



新闻传媒走向市场与新闻事业的党性原则

时间：2003-4-23 14:30:40 来源：中国新闻研究中心 作者：丁伯铨 阅读4483次

- 党刊的时代特色
- 中共党媒介关系80年
- 党报与执政能力建设
- 毛泽东新闻理论的确立
- 大选报道与美国媒体的...
- 突发报道与资讯真空

一、在市场经济条件下仍然必须坚持新闻事业党性原则

(一) 市场经济体制的建立使党性带有更为鲜明的时代特色

新闻事业的党性原则问题，是新闻基本理论问题中的一个重要命题。在市场经济条件下，人们将以审慎的眼光重新打量以往习见常闻的事物，重新思考几乎是形成了思维定势的现成结论。从事新闻理论研究工作和新闻实际工作的人，自然会对新闻事业的党性原则问题进行再思考。经过冷静的理性思考，人们在这一重大问题上将进到一种更为自觉的境界。

党性是阶级性的最高表现，党性同时又是阶级意志、利益和愿望最集中的体现。社会主义新闻事业是中国共产党从事的整个事业中的一部分。在新闻工作中，应当坚持党性原则。——这些一般性的道理，恐怕是人所共知的。现在的问题是，经济转轨（由计划经济转为市场经济）了，姓“社”姓“资”的问题也不争了，在这种情况下，还有必要坚持新闻事业的党性原则吗？我认为，答案是肯定的。

一般意义上的党性，是一个与政党密切相联的概念。只要社会上存在着代表一定阶级的利益的政党，体现这个政党的意志的党性就自然要存在，并时常会发生极为重要的作用。在市场经济条件下，共产党的作用丝毫也没有削弱。不仅经济体制的转变要在党的领导下才能实现，而且党还将领导我们借助市场经济模式不断地将社会主义事业推向前进。从这个意义上说，社会主义市场经济体制的建立，并没有削弱或者淡化中国共产党的党性，相反，使共产党的党性带有更为鲜明的时代特色。

在今天的条件下，建设有中国特色的社会主义，这是全党和全国人民最高利益之所在，因而也是最高的党性。邓小平关于建设有中国特色社会主义的理论，其最大的特色是坚决抛弃计划经济的旧模式，提出了社会主义市场经济的新模式。其实，计划也好，市场也好，都只不过是经济手段。正如邓小平所提出的那样：“计划多一点还是市场多一点，不是社会主义和资本主义的本质区别。计划经济不等于社会主义，资本主义也有计划；市场经济不等于资本主义，社会主义也有市场。……社会主义的本质，是解放生产力，发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终达到共同富裕。”

很清楚，建立市场经济目标模式，是我们党在推进社会主义事业的过程中，对经济手段所作出的选择。这种选择如果放到四十年前、三十年前、二十年前，都是不可思议的。然而实践证明，这是唯一正确的选择。对姓“社”姓“资”的问题不搞争论，并不是我们党怕搞争论，也不是怕谁说姓“资”。不搞争论，一是说明党对建设有中国特色的社会主义有足够的信心，有足够的自信；二是为了利于大胆地试，大胆地闯。事实上，实行市场经济体制，有利于提高

人民的富裕程度。所引出的“三个有利于”的结果，完全符合我们党的根本宗旨。如此说来，由计划经济转向市场经济，我们党的党性不是消退了，而是得到了更强烈也更准确的体现。

