

评论卷

董广安 纪元 主编

中国高级记者

ZHONGGUO
GAOJIJIZHE
CHENGMINGZUO
TOUSHI

成名作
透视

河南人民出版社

评论卷

中国高级记者 成名作

董广安 纪元 ◎主编

透视

河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国高级记者成名作透视·评论卷/董广安,纪元主编.
—郑州:河南人民出版社,2003.4
ISBN 7-215-05199-4

I. 中… II. ①董…②纪… III. ①评论—新闻写作
②评论—作品集—中国—当代 IV. G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 000726 号

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002 电话:5723341)

新华书店经销 郑州文华印刷厂印刷

开本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 29

字数 324 千字 印数 1—5 000 册

2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

定价:49.00 元

前言

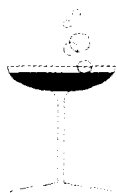
新闻记者,过去和现在,都是令人羡慕的职业。做一个搏击时代潮头的新闻记者,多少年来都是许许多多青少年——不论中学生还是大学生心中的梦。而高级记者,则是有幸进入新闻圈里几乎所有从业者梦寐以求的目标。

20多年来,改革潮洗刷河山,神州大地沧桑巨变。支持、反映、欢呼这一变革的新闻界骄子们,以犀利的目光,灵动的大脑和智慧的笔触,打造出一篇篇传世力作,凝铸了一幕幕经典的历史时刻,成为时代变革的宝鉴。这些作品,又帮助他们自己登堂入室,圆了高级记者的神圣加冕梦。

人们当然还要探究:是哪些作品帮助了这一批批成功的寻梦者蛇蜕龙变?何方水土是这些作品的背景渊源?还有,这些新闻界的翘楚们如何化平凡为神奇,把人们司空见惯的素材,打造成一鸣惊人的杰作?

本丛书的使命就是把上述谜底和盘破解。

破解的工作,由一篇篇经典佳作的写作者完成:从新闻背景材料的发现,到如何撷取、如何立意、如何谋篇布局、如何选择突破点,直到作品发表后的社会反响,其中



全部奥秘,对读者倾囊相授。

这对于矢志于新闻工作的莘莘学子们,尤其在全国各类高校攻读新闻专业的大学生们,不啻是一套可以自读自悟的宝典;对于活跃在新闻第一线数十万新闻界的编辑、记者们,无疑是一种不可或缺的借鉴;对于各级宣传部门,尤其是从事新闻报道的专职报道人员和广大通讯员,则无疑是一种不可多得的示范。

从灿若繁星的新闻佳作中选择成名人物的“成名”之作,我们是颇费斟酌的。踌躇再三,我们决定把作品的选择框定在改革开放以来这一时段,而重点则放在近10年。这10年,历史最为光辉灿烂。而得风气之先的新闻作品,也尤为抢眼,更何况,这些作品洋溢着浓厚的时代气息,与读者相拥相伴。阅读这些作品及其背后的故事,可以与时代共着脉搏,与改革同着命运,仿佛电影的回放镜头,让你重新领略改革时代风云人物的迷人风采,再睹并不久远的伟大事件,激励你更加自信地阔步向前。

我们锁定并实施透视的近200篇作品,按通常体例分为消息卷、评论卷、通讯卷(上、下册)。这些作品大都是拿过全国大奖的精品佳作,其中相当一些必定是传世经典,不论是思想内涵还是写作技巧,均可跨时空留传。在这些作者中,既有巨匠大师级人物,更有众多后起之秀,他们中已有不少因业绩卓异而走上了领导岗位,却仍笔耕不辍,战斗在一线。这些人中,有的供职于中央新闻单位,有的供职于省、自治区、直辖市新闻单位,有的在基层的市、县,其工作用“日理万机”形容亦不为过。但他们认可并赞同我们这项工作的意义,拨冗著文,将难传之秘,奉献给读者,这让我们着实感动。



由于作者众多,风格也就五彩缤纷。在以采写回眸的形式破解谜底的“透视”操作中,有的按约稿信所示,从新闻背景到写作过程到社会反响逐项道来;有的则将上述诸项融为一体;还有个别作者则寄来有关评介、资料,这些评介、资料均能恰切表现作者的心思,也能起到破解奥秘的作用,我们也认可照录。

