

刘明洋 徐苒 编著

# 党报主体角色建构

——基于多媒体条件的报纸战略思维

*Dangbao Zhuti  
Juese Jiangou*

山东大学出版社

山东省社会科学规划项目“多媒体条件下党报主体角色的建构研究”  
(14BXWJ01)研究成果

# 党报主体角色建构

——基于多媒体条件的报纸战略思维

刘明洋 徐 苒 编著

山东大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

党报主体角色建构:基于多媒体条件的报纸战略思维/  
刘明洋,徐苒编著. —济南:山东大学出版社,2016.2  
ISBN 978-7-5607-5503-8

I. ①党… II. ①刘… ②徐 III. ①中国共产党—  
党报—新闻工作—研究 IV. ①G219.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 034647 号

责任策划:滕希功

责任编辑:武迎新

封面设计:张荔

---

出版发行:山东大学出版社

社 址 山东省济南市山大南路 20 号

邮 编 250100

电 话 市场部(0531)88364466

经 销:山东省新华书店

印 刷:济南景升印业有限公司

规 格:720 毫米×1000 毫米 1/16

13.5 印张 247 千字

版 次:2016 年 2 月第 1 版

印 次:2016 年 2 月第 1 次印刷

定 价:32.00 元

---

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

# 前 言

## 一

本书是山东省社会科学规划重点项目“多媒体条件下党报主体角色的建构研究”的结题成果。

在中国,党报在理论和实践两个层面都具有独特的内涵界定和对象所指,即中国共产党各级党委机关报。在党报产生与成长的过程中,党报作为党的喉舌,已经成为党的革命事业与社会主义建设事业的重要组成部分。

党报产生于革命时期,其创办就是为了舆论引导与革命宣传。进入20世纪80年代之后,在各类市场化报纸的冲击下,党报做出了种种探索,无论在经济地位上还是在舆论场上,都占据着主体地位。而到了21世纪,数字技术与新媒体的发展全面改变了传播生态与传播格局,这对党报在新的媒体环境下是否能够保持主体地位形成了新的挑战。

因此,在这样一个新的传播背景下研究党报主体角色建构的战略,具有很强的现实意义与理论价值。

首先,符合构建舆论传播新格局的需要。在传播渠道多元化、传播主体多元化的背景下,坚持并实现党报主体角色,是舆论新格局的关键方面;面对国际舆论斗争,党报拥有舆论场的领导权,还具有争取国际舆论主动权、更有效地传播中国形象的国际化意义。

其次,符合转型期中国发展的需要。中国社会正处于转型期,各方面的改革进入了“深水区”,创新、协调、绿色、开放、共享五个新的发展理念需要在理论层面和实践层面的传播。在这样的背景下,党报发挥好舆论引导主体角色的作用,对于推动改革进程、促进常态发展具有重要的意义。

再次,多媒体条件下党报主体角色理论体系的建构研究,作为党报理论体系的一个分支,有利于整个党报理论体系的丰富与发展。在建构党报主体角色战

略的研究过程中,涉及新闻学、传播学、社会学、媒介生态学、传媒经济学等学科的交叉,这将有利于实现党报理论研究的创新与发展。

最后,探寻多媒体条件下党报主体角色实现的方法和路径,有助于党报在多媒体条件下突破困境、创新发展。本课题的研究以现实问题为导向,注重实践应用,努力为党报主体角色的实现提供符合现代传播特点、传播规律以及产业发展的路径。

## 二

社会角色是指某一组织在社会系统中被赋予的社会地位及其在社会系统中应发挥的功能。换言之,每一个组织都应该具有一定的行为标准,这些标准决定了组织在社会中应有的权利和应承担的义务。

近些年,关于党报主体角色的研究,较以往更加“多元化”。研究者有的将之表述为“主体地位”,有的将之表述为“主流媒体”。总体研究主要基于都市类报纸的成长崛起和新媒体的快速发展两大背景。从相关研究成果看,主要集中于对党报主体角色的认知以及对党报主体角色建构路径的探讨方面。这些研究成果为本课题的研究提供了宝贵的资料与经验,但总体来说,存在着以下方面的不足:

