

中国共产党报刊发行事业的百年历程、 伟大成就与经验启示

吴 锋

(西安交通大学 新闻与新媒体学院, 陕西 西安 710049)

摘 要:中国共产党的百年报刊发行事业经历了四个阶段:从建党前后至新中国成立初,是艰难探索和基本成型期;从新中国成立初至改革开放前,是社会主义报刊发行体系的确立期;从改革开放至十八大前,是创新和繁荣发展黄金期;党的十八大以来,是迈向智能化、融合化和高质量发展的新时期。经过百年奋斗,中国共产党探索出一条符合中国国情的党报党刊发行道路,形成了中国特色的党报党刊发行体系,建成了全球规模最大的发行网络,锻造了一支业务精湛的发行队伍,孕育了一批光耀千古的发行英雄,铸就了伟大的发行精神。党报党刊发行的品种之多、持续时间之长、社会影响之深、发挥作用之大,创造了世界政党报刊发行史上的伟大奇迹,使中国共产党成为报刊发行事业的第一大党。

关键词:党报党刊; 发行事业; 中国共产党; 建党百年

中图分类号:G235

文献标识码:A

文章编号:1000—5242(2022)05—0136—08

收稿日期:2022-03-13

基金项目:国家社科基金项目“重大突发灾难事件中的舆论报道伦理规范及影响因素研究”(20BXW015)阶段性成果

作者简介:吴锋(1977—),男,湖北郧西人,新闻传播学博士,西安交通大学新闻与新媒体学院教授,博士生导师。

DOI:10.15991/j.cnki.411028.2022.05.004

在中国共产党的百年光辉历程中,报刊不仅是党的奋斗历程的同行者、见证者和书写者,而且是党的建设事业的宣传者、动员者和组织者。发行工作是报刊信息传播的具体执行者,是党报党刊提升新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力的根本保障,党报党刊只有通过发行送达读者并被阅读才能实现传播价值。正如 1930 年 5 月 10 日中共中央机关刊物《红旗》社论中指出的那样,“党报就是前锋军的旗号,是全党的一座灯塔”,但“党报的内容,无论如何丰富精彩,假使没有很好的发行工作将党报散布到一般党员群众中间,则党报的作用亦就等于失掉”^①。因而,党报党刊发行工作是党的建设事业的重要组成部分,也是党在意识形态斗争领域屹立不倒的重要标志,做好党报党刊发行工作,对于强化意识形态宣传、巩固党的舆论阵地、推动党的建设具有重大意义。

中国共产党历来高度重视报刊发行工作,将其视为一项严肃的政治任务。在党的百年奋斗历程中,党报党刊的发行取得了辉煌的历史成就,即探索出一条符合中国国情的党报党刊发行道路,建立了完善的党

报党刊发行领导体系,形成了日益规范的党报党刊发行制度,建成了全球规模最大的发行网络,锻造了一支业务精湛的发行队伍,孕育了一批不怕牺牲、甘于奉献的发行英雄,铸就了伟大的发行精神。党报党刊发行的品种之多、规模之巨、覆盖范围之广、持续时间之长、发挥作用之大、社会影响之深,在世界政党报刊发行史上堪称奇迹。值此党的二十大召开的特殊节点,回顾党的报刊发行事业百年发展史,从党的百年报刊发行事业奋斗历程中“看清楚过去我们为什么能够成功、弄明白未来我们怎样才能继续成功”,从而更加坚定、更加自觉地践行初心使命,有利于在新时代更好改进和发展党的报刊发行事业。

一、新民主主义革命时期中国共产党的报刊发行

新民主主义革命时期,即建党前后至中华人民共和国成立前,是党的报刊发行事业的艰难探索和

^① 中国社会科学院新闻研究所编:《中国共产党新闻工作文件汇编》(下卷),北京:新华出版社,1980年,第132页。

基本成型期。这一时期党的报刊发行事业面临极为险峻的外部环境,但党自创立起就将报刊发行纳入党的建设的重要议程,明确了“党管发行”的指导思想,组建了强大的领导体系和报刊发行队伍,逐步建成了以革命根据地为核心、覆盖城乡的发行网络,探索出一条符合我国国情的党报党刊发行道路,为我党从武装起义到局部执政再到解放全中国,提供了强大的组织传播保障和舆论引领支撑。应当指出,在探索符合我国国情的党报党刊发行道路的问题上,新民主主义革命时期党内曾经有多种不同的认识,经历了曲折的探索过程。一是发行上的“右倾主义”路线,建党初期党内曾有反对党报党刊发行的论点,有领导和党员轻视发行,乃至宣扬“发行无用论”,阻碍了党的发行事业;二是发行上的“左倾冒险主义”路线,建党初期、大革命时期和土地革命时期,党内有领导不顾党报党刊发行面临的险峻环境,强行要求党报党刊公开发行,冒险在大城市发行,给党的发行队伍造成重大损失;三是以毛泽东为代表的中国共产党人逐步探索出一条符合我国国情的发行道路,认为党报党刊发行应走农村包围城市的道路,在广大农村和革命根据地创建党的报刊发行网络,同时借助国共合作等统战策略,在国统区扩大发行,逐渐建立覆盖全国的报刊发行网络体系。在中国共产党的领导下,在党报党刊发行思想的正确指引下,党在敌人统治薄弱的广大农村地区开辟了发行新路,迎来了党报党刊发行事业的大发展。特别是革命根据地和解放区的农村地区普遍建立了识字班、读报组,极大地改变了农村地区文化贫乏的旧貌,千千万万的农民逐步养成了读报习惯,这在几千年的中国历史上是一大创举。

