

新闻研究资料

XINWEN YANJIU ZILIAO

纪念马克思逝世110周年论文摘要
社会主义市场经济条件下的新闻业
新闻侵犯公民隐私权行为研究
新闻工作党性原则的形成和发展
新华日报社社长潘梓年

新闻研究资料

(总第61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

一九九三年第二辑

(京)新登字030号

主 编 孙旭培
副主编 阎焕书
责任编辑 孙五三 李斯颐

新 闻 研 究 资 料

(总第61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

国外总发行：中国出版对外贸易总公司

(北京782信箱)

北京景山学校印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 7印张 160,000字

1993年9月第1版 1993年9月第1次印刷

ISBN7-5004-1405-6/G·42 定价：2.50元

目 录

纪念马克思逝世110周年

- 谈谈研究马克思的新闻思想……………温济泽 (2)
- 马克思主义与新闻学研究……………沈如钢 (6)
- 从马克思论商品看新闻的商品性……………童兵 (9)
- 马克思的新闻通讯与中国的社会结构……………郭稼 (13)
- 马克思的人民报刊中介说……………刘建明 (16)
- 牢记马克思的思想遗产……………甘惜分 (20)
- 马克思的批判精神与当前的报刊批评……………郑保卫 (23)
- 马克思的新闻自由思想……………张奇方 (26)
- 真理的客观性与探索真理的自由……………徐磊 (29)
- 浅谈马克思的新闻笔法……………万联众 (32)
- 马克思著作中有关传播的名词略考……………陈力丹 (35)

· 理论探讨

- 刍议社会主义市场经济条件下的新闻业……………孙旭培 (40)
- 新闻侵犯公民隐私权行为研究……………张西明 (58)
- 从新闻改革看“新闻官司”
——兼论制订“新闻纠纷和诉讼条例”的必要性和可能性……………魏永征 (82)

新闻工作党性原则的形成和发展……………时统宇 (95)

· 调研报告

理想的受众

——1992年北京受众调查报告

……………中国社会科学院新闻研究所“新闻传播与精神文明建设”课题组、中共北京市委宣传部新闻处(106)

· 人物篇

纪念潘梓年诞辰100周年…………… (125)

新华日报社社长潘梓年……………韩辛茹(130)

新闻战线上的老将刘尊棋……………胡泳(139)

· 中国报刊史

在党的影响下创办的《工商导报》……………高成祥(150)

新闻界的反右派斗争……………蔡铭泽(163)

无锡日报简史……………无锡日报编委会(179)

从《遐迹贯珍》到《六合丛谈》……………陈镐汶(209)

· 改刊启事……………本刊编辑部(149)

· 补白 第三次全国传播学研讨会在厦门召开(94) 社会主义市场经济与经济宣传理论研讨会在武汉召开(162) 全国首届地方新闻史志研讨会在成都举行(208)

纪念马克思逝世110周年

编者按 为纪念马克思逝世110周年，中国社会科学院新闻研究所于3月13日在北京召开了新闻学术座谈会。座谈的主题是“马克思的新闻思想和现时代”。所长孙旭培在会上指出：10年前我所曾召开过纪念马克思逝世100周年新闻学术讨论会，那时的主要任务是弄清楚马克思有哪些关于新闻工作的论述，使之系统化。现在面临市场经济，使我们想到，马克思的新闻思想离我们更近了。原因在于，马克思的新闻思想是在世界市场经济形成时期阐发的，许多方面适应市场经济的环境条件，对我们现在的新闻工作有很大的指导意义。

北京地区的新闻研究和教学单位的有关研究、教学人员参加了座谈，黑龙江、上海、福建的有关研究者也向会议提交了论文。

本专栏摘要编发了会议论文和发言，它们论证的角度和观点不尽相同，均不代表编辑部的意见。我们的义务是提供发表的园地，鼓励学术上的百家争鸣。为使引文统一，我们采用了《马克思恩格斯全集》的卷、页，文中不再注明书名。

谈谈研究马克思的新闻思想

我是1943年在延安开始从事新闻工作的，老经验有一些，但有的显然已经陈旧了；7年前已离休，对新的情况了解得不多，更谈不上研究，所以只能讲一讲我自己学习马克思主义的一点体会。

