

DOI: 10.12046/j.issn.1000-5285.2020.04.013

# 从变革社会到整合社会： 新中国成立以来中国共产党办报模式的演进

陈 龙

(暨南大学传媒与国家治理研究院, 广东 广州 510632)

**摘 要:** 新中国成立以来, 中国共产党对报刊的功能导向历经了从变革社会到整合社会的变化, 形成了四种办报模式。1949-1956年间形成“过渡模式”, 即通过企业化经营探索、借鉴苏联办报经验, 消减了报刊“散、滥”造成的损耗, 补充了全国性办报经验, 同时将办报的各个环节都纳入计划管控中。1957-1977年间形成“斗争模式”, 以《人民日报》改版中断为标志, 再次开启“报刊是阶级斗争的工具”的模式。1978-2011年间形成“建设模式”, 突破“工具论”的束缚, 破解“官办官看”的困局, 形成了“事业单位、企业化管理”的机制。2012年之后形成“整合模式”, 以社会整合与观念整合为目标, 重新确立“党性与人民性相统一”的原则, 走上媒介融合、企事分开的发展之路。

**关键词:** 新中国成立70年; 变革社会; 整合社会; 中国共产党; 办报模式

**中图分类号:** G206      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1000-5285(2020)04-0104-13

1949年中华人民共和国成立, 是中华民族命运的重大转折, 标志着中国共产党由革命党开始转变为执政党。自此, 中国共产党的工作中心由农村转向城市, 主要任务由革命转为建设, 对于如何在城市办好报刊也进行了诸多探索、形成了系列指导意见。但学界普遍认为, 其办报模式并未随之发生根本性的变化。甘惜分认为, 当时的报纸体制完全继承了农村革命根据地时代的传统。<sup>①</sup> 李金铨强调, 1949年以后《解放日报》成为中国共产党办报的唯一模式。<sup>②</sup> 吴碧华提出, 延安党报模式是中国共产党夺取政权后当代党报模式的母体范本, 其影响一直持续20世纪末、21世纪初中国报业的三次改革浪潮。<sup>③</sup> 回望新中国成立70年以来的光辉历程, 国家的面貌已发生翻天覆地的变化, 中国共产党的办报模式是一成不变, 还是不断创新? 有必要对新中国成立后中国共产党的办报实践进行历史分期, 揭示其中的“大关节”阶段性特征<sup>④</sup>, 探析其办报模式的坚守与创新。

作为中国共产党创办的报刊, 首先应具备报刊的传播特性与技术形态, 而党报的分型决定了其政治属性与价值取向。同时, 作为一种组合内容的载体, 应有其议程设置与内容选择标准及相应的传播策略; 作为一种组织运作的单位, 须通过经营和管理优化资源配置, 获得最大的社会与经济效应。据此, 对于中国共产党办报模式的归纳与区分, 可以党性原则、内容策略、技术形态、经营管理为标

收稿日期: 2020-03-20

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“新中国70年新闻传播史1949-2019”(19ZDA320)。

作者简介: 陈龙, 男, 暨南大学传媒与国家治理研究院副研究员, 博士。主要研究方向: 中国共产党宣传史。

① 刘建明 《甘惜分——我国党报新闻学的奠基者》, 《新闻爱好者》2006年第11期, 第11页。

② 李金铨 《报人报国: 中国新闻史的另一种读法》, 香港: 香港中文大学出版社, 2003年, 第16页。

③ 吴碧华 《1942年延安〈解放日报〉改版: 中共党报延安范式的确立》, 西北大学2008年硕士学位论文, 第2-3页。

④ 周良书 《论中共党史研究中的选题问题》, 《党史研究与教学》2018年第2期, 第15页。

尺。新中国成立前，在中国共产党办报模式的演进过程中，地理环境影响成为中国共产党报刊在“党报姓党”原则下呈现出不同形态的关键因素，形成了“白区办报”与“红区办报”、“农村办报”与“城市办报”的分型。新中国成立后，中国共产党由区域办报转为全国办报，目标导向逐渐取代地理因素，其主要目标历经多次转化，从巩固新生政权、实行社会主义改造，到以阶级斗争为纲，再到以经济建设为中心，到全面建成小康社会、实现中华民族的伟大复兴，形成了中国共产党办报的过渡模式、斗争模式、建设模式与整合模式。

## 一、内求于己、外求苏联的过渡模式

1948年，随着“三大战役”的打响，全国大批中心城市相继解放，如何处理各中心城市的原有新闻媒介，同时取得“枪杆子”和“笔杆子”的胜利，成为中国共产党面临的重要问题。由于“在城市办报的经验还不多”<sup>①</sup>，为尽快构建覆盖全国的报刊网络，中国共产党基本沿用了《解放日报》改版形成的办报模式。但正如毛泽东所说“延安办报，历史也很短，全国性办报就没有经验。”<sup>②</sup>这一时期报刊普遍出现的经济损耗与“官办官看”的问题，很大程度是农村办报经验嫁接于城市办报实践产生的排异反应，引发了报刊工作内求于己、外求苏联的探索历程。出于革命思维惯性，中国共产党认为“报纸刊物与通讯社是一定的阶级、党派与社会团体进行阶级斗争的一种工具，不是生产事业”<sup>③</sup>，否定了报刊作为“生产事业”的发展方向，为新中国成立初期的办报实践奠定了基调。

1949年4月到9月间，通过对解放城市新闻媒介的接收与改造，《山西日报》等11份省委机关报先后成立。基于“新闻宣传工具，绝大部分是反动派所掌握的”的论断，中国共产党并未大量沿用、接收报刊原有工作人员<sup>④</sup>，一时间“新闻干部全国各地均感不敷”<sup>⑤</sup>，连《人民日报》都两度向全国征调新闻人才。在革命时期的艰苦环境下，中国共产党因陋就简办报刊，留下了“八匹骡子办报”的佳话，但也有为数不多的报刊工作者有在农村办报的经验，但未在城市办过报纸，“没有见过这么大的市面”<sup>⑥</sup>。进入城市的全新办报环境，多数报刊不仅缺乏经营管理经验，连开展基本业务都成问题。为保障报刊完成维护新生政权的使命，中国共产党实施“党与政府报刊通讯社的经济来源，除销售与广告收入外，可注明由党与政府补助”的政策<sup>⑦</sup>，为迅速构建覆盖全国的报刊网络奠定了基础，但同时也为报刊普遍出现损耗埋下了伏笔。

由于帝国主义的长期掠夺、官僚资本的竭力搜刮、长期战争的严重破坏，国民党留下的是一个工农业生产下降、交通运输阻塞、物质严重缺乏、人民生活困苦的“烂摊子”。历史证明，新闻事业的规模应与经济发展的水平相适应。1942年，中国共产党各级组织都掀起了办报的热潮，结果“大多数报纸杂志，显示出分工不明，彼此重复，数量多而质量差，形式铺张而内容贫乏的严重弱点”。<sup>⑧</sup>加之国民党对解放区的全面封锁，物资严重匮乏，中国共产党很快意识到，“日刊及同时数个报纸之存在，徒耗人力、物力，在目前环境内是不适合的”<sup>⑨</sup>，通过对报刊的“精兵简政”减轻了财政负担。新中国成立初期，“因为从国民党那里接收了很多报纸”，报刊的“散、滥”现象再次出现，“有的一

