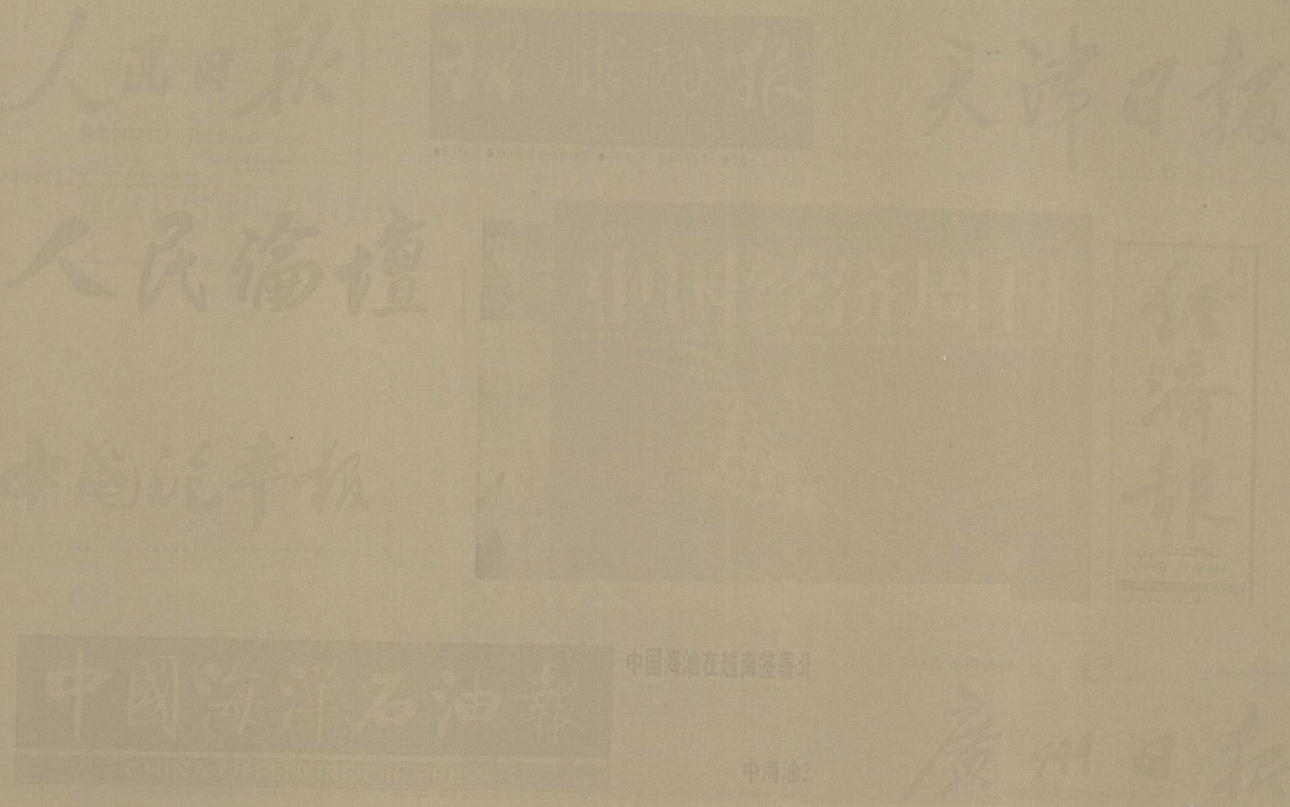




党的执政能力建设与党报

◎主编 王武录

中国传媒大学出版社

中国传媒大学亚洲传媒研究中心重大研究项目

党的执政能力建设与党报

主 编 王武录

副主编 刘 赞 王卫明

肖 明 詹新慧

成文胜 魏 彧

梁小建 闫永栋

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

党的执政能力建设与党报/王武录主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2008. 4

ISBN 978-7-81127-251-2

I. 党… II. 王… III. ①中国共产党—执政—党的建设—研究 ②中国共产党—党报—新闻工作—研究 IV. D25 G219.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 041500 号

党的执政能力建设与党报

主 编: 王武录

副 主 编: 刘 赞 王卫明

肖 明 詹新慧

成文胜 魏 彧

梁小建 闫永栋

责任编辑: 冬 妮

责任印制: 曹 辉

封面制作: 蔡玉生

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京市梦宇印务有限公司

开 本: 787×1092 毫米 1/16

印 张: 8

版 次: 2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-251-2/D·251 定价: 29.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

