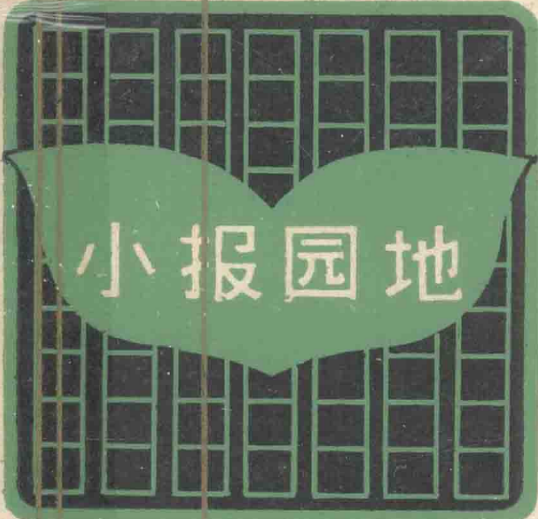


筆耕錄



小报园地

宜昌报新闻研究室 编

目 录

面向实际 服务基层

送到农民手里，讲到农民心里

.....宜昌报编委会 (1)

从采写《冒富大叔有新的三怕》说起.....高山 (5)

农民看报的心理状态.....林永仁 (11)

浅谈地方小报为农民提供致富信息

.....张赫玲 杨正谋 (13)

小报新闻改革

新闻改革不可忽视“强”字.....林永仁 熊庆文 (22)

用群众身边事实宣传共产主义思想

.....宜昌报编委会 (25)

投身改革，写好改革.....王新红 (30)

宜昌报上小讨论多.....啸海 (34)

下功夫对新闻事实进行评说.....胡旭 (40)

浅谈会议新闻的改革.....熊庆文 (45)

“广告新闻化”要不得.....危明华 (51)

办好小报专栏

办“万事通”专栏的体会.....绪柱 正谋 (54)

怎样办好“党的生活”专版

.....中共宜昌地委组织部、宜昌报编辑部 (57)

办好小报副刊，建设精神文明.....宜昌报政宣组 (62)

运用讨论的方法进行党内思想教育

……中共宜昌地委组织部、宜昌报编辑部(68)	
做业余作者的第一个老师……	甯海(73)

小报的科技宣传

讲求实效,注重实用……	张赫玲(79)
为农民的实际需要服务……	王采英(85)
一张农村科技报的读者调查……	傅天好(90)
离农民近点再近点……	王嘉珏(97)
把实用性放在第一位……	王采英(103)
业余办报推动了我们的工作……	冯先德(109)
科技报性质初探……	王采英(114)

关于新闻事实

从事实到新闻……	林永仁(119)
新闻中“非事实”十例……	危明华(124)
学会用事实说话……	丛边(129)
谈谈地县报纸的单一事实新闻……	杨尚聘(134)

新闻的采访与写作

少用母概念,多用于概念……	危明华(141)
新闻细节和它的特征……	王小团(145)
谈转折手法在新闻写作中的运用……	甯海(151)
写出立体感……	谈昭铨(157)
新闻美断想……	危明华(163)
《一张新闻照片没拍成》采写心得……	邹家福(170)
采写一个专业户的体会……	甯海(175)
小报记者的钻挤术……	赵在春(179)
小记者的探索……	常东方(183)
访问对象的心理与新闻的真实性……	田中祚(187)

送到农民手里 讲到农民心里

宜昌报编委会

党的十一届三中全会以后，中共宜昌地委向我们提出：《宜昌报》要“打开新局面”，就要进一步把《宜昌报》办到农民家里，送到农民手里，讲到农民心里。我们觉得地委这个意见带有启发性，作为地方小报应该为此而努力。

