

人民日報
傳媒書系
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS

最新修訂版

XinWen
XieZuoFangFaLun

新闻写作方法论

艾 丰 © 著

人民日報出版社

新闻写作方法论

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻写作方法论/艾丰著. —北京:人民日报出版社,2010.5

ISBN 978-7-5115-0071-7

I. ①新… II. ①艾… III. ①新闻写作 IV. ①G212.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第069499号

书 名:新闻写作方法论

作 者:艾 丰

出 版 人:董 伟

责任编辑:曼 嫒 梁雪云

封面设计:春天书装工作室

出版发行:人民日报出版社

社 址:北京金台西路2号

邮政编码:100733

发行热线:(010)65369527 65369512 65369509 65369510

邮购热线:(010)65369530

编辑热线:(010)65369524 65369514

网 址:www.peopledaily.com

经 销:新华书店

印 刷:北京中新伟业印刷有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

字 数:313千字

印 张:21

印 次:2010年8月第2版 2010年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5115-0071-7

定 价:35.00元

第二版 前言

本书第一版出版已经有 18 年了。因为读者喜欢，所以一直在陆续地印和陆续地卖。但毕竟因为出版时间较久，出版社希望我再修订一下，我高兴地答应了。像任何作者一样，自己写的书被人喜爱，特别是长久地被人喜爱，是一件很幸福的事。

18 年了，我国社会发生了巨大的变化，新闻传媒界也发生了巨大的变化。本书的内容还有没有生命力呢？我认为，有，仍然有。理由是：

一、本书阐述的是新闻写作的基本规律。既然是基本规律，就是长期起作用的规律，只要新闻写作这种业务存在，从事这种工作的人就应该了解和把握这些基本规律。

二、我国新闻队伍充实了许多新鲜血液，增加了许多新人。这些新人要迅速熟悉和掌握新闻写作的基本规律和提高自己的写作才能，需要一些基础性的书籍作为参考。写作虽然是一件实践性很强的业务，但有理论指导和没有理论指导还是大不相同的。正确的理论可以让你少走许多弯路。

三、我国新闻业务工作出现了许多新的情况。就我个人的观察，有一个情况很值得我们注意，那就是随着媒体数量的迅速增加，信息量的迅猛增长，随着彼此竞争的加剧和报道时效性要求的提高，整体写作水平有所下降。像上世纪 80 年代、90 年代那样的令人兴奋和口口相传的精彩文章已经很少见到了。有时见到标题很不错的报道，但读过之后，并没有什么扎实的内容和精彩文字，更缺少独特的提炼，叫人非常失望。出现这种情况的原

因，很可能是现在外界的各种诱惑太多，记者比较浮躁。也可能是由于互联网上有许多现成的材料，一抄就可以了，自己不用再动什么脑筋。但无论如何，这是需要解决的问题。我们的时代仍然在呼唤更多的具有精彩文笔的名记者的出现。

四、新闻文化的社会性普及是一个大趋势。新闻再也不仅仅是搞新闻工作的人要掌握的业务，社会各个方面都需要掌握和运用它。政府要搞新闻发布，必须懂得新闻知识。企业要搞新闻策划，要懂新闻知识。新闻知识也可以运用到其他工作中去。有一次，我和海尔张瑞敏谈过新闻写作中的“倒金字塔”。我把本书中那个原始部落打猎，“侦察兵”发现老虎如何向酋长报告的例子讲给他听，并请他实验一下，在开会的时候要求大家都用“倒金字塔”说话。两个月以后我又见到了他，问“倒金字塔”运用得如何，他说很有效，谁讲话啰嗦了，大家就会提醒：“少说山头，快说老虎！”我带过的一位新闻专业研究生，后来做了某省政府的研究室主任，在为省长起草政府工作报告时，运用了一些新闻手法，获得了人大代表们的一致好评。会后，省长高兴地对他说：“感谢你的老师吧！”

基于以上理由，我对本书的再版充满信心。

我认为，再版书的原则是要保留原书本来的基本面貌。所以，我保留了本书原有的基本框架和主要内容，有些例子虽然年代稍远一些，但它们能够说明问题，且给人（特别是年轻人）一种历史跨度的纵深感，而且这些材料和事例现在再寻找也比较困难了，更显得宝贵，所以也没有因为“时间久远”把它们删掉。

