



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿……

## 自由撰稿与推销特稿 (2)

时间: 2002-7-26 22:19:40 来源: 中国新闻研究中心 作者: 熊蕾 阅读1042次

这里记者只采访了培育太空种子的机构, 他当然只说太空种子结的果实好。“基因突变”会不会对食用者有副作用, 有什么实验证明没有副作用? 最起码, 这种西红柿的口感与普通西红柿有什么不一样? 报道都没有交代。拿着人家给的材料, 怎么说怎么是, 人云亦云, 很容易出问题。

第四点, 切忌居高临下的报道方式。

居高临下, 会使读者产生逆反心理, 拒绝接受你想让他们接受的东西。

我们写过空军一个女特级飞行员。空军飞行员, 本来就是百里挑一, 女的, 还是特级飞行员, 那就更了不起。可是, 你要一味突出她怎么了不起, 怎么英雄, 怎么高尚, 读者马上会觉得她高不可攀, 从而在心理上拒绝接受。我看一些国内树的典型人物, 效果不大好, 可能就是太居高临下。

这个女飞行员也是李慧写的。她就不去写她怎么高大, 就是把她当一个普通人来写。这个女飞行员是50年代空军招的第二批女飞行员。她本来的理想是当科学家。怎么当上飞行员了呢? 一来是因为觉得当飞行员神气, 二来是选拔飞行员的苛刻条件激起了她的好胜心。这里采访者没有非让她去讲“保卫祖国”之类的豪言壮语, 这反而使人物更可信。她第一次放单飞, 心里很害怕, 但是表面还是做出满不在乎的样子。飞下来以后十分得意, “好象拥有了全世界”。她在全团第一个飞出一个高难动作, 赢得了后来成为她丈夫的一个特级飞行员的钦佩, 以后两人相互产生了爱情。结婚后, 她和丈夫谁也不愿意做家务活, 于是凭猜拳决定, 谁输了谁做。她女儿从小跟姥姥长大, 因为妈妈老在天上飞, 所以女儿恨蓝天, 考大学也是考的园艺系。她此生最大的遗憾是没有机会留长辫子, 一头美丽的乌发因为当飞行员不得不剪掉, 后来有了女儿, 想让女儿留长辫子, 她却以短发为时髦……

这篇特稿把这个女特级飞行员写得非常平易, 也非常风趣。这篇特稿当时被11个国家和地区的报刊杂志采用。

第五点, 笔下要有人。不仅人物特写要有人, 就是一般特稿, 也不能只见物, 不见人。

为什么强调要有人? 这是因为, 吸引读者不能只靠数字和对事实的陈述, 而要靠人与人的交

- 隐性采访浅论
- 记者的采访心理危机
- 新闻采写需要求异思维
- 新闻由头的内涵与选择
- 对等原则在采访中的运用
  - 于静悄悄处抓新闻
  - 如何采访名人
- 免费采访的味道可好?
- 马屁精采访学(上)
- 名人采访收费该不该
  - 非言语信息采集
  - 专稿的采访

流。我们不能和读者直接见面，而通过稿中的人物，我们就有可能实现这样的交流。

人会增强特稿的可信程度。

[例七]

今年6月，为了寻购著名的藏刀，我们去了后藏拉孜县的孜龙村。然而，在与村中一位铁匠交谈时，我们的话题却转到了计划生育上。这位铁匠叫次旦旺加，他打造的藏刀1993年在拉萨获过奖。

从17岁就开始从事藏刀制作，现年40岁的次旦非常直率地告诉我们：“听上面来的工作人员谈起过计划生育，但是没要求我们做什么。可是我们夫妻俩自己不想再要孩子了，所以我们已经采取了措施。这完全是我们自愿的。”

他的妻子两年前在日喀则人民医院免费做了结扎手术。“对我们来说，做这样的手术可不容易，因为政府不鼓励西藏的农牧民做绝育手术，”次旦有些得意地说，“但我们有路子，因为我们在这家医院有熟人。”

