

“群众路线”指导下的新闻生产传播实践逻辑及群众主体性演进

马宇涵

摘要:延安时期中国共产党在新闻工作中创新提出“群众路线”新闻思想及其工作方法,探索马克思主义新闻观的本土化创新。通过赋权群众参与新闻生产、重构新闻传播流程、培育政治共同体认同三重维度,建构“主体-流程-效果”这一实践体系,其逐渐成为中国共产党新闻事业的基本经验。围绕 1942 年《解放日报》改版至 1949 年中华人民共和国成立前中国共产党的新闻工作,研究认为“群众路线”指导下的新闻传播实践的内在逻辑体现为:以“以人民为中心”的价值立场为起点,结合根据地媒介生态现实,构建双向互动的传播系统;通过社会化生产、组织化流程、基层化网络和互动化传播等制度与实践创新,实现传播网络的组织化,有效服务基层动员;推动群众从个体觉醒向集体政治认同的转化。相关媒介实践的本质是通过新闻生产关系的革命性重构,完成现代国家建构的社会动员。

关键词:群众路线;新闻生产;主体性;受众本位

中图分类号:G210 文献标志码:A 文章编号:2096-5443(2026)01-0005-09

作为马克思主义新闻观本土化的重要创新成果,“群众路线”体现中国共产党“以人民为中心”的价值立场,是新闻实践与根据地群众生活实际深度融合形成的方针理论。1943 年,毛泽东对“群众路线”的系统阐述标志着其理论形态的成熟^{[1]899},而早在 1942 年《解放日报》开展改版以来,“群众路线”就通过“全党办报、群众办报”等具体的新闻实践进行探索和发展,促使人民群众,特别是作为新闻传播活动受众(读者/听众)的广大群众,成为参与者、生产者、传播者。其用户参与、互动传播等理念具有超前性。

“群众路线”的相关理论以及贯彻到具体活动中的“群众路线”新闻实践,一方面服务人民群众的根本利益,一方面有利于党的基层动员。可以说,其是党开展基层动员的重要工作方法。学界对“群众路线”的研究多聚焦其价值内涵与方法论意义^[2-3],如田中初对解放战争时期工农通讯员教育实践进行考察,报纸发挥“新闻教科书”的作用,向广大工农通讯员实施“怎么写”“写什么”和“怎么改”的新闻业务教育^[4];吕强、刘岳麓梳理延安时期红色报刊编辑工作群众路线实践的过程,总结其编辑实践特征^[5]。然而,“群众路线”是具有理论、组织、管理等多层次的综合体系,需要从系统性视角剖析其实践逻辑,即该模式得以运行并实现其目标的内在机理与动态过程。本研究主要围绕 1942 年《解放日报》改版至中华人民共和国成立前中国共产党的新闻实践,从新闻实践以谁为主体的价值理念、运作流程及其社会效果三重维度,解析“群众路线”的运作机制,探讨其如何推动人民群众从个体觉醒向集体认同转化,进而揭示中国共产党新闻理论创新的内在机理。

一、理念变革:确立“以人民为中心”的新闻主体观

“人的主体性是人作为活动主体的质的规定性,是在与客体相互作用中得到发展的人的自觉、自主、能动和创造的特性。”^{[6]23}就新闻传播活动来看,其可以理解为新闻生产传播过程中作为传者与受者的人,对社会存在进行认识活动与实践活动,并在此过程中尽可能发挥能动作用。

马克思提出“人民报刊”论,将报刊作为“历史人民精神的英勇喉舌和它的公开表露”^{[7]50}。从马克思“人民报刊”理念的提出,到党的“群众路线”新闻思想的创造性实践,是“以人民为中心”在新闻事业中的具体体现。其核心与实质就是突破传统“以传者为主体”的新闻传播理念,真正把人民群众当作党的新闻事业的主人,确立人民群众在新闻工作中的主体地位,为“群众路线”新闻生产传播实践奠定根本的价值基础。

(一)“以人民为中心”对新闻价值的革新

新闻的价值取向从根本上决定着传播活动的目标与框架选择。童兵教授认为“主体性是多层次的。这首先是新闻媒介的阶级属性和传者的阶级属性决定的。”^[8]传播主体的层次性差异通过价值观念指导实践方向,构成贯穿新闻活动的精神动力。

媒介的阶级属性决定了以拉斯韦尔模式为代表的早期传播学研究与马克思主义新闻观的核心分野,正在于后者始终将人民群众置于主体地位。1842年,马克思在《〈莱比锡总汇报〉在普鲁士境内的查禁》一文中提出“人民报刊”^{[9]352},他认为真正的报刊即表达人民思想和感情、反映人民生活、揭露人民精神的报刊,从而始终维护广大人民的利益。1942年《解放日报》改版前夕,毛泽东谈道:“共产党的路线,就是人民的路线。”^{[10]90}中国共产党通过确立以人民为中心的价值立场,对传统“传—受”关系进行结构性革新。