马克思主义在中国的传播、发展，经过了一个相当崎岖曲折的过程。从1921年我党诞生之日起，在整个民主革命的28年间，我们对于马克思主义的认识，从开始时的肤浅、贫乏，在实践中逐步走向深刻、丰富。这中间也曾出现过偏差、犯过错误，直到党的七大召开，或者还早一点，在1942年延安整风运动时，才达到成熟阶段，使马克思主义的普遍真理与中国革命的具体实践相结合。

1949年新中国成立，标志着社会主义革命新时期开始。如何进行社会主义革命和社会主义建设，没有一套完整的经验可供我们借鉴。于是，毛泽东同志等老一辈无产阶级革命家又开始了艰苦的摸索。最近我看到毛主席1961年在中央工作会议上的一次讲话材料，他说：“民主革命从建党到胜利是28年。社会主义才搞了11年，我看再加11年，22年行不行？……如果社会主义革命、社会主义建设搞22年，比民主革命减少6年，也还要11年。（少奇同志插话：是不是能够缩短，还要看。）”可是到1962年1月，毛主席在扩大的中央政治局会议上的讲话中，说法变了，他说：“在我国，五十年内外到一百年内外，建设起强大的社会主义经济，那又有什么不好

呢？”由此变化我们也可以看到探索社会主义革命和建设的成功之路是多么不易。最后主席在探索中摸错了路。社会主义建设时期的工作重心是发展生产力，怎么以阶级斗争为纲呢？这一错就是十几年，直到1978年党的十一届三中全会才又回到了建设社会主义的正确道路上来。到1992年，又经过了14年的不断摸索，邓小平同志的南巡讲话和党的十四大胜利召开，我们才算有了一套比较系统的在中国建设社会主义的理论，这就是建设有中国特色的社会主义理论。这离建国已有43年，其间经历了多少艰难困苦，花了多大的牺牲作为代价，这些沉痛的教训是我们应该牢记的。

学习马克思主义，必须把马克思主义的基本原理与中国革命和建设的实际相结合。过去是毛主席，现在是邓小平同志给我们做出了榜样。我们学习马克思主义，既要学习原著，更要结合我国实际，认真学习毛泽东思想，学习建设有中国特色的社会主义理论，这都是中国化了的马克思主义。

研究马克思主义新闻思想，要以整个马克思主义，即辩证唯物主义和历史唯物主义为指导，以毛泽东思想为指导，以建设有中国特色的社会主义理论为指导。在研究中要坚持贯彻“双百”方针，解放思想，不断地、认真地清除“左”的影响。我希望不再出现纪念马克思逝世100周年那次的情况（指周扬的讲话被禁止发表）。那种只许批评、不许申辩、不许研讨的做法是不足取的，是不利于学术研究和发展的。

今天我们研究马克思主义新闻思想，要密切联系中国新闻工作的实际，联系历史的实际和当前的实际。回想50年前我在延安从事新闻工作的情况，当时清凉山上只有《解放日报》一家报纸，新华通讯社和报社在一起，两个社就那么几

个小小的编辑部。新中国成立后，我们的新闻事业有了迅速的发展，不仅有报纸、通讯社、广播，还有电视。我们的新闻报道、新闻宣传在这40多年的风风雨雨中，还是有许多经验教训值得认真总结的。当前，我们的新闻事业可以说已经有点让人眼花缭乱了，不说广播电视，单是各种报纸就有1700多种，刊物更多，大概有六七千种吧。所以，我说研究新闻学联系当前新闻工作实际，还是个很复杂的问题，很繁重的任务呢！不仅品种繁多、阵容庞大，报道内容、形式多样，而且每个具体的报纸都不再像解放前或解放初期那样单纯，而是在复杂的情况下向多功能等方面发展。在市场经济条件下，如何发展我们的新闻事业，如何使我们的新闻工作更好地为建设有中国特色的社会主义服务，都是我们应该认真研究的课题。

研究马克思主义新闻思想应该吸取人类文明的新成果。列宁讲过，“马克思主义绝不是离开世界文明发展大道而故步自封、僵化不变的学说。”它“吸收和改造了两千多年来人类思想和文化发展中一切有价值的东西。”“凡是人类社会所创造的一切，他都用批判的态度加以审查，任何一点也没有忽略过去。凡是人类思想所建树的一切，他都重新探讨过，批判过，在工人运动中检验过。”我们已经吃够了闭关自守和僵化不变的苦头，那种认为“左”比右好的思想应该彻底抛弃了。现在我们正处在改革开放的新时代，我们研究马克思主义新闻思想不但要与中国的现实和历史实际密切联系起来研究，还要积极吸收世界文明新成果。这不仅指技术方面的新成果，也包括其他方面的成果。比如，国外的传播学研究，是不是其中有些东西值得我们吸收；外国电视节目的编排及

