

根据教育部重新修订并颁布的《复习考试大纲》编写
专升本（非师范类）入学考试参考丛书

新闻学考试 参考书

（修订版）



《新闻学考试参考书》

编写组

中央广播电视大学出版社

根据教育部重新修订并颁布的《复习考试大纲》编写

专升本（非师范类）入学考试参考丛书

新闻学考试 参考书

（修订版）

《新闻学考试参考书》编写组

中央广播电视大学出版社

(京)新登字 163 号

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻学考试参考书/《新闻学考试参考书》编写组编. 修订版. - 北京: 中央广播电视大学出版社, 1997.11

(专升本 (非师范类) 入学考试参考丛书)

ISBN 7-304-01492-X

I. 新… II. 新… III. 新闻学-高等教育: 成人教育-入学考试-自学参考资料 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 26010 号

新闻学考试

参 考 书

(修订版)

《新闻学考试参考书》编写组

中央广播电视大学出版社出版

社址: 北京市复兴门内大街 160 号 邮编: 100031

北京市友谊印刷经营公司印刷 新华书店北京发行所发行

开本 787×1092 1/16 印张 11.75 千字 285

1994 年 10 月第 1 版

1997 年 10 月第 2 版 1998 年 9 月第 3 次印刷

印数 6001~13500

定价 14.00 元

ISBN 7-304-01492-X/G·323

版权所有, 翻印必究。本书封面贴有防伪标签, 无标签者不得销售。

电话: 66069791 68519502 (如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前 言

1993年制定的《全国各类成人高等学校专科起点本科班招生（非师范类）复习考试大纲》（试用本）期限已满，教育部于1997年组织有关专家在原《复习考试大纲》的基础上，重新修订并颁布了《全国各类成人高等学校专科起点本科班招生（非师范类）复习考试大纲》。

考虑到考生在使用《复习考试大纲》进行复习备考时，因缺少统一的教材所面临诸多困难，我们曾于1994年组织了部分编写和审查大纲的教授和专家根据原《全国各类成人高等学校专科起点本科班招生（非师范类）复习考试大纲》（试用本）编写了一套《专升本（非师范类）入学考试参考丛书》。

鉴于重新修订并颁布的《复习考试大纲》在内容、要求、试卷结构和标准样卷等方面都与原大纲有一定的变化，我们又及时组织参加大纲修订的专家和教授对原《专升本（非师范类）入学考试参考丛书》进行了全面修订。

本套丛书共分30册，包括政治（公共课）、英语、大学语文、图书馆学、档案学、文学概论、新闻学、政治学概论、管理学概论、高等数学（一）、高等数学（二）、财政金融学、会计学原理、环境保护概论、管理学概论、电子技术基础、电路原理、机械设计基础、结构力学、化工原理、地质学概论、医学基础、植物生理学、中医基础理论、民法、刑法、市场营销学概论、海洋生物学、食品微生物学、家畜生理学。

新修订的这套考试参考书更注重实用性和针对性，可以帮助考生提高他们在入学前的知识和能力水平。

由于编写时间仓促，不当之处还望各学科专家及广大读者提出宝贵的意见，待再版时进一步完善。

该套丛书经教育部考试中心审定，并作为推荐用书。

编 者

1997年10月

目 录

第一部分 新闻理论

第一章 新闻	(1)
第一节 新闻的起源和本源	(1)
第二节 新闻的定义	(2)
第三节 新闻的基本特性	(4)
第四节 新闻的选择标准——新闻价值与新闻政策	(6)
第二章 新闻事业	(11)
第一节 新闻事业的产生和发展	(11)
第二节 新闻事业的性质和功能	(15)
第三节 两种不同性质的新闻事业	(19)
第三章 新闻工作的政治规范	(23)
第一节 党性原则	(23)
第二节 指导性原则	(27)
第三节 新闻自由与社会责任原则	(30)
第四章 新闻工作的业务规范	(34)
第一节 真实性原则	(34)
第二节 客观性原则	(38)
第三节 受众兴趣与需要原则	(41)
第四节 自律与他律原则	(44)

第二部分 新闻业务

第一编 新闻采访

第一章 新闻采访的基本理论	(48)
第一节 新闻采访的性质和特点	(48)
第二节 新闻采访的作用和目的	(50)
第二章 新闻采访的指导思想和工作原则	(51)
第一节 新闻采访的指导思想	(52)
第二节 新闻采访的工作原则	(53)
第三节 新闻采访的工作路线	(55)
第三章 新闻敏感	(56)

