

新闻研究资料

XINWEN YANJIU ZILIAO

- 武威收报事件始末
- 于右任先生对我国早期新闻事业的贡献
- 明代邸报的传递发行和印刷
- 汪伪新闻界大事记

SFE 53/53

新闻研究资料

总第四十八辑

中国社会科学院新闻研究所
《新闻研究资料》编辑部编辑

中国社会科学出版社

一九八九年十二月

主 编：何炳然

副主编：阎焕书

新 闻 研 究 资 料

总第四十八辑

中国社会科学院新闻研究所

《新闻研究资料》编辑部编辑

*

中国社会科学出版社 出版
发 行

新 华 书 店 经 销

北京景山学校印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 7印张 160,000字

1989年12月第一版 1989年12月第一次印刷

ISBN7-5004-0711-4/G·18

定价：2.20元

目 录

· 当代新闻史专题史料

为发展商品经济呐喊

- 回忆《市场报》的改革探索……………于 明(1)
- 武威收报事件始末……………于清滩(11)
- 1988年的香港新闻事业……………雷渝平(19)
- 中国新闻纪录电影史述略(下)……………高维进(25)

· 新闻界人物

- 于右任先生对我国早期新闻事业的贡献……………郁惟刚(49)
- 石西民略传……………杨润时(61)
- 陈翰伯和北京新闻学校……………彭德汉(74)

· 学习与研究

我国近代新闻史探微

- 兼论香港、上海早期报刊……………秦绍德(81)
- 五四运动时期新闻舆论作用评析……………张之华(94)

· 古代新闻史研究

- 论明代邸报的传递、发行和印刷……………尹韵公(106)

· 报刊史料

中国共产党在海外的两份报纸

- 《先锋报》和《救国时报》……………王美芝(129)
- 《北华捷报集团的报刊》
- 上海近代报刊的最早一页……………葛思恩(138)

基督教日报《大光日报》的创办·····	单 纯(149)
关于《民报》·····	袁义勤(158)
汪伪新闻界大事记(上)	
·····	姚福申 叶翠娣 辛曙民(163)
解放前厦门报刊沿革述略·····	江向东(199)
启事·····	(80)

为发展商品经济呐喊

——回忆《市场报》的改革探索

《人民日报》1979年10月1日创办的《市场报》（当时叫《市场》），是党的十一届三中全会以后，全国第一个专门报道商品、市场的报纸；第一个提出在我国发展社会主义商品经济的报纸；第一个从人民生活需要出发进行报道，提出为消费者讲话，为生产者、经营者服务的报纸；第一个大量刊登短新闻、短评论，强调实用性、知识性、服务性的报纸；第一个大量刊登广告的彩色报纸。它那新鲜的内容，活泼的形式，清新直爽的文风，独树一帜；它那思想解放的活力，深深地吸引了我，1980年我主动要求调回人民日报社，到《市场报》工作。

到《市场报》工作以后，我越来越感觉到这虽然是一张小报，但办报的指导思想却是要探索改革的大问题，无论在反映经济改革上，还是在探索新闻改革上，《市场报》都有自己的特色。

一、解放思想，开放搞活

长期以来，我们都讲要改革新闻报道，特别是经济新闻的报道，因为读者经常反映，经济新闻读起来枯燥乏味，不

受欢迎。而《市场报》一出版，却一反常态，受到各方面异乎寻常的欢迎。

1979年9月20日，《人民日报》编辑部把一份《市场报》试版的报样同一份请示报告，一起送给胡耀邦同志，三个小时后就送了回来，批示：“我赞成这个报，但不要赠送，而要订阅，也可考虑外销。”《市场报》出版后，党中央书记处在讨论《人民日报》的纪要中说：“《市场报》在国内外受到欢迎，同意在现有基础上加以改进，作为对外介绍我国商品和市场情况的报纸，并翻译成各种外文，向全世界发行。”这表明在党的十一届三中全会后，我们急需向国内外宣传我国商品和市场的报纸，而《市场报》正在此时应运而生。

创办这张报纸时，我们的经济生活还统得很死。薄一波同志看到《市场报》后高兴地说：“原先不知道有《市场报》，看了两期很喜欢。我们各方面的工作现在都捆得很死，思想要活，工作也要搞活，所以很需要《市场报》。”因此，宣传党的开放、搞活的政策，一开始就是《市场报》最重要的任务。

