



文化传播实验
教学系列教材

主编 / 李 双 吕明涛

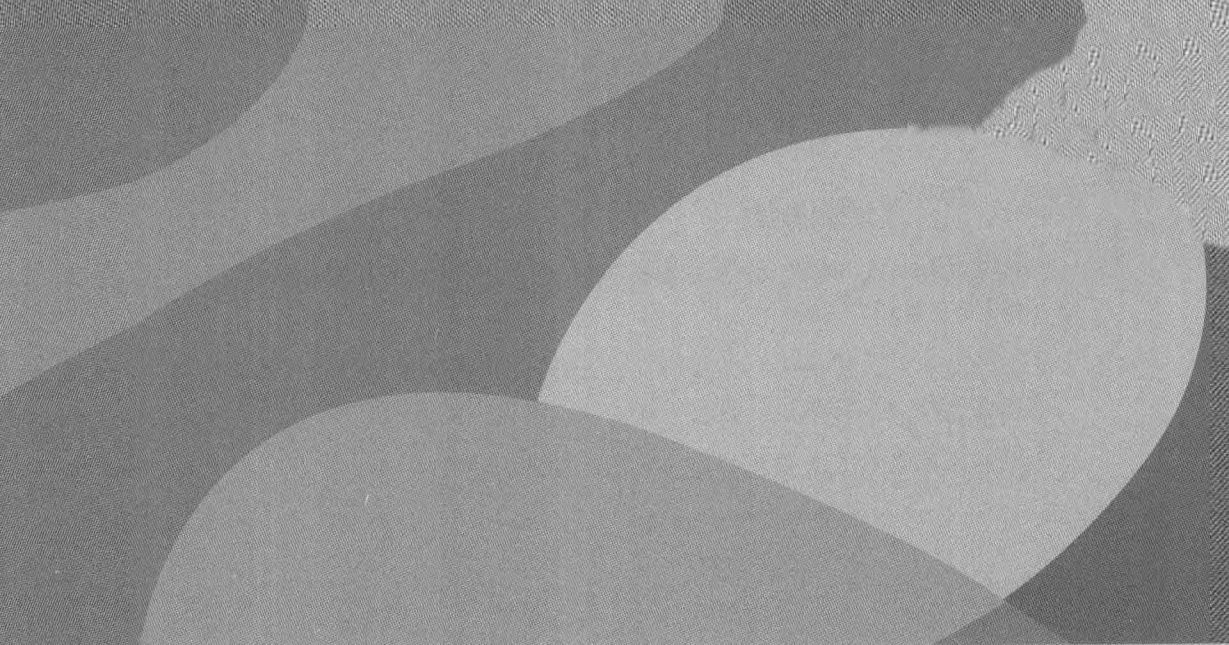
*Xinwen Caifang
Yu Xiezu*

新闻采访与写作

吴 麟 张玉洪◇等 编著



中国传媒大学 出版社



新闻采访与写作

吴 麟 张玉洪◇等 编著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻采访与写作/吴麟, 张玉洪等编著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2013. 12
ISBN 978-7-5657-0868-8

I. ①新… II. ①吴… ②张… III. ①新闻采访—高等学校—教材
②新闻写作—高等学校—教材 IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 292387 号

新闻采访与写作

编 著 吴 麟 张玉洪 等
责任编辑 李唯梁
责任印制 曹 辉
封面制作 泰博瑞国际文化传媒
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京泽宇印刷有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 16
字 数 304 千

版 次 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

书 号 978-7-5657-0868-8/G · 0868 定 价 39.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序一

还清楚地记得,52年前,我第一次用笨重的德国莱卡摄像机,记录下活动黑白影像时大家的兴奋。现在,人们可以随时随地用电脑、手机,把文字、声音、图像传给世界每一个角落。与此相伴,我们也从服装到思想都单调的“灰蚂蚁”,融入文化交融、文明竞长的“地球村”。这些变化让我深切地感受到,文化的发生,文明的进步,受惠于传播与交流。同样,传播的丰富,交流的深入,也有赖于文化与文明的繁盛。

文化与传播的关系是如此紧密,所以,当李双教授嘱我为“文化传播实验教学系列教材”作序时,我对他们以此为研究主体,以提高学生实践能力为目的,不求大、多、全,唯求精炼、创新、可操作性的编著思路颇为欣赏。文化与传播的理论固然重要,但正如文化批评家罗斯金所言,“美好的艺术是人类的手、脑和心灵的完美结合”,艺术创造如此,传播美好的文化何尝不是如此?

