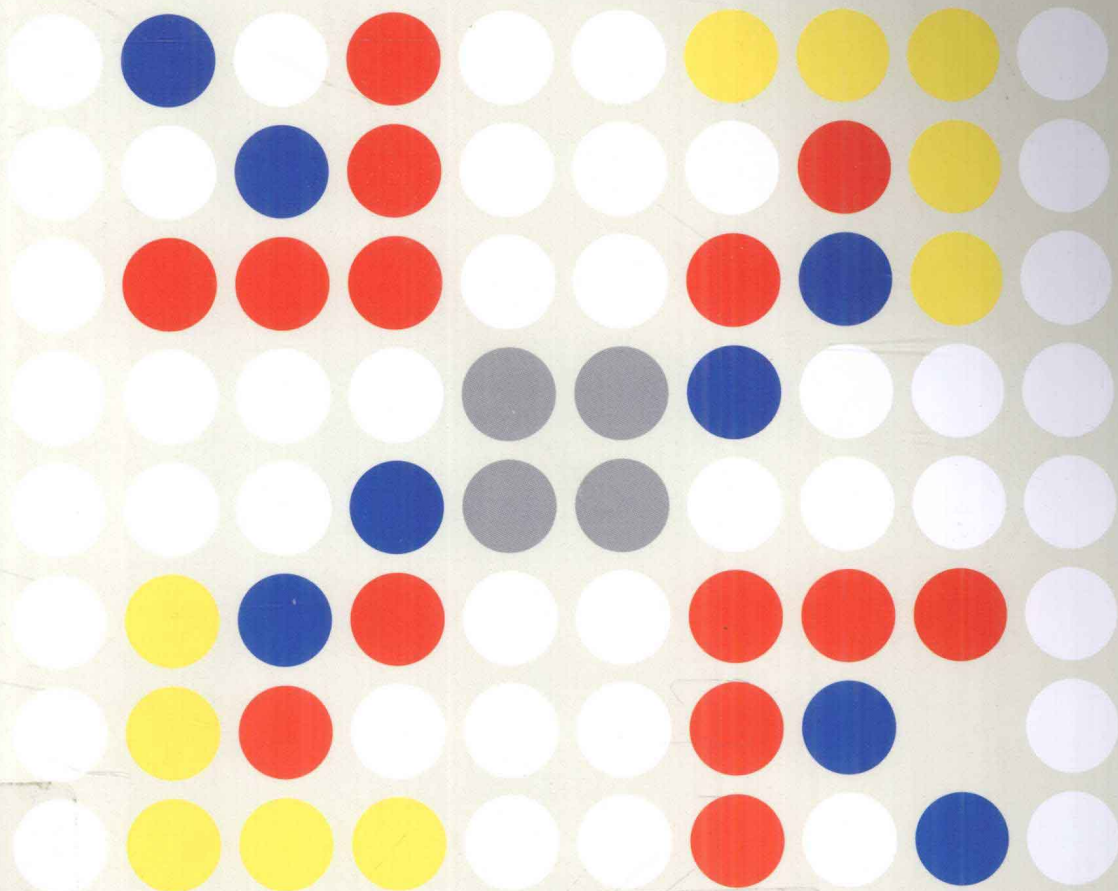




普通高等教育“十一五”国家级规划教材

中国人民大学马克思主义理论研究和建设工程系列教材



中国人民大学出版社

21世纪新闻传播学

& Communication

陈力丹 著

马克思主义新闻观教程

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
中国人民大学马克思主义理论研究和建设工程系列教材
21 世纪新闻传播学系列教材

马克思主义新闻观教程

陈力丹 著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

马克思主义新闻观教程/陈力丹著.

