

NEWS



新闻价值发现

FINDING THE VALUE OF NEWS

徐选礼 著

黄河出版社

新闻价值发现

徐选礼 著

黄河出版社

2002年·济南

责任编辑 李景荣

封面设计 张真钢

图书在版编目(CIP)数据

新闻价值发现/徐选礼著. — 济南:黄河出版社,

2002.6

ISBN 7-80152-383-0

I.新... II.徐... III.新闻学—通俗读物

IV.G210-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 039268 号

书名 新闻价值发现

著者 徐选礼

出版 黄河出版社

发行 黄河出版社发行部

(济南市英雄山路 19 号 250002)

印刷 章丘市印刷厂

规格 850×1168 毫米 32 开本

7.125 印张 178 千字

版次 2002 年 6 月第 1 版

印次 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数 1—3000 册

书号 ISBN7-80152-383-0/G·075

定价 20.00 元

新闻有学

——有关《新闻价值发现》一书墨印之际的话

《中国检察日报》社社长 刘佑生

徐选礼是本社驻深圳记者站记者。他写了一本关于新闻理论方面的书,多次请我写序。我不以为然。因为关于新闻理论和实践方面的书是很多的,不可能写出什么新鲜东西。今看了他传来的详细写作题纲,开宗明义四句话:“颠覆传统新闻理论,诠释新闻新的本质,解析新闻价值所在,揭示获奖新闻奥秘。”细读题纲,觉得挺有意思,于是欣然为之作序。

新闻无学的观点,至今在新闻圈子内仍旧有一定市场,其依据是许多新闻大家都不是新闻科班出身。然而,恕我直言,我不同意这种观点。

新闻是有学问的。道理很简单,如果新闻果真无学,大学里的新闻系,新闻学院之类的学校,早就关门大吉了。可是,现在上述学科和学校,似乎仍无半点关门的迹象。自然,在承认新闻有学的同时,我们的确应该承认,我们的新闻学理论确实与新闻实践存在相当大的距离。比如关于新闻的经典定义:新闻,是新近发生的事实的报道。新近发生的事实,都是新闻吗?这个产生于半个世纪前的定义,在今天看来,有点儿像是皇帝的新衣。本书的作者虽然不是第一个质疑这件新衣的人,却采取新的写作方法,对传统新闻

理论提出了新的质疑。

所谓新的写作方法,是指作者在阐述新闻理论时,不是生搬硬套,而是采取描述、诘问、列举事例的方法,将生硬的理论形象化,即使是对新闻理论一无所知的人,也能接受和理解。请看他在导论中对新闻的描述:

什么是新闻,中国传统新闻观点认为:新近发生的事实的报道,就是新闻。然而,谁要依据这个观点,将某一普通家庭所养猫犬失和的事写成报道,发到编辑部,百分之百要被枪毙。可是,1998年元月10日,《解放日报》社的编辑们,就编发了一条克林顿家猫狗失和的新闻,并旋即为《报刊文摘》所摘登。

何以猫犬失和,发生在普通人家,不值一提,而一人克氏龙门,则立马成了新闻!?美国《芝加哥论坛报》的柏斯顿曾列出几个作为新闻价值尺度的公式:

一个平凡人 + 一个平凡生活 不等于 新闻

一个平凡人 + 一次特殊冒险 等于 新闻

一个普通人 + 一个普通妻子 不等于 新闻

一个普通人 + 三个普通妻子 等于 新闻

根据这个公式,我们可以继续推导下去:

一个伟人 + 一个普通的疾病 等于 新闻

一个伟人 + 一只普通的猫、狗 等于 新闻

一个杰出的人 + 一次平常的交往 等于 新闻

一个杰出的人 + 一个普通的情人 等于 新闻

新闻,是关于事实的报道,但是不是任何一事实都值得报道呢?显然不是;新闻,是对人们所关注的事实的报道。但是不是每一篇报道,都会赢得人们同样的关注呢?显然也不是。那么,我们依据什么标准,判断一事实是否值得报道;用什么标准来衡量某

