把根扎进基层

新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室

大西北中午的太阳火辣辣的，烤得让人受不了。石治霞孤零零地站在那里。

“孩子，你怎么在这儿？”

“来找阿姨。”

“有事吗？”

“昨天，阿姨多给了我一块橡皮，回家才发现。”说着，她张开了紧攥的右手，手心里是一块已经被汗水浸湿了的小橡皮。

“就为这来的？”

“嗯。”

“傻孩子！为了这‘多’给的一块小橡皮，你就自己跑了40多分钟的山路？”拉着孩子湿湿的小手，擦着从她额头上沁出的汗水，我心疼得真不知说什么才好。石治霞仍然羞涩地望着我。

上面这个小故事摘自2010年11月，在天津人民广播电台“百名记者在基层”活动开展五周年研讨会上，记者段宽的发言。像这样鲜活生动、有血有肉的小故事，在研讨会发言中还有很多。

从2006年起，天津人民广播电台结合自身实际创造性地开展了“百名记者在基层”新闻采访实践活动。活动以组建小分队的形式，集中选择一个典型环境，集体采访一个主题，有领队、有选题，练思想、练作风、练业务。5年时间，共有54批531人次参与了这项活动，取得了丰硕的成果：一大批优秀人才脱颖而出；职工精神面貌焕然一新；新闻报道质量不断提升，社会影响力不断扩大。

记者下基层，是天津人民广播电台的成功经验，也是广大新闻工作者保持工作热情、获取成功的法宝。

首先，“实践出真知”*，只有把根扎进基层，才能在社会实践这一肥沃的土壤中提高发现力、思考力。社会生活丰富多彩，“每一个石头下都有故事”，“每一个角落里都有感悟”。报道什么？怎么报道？深入基层体验生活，与群众同吃同住同劳动，就能从中发现问题，就能透过事物的表面现象，看到其本质所在。发现的过程，是开阔视野的过程，是体察细节的过程，也是深入思考的过程。发现得越多，能思考的问题也就越多；报道层次丰富了，选题与手法多样了，作品才会扎实、有说服力。

其次，“铁肩担道义，妙手著文章”**，只有把根扎进基层，才能增强新闻作品的感染力。大多数记者在刚入行时，都有着强烈的新闻激情和职业使命感。然而，随着时间的推移，激情逐渐消退，直观感受力一点点弱化，作品也似乎日趋平淡了。那些人云亦云、充满官话套话的作品，那些没有价值旨归和精神气质的作品，连自己都不能感动，又如何去感动读者？只有把根扎进基层，在生活的涤荡中强化对人、生命与社会的体悟，才能始终保持创作的激情，也才能创作出有影响力和感染力的作品。

最后，作文如做人，只有把根扎进基层，才能提高作品的思想境界和引领作用。选择、提炼报道主题的过程，表面上是记者业务能力和水平的比拼，实则来自记者的人生观、世界观和方法论。记者看问题的角度、处理问题的方法以及对社会、人生的哲学思考，决定了记者的新闻敏感与报道角度。只有扎根基层，贴近实际、贴近生活、贴近群众，才能与群众感同身受，才能写出为人民鼓与呼的好作品，才能担当起媒体人应尽的社会责任和道义。

---

* 毛泽东《人的正确思想是从哪里来的》（人民出版社版单行本第一页）。

** 李大钊撰写的名联。

主　管

新闻战线“三项学习教育”活动领导小组

主　办

新闻战线 “三项学习教育”活动领导小组办公室

主　　编　顾勇华
执 行 主 编　何云红
责 任 编 辑　张　蕾　丁　丽
　　朱烨洋
美 术 编 辑　陈小飞
编辑部地址　北京市东城区
　　珠市口东大街7号
邮　　编　100062
编辑部电话　010—58262946
传　　真　010—58262810
电子邮箱　sxxxjy@126.com
三项学习教育专网　www.sxxxjy.cn
印　　刷　北京市荣海印刷厂
发行部电话　010—58262820
发行部传真　010—58262810

京内资准字2010—L0040号

封面图为世博会中国馆夜景。

中新社供图

目录 CONTENTS

2010年第11期（总第20期）

卷首语

1　把根扎进基层

学教实践

4　五年如一日的可贵坚持　翟惠生
5　植根于基层　成长在路上　李英华
7　担起领队的责任　在实践中锻炼成长　周　滨
8　基层磨砺促我成长　范　屹
9　角色转换带来新鲜体验　董志玲
10　推开一扇门　发现一世界　靳　鑫
11　80米距离　冰火两重天的感觉　张雅楠
12　遭遇特大暴风雪　孙　阳
13　天津电视台用实招抓播音主持队伍“三项学习教育”成效显著　张　虹
15　一次采访　终生受益　康与民
16　记者下基层是抵制“三俗”的天然利器　李玉亮
17　捧给读者水灵灵的新闻　李高实
18　保定媒体开展“工业西进”主题采风活动　赵志敏

学教园地

19　强化舆论引导 勇担社会责任
——云南新闻界“做负责任媒体”经验交流会侧记
云南省“三项学习教育”活动办公室
23　浙江省记协举办“主流媒体如何引导网络热点”专题研讨班　曹　峰
24　徐州广播电视台“三项学习教育”出实招见实效　李爱彬

25 实施“两会”制度　提高舆论引导能力　四川省合江县县委宣传部
26 清新笃行　致以千里　张　敏

世博传播

27 确保世博宣传有声有色　开展上海新闻队伍建设
——访上海市“三项学习教育”活动领导小组组长、上海市委宣传部副部长、上海市人民政府新闻办主任宋超
新闻战线“三项学习教育”活动专网
31 神圣时刻　神圣责任　上海广播电视台
32 三份礼物与一分自豪　歆　逸
34 见证百年世博　挥洒青春激情　上海广播电视台
36 在世博蜗居的日子　上海东方传媒集团有限公司技术运营中心
37 心中有题　跳出画面　王建威
40 从世博会报道看对外传播规律　张正富
42 “三能”图编世博会上显身手　王红纲
44 浅谈世博会采访的国际视角　李　洋
46 世博会开幕式“拍摄点位”的故事　张　明
48 产业媒体报道世博会的实践和探索
——英大传媒集团世博会联合采访报道侧记　李明慧

职业风采

50 村民们离不开的好记者
——记浙江省优秀农村工作指导员、浙江日报记者俞佳友　浙江省记协
52 让美丽绽放在军事新闻的天空
——解放军报社年轻女编辑记者群体剪影　邵　薇
55 我能做什么　吴海平
56 火灾第二天报道　周　缇
57 用真情实感做直播　周　瑜

热点讨论

59 《七个怎么看——理论热点面对面·2010》宣传报道研讨会发言（摘编）

书　讯

64 《中国新闻工作法律手册》一书出版发行

编者按：从2006年到2010年，天津人民广播电台连续五年开展“百名记者在基层”活动，并在活动开展的过程中，不断探索新形式，夯实下基层活动与新闻报道的结合点，实践新闻记者“三贴近”原则，不仅受到本单位职工的欢迎，还增强了天津人民广播电台的传播力和影响力。2010年11月2日，新闻战线“三教办”和天津市“三教办”联合召开了天津人民广播电台“百名记者在基层”活动研讨会，系统总结了活动的经验和成果。本刊编发部分文稿，为全国新闻媒体开展下基层活动提供有益的借鉴。

五年如一日的可贵坚持

翟惠生

以新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室的名义，开一个解剖“麻雀”的会不是很多，今天，我们是带着真情实意来天津人民广播电台开这个会——“天津人民广播电台百名记者下基层总结大会”。看到这么多生动的图片，听到了这么多感人的发言，特别是看到有一张在地图上插有13面小红旗的图片，那是天津人民广播电台编辑记者下基层足迹所到之处，我很感动。

天津人民广播电台编辑记者下基层活动有四个难得。

第一难得五年如一日。天津人民广播电台的这项活动，比全国三教办组织的全国性的编辑记者下基层活动还要早两年，而且做了不是一次两次，五年如一日这是最难的。

第二难得是哪里艰苦到哪里去。13面小红旗是编辑记者们下基层足迹的真实记录，听了刚才几位编辑记者的发言，我还感觉到大家对待这样的活动真不是郊游，不是田园游，不是风景游、不是采摘游，也不是走出天津大城市的新鲜游，而是深入到最艰苦的地方去，去做实实在在的深度体验。

不远千里，随身携带38件捐赠物资，赶赴岷县。　　天津人民广播电台供图

第三难得是办出了自己的特色。电台相对于电视来说是弱势的媒体，但是天津人民广播电台克服了这个弱势，并在下基层活动中寻找自己的特色，所去的地都是和天津人民广播电台有千丝万缕联系的地方，也就是说能够拨动天津人民广播电台编辑记者心弦的地方，能产生共鸣。

第四难得是下基层活动和新闻采编业务融为一体。在下基层过程当中，活动的点和新闻的点是吻合的，增强了吸引力、感染力、传播力，增强了我们的实力。

这四个难得值得其他新闻媒体借鉴，在一定程度上，也破解了这个时代发展给我们传统媒体提出的处理好三个关系的课题。

第一个就是新技术发展和“三贴近”的关系。今天，时代变化了，我们在网上看到的，比现场还详细，不出门便可以知天下事。但任何东

植根于基层　成长在路上

——天津人民广播电台“百名记者在基层”活动回顾

李英华

2003 年 10 月，中宣部、中国记协等单位联合发出的通知，在全国新闻工作者中开展中国特色社会主义理论体系、马克思主义新闻观、职业精神职业道德“三项学习教育”活动，当时我们也正在考虑在激烈的媒体竞争中，如何加强队伍建设的问题，于是，我们从 2004 年开始，组织年轻记者深入基层脱产调研一个月，尝试以这种形式推动记者转变作风，深入基层，这也是“百名记者在基层”活动的雏形。

2006 年春节刚过，正月初十，我们选派总编室副主任、高级记者崔涛带队，率领七名年轻的女记者，到远离天津七百多公里以外的天津涉县铁厂采访，正式拉开了旨在锻炼记者、培训队伍的天津人民广播电台“百名记者在基层”活动的序幕。

从 2006 年“八女进山”第一批小分队开始，到 2010 年 10 月 29 日的统计，天津电台“百名记者在基层”活动活动共进行了 54 批，累计 531 人次参与了这项活动。

回顾“百名记者在基层”所走过的历程，我们也是在实践中不断探索，创新形式、充实内容、增加功能，也有一个从不自觉到自觉、从不完善到完善的发展过程。

一．探索下基层活动形式，变被动为主动

1. 组织形式：从单一到三个系列

经过近 5 年的实践，“百名记者在基层”活动已经从组织队伍到外地采访的单一模式，逐渐发展成为目标、任务、形式和内容相对独

西都是双刃剑，网上能搜到的素材再丰富，也不如亲身去体验一把。我们不能不采用新技术，但是也不能因为有了新技术，就放弃“三贴近”的基本原则。

第二个是记者的素质和承担的社会责任的问题。记者的素质是什么？就是要承担社会责任，维护国家利益。但这个素质需要历练、需要积累、需要不断地去丰富。

第三个要处理好主观的真实和客观的偏颇和造假的关系。真实是新闻的生命，真实建立在什么基础上？就是建立在对事情、党情、国情、民情的了解基础上，只有了解了党情、国情、民情才具备了写作报道的基础。而编辑记者下基层活动，正是让我们把主观感受到的真实落在我们的稿件当中，而不至于被一些片面的说法或假相所迷惑，产生新闻造假这样的耻辱。

传统媒体在新兴媒体的挑战中，有着把握内容的优势，因为新兴媒体没有采访权，只有编辑权。如果传统媒体能够较好地借助新兴媒体传播自己的声音，自己的内容，王者的地位就不会被动摇。当然，凡事都靠人来干。人需要培养，需要引导，“三项学习教育”活动就是培养和引导队伍的方式之一，用好这种方式，做到“三贴近”，就能更好地促进传统媒体和新兴媒体在传播效果上的互惠共赢。

（本文根据作者在天津人民广播电台百名编辑记者下基层活动研讨会上的讲话整理）

立的三个系列活动，既“百名记者在基层”、“百名记者在基层——360行生活大体验”和“百名记者在基层——新兵训练营”。

2.活动内容：从体验到援建、创优“百名记者在基层”的活动内容

最初活动是以体验生活为主，另一项内容延伸就是与创优、与宣传报道相结合，这就使活动有了更实质性的内容。随着天津电台“百名记者在基层”活动的开展，目前已经多处建立了希望小学。除此之外，天津人民广播电台职工还出资捐助了300多名孩子完成学业，各种各样由员工自发进行的捐资助困活动也经常进行，很多记者都自觉自愿地参与到社会公益事业中。

3.参加范围：从编辑记者播音员到技术和行政管理人员

不仅让年轻的、优秀的编辑记者和播音员主持人去体验生活，也让技术与行政、广告的同志体验一下记者的生活。据不完全统计，已经有58人次的技术与行政管理人员参加了活动（其中包括副台长、副总编）。

二、下基层活动取得了良好效果

“我的父辈也是垦荒人，今天我找到了当年支撑他们的“根”，这种精神就是中华民族所体现出来的优秀精神品质的浓缩。”

“从天铁人的奋斗中，年轻的我们感受到了时代精神和共同的信仰，明白了钢铁是怎样炼成的？”

“下到基层就好像我们的眼睛、耳朵、皮肤和嘴巴以至于整个身体都被彻底清洗了一遍，灌注了一种清新的充满活力的生命元素。”

……

队员在活动随笔和日记中记录下了真实的感受。

“百名记者在基层”就是给参与者创造了一个磨练思想，洗礼心灵的机会，使他们有机会打破固有工作模式，以一种全新的姿态走进生活、体验生活、观察社会、感受时代前进的脚步，在激情体验和鲜活的感受中　增强了作为新闻工作者的责任　感、使命感。他们从深入生活的一件件生动事例中感受到了中国特色的社会主义，发自内心地唱响了共产党好、社会主义好、改革开放好。

“百名记者在基层”活动让许多记者、编辑、主持人走出了深入基层关键性的一步，配合经常开展的各种类型的深入基层、走进生活的活动，保持编播队伍与人民群众的联系，对于天津电台做好党的新闻宣传工作、服务群众、服务社会起到了良好的保障和推进作用。

三、实践中探索总结下基层活动经验

在实践中，我们紧紧围绕“基层”二字做文章，想办法让记者下去，下到最基层的百姓当中，为此，我们十分注意策划与创意，让每一期都有明确的目的。

一项活动要有吸引力、关注度，必须达到形式与内容的统一。我们的“百名记者在基层”所选择的内容都是编辑记者播音员想要了解的、有实际的内容支持、有故事可挖、有资源可用，甚至是与天津有着千丝万缕联系的。

此外，还必须找准“此行”与“当前”的新闻点，找准活动的兴奋点，找准参与者的需求点，找准终期目标的落脚点。

记者的根在基层，植根于基层才有收获；记者永远在路上，在路上才能成长。“百名记者在基层”的初衷与最终目标都是要让记者把根扎向基层，在基层得到锻炼与成长，从而打造出一支政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻工作者队伍。因此，“百名记者在基层”不是权宜之计，也不能指望一次活动解决所有的问题，它只能起到示范与引导作用，达到“授之以渔”的效果。这就要求我们在活动中教会一种方法，这种方法既有工作方法、学习方法、也有思考问题的方法、有面对困难破解难题的方法，让每一个编播人员知道，寻找职业道德与职业精神的真谛，不在课堂上，也不在书本里，而是在火热的生活中。

五年来，我们从“百名记者在基层”的活动中尝到了队伍建设的甜头，也收获了“三项学习教育”活动的成果，一大批年轻的广播新人在“百名记者在基层”的路上成长。但是我们的活动中也还有许多不完善的地方，还需要在实践中不断改进和提高。今后，我们将不断地创新形式、丰富内容，将“百名记者在基层”活动坚持不懈地开展下去，打造和锻炼出一支关键时刻冲得上、过得硬、能打胜仗的广播队伍，为党的新闻事业做出更大的贡献！　□

（作者系天津人民广播电台台长、总编辑）

担起领队的责任　在实践中锻炼成长

周　滨

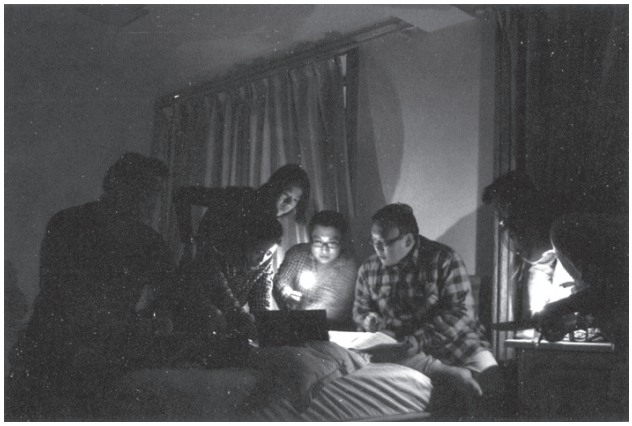
我曾两次担任“百名记者在基层”的领队，一次是2009年3月，到位于河北涉县的天津天铁冶金集团采访；第二次是今年8月，由总编室副主任马赤农和我带队，率天津电台2010新兵训练营赴位于河北迁西县的海河委员会引滦工程管理局调研采访。第一次的任务是以采访为主，业务提高的成份大；第二次是带新兵，以入职教育为主，重点在于思想、作风、业务的全方位提升。

作为领队，我要求自己在业务上先学一步,在思想上严格要求，在作风上率先垂范。

2009年春节刚过，我接到率小分队赴河北涉县天津天铁冶金集团采访的任务，当时正值金融危机蔓延，国内国际市场需求下降、供应过剩，导致钢铁产品价格暴跌，企业对新闻媒体有些敬而远之，使得采访异常艰难。

尽管提前查阅了大量资料，但全体队员、包括我这个领队在内，对钢铁行业仍然感到陌生，采访仍然找不到突破口。

到达天铁之后，我决定先带领队员去钢铁企业的各个环节进行“扫盲”，就是在这个“在基层”的过程中，新闻线索也随之而来。原来，即便是在金融危机之下，企业仍在进行大规模的新项目建设，目的就是调整产业结构，多研制附加值高的新产品抢占市场；而这些新项目所需的2000多名一线工人，全部从原本效率偏低的各级机关转岗而来。我和队员们沿着“产品”与“人”这两条线索深入采访，一组鲜活的报道《天铁的春天》给金融危机中的钢铁企业带来了春的温暖。



秉烛审稿　　天津人民广播电台供图

今年8月，由总编室副主任马赤农和我带队，率天津电台2010新兵训练营赴河北迁西县海委引滦工程管理局调研采访。到达引滦局的第一天，与一位资深的副总工程师座谈，很多队员在稿件中没有写对这位工程师的名字；第二天，队员们从水库库区采访归来，现在的水位线到底比“丰水期”下降了多少米？有的写了30多米，有的写了300多米……晚上的总结会上，我们着重强调了准确和细节对于新闻的重要性，于是，在第三天的采访中，在领队的指导下，细心的队员们开始记录我们一路经过了多少座穿山隧道？穿越了多少个地区县市？遥远单调的采访之路一下子变得具体丰满。

其实，无论对于领队，还是队员，“百名记者在基层”带来的收获都是全方位的，其中，既有新闻业务的提升，也有组织协调能力的提高，还有团队意识的培养等。　□

（作者单位：天津人民广播电台）

基层磨砺促我成长

范　屹

2008年汶川地震后，“百名记者在基层”活动临时调整了方案，增加了多批赴四川和陕西地震灾区采访的小分队。这也让我有机会先后六次赴汉中、经受一系列的考验和磨练，让自己在这些磨练中迅速成长。

2008年7月初，我第一次来到汉中的宁强县，当时还是震后初期，条件艰苦，任务也很重，白天采访，颠簸路上的几块饼干一瓶矿泉水就是一餐饭，夜里赶稿子，做完节目，总能看到启明星已经升起在东方。6次汉中的采访，每一次都是和时间赛跑的竞技，吃不好、睡不够的磨砺我也经历了6回。

2009年9月，第六次赴汉中，我的任务是随队报道本台援建宁强、略阳两所希望小学落成开学的情况。记得到那里的第二天，我们遭遇到一次空前规模的大堵车，泥石流导致的断交让西汉高速一个小时就压车8千多辆，被堵在其中的我们当时正赶往学校，距离目的地还有5公里。为了保证能够顺利到达，我们放弃乘车、跳下高速路，挽起裤腿，彼此搀扶，步行进山。湿软的黑泥很快包裹在鞋上，就是穿着这厚重的“泥靴”，我们在雨中的山路上跋涉，两个小时后抵达学校的时候，队员们已经分不清发梢流淌下来的是雨水、还是汗滴。

六赴汉中的经历不仅锻炼了意志、磨练了作风，也提高了我的综合业务能力，增强了面对困难、独立作战的信心和勇气。今年4月14号，青海玉树发生7.1级地震，4月15号清晨，作为天津电台唯一派往灾区的记者，我随同天津医疗救援队前往玉树。在那里，高原缺氧走路尚且心慌气短，采访时却总要奔来跑去；在那里，半个月繁重的采访一直伴着严重的头疼，一天最多3小时的睡眠让身体经历着考验，然而这却是一次心灵洗礼式的基层采访，因为，我亲眼看到医疗队员们克服着同样的身体不适，不分昼夜地抢救伤员，为一条条生命注入活力，因为队员中绝大多数都是党员，榜样的带动促使我郑重向党组织递交了《入党申请书》。

从玉树回台后仅仅两天，又接到赴上海参加世博会天津周报道的任务，我连续作战，拎起还没来得及打开的行李，奔赴上海。

基层采访让我经历了很多艰苦和磨砺，但也正是这些采访经历，让习惯了出入各种会场，赶大会、拿通稿的我，重新理解了记者这个职业，让“三深入”、“三贴近”成为一种正常的工作状态，学会了力求让每一篇报道都能有血有肉、生动丰满。前不久，我和同事的录音新闻《城际铁路开通一年　京津两特大城市“半小时经济圈”效应明显》荣获中国新闻奖二等奖，这让我受到很大的激励，我会再接再厉，不怕辛苦，不畏艰难，承担起一个新闻工作者的时代重任。　□

（作者单位：天津人民广播电台）

角色转换带来新鲜体验

董志玲

我在天津人民广播电台工作33年了，是总编室音响资料科的一名工作人员。今年8月份，我参加了第四批“百名记者在基层——生活大体验活动”，我和3位年轻记者一起到西青区辛口镇第六埠村和万德庄菜市场体验生活。在这次活动中，我经历了双重的角色变化，体验了普通菜农和身边记者们不一样的生活。

说句心里话，自己虽说是在电台工作，每天都能看到身边的记者们手持话筒、背着采访机，东南西北地跑，大街小巷地忙，一直想象他们每天的生活一定很新鲜刺激、多姿多彩。今天当我和他们工作生活在一起时，才发现他们光鲜背后的辛苦，才知道骄人成绩的确来之不易。平时，我们职能处室的日常工作节奏是舒缓的，今天做不完的工作，可以推到明天再做。但是记者工作的节奏是快速运转的，一环扣着一环，他们的工作目标是：当天的事情必须当天完成。

为了真正体验记者的工作，白天我跟他们一起采访，到田间劳动，晚上与他们一起入农户采访，可是当我坐在农家的土炕上，不一会儿，就两眼通红眼皮打架、头昏脑胀疲倦得要命，再看我身边的3位记者，思路敏捷、手指灵活、不知疲倦地记录着。事后我问他们累吗？困吗？他们回答说：习惯了。简单的话语，让我感慨万千。

接下来我还想说说在万德庄菜市场体验生活时，我从买菜的顾客到卖菜的商贩这个身份变化带给我的感受。

要说去菜市场，我可是轻车熟路，但是体验之后，我才发现，在菜市场里，这一买、一卖，可是完全不一样的感觉。平常我进菜市场买菜，总是希望人少，就怕人多，你想啊，大热天的，人挨人，挤着挑菜，感觉特别不爽。可是当我站在菜贩的位置上，等着、盼着顾客上门买菜的时候，心情就不一样了，就恨不得所有进菜市场的人，都到我的摊位上买菜，眼睛瞪得老大，伸长脖子张望着，真有一种望眼欲穿的感觉。好容易盼来了顾客，赶紧殷勤周到地询问：“您需要什么？”那真是要使出吃奶的劲留住他。等顾客选好菜之后，如果只是一样菜还好说，如果他挑上3、5样，这时就有好瞧的了，报价、拿兜、装菜、上称、算钱、收钱、找钱一套工序下来，我的感觉简直就是天旋地转、手忙脚乱、一头大汗。