(1)研究内容较为宽泛,多媒体环境鲜有论述。从相关的研究成果看,主要集中在两个方面。一是对于党报主体角色的认知。研究者提出,由中央、省、地市三级党报组成的党报体系,已成为支撑全国报纸出版体系的核心架构<sup>①</sup>;主流性是党报的必然性和根本属性,党报要在创新中发挥主流媒体的作用,着力营造主流媒体舆论场<sup>②</sup>;加强党的执政能力建设,党报资源的开发利用是一个重要方面<sup>③</sup>。二是对于实现党报主体角色现实路径的探讨。研究者提出,在新时期党报理论需要创新发展,要加强“党报品牌”的研究与建设,设计并实现党报定位和功能<sup>④</sup>;党报要对接“两个舆论场”,既做好“喉舌”,也当好“耳目”,提高宣传艺术(王庆华、2012)<sup>⑤</sup>;要从主流媒体核心竞争力打造的角度,创新党报的体制机制,

① 参见詹新惠《新媒体环境下党报的历史方位》,《传媒》2011年第7期。

② 参见柳斌杰《党报的主体地位和主流作用》,《中国记者》2006年第5期。

③ 参见刘继南《党报是党重要的执政资源》,在“人民共和国党报论坛”第二届(2005)年会上的讲话,人民网, <http://media.people.com.cn/GB/22114/63480/63482/63488/4340957.html>。

④ 参见王卫明《论新时期中共党报的定位与功能》,江西人民出版社2009年版。

⑤ 参见王庆华《党报的创新与突破:对接“两个舆论场”——以〈安阳日报〉的〈民生网事〉栏目为例》,《传媒》2012年第7期。

创新新媒体时代党报的发展策略,构建党报集团“立体化”发展模式<sup>①</sup>。相对于上述两个方面,对于党报主体角色与多媒体条件、多媒体环境的定性与定量研究,都显不足。

(2)研究主体以一线工作者为主,富有新见解,不够体系化。考察研究者,大体包括学界、报界和媒体主管机构人员三部分。其中,大量研究来自于报纸一线,所研究的问题来源于报纸实践,也直接应用于报纸发展。由于理论准备不足,尽管有新鲜观点,但常常缺少系统的理论论述和体系支持。

(3)在研究方法上,案例研究多,理论建构少。现有的研究成果中案例研究占了很大的比重,研究对象包括整张报纸、报纸的某一个板块、某一类报道或某些事件。这类研究具有很强的实践性,但理论性较弱。

因此,本研究在以下几个方面坚持了突破与创新:

(1)拓宽研究视野。在研究维度上,从较多强调党报的政治功能,拓宽到同时关注党报的经济功能、社会功能、文化功能等;在研究广度上,从关注党报在国内舆论环境下的主体角色拓宽到在国际、国内两个大局中考察党报的主体角色;在研究深度上,从关注党报在舆论宣传上的主体角色拓宽到深度考察党报在社会价值建构、社会组织动员、生活形态塑造等层面上的主体角色。

(2)加强对多媒体条件的研究。“多媒体条件”的背后,不只是技术的革命,也是新的社会推动力量的形成;既改变着媒介自身的生态,也改变着媒介与社会、组织、个人的关系。党报主体角色的建构,需要更深层地研究其影响,更有针对性地寻求方法与路径。

(3)实现理论与实践研究的紧密结合。一方面解决创新实践缺少理论支持的问题,另一方面让理论研究具有更强的现实指导意义。

(4)从微观的分析评判走向宏观的科学建构。通过综合运用各种理论工具,从单纯数据分析以及现象评判的研究,走向更多理性化、建设性研究,为党报主体角色的建构提供有效的理论支撑和现实路径。

