

山东省报纸理论宣传研究会 著
《报纸理论宣传学概论》编写组

BAOZHILILUN
XUANCHUANXUE
GAILUN

报纸理论宣传学概论

山东大学出版社
BAOZHILILUN
XUANCHUANXUE
GAILUN

编委会

顾问：刘广东

主任委员：于冠深

委员（以姓氏笔画为序）：

于冠深 王广仁 王希君 何雪生 殷承明 蔡晓滨

策划、拟纲、统编：何雪生 刘明洋 史天经

撰稿人：史天经——绪论；

郭兴展 王立波——第一章；

石劲松 李雪晶——第二章；

张则信——第三章；

李建中——第四章；

李高实——第五章；

卢少华——第六章；

林文刚——第七章；

王福生——第八章；

孙建清 朱成军——第九章。

党报的理论宣传，是党报宣传的重要
任务和优势。党报理论宣传，也是一门科学，
需要在宣传实践中不断总结、认识、提高。

《报纸理论宣传学概论》一书的编写
出版，是我省报纸理论宣传工作者总结实
践经验上升到理性思维的一项具有创新意义
的工作，值得称赞。相信在正确理论的指
导下，我省报纸理论宣传会打得更好。

陈立林 3.23.

中共山东省委常委、宣传部长 陈光林同志的题词

党报的理论宣传,是党报宣传的重要任务和优势。党报理论宣传,也是一门科学,需要在宣传实践中不断总结、认识、提高。

《报纸理论宣传学概论》一书的编写出版,是我省报纸理论宣传工作者总结实践经验上升到理性思考的一项具有创新意义的工作,值得称赞。相信在正确理论的指导下,我省报纸理论宣传会搞得更好。

陈光林

2000.3.23

序

刘广东

近 20 年来,写书的多,书出得多,填补空白的也多,可谓空前。新闻界也大体如此。相对而言,报纸理论宣传的书可能少些,自成体系的概论类专著更少,或者迄今未有。正当我因此而遗憾和强烈期待的时候,山东省报纸理论宣传研究会的同志告之以编写《报纸理论宣传学概论》(以下简称《概论》)的设想,我表示了完全的支持;《概论》出版之际,又命我作序,当然义难容辞了。

报纸理论宣传是报纸整体宣传的重要组成部分,也是党的理论战线不可或缺的一个方面。搞好这方面的宣传,使党和人民满意、要求日高的广大读者满意,不能没有相应的知识和学问,不能没有相应的理论指导。报纸理论宣传队伍,一批批老兵退休了,一批批新兵不断地加入进来,而新兵对武器的渴求是可想而知的。正是基于对报纸理论宣传及其队伍建设现实需要的深刻认识,报纸理论宣传研究会的同志产生出无可旁贷的历史责任感。他们把报纸理论宣传作为一门科学,进行了长期系统的研究和探索,构筑了它的体系框架,形成了比较完备的理论形态——《报纸理论宣传学概论》。这的确是一项值得大加称赞、有创新意义的工作。惟其

如此,如同任何新生儿一样,尽管《概论》还有不成熟之处,随着时间的推移和实践的发展、深入,这一领域还会产生新的知识、新的理论观点和理论课题,但在目前,对于初涉报纸理论宣传工作的同志来说,无疑是雪中送炭,不失为入门读本。对于从事一般理论宣传的同志和大学新闻系理论评论专业的老师、同学,也是很有价值的参考书。

特别值得提及的是,《概论》的作者都是多年从事省、市报纸理论宣传的专门家,既是组织者,又是实践者,他们对报纸理论宣传有着比较全面的认识和全局性把握,可以说《概论》是他们丰富的专业实践经验的总结和理论概括。职业特点成为他们编写《概论》的优势和又一动因,也从而形成《概论》的特色,如理论联系实际、全面系统、可操作性强等等。还有,编委和作者中的于冠深、何雪生、史天经诸位,都是我多年的老同事,他们对报纸理论宣传几十年如一日的热爱、执著,他们一丝不苟的敬业精神,时时感动着我。应当说,《概论》不仅凝聚着他们的经验和学识,而且溶进了他们的心血和情感。作为《概论》的第一读者,我是深深感谢和敬佩他们的。

