

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

最新修訂版

XinWen
CaiFangFangFaLun

新聞採訪方法論

艾 丰 © 著

人民日報出版社

新闻采访方法论

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻采访方法论/艾丰著. —北京:人民日报出版社,2010.5

ISBN 978-7-5115-0072-4

I. ①新… II. ①艾… III. ①新闻采访-方法论 IV. ①G212.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第069504号

书 名:新闻采访方法论

作 者:艾 丰

出 版 人:董 伟

责任编辑:曼 嫚 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.peopledailypress.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:378千字

印 张:25

印 次:2010年8月第4版 2010年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5115-0072-4

定 价:38.00元

第四版 前言

本书的第一版是1982年出版的，第二版是1989年出版的，第三版是1995年出版的。现在要出版的是第四版。从第一版到现在的第四版，时间跨度已经有将近30年了。

一本书能够穿透近30年的时间隧洞，能够经受住改革开放30年风云变幻的实践考验，实属不易，也不多见。我要深深感谢我的读者的厚爱和不弃！也要感谢人民日报出版社对本书的苦心经营。

这本书让我结交了许多朋友。常常在一些场合，见到一些不认识的人，主要是年轻人，他们开口就叫“艾老师！”然后解释说：“我在学校读过你的书！”“我没有读过新闻系，但你的采访方法论是我的启蒙读物，是它把我引上了新闻道路！”“你那本书写得很好，对我的帮助很大！”“……”于是彼此有一见如故之感。

感谢我的母校——中国人民大学新闻学院。1987年，在人民日报老记者柏生的鼓励下，在人民大学我的老师们的支持下，本书获得了“吴玉章奖金”。直到现在，学院还把我的这本书列为新闻学的重要参考书目。他们还在学院的图书资料室为我的著作——包括新闻学和其他方面的著作，开了一个专栏。教育之恩，师生之情，奖掖之力，当永志不忘。

在第三版前言中，我曾斗胆提出过一个希望，那就是本书能够走出新闻界的圈子，为社会各界特别是政界和学术界的人士所阅读和运用。十四五年的时间过去了，这方面的进展，不甚理想，但也尚可聊以自慰。最近，到黑

龙江哈尔滨去参加一个活动，活动举办者说，有一个我的“粉丝”一定要见我。及至见面，原来是一位政府官员，他拿出自己珍藏多年已经很陈旧的1982年第一版的《新闻采访方法论》，要求我在这本书上签名。他指着夹在书里的一张一张纸条，说：“你看，这是我阅读时的重点部分。”此前我也见过类似这样的同志。当然，本书扩展到新闻界圈子以外还有另一个途径，那就是新闻界出身以后又走出新闻圈子的人。他们做新闻工作时看过这本书，以后做别的工作，也把其中的知识用上了。我希望这个趋势能够继续扩展。

我在第二版前言中曾经做过一个大胆的预言：21世纪，在中国，将是一个“新闻文化”兴起和长足发展的世纪！这个预言已经“应验”了。由于互联网和手机这两种传播工具的普及，出现了两方面的巨大变化：一方面，新闻传播的面越来越广泛，新闻的受众越来越多，接受新闻传播也越来越方便。一方面，广义上的参与新闻工作的人越来越多，采写新闻作品的人越来越多。网上的博客作者的数量难以精确地统计，每个网民都可以同时成为新闻作品的作者，自由地发表自己的意见。每个手机的拥有者都可以成为短讯的作者。于是新闻传媒和整个社会越来越融为一体，它所起的作用也越来越大了。无论是政界、经济界、企业界、文化界以及社会各界，无论是主动地还是被动地，都感受到了新时代新闻传媒的巨大的无孔不入的作用，都不能不以新的目光关注、思考和研究新闻传媒。同时也就必然产生了普及新闻文化的需求。现在对许多人来说，还可能是一种潜在的需求，但随着时间的推移，这种需求会越来越显化。

本书是新闻学的基础理论，或者说得准确一点，是应用基础理论，是新闻文化的基础部分。新闻传媒体系的巨大变化，需要有新的理论创新。这方面已经有许多人在做，希望能够做得更好。但无论如何，基本规律总是需要了解的，掌握基本规律是创新的基础。这也是我愿意再次修订本书并出第四版的原因。

