

宁波记忆系列丛书

跨越

杭州湾跨海大桥通车宣传实录

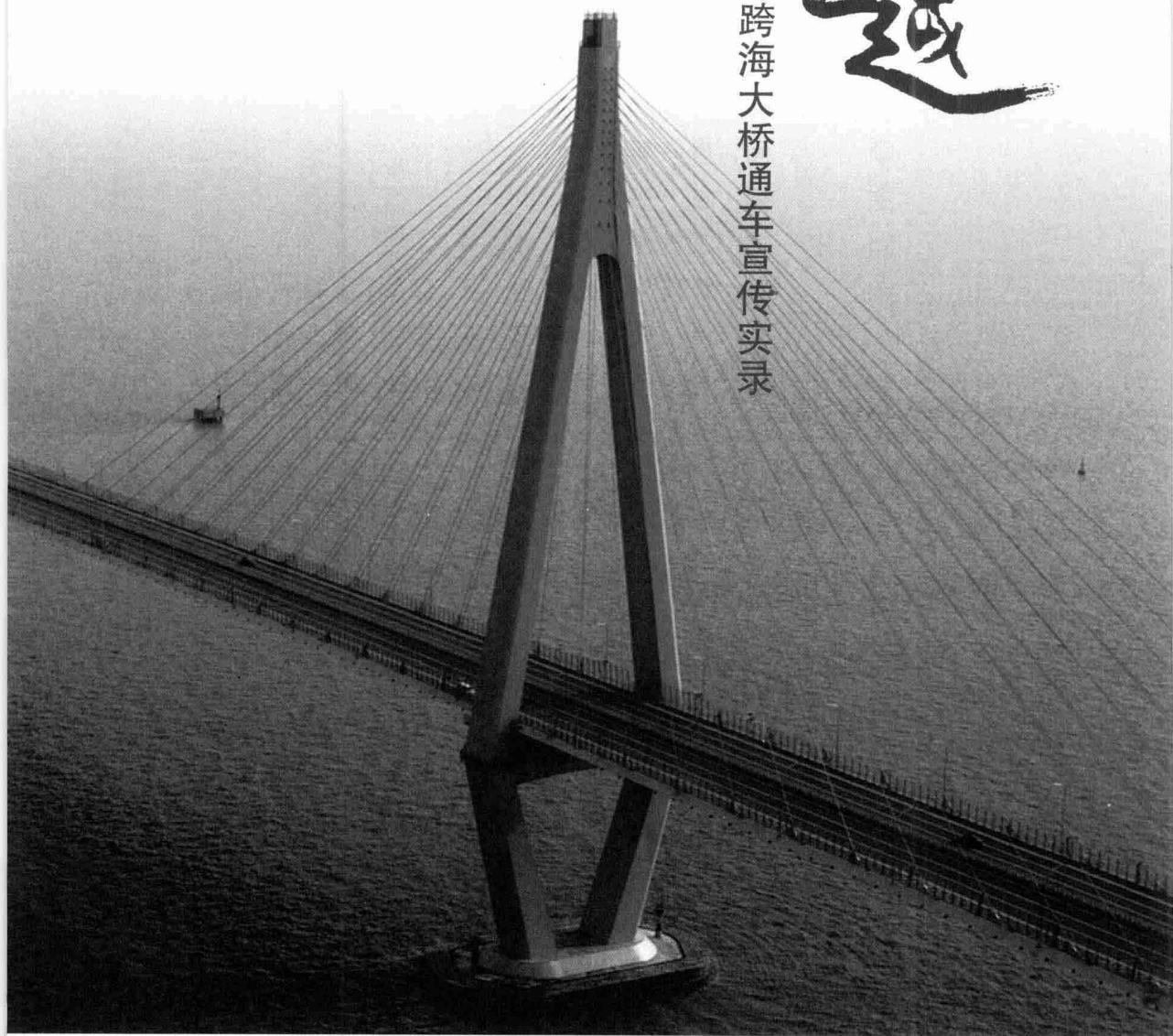


宁波出版社

宁波记忆系列丛书

跨越

杭州湾跨海大桥通车宣传实录



图书在版编目(CIP)数据

跨越:杭州湾跨海大桥通车宣传实录 / 中共宁波市委
宣传部编. — 宁波: 宁波出版社, 2008.8

ISBN 978-7-80743-274-6

I. 跨… II. 中… III. 跨海峡桥—桥梁工程—宣传工作
—杭州市 IV. U448.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 116729 号

跨越:杭州湾跨海大桥通车宣传实录

编 者	中共宁波市委宣传部
责任编辑	刘伊木 李兴琼
装帧设计	吉祥文化
出 版	宁波出版社
发 行	宁波出版社
经 销	全国新华书店
印 刷	宁波报业印刷发展有限公司
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	25.25
字 数	436 千
版 次	2008 年 8 月第 1 版
印 次	2008 年 8 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-80743-274-6
定 价	58.00 元

