



新闻学国家特色专业系列教材

新闻采写教程(上)

Xinwen
Caixie
Jiaocheng

操 慧 等编著



四川大学出版社

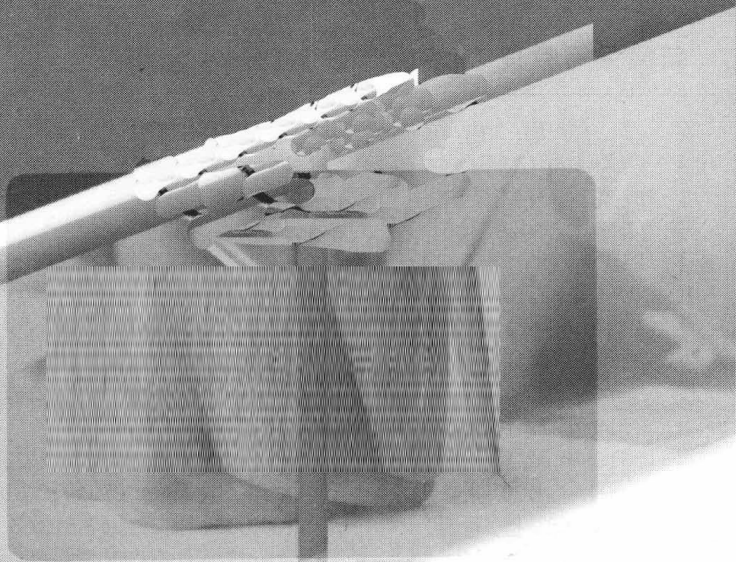


新闻学国家特色专业系列教材

新闻采写教程(上)

Xinwen
Caixie
Jiaocheng

操 慧 等编著



四川大学出版社

责任编辑:徐 凯
责任校对:许 奕
封面设计:墨创文化
责任印制:李 平

图书在版编目(CIP)数据

新闻采写教程 / 操慧等著. —成都: 四川大学出版社, 2010. 11

新闻学国家特色专业系列教材

ISBN 978-7-5614-5084-0

I. ①新… II. ①操… 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 (2010) 第 226981 号

书名 新闻采写教程 (上、下)

编 著	操 慧 等
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-5084-0
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	30.75
字 数	854 千字
版 次	2010 年 12 月第 1 版
印 次	2010 年 12 月第 1 次印刷
印 数	0 001~3 000 册
定 价	56.00 元(上、下册)

◆ 读者邮购本书,请与本社发行科联系。电话:85408408/85401670/85408023 邮政编码:610065

◆ 本社图书如有印装质量问题,请寄回出版社调换。

◆ 网址: www.scupress.com.cn

版权所有◆侵权必究

总 序

21 世纪是新闻传播兴盛和日常化应用的新时代，新闻传播教育的目标正朝着培养学生知识结构复合、操作技能综合、职业思维创新的方向快速发展。面对时代的要求、新闻传播事业发展的需求，我们不仅要正视新闻教育中存在的滞后于实践发展的突出问题，还要以高度的责任感和使命感担当新世纪新闻创新人才培养的重任。在诸多人才培养的途径中，新闻传播教材的撰写与使用占有举足轻重的地位。改革开放 30 年来，我国新闻传播教育的飞速发展及教材编写、出版的日臻丰富正是新闻传播的学科建设以及创新人才的培养得以实现的途径。在内容贴近时代、形式日趋多元的教材编撰和出版现状下，我们决定陆续推出一批有特色的自编教材。

2007 年 10 月，四川大学文学与新闻学院新闻学专业获得批准，成为我国第一批高校特色专业建设点。这是教育部在“十一五”期间择优重点建设的 3000 个左右特色专业的建设点之一，其目的是为了适应国家经济、科技、社会发展对高素质人才的需求，引导不同类型高校根据自己的办学定位和发展目标，发挥自身优势，办出专业特色，推进高校专业建设与人才培养，并紧密结合国家经济社会发展需要，形成一批急需和紧缺人才培养基地的战略部署，它将为同类型高校相关专业建设和改革起到示范和带动作用。“特色”之意，是侧重于立足自身的办学传统和比较优势，在教学、科研和实践三个环节形成与社会需求相适应的良性循环，并突出重点，在学科建设的区域发展中形成独特的竞争力和影响力。“特色”之“特”，还在于我们要发扬已经积淀的传统并依此形成培养优质人才服务于社会的独特的模式，这种模式既可以供人参照借鉴，又