<sup>①③⑤⑦⑧⑨</sup> 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》（上册），北京：新华出版社，1980年，第201、189、283、187、114、128页。

<sup>②</sup> 中共中央文献研究室《毛泽东文集》（第7卷），北京：人民出版社，1990年，第264页。

<sup>④</sup> 中国共产党提出“在被我党所接收的新闻宣传机关中，对旧有人员不能采取一律留用的政策，而应当采取慎重的甄别留用，和有步骤地使用的政策。”从其要求各地省委、市委在一处的报纸予以合并以及“有经验有成绩的新闻干部一般的不应改变工作”指示来看，此时中国共产党并不具备足够能“挑大梁”的办报人才。参见中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》（上册），北京：新华出版社，1980年，第190、283、292页。

<sup>⑥</sup> 李庄《四十年间三大事》，《新闻战线》1988年第6期，第8页。

个县就有几种”,“有的系统一个部出版几种报刊,一个局、一个处(甚至招待处)也出版报刊”<sup>①</sup>,“结果是许多报刊分工不明,对象不清,内容重复,既浪费了人力物力,又达不到广泛教育干部与群众的目的”。<sup>②</sup>

限于经济条件,当时自费订报的读者少之又少,就连上海也只有10%的报纸由个人自费订阅,其他部分要靠组织摊派,不仅“报纸经营者感觉到困难”<sup>③</sup>,国家财政也不堪重负<sup>④</sup>。发行方面“报社各搞一套,在人力、物力、财力上都是严重浪费”<sup>⑤</sup>,加之普遍缺乏经营管理经验,没有经济核算意识,轻视发行广告收入,普遍出现损耗。据《人民日报》等16家报纸的损耗估算,全国226家报纸的损耗可供500万人(约为全国人口百分之一)的口粮。<sup>⑥</sup>在财政极度困难的情况下,势必要降低办报损耗。1949年12月,新闻总署召开全国报纸经理会议,提出“全国一切公私营报纸的经营,必须采取与贯彻企业化的方针;公营报纸必须把报社真正作为生产事业来经营,逐步实行经济核算制”<sup>⑦</sup>,开启了报刊企业化经营探索。在国民经济总体朝计划方向发展的形势下,其举措不可避免地带有计划色彩,包括统一配纸、邮发合一、计划发行、限制售价、强化核算、严控补贴等。同时,各报刊适当调整报价、注重广告业务、开展多种经营,基本实现减少或消灭损耗的目标。

在新中国成立初期的严峻政治、经济形势下,对报刊工作倾向于收紧而非放宽,通过建立“共产党领导的中央行政计划主导的国营媒体网络”<sup>⑧</sup>,将报业的生产与消费两端及所有业务环节都纳入计划调控的范畴,以实现报刊的收支失衡,结果造成“报刊发行定额控制太死,零购读者买不到报刊,农村读者看堆报,经营成为‘边角工作’”等问题。<sup>⑨</sup>同时,为维护政权稳定,1948-1949年间各部门就宣传工作发布了近百份文件,全面执行“看大样”与稿件送审制度,要求涉及全国性或全党性问题的言论必须报中央批准,同时就土改政策、自然灾害、敌军起义、物价波动的宣传进行了指导,对于战报发布、报道用语、数字运用、新闻写作等方面提出了具体要求,在多方面束缚了报刊的手脚,造成了“遍地是禁区”的认识。报刊普遍照登新华社的新闻通稿<sup>⑩</sup>,削弱了地方报刊、专业报刊的特色,形成了“千报一面”的景象。新闻属性与政治属性的消长,降低了民众读报的兴趣,民众普遍认为党报“只是给高级干部和知识分子看的”<sup>⑪</sup>,导致在“群众中缺乏基础”。<sup>⑫</sup>首任国家新闻

① 陆定一:《陆定一全集》,北京:人民出版社,1992年,第453页。

② 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》(中册),北京:新华出版社,1980年,第210页。

③ 丁贤才《探索:新民晚报研究文集》,上海:文汇出版社,1990年,第16-17页。

④ 直到1956年,全国报纸个人订户仍只有20%左右,按当时报纸平均售价对开4版一份400元估算,报纸总售价约50亿元左右,其中80%以上都由公费承担,而1956年全国国民生产总值仅1028亿元,可见公费订阅给国家财政带来的负担,这还不包括办报所需的纸张、油墨和人力成本。

⑤ 中国社会科学院《中国新闻年鉴1982》,北京:中国新闻年鉴出版社,1982年,第60页。

⑥ 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》(上册),北京:新华出版社,1980年,第294页。

⑦ 张之华《中国新闻事业史文选》,北京:中国人民大学出版社,1999年,第840页。

⑧ 张济顺《从民办到党管:上海私营报业体制变革中的思想改造运动——以文汇报为中心案例的考察》,华东师范大学中国当代史研究中心《中国当代史研究》(第1辑),北京:九州出版社,2009年,第41页。

⑨ 按照新闻总署发布的《各种公营报纸员额编制细表》,按照规模大小,甲、乙、丙三种报纸营业人员限定为2-4人,丁种报纸限定为1-2人,这四种报纸的人员总数(除勤杂人员外)分别为83-115、61-85、44-65、25-35人,可见经营工作在报社中只占据极小比重。参见中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》(中册),北京:新华出版社,1980年,第72-74、264-268页。

⑩ 1950年1月12日,新闻总署规定“一般大报对新华社所发表的各种有特别重要性的稿件,如政府公告,外交文书,社论和重大的政治外交新闻等,不得节删。通俗报和小型报对于最重要的公告亦不得节删,但可附加通俗解释。”参见中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》(中册),北京:新华出版社,1980年,第31页。何为重要稿件难以界定,造成各类报刊或为了省事或担心违反纪律,普遍性地照登新华社通稿。

⑪ 如50年代初,《人民日报》编辑部就有一个不成文的流行说法,叫做“人民日报是办给县以上领导干部看的”。参见刘家林《新中国新闻传播60年长编:1949-2009》(上册),广州:暨南大学出版社,2010年,第59页。

⑫ 伍静《党报的另一种传统:延安〈解放日报〉与重庆〈新华日报〉的比较及不同命运》,《新闻记者》2015年第11期,第54页。

总署署长胡乔木批评道“任何报纸它都要力求成为群众的报纸，而不是像发文件一样地编号发给少数干部，而不是只讨论干部中间的问题。”<sup>①</sup>成为日后《人民日报》改革的靶向。

在解决报刊损耗问题的同时，为弥补全国办报经验的欠缺，中国共产党先期沿用“延安模式”以稳定局势，随后在“一边倒”的情况下向苏联学习。起初，农村办报经验被直接嫁接于城市办报实践，许多新闻工作者未能及时调整工作方式，“惯于直接代党政机关发言，进行自上而下的指导”，对于新的形势与要求显得束手无策；新闻报道形成了“相当普遍的公式……读起来味同嚼蜡，看不出运动的发展”。<sup>②</sup>这种问题缘于新加入新闻战线的工作者普遍缺乏新闻写作经验，只能模仿过去农村办报的报道范式，也缘于在严密的工作纪律与审稿制度下，新闻工作者形成了被动的新闻生产方式，使之成为罗列而不是消化材料的“简单的技术工作”<sup>③</sup>。“这种表现形式，不能认为是新闻通讯，即把它当作党内的工作报告，也是拙劣的，使人读而生厌的，必须加以改进。”<sup>④</sup>

