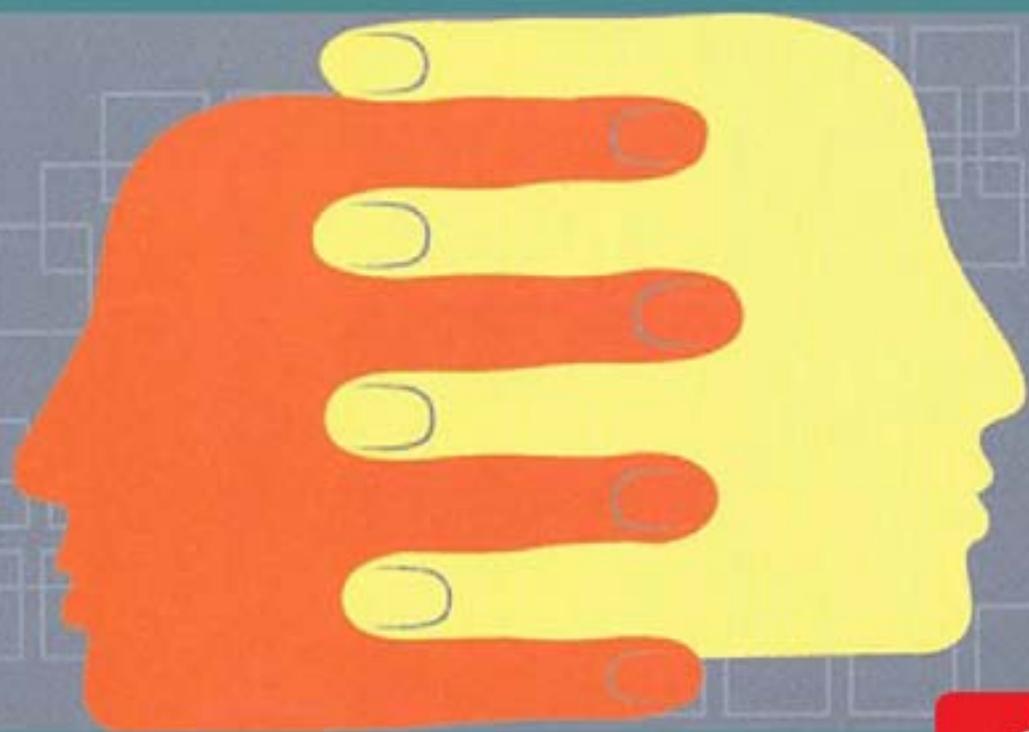


# 徐少义金融通讯作品选

徐少义 著



吉林人民出版社



# 徐少义

金融通讯作品选



徐少义 ● 著

XU SHAO YI  
JIN RONG TONG XUN ZUO PIN JI

吉林人民出版社

# 序 言

许多朋友劝我，让我把近些年来发表在省级、国家级报刊上的金融新闻作品梳理一下，好的报道作品可以加上点评，然后出本书，作为金融系统基层通讯员学写金融新闻报道的工具书。听了这些话儿，我觉得把我捧得太高，加之自己的刀削不了自己的把，更有“王婆卖瓜”之嫌。考虑许久还是放放再说吧，算起来本人从事金融新闻报道工作已有 20 多个年头，不夸张地说对如何写好金融报道积累了一定经验，上百个新闻作品获奖证书就能证明一切。但要真正地把近些年发表的新闻作品加以梳理，还真的搜集一阵子，原因是有些作品报刊发表了也没留存。我想，出一本金融新闻报道精品选，作为基层通讯员学习写作是一件好事，可以帮助通讯员少走弯路，提高他们的采写水平。所以，我用两个月时间把我在省级以上报刊发表的新闻作品整理了一下，还真不少，捧到手里感觉很厚重。我认为自己写的这些金融新闻报道作品还不错，所以整理成书也只能让读者去评判了。

新闻作品也是一种文体，要说它有什么比较确定、比较规范的样式，我的感觉是没有。不同的人所写的同一题材、同一体裁的新闻作品在样式上或多或少都有一些区别，金融新闻报道区别就更大了。2011 年年末应邀去农行黑龙江分行给通讯员讲新闻写作课，我结合自己几十年来爬格子的经验，从新闻标题的制作、新闻的嗅觉、导语的提炼、采写的技巧等讲了 4 个课时，我感觉学员们听了很有兴趣儿，互动时我还对许多学员提出的如何写好金融新闻报道，进行了答疑解惑，附加了消息写作例话。学员们听了夸我讲的实在。我在授课时也尽量把新闻报道最基本、

