

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

转变思维方式采访方式写作方式

时间: 2003-5-15 13:42:01 来源: 中国新闻研究中心 作者: 曾祥惠 阅读1123次

我们的时代, 是高扬与时俱进精神的时代, 是提倡创新的时代。时代的这个重要特征, 要求新闻业务工作与时俱进、不断创新。

从新闻业务工作来说, 湖北日报驻地方记者是一个主要生产新闻稿件的环节、部门。驻站记者生产足够的新闻稿件, 满足报纸的正常出版, 这是一个起码的一般的要求, 驻地方记者生产优质的稿件, 这是一个较高的特殊的要求。在满足起码、一般要求的同时, 争取满足较高、特殊的要求, 应是驻站记者新闻业务工作与时俱进、不断创新的追求。

在新闻业务工作中, 与时俱进、不断创新, 要求驻站记者不断转变思维方式、采访方式、写作方式。

在思维方式上, 否定已有的了无新意的模式, 否定现存的简单的方式, 否定虽然成功但需革新的经验, 是非常艰难的; 还有, 对已有模式、现存方法、成功经验的修正、调整, 是需要勇气的; 再有, 完成一次思维方式的转变是容易的, 把思维方式转变作为一种常规的状态, 则是困难的。比如, 习惯于平面思考工作性报道, 满足于对工作表象的反映, 习惯于过去多少年形成的报道框架, 不是从新闻对时代的适应性上思考工作性报道, 不是透过工作表象寻找事实所预示的具有新闻价值的意义, 不是着眼于探索、思考采用新的充满活力的表现方式, 等等, 都是业已证明了缺少思维方式转变的表现。

这里说的转变思维方式, 是指思维上的创新意识。是指决定采访与写作是否出新的创新意识。也就是说, 转变思维方式, 要从传统的思维方式转变到创新的思维方式上来。

在采访方式上, 传统的东西总在顽强地影响着我们的采访。不到现场, 不到矛盾的中心, 不到新闻发生的人物中间, 满足于听汇报、看材料、开座谈会。这种简单的、表层的、有时可能是片面的, 有时可能是发展过程中信息流失或信息逐层减弱之后的采访, 已不能适应新闻工作与时俱进、不断创新的要求。这就要求我们在经营重大题材、重大主题新闻时, 经营好新闻时, 要在采访方式的转变上, 体现与时俱进、不断创新的追求。要到现场去观察去捕捉, 到矛盾中去体验去感受, 到新闻发生的人物中间去品味去思索。采访要突破包围圈: 各种人的层层陪同; 采访要突破隐蔽体: 不说真话, 有意隐瞒; 采访要突破迷魂阵: 采访对象个人不当企图、不当要求且具迷惑性的形式; 采访要突破假把式: 弄虚作假, 把一说成二, 把是说成非; 采访要突破安乐窝: 有的人自己图简单、要享受, 以记者作为挡箭牌。与时俱进、不断创新, 还有一个要注意防止的误区, 即隐性采访中的故弄玄虚, 或者为别有企图的人所利用的采访, 或者不相信党和政府对事件真相进行的说明, 或者偏激、固执的行为。

在写作方式上, 冲击人们视觉的语言文字老套, 新闻结构陈旧, 内容缺少动感, 缺少色

- 小议消息中的细节描写
- 消息中该不该用形容词
- 舆论监督报道采写特色
- 新闻写作结尾20种形式
 - 吃西瓜与新闻采访
 - 通俗标题略论
- 新闻标题的三种类型
 - 连续报道如何选题
- 报纸的两种写作风格
- 特稿, 以什么打动人心?
- 换个角度写独家新闻
 - 探析否定式新闻
- 新闻评论写作四要诀
 - 消息中的议论浅探
- 新闻写作去掉你的形容词
- 硬导语和软导语的选择
- 非事件性新闻的几种写法
 - 体育深度报道探析
 - 消息标题应标明什么
- 谈深度报道的导语写作
- 新闻故事化成因与现状
- 新闻文本结构与意义生成

彩，个性，标题简单枯燥，逻辑不严密，说服力不强，等等，是大家常见的传统写作方式的一些表现。

转变写作方式，要求我们与时俱进、不断创新。区别不同的反映对象，或者说对不同的读者对象的认定，是党报革故鼎新不可回避的问题。省级党报的政治优势和权威优势，是其它媒体不可企及的优势。发挥这种优势，在很大的程度上需要 we 认真研究与此种优势相关联的认定这种优势的读者。认定这种优势的读者是哪些呢？在现阶段，是主流社会主流读者，即主持社会运转的党政机关、党员干部，认同党的纲领、路线的其它广泛社会阶层的人员。我们的报道，要写得被这些主流读者所认同，就要研究这些主流读者的实际需求、阅读兴趣。这就决定了我们改革文字老套、结构陈旧、内容缺少动感等的方式和途径。

