

# 中国共产党“党管媒体”的百年探索与基本经验

朱清河<sup>1</sup>, 谢昕忻<sup>2</sup>

(1. 上海大学 新闻传播学院, 上海 200444; 2. 陕西师范大学  
新闻与传播学院, 陕西 西安 710119)

**摘要:**党的历代中央领导集体创造性地将中国革命、建设、改革、发展的实际与马克思主义的党报理论紧密结合,形成了以“党管媒体”为核心的新闻管理模式。回顾百年来中国共产党“党管媒体”原则的演进史,深刻总结其历史经验和规律,对新时代“党管媒体”如何调整思路 and 方式来适应社会发展的需要进行研究。研究认为,作为马克思主义新闻观中国化的重要成果,中国共产党对“党管媒体”原则的认识经历了从管理方法到治国理政价值的不断提升,使中国特色社会主义新闻宣传事业始终在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致;新时代坚持和发展“党管媒体”原则,必须将马克思主义新闻观贯穿始终,坚持以人民为中心加强党的领导,坚持党性与人民性相统一,建立和完善传媒法律法规体系,推进媒介治理能力和治理体系现代化,形成符合新时代发展的“党管媒体”策略原则、方式方法。

**关键词:**中国共产党百年;“党管媒体”;马克思主义新闻观;党的领导;全媒体传播体系;新媒体平台

中图分类号:D261.5;G219.2 文献标志码:A 文章编号:1671-6248(2021)04-0015-11

## The centennial exploration and basic experience of the CPC's "Party-supervised media"

ZHU Qinghe<sup>1</sup>, XIE Xinxin<sup>2</sup>

(1. School of Journalism and Communication, Shanghai University, Shanghai 200444, China;

2. School of Journalism and Communication, Shaanxi Normal University,

Xi'an 710119, Shaanxi, China)

**Abstract:** The central leadership of the Communist Party of China has collectively and creatively

收稿日期:2021-05-24

基金项目:教育部哲学社会科学研究后期资助项目(19JHQ080)

作者简介:朱清河(1969-),男,河南叶县人,教授,博士研究生导师,文学博士。

combined the reality of Chinese revolution, construction, reform and development with the theory of Marxist Party newspaper, forming a news management model with "Party-supervised media" as the core. This paper reviews the evolution history of the CPC's "Party-supervised media" principle in the past 100 years, summarizes its historical experience and development rules in depth, and studies how to adjust the guidelines and methods of "Party-supervised media" to meet the needs of social development in the new era. The research holds that, as an important result of sinicization of Marxist view of news, the CPC's understanding of the principle of "Party-supervised media" has experienced continuous improvement from management methods to the value of governance, so that the socialist news endeavor with Chinese characteristics has remained highly consistent with the CPC Central Committee in ideology, politics and action. On account of adhering to and developing the principle of "Party-supervised media" in the new era, we must constantly maintain the Marxist view of news, uphold and strengthen the Party's leadership with people at the center, adhere to the unity between Party spirit and affinity to the people, establish and improve the media laws and regulations system, promote the modernization of media governance capacity and governance system, develop the strategies, principles, methods and mechanisms of the "Party-supervised media" that are in line with the development in the new era.

**Key words:** centennial of the Communist Party of China; "Party-supervised media"; Marxist view of news; Party's leadership; all-media communication system; new media platform

中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议公报指出,当今世界正在经历百年未有之大变局,中国发展仍然处于重要战略机遇期,要求在工作中“坚持党的全面领导”“坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位”。在中国共产党百年来的光辉历程中,“党的领导”始终贯穿其中。作为党的“耳目喉舌”的新闻舆论工作也必须始终坚持党的领导。100年来,党的历代中央领导集体创造性地将中国革命、建设、改革、发展的实际与马克思主义理论紧密结合,形成了以“党管媒体”为核心的新闻管理模式。作为马克思主义新闻观中国化的一个重要成果,中国共产党对“党管媒体”原则的认识经历了从管理方法到治国理政价值的不断提升。回顾百年来中国共产党“党管媒体”原则的演进史,深刻总结其历史经验和规律,对于新时代如何创新“党管媒体”原则,提高党运用媒体的能力,坚持以人民为中心加强党的领导,推进国家治理体系和治理能力现代化,具有重要的理论意义和实践意义。

## 一、新民主主义革命时期 “党管媒体”的奠基与探索

在国际共产主义运动史中,马克思、恩格斯和列宁都十分重视党与报刊的关系问题。马克思和恩格斯将党报作为党组织的“思想中心”,是工人运动的旗帜、武器和阵地,党报肩负阐述党的政治纲领、用科学原理武装工人的重要任务<sup>[1]</sup>。列宁在俄国革命的实践中深化了马克思主义新闻观,提出了党报的“党性”概念,认为:“写作事业应当成为社会民主党有组织的、有计划的、统一的党的工作的一个组成部分。”“出版物应当成为党的出版物。社会主义无产阶级应当提出党的出版物的原则。”<sup>[2]</sup>这些都说明,新闻宣传工作是无产阶级整个事业的重要组成部分,牢牢掌握新闻宣传工作的领导权是党夺取政权、巩固执政地位、长期执政的必要前提。

中国共产党“党管媒体”原则的生成与近代中国社会的政治、经济、文化之间存在着互动、互助的紧密联系。当时的中国是遭受帝国主义侵略、经济

凋零、人民生活疾苦的半殖民地半封建社会。1921年中国共产党的成立标志着中国革命进入了新的历史阶段。从此,在中国共产党的领导下,中国人民开始运用马克思主义探索适合自己的革命道路,完成了成立中华人民共和国、确立中国特色社会主义制度的伟大事业。

