

新闻采访与写作

(第二版)

欧阳霞 张晨 主编



清华大学出版社

新闻采访与写作

(第二版)

欧阳霞 张晨 主编

清华大学出版社
北京

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

新闻采访与写作/欧阳霞,张晨编著.--2版.--北京:清华大学出版社,2014

(21世纪新闻实训系列教材)

ISBN 978-7-302-34444-5

I. ①新… II. ①欧… 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 269995 号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:王荣静

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印装厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×235mm 印 张:25.25 字 数:506 千字

版 次:2009 年 10 月第 1 版 2014 年 1 月第 2 版 印 次:2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3600

定 价:48.00 元

产品编号:054348-01

《新闻采访与写作》自 2009 年 10 月出版以来,承蒙读者的厚爱,近 4 年已重印 8 次,然而这样的成绩给予我内心的不安多于欣喜,因为本书在结构上存在的一些缺陷及内容的不完善,让我自觉愧对于广大读者的信任。加之在这短短的 4 年中,中国新闻媒体的生态环境发生了重大变革,全媒体时代的到来,迫使传媒业的结构正在发生重大变革,不同介质的媒体走向融合,新闻的载体更加多元化,这必然对新闻工作者提出全新的要求。媒介融合时代的新闻报道是文字、图片、视频、音效多种表现形式的综合体现,与之相应的新闻记者则要求成为能同时为报纸写文字稿、为电视拍摄节目、为网站提供图片的“全能记者”。这一切变化促使我必须对《新闻采访与写作》做重大修改,甚至重新撰写,以求给予读者全新的视野和思维,从而理解和掌握不断变化的新闻媒体所需要的价值理念和新闻采访写作的技能、技巧,深刻理解新闻报道的产生过程,真实感受采写报道过程的欣喜和艰辛,并充分享受研读新闻的乐趣。

本次修改主要表现在以下几个方面:

一、结构上分成三大部分,即概论、新闻采访、新闻写作。概论部分包括三章内容,其中增加了“新闻价值”一章;新闻采访部分包括四章内容,其中增加了“采访对象”一章;第三部分新闻写作包括九章内容,其中增加了“新闻语言”“新闻体裁”“消息导语”“消息主体、背景和结尾”“调查性报道”“网络新闻写作”六章内容。

二、内容上丰富和深化了原版未突出的重点知识,如:新闻价值的判断、赢得采访机会、新闻语言、新闻体裁、网络新闻写作。尤其是对原版中泛泛而谈的“消息写作”,本版从消息的各组成部分着手以三章的篇幅进行了全面深刻的论述。

三、增加了媒体实践发展的全新元素,如:全媒体概念、全媒体时代新闻传播特点及记者的工作方法和状态、微博、微信作为新闻线索渠道等。

四、几乎更新了全部案例,以国内外新闻经典案例和最新案例贯穿教材始终,最新案例截止到 2013 年 7 月国际、国内重大新闻报道。

本教材承袭了原版简洁生动的叙述、清晰的章节结构、生动的小贴士、实践性较强的课后练习等更加符合青年学生的阅读和认识规律的表现形式。同时仍然坚定不移地将新闻理想、探寻真理



的精神、批判质疑的态度等新闻核心价值观念潜移默化地渗透在字里行间,希望读者通过本书收益的不仅仅是新闻采写理论和技能层面的知识,而且也对渗透其中的新闻职业道德和职业精神有所认同和领悟。

本书在重新撰写中,主要参考书是我的专著《新闻发现与表达》,该著是我10年来科学研究的成果,亦是我对新闻实践教学苦苦探索的体现。感谢张晨老师撰写了本书的第二章、第十四章、第十五章、第十六章,感谢我的研究生孙艳凤、谭玉婷、左莹莹、白龙为本书做文字校对。本书在编写过程中参考和引用了诸多专业文献和媒体报道,在此一并致谢。在这里我要特别感谢清华大学出版社的编辑纪海虹老师和她对本书的出版所做的一切努力,同时深深地感念参与第一版《新闻采访与写作》撰写的老师们,也真诚地感谢读者的厚爱,期待读者的批评指正。

