



新闻传播学前沿丛书

主 编 丁柏铨

副主编 杜骏飞

邓利平 著

审美视野中的 新闻传播

新 华 出 版 社

审美视野中的新闻传播

邓利平 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

审美视野中的新闻传播/邓利平著. —北京: 新华出版社,
2002.12

(新闻传播学前沿丛书)

ISBN 7-5011-6082-1

I. 审… II. 邓… III. 新闻学: 传播学-审美评价

IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 001349 号

审美视野中的新闻传播

邓利平 著

*

新华出版社出版发行

(北京市石景山区京原路8号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://xhcbs.126.com>

中国新闻书店: (010) 63072012

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

850毫米×1168毫米 32开本 12.75印张 310千字

2002年12月第1版 2002年12月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6082-1/G·2230 定价: 24.00元

(若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: 010-65895562 65897685)

总 序

作为一种古老而又崭新的知识系统，新闻传播学研究在近100年间得到了飞速的发展。尽管新闻学与传播学存在着学科属性上的差异，但它们在知识上同步增长的关连性仍然极为显著，这即是它们在全球范围内通常被指称为同一学科的原因。

在中国，自1834年《东西洋考每月统记传》发表《新闻纸略论》以来，新闻学研究即开始了它漫长而曲折的历程：最初的学科启蒙，马列思想的传播，苏联研究模式的盛行，“文革”，“文革”后的恢复，西方学说的介绍和学术研究的中国本土化。至于传播学，尽管自20世纪50年代“Mass Communication”的概念即已被引入国内，但真正意义上的探索传播学理论，则仍然迟至“文革”后才得以开始。

约20年来，中国的新闻传播学研究——包括实务研究、理论研究及方法论的探讨，包括介绍西方学说与自我学术发明，包括报刊研究、电子媒体研究与新媒体研究，包括分项课题与跨学科、边缘学科课题……均已取得了可观的成绩。但显而易见的是，学科发展的速度，仍然远远跟不上新闻传播实践与新闻传播学教育事业发展的一日千里。其中，最为典型的表征即是：对大量国内外前沿性知识课题始终缺乏某些必要的知识整理与学术建构。这种现状，无论是对于当代新闻传播学人才的培养，还是对于学科本身的成长，都是一种不应有的缺憾与妨害。

审美视野中的新闻传播

本着上述观念，本丛书在此着力推出一系列有关新闻传播学的前沿性课题成果，力求在理论的“出新、补缺、深化、整合”上下功夫，为学界及广大新闻传播学读者着意营造新意迭出的学术氛围，并殷切期待着学者专家们的批评指正。

《新闻传播学前沿丛书》编委会

2001年10月于南京大学

新闻要“示美”

序

丁柏铨

这是本系副教授邓利平博士的又一部新作。2001年，利平的博士学位论文《负面新闻信息传播的多维视野》由新华出版社正式出版了。这部著作，探索了一个新闻传播学界还很少有人探讨的问题。我阅后深感受益匪浅。他在探索中所表现出的理论勇气，理性思考所达到的深度，都给我留下了颇为深刻的印象。

现在，邓利平博士的新作《审美视野中的新闻传播》一书的校样就摆在我的案头上。捧读校样，我有两点感触。

感触之一：对新闻传播进行学科交叉式的研究，既非常必要，又十分艰难。进行学科交叉式的研究，如果功力不够，常常就会流于拼凑，会显得生硬，不自然。而邓利平的《审美视野中的新闻传播》一书，却并不存在这样一种现象。这主要是因为邓利平不仅对于新闻学、传播学相当熟悉，有过深入的思考，而且对于美学也作过潜心的研究。他是在得到了新闻学、传播学和美学的真谛，掌握了这些学科的精髓以后，进入本书的写作过程的。他在写作时，将这些学科的内容加以消化领会，加以融通，而拒绝生搬硬套，拒绝囫圇吞枣。他把新闻传播现象纳入到审美视野之中进行考察，给学科交叉式研究提供了有益的启示。