新民主主义革命重要的任务是推翻帝国主义、封建主义和官僚资本主义。因此,当时中国共产党新闻政策制定的主要目的在于促进革命事业走向成功,具有鲜明的时代特征。为了使报刊成为宣传党的政策纲领、实现党的历史任务的强大工具,中国共产党成立以后,在党的领导下兴办了一大批政治性报刊,包括1922年9月13日在上海创办的、中国共产党的第一份中央政治机关刊物《向导》周报;1925年6月4日创刊于上海的、中国共产党的第一份日报《热血日报》;以及《前锋》《先驱》《政治生活》《中国青年》《工人周刊》《劳动周刊》《中国农民》《农民周刊》《中国军人》《中国学生》《妇女声》等<sup>[3]</sup>。在党的报刊如雨后春笋般相继创办的同时,“党管媒体”的新闻宣传理念随之初步形成。在中国共产党第一次全国代表大会通过的《中国共产党第一个决议》中明确规定:“不论中央或地方出版的一切出版物,其出版工作均应受党员的领导。”“任何中央或地方的出版物均不能刊载违背党的方针、政策和决定的文章。”<sup>[4]</sup>党的第二次代表大会又一次强调了党对新闻工作的绝对领导权问题:“党掌握的各种机关报刊,都必须由确实忠于无产阶级革命事业的可靠的共产党人来主持。”<sup>[5]</sup>在1921~1929年间,为了强化、细化党对新闻宣传工作的领导,先后成立了中共中央宣传部、中央教育宣传委员会、中央机关报编辑委员会、中央报纸编辑委员会等新闻宣传管理机构。在实际的新闻宣传工作中,“党管媒体”形成了若干具体的细则,包括“党员对外发表之一切政治言论……完全应受党的各级执行机关之指挥和检查”<sup>[6]</sup>的统一对外宣传原则;由于党的力量尚薄弱,“故集中我们力量办《新青年》月刊”的集中资源办刊原则;“各地宣传部应注意随时发生之时事……应即实行宣传,并报告其经

过于中央”的报告制度等。

20世纪的20年代末至40年代初,中国共产党的“党管媒体”理念从苏俄化的马克思主义新闻观中获得启示。1929年9月1日出版的《布尔塞维克》第2卷第10期刊载的《布尔塞维克的组织路线——列宁论“党的组织”》一文首次对列宁关于党报作用的理论进行了介绍。随后,关于列宁党报思想的译介越来越多,中国共产党人也开始认识到“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员,而且是集体的组织者”<sup>[7]</sup>,党报不再是单纯的宣传机构,而应成为党的舆论阵地和组织群众的有力工具。通过对列宁党报思想的理解、接受和转化,党中央对于党报的管理提出了新的要求。李立三在《党报》一文中提出:“每个党的组织以及每个党员都有他对于党报的严重的任务:第一读党报,第二发行党报,第三替党报做文章。”<sup>[6]</sup>1929年中共六届二中全会通过的《宣传工作决议案》中指出,党报委员会在中央以政治局全体委员充当,在省委及地方党委应以全部党委充当。1931年1月,中共中央政治局作出决议,要求成立中央党报委员会,负责中央党报的一切领导。1931年11月,中央苏区第一次党代表大会决议强调,将建立完善的党报作为党的建设工作的重要部分。1940年,中央宣传部发布《关于充实和健全各级宣传部门的组织及工作的决定》,对各级宣传部门的领导方式、工作方式等作出了具体而细致的规定。1941年7月《中央宣传部关于各抗日根据地报纸杂志的指示》中要求,全党的宣传鼓动工作必须统一在中央总的宣传政策领导之下。这一时期,中国共产党的通讯社和广播事业相继起步,党中央根据新闻事业发展的新情况,开始注意调整其工作方法和管理工作。1941年6月,中共中央宣传部在《关于党的宣传鼓动工作提纲》中提出:“应当在党的统一的宣传政策之下,改进现有通讯社及广播事业的工作。”<sup>[8]</sup>新华通讯社是抗日民主根据地对外发布新闻的唯一渠道。以1936年新华社西安分社成立为起点,新华社逐步开始在敌后根据地建立分支机构。1941年5月25日,中央发出指示:“各地报纸的通讯社,应有专门同志负

责接收与编辑工作,应同延安新华社直接发生通讯关系,并一律改为新华社某地分社。关于电台广播内容与广播办法等,应受延安新华社之直接领导。”<sup>[9]</sup>在党中央的指示与延安新华社、各地新华分社的共同努力下,最终形成了总社—总分社—分社—支社的组织架构,为新中国成立国家通讯社奠定了基础。这些文件规定的下达对于加强党的新闻宣传工作的组织性和纪律性有着重要意义,对于此后形成一套自上而下、统一、高效的“党管媒体”制度产生了深远的影响。