欧阳霞

2013年夏于青岛

第一部分 概 论

第一章 记者是时事的观察记录者 003

第一节 记者的职业素养 004

一、新闻品格——对记者的人格要求 004

二、新闻敏感——从平凡细微处发现新闻 009

三、专业主义精神——之所以与他人不同 014

第二节 记者的综合素养 019

一、知识储备——让报道更有深度 019

二、心理素质——让采访收获更多 021

三、全媒体素养——让记者与时俱进 022

练习 031

第二章 新闻是在实践中定义的 032

第一节 新闻的深层本质和功能 032

一、新闻：作为故事 033

二、新闻：作为话语 037

三、新闻：作为产品 042

第二节 变做“新闻”为做“好新闻” 044

一、准确地报道真相 044

二、真实地报道事实 046

三、独立和公正不可动摇 050

四、构建社会信任 052

练习 055

第三章 新闻价值是衡量事实的尺度 056

第一节 构成新闻价值的要素 057

一、时新性 057

二、重要性 059

三、显著性 061

四、接近性 062

五、新奇性(异常性) 063

六、趣味性(人情味) 064

第二节 新闻价值取向 066

目 录

CONTENTS



练习	071
----------	-----

第二部分 新闻采访

第四章 新闻线索是采访的出发点	077
-----------------------	-----

第一节 寻找新闻线索	077
一、什么是新闻线索	077
二、新闻线索从何而来	079
第二节 如何发现新闻线索	086
一、在闲谈中捕捉	087
二、在联想中发现	088
三、在对比中探寻	088
四、在细节中抓住	089
练习	090

第五章 采访对象是要寻找并接近的	092
------------------------	-----

第一节 找到采访对象	092
一、寻找采访对象的途径	093
二、征得采访对象的同意	094
第二节 赢得采访机会	095
一、“抢”，必然的追求	095
二、等待，不得不有的付出	099
三、应变，创造机会的智慧	101
四、信任，赢得采访的桥梁	103
五、坚持，绝不轻言放弃	105
六、场所，因人因事而异	106
练习	110

第六章 采访准备是预先的工作	112
----------------------	-----

第一节 熟悉采访对象	112
一、为什么要熟悉采访对象	113
二、怎样熟悉采访对象	115
第二节 准备采访问题	125
一、为什么要准备采访问题	125
二、怎样准备采访问题	126

第三节 准备采访装备	129
一、为什么要准备采访装备	130
二、怎样准备采访装备	131
第四节 准备采访方案和提纲	133
一、写出采访方案	133
二、拟定采访提纲	136
练习	138
第七章 采访提问是记者的天职	144
第一节 提问方式	144
一、陈述引题	145
二、直接提问	148
三、追问	154
第二节 提问类型	158
一、开放式提问	158
二、封闭式提问	159
三、开放和封闭相对而言	160
四、两类提问的运用	160
第三节 提问技巧	163
一、开启提问,因人而异	163
二、正面激问,逼迫回答	167
三、智慧提问,心理较量	167
四、故意错问,以误求正	168
五、及时插问,抓住核心	169
六、巧妙借问,增强力度	169
第四节 提问禁忌	170
一、忌提主观诱导性的问题	170
二、忌提审问式的问题	170
三、忌提伤害对方的问题	171
四、忌提无法回答的问题	171
五、忌提信口开河的问题	172
第五节 非言语因素采访	174
一、通过视觉的非言语采访	174
二、通过物体的非言语采访	175



三、通过体态的非言语采访·····	175
四、通过副言语的非言语采访·····	176
练习·····	177

第三部分 新闻写作

第八章 新闻原则和要求是写作的基础·····	187
------------------------	-----

第一节 新闻写作的基本原则·····	187
一、什么是“用事实说话”·····	187
二、为什么要用事实说话·····	193
三、如何用事实说话·····	193
第二节 新闻写作的要求·····	196
一、真实是新闻的首要特性和必备品格·····	196
二、准确是新闻写作至高无上的法则·····	201
三、精炼是新闻的特性所决定·····	204
四、生动是引人入胜的保证·····	207
练习·····	214

第九章 新闻语言是新闻的载体·····	215
---------------------	-----

第一节 新闻语言的内涵·····	215
一、什么是新闻语言·····	215
二、新闻语言是综合功能语言·····	216
第二节 新闻语言的特点·····	217
一、准确性高于一切·····	217
二、白描性是至高的语言境界·····	218
三、简洁性是新闻语言的美学品质·····	221
四、大众性是获得良好传播效果的必然途径·····	222
第三节 新闻语言的禁忌·····	223
一、忌含糊笼统·····	223
二、忌数字堆砌·····	228
三、忌用生僻字词·····	229
四、忌公文语言·····	229
练习·····	230

第十章 新闻体裁是新闻的表现样式	235
第一节 消息	235
一、什么是消息	235
二、消息的分类	237
第二节 通讯	242
一、什么是通讯	242
二、通讯的分类	244
三、通讯和消息的区别	245
第三节 新闻特写	248
一、什么是新闻特写	249
二、新闻特写的特点	249
第四节 华尔街日报体	250
一、什么是华尔街日报体	251
二、华尔街日报体的特点	253
三、华尔街日报体采写技巧	257
练习	262
第十一章 消息结构是写作的框架	263
第一节 消息的外在结构	263
一、标题	264
二、消息头	269
三、导语	269
四、主体	269
五、结尾	270
第二节 消息的内在结构	271
一、倒金字塔结构	271
二、时间顺序结构	275
三、并列式结构	279
练习	282
第十二章 消息导语是写作的核心	285
第一节 导语的定义及作用	285
一、什么是导语	285