老辈人有句话：看人挑担不吃力，自己挑担压断肩，真是干什么都不容易！

在基层的一个星期，我得到了一些从未有过的感受，回来后，我常想，虽然再有几年我就要退休了，但是，我要在这有限的时间里尽心尽力，为我们的广播事业多做一些工作。 □

（作者单位：天津人民广播电台）

推开一扇门　发现一世界

靳　鑫

我参加了“百名记者在基层——360行生活大体验”2010年第一批活动，在滨海新区东疆港进行了为期一周的生活体验。也是一件小事，让我对自己的采访工作有了更深的理解。

活动第二天，我们跟项目部沟通，希望到工人的宿舍，去看看他们的生活环境是什么样的。

推开门，一眼看去：酒瓶、饭盆、茶缸、烟盒横七竖八地堆在桌子上，被褥没叠——这些都符合我们记忆中对建筑工地宿舍的印象。

但是，很意外地，我们在靠墙的一张床铺的枕头边上看到了一本英汉双语词典，词典已经有些破旧了，而且上面还有一些记录的笔迹。我们几位记者同时发出感慨：哎，这本商务印书馆出版的英汉词典，跟我们中学用过的那本一样啊。大家都感到非常熟悉和亲切。

当时，东疆国际邮轮母港的建设已经进入最后冲刺阶段。项目部的工人们每天10点才放工，居然有人秉烛夜读，不断充电，这也引起了我们的好奇，于是我们提出要见见这本词典的主人。

见到这位主人时，我们更加惊讶。那是一个刚刚18岁的小伙子，标准的90后，名叫朱爱民，河北邯郸人，因为家里出了些变故，他和哥哥两个人不得不出来打工。

他跟我们说，英语是“my favorite”，他的理想是将来能做一名翻译。而说话的时候，他的身上还带着安全背带，手脚沾满了尘土和油泥。但他坚持说：“我觉得，这是可以做到的”。

朱爱民让我们想起一个在网络上点击率不断攀升的词——新生代农民工。这些已经成为城市建设中坚力量却始终游走在城市边缘的80后、90后们，他们和父辈一样，打着简单的行囊，离开农村走进城市，在那些往往是最艰苦的岗位上默默工作，换来一份微薄的收入。和父辈明显不同的是，他们对生活有着更高的追求和梦想，他们向往城市、向往成功、向往靠自己的努力改变命运。

回来后，我们几个人不约而同地把小朱写进了我们的报道稿件。

偶然推开了一扇门，偶然瞥见了一本英汉词典，偶然遇到了一个让我们心动的人，似乎也是偶然的、让我们脱离了惯常的采访报道套路，让我们的报道中不再只是塔吊林立、不再只是漂亮的沙盘模型和飞快的进度报表，而是有了小朱这样极其普通、却有着丰富内心世界、有理想、有追求，可亲可敬的建设者。

深入基层，那里有最鲜活的素材，最生动的故事，最可敬的人；基层是新闻报道的源泉，是记者成长的沃土！　□

（作者系天津人民广播电台滨海广播记者）

80米距离　冰火两重天的感觉

张雅楠

8月23日，我和另外25名新职工在两位领队老师的带领下，到位于河北省迁西县的引滦工程管理局进行了为期一周的“百名记者在基层——新兵训练营”活动。

在库区活动的第五天，潘家口水库工程管理处的副处长蔡建成带我们去登80米高的潘家口水库大坝的主坝。

走到大坝近处，我们看到，从坝底到坝顶蜿蜒着一条钢筋焊成的梯形走道。蔡建成说，他刚来的时候爬上这80米高的大坝也是双腿发软，但这里的工人们一爬就是几十年。

我也亲自体验了一下。迎着五级的大风、努力控制着不听使唤的双腿，我颤抖着走向这道铁梯。向上爬的时候，我可以逼着自己只看上面、不去想往下看的感觉，可是等走到中间一段，那段梯子几乎是水平的，不能不看脚下的路，可一看路就直接看到了大坝下面的水库。除了紧紧抓住扶手我不知道自己还做了什么。等到我一步一挨爬到主坝的最高处，我的全身都被汗水湿透了！

潘家口大坝是一座中空结构的水坝，内部有空心廊道。大坝的运行、养护工作不仅有高空作业部分，还有深入到水下的部分，那里有一个基础廊道，工人们通常在那里作业，我们随着蔡建成乘电梯进入大坝水下的廊道。刚刚在坝顶经历了太阳的酷晒汗流浃背的我们随着电梯向下运行感受着一股股凉气慢慢袭来，当到了水下廊道的时候，电梯门一开，一股刺骨的凉气钻进身体里。蔡建成告诉我们，即使是夏天，室外三十多度高温的时候，水下基础廊道的温度只有三、四度，而这里的工人师傅们就是在这样的环境下工作，一会儿外面、一会儿里面，一会儿高处、一会儿水下，一会高温、一会低温，有时候来回太频繁，顾不得换衣服，常年累月积累下来，许多工人都得了老寒腿、类风湿关节炎的毛病。

没有汽车换爬犁

天津人民广播电台供图

看到这样的工作场景，我的心被深深地触动了，这些大坝的建设者们为了天津人民能喝上甘甜的滦河水付出了这么多。而像他们一样在我们身边默默为天津经济建设、社会发展做出奉献的人还有很多很多。

当天采访体验回来后，我写了一篇关于水库大坝维修工的小稿子“80米的高度，冰火两重天的感觉”。

如果作为一名游客，我可能会满足于远远看到水库大坝，感受它的壮美。但在新兵训练营，我一步一步走近大坝，用脚走过它、用手触摸它、用心感受它，见证着我职业生涯的第一步。　□

（作者系天津人民广播电台经济广播记者）

遭遇特大暴风雪

孙　阳

此时，站在演讲台上，我的思绪又飞回到了2007年的北大荒之行。那一年2月27日，我和队友一行8人来到黑龙江省萝北县境内的共青农场天津庄，重温那段新中国历史上波澜壮阔的建设史，感受在那里坚守了50多年的老垦荒队员的生活。

这次活动让我走出了小小的播音间，走进了一段激情燃烧的岁月，而回归途中我们遭遇的那场50年不遇的特大暴风雪更让我经历了一次从未有过的考验。

3月5日，农历正月十六是我们预计返程的日子，因为正值春运高峰，我们只好租乘一辆中巴车先回哈尔滨。出发的时候，外面已是一片银白的世界，风也越刮越大，积雪也逐渐多了起来。

我们的车子一路经过佳木斯、鹤岗，到了香兰县风雪越来越大，积雪之下，道路坑洼不平，车速明显降了下来，勉强行驶到一处风口路段，我们的车子突然开始打滑，再也开不动了。经验丰富的司机立即意识到问题严重，他告诉我们“道眼飘死了，得赶紧掉头，晚了就可能撤不出来了”。我们马上全体下车，司机师傅一边发动车辆，一边指挥我们推车。那时的风力足有8、9级，人几乎站立不住，强风不断把大量积雪刮到车前，迅速淹没了车轮，我们在司机师傅的指挥下，一会车前，一会车后，用手刨、用脚登，把车轮下的积雪一点点移开，但是因为没有工具，我们除雪的速度远远赶不上大雪堆积的速度，车子一直在原地打滑，根本动不了。这时后面跟上来一辆车，看到这种情况急忙将车停下，他们车上带着的一把铁锹给我们帮了大忙。有了这把锹，铲雪的速度快多了，大家齐心协力，喊着口号推着车子，终于车子能够移动了，我们看到了希望，大家互相鼓励，坚持着，一点一点地掉头，一寸一寸地前进，终于，车子成功掉头，脱离了积雪地段，大家紧张的心终于放了下来，不由得发出一阵欢呼！

“百名记者在基层”活动开展5年来，我的很多同事都有过类似的经历，2009年赴陕西宁强略阳小分队汽车陷入溪流4个小时无法自救；赴西藏小分队队员要在严重的缺氧反应中坚持工作；至于交通断绝、吃不上饭、去不了厕所以及上不了网、传不了稿子等等这样的事就更多了。

走出去，总会遇到坎坷、遇到困难，这样的磨练是成长中的我们必须经历的！　□

（作者系天津人民广播电台新闻广播主持人）

天津电视台用实招抓播音主持队伍“三项学习教育”成效显著

张　虹

从2004年开始，天津电视台按照三项学习教育活动的指示要求，在台长万克、总编辑翟振江的直接部署和指挥下，对全台播音员主持人进行大力度的管理改革创新，一系列不同于过去的思路和办法在管理实践中逐一落实，在队伍中引起强烈震动。经过几年时间，队伍的精神面貌有了很大改观，人员专业素质和节目质量得到明显提升，整体实力大幅增长，得到了专家和全国同行的关注和肯定。学习与考核成为改变播音员主持人的有力助推力量。

活跃在天津电视台荧屏上的播音员主持人，是一支年轻、充满朝气活力和创造性的优秀人才队伍，但客观上存在着“两好两少”的特点，即：屏幕形象好，教育背景好，可是社会阅历少、实践经验少。播音员主持人形象漂亮，持有大学本科学位证书，在具备了优秀主持人基础的同时，由于年轻，缺乏新闻实践锻炼，对电视节目的理解和整体驾驭能力偏低，专业劣势较为突出。尤其在上岗之初，自我认知过高，而对专业技能的学习意识不强，被人戏称“花瓶”。

为此，天津广电集团主任、台长、台播音员主持人协会名誉会长万克提出，播音员主持人要“多接地气”“夹着尾巴做人”，强调只有深入到新闻一线，与一线生活紧密结合，主持人才能在屏幕前放下虚假的矫饰状态，表达出一个新闻工作者的真情实感。台总编辑、播音员主持人协会会长翟振江提出播音员主持人要“记者化”，“把花瓶变成墨水瓶”，以此激励播音员主持人不能仅仅满足于作漂亮的花瓶，而要让“花瓶”变成电视发展需要的富于知识才能的“墨水瓶”。

为落实台领导的指示要求，新闻部门在节目中开辟了“百名记者在基层”、“主持人大体验”等栏目，播音员主持人走出演播室，深入到新闻一线采访报道，在各行各业的生活中亲身学习体验感受，积累生活经验，与受众零距离交流。

播音员主持人协会在全台各频道部门的大力支持下，开展了一系列的业务拓展活动。在鼓励播音员主持人参加各种专业的学习进修之外，经常为播音员主持人开展业务讲座，分期分批组织专家学者为大家进行一对一的辅导，营造浓厚的学习氛围。

从2004年开始，天津电视台出台了一整套考核管理办法，每年对播音员主持人进行严格的业务考核，聘请全国一流专家担任考核评委，对播音员主持人的节目和与评委的现场交流阐述进行评估打分，台里根据考核成绩评选出“十佳”“十优”播音员主持人，并给予不同级别的奖励，将考核成绩不合格的播音员主持人，及时调离播音主持岗位。凡是新进台的播音员主持人也需经过考核专家的认定才能上岗。

至今6年间，考核共进行了五次，共有13位播音员主持人按照

考核办法转岗，15 位年轻的更具有成长潜质的优秀主持人加盟到队伍中来。考核机制拦住了过去的“关系”“门路”，为所有从业者制定了准入门槛，同时也使过去只能进、不能出的播音员主持人队伍成为了能进能出，能上能下的“活水”，解决了一直以来困扰全台的机制难题。

通过不断学习，播音员主持人的队伍素质不断提升，精神面貌有了很大改观。

心灵升华工程让主持人的思想境界不断提升

为进一步提升队伍的政治思想水平，台里积极倡导播音员主持人参与社会公益活动。万克台长多次要求播音员主持人克服骄娇二气；翟振江总编辑强调：“不会哭的人，笑是假的。”要求大家必须亲身了解人民群众的所思所想，在新闻实践和社会公益实践中努力培养自己作为新闻工作者对人民群众的深厚感情。只有切身地融入到百姓的生活里，才能让自己和节目真正实现与观众的“心灵对接”。

为此，天津电视台组织全体播音员主持人开展了一系列社会公益活动。从赴西柏坡老区接受革命传统教育，到为福利院的孩子捐款捐物，从为灾区群众捐款到参加各种义务劳动，播音员主持人的公益意识和社会责任明显提高。很多播音员主持人开始默默无闻地为弱势群体提供帮助。主持人高岚，多年如一日资助一位残疾老人，直到老人去世。播音员李明娟，从报纸上看到一个单亲家庭的女孩子因为贫困上不起大学，每年拿出一万元资助女孩，如今女孩已经毕业走上工作岗位，却仍然不知她的资助者是天津电视台的著名播音员。主持人尹畅，在拍片的过程中走过很多偏远贫困乡村，他们带着真挚的情感走到哪里就捐到哪里，有时甚至自己饿着肚子，也要把最后一点钱捐出来。至今尹畅和她的节目组仍在为广西的失学女童做着很多公益工作。2008 年汶川地震后，很多主持人自发地带着家人到慈善协会和红十字会捐款，并做义工服务；一些主持人在积极参加赈灾义演同时多次为灾民捐款。他们与灾区同胞同呼吸共命运的真挚感情带动了很多市民加入到捐助队伍中来，并给观众留下了很深的印象。

从 2007 年开始，天津电视台组织所有播音员主持人加入了天津市志愿者协会，成为集体会员，并在天津蓟县上仓中学建立了志愿服务基地。每年，大家都为该校家庭贫困的学生捐款 5 万元。至今三年来，全体播音员主持人已经为孩子们捐款 15 万元，大家还担任了学校的校外辅导员，三年来不管寒暑，都不定期到学校为学生们上班会课，与学生亲切交流。主持人们说，孩子们的信任与真诚让我们意识到自己作为新闻工作者的社会责任，他们的愿望就是我们努力的方向，也督促我们以更高的标准严格要求自己，不断地为观众做出优秀的节目，做称职的媒体人。

2009 年，天津市志愿服务联合会授予天津电视台播音员主持人“天津志愿服务集体金奖”。李明娟被授予志愿服务个人金奖。

在一系列的公益实践活动中，播音员主持人们真切地感受到了生活实践中真善美的力量，体会到打动自我、打动观众的情感触点，用心领悟到作为媒体人所肩负的职责与担当。

坚持改革激发出播音员主持人队伍的蓬勃活力

到目前为止，一大批播音员主持人受益于管理改革机制快速成长，截至 2010 年 7 月，天津电视台持有硕士学位以上学历播音员主持人 13 人，其中持有博士后学位的主持人王晖于 2007 年作为天津第一位主持人援藏干部，到西藏昌都电视台工作，担任昌都电视台书记、常务副台长。他带领全台干部职工艰苦努力，取得辉煌成绩，他本人也连续获得了全国突出贡献台长称号、全国广电系统优秀工作者称号，今年又获得“中国骄傲 · 中国时代十大新闻人物”等光荣称号，成为天津电视台播音员主持人的骄傲。几年来，天津电视台共有 6 位播音员主持人获得全国播音主持“金话筒奖”，两位主持人获得金鹰奖主持人“提名奖”，五名主持人成长为副处级以上干部，八位主持人走上科组长制片人岗位，他们带领的团队和节目在国家级的评奖中屡获大奖。三位主持人成为天津市政协委员。

2010 年，天津电视台新建的数字大厦全面启用，高清信号陆续传至千家万户。新天地，新视野，为天视成长搭建了金色舞台，也为播音员主持人的成长开辟了更广阔的天地，让播音员主持人和天视团队共同携手，以更专业的媒体精神，为观众打造更富现代品质的传媒品牌。 □

（作者单位：天津电视台）

一次采访　终生受益

康与民

我参加了莱芜日报社组织的所有下基层采访活动。特别是第一次下基层采访活动，虽然已经过去了近十年，但仍然记忆犹新。

那是2002年4月2日，一个阳光明媚、春意融融的好日子。上午10点多，莱芜市钢城区颜庄镇疃里村迎来了三位脚登自行车、风尘仆仆的不速之客，他们就是莱芜日报社“记者下基层”采访报道活动的首发“阵容”：康与民、刘静、桂元三位记者。

记者在基层采访一个月，吃住在基层。当我们骑着自行车走村串巷的时候，当我们在农民的炕上住下来的时候，那种感觉是不一样的。我总结了“两个不一样”：住和不住不一样，骑车和坐车不一样。当我们骑着自行车进村的时候，老百姓对我们是那样的欢迎和亲切。地头堰边，我们和老百姓一样盘腿一坐，一下子拉近了记者和老百姓的距离，老百姓就愿意和我们交谈，愿意把心里的话告诉我们，愿意为我们提供报道线索和素材。我们在颜庄镇的疃里村住了4天，吃菠菜、豆腐，可以说是粗茶淡饭，但我们和村里的百姓感情却特别好，三天时间里写出了两篇获山东新闻奖的稿子，一篇是《老头子市里听民声》，一篇是《三进牛马庄》。

过去记者坐在办公室里，泡在会议场上，老是抱怨没有新闻写，找不到题目写，写不出好新闻。这次下到基层，记者们都感到新闻素材取之不尽，用之不竭，有写不完的鲜活新闻，亲身感受到基层的确是新闻的沃土和源泉。好题目是跑出来的。比如《老头子市里听民声》，不是“规定动作”，是记者发现的。记者在疃里村采访，无意中发现一棵大槐树下，经常有那么几个老头儿扎堆聊天。我凑上前去，和他们拉起了家长里短。他们不知道我是记者，我也没有拿采访本记录，聊着聊着，就听出了老百姓的心声，可以说角度新颖，内容充实可信，顺手捻来，这篇新闻获得了山东新闻奖。

《卖菜》是记者策划的亲历式采访。因为写菜农的稿子很多，如何写出新意？我们想了一个办法，让记者实实在在地当一回菜贩子，记者自己花钱，让记者亲自批、亲自卖，结果当然是赔了本。也正是赔本，更引发了记者的思考，实实在在地感受到，菜农是多么的不容易。老百姓增收的历程是多么的艰难，一分钱都来的不容易。

基层不仅是新闻的富矿，也是记者思想锻炼的好课堂，历练作风的好战场。过去记者往往思想有娇气，表现有傲气，作风有躁气，往往当“坐堂记者”，泡在会议多，下基层少，报道上层多，报道基层少，难以深入扎实，甚至就材料改新闻，总是离基层和群众远。记者下基层，吃住在基层，生活在群众中，了解到了基层干部工作的艰辛和群众的疾苦，学到了基层干部群众不怕艰苦、不记得失、无私奉献的精神和扎扎实实的工作作风，从而受到深刻的教育，精神为之振奋，作风为之转变。下基层采访，不仅是一次新闻报道，更是一次陶冶情操的实践活动。　□

（作者单位：莱芜日报）

记者下基层是抵制“三俗”的天然利器

李玉亮

胡锦涛总书记在中共中央政治局第二十二次集体学习时强调，要自觉践行社会主义核心价值体系，坚持社会主义先进文化前进方向，坚决抵制庸俗、低俗、媚俗之风。

对此，我深表赞同。作为一个连续10年参加莱芜日报社“记者下基层”活动的记者，我深深感受到，深入基层，贴近群众，是着力培养一支对党忠诚、对人民忠诚、有活力、有担当、有责任的新闻工作者队伍的必由路径，也是坚决并有效抵制“三俗”的天然利器。

记录社会变迁、反映基层需求，是记者的天然职责。可以说，作为一个新闻工作者，只有深入实践，才能获取真知，远离“三俗”；反之，就会陷入“三俗”的泥沼不能自拔，最终害人误己。通过下基层活动，记者能在群众的创业发展的伟大实践中得到思想的磨练，修养的提升和灵魂的净化，能在和群众的沟通交流中感受平凡、热爱生活，进而从思想上成功筑起新闻事业与“三俗”之间的隔离墙。

记得2001年，我首次参加记者下基层活动。面对简单而复杂、单调而纷纭的乡村生活，我感到无从着手、无法下笔，颇有老虎吃天的感觉。没办法，我就借雪野镇召开村干部会议的机会，拉住村支部书记聊了一会，结果他告诉了我一个难得的好新闻线索：该镇小楼村出了一位救人英雄。真是如获至宝，我立马赶往该村进行了采访，并以《深山绝响》为题，对这位从姜井里将中毒村民救出自己却不幸牺牲的青年英雄事迹进行了全方位的报道。该稿件在《莱芜日报》头版头条刊发，受到了社会的广泛关注。

在第二年的下基层活动中，我又抓到了一件鲜活新闻：一个农村妇女在丈夫高度瘫痪、子女需要抚养的艰难条件下，顶着世俗的压力带着丈夫改嫁。但由于事件极为复杂，我没有在《记者下基层》栏目中刊发，而是在活动结束后，集中精力写了连续报道，以《一位山里女子的故事》为题，在莱芜日报《鲁中晨刊》上进行了上万字报道。

下基层与老百姓同吃同住同劳动，是新闻记者“三贴近”的具体表现。贴近，才生动；贴近，才深该；贴近，才能写出老百姓爱看的好作品；贴近，才能做老百姓期待的好记者。我在下基层活动中，灵感得以激发，文思得以泉涌，《循环产业链让灰坝不再长高》、《拆的是旧，建的是“心“》、《产学研结合“催熟”农民果蔬专家》、《一位女研究生村官的朴素转身》等一个个鲜活作品成为当日报纸的亮点，受到读者特别是基层干群的好评。正是在这样的环境和机制下，我由一位门外汉成长为莱芜日报社的首席记者。在我获得的数十篇省以上奖励的新闻作品中，80%以上的作品是出自记者下基层活动。

我和我的同事们的经历表明，抵制“三俗”，必须从基层起步，并最终落脚于基层。在一次中报联举行的业务研讨会上，一位业内权威说，新闻工作者居于新闻传播的核心环节，他们的思想认识、社会认知、业务素养、道德作风直接关系到新闻宣传工作的质量与效果。

不下基层的记者不会是一个好记者，只有“沉下去”，服务百姓、挖掘生动事例、汲取新鲜营养，才是记者成才的必由之路。 □

（作者单位：莱芜日报）

捧给读者水灵灵的新闻

——莱芜日报记者下基层活动侧记

李高实

只有走进村　才能写好村

7月流火，酷暑难耐。莱芜日报记者们来到卞官庄采访，村支部书记卞友善见记者来村采访，很激动，不知道怎么接待记者。记者们告诉他：要讲享受，不来卞官庄。

第一天被安排在村里唯一能住人的小饭店里，那床和地铺差不多，但有空调，据说这是卞官庄村唯一的有空调房间，但找不到空调遥控器。一个晚上，冻醒了关，热醒了开，折腾得没睡好。这些都不是主要的，记者们心里放不下的是采访。晚上才发现,住的这个地方，离村还有约一公里。住村采访主要是为了体验卞官庄人的生活。离村这么远，怎么体验？第二天，记者们坚决要求到村里住。卞友善很为难，说村里没地方住啊，只能住在村办公室的沙发上。从第二天起，记者们住进了村办公室，办公室窗户还用塑料布密封着，不透气，屋里像蒸笼一样，汗水顺着脊梁往下淌。人造革沙发和汗水沾在一起，粘乎乎的，身子一动，肉皮沾起老高。再就是蚊叮虫咬，办公室平时不住人，一旦来了人，蚊子、虫子都上来“饱餐”一顿，第二天，记者们身上全是红疙瘩,但一声不吭，在村里采访了5天。

从卞官庄回来后，大家感慨地说，写人要走进人的内心世界；写村要住进村。住村采访的那种直观印象、感观体验，是任何文字材料和采访对象都写不出来、说不出来的。只有住进村，才能写好村。因为住村，才亲眼看到了早上4点多村民自发打扫卫生的场面；才亲眼看到了早上5点20分开村民大会的场面；才在晚上10点遇到了巡夜的村民。

深入基层抓“活鱼”
深入田间采“百花”

下基层记者的工作常和一个“苦”字连在一起。苦中有乐，乐在苦中。1995年进行的《长城行》采访活动。是莱芜日报最早的下基层采访活动，唐文芳和康与民两名记者从5月15日至6月15日，整整用了一个月的时间，徒步对齐长城进行了丈量，他们翻越了128个山头，先后用断了三根尼龙绳子，一路攀登，一路丈量，一路采访，一日行一村，一天写一稿。

攀悬崖爬峭壁已成了“家常便饭”，穿荆棘走利石“胜似闲庭信步”。一个月下来，他们习惯了就着山风吃火烧，躺在羊粪上睡大觉；习惯了喝漂着羊粪的河水不觉脏，出一身臭汗不觉不自在；习惯了太阳曝晒不怕热，肉皮像头屑一样脱落而不觉痛。沿途采访了5个乡镇、28个村庄，500多位干部群众，行程几百公里，用真实的感受和所见所闻，写下了32篇、7万多字的新闻通讯。