第一部分 党在全国执政时期党报的定位与功能研究

(一)马克思主义政党领导人对党报定位与功能的论述 /1

1. 马克思、恩格斯论党报的定位与功能
2. 列宁论党报的定位与功能
3. 中共中央领导人论党报的定位与功能

(二)正确认识并尊重党报的定位与功能,是中共执政能力的一部分 /5

(三)定位与功能的类型 /5

1. 媒介性质定位
2. 功能定位
3. 读者定位
4. 内容定位

(四)影响党报定位与功能的因素 /7

(五)党报定位与功能安排的误区 /8

1. “避谈定位调整”——回避问题
2. 党报定位与功能安排上的冲突
3. 不少党报工作者不知“定位”是何物,不清楚本报的“定位”

(六)中共从革命党向执政党的转变,对党报定位与功能的要求 /9

1. 中共从革命党向执政党的转变
2. 中共党报的执政资源属性
3. 党报的执政资源属性对党报定位的要求
4. 党报的执政资源属性对党报功能的要求

2 | 党的执政能力建设与党报

(七)党报定位与功能的冲突、分工与配套 /15

1. 冲突
2. 分工
3. 配套

(八)实现过程的反馈与评估 /17

1. 调查的方式
2. 调查过程的科学与客观
3. 评估的标准与参照系

(九)适时调整当前党报的定位与功能 /20

1. 调整当前党报定位与功能应遵循的原则
2. 调整当前党报定位与功能的若干环节

第二部分 党在全国执政时期党报工作人员研究

(一)加强党的执政能力建设对党报工作人员提出了新的要求 /23

1. 在新闻宣传上要把体现党的意志同反映人民心声统一起来
2. 在经营管理上要力争社会效益与经济效益双赢

(二)党报工作人员队伍现状及趋势 /33

1. 多年的党报工作实践,锻炼出了一支优秀的党报工作人员队伍
2. 党报工作人员队伍若干走向管窥

第三部分 近期党报读者调查

(一)党报读者调查问卷 /45

(二)党报读者随刊问卷调查汇报 /54

(三)党报百名目标读者调查汇报 /59

第四部分 党在全国执政时期党报生存环境研究

(一)党报与国外媒体的共存与竞争 /65

1. 世界多极化背景下意识形态的对抗依然存在,党报要当好党和人民的喉舌,做到守土有责
2. 经济全球化使媒体的经济属性日益凸显,党报与境外媒体对市场的争夺不可避免

(二)党报与电子媒体的共存与竞争 /69

1. 广播、电视、互联网等电子媒体在传播方面的优势
2. 报纸与电子媒体竞争的优势
3. 信息渠道多元环境下党报的舆论引导工作

(三)党报与市场化报纸的共存与竞争 /74

1. 党报在与市场化报纸竞争中的优势
2. 党报可以学习、借鉴市场化报纸在采编经营方面的经验
3. 党报报业集团要处理好集团内部党报与子报的关系

附录

附录 1 /81

党的喉舌与新闻评论规律

——国家广电总局社科项目《十四大以来〈人民日报〉评论研究》节选

附录 2 /91

严谨、端庄的版面风格

——中国传媒大学“211 工程”项目《十四大以来〈人民日报〉版面研究》节选

附录 3 /95

《人民日报》扩版半年概览

附录 4 /100

《人民日报》新闻版编采分开半年抽样调查数据简报及简析

附录 5 /103

试谈党的执政能力建设与党报间的关系

后记 /118

第一部分 党在全国执政时期 党报的定位与功能研究

(一) 马克思主义政党领导人对党报定位与功能的论述

中国共产党党报的既有传统,与马克思、恩格斯、列宁、毛泽东等马克思主义经典作家的相关阐述密不可分。因此,研究执政时期中国共产党党报的定位与功能,不能不对马克思、恩格斯、列宁、毛泽东等马克思主义经典作家有关论述,进行梳理。这些论述,有的只适用于当时的党报,有的则仍然适用于改革开放以来——新时期的党报。

1. 马克思、恩格斯论党报的定位与功能^①

马克思和恩格斯认为,党报的基本任务是:

(1)“从世界本身的原理中为世界阐发新原理”。

(2)维护党的理论的科学性和党的荣誉。^②

作为第一批无产阶级政党指导者和第一批工人党报实践者的马克思和恩格斯,论述了党报的定位和党报的功能。

① 此部分主要引自《党报性质和党报功能再认识》,《童兵自选集》,复旦大学出版社 2004 年版,第 51~67 页。

② 此段内容参见陈力丹的《马克思主义新闻观思想体系》,中国人民大学出版社 2006 年版。

关于党报的定位,马克思、恩格斯认为,党报是工人政党的“武器”和“第一个阵地”。^①用党的“武器”和党的“阵地”形象地表述党报性质和应有定位,是马克思和恩格斯诸种表述中使用频率较高的一种。此外,他们还用“喉舌”、“政治中心”、“组织中心”、“坚强中心”等来揭示和描述党报的性质和应有定位。

可贵的是,马克思和恩格斯在揭示党报性质和应有定位的过程中,针对党内外各种阵营和派别斗争的复杂关系,对党报的公共属性也给予了明确的阐述。他们指出,党报是全党的武器、全党的财富、全党的旗帜,而不是个别党的领导人的私有工具,不是哪一级党的机关的私有传声筒。这种观点,对现在的中共党报依然具有指导价值。

关于党报的一般功能,马克思和恩格斯的经典表述是:“报刊最适当的使命就是向公众介绍当前形势,研究变革的条件,讨论改良的方法,形成舆论,给共同的意志指出一个正确的方向。”^②

关于党报的特殊功能,他们的经典表述是:“党刊的任务是什么呢?首先是组织讨论,论证、阐发和捍卫党的要求,驳斥和推翻敌对党的妄想和论断。”^③“经常而深刻地影响舆论”。^④

2. 列宁论党报的定位与功能^⑤

概括起来,列宁关于党报定位及其功能的基本观点是:

- (1)是党的事业的一部分。
- (2)应当成为各个党组织的机关报。
- (3)党的中央机关报应当成为全党的思想中心。
- (4)党报“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”。
- (5)应使党报成为巨大的鼓风机。^⑥
- (6)党报和党刊的作用应有所区别和分工。^⑦

列宁对党报应有定位较有代表性的表述是:党报是“进行党的宣传鼓动工作的一个最重要的公开喉舌”。^⑧这一表述,同马克思、恩格斯视党报为党的“武器”和“阵地”的思想是一脉相承的。

在列宁那里,“喉舌”不仅仅具有象征的意义,而且作为喉舌的党报本身就是党的

① 《马克思恩格斯全集》第39卷,人民出版社1974年版,第336页。

② 《马克思恩格斯全集》第43卷,人民出版社1982年版,第488页。

③ 《马克思恩格斯全集》第4卷,人民出版社1958年版,第300页。

④ 《马克思恩格斯全集》第7卷,人民出版社1959年版,第600页。

⑤ 参考《列宁论党报的党性》,马克思主义研究网,http://myy.cass.cn/show_News.asp?id=18786&key;和《党报性质和党报功能再认识》,《童兵自选集》,复旦大学出版社2004年版,第51~67页。

⑥ 《巨大的鼓风机》,马克思主义研究网,http://myy.cass.cn/show_News.asp?id=18890&key。

⑦ 《宣传员和鼓动员》,马克思主义研究网,http://myy.cass.cn/show_News.asp?id=18887&key。

⑧ 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译:《列宁全集》第21卷,人民出版社1990年版,第453页。

肌体的一部分(“社会民主主义机器的‘齿轮和螺丝钉’”)。有一个时期,他还把党报作为党的最高领导机关的一部分(负责党的思想领导)。列宁对“党报应有定位”认识的这种变化,并没有离开马克思、恩格斯思想的轨道。

3. 中共中央领导人论党报的定位与功能

党报的功能由党报的使命决定,而党报的使命应该是同党的使命高度统一、完全一致的。1941年5月16日,毛泽东在《延安〈解放日报〉发刊词》中指出:“本报之使命为何?团结全国人民战胜日本帝国主义一语足以尽之。这是中国共产党的总路线,也就是本报的使命。……中国共产党的使命就是本报的使命。”^①

(1) 关于党报的定位。

中国共产党人对党报的见解是:党报是党的喉舌,同时也是人民的喉舌;党报是党的报纸,也是人民的报纸。这种表述,一方面将党报同党、同人民的关系讲得非常准确,又非常清晰:由于掌握了政权,党的利益同全国人民群众的根本利益是完全一致的;另一方面,这种表述还隐含了一个观点:党报是党和人民的共同财产和公共资源。

中共中央领导人较少在字面上单独论述“党报”的定位,而较多论述党的报纸、报刊、新闻媒体、新闻事业的定位,党报作为党的报纸、报刊、新闻媒体、新闻事业的一部分(在很多情况下,他们所说的报纸就是指党报)。