感触之二：邓利平的《审美视野中的新闻传播》一书，在诸多方面都很有新意。看得出来，书中的许多章节都是他独立思考

的结晶，体现出可贵的原创性。比如，他在书中提出：新——新闻美的基石，真——新闻美的生命，善——新闻美的中介，活——新闻美的外壳。这一观点，并非人云亦云，包含着作者的新见。又如，该书在对新闻崇高美与优美形态进行辨析的过程中，阐发了自己的颇为新颖的见解。书中对新闻崇高美的形式及美感效果的论析，对肯定性幽默新闻、中性幽默新闻、否定性幽默新闻的阐述，对负面新闻的悲剧审美形态的分析，对新闻意境的探索等，可谓新意迭出。若不是耐得住寂寞、甘于坐冷板凳，进行爬罗剔抉和探幽入微的工作，是不可能达到这种境地的。

在进行新闻理论和新闻业务的研究过程中，我越来越深切地感到，新闻记者必须在以下四个方面练就过硬的本领。那就是：必须善于“示事”，善于“示利”，善于“示理”，善于“示美”。所谓“示事”，就是用事实说话。新闻记者想说的话，往往是隐含在对事实的客观的、真实的报道之中的。善于不善于用事实说话，构成了高明的记者和不高明的记者的主要区别。所谓“示利”，就是在报道事实的过程中蕴含受众的利益点，并揭示出受众从新闻报道中所能得到的广义上的利益。毛泽东曾经说过：“马克思列宁主义的基本原则，就是要使群众认识自己的利益，并且团结起来，为自己的利益而奋斗。”让受众在新闻报道中看到广义的利，是新闻传媒吸引受众和赢得受众的重要手段。所谓“示理”，就是用受众乐意接受的方法，揭示新闻所报道的事实中所隐含的道理，使得新闻报道不仅以事实服人，而且也以道理服人。当然，揭示新闻事实中所隐含的道理的工作，应当具有相当的艺术性。所谓“示美”，就是说新闻报道不仅应当向人们提供真实的、有价值的新闻信息，而且应当给人们带来审美的享受。这是对新闻报道所提出的很高的要求。总的说来，这样一个极为重要的问题还没有引起业内人士的充分重视。

现在，邓利平博士在这个方面已经作了有益的工作。我为此

新闻要“示美”

而感到高兴。在此，我对利平专著的出版表示衷心的祝贺。并希望他再接再厉，经过一段时间的积累以后能推出新的高质量的著作。

是为序。

2002年12月15日

目 录

总序	(1)
序..... 丁柏铨	(1)
第一章 新闻与美学	(1)
一、从美学说起	(1)
二、新闻与美学的关系	(5)
第二章 新闻审美在实践中的作用	(12)
一、新闻审美的社会认识作用	(13)
二、新闻审美的思想教育作用	(16)
三、新闻审美的身心愉悦	(20)
四、新闻审美的情感交流作用	(23)
第三章 新闻的美学特征	(29)
一、新——新闻美的基石	(29)
二、真——新闻美的生命	(33)
三、善——新闻美的中介	(43)
四、活——新闻美的外壳	(48)
第四章 新闻崇高美与优美形态辨析	(55)
一、崇高美与新闻传播	(55)
二、新闻的优美形态审视	(67)
第五章 新闻的幽默美	(78)