记者下基层采访，走村串户，听农民讲，看农家变化，找村干部

保定媒体开展“工业西进”主题采风活动

赵志敏

6月7日至29日，保定市委宣传部、保定市新闻工作者协会联合组织保定日报、保定晚报、保定电视台、保定电台、保定广播电视报、全保定网等六家新闻媒体14名记者、编辑开展了“西部山区‘工业西进”主题采风”活动。

此次采风活动以保定市委、市政府为加快西部山区工业化进程，促进山区经济发展制定的“工业西进”战略内容为重点，采取纪实性采访，对实施“工业西进”战略给山区经济和人民生活带来的实质性变化从多角度、多侧面的进行全方位报道。在20多天的采访行程中，采访团一行走遍了西部8个山区县，深入一线、深入企业、深入厂矿，深入乡村，共采访了28家工业企业、8个工业园区、2个文化产业园，以及保阜、张石高速路建设情况，走进12个乡村了解基层党组织建设和农家乐、农家游产业发展情况。记者们把笔触、话筒、镜头对准投资者、创业者、企业职工、种植专业户等人物，从不同行业的发展来反映保定市西部山区的变化，用典型事例诠释“保定经验”，报道贴近实际、贴近民生，采写各类体裁的新闻稿件百余篇。活动提升了保定市各新闻媒体的亲和力和影响力，增强服务大局意识；同时为年轻的记者搭建了学习的平台。 □

（作者单位：保定市新闻工作者协会）

聊天，很多语言都是“原汁原味”。不看内容，光看题目，就让人感到耳目一新。比如《老头子市里听民声》、《“养鱼不如养水”》、《从卖“山头”到卖“生态”》、《“‘搂钱筢子’多了几根齿”》等等。

田间地头，是新闻生存发展的土壤。深入基层抓“活鱼”，深入田间采“百花”。莱城工业区杨全成是个老典型，很难再写出有新意的新闻，年轻记者刘华深入村企采访三天，数易其稿，写出了让人耳目一新的《杨全成：事业是他生命的“支架”》。

下基层采访，成为报社记者的擂台赛，每位记者都不甘落后，力争写出好稿子。在深入采访的基础上各显文采，巧用技法，每篇报道都选题鲜活，现场感强，语言生动，内容充实，题材丰富，标题新颖，篇篇都有特色，而且不乏精品之作。记者康与民的作品《聚焦三农》系列报道获得山东省精品工程奖；《老头子市里听民声》、《三进牛马庄》等68篇下基层新闻稿件，曾获得山东省新闻奖等各项奖励。

一位网友发帖说：捧读这些来自农村一线的鲜活报道，令人耳目一新，倍感亲切。倾听着充满喜悦的乡音，咀嚼着各地在破解“三农”问题上的“招招鲜”，品味着农民殷实富足的小康生活，让人们充分领略了新时代农民的精神风貌和社会主义新农村的无穷魅力。 □

（作者单位：莱芜日报）

强化舆论引导　勇担社会责任

——云南新闻界“做负责任媒体”经验交流会侧记

云南省“三项学习教育”活动领导小组办公室

“做负责任媒体，让党放心人民满意。”2009年11月7日，云南省新闻媒体代表在昆明市金马碧鸡广场举行宣誓活动，向社会作出郑重承诺。

2010年11月6日，在第十一个记者节到来之际，云南新闻界“做负责任媒体”经验交流会在昆明召开，新闻媒体同仁再次作出庄严承诺：“提高舆论引导能力，塑造良好形象，承担社会责任，打造权威媒体”。

为了做负责任媒体，过去的一年里，云南新闻界把做大做强正面宣传、壮大积极健康的主流舆论作为自己的首要任务，积极做好突发事件的舆论引导，稳妥把握社会热点，着力疏导社会情绪，注重塑造媒体自身良好形象，整治虚假新闻、有偿报道、低俗报道、不良广告的工作取得较好进展。省委常委、省委宣传部部长张田欣在给经验交流会所致贺信中指出：事实证明，我们的新闻队伍是一支政治强、业务精、纪律严、作风正的队伍，是党和人民完全可以信赖的队伍。省委宣传部副部长、省新闻战线“三项学习教育”活动领导小组组长伍皓也在讲话中充分肯定了一年多来全省新闻战线践行公开承诺、秉承宣誓精神、以实际行动不断向社会展示负责任媒体形象的良好表现。

经验交流会上，云南日报、云南人民广播电台、云南电视台、云南网、昆明日报、春城晚报、保山日报等多家媒体负责人作了交流发言。

云南日报：践行党报承诺

在遵循新闻规律的同时，我们力求快（增强典型报道的敏锐性和引导力）、深（增强报道的启示性和冲击力）、新（增强报道的亲和性和感染力）、活（增强报道的辐射面和影响力）。

——云南日报报业集团副总编辑 何侃

伍皓在交流会上作主题发言

云南省“三项学习教育”活动办公室　供图

这一年，怀着与党同心、与人民同行的新闻理想，云南日报严守“做负责任媒体”的承诺。从抗旱救灾到省委中心组一线调研学习，再到最近省委、省政府集体调研等一系列重点宣传中，云南日报变“被动跟进”为“主动引领”、化“宣传要求”为“新闻需求”，一次次超越了传统眼光对党报的定位。

仲秋时节，沿湄公河逆流而上，云南日报人踏上了走访与七彩云南山水相连的越南、柬埔寨、老挝的征程。此前，“云南日报南亚采访团”延伸向南方睦邻的脚步引起社会上的广泛关注，秦光荣省长对此次调研报告给予批示肯定，中宣部新闻局也对此评价道：“云南日报派出记者走东盟，探中南，为推动桥头堡建设营造了良好舆论氛围”。

在关注全省调结构、转方式破冰前行的关键时刻，云南日报通过发表一系列通讯和评论，朗声道出“发展不唯GDP”的科学道理。在对龚曲此里、刀会祥、杨善洲等重大典型物进行生动刻画后，他们就像同事、朋友、亲人一样，走进了读者的情感世界。

一年的时间会让新闻过时、纸张变旧，但对“快、深、新、活”的追求与责任担当，却将云南日报与读者的心始终联系在一起，永不褪色。

云南人民广播电台：沟通构建和谐

希望媒体同仁能够充分认识建设“负责任媒体”的重要性、必要性，坚持社会主义先进文化前进方向，坚定抵制“三俗”之风，为全省经济社会协调健康发展营造良好的舆论氛围。

——云南人民广播电台副总编辑 雷激

为履行“做负责任媒体”的承诺，云南人民广播电台对杜绝有偿新闻、虚假报道，以及抵制“三俗”等提出明确要求。从2004年起，云南人民广播电台实现了管理和经营分离，形成签单、录入、终审的广告内容“三审”机制，确保广告节目能够合法经营、规范播出。围绕节目质量评估和节目考评，云南人民广播电台先后制定、完善了编委会、编前会制度，并出台了《重大突发公共事件宣传报道应急预案》、《监听工作办法》、《医药类节目播出“十不准”》等规章制度。

为做好重大新闻报道、热点新闻报道和敏感新闻报道工作，云南人民广播电台始终将“监督成就高效，沟通构建和谐”作为宗旨。例如，《金色热线》节目开办4年来，现已成为推动政府工作、解决民生问题、沟通政府和群众之间的桥梁和纽带。截至今年10月15日，在主办、承办单位和各有关厅局的密切配合下，数十位厅级领导先后走进直播间，共接到听众投诉、咨询电话和短信684件，现场受理327件，按时办结602件。

云南电视台：打造绿色传媒

媒体有两个社会责任：一是新闻报道真实客观（基本责任），一是坚持正确舆论导向（重要责任）。要做“负责任的媒体”，一定要在这两方面扎扎实实地做好工作。如果连这两点都做不到，就不能称为“负责任的媒体”。

——云南电视台台长 赵树清

在媒体竞争日趋激烈的当下，云南电视台以绿色收视、绿色传播、绿色产业（创意）为核心，全力打造具有人文气质、社会责任感和传播价值的绿色传媒。

面对罕见的干旱灾害，云南电视台先后组织了《抗旱救灾 情暖人间》、《80、90 我们在一起》和《抗旱救灾 我们在行动》3场以抗旱救灾为主题的大型直播晚会。尤其是《抗旱救灾 我们在行动》晚会，在海内外产生了巨大反响，共募得善款物资2.76亿元，短信捐款110多万元。《人民日报》载文指出：“我们为这台晚会高扬社会主义核心价值而振奋，为主办媒体自觉担当社会责任而喝彩！”

在坚决抵制低俗、媚俗、庸俗，着力打造绿色收视、绿色传播的过程中，云南卫视取消白天全部10个时段的二类广告，既净化了荧屏，又提升了收视率。

今年，本着“反映云南生态大省地位，体现云南媒体责任”的自我要求，云南电视台策划启动了“给地球一个承诺 做生态公民”大型电视活动，预计于2010年12月31日晚推出大型跨年晚会《地球之声》，并通过云南卫视，联合凤凰网、搜狐网、百度、网易等门户网、视频网络向全球现场直播。

云南网：“全媒体”先声夺人

只有负责任的媒体才能在激烈的新闻竞争中立于不败；不负责任的媒体，只能自毁公信，终将被公众唾弃——这也是媒体的生存法则。

——云南日报报业集团副总编辑、云南网总编辑 柴红飚

作为云南省重点新闻网站，云南网成立两年多来，始终谨记新闻媒体的责任感和使命感，坚守云南新闻的网络阵地，真实、准确、全面、客观地做好新闻报道。

2009 年 11 月 21 日，昆明螺蛳湾批发市场发生上千商户上街堵路事件，云南网记者第一时间到达现场采访，发布权威报道。针对事发后各种揣测和谣言在网络上传播的事态，云南网逐一调查核实回应，主动向省外兄弟媒体通报并提供真实情况，使谣传和不实报道没了市场。在 2009 年第四季度地方应对网络舆情能力排行榜中，云南“短平快”新型尝试应对昆明处理螺蛳湾事件排名第二，获得“政府应对总体较为得体”的评价。

今年 6 月 25 日，马龙县特大暴雨洪涝致县城 3 万人受灾，云南网发挥自身“快”及“全媒体”优势，第一时间发布大量高清组图和网络视频，让网民了解到灾情，相继被新浪、网易、搜狐、腾讯、凤凰网等多家网络媒体转载。

春城晚报：责任就是担当

新闻媒体应使自己的工作有利于增强整个社会的理性精神和建设态度，有利于经济社会的健康发展和社会各阶层的和谐，有利于增进人民群众对党和政府的信任。

——春城晚报总编辑 张剑翔

春城晚报创刊 30 多年来，本着用人格捍卫报格、让使命高于生命的新闻职业精神，始终践行让党放心、让人民满意的庄严誓言。

多年来，春城晚报拒绝低级趣味，拒绝假新闻，倡导主流、温暖、积极、责任的新闻理念。从拆除防盗笼到滇池治污，再到交通解堵……我们的记者走近“两会”代表委员，用心聆听，替民众发问。20 多年前“昆百大爆炸案”、1998 年抗洪救灾、2008 年昆明公交车爆炸案、汶川地震、玉树地震、云南边防英雄在海地维和牺牲……春城晚报记者总能第一时间赶到现场，迅速、有效地发回报道。

正是由于坚守新闻责任，春城晚报涌现出一大批名编辑、名记者。例如，驻西双版纳记者戴振华以一个新闻人的责任和良知，不畏阻力报道了中国香港地区伪慈善家李国华在大陆敛财并猥亵、诱奸女童的龌龊勾当，使得海内外各大媒体竞相追踪报道，促使警方跟进调查取证，最终对李国华施行拘捕。戴振华因此荣获“2009 年全国优秀新闻工作者”称号。

昆明报业传媒集团：保持公信力

做负责任的媒体，最重要的就是要维护媒体的公信力，而新闻真实是维护媒体公信力的根本保障。

——昆明报业传媒集团党委书记、董事长 姚宏

近年来，昆明报业传媒集团从整顿新闻队伍的不良思想、不良作风入手，抓大事、抓典型报道，切实提高新闻舆论引导能力。

2010 年，昆明大事多、急事多、任务重。重大工程开工、城中村改造、交通压力、防盗笼拆除、滇池治理……面对部分群众对于出行不方便等方面的怨言和一些社会矛盾，昆明报业传媒集团充分调动党报的优势，积极关注政府职能部门、群众生产生活动向，做好舆论引导，化解矛盾，在民众与政府之间架起一座有效沟通的桥梁。例如，在昆明遭遇特大干旱的报道中，报业集团统筹协调所属各媒体全力投入，《昆明日报》组织农、林、水、电、气 5 家政府职能部门负责人在报纸与网络上与公众见面，就大家关心的供水、供电、粮价、菜价等民生问题答疑释惑。

去年，报业集团所属《都市时报》的“昆明读本”启动了“阳光行动”。“读本”摒弃凶杀、猎奇等稿件，不再有闻必录，也不再“拾到篮中都是菜”，而是选择社会生活中那些温暖的细节、那些容易被人忽略的人性闪光点，倡导一种生命和谐与人文关怀。一年以来，“读本”追求阳光、积极新闻品质的理念得到了广大读者的认可。

一线记者声音

戴　川：征程不辱使命

2010 年 9 月 29 日，在辗转越南、柬埔寨、老挝 3 国 12 天、行

程4000余公里后，由云南日报报业集团党委书记、社长罗杰率领的考察采访组从老挝琅勃拉邦乘车回到磨憨口岸。

这是一次文化的溯源与认同。越南河内，文庙深深，千百年来香火旺盛；湄公河入海处，圆月当空，胡志明市的中秋气氛丝毫不逊于湄公河源头所在地——中国；柬埔寨吴哥窟，气势恢弘，令人感受到可以媲美万里长城的伟大气概……很明显，相近的地域文化、相似的生活习俗已经在历史长河中交融成一种相互认可、亲近的文化基因。

这是一次商贸的往来与合作。在老挝万象，华商已经成为当地投资的主力军，尝到甜头的他们信心百倍。我们采访组一行拜访了三国地方官员，虽然语言不同，但双方表达了同一个主题——欢迎投资兴业。值得一提的是：在万象，随处可见挂中国景洪车牌的自驾车车队；在河内，我们也遇到了玩转云南丽江、香格里拉的一帮越南车友会汉子。毫无疑问，“桥头堡战略”的实施和中国—东盟自由贸易区的建立，将使云南在繁荣东南亚经济商圈的契机中如箭在弦、蓄势待发。

这是一次肩负使命的远行，这更是一次不辱使命的征程。在云南建设面向西南开放“桥头堡”的征程中，云南日报报业集团的同仁们永远在路上，步履更坚定、更快捷。

张　锐：忠于记者天职

6月26日11时，接到省政府办公厅四处来电：“马龙县昨晚遭受特大暴雨袭击，省领导要紧急赶往灾区……”我的第一反应是：“马上去现场。”

云南日报应对突发事件报道有完善的预案，这个预案从我接到电话那一刻就已被紧急启动。虽然仍处于病假期间，但我出发的步伐一刻也未犹豫。

汽车在崎岖的山路上颠簸3个小时后到达受灾最重的月望乡小海子村。

“你脚下踩的就是我家。”一位怀抱小孩的妇女说。

“现在最急需政府做什么？”省领导询问。

“人没有伤着，房子我们能重新建。谢谢政府的关心。”妇女回答。

大灾当前，作为记者，第一责任是客观、准确地报道灾情，让外界的关注、关心汇成爱的海洋，帮助受灾群众渡过难关，同时也把灾区人民的决心与信心传递给全社会。

那一天，为了采写新闻，我与各路记者连续奔波了10多个小时。紧张、饥饿、劳累让我真想躺下来好好休息一下，但一想到还有那么多人在等待来自灾区一线的消息，我就又振作精神，重新投入。

当我们将最后一篇稿件发回报社时，已是凌晨两点。

程三娟：采访注重延伸

“你是谁？”

“云南日报记者。”

“有什么事？”

“为报道杨善洲同志，我想采访您。”

国庆长假的一天晚上，为了进一步了解西南林业大学党委副书记、教授李永和为杨善洲功德碑拟定碑文的来龙去脉，我拨通了李教授的电话。

采写杨善洲系列报道期间，像李教授这样被我用电话“穷追猛打”、刨根问底的采访对象还有很多：为了弄清楚杨善洲从宾川嫁接回去的大拽梨究竟什么样子，我与杨善洲昔日的秘书祝正光在电话中聊了很久；为了核实保山日报苏加祥老师文章中提到的一些我不曾了解的事情，我一次次拨通了他的电话；当然，联系最多的还要数大亮山林场场长董继军了，补充采访、核实细节、了解最新情况……都没少麻烦他。

作为云南日报的记者，我很珍视负责任媒体的品牌形象，也极力在采访过程中投入高度的热情和努力。在采访时间紧张、条件受限的情况下，难免会留下遗憾。所以，每次采访前后，我总会留心记下受访人的联系方式，方便以后查缺补漏和答疑解惑。我认为，把采访在电话中进一步延伸，也就是把媒体人的责任在电话中进一步延伸。　□

浙江省记协举办“主流媒体如何引导网络热点”专题研讨班

曹　峰

2010年11月16日至18日，浙江省新闻工作者协会在杭州举办全省报业、网络“主流媒体如何引导网络热点”专题研讨班，来自省、市、县报纸和新闻网站的80多名新闻采编骨干参加了此次研讨班。省记协副主席应金泉主持会议。

11月16日上午，省委宣传部副部长鲍洪俊在研讨班上就网络如何影响百姓生活和社会舆论、传统媒体如何引导网络热点两个方面作了重要讲话，深刻阐述了传统媒体应承担的政治、文化、职业、传播知识信息、审美五个责任，并就传统媒体如何引导网络热点，提出了四个方面的要求：一是要在政治导向、政策导向、社会稳定导向上发挥积极的作用；二是要争取做网络舆论的发源地，禁止媒体联盟进行异地负面报道；三是要在权威性、公信力引领上发挥作用，不能为了单纯追求阅读率而哗众取宠，要靠思想性来体现新闻价值；四是传统媒体要在创新引领上发挥应有的作用。

研讨班邀请了业界、学界的专家、学者作专题讲座。

人民网舆情监测室秘书长祝华新作了《传统媒体与网络舆情的互动》主题报告，阐述了主流媒体的责任和风范，并结合具体案例指出传统媒体传播方式的变革路径和应尽的社会责任。

浙江大学传播与国际文化学院教授易容作了《新传播下公民舆情引导与媒介责任认识》业务讲座，就网络舆论“推手”与国内传统新闻宣传舆论引导规律、如何应对挑战、主动直面网络热点、掌控社会舆论良性发展等方面作了多角度阐述，拓宽了大家的知识面。

浙江在线管委会主任项宁一作了《互联网时代突发事件（网上热点）的传播引导》专题讲座，就互联网时代的传播特点、舆论热点炒作的特点与规律进行了具体分析，以丰富的实践经验阐述了传统媒体在引导网络热点中应承担的社会责任。

这些讲座，使大家深受启迪，获益匪浅。

五位来自新闻单位的同志作了典型发言。他们围绕“主流媒体如何引导网络热点”的中心议题，结合媒体的新闻实践，总结典型经验，探讨网络热点引导的新闻传播规律、路径和方法，以及在重大问题、敏感问题、热点问题上如何把好关、把好度。

与会人员普遍反映，此次研讨班课题新鲜，内容丰富，实践性强，信息量大，对新闻实务操作具有实际指导意义，值得在今后工作中深思、深学、深悟。　□

（作者单位：浙江省记协）

徐州广播电视台“三项学习教育”出实招见实效

李爱彬

在深入开展“三项学习教育”活动中，江苏省徐州广播电视台以推进“二次创业”、打造“阳光广电”为抓手，以提高员工创新力和执行力为重点，着力加强员工思想政治素质教育和业务培训，使队伍素质不断提高、传媒责任充分彰显，促进了各项事业健康稳定发展。

创新教育形式

围绕“三项学习教育”主题，2009年以来，徐州广播电视台相继开展了“热爱·责任·阳光”主题演讲比赛、“徐州广播电视台新形象风采展示”比赛、“创建学习媒体征文”、“安全播出”金点子征集、青年员工技能大赛等一系列活动。这些活动主题鲜明、生动活泼、具有广播电视特点，干部员工广泛参与，既凝聚了人心、激发了热情，又锻炼了队伍，在台里和社会产生了强烈反响。

在分层次、多渠道的教育培训活动中，围绕职业道德、品牌建设、创新能力、产业经营等专题，徐州广播电视台2010年举办培训18次，参加培训员工1000余人次。系统科学的培训模式有力巩固和提升了员工的职业素养，2010年徐州广播电视台所属媒体的社会影响力和公信力不断提升，充分实现了“以教促学”、“以学助工”的预期效果。

在加强思想教育、业务学习的基础上，该台进一步发掘正面典型的垂范作用，开展了党员先锋示范岗评选、首席岗位评选等活动，利用网站、橱窗、简报等形式，对“三项学习教育”活动中涌现出的先进典型进行宣传，同时建立帮带教学机制，掀起当典型、学典型、超典型的热潮。

打造“阳光广电”

以阳光健康为主题，徐州广播电视台持续开展了“两爱四自”（爱台、爱岗，自尊、自爱、自强、自立）教育活动，该活动自2009年8月开展以来，所属各中心和员工积极响应。例如，网络传输中心员工放弃国庆休息时间，针对有线电视转播过程中出现的各种问题，集中开展电话回访活动；电视节目制作中心开展“电影进社区”活动，播放红色电影20余部，吸引近万名社区居民观看。

在坚持“绿色”收视，自觉摒弃“三俗”方面，徐州广播电视台严格按照国家有关规定，对所属媒体的节目宣传和广告经营分层把关、从严审查，大大提升了徐州台的美誉度，电视收视市场份额稳定在40%左右，稳居全国城市电视台收视前列。

践行公益活动

2010年4月，徐州广播电视台主办了大型电视新闻公益行动“寻找：天南地北徐州人”，记者远赴大江南北，采访报道徐州走出去的优秀人物，激发群众创业致富的热情和热爱家乡的情怀。在连续举办四届的“感动徐州”十大人物电视评选活动中，100多位普通群众走进镜头，树立起了优秀群体标杆。

为打造良知媒体，践行公益活动，徐州广播电视台承办了三届徐州市慈善晚会，不仅筹集了大量善款，而且积极参与捐款，共计

实施“两会”制度　提高舆论引导能力

——四川省合江县以制度为保障推进“三项学习教育”活动

合江县县委宣传部

今年以来，合江县以实施新闻通气会和新闻阅评会两项会议制度为抓手，以制度为保证，深入推进“三项学习教育”活动，着力提高舆论引导能力,取得了明显成效。

新闻通气：突出宣传重点

合江县按照“围绕中心，服务大局”的舆论引导思路，为增强新闻宣传工作的主动性、系统性、前瞻性和战略性，制定出台了《合江县新闻通气会制度》。新闻通气会由县四大领导机关办公室、宣传部门、经商、农业、发改、招商、旅游、组织、纪委、新闻单位等18个成员单位参加，宣传部负责组织主持，每两个月举行一次。会议过后，参会单位要向新闻单位通报当前县委、县政府的重要经济决策、工作思路、工作成效、经济活动以及各类先进典型，特别要通报当前最需要利用新闻宣传推动工作的事项。

新闻阅评：把好舆论导向

今年，合江县以新闻阅评会为抓手，将其作为加强新闻宏观管理的重要手段、督促媒体加强改进报道质量的重要途径。作为做好新闻舆论导向工作的保证，合江县出台了《新闻阅评会制度》，组织全体阅评员对新闻单位进行集中的面对面阅评，对媒体进行综合评析，肯定成绩，指出问题，提出建议。新闻阅评会由宣传部主持召开，由县级新闻单位、新闻阅评员参与，每个月召开一次。阅评会主要内容是：由聘请的5名新闻阅评员对上一个月的新闻刊播内容进行点评，把评议舆论导向作为新闻阅评的第一要务；此外，新闻阅评还对媒体的引导艺术、标题、编排乃至广告等进行评议，对媒体一段时间的倾向走势进行宏观评议，对媒体如何改进报道提出建议。宣传部在会上，还会通报上个月新闻单位对阅评点出问题的整改情况，并落实当月阅评问题整改任务。

新闻阅评必须要有载体。合江县宣传部为此特别创办了一月一期的《合江新闻阅评简报》，用以刊登阅评员的阅评意见和媒体的问题整改情况。简报发送到县委县政府分管领导、各新闻单位、各新闻阅评员。各新闻媒体对《合江新闻阅评简报》上指出的问题基本上能做到件件有反馈。　□