北京:中国人民大学出版社,2010

(21世纪新闻传播学系列教材)

ISBN 978-7-300-12998-3

I. ①马…

II. ①陈…

III. ①马克思主义-新闻学-高等学校-教材

IV. ①A811.67

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 220404 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

中国人民大学马克思主义理论研究和建设工程系列教材

21 世纪新闻传播学系列教材

马克思主义新闻观教程

陈力丹 著

Makesi Zhuyi Xinwenguan Jiaocheng

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn	
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京东君印刷有限公司	
规 格	170mm×228mm 16开本	版 次 2011年1月第1版
印 张	11.25	印 次 2011年1月第1次印刷
字 数	195 000	定 价 24.00元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔画排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

总序

P R E F A C E

序

中国人民大学出版社策划出版的这部“21世纪新闻传播学系列教材”，是一部在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

20世纪初以来的100年，是世界新闻传播事业飞速发展的100年。这100年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络和多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这100年，也是中国新闻事业飞速发展的100年。其中最近的30年，即中国改革开放以来的30年，发展得尤为迅猛。据20世纪末的统计数字，截至20世纪的最后一年，即1999年，全国已有公开发行的报纸2100种，通讯社2家，广播电台1200座，有线和无线电视台3000

多座。其中,报纸年出版总数达到195亿份,广播人口覆盖率达到88.2%,电视人口覆盖率达到89%,电视受众超过9亿人。与此同时,全国各类新闻从业人员的总数也已超过55万人。

进入新世纪以后,中国新闻事业发展的势头更为迅猛。报纸、期刊、通讯社、广播电台、电视台的数量在宏观调控下,虽无大变化,但软硬件的实力,都有了很大的进展。据2008年的最新统计数字,全国报纸的期发数已达1.07亿份,稳居世界第一位。全世界发行量最高的100家报纸中,中国占了25家(大陆24家,台湾1家)。电视受众超过了12亿,覆盖率达到97.1%。宽带网的上网人数超过了2.23亿。手机的拥有量超过了5.39亿,手机短信的发送量超过3500亿条。手机的功能已进入3G时代,由一般的通话,发展到手机短信、手机报和手机电视。与此同时,新闻传播业的产值也大大提高,超过了5440亿元人民币,成为国民经济的第四大主导产业。中国在以上统计数据中的后几项数字,都已稳居世界的前列。

这样大的发展规模,这样快的发展速度,在世界和中国新闻事业史上都是空前的。回顾既往,盱衡未来,新闻传播事业在21世纪还将会保持旺盛的发展势头。新闻传播,作为上层建筑和意识形态的一个重要组成部分,在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策,反映人民群众的伟大业绩和精神风貌,以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面,必将继续发挥重要的作用。

与新闻传播事业的发展相配合,这100年来,为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育,也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于20世纪初,迄今有近90年的历史。新中国成立前的30年,虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科,但规模都不大,设备也不够完善,在校学生的人数,最多的时候不超过400人,30年间累计培养出来的毕业生还不到3000人。新中国成立后,为了为新中国的新闻事业培养人才,新闻教育有了新的发展,但到20世纪60年代中期为止,全国的新闻教育机构也还只有14家。当时全国只有343家报社、78座广播电台和13家电视台,革命老区来的新闻工作骨干,正当盛年,足以支撑大局,新闻系和新闻专业的学生统招统分,基本上能够满足中央和省市以上新闻单位梯队建设方面的需要。“文化大革命”爆发后,新闻事业进入低谷,新闻人才的培养也被迫中辍。拨乱反正之后,新闻事业有了飞速的发展,但新闻工作的人才却出现了断层,明显供不应求,因而极大地推动了新闻教育的发展。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要是改革开放以来的这

30年间的事情。这30年来，中国新闻教育和中国新闻事业同步发展。截至1999年，全国设有新闻传播学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所增加到60所以上，各种类型和层次的专业教学点已不下600个。新闻专业的教学已从单一的大学本科教育，发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育、函授教育等多层次的格局，个别院系还设置了新闻传播学方向的博士后流动站。改革开放之初，全国在校的新闻系科学生总共只有500来人，现在仅本科生就有6000人，加上大专生和研究生接近10000人。30年间累计向新闻单位输送的毕业生超过30000人。办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。进入新世纪以后，随着新闻传播事业的加速发展和新闻战线人才需求的不断增加，中国的新闻教育还将会有更大幅度的发展。