第一节	新闻敏感是记者的职业敏感	(56)
第二节	新闻敏感的作用	(57)
第三节	新闻敏感的培养	(58)
第四章	新闻采访的主要过程	(59)
第一节	掌握新闻线索	(59)
第二节	明确报道思想	(59)
第三节	做好采访准备	(60)
第四节	采集新闻素材和资料	(61)
第五节	记录和整理采访笔记	(63)
第六节	酝酿新闻主题	(63)
第五章	访问	(64)
第一节	访问的特点	(64)
第二节	访问成功的条件	(65)
第三节	访问的艺术	(66)
第六章	观察	(67)
第一节	观察的类型	(67)
第二节	观察的作用	(67)
第三节	观察的方法	(68)

第二编 新闻写作

第一章	概述	(69)
第一节	新闻写作是新闻工作者的基本功	(69)
第二节	新闻写作的简短历史回顾	(70)
第三节	新闻写作的基本规律	(71)
第四节	新闻写作的基本要求	(72)
第五节	新闻要素	(73)
第二章	新闻的题材、主题、材料、结构和语言	(75)
第一节	新闻题材	(75)
第二节	新闻主题	(76)
第三节	新闻材料	(78)
第四节	新闻结构	(80)
第五节	新闻语言	(81)
第三章	消息写作	(83)
第一节	消息的分类	(83)
第二节	导语	(86)
第三节	消息的结构和“倒金字塔式”	(87)
第四章	通讯写作	(88)
第一节	通讯的类别	(88)
第二节	通讯的结构	(89)

第三节 通讯写作的运材、表达方式和语言特点	(92)
-----------------------	------

第三编 新闻编辑

导言	(96)
----	------

第一章 组稿·选稿·改稿	(99)
--------------	------

第一节 组稿	(99)
--------	------

第二节 选稿	(100)
--------	-------

第三节 改稿	(101)
--------	-------

第二章 标题制作	(102)
----------	-------

第一节 新闻标题的结构分类	(102)
---------------	-------

第二节 新闻标题制作的基本要求	(103)
-----------------	-------

第三节 受众心理与标题制作	(105)
---------------	-------

第三章 版面设计	(107)
----------	-------

第一节 版面设计及其功能	(107)
--------------	-------

第二节 版面符号	(107)
----------	-------

第三节 版面设计的基本步骤	(109)
---------------	-------

第四节 版面设计的美学原则	(110)
---------------	-------

第五节 现代报刊版面结构模式	(110)
----------------	-------

第四章 副刊编辑	(111)
----------	-------

第一节 副刊的由来及特性	(111)
--------------	-------

第二节 专栏与专刊	(112)
-----------	-------

第五章 广播电视新闻编辑	(114)
--------------	-------

第一节 广播新闻编辑	(114)
------------	-------

第二节 电视新闻编辑	(115)
------------	-------

第四编 新闻评论

第一章 新闻评论的地位、特点和作用	(117)
-------------------	-------

第一节 新闻评论的地位	(117)
-------------	-------

第二节 新闻评论的特点	(118)
-------------	-------

第三节 新闻评论的作用	(120)
-------------	-------

第二章 新闻评论的选题和立论	(120)
----------------	-------

第一节 选题的根据	(120)
-----------	-------

第二节 立论的要求	(121)
-----------	-------

第三节 立论的方法	(122)
-----------	-------

第三章 新闻评论的说理论述	(123)
---------------	-------

第一节 论据和论点的统一	(123)
--------------	-------

第二节 论证的方法	(124)
-----------	-------

第三节 虚实结合	(125)
----------	-------

第四节 论战的艺术	(126)
-----------	-------

第四章 新闻评论的标题、结构、文风及体裁	(127)
第一节 新闻评论的标题	(127)
第二节 新闻评论的结构	(127)
第三节 新闻评论的文风	(129)
第四节 新闻评论的体裁	(130)
第五章 广播电视评论	(133)
第一节 广播评论的个性	(133)
第二节 广播评论的特殊形式	(134)
第三节 电视评论	(135)
第三部分 中国新闻事业史	
第一章 古代报纸	(137)
第二章 鸦片战争前后的新闻事业	(138)
第一节 中文近代报刊的出现	(138)
第二节 外文报刊的在华出版及其扩张	(139)
第三章 戊戌变法前后的新闻事业	(140)
第一节 林则徐的译报活动	(140)
第二节 太平天国洪仁玕的新闻思想	(140)
第三节 王韬与《循环日报》	(141)
第四节 维新变法时期的政论报刊	(141)
第五节 资产阶级改良派在海外办报	(143)
第六节 梁启超的新闻思想	(143)
第四章 辛亥革命前后的新闻事业	(144)
第一节 资产阶级革命派报刊的出现	(144)
第二节 资产阶级革命派报刊的大发展	(146)
第三节 新式官报的出版和清政府的新闻法律	(149)
第四节 民国初期的新闻事业	(150)
第五节 民国初期的名记者	(152)
第五章 “五四”前后的新闻事业	(153)
第一节 《新青年》与新文化运动	(153)
第二节 “五四”时期的办报热潮	(154)
第三节 无产阶级报刊的诞生	(155)
第四节 瞿秋白对苏俄的采访和报道	(156)
第五节 报纸副刊的革新	(156)
第六节 新闻学术研究与新闻教育	(157)
第六章 第一次国内革命战争时期的新闻事业	(158)
第一节 共产党领导的报刊的发展	(158)
第二节 国共合作后的新闻事业	(159)