经济学家薛暮桥同志来信说：“看到你们的市场报，十分高兴”，“在产销之间传递信息的象《市场报》这样的刊物，还是十分需要的。我估计市场报的出版，一定会受到广泛的欢迎，祝贺你们的事业为祖国的经济建设作出重大的贡献。”这就是说，在开放搞活经济中，传递信息，沟通渠道，是关键问题，也应该是《市场报》宣传的重点。

报纸一上市，全国各地读者争先购阅，北京上海排起了长队争购，上海市委领导知道后派人去买，竟未能买到。合

肥、南京的同志说，为买《市场报》，有些邮局的柜台被挤坏。北京西单一个零售点，一小时就卖出一万份。

国内新闻界纷纷写文章谈《市场报》，认为从内容到文风，都为新闻改革提供了有益启示。外国驻京记者则向世界各地发消息，说“《市场》以它的内容引人注目”，“《市场》是中国出现的唯一没有政治术语的报纸。”

《市场报》在当时如此受欢迎，说明我国人民多么渴望改革！《市场报》的内容和形式，以事实向广大人民传递了重要信息：我们的经济生活搞活有望了！

二、从满足人民生活需要出发，改革为生产而生产的宣传

社会主义生产的目的是为了满足人民物质文化生活的需要，这是马列主义的理论常识。但是我们许多年来受“左”的思想影响，没有按照这个理论指导实践，而是宣传为生产而生产，为追求一大堆动人的产值指标而生产。这样，经济宣传脱离了社会需要，脱离了10亿消费者的需要，往往宣传产值越高，形势大好，人民经济生活越困难，对人民生活中的欠账越多。经济宣传失掉群众信任，激起反感，造成群众对社会主义建设的漠不关心。党的十一届三中全会后，党中央提出改变为生产而生产，明确肯定社会主义生产的目的是为满足人民物质文化生活的需要。当时《人民日报》副总编辑安岗同志负责领导《市场报》，他认为这是总结30年的经验教训得出的正确结论。他说，历史证明，什么时候为满足人民物质文化生活的需要而生产，生产就上去了，什么时候为生产而生产，生产反而发展不了。他运用这个理论

作为创办《市场报》的指导思想，由此提出《市场报》要为10亿消费者服务，满足他们的生活需要，维护他们的利益，敢于代表他们讲话，同市场上的不良现象作斗争。在《市场报》几年的实践中，我深深感到，党中央明确肯定社会主义生产的目的这一点，是我国经济上最大的解放思想、拨乱反正。拿这个理论作指导，才可能有以后一系列的经济改革，《市场报》也才可能出现，并提出为消费者服务，为消费者讲话的报道方针。几年来我们还深深感到，从满足消费者需要出发，也是促使我国经济按比例稳定协调发展，促进生产者生产适销对路产品，提高产品质量，和商业、服务行业提高服务质量，改进经营管理的最重要途径。不但是前30年，就是最近10年的事实也说明，只要哪一年脱离广大消费者需要去盲目搞生产建设，哪一年经济比例就失调，哪一年市场就不稳定，就会被迫来一次调整。我在《市场报》时，对每期的头条和社论，都注意如何围绕这个主题，精心选择人民生活中最关心的问题，为促进生产，为消费者讲话。

三、传递商品信息成了报纸主要内容

《市场报》从创刊开始，就把传递商品信息放在主要地位。如创刊号上就登载了70条传递商品信息的新闻，29幅广告，有新产品、新情况、新经验的介绍，有商品新知识，有征购、待销、待聘的信息。新闻多，信息量大，这在当时的报纸中是十分突出的。

《市场报》八个版的内容，大部是提供信息的。每期提供大量信息新闻，另外，还设“桥”、“瞭望哨”、“市场预测”、“市场调查”、“缺货登记簿”、“顾客推荐和评

议”、“读者之声”、“国外新产品”和“国内市场文摘”、“海外市场文摘”等栏目，着重通过反映消费者对农副产品、轻工产品等的需求，为生产者、经营者提供有价值的信息，以消费需要促流通改进，促生产适销对路产品，沟通产销渠道。