可以不断自我创新。我们也以此为契机，从教材自建的角度试图达成如下心愿：

对于此次国家级特色专业——新闻学的建设，我们在教材规划中将突出“自成体系、自创风格”。所谓“自成体系”，就是在传统新闻学教材规划中既注重新闻史、新闻应用和新闻理论的框架，又能结合新闻实践的现实需要，在媒介经营管理、媒介法规、媒介公关等方面强化教材的时新性、延伸性和应用性。针对传媒事业的中外发展趋势，我们这套自编教材希望以系统的理论框架为基础带动典型案例的操作原理解析，试图提供给在校学生专业思维的有效训练和业界人士职业培训的提升指南。我们将立足新闻业务的拓新和新闻史论的现实发展，结合传媒现状的“变数”，构建“科学的新闻报道观”和职业素养的人文立场，在“学”与“术”的动态介绍和规律演绎中谋求业界和象牙塔之间的协作和平衡。所谓“自创风格”，就是在已经出版的同类教材的比照下，立足西部区域发展的特征，从案例讲解与理论探讨的角度形成我们统一的写作思路、结构体例和写作风格，在务实与提升的结合上开掘新的应用空间。我们将陆续推出新闻传播史论、新闻传播业务以及相关交叉领域的15本教材，从基础理论到业务应用、从传统报学到新媒体，在当今媒体发展“融合”的趋势下力图使教材的构架能够一目了然、内容可读启思，在出版教材的同时推出配套的电子音像读物，为生动、形象、深入的传播效果的达成服务，力争在创新中突显特色之“效用”，即“实用”与“适用”，期望这些教材能成为新闻专业学生、新闻从业人员以及新闻爱好者喜闻乐见的读本，同时也祝愿它们能够为四川大学新闻学“特色”之打造和发展提供强大的助推力。

四川大学新闻传播学教材编委会

2009年6月

目 录

第一部分 新闻采写的基本原理

第一章 新闻采写的定位	(3)
第一节 理解新闻采写的对象——新闻	(3)
第二节 理解新闻采写	(19)
第二章 统领新闻采写的基本原则	(39)
第一节 真实性原则	(39)
第二节 客观性原则	(62)
第三节 时效性原则	(89)
第四节 指导性原则	(117)

第二部分 新闻采写的流程

第三章 新闻发现	(131)
第一节 新闻敏感	(131)
第二节 新闻线索	(137)
第三节 新闻来源	(151)
第四章 静态准备	(156)
第一节 静态准备的作用和层次	(156)
第二节 静态准备的主要方面	(166)
第五章 新闻采访的步骤	(174)
第一节 预约与营造采访氛围	(174)

第二节	提问与回答·····	(184)
第三节	倾听与观察·····	(198)
第四节	记录与整理·····	(205)
第五节	核实与延伸·····	(208)
第六章	新闻采访的主要方式·····	(212)
第一节	直面采访·····	(213)
第二节	目击见闻采访·····	(218)
第三节	电话采访·····	(226)
第四节	网络采访·····	(232)
第五节	座谈会和新闻发布会采访·····	(245)
第六节	隐性采访·····	(257)
第七节	体验式采访·····	(286)
第七章	采访中应注意的问题·····	(292)
第一节	记者的角色定位·····	(292)
第二节	媒介性质对采访活动的影响·····	(299)
第三节	采访双方的权益与协作·····	(304)
第四节	采访设备的介入和使用·····	(310)
第五节	采访中的敏感与禁忌·····	(313)
第六节	借鉴西方记者的采访方法要与本国实际相结合 ·····	(316)
第八章	从采访到写作的过渡——新闻构思·····	(323)
第一节	新闻主题·····	(323)
第二节	新闻角度·····	(349)
第九章	新闻的表达·····	(384)
第一节	对新闻结构的考虑与选择·····	(384)
第二节	新闻语言·····	(426)

