

新闻传播学译丛

信息时代的 新闻价值观 NEWS VALUES

IDEAS FOR AN INFORMATION AGE

[美] 杰克·富勒 著

JACK FULLER

展江译

新华出版社

新闻传播学译丛

信息时代的 新闻价值观

[美] 杰克·富勒 著
展江 译

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

信息时代的新闻价值观 / (美) 杰克·富勒 (Fuller, J.) 著; 展江译. - 北京: 新华出版社, 1999.12

ISBN 7-5011-4010-3

I. 信… II. ①富… ②展… III. 新闻-价值-研究-西方国家 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1998) 第 09432 号

News Values: Ideas for an Information Age

by Jack Fuller

Copyright © 1996 by The University of Chicago

All rights reserved

Chinese translation copyright © 1999 by Xinhua Publishing House

Licensed by The University of Chicago Press, Chicago,
Illinois, U. S. A.

中文版专有权属新华出版社

新闻传播学译丛

信息时代的新闻价值观

[美] 杰克·富勒 著

展江 译

*

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 8.875 印张 200 千字
1999 年 12 月第一版 1999 年 12 月北京第一次印刷
ISBN 7-5011-4010-3/G·1474 定价: 18.00 元

献给苏茜·菲利普森

鸣 谢

本书之所以能够问世，是由于苏姗·菲利普森的规劝。她对我说，我能够而且应该写它。我想感谢莫里斯·菲利普森、约翰·特赖内斯基以及芝加哥大学出版社的所有其他人对我的忠告和鼓励。还应感谢以下诸位的有益建议：韦恩·布思、迈克尔·詹韦、诺瓦尔·莫里斯、霍华德·泰纳、约翰·克鲁森、罗伯特·麦克莱恩、戴维·希勒、约瑟夫·索恩顿、桑福德·昂加里和布赖斯·纳尔逊。我还对我的妻子阿丽斯和孩子蒂姆与凯特深致多方面的谢意。他们的耐心只是其中之一。

译 序

对于本书作者其人，译者是略知一二的。这主要是因为他 是普利策新闻奖得主，本人曾译评过他的获奖作品。但是对于他的全面的新闻生涯和在其他领域的建树，就近乎两眼一抹黑了。在我们的印象中，一名新闻记者能获得至高无上的普利策奖，又坐上了一家世界知名报纸总编的高位，应该算是功成名就了。然而，如果你得知像本书作者这样，除了在新闻界名声远播以外，又在司法界有不凡的经历，还是一位获奖小说家，你可能就会对他平添几分敬意了，进而可能会对他的个人学识和素养发生兴趣。

(一)

杰克·威廉·富勒 (Jack William Fuller)，1946年10月12日生于芝加哥的一个记者家庭。他所接受的系统教育主要是新闻学和法学。1968年他自现在美国高校中排名第一的西北大学梅迪尔新闻学院获得理学士学位。随后在陆军服役两年。1973-1975年在《芝加哥论坛报》当记者。他于1974年在耶鲁大学法学院获得法学博士学位，1974年获得律师资格，1975-1976年在共和党福特政府的司法部长爱德华·勒瓦伊手下担任特别助理。1977年重返《芝加哥论坛报》至今。先后任该报驻华盛顿记者 (1977

- 1978)、社论撰稿人 (1978 - 1979)、社论版副主编 (1979 - 1982)、社论版主编 (1982 - 1987; 其间获得 1986 年普利策社论写作奖)、执行总编 (1987 - 1989)、总编 (1990 - 1993)、社长兼首席执行官 (1993 - 1997)、发行人 (1994 - 1997)。1997 年起出任全美第八大报团论坛报公司总裁。

记者、社论撰稿人、主编、报团总裁、法学博士、律师、小说家, 再加上亚里士多德和卡尔·波普的哲学观点以及中间偏保守的政治见解, 这些决定了作者的基本知识结构和基本价值观。通观全书, 我们不难发现, 它与一般新闻界人士的写作方式迥然相异。