鉴于以上情况，在市场经济条件下，新闻事业的党性原则不是应当取消，而是应坚持、加强、前面已经说过，新闻事业是党的整个事业中的一部分，党的整个事业已经推进到了崭新的阶段。在社会主义国家建立市场经济的体制，不仅在我们党过去的历史上无成功的经验可以遵循和借鉴，而且国际社会也无法提供现成的楷模。毫无疑问，党今天所领导的事业，具有拓荒的性质。由于一切都是全新的，而人们的思想观念又长期在旧的轨道上运行惯了，传统观念与新的经济体制之间的碰撞将频频发生。市场经济体制的建立，使民营、私营经济在整个经济中所占的比例明显加大，经济的所有制方式出现了引人注目的变化。来自经济基础部分的诸多变化（包括配置资源的手段由计划转为市场），必然引起价值观念、道德标准和社会心理的巨大变异。加之社会财富的分配方式中，平均主义、“大锅饭”的现象得到了遏制，人们从社会所获得的由自己所支配的那一份报酬，已明显地拉开了档次。有的人凭自己的智力、能耐，发了；也有的人用不正当的手段成为暴富；还有的人却依然清贫。社会分配的不公，又会加剧社会观念的裂变程度，加剧个体的人的心理失衡的程度。也许可以这么说，在经济转轨时期，社会各方面的矛盾显得特别突出，特别复杂，人们自身的内在矛盾显得尤其深刻。在这种情况下，我们党更需要借助新闻媒介，宣传自己的理论主张、路线方针，对公众进行正确的引导。就此而言，新闻事业的党性原则，不是应该放弃，而是应当夹，平均主义、“主张、路线方针，对公众进行正确的引导。就此而言，新闻事业的党性原则，不是主张、路线方针，对公众进行正确的引导。就此而言，新闻事业的党性原则，不是应该放弃，而是应当夹，平均主义、“大锅饭”的现象得到了遏制，人们从社会所获得的由自己所支配的那一份报酬，已明显地拉开了档次。有的人凭自己的智力、能耐，发了；也有的人用不正当的手段成为暴富；还有的人却依然清贫。社会分配的不公，又会加剧社会观念的裂变程度，加剧个体的人的心理失衡的程度。也许可以这么说，在经济转轨时期，社会各方面的矛盾显得特别突出，特别复杂，人们自身的内在矛盾显得尤其深刻。这是问题的一个方面。另一个方面，只要我们建设的是中国特色的社会主义，如同邓小平所说“坚持党的基本路线一百年不动摇”，那么，新闻事业从总体上说，就无法不受无产阶级政党的党性的约束。即使多少年以后，我国的市场经济发育得相当成熟了，恐怕也只能是如此。

二、新闻事业党性原则中必须毫不动摇坚持的精髓

毫无疑问，在市场经济条件下，依然必须坚持新闻事业的党性原则。通过细致的分析，我们将会发现，新闻事业党性原则中的许多内容，适用于各种不同的历史时期。经济体制的转轨，并没有使这部分内容失去价值，黯然失色，成为过时的东西。新闻事业党性原则中的这部分内容，是与党的无产阶级先锋队性质与党的指导思想（马克思主义）密切相关的。

（一）新闻事业党性原则的精髓之一：坚持实事求是的思想路线 比如说，新闻事业党性原则的一个重要内容，是必须坚持实事求是的思想路线，正确地反映客观实际。在处理主观和客观的关系时，新闻要求尊重客观，主观要与客观相吻合，主客观应统一，坚持实事求是的思想路线，这就体现了无产阶级政党的党性；相反，就无产阶级政党的党性而言，早在1491年8月，党中央的《关于调查研究决定》里就指出过：“粗枝大叶、自以为是的主观主义作风，就是党风不纯的第一个表现；而实事求是、理论联系实际，则是一个党性坚强的党员的起码态度。新闻事业坚持党性原则，首先就应当坚持实事求是的思想路线，要讲真话，向人民报道真实的情况，绝不弄虚作假。在这方面，我们的新闻工作，既有成功的经验，又有反面的教训。我们的新闻媒介实事求是、讲真话的时候，也就是坚持党性原则和得民心的时候；相反，不那么实事求是，不那么敢讲真话之日，也就是丧失党性原则和失去民心之时。应该说，在市场经济条件下，坚持实事求是的思想路线，敢于讲真话，仍然是新闻事业党性原则中不可或缺的内容。如果说情况有什么不同的话，那么可以说，市场经济条件下的新闻受众更热切地呼唤新闻媒介贯彻实事求是的思想路线，在这方面体现出更为彻底的党性。他们切盼新闻媒介关注并如实报道他们所关注的热点问题（似乎还应包括难点、疑点、痛点等诸点）。由于新闻媒体被

推向了市场，单纯的“卖方”市场的格局已被打破。作为“买方”的受众，在选择新闻和新闻媒介方面拥有了更多的自主权。正因为如此，他们也就会把贯彻实事求是思想路线不力、不大愿意向人们报道真实情况因而显得缺乏党性的新闻媒介，从自己的视野中摒除掉。市场经济陶冶了新闻的广大受众，使他们比自己的前辈和自己的过去要厉害一百倍。

