

方延明 著

新闻实务 方法论

概念与理解

理解概念、掌握结构、

把握事实、

是新闻学入门的基础

新闻策划方法论

策划已经成为提升新闻价值、

构成媒体核心竞争力的

重要法宝

新闻采访方法论

采访的要旨是

怎样从环境和思维中

获取你需要的新闻事实

新闻写作方法论

优秀新闻作品、

是从主题、角度、背景、

结构和借鉴中来的

新闻编辑方法论

编辑工作是创造性劳动、

充满了升华新闻价值的

灿烂思想火花

新闻审美方法论

当采、写、编、

具备了审美意识后、

新闻作品才会达到新境界



南方日报出版社
NAN FANG DAILY PRESS



G21
F264

方延明 著

—85

新闻实务 方法论

南方日报出版社
地址：广东省广州市天河区

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻实务方法论 / 方延明著.

—广州: 南方日报出版社, 2005

ISBN 7-80652-457-6

I. 新... II. 方... III. 新闻工作—基本知识 IV. G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 089265 号

新闻实务方法论

作 者 方延明

责任编辑 赵 泓

邮 箱 zhaoxuanyuan@vip.sina.com

封面设计 明 室

版式设计 赵 泓

责任技编 吴 涛

出版发行 南方日报出版社

地 址 广州市广州大道中 289 号 邮政编码 510601

电 话 (020) 87373998-8502 传 真 (020) 87374631

经 销 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷 湛江日报社印刷厂

开 本 787 mm×1092 mm 1/16 版 次 2005 年 12 月第 1 版

印 张 26.75 印 次 2005 年 12 月第 1 次印刷

字 数 450 千字 印 数 1-5000 册

ISBN 7-80652-457-6/G·88 定 价 38.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序 言

李希光

两年前的一个冬天的晚上，清华大学 15 名十八九岁的大一新生围坐成 4 组，正在七嘴八舌地谈论我给他们出的一个抉择游戏：“如果你得知自己身患艾滋病，却只能保留一项‘财富’给自己，你会留什么？财富、亲人、友人、工作，还是爱好？”

在一群稚气未脱的新生中间，一位身材魁梧的长者显得格外醒目。他坐在教室的角落，却主动拉着椅子靠近学生，加入这个游戏。他认真地听着学生们的答案，时而微笑，时而点头，最后还主动解释自己的选择。下课后，这位操着浓重山东腔的大汉握着我的手说：“这个课好，参与性强，学生不是死读书、读死书。”这个人就是方延明教授，我请他参与我的这堂课，不仅因为他是南京大学新闻传播学院的院长，更因为在 27 年前，他在我的心底埋下了当记者的念头。

1978 年春天，我报考大学填报志愿，举棋不定。突然抬头看见案头一张《人民日报》，头版有篇文章，报道南京大学的事，我顺手就填了南京大学。那篇报道的具体内容我早已忘了，但是最终把我引进南京大学读书的这位记者的名字，我忘却不掉：方延明。

进入南大学习后，我不断地在《人民日报》、《光明日报》、《中国青年报》、《中国教育报》、《文汇报》等报纸上看到方延明报道母校的新闻。每当我读到这些新闻，都为母校感到自豪，也为能有这样一位学兄而骄傲。我暗下决心，希望有一天也跟方一样，当一名新闻工作者。没想到，27 年过去后，我竟有幸被方延明教授看重，为他的《新闻实务方法论》写序。

《新闻实务方法论》这个书名，一语道破新闻学教育的核心理念：新闻学是一门实践教育和职业教育，新闻学需要的是实务课和实践教学。

什么是学术？古希腊哲学家说，实践的智慧。实践课与科学研究的结合点在哪里？在课堂，抑或课外？课堂上的学术探讨与课堂外的实践教学不是对立的。

科学研究的特点是实证的、可感知的、可测量的、可观测的、客观的、系统的、可积累的、可预测的（根据现实可以预测未来）。有用的理论在于成功地预测一个现象、一个事件。实践教学中的学术元素是什么？新闻学与实践的结合点：科学研究和新闻报道都是研究和发现事实，而不是对事实的解释。而新闻实务课正好体现了新闻学的学术与实践的结合点，是带领学生走进实践的核心课程。