与西方的主流媒体不同,党报主体角色地位是党在革命与社会主义建设实践中确立与不断加强的。党报所具有的公信力、影响力、权威性是党的先进性和执政地位赋予的。在这样的一个社会转型期,社会利益不断分化,社会矛盾日渐突出,党报能否坚持主体地位,将关系到新闻事业的成败、党和人民事业的兴亡。近年来,党报在形式、内容和读者层面不断老化已是不争的事实,媒体行业党报一枝独秀的局面早已成为过去。新媒体不仅冲击着党报的生存与发展,而且也在解构着主流的价值观。

<sup>①</sup> 参见刘劲松等《党报集团向现代传媒集团转型模式与战略》,中国传媒大学出版社2013年版。

聚焦于现在的媒体环境,我们现在处于一个多媒体时代,有三个概念代表着当今时代重要的媒介特征,“即数字化、社会化与自媒体。数字化是一个媒介系统的概念,技术因素的影响占主要的位置;社会化则是一个社会系统的概念,媒介、社会与人,在这个概念里实现着一体化;自媒体是传受关系即时互换背景下的一个注重个性化传播的概念,体现我为自己代言的一种传播主张,体现更加有效的传播控制”<sup>①</sup>。多媒体条件带来的传播生态变化及社会变革,使党报主体角色的内涵更加丰富,外延更加扩展。而在新媒体环境下坚守党报的主体角色,就要既基于现实也要着眼于未来的“建构”,这就对党报的改革与创新提出了更高的要求。只有坚持高品质的内容服务,才能够获得受众的真心认同,才能够做主流大报。

### 三

本书分为以下几部分:

在第一章中,本书对党报的主体角色做了历史的考量。这一部分以《大众日报》为案例,分三个阶段进行分析,即革命战争时期的《大众日报》(1939年创刊至1949年新中国成立),社会主义建设时期的《大众日报》(1949年新中国成立至1978年十一届三中全会),社会主义建设时期的《大众日报》(1978年十一届三中全会至现在),重点研究在革命时期与社会主义建设时期,党报如何适应时代的主题,不断调整自己,建构党报的主体角色,发挥党报的舆论引导作用。

第二章,集中于对党报的主体角色做现实的考察。首先,对多媒体条件进行了基本的描述;之后,考察了多媒体条件引发的社会变革,论述了多媒体条件对媒体产业的影响;最后,分析了多媒体条件对党报主体角色的影响。

第三章,分析了建构党报主体角色的“四个视角”:第一个是生态视角,主要以媒介生态理论为基础,为党报主体角色确立生态学定位;第二个是社会视角,主要以社会角色理论为基础,结合多媒体现实和中国社会发展需要,为党报主体角色确立社会化价值;第三个是产业视角,主要以媒介经济学理论为基础,为党报主体角色在产业领域提供价值定位,实现党报社会效益与经济效益的一体化发展;第四个是受众视角,主要以新闻学、传播学理论为基础,关注受众研究,为党报主体角色的实现提供受众视野下的路径选择。

第四章,主要论述建构党报主体角色的“三大工程”:能力工程——以“提升

<sup>①</sup> 刘明洋、戴元初:《大传播时代重要的媒介特征——数字化、社会化、自媒体》,《工会信息》2015年第2期。

传播力”为主线,从信息传播结构变化与内容结构调整、传播渠道与传播方式创新、媒介融合与资源整合、受众发现与受众接受等多个方面,全面提升党报的传播能力;价值工程——以“增强公信力”为主线,构建多媒体条件下党报新的价值体系,以主体角色引导主流价值;互动工程——以“营销影响力”为主线,关注党报影响力的构成、党报影响力的制造、党报影响力的营销,创新思路,创新机制,创新模式,打造基于多媒体条件的党报产业链,全面提升党报的核心竞争力。

从2014年到2016年,本课题组一直在关注党报主体角色的构建战略。两年的时间里,媒体环境发生了深刻的变化,尤其是2014年中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》之后,各家报业集团陆续出台了以党报为龙头的媒体融合实施方案,加快了媒体融合的步伐。各级党报主动开发微博、微信、二维码等移动客户端,不断提升用户体验,以期把内容优势转变为经营资源。这种在技术推动下变化速度不断加快的媒体环境,不仅对于新闻从业者来说是个挑战,对于新闻学的研究者也是如此。

课题组采用了分工协作研究的方式,具体分工及撰写章节如下:

第一章 徐苒

第二章 赵芳苑

第三章 毛鑫鑫

第四章 吕晓峰

案例分析 张妮 杨玉洁 张芃芃

本课题组在研究中力图做到前瞻性,但最终提出的意见及建议或许只是初步的、肤浅的。这些研究成果是否可靠,结论是否科学,有待于党报的实践检验,也有待广大读者特别是同行专家的批评指正。

最后,向阅读本书的所有读者表示我们的感谢和敬意!

