

在线新闻采写范例

怎样做记者

金树华 金丽琛 著

中国国际广播出版社

怎样做记者

金树华 金丽琛

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样做记者 / 金树华, 金丽琛著. —北京: 中国国际广播出版社, 2012.1

ISBN 978-7-5078-3369-0

I. ①怎… II. ①金… ②金… III. ①记者—工作经验 ②新闻采访—作品集—中国—当代 IV. ①G214.2 ②I253

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第177882号

怎样做记者

著 者	金树华 金丽琛
责任编辑	张 婧
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行 社 址	中国国际广播出版社 (83139469 83139489[传真]) 北京复兴门外大街2号 (国家广电总局内) 邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	环球印刷 (北京) 有限公司
开 本	710×1000 1/16
字 数	600千字
印 张	32.5
版 次	2012年1月 北京第一版
印 次	2012年1月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-3369-0 / G · 1366
定 价	78.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

序

杨 波

《怎样做记者》的书稿摆在我的案头，作为第一读者我饶有兴趣地读完了全书。

这本书内容丰富，形式新颖，案例实用，语言生动，观念颇多创新。全书五十多万字，分《学会经营自己是成长的金钥匙》、《学好采访是记者的第一基本功》、《新理念是写作的灵魂》、《内参报道是新闻宣传的重要组成部分》、《充分发挥新闻舆论监督作用》、《对外宣传是一个非常广阔的天地》六编二十一章七十五节，包括二百多篇新闻作品（其中不少作品获得过中国新闻奖，中国广播电视优秀节目奖、省市级新闻奖等），涉及记者工作的方方面面。打开本书好像进入高等学府大课堂，令人如沐春风，耳目一新。

《怎样做记者》一书以马克思主义新闻观、新闻职业道德、法律法规纪律、基本国情教育为重点，引导编辑记者打牢马克思主义新闻观的根基，增强做好党的新闻工作的光荣感、使命感。本书将思想性、艺术性、知识性、趣味性融于一炉，将生动的事实、令人折服的论据和深刻的哲理结合于一体，采用讲座、研讨、案例分析、主题实践等多种形式和手段，生动活泼、入脑入心地诠释了记者坚持贴近实际，贴近生活，贴近群众，采写原创新闻、独家新闻的技巧。

《怎样做记者》在许多方面填补了新闻教材教学内容的空白。比如，内参报道是新闻媒体的重要宣传任务之一。长期以来，高等院校新闻专业教科书里对内参的采访与写作少有涉及。《怎样做记者》的第四编《内参报道是新闻宣传的重要组成部分》，不仅论述了内参报道的重要性，而且运用案例提出了如何挖掘内参报道线索，采访、写作供高级领导层决策时参考的内参报道的新理念、新思路。能够帮助大专院校新闻专业在校生和青年记者快速学会采写内参报道。又如，对外宣传是新闻媒体的重要任务之一，《怎样做记者》在第六编《对外宣传是一个非常广阔的天地》里，以五章十四节的篇幅，系统地论述和讲解了对外新闻的采访、写作的理论和实践经验，能够帮助地方记者学会把地方新闻变成“中国新闻”，掌握挖掘有地方特色的外向性新闻和从普通人的社会生活工作领域寻找对外报道新闻的思路和诀窍。

总之，《怎样做记者》一书是新闻专业的一本好教材，能让更多的青年记者从中领悟做记者的深刻哲理，能让更多的新闻从业人员增强社会责任意识，提升职业道德水平，树立正确的新闻价值观，维护新闻工作的崇高社会声誉和新闻工作者的良好社会形象。

本书的作者是中央人民广播电台高级记者和《天津广播电视报》编辑金丽琛。

金树华同志曾担任过中央电台驻天津记者站站长、台记者管理中心主任，长期的记者工作实践，使他积累了丰富的经验。金丽琛同志是后起之秀，既有实践经验，又善于思考问题，他们的经历和素养是这本书成功的关键。

