

周忠华◎著

新闻写作 实战谈



XINWENXIEZUO
SHIZHANTAN

一个山里老秘书30余年练就的
绝



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

周忠华◎著

新闻写作实战谈

XINWENXIEZUO
SHIZHANTAN



江西人民出版社

Jiangxi People's Publishing House

全国百佳出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻写作实战谈 / 周忠华著. —南昌:江西人民出版社, 2015. 10

ISBN 978 - 7 - 210 - 07934 - 7

I. ①新… II. ①周… III. ①新闻写作 IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 263856 号

新闻写作实战谈

周忠华 著

责任编辑:邓丽红

书籍设计:同异文化传媒

出版:江西人民出版社

发行:各地新华书店

地址:江西省南昌市三经路47号附1号

编辑部电话:0791 - 86898702

发行部电话:0791 - 86898815

邮编:330006

网址:www.jxp-ph.com

E-mail:jxp-ph@tom.com web@jxppn.com

2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

开本:787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印张:10.5

字数:160 千字

ISBN 978 - 7 - 210 - 07934 - 7

赣版权登字—01—2015—819

版权所有 侵权必究

定价:32.00 元

承印厂:南昌市红星印刷有限公司

赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换

前 言

《新闻写作实战谈》一书是作者在编辑整理《永丰情怀丛书》之时形成的。其中,《用文学的笔法写通讯》、《用通讯的笔法写消息》、《用纪实的笔法写调研》、《用快乐的心态拍图片》分别为《永丰情怀丛书》之一至之四的后记;《努力形成个人的风格》、《把一个人一件事写好》和《要有些画龙点睛之笔》,则是在编完《永丰情怀丛书》之后写就的。之所以将其集结成书,主要是为了方便大家阅读。“实战、实用”,是我编写这本书的宗旨。

作为一个土生土长的永丰山里人、一个名不见经传的基层文秘和通讯员,不知天高地厚地推出《新闻写作实战谈》这样的专著,自然是家乡土话说的“跌鼓不捡日子”(丢脸不选日子)。但正如我在本书封面标注的,这是“一个山里老秘书30余年练就的‘绝招’”,是我半生心血的结晶,是新闻和公文写作的实战精华,有用也好,无用也罢,总得让它见见世面。好比一个学木匠的,起早摸黑地学了、做了30多年,总要提着斧头到鲁班面前



去弄弄,相信鲁老前辈看在我一片虔诚的份上,不会耻笑我,说不定还会给我指点一二呢!我最大的愿望就是:读了这本书的同行,不会说我是在误人子弟;如若稍有些帮助,那我在睡梦里也会笑眯眼的。

需要特别说明的是:本书各篇论文中所列举的写作实例,都是我自己采写、采拍并发表在全国各地报刊上的,其中绝大部分都已经编印在《永丰情怀丛书》之一至之四里面,有心学写新闻和公文的同志,可参看这套丛书。

周忠华

2015年9月17日



前言.....	1
用文学的笔法写通讯.....	1
用通讯的笔法写消息.....	22
用纪实的笔法写调研.....	46
用快乐的心态拍图片.....	71
努力形成个人的风格.....	100
把一个人一件事写好.....	123
要有些画龙点睛之笔.....	142
附录:	
中央主要新闻单位用稿一览.....	156
获奖作品一览.....	161

用文学的笔法写通讯

《永丰听潮声》一书共精选了作者在省级以上(地市一级的一篇未选)报纸、杂志发表的通讯作品 129 篇。其中,中央国家级 73 篇,占 56.6%,省级 56 篇,占 43.4%。内容包含政治、经济、文化、社会等各个方面。选录时除对个别词句作了订正、个别地方作了必要的修改外,全是原文照排。

作为身处永丰这样一个既不是中央关注的“国贫县”、也不是全国叫得响的“百强县”的基层通讯员来说,能在《人民日报》、新华社、《经济日报》、《光明日报》等中央国家级报刊发表那么多通讯作品,确实不是一件容易的事情。这里面没有一点“碰运气”的成分,也没有一丝“拉关系”的因素,因为站在基层县,不可能跟中央那么多的新闻单位“拉关系”、“走后门”,凭的全是自己的真材实学、真材实料(自吹)!