1942年延安整风运动是中国共产党“党管媒体”制度化建设承前启后的重要阶段。随着抗日战争进入相持阶段,中国共产党发起了从党风、学风、文风3个方面进行马克思主义思想教育的整风运动,以增强党的战斗性。经过两年多的改版,《解放日报》从内容到形式、从编辑思维到编排技术都展现出焕然一新的面目,成为了新闻传播领域的标杆,对当时的“党管媒体”工作产生了重大影响。《解放日报》改版后,中共中央发布了一系列新闻工作的文件、社论和理论文章,深刻阐释了党与党报的关系、全面规范了党对党报的管理工作。1942年4月1日,《解放日报》发表社论《致读者》,阐明了党报的四大特征:党性、群众性、战斗性、组织性;提出党报应该“都能贯彻党的观点,党的见解,而且更其重要的是报纸必须与整个党的方针党的政策党的动向密切相联,呼吸相通。”<sup>[10]</sup>《中共中央宣传部为改造党报的通知》(以下简称《通知》)通过总结《解放日报》改版经验,对党与党报的关系、党报的工作方针等问题进行了系统深入的论述。《通知》强调了报纸是党的宣传、鼓动、组织工作的强有力工具;明确了报纸的主要任务是宣传党的政策、贯彻党的政策、反映党的工作、反映群众生活;要求各地党的高级领导机关必须亲自注意报纸的编辑工作<sup>[11]</sup>。这一时期,“全党办报”思想的形成是中国共产党新闻管理思想的新发展,为党报变革指明了方向。1942年9月,博古在《解放日报》发表社论《党与党报》,指出党的各级机关都“有严重的责任来向党报供给消息,供给文章,提供意见等等”<sup>[12]</sup>。

1944年2月16日,《解放日报》在纪念创刊1000期的社论中写道:“我们的重要经验,一言以蔽之,就是‘全党办报’四个字。”<sup>[13]</sup>从此,“全党办报”成为中国共产党办报的重要方针,成为了党报葆有生命力和战斗力的“法宝”。另外,1948年,中共中央发布的《中共中央关于宣传工作的请示与报告制度的决定》《毛泽东同志关于加强报纸通讯社领导的指示》和《中共中央西北局宣传部关于宣传制度的规定》等指示和文件对新闻宣传工作中的请示与报告制度、事前审查(看大样制度)和事后审查制度进行了规定,加强了党对党报管理的规范化、制度化。

从创建中国共产党自己的报刊、学习运用马克思恩格斯和列宁的党报理论,到孕育发展中国化的党媒管理思想并逐渐形成制度化体系。可以说,“党管媒体”在革命的实践中形成了优良传统,从而保证了中国共产党对新闻宣传工作的领导权,使党的新闻媒体成为团结带领全党和全国各族人民赢得抗日战争和解放战争的重要工具。

## 二、社会主义革命和建设时期 “党管媒体”的探索与转型

1949年10月1日,新中国的成立使中华民族实现了从“东亚病夫”到“站起来”的飞跃,中国共产党在“实行社会主义革命,建立社会主义制度”的历史任务中探索与转型“党管媒体”的理念与方式。从战争到和平的环境变化、从革命党向执政党的身份转变、从农村到城市的工作重心转移使中国共产党的新闻宣传工作遇到了许多新的课题,通过总结自身经验和借鉴苏联新闻管理实践,党在媒体管理政策的总体设计上有了重大调整。

新中国成立初期,意识形态领域思想观念复杂,为了建立和巩固社会主义制度,宣传社会主义价值成为党的新闻宣传工作的一项重要任务。1951年5月,中共中央第一次全国宣传工作会议通过的《中国共产党第一次全国宣传工作会议关于加强党的宣传教育工作的决议(草案)》中指出:“各级党委必须把向党内外进行马克思列宁主义的宣传教育

工作,当做头等重要的任务,并把这一任务和各个时期的中心任务结合起来。”<sup>[14]</sup>为此,中国共产党开始建立更加系统、高效的“党管媒体”机制。

第一,对旧中国的新闻事业进行整顿和清理,建立起新中国的新闻宣传网络。在新中国建立之初,一部分私营新闻媒体得到了保留,1950年2月28日新闻总署的调查统计显示,全国报纸总数为336家,其中公营报纸257家,私营报纸58家<sup>[15]</sup>。可见,虽然当时公营报纸在数量上有着绝对的优势,但是私营报纸的力量仍不可小觑。到1952年底,全国私营报纸全部实行公私合营,私营广播台也全部实现国有化,新中国基本构建起了以中共中央机关报《人民日报》及地方中央局(分局)和省(地、县)委机关报(同时为政府机关报),中央人民广播电台及各省人民广播电台,新华通讯社及其总分社(分社)等不同新闻媒体系统组成的人民新闻业体系<sup>[16]</sup>。至此,新中国的新闻媒体实现了从公营、私营、公私合营并存的局面向公有制体制的转变,中国共产党领导的社会主义新闻宣传体制得以确立。

第二,建立起一套集中化的新闻媒体管理体制。1949年11月1日,中央人民政府政务院新闻总署正式成立,胡乔木任署长,“下设一厅(办公厅)、一社(新华通讯社)、三局(广播事业管理局、国际新闻局、新闻摄影局)、一校(北京新闻学校)”<sup>[17]</sup>。1949年12月5日,中共中央对党的新闻宣传部门的工作调整作出了说明,中央人民政府已经成立,管理全国文化教育事务的中央人民政府政务院文化教育委员会及其所属之各部、院、署亦已先后成立。原本部所属之新华通讯社已改为国家通讯社,广播事业管理处已改为广播事业局,均隶属于新闻总署<sup>[18]</sup>。新闻总署成立之后,陆续颁布了《全国报纸杂志登记暂行办法(草案)》《新闻总署关于建立广播收音网的决定》《关于统一新华通讯社组织和工作的决定》《关于改进报纸工作的决定》《关于各级新闻出版机关的任务与组织暂行规定(草案)》等一系列统一、规范管理全国新闻宣传工作的政策决定。另外,通过总结新中国成立以来报

