

媒体宣传工作与中国共产党形象建设

——基于习近平文化思想的思考

王炳蓉

(青岛理工大学马克思主义学院, 山东青岛 266500)

[摘要]随着全国宣传思想文化工作会议的召开,习近平总书记对宣传思想文化工作做出“七个着力”重要指示并首次提出习近平文化思想,我们从中提炼出一个重要的载体——媒体宣传。从前期的党报、电台广播到后来的政府机关报、新闻传媒网络,再到如今的线上学习平台、公众号、广播甚至是影视节目,无不体现着我们党在建设党外党内、国内国际形象时,创造性地将中国革命、建设、改革、发展的实际与媒体宣传工作紧密结合。在理论逻辑、实践逻辑、历史逻辑三个层面体现“两个结合”,深化推进新时代中国特色社会主义思想并致力于实现中国式现代化奋斗目标。

[关键词]思想文化;媒体宣传;中国共产党;形象建设

[作者简介]王炳蓉(1998—),女,山东淄博人,青岛理工大学马克思主义学院法学硕士,研究方向:党的建设。

[DOI]<https://doi.org/10.62662/kxwxz0103012>

[本刊网址]<http://www.oacj.net>

习近平总书记在全国宣传思想文化工作会议中对各级宣传文化部门做出了指示要求,鼓励其不断开创新时代宣传思想文化工作新局面,以此更好地提高政治判断力、领悟力和执行力。实践证明,党运用媒体进行思想文化宣传关系到党的前途命运,国家的长治久安,人民的意识形态。只有更好地发挥党的作用,增强其对宣传思想文化工作的全面领导,才能担负起新的文化使命、建设良好形象、增强文化自信。着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力作为“七个着力”之一,展现了我们党对于新闻宣媒工作的重视和约束。守正与创新作为中国式现代化六个方面的重大关系之一,对于做好当下党建、文化建设工作具有重要作用。新形势新任务,思想文化媒体宣传工作应坚持马克思主义的指导,守好本和源、根和魂,并将其与中国实际相结合。新气象新作为,这项工作又应积极识变应变求变,大力推进理论创新、实践创新、制度创新、文化创新以及其他各方面创新。

一、理论逻辑:思想文化媒体宣传建设党的形象之启发

以反对普鲁士封建专制政府压迫人民言论为背景,1842年马克思在《莱茵报》中指出,要让报刊成为人民报刊,成为不受精神阉割的自由报刊,成

为被压迫群众辩护的报刊,要成为人民群众的“英勇喉舌”,要成为向封建制度开火的报刊。同年12月因在《莱比锡总汇报》中发表进步诗人批评国王的信被查封,首次在反驳文章中提出“人民报刊”思想。以此思想为推动,1848年马克思创办了《新莱茵报》,将党报作为党组织的“思想中心”和工人运动的旗帜和阵地,在一定程度上为巴黎起义运动中的群众带来了有力的支持。“报纸最大的好处,就是它每日都能干预运动,能够成为运动的喉舌……”这句话体现了马克思恩格斯对新闻事业地位与作用的最高概括。因此恩格斯在1885年德国社会民主党出现分裂迹象时,告诫倍倍尔坚决不能放弃舆论阵地,不能放弃苏黎世的印刷所和出版社这个阵地,要继续印刷出版党的出版物,不能放弃《社会民主党人报》编辑部这一党报阵地,也不能放弃《新时代》编辑部这一党刊阵地,要继续占领这两个宣传阵地。

列宁继承马克思主义新闻思想,提出了“报纸是集体的宣传者、鼓动者和组织者”等独特思想。在帝国主义国家对殖民地持续性侵略、帝国主义国家内部不安宁,罢工、罢课、示威游行频发的严峻形势下,于十月社会主义革命成功前的1900年,列宁作为创办人之一参与了《火星报》的领导工作,并提