我祝贺这本书的出版，希望这本书能受到读者的欢迎，也希望业内的读者多提宝贵意见，以达到共同提高的目的。

（杨波，原中央人民广播电台台长、中国广播电视学会副会长）

目 录

第一编 学会经营自己是成长的金钥匙

第一章 职业生涯要有规划	2
第一节 精心设计业务成长目标书	2
第二节 锁定出精品 主攻政府奖	7
第二章 搞好自我包装	12
第一节 学会撰写业务报告	12
第二节 学会参评新闻奖申报方法	17
第三节 国家政府奖附录	23

第二编 学好采访是记者的第一基本功

第一章 首先学会传统的采访方法	36
第一节 采访始于发现和挖掘新闻线索	36
第二节 采访的通用方式和方法	37
第三节 采访前的准备	37
第二章 采访的技巧	40
第一节 采访要耳听八方，面面俱到	40
第二节 学会用眼睛采访	44
第三节 欲穷千里目 更上一层楼	48
第四节 怎样从会议中抓新闻	51
第五节 怎样采写独家新闻	58
第六节 要多采写原创新闻	65
第三章 重大报道是扩大记者知名度的重要载体	74
第一节 小记者也要策划组织重大报道	74
第二节 地方一线记者怎样参与重大报道	81
第三节 地方记者也要捕捉全国性宏观报道	88
第四节 学会采写连续（系列）报道	96
第五节 怎样搞追踪报道	108

第四章 全方位采掘利用新闻资源	135
第一节 怎样才能成为“富记者”	135
第二节 记者要学会综合开发利用新闻资源	142
第三节 学会全方位利用新闻资源成为“高产”记者	145
第四节 党建工作是重要的新闻源泉	160
第五章 新闻采访的创新思维	171
第一节 改变新闻采访写作旧模式,让新闻报道出新	171
第二节 把逆向思维引入采访流程,让新闻报道与众不同	173
第三节 用质疑性思维采访,增强新闻报道的思辨性和厚重感, 扩大新闻的影响力	178
第四节 用开放性思维采访,让报道更阳光透明	184
第五节 用发散思维采访,拓展新闻的外延,采掘特色新闻	187
第六节 用集中思维采访,把主题提炼得更精彩,使新闻出新意、 出活力	190
第七节 用“数字思维”采访,以求新闻报道的精确深入	195
第八节 用前瞻性思维采访,最大化地延长新闻的生命周期, 实现报道的影响深远化	198
第六章 异地采访 他山攻玉	202
第一节 跨地区异地采访大型报道	202
第二节 一线记者异地采访好处多	210
第三节 记者要积极参与异地采访	215

第三编 新理念是写作的灵魂

第一章 新闻写作要创新	228
第一节 记者要成为消息写作高手	228
第二节 记者要练就成写作快手	240
第三节 重视抓七类新闻的写作	247
第二章 专稿写作要点	276
第一节 通讯要写细节	276
第二节 特写要抓特点	291
第三节 专访要有深度	298
第四节 音响报道要精益求精	308
第三章 经济报道的秘诀	325
第一节 下工夫学习政策和文件 抓好经济报道	325
第二节 经济新闻主题的连续或重复报道	328
第三节 经济报道主题的积累效应	332
第四节 经济报道的“大题小做”与“小题大做”	334

第五节 经济新闻稿播发后的再思索	338
第四章 言论报道是记者的重要任务	345
第一节 述评是记者最便捷的武器	345
第二节 记者来信是言论报道的好体裁	352
第三节 记者采访札记是言论报道的轻骑兵	356
第四节 综述是新闻延伸的重要手段	368

第四编 内参报道是新闻宣传的重要组成部分

第一章 内参报道是记者成才的重要媒介	378
第一节 要把内参报道放在重要位置	378
第二节 依托微观，揭示宏观，加大内参报道的穿透力	380
第三节 怎样采写决策性内参	385
第二章 怎样挖掘内参线索	398
第一节 在调研社情民意中寻找内参报道题目	398
第二节 从会议上抓内参选题	405
第三节 深入基层在一线抓鲜活内参选题	410
第四节 主动做好信访接待工作，从来信和上访中捕捉内参题目	416