(2) 关于党报的功能。

《中共中央宣传部为改造党报的通知》^②(1942年3月16日)曾对党报的工具属性和功能作出如下界定:“报纸是党的宣传鼓动工作最有力的工具,每天与数十万的群众联系并影响他们,因此,把报纸办好,是党的一个中心工作,各地方党部应当对自己的报纸加以极大注意……报纸的主要任务就是要宣传党的政策,贯彻(彻)党的政策,反映党的工作,反映群众生活,要这样做,才是名符其实的党报。”

延安《解放日报》出版的前一天,中共中央就宣布:“一切党的政策,将经过《解放日报》与新华社向全国宣达。”^③毛泽东在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中指出:“有关政策的问题,一般地都应当在党的报纸上或刊物上进行宣传。”^④很明显,这些表述设定了中共党报的政策宣达功能。

① 毛泽东:《延安〈解放日报〉发刊词》(1941年5月16日),《毛泽东文集》第2卷。韶山毛泽东图书馆网站,网址:http://www.mzdlib.com/mzdwk/zyzz/display.asp?Reco_ID=327。

② 据《建国以前文件选(1941~1942年)》,人民网,详见网址:<http://www.people.com.cn/GB/33831/33836/34138/34254/2568575.html>。

③ 《中央关于出版〈解放日报〉等问题的通知》(1941年5月15日),载于《建国以前文件选(1941~1942年)》,人民网,详见网址:<http://www.people.com.cn/GB/33831/33836/34138/34254/2568629.html>。

④ 毛泽东:《对晋绥日报编辑人员的谈话》(1948年4月2日),《毛泽东选集》第4卷,人民出版社1966年版,第1318页。

在领导革命和建设的过程中,毛泽东指出:“革命文化,对于人民大众,是革命的有力武器。革命文化,在革命前,是革命的思想准备;在革命中,是革命总战线中的一条必要和重要的战线。”^①报纸属于意识形态领域的文化事业。毛泽东的这些论述当然适用于党报,从中可以看出他对党报应有定位和功能的看法。

毛泽东在领导党的报刊的实践中,关于党报功能的认识不断完善、系统。他的基本观点^②是:

——“报纸的作用和力量,就在它能使党的纲领路线、方针政策、工作任务和工作方法,最迅速最广泛地同群众见面。”^③

——报刊不仅可以使领导者知道党的政策,而且可以使人民群众也知道党的政策,知道该怎样做,从而发挥他们的积极性和创造性。

——可以通过报纸加强党和群众的联系。

——报纸可以作为领导机关“组织一切工作的一个武器,反映政治、军事、经济并且又指导政治、军事、经济的一个武器,组织群众和教育群众的一个武器”。^④

——在苏维埃区域,是提高群众斗争情绪,打破群众保守观念的重要武器;在新解放的区域,对于推动群众斗争更有伟大的作用。

——通过报纸把一个部门的经验传播出去,可以推动其他部门的工作。

——报纸是同敌人作思想文化斗争的一个武器。

——将报纸和通讯社密切地相互联系起来,可以掌握运动的动态,随时互通情报,交流经验。

——在社会主义建设时期,党的报纸和其他新闻媒介的作用是为生产建设服务。

此外,毛泽东还提到了党报的组织传播功能,“报纸发出去就可以省得开许多会。我们可以把许多问题拿到报纸上讨论,就等于开会、开训练班了,许多指示信可以用新闻来代替”。^⑤“组织和指导工作,主要依靠报纸,单是开会,效果有限”。^⑥“一张省报,对于全省工作,全体人民,有极大的组织、鼓舞、激励、批判、推动的作用。”^⑦

党报的教育功能也被中共中央领导人提及。毛泽东指出:“报纸、广播、文工团、剧团、文学艺术都是教育人民的。”^⑧江泽民则对党报工作提出要求:“要……教育我

① 毛泽东:《新民主主义论》(1940年1月),《毛泽东选集》第2卷,人民出版社1952年版,第668页。

② 据《毛泽东论党报的作用》,马克思主义研究网,http://myy.cass.cn/show_News.asp?id=18813&key。

③ 毛泽东:《对晋绥日报编辑人员的谈话》(1948年4月2日),《毛泽东选集》第4卷,人民出版社1966年版,第1318页。

④ 毛泽东:《关于陕甘宁边区的文化教育问题》(1944年3月22日),《毛泽东文集》第3卷。韶山毛泽东图书馆网站,详见网址:http://www.mzdlib.com/mzdwk/zyzz/display.asp?Reco_ID=381。