刘明洋

2015年12月



# 目 录

## 第一章 党报主体角色的历史考量

——以《大众日报》为案例 ..... (1)

第一节 革命战争时期的党报主体角色(1939~1949)..... (2)

第二节 改革开放前的党报主体角色(1949~1978) ..... (12)

第三节 改革开放后的党报主体角色(1978~2015) ..... (20)

## 第二章 对党报主体角色的现实考察 ..... (45)

第一节 多媒体条件的基本描述 ..... (45)

第二节 多媒体条件引发的社会变革考察 ..... (50)

第三节 多媒体条件对媒体产业的影响 ..... (56)

第四节 多媒体条件对党报主体角色的影响 ..... (61)

## 第三章 党报主体角色建构的“四个视角” ..... (75)

第一节 生态视角 ..... (75)

第二节 社会视角 ..... (85)

第三节 产业视角 ..... (93)

第四节 受众视角..... (101)

## 第四章 党报主体角色建构的“三大工程”..... (112)

第一节 打造能力工程,提升党报传播力 ..... (112)

第二节 强化价值工程,增强党报公信力 ..... (124)

第三节 深化互动工程,营销党报影响力 ..... (140)

第四节 融合驱动创新,凝聚党报核心竞争力 ..... (157)

|               |       |
|---------------|-------|
| 附 录 案例分析····· | (161) |
|---------------|-------|

|           |       |
|-----------|-------|
| 参考书目····· | (199) |
|-----------|-------|

|          |       |
|----------|-------|
| 后 记····· | (202) |
|----------|-------|

# 第一章 党报主体角色的历史考量

## ——以《大众日报》为案例<sup>①</sup>

1939年《大众日报》在山东沂水创刊，是抗日战争期间中国共产党在抗日根据地创办较早而且具有较大影响力的报纸之一。1942年，《大众日报》成为中共中央山东分局的机关报。1945年，抗日战争胜利，解放战争打响。这年12月，由于革命形势的需要，成立了中共中央华东局，《大众日报》改为该局的机关报。1949年3月，中共中央华东局南下，《大众日报》再次成为中共中央山东分局机关报。1955年1月，中共中央山东分局撤销，成立了中共山东省委，《大众日报》自此成为山东省委的机关报。

从历史沿革来看，战争年代，《大众日报》长期作为共产党的地区性报纸而存在。创刊伊始，《大众日报》就提出了“群众写”“写群众”的口号，版面中充满了群众和基层的声音，受到了山东抗日根据地军民的欢迎，成为战争年代一张发行量居前、影响力巨大的报纸，为新中国的成立做出了难以磨灭的贡献。社会主义建设时期，《大众日报》坚决维护和支持党对报纸的领导，坚持全党办报，走群众路线，为社会主义建设事业鼓与呼。改革开放之后，《大众日报》不辜负党和人民期望，始终把握正确的舆论导向，切实肩负起一份主流大报的责任和使命，围绕改革开放与发展的时代主题，在山东改革前进的每一个重大关键点，都会有《大众日报》的思考与声音。

现在的《大众日报》，作为中共山东省委机关报，是全国连续出版时间最长的党报。目前，以《大众日报》为母报组建的大众报业集团成为一个拥有18份报纸（自办报纸12张，合办6张）、5份杂志、1个以山东省重点新闻门户网站大众网为龙头的网站群以及山东手机报等新媒体和60余家法人公司的大型现代报业集团，形成了报刊、有线电视和新媒体、产业园区、楼宇经济、投融资、印刷、发行