大学培养的是有创造力的人。一个人是否有创造力，能否超凡脱俗，表现在它在现实中对世界的观察角度是否独特。伟大的科学家和学者的产生取决于好奇心。这种好奇心，除了少数天才外，多数产生于实验室里和社会实践中。这种好奇心不是为了学习那些现成的、专供人们去吸收的“知识”，而是用另类的方式去思考、感知。新闻实务课正是基于这样一种教学理念：真正有效的学习不仅仅是为了获取更多的信息、概念或理论，也不仅仅在于教会学生分析问题的能力。真正的学习更意味着让学生能够有新的观察，在学习过程中使学生的认知、思想、行动上有着真正的转变。简言之，真正的学习需要学生的心、脑、体同时参与。新闻实务课通过实践教学，同时关注学生作为一个完整的人，在思想、感情、行为各方面的全面发展。实践能够激发学生的优秀品质，在人生的旅途中检讨人的本性，探索人生。正如法国哲学家福柯说的：“每当我试图进行理论研究时，我总是将它建立在我亲身经历的素材上。”新闻实务课不仅仅是传授找故事、讲故事和写故事的技巧和艺术，更像传授武术一样，需要身体、大脑、心脏和精神的全部投入。这门课能够激发学生的优秀品质，能够把学生带进人生的旅途中检讨人的本性，探索人生。

新闻实务课培养的更是一种快速、清晰、有力的写作。在新闻实务课堂上，学生跟老师学习的是一门手艺。在新闻实务课堂上，师生可以试验新闻写作和新闻改革的理念和方法。在新闻学院里，没有比新闻实务课更能锻炼学生的了。新闻实务课能够给学生带来写作的欲望、灵感和自由的空间，老师在这个课堂上传授的技能将成为下一代新闻工作者在事业上成功的秘密武器。方延明教授的《新闻实务方法论》系统地论述了新闻采访写作和报道的原理、技能、方法，如：新闻采访破题、新闻采访与环境、新闻采访与事实、新闻采访与思维、新闻写作与主题、新闻写作与角度、新闻写作与背景、新闻写作与结构等。

今天的新闻专业学生已经不再使用打字机，他们可以坐在机房里，享受空调带来的清凉，不受任何干扰地写稿。但是，无论传播技术和设备怎样进步，记者所需要的最基本的素质依然是“找故事的艺术”——新闻实务方法，描写我们这个社会中人与人的关系，记述他们的追求，刻画他们的性格，再现他们的生活。

因此，我们需要一种新鲜的学术空气，让我们的新闻学教育不仅仅只是读晦涩的理论，而是融入一种操作性、实践性最强的新闻实务理论，开辟一种中国的新新闻学。今天方延明教授的这本书和清华大学所倡导的新新闻学不谋而合。

2005年7月11日于清华园

自序

我为什么要写这本书

我为什么要写这本书？这有一个角色不断转换的问题，说来话长。我本不是学新闻的，是学数学的。

28年前，大学毕业时，一切服从党的安排，留在学校党委宣传部从事宣传工作，其中很大一部分工作就是一个专职的南京大学对外宣传员，专门为新闻单位提供新闻稿件。记得第一篇新闻稿是1977年10月刊登在《人民日报》上。一直到1988年，除中间有两年时间协助已故老校长匡亚明撰写《孔子评传》，大部分时间都是在宣传南大，主要是给《人民日报》、《光明日报》、《中国青年报》、《中国教育报》、《文汇报》以及江苏和南京的主要报纸、电台、电视台提供稿件，有时甚至几张报纸在一天之内都有我的作品刊出。因此，媒体的同志给我一个雅号——“南通社”（南京大学通讯社）。这段时间我的角色是记者、通讯员等。我写的稿件在编辑手里任人宰割，因为我是一个通讯员。蒙业界同行关心，发稿颇多，每年都能上几个头条，包括《人民日报》头版头条。

