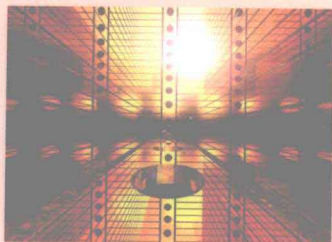




马克思主义研究文库

MA K E SI Z H I Y I Y A N J I U W E N K U



邓小平经济理论的传播 (1977-1997)

谢加书 著



全国百佳出版社
中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



邓小平经济理论的传播

(1977—1997)

谢加书 著



全国百佳出版社
中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

邓小平经济理论的传播 (1977—1997) / 谢加书著.

— 北京: 中央编译出版社, 2012.4

ISBN 978-7-5117-1365-0

I. ①邓… II. ①谢… III. ①邓小平理论—经济理论
—研究—1977~1997 IV. ①A849.166

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 038159 号

邓小平经济理论的传播 (1977—1997)

出版人: 和 龚

著 者: 谢加书

责任编辑: 曲建文 王 经

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 邮编: 100044

电 话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612363 (编辑室)

(010) 66161011 (团购部) (010) 52612332 (网络销售)

(010) 66130345 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)

网 址: www.cctpbook.com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京振兴源印务有限公司

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数: 247 千字

印 张: 18

版 次: 2012 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

本社常年法律顾问: 北京大成律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题, 本社负责调换, 电话: 010-66509618

序 言

马克思主义传播是一个历久弥新的话题，国内从1920年代开始了马克思主义传播的研究，艾思奇的《大众哲学》等是其中的代表。此后有段时间相对沉寂，1980年代后逐渐增多并呈现两个路向：一是侧重于马克思主义在华早期传播史，探讨中国共产党产生的思想理论基础；另一路向是马克思主义与传播学的交叉研究，并在十七大后马克思主义大众化研究中得到充实。从当前学界探讨来看，越来越多地侧重于马克思主义与传播学的交叉研究，并形成了几个重要方向，如传统媒体、数字化新媒体下马克思主义传播。

在马克思主义与传播学交叉研究中，本书作者着手较早，并形成了初步的成果。本书是谢加书博士在其博士论文基础上，集数年心血，潜心研究的成果。从本书的结构看，它努力承载着三重任务：一是从历史进程的角度研究了中国化马克思主义、邓小平经济思想传播的时空布局；包括传播阶段、传播整体互动模式、传播领域、传播特点、维度等；二是从传播学的视角展示了中国化马克思主义的主要传播方式；包括传播主体、体制、载体和形式等；三是从马克思主义大众化的视域探索了中国化马克思主义、邓小平经济思想传播，对受体群众的影响及其社会效应。

上述三重努力是跨学科的学科互涉研究，记得谢加书博士选这一研

究课题时，是中国共产党第十七次全国代表大会召开前，“十七大”提出的马克思主义大众化的任务，在此之前，这一任务并没有成为每个马克思主义理论工作者的自觉，谢博士进行这一与马克思主义大众化有所关联的研究，既与其本人前期对马克思主义传播思想研究的功底积淀相关，又与我国马克思主义研究需要整体化和深入化研究的发展趋向相关。所以当时谢博士的上述研究视域涉足者鲜，他所付出的劳动也因之加倍艰辛。现在，在各方的支持下，《邓小平经济理论的传播》终将面世，走出了探索的基础一步。

本书中总结的马克思恩格斯、列宁、毛泽东等人关于马克思主义传播的思想，可为从事此方面研究的学者和有兴趣的读者提供了解相关知识的便利。书中对邓小平经济理论传播过程中形成的“一二三三”传播体系的认识，期望能经由认同和碰撞的火花，给读者带来惊喜。

本书是我们马克思主义中国化研究所博士教师的研究成果之一，我们还将陆续出版《马克思主义尊严观研究》、《中国共产党文化发展战略思想研究》、《马克思主义劳动观研究》……等博士教师学术专著，期望能为我国中国特色社会主义思想文化建设出一份绵薄之力。