基于“我们的宣传工作，这样不完备，规模这样小，制度这样不完备”的自我认识<sup>⑤</sup>，在“学习以《真理报》为代表的苏联报纸工作经验”过程中<sup>⑥</sup>，“人皆可为尧舜，报皆可为《真理》”的观念逐渐形成<sup>⑦</sup>。1950年1月4日，《人民日报》开辟专刊定期介绍苏联经验，在内部学习中将《真理报》整版译成中文加以模仿，作为“报纸的报纸”对全国报刊起到了表率作用。随着中苏合作的深化，两国新闻界交往日益密切，我国新闻界掀起了学习苏联经验的高潮。在此过程中，广大新闻工作者加深了对列宁、斯大林无产阶级新闻理论的认识，强化了新闻工作的党性观念，在编辑、采访、写作、发行等方面找到了办全国性报纸的典范，报刊业务水平有了明显提高。但是，在“一边倒”的情况下，对于苏联经验“不分好坏，不看条件，一律接受，一律学习，一律照搬”的做法<sup>⑧</sup>，既学习了苏联的先进经验，也“学习了《真理报》的负效果”。报社“力图打造没有错误的报纸”，照搬苏联报刊竖排六栏的版面、两栏的大字标题、每天一篇社论的固定板式，“抛弃讲究立意遣词的好传统”，多数报刊内容枯燥、讨论稀少、语言生涩、形式呆板，缺乏生机，“导致报刊不能令人满意，跟不上领导的要求，包括报社工作人员，对当时的报纸都不满意”。<sup>⑨</sup>毛泽东剖析“苏联的经验只能择其善者而从之……如办报纸，办《真理报》的一套，不独立思考，好像三岁小孩子一样，处处要扶，否则就丧魂失魄。”<sup>⑩</sup>农村办报经验在城市办报实践中的生硬嫁接，以及随后对苏联办报经验的盲目照搬，造成了严重的水土不服。

1949-1956年间，无论对于中国共产党还是办报模式都是过渡时期。中国共产党由区域执政党转化为全国执政党，报刊发行范围迅速扩大，产生了对全国办报经验的迫切需求，引发了农村经验的生硬嫁接及苏联经验的盲目照搬。国家由多灾多难的旧中国转化为百废待兴的新中国，对原有非党报刊的接收，造成报刊的“散、滥”现象，使得中国共产党再次采用解放战争时期的“精兵简政”举措并借鉴《新华日报》的企业化经营经验，压减了经济损耗。无论是前期的巩固新生政权，还是后期的社会主义改造，都客观要求中国共产党强化对局势的掌控，报刊企业化经营探索归于计划管控。过渡时期的多重转化，导致中国共产党办报模式呈现出复杂的机理，既在沿用《解放日报》改版经验的基础上融入苏联办报经验，又在经营管理方面部分借鉴重庆《新华日报》经验，形成了“城市办

①③④ 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》(中册)，北京：新华出版社，1980年，第46、51、375页。

② 李庄《四十年间三大事》，《新闻战线》1988年6期，第10页。

⑤ 周扬《周扬文集》(第2卷)，北京：人民文学出版社，1985年，第78页。

⑥ 胡绩伟《胡绩伟自述》(第1卷)，香港：卓越文化出版社，2006年，第380页。

⑦ 人民日报报史编辑组《1948-1988：人民日报回忆录》，北京：人民日报出版社，1988年，第86页。

⑧ 新华社新闻研究所《新闻工作文献选编》，北京：新华出版社，1990年，第117-118页。

⑨ 李庄《四十年间三大事》，《新闻战线》1988年6期，第10页。

⑩ 中共中央文献研究室《毛泽东文集》(第7卷)，北京：人民出版社1990年，第366页。

报”与“农村办报”、“企业经营”与“计划管控”杂糅的面貌。

这种“过渡模式”的内涵可归纳为:党性原则方面,报刊是“执政党及其国家意识形态的宣传工具”<sup>①</sup>,是实现党对群众领导的最重要助手<sup>②</sup>;奠定了报刊受同级党委的领导,“四级办报、两级审批”<sup>③</sup>,但企业经营“原则上由中央人民政府出版总署和各级出版行政机关统一管理”的“纵横交错”管理体制。内容策略方面,服务巩固政权与生产建设,普遍照登新华社通稿,以会议新闻、政治新闻、经济新闻为主,加之少量本地新闻、社会新闻,鼓励开展批评与自我批评,但“不得批评同级党委”。技术形态方面,一改过去因陋就简、土纸油印的形态,普遍采用白纸铅印,形成竖排六栏的版面、两栏的大字标题、每天一篇社论的版式,后期排版由竖排改横排。经营管理方面,将经营作为“边角”工作,通过邮发合一、统一配纸、计划发行、限制售价、强化核算、严控补贴、公费订阅的行政手段,将报刊的生产与消费两端以及所有业务环节都纳入了国家调控的范畴,大力推动报刊由城市向农村覆盖延伸。总体而言,新中国成立初期办报模式的诸多改革,仍是以政治目标为根本遵循<sup>④</sup>,企业化经营探索只出于降低损耗的考虑。由于报刊的商品属性未能得到肯定,也就无法真正确立“官办民看”的办报导向。<sup>⑤</sup>董天策认为,由于事业体制意识的限制及措施上的局限性,这次探索并未能改变整个报业的非经济化特征。<sup>⑥</sup>黄蓉提出,新中国成立初期的报社“企业化”制度是报纸产业属性的终结而非萌芽。<sup>⑦</sup>过渡时期后报刊再次成为“阶级斗争的工具”,在一定程度上印证了这种判断。

## 二、上下联动、导引舆论的斗争模式

1956年9月,中国共产党第八次全国代表大会宣告社会主义改造基本完成,我国的经济结构、阶级关系发生了根本变化,开始由新民主主义社会向社会主义社会过渡,国内的主要矛盾已经由工人阶级和资产阶级之间、社会主义道路和资本主义道路之间的矛盾转化为先进的社会主义制度同落后的社会生产之间的矛盾,党的工作重心转向社会主义建设,这为报刊工作突破“工具论”提供了依据。“以建设为己任”的转向及破解“官办官看”的困境,成为《人民日报》改版的主要导向。然而,对“工具论”的突破,弱化了“延安范式”下党对报刊的高度控制,在阶级斗争再次提上日程时难免与形势相左,导致《人民日报》改版的中断与转向。

在社会主义改造和首个五年计划完成,国内政治、经济形势向好发展,党的工作重心转为社会主义现代化建设的背景下,针对此前办报模式存在的种种不足,《人民日报》形成了党性与人民性相统一、政治性与新闻性相统一的改版思路,得到了中央的认可与推广。1956年7月1日,《人民日报》

① 张济顺《从民办到党管:上海私营报业体制变革中的思想改造运动——以文汇报为中心案例的考察》,华东师范大学中国当代史研究中心《中国当代史研究》(第1辑),北京:九州出版社,2009年,第41页。