出了党的新闻、出版事业是无产阶级革命事业的重要组成部分。在当时苏联的国情下,具有视野开阔,主题广泛,摆脱狭小圈子的特点,《火星报》起到了统一思想的作用,也对后来中国共产党思想建设的形成、确立、巩固,发挥了极强的借鉴作用。列宁领导的旧《火星报》用300多篇文章,在内容上发表了有关工人运动的大量新闻,为聚集革命力量做了思想和组织上的准备。1901-1902年间,列宁为反驳当时的俄国社会民主党内出现的修正主义倾向,写作《怎么办》这一论战册,以丰富的内容论述马克思。自1905年列宁在《党的组织和党的出版物》中表达“革命还没有完成……但无论如何,已经完成了一半的革命”的自信,并指出要创办自由的报刊而且一定会创办起来,这个自由指的是摆脱了警察的压迫、资本、名位主义,也是指摆脱了资产阶级无政府主义的个人主义。20世纪10年代,新闻、报纸的发展随着从资本主义向社会主义的过渡时期,趋向于列宁在1918年《论我们报纸的性质》中指出的“报纸应该成为无产阶级‘阶级专政的机关报’”,在此及时提出了社会主义建设时期新闻事业的方针和政策,把这时期新闻事业看成社会主义建设事业的重要组成部分,并具体地对新闻自由、报纸的性质、如何进行经济宣传等问题作了比较系统的论述。

十月社会主义革命胜利以后,列宁愈加重视并亲自领导了初期苏维埃政权的新闻事业,提出了社会主义新闻事业的方针和政策。他主动把新闻媒介放到人类整个生产活动中去考察,认为报纸需要作为无产阶级专政的舆论工具,社会主义建设的工具,鞭策落后者的工具,教育人们积极配合社会工作、遵守劳动纪律、加强组织以及教育和团结真正先进阶级的工具。因此他紧抓媒体宣传这一渠道,亲自撰写《青年团的任务》《伟大的创举》等文章在党报、党刊上发表,对共产主义教育的原则、内容、手段、作用等方面做出阐释,以通过揭露资产阶级制度的腐朽、虚伪与落后,更好地对人们进行共产主义教育,号召人民献身共产主义事业,使得马克思主义在俄国的发展从理想变成了现实。

二、实践逻辑:思想文化媒体宣传助推形象建设之探索

马克思、恩格斯、列宁等马克思主义者不仅经常评议报纸上刊登的文章材料,同时竭力通过一定的理论指导一定的实践。中国共产党成立于1921年,这正处于列宁在掌握极大的主动权后努力发展媒体宣传工作的时期,对我们党始终坚定马克思主

义立场,坚持正确政治方向,建设社会主义国家提供了很好的借鉴作用。

(一)建党初期

党刊、党报作为党的喉舌掌握党的舆论命脉,是党的理论宣传方针政策的主阵地,加强政治建设是重中之重。在我们党正式成立前的关键时期,李大钊在1919年利用《新青年》宣告此季刊是为中国无产阶级革命服务的,是“无产阶级的思想机关”,是指导“中国无产阶级革命的罗针”。同年毛泽东在组织成立湖南学生联合会进行数次罢课行动后,发觉要想扩大发动爱国运动的战果,就必须将学生的想法用一个具有高度政治思想性的刊物传播出去,以便提高群众参与革命的热情,由此他创办《湘江评论》并担任主编,以宣传新思潮作为办报宗旨,尽管只正式出版4期加临时增补1期,但却在上面发表《民众的大联合》等30余篇极有影响的长篇文章以对国际、国内大事件进行评述和发表杂感。其中包括对国内国外最新时事政治的评述,宣传革命精神及马克思主义优势,反对帝国主义强权并大力倡导民主与科学和高呼平等与自由等。报刊一经发行即受到广大群众的追捧,这正是我们党利用媒体宣传思想文化、聚拢民心民意的萌芽。《向导》周报作为中国共产党第一张政治机关报,是为中国共产党和广大中国民众服务的“喉舌”。《中国工人》明确指出资产阶级的报纸是“拥护他们阶级利益与压迫劳动阶级的巧妙工具”。毛泽东等共产党员主持出版《政治周报》《中国农民》月刊和《农民运动》周刊,并指出《政治周报》的办报目的是“为了要使中华民族得到解放,为了实现人民的统治”。这都体现着中国共产党利用新闻媒介宣传党的形象、巩固党的领导、发挥党的作用。