纸工作的成绩与不足,1954年7月17日,中共中央政治局发布了《中共中央关于改进报纸工作的决议》。决议中强调:“改进报纸工作的关键,是加强各级党委对自己机关报的领导。”要求各级党委整顿报纸编辑部的工作,并提出了党委对机关报进行管理的具体措施:①各级党委应以党委委员之一去担任同级党报总编辑的实际职务;②各报总编辑、副总编辑和编辑委员应由同级党委任命并经上一级党委批准;③党委各部门和政府各业务部门的会议,应吸收党委机关报及其他报纸的有关干部列席,下级党委应积极参加上级党报的工作;④省(市)委宣传部报刊处的职责,是协助党委监督除同级党委机关报以外的报刊、广播电台和出版机关以及下级党报及其他新闻出版机构的工作<sup>[19]</sup>。通过这样一个自上而下、层层领导的组织系统,中国共产党实现了对全国新闻宣传工作的集中统一管理,为巩固新生的政权和建立社会主义制度奠定了坚实的基础。

新中国成立初期的新闻媒体管理体制是效仿苏联模式建立起来的,在组织群众、引导舆论、传达党的方针政策方面起到了积极作用,但是也逐渐暴露出办报方式僵化的问题。因此,毛泽东同志开始反思苏联模式,并在1956年4月的中共中央政治局扩大会议上提出:“艺术问题上的百花齐放,学术问题上的百家争鸣,我看应该成为我们的方针”。他还说道:“禁止人们跟谬误、丑恶、敌对的东西见面,跟唯心主义、形而上学的东西见面,跟孔子、老子、蒋介石的东西见面,这样的政策是危险的政策。它将引导人们思想衰退,单打一,见不得世面,唱不得对台戏。”<sup>[20]</sup>在此方针的指导下,《人民日报》以“多方面地反映客观情况和群众意见,及时地深入地宣传解释党和政府的政策,更多地反映和交流地方工作的经验,对于广大人民迫切关心的工作上、生活上、思想上的问题展开讨论,使《人民日报》成为群众欢迎的生动活泼的报纸”<sup>[21]</sup>为指导原则,进行了扩大报道范围、开展广泛讨论、改进文风3个方面的改版工作,为当时的新闻工作提供了参考典范。此后,“双百”方针成为了党在科学文化领域的重要指

导方针。

1949-1956年,通过建立新中国的新闻传播网络和集中化的新闻媒体管理体制,中国共产党不断探索着适应中国社会主义制度的媒体管理方式,取得了一定的成果,具有开创性意义。但是,从1957年开始,“党管媒体”的建设和发展陷入了困境。

### 三、改革开放时期“党管媒体”的转变与调整

1978年,党的十一届三中全会提出了促进经济发展的改革开放政策,市场因素在经济活动中的作用重新被肯定,也开启了党的新闻事业飞速发展的进程。通过反思新中国成立到改革开放这30年的历史经验和教训,邓小平指出:“不是说个人没有责任,而是说领导制度、组织制度问题更带有根本性、全局性、稳定性和长期性。”<sup>[22]</sup>由此,邓小平以党和国家领导制度为突破口进行了改革,发展和改革了国家民主政治制度,这为“党管媒体”的转变与调整提供了坚实的基础。

面对中国社会的全面“转型”,沿着“将工作的重心转移到经济建设上来”的思路,“党管媒体”的理念和任务发生了重大转变。1978年12月31日,胡耀邦在《中央宣传系统所属单位领导干部会议上的讲话》中强调,要实现思想上的拨乱反正、恢复正常的工作秩序,思想上的拨乱反正对于党和国家的整体工作具有扭转乾坤的重要作用,是党和国家工作重心转移的支持和先导,有利于“使我们党的报刊成为全国安定团结的思想上的中心”。同时,新闻宣传工作也必须将“服务经济建设,推动社会主义现代化”作为这一时期的根本任务。1980年8月19日,中央宣传部在《关于三中全会以来的宣传工作向中央的汇报提纲》中指出,今后一个时期,新闻宣传的重点工作是“把全党和全国人民的思想最大限度地引导到实现党的总路线总任务上来,同心同德,为建设社会主义现代化的强国而奋斗。”在这一根本任务的指引下,“党管媒体”的改革是必要且迫切的。中央宣传部在《1983年宣传工作要点》中指

明了“党管媒体”改革的基本方向是必须在由党掌握新闻宣传工具的前提下,对新闻宣传工作的领导体制、经营管理体制等方面进行调整。

1979年,邓小平提出“社会主义也可以搞市场经济”,突破了社会主义即计划经济的传统观念,创建了中国社会主义市场经济新体制。在传媒领域,对于新闻媒体功能定位上的认识也跨出了历史性的一步,传媒开始走向市场,传媒开始具有了“政治属性”和“经济属性”的双重属性。传媒的政治属性要求新闻传媒坚持“党管媒体”不能变、党管舆论导向不能变、党管宣传不能变。传媒的经济属性则要求新闻传媒在获取经济利益的同时担负起满足民众信息、文化、娱乐需求的责任。同时,随着改革开放的深入,社会经济迅速发展、科学技术日新月异,报纸、杂志、广播、电视、新闻摄影、新闻纪录电影等丰富了中国的新闻宣传形式,原先一报两台的格局被打破,逐渐形成了以党报(刊、台)为核心的多品种发展的新闻传播结构。