经过过去三版的实践检验，证明读者对本书是肯定的，再说它又获得过我国社会科学著作最高奖“吴玉章奖金”。因此，在这次修订的时候，我的原则是保留此书的原貌，基本框架、基本内容不变，做“加法”，不做“减法”。只是根据时代的变化和作者本人认识的深化，对个别提法做了修订，增添了一些新的内容，补充了一些新的案例。其中为适应时代的需求，专门增写了

第八节，即记者的新闻策划。

书中的一些实例年代过于久远了，是否换成“新鲜”的？经反复考虑，没有换。一是再版书，原书如此，不好更换得太多。一是本书是新闻学著作，选用实例的标准主要是学术价值，而不是新闻价值。年代久远的实例，新闻价值肯定是没有了，但新闻学的价值仍然存在，而且随着时间的推移，它们的历史资料性更显得宝贵。从全书来看，经过这次修订，实例的时间跨度大大增加了。经典案例有上世纪20年代、30年代、40年代的；新中国建立以后，从50年代到60年代、70年代、80年代、90年代，一直到本世纪初这10年的，各个时间段的案例都有了。这不仅可以增加本书的厚重感，而且对于年轻的读者来说，阅读本书，不仅可以得到理论上的启迪，还可以通过这些时间跨度比较大的案例，了解新闻采访的历史沿革，也顺便了解一下历史。我想，这不是为作者的“偷懒”找理由吧？

最后，我想起了一个故事，并说一下我在此次修订后产生的一个担心。故事是：《新闻采访方法论》刚刚出版以后，我把书送给了我的一位研究生同学。有一天，我见到他，他说：“你的书我爱人读了，她没文化，小学毕业，是个工人，但她把你的书当小说读了，很快就读完了。”我把这话看作是对本书通俗性的最好肯定。但我这次修订，感觉到他的话可能有些夸张，其中很多内容并不像小说那样通俗引人，读起来确实还要费一些思考。现在比较浮躁的读者有没有耐心认真地读它们并消化它们，真没有把握。但愿我的这个担心是多余的。

此次花了不小的力气做了修订。本书还能“畅销”多少年？不知道。但我希望至少可以坚持到作者版权过期的时候。

作 者

2009年7月1日

第三版 前言

希望这本《新闻采访方法论》能够“冲出”新闻界读者的圈子，为社会各界阅读和研究——这是本书出第三版时刻，我的最大愿望。

《新闻采访方法论》，1982年面世，1989年出第二版，至今大约一共印刷了六七次，现在又要出第三版了。它的持续畅销，表示着读者对作者的最大奖励和鼓舞。一个人的劳动得到社会广泛的承认，我的兴奋的心情是可想而知的。

这本书，和后来出版的我的另一本著作《新闻写作方法论》，形成了新闻业务专著的姐妹篇，出版社用配套的方式销售，也受到读者的欢迎。可惜由于水平和时间的限制，我眼下没有时间再去写一部《新闻编辑方法论》这类的著作了。我很希望我的同事来做这件事情。如果有这样的三部《方法论》，可能会对想学新闻业务的人更方便一些。

借着这次再版的机会，我向我的一些读者，特别是年轻的读者，表达我抱歉的心情。这些年有许多的读者给我写了大量的来信，或求教，或求书，或出于信任请我帮助做一些事情。因为一个人的时间总是有限的，更加上本职工作十分繁忙，大部分信件没有回复。老实说，这成了我心中的一个包袱，但实在是“不能也”，非“不为也”。还请这些同志谅解。

一个人的期望可能总是不断“升值”的。我的老家就有一句俗话，叫做“吃了五谷想六谷”。现在，我大概是属于“想六谷”了。对于本书已经产生的“社会效应”，我有“受宠若惊”的一面，同时也有“尚存遗憾”的一面。我的这本书当然是为新闻工作者、新闻学研究者和新闻爱好者写的。但我的