拉斯韦尔“5W模式”将受众定义为信息接收终端,折射出早期传播理论对受众主体性的漠视。从“魔弹论”到“使用与满足”的理论转向,标志着受众从被动的靶向对象逐渐转变为具有能动性的主体^[11]。然而这种转变本质上是市场化进程中受众消费价值的凸显,并未真正突破传者主导的框架。

从根源来讲,马克思主义新闻观的价值立场一直以广大人民群众的利益和需求为出发点和落脚点,强调人民群众主体性在新闻传播活动中的重要地位。中国共产党将人民性嵌入新闻事业内核,通过三重维度重构人民在传播中的主体性地位:在价值立场上代表人民根本利益,在内容生产上以群众生活为源泉,在实践路线上确立“全党办报,群众办报”原则。这种重构突破了早期“传者—受众”的二元对立,使群众从信息接收者升维为新闻事业的建设主体。

(二)“群众路线”的本土实践基础

“群众路线”新闻思想及其开拓性的实践,与当时各根据地独特的政治环境、媒介环境、社会文化有着十分紧密的关联,具有丰富的本土性与经验性特征。

整风运动的开展为“群众路线”的建制化提供了指导思想和政治原则。随着1942年《解放日报》改版的开展,“群众路线”新闻思想逐步凝结形成制度。其中一个重要的改版方向就是增强党报党刊的党性、群众性、战斗性和组织性。群众性与人民性,体现在党报作为党与人民群众沟通的中介,为群众搭建对话平台;组织性和战斗性,则强调党要通过宣传工作实现舆论引导与群众组织的目的。这种双重属性使党报成为组织动员与民意反馈的枢纽,奠定“全党办报,群众办报”的理论基础。

相对闭塞的地理环境和以小农经济为主的经济结构,迫使根据地新闻实践必须突破城市报刊模式,适应农村的传播环境。第一,创新基层媒介实践。以陕甘宁边区为例,各乡村社区间的联系仅靠蜿蜒的羊肠小道,交通工具大多是驴、骡等牲口。^{[12]23}地貌复杂、交通闭塞和经济落后不仅造成农村缺乏进行现代化大众传播的必要条件,更导致这一区域鲜与外界有社会联系,因此保留了以宗族和家庭为单位的传统乡村社会自治结构。党中央新闻工作不得不创新黑板报、读报等适合基层的新闻媒介实践,一方面弥补农村地区大众传播媒介的匮乏,另一方面依托乡村原有社会结构和文化水平进行群众再组织化。第二,创新传播的组织形态。为适应当地以由父母与子女组成的小家庭和折中家庭为主^{[12]73}的社会结构,以及以小农经济为主的社会生产,读报小组、黑板报等基层新闻工作大多通过家庭为基本单位进行,以生产队、小学、民教馆等已有的各级组织为中心单位,借助基层干部、知识分子、党报通讯员等党在基层的政治代表,将群众纳入“一系列超越宗族血缘的新的社会机制和社会组织”^[13]。

(三)以搭建党与群众之间的沟通桥梁为互动原则

霍尔认为传播过程是一个具有结构性的整体,包括“生产-流通-分配/消费-再生产”四个阶段。^{[14][110]}新闻的传播过程也是如此,其中新闻生产是起点,包括新闻选择、采集、写作、编辑、发行等主要环节。

传统新闻生产的专业壁垒,在一定程度上引发了采编流程的权力垄断——采集、写作、编排等工作由专业新闻机构的新闻从业者主导完成,新闻以标准化、组织化产品形态呈现。相比受众而言,传者更易接近媒介渠道,相伴的权力以及专门知识的相对“垄断”,使他们在知识(新闻)传输环节处于相对高位,受众则是相对被动的接受者,两者之间所形成的传播关系存在不对称、不平等,“主—客”体关系十分明晰。

作为中国新闻传播知识本土化生产的重要理论成果,“群众路线”指导下的新闻实践使群众兼具信息生产者、传播者、接受者三重身份,形成“需求-反馈-响应”的闭环系统,成功实现信息双向流动,提升了党与群众的沟通效能,形成以建构沟通桥梁为重要目标的互动原则。

1982年施拉姆访华时,曾指出:“‘反馈’是物理学上的术语,是社会科学中最有用的概念,与中国倡导的‘从群众中来,到群众中去’基本上是一回事。”^[15]但显然,“群众路线”新闻实践与施拉姆大众传播模式存在根本差异:前者是市场逻辑下的信息调节工具,后者是政治逻辑下的主体建构过程。群众路线通过制度化渠道保障反馈效力,使传播不仅是信息循环,更是权力关系的重构——群众通过参与新闻实践获得政治赋权,这是区别于施拉姆传播理念的核心要点。