它首先表现在叙事说理和行文的严谨规范上。作者没有称自己的书是学术专著, 只是说它是由一篇篇随笔 (essays) 合成的。但是作者使用的是学术语言, 而不是浮夸的言辞。作者每引述一个重要事实和观点均注明来源, 在这本译成中文 20 余万字的书中附上了 169 个注释。

它其次表现在作者丰厚和渊博的学养上。他从他涉猎的哲学、法学和文学甚至于粒子物理学中汲取了大量养料。上自亚里士多德的修辞学, 下至罗尔斯的正义论和波普的证伪主义, 作者娓娓道来, 据之恰切说明新闻学诸理论和实践问题, 而又无卖弄之嫌 (这当然给阅读带来了困难, 为此译者在注释上花了不少气力)。作者不仅拓展了读者的视野, 而且为新闻传播学与其他学科建立沟通提供了范例, 同时给人以启迪: 作为新闻学人, 没有对本专业的体验与感悟是谈不上提升学术水平和与其他学科对话的。

它还表现在对论域的限定上。作者将论域限定在中观层次上, 深刻、透辟地逐一解析论题。正如作者在序言中所说的, 本书重点探讨了三个基本问题。一是新闻的真实性及其实现途径; 二是新闻中的表达问题; 三是网络时代报纸的未来前景。乍一

看，这三个问题似乎了无新意，但是细细品来，书中妙语灼见可谓比比皆是。

关于新闻的真实性这个老生常谈的问题，作者首先剖析了客观性、权威法、敌对法、中立等传统理念的局限性，进而引入了智者诚实（intellectual honest）准则和黄金律。作者的阐释是：“智者诚实意味着记者在呈现新闻报道时可就某个特定事件的结果得出某些结论和作出某些预测。但是它也要求公平地对待属于合法讨论范围之内的问题”；源于《圣经》的黄金律则“要求一个人以他人对待自己的方式对待他人”。显然，这对于理解和扩大新闻传播客观公正要求的内涵不无裨益。

文学是作者擅长的领域之一。作者以较大的篇幅探讨了新闻与文学（尤其是“纪实文学”）的关系。亚里士多德关于史实与诗的分野的论述首先进入我们的视界——“历史描述的是已经发生之事，而诗歌描述的是可能发生之事”。作者又引述了文学理论家克林斯·布鲁克斯和罗伯特·佩恩·沃伦关于小说真实性的见解：史学要求的是符合事实的真实性，而小说要求的是“内在一致”的真实性。以此为起点，作者重点研析了1960年代以后兴起的“新新闻主义”和调查性报道的长处以及它们因有违真实性准则而引起和潜藏的法律和道德问题。这对于我们认识市场经济和法制的环境中越来越多地出现的类似现象预设了一面镜子。

20世纪人类在科学领域取得惊人的进步，这种进步与日趋复杂的世相也向新闻记者提出了知识上的挑战。针对一些自认为是新思想、新观念的传播者和倡导者的新闻界中人抱残守缺、故步自封的心态，作者在书中不时发出警告，指出他们如不改变依赖知觉、毫无条理、大而化之、信口开河、反对定量方法、为获得新闻资源不择手段、滥施骗术、拒不更正错误等习性，那就势必为时代所淘汰。作者的论据是形象而有力的：新闻界允许的差错率一成不变，而信息时代先驱之一摩托罗拉公司“以百万分之

三的坏码为限”，可见“报纸的主要竞争者以光速运转，而报纸仍然以卡车的速度蠕蠕而行”是难以令人忍受的。为此作者提出了改革新闻教育和记者在职培训方式的建议：深入学习优秀作品中的经典技法；加大新闻院校科技课程的分量；掌握新闻学之外某一专业学科知识；新闻院校学生多读哲学、科学、法学原著，少读专为记者写的作品；具备统计学知识……同样面临新世纪挑战的中国新闻界和新闻教育界从这些洞见中可以悟出不少东西。