二、导语的作用	287
第二节 导语的类型	289
一、直接导语	289
二、延缓性导语	290
三、两类导语对比	291
第三节 导语的写作	293
一、动词,让导语更确切	293
二、描写,让导语有神采	294
三、提问,让导语更具启发性	294
四、对比,让导语价值突出	295
五、引语,让导语真实可信	296
六、典故,让导语趣味盎然	297
练习	299
第十三章 主体、背景和结尾是消息的展开	301
第一节 消息的主体	301
一、主体的作用	301
二、主体的写作要求	305
第二节 消息的背景	309
一、新闻背景的类型与作用	309
二、背景的写作要求	315
第三节 消息的结尾	318
一、结尾是与受众告别的地方	318
二、结尾的写作形式	320
练习	322
第十四章 通讯和特稿是深刻而丰满的新闻	328
第一节 我国通讯向特稿的转向	328
第二节 特稿的写作	329
一、什么是特稿	329
二、特稿的核心要素	333
三、特稿的关怀:精神的力量	351
练习	352

第十五章 调查性报道是深度和力量的结合	353
第一节 什么是调查性报道	354
一、如何定义调查性报道	354
二、调查性报道的发展历程	355
三、中国社会的调查性报道	356
第二节 如何做调查性报道	359
一、调查性报道的选题来源	359
二、调查性报道的操作	365
三、调查性报道的操作要领	376
练习	377
第十六章 网络新闻是新时代媒体的选择	378
第一节 什么是网络新闻	378
一、网络新闻定义	378
二、网络新闻的时代特点	379
第二节 网络新闻写作技巧	381
一、以标题引导读者进入深层信息	382
二、让新闻适合于扫描式阅读	383
三、用背景资料扩大受众的视野	385
四、多媒体互动式写作网络新闻	386
五、通过超链接层次式布局网络新闻结构	387
六、在写作中突出重点新闻要素	389
七、制作便于检索的导语和概要	390
八、活泼生动,富有人情味	391
练习	391

第一部分 概 论

是谁在发现新闻？是谁在表达新闻？是记者。这是一个怎样的群体？这是一个怎样的职业？要想成为一名新闻记者，首先要认识记者这一职业。

第一章 记者是时事的观察记录者

美国一项职业自豪感调查显示，不到 75% 的美国国会议员、81% 的政府高级官员、92% 的总统任命官员和 92% 的记者在向别人谈论自己的职业时，都有一种自豪感。美国早期的小说家霍桑曾说，他不愿意当律师，因为那要靠别人的悲哀生存；他也不愿意当医生，因为那要靠别人的病痛生存；他也不愿意当牧师，因为那要靠倾听别人的罪恶生存。对于霍桑来说，剩下的唯一职业就是写作。“如果你要向社会各个阶层传播你的文章、如果你要做社会发展的推动者、如果你要想抑制一个滥用职权的政府，新闻记者是这一切的开始”。^①

新闻记者可能不会像其他职业那样会带来高报酬，但是它却闪耀着经久不息的诱人光芒。

记者是一种职业，这种职业是伴随着报纸的产生才出现的，但早在我国 3000 多年前的商周之际就出现了“采诗”“采风”的采访活动。到春秋战国时代，朝廷里又出现了史官。这些史官侍奉在皇帝左右，班固《汉书·艺文志》中有“左史记言，右史记事”之说，有了采访、传播活动和记者的雏形，但没有史料证明报纸已经产生。据中国新闻史记载和新闻学家们多年的考证，我国最早的报纸是《邸报》。《邸报》是在唐玄宗开元年间出现的，是进奏院的进奏官传发至地方的原始状态的报纸，记载皇帝活动、诏旨、官吏任免等。因此，可以说，当时办《邸报》的人就是记者，只不过那时不叫“记者”，老百姓称他们是“探听消息的人”。唐、宋、元、明、清历朝都办有《邸报》，都有探听消息的人，但新闻记者还远远没有作为一种职业单独分离出来。

记者作为一种专门的社会化的职业，在近代资本主义报刊形成之后，于 19 世纪末期和 20 世纪初正式诞生了。

在我国，“记者”的称谓是从西方引进的。是谁将“记者”称谓引进中国的呢？一种说法认为是梁启超在他主办的《清议报》上最早使用“记者”称谓；另一

^① 李希光：《新闻自由与新闻公正》，http://www.media.tsinghua.edu.cn/data/2006/0226/article_181.html。

