

新闻文本学

XINWEN WENBEN XUE

谢 晖 / 著

中国传媒大学 出版社

新闻文本学

XINWEN WENBEN XUE

谢 晖 \ 著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻文本学 / 谢晖著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 8

(21 世纪新闻传播学丛书)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 023 - 5

I. 新… II. 谢… III. 新闻学—研究 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 126888 号

新闻文本学

作 者 谢 晖

策 划 蔡开松

责任编辑 蔡开松

责任印制 曹 辉

封面制作 孙 鹏

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

地 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670 × 970mm 1/16

印 张 22

版 次 2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 023 - 5/K · 023 定 价: 39.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

作者简介

谢晖 男，广西师范学院新闻系副教授、新闻业务教研室主任。长期从事符号文化与语言文本的教学与研究。著有《新闻文本学》、《汉语词义论——走出汉语词义研究的困惑》等书，参与编写《现代写作学》、《汉语修辞专题》等高校教材，发表学术论文数十篇。

21世纪新闻传播学丛书

会议新闻学 靖 鸣 著

新闻传播社会学 蒙南生 著

● 新闻文本学 谢 晖 著

媒介经营管理创新思维 马建平等著

.....

序

离别数月,当我从珠海“京师家园”回到南宁,谢晖同仁为新闻学学科园地新添的专著《新闻文本学》即将付梓,实在是一件可喜可贺的幸事!

记得那是2005年仲秋的一天,从湖北宜昌调来广西师范学院文学院工作不久的谢晖副教授来访。得知他过去一直从事语言文化学教学,我们的话题由语言学、文化学转到了新闻传播学,谈到了新闻语言和新闻写作,谈到了新闻文本和新闻文本的界定与内涵、新闻文本学的理论框架和章节结构等,相谈甚欢。

众所周知,新闻学是由理论新闻学、历史新闻学、应用新闻学和媒介经营学四块组成。应用新闻学这一块,又叫“新闻实务”,下设的子学科有“新闻采访学”、“新闻写作学”、“新闻编辑学”和“新闻评论学”等,并无什么“新闻文本学”。而以往的“新闻写作学”也多是就文体谈文体、就方法谈方法、就技巧谈技巧的“写作”罢了,很少从文本角度来谈新闻传播。

然而,纵观人类的整个传播活动,新闻传播由结绳记事、口头新闻,到手抄新闻、印刷新闻以及电子新闻,无不是由传播符号、传播样式、传播内容和传播方法等构成。那么,什么是新闻文本呢?作者在“导言”中是这样阐述的:

新闻传播的过程,是事实→传者→内容→媒介→受者的过程。在这一过程中,事实是基础,传者将新闻事实加工成传播内容是核心,而传播内容总是要依靠适合媒介传播、适合受众接受的载体才得以实现,才得以表现的。新闻传播的载体是由一定的符号语言系统构成的新闻传播文本,它是新闻传播的物质形态,没有传播文本,就无法完成

传播。

谢晖同志从“文本”的角度切入来谈新闻传播,系统地著述了“新闻文本价值”、“文本内容”、“文本符号”、“文本结构”、“文本表现”、“文本风格”、“文本体裁”,以及报刊新闻文本和电子新闻文本。并且,通过条分缕析,把新闻写作提升到理性的认识高度。相信读后一定会有很多启发和思考。

新闻报道重在“见人所未见,说人所未说”。新闻理论研究贵在创新和对未知领域的探索,而忌重复别人现成的结论。谢晖同志在创建“新闻文本学”上迈出了可喜的一步。相信他还会继续研究,使之逐步完善。

是为序。

熊 高

2007年9月于南宁柏涛港湾

导 言

新闻传播的过程,是事实→传者→内容→媒介→受者的过程。在这一过程中,事实是基础,传者将新闻事实加工成传播内容是核心,而传播内容总是要依靠适合媒介传播、适合受者接受的载体才得以实现,才得以表现的。新闻传播的载体是由一定的符号语言系统构成的新闻传播文本,它是新闻传播的物质形态,没有传播文本,就无法完成传播。