1978年开始,中国经济发展经历了从计划经济为主、市场调节为辅—有计划的商品经济—国家调节市场、市场引导企业—建立社会主义市场经济体制—完善社会主义市场经济体制等过程<sup>[23]</sup>,新闻媒介在经营管理上随之施行了由上至下的渐进式改革,大致可分为3个阶段。

第一,1978~1991年为企业化阶段。1978年,由于财政部无法全面填补媒体单位的资金缺口,批准《人民日报》等8家新闻单位执行“事业单位、企业化管理”的经营方针。1979年大年初一,《解放日报》率先恢复刊登广告,至1979年底,《解放日报》的年度总收入同比增长了7.9倍<sup>[24]</sup>。由此,从中央媒体到地方报刊都开始刊登广告,中国的新闻媒介在经营管理层面上发生了改变。1979年4月,财政部颁发的《关于报社试行企业基金的实施办法》明确指出,报社是宣传事业单位,但在财务管理上实行企业管理的办法,传媒逐步开始培育经营观念,具备了自负盈亏的意识<sup>[25]</sup>。到20世纪80年代中期,全国多数中央和省级新闻报纸单位都普遍实行“事业单位、企业化管理”的经营管理制度。

第二,1992~2004年为集团化阶段。在这一阶段,传媒被定义为第三产业,市场化和产业化改革进一步提速,中国传媒进入集团化发展时期,从展开竞争走向规范竞争。1992年6月中共中央、国务院发布的《关于加快第三产业的决定》推动了中国文化体制改革的步伐,并于同年首次使用“文化产业”的概念,在此背景下,传媒的产业化进程加快,报业开始了集团化组建的尝试。1994年,中共中央办公厅、国务院办公厅颁布《关于加强和改进书报刊影视音像市场管理的通知》明确提出:“选择条件较好的单位,进行组建报业、出版集团的试点”<sup>[26]</sup>。1996年,国家新闻出版署批准广州日报社进行报业集团试点,“中国大众传媒产业化进程驶入了官方认可的快车道”<sup>[27]</sup>。随后光明日报社、经济日报社、南方日报社等12家报社也被批准成立报业集团。1999年,无锡广播电视集团正式成立,标志着中国广电的集团化发展也迈开了步伐。2000年12月27日,中国第一家省级广播影视传媒集团在湖南长沙正式挂牌成立。2001年12月6日,有中国广电集团“航空母舰”之称的中国广播影视集团在北京挂牌成立。从1996年到2004年,全国成立的报业集团逾40家,从中央到省市各地成立的广播影视集团超过了28家。

第三,2005年开始的资本化阶段。在国家新闻出版总署提出新闻传媒实行公益性文化事业与经营性文化企业“两分开”的架构下,传媒集团开始对经营性产业进行多元股份的公司构建,并开始上市融资。2012年2月27日,国家新闻出版总署下发了《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》,提出支持文化企业跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制、跨国界发展,以实现推动文化企业联合重组、破除地区封锁和行业壁垒的目标。2014年《深化新闻出版体制改革实施方案》鼓励在确保有资质的国有出版单位拥有“特殊管理股”的前提下引进非公有资本。在这两个意见和方案的指导下,人民教育出版社与中原出版传媒集团公司、陕西人民出版社分别签订战略合作框架协议。随后,浙江出版联合集团与英国普罗派乐卫视在伦敦签署出版合作框架

协议。另外,还有江西出版集团在物流行业的拓展以及安徽出版集团与安徽中国旅行社、英国Tesco乐购的结合都是“五跨”要求下的具体实践。以报纸刊登广告为起点,经过自办发行、分离媒体内部可经营性资产以及集团化运作,中国在媒体经营管理层面的改革正在稳步前行,促使传媒业形成有序、完整的产业体系和市场体系,实现“社会效益与经济效益并重”的目标。

社会主义市场经济体制的确立与发展使得新闻传媒在坚持社会效益的前提下追求经济效益具备了合法性和正当性。传媒产业的双重属性赋予了新闻媒体多元和灵活发展的可能性,但是新闻宣传工作的性质始终是不变的,党始终是社会主义意识形态总方向的掌舵者。邓小平强调:“党领导的报刊一定要无条件地宣传党的主张。”江泽民指出:“我们国家的报纸、广播、电视等是党、政府和人民的喉舌。”<sup>[28]</sup>李瑞环强调中国的新闻宣传要坚持“以正面宣传为主”的方针<sup>[29]</sup>。胡锦涛认为当代党报党刊应该履行“唱响主旋律,大力弘扬先进思想文化,用一切有利于人们身心健康的东西占领思想文化阵地”<sup>[30]</sup>的社会使命。李长春要求各级党委“切实做到善待媒体、善用媒体、善管媒体”<sup>[31]</sup>。可见,不管媒介结构和经营理念如何变化,“党管媒体”不能变,坚持党的领导是发展中国特色社会主义新闻事业不可动摇的基本原则。

## 四、党的十八大以来“党管媒体”的创新与发展

坚持和发展中国特色社会主义事业、实现中华民族伟大复兴的中国梦是习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义。党的十八大以来“党管媒体”的创新与发展也贯彻了这一主线。习近平总书记把党的新闻舆论工作置于“事关旗帜和道路,事关贯彻落实党的理论和路线方针政策,事关顺利推进党和国家各项事业,事关全党全国各族人民凝聚力和向心力,事关党和国家前途命运”<sup>[32]</sup>的突出位置,不断强调“党管媒体”的重要任务、作用、意义。