从历史演进轨迹看,新民主主义革命时期中国共产党报刊发行事业可被细分为上海时期、江西苏区时期和延安时期三个阶段。其一,上海时期是党的报刊发行体系的艰难起步期。建党初期和大革命时期,党中央机关驻扎在上海,党的分支组织主要分布在上海、北京、广州、武汉、长沙等大中城市,党的报刊发行也以这些大中城市为主,以秘密和半公开发行为主。受益于第一次国共合作,在上海创办的《向导》得以公开发行,发行量一度突破5万份,是这一时期发行量最大的代表性党报。其二,江西苏区时期是党的报刊发行事业的快速发展期。大革命失败后,党的工作路线出现分歧,一部分坚持在大中城市继续发动工人革命;另一部分将工作重心转向农村,在湘赣边界、赣南、闽西和川陕等地先后建成一批苏维埃革命根据地,苏区的力量不断壮大。与此

相应,在党的报刊发行事业发展道路探索中也出现了两种取向:一是以《中央通讯》《布尔塞维克》和《红旗日报》等中央级党报党刊为代表,仍然坚持在城市出版发行,《红旗日报》的发行量一度突破1万份,但在白色恐怖和反动势力的高压统治下,党的报刊发行事业受到极大摧残,一批党的优秀干部在报刊发行工作中牺牲,付出了极为高昂的代价。另一个是以江西苏区的《红色中华》《青年实话》《斗争》《红星》等报刊为代表,在农村革命根据地开辟了发行事业的新天地,其中,《红色中华》发行量突破4万份,《青年实话》达2.8万份,《斗争》达2.71万份,^①党报党刊发行量迅速扩大,赣南苏区逐步成为全党报刊发行事业的中心。两条道路探索的结果表明,党的报刊发行事业不能盲目学习苏联模式,必须紧密结合中国国情,走农村包围城市的道路。其三,延安时期是党的报刊发行体系基本成型期。“西安事变”后,第二次国共合作路线得以确立,加之党领导的边区、抗日根据地和解放区逐步壮大,党的报刊发行网络实现了对根据地、国统区、敌后区和日伪区等区域的全国性覆盖,在实践中摸索出秘密发行、公开或半公开发行、战时发行、“邮发合一”与“交发合一”等多样化发行模式,党的报刊发行管理、发行网络日益完善,发行队伍日益扩大,根据地的《解放日报》和国统区的《新华日报》成为具有全国影响力的大报,成为延安时期党报党刊发行的典范。

新民主主义革命时期是党的报刊发行事业发展条件极为艰苦但发展速度极快、发展成效也极为显著的时期。就办报条件看,党的报刊发行工作面临极为险峻的外部环境,革命根据地和解放区是在被围剿、被封锁且物资供给极度匮乏的条件下出版发行,国统区和沦陷区报刊是在白色恐怖环境下秘密发行,人民军队报刊是在战火纷飞的条件下发行的,仅抗日战争时期山东战时邮局就有345位发行员为党的报刊发行事业献出了宝贵生命。^②就队伍建设而言,抗日战争和解放战争时期,党的发行队伍迅速壮大,发行队伍培训逐步健全,1947年山东解放区战时邮局评选推出“发行英雄”凌文起,在发行系统掀起了“学习发行英雄凌文起运动”,铸就了以“不畏艰险、勇于奉献、机动灵活”为核心的战时发行精神。就发展速度看,建党之初党领导的报刊仅有《觉悟》《新青年》等寥寥数种,经过28年的发展,党的各级

① 王晓岚:《中国共产党报刊发行史》,北京:中国社会科学出版社,2009年,第149—153页。

② 张衍霞:《山东战邮与〈大众日报〉的发行》,《青年记者》,2019年第6期。

组织及其所领导和支持的各类机关团体出版发行报刊多达 4500 余种,党报党刊发行事业发展的速度世所罕见。据统计,1919—1949 年党的各级组织及其所领导支持的各机关和团体出版发行的报刊多达 4546 种(其中,中国共产党创立和大革命时期 334 种,土地革命战争时期 882 种,抗日战争时期 1604 种,全国解放战争时期 1726 种)。^①从报刊发行的品种结构上看,各级党组织和政府主办报刊 2400 余种,各级工会、农会、妇联和共青团等群众团体出版发行报刊 1000 余种,人民军队出版发行报刊 1000 余种,党组织还在海外出版发行报刊 13 种。从空间覆盖范围看,中国共产党相继建立了中央—省级—地市级—县级的四级党报党刊发行体系,并借助国共合作或秘密发行等方式实现对国统区和沦陷区的发行覆盖。相较而言,在中国近现代史上的诸多政党中,中国共产党出版发行的党报党刊数量最多、发行分布最广,在政策宣传、舆论引导、政治动员等方面的成效也最为显著。当然,受客观条件限制,在新民主主义革命的前中期,中国共产党领导的党报党刊发行覆盖大多集中于乡村或城市的边缘地带,但到解放战争中后期,中国共产党主动发起对城市报刊发行的“接管”工作,对国民党反动派所属报刊予以没收或封闭,对城市民营报刊发行队伍进行合作与改造,对持反华立场外资媒体予以处分或勒令撤离中国,在较短时间内实现了对城市报刊发行网络的管理权。到新中国成立前,党的报刊发行工作重心逐步从农村转移到城市,由主要经营农村革命根据地报刊发行事业到城乡报刊发行事业并重,进而夺取了对全国报刊发行事业的领导权,实现了党报党刊发行史上的第一次重大飞跃。

二、社会主义革命和建设时期党的报刊发行

社会主义革命和建设时期,即新中国成立到改革开放前,是社会主义报刊发行体系的确立期。新中国成立之初,人民群众迅速增长的文化阅读需求同报刊发行供给不充分不平衡的矛盾十分尖锐,党面临改造旧式发行体系和建立社会主义发行体系的双重任务,党的报刊发行事业如何建章立制、如何破旧立新,成为棘手而又紧迫的难题。