很久以来,重演绎思辨、轻验证操作的传统教育观念,涵盖了我国高等文科教育的几乎所有学科。这种不分学科特性的教学理念,给我国新闻与传播教育事业留下了遗憾。“我国学生动手能力差”的评价,上世纪60年代就屡有耳闻。现在,随着我国高等教育由精英教育向大众教育的转变,大学生动手能力不足的缺陷被“就业难”等现实问题日益放大。而信息时代的到来,又对文化传播的实践性提出了前所未有的要求,媒介的融合要求从业者“想”和“做”的能力也要融合。很难想象,一个不熟悉网络知识、不懂得音视频制作、不具备项目策划能力的年轻人,能够在将来胜任高素质职业传播者的工



作角色。

在高校的教学体系中,理论教学和实验教学应当是同等重要、互为支撑的两大部分。理论教学是基础,实验教学是培养学生切入现实、解决问题的有效手段,是提高大学生动手能力的重要路径,实验室更是培养大学生创新能力的重要场所。近几年来,中国劳动关系学院文化传播实验教学中心的建设突飞猛进,获得了“北京市高校实验教学示范中心”的荣誉,影视制作方面更是达到了专业水准,给我留下了深刻印象。依托厚实的硬件资源,总结新鲜的教学经验,“文化传播实验教学系列教材”的推出,可谓恰逢其时,恰当其分。

对教育而言,师资和教材是两大要件。师资只能造福一处,教材却可以惠及四方。一套好的实验教学教材,对应的是无限广阔的实践活动,应该做到“竖画三寸,当千仞之高;横墨数尺,体百里之迥”。翻阅丛书,各位作者虽教学繁忙,但依然勤勉著述,撷各家之长深入浅出,关键处不乏独特新见,是一套系统完整、于当下文化与传播教育大有裨益的实验教材。

2009年暮春,我受邀主持中国劳动关系学院文化传播学院的学位评估。我发现,文化传播学院拥有一支事业心强、励精图治、朝气蓬勃的教师队伍。面对这样一个热爱高等教育、对学生有责任、对教育有使命的年轻团体,我相信,我们一定能够以此作为新起点,创作出更多令学生受益终身的优秀教学成果。

是为序。

中国传媒大学 朱羽君

2010年8月20日

序二

这套丛书即将付梓之际，一些话不禁涌上心头。

在中国内地的高校，文化与传播似乎总不能恰处一体。上个世纪80年代，内地高等教育还没有独立的传播学科。于是，面对“80后”雨后春笋般蔚为大观的传播学抢尽风头，新闻学科使劲捍卫自己的主流与独立地位。新闻学虽然历史悠久，但本质上仍然应归属于传播学。不过，仿佛是在赌气，新闻与传播，似乎在不怎么兼容地各自发展。这样的“赌气”，从早前绝大多数新闻学从属于语言文学学科，而后在新时期迅速独立，有异曲同工之妙。

学科的细分，尤其是改革开放以后，内地高校与世界高等教育接轨，完善、丰富各类学科，自然是无可非议的。不过，细分学科的缺陷可以通过学科的互相融汇与支撑来弥补，关于这一点，一些高校同仁，不知道是意识不到，还是因其他原因意识到了却不愿改进。总之，目前的状况是，细分有余而统合不足。在高校本科教育当下已基本步入大众教育的趋势下，学科细分的弊端越来越明显；学生知识与技能的促狭，也越来越不适应社会的需求。基于此，我们尝试在学科的互补上开展一些探索。具体而言，就是根据我们学院的实情，试验将文化与传播学科整合在一起，以期培养出复合型的创新人才。

一所高等学校的文化素养、背景，尤其是人文学科承担的普世价值、传统文化和思想底蕴，是其他学科难以全面承担的。现在国外的名牌大学，在本科教育阶段都施行通识教育，包括世界著名的哈佛大学也是一样。它的人文科学、社会科学与自然科学的课程群，在大一、大二基本上都是任选的。哈佛的本科生全部集中在一个学院，名



