

新闻理论

1. 什么叫新闻？

关于新闻，人们曾试图从不同的角度给它下过定义。但国内影响最大而且也是为多数人所公认的，还是陆定一关于新闻的定义。陆定一认为：新闻“是新近发生的事实的报道”。这一定义至少包括如下三层意思：（1）新闻的本源是事实。事实是第一性的，而新闻则是第二性的。这就将对于新闻的理解，放置到了唯物论的基础之上。（2）新闻是对事实的报道。报道是一种如实的反映，是讲究逼真而排斥虚构、排斥失真的。它由此而区别于文学。（3）新闻所报道的事实，必须是“新近发生的”，要有时效性。它又区别于历史。

（丁柏铨）

2. 马克思、恩格斯怎样论述新闻的真实性？

马克思、恩格斯要求从事新闻工作的人“把真实的情况告诉我们的读者。”（《马克思恩格斯全集》第40卷第360页）恩格斯提出：撰稿人必须无情地把每一个压迫工人的事件提供舆论谴责，提供有关事件的有名有姓、有地点、有时间的最确切的报道。马、恩深深知道，读者“相信的只是真正存在过的东西”。（《马克思恩格斯全集》第1卷第236页）他们坚定不移地认为：“凡是真的东西，都经得起火的考验；一切假的东西，

我们甘愿与它们一刀两断。”（见《马克思恩格斯全集》第 41 卷第 205 页）所有这些论述，着重强调的都是新闻报道的真实性。在马、恩看来，“真正存在过的东西”（实际上也就是事实），是新闻报道的基础，同时也就是新闻真实性的基础。除此而外，还应当从报道方式上确保新闻的真实性。那就是报道中要“有名有姓、有地点、有时间”，而且要是最确切的。这大致属于“五要素”及细节真实的范畴。

（丁柏铨）

3. 马克思、恩格斯怎样理解新闻的真实性和报道的倾向性之间的关系？

马克思、恩格斯曾经指出过这样一种状况：在现代报刊工作中，不仅持有“起码的、一般的公正”，而且总是这样那样地表现出报刊工作者本身的立场和看法。“在大国里报纸都反映自己党派的观点，它永远也不会违反自己党派的利益。”（《马克思恩格斯全集》第 6 卷第 209 页）表现报刊工作者本身的立场和看法，在报刊上反映自己党派的利益，这就是报道的倾向性。

既要坚持新闻的真实性，而报道又难免有其倾向性。那么，这两者如何统一呢？马克思、恩格斯对新闻工作者提出的基本要求是：“根据事实来描写事实”（《马克思恩格斯全集》第 1 卷第 191 页），“完全立足于事实，只引用事实和直接以事实为根据的判断，由这样的判断进一步得出的结论本身仍然是明显的事实”（《马克思恩格斯全集》第 42 卷第 413 页）前一个要求，其基本立足点是事实。即使有倾向，也还是要根据事实来说话，这就可以做到既有倾向性又有真实性。与此相对、相反的是，为倾向性所左右，抛开事实或背离事实进行新闻报道。如果是这样，那就只有倾向性而全无真实性了。后一个要求，立足点也

还是事实。在新闻报道的过程中，所引用的是事实，所作的判断也完全依据事实，这样就可以保证结论本身也仍然是事实。对于实际上存在着倾向性的新闻工作者来说，他们所应该做的是这样一件事：将倾向隐藏在对于事实的真实的叙述的文字背后。