围绕社会主义革命和建设时期的主要矛盾和主要任务,党的报刊发行事业的主要任务是对旧式报刊发行体系进行社会主义改造,加快建设社会主义报刊发行体系。一是建立新中国报刊发行政策体系。1949—1956 年,中共中央、中央人民政府政务院、中宣部、邮电部和新闻总署等先后出台报刊发行

专项条例、指示和通知等文件 13 个,包含报刊发行准入政策、领导体制、运行机制、队伍建设、网络建设等方面,强化党对发行工作的领导。1950 年初,中央人民政府政务院发布《全国报纸杂志登记暂行办法草案》,要求“凡出版报纸杂志均须依照本办法向当地新闻出版行政机构申请登记,由当地新闻出版行政机构拟具初审意见,转呈新闻总署核定,并发给登记证后,始准出版发行(各地已出版报纸杂志,亦须依照本条补行申请登记)”^②。二是加快对私营发行体系的改造,确立国有性质的报刊发行经营体制。新中国成立之初允许《新民报》《进步日报》《大公报》等民营报刊持续发行,通过公私合营、公私协调等手段,加强对民营发行机构的团结、联系、合作、组织与领导,逐步将其纳入国有性质的发行管理体系。在队伍建设方面,向私营报刊发行机构派驻党的领导干部,加强了对旧式派报工会组织的整顿与清理。到 1953 年,对全国民营发行队伍的改造基本完成。三是构建社会主义国有报刊发行体系,为适应新中国发展计划经济的需要,学习苏联报刊发行模式,构建“邮发合一”运行体系,确立了邮局在报刊发行中的核心地位。1950 年 2 月,邮电部、新闻总署联合下发《关于邮电部发行报纸暂行办法》,正式确立“邮发合一”体制,要求报社原有发行工作人员应全部(或一部)调归邮电局领导,列入邮电局编制,就报纸发行范围、批销折扣、发行费率、报费结算及发行时效、发行推广等做出了详细规定。而后,中共中央又多次下发文件,要求减少报刊发行中的盲目性,避免浪费,加强计划发行管理,报刊社应按核定的发行控制数字印行,不得临时任意加印份数,也不得突破季度或年度的出版发行计划。四是丰富报刊发行品种,完善报刊发行结构和发行网络。1954 年,中共中央发布《关于改进报纸工作的决议》,要求在保障工人、农民、青年、妇女等人民团体报纸发行的基础上,尽力发展民族文字报纸,加快发展地、县、乡、村设置群众合作性的报刊发行站,充实基层报刊发行力量。^③此外,1953 年中宣部规定允许《人民日报》《光明日报》《中国青年报》和《大公报》向各国出口,《工人日报》向苏联及各新民主主义国家出口。由此,我国基本建成覆盖全国

^① 李永璞,林治理:《中国共产党历史报刊名录(1919—1949)》,济南:山东人民出版社,1991 年,第 2—3 页。

^② 中国社会科学院新闻研究所编:《中国共产党新闻工作文件汇编》(中卷),北京:新华出版社,1980 年,第 11—12 页。

^③ 中国社会科学院新闻研究所编:《中国共产党新闻工作文件汇编》(中卷),北京:新华出版社,1980 年,第 325—326 页。

城乡、辐射国外的报刊发行网络体系。

总体来看,新中国成立后,党的报刊发行事业取得了巨大成就。在党中央的集中统一领导下,新中国在较短时间内建成了社会主义报刊发行事业体系,形成了符合中国国情的报刊发行领导体制和政策体系,顺利完成了对私营发行机构的社会主义改造,确立了以“邮发合一”为核心的报刊发行运行体系,建成了覆盖全国城乡、辐射国外的报刊发行网络体系。进入社会主义建设时期,我国报刊发行事业进一步发展。1958年,中共中央主办的理论刊物《红旗》创刊发行,中央级党报党刊“一报一刊”的出版发行格局就此形成。但是,“文化大革命”时期,党的报刊发行事业受到了严重冲击,大量报刊被合并或停办,党报党刊数量急剧减少,零售仅剩“两报一刊”(即《人民日报》《解放军报》和《红旗》杂志)和各地党报。1967年,全国出版的报纸由1966年初的343种骤减为43种,期刊也由191种下降至27种。与此同时,由大中学生等群众组织创办的《红卫兵》《东方红》《造反者》等“文革”小报迅速扩张,在1966年夏季至1969年春季,仅北京地区这类报纸就多达1000余种,全国这类报纸约6000余种,其发行量也不稳定,有的3万份,有的10万份,最高者达百万份之多。^①在“踢开党委闹革命”的环境下,它们既无须履行行政审批程序,也无规范的发行管理制度,多数小报随出随停,发行实际上陷入无政府状态。这说明党报党刊发行必须在宪法和法律的框架下运行,必须在党的领导下运作,否则就会对党的发行事业造成重大损失。

这一时期,党的报刊发行事业也遭遇重创,留下了惨痛的教训。一是社会主义报刊发行必须坚持法治思维,在法律规范范围内运作。“文化大革命”时期,各类“文革小报”与“红卫兵小报”出版发行完全脱离了法制轨道,它们随意性很大,大多没有正式、固定的出版发行机构,也没有规范的管理机制,极大破坏了党的报刊发行秩序,使得正常且合规的报刊发行工作受到冲击和干扰。二是党的报刊发行管理必须充分考量中国国情,尊重经济运行规律。新中国成立初盲目学习苏联的“邮发合一”体制,其目的是提高报刊发行管理效率,但计划发行体制缺乏灵活性,不仅极大抑制了报刊零售市场,且衍生出行政摊派发行、增加农民负担等弊病。实践证明,全国成千上万家报刊社发行工作仅靠邮局统筹管理,不仅在发行服务质量上难以保障,读者的多样化阅读需求难以满足,而且难以协调各方利益,报刊社与邮局之间因发行计划数调整、订报款支付等问题而纷争