李 怡

华南理工大学思想政治学院 教授 博士生导师

2012 年元旦

前言

本书拟通过对邓小平经济理论传播研究，揭示理论传播的体系、理论传播对经济、社会发展的影响等，总结理论传播的经验及启示，为当代中国马克思主义大众化传播提供借鉴。本论题具有重要的理论和实践意义。从理论意义来看，有助于拓展和加深群众参与理论形成与传播方面的认识；有助于深化认识邓小平经济理论形成、发展和传播的条件、特点、过程等，从理论上认识邓小平经济理论逐步整合、濡化到社会之中的传播系统，进而为先进文化思想的传播提供较深刻的理论参照；研究将对马克思主义传播的学科建设有所帮助。从现实意义来看，研究邓小平经济理论传播，为进一步加强马克思主义大众化提供经验；推动理论更深入地指导群众的日常生活和非日常生活，促进经济和社会发展。

本书以马克思恩格斯、列宁、毛泽东等人关于马克思主义传播的思想为分析、研究邓小平经济理论的基础。通过总结提炼出理论传播体系、群众对理论理解、接受和认同的方式，并从多方面分析理论传播的效果，最后总结邓小平经济理论传播的经验教训，对当代中国马克思主义传播作出展望。在研究方法上，本书综合运用了马克思主义、哲学、传播学等学科知识，综合采用了人文社会科学的一些常用研究方法，如调查、文献研究、理论研究、比较研究等。

邓小平经济理论传播研究得出了如下研究成果和结论：一、邓小平

经济理论传播中形成了以宣传系统为核心的相对完备的传播体制和主体,理论在大众传播载体、组织传播载体和人际传播载体传播过程中形成了丰富的传播形式;二、从邓小平经济理论传播过程来看,提炼出“一二三三”的传播体系,即一种传播模式:以党群互动为基础的整体互动模式,它囊括了人际、大众传播和组织传播三大系统以及核心要素、次级要素、边际要素和干扰因素四大圈层;两个传播视域:分析了群众活动的日常生活与非日常生活两个领域;三重传播维度:将邓小平经济理论分为思想理论,政策、制度和规范,物质成就展示三重维度,在此基础上分析了邓小平经济理论传播的特点,群众接收、理解和认同理论的方式;三大传播载体:大众传播、组织传播和人际传播载体。三、邓小平经济理论传播取得良好的效果,这体现为微观和宏观两个层面。从微观来看,由于邓小平经济理论全面覆盖群众的日常生活与非日常生活领域,取得了较好效果。群众基于自身的日常生活经验、多元比较中来理解和接受邓小平经济理论,并从感性认识上升到理性认识。邓小平经济理论传播对实践主体的思想观念影响较大,推动了群众思想观念的革新,开放、效率、竞争、法治等观念在人们思想中日益凸显,增强了人的主体性。从宏观方面来看,正是因为理论掌握了群众,群众掌握了理论,推动了群众化理论为实践,推动了我国政治、经济、文化、科技以及理论本身等多方面的发展,取得了伟大的成就。最后,本书总结了邓小平经济理论传播中的经验教训,并对当代中国马克思主义传播作出了展望。

目 录 CONTENTS

绪 论	1
一、选题缘起、意义、文献综述和研究方法	1
1. 选题缘起和意义	1
2. 文献综述	7
3. 研究方法	14
二、邓小平经济理论传播的内涵与外延	15
1. 论题的时空限定	15
2. 邓小平经济理论的内容	16
3. 邓小平经济理论传播的含义	18
 第一章 马克思主义传播思想的起源与发展	22
一、马克思恩格斯关于马克思主义传播的思想	22
1. 马克思主义传播的主体	23
2. 马克思主义传播的对象	25
3. 马克思主义传播的载体	26

4. 马克思主义传播的方式·····	28
5. 马克思主义传播的组织·····	30
二、列宁关于马克思主义传播的思想·····	31
1. 马克思主义传播的原则·····	33
2. 马克思主义传播的方法和策略·····	37
3. 马克思主义传播的载体和形式·····	43
4. 马克思主义传播的重心·····	49
三、毛泽东关于马克思主义传播的思想·····	50
1. 马克思主义传播的任务·····	50
2. 马克思主义传播的要素·····	52
3. 马克思主义传播的方式和表达形式·····	55
4. 马克思主义传播中的争论和斗争·····	56