二、流程再造:“群众路线”新闻生产传播的实践路径

新闻传播观念的变革必然要求并体现为具体实践路径的调整。在“群众路线”指导下的新闻工作实践逐渐形成一套独特的实践路径,即社会化生产与互动传播,打破以“传者”为主体的、由专业新闻机构内部人员为主导的封闭生产流程。通过主体、流程、渠道、反馈四维度的系统性实践,“群众路线”构建了从生产到传播的完整环节,确保理念有效落地。围绕“群众参与”和“组织动员”目标重构的新闻实践实现了信息双向流动与传播网络的组织化,是其实践逻辑的核心支撑。

(一)主体拓展:多元协同的新闻生产网络构建

与传统新闻生产中以知识分子及新闻专业从业者等精英为生产主体不同,“群众路线”思想指导下的新闻生产主体呈现多元化特征。群众作为生产主体和传播主体参与新闻实践活动,主体身份得以显现。

第一,对专业新闻工作者进行改造。整风运动改版之前,《解放日报》社专业人员的新闻实践主要以写稿与编辑为主,整风运动对包括专业新闻工作者在内的知识分子进行思想改造,众多出身于学生、小资产阶级、知识分子的报社工作人员是工作重点,“做宣传工作的人,对于自己的宣传对象没有调查,没有研究,没有分析,乱讲一顿,是万万不行的”,因此实行大众化,“要向人民群众学习语言”^{[16][837]}。

整风运动后,以《解放日报》为代表的党报党刊为践行“群众路线”,派出记者和编辑深入基层、深入群众,在五个分区设立常驻《解放日报》通讯处^[17],尤其强调通过调查研究从群众的实际生活中获取第一手资料,了解基层的真实情况,倾听群众呼声,解决群众问题。与此同时,扩大业务范围,将采编写作和培养工农通讯员工作相结合,鼓励根据地群众踊跃投稿,有的地方民教馆内的宣教部设专人为相关刊物的大众壁报提供支持^[18],并对群众来稿做耐心修改。除此之外,在自己所在区域建立独立的通讯工作系统,加强人力,^[19]物色到能识字读报的群众,就利用他们在乡村建立识字读报组^[20],“帮助他们经常写稿和搜集材料”^[21]。

第二,发展以群众为主体的工农通讯员。所谓“从群众中来”,不仅体现在报道素材和内容源于群众,更是直接将群众发展为新闻生产的主体,提倡做什么就写什么^[4],通过将自己的生活工作及思考态度撰写成稿并发表,从被动的“客体”转化为主动参与新闻生成与传播的“主体”。为适应当时

群众总体文化水平不高的情况,报社的编辑队伍还经常组织工农通讯员集体议稿、改稿,遇到实在不会写的工农就口述代笔,代不识字的工农传达他们的经验以及想法、态度和意见,或“用纸条或‘捎话’通讯的方式在黑板报上发表言论”^{[22]228},以最大限度地调动群众参与新闻生产的积极性,真正践行“群众路线”,实现群众“办”报。

第三,群众投稿的传播渠道也十分多元,具有覆盖面广和体系化的特点。《解放日报》等大型机关报刊设有接收群众投稿的专栏,《边区群众报》编辑部还将工农通讯员的作品编辑成刊,定期出版《工农写作》供读者学习交流^①,而作为基层媒介的黑板报也是发表群众言论的主要途径之一,在参与新闻实践的过程中不断提高中下层民众作为现代公民的主体意识。

第四,倡导各级党组织干部参与新闻宣传实践。“什么是宣传家?不但教员是宣传家,新闻记者是宣传家,文艺作者是宣传家,我们的一切工作干部也都是宣传家。”^{[16]838}当然,毛泽东所指的宣传活动的范围要更为广泛,甚至包括党员干部的言行举止。但新闻宣传工作显然是工作干部成为“宣传家”的十分重要的一环,具体体现就是建立各级党委审核与负责制度,参与新闻生产,“规定党政军民各方面的负责人经常为党报撰稿”^{[23]357}。毛泽东就经常为报纸写社论,亲自修改送审的重要社论和文章,甚至对标点符号都十分仔细地进行修改,如1943年7月,毛泽东为新华社修改《中共七七宣言在重庆被扣,张道藩发出挑拨声明,外国记者纷纷质问内战危机》等报道^②。