不断、矛盾重重,报刊社缺乏发行上的自主权。计划经济模式下的报刊发行管理体制弊端丛生,为改革开放之初的报刊发行体制改革埋下了伏笔。

三、改革开放和社会主义现代化建设时期党的报刊发行

改革开放和社会主义现代化建设时期,即改革开放至十八大前,是党报党刊发行改革创新和繁荣发展的黄金期。这一时期,党中央确立了以经济建设为中心的基本路线和以改革开放为核心的基本国策,经历了发展社会主义商品经济到确立社会主义市场经济体制的伟大跨越,为党报党刊发行事业创造了良好的外部环境。这一时期的党报党刊发行事业以改革为主线,以多元发行体制并存为特征,党报党刊发行体制机制改革取得重要突破,党报党刊发行数量达到历史最高水平,党报党刊发行质量也得到优化,迎来了党报党刊发行事业的繁荣发展期。

就实践逻辑而言,这一时期党的报刊发行实践探索可概括为“两手抓”:一手抓改革,促进报刊发行繁荣发展;一手抓治理,推动党的报刊发行事业规范发展。一方面是“放”的举措,即着眼于放开搞活,破除报刊发行领域高度集中的计划经济管理模式,用改革开放为报刊社发行经营赋能,扩大报刊社的发行自主权,激发党报党刊发行事业的活力,解放报刊发行事业的生产力。其一,党的报刊发行品种结构得到优化和完善,以党报党刊等为核心,先后衍生出行业报、县市报、民族报刊,以及晚报、晨报、商报和都市报等子报子刊系统,形成“党报党刊+行业报刊+子报子刊”的互补式发行结构,品种多样、特色各异的报刊品种极大地满足了读者的多样化阅读需求,带动党报党刊发行量呈现爆炸式增长,迎来了我国党报党刊发行史上的黄金时代。其二,党的报刊发行体制机制得到优化,重点是冲破“邮发合一”僵化体制,大胆引入自办发行、民营二渠道等发行方式,多样化发行体制的合法性得到认可。20世纪80年代初,民营性质的报刊批零企业问世,成为报刊零售市场的主要力量。1985年,洛阳日报社率先开启自办发行模式,而后天津日报社、重庆日报社、太原日报社等700余家报刊社先后走上自办发行道路。1988年天津日报社发起成立“全国报纸自办发行联合会”,1992年经民政部审查核准并注册登记为“全国报纸自办发行协会”;1991年由新闻出版总

^① 吴廷俊:《中国新闻史新修》,上海:复旦大学出版社,2020年,第489—494页。

署主管的中国书刊发行业协会经民政部批准成立。这些行业协会的成立,不仅表明党报党刊发行体制改革取得重大进展,也表明党和政府对多样化发行方式的支持和认可。其三,推动报刊发行领域对外开放。为适应加入WTO的新要求,2001年我国政府宣布允许外资进入出版物批销领域,2003年来自法国、德国和美国的7家外资报刊发行企业获准进入我国书报刊批零市场,实现了报刊发行领域的开放。另一方面是“治”的举措,即推动党报党刊发行综合治理,整顿报刊发行行业秩序,纠正强制摊派发行的弊端,杜绝搭车发行,减轻基层负担。一则,自1996年8月起中宣部、新闻总署、邮电部等每年联合召开报刊收订工作全国电视电话会议,中共中央办公厅下发专项文件,就重点党报党刊发行工作进行专门动员、专门部署和专项督促,这种“专题会议+专项文件”的党报党刊发行工作机制已经形成惯例并延续至今。二则,对党报党刊发行市场和发行秩序进行整顿。2003年,党中央在全国范围内对各级各地行业报刊、内部报刊和县级报刊进行专项整顿,并明确划定了重点党报党刊范围,即中央级只保留三报一刊(《人民日报》《光明日报》《经济日报》和《求是》)、省级只保留一报一刊(省级党委机关报和机关刊)、地市级只保留一报(地市级党委机关报),原则上取消县级报发行(全国仅保留了30余家民族类或经营效益较好的县级报)。此举旨在治理党政部门报刊散滥和利用职权强制摊派发行的弊端,既减轻了农民和基层负担,也为重点党报党刊创造了良好的办报办刊环境和发展空间。

需要特别指出的是,改革开放和社会主义现代化建设时期也是中国特色党报党刊发行市场化改革探索取得重要进展的时期,把党报党刊发行与社会主义市场经济和市场经济体制结合起来,积极探索党报党刊发行的市场化发展新路,是中国共产党的重大创举。改革开放以来,党报党刊的市场化发行探路经历了三个阶段。改革开放之初,《北京晚报》《今晚报》《新民晚报》和《羊城晚报》等“晚报四大名旦”相继复刊并迅速崛起,党报党刊顺势而为,借助晚报发行网络扩大发行,推动党报党刊上报摊,党报党刊零售量得以恢复和扩大。20世纪90年代初,一批定位于满足城市市民阅读需求的都市报快速崛起,党报党刊主动求变,在发行经营中引入市场营销、物流管理等理念,借鉴《华西都市报》“敲门发行学”经验,实施订报有奖、送报上楼等市场化手段,还探索出集订分送、私订公助等党报党刊发行新模式,提升了党报党刊的私费订阅比例,进一步激活了党

