



——新时期影响历史进程的重大新闻事件回望

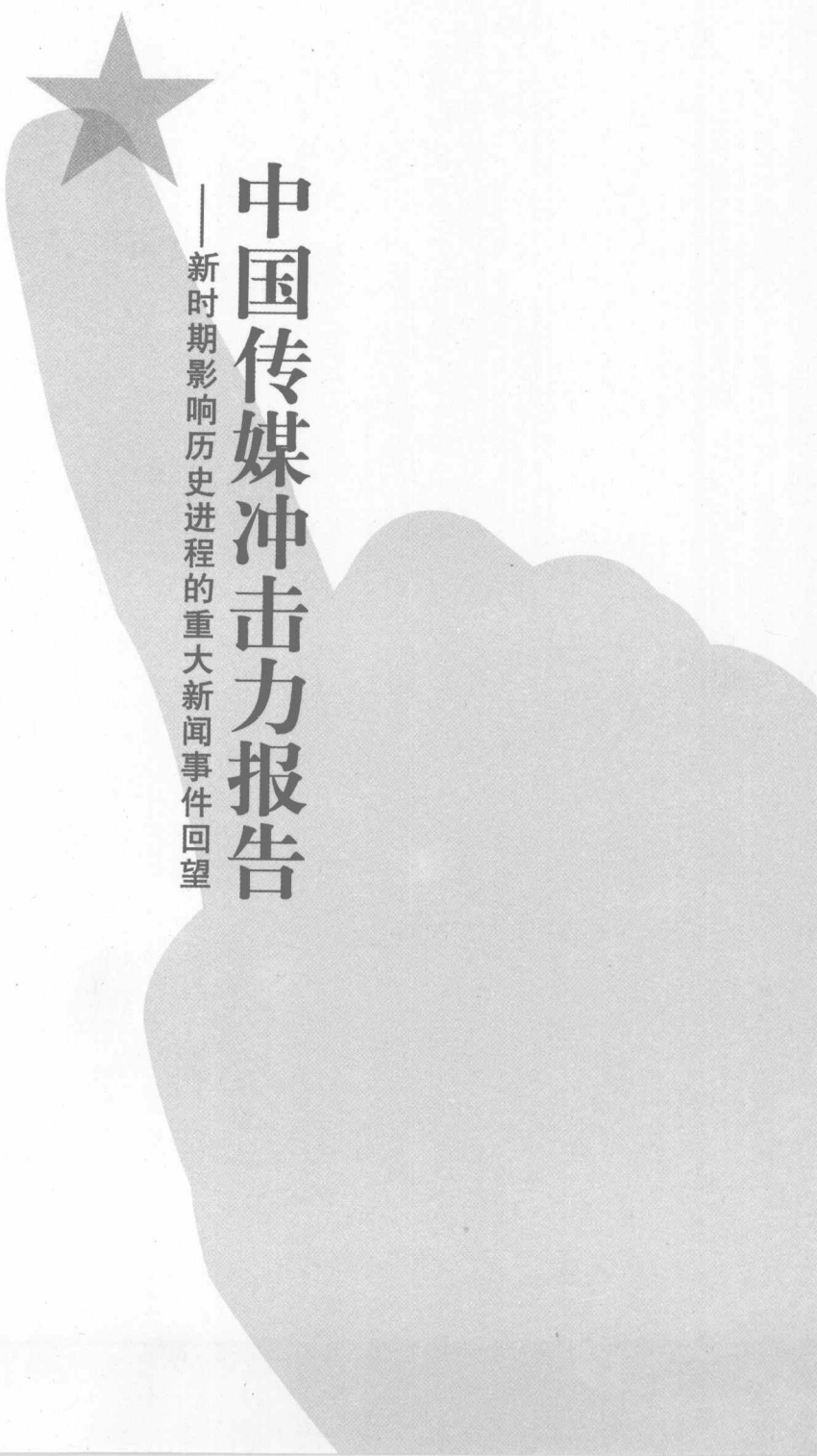
- (1978)《光明日报》真理标准问题大讨论吹响时代前进的号角
(1980)《工人日报》“渤海二号”翻沉事故报道开启新时期官员问责先河
(1983)新华社对步鑫生的报道燃起了企业改革的星星之火
(1987)《经济日报》关广梅现象报道引发姓“社”姓“资”大讨论
(1991)《铜陵报》关于改革开放的系列报道成为全国瞩目的热点
(1992)《深圳特区报》长篇通讯带给中国一个春天的故事
(1995)《中国消费者报》关于王海打假事件的报道唤起国人维权意识
(1997)中央电视台《焦点访谈·罚要依法》向“三乱”开刀
(1998)《齐鲁晚报》著文揭批“法轮功”展现媒体应有的眼光和勇气
(2000)《中国青年报》一篇文章引起公众对“私权”边界的勘察
(2001)《人民日报》“南丹矿难”报道扭转媒体对突发事件的报道方式
(2002)对吕日周的追踪报道是媒体对当代执政者的立体观察和深层期待
(2003)对“非典”事件的报道考问了中国媒体的职业精神和责任意识
(2003)《南方都市报》等孙志刚事件报道洞穿了一部国家法律制度
(2003)媒体对孙大午非法集资案的集中报道凸现多重社会意义
(2004)《新京报》等对嘉禾拆迁的连续报道拆了官商共建的“黑屋子”
(2004)媒体对任长霞事迹的集中报道是在呼唤时代的正义