第一部分

新闻

采写的基本原理



第一章 新闻采写的定位

第一节 理解新闻采写的对象——新闻

随着世界范围内社会交往的日益密切以及信息传播技术的不断飞跃，人们对新闻信息的需求与日俱增，接触媒体、接受新闻信息的频率也大大提升。新闻采访和写作作为新闻信息传播的主要手段和渠道，是提供新闻信息的专业人士尤其是记者必备的专业技能。新闻采写的对象并非庞杂无序的信息海洋中的任意信息，而是广大受众所需的新闻信息。因此，对于记者来说，在开展采写工作前，首先应思考如下几个问题：新闻是什么？什么样的新闻是有价值的？有价值的新闻又有哪些特征？新闻采访和写作的关系如何？对新闻价值的判断受到哪些因素的影响？如何形成正确的新闻价值观？在这一节中，我们对以上问题进行解释与探讨。

一、关于新闻的主要界说

如何准确地定义新闻，长期以来，学界、业界不断探索，但始终无法给出一个统一的定义。这是一个有趣的现象，我们在对各式各样的“新闻”定义进行总结归类时发现，关于新闻是什么的界说，可以分为三种主要类型：事实说、报道说和信息传播说。

（一）事实说——新闻是重要的事实

何谓“事实”？据《现代汉语词典》的解释，事实就是“事情

的真实情况”^①，包括事物、事件、事态、局势等客观存在的一切物体与现象及其情况的变异态势等。对“事实”的理解，还包括事迹、典故或事物发展的最后结果。可见，“事实”是一种客观存在，它是人类认识的对象和载体。

“新闻”定义的“事实说”，强调“新闻是重要的事实”。我国著名记者范长江认为，“新闻是广大群众欲知、应知而未知的重要事实”^②。除此之外，新闻学者徐宝璜指出，“新闻者，乃多数阅者所关注之最近事实也”^③。美国威斯康星大学新闻学教授布莱尔也认为，“新闻是新近发生的能引人兴味的事实”。

我们把新闻理解为一种重要的事实，首先是指在报道中提供受众普遍关注以及需要获取的事实信息。其次，通过记者对事实进行实录，将事实展现在受众面前，使新闻尽可能准确地还原出事件本身的状态和面貌。然而，由于记者作为报道和传播信息的主体，必然受限于各种主观和非主观因素，因此新闻的真实是一种“局部真实”，而非“绝对真实”或者“本质真实”。再次，新闻中的事实与观点有着明确的区分，记者负责呈现、还原事实，而无须代替受众下判断、作结论，即记者只需保证事实的客观性。

（二）报道说——新闻是新近发生的事实的报道

对“报道”一词的理解，可以从两个方面入手。当它做名词时，是指静态的新闻报道成果、作品、文本，即我们常常在报纸上阅读到的、广播上听到的、电视上看到的新闻文章和新闻节目形态；当它做动词使用时，则指新闻媒体从业人员（主要是新闻记者和编辑）把新闻传播给有新闻需求的受众的动态行为和过程。

① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编：《现代汉语词典》（第5版），商务印书馆，2007年版，第1246页。

② 范长江，中国著名记者，1934年以天津《大公报》记者身份赴西北采访，发表连续报道，汇编为通讯集《中国的西北角》。转引自郑思礼、郑宇：《现代新闻报道：理解与表达》，云南大学出版社，2004年版，第9页。

③ 徐宝璜，北京大学教授，最先在国内开设新闻学课程，曾主办中国新闻学刊物《新闻周刊》，1919年11月出版中国第一本新闻专著《新闻学》。

“报道说”的代表人物是我国著名报人陆定一。他认为,“新闻是新近发生的事实的报道”^①,这个定义将“新闻”等同于“对新闻的报道”,强调新闻是(新闻媒体从业人员)对新近发生的事实(向新闻受众)进行报道的行为和过程,并且突出了新闻的时效性、事实性和传播的动态性。“报道说”既强调了新闻基于事实的属性,又进一步从实践操作角度对新闻进行了界定,使新闻的定义涵盖了采访与写作的动态流程,较完整地勾画出了新闻作为事实层面和传播层面的状态与流向,为我们今天理解新闻采写的行为与内容奠定了重要的认识基础。