审美视野中的新闻传播

一、幽默探趣	(79)
二、肯定性幽默新闻与中性幽默新闻	(84)
三、否定性幽默新闻	(97)
四、幽默新闻的一些表现方法	(108)
第六章 负面新闻传播与审美	(115)
一、负面新闻	(116)
二、负面新闻传播与对象审美	(119)
三、负面新闻的悲剧审美形态	(125)
四、对现实丑报道的审美效应	(132)
第七章 自然美与新闻传播	(140)
一、自然美与新闻传播的关系	(140)
二、自然美在新闻中的表现及作用	(145)
三、新闻传播自然美的社会价值考察	(158)
四、自然美受损的传播与环境道德	(163)
第八章 新闻写作美学要揽	(176)
一、新闻的语言	(176)
二、新闻的角度	(195)
三、新闻的和谐	(210)
四、新闻的意境	(225)
五、新闻的情感	(238)
六、新闻的风格	(252)
第九章 版面审美	(260)
一、版面形式的审美规律	(261)
二、版面内容的审美特点	(276)
三、版面色彩的审美	(286)
四、版面标题的审美	(295)
五、版面图片的审美	(320)
第十章 心理因素与新闻审美	(334)

目 录

一、感知活动与新闻审美	(334)
二、联想活动与新闻审美	(341)
三、情感活动与新闻审美	(350)
四、理解活动与新闻审美	(358)
第十一章 新闻传播者意识表现及审美修养	(364)
一、传播中的积极意识表现	(364)
二、传播中的消极意识因素	(373)
三、新闻传播者的审美修养	(382)
后记	(391)
参考文献	(393)

第一章 新闻与美学

一、从美学说起

(一) 美学研究的对象

美学是一门既古老又年轻的学科，说它古老，是指它作为一种学术思想，其出现有两千年的漫长历史了。西方早在古希腊时代，就有学者们热衷于对审美问题的探讨。古希腊大哲学家柏拉图就针对当时一些人对美的看法，如“美是有用的”，“美就是恰当的”，“美就是视觉和听觉产生的快感”等等，他认为这些说法都不完美，可自己也未得出圆满的结论，仅在公元前3世纪提出了“什么是美”这一命题，吸引人去探索。此后其学生亚里斯多德在《诗学》、《修辞学》著作中，也有丰富的美学思想，主要是讲文艺方面的。总之，当时不少伟人，包括柏拉图的老师苏格拉底等也有过探讨，但都不深入，不系统，仅仅是散见于他们的一些哲学、文艺学著作中，没有构成独立的美学学科。

说它年轻，是指美学作为一门独立的学科诞生，仅仅起始于18世纪中叶，至今也才不过两百多年，而像哲学、伦理学、文艺学、逻辑学等学科，则已经早就成体系了。1750年，德国哲学家、启蒙运动的代表人之一鲍姆嘉通，出版了《美学》一书，标志这门学科的诞生。鲍姆嘉通认为，从人类的心理活动来看，

可以分为“知、情、意”三部分。“知”是理性认识，属于高级认识能力，已经由逻辑学来进行研究；“意”是道德活动，也已由伦理学来研究；而“情”属于感性认识部分，它与前两者相比，虽然属于层次较低一级的认识能力，但却没有一门独立的学科来研究。因此，他主张应建立一门新的学科来研究“情”，即“感性学”（美学），认为感性认识的完善就是美。鲍姆嘉通著述的这本书直译是《感性学》或是《感性认识的科学》。《感性学》早先在日本被译为《美学》，尔后传入我国，沿袭了“美学”的称谓。鲍姆嘉通关于美学的理论尽管不甚完善，但经他命名，美学毕竟作为一门独立学科建立起来了，鲍姆嘉通因此也被称之为“美学之父”。其《美学》出版后，对美学的定义和研究对象等问题，就一直在进行着讨论，至今仍是众说纷纭，莫衷一是。

一种意见认为美学研究的对象是艺术，美学是研究艺术的一般规律的科学。德国古典哲学家、美学家黑格尔就认为，美学的对象“就是广大的美的领域，说得更精确一点，它的范围就是艺术，或者毋宁说，就是美的艺术。”^①因而他强调只有艺术美才是真正的美，美学的正当名称应叫“艺术哲学”，宣称其著作《美学》中所讨论的“只是艺术的美”。俄罗斯美学家车尔尼雪夫斯基虽然提出“美是生活”的口号，但却也认为：“美学到底是什么呢？可不就是一般的艺术，特别是诗的原则的体系吗？”^②一种观点认为美学是研究美的科学，不光是研究艺术美，现实生活中的美也是研究的对象，不能把现实生活中各种美的现象排斥在外，否则不利于美学自身的发展。