现在，地方小报面临的形势有了很大的变化：服务对象起了变化。过去农村生产队是基层生产单位，我们的宣传工作做到生产队就基本落实到了基层。现在不同了，农村是以各专业承包户为生产单位，只宣传到村就远远不够了。现在许多工作出现了中间梗塞的情况，农民们叫做“上也忙，下也忙，中间一堵隔音墙”。因此，报纸在面对基层干部的同时，必须及时转向面对广大农民。

由于服务对象的变化，宣传的内容也随之要求变化。过去主要是针对基层干部的工作和思想，安排报道内容，现在必须更多地考虑从广大农民的生产、生活和思想实际出发，组织稿件，以满足他们多方面的需求。

发行、读报的情况有了变化，过去是以公费订报为主，百分之九十以上是发行到生产队以上的集体单位，由生产队组织读报用报；现在，生产队的单位变为千家万户，

集体活动很少，读报活动随之消失。村里订了报，农民看不到，大家有意见，报纸发行量曾一度下降。不把报纸逐步发行到农民手里去，就大大削弱了宣传效果。

我们正处在一个由乱到治、由穷到富这样一个大变化、大发展的时期。新成就、新人物、新经验成批涌现，新问题、新矛盾层出不穷。好的急需我们宣传，问题急需我们去回答。我们深感形势很好，形势发展很快，形势逼人。

我们进行了几次专题的读者调查，发现读者对报纸宣传有以下要求：

一、农民衷心拥护党的十一届三中全会以来的方针政策，但又怕政策变，存在想富怕富不会富的矛盾心理，要求现行政策能够稳定延续下去。

二、向往在一个安定团结、文明礼貌的社会环境里生活，希望报纸扶正去邪，除暴安良，多多表扬好人好事好风尚，批评坏人坏事坏风气。

三、迫切要求报纸给他们介绍新技术、新知识，为他们传送致富的良方妙法。

四、不但要求报纸能指导他们的生产，而且要求能够满足他们精神的、文化的多方需要。

我们的宣传对象既然转向面对农民这个大多数，我们的宣传就要从他们的要求出发，把党的路线、方针、政策和工作任务，结合他们的实际，用新闻手段和他们乐于接受的形式，讲到他们的心里去。

这就要求在宣传的内容上要有新的突破。要把物质文明和精神文明的宣传结合好。我们对自己提出三条要求：

第一条，在物质文明上找题目，在精神文明上做文章。我们宣传一项物质成果，总是要体现一种精神（包括思想、政策、作风、道德、风尚等等），也就是我们常说的要见物见人见思想。

第二条，坚守阵地，重点突破。一些侧重宣传精神文明的专栏（如《党的生活》、《百花村》、《四美之花》、《西陵峡》等）要坚持办出特色来，做到精神文明的稿件，每期有，长流水，不断线。同时要下功夫抓好典型，用榜样来鼓舞群众。

第三条，主动牵头联合各部门，组织社会活动。比如，我们和爱国卫生运动委员会等单位联合发起“全区卫生城镇评比活动”，对实际工作起了推动作用，受到上下左右的赞许。我们还和有关单位配合，发起了“评选最佳客车司机”和“优秀护士”等活动，这一方法是可行的，今后要坚持下来。

宣传要给人以方向、勇气、力量，这是我们的座右铭。我们要在新形势下宣传出新的水平。

什么东西能给农民以坚持四化的方向，加速四化建设的勇气和力量呢？

第一位的还是政策稳定性、连续性的宣传。农民说得好：“只要这样好的政策不变卦，不要几年就富起来了。”因此，我们地方小报始终要把宣传的注意力集中在坚持党的现行政策上，坚持宣传“两不变”、“三兼顾”。这种宣传要密切研究各个时期农民对政策表示担心疑虑的焦点，及时地从正面加以回答。对违背政策、随意改变政策的错误倾向，要敢于批评帮助。

第二是大好形势的宣传。我区工农业近几年连年丰收，形势发展之快出人意料，农村集镇的经济生活，农民的政治思想，社会的精神风貌迅速发生变化，宣传好了，很能给人以信心和力量。

