

浅谈人物通讯的可感性

□陆占奇

人们熟知的新闻作品“三大件”是消息、通讯和评论。媒体融合时代，新闻作品体裁日益丰富。以新媒体作品为例，作品体裁、表现形式多样化发展，变得越来越多姿多彩。

但变换的形式并未改变内容为王的铁律，精彩捕捉并呈现新闻真实仍然是融媒时代媒体人的基本遵循。传统媒体和新媒体的共通性，从两个方面决定了研讨传统新闻作品（如人物通讯）编制制作的重要价值：一方面，研讨传统新闻作品，对于新媒体作品的创作具有推进作用；另一方面，回顾、重温新闻采编制作基本规范，有助于夯实新媒体作品创作基础，确保其在规范的道路上实现创新发展。

通讯经常被分为人物通讯、事件通讯、工作通讯。人物通讯以先进性、典型性、代表性人物为报道对象，通过对新闻人物的翔实报道，以人物的先进事迹感动读者，以人物形象的典型性、代表性启发读者的思想，激励读者的意志，积极回应和引导社会舆论，传播正能量，推进社会实践发展，产生积极的社会影响。从新闻传播效果来说，人物通讯的这种影响力和传播力，即是其可及性的集中表现。或者说，一篇优秀的人物通讯，应在传播过程中产生这样的积极作用。一名记者也应该以撰写刊发（载）这样的人物通讯为己任。

写作：写明白 写生动 写厚度

高技能人才是推进中国制造向中国创造转化的智力源泉、核心动力。展现高技能人才精湛技艺和奋进精神的人物通讯，在营造高技能人才成长氛围、助力高技能人才成长方面具有重要作用。

在长期的新闻写作实践中，中国劳动保障报社形成了独具特色的高技能人才人物通讯写作要求：其一，更注重过程而不是结果。报社要求记者用采访中发现的生动细节，以及真切感受到的沸腾生活来“填充”结果。其二，人物通讯应该有导语。导语应该是对人物事迹、故事、经历的总结和提炼。这个导语应该有助于读者了解人物事迹的典型性，了解人物性格，概括展现人物的行业或职业背

景。其三，致力于展示人物的生存状态。记者要立志将人物通讯做成文字纪录片，突出人物通讯的叙事文采和语言的文学性，用文学的手法和结构展现客观的新闻真实。

从满足读者“悦读”，以及更好地实现其自身的可及性视角来看，一篇优秀的高技能人才人物通讯应该做到以下三点：

其一，写明白，即要让读者看得懂。做好专业术语的转换工作。写作中要少用专业术语，可通过描写技术上的成绩、技术上的成长、较好的效益，展现高技能人才（如技能大师）学技术、克难关的风采。

其二，写生动，即要满足读者“悦读”需求。稿件是否生动，取决于三个因素，即故事、细节、语言。故事是指那些能够反映矛盾冲突、体现事物发展曲折性的事例。细节描写的功用在于打动读者。技术性问题，可融合在细节描写中。人物语言必须符合人物身份。就语言本身来说，应该简洁流畅，多使用单句子。

其三，写厚度，即应该有助于读者增长知识。文章不仅只是写这个人物，而且要对其岗位、工种和职业有介绍。通过这个人，读者可以进一步认识某一个行业及其发展趋势。因此，要有知识性的内容贯穿在人物通讯中。

换个视角来看，记者的“写明白”，对应的就是读者的“看得懂”；记者的“写生动”，对应的就是读者的“可悦读”；记者的“写厚度”，对应的就是读者的“长知识”。当然，“厚”也可能是“背景”，“长知识”也就相应地变为“增了解”。

素材：发现价值 提炼总结 恰当表现

采访之后、写作之前，还要妥善处理好新闻素材。如何处理新闻素材，处理的效果如何，决定着能不能写明白，能不能写生动、写出厚度。妥善处理好新闻素材，要做好三个方面的工作。其一是发现价值，即发现新闻素材的报道价值。在日常的采访中，新闻素材的来源多种多样，其新闻价值各有不同，许多时候需要记者慧眼挖掘。以人物通讯采写为例，一些报道对象可能是报社或上级布置

