

ChongXinFaJue

重新发掘新闻奥秘

胡志平 王桥 著

新华出版社



526339



526339

重新发掘新闻奥秘

胡志平 王桥 著

新 华 出 版 社



图书在版编目 (CIP) 数据

重新发掘新闻奥秘/胡志平、王桥著, -北京: 新华出版社,
2000.1

ISBN 7 - 5011 - 4697 - 7

I. 重… II. 胡… III. 新闻学 - 研究 IV. 210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 53911 号

G210

H112

重新发掘新闻奥秘

胡志平 王桥 著

*

新华出版社出版发行
(北京宣武门西大街 57 号 邮编: 100803)

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 × 1168 毫米 32 开本 12 印张 239,000 字
2000 年 1 月第一版 2000 年 1 月北京第一次印刷
ISBN 7 - 5011 - 4697 - 7/G · 1738 定价: 25.00 元

序

张建伟

“新闻专业实践性很强”，这是整个新闻界的共识。但是，在这个共识中会出现两种观点：其一，中肯地强调新闻实践和积累比新闻写作知识更重要。其二，只强调在实践中学而不屑于理论的指导。可能是后者的原因，才使新闻写作理论逐渐荒芜了。

在这荒芜的地方，我们甚至忘记了这里还大有耕耘的必要！

新闻无学，这当然是一种偏见。但这偏见如此深入人心，以至于直到今天我们看不到新闻传播学的学者们和新闻从业人员的有力批评。大家对这偏见都默默地承认了吧？

在传统的社会科学分类中，人们乐于把新闻传播学拒之门外。当问道什么是社会科学时，人们往往会大而化之地脱口而出：文史哲——文学、史学和哲学。这不奇怪。自从人类有了文字，文史哲逐渐形成了其各自不可剥夺的学问体系，确定了各自的研究领域和知识坐标，虽说“确定的是核心，模糊的是边界”，但毕竟有所确定。史学牢

牢抓住人类真实的过去，试图再现已逝的辉煌或毁灭，并试图影响当代的甚至未来的历史。文学虚拟出一片理想的世界图景，试图把人类的梦想个性化地传达给读者，以影响人的生活和生存。而哲学有更大的野心，它把整个宇宙划归在自己的旗帜下，大至无限时空，小到一粒尘埃，都在它的研究范围之内。如果说社会科学是一块蛋糕，它们已经一刀一刀地把它分割完毕，吞到肚里，并像只公鸡一样骄傲地宣布：除了它们，这世界上不再有其他的学问。

而新闻是什么？某件或大或小的事情，某个可有可无的人物，某个自称记者的人把那事情或人物写下来，印刷到某张被称为报纸的纸上，然后便卖钱去了。而现在似乎更简单了：写都不用写，举着个话筒，随便抓住一个什么人问道：“您最近干什么了？”“您对此有何看法？”这就完了。一根导线把这情景传达到一个叫电视的方盒子里，于是人们看到了，于是有企业家或商业赌徒把他们的产品也混杂其中，强迫人们不得不看，于是挣了更多的钱。这就是新闻传播么？这有什么学问？谁不会干这个！于是愈是在当代，新闻传播愈是普泛，人们便愈不把新闻当学问——不过是一门愈来愈依靠电子技术的手艺罢了！

许多新闻从业人员的表现更加深了这一印象。他们有的年轻力壮，有的美貌如花，他们中的佼佼者上天入地，走遍世界各个角落，把无数的事情通过电子技术或新闻纸及时传导给读者或观众。他们是努力的。他们试图创造新的表达方式，以招徕更多的观众或读者。但他们的命运不佳。读者和观众记不住他们的名字，甚至很少阅读或观看

他们的报道。他们不明白这是为什么。他们中的一些人甚至曾经有点名气，但也很快在观众或读者心中成了过眼烟云。他们咒骂人们忘恩负义，没有丝毫的自知和检讨。读者和观众责难他们：“你们报道的这是什么东西呀，没学问！”他们觉得委屈：“我告诉了你们多少事情呀！你们怎么还不满足？”