1988年以后，我开始担任南京大学校报主编，一干就是15年。麻雀虽小，五脏俱全。在这期间，我的角色是编辑，但有时我也写一些稿件，不过更多的是策划、编辑，深感没有策划就没有精品。

2003年，学校要我到南大新闻传播学系任系主任，半年之后，撤系建院，担任院长。这时，我的角色是教师。实际上，早在1994年，我就开始指导新闻学系的研究生，迄今已有十几位毕业，在学的也有十几人，这期间开设了“新闻文化学”。近年来，在与学界、业界朋友的交往中，我深深体会到，在目前的新闻学教学过程中，学生太缺乏方法论这方面的基本训练，全国几乎所有新闻院系都没有专门开设关于方法论方面的课程。从学界来看，除了有几本《采访方法论》和《写作方法论》，至今没有一本新闻学通论方面的方法论的书，这不能不说是一个

遗憾。

我一直这么想，有一些非常有名的记者，包括西方国家的一些名记者，不是学新闻出身的，但他们却做得很优秀。为什么？我认为，一是他们本身的学养，二是他们的敬业精神，三是他们所掌握的基本方法。新闻这门学科，是一个实践性强、理论与实践密不可分的学科。特别是方法论问题，是治学、实践的根本问题。方法掌握了，可以举一反三，一通百通。我在带记者、带编辑、带研究生这方面体会很深，知识素养加职业精神加新闻方法，绝对是一个称职的新闻工作者。

我了解到，在学校教新闻的老师大都是从学校到学校，许多是从文学转过来的，缺少新闻业界的实践，他们的课堂教学，理性的东西多，感性的东西少。比如，如何采访、如何编辑、如何策划，实践经验几乎没有。因此，他们的采、写、编还是停留在从书本到书本，缺少鲜活的例子和直接的实践经验。反之，在新闻业界，许多优秀的记者、编辑，苦于工作，很难静下心来总结，很难从理性的角度对感性的东西加以概括，他们有感性的鲜活的例子，但理性概括往往欠缺，一般还停留在经验方法上。比如，有的名记者、名编辑，让他们到高校给学生搞一个讲座，会非常精彩，但如果让他系统地讲授一门课，就难为他们了，因为他缺少一个完整的理论体系。

经过将近 30 年（我于 1977 年开始搞新闻报道的）新闻采、写、编、策划、教学、科研，应当说我对新闻产品的全过程还是比较熟悉的，个中甘苦良多。我曾写过几千篇新闻作品，包括在《人民日报》、《光明日报》、《中国青年报》、《中国教育报》、《文汇报》、《新华日报》、《南京日报》等多家媒体发表过五十几个头版头条，有些在全国产生过很大反响。

据说，现在有一些很有声望的报纸，登稿子也要花钱，不同版面不同价钱，如果要上头条的话那要数万元，以致有的记者都发了，车子、房产多的是，版面成了他们的摇钱树。我过去给新闻媒体投稿，从来没有送过一分钱，稿子还是照登，现在很少写了。我认为，优秀的报纸，有品格的报纸，还是要看报纸稿件的质量。一个只看到钱而不重视稿件质量的报纸，迟早是要垮台的。

除了我对新闻的整个流程有过多年的亲历参与，加之我过去是学数学的，尤其注重方法论的研究。几年前，我还出版了一本《数学文化导论》，颇得好评。因此，十几年来，我一直有一个夙愿，想写一本新闻学方法论方面的书，目的是想让那些能够掌握一点新闻基本知识或有一些知识素养的人，在学习了这些方法后，能较快地上手，成为一个比较称职的新闻工作者。有这个想法已不止 10 年了，中间几易其稿，甚至在 2000 年已写成 6 万多字，后来又搁置起来，推倒重来，直到

2004年才又开始动笔。为什么呢？就是这本书的架构，也就是结构体系很难搭。如果说把传统的采、写、编拼凑起来，实际上是一块“三明治”，我不想这样做。应当说，一本方法论的书还是要有分有合，能够形成一个体系，不能是“三明治”，而应是一块多味蛋糕。基于这样的考虑，最后采用了目前的结构体系。