第三是坚持改革，经济建设速度快而扎实的宣传。如三中全会以来，三年总产值和每人平均收入翻一番的，一年、半年迈开大步的。宣传好这些典型，可以帮助群众开阔眼界，相信能够尽快富起来。

第四是在经济宣传中突出“三新”，即新的生产门路、新的经济联合、新的生产技术，给人以致富的良方妙法。

第五是大张旗鼓地表彰各地的先进人物，造成一个学先进赶先进的气势，要宣传先进人物的共产主义思想，忠于本职工作的职业道德，致力于四化建设的模范行为，给人以生动的榜样。

上述宣传归总到一点，就是引导农民自觉地坚持四项基本原则，坚信共产党的正确领导，坚信社会主义制度的优越性，坚信马列主义和毛泽东思想，把群众的劲头鼓起来，同心同德地向四化进军。

原载《新闻业务》 林永仁执笔



从采写《冒富大叔有新的三怕》说起

高 山

《冒富大叔有新的三怕》这条新闻，被评为一九八三年全国好新闻后，一些同志要我谈谈采写体会，我回答他们一句话：“要时刻想着农民。”因为农民占我国人口的大多数，农民的情况如何，对于四化建设关系极为重大。

也许我出身于农民家庭，或许是因为长期从事农村工作的缘故，我对农民有着特殊的感情。一提起笔来，就仿佛看到他们在笑，或听到他们在呼唤。《冒富大叔有新的三怕》就是这种思想感情的产物。一九八二年底，我随县委负责同志到鸭子口大队调查专业户和联合体的情况。座谈会开始后，参加会议的多数人绷着脸，一言不发。后来有个二十多岁的小伙子实在憋不住了，放了第一炮：“我们九户农民联合办了一个石灰厂，听说县委来调查，昨晚我们开了个紧急会议，如果硬要把我们合编到大队企业，我们就宣布散伙。”随后你一言我一语，有的反映干部不劳动，硬要往联合体里头钻，甚至把亲属也往户办工厂里面塞；有的反映干部任意摊派，增加不合理负担。座谈会开了大半天，认识并没有统一。后来，我们又到了都镇湾、磨市、津洋口、高家堰四个乡，走访了十多个专业户，所见所闻，深感实行土地承包后的农民，开始在向生产

的深度和广度进军。他们有的向专业化方向发展，有的离土务工经商。从他们身上看到了农村新的希望，但同时也感到不少干部由于左的思想影响，或者谋求私利，产生了“红眼病”。如果这个问题不解决，就会挫伤农民的积极性。这次调查，我先后写了七篇报道，大都是介绍专业户怎样苦心经营，干部怎样支持专业户等。写完这些正面报道以后，总觉得心里不踏实，好象许多农民在问：我们反映的问题，你为什么 not 写？我把前后调查的情况进行全面分析，虽然在一些正面报道中对“红眼病”进行了批评，但确实没有把农民心里话全盘托出。所以我决定用来信的方式，直截了当地提出问题，以引起各级领导重视。《冒富大叔有新的三怕》写完后，我心里好象一块石头落地了。

从这篇报道中我体会到，调查研究，深入采访是基础。只有了解到农民所想所求所喜所怒所忧，报道才能抓到点子上，在社会上产生强烈反响。

农村报道，往往写的是积累性新闻。积累性新闻不象社会新闻那样，能靠事件本身的新奇打动人心，是要靠说出农民和基层干部想说还没有说出的话来引起共鸣。因此，这就要求我们在报道中，能找到农民想说还没有说出的话。要抓住这个敏感点，就要深入实际，调查研究。调查越深入，就能抓住敏感点，说出农民心里话。

调查研究有经常性的和专题性的调查，这两者是不可分割的，经常性的调查是为专题调查打基础，专题调查是经常性调查的深入和发展。深入农村，同农民交朋友，了解他们在想什么，在干什么，这些调查一般难以写出稿

