

● 新闻传播

新闻宣传的五大政治原则^{*}

——邓小平新闻宣传思想研究之一

张 昆

(武汉大学 政治与行政学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 张 昆(1962-), 男, 湖北云梦人, 武汉大学政治与行政学院政治与行政学系博士生, 武汉大学新闻与传播学院新闻系教授, 主要从事新闻学、政治传播学研究。

[摘 要] 关于新闻宣传政治原则的论述是邓小平新闻宣传思想的重要内容。新闻宣传的政治原则主要有五: 1 党性原则; 2 群众性原则; 3 真实性原则; 4 稳定压倒一切的原则; 5 社会效益优先的原则。这五大原则作为对新闻宣传工作的基本要求, 至今仍然是中国新闻宣传人员的行动指南。坚持这些原则, 对于凝聚人心, 维护社会稳定, 充分发挥新闻媒介的社会功能, 将会产生重大而积极的影响。

[关键词] 邓小平; 新闻宣传; 政治原则

[中图分类号] G210 [文献标识码] A [文章编号] 1000-5374(2001)02-0234-06

作为中国共产党第二代领导集体的核心, 邓小平一生的经历, 既曲折, 又丰富, 适应了多种不同角色的转换。他主持过党政工作、经济工作, 也曾担任过中央大报的主编(长征时期)。在角色转换的过程中, 邓小平作为一个政治家, 一方面深深地感受到新闻宣传媒介在社会政治生活中的实际影响; 另一方面, 他从党和国家整体利益及工作大局出发, 对于新闻宣传工作, 对于新闻宣传媒介, 提出了一系列的工作要求。直到今天, 这些原则仍然是中国新闻宣传工作者的行动指南。

一、党性原则

在世界宣传史上, 报刊及其他新闻宣传媒介的党性原则是伴随着政党政治的出现而提出的。没有政党政治, 就谈不上党性原则。政党作为阶级的先锋队和阶级利益集中的代表者, 自然要对本阶级所属报刊提出党性的要求。资产阶级报刊也不例外, 此不赘述。马克思、恩格斯早在巴黎公社前后, 就论及了无产阶级报刊的党性问题。但对无产阶级报刊党性原则最系统的阐述, 还是列宁的贡献。列宁在《党的组织与党的文学》一文中阐明的党性原则, 为世界各国无产阶级政党所接受。毛泽东关于新闻宣传工作党性的论述, 便是列宁的党性原则与中国新闻宣传的具体实践相结合的产物^[1](第 253- 261 页)。

邓小平也十分重视新闻宣传的党性原则。他要求每个干部都要把党性放在第一位。“所有共产党员都要增强党性, 遵守党的章程和纪律。不管是什么专家、学者、作家、艺术家, 只要是党员, 都不容许自视

特殊,认为自己在政治上比党高明,可以自行其是”^[2](第46页)。不难看出,所谓党性就是遵守党的章程和纪律、服从党的决议,不能自行其是。他在另外一个场合还指出,党性的核心内容乃是个人服从组织、少数服从多数、下级服从上级、全党服从中央,其中最重要的是全党服从中央。他承认,党中央曾经犯过错误,但“这早已由中央自己纠正了,任何人都不允许以此为借口来抵制中央的领导”^[3](第271页)。不过,邓小平又强调,党性并不等于思想僵化、随风倒。在他看来,说话做事看来头、看风向、随风倒,本身就是一个违反共产党员党性的大错误。所以,他提倡“独立思考,敢想、敢说、敢做”^[3](第142页),这样固然难免犯错误,但那是错在明处,远比看风向、随风倒者要好得多。