一篇报道,是否能引起人们对所报道事件或人物的关注?这就涉及到新闻报道中的一个基本理论问题,即新闻的价值或者说新闻的价值发现、判断和价值选择问题……

读着此段叙述,我觉得作者将论理叙事、反诘结合得惟妙惟肖,值得推崇。

我与徐选礼相识有十多年了。最早的接触,是他投给本报的一篇关于武汉长江大桥特大撞桥案的稿件。见报题《大桥在呻吟》是我加的。在我的印象里,那应该是中国第一篇全面报道长江大桥所发生的撞桥事故的报道。他采写这篇长篇报道时,刚刚从部队转业,进入湖北省检察院,第54次撞桥事故已经过去了一年多。为何偏偏是他,而不是别人抓住了这个题材?这里面确有奥妙。后来他离开湖北,前往深圳一家报社,采写了不少轰动性的新闻,比如:早在1993年就提出了食品安全问题——《如何杜绝禁用农药走上餐桌》系列报道;揭示福利房向商品房转变中的社会心理矛盾——《喜人的房子 恼人的房价——深圳的福利房还姓“福”吗》;首先报道现在已名扬全国的维权卫士杨剑昌的《小人物护法》,获第八届全国法制新闻(通讯类)一等奖;报道深圳布占农批市场的《市场的魔力——来自中国菜篮子一号的报告》,直接推动和促进了中国“菜篮子工程”战略重点由在市郊建万亩蔬菜基地向在市郊建大中型农产品批发市场的转变。

我们常常说,新闻人要有新闻敏感,要有新闻眼光、新闻的嗅觉。眼光也好,嗅觉也好,首先是要认识和掌握新闻的规律。新闻理论就是对新闻规律的理论阐述。一个对新闻规律一无所知的新闻人,也可能会瞎猫碰到死耗子,碰出几篇不错的新闻,但不可能经常碰到。正是因为作者对新闻理论有自己独到的发现,把握住了新闻规律,所以才能有如此之多成功的新闻实践。从这个意义上说,新闻是有奥妙的,这个奥妙就是对新闻本质的认识。正如作者在本书中所反复论证的那样——新闻的真正本质,是受众的关

注。正是受众的关注,形成了新闻的价值。受众关注的范围、程度和力度,决定新闻价值量的大小有无。一篇新闻,发表后没有人关注,那还叫新闻吗?我个人认为,作者提出的这些观点,是非常在行、非常到位的。

对新闻的基本理论问题,可以仁者见仁,智者见智。我们建构新闻理论的目的,是为了揭示新闻规律,说明新闻实践中存在的问题,进而指导新闻实践。不能说明问题、指导实践的新闻理论,不能反映新闻规律的新闻理论,要之何益?作者虽然不是专门从事新闻理论研究的,但判断理论优劣高下的,对理论进行检验的惟一标准,是实践,而不是其他。谁的理论说明的问题越彻底,论述的理由越充分,对实践的指导作用越大,人们就会运用它,而无关乎作者的名气和地位。新闻学的大师和大家,不是出娘肚子就已经成就的,同样要从无名气开始,同样要长期坐冷板凳,同样要作坚持不懈的努力。

当然,任何新的理论,都有一个不断完善的过程。对此,作者应该有清醒的认识。迈出新的一步不容易,在新闻理论这条布满荆棘的道路上继续走下去,走好,更难。话说到此,我祝愿徐选礼同志在攀登新闻理论的山路上,更上一层楼!

2002年5月31日

目 录

前言	刘佑生(1)
导论	(1)
第一章 新闻的本质	(5)
第一节 新闻是报道实有之事的文本	(5)
第二节 新闻与其他文本的区别	(7)
第三节 重新认识新闻的本质	(13)
第四节 深入发掘新闻的本质	(23)
第五节 重新界定新闻的本质	(28)
第二章 新闻价值的产生和形成	(31)
第一节 受众是新闻价值产生的土壤	(32)
第二节 获奖新闻充分表明新闻价值的奥秘所在	(33)
第三节 受众的关注,决定新闻价值	(36)
第三章 影响受众关注的因素	(40)
第一节 事实因素对受众的影响	(40)
第二节 影响受众关注的六大因素	(47)
第四章 新闻的价值标准	(64)
第一节 受众关注的是“第一”	(64)
第二节 受众的关注度	(73)
第五章 新闻的价值体系	(77)
第一节 新闻的信息价值	(78)
第二节 新闻的道德价值	(86)