一般说来，新闻教育质量的高低，起决定作用的，主要是两个因素：一个是师资，一个是教材。两者之间，教材的作用更大。这是因为，师资的多少和良窳，往往受办学主客观条件的限制，而教材一旦完成，就可以直接嘉惠于学子，风行四海，无远弗届。进一步说，一部好的教材，不仅可以满足教学的需要，培养出一大批人才，而且还可以同时拥有一定的学术含量，推动新闻传播学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》，1927年出版的戈公振的《中国报学史》，就是这方面很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学理论和新闻史教学时作为教材编写出来的，出版之后，立即引起世人的关注和推崇，几十年来一再重版，历久不衰，至今仍然是公认的新闻学理论和新闻史方面的传世之作和经典之作。正因为这样，新闻教育的前辈们，历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年，坊间出版的新闻学方面的书籍，绝大部分都是教材。改革开放以后，新闻传播学研究空前繁荣，新闻学方面的书籍大量问世，但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材，覆盖了新闻传播学的方方面面，经过出版家和众多作者们的长期努力，门类和品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。但是，随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展，这些教材的体例日显陈旧，观点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材尚付阙如，使现有的教材出现了不少缺口。在新世纪已经到来之际，集聚力量，重新编写出一套体系完整，门类齐全，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识和新闻业界及新闻教育界的迫切需求。

呈现在读者面前的，就是应这样的需求而产生的一套系列教材，它将涵盖新闻学、传播学两个二级学科的方方面面内容，满足新闻、广播、电视、广告、媒

体经济、多媒体等多个专业的教学需要。负责这些教材编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京大学、清华大学、中国传媒大学、中国青年政治学院等多所著名院校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的专家学者，其中有相当大的一部分编写者，都是相关学科的国家级的学术带头人，堪称一时之选。收入本系列的教材中，既有国家级的重点教材，也有部级的重点教材，其他的也都是经过严格筛选的精品，所以，它们的质量是有保证的，它们的权威性也将会得到社会的认同。

21 世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新技术为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划，隆重推出这套系列教材，是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里，我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

这部系列教材开始策划于 20 世纪的最后一年，本世纪初起陆续问世，迄今已编写出版了近 50 种。在体例和内容的创新和开拓等方面，远远超过同时期出版的同类教材。其中的有些教材，还根据整个新闻传播理论与实践的发展和新闻传播学教学与研究的发展，陆续作了必要的补充和修订，重新出版，实现了内容的与时俱进。

21 世纪，中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世，将会为新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣、为新世纪新闻传播人才的培养做出其应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。

是为序。

方汉奇

于中国人民大学宜园

马克思主义的发展史，历经四个国际（国际工人协会、国际社会主义工人代表大会、共产国际、第四共产国际），分支流派很多；在整个国际共产主义运动中，发生过无数的争论，不同的马克思主义派别所阐述的关于新闻和其他传播活动的认识也不尽相同。从研究角度看，“马克思主义新闻观”较难作为一个完整体系加以研究，即使以我党关于正统马克思主义发展的序列来研究，不同时期的情境和文化氛围形成的思想认识，差异仍然过大。

作为让当代大学本科生了解马克思主义新闻观的教材，应当简略而相对明确，不宜把国际共运历史上无数的争论展现开来。因而，本书以马克思主义的创始人马克思和恩格斯的新闻观，以及后来对中国共产党产生重大影响的列宁的新闻观作为前一部分的重点阐述对象，随后即过渡到中国毛泽东以来党的主要领导人的新闻观，以正面阐释为主，只在必要的地方对重大失误做点到为止的说明。

鉴于新生代的大学生对颇为遥远的马克思、恩格斯、列宁较为陌生，本书特意设置了介绍他们生平和政治活

动、学术活动、新闻工作经历的章节。毛泽东以来的历届中国共产党的主要领导人，由于我们较为熟悉，只做很简单的生平介绍，随即进入论述主题。

考虑到当代大学生处于读图时代，本书精心挑选了多张图片，其中半数以上是不常见的，便于学生们对马克思主义发展史上的人物有感性的认识。

河北大学新闻传播学院研究生李雪凝、中国人民大学新闻学院研究生梁雨晨协助我核对了本书三分之二的引文。

陈力丹

2010年4月29日于北京时雨园

1	绪章 与时俱进的马克思主义新闻观
6	第一章 马克思和恩格斯的生平与新闻活动
6	一、马克思的家庭和早期新闻活动
8	二、恩格斯的家庭和早期新闻活动
9	三、马克思和恩格斯的学术研究与政治活动
10	四、马克思和恩格斯的新闻活动
14	第二章 马克思和恩格斯的“世界交往”观念
15	一、睁开眼睛看世界的马克思和恩格斯
16	二、“精神交往”
18	三、从“民族交往”到“世界交往”
22	第三章 马克思和恩格斯论交往革命
23	一、电报：“物化的知识力量”
24	二、交往革命：“用时间消灭空间”
26	三、马克思预见未来是信息社会