(二)

作者身为《芝加哥论坛报》前总编和论坛报公司总裁，自然会在书中言及自己的办报经历和《论坛报》的历史与传统。而《论坛报》百余年来变迁是认识和研究美国报业所有制和经营模式的典型个案。在这方面，我们过去的认识是粗疏的和静态的。谈到美国报纸，就说它们是“私有私营”的。其实，在“私有”这个大框架之内，当今美国报纸的所有制类型是多样的。以美国1997年20大报团为例，它们至少有以下四类：^①（1）上市公司（traded）：在20大报团中有10个，占50%，最大者为第四大报团道—琼斯公司；（2）公共所有制（public）：即公共股份有限公司制，在20大报团中有2个，即第一大报团甘尼特公司和论坛报公司；（3）传统私有制（private）：在20大报团中有7个，占35%，最大者为第二大报团、纽豪斯家族的前进出版公司；（4）董事会决策制（board）：在20大报团中有1个，即第二大报团奈特—里德报团，占5%。

论坛报公司从麦考密克上校的私人领地变成了当今的公共股份有限公司，经历了一个引人注目的过程。论坛报公司的“旗舰”

^① Walt Potter, "Who's Got What", *Presstime*, June 1997, p43.

《芝加哥论坛报》创办于1847年。自约瑟夫·梅迪尔(Joseph Medill, 1820-1897)1855年执掌后,该报成为共和党的重要喉舌,“林肯的崛起,梅迪尔起了主要作用”。^①正是梅迪尔奠定了该报的亲共和党和保守派立场。1914年,梅迪尔的两个外孙罗伯特·R·麦考密克(1880-1955)和约瑟夫·梅迪尔·帕特森(Joseph Medill Patterson, 1879-1946,即书中的乔·帕特森)任该报共同发行人。1919年,表兄帕特森去纽约创办大众化报纸《纽约每日新闻》,《芝加哥论坛报》开始了麦考密克时代。这位一次大战中的美国远征军上校生性倔强,他不但成了美国政界极端保守派的发言人,竭力反对富兰克林·罗斯福总统及其新政,而且自命不凡,号称《芝加哥论坛报》为“世界上最大的报纸”。“当他千方百计试图证明《论坛报》正确,而别人大都是错误的时候,社论栏成了发表个人的激烈言论的园地”。^②1948年总统选举揭晓的次日,击败共和党人杜威再次当选的民主党人杜鲁门与一份《论坛报》合影留念,报上的通栏标题是:“杜威击败了杜鲁门”。这是该报历史上最为难堪的时刻(本书作者对此并不讳言,开篇就提及此事)。但是麦考密克在经营上是非常成功的,除了《论坛报》之外,他的论坛报公司一度拥有《纽约每日新闻》和《华盛顿时代先驱报》;他创办了广播电视台,并在加拿大投资。

没有后代的麦考密克死后,《论坛报》实际上已由家族企业变成了公共公司,但是保守的办报方针延续了下来。大致从1969年起,该报在政治上逐渐转向中派立场。1977年,该报摒弃了“世界上最伟大的报纸”这一称号。1998年,该报日发行量近70万份。论坛报公司现已成为一个以媒介产业为主、多样

① [美]埃德温·埃默里、迈克尔·埃默里:《美国新闻史》,新华出版社1982年版,第230页。

② 《美国新闻史》,第664页。

化经营的公共股份有限公司，拥有5家日报、22家电视台、3家有线电视台、4家电台，还拥有特稿社、在线出版物等，并积极参股网络企业。^①

在我们看来似乎有些奇怪的是，美国有许多人并不欢迎公共所有制报纸，而对昔日报业巨头的报纸怀念不已。为此作者为公共所有制作了声辩。他指出，这一始于本世纪初的转变是一个自然的历史过程，而客观性法则的形成正反映了新闻媒介所有权与经营权和编辑权的分离。公共所有制确实意味着严格的成本控制，但是它与减少对新闻业务的投入和追求短期经济回报没有必然的联系。近几年的实绩表明，公共所有制报纸正“朝好的方向发展”。