180万元。联合房地产开发商开展“千里挑一送新房”活动，使全市1200多名青年受益；为了“不让一个孤儿失学”，4年倾力打造的徐州市平民慈善平台“爱心救助乡镇行”筹集助学款近60万元，资助600余名孩子；全台26个党支部与城市生活困难户开展结对帮扶活动，资助51名困难学生……近年来，徐州广播电视台以丰富的形式与踏实的实践，彰显了广播电视媒体的人文关怀和公益良知。 □

（作者系徐州广播电视台台长、党委书记）

清新笃行　致以千里

——清华大学新闻传播硕士研究生暑期国情调研综述

张　敏

“清新笃行”是清华大学新闻与传播学院的精神传统，学院坚持“真正的新闻人要从实践中获取营养,使理论和现实达到完美的结合”的理念。每年暑期，学院都会派出十余个学生支队前往全国各地，深入基层开展调研，内容涉及社会民生热点的若干方面。

2010 年 7 月，清华大学新闻与传播学院再次派出三支调研队伍，分别奔赴陕西延安、河南民权和甘南藏族自治州。接受革命传统教育、了解国情民意、实地采写新闻习作，既加强了学生们对马克思主义新闻观的理解，也提升了世界观和人生观。

感受延安精神　反思责任使命

延安是中国革命圣地，在这片充满责任感和使命感的土地上，孕育出了伟大的延安精神。在延安，同学们回顾历史，对比现实：身处 21 世纪的今天，中国的经济社会发展早已今非昔比，但国际政治文化环境仍然错综复杂，仍然面临着把中国的声音传递给世界的艰巨任务。作为国际新闻传播专业的硕士研究生，同学们体会到了历史赋予的神圣使命和重大责任。

考察藏区教育　领悟调研方法

正确处理民族关系、促进少数民族地区的经济繁荣和教育发展，是每个时代都需要慎重思考的国情议题。甘南支队调研的主要目的是调查少数民族聚居地区的中小学教育情况。在调研中，同学们深入牧区和藏民家中,考察当地中小学的教育模式，探讨提高藏民文化水平、改善藏族聚居区与外界交流条件的途径。

领队李习文老师在总结时说：“在调查过程中，同学们逐渐明白了这样一个道理——作为社会未来的接班人，必须具备深入实地的调研精神和以民为本的考察态度；解决经济社会发展中的问题，必须考虑到国情的复杂性和特殊性，不能以单一的眼光和片面的视角看待问题，而是应该从全局出发，从细节入手，从基层做起。”

关注文化产业　心系农村发展

河南省民权县王公庄通过打造画虎文化产业帮助村民致富的事例成为社会关注的焦点——这种把文化产业与新农村建设相结合的做法，对解决我国农村发展问题具有探索意义。

在调研过程中，同学们发现了画虎文化产业存在的不足。例如，在当地农民眼里，画虎只是提高收入的一个来源，将其做大做强的积极性并不高，很多方面还有赖于政府的引导。

10 月 29 日，师生们对暑期国情调研活动进行了总结。中国记协国内部副主任、新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室副主任孙兆华对同学们的暑期国情调研活动给予了高度肯定和积极鼓励。她希望同学们将这项活动坚持下去，越做越好，将来争取成为一名优秀的新闻人。　□

（作者系清华大学新闻与传播学院学生　写作指导：司久岳）

确保世博宣传有声有色 开展上海新闻队伍建设

——访上海市“三项学习教育”活动领导小组组长、上海市委宣传部副部长、上海市人民政府新闻办主任宋超

新闻战线“三项学习教育”活动专网

宋超 专网供图

【编者按】2010年上海世博会的宣传报道是全国新闻战线的一次重大“战役”，更是对举办地上海新闻战线的一场“大考”。

在世博会精彩举办的日日夜夜里，上海市广大新闻工作者认真落实胡锦涛总书记提出的“确保世博宣传有声有色”要求，改革创新，服务人民，为举办一届“成功、精彩、难忘”的世博会营造了良好的舆论氛围，赢得了中央和上海市领导的高度肯定和人民群众的良好口碑。特别是在开展新闻报道服务的探索实践中，创造了新的范例，达到了新的水平。可以说，在这场大考中，上海市新闻队伍经受住了考验，取得了骄人的成绩。

近期，全国“三项学习教育”活动专网记者王同英、洛海莎、樊杨采访了上海市“三项学习教育”活动领导小组组长、上海市委宣传部副部长、上海市人民政府新闻办主任、上海世博会新闻宣传及媒体服务指挥部副总指挥、上海世博会新闻中心主任宋超，请他介绍上海新闻战线在世博会的宣传报道工作中取得的成绩以及培养锻炼队伍的做法、经验和体会。

专网记者：多次听您说起世博报道对上海新闻战线来说是一场“大考”。那么，新闻宣传的组织者、参与者们交出了一份怎样的答卷？

宋超：“成功、精彩、难忘”的2010年中国上海世博会圆满闭幕了。以筹办、举办世博会为契机，上海新闻队伍立足“主场”特点，勇于把握历史机遇，承担时代责任，以传播精彩世博为己任，以世博宣传报道为平台，紧紧围绕胡锦涛总书记提出的“确保世博宣传有声有色”开展上海新闻队伍建设。通过提升新闻信息服务水平、鼓励记者编辑深入一线、加强分层分类培训、加强对年轻新闻工作者的重点培养等，我们形成了“重业务研讨、重人员培训、重新闻实战、重学习创新”的特色，进一步明确了“普遍性要求”与“区域性特点”结合、“长期性工作”与“阶段性重点”结合、“活动开展”与“实战考验”结合的“三项学习教育”工作思路。

据不完全统计，世博会举办期间，仅上海 9 家综合性日报就推出 80 多个专刊 9700 多个版面，刊发各类新闻 15 万多篇，总字数 5400 多万，图片 23000 多张；上海的广播电视播出各类新闻报道 34000 多条（次），制作新闻专题节目 17 部 700 集(期),举办大型直播 50 多场，宣传报道总时长达 7800 小时；上海的两家主要新闻网站刊发新闻 3 万多篇，总字数 1500 多万字，图片 11000 余张。

中宣部领导评价认为，整个世博报道不仅发稿量大、主题鲜明、内容丰富、形式多样，新闻媒体服务工作也达到了一个新水平，服务方式、服务内容细致周到，管理、引导有机结合，做到了受众满意、媒体从业人员满意、中央领导满意，赢得了人民群众良好的口碑，创造了中国新闻史上重大战役性新闻报道的成功范例，实现了新闻理念的重大突破。

这些成绩的取得，首先是基于中央、中宣部的正确领导，基于中央和各省市媒体的倾力支持；另一方面，这也是上海新闻战线结合世博新闻报道实践，深入推进“三项学习教育”活动的一次综合实战演练成果，是结合世博新闻报道推进上海新闻队伍建设的一次成绩展示。

专网记者：您刚才提到“实现了新闻理念的重大突破”——这是基于丰富实践成果的深入思考，也是把队伍建设推向深入的重要环节，请您展开介绍一下。

宋超：抓新闻队伍建设，首重思想和理念建设，而思想和理念要有正确的创新突破，关键是依托实践。世博会是重要的实践机遇。中央提出宣传思想工作要“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”，我们认为，对新闻舆论工作而言，落脚点在于“服务人民”。服务是新闻的本质，尤其对于像世博会这样规模宏大、内容丰富、持续时间长、发动面广、参与面广、参与度高的特大型国际博览盛会，新闻宣传的服务意识、服务导向、服务效能如何，某种程度上成为新闻宣传能否有声有色的成败关键。

基于以上认识，对于这次世博会的新闻宣传，我们着力提升新闻报道服务水平，拓展服务外沿，强化服务意识，把“服务”的理念贯穿至整个世博新闻报道中，从而在引导客流均衡、传播展馆亮点、帮助理解内容，演绎世博理念、深化观博效果等各个方面发挥了不可替代的独特作用。

对此，中共中央政治局委员、中央宣传部部长刘云山作了充分肯定。他在视察上海世博会新闻宣传工作时表示，这次的世博会既抓新闻宣传又抓新闻信息服务，是新闻理念的一个重大突破，好多领导同志说，世博会的成功举办，新闻报道的作用太重要了。

专网记者：的确，做好“信息服务、新闻服务”，是新闻宣传工作面临的共同难题。上海率先突破，成果着实喜人。那么,这种“服务”的理念在整个世博新闻报道中又是如何体现的?

宋超：从一开始的相对简单化、浅层次，到最终的全面、深入，对于新闻报道服务的正确理解，上海的整个新闻队伍有一个不断认识的过程。从实践来看，我们认为，世博新闻报道服务，至少应该包含有以下 5 个层次的内涵：

1. 提供具体的服务信息是世博新闻报道服务的基础。世博会服务信息是新闻信息服务的基础性内容，主要包含交通出行、出入口选择、游园路线、安保、票检、旅游、气象等非常具体实用的服务信息。准确提供这些信息对于平均每天 40 万左右的参观者正确选择出入世博园的交通方式、出入口位置、游园路线、园区消费，进而达到均衡客流、保证参观舒适度，具有极为重要的作用。

2. 提供详尽的知识性内容是世博新闻报道服务的特色。世博会是人类文明成果、最新科技成果和理念集中展示的一个平台，因此如何通过详尽的知识性内容介绍，引导参观者从“看热闹”转变为“看门道”，是世博新闻报道服务的一大特色。

3. 提供有针对性的信息服务是世博新闻报道服务的关键。提供新闻报道服务，不能大而化之，不能做空泛之谈。我们始终强调：记者要站在参观者、参展者角度采访、提问，提供有针对性的新闻服务。

4. 政策解读是世博新闻报道服务的重要方面。正如前面所说，世博会会期长、参与面广、情况复杂，为保证世博会的平安、快乐，世博开幕前后出台过大量的规范性政策，其中有不少涉及交通出行、安全检查甚至是刀具管理等安保措施，因

此世博新闻报道服务也非常重视对此类政策的解读。此外，按照中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声关于“办一天世博会就要改进一天工作”的指示精神，世博会在举办过程中，不断根据实际情况推出新的举措和政策，比如预约办法的调整、绿色通道使用规则的变化、指定日票的更换等等。每当有这些新的政策出台，上海的新闻媒体就会集中推出报道，运用答记者问、图表演示、连线报道、目击侧记等多种形式，准确、及时解读这些政策，让大家理解、接受、配合、支持。

5. 思想引导也是服务。服务不仅仅体现在满足受众的指南性需求，还体现在对受众的思想引导。对于参观世博会的人来说，如何最大程度得到知识的启迪、思想的洗礼和眼界的开阔；对于举办世博会的上海乃至于中国来说，如何开掘和充分利用世博资源，从而最大程度发挥世博效应，都与新闻媒体的世博新闻报道服务引导有关。因此，立足于思想引导和观念推进，我们还注重推出如何看待世博科技亮点、如何看待世博低碳理念、如何推动后世博效应转化的新闻报道。

专网记者：完成上述5个层面的新闻报道服务目标，对新闻队伍提出了怎样的要求？上海的新闻队伍又是如何应对的呢？

宋超：增强新闻报道的服务功能，对记者编辑的职业精神和职业道德提出了更高的要求。它要求我们的新闻工作者必须真正深入现场、深入一线，切实了解庞大复杂的世博运营工作，了解各个层次参观者的特点和需求，了解每天发生在世博园区内的各种不同情况，才可能有所针对地、准确及时地提供新闻信息服务。因此，对于整个世博新闻报道工作，我们特别强调鼓励媒体领导、部主任、新闻记者、编辑全都要深入现场、深入一线，不可主观臆断，不可道听途说，不可拼凑材料，不可浮光掠影，而要有切实的发现和生动、细致、深入的采写。我们要求记者“全力投入，倾情投入”，提出“报道要与群众感受基本一致”，要求“充分发挥内参功能”，强调“不自满、不松劲、不懈怠”。要求上海的新闻媒体定期总结阶段性成果，相互比较、学习，定期策划阶段性报道重点和特色，不断有所创新。对好的世博报道，我们及时予以表扬；对于突出的个人，我们及时予以表彰，使世博报道队伍始终保持高昂的士气。

专网记者：迎接世博会宣传报道这样一场前所未有的“大考”，就要“不打无准备之仗”。上海新闻界是怎样厉兵秣马、胜券在握的？

宋超：在这个方面我们主要是坚持分类分层组织培训。世博报道是个政治性、政策性、知识性非常强的报道任务。184天里，246个国家（地区）、国际组织的馆日、荣誉日活动，20000多场文化、文艺演出，大批国家、国际组织的政要、巨头云集，因此从事世博新闻报道工作的记者编辑自身的思想准备、知识储备、政策掌握就显得非常重要，培训也就必不可少。而培训不能“打统仗”，要在研究问题的基础上，有所针对地分层分类实施培训。其实，从2005年以来，我们就已经进行过针对主要媒体、都市类报刊、专业报刊的分层培训，也举办过信访、房地产、涉台、维稳等多种分类培训。我们还会根据实际需要随时组织专题专项培训，比如为配合陆家嘴论坛召开组织的专项培训，实际是相关金融知识和财经报道的培训，媒体主要负责人、部主任、条线记者共有90多人参加，反响很好。结合世博会的新闻报道，我们又专门开展一些培训和交流活动，重点在于业务研讨、作品交流。

专网记者：上海市一直非常重视对青年新闻工作者的教育和培养，这次大量年轻编辑记者参与了世博会报道，也是对教育培养成果的极好检验。请您介绍一下这方面的情况好吗？

宋超：世博新闻报道中，年轻的新闻工作者发挥了极为重要的骨干作用。上海所有媒体的世博注册记者中，40岁以下的记者比例达到85%以上。比如，解放日报为世博报道所专门成立的“世博报道临时党支部”，30个成员来自报社不同的采编部门，平均年龄30岁左右。上海日报的世博报道一线记者，几乎都是27、28岁的年轻人，年轻记者编辑成为世博报道当之无愧的生力军。事实上，从2003年中央启动“三项学习教育”活动以来，新闻事业尤其是新闻传播技术飞速发展，媒体格局和生态环境有了很大的变化，新闻工作者队伍日益庞大但良莠不齐的情况也越来越明显，作风建设面临很大考验。年

轻的新闻人代表和影响着媒体的未来走势，因此，上海这几年开展“三项学习教育”活动，尤其注重对年轻新闻工作者的吸引力，重视对年轻新闻工作者的重点培养。

1. 重视活动开展对年轻人的吸引力。我个人在很多场合表示，记协开展活动，一定要研究如何吸引年轻新闻工作者参与，记协要成为年轻记者编辑唱主角的舞台，也要尽量多地创造让年轻记者编辑唱主角的机会。近年来，上海的“三项学习教育”所设计开展的一系列活动，主要发动参与的对象，都是新闻界的年轻人。前面提到的开办培训班、举办论坛交流和创新报道大赛等，都充分考虑到年轻新闻工作者的需求，从主题、内容设计到活动形式，都力图增强对年轻人的吸引力，希望对年轻人能够有切切实实的帮助和指导。从我们每次活动的具体开展情况看，也的确达到了这个目的。

2. 专门设立了“青年记者工作委员会”。为了真正把青年新闻工作者队伍建设的工作抓好，2007年我们在上海市新闻工作者协会内部增设了青年记者工作委员会，由一名副局级干部担任委员会主任，上海各主要媒体集团的团委书记担任副主任，团结了一批新闻媒体的业务骨干参与“三项学习教育”活动的策划和组织实施。这个委员会成立后，连续参与了几届记者节庆祝大会的主题策划和演绎，参与组织了主题演讲比赛、征文比赛、世博前瞻性报道研讨，发起了世博创新报道大赛等一系列活动。由这些年轻新闻工作者骨干主动承担开展的活动，从内容到形式都有让人耳目一新的感觉。尤其是2009年上海新闻界庆祝第十届中国记者节大会上，青年记者工作委员会策划了一次面向全国新闻工作者的“世博报道倡议”，来自上海各主要媒体的22名青年世博注册记者在大会上联合倡议：全国的新闻工作者坚定信念、坚持创新，抓住历史机遇，承担时代责任，以出色的新闻报道工作为2010年上海世博会的举办、传播作出贡献，让世博因传播更精彩。这项倡议活动得到了中国记协的支持和肯定，成为世博报道的一次很好动员。

3. 重视与青年骨干的座谈交流。上海新闻界业务骨干座谈会是我们“三项学习教育”活动的一个品牌活动，我们非常重视，每过一段时间，通过召开业务骨干座谈会，探讨问题、发现问题、交流思想、相互促进。去年下半年，我们连续召开了两个专题座谈会，一个是上海市委常委、宣传部长杨振武同志和我参加的以“抓住历史机遇，承担时代责任，推进世博筹办，加快科学发展”为主题的上海新闻工作专题座谈会。上海新闻宣传战线各单位、各部门主要负责人近150人参加会议，还特别邀请了10位青年新闻工作者代表参加并在会上发言。另一个座谈会我和上海市新闻工作者协会主席贾树枚同志参加，主题是“学习学习再学习，深入深入再深入”，来自本市主要媒体的14位青年业务骨干结合新闻业务实践和日常学习思考，对如何在新形势下更好地开展新闻舆论工作、做好世博报道进行了非常充分、热烈的交流发言。这样的座谈会我们坚持了很多年，搭建了一个各单位年轻骨干相互认识、相互交流、增进了解的平台；同时，也有利于我们从中发现可以进一步锻炼、培养的骨干人员。

4. 重视在重要报道实战中培养青年业务骨干。“三项学习教育”活动的开展，根本目的还是推进新闻实践；抓队伍建设的关键，也是要落到新闻作品和宣传任务的完成上。过去几年里，我们对年轻记者编辑骨干的一个很好的培养方式，是结合重大报道、重点项目，以实战带队伍，在使用中培养人。比如汶川地震一周年报道，我们点名要求各新闻单位把当年度获“上海市优秀新闻工作者”荣誉的年轻记者派往汶川，挑重担；这次世博会的总结报道要组织采写几篇重点文章，我们又是从各媒体的年轻骨干中挑人，组成写作班子，一起研究、策划、采写。这样的经历对他们业务能力的锻炼和提升非常有效。

上海的新闻战线队伍广泛，涉及三大集团的媒体、劳动报、青年报、出版集团的相关媒体、网络媒体以及区县相关报纸和广播电视机构；工作涵盖面也广，包括了新闻采编、广告经营、报刊发行等多个方面。根据中宣部等领导部门的要求，我们将进一步认真领会中央指示精神，结合上海实际，根据新形势、结合新情况，有所创新、有所深化，以高度的责任感巩固和扩大教育活动成果，立足于世博效应的充分开掘，不断把“三项学习教育”活动引向深入。 □

神圣时刻　神圣责任

——记世博会开闭幕式总导演滕俊杰

上海广播电视台

“世博会对每一个中国人来说都是一个梦，一个伟大的梦，我一直沉浸在其中，从开幕式到闭幕式……我们上海广播电视台导演团队努力超越，完成了使命！”上海世博会开闭幕式总导演滕俊杰如是说。

从10年前的申博海外演出，到如今与开闭幕式团队并肩走过难忘的184个日夜，圆梦时分，滕俊杰的心里充满着一种感激、一种留恋，还有一种淡淡的惆怅。这份交织的情感在内心不断积累，形成了本届世博会闭幕式创作思路：以内心真实感受为出发原点，用纪实的手法叙人、叙事、叙情感；用艺术的手段展现气质、气韵、气场；用真切的互动突显难舍难分的高潮；用先贤哲人的“各美其美、美人之美、美美与共”的美学追求烘托狂欢气氛，浓浓地表达出中国情、世博情、世界情。

“‘情感’是整台节目的一条主线，我们要呈现一场狂欢。”滕俊杰特别提到了令他感动的一次“欢聚”。筹备世博闭幕式时，滕导突然萌生了一个想法：何不把世博园里各国际参展方代表都请上舞台？然而，创意要付诸实施，首先遇到的难题就是如何让忙于世博工作的各馆代表答应参与排演。为此，导演组先后两次向各国际参展方写信邀约，同时对他们分语种、分批组织排练，甚至还进馆专门进行培训，来来回回经历一个多月，各国参展方也表现出了极大的热情，终于在当晚以共唱中文歌曲《茉莉花》的形式展示了他们对世博的真实情感，实现了“欢乐相聚”的动人时刻，也创下了世界上最多国家的人们用中文演唱中国歌曲的“吉尼斯世界纪录”。

闭幕式演出中，最能体现艺术、人文与科技完美对话的当属音·画·行为艺术演出《多元·融合》，舞台上一座中国经典的音乐图腾——编钟与现代磁悬浮技术完美结合，以悬浮空中的姿态精彩演绎一曲《欢乐颂》。滕俊杰进一步揭秘：“在上海广播电视台导演团队的创意策划下，我们与中国科技大学的教授们一起技术攻关，终于，我们在闭幕式上呈现了世界首创的磁悬浮大型编钟，现场这10座具有标准正鼓音和侧鼓音、总重量达400公斤的古老编钟，悬离编钟架6厘米，‘浮’在舞台中央，形成一幅世界上独一无二的图案。此外，闭幕式文艺演出还有两项融合科技与艺术的‘秘密武器’——24位器乐演奏员‘悬空’演奏，姿态多次变幻，引来现场和电视机前观众一片惊奇和猜测，连央视春晚的导演组也专门前来探寻拜访，这在多年来上海的综艺节目中是少有的现象。另外就是‘V’型天梯，这是国内运用大型机械完成最大规模的室内互动表演之一，这台装置通过电脑的精确控制，让两个12米长的大型天梯在40秒内凭空出现，并在舞台中央形成50度夹角的‘V’字造型，清晰表达中国2010年上海世博会的努力和胜利，也表达了中国和世界的双赢！”

三份礼物与一分自豪

——上海世博会闭幕式背后的故事

歆　逸

他们不是世博会营运者，不是参展方，不是志愿者“小白菜”，不是服务人员，没有机会去看很多场馆，却在一幢临时搭建的办公楼里，待了整整11个月——他们就是上海广播电视台副台长滕俊杰的率领的中国2010年上海世界博览会闭幕式导演组的全体成员。

4月30日开幕式演出结束当晚，国家主席胡锦涛便给予了整场演出“恰到好处”的高度评价。之后，闭幕式的任务也落在了他们的身上。同一个主创团队，同一个场地，同一个舞台，如何在突破既有客观因素制约后再度呈现一台艺术感强、摄人心魄的闭幕式文艺演

孩子们搭建的“未来城市”代表了人们对未来生活的美好畅想　上海广播电视台供图

滕俊杰觉得，正是一种东道主媒体人的责任感和使命感，促使着他和导演团队不断追求突破和创新：夺人眼球的“高跷”海报惊险跟斗表演、155位装饰着世博园内场馆建筑微型造型的中外模特、动情讲述的温馨故事《心的接力》、浪漫的“空中光立方”……最令人动容和感慨的是一次次的中外朋友发自内心的互动狂欢。“我孜孜以求的就是这种‘天下一家’的现场景观。”滕俊杰如是说。那一晚，滕俊杰和他的团队用艺术的语言、创意的呈现、难舍的深情道了一声：再见！世博。

滕俊杰说，自己时常记起艾青的一首诗：“一个海员说，他最喜欢的是起锚所激起的那一片洁白的浪花；一个海员说，最使他高兴的是抛锚所发出的那一阵铁链的喧哗。一个盼望出发，一个盼望到达。”此时此刻，他说：“我和我的团队有幸参与了世博会‘出发’时第一片‘洁白浪花’，也参与了‘到达’时喧哗的‘金锚落地’——这是神圣的时刻，也是神圣的责任。”　□

出，总导演滕俊杰首先便想到了“情”字。“与开幕式的盛大恢弘不同，闭幕式是我们的节日，是大家的狂欢，是朋友携手的欢乐，是即将离别的伤感。”怀揣着所有人对184天世博会的感激、留恋和惆怅，本届世博会闭幕式创作思路清晰形成了，于是便有了3部电视短片，便有了“流动的世博园”，便有了志愿者的《世界》，便有了国际各参展方代表的《欢歌笑语》，便有了最后的《星空下告别·为明天》。

三份礼物

用寓意胜利的“V”字天梯致礼世博会184天的胜利闭幕，是导演组送给世博会的第一份礼物，但这对舞台机械升降控制的速度、高度、角度、精度等有着极高的技术要求。有了这个想法后，滕俊杰便与制作总监赵能祥一起就安全技术问题商讨实际操作的可行性，并决定第一次在室内演出中运用大型机械，通过快速变化，运用精确电脑控制的两个12米长大型天梯在40秒内凭空出现，在舞台中央形成50度夹角的“V”字造型，并以20多位杂技演员奋力攀登“天梯”、完成齐心协力勇攀高峰的理念作为闭幕式的尾声，惊艳亮相。