第二章 邓小平经济理论传播历史条件、主体、体制、载体和形式分析····· 59

一、邓小平经济理论传播的历史条件和传播主体·····	59
1. 邓小平经济理论传播的历史条件·····	59
2. 邓小平经济理论的传播主体·····	61
二、邓小平经济理论传播体制、载体分析·····	67
1. 邓小平经济理论传播体制的建设与完善·····	68
2. 邓小平经济理论传播载体的建设和完善·····	74
三、邓小平经济理论的传播形式·····	79
1. 媒介舆论·····	80
2. 典型报道·····	86
3. 主题报道·····	88
4. 标语与口号·····	89

5. 读书班等集中传播形式	91
6. 教育传播	92
7. 综合性传播	100
 第三章 邓小平经济理论传播的时空结构和特点研究	102
一、邓小平经济理论传播的历史考察	102
1. 邓小平经济理论传播过程历史的阶段性	102
2. 邓小平经济理论传播案例一：家庭联产承包责任制形 成中的传播过程及策略	108
3. 邓小平经济理论传播案例二：邓小平社会主义市场经 济理论的形成及传播过程	120
二、邓小平经济理论传播的模式	139
1. 传播模式探讨	139
2. 整体互动模式在邓小平经济理论传播中的应用	141
三、邓小平经济理论传播的领域	145
1. 邓小平经济理论传播的日常生活与非日常生活领域	145
2. 1977—1997 年间中国大陆日常生活、非日常生活方面 的变迁	147
3. 邓小平经济理论在日常生活与非日常生活领域中传播 的差异	150
4. 邓小平经济理论在日常生活与非日常生活领域中的传 播方式	154
四、邓小平经济理论传播的三重维度	160
1. 思想理论维度	161
2. 政策、制度和规范维度	163
3. 物质成就展示维度	170

五、邓小平经济理论传播的特点	173
1. 实践性	173
2. 群众性	178
3. 通俗性	180
4. 集中性	181
 第四章 群众对邓小平经济理论的接收、理解和认同	182
一、群众接收、理解和认同的需要基础	182
1. 发展中国家向现代化进军过程中需要传播先进观念	183
2. 邓小平经济理论广泛传播是党和国家、个人的共同 需要	183
二、邓小平经济理论传播对象的群体性特征分析	186
1. 邓小平经济理论传播中的传播对象分类	186
2. 邓小平经济理论传播视阈下受众分析	188
3. 邓小平经济理论传播视阈下组织和人际传播对象分析	196
三、群众对邓小平经济理论的理解和认同视角	199
1. 影响群众对邓小平经济理论的接收、理解和认同的 主要因素	200
2. 群众对邓小平经济理论的理解和认同的特点	205
 第五章 邓小平经济理论传播对中国特色社会主义建设的效应 ...	209
一、邓小平经济理论传播对实践主体的影响	209
1. 邓小平经济理论传播增强了人的主体性	209
2. 邓小平经济理论传播更新了人的价值观	215
3. 邓小平经济理论传播改变了人的文化观念	220

二、邓小平经济理论传播对经济建设的影响·····	222
1. 邓小平经济理论传播推动了群众经济观念的更新 ·····	222
2. 邓小平经济理论传播指明了经济发展方向 ·····	224
3. 邓小平经济理论传播激发了群众经济建设的热情 ·····	229
三、邓小平经济理论传播对政治发展的影响·····	230
1. 邓小平经济理论传播对执政党指导思想的影响 ·····	230
2. 邓小平经济理论传播推动政治层面的改革 ·····	231
3. 邓小平经济理论传播有助于坚持正确的政治方向 ·····	232
4. 邓小平经济理论传播引导党的工作重点转移 ·····	233
四、邓小平经济理论传播对科技进步的影响·····	234
1. 邓小平经济理论传播催生了科技创新思想 ·····	234
2. 邓小平经济理论传播对科技创新主体的影响 ·····	236
3. 邓小平经济理论传播推动了科技活动的开展 ·····	238
五、邓小平经济理论传播活动对理论本身的影响·····	240
1. 邓小平经济理论传播对理论本身的检验作用 ·····	240
2. 邓小平经济理论传播对马克思主义中国化、时代化和 大众化的影响 ·····	240
六、邓小平经济理论传播的经验·····	243
1. 理论传播与经济、社会建设要配合协调 ·····	243
2. 理论传播重心要围绕党的工作重心 ·····	245
3. 以党政推动为主, 市场推动为辅 ·····	247
4. 领域上要全面覆盖、层次上要合理划分、方法上要 灵活 ·····	247
5. 内部传播引领公开传播 ·····	248
6. 不断解放思想、与时俱进 ·····	249
7. 善待不同的学术观点 ·····	250
8. 注意理论传播的均衡性 ·····	251