需要说明的是,此书定名为《中国高级记者成名作透视》,无疑此中作者应是高级记者(编辑)。有人可能会问,其中也有少数是主任记者、记者,为什么?我们回答,现实生活情况复杂,由于种种原因,有的作者是因故暂时未评高级职称,有的则是写下佳作后另换他岗,但其作品社会影响很好,我们实在无法割爱,不可不选入,算是本书一个例外。

由于时间仓促和为一时无法克服的因素所限,还有很多经典佳作未及编入,这是遗憾,只有留待以后修订时完善了。

还要说明一点,由于作者众多,且件件都是精品,故而在排序上,使我们分外作难:是按收到稿件先后,还是按稿件发表时间为序,抑或按内容类别为序?斟酌再三,还是采用最简单的办法:按姓氏笔画排序。于是乎就成了现在这个样子。

鉴于我们学识所限,此书不当之处当在意料之中,敬请方家指正,也请读者多提宝贵意见。

编 者

2002年12月16日



目 录

马世琨

洋人不兴厚礼 2

王义堂

全面加强党的建设的伟大纲领 8

王文沪

明明白白这颗心 19

王利亚

把感情变过来 24

邓书扬

警惕加重农民负担新动向 31

石 云

劝君且慢豪华 42

卢少华

发展是就业之本 46

史 敏

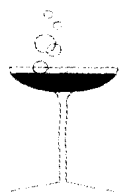
少应酬、多办事 60

冯 越

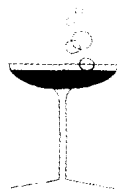
一个人真能承包 100 个厂吗? 68

另一种溃堤 73

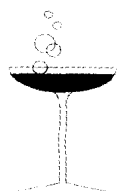
永志强	
平均数字的后面	80
朱元胜	
官倒,权钱结合的怪胎	85
不治“倒官”难禁“倒”	87
朱世良	
当官要讲“知民度”	93
朱承修	
且看李登辉怎样表演	100
刘振林	
且说“一把赢把把输”	110
米博华	
祖国万岁	118
孙官生	
打好扶贫攻坚战	127
孙德宏	
房地产一级市场亟待整治	150
李长虹	
谱写奥运史上最壮丽的篇章	158
李景平	
我们以什么形象进入 21 世纪	170
丢掉坛坛罐罐	173
走出黑色思维	176
积重也得返	179
杨文镒	
怎让沉渣又泛起	192



杨诚勇	
黄河大桥贪污案引出的问号	199
是“振兴会”，还是“催眠会”	205
吴建平	
龙生九子各尽才	212
宋森芳	
“对策”也可当镜子	221
汪言海	
粮农呼唤保护价	228
张 琮	
这种“电视明星”当不得	235
张德修	
中国农民五十年	242
陈修成	
车站、码头问事处直通电话何时装？	254
做好外商投资的向导	256
新设一个对外开放“专业”	258
开发老城区要考虑配套	260
要有武汉的“麦当劳”	262
该考虑高层停车场了	264
商场要再上一个档次	266
不能太“苕”也不能太“精”	268
多搞几条霓虹灯一条街	270
要有丰富多彩的夜生活	272
武汉要打楚天牌、华中牌	274
企盼最新的《武汉电话号码簿》	276
让路牌等城市标记更多更醒目	278



吹南风	280
陈新民	
要敢于负责	287
林冠群	
为什么有人敢伸手要官	294
周显东 周保工	
艾滋病离我们还有多远?	302
赵介岐	
“优二兴三”岂能丢二弃三	313
胡占凡	
扫除形式主义	322
姚达添	
是“维护人权”,还是推行强权?	331
徐民和	
中国学者重新思考传统文化	341
黄元才	
旗帜鲜明地同民族分裂主义和非法宗教	
活动作斗争	355
盛明富	
人命关天的大事	364
走出认识上的误区	366
解决深层次的问题	368
强化工会的监督职能	371
提高自我保护的能力	374
龚 雯	
中国改革开放进程中具有历史意义的	
一件大事	381