奢望并不止于此。

细心的读者可能会发现，我的第一版的前言里面有这样的一句话：“从事一般调查研究工作的同志，也乐于翻它一翻”。这里包含两层意思：

第一层意思，我认为，除了从事新闻工作的同志需要学习新闻学知识之外，其他各行各业，特别是担负一定领导职务的同志，都需要学一点新闻学知识。谁都承认，现代社会是信息社会，而新闻传播是重要的信息渠道。所以，新闻是一种现代社会不能缺少的最重要的工具；而新闻知识则是现代人不能缺少的一种文化素养。就这种意义上讲，新闻应该是像语文、算术一样的基础文化。我曾经向有关部门建议，中学应该有“新闻基础知识”这样的课程；高级党校在培训领导干部的时候，也应该设立新闻课程。

第二层意思，我觉得我的这本《新闻采访方法论》，虽然是新闻学著作，主要是讲如何采访的，但其中提出了一般认识论和一般调查研究方面的一些观点。例如关于什么是“第一手材料”的论述，例如关于现象和本质的对应关系的论述，例如关于认识三个阶段的论述，例如关于关节点的论述等等，实际上都是一般认识论和辩证法里面的哲学问题。1987年，我为本书申请“吴玉章奖金”的时候，在申报理由栏里，我写了三条：一、是中国新闻采访学的一流水平。二、因为我是用马克思主义哲学原理研究新闻采访，同时总结了国内外记者的采访经验，并形成自己的学术体系，因而具有世界水平。三、对一般认识论提出了自己若干新观点和新见解。这些说法，看起来近乎“吹牛”。但我也用这样的一句话为自己辩解：“在学术领域，对谦虚的理解就是如实地描述事物，除此之外，没有更多的含义”。感谢各位评委对我的理解和支持，他们还是投票给我评了一个优秀奖。今天重新提起这件事，无非是想引起新闻界之外的读者对本书的兴趣。

写在这里，我想做一个拜托：请新闻界喜爱我这本书的朋友，帮忙为它作一点向新闻圈子外面的人的宣传、推荐和介绍工作。这倒不是自私的想法。任何一个研究者都想为他的成果争取更大的社会效益。若此，作揖，作揖！幸甚，幸甚！

作 者

1995年11月10日于北京

▶▶ 第二版 前言

尽管写作时，投入了大量的心血；尽管在捧出此书时，心里充满了相当的自信，但我写第一版“前言”的时候，总赶不走忐忑不安、吉凶未卜的那种心情。因为它企图建立一个采访学的新体系，也提出了若干新闻学乃至哲学的新观点。这些能否为大家所接受，其中有无“致命”的错误，都是未知数。

没想到，人民日报出版社的编辑，有魄力决定将它很快出版——当时我还是初出茅庐的研究生啊！

没想到，第一次印刷，新华书店的征订数字是5万册；印了5.3万册，二三月内销售光了；

没想到，第二次印刷，2万多册，又在一个月内售完；

更没有想到，本书出版5年之后，即1987年10月，它获得了首届“吴玉章奖金”优秀奖。“吴玉章奖金”是目前我国社会科学著作的最高奖。作者的这部拙作，同方汉奇教授的《中国报刊史》两部新闻学著作，能与其他十部经济学、历史学、语言学的权威作者的权威性著作作为伍一起获奖，在我看来，这件事对我国新闻学发展的重要意义，远远超过作者因此而获得的荣誉。此后，一位权威性的评介文章认为，我的这部《新闻采访方法论》，可以作为“新闻哲学”来读。

我衷心感谢读者对此书的“欣赏”。

我衷心感谢学者、专家对此书的“赞赏”。

我衷心感谢在此书写作和出版过程中给予我各种帮助的那些前辈、同事和朋友……

那是在前几年，一位省报的青年记者对我说：“看过你方法论的前言，觉得口气很大，这倒使得我产生了非要看看这本书怎么样的心理”。我笑了：“你中了我的计了。”不过我接着向他说明，任何新东西刚刚出来的时候，总先是“自吹自擂”的。等到别人承认了它，称赞它的时候，那时候再谦虚一番，连说几个“不行，不行”，或者说，“我的作品还有许多不足”，也为时不迟。

也许，对于《方法论》这本书，现在是该说谦虚话的时候了。实在说，它确实有许多不足之处。况且，它成书于1979-1981年间，作者受思想水平所限，加上改革刚刚开始，更使它不能不带有一些不足之处。

