

面向21世纪新闻写作教材
Textbook Series for 21st Century

新闻写作

陈敏直 主编

陕西人民出版社

面向 21 世纪新闻写作教材
Textbook Series for 21st Century

新闻写作

主 编 陈敏直
副主编 屈雅利 张 龙
编 委 张 娜 赵战花
张 龙 屈雅利
陈敏直

陕西人民出版社

(陕)新登字001号

图书在版编目(CIP)数据

新闻写作/陈敏直主编. —西安:陕西人民出版社,
2006

ISBN 7-224-07790-9

I. 新... II. 陈 III. 新闻写作—高等学校—教材
IV. G212.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第116934号

新闻写作

主 编 陈敏直

副 主 编 屈雅利 张 龙

出版发行 陕西人民出版社(西安北大街147号 邮编:710003)

印 刷 西安正华印刷科技有限公司

开 本 787mm×1092mm 16开 19印张

字 数 304千字

版 次 2006年9月第1版 2006年9月第1次印刷

印 数 1-3000

书 号 ISBN 7-224-07790-9/G.1586

定 价 28.00元

前 言

本书是为高等院校新闻学专业编著的新闻写作教材。

新闻写作是指记者将采访来的新闻材料经过构思,运用文字表达,制成一定体裁的新闻作品的过程。新闻作品从宏观上看,包括两大类:新闻报道和新闻评论。通常意义上的新闻写作,是指用以新闻报道的各种体裁的写作。依照现行的教学体系,新闻学专业把新闻写作与新闻评论分开来讲授,因此,新闻写作主要研究新闻报道的作品以及这类作品的写作原理、写作规律、写作技巧以及相关的知识素养。

新闻写作是文字写作,也属于写作学范畴。但与其他文字写作相比较,有着自己的独特性,这种特性首先表现在写作对象与目的,即写新闻,通过大众传播媒介向受众传播信息。因此,本书用了四章的篇幅,让学生了解新闻写作的对象及其特性。新闻是内容,写作是形式。要写好新闻,必须了解新闻,了解新闻写作的基本原则与要求,新闻写作的特殊素养。

新闻学属于应用型学科,具有很强的实践性。新闻写作更深受新闻实践的影响,历史地看,新闻写作是新闻业务实践的经验总结,但不能因此而苟同“新闻无学”的偏见。国内现行的诸多教材,忽视新闻写作理论的讲授,学生学起来似乎总有“知其然,不知其所以然”的感觉,师徒相传,“照猫画虎”。本书对深刻影响新闻写作的理论作了重点介绍,以此揭示不同体裁的新闻写作原理,如客观报道理论、深度报道理论等。同时对主要新闻文体的源起、发展、演变之轨迹作了探寻,力图使学生“知其然”,又“知其所以然”,以应业界日新月异之变,这是本书

编著的一点创新。

变动不居是新闻的特性,是媒介传播技术的发展趋势,也是新闻写作的特点。尤其是我国传媒市场化以来,以“传者”为中心转向以“受者”为中心,新闻写作出现了“体裁兼融”,“写作手法兼融”的现象。这类新闻作品,在学界眼里“四不像”,业界却看作“与时俱进”。新闻写作常变常新,不应有框框和清规戒律,然而新闻写作的基本原则、基本方法、基本要求仍是不应忽视的普遍性规律,是应该学习和遵循的,大学本科教育课程更应如此。文体虽然多变,但不可能取代传统的消息和通讯,尤其不可能动摇消息的主角地位,因此本书仍以讲授消息和通讯的写作为主。

20世纪40年代深度报道理论的产生,无论是对西方,还是80年代传入中国以后对我国的新闻传播均产生了划时代的影响。新闻写作发生了深刻的变化,本书用了三章的篇幅,努力反映这一变化。使高等学校新闻写作教材反映传媒实践的前沿成果,实现学界与业界的及时互动,以培养学生迅速适应媒体,从事新闻业务的能力。

新闻写作是新闻学专业的主干课程,是从事新闻传播、当好记者的最基本的能力。愿本书对繁荣我国新闻写作,对有志于新闻事业的在校青年学子,能够有所帮助。

陈敏直

2006年5月

于长安大学新闻传播系

目 录

第一章 新闻	(1)
第一节 新闻的起源与发展	(1)
第二节 新闻要素	(4)
第二章 新闻写作的基本素养	(6)
第一节 新闻价值	(6)
第二节 新闻敏感	(10)
第三节 调查研究	(15)
第三章 新闻写作的角度和语言	(17)
第一节 新闻角度	(17)
第二节 新闻语言	(20)
第四章 新闻写作的原则与基本要求	(23)
第一节 新闻写作的真实性原则	(23)
第二节 新闻写作要用事实说话	(25)
第五章 消息是新闻报道的主要体裁	(29)
第一节 消息的诞生	(29)
第二节 消息在新闻报道中的地位	(38)
第六章 消息与客观报道理论	(41)
第一节 客观报道	(41)
第二节 客观报道理论的产生与意义	(43)
第三节 客观报道理论与消息	(48)