再就是认为美学是研究人和现实之间审美关系的科学。主张

① 黑格尔：《美学》第1卷，商务印书馆1979年版，第4页。

② 车尔尼雪夫斯基：《美学论文选》，人民文学出版社1957年版，第125页。

研究现实生活中客观存在的自然美、社会美、艺术美以及其它与人类社会生活密切相关的一切美学问题，诸如科学美、技术美等。这种观点认为，人对现实有种种关系，如伦理关系、宗教关系，审美关系只是其中之一。现实生活是无限广阔、极为丰富的，美学研究的对象应包括现实中各个审美领域。人类认识世界，目的还在于改造世界，因此，对美学的研究，还应当包括研究美的创造，如物质产品的美化、劳动条件的美化、社会生活的美化、自然的美化、环境的美化等等，对这些领域的研究，对于推进社会发展都具有重要意义。当今美学研究的范围在不断扩大，美学已涉及社会领域的方方面面。简单地说，美学是研究现实美、美感和美的创造的科学。

(二) 美学与其它学科的关系

美学属于社会科学范畴，与其他学科有着广泛而密切的联系。

美学与哲学的关系：美学史上，美学曾长期作为哲学的一个组成部分而隶属于哲学，不少美学家如柏拉图、亚里斯多德、康德、黑格尔等都是哲学家，他们的美学观点大都包含在其丰富的哲学思想之中。哲学是研究整个世界，包括自然界、社会和人类思维发展的一般规律的科学，哲学既是世界观，又是方法论。美学中的审美观是世界观的组成部分，因而哲学为美学研究提供了世界观和方法论。

美学与伦理学的关系：美学中就有美与善的问题，而善是伦理学的基本范畴。美学在研究社会美时要涉及到伦理学中的道德教育、道德规范、道德调节等问题，审美中的善与恶，与伦理学中的善与恶往往有相同之处。因而，美学与伦理学有不解之缘。

美学与心理学的关系：心理学是研究人的心理活动的，人的审美的意识是一种特殊的心理活动，那么，研究美学也必然要涉

及心理学。

美学与艺术的关系：美学思想的形成和发展与文学艺术有着密切的关系，古代的许多美学理论，就包含在文艺理论中，《柏拉图对话录》、贺拉斯的《诗学》、刘勰的《文心雕龙》、钟嵘的《诗品》等都有丰富的美学思想。我国当代不少美学家如朱光潜、王朝闻等，就把艺术作为美学主要的研究核心。

随着社会生活的发展，美学研究的领域愈来愈宽，与许多学科日益渗透、交叉，正在从早先艰深的象牙塔走向广阔的社会，从纯理论研究面向实际运用。现在，美学与人类学、生理学、语言学、教育学、建筑学、工艺学、医学、旅游学等也都有着广泛的联系，出现了美学与这些学科互相借鉴、融合的可喜现象，进而出现两者相结合的人类美学、生理美学、语言美学、教育美学、建筑美学、工艺美学、医学美学、旅游美学等的新的边缘学科。如“医学美学”，从审美角度对医学的诊断、治疗、预防进行探索，对医务防治、保健人员、病人、社会人群和医学审美环境及其相关关系进行研究。再如“技术美学”，研究劳动者在生产过程中的审美意识，审美能力等，使其能“按美的规律”来生产，调动积极性，提高劳动效应和产品质量，此外，还有劳动环境、工具的美化也属技术美学的对象。

那么新闻呢？新闻作为对社会生活的全景式的报道，综合性的反映，大至世界风云、国家兴衰，小至生活家事、花草鱼虫，新闻传播都如水银泻地般无孔不入，而人们在工作学习、日常生活中也离不开新闻。那么，在新闻传播实践中、新闻与受众之间的关系乃至在新闻学研究中，新闻与美学有没有关系呢？同上述学科一样，答案也是肯定的。