那么,许多通讯员和爱好写作的同志就会问:“你有什么绝招没有?”



要说“绝招”，我还真的在多年的通讯写作实践中摸索出了颇为管用的一招：用文学的笔法写通讯！

讲这一招首先要声明两点：一是“用文学的笔法写通讯”，既不是我的发明更不是我的专利，是很多记者和通讯员常用的手法，尤其是《人民日报》和新华社记者，几乎天天在用；二是说“用文学的笔法写通讯”，其实有点故弄玄虚，因为文学作品与通讯难以截然分开，一篇好的、长的通讯，也可算报告文学，有的还把它当散文，如《县委书记的好榜样——焦裕禄》、《谁是最可爱的人》等等，只不过是我在无数次“失败/成功”的写作实践中觉得管用罢了。

例一：发表在1993年3月19日《经济日报》五版头条的通讯。

标题：山门洞开潮涌来

导语：谁能想到，至1991年底尚无一家外资企业的山区县，竟能在邓小平同志南行谈话发表后的“南风”吹拂下，招商引资呈现出风起潮涌势头。

文中表述：对历史上曾经是中国革命的摇篮、中央苏区第一次反“围剿”主战场的所在地来说，永丰县对外开放、招商引资的壮景，无疑是一场深刻的革命。在这场新的革命中，永丰人以走向世界的胸怀，开始选择自己的致富之路。

结尾：现在，人们想得最多的是如何吸引外商、外资到永丰投资办厂；议得最多的是外资“老板”如何气派，合资企业的职工是如何赚钱；干得最多的是创造条件，招商引资。过去“老死

不出山门”的山里人,开始走出山门,走向世界!

这篇通讯的标题,很有诗意;接下来的导语,也很有文采和吸引力;文中表述及结尾,运用的都是许多作家和著名记者写散文、报告文学的手法,而且很有气势和分量。所以寄出去后很快被《经济日报》全文照排,并且加了一篇长长的编后话。要知道,《经济日报》是国务院主办的报纸,能够将一个基层县的通讯员来稿这样处理,相当不易!

例二:发表在1997年2月2日《中国矿业报》四版头条的通讯。

标题:中华奇珍——永丰菊花石

文中描述:的确,蕴藏于永丰县八藤河陶唐乡曾家段的水中菊花石,不用雕琢就是一件天然的艺术珍品。在那黛黑色或碧绿色的石上,镶嵌着一朵朵形态各异的菊花。有的是一花怒放,有的是并蒂双开,有的是三四朵连发,有的是五六朵斗艳!花瓣大的十几厘米,小的两三厘米,花蕊绒绒点点,形态各不相同。花大都呈雪白色,也有的呈橘黄色和粉红色,真可谓天生丽质,古雅文秀。更让人拍案叫绝的是:有的菊花竟像人工栽种似的“长”在石板上,根、茎、叶、花俱全,一“株”连开五六朵!为了显示大自然这个造物主的神奇,一些菊花还呈现出“蝶恋花”、“蜂采花”等人间奇景!

上述对菊花石的描述,全是采用作家对景物和事物描写、刻画的手法,读起来就像一篇散文。它将永丰菊花石描绘得惟妙惟肖,活灵活现,使人看后有一种爱不释手的感觉。所以,这篇



通讯配上图片发出后,很快被《中国矿业报》、《大自然》杂志等全国五六十家报刊采用。需要说明的是,写永丰菊花石我并不是第一人,之前有很多通讯员都采写了。但我看后觉得这样一个好东西,这样一个好题材,只简单地写一下太可惜了。所以,我带上摄影机进行了重拍重写,结果取得了意想不到的效果。

例三:发表在1996年4月15日《人民日报》要闻版头条的通讯。

标题:曾继华——一辈子眷恋“玩土”

导语:虽说“玩龙玩虎,不如玩土”已成为千古遗训,但真正愿意“玩土”的人并不多。原因很简单,就是“玩土”者很难有大的出息。

曾继华却不同。他不仅一辈子眷恋“玩土”,而且在年过花甲之后“玩”出了惊人的业绩!