中国传媒 冲击力 报告

张瑞云 编著

山东人民出版社

- (2005)媒体对余祥林案的反复追问是洒向司法执法的清醒剂
(2005)哈尔滨“天价医疗费”的新闻调查触及我国医疗制度的诸多问题
(2006)新媒体开始在信息传播中扮演重要角色
(2007)中国网民的深层介入使一普通事件成为举世瞩目的公众话题
(2008)汶川大地震快捷、全面的新闻报道向世人展现了一个全新的中国形象



中国传媒冲击力报告

——新时期影响历史进程的重大新闻事件回望

图书在版编目(CIP)数据

中国传媒冲击力报告:新时期影响历史进程的重大新闻事件回望/张瑞云编著. —济南:山东人民出版社,2009. 1

ISBN 978-7-209-04731-9

I. 中… II. 张… III. 新闻事业史-中国-1978~2008
IV. G219.297

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 005578 号

责任编辑:杨 刚 陈丹丹

封面设计:武 斌

中国传媒冲击力报告

——新时期影响历史进程的重大新闻事件回望

张瑞云 编著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址:济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编:250001

网 址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部:(0531)82098027 82098028

新华书店经销

泰安市长城印刷有限公司印装

规 格 16 开(170mm×230mm)

印 张 24.25

字 数 300 千字 插 页 2

版 次 2009 年 1 月第 1 版

印 次 2009 年 1 月第 1 次

印 数 1-3000

ISBN 978-7-209-04731-9

定 价 32.00

如有质量问题,请与印刷厂调换。电话:(0538)8261018

序 ○ Preface

守望与叩问

一、中国新闻传媒的“新时期”

如果把1948年《人民日报》的创刊作为新中国传媒业的开端，那么迄今为止，新中国的传媒业已经走过了60年的风雨历程。而1978年又是一个明显的分界，将这60年切分为前后两个30年。前30年可称为新中国传媒发展前期，后30年，我们借用文艺界常用的一个词，将其称为“新时期”。

新时期的文学概念，是由新时期的历史概念派生的。所谓历史的新时期，就是《关于建国以来党的若干历史问题的决议》里所说的：“1976年10月粉碎江青反革命集团的胜利，从危难中挽救了党，挽救了革命，使我们的国家进入了新的历史发展时期。”关于文学的新时期一般也是这样认为的。而新闻和文学，本来就像大自然中的不同物种一样，分属于不同的学科类别，有着自己的属性，而在中国独有的政治“地质年代”里，二者经常交叉，有着太多的相同和相似点：建国以来都代言意识形态，服务于政治；都依靠大众传媒进行传播；在行政上都被划归“宣传口”，由宣传部门进行管理；都具有“写作”这一劳动属性，而且新闻（如通讯）经常借用文学的写作手法，有的则直接和文学相结合，如报告文学；一些大学在设置新闻专业的时候，直接就将其置于“中文系”或“文学院”之下，或者与其并列，称为“文学与新闻传播学院”，在很多大学里，教授这一专业的老师直接就是学文学的或教文学的出身，等等。二者相比，新中国成立以来的新闻，比文学更直接地记录和见证了新中国的风风雨雨，并且和年轻的共和国同呼吸，共命运，历经甚至推动了一个又一个政治运动，身上被打下了深深的时代的烙印。从1976年“四人帮”被打倒，到1978年党的十一届三中全会的召开，中国提出和确立了改革开放的新思路，中国的历史发展由此进入了一个新时期。现在回望这个新时期，可谓目不暇接、日新月异。这个新时期，是政治的，也

是经济的、社会的；是文学的，更是新闻的。

然而“新时期新闻”这一提法，并不像文学界叫得那么响亮，甚至不多见于中国新闻理论界。这是为什么呢？其中的原因耐人寻味，总的来说是由文学的差异性造成的——尽管前面提到了诸多的相同相似点，但新闻与文学毕竟是两个不同的概念，各自有着不同的运行规律。

（一）中国新闻理论研究的滞后

在中国新民主主义革命时期，文学被看成时代的晴雨表、阶级社会的神经，无产阶级的文学被当成进行思想政治斗争、追求民族独立与解放的有力武器而受到空前的重视，并被置于崇高的地位上。无论是延安时期还是建国后，党和国家的领导人对文学界的动态都高度关注，小到一部作品，大到一股思潮，最高层都可能留心到，并不时地给予指示和引导。毛泽东同志还提出了“百花齐放，百家争鸣”的文艺的“双百方针”，这引发了社会对文学的巨大热情和空前关注。建国后，文学成为人文学科里最重要的一门课程，几乎所有的文科学院都设立了中文系，数十万文学理论工作者和教师都在从事文学的研究与教学工作，出现了一支庞大的文学理论的研究队伍。

另一方面，文艺界进行了比新闻界更加深刻的理论思考。长期以来，以“服务论”为中心的“三论”，既作为党领导文艺的理论基础，又作为党的文艺政策，已经成为举国共遵无可置疑的“金科玉律”，就连20世纪50年代被打成文艺界反党反社会主义右派的那些人，也从未对此表示过怀疑。例如曾经受到全国重点批判的秦兆阳（何直），在他那篇著名的《现实主义——广阔的道路》一文中，就明白地写着：“文学事业是人民的革命事业的一部分，应当为政治服务和为劳动人民服务，这应该是没有疑问的事。”