（丁柏铨）

4. 马克思是怎么规定工人报刊的“喉舌”和“耳目”功能的？

在《新莱茵报》审判案中，马克思在进行辩护的过程中，利用法庭提出了著名的“喉舌”论和“耳目”论：“报刊按其使命来说，是社会的捍卫者，是针对当权者的孜孜不倦的揭露者，是无处不在的耳目，是热情维护自己自由的人民精神的千呼万应的喉舌。”马克思非常明确地规定了工人报刊的使命：对于社会而对于工人群众的自身利益，它是忠实的捍卫者；而对于工人群众的对立面——当权者，它又是孜孜不倦的揭露者。捍卫和揭露，所要达到的是同一个目的——推动社会进步。报刊为了更好地完成“捍卫者”的使命，就必须充当“喉舌”和“耳目”。“维护自己自由的人民精神”，随时可以通过报刊“说”出来；对于工人群众维护自身利益有益的情况，随时可以通过报刊搜集到。

（丁柏铨）

5. 列宁提出的党报的党性原则包括哪些内容？

早在1901年5月，列宁在《从何着手》一文中说：“我们认为，创办全俄政治报应当是行动的出发点，是建立我们所希望的组织的第一个实际步骤，并且是我们使这个组织不断向深广发展的纲。……报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者。”（《列宁全集》第5卷第6～9页）这段论述，已经包含了党报的党性原则的某些雏形。1905年11月，在

著名的《党的组织与党的出版物》一文中，列宁系统阐述了党的出版物（包括报刊）坚持党性原则的基本论点：（1）党的报刊应当成为党的事业的一部分。列宁坚持认为：“写作事业应当成为无产阶级总事业的一部分，成为一部统一的、伟大的、由整个工人阶级的整个觉悟的先锋队所开动的社会民主主义机器的‘齿轮和螺丝钉’。”（2）党报应当接受党的领导和监督。列宁明确指出：“一切党的出版事业都应当成为党的机构”，而“报纸应当成为各级党组织的机关报”，因此，它们都“应受党的监督”。（3）党报工作者必须站在党的立场上，按党纲、党章和党的策略决议办事。列宁指出，党的报刊必须旗帜鲜明地宣传党的观点，绝不允许“利用党的招牌来鼓吹反党观点”。而“确定党的观点和反党观点的界限的，是党纲，是党的策略决议和党章”。（4）党报要为千千万万劳动人民服务，为国家的精华、国家的力量、国家的未来服务。对于党的报刊来说，党性毫无疑问是它们的主心骨。坚持党性原则，党的报刊才不会偏离方向，才能明确自己的角色身份，摆正位置，自觉地为无产阶级利益服务并且服务好。提出出版物的党性原则，这是列宁的一大创造，也是他对于马克思主义新闻思想的一大贡献。多少年过去了，这一党性原则，因为揭示了存在着阶级和政党的社会里新闻事业的核心问题而始终熠熠生辉。

（丁柏铨）

6. 毛泽东在新闻理论建设方面有哪些贡献？

毛泽东在新闻理论建设方面有如下贡献：一是提出了新闻报道“只是忠实地报告我们革命工作的事实”和“请看事实”的基本思想（均见《〈政治周报〉发刊理由》）。“只是忠实地报告”“事实”，这实际上就是要求新闻媒体和新闻工作者根据事实真实地进行报道；“请看事实”，则规定了新闻报道用事实说