报党刊发行市场。以1997年广州日报集团成立为标志,党报党刊发行迈进集团化轨道,形成以党报党刊为龙头、以子报子刊为重要补充的多品牌、矩阵式发行新格局,《广州日报》《深圳特区报》《天津日报》等党报在发行市场上取得重大进展。其中《广州日报》发行量达185万份,成为华南地区发行量最大、私费订阅占比最高、零售量和传阅率第一的报纸,创中国党报党刊发行史上的一大奇迹。与此同时,《解放日报》《广州日报》《浙江日报》等党报集团运用“借壳”等手段,推动报刊经营性业务和资产上市,启动资本运作历程,实现了传统报刊经营业务与资本市场的有效衔接,为党的报刊发行事业拓展了更大的发展空间。此外,这一时期,党的报刊发行队伍建设和文化建设也取得重要成就,诞生了改革开放和社会主义现代化建设时期的“发行英雄”王顺友,他长期坚守在川西凉山彝族自治州边远山区,每年投递报刊8700余份,投递准确率为100%,被誉为民族地区雪域高原“马班邮路”上的忠诚信使,2005年入选“《感动中国》十大人物”,2019年获中华人民共和国成立70周年“最美奋斗者”称号,他的光荣事迹诠释了以“爱岗敬业、无私奉献、服务人民”为核心的新时代发行精神。

四、十八大以来中国共产党报刊发行实践

党的十八大以来,中国特色社会主义进入新时代,党的报刊发行事业迈向智能化、融合化和高质量发展的新时期。这一时期,党的报刊发行事业面临更复杂的局面、更艰巨的任务和更大的挑战。传媒技术层面,在人工智能技术驱动下,算法推荐分发取得历史性突破,智能媒体平台成为受众阅读的首选渠道,党报党刊阅读率显著下滑;^①媒体结构方面,以智能平台媒体为代表的自媒体和视频媒体在媒体市场占据优势地位,传统纸媒发行出现断崖式下滑,党报党刊发行面临日益萎缩的困境;舆论斗争层面,民营媒体平台和主流媒体之间的舆论博弈更加复杂尖锐,党报党刊的舆论传播空间被压缩,陷入“有理说不出、有理传不开”的窘境。面对党的报刊发行事业百年未有之大变局,党中央统筹谋划,强调“报刊是治国理政的重要资源”,要求主动适应人工智能时代的发行变局,开启线上与线下相结合的融媒体发行新模式,成为党的报刊发行事业高质量发展的重

^① 吴锋,杨晓萍:《算法推荐背景下用户媒介使用对“回音室”效应的影响研究:兼论媒介素养的调节作用》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》,2022年第5期。

要标志。习近平总书记先后于2016年和2019年两次赴人民日报社视察,要求党的报刊发行要“向群众靠近、离人民更近”,“在思路、体制机制、方式方法上继续探索,在向基层拓展、向楼宇延伸、向群众靠近上继续下功夫,让人民日报离人民更近,做到人民日报为人民”^①。习近平总书记还就全媒体和智能媒体时代的党报党刊发行工作提出新要求,“要探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中,全面提高舆论引导能力”^②,为新时期的党报党刊发行事业提供了总遵循。

新时代的探索实践表明,党报党刊发行工作须构建“四位一体”新格局,^③即要实现党的报刊发行事业高质量发展,必须稳固纸质党报党刊发行量,守住党的报刊发行事业基本盘;必须大力发展党报党刊发行新业态,拓展党的报刊发行事业增量空间;必须积极推动媒体深度融合发展战略,构建线上与线下相结合的发行体系;必须加强民营智能媒体平台监管,构建传统媒体与智能媒体协同发展新局面。一是巩固纸媒发行基本盘。从赓续党的红色血脉、传承党的优秀文化的战略高度,持之以恒抓纸质党报党刊发行工作,确保纸质党报党刊发行量只增不减。中共中央办公厅坚持每年下发重点党报党刊发行工作专项文件,中宣部每年年底召开党报党刊发行工作动员会,明确重点党报党刊征订范围,加强经费保障,确保重点党报党刊发行数量稳定。同时开展报刊发行秩序专项治理,及时查处强制发行、摊派发行、搭车发行等违规行为。经过多方面的协作推进,我国重点党报党刊发行量仍然位居历史高位。二是大力发展党报党刊发行新业态,兴建数字移动端,打造党媒算法推荐分发平台和数字发行渠道,抢占党媒发行新空间。通过学习强国等数字化集成平台,推动线上党媒内容的精准分发,普及党媒内容数字阅读。三是大力推动媒体融合发展,通过实施中央、省级和区县级的三级融媒体建设,在中央层面做好“中央厨房”,形成示范效应;在省级层面建好省级党报党刊融媒体旗舰,形成区域带动效应;在县级推动县级融媒体建设,巩固基层传播阵地,打通党媒传播的最后一公里。四是加强对商业化智能媒体平台的监管,引导算法推荐技术规范化发展,推动商业化平台媒体与传统主流媒体协同发展、同频共振。积极引导智能平台媒体加大党媒信息推荐力度,合理设置党媒信息分发标准,设置党报党刊信息分发绿色通道,提升党媒信息曝光量、阅读率,以便更好地传播主流意识形态、准确传递党的声音。

五、百年中共报刊发行事业的伟大成就和经验启示

(一)百年中共报刊发行事业的伟大成就

在中国共产党的党媒谱系中,唯独报刊有超百年历史,它不仅留下了丰富而又宝贵的史料,积淀成“一部中国共产党历史的百科全书”,而且记录着党的路线方针政策及新闻信息的动态传布过程,一部党的百年发展史也是一部党的报刊发行史。建党百年来,党的建设与党报党刊发行事业休戚与共,党利用报刊发行事业推动党的建设、服务中心工作、践行党管媒体、实现新闻宣传功能,取得了伟大成就。