“流动的世博园”是导演组送给世博会的第二份礼物。闭幕式现场来自中外155名模特头顶的世博园区所有场馆的微型模型全部由再生环保材料制成，在闭幕式后将全部送给世博博物馆留作纪念。为了还原这些场馆在夜色中璀璨迷人的风采，项目负责人王美意和负责道具制作的何启洪在世博文化中心的地下室熬了两个通宵，为模型粉刷荧光漆。每个模型头饰至少被修整过两次。演出时后台充斥着“快！冲啊！帮模型补一下！”的叫喊声，直到最后一刻，才有了演出当晚那一道道靓丽的风景。

“活动的海宝们”是导演组的第三份礼物。两个在10秒内瞬间充气完成的8米海宝，从眼睛到手肘都能活动，在《为明天》的歌声中，向世界微笑招手，表达上海世博会对全世界人们的感谢。《世博节拍》中被精心“改良”过的海宝们，或伸缩头颈，或热力跳舞，或踩高跷，或翻跟头，一反人们印象中“行动不便”的可爱形象，成了舞台上最为灵活的主角。让海宝们活跃起来，是总导演从开幕式起便有的想法，“闭幕式上海宝再不跳舞,那什么时候才能让他跳舞呢？”为此，滕俊杰亲自赶赴泉州，拜访提线木偶剧团团长王景贤，探寻国内优秀的制作活动人体关节的厂家和技术，这才有了如今台上活灵活现的海宝们。

收获自豪

也许很多人难以想象，世博会闭幕式现场向全世界播放的3部电视短片均出自6位年轻导演之手,平均年龄未及28岁。他们是：负责《春华秋实——中国2010年上海世界博览会巡礼》的陶心怡、焦敏弘，负责《心的接力——志愿者的故事》的张颖、夏冰，负责《快乐相聚——国际各参展方世博掠影》的胡亚楠、于俊。虽然每个组负责的电视片很短，但就为了这3个片子，6个年轻人抱着“葵花宝典”（世博局各部门联系册）一个个部门探访，翻着所有场馆负责人联系单说着自己也觉得别扭的西班牙语、意大利语、德语，顶着大风烈日扛着机器一次又一次冲进园区……60天不间断拍摄，连续通宵剪辑，年轻，意味着新思想、新角度，也意味着叛逆和冒险。负责3部电视短片的副总导演李燮智深知这点，他像家长般，从3个主题6个摄制组的拍摄协调到后期制作的进度，紧盯不放。

与6位年轻导演相比，视频总监宋瑜收获的是自豪。10月24日晚，宋瑜在开心网上留下记录：“我为我所拥有的这个团队感到骄傲！”他所带领的SMG数码基地视频制作团队共10人，承担了闭幕式所有视频、彩幕的设计制作工作，从10月15日起便开始了24小时不间断地工作，在上视15楼和世博文化中心现场接替送带、跑带、审查、开会、修改。孙景浩、王一磊高烧39摄氏度仍在机器前连续修改。辛苦、熬夜、对于从事电视这个行业的人而言早是一种习惯，而让总监宋瑜自豪的却是大家团结一致的那种舍弃自我的状态。为了让世博会闭幕式更精彩，这正是电视人所展现出来的强大的精神力量。 □

（作者单位：上海广播电视台）

见证百年世博　挥洒青春激情

——记上海电视新闻中心采访一部首批世博官方记者

上海广播电视台

世博开幕伊始，上海广播电视台电视新闻中心采访一部就承担起了一项光荣而艰巨的任务：为世博会提供官方记者。他们的职责非常明确，采访报道世博园国家馆日、省市活动周等各项重大活动，并通过上海世博会国际广播电视中心（IBC）的公共平台和中外媒体共享这些活动的素材。对于这项光荣的任务，采访一部记者们虽是破天荒头一会遇到，但大家决心不辱使命，记录好世博盛会。

小将出马　一个顶俩

初生牛犊不怕虎。从4月底开始，年轻的官方记者团队就开始进园接受培训，学习使用新设备和一整套从未了解的新流程。每天一早，记者们就要赶到世博园，那时园区的配套设施还不完善，他们每天要靠双脚在世博园奔波，有时中午吃不上热饭热菜，只能自己带点寿司作为干粮。他们通过多次演练，逐步理顺世博公共电视新闻的采制流程，团队成员还学习路透社、美联社等国际知名通讯社提供公共电视新闻的做法，开创性地制定出中英文对照的世博会公共电视新闻的起始标版、镜头列表、导语正文等一系列规范，从而使得团队提供的公共新闻不仅可以服务于国内的电视媒体，也可以很方便地供国外电视记者下载、使用。

随着世博开幕日的临近，采访一部全体人员进入“一级战备”状态，战斗在世博园最前沿的官方记者们的压力也越来越大。开幕式当晚，官方记者与“家里”的记者明确分工、紧密合作，确保世博这一华彩开篇报道成功、圆满。4月30日晚，官方记者葛孝兰负责编辑开幕式画面，刘岚负责编辑烟火画面，沈倩则负责开幕式、烟火表演上领导人及整个仪式的画面采编。那晚，虽然官方记者们占尽地利之便，但她们却无心观赏近在咫尺、难得一见的风景，全身心地投入到工作之中，直至凌晨。刘岚和记者黄逢佳为了拍开幕式后的新闻发布会，更是一直忙到凌晨3点钟。

世博开幕后，官方记者们又投入到紧张而全新的工作中。他们面对的不仅是每天40分钟的素材传送任务，还要接下“家里”源源不断的“订单”，里应外合，为“家里”分忧；他们不满足于世博局的指定任务，常常主动出击，在世博园寻找更新鲜、更有趣的新闻。应家里的要求，他们常常要赶12点钟的午间新闻，这样一来，大家便要跟时间赛跑，往往是上午的活动刚一结束，便要赶到世博新闻中心，争分夺秒地“抢”片子。他们奔波在

5.28平方公里的世博园，几乎跑遍了所有场馆。如果碰上问路、问洗手间的游客，他们甚至比志愿者“小白菜”们还要说得清楚。

尽管官方记者非常努力，但对于240多个国家和国际组织参展方来说，他们可能只知道CCTV、SMG，并不熟悉IBC的这支团队，这就造成团队的采访报道一开始经常受阻。为此，团队成员主动出击，在世博会新闻中心境内组、境外组等兄弟部门的帮助下，通过座谈会、电话、电子邮件等方式，与所有参展方都建立了联系。经过世博局授权，团队还专门制作了官方电视新闻的袖标、话筒套等，使得团队官方报道资格得以确认，工作顺利开展。

在首批官方记者工作的三个月中，正赶上梅雨、酷暑天气，他们每天几乎都要头顶烈日，体验高温。记者刘岚在上海天气骤变的几天里，积极报道园区如何采取避雨措施、对高温天的等候区进行降温处理，着实感受到了园区管理者追风逐雨的艰辛。记者葛孝兰拍摄广场演出时，为了不打扰演员，每次都要在广场上暴晒等到演出结束时才能采访观众。用官方记者梁蔚浩的话来说，大家在高温的眷顾下，都从美女晒成了“小酱菜”。有意思的是，梁蔚浩有一次居然和摄像被游客误认为是“加纳”台的。报道组中唯一的一位男子汉夏进，既担任制片人，负责日常拍摄任务的安排，视频、文字内容的审核、发布，也承担记者的职责，每天至少拍摄2条电视新闻，上线发布。世博会开幕一个多月以来，他从未休息过一天，几乎每天都是从早上八、九点，一直忙到晚上八、九点。

既是战场　又是学堂

对于年轻的官方记者来说，世博会不仅是增加人生阅历、锤炼新闻业务的“战场”，更是一个感受全球不同文化理念、体验生活艰辛和世博工作人员敬业精神的大学堂。记者葛孝兰说，在世博会上她总是处于高度兴奋的状态，因为总有一些事情让她深深感动：美轮美奂的世博场馆，让她体会到不同的人类文明的魅力；长时间排队毫无怨言的游客，让她感受到广大游客对世博的向往、对美好生活的无限热爱；志愿者“小白菜”们无怨无悔，对本职工作的全力以赴……无不让她感受到世博会既是战场，更是学堂。正因如此，她尽管因为劳累发起高烧，依然轻伤不下火线，坚持“战斗”。记者刘岚认为，在世博园里她学到了平时学不到的东西，那就是如何在如此海量的新闻中，寻找最有价值的“瑰宝”，如何让“规定动作”变得更生动耐看，如何学习志愿者们受得起委屈、坚持理想的精神，对于她来说，这些都是人生中最难忘的记忆、最宝贵的财富。记者沈倩则深切地感受到，世博会接待规格很高，“往来无白丁”，如何在大场面下体现大台记者风范，制作高水准的新闻，让她常常要思忖半天，无论是着装，还是采制过程，都不敢有丝毫怠慢。

开拓视野　接轨国际

在世博会前三个月中，几乎每天都有国家馆日、国际组织荣誉日和省区市周开幕式等重要的官方活动，但此前对这类活动如何报道、如何拍摄，都没有规范。为此，这支团队在制片人夏进的带领下，与中国外交部、世博会宣传与媒体服务指挥部、安保指挥部、世博局礼宾部等许多部门多次请示、协调，并结合电视新闻采制的自身特点，明确了各个重大活动的报道规格、拍摄规范。以国家馆日为例，明确了“提前一天拍摄并预发一条展馆介绍的新闻片，馆日当天拍摄一条官方仪式，一条新闻特写”的报道规格，这样就既能做到新闻不缺不漏，工整规范，同时也能发挥记者的主观能动性，通过新闻特写，把报道做得更有特色。

记者们认为，世博会是一次国际性的盛会，能够在这样百年不遇的大活动中亲临一线采访，官方记者们共同的感受是开阔眼界、增长见识，了解了以前不熟悉的重大国际新闻采访流程与写作要求，为上海的电视新闻接轨国际积累了重要经验与实践经历，为今后参与重大国际新闻活动打下坚实基础。目前报道小组由于出色的工作，已被上海世博局推荐并被评为“上海市工人先锋号”，夏进被评为“世博先锋一线行动”优秀共产党员。□

在世博蜗居的日子

——记上海世博会国际广播电台中心总控机房团队

上海东方传媒集团有限公司技术运营中心

总控组团队合影

如果说上海世博会是展示全球现代城市文明的窗口，那么上海世博会国际广播电视中心（IBC）就是全世界了解上海世博会的“眼睛”，IBC 总控机房就像那聚焦万物、体察一切的“瞳孔”。作为园区内广播电视信号的总调度，每天有无数的世博精彩画面汇聚到这里，同时全球传媒对世博的观察和感悟又从这里发往世界各地。

不过，大家或许不相信，在占地 3.28 平方公里的世博会中，如此核心的 IBC 总控机房只是 2 间 40 平米左右的“斗室”。“蜗居”在此的总控团队凭着一份承诺、一丝自豪和满怀热爱，24 小时不间断地“呵护”、坚守着“世博之眼”。

在 184 天的世博运营期内，总控团队只有 9 个人，采用“3+3”和“1+2”的人事结构，“三个班组三班倒，一个班长两个帮”。而担当 IBC 总控运营重任，既要技术过硬，还得胆大心细，再考虑到“男女搭配干活不累”，说起这六男三女的 3 个“黄金三角”组合，那可是好处一大摞……

A 组的尹丽娟、龚成、冯欣原本就是同科室的战友，人称广电总控“强强三人组”，不仅熟稔总控工作的全流程，而且工作上默契十足。早在 3 月，他们就同时被派往世博，参与系统的前期建设和后期运营。IBC 每天工作 12 小时，比起电视播出机房的工作要忙一倍。进了园区后，他们的生活除了在家睡觉，就是在 IBC 传送，要不就在从家到 IBC 的路上。刚开园那几天，晚上也不能休息——尹丽娟要忙着把第二天所有的传送单输入电脑，为白天工作做准备。那些传送单就像雪花一样，不理顺就没法工作。龚成和冯欣则协助 IBC

心中有题　跳出画面

——参与世博会摄影报道的点滴感悟

王建威

6月6日至26日，我作为总社摄影部世博报道组第三批值班记者参与世博会报道，这是我第一次参加总社摄影部组织的大型活动报道。经过这三周的历练，我对新闻摄影有了点滴感悟。

世博之行　始于足下

熟悉世博，从用脚步丈量世博园开始。

背着沉重的摄影包，从新闻中心出发，亚洲区、欧洲区、美洲区、非洲区……烈日下，风雨中，在近乎整个采访周期内，“交通基

总设计师张烜喆梳理系统，查问题、找隐患，就怕哪个细节影响安全传送。他们说，那个时候虽然很累，但是在一起工作节奏快效率高，不一会儿就到天亮了。

说起自己的两个伙伴，B组的汪泳霞连呼自己是“最幸运的值班长”。她的左膀右臂可都是部门中让人翘大拇指的人物：李严，认真严谨，踏实好学，从一线值班员成长为维护工程师，有着多年的系统维护经验；姚吴敏，先后在总控多个岗位工作，思路清晰敏捷，有丰富的一线应急经验，还是IBC最熟悉总控系统的一个。汪泳霞自己也有专长，她的项目建设和系统维护经验多，故障排除的逻辑分析能力强，是组里强有力的技术支撑。面对每一次的任务，三人都会未雨绸缪，做好各种准备，检查好设备，确认好通路，有各种疑问相互及时提醒，闲暇时的常规系统巡视、直播节目确认和保障等各种工作总是早早完成。

C组是一支标准的联合部队：“大哥”黄蕾来自电视传送科，具有十几年的总控值班长工作经历，经验丰富，沉稳老练；“二哥”许俊峰是演播科的系统工程师，既是制作一线技术骨干，又有4年总控工作经历，享有“全才”美名；“小妹”李艳原来负责播出技术科的项目管理，不仅工作主动细致，还是世博IBC服务宣传册上的“美女主持”。上岗伊始，黄蕾就把无比复杂的总控调度系统图像切蛋糕一样分成许多小块逐一讲解，大家对照实际融会贯通，对整个机房的来龙去脉一清二楚。在工作中，黄蕾对于安全播出的了然于胸和细致入微、许俊峰为国外记者处理放录设备的“三下五除二”、李艳工作中的条理清晰和对外接待的笑容可掬，让他们迅速凝聚成亲密无间的良师益友。

世博会运营184天，IBC总控团队为了实现让国外媒体百分之百满意，在小小的斗室里付出了全部的心血和汗水。他们每天打地铺只睡4、5小时，累了站起来走两圈，困了沙发上靠一会儿，但他们觉得自己过得很开心，学得很全面，干得很充实。　□

本靠走”。因为走，可以熟悉地形地貌，熟悉场馆位置，可以零距离接触游客，可以像“扫街”一样，“扫”到稍纵即逝的“世博表情”。

在“走”的过程中，更易遇到可以打动自己的瞬间，或是眼前一幕在头脑中会猛然撞击成一个“偶得之”的小小点子。比如在一个露天活动演出现场，我看到许多小朋友骑在家长脖子上看演出，又联想到平时在园中的一些景点也有类似场景，便萌生出做一组《世博小骑士》的想法，稿件做成签发后，取得了不错的采用效果。

这个宝宝好大呀！

感悟：“走”，看起来是最笨的采访方式，可许多时候也是最“灵”的。没有高屋建瓴的高度，没有风驰电掣的速度，但脚踏实地往往会换来最鲜活、最现场的素材。

“走”的过程，是发现的过程，也是积累的过程。通过走，我们可以记录并展现出一个个瞬间，抑或根据心中既有规划将一个个瞬间串起，积累成展现某一主题的专题。

心中有题　策划先行

世博会开幕月余，再加之世界杯开幕和国内外突发事件已形成新的新闻热点，使“世博”这个热点“渐入冷境”，这就需要记者在报道前，要尽量做到心中有题，提前与编辑沟通，在“扫街”前，尽可能对拍摄内容进行策划。

也正因为心中有题、先入为主，自己在园区日常“扫街”过程中，才会有意识地为主题进行积累（如《世博园里的“慢”生活》等都是这类主题先行的专题）；同时将世博元素与当前新热点结合进行策划，突出新闻性。

感悟：在热点新闻事件趋冷阶段，应适时进行预判性的策划，以便“按方抓药”，避免主题散乱、盲目；同时应结合新近发生及将要发生的热点事件进行新闻要素的再挖掘，突出新闻性，从渐冷的新闻中挖出热度。

内容为王　形神兼备

按我理解，《世博表情》栏目是对摄影记者新闻敏感性的检验。作为新闻摄影图片，打动人的瞬间，应不仅仅只有唯美的画面，背后更要有令人心头一动的新闻性。新闻性强的《世博表情》往往采用好，反之亦然。如反映沙特馆排队达八九个小时的《刷新纪录》一组图片，累计采用的媒体超过60家；

游客在城市未来馆内参观。

一位小朋友牵着家长的手在城市未来馆内参观。

而另一组反映游客在法国馆拍摄、欣赏艺术作品的《面面相“趣”》，虽然图片光影效果较好，但由于新闻性差，结果只被新华网采用。

世博园为摄影记者提供了一个光影世界，每个人都可以用自己的视角去发现、挖掘、记录和享受，《世博光影》栏目应运而生。同样，新闻摄影图片对于美的追寻，无法逃出新闻规律本身——再美的影调、色调，如果没有新闻主题的支撑，也会变成不被采用的“凄美”，这就要求摄影记者尽量要把新闻性与光影效果合二为一。我也作了尝试，但效果并不理想，只有《未来之光照进现实》一组图片勉强算是搭界。

过于注重技巧或形式，而忽略新闻内容本身，易使图片浮华而缺乏生命张力。我拍摄的《“小米宝宝”泡泡秀》一组稿件，因过于注重视角和形式而冲淡了主题，媒体采用情况不好；而同样拍摄西班牙馆“小米宝宝”的另一张视角平平的《世博表情》图片，却有不错的采用。

感悟：“剑走偏锋”有时会变成“舍本逐末”。就新闻摄影本身而言，所有形式都应服务于内容，花哨的形式会冲淡新闻主题，不如平实地记录；技巧的运用同样是要凸显画面所要表达的思想。当然，“形式内容共舞，技巧思想齐飞”的“形神兼备”，才应是摄影记者上下求索的方向。

拍出画面　跳出画面

世博会为摄影记者提供了一个展示的舞台和学习交流的平台，可以展示技艺、眼力、风格、思想，还为像我这样经验不足的记者提供了众多学习的楷模。在学习众多前辈“大腕”的作品后，我发现他们不仅把视角停留在画面本身，在很多时候还把思想延展到画面之外，让人见仁见智地从图片中品读出一种超越图片本身的深邃和厚重的“气场”——或许这也是作品中融入了他们平时“做人”的修为吧。

在拍摄中，我向前辈“大腕”们学习，尽量把自己的思想融入图片中，让一些空间足够的图片表现出画面之外的张力和含义，除记录新闻现实外，尽可能留有回味。自知在这方面还很稚嫩，但尝试是唯

一位小游客在法国馆内拍摄艺术展品

从世博会报道看对外传播规律

张正富

作为新华社世博会报道团队对外部小分队的一员，我在上海经历了紧张有序的开幕式报道和此后平淡中寻找亮点的日常报道。长达180天、多达189个参展国家的世博会，报道战线长、覆盖范围广、涵盖主题包罗万象，如何才能不淹没在世博园纷繁复杂的新闻事件中？如何才能从多姿多彩的世博活动中挖掘有对外传播价值的新闻、从而更加有效引导舆论？

以我为主 有的放矢 增强世博会对外传播效果

世博会的对外报道虽然是一项庞大、繁琐的工程，但也有章可循。我们应当遵循以我为主、有的放矢的原则——一方面，要以我为主，从中国视角发出中国声音，为提升上海世博会的海外影响力和中国的海外形象服务；同时，要有的放矢，紧密围绕海外受众关注、关心的新闻点，写出他们爱读、可读的稿件，从而尽最大可能增强对外传播效果。

首先，世博会是各国优秀的文化、艺术展品及表演活动争奇斗艳的舞台，因此广大海外受众的一个关注点就是参展国家展出了哪些能够反映其优秀文明成果的展品，推出了哪些独具民族特色的演出。基于这方面的考虑，笔者在世博报道期间时刻保持对文化新闻的关注，采写了《卢森堡馆揭幕“金色少女像”》《爱因斯坦相对论手稿亮相世博》《古人类骨骼化石“露西”亮相非洲联合馆》《法国馆揭幕七件艺术“国宝”》等新闻稿件，得到了海外媒体的大量转载，提高了本届世博会的海外的影响。

第二，世博会是展示高新科技、展望未来生活的窗口，因此如果能以通俗易懂的语言让海外受众了解世博会上展示或蕴含的高新技术及理念，将能大大拓展海外受众的眼界，从而提高世博会的影响力。基于这一点，我在世博报道期间围绕有可能改变未来城市生活的科技新闻热点，采写了《车联网：未来城市个人交通的愿景》《物联网将改变未来生活，然而困难犹存》《世博会信息

一的路径，不拍出画面，又如何跳出画面？

感悟：新闻摄影不仅仅是忠实地客观记录，还要表达思想，需要视觉冲击，也需要精神回味，毕竟冲击短暂，回味绵长。

这次世博会摄影报道，使我在积累经验的同时，也暴露出了众多不足。技术上的粗糙、思想上的短视、时时涌现的惰性，使拍摄的图片距离前辈“大腕”们还有很大差距再加之对采访拍摄时间统筹上的不足和客观条件的限制，头脑中的一些策划未能成形，留下了诸多遗憾。希望能有机会在下次大型活动报道中继续学习成长，为新华社摄影报道事业献出绵薄之力。 □

（作者单位：新华社黑龙江分社）

本文图片均由作者提供

化论坛上的“数字化生活”》等中英文的重点稿件，从不同侧面向读者展现上海世博会上的科技元素，被众多海内外媒体采用，受到了海外读者的关注。

其实，高新科技和理念在世博园及其各个场馆随处可见，只要细心观察、深入思考，就能找到不少很有意思的新闻点。比如，世博轴上的6个漏斗状的巨型“阳光谷”，不仅有利于采光节能，还具备雨水采集功能，经循环处理的雨水可用于世博园区厕所、绿化灌溉等用水。我在一条综合稿件中用了两三段描述了这个创意，立刻被多家海外媒体采用。

第三，世博会是继2008年北京奥运会之后向世界展示中国优秀历史文化和改革开放成就的重要舞台，因此世博会的对外报道自然不能缺少能够凸显中国特色的中国故事，事实也证明这是很多外国读者喜欢了解的内容。然而，从什么角度来展现中华民族的风采和日新月异的风貌，一方面不能有宣传味、要有意思，同时还要尽情展现，这是一个需要认真考虑的问题。基于这些考虑，我在世博报道期间采写了《袁隆平超级水稻走进中国馆》《世博会开幕式的低碳元素》《一个台湾艺术家的世博故事》《世博园的汶川地震纪念活动让中国人心连心》《中国的百年世博梦想》等中英文稿件，取得了不错的传播效果。

当然，在呈现世博相关的中国故事和中国相关的世博故事这两方面，对外报道还大有文章可做，笔者认为应尽量避免大而空、大而全、宣传味浓的稿件，应从普通人的视角、讲述平凡生动的故事，这更容易引起海外读者的共鸣，而且是让读者从字里行间自己感受到中国发生的巨大变迁与进步。

对外报道如何出彩

总结这世博期间的对外报道经验，结合在编辑部的日常报道经历，我也得出了一些具有普遍意义的关于对外报道的一些想法。

首先，从事对外报道，需要不断加强学习，不管是一线采编人员，还是后方编辑，这样才能在各种新闻事件的报道中得心应手。以世博会为例，在报道法国七件国宝亮相世博的时候，如何描述各个艺术作品的流派及大概特征；什么是“物联网”“车联网”？“云计算”是做什么的？要想用中英文对这些话题进行深度、准确、精彩的报道，凭已有知识是驾驭不了的，必须虚心请教、查阅资料、认真思考，这是对学习能力和恒心耐心的挑战。

第二，从事对外报道，要有精益求精、从不满足的精神。由于对外报道的受众是海外读者，因此在写作对外稿，尤其是英文稿的过程中，不仅要把各种话题的稿子写出来，更重要的是要努力探索怎么才能写出海外受众易于接受、易于理解、易于认同。以世博会的对外报道为例，想写稿子，不难，因为每天发生在世博园里的事情不胜枚举，难就难在如何写出让海外受众可读、爱读的好稿子，这着实需要下一些功夫，需要在抓新闻、采新闻、写新闻的时候用心、用脑，需要绞尽脑汁争取把稿子写得有水平、有意思，这样才能用好每一个新闻点及其背后的故事，从而尽最大可能为提升中国的海外形象服务，为我们的对外报道服务。