新闻宣传工作者作为灵魂的工程师,尤其需要在日常工作中坚持党性。而要坚持党性,首先必须加强和改善党的领导。邓小平认为,中国共产党对社会主义事业的领导,是中国近代历史的必然选择。没有共产党的领导,就没有一条正确的政治路线,就没有安定团结的政治局面,就没有力量来组织社会主义现代化建设,所以决不能够削弱党的领导,“决不应该离开党的领导而歌颂群众的自发性”^[3](第170页)。“加强党对思想战线的领导,克服软弱涣散状态,已经成为全党的一个迫切的任务。不仅理论界文艺界,还有教育、新闻、出版、广播、电视、群众文化和群众思想政治工作等各方面,都有类似的或其他的迫切需要解决的问题”^[2](第47-48页)。不仅要加强党的领导,还应该改善党的领导。邓小平指出,在思想战线的领导问题上,既存在软弱涣散问题,也存在着“某些简单化和粗暴的倾向,这也不能否认和忽视”^[3](第389页)。这种倾向,与新闻宣传工作的特殊性质相去甚远,它只会伤害新闻宣传工作者的自尊心、自信心,而不利于调动他们的积极性和创造性。所以,我们一方面要加强党对新闻宣传工作的领导,另一方面又要使这种领导更加符合实际,更加精细,更加科学。只有这样,才能保证新闻宣传的正确方向。

要坚持党性原则,还必须加强纪律性,严格地维护、遵守党的纪律。一个政党如果没有严格的纪律约束,允许其党员完全按个人的意愿自由发表言论、自由行动,它就不可能成为一个有战斗力的集体,就不可能有统一的意志,更不能实现自己的意志。所以,对于党员队伍中的作家、艺术家、思想理论工作者、新闻宣传工作者,“那就首先要求他们必须遵守党的纪律,而现在的许多问题正出在我们党内。党如果对党员不执行纪律,还怎么能领导群众呢?”^[3](第392页)所以,每个党员、各级党的组织,其一切行动都要服从上级的决定,尤其是必须同党中央保持政治上的一致。作为党员的新闻宣传工作者,遵守纪律的最高标准,就是无条件地宣传党的主张,对于“中央决定了的东西,党的组织决定了的东西,在没有改变以前,必须服从,必须按照党的决定发表意见,不允许对党中央的路线、方针、政策任意散布不信任、不满和反对的意见”^[3](第272页),“谁要是违反这一点,谁就要受到党的纪律的处分”^[3](第336页)。

必须指出的是,邓小平在要求加强党的领导、加强纪律性的同时,还主张坚持党性原则并不排斥党内民主,并不会损害党和国家的民主生活。他相信一个生气勃勃、生动活泼的政治局面,对于社会主义建设是非常必要的,因而十分认同毛泽东的观点:“我们的目标,是想造成一个又有集中又有民主,又有纪律又有自由,又有统一意志、又有个人心情舒畅、生动活泼,那样一种政治局面。”邓小平认为毛泽东所讲的政治局面“不只是讲党,而且是讲整个国家,整个军队,整个人民,就是说全党、全军、全国人民都要有那样一种政治局面”^[3](第44页)。在这种局面下,党员对党的决定有意见,可以通过组织发表,可以保留自己的意见,可以通过组织也可以直接向中央提出自己的意见;对党的工作中的缺点和错误,党员当然有权利进行批评;对于党和国家的一些重大问题,都可以讨论,只不过“在什么范围讨论,用什么形式讨论,要合乎党的原则,遵守党的决定”^[3](第272页)。没有这种局面,是无法推进现代化建设的。

二、群众性原则

群众性原则实际是中国共产党的群众路线在新闻宣传工作中的具体体现,而群众路线又是中国共产党的三大优良传统之一。邓小平认为,在三大优良传统之中,群众路线又是最根本的。在他看来,群众路线主要包括两个方面的含义。其一是,“党必须密切联系群众和依靠群众,而不能脱离群众,不能站在

群众之上;每一个共产党员必须养成为人民服务、向群众负责、遇事同群众商量和同群众共甘苦的工作作风。”其二是,坚持“从群众中来,到群众中去”的工作方法。用毛泽东的话来讲,就是“将群众的意见(分散的无系统的意见)集中起来(经过研究,化为集中的系统的意见),又到群众中去宣传解释,化为群众的意见,使群众坚持下去,见之于行动,并在群众行动中考验这些意见是否正确。然后再从群众中集中起来,再到群众中坚持下去。如此无限循环,一次比一次更正确、更生动、更丰富”^[4](第 271 页)。简单地说,就是联系群众、相信群众、依靠群众,调动群众的积极性,全心全意为人民服务。