的，一些报道对象可能是基层推荐的。在这两种情况下，报道对象的新闻价值已经有了初步判定，但仍然需要记者努力挖掘报道人物的独特价值，并予以精彩呈现。这里最强调的是，记者应该在基层采访中及时发现有价值的新闻。

其二是提炼总结，即对新闻素材进行提炼、概括和总结，凝聚新闻素材的核心价值。对于人物报道来说，就是要写出人物的精神、写出人物的思想。一个时代的典型新闻人物，一定是其时代精神的体现者和践行者，在其先进事迹中带有鲜明的时代印记，并集中反映着时代的社会风貌和精神内涵。要从时代大势着眼挖掘报道对象的精神风貌、工作创新和先进思想，要把人物事迹与其先进思想结合起来，以事写人、以事写思想，通过描写先进事迹，具象展示报道对象的精神内涵，使人物有血有肉、可感可学。

其三是恰当表现，即采用最恰当的表现方式展现新闻价值，实现其传播价值和社会效益。对于人物通讯来说，最好的呈现方式是将价值理念通过对人物的经历、感情、命运的描述表现出来。在表现过程中，细节越真实，笔触越细腻，呈现效果越好。

发现价值、提炼总结，是新闻价值的展现过程。采编人员既需要不断地去发现新闻素材，发掘蕴藏其中的新闻价值，也要有能力通过最恰当的表现方式将其奉献于读者。“萃取”越准确，“表现”越精彩。

语言：文从字顺 意新语工 言近旨远

精彩的表现，离不开生动语言的助力。关于文学作品语言的表现作用，散文大家王鼎钧给出了三个方面的评价标准，即文从字顺、意新语工、言近旨远。王鼎钧认为，一篇文章中，一个字和什么字连接在一起，哪两个字不能连接在一起，是约定俗成的，形成了模板。只要遵守这个模板，就可做到文从字顺。意新语工中的“意新”，是指别人没有说过；“语工”，是指说得雅驯、漂亮。言近旨远是指言有尽、意无穷，通过读者的咀嚼回味，把作者说出来的或者想说的

予以延长。

王鼎钧对文学语言的标准，可以借用到人物通讯的写作中。此时，文从字顺就是对人物通讯文字运用的逻辑要求，这也是一个底线要求。做不到这一点，就无从写明白，更谈不上写生动、写出厚度。

意新语工体现的是人物通讯作者对读者的责任意识。就是要写出新意、写出美感，将抽象的思想写出具象感，生动形象地呈现给读者，让读者“悦读”。王鼎钧曾举例表示，“相思”本是一个抽象的概念，但李商隐的“春心莫共花争发，一寸相思一寸灰”，把“春心”与“花争发”联系起来，赋予“春心”以美好的形象，一方面增强了它的可感性，另一方面“一寸相思一寸灰”把感情量化了，让读者能够感同身受，增强文章的可感性，也能够更好地发挥其文学功用和社会效益。

言近旨远是指人物通讯要用含蓄隽永的语言、清晰明白的叙述，展现自身的教化功能，实现其引导社会舆论、传播正能量的社会功用。文从字顺只是把话说清楚、说完整。意新语工是指要写得比别人好。言近旨远不仅要说得清楚明白、说得比别人好，而且要贴近读者去说，采用便利读者阅读理解、让读者更喜欢阅读的方式去说，以更好地发挥人物通讯的社会效用，完美展现其可及性。