第七章 消息的主题	(53)
第一节 消息的主题	(53)
第二节 消息主题的特性	(54)
第三节 如何提炼消息的主题	(55)
第八章 消息的导语	(61)
第一节 导语的产生及内涵	(61)
第二节 导语的分类	(65)
第三节 如何写好导语	(69)
第九章 消息的主体	(74)
第一节 什么是消息的主体	(74)
第二节 消息主体的结构	(75)
第三节 如何写好消息的主体	(81)
第十章 消息的结尾	(92)
第一节 消息结尾及其作用	(92)
第二节 消息结尾的形式	(93)
第十一章 新闻背景	(97)
第一节 新闻背景	(97)
第二节 背景材料的作用	(99)
第三节 背景材料的分类	(104)
第四节 如何运用背景材料	(107)
第十二章 消息的标题	(114)
第一节 消息标题的作用	(114)
第二节 消息标题的组成与形式	(116)
第三节 消息标题的制作要求	(120)
第十三章 几种常见的消息结构	(124)
第一节 倒金字塔式结构	(124)

第二节	金字塔式结构	(127)
第三节	倒金字塔结构与金字塔结构并用	(131)
第四节	消息的单元素、双元素与多元素结构	(134)
第十四章	消息的分类	(138)
第一节	动态消息	(138)
第二节	简明消息	(142)
第三节	综合消息	(145)
第四节	述评消息	(154)
第十五章	通讯的基本理论	(163)
第一节	通讯的由来与发展	(163)
第二节	通讯的作用和特点	(164)
第三节	通讯与消息文体特征的区别	(167)
第四节	通讯写作的要求	(169)
第十六章	通讯的选材和主题	(179)
第一节	通讯的选材	(179)
第二节	通讯的主题	(182)
第十七章	通讯的结构	(186)
第一节	通讯结构的含义与要求	(186)
第二节	通讯结构的形式	(188)
第十八章	通讯的种类	(196)
第一节	人物通讯	(196)
第二节	事件通讯	(202)
第三节	工作通讯	(208)
第四节	风貌通讯	(216)
第十九章	专访和特写	(224)
第一节	专访	(224)
第二节	特写	(229)

第二十章 深度报道理论	(234)
第一节 何为深度报道理论	(234)
第二节 深度报道理论带来的影响	(246)
第二十一章 深度报道理论产生的几种文体	(248)
第一节 解释性报道	(248)
第二节 调查性报道	(258)
第三节 预测性报道	(267)
第二十二章 系列报道与组合报道	(276)
第一节 系列报道	(276)
第二节 组合报道	(285)
参考文献	(292)
后 记	(294)

第一章 新闻

第一节 新闻的起源与发展

一、新闻的由来

新闻的产生及发展同社会经济的发展紧密相关。人类在同大自然以及社会的斗争中不断进行物质生产,而物质生产既为人类提供了赖以生存的物质条件,又为人类提出了精神交往的要求。人们需要了解、适应客观世界的情况变化,互相沟通信息,这就需要新闻。

在原始社会里,人类为了求得生存和发展,在劳动中必然结成相互依存的关系。这种关系决定人与人之间要互相传递新情况,交流信息。比如在狩猎时,哪个山头或草滩发现了羊群或野鹿,发现者就要告诉其他人。当时还没有语言,就发出一种声音或做出一种手势,使其他人明白发生了什么,于是大家协同围捕。如果哪个山窝出现了老虎,发现者就要发出另一种手势或信号,要其他人注意警戒或躲藏。这中间就发生了原始“新闻”和“新闻传播”。现代人称它为“音符新闻”。古代的人们,还利用绘画来传递信息。马克思主义理论家普列汉诺夫在他的著作《没有地址的信》这部书中,引述了许多人类学家的研究成果。在他的书中写道:“有一次他(人类学家封·登·斯坦恩)在巴西一条河的河岸上看到土人所画的一幅鱼的图画。他于是命令伴随他的印第安人撒下网去,他们便捞出了几条同岸上所画的一样的鱼。显然,当地土人在画这幅画的时候,是想向自己的伙伴们报告,在这个地点可以找到什么样的鱼……”这段记载说明,原始部落的人们在没有文字传递信息以前,也用绘画来传递信息。现代人称它为“图像新闻”。有了语言之后,人们交流见闻就方便多了。于是把所见所闻,用口语告诉别人,这就是“口头新闻”。

