美国“无冕之王”透视

——再论资产阶级“新闻自由”的实质

车 英

“新闻自由”是一个口号，也是一种体系，历来都从属于所在国家统治阶级的政治范畴，历来都是以阶级的意志来决定其“新闻自由”的属性。然而在美国，那些资产阶级的政客们却矢口否认“新闻自由”的阶级性，而视新闻界为“自由、独立、客观、公正”的“社会代言人”，冠之以“无冕之王”，用最美妙的言辞称赞“新闻自由”和“无冕之王”们制衡社会和促进社会发展的巨大作用。本文仅对美国的“无冕之王”及“新闻自由”作进一步的探讨与透视。

当今的美国，号称“政治大国”、“经济大国”、“军事大国”和“新闻大帝国”。其“政治大国”所实施的是带有相当大欺骗色彩的资本主义“多元化”政治，名曰“多元”，而却只有资产阶级大垄断集团这“一元”，尽管其施政手段变化万千，但终究掩饰不住它的资产阶级本性；其“经济大国”，经济发达，市场繁多，但潜在着越来越明显的“危机”；其“军事大国”则是四处煽风点火，企图永久左右世界局势，称霸世界，这个极力鼓吹“人权”的老牌帝国主义却一直没有放弃干涉他国内政、悍然占领他国、屠杀他国人民、无理践踏着他国“人权”；而“新闻大帝国”也不例外，自诩为“大众新闻传播媒介”和“无冕之王”，在国内意在争夺“大众”，垄断“公众舆论”，在对外宣传上则更是积极配合美国政府的对外政策摇旗呐喊，推行美国新闻传播领域的“全球战略”。

美国资产阶级的政客们及其舆论界都很清楚：在当今科学技术变革达到人们在同一时间可以获得等量信息的时代，人的独立思考和自由理解是很难把握的，而“信息时代的生命线就是传播”^①，“控制信息的权力是控制社会的一个主要杠杆”^②，当最强大的传播——新闻报道——一旦赢得了公众，就会变成支配人们行为的强大权力。因此，美国各大财团、两大政党的头面人物、国会乃至总统竞相凭借新闻舆论导向的巨大力量展开争斗和角逐。在充满铜臭气味的垄断资本早已渗透每个毛孔的美国社会里，传播媒介源源不断的“事件和趣闻报道”，给公众折射出了一个乌烟瘴气而又使人眼花缭乱的所谓“信息时代的世界”。

最近，美国有本书写道：50家大公司通过垄断半数以上美国主要的新闻传播媒介，已实际上控制了几乎所有美国人的精神食粮。据统计：美国垄断资本控制着全国近2千种日报、1万多种新闻杂志、近万座广播电视台及具有相当数量的新闻电影制片厂、通讯社、新闻画

报社、特稿辛迪加、有线电视网等新闻传媒，建立了一个所谓“比任何个别私人、也常常比任何政府机构的作用更大”^③的“新闻大帝国”。因此，那些被称为“大众新闻传媒的自由新闻权力”，其本身就是美国垄断资产阶级的政治权力，比如：当广播电视超过报纸的影响而成为美国几乎每个家庭的“重要一员”及“观望外部世界的重要窗口”时，垄断财团们便很快地控制并占有了它，使它日以继夜地为他们服务——向国内外公众灌输他们的思想，提供对他们有利的信息，宣传垄断资产阶级的根本利益和意志。

