

杂学书库 知识的记录

为了多卖而夸大的新闻：黄色新闻（Yellow Journalism）

文章网址

<https://www.gklibrarykor.com/zh-hans/article/10542/>

PDF版式预览 - 仅含节选

如果早报头版上印着巴掌大的“震惊”“骇人”之类的字眼，几乎任何人都会多看一眼。真读起报道来，往往并没有标题说得那么严重，可那时报纸早已卖出去了。当媒体把多卖报纸放在准确传达事实之前时，往往就会变成这副模样。指称这种报道方式的词语，正是“黄色新闻（Yellow Journalism）”。黄色新闻是指用醒目的标题和夸张的内容刺激读者兴趣，以增加报纸销量的煽情报道行为。这个说法诞生于1890年代美国纽约两家报纸为争夺读者而展开的激烈竞争。本文将依次介绍黄色新闻这一名称的由来、那个时代报纸呈现的特征、与战争纠缠在一起的争议，以及我们今天所面对的样貌。为了多卖而夸大的新闻史源自身穿黄衣的孩子的名字 出人意料的是，黄色新闻这个名称源自报纸上刊登的一部漫画。（1）普利策与赫斯特的销量战约瑟夫·普利策（Joseph Pulitzer）于1883年买下《纽约世界报》（New York World）后，大量刊登图画并大篇幅报道犯罪故事，吸引了众多读者。1895年，矿业大亨之子威廉·伦道夫·赫斯特（William Randolph Hearst）收购了竞争对手《纽约日报》（New York Journal），两家报纸围绕发行量正面交锋。（2）变成两个的黄孩子当时《世界报》刊登了一部彩色漫画，主角是一个身穿黄色睡衣的光头孩子，这个孩子以“黄孩子（Yellow Kid）”的绰号大受欢迎。赫斯