(二)新中国成立前的战争时期

媒体富有强大的凝聚力和影响力,尤其在战争时期可以作为扩大政治影响、进行阶级斗争的工具。大革命时期,党运用媒体进行宣传的侧重点在于宣传党的革命主张、纲领和方针政策,掀起了工农运动之高潮。到了土地革命战争时期,我们党正处于敌强我弱、革命低潮的艰难形势下,中国共产党在国民党军事包围和新闻封锁境遇下,运用媒体建设能力继续贯彻宣传任务。同时利用处于国民党统治区的地下报刊《红旗》《布尔塞维克》《上海报》以及革命根据地的《青年实话》《红色中华》等载体,展现了党报的政治属性及阶级立场。在农村组成识字小组共同阅读指定书籍报刊,以宣传思想文

化、教育群众的方式方法,努力争取广大工农群众的支持和拥护,使广大群众团结在党的旗帜下进行土地革命和武装斗争,成功巩固与扩大革命根据地。抗日战争时期,毛泽东的《实践论》《矛盾论》,通过总结中国革命的基本经验,进行思想建设。此时中国共产党的紧要任务除了反抗外来侵略外,还承担着领导全面抗日统一战线的任务,坚决使人民群众反对“速胜论”与“亡国论”。1938年他写作《高度发扬民族自尊心和自信心》一文,以克服部分人民的悲观情绪,在思想文化宣传上鼓励群众坚持抗战到底,胜利终归属于中国。1939年通过《〈共产党人〉发刊词》提出“三大法宝”并强调作为专门的党报——《共产党人》,其任务即“建设一个思想上政治上组织上完全巩固的布尔什维克化的中国共产党”,尤其针对于新形成的党员组织。这项工作的进行完美融合了思想文化宣传与党的形象建设。

(三)社会主义革命和建设时期

利用媒体宣传党的路线、方针和政策,建设与维护中国共产党形象,是毛泽东结合新民主主义革命时期相关经验,运用于社会主义革命、改造、建设时期的有力手段。从国内来看,1955年毛泽东在《让全世界都能听到我们的声音》中指示新华社要尽快将记者派往世界各地,……让中国的声音传播到全世界,党中央也通过向中央宣传部转批报告的形式推进党的外宣工作。中央指示《人民日报》和各地报纸应该尽量多登新闻并扩大报道范围。作为全国最大的报纸,1956年7月1日《人民日报》也实行改版,真正发挥好为了人民、服务人民的作用,在维护党内党外、国内国外形象的进程中发挥了不可或缺之作用。

(四)社会主义现代化建设新时期

在1978年12月中共中央工作会议闭幕式上,邓小平进行题为《解放思想,实事求是,团结一致向前看》的重要讲话,指出目前仍存在部分群众思想僵化之问题,中国共产党要将解放群众思想作为当前一个重大政治问题去解决。并提出若想在中国实现四个现代化,就要必须在思想政治上坚持四项基本原则,针对《旗帜鲜明地反对资产阶级自由化》中所写到的追求“资产阶级自由化”等倾向,呼吁党报党刊一定要无条件地宣传党的主张,使得党的报刊成为全国安定团结的思想上的中心”、媒体要“理直气壮地进行宣传”,以此守护中国共产党的思想阵地,维护党的统治领导,增强群众共产主义信念。1985年,胡耀邦上做《关于党的新闻工作》的发言中