本书编委会

顾	问	唐一军				
主	编	宋伟				
副	主	编	王桂娣	何伟	郑丰	
编	委		徐明明	田勇	金君琍	钱耀敏
			严玫	徐子鸣	王存政	戴玉松
编辑部成员			何微	李可	许光亚	周杰

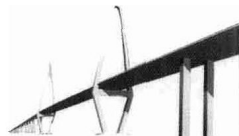


总 序

毛光烈

2008年5月1日,注定是一个令人难忘的日子。这一天,宁波人民期盼已久的杭州湾跨海大桥,在历经了长达10年的前期准备和4年7个月的高质量施工建设后,终于全线建成通车。这座完全由中国人自行设计、自行投资、自行建造的世界最长的跨海大桥,不仅因其刷新多项桥梁建设纪录,成为中国和世界桥梁史上的一座里程碑,也不仅因其投入巨额资金,彰显着宁波改革开放30年积累的经济实力,更为重要的是,大桥的建成通车,彻底改变了宁波长期处于陆路交通末端的不利局面,为宁波进一步接轨大上海、融入长三角,全面建设现代化国际港口城市,为整个长三角区域进一步推进统筹融合发展,加快构筑以上海为龙头的世界第六城市群,创造了重大机遇。

正是由于这座大桥所折射的多方面重大意义,所以整个大桥工程从论证阶段起,一直到批复、奠基和合龙,都始终吸引着新闻媒体的目光。而大桥的最终建成通车,更为海内外媒体所密切关注。在市委、市政府的高度重视下,市委宣传部会同全市有关部门和单位,以强烈的工作责任感和历史使命感,紧紧抓住大桥通车这一不可多得的宣传良机,全力推进大桥创新和大桥经济的宣传,全力推进宁波改革开放30年、计划单列20年成就的宣传,全力推进长三角区域协调发展的宣传,显著提升了宁波这座现代化国际港口城市的知名度和影响力,并一举实现了重大主题宣传的历史性突破。而为大桥通车量身定做的大型情景歌舞剧《跨越》,以其一流的主创人员、一流的演出阵容和一流的舞美装置,引起了广大观众和大桥建设者的强烈共鸣,产生了强大的艺术震撼力和感染力。



· 总序 ·

为系统总结这次大桥通车宣传的成功经验,市委宣传部组织编写了《跨越——杭州湾跨海大桥通车宣传实录》一书。这本书,选录了宣传宁波和大桥的一批新闻文化精品,比较全面地反映了大桥通车宣传从策划、组织到实施的全过程以及取得的经验成效,为大桥建设和宁波发展留下了珍贵的新闻文化史料。

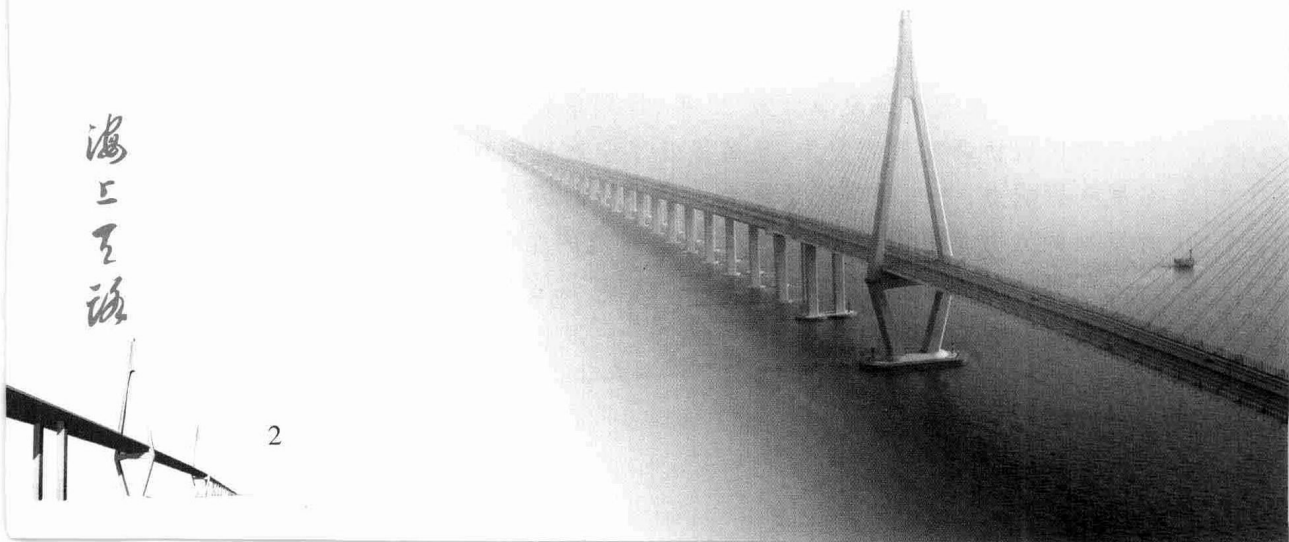
弥足珍贵的是,通过媒体工作者高潮迭起的报道,通过文艺工作者充满激情的讴歌,我们为历届市委、市政府和全市人民在大桥建设过程中体现的博纳兼容、敢想敢干、同心协力、坚持不懈的精神所感动,为全体建设者体现的创业创新、艰苦奋斗、不怕困难、勇攀高峰的精神所感动,也为广大宣传工作者体现的强于统筹、精于策划、勇于创新、善于实践、乐于奉献的精神所感动。而这样一种感动,必将在我们继续前行的征途中,迸发出更为巨大的精神力量。

