

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

新闻业务研究贵在出新

时间: 2003-2-19 20:37:56 来源: 中国新闻研究中心 作者: 胡德桂 阅读2096次

写新闻业务论文难, 发表新闻业务论文更难。因评职称的需要, 有的人挖空心思找关系打通关节来发表论文。像这样通过关系发表的论文, 一般都是没有多大价值的, 职称评委一眼就能辨出来。可以说, 这种凭关系发表的论文发了也是白发。因而, 我们不能把心思用在拉关系上, 而应把心思用在写作上。新闻业务论文的写作, 像其它论文的写作一样, 关键是要选好题, 确定研究方向。而选题的关键就是要像写新闻报道一样突出一个“新”字。笔者认为, 在以下几个方面内做文章可以达到出新的目的。

一、 抓住有争议的问题做文章

新闻这门社会科学, 还有许多有争议的问题如新闻价值、新闻定义、新闻自由等。有争议的问题, 由于它的内涵有多种说法, 具有不稳定性, 往往给人一种神秘的感觉, 容易引起人们的关注。因而选择有争议的新闻问题去研究, 当然容易引起新闻专业报刊编辑的注意。

例如, 对于新闻定义来说, 目前的教科书中尚没有一个统一的说法, 因此, 新闻界对新闻的定义争论不休, 争论去, 争论来, 目前不少人认同陆定一1943年给新闻下的定义——“新闻是新近发生的事实的报道”, 认为这个定义概括了新闻的本质特征, 对掌握新闻写作规律起着指导作用。然而, 这一定义也有不科学不准确的地方, 因此, 对于这一定义仍然在争论之中。所以, 我们完全可以选择这个问题来进行研究。笔者就曾对这个问题以《辨析新闻定义》为题进行过研讨, 针对陆定一新闻定义中不科学的地方提出了自己的观点, 认为“新闻是新近发生或新近发现的能引起广大群众关注的事实”。这篇论文被中华人民共和国新闻出版总署主办的《中国新闻出版报》采用在头版二条位置。

值得注意的是, 选择有争议的新闻问题进行研究, 一定要弄清有争议的问题已研究到了何等地步, 要注意不要与别人的研究成果雷同, 一定要有自己的独特见解。如笔者关于新闻定义的观点就与目前其它的观点有显著不同的地方, 如认为应把“新近发现”与“新近发生”并列一起来使用, 缺一不可。因为有些事实虽说不是新近发生的, 是早就发生了的, 但只要新近发现的东西是重大的则仍然是新闻; 如认为新闻不应仅仅是“报道”, 没有报道过的重大事实不一定就不是新闻, 报道了的而不重大的事实不一定就是新闻。整篇论文就围绕这些问题, 对陆定一新闻定义进行了有理有据的反驳, 让人口服心服, 令编辑难以丢弃。

二、 抓住新出现的现象做文章

新闻作为一门独立的社会科学, 像其它的社会科学一样是不断发展和完善的。新闻在不断发展不断完善中往往会出现大量的新现象。通过研究这些新现象, 使新现象蕴藏的经验上升到理论的高度, 再反过来指导实践, 从而推动新闻的发展和完善。因此, 研究新闻发展和完善中涌

- 发展报道蓬勃发展
- “诗”话民生新闻
- 当代国外党报概述评
- 民生新闻是非论
- 论平民化新闻的生命力
- 主流新闻要走出“软肋”
- 新时期度假新闻新特征
- 社会问题报道辨析
- 深度报道深在哪里?
- 对分析性新闻的思考
- 新闻分层初探
- 谈典型报道
- 解析气象新闻二十年嬗变
- 审读性校对与观念转变
- 台湾报纸新闻标题刍议
- 报道的平衡与全面
- 论消息的含金量
- 发展报道: 为全面建设...
- 隔行不隔理: 用做广告...
- “调侃新闻”颠覆新闻...
- 浅议“用事实说话”
- 新闻报道如何接近“事...