在论及办报与经营的关系时，作者探究了新闻记者的价值观和报社营销人员的价值观经常发生激烈冲突的原因，提出了在这“两种文化之间架桥”的目标。作者将更多的笔墨落在了对新闻记者传统陋习的批评上，建议记者们从营销人员那里学一些较严谨的社会科学方法，以便在互动式新媒介环境中立于不败之地。当然，同传统的新闻记者一样，作者坚决反对将商业价值观凌驾于新闻价值观之上。

对于报纸的未来，作者驳斥了悲观论者的“报纸必亡论”。作者认为，报纸的确面临着巨大的挑战，这主要表现在：（1）音像制品、电子游戏的泛滥造成的“放弃阅读、回到口头文化的恐惧感”；（2）大众化市场的衰退；（3）“信息高速公路”的崛起。但是他坚信阅读的持久性，因为“讯息是第一位的”，看电视是一种消极的活动，文字则意味着比语言更丰富的内涵，“伴随其中的还有情感、性格、甚至特征的流露”，而“报纸能够传递这一切”；“报纸的长期成功取决于它们如何去适应分众化的新信息

^① 因特网《哥伦比亚新闻学评论》有关资料。

环境”，而“社会分化程度越高，越是迫切需要拥有一个讨论和行动所仰仗的共同信息基础”，在这方面，报纸恰恰是不可替代的。最后，作者回到了本书的主题：报纸的前途并不受制于外在的力量，而是取决于办报人能否恪守正确的新闻价值观。难怪《纽约时报书评》这样说：“每一个脱口秀主持人应该读这本书。新闻编辑室中的每一个愤世嫉俗者也应该这样”。^①

翻译过程中，中国青年政治学院新闻系的洪敏、何盈、姬琳等同学提供了协助，在此谨表谢意。

① 因特网资料。

原 序

近几十年来，在更加快速、更加闪烁耀眼的电子媒介的侵袭下，报纸的读者人数在不断减少。大都会的日报曾经是城市美国的大众传媒，如今在能够传递目标更明确的讯息的郊区报纸和直接邮件公司这类媒介的竞争下，面临着它们为之服务的城市的退化和自身市场的分众化。正在兴起的、开始以“信息高速公路”之名而广为人知的新兴信息传递系统提供了巨大的可能性，但是也带来了速度过快的危险。

有鉴于此，一些人士预言，报纸将像我们所知的那样死亡。其他人士说，报纸的新时代即将来临。我们所能确知的是，受众将形成新的习惯，以回应提供给他们的新的选择。自然而然地，这不仅在加在既存秩序的管理者所作工作上的商业价值方面，而且在这种工作所服务的更大价值观方面扰乱了他们，而他们看到的只是一个缓慢而难熬的衰落过程。

在迅捷和戏剧性变革的时代，弄清基本问题是重要的。本书代表了我为了理解一家报纸所服务的基本价值观和这些价值观对新闻记者行为的意义所作的努力。我的目标是考察基本问题：我们在我们报纸的新闻栏中表明了什么样的真实性主张？为了实行这种真实性主张我们应当遵守哪些准则？报纸应当反映它们所服务的共同体的多少信念？它们应当提供多少道德方面的领导作用？何为新闻事业与市场营销之间以及新闻事业与盈利之间的适

当关系？

在大部分篇幅中，我试图根据美国受众的欲求和利益确立新闻价值观。我无意于表明它们没有道德和政治理论根基。然而我可以确信的是，技术变革能够威胁我们所做工作的唯一方面在于它是否会破坏报纸的商业地位。因此如果我们在报纸应该服务的人民中找到对报纸的支持，这样的新闻价值观将是非常耐久的。