根据邓小平的论述,群众路线同样也适用于新闻宣传工作。在新闻宣传过程中坚持群众路线,不仅能增强宣传的针对性,调动群众的积极性,而且能够提高宣传效果。而要坚持群众性原则,首先就要相信群众。要相信群众,就得对群众讲真话,特别是在关系群众切身利益的问题上讲真话。“只要我们信任群众,走群众路线,把情况和问题向群众讲明白,任何问题都可以解决,任何障碍都可以排除”^[3](第 152 页)。1980 年他又在《贯彻调整方针,保证安定团结》一文中指出:“要大力加强党的组织、党员同群众的联系,要把国家的形势和困难、党的工作和政策经常真实地告诉群众。”1985 年 9 月,他再一次强调,“群众关心的实际生活问题和时事政策,各级领导一定要经常据实讲解,告诉大家客观的情况以及党和政府所作的努力,并且对群众所反映的不合理现象及时纠正。群众从事实上感到党和社会主义好,这样,理想纪律教育,共产主义思想教育和爱国主义教育,才会有效”^[2](第 144—145 页)。可见,向群众讲真话、交实底的前提,是对群众觉悟和判断能力的信任。而一旦真正这样做了,自然会赢得群众的信赖和支持。

坚持群众性原则,还要有一定的气度和宽广的胸怀,要有容忍群众牢骚的雅量。“群众有气就要出,我们的办法就是使群众有出气的地方,有说话的地方,有申诉的地方”^[4](第 273 页)。党和政府必须随时倾听群众的呼声,了解群众的情绪,正视群众的利益。新闻媒介就是群众出气、说话、表现情绪的主要渠道。如果群众有话没有地方说,有气没有地方出,“那就一定要来大民主。”古人说,堵民之口,犹如防川,其意义即在于此。所以,党和政府一定要敞开胸怀,给群众提供出气、申诉、说话的地方,并借此了解群众的情绪,进而代表他们的利益;同时还要从群众的怨气、申诉中,发现我们通过正常渠道无法了解的工作中存在的问题及其解决的方法。在这方面,要重申并实行“三不主义”,即“不抓辫子,不扣帽子,不打棍子”^[3](第 144 页)。邓小平非常佩服毛泽东。他在《完整地准确地理解毛泽东思想》一文中讲了一个故事,说延安大生产运动的缘起“就是当时的征粮征多了,群众有怨言。我们好多共产党员听了心里非常不舒服。毛泽东的看法不同,他说,讲得有道理,群众的呼声嘛!毛泽东同志就是伟大,就是同我们不同,他善于从群众这样的议论当中,发现问题,提出解决问题的方针和政策。”在改革开放的今天,经济社会的发展及利益格局的变迁,使我们面临着比过去更加复杂的局面,新闻宣传媒介尤其需要关注民生、反映民情,扮演社会机体排气阀的角色。

对群众讲真话,为群众提供出气的渠道,这是在新闻宣传工作中坚持群众性原则最直接最重要的举措。但我们还不能满足于这些。除此之外,新闻宣传工作者还应根据群众的要求、意见和接受情况来改进自己的工作。1980 年邓小平在《目前的形势和任务》中指出,“报刊、广播、电视三年来都有很大的成绩,总的来说是好的,但是也有不足之处。在这些部门工作的同志,也需要经常倾听来自各方面的不同意见,分析和改进自己的工作。”这一要求是十分自然的。新闻宣传的对象既然是人民群众,其目的既然是要说服他们接受自己的观点,改变其既有的思想、态度和行为,当然要了解群众的喜好、接受习惯和认知能力,用群众所熟悉的语言和表现方式,进行宣传说服。否则,一切宣传都只能是无的放矢,或隔靴搔痒,注定不会取得应有的效果。

三、真实性原则

真实是新闻宣传的生命。坚持新闻宣传的真实性,不仅是新闻宣传规律的要求,而且是一项重要的政治和道德准则。古今中外,不论是无产阶级还是资产阶级,几乎所有的新闻宣传人员都宣称自己讲的