然而事实是严酷的。几十年间，正是在这个“应该是没有疑问”的理论的指导下，社会主义文艺不仅道路越走越狭窄（从表现广阔的社会生活，到只准描写所谓的“阶级斗争”），而且不由自主地走向“瞒和骗”（只能写“光明”唱“颂歌”），最后竟堕落成一些人手中的斗争工具。经历“文革”十年，文学被人为地引导着脱离了自身的发展规律，“假大空”作品横行一时。“文化大革命”事实上是以阶级斗争理论为基础、借助于“文化革命”的名义进行的政治运动。在这场运动中，很多文艺工作者不仅其作品受到不公正的指责，人身也受到极大的迫害。所以“文革”还没结束，就出现了著名的“天

安门诗抄”事件，这是文学与人性在长期遭受压制下的一次强烈反弹。所以“文革”一结束，各种反思的作品便大量涌现出来。早在1979年4月，《上海文学》的特约评论员文章就喊出了“为文学正名”的口号。与此同时，“新时期”的概念开始在文学界流行，并不断地被完善、诠释。到20世纪80年代初，这个概念已经成型，沿用了30年，并在继续使用，这个概念还会用多久我们并不清楚。

对于新闻来讲，情况大不一样。新中国的新闻事业从一开始就隶属于红色政权，被定位为“党的喉舌”，它的主要任务就是宣传党的路线、方针、政策，绝大部分时候只有“规定动作”，没有“自选动作”，很多报纸多年来在版式与稿件编排上都要与《人民日报》保持一致。党的政策对它就跟着对，如果党的方针政策出现了偏差与失误，它就会跟着错，而且还会放大这种偏差与错误（如“大跃进”和“文革”中，媒体群体性地出现了“假大空”的报道与鼓动）。那时候的媒体所作的都是指令性报道，不可能对自身进行过多的反思，就算是有，反应也不可能过于激烈。建国多年来大学里新闻专业少之又少，全国从事新闻研究的机构和人员也寥寥无几。新闻理论研究比较滞后，即便有也多是业界同行间实践经验的交流和技术层面的探讨，不可能有“异端邪说”提出来。

（二）中国新闻工作者的高度自律

新中国的新闻队伍是经历了战火的洗礼走过来的，从一开始就养成了严明的纪律性。从组织机构上讲，中央和地方的媒体分属于中央和地方机关，这些媒体的负责人享有与其他机关一样的“行政级别”，采编人员也如同机关干部一样，他们各自钉在自己的岗位上，各司其职，各负其责，形成一支支不穿军装的“军队”。他们服从的是党和国家的最高利益，传达的是党和国家、地方政府的声音，长时间以来表现出了良好的自律性。他们不可能像呈发散性分布的文艺界主创人士一样，高举“双百”方针的大旗，不断推出新思潮、新学说——改革开放一开始，古代的、当代的、西方的、中国的……各种各样的理论纷至沓来，创作领域一片火热。他们更注重的是在严格遵守新闻纪律的大环境下，按部就班地推进自己的工作。在以后30年的进程中，中国新闻事业的面貌发生了巨大的改变，可是这些新闻从业人员表现出的始终是低调的、内敛的、服从的、自律的姿态，这已成为中国新闻界从业人员

共同的时代属性。

（三）中国的新闻改革是融冰式的，实践先行于理论

中国新闻改革实践先行于理论这一特点是由中国新闻独有的运作模式和新闻工作者的高度自律而形成的。回望30年，中国的新闻媒体走出了一条独特的改革、创新之路，发展的成绩是巨大的。这些成绩主要表现在：党报面貌发生了喜人的变化；晚报都市类报纸的兴起；广播电视的普及延伸；娱乐节目的兴办、舆论监督的加强；民生新闻、公共新闻的日渐主流；媒体不再只当传声筒，而是开始注意自身的文化与品牌建设，向集团化、集约化方向发展，等等。30年来，中国的新闻改革与发展紧跟着政治、经济领域的改革与发展的步伐，如同坚冰融化一样，一点一滴，悄无声息地进行着，有朝一日回头再看，已经是汪洋一片了。这些新闻改革与发展的成果，很多都是新闻人深入思考、不断蜕变的结果，前面不见有具体的理论指导，后面也鲜有体系化的经验总结。今日媒体已经对社会的进步、对百姓的生活产生了重大的影响，成为一种巨大的舆论力量，而这一变化过程却是在不知不觉中完成的。

说1978年中国新闻媒体进入了一个新时期是恰如其分的。这不仅是暗合着中国历史的新时期，更是因为其后30年中国新闻领域的改革与发展确实是进入了新的阶段，从内涵到外延都发生了根本性转变。

前30年，我国的新闻媒体数量少、品种单一，表达方式与运作形式大同小异，下级报纸的版面和上级的基本相似，报纸、电台、电视台基本上是在同一个范式下运行，内容高度一致。在这一阶段，媒体和政治生态紧密地联系在一起。翻开那些亩产过万斤的浮夸报道，翻开十年浩劫中那些充满激情的言论的报章，我们不难发现，这30年的传媒，只有一个寄生的壳。新中国成立以后，就算是“文革”十年，也从来没有缺乏过各种各样的思想交锋，没有缺乏过形形色色的争辩，而唯独传媒这个壳没有自己的思想，它似乎只是一个发声的器官，不需要思考，似乎也没有思考的功能。