称就叫做“人文艺术与科学学院”。这是一种趋势。如果我们在本科阶段都把专业限定得很仄,那是不利于学生成长的。有的中国大学校长已经意识到这个问题,比如北师大的钟校长就指出,现在一些本科专业,根本就不该开设,那些专业是研究生阶段才能开设的,他列举的例子有管理学专业。当然,钟校长的话是否对,可以商榷,但本科专业太细化这个内地高校的弊端,是普遍存在的,根子就在1952年全盘学苏联高校体制的院系调整。今天,这样的办学思路还没有得到很好的修正。

我们所处的文化传播学院,现有汉语言文学、新闻学、文化艺术事业管理和戏剧影视文学四个本科专业。让这四个本科专业更好地融合与沟通,形成一个四位一体的专业架构,增加专业间的勾连,有利于学生的培养和成长。而四位一体的专业结构,从提高学生的基础素养、职业技能以及适应社会需求来讲,都是相当好的。本科教育这个阶段的人文素质培养,某种程度上决定了学生的后继发展。一个人确立了精神本体,他去学比较实务的东西是比较容易的。他有信心,有意志,有信仰,有自己的追求,这才是一个人成才最重要的东西。实务教育很重要,但是,不能忽视在实务教育中要贯串和体现关于人的本体建构的教育。比如,十年前,高校课程里还开设“汉字输入”,现在再开设这样的课程就闹笑话了。而文学、哲学、美学、艺术等课程,从古至今,没有哪所高校会认为“过时”。少数人,由于学科不同,认识上有些误区。比如,一提起中文系,就认为那都是一群小青年,成天沉迷风花雪月,“为赋新词强说愁”。其实,汉语言文学专业是非常精深博大的学科,也是高校中稀缺的极具“中国特色”的学科,古人讲文、史、哲不分家,正是中文系主要的教学研究内容。举凡中国高校,自然科学基本上是全盘西化,社会科学也基本上全盘西化,唯有人文科学,西方无法取代,汉语言文学专业正是这样的专业。哈佛、牛津开设的学科,几乎没有一样是以中国的学术成果为学科支撑的,但中国的语言、文学、思想、历史等学科除外。如果在我们中国的高校,还轻忽自己特有的文化和学术,说轻点是无知,说重点是数典忘祖。再比如新闻学,一般人认为不过是培养记者、编辑的,其实,新闻与传播学科面对今天信息传播从技术到精神内涵的焕然一新,早就不仅仅是原来意义的培养记者、编辑了。人类社会信息传播的速度和方式,直接决定了人类文明的形态和发展的速度。文化与传播,由以前的内容与手段的关系,早就嬗变成互相依赖、互相生成的共生关系。一种文化不仅需要传播,更需要在传播中丰富、变形,生成崭新的文化形态。几乎可以说,离开了传播,文化就

无法生成;传播本身也早就不是传播这个字眼的意义,而是文化生产与交流不可或缺的环节与过程。戏剧影视文学专业也是如此,依据这个专业的传统,当然是培养戏剧影视的编剧人才。但是,在今天,网络视频以及层出不穷的各类影像产品深受受众喜爱,我们的高等教育如果还局限在单纯编剧人才的培育上,就会明显与社会的发展脱节。目前的社会,需要采、编、导三者合一的复合型人才,那么,这个专业的教学,如果能在文学的基础上,兼及广播电视新闻学和影视编导学科就必定会对学生的多向发展产生良好的作用。

基于上述教育理念,才诞生了这样一套名为“文化传播实验教学系列教材”的丛书。本丛书共11种,涵盖了文学、新闻学、传播学、影视学等诸门学科。除了试图使诸学科互相渗透、互为支撑,使学生能更多掌握社会需求的技能外,更重要的是,我们还尝试紧紧抓住实验教学这个关节,使本科生阶段的教育,不只局限在坐而论道,而更要直接培养其动手实操的技能。这套丛书的诞生,还直接得益于文化传播学院“文化传播实验教学中心”的建设。2007年,中心经过几轮严格的评选,荣获“北京市高校实验教学示范中心”称号,中华全国总工会王兆国主席闻讯特别批示全总相关部门大力支持中心的建设,北京市教委也慷慨解囊,奖励中心50万元建设资金,中国劳动关系学院主要领导为中心的建设更是不遗余力。