现出来的新现象，对促进新闻的发展具有重大意义。正因为如此，研究新闻新现象的论文一般是能发表的。

然而，由于一些新现象是在新闻从业人员的实践中出现的，而从业人员在实践中往往忙于本职工作，而很容易忽视对新现象的研究，这也是目前新闻界为什么理论滞后于实践的根本原因。我们在新闻实践中要善于抓住新现象进行研究，这样既对新闻的发展和完善做出了成绩，又往往能达到发表论文的目的，从而取得理论上的成果。

要抓住新闻发展和完善中的新现象可以从以下几点入手：一是抓住新闻采访当中出现的新方法如暗访等，二是抓住新闻编辑当中出现的新方法如策划等，三是抓住新出现的新闻文体如体验式报道等。在市场经济条件下，新闻的竞争非常激烈，新闻从业人员的创新精神使新的采访方法、新的编辑方法、新的新闻文体等不断涌现，为新闻理论研究提供了广泛的题材。因此，抓住新出现的现象撰写的论文往往令人耳目一新，被新闻专业报刊的采用率很高。如笔者撰写的《关于体验式报道的理性思考》，是一篇关于研究“体验式报道”这种新体裁的论文。这篇论文之所以被复旦大学主办的《新闻大学》杂志于1999年冬季号作要文发表，关键在于抓住了近几年悄然出现的体验式报道这一新现象，而且从出现、界定、特性、方法、形式、价值等六个方面进行了全面论述。

三、抓住新发现的情况做文章

新闻的历史虽说已相当悠久，但是新闻的理论研究并不是没有遗漏的地方。这些被遗漏的东西，一般是早就出现了的，是客观存在的，是不以人的意志为转移的，由于它们隐藏得较深或虽然隐藏不深但容量被人忽略，因而往往在理论研究方面被遗漏。因此，要抓住新发现的情况撰写论文，首先就要有所发现。要有所发现，就要从习以为常的新闻理论和新闻实践中细心观察，从而发现新的情况。

例如，笔者发表在中国地市报研究会主办的2000年第8期《中国地市报人》杂志上的《浅谈新闻的两个层面》，就是笔者认真观察有所发现后的研究成果。笔者通过对新闻报道进行广泛地研究后发现，任何类型的新闻如政治、经济、军事、科技、社会等新闻都有两个层面，一是表层，二是深层。表层就是事物的外在表现，深层就是事物发展变化的原因；新闻的两个层面有的明显，有的不明显；表层或深层，有时在新闻中唱主角，有时在新闻中充当配角；是让表层内容唱主角，还是让深层内容唱主角，要看表层内容与深层内容谁吸引受众的能力强；要挖掘新闻的深层，只要利用“为什么”这个利器就能达到目的。新闻的两个层面并不是才出现的，而是自有了新闻以来就出现了的，只不过才被笔者发现这种固有的存在而已。

由此可知，要发现新闻的新情况，必须对新闻的基本知识的和基础理论了如指掌；要善于对现有理论和实践用“逆向思维”和“发散思维”去分析。只有这样，才有可能有所发现。此外，还应注意的是，发现，往往隐藏在某种闪念之中。这种闪念就是一种灵感，这种灵感起初是模糊不清的，但能隐隐约约感觉到一丝亮点，抓住这个亮点反复琢磨，使之逐渐明朗起来就是一个发现。

四、抓住边缘性问题做文章

事物都是互相联系的，社会科学之间也不例外，它们之间的联系随着社会科学的发展而日益密切。联系的问题就是一个交叉的问题，交叉的问题就是一个边缘的问题。社会科学的边缘性问题，就好像国与国之间的边界问题一样，要解决边界的问题，有时既要用到这国的法律，又要用到那国的法律。同样，要解决社会科学之间的边缘性问题，有时既要用到这门科学的知识，又要用到那门科学的知识。

对于新闻这门科学来说，目前的边缘性问题较多，如新闻与文学、新闻与宣传、新闻与社会、新闻与法律等一系列问题，每一个边缘性问题又有不少具体的问题，如关于新闻与法律的问题