最常见的写法讲给学员听，均收到了较好效果。由于出书的需要，我结合在黑龙江省农行的授课内容，又进行了一番归纳，最后总结出新闻写作六个部分，权当作本书的序言。

## 如何辨别新闻

搞新闻工作的人都知道什么是新闻？广义的新闻包括消息、通讯、特写、调查报告等。狭义的新闻仅指消息。其实我们讲的新闻就是消息。那么，也许有人会问：到底什么才叫新闻呢？我认为到目前为止，新闻界还没有一个准确的定义。从“新闻”两个字的字面上来分析，新就是新鲜，闻就是听到，新闻可以理解为听到的新鲜的事儿。目前，我们比较常用的新闻定义是：新闻是新近发生的事实的报道。从这个定义上来讲，新闻还有这样几个特点：1、新闻及时，2、事实准确，3、短小生动。我本人经过多年的新闻写作实践认为：新闻可大体分为两大类：第一类是突发性新闻。比如；某某银行研发出新的金融产品，推向市场后深受客户欢迎。这些突发性新闻也能在某一个方面反映出一个单位的形象。突发性新闻一般可遇而不可求，因其突出的性质，所以比较好识别。第二类是隐形新闻。这类新闻往往深深地隐藏在事务表面现象之下。

在工作中我还碰到过这样一些人，他们总抱怨没什么可写，每天看到的人、所做的工作、都是老样子、好像今天就是昨天的复制品，没什么新鲜事儿。其实，我们的生活无时无刻不在发生着变化。正如罗丹所说：生活不是缺少美，而是缺少美的发现。我们平时可以细心观察一下，我们银行的员工在吃的、穿的、玩的等方面有哪些新变化，如果你发现有一定的代表性的变化后，就能写出新闻来。比如，一些银行员工不坐公交车了，而是自己驾驶新买的轿车上下班。如果这样的员工占一定比例，就是一篇新闻。再比如，一些银行都搞“春天行动”营销活动，有的支行活动搞得丰富多彩，有的支行确搞得雷声大雨点稀，如果你是个有心人不妨深入了解一下，整个“春天行动”期间各家银行的存款上升

多少？市场的份额占比有多大？就可以写出一篇《某某行‘春天行动’存款市场份额占比同业第一》之类的稿件。

在日常工作中，还有一些基层行办公室的同志问我：如何去发现新闻呢？我的回答更直接：人无我有，是新闻；人有我优，是新闻；人优我借，做新闻。具体讲呢，就是别人没有的我有，我是蝎子尾巴“独一份”，是新生事物。一般情况下，这样的事物都是新闻。为什么说是一般情况呢？因为并不一定所有的新事物，新做法都是新闻，判断一个新事物是否是新闻，还要看它是否有新闻价值。那么，什么是新闻价值呢？我个人认为，新闻价值的大小，取决于其社会影响力的大小和群众的关注程度。影响的范围越大，受关注的程度越高，其新闻价值就越大。比如说，某家农商行上市了，如果说是四大国有商业银行上市那就没什么新闻可言了，因为这四大国有商行早已上市，目前，人们对他们的关注就是股票的跌升。可一家小小的农商行能够上市，新闻的价值可就大了。再就是，人有我优，或者说人有我待。啥意思？就是大家都有，但我的好，谁也比不上，这就是新闻。比如说，一个单位年底在全省、全市同行业比赛中，某项工作得第一，就可以做新闻。比如有一次我下乡采访，了解到有一家二级分行在人参收购旺季，把服务延伸至晚上 11 点，细细挖掘还有不少好素材，这样的稿件写起来就有意思了。

## 提高通讯员采写能力的抓手

如何提高新闻采写能力，没有别的捷径可走，就是多写多练，写多了好作品也就出来了。有一次我在基层行采访。一位办公室主任向我诉苦：因为“没的写”而完不成单位的报道计划和报道任务，经常遭到上级行通报批评。还有的通讯员因为“写不出东西”而被调离了岗位。以我对基层行通讯员的了解，发现他们都带有共性的一面，那就是：写作的热情很高，但新闻的敏感不够，从而制约了他们的主观能动性和创造力。我认为，提高基层通讯员的新闻采写能力应从以下几方面来抓：