件,但这种调查是必要的,特别是作为通讯员,不可能事事都靠编辑“计划指导”,往往需要自己在调查中决定写什么,因此,通讯员除了要了解党委的工作意图外,还要在农民中有自己的知心朋友。我每年都要收到数十封农民来信,写《冒富大叔有新的三怕》时,就收到资丘区一位农民来信,反映他承包生产队的加工厂后,队长看到有油水,就把加工厂收回自己搞。这使我看到“新三怕”不仅在我调查过的地方有,其他地方也存在。同农民交朋友,就要到他们中去,全县有名的专业户,不论山多高,路多远,我都到他们家作过采访。不少专业户到县城来也喜欢找我谈谈心。有个运销专业户想申请入党,还专门找我征求意见,这就使我增加了对农民的了解。

经常作调查,能使我们头脑清醒,思路开阔。但要写出报道,还要作深入细致的专题调查。围绕一件事、一个人、一个单位,把问题摸透,才能写出既有共性,又有地方特点的新闻。《冒富大叔有新的三怕》就是对十多个专业户进行专题调查后产生的结论。

专题调查的方法是多种多样的。就象我们下河捉鱼一样,一是要细致耐心,下河捉鱼,如果人未到水就在响,鱼早溜了;二是在一个洞里,不管是什么鱼都要捉出来,千万不要欲倒树“捉八哥”,捉团鱼就不抓鲢鱼;三是洞里没鱼了,就应换个地方。采访也是一样。到基层和农民家里去搞调查,要耐心细致,虚心求教,不同的采访对象要用不同的方法。比如有的基层干部和农民,做得很好但讲不出来。如果你开门见山问他有什么经验,有什么成绩,他答不上来,或者三言两语就完了。因此,要通过拉

家常，建立感情，摆出一些具体事，由浅入深。采访中往往碰到这样的事，本是有目的的专题调查，但被采访者所谈情况大量与专题无关。面对这种情况，应该因势利导。因为被采访人谈的情况虽然与专题调查无关，但他说的是他想说的话，反映的是真实情况。只要我们善于开动脑筋，往往能从中发现新的重大主题，收到预想不到的效果。一九八五年上半年我到农行了解支援春耕生产情况。因为当时资金紧张，农民反映强烈。但在采访中他们谈到专业户贷款多，贷了又收不回来。我抓住这个问题进行深入调查，全县贷款万元以上的有五十多户。随后我又到农村调查了六七个专业户，他们的贷款都在万元以上。这就使我对万元户产生了新的认识，写出了《万元户一定是富裕户吗？》的报道，《宜昌报》发在头版头条上。写报道各种材料都有作用，就象鲤鱼、鲢鱼，大鱼、小鱼一样，有的可以红烧，有的可以油炸，各有各的用处，全凭厨师的手艺。“新三怕”的采访，前后花了四天时间，共写了七篇报道，报纸全都采用，这说明这次采访基本是成功的。首先是抓住了比较重大的主题，道出了农民的心里话，其次是从实际出发，抓住了各个侧面，口子开得小，扩大了报道面，既有共性，又有地方特点，宣传效果也是比较好的。

采访调查为写稿打下了基础，但写出好新闻还要选好角度搞好初加工。从采访到见报，就象生产木制家具一样，采访只是从山上完成了木材采伐任务，然后由通讯员进行初加工，最后由编辑精加工。通讯员怎样进行初加工？大量的调查研究工作，使我们对许多事物产生了新的认