制作方法、新闻报道及评论的写作方法，以及新闻机构的内部管理营运等，是否也有一些东西值得我们借鉴。去年11月份我国在上海办了国际电视节，我作为广播电视学会的顾问也去了。我第一次在大宾馆里看闭路电视，看到了日本的NHK和美国的CNN电视广播，感到很新鲜。11月8日能看到11月7日莫斯科红场上群众示威的现场电视广播，看到好多老布尔什维克举着列宁的旗帜伤心痛哭。我看过一遍很想再看一遍，结果它们的节目是每半小时轮回一次地广播，一上午就看了七八次。很开心。我和广电部的同志谈起。他们也有同感。从今年3月1日起，中央电视台、电台新闻节目改为每小时都有，这种滚动式节目编排方式也可以说是我们借鉴他人长处的一个例子吧。

当前整个世界处于大变动、大发展的时代，也是马克思主义大发展的时代。我们研究马克思主义新闻思想，当然应该是从马克思主义的经典著作中读到的一些思想着手，但它毕竟已经是一百多年前写下的，我们不能光是从书本到书本地研究，必须联系中国及世界的实际，联系当前及历史的实际加以研究、发展。我们每一个社会科学工作者研究马克思主义，他都可以发展马克思主义，问题是你发展一些什么。如果说伟大的马克思主义者他发展的是“树干”、是“大树枝”，那么我们哪怕发展一片小“树叶”也不要否定它。积少成多，由小到大。今天我们研究马克思主义新闻思想，就要适应正在发展变化的时代，进一步解放思想，扩大研究范围，使我们的新闻研究工作有一个大的发展，以无愧于这个伟大的时代。

马克思主义与新闻学研究

我国新闻学研究在党的十四大之后又增添了新的活力，研究必须坚持以马克思主义作为指导思想。这种坚持是实事求是、开放、发展的坚持，而决不是教条主义、僵化、“凡是”式的坚持。做到这一点，就要认真研究和掌握马克思的新闻思想。

学习、研究和掌握马克思新闻思想，必须弄清楚它和整个马克思主义理论体系的关系，要根据“唯实”的精神，充分考虑他论述的时间、地点、条件，掌握其精神实质。他的新闻思想是他革命实践的产物，他对新闻的论述，往往随革命斗争形势而转移，不够系统，理论体系上也并不完善。他不是新闻学教授，不能要求他为我们编写好新闻讲义。对待马克思有关报刊和新闻工作的论述，必须从“思想的整个体系获得正确的理解”（邓小平语），要排除教条主义和实用主义的思想影响，防止“左”的和右的各种干扰。

以马克思主义为指导，即是运用辩证唯物论和历史唯物论的观点和方法来进行新闻学的研究。恩格斯曾指出：“马克思的整个世界观不是教义，而是方法。他提供的不是现成的教条，而是进一步研究的出发点和供这种研究使用的方法。”

（39卷406页）

科学研究方法在实践上分两个层次，一是总的方法论，二是具体的研究法。方法论涉及的是科学研究的指导思想，研究法是指进行研究所实际运用的程序和途径。我们可以借

鉴西方的各种科学的研究法，但是，坚持马克思主义作为研究的指导思想，不能动摇。笔者提出以下几点供参考和商榷：

一、坚持以新闻传播的实践（事实）为根据，从“实事”中求“是”，进行创造性思维，整理事实、找出规律、作出结论，从实在和具体开始，从现实的前提开始。理论研究必须紧密结合实际，实际既包括当今的实际，也包括历史的实际，既包括中国的实际，也包括世界的实际，但是对我们来说，更重要的是本身的实际，是新中国成立43年来的实际，改革开放以来14年的实际以及党的十四大提出的建立社会主义市场经济的实际。

二、新闻传播活动也是一个矛盾统一体，矛盾又统一又斗争，推动了新闻传播活动的进行和发展。要着重剖析新闻传播的四对矛盾：

1. 新闻传播与客观世界发展间的矛盾，要探讨新闻传播的社会责任、新闻价值规律，特别是要着重研究新闻真实性等问题。马克思曾从事实和舆论两方面提出判断报刊好坏的标准（1卷191页）。他强调报刊要真实地反映生活面目，反映人民呼声，而不能伪造事实，伪造舆论。