讲到党的新闻事业之三大“喉舌”作用,即党、人民政府、人民自己之“喉舌”。江泽民结合“网络”媒体之发展,总结信息化带来的机遇和挑战,提出社会发展驱动形成“新的思想文化阵地”和“思想政治斗争阵地”,党建、思想政治、宣传类工作需要根据信息化的发展因时、因势而变,将新媒体“为我所用”,以思想文化宣传展现党的正面形象。胡锦涛值人民日报创刊60年之时发表重要讲话,提出大力做好新闻舆论工作,并提出“五个必须”。在全国宣传部长会议上发表讲话指出统一思想这一工作要发挥舆论宣传的重要导向作用,宣传党的思想和精神,努力提升宣传思想工作新的水平。

(五)中国特色社会主义新时代

新时代对党的思想文化理论宣传提出了新要求,要在继承和发扬传统优势的基础上锐意进取。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视媒体作用和融合发展的路径。在2013年8月召开的全国宣传思想工作会议上,习近平指出经济建设是党的工作中心,同时也要将意识形态工作放在极为重要之地位,继而提出要将服务群众与教育引导群众结合起来,表明宣传思想工作对于讲好中国故事、展示党的形象之重要性。随后在2016年党的新闻舆论工作座谈会上从新闻舆论工作者质量提升角度,表达中国共产党要提升政治责任和领导责任,将党的新闻舆论工作作为党的一项重要工作,运用媒体推动工作开展,以高质量高效率高水平的理论宣传标尺为社会发展提供有力的理论支持。进入融媒体时代,党媒逐渐成为传播党的声音、宣传党的形象的关键渠道,这也是党建工作信息化的重要举措。2019年1月1日,由中共中央宣传部主管的“学习强国”学习平台在全国上线,这是立足全体党员、面向全社会的优质平台,以此增强了党建信息便携性和党的形象影响力。当前的媒体局势、受众对象、舆论生态、传播技术等因素都在发生着前所未有的变革,随着互联网生态环境的改变,新兴媒体领域飞速发展,党的理论宣传更与时俱进。党的二十大报告中提到新时代背景下,要牢牢掌握党对意识形态工作的领导权,加强对主流思想舆论的巩固,以更好地建设全媒体传播体系。2023年10月召开的全国宣传思想文化工作会议更是体现出党对中国特色社会主义文化建设规律的认识,进一步提升历史自信与文化自信,更好地发挥文化潜移默化影响党的形象的作用。

三、历史逻辑:党的形象建设与思想文化媒体宣传

(一)党内形象——实事求是,不断坚持自我革命的人民公仆

空话连篇、言之无物、不看对象“党八股”,是主观主义和宗派主义的宣传工具和必然的表现形式,它不能表现革命精神,只能窒息革命精神,因此,毛泽东在《反对党八股》文章中提到“采取生动活泼新鲜有利的马克思列宁主义的文风”。在中共六届七中全会上,毛泽东第一次在党的正式会议上提出了党的形象问题。他在《关于党的若干历史问题的决议》中指出:“关于党名,党内外许多人主张我们改,但改了一定不好,把自己的形象搞坏了。”第一次以决议形式总结我们党内积极将理论与实践相结合的形象,不断反思和总结历史经验,开展刀刃内向的自我批评、自我革命的形象。中国共产党在媒体宣传中,努力做到用客观的事实证明真实性、正确性,这也表明我们党有决心、有能力防止重犯过去那样严重的错误,这一举措向人民展示出我们党能够长期执政靠的不是不犯错误、不是讳疾忌医,而是勇于承认和改正错误,这也让党员敢于、善于开展批评和自我批评。如今全国全党上下掀起了专题学习四史、习近平新时代中国特色社会主义思想的潮流,努力展示“学习型政党”形象。在这之中,媒体融合,做大做强主流舆论,为实现中国梦提供着强大的精神力量和舆论支持,为深入推动社会主义经济建设发挥重要作用。除对新闻政治作用、经济作用的重视外,习近平总书记还提到新闻的文化作用和环境作用,他提到以前是“人找信息”,现在是“信息找人”,我们正面临被信息包围的环境,“推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题”。马克思和恩格斯在论述交往革命时曾提到用时间消灭空间,是现代交往手段给现代物质和精神交往带来的革命性的现实。党的十八大以来,习近平继续在“时空观”的基础上,多次发表讲话以指导我国宣传思想、新闻舆论、媒体融合等涉及意识形态领域的工作,对媒体工作提出“因势而谋、应势而动、顺势而为”的要求,指出将媒体融合上升至一个战略层面去推动和深入并把握好新闻舆论的“时度效”,以积极的心态采纳新技术、做好应对之策,保障媒体环境的人本发展、健康发展和绿色发展。加强党对宣传思想文化工作的全面领导,落实政治责任,勇于改革创新,强化法治保障,建强干部人才队伍,为担负起新的文化使命提