美国的新闻传媒从它们一出现在这个世界时起一直是私有的，但它们并未被排斥在政治权力圈之外，也未排斥政府于新闻权力圈之外，这是美国新闻传媒的悠久传统——“新闻报道绝对服从于舆论导向”，美国政府拥有着对新闻媒介的绝对占有权。尽管政府与新闻界时常发生一些磨擦，有些“政治家们常常抱怨新闻记者滥用权力”^④，但政府还是对新闻界的工作感到满意。美国前任总统里根的对外联络部主任格根就曾这样说过：“如无新闻界的合作，他们（指政府）就不可能度过那么多的困难”，“如果不通过新闻媒介的过滤，……这个政府根本无法治理”^⑤。因此，美国政府通过制定新闻法和新闻检查制度、指派专员、负担财政等方式，操纵着最广大的而且又是最具影响力的新闻传播机构。在这一方面，“美国之音”就最具典型性，它是由美国政府直接操办的一家广播电台，历来都被认为是宣传美国对外政策的“超级大炮”。美国第34任总统艾森豪威尔当年就非常厚待“美国之音”，他说：“美国之音”“在宣传上使用一美元，等于在国防上使用5美元”，并多次指导“美国之音”的工作。之后，美国历届总统都效法之，亲自制定“美国之音”对外宣传的方针政策。所以，“美国之音”的许多节目和专栏都是从其“政治需要”出发，以煽动性很强的虚假新闻报道欺骗世界人民，甚至公然违反世界公认的国际法准则，干涉别国内政。这里顺便说几句：在1989年春夏之交北京平暴之后不几天，有一家美国人不顾众多亲朋好友的劝阻和“一边倒”的舆论压力，毅然乘飞机来到中国，为在武汉生活的外婆90岁诞辰祝寿。她们告诉记者：“我们来到中国后的所见所闻同美国舆论界所说的完全不同。美国新闻是不大可靠的，有时他们故意制造一些耸人听闻的报道”，“我们生活在美国，自然不会不加思索地相信这些东西”，“至于‘美国之音’，在大多数美国人的心目中是不复存在的，我们来到中国后才听到，它所报道的东西有很多是不准确的。”然而直至今日，“美国之音”和其他所谓“大众传媒”仍在充当着政府很不光彩的“破城槌”，它们的所作所为代表不了全体美国人民。正如列宁当年所指出的那样：资产阶级的本性决定了其新闻传播的必然表现手法，即“造谣、喧嚷、叫嚣、一再说谎”^⑥。

二

美国的“新闻自由”是有其形式的，如美国宪法第一修正案中明文规定：不准国会制定任何剥夺人民言论出版自由的法律；国会也根据这一原则，通过了一些所谓“报道新闻自由”的法案。但实际上，美国的“新闻自由”却是极其有限的；至于新闻界的“无冕之王”称号，当然也是名不副实的。

美国的“新闻自由”在它出现之时和之后，确实有过一段颇为光彩的历史，起到过一些推动社会前进的积极作用，这是因为它反映了当时新兴的资产阶级反对封建主、奴隶主的斗争。但当这些资产阶级的力量聚集到足以控制美国社会和对外扩张即明火执杖地对别国人民进行掠夺时，其“新闻自由”也就不自由了，新闻媒介也必然被强制性地变成了美国资产阶级及其政府愚弄人民的御用工具。

诚然，美国的“新闻自由”不同于我国社会主义制度下有着广泛民主的新闻自由，它表面上打出“大众传播”的金质招牌，声称“最富有全民性”，而实际上所实行的是无比严厉的资产阶级新闻专政。这样的“新闻自由”，正如列宁所说，“就是富人有着出版报纸的自由，就是由资本家霸占一切报刊”^⑦。尽管在美国历史上也曾有过一些政界人物顺应历史前进的潮流而做出某些顺从民意之举动，但这必竟是资产阶级政客们惯用的伎俩：他们都先是以“人权”中的最基本权利之一——“新闻自由”作诱饵，大肆鼓吹之，一旦功成名就，他们便立即将其控制于股掌之下。如在2百多年前，美国的开国元勋托马斯·杰斐逊（后来的美国第三任总统）说过：人民是“完全可以信赖的，应该让他们听到一切真实和虚伪的东西，然后作出正确的判断。若由我来决定我们要一个没有报纸的政府，还是要没有政府的报纸，我会毫不迟疑地立即回答：我宁愿要后者”^⑧，漫无边际地吹捧和收买新闻界。他的这一席话，至今仍为美国的所谓“无冕之王”们传颂称道。但追其根本，这里不妨引用一下美国心理学家科林·布莱克莫尔的一句话，他说：“每一个领袖，无论他是专制暴君，还是宽厚的先知，他的梦想都是支配其人民的行为”^⑨。杰斐逊就是这样——“领袖”：当他还不是“领袖”时，为了实现他能“支配其人民的行为”的“领袖梦”，从维护资产阶级的根本利益出发并出于其自身的本性，总要说不少言不由衷的趣言妙语来勾诱人心，但当他一上台就任总统便立即做出了一反常态的反应——要政府而指责报纸。他曾经因忍受不了报纸的批评而对人说：“今天报纸上写的东西，没有一件是可以相信的。真理到了那个污秽的媒介手上，都变得可疑了。”此时的他如此指责新闻界，其意并非他不要报纸了，而是要牢牢控制住新闻界俯首贴耳地为自己服务。