② 中央宣传部办公厅《党的宣传工作会议概况和文献(1951-1992)》,北京:中共中央党校出版社,1994年,第68页。

③ 1954年10月25日通过的《中共中央关于改进报纸工作的决议》指出,“中等以上城市报纸和地委报纸的创办应经过省委的决定和中央的批准;县级报纸的创办应由省委批准,并报中央备案。基层生产单位,首先是巨大的工厂或企业创办报纸,须经省(市)委批准,并报中央备案。”参见中央宣传部办公厅《党的宣传工作会议概况和文献(1951-1992)》,北京:中共中央党校出版社,1994年,第81页。

④ 李庄《四十年间三大事》,《新闻战线》1988年6期,第9页。

⑤ 正如王中所说“报纸要根据读者需求来办,这是办好报纸的根本问题。离开了读者的需要,只把报纸当作党的宣传武器,不把它当成读者要花5分钱购买的一种商品,报纸必然不会受读者欢迎的。”参见赵凯《王中文集》,上海:复旦大学出版社,2004年,第34-35页。这也体现,报纸的经济逻辑与社会逻辑存在内在的同一性。

⑥ 董天策《中国报业的产业化运作》,成都:四川人民出版社,2002年,第325页。

⑦ 黄蓉《由多种形式报纸并存向单一党报体系过渡:建国初报业“企业化”的制度逻辑》,《新闻记者》2012年第3期,第83页。

宣告改版，明确扩大报道范围、开展自由讨论、改进文风的改版方向，推行扩版增容、多发新闻、喜忧皆报、自由讨论、开展批评、强化广告等改版举措，试图向“官办民看”的方向转变，得到了群众的热烈反响。8月，中共中央批转《〈人民日报〉编委会向中央的报告》，认为“《人民日报》改进工作的办法是可行的。中央还希望各地党委所属的报纸也能够进行同样的检查，以改进报纸的工作”。<sup>①</sup>中国共产党再次以文件的形式向全党推广本已处于“报纸的报纸”地位的《人民日报》的改版经验，意味着其办报模式即将发生重大改变。

对于当时的中国共产党而言，社会主义现代化建设并无太多经验可循，为此党的领导人进行了诸多探索，形成了目标层面统一、操作层面多元的建设思路。1956年6月20日，《人民日报》发表了题为《要反对保守主义，也要反对急躁情绪》的社论，提出“下面的急躁冒进有很多就是上面逼出来的”。<sup>②</sup>虽然“上面”未有具体所指，但无异于对“大干快上”政策的公然批评，成为随后其改版中断的伏笔。1957年3月，全国宣传工作会议强调，“在阶级消灭之前，不管报纸、刊物、广播、通讯社都有阶级性，都是为一定阶级服务的”，现时“还有阶级斗争，主要是在政治线上和思想战线上的阶级斗争，而且还很尖锐”。<sup>③</sup>无论是因为重提“阶级斗争”与“实现社会主义现代化”总目标以及《人民日报》“增强新闻性、减少政治性”改版思路相抵触而有意淡化处理，还是因为工作人员政治敏感性不强导致的疏忽，《人民日报》未对该会议作详细报道，引发了相关领导人的强烈不满，对报纸作出了严厉批评，要求“中央每一重要措施，报纸宣传都得有具体布置”<sup>④</sup>。《人民日报》的改版被迫中断，回到大革命时期“机关论”的原点，被重新定性为“中央的一个部门，同中央组织部、宣传部一样”<sup>⑤</sup>，成为中国共产党办报模式演进的转折点。

从构建政治生态的意义上说，传播系统既生产稳定，也可能生产混乱，关键在于媒介的引导方向。“双百”方针的积极宣传和逐步实践<sup>⑥</sup>，使得党和政府对报刊内容的严格管控有所松动，极少数人乘机以在报刊开展“自由辩论”或张贴大字报的形式公然发声，对中国共产党和新生政权放肆进攻。1963年“以阶级斗争为纲”的提出，以及对于“党在过渡时期的总路线”“绝不是没有阶级斗争，而是阶级斗争更加复杂更加尖锐了”<sup>⑦</sup>的注解，使人们将注意力从经济建设转向阶级斗争，报刊重新成为阶级斗争的工具。在此期间，一批大字报如雨后春笋，在管控弱化的情况下进行无组织意见表达，其掀起的疾风骤雨反过来摧残了报刊的发展。据统计，1965年我国有报纸343种，期刊790种，1966年报纸急剧下降至49种，期刊191种；1967年报纸43种，期刊急剧下降至27种。<sup>⑧</sup>而这一时期全国出版的小报超过6000种，大字报更是铺天盖地、“越多越先进”<sup>⑨</sup>，仅上海1958年就贴出了“六千万张大字报”。在两者此消彼长的情况下，逐渐形成大报与小报、正式报刊与非正式报刊“上下联动”的传播格局。由《人民日报》《解放军报》《红旗》杂志及29省市自治区机关报引领带动，《井冈山》《新北大》等为代表的大量小报与大字报形成了大报“振臂一呼”、小报“群起响应”的汹涌之势。由于小报、大字报多数未履行报备程序，也未呈报各级新闻主管部门进行内容审查，导

① 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》（中册），北京：新华出版社，1980年，第483-484页。

② 《要反对保守主义 也要反对急躁情绪》，《人民日报》1956年6月20日第1版。

③ 毛泽东《毛泽东选集》（第5卷），北京：人民出版社，1991年，第403页。

④ 李庄《人民日报风雨四十年》，北京：人民日报出版社，1993年，第213页。

⑤ 中共中央文献研究室、新华通讯社《毛泽东新闻工作文选》，北京：新华出版社，2014年，第255页。

⑥ 李庄《四十年间三大事》，《新闻战线》1988年第6期，第11页。

⑦ 中国社会科学院新闻研究所《中国共产党新闻工作文件汇编》（中册），北京：新华出版社，1980年，第333页。

⑧ 中国社会科学院新闻研究所《中国新闻年鉴2000》，北京：中国新闻年鉴出版社，2000年，第567页。

⑨ 时人提出“工厂里整风，用大字报好，越多越好。如果是一万张，那是头等，五千张就是二等，二千张就是三等，至于稀稀拉拉的只有几张，那就不够格了。”参见钟民《一万万张大字报》，《学习》1958年第12期，第20页。

致社会舆论场出现了混乱无序的现象。

1957-1977年间,“以阶级斗争为纲”的再次确立,使得中国共产党办报由建设模式转向斗争模式,其基本内涵为:党性原则方面,报刊是阶级斗争的工具,是无产阶级专政的工具,是组织和指导工作的工具<sup>①</sup>。内容策略方面,以政治性、战斗性为基本导向与价值判断,用政治宣传取代新闻报道,登语录、发社训、作批判、树典型,通过正反两方面宣传强化指导性;直接摘录小报和大字报内容,“下面怎么讲我们就怎么报道”<sup>②</sup>;以全国性大报为引领、小报与大字报配合跟进的形式营造舆论<sup>③</sup>。技术形态方面,地方党报向全国性党报“对版看齐”,每天一篇社论,大字体、大标题、大图片,营造视觉强势,进行情绪表达。经营管理方面,实施战争年代的“大包干”供给制和单纯报销制,办报完全依赖国家拨款。<sup>④</sup>新中国既已成立,报刊本该由斗争转向建设,1956年《人民日报》改版的开启,本可顺利将报刊导入建设之途。然而“以阶级斗争为纲”的确立,再次陷报刊于“阶级斗争”的泥沼,其结果惨痛、教训深刻。报刊“建设”与“斗争”之功用孰取孰弃,发人深思。

