

XIN
WEN
XUE
LUN
JI

新闻学论集

中国人民大学新闻学院
《新闻学论集》编辑组编

16

新闻学论集

第十六辑

中国人民大学新闻学院
《新闻学论集》编辑组编

中国人民大学出版社

新闻学论集

主办单位：中国人民大学新闻学院

顾问：甘惜分

主编：郑兴东

编委：（以姓氏笔划为序）

马向伍 刘顺发 郑兴东

饶立华 喻国明

目 录

对几个有争议的新闻理论问题的哲学思考	邢建堂 (1)
评报刊自由主义理论	张达芝 (16)
试论新闻的宏观真实问题	胡吉六 (30)
论名记者产生的内在因素	曲长缨 (39)
试论新闻工作者的职业道德	王林育 (52)
写人, 影响人	
——论非事件性新闻中人的因素	张 征 (68)
地区报纸版面结构构想与实践	杨尚聘 (83)
对专业报道研究的几点意见	
——谈《专业采访报道学》后引起的思索	夏鼎铭 (92)
试论电视深度报道	吴 杰 (98)
电视语言与报道深度	叶 子 (120)
中英两国电视新闻的比较研究	
——从内容分析到控制分析	李小萍 喻国明 (132)
试析公德广告片《广而告之》	陈达军 (146)
试论公共关系传播	程曼丽 (155)
谷登堡的印刷术与大众传播	饶立华 (169)
范长江报道红军长征之我见	范长城 (186)
前车之鉴	
——建国初期报刊开展的三次学术批判的回顾	张之华 (209)
新闻论点摘编	(222)

对几个有争议的新闻 理论问题的哲学思考

邢 建 堂

马克思主义哲学是关于自然、社会和思维发展普遍规律的科学，它与具体科学有着密切的关系，即以具体科学为基础，又给具体科学以指导。因此，研究任何具体科学，都要自觉运用马克思主义哲学提供的科学思维理论和方法，新闻学研究同样要以马克思主义哲学为指导，才能坚持正确的方向，得出科学的结论。

有鉴于此，笔者想就几个有争议的理论问题，作一番哲学思考。

关 于 新 闻 定 义

什么是新闻？100多年来，国内外有过许许多多定义，众说纷纭，莫衷一是，至今未有定论。

在众多新闻定义中，有代表性的意见是：

把新闻归属于事实，如“新闻，就是广大群众欲知、应知、尚未知的重要事实”、“新闻是新鲜的事实”、“凡是能引起人们兴趣的事都是新闻”、“反常的事件是新闻”等。

把新闻归属于工具或手段，如“新闻是阶级斗争或阶级舆论

的工具”、“新闻是对人民教育的一种工具”、“新闻是报道或评述重要事实以影响舆论的重要手段”等。

把新闻归属于报道，如“新闻是已经和正在发生的事实的报道”、“新闻是新近发生的事实的报道”、“新闻是新近变动事实的传布”、“新闻是报纸、通讯社、广播电台、电视台等新闻机构对当前政治事件或社会事件所作的报道”等。

把新闻归属于信息，如“新闻是经报道（或传播）的新近事实的信息”、“新闻就是及时公开传播的非指令性信息”等。

上述定义从不同角度揭示了新闻与事实的关系，应该说都具有一定的真理性，只是着眼点、着重点不同，仔细分析，又觉得都有不够科学、不够严密的地方。事实说，混同了新闻与事实的区别，因为新闻的内容是事实，但不是事实本身；工具说，只强调了新闻的作用，而忽视了事实是新闻的本源；报道说，比较科学地回答了事实第一性，新闻第二性的关系问题，但不符合种概念大于属概念这一定义的基本要求，报道作为名词用，与新闻是同义语；信息说，把信息论引入新闻学，有益于开启思路，但新闻与信息是基本属性不同的交叉概念。

那么，把新闻归属于什么才更科学、更严密一些？笔者试图根据马克思主义哲学关于主观与客观、主体与客体辩证统一的基本观点对新闻及其活动进行分析之后，再给新闻下一个定义。

辩证唯物主义的一个基本原理是，世界上形形色色的事物和现象都是一种客观实在。这种客观实在不依赖人的感觉而存在，客观是本源，是第一性的，主观是派生物，是第二性的。但是，人能够认识世界，主观能够反映客观。意识的形式是主观的，内容是客观的。新闻也是一种意识、一种观念性的东西，是客观事实的主观反映。事实是新闻的本源，新闻是事实的派生物，是经人脑反映的事实。

马克思主义哲学的另一个更为重要的基本原理是，人对客观世界的反映，是以实践为基础的能动反映。马克思主义认识论认为，认识的主体是有思维能力、从事社会实践活动的人，认识的对象是客观事物；认识就是主体与客观通过实践相互作用的结果，或者叫主体通过实践能动地反映客体的产物。新闻对事实的反映就是一种能动的反映，是新闻工作者的实践活动的结果。也就是说，新闻是新闻工作者通过实践能动地反映社会现实的产物。这种产物，凝结着新闻工作者的精神劳动，以社会意识的形式出现，属于精神产品。

根据以上分析，吸取前面几个定义的合理成分，我们可以给新闻下这样一个定义：新闻是公开反映新近发生的事实的精神产品。

这一定义从逻辑上看，符合下定义的基本要求：第一，新闻与精神产品这两个概念是部分与整体的关系，即属概念与种概念的关系，精神产品的外延大于新闻的外延。第二，“公开反映新近发生的事实”这一属差，揭示了新闻的本质属性或本质特征，同其他精神产品能够区别开来。这一属差说明，新闻反映的是事实，同虚构人物、情节的小说、戏剧、电影等文艺作品不同；它反映的是新近发生的事实，同反映过去的事实的历史作品不同；它是公开反映事实，同只对一部分人的内部简报、文件不同。第三，“公开反映新近发生的事实”同新闻的外延完全相等，凡是“公开反映新近发生的事实”的精神产品都是新闻，凡是新闻都是“公开反映新近发生的事实”的精神作品。

关于新闻真实

马克思主义哲学关于主观与客观相统一的观点，是以主观符

合客观为前提的。同样，新闻反映社会现实也必须以主观符合客观为前提。这种符合的标志就是真实。真实是新闻的一个最本质的属性。

新闻的真实问题，是个既简单又复杂的问题。说它简单，是因为所有新闻工作者都承认新闻必须真实；说它复杂，是因为人们对真实的理解很不相同，甚至根本对立。除了阶级立场之外，人们对它的认识也的确有个由简单到复杂的深化过程。

笔者认为，对新闻的真实问题作简单化的理解，不利于指导复杂的新闻实践。根据马克思主义哲学的一些基本观点，我们在新闻真实性问题上需要弄清并处理好这样几个关系：

具体真实与整体真实：新闻是以直接反映具体的人和事为特征的，每条新闻反映的具体人和事都必须完全与实际相符，一是一，二是二，黑是黑，白是白，不能夸大，不能缩小，不能混淆，不能颠倒。这就叫具体真实。一条条新闻反映的是一个具体的人和事，无数条新闻就由点到面地反映出社会现实的方方面面，即社会整体。新闻反映社会的方方面面必须与实际相符，这就叫整体真实。整体真实是比具体真实更难把握也更为重要的一种真实。过去，人们比较重视新闻的具体真实，而忽视新闻的整体真实。近几年来，人们从许多具体真实的新闻而产生整体失实现象中，逐渐认识到了新闻整体真实的重要性。新闻的整体真实，要求新闻工作者树立整体观念，全面地了解和把握事实，恰当地控制各种新闻的比例，防止“只见树木，不见森林”、“夸大部分，取代整体”等主观与客观相分离的倾向。要特别警惕和反对那种从现实中抓取个别事实材料来印证某种错误结论的实用主义作法。正如列宁曾经指出的，“如果从事实的整体上、从它们的联系中去掌握事实，那么，事实不仅是‘顽强的东西’，而且是绝对确凿的证据。如果不是从整体上、不是从联系中去掌握事实，如果事实是零碎的和随意挑出来的，那么它们就只能是一种儿戏，或者连儿戏也

不如”。^①

现象真实与本质真实：这一问题同前一个问题密切相关，但又不完全相同。在我国新闻界，有的同志反对强调新闻的本质真实，认为它助长人的主观随意性。新闻本质真实的问题，是不以人的主观意想为转移的一种客观存在。辩证法告诉我们，事物是由现象、本质等层次组成的，现象与本质是对立的统一，没有无本质的现象，也没有无现象的本质，本质要通过现象表现出来。新闻反映事物，就要既反映现象又反映本质，通过现象反映本质，这就必然有个现象真实与本质真实的问题。一般说来，现象形于外，本质藏于内，现象比本质丰富、生动、具体，本质比现象普遍、深刻、抽象。新闻在反映社会现象时，首先要做到现象真实。但是，新闻反映事物不能停留在现象上，要透过现象抓住本质，做到本质上真实，引导自己的受众认识事物的本质。这是社会主义新闻应承担的责任。为了承担好这一责任，我们的新闻工作者就要利用自己的工作便利条件，尽可能地大量占有丰富、真实的感性材料，并作深入分析，把握事物的本质，不仅在新闻中写清何时何地何人何事，而且写好何故，揭示出事物的本质。同时，要特别注意分清真象和假象。新闻的一个重要任务就是要戳穿假象，还其本来面目。遗憾的是，有的新闻工作者却做了相反的报道，形成了错误的舆论导向。

现实真实与历史真实：新闻反映新近发生的事实，是再现社会现实生活，必须成为社会现实的真实记录。社会又处在历史联系和发展变化中，今天来自昨天，今天也会成为昨天，历史是过去的现实，现实是未来的历史。同样，真实地反映今天的新闻，到了明天便成了历史，因此，新闻的真实问题又要经得住历史的考验，注意历史真实。新闻的现实真实与历史真实，从总体上讲是

^① 《列宁全集》第28卷，人民出版社1990年第2版，第364页。

一致的，忠于现实也就是忠于历史，但有时也会出现不一致，有些新闻从现实来看也许被认为是真实的，过了相当长的时间再回头看就被发现不那么真实了。这里既有认识问题，也有人为的因素在起作用。一个实事求是的新闻工作者，既要面对今人，又要无愧于后人，用自己无私的手中笔，善于并敢于真实地反映现实，为今人提供真实的现实材料，为后人留下真实的历史资料。有些做新闻工作的同志认为，新闻是一种易碎品，似过眼烟云，如一现昙花，没有什么历史价值。这种把新闻与历史割裂的认识是不对的。历史证明，凡是忠实反映时代风貌的新闻，深刻揭示现实生活的报道，不仅能风靡一时，也将藏之“金匱石室”，具有“记一时之事，成千秋史笔”的作用。从人类历史的长河看，新闻与历史的“时间差”是相对而又互相转化的，两者之间并没有不可逾越的鸿沟，既符合现实真实又符合历史真实的新闻具有现实和永恒的双重价值。

绝对真实与相对真实：新闻的绝对真实与相对真实包括两方面的意思。一是指完全真实与基本真实，即新闻反映的某些事实，如何时、何人、何地等具体事实，必须完全真实，张三就是张三，今天就是今天，北京就是北京，不能张冠李戴，这种真实是绝对的，来不得半点马虎；而新闻反映的另外一些事实，可能具有一定的模糊性和相当的复杂性，不像一加一等于二那样明确，只能近似地反映，做到基本真实就行了，这可以叫相对真实。二是对真理的认识，既是绝对的，又是相对的。新闻反映客观事物及其本质也是一种认识，如果不能在一定的时间、空间和层次上正确地反映客观事物及其本质，就不具有真理性，因而不叫真实。从这个意义上讲，真实是绝对的。但是，新闻反映现实又不会停留在一定的时间、空间和层次上，会随着社会发展而不断深化。从这个意义上，任何真理性认识，任何真实的新闻，又是相对的。对于新闻的真实性问题，要采取科学的辩证态度，既要严格要求，防

止随意性，又要实事求是，防止绝对化。

关于新闻宣传

新闻宣传有两个含义，一是指新闻与宣传的关系，二是指新闻的宣传功能。二者又密切相关，只有正确认识新闻与宣传的关系，才能更好地理解新闻的宣传功能；只有恰当地分析新闻的宣传功能，才能进一步弄清新闻与宣传的关系。这里着重分析、研究的是新闻的宣传功能。

长期以来，我国新闻界只强调一种功能，即宣传功能，忽视甚至否认新闻的其他功能。近十几年来，新闻工作者和新闻学者在积极探求新闻的多功能问题上取得了一些成绩。有的同志提出新闻具有传递信息、引导舆论、传播知识、提供娱乐、推广产品五种功能；有的同志则表述为宣传思想、传播知识、沟通信息、指导工作、丰富生活、推广产品六种功能；有的甚至提出十种十几种功能。毫无疑问，新闻的功能是多方面的，研究新闻的多功能是有积极意义的。值得注意的是，也有人借口新闻具有多种功能，淡化甚至否定新闻的宣传功能。

笔者认为，不管新闻具有多少功能，都不能取代、否定它的宣传功能。新闻具有宣传功能是一种不以人的主观意志为转移的客观存在。也就是说，是新闻的基本属性决定的，不是人为地强加给它的。

马克思主义哲学认为，主体对客体的反映是以实践为基础的能动的反映，这种能动作用表现为主动性、目的性和创造性。同样，新闻对社会现实的反映也是新闻工作者这一主体对社会现实这一客体的能动反映，是主动的，而不是被动的，是有目的的，而不是盲目的，是复杂的“改造”，而不是简单的移植。新闻这种经

过人脑“改造”过的精神产品，具有一定的倾向性。倾向性同真实性、时效性、公开性一样，是新闻的基本属性。这一基本属性作用于它的对象即广大受众，就体现出宣传功能。新闻工作者正是不断通过新闻实践，生产并传播着一条条带着“无形意见”的新闻，对受众起着潜移默化的宣传作用。任何阶级的新闻，都具有宣传功能。正因为如此，一切阶级社会的统治阶级总是在占有生产资料的同时占有新闻机构，通过新闻来宣传本阶级的意志、观点、主张和利益。资产阶级极力否认自己的新闻是宣传，这完全是一种欺骗。不妨信手拈来几例新闻，看一看他们的新闻是不是一种宣传。

例一：1969年7月2日，美国宇航员首次登上月球，美联社的新闻是这样写的：“美国星际航员阿姆斯特朗今天晚上格林威治时间2时20分成了第一个登上月球的人。”“电视观众紧张地观看了从月球发回来的实况录像。”“阿姆斯特朗说：‘这对一个人来说是走了一小步，但对人类来说是跃出了一大步。’”“后来，电视观众再次听到他登上月球时说的第一句话：‘对一个人来说是一小步——对人类来说却是跃进了一大步。’”这样重复引用宇航员的话，不是一种巧妙的宣传吗？！

例二：1949年1月31日，中国人民解放军解放北京。两天后，美联社发了一条新闻，称：“今日北平给它的共产党征服者一个热闹的欢迎……长列的市民在这个热闹的欢迎游行中把嗓子都喊哑了——正如当年日本人占领北平他们欢迎日本人，当美国人回来他们欢迎美国人，当中国国民党人回来他们欢迎国民党人，以及数百年前欢迎蒙古人与鞑靼人一样。北平在欢迎他们的征服者方面是素享盛名的。”请看，这是一种何等明白的政治宣传啊！

社会主义的新闻同党和人民的根本利益是一致的，用不着隐瞒自己的观点，不仅公开承认新闻具有宣传功能，而且把它作为一种主要功能。社会主义新闻的根本任务就是宣传党的路线、方

针、政策，宣传马克思主义真理，宣传各条战线为社会主义事业作出贡献的先进人物、先进典型，宣传一切有利于社会主义事业和符合人民根本利益的好思想、好风尚。否定社会主义新闻事业的宣传功能，就等于抽掉了它的灵魂。

当然，我们强调新闻的宣传功能，并不是否定新闻的其它功能，也不是不要讲究宣传方式，不要新闻的特点。新闻最大的特点是反映社会现实，通过事实来宣传思想。马克思主义哲学肯定主体对客体的能动作用是以承认客观实在为前提的。新闻作为新闻工作者对社会现实的能动反映，是建立在尊重并符合客观现实这一根基上的，不能不受制于客体。不受客体制约的主体能动反映，是没有根基的抽象能动性。这种能动性不仅无助于发挥新闻的宣传功能，相反会削弱乃至破坏新闻的宣传功能。对此，我们应有辩证的观点。新闻实践证明，真实的新闻方能可信，可信的新闻方能对受众起到宣传作用。从这个意义上讲，新闻的真实性与倾向性、新闻的反映功能与宣传功能是一致的。

关 于 新 闻 价 值

新闻价值同新闻定义一样，也是一个在新闻界争议颇大的基本理论问题。西方一些资产阶级学者甚至把它神秘化，认为“只可意会，不可言传”。

在我国新闻界，近几年提出的较有影响的见解大体可归为三类：

一是素质说，认为新闻价值是由某种素质决定的，如“新闻价值是指一个事实所包含的足以构成新闻的特殊素质或各种素质的总和”、“新闻价值是指构成新闻的事实和材料本身具有的能够满足社会对新闻需要的素质”等。这类说法强调了价值的客观因

素，忽视了构成价值的主观因素，而且素质只是价值的因素，不是价值本身。

二是标准说，把新闻价值视为鉴别新闻的尺子，如“新闻价值是选择和衡量新闻的标准”、“新闻价值是记者衡量事实可否成为新闻的标准”等。这类说法从主观因素方面说明新闻价值，忽视了新闻价值的客观因素，并混淆了新闻价值和新闻价值观的界限。

三是功能说，从新闻对社会的影响来认识新闻价值，如“新闻价值是指新闻为群众所喜闻乐见的程度以及它在实践中产生影响的程度、深度和作用的大小”、“新闻价值是新闻影响读者并通过读者影响社会的功能”、“新闻价值就是新闻的有用性”等。这类说法在一定程度上揭示了主体与客体的关系，但还过于简单，也不够确切。

为了对新闻价值有一个较科学、深刻的认识，我们还得借助于马克思主义哲学。

马克思指出：“‘价值’这个普遍的概念是人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的。”这段话告诉我们，价值表明的是主体（人们）与客体（外界物）之间的关系，即需要满足与满足需要的关系。客体能满足主体需要的功能和效用是价值的客观基础，主体对客体的需要是价值的主观条件。价值的实现既不能脱离它的客观基础，也不能脱离主体的需要。

根据这些观点分析新闻价值，就会发现，新闻作为一种精神产品也是一个物，对受众来说它是客体，受众对新闻来说是主体，新闻能满足受众需要的功能和效用是新闻价值的客观基础，受众对新闻的需要是新闻价值的主观条件。如果再进一步分析我们还会发现，新闻价值的客观基础即能满足受众需要的功能和效用，又体现着另一种主体与客体的关系：构成新闻内容的客观事实是客体，而新闻传播者是主体，客观事实经过新闻传播者的劳动——

能动地反映和“改造”，才形成满足需要的功能和效用。至此，我们可以做出这样的概括：新闻价值是凝结在新闻中能动反映现实并满足受众需要的劳动。新闻传播者的劳动量就是新闻的价值量。衡量劳动量大小，主要看质量。凝结在新闻中的劳动质量越高，新闻价值就越大。

那么，影响新闻传播者劳动量的因素是什么？是客观事实、新闻传播者、新闻受众。

客观事实是新闻传播者的劳动对象，即劳动过程中被加工、“改造”的东西。劳动对象的质量越高，劳动的质量就越高。客观事实质量高低表现在：事实越重要，越是关系全局，属于突变、质变，其质量越高；事实越新鲜，越是首次出现、有新意，其质量越高；事实越与受众利害相关，越是受众身边的、涉及受众切身利益的，其质量越高；事实越是具有正确的方向和积极意义，其质量越高。

新闻传播者是劳动的主体，主体本身的素质越高，劳动的质量就越优。新闻传播者的素质是多方面的，其中包括政治素质、文化素质、身体素质、作风素质、道德素质等。素质不同的记者对同一事实也有个能不能及时、深入地了解 and 如何加工的问题，有的记者加工出来的可能是精品，有的加工出来的可能是次品甚至是废品。精品与次品的价值是大不一样的。即使同是一些精品，经过素质不同的编辑之手编排、处理后，在受众那里其效果也是大不一样的。