文本(text)是西方结构主义的一个重要概念,也是一个根源相当复杂,而且在发展过程中变化极大的概念,很难清楚而简明地厘定它的全部内涵和外延。起先在文学上,text指的是原来的文章,或是相对于批注而言的本文。后来,尽管在文学的某些层面里,文本(text)与作品(work)常交叉使用,但二者在概念意义上却是有区别的。从传统的文章生成角度看,文本的内涵小于作品。因为,人们所重视的是“作者——作品”,文本只是作品的表现形态,作品除了文本还有文本外的内容,如作者、写作背景等。在这样的观念下,作者决定着作品所要表述的一切,作者给什么,读者从作品中去获得什么,读者的权利是作品分析和理解。而结构主义者认为,语言、事物及其所组成的意义之后,有着深层结构存在,“文本”所指涉的正是在文字组成的文章之后的深层意蕴所在。这一思想在结构主义及后结构主义的文学分析和文学批评中,“文本”获得超越文学作品的地位。因而从现代的文章解读角度看,“作品”指的是一个完满的、自足的系统,是由文字所构成的对象,其意义被固定在书页的文句语词之内。而“文本”则指的是一个开放的、不完满的、不自足的系统,它涵盖了“作品”文字之外的广泛内容,即

在语意、句法、叙述的层面上的社会观念影响因素。在这里,“文本”所重视的是“作品——读者(批评者)”,文学活动不再是“作品——作者”概念下展开的阅读,而是在“作者已死”的状态下展开的解读与批评,文本中很多的、深层的、复杂的意涵,无论“作品”是否形成相应(或相关)的论述,都常被视为文字之外潜藏的必然存在。

尽管如此,“文本”这一概念延伸到社会各个领域和学科,在通俗的意义下是泛指一切具有释义可能的符号链,包括各种有待于接受主体从中读出某种意义的符号对象,不管其是否由人类自然语言组成。

文本概念引进到新闻活动中,是通俗的意义下的概念,指由一定的符号语言系统构成的新闻传播载体表现形态,包括与报纸、广播、电视以及互联网等媒介相对应的文字、声音、图像形式的新闻传播载体表现形态。本书为叙述方便,把新闻传播文本简称“新闻文本”。

根据媒介所使用的传播符号语言系统,我们通常可以把新闻文本分为两类:一类是纯自然语言文本(简称语言文本),包括语音语言文本和文字语言文本;二类是非纯自然语言文本(简称非语言文本),包括一切能作为人类传播信息的符号载体系统构成的文本,如人类有意识的、特定表意的图画、影像、音乐、舞蹈,以及人类无意识的、非特定表意的形貌动态和自然事物可以用来表意的声色形态等。在新闻传播中,单纯的非语言文本很少,主要是语言文本和综合文本。传播媒介不同,新闻文本也就存在区别。

- 报刊新闻,主要是报纸新闻,其文本以文字语言文本为主体,也有少量的图片(照片、漫画等)与文字语言结合构成的文本。报刊新闻文本,是阅读性质的文本。
- 广播新闻,以语音语言文本为主体;也有以语音语言与音乐、其他声响结合构成的文本。其新闻文本,是聆听性质的文本。
- 电视新闻,总体上看是语言文本与非语言文本相结合形成的综合文本,按一般的说法是“声、画、字”的结合,不过“声、画、字”包含很广泛,有语音语言、音乐及其他声响,图片、影像及构成的色光形,文字语言,主持人、记者的体态,道具物等等。电视新闻文本,是耳闻目睹的视听性质文本。
- 网络新闻,其文本形态比较复杂。总体上看,单一的新闻文本以文字语言文本为主;但网络新闻的独特之处在于整合,而整合新闻文本是综合文本,是报刊新闻、广播新闻、电视新闻的新闻文本的综合。

新闻文本与新闻作品有区别,但相对于文学文本与文学作品的关系而言,没有那么突出。因为,在新闻活动中,传者的行为不像文学作品的作者是自我创造性的,它不是主宰受者的行为;相反,传者的传播行为是从受者出发的,受者同样是整个传播活动中的一个主体,有着在接受活动中的介入、解读和体会的主动权和能动性。并且,因为传者有传播理念却又不能坦露“心迹”,所以常常会在作品中对新闻事实意蕴做一定的预设,既给受众自由空间,又尽量限制其出界。从这个意义上讲,新闻文本与新闻作品大抵相同。但是,新闻文本又不等同于传统意义上的新闻作品。传统意义上的新闻作品观念涉及的是作者及其生产物之间的关系,是传者对新闻事实传播的实在体,如消息、通讯、专题等,它占据报刊、网络文章的空间和广播、电视的时间的一部分。而新闻文本则是一个由符号语言构成的抽象结构空间,用来指出并说明某种隐于其中的社会特性(新闻事实意义),只有受众的介入、解读和体会才能实现其意义的层层彰显。此外,文本它可以只是一篇作品,也可以是一系列作品。因此,新闻文本既是新闻作品的表现形态,又涵盖了新闻作品。