种说法是黄远生在上海《时报》的“北京通信”中首次使用了“记者”作为自称的代名词。无论怎样,之后“记者”就成为从事报纸职业的普遍称呼了。

记者一般“泛指新闻从业人员,即编辑、记者、主笔、主编、发行人的总称”,也指“专跑外勤的新闻记者,即新闻事业机构中从事采访报道的专业人员”。^①

可见,新闻记者这一专有名词,实际上包括广义和狭义两种理解。广义的新闻记者,泛指新闻工作者,即所有的新闻从业人员。它包括采写人员、编辑人员、评论员、广播电视主持人、资料人员、翻译人员、通联人员,以及总编辑、主编、主笔、社长、台长,等等。狭义的新闻记者,是指直接从事新闻采访和写作的专职人员。他们的主要工作职能就是从事采集新闻和专题报道,从事语言、文字、摄影、摄像等新闻采访活动,然后将报道在报纸上发表或在电台、电视台、新闻网站播发。

新闻记者主要是撰写有关时事问题的人,也就是时事的记录者。

媒体有着强大的传播功能,它的影响力源自对于新闻事实的深刻关注和记录,并为社会实践中的人们提供充分的信息和知识支持。传媒的这一功能谁来实现?当然是新闻从业者。那么,媒体对于新闻人才提出了哪些关键性的要求呢?

第一节 记者的职业素养

一、新闻品格——对记者的人格要求

中国现代史上的报业巨子史量才说:“国有国格,报有报格,人有人格。三格不存,人将非人,报将非报,国将不国!”。“国有国格,报有报格,人有人格”,是史量才掷地有声的誓言。他执掌《申报》22年,始终贯穿着他对报纸独立品格的追求,并以他的办报思想和报业实践丰富、提升了中国新闻史。《申报》的宗旨明确宣告“无党无偏、言论自由、为民喉舌”。《申报》鞭挞社会、针砭时弊,深深触犯了最高当局。《申报》鼓吹民主,批评政府,惹怒了蒋介石。据说蒋介石曾找史量才谈话。蒋介石说:“把我搞火了,我手下有一百万兵!”史量才冷冷地回答:“我手下也有一百万读者!”在中国报业史上也许没有比这段对话更惊心动魄的了,对话的双方一个是不可一世的枭雄,一个是报业巨子,这是枪杆子和笔杆子的一次对话。笔杆子拒绝了枪杆子的威胁,注定要为此付出血的代价。1934年11月13日下午,沪杭道上——浙江海宁翁家埠,史量才遭国民党军统特务有预谋的暗杀,终年54岁。史量才先生以鲜血染红了《申报》,用他的生命捍卫了报格和人格。^②

① 余家宏:《新闻学词典》,88页,杭州,浙江人民出版社,1988。

② 傅国涌:《笔底波澜》,185页,桂林,广西师范大学出版社,2006。



图 1-1 申报

（一）境界、情怀、智慧

中国人民大学教授喻国明先生说,一个有影响力的传媒,最重要的是需要“一种俯仰天地的境界、一种悲天悯人的情怀、一种大彻大悟的智慧”。这是对传媒的要求,也是对记者的人格要求。

有传播学家认为,记者拥有的受众比世界上任何传教士、教师和政治演讲家都要多。传媒的社会形象实际上是新闻人的人格化体现。因此,优秀新闻人的第一特质是境界,是作为新闻工作者的专业主义追求。

新闻业的历史实践告诉我们:新闻工作者的职业荣誉在于深刻地关注和记录社会上正在发生和形成的历史,正是基于这种关注和记录,新闻工作者的职业成果才能有效地融入影响社会发展进程的力量潮流中去。显然,一篇真正意义上的好新闻永远是和时代发展的现实问题联系在一起的。事实上,一个优秀的新闻人的真正价值就在于真实地记录这种“挑战—应战”的社会状态,揭示这一时代发展进程中的制约因素和问题,深刻地反映人类应对挑战的智慧及其成果。其实这也是一切试图成为主流传媒的新闻媒体所应追求的境界。^①

所以,我们可以这样说,成就一篇好新闻,绝不仅仅需要漂亮的文字、敏锐的嗅觉和机巧的处理,最重要的是需要“一种俯仰天地的境界、一种悲天悯人的情怀、一种大彻大悟的智慧”。当这种境界、情怀和智慧面对社会发展进程的现实问题时,一篇好新闻也就

^① 喻国明:《新闻人才的专业主义“标准像”》,载《新闻实践》,2003(3)。