彭 俐	
不被看好 人生一宝	390
程友民	
新闻要关注贫困	398
储瑞耕	
就同“大款”交朋友事向领导干部	
进一言	405
谢 宏	
评改革开放二十年	413
詹国枢	
少数企业“死”不了,多数企业“活”不好	
.....	427
鲍佳音	
必须追究“买主”的刑事责任	438
潘益大	
学各地之长 创上海之新	447



马世琨

1940年11月12日生,山东高密人。1964年本科毕业于复旦大学新闻系;1967年研究生毕业于复旦大学资本主义国家经济研究所。1967年8月分到人民日报社国际部。其间,20世纪70年代初曾任人民日报社常驻南亚记者,80年代初任常驻东部和南部非洲记者,90年代末任驻美国常驻记者。曾多次随团和率团出国访问,出席各种国际会议,去过五大洲56个国家。1986年3月至1999年8月,先后任人民日报社国际部副主任、主任、高级记者,中国社会科学院研究生院和中国人民大学国际关系学院兼职教授。享受政府特殊津贴。时不时有感而发,写点儿随笔、札记之类的小文章。由于自己长期从事国际报道,有更多机会接触外国人、外国事,因而写东西多以洋人、洋事为例,借题发挥,生发开去,以期有所借鉴或有所警示。

洋人不兴厚礼

因工作关系，我去过许多国家，礼物自然也收到不少。有时看着这些来自异国的小摆设，不由得要发点感慨。国人送礼之风日盛，几成祸患，倒真该学学洋人不兴送厚礼的风习。

澳大利亚是我最早访问的发达国家，在那里，我传统的送礼观念受到很大冲击，因此至今难忘。十几天中，我们接触了从部长到农场主等各阶层人士数十人，每人收到4件礼品：海外新闻局送的是一本澳大利亚画册和一个笔记本，当时拥有十几亿澳元资金的全澳羊毛公司送了一条印有该公司标志的领带、一枚绵羊造型的黄铜徽章。我同一位在这里工作的中国同志谈起受礼的情况，他感叹道：“‘礼轻情义重’这句中国成语，在澳大利亚倒名副其实。”

岂止是澳大利亚，别的国家也差不多。我收到的礼品多半是领带、圆珠笔、产品模型和别的什么小玩意儿。有的礼品也算有些来头，但同样不起眼。譬如，孟加拉国总统送的是一对黄麻做的茶杯垫，秘鲁副总统送的是一组泥捏的印第安人头像，维也纳市长送的是嵌在玻璃球

中的该市市徽,波音公司的礼物是一架灰颜色的铁皮波音飞机模型。不管礼品大小,送礼时都很郑重其事,我们也入乡随俗地当面打开包装,说些感谢主人美意和礼物精美之类的话,主人则满意地笑着。在这种时候,我不止一次地想到,在外国人头脑中大概压根儿就没有“礼薄,送不出手”这根弦。

在国人心目中,日本人爱送重礼,但我两次访日后发现,情况并非如此,或者说已起了变化。主人所赠的礼品中,最像样的也不过是瓷盘、镜框、小闹钟等,显然谈不上有多大含金量。有一件事给人印象很深,我访问北海道时的日本陪同在访华时特意前来看我,饭后握别,他当着众人双手送我一个大信封,我请在场懂日文的同事看看信里写了些什么,原来里面只有4个信封、8张信纸。一位同事戏言,“日本人见面时不是喜欢说‘多多关照’吗,这大概是要你‘多多写信’”。

在许多国家,不兴送重礼已相沿成习。礼薄决不会被理解为送礼者小气和小看对方;相反,送礼过重反倒被认为小瞧人家,带有功利目的或贿赂之意,总之是花钱买没趣,招麻烦。看来,“礼轻情义重”,至理名言,中外同理,这或许是送礼的要义。