不可否认，美国新闻的舆论力量不仅在美国的历史进程中而且在整个资本主义世界里都是很强大的。正因为如此，美国的统治者们一直把所有新闻传媒作为维护和巩固资产阶级统治地位的必不可少的舆论工具。美国大量的新闻报道并没有也不可能反映人民的真实生活，报纸的版面和广播电视的声屏均充斥着富豪及政客们的语言文字和音像及政府文告和经过政府过滤过的新闻事件报道。不仅如此，它们更无视“大众”的需求而大肆刊播富有感官刺激的犯罪和性新闻，而对人民大众的尖锐批评及高声呼吁却抛至脑后置之不理。因此，我们不难看出美国的新闻若离开了资产阶级的钱袋是绝不可能“自由”的，而且资产阶级也绝不允许有任何违背自己利益的自由新闻。美国所标榜的“新闻自由”，“实质上就是资产阶级的新闻自由，是为维护资产阶级利益和资本主义制度服务的”；“在那里，说到底，是有钱就有自由，没有钱就没有自由，有多少钱就有多少自由”；“对于试图改变资本主义制度的新闻活动，法律从来没有放弃过惩罚”^⑩。

三

美国政府对新闻界历来都是采取“两手抓”的策略：一是控制，二是利用，而控制的目的则全在于利用，两者相辅而行，以此巩固他们独霸思想、言论、新闻和出版自由的一统天下。

美国政府对新闻界的控制由来已久，新闻界也历来都是美国大资产阶级统治集团争权夺利、协调思想的工具。虽然美国政府对新闻界控制的手段多有变化，但他们最终仍是要牢牢控制住新闻传播这一“时代的生命线”，并将其作为美国政治上的晴雨计和排气阀。概而言之，美国政府对新闻界的政治控制手段大体有三：一是政府直接控制新闻界，即以政府的联邦通讯委员会对新闻界实行严格管理、对广播电视传媒以控制执照和检查执照为由实行高度控制等，并将新闻界并入统治阶层的势力范围，被封为政府的“第四部门”和“第三等级”，同时又

冠以“无冕之王”加以约束；二是法律控制或以执法为由对新闻界进行非法律性控制。政府的法律控制包括制定《新闻法》、《诽谤法》和《取缔煽动法案》等，而非法律性控制也是在打着“执法”的幌子下进行的，如威胁新闻界、对新闻记者使用暴力、监禁记者、没收营业执照、取缔与限制广播电视的营业范围，以及美国中央情报局采取“特殊”手段收买、贿赂、威逼新闻记者按政府意图行事等；其三是政府以召开记者招待会的方式进行更为奏效的政治新闻传播、控制与封锁等。当然其中并不排除白宫的“壁炉谈话”和总统的“私交”新闻界人士等。如当年在普利策手下默默无闻的小编辑李普曼，后来就是通过白宫的“壁炉会谈”与总统“私交”而一举成为全美“左右舆论”的“华尔街智囊”和“白宫谋士”的。