这是读者或观众对新闻传播功能的现代挑战。在严格意义上的传媒刚刚诞生的时候，只要把信息交给读者就够了。那时，信息传播的手段简单，要把信息传播给读者并不容易。那时，我们可以说，新闻的学问就是传播信息。但到了现代，尤其是电视传媒出现后，情况大大改观了，出现了我们常常挂在嘴边的“信息爆炸”。这时，新闻的传播功能发生了质的飞跃。一方面，新闻传播信息的功能还在，并且更快了。另一方面，在读者被信息“炸”得晕头转向的时候，新闻功能开始更强调对信息的“澄清”和“解惑”。换句话说，读者不仅需要信息传播者提供的可“读”的新闻，更需要经过信息传播者“解读”的新闻。从某种意义上说，新闻传播的这种“解读”功能，便是新闻的学问。这并非对新闻传播量的增加表示不屑，而是在这里，在新闻传播已经达到量的爆炸的前提下，新闻作品量的增加便不再能说明任何问题了。事实上，这时，只有具有“解读”性质的信息量的增加，才能说明新闻的进化。一句话，是信息传播质的飞跃，而非传播信息量的增加，造就了新闻的历史。

本书正在信息传播业面临如此困境的宇宙图景中横空

出世。它的书名《重新发掘新闻奥秘》，仿佛在过去的岁月里，新闻传播的奥秘都给挖掘错了，所以必须再次挥起铁锹。但仔细阅读此书，我们发现这并非作者过于自负，他的确为我们挖掘出了一些珍宝，并试图为新闻创建一门有用的学问体系。考虑到社会科学的蛋糕已经被文史哲三分天下，而且没有让一块空白的意思，作者的努力简直可以说是可歌可泣。

在本书中，作者首先探讨了新闻思维现象和思维方式。像已成体系的社会科学，作者开篇便高扬起主体思想的旗帜。这不奇怪。所谓新闻报道，说穿了，一是对事实的选择，一是对事实的观照。无论对事实的选择还是对事实的观照，都离不开报道主体的思想。在对报道事实的选择上，重要和趣味是两个最主要的指标。首先，必须选择重要和有趣味的事实进行报道。其次，一个信息传播者是否有选择重要和有趣味的事实进行报道的能力。这两个方面的选择，都离不开思想的判断力。好记者，一般的记者，甚至你能不能当记者，就看这种思想判断力的高下。因此，我们应该记住一句无论怎样强调都不算过分的话了：面对事实，一切选择都是思想的选择！而在决定使用你已经选择的事实进行报道后，对这些已经选定的事实进行处理，更需要思想的观照了。首先，事实之间的关系是什么，需要思想分析；其次，事实之间的结构是什么，需要理性判断；第三，如何把这些事实通过最完美、最清晰的语言表达出来，需要一种有意味的形式，而意味这个东西，完全是个性化的和具有认识论根源的。这三个方面，

都离不开思想的观照。因此，我们应该记住另一句需要强调的话：面对事实，一切观照都是思想的观照！

作者就这样拉开了重新发掘新闻奥秘的序幕。从新闻发现到新闻再现，从新闻魔术到新闻纪实，从新闻要素到新闻密码，从新闻形象到新闻结构，从新闻效率到新闻人才，仅仅扫描一下本书的结构定位，便可发现作者的抱负。他的确试图创造一种普遍适用的新闻采写体系，像一根楔子，楔入似乎已毫无空隙的社会科学的铜墙铁壁中。

新闻发现是新闻传播的第一步。作者从新闻敏感问题入手展示新闻发现的奥秘。这是有趣的。如果说“新闻无学”，首先便是新闻敏感是不可教的。对此，任何新闻教科书都束手无策。面对同样的现实图景，为什么有的记者立刻便敏感到某个新闻题材，而相当多的记者却视而不见，这问题是不可说的，也是说不出的。但本书作者偏偏要把它说明白。他试图告诉我们，在什么样的情况下，会有一种新闻发现的敏感意识被突然唤醒。他相信这里有规律——例如信息预见的规律，信息提炼的规律，信息确认的规律，等等。作者在“无学”的新闻中引入了心理学，让我们看到了新闻毫不逊于其他社会科学的可探索性和所具有的学说价值。

新闻再现是技巧问题。这是可教授的。有关这方面的写作指导书籍汗牛充栋，不知可有人真的从中收益？但本书作者的认识还是让我们大开眼界。他只通过一句话便把技巧问题说明白了：“不论采编人员使用何种技巧，他实际上都是做了一件事：根据读者范围和受众心理状态，实

现事实材料从不可感到可感的转化。”看来，新闻从业者多读一些文学作品是有益的，因为所有的文学文字都是可感的。在这里，作者在新闻与文学之间架起了一座桥梁，但要小心，新闻再现的技巧不容许文学性虚构，它的“可感性”仅仅在于“现场感”和“亲历感”的生动再现。