经济信息的传递，收到很大效果，有的信息救活了一些企业，满足了市场需要。如北京新兴袜厂1979年开始生产长筒袜，但没有销路，《市场报》刊登《妇女要穿长筒袜》的消息后，该厂喜出望外，登报说他们厂生产，很快引来订货，销路大增，生产一班改为两班，在短短的几年里引进几十台机器生产，仍不能满足市场需要。杭州大理石厂1980年才生产大理石两万平方米，积压了1.4万多平方。不久，他们从《市场报》获得信息，同美商、日商、港商挂上钩，原来生产的深灰色大理石成了俏货，又大量开采了浅灰色大理石供应市场，逐步变成重要出口产品。《市场报》介绍重庆制药九厂生产的皮炎灵后，6万人函购。1980年才生产200万袋，到1983年一年产1000万袋还满足不了市场需要。湖北应山县生产大量蒜薹怕难销售，在《市场报》登《欲买蒜薹，请到应山》短短61字的简讯，使该县蒜薹由往年销9个省市扩大到19个省市，不到一个月，1000多万斤蒜薹全部售完。这个县的一位县委副书记说：“你们帮我们打开了蒜薹销路，更帮助我们打开了思路，使我们懂得了沟通信息的重要。”随着商品生产的发展，广告也是十分重要的信息，除许多大广告外，《市场报》分类广告《谁家要买》《谁家要卖》，都仅仅几十个字，每条都起了重要的牵线搭桥作用，客户经常排队等待。

安岗同志从创办《市场报》开始，就反复强调宣传商品和市场的重要性，要求同志们改变过去轻商的旧观念，每个记者都要了解和研究所在地区的商品和市场。他说，为各地商品生产、搞活市场造舆论，这是我们的责任。几年来《市场报》就是按照这一指导思想进行宣传的。实践证明，这一指导思想完全符合我国发展社会主义商品经济的要求。《人民日报》社长钱李仁同志在1986年回顾《市场报》工作的时候，认为在1979年就能出版《市场报》体现社会主义商品经济思想，是很有远见的。

四、改变宣传方针政策的八股腔，通过群众最关心的问题体现政策

《市场报》根据群众经济生活中提出的问题，几年来通过事实，反复宣传了党的开放、搞活的政策，鼓励商品流通的政策，发展多种经济形式和多种经营方式的政策，以及发展日用消费品生产，发展第三产业的政策等。但是，安岗同志说，《市场报》要改变过去从上到下灌输政策的做法，从群众提出的实际问题中体现政策精神，避免政治术语连篇累牍，及穿靴戴帽式的新闻，不要官话套话。按照这一要求，在宣传多种经济形式并存和多渠道流通的方针政策时，我们就从群众吃饭、住宿、买菜、做衣、乘车、修理等各方面的需要出发，宣传国家、集体、个体一起上的方针。如广州率先给个体户发营业执照，江苏省委机关破围墙办商店，天安门观礼台下开设服务网点，都是《市场报》最早报道的。对于不利于消费者的，就选择典型事例予以揭露和批评。如北京市百万庄农贸市场被砸，安阳市捣毁商业网点等，《市场

报》用这些事实呼吁社会各方面维护搞活的政策，正确对待个体户。这样通过群众最关心的生活问题体现政策，使群众感到政策和自己切身利益密切相关，容易接受；用事实讲话，又使新闻大大缩短，也避免了从上到下指导工作的宣传味，使群众感到可读可亲。

除把政策寓于新闻信息的传播中外，《市场报》各个版都设有群众性议论商品和市场的专栏，如一版有社论和“短长录”，二版有“市场随笔”，三版有“街市人语”、“借题发挥”，八版有杂文。其他如专业版、读者来信版，都强调要有评论，这些评论通过群众提供的事实讲道理，谈政策，给人留下了深刻印象。

《市场报》重视掌握总路线、总政策精神，所以我们在宣传具体事物时，虽然遇到阻力，只要我们认定是符合党的开放、搞活总精神的，对国家和人民有利的，就积极支持。1982年各地对个体户长途贩运还卡得很死。河南省两位农民为集体企业代运积压的化纤布，被当成投机倒把的大案，沈丘县工商局没收了他们价值16万元的货物，法院分别判处他们8年和6年徒刑。当地群众议论纷纷，两位农民的亲属到《市场报》来反映情况。我们派记者实地调查后，认定沈丘这样做是不符合中央精神的，便登出了调查报告，配发了社论，提出应当提倡农民进入流通领域，过时的限制流通的政策、法令，应该修改和撤销。文章刊出后，收到成百封来信，支持我们的报道。河南省领导机关调查核实后，决定改正这一错案，而沈丘有关部门却顶住不放。我们抓住此事连续报道，直到正确解决为止。两位农民的亲属十分感动，要送《市场报》一块上书“为民喉舌”的匾额。北京居民多年