在美国政府对新闻界实行的以上三种主要政治控制中，其间接控制大大地多于直接控制。这是因为间接控制比直接控制更能掩盖其虚伪本性、更能有效地借助新闻传播媒介的舆论功能实现他们的三个基本目的：1. 制定内外政策及议事日程；2. 上传下达、沟通信息；3. 寻求舆论支持。很显然，他们的这三个基本目的最终仍是为了实现他们能左右全国舆论进而有效地控制全社会的总目的。

美国总统与新闻界从一开始就存在着利用与被利用的关系，概括起来，其表现形式也是大体有三：1. 总统利用新闻界大造竞选舆论，而新闻界则是利用竞选从中渔一小利；2. 总统利用新闻界宣传施政纲领，而新闻界则是以此谋求自身的生存和发展；3. 总统利用新闻界施放“探测气球”，而新闻界则是利用总统获取独家新闻以刺激该传播媒体发行量或收视率的剧增。以上这些在美国被人称为“互利关系”。名曰“互利”，但美国总统即政府利用新闻界在其影响和作用等方面则大大超过新闻界对总统的利用。美国人常说：“总统一露面就是一条大新闻”，而四年一度的总统竞选活动乃是美国最大的新闻信息源，尤其是在电视作为最新传媒面世之后，新闻界更是受宠若惊，历届总统候选人均无例外地聘用新闻界人士作其“政治掮客”。如1952年艾森豪威尔的上台主要靠的就是鲁斯和他的《时代》公司，是鲁斯亲自挑选《时代》、《生活》两大杂志最能干的记者和作家做艾氏的演讲稿起草人^①。然而，鲁斯的这一举动遭到了他的下属——《时代》周刊总编辑麦修的强烈反对，因为麦修支持的是他的老同学、民主党的总统候选人史蒂文森。因此，《时代》公司老板与总编辑之间便展开了各为其主而又互不相让的尖锐斗争，于是乎，以美国大资产阶级权贵和所谓“社会代言人”双重身份出现的鲁斯断然宣布：“我是老板，我支持艾克，反对我的请另谋高就。”鲁斯就这样在舆论上铲除了内部对立，将那位与之共事多年的总编辑扫地出门；1960年肯尼迪竞选总统，“新闻报道，特别是电视，在美国总统竞选中起了决定力量”，“肯尼迪入主的宫后，和新闻界不但鱼水交融，而且作了若干创举。其一是他首创现场广播的总统记者招待会。其二是由他的太太作向导，作了一次白宫巡礼的电视广播”^②；肯尼迪遇刺身亡，约翰逊继任总统，在他1964年竞选连任上，电视的竞选宣传广告起了很大作用；1968年，尼克松作出参加竞选决定后的第一件事，就是聘请广告专家和电视顾问，经过“专家”和“顾问”们的精心塑造，尼克松的形象不但使一般选民对他刮目相看，就连舆论权威李普曼也跳出来为之大加捧场：“我相信真正有一个新的尼克松，一个更成熟更温厚的人物，他不再是个张牙舞爪一心往上爬的政客了”^③；1976年，默默无闻的小州长卡特的当选得到了《时代》杂志和《纽约时报》的大力辅助；1980年电影演员出身的里根，当时已近古稀，但他凭其“唱做均佳的看家本领”在电视上的成功表演而入主白宫；1988年，当过美国中央情报局局长、连任了8年而又是在任副总统的布什则是利用其优势，动用了全美所有新闻工具为之塑造形象，最后使之如愿以偿。布什当年竞选副总统时的电视广告“掮客”罗伯特·高曼就曾“在电视宣传广告中把布什叫作‘美国之鹰’”^④，布什的这