第五编 充分发挥新闻舆论监督作用

第一章 记者是监督报道的主力军	422
第一节 记者要善于采写监督报道	422
第二节 监督报道的写作要创新	427
第二章 拓宽监督报道的视野	432
第一节 社会自律性新闻也是监督类报道	432
第二节 反面文章正面作是监督报道的好形式	435

第六编 对外宣传是一个非常广阔的天地

第一章 对外宣传是说给外国人听、写给外国人看的新闻报道	439
第一节 多了解世界，掌握对外报道规律	439
第二节 研究受众的信息需求，切实加强针对性	441
第二章 经济改革与发展是对外宣传报道的中心任务	443
第一节 经济领域的重大进展是对外报道的主体	443
第二节 招商引资是永久的对外报道选题	448
第三节 发挥媒体优势把企业对外报道搞活	451

第三章 开放是对外报道的重要组成部分 457

 第一节 要重视报道跨国公司在中国的发展 457

 第二节 要多报道外国人在中国的活动 464

 第三节 要认真报道国际会议 472

第四章 多报道普通人的社会生活 478

 第一节 宣传社会关注帮扶弱势群体 478

 第二节 报道普通群众生活中的新鲜事儿 482

 第三节 展现中国人身上的闪光点 490

第五章 学会把地方新闻变成中国新闻 496

 第一节 捕捉在全国有影响的地方新闻 496

 第二节 挖掘有地方特色的外向性新闻 500

 第三节 选取中国之“最”告知世界 504

结 语 511

第一编

学会经营自己是成长的金钥匙

一个人的发展是一个复杂的过程，从孩提到小学、中学、大学、工作、退休直至辞世，是一个系统工程。人们从知识学习者，到合格从业者，再到职业驾驭者；从确立人生目标与理想，到实现人生目标与理想，时空长达数十年乃至上百年。在纷繁复杂的社会中，我们要把做人当作一种经营，经营好做人是取得人生成功的一条贯彻始终的红线。笔者认为学会经营人生，最重要的是经营人品。俗话说做事先做人，做不好人，就做不好事。学会经营自己是职业人士成长的金钥匙。

第一章 职业生涯要有规划

职业生涯规划，对每一个人的成长和发展都至关重要，人生是需要规划、也是可以规划的。职业生涯规划，是一个人依托自己的人生理想目标，规划自己的美好未来并将理想的人生转化为现实人生的媒介和载体。

二十几岁能够进入新闻界，可以说是大学本科或硕士毕业生，一个比较理想的职业选择。许多媒体成功人士的经验证明，从一开始触及新闻业，就要规划好记者职业生涯，为实现成为知名记者的目标，画出一幅可行的规划蓝图。有了这张记者职业生涯规划蓝图，你就可以打破“三十而立、四十而不惑、五十而知天命”的潜规则，用上五至八年成为社会的佼佼者——中国大众传媒的知名记者。

第一节 精心设计业务成长目标书

为说明问题，这里以中央人民广播电台（以下简称中央台）的业务要求为尺度，介绍业务规划的要点和标准。

20 世纪 80 年代，中央人民广播电台每年都从人民大学、上海复旦大学、北京广播学院、厦门大学等一流重点大学毕业生中招纳一批优秀人才，把他们集聚到记者站这支国家队中来。二十多年过去了，当年在同一起跑线上起步的数十位青年记者，现今已有多人晋升为高级记者，大多数人成为主任记者，但也有为数不少的人仍揣着记者职称的名片在一线采访。

同为大学毕业生高材生，十几年、二十几年后为什么在业务上产生如此大的差距？仔细分析一下这些人的成长过程，我们非常遗憾地发现，那些仍持中级职称的记者，并非是不敬业，不努力工作，主要根源在于他们本人从步入记者行列起，就没有好好地给自己设计业务成长目标书，虽然也在兢兢业业地干活，但他们没有明确的奋斗目标，更没有走上科学、快速成长之路。