识，初加工就是把采访中的新认识用事实写出来。一项农村工作往往要持续多年，象专业户、责任制、调整产业结构等等，都不是一朝一夕能完成的，长时间报道一个主题，如果提不出新问题，写不出新认识，这样的稿子就没有生命力。因此，在大量调查之后，就要进行认真的分析和研究，抓住事物在发展中的本质、主流，选好报道角度。一九八四年农村工作突出反映有两个问题，一是资金紧张，二是农产品放开后，收购价下降。乐园区农行做了大量工作，春耕生产资金解决得比较好，专业户又有新的发展。但我在采写这一件事时，没有去写银行部门如何组织贷款，专业户又怎样发展。而是透过资金的发放，看到流通的作用。这个区有二百多人做香菇生意，使全区二万多斤香菇远销广州，增加收入三十多万元，供销社也把其他农产品推销出去了。流通活了，钱就多了，农民有存款，银行才有贷款。所以我把角度选在《流通活，全盘皆活》上。目前，饲养业发展较快，因而麦麸十分缺乏。大堰区为了解决这一矛盾，采用禾杆代替麦麸，不仅扩大了饲料来源，而且降低了饲料成本。我在写稿时，想到的是农产品价格放开后，牲猪收购价格下降，农民怎么办。大堰区用禾杆代替麦麸，使饲料成本下降，使农民在价格上有了主动权。因此，我没有去写禾杆怎样代替麦麸，而是写全区怎样帮助农民降低养猪成本。

农村日常工作的报道，在选择角度时要尽量选择有新闻特点的东西。实行责任制后，许多地方出现“卖粮难”，各级党委为解决这个问题做了大量工作，也成为新闻报道的热门。山区农民卖粮难，主要难在运输上。一九八二年

县长刘光容深入到最边远的山区，帮助农民解决运粮难的问题。我写了题为《县长步行万里路，农民少走十万里》的报道。这篇报道重点放在县长关心农民疾苦，步行调查研究，现场解决难题。这就比直接写解决卖粮难角度更新。因为有了这样的领导作风，何愁卖粮难的问题不能解决。近几年部分乡镇企业发展比较快，这同各个部门的大力支持是分不开的。我县供销社同企业协商，把供销社办的油脂加工厂转让给乡镇企业去办，还派出干部帮助一段工作。我在报道乡镇企业时选择了这个典型，在写稿时着重写了供销部门对乡镇企业《既扶上马，又送一程》的这一特点，宣传各部门为办好乡镇企业所作的贡献，没有直接去谈乡镇企业的发展。这篇报道《宜昌报》采用了，《人民日报》也采用了，还被评为全省地方小报的好新闻。

（作者系长阳县委宣传部通讯干事）



农民看报的心理状态

林永仁

我们的新闻改革，目的在于更好地为读者服务。因此，研究读者的需要及其心理就十分必要。据我们初步调查分析，农民读者的要求和读报心理有以下几点：

一、对三中全会以来的政策衷心拥护，但又怕变（想富而又怕富）的疑虑心理，迫切要求党的政策连续性和稳定性。这种心理状态的产生，是由于：多年来政治生活的波折；当前“左”的影响的存在；确有少数干部一有风吹草动就想变政策。因此，群众对政策的疑虑在各种不同的问题上都有不同程度的反映。可见，对政策的稳定性和连续性的宣传，是我们一项首要的经常的任务。

二、对新知识、新技术特别是对农业科学技术的渴求心理。许多承包农户把报纸的科普宣传看成是他们的良师益友。这是解放以来报纸从未遇到的一种新情况。

三、对社会安定风尚好，生活富裕步步高的向往心理。老百姓经过多年政治动乱之后，希望“过几年安生日子”，希望有一个团结和睦、互助互爱、尊老爱幼、尊干爱群、文明礼貌的社会环境。因此，精神文明的宣传，确实是一项战略性的任务。

四、对报纸敢于扶正祛邪、解民急难的企求心理。他

希望报纸替他们讲话，为他们排难解急，敢于表扬好人好事，批评坏人坏事。

他们在接受新闻上还有四种心理状态：

一、接近性的心理。新闻越是发生在他们身边，越能引起他们的兴趣。新闻事实发生的地域离读者越近，价值越高。因此，报纸要适当照顾地区的广阔性。对一个县、社长期不反映就会失掉那里的读者。