各党报编辑部设立党报联络制度,加强各级地方党委对通讯员的管理与领导,要求党的领导干部必须切实参与报纸的编辑工作,^[24]撰写稿件,培养通讯员和撰稿员。为此,《解放日报》等还开辟了“党的生活”^[25]等专栏,主要用于刊登党员的自我检讨和批评建议等,从毛泽东等党中央领导人直接“办”,到各级机关党员、干部“办”,以达到“全党办报”的效果。

如此,在组织化的逻辑下,将分属于党内和党外的、传播能力不同的个体统筹于一个层次化的网络中,聚合最广泛的资源进行新闻生产,实现多元主体的协同。

(二)流程嵌入:组织化业务制度的建立

“所谓做群众工作,就是要成为党和人民政权的宣传者和组织者。”^{[26]982}群众工作归根结底是为了聚合并动员最广泛群众力量听从党的指挥与领导,实现革命事业的总目标,旗帜鲜明地代表以工农为主体的无产阶级的共同利益,做好统一战线工作。“群众路线”在新闻工作中的具体实施,也是群众工作的一部分。通过党和人民的共同参与,将党、报刊与人民融合在一起,以建立起平等、互动、科学、循环的良性媒介生态。1942年3月31日,《在〈解放日报〉改版座谈会上的讲话》中,毛泽东明确党报党刊在各方面工作中的功能定位,“利用《解放日报》,应当是各机关经常的业务之一”^{[10]90},强调从宏观管理上加强党的一元化领导。

在党的各级机关和党报党刊编辑部的共同努力下,报社内部逐渐建立并完善相应的制度,使“群众路线”在新闻生产传播活动中形成较为完备的工作程序形式,成为日常新闻生产的基本政策加以实践。

正如《中共中央关于增强党性的决定》所强调的,我们的环境是长期独立分散的独立活动的游击战争。^{[27]443}经过中央苏区办报、抗战前期宣传活动的经验累积,党的新闻宣传工作及其所开展的报刊实践已然颇具规模,但“大多数报纸杂志,显示出分工不明,彼此重复,数量多而质量差,形式铺张而内容贫乏的严重弱点。编辑、出版、发行的制度也尚不完善。”^{[28]114}各级通讯站的建设也存在诸如此类的问题。直到1942年,“边区通讯站还没有建立起一个独立健全的工作系统”,而是依托于其他机关代为管理,“总站直属民政厅一科,分站直属专属民政处,县站直属县府一科”^[19],降低了报刊发行工作的效率,导致报刊无法准时送到读者群众手中。

为了响应全党“整顿三风”运动,做好新闻宣传部门的“整风”工作,中共中央及中宣部在1941

^①《边区群众报》定期出版《工农写作》,笔者曾在陕西省延安市延安新闻纪念馆展览柜中拍摄到1945年12月15日编辑部出版的《工农写作》第三期原件。

^②笔者在陕西省延安市延安新闻纪念馆展览柜中拍摄到1943年毛泽东为新华社亲笔修改的两则新闻稿手稿。

年5月到7月接连发布了《中共中央书记处关于统一各根据地内对外宣传的指示》《中共中央宣传部关于党的宣传鼓动工作提纲》《中共中央宣传部关于各抗日根据地群众鼓动工作的指示》等指示文件,从宏观原则、组织架构、制度建设以及具体工作方法等方面对党的新闻宣传工作进行了组织化、系统化地改革和完善。以《解放日报》为例,包括:①同各级领导机关保持密切联系,编委会的每一个成员,都要分工联系不同的党政军领导机关,并参加各部门的会议,了解情况,制定报道计划;②建立稿件审核制度,所有稿件需由党中央及有关部门审定;③建立报纸检查制度,编委会定期检查报纸,同时实行看大样看清样制度、员工奖惩制度。^[17]这些制度在党报史上都是第一次制定,其是当时国际国内政治形势下的必然产物,而且为以后的党报所遵循,有些一直延续至今。

(三)渠道下沉:基层传播网络的铺设策略

将“群众路线”新闻实践落实到报刊的具体工作中,报纸的内容生产只是第一步,农村的报刊发行,以及报刊内容的阅读和传播同样需要考虑。

从办报环境来看,除重庆《新华日报》外,多数如《解放日报》《边区群众报》《晋察冀日报》等重要党报党刊的编辑部都位于党领导的根据地,党报数量较少,以分配制为主。传播渠道主要有三种:

一是“邮发合一”制度。与城市中采用报房、报童等售卖报纸的模式不同,山东抗日根据地率先设立了邮、交、发三位一体的战时邮政机构,将战邮总局、党委交通科同报刊社的发行部门等加以整合,以便加强报刊发行工作的统筹管理。邮政机构的主要业务除了负责日常的收寄邮件外,还负责基层报刊的收订和发行,使报刊的发行范围可以覆盖到基层。各根据地也纷纷效仿,“邮发合一”的制度在实践中逐渐成熟。^{[29]85-87}