记得有一位著名央视主持人说过这样一句话:杭州湾跨海大桥的36公里末,是桥的结束,却是路的开始。我们有理由相信,在市委、市政府的坚强领导下,560万宁波人民将始终以民族精神、时代精神和大桥精神为激励,抓住大桥通车的重大机遇,全面贯彻落实科学发展观,深入实施“创业富民、创新强省”和“推进六大联动、实现六大提升”战略,建设大港口,推进大开放,发展大产业,构筑大都市,不断开创宁波现代化国际港口城市建设的新局面。

是为序。

(作者系中共宁波市委副书记、宁波市市长)

海上之路



序 一

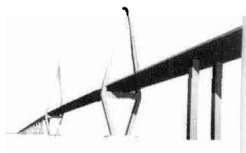


5月1日,杭州湾跨海大桥试运营通车。宁波因大桥通车再次走向全国、走向世界,这是大桥的成功,也是宣传工作的成功。市委、市政府对这次大桥通车宣传工作给予了充分肯定和高度评价。巴音书记用“四个非常”高度评价了大桥宣传工作,他说大桥宣传的任务非常艰巨,组织得非常成功,效果非常好,干部群众非常高兴。确确实实,杭州湾跨海大桥是世界桥梁建筑史上的一个奇迹和里程碑,是中国改革开放30年的生动写照,也是改革开放路线方针政策的最好注解和诠释。如何把大桥通车宣传工作做好,对宣传战线的同志们来说,是一次重大的赶考,是对宣传工作能力的一次重大的检验。现在我们终于交出了一份满意的答卷。

一、大桥通车宣传工作取得了圆满成功

如同大桥建设所创造的纪录一样,这次大桥通车的宣传工作,无论是新闻宣传的广度和深度,还是主题宣传的力度和强度,都是前所未有的,创下了多项纪录,取得了圆满成功。概括起来有以下五个主要特点。

1. 声势比较浩大。整个大桥通车的宣传工作,从去年年底启动策划,春节后启动宣传,到5月1日大桥通车告一段落,历时5个多月。海内外主流媒体集中推出了一大批有分量、有力度、有影响的重要报道,形成了集中宣传宁波和大桥的高潮。期间,接待记者700多人次,报台网等各类媒体共刊发转载稿件1万余篇,图片6000多张,推出110个专版专题,组织时长近12个小时的直播。人民日报、光明日报、经济日报、浙江日报、解放日报等媒体纷纷在头版



头条位置刊发了长篇报道；中央电视台在《新闻联播》、《焦点访谈》、《新闻会客厅》等重要栏目播发了60余篇次的专题报道；泰晤士报、西班牙埃菲社、日本共同社、德国广播协会、新加坡联合早报等国际主流媒体，香港大公报、香港文汇报、香港商报等香港主流媒体，东方卫视、新华日报等长三角主流媒体，人民网、新华网、新浪网等网络主流媒体，都在重要位置和时段集中进行了报道。与此同时，为庆祝大桥通车，还创排了大型情景歌舞剧《跨越》，热情讴歌大桥建设者的精神风貌。这台晚会，组织了一流的主创人员，挑选了一流的演职人员，邀请了一流的歌唱家和音乐家，使用了一流的设备装置，达到了空前浩大的声势，确保了节目的思想性和艺术性的统一，产生了良好的社会效果。