恭贺《概论》出版,祝愿我省的报纸理论宣传百尺竿头,更进一步。

2000年3月28日于大众日报社

目 录

题 词	陈光林
序	刘广东
绪 论	(1)
第一节 报纸理论宣传学研究的对象	(2)
第二节 报纸理论宣传的地位	(9)
第三节 报纸理论宣传的功能和任务	(14)
第一章 报纸理论宣传的涵义、历史和传统	(26)
第一节 报纸理论宣传的涵义	(26)
第二节 报纸理论宣传的历史与传统	(30)
第三节 马列主义经典作家和我党领导人谈报纸理论 宣传	(40)
第二章 报纸理论宣传的原则	(50)
第一节 鲜明的党性原则	(51)

第二节	坚持真理的原则	(59)
第三节	理论与实践相统一的原则	(68)
第三章	报纸理论宣传的特性	(74)
第一节	报纸理论宣传的理论性	(75)
第二节	报纸理论宣传的新闻性	(80)
第三节	报纸理论宣传的针对性	(86)
第四节	报纸理论宣传的科学性	(91)
第五节	报纸理论宣传的可读性	(96)
第四章	报纸理论宣传队伍	(104)
第一节	专家队伍	(105)
第二节	实际工作者队伍	(110)
第三节	读者的广泛参与	(115)
第四节	相对稳定的报纸理论编辑队伍	(119)
第五节	报纸理论编辑的素质	(125)
第五章	报纸理论宣传的策划	(137)
第一节	报纸理论宣传时机的选择	(138)
第二节	报纸理论宣传“度”的把握	(142)
第三节	报纸理论宣传内容与形式的策划	(146)
第四节	切实组织好策划及实施	(155)
第六章	报纸理论宣传的形式	(162)
第一节	报纸的理论专刊	(162)
第二节	报纸理论宣传的几种主要体裁	(171)
第三节	着力创新理论宣传形式	(181)

第七章 报纸理论宣传的文风	(192)
第一节 报纸理论宣传优良文风的特征.....	(193)
第二节 改进报纸理论宣传的文风.....	(208)
第八章 报纸理论宣传的层次	(220)
第一节 报纸理论宣传呈现层次性.....	(220)
第二节 地方特色和专业特色.....	(226)
第三节 市(地)级报纸的理论专刊.....	(232)
第九章 营造报纸理论宣传的良好环境	(246)
第一节 各级党委、政府的责任.....	(247)
第二节 报社领导班子的责任.....	(254)
第三节 社会各界的共同责任.....	(257)
第四节 各级报纸理论宣传研究会的责任.....	(260)
后 记	(263)

绪 论

报纸上的文字，有新闻报道，有评论，有专论，有副刊，有广告等。在新闻学理论中，有新闻学，有新闻采访学、新闻写作学，有新闻评论学，有报纸编辑学，有报纸副刊学，有广告学等，还有新闻边缘学、新闻心理学、新闻伦理学、新闻美学、新闻统计学等。但研究报纸理论宣传活动的专门著作，至今却很难寻觅。这不能不说是新闻学界、理论界、教育界、社会宣传界的一件憾事。

报纸理论宣传活动，是世界各国新闻宣传中的普遍现象，任何国家，任何政党，任何集团，都离不开这种活动。只是由于所处的时代不同，各国社会制度不同，阶级利益不同，政党和集团的主张不同，报纸的性质不同，其理论宣传的定位、宣传的方式也不同罢了。资本主义社会的报纸突出重视时评、社评，也开辟各种论坛。时评、社评、论坛，都是在运用某种理论评这论那，宣传这理论那理论，即使是新闻版，也是天天在不厌其烦地宣传某种理论。但是，它们的报社内部机构设置上没有理论部（组、室等）。而社会主义国家，党政群的机关报普遍设有理论部（有的与评论部合成一部），主要承担理论宣传教育的任务。应该说，我们国家的报纸理论宣传是富有特色的。

我国社会主义的报纸事业，经过 50 余年的发展，现在规模空前壮大，各类报纸已达到 2000 多种，其中党报就有 500 多家。报纸理论宣传活动也颇具规模，不仅党报普遍开展理论宣传活动，而且越来越多的专业报、行业报也开展起理论宣传活动来。全国报纸理论宣传研究会已设立多年，各省、市、自治区也相继成立了报纸理论宣传研究会，组织评选优秀论文和理论研究活动。全国报纸理论宣传活动的丰富实践已经积累了丰富经验，我们完全有条件从理论上来总结和概括报纸理论宣传的经验，可以将报纸理论宣传当作一门科学来加以探讨和研究。一门新的学科——报纸理论宣传学要应运而生。