（二）新闻事业党性原则的精髓之二：对党和人民两个方面负责 新闻事业党性原则的又一重要内容，涉及到新闻事业与党、与人民的关系问题。对于新闻业来说，任何时候都必须对两个方面负责。一方面，要对上负责，在政治上要同党中央保持一致。一切新闻媒介都必须如此。即使是非党报也不能例外。另一方面，还要对人民负责。新闻媒介对人民负责，主要是通过向人民报道真实情况，回答人民所关心的问题，关心人民的疾苦和痛痒，为人民的利益鼓与呼，讴歌人民在创造历史的过程中所建树的业绩等等方式体现出来的。应当说，新闻媒介对党负责和对人民负责，两者有着一致性。一部中国共产党的斗争史清楚地表明：党代表的人民的最高利益；除了为人民谋利益之外，党并没有自己的特殊利益。在市场经济条件下，情况也依然如此。进而言之，从邓小平对社会主义的界定来看，他是把人民的利益（包括实际利益）放到比以往更高的位置上的。说建立市场经济体制，是我们党在新的历史条件下为中国人民谋利益的更切实的举措，或许并不为过。既然如此，在市场经济条件下，新闻事业坚持对党负责和对人民负责的一致性这一新闻党性原则的重要内容，就有着极为坚实的基础。当然，现实情况也有令人堪忧之处。党政机关以至各行各业的腐败现象屡禁不止，掌有权力者以权谋私愈演愈烈，物价暴涨之势失却控制，难以遏止，社会分配不公造成多数人心理严重失衡，新闻业本身利用职权搞“有偿新闻”者也不少数……这些现象的存在，严重影响了社会的稳定，有损于党的形象、新闻业的形象，也损害了党和人民之间的关系。但是，事情很清楚，上述社会不良现象，也正是我们党所遏制止的，或是正在设法克服和清除的。党性强的党员领导干部和普通党员，不会心安理得地容忍在自己身上出现腐败现象；坚持党性原则的新闻媒介，决不可能在腐败现象面前无动于衷。由此我们可以说，新闻业对党负责与对人民负责相统一这一党性原则，过去必须坚持，今天和今后，在市场经济条件下，也仍然必须坚持。

（三）新闻事业党性原则的精髓之三：自觉服从党的领导和严格遵守宣传纪律 坚持新闻事业的党性原则，新闻业就应当自觉地服从党的领导，应当严格遵守党的宣传纪律。我们党是执政党，是建设有中国特色的社会主义这一伟大事业中的核心力量。伟大事业可分解为许多具体的事业。新闻事业是诸多具体事业中的一项。新闻业必须和别的种种具体事业一起，服从和服务于建设有中国特色的社会主义这个伟大的事业，服从和服务于党的总事业。由于新闻业的舆论导向作用有着非同寻常的意义，我们党当然要切实实施对该业思想和组织的领导。具体地说，新闻媒介的宣传应以中央制定的路线、方针、政策为准绳，不得各行其是；对国内外重大事件、重要新闻的报道，应按中央规定的统一口径进行；对涉外事件的报道，需由中央授权；对于涉及国家整体利益的事件，在中央表态之前，不得抢先报道和乱提口号。以上几条，换一个角度看，又是新闻纪律。就党组织而言，应当对新闻业实施正确的领导，使中央制定的路线、方针、政策通过新闻媒介的作用得到贯彻，得到体现，而新闻本身的规律又得到尊重。

就新闻事业而言，应当自觉接受党组织的领导，应当自觉遵守新闻纪律。这样一个要求，并不因市场经济体制的建立而有丝毫改变。新闻是应当有一定的自由的。但这种自由又必须以遵守宣传纪律、新闻纪律为前提，是在自觉遵守宣传纪律、新闻纪律基础上的自由。随着经济的发展、社会的进步，新闻单位将越来越多。从报纸的情况看，党报以外有大量的非党报，机关报以外有大量的专业报纸。对各类报纸，恐怕不宜从坚持党性原则方面提出同等的要求。然而有一点应当是共同的，那就是：各种报纸乃至整个新闻事业，必须服从共产党的领导，必须遵守新闻工作必须遵守的纪律。这一点当是不可改变的。只要共产党处于执政党的地位，那么，不管经济体制是计划还是市场，这一条绝不可能改变。