常常有人说，一个社会总有与其相适应的新闻界。对此我不能肯定。但是我知道，到头来社会得到的是一个不会好于它所要求的新闻界。尽管我乐观地看到，人们希望我们根据我们较好的立场行事，^①但是他们会受到诱惑。总是有奸险卑鄙之徒准备作这种事情。如果有人引导公众去接受劣质的或是危险的货色，公众将会接受。因此，这就要求报纸使新闻价值观能够激发起人们的强烈兴趣，以至于人们将从中看到他们的更大利益。

本书分为上中下三编。上编考察了报纸所主张的真实性主张的本义以及新闻记者为了获取可信度所应遵循的诸项准则。接着探讨了欺骗以及其他同样构成道德问题和影响可信度的行径。最后分析了报纸与共同体的联系以及这种联系对真实性诸准则的影响。

中编探讨了表达问题。它以新闻记者与读者的关系开始，考察了修辞学和市场营销学研究对新闻记者有怎样的帮助。接着探讨了真实性诸准则与新闻记者运用得越来越多的某些文学技巧之间的紧张关系。

下编探究了新闻事业的未来。它首先探讨了报纸报道对象日趋复杂的问题以及这种情形向记者和编辑提出的挑战。它考察了公众对公共事务缺乏兴趣与公众对报纸的兴趣下降之间的关系，

^① 参见《永恒的价值：在新媒介的时代坚持新闻诸项原则》，哈伍德集团为美国报纸主编协会准备的报告（1995年）。

提出了为帮助扭转这种趋势报纸可以做的一些事情。接着探讨了新闻价值观与由现代股份有限公司经营的报纸的商业价值观之间的关系。最后试图找出将影响报纸和刚刚开始起步的新兴互动式媒介的关键问题。

在我成为发行人之前，我曾当过近30年记者和编辑。其间我大量目睹了新闻记者们在谈论他们的所作所为时经常采用的大而化之、自我满足的方式。这还使我密切接触了读者回应报纸行为的方式。多年来我所作的非科学的观察产生了随后的思想。我一直试图使我的所见所闻符合联系着一个更广大社会思想世界的前后一致的框架。

本书无意于探究所有新闻媒介提出的价值问题。它只探究报纸的问题。这是因为我只是在最近才开始获得电视新闻事业方面的体验。我从未穿着电视或广播记者或新闻总监的工作鞋走过路，因此我不敢说明他们那种媒介的优劣。有人非常熟悉报纸，但是可能也有人完全不一样。

除了在附带的情况下，我不去探究互动式新媒介的经济结构。今天的受众只为他们购买的新闻付一部分费用；广告商付其余部分。广告商将如何使用这种新媒介以及报纸在那种关系中能够扮演何种角色，那将在很大程度上决定新闻传送的未来。经济模式仍然处在最初的发展阶段，但是有一样东西是明确的：争取受众将是成功的绝对必要条件。因此，首先考虑读者问题是正确的。

为了方便参阅，我尽可能使用了人们容易得到的书籍。注释只起注明出处的作用，而我尽力将它们保持在最少的数量上。我在书中不同的地方虚构了某些种类的写作例子。这些以斜体字（在中译本中改为仿宋体字——译者）出现，以向读者表明不要信以为真或希望有出处。一些个人轶闻涉及我不便提供所有细节的事情——例如，文中提到了我在美国司法部当律师时得知的事

情。因此，我必须隐去与我有关的一些人的名字。但是我一直努力遵守我所限定的规则，不依赖我没有给出其名的任何消息灵通人士的真实性。

目 录

原 序	(1)
译 序	(1)

上编 基本准则

第一章 新闻的真实性	(3)
何谓新闻?	(5)
基本偏向	(8)
准确、准确、准确	(11)
客观性	(16)
观察与被观察	(21)
权威问题	(26)
敌对方法	(29)
中立	(31)
智者诚实与为人准则	(34)
公平	(36)
对观点的限制	(39)
证据的分级	(43)
第二章 骗术与其他鬼把戏	(48)
诡计	(54)
其他诈术	(57)