名患者成功脱险。据了解，这名患者是一名外地来我市的打工者。

2) 为严肃工艺纪律，某厂二车间拟定全套内部管理体系。该方案将于一个月之后出台。

3) 某厂举办入厂大学生安全教育培训班。厂安全科的李晓鹏科长讲解了有关安全的知识，厂安全科还对这些新入厂的大学

生进行了安全知识考试。

4) 某钢厂进行第十届登山比赛，李小平、王强、赵来柱获得男子组前三名，刘丽、唐晓宇、吴艳娟获得女子组前三名。团体冠军由三轧钢分厂夺得。

5) 进入12月份以来，集团公司经济运行部、国贸公司、新特殊钢销售部等部门全力出击，千方百计地降低库存，以最大限度地满足资源计划量。

6) 热轧板厂给露天吊车“打伞”，这是厂吊车车间的重要防雨措施之一。

7) 7月份以来，电讯分公司机务车间针对雷雨多的实际，定期检查各班组防雷接地设施，并对部分防雷防洪物资和设备备件进行了及时清理和补充，做到有备无患。

8) 结合当前安全生产形势，某某厂青工开展“三个反思”大讨论。这三个反思是：反思安全责任意识是否到位；反思本车间青年安全岗是否有薄弱环节；反思在改革过程中如何提高青年安全岗的有效性。这个厂团委号召青工要主动查找隐患、发现隐患、整改隐患，以保证在大修中实现团员青年身边无事故。

9) 某厂机修车间昨天开始搬迁，为即将新建设的轧钢厂做好准备，以此拉开了振兴本溪老工业基地的序幕。

10) 某炼钢厂炼钢车间转炉工段甲班昨天炼钢创日产最高纪录。在一周前这个班已创下了日产钢的最高纪录。

上面这10个事例都曾是国内一些企业报登载的消息中的主要事实，这些事例究竟是不是新闻呢？读者会见仁见智。如果面对国家级媒体的记者，他们可能对这些小事是不屑一顾的。但作为地方新闻媒体的记者，尤其作为企业报的记者，就不得不认真

地加以对待和研究。让我们用新闻的定义去衡量，会得出这样的结论：其中大多数不是新闻，只是一般的采访素材或者一些构不成新闻的普通信息。很多通讯员可能会说，这些年我就是这样写稿的，而且报纸也给登了吗，怎么能说不是新闻呢？的确，有许多稿件在一些报纸上登载过，但登载过的不一定都是新闻，这里面可能存在许多客观原因，在此我们没有必要去追究这个问题。

第一节 什么是新闻

关于新闻的定义很多，中外不同版本的新闻教材对新闻的定义不同。那么，什么是新闻？美国查里斯·达纳在主管《纽约太阳报》时，给新闻下的定义是：“社会上大多数人感兴趣，而且自此以前从未对它注意过的那些事情”。而达纳属下的一个采访部主任约翰·B·博加特对一个青年记者说出一个很好理解的新闻定义：“狗咬人，不是新闻，人咬狗，才是新闻。”这个颇经典性的新闻定义，尽管说得不够全面，但却通俗形象，因此流传甚广。

新闻是新近发生（或发现）的有传播价值的事实的报道。此定义摘自辽宁大学宋品新著的《新闻写作学》一书，用这条定义去判断什么是新闻就很直观了。如：

青年小李主动去血站献了两次血，今年在车间组织献血时，他又报了名，这是小李的妻子打来电话大家才知道的。

按照新闻的定义衡量不难发现，这不是新闻，因事件太小且没有太大的传播价值。如果小李两次去义务献血这件事登载在车间或厂一级的黑板报上或简报上未尝不可，可拿到拥有 10 多万职工一张国内公开出版的企业报上报道，就显得新闻价值不够。据我所知，在本钢发电厂就有一名职工参加工作 16 年义务去血

站献过 16 次血，在都是健康人的同等条件下，三次五次献血与 16 次怎么能比呢？因此，仅仅献了几次血的事实就不是新闻了。

一件刚刚发生的事，判断是否有传播价值是新闻采访的前提，如果一件普通的小事，本身没有新闻价值，就没有去采访的必要。无新闻价值的小事，即使采访回来，那只会劳民伤财、白费工夫。如：