提高新闻写作的严肃性。新闻写作是一项非常严肃的工作，基层通讯员应当很好地认识到这一点。基层通讯员和我差不多，直接从新闻类院校毕业或新闻院校学习毕业的很少，他们大部分是“半路出家”搞新闻报道的，相当多的基层通讯员采写经验不足，写稿能力不强，导致稿件质量不高。尤其是思想性、可读性俱佳的新闻精品更是少见，需要尽快提高自身新闻业务素质。还有不少通讯员对新闻的严肃性认识不够，其表现在：

1. 在占有第二手或第三手材料的情况下，未经采访，就忙于动手写稿，写好后又不经当事人和办公室审核。

2. 采访不深入，凭印象引证事例和数据，道听途说，把口头传说的当成事实，人云亦云。

3. 在熟悉采访对象的情况下，凭想当然写稿子，知其然不知其所以然，张冠李戴。

4. 在写表扬稿时说大话讲绝话，表扬先进夸大其词，写批评稿一概否定，言过其实，缺乏客观性。

5. 有些领导要求通讯员多发稿，造成通讯员心理压力，写的稿子难免粗枝大叶，出现失实。在较长时间内没有发稿的情况下，出名心切，不顾事实，夸大事实，追求生动。

6. 有的通讯员把写好的稿子反复使用，今天写了这个稿子，发给某媒体，过一段时间又投了同样内容的稿子，只是变变日期，换换数字。

7. 写稿时对某件事不懂装懂，不认真学习，说外行话。写的稿子出现差错后，不认真吸取教训，而是找客观，推脱责任。

造成以上种种现象的原因，归结起来就是对新闻写作的严肃性认识不够。对此，基层的通讯员一定要严格遵守职业道德。写新闻稿既要对被报道的事实负责，又要对受众负责，切不可粗心大意轻率对待。一定要用严肃的态度来对待严肃的事业。如果认识不提高，即使在采写方法上有一些进步，还是不能解决根本问题。

做“巧妇”找“好米”。农村有句土话：“巧妇难为无米之炊”。通

讯员要想做好一个“巧妇”，就必须有许多好“米”。那么，又多又好的“米”从哪里来呢？基层通讯员生活在一块不大的天地里，不能像记者那样到处跑。如何在不大的这块天地里种出“好米”来？

我的想法，通讯员要做“巧妇”要找好“米”，就必须锻炼写作的基本功，必须具备“五勤”：一是腿勤，多跑、多接触实际。二是眼勤，多看、多观察。三是嘴勤，遇事多问，打破砂锅问到底。四是脑勤，勤分析、多思考，遇事多问为什么。五是手勤，勤记、勤写，把看到的和听到的各种材料，记录积累起来。

通讯员的“米”从哪里来呢？有些通讯员苦于找不到新闻素材而烦恼。其实在基层，鲜活的新闻多的是，就看你有没有发现它，有没有去挖掘它。我们有些记者、通讯员缺乏新闻敏感，见到什么写什么，上边传达什么，他就鼓捣什么，写的稿子之间只有皮毛没有血肉。没有掌握抓新动向、新事物、新成绩、新风尚、新经验、新问题的本领。在基层，通讯员要发现新闻线索并不是很难，就看你会不会去发现。发现新闻线索的简捷途径还有很多。概括起来有以下几点：

1. 列席有关会议，以便了解上级意图，掌握全面情况，搞好新闻报道。

2. 阅读有关文件，听传达报告。根据上级新闻单位的宣传意图，结合实际情况，制定出一段时间的报道计划。

3. 跟本单位领导下去搞调研。

4. 力所能及地承担上级交给的其它工作。

5. 参阅报纸，在看报时结合自己单位的实际，看看哪些文章跟自己单位有联系，那些还报道得不够又有深入采访报道的价值。同其它地方比，自己所在单位有哪些事需要从新的角度、新的思路去报道。