- 29 **第四章 马克思和恩格斯论新闻和新闻政策**
- 29 一、“报刊具有自己的内在规律”
- 30 二、对“新闻”的思考
- 34 三、关于报刊的思考
- 44 四、关于新闻政策的思考
- 48 五、党报思想
- 53 **第五章 列宁的生平和党报活动**
- 54 一、列宁的家庭和他早期的政治宣传活动
- 55 二、列宁的政治活动及学术研究
- 58 三、列宁的党报党刊活动
- 62 四、影响列宁党报思想的国内外环境
- 66 **第六章 列宁论出版物的党性和党内思想交流**
- 67 一、列宁提出“出版物党性”的背景
- 67 二、“党性”的内涵
- 69 三、“党的出版物的党性”内涵
- 72 四、通过党章保障党内少数意见流通的合法权利
- 73 五、“行动一致，讨论和批评自由”
- 76 六、“我们的力量在于说真话！”
- 78 七、列宁倡导的党内“争论专刊”制度
- 80 **第七章 列宁论社会主义新闻政策与苏维埃传媒**
- 81 一、列宁关于新闻出版自由的基本思想
- 83 二、列宁关于新闻出版自由“摆脱资本”的论述与实践
- 85 三、新经济政策时期列宁实行的新闻出版政策
- 87 四、列宁关于苏维埃报刊的基本思想：始终以生产建设为中心
- 88 五、共产主义劳动公社背景下列宁论苏维埃报刊的任务
- 91 六、新经济政策时期列宁的新闻观
- 96 七、列宁论广播、电影

100	第八章 毛泽东的党报理论
100	一、毛泽东早期新闻观的视角——“傍着活事件来讨论”
102	二、毛泽东党报理论的形成和内容
106	三、新中国成立后毛泽东党报理论的发展和失误
112	第九章 毛泽东的新闻观、宣传观和舆论观
112	一、毛泽东论新闻、新闻业和新闻政策
116	二、毛泽东论宣传
119	三、毛泽东论“舆论一律”和“舆论不一律”
122	第十章 刘少奇论社会主义条件下的新闻工作
123	一、“桥梁”、“导线”：党的传媒作用的比喻
123	二、记者的一项任务：考察党的政策
124	三、党的媒体如何正确把握党的政策
128	四、关于新闻的客观、公正、真实、全面和坚持立场
130	五、关于改进社会主义新闻业的系统思考
135	六、刘少奇新闻观的现实意义
136	第十一章 邓小平务实的新闻和宣传观
137	一、早期的宣传观：贯彻毛泽东的宣传思想
139	二、改革开放以来的新闻观：传媒要成为全国安定团结的思想上的中心
143	三、新时期务实的宣传思想
147	第十二章 江泽民的新闻观
148	一、继承毛泽东、邓小平的新闻观
151	二、以正确的舆论引导人
155	第十三章 胡锦涛论按照新闻传播规律办事
156	一、“按照新闻传播规律办事”
158	二、“保障人民的知情权、参与权、表达权、监督权”

- | | |
|-----|------------------------|
| 159 | 三、“把提高舆论引导能力放在突出位置” |
| 160 | 四、“通过互联网了解民情、汇聚民智” |
| 161 | 五、“形成与我国国际地位相称的外宣舆论力量” |
| 162 | 六、改革会议和领导同志活动的新闻报道 |
| 163 | 七、自主创新地发展信息产业 |

与时俱进的马克思主义新闻观



图 0—1 读马克思的书（画）

现在一提“马克思主义”，很多同学的第一反应是：空话套话又来了。确实，我们有些关于马克思主义的宣传，套话连篇，没有实在内容，让人厌烦。但是，若不去理会那些烦人的关于马克思主义的空话和套话，而是静下心来读几页马克思的原著，你就会发现，马克思的文章还真是有思想、有文采啊！不信，看看《马克思恩格斯