结 论	253
一、对邓小平经济理论传播的系统认识.....	253
1. 邓小平经济理论传播形成了系统的传播体制、主体、 载体和丰富的传播形式	253
2. 邓小平经济理论传播过程形成了“一二三三”传播 体系	254
3. 邓小平经济理论传播特点鲜明、效果突出	257
二、对当代中国马克思主义传播的展望.....	258
1. 时代呼唤加强和改善当代中国马克思主义传播	258
2. 汲取邓小平经济理论传播的经验教训，推进当代中国 马克思主义传播	259
参考文献	261
致 谢	273

绪 论

一、选题缘起、意义、文献综述和研究方法

1. 选题缘起和意义

(1) 选题缘起

“统治阶级的思想在每一个时代都是占统治地位的思想。”^① 对于无产阶级来说，要实现自己的思想理论占统治地位，巩固自己的政治统治，需要通过传播使群众对无产阶级革命理论有一定的认识和广泛认同，从而获得文化领导权。根据佩里·安德森（Perry Anderson）的考证：“文化领导权的概念是由普列汉诺夫在 1883—1884 年间首次提出的，是作为推翻沙皇制度的策略的一部分而提出来的，涉及到无产阶级在联合其他团体，如资产阶级、农民和想推翻沙皇的知识分子时所应有的文化领导权。后来

^① 《马克思恩格斯全集》（第一版）第 3 卷，人民出版社，第 52 页（因本文撰写时第二版尚未完整出版，文中的《马克思恩格斯全集》均系中央编译局编的第一版，后文中不再标注版本和出版社等信息）。

列宁在《怎么办》(1901—1902)和《社会民主党在民主革命中的两种策略》(1905)中,直接或间接使用了‘文化领导权’这一概念。但只有到了葛兰西,文化领导权才真正作为一个概念被提了出来,并形成了葛兰西最富影响的文化领导权理论。”^①

无产阶级实现其文化领导权的关键是马克思主义通过一定的方式传播并被广泛接受。马克思恩格斯以来,马克思主义传播的问题历来都受到重视,它涉及马克思主义如何被群众接受,从而实现文化领导权的问题。马克思恩格斯对大众传播、组织传播和人际传播等形式有深入研究,“在马克思和恩格斯的著作中,提到的报纸和杂志多达1500种”^②,所提及、引证、评论《泰晤士报》就有“大约1000次”。马克思恩格斯除创办《新莱茵报》、著书立说外,还一起创建组织和机构,进行宣传鼓动工作。马克思在理论上分析了文艺、新闻、舆论、宗教等传播形式,指出交往和传播的世界化趋势,用时间消灭空间等理论;马克思恩格斯提出了党报党刊理论等,恩格斯在1865年明确指出“争取出版自由就是争取工人政党本身呼吸所需的空气”^③,强调大众传播的重要性。

列宁提出组建以报纸为核心的宣传鼓动体系,多形式传播马列主义,“我们认为现在最迫切的任务是着手解决这些问题,为此就必须把创办一个能正常出版而且同各地方小组有密切联系的党的机关报作为我们的当前目标”^④,“只有改善党的组织和创办全党机关报,才能使社会民主党宣传和鼓动的内容更加广泛和更加深刻”^⑤;他发展并形成了灌输理论体系,强调“他们应该进而把这个理论(适合俄国特点的社会民主主义——引注)通俗化,把它灌输给工人,应该帮助工人领会它并制定一个最适合我

① 陶东风、权磊:《文化研究》,广西师范大学出版社2006年版,第166页。

② 陈力丹:《精神交往论——马克思恩格斯的传播观》,开明出版社1993年版,第277页。

③ 《马克思恩格斯全集》16卷,第86—87页。

④ 《列宁全集》第4卷,人民出版社第二版,第168、174页(本文中的《列宁全集》的引文全部来自中共中央编译局编,人民出版社出版的第二版,后文中不再标注出版社和版本等信息)。