对本版，作者还是认真做了修订工作。主要是两个方面，一方面，本版根据时代背景的变化，修订了一些说法和事例，使之更加准确。另一方面，增添了大约四五万字的新内容、新事例，并特别增加了关于如何写经济报道的一节，使之更能适应当下读者的需求。

也需要声明一下，近年来，随着网络时代的到来，互联网和手机都成为新兴的传播工具，新闻传播和新闻写作都发生了巨大的变化。有人说这是“颠覆性的变化”或“颠覆性的革命”。用“颠覆”两个字我不太同意。如果是“颠覆”，那么过去的规律和方法现在都成了不对的了。其实，不是“不对”，而是“不够”。任何时代的新闻传播体系和新闻业务工作，作为一个相

对独立的社会范畴和业务工作，都是普遍规律和特殊规律的辩证统一体。普遍存在于特殊之中。特殊层次的变化，不是根本上否定普遍，而是普遍存在形式的变化。从报纸，到广播，到电视，再到网络 and 手机，都不是后者一概否定前者，而是在继承和依托前者的基础上，不断进行创新。

本书的内容主要是依托文字性的新闻作品，关于电视的新闻作品，论述得很少；关于网络时代、手机时代的新闻作品，论述得更少。因此，我希望有本书不能完成的关于新时代新闻传播和新闻写作的论著出现。我也希望，这些研究和论著不是对过去的研究和论著以“颠覆性”的态度简单地说不，在继承的基础上创新是任何学术发展的必由之路。连最革命的马克思主义都是如此。

再次感谢读者对本书的厚爱！

作 者

2009 年 5 月于北京翠微西里

▶▶ 第一版 前言

一位作家这样揶揄记者：“我们作家是吃草拉奶，你们记者是吃草拉草。”一位记者反唇相讥：“假如要我承认你说得对，那么我要补充一句：有的作家是吃草拉奶，而有的作家恐怕是吃草拉屎。”

对于这样的论战，我倒另有看法。如果剔除“吃草拉草”一语中的讽刺意味，那么我倒认为这句话说得有理。新闻报道者，事实的报道也。记者吃进去的是事实的“草”，他“拉”出来的也必须是事实的“草”。如果他拉出来的不是事实的“草”，反倒坏了。当然，他吃进去的“草”和拉出来的“草”不尽相同。拉出来的虽然还是草，但已经经过一定加工了，比原来的草更“纯净”，更好“消化”。

由这段“小论战”，我想引出来的是本书立论的基本点：新闻写作有其特殊规律，新闻写作学是一门独立的学问。

十年前，我写过一本《新闻采访方法论》。那本书是运用马克思主义哲学原理来研究新闻采访学的尝试，一个很重要的写作冲动是，一定要把采访学从经验性学问提高到学术性体系，以打破“新闻无学”的说法。我的这种努力获得了一定的成功。成功的标志，不仅是那本书连续印刷了几次都很快销售一空，并且至今畅销不衰；更主要的是在它出版以后的第七年，即1988年秋天，获得了我国社会科学作品的最高奖——“吴玉章奖金”的优秀奖。有人甚至认为这本书可以作为“新闻哲学”来读。

《新闻采访方法论》的成功，自然包含着我的劳动和努力，但我始终认

为，这是我们新闻界许多人心血的结晶。没有多少年来新闻界人们的极其丰富的实践，没有众多的新闻采访的成功实例，没有若干的基本新闻理论的研究和探讨，要想写成那本书是绝不可能的；更不要说在具体成书和出版的过程中，得到许多前辈和同志的帮助了。

我之所以重提《新闻采访方法论》，并不是为了再次炫耀一番，而只是想说明，新闻领域确实是一个极其丰富的宝库，在那里确实是大有学问可作的。

您现在拿到的这本《新闻写作方法论》是《新闻采访方法论》的续篇，或称姐妹篇。采访和写作是记者业务的两个主要的领域。在完成了采访方法论一书以后的两三年，我就有了探讨写作方法论的想法，但由于本职工作甚忙，一直拖到了今天才完成。采访方法论是我在当研究生期间写成的，那时是有整时间的。现在则只能是挤一点时间写一点，这可能给全书的连贯性带来问题。