到了奴隶社会阶段,社会关系较为复杂了,人们沟通信息的新闻活动也较之

原始社会频繁。出现文字之后,就用文字作为记事和存储信息、传播信息的工具。直到封建社会,发明了纸之后,才出现了报纸。有人说汉朝就出现了我国最早的报纸——邸报。但据现有资料看,正式发行“邸报”是在唐代,因为它是由“邸”的官员负责发布的。“邸”是封建藩王等统治者在京都(长安)设立的类似今天的办事处或者招待所,地方官员到京都朝见皇帝或办公事,就住在“邸”里。邸中的官员,负责将皇帝的命令、文告,大臣给皇帝的奏章,以及官吏的任免,宫廷、边寨的大事等等,传抄给诸侯。这种传抄件就叫“邸报”。随着印刷术的发明,活字印刷的出现,“印刷新闻”开始问世。

二、新闻的发展

近代新闻事业是随着资本主义经济的萌芽和资产阶级的出现而产生的。马克思指出:“在意大利,资本主义生产发展得最早,农奴制关系也瓦解得最早。”又指出:“14和15世纪在地中海沿岸的某些城市已经稀疏地出现了资本主义生产的最初萌芽。”资本主义生产方式打破了自给自足的封闭的封建社会自然经济的生产方式,社会对信息交流的广泛需要,促使新闻事业产生和发展。

14世纪末,意大利的沿海城市威尼斯、热那亚等地的毛纺、丝织、造船等行业比较发达。到了15世纪,威尼斯及欧洲各国的手抄小报就兴盛起来。那时,文艺复兴思想萌芽,整个欧洲社会动荡不安。意大利和欧洲各大城市的贵族、商业老板和有钱有势的社会上层人士,都急切地想知道欧洲各地的商业行情和政治动态,因为政局、战争会影响贸易和交通。当时,威尼斯是欧洲最大的商业、交通中心。会做买卖的威尼斯人,投社会之所好,按时以手抄新闻供给欧洲各大城市的贵族、银行家和有钱有势者。于是,欧洲各地群起效法,手抄新闻极为盛行。例如,1566年在威尼斯街头正式出现《威尼斯新闻》,它是单张的手抄新闻纸,贴于公共场所,要阅读先交一枚小铜元。在17—18世纪资产阶级革命时期,资产阶级为了造成一种独立的舆论力量,便创办报纸,作为与封建阶级斗争的武器。

近代报纸,又叫新闻纸(News Paper)。新闻一词在英语中叫News。N、E、W、S这四个字母,恰好是North(北)、East(东)、West(西)、South(南)的第一个字母,表明新闻来自“东西南北”。世界上第一张近代报纸是德国的《报道与新闻报》,1609年出现,距今已有390多年历史。这是一张新兴资产阶级反封建的报纸。世界上最早出现的新闻通讯社,是法国法新社的前身哈瓦斯通讯社,创建于1853年。

在我国,一直到19世纪才开始出现记者的采访写作活动。中国近代史中文

报纸首先是由外国传教士创办的,这就是1815年8月5日在马六甲出版的《察世俗每月统纪传》。这张报纸以中国读者为对象,编辑部只有三人,兼管采、写、编和刻印、发行。这三人中有一个中国人,叫梁亚发。他们的文章可说是我国近代报刊最早的广义的“新闻”。《申报》(1872—1949)是我国解放前历史最长、影响颇大的一家大报。开办初期只有两名专职的记者,主要采访报道社会新闻。职业化新闻记者较大量的出现是辛亥革命前后的事。我国许多无产阶级革命家都当过编辑和记者。李大钊在1916年曾经当过《晨钟报》的总编辑,写过大量新闻评论文章。毛泽东同志于1917年创办《湘江评论》。延安时期,毛泽东同志还为新华社写过大量著名的新闻稿件。周恩来同志除了主编过每期销售数超过两万份的《天津学生联合会日刊》以及办过《觉悟》等进步刊物外,还写过《旅欧通讯》。瞿秋白同志曾作为《晨报》的记者到苏联,写了著名的新闻报道《新俄国游记》(原名《俄乡纪程》)和《赤都心史》等通讯集。事实上,李大钊、毛泽东、周恩来、瞿秋白等同志,就是我国最早的无产阶级新闻工作者。