就有新闻自由的问题、新闻舆论监督的问题、新闻侵权的问题等。笔者发表在河南日报社主办的《新闻爱好者》2000年第5期上的《新闻侵权的三种常见形式》就是一篇典型的边缘性论文。这篇论文既讲到了新闻学的问题，又讲到了法律学的问题。文章从新闻侵害名誉权、新闻侵害隐私权、新闻侵害肖像权等三个方面对新闻侵权的常见形式进行了论述。这篇文章由于涉及到了法律方面的知识，所以显得很新颖。

由此可见，抓这类问题进行研究，对作者的要求是很高的。作者不但要熟悉新闻理论，而且还要熟悉与新闻交叉的相关科学的理论知识。笔者之所能撰写出这篇论文，得益于笔者除钻研新闻理论外，还较系统地学习了法律专业知识。那么，是不是对新闻边缘性问题进行研究就必须系统学习相关的理论呢？不一定，因为人的精力毕竟是有限的，更何况新闻从业人员的精力应主要用于钻研新闻业务上呢。但是，有一点是必须做到的，那就是至少要对有关的科学或学科有个大概的了解，并且对联系密切的有关具体问题了解得比较透彻。否则，研究新闻边缘性问题时，要么研究得不深，要么外行话连篇。

五、抓住冷门问题做文章

新闻的不断发展与完善为新闻的理论研究提供了广阔的天地。一般地说，狭义的新闻指新闻采访和新闻编辑。广义的新闻指新闻媒介所从事的一切活动包括采编、广告、发行、管理、经营等。新闻理论研究中出现冷门的主要原因是，新闻内涵范围的广泛和新闻从业人员结构的失衡。目前，我国新闻媒介的从业人员中，学新闻、学中文的比较多，而学广告、学发行、学管理、学经营的人较少或者没有，广告人员、发行人员、管理人员、经营人员要么是由学新闻的或学中文的担当，要么是一些文化水平不高的人来凑合。这样一来使得广告、发行、管理、经营等方面的研究往往出现冷门。因此，我们在新闻理论研究中要注重抓住这些冷门进行研究。

如何抓住冷门进行研究？首先，要意识到抓住冷门进行研究容易出成果，因为新闻界对这些冷门毕竟研究得少，有待研究的东西较多。其次，要学习冷门的基础理论知识，做到对冷门的轮廓心中有数。再次，要选准某个冷门的热点问题或冰点问题进行研究。所谓冷门的热点问题是指，目前实际工作中急需解决的问题如广告的策划、自办发行、竞争上岗、创办公司等。所谓冷门的冰点问题是指，目前实际工作中还没有引起新闻从业人员注意的问题如新闻与广告的区别等。

广告、发行、管理、经营与采访、编辑是同等重要的工作，因而各新闻理论报刊上都相继开辟了有关的冷门专栏，如《中华新闻报》开辟了“广告界”专版，《中国新闻出版报》开辟了“经营管理”专版等，这为发表冷门方面的文章提供了园地。因此，抓住冷门的问题撰写论文很容易被采用，如笔者撰写的《如何辨别广告性新闻》，由于抓住了广告这一冷门的冰点问题，在中华全国新闻工作者协会主办的2001年4月16日《中华新闻报》上发表。

总而言之，要想使新闻业务论文容易发表，归根到底就是一点，这就是要像采写新闻报道一样去求新，只有观点新颖的论文才有被发表的可能。哪些观点陈旧的论文是难以通过正常程序和渠道发表的，这样的论文纵然发表了也最终得不到业内人士的认可。

（作者系湖南省常德日报社总编室副主任）

文章管理：胡德桂（共计 82 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：胡德桂

- 新时期读者之声的参政议政功能 (2006-5-8)
- 领悟新闻：让经验升到理论高度 (2005-4-14)

- 关于新闻报道中术语的问题 (2005-2-23)
- 媒体在推动消灭农村贫穷中的作用 (2005-2-22)
- 浅谈报纸“ 板块法” (2004-12-11)

[>>更多](#)

新闻业务研究贵在出新 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密 码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.