从2007年至今,三年多时间过去了。文化传播学院各位教师为中心的软、硬件建设呕心沥血,特别是丛书的各位第一作者,在时间紧、任务重的困难条件下,高质量地完成了丛书的编撰,令人感佩。现在,如同呱呱坠地的赤子,这套丛书终于开始陆续面世。如果她还有值得欣赏和肯定的地方,全赖我们的同事辛勤劳作;而她所有的不足与错漏,都应该由我们来概括承受。

最后,我们要诚挚地感谢朱羽君先生,她奖掖后学,不吝褒扬,既令我们惭愧,也给了我们莫大的激励;我们要真诚地向文化传播学院及实验教学中心的老师们致谢,没有这些可敬可爱的同事戮力同心、团结协作,我们将一事无成。

李双 吕明涛

2010年10月16日

上编 采访

第一章 新闻采访的性质与作用	/3
第一节 新闻采访的性质	/3
第二节 新闻采访的作用	/6
第三节 新闻采访活动中的双向互动	/10

第二章 采访的准备阶段	/14
第一节 寻找新闻线索	/14
第二节 明确采访目的	/18
第三节 选择采访对象	/22
第四节 创造采访条件	/25

第三章 采访的访问阶段	/28
第一节 提问的技巧	/28
第二节 现场观察的方法	/40
第三节 做好采访记录	/43

第四章 后采访阶段	/45
第一节 整理采访记录	/45
第二节 验证采访材料	/46
第三节 补充采访	/48



第五章	新闻采访方法	/51
第一节	直面采访	/51
第二节	上下结合采访	/55
第三节	点面结合采访	/57
第四节	易地采访	/60
第五节	精确采访	/63
第六节	其他采访方法及采访方法误区	/69

下编 写作

第六章	新闻写作的一般要求	/75
第一节	新闻写作的基本常识	/75
第二节	新闻写作的基本环节	/83
第七章	消息写作的基本要素	/88
第一节	什么是消息	/88
第二节	消息的结构	/94
第三节	消息的标题	/103
第四节	导语的写作	/113
第八章	主要消息类型的写作	/125
第一节	事件消息	/126
第二节	人物消息	/134
第三节	综合消息	/141
第四节	会议消息	/147
第九章	通讯的基本要素	/154
第一节	什么是通讯	/154
第二节	通讯的主题	/158
第三节	通讯的选材	/163
第四节	通讯的结构	/170

第十章 基本通讯文体写作 /176

第一节 人物通讯 /176

第二节 事件通讯 /184

第三节 工作通讯 /195

第四节 风貌通讯 /200

第十一章 特色通讯文体写作 /208

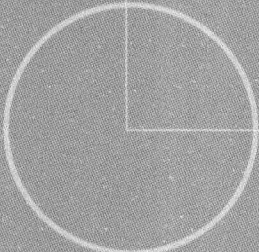
第一节 社会观察通讯 /208

第二节 新闻特写 /219

第三节 专访 /230

主要参考文献 /242

后 记 /245



上编 采访



第一章 新闻采访的性质与作用

新闻采访是新闻传播活动正式开始的第一道工序,直接决定新闻写作的质量,并影响新闻产品传播的广度和深度。正确理解新闻采访作为新闻传播活动链条的首要环节,是成为合格媒体人的基础。

第一节 新闻采访的性质

一、新闻采访的概念界定

从新闻采访所要完成的任务看,主要包括两方面的内容,一是基于新闻事件或人物报道目的所进行的资料搜集、采录活动,二是人员访察、查证活动,是“采”与“访”的有机结合。因此,新闻采访可界定为记者为完成新闻报道任务,围绕采集新闻事实材料而以人为主要对象进行的调查访问活动。

新闻采访是一项围绕新闻产品生产而进行的观察、了解、发现、记录的活动,记者通过深入细致的调查研究,逐步加深对客观事实的认识,为新闻报道内容的写作和呈现做好充分的准备,是一个由感性到理性、由现象到本质的渐进过程,因而是专业性要求较高的社会调研活动。