第三节	我国早期的通讯社与广播电台·····	(160)
第四节	北洋军阀对新闻界的摧残·····	(161)
第七章	第二次国内革命战争时期的新闻事业·····	(161)
第一节	国民党新闻事业网与新闻统治的建立·····	(161)
第二节	共产党报刊在斗争中发展·····	(163)
第三节	资产阶级民营报纸的变化·····	(164)
第四节	著名记者与报人·····	(166)
第五节	中国新闻学研究会与中国左翼新闻记者联盟·····	(168)
第八章	抗日战争时期的新闻事业·····	(168)
第一节	国统区的新闻事业·····	(169)
第二节	沦陷区的敌伪报刊与抗日报刊·····	(171)
第三节	抗日民主根据地的新闻事业·····	(171)
第九章	解放战争时期的新闻事业·····	(173)
第一节	《新华日报》与《大公报》的论战·····	(173)
第二节	土改宣传与反“客里空”运动·····	(174)
第三节	毛泽东、刘少奇对新闻工作的谈话·····	(174)
第四节	人民新闻事业的历史性胜利·····	(175)

第一部分 新闻理论

第一章 新闻

新闻理论是新闻学的重要组成部分。它既是新闻实践经验的概括和总结,又是新闻工作的向导和指南。学习和研究新闻理论是为了弄清新闻学的基本原理,掌握新闻工作的基本原则、方法和一般规律,树立起马克思主义的科学的新闻观,有助于新闻工作者更加自觉地运用新闻规律指导新闻实践,推进新闻改革。

新闻,是新闻事业的细胞,一切新闻现象都是由它生发出来的,新闻事业的全部工作也都是围绕它而进行的。因此,研究新闻学必须先从新闻入手,弄清什么是新闻,要了解新闻的起源与本源,新闻的本质特征及属性,掌握新闻判断与选择标准,然后再深入探讨新闻事业的性质、功能和作用以及新闻工作的原则、方法和一般规律。

第一节 新闻的起源和本源

一、新闻的起源

在大千世界的万事万物中,为什么会出现新闻这个事物?有人说,新闻是人类的好奇心所引发的;也有人说,新闻是人类的本能所致,因为人生来就有“新闻欲”;还有的人说,新闻是适应阶级斗争的需要而产生的……

人们从不同的立场、不同的角度,运用不同的思维方式和认识论方法来解释新闻现象,因而得出多种多样的结论。其实,运用历史唯物主义的方法来认识新闻现象,探讨新闻的起源,我们不难发现,在人类社会出现之前,世界上是无所谓新闻的,新闻只是人类活动的产物,它起源于人类的社会交往。

在人类社会出现之前,自然界的动物只是盲目地凭着本能生存着。它们没有语言,也没有一定的社会关系,因而也就没有借助语言相互传递信息的必要性和可能性。

只有在进入人类社会以后,人们在劳动和生活过程中,逐渐结成相互依存的社会关系。为了更好地劳动生产和生存生活,人们相互间需要不断地交流新信息,沟通新情况,传播新经验。这种交流、沟通和传播新信息、新情况、新经验的社会活动就是新闻传播活动,而其交流、沟通和传播的内容与形式就是新闻。由此可见,从历史发展来说,新闻起源于人类的社会交往,是随着人类社会的产生而出现,是为了满足人类生存和发展的需要而产生的。换言之,如果人类社会没有这种社会交往的实际需要,新闻传播就失去了产生的条件和存在的依据。同时,新闻传播又是随着人类社会这种实际需要的不断增长而发展的。因此也可以说,新闻是社会需要的产物。

新闻传播的是新信息、新情况和新经验，而只有变动了的信息、情况和经验才具有新意，才有传播价值。客观世界的变动通常是通过人类的社会交往实现的，人们在社会交往中，由于各种关系发生变化，需要及时了解相关信息，以适应这种变化了的情况的需要，由此而产生对新闻的需要。因此可以说，新闻是社会变动的结果，变动产生了新闻。

二、新闻的本源

从历史发展看，新闻是社会需要的产物，起源于人类的社会交往。那么，从现实状况看，具体的新闻是从哪里来的呢？是天上掉下来的，还是人们凭主观想象任意编造出来的呢？

唯物论者认为，新闻的本源是物质的东西，是物质世界客观存在的事物，是人类在同自然和社会的现实斗争中所发生的事实。离开了客观存在的事物和现实中所发生的事实，新闻便成了无本之木，无源之水。