第三，从事对外报道，要时刻遵循“以我为主、有的放矢”的原则。一方面要充分考虑海外受众的兴趣关注和阅读习惯，另一方面，要时刻为提升中国海外形象、有效引导国际舆论服务。其实，“以我为主”是目标，“有的放矢”是手段，二者相辅相成。不管是什么领域的对外报道，都要掂量好这二者的关系，也就是要处理好“胸怀祖国”和“放眼世界”的关系。《袁隆平超级水稻亮相中国馆》就是一个很好的例子。一方面，中国把水稻搬到了国家馆，而且会在国家馆日前后收割，这本身对海外受众来说就是一个非常有意思的新闻，应该能够引起他们的兴趣；同时，笔者在稿子中通过介绍袁隆平和他的超级水稻的相关背景材料，进而让海外受众知道了中国在提高农民生产生活水平方面所取得的伟大成就，稿件得到了很好的采用。试想，如果纯粹以数据或者事实的罗列向海外宣传中国的农业发展成就，那效果就会差很多。其实，我们最需要这种“润物细无声”、让真理和事实在字里行间不言自明。□

（作者单位：新华社对外部）

“三能”图编世博会上显身手

王红纲

2010年5月，世博会这个凝聚全球智慧、展现人类文明与进步的盛大PARTY正式拉开帷幕。世博既是个大秀场，也是媒体的较量场。作为一名中新网图片编辑，这是我第一次参加社内的战役报道组到一线。在上海6天的时间里，我一直处在一种极度兴奋的工作状态中。经过这次锻炼，我深深地体会到，只有实现了图编的“三能主义”，才能让图片报道更加出彩。

所谓“三能主义”，是指编辑首先应该能够根据自身的媒体特点和受众的需要来时策划出高质量、创新性的选题；其次，要能够积极参与到报道中，深入前方，通过自己的实地采访掌握真实具体的情况；最后，还要能够对稿件进行精彩“包装”，来达到最好的传播效果。这“三能”又以前期的能策划为重中之重。

我在网站从事图片编辑已有4年时间，此前的工作模式总是有点“等菜上桌”的感觉。我们网站的图编大部分时间都是在摄影部签发稿件后再进行整合，转发到网站上，这使得我们的工作成为一组新闻图片创造活动中的最后一道工序。虽然有时也会单独和摄影记者约稿，但思路上总是有些偏差，数量上也难以满足网络海量的信息需求。而此次世博报道，我在前期先浏览了大批关于世博各展馆的背景资料，做足功课，初步拟定了一些选题。在正式报道中，又不断地与一线的摄影记者直接交流，寻找新的报道亮点，把工作模式由“等菜上桌”变成了“点菜下锅”。

4月28日抵达上海后，我第一时间找到了先期抵沪的摄影部记者盛佳鹏和廖攀，调看他们头两天

上海市民庆祝世博会开幕。

拍摄的场馆试开放的图片，并把自己的选题拿出来和他们沟通。经过交流，我们统一了思路：优先保证动态新闻图片报道，同时也要抓住“一条纵线、几条横线和若干细节趣味点”，在画面的构图、色彩、曝光上寻求突破，找到一个观看世博会的“中新”视角。所谓一条纵线，是我们要抓住受众简单快速化的接受心理。在拍摄某一个场馆时，要尽可能全面，每个场馆都能出一组观看指南性图片稿件，让受众通过这一组稿件就有身临其境的感觉。几条横线，是我们要契合受众对有新意事物的好奇心理，对同一主题做横向对比报道。例如各个展馆的科技看点、各个展馆的互动体验等。若干趣味点，就是迎合受众的审美情趣，多拍一些极具视觉效果的美图和反映人物的趣图。例如“世博色彩系列”、“游客百态系列”、“场馆礼仪小姐系列”等。

韩国馆礼仪小姐以甜美笑容迎接游客

世博开幕后，按照事先策划的思路，摄影部的同仁们每天都会拍摄大量的图片。为了切身体验世博氛围，我在每天上午也会到园区内拍摄采访，下午赶回新闻中心，从记者们送回的海量图片中寻找精品，重新整合编辑。网络图片专题并不是简单的图片罗列，需要挖掘图片的“亮点”和“艺术性”，对图片进行“二次加工”；同时在标题和配文上仔细推敲，让稿件更为生动。在5月1号到4号的几天时间里，我每天都翻看几十个“吉字节”的图片，编辑了大约十几组网络高清图片特刊，其中有自采自编的反映不同职业身份的上海市民迎接世博的人物图片特刊《世博来到我身边》，以世博开幕盛况为主题的图刊《今夜上海无眠》，以世博园内红色视觉元素为主题的图刊《世博·红》，以园区内游客留影时的趣味造型为主题的图刊《世博·pose党》，以独特的观博视角为主题的《神奇的种子——英国馆另类视觉》、《世博·镜中园》、《世博·倒映》；此外，还有以场馆全纪录为主题的《“锈”外“慧”中——澳大利亚馆全体验》、《韩城攻略——韩国馆终极体验》等。这些图片专题角度新颖，图片精美，占据了国内各大商业网站、世博官网甚至新华网等重点新闻网站的重要推荐位置。“被你们的图片给骗了，那场馆里根本没有你们拍的好看”——这是我们网站文字记者吴歆给我的一个反馈。说实话，听了这个评价，我心里还真挺舒服的，觉得这辛苦没有白费。

5月5日，我撤回北京，但依然保持着和前方摄影记者的沟通。当其他媒体的世博报道逐渐降温时，中新网的世博图片特刊依然活跃，《世博大秀场》、《“鱼眼”观博》、《世博“幕”色》等稿件成为5月中旬各网络媒体为数不多的综合性图片报道专题。世博还在继续，还有近半年的时间，如何带给受众更多的新体验，如何在内容和形式上突破创新，对我来讲将是更大的挑战。革命尚未成功，同志仍需努力！ □

（作者单位：中新社网络中心）

本文图片均由作者提供

浅谈世博会采访的国际视角

李 洋

上海世博会对于国际部的记者来说是一次很好的学习交流机会，能够近距离感受各国的文化，理解各国的历史，并能结交来自五湖四海的各界朋友。但如何把世博会的稿子写出特色，实在是一大挑战。在几周的奋战中我和同事不断转换视角、开阔思路，写出了几组有特色的稿件。

在国际视野中探寻特色题材

刚到上海，我便立即前往世博园区，希望能尽快找到感觉，进入角色。但一进新闻中心就很快发现，各类和世博会相关的稿件铺天盖地，写出有中新特色的稿件实属不易。怎么办？看到世博会是分片区展示，亚洲、欧洲、美洲各有一方天地，于是我就先去熟悉的亚洲国家展馆转一转。

在探访印尼、新加坡、泰国和马来西亚展馆后，我心里开始有了一些想法：何不将这几个国家的展馆组合在一起写一篇呢？这些东南亚国家的展馆基本都有共同点，而且对大多数亚洲人来说还算比较亲切。我的第一篇就是“东盟十国展馆纵览：凸显雨林魅力 展现宗教文化”，很快获得采用。

这类稿件的难度主要有两点，第一是所涉及的几个展馆都要跑遍，第二是找寻共同点，介绍作为整体的地域文化特色。例如“东盟十国展馆纵览”，就要跑遍 10 个馆，做一些笔记，再整理出大体的脉络。按照这个思路，我又相继写了“中亚五国展馆纵览：丝绸之路呈现精品 民风彪悍热情好客”和“北欧五国展馆纵览：创意‘以人为本’呈现‘和谐自然’”两篇稿件，构成了一个相对完整的系列报道。

但这个题材再往下写就面临着不可逾越的障碍：首先是地域界定问题。东南亚、中亚、北欧基本有约定俗成的地理和政治界限，相对容易把握，中东、拉美、东欧地区地理分界模糊，国家众多，难于操作。

第二是现实政治问题。譬如中东地区是个极其复杂的“火药桶”，这次采访也深有感触。巴勒斯坦在其展馆中公然打出标语“耶路撒冷：我们的首都”，并展示了耶路撒冷城的模型。实际上，耶城目前被以色列控制。以色列展馆甚至也展示了和耶城相关的内容。与其说是“文化的碰撞”，不如说是“政治的碰撞”。又如黎巴嫩馆，夜晚进去之后漆黑一片，只有几盏小灯引路，反映了当地复杂的政治社会现实。

如何继续扩展写作角度让我很为难。这时领导点拨我说，可以尝试写写和“未来”相关的稿件，例如未来出行、未来住房等。我马上觉得豁然开朗。恰逢欧盟举办和未来出行有关的论坛，我便立即前往采访，同济大学杨晓光教授和来自欧盟的多位专家都和我聊了很多和出行有关的事情，感觉受益匪浅。我又采访了汽车馆的馆长，参观了汽车馆，通过长时间的采访总算收集到了足够的素材，让我能够交上首篇“未来”系列的稿件。

采访丹麦馆后，工作人员赠送我一本《我们如何设计未来》的小册子，里面从六个方面详细介

绍了丹麦对未来世界的构思。历史上，世博会作为科技创新的平台，为推动人类社会的发展做出了重要贡献。本届世博会自然也不例外。可惜这类稿件想做出特色并不容易，首先要避免资料的堆砌，其次还要有相对深入的分析，避免让业内人士看出破绽，因此需要有扎实的采访和深入的理解。但是，我认为这类稿件应属世博报道中不可或缺的一部分。

世博会上的国际人物采访得失

我在世博会上专访了三位政府总代表：丹麦政府总代表白慕申、芬兰政府总代表胡毅督和加拿大政府总代表大山。前两位是通过自己的联系实现的采访，后一位是在同事及华文媒体同行的帮助下实现的。

很多人注意到我所采访的总代表都集中在北欧国家，这主要有两点原因，一是我刚刚去丹麦进行过采访，对当地的社会和经济等各方面有切身体验；二是北欧国家社会发达，国际竞争力领先于世界，创新意识非常强，与世博会的基调十分契合，将这些国家的先进经验介绍给国人，具有一定实际意义。

丹麦政府总代表白慕申是位和蔼的学者，曾任丹麦驻华大使，他本人撰写了很多有关中国的书籍，对中国十分友好。当得知我去过哥本哈根后，老人十分高兴，当即把他的多本著作赠送给我。白慕申和我谈了很多，让我了解到中国和丹麦之间的很多奇闻趣事，也让我对丹麦人现代而闲适的生活有了更深刻的印象。

对白慕申的采访是在他简陋的办公室里进行的。这大概是我见过的最简陋的总代表办公室：只有一个很小的窗口，房间大概只有两三平米大小，像一个阁楼。白老自嘲说，这也体现了我们丹麦简约的生活方式。

对胡毅督的采访则是在芬兰馆新闻发布会后捕捉到的机会。由于新闻官迟迟没有安排具体采访时间，让我有些不爽。好在有新闻发布会，让我抓住机会向他提出了几个问题，胡毅督也愉快的一一作答。

由于同事及华文媒体同行的努力，我得以在离开上海前一天对中国民众非常熟悉的大山进行了专访。与大山的对话没有遇到特别的困难，大山主动和我们用中文交流，而且也表现得很友善。

值得一提的是，语言仍是采访国际人物中非常重要的工具。白慕申、胡毅督，他们虽然叫着中国名字，我采访中仍然需要面对不怎么懂汉语的西方老人，英语就变得很重要。当得知记者愿用英文交流后，白慕申立刻眉开眼笑，也非常放松；而在西班牙馆，语言工具也让记者的采访变得更加顺利。

值得借鉴的经验是张冬冬联系东南亚国家总代表或馆长的方式。他直接跑到相关展馆外面找新闻官，然后通过新闻官找到了总代表或馆长。对于这些国家，采取这种方式是能很快取得采访机会的。

不过，我们去专访美国、英国等大国的总代表或是馆长进行了长时间的联系，但进展十分缓慢。我的同事也一直在联系这些展馆的新闻官，也收获甚微。我想，在这方面还需要早做准备，疏通好各方面的人际关系。 □

（作者单位：中新社国际部）

李洋采访大山。 中新社供图

世博会开幕式“拍摄点位”的故事

张　明

开幕式烟火

五月一日零点以后，我从世博会开幕式报道的战场上刚撤下回到家中，仔细欣赏了我们新华社摄影团队的战果，新华网上众多精彩绝伦的照片仿佛在我的眼前铺展开一轴世博会开幕式气势恢宏的历史画卷。

五月一日，全国各大报刊均巨幅采用新华社的世博开幕照片，我为新华社骄傲，为新华社摄影部能出色完成此次重大报道任务而感到欣慰。

我作为上海分社一名资深的摄影记者、在上海滩摸爬滚打二十多年，堪称“地头蛇”。面对在自家门口展开的世博会开幕式战役性报道，此刻我清楚地意识到，除了自己要拿出像样的历史性照片,更重要的或是首要的任务是，要发挥“地主”优势，帮助摄影部排兵布阵，选择并落实点位，以确保所有的参与记者能够在各自的点位上形成合力，用照片全景式地反映世博会开幕式的盛况。我暗下决心：拍摄点位问题我亲自“操刀”，竭尽全力落实。

万事开头难，面对5.28平方公里的世博园区和数不清的世博周边建筑物，确定可供选择的拍摄点就是一个大问题。我调阅了前期我签发的签约摄影师拍摄的世博园区照片,从上千张照片中梳理出浦东、浦西不同方位的数十个精彩画面拍摄点。我将包括浦东三幢居民楼的楼顶、世博村的楼顶和浦西世博园区外的一幢在建商务楼的楼顶等若

干个拍摄点位确定下来。

一次偶然机会，我从在东方明珠工作的老友处得到消息，开幕式当晚，东方明珠将呼应世博园的开幕式盛典，从上到下会同时燃放焰火，于是我又增加了东方明珠350米球体内、东方明珠脚下和上海大厦的拍摄点位。记得2001年APEC峰会当晚，东方明珠脚下燃放焰火，浙江分社王小川记录过那一瞬间，画面视觉冲击力极强，让人过目难忘。而此次报道中，年轻记者朱峥同样不负众望，也拿出了精美照片。

根据摄影部前期来上海踩点的摄影记者王建华提交的一份《新华社关于2010年上海世博开幕式摄影报道报告》，经过反复思考，我删选出了世博园区内外的十几处拍摄点位，在这些点位上，不仅仅浦江两岸世博园区的景色一览无余，而且将南北横贯整个上海的黄浦江两岸“一网打尽”。于是，一份《新华社关于2010年上海世博开幕式摄影报道报告》（修改稿）最终拟定出炉。三月末，我和前期到上海的总社摄影部摄影记者金良快、签约摄影师刘剑峰、郭长耀等先后几次登上东方明珠电视塔、上海大厦，居民楼顶、世博工作楼顶、在建商务楼顶和文化中心等地实地模拟拍摄，根据所得照片进一步调整位置。

四月中旬，先期到上海坐阵的摄影部领导提醒说，按照以往经验，战役性报道开幕当天，所有点位可能上午能进去，下午就被封锁了，必须尽快确保开幕当晚在所有的拍摄点位上，摄影记者都能顺利到位。

津巴布韦旅游小姐（右）与上海市旅游形象大使焦莉臣在晚会上互致问候

确实，拟定了方案如何落实当时成了摆在我们面前的又一道难题。我曾按照领导指示，先后三次亲手将我们拟定的《新华社关于2010年上海世博开幕式摄影报道报告》送到世博局等有关部门领导手中，社长慎海雄运筹帷幄，最后还决定帮助我们寻求“高层突破”。事后知道，我们的有些关键点位是上海分社慎社长在上海市委常委会上直接向市委书记俞正声提出申请的。在书记的关心下，我们的《报告》得到了上海市公安局局长的批示。

4月25日上午9时，在慎社长带领下，我和王建华等准时来到上海市警卫局，与接待我们的上海市警卫局崔副局长一起，将我们《报告》中提及的拍摄点位和人员安排一一落实。最终，我们所有人顺利地赶上了4月27日的开幕式彩排。

开幕式前夕，我又与世博园外所有高楼拍摄点所属辖区的派出所民警沟通，预防个别安保人员因为信息交流不畅在开幕式当天拦下新华社的摄影记者，这最后的一搏也为我们报道工作的顺利进行上了最后一道保险。4月30日，我们终于迎来了世博会开幕式，摄影部领导要求所有摄影记者必须在下午三点前进入“阵地”，预防不测。领导还向所有的记者交代：开幕式当晚世博园外的所有点位遇到问题即刻联系张明。当晚六点过后，我的充满电的手机始终没有响起，那预示着我们所有人都顺利就位，我一直悬在喉咙口的心总算放下了。

在世博开幕当天，胡锦涛主席在国际会议中心与外国领导人有几十场的会见，还有一场宴请。在前期，根据外交部的安排，我以新华社中央新闻报道组摄影记者的身份两次去会场内踩点，协调拍摄距离和背景灯光调整，每一次完成任务回到家都是深夜了。最终，中央组的报道工作也顺利完成，我感觉自己的付出也得到了回报。 □

（作者单位：新华社上海分社）

本文图片均由作者提供

产业媒体报道世博会的实践和探索

——英大传媒集团世博会联合采访报道侧记

李明慧

完美谢幕的上海世博会，留给世界的是成功精彩难忘的印象和感动。对于关注报道世博会的新闻媒体而言，长达半年共184天的报道期，绝对称得上是一场新闻“持久战”。 2008年7月18日，由原国家电网报社和同为国家电网公司旗下的电力出版社整合成立英大传媒集团，作为产业媒体的一员，调动整合了集团内所有子媒体的新闻资源，广泛动员记者站力量，全方位策划协调，对世博会进行了规模空前、视角多元、影响显著的持续报道，成功探索了全媒体协同运作的传播模式，为集团媒体向全媒体运作转型积累了宝贵经验。

各子媒体协同运作　实现全媒体传播

国家电网公司是本届上海世博会的全球合作伙伴，除承担保障世博会安全稳定供电的职责外，还在世博园建设运营公司企业馆。世博会绿色、低碳、节能、环保的理念与国家电网“奉献清洁能源”、“建设坚强智能电网”等企业理念有着极高的契合度。作为国家电网直属传媒集团，英大传媒集团牢牢把握这一重大报道时机和巨大的报道拓展空间，将做好世博会报道作为今年旗下各媒体新闻报道的“重头戏”。

早在3月份，集团就超前谋划世博会报道，组织旗下报刊、电视、网站等媒体根据自身定位，分别制定世博会报道总体策划方案，然后整合形成集团层面的《2010年上海世博会新闻宣传策划方案》，作为总体报道的纲领，奠定了世博报道的整体基调和思路。

在集团所有媒体中，主报《国家电网报》开辟《光彩世博》系列专栏，世博期间共计制作刊发世博特刊50多个版，每周推出一期整版《世博特刊》。分别于5月1日世博会开幕日、7月26日国家电网馆特别活动日、10月31日世博会闭幕日推出3期特刊，每期8个整版，在各个关键节点将世博会报道推向高潮。根据读者反馈调查，各地读者特别是国家电网系统员工表示报纸对世博会的报道到位、解渴。

英大网、手机报等新媒体发挥数字媒体优势，以最快、最全面、最丰富的新闻资讯，借世博会平台大力传播国家电网理念和价值。英大网世博会专题突出两大宣传主题：世博会合作伙伴、坚强智能电网；展现两大特色：智能电网和电力文明。设置了光彩世博·智能电网、光彩世博·国家电网、光彩世博·能量魔盒三个重头栏目，世博期间点击量节节攀升，每天保持数以万计的点击量，热度始终不减，点击量累计超过400万。根据网友留言，大家认为网站世博专题内容全面，主题突出，特别是对国家电网馆的介绍比其他网站都要详

世博会游人如织　　李云平 摄

尽，很多去过国家电网馆“魔盒”的网友都特意再次浏览网站的相关内容，以加深对“魔盒”的了解。

7月26日是国家电网馆特别活动日，是国家电网公司在世博会上的“企业品牌传播日”。对于英大传媒来说，这是世博报道的关键节点和最大亮点。集团派出来自各个媒体业务中心的15名记者，对活动日期间20多项活动进行文字、图片、电视、网络的全方位、立体式报道，规模空前，声势浩大，各媒体国家电网馆特别活动日的相关特刊、专题亮相后，引起强烈反响，取得了预期的传播效果。《国家电网报》的特刊版式打破常规，实现突破创新，将一版和四版打通设计成封面版，新颖大胆的版面令人耳目一新，得到了许多读者的好评，特别是国家电网公司员工都表示看了这期特刊之后觉得作为国家电网的一员非常自豪。

抓住特点：开拓报道新视野

英大传媒集团世博会报道在立足电网的同时，集团跳出企业媒体的藩篱，以全面的视角，不断开拓报道新视野，丰富报道内容，围绕能源、环保、节能、低碳等理念，对世博会整体运行情况和其他场馆特色丰富全面地展现给受众。

国家电网电视频道拍摄制作的专题片《大隐于市的“动力之心”——探访上海500千伏静安世博变电站》，开篇就从这个地下变电站的地上公园开始说起，让报道能够让观众感觉“近在眼前”，从社会化的视角生动展现变电站对世博电力保障的意义。《亮报》新闻版主要关注的是世博会整体的保电、用电的情况，拳头栏目聚焦版多次策划相关深度选题，如《倒计时3天看世博用电》《电力“片警”全面服务世博会》等。

本届世博会突出低碳环保的理念，这与国家电网公司奉行的理念相契合。《企业软实力》杂志第14期特别推出《世博品牌盛宴》封面策划，解读国家电网参与世博、传播品牌的决策始末，同时结合杂志自身的定位，开拓性地选择了西门子、可口可乐、中国移动、思科等国内外知名企业作为参照对象，分析它们通过世博会提升自身品牌的方式，借助这些企业独特的做法，为企业品牌建设提供启发和经验，获得了读者的高度好评。

回顾持续半年的世博报道之路，英大传媒集团在全媒体报道运作方面进行了成功的探索和尝试，历练了新闻队伍，增强了采编人员的全媒体协作意识，影响和带动了国家电网150万员工走近世博、了解世博、支持世博、宣传世博，有效传播了“坚强智能电网”的理念，展现了国家电网员工“努力超越、追求卓越”的精神风貌，提升世博合作伙伴品牌价值和“国家电网”品牌的知名度、认知度和美誉度。　□

（作者单位：英大传媒集团总编室）

村民们离不开的好记者

——记浙江省优秀农村工作指导员、浙江日报记者俞佳友

浙江省记协

编者按：俞佳友是浙江日报地方新闻中心记者，自2009年2月至今，一直在有“青田西藏”之称的青田县万阜乡担任农村工作指导员。近两年来，他克服各种困难，走遍全乡90个自然村，想方设法为当地村民送温暖、办实事，受到当地党委、政府和村民的一致高度赞扬。2010年2月，万阜乡党委和村民给浙江日报报业集团党委写信，恳请任职期满的俞佳友再留任一年，俞佳友二话不说，继续安心山区工作，为民服务。

俞佳友身上既有一个新闻人敏锐的嗅觉，满腔的激情，执着的意志，职业的素养；又有一个社会人勇敢的担当和火热的心肠。浙江在全省新闻战线开展学习俞佳友的这种作风和精神，是对开展“三项学习教育”活动和实现“三贴近”的深化。

一个城里的记者到农村挂职锻炼，是像浮萍漂一阵子就消失，还是老实放下“书生架子”，快速融入当地生活，切实为老百姓排忧解难，并以己所长服务于当地经济建设，为村民脱贫致富贡献力量？

俞佳友，以他踏踏实实的行动，很好地回答了这一问题。

“呆得住，融得进，有作为。”这是浙江省青田县万阜乡党委书记季焕平对他的评价。

“俞佳友同志的事迹非常感人。乡亲们用致富带头人和救命恩人来夸他，我看一点也不过分。”青田县委副书记叶水源这样说。

万阜乡是浙江省欠发达的贫困山区乡，8个行政村90个自然村的8776名村民，散落在海拔500多米高的大小不同的山坡上。全乡有近四分之一的村民，人均年收入不到2500元。许多村民过着吃粮山坡上种、喝水田沟里挑的生活。这里没有工业，村民们靠天吃饭，缺乏农产品产后加工处理、流通渠道和专业化合作组织引导。乡里决定着力打造以高山效益农业为主的产业，发展高山蔬菜、稻田养鱼、杨梅和油茶。一到乡里，俞佳友就利用各种渠道为村民送信息和技术。开始没有人理他，有些村民说他只会写写稿，搞农业是外行。他就耐心地做村民朱香钗的工作。朱家里比较困难，承包的2亩田原想和以往一样种水稻，俞佳友和她交流分析后，建议她将一亩田改稻田养鱼，另一亩田种植高山茄子。当年，朱家的高山茄子就增收3000多元。“农民最缺的就是信