于是有了新闻魔术。把无形的事实通过某种手段有形地再现出来。眼睛看不到玻璃试管中贮存的氧气，但试管中只有氧气而无氢气，这是事实。为了使这事实明朗起来，丢进一根擦亮的火柴，火便在氧气中燃烧并发出独特光彩。这就是作者告诉我们的新闻魔术：通过主体来观照客体，显露客体的实相。但这更要小心：在新闻传播中，主体可以观照客体，但不允许“添加”什么东西。作者为我们找到了一些主体观照客体的方法（实验法、印证法、统计法），力图避免“添加”的嫌疑。这当然是必要的。

为此，作者重新定位了新闻纪实规则，他很看重这些规则，称之为“定律”，像地心引力一样不允许游离其外。在新闻写作中，文采飞扬是有限度的，绝不能为了生动而放弃准确。但没有生动的个性化表现就等于“没人读”的新闻，因此，技巧又是必须的。正是在这种准许不准许的张力之中，作者让我们看到了新闻写作的艰难和有趣。

作者当然不会回避新闻要素问题。五个“W”是新闻的伴侣，是它的新娘，消灭了它们便等于消灭了事实与新闻的亲缘。在这众所周知的事情中，作者展开了他的才能，从而试图破译出新闻传播的全部密码。这是本书的主体部分。阅读它们，正像阅读一篇好新闻，我们在以为简

单的事实中看到了丰富多彩和真知灼见。作者的创造性在于，他把五个“W”——Who、When、Where 和 What、Why 分成了两组，头一组称为硬件（硬要素），后一组称为软件（软要素），“而新闻的主体成分不在于硬件，而在于软件”。如此一来，他便重新审视了我们以为很熟悉的新闻结构，并把新闻世界的千变万化生动地呈现在眼前。对新闻的五要素进行如此丰富的排列组合并在变动不居中试图揭示其奥秘所在，在新闻业务理论书籍中似乎还是第一次，至少我以前没有看到过。

如此丰富且实用的内容，一篇短短的序言无力充分描述。而且，说老实话，这不是一本很容易阅读的新闻业务理论书。我们对作者的许多表述都会觉得生疏，只有细细品味，才能知道作者花了多大力气烹出这盘好菜。这不是偶然的。作者本身便是个新闻记者，他的工作本在第一条线。按照一般规律，他本来无望写出这样充满理论色彩的业务专著，他太忙了，忙碌的双脚，忙碌的双手，白山黑水之间，踩着的和抓住的都是太过具体的东西。而本书需要抽象，需要理论来说明具体，需要特殊来解释一般，需要一滴水反映出太阳的光辉。真难为了他，他竟然完成了这样的使命。如果不是我很熟悉他，我不会相信有这样的奇迹发生。

记得是在五年前，我到他所在单位——东风汽车集团——采访，他听说我来了，几乎每天都来到我的住处，同我倾心交谈。那时，我便感到，这个厂报的记者，有着与一般记者不同的思维方式。那是一种放射性的眼光，带有

一种充满自负的求异性和职业敏感。而敏感这种东西——我前面说过——是不可教学的。在那次采访中，我得益于他的许多帮助，但对他所说“我要写一部重要的新闻业务理论作品”的话，并没怎么往心里搁。后来各奔东西，联系并不经常，对他的雄心壮志，更是早已忘怀。但忽然有一天，他把本书的书稿寄给我，希望我看一看，当然也希望我推荐出版。我读后便震惊了。以我 20 多年的新闻实践——我承认——我还从来没读过这样一部新颖的新闻业务理论作品，并从中颇受启发。我几乎毫不犹豫地把它推荐给新华出版社，并高兴地听说它也得到了编辑们的青睐。

毫无疑问，本书让我们感到新闻有学。这“学”，应该有它自己的理论系统。我还不敢说人们阅读了此书便会成为一名专业新闻高手——因为实践与积累更重要——但毕竟此书能激发从业人的兴趣和爱好，毕竟使我们看到了在几乎荒芜的新闻业务理论中，有一个大胆的独行者，为我们带来了改变“新闻无学”的倡议。

1999 年 7 月

目 录

序	张建伟 1
---------	-------

第一章 新闻发现：专业新闻高手的第一招

1 哥伦布发现新大陆与记者发现新闻， 能否相提并论？	1
2 探索新闻发现的思维现象和思维方式	5
“敏感”的话题：为什么听到这个就特激动特 兴奋？	
“预见”的话题：为了战争即将爆发而奔赴伊 拉克，可是战争没有发生怎 么办？	
“提炼”的话题：同一新闻事件让两个人分别 采写，结果，传播价值出现 天壤之别，为什么？	
“确认”的话题：最终你要告诉受众什么？	

3	新闻敏感是如何产生的?	15
	“母亲与婴儿”的传说	
4	形成新闻敏感的四大传播价值观念	16
	其一, 针对性: 你为什么要采写这件事不采写那件事?	
	其二, 新鲜性: “新近发生的事”都要报道么? 新鲜性的真正意义是什么?	
	其三, 显著性: 新闻诸要素全部显著, 一定会有令人振奋的传播效果!	
	其四, 生动性: 受众喜闻乐见, 难道传播价值不高么?	