业界普遍认可的说法是,采访作为一项“幕后”工作,包括四个环节:第一,寻找、筛选线索;第二,进行有关资料及背景情况的准备;第三,进行采访前的联络、沟通工作;第四,完成采访过程。基于采访呈现的新闻报道是以大众传播为目的的,与其他调查研究工作相比,新闻采访的调研活动有其自身的独特之处。

二、新闻采访是特殊的调查研究活动

新闻采访要真实、准确地反映现实、揭示事物本质,使呈现给受众的报道经得起推



敲和证实,必须在社会这一大的时空背景中进行深入细致的调查研究。与社会上其他行业和领域不同,基于新闻采访产生的新闻产品要在大众传播媒介上呈现给公众,所以新闻采访是一项具有鲜明的结果导向色彩的社会调查活动,性质较为特殊。总结而言,主要有以下几个方面:

1. 真实客观反映新闻事实

新闻采访的首要原则就是真实,要如实地反映客观现实,做到对新闻事件或人物的真实了解和忠实记录,最大限度符合客观事实,还原新闻事件和人物的本来状貌,帮助受众更好地了解社会现实,认知社会环境。《中国新闻工作者职业道德准则》对此作出了明确规定:“真实是新闻的生命。新闻工作者要坚持发扬实事求是的作风,深入基层、深入实际、深入群众,加强调查研究,报实情、讲真话,不得弄虚作假,不得为追求轰动效应而捏造、歪曲事实。”如果记者在采访阶段不能做到实事求是,到写作时就会捉襟见肘甚至出现无法顺利完成的情况,让自己陷入被动状态。

2013年7月27日,中新社发布了一则名为《中国航班延误因素复杂多元 军事活动影响占7%》的新闻。该新闻在采访过程中忽略了一些事实,使其可信性饱受质疑。一方面,在航班延误、空域分配问题引发社会高度关注的背景下,发布回应、澄清性质的重大新闻,记者却不给消息来源,受到飞行员、空姐、管制员等人员的质疑。另一方面,这则消息也没交代数据来源,只是言之凿凿给了一堆看起来很权威的数据。这样的报道因采访环节存在诸多问题,大大降低了人们对它的认可度。^①

任何人在分析、研究某一事物时,都会因自身的局限性而有一定的主观色彩。但作为记者尤其是有一定经验的记者来说,会尽量从事实本身的逻辑出发,站在公众利益的角度上呈现事实,将个人色彩降至最低。“切不可将意见加杂于新闻之中迷惑读者。”“只有事实,可成新闻。事实登载后,阅者自然自有主张。”(徐宝璜语)记者在进行采访时必须确保内容源于客观事实,不能虚构、夸张、编造、想象。新闻报道不应该受到记者本人观点的左右,观点和意见应该与新闻报道分离。主观臆想式的报道和“有闻必录”式的报道都是远离事实真相、不负责任的报道。许多新闻机构坚决贯彻“采编分离”的原则,就是为了确保记者在反映新闻事实时的客观性。

要想做到真实客观反映新闻事实,应坚持以下几点:一、客观地叙述事实而不带有个人的感情和偏见;二、忠实记录新闻事实当事人和知情者的原话;三、弄清全部消息来源;四、提供多样化的观察视角;五、理清事实背后的复杂原因。

① 王星:《坏新闻:中国航班延误因素多,军事活动影响占7%》, <http://view.163.com/13/0730/14/951QB37B00014MO9.html>。

2. 面向公众报道客观事实

新闻采访是一项公开反映事实的调研活动。记者在调查的时候可能是公开进行,也可能是半公开甚至隐秘行踪进行,但调查结果一定是围绕新闻产品的主题进行公开传播的,即通过大众媒介面向全社会进行传播。因此,记者在采访时应确保采访的角度和采访的内容符合公众的普遍兴趣和普遍需求,符合社会舆论的基本要求,考虑到新闻产品可能带来的社会影响。在实际工作中会有很小一部分新闻以“内参”的形式提交有关领导,但毕竟只是少数,不代表主流。