话这一基本方式。二是强调新闻工作的党性原则。早在 1942 年，毛泽东在为中共中央起草的给各中央局、中央分局的指示中就指出：“抓紧对通讯社及报纸的领导，务使通讯社及报纸的宣传完全符合于党的政策，务使我们的宣传增强党性。”（《增强报刊宣传的党性》）这一指示表明了新闻宣传中坚持党性原则的极端重要性，以及党中央和毛泽东本人对此的高度重视。三是提出了报纸是一种“重要的工作方式”的命题。毛泽东在《报纸是指导工作教育群众的武器》一文中指出：“现在我们边区，开会是最重要的工作方式，报纸发出去可以省得开许多会。所以报纸也可以当做重要的工作方式，教育方式。”充分肯定了报纸媒介的重要作用和重要功能。四是提出了“全党办报，群众办报”的著名主张。毛泽东在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中提出：“办报和办别的事一样，都要认真地办，才能办好，才能有生气。我们的报纸也要靠大家来办，靠全体人民群众来办，靠全党来办，而不能只靠少数人关起门来办。五是在新闻宣传中坚持实事求是的原则。毛泽东倡导实事求是的原则。他对于实事求是的解释具有经典的意义。在中国共产党第七次全国代表大会上所作的报告中，毛泽东特别讲了“讲真话”的问题：“要讲真话，不偷、不装、不吹。偷就是偷东西，装就是装样子，‘猪鼻子里插葱——装象’，吹就是吹牛皮。讲真话，每个普通的人应该如此，每个共产党人更应该如此。”毛泽东的这一论述是针对当时的全党工作而言的，但完全可以理解成是他从另一个角度，对实事求是原则所作的强调。对新闻宣传工作也是完全适用的。六是对报纸所应形成的风格问题提出了重要见解。他指出：“我们党所办的报纸，我们党所进行的一切宣传工作，都应当是生动的，鲜明的，尖锐的，毫不吞吞吐吐。这是我们革命无产阶级应有的战斗风格。”七是大力倡导新闻宣传的优良文风建设。1942 年 2 月，毛泽东的题为《反对党八股》的讲演，对

于新闻宣传改进不良文风，卓有成效地进行优良文风的建设，提出了一系列精辟见解和指导性意见。八是毛泽东还以由他撰写的新闻精品直接地为新闻理论研究提供了典范性的个案。毛泽东本身就是新闻写作方面的大手笔，为中国现代新闻史提供了许多范文式的作品。

(丁柏铨)

7. 刘少奇的新闻思想有哪些要点？

刘少奇新闻思想的要点有：一是“桥梁”说。论及党所掌握的新闻媒体的性质、功用，马克思主义经典作家常常用“喉舌”来作比喻。而刘少奇则将党所掌握的新闻媒体的工作人员比作“桥梁”，这是一种创造。在刘少奇心目中，新闻媒体和新闻工作者连着此岸和彼岸，“桥梁”体现出党和人民群众之间的双向联系关系。党的意志和声音，经由这种特殊的“桥梁”传到人民群众之中；人民的呼声和愿望也可经过“桥梁”而及时地让党知道。二是“竞争”说。刘少奇主张可以在党领导的新闻媒体之间展开平等的竞争。1956年，他在与新华社谈到该社办一张报纸的问题时，发表了肯定的意见：“你们办的这家报纸可以公开宣传和《人民日报》竞赛，看看能不能胜过《人民日报》；办得不好，也可以取消。搞自由竞争，搞社会主义竞赛，是必要的。”诚然，刘少奇这里所说的自由竞争，还不是媒体走向市场后的今天意义上的竞争，也并不是完整意义上的自由竞争，而只是竞赛的别一种说法。但是，这在当时已堪称“空谷足音”了。三是“客观”说。刘少奇对新华社提出过这样的要求：“新华社的新闻必须是客观的、真实的、公正的、全面的，同时必须是有立场的。和其他通讯社相比，尽管观点不一样，但是新闻报道是客观的、真实的、公正的、全面的，这就能在世界上建立威信。”四是“风格”说。刘少奇要求新闻报道形成

“精、彩、短、透、活泼”的风格。五是“代言人”说。刘少奇说：“要有老实的态度，要深入观察问题，要甘愿做人民的代言人”，“人民的呼声，人民不敢说的，不能说的，想说又说不出来的话，你们说出来，如果经常这样做，马克思主义的记者就真正上路了”。六是“艰苦工作”说。记者要“独立地做艰苦的工作”。