媒体融合时代，语言之外，还有多种富于表现力的因素，比如音视频等。但语言文字（狭义的语言）在新闻价值呈现方面仍然发挥着基础性作用，并构成新闻作品价值表现的底层逻辑。根本原因在于：语言文字拥有完整的表意功能。从其社会教化意义来说，新闻作品的最大功用是传播价值，引导舆论。在这方面，只有语言文字才能独立地、完整地、完整地这一任务。图片、图像、视频只能起到辅助作用，它们都需要借助语言文字来呈现。以声音为代表的音频则是语言文字的另一种表现形式。在各种表意因素中，只有语言可以用准确的、优美的、意蕴深沉的方式完整地表达意义，其他所有元素都只能在语言文字的基础上发挥辅助作用。在新闻作品表现形式日益多样化的背景下，有必要重拾语言文字的独特价值。

（作者单位：中国劳动保障报社）

赋“易碎品”以历史厚度

——浅谈新闻工作者的历史素养

□李晶

“历史是一面镜子，鉴古知今，学史明智。”习近平总书记多次谈到重视历史、研究历史、借鉴历史的重要意义。

今天的新闻就是明天的历史，对于记者而言，做好宣传报道工作，在磨炼业务素养的同时，需要培养良好的历史观，以治史的严谨性和洞察力记录当下，更要以见证历史的责任感对待新闻事业，方能赋予“易碎”的新闻以历史的厚度。

培养发现价值的“慧眼”

赋新闻以历史厚度，需要培养在新闻中发现历史价值的“慧眼”。

2018年3月16日，原国家工商总局宣布全国市场主体总量突破1亿户。笔者就此撰写了文字消息《我国市场主体总量突破1亿户》，该作品获得了第二十九届中国新闻奖三等奖。回顾采写过程，笔者在新闻发生前获知了当年全国市场主体有望破亿的趋势信息，意识到这不仅是一个重要新闻，更是一个历史性事件，尤其在改革开放40周年之际更具特殊意义。在策划阶段，编辑也认为如果要使这次报道优于其他同行作品，务必以点带面、以点引线，体现出历史纵深感，使其超越单纯事件性新闻的内涵与价值。

进入采写阶段，笔者从浩如烟海的历史年鉴、统计文件中梳理、查找所需数据资料，时间跨度从20世纪70年代一直至今，重点集中在改革开放以来我国经济发展各代表性阶段的市场主体数据，最终整理出3万余条资料，又从中高度提炼出百余字信息，构成消息背景。同时，为了与“一亿户市场主体”相对应，笔者采访了《中国改革开放第一位个体工商户章华妹，从微观视角入手，让宏观经济发展的今昔对比更加形象化、具体化。通过以上工作，使一篇不到900字的消息避免了罗列数据，用可信的史实把新闻做“厚”、做“实”。

找准历史结合点

赋新闻以历史厚度，需要找准历史资料与当下事件的结合点、切入点。

很多记者在赴地方采访时，习惯在报道中加入对当地历史变迁、风土人情的描述。这确实能够为文章增色，但是作者往往忽略了历史材料与新闻素材的结合度，导致稿件背景与主题“两张皮”，内容呈现割裂感。因此，在历史资料中寻找、筛选写作素材时，应注意找准结合点与切入点，建立起同新闻主题的纽带，提升文章的逻辑性和整体感。

笔者在赴甘肃采访脱贫攻坚工作时，对稿件开头构思许久，突然想起采访途中见到一棵棵伫立路旁的古柳，便联想到历史上有名的“左公柳”。经过走访当地，得知正是史书记载中的古树，稿件便有了如此开头：“相传清末陕甘总督左宗棠率军途经西北一带，目睹当地荒芜，遂命麾下湘军在沿途遍栽道柳。百余年后，记者在甘肃各地采访途中，仍能见到路边挺拔的‘左公柳’，用一树碧绿对抗着岁月和黄沙，见证着西北大地告别贫瘠、焕发新颜。”如此处理，便在历史与当下间找到了“摆脱荒芜”这一结合点，与脱贫攻坚工作建设当地的主题实现契合，同时为文章增添了一份可读性。