二是采用电报等通讯手段做辅助。由于国民党的封锁政策,根据地长期处于纸张供应紧张的状态,中央印刷厂不得不自己造纸、自制油墨来保证报刊的发行。尽管如此,边区的报刊品种不得不大幅减少,党的第一大报刊《解放日报》的印刷出版受到极大限制。^[30]加之各根据地所处地理地势的特殊性,不仅根据地内部交通不甚便利,各根据地之间往来亦很困难,更增加了报刊送达的难度。而当时的主要通讯手段——电报,则可辅助将党报党刊所报道的内容及时传递给各根据地^{[31]237},不仅可以保证报道内容的时效性和覆盖面,还可以确保各根据地报刊及通讯社一切向中央看齐,统一传播思想。

三是铺设基层传播网络,发展工农通讯员和黑板报等形式。整风运动之后,各根据地全面贯彻“全党办报、群众办报”,大力扩张通讯员队伍。截至1945年,在陕甘宁边区,仅《解放日报》的骨干通讯员已达400多人^[32]。如此一来,由基层干部、知识分子、党报通讯员等组成的基层通讯队伍成为确保党的政策方针传递到群众当中的重要媒介。1947年5月15日《人民日报(晋冀鲁豫)》社论中指出“唯一的办法是有效地将人民日报的稿件组织到各地方报纸上去”^[33],即借助基层媒介转载和传播党的机关报的消息。而发展黑板报、壁报则更加直接地实现了报刊内容的书面转载,不仅降低经济成本,而且办报方式十分灵活,时间空间均不易受限。为了便于村民读者理解,增强阅读兴趣,基层编辑人员在转载报道的过程中常常将原文中的部分内容进行重新调整,“把行政号召或枯燥的数目字,通过具体事实去宣传。黑板报上很少有条文决定和数字。”^{[34]513}其语言风格也十分通俗简洁,方便相关内容在基层的传播。

(四)反馈循环:互动传播的双向设计

群众路线强调“从群众中来,到群众中去”,前者指的是群众观点要“从群众中来”,群众作为主动参与调查者发表观点,并通过通讯员、读报员等将工、农、兵、知识分子和基层组织的呼声集中。后者指党依据群众观点——经过公众参与公共事务讨论协商后形成的对话与意见——做出政治决策,这一决策又再次回“到群众中去”。因此,报纸通过邮递员和通讯员向农村发行、让群众读到新闻内容并非新闻传播工作的终点,更重要的是帮助农民读懂报纸。通过组织读报小组将文章的核心主旨解释宣传反馈给群众,并二次收集群众对这一决策形成的观点与意见,从而进一步影响决策的发展与修正。

在基层读报的过程中,基层通讯员的身份也在职业记者、党和政府的代言人、社会大众之间不断转换,打通了党报双向传播的“最后一公里”。受众在与基层通讯员的交流沟通中,与党和政府、与媒介都产生了直接的双向互动。其既使得人民群众通过参与新闻工作完成对公共事务的讨论,形成群众意见,为群众观点搭建对话平台,彰显党报的群众性与人民性;又通过宣传工作实现对基层的舆论引导以及对群众的组织,将人民群众的力量深度嵌入党的组织架构中,增强其组织性和战斗性;还在阅读过程中完成受众反馈的工作,为接下来开展新一轮的新闻再生产打下坚实基础。

三、主体形塑:从个体觉醒到政治认同的演进路径

“群众路线”指导下的新闻生产传播,其最终目标在于服务人民、凝聚力量、建构认同,集中体现为对作为受众的群众主体性的深度唤醒与政治共同体的有效形塑。

为了人民办报、依靠人民办报是党的新闻事业贯穿始终的基本原则,其核心与实质就是强调人民群众在新闻工作中的主体地位。“我们的报纸也要靠大家来办,靠全体人民群众来办,靠全党来办,而不能只靠少数人关起门来办”^{[35]689},这里一再强调的“办”字,就是让群众作为报纸的直接管理者和参与者。群众作为全过程参与的主体,成为能动的生产者,主动的传播者,与作为传播发起者的党报组织融为一体。从意识上、行动上演绎了一场脱胎换骨的身份革命,其主体性在形式和内容上得到充分表达。

而传统的传者角色则从单一的新闻从业者转变为集职业记者、党和政府的代言人、社会大众于一身的多重身份。其工作重心不仅包含生产与传播新闻,更在于为群众参与媒介实践活动提供专业性的帮助和支持。其角色的社会定位在于为人民群众更好地展现自身主体性而服务。通过有针对性地宣传党的方针、政策和路线,以组织化的形式鼓励群众共同参与媒介活动,以集体的身份建构传播仪式,以报刊为阵地构建起彼此之间的群体认同,最终实现“主体形塑”的核心目标——催化个体觉醒、构建集体认同、成为具有政治认同和行动意愿的“共同主体”。