尽快地创建有中国特色的报纸理论宣传学，是报纸理论宣传实践的热切呼唤，是广大新闻理论工作者、报纸理论宣传工作者，以及社会各界的作者、读者的热切期望。

第一节 报纸理论宣传学研究的对象

任何学科都有自己的特定研究对象，报纸理论宣传学也不例外。报纸理论宣传学的研究对象，就是报纸理论宣传活动现象，把这种现象按其活动规律、活动内容、活动方式、理论来源等，进行静态和动态的考察，从中概括出与其他学科不同的体系。

报纸理论宣传学是一门新学科。这门科学以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论为指导，并运用新闻学、宣传学、社会学、教育学、心理学、美学以及其他学科的研究成果，广泛地深入地总结我国报纸理论宣传的实践经验，从而形成自己独立的理论和知识体系。报纸理论宣传学的基本理论框架，包括：阐述这门学科的研究对象，报纸理论宣传的地位，报纸理论宣传的功能和任务，报纸理论宣传的内涵，报纸理论宣传的历史，报纸理论宣传的原则，报纸理论宣传的特性，报纸理论宣传队伍，报纸理论宣

传的策划，报纸理论宣传的形式，报纸理论宣传的文风，报纸理论宣传的层次，营造报纸理论宣传的浓郁氛围和良好环境，等。在阐述中揭示这门科学的规律和方法。

报纸理论宣传学是一门交叉学科，具有新闻学、理论教育学、宣传学的鲜明特征。理论教育的价值通过新闻价值与宣传价值的有机结合而实现。

我们把报纸理论宣传活动的全过程作为一个整体来研究，可以按报纸理论宣传的主体、客体、载体（中间环节）、效应等方面进行。

一、报纸理论宣传的主体

报纸理论宣传的主体，即宣传者，是整个报纸理论宣传活动的决策者、组织者、实施者。决策者，即各级宣传部门的领导班子，根据同级党委或党组或主管部门领导的决定，贯彻执行党的基本理论、路线、方针、政策，提出和规定适合全国或本地区、本部门的理论宣传工作的主要方针和基本任务。组织者，即中央及省、地、县和有关专业、行业的各级宣传部门的领导和部分工作人员，报社的领导班子，根据决策，组织具体实施工作。实施者，即报社的领导班子、报社的有关理论宣传部门的编辑、记者和社会上来自理论界和实际工作部门的理论宣传工作者。在实际工作中，有的决策者同时也是组织者和实施者，而组织者也常兼做实施者，有时后两者也参与一定的决策活动。决策者、组织者、实施者的职责虽然有所不同，但是对他们的素质要求却基本上是一致的，即政治上强，理论基本功扎实，知识面广，作风正派，了解国情、省情、本地区、本部门、本行业的情况，熟悉国际经济、政治、文化等方面的情况。这是对他们的一般要求。作为优秀的理论工作者，应当有坚定的政治立场，对人民、对社会主义事业无限忠诚，在任何风浪中和情况下都要旗帜鲜明地同党

中央在思想上、政治上保持一致，坚决执行党的方针政策，严格遵守党纪国法；同时，又要有较高的理论修养和科学文化素质，忠诚于马列主义、毛泽东思想、邓小平理论。报社的理论编辑、记者，是报纸理论宣传的组织者和实施者，不同于其他方面的编辑、记者，也不同于一般从事理论教育、理论研究的人员。他们搞理论宣传，要从大局出发，从当前的生活和群众的思想状况出发，紧密联系实际，及时提出一些人们最关心的，带有普遍意义的大问题，用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论的观点、方法加以分析和论证，解决问题。这就要求理论编辑、记者既要有新闻敏感性，又要有较高的理论水平和编辑业务能力。报社应特别重视对理论编辑、记者的培养。一方面要给予一定的时间，让他们认真读书，加深对马列主义、毛泽东思想、邓小平理论的学习，努力提高理论水平；另一方面又给予一定的时间和机会，采取各种方式，让他们到实际生活中去，调查研究，了解国情和社会现状，了解广大干部和群众的思想、观点和感情。理论编辑不仅要组稿、编稿，而且要研究问题，苦练写作的本领。社会上，专职的、业余的理论工作者很多，他们中有各种学科，不同流派的老、中、青学者、专家，有既有实际工作经验又有写作能力的领导干部——特别是中高级领导干部，也有青年知识分子中的理论写作人才。他们中有些人写作兴趣很大，这需要去发现和组织。报社应在社外聘请一些知名的专家、学者做顾问，帮助出主意，审稿子，写文章。这样组织起来的强大的理论宣传队伍，才能胜任报纸理论宣传所承担的重大责任。