文中表现曾继华眷恋“玩土”的三段话:

1982年,上西坑村实行了家庭联产承包责任制,农民有了生产经营自主权。这年秋天,已经62岁的曾继华从南京雨花台区蔬菜科技中心买了二两“早×甜”辣椒种子,要了一份技术资料。回家后,他便在责任田里搭起了一个塑料棚进行试种。他一边阅读技术资料,一边观察种子的发芽、生长情况。谁知,此时天不作美,出现了连续40多天的雨雪冰冻天气。到了第43天的早晨,曾继华终于支持不住,病倒在辣椒棚里。家人赶紧把他送到县医院抢救。第二天中午,他睁开眼睛说的第一句话就是:“辣椒苗怎样了?”

他的三个儿子说话了：“爹，我们又不是养活不了你，何苦受那份累呢！”

曾继华看了三个儿子一眼说：“爹玩了一辈子土地，过去没有放开干的机会，现在政策好了，机会来了，我不利用有生之年玩出一点名堂来是不会瞑目的。”没等病痊愈，他就出院回到了辣椒地里。

上述文字表述，是小说家通常采用的描写和刻画人物性格的写法，我把它用在写曾继华眷恋“玩土”的通讯上，而且语言相当朴实，使一个一辈子眷恋“玩土”的农民形象跃然纸上，很快抓住了编辑的心。这篇通讯我是上午10时用传真发给《人民日报》“中华儿女”专栏的，下午3点总编室的王编辑就打来电话，说稿子写得很好，可以采用，请配图片过来，喜得我赶紧到曾继华家里去拍照。这篇通讯先一天在《人民日报》一版作了提示预告，第二天在四版（即要闻版）头条刊出，在读者中产生了很大的反响。

上述三例说明了用文学的笔法写通讯的作用和效果。但是，看花容易绣花难，说来容易做来难！要真正用文学的笔法写好通讯，还必须做到（也可以说具备）以下几条：

一、要有过硬的文字功底

曾经有不少通讯员说：搞新闻就是搞关系，只要跟报纸及有关新闻单位搞好了关系，就容易土稿。其实这是大错特错！当



然,不排除个别时候为完成一个地方的新闻报道任务,由宣传部门的同志带上通讯员及其采写的新闻稿子到省、市新闻单位去跑一跑,请他们帮忙照顾一下,多上几篇稿子,以便完成年度目标管理任务。但是事实证明,这样跑的效果十分有限!即使新闻单位会照顾,也只能放在报纸、电台、电视台的边边角角或不起眼的栏目中发一些简讯和简短的消息,绝对不可能发要闻和千字以上的通讯!

还有,报纸、杂志的编辑大都是不改稿的,特别是《人民日报》、新华社、《经济日报》、《光明日报》和香港《紫荆》杂志这样的大报大刊,几乎都不会改稿!许多通讯员把希望寄托于报刊编辑,希望他们帮你把稿子斧正修改,然后送去排版印刷。如果真的是这样想,那你这一辈子恐怕都不能在中央国家级的报刊上发表一篇稿子。这绝不是危言耸听!因为所有编辑都要对自己办的报纸、杂志负责,对读者负责,而不单是对通讯员(也包括记者)负责,虽然他们都十分尊重通讯员的劳动成果。

1997年夏天,我曾到《人民日报》国内政治部负责党建新闻的资深编辑张严处拜访(也是通过多次写稿、用稿熟悉的,以前从未见面)。他指着办公桌上几叠厚厚的来稿说,这都是基层(指地市级以下的)通讯员来稿,每天都有几百篇,但分给他手上的版面平均每周只用两三篇,因为大部分版面要登本报记者采写的新闻和新华社发的通稿,最后能见报的基层稿件特别是篇幅较长的通讯是千里挑一、万里挑一(因为报纸大部分是发消息稿)。若通讯员写的稿子质量达不到要求(也就是通常讲