某单位团委召开团员大会，团委书记在会上做重要讲话，一些新入团的青年还进行了入团宣誓。

像这样的事在企业里很多，团委召开团员大会，团委书记在会上讲话这都是例行公事，新团员进行入团宣誓也属正常程序，这怎么能是新闻呢？类似这种事例，不是因为写作者的水平，而是事件本身不是新闻，即使再高明的记者也是无能为力的。

什么是企业新闻？企业新闻即企业里新近发生（或发现）的有传播价值的事实的报道。

第二节 新闻价值与哪些因素有关

通讯员辨识新闻，不仅要了解新闻的概念，还要了解什么是新闻价值。有价值的新闻就登载，没有传播价值的材料就不能登载。在一张报纸上，新闻价值有大有小，在选择新闻时，应当尽量选择新闻价值大的登载。那么，何为新闻价值？新闻价值是新闻传播后在受众中产生的影响或效果。新闻价值与传播效果成正比。通常情况下，新闻价值与事件的突发性和冲击力、事件距离、事件发生的时间、新闻背景、人物的影响力、贴近性、事件的重要意义和趣味性等都有关。

一、与突发性和冲击力有关

事件的冲击力越大，造成的影响越大，受众就越关注，读者

就越多，新闻价值就越大。反之就越小。

在市场上卖的好的一些报纸，都特别关注突发性和冲击力强的事件报道，编辑部也注意组织这样一些报道。但突发事件类的报道是不以人们的意志为转移的，也就是说，某国内政变、美国“9·11”、飞机失事、空前海难、特大矿难等重大影响的事件不是能够预测的，也不是天天有的，如果没有，报纸也要出，电台、电视台也要办，只不过要发一些常规的报道。如果一旦有事件发生，记者或通讯员务必在第一时间赶到现场进行采访报道。

以正面报道为主，是我国新闻工作者工作的基本原则。在企业里，一般出现了有重大影响的事件，有关部门是不愿意报纸电视给予报道的。但有些报道，经过处理或者选择适当的角度写稿是能报道出来的。

遇到此类的事件可及时与编辑部沟通一下再进行采访，否则，费了好大的劲采访到的东西可能发不出来，那么，前期工作就白做了。从事新闻工作久了，这样的事例是经常会遇到的。通讯员不妨可以采写与企业职工有关突发性并且影响力大的社会新闻，这与企业有关，但责任不在企业，这种稿件一般是比较容易见报的。

例如，8年前的一个星期六，正当人们欢度节日的时候，本溪兴安大岭突然发生了一起特大交通事故，一辆运输铸铁管的辽阳大货车在前往本溪下坡时车闸失灵，车咆哮着冲进了山下路边一个熙熙攘攘的农贸市场里，当场酿成3人死亡、几人重伤的人间惨剧。

当时正值周六，我正在报社写稿，突然听到外面马路上救护车一阵阵的鸣叫声，马上意识到可能有重大事件发生，通过电话了解到这起特大车祸。一个企业报的记者，对于这种社会新闻是采还是不采？我觉得兴安地区有许多本钢职工居住在那里，且附近还有本钢的一些单位，这一恶性交通事故，说不定与本钢职工有关，本钢日报的读者肯定想了解事情的来龙去脉。于是，我邀

本溪晚报的一名记者火速打出租车赶到兴安，采访了事故的受害者和目击者，然后又到本钢总医院和本溪市中心医院采访，在事故发生后的第三天，我的长篇通讯《血染的星期六》，就与读者见面了。

在这起事故中，的确有本钢的职工和家属遇难，其中还有一对本钢青年职工在肇事现场旁的一个饭店里正举行婚礼，当场死亡的人员中就有参加婚礼者。事故发生后，本钢某建筑公司的铲车正在兴安地区作业，司机闻讯后，放下工作开着铲车参加到救援的行列。

试想，如果我对社会上的突发事件麻木，能有这篇极具震撼力的新闻稿么。因此，作为企业报的记者或者通讯员，听到重大突发的社会新闻时，应当提醒一下自己，已经发生的重大事故与我们企业是否有关系，与我们的职工是否有关系？应不应当前去采访报道？如果报道，从与企业有关的地方入手，这样的稿件一般在企业报是能够发出来的。