——熊蕾、李慧、央珍：《藏族同胞看人口、环境与发展》

这是我们获得美国人口学会第17届全球人口新闻奖最佳集体采访奖的报道。

如果没有藏族同胞现身说法，而是我们自己在那里说：“越来越多的藏民需要计划生育措施，因为他们已经意识到，一个民族的地位和繁荣不是取决于人口的多少，而是取决于其人口的素质及经济、文化的发展水平”，报道的可信度就会大打折扣。

人还会缩短读者与我们所报道的对象的距离。同时使特稿生动，可读性强。

这里需要注意的是，我们笔下的人，更多的应当是普通人，而不能只写领导人。领导老是充当新闻报道的主体，那报道是很没意思的。

还需要注意的是，人物的活动，应当具体。说科研工作者“不辞辛苦，刻苦攻关”，等于没说。因为这八个字不会给人任何印象。除非你写出他为了研究一个课题，查阅了多少文献资料，做过多少次实验，遇到过怎样的障碍，又是如何克服的。

当然，所有出现在特稿中的人，都要有名有姓有身份。这是最基本的常识了。

第六点，和笔下有人相关联，特稿一定要有引语。

[例八]

“如果我画的驴向后看，他们就说我怀念旧社会。如果画面上只有一头驴，我就是在宣扬个人

主义。如果一幅画面里有许多驴，我就是在咒骂社会主义落后。如果我的驴面朝西，我就是向往西方社会。如果它们直向观众，就是向社会主义进攻。如果它们向北跑，就是因为我喜欢苏修。这还让人怎么画？结果我就成了对共产党怀有刻骨仇恨的黑画家。”

这是已故画家黄胄讲他在“文革”时的尴尬处境的一段话。我的老师，已故美国新闻学教授 James Aronson 在《中国建设》，也就是现在的《今日中国》杂志上看到这段引语，大加赞赏。他说，这段话比多少篇长篇大论的愤怒声讨都要有力得多，抵得上一打讲述那个时代的文章。这个例子非常能够说明引语在特稿中的作用。所以，Aronson 教授一再对我们强调，一定要尽量让你们笔下的人物说话，尤其在采访到黄胄这样个性鲜明的人的时候。

我还记得1979年，我们第一次经历猪肉鸡蛋等副食品的大幅度涨价。新华社的报道是官样文章，就是国务院的宣布。没有任何引语。而美联社记者却在报道中引用了一些普通人的话，像这句：

在西单菜市场买菜的一位主妇怒气冲冲地说：“以后只能吃豆腐了！”

很明显，这条外电渲染了群众对涨价的不满，而这条引语将这种不满情绪表达得尤为强烈。其实那次涨价政府事先做了很多工作，对职工还给予物价补贴，绝大多数群众很平静，情绪并非像这条报道所表现的那样激烈。而且即使是那位主妇，恐怕后来也没有“只吃豆腐”。可是，因为用了引语，那条片面报道的外电却显得“客观”，而我们对这条关系到千家万户生活的消息报道，因为只有官方声明而没有老百姓的反应，即使是真实的，却显得不可信。

有时候，记者自以为是，也会埋没了很好的引语。1989年，前苏联总统戈尔巴乔夫访华之前，当时香港唯一能同《南华早报》抗衡的英文报纸《虎报》约我们写一篇特稿，报道中国各阶层的人士对即将举行的中苏首脑会晤的反应。我们一位实习记者按照计划，采访了外交界、学术界的专家学者和北京市民。结果，她的稿子里偏偏没有老百姓的话。那就说不上是各阶层啦。我就问她。她说，那个工人没谈出什么来，没什么可用的。你让一个工人说专家学者的话，他当然说不出来啦。我就问，那人家谈了没有？她说，谈了。我说，你把他说的全写出来，他谈的有没有水平，不要你来判断。她就把那位工人的话原原本本都写出来了。我从中摘了两句，写在报道里。