新闻的本源是物质的东西，但新闻却并不是物质本身，它是人们对物质世界的一种认识，是客观事物在人们头脑中的反映。从这个意义上说，新闻又属于意识形态范畴，是一种观念形态的东西。客观物质世界所发生的各种最新事实，反映到人们的头脑中，人们将其陈述和传播出来便成了新闻。很显然，在事实与新闻之间，是先有事实，后有新闻，事实是第一性的，是起决定作用的，而新闻是第二性的，是居从属地位的。这说明，一切新闻都只能是对客观事实的反映和报道，而不能是凭主观愿望想象和编造的东西。任何不顾事实报道“新闻”的做法都是有悖新闻本源理论的，都是应当坚决摒弃的。

第二节 新闻的定义

一、“新闻”一词的涵义

“新闻”一词，据考证，在我国最早出现于唐朝。李咸用的《春日喜逢乡人刘松》一诗中有这样的诗句：“旧业久抛耕钓侣，新闻多说战争功。”另有记载，唐人尉迟枢将他从南方收集到的一些民间传闻汇集起来，修成《南楚新闻》一书。到了宋朝，赵升在《朝野类要》一书中说：“其有所谓内探、省探、衙探者，皆衷私小报，率有泄露之禁，故隐而号之曰新闻。”这里的“新闻”指的是民间传闻的轶事。

从“新闻”一词在我国最早运用的情况看，它主要是指新鲜事，或民间流传的奇闻轶事。

美国新闻学家卡斯伯·约斯特对“新闻”一词在西方的起源也作过考证。他认为，虽然“新闻”一词在上古时代的语言中已可发现其根源，但据英国《牛津辞典》的解释，正式将新闻解释为“新鲜报道”则是1423年的事。经过考证，约斯特还指出，“新闻”一词是由new（新）这个字引申而来的，这种情况是字源中的奇特发展之一。约斯特的这个说法与汉字中“新闻”的涵义是相吻合的。

从以上对“新闻”一词由来的分析可以看出，“新闻”一词虽然经历了上千年的演化过程，但它所表达的基本涵义始终如一，即“新鲜事情”、“新鲜报道”。应当说，“新闻”一词的特定涵义是“新鲜事”，这是最能代表和反映这个词本意的一种解释。

二、新闻的定义

给新闻下一个科学的定义是认识和分析新闻现象，进而深入探讨和研究新闻的本质特征

及其客观规律的前提。国内外新闻学者、专家、教授和报人在长期的新闻实践和理论探索过程中,根据自己对新闻现象的认识和理解,提出了无数关于新闻的定义。

下面介绍国内几个较有代表性的新闻定义:

- (1) 新闻者乃多数阅者所注意之最近事实也。(徐宝璜)
- (2) 新闻就是最多数人所注意而感到兴趣的最新事实。(黄天鹏)
- (3) 新闻者,最近时间内所发生,认识一切关系人生兴味、实益之事物现象也。(邵飘萍)
- (4) 新闻是现在新的,活的社会状况的写真。(李大钊)
- (5) 新闻的定义,就是新近发生的事实的报道。(陆定一)
- (6) 新闻是一种新的、重要的事实。(胡乔木)
- (7) 新闻,就是广大群众欲知、应知而未知的重要事实。(范长江)
- (8) 新闻是最近变动的事实的传布。(王中)
- (9) 新闻是新近发生的、人民大众关心的重要的事实的报道。(戴邦)
- (10) 新闻是报道或评述最新的重要事实以影响舆论的特殊手段。(甘惜分)

上述定义中,前三个是我国早期新闻学者的定义,后三个是现今我国新闻学者的定义,中间四个则是我党领导人及新闻宣传部门负责同志的定义。这些定义产生在不同的年代,提出者的身份、经历和所处的时代背景、社会环境均不同。但我们发现,在具体内容的表述上却有不少相同之处,它们抓住了新闻的“新鲜”、“重要”、“真实”、“有趣”、“及时”、“读者关心”等特征。至于它们的不同之处,只须稍作分析即可看出,关键在于它们的落点不同。有的落定在“事实”上,有的落定在“报道”上,有的落定在“传布”上,有的落定在“手段”上。近几年,有的同志通过研究新闻与信息的关系,发现新闻本身是一种信息,因此,他们把新闻定义的落点又落定在“信息”上。较有代表性的是全国20所高校联合编写的教材《当代新闻学》中提出的一个定义:“新闻是及时公开传播的非指令性信息。”落点的不同反映了定义提出者们对新闻定义逻辑起点的认识不同。另外,对新闻定义的内涵和外延的限定也存在歧见。