俞佳友（前）的足迹踏遍了万阜乡的沟沟坎坎 **林云龙** 摄

息和技术。这次，多亏了俞记者。”朱香钗逢人就夸。这一下，村民们种高山蔬菜的积极性上来了。

2009 年 2 月 26 日晚，蒲州村村两委召开会议，研究解决 797 位村民的喝水难问题。这是俞佳友第一次参加村两委会议。面对资金短缺等困难，与会人员大多没了信心。前几届班子也都想办成这件事，但最后都因一个“钱”字而不了了之。眼看这次事情又要“黄”了，军人出身的俞佳友“咚”地一声站了起来。“不管怎么样，一定要啃下这块硬骨头！这是考验我们村两委班子的一场硬仗，每个人都不能当逃兵！”俞佳友不停地给村两委班子打气：“至于资金问题，我们可以到上面争取，请我们集团支持……但最关键的还是要靠我们自力更生，用自己勤劳的双手去创造美好的生活！”

大家的劲头被鼓动了起来。

俞佳友和乡领导在积极筹措资金的同时，和乡、村干部一起，带领村民在山路上挖沟铺设水管，建造蓄水池。听说新来的指导员没日没夜地干，鞋子磨破了，手上打起了血泡，许多在外打工的村民也赶回来加入了战斗。2 个多月之后，工程竣工了，村民们从此告别了断水的日子，在家中拧开水龙头就能喝上自来水了。

去年 12 月 5 日，高山蔬菜品牌“刘基菜园”商标进入公示期，俞佳友及时通过各种渠道托人催办，使省质检局第一时间为村民办好了高山蔬菜进超市所需的条形码。“刘基菜园”商标成功注册并于今年 4 月 1 日投入使用后，干菜加工商胡从良在意大利开出第一家干菜销售店，将万阜乡的干菜远销到了欧洲。俞佳友及时在《浙江日报》上发了篇消息，不久青田县城又开出了第二家干菜连锁店，扩大了“刘基菜园”的知名度，“刘基菜园”最近还入选首批省级特色农业精品园。目前，万阜乡的高山蔬菜已经成为温州市“菜篮子”的后方基地，今年可让万阜乡农民产值达到 600 万元。

仅今年 2 月份以来，俞佳友就在《浙江日报》要闻版上发表 20 多篇稿件，为山区脱贫致富起到了很好的促进作用。

万阜乡路远偏僻，素有“青田西藏”之称。从乡到县城的盘山公路有 85 公里长，全天只有一班中巴车往返，晴天一趟要开 3 个多小时，雨天如遇塌方等就会交通中断。乡里只有一辆公车。俞佳友当初是开着自己的私车到万阜乡担任农村工作指导员的。这样，俞佳友的私车就变成了“公车”，除了自己下村使用，去年以来，他接送乡村干部、村民到县城办事 230 余次，行程 69000 多公里，光轮胎就换了好几个。

今年 1 月 31 日，村民吴如花即将临盆生子，得赶紧送县医院。可已错过了中巴车的时间，乡里的车子又外出了。看着妻子疼痛难忍，吴如花的老公心急如焚。正在此时，俞佳友看到这个情况，当即把她抱上车。4 个小时后，吴如花在青田县人民医院顺利地产下一个胖小子。

俞佳友初到万阜乡时，乡里给他安排了一间宿舍，但当他了解到乡里原先的办公楼是危房、现在租村民的房子办公每年要花两万多元时，就和乡里一个叫刘依容的小伙子挤到了一块。房间是顶层，夏天特别闷热，没有厕所，也没有空调，一台电风扇还是他从杭州家里带来的。书记和乡长过意不去，几次想给他换个单间，但俞佳友总是不肯。“目前乡里困难，能省一点就省一点吧。”

俞佳友把万阜当成家，视村民为亲人。90 个自然村，只要有人在家的，他都上门走访过。周末和晚上，他去得最多的地方是乡敬老院，那里住着 40 多位老人，他几乎每周都要去看望一次，同他们谈心聊天讲故事。敬老院的有线电视被雷电击坏了收不到节目，俞佳友立马联系县广电局，在青田挂职的郭庆副县长的帮助下，重新为敬老院安装了有线电视。66 岁的老人刘化魁兴奋地说：“俞记者对我们这些老人的生活，真比自家儿女还上心呢！现在，我一天看不到小俞，心里就会想着他。”

不能经常回家看望妻儿的俞佳友，把更多的爱心献给了身边的人。18 岁的村民夏明明患骨癌后，家里因为困难准备放弃治疗。俞佳友把身上仅有的 1500 元掏出来给了夏明明，但他深感个人的力量对夏明明来说微不足道，只有发动社会力量才能帮他渡过难关。于是，他和今日早报联系，发动社会各界人士为夏明明捐款。他写出了《妈妈，我想活下去——18 岁男孩发出生命的呼唤》》等报道，引起较大反响，各界人士纷纷解囊相助，正在生病挂盐水的俞佳友女儿也给夏明明捐了 200 元压岁钱。到去年

让美丽绽放在军事新闻的天空

——解放军报社年轻女编辑记者群体剪影

邵　薇

抗震救灾、联合军演、国际救援……重大军事行动中，常常活跃着她们采访、记录的身影；军事报道、时事新闻、文化宣传……《解放军报》上，日日呈现着她们策划、编辑的图文。通过一篇篇精彩的作品、一个个精美的版面，读者记住了她们的名字，也对她们刮目相看——解放军报社的年轻女编辑记者，这群平均年龄31岁的女军人，用努力和智慧，将美丽绽放在军事新闻事业的天空。

起点高　素质好

在解放军报社的编辑记者队伍中，女编辑记者占采编人员总数的9.9%。这个规模不大的群体特点鲜明：

（1）学历层次较高。这些年轻女编辑记者，分别毕业于中国人民大学、复旦大学、国防大学、国防科技大学、南京政治学院、解放军艺术学院等军地院校，全部达到本科以上学历，超过一半拥有研究生以上学历。

（2）专业分布较广。新闻、文学、文艺评论、英语、政治工作、国际关系等不同专业的教育经历，丰富了这支队伍的知识结构，也使这支队伍的成员，无论担任驻站记者或版面编辑，无论从事文字报道、图片编辑或网络宣传，都体现出良好的文化素养和多样的职业视角。

（3）素质起点较好。由于军队单位性别比例的限制，近年来，报社在挑选女编辑记者时，始终坚持“优中选优”的原则，从源头上为保持这支队伍的整体水平提供了保障。事实证明，这些院校的优秀毕业生，在岗位实践中既延续了进取精神，也体现了不俗实力。

在沃土中迅速成长

一粒粒种子要生根发芽、开花结果，需要适宜的气候土壤和精心的灌溉培养。近年来，解放军报社

底，夏明明共收到社会各界捐款11万多元。

因为俞佳友的联络，现在，不仅有上海的朋友与万阜乡的特困学生结对助学，还有俞佳友小区里的好几个邻居，也要求带小孩与万阜乡的贫困学生结对助学。

今年2月，任职满一年的俞佳友原本以为能和妻子、女儿团聚了。但万阜乡领导和村民给浙江日报集团党委写信，恳请俞佳友再留任一年。乡长说：“从内心讲，我们觉得很对不起佳友，这样又要让他与家人分居一年。但我们那儿实在是离不开他啊！”

在这一年多来的时间里，俞佳友究竟花了多少心血，村民们很难说得清楚，但他们清楚地看到，36岁的俞指导员比刚来时脸脸黑了，已经成了地地道道的“农民”。俞佳友先后获得了全省优秀农村工作指导员、省直系统优秀共产党员、浙江日报集团爱心奖等殊荣。　□

积极地为年轻女编辑记者的成长成才和岗位建功打牢基础、创造条件、提供舞台。

（1）观念导引

报社社长孙晓青说：女性的发展程度是衡量一个社会文明进步程度的重要标准，也是衡量一个单位科学发展的重要尺度。促进年轻女编辑记者自身的全面发展，是落实科学发展观、构建和谐报社的题中应有之义。党委“一班人”的思想统一和言行合一，为年轻女编辑记者营造了“想作为、能作为、有作为”的浓厚氛围。编辑刘璇说：一些单位存在的对女同志能力素质的怀疑、岗位安排的偏见和立功受奖的“冷落”，在报社的女同事身上几乎没有发生过。

（2）培训淬火

年轻女编辑记者尽管学历层次较高，但大都从院校直接进入报社，缺乏对部队的深入了解和相关经验。为了弥补这一不足并通过多岗位锻炼人才，报社多年来坚持一个规定，新调入的编辑先在记者部锻炼一年——在军区军兵种等单位驻站期间，通过深入部队采访，贴近官兵体验，增加对部队的了解，增进对官兵的感情，提高军事新闻的采写能力。

今年2月起，报社还启动了“年轻编辑记者当兵锻炼活动”。这项活动开展以来，已经有7名女编辑记者克服个人和家庭困难奔赴女兵连队，扎扎实实地体验当兵的生活，了解部队情况。在当兵体会中，编辑林敬秋写道：“放下手头的工作，离别幼小的孩子，走进绿色的军营。当兵锻炼一个月，我以兵的身份去感悟士兵的内涵……王阳是上等兵，去年刚开始学业务背号码时，500个号码只记住了7个。可半年后，她成了同年兵中背号码和答题最好的一个。在王阳身上，我看到了许三多的影子。普通一兵，守住了兵的本分，把一个士兵该做的事做到最好，就是不普通。我想，我懂得了什么是普通一兵的不普通。”

（3）岗位历练

历练，需要机会；展示，需要舞台。前苏联有位作家说过：战争，让女人走开。但在我军执行多样化军事任务成为常态的今天，几乎每一次重大的军事行动，报社都给年轻女编辑记者搭台子、压担子；同时，几乎每一项重大的国内外活动，报社也都主动地给年轻女编辑记者以机会和任务。因此，对于新闻人而言的许多历史时刻，她们几乎从未缺席，也从未让读者失望。

解放军报女编辑参加坦克驾驶训练　　解放军报供图

2008年5月12日汶川大地震发生后，在报社第一时间组织向地震重灾区挺进的记者中，就有2名年轻女记者。5月14日，已在灾区两夜未眠的记者谭洁，得知空降兵要伞降的消息，便挤上一辆车向机场奔去，与伞兵一起飞往茂县，并在15位伞降勇士安全着陆后，第一时间发回《空军在四川茂县成功实施伞降》《15勇士勇闯震中》等稿件，被各大网站转载，起到了良好的社会效果。记者邹维荣在映秀镇坚守8天8夜，报道了以某工兵团为主组建的国家地震救援队鲜活生动的感人事迹。谭洁和邹维荣还先后参加了4次中俄联合军演，和同事一起发回了许多记录军演重要节点和精彩瞬间的稿件。

今年9月，我军医疗救援队抵达巴基斯坦洪水灾区展开救援，编辑宣琦随队采访。她不仅为军报发回系列文字稿件，还为国防部网站和中国军网传回记者专题图集，并在返回后利用实地拍摄的视频资料制作成专题上传到中国军网。采访期间，医疗救援队成功实施了首例剖宫产手术，因中央电视台军事频道的随行记者是男性，平时熟练掌握摄影和摄像技术的宣琦主动代替男记者进入产房，拍摄了手术和迎接新生儿的过程，使相关报道得以在中央电视台《军事报道》栏目顺利播出。同行们赞誉，解放军报的女记者在全媒体实践中已走在前列。

今年8月至11月，我军“和平方舟”号医院船赴亚丁湾和亚非五国执行医疗服务任务，报社最年

轻的女记者王凌硕随船采访，历时88天，创造了女军事记者出海航行的最长时间记录。

今年2月，编辑柴华只身奔赴温哥华，挑起了军报报道冬奥会的大梁。这名不到30岁的“80”后，不仅重大赛事无一遗漏，发回30余篇新闻，写出了被同行誉为美文的通讯《温哥华爱情故事》，还主动身兼摄影记者，拍摄并刊发了不少赛场内外的精彩感人画面，迈出了报社记者“两翼齐飞”的重要一步。

以上只是年轻女编辑记者在重大事件报道中的一组“出镜”镜头。除此之外，她们中还有一批“幕后英雄”在报社的另一条“战线”上默默耕耘，演绎着别样的精彩。近年来，报社大胆地将一些栏目、版面或专版交给年轻女编辑“担纲”,这在报社历史上尚属首次。令人欣喜的是，经过她们精心包装和策划的这些栏目、专版，受到领导的认可和读者的好评，甚至有热心读者评价：看到这些女编辑的名字，就看到了版面质量的保证。

丰硕成果

“给我一个机会，还你一个精彩。”报社的年轻女编辑记者用实际行动证明了这句话。

（1）用光荣给梦想回答

近年来，报社年轻女编辑记者先后有2人荣立二等功，5人荣立三等功，立功人数达总数的三分之一。从第十二届到第十八届中国新闻奖,在解放军报的获奖目录中，一次不落地出现了女编辑记者的名字，其中，5名年轻女编辑记者曾9次获奖——赵风云参与采写的系列报道《导弹司令的生命之光》和通讯《春节，在鲜为人知的地方》分别获第十二届、第十三届中国新闻奖二等奖；谭洁采写的通讯《惊心动魄35分钟》、消息《我新型战机首次在异国升空训练　创中国空军多项第一》分别获第十五届、第十八届中国新闻奖二等奖；邹维荣参与采写的通讯《闪耀在手术刀上的道德光芒》获第十七届中国新闻奖一等奖；赵阳编辑的散文《读刘白羽遗嘱及其捐献单》获第十六届中国新闻奖一等奖；李雪梅编辑的摄影作品《英雄探妻》、《六月风雪巡逻路》和《海啸废墟上的中国情意》分别获第十二届中国新闻奖一等奖、第十五届中国新闻奖二等奖和第十六届中国新闻奖三等奖。一长串的获奖名单，记录了她们巾帼不让须眉的努力。

年轻女编辑记者中的突出代表是谭洁。刚满30岁的年纪，谭洁已创下军事记者的多个“第一”——第一个走遍内蒙古边防线，第一个3次在隆冬走上世界最高的雷达站，第一个随直升机飞遍我国西北边疆，首跳我军新伞型；获过多个荣誉——全国抗击“非典”先进个人、全军抗击雨雪冰冻灾害先进个人，被中国妇联授予“三八红旗手”称号。鲜花和奖杯的背后，是她一次次挑战自我极限的勇气和不为人知的艰辛。她曾这样写下随空降兵某部执行空降突击作战演练任务时的心情：“在去机场的路上，车上音响竟然响起了熟悉的校园民谣：《漂亮的女生白发的先生》，那一刻，泪水模糊了我的眼睛。我突然觉得很难过，因为这一跳谁知道是死是活……那天清晨，在大别山深处的800米高空中,我凌空跳下。这一跳，我从此离梦想离战场更近……”

（2）用特色为军报增辉

两年前,军报提出“适度变脸、有限转身”的口号，即在坚持既定办报方针基础上，让军报少一点板着面孔，多一点露出笑靥，尽可能通过有效阅读实现报纸的软指导。两年来，在采、写、编的各个业务链条上，年轻女编辑记者为此作出了独有的贡献。

她们凭借扎实的文化功底，发挥女性思维精巧、情感细腻、工作细致的优势,采写的稿件视角独特、细节丰富、行文优美，基本和大话空话套话“绝缘”；编辑的版面策划新颖、内容贴近、文风亲切，使军报文风更清新、明快。

今年初，在全国新闻媒体对空政文工团特级创作员阎肃的宣传中，由编辑刘璇主笔的通讯《军旅艺坛常青树》独树一帜，以生动翔实的描摹、深刻贴切的总结、清新流畅的文风，全面再现了军旅艺术家阎肃的鲜活形象，刊发后被多家媒体转载，成为此次典型宣传中的精品力作。由编辑赵风云担任责编的专版《青春方阵》,青春气息扑面，活泼而又不乏深度，近年来推出的独家策划《转型时期，偶像VS英雄》、述评性报道《80后军人经受住了考验》等让许多读者至今记忆犹新。由编辑赵阳担任责编的《长征副刊》，犹如一叶文学方舟，刊发过《本色从坤茗》、《假墓前的沉思》等许多动人篇章，以厚重的思想和优美的文风带给读者隽永的享

编者按：11 月 15 日 14：30，一个让上海人将永远铭记的时间，胶州路一栋居民公寓突发特大火灾。上海广播电视台电视新闻中心闻讯后，第一时间作出反应，于 11 月 15 日、16 日先后派出数十路摄制组前往多个直播点进行直播报道。在这场感性与理性碰撞的直播中，上海广播电视台电视新闻中心的记者们实现了职业操守与人文关怀的对话。本刊在此编发三位一线记者的直播采访手记，与新闻同行一起缅怀在火灾中遇难的人们。

我能做什么

吴海平

火灾现场报道　　上海广播电视台供图

11 月 15 日下午，听说胶州公寓着火的时候，我还在写上午的稿子。赶紧忙完手头的事情，作为直播部第二路记者，我 15：00 迅速起身赶往现场。

任何语言都不如画面有冲击力，看到整幢大楼燃烧着，消防车细弱的水柱完全不能压下一点火势，我只能隔着几百米距离干着急。我能做什么？我要在最快的时间内直播。

出发前虽然已经确认卫星车同步行动，但当时周边道路拥堵严重，我们的卫星车被堵在常德路上。高主任停下车，先确认了视线保证可以看得到起火大楼后，立刻打电话让我奔过去。等我和摄像乔建华赶到卫星车前与大部队会合时，已经是 15：50 了。我们把卫星信号快速对好，做好 16：00 快报开播的一切准备。

由于我们的位置不太理想，只能看到大半幢楼，高主任灵机一动，紧急“征用”了一辆拉废品的三轮车，让我站上去，这样乔建华可以让失火现场作为背景，画面更加直观。由于第一档 16：00 的直播太着急，我甚至还没理顺要说什么就开始了，我只能在现场看到什么说什么，详细描述正在发生的一切。

16：00 的快报结束后，我们看到蔡主任带着大部队也赶来了，顿时心里不慌了，赶紧用手机上网搜索最近的消息，找寻伤员人数。此时台里又来电话，16：38 开通特别报道，还需要连线。刚才的快

受；由通联部编辑邵薇担任责编的《读者之友》专版，关注基层现实问题，察找官兵精神世界，编发的追踪大学生士兵成长动态的《“单打独斗成不了英雄”》，讨论当代好兵标准新变化的《上铺高明，下铺许三多》，由她本人采写的记者调查《走进大学生新兵连》等深度报道，均以独特的视角和现实的意义受到读者好评。邵薇同志还利用业务联系，积极帮助基层官兵解决士兵证办理、服装发放等实际困难；通过约请顾问，为基层官兵解答优抚安置、伤残评定、军校招生等政策问题，疏解工作生活中遇到的各种难题和困惑，被读者誉为基层官兵的良师益友。

解放军报社的年轻女编辑记者群体，用执著的热爱和不懈的进取追寻梦想，燃烧青春，实现价值，赢得尊重。今天的新闻是明天的历史，相信她们的名字会在军事新闻的历史天空中散发出美丽光芒。　□

（作者单位：解放军报）

火灾第二天报道

周　缇

发生火灾的当天，我生病在家，傍晚的时候，打开电视看新闻，没想到看到一场可怕的大火。三位同事已经在三个点就位，开始直播报道。直播从下午开始一直持续到晚上，滚动播出没有停过。我当即发了个消息给领导，询问需不需要帮手，同是做新闻的人，非常能理解一个晚上在外面吹冷风肯定很冷。领导回复，身体允许的情况下，明天一早开始着手工作。

领导给我的任务是挖掘逃生过程中的故事。我先找到了安置受灾居民的宾馆。一路上，交通很不畅通，而在火灾方圆几公里的地方，我的同事们一个点挨着一个点，实时更新最新消息。宾馆内，有个老伯的老伴还在失踪中，未能找到。为了寻找更贴近现场的故事，我来到静安区中心医院，试图采访从大楼内逃生出来的市民。在病房快速采访完其中一个小女孩后，我决定去火灾现场看看，试图找到还有逗留在现场，寻找失散亲友的家属。

那一天的现场，还是聚集着许多群众。由于警察的“严防死守”，我没办法靠近火灾大楼，警界线外多家媒体一直在抓镜头。正在这个时候，我看到有位中年妇女，身穿黑色衣服，带着墨镜，匆匆地献上

报已对现场进行过叙述了，观众也可以直接通过镜头看到正在发生的事件，这一档节目我又能做什么？短暂的思索后，我想我应该告诉观众大家看不到的东西。

书到用时方恨少，卫星车也是到用时才发现很少，同一辆卫星车既要直播，还要负责传送其他同事拍摄的画面回台，两台摄像机轮流被线组“插”用，乔建华在旁边目不转睛地盯着自己的机器，生怕一不小心搞错了机器，与话筒频率不同步，直播会出岔子。

但我们冷静应对，16：38，我又站上了三轮车，我能听到夏磊在叫我，我开始讲的时候，耳机里，导控室里大声喊着“没声音！没声音！”，我汗毛都竖起来了，还是乔建华冷静，因为事情在他预料之中，机器是传送 VTR 的那台，不是他的，与我的话筒频率不配对。发现问题后，技术浦俊立刻从卫星车飞奔到摄像机旁，几十秒内，换线试声音。等到一切就绪，我听到夏磊说，我终于听到你的声音了，心中悬着的大石头才落了地。

为了防止我们在现场陷于信息孤岛中，领导们在台里不断发来各类消息，有更新伤亡人员数字的，有补充失火大楼情况的，每一条信息都精确、及时，填充了我们在现场的空白。有了这么有力的支撑，我们在现场的直播，做到了快和准。

其实在现场的时候我也很愤懑，眼看着大火烧了 4 个多小时，我们在旁边无能为力。但工作就是工作，我不能把这种情绪带到直播中，只能忍下一口气，冷静下来，尽量以平实的心态客观报道。

最后一档直播结束，天色已经完全黑了，远远的被探照灯照着的大楼还在冒着滚滚白烟，当天的工作结束了，可我还觉得不够。53 条生命就这么消失了？为此，我们还能做些什么？　□

用真情实感做直播

周　瑜

2010年11月16日，上午十点档的直播，真的就差那么一点，我就在镜头前掉眼泪了，缓了一下，我忍住了，继续说。不是我太容易触景伤情，因为我几乎从头目睹了大火烧起来到熄灭的全过程

记得头一天，下午刚过两点，从曹安菜市场回来的路上，远远地，我在南北高架上就看见西侧市区冒着冲天的黑烟，一栋高层公寓的上半段全被熏黑了！于是赶紧给台里领导打了电话，却怎么也没想到那一幕竟是这样一场骇人的灾难。之后，我来到火灾现场，准备直播，一下车，只见黑烟弥漫、烈焰狰狞。

“今天晚上很冷，不管对谁，今夜都是个寒冷的夜晚。”

——15日22:30《东方夜新闻》直播

傍晚赶到指挥部时，警戒线已然“重兵把守”。我被安排去临时一束白色菊花后快速离开，我试图采访，但是没有成功，只抓拍到这个镜头，这个镜头也成为“市民自发前来悼念”报道中反复使用的画面。自那位好心的阿姨之后，成百上千的市民前来自发悼念，现场的警察一直帮忙传递着市民的鲜花、蜡烛等。上午紧急采访完，中午发回报道。领导让我下午2点开始接替同事周瑜的班，担任火灾现场的直播连线报道。

2点的第一档，我讲了和昨天时间的对比；2点过后，自发悼念的群众越来越多，交通也一度堵塞，尽管警察一直在维持秩序，但是市民一直默默地站着没有离开。晚上6点左右，人群中突然传来一阵声音，有遇难家属手捧着相片，直接来到现场悼念。开始警察并不放行，但是考虑到家属情绪，让遇难家属进来了。他们五六个人，大部分是子女及子女配偶，径直走到718弄弄口的大门，跪下，开始嚎啕大哭。儿子哭喊道：“妈妈，你在哪里？我要妈妈。”我们的摄像邬老师赶紧端起机器，拍下这一幕。而这时的我再也忍不住，眼泪不自觉地掉下来。离直播还有5分钟，现场悼念的遇难家属越来越多。技术员递给我一张纸巾，示意让我准备开始直播。我就这样带着刚哭完的声音，带着还没有调整过来的情绪完成了第一档连线。之后，领导来电话，告诉我要控制情绪，现在是记者身份，不是普通旁观者，我努力调整自己，第二档直播好了很多。接下来是夜新闻连线，又是连续几个小时，我一直在现场，看着一波一波的家属前来悼念，还有数不尽的市民从不同地方赶来，空气中弥漫着哀伤。