我们把新时期的开端定在1978年，是因为这一年发生了席卷中国大地的重大变革，而这一重大变革，又恰巧是由媒体在思想领域开始发动的，那就是《光明日报》于1978年5月11日在头版发表的特约评论员文章《实践是检验真理的唯一标准》。时隔30年回头来看，怎么评价这篇文章的重大意

义都是不过分的。它引发了一场轰轰烈烈的真理标准的讨论，对中国的改革开放进行了一次思想总动员，拉开了一个风起云涌的时代的序幕。

《实践是检验真理的唯一标准》这篇文章是在当时“两个凡是”思想掌控着舆论话语权的背景下发表的，它的诞生经过了一番波折。这篇历时7个月、十易其稿的文章先是在1978年5月10日中共中央党校的《理论动态》第60期上发表，5月11日由以知识分子为主要读者对象的《光明日报》在第一版上全文转载，5月12日，在政界和军界影响力最大的两份报纸《人民日报》、《解放军报》全文转载，并由新华社转发通稿，全国主要媒体予以发表。这个曲折的发表过程不仅展现了新时期中国传媒人的智慧，更表现了他们在前30年中未曾有过的反抗精神。我们惊喜地看到，中国传媒被历史的神圣使命呼唤着醒来，开始显露它闪现着非凡光芒的思想。

此后30年，中国传媒逐渐有了独立意识，明晰了自己的责任，从只对上负责转变为也为民众服务，从公共管理者需要转为民众需要。从生活类传媒的出现，到民生新闻的兴起，再到公共新闻的诞生，中国传媒在迅速地完成自身的蜕化、变革，在改革的潮流中寻找自己的位置。它仍然不够完美，但真实、生动多了。新时期的传媒是眼睛，更善于发现；是耳朵，更善于倾听；是嘴巴，更善于讲述。最重要的，它还是无形的手，多次推动了中国社会改革和发展的进程。从一元到多元，从宏观到微观，再到微观及宏观，传媒每一次角色的转变，就是一次使命的转变。30年来中国政治的进步，经济的发展，人民生活的改善，无不与传媒有着直接或间接的关系；媒体成为这个时代发展的晴雨表、风向标。那些引发历史转折和时代进程的新闻报道，使我们看到了传媒的推动作用是多么巨大。现今多媒体传媒、互联网、手机报的出现，使得传媒的力量更大了，今后一个时期，中国传媒势必会开创一个崭新的局面。

二、新时期中国传媒的“洗心革面”

说洗心革面或许有些言重，但其他词语难以表达出新时期中国媒体的这种变化。新中国的新闻媒体，是从战争年代走过来的，如新华社的前身“红色中华通讯社”成立于1931年，1937年改名新华通讯社，《新华日报》、《大众日报》和《文汇报》都创刊于1938~1939年前后，《解放日报》（中国共产

党中央机关报)创刊于1941年,中央人民广播电台成立于1945年(其前身延安新华广播电台于1940年12月30日开始播音),《人民日报》创刊于1948年……在残酷的战争年代,这些媒体养成了高度的政治敏感性与严格自律的精神,它们的主要作用是传播中国共产党的政策、主张,宣传革命精神,团结各个领域、各个派别的人民共同革命。其中心是党的政策主张,传播路径是单向的。从1949年新中国成立到1978年改革开放,整个社会还处于战争余波的影响之下,在建设中层出不穷的运动仍然可以视做敌我斗争的延续,这种敌我矛盾显然是被放大了,其在意识形态领域势必将形成重大的影响。对新闻传媒而言,这事实上是一个“后革命时期”。我们看一看这30年间报纸和电台上新闻稿件中的字眼,“斗争”、“阵营(线)”、“战斗”、“战线”等军事词语数不胜数,新闻媒体仍在战争年代养成的高度政治敏感与严格自律的惯性中运行。客观地讲,战争年代的新闻媒体,是在血与火的洗礼中走过来的,那时候的编辑记者既有邵飘萍、史量才等新闻界前辈作为榜样,又有“两江”(范长江、孟秋江)、“两刚”(杨刚、彭子冈)、邹韬奋等一批充满才华和锐气的精英们不要命地实干为楷模。他们肩负民族大义,舍生忘死,传播宣传的或是共产党精英们的先进思想,或是劳苦大众的基本生活状态,或是爱国将士浴血卫国、追求自由的英雄事迹。这些新闻都充满了激情与生命力,生动而富有感染力,为新中国的诞生做出了不可磨灭的贡献。新中国成立后,编辑记者们满腔热忱地投身到新中国的建设中去,下街道,进工厂,上山下乡。他们含辛茹苦,饱含热情。可是,这种热情与那个时代的盲目乐观与人们急于实现美好梦想的急躁结合在了一起,于是他们成了以笔为武器、以服从为天职的文化斗士。