三、在市场经济条件下准确地坚持新闻事业党性原则

（一）在两种不同的经济体制下坚持新闻事业党性原则存在一定的差异

新闻的党性原则的具体内涵，并不是一概凝固不变的。在过去，在计划经济条件下，在“以阶级斗争为纲”的年代里，我们谈坚持新闻事业的党性原则；在今天，在市场经济条件下，在以经济建设为中心的年代，我们也谈坚持新闻事业的党性原则。这说明新闻事业的党性原则，作为新闻的基本理论问题，至关重要。对此，在某些场合提一提，或者只在口头上加以强调，都并不困难。但仅仅到此为止，又并不能解决实际问题。

困难在于，在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，与在计划经济条件下坚持新闻事业的党性原则，两者之间究竟有没有差异？对于这个问题，我们必须从理论上作出回答和阐释。

我认为，在不同的经济体制的条件下坚持新闻事业的党性原则，除了坚持其中必须坚持、不可改变的部分之外，还必须看到两者之间的差异，进行相应的调整，使得对于新闻事业党性原则的坚持建立于充分科学的基础之上。

（二）既要适应党的要求，又要适应市场的要求

在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，就应当承认市场对新闻媒介的制约作用，并逐步地变被动为主动，努力做到既适应市场的要求，又适应党的要求。而适应上述双重要求，则是新闻业在市场经济条件下所遇到的新课题。在过去一个很长的时期中，“市场”似乎是一个不祥的名词，物质生产部门被推向市场已经被称为出格，更不用说将精神产品部门推向市场了。党的十四大果断地作出了建立社会主义市场经济的伟大决策。真心实意地搞市场经济，从此也就成为共产党人的共识，成为共产党党性中的一项新增的重要内容。既然如此，坚持新闻事业的党性原则，就必须为推行市场经济体制大造舆论。相比较而言，这一点并不难以做到。

对于新闻媒介来说，难的是适应党的要求，又适应市场的要求。这里所说的适应党的要求，是指当好党的工具或喉舌。任何一个执政党都会对它所掌握的新闻媒介提出这种要求。现在的问题是：在市场经济条件下，如果我们的新闻媒介还是象过去那样不问受众需求和市场需求，一味地只管当喉舌，一味只管当喉舌和工具，就会失去受众也失去市场。这就无法胜任工具和喉舌的责任，也就不能适应党对新闻工作的要求。

对与新闻业来说，市场的要求主要来自新闻消费者即受众的要求。受众的情况比较复杂，但其最主要的成份当属于人民的范畴。从这点上说，与党的要求相适应和与市场的要求相适应，两者是可以一致起来的。不过，让受众只是一般地充当新闻的接受对象，与让受众充当新闻消费的主体，两者的情况是相差极大的。在后一种情况下，受众特别注重于选择，显得极为挑剔。因此，新闻业在适应市场的要求的过程中，总是十分注意将新闻的教育作用与新闻的传递信息、增智启思等等作用结合起来。这样，新闻媒介既能按照党的意图向受众进行了宣传，同时又得到了受众的认可，赢得了市场。

（三）事业化管理与产业化管理模式对坚持党性提出了更高要求

同样的难题也还出现在新闻事业的管理上。经济上大的体制变了（变成市场经济体制了），但党对新闻媒介的基本要求并没有变（仍然要求它充当喉舌和工具）。可见由于新闻业在相当程度上已经被推向了市场，因此原有的管理套路事实上已经不再完全合用了。现在应当同时采用两种模式：一种是事业化的管理，以与工具、喉舌的作用相适应；一种是产业化管理，以与新闻业所具有的第三产业的性质相适应，也与市场的需求相沟通。对于管理者来说，素质的要求自然更高。对其中的党员，也就有理由提出更高的党性要求。

（四）必须冷静分析原有新闻观念，恪守必须恪守的部分，更新必须更新的部分

在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，必须冷静分析原有的新闻观念，恪守其中必须恪守的部分，更新必须更新的部分。这里所说的新闻观念，是在党的新闻事业的发展过程中形成的新闻观念。它是长期积淀而成的。其构成部分，既有战争年代的新闻观念，又有和平建设时期的新闻观念；既有党的正常发展时期的新闻观念，又有党内生活被扭曲时期的新闻观念；既有在计划经济体制下所形成的新闻观念，又有在商品经济大潮中冲击所形成的新闻观念。每一次社会大变动以后，都应当及时地重新审视已有的社会观念，当然也应当包括重新审视新闻观念在内。