二、审慎的态度和分析的方法。读者一方面把党报当成“白头文件”（主要指政策宣传）；一方面又怀疑它是否真实、可信（尤其是对先进典型、高产典型的宣传），这就要求我们的报道必须绝对真实、留有余地，用事实说话，入情入理。

三、农民对事件性新闻特别喜爱。他们接受新闻要求有人有事，有头有尾，有情有景，好读好记。因此，我们以农民为主要对象的报纸，要把事件性的新闻提到重要的位置上来。

四、要求题材多样化。据我们典型调查，《宜昌报》的读者中，农村干部占百分之三十左右，农民占百分之七十左右。在全部读者中，青年读者又占百分之六十左右。农民读者和青年读者占这么大的比重，随着责任制的推行，生活的上升，他们的要求越来越高，日益表现出广泛的爱好和兴趣。读者中要求报纸主要指导工作的占百分之三十。

五、主要是获得趋利避害的信息；陶冶情操的占百分之三十五；两者兼要的占百分之三十。这就要求我们报道的面更广阔一些。

原载《新闻业务》

浅谈地方小报为农民提供致富信息

张赫玲 杨正谋

信息是当今世界的宠儿。在世界面临新技术革命的浪潮中，“信息”这个词已风行各地。我国随着经济体制改革的不断发展，也正在兴起“信息热”，人们对信息的需求比以往任何时候都更为迫切。作为新闻工具的报纸，是传播信息的一种手段。在新的经济建设时期，报纸上的信息越多，信息量越大，方面越广，越受到读者的欢迎。这一点，已为近年来的实践所证明。

信息的种类很多，各级各类报纸都已开始为自己的读者提供信息。本文仅就地、县综合性报纸（党报）如何向农民读者提供致富信息的问题，谈一点粗浅的看法。

不容推卸的历史重任

所谓致富信息，指的是和发展农村商品生产、促使农民致富有关的各类经济信息，包括经济政策信息、科技信息、市场信息、致富门路信息、人才信息等等。

据一九八四年《中国新闻年鉴》载，现在全国已有地县综合性报纸近两百家。这些报纸的基本读者是农民。假若这些报纸都能充分发挥沟通情况、传播信息的作用，必将有效地加快广大农民致富的步伐。显然，在报纸为农民提供致富信息上，地县综合性报纸是一支不容忽视的力

量。

多少年来，我国农村处于封闭式的落后的自然经济状态。在“吃大锅饭”、“搞一窝蜂”的年代，农民生产实行集体统一经营、国家指令种植，大部分产品统购包销，对于信息，那时大多数农民是不关心的。党的十一届三中全会以后，随着党的工作重点的转移，随着一系列富民政策的落实，我国农村发生了很大的变化。农民正在由自然经济的狭小天地，走向商品生产的大道。现在，他们在国家计划指导下，主要以单户或联户自主经营为主，大部分产品自行销售，生产的范围也由单一的农田生产转变为农林牧副渔全面发展、农工商综合经营的多种产业。为了发展生产，他们开始渴求科学技术、管理知识和经济信息。特别是一些专业户、重点户，他们的市场观念、商品观念、竞争意识大大增强，更加迫切需要及时地、大量地、多方面地获取新鲜信息。但是由于活动天地的狭小，交通、通讯条件的不便，却又往往难以获得这些信息。生产活动也就往往带有很大的盲目性。面对当今农村的这一现实，以农民为主要读者对象的地县报纸，就历史地承担了为农民提供各种经济信息，帮助农民治穷致富、发展商品生产的重任。搞好这些信息的传递，是新时期地县报党性的一种体现。

同时，在社会主义时期，报纸也是一种商品，虽然是一种特殊的商品，它同样也具有商品的某些属性。马克思说过：“商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。”（注）这就是说，报纸必须能满足人们的某种需要，人们才会花钱订阅。要想使报