从2013年在全国宣传思想工作会议发表重要讲话开始,习近平总书记多次对新闻舆论的管理工作作出重要指示。在2013年的“8·19讲话”中,习近平总书记强调:“要坚持‘党管媒体’原则不动摇,坚持政治家办报、办刊、办台、办新闻网站”,并作出了“党性和人民性从来都是一致的、统一的”的重要论断,他提出:“坚持党性,核心就是坚持正确政治方向,站稳政治立场,坚定宣传党的理论和路线方针政策,坚定宣传中央重大工作部署,坚定宣传中央关于形势的重大分析判断,坚决同党中央保持高度一致,坚决维护中央权威。”<sup>[33]</sup>其中连续4次强调宣传与党中央保持高度一致,说明了新闻舆论宣传坚持党性的要点。2015年12月25日在视察解放军报社时,习近平总书记指出中国新闻舆论工作正面临新的挑战:“现在,媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化,特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。”并再次强调:“要坚持‘党管媒体’原则,严格落实政治家办报要求,确保新闻宣传工作的领导权始终掌握在对党忠诚可靠的人手中。”<sup>[34]</sup>在2016年的“2·19讲话”中,他更是用“高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联结中外、沟通世界”<sup>[35]</sup>48字来阐释当前在面对全球化、市场化、网络化浪潮带来的机遇和挑战时如何增强政治家办报意识。在2018年8月21日全国宣传思想工作会议上,习近平总书记指出要做好新形势下宣传思想工作,就必须坚持党对意识形态工作的领导权,坚持思想工作“两个巩固”的根本任务,坚持提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力,坚持以人民为中心的创作导向,坚持营造风清气正的网络空间,坚持讲好中国故事、传播好中国声音<sup>[36]</sup>。习近平总书记多次对坚持“党管媒体”原则进行强调,并进行了重要论述,说明了党牢牢掌握新闻舆论工作的领导权对于推进新时代中国特色社会主义事业、实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要意义。

当今中国,正处于电子与信息技术革命的深刻影响下,新的信息生产方式、媒体表现手段、媒介传播形态构建起一个纷繁复杂的多元传播格局。《中国传媒

产业发展报告(2020)》显示,2019年,中国网络视听、网络游戏、网络广告、社交媒体、视频媒体等增长优势明显,传媒各领域呈现出“视频化”和“直播化”的趋势,传媒产业正在数字经济、网络空间、5G、人工智能的背景下创造新模式、探索新范式<sup>[37]</sup>。不可否认,媒介对于现今中国社会的方方面面都产生着深刻的影响和驱动。飞速发展的网络技术为民众参与提供了新方式,新媒体平台促使传播者与受众合为一体,传统媒体时代形成的主流意识形态传播体系遭受冲击和挑战。2020年6月5日发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年3月,中国网民规模为9.04亿,互联网普及率达到64.5%<sup>[38]</sup>。互联网、微博、微信、短视频等新媒体平台构筑的媒介组合已成为不容忽视的力量,普通民众获得了前所未有的媒介接近权,同时也给意识形态安全带来了较大的压力。新的传媒环境使得如何在坚持正确的政治方向、尊重新闻传播规律中管理好新闻媒介成为必须面对的新课题。党的十八大以来,基于全面加强党的领导、增强党的凝聚力战斗力和领导力号召力的新要求,“党管媒体”需要在继承弘扬中不断创新、发展。

面对新闻舆论格局的深刻变化,习近平总书记要求在不断推进新媒体与传统媒体融合、提升主流媒体影响力中继续坚持“党管媒体不能变,党管干部不能变,正确的舆论导向不能变”<sup>[39]</sup>。2013年习近平总书记在“8·19”讲话中首次正式提出媒介融合发展战略,他指出“加快传统媒体和新兴媒体融合发展,充分运用新技术新应用创新媒体传播方式”是当前宣传思想工作的一个重要任务<sup>[40]</sup>。2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》将媒体融合正式上升到了国家战略层面,也标志着中国媒体“融合发展元年”的到来<sup>[41]</sup>。2015年12月25日,习近平总书记在视察解放军报社时提出了中国媒体融合的“一体化发展”理念,即传统媒体要与新媒体实现互联互通。2016年2月19日,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调,媒体融合不应只是传统媒体与新媒体的加法,而应做到“你中有我、我中有你”,进而变成“你就是我、我就是你”,最后达成“融为一体、合而



为一”的发展目标<sup>[42]</sup>。从2015年“中央厨房”模式在中央和各省市级媒体的推广到2018年县级融媒体中心的建设,中国媒体融合的整体格局已初步形成。2019年10月31日,党的十九届四中全会审议通过的《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》指出,在坚持“党管媒体”原则的前提下,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系,并将全媒体传播体系纳入了国家治理体系和治理能力现代化范畴当中<sup>[43]</sup>。2020年6月30日,中央全面深化改革委员会第十四次会议审议通过的《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》对媒体深度融合发展的重大意义、目标任务、工作原则进行了具体的阐述,明确了建设以“中央媒体、省级媒体、市级媒体和县级融媒体中心”为主体的媒体发展体系<sup>[44]</sup>。通过习近平总书记的重要讲话和中共中央的一系列文件指示可以看出,媒体融合已经成为治国理政、定国安邦的重要环节和新闻舆论工作的重要方面。在此背景下,“党管媒体”必须调整思路 and 方式以适应社会发展的需要。“围绕中心、服务大局”“坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主”“守土有责、守土负责、守土尽责”是党对全国新闻媒体的职责和使命作出的重要指示。“党管媒体”是“党领导新闻舆论工作的根本原则”,其管理的范围既包括纸媒、广播电视等传统媒体,又涉及新媒体,甚至所有提供信息服务的机构和个人都应被纳入管理范围。具体而言,一是必须始终坚持马克思主义的指导地位,必须始终坚持加强党的领导,必须坚持党性与人民性相统一。二是在全面依法治国的重大战略部署下,不断推进传媒法律体系的建立与完善。三是必须创新方法手段,根据不同传播媒介和受众的特性,制定差异化的策略,积极引导舆论,“切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”。