把握正确历史观

赋新闻以历史厚度，需要把握正确的历史观。历史观正确与否，关系人心聚散、国家兴亡、民族盛衰。新闻宣传工作承载着弘扬正确导向、引导价值取向的责任。新闻工作者必须具备正确的唯物史观，将新近发生的事实和历史事实结合起来，通过今昔比较“让历史照进现实”，引导受众取得新认识、收获新启示，“让历史照进现实”实现高举旗帜、引领导向、鼓舞士气、凝心聚力的作用。

笔者在参加建党百年采访活动时，通过收集中国经济领域发展的相关资料，从经济总量持续提升、经济展现强大韧性、民营经济蓬勃发展、中国方案举世瞩目等主题展开叙述，生动展现了中国共产党团结带领中国人民把积贫积弱的旧中国改造成欣欣向荣的社会主义新中国的百年伟业。

在赴永兴岛采访时，笔者不仅采访了三沙市当前发展情况，也对当地历史沿革、考古发现进行了了解，将相关素材融入稿件中，最终撰写了通讯《建设好三沙祖祖辈辈的家》，体现我国政府对属于自己的领土海域担负开发建设责任和使命。完成以上新闻作品，都得益于正确的历史观培养。

综上所述，新闻与历史看似一“新”一“旧”，泾渭分明，实则你中有我、融会贯通。两者都是记录人类社会发展的手段，新闻是对新近发生事件的及时报道，历史是对过去事件的记录研究。时空变迁中，新闻会因其对史料真实客观的记录纳入有价值的史料，史料也会从后来人的深入挖掘和重新解读中焕发新闻价值。

新闻采访与史学研究的目标，都是最大限度追求客观事物“真相”，在操作层面有许多可供相互借鉴的原则和方法。因此，记者不妨在追逐新闻的忙碌中沉下心来，学史以明智，鉴往而知来，以推出有思想、有深度、有品质的作品。

（作者单位：中国市场监管报社）

融媒体时代编辑工作的新要求

——以《民族画报》为例

□董梅

在过去信息渠道单一的时代，传统纸媒以其内容的权威性和专业性获得大批读者的信赖与支持。随着数字技术的迅猛发展和互联网平台的广泛应用，在融媒体浪潮下，读者获取信息的方式和路径更加多元，这对编辑工作提出了许多新的要求。编辑既是内容产品的生产者，也是意识形态的把关人，更是心系读者的贴心人。

面对纷繁复杂的信息环境，提高政治站位，传达党的声音，顺应及时性、交互性、多样性强的信息化特点，坚守专业、准确、权威的内容底线，利用新技术手段了解读者、服务读者，是融媒体时代编辑工作者的使命任务。

信息传播的把关人

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视传统媒体和新兴媒体的融合发展，习近平总书记多次在不同场合强调要利用新技术、新应用创新媒体传播方式。编辑是推动媒体融合发展，实现行业高质量发展的主体力量和关键环节。面对互联网上广泛传播的各种文化、思潮，以及层出不穷的新技术、新业态、新模式，作为主流媒体编辑应充分发挥好信息传播“过滤器”和“把关人”的作用，始终保持敏锐的政治嗅觉，坚持正确的舆论导向，以高度负责的态度对信息进行去伪存真，弘扬主旋律，传播正能量，同时对自己产出的内容把好选题质量关、内容质量关和编辑质量关。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，我国网民规模达10.79亿人，互联网普及率达76.4%。即时通信、网络视频和短视频用户规模分别达10.47亿人、10.44亿人和10.26亿人，用户使用率分别为97.1%、96.8%和95.2%。在媒介深度融合的今天，信息渠道的多元化、信息速度与效率的提高，极大改变了读者的阅读习惯，也让编辑的角色从单一的内容加工者转变为多元的内容策划者和平台搭建者。只有做好信息传播的把关人，练就一双“火眼金睛”，造就一身过硬本领，才能为有效提升媒体传播力、引导力、影响力、公信力有效赋能。