二、新闻与美学的关系

恩格斯曾指出“学科在边缘之间是最有前途的”，新闻同样需要其它学科来丰富自己，拓宽自己的研究天地，才有旺盛生命力，否则，难免囿于自身小圈子，保守、狭隘、僵化、萎缩。目前已经出现的新闻边缘学科不少，如新闻心理学：研究新闻采、写、编、评及受众心理特点和规律；新闻社会学：研究新闻事业的社会功能及其与整个社会的关系；新闻伦理学：研究新闻职业道德产生、发展及规范等；新闻法学：研究新闻与法律的关系，新闻立法；此外还有新闻文化学、新闻管理学、比较新闻学等等，许多已有著述。新闻美学虽然也有人涉及，但较多从形式即表现上研究。当前新闻事业发展迅猛，竞争激烈，更有研究新闻美学的必要，它会使我们从一个新的视角来审视新闻现象，以审美的眼光来从事新闻实践，有助于取得更好的传播效果。

（一）社会生活与新闻审美

大千世界处处充满了美的事物、美的形象。蓝天飘逸的白云，草原无垠的绿茵，大地奔腾的江河，田野怒放的鲜花，群山逶迤的峭壁，幽谷缓流的清泉……这些大自然无处不在的美，能激起每个人的美感。而社会日新月异的变化，人们的创造性的劳动，道德品质的提高，等等，这些则反映着社会环境的美、行为活动的美和品格心灵的美。人类社会实践既有波澜壮阔的战斗场面，也有富于诗情画意的日常生活。这些都体现美的本质，就是说，美是一种社会现象，它存在于一切领域中，生活中的伟大、崇高、优美、正义、劳动、斗争、爱恋、友情、和睦、亲善等等，都闪烁着美的光彩，正如高尔基所指出的那样：“照天性来

讲，人都是艺术家，他无论在什么地方，总是希望把‘美’带到他的生活中去。”^①

就新闻来讲，同样是一种社会现象，它表现在社会生活的各个方面。由于新闻报道涵盖了整个社会生活，是对现实社会最直接、最迅速、最全面的反映，那么，美的事物也必然同样纳入新闻传播的视野范围。美学中的崇高、优美、悲剧、滑稽等表现形态以及移情、意境、和谐等等，都可以在新闻中找到折光与踪影。

新闻传播是反映整个世界的变动的，其中当然也包括对美的事物的报道，而且这还是新闻传播的主要方面，不管传播者是意识到还是没有意识到，他总是在采撷美、传播美。新闻报道来源于新闻采集，因此我们说，新闻采、写、编、排本身就是一个自觉或不自觉地对美的事物、美的变动进行的搜寻、挖掘、提炼、加工与传播的过程。

那么，新闻美的内容从何而来呢？当然是从事实中来，从广阔的变动的生活中来，从纷繁复杂的现象中来。那么，就要求新闻传播者要深入实际，从沸腾的现实生活中采撷美的内容，再赋予美的形式，奉献出美的新闻作品。新闻采、写、编、排的技巧发挥，都是依托于事实内涵。首先是采访，通过记者在采访中的深切感受，激发记者的写作灵感与激情，并以此感染后续的编辑，再制作生动的标题，编排醒目的版面吸引受众。倘若采访不深入，浮光掠影，走马观花，纵然施展写作的十八般武艺，终归会落入“巧妇难为无米之炊”的尴尬境地。自新闻事业产生以来，社会实践中一切激励人心的事件、震撼人心的变动乃至富有诗意的娱乐消遣，都可以在新闻传播中找到其踪迹和记录，就是说，新闻作为现实生活的反映，必然要反映美的生活、美的事

^① 高尔基：《论文学》，人民文学出版社1978年版，第710页。