“全世界都在缓和，我们两国关系正常化也挺明智的。哪个国家的老百姓都希望和平。”

这两句话虽然没有什么“理论色彩”，但却是普通老百姓的心声。结果，《香港虎报》刊登这篇特稿时，把这段引语拎出来，加框登在标题的正下方，非常醒目。

好的引语往往要靠思想的火花碰撞出来，而不是事先设计出来的。90年代初，我们采访北京老

百姓的生活，去采访住在四合院的一户普通人家时，那一家人极老实，一再说他们“不会说话”，“不知道谈什么”。我们也不急于让他们谈什么，就是唠家常。当时社会上有“造导弹的不如卖茶叶蛋的”说法，一些文盲半文盲的个体户收入超过知识分子的现象很普遍。我们唠着唠着，发现主人25岁的小儿子在一个机关当打字员，同时还在上夜大，已经上了一年。我们有意无意地讲起“造导弹的不如卖茶叶蛋的”之类的话，那个小儿子很自然地说，“我仍然相信知识最重要，而钱是次要的。如果不努力提高自己的知识水平，很难想象我能有丰富多彩的生活。从这个意义上讲，我的前途取决于文化的提高。”这段话不是很生动吗？这是我们事先不可能设计出来的。

第七点，主题要集中。一篇报道写一个主题，不要派生出很多枝枝蔓蔓来。我们为《南华早报》写了一篇关于中国最早为“慰安妇”仗义奔走的一帮人的报道。报道会涉及到日本政府，涉及到“慰安妇”，但是你一定得把握住，不能写成完全是声讨日本政府，或者完全是写“慰安妇”们的不幸遭遇。我们写的是中国一些有社会正义感的人，帮“慰安妇”们向日本政府讨还公道的事，写他们是什么样的人，为什么要这么做的，怎么做的。

第八点，材料的筛选，组织，文章的结构，节奏，段落的衔接与过渡，都要讲究。这需要多实践，在实践中细细琢磨和体会。但是语言要朴实，不要花哨。

第九点，与被采访对象要保持距离。在报道中，不要显示自己同他多熟，多哥们。因为那会影响读者的接受意愿。读者会认为，原来你们这么熟，那你的报道还会客观、公正吗？你想显示你同被报道者的亲密，读者就会同你产生距离。

最后，写成之后自己一定要看个两三遍，看看自己写的有没有趣？你自己是否很愿意看，很能看得下去？如果自己看起来也觉得索然无味，那你最好还是推倒重来，而不要急急忙忙把稿子交出去。要是你自己都觉得没有趣，那稿子还能卖得出去吗？

特稿写作，我们就讲到这里。

关于自由撰稿，因为时间有限，今天只能讲讲如何找题目。

我们特稿社，大约有一半的稿件是用户约写的题目。另一半是根据对用户的了解主动提供的。我们的用户，大致分为两类，一类是像《南华早报》这样的用户，我们称为“一般兴趣”，主要是报纸的特稿版，他们对带有社会一个时期的动态性、趋向性问题的特稿比较感兴趣。另一类是行业性刊物，像我们讲过的美国《好莱坞报道》、英国《羊毛纪录》、新加坡《旅游业报》等，他们只满足某一社会群体的某方面需要或兴趣。

自由撰稿人的成功与否，很大程度看你是否善于找到用户感兴趣的题目。你找的题目正是人家想要的，你的日子当然就会比较好过。我们要是不会找题目，我们的发稿量至少要减一半。

相关文章：推销特稿

- 自由撰稿与推销特稿 (4) (2002-7-26)
- 自由撰稿与推销特稿 (3) (2002-7-26)
- 自由撰稿与推销特稿 (1) (2002-7-26)

[>>更多](#)

自由撰稿与推销特稿 (2) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[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.