笔者从这些同志的教训引出一个立论：青年记者必须认真设计勾画好自己的业务成长目标书。正如柏拉图所说：“最先和最后的胜利是征服自我，只有科学地认识自我，正确地设计自我，严格地管理自我，才能站在历史的潮头去开创崭新的人生。”

那么，青年记者怎样设计业务成长目标书呢？

其实，也没有什么神秘的，只是大家眼前都有一层窗户纸，不同的是有人点破

了，剔除了遮目的那层纸，心明眼亮地走出去成长了；有的人不肯点破那层纸，只好双眼被罩着，在屋子里转圈圈儿。这层纸是什么？就是中国新闻界专业职务评聘制度。自1985年国家人事部在新闻界推行评聘专业职务试点以来，全国数千家大报小报，上千家大台小台，年年都在评聘新闻采编专业职务。当年，一些老同志被评聘为高级编辑、高级记者，中年业务骨干被评聘为主任编辑、主任记者，青年人有的被评聘为中级职称的编辑、记者，刚出校门不到两年的则被评聘为助理编辑、助理记者。看着老同志苦干几十年才戴上正高的桂冠，一些青年人产生消极逆反心理，觉得苦巴巴辛劳几十年才能拿到正高，太难了，只好听天由命，靠熬时间去论资排辈了。相反，也有一些青年人却从中看到了自己未来的远大目标，从此，立下远大目标，要创造条件冲刺正高岗位。结果，持两种不同态度、不同方法的青年人，业务水平差距一年年拉大，最后定位于不同的层级，即本文开头所描述的不平衡现象。

近年里，中央台各地记者站又有几十名青年学子加盟记者队伍，成为这支实力雄厚的记者队伍的新鲜血液，为之带来了无限生机和活力。为避免一些年轻人重蹈前辈们的覆辙，笔者建议大家起步之初，就规划设计好自己业务成长的蓝图。诀窍就是好好学习一下国家人事部关于新闻专业职务评聘的规定，弄明白自己在业务领域要经历哪些过程和目标，选择科学成长的路径。这样，他们不仅可以像老前辈那样摘取高级记者的桂冠，而且还可以缩短时间，跨越式地前进。

目前，新闻采编专业技术职务分“员”级、助理、中级、副高、正高5个档次。在人事部《新闻专业人员职务试行条例》中，对新闻专业人员各档次任职条件及岗位职责都有明确规定。按照规定要求，大学专科或中等专业学校毕业的在记者岗位上的人，业务职务有“员”级、助理、中级、副高、正高5个档次，他们的业务成长计划应按上述5个阶段来设计；大学本科毕业的在记者岗位上的人，业务职务有助理、中级、副高、正高4个档次，他们的业务成长计划应按上述4个阶段来设计；研究生毕业获得硕士学位的在记者岗位上的人，业务职务有中级、副高、正高3个档次，他们的业务成长计划应按上述3个阶段来设计。

可以说，人事部《新闻专业人员职务试行条例》（以下简称《条例》）已为不同学历、资历的新闻专业人员设计好了业务成长目标及要求，关键在于新闻从业人员是否能在规定的时间段内，达到《条例》规定的学历、资历要求，其中最具代表性的有业绩（主要指获奖作品）、论文、专著、外语等硬性条件。如果你能认真按每个档次的任职条件去努力，并在规定年限内取得符合任职条件所要求的各项目标，你就可以一环扣一环，环环紧扣地在规定年限内逐次地获得初、中、副高、正高各级专业职务任职资格。如果你在每个档次任职阶段都能提前1~2年达到上一档专业职务的任职条件要求，你还可以申请破格提前晋升上一档专业职务，3次破格，最快者可以提前3~5年获得正高任职资格。