1921年中国共产党成立以后,党十分重视新闻事业。1922年9月13日党的第一个机关报《向导》周刊在上海创刊,主编是蔡和森同志。1925年6月4日,党派瞿秋白同志在上海出版《热血日报》,这是我党创办的第一张日报。1941年5月16日在延安出版的党中央机关报《解放日报》和1938年1月11日在武汉创刊、武汉沦陷后又在重庆出版的《新华日报》是抗战时期对革命斗争影响最大、最重要的报纸。1937年9月1日,伴随世界电讯技术不断发展,新闻摄影、通讯器材和技术的不断完善,“广播新闻”出现了。最早的是英国在1919年开办的无线电广播。接着“图片新闻”、“新闻影片”相继问世。20世纪30年代又出现了“电视新闻”。广播及电视的产生,是新闻传播手段的又一次革命。1940年我党在延安创建了新华广播电台,从此中国人民有了自己的广播事业。

中华人民共和国成立以后,我们的新闻事业肩负着更加艰巨的任务,在国际、国内发挥了重大作用的新闻事业也有了空前规模的发展。特别是在党的十一届三中全会以后,新闻战线有了全面的飞跃。据国家新闻出版总署主管的《传媒》杂志2002年第5期的有关资料统计,到2001年底,全国公开发行的各类报纸2007种、期刊杂志有8725种、图书出版社566家、音像出版社292家、电子出版物出版社86家、报业集团38家、出版集团6家、发行集团4家、期刊集团1家。全国新闻从业人员500多万人。全国广播电视行业也有迅速发展,除中央电视台、中央人民广播电台外,各省、市、自治区都有多频道的电视台、广播电台,有些经济发展较

快的县、镇也建立了县级、镇级电视台(站)和广播电台(站)。总之,我国新闻出版事业正处在一个新的发展时期。

综上所述,我们从新闻传播的方式上,把新闻分为语言新闻、文字新闻和图像新闻。今天的语言新闻是广播电台播发的“广播新闻”;文字新闻主要是报纸、通讯社刊发的新闻;图像新闻包括图片新闻、新闻影片和电视新闻。

第二节 新闻要素

新闻要素是指构成新闻的必需材料。好比人有五官才能构成一张完整的脸,新闻具备五要素才能构成一条完整的新闻。新闻的五要素最先是19世纪80年代由美联社提出来的。根据资料记载,1886年3月30日,美联社记者约翰·唐宁发了一条消息,这条消息的第一段五要素俱全,在这以后的新闻学教材中,它一直被奉为新闻五要素的代表之作。这条消息的第一段是这样写的:

萨莫亚·阿庇亚3月30日电 南太平洋沿岸有史以来最猛烈、破坏性最大的风暴,于3月16、17日横扫萨莫亚群岛。结果,有六条战舰和十条其他船只要么被掀到港口附近的珊瑚礁上摔得粉身碎骨,要么被掀到阿庇亚小城的海滩上搁了浅。与此同时,美国和德国的143名海军官兵,有的葬身珊瑚礁上,有的则在远离家乡万里之外的无名墓地上,为自己找到了永远安息的场所。

这条消息写了时间(3月16日);地点(萨莫亚群岛);人物(美国和德国的战舰和船只上的官兵);事情(六条战舰和十条其他船只被掀到珊瑚礁上摔得粉身碎骨或搁浅,以及142名海军官兵死亡);为什么(因遭受南太平洋有史以来最猛烈的风暴的破坏)。从这以后,大部分的记者、编辑认为新闻具备五要素,才能把新闻事实讲清楚。

新闻五要素是指:发生新闻的主角(谁)、发生的事情(什么)、发生的时间、发生的地点、发生的原因。五要素用英语来表示就是Who(谁)、What(什么)、When(时间)、Where(地点)、Why(原因),它们都以W开头,所以,新闻五要素在国际上又简称为新闻五W。后来又发展为六要素,即增加了一个H(何果)。

新闻六个要素,说的是写一条新闻,它交代的事实必须具备六个基本材料,否则就构不成一条新闻,事实也交代不清楚。对此,延安《解放日报》在1945年12月13日曾专门发了一篇社论,题目是《从五W谈起》,其中有这样几句话:“新闻必须有五个‘W’……,犹之乎人的头脸必须有耳、目、口、鼻一样。缺了一件,就会不成样子。”