“大跃进”时期,决策者头脑发热,多数人随大流,让激情化成灾情。旋即而来的“文化大革命”也貌似充满激情,只是这种激情不再有亲和力、感染力,它带给人们的只有虚假和恐惧。许许多多的报道把那个时代的传媒钉在了耻辱柱上,如陕西咸阳礼泉县烽火村农民王保京在1958年自吹可以达到亩产粮食240万斤,他的精神病式的自吹居然上了报纸,从此引起了多家媒体对王保京和烽火村的关注。自此,媒体开始了一场长达几十年的造神运动,把王保京打造成著名农民科学家,当上咸阳市常委、副市长。而“文革”期间的许多大块文章都有过轰动效应,让人们激动不已,现在看来既可

笑又可悲。

媒体的自觉意识当溯之于1976年有关媒体对“天安门事件”的报道、1978年《光明日报》关于真理问题的讨论等有关报道。那些有思想、有胆识的传媒人为新时期的中国媒体争了一口气。这表明中国媒体保守思想的坚冰开始融化，僵化了的肌体开始有了血色。不过在当时，新闻传媒尚未放下严肃的架子，而各种文学作品已经捷足先登。现在想，当时的“文学热”不是偶然的現象，相比于当时的新闻传媒，它们因更贴近生活，语言更生动，更敢讲话而出了风头。在一定程度上，文学开始代言意识形态，以至于很多地方办的文学刊物发行量都超过了百万。很多青少年开始追求文学，而新闻媒体在他们眼中还是说空话和假话的地方。

（一）晚报都市类报纸开始崛起

新中国的晚报生活类报纸的发展经历了比较多的波折，从时间上讲基本可以分为三个阶段：1949~1966年的初创阶段；1979~1998年的恢复发展阶段和1998年以后的繁荣发展阶段。总的来讲此类报纸的崛起与发展主要集中在新时期。

1949年新中国成立，到1966年“文革”爆发的17年中，我国的晚报数量非常有限，发展也很缓慢。1949年1月，天津解放，原《新生晚报》经过新政权登记后于3月复刊，这是全国解放后第一家经过新政府同意出版的晚报。北京的《世界晚报》、上海的《大美晚报》在新中国成立后经过登记继续出版，后这些报纸因政治或经济的原因先后停刊，唯上海的《新民报·晚刊》（1958年更名为《新民晚报》）存续下来。1953年天津《新生晚报》改为《新晚报》，1957年10月1日，《羊城晚报》在广州创刊，1958年3月15日《北京晚报》创刊，形成了新中国的四大晚报。

社会主义制度下的晚报如何办？这成了新中国晚报工作者们苦苦思索的一个问题。如从旧中国走过来的《新民晚报》发生了质的变化，强调了报纸革命性的一面，但忽视了它的贴近性和生活化的一面，它把苏联的《莫斯科晚报》作为学习的对象，照搬苏联模式办报，结果可想而知，报纸越来越像党报，路子也就越走越窄。《新民晚报》的同志总结了教训，归纳出了晚报必备的三个特点：一是真实快捷；二是浓郁的文娱性；三是强烈的地方性。之后，晚报的知识性、趣味性、可读性和通俗性有所加强，甚至一些党报也

开始向晚报风格转变。1960年,天津《新晚报》和《天津青年报》、《天津工人报》合并,更名为《天津晚报》;翌年,广州市委机关报《广州日报》并入《羊城晚报》;之后长沙、西安、南宁、成都、合肥、南昌、哈尔滨等地的日报都改为晚报出版,还有新创刊的《太原晚报》、《武汉晚报》和《郑州晚报》。这些晚报其实都是党委的机关报,是党报的变种,只是比党报更活泼、更有趣味性,正如时任广东省委第一书记的陶铸同志所说,“晚报要关心群众的需要,用生动具体的材料、事例、典型来宣传,不要概念化”。“晚报就是要方面多一点,活泼一点,短一些,要有点趣味,寓教育于趣味之中。”北京市委副书记邓拓也在一些场合反复讲:“希望晚报尽可能办得丰富一些、多样一些,要突出重点,又兼顾一般,最好不要单打一。”他还亲自动手在《北京晚报》上开辟《燕山夜话》专栏,形成了很大的影响。

然而晚报刚刚萌芽的一点朴素的办报理念,受到了“文化大革命”的冲击而荡然无存。1966年7月21日,《北京晚报》被冠以“反党反社会主义反毛泽东思想”的罪名而遭受全国范围的诛伐,被迫停刊;同年,《新民晚报》、《羊城晚报》、《成都晚报》、《长沙晚报》、《武汉晚报》被迫停刊;1967年1月,《西安晚报》、《天津晚报》、《郑州晚报》、《南宁晚报》、《合肥晚报》等纷纷停刊。之后长达12年之久,中国的城市中不再有晚报出现。

新闻界进入新时期的第一个表现,应该就是晚报类报纸的复苏和兴办。1979年11月,《南昌晚报》率先复刊。两个月后,即1980年1月,昆明《春城晚报》创刊。这是“文革”后创刊的第一份晚报,也是第一份省级报纸创办的晚报,因而在业内有“报春燕”之称。2月15日,《北京晚报》和《羊城晚报》同时复刊;1982年1月1日,停刊了15年之久的《新民晚报》复刊。截至1982年底,全国已有晚报19家,超过了“文革”前的规模。到1999年底,全国共有晚报146家,其中省级晚报47家,地市级晚报80家,县市级晚报3家。晚报不再为大城市所专有,连中小城市、偏远城市也有了自己的晚报,一些少数民族地区还出现了少数民族语言的晚报,很多城市还同时出现了多份晚报。