一美称也是他竞选总统时的电视形象。

当美国的这些总统候选人一旦当选并入主白宫之后，他们更是想方设法地利用新闻界以巩固自己的既得地位，新闻界也在其中顺理成章地谋得了利益。总之，总统要政权，新闻界要金钱。这种“权”与“利”的有机结合也正是当今美国社会的真实写照。

四

美国所谓“最能体现新闻自由”的是“新闻界监督政府”。美国新闻学家们普遍认为其主要理论依据之一就是新闻界选择新闻的方式与价值观问题，他们信奉的仍是“人咬狗”的新闻模式。认为揭露“过失”要比宣扬“成就”更具有新闻价值，因此，美国新闻界总是盯着总统的过失不放；其二是认为新闻媒介对政府“滥用”权力应有制约功能，在实践中也可能会对总统有着某种“伤害”，但总之必须使之沿着大垄断资产阶级所左右的道路“健康地行进”，其三是美国新闻界“受顾”进行“监督政府”的活动。顾用者则是美国大垄断资产阶级，他们认识到：美国“新闻媒介与总统之间的紧张关系对于国家的健康是有益的”，因此新闻界就不能“一味心甘情愿地充当总统意志的工具”。然而美国新闻界与总统还是力求从同一性中寻找出路，即一切必须遵从大垄断资本家们的意志。其实，所谓“新闻界监督政府”只是美国大资产阶级垄断集团控制政府的一种表现形式；如果总统“企图牺牲资本家阶级的利益”，“那末资本家阶级就会拿别的总统来代替他。资本家们会说，总统可以上台下台，我们资本家还是资本家。如果某一总统不能保卫我们的利益，我们就另找一个。总统能拿什么来反抗资本家阶级的意志呢？”^⑤因此，美国的资产阶级便顾用了不少政治记者来监督那些所谓“企图牺牲资本家阶级利益”或“图谋不轨”的总统的言语举止。如总统施政与资产阶级利益出现某些偏差时，美国新闻界作为大资产阶级的“特别舆论助理”为确保美国既定政体“遵旨”去帮助总统纠偏；倘若总统及其政府不能保卫甚至背离大资产阶级利益时，那么这些垄断寡头们势必借助新闻媒介的“倒权”功能将在任总统拉下马来。美国第37任总统尼克松的倒台就是很有说服力的一例：美国的政治经济统治势力分东西两大集团，尼克松是西部集团的代表，在他的第一届任期里所采取的一系列内外政策大都引起了东部集团的强烈不满，尤其是他1972年对中华人民共和国的历史性访问使他大出风头，以压倒多数的绝对优势连任总统，之后又不断地向东部集团施加压力。这一切均使得一向控制美国内外事务的东部集团大为恼火，因此，他们便通过新闻传媒赶尼克松下台，以此协调统治阶级内部的行动和意志，保证美国资本主义制度这台“机器”的正常运转。“水门事件”恰恰为赶尼克松下台找到了机会，《华盛顿邮报》以大量的篇幅揭露之，正是迎合了美国东部集团的意志和愿望。

因此，我们就不难看清美国“新闻界监督政府”并不是现实，美国新闻界也不可能享有多少实际意义的自由权力，而且它还受着来自于政府和财团的双重控制。对此，就连美国《华盛顿邮报》的布罗德也这么说：“当我们埋怨政客们管新闻时，我们是……天真幼稚的。因为在我们所看到的这个现实世界里，没有什么办法使我们期望政客们不管新闻，不利用新闻为他们的目的服务”^⑥。

五

美国资产阶级的“新闻自由”具有极大的虚伪性和欺骗性，正如毛泽东同志所指出：“在阶

级消灭之前，不管通讯社或报纸的新闻，都有阶级性。资产阶级所说的‘新闻自由’是骗人的，完全客观的报道是没有的”^{①7}。这一针见血地指出了资产阶级新闻的要害问题。笔者认为：美国“新闻自由”的虚伪性和欺骗性主要表现在：