的发表水平),编辑看一眼就作废纸处理掉了。他说:你周忠华作为一个县而且又不是“国贫县”和“百强县”的基层通讯员,能在《人民日报》发那么多通讯,纯粹凭的是质量。正如《人民日报》新闻培训中心指导教师李梦莲点评我写的《接力“长征”》通讯那样:“在文字表达方面,可以说是无可挑剔的。”注意:这里李老师用了“挑剔”一词,也就是说,《人民日报》等大报大刊对文字表达是相当“挑剔”的,哪怕是有一点小毛病都不行!所以,通讯员发送过去的稿子,一定要达到编辑能够直接拿去排版的水平!

有鉴于此,通讯员写稿投稿,必须立足于质量,坚持以质取胜,除此之外别无他途!而要提高稿件质量,就必须提升写作水平,练好基本功,练就过硬、纯熟的文字和语言表达能力。就好比学武功,必须先练好“站桩”,只有“桩”站稳了,才能学习技击招式,才能有最终的“绝招”。当然,要做到这一点,非一朝一夕之功,需水滴石穿、绳锯木断的耐心,得十年磨一“笔”才行!

那么,有什么途径可走没有?我的经历和体会就是多看多写。要多看《人民日报》、新华社等大报大社记者写的文章,还要多看发表在大报大刊上通讯员写的文章,看看人家是怎么写的,为什么能发表?同时,为了提高文学素养,还应多读古今中外的文学名著,多学哲学等社会科学和自然科学的东西,扩展自己的知识面和视野。然后再学着名家名记的方法写一写,一篇不行就两篇,两篇不行就三篇、四篇甚至五篇、十篇,直至满意为止。尔后再发送给报刊,看能否采用。若用了,说明自己有提高



了,达到发表水平了;若未用,说明自己还没多大提高,至少还没到能够发表的水平,那就还得多看多写下去。

其实,我这个人很笨,直到1982年(27岁)才在省级报刊发第一篇稿,1985年(30岁)才在中央国家级报刊发第一篇稿,许多作家、记者在那个年龄的时候早就成名了!也有人说我很幸运,发表在省级报刊《江西日报》的第一篇稿就是通讯(是小通讯,叫《傅冬英侍候病残媳妇》),发表在中央国家级报刊《中国青年报》的第一篇稿也是通讯(叫《陈接位“接位”致富记》),而且加了一篇长长的“村头话”。但这种“幸运”得来前的艰辛,看了多少书,读了多少好文章,写了多少篇稿,经历了多少次失败,又有谁知道呢?

二、要选准选好题材

写新闻(也包括写文学作品),题材非常关键,题材选得准、选得好,上稿率就高。真正好的题材,任何报纸杂志都会喜欢,都会抢着要。我之所以能在中央国家级报刊发表较多的作品,选择的题材准和好是关键。有兴趣读完本书所选的通讯作品你就会发现,我所写的题材都是热门题材,也是各级党政组织和人民群众所关心的热门话题,如《永丰听的潮声》《红土地崛起三资企业群》《改制自有回天力》《火辣辣的事业,火辣辣的生活》《富村富民之路怎样走》等等。

怎样选准选好题材？

第一，要把握时代的脉搏。所有文学作品和新闻作品都是一个时代面貌的反映，新闻作品还应该是一个时代的描述和见证，因为今天的新闻就是明天的历史。什么山上唱什么歌，什么地方说什么话，什么时候讲什么事，这一点非常重要！比方说，现在是建设社会主义市场经济，你就不能再写计划经济；现在是全面建设小康社会，你就不能按照 20 世纪后 80 至 90 年代奔小康的话题来写；中央十七届六中全会提出要建设社会主义文化强国，你就不能用过去的思路来写文化建设和发展；如今永丰的交通、通讯改善了，“山门”也大开了，你就不能再按过去那种交通不便、信息不灵、“山门”闭塞来写。一句话，新闻必须是一个时代面貌的真实反映，当时党和政府及广大人民群众最关心的热门话题是什么，你就写什么。这都是每个通讯员必须始终牢记的，否则，就是做无用功。例如，“奔小康”是 20 世纪后 20 年全国人民最关心、最热门的话题，那么，在永丰这样一个以农业为主的老区县，农民能不能实现小康目标，也就成了中央和省市高层关注的问题，于是，我根据调查采访掌握的情况，先后撰写了《竞争潮中奔小康》、《科技唤来满田金》、《红土地上的粮菜双丰收之歌》、《永丰老表过年心舒坦》、《小康梦圆田野上》等通讯，很快被新华社《经济参考报》、《农民日报》、《中国农村》杂志、《江西日报》等报刊采用。