新闻受众是新闻传播者的服务对象，对新闻中的劳动质量是一种检验。这种检验既是对新闻价值的评价，又影响新闻传播者以后的劳动。新闻传播者要使自己的劳动得到承认，就要了解受众的需要和心理等情况，了解的程度同样影响着劳动的质量。

新闻传播者的劳动，虽然是有目的、有意识的实践活动，必然反映出劳动者的思想倾向，但它归根结底是客观的。因为劳动

的对象——事实是客观的，劳动本身是能被感官感知的客观活动，劳动的工具等也是客观实在。新闻传播者只能在尊重客观事实的基础上进行创造性的劳动，使新闻增值，决不能违背、歪曲事实。失实的新闻，不仅没有任何价值，有时还会产生负价值。

新闻价值能满足受众的需要，是它的有用性，这是新闻存在和发展的应有意义和基本依据。否则，新闻就没有存在的必要。人们需要新闻是共同的，而需要什么样的新闻是不同的，有时是矛盾、对立的，因而新闻价值又具有社会性。在阶级存在的社会里，这种社会性又表现为阶级性。在资本主义社会，资产阶级占有生产资料，同时占有大量的和主要的新闻机构，新闻传播者的劳动是按资产阶级的意志进行的，新闻价值的有用性主要表现为对资产阶级有用，而对处于被统治地位的无产阶级和广大劳动人民是有用性小，而有害性大。因而，无产阶级及其政党在同资产阶级的斗争中千方百计传播对自己有用的新闻。在社会主义社会，人民群众是国家的主人，也是新闻事业的主人，同时又是新闻的受众，新闻价值的有用性表现出广泛的社会性。但是，社会主义社会的人民群众，也是分为不同的阶级、阶层和不同利益集团的，对新闻的需要也是有区别的。在这种情况下，社会主义新闻工作者既要注意新闻价值的广泛社会性，尽可能满足广大人民群众的各项需要，又要从党和人民的根本利益出发，注意新闻价值的鲜明党性，把新闻价值和宣传价值更好地结合起来，坚持正确的舆论导向，满足人民群众的根本需要。这是我们在分析、研究新闻价值时特别需要提及的。

关 于 新 闻 规 律

对于新闻规律的有无问题，我国新闻界的认识趋于一致；对

于什么是新闻规律，人们的认识仍很不一致。一个重要原因，就是对新闻规律的概念界定不一。有的是指新闻事业的规律，有的是指新闻活动规律，有的是指新闻工作规律，有的是指新闻价值规律。笔者倾向于把概念限定于新闻。因为新闻事业、新闻活动、新闻工作、新闻价值等，都是以新闻为基础的。研究规律首先要研究新闻规律。

为了揭示新闻规律的内涵，先要弄清什么是规律。

马克思主义哲学认为，规律是事物内部普遍的、稳定的、重复出现的本质关系或本质之间的关系。根据这一原理，我们来分析一下新闻内部的关系。新闻作为一种精神产品也是一种事物，其内部也有着本质的关系。前边讲到，客观事实、新闻传播者、新闻受众是形成并影响新闻价值的基本要素。同样，它们也是新闻的基本要素。之所以说是基本要素，是因为缺一不可，缺少其中任何一个便构不成新闻。没有客观事实，新闻就是无源之水；没有新闻传播者，客观事实便变不成新闻的内容；没有受众，新闻就没有对象，没有对象的新闻是没有存在意义的，我们要揭示新闻内部的本质关系，就要揭示这三个基本要素的关系。

客观事实、新闻传播者、新闻受众是怎样构成新闻并发生关系呢？首先是客观事实通过新闻传播者形成新闻并传递给受众，这是它们之间第一层关系；新闻受众接受新闻之后要作出反应，这种反应反馈给新闻传播者，受其影响，新闻传播者又去反映客观事实并形成新的新闻，这是它们之间的第二层关系。在这种双向关系中，新闻传播者起着桥梁和纽带的作用。他们之所以能发挥这样的作用，就是因为他们能真实地反映客观事实以满足受众的需要，能根据受众的需要真实地反映客观事实。通过上面的分析，我们可以对新闻规律作如下表述：新闻规律就是新闻一定要符合客观实际、符合受众需要的规律。

这一规律是普遍的，是所有新闻的共有规律，适用于一切新