（丁柏铨）

8. 邓小平的新闻思想有哪些特点？

邓小平的新闻思想，是邓小平理论中的一个重要构成部分。作为中国共产党第一代领导集体的重要成员和第二代领导集体的核心，作为中国改革开放和社会主义现代化建设的总设计师，邓小平一贯重视新闻工作，并形成了精深的和富于特色的新闻宣传思想。邓小平新闻思想有着鲜明的特点。第一个特点：邓小平总是从阐明重大理论问题入手，为新闻宣传工作的健康发展奠定坚实的基础。这些重大理论问题是：坚持四项基本原则问题，维护安定团结问题，解放思想、实事求是问题，反对错误思想倾向问题。第二个特点：邓小平总是站在时代的制高点上，从全党、全军、全国的工作大局出发，对包括新闻工作在内的宣传思想工作高屋建瓴地作出指示，提出要求。第三个特点：邓小平总是将新闻宣传工作放到思想战线的整体中加以考察，并对此提出相应的要求。

（丁柏铨）

9. 邓小平的新闻思想有哪些精髓？

邓小平的新闻宣传思想有着丰富的内容：一是充分重视新闻传媒的重要作用。早在 50 年代，邓小平的《在西南区新闻工作会议上的报告》一文，就十分明确地指出：“拿笔杆子中，作

用最广泛的是写文章登在报纸上”。二是坚持实事求是的原则，他强调：“实事求是马克思主义的精髓。要提倡这个，不要提倡本本”。三是要求党报党刊在改革开放的背景下，“一定要无条件地宣传党的主张”。四是揭示了报纸新闻工作的规律，指出：“办好报纸有三个条件：结合实际、联系群众、批评与自我批评”。实际上也就是办好新闻传媒所不可或缺的三大法宝，同样适用于广播和电视媒体。五是倡导以开放的眼光看世界。他告诫人们：“不要关起门来，我们最大的经验就是不要脱离世界，否则就会信息不灵，睡大觉，而世界技术革命却在蓬勃发展”。1984年9月，他以战略家的眼光，在为新华社《经济参考报》的题词中提出：“开发信息资源，服务四化建设。”这是我们党的领袖人物第一次正式地向新闻传媒提出开发信息资源的要求，因而具有非同一般的意义。六是要求新闻传媒确立群众需要的观点：“要切合群众需要，更生动活泼”，充分体现了对群众的尊重。综上所述，邓小平关于新闻宣传工作的一系列论述，作为邓小平理论的重要构成部分，有着重大的现实意义和深远的历史意义。

(丁柏铨)

10. 江泽民关于新闻工作有哪些重要论述？

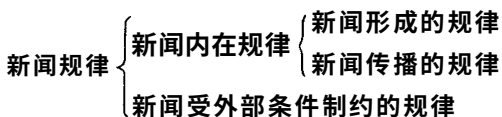
江泽民关于新闻工作的重要论述有：（1）关于新闻传媒功能的论述。江泽民同志于1989年11月28日在中宣部举办的新闻工作研讨班上发表的重要讲话中提出：“我们党历来非常重视新闻工作。始终认为，我们国家的报纸、广播、电视等是党、政府和人民的喉舌。”这对新闻媒体提出了更高的要求。（2）关于舆论引导的论述。江泽民1994年1月24日《在全国宣传思想工作会议上的讲话》中指出，“我们的宣传思想工作，必须以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的作品塑造人，