⑤ 同上。

⑥ 钱诚一:《试论毛泽东的党报理论和实践》,《新闻实践》,2005年第12期,第18、19页。

⑦ 毛泽东:《给刘建勋、韦国清的信》(1958年1月12日),《毛泽东文集》第7卷。韶山毛泽东图书馆网站,详见网址:http://www.mzdlib.com/mzdwk/zyzz/display.asp?Reco_ID=864。

⑧ 毛泽东:《同文艺界代表的谈话》(1957年3月8日),《毛泽东文集》第7卷,第252页。

们的人民,教育我们的青年。”^①

党报功能的发挥,以什么做标准评估?刘少奇提出了一个既明确又方便的方法:由读者评定。他对记者说:“看报的人说好,你们的工作就是做好了。看报的人从你们那里得到材料,得到经验,得到教训,得到指导,你的工作就是做好了。”^②“读者就是你们的主人,他说你们的工作没有做好,那就等于上级说的。”^③如此明确地提出以读者评价为评估依据,这在以往马克思主义经典作家的论述中是不多见的。

(二) 正确认识并尊重党报的定位与功能, 是中共执政能力的一部分

中国共产党是中国的执政党,是领导中国各族人民全面建设小康社会、实现社会主义现代化、实现中华民族伟大复兴的核心力量。而党报是中国共产党实现自己奋斗目标的重要新闻手段、宣传工具、舆论机关和思想武器。目前,中央、省、地三级党委机关报在把握舆论导向、正确引导社会舆论、传播社会主流文化方面,起着独特的中流砥柱的作用。^④

党报的作用,其实就是党报的功能,而党报的功能,与党报的定位直接相关。由于定位和功能的重要性,要发挥党报的执政资源属性,使之成为一个优质的、能发挥较大效用的执政资源,中国共产党就必须按照一定的规律对各级党报进行科学的定位和功能设计——这是科学执政的一个内容。

对党报的领导、管理,是中国共产党执政行为的一个环节。正确认识党报的定位与功能,是中国共产党执政能力的一部分。

党报可以为党的执政能力建设营造舆论氛围,可以向广大党员特别是领导干部诠释执政能力建设的重要性、具体内容,监督执政能力建设的进程和贯彻《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》的情况,为执政能力建设提供有力支持。

(三) 定位与功能的类型

根据不同的分类标准,党报定位可以分为内容定位、媒介性质定位、功能定位、发行定位和读者定位等,也可以分为市场定位、品牌定位和心理定位。这些不同类别的定位彼此相互影响。

① 江泽民:《在全国宣传思想工作会议上的讲话》(1994年1月24日),《十四大以来重要文献选编》(上),人民出版社1996年版,第652页。

② 《中国共产党新闻工作文件汇编》下册,新华出版社1980年版,第248页。

③ 《中国共产党新闻工作文件汇编》下册,新华出版社1980年版,第255页。

④ 参见邵华泽的《谱写党报历史的新篇章——在“人民共和国党报论坛”首届年会上的讲话》,载《人民共和国党报论坛2004年卷》,中国传媒大学出版社2004年版,第4页。

如果内容定位再细分,还可以依次分为版组定位、版面定位、栏目定位,其中版组定位统领版面定位和栏目定位,版面定位统领栏目定位。不同版组、版面、栏目的定位有所不同,甚至不同编辑对同一栏目的定位都会有一定差异。

1. 媒介性质定位

党报对媒介性质定位如何选择,取决于政党的需要、政党的财力等因素。中共在全国范围执政以来,党报是公开发行的报纸,不是内部报纸;是收费报纸,不是免费报纸;是高级报纸,不是通俗报纸。

2. 功能定位

党报由于担负宣传职责,其功能定位必须包括宣传功能,因此党报只可以作为纯宣传型媒介、信息+宣传型媒介、信息+宣传+赢利型媒介这三种类型中的一种,而且必须以宣传为核心功能定位,“提供信息服务”和“赢利”这两种功能的实现,必须服务于宣传功能的实现。

一般而言,大众传播媒介具有如下四种基本功能:监视环境;联系社会;传承文化;提供娱乐。党报也不例外,同样具有这四种基本功能。

目前党报事实上还有两种功能:刊登广告,赢得利润。“赢得利润”和“刊登(播)广告”这两种功能,并不是所有大众传播媒介必然具有的基本功能,有一些大众传播媒介(例如“文革”时期的党报)并不刊登广告,也不作为企业立足于世,当然不必或无法赢得利润。