供坚强政治保证。新时代建设党内形象,我们党在“窑洞对”给出跳出治乱兴衰历史周期率的第一个答案的基础上,在十九届六中全会通过《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,明确将“坚持自我革命”作为中国共产党百年奋斗的十条历史经验之一,再到党的二十大报告中五次强调“自我革命”,并指出“党找到了自我革命这一跳出治乱兴衰历史周期率的第二个答案”。

(二)国内形象——不忘初心,全心全意为人民服务的中流砥柱

从国家社会层面来看,中国共产党自成立以来便带领人民浴血奋战、誓死抵抗外来侵略势力,打倒封建主义的斗争,保护人民群众安全,在人民中建立了值得依靠和追随的形象,党密切联系群众的作风也在人民心中树立了亲民爱民、艰苦奋斗、踏实肯干的形象;国家锐意进取、建设兴国、改革富国的决心,紧跟党的思想引领和政策步伐,加入到了社会主义改革和建设的步伐中。从我国政府相继对香港澳门恢复行政主权,到对于台湾问题明确坚持“九二共识”和一个中国原则,新时代的治疆治藏方略向人民表明了中国坚定维护祖国统一的决心,维护了社会稳定和民心安定。全面小康的军令状式责任制、医疗保险等各项保障民生福祉的本质要求使群众之间具有坚定的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。在思想上,习近平提出要注重塑造“文明大国形象”“东方大国形象”“负责任大国形象”“社会主义大国形象”这四个“大国形象”,从而表达中国国家形象展示的正确方向,为广大中国人确立了思想追求。在文化上,“把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合”作为“两个结合”元素之一,是塑造中国“大国形象”的条件和形成文化自信的根基。北京冬奥会立足中华民族之根,融入中华文化之魂,运用二十四节气主题倒计时、“飞天”元素滑雪跳台、“如意”形状滑雪中心等,促进传统文化和现代文明有机融合,利用契机以“浪漫手法”向国人和世界展示中华文化。在社会上,始终牢记“民以安为乐,国以安为兴”,贯彻落实总体国家安全观,加强基层治理体系和治理能力现代化建设,坚持“发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享”,深刻认识“人与自然和谐共生”不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。积极利用媒体传播阵地,制作爱国主义教育影片、纪录片,爱国主义教育绘本,网络教育主题宣传等,将强信心作为重点加强正面宣传,促进文化事业和文化