(一) 主体性觉醒:从被动受众到能动参与者

自我意识的觉醒是判断个人主体性发展的重要标准。然而,中国长期的封建专制统治,使当时多数底层民众缺乏独立的政治人格与主体意识,完全无法与现代意义上独立自主的政治主体进行关联。对于近代中国而言,“能够识字并接受外来观念鼓动的,基本只限于精英阶层。广大中下层民众则普遍对政治参与比较冷漠,而且很少直接影响政治进程”^{[36]125}。

1940 年前后,中央号召各县区依托读报组、识字班等形式陆续开展“群众路线”新闻宣传实践。据统计,1944 年全边区共办冬校 3470 所,入学农民 5 万人。各类识字组、读报组几乎村村都有,也有五六万人参加,教育内容主要是扫盲,同时与抗战教育和生产结合,^[37]运用新闻舆论工作开展识字运动,完成群众的政治启蒙。《新华日报(华北版)》曾报道 1942 年晋察冀根据地广泛开展冬学运动和群众运动宣传,“曾经是山西最落后地区的雁北的群众,今天正在摆脱着他们传统的愚昧无知的生活”,而且“在民选运动的浪潮中,雁北群众获得了从来没有享受过的充分的民主权利”^[38]。

“群众路线”指导下的新闻生产以扩大知识的拥有者、扩大媒介的使用者为突破口,激发农民表达自我感知和真情实感的动力,从被动的读者/受众变成主动的新闻生产者、传播者。与此同时,读报识字运动,不仅要让群众在新闻写作的实践中实现自我表达,更是一种对公共事务的参与训练。“群众听报成了习惯,都说:‘如今和咱们的老上级直接说话了,他问咱们对报有什么意见?听懂听不懂,你喜欢听什么?这和见面说话不一样吗?’”^[39]通过党报(及党的通讯员)这一中介,赋予了民众参与公共事务和监督政权的权利,也有参与宣传、生产建设、动员运动的更大驱动力,从而更大限度地挖掘人民群众的参与主体性。

(二) 身份重构:集体成员认同的培育

大众社会成员的主要特征之一就是追求标准的和“正常”的生活方式。当一套完整的认知范式和话语系统具有社会性共享的普遍意义时,它便具有了客观性常识的特质,并融入群众的现实生活,

指导着群众个体的思维与行动，成为群众在选择或行动时参考的价值标准。

在“群众路线”指导下进行的整合式宣传可以把全新的观念知识与日常社会活动纳入其中，并且不断地生产这种标准和价值。党报党刊的一项重要工作就是要反映和贴近广大人民群众生存、生活、工作的实际，将日常生活中约定俗成的普遍认识和“在地经验”真正纳入新闻生产的实践场域。改版后的《解放日报》更加强调贴近和反映群众实际生活，内容涵盖政策宣传、边区生活以及群众意见反馈。采用符合群众需要的形式，让受众“看得懂并看得有味”。在日常情境、日常话语、亲身实践的共同作用下，底层民众的生存感受在新闻报道中产生共振，切实感受到新闻宣传工作是服务于群众生产和自身发展需要的。

吉登斯强调在社会互动的日常场景中身体与实践对人主体性的塑造与实现，认为身体以实践方式参与日常生活互动之中便是维持一个连贯的自我身份认同感的重要组成部分。^{[40] 52-54} 群众在劳动间隙利用碎片时间练习写作，不仅解决工农通讯员关于选择报道素材的问题，更关键的是将日常生活进行书面化、逻辑化和符号化的处理。如此便使群众在思想价值和行为模式上实现了相似的认同，群众个体的思考方式和价值判断从根本上得以发展和重塑。这便是通过新闻宣传等渠道建构集体认同的效果。

（三）共同体形塑：交互主体性与政治认同的生成

文化启蒙和政治意识的提升是为了更大限度地挖掘人民群众对政治和公共事务的参与主体性。自主意识不仅是指主体在意识清晰的情况下采取社会行动，更包含着对行动意图和行动方法的思考。因此，报刊不仅是无产阶级和人民群众进行革命斗争的武器，更是人民群众相互尊重、共同行动、达成交互主体性的必然途径。

群众投稿被刊登、意见被采纳，感受到被“听见”和“重视”，建立了与党和媒体的互动关系。读报小组讨论中，群众之间交流观点，形成共同理解，构建了横向的“我们”感，引导工农群众对自己的政权有批评，监督等责任^[41]。一些文章通过字数将个体纳入政治共同体，强化了作为“人民”一分子的集体身份认同和政治归属感。群众以新闻传播活动和媒体为中介搭建起交往关系，由此构成一种交互主体性。当这样的一些交往着的主体在面对共同客体时，可能构成一种共同主体。^[42]