是真话,代表的是真理。哪怕是出于功利权谋而捏造事实,无中生有,他们也绝不会承认。为什么人们总爱以真实、真诚相标榜呢?古希腊著名哲学家柏拉图在其名著《理想国》中指出,这是因为憎恶谎言是人和神共有的特性。“上当受骗,对真象一无所知,在自己的心灵上一直保留着假象,——这是任何人都最不愿意最深恶痛绝的。”另一方面,事情一旦发生,即使想封锁也难以完全封锁住,其真相终将大白于天下。

无产阶级作为历史上最先进的阶级,代表了历史发展的最终方向,它无私无畏,事实的演进将证明其理念的正确。所以,从马克思到列宁、斯大林,无不强调新闻宣传的真实性原则。毛泽东在继承马克思主义真实观的基础上,特别强调用事实说话,反对吹牛,要求“报实数,‘实报实销’”^[1](第271页)。邓小平完全同意毛泽东的见解,同时又把真实性原则、实事求是提到了认识论的高度。在他看来,坚持真实性原则,实事求是,讲真话,就是解放思想。这是全面把握现实,科学决策的前提。所以,新闻宣传工作者必须无条件地坚持真实性原则。

在新闻宣传工作中,坚持贯彻真实性原则,首先要求拿事实而不是拿空话来说话,因为事实胜于雄辩。用空话构筑起来的理论体系,在确凿的事实面前,只有冰消瓦解的命运。对于社会生活中的种种问题,和群众中客观存在的对社会主义前途的疑虑,我们不能用空话而要用鲜活的事实来对他们解释,“来解除他们的这个忧虑,并且回答那些希望我们变成资本主义的人”^[2](第111页)。“即使在主张和提倡改革的人当中,保留一点怀疑态度也有好处。处理的办法也一样,就是拿事实说话,让改革的实际进展去说服他们”^[2](第156页)。至于公认的颠之不破的真理,随着情况的变化也会出现新的发展而具有新的含义,比如坚持四项基本原则,要让群众真心接受,也“需要根据新的丰富事实作出新的有充分说服力的论证”^[3](第180页)。坚持用事实说话,反对空谈,是无产阶级新闻宣传工作的优良传统,也是中国共产党在思想战线打败国民党的成功的经验。

坚持真实性原则,还要求新闻宣传人员对党和国家的工作、计划及成绩有一个全面的实事求是的评价。早在1957年,邓小平就告戒新闻宣传人员,“切不可过分夸张自己的成就,切不可把我们的事情说得太美满了。说得太美满,看得太简单,这一点反映到我们的宣传工作上,就是把我们的国家描绘得如何漂亮,好像现在什么困难也没有了,剩下的就是享福了”^[4](第262页)。这种只看到成绩,看不到缺点,只看到光明,看不到阴暗的宣传,表面看来能在一定的程度上鼓劲鼓气,但在实际上是鼓的虚气虚劲。当群众在现实生活中看到新闻宣传媒介上没有报道的缺点和阴暗面时,就会产生一种上当受骗的感觉:原来现实生活不是那样美好。他们自然就会失去对新闻宣传媒介的信任,失去对新闻宣传工作者的信赖。在这种情况下,人们再也不会接受、听信新闻宣传媒介的报道宣传了。新闻宣传媒介不仅难以完成党和政府交给的任务,甚至还会败坏党和政府的形象。