道理其实很简单，我们讲转变写作方式，不是要把党报的新闻，写得如同生活类的报纸的新闻，写得如同杂志类的新闻，写得如同文学刊物类的新闻，写得如同理论刊物类的新闻。我们所要与时俱进、不断创新的写作方式，只能是党报新闻写作方式的与时俱进、不断创新，它自然包括表现形式的新颖、思想的深度、启人思考的智慧。

建立在与时俱进、不断创新基础之上的思维方式、采访方式、写作方式的转变，是省级党报驻地方记者策划、实施重点报道，采写有影响的报道，采写好新闻的必由之路。

围绕党委、政府的中心工作搞好新闻宣传，提供强有力的舆论支持，这是各级党报的应尽之责。面对改革开放的新形势，与时俱进的新要求，如何做活做实做好服务中心的传文章？这是各级党报面临的现实问题。回顾总结《黄冈日报》组织策划的招商引资报道，从中得到不少启迪和思考。

2002年下半年，黄冈市新一届领导班子结合市情，提出了“全党抓经济，重点抓工业，突出抓招商，着力抓环境”的战略思路。尤其是对招商引资工作特别重视。在这一背景之下，报纸宣传既要围绕经济发展大局，紧扣市里中心工作，又要突破传统报道形式，做深做活传文章，提高报纸宣传艺术水平。于是，我们就选准“招商引资”这一点，大着笔墨，巧着笔墨。主要是立足“三抓”，做好三大文章。

一是抓言论开道，做透“说理”文章。黄冈是个经济欠发达地区，招商引资大潮势必与一些封闭落后的观念意识形成碰撞，因此，统一思想，形成共识是关键。《黄冈日报》在头版连续刊发了《一项重大的战略选择》、《尽快缩小差距》、《人人都是投资环境》、《要“逼上梁山”》等评论员文章，有的放矢，对症下药，道理讲得明，导向把得准。言论开道有方，引导得法。

二是抓典型引路，做实“叙事”文章。过去，我们抓典型宣传大都是总结性、概括式的，显得既勉强又干瘪，典型报道的深度力度都不够。这次招商引资的典型宣传，我们双管齐下，既有外地典型供学习借鉴，又抓本地典型引路示范。先后派出记者前往江西瑞昌市采写了《真抓严管重落实——江西省瑞昌市招商引资情况的调查》，同时，刊发了《团风招商引资热潮是如何兴起的》通讯，形成了大气势。为了展示黄冈的人文、资源环境和产业优势、政策优势，推进招商引资工作，我们又专门发了长篇文章《黄冈：一方投资兴业的热土》以及黄冈招商引资政策简介，在市内外产生了良好效应。不少客商纷纷上门索取当日报纸，一些部门外出招商也以此作为宣传资料。

三是抓部门配合，做活“联动”文章。要做好服务市委、政府中心工作的文章，只有报纸与社会各方形成联动效应，才会产生较好的舆论导向作用。我们在头版开辟《市直局长话招商》专栏，请相关部门负责同志亮相，谈招商举措，讲引资做法，既加强了报道的深度，又增强了报道的社会关联度。

通过精心组织和细致策划，去年以来，《黄冈日报》招商引资战役报道搞得较成功，得

到了市领导的高度评价和社会的好评，达到了预期宣传效果。从这场战役性报道中，我们得到了这样的启发：服务中心，贵在创新。报纸宣传工作要有新思路、新突破，关键要与时俱进。这种创新思路和报道方法要体现在“三性”上。

一是审时度势的前瞻性。比如，市委、政府刚作出招商引资重大决策，报纸宣传就紧紧跟上，环环扣住。把握大局，审时度势，快速反应，既与市委决策同步合拍，又抢占先机，赢得了新闻宣传的主动权。

二是谋篇布局的系统性。报道要有新思路，宣传要有新举措。报纸宣传的每一策划活动必须要有严密的系统性，不能零打碎敲、杂乱无章。

三是战役部署的协调性。报道中心工作，尤其是宣传报道市委、政府的“得意之笔”、“出彩之作”，在报道方案的制订和实施上，要有战略思想和战役思维，要打“攻坚战”、“规模战”。组织战役性宣传，无论是人员调度、版面安排、内外配合上都要讲究协调性，联动性，这样才能形成合力。

（作者系黄冈日报社副社长、副总编）

文章管理: [wujiang](#) (共计 687 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

—| 转变思维方式采访方式写作方式 会员评论[共 0 篇] |—

—| 我要评论 |—

会员名 密码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.