第一章实际上是一个知识基础，解决对一些基本概念、体系架构和关键词的理解问题。这部分内容对新闻专业的人来说是温故知新的问题，对非新闻专业的人是一个熟悉、理解概念的问题。没有这个基础，后面的方法论就如建在河滩上了，是不牢固的。

第二章专门讲述新闻策划方法论，这在其他著作中鲜有前例的，我主要考虑到策划太重要了。在当下，没有策划就没有新闻精品，没有策划就没有竞争力，新闻策划已经成了媒介生存的核心竞争力。这一部分内容主要从新闻策划的意义价值、一般规律以及与新闻写作的关系等方面撰写，因为策划的最终结果还是要落实在文本上。

第三、四章主要是采、写的方法问题，这是新闻实务最主要的核心内容，是记者的看家本领。因此，用了比较多的篇幅，在这里面较多地考虑和选取了一些案例，这对初学者来说很重要，希望他们能从这些案例中体会到方法的脉络与精神，起到举一反三的作用。

第五章是编辑方法论。编与采、写关系很大，从某种意义上讲，编比采、写需要更高的文字驾驭能力。编是创造性劳动，编辑工作中的选题与判断，审稿与知文等与采、写都是相通的，而剪辑与润色则是使新闻作品实现其价值最大化的关键一环。一个优秀的编辑，可以胜任一个优秀的记者，而一个优秀的记者未必能胜任编辑。

第六章是新闻审美，这是我特别在意的一章。我以为不管做什么，只有进到审美的层次，才算是达到一种境界，做学问做人都是如此。所以，我从事新闻工作几十年，包括最近的新闻教学与科研，始终关注新闻审美，不断研究新闻审美，力求达到新的境界。撰写这样一本把采、写、编、策划、审美等几乎打通的新闻实务方法论，以前没有可资借鉴的专著，也无可资借鉴的完整体系。因此，这种体系是否合理，是否有道理，需要市场和读者的评判，特别是业界人士的评头论足。

记得鲁迅先生讲过一句话，地上本没有路，走的人多了，也就成了路。应当说，所有新闻从业人员，他们都在自觉或不自觉地遵循一些方法去工作，但是鲜于总结。我不敢奢望我是首创者，但从实务学的总体考虑，我愿做一个探路者，

也希望这样的探路者越来越多。那样，我们就会从探路到建路，最终拓出一条新闻实务方法论的崭新学科。这对培养造就千千万万优秀的新闻工作者，对繁荣我国的新闻传播事业将大有裨益。

为什么叫《新闻实务方法论》呢？我曾想叫《新闻学方法论》，但我以为自己的实力还不够，还不到时候，新闻学方法论更应从哲学的高度去建立框架，而新闻实务的框架相对少一点哲学还是可以的，因为它着力于操作层面。再者，我已为研究生开设了这门课，等经过几个教学实践的反复，再把业界的反映结合进来，力争在《新闻实务方法论》的基础上再写出一本《新闻学方法论》。恳望读者对本书给予评判和指点。