应当说,上述定义的提出都经过了作者的反复思考,都浸透着作者对科学孜孜以求的心血,其内容都具有一定的科学性,都是我们认识和理解新闻并给新闻下定义的重要依据。

关于新闻的定义始终存在争议,但学术界较为公认的是陆定一的定义——新闻是新近发生的事实的报道。

陆定一关于新闻的定义是1943年在延安时提出来的,几十年来,这个定义在新闻界一直被广泛使用。虽然有些人认为这个定义还有某些不太严密和准确的地方,一些人还试图对它作一些补充、修正。但迄今为止多数人仍然认为,这个定义在现有的许多定义中还是较好的一个。归纳起来,这个定义具有以下几个特点:

①科学性。这个定义把客观事实作为报道对象,强调了事实对于新闻的决定作用,符合唯物论的反映论。

②鲜明性。这个定义概括了新闻的本质特征,将新闻与其他同属的社会现象明确区分开来。

新闻是“新近发生的事实”,强调了新闻的时新性,使新闻有别于历史;

新闻是“事实的报道”,强调了新闻不是一种文学创作,它立足于客观实在的事实,这

是新闻与文学的区别；

新闻是一种“报道”，报道是公开面向群众的，强调了新闻的公开传播性，将新闻同情报区别开来。

③普遍性。这个定义适用于中外一切新闻传播现象，适用于不同社会、不同阶级的新闻媒介所传播的新闻。

陆定一的定义几十年来在我国已成了一个约定俗成的东西，而且就定义本身来说，文字简约，概括得当，可谓言简意赅。因此，目前还是沿用陆定一的定义好。

第三节 新闻的基本特性

特性是指一事物区别于其他事物特有的性质。新闻的特性即指新闻所具有的其他事物所没有的个性，亦即新闻所具有的特质规定性。

我们在研究新闻的定义时，曾分析过新闻与其他同属概念相区别的本质特征，这其实就是我们研究新闻特性的依据。

根据陆定一的定义，我们将新闻的基本特性概括为以下四个方面：

(1) 真实性。新闻是事实的报道，事实是新闻的本源和基础，没有事实就没有新闻。因此，新闻只能按照客观事物的本来面貌做真实的陈述，新闻中所涉及的人物的形象、言论和行动，所涉及的事件的起因、过程和结果，包括一些具体细节，都须用准确的文字做真实的交待，容不得半点虚构、夸张、粉饰，更不允许无中生有，凭空捏造。这是新闻赖以存在的基本条件。真实是新闻的生命，是新闻的一个本质特征，这是新闻与文学相区别的标志，从这一意义上讲，新闻是真实的文学。

(2) 新鲜性。有人说“新闻姓新”，早先人们把报纸称作“新闻纸”。新闻可贵之处就在于它“新”。事实信息要成为新闻首先必须新鲜，这是人们需要新闻的关键所在。一张不提供新鲜信息的报纸是不会有读者的。因此，只有新近发生和出现的新情况、新问题、新思想、新经验。换言之，即一切能给人们带来新信息、新意见的具有新意的新鲜事实才有资格成为新闻。新鲜是新闻存在的内在因素，是新闻的又一个本质特征，这是新闻与历史相区别的标志。从这一意义上讲，新闻是今天的历史。

(3) 及时性。真实、新鲜的事实若得不到及时传播，新闻便成了旧闻，失去了存在的价值。因此，新闻报道要用最快的速度把最近发生、刚刚发生和正在发生的事实传播给公众。时间上稍微的拖延和懈怠都是新闻报道所忌讳的。从这一意义上讲，新闻是时间形影相随的朋友。

(4) 公开性。真实、新鲜的新闻事实只有公开报道出来，为公众所接受，为社会所承认才能最终实现其价值。人们制作新闻的目的就是为了向公众传播。新闻事实若不公开报道并借以影响社会舆论，而只为少数人所知，只能称作情报。从这一意义上讲，新闻是公开传播的情报。公开传播是新闻存在的外部条件，是新闻的一个基本特征。

除了上面四个特性外，新闻还具有广泛性（报道内容、服务对象和传播范围都十分广泛）、连续性（定期、连续地报道新闻，始终不间断地通过提供信息为公众服务）、易碎性（今天的新闻，明天就成为历史，失去新闻价值，所以它是一种“易碎品”）等等。但真实、新鲜、及时、公开是新闻的基本特性，如果缺少了其中任何一个，新闻（新闻学中所研究和

