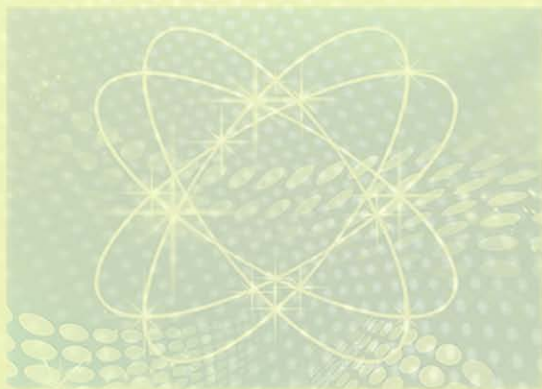


新闻美学初探

王睿文 马燕山 著



甘肃文化出版社

新闻美学初探

XINWEN MEIXUE CHUTAN

王睿文 马燕山 / 著

飞天出版传媒集团



甘肃文化出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻美学初探 / 王睿文, 马燕山著. -- 兰州: 甘肃文化出版社, 2015.6

ISBN 978- 7- 5490- 0860- 5

I. ①新… II. ①王… ②马… III. ①新闻学—美学 IV. ①G210- 05

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第115463号

新闻美学初探

王睿文 马燕山 | 著

责任编辑 | 原彦平 顾彤

封面设计 | 陈晓燕

封面题字 | 封俊虎

出版发行 |  甘肃文化出版社

网 址 | <http://www.gswenhua.cn>

投稿邮箱 | press@gswenhua.cn

地 址 | 兰州市城关区曹家巷 1 号 | 730030(邮编)

营销中心 | 王 俊 贾 莉

电 话 | 0931-8454870 8430531(传真)

印 刷 | 中共甘肃省委印刷厂

开 本 | 787 毫米×1092 毫米 1/32

字 数 | 173 千

印 张 | 9.5

版 次 | 2015 年 5 月第 1 版

印 次 | 2015 年 5 月第 1 次

书 号 | ISBN 978-7-5490-0860-5

定 价 | 32.00 元

版权所有 违者必究 (举报电话: 0931-8454870)

(图书如出现印装质量问题, 请与我们联系)

序

新闻传播活动在我国源远流长。远古时代就有烽火报警、甲骨纪事、金石铭文，直至汉代，出现了露布，唐宋又有了邸报。到了今天，报纸、杂志、电视、广播与网络，可谓风起云涌，蔚为大观。中国的新闻研究，从20世纪初发轫到现在，也已经走过了一个世纪的旅程。一百多年来，中国的新闻学研究从无到有，从小到大，从单一的线性的体验，到多学科的全方位的综揽，已经发展成为社会科学领域中一片层峰叠翠繁花似锦的苑林。“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”面对这片独特的风景，我们无论从哪一个角度哪一个层次进行观赏，都会有各自不同的感受和收获。

粗粗读完王睿文、马燕山著的《新闻美学初探》，让人眼前一亮。这是一本探讨新闻美学的学术著作，从新闻美学的定义概念入手，探讨了新闻美学的发展现状以及新闻美学、新闻采访与新闻写作的关系。作者讨论了新闻美学的特征和新闻美学的原理，并依次对报纸新闻的美学特征、电视新闻的美学特征、网络

新闻的美学特征和广播新闻美学特征进行了论述，最后，就新闻工作者的职业修养之美进行了探讨。此书钻研深广、志向宏远、思考深入、颇有新意。

值得一提的是，作者王睿文尚是一名在读大学生，能写出这样一本新意之作，勇气可嘉。书中对新闻美学所涉及的各个领域和体裁进行了探究，具有一定理论深度，其中对网络新闻的探讨，是对新闻美学研究领域的新拓展。而马燕山则是一名从事新闻工作三十多年的资深媒体人、作家、诗人，数次获国家、省级好新闻奖，出版小说、散文、诗歌集数部。他和睿文历时两年多，一起完成这部新闻理论方面的书，理论结合实际，可谓珠联璧合，应该是一件很有意义和价值的事。

当然，本书也有不足之处。如论述问题时，定性的结论多，定量的分析少，有些文字比较生硬，不够流畅，个别举证有些老旧。但瑕不掩瑜，希望他们以此书的出版为契机，在以后的学习和工作中有更大的进步！

是为序。

A handwritten signature in black ink, reading '张瑞民' (Zhang Ruimin) from right to left. The characters are fluid and stylized.