万丈高楼平地起，年轻记者规划设计自己的业务成长目标书，应该从最低档次开始。

1. “员”级岗位业务成长阶段

《条例》规定，大学专科、中等专业学校毕业，在本专业岗位工作满1年，可以

申报“员”级职务。

2. 助理岗位业务成长阶段

《条例》规定，具备下列条件之一的，可以申报“助理”级专业职务：（1）获得硕士学位或取得第二学位，经考核合格；（2）大学本科毕业，在本专业（或相近专业）岗位上工作满1年；（3）大学专科毕业，受聘“员”级职务2年以上；（4）中等专业学校毕业，受聘“员”级职务4年以上。而助理记者、助理编辑的任职条件还有4项要求，即：初步掌握马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论、“三个代表”重要思想，了解党的方针、政策；系统学习过新闻基础理论和科学文化知识；基本掌握采访、编辑业务和本职工作的专业技能，有一定的写作水平；初步掌握一门外语。助理记者、编辑的岗位职责是，在记者、编辑指导下，完成新闻稿件、节目的采编任务。

一般说，进入“助理”专业职务岗位，才算真正踏入新闻业界的大门，但绝不能仅用助理的标准要求自己，而是要努力干好中级专业职务的活。实践证明，在助理岗位上任职的人，这期间要努力用最短的时间把自己的业务提高到中级专业职务岗位的水准上。因为持中专、大专、大本学历的人，受聘助理记者4年以上；硕士学位担任助理记者、助理编辑职务2年以上；虽未经历“员”和“助理”任职阶段，但获得博士学位者，具备下列条件可以申报记者、编辑职称：（1）掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论及“三个代表”重要思想，有一定的政策水平；（2）具有较系统的新闻基础理论、专业知识和科学文化知识，熟悉自己所从事的报道领域的基本情况；（3）熟练地掌握采访、编辑业务和本职工作的专业技能，能较好地处理和采编各种新闻体裁的稿件或节目，有较高的写作水平，工作有一定成绩；（4）掌握一门外语。

另外，请记住：在任助理记者或助理编辑期间，新闻从业人员不仅要把自己历练成具备上述4项条件的新闻业务人员，而且还要有1篇自己撰写的在公开出版发行的省级以上报刊上发表过的论文和获中央台或本行业以上级别的获奖作品一等奖1个或二、三等奖2个（各地方规定略有区别，这里指中央电台的标准），才有资格申报评聘中级职称。否则即为硬性条件不合格，没有资格参加评聘。

青年记者在规划设计助理专业岗位期间的业务成长计划时，不要忽略抓好破格申报中级专业技术职务的机遇问题。1999年实行的《国家广播电影电视总局关于破格申报高、中级专业技术职务暂行规定》的第三项规定，任助理级专业技术职务满三年且具备下列四项条件中的两项者，可破格申报中级专业技术职务：

A. 在省、部级相关专业的学术会议上或省级以上报刊上发表本专业学术论文不少于3篇。

B. 省、部级三等以上政府奖项目的主要贡献者。

C. 直接主持、管理过中型项目的主要业务工作或者是大型业务活动的主要组织、策划者，并取得明显成绩。

D. 从事本专业工作15年以上且取得本专业中专（含）以上学历；1952年12月

31 日前出生，从事本专业工作 20 年以上且取得本专业大专专业班证书。

上述破格的规定，实际上是给那些业务成长快、能力强、业绩突出的人，提供了一条捷径，一条缩短业务经历年限的快车道。只要在任助理记者这 3 年中，达到上述前 3 项规定中的 2 项要求，具有大本和大专学历的人，可以提前 1 年申报评聘中级职称。

3. 中级岗位业务成长阶段

《新闻专业人员任职条件及岗位职责》规定，记者、编辑的岗位职责是，“独立承担新闻采访、写作和编辑的任务；总结新闻业务的经验教训；指导和帮助助理记者、助理编辑以及通讯员的新闻业务活动”。从字面上看，要求并不高，但在担任记者、编辑的 5 年里，或获博士学位担任记者、编辑职务的 2 年里，必须把自己的政治理论、新闻理论、新闻工作经验和工作成绩提高到下列标准，才可以申报评聘副高专业职务：