6. 新闻线索是一个信号，这个信号给我们指示出新闻的所在，并指示出了采访的方向。

要处处留心，做有心人。一件事，别人当故事听，听完就完了，而通讯员不行，要多听多看，还要多想，只要处处留心，时时用心，才能

发现报道线索，线索多了“米”就多了。

学会跟踪追击。发现线索后，就要跟踪追击，认真采访，用最快速度把新闻抓到手。采访完当事人还不算完，还要把有关的人采访到。

好的通讯员，应该随时处于采访状态中，对周围发生的一切事物都要注意，都感兴趣。许多好新闻，并不都是端端正正坐在会客室里采访来的。在随意交谈中、在街谈巷议中、在餐馆就餐时、在外出旅游的途中、在回家的路上等等，都可能发现重要的新闻。我们有些人对采访理解的比较狭隘，似乎双方端坐下来，掏出笔记本，才是采访开始。实际上，非正式场合的谈论，往往是重要新闻的来源和线索。

著名的新闻工作者范敬宜在康平县采访时，在吃午饭的时候，当地的领导边吃边说：“过去总说，‘铁岭的葱开原的蒜，康平的小荷包猪和小鸡蛋’，可是这几年康平的荷包猪也长大了，你看，这肉的膘还挺厚呢！”范敬宜便问这是什么原因，那位领导说：“主要是喂粮食多了。过去总说是猪的品种不好，喂的跟不上。其实，关键是粮食不过关，人还吃不饱，哪有粮食喂猪呀！”范敬宜听后很感兴趣，并对同行的新闻干事说：这可能是一条从侧面反映三中全会政策的好新闻。在康平县，他又让新闻干事到县畜牧局、农业局、供销社了解这几年收购生猪平均个重的对比数字，很快就把新闻《康平的小荷包猪长大了》写出来了。新闻的导语是：“‘铁岭的葱开原蒜，康平的荷包猪和小鸡蛋’——这句在铁岭地区流传已久的顺口溜，现在需要改一改了。三中全会以来，随着全县的粮食增产，小嘴巴、大肚子的荷包猪的个子正在逐步长大。”

举这个例子表明，我们的通讯员应该向老新闻工作者学习，采访时不要“背鞋找脚”，带框框，对自己熟悉的人和事也要认真细致地采访，不能认为这里的事我了解，知道个大概就写。比如农业银行、信用社、农村商业银行都在服务“三农”，都在农村投放小额贷款，如果你了解个轮廓就写，就会一般化，写不出特色。如果你认真采访、分析了，在对比一下几家行的特点，可能就会写出有个性的报道来。所以说“米”从勤奋的工作中来，这就是答案，不信可以试试。

## 在实践中培养新闻敏感

什么是新闻敏感？举个例子讲：在松花江边靠打渔生活的农民，在水边一走，他就知道水中的鱼儿在什么地方，应该如何撒网。手艺高超的木匠，一看木料，就知道它能做什么材料。经验丰富的老人，看一看朝霞或月亮周边的色彩，观察地上的昆虫，就知道将有什么样的风雨。本领高强的老农抓一把地上的泥土，就知道应该种什么样的庄稼……这说明了什么呢？说明了他们已深刻地认识和领会到这一类事物，掌握了这一类事物的发展规律。熟能生巧，敏感性就是一个“巧”。

新闻的敏感性，就是记者和通讯员发现和判断新闻的敏锐能力。具体来说，包括这样一些本领和能力：

1. 迅速判断某一事物和情况是否有一定的报道意义，判断它的价值以及预见它的作用的能力。
2. 判断某一线索，即使是看来平常的事儿，但见微知著，可能导出重大新闻的能力。
3. 在同一事实的许多事务中，判断出哪一个最重要、哪一个次重要、哪一个不重要的能力。
4. 判断已发表过的同一条新闻中，还有哪些材料仍可能成为新闻的能力。
5. 判断哪些事实能引起新闻受众的兴趣以及兴趣之大小的能力。

新闻敏感在西方又称“新闻鼻”，是指新闻工作者发现和判断新闻的能力，是一种职业敏感。这种敏感使新闻工作者可以在纷繁复杂的社会现象中迅速发现新闻线索和发掘新闻题材、它是在长期的新闻工作实践中锻炼培养出来的特殊素质。

新闻界有人把新闻敏感，称之为新闻“鼻”和新闻“眼”。这是一种借喻，意思是：新闻记者靠灵敏的嗅觉和锐利的眼光来判断一件事是不是新闻。新闻敏感是记者和通讯员必须练就的业务素质。世界上每天发