（张瑞民，甘肃省委宣传部副部长、甘肃日报社社长、甘肃省记协主席）

2015 年 5 月于兰州

第一章 关于新闻美学

- 第一节 新闻美学的出现与发展 /003
- 第二节 新闻与现实生活的审美关系 /007
- 第三节 新闻与传播的审美关系 /013
- 第四节 新闻与采写的审美关系 /020
- 第五节 新闻与真实之间的审美关系 /026
- 第六节 马克思主义新闻美学思想 /032
- 第七节 “中国梦”背景下的新闻美学 /039

第二章 新闻美学的特征

- 第一节 新闻美学的特征 /045
- 第二节 新闻美学的范畴 /050
- 第三节 新闻审美形态 /057
- 第四节 新闻美学的审美心理结构 /065

第三章 新闻美学原理

- 第一节 新闻的真实美 /075
- 第二节 新闻的形象之美 /081
- 第三节 新闻的结构美 /087
- 第四节 新闻的意境美 /094
- 第五节 新闻的层次美 /101

- 第六节 新闻的语言美 /108
- 第七节 新闻的画面美 /114
- 第八节 新闻的故事美 /121
- 第九节 新闻的细腻美 /128
- 第十节 新闻的深度美 /133
- 第十一节 新闻的批评美 /141
- 第十二节 新闻的公正美 /148

第四章 报纸新闻的美学特征

- 第一节 报纸新闻的评论之美 /157
- 第二节 通讯之美 /163
- 第三节 报纸新闻的摄影之美 /170

第五章 电视新闻的美学特征

- 第一节 电视新闻的立意之美 /179
- 第二节 电视新闻的画面之美 /186
- 第三节 电视新闻的解说之美 /192
- 第四节 电视新闻的专题之美 /198

第六章 广播新闻的美学特征

- 第一节 广播新闻的语言之美 /207
- 第二节 广播新闻的现场报道之美 /215

第七章 网络新闻的美学特征

第一节 网络新闻的传播形式之美 /225

第二节 网络新闻的互动之美 /231

第八章 新闻工作者的修养之美

第一节 新闻工作者的职业道德概述 /239

第二节 新闻工作者的职业道德缺失的体现 /243

第三节 新闻工作者职业道德缺失的原因 /249

第四节 新闻职业道德的建设 /254

第九章 新闻作品赏析

第一节 新闻作品赏析之评论 /263

第二节 新闻作品赏析之电视专题 /268

第三节 新闻作品赏析之广播消息 /280

第四节 新闻作品赏析之网络评论 /284

第五节 新闻作品赏析之新闻现场直播 /289

参考文献 /293

后 记 /295

第一章

关于新闻美学

第一节 | 新闻美学的出现与发展

新闻美学产生于 20 世纪 80 年代初期，是当时国内新兴起的与新闻有关的边缘性学科。作为研究、探讨新闻内容与形式结合的美学价值及其规律的科学，新闻美学的出现不仅代表着理论性美学逐步向实用性美学的转变，也代表着新闻这一实践活动追求合乎逻辑的理论方向。随着第三次科技革命的深入和信息化技术的不断发展，以及新闻实践的不断探索和变革，新闻美学的研究和发展已取得了丰厚的成果。主要以以下四部著作为代表：

1. 《新闻与美学漫谈》（新华出版社）

《新闻与美学漫谈》是当前国内新闻美学的发展中具有代表性的一部著作，作者根据其多年的实践经验和研究，围绕新闻与现实生活的审美关系、新闻采写传授中的审美规律、新闻美学研究成果的检测与运用这三个主要问题进行研究，并对新闻美学中的很多方面进行了探究和涉及，不管是视野的开阔度、构思的巧妙度、论述的精简度，还是表达的灵活易懂上，都可谓是当代新闻美学发展的重要著作，其地位在当前美学发展的现状下尤为突