深耕内容的实干家

融媒体时代，信息渠道在改变、平台在拓展、形式在创新，但内容为王依然是不变的黄金法则，优质内容的生产能力始终是媒体不可替代的核心竞争力。编辑只有做好深耕内容的实干家，以新视角、新手段、高立意、多层次、深内涵、强共鸣等优势，抓住观众的内心，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

以《民族画报》近几年的重大主题策划为例，编辑人员参与策划、撰稿、后期制作全流程，紧紧围绕时政热点，配合国家重大战略，精雕内容。2019年，为庆祝新中国成立70周年，《民族画报》以《来自56个民族的心灵诉说》为题，用文字、图片、短视频等方式采访了56个民族的代

表，让广大读者感受寻常百姓的“小确幸”如何成就泱泱中华“大团圆”；2021年，与人民网联动策划中心合作推出《幸福的日子 稳稳稳》《中华各民族，为何如此团结》专题数据海报；2022年，与人民网·中国共产党新闻网联合推出《时习之》让中华民族共同体牢不可破 习近平这样嘱托》金句海报，人民网、新华网、中国网、国际在线等20多家门户网站全部置顶转发；2023年，“铸牢中华民族共同体意识文物古籍展”制作的短视频《100秒带您看展，纵览中华民族共同体形成发展的历史长卷》被中国网、“学习强国”学习平台等多家中央媒体重点转发。这些内容因策划立意高远、导向正确、形式创新，一经发出便得到了强烈的社会反响，受到了广大读者的好评。

心系读者的贴心人

一篇好的文章或报道，要有受众，形成传播，才能输出价值。在人人皆可自媒体、人人都是内容生产者的当下，人们获取信息的渠道无限拓展，传统媒体固有的读者群体被渐渐分流、稀释。编辑应多站在读者立场想问题，树立读者意识，时刻关注读者的内容偏好、阅读习惯等变化，做心系读者的贴心人。

新媒体语境下，读者倾向于按照自己的喜好来主动选择信息，并表达见解，抒发情感，形成一种平等的对话模式。编辑要利用多种社交平台，给读者参与、发声的机会，以此了解读者的关注和喜好，在稿件策划、编辑过程中对

内容和形式做适当调整。在人人追求体验感的今天，编辑必须充分认识到跨媒介整合在吸引读者方面的重要性，不只局限于文字生动有趣，还要融合图片、视频、音频、动画等多媒体元素，通过丰富的表现形式提高内容的参与度和分享性，创造丰富多样的体验感，进一步拓展内容边界。

作为全国三大画报之一，《民族画报》为适应融媒体的发展环境也做了很多尝试，把读者的阅读需求落实到形式创新的实践中，将优质的纸媒内容通过海报、短视频、H5等多种形式跨媒介整合，在网站、微信公众号等平台多渠道发布，形成了很好的宣传矩阵。《民族画报》还把善作专题报道的优势巧妙结合到了融媒体实践中，在《新时代 新生活——来自中华民族大家庭的小康故事》大型融媒体报道中，以“画报+专题片”的形式讲述脱贫攻坚一线奋斗者的故事，民族团结一家亲践行者的故事，优秀传统文化传承者的故事，神圣国土和绿水青山守护者的故事。全媒体报道上线后，引发网友关注，感动了无数人。网友们观看后纷纷留言：“我是流着泪看完的”“他们都是感动中国的力量”。一个个引人入胜的故事激发读者的情感共鸣，以小切口展现大主题，让读者身临其境感受时代脉搏，关注社会热点。

融媒体时代对编辑工作既是挑战也是机遇。编辑工作者必须自觉承担起主流媒体新时代新的使命责任，不断提高政治素养，紧跟时代发展步伐，灵活应对挑战，做好信息传播的把关人、深耕内容的实干家、心系读者的贴心人，不断推出不负时代、不负人民的精神力作。

（作者单位：民族画报社）