2. 要分析传播者与受众之间的矛盾，着重探讨新闻事业的性质、职能和任务，受众的地位和作用等。

3. 要分析传播者与决策者的矛盾，着重探讨社会主义条件下新闻事业接受党的领导和党性原则，党和政府如何按照新闻客观规律改善对新闻事业的领导，新闻自由与社会控制等问题。

4. 要研究国际传播中的东西南北矛盾，主要剖析西方

的新闻垄断，新闻交流的不平等（数量与质量），新闻价值观的分歧以及建立世界新闻新秩序等问题。

三、人民群众是新闻传播的主人，要确立人民群众在新闻传播中的“主体性”地位，在社会主义条件下，他们不仅是新闻传播的对象，同时也是新闻事业的主人。西方的新闻与传播学，有意、无意地夸大传播者的地位和作用，贬低人民群众，这种观点，应作科学地批判。

四、新闻理论研究的起点，逻辑的起点应与新闻传播的历史起点一致，按照历史的顺序研究新闻传播活动的发展。“历史从哪里开始，思想进程也应当从哪里开始，而思想进程的进一步发展不过是历史过程在抽象的、理论上前后一贯的形式上的反映……”（13卷532页）。这种历史的研究方法值得倡导。

五、新闻传播不断发展，新闻体制和新闻模式也必须随之变化。“一切发展，不管其内容如何，都可以看作一系列不同的发展阶段，它们以一个否定一个的方式彼此联系着。”

（4卷329页）“辩证法对每一种既成的形式都是从不断的运动中，因而也是从暂时性方面理解，辩证法不崇拜任何东西，按其本质来说，它是批判的和革命的。”（23卷24页）

六、确认新闻传播是人类社会的一种行为、一种活动，它既是社会发展的产物，又将随社会发展而发展。生产力是最革命、最活跃的因素，新闻传播媒介是新闻传播的“生产工具”，信息技术革命，促使新闻传播迅猛发展，由此新闻事业的改革势在必行。

七、新闻传播与一定社会的经济、政治制度关系极为密

切，前者作用于后者，但受后者的制约。在阶级社会里也受到阶级斗争的影响。应该研究新闻传播行为与人类其他行为的关系，研究新闻事业的结构、功能，受众阅听行为对社会的影响，分析新闻传播发展的未来。

童 兵 中国人民大学新闻学院教授

从马克思论商品看新闻的商品性

随着社会主义市场经济体制的确立和改革开放的深化，我们面临着建设健全的新闻市场的紧迫任务。其中，首要的是建立对新闻商品性的共识，以此为突破口带动一系列新闻观点的更新。

新闻是不是一种商品？根据马克思的商品价值学说，对这个问题给予肯定的回答应该没有困难的。因为新闻作为一种商品，它具有一般商品共有特点。第一，新闻能够满足人们特定的需求，它具有使用价值。马克思说，商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。新闻就是依据自己的独有的信息与舆论特质，满足人们对于新闻市场与意见市场需要的“一个外界对象”。第二，新闻是为交换而生产的，它具有交换价值。马克思指出，商品是为交换而生产的劳动产品。新闻工作者日夜忙碌，都在为他人作“嫁衣裳”。第三，商品交换是通过市场实现的，流通阶段是生产的继续。在一般情况下，新闻通过买卖形式交换，借助流通领域而进入消费领域，从而实现其使用价值。

比照上述商品的共性，新闻显然是一种商品。然而在我国，有人否认新闻是商品。之所以出现不同的看法，个中原

因是多方面的。其中有一条，即新闻又是一种特殊的商品，它呈现不同于一般商品的独特的商品价值形态和生产、流通、消费机制，这也许是某些人反对新闻商品性的“主要理由”。因此，有必要分析新闻有哪些不同于普通商品的个性，而这些个性会不会从根本上动摇新闻的商品性。