第三节	新闻的审美价值	(89)
第六章	新闻价值的聚焦点	(100)
第一节	重新凝聚新闻价值	(101)
第二节	重新发现新闻价值	(102)
第三节	重新选择新闻价值	(104)
第四节	重新提升新闻价值	(109)
第七章	新闻价值量的表现形式	(112)
第一节	受众的数量	(112)
第二节	受众关注的力度	(116)
第八章	新闻的价值判断	(127)
第一节	新闻的价值判断,首先在于 找出一个个“空白”	(128)
第二节	聚焦社会普遍关心的问题, 发现人所未见的价值	(139)
第三节	新闻价值的判断和发现, 在于价值标准和受众同频共振	(142)
第九章	新闻背景在新闻中的价值	(146)
第一节	使新闻增值的背景	(146)
第二节	新闻的背景选择	(152)
第三节	背景在新闻中的价值	(154)
第十章	新闻价值的显影液——历史背景	(158)
第一节	历史背景增加新闻价值	(158)
第二节	时空对比增加新闻价值	(161)
第三节	时空回顾增加新闻价值	(163)
第四节	利用时空差异增加新闻价值	(164)
第十一章	新闻价值的倍增器——新闻的社会背景	(172)
第一节	社会背景增加新闻价值	(172)
第二节	社会时势增加新闻价值	(174)

第三节	社会流言增加新闻价值·····	(175)
第四节	对比显现价值·····	(176)
第十二章	新闻价值的催化剂——地域背景 和文化背景·····	(183)
第一节	新闻的地域背景·····	(183)
第二节	新闻的文化背景·····	(189)
附件:	中国的新闻空间 ·····	(205)
后记	·····	(217)

新闻价值发现

导论

新闻,是关于事实的报道。但是不是任何一事实都值得报道呢?显然不是。新闻,是对人们所关注的事实报道。但是不是每一篇报道,都会赢得人们同样的关注呢?显然也不是。那么,我们依据什么标准,判断一事实是否值得报道;用什么标准来衡量某一篇报道,是否能引起人们对所报道事件或人物的关注?这就涉及到新闻报道中的一个基本理论问题,即新闻的价值或者说新闻的价值发现、判断和价值选择问题。

新闻教科书上至今仍然盛行时效新闻的观点:“如果说第二次世界大战前,新闻界普遍认为最没有生命的事物莫过于昨日的报纸的话,那么,今天的看法就是最没有生命的事物莫过于几个小时以前发生的新闻了”。⁽¹⁾然而,相反的例子也俯拾即是:世界上第一只克隆羊多莉的报道,是在克隆成功之后7个月才发出的,谁能说它不是新闻?

名人出新闻。新闻价值与所报道对象之间的关系远比时间之间的关系来得紧密。如果说报道对象是一座神奇的矿藏,那么,足球教练米卢,女子中长跑教练马俊仁,电影导演张艺谋,以及美国总统,英国王室成员,无疑是一座座富金矿。如不其然,何以从他们身上挖出了那么多含金量高的新闻?

家庭琐事,猫犬不和,能构成新闻吗?具有新闻价值吗?在通常情况下,谁要将某一家所养猫犬失和的事写成报道,发到编辑

部,百分之百要被枪毙。然而,凡事都会有例外。1998年元月10日,《解放日报》社的编辑们,就编发了一条猫狗失和的新闻。这条新闻刊发仅仅13天,又被《每周文摘》摘转。文字不长,兹录如下:

家中猫犬不宁 克林顿伤脑筋

猫与狗向来是“世仇”,美国第一猫“袜子”与第一狗的不和,实在令克林顿伤透脑筋。克林顿周二把爱犬和爱猫带到白宫南面的草坪上,本拟让它们一起玩耍,但两只宠物似乎并不领情。当克林顿带着爱犬迎上在总统办公室外的“袜子”时,狗立即不友善地向“袜子”狂吠,“袜子”也不示弱,同样叫嚣反击。克林顿虽然尝试做“和事佬”,令爱犬躺下,但却未能止住它的吠声。“袜子”也弓腰曲背,显然也在盛怒之中。克林顿显得一脸无奈。

何以猫犬失和,发生在普通人家,不值一提,而一人克氏龙门,则立马成了新闻!?美国《芝加哥论坛报》的柏斯顿曾列出几个作为新闻价值尺度的公式:

一个平凡人 + 一个平凡生活 不等于 新闻

一个平凡人 + 一次特殊冒险 等于 新闻

一个普通人 + 一个普通妻子 不等于 新闻

一个普通人 + 三个普通妻子 等于 新闻

根据这个公式,我们可以继续推导下去:

一个伟人 + 一个普通的疾病 等于 新闻

一个伟人 + 一只普通的猫、狗 等于 新闻

一个杰出的人 + 一次平常的交往 等于 新闻

一个杰出的人 + 一个普通的情人 等于 新闻

爱屋及乌,恨屋也及乌。一些普通而平凡的事实,因附着在公众人物身上,因而,也就成为公众关注的对象。《中华企业》杂志社

社长、著名记者何光先认为：“一事实，是否具有一定的新闻价值，是能否构成新闻本体的基本依据。如果一件不具有一定的新闻价值的事，即它是人们未知、应知的新事，也是不能成为新闻的。因为，新闻虽然是新近发生或变化的事实，但新近发生或变化的事实，不是都能成为新闻，它必须具有一定的新闻价值，必须是人们共同关心的问题，才值得报道。”

一夜无事，一觉醒来，也能写成一篇新闻吗？回答不但是能，而且能写成一篇获奖新闻。当然，这只能是新闻顶尖高手如《人民日报》报原总编辑范敬宜者才能做到。由此观之：社会背景、地理背景也出新闻。

脍炙人口的新闻《上海严寒》，原只不过是一条气象消息：

这几天上海街头积雪不化，春寒料峭，最低温度下降到摄氏零下7.4度，上海人遇到了有气象记载的80多年来罕见的严寒。10日和11日，这里出现了晴天下雪的现象。晴日高照，雪花在阳光中飞舞，行人纷纷伫立仰视这个瑰丽的奇景。

写到这儿，作者将笔触突然转到了“前天一夜风雪，昨夜八百童尸”的解放前。在记者的神来之笔下，奇峰突起，一条极为普通的气象消息，转瞬变成了蕴含重大政治意义的社会新闻。然而，与此同时，同是报道这场寒流的新闻，在另一家报纸刊发后，却无声无息。为何同是反映一个内容的新闻，会产生如此大相径庭的区别呢？这涉及到新闻价值的发现、价值选择和价值增值问题。

新闻史上这样的事例屡见不鲜，对同一个人物的报道，有的报道发表后反响空前，有的则泥牛入海。比如对于焦裕禄的报道，在穆青参与写作的《县委书记的榜样——焦裕禄》发表之前，报刊上曾不止一次地刊载过焦裕禄的事迹，却没有一篇能够穿越时空，在人们的心里激起如此之大的波澜，留下如此之深的印象。新闻，不

只具有认知价值,道德价值,同时也兼具审美价值。

再举一个例子:同是对于一场田径比赛中的最后一名选手的报道,甲的报道发到编辑部,第一关就被枪毙;而乙的稿件发到编辑部以后,则是一路绿灯。造成这两篇报道不同命运的是什么呢?因为前者仅仅只是报道这最后一名的比赛成绩和名次以及比赛过程,而后者则除此之外,挖掘到了这名具有夺冠实力的选手失利的真正原因,是因为赛前遭到一群不明身份的人的袭击,她在躲避袭击的奔跑中肌肉拉伤。于是,对这最后一名选手的不同报道,在新闻价值上的差异便显现出来了。

新闻的价值,是新闻的生命。没有价值的新闻,如同大自然中的一堆无生命的石头,一杯黄土,一粒不能治病的药丸。如同一个被阉的太监,看似与常人无异,却无法制造出新的生命。

尽管对新闻的价值,因价值观的不同,可以仁者见仁,智者见智,但对于新闻必须具有价值,或者说有价值的事件,才能构成新闻,在这一点上,所有的新闻从业人员都毫无例外地予以认同。

那么,什么是新闻价值?构成新闻价值的基础是什么?形成新闻价值的因素都有哪些?如何发现新闻价值?如何衡量和判断新闻价值的大小?如何使自己笔下的新闻增值?诸如此类的问题,对于一个新闻从业人员亦或是欲从事新闻业的人士来说,就不能不是一个涉及到自己安身立命、关系自己工作绩效和事业发展的大问题。

(1)《中外新闻采写借鉴集成》第70页,浙江教育出版社,1990年7月第一版。

第一章 新闻的本质

不管你是否意识到,无论你报道的是载入史册的官方活动,宫廷秘闻,是震惊世界的原子弹爆炸,还是一场普通的流血冲突,寻常之极的百姓生活,譬如:追踪报道希望工程里的那个大眼睛女孩的生活,每采写一篇新闻,都有一个价值发现、价值判断、价值选择和价值实现问题。