⑤ 《列宁全集》第4卷,第174页。

国条件的组织形式，以便传播社会民主主义并把工人团结为一支政治力量”^①；列宁十分强调面向日常生活的传播，革命胜利后，他还强调要以实践来传播理论。

毛泽东等为代表的中国共产党人继承了马克思恩格斯、列宁等人重视理论传播的传统，开拓创新，推动了马克思主义在中华大地的深入传播。针对国民文化水平较低这一特点，当时的中共党人注重以通俗方式如通俗化著作、标语等向群众传播马克思主义；毛泽东在延安文艺座谈会确定了民族、大众、科学的文艺方向，这也成为马克思主义传播的方向；在继承列宁党报理论的基础上，毛泽东提出要政治家办报、全党办报和群众办报的方针，强调报纸的作用就是迅速广泛地宣传党的路线方针政策，党报是党的喉舌，党报必须具备党性、群众性、组织性和战斗；指出要注重报刊宣传的策略和艺术，提倡生动活泼、新鲜有力的文风等。在组织传播和人际传播方面，党加强对积极分子的党性教育，强调思想上入党，建立党校、工农速成学校等加强马克思主义传播；运用简单明了的标语、口号，通过党群人际交往等进行马克思主义传播，尤其重视通过斗争实践中制定政策等推动马克思主义传播。

在新时期历史转折关头，邓小平提出要正确认识和评价毛泽东，完整地、准确地认识毛泽东思想，多次提出反对精神污染，促进精神文明建设，加强和改进思想政治工作，净化党风，推进马克思主义传播；江泽民提出以弘扬主旋律为主，“以科学的理论武装人、以正确的舆论引导人、以高尚的精神塑造人、以优秀的作品鼓舞人”；胡锦涛组织实施马克思主义工程建设，推动马克思主义传播。党的十七大又提出“推动当代中国马克思主义大众化”，马克思主义传播日益凸显其重要性，这体现在学术资助中，近两年来国家社科和教育项目资助中都有关于马克思主义传播方面的项目获得资助。在当前变革过程中，马克思主义传播的背景、手段等都发生

^① 《列宁全集》第1卷，第284页。

了巨大变化，以邓小平经济理论传播为例子总结经验，提升马克思主义的传播力，具有重要意义。因为传播力决定影响力，“传播决定影响，文化的影响不仅取决于内容是否具有独特的魅力，而且取决于是否具有先进的传播手段和强大的传播能力”^①。

(2) 选题意义

研究邓小平经济理论传播，对于坚持和发展中国特色社会主义，有重要的理论意义和现实意义。首先，从理论意义来看，有助于从理论上进一步深化对邓小平经济理论形成和发展、传播的认识，可以拓展和加深群众参与理论形成与传播方面的认识；并对今后的当代中国马克思主义的传播提供经验，推进社会主义先进文化的建设；研究将对马克思主义传播的学科建设有所帮助。通过以邓小平经济理论为研究对象，具体分析传播要素、过程和效果、传播的基本经验等，笔者提出了一些看法，如在传播过程方面的“一二三三体系”，即传播的模式，日常生活与非日常生活视阈，思想理论、政策制度和规范、物质成就展示三重维度，大众、组织、人际三大传播载体等，探讨了理论传播对实践主体、经济、政治、文化、科技以及理论本身的影响，这为马克思主义传播的学科建设做了部分基础性工作。

其次，从现实意义来看，研究邓小平经济理论传播，对于迎接时代挑战，进一步推进理论传播的广度和深度、提高传播效果，很有必要，也是很有意义的。作为执政党，只有使自己的科学理论被群众所熟知，才有可能被深入贯彻执行，也只有被广泛熟知，才可能统一全党和全国人民思想，共同建设中国特色社会主义。通过对邓小平经济理论传播的研究，可以为今后的理论传播提供借鉴。尤其是通过总结邓小平经济理论在各种思潮中是如何占领阵地，如何引领群众走改革开放的中国特色社会主义道路，如何促进我国经济发展和人民生活水平提高等经验，将为此后的理论传播提供参考。同时也应该看到，邓小平经济理论传播和接受的失衡，在

^① 刘云山：《更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣》，本书编写组：《十七大报告辅导读本》，人民出版社 2007 年版，第 14 页。