“五个‘W’为题,具有强大的说服力,使读者信服。”这篇社论说明:(1)新闻的五个“W”是不可缺少的,“缺了一件,就会不成样子”;(2)新闻不但要有五个“W”,而且每一个要素必须报道得准确、真实,不能弄虚作假、张冠李戴,这样新闻才“具有强大的说服力,使读者信服”。这说明新闻要素的重要,以及写新闻要注意的原则。

明确新闻的构成要素对新闻工作者有两大作用:

第一是有助于记者在采访新闻时迅速地弄清每一个事实的要点。从这个意义上说,新闻要素是弄清每一个事实的阶梯。在采访过程中,被采访对象不可能有条不紊地把五 W 和一 H 都讲清,在叙述过程中也可能记错,记者有必要从六个方面一一核对清楚,以此保证新闻来源不失信。当然,弄清每一个事实的新闻要素,对于采访来说是远远不够的。

第二是有助于记者迅速地抓住新闻的重点,尤其在新闻导语的写作中,能做到全面、简洁。

最早的新闻导语就是把五个 W 都浓缩在一个段落里,称为“小结论式的导语”。这种导语的好处是让读者在短时间内就能明白一个事件的全貌。但其短处也显而易见:主次不分,把读者最感兴趣或最有意义的部分淹没在冗长的陈述中。现代新闻写作,除了继续保留“小结论式导语”外,总是千方百计地突出五 W 中一两个最重要、最有意义、最让读者感兴趣的要素。如一条题为《公营子陶瓷工艺品远销国外》的消息:

本报讯 喀喇沁左翼蒙古族自治县公营子陶瓷厂生产的茶具、酒具、花盆等 30 多种工艺品远销国外。

这一句话新闻至少省略了“时间”、“原因”,但省略的这两个“W”,当地读者是明白的,不会产生误解。一般来说,省略新闻要素必有其大前提和条件,省略新闻某些要素有三个条件:

第一:连续报道中,前提已交代清楚所有要素,则后面的报道可省略某些要素。

第二:省略的个别要素,应是人所共知,不会使读者产生误解的。

第三:该新闻在“整版”或“一组报道”中已相互衔接成为一个整体,那么,对其中某些新闻要素,如其他篇中已说明了的,则此篇可以省略。

思考与练习:

1. 简述新闻事业与社会发展的关系。
2. 简述构成新闻的基本要素。

第二章 新闻写作的基本素养

第一节 新闻价值

一、新闻价值

新闻价值既是新闻基本规律之一,也是新闻写作的基本准绳。在新闻写作中,无论是材料的选择,还是报道意图的确立,或是结构的安排,都要从新闻价值规律出发,力图在新闻报道中最大限度地把最具有新闻价值因素的事实信息凸显出来,引起受众的关注,获得理想的传播效果。

新闻价值指的是新闻之所以成为新闻所具有的一些特殊的素质,其实也是从另一角度对新闻的认识,是新闻工作者在长期的新闻实践中所总结出来的,用以选择和处理新闻的重要标准。

新闻价值是西方新闻界首先提出来的概念。19世纪30年代的西方报纸,已作为一种有价值的特殊商品进入流通领域,报纸千方百计要使自己的“商品”能适应读者的需要,大量刊登带有刺激性的社会新闻(如暴力、色情、灾祸、社会奇闻等)以及轻松活泼的娱乐性新闻。适应这种大众化报纸发展的需要,为迎合读者,占领市场,新闻价值理论应运而生。新闻价值理论的提出对新闻从业人员把握判断和选择新闻的价值标准有积极意义。

新闻价值的概念及理论引入中国,是在五四运动之际。1918年徐宝璜在《东方杂志》上发表《新闻学大意》,把新闻价值观念介绍到中国,逐渐为中国新闻工作者所接受并成为自觉的实践。中国新闻工作者的实践又丰富了新闻价值的内涵。我们国内对新闻价值的提法和解释都和国外有所不同,有自己的特点。

严格来说,新闻价值具有两面性的特点,它既是由新闻事实所决定的客观存在,同时也受受众心理需求的影响。记者无法将一件本身没有任何新闻价值的事

实写成一则具有很高新闻价值的新闻,同样也不能主观地判断某件新闻事实是否具有新闻价值,而丝毫不考虑受众的心理需求,即这则报道是否能引起受众足够的重视与兴趣。也就是说,新闻事实中的某些价值因素并非事实本身所具备的。同一则新闻事实对不同年龄、文化、地域的受众而言,其新闻价值是不同的。

二、新闻价值判断标准

新闻的本体是事实,但并非所有事实都是新闻事实。新闻价值是一般事实与新闻事实的分水岭。那么新闻价值究竟是什么呢?

