

从“一部半电台”到“万物皆媒介”： 中国共产党新闻传播实践百年回望

□ 禹建强 祁瑞萍

【内容摘要】本文梳理了1921年到2021年中国共产党新闻传播的百年实践历程，回顾了党领导下的中国新闻业，从形式、内容、理念、管理等维度进行考量，分为四个时期加以论述。

【关键词】中国共产党；百年新闻实践；起步期；探索期；转型期；创新期

DOI:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2021.06.002

1921年7月，中国共产党宣告成立。中国共产党从一开始就与媒介有着不解之缘，并在其后的发展壮大过程中与媒介始终保持着紧密联系。梳理1921年到2021年中国共产党新闻传播的百年实践历程，既是对我党百年新闻传播征程的回望，也是为了思考在全新的环境中，如何更好地适应时代发展，不断书写中国特色新闻传播的新篇章。

一、起步期（1921—1949年）：对敌斗争的武器——革命战争年代党的新闻传播

俄国十月革命的胜利，让无产阶级世界观成为中国的先进分子改变国家和人民命运的思想武器。20世纪初，以《新青年》为中心阵地的新文化运动无论是思想观念还是干部储备，都为中国共产党的成立奠定了坚实的基础。

1931年中国共产党第一次反“围剿”的收获之一，在于缴获了“一部半电台”并说服原国民党军队的电台台长王诤加入红军。依靠这“一部半电台”，中国共产党领导下的新闻传播事业插上了电波的“翅膀”。

毛泽东在延安文艺座谈会上指出，在为人民解放的斗争中，有各种的战线，其中也可以说有文武两个战线，这就是文化战线和军事战线。^①作为对敌斗争的一种武器，中国共产党对新闻媒介的实践运作，在不同历史时期均取得了令人瞩目的成就。在党的新闻实践的过程中，新闻理论有了进一步的发展，不断完善和丰富了党报理论体系。

在办报的过程中，地理环境和政治环境成为我党办报模式呈现出不同特色与形态的核心因素，形成了“红区办报”与“白区办报”“农村办报”与“城市办报”的分型，^②在新中国成立前的28年的时间里，党创办建设新闻媒体主要经历了从党成立到大革命失败、第二次国内革命战争、抗日战争和解放战争四个时期。^③

中国共产党建党伊始，就意识到了“共产党是要左手拿传单右手拿枪弹才可以打倒敌人”^④的道理，高度重视新闻宣传工作，并视其为党的事业的重要

组成部分；大革命失败之后，共产党创办的报刊纷纷被反动派查封，中共中央一方面积极恢复相关宣传工作，另一方面也在报刊内容上积极探索，努力争取建立最广泛的统一战线。20世纪30年代，中国文坛刮起了“普罗文学”之风，以工农大众作为主要目标对象，把大众化、“革命浪漫谛克”作为新文学运动的重要方法与途径，受文艺思潮的影响，党的新闻宣传工作也提出了大众化的口号^⑤；抗日战争爆发之后，在抗日民主根据地和国民党统治区中国共产党均积极创办报刊，为抗日民族统一战线的创立奠定了坚实的思想基础；抗战胜利后，新闻事业迅猛发展，党所领导的城市报刊、工矿报刊等应运而生，数量激增，与此同时，也更加注重内容质量的建设。1947年，《晋绥日报》为了改掉报纸存在的弊病，采用公开进行批评与自我批评的方式，发动群众勇于揭发虚假新闻、虚假报道，纠正新闻失实现象，维护新闻的真实性，发起了“反客里空”运动，并确立了中国共产党的“全党办报”和“群众办报”的办报思想。

在不同的历史阶段，中国共产党有针对性地开展相应的新闻活动，有力地配合了革命斗争的需要，逐步形成了一个覆盖面较广、构成较完整的报刊系统。

中国共产党的新闻理念深受列宁办报思想的启发。列宁对于党性原则的阐述，关于党的报刊是党的事业的一部分、报纸是集体的宣传员、鼓动员以及组织者等论述，对我党的新闻传播理念和实践均产生了直接的影响；同时，中国近、现代资产阶级民主革命家的办报活动对我党的新闻思想也有一定的借鉴意义。毛泽东曾说过，他先是康梁的信徒，后是孙中山的信徒，后来信奉无政府主义，再后来才成为一个马克思主义者。^⑥

早在大众化报业时期，西方新闻界就确立了传媒的产业属性，依据读者的需求来运营传媒。而中国的新闻业却并不相同，近代中国尖锐的阶级和民族矛盾，使报纸在政治斗争的襁褓中孕育和诞生，

革命斗争、舆论利器是我党新闻媒介兴起的原动力。

二、探索期（1949—1976年）：党和人民的喉舌——新中国成立后二十多年党的新闻实践

新中国成立之初，党的办报区域转为全国，革命年代的地理因素逐渐被目标导向所取代，从服务巩固新生的人民政权，到服务社会主义改造，在不断摸索的过程中前进。

新中国成立初期，百废待兴。过渡时期目标的多重转化，使得当时的报纸呈现出复杂的态势，“内求于己、外求苏联”，形成了“农村办报”与“城市办报”“计划管控”与“企业经营”杂糅的过渡局面。^⑦《人民日报》的改版成为这一时期中国共产党新闻实践的一个缩影。