(1) 具有相当的马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想水平和政策水平；

(2) 具有系统的新闻理论、专业知识和较为广博的科学文化知识，对新闻专业的某一方面有研究和专长，有一定水平的论著；

(3) 新闻工作经验比较丰富，能解决采编工作中的疑难问题，工作成绩显著；

(4) 熟练掌握一门外语。

对于青年记者、编辑来说，在中级专业职务岗位工作期间，是关系其能否迅速成才的重要阶段。这一阶段把握处理得好的人，经过 5 年的努力，有的仅 3 年，就可以被评聘副高专业职务，走上新闻专业高级岗位。这一阶段，有的人缺乏理性规划设计，工作上不会弹钢琴，胡子眉毛一把抓，顾前忘了后，顾后又顾不了前，结果是辛辛苦苦忙活几年，仍在原地踏步，没有资格申报评聘副高专业职务。等明白了奋斗目标，再一一去实现，他得在中级岗位上干 6~10 年，才可能获得副高专业职务。拉他们后腿的，无非就是没有“够格的政府奖”；论文篇数不够或数目虽够但不符合要求；外语考试合格证书过期失效这三种情况。中央台记者站有一位青年记者下很大工夫学英语，然后参加省里的外语统考并取得合格证书，可他论文没顾上写，任职年限满了，也不能申报副高专业职务。由于工作任务重、社会活动多，他一直无暇顾及撰写论文，一年拖一年，不知不觉外语证书有效期三年过去了。这时，他不仅没能前进一步，反而后退了。要想申报副高，还得重新复习外语、准备考试，同时还要想着撰写论文。如果还没有政府奖，还得挖空心思琢磨写作能获奖的新闻。

按照中央台现行的硬性指标要求，任职中级专业职务期间，每人要有 3 篇在全国公开出版发行的报刊上发表的论文，全国性政府奖或国际性业务获一等奖以上 1 个或二、三等奖 2 个，主持、策划 1 项以上重大报道并取得显著成绩及取得外语考试合格证书等。作为一名专职记者，在 5 年里做好这几件事也并不那么困难。有些人在这上面碰钉子、被亮红牌，根本原因在于他没有规划设计好在中级专业岗位上，业务如何才能顺利进步、成长的方案，甚至头脑里根本就没有这根弦，缺少拿政府

大奖的意识，没有钻研新闻理论的追求。相反，如果你熟知在中级专业职务岗位上，必须撰写发表3篇新闻专业论文，必须主持、策划过重大报道活动并拿1项或2项政府奖，必须熟练掌握一门外语等，就会合理安排时间，有条不紊地一一攻下这四大目标，甚至提前拿到申报副高所必备的成果。聪明者，从一登上中级专业职务岗位，就按照国家广播电影电视总局关于破格申报副高级专业技术职务的条件，规划设计自己这一阶段的业务成长目标方案了。他会努力在3年时间里，使自己具备5项破格条件中的三项要求，提前2年破格申报主任记者或主任编辑专业职务。

4. 副高岗位业务成长阶段

担任副高专业职务以后，职业新闻工作者进入紧张的冲刺阶段。在这个时期里，业务能力、学识水平、理论建树等诸多方面都要提高几个档次。因为正高的指标仅占全体编辑记者总数的5%左右，指标数比副高要少得多，并不是具备了硬性条件，就可以评聘上正高专业职（称）务，只有成为若干个具备评聘资格者中的佼佼者，才有可能拿到正高的桂冠。

副高岗位职责是：正确掌握宣传报道方针，制定宣传报道计划；审定稿件，提高稿件质量；进行调查研究，采编重要稿件和撰写重要言论；组织和指导采编活动，解决采编工作中遇到的问题；总结新闻工作经验，培养新闻专业人员，加强新闻队伍的建设。