以优秀的作品鼓舞人”。对于新闻业来说，特别应担当起“以正确的舆论引导人”的重任。江泽民要求：“党报、党刊、国家通讯社和电台、电视台都要积极宣传党的主张，在正确引导舆论中发挥主干作用。”江泽民还对“坚持正确的舆论导向”进行了具体的阐述：“坚持正确的舆论导向，就是要造成有利于进一步改革开放，建立社会主义市场经济体制，发展生产力的舆论；有利于加强社会主义精神文明建设和民主法制建设的舆论；有利于鼓舞和激励人们为国家富强、人民幸福和社会进步而艰苦创业、开拓创新的舆论；有利于人们分清是非，坚持真善美，抵制假恶丑的舆论；有利于国家统一、民族团结、人民心情舒畅、社会政治稳定的舆论。”1996年9月26日，江泽民在视察人民日报社时强调指出：历史经验反复证明，舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。坚持正确导向和提高引导艺术是互相关联的两个方面。如果只是强调前者而忽视后者，那末前者的效果就会受到影响。因此，江泽民同志又适时地提出：“在坚持正确的舆论导向的前提下，要讲究宣传艺术，提高引导水平，努力使自己的宣传报道更加贴近生活、贴近读者，使广大读者喜闻乐见。”（3）关于新闻队伍建设的论述。1996年1月2日，江泽民在接见《解放军报》师以上干部的讲话中，指出：“办好《解放军报》，需要一支政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻队伍。”1996年9月26日，江泽民同志在视察人民日报社时进一步提出：新闻工作者要打好“五个根底”、具备“六种作风”。即要打好理论路线根底、政策法规根底、群众观点根底、知识根底、新闻业务根底；具备敬业的作风、实事求是的作风、艰苦奋斗的作风、清正廉洁的作风、严谨细致的作风、勇于创新的作风。

（丁柏铨）

11. 新闻内在规律包括哪些内容？

新闻内在规律是一种客观存在。它存在于新闻形成和传播的过程之中。它是新闻活动所必须遵循的法则。由于新闻内在规律的存在，新闻与非新闻得以区分。



先说新闻形成的规律。新闻形成规律的第一个内容，是新闻与事实之间体现为一种可以把握的关系。新闻是对事实的报道，而事实则是新闻报道的对象。新闻固然离不开事实，但仅有事实而无报道也就不可能形成新闻。因此可以说，新闻之所以成为新闻，必须具备两个最基本的条件：一是事实，二是对于事实的报道。两者缺一不可。新闻形成规律的第二个内容，是突出事实的新闻价值。所报道的事实应当确有新闻价值。在新闻形成的过程中，应以新闻价值为尺度对事实进行取舍。新闻的形成规律的第三个内容，是对事实的报道不失真。真实是新闻的生命。不能设想，对于事实的不实报道会是符合新闻规律的。新闻的形成规律的第四个内容，是新闻要确实有“新”可“闻”。不“新”之“闻”，是没有资格被叫作新闻的。在多元结构性体系中，事实本身以及对事实的真实报道，是新闻安身立命的根基；事实的新闻价值的含量，对事实所作报道的新鲜度，这两点决定了新闻作品的档次和质量。而新鲜度则对事实的新闻价值的被发掘、发挥的程度构成了直接的影响。事实的新闻价值再高，也总是有时限的。超过一定时限，事实的新闻价值就会消失殆尽。

再说新闻传播规律。新闻传播是一个复杂的过程。新闻作品的作者（记者、编辑）是传者，读者、听众、观众则是受传者。其间的中介物是新闻媒体。传播过程由传者开始，到受众这一终端而告结束。任何一个有效传播的过程，都是由传者、媒介和受传者三位一体共同完成的。有效传播是三者协调互动的产物。正因为如此，研究新闻的传播规律，理应从三者关系的把握切入：传者受到媒介和受众的双重制约；传者与受传者通过新闻媒介进行双向交流；传者和媒介对受众负有满足其需要和提高其水平的双重任务。

（丁柏铨）

12. 什么叫新闻价值？

新闻价值是某些事实所固有的在满足受众新闻需要方面所具有的显在的或潜在的作用。（1）新闻价值为某些事实所固有。有些事实具备新闻价值，而有些事实则不具备新闻价值。对于不具备新闻价值的事实，任何人都无法人为地注入新闻价值。某些事实所具备的新闻价值，是它们原本就拥有的，是与“生”俱来的。人工添加新闻价值的努力是徒劳的。（2）新闻价值的衡量依据是事实披露以后的受关注度和受众新闻需要满足度。衡量事实有无新闻价值和有多高的新闻价值，依据和标准只能是两条：一是看事实披露以后受关注度的高低，二是看事实披露以后受众新闻需要满足度的高低。（3）事实新闻价值的存在状态有显在或潜在之分。有些事实所具有的新闻价值，呈显在状态。这时，它就被比较容易发现和认识。有些事实所具有的新闻价值，是以潜在状态存在的，隐伏得比较深，以常人的一般的眼光难以捕捉到它。因此，对于新闻工作者来说，在报道具有显在性新闻价值的事实的时候，应当努力正确地凸现其新闻价值（而不能舍却体现事实的新闻价值的部分，而去突出事实