3. 读者定位

读者定位在党报的定位中占据决定性的位置。

关于党报的读者定位,目前存在三种对立的观点。

一是抓“高端读者”,走“高端路线”或“城市路线”,忽视普通群众(特别是农民群众)。

另一种是面向所有人群,不忽视普通群众,摒弃“高端路线”或“城市路线”,走“全民路线”。

还有一种相对中立的观点——“分层路线”,即将党报读者分解为三个层次:核心人群、准核心人群和非核心人群。

党报的读者定位,主要包括整体读者定位和各个分设栏目等方面的特定读者定位两部分内容。在党报核心读者确立的过程中,主要应该考虑以下四个方面的要素:读者区域定位,读者职业和身份定位,读者的年龄定位,读者文化教育程度定位;此外,还可以考虑性别定位、民族定位等其他要素。

党报究竟应该以谁为自己的主读者群?

我们认为,主读者群,即根据读者定位设定的目标读者群。

4. 内容定位

内容定位与读者定位密切相关。党报所提供的内容,是根据哪些部门的传播需要、哪些读者的阅读需要来制作的?这就涉及党报的读者定位。

内容定位包括题材定位和风格定位,即“以什么风格传播什么题材的信息”。

是轻松的,还是严肃的?是大众化的语言,还是官方化的语言?叙事方式是“新华体”,还是“华尔街日报体”?不同的语言风格、叙事方式,也显示出党报的内容定位。是“主打政经新闻”,还是“同时兼顾政经、产经、民生新闻”?是以提供客观报道为主,还是以提供主观观点为主?报道重点的选择,同样彰显党报的内容定位。

(四)影响党报定位与功能的因素

在正常情况下,党报的定位影响、决定党报的功能,党报的功能体现、反映党报的定位。但党报的定位和党报的功能二者有时会脱节。

影响党报定位和功能因素很多,主要包括:政党发展和党委的需要、党报自身的发展需要、党报自身的条件、媒介市场的形势(包括“新闻环境”)。对党报功能来说,党报定位也是一个影响因素。

因此,党报的定位和功能设计,应同时遵循政治规律、宣传规律、新闻规律及市场规律。党报的定位和功能设计,既要依据政党及党报自身的需要,服从执政的需要,又要依据自身条件和报业发展规律,对市场形势作相应的考虑。当然,在所有影响因素中,“政党发展和党委的需要”是最为重要、最需要优先考虑的:党报必须为政党的定位服务,满足政党的政治需要,并适应政党定位的变化,受政党的定位统摄。

在不同地域,政党发展和党委的需要、党报自身的发展需要、党报自身的条件、媒介市场的形势等因素又表现为不同的情况,因此,现实中不同党报的定位和功能,表现出各自的特点。^①

发达地区的党报与欠发达地区的党报、大城市的党报与中小城市的党报,对定位和功能的设计都会有不同的要求。

即使是同一类型的党报,由于媒介市场的不同,在定位上也会有差异。

就地方党报而言,地方党委的需要也会对党报的定位及功能设计产生影响。

党报的使命决定党报的定位和功能,而党的使命又决定党报的使命。党的使命在不同历史时期历史阶段具有不同的内容,它集中体现为党在各个历史时期历史阶段的总路线。因此,党报的使命不仅从总体上要与党的使命完全一致,而且还必须与党在不同历史时期历史阶段的总路线以及体现这一路线的方针、政策、策略完全一致。

^① 当然,在所有党报当中,还是存在许多共性的,这些共性的存在,使得党报在定位和功能方面也具有共性,所以,在承认并尊重各报特殊定位和功能的前提下,可以对不同党报设定共同定位和共同功能。

(五) 党报定位与功能安排的误区

“误区”表现为——

1. “避谈定位调整”——回避问题

明明党报陷入发行困境,却不承认党报的定位出了问题,或者不想作出调整,这是多种原因造成的:或者是觉得阻力太大而不可能改变,或者是觉得怎么调整都没有用,或者是不敢冒着政治风险进行改革,或者是囿于成见——觉得不应该调整。

2. 党报定位与功能安排上的冲突

不同类别的定位应当相互对应、配合,不能相互矛盾、脱节,否则必使党报陷入困境。例如,党报发行工作之所以出现摊派发行这种不正常情况,原因之一就是党报发行上的读者定位与内容上的读者定位不一致。