生的事千千万万，但大部分都构不成新闻，只有经过我们的观察、辨别、判断其中重要的、有价值的事情，才能写成新闻。

新闻无时无刻不在我们的左右，就看你会不会去发现了。基层通讯员要想练就一双“新闻眼”，一只“新闻鼻”，就得处处留心，对什么都好奇才行。发现并记住一般人容易忽略的事儿，这是作为记者和通讯员最起码的水准和要求，这就需要我们基层通讯员用自己的睿智并深邃的“新闻眼”去看，用灵敏的“新闻鼻”去嗅。

新闻敏感是一个大的概念，有方方面面的知识融在里面，需要通过大量的实际工作，在实践中锻炼和培养。基层通讯员要搞好新闻报道工作，就应注意身边发生的每件事，随时处于采访状态中，在工作中实践，在不断实践中进行总结，摸索提高。这样，我们的新闻敏感就会不断地增强。我觉得，我们的基层通讯员与其挖空思想题目、找点子，不如融进实际工作中，关心身边发生的每件事，哪怕是一件小事，在我们摸清了其前因后果后，说不定就是一个很好的报道题材，在无意间就能抓住线索，写出新闻。

## 新闻标题和导语的提炼

新闻标题和导语的写作是消息写作的关键。一条消息写的好坏，很大程度上取决于消息导语写作的成功与否，所以导语写作在消息写作中起着举足轻重的作用。导语在消息中所占空间很小，要在“弹丸”之地上跳舞，跳好舞，难度很大。写好导语，需要科学的新闻意识，新闻意识对写好导语的意义在于运用新闻意识，在遵循导语写作规律的基础上，勇于创新，让导语发挥更好的作用。

1. 导语写作离不开新闻意识的引导和参与。导语写作要求突出重点，吸引读者，并且用极少的文字来写作，这样自然需要应用科学的新闻意识来指导导语写作。导语写作有若干常规的写作规范，文似看山不喜平，导语写作突出重点是运用新闻价值规律可以做到的，而在吸引读者方面，

作为记者和通讯员就必须充分发挥创造性思维，千方百计地把导语写得精彩引人，以完成导语的特殊使命。当然，运用新闻价值规律突出新闻重点和运用创造性思维写好导语，是一个问题的两个方面，是有机的统一体，导语写作也应追求两者的最佳结合。

2. 导语写作每一个步骤都离不开新闻意识。新闻意识贯穿于导语写作的过程中，导语写作一般有构思、设计、精选、润色和规范检查几个步骤，而每一个步骤都离不开新闻意识。比如第一个步骤：导语构思，就需要记者和通讯员运用新闻意思，仔细阅读采访笔记和搜集的材料，并提出和明确以下问题：运用新闻价值和宣传价值规律，在众多新闻事实中选择最重要或最具有时新性、趣味性的新闻事实。提出以下问题：这件事是谁做的？牵涉到谁？影响到谁？矛盾的焦点是什么？问题的根源是什么？抓到哪一个人的哪一点，即可使问题迎刃而解？是否有必要突出人物的显要性，如有必要，突出到什么程度？表达形式上的思考：哪种导语形式最适合这条新闻采用？最能表达特定的主题思想或者中心？如果是现场感很强的新闻，就要问：从哪里入手才能一下子抓住受众？有没有精彩的场面、情节、动作、细节、语言可以构成一个精彩而富有吸引力的开头。

3. 求新求异，勇于创新，写出精彩、让人难忘的导语。导语写作贵在创新，只要能实现导语写作的目的，就应该解放思想，大胆创新。导语写作最忌公式化，千篇一律，尤其写作娱乐性、生活性强的软新闻，更不能写得严肃、死板，导语写作已发展到第三代、第三代导语主要也是使用于软新闻的写作上。写导语要做到“语”不惊人死不休。写导语从语言表达上求新，一是少用评论性语言，多用描写性语言。二是少用套话，多用群众性语言。好的导语别看三言两语，可它传递的不仅是稿件要表达的主题思想和新闻事实。三是少用形容词和副词，多用动词。我记得路透社有一次在报道德军人侵法国巴黎时的新闻导语里曾这样写道：“德军的坦克穿过协和广场，德军装甲车从爱丽舍宫的绿树浓荫下隆隆驶过。”这里并没有对德军的侵犯行径作激烈的抨击，而是用“穿