第二，要着眼于从基层和群众中挖掘有价值的题材。站在中央来讲，县和县以下都是基层。作为身处县里的通讯员来说，



农村、工厂、林场、牧场、果园才是基层，直接与干部、工人、农民、知识分子和各界人士对话、交心才是深入群众。党和政府一项重大决策部署下来了，身处一线的干部、群众，是怎么看的？怎么想的？怎么干的？这才是通讯员要捕捉的题材和新闻。我写的通讯，几乎无一篇不是从基层和群众中捕捉到的，就是写原永丰县委书记杨正宗的几篇通讯，如《县委书记和他的农民朋友》、《书记探访重灾户》等，也是同他一道下乡、一道走村串户、一道与农民交谈、一起帮着做事写成的。像写招商引资“永丰现象”的系列通讯和《山里人闯市场》、《农民手握“尚方宝剑”》以及“辣椒大王”曾继华那样的通讯，不深入采访，不时常与他们交谈，是根本挖掘不到、写不出来的！

第三，要及时捕捉现场新闻。一些符合形势要求、跟上时代步伐的突发性、偶发性事件，也是新闻写作特别是小通讯的重要题材，其表现形式通常为“现场新闻”、“新闻特写”等，若把握准了，写好了，也能上大报、上头条，甚至成为获奖新闻。例如，1994年4月我采写的“新闻特写”《两个“辣椒王”》分别发表在湖北的《农民之友报》和《井冈山报》上，并获得1994年度“中国地市报新闻奖”三等奖。1997年10月为宣传贯彻落实党的十五大精神，我采写的“新闻特写”《乘风破浪正期时》发表在《中国企业报》第1版，获得1997年《中国企业报》“新飞杯”企业改革征文二等奖。这类通讯就是要快抢、快写、快发，稍一过时就没用了。还有，就是一些具有地方特色的东西，捕捉到了、写好了，也能上大报。比如我写的《小镇夜吃炒田螺》、《山村早市

旺》、《七都牛市火》等小通讯，就分别发表在《人民日报》、《经济日报》和《农民日报》上。

三、要取好标题写好导语

俗话说：“看书看皮，看报看题。”读者都是这样，那编辑收到通讯员的来稿呢？自然也是先看标题和导语。打个不恰当的比方，假如一篇通讯是一位姑娘、一位“靓女”，那脸蛋就是标题，眼睛就是导语，身材就是正文，若脸蛋不漂亮，眼睛不迷人，那身材就是长得再好，恐怕也难吸引大家的眼球，何况是横挑鼻子竖挑眼的编辑！所以说，标题和导语的好坏，是直接关系到编辑和读者能否看下去的关键！有多家大报大刊的编辑和记者都同我说过，他们收到通讯员的来稿，第一看标题，第二看导语，也就是文章开头的那几句话。若标题不能吸引眼球，导语读之又新不奇，那他立马就将稿子丢到废纸篓里去了，因为还有很多稿子排好了队等着他看呢！若标题很新颖，导语读起来也津津有味，那他就会认真看下去，若行，就编发了。所以说，标题取好了，导语写好了，作品就成功了70%，否则就是废纸一张。编辑才不会顾及你的劳动成果、相信你的眼泪呢！

在几十年的通讯及其他文章的写作中，我十分注重标题的推陈出新和导语的精雕细刻，尽量做到标题不新不下手，导语不奇不动笔。有文为证：

例一：“老外”走进山旮旯（标题）