相对于对开大版的党报,新兴起的晚报多为四开,起初版数不多,却因字号较小而信息量丰富,并因此获得了一个不太雅的称呼:“小报”。晚报的主要内容不再是硬硬的政治新闻或工作报道,而是增加了很多百姓关注的社

会新闻和娱乐新闻，每天登载不同的指导衣食住行、保健养生的生活（专）副刊。晚报的版式设计一般比较轻松，饰以休闲写意的刊头尾花和插图，使其看起来面目可亲。其发行形式也不再依赖于邮局。过去看报纸都是在办公室，往往要到第二天、第三天才能看到头一两天的报纸，现在花上几角钱，就可以在街头买到当天的报纸，夹在自行车上就可以带回家，吃过晚饭一家人分着版看各自感兴趣的内容。晚报的出现，是首次考虑到了居民家庭对新闻的需求，不再是灌输式的宣传，它尊重作为个体的人和作为社会基本单元的家庭（不只是单位）的存在，所以受到市民们的喜爱。

经过10年左右的时间，晚报在各个城市的传媒中已经变得举足轻重，在经济、政治、社会领域产生的影响越来越大。大的事件，如1998年关于法轮功的揭露，就是由《齐鲁晚报》率先采写、第一个刊登的。它在4月1日发表了记者采写的《请看看法轮功是咋回事》和《法轮功“大师”聚财有道》两篇文章，使大家看清了法轮功的危害，也因此受到法轮功骨干和受蒙骗的群众的围攻。加上其他媒体的共同行动，以至政府下决心取缔法轮功邪教组织。民众生活方面，从街头巷尾，到家长里短，无一不是晚报关注的对象。随着对百姓生活影响的深入，它的版面越来越厚，内容越来越丰富，印刷越来越精美。由于贴近市民、贴近生活，而且影响力巨大，它越来越为厂商们所重视，广告也就越来越多，一方面为报社赚下了大量的财富，另一方面培植了中国的广告市场。晚报成为政治、经济、社会、文化、体育等全方位的传媒，它的作用也越来越为政府所重视。政府部门在党报上发布重要消息的时候必然要求晚报一同发布，晚报因此成为党报的有力补充。

1998年，“羊城晚报报业集团”在广州成立，同年《新民晚报》与《文汇报》联合成立了“文汇新民联合报业集团”，这标志着中国的晚报事业进入了一个新的发展的阶段。进入21世纪后，各地的晚报基本都告别初始阶段，向彩报、厚报发展。办报形势更加活泼，内容更加丰富多彩，而且从最初的“影响生活”向“干预生活、引导生活”转变，成为城市生活中不可缺少的一个主角。

20世纪90年代中期，名为某某都市报的跟晚报内容类似的城市报开始不断出现。与晚报相比，这些报纸有两大不同：一是早间出版，居民在早餐桌上吃着面包喝着牛奶就可以看到最新的报道；二是更加生活化，换句话说

就是对政治和工作指令性报道更加边缘化,娱乐的成分更大了。早间出版表明了媒体开始注重新闻的重要属性——时效性,其实也就是“商品性”。它的这一特点对晚报形成极大的压力,各地晚报,除了一些老品牌按部就班地仍然在下午出版外,纷纷改成早上出版,生活都市类报纸改变了居民的阅读习惯。最重要的,是它开始尊重新闻赖以存在的基础:时效性。众多都市报中,《南方都市报》、《华西都市报》、《楚天都市报》、《半岛都市报》是佼佼者。

晚报都市类报纸的竞争加快了报业发展的步伐。据新闻出版总署报纸期刊出版管理司的统计资料,到2005年,全国的晚报都市类报纸已经达到287种,平均期印数4852.3万份,其中25种晚报都市类报纸平均期印数超过50万份,占到全国同类报纸平均期印数总数的42.52%。从这个层面讲,晚报都市类报纸确实占到了中国报业市场的半壁江山。2006年全国晚报都市类报纸数量达到289种,占到全国报纸数量总量的14.9%,其中晚报数量为156种,占54%。2006年全国晚报都市类报纸前20强中有9张晚报、5张都市报。都市报与晚报一起撑起了新时期中国市场类报纸改革与发展的天空,同时也加剧了中国市场类报纸的竞争。很多城市都打起了报业大战:拼谁的出版早,拼谁的版数多,拼谁的价格低,拼谁的独家新闻抓得多,谁的稿件标题做得好,拼谁更贴近城市生活、更贴近于读者,拼谁的印刷设备更先进,谁的报纸印得更精美……竞争背后受益最大的是城市生活,是百姓读者。

(二) 党报从内容到形式发生重大变化

1948年《人民日报》创办后,随着中华人民共和国的成立,迅速成为全国发行量最大的报纸,1955年1月起先后在上海、武汉、西安、广州、成都、昆明、哈尔滨、乌鲁木齐、南昌等地出版航空版,同时向国外发行,发行量由71万份上升到1956年的90万份。与此同时,以省市各级党报为主体的新中国报业体系逐渐形成,到1956年《西藏日报》汉文版创刊,中国内地的29个省市自治区党委都有了自己的机关报。目前这些报纸绝大多数都超过了50年的报龄。到2005年,我国出版的各级党报已达438种,占当年报纸出版总量的22.7%。其中,中央级党报3种,省级党报41种,地市级党报378种,县级党报13种。44种中央级和省级党报,虽然占党报总量的10%多一点,但在各项主要出版指标(总印数,期印数等)却要占到40%以上,在党