首先,从历史分期视角看,党的报刊发行事业经历了四个阶段,实现了四大跨越。新民主主义革命时期,我们党明确了“党管发行”的指导思想,组建了强大的领导体系和报刊发行队伍,逐步探索出一条符合我国国情的农村包围城市的发行路线,到解放战争后期党的报刊发行工作重心逐步从农村转移到城市,由主要经营农村报刊发行到城乡报刊发行事业并重,确立了党对全国报刊发行事业的领导权,是我党报刊发行史上的一大飞跃。社会主义革命和建设时期,党领导全国人民建章立制、破旧立新,在极短时间内完成了旧式发行体系的改造,确立了新中国报刊发行事业的政策体系、管理体系和运行体系,实现旧中国发行体系到社会主义报刊发行体系的伟大跨越。改革开放和社会主义现代化建设时期,党坚持党报党刊发行事业“两手抓”,改革与治理并举,积极探索党报党刊发行的市场化发展新路,带动党报党刊发行量呈现爆炸式增长,从计划经济发行体制到计划与市场手段并用是我们党报刊发行事业的又一次跨越。进入中国特色社会主义新时代,党主动适应人工智能时代的发行变局,推动传统报刊发行事业迈向智能化、融合化发展,开启线上与线下相结合的融媒体发行新模式,构建党报党刊发行“四位一体”新格局,实现了党的报刊发行事业高质量发展的新跨越。

其次,从百年整体视角看,在百年探索历程中中国共产党形成了中国特色的党报党刊发行事业体系,成为报刊发行事业的第一大党。从发展道路上

① 《习近平在中共中央政治局第十二次集体学习时 强调推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础》,《人民日报》,2019年1月26日。

② 习近平:《推动媒体融合纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础》,《人民日报》,2019年1月26日。

③ 吴锋:《智能时代传统主流媒体发行规则危机及对策》,《青年记者》,2021年第23期。

看,百年报刊发行探索中我们党把马列主义基本原理同中国发行事业实际紧密结合,在新民主主义革命时期探索出一条农村包围城市的党报党刊发行道路,新中国成立后逐步形成了以“党委坚强领导、全党动员参与、体制机制灵活、综合保障有力”为核心的中国特色党报党刊发行模式。从事业体系看,百年报刊发行历程中建成了中国特色党报党刊发行体系,包括“党管发行”的政治领导体系、不断完善的报刊发行政策体系、不断改进的党报党刊发行运行体系及覆盖城乡的报刊发行网络体系。从队伍和文化建设看,百年报刊发行实践中锻造了一支业务精湛的发行队伍,孕育了一批光耀千古的发行英雄,铸就了以“不怕牺牲、爱岗敬业、无私奉献、服务人民”为核心的发行精神,成为中国共产党精神谱系的重要组成部分。

再次,从人类命运共同体视角看,中国共产党领导的报刊发行事业既推动了中国社会文明进程,同时作为人类文明史的重要组成部分,在促进文明对话、增进文明沟通、增强价值认同方面均发挥了重要作用。新民主主义革命时期,党报党刊的海外发行使我党同共产国际和海外侨胞保持紧密联系,中国抗日战争和解放战争状况得以在西方传播;社会主义革命和建设时期,党报党刊发行密切了中国同社会主义阵营国家的关系,成为中苏等国家间合作的重要见证者;改革开放时期,党报党刊对外发行成为国外了解中国对外开放政策的重要窗口;十八大以来,党报党刊的海外发行更是向世界呈现中国共产党实现从严治党,带领中国人民完成脱贫攻坚、战胜罕见疫情的重要载体,是中国与世界沟通的重要桥梁,也是国外了解中国、认知中国、读懂中国的重要渠道。因而,百年党报党刊发行既是中国成就,也蕴含世界价值。中国党报党刊发行探索中形成的中国模式和中国方案,特别是党委领导、群众参与、方式灵活、重视技术、政治保障的基本模式,对其他社会主义国家具有重要参考意义。

(二)百年中共报刊发行事业的经验启示

重视总结历史经验是我党的优良传统,也是我党取得巨大成就的重要原因。党的报刊发行事业百年奋斗史留下了系列宝贵经验,最重要的有以下几点:

其一,始终坚持“党领导发行”根本原则,把党的领导贯穿党的报刊发行事业全过程,是党的报刊发行事业发展的政治保障。正如《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》所说的,党的领导是全面的、系统的、整体的。^①党对报刊的领导不仅体现在对报刊内容采编的领导,还体现在对发

行事业的领导。^②自建党初期起我党就设置报刊发行专业管理部门(即印行部),出台报刊发行管理制度文件,逐步创建覆盖全国的发行网络体系。新中国成立后,党的报刊发行事业成为各级党委政府高度重视的政治任务,中宣部、新闻出版总署和邮电局等为推动报刊发行出台了一系列文件,确保党的报刊发行事业始终处于正确方向。改革开放后,党中央充分发挥党组织的优势,并灵活运用计划和市场两种手段,推动党报党刊发行迈上新台阶。特别是自1996年起中共中央办公厅每年下发党报党刊收订工作专项文件、中宣部每年主持召开党报党刊发行工作专题会议,每年就重点党报党刊发行工作进行专门动员、专门部署和专项治理,这种“专项文件+专题会议”的动员模式已经形成惯例并延续至今。与此相反,苏联解体前夕,苏共主动放弃了意识形态领域的斗争,放弃了对党报党刊及发行事业的领导权。1990年苏共掌控的报刊仅占1.5%,当年苏联全国主要报刊订户大幅下跌30%。1991年苏联解体时党报党刊发行量呈雪崩式下滑,这也是最终导致苏联解体、苏共亡党的重要原因之一。历史上正反两方面的经验表明,党报党刊发行事业是一个政党执政兴衰的晴雨表,做好党的报刊发行工作,必须坚持加强党中央集中统一领导,必须加强对党报党刊发行全过程的领导,必须充分发挥党在政策把关、利益协调、过程监督、绩效考核等方面的领导作用,这是党的报刊发行事业可持续发展的根本保障。