### 三、事业单位、企业管理的建设模式

1978年12月,中国共产党第十一届中央委员会第三次全体会议指出,“实践是检验真理的唯一标准”是党的思想路线的根本原则,为办报实践突破“工具论”束缚、逐步转变“宣传本位”和“舆论一律”的办报原则提供了重大理论依据。“以阶级斗争为纲”转向以社会主义现代化建设为中心,揭开了由停滞封闭转向改革开放的序幕,办报导向再次由“斗争”转向“建设”。此后,中国共产党不断解放思想,推动报刊事业改革,实现了一系列突破。“一个中心、两个基本点”基本路线及“两手抓、两手都要硬”战略方针的确立,破除了报刊开展经营管理活动的藩篱,为肯定报刊的生产事业属性埋下了伏笔。“三个有利于”的提出,平息了“姓资姓社”的争论,引入了市场这只“看不见的手”,优化了办报资源的配置,拉开了报业市场化的序幕。“管办分离”政策的提出,将报刊“断奶”推向市场,使之真正面向受众,激发了报刊的活力。中国加入世界贸易组织、世界传媒集团逐步进入国内,促使我国报刊打破单位、资本、媒介、行业、地域的局限,通过“跨界发展”不断壮大自身,同时积极加入国际“舆论场”,在世界舞台发出中国声音。至此,中国共产党打破了以往以行政指令为主导,仅靠中央机关报率先突破、进而将经验供给全党的办报模式,而是各级各类报刊敢于突破、勇于争先,形成了生机勃勃、百舸争流的壮丽图景。

随着一系列束缚被破除,中国共产党办报模式在各个方面都有重大突破,其中最具历史意义的是实现了对“工具论”的超越。由于中国共产党的主要任务转向“以经济建设为中心”,服务“经济建设”成为报刊的“政治任务”,推动了报刊发展的政治逻辑与经济逻辑的统一。经《人民日报》等8家在京新闻单位实行“事业单位、企业化管理”的探索,1979年财政部明确报刊是党的宣传事业单位,在经营管理上实行企业管理,初步突破了“报刊是一种阶级斗争的工具,不是生产事业”的定性。1988年,国家工商行政管理总局、新闻出版署联合发布《关于报社、期刊社、出版社开展有偿服务和经营活动的暂行办法》,对报刊开展广告业务和多种经营“正名”与“松绑”。1993年,国务院肯定了报刊的产业属性,将报刊列入第三产业,使其具备党的喉舌和生产事业的双重属性。1999年,中共中央办公厅、国务院办公厅联合提出“报政分离”的方针,要求各级报刊都必须面向市场、自负盈亏,不再由党政部门发文征订,抑制了各级机关办报的冲动。2004年,中共中央宣传部、新

①② 吴冷西 《忆毛主席:我亲身经历的若干重大历史事件》,北京:新华出版社,1995年,第61、137页。

③ 谭放、赵无眠 《文革大字报精选》,香港:明月出版社,1966年,第15-16页。

④ 刘家林 《新中国新闻传播60年长编:1949-2009》(上册),广州:暨南大学出版社,2010年,第58页。

闻出版总署进一步提出“管办分离”的方针，“让党政部门退出报刊经营活动、解决利用职权摊派发行”。<sup>①</sup>此后类似政策的一再提出与强调，将各级机关报推向市场，使之真正面向读者，实现独立经营、自负盈亏、自我发展，加速了向“官办民看”方向的转变。

2000年，“三个代表”重要思想的确立，将“代表中国最广大人民的根本利益”提升到“立党之本、执政之基、力量之源”的高度。满足读者需求成为报刊改革的重要导向，报刊的新闻属性与新闻价值导向得到肯定，初步实现了报刊发展的政治逻辑与社会逻辑的统一。2003年，“为人民服务、为社会主义服务、为党和国家工作大局服务”的原则确立，“为人民服务”成为办报的重要原则，进一步打破了报刊事业改革的藩篱。由此，报刊发展的政治逻辑、经济逻辑、社会逻辑日趋统一，在保持党性原则的前提下实现社会效益与经济效益的最大化，成为报刊改革发展的主要路径。为适应报刊性质的变化，在新形势下做好报刊的行政管理，促进报纸事业的繁荣与健康，使之更好地为社会主义服务，在1990年《报纸管理暂行规定》的基础上，2005年《报纸出版管理规定》正式公布，宣告报刊在党的领导下进入“有章可循”的时代，其确立的边界进一步破除了报刊改革发展的藩篱，给我国报刊事业带来了前所未有的生机与活力。

“我们的报纸决不是专办给领导同志看的”意识的萌发<sup>②</sup>，使报刊将服务读者需求作为重要使命，一批晚报、周末报、行业报、都市报、文摘报相继诞生，改变了机关报一统天下的局面，报业开始向差异化竞争方向发展，继承发扬了大革命时期中国共产党对于报刊差异化定位以构筑立体传播格局的优良传统。1995年，《人民日报》确立了“把体现党的意志和反映人民心声统一起来，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众”的改版方向，读者需求日益成为报刊关注的焦点。《广州日报》率先连续扩版增容，掀起了报刊的改版、扩版热潮，深刻改变了我国报刊的面貌。在此过程中，经济新闻、社会新闻、民生新闻、深度报道异军突起，极大满足了读者的信息、文化、娱乐、消遣等多种需求，提升了自费订阅的比例。然而，随着国门的逐渐打开，一些资本主义思想、观念趁虚而入，甚至“夸大渲染我们社会的消极现象和阴暗面”<sup>③</sup>。对此，中国共产党针对性地提出了“以正面宣传为主、坚持正确舆论导向”的办报原则，在保持报刊活力的基础上避免了内容野蛮生长的弊端，引导报刊做到贴近而不逼近、温情而不煽情、通俗而不低俗，“党性与人民性相统一”的办报导向在争论中得到丰富与发展。

广大报刊积极利用新兴技术成果，不断革新报刊面貌、改进新闻生产方式。在上世纪80年代末90年代初通过激光照排、胶版印刷、卫星传版等技术手段“告别铅与火”之后，报刊的技术形态有了较大改善，严肃面孔有所改变，传统版面编排方式不断改进，印刷精美的彩版得以“飞入寻常百姓家”。上世纪90年代中期通过利用计算机与网络技术，报刊得以“告别纸与笔”，实现采、编、传、印、发、管、办自动化，信息容量、传输速度、生产效率实现历史性突破<sup>④</sup>，宣告我国报业进入“光与电”的新时代。1995年《中国贸易报》率先上网、1997年《人民日报》推出网络版、2000年《人民日报》网络版更名“人民网”、2004年《中国妇女报》推出彩信版手机报、2007年《人民日报》正式推出手机报、2009年《南方周末》率先推出手机客户端等等，开启了报刊网络化、数字化、终端化的时代，形成了报刊发展的新形态、新业态。

“事业单位、企业化管理”机制的形成，推动报刊全面参与市场竞争，将发行与广告作为“养命之源”从而实现“断奶”，通过跨行业、跨区域经营扩大规模，走上了企业化、集团化的现代报业发