二、与新鲜性、重要性有关

新闻必须要新，新闻价值与新闻事件发生的时间有非常重要的关系，通常新闻价值随着新闻发生的时间流逝而减少。事物的新鲜性是评判新闻价值大小的一个非常重要的因素，新闻与历史的界定往往在此。如：2008年奥运会吉祥物5个福娃一旦公布，这则新闻随着时间的推移也就不成为新闻了，因此也有人称新闻为“易碎品”。

新闻传播距离新闻发生的时间越短，新闻价值就越大。在全球平面媒体和网络媒体激烈竞争的今天，新闻通常是以秒计算的。

请看2005年10月12日从上午8时54分到14时40分这段时间，神舟六号飞船发射时网上发出的部分新闻标题。

● 胡锦涛等来到指挥控制中心 将观看发射实况 (10/12

08:54)

● 现场指挥员宣布：神舟六号点火时间 9 时 0 分 0 秒
(10/12 09:00)

● 9 时整酒泉现场指挥员宣布：神舟六号点火起飞
(10/12 09:04)

● 飞船飞行正常 (10/12 09:13)

● 点火第 159 秒火箭一二级分离成功一级坠落 (10/12
09:19)

● 船箭在 200 公里高度成功分离火箭工作完成 (10/12 09:
32)

● 北京航天飞控中心宣布：飞船正常入轨 (10/12 09:35)

● 神舟六号已进入远望二号测量船测控弧段 (10/12 09:

44)

● 温家宝总理发表讲话 祝贺神舟六号发射成功 (10/12 09:

45)

● 图文：神舟六号船箭顺利分离 (10/12 09:54)

● 温家宝等与工作人员握手祝贺发射成功 (10/12 10:13)

● 美联社：神六发射成功巩固中国航天大国地位 (10/12

10:13)

● 胡锦涛等与飞控中心工作人员握手祝贺发射成功 (10/12

10:20)

● 中国载人航天工程总指挥陈炳德讲话全文 (10/12 10:26)

● 两名航天员已经摘掉头盔面罩手套 轻松交谈 (10/12

10:44)

● 神六航天员与地面通话：飞船工作正常身体良好 (10/12

10:53)

● 西方三大社抢发神六升空消息 称中国雄心勃勃 (10/12

10:55)

- 上海小学生祝贺神舟六号发射成功 (10/12 10:58)
- 航天员进餐完毕 一名航天员开始休息 (10/12 11:36)
- 今日下午 4 时左右神六变轨 由椭圆形变成圆形 (10/12

14:40)

与新鲜性同等重要的还有一个就是新闻重要性的问题，新闻价值与新闻重要性和影响力成正比。新闻内容越重要，受关注的程度就越大；新闻人物的影响力越大，新闻价值也就越大。新闻的重要性和新闻人物的影响力是评判新闻价值大小的一个非常重要的因素，这也是判断重要新闻、一般新闻或者说次要新闻的一个标准，是判断新闻值不值得报道的一个重要前提。如：

某某铁路局计划生育办公室主任刘彩云和计划生育员王小蕾昨天到下属的某个火车站检查计生工作。

这个例子从时间的角度看，昨天发生的事时效性很强，但内容却无新闻性可言，因此它仍然不是新闻。构成新闻要素必须有两个条件：即首先是不是新近发生的，同时有无传播价值，当这两个条件都满足时就是新闻；否则就不是新闻。

在企业工作过的人都知道，上级部门对下级工作检查是非常正常的，并且在一个大的企业集团里，几乎每天都在发生。因此，它不是新闻，没有报道的必要。

同样是计生工作，如果国家计生委主任张维庆等主要领导来这个铁路局或某个火车站检查工作。对全国主流媒体而言，肯定不是新闻，可对《中国计划生育报》这种业内报纸或这个铁路局的媒体，就是新闻了。因为国家计生委的主要领导级别相对较高，工作很多，为什么到这个铁路局，而不到其他的铁路局检查工作，这就体现了事情的特殊性，这家铁路局的报纸应当在一版报道一条动态消息。

2002 年 1 月，曾有这么一条新闻——在 13 日下午 5 时 35