只能吃冻猪肉，1985年5、6月间，北京市被迫敞开城门，让外地商品进入北京，但还是不准鲜肉进京，理由仅仅是因为“没有人检疫”。《市场报》刊登了《北京市还有一道关卡没撤销，农贸市场仍然不准卖鲜肉》的报道，并发了社论。市长看到后，立即进行研究，指示限期解决。三位副市长当晚布置执行，一周后北京农贸市场便出现了鲜猪肉。商业部调研室一位同志曾说，前几年有不少告《市场报》状的信，说《市场报》是违反既有的政策，瞎捅漏子。现在看来，《市场报》和中央总的政策精神是一致的，而原来的一些政策规定，则有的修改，有的撤销。《市场报》因为重视掌握政策总精神，又是根据群众生活中提出的事实，在报道中体现政策，也容易符合实际，避免宣传上的浮夸和刮风。

五、维护消费者利益，重视服务性、知识性报道

《市场报》创刊以来，对社会上乱涨价、走后门、出售假冒伪劣商品、短斤少两、商品搭配等不正之风，反复进行揭露和批评，促进企业端正经营作风。给人印象比较深的，如写走后门现场情景的《夹在长队里的见闻》，写济南有些国营商店严重短斤缺两，长春部分饭店串通商贩哄抬物价，河北武强县截留分给农民的自行车等，这些报道都引起有关部门重视，做了严肃处理。如报道张家口地区有关单位不顾群众健康大量贩卖无碘私盐后，河北省人民政府当即责成省供销社和张家口地区行署从严查办，很快刹住了歪风。

《市场报》经常刊登消费者对商品质量、商品维修、食品卫生等方面的意见，促进有关单位改进。如报道郑州酱油、食醋质量差，不卫生，郑州有关部门曾指令17家商品不

合格的酱醋厂关门或停产整顿，使质量很快提高，达到了规定的卫生标准。

为维护消费者利益，《市场报》发表过许多评论，受到社会好评。如在发现有些企业用不正当手段提高商品价格后，发表了《别老打消费者的主意》《别让涨价败坏承包声誉》《杜绝搭配和短斤少两》《为人民健康做做好事》等。其中《北京酱油为什么脱销》的报道，获1979年全国好新闻作品一等奖，社论《别老打消费者的主意》，获1981年全国好新闻作品奖。还有一组连续性社论《同北京有关领导交换意见》共5篇，获1984年全国好新闻奖。

以上为维护消费者利益的报道，是最重要的为读者服务。另外，报纸还十分强调在其他方面的服务。安岗同志说，《市场报》每个版都要抓服务，南北东西中，男女老幼，都要注意到。应根据他们的不同要求，安排好服务项目，做好服务工作，使读者都愿意和我们交心。要学邹韬奋的服务精神，不要拒绝做小事——群众渴望的小事情。

安岗还要求《市场报》加强知识性。他说一张报纸打开来，没有知识，读者看了是会打瞌睡的。所以《市场报》每期除设专版《生活顾问》外，在各版都根据报道内容，提供服务和商品知识。广州市两位新闻界的离休老干部说，他们从《市场》创刊，就把它当作购置商品、安排生活的助手。

六、在新闻改革中做了一些尝试

1. 稿件短小精悍，讲事实，重实用。写短新闻，是我们多年来对新闻业务改革的要求之一，胡乔木同志在延安时提出“短些，短些，再短些”已经40年了，但是我们报纸上

的篇幅仍然被许多讲官话、空话、套话的大块文章占据。

《市场报》从一开始就规定，除内容有特殊需要者外，消息、文章一般不得超过500字。不论长短文章，一律要用事实讲话，用群众语言讲话。新闻一律不搞穿靴戴帽，要开门见山。短新闻通讯《经济学家赶集》《副总理验锅》，因为写法新颖活泼，内容有较好的社会效果，分别被评为1980年和1981年的全国受奖新闻作品。