“好吃好喝的人，看到听读报的确有意思就情不自禁地陆续来参加了。”^[39] 这种主体意识的萌发和扩散意愿，源于组织生活带来的“革命大家庭”体验。当群众作为主体进行实践活动（包括新闻传播）时，不仅能意识到自己在参与生产活动，还能认识到自己为什么和如何参与生产，在集体中处于怎样的地位，反复确认“我们”的身份，与党的政策、运动发生何种关联。群众个体之间、群众与党组织之间在思想精神层面上的联系得以建立，自发交往升华为自觉的政治认同，并形成一种共同的行动框架。

“群众路线”指导下的新闻生产图景，不仅有利于实现每个群众新闻生产的主体性，还将新闻内容生产与社会关系融合在一起，使新闻传播不仅是信息的告知和传递，更是互动、理解与认同的塑造。在群众个人主体性的实现过程中，群众作为共同主体的主体性进一步得以完善、丰富和强化。

四、结语

马克思主义是实践的哲学^[43]，“群众路线”是马克思主义“人民主体论”在新闻领域的实践结晶。它立足根据地现实，以群众为历史创造者的价值立场重构新闻生产传播体系。通过社会化生产、组织化制度、基层化网络和互动化读报，将受众转化为主动参与者；以党报为纽带，引导群众在媒介实践中重构身份认知，实现个体主体性向政治共同体的升华，最终将“受众”形塑为具有高度政治认同和行动意愿的“共同主体”。

研究尝试将制度运作与人的转变相结合，系统性阐释“群众路线”新闻实践何以成为马克思主义新闻观本土化的典范。它不仅为理解党的新闻事业历史提供新视角，也为当下融媒体时代践行群众路线、实现传播创新提供历史参照。未来研究可进一步开展历时性比较，探讨“群众路线”在社会主

义建设时期的流变及新媒体时代“群众路线”理念的传承与形式创新,挖掘数字化语境下的当代价值。同时,深化其与参与式传播、公共新闻等现代理论的对话,为建构中国新闻学自主知识体系提供支持。

参考文献:

- [1] 毛泽东.关于领导方法的若干问题//毛泽东.毛泽东选集:第三卷.2版.北京:人民出版社,1991.
- [2] 郑保卫.中国共产党新闻工作群众路线的理论来源及实践传统.现代传播(中国传媒大学学报),2013,35(9):21-27.
- [3] 徐方平,张德艳.论中共早期报刊自身建设、宣传及其经验教训.中共党史研究,2006(5):49-55.
- [4] 田中初.报纸成为人民群众的“新闻教科书”——对解放战争时期工农通讯员教育实践的考察.新闻与传播评论,2025,78(3):5-14.
- [5] 吕强,刘岳麓.延安时期红色报刊群众路线之编辑特征.中国出版,2024(16):67-71.
- [6] 郭湛.主体性哲学:人的存在及其意义.北京:中国人民大学出版社,2010.
- [7] 马克思.第六届莱茵省议会的辩论(第一篇论文)//马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第一卷.中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.北京:人民出版社,1956.
- [8] 童兵.新闻的客观性和传者的主体性.新闻与写作,1989(1):13-14.
- [9] 马克思.《莱比锡总汇报》在普鲁士境内的查禁//马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第一卷.2版.中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.北京:人民出版社,1995.
- [10] 毛泽东.在《解放日报》改版座谈会上的讲话//中共中央文献研究室,新华通讯社.毛泽东新闻工作文选.北京:新华出版社,1983.
- [11] 刘文辉.从“被时代”到“我时代”:新媒体语境下受众身份的重构与异化.上海交通大学学报(哲学社会科学版).2013,21(5):70-75+92.
- [12] 岳国芳.延安时期陕甘宁边区乡村社会文化变迁研究.西安:陕西人民出版社,2020.
- [13] 刘慧.土地革命对苏区乡村政治秩序的变革.党史研究与教学,2007(6):27-32.
- [14] 位迎苏.伯明翰学派的受众理论研究.北京:中国传媒大学出版社,2011.
- [15] 徐耀魁.施拉姆对中国传播学研究的影响——纪念施拉姆来新闻研究所座谈30周年.新闻与传播研究,2012,19(4):9-14.
- [16] 毛泽东.反对党八股//毛泽东.毛泽东选集:第三卷.2版.北京:人民出版社,1991.
- [17] 王敬.博古的新闻生涯.新闻研究资料,1988(1):1-26.
- [18] 活跃的焦作民教馆.解放日报,1946-01-26(2).
- [19] 改善通讯工作.解放日报,1942-02-01(2).
- [20] 关中冬学发展.解放日报,1945-01-17(1).
- [21] 西北局宣传部关于加强各县通讯工作的通知.解放日报,1946-01-22(1).
- [22] 李鼎铭.关于文教工作的方向//中国社会科学院近代史研究所《近代史资料》编译室.陕甘宁边区参议会文献汇辑.北京:知识产权出版社,2013.
- [23] 中共中央宣传部为改造党报的通知//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.北京:学习出版社,1996.
- [24] 马宇涵,郝雨.构建中国特色新闻学话语体系的理论探索与历史经验——纪念陆定一《我们对于新闻学的基本观点》发表八十周年.新闻爱好者,2023(10):16-21.
- [25] 测量农村党员的几个标志.解放日报,1943-01-04(3).
- [26] 毛泽东.关于若干历史问题的决议//毛泽东.毛泽东选集:第三卷.2版.北京:人民出版社,1991.
- [27] 中共中央关于增强党性的决定//中共中央文献研究室,中央档案馆.建党以来重要文献选编:第十八册:一九二一—一九四九.北京:中央文献出版社,2011.
- [28] 中宣部关于各抗日根据地报纸杂志的指示(一九四一年七月四日)//中国社会科学院新闻研究所.中国共产党新闻工作文件汇编:上卷:1921—1949.北京:新华出版社,1980.
- [29] 山东省地方志编撰委员会.山东省志:42;邮电志.济南:山东人民出版社,2000.
- [30] 李景璇.清凉山上“万众瞩目”的奥秘所在.中国军网.(2018-01-19)[2023-05-08].<http://www.mod.gov.cn/gf>