1956年7月，《人民日报》宣告改版：扩大报道范围、改进写作文风、展开自由讨论、强化广告作用等，试图向“官办民看”的方向迈进，得到了读者的热烈拥护。

《人民日报》的改版仅仅持续了9个月就不得不中止改版之路，新闻媒介究竟应该如何选择，引人思考。

新中国成立初期，党的新闻实践虽进行了诸多探索，但学界普遍认为，其办报模式较之解放前并未发生根本性的变革。甘惜分认为，这一时期的报纸体制完全复刻了革命根据地时期的模板。^⑧吴碧华指出，延安时期的党报模式是新中国成立之后我党新闻实践的母体范本，影响深远。^⑨

三、转型期（1976—2012年）：转型与困惑——改革开放时期党的新闻实践

“文革”后，新闻媒介再次成为拨乱反正的排头兵。《人民日报》社论《彻底揭发批判“四人帮”》是最早射向“四人帮”的炮弹。^⑩1978年，中央党校在其内部刊物《理论动态》发表了《实践是检验真理的唯一标准》，为新闻媒介突破“工具论”的束缚，转变“舆论一律”和“宣传本位”的办报方针提供了重大依据，^⑪媒体再次转向“建设”，改革开放的序曲正式奏响。

在20世纪90年代初期，新闻媒介的产业属性与意识形态如何平衡，再次陷入舆论的焦点。^⑫整体来看，此次新闻界的表现值得肯定，主流新闻媒介及时传达党中央指示精神，批驳有代表性的资产阶级自由化观点。^⑬

各级各类媒体勇于创新、不断突破，形成了焕然一新的繁荣景象。除了拨乱反正外，党在新闻媒体管理上也发生了巨大的变革，更加重视市场的作用，内容上更强调尊重读者的需求，乘着改革开放的春风，党的新闻实践有计划、有规模地稳步前行。

《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》的出台，用政策规章的形式对新闻出版行业开展“有偿经营”进行“正名”与“松绑”，新闻媒体意识形态和一般事业的双重属性被肯定。“我们的报纸绝不是专办给领导同志看的”，将“服务读者”视为重要职责，晚报、专业报、都市报、周末报等各种类型的报刊百花齐放，改变了过去机关报一统天下的历史，新闻行业朝着差异化竞争的方向迈进：《扬子晚报》《钱江晚报》《深圳晚报》《武汉晚报》被并称为晚报“四小龙”，引领晚报新风尚；《21世纪经济报道》《足球报》《证券时报》等专业报风生水起，成为行业翘楚；《南方都市报》《华商报》《楚天都市报》等都市报如日中天，风光无限……

不同报种之间取长补短、相互借鉴，各级各类报纸有了长足的发展，成就了传统媒体时期的黄金年代。与此同时，媒介在经营管理上积极寻找突破，逐步实现“断奶”，通过跨行业、跨区域扩大经营范畴和规模，中国新闻媒体走上了集团化的发展之路。1996年，第一家报业集团——广州日报报业集团正式亮相，此后，各地报业集团迅速崛起，成为报业发展的主导力量，也为在国际舞台上发出中国声音奠定了坚实基础。

伴随着国门的开放，一些不良观念乘虚而入，“夸大渲染我们社会的消极现象和阴暗面”。^⑭此时，党有针对性地提出了“以正面宣传为主、坚持正确舆论导向”的办报方针，既保持了媒介的活力，也规避了内容的野蛮生长，使得“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”的媒介导向进一步丰富与完善。^⑮

改革开放时期党的新闻实践、传播理念开始向“新闻传播”转变，逐步形成“事业性质、企业管理”的新闻媒体运作思路。这一时期是传统大众媒体大放异彩的高光时刻，各级各类报纸、杂志、广播、电视，纷纷在激烈的市场竞争中各自站稳脚跟，诞生了众多优质品牌和王牌栏目。正是在这个时期，以行政区划为主的国内媒体业逐步建立并形成了强大而稳固的传媒版图，无论是社会效益还是经济效益，都成为传统媒体最为鼎盛和辉煌的时期。

四、创新期（2012年至今）：守正与创新——新媒体环境下党的新闻实践

2012年至今，是互联网给传统新闻业带来巨大冲击的9年，传统媒体在经历了漫长的稳定期之后，迎来了残酷竞争。

我党百年办报过程中，“党报姓党”“党管媒体”一脉相承，在传统媒体生存空间不断被新兴媒体挤压的情形下，对传统媒体加以调适是应有之义。^⑯在传播技术和手段不断更新迭代的时代背景下，曾经风光无限的传统媒体影响日渐式微，如何实现转型发展，适应新媒体环境的需要，成为迫切需要解决的问题。