研究新闻文本的生成和表现特征、规律和规则的学问就是新闻文本学。它是一门与新闻学科的诸多分支有着交叉关系的学科。

1. 新闻文本学以新闻传播理论和新闻职业理论为指导

什么是新闻,尽管学术界有不同的说法,但从根本上讲,人们对新闻及新闻活动的基本特征的认识是一致的。新闻作为一种与社会生活和社会意识形态紧密相连的精神产品,从它的社会属性看,它由三个方面的内容构成:客观事实、价值取向和接受效应。客观事实是新闻之本,没有事实就不会有新闻,虚假的新闻也许能造成顷刻轰动,但谎言终究会被揭穿;价值取向是新闻之魂,新闻的意义不仅在于新闻事件本身的价值,还在于新闻对社会观念和对受众的思想道德的导向影响,没有价值意义的新闻是没有生命力的新闻;接受效应是新闻的价值所在,没有受众的新闻,受众不欢迎的新闻是毫无价值的。

从新闻的传播性质看,它具有三个基本特征:真实性、时效性和公众性。新闻的真实是新闻生成的本质特征,时效性是新闻传播的运动特征,公众性是新闻归宿的体现。

新闻的基本特征,决定了新闻工作者特别是新闻记者的职责和使命,

其职责是采写新闻,反映情况,联系群众;其使命是追求真理,勇于献身;忠于事业,服务人民;维护利益,促进繁荣;伸张正义,讴歌光明。^①

新闻的性质和记者的职责、使命相结合,才有新闻传播文本。因此,新闻文本学必须以新闻传播的基本理论和新闻职业理论为指导思想,而且要涉及新闻传播和新闻职业的一些理论内容的研究。如新闻文本的价值首先要讨论事实、传者、受者的价值因素,意义生成要从新闻的性质特征入手,文本的表现、运用等都涉及记者的素质和能力等等。

但新闻文本学的主旨不在于系统地揭示新闻传播理论和新闻职业理论,它只是根据文本分析所需而取其用,讨论时出发点和角度也不同,它不能代替新闻理论学,更不能代替新闻行为学、记者行为学等学科。

2. 新闻文本学以符号语言学、写作学和文体学为根基

新闻文本是新闻传播意义的载体,它必须具有物质存在形式、构成方式和运动规则。它以一定的符号语言为载体(物质形式),构成一定的表达体式,其结构方式、表达形态都有特定的方法和技巧。文本的物质形式是符号语言系统,形成过程是写作,形成结果形态是文体形式,文本学当然和符号语言学、写作学、文体学有着不解之缘。准确地说,新闻文本学是以符号语言学、写作学和文体学为学科根基的,它们在内容上有很多的交叉,但它们并不相等。

符号语言学研究语言符号和非语言符号的构成、特点及运用规律规则。如语言学研究语言的语音、语法和语义的构成,研究语言的词、短语、句子等的结构方式,研究语言的运用规律和发展变化规律。符号学研究符号的形式构成,研究符号的意义以及符号的表意特征。符号语言学与新闻学的交叉学科是新闻语言符号学,严格地说,新闻语言符号学是语言符号运用学的一个分支,它研究的是新闻对语言符号的选择运用,研究新闻运用语言符号的特点、规则和规律。新闻文本学研究新闻文本也离不开对语言符号的研究,但它既不研究语言符号的构成,也不系统地研究新闻对语言符号的选择运用,它只研究语言符号在文本中的表现形态,研究语言符号对文本形成、文本对语言符号的促进之间的相互关系,也涉及一些具体文本对语言符号的选择要求,特别是要揭示文本对语词和句式的选择和运用特征,探讨非语