报群中处于核心地位。

作为党的机关报，党报担负着特殊的政治使命，也做出了很大的成绩。如1950年4月19日中共中央颁发了《关于在报纸刊物上展开批评与自我批评的决定》后，《人民日报》立即行动，从1950年到1953年4年间共发表5 000余篇批评文章，日均4篇左右，对大兴批评与自我批评之风起到了重要的作用。再如1955年夏秋以后党中央主要领导同志对农业合作化进程中出现的急躁冒进情绪，《人民日报》针对工作实际和各地出现的一哄而起的现象，及时发表《闻胜勿骄》的社论和《要保持清醒头脑》的评论，并在1956年6月20日发表著名的社论《要反对保守主义，也要反对急躁情绪》。这种实事求是的精神在建国后高涨的建设热情中是难能可贵的。在这一时期，包括《人民日报》在内的各级党报突出报道了社会主义建设的伟大成就，突出宣传了大量人民群众中的先进人物和先进事迹，批判旧观念，提倡新观念，向国内外的广大读者展示了百业俱兴、朝气蓬勃的壮丽画面。

与此同时，新兴的党报群也非常注意总结自身发展中的经验与教训，并不断调整，以期更好地适应党的要求和读者的需求。由于党报承担的主要任务是宣传党在一个阶段的路线、方针、政策，各级党报在编制上隶属于党委，政治上和党委保持高度一致，突出了宣传功能，忽视了新闻发展规律和媒体自身建设，在很长时间里充当了一个简单的“传声筒”。对苏联的经验与做法照搬照套，使报纸介绍的很多理论和典型脱离了我国的实际，教条主义和“党八股”大行其道，新闻宣传单一化、格式化，使得读者生厌，编者生危，新闻改革呼声日高。在此情况下，刘少奇同志在《对新华社工作的第一次指示》（1956年5月28日）中说：“我们的新闻报道，学习塔斯社的新闻格式，死板得很，毫无活泼……我们不能学这种党八股。”复旦大学新闻系主任王中教授在著作与演讲中也指出，报纸既是党的宣传工具，也是老百姓花钱买的商品，具有工具性和商品性两重性，报纸既要为党服务也要很好地为读者服务，让读者自愿去买。1956年，中共中央提出了“百花齐放，百家争鸣”的方针，这使得新闻界大胆冲破了教条主义的束缚，破除了对苏联新闻工作经验的盲从，加大了自身的改革力度。《人民日报》版面扩大了一倍，新闻数量大幅度增加，并且开始倡导报道社会新闻，关注普通人的生活；对国际共运的报道改变了报喜不报忧的惯例，客观真实地报道了波兰波兹南事件与

匈牙利事件。言论上一扫教条主义文风，广开言路。此外还创办了活泼、明快、尖锐地批评现实的副刊，这一切都受到读者的欢迎。其他媒体也纷纷响应，出现了建国后第一次小的新闻改革的热潮。

然而好景不长。整风鸣放运动开始不久，毛泽东就从有关整风的报道中看到了反党反社会主义的动向，撰写了《事情正在起变化》一文，认为报纸的党性和阶级性遭到了否定。1957年6月8日《人民日报》发表《这是为什么？》一文，拉开了一场声势浩大的“反右”斗争；14日，发表编辑部文章《文汇报在一个时期内的资产阶级方向》，点名批评了《文汇报》和《光明日报》；7月1日，又发表毛泽东亲自撰写的《文汇报的资产阶级方向应该批判》一文，将反右斗争推向了高潮；2日，《文汇报》发表社论《向人民请罪》。随后，《光明日报》、《中国青年报》、《北京日报》等一大批报刊公开检讨。就在这期间，毛泽东提出了“政治家办报”^①的理念。王中被批判为“完全是资产阶级右派在人民新闻事业和文教事业中的代理人”^②。党报刚刚出现的新闻改革的苗头戛然而止，转而投入到接下来的“大跃进”的报道中，浮夸、虚假报道充斥一时——媒体上出现了小麦亩产8586斤、稻谷亩产130435斤、红薯亩产251822斤的可笑报道。8月27日，《人民日报》发表了《人有多大胆，地有多大产》的报道。

1962年9月，毛泽东在党的八届十中全会上强调阶级斗争、反对修正主义以及舆论斗争的重要性之后，党报的注意力转向对学术与文化艺术等意识形态领域的报道与批判，《刘志丹》、《海瑞罢官》、《三家村札记》和《燕山夜话》等一批作品受到批判。“文革”爆发后不久，以陈伯达为组长的工作组进入《人民日报》接管版面，并指导新华社与中央人民广播电台的对外报道。1967年起，《文汇报》、《解放日报》等一批党报被造反派“夺权”，党报开始异化，“文化大革命”成为唯一报道主题，报纸成了少数人煽动和整人的工具。