经过2014年的“顶层设计”、2015年的“媒

介融合元年”，传统媒体开始“井喷式”转型发展：《人民日报》“中央厨房”打破了过去相对分割的运作方式，实现“一次采集、多元生成、多渠道传播”；《东方早报》新媒体项目“澎湃新闻”正式上线，立志打造“中国第一时政品牌”；新华社、央视与《光明日报》《解放军报》等主流媒体都纷纷打造自身的融媒体平台，在转型为“新型主流媒体”的征程中百舸争流。媒体融合是新时期党中央对新闻宣传工作的重要战略部署，自2014年正式上升为国家战略以来，习近平总书记一再强调媒体融合发展的重要价值和紧迫意义，“要坚持移动优先策略，让主流媒体借助移动传播牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点”。^①

当今世界处于百年未有之大变局，在互联网技术的巨大冲击之下，媒介传播体系面临严峻挑战。近年来，媒体融合的实践探索在全国范围内取得了一定的进展，努力打通“最后一公里”，各省、市、县基本上都建起了融媒体中心。但是，从可持续发展的角度来看，媒体融合在内容生产、用户黏性、广告模式等方面仍面临着诸多问题和困难。

根据CNNIC发布的第47次互联网调查报告数据，截至2020年12月，中国网民规模达9.89亿，互联网普及率达70.4%，互联网从增量走向存量，人口红利逐步减退，用户增速开始放缓，媒体行业“马太效应”愈发凸显，市场博弈加剧。以腾讯、阿里巴巴、百度、今日头条等为代表的媒体平台凭借强大的社会关系网络和信息分发能力，在新媒体信息服务中发挥着重要作用，美团点评、滴滴也后来者居上，

成为新一代互联网巨头的有力竞争者。

“万物皆媒”时代，纵观今天传媒业的版图，各种新力量不断“涌入”，传统新闻业的原有边界正在消失，传统媒体转型的紧迫性加剧，其探索也更为全方位和多元化，“两微一端”开启的移动化与社交化正朝着“腹地”迈进，智能化则为新时期媒体转型开启了一扇新的窗口。^②移动化、社交化和智能化三种转型路径并非平行，而是相互交织。随着互联网技术的不断演进，如今的媒介竞争早已从渠道争夺变成了终端融合，另外，对场景的开发应用也成为下一步评判传统媒体转型成功与否的重要指标。新媒体环境下党的新闻实践，如何能够转变思维、守正创新，适应新时期传媒环境的变革和公众的新闻需求，漫漫创新之路，任重而道远。

五、结语

从1921年建党到今天，中国共产党新闻传播的守正创新，充分体现了中国共产党人与时俱进的精神品格。从当年的“一部半电台”，到今天人工智能、万物皆媒的全新媒介环境，中国共产党走过的百年历史，也是中国新闻传媒不断摸索前行的历史。与党携手同行的百年岁月，中国的新闻媒介见证了重大历史时刻的风云变换、记载了时代进程的飞速发展，从“铅与火”步入“光与电”、从“光与电”变为“数与网”，从精神家园，到网上冲浪，再到掌上生活，铺就了一条中国新闻传媒业的变迁之路。回望是为了更好地前行，新的百年，不论对我党还是中国新闻传媒业，又将是一个新的起点。

注释：

- ①毛泽东：《在延安文艺座谈会上的讲话》，中国文明网，http://www.wenming.cn/ziliao/wmbk/201410/t20141016_2234338.shtml，2014年10月16日。
- ②⑦⑪⑫⑬⑭⑮⑯陈龙：《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》，《福建师范大学学报（哲学社会科学版）》2020年第7期。
- ③徐光春：《中国共产党新闻实践与新闻思想的与时俱进不断发展》，《光明日报》2011年6月28日。
- ④孟彦、樊剑英：《毛泽东重视舆论战场，强调左手拿传单右手拿枪弹》，中国新闻网，<https://www.chinanews.com/cul/2010/09-13/2528710.shtml>，2010年9月13日。
- ⑤余锐：《从“三贴近”到“走转改”——论党的新闻宣传工作指导思想的本质的体现》，《新闻世界》2012年第12期。
- ⑥单波、秦志希：《中国共产党新闻思想回顾（1921—2001年）——新闻学专家访谈录》，《新闻与传播评论（辑刊）》2001年第2期。
- ⑧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。
- ⑨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。
- ⑩童兵：《主体与喉舌——共和国新闻传播轨迹审视》，河南人民出版社1994年版，第179页。
- ⑪童兵：《从“耳目喉舌”到“新闻信息”——百年来中国新闻理论核心观点演变》，《新闻爱好者》2016年第2期。
- ⑫贾奎林：《中国共产党媒介关系80年》，《新闻爱好者》2007年第3期。
- ⑬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。
- ⑭绿箫：《移动优先，让主流媒体牢牢占据制高点》，《光明日报》，中国共产党新闻网，<http://theory.people.com.cn/n1/2019/0130/c40531-30597909.html>，2019年1月30日。
- ⑮彭兰：《移动化、社交化、智能化：传统媒体转型的三大路径》，《新闻界》2018年第1期。

（作者禹建强系北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师；祁瑞萍系北京师范大学新闻传播学院博士生、山西大学新闻学院讲师）
【特约编辑：纪海虹；责任编辑：李林】