的不具备新闻价值的部分)；在报道具有潜在性新闻价值的事实的过程中，应当花大力气做发现、捕捉并展示新闻价值的工作（“发现”、“捕捉”是说自身对事实的新闻价值先有所认识，“展示”则是要求能将事实的新闻价值示于人）。（4）事实的新闻价值就其本质而言是它所能发挥的一种作用。新闻价值，说到底是事实在满足受众新闻需求方面所能发挥的一种作用。“作用”，是它的归宿和落脚点。

13. 新闻事业受外部条件制约的规律包括哪些内容？

从总体上说，新闻和新闻业，受到社会经济基础的制约。经济基础决定上层建筑，当然也就决定了属于上层建筑意识形态的新闻事业的性质。经济基础要求上层建筑与它相适应。经济基础的变化，将带动上层建筑或快或慢地发生变化。人类的新闻活动是上层建筑中的一部分。马克思主义认为，研究一切观念形态的东西，“既不能从它们本身来理解，也不能从所谓人类精神的一般发展来理解；相反，它们根源于物质的生产关系”（《马克思恩格斯选集》第2卷，第82页）单纯从人类精神的一般发展来理解新闻，不可能找到新闻的最终制约因素即物质的生产关系。在某种物质的生产关系形成之前，是不可能出现反映这种生产关系的新闻的；而物质的生产关系改变以后，反映原先的生产关系的新闻，也就不再是真正意义上的新闻了。

经济基础对新闻和新闻业的制约，还体现在物质条件的制约上。国外的许多新闻媒介，由财团出资主办，当然也就必须听命于老板。国内的新闻媒介被推向了市场，当然也就必须在市场竞争中求生存。新闻媒介首先必须具备生存的物质条件，然后才谈得上进一步发展。物质条件的制约，还包括设备手段的制约。传播的手段和设备先进与否，直接影响了新闻业的发展。

新闻和新闻业，也还受到上层建筑中其他部门的影响。经

济基础对新闻业提出的要求，是通过政治这个中介实现的。我们知道，政治是经济的集中体现。在有阶级的社会里，维护占据统治地位的阶级的经济利益的路线、政策、法律、法规以及这个阶级的政治思想和法律思想，是经济基础的最直接的体现。政治，体现了经济基础的要求，也体现了一定阶级的利益。新闻业要为经济基础服务，要维护特定阶级的利益，就必须坚持体现或贯彻某种与经济基础和特定阶级的利益相适应的政治思想和法律思想。这就是“讲政治”的根据。从某种意义上可以说，“讲政治”和“政治家办报”的指示，揭示了新闻事业为经济基础服务的根本途径，阐明了新闻与政治之间客观存在的密切关系。这些，应当是广义的新闻规律所包含的一个重要内容。

对于新闻有着制约作用的，不仅仅是政治和法律，此外还有哲学、宗教、文学、艺术、科学技术乃至时代精神。

(丁柏铨)

14. 研究新闻规律有什么意义？

新闻规律包括新闻内在规律和新闻受外部条件影响制约的规律。新闻受外部条件影响的规律规定了新闻事业的性质、新闻的部分重要功能。新闻的内在的规律规定了新闻和新闻业为经济基础服务和影响社会生活所采取的特殊方式。新闻的内在规律与受外部条件影响制约的规律并不是可以机械划分和截然分开的。后者中所包含的政治影响，往往规定着新闻媒介的方向、导向，而且大量地进入新闻内容的层面，从而事实上制约着人们对新闻价值的判断，制约着记者、编辑对新闻事实所作的选择和采取的相应的处置方式。可以说，新闻的受外部条件制约的规律在某种程度上也制约着新闻的内在规律。不同的外部条件作用于新闻媒体和新闻工作者所从事的新闻传播活动，就可能使它所体现的新闻规律具有某种特殊的色彩。反过来说，