特指的“新闻”)就不是新闻,而成为另外的东西了。

认识新闻的这些基本特性,对于我们把握新闻的本质特征,发挥新闻自身的优势,遵循新闻的客观规律,更加自觉地做好新闻工作具有重要的意义。

认识新闻的真实性,有助于我们防止和克服新闻报道中存在的失实现象。新闻要说真话,要反映现实生活中的真人真事、真情真景。为此,新闻工作者必须深入基层,深入群众,深入社会生活,认真细致地做好调查研究工作,尽可能掌握准确、可靠的事实材料,并对自己所拥有的事实材料做出科学的分析和整理,努力从宏观和全局的角度把握事物的本质,真正采写出能够反映事物真貌,体现时代特征,激励人民前进的真实而有影响力的新闻作品来。

认识新闻的新鲜性,有助于我们防止和克服新闻报道中的事实不新、报道缺乏吸引力和感染力的现象。新闻的灵魂是新鲜,内容不新等于抽去了新闻的灵魂。因此,新闻工作者要具备高度的新闻敏感,要严格训练自己捕捉新鲜信息的本领。一些新闻工作者提出要善于抓“活鱼”,就是提倡新闻工作者深入生活的海洋之中,寻找和捕捉那些活蹦乱跳的鲜鱼奉献给自己的服务对象——人民群众。常言道,物以稀为贵。人家没有的东西本身就具有新鲜性。因此,要提倡新闻工作者抓独家新闻,把那些群众欲知、应知而未知、别家新闻单位尚未获知的新闻提供给受众。只有这样,才能使我们的报纸、广播和电视节目日出日新,始终以崭新的面貌,呈现在受众面前,增强对受众的吸引力和感染力。

认识新闻的及时性,有助于我们防止和克服新闻传播中的拖拉、疲沓现象,提高竞争意识,增强新闻传播的时效性。新闻传播中要坚决去掉过去那种不紧不慢的“慢三拍”作风,要意识到,快能赢得受众,快能争得主动,快能增强新闻的传播效果。过去我们常常喜欢用“后发制人”的办法处理新闻报道,认为这样稳妥,效果好。许多重大新闻不是立足于抢,而是安之于等,总想看好时机再发。我们并非否认新闻传播要讲时宜,要考虑传播效果,也不是要一概否定“后发制人”的做法,只是想说明,这种新闻传播方法在通讯技术高度发达的今天已显得很不适应,而且常常将自己置于被动地位。新闻图的是新,讲的是快,只要不涉及保密,不致引起副作用,就应立足于抢,要快采快写快编快发,争取先声夺人。因为受众都有先睹为快的心理,而且往往有先入为主的习惯。一般情况下,谁发在前面,谁就能先发制人,从而赢得主动。这方面我们的教训不少,我们的新闻工作者应当具有强烈的竞争意识,要学百米跑道上的竞技者,敢于竞争,敢于领先,敢于抢头彩。当然,一个有责任心的新闻工作者在抢新闻时必须保持清醒的头脑,对那些涉及党和国家重要机密或传播后可能产生不良社会效果的新闻,不该发的坚决不发,该推迟发的决不随便抢先发表。同时,还须注意保证抢发新闻的真实、准确,防止快中出错。

认识新闻的公开性,有助于我们防止和克服新闻报道中清规戒律太多、报道面太窄的现象,提高新闻传播的公开性,增强新闻报道的透明度。这样做,一是为了适应建设民主政治的需要。人民群众作为国家的主人要参政议政,首先必须知情,如果许多国内外的重大情况都不知道,何以去谈参政议政。因此,要增强党务政务活动的透明度,提高公开性,缩小过去的一些报道禁区,特别是在批评报道上,要保障人民群众运用新闻媒介对党和政府机关及其工作人员充分行使舆论监督的权利。二是为了适应新闻竞争的需要。现在通讯技术的现代化已使世界变成了一个“地球村”,国内外发生的重大事件,转瞬间便会传遍世界各地。在这种情况下,你不报,人家报,你后报,人家先报,先报者往往会赢得主动。因此,我们应

该尽量提高新闻报道的公开性，同时又注意研究新闻公开传播后的社会效果，做到既要公开，又要效果好。当然，透明要有个“度”，不能超度，公开也不可能事事完全公开，要注意社会效果。一些不宜公开的内容可以通过内参等形式向有关部门及时反映情况。

第四节 新闻的选择标准

——新闻价值与新闻政策

新闻工作者每天面对着五彩缤纷的大千世界，面对着纷纭变化的万事万物，到底哪些事情值得报道，哪些事情不值得报道，哪些事情应该重点报道，哪些事情只须做一般报道，这里面有一个价值判断和选择标准的问题。

新闻选择是指新闻传播者对现实生活中发生的事实加以鉴别，从而筛选出值得自己传播的新闻，并加以报道的过程。

一般说来，新闻选择的主要标准有两个，一是新闻价值，一是新闻政策。前一种标准决定新闻事实值得不值得报道，后一种标准决定新闻事实允许不允许报道。通常情况下，新闻传播者都要依据这两个标准来选择和报道新闻，只是属于不同社会制度、不同利益团体和不同经济形态下的新闻事业对新闻价值和新闻政策的具体内容和操作方式有着不同的理解和做法。