出。

2. 《新闻美学》(中国市场出版社)

《新闻美学》的出版,对于新闻本身就是美的事物做出了进一步的概括。新闻既是对客观事实的反映,又是对人们认识的升华,其本身就是美的主客观因素相结合的物化。反映在新闻上,就应该是有思想深度、有深邃意境、有阅读震撼力,能“贴近生活、贴近群众、贴近实际”,能“感染人、塑造人、教育人、鼓舞人”的优秀艺术品。而这些仅靠描绘事实和逻辑概括是远远不够的,只有运用各种手法去写新闻的美,让读者从中感受到美感,看着喜欢,读后才会有所思、有所得,才可以说是达到了新闻写作美的要求。把美感引入新闻,其最终的目的和最大的好处就是能让读者更容易接受。

《新闻美学》的出版为新闻传播学的发展提供了一个主要的理论依据,为新闻美学的基础知识做了比较详尽和系统的讲述,为新闻美学的发展起到了巨大的推动作用。

3. 《新闻美学》(新华出版社)

《新闻美学》被誉为是一部具有创新性的新闻美学著作,它以新闻学、美学和传播学为基础,借鉴社会学、心理学、语言学以及文化学等多个学科的研究方法,将新闻学纳入人类进行审美实践活动的总体框架中,并以美学的视角对此进行考察和探究,把新闻美学的内容、新闻美学的性质以及新闻美学的特征做了一个详尽的介绍;对新闻工作者的审美心理以及审美的再创造能力

做了相关的论述，将新闻作品的形象美、语言美、意境美、结构美、层次美等重要的新闻美学理论问题做了系统的阐述。

该版《新闻美学》，明确地提出了新闻史具有审美意义，新闻信息具有审美价值，新闻作品蕴含着新闻作者的审美意识、体现着人类的审美追求，新闻写作遵循着“美的规律”，“真”是新闻题材的美学品格，“善”是新闻主题的美学倾向，“美”是新闻价值的美学体现等富于创见性的学术观点。在新闻美学的研究中不仅仅具有极高的科学性和理论性，也具有重要的实践性和实用性，是新闻美学发展现状的一个标志性著作。

4. 《新闻美学初论》(郑州大学出版社)

《新闻美学初论》主要是以美学原理为依据来对新闻学进行考察和研究，主要对新闻作品的审美特征做出了系统详尽的阐述和说明。《新闻美学初论》重点对于新闻写作的审美原则以及新闻作品的内容和形式方面的审美构成做了必要的阐述，也涉及了一些新闻工作者和受众的审美心理构成和审美创造能力等新闻美学的理论概念性问题。

值得注意的是，《新闻美学初论》明确提出了新闻的作品不仅仅具有传播信息以及传播知识的功能，还具有相关的审美功能 and 价值。受众在接受信息和知识的同时，还有着明显的审美追求和渴望，新闻工作者应在新闻创作的同时进行必要的审美创造，提高新闻的品位。书中的内容比较易懂，适合大部分人群了解新闻美学，研究和学习新闻美学。

以上四部著作都以实践论美学作为基础的观点支撑,主张人可以发现并按照美的规律去创造美,并对于新闻中的语言美、情感美、结构美、形象美、层次美等做出分析和解剖,并结合了大量的事实案例进行研讨,基本上可以代表当前我国新闻美学的研究和发展状况。现在,新闻与政治学、新闻与法学、新闻与心理学、新闻与文学、新闻与语言学以及新闻与道德等学科的研究都已经步入了一个相对稳定的阶段,相对而言,新闻与美学的研究仍然比较缺乏。从整体来看,虽然新闻美学的研究有了长足发展,但现有成果还不足以系统支撑起一个学科的建立。

当前,研究新闻美学的学者大多是新闻学家,或者是从事新闻方面工作的学者,真正参与到研究新闻美学的美学家少之又少,即便是有,却对于新闻学不是很精通,这就使得新闻美学的发展遇到了一个突出的瓶颈。如何使得新闻美学获得真正意义上的发展与壮大,还需要不同学科的学者和相关人员的参与研讨,特别是美学家们的参与,才能使得新闻美学健康而富有创造性地向前发展。