这是我第一次如此靠近突然的死亡，我尚且感到无尽的悲伤。对于死难者的家属来说，可能更没办法接受这样与家人阴阳相隔的事实，这场大火，真的需要我们认真去思考，希望今后这样的悲剧不会再上演。　□

指挥中心打探消息，准备直播。可非常时期的非常之地，也非常难进。我的手蹭在铁门上，被划破了都不知道，衣服的搭扣也生生地被扯断了，想不到别的办法，我只是使劲地顶住门不让对方关上，全力喊着让我们进去。经过多次交涉，最后总算让我们进了门。

晚上的直播我们这一路守在指挥中心的大门外，后面就是“已经得以控制”但依然火舌熊熊的大楼。夜幕里，探照灯光中的大楼显得格外孤独又触目惊心，从四面射向大楼的水柱与火舌短时间也难分强弱。谁都不知道那时楼里面有多少人没有逃出来，大家只能眼睁睁地看着。夜里直播时，李菡问我是不是很冷。我点头说：“今天的夜里真的很冷，不管对疏散的居民、家属、围观的市民和救援人员，今夜都是个寒冷的夜晚。”

“今天早上，上海，下雨了，好像天也在为这些居民哭泣。”

——16日7:00《上海早晨》特别节目直播

几乎一夜无眠，第二天六点我又回到了起火大楼附近。原本夜幕里看不出模样的大楼，终于在有些阴冷的、飘着丝丝细雨的晨光中赤裸裸地展现在人们眼前。瓷砖几乎落光了，焦黑的墙体、焦黑的脚手架、残存着的焦黑的玻璃，偶尔从窗户里飘出几张边缘烧焦的书页……早上上班上学经过这里的人都忍不住在路口停一停，听音乐的也摘下耳机，看看那幢面目全非的大楼，谁心里不疼呢，里面曾经住着的都是和我们一样的普通人啊。主持人臧熙问我大楼周边情况的时候，我说：“今天早上，上海，下雨了，好像上天也在为这些居民哭泣。今天一早，很多居民就站在路边围观，有人在猜测火灾原因，而更多的人只是静静地抬起头，默默地看着这幢被烧毁的大楼。

连线直播报道　　上海广播电视台供图

“我看不见她墨镜下的眼睛是否依然哭得红肿，也不知道她祭奠的是谁，只看见她匆匆而来，又匆匆离开的身影。”

——16日10:00《新闻快报》直播

我第一次走进这幢大楼，门里门外散落了一地的烧过的残留物品，我从地上捡起一页书，是后现代主义小说研究。这些零零散散的遗留物，无声却有力地提醒着我们，这里曾经是怎样的景象，楼里又住着些什么人，他们有怎样的生活，熊熊烈火里又经历了什么。胶州路的另一边，围观的群众猜想着着火的原因。

一位年轻的姑娘远远地，从警戒线下钻了过来，穿着黑衣服，带着墨镜，手里抱着一束白菊花，民警没有上前阻拦。她跑着来到弄堂口，匆匆放下花，定定地看了一眼，又匆匆跑开了。看着那束白菊花孤零零地立在门口，我没来得及和编辑沟通，在10点的直播中就一股脑地把话吐了出来。“这束白菊花是一位带着墨镜的年轻女性送来的，我看不见她墨镜下的眼睛是否依然哭得红肿，也不知道她要祭奠的人是谁，可能是她的亲人、她的朋友，抑或是她以前的师长，我只看见她匆匆跑来又匆匆离开的身影。”

作为一个现场记者，我忍住了眼泪，尽管大家都说我直播的声音带着哭腔；作为一个在这城市里生活的普通人，我独自在采访车里时，泪如雨下。　□

编者按：自2003年起，为深入回答干部群众普遍关心的重大问题，中宣部理论局每年推出一本“理论热点面对面”通俗理论读物，今年的《七个“怎么看”》是第八本。

该书推出后，通过媒体集中时段的多层次宣传，在许多地方形成热销、热读的好现象。而在该书基础上加工完善、按照电视访谈艺术规律创作的《七个“怎么看”》电视专题节目，则集中了理论工作者和电视工作者的智慧，创造了理论书籍与电视节目相结合的一次成功实践。

那么，《七个“怎么看”》出版（播出）后，为何会受到社会各界的普遍欢迎？在延续以往风格的基础上，该书（节目）有着怎样的创新和发展？在推广宣传过程中，中央新闻单位又有着怎样的切身体会？2010年9月，新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室在中国记协召开《七个怎么看——理论热点面对面·2010》宣传报道研讨会，邀请中宣部新闻局、中宣部理论局与中央新闻单位的代表，共同探讨该书（节目）引导热点、阐释政策的成功经验。以下，本刊摘发了与会代表的精彩发言。

《七个怎么看——理论热点面对面·2010》宣传报道研讨会发言（摘编）

中央电视台副台长　罗明

本片邀请卫生部部长、人力资源和社会保障部部长等七个政府主管部门领导、理论界的权威专家、有关地方政府领导和当事人及部分群众，紧密围绕怎么看我国发展不平衡、怎么看就业难、怎么看看病难、怎么看教育公平、怎么看房价过高、怎么看分配不公、怎么看腐败现象七个重大敏感问题，以鲜活的事例、深入的分析、鲜明的观点、透彻的说理，深入浅出地回答了广大干部群众关心的热点问题，为营造良好的社会舆论环境起到释疑解惑的作用。

从舆论引导和创新传播的角度，我想谈两点体会。

（1）用百姓故事、百姓语言、百姓视角、百姓需求，引导公众舆论。《七个“怎么看”》系列片，不仅看问题用的是“百姓视角”，讲道理用的是“百姓语言”，举例子用的是“百姓故事”，落脚点也是“百姓需求”。

（2）百姓官员面对面、沟通交流心贴心，创新理论传播。节目邀请了卫生部部长陈竺、人力资源和社会保障部部长尹蔚民、国家发改委副主任杜鹰、住房和城乡建设部副部长齐骥、教育部副部长陈小娅、中央党史研究室副主任李忠杰、中国经济体制改革研究会会长宋晓梧等七位领导，与来自全国近三十个省市自治区的干部群众一起走进演播室，进行面对面地交流。

直面现实、直面矛盾、直面难题，官员不说空话、套话、官话，正是在面对面、心贴心的交流中，我们创新了电视理论宣传的方式。

中宣部新闻局副巡视员　张文祥

《七个怎么看——理论热点面对面·2010》是一部直面热点问题，为民众解疑释惑，深入宣传党的方针政策，凝聚党心民心的精品力作，也是一部进行形势宣传教育的好教材。

一是节目真正从人民群众关心的实际问题出发，实事求是地理清这些问题形成的原因，准确讲清党中央、国务院解决这些问题的思路和对策，引导人们正确认识和对待热点、难点问题。

二是节目紧密联系当前经济社会发展的新形势，既深入解读党和国家解决这些问题的决策部署，又科学阐明解决这些问题的政策思路，引导人们增强对中央精神的了解，增强对未来发展前景和信心。

三是节目敢于把“热点”当作检验理论的“磨刀石”，遵循“从群众中来，到群众中去”的认识规律，通过几十个生动的故事和嘉宾与观众的互动，把普遍存在的社会矛盾和问题存在的原因讲透，把解决问题的办法和道理讲明。

四是节目列举了一些国外的事例，并进行历史与科学的解析；也指出我国发达地区与落后地区的差距，进行有理有据的分析，在扩大民众视野的同时将理论创新和理论普及植根于广大民众的现实利益和实践之中，从而在“怎么看”中彰显科学理论的魅力。

中宣部理论局　杨章裕

第一，《七个“怎么看”》通俗读物主要特点

《七个“怎么看”》在延续以往风格的基础上，又有进一步创新和发展。主要有这样几个显著特点：

一是工作机制创新；二是选题更加集中；三是说理更加透彻；四是文风更加清新。

第二，《七个“怎么看”》通俗读物宣传报道情况

《七个“怎么看”》推出后，通过报刊、广播、电视、网络等，集中一段时间，进行了多层次的宣传，形成较大声势，最大限度地发挥了该书对热点问题理论引导和政策阐释的作用。这次宣传报道较好做到了以下三个方面：

一是中央媒体与地方媒体互动；二是传统媒体与新兴媒体互补；三是专家学者与基层干部群众相互结合。

第三、《七个“怎么看”》电视专题节目的特点

《七个“怎么看”》宣传的一大亮点，就是与通俗读物相配套，摄制播出了同名电视专题节目，充分发挥电视艺术的优势，形象直观地回答了七个“怎么看”。我体会，电视专题节目之所以受到观众欢迎，主要是很好体现了权威性、参与性、生动性的要求。

《人民日报》总编室主任　杨涌

《七个怎么看》出版后，人民日报社编委会对做好这本书的宣传报道工作高度重视，在报道上给予及时支持，在版面上给予有力配合，使这次战役性的报道获得了圆满成功。

回顾这次报道，我认为《七个怎么看》一书及其报道取得成功有赖于以下几点：

一是编者书编得好。紧贴现实，文字轻松，观点鲜明，表达通俗，令人爱不释手。对媒体而言，深受读者欢迎的内容，也是求之不得的内容。

二是媒体报道集中。在不到两周时间内，全方位对《七个怎么看》一书进行了报道，不仅平面媒体集中报道，音视频、网络也深度介入，阅读立体感强，视觉冲击力大。

三领导高度重视。从中宣部领导到人民日报社领导，都对该书的报道提出了具体而又明确的要求，操作起来减少了层次，提高了效率。

新华社国内部副主任　陈芸

新华社在此次报道中有以下几点做法：一是提前启动，主动引导；二是高度重视，精心组织；三是努力创新，多媒融合。

通过系列报道，我们初步有以下几点体会：

一、此次《七个“怎么看”》采用图书和电视片同步推出形式是理论宣传上的一次创新，引起社会强烈反响，使得《理论面对面》的品牌效应进一步凸显；而宣传报道上的多媒体融合，迅速形成声势，扩大了影响，进而放大了宣传效果。

二、紧扣热点，辩证客观，就能用正确的舆论导向疏导群众情绪，促进社会和谐。

三、《七个“怎么看”》能够实事求是地指出问题，不遮遮掩掩；客观全面地分析问题，不隔靴搔痒；深入细致地解读党和国家方针政

策，如层层剥笋，娓娓道来，新闻报道更应该与热点“面对面”，与百姓“心贴心”。

《求是》杂志副总编辑　黄中平

《七个“怎么看”——理论热点面对面·2010》受到观众广泛好评。究其原因，主要有五个方面：

一是理论教育面向现代化，反映党的最新成果，及时宣传中央精神。

二是坚持理论联系实际，针对性强。它直面人民群众关心的生活问题和现实问题，从问题堆里找长远的、根本解决问题的东西，有时代感。

三是准确性，不仅问题抓得准，而且观点表述全面，理论的生命力在于科学性，战斗力在于彻底性，材料真实，评价得体，对回答热点问题奠定了基调，有权威，有说服力。

四是通俗性，表达方式大众化，深入浅出的叙述阐述，生动活泼的描写，语言鲜活，结构灵活，喜闻乐见，有感染力。

五是需求性。群众对工作和生活当中遇到的困惑，对社会上的一些热点、难点问题，希望得到满意的解答。

《光明日报》理论部副主任 李瑞英

光明日报在宣传和学习《七个“怎么看”》中，努力贯彻落实中宣部的宣传部署，积极拓展宣传空间，同时要求全社职工首先认真学习。

一、积极宣传《七个“怎么看”》，引导干部群众关心现实重大理论问题

二、认真学习《七个“怎么看”》，要求干部职工带头理解重大理论问题

三、借鉴《七个“怎么看”》模式，弘扬马克思主义鲜明导向和清新文风

一是坚持正面引导为主，循循善诱，以理服人，推进马克思主义大众化；二是充分发挥新闻报纸解疑释惑的宣传功能，同时秉持朴实的文风；三是弘扬“短、实、新”的马克思主义文风。

《经济日报》评论理论部副主任　齐东向

这本书的选择的七个主题——“怎么看我国发展不平衡”、“怎么看就业难”、“怎么看看病难”、“怎么看教育公平”、“怎么看房价过高”、“怎么看分配不公”、“怎么看腐败现象”——精心梳理了当前干部群众普遍关注的热点难点问题，紧密联系人民群众的思想实际，对事关群众切身利益的问题进行归纳概括。

这本书的另一个重要特点是文风清新、朴实明快，采用了贴近广大干部群众的语言，用生动活泼的材料、简洁明快的图文进行深入浅出的分析，而不是板着面孔，一味抽象地演绎分析。

《七个“怎么看”——理论热点面对面·2010》是对“理论下基层”的成功探索，并再一次证明，理论只有关心群众，才能走进群众、服务群众、掌握群众。

中央人民广播电台总编室主任 蔡小林

第一，给公众一个及时的回应——这七个“怎么看”梳理出的七大问题切中公众关注的脉搏，每个问题都让普通人感同身受、不吐不快。《七个“怎么看”》不回避问题，不掩盖矛盾，使公众看到了党和政府直面问题的勇气和解决矛盾的决心。

第二，给媒体一个有力的支撑——七个“怎么看”不回避问题、不掩盖矛盾的态度，给了媒体一个鲜明的指向标。同时，其中提出了许多思路、理论及其阐述方式都有相当的创造性，给了媒体一种理论支撑和示范。

通过对《七个“怎么看”》的宣传报道，我们有二点经验体会：

一、媒体应该更加理性地直面社会问题，在增强自身社会公信力的同时，增进公众与管理层之间的互信与互动，从而促进和谐社会的建设。

二、在涉及重大政策等社会问题及理论导向方面的报道上，媒体应该自觉承担起公众与管理层的纽带这样一个使命，并且努力以通俗、浅显、感性与理性并重的方式来进行充分的诠释。

中国国际广播电台副台长　夏吉宣

权威性。首先，体现了中宣部对热点、难点问题的选择以及对理论观点把握的权威性，书中论述的相关问题既是我们国家在推进经

济社会发展中遇到的热点和难点问题，也是我们在对外宣传中需要把握的重点和难点问题，对于我们确立外宣宏观口径具有很强的指导意义。其次，中央电视台在制作专题节目时，邀请的嘉宾大多是主管部委的主要负责人，他们对这些问题和观点解读阐述具有非常令人信服的权威性。

贴近性。首先，书中涉及到的问题贴近我国发展实际、贴近民众生活实际；专题节目采用新闻报道、访谈和对话的手法，贴近受众的收视习惯，容易引起兴趣和共鸣，宣传效果必然就好。其次，中宣部确定的这些问题符合我台编播人员的实际。我台编播人员大多是近几年入台的外语专业毕业生，对国情的了解和对外宣口径的把握都比较欠缺；平时，网络是他们获取信息的主要渠道，而各种网站又是良莠不齐，有主流的也有非主流的，有国内的也有国外的，有官方发布的也有网民上传的，这就使得网络信息的准确性、可靠性、甚至真实性都难以辨清把握，但其角度、观点、立场又或多或少地影响着年轻人的思想认识和意识行为。

《中国日报》总编辑助理　孙尚武

一、强化内部学习，统一思想认识

一是加强组织领导，精心安排部署；二是采取多种形式，提高学习实效；三是结合报社定位，凸显外宣特色；

四是统筹兼顾，努力做到“两不误、两促进”。

二、加大宣传报道力度，引导正确认识热点问题

一是有序刊发评论文章，针对性解读七大热点问题；二是积极约请权威专家，深刻指出未来发展的突破口和着力点；三是加强网络报道力度，组织网评员解疑释惑，切实做好网络舆论引导。

三、主要报道经验和体会

一是强化舆情调研，针对性做好热点话题报道；二是加强专家库建设，增强报道多样性权威性；三是发挥留学生传播信息、引导舆论的作用；四是大力推进“借船出海”，扩大海外传播覆盖。

《中国纪检监察报》副总编辑马东伟

一、运用多种报道形式，扎实宣传好《七个“怎么看”》一书

1、及时刊发出版书讯。2、积极报道各级纪检监察机关学习动态。3、针对书中的热点问题，特别是“怎么看腐败现象”专题，刊发理论文章进行解读，并通过专栏等形式引导舆论。

二、认真总结有益经验，积极做好新闻宣传工作

1、领导重视，精心组织，确保宣传效果。2、坚持“三贴近”原则，提升报道质量。3、紧密联系反腐倡廉工作，发挥特色报道优势。

三、以宣传报道《七个“怎么看”》为契机，努力推动马克思主义大众化，为反腐倡廉舆论宣传营造良好氛围

1、围绕推进马克思主义大众化，进一步加强和改进新形势下的理论宣传工作。2、深刻认识、准确把握理论热点问题，营造反腐倡廉舆论宣传良好氛围。

《工人日报》要闻部副主任兰海燕

我们认为，《七个“怎么看”》是一本反映民声、贴近民意、打动民心的好书，不仅看问题用的是“百姓视角”，讲道理用的是“百姓语言”，举例子用的是“百姓故事”，落脚点也是“百姓需求”。

工人日报的新闻版一直注重对于重大民生问题的关切，利用消息、通讯、评论对于《七个“怎么看”》涉及的问题进行了导向正确的报道。

工人日报根据自身读者定位设置的一些特色版面，比如《班组天地》上，组织刊发了来自企业职工撰写的文章《班组职工热学〈七个“怎么看”〉》等小块文章，简短精炼，真实反映了企业一线职工班前班后组织学习这本书的情况，及时报道了学习产生的积极效果，起到了典型引路、推动示范的作用。

工人日报在宣传《七个“怎么看”》时，注意见人见事，注意符合受众特点，注意新闻宣传规律，力图避免空洞的套话，从而取得了比较好的效果。

《中国青年报》总编室　王胜春

一是从群众中来，问题选得准。只有问题选得准了，人们才会

真正关注这本书。而之所以能抓得准问题，必定是真正来自群众，来自社会，来自调查研究的。这实际上是给我们做新闻工作的人树立了一个标杆，那就是我们在做选题时，在采写新闻报道时，要深入基层，深入社会，深入到人民群众之中，把握群众的脉搏，了解群众的愿望，说群众想说的话、想听的话，只有这样的报道，读者才会需要，才会喜欢，报道才会有生命力、影响力，也才会有市场。

二、讲理论深入浅出，与群众零距离。这本书文风朴实，从身边直观的社会现象展开，从人们每天看到的、想到的、讲到的小事谈起。看问题用的是百姓视角，讲道理用的是百姓语言，举例子用的是老百姓熟悉的事情，落脚点也是人民群众的切身利益，并注重用事实说话、用数字说话，所以能让百姓心服、口服。

三、客观全面地分析问题，引导人们树立正确认识，建立信心。《七个“怎么看”》在问题面前不回避，既实事求是地指出目前存在的问题，又辩证地、客观地、历史地分析问题产生的原因，并且深入、准确地介绍党和国家围绕这些问题做出的决策部署，阐明进一步解决这些问题的政策思路。

农民日报编委会办公室

报社编委会要求全体编辑记者认真学习《七个“怎么看”》，并在编辑部开展对《七个“怎么看”》的学习和讨论。大家认为，这七个问题既是人们高度关注的热点问题，也都是难点问题。《七个“怎么看”》实事求是地指出存在的问题，不遮遮掩掩；它客观全面地分析问题的原因，如抽丝剥茧、层层深入；它深入细致地解读党和国家方针政策，实实在在、娓娓道来。

报社将《七个“怎么看”》中的七个问题作为宣传报道和舆论引导的主要关注点。特别对于“如何解决城乡发展不平衡问题”、“如何促进农民工就业”、“如何解决农民工子女上学难”等，和“三农”领域密切相关的问题，进行了深入报道。

《法制日报》副总编辑　陈会礼

一、领导高度重视，制定报道计划

按照中宣部的要求，《法制日报》编委会专门召开会议，研究《七个“怎么看”》的宣传报道工作。会议认为，《七个“怎么看”》是面向基层开展宣讲活动、进行形势政策教育及高校思想政治理论课的重要辅助材料。《法制日报》既要做好这本书和理论专题片本身的宣传，也要宣传其所体现的直面目前存在的热点问题，客观分析问题产生的原因，解读党和国家相关的决策部署及政策思路。

二、直面热点问题，解读国家政策

《法制日报》在一版刊登消息，详细报道《七个“怎么看”》一书出版受到广泛好评，并介绍了这本书的主要内容。从法制的视角对这些社会热点问题进行深入的分析，解读党和国家采取的一系列决策部署及政策措施，正确有效地引导社会舆论。

三、加强报网互动，制作网上专题

在宣传《七个“怎么看”》过程中，《法制日报》充分发挥法制网即时、互动和海量信息的优势，在法制网首页显著位置开设《七个怎么看》专题，有效地扩大了宣传效果。

中国新闻社副总编辑　张明新

《七个“怎么看”》给我们开展对外宣传提供了很好的视角。作为中央外宣单位，中新社在日常新闻报道工作始终坚持“三贴近”原则：贴近中国的发展实际、贴近海外受众对中国的信息需求、贴近海外受众的思维习惯。

面对海内外关注的热点民生议题（如教育改革、医改、房价和物价、劳动力廉价、人口普查等），中新社除刊发专版外，更组织了社论和专栏评论，如《中国教育改革需公平与效率并举》《“民工荒”凸显社会资源分配的失衡》《阻止富士康悲剧，需回归公共理性》《中国当务之急是重建民众信心》《中国富人需要补习财富伦理》《房地产难道是中国宏观经济盲区？》《降房价与加薪水》《防通胀应该出“快”手》《文化产业中国造，勿忘形塑价值观》《人口普查，准确率至上》等，抢占舆论高地，受到海内外媒体重视并被广泛转载，效果甚佳。

中国记协党组书记　翟惠生

刚才大家的发言很好，评价很准确，我都完全赞同。

这次座谈会是为了落实云山同志的指示精神，经过中宣部批准，由全国“三教办”组织召开的。我们非常感谢中央电视台对《七个怎么看》奉献了这么一部好片子，也感谢其他的中央媒体对《七个怎么看》做了这样深入细致、贴近群众的报道。我讲三条切身的体会：

第一点体会，理论是旗帜，而旗帜要让百姓看得见、看得清、看得懂，才能团结在旗帜下共同向前走。《七个怎么看》就是把现实问题上升到理论思考，又把这种思考还原成最朴实的语言、老百姓最能接受的道理，用一种复归的方式加以表达，把复杂问题简单化来说，把党情和民情联系在一起，把国计落在了民生的头上。这就让人能够看见这面旗帜是什么样的，也看得清楚这面旗帜是什么颜色，而且让人愿意举起这个旗帜，还愿意举着这个旗向前走。我想理论的权威性就在于此。

第二点体会，理论是新闻的魂和指导。怎么做到理论宣传新闻化？其实破解难题有一把钥匙，就是新闻宣传常用的三大武器：典型宣传、热点引导、舆论监督。中央电视台做的这部片子，活生生地向大家展示了将这三大武器融为一体的理论宣传方式。首先是热点引导，谈的都是热点问题，街头巷议。同时，小女孩一句话，是不是舆论监督。我认为这是很有效的舆论监督，让部长都为之动容，那还不是舆论监督？同时，又在无形当中给大家树起了应该怎么做的典型。大家辩证地看这三大武器，可以单一运用，也可以综合运用。

第三点体会，新闻媒体只有一种责任，四个字——社会责任；只有一种利益，四个字——国家利益。理论宣传能不能按照十七届四中全会提出来的实现马克思主义的中国化、时代化、大众化，特别是大众化？这就是新闻媒体是否有社会责任的一种检验。社会责任不仅是监督某个事情这么简单，承担起理论宣传的重任，而且把理论宣传真正变成读者或者观众能够接受而且愿意接受的方式，这更是一种社会责任。我们必须担当这个责任，这是维护最高的国家利益。这次《七个怎么看》的宣传报道，题目由中宣部出，这就是有创意的命题作文。刚才诸位谈了体会和做法，各有创意，确实把《七个怎么看》这一个命题创新性、立体化地展现给了社会。应该能得高分，能向中央，同时也向社会、向老百姓交出让人满意的答卷。

再次感谢大家来参加这次会议，谢谢大家！　□

《中国新闻工作法律手册》一书出版发行

为配合新闻战线“三项学习教育”活动，由中华全国新闻工作者协会和新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室编写的《中国新闻工作法律手册》一书，2010年8月由新华出版社出版发行。

该书系对中华全国新闻工作者协会2000年出版的《中国新闻工作自律维权法律手册》的修订。本书在修订过程中得到了中宣部、国务院新闻办、国家广电总局、新闻出版总署等部门的指导和支持。

书中收录了与我国新闻工作关系密切的法律、法规、司法解释、行政规章和部分新闻行业职业道德规范，适合广大新闻从业人员、相关研究人员和新闻院系师生阅读和参考。

（新闻战线“三项学习教育”活动领导小组办公室）