1. 否认“阶级性”，鼓吹“超阶级性”。

众所周知，“阶级性”是“新闻自由”最具本质的东西，从一般意义上看，“新闻自由”是人们通过报刊、通讯社、广播和电视等新闻媒介实现的“言论出版自由”；从哲学的角度讲，新闻属意识形态，是上层建筑的重要组成部分，它的使命就是为一定社会的经济基础服务。即哪个阶级掌握政权，那个阶级就决定这个“新闻自由”的性质。正如列宁所说：首先，“我们要弄清楚是什么样的出版自由？为了什么？为了哪一个阶级？”^{①8}这是因为一定阶级的“新闻自由”，总是与一定阶级的专政相联系的，也总是为一定阶级的利益服务的。然而，美国资产阶级否认“新闻自由”的“阶级性”而鼓吹“超阶级”、“多元化”的“新闻自由”，是出自于它们的政治目的，“就是高利出售‘最新的’和‘最吸引人的’报道，它们每天所编造的那些吸引人的新闻就是要转移无知群众的视线，使他们不去注意重要的问题，不去注意‘高尚’政策的真正内幕”^{①9}。

2. 标榜新闻媒介“独立于政治之外，不受控制和约束”。

美国资产阶级及其新闻界极力标榜传播媒介“独立于政治之外，不受控制和约束”。这完全是“痴人说梦”——无稽之谈。

伟大导师恩格斯早就指出：“绝对放弃政治是不可能的，主张放弃政治的一切报纸也在从事政治”^{②0}，雄辩地道出了新闻与政治的密切联系。美国新闻界如今正在时兴的“社会责任理论”对新闻职能规定的第一条就是“提供公众事务方面的新闻、讨论和辩论，为政治制度服务”^{②1}。美国的各种新闻传媒纷纷响应之，它们所报道的一般非政治新闻中都有政治，而政治新闻中则往往潜藏着更深一层的政治。实际上，美国的“政治新闻是没完没了的。一年365天——闰年是366天，天天都有政治新闻。在选举结束后的第一天，记者就又写今后四年关于竞选对手们的推测性的报道”，“政治记者每天都要泡在政治里。”^{②2}就连美国第40任总统里根在竞选总统时也说：“新闻自由是我们民主制度的柱石，是全体美国人的自由、公民权利和政治权利”^{②3}。但当他入主白宫不久，便立刻以“不适时宜”、“国家安全”为由，限制这一权利的使用，不仅如此，里根政府还规定任何政府官员非经批准不得对新闻界泄露“‘高尚’政策的真正内幕”消息，违者要受到调查，重者送交法庭受到法律制裁。由此可见，美国的“新闻自由”及所有新闻媒介统统都被纳入统治阶级的政治范畴，控制在统治者的股掌之下。美国新闻传播的现实也说明：美国“新闻自由”不可能存在着“不受控制和约束”的问题，更谈不上“独立于政治之外”了。

三、炫耀“客观”“公正”及“电视统治一切”。

世人皆知，在美国的资本主义社会里，垄断资产阶级统治一切，而决非“电视统治一切”^{②4}。新闻界和政府都得顺从地服务于垄断资本家集团，而且新闻界又被政府纳入自己所管辖的“第四部门”。对此，美国有人把这三者称为“一主二仆”，但笔者认为：美国新闻界根本不可能是什么“无冕之王”，的确是同为“一主”的一个“大仆”的“小仆”，或称“仆下之仆”。虽然大小仆人之间有时争斗，但新闻界毕竟是“工具”或称“工具之工具”，而且这两者还是“谁也离不开谁”的“天然盟友”，他们现行存在的“既圆滑又顶撞、既合作又斗争的微妙结合”^{②5}的关系是资本主义国家的政治制度和垄断集团间的经济竞争同新闻媒介建立的一种必然关系，也是资产阶级出于政治需要而设计的一种“制衡”结构。根据这种结构，美国政府在维护资产阶