2005年5月26日

目 录

Contents

第一章 概念与理解 / 1

第一节 关于新闻概念 / 1

第二节 新闻体系架构 / 7

第三节 关于新闻事实 / 15

关于事实 / 15

理解新闻事实 / 17

新闻事实的定义 / 21

新闻事实的特点 / 22

第四节 新闻关键词 / 23

新闻文本 / 23

新闻价值 / 28

新闻敏感 / 36

新闻时效 / 42

新闻舆论 / 49

新闻真实 / 52

新闻客观性 / 56

第二章 新闻策划方法论 / 69

第一节 新闻策划的意义价值 / 70

新闻策划的概念 / 70

新闻策划的本质 / 73

新闻策划的原则 / 74

新闻策划的意义 / 76

第二节 新闻策划的一般规律 / 79

调查研究是基础 / 81

创新思维是关键 / 84

找准选题是突破 / 87

社会效果是目的 / 89

第三节 新闻策划与新闻写作 / 92

新闻策划与事实 / 92

新闻策划与由头 / 96

新闻策划与主题 / 103

新闻策划与体裁 / 107

第三章 新闻采访方法论 / 111

第一节 新闻采访破题 / 111

第二节 新闻采访与环境 / 115

精心准备 / 115

优化环境 / 124

第三节 新闻采访与事实 / 133

材料与新闻事实 / 133

立意与新闻事实 / 150

第四节 新闻采访与思维 / 155

采访与形象思维 / 155

采访与逻辑思维 / 163

采访与抽象思维 / 171

采访与灵感思维 / 176

第四章 新闻写作方法论 / 181

第一节 新闻体裁写作异同 / 182

第二节 新闻写作与主题 / 190

新闻主题的性质 / 190

新闻主题的特点 / 193

怎样提炼新闻主题 / 215

第三节 新闻写作与角度 / 232

新闻角度的定义 / 232

新闻角度的多样性 / 232

观察新闻角度的方法 / 237

角度与新闻事实 / 246

角度与新闻主题 / 257

第四节 新闻写作与新闻背景 / 262

新闻背景的定义 / 262

新闻背景的类型 / 264	
新闻背景的作用 / 277	
第五节 新闻写作与结构 / 291	
怎样写开头 / 292	
怎样写结尾 / 304	
怎样谋篇布局 / 312	
第六节 新闻写作与借鉴 / 313	
借鉴文学的写作方法 / 313	
借鉴哲学的思维方法 / 323	
借鉴数学的审美方法 / 330	
第五章 新闻编辑方法论 / 337	
第一节 编辑工作的基本要求 / 337	
编辑的政治素养 / 337	
编辑的业务素养 / 340	
编辑的道德素养 / 342	
第二节 编辑工作是创造性劳动 / 347	
第三节 新闻用稿与判断 / 349	
从大局中判断 / 349	
从贴近中判断 / 354	
第四节 审稿与知文 / 357	
第五节 剪辑与润色 / 362	
删繁就简 / 362	
突出主题 / 370	
提升价值 / 373	
第六章 新闻审美方法论 / 377	
第一节 借鉴文学的审美方法 / 378	
第二节 新闻审美的事实基础 / 386	
第三节 新闻审美的主要方法 / 392	
第四节 新闻作品的审美要点 / 399	
后记 / 415	

第一章

概念与理解

在这样一本专门介绍方法论的书里面，必须有一章来解决概念与理解的问题。因为一门学科的完整体系，主要是由概念和定义构成，这是学科基础，或者说是元素。定义和概念体现了一门学科的灵魂与价值尺度。对人文社会科学来讲，一门学科的基本要求总是着眼于客观的、系统的、不以假设为前提的，但同时它又应是积累的、公开的、辩驳的，它必须公开接受挑战，这是一门学科不断完善，与时俱进的品格。

学习新闻实务方法，首先要弄清楚一些主要的基本概念，理解其中的真正含义。新闻实务方法，说到底，就是在新闻实践中如何理解概念、运用概念，把概念与事实结合得如同烂泥在雕塑家手中得心应手那样。当然，讲概念，不能罗列太多概念，而只能是一些关键词，否则，那将是一本词典的任务。本章挑选出的几个概念，一是关于新闻的概念，这是不能不说的，尽管不少教科书中都有，但是作为一门独立的新闻实务方法论，是必须交代的，况且这里的理解也有自己的特点。二是新闻体系结构，通过了解结构而进一步理解概念。三是关于新闻事实，什么是新闻事实，如何理解新闻事实。另外，还挑选了其他几个关键词，这些关键词在新闻采、写、编中都是非常重要的，正确理解这些关键词，对于掌握新闻实务方法将有极大的帮助。