一、新闻价值

1. 新闻价值的客观性

新闻价值这一概念，最先是由西方资产阶级新闻学者提出来的。

19世纪30年代，处于自由发展时期的西方资产阶级报刊进入“廉价报刊”时期。这一时期西方资产阶级报刊的主要特征是标榜“超阶级”，以“大众报纸”面目出现，其报道内容多迎合社会中下层读者的需要，以轻松活泼和带有刺激性的社会新闻（如暴力、凶杀、色情、灾祸、人间轶事、社会奇闻等）为主，大量刊登广告，提供各种娱乐服务。这种廉价报纸已完全作为一种有价值的精神商品进入社会流通领域。报纸创办者和经营者主要以盈利为目的，将报纸行业当作企业来办。新闻价值理论正是适应这种体现商品交换特点的“大众化报纸”发展的现实需要应运而生。

显然，新闻价值理论是适应西方资本主义国家新闻“商品化”需要而产生的，这一理论可用于解释资产阶级新闻的“商品”性质，同时也有助于新闻从业人员把握判断和选择新闻的价值标准。

新闻价值理论虽然是资产阶级新闻学者提出来的，但它强调从读者兴趣出发来判断和选择新闻以及它对新闻价值构成要素的分析等观点都是值得我们借鉴的。

我国新闻界从70年代末开始重视对新闻价值理论的研究，获得了不少研究成果。综合这些研究成果，我们发现在对新闻价值理论的认识上还有种种不同的理解。其分歧主要在于：是把新闻价值看作是对新闻事业的一个主观判断标准，还是将它看作是新闻事实本身客观存在的一种内在素质。严格说，从唯物主义观点出发，新闻价值是一种客观存在的东西，一条新闻其价值的大小是客观存在于构成这条新闻的新闻事实之中的，它不受人们主观因素的影响。任何高明的编辑、记者也不可能将一件本无新闻价值的事实编、写成一条具有“很高”新闻价值的新闻。

根据这一认识，我们应当把客观存在的构成新闻的客观事实本身作为考察新闻价值的基

础。

2. 新闻价值的定义

根据上面我们对新闻价值客观性的认识,同时,充分考虑受众对新闻事实需要程度这一判断和选择新闻事实的根本出发点,我们可以给新闻价值这样下定义:

新闻价值是新闻事实适应社会需要的各种信息素质的总和。素质的级数越高,新闻价值就越大。

这个定义的核心在于,它强调要从社会需要——主要体现在受众需要出发来把握新闻价值。新闻事实适应社会需要的程度越高,新闻价值就越大,而新闻事实适应社会需要的程度是由新闻事实中所含有的能够满足社会需要的那些素质构成的。这些素质的级数越高,新闻价值就越大。

有的同志把新闻价值定义理解为“新闻工作者选择和衡量新闻事实是否成为新闻的标准”。从实际上看,新闻事实适应社会需要的程度大小只有在新闻传播出去以后产生的效果中才能得到检验和证实。虽然新闻价值客观存在于新闻事实之中,但某件新闻事实所具有的新闻价值的大小却往往需要在新闻采写、制作前凭着记者和编辑的知识水平和实践经验来推断。从这一意义上说,新闻价值可以说是新闻工作者判断和衡量新闻事实价值大小的一个标准。新闻工作者只有掌握了这种标准,具有了这种能力,才能迅速、准确地识别和判断出新闻事实中所具有的新闻价值的大小,从而果断地进行取舍、选择,尽可能捕捉和报道新闻价值大的新闻。

强调新闻价值是一种客观存在,它的大小只受构成新闻的新闻事实本身所含的适应社会需要的各种素质的影响,而不受外界主观因素的影响,这样可以防止新闻传播者出于各种动机人为地任意拔高、夸大或降低、缩小某件事实的新闻价值的弊端。人们的主观因素只能在尊重客观事实的基础上充分挖掘新闻事实中所含的各种新闻价值要素,尽力提高新闻价值实现的程度,而不能抛开客观事实,无中生有地任意确定某种新闻价值的“标准”。

3. 新闻价值的构成要素

根据新闻价值的定义可以知道,一条新闻其价值的大小是由构成这条新闻的客观事实适应社会的某种需要的那些素质所决定的。

新闻价值的构成要素分为不变要素和可变要素两部分。

不变要素包括真实性和新鲜性。

(1) 真实性。它是新闻存在的基本条件。新闻如果失真、失实就不成其为新闻了,那么也就谈不上有什么新闻价值了。在新闻价值诸要素中,真实性是一个最重要的不变要素。

(2) 新鲜性。它也是新闻存在的基本条件。新闻如果不新鲜同样也不成其为新闻了,当然也谈不上新闻价值了。在新闻价值诸要素中,新鲜性也是一个重要的不变要素。一切新闻都必须新鲜,这是受众需要新闻的根本所在。一般说来,内容越新鲜,为受众提供的信息越新,信息量越大,新闻价值就越大。