过”、“驶过”两个动词作客观报道，加之与“协和广场”、“绿树浓荫”相对比，从而形成了强烈的感情反差，收到了较好的表达效果。同时，还要强调的是，导语少用笼统概括性语言，多用具体生动的语言。

4. 新闻标题的制作也要出彩。我记得 1983 年 1 月 13 日羊城晚报发表了一则消息，标题是这样的：“孙悟空见了也动心，乳源发现 14 种猕猴桃”。要说品尝鲜桃，美猴王孙悟空当是行家了。想当年住在花果山，与桃子就有特殊的缘份，后来又品尝过西天的仙桃，其鉴赏能力可想而知了。这条标题说他居然对广东乳源县的猕猴桃也“动心了”，可见这种桃子的质量之高。这是一条科学新闻的标题，写进神话中的人物是否有损科学的严肃性？其实这种担心是大可不必的，因为这里只不过是个比喻，而这个比喻是那么地贴切。在我国，孙悟空是老少皆知，人人喜爱的神话人物，读者从标题（主题）中看到（孙悟空见了也动心）一行字，自然很想知道他见了什么东西“动了心”，于是就会顺着主题往下看，以至阅读消息的全文。还有一则消息的标题也很有意思，记得是发表在 1980 年 9 月 2 日的光明日报上，标题是：“昆钢技术员刘富有晋升工程师一事 说明选拔贤才不应先量‘胡子’的长短”。可以说，这个标题使用了“借代”的修辞方法，就使语言风趣可喜。“胡子”是年龄的标志，也是资历的标志，大家一看都是很明白的。由于“胡子”一词，于是就有了量长短之说，这样的标题就给读者一个生动、幽默的形象。幽默，常常是产生讽刺的手段。看了这个标题，难免使读者想起了那些论资排辈论者的可笑，这是这个标题深刻的地方。

标题语言风趣一点，可以引起读者的兴趣，但仅仅这一点，并不能算作上乘的标题，有时为了片面追求风趣，还容易出现“耍贫嘴”的偏向。如果用风趣的语言来表达与之相适应的思想内容，并且使新闻所表达的思想深化和强化，那就比较高明了。这个标题，正是属于后者。

## 新闻采访要素与结构、表达方式和选择安排

新闻敏感、新闻价值、新闻线索、新闻角度是影响新闻采访确定的因素。

1. 什么是新闻敏感？就是新闻采访者对事实中新闻价值发现、判断的能力。新闻界中通常说的“新闻鼻子”、“新闻眼”，实际上就是新闻敏感。

2. 什么是新闻价值？客观事实中含有的信息量，是衡量和选择新闻的标准，新闻价值有5个因素：一是启迪性、二是重要性、三是新鲜性、四是接近性、五是读者兴趣。

3. 什么是新闻线索？新闻线索是新近发生的事实的简单信息。新闻线索一般都比较简略、零碎，有待于经过采访和写作，把它变成一条完整的新闻。当然，有的新闻线索比较完整，不光有梗概，还有细节，甚至就是一个有头有尾的新闻故事。

4. 什么叫新闻角度？新闻采访者挖掘和表现新闻事实的角度，就叫新闻角度。也可以说，新闻采访者选择报道事实的观察点，或者说选择能从纷繁复杂的现象中探索到事物本质和摄取到感人镜头的最佳着眼点。

消息的结构如何搭好？一般来说，消息的结构类型主要有以下几种：

倒金字塔。这种结构是按照新闻事实内容和重要性的不同进行布局，一般将最新、最重要的新闻事实放在前面写，次要的内容则放在以下的段落中按重要性的递减顺序展开，形成一个“头重脚轻”、顶部大、底部小的“倒三角”。这种结构的产生是为了适应快速传播的需要和受众的阅读习惯，今天仍然被广泛使用。

正金字塔、用这种结构写的消息没有导语，只是自然而然地按照事件发生的时间顺序来写作。事件的开端，就是消息的开头；事件结束，消息也就收尾了，其长处是能够清楚地反映出新闻事件的来龙去脉，能使受众对事情的经过获得清晰的印象，所以它比较适用于内容较为复杂但线条单一的新闻的写作。

倒金字塔式结构和金字塔式结构结合结构。它实际上是把倒金字塔式结构和金字塔式结构相互结合、取长补短而产生的一种新的结构形式。这种结构，导语是金字塔底，主体可以看成是正金字塔。我们也可以把这种结构看成是倒金字塔式结构的变种。请看这样一条消息导语：“巴西一名婴孩被大蟒蛇吞进肚子里一个小时，被救出后竟然能存活。”