(三) 信息传播说——新闻是新近发生的信息的传播

《现代汉语词典》对“信息”的解释,一是指“音信,消息”,二是“信息论中指用符号传送的报道,报道的内容是接收符号者预先不知道的”。^②1948年,美国数学家、信息论的创始人香农(Shannon)在《通讯的数学理论》一文中指出:“信息是用来消除随机不定性的东西”,也就是说“信息是能够用来消除不确定性的东西”。“新闻”定义的“信息说”,即以“信息论”为依据而提出的,它强调了新闻传播的内容具有对新闻本身不确定性的消除作用,也具有帮助受众消除不确定性的作用。简单来说,将新闻看做信息传播,就是指新闻报道能够反映变动事态的不确定性,让受众及时了解和把握各种变动的过程、势态并产生相应的反馈活动,进而指导生产生活,减少混乱和无序。

事实上,信息在物理属性上涵盖的范围比新闻要广阔得多,信息传播的时间、空间及效果的要求也比新闻传播的特定性宽泛得多。正因为如此,它服务于人们需求的层次、途径、方式等也更丰富,当今新闻传播活动中出现的新闻与信息的边界模糊以及新闻信

^① 陆定一,曾任中宣部部长,该观点是他于1943年在《我们对于新闻学的基本观点》一文中提出的。

^② 中国社会科学院语言研究所词典编辑室主编:《现代汉语词典》(第5版),商务印书馆,2007年版,第1519页。

息化^①的走向便证明了这一点。随着科技日新月异的发展,新闻传播活动消除不确定性的功能对瞬息万变的社会的的重要性不断提升,人们对新闻事实的需求不断提高,因此,新闻作为一种“信息”的说法,亦逐渐被大众认同。

“信息传播说”将新闻的内容范畴由传统的“事实”扩展至信息,而事实是新闻和信息的共同属性之一,因此,当我们在信息中选择一些事实作为新闻进行报道时,就构成了新闻信息,也就是复旦大学童兵教授所说的“新近发生的为公众所关注的具有新闻价值的社会信息”^②。其次,“信息传播说”将新闻呈现事实的过程的描述由“报道”转变为“传播”,后者包括了传统报道在内的所有形式的传播,并预见了现代多媒体传播的发展所带来的多样化新闻传播的可能性。正如我们今天所看到的媒介融合时代的新闻传播样态。

“事实说”强调新闻的真实属性和客观物质性。“报道说”则将“事实说”推进了一步,它不仅包括事实的特性,还描述了具有这些特性的事实如何被呈现的过程。而“信息说”则与媒介融合时代多元化的新闻传播以及媒介接触相吻合,将“事实”与“报道”的概念进一步扩展,并预示着新闻报道的内容扩展和形式创新的动因与前景。综合上述三种界定,本书将新闻界定为:传播者为了消除受众的不确定性,而对新近发生的具有新闻价值的事实进行的传播。

二、新闻采写的客观标准——新闻价值

新闻从业人员面对种类繁多的信息,必须依据一定的标准判断并选择新闻采访和写作的对象。这些判断标准和选择依据是伴随新

① 如气象信息在我国成为新闻报道的内容始于20世纪80年代。20世纪90年代中后期,气象新闻成为受到关注的新闻类别被大力发展起来。21世纪,对灾害天气、极端气候以及“哥本哈根全球气候大会”等报道的重视使信息新闻化与新闻信息化的走向突出。

② 童兵:《理论新闻传播学导论》,中国人民大学出版社,2003年版。

闻事业的发展，通过无数的报道实践与专业经验积累起来的，即通常所说的新闻价值。它是衡量事实能否成为新闻的客观标尺，是帮助我们判别与选择事实从而进行新闻报道的前提。同时，在新闻采写活动的流程中始终贯穿着对新闻价值的全面认识和把握，因此它也是指导采写活动的重要原则，并将决定新闻报道的传播效果。