因此，我借这次再版的机会，对它作了一次修改。改革的大潮，不能不对新闻学，包括采访学，产生深刻的影响。但愿这不是我最后一次修订。当然，为了尊重历史，我当然是基本上保留了一版时书的原貌，即使有“落伍感”，也只好如此了。

就整个新闻学来说，我认为它现在仍处在应该“自吹自擂”的阶段。“新闻无学”的说法，虽已大大减弱，但对新闻学的认识还远远不够。新闻学的研究，新闻学的基础理论，都还显得相当薄弱；新闻学的普及，普及到决策层，普及到全社会，更是个艰巨的任务。

既然我们承认现代社会是“信息社会”，那么把担负信息传播的现代新闻媒介称为“现代社会的骄子”，恐怕并不为过。

我在此作这样一个大胆的预言：21世纪，在中国，将是一个“新闻文化”兴起和长足发展的世纪！借此序言，提出这个论点，录以备考。

新闻作品、新闻学研究、新闻事业，都必然有大的突破。让我们为创立有中国特色的社会主义新闻学而努力！

这里，最重要的，不是要求我们像歌星们那样，轻轻地说上一句：“希望大家喜欢。”而是靠我们的艰苦的、创造性的、科学的工作和奋斗！

作者

1989年1月15日于北京

▶▶ 第一版 前言

有人说采访是一种艺术。那么，采访学应该是一门科学。

本书所做的努力就是把马克思主义的哲学原理运用于采访学的研究，分析采访活动中所包含的矛盾并找出解决这些矛盾的基本方法。

这是在新闻学应用基础理论范围内探索采访活动规律的尝试。

作者的奢望是：本书不仅对新闻系学生、初做记者的人和新闻教学工作有一定参考价值，就是那些做过相当长时间记者的人，读了以后也不觉得是纯属浪费时间；从事一般调查研究工作的同志，也乐于翻它一翻。

在写作过程中，作者得到了田流、商恺、黄钢、戴邦、林里、高集、钱辛波、金凤、柏生、马鹤青、孙世恺等许多同志的指导和帮助。

颜景政等同志为本书出版做了不少工作。

在此，向他们表示感谢！

当然，他们对本书可能有的缺点错误并不负责。

作 者

1982年5月

目 录

Contents

第一章 概 论

第一节 新闻采访方法论概述·····	001
渴求与苛求·····	001
什么是新闻采访方法论·····	003
新闻采访方法论的内容·····	005
新闻采访方法论的研究方法·····	007
第二节 新闻采访是一种特殊的调查研究·····	010
对采访性质的基本认识·····	010
采访的目的——传播·····	012
采访的基本任务·····	017
采访的基本方式——社会活动·····	020
(记者——社会活动家 记者活动的独立性 独立性和舆论监督 独立性对记者 提出更高要求)	
采访的难点·····	030
记者采访活动的风险性·····	032

第二章 采访与事实

第三节 材料与事实·····	035
记者的劳动对象是材料·····	035

一场没有打清的“官司”	037
按照材料来源和传递过程进行分类	040
(第一手材料的重要性 第一手材料的局限性 全面认识第二手材料和第三、第四手材料 材料的相对性和双重性 材料多重性的交织)	
从认识阶段上分类	073
(注意三个方面的联系与区别 两类、六种现象 注意识别宣传性现象 重点防范不合理的宣传性现象)	
其他分类	087
材料加工的基本要求	090
(事实的七个要素 现象和本质的对应性 现象和本质的相对性 现象真实和本质真实)	
材料加工的基本方法	098
(核实是采访的重要组成部分)	
对材料认识的归纳	107
记者要做观察家	108
(观察家是新闻媒体上的名角 观察家的工作方式 观察家工作方式举例)	
第四节 角度与事实	112
新闻价值是选择事实和材料的重要标准	113
什么是新闻价值	116
(新闻价值的运动过程 新闻价值定义的解释 新闻价值和报道效果)	
新闻敏感	126
新闻角度	132
(接触事实的角度 观察事实的角度 解剖事实的角度 截选事实的角度)	
新闻角度与事实本质	142
(正确认识事实各个侧面之间的关系 正确分析各个事实之间的联系)	
第五节 立场与事实	158
尊重事实才能尊重真理	158
(“天安门事件”的教训 《西行漫记》的回答 范长江的启示 最基本的立场)	