这位妹妹比姐姐是更漂亮还是更不如？请读者看后“打分”吧！

本书既然是采访方法论的姐妹篇，那么它的基本思路与前一本书是相同的。它的内容可以这样表述：新闻写作方法论是运用马克思主义哲学原理来研究新闻写作的内在规律的一本书；它要分析和研究新闻写作所包含的矛盾和解决这些矛盾的方法。

现在论述新闻写作的著作非常之多，所以本书的内容虽然也要说到新闻写作的一些具体的方法，但主要的不是说明“怎样写”，而是要侧重说明“为什么这样写”，即新闻写作规律性东西。明白了“为什么这样写”，就可以更好地知道“怎样写”，还可以在新闻写作规律的基础上自己有所创新。

本书的内在逻辑是：

总体论：产品特点分析；

基本规律分析；

操作要求分析；

基本形式分析。（以上为第一章内容）

解决总体把握新闻写作的问题。

分部论：基本规律深入剖析（类似“生产力”，为第二、三章内容）；

人际关系深入剖析（类似“生产关系”，为第四章内容）；

基本手段深入剖析（结构、笔法、语言，为第五、六、七章

内容)。

解决纵深把握新闻写作各个侧面的问题。

主体论：记者是写作的主体，要完成好新闻写作，他应具有怎样的思维和心理，风格和态度，如何借鉴和创新。(为第八、九章的内容)

我这里只想强调本书内容上的一个特点：它拓宽了新闻写作研究的领域。对新闻写作的认识，有这样几个层次：第一个层次，认为新闻写作主要是和文字打交道。第二个层次，认为新闻写作主要是和新闻事实打交道。第三个层次，认为新闻写作主要是处理观点和材料的关系问题。

这三个层次的认识都对，但我认为还应该扩展到一个新的层次，那就是还需把新闻写作看成一种在传播过程中的特定的人与人的关系的处理。它实际上要处理记者和读者、记者和采访对象、记者和编辑等等关系。离开这些关系就看不清新闻写作中若干问题的实质，离开这些关系，也就很难理解为什么应该这样写和为什么写成这样。

如果只研究人头和笔头的关系，而不研究这中间的人头和头头的关系，就像抛开生产关系，单独研究生产力一样，许多问题说不清。

这一个特点，我希望读者能够给予充分的注意。

在《新闻采访方法论》的前言中曾有这样的话：这本书“做过多年新闻工作的同志看后也不会觉得是纯属浪费时间，就是一般的调查研究工作者也乐于翻上一翻”。后面的这半句话是希望新闻学著作应该越出新闻界的范围，在更加广阔的社会领域起作用。

近几年有一个可喜的现象，不仅新闻界注意办新闻干部的培训班，不仅许多的专业部门办新闻训练班，还有一些其他专业的培训班加进了新闻的内容。虽然这些单位并不一定认识到这样做的深远意义，但它实际上是一个带有时代色彩的重要动向。

新闻从一开始就是社会的事业，但是多年来，许多人，包括新闻界自己，都只把新闻当作一种工具，而且是实用性的工具，仅此而已。因此，社会上的人大都认为，学新闻只是写新闻报道人的事情，也还有一些人认为新闻不屑一学。这种舆论是如此之普遍，以致连新闻界不少人自己也认为新闻没有什么学问。如果说一般的人也要学一点新闻，在许多人听来，可能近于

开玩笑。

其实，新闻不仅是一种传播和宣传的工具，是一种信息交流的最重要的方式，而且也是一种人类的重要文化。

“新闻是一种文化！”

“新闻素养是一种重要素养！”

“大家都要来学一点新闻！”