（一）什么是新闻价值

新闻价值是新闻的内在属性，作为我们鉴定和判断新闻的尺度与依据，它与新闻的事实性一脉相承，能够帮助我们把新闻从信息中分离出来。

新闻价值是一个复杂的多义性概念，长期以来，我国新闻界不断尝试对新闻价值进行准确的界定，但始终顾此失彼，难以做到全面而准确。新闻价值的难以定义有多重原因，从新闻价值的语义分析来看，它既要包含具有新闻特性的客观事实，又需有新闻工作者选择衡量新闻事实的标准，还应包含对受众共同需要的了解与判断，这三方面贯穿于新闻采集的动态过程中。我国新闻界对新闻价值这一概念的认识主要分为四种类型^①：

标准说——认为新闻价值是记者、编辑衡量新闻的尺度和标准；

素质说——认为新闻价值是指事实本身包含的足以构成新闻的特殊素质，这些特殊素质决定着新闻价值的大小；

效果说——认为新闻价值就是指新闻所产生的社会影响、作用和效果；

功能说——认为新闻价值是指新闻事实所具备的能引起社会效果的功能。

这四种定义各有千秋，但也都有各自的缺陷。总体来看，标准说和素质说从新闻本身出发，在价值尺度的范畴内规定事实信息能够成为新闻的标准和要素，它一方面与新闻的部分特性相吻合，如引起受众的共同兴趣，满足受众的需要；另一方面，它又包含一定

^① 雷跃捷：《新闻价值定义再探》，载《现代传播》，1992年第1期。

的特殊素质,即受众对新闻事实形成的某些具有共性的评价。但是,标准说和素质说都将新闻价值机械地禁锢在主观的条条框框之中,忽略了记者在灵动多变的实际新闻操作中对事实的评价选择,以及时代迅速发展后价值标准构成的转变和衍生。而效果说和功能说则侧重于从新闻产生的影响效果来考量事实是否具备新闻价值,将新闻的价值体现延伸到了社会实践领域,强调新闻满足人们在社会实践中的信息需要。这两种学说伴随着新闻学研究的深入和兴旺而生,重视了新闻传播过程上的全面性,但是仍未明确地体现出新闻价值在传者和受者间达到的统一。

将新闻价值放在实际新闻操作中来看,对新闻价值概念的难以定论还在于人们对新闻价值判断的异同。新闻价值的判断是蕴含在对新闻事实特性的把握之中的,由于不同的人对同一新闻事实的认识和特性不同,其把握原则与方式是不同的,所以,同一新闻事实的新闻价值,在不同人的眼里,可能是有差异的。但差异的存在并不是说完全不能把握,只要能引发受众的共同关注,满足受众的某些需求,我们就可以认为它是具有一定新闻价值的。这种共识是存在的,也是经过实践证明,具有一定的合理性的。例如2008年四川“5·12”汶川地震这一重大新闻,以其极大的不同寻常性和冲突性成为具有全球关注价值的新闻。对于不同地区的不同受众来说,汶川地震的新闻价值可能有所差异,但总体来讲,它对我们关注的人、自然、社会发展的影响却是一样的。相比之下,我们身边的一些家长里短、凡人琐事、自然景观,虽然没有大地震来得撼动人心,但是,当它内在的一些特性也能满足受众的新闻需求,并具有辅助认知和实践的作用时,我们同样会感觉其是有新闻价值的。

由此可见,对新闻价值的判断和评价,不可避免地会带有主观色彩,它是人们的认识成果,久而久之,这些认识成果便会凝聚成某种经验或形成某些判断。所以,在事实的千差万别和千变万化中,如何准确判断新闻价值,不仅是我们不断认识世界和自我发展的需要,而且应该意识到,其最根本的动力,还源于信息需求和受众需求的根本推动。认识需要得到交流,人的精神交往依赖事实、

信息的传播，新闻的传播无疑是这种交流和交往的形式和载体，如何利用好这一形式与载体，就需要我们认识其本质与功用。新闻价值正是作为新闻的内在属性，提供给我们进一步深入理解新闻和新闻传播的切入口。