---

<sup>①</sup> 本章节的史料与案例参考和借鉴了《大众日报》50周年和70周年报庆系列丛书（内部资料）的研究成果，具体见书后参考书目。

物流、广告会展 8 个产业版块。在新闻宣传、跨地域整合报业资源、跨媒体进军有线电视、跨行业进军资本市场等方面走在全国前列,走出了大众特色的发展之路。从 2006 年到 2013 年间,获得 25 项中国新闻奖,其中 9 项一等奖。2013 年,集团总资产达到 65.59 亿元,总收入 21.55 亿元,利润 7.35 亿元。综合实力位居全国报业集团前列。

## 第一节 革命战争时期的党报主体角色(1939~1949)

《大众日报》建立舆论主体地位实际上是一个过程,它的发展壮大与中国共产党在山东军政力量的日益强大是相辅相成的。经过 8 年的艰苦抗战,中国共产党在山东的政治、军事力量由弱到强、由小到大,至抗战结束时,山东解放区已经拥有 2800 万人的群众、71 万人的民兵和 209 万人的自卫团,党员人数发展到 22 万余人,建立了全国第一个共产党领导的省政府,并控制着 12.5 万平方公里的土地,成为中国共产党发展革命事业的重要基地之一。可以说,中国共产党在山东军事力量与政治实力的发展壮大,为《大众日报》的存在乃至发展壮大提供了强有力的保障。

抗日战争胜利后,针对国民党的专制独裁统治与挑起战争的步步紧逼,中国共产党直接领导了一场争取和平、反对内战的宣传斗争。在这场宣传斗争中,《大众日报》按照党中央的政策和策略,一方面积极宣传共产党争取和平民主、寻求避免内战的一切途径和努力,一方面揭露国民党“假和谈,真内战”的阴谋,宣传解放区军民做好准备、迎击国民党反动派进犯的工作和斗争。在宣传报道中,《大众日报》坚持实事求是、以理服人的原则,赢得了解放战争初期宣传工作战役的胜利。在党中央直接领导下的这场宣传斗争,揭露了反动派骗人的把戏,动员了人民群众继续参加革命,争取了国内外舆论的支持,使共产党在政治上取得了主动,为粉碎国民党的进攻做好了思想上和舆论上的准备。

1946 年 6 月 26 日,国民党军围攻中原解放区,并陆续向我苏皖等解放区大举进犯,人民解放战争随之全面展开。此后,军事方面的宣传报道成为《大众日报》宣传的重心。除了军事斗争外,土改、支前、大后方人民的反抗等也是《大众日报》宣传工作的重要内容。

随着战争的节节胜利和革命形势的迅速发展,接管城市特别是如何顺利地接管大城市被提上了议事日程。对此,中共中央、中央军委以及各武装部队都制定了严格的纪律、制度和守则,保证党和军队对城市的顺利接管。这时党的宣传工作的一个重要任务就是要使这些制度、纪律深入人心,人人遵守。这一时期,对接管城市的政策、纪律、制度、守则等方面的宣传成为《大众日报》宣传工作的重心。

革命时期的《大众日报》建立了党报的主体地位,主要表现在以下方面:

### 一、构建了以《大众日报》为中心的“多媒体报社”

这一时期,在条件异常艰苦的环境下,《大众日报》的新闻人自力更生,努力开拓创新,办报刊,开设通讯社,建立广播电台,开办印书馆,创办商行,建立了以《大众日报》为中心的完善的宣传体系,成为革命时期山东最大的文化出版印刷单位,并且为当时山东文化教育事业做出了重大贡献,堪称革命时代的“多媒体报社”。

#### (一)创办报刊

在《大众日报》创刊后,1939年10月,《大众电讯》创刊。这份刊物后改名为《内部情况》,主要编发记者和通讯员采写的不宜公开见报的重要情况,供山东省委、华东局和军区的领导同志参阅。1940年7月,《前卫报》创刊,这份报纸是山东纵队军政委员会机关报。1941年7月,《青年记者》创刊,开始叫作《记者生活》,1942年6月由中共中央山东分局宣传部长、《大众日报》社社长、中国青年记者学会山东分会理事长李竹如同志倡导,正式更名为《青年记者》,成为中国青年记者学会山东分会会刊。