历史唯物主义告诉我们，一定的经济基础和上层建筑的有机的统一，构成了特定的社会形态。在这个矛盾统一体中，经济基础一般地表现为主要的决定的作用。经济基础的性质决定上层建筑的性质，经济基础的变化决定上层建筑的变化。随着经济基础的变革，上层建筑迟早也将发生相应的变革。当今时代，经济体制已经在公有制为主体的前提下发生了巨大的变化。经济基础的这种巨大变化怎么能不引起属于上层建筑领域的观念形态随之发生前所未有的变化呢？何况新闻又特别敏感，和社会经济、政治贴得那么近。

在市场经济条件下，有必要重新审视已有的新闻观念。毛泽东于1957年6月说过：“在社会主义国家，报纸是社会主义经济即公有制基础上的计划经济通过新闻手段的反映。”这其实也就是一种新闻观念，是一种统率以往整个新闻观念的主体性观念。按照这种理解，新闻所反映的对象是计划经济。新闻必须这样做，也只能这样做。这样做的，是坚持党性原则的，否则就违背了党性原则。然而，以今天的眼光来看，再坚持这一种新闻观念，显然是不合时宜的。也未必就体现了我们今天所要求的党性。这或许可以给我们一点启示：某些新闻观念制约着人们对新闻党性原则的理解。以往我们循着某种新闻观念去取、对待新闻实践、新闻理论，在当时条件下或许可以说是坚持了新闻事业的党性原则的，但在经济体制转换后的今天，却并不能说是坚持了新闻事业的党性原则。这就是我对前面所说的“新闻事业的党性原则的具体内涵，并不是一概凝固不变的”这句话所做的注解。至于说革命战争年代，报纸被当作“不见面的司令员”，办报者俨然是这样一种发号施令的司令员，在当时无疑有其合理性。新闻工作者这样理解、这样做，也确实是党性强的表现。但是在市场经济条件下再这样做试试，有几个读者会领“司令员”的情？报纸无人问津，党性再强又有什么用？可见，过去单纯强调指导性的新闻观念必须改变，相应的，应当在新闻观念中理直气壮地加上“新闻必须具有服务性的内容。为受众的正当需要服务，为受众的正当需要服务得好，难道不是新闻事业党性原则的体现？新闻党性原则应当是一个历史范畴。从长远的观点看，坚持新闻事业的党性原则，就应当在顺应社会的进步、发展的过程中坚持，在审慎地更新新闻观念的过程中坚持。以为新闻党性原则一成不变的观点，无论从哪一点上说都是错误的。

（五）在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，必须多一点开放意识

在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，还必须多一点开放意识。我们处在改革开放的大背景之下，在市场经济体制建立以后，开放的度只会加大，不会缩小。在这样一种条件下从事新闻事业，谈坚持党性原则，没有一点开放意识恐怕是断乎不行的。而过去时代讲坚持新闻事业党性原则，所处的大环境或相对封闭或甚为封闭。这或许应当算作历史所造成的缺憾。

对于上面所说的开放意识，应从三个层面上来理解。第一个层面，是吸引受众参与，实现编辑、记者、主持人与新闻受众之间的频繁的双向交流，这是新闻媒介与受众产生情绪感应、把握受众思想脉搏、发挥舆论的导向作用的重要渠道。第二个层面，在新闻媒介的相互关系上，似乎也不应当实行相互封锁、以邻为壑，同行之间尽可以竞争，尽可以比高低，但决不可划地为牢，决不可鸡犬之声相闻而老死不相往来。如果我们的新闻媒介都有了开放意识，就可能围绕共同目标，形成你追我赶、共荣互补的良好的“生态环境”。第三个层面，以开放的眼光和思维方式，审视和思考世界范围内的新闻传播事业，借鉴成功的经验、发达的技术和先进的管理方法。