进入新时期后，各级党报都做出了深刻的反思，之后，发生了可喜变化——中国的新闻改革其实是从党报最先开始的。

^① 毛泽东：《要政治家办报》，载《毛泽东新闻工作文选》，新华出版社1979年版。

^② 新华社1957年8月1日电讯。

总的来讲，新时期的党报经历了三个阶段的发展。

一是思想解放、作风转变阶段。这个阶段出现在中国改革开放之初，源自于“真理标准”的讨论。建国后热火朝天的生产场面的鼓舞，对美好生活加速实现的渴望，历次运动中的极左表现，“十年浩劫”中鼓噪盲动，使新中国的传媒像一块红了又打、打了又红的钢铁，开始显现它的韧性与锋利。传媒精英们痛定思痛，开始考虑适合自己发展的独特的道路。老传媒人、中国人民大学新闻学院的博士生导师蓝鸿文教授是那个时代的历史见证人。当年他曾和同事们一起，跑遍祖国大江南北，耳濡目染了党报悄然发生的可喜变化。他在1979年党的十一届三中全会召开后的第一个春天，用50天的时间走访了陕川鄂三省的8家新闻单位，于6月写出了《在三中全会精神指引下——陕西、四川、湖北三省新闻界调查报告》。文中他将党报的变化归纳为10个方面，这些变化在改革开放初期的党报中颇具代表性：

1. 报社的一、二把手由抓政治运动转为抓办报。
2. 加大了地方报道的比例；积极考虑和研究如何加强经济宣传。这具体包括：增加经济报道在报纸中的比重，一般的做法是地方报道占整个报道的60%，而经济报道又占地方报道的60%；抓群众关心的问题，敢于揭露分配中的矛盾；既有重点，又防“片面”，避免过去报道中的一边倒现象，报道更客观细致；经济报道要有知识性和趣味性等等。
3. 重视和加强了理论宣传的学习与研究。
4. 树立了正确的表扬与批评观。这为后来兴起的舆论监督打下了良好的基础，使媒体不再只说好的一面，不说坏的一面。
5. 地方报纸要有地方特色，不能千“报”一面。
6. 恢复和发扬了党的新闻工作的优良传统，包括实事求是、艰苦奋斗、谦虚谨慎、全心全意为人民服务的作风和宗旨。
7. 新闻写作方法有较大改进，使得新闻新了、短了、实了。
8. 开始注意新闻人才队伍的培养。
9. 认真总结历史经验。
10. 党委对报纸工作的新的领导思路。

这在当时，或许会觉得没什么，现在回头看，我们就会惊喜地发现，这10个变化中恰巧蕴藏着可贵的新时期的“中国媒体精神”。之后，媒体的发展无一不是以这种精神为基础的，也正是因为有这种精神，才有了后来的以人为本、关注民生、舆论监督、求真务实的新闻之风，传媒才会受到政府与一般受众的认可，才有可能影响历史发展的进程，也才有可能获得自身的发展。

新时期党报发展的第二个阶段,就是20世纪80年代中后期到90年代中期的自身裂变。前面说过,20世纪八九十年代崛起的晚报都市类报纸多是由党报所办,其实这就可以视为党报功能的一种延伸,也是党报自我繁殖与裂变的表现。截至2005年,全国各级党报连同子报总数达到1 027种,占到全国报纸总量的53.2%。与此同时,党报还要与电视等其他媒体及晚报这些自己的新生代竞争,所以在内容和形式上进一步发生变化,如改进领导人活动报道和会议报道,加强采编队伍建设,更加注重对县域经济与百姓关心的生活问题的报道,增加报纸的印张,由黑白印刷改为彩印等,力求从内容到形式更接近读者。这些变化表明党报已由过去的单向式的党和政府方针政策宣传报道转为关注平民生活,面孔不再那么严肃,版式设计与印刷也更加精美,在服务于上层建筑的同时也注重读者的需求。采编作风更加扎实,采编队伍素质进一步提高,在由上及下提供政策诠释的同时也能由下及上地传达民情,为管理者决策提供思路。

新时期党报发展的第三个阶段,就是20世纪末开始遍及全国的集团化发展。各地党报纷纷成立集团,从1996年到2005年10年间,成立的报业集团已经达到39家之多。这39家报业集团拥有的报纸虽然只占全国报纸总量的17.3%,但期印数占全国的30.2%,总印数占39.9%,总印张占53.2%。也就是说39家党报集团消耗掉了全国一半以上的新闻纸,其影响力可见一斑。集团化使党报由平面的党的方针政策的宣传变为立体的全景式样生活报道。集团化的另一个重要意义,就是党报拥有了一定的经济实力,为其进一步发展打下了基础。

(三) 广播电视节目开始普及,《焦点访谈》一播成名

电台广播,曾拥有着比报纸多得多的受众。在新时期,随着经济的发展,收音机、电视机的普及,广播电视节目的改进,其受众更是迅速增加。20世纪80年代后期,对于普通家庭而言,买台收音机也算大开支,一台18英寸电视机要卖到1 000多元,这价格对很多工薪家庭来讲遥不可及,而且还要凭票购买,有钱不一定买得上;直到1990年,买彩电还要交纳10%的“高消费税”。但随着经济的发展,居民收入迅速提高,电视机成为国内居民最迫切需要的家用电器之一,国内十几条生产线开足马力生产,国外进口品牌彩电也大量涌入,电视机在短短几年的时间里就普及入户;同时,电视台也