二、报纸理论宣传的客体

报纸理论宣传的客体，即受传者（受众），是报纸理论宣传所要影响的对象。一般来说，就是指广大人民群众。报纸不同于理论学术刊物，它所面对的，不只是少数专家、学者和研究人

员，而是年龄不同、职业不同、文化程度不同的读者。这些读者是国家的主人，对党和国家的大政方针，对政治、经济、文化及社会生活中的重大问题，有发言权、了解权和监督权。他们不是被动地、消极地接受报纸理论宣传，而是以平等的、民主的、积极的姿态参与宣传过程。报纸理论宣传者应当不断研究这些读者对象在不同时期的思想特点、思维方式、阅读习惯和接受能力，以便使自己的理论宣传拥有更多的读者，收到最佳的宣传效果。

不同的报纸拥有不同的影响对象，这是客观事实。就党报而言，中共中央机关报——《人民日报》的理论宣传的主要读者是各级党政领导、机关干部、理论工作者、新闻工作者，以及文化教育工作者等。这个读者群体在全国 12 亿多人中所占比率不高，但很重要，也很宝贵。真正把这一读者群抓住了，理论导向的作用就发挥出来了。其他报纸的理论宣传，各有自己的读者群。各报尽可能多地拥有自己的读者群是可以办到的，但要拥有所有的读者群是很难办到的。这不是报社单方面的努力所能做到的。读理论文章，需要一定的理论基础。而在一般读者群中，有一定理论基础的，总是少数。社会上还存在一种轻视理论、贬低理论教育价值的倾向，一些人陷在这个误区里一时还走不出来。各报社和有关部门可在培养读者对理论的兴趣、引导人们走出轻视理论的误区等方面下些功夫。

三、报纸理论宣传的载体（中间环节）

报纸理论宣传是以报纸为载体的，不同于口头理论宣传，也不同于以电子技术为特征的音像宣传，它是文字的理论宣传。它也不同于图书刊物，其周期短，时效快，发行量大，影响面广。报纸理论宣的中间环节，除阵地外，还包括宣传的内容、方法、时机选择等。把理论宣传者——主体，作用于受传者——客体的活动连接起来的中间环节，是非常关键的环节。

在报纸理论宣传中，应避免内容缺少新意、论述没有深度、文体过于单一、语言枯燥乏味、版式呆板不活。理论文章应力求准确性与开拓性的辩证统一，深刻性与通俗性的辩证统一，严肃性与生动性的辩证统一，科学性与可读性的辩证统一。

报纸理论宣传的内容是很丰富的，但基础性的、主导性的是马克思主义的哲学、政治经济学和科学社会主义。马克思主义的发展是有阶段性的，理论宣传也应体现这种阶段性。老祖宗不能丢。我们花了几十年时间宣传马列主义、毛泽东思想，现在和今后还要继续宣传，但当前要特别注意宣传的是当代的马克思主义——邓小平理论。

报纸理论宣传要弘扬优良文风。这不仅是个表达方法问题，更是理论宣传者的思想作风和世界观的问题，不可小看。文风是作者的立场、观点、作风、写作目的、写作态度、写作方法以及语言文字能力等诸因素的综合体现。因此，培养和加强理论宣传者的基本素质和修养，是发展和弘扬优良文风的前提和基础，也是正确解决文风问题的根本所在。写作目的，是世界观的一种表现，有什么样的世界观，就有什么样的文风。因此，要解决文风问题，首先就要树立正确的世界观，明确写作目的。写作态度，直接影响文风。写文章粗心大意，马马虎虎，就不能使文章准确地、科学地反映客观事物；缺乏实实在在、严肃认真的写作态度，就会导致哗众取宠、装腔作势、借以吓人之类的党八股弊病。要培养优良端正的文风，就必须具有严肃、认真、负责的写作态度。写作作风，是理论宣传工作者的思想作风、工作作风在文章中的反映。写作是一件很严肃的事情，必须深入实际调查研究，从实践中发现问题，反复探讨，再作出科学的论断，提出解决问题的办法。写作方法，既包括作者观察问题、提出问题、分析问题、解决问题的方法，也包括运用语言文字的基本能力，表现文章内容的写作方法、技巧等。这两方面缺一不可。我们要培