^① 熊高:《采访行为学概论》,人民出版社2000年版,第37~39页。

言符号的运用等等。

写作学是研究一般文章写作过程、方法和规律的科学,它系统地揭示整个写作活动:写作材料的收集、整理和运用,文章主题、观念的形成和提炼,文章的结构组织安排,文章的表现手段和表达方法,文章的语言运用和修辞方式等等。把写作学的理论和方法用在新闻传播中,就形成了新闻写作,研究新闻写作的科学是新闻写作学。现在一般的新闻写作学实际上是新闻创作方法科学,侧重于新闻形成过程,即从事实到传者,从传者到内容。随着新传播媒介的广泛运用,有的也讨论从内容到媒介。具体地说,是怎样从发生的事实中获取新闻材料,怎么样从新闻材料中提炼新闻意义,怎么样形成要传播的新闻内容,在此基础上揭示不同新闻内容表现形式,如消息、通讯、专题、评论等的创作特点、规律和方法。毫无疑问,新闻创作过程完成的结果是新闻文本,因此新闻文本学不可避免的要反向来研究文本的形成过程,这与新闻写作学在内容上有很多交叉,比如文本形成过程中的一些方法、技巧等。但新闻文本学侧重于文本本身的形态表现,研究文本意义生成、文本结构、文本表达的特点和规律。因此,新闻文本学与新闻写作学虽然有一致的目的,如更好地把握新闻形成传播影响力的关键环节(新闻作品),保证新闻媒介传播的有效性等,但二者并不能等同。新闻写作学立足于过程,结果是新闻个体作品;新闻文本学立足于结果,目的是建构新闻表现的类结构。或者说,新闻写作学是实践方法论,新闻文本学是理论分析论,二者在一定的层面上也可互联互通。

文体学,现代概念的文体学来自于英文的 *stylistics*。因 *style* 既可指某一时代的文风,又可指某一作家使用语言的习惯;既可指某种体裁的语言特点,又可指某一作品的语言特色,包含语体和风格两方面的意思,因此 *stylistics* 这个词便可译为“文体学”、“语体学”或“风格学”,比较通行的是“文体学”。它是研究不同文体形式的语言特点和风格的。我们这里说的文体学是中国传统意义的,或称为文章学。它是研究文章体裁和体式的科学,重在揭示文章体裁的分类特征,揭示各种文体的结构特点、规律和语言运用、表现风格等。文体学在中国古代曾经很辉煌,后来写作学的发展,分类写作的出现使文体学好景不再,到现当代,汉语文章的文体学已没有太多的作为。新闻文本学对新闻作品形式特点等方面的研究倒是更接近传统的文体学,但它不是新闻文体学,它比传统的文体学研究的范围要宽,对新闻“文章”的形式、形态研究也要深刻得多。

3. 文本学以新思维科学和文化学为视野

以往人们把新闻活动总是当成一种简单的经验性活动,认为新闻只是一种简单的记录,甚至是对社会生活的机械“模仿”和“复制”,没有高深的理论,凭经验去采访写作。在这样的思想观念指引下,新闻学成了应用科学,只重业务经验,不重理论建树。新闻记者也就在经验的熏陶中形成了心理定势和思维习惯,不仅不注重发挥认识主体的想象能力和建构能力,而且缺乏社会文化理论素养。

新闻活动是一种社会性活动。新闻是新闻传者对社会生活的能动反映。也就是说,新闻所反映的社会生活是经过传者加工过滤过的社会生活,它融进了传者的理性认识和情感体验。而新闻文本是认识、反映的结果,是以符号形式存在的对新闻事实的思维。从这个意义上说,新闻文本学要研究新闻文本形成的创造性思维过程,要分析文本的逻辑思维结构和形象思维运用特征。

新闻本身是一种文化,它有其特定的文化内涵。但它作为一种社会性的活动,与社会文化、大众文化的方方面面,如社会行为文化,包括社会组织形式、行为方式以及规章制度,礼仪风俗等;社会观念文化,包括思想意识、思维方式、审美情趣、宗教信仰、伦理道德、价值观念等,都有着千丝万缕的联系。新闻传播文本作为新闻文化的载体,当然沉淀着新闻的文化内涵。因此,新闻文本学的视野必将扩大到新闻的社会层面、新闻的文化层面,一方面要研究文本对新闻文化的承载特点,另一方面还要研究社会文化对新闻传播文本形成及运用的影响制约因素。

新闻文本学虽然和上述学科有联系,有交叉关系,但它不是它们的拼盘,更不是它们的附庸,它有自己独特的学科体系和研究内容。

本书立足于两个方面研究新闻文本:

上编五章,研究新闻文本的生成,包括文本的价值生成、意义生成、载体生成、结构生成等。

下编五章,研究新闻文本的表现,包括新闻文本的叙事、风格、体裁等。对不同媒介的新闻文本立足于新闻文本特征在具体形态中的个性体现,不重复共性,只侧重于个性的揭示和比较。