#### (二)创办通讯社

1939年9月,大众通讯社成立。通讯社除了继续按时抄收播发电讯,出版《大众电讯》和供给编辑电稿外,主要增加了采访报道。中共中央山东分局对于它的定位是“全省各报纸的新闻供给机关”,每天两次对外发稿。1941年4月,大众通讯社撤销,成立新华社山东分社,开始与其他通讯社联络并播发山东新闻,由《大众日报》管理,合署办公。1946年3月,为适应和平民主新局面的需要,山东分社与新华社华中分社合并为新华社华东分社,仍附属于报社,与报社合署办公。1949年8月,山东总分社与大众日报社分立。大众日报社对新华社江淮分社、中原分社、华东前线分社的组建,从干部、人才到物资等方面都给予了无私的帮助。

#### (三)创办印书馆

1940年12月,山东分局筹办大众印书馆,其前身是山东文化教育出版社。山东分局根据形势需要,实行报纸书刊统一领导。大众印书馆印刷了大量书籍,

“从1939年到1942年底,印刷出版各种书籍180余种,72万余册”<sup>①</sup>,为1943年山东新华书店的创办打下了基础。

#### (四)创办电台

为了适应新形势发展的需要,充分发挥新闻效应,开展对外广播,1948年9月华东新华广播电台开播。这是解放区继延安、邯郸广播电台后的第三个广播电台,也是山东及华东广播事业的开端。

#### (五)创办山东战时邮局

1941年10月,山东分局、山东战时工作委员会、山东军区与大众日报社联合成立了山东战时邮局。1943年,山东分局决定:实行邮政、交通、发行三位一体的体制,各区战时邮局、各级党委交通科与报社发行部合并,实行一套人马、三块牌子。“这个机构对报社称发行部,对党委称交通科,对外则称邮局,既负责《大众日报》的征订、投送,还负责护送干部、传送党内机要文件以及党政军民的信件等任务。邮局和报社一起行动,邮局党组织由报社统一管理。1946年9月,根据华东局指示,邮局、报社以及各战略区的报纸发行部门全部合并;1947年2月,华东野战军政治部成立华东野战前线邮局,直接为部队服务,《大众日报》的发行范围也随着华东野战军的胜利前进而不断扩大。”<sup>②</sup>

#### (六)创办商行

为打破敌人的经济和物资封锁,保证报社及根据地的物资供应,报社先后开办了利聚、利源、柘汪商行、山东新华商店等,开展物资贸易和采购活动。“遍布各地的商店也成为报社与当地党组织、干部、群众联系的渠道。至全国解放后一段时间,报社在各地的商店规模和经营范围大大发展,北至大连、营口,东至烟台、威海,南到上海、南通、无锡,都有报社商店经营活动的足迹。”<sup>③</sup>

## 二、《大众日报》政治话语体系主体角色的建构

人民群众是革命的重要力量,中国共产党是革命的领导者、发起者,是革命的中流砥柱。《大众日报》在这一时期以革命为中心任务的时代要求以及作为中共山东分局机关报和日后成为华东分局机关报的报纸属性,决定了这份报纸从