可变要素包括重要性、接近性、显著性、趣味性。

(1) 重要性。指新闻内容的重要程度。新闻内容越重要,新闻价值越大。判定内容重要与否的标准主要看其政治意义的大小及其对社会产生影响的程度。对越多的人产生越大的影响,政治意义越大,新闻价值也越大。一般说,凡与人民群众的利益关系越大,对群众的思想、工作和生活越具有指导性的新闻,政治意义越大,新闻价值也越大。新闻媒介应抓住群

众普遍关心的“热点”、疑点和难点问题，给予及时、恰当的报道。这些内容往往有较大的新闻价值。

(2) 接近性。指新闻内容与受众的接近程度。新闻内容越是与受众在心理上、利益上、地理上接近和相关，其新闻价值越大。受众一般对与自己的心理和利益及所处地理环境接近的新闻事实更感兴趣。心理和利益接近包含职业、年龄、性别诸因素。工人与农民、军人与学生、经商的与做工的都会有不同的利益要求与心理趋向。年龄与性别差异也会产生不同的兴趣爱好和心态。老年人与青少年、妇女与男人虽有某些共同的理想追求，但却存在许多不同的心理要求，有不同的生活习惯与情趣。新闻媒介应根据读者群主要成分的特点，选择更加适合其心理特点和利益要求的内容进行报道。一般人对对自己的出生地、居住地和曾经给自己留下过美好记忆的地方总怀着一种特殊的依恋情感，新闻媒介应考虑这一因素，尽量选择与自己的大多数受众保持地理接近的有关内容进行报道，以增强新闻价值。

(3) 显著性。指新闻中的人物、地点和事件的知名程度。越是著名，越是显要，越是突出的人物、地点和事件，越能吸引读者，新闻价值也越大。一个普通人很难成为新闻人物，而国家元首、政府要人、知名人士的言行举止则往往会成为新闻；一国之都、历史名城、古迹胜地也往往是出新闻的地方。新闻媒介应关注具有显著性的人物和事件，抓住其有新意的内容及时予以报道。当然也要避免成为显赫人物行踪的机械报告员，对显赫人物缺乏新意的、不重要的一般性言论及行踪应努力从新闻报道中排除出去。

(4) 趣味性。指新闻内容对受众产生的兴趣程度。越是受众感兴趣的事，新闻价值越大。一般说来，大多数受众对新奇、反常、变态、带人情味的东西较感兴趣。一些资产阶级新闻学者把新闻的起源归于人类的好奇心和新闻欲本能是不科学的。但我们并不否认人们的好奇心和新闻欲。有些人间奇闻、世上轶事，诸如奇特变异的自然现象、生理现象和社会现象，不管是社会主义国家的人们，还是资本主义国家的人们，也不管是男人、女人、大人、小孩可能都会感兴趣。同样，对涉及人世间悲欢离合、生老病死、儿女情长的带有人情味的事情，人们也会从心底发出共鸣，产生兴趣。这些年来，社会新闻在新闻报道中占有越来越重要的位置，受到群众欢迎，这是新闻媒介适应群众趣味需要的一种反映。当然，趣味性中还有一个如何使新闻内容生动、活泼、富有情趣的问题。一些严肃的社会政治、经济报道同样可以写得情趣盎然，具有可读性。这也是新闻写作与编辑中一个值得注意的问题。

有人把及时性也作为新闻价值的构成要素，按以上的分析，既然新闻价值要素是指包含在构成新闻的新闻事实之中的那些成分，那么，及时性作为影响新闻价值大小的一种外在因素就不应该算在新闻价值的构成要素之中。

上述六个要素是新闻价值的主要构成要素。当然，一件新闻事实并非六个要素齐备才具有新闻价值。一般情况下，一件新闻事实，只要两个不变要素具备，便具有了新闻价值，而如果同时所具备的可变要素越多，新闻价值自然越大。当一件新闻事实同时具有上述六个要素时，肯定会有很大的新闻价值，这应是新闻媒介努力捕捉的对象。

对社会主义新闻事业来说，判断新闻价值格外注重重要性，即注重新闻事实所具有的政治意义。那些与党和国家及广大人民群众的利益关系重大的，对社会主义事业具有极大影响的新闻事实，如有关党的纲领、路线、方针、政策的制定和实施，有关党和政府的重大决策，有关国计民生的重大事情，有关人民群众生产和生活中的重大问题等等，都是新闻媒介应当努力捕捉和报道的内容。而一些资产阶级新闻从业者却往往热衷于对趣味性的追求，