德国学者迈克尔·昆齐克认为:“新闻价值就是选择新闻的标准。”密苏里新闻学院写作组认为,新闻价值标准是指“历代新闻工作者用以判断什么样的事实能构成新闻以及衡量什么样的新闻报道胜过另一些新闻报道的尺度”。中国人民大学教授郑保卫认为:“新闻价值是新闻事实适应社会需要的各种素质的总和。”

新闻价值的含义有三个要点:

(一)新闻价值是新闻事实的固有属性

某个新闻事实有没有新闻价值,不是记者、编辑、读者任何人可以随意决定的,而是要看新闻事实本身所提供的信息是否为受众所需求。一般来说,事实包含了为受众所需要的信息,这个新闻事实就有新闻价值,如果没有包含为受众所需求的信息,事实就没有新闻价值。所以说,新闻价值是新闻事实所固有的属性,是客观存在。如果不是这样的话,也就没有新闻选择了。

(二)新闻价值是事实所包含的足以构成新闻的种种特殊素质的总和

在有些事实中,由于本身存在着某些特殊素质,因而区别于其他事实,也正是这些特殊素质使得它成为新闻。新闻价值就是这些特殊素质的总和。这些特殊素质的共同特征是为广大受众所关注,因此新闻价值的根本内容就是广大受众的普遍关注。

(三)新闻价值是新闻工作者发现和处理新闻的重要标准

既然新闻价值是事实所包含的足以构成新闻的种种特殊素质的总和,也就自然是新闻工作者发现和处理新闻的重要标准。

新闻价值是衡量什么是新闻以及新闻性有多么强的标准。可以说,新闻报道是一种高度复杂的抉择过程,每个人都对同一则新闻进行判断,得出的结论可能各不相同,也就是说新闻具有多么高的新闻价值并没有完全绝对的确定标准。记者和受众对新闻性的确定存在各种差异。记者往往凭借自己的知识水平与实践经验,受

众则主要依据自己需求与喜好确定新闻性,所以新闻价值虽然是新闻本身之所以为新闻的素质总和,但它所具有的主观性与不确定性却是不可否认的。从这一意义上说,新闻事实适应社会需要的程度愈高,新闻价值就愈大。新闻工作者只有掌握了这种标准,才能迅速、准确地识别和判断新闻事实中所具有的新闻价值的大小,从而选择和捕捉新闻价值大的新闻。因此,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种标准。

三、影响新闻价值判断标准的主要因素

新闻价值是事实所包含的足以构成新闻的种种特殊素质的总和。这种种特殊素质就是新闻价值的要素。国内总结新闻价值要素主要在六个方面:

(一) 真实性

真实性是新闻之所以成为新闻的首要条件。如果没有真实性作为前提,就构不成新闻。在新闻价值的诸要素中,真实性是不变的要素,也是所有要素中最重要。

(二) 新鲜性

新鲜性指事实在时间上是新近发生的,在内容上是人们所未知的新鲜事,其重要程度可与真实性相提并论。有人称之为及时性,即新闻报道的是受众未曾知晓的信息,新闻记者应力争将新闻以最快的速度报道给受众。如果时间性差,对受众而言也就不成其为新闻了。一般说来,新闻愈新鲜受众愈需要,新闻价值也就愈大。它是价值要素中不变的要素,是每则新闻必须具备的。由于传播方式不同,对同一则新闻报道的时间有先后差异,虽然没有量化的标准限度,但对新闻记者而言,应以力所能及的速度将它采写出来。

(三) 重要性

重要性指新闻报道内容的重要程度。内容愈重要新闻价值就愈大。一般来说,对愈多的人产生愈大的影响的内容愈重要。西方新闻理论将重要要素以“影响力”来概括。一般以事实产生的意义大小以及对社会产生影响的程度来判定。密苏里新闻学院写作组认为,关于事件影响力的大小取决于下列因素:对多少读者有影响;对读者有多少直接影响;是否会立即产生影响。认为影响读者越多,直接影响越大,产生的影响越迅速则新闻价值越大,读者越感兴趣。此观点将受众的需求和欲知程度作为影响力大小的最终归宿。

(四) 接近性

指新闻内容与受众的接近程度。也叫关联性,指事实与受众在地理和心理上