① 《战争年代的“多媒体”报社》,大众网,<http://paper.dawwww.com>。

② 《战争年代的“多媒体”报社》,大众网,<http://paper.dzwww.com>。

③ 《战争年代的“多媒体”报社》,大众网,<http://paper.dzwww.com>。

诞生之日起就把报纸的战争动员工作放在宣传工作的首位,并在革命中发挥了重要作用。

### (一)揭露敌人的反动本质,激起群众义愤,进行战争动员

拉斯韦尔在《世界大战中的宣传技巧》一书中提出:针对己方成员,要进行“社会动员与保持团结”,可以采用“恶魔崇拜”的方法,“它可以激发对敌人的仇恨,当公众相信,是敌人发动的战争,并且是他们阻碍了永久的有利的以及神圣的平时,宣传家就已经实现了它的目的。但为了加倍确保这一点,用敌人傲慢和堕落的事例来强化国民的头脑是十分稳妥的”。<sup>①</sup>一般来说,和平是人们心目中的社会常态。尤其对于中国的民众来说,“安全第一”的生活观念已经深入人心。在中国的俗语当中处处都有这种规避风险的处世警句:“多一事不如少一事”“得缩头时且缩头”“出头椽子先烂”“枪打出头鸟”“事不关己,高高挂起”等等。这种消极防御的心态,大大限制了山东人民加入到革命中的热情。但从中外历史来看,农民从来都是征兵的最重要来源。农民日常生活中与政治生活的隔绝和在社会矛盾激烈时对政治政权参与的狂热似乎存在着一些悖论。而这背后隐藏的是农民潜在的政治属性。在中国近代化过程中,小农经济破产,农民成为真正的“无产”阶级。农民参加革命是为了获得生活的资源和保护生计这样实用的目的,从而为中国革命提供了阶级基础。

在抗日战争中,《大众日报》通过叙述敌人的暴行,引发了民众的仇恨并延续了仇恨,从而成功地在广大人民群众中进行了战争动员。在《清河人民向全国控诉敌残杀奸淫史无前例》《老人》《敌寇暴行种种》《马头庄的血债》等文章中,《大众日报》通过日军对妇女、儿童、老人、手无寸铁的平民所犯下的惨无人道的暴行的揭露,激起民众的悲愤,从而激起了民众的抗日激情。在《反抗》中,作者通过描述一个本来妥协退让、一味求和的平民刘凤举在妻子、妹妹遭受侮辱之时不得不反抗的故事,揭示了日军暴行与激起中国人民反抗的必然性。

在解放战争中,《大众日报》主要是通过揭露国民党挑起战争的阴谋和反映国民党独裁专制统治下国统区人民民不聊生的生活,激发民众的阶级仇恨,引发民众的抗战热情。1945年10月,“双十”协定刚刚签订,国民党委任的山东省政府主席何思源就派军用飞机向我解放区散发传单,污蔑我解放区为“匪区”,并且策划向我解放区进攻。《大众日报》立即发表社论《粉碎国民党反动派的内战阴谋,坚决保卫山东人民的胜利果实》,号召山东军民坚决保卫山东人民的胜利果

<sup>①</sup> [美]哈罗德·拉斯韦尔著,张洁、田青译:《世界大战中的宣传技巧》,中国人民大学出版社2003年版,第77页。

实,争取全国和平、民主、团结的实现。与此同时,津浦战役打响。报社迅速组成前线记者团,几乎是战役打到哪里,记者就报道到哪里。同时,《大众日报》通过记者的报道,真实地记录了国民党腐败统治引起的货币贬值、物价飞涨、人民生活日益贫困、国民经济逐渐崩溃的真相。像《济南、青岛物价狂涨不已 小公务员被逼吊死 官僚奸商大发其财》《泰安城的悲哀》《甘代表被殴真相》等文章都揭露了国民党反动、独裁、腐败的统治。