第一节 关于新闻概念

“新闻”概念是新闻学最重要的概念。孔子讲，“名不正，则言不顺，言不顺，则事不成”。新闻概念是界定新闻这门学科的重要范畴。为了界定好新闻概念，需要回答三个问题：

一是伴着人类社会的出现,劳动创造了人类社会传播的一切活动,从物质上提供了“新闻”的社会土壤。

二是对迄今为止的一些主要新闻概念作一个扼要梳理。

三是给出本书的新闻概念。

人类进步的历史是一部文化的历史,同时又是一部传播的历史,“最强有力的存在是高级文化,它们是在伟大的精神巨变中产生的,在千百年的生存中把一切低级的结合——民族、阶级、城镇、世代——熔于一个单位之中”^①,于是就有了真正的历史,而新闻对社会的作用恰恰就是承担了“熔于一个单位之中”的功夫和内容。

由此可以这样说,从人成为人的那一天起,文化传播活动就同时开始了,新闻也由此产生。人类为了在早期社会中更好地生活、发展,不得不联合起来,聚集而居,形成规模。而这种聚居,除了群居力量之外,沟通信息是一个最直接的共聚方式。人类早期的传播活动就是从口耳相传到有语言文字,绵延不断。恩格斯曾有一段著名的论述:“劳动的发展必然促使社会成员更紧密地互相结合起来,因为它使互相帮助和共同协作的场合增多了,并且使每个人都清楚地意识到这种协作的好处。一句话,这些正在形成中的人,已经到了彼此间有些什么非说不可的地步了。需要产生了自己的器官。”^②

因此,从这个意义上讲,劳动不仅创造了人本身,而且也创造了用于信息交流、语言传播的语言,创造和丰富了人们的传播形式和交流活动。人类发展的历史有多长,新闻传播活动的历史就有多长。没有人类交往就没有新闻传播。同样,新闻传播促进了人类交往和社会进步。今天,社会进步的现实充分说明,新闻传播已经成为社会发展中最具活力的生产力。根据目前所能发现的史料,我国的报纸已有1200年的历史。我国原始状态的报纸——手抄新闻,始见于唐代。孙樵所著的《经纬经》卷三《读开元杂报》均有记载。^③ 国外记载最早见于公元前59年,罗马执政官恺撒,命人在街上立一块白木板,写上消息,称之为“每日纪事”。公元前6年,罗马奥古斯都大帝下令创办一种叫“每日纪闻”的手抄新闻,系罗马政府公报,内容以会议、战争、宗教、选举为主,每日在罗马议事厅公布,并分送罗马帝国各个重要城市。15、16世纪,欧洲各国出现了一种叫“新闻信”的手抄新闻。我国宋仁宗时的毕昇已掌握了雕版印刷术和低级的活字印刷术,后

① 奥·斯宾格勒语,转引自《西方的没落》,商务印书馆,1963年版,第105页。

② 《马克思恩格斯选集》第3卷,人民出版社,1972年版,第510~512页。

③ 参见黄卓明:《中国古代报纸探源》,人民日报出版社,1983年版,第19页。

经蒙古人传至欧洲。1450年,德国人约翰·谷登堡发明了铅字印刷术。15世纪末,德国就出现了不定期的印刷新闻。

据此,我们可以看出,原始的新闻传播活动规模较小,范围有限,传播方式也比较简单,没有职业新闻机构专门从事有组织的信息传播活动。从参与方面来讲,反映统治阶级内部的活动比较多,而被统治阶级则很少参与到社会的新闻活动中去。

单就“传播”、“新闻”两词追根溯源,可能还要早一些。迄今为止,较早见到的是《北史·突厥传》中的“传播中外,威使知闻”及《新唐书》于唐中宗神龙年间(705~706年)记载的,文人孙处玄对大臣拒绝采纳他的条陈不满,忿忿地说:“恨天下无书以广新闻。”唐代诗人李咸用有诗曰:“旧业久抛耕钓侣,新闻多说战争功。”后来,唐末有一个尉迟枢写了一本《南楚新闻》,专门记载当时南方民间的风俗习惯、奇事异闻,其中第一节记载的就是唐末的黄巢起义。宋代,统治阶级就已比较注意新闻,赵升的《朝野类要》说:“朝报,日出事宜也。每日门下后省编定请给事判报,方行下都进奏院,报行天下。其有所谓内探、省探、衙探之类,皆私衷小报,率有泄漏之禁,故隐而号之曰新闻。”戈公振评论说:“读此,则小报与新闻二名词,在宋代盖已有之矣。”另外,像《红楼梦》里面也有“众人当作一件新闻传说”,“老先生倚门伫望,敢问街市上有甚新闻么?”“雨村因问:‘近日都中可有新闻没有?’”子兴道:“倒没有什么新闻,倒是老先生的贵同宗家出了一件小小异事。”足见历史上人们对新闻的理解与我们今天对新闻的理解并无二致。