四、稳定压倒一切的原则

古往今来,几乎所有的政治家都把政治稳定作为其施政的重要目标之一。没有一个国君傻到要把自己的天下搞乱。因为只有在政治稳定的情况下,才有可能致力于其他的事情,如发展经济、繁荣文化等。当代中国处于社会主义的初级阶段,经济文化比较落后,必须在尽可能短的时间内缩小与西方发达国家的差距。所以经济建设成了当代中国压倒一切的中心工作。要搞经济建设,就要有一个和平稳定的环境。“不安定,政治动乱,就不可能从事社会主义建设,一切都谈不上”^[2](第124页)。1989年春,邓小平在会见美国总统布什时又说:“中国的问题,压倒一切的是需要稳定。凡是妨碍稳定的就要对付,不能让步,不能迁就。”“中国不能乱,这个道理要反复讲,放开讲。不讲,反而好像输了理。要放出一个信号:中国不允许乱”^[2](第286页)。要实现政治稳定,必须排除一切障碍,即使免不了外国人的议论,免不了挨骂,也要这样做。为了实现政治稳定的目标,邓小平要求“宣传、教育、理论、文艺部门的同志们,要从各方面来共同努力。”“要使我们党的报刊成为全国安定团结的思想上的中心。报刊、广播、电视都要把促进安定团结,提高青年的社会主义觉悟,作为自己的一项经常性的、基本的任务”^[3](第255页)。

维护政治稳定,是一个大道理,其他的小道理都要服从这个大道理。但是稳定又总是相对的,而发展、运动则是绝对的。稳定为社会发展提供有力的政治保障,即经济文化建设“必须在安定团结的条件下有领导、有秩序地进行”^[2](第 196—197 页);而经济文化的繁荣又为稳定奠定了物质的基础,在经济落后、饥寒交迫的社会无法实现政治的安定。我们追求的稳定,是发展、运动中的稳定,是一种动态的平衡。既然是发展中的稳定,是动态的平衡,那么这种稳定就不应该被看成是鸦雀无声、万马齐喑。在安定团结的条件下并不排除生动活泼。邓小平强调,“要安定团结,也要生动活泼。生动活泼也来之不易,但它是随着安定团结发展起来的。在我们社会主义制度下,这两者是统一的。从根本上说,它们没有矛盾,也不应该有矛盾”^[3](第 251 页)。但是在某些特殊的情况下,这两者之间也会出现冲突。这时,就只有在不妨碍安定团结的条件下实现生动活泼。

新闻宣传媒介由于其特殊的性质,既与社会政治、经济的稳定休戚相关,又是生动活泼的“发动机”。陈云曾经说:“经济工作搞得好不好,宣传工作搞得好不好,对经济形势和政治形势能否稳定发展,关系很大。”他把新闻宣传提到经济工作的高度,邓小平是十分认同的^[3](第 363 页)。既然新闻宣传工作事关政治稳定,新闻宣传人员就应该以高度的责任心和政治敏感,考虑其作品的社会影响,努力改进新闻宣传工作,服务于政治稳定,尽力维护安定团结的局面。同时也要利用媒介的特殊优势,营造生动活泼的政治氛围。新闻宣传媒介不仅要成为全国安定团结的思想中心,也要成为生动活泼的不竭源泉。所以无论是安定团结,还是生动活泼,都需要新闻宣传工作者发挥自己的创造力。但是在根本上它还是应该坚持政治稳定优先的原则。只有这样,才能在营造良好政治条件的同时,促进新闻宣传事业本身的发展。

五、社会效益优先的原则

当近代报刊刚刚问世时,具有比较明显的商业性质。随着工业革命和城市化的进程,大众化报纸的勃兴,报纸更是作为一种纯粹的商业企业来运作。报业主经营报纸的主要目的,乃是营利。后来出现的资产阶级政党报刊,虽然也坚持资产阶级的党性,但是其营利的目的并没有改变。19 世纪末期,黄色报纸、庸俗报纸、报业集团化,使资产阶级报纸的商业性得到了进一步的发展。与此不同,无产阶级报纸自问世之日起,就是作为无产阶级的宣传工具、争取自我解放的工具。马克思、恩格斯、列宁、斯大林、毛泽东等的办报活动,无不是为了阶级的政治解放和共产主义的实现。追逐利益不是他们的目标。在无产阶级专政的国家建立之后,报刊、广播、电视等新闻宣传媒介被看成是与一般企业不同的事业单位。新闻宣传人员无须考虑单位的投资、成本、利润,其追求的唯一目标就是宣传效果。