## (二)对己、对敌采取不同的宣传策略

在革命中,中国共产党一方面重视宣传八路军和解放军在军事战役中的胜利、在抗日革命根据地和解放区的建设成就,激发人民对于胜利的希望和对于美好未来的期盼;另一方面,也非常重视针对敌军的宣传,瓦解敌军的斗志。1941年,中央宣传部制定了反敌伪宣传工作的指示。在这个指示中,要求对日军的宣传,“应抓紧并激动当前日本士兵的情绪,如思家思乡情绪,厌战的情绪,不满意长官打骂的情绪,以增长其悲观懈怠的意志,削弱其战斗的力量;宣传品的文字必须是真正的日本文,形式要短小精致,印刷精美,以适合其脾胃;禁止枪杀俘虏,并给俘虏以很好的招待与慰问,愿回者则给以简短宣传后即释放之,不愿回者则给以由浅入深、逐渐启发其阶级觉悟的政治教育与训练,并分配他们些工作,注意训练出一些进步的俘虏,使其帮助我们进行对敌军的宣传工作”<sup>①</sup>。不过,通过简单地浏览《大众日报》中的文章,我们基本上可以认定,在抗日战争期间《大众日报》的宣传工作中,动员的力量要远多于“分化瓦解”。这是由两方面的因素决定的:一方面是中国共产党所领导的革命力量主要来自于工人阶级、农民阶级和小资产阶级,而不是来自民族资产阶级和敌对势力,他们具有坚定的反抗精神;另一方面通过动员来获取支持自己的力量是一种积极主动的进攻,而非消极的获取,即通过削弱对方的力量来相对地增加自己的力量。比如,1939年3月30日,《青年战线》专刊出创刊号。《创刊词》指出,处于敌人后方的山东青年都怀着一个共同的热望——洒尽热血、拼掉头颅,最后战胜日本强盗,争取中华民族的自由解放!5月18日,该刊第一次发表小评论《妥协是死路》,通过这些动员的文章,实现了拉斯韦尔所强调的在现代战争中,当局必须运用宣传这个新颖而巧妙的手段将千百万人铸造成一个具有“共同仇恨、意志和希望的大集

<sup>①</sup> 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)》,学习出版社1996年版,第209页。



体”<sup>①</sup>。

解放战争中,敌我矛盾不再是民族矛盾,经过8年抗战,和平与民主成为民心所向。《大众日报》通过一系列报道揭露了国民党“假和谈,真内战”的阴谋和国民党的反动独裁统治,动摇了国民党的军心,鼓舞了共产党军民的士气。比如,1946年社论《究竟“谁还在打”》,对于济南1月18日《民国日报》的反动社论进行了有力的反击,指出国民党主动挑起内战,中国共产党是被迫自卫反击。《大众日报》非常重视对国民党军队的宣传教育工作,在《在解放区大团圆》《吊今战场》等文中,多名国民党军官以自己的见闻说明了蒋介石的指挥完全失败,众多军事将领只是在为国民党做嫁衣,白白牺牲自己的部下,这就导致更多的国民党将领失去作战的信心和勇气。

### (三)解释国内外的形势,传达党的路线、方针、政策

这一时期的《大众日报》对国际、国内形势的宣传报道一直很重视,想尽各种办法克服困难,运用各个通讯社特别是延安新华社的报道,及时向群众宣传当时国际、国内发生的一些重大政治、军事、经济、文化事件,并且差不多每期报纸都有一篇社论或专论来分析这些事件的前后发展经过、原因、意义及其今后可能的发展趋势,阐述中国共产党的态度与主张。例如,1940~1941年对国民党反动派一手制造的震惊中外的“皖南事变”和在全国范围内掀起的第一次反共高潮以及这一时期发生的德国法西斯悍然发动对苏联的进攻、日本帝国主义发动太平洋侵略战争、国民党正面战场上的节节败退和八路军发动的“百团大战”等等重大事件,《大众日报》都作了比较集中和突出的宣传报道。并且通过这些事件的宣传报道,反复宣传解释中国共产党和八路军、新四军,一贯以国家和民族利益为重,顾全大局,一再忍让,始终坚持团结、抗战和进步,反对分裂、投降和倒退的严正立场,以及在反摩擦斗争中的有理、有利、有节的自卫原则,既及时揭露打击了亲日投降派的中途投降妥协的阴谋活动,又教育了人民群众,扩大了我党我军的政治影响。

### (四)宣传民众的参与,展现人民群众对战争的普遍支持

毛泽东指出:“革命战争是群众的战争,只有动员群众才能进行战争,只有依靠群众才能进行战争。”<sup>②</sup>在山东战场上进行的多次战役就是充分动员了群众参

<sup>①</sup> [美]哈罗德·拉斯韦尔著,张洁、田青译:《世界大战中的宣传技巧》,中国人民大学出版社2003年版,第59页。

<sup>②</sup> 毛泽东:《关心群众生活,注意工作方法》,《新湘评论》2013年第3期。