其二,始终把党报党刊发行与党的建设紧密结合,服务和服从于党的建设及党的中心工作,是党的报刊发行事业百年常青的重要法宝。在党的百年历程中,发行工作与党的建设相伴而行,是党的宣传事业中极为重要的组成部分。党报党刊发行是思想建党、制度建党和组织建党的重要抓手,是党的事业发展态势的晴雨表、感受器和风向标,也是我们党的事业兴旺发达的重要标志。无论是革命战争年代,还是社会主义建设、改革开放和中国特色社会主义新时代,党的队伍和力量发展到哪里,党报党刊就发行到哪里;党的中心工作指向哪里,党的报刊就发行到哪里;党的舆论斗争阵地在哪里,党报党刊就发行到哪里。因而,中国共产党历来把发行工作作为党的建设的重要内容,强调重视学习报刊、阅读报刊、用好报刊,调动全员参与。早在1928年,中共中央党

^① 《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,《人民日报》,2021年11月17日。

^② 吴锋:《党的十九大以来我国报刊发行事业的创新进路》,《编辑之友》,2022年第4期。

报编辑在《中央党报的作用及同志对党报的义务》一文中就旗帜鲜明地指出,党员“对于中央刊物都有必不可少的两种义务:一种是积极发表对于中央党报之批评的言论;另一种是帮助他的发行,使我们的影响到达群众中去”^①。具体来说,通过党报党刊发行传播了马克思主义,筑牢了党的思想根基,实现思想统一;通过报刊发行实现了组织传播下的上令下达和下情上报,夯实了党的基层组织建设,实现了组织规范,通过党报党刊发行提升党报党刊“舆论镜鉴”的监督作用,在新时期全面推动从严治党向纵深发展中履行舆论引导、媒体引领的重要职能,推动党的全面建设发挥重要作用。由此可见,不仅重视党报党刊发行事业,而且注重将党报党刊发行与思想建党、制度建党和组织建党的有机融合,是马克思主义政党区别于其他政党的重要标志,也是中国共产党在长期的革命和建设实践中形成的一大法宝。

其三,始终尊重发行事业的客观规律,努力适应外部环境变化,不断改进报刊发行运行机制。百年发展历程表明,党的报刊发行事业受到多方面因素的制约,且有其内在的客观规律和独特的运行机理,不会随领导人或管理者的主观意志而改变。新民主主义革命时期,党报党刊发行实行以事业化管理为主、以赠阅制和供给制为辅的发行体制;社会主义革命和建设时期,党报党刊发行主要由邮局统筹,“邮发合一”方式占据主导地位;改革开放和社会主义现代化建设时期,实行邮发、自办发行、民营发行、外资发行等多元主体并存的发行体制;进入中国特色社会主义新时代,媒体融合上升为国家战略,人工智能与算法推荐成为信息分发的主要工具,因而构建线上与线下相结合的融媒体发行模式、打造报刊发行“四位一体”新格局成为新时代的紧迫任务。由此观之,党报党刊没有一成不变的发行模式,其发行体制机制随着外部环境的变化而变化,因而要避免一刀切的僵化管理模式,解放思想,尊重基层的创造性,^②鼓励多样化报刊发行模式并存,为党报党刊发行事业增添多元化发展动能,形成中国特色的党报发行模式和体系。^③

其四,始终坚持“有效发行”理念,注重党报党刊发行的实际效果,维护最广大人民群众的根本利益。由于党报党刊的特殊功能,它在发行方面处于优先地位,受到各级党委政府的特殊重视。但党报党刊发行量并非越大越好,不能片面追求发行数字而不问实际效果。质言之,党报党刊发行本身不是目的,推动党报党刊内容入脑入心,真正起到武装头脑、动员党员群众的作用,这才是党报党刊“有效发行”的

目标所在。亦缘于此,中国共产党高度重视阅读管理,在建党之初就要求党的各级组织普遍建立马克思主义阅报组,并就党报阅读、讨论和学习方式等做出具体指导;在延安时期中国共产党就党报党刊阅读出台专门管理制度,不仅在各根据地解放区建立识字班、读报班,而且就读报时间和阅读频次等做出详细规定,甚至不允许将党报用作“糊窗户”“包东西”等非阅读用途;新中国成立初,中国共产党强调党报党刊订阅“必须遵循完全自愿原则”。延安时期《解放日报》通常将发行量控制在6000份左右,着重提升党报的传阅率,旨在以最小投入获得传播效益的最大化。与此相反,利用执政党和行政权力盲目扩大发行,不仅加重了基层政府的财政负担,而且造成党报党刊发行浪费,就属于“无效发行”。例如,1989年苏联有报纸8500余种,期刊5300余种,其中《真理报》《消息报》《劳动报》《共青团真理报》《少先队真理报》等中央级党报日发行量超过1000万份,^④创世界党报发行史上的最高纪录,但这些报纸大多为强制摊派而形成党报发行繁荣的假象,并非读者的真实阅读需求。1991年苏联解体时,此类报刊发行量呈断崖式下滑,发行泡沫也随之破碎。因而,党报党刊发行必须坚持实事求是原则,必须考量读者的真实阅读需求,提升“有效发行”,避免“无效发行”。