养和形成准确、鲜明、生动的优良文风，首先必须掌握唯物辩证法，提高自己的认识水平和分析能力；其次，还必须掌握正确表现文章内容的恰当的写作方法、写作技巧、表现手段，使文章具备比较完美的形式；再次，必须认真学习语言，提高文字驾驭能力，掌握各种修辞方法，懂得语法、逻辑的基本知识。

报纸理论宣传有个时机选择的问题。宣传什么，怎样宣传，都要服从大局、形势、任务、纪律的要求。如：强调社会稳定，则多宣传社会稳定的理论；强调正确处理改革、发展、稳定的关系，则多宣传正确处理这三者关系的理论；强调正确宣传党的基本路线，则多宣传正确处理“一个中心”与“两个基本点”的关系和两个基本点之间的关系；强调“两手抓，两手都要硬”，则多宣传正确处理物质文明与精神文明之间的关系；强调不搞争论而要大胆地试、闯、干，则多宣传在正确理论指引下勇于实践及实践对检验理论、发展理论的关系，等等。所谓“多宣传”，是相对而言，相对地多一点、重一点，而不是无休止地狂轰滥炸。时机的选择还有快与慢的问题。对有些理论问题的探讨与宣传，该快则快，该慢则慢，该超前一点则超前，该滞后一点则稍放一放。总之，对这些问题的把握都要掌握好“度”。

四、报纸理论宣传的效应

报纸理论宣传的效应，亦称宣传效果，是理论宣传的目的实现程度。认真研究和分析理论宣传的效应，对于检测理论宣传的决策、目标正确与否，对于加强理论宣传工作的针对性、科学性和提高自觉性，十分重要。

用什么标准来判断理论宣传的效应呢？用理论宣传活动的实践。理论是对实践的总结，实践又受理论的指导，又是检验真理的标准。那么，实践又受什么检验？实践受价值标准的检验。要看实践标准与价值标准是否统一。判断报纸理论宣传的效应，主

要看报纸理论宣传的实践“是否有利于发展社会主义社会的生产力，是否有利于增强社会主义国家的综合国力，是否有利于提高人民的生活水平”。报纸理论宣传主要是作用于受传者（也包括宣传者自身）的思想认识的提高、道德情操的陶冶和实际行动的变化，进而推动国家经济建设、民主政治建设、社会主义文化建设，推动党的建设等。

这里强调的主要是报纸理论宣传的功利评价。功利评价的目的是把握功利价值。功利价值包括经济价值和政治价值，包括物质利益和精神利益。功利评价作为对功利价值的评估和检测，主要是为了判明其是否有利和有用，是较有利、较有用，还是最有利、最有用。但是，强调功利评价并不排除科学评价，恰恰相反，功利评价是建立在科学评价的基础上的。科学评价的核心，是解决对象本身各种意义上的“真实性”问题，进一步提供其思想理论性质和意义、可能的社会影响和后果等分析。事实判断是价值判断的前提和出发点。对有重大影响或争议的社会问题，要首先落实其科学评价的程序，让科学评价先于功利评价进行，在弄清“事实”的基础上，再来权衡价值。对报纸理论宣传也要注意理论评价，对其学术价值（或称理论价值）作出评估和检测。理论价值不同于其他价值的地方在于它是专指一定理论对于学术发展、理论发展的价值，亦即对人类求知、求真的价值，对人们求知、求真需要的满足。

对于报纸理论宣传效应的评价，应注意个人评价和社会评价相结合。个人评价，是报纸理论宣传工作者（包括报社内部人员）的自我评价，自我感觉。个人评价应坚持实事求是原则，避免随意评价、盲目评价和错误评价。社会评价，多由代表社会的特殊个人、组织机构和社会公众来作出。这种评价的最大特点是混杂性，表现了各阶层人物的不同评价，很有参考价值。个人评价和社会评价既是评价的两种相互区别的类型，又有着相互依