## 五、中国共产党“党管媒体” 百年探索的经验启示

中国共产党成立以来的百年历史,是一部我们

党坚持和创新“党管媒体”原则的光辉奋斗史。“党管媒体”要求在马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下,在方法论上,坚持一切从实际出发、实事求是;在工作上,坚持为人民服务、为社会主义服务、为全党全国工作大局服务;在组织上,坚持党对新闻事业的领导,确保新闻舆论工作的领导权牢牢掌握在忠于马克思主义、忠于党和人民的人手里<sup>[45]</sup>。

当前,置身于经济全球化、政治多极化、文化多样化、社会信息化的浪潮中,“党管媒体”工作遇到了不少问题和挑战。面对新形势新问题新挑战,“党管媒体”工作必须从理论基础、价值支撑、逻辑依据、制度保障等方面作出回应。

第一,新时代“党管媒体”工作必须将马克思主义新闻观这一思想之基、理论之源贯穿始终。习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调,要加强马克思主义新闻观教育,把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作的“定盘星”<sup>[46]</sup>。“党管媒体”是中国共产党人对马克思主义新闻观进行创造性运用和创新性发展的重要成果,坚持马克思主义新闻观在新闻舆论工作中的指导地位是坚持正确政治方向的必然要求,也是“党管媒体”理论与实践实现与时俱进、开拓创新的理论源泉。

第二,必须坚持党性与人民性相统一,将“以人民为中心”贯彻到“党管媒体”的具体实践中,担当党和人民的喉舌,将最广大人民的根本利益作为新闻工作的出发点和落脚点。在2013年8月19日全国宣传思想工作会议的重要讲话中,习近平总书记强调:“党性和人民性从来都是一致的、统一的”,并且要求党的宣传思想工作应该坚持以人民为中心的工作方向。

第三,必须在历史逻辑、理论逻辑、现实逻辑相统一推进“党管媒体”工作有序开展。从历史逻辑来看,新时代“党管媒体”工作应从党领导新闻宣传工作进行革命、建设、改革、发展的百年历程中汲取经验,从而持续发挥引领新闻事业发展、规范新闻媒体与新闻从业者职业行为的重要作用;从理论逻辑来看,“党管媒体”工作必须以尊重新闻传播规

律为前提,其中包括坚持新闻的真实性原则;将时、度、效作为检验新闻舆论工作合格与否的标准;掌握新闻传播系统的运行规律以进行科学管理;在遵循传统媒体和新媒体发展规律中推动媒体融合。从现实逻辑来看,“党管媒体”工作应根据国际国内形势的变化而进行相应调整,从而形成符合时代发展、维护最广大人民的根本利益的策略原则、方式方法。

第四,必须完善“党管媒体”的制度建设,不断推进媒介治理能力和治理体系现代化。制度设计是“党管媒体”的一个重要环节,构建多层次、立体化、多维度的新闻宣传管理制度,不断提高“党管媒体”的科学化规范化制度化水平,提高党运用媒体塑造良好形象、引导舆论、应对突发事件、对外传播的能力,是对“坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化”这一全面深化改革总目标的响应与支撑。

## 六、结语

历史是最好的教科书,“建设社会主义,没有共产党的领导是不可能的,我们的历史已经证明了这一点”<sup>[47]</sup>。“党管媒体”的历程走过百年,为新时代传承和发展“党管媒体”积累了宝贵的历史经验。“党管媒体”是中国共产党领导新闻舆论工作的生命线和根本性原则,是我们党运用媒体团结人民取得革命、建设、改革、发展“成功之道”和“制胜法宝”。当前,中国的新闻宣传工作正面临新技术新业态新格局所带来的严峻挑战,这使得如何在新形势下牢牢把握好意识形态工作领导权、管理权、话语权成为我们党必须面对的重大课题。2021年,建设社会主义现代化强国的新征程已经开启,要实现“把中国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国”的目标就必须始终坚持党的全面领导和加强党中央集中统一领导。新闻宣传作为意识形态工作的重要阵地和思想文化发展的前沿力量,我们党必须将其牢牢抓在手上,促进媒体深度融合发展,不断提升运用媒体的能力,推进国家治理体系