级统治方面起直接的主导作用，而新闻界所能起到的也仅仅是某种调节和辅助的作用。因此，包括电视在内的所有美国新闻传播媒介是不可能“统治一切”的，尚不如把“电视统治一切”改为“美国垄断资产阶级及其代表美国政府通过电视统治一切”更为贴切些。

美国资产阶级及其新闻界大肆炫耀“客观”“公正”，正说明了他们内心的极端虚伪性；他们声嘶力竭所炫耀的正是那些最不客观最不公正的东西。“美国之音”在1989年北京风波期间的表演就很能说明问题。道理很简单：在美国资本主义制度下，资产阶级牢牢地控制着新闻界，新闻界一切听命于垄断财团及其代理人，因此，他们所说的“客观”“公正”，必然使用的是他们的“度量衡”，理所应当充满着无比浓厚的铜臭气息，带有极大的欺骗性色彩。如同马克思当年针对英国新闻媒介所指出的那样：“从本世纪初起，伦敦各大报就一贯为英国对外政策的高贵掌权人充当辩护律师”^⑩。在当今的美国，不论是在对外宣传上还是对内宣传上，美国新闻界比起当年英国报界更有过之而绝无不及，更富有资产阶级的虚伪性和欺骗性。

• * * * * *

综上所述，虚伪是资产阶级的一个特征，欺骗乃是他们惯用的手段。作为资产阶级的“新闻自由”，它也同样无可置疑地具有这两大性质。因此，笔者认为：美国新闻界根本不是什么“无冕之王”，而是资产阶级的奴仆，并且是一个小小奴仆。他们的所有举止言语都得以保护资产阶级的根本利益为前提；他们所鼓吹的“新闻自由”，在国内用于蒙骗美国人民，在国际上则被用来作为干涉别国内政的“敲门砖。”所以，在我国新闻改革的今天，切莫盲目地照搬美国的“新闻自由”。“全盘西化”则更是没有出路的。

注释：

- ① J·Naisbitt: Megatrends, Warner Books, Inc, New York, 1982.
- ②③④ (美)本·巴格迪坎:《传播媒介的垄断》，新华出版社1986年版，第242、5、1页。
- ④ Leonard Teel & Ron Taylor: Into the Newsroom, The Glode Pequot Press, U.S. A. 1988.
- ⑤ 《新新闻周刊》，1989年3月12日刊。
- ⑥ 《列宁全集》第24卷，第98页。
- ⑦ 《列宁全集》第26卷，第264页。
- ⑧ (美)埃德温·埃默里 迈克尔·埃默里:《美国新闻史》，新华出版社1982年版，第123页。
- ⑩ 江泽民:《关于党的新闻工作的几个问题》，《求是》1990年第5期。
- ⑪⑫ (美)赵浩生:《漫话美国总统选举》，中国青年出版社1980年版，第16、30页。
- ⑬ 转引自《广播电视杂志》1981年第5期，第44页。
- ⑭ 苑子熙:《美国新闻自由探析》，中国广播电视出版社1985年版，第81页。
- ⑮ 《斯大林文选》(1934—1952)〈上〉，第5—6页。
- ⑯⑰ (美)杰克·海敦:《怎样当好新闻记者》，新华出版社1984年版，第241、246、242页。
- ⑱ 《毛泽东新闻工作文选》，新华出版社1983年版，第191页。
- ⑲ 《列宁全集》第32卷，第491页。
- ⑳ 《列宁全集》第36卷，第215—216页。
- ㉑ 《马克思恩格斯全集》第17卷，第449页。
- ㉒ 转引自复旦大学《外国新闻事业资料》，1979年第1期，第3页。
- ㉓ 转引自北京人大《国际新闻界》1981年第2期，第29页。
- ㉔ (美)西奥多·怀特:《美国的自我探索》，中国对外翻译出版公司1987年版，第191页。
- ㉕ 《马克思恩格斯全集》第15卷，第336页。