《新闻专业人员职务试行条例》规定，担任主任记者、主任编辑5年以上，具备下列条件者，可担任高级记者、高级编辑：

（1）具有较高的马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和政策水平；

（2）能运用马克思列宁主义理论指导新闻工作的实践和新闻理论的研究，并有较深的造诣，有广博的科学文化知识，有较多和较高水平的论著，有些可作范文；

（3）新闻工作经验丰富，能解决采编业务中的重大疑难问题，在采编业务方面有创新，工作成绩卓著，并在新闻界有一定影响；

（4）对新闻事业的发展和新闻队伍的建设有较大的贡献；

（5）熟练掌握一门以上外语。

此外，按广播电影电视总局新闻专业正高评审条例要求，申报者在副高岗位任职期间还要撰写并在全国报刊公开发表5篇论文；全国性政府奖或国际性业务获一等奖1项或二、三等奖2项。否则没有资格申报正高级专业职务。

设计提示：任副高级专业技术职务满3年且具备下列4项条件中的3项者，可破格申报高级专业技术职务。

（1）在国际或国家相关专业的学术会议上或国家级报刊上发表不少于5篇本专业学术论文。

（2）省部级一等等以上政府奖获奖项目的主要贡献者。

（3）正式出版过本专业专著或译著。

（4）直接主持、管理过大型项目的主要业务工作或者是重大业务活动的主要组

织、策划者，并取得显著成绩。

正高的评审标准确实很高，但并非高不可攀，只要你工夫到了，铁杵也能磨成针，成功不会拒绝十几年、几十年坚持在崎岖小路上登攀的人。20世纪80年代中期至90年代中期，长达10年之久，中央台驻各地39个记者站一百多名记者中，只有1位在职的高级记者。可从1995年起，一批经过十几年、二十年艰苦磨炼和多年如一日顽强拼搏的记者成长起来，大有异军突起之势。7~8年间先后有25个驻地方的一线记者被评聘为高级记者，摘取到正高的桂冠。我们现在的青年记者，无论是学历教育水平，还是素质教育标准，条件均优于这些老记者起步时期的状况，大家应该有勇气、有信心、有毅力、有潜力向正高专业岗位攀登。

5. 正高岗位业务成长阶段

可能有人要说，拿到正高即为业务顶峰，路走到尽头，可以歇歇脚了。笔者认为，这种说法是错误的。首先，就新闻专业而言，正高并非是南天门，也非玉皇顶，更不是珠峰。在中国新闻界最高奖赏当属“范长江记者奖”、“邹韬奋编辑奖”及“中国百佳新闻工作者”等称号。其次，正高的岗位职责还要求已获得高级记者、高级编辑的人要认真履行下列岗位职责，即：根据党的路线、方针、政策，制定一个时期的宣传报道计划，检查宣传报道的效果；撰写、修改和审定重要稿件；指导和从事重大的采编活动；认真调查研究，及时发现新情况和新问题，为中央提供重要的参考材料和意见；密切配合实际，从事和指导新闻理论的研究，培养新闻专业人才，建设新闻工作队伍。

从机械设计制造专业本科毕业的笔者，从业新闻工作三十多年来，从见习记者起步，历经助理记者、记者、主任记者、高级记者五大岗位过程，其中甘苦不言而喻，但本人亲身实践的经历足以说明，一个记者，只要从一开始就树立起强烈的时代感、正义感、历史责任感和一生追求用笔杆子为广大受众服务的远大理想，并能以不畏艰险、果敢坚定的持久精神，日复一日，年复一年地跋涉于新闻业界的长征路上，做到与时俱进，勇于探索新情况，研究新问题，就能写出一篇篇力作和理论论著，完成自己为自己设计的新闻业务成长之蓝图。