其实,洋人送礼是很有讲究的,并非不假思索,信手拈来。这讲究之一是,礼品要符合送礼者和受礼者的身份。从上面谈及的礼品上不难看出这一点。这里不妨举一个与之相反的例子。一次,我陪丹麦新闻代表团访问青岛一家很有名的食品厂。山东人实在,殷勤招待一番之后,还送给每位客人该厂产的各类饼干七八包,满满一大塑料袋。结果是,这些礼物被客人或悄悄送给了翻译,

或干脆留在房间里。这里,主人犯了送礼不看对象的大忌:忘了客人是来自万里之遥的北欧,忘了丹麦是曲奇饼干的故乡。

讲究之二是礼物要有纪念意义。一件好的礼品不论是取自于一位名人、一座建筑、一处胜迹,还是一个掌故、一种动植物,无不具有地方特色和民族特点,最能体现民族文化的内涵。客人在我客厅里欣赏高不盈尺的埃菲尔铁塔,巴掌大的孔朵拉小船,雪白的绒质驼羊,形态生动的木雕犀牛,大概会马上想到巴黎、威尼斯、拉丁美洲和黑非洲。不难想像,这些礼品会荡起收藏者怎样的记忆的涟漪。“礼品应是记忆的物化。”我想,不管是礼品的赠送者还是制作者,都应该记住这句话。

(《人民日报》1996年2月13日)

采写回眸

对写作《洋人不兴厚礼》的回忆

这篇小文写于6年之前,如今我已记不清它因何事而起,但可以肯定的是,群众对当时社会上愈演愈烈的送

礼风气的强烈不满一定引起了我的共鸣。我觉得,国人送重礼既有功利方面的因素,也有观念方面的原因。本文所针对的当然是后者。就我所知,那时一些出国代表团,特别是有相当级别又去发达国家的代表团,常常为挑选礼品发愁,惟恐礼品价值不高,档次不够,送出去人家不喜欢,丢了中国人的脸。这主要是对外国国情缺乏了解,或许对自己也缺乏几分自信。因此,我写这篇小文目的很明确,就是要告诉国人,洋人一般比咱们有钱,但人家不兴送厚礼。我们要借鉴、学习外国先进的东西,这送礼之道应也在其列。

动笔之前,我考虑最多的是三方面问题。一是选材。我到过几十个国家,接受的礼品少说也数以百计,在一篇字数限定1300字的短文中,不可能像开礼品单似的列举很多,只能拣最具代表意义的说。如何取舍主要照顾以下几点:地域性——五大洲都点到;送礼者的代表性——上至总统,下至陪同,政治、企业、文化等各界力求涵盖;礼品特色——品种、质地、形状、颜色尽可能不同,给人以花样繁多的感觉。顾及上述方方面面,无非是想说明,不送厚礼是全球性的风习,有特色的礼品效果好,影响长久,以便使议论更具说服力。

二是文章如何开头。是具体从一个送礼情景入手还是通过一番概括性的文字直接点题?想来想去,选择了后者。因为我想,有着“去过许多国家,礼品自然也收到不少”这种经历的人,对礼品和送礼之道发点议论,读者还是会感兴趣的,开门见山地点出主题不至于显得突兀,在反感送礼之风日隆的读者中更容易引起共鸣。

三是行文方式。本文采取夹叙夹议和有虚有实的写

中国高级记者成名作透视（评论卷）

中国高级记者成名作透视（评论卷）

法。文中既有送礼的根本要义、送礼的诸多讲究和“礼品应是记忆的物化”这样的提炼，力求给读者知识和启迪；同时又尽量穿插场景描绘和直接引语，以便多一些现场感、亲切感和可读性。

文章发表后，人民日报社内外反映不错。当晚，在报社举行的一个涉外招待会上，时任人民日报社社长的邵华泽同志特地走过来，对我说：“你今天的文章很好，我早就想写，苦于没时间，你说出了我要说的话。”本文被评为《人民日报》1996年度一等奖和精品提名奖。一篇并非重大题材的小文章得到这么高的奖次，在《人民日报》是不多见的。

要讲写作心得，可谈一点：小文章难写，更需要在立意构思、谋篇布局和遣词造句方面下工夫。这样，短文章也可以长寿。时隔数年，这篇时过境迁的小文还能让人读下去，令我欣慰，也让我更明白这番道理。