① 潘国彦《中国出版年鉴2005》，北京：中国出版年鉴社，2006年，第76页。

② 王立纲《中国报业改革三十年备忘》，《青年记者》2007年第11期，第19页。

③ 李瑞环《坚持正面宣传为主的方针——在新闻工作研讨班上的讲话》，《新闻战线》1990年第3期，第10页。

④ 胡太春《中国报业经营管理史》，太原：山西教育出版社，1998年，第196-201页。



展之路。1985年《洛阳日报》率先自办发行,搅活了“邮发合一”体制下报业的低竞争态势,激发了报刊的市场眼光与发展活力。传统大报充分利用富余资源,通过“母报”裂变“子报”,使得国内报纸从1978年的186种激增至1985年的1445种,再到1990年的8000种。<sup>①</sup>1996年《广州日报》率先挂牌成立报业集团,走上集团化发展道路。1997年《成都商报》率先借壳上市,开展报业资本运营。2003年《南方日报》与《光明日报》率先进行跨区域合作,联手创办《新京报》。这些举措既消减了我国报业的“散、滥”问题,又形成了一批有竞争力的报业集团,为在国际舞台上发出中国声音打下了坚实基础。

1978年到2011年间,“以经济建设为中心”方针的确立,使得服务经济建设成为报刊的政治使命,形成了中国共产党办报的建设模式,其基本内涵为:党性原则方面,报刊是党的喉舌,也是生产事业,是政党宣传的工具、大众传播的工具、社会舆论的工具,必须服从党和政府的领导。内容策略方面,以正面宣传为主,坚持正确的舆论导向,既宣传党和政府的路线、方针、政策,也服务读者需求和社会公益;鼓励报刊差异化、专业化发展,不断扩版增容、增强传播时效,满足读者的多种需求,通过反映群众意见开展舆论监督。技术形态方面,运用现代技术手段,不断改进新闻生产流程,大量增加新闻图片;推动纸质媒介与新兴技术相结合,形成更加丰富多彩的表现形式。经营管理方面,采取“事业单位、企业化管理”的有限商业运作模式,推动报刊经营管理重心从后勤服务转向多种经营;全面参与市场竞争,逐步实现自负盈亏,向着企业化、集团化、跨产业、跨区域的方向发展。

可见,报刊得以超越“工具论”的定性,回归其新闻性与经济性的本真,并在实践过程中不断实现三者的动态平衡,是改革开放后我国报业不断取得突破与发展的重要原因。

#### 四、媒介融合、企事分开的整合模式

20世纪80年代以来,我国报刊事业不断改革与突破,实现了持续40年的繁荣发展。据统计,1977年我国共有报纸180种,总印数为123.74亿份;1998年报纸突破两千种,总印数首次突破300亿份<sup>②</sup>;2005年总印数突破400亿份后<sup>③</sup>,报刊事业发展增速放缓,到2011年到达高峰,总印数达467.43亿份<sup>④</sup>。2012年,我国报刊事业发展出现“拐点”,报纸总印刷量持续下降,从2012年的1630亿对开印张骤降至2019年的689亿对开印张,回到1999年的水平。<sup>⑤</sup>此外,据不完全统计,自2012年以来,我国共有132家报纸停刊休刊,“纸媒已死”“报纸消亡”已不再是预警,而是逐渐成为现实。

中国共产党的办报实践证明,当办报环境发生重大变化时,办报模式必须随之变革。随着网络与信息技术的迅猛发展,我国的传媒格局、舆论环境、受众对象、传播技术发生了深刻变化,新兴媒体层出不穷、舆论场域日益复杂、利益诉求日趋多元、受众群体加速分化,中国共产党的办报模式势必要紧跟时代步伐而不断革新,以破解当前我国报刊面临的困局,维护和强化报刊的主流媒体地位,正确引导社会舆论、培育社会主流价值,实现其政治整合与观念整合功能。

在中国共产党的百年办报实践中,“党报姓党”“党管党报”是一以贯之的。在当前报刊生存空

① 王立纲《中国报业改革三十年备忘》,《青年记者》2007年第11期,第21页。

② 中国社会科学院新闻研究所《中国新闻年鉴2000》,北京:中国新闻年鉴出版社,2000年,第567页。

③ 中国社会科学院新闻研究所《中国新闻年鉴2006》,北京:中国新闻年鉴出版社,2006年,第611页。

④ 中国社会科学院新闻研究所《中国新闻年鉴2012》,北京:中国新闻年鉴出版社,2012年,第637页。

⑤ 科印网《-11.75%,2019年全国报纸印量数据背后透露了什么信息?》,2020年6月10日,http://www.keyin.cn/news/sc-zc/202006/10-1118995\_2.shtml,2020年6月16日。

间不断被新兴媒体挤压的情况下，对“党报姓党”的实践方式加以调适是应有之义。正如帕克（Robert Ezra Park）等所说“生存竞争就报纸来说，乃是为报纸的发行而斗争。不被人们阅读的报纸就停滞了它在社会上的影响。报纸的力量的大小，大体上可以用读报人的数量多少来衡量。”<sup>①</sup>报刊失去了受众，也就失去了阵地，其作用与功能的发挥也就无从谈起。单纯强调“党性”而忽视受众需求，会使报刊陷入“官办官看”的困局。改革开放初期，一度出现“党性与人民性之争”。《新华日报》和《人民日报》的实践表明，“党性”与“人民性”在一定条件下，并非相互冲突，反而可以相互统一、互为促进。“党的报纸，也是人民的报纸”<sup>②</sup>“报纸能最高限度地反映人民的呼声，就是报纸有最高的党性”<sup>③</sup>。2013年8月，习近平在全国宣传思想工作会议上指出，党性和人民性从来都是一致的、统一的，为在新形势下实践“党报姓党”原则明确了方向。坚持党性，核心就是坚持正确政治方向；坚持人民性，就是要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益作为出发点和落脚点。<sup>④</sup>在此指导下，报刊及时调适“党报姓党”的实践方式，落实“以人民为中心”的报道导向，不断实现“党性”与“人民性”的融合统一，打通“两个舆论场”，实现“现象级传播”。2020年2月，《人民日报》发布《请扩散！新型肺炎求助通道开启》，短短3天在其“两微一端”的阅读量就超过2亿，许多患者通过求助得到及时帮助和治疗<sup>⑤</sup>，充分彰显了其权威性和公信力，为主流媒体在疫情期间引导偏激情绪、破解不实报道、对冲网络谣言作出表率。随后，在“万里投毒”的众声喧哗中为归国人员正名<sup>⑥</sup>，展示出作为主流媒体的责任与担当，实现了舆论引导的重要使命。

