

浅析基层通讯员写好人物通讯的方法

赵风斌

(中国铁路青藏集团有限公司融媒体中心 青海 西宁 810007)

【摘要】很多媒体都建立了庞大的通讯员队伍,这不仅是媒体提升影响力、延伸触角的需要,也为企业宣传本单位业绩提供了更加便捷的通道。但基层(企业)的通讯员水平参差不齐,篇幅较短的消息写作尚能承担,中长篇的通讯稿往往能承担者寥寥,投稿命中率也不高,成为通联队伍的一块短板。

【关键词】人物报道;人物通讯;基层;企业宣传

通讯员要发挥自己生活、工作在基层,是基层开展各项活动和活动的直接参与者、实践者、亲历者、目睹者的优势,认真观察和研究一个地方、一个单位在实际工作中的突出个性,发掘出以个性体现事物共性的报道。比如,宣传报道贯彻落实党的方针、政策和工作部署是新闻工作者的首要任务和重大责任。作为基层通讯员,没有条件也没有可能采写出全局性的贯彻落实党的方针、政策和工作部署的动态、进程、经验、典型的报道来。但是,各个地方、各个单位,由于政治、经济、文化基础各有不同,干部和群众的素质不一样。在贯彻落实党的方针、政策和工作部署时的切入点、侧重点也会不一样。具体做法不一样。通讯员对本地区、本单位的干部、群众如何从实际出发贯彻落实党的方针、政策有亲身体会,对取得的成果和群众的反映最了解。对存在的问题也最清楚。因此,通讯员只要找出本地区、本单位的不同背景和独有的特点,随时抓住干部、群众在实践中创造的新经验扣新做法、出现的新事物、取得的新成就等进行采访报道,都可以写出有个性、有特点。新闻价值高,对实际工作有较强指导意义的稿件。

通讯员要发挥与群众联系紧密、与现实生活接近的优势,视野向下倾斜,多采写一些反映底层实际的“平民报道”。近年来,党和国家高度关注民生,大力加强民生建设,努力改善民生以后,新闻媒体都加强了反映基层老百姓生活生产状况和精神面貌等方面的报道。对于这方面的报道,通讯员具有媒体记者不可比拟的有利条件。通讯员本身就是平民身份,生活在群众之中,与群众同呼吸共命运。了解群众的酸甜苦辣、喜怒哀乐。知道群众在想什么、干什么、忧什么、盼什么。在采访时,很容易与采访对象沟通交流,了解到采访对象的真实情况,掏出采访对象的真心话。这样,就能够采写出代表社会主流方向、个性突出、光亮鲜活的“小人物”报道,采写出群众中出现的新创造、新事迹、新风尚的报道,也可以采写出反映群众的呼声、意愿、诉求的报道。这样的“平民报道”,不仅能够适应媒体报道的需要,有较强的竞争力,而且往往可以取得不同凡响的舆论引导效果。

1 精选典型故事

柏拉图说:“谁会讲故事,谁就拥有世界。”写通讯稿也是如此,谁会讲故事,谁就赢了。

在给文章搭框架时,首先要想好文章的主旨是什么,各个部分分别写哪些内容,每部分用什么故事来展现。就像写议论文,有一个主论点,有几个分论点,接下来就是找论据支撑。我们所选取的故事就像议论文中的论据一样,要有足够的力量支撑论点才行,因此一定要有典型性。比如,某企业想展示其在西部某省扶贫工作的成绩,就要在该企业多种扶贫模式中选出最典型的两三种,每种再选出最具代表性的家庭或个人,讲述他们的故事,以点带面反映整个扶贫工作。这些典型故事的选取都强有力地反映出一名纪检干部廉洁公正、克己奉公。正人先正己,这样的纪检干部才会让人信服。通讯稿不是工作汇报,不可能事无巨细,面面俱到。因此,功夫就要下在典型故事的挑选上。要通过解剖某项工作或某个事件或某个人物的一个侧面,重笔墨描写一个典型故事,来反映整体情况,达到窥一斑而见全身的效果。

2 重视细节描写

穆青说过:“有时,一个细节比千言万语生动得多、深刻得

多、有力得多。”如果把主要情节比作树干,细节就是枝叶;如果把情节比作躯体的话,细节就是血肉。好的细节会在读者产生倦怠的时候,将其再次带入故事中。没有血肉的故事是干涩的、苍白的、不生動的。一部电影给人留下印象最深刻的往往是某几个镜头,文章也一样,读者印象最深刻的多是一些生动的细节。比如描写某厂一位检修员“工作服太费,厂里两年发一套,自己一年就穿破了三套,父亲的、妻子的都调换尺码后给了自己!”通过“工服太费”这样一个细节描写来反映他经常加班加点工作这样一个常态,比简单的陈述要有力得多,也让人印象深刻得多。细节是多样化的,可以是人物肖像、表情、语言、动作、心理描写,也可以是场景、环境、数字描写等等,需要我们细心观察。俗话说细节决定高度、细节决定深度、细节决定效果,好的细节描写,是一篇通讯作品成功的基础。

3 切忌闭门造车

闭门造车是写不出好东西的。典型的故事、生动的细节从哪里来?工作报告中是没有的,它们并不像沙滩上的石子,俯拾皆是,而是像蚌壳里的珍珠,不仅淹没在水里,而且裹着坚硬的贝壳。要想获得这些故事和细节,就必须深入挖掘。基层通讯员身在基层,具有深入采访的便利条件,因此更要下苦功夫进行采访训练,这样才能掌握大量一手素材,从而感同身受地去理解人物的处境,写出有温度的文章。比如,面对面采访,就能看到主人公的外貌特征、习惯性小动作,了解他的口头禅、为人、性格;随着主人公深入他的工作场所,就能调动嗅觉、触觉、味觉多种感官搜集信息,就能看到他的工作状态、工作内容、工作方法;通过采访他周围的同事、家人、朋友,就能还原一个完整、立体、真实的人物。这些都可以通过编辑的后期修改完善,但是“巧妇难为无米之炊”,如果基础素材不够精彩,编辑的水平再高,也做不出喷香的饭菜。

4 结束语

通讯员要发挥区域优势,报道好当地的“土特产”新闻。各个地方都有着自己的地理环境、历史文化、名胜古迹、风俗民情、民间艺术、名优特产等独具特色的东西。这些我处独有,他处没有的“土特产”。本身就是身在其境的通讯员得天独厚的新闻资源。通讯员只要用心挖掘,就能够挖出“宝”来。当然,通讯员在采写这方面的稿件时,不要老是重弹资料介绍、产品介绍之类的老调。而要“花样翻新”,挖掘出其深刻的、丰富的内涵价值。写出其发展、变化、保护、利用等方面的新情况。增强报道的新闻价值。通讯员要发挥较大的机动性、灵活性、自主性的优势,多抓“活鱼”新闻。通讯员不像媒体记者那样有专业分工,有指令性报道任务,而可以较多地自主安排采访时间和采访对象。这样,通讯员可以利用自己对本地区人熟地熟、朋友多、人脉广、信息灵通的有利条件,去观察分析发生在自己身边的政治生活、经济生活、社会生活中的亮点和热点,尽快弄清真实情况,在第一时间发出报道。得新闻竞争的主动权。这不仅可以从拓宽通讯员的报道面,而且可以提高新闻稿件的采用率。

参考文献

- [1] 吕志勇.把握人物通讯写作的三个重点[J].新闻研究导刊,2017,8(13):195-196.
- [2] 邵明亮.党报典型人物通讯写作问题探讨[J].新闻世界,2015(04):25-26.