汤姆·罗森斯蒂尔和比尔·卡瓦奇在谈到新闻报道时指出:“……记者的职责就是要从各种推断中筛选出事实,并向公众提供准确可靠的信息,帮助他们实现自我管理。但这一过程正面临着危险……随着新闻越来越成为展现冲突的讲坛,人们已经开始渐渐游离于新闻……这类新闻报道倾向于走极端,却不能为公众提供可靠、有效的途径以便了解和掌握这个世界。”^①不管是西方发达国家,还是在中国,尽管人们对今天的新闻现状都不是太满意,但新闻仍然是人们了解社会的基本信息来源,很少有什么能像新闻这样已经成为我们生活中的重要的一部分。新闻已经成了维持一个政府运转的重要的基本因素之一。那么,什么是新闻,怎么去定义新闻?实际上,真正给新闻下一个定义很难,古今中外,关于新闻的定义可以说五花八门。W. 兰斯·班尼特在其名著《新闻:政治的幻象》一书中,

^① 参见 W. 兰斯·班尼特著,杨晓红、王家全译:《新闻:政治的幻象》,当代中国出版社,2005年版,第1页。

从政治学的外延提出政治角色、公众和新闻媒体之间的相互作用，认为给新闻一个简单的定义是非常必要的，他指出：

新闻人物所推行的及时的、重要的和有趣的事情（我们最基本的新闻人物是政治家和其他公共角色）；主要包括以下内容：

新闻机构选择、描述、包装成信息格式并利用传播技术传播的消息来源，以及人们在历史上任何一个时间所消费的产品。

新闻对我们生活的这个世界的反映是有选择的、不断演变的。这种新闻有着很多独特的地方。如果人们不是那么想当然地看待新闻的话，这些特点就显得更加独特。多里斯·格拉博尔认为，并不是所有的信息——包括关于这个世界的最重要的信息——都能被称作新闻。相反，新闻所包含的信息更多的是适时，经常是煽动性的（丑闻、暴力和人物戏剧经常主宰着新闻）和人们所熟悉的（熟悉的人和经历常常使人们在了解远方发生的事情时能找到一种类似于回家的感觉）。^①

从这一观点考虑，新闻常常是由记者、政治家以及公众通过不完善的信息交流，在不断寻求各自不同目的的过程中，不断变换和调整位置形成的。其结果就是这样一种新闻体系：一边是政治的垄断，一边是新闻机构对政治人物的围追堵截。原来被认为是嚼舌头的话题以及小报那种耸人听闻的标题在主流媒体中越来越多地出现。^②

在对新闻活动的沿革作了扼要回顾之后，我们再来看看如何界定新闻。

近年来，关于“新闻”的概念有不少成果，但是迄今为止还没有一个在学界得到大家比较认同（除了陆定一的定义）的定义。即使是对陆定一的定义也有同志提出不同意见。

有人提出^③，新闻概念可以有4种概括：

其一，“广义”的理解，泛指社会上普遍存在的一切新鲜事物、现象。

比如：新闻是新近发生的，能引人兴味的事实（美国，布莱尔）。

① 参见 W. 兰斯·班尼特著，杨晓红、王家全译：《新闻：政治的幻象》，当代中国出版社，2005年版，第11~12页。

② 同上，第11~12页。

③ 郑保卫：《当代新闻理论》，新华出版社，2003年版。