如果只以新闻业和新闻活动受外部条件制约的规律来要求新闻和新闻业，而不顾新闻和新闻业还有自身的内在规律必须遵循，那么，受众疏远乃至抛弃新闻和新闻业，是情理之中的事情，而并非危言耸听。

(丁柏铨)

15. 什么是新闻报道的受关注度？它与哪些因素有关？

新闻报道的受关注度，是指新闻报道在面世后受到受众关心、重视的程度。新闻报道的受关注度与以下三种因素有关：

(1) 新闻作品的包装。新闻作品包装得好，令人耳目一新，人们就愿意投去注意的一瞥。相反，人们就未必就会对此加以注意，当然也就难以进而发现新闻事实内在的价值。

(2) 受众的心理需求。一般说来，如果新闻报道的内容切合受众的需要，那末，受众就会主动关注新闻事实和新闻信息，新闻报道的受关注度就比较高。相反，如果新闻报道的内容与受众的需要不密切合，受众就不可能表现出对新闻报道关注的热情。需要注意的是，受众的需求有两种：一种是现实需要，另一种是潜在需要。受众对新闻报道是否关注，从受众主观方面来分析，通常是由其现实需要决定的。潜在需要和现实需要，两者往往是会转化的。因此，在对新闻事实加以报道的时候，把握受众的现实需要，唤起他们的潜在需要，是提高新闻报道的受关注度的有效途径。

(3) 新闻事实本身的素质。这是新闻报道受关注的核心层次的内容。衡量新闻事实的内在素质，大致有四条标准：第一条标准是事实对受众来说有无意义；第二条标准是事实对受众来说有无益处；第三条标准是事实对受众来说有无关系；第四条标准是事实对受众来说有无趣味。

(丁柏铨)

16. 新闻、广告、文学的真实性在内涵上有什么差别？

新闻、广告、文学都有真实性的要求，但新闻、广告和文学的真实性的内涵是有差别的：（1）三者对事实的依赖程度不同。事实是新闻的本源，新闻是事实的反映，离开了事实就无所谓新闻。事实是广告诉求的基础和依据，广告是撰制者遵循着某种事实，为广告主所作的关于商品与服务的劝服式的宣传（当然是必须付费的）。在广告宣传中，凡是涉及商品或服务的性能、质量、用途、用户评价反应的地方，应当能提供构成事实的材料。广告宣传中常常包含某种承诺。这种承诺，或许以过去的事实为支撑点，或许在未来随时准备兑现而使其成为现实。新闻与广告在有赖于事实的方面并不是没有差别的。有新闻价值的事实，是新闻报道的直接对象。事实构成了新闻内容本身。而广告的内容，可以是某种事实，也可以不是事实本身，而只是在事实基础上由广告主对受众所作出的某种承诺。新闻所报道的，仅仅是现实生活中那些具有新闻价值的事实。大量可以写进广告可以实现促销目的的事实，因其不具备新闻价值，故而不可能被写进新闻。文学范畴中的一部分文体，例如报告文学、纪实小说以及口述实录文学，必须依赖于事实才能存在。文学中另有一类文体，是无需依赖事实而存在的，例如小说、戏剧、诗歌（叙事诗）等。文学范畴中的散文与事实密切相关。散文作者因真实的人、真实的事而发真实的感受。离开广义的事实，很难设想会有好的散文。但一味地记录和罗列事实，未必就能写出散文精品。就整体情况而言，文学对事实的依赖程度不如广告，当然也不如新闻。（2）三者处置事实的方式不同。新闻处置事实的基本方式是如实报道。文学各体处置事实采用的是或纪实或虚构的不同的方式。纪实型的广告质朴、直白，商品或服务所涉及的事实是怎么样就说成怎么样，不加修饰，不