记者的双重任务·····	170
(宣传政策和检验政策 独立工作的重要作用)	
关于客观、公正·····	178
(西方新闻学者的观点 确定“客观”“公正”的含义 客观与公正的相对性 客观手法的重要性)	
“干预生活”·····	189
(适当干预生活同制造新闻的界限 “中国质量万里行”的干预生活 来自 互联网的干预)	

第三章 记者和采访对象

第六节 记者社会交往的特点·····	199
采访对象·消息来源·····	201
(要重视消息来源 围绕消息来源的工作 群众——不竭的源泉 广义的消息来源)	
记者和采访对象关系的特点·····	208
(繁杂性 双向性 对等性——合格的对话者 代表性——工作对象和服务对象 分离)	
第七节 记者和采访对象之间的矛盾·····	220
“取”和“予”的矛盾·····	220
(“取”和“予”的六项条件 记者在每一项条件上应该做的工作 两种提问方式 不应该怎样提问 “如若取之，必先予之”)	
“生”和“熟”的矛盾·····	243
(“求同存异，以同攻异” 深入环境，寻求媒介 由远而近，循序渐进)	
“说”和“做”的矛盾·····	254
(“说者”与“做者” 既要联系实际，又要与实际保持一定距离 记者的思路)	
四类采访对象·····	268
(肯定和表扬的采访对象 批评和教育的采访对象 揭露和批判的采访对象 批评报道的四个层次 “中性关系”的采访对象)	

第八节 记者的新闻策划·····	279
策划和策划业的兴起·····	279
什么是新闻策划·····	281
(什么是策划 什么是新闻策划)	
新闻报道策划·····	283
社会活动策划·····	287
企业新闻策划·····	289
(新闻传播对企业的重要性 什么是企业新闻策划 如何做好企业新闻策划)	
新闻策划的协同性和独创性·····	295

第四章 基本采访方法

第九节 十条基本采访方法(上)·····	297
点面结合——基本采访方法之一·····	298
(“面上找题目，点上作文章” 会议报道——“面上找题目，多点做文章” 由点看面，由点到面 点面对照，反复比较)	
三个阶段——基本采访方法之二·····	309
两面挖掘——基本采访方法之三·····	314
(一个典故——勾推法 对立挖掘，挖掘对立)	
寻找镜子——基本采访方法之四·····	318
(寻找认识事物的镜子 寻找表现事物的镜子)	
抓取特点——基本采访方法之五·····	323
(选有特点的事实 访有特点的对象 抓有特点的部分 提有特点的问题 挖有 特点的细节)	
第十节 十条基本采访方法(下)·····	333
抓关节点——基本采访方法之六·····	333
(突破点 疑问点 凝聚点 显现点 基本点 转化点)	

“协同作战”——基本采访方法之七·····	342
(不要忘记带眼睛 记者的观察力 观察和询问相结合 观察和资料相结合 收集与思考相结合)	
体验感受——基本采访方法之八·····	355
(体验感受的优点 感受法的技巧 亲身体验的局限)	
短仗长打——基本采访方法之九·····	361
(长期积累资料 分解任务, 预制构件 浓缩问题)	
常备不懈——基本采访方法之十·····	369

结束语

世界观同方法论的一致性·····	373
借鉴外国记者的采访方法·····	376
采访方法的多样和发展·····	380

第一章 概 论

第一节 新闻采访方法论概述

内 容 提 要

什么是新闻采访方法论？新闻采访方法论是研究新闻采访活动中所包含的矛盾以及正确处理这些矛盾的科学。作为“方法论”它不是经验集成，而是学术体系。

这个陌生的名词是怎样提出来的？它是适应新闻采访实践需要加强理论指导的要求提出来的，也是新闻采访学研究的历史必然发展。

它的内容、任务、研究方法怎样？逻辑很简明：主要是两条线索，一条线索，采访是了解事实。一条线索，采访是社会交往。从研究了解事实和社会交往的矛盾中找出规律。然后合并为一点——基本采访方法。

渴求与苛求

还是从实际工作中的情况说起吧：

有一位年轻记者，为了提高业务水平，当他跟老记者一起采访的时候，拼命地做记录：不光记采访对象的话，也记老记者的提问和谈话。采访回来，