什么是新闻?新近发生的事,都是新闻吗?正本方能清源。本章重点对混沌的新闻基本理论进行实证分析,从而探寻新闻的真正本质,对新闻理论不太感兴趣的读者或者早已了然如心的读者,完全可以跳过这一章。

第一节 新闻是报道实有之事的文本

新闻是个什么东西?新闻,准确地说,首先它是一种文本,是和小说、诗歌、散文一样的文本,或者说是一种文体。这种文本的作用,就是用来向受众报道世界上每天发生或者将有可能发生的事实。

如果从明朝的《邸报》算起,报纸在中国的出现至少在1200年以上了。然而,关于什么是新闻,新闻的本质是什么,无论是业界巨擘,还是专业学子,迄今为止仍然是一个见仁见智的问题。关于新闻本质的定义,截至目前为止,已达百种之多。每一种定义,都包含着一定的真理颗粒,都在向并试图向新闻的本质靠近。

我们不妨先看看国内外较有权威的新闻大家的意见：

李大钊：新闻是现在新的活的社会状况的写真。

邵飘萍：新闻者，最近时间内所发生，认识一切关系人生的兴味，实益之事物现象也。

胡乔木：新闻是一种新的重要的事实。

范长江：新闻就是广大群众欲知应知而未知的重要事实。

徐铸成：社会上发生的，为大多数人民所关心的，有意义的事实，就是新闻。

王中：新闻是新近变动的事实的传播。

甘惜芬：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。

国外新闻学权威关于新闻的定义，也是众说纷纭：

美国广播节目主持人大卫·布莱克林：新闻是我说它是新闻的某种事情，是按我的标准，认为它值得被人知道的某种事情。

美国威斯康辛新闻学院教授布莱尔：新闻是新近发生的，能引人兴味的现实。能引起最大多数读者的最大兴趣的新闻，就是最好的新闻。

美国《新闻学原理》作者约斯特：新闻是已经发生或正在发生的事情的报道。

美国密苏里新闻学院院长莫特：新闻是最近报道的事情。

美国环球报主笔爱德华：能让女人喊一声“啊呀，我的天呀”的东西，就是新闻。

美国纽约太阳报采访部主任博加特：狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。

美国报刊编辑华尔克：新闻乃是女人、金钱和罪恶的纪录。

德国柏林大学新闻学教授道比法特：新闻就是把最新的现实的现象，在最短的时间距离内，连续介绍给最广泛的公众。

日本新闻研究所所长小野秀雄：新闻是根据自己的使命，对具

有现实性的事实的报道和批判,是用最短时距的有规律性的连续出现来进行广泛传播的经济范畴内的东西。

新闻大家的意见何以如此不同?他们的分歧在哪里?分歧就表现在对新闻本质的各擅胜场的认识角度,认识层次上:

1. 以新闻事件发生的时间来区分新闻和旧闻。认为新闻是新近发生的事实;最新的现实的现象;新的活的社会状况的写真。

2. 以受众的心理需要来区分新闻和非新闻。认为新闻是受众应知而未知的重要事实;能引人兴味的重要事实。反常的社会事实。

3. 以新闻事件的功利性来区分新闻和非新闻。认为新闻是重要的事实;有意义的事实;变动的事实;具有现实性的事实。

一场持续了若干个世纪的、关于新闻本质的盲人摸象式的努力,为我们摸出了新闻的各个部分的特征,使我们少走了不少弯路。

第二节 新闻与其他文本的区别

我们探寻新闻的本质,是探寻作为媒介文本意义上的新闻与其他文本所不同的特性。换一句话说,是新闻这种文本所具有的与其他文本所不同的质的规定性。

只有认清了新闻这种文本的质的规定性,我们才能真正认识新闻的价值之所在。道理很简单,不知一物为何物,何以确认和判断一物的价值?正是从这个意义上说,如果对新闻的本质缺乏深入的认识,而又想构建新闻价值的大厦,则无异于悬在空中失去动力的飞行器,终究要掉下来。

一、新闻不是小说、戏说和假说

新闻无疑是关于事实的报道。没有事实,也就不成其为新闻,而是小说戏说或是假说了。对于新闻必须是实有之事的报道,已