青年记者朋友们，如果认为我们所说的有些道理，那就从现在做起，从自身做起，迈开你们的双脚，开始新闻业务成长的征程吧！

第二节 锁定出精品 主攻政府奖

精品一词源于工厂，然而，如今精品已成为覆盖所有行业的术语。在新闻界，精品不仅常常挂在人们嘴边，而且被列入提高媒体竞争力的决策上。笔者认为，媒体每年能出多少精品，主要在于整天奔波在第一线的记者，是否有出精品的意识，是否有创精品的能力。为此，笔者建议青年记者们，在记者生涯起步之初就要把自己的奋斗目标，锁定在出精品，主攻政府奖上，要竭尽全力突破围城，突破前人，

以创新为灵魂，以创新为动力，多出精品，摘取中国新闻奖、中国广播电视新闻奖等15项政府大奖桂冠，在加大媒体竞争力上发光发热。这里所说的政府奖是指由中宣部批准立项，国家广播电影电视总局、人民日报、新华社等中央新闻单位职称评审确认为政府奖的奖项。

那么，记者为什么要把出精品拿大奖作为锁定的目标呢？

精品是检验记者业务素质的试金石，也是记者产生可持续创新力的目标

名记者鲍·波列伏依在《我的记者生涯》中写道：“一个新闻工作者，如果他是一个名副其实的新闻工作者，那他的生命就不是以年计算，也不是以十年计算，而是以通讯报道来计算的。报道一篇接一篇，其中那些最有意义的作品，就成为他一生的里程碑。”鲍·波列伏依笔下的“最有意义的作品”、“里程碑”式的作品，正是我们所说的新闻作品的精品，换言之，精品是检验记者业务素质的试金石。如果一个记者没有写精品新闻作品的意识，没有追求出精品这个大目标，他的记者生命只能以年计，至多延续到十年，他非转行不可。

说精品是检验记者业务素质的试金石，这是公众社会的要求，广大受众需要大众媒体提供精品新闻作品，而媒体的精品来自于社会，出自于记者之手。新闻工作者的基本任务，就是坚持为人民服务、为社会主义服务的方向和百花齐放、百家争鸣的方针，弘扬主旋律，提倡多样化。坚持以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人。所以，作为一个专职记者，一定要把出精品、出好稿件，当作职业的目标，锲而不舍地追求之。这不是个人好恶使然，也不是一时冲动所能坚持的，这是职业性质、岗位职责规定的，这是每一个记者都要身体力行地去努力拼搏、去刻苦钻研，才有可能获得的成果。

从岗位职责的角度来说出精品这个话题，则更现实、更贴近一些。大家知道，中国新闻界，编辑和记者共分“员”、“助理”、“中级”、“副高”、“正高”5个档次。按照国家有关部门规定，中央媒体尤其是中央人民广播电台、中央电视台、中国国际广播电台的记者、编辑从“员”、“助理”到“中级”以后，如若没有新闻精品之作，拿不到政府级大奖，就没有资格晋升“副高”级专业职务，将永远停留在“中级”的岗位上。副高专业人员如果任职期间没有获得政府一等奖1项，或二、三等奖2项的话，也没资格晋升正高级专业职务。按目前我国新闻界专业职务评聘条例，中央人民广播电台、中央电视台、中国国际广播电台的记者从中级到副高，再从副高到正高，至少要获得两次政府一等奖或四次政府二、三等奖，否则，难以晋升。当然省级媒体评聘职称的条件要低一些，在获奖上只要有省级新闻奖项即可。从个人业务成长、职务评聘、升迁角度来看，精品更是检验记者业务素质的试金石，当记者的，特别是青年记者，没有任何理由不重视多抓好题目写精品、发精品。

一旦弄明白出精品的重要性，特别是想到不同岗位职责的要求，任何一个记者都会树立起强烈的精品意识和抓政府大奖的目标，追求精品的意识和目标就会化作强大的驱动力，拉动着记者去攀登一个又一个既定目标，也就是激发出一股股可持续发展的力量。中国记者应立足于改革开放和现代化建设的实践，着眼于世界新闻