和治理能力现代化,实现中国特色社会主义建设的伟大事业。

### 参考文献:

- [1] 童兵.马克思主义新闻观读本[M].上海:复旦大学出版社,2016.
- [2] 列宁.列宁全集(第12卷)[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.北京:人民出版社,1987.
- [3] 姚涵,孔丹霞.中国共产党思想传播的渠道:早期党的报刊创办及影响[J].毛泽东邓小平理论研究,2020(12):94-103,105.
- [4] 中共中央宣传部办公厅,中央档案馆编研部.中国共产党宣传工作文献选编(1915~1937)[M].北京:学习出版社,1996.
- [5] 中央档案馆.中共中央文件选集(第1册)[M].北京:中共中央党校出版社,1990.
- [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)[M].北京:新华出版社,1980.
- [7] 焦国章.马克思恩格斯列宁斯大林新闻论著选读[M].石家庄:河北人民出版社,2005.
- [8] 中共中央宣传部办公厅,中央档案馆编研部.中国共产党宣传工作文献选编(1937~1949)[M].北京:学习出版社,1996.
- [9] 中共中央书记处.六大以来:党内秘密文件[M].北京:人民出版社,1981.
- [10] 《解放日报》社论.致读者[N].解放日报,1942-04-01(1).
- [11] 中共中央宣传部.为改造党报的通知[N].解放日报,1942-04-01(1).
- [12] 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(下)[M].北京:新华出版社,1980.
- [13] 《解放日报》社论.本报创刊一千期[N].解放日报,1944-02-16(1).
- [14] 中共中央宣传部办公厅.党的宣传工作会议概况和文献(1951~1992)[M].北京:中共中央党校出版社,1994.
- [15] 孙旭培.解放初期对旧新闻事业的接收和改造[J].新闻研究资料,1988(3):48-63.
- [16] 倪延年.中国新闻法制通史[M].南京:南京师范大学出版社,2015.
- [17] 白润生.中国新闻传播史[M].郑州:郑州大学出版社,

- 社,2008.
- [18] 中共中央文献研究室. 建国以来重要文献选编(1949~1965)(第1册)[M]. 北京:中央文献出版社,2011.
- [19] 童兵. 中国共产党党管报纸的制度构建及其改革[J]. 兰州大学学报(社会科学版),2011,39(4):1-5.
- [20] 毛泽东. 毛泽东文集(第7卷)[M]. 北京:人民出版社,1999.
- [21] 《人民日报》社论. 致读者[N]. 人民日报,1956-07-01(1).
- [22] 邓小平. 邓小平文选(第2卷)[M]. 北京:人民出版社,1994.
- [23] 郑保卫,王仕勇. 百年中国共产党新闻政策变迁研究:意义、问题与内容[J]. 中国出版,2020(19):26-32.
- [24] 熊能. 突破在1979——记解放日报“文革”后率先恢复刊登商品广告[J]. 青年记者,2008(1):37-38.
- [25] 张海明. 中国报业集团市场化发展模式研究[D]. 武汉:华中科技大学,2005.
- [26] 中共中央办公厅国务院办公厅关于加强和改进书报刊影视音像市场管理的通知[EB/OL]. (1994-11-07)[2021-03-11]. [http://www.law-lib.com/law/law\\_view.asp?id=59263](http://www.law-lib.com/law/law_view.asp?id=59263).
- [27] 喻国明. 中国媒介产业的现实发展与未来趋势[J]. 中国人民大学学报,2002(1):10-16.
- [28] 江泽民. 关于党的新闻工作的几个问题——在新闻工作研讨班上的讲话提纲[J]. 新闻战线,1990(3):3-6.
- [29] 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[J]. 新闻战线,1990(3):7-14.
- [30] 胡锦涛. 在人民日报社考察工作时的讲话[J]. 新闻采编,2008(3):3-4.
- [31] 叶皓. 新时期党管媒体原则的与时俱进——学习李长春同志“三善论”的体会[J]. 中国广播电视学刊,2010(3):5-8.
- [32] 中共中央宣传部. 习近平新时代中国特色社会主义思想三十讲[M]. 北京:学习出版社,2018.
- [33] 习近平. 习近平谈治国理政(第1卷)[M]. 北京:外文出版社,2014.
- [34] 王炬鹏. 习近平视察解放军报社[EB/OL]. (2015-12-26)[2021-03-11]. [http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/szyw/201512/26/t20151226\\_7876806.shtml](http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/szyw/201512/26/t20151226_7876806.shtml).
- [35] 习近平. 习近平谈治国理政(第2卷)[M]. 北京:外文出版社,2017.
- [36] 习近平在全国宣传思想工作会议上强调:举旗帜聚民心育新人兴文化展形象,更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N]. 人民日报,2018-08-23(1).
- [37] 蓝鲸财经.《2020 中国传媒产业发展报告》发布:2019 年中国传媒市场规模达 2.26 万亿元[EB/OL]. (2020-08-31)[2021-03-15]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1676508779452315761&wfr=spider&for=pc>.
- [38] 中共中央网络安全和信息化委员会办公室,中华人民共和国国家互联网信息办公室,中国互联网络信息中心. 第45次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2020-04-28)[2021-06-15]. [http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c\\_1589535470378587.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm).
- [39] 习近平. 干在实处 走在前列——推进浙江新发展的思考和实践[M]. 北京:中共中央党校出版社,2006.
- [40] 中共中央文献研究室. 习近平关于全面深化改革论述摘编[M]. 北京:中央文献出版社,2014.
- [41] 宫承波,孙宇. 习近平总书记关于媒体融合重要论述的演进脉络及目标指向[J]. 中国出版,2021(3):5-10.
- [42] 中共中央文献研究室. 习近平关于社会主义文化建设论述汇编[M]. 北京:中央文献出版社,2017.
- [43] 中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定[M]. 北京:人民出版社,2019.
- [44] 中办国办印发《意见》加快推进媒体深度融合发展[N]. 人民日报,2020-09-27(1).
- [45] 奚洁人. 科学发展观百科全书[M]. 上海:上海辞书出版社,2007.
- [46] 习近平在全国宣传思想工作会议上强调:举旗帜聚民心育新人兴文化展形象,更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N]. 人民日报,2018-08-23(1).
- [47] 邓小平. 邓小平文选(第3卷)[M]. 北京:人民出版社,1993.

(责任编辑:王佳)