我们要响亮地喊出这些口号，在现代化的过程中更要喊出这样的口号！

这难道是新闻界，新闻学者的自我扩张吗？不，不是。只要我们稍微仔细地观察一下生活，我们就会发现，许多工作做得不够理想，重要的原因之一，就是参与者缺乏必要的新闻素养。有些会议为什么开得冗长？往往是由于发言的人不善于用快速表达的方式说话，不懂得使用“倒金字塔”逻辑；为什么有些报告写得艰涩乏味？往往是由于作者没有抓住最重要最新鲜的东西，更没有考虑用怎样的方式使大家更容易接受，而新闻的素养正是帮助人们在复杂的事物中抓住最重要最新鲜的东西，并且善于用大众最容易接受的方式表达出来；一些企业家很愿意和新闻界交朋友，但他们往往只注意拿出点小小的物质礼品而不知道怎样拿出更重要的“新闻礼品”——和新闻界交朋友，没有新闻礼品，不“喂”他们新闻，这种关系也是难以维持的；一些领导人不注意研究在大众传播工具上露面时的艺术，常常因为“公共关系形象”的不佳影响了他们的威信，他们还没有深切地意识到，在现代化的社会里，领导和群众的大面积的、有极大影响力的接触是通过新闻传播媒介进行的；新闻传播对文学、戏剧、歌舞、绘画等等的影晌，现在已经有越来越多的人看清楚了，而新闻对人们思维方式的影响，则还有很多人没有看清楚。在被称为信息社会的现代化的社会里，新闻的思维方式已经变得对每个人来说都是不可缺少的；这已经是无可怀疑的、正在发展的事实。

新闻界开始注重新闻学的研究，这是过去几年的变化。社会各界都来重视和学习新闻学，这应该是未来若干年的进程。新闻必定会作为一种普及性的文化“行进”在我们的社会上。

如果说，在过去的新闻发展中，它曾向社会其他的意识形式吸收了许多营养的话，那么它现在则可以向曾经孕育了它的整个社会和曾经帮助过它的其他意识形式做出自己的贡献了，虽然它还要向社会和向各种意识形式继

续吸收营养。

如果本书能够被作为一种新闻文化的著作来看待，如果不仅新闻界的同行对它感兴趣，而且社会其他各界都有一定兴趣的话，那将是我的莫大幸事！

作 者

1991 年 12 月于北京金台西路人民日报社

目录

Contents

第一章 总 论

第一节 新闻作品的特点·····	001
第一:易碎产品·····	002
第二:机遇产品·····	005
第三:组合产品·····	009
第四:选择产品·····	011
第五:传播产品·····	014
第二节 新闻写作的基本规律·····	016
用事实说话·····	016
基本要素之一:事实·····	017
基本要素之二:说话·····	018
“事实”和“说话”的对立统一是新闻写作的基本矛盾·····	020
对“用事实说话”的进一步阐述·····	021
第三节 新闻写作的基本要求·····	026
读者读报的五个特点·····	027
读者读报的四个阶段·····	028
新闻写作的基本要求·····	029
三条基本要求的出发点和结合点是读者观念·····	043
从传播的角度来理解新闻写作的基本要求·····	044

第四节 新闻作品的主要样式·····	055
第一类:典型的新闻体裁·····	055
第二类:边缘性的或者是杂交性的新闻体裁·····	064
第三类:报纸上刊登的其他文字作品体裁·····	066
第四类:广播、电视中的一些特殊体裁·····	069
第五类:探索性体裁·····	069

第二章 事实和说话

第五节 生活事实和新闻事实·····	072
事实是一个模糊的概念·····	072
对事实进行必要的分类·····	074
第六节 主观和客观的矛盾——事实和说话的关系之一·····	085
事实和说话的矛盾首先表现在主观和客观的矛盾上·····	088
主观和客观矛盾的表现·····	090
解决“主观和客观矛盾”的方法·····	091
第七节 点和面的矛盾——事实和说话的关系之二·····	093
事实是“点”,说话是“面”·····	093
事实和说话的几种关系·····	094
第八节 现象和本质的矛盾——事实和说话的关系之三·····	097
事实包含现象和本质两方面·····	097
整理材料分析现象·····	099
宣传性现象·····	100
用现象说话·····	102
实质是用本质说话·····	104
简单和复杂·····	107

第九节 用事实说话的几种方式·····	108
第一种方式:“纯客观”方式·····	108
第二种方式:材料或事实的组合方式·····	109
第三种方式:引述他人观点的方式·····	113
第四种方式:“化名”方式·····	114
第五种方式:渗入方式·····	114
第六种方式:直述式·····	115
第七种方式:配套式·····	117

第三章 素材和主题

第十节 新闻作品的主题·····	119
新闻作品是否应该有主题·····	119
什么是新闻作品的主题·····	120
什么样的主题是好主题·····	124
第十一节 怎样提炼和表现主题·····	130
第一种途径:凤凰落在梧桐树·····	131
第二种途径:穿珠红线在何处·····	134
第三种途径:绿叶衬得红花美·····	138
第四种途径:玩味再三意更殊·····	139
从主题看素材:表现主题的基础·····	141

第四章 记者和编辑

第十二节 记者和编辑的关系·····	144
记者和编辑的关系是一个复杂的关系·····	144
尊重编辑:记者的基本态度·····	147

第十三节 供与需的矛盾——记者和编辑之间的关系之一·····	150
供需矛盾是记者和编辑关系中的第一个矛盾·····	150
记者要有全面的版面意识·····	153
第十四节 局部和全局的矛盾——记者和编辑之间的关系之二·····	156
记者站在局部上,编辑站在全局上·····	156
从新闻业务来说,这个矛盾的主要体现·····	157
站在局部的记者应该怎么办·····	158
第十五节 工作对象和服务对象矛盾的內化	
——记者和编辑之间的关系之三·····	163
工作对象和服务对象的矛盾·····	163
被传播和接受传播的矛盾·····	165
记者和编辑处理关系的准则·····	167

第五章 新闻作品的结构和分类

第十六节 新闻作品的结构原则和类型·····	170
新闻作品结构的特点·····	170
新闻作品结构的分类·····	171
第十七节 题材分类和经济报道·····	183
记者按照题材和战线分工是一个趋势·····	183
怎样搞好经济报道·····	185
找到经济问题的新闻视角·····	190
经济报道的分类·····	192

第六章 新闻笔法

第十八节 新闻笔法(一)·····	198
新闻笔法之一:简笔·····	199
新闻笔法之二:粗笔·····	203
第十九节 新闻笔法(二)·····	208
新闻笔法之三:变笔·····	208
新闻笔法之四:跨笔·····	212
第二十节 新闻笔法(三)·····	216
新闻笔法之五:跳笔·····	216
新闻笔法之六:合笔·····	221
第二十一节 新闻笔法(四)·····	225
新闻笔法之七:衬笔·····	225
新闻笔法之八:短笔·····	228

第七章 新闻语言

第二十二节 新闻语言是一种独立的语言·····	234
“新闻语言”一词所含的褒贬·····	235
新闻语言是相对独立性的语言·····	236
创造和推广实用而优美的新闻语言是我们的历史责任·····	237
研究新闻语言的内在矛盾,探讨新闻语言的特殊规律·····	239
第二十三节 新闻语言的特色·····	241
新闻语言的要求·····	241
新闻语言的总体特色·····	241
新闻语言的具体特征·····	244

第八章 新闻写作心理与新闻写作思维

第二十四节 新闻写作心理·····	262
新闻记者应该具有哪些基本的心理素质·····	263
实际操作中的写作心理问题·····	264
第二十五节 新闻写作思维·····	273
新闻写作思维形成的客观依据·····	273
新闻写作思维的特点·····	274

第九章 风格 借鉴 创新 态度

第二十六节 新闻写作的风格·····	288
什么是记者的风格·····	289
记者风格的类型·····	290
记者怎样形成自己的风格·····	292
第二十七节 新闻写作的借鉴和创新·····	294
新闻写作借鉴其他样式作品的必然性和必要性·····	294
借鉴的一个重要领域:向文学借鉴·····	295
借鉴的另一个重要领域:向国外的同行借鉴·····	299
新闻写作中的不断创新是一大课题·····	300
网络时代的挑战·····	303
第二十八节 记者的基本素养和写作态度·····	307
搞好新闻写作的基础是记者的素养·····	307
新闻记者的基本素养·····	308
记者的写作态度·····	312