在媒介社会化的背景下，中国共产党充分认识到新兴媒体的即时式、互动式、嵌入式传播方式具备的高覆盖、高频率、高黏性优势，通过媒介融合发展促使报刊的内容优势与新兴媒体的渠道优势相结合。目前，新兴媒体凭借其技术形态和传播特性优势，基本垄断了受众与媒介接触的渠道，实现了对绝大多数受众的覆盖，甚至完成了对受众日常生活的嵌入。据调查，每天有75.25%的人使用微信群，39.02%的人使用抖音，26.61%的人使用今日头条，20.03%的人使用微博，6.56%的人使用电视，0.68%的人使用纸媒，4.24%的人使用其他媒介。<sup>⑦</sup>相较“三微一端”而言，受众接触报刊不仅要付出经济成本，还要付出时间成本，而新兴媒体随时更新、唾手可得。受限于天然属性，报刊难以完成自我救赎，只有与新兴媒体融合发展，充分借助后者的技术形态和传播特性优势，才能降低与受众的接触成本、提升覆盖面与传播力。2008年，烟台日报传媒集团率先实行全媒体战略，组建全媒体新闻中心。2014年，《人民日报》正式搭建媒介融合平台，2015年中央厨房正式启用，形成了“报、网、端、微”一体联动，“策、采、编、发”统一指挥，“一次采集、多元生成、多渠道传播”的工作格局，探索出媒介融合发展的“中央厨房模式”。2017年，《东方早报》休刊革新为澎湃新闻，由纸媒顺利转化为平台，形成了媒介融合发展的“澎湃模式”。2018年，《人民日报》入驻抖音号，以“短视频”进行“硬传播”。通过“三微一端”的互动渠道，报刊得以弥补自身的传播缺陷，变单向传播为双向传播、变单次传播为多次传播，同时借助“三微一端”的分享机制，经由广大自

① [美] R·E·帕克、E·N·伯吉斯、R·D·麦肯齐《城市社会学——芝加哥学派城市研究文集》，宋俊岭等译，北京：华夏出版社，1987年，第78-79页。

② 胡乔木《致读者》，《人民日报》1956年7月1日。

③ 胡乔木《人民的报纸》，《新华日报》1945年12月30日。

④ 《胸怀大局把握大势着眼大事 努力把宣传思想工作做得更好》，《人民日报》2013年8月21日第1版。

⑤ 崔士鑫《主流媒体如何做好突发公共卫生事件宣传报道——以人民日报新冠肺炎疫情报道为例》，《传媒》2020年第5期，第14页。

⑥ 子木《同胞亲人更应同气连枝》，《人民日报》（海外版）2020年3月5日第6版。

⑦ 匡文波《5G时代中国网民新闻阅读习惯的量化研究》，《新闻与写作》2019年第12期，第73页。

媒体实现裂变式传播。2020年2月,人民日报APP月活跃用户达到798.2万人、参考消息217.5万人。<sup>①</sup>目前,《人民日报》官微粉丝已达1.18亿、抖音号粉丝达9293.8万,远超自身纸质形态的受众数量,实现了覆盖面的指数级增长。

通过与新兴媒体的融合发展,报刊逐渐形成“互联网”思维,进行传播调试,创新话语方式,转变“以我为主”的传播策略。2019年1月,由中央宣传部主办的“学习强国”平台强势推出,打造了集报刊、广播、电视、电影、慕课、直播、短视频于一体的融媒介传播终端,使得《人民日报》《光明日报》《经济日报》等中央级和“中字头”报刊得以规避“借船出海”的“平台依赖”弊端,<sup>②</sup>真正实现“造船出海”,在一定程度体现了中国共产党办报模式的改革思路,即聚焦技术形态和传播渠道革新,推动报刊平台化、载体多样化、资源整合化、形态网络化。借助各级宣传系统的大力推广,“学习强国”基本实现了“立足全党、面向社会”的定位,一跃与腾讯新闻、今日头条等月活跃用户破亿的手机新闻客户端并驾齐驱。然而,该平台发布仅半年,月活跃用户数就呈现持续下降的趋势。“宛城发布”的数据表明,在每周通报学习积分的情况下,6月宛城区“学习强国”日人均积分超过30分的区直单位有33个、超过10分的乡镇街道有8个<sup>③</sup>,到11月区直单位下降至21个、乡镇街道4个<sup>④</sup>。这种现象的根本原因,在于现阶段报刊与新兴媒体的融合发展,更多的是传播渠道的物理整合,未能彻底推动传播内容的化学调适,特别是机关报刊与新兴媒体的传播策略和话语方式仍存在差异。

正如麦克卢汉(Marshall McLuhan)所言——“媒介即讯息”,新兴媒体的出现不仅意味着技术形态与传播手段的革新,更是受传播环境变化刺激作出的传播调适。在信息日趋饱和和过剩的背景下,“如何说”甚至比“说什么”更为重要,将决定媒介能否赢得受众的“信任”,塑造其信息获取的“路径依赖”。因此,新兴媒体的传播调适倾向于媒介人格化、内容情感化、话语网络化,试图与受众产生“联系”,体现在话语生产的是“认同”而非“事实”、传播修辞的是“形式”而非“内容”、言说视角是“平视”而非“俯视”、修辞取向是“关系”而非“管理”<sup>⑤</sup>。受其影响,报刊不断自我革新,有意识地通过新兴技术手段获取筛选信息、拓展新闻来源、丰富新闻内容、提升新闻品质,借助“三微一端”进行传播调适,使传播内容即时化、短小化、互动化,并加大了对群众生活的报道力度。如《人民日报》的“两会特刊”,就以其“端化”的编排方式、亮眼的数据展示、精炼的语言描述,将政府公报转化为广大民众能够理解、喜闻乐见的形式,正面回应人民对于国家大政方针、自身切身利益的重大关切,成为2020年两会精神解读的典范,为各大媒体纷纷借鉴与转载。<sup>⑥</sup>但是,在“把坚持正确政治方向摆在首位,牢牢坚持党性原则,牢牢坚持马克思主义新闻观,牢牢坚持正确舆论导向,牢牢坚持正面宣传为主”的要求下,多数机关报刊仍然呈现出媒介组织化、内容理性

① 易观 《2020年2月易观千帆移动App TOP1000榜单》,2020年3月16日, <https://tech.sina.cn/2020-03-16/detail-iimxyqwa1000467.d.html?vt=4&pos=18>, 2020年6月20日。

② 人民网的统计数据表明,单纯的移植嫁接并不能有效地提升政治传播能力,反而会因为流量控制、商业利益等问题受制于平台,患上“平台依赖症”。参见梅宁华、支庭荣主编《中国媒体融合发展报告(2019)》,北京:社会科学文献出版社,2019年,第34、52页。“借船出海”还可能使报刊淹没在平台集成的诸多媒体之中,并不能彻底帮助报刊夺回传播渠道主导权,反而有可能进一步弱化报刊的主流媒体地位。

③ 宛城发布 《宛城区“学习强国”2019年6月第四周成绩通报》,2019年7月1日, [https://www.sohu.com/a/324288466\\_120039021](https://www.sohu.com/a/324288466_120039021), 2020年6月16日。

④ 宛城发布 《宛城区“学习强国”2019年11月第一周成绩通报》,2019年11月1日, [https://m.thepaper.cn/baijiahao\\_4850400](https://m.thepaper.cn/baijiahao_4850400), 2020年6月16日。

⑤ 李彪 《霸权与调适:危机语境下政府通报文本的传播修辞与话语生产——基于44个引发次生舆情的“情况通报”的多元分析》,《新闻与传播研究》2019年第4期,第41-43页。