第二节 | 新闻与现实生活的审美关系

一、美学与现实生活的审美关系

美学，究其根本一定是在现实生活中的审美倾向化。不论是从美学的发展方向看，还是从哲学的发展方向看，回归现实生活是其最终目标，也是必然趋势。在新实践美学看来，美学是一门以艺术为中心来研究和发现人与现实日常生活世界的审美关系的学科，而审美关系是人类社会在发展过程中达到了一定发展程度后的必然产物；审美关系最初是从人类的日常现实生活中产生的，自然也是人类社会发展的必然产物之一。

人与日常现实生活之间的审美关系主要表现在：人与自然和谐共处，人与社会和谐发展和人类本身的和谐发展。在日常的现实生活中，审美的基本发展是三个方面，即精英化、大众化和市井化。

新实践美学对于美学这样定义：美学是以艺术为主导，对于人和现实生活的审美关系进行研究的学科。定义中所谈到的“审美

关系”指的就是人类在长期的社会实践生活中所形成可以使得人类对于审美需求满足的对象，人类也要求对象可以满足自己的审美需求的一种特殊的关系。这是人类的需求和欲望在社会生活实践中所不断发展的产物。作者认为，这是基于西方一些管理学方面的理论推导得出的结果。管理学中将人在生活中的需求划分为七个层次，即马斯洛需求层次理论，七个层次的划分是逐步提高和发展的，分别是：生理需求、安全需求、爱的需求、尊重需求、认知需求、审美需求、自我实现需求。在这七个需求层次中，生理需求、安全需求、爱的需求、尊重需求都是对于物质生活的需求，或者是缺失性需求，剩下的认知需求、审美需求以及自我实现需求则是对于精神方面的需求，或者是发展性需求。从物质性的需求（即缺失性需求）发展到精神性的需求（即发展性需求），就是从人类的日常生活中的以物质生产劳动为中心的社会生活实践开始的。因此，人对现实生活的审美关系及其集中的表现形式，也就是艺术，就是从日常社会生活的社会实践开始的。

中国社会的发展阶段依然处于社会主义的初级阶段，随着政治、经济和文化全球化发展，当前国内的经济发展和文化的传播发展受到了西方资本主义的一些影响，这就导致了当下出现前现代、现代和后现代交融的现象。也正是因为这种现象，当前社会的日常现实生活的审美化更是错综复杂，各个不同方向发展的审美化各有影响，尤其是中国是一个发展中的农业大国，虽然一部分农村和农民的日常生活水平整体达到小康，但却不是全面，甚

至还有不少农民的生活刚刚处于温饱之中，更谈不上对于日常社会实践生活的审美化。因此，中国日常生活的审美化的进一步发展还有很长的路要走。

马克思曾经提出过一个著名的观点，即人是一切社会关系的总和。在人类社会的发展过程中，人一直在从事着认识世界和改变世界的活动，在不同形式的活动中，人与社会、人与现实以及人与自然都结成了不同的相处关系和审美关系。其中最为基本的，也是最为主要的是生产的实践关系，在社会生产实践关系的基础上才产生了各种精神上的关系：艺术关系、宗教关系、理论关系、审美关系，等等。其中审美关系指的就是人对现实实践生活的审美认知与审美创造。首先，人类以情感感受的方式欣赏并感受着现实之美，而另一方面，人类又根据从现实中所感知到的美来改变现实，创造新的事物，促进历史发展。马克思主义的原理指导我们，劳动不仅仅是创造了世界，在创造劳动的同时也创造了美，创造了人类的审美能力和审美水平。人类将自己的智慧、期望、热情等加入到对于自然的改造之中，使得自然具有了“人性化”，而人们在“人化了的自然界”中看到了自己本质力量的实现，从而产生愉悦感，这时自然界就成了人的审美对象，它与人构成了审美关系。

二、新闻与现实生活的审美关系

众所周知，新闻不仅仅是单个事物，也是人为的一种创造