全集》第 1 卷的一篇文章《评普鲁士最近的书报检查令》的摘录吧。

真理是普遍的，它不属于我一个人，而为大家所有；真理占有我，而不是我占有真理。我只有构成我

的精神个性的形式。“风格如其人。”可是实际情形怎样呢！法律允许我写作，但是不允许我用**自己的**风格去写，我只能用另一种风格去写！我有权利表露自己的精神面貌，但是首先必须使这种面貌具有一种**指定的表情**！哪一个正直的人不为这种无理的要求脸红，而宁愿把自己的脑袋藏到罗马式长袍里去呢？至少可以预料在那长袍下面有一个丘必特的脑袋。指定的表情只不过意味着“强颜欢笑”而已。

你们赞美大自然令人赏心悦目的千姿百态和无穷无尽的丰富宝藏，你们并不要求玫瑰花散发出和紫罗兰一样的芳香，但你们为什么却要求世界上最丰富的东西——精神只能有一种存在形式呢？……

除了对观点的理解需要思考，还有一系列的典故和引文，会把你引导到更为广阔的知识领域。这段语录，即是所谓“马克思主义新闻观”的第一篇文章，思想深刻而又有丰厚的知识内涵。

“马克思主义新闻观”这个说法，是2003年由我国宣传口的几个部门在三项教育学习中提出来的。它其实是一个老话题，早在20世纪50年代就有人开始研究了。它指的是马克思主义经典作家和后来党的主要领导人关于信息传播、宣传、新闻、文化、传播政策以及党组织内部思想交流等等的论述。这些概念有时相互交叉，例如毛泽东对“文化”的解释是：“文化包括学校、报纸、电影等等，宗教也在内。”^①

马克思主义是中国共产党指导思想的理论基础，也是我国发展社会主义市场经济，发展社会主义民主和法治的指导思想。有鉴于此，要想在中国从事新闻、宣传和其他社会信息传播工作，就需要了解马克思主义经典作家马克思、恩格斯、列宁等关于新闻和其他信息传播的论述，了解中国老一辈无产阶级革命家毛泽东、刘少奇、周恩来、邓小平，以及此后党和国家主要领导人关于新闻和其他信息传播的论述，以便在宏观上把握政治大局。

中国人民大学新闻系早在1958年就编辑出版了《马克思论报刊》，随后演变为《马恩列斯论报刊》，并编辑了中国共产党关于新闻、宣传工作的文集《中国报刊文集》。研究马克思主义关于新闻、宣传以及更大范围的文化传播问题，成为人大新闻系的传统。《马恩列斯论报刊》和《中国报刊文集》不断修订、增补，到80年代，已经有了很多版本和很高的印数。现在的“马克思主义新闻观”，是新形势下对当年“马克思主义报刊思想”的与时俱进的表述。

^① 《毛泽东文集》，1版，第6卷，239页，北京，人民出版社，1999。



图 0—2 在莫斯科红场与“列宁同志”合影（2009年7月18日摄）

马克思主义新闻观的发展是一个与时俱进的过程，所以，实事求是研究它的一个基本原则。历史上，从外国到中国，马克思主义政党在新闻、宣传、文化等方面的思想认识和具体政策，有成功的经验，也有惨痛的教训，这就需要我们总结经验，吸取教训。

出于历史的原因，西方新闻传播学者对马克思主义发展历史中关于信息传播、宣传、新闻、新闻与传播政策，以及党组织内部思想交流的论述，了解很少。例如威尔伯·施拉姆认为：“马克思几乎从来没有谈过公众通讯工具问题”^①。即使是现代西方马克思主义的诸派别，也只是从某些马克思和恩格斯哲学、历史、文化的视角出发，或者运用他们政治经济学著作中的观点，或者借鉴几位马克思以后的欧洲共运领袖著作中间接涉及的传播思路，阐发他们各自的传播学批判理论。马克思本人和其他国际共运领袖是否有大量的直接关于传播、新闻传播的论述，就是近年出版的批判学派的著作，对此也表示怀疑。例如文森特·莫斯可在谈到一系列关于大众媒介构成过程的不同观点时写道：“媒介是马克思主义理论的盲点。考虑到媒介产业（从印刷业到电子信息服务）的增长规律和增长范围，我们很难理解马克思主义为什么仍然将媒介的物质分析置于边缘。”^②

① 施拉姆等：《报刊的四种理论》，132页，北京，新华出版社，1980。

② 文森特·莫斯克：《传播政治经济学》，146页，北京，华夏出版社，2000。