目 录

序 / 1

导 言 / 1

上编 新闻文本生成论

第一章 新闻文本的价值生成 / 3

第一节 新闻文本的事实传播价值 / 3

一、事实价值评估 / 4

二、事实构成形态 / 8

三、事实传播地位 / 12

第二节 新闻文本的理念传播价值 / 14

一、新闻理念的形成基础 / 15

二、新闻理念的构成内容 / 17

三、新闻理念的传播原则 / 20

第三节 新闻文本的文化传播价值 / 23

一、反映社会价值观念 / 24

二、引导时代生活方式 / 26

三、传播最新百科知识 / 28

第二章 新闻文本的内容生成 / 30

第一节 新闻文本的意义生成 / 31

一、话语权的特殊性 / 31

二、意义内蕴的特点 / 33

三、意义表现的原则 / 37

第二节 新闻文本的信息构成 / 41

一、新闻文本的信息量与度 / 41

二、新闻文本的信息值与质 / 45

第三节 新闻文本的事态要素 / 49

一、构成事态的要素 / 49

二、表现事态的要素 / 51

第三章 新闻文本的符号生成 / 57

第一节 新闻文本符号构成系统 / 57

一、普通符号学的符号类型 / 58

二、新闻文本的符号系统 / 61

第二节 新闻文本符号的运动原则 / 65

一、新闻文本符号语言的内质原则 / 65

二、新闻文本符号语言的外化表现 / 67

第三节 电视新闻文本符号语言特点 / 72

一、口语 / 73

二、画面 / 76

三、字幕 / 78

四、音响 / 79

五、要素组合 / 80

第四章 新闻文本的结构生成 / 86

第一节 新闻文本的构建基础 / 87

一、结构与事理逻辑的同构性 / 88

二、“倒金字塔式”的构成规则 / 91

三、遵守文章结构的一般规律 / 93

第二节 新闻文本的结构逻辑 / 94

一、解证式叙事逻辑 / 94

二、情节式叙事逻辑 / 101

三、论证式说理逻辑 / 103

- 第三节 新闻文本的结构单元 / 103
- 一、标题 / 104
 - 二、开头 / 107
 - 三、主体 / 117
 - 四、结尾 / 120
- 第五章 新闻文本的单元合成 / 124
- 第一节 文本的结构组织形态 / 125
- 一、文本整体结构单元的组织形式 / 125
 - 二、结构单元之间的结构关系 / 128
- 第二节 文本的自然段落结构 / 134
- 一、段落和层次的关系 / 135
 - 二、段落的结构作用 / 137
 - 三、段落划分的原则 / 139
- 第三节 文本的启承转合手段 / 140
- 一、过渡 / 140
 - 二、照应 / 148
 - 三、电视新闻文本的启承转合 / 153

下编 新闻文本表现论

- 第六章 新闻文本的叙事 / 159
- 第一节 新闻文本叙事的形成因素 / 159
- 一、新闻叙事与历史叙事 / 160
 - 二、新闻叙事与公文叙事 / 161
 - 三、新闻叙事与文学叙事 / 162
 - 四、新闻叙事与“感”“知”归宿 / 163
- 第二节 新闻文本叙事的主体姿态 / 166
- 一、新闻主体姿态的认识 / 167
 - 二、新闻文本的叙事角色 / 169

- 三、新闻文本的叙事视角 / 171
- 四、新闻文本的叙事格局 / 174
- 五、新闻文本的叙事口吻 / 176
- 第三节 新闻文本叙事的表现手法 / 176
 - 一、表现动态过程的叙述 / 177
 - 二、表现状态形象的白描 / 181
 - 三、表达情理思想的议论 / 183
- 第七章 新闻文本的风格 / 189**
- 第一节 新闻文风与新闻个性 / 190
 - 一、文风与风格的区别 / 190
 - 二、文风对风格的影响 / 192
 - 三、新闻个性与风格 / 194
- 第二节 话语环境与语体特征 / 200
 - 一、新闻话语的环境构成 / 200
 - 二、新闻文本的语体特征 / 206
 - 三、新闻文本的语言特点 / 209
- 第三节 言语风格与作者风格 / 213
 - 一、言语风格的类型 / 213
 - 二、新闻作者风格 / 218
- 第八章 新闻文本的体裁 / 224**
- 第一节 新闻文体的理论依据 / 225
 - 一、新闻文本的文体学类属 / 225
 - 二、新闻文体分类的复杂性 / 227
 - 三、新闻文体的“类”与分类 / 228
- 第二节 中西方新闻分类状况 / 230
 - 一、西方新闻的主要分类 / 231
 - 二、中国新闻文体的分类 / 232
- 第三节 新闻文体界定与分类 / 235