作渲染。艺术型广告处置事实的基本方式是从事实出发然而又不拘泥于事实，使用各种艺术手法强化事实，强化效果。（3）三者遵循的逻辑不同。新闻遵循的是现实逻辑；文学遵循的是艺术逻辑；纪实型的广告，遵循的是现实的逻辑。艺术型广告具有艺术的特性，因而体现出与纪实型广告不同的逻辑。

（丁柏铨）

17. 如何理解新闻传媒受到新闻规律与市场规律的双重制约？

新闻传媒的运作有其自身固有的规律。只要是新闻传媒，就必须不折不扣地按新闻规律办事。新闻传媒无一例外地受到新闻规律的制约。而新闻传媒身处于其中的市场，也有着其固有的运行规律。在当今时代，新闻传媒无不受到上述两种规律的共同制约。

市场规律的要义，大致包括：（1）市场是产品销售的场所，围绕产品所进行的交换是等价交换；（2）推动市场发展的原动力来自消费者；（3）产品的活力来自市场占有率；（4）市场的行情决定于供求之间的关系；（5）产品生产者之间必须市场上见高低。根据物质产品的产销、供求情况揭示出来的市场规律，在很大程度上，也制约着精神产品的生产者和传播者。新闻规律分为两个部分：新闻活动、新闻事业。受外部条件制约的规律和新闻活动、新闻事业的内在规律（简称新闻内在规律），其内涵上文已提及。

新闻规律和市场规律，从各自不同的角度作用于新闻传媒。前者使新闻活动区别于非新闻活动，使新闻活动和新闻传媒的本体特质得到了凸现，新闻传媒无论是处于何种经济体制之下，都无可避免地要受到新闻规律的制约，对于新闻活动和新闻传媒来说，后者则体现了来自市场的因素对新闻传媒和新闻活动

的制约。它的作用在市场经济条件之下才得以发挥。它在很大程度上与新闻传媒所报道的新闻信息的受众认可问题相关，决定着新闻传媒能否从市场上获取自身生存与发展所须臾不可缺少的资金，以及获取资金的多寡。由于新闻规律是新闻传媒自身所固有的也是特有的规律，因而它对于新闻传媒来说有着专门的适用性。按新闻规律办事，是新闻传媒健康发展的必不可少的条件；反之，违背新闻规律，新闻传媒就失去了健康发展的基本条件。而市场规律的作用范围，要比新闻规律的作用范围大得多。凡是商品流通领域，市场规律就总要发挥它的作用，它不仅制约着物质产品的生产和消费，而且也制约着精神产品的生产和消费。但是，由于新闻必须依据事实进行真实的报道，而且常常体现意识形态的属性，因此，新闻传媒又并不能完全以销定产，不能一味搞“市场决定”论。

精神产品的市场供求关系的背后，存在着一种在更深层次起作用的因素，这就是生产者的价值观念与消费者的价值观念的交互作用。如果精神产品的生产者在产品中隐含的价值观念与消费者（受众）的价值观念相吻合，那末，后者的需求欲会变得更为强烈，并有望化为现实的行动。如果两者的价值观不相投合，那末，精神产品要么最后将受众征服，要么受到受众的抵制。在精神产品受到抵制的情况下，受众的消费需求终将难以转化成现实。新闻作品具有商品性而又并非一般意义上的商品，新闻传媒身处于市场而又并非一般意义上的企业，新闻作品和新闻传媒以自己的方式作用于受众，影响他们的意识。精神产品直接作用于人的意识，这种功能是物质产品所不具备的。由此看来，全部适用于物质产品生产和销售的市场规律，只是部分地适用于精神产品的生产和销售。

（丁柏铨）