- bw/gfjy_index/4802794_3.html.
- [31] 中央关于统一各根据地内对外宣传的指示//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.北京:学习出版社,1996.
- [32] 李文.试论陕甘宁根据地新闻事业的群众性.新闻研究资料,1993(1):144-158.
- [33] 滕代远.人民日报是人民的报纸.人民日报(晋冀鲁豫),1947-05-15(1).
- [34] 陕西省总工会工运史研究室.边区被服厂的黑板报.陕甘宁边区工人运动史料选编:下册.北京:工人出版社,1988.
- [35] 毛泽东.对《晋绥日报》编辑人员的谈话//中共中央宣传部办公厅,中央档案馆编辑部.中国共产党宣传工作文献选编:1937—1949.北京:学习出版社,1996.
- [36] 刘海龙.宣传:观念、话语及其正当化.北京:中国大百科全书出版社,2020.
- [37] 王寅城.陕甘宁边区.北京:新华出版社,1990.
- [38] 雁北群众运动蓬勃开展人民享受民主幸福.新华日报(华北版),1941-09-29(1).
- [39] 读报和各种工作结合反过来又改造了工作.晋察冀日报,1944-08-24(2).
- [40] 吉登斯.现代性与自我认同:晚期现代中的自我与社会.夏璐,译.北京:中国人民大学出版社,2016.
- [41] 发刊词.红色中华,1931-12-11(1).
- [42] 郭湛.论主体间性或交互主体性.中国人民大学学报,2001(3):32-38.
- [43] 杨保军,樊攀.马克思主义新闻观研究的“转向”:从“史论偏重”到“史论与实践并重”.新闻与传播研究,2022,29(4):5-20+126.

The Practical Logic of Journalistic Production and Communication Guided by the “Mass Line” and the Evolution of Mass Subjectivity

Ma Yuhua (China Petroleum Daily)

Abstract: The people-centered nature is an essential attribute of Marxism. During the Yan'an period, the Communist Party of China innovatively introduced the journalistic concept and working methods of the "Mass Line," establishing a comprehensive "subject-process-outcome" practical framework through three dimensions: empowering the masses to participate in news production, restructuring the dissemination process, and fostering a sense of political community identity. By examining the practical activities of the Communist Party of China in revolutionary journalism from the reorganization of *Liberation Daily* in 1942 to the founding of the People's Republic of China in 1949, this study argues that the practical logic of Mass Line-guided news communication begins with a people-centered value orientation, adapts to the media ecology of the revolutionary base areas, and constructs a two-way interactive communication system. Through a series of institutional and practical innovations, it achieved the organization of communication networks, effectively facilitating grassroots mobilization. Ultimately, it promoted the transformation of the masses from individual awakening to collective political identity. This media practice essentially accomplished social mobilization for modern state-building through a revolutionary restructuring of news production relations.

Key words: Mass Line; news production; subjectivity; audience-as-subject

■收稿日期:2023-05-19

■作者单位:马宇涵,《中国石油报》;北京 150000

■责任编辑:肖劲草