接下来的段落，按照时间的顺序，交代事情的来龙去脉，悬念感很强，吸引受众一步步地读下去。

逻辑顺序式结构。它是根据事物的内在联系和问题的逻辑关系来组织材料，考虑和安排段落结构的一种消息结构，记者和通讯员顺着这个脉络下笔，不受时间顺序的约束。这种结构有利于反映出事物内在的发展规律，揭示出事物的本质特点及意义，所以具有较强的说服力。逻辑顺序式结构主要有以下几种形式：因果关系逻辑顺序结构；递进关系逻辑顺序结构；主从关系逻辑顺序结构；并列关系逻辑顺序结构；对比关系逻辑顺序结构；点线面体式结构逻辑顺序结构。点线面体式结构对于写作非事件性新闻来说，有助于以点线面体式结构来组织非事件性新闻的材料，能够客观、公正、全面地反映新闻事实。从受众阅读的思维角度来说，点线面体式结构符合人们的思维习惯。

散文式结构。它是用散文的笔法来报道新闻事实的一种消息结构形式。其特点是自由取材，章法灵活，构思上像散文一样“形散而神不散”，根据作品表达的需要灵活运用各种表达方式和手段。哪种结构方式最利于表现消息的主题，我们就应该选择哪种结构方式。重申几点：1、所谓变换角度，意思是在导语中已经提及到的新闻要素和已经表达的思想、观点、主体中不能再重复，而应该换一种说法，从另外的角度或层面叙述事实。2、要有受众意识，叙事要做到具体充分，满足受众的新闻期待。受众意识是新闻意识集中体现和归属。作为通讯员，写作新闻时，心中一定要有受众意识。写作时，要了解受众的阅读需求，又有为受众解释疑惑的服务意识，设身处地为受众着想，不能将问题留给受众。写作时，更不能对于受众不感兴趣或早已了解的东西仍滔滔不绝，面对

受众最需要了解的东西，则避而不谈。3、根据新闻事实的特点确定主体部分材料组织安排的方法。消息中常用的组织材料（同时处理好顺叙、倒叙、插叙、补叙、追叙的关系）；按空间转移组织材料；按时空交叉（又谓纵横交叉）关系组织材料；按照主次关系或从属关系组织材料；按照并列或层进方法组织材料；按照事物的分类归纳组织材料；按照先总后分的方法组织材料；按照事物内在逻辑性或问题的归纳组织材料等。

## 深入采访的四条法则

采访，是记者和通讯员挖掘、捕捉新闻素材、触发新闻灵感的必要途径，也是新闻记者和通讯员最基本的社会活动之一。要想写出价值较高、不同凡响的新闻作品，除记者和通讯员自身必须具备高超的写作技巧外，关键还在于采访必须深入。

我作为一名高级记者，将几十年采访实践中的一些体会和成败作一番探讨，与通讯员们共享。那么，怎样才能搞好深入采访，我觉得应有它独特的几个优点。

1. 灵活性。所谓灵活性，是指不拘一格、自由灵活、深入采访方式的多样化。在深入采访过程中，记者和通讯员可根据采访内容和需要，自由选择采访角度和方法，或先听，或先问，或先看，多途径、多方式获得特殊新闻材料。

2. 真实性。只有深入现场，深入一线，进行深层采访，才有可能获取原汁原味、真实可信的新闻素材，有效避免和克服失事报道。

3. 典型性。深入采访可以使记者和通讯员广交朋友，扩大新闻信息渠道，达到开阔视野，从纷繁复杂的社会生活中，发现鲜活生动典型的重要新闻。

4. 及时性。直接深入实际进行采访，可以以快取胜，从中及时发现别人不易发现的东西，克服“绕弯子、兜圈子”的弊端，从而通过快速高效的途径，及时将新闻事件传播给媒体受众读者。综合上述几点，深入采访