20 世纪 80 年代以来,随着改革开放政策的推进和市场经济体制的导入,我国社会上出现了一种“一切向钱看”的歪风。这股歪风首先在文艺界滋生开来。“从基层到中央一级的表演团体,都有些演员到处乱跑乱演,不少人竟用一些庸俗低级的内容和形式去捞钱。”这种一切向钱看,“把精神产品商品化的倾向,在精神生产的其他方面也有表现。有些混迹于艺术界、出版界、文化界的人简直成了惟利是图的商人”^[2](第 43 页)。新闻宣传领域也不例外,有些记者编辑甚至新闻出版单位在金钱面前迷失了本性,背离了新闻宣传的崇高使命,刊登有偿新闻,使广告新闻化及接收红包,造成了大量的失实和欺骗,极大地削弱了新闻宣传媒介的公信力,影响了社会风气,败坏了党和政府的形象;或者使传播内容庸俗化,极力迎合大众的低级趣味,贩卖一些黄色、下流、淫秽、丑恶的照片、影片、书刊等,这种现象如果任其自由发展,将会严重地腐蚀我们年轻的一代,“将诱使许多意志不坚定的人道德败坏,精神堕落”^[3](第 338 页)。对于思想战线包括新闻宣传领域“一切向钱看”的歪风,邓小平深恶痛绝。为了善尽社会责任,给改革开放营造一个良好的舆论环境,维护安定团结的政治局面,邓小平要求在党内外、社会各界坚决反对和批判资产阶级损人利己、惟利是图及“一切向钱看”的腐朽思想;要求思想文化教育卫生各部门,“都要以社会效益为一切活动的唯一准则,它们所属的企业也要以社会效益为最高准则。思想文化界要多出好的精神产品,要坚决制止坏产品的生产、进口和流转”^[2](第 145 页)。邓小平把社会效益置于高于一切的位置,

反对精神产品商品化、庸俗化的观点,可谓振聋发聩,不仅极具针对性,而且非常及时。遗憾的是,思想战线特别是新闻宣传领域罔顾社会效益,单纯追求经济利益,一切向钱看的歪风,并没有被及时刹住。到 90 年代之后,甚至有扩大的趋势。因此,在 21 世纪新的历史条件下,重温邓小平的这一见解,对于提升中国新闻宣传媒介的品质,对于改善新闻宣传人员的职业形象,增强新闻宣传效果,具有重要的现实意义。

以上五大政治原则在邓小平的新闻宣传思想体系中,占有十分重要的地位。在某种意义上,它乃是邓小平新闻宣传思想的核心或出发点。它不仅奠定了当代中国新闻宣传的政策基础,而且还直接地影响了新闻宣传的业务方针和价值取向。在新闻宣传过程中坚持这些原则,有利于保证正确的政治方向和业务基准,使新闻宣传成为一种建设性的力量。改革开放以来,中国之所以保持了长期的政治稳定、经济发展和新闻宣传事业繁荣的局面,就在于坚持了这些重要的政治原则。现在我们既面临着网络社会新的挑战,也面临着社会主义市场经济体制确立所带来的空前的机遇。这种环境对新闻宣传提出了更多的要求。为了适应形势的变化,新闻宣传工作者更应坚持党性原则、坚持群众性原则、坚持真实性原则、坚持稳定压倒一切的原则和社会效益优先的原则。否则,就会在历史的转折面前迷失方向。这是我们必须尽力加以避免的。

[参 考 文 献]

- [1] 张 昆. 传播观念的历史考察 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 1997.
- [2] 邓小平. 邓小平文选: 第 3 卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1993.
- [3] 邓小平. 邓小平文选: 第 2 卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1994.
- [4] 邓小平. 邓小平文选: 第 1 卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1994.

(责任编辑 车 英)

News Communication 5 political Principles

ZHANG Kun

(School of politics and Administration, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography ZHANG Kun(1962-), male Doctoral candidate, School of politics and Administration, Professor, School of Journalism and Communication, majoring in journalism and Political Communication.

Abstract China's socialist political principles of journalism spreading are the main parts of DENG Xiao-ping's journalism spreading concept, which have 5 political principles 1. party spirit; 2. masses; 3. truth; 4. stable; 5. social benefit first.

Key words DENG Xiao-ping; news spreading; political principles