产业繁荣发展,增强中华文明传播力影响力。

(三) 国际形象——大国风范,和平合作互利共赢的时代先锋

媒体外交作为政府外交的辅助形式,通过在中国与外国之间自由灵活地传播文化、观念等信息,发挥实施国际战略的重要作用。延安时期中国共产党积极通过宣传抗战的方式,以苏联《真理报》、法国《人道报》《共产国际》向国际社会发出援助中国的呼吁。1937年8月设立国际宣传组作为“中共最早的外交机构”,由周恩来兼管,主要负责对英美等国的宣传。南方局领导的《新华日报》和《群众》周刊刊发大量进步文章,成为外国人士了解中共政策的重要窗口。1941年中国共产党在延安创办首个根据地外文刊物《中国通讯》,用英、法、俄三种文字出版,对增进国际社会了解革命根据地建设、革命情况发挥了重要作用。晋察冀军区主办外文画报《晋察冀画报》并转送到苏联、美国、英国、印度及东南亚一些国家。1946年5月,中国共产党在上海创办对外宣传英文刊物《新华周刊》及《先锋报》和《救国时报》等刊物,直接在海外开辟向国际社会发声的宣传平台。新中国成立后,通过“一边倒”战略表明中国坚定不移走社会主义道路的决心;通过“一条线”战略重新定位自己、认识世界,促使中外合作;通过“和平发展”战略重新思考时代主题并实现全方位的历史蜕变。在不可避免的少数强国垄断话语权的基础上开辟中国媒体外交主阵地和主渠道,让世界听见中国的声音,积极打造媒体社会

化和社交媒体化,形成具有“中国特色”的对外宣传思想文化渠道,努力创设一个良好的“自我发现、自我显示”国际环境。2022年10月,中国共产党国际形象网宣片《CPC》发布,展示中国共产党成立以来的历程,阐释“一路走来,我心如一”的中国共产党人的坚守,表达“江山就是人民,人民就是江山”的追求。此视频同步翻译成12种外国语言以供国际友人观看,用新媒体的形式宣传党的责任和使命、思想和文化。

参考文献:

- [1] 王海军. “向世界讲好中国共产党的故事”——延安时期中共构建对外话语体系的多重叙事[J]. 马克思主义研究, 2022(2): 117-127+156.
- [2] 陈力丹, 孙墨闻. 中国共产党百年历程中的列宁《火星报》的传播轨迹[J]. 国际新闻界, 2021, 43(6): 6-26.
- [3] 做好新时代新征程宣传思想文化工作的强大思想武器和科学行动指南[N]. 学习时报, 2023-10-13(002).
- [4] 丁柏铨. 对外宣传·对外传播·国际传播——中国共产党舆论思想中一个方面的重要内容[J]. 新闻春秋, 2023(1): 3-14.
- [5] 王永贵, 路媛. 新时代宣传思想工作的意识形态逻辑——学习习近平在全国宣传思想工作会议上的重要讲话[J]. 当代世界与社会主义, 2018(6): 10-17.
- [6] 张士海, 靳大力. 中国共产党形象塑造的百年历程、历史经验和时代要求[J]. 江苏社会科学, 2021(4): 1-10+241.

Media Publicity and Image Building of the Communist Party of China—Elections Based on Xi Jinping's Cultural Thought

WANG Bing-rong

(School of Marxism, Qingdao University of Technology, Qingdao Shandong 266500, China)

Abstract: With the convening of the National Conference on Publicity, Ideology and Culture, General Secretary Xi Jinping's important instructions “seven efforts” on publicity, ideology and culture and the first Xi Jinping's Cultural Thought are proposed, we have distilled from it an important vehicle—media publicity. From the early days of party newspapers and radio broadcasts to the later days of government agencies, news media networks, and nowadays online learning platforms, public numbers, broadcasts, and even film and television programmes, they all reflect the party's creativity in closely integrating the reality of China's revolution, construction, reform, and development with media publicity in building the party's image outside the party and within the party, as well as domestically and internationally. At the three levels of theoretical logic, practical logic and historical logic, the “two combinations” are reflected to deepen the promotion of socialist ideology with Chinese characteristics in the new era and to achieve the goal of modernization in Chinese style.

Key words: ideology and culture; media publicity; communist party of China; image building