第二章 新闻再现: 传播真实与客观的技巧

1	雨果看不出《红与黑》的写作技巧, 是“文人相轻”吗?	28
2	新闻再现技巧的基本功能: 让你切实感受和接受你所不能目睹的事实	29
3	新闻再现技巧举不胜举千差万别, 其实只有三大类	34
	让读者对新闻获得具体感受的再现技巧	
	让读者对新闻产生现场感受的再现技巧	
	让读者消除受传心理障碍的再现技巧	

第三章 新闻魔术：无形事实的有形再现

- 1 记者的无奈：事实不能改变！
受众的感知能力无法改变！ 47
- 2 新闻学新概念：有形事实与无形事实 49
- 3 “培植新闻”是制造新闻吗？是无中生有吗？ ... 54
- 4 千变万化的新闻培植技术及其应用分类 58
实验法：角色实验法，效果实验法，问卷实验法
印证法：因果印证法，同类印证法，表里印证法
统计法：概率统计法，抽样统计法，指标统计法

第四章 新闻记实：永远的四层次定律

- 1 文学是“人学”，新闻是“事学” 67
- 2 新闻记实创造各类新闻语言，为大众传播提供
信息材料 68
- 3 新闻记实三大规则 68
文采限制规则
统一层次规则
准确优先规则
- 4 新闻记实四层次定律 74

层次之一：特写事实

动态特写 - 静态特写 - 个性言论特写

层次之二：情节事实

独立情节 - 阶段性情节 - 言论情节

层次之三：简要事实

事实结果的串连 - 事实结果的并列
- 事实结果的递进

层次之四：概括事实

全面概括 - 重点概括 - 特征概括 -
因果概括 - 过程概括 - 比较概括
- 言论概括

- 5 为新闻写作知识定位，走出新闻教学误区 102
- 6 四层次方法在新闻学中的基础地位 105

第五章 新闻要素：破译全部新闻密码

- 1 新闻诸要素有两个软要素 107
- 新闻诸要素理论的变迁
- 并不简单的“**What**”和“**Why**”
- 2 新闻软要素的基本立足点及核心材料构成 111
- 问题：软要素的基本构成材料是什么？
- 实验：没有简要叙述材料的报道还是不是新闻报道？
- 释疑：为什么新闻软要素要立足于大大小小的

事实结果?

展开: 新闻概括语言对新闻软要素构成所起的作用

延伸: 情节和细节为新闻软要素的生动传播提供服务

结论: 新闻软要素才是新闻再现的重要课题之一

第六章 新闻密码: 原有结果与现实结果

- 1 不知他从何而来, 哪知他去往何方! 125
- 2 原有结果与现实结果在新闻实践中的操作方法 128
- 3 原有结果与现实结果在新闻作品中的表现方式 131
- 4 准确揭示“变动出新闻” 132

第七章 新闻密码: 主动结果与被动结果

- 1 人们多已不用“因为”“所以”写新闻 134
- 2 主动结果与被动结果的逻辑形成和传播优势的形成 139
- 3 反复试验: 密码反映了记者的传播倾向 141
- 4 作品中的密码将告诉行家: 记者是否尽职尽责? 146

5	新闻作品中多项主动结果的逻辑关系	150
6	主动结果的语言表现形式	153

第八章 新闻密码：总体结果与项目结果

1	一篇作品只有一个事实结果，那是指一句话新闻	155
2	先有鸡还是先有蛋?	158
3	新闻概括的理论依据和操作要点	160
	其一：新闻概括只有三个大视角	
	其二：三个大视角中新闻概括有不同的选择性	
4	确定新闻概括最佳角度的选择要点	170
5	总体结果与项目结果展示着记者的劳动含量	171
6	一对密码揭示了新闻概括的全部方法	174

第九章 新闻密码：认识结果与物质结果

1	“我将要辞职”——是既成事实还是不是?	177
2	传统新闻理论没有“认识结果”概念， 造成了一片误区	179
3	认识结果的两大新闻学属性：思维新质和信息 发布	181
4	物质结果的新闻学分类	185
5	物质结果相对于认识结果的传播优势	187
6	同一性：记者之外的一切都是真实的	