此外,党的报刊发行事业须始终坚持开放合作原则,避免固步自封。新民主主义革命时期,两次国共合作期间也是党报党刊发行事业大发展的机遇期,改革开放后由于坚持报刊发行事业对外开放,进一步激发了我国报刊发行体制机制改革。与此同时,党的报刊发行事业须始终重视科学技术进展,把握好科技发展带来的机遇。延安时期《解放日报》注重利用新华社、延安新华广播电台和党内广播等新技术扩大党报传播范围。党的十八大以来,学习强国等新型主流媒体利用人工智能技术开发党媒信息推荐分发系统,不仅降低了发行成本,而且提升了发行的针对性和时效性,取得了良好效果。

(责任编辑 姬建敏)

① 中国社会科学院新闻研究所编:《中国共产党新闻工作文件汇编》(下卷),北京:新华出版社,1980年,第33页。

② 何云峰:《百年来中国共产党应对重大考验的历史考察及启示》,《河南大学学报(社会科学版)》,2021年第4期。

③ 王鹏:《理论·价值·制度·实践:党的百年奋斗成就之逻辑透视——深入学习十九届六中全会精神》,《河南大学学报(社会科学版)》,2022年第3期。

④ 秉周熊:《苏联报刊发行情况简介》,《出版发行研究》,1989年第6期。

the main participants, and insufficient transformation of ideological and political education resources. “Double first—class” construction colleges and universities should strengthen education awareness, and effectively formulate effective college students’ ideological and political education implementation plans; promote organic integration, and vigorously improve the ability of ideological and political education in cultivating first—class talents; implement collaborative education, transform the advantages of resources in the construction of “Double first—class” into advantages of ideological and political education, and the quality of ideological and political education of college students is effectively improved.

Participatory Communication and Individual Empowerment: “I Speak for Xinjiang” Explorers A New Way to Tell China’s Story Well in the New Era

Guo Peipei

At present, the world political and economic situation is undergoing dramatic changes in the face of the COVID—19 pandemic unseen in a century. The construction of international communication capacity with Xinjiang—related issues which is the main contradiction between China and western countries urgently needs optimization and innovation. The mobile Internet provides the possibility for individuals to participate in the communication as the main body. The success of the large—scale network public welfare activity of “I speak for Xinjiang” organized by the cyberspace administration of the Xinjiang Uygur Autonomous Region is that the organizers consciously changed the concept of communication, broke the framework of “other models” by “self—molding”, and stimulated the strong collective wisdom of the self—organization on the basis of fully empowering the broad masses of the people. It is a process in which people spontaneously build a community based on their emotional identity. The activity reflects the positive interaction between the governance and public participation, which is a beneficial practice of participatory communication theory in the mobile Internet era and provides a reference model for telling Xinjiang’s story well and telling China’s story well in the new era.

Telling China’s Story Well: The Discourse Construction of “Wen” in “Longjingwencha”

He Jing, Liu Huimei

There are three “wen” in “Longjingwencha” (1) first, it explains the relationship between “wen” discourse and the past by tracing the origin of Longjing tea; the interpretation of historical discourse is a process from “absence” to “presence” and “re-memory” through history; (2) second, it explores the discursive construction in the current society. Historical stories have become cultural landscapes in the social context of Longjing, enhancing the cultural value of “Longjingwencha” and the spread of intangible cultural heritage; (3) third, it is interpreted from the meaning of discourse construction. The discourse construction of “wen” respects the “linguistic authenticity” of the texts, which is a cultural construction looking forward to the future. The discourse construction of “wen” reveals that to tell China’s story well, it is necessary to focus on the three core links of “text”, “narrator”, and “recipient”. The discourse construction of “Longjingwencha” activates Chinese traditional narrative resources in the context of globalization, splicing “fragmented” stories together, reconstructing a relatively complete Chinese schema, and sharing values in narratives, so as to make every China’s stories culturally attractive.

The Process, Achievements and Enlightenment of Newspapers and Periodical Distribution in the 100—Year History of the CPC

Wu Feng

There are four stages of The CPC’s newspaper and periodical distribution in the 100—Year History: The first is the difficult exploration and basic formation period of the newspaper and periodical distribution of CPC, that is from the Party founding to the founding of new China; The second is the establishment period of the socialist newspaper and periodical distribution system, that is from the founding of New China to the Reform; The third stage is from the Reform to the Eighteenth National Congress, which is the golden period of reform, innovation, and prosperity of the Party’s newspaper and periodical distribution; Since the Eighteenth National Congress of the CPC, it has been a new period for the Party’s newspaper and periodical distribution to move toward intelligence, integration and high—quality development. After a hundred years of struggle, the CPC has explored a path for the newspaper and periodical distribution that conforms to China’s national conditions, formed a system with Chinese characteristics, built the world’s largest distribution network, forged a superb distribution team, bred a number of glorious distribution heroes, and forged a great spirit of distribution. The variety, duration, depth of social influence, and great role played by the CPC’s newspapers and periodicals have created a great miracle in the history of the distribution of newspapers and periodicals by political parties in the world, which made CPC become the largest Party in the press distribution business.

Media Form and Thinking Innovation: New Media, New Scale, New Thinking

Wang Huasheng

The development of productivity and the progress of society inevitably lead to the emergence of new media forms; new media forms lead to the emergence of new scales and new thinking. If productivity and the productive relations is one trajectory of human society evolution, the change and evolution of media forms is another one. The media intervenes in many aspects of social life with its own way either explicitly or implicitly, bringing many fundamental and significant impacts to human society. Therefore, we should pay attention to the change of media form and to be the facilitator of the change of media form.