为了让公众更好地了解具有新闻价值的事件的进展,各媒体都会围绕重大事件调集相关记者深入采访。比如2012年7月21日北京大雨引发的灾难,《新京报》在连续追踪报道时汇集全社之力全面呈现事件进展。当决策者意识到事件的新闻价值后,社会新闻部、摄影部、时政新闻部的主编们立刻逐一拨打电话与记者联系布置采访,记者们火速顶着大雨奔赴最近的立交桥、地铁站、小区地下室等容易积水的地方,尤其是大雨重灾区如房山区野三坡地区、京港澳高速出京方向17公里处等地,第一时间从这里发回重磅报道。据统计,《新京报》这次抗灾报道的版面规模为北京市属平面媒体之最,参与灾难报道的人力之和仅次于2008年汶川地震报道,有力地引导了社会舆论。^①

因此,记者在进行采访时,一定要充分考虑新闻报道的效果和后果,任何以满足受众猎奇和隐私窥探欲望为目的的采访动机都有可能给被采访对象带来负面影响。恪守新闻道德和伦理是记者在采访时不能逾越的底线,这是新闻记者在针对某一主题进行调研时要考虑的特殊性。

3. 新闻价值决定调研规模

记者围绕某一主题进行调查调研非任意而为,而是按照一定的规则进行的,起主导作用的是对某一事实的新闻价值的判断。所谓新闻价值,是指“某些事实所固有的,在满足受众新闻需要方面所具有的显在或潜在的作用”。新闻价值高则调研的规模大,反之亦然。

对于新闻价值的判断,通常有以下几个标准:

第一,新鲜性。作为新闻价值的首要因素,新鲜性既可以从时间上来界定,也可以从内容上来判断。新闻在时间上离事实发生的时间越近,在内容上包含公众未知的因素越多,就越有新闻价值。因此,记者在采访时可以从时效性入手,也可以从其他媒体没有采用的有价值的角度入手,这样调研的结果才会让受众感觉有新意。

① 胡杰:《传达理性、负责任的声音——〈新京报〉“7·21”特大暴雨报道总结》,《南方传媒研究》2012年总第37期。



第二,重要性。重要性是指某个事实既为广大受众所关注,又能对社会产生较大影响。新闻事件与当前社会生活和大众的切身利益有着密切关系,势必会引发更大的关注度,产生更大的影响力,事关政局变化、政策调整、生命财产损失的信息都属于这一类型。

第三,显著性。显著性是指新闻事实具有不同一般、超出常规的性质,无论是人物、地点、事件众所周知,还是事实在程度、数量上不同凡响,都会引起人们的关注。发生在演艺明星、著名运动员身上的事,无论好事还是坏事都会吸引更多的目光。有人总结了以下公式:平凡人+平凡事≠新闻;平凡人+不平凡事=新闻;不平凡人+平凡事=新闻;不平凡人+不平凡事=大新闻。由此可见,“显著性”在很大程度上是与“不平凡”、“非常规”联系在一起的。

第四,接近性。接近性是指某个事实与受众之间有某种关联,让受众产生主动探求事实真相的想法。这种接近性既体现在地理位置(物理空间)上的接近,又体现在心理空间上的接近。如果某件事关系着受众的切身利益,如住房问题、社会保障体制问题、医疗改革问题、教育问题、弱势群体权益维护问题等,受众会更倾向于了解这方面的信息。

第五,趣味性/娱乐性。趣味性是指事实所具有的轻松愉悦、引人入胜的特质,能使人放松,改变心境。那些奇异现象和富于人情味的事件,天然具备一定的新闻价值。人们常说“狗咬人不是新闻,而人咬狗则是新闻”这句话,“人咬狗”就具备奇异性元素,就能吸引更多的关注。随着生活节奏的加速,现代人的神经经常处于紧张状态,娱乐性事件或信息能够缓解人的紧张情绪,能够让人“幽上一默”,因而更有吸引力。

第六,有用性。实用性的、能解决受众日常生活难题或困境的信息,同样有一定的市场。

第二节 新闻采访的作用

新闻采访是新闻传播活动的起点,是启动新闻传播机器的第一个按钮,很大程度上决定着新闻报道的质量和传播效果。

一、新闻采访是新闻传播活动的起点

通常情况下,完整的新闻传播过程包含下述环节: