

江作苏 著

记者心语

Ji Zhe Xin Yu

驾驭浩然之思 注重战地采访
见微必能知著 拓宽宣传领域
保持心灵自由 赋予文字生命
培育真理之花 体现哲学智慧
把心贴着受众 宁种金窝不种银窝
胸有文化积淀 气盛方显理直
至美基于至情 创造美轮美奂
乌有何以登堂 警惕思辨的陷阱
高扬主体意识 海纳百川有容乃大
勇敢面对挑战 常干常新

中央文献出版社

记者心语

邵玉清题图

江作苏 著

中央文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

记者心语/江作苏著. - 北京:中央文献出版社,2002.11
ISBN 7-5073-1275-5

I.记… II.江… III.新闻工作-文集
IV.G21-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 085227 号

记者心语

著 者/江作苏
责任编辑/刘庆旻
责任校对/栢 图

出版发行/中央文献出版社
地 址/北京西四北大街前毛家湾 1 号
邮 编/100017
经 销/新华书店
销售热线/63097018
排 版/北京和思和排版公司
印 刷/北京时事印刷厂

890×1240mm 32 开 13 印张 300 千字
2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-5073-1275-5/C·144 定价:26.00 元

本社图书如存在印装质量问题,请与承印厂联系调换

版权所有 违者必究

序

艾 丰

这本书,不仅是一本勤奋的书,也是一本思考的书,智慧的书。

这本书,不仅是一本业务的书,也是一本学术的书,做人的书。

新闻界的朋友们出版过许多书籍,而象《记者心语》这样的书,还不多见。它不是一般的作品集,不是记者采写的社会事件和社会问题,也不是一般的新闻学著作,而是作者在实践中“理性化感悟”的集锦。作为一个多年从事新闻工作的老记者,我阅读这本书,有一种亲切之感,好象是同行、朋友之间在谈心。作者的许多心得,引起了我的同感,给了我不少启迪。

* * * *

近几年来,我反复强调重视“观念”问题。主要有三个原因:

一个原因,就思维规律看,人的意识活动主要分为五个层面,第一个层面是信息层面。信息是能够解决人的认识上的不确定性的信号。没有信息,人的思维活动便没有原料。第二个层面是知识层面。知识也是信息,但它必须

是含有事物规律性内容的信息。没有知识,便失去了把握事物规律的任何可能性。第三个层面是观念层面。大量的信息和知识输入到人的头脑中,再加上每个人所处的社会地位,于是渐渐地形成了某种观念。观念是主观和客观的结合。它的核心是价值观,是价值的取舍。所以观念是有方向的。第四个层面是理论。理论是把信息、知识,在特定的观念指导下形成的理性认识体系。第五个层面是智慧。智慧是解决实际问题的高超的思维能力。人的意识活动最高层面是智慧。认识是要回到实践的,满脑子理论而不能解决实际问题的人,我们称为“书呆子”。在这五个层面中,观念处于“居中”地位。观念发生了问题,即便有足够的信息,即便有丰富的知识,也常常得不出正确的理论,也不会结出智慧之果,常常导致愚蠢。

一个原因,就中国所处的时代背景看,整个是一个大转型时期。促成“两个根本性转变”的顺利实现,最重要的是我叫做“第三个转变”——观念的转换。进入新世纪,中国经济又面临三个新的课题:应对加入世界贸易组织,实施西部大开发战略,加快城镇化。从党的建设看,还有如何理解和贯彻“三个代表”,如此等等。实际生活的巨大变化,都需要我们的观念随之发生变化。

一个原因,就我们的同行的状况看,不仅观念跟不上是一个普遍的问题,而且这个问题还没有引起足够的重视。

《记者心语》正是抓住了新闻工作者需要转换的观念这个重要环节,所以可以说它是抓到了痛处、痒处、要害之处、关键之处。

* * * *

多年来,人们常常把记者称呼为“笔杆子”,优秀的记

者是“大笔杆子”。对此我很不以为然,甚至有些反感。它给人一个错觉,似乎记者是没有头脑的“杆子”,任人攥在手中挥来挥去。为了“反抗”这种舆论,我把1986年出版的自己的新闻作品集命名为《思考的笔》,并在序言中说,如果硬说记者是笔杆子,那么也是有生命的笔,有头脑的笔,是一枝“思考的笔”。

出色的记者应该是“一笔两家”：“笔杆子”+“社会活动家”+“思想家”。这不是新闻工作者的自我扩张,乃是做好现代传媒工作之必然要求。

现代传媒在当今的社会,实际上处于大型“立交桥”的地位。政治、经济、文化,乃至外交、军事等等都要通过其运行。因此,新闻传媒就具有明显的双重品格和地位,一方面,它是一种具有自己独立范畴的业务活动;一方面,它又是几乎可以说囊括全社会的综合活动。所以,新闻既是一种专业,又是一种社会文化。这方面需要做专门的论述,不是这篇短文能够完成的任务,我只是在这里把它鲜明地提出来而已。

一个记者,一个新闻工作者,只有这样认识自己的岗位和职责,才能做好自己的工作。江作苏同志是这样认识的和这样实践的。他在各方面取得了可喜的成果。

相信会有更多的同行这样认识并这样做起来!

2002年3月20日于北京

(艾丰:全国政协委员,原《经济日报》社总编辑)

目 录

序	艾 丰	1
---	-----	---

第一章:驾驭浩然之思——思维篇

生命乐在主动	3
发散兼有集束	7
驾驭浩然之思	11
注重战略思维	15
学会有思有辨	19
克服心理疲惫	23
心理需要导引	26
带着感情思考	30
防治理论软骨	34
也要有点限制	37

第二章:见微必能知著——发现篇

见微必能知著	43
入世槌的启发	47
拓宽发现思路	51

带着问题采访	55
必须不断破题	59
本色伴随真诚	63
目光投向身边	66
走向广阔神州	70
视线聚焦于人	74
直接关联间接	77

第三章:把握胜局起点——策划篇

保持心灵自由	83
价值判断体现	87
猛刮头脑风暴	90
策划不能异化	93
赋予文化眼光	97
推动兼有助动	101
在劳力上劳心	105
围绕话题施展	108
把握胜局起点	111
转化第二落点	115

第四章:培育真理之花——导向篇

权威来自何方	121
--------	-----

培育真理之花	125
投射人文关怀	129
体现哲学气度	133
显示人生态度	136
借鉴防止过界	139
不能放弃主动	142
止住无形之脚	146
监督实为天责	150
促成信息对称	155

第五章：宁撞金钟一下——实践篇

以见解作支撑	161
踏实使人受益	165
把心贴着受众	168
不必临场发怵	172
使出浑身解数	176
贴近现场为本	180
撑起渡河之舟	184
也谈赵括将兵	188
流行而不流俗	192
宁撞金钟一下	196

第六章:还原千姿百态——写作篇

胸有文化积淀	203
新闻不离解释	207
水烧到一百度	211
还原千姿百态	215
宏观微观互动	219
不妨就实论虚	223
意多而约用之	227
毋须匆率为文	231
善抓重大问题	235
气盛方可执笔	239

第七章:至美基于至情——审美篇

大胆追求美感	245
理解才能欣赏	249
至美基于至情	252
劳动蕴含美感	256
变动之中求美	260
风格体现品性	264
含蓄更具魅力	268
创造美的意境	272

传神尽在不宣 276

美感不拒危难 280

第八章：乌有何以登堂——防错篇

杜绝浮夸拔高 289

想象并不合理 293

乌有何以登堂 297

猎奇容易传讹 301

弄虚导致作假 305

警惕思维陷阱 309

莫入网上误区 313

严防以偏概全 317

何不缘法而治 321

庸俗异于通俗 325

第九章：海纳百川为怀——修养篇

高扬主体意识 331

大局观不可少 335

以何自壮底气 339

敬业精神可贵 342

文者天下公器 346

驱除心灵冷淡 350

培养人格魅力 354

就香港说气度 357

落落大方社交 361

海纳百川为怀 365

第十章：常干常新之魂——追求篇

勇敢面对挑战 371

把握市场信号 376

思考新闻立法 380

尽快壮大实力 384

一线日益扩展 388

敏捷出于历练 392

化贫乏为丰富 395

记者何惧受伤 399

树立精品意识 403

常干常新之魂 407

后记：细流归于大泽 411

第一章：驾驭浩然之思

——思维篇

生命乐在主动

“生命的快乐在于行动”，这是诗人雪莱喜爱的一句话。细细推究一下，雪莱说的行动，肯定是主动的行动，而被动的行动恐怕不会给人带来多少快乐。新闻这个职业的生命也就在于主动，如果用“心如止水”般的被动态度对待躁动的外部世界，新闻人的职业生涯也就可以结束了。

没有主动精神和自主意识的记者，严格来说是不合格的记者。新闻工作是弘扬人的主体性的工作，尊重和发展记者的主体意识和主动精神，培养和养成记者的健全个性和精神力量，使记者始终保持生动活泼的工作状态，这是记者管理工作的灵魂。当代新闻界呼唤创新意识，创新的基础是记者在接受任何理性的同时，有个体的主观能动性加入。我们要搭建有利于记者“主体发展”的平台，社长、总编只是导演、监督，而记者才是这个舞台上的主角。

在计划体制下，由于新闻没有什么竞争，所以养成了一些记者的被动型人格。被动型人格主要是缺乏自信和主动精神，表现为机械地服从他人的支配、指挥，工作精力不足等。少数记者在本该报道的线索面前“雷打不动”，对外面的世界很隔膜，这并非是“胸有成竹”，而是在等待着别人的安排、处

理或指挥,是缺乏主动精神的结果。心理学家认为,被动型人格的形成与工作环境过度保护、包办一切及无责任承担密切相关。治疗这种人格缺陷的措施,应从改变产生这种人格的原因做起,逐渐减少其依赖性,注意培养其自主意识和主动精神、办事能力,提高他对外界刺激的敏感度和积极应答能力,使“雷打不动”变成“闻风而动”。

新闻人的主动体现在什么地方?可以体现的地方很多,主动采访、主动写稿、主动修改、主动学习、主动积累、主动吃苦……说尽百般主动,最宝贵的主动有一个,就在于思维的主动,而思维主动的外化,就是主动策划。

新闻业务策划始。这意思不是把策划说得太一般化、太平淡无奇了。有新闻工作经历的人,稍稍沉吟一下都会感到,干这一行可说是:成也策划,败也策划,几多欢乐和烦恼都产生于主动策划中。但是一不留意,这种主动之神就会离你而去,不知不觉陷于被动应付之中。这痼疾并不是地方小报小刊编辑独有的,就是在《人民日报》这样中国首屈一指的大报里,邵华泽也不断这样教育下属:“现在是需要大声疾呼的时候了,主动策划很好,照理说,不策划就不成其为编辑。一个版面出来,高明的读者一下就看出是否经过精心策划,这里包括编辑的素质,也包括责任心和主动精神。”事非涉及关键之处,是不会大声疾呼的,而他所呼唤的实质所在,是主动精神。

在新闻人的人生空间里,没有对象的世界是虚无的世界,没有主动精神的世界是死寂的世界,没有策划运作的世界是混乱的世界。主动策划者,不能把自己置于一种封闭的状态之中。如同热力学第二定律一样,对任何一个封闭系统,运动的无序度将不断加大,有序运动通过耗散转为无序的热运动,最终只会趋于热平衡。只有处于开放的状态,交换中的热能才能不断转化为其它能量。新闻人的人生就如同这个动态模型,是一个开放的、永无止息的运动和做功过程。而新闻策划

的精神要义,正如《北京日报》社长满运来的见解那样——“新闻策划是开放式想象,是创新与激活,它拒绝平庸,产生卓越。”

主动既是一种创新的精神状态,也体现了一种理直气壮的勇气。主动不是目的,而是直指目的驱动力量,这种力量来源于正义,来源于对美好事物的向往。某种向往在人的精神天地里发育得越成熟,产生主动的冲动就越强烈。对于一个中国新闻工作者来说,国家、民族、党的事业,凝聚着最大的人生向往,是新闻工作者的头号大事。把大事做足、做透、做精彩,就是发挥了正确的、有力的舆论引导作用,人生的热量也就转化为最大的功能。

有人说,我有好的动机,也有好的点子,只是这段时间没心情,等有了心情再主动策划。其实,冷静观察人生,可以得出一个结论:判断人生最重要的不是动机,而是行动!你必须先作一个开始,假如什么事都要等到有心情时才去做,你可能会永远等待下去。人不可能天天都保持万丈豪情,但事业却不等闲人,必须日日推进。人生虽短,心境万变。成就是疗治心情的最好药方,每一点主动进取都会带来莫名的欣悦。

主动和自信是一对孪生兄弟。可是在我们这个谦谦有礼的国度里,有太多的人不自信。一边心里想着有几分得意的计划,一边又心里打着鼓儿自我否定;刚定了一个还不错的方案,遭人议论几句后又欲打退堂鼓。这种状况,如同俄国作家屠格涅夫形象地批评的那样:“还没有动手做事以前就先在议论面前停步,是有害无益的,那正像拿一枚针去刺一只成熟的水果一样,只是浪费精力与浆汁而已。”

主动了就能创一流,也能打市场。世界是一个过程的集合体。精彩的过程,是无数个精彩的片断的叠加。而每一个片断,都有发生、成长、成熟的过程,需要把握好每一个过程中的每一个时机。这种时机,具有不可逆性。该出手时不出手,