⑥ 《两会特刊》,《人民日报》2020年5月28日第9-16版。

化、话语模式化的特征，其产生的“距离感”降低了受众的阅读兴趣，难以从根本上解决自身的困局。这表明，在新形势下对于报刊进行分类管理已是迫在眉睫。

发行与广告收入，历来被视作为报刊的“养命之源”。自2012年全国报纸发行与广告收入双双下降以来，全国报纸的发行收入从2012年的293亿元降至2018年的102亿元，广告收入从2012年的450亿元降至2018年的76亿元，此前各报刊通过母报裂变子报、子报反哺母报的发展方式已难以继，报刊的集团化发展必须注入新的内涵。报刊受众与收入的急剧减少表明，“事业单位、企业化管理”的有限商业运作模式既无法支撑报刊的“事业化”，也难以进一步推动报刊的“企业化”，势必要加以变革。2018年2月，《中共中央关于深化党和国家机构改革的决定》要求，对于从事经营活动的事业单位和面向社会提供公益服务的事业单位推进事企分开，理顺同主管部门的关系，推进管办分离，强化公益属性，破除逐利机制。由此，我国报刊经营管理呈现出两极分化的趋势。一方面，2016年2月，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调“党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。”机关报刊日益聚焦意识形态和舆论引导的主业，逐步与所在集团的其他媒介与业务相区分，被纳入公益性事业单位的范畴，得到各级政府的扶持与补贴。据不完全统计，2014年至2019年间，各省份对媒体扶持的资金最高达10亿元，最低1000万元。上海市每年分别给《解放日报》和《文汇报》5000万元财政支持；重庆市不仅每年给《重庆日报》1亿元的财政拨款，还在税收和资源上给予党媒政策支持。<sup>①</sup>另一方面，其他报刊转企改制，以市场为导向开展经营管理，由报业集团向着传媒集团、文化集团的方向发展，报刊的品牌价值得以变现和放大。同时通过不断拓展多种经营的范畴、借助上市吸收社会资源，形成了资本运营型、地产支撑型、电商发展型等多种产业延伸模式。其中，成都传媒集团经营业务已涵盖广告、发行、印务等传统媒体产业，网络、手机、楼宇电视等新兴媒体产业，以及传媒影视、会展广告、音乐艺术、现代时尚、创意设计、文教体育等文创新经济产业<sup>②</sup>，资产总额超过120亿元。南方报业传媒集团大力拓展“传媒+园区+金融+产业”等新兴业务板块，构建融合政务服务、文创服务、数据服务、交易服务、文化娱乐、智慧生活的“1+N”新型产业结构<sup>③</sup>，2019年品牌总价值突破千亿元。

2012年以来，中国共产党相继提出全面建设小康社会、实现中华民族伟大复兴的奋斗目标，我国报刊以社会整合为主要使命，树立了“党性与人民性相统一”的办报原则，明确了媒介融合的发展路径，实践了“事企分开”的改革思路，形成了中国共产党办报的整合模式。其基本内涵为：党性原则方面，必须坚持党的领导，坚持以人民为中心的报道导向，不断实现“党性”与“人民性”的融合统一。内容策略方面，通过新兴技术手段获取筛选信息、拓展新闻来源、丰富新闻内容、提升新闻品质；在互联网语境下进行传播调适，内容即时化、短小化、互动化，加大对群众生活的报道力度。技术形态上，普遍采取“中央厨房”的媒体融合模式和新闻生产方式，通过与“三微一端”的融合发展拓展传播渠道、转变传播形态、促进受众互动、实现裂变传播。经营管理方面，实行“事企分开”的改革思路，机关报刊逐步转为公益性事业单位，由政府予以扶持和补贴；其他报刊转企改制，进一步拓展多种经营的范畴，借助上市吸收社会资源，向着文化集团的方向发展。

新中国成立70多年来，中国共产党办报模式的守正创新，充分体现了中国共产党人自我革命、与时俱进的精神品格。当前，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已转化为人民日益增

① 中国皮书网《媒体融合蓝皮书：中国媒体融合发展报告（2017-2018）》，2018年2月11日，[http://orig.cssn.cn/zk/zk\\_zkbg/201802/t20180211\\_3848376\\_3.shtml](http://orig.cssn.cn/zk/zk_zkbg/201802/t20180211_3848376_3.shtml)，2020年6月16日。

② 成都传媒集团《传媒简介》，<http://www.cmchengdu.com/info-6-7-1.html>，2020年6月16日。

③ 南方网《南方报业集团简介》，[http://www.southcn.com/aboutus/nfbyjt/content/2019-05/17/content\\_187473107.htm](http://www.southcn.com/aboutus/nfbyjt/content/2019-05/17/content_187473107.htm)，2020年6月16日。

长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾,中国共产党办报模式的演进应继续坚持、不断实现“党性与人民性相统一”,加快推进报刊“企事分开”的步伐,既保持机关报刊的主流地位,也促进其他报刊的加速发展。同时,面对我国文化软实力、舆论影响力与经济硬实力、世界大国地位严重不匹配的局面,应当充分利用现代技术手段,坚持媒介融合发展路径,进一步增强报刊的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。打破“计划模式”残留的地区封锁、条块分割的市场壁垒,以技术、资本、市场为手段推动报刊资源的深度整合与优化配置,实现跨国境、跨区域、跨产业发展,打造国际化、集团化、多元化的文化产业集团,在世界舞台上发出“中国声音”、讲好“中国故事”,对内凝心聚力、增强自信,对外塑造形象、扩大影响,不断将中国共产党报刊事业推向新的高度。

(责任编辑:林春香)

(上接第 94 页)

与部校共建配套的“卓越新闻传播人才教育培养计划”也在 2013 年开始实施,该计划不仅为部校共建提供政策支持,还为共建新闻教育单位规划了发展方向,即以马克思主义新闻观教育为核心,加强学界和业界交流,探索新闻传播人才培养新模式。该计划首期已于 2017 年结束,2018 年 10 月“卓越新闻传播人才教育培养计划 2.0”版开始实施,相关指导意见对部校共建、全媒化复合型专家型新闻传播人才培养工作提出了更为具体细致的措施。

综上所述,新中国的新闻传播教育事业,整体规模不断扩大的同时,在师资、课程、教材、教学设施、行业协会等方面的建设上取得了全方位的发展成就。在教师群体一代代地传承中,优秀的教育精神不断延续,新的血液注入其中,整个群体始终保持发展活力。新闻传播学科的核心课程长时间保持稳定,成为新闻传播教育根基所在,课程的增减和结构的调整则是学科根据社会需要适时调整培养目标的直接反映;与课程配套的教材经历了引进苏联教材到编写系列教材的过程,已经实现学科内各专业各课程的全覆盖。教学设施和行业协会同为开展教学工作的重要支撑,在融媒体时代,新闻传播学实验室的地位愈发重要;行业协会从无到有,逐渐成为学科内部开展管理、指导、交流工作的主要平台。新中国新闻传播教育事业坚持创新发展,尤其是改革开放以来,坚持以学科制度建设提高教学质量,源源不断地培养符合时代要求和人的发展需要的新闻传播人才。新中国发展成就和改革经验成为新闻传播教育继续前进的坚实基础。在此基础上,建设遵循新闻传播规律和人才成长规律的新闻传播教育体系,培养能够适应媒体深度融合、行业创新发展,能够讲好中国故事、传播中国声音的新闻传播人才,是新闻传播教育的必由之路。

(责任编辑:林春香)