（二）新闻价值的要素

从新闻的外在呈现来看，新闻价值表现为事实所包含的足以构成新闻的种种特殊素质，这些特殊素质共同构成新闻的价值所在。有关这些要素的特征，中外新闻界和理论界均有不同的说法。

美国新闻学者梅尔文·门彻认为新闻价值是公众对报道感兴趣的要素，主要包含及时性、冲击性，所涉及名人的显赫性、与读者和听众的接近性、事件的不同寻常性、当下性、必要性。他认为在所有的报道中，至少有四分之三的报道具备冲击力、重要性和异常性的特质。美国学者庞德认为新闻价值主要包括时效、距离、事件的大小和重要性四个方面。日本学者杉村太郎认为，新闻价值的条件一是读者多少，二是得其时，三是近距离，四是兴趣的一致，五是异常事件，六是争取，七是与人间活人的关系，八是关于幼儿动物，九是关于嗜好、得意事，十是死伤和名人。

复旦大学李良荣教授提出，新闻价值就是能够构成新闻的事实所具有的引起人们共同兴趣的“素质”。这些素质包括：时新性、重要性、冲突性、接近性、显著性和趣味性。中国人民大学郑兴东教授认为，新闻价值就是选择和衡量新闻的标准，它主要包括及时、新意、重要三个方面。而新华社记者孙世恺认为，无产阶级的新闻价值具有下列因素：一是看事实体现的路线、方针、政策如何；二要看它对生产力的发展、对社会进步的影响如何；三要看它反映群众工作、学习、生活愿望和要求如何；四要看它对社会秩序和人们的道德风尚所起的作用如何；五要看它给人们以知识和丰富人们的精神生活如何；六要看它对国家政治生活的影响如何。这六类因素中，具备其中一类就有新闻价值。

上述说法表明，尽管中外新闻界对新闻价值的要素在描述上存在差别，但它们对新闻价值的时新性、重要性、接近性、显著性和

趣味性五个方面的要素却有着普遍的共识。

1. 时新性

时新性有两层含义：一是指新闻在时间上具有新近性，二是指新闻报道所提供的事实信息具有新鲜性、新颖性。

所谓时间新，就是指新闻事件刚刚发生或正在发生，新闻采写应尽量与之同步，做到快速、及时。美国《纽约时报》前副总编辑罗伯特·赖斯特曾说，“最没有生命的事物莫过于几小时以前发生的新闻”。人们常说新闻是易碎品，它的时效性极易衰减，因此新闻事实的发生与它被报道之间的时差越小，报道的新闻价值就越大。

2008年5月12日14点28分，四川省汶川县发生8级强震，成都震感强烈，14点46分新华社便通过新华网发布了第一条确认地震发生的消息，14点57分，新华网又发布了四川分社记者陈燮在地震发生的第一时间所拍摄的第一张地震照片（见图1-1）。

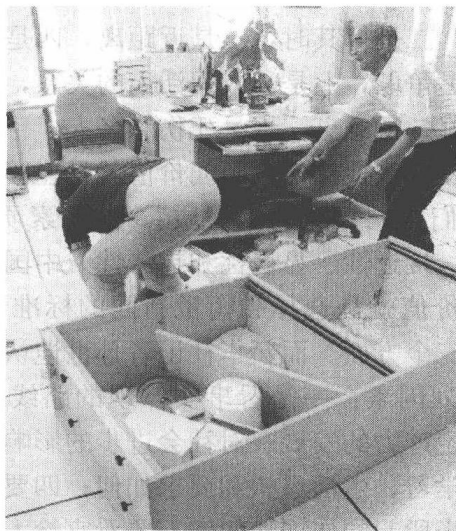


图1-1 新华社四川分社记者陈燮在汶川地震发生的第一时间所拍摄的第一张地震照片

图片来源：《四川境内发生7.8级地震 北京有明显震感（组图）》，新华网，http://news.xinhuanet.com/photo/2008-05/12/content_8151518.htm。