确有着一般采访无可比拟的优点。那么如何才能做到采访深入呢？凭我的采访经验，首先要一竿子插到底。一般讲，采访形式不外乎以下几种：指派式、邀请式、由头式。除此之外一般以记者和通讯员自行选择采访对象为主。采访就好比到包罗万象的大千世界寻找宝藏一样，只要沉下去“抓”，沉下去“找”，才有可能挖掘到新鲜感和有价值的东西。有句话说得好，新闻采访就像拿筷子挑面条，沉到底，靠边挤，慢慢提。不论是什么媒体的记者，一个最终目的都是要拿到好新闻，取到好素材，让读者从中受到教育，得到启发，从而明白事理。这就要求记者和通讯员在采访过程中要多途径介入、多形式深入、多层次挖掘，去发现生活中最新鲜、最感人、最生动、最有趣的新闻事件。搜集新闻素材就像奸商一样贪得无厌，角度选择就像税吏百般地挑剔，独辟蹊径，洞幽显微，溯本求源，力争做到采访面广，选择性强，搜集到人人心中都有、人人笔下皆无的新闻素材，这样才能使新闻报道鲜活有趣、生动感人、吸引受众读者。

其次，要学会观察。善于观察，正确运用观察是采访中深挖新闻内涵的有效途径。有时我们要采访一件事、一个人、一个单位，或者几件事、几个人、几个单位的基本材料已经很具体了，这是不是就算深入了呢？我看未必。读者要全面准确地了解事物真相，观察则是记者和通讯员采访活动中不可忽视的一个重要环节。从感性实践到理性认识，从量变到质变，从片面到全面，从肤浅到深入，认识深化要有一个过程，而问题的发生发展却常常带有偶然性。记者和通讯员通过对被采访对象的语言、行动及周围环境进行细致入微的观察，不仅可以充实记者和通讯员的采访内容，促使记者和通讯员去思考，而且还可以透过某一现象，发现挖掘深层次最本质的东西，从而写出更具有针对性和说服力的新闻。如果不深入观察了解，偏听偏信，可能就会出现虚假新闻，误导读者。记者和通讯员要敢于冲破表面现象，学会多角度、全方位观察、细心研究、反复思考、力求看得真切，听得仔细、虚心倾听多方面的不同意见，自觉运用辩证唯物主义的立场、观点和方法，加以去粗取精，去伪存真，完整地反映事物的本来面目，不要人云亦云、道听途说，以免发生失事报道。

我们的记者和通讯员还要做到宏观采访与微观采访相结合。要达到宏观和微观有机统一，就要正确掌握“由此及彼”、“由表及里”的采访方法。在比较中探寻事物外部规律，这里是指联想性；“由表及里”是透过事物的表面现象，在研究中把握事物的本质特征，这里是指思考的深入性。有人说，采访在问、听、看、访的基础上，进行整体全面的宏观采访，就算深入了。依我所见，这只能算进行了一半的采访工作，实践告诉我们，在宏观采访的基础上，还必须要有意识、多侧面、多角度进行微观采访，进一步增强采访工作的彻底性和完整性，从而使采访到的素材更具体、更完善、更典型、更生动。要做到这一点，就必须树立求真务实的态度，注重全方位进行调查研究，不当“采访长官”，不当“天外来客”，勇于同被采访对象交朋友，透过现象看本质，透过宏观看微观，从宏观中着手，在微观中探寻，最终使采访活动达到宏观与微观相得益彰，辩证统一。

要想做一个合格的记者和通讯员，要善于动脑，注重思考。“新”是指新闻最本质的特征，深层思考，则是获取好新闻的前提条件。深层采访时，搜集新闻要抓住一个“新”字，着眼一个“新”字，既要广泛收集了解各种新闻素材，又要勤于动脑，在思考中捕捉和挖掘生活中的闪光点。同时还要有吃苦奉献精神。有人说，记者和通讯员采访就像蜜蜂酿蜜般辛勤繁忙。职业特点决定了记者和通讯员必须经常不断地深入一线，深入基层，深入实际调查研究，吃得万般苦，方得甘甜果。与此同时，还要注重克服呆板教条的采访模式，眼观六路、耳听八方，用心琢磨、勤于思考、有分析、有思考。手头采访的素材多了，家底厚实，用时信手拈来，好中选优，优中选最，从而使采访到的新闻掷地有声，呼之欲出，起到事半功倍的效果。总之，要想写出好新闻，就要有求实的态度，吃苦的精神，辩证的观点，正确了解现象和本质的关系，力求看得仔细，听得认真，采得准确，谨慎认真地对待每一次采访。

徐少义

2012年5月于长春

015