有人或许会担心：在新闻工作中，开放意识多了，党性原则也就少了。把开放意识与和党性原则对立起来，这是一种误解。两者哪里就是水火不相容的呢？以往多少年的经典理论认为：计划经济是社会主义模式，市场经济则属资本主义模式。这种思维定势禁锢了人们的思想。邓小平的伟大之处，在于他在思考这一个问题的时候，体现了一种异乎寻常的开放意识。他本身就是思想解放的身体力行者。正因为如此，他获得了全新的然而又是科学的结论。他的开放意识，他所获取的科学结论，和他所体现的高度的党性原则，难道不是和谐地统一于一身的吗？同样道理，在新闻事业的运作过程中，新闻工作者也完全可以将应有的开放意识与必须坚持的党性原则统一在一起。

（六）必须更有力地抵制拜金主义对人们灵魂的腐蚀作用

在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，就必须比过去任何时期都更有力地抵制拜金主义对人们灵魂的腐蚀作用。拜金主义并不只是腐蚀今天的人们。事实上，在任何时代都有人被金钱击倒。然而，我们不能不承认这样一种现实：在市场经济条件下，拜金主义找到了适宜于孳生繁殖的土壤。在计划经济时代，拜金主义想要蔓延开来，则比较困难。拜金主义的盛行，或许可以说是市场经济的一种负面影响。但由此而要求从市场经济退回到计划经济，这是不现实的。我们必须多方设法，对拜金主义实行“围追堵截”。其中，一个方法，便是更高地举起新闻事业党性原则的大旗”。

在市场经济条件下，物质产品和精神产品都被纳入了商品流通的轨道，这是正常现象，理应如此。与此同时，有权者将自己手中的权力也投入了流通领域，搞起了权钱交易、权权交易的把戏。这就是不正常现象了。“虾有虾路，蟹有蟹道。”有的新闻工作者也竞相效仿。他们手中也有权，这就是：他们能支配版面，能支配节目时间。他们也搞起了权钱交易。这种交易有自己的特色，形成了一种畸形新闻即有偿新闻。干这种营生的人，所得到的是金钱，但这是以出卖灵魂为代价的。在这方面，已经有了不少沉痛的教训。

对于灵魂正在受到拜金主义侵蚀的新闻工作者，我们有必要对他们敲响警钟，帮助他们充分认识拜金主义的危害。而更为重要的是，要在新闻单位的党员领导干部、普通干部和普通党员中，开展党的根本宗旨教育，提倡人人以党性自律，从根本上提高抗拒拜金主义的自觉性。

总之，在市场经济条件下坚持新闻事业的党性原则，并不是将以往有关新闻事业党性原则的理论规范丝毫不加改变地拿到今天来运用，而确实应当根据今天的时代要求注入许多新鲜的内容；也不是将以往有关新闻事业党性原则的理论规范完全推倒，一概摒除，而又确实应当理直气壮地坚持历久而不变，在不同历史条件下都适用的部分。只有这样，在今天条件下我们坚持新闻事业党性原则，才可能进入到一种自觉的境界。

“纸上得来终觉浅”。在市场经济条件下怪坚持新闻事业的党性原则，这是一个有着重大理论意义和实践意义的命题。需要从事新闻理论研究和新闻实际工作的人合力进行不懈地探索。然而现实情况却是，迄今为止还很少有几个人、几篇文章在探索这么一个重要的问题。这与现实的需要是不相适应的。这种理论研究的滞后现象亟待改变。

靠笔者的能力，难以完成如此重任。但我愿尽自己的绵薄之力。

文章管理：web@cddc.net（共计 2723 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：丁柏铨

· 丁柏铨为<新闻选择论>作序 (2006-2-28)

- 丁柏铨：防范新闻报道中的隐性失实 (2004-10-25)
- 贴近群众：党报发展中的一个重要课题 (2004-3-24)
- 如何认识“入世”对我国新闻传播业的影响？——著名专家学者、业界人士访... (2003-9-30)
- 《中国新闻理论体系研究》、《中国当代理论新闻学》出版 (2003-7-1)

[>>更多](#)

相关文章：党性

- 如何坚持新闻工作的党性原则 (2003-3-18)
- 建国后新闻党性原则的变革 (2002-9-19)

[>>更多](#)

新闻传媒走向市场与新闻事业的党性原则 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

▲▼

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.