新闻作为特殊商品的个性主要表现在以下各点：第一，新闻是以意识为主呈现的商品。任何商品，都由两种形态组合而成，一是物质形态，二是意识形态。劳动者制作商品时，不仅改变对象的形象，而且把自己的意识（比如美感）凝聚于商品之中。所不同的，只是有些商品以物质为主，比如供食的面包，供穿的服饰；而有些商品则以意识为主，比如供欣赏的雕塑，供视听的新闻。有人认为，报纸有商品性，而新闻没有，新闻不是商品，因为报纸是一种物质形态，而新闻没有。这些人不了解，报纸只是新闻的载体，是新闻的物化形态，是新闻借以面世的躯壳。报纸上面如果没有新闻，那只是一白纸或者其他什么，而不是报纸。没有新闻的白纸是不会具有报纸的使用价值的。马克思所研究的商品，是以物质为主呈现的商品，但他从来没有否定以意识为主呈现的产品不是商品。他曾经提到各种艺术和科学的产品，提到书籍、绘画、雕塑，提到消息（即新闻）、书信、电报等等，这一切，在马克思看来，都是商品。

第二，新闻是以智力劳动为主生产的商品。商品之所以拥有价值，是由于它是人类劳动的表现。这种劳动，又分为体力和智力两种。任何商品，都同时是体力与智力两种劳动的产物，所不同者，有的以体力劳动为主所生产，有的则以智力劳动为主所生产。一个商品的价值，是由其中包含的形

成价值实体的劳动量测量的。体力劳动具体可测，而智力劳动测起来则不易不便。如报纸者，需排版、印刷，有人视之为商品，而如新闻者，采访写作，运作心思，不易为人所测，故常被人视之为非商品。

第三，新闻是以信息服务为功能的商品。商品有使用价值，实用性是其重要特点。但商品分为生产型和劳务型两种，生产型为多，其实用性强；劳务型少，实用性不甚显明。劳务型商品，有些人常否认为商品，因为它缺少“物化”形态，即“物的效用”。但是，各种服务也是一种商品。马克思说，这种服务的买者和卖者的关系，就像纱的卖者和买者的关系一样。新闻向买方提供的不是实用的、物的满足，而是一种信息的服务。而这种由人所购买的服务形式，也是一种商品。

第四，新闻使用价值的实现有着特殊的作用机制。一般商品的使用价值，很少受社会制度等因素的制约，而以意识为主的商品则不然。比如新闻，它的使用价值，包括新闻价值、宣传价值、审美价值诸种，无一不受到一定时期社会环境的影响，因而常常出现这样的情况：一条新闻，在此看来有价值，在彼看去则无意义；在一国显得十分重要，在另一国则不值得传播。这同面包任何人都可食之，房屋各国居民皆可住之截然不同。新闻的这种独特的作用机制，也常使人误以为不是商品，而视之为政治的附属品。

如果我们能从上面四点误释中解放出来，在新闻是商品这一点上建立起共识，接着就会发现我们今天所置身的新闻市场是太狭小、太匮乏了，社会对新闻市场的管理又太无规则。当前，为建设一个发育完全、充满活力的新闻市场，应

充分利用改革开放的大气候，根据新闻的商品性要求，先着力抓好以下几件事：

一、商品交换的前提是，商品所有者甲需要商品所有者乙的商品，后者又需要前者的商品。新闻单位既要推销自己的产品，就要了解受众的所思、所需、所求，力争最大程度地实现新闻生产适销对路。

二、新闻应该花色品种齐全，能够满足社会方方面面的需要，为此要扩大报道面，加大信息量，不断开拓新闻报道的领域，为新闻记者广开获取新闻的渠道，不断增强新闻的透明度。

三、商品应以质量为第一，新闻要讲究实际效用，必须持之有据，言之有物，富有切实内容，不能空洞说教，老生常谈，没有新意，也不能以大量平淡的会议报道、领导人日常活动消息和长篇讲话充斥新闻市场。

四、新闻要新鲜及时，是刚刚发生或正在发生的事实的报道，它奉献给受众的，应是一束束露珠闪烁的鲜花，一条条活蹦乱跳的鲜鱼，而绝不应该是“死鱼”、“咸鱼”、“臭鱼”。

五、新闻经营者应强化竞争意识，提高竞争能力，千方百计争夺受众，争发新闻，扩展新闻覆盖面，有计划有步骤地走向全国，走向世界。

六、新闻单位要引入企业机制，并最终办成经济实体，在坚持社会效益的前提下，强化经济效益意识，以强有力的经济实力参与竞争，占领市场。

七、加强法制意识，建立新闻市场必备的各种规则，新闻经营者、党和政府主管部门以及社会各界应都以共同规则