许多党报(尤其是发行量偏低的地市级和县级党报)内容上以党和政府的各级干部为核心读者,与此相对应,发行应在党政机关范围内进行。但由于辖区内党政干部总量不多,发行量很低,无法吸引较多的广告。而现在的党报都是自负盈亏,并无财政拨款维持运作,广告不可少。为了摆脱经济上的困境,这些党报必然要千方百计提高发行量以吸引广告,于是只好向党政干部以外的群众搞发行。

换言之,这些党报内容上以党和政府的各级干部为核心读者,可是发行上却以广大群众为发行对象,造成内容上的读者定位与发行上的读者定位不一致,所以相当数量的群众不爱看党报,不愿订阅党报。有关部门为了确保党报发行量维持在一定水平,就通过摊派搞发行。

正确的做法应该是:如果将党报的读者群定位于党政机关干部,那么发行就应该在党政机关范围内进行,不要强行扩展至普通群众和企事业单位;如果想将党政机关、企事业单位的干部群众作为目标读者,那么在报道内容上就应多报道群众,贴近群众,贴近生活。

3. 不少党报工作者不知“定位”是何物,不清楚本报的“定位”

例如,有些党报的工作人员在介绍本报内容定位时,一是笼统地把本报的内容定位说成“机关报”、“党报”或“综合性(类)日报”;二是把内容定位认为^①读者定位;三是把内容定位误认为地域定位;四是把内容定位误认为本报的广告语。

^① 详见《中国报业年鉴·2005》,宋建武主编,中华工商联合出版社2006年版,第546~674页。

(六)中共从革命党向执政党的转变，
对党报定位与功能的要求

1. 中共从革命党向执政党的转变

1949年10月1日，中国共产党领导下的中华人民共和国中央人民政府宣告成立，标志着中国共产党性质从革命型政党到宪法型政党、从在野党到执政党的转变。

在全国执政半个多世纪以来，中共在思维方式上从“革命党思维”转向“执政党思维”，经历了艰难曲折的历程，可以说，这一转变在执政初期并未很快完成。中共在改革开放前的执政实践，经历了风风雨雨，走了不少弯路，原因是多方面的，思维方式上没有完全实现从“革命党思维”到“执政党思维”的转变，可能也是一个重要原因。幸运的是，进入新时期以来，一次次的思想解放，使这一历程越来越向思维方式变革的深层推进。提出执政能力概念和决定加强执政能力建设，折射出中共从革命党向执政党转变过程中思维方式的深度转变。

在当今世界，政党是一种普遍存在的政治组织，是最活跃、最有影响的政治行为主体。党报作为政党这个政治组织的舆论机关之一，必然随着政党政治地位的变化而发生改变。当一个政党从革命党变为执政党，它的思维方式将发生质的改变。政党这种思维方式上的根本改变，投射到党报之上，必然又会引起党报内部质的改变。政党政治地位、思维方式上的变化越大，党报发生的变化也就越大。

革命党和执政党的区别可以归纳如下：

	革命党	执政党
定义	以推翻旧制度为中心任务、通过暴力手段夺取全国政权的党。	负责组织政府、行使执政权的政党。
领导对象	党员和支持者	国家政权和广大群众
党群关系	党与群众都处于被压迫的地位。	党与群众是上下级式的领导与被领导、管理与被管理的关系。
权力类型	追求的是领导权，行使的也是领导权；领导权不是公共权力，不需要授权，不以国家强制力为后盾。	先要合法地获得执政权，然后合法地行使执政权；执政权是公共权力，需要授权，以国家强制力为后盾。
行为性质	打破法定规矩	遵守法定规矩
目标	1. 动员人民推翻旧的政治结构，推翻旧有政府，变更政府制度。 2. 颠覆已有的体制，在全社会建立新的体制。	1. 坚持社会正义，维持社会秩序，促进经济繁荣，保障国家安全。 2. 维护已有的体制，让社会在体制下正常运作。

续表

	革命党	执政党
政治方面	1. 不可能进行民主协商,即便有,也是很小的范围的。 2. 运用暴力手段夺权。 3. 给民众以许诺。	1. 比较强调民主、协商。 2. 运用和平手段建设。 3. 向民众兑现执政前的许诺。
意识形态方面	1. 强调阶级对立、阶级斗争。 2. 通过阶级斗争扩大党的阶级基础和合作基础。	1. 强调阶级调和、阶级合作。 2. 通过社会合作扩大党的阶级基础和合作基础。

革命党和执政党的区别,还体现在思维上。“革命党思维”和“执政党思维”的区别可以归纳如下:

	革命党思维	执政党思维
定义	在“战争与革命”的时代背景下,以领导人民群众进行夺权斗争为主要任务的无产阶级政党的思维方式。	在“和平与发展”的时代背景下,以领导人民群众进行社会主义建设为主要任务的执政的无产阶级政党的思维方式。
中心任务	夺权	建设
焦点	思维过程的聚焦点是寻求“夺权”的依据和动力,寻求革命的政治资源。	思维过程的聚焦点是寻求建设的动力,寻求执政资源,建立政党执政的合法性基础。
阶级色彩	浓厚	不浓厚
政治方面	代表社会上处于被支配地位的中下层劳动阶级的利益。	代表的是“最广大人民群众的根本利益”,包括多元利益群体在内的各个阶层,所有社会主义事业的建设者。
主线	是以生产关系的变革为主线进行的	是沿着生产力发展的主线进行的
经济方面	关注的中心是生产关系的变革	关注的中心是生产力的发展
意识形态方面	1. 强调私有制派生的不同阶级根本利益的对立和不相容,而且这种对立和不相容,是通过“你死我活”、“急风暴雨”式的阶级斗争表现出来,最后以“东风压倒西风”为结局。 2. 以“破坏旧世界”为核心、以“两极对立”思维为特征。	1. 强调社会各阶层根本利益的协调和统一,也更加注重意识形态的时代性和先进性。 2. 以“建设新世界”为核心,以“共生共赢”思维为特征,更具有开放和兼容的特点。

政党的政治地位的转变,并不意味着政党思维方式的转变,政党思维方式的转变有时落后于政治地位的转变。虽然中共在 1949 年便由革命党转变为执政党,但其思维方式在较长时间内一直没有转变为“执政党思维”,“以阶级斗争为纲”便是这一状态的反映。直到执掌全国政权 29 年后,中国共产党才在十一届三中全会上重新开始

从“革命党思维”向“执政党思维”转变。

自觉地推进思维方式由“革命党思维”向“执政党思维”转换,是中国共产党从革命党转变为执政党的基本要求。中共十一届三中全会以来,中国共产党以邓小平理论、“三个代表”重要思想、社会主义和谐社会理论为核心的一系列理论创新,正是中国共产党实现由“革命党思维”向“执政党思维”转换的重要表现。

2. 中共党报的执政资源属性

无论在革命时期,还是在执政时期,中共党报都要将党中央的理论、路线、方针和政策传达给人民大众,借以指导工作,从而起到“组织、鼓舞、激励、批判、推动”的作用。

目前,新闻媒介被普遍认为既属于上层建筑,又属于信息产业,具有信息产业和意识形态双重属性。党报当然也如此。但党报的属性是否仅限于信息产业属性和意识形态属性呢?

众所周知,中国的党报与许多国家的政党报纸(如日本共产党的《赤旗报》和19世纪美国的政党报纸)相比,是一种非常特殊的新闻媒介,因为它是一个大国唯一的执政党——中国共产党的党委机关报。显然,“双重属性”的说法没有完全反映出当今中国党报迥异于其他类型报纸的独特属性。

党报姓党,党报是党、政府和人民的耳目喉舌,在政治上和思想上与中央保持一致,组织上服从党的纪律,无条件地阐述党的纲领和策略,宣传中央的路线和政策,服务于党和政府的中心工作,是开展党内批评的强大武器,是“全国安定团结的思想上的中心”。

执政能力建设是长期执政的中国共产党跳出周期律的又一次重大实践。而党报可以为执政能力建设造势,营造舆论氛围,可以向广大党员特别是领导干部诠释执政能力建设的重要性、具体内容,监督各地执政能力建设的进程和贯彻《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》的情况,为执政能力建设提供智力支持和精神动力。

执政资源,是指有利于政党履行执政使命、提高执政效能的各种要素和条件。从党报能够发挥和已经发挥的作用来看,党报对居于执政地位的中国共产党而言,是一种重要的执政资源。^①

政党的执政资源,主要可以分解为政治资源、经济资源和意识形态资源。其中,意识形态资源,主要是指执政党精神文化上的能量及其来源。政党都需要利用自己的意识形态影响社会公众,以形成一定的精神文化力量。党报作为舆论宣传工具,本身就是一种意识形态资源。党报的执政资源属性是使党报区别于其他类型报纸的独特属性。

^① 实际上,即使在中共执掌全国政权之前的革命时期,中共在其建立地方政权的地区(根据地、苏区、边区、解放区)执政时,党报有时也扮演着执政资源角色。这可以从延安《解放日报》的办报活动得到证明。