2. 短社论反映了《市场报》个性，受到各方面重视。

《市场报》社论的中心思想是替老百姓讲话，使读者一看就感到反映了他们的意见和要求。一位读者写文章说这“一大批‘豆腐干’式和‘火柴盒式’的社论，是对‘社论八股’的有力冲击。”山东潍坊一位读者赞扬这些社论语言朴实，说理深透，敢讲真话，立意新颖，使读者看了感到亲切。《市场报》短社论已有四次在全国好新闻评比中获奖。

3. 版面多，栏目多，内容包括经济生活的各个方面。

《市场报》注意内容搭配，发挥彩色印刷优势，文图并茂，丰富多采。读者反映《市场报》办得活，照顾了老年、中年、青年各自的需要，一张报纸全家看，都能受到实惠。

4. 扬长避短，不断改进。《市场报》坚持小报小办，把小报办出特点。除《市场文摘》外，稿件都要求是独家新闻。虽不是日报，内容还是新鲜的。在写法、标题、版面编排上，力求和大报不雷同；评论不直接谈指导工作，从群众实际生活谈，每期谈的都是新情况，提出新问题。

《市场报》还有不少缺点需要改进，但它为解放思想，为宣传发展商品经济打了头阵，为新闻改革作了有益的尝试，这是当代中国新闻史上应该有所记录的。

武威收报事件始末

1988年3月，甘肃省《武威报》在武威市人大会期间，因为发表了该市人民代表批评地委的意见，受到地、市委领导的指责。地委下令收回报纸，并要求自行销毁。这一作法在群众中造成了极为恶劣的影响；酿成了震惊全国的武威收报事件。认真反思这件事的教训，对深化新闻改革，加强舆论监督是十分有益的。

1988年3月7日，武威市一届人大五次会议闭幕前一天，武威地区行署专员魏万进和副专员刘生荣召集14名基层人民代表座谈。两位专员开宗明义地说：“今天请大家来，让大家谈谈群众最关心的问题，讲实际话，心里话。”“不要大家光讲好，要多提意见，发牢骚。对省地市人民政府的方针政策、办法措施、干部的工作作风，都可以提，横挑鼻子竖挑眼。”专员这样一讲，解除了大家的思想顾虑。于是，代表们纷纷就农业生产、水利设施、粮食定购、农用物资、物价、教育、市政建设、干部作风等问题，反映了基层情况，提出了批评意见。

《武威报》记者梁林就此整理了一篇座谈纪要，以《人民代表的心里话》为题，发表在3月16日《武威报》一版

上。为了使某些领导能够接受，还删去了一些有“棱角”的话，经有关部门负责人和副专员裴永俊审阅后见报。（原文见该日《武威报》及4月1日《中国青年报》）。

地委下令收报

刊登《人民代表的心里话》的《武威报》一出版，在社会上即引起强烈反响。武威市长柳宏克当即打电话给地委书记杨作林，说：“我是省、地委派来的，不是自己要来的，如果不行我可以走嘛！”杨作林问发生了什么事，柳宏克回答说：“看看你今天的《武威报》吧！”柳说完即挂掉电话。这时杨作林赶紧粗略看了一下那篇报道，立即找地委委员、地委宣传部长、《武威报》兼职总编胡相如征求意见。当时杨作林还没有收报的意思。胡听了杨的情况介绍以后，就开始考虑收报纸问题，于是立即赶到报社召开编委会。会上他问主持报社工作的第一副总编李田夫：“报纸能不能收？”李回答说：“能收。先例多得很。‘文革’中，《甘肃日报》将越南误排为南越，报纸收了重印；前几年《甘肃日报》将省党代会主席团名单漏登了20多个，也收了重印。”胡相如听李田夫这么一讲，便下定了收报纸的决心。他让李田夫带一名记者到邮局去，将没有发走的报纸全部扣下来。李到邮局以后，见报纸已经发出近万份，尚有6千多份没有发走，便打发人全部取回。李又让邮局通知各零售点停售。一切安排好之后，胡相如才赶到地委向书记汇报，接着召开地委会议。在这个只有5名委员（除杨、胡外，还有副书记朱炳麟、组织部长程春华、农工部长赵敬中）参加的地委会议上，做出了收报决定。