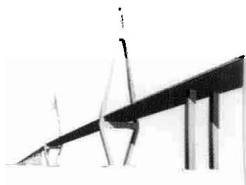
2.主题重点突出。杭州湾跨海大桥是由我国自行设计、自行投资、自行建造、自行管理的目前世界最长的跨海大桥。大桥的建成通车，是宁波改革开放30年来发展成就的具体见证，是大桥建设者创业创新精神的生动体现，将有力地促进宁波、浙江和整个长三角地区经济社会的又好又快发展。在大桥宣传策划过程中，我们明确提出把大桥通车宣传同纪念改革开放30周年、实施“两创”发展总战略、推进“六大联动”、实现“六大提升”的宣传有机结合起来，着力提升大桥宣传的立意，以大桥看改革开放，跳出大桥宣传宁波，拓展大桥宣传的内涵。同时，在拟订专访提问、接待各路记者团采访、准备新闻背景资料的过程中，都努力体现我们的宣传主旨和意图，积极影响和引导记者采访撰稿，从而使各项重点报道都能突出主题、凸显重点。如人民日报《一桥飞越杭州湾》长篇通讯，被纳入“高举旗帜、科学发展”专栏，并在头版头条位置予以刊发；香港《大公报》推出的对市委主要领导的专访，既有宁波抓住机遇打好“桥牌”的内容，又充分展现我市30年实现三个大跨越的成就，主题十分鲜明，重点十分突出。

3.方式实现创新。创新是宣传工作的主题，也是提升宣传工作水平的必由之路。我们在大桥通车宣传工作中，始终坚持解放思想、实事求是、与时俱进，大力推进观念、理念、形式、手段的创新。各媒体在大桥宣传报道中，深度挖掘报道人物和细节，以增强报道的吸引力、感染力。在宣传报道方案的组织实施过程中，以新闻性、互动性、服务性为前提，以互动活动打头，烘托气氛。比如，宁波晚报与嘉兴南湖晚报开展联动，推出了“两地市民互访团提前走大桥”活动，出现了58年没见的老同学在大桥会面的感人场景。东南商报在通车之前独家策划报道了寻找大桥建设见证者的活动。中国宁波网推出“杭州湾跨海

大桥网上家园”专题,突出为网民服务的特点,开设“视频导驾”、“大桥天气”等服务栏目和“视频网友 DIY”、“你问我答”、“大桥印象”、“图说大桥”等互动栏目,自年初推出至今,点击量已经超过 800 多万人次,为创新网络宣传作出了新的探索。大型情景歌舞剧《跨越》在舞美上运用了目前国内舞台史上最大面积的多媒体大屏幕,多视角、大范围的立体呈现,丰富了大桥建设的感人场面,震撼了观众,创新了舞台艺术的表现力。在舞台上 12 米高处搭建的人工天桥,使整个舞台具有立体感,舞蹈演员天桥上的造型,使整场演出气势恢弘、震撼人心,给观众带来很强的视觉冲击和艺术效果。

4. 反响热烈广泛。这次大桥通车宣传,无论是对外宣传、对内宣传,还是网络宣传、文艺宣传,都受到海内外各界人士的高度评价,产生了广泛而热烈的社会反响。许多网民在网上留言,认为宁波借助大桥通车,大规模地组织对外宣传,是一次有益和成功的尝试,对于扩大宁波的知名度和美誉度,提升城市形象,起到了非常显著的效果。许多受众在阅读、收听和收看报道后,激动地表示:“大桥建成通车,是宁波的骄傲、浙江的骄傲、中国的骄傲。大桥通车后,宁波将会变得更加美好!”一些记者在报道中写道,借助大桥,宁波人民正在掀起新一轮创业创新的浪潮。同时,他们表示,宁波拥有丰厚的新闻资源,在大桥通车宣传结束后,将继续以更高的热情关注宁波、宣传宁波。香港宁波同乡会致电凤凰电视台,称赞宁波城市形象片制作得很好,全体海外宁波人都为之骄傲。另据了解,中央、浙江、宁波和嘉兴四家电视台对大桥通车仪式同步并机直播后,其收视率均名列各台节目前茅,收听中央人民广播电台直播以及观看网络视频直播、视频回放的网民超过了 3000 万人次。大型情景歌舞剧《跨越》既抒发了大桥建设者的心声,又体现了宁波造桥人的骄傲,引起了现场观众强烈共鸣,许多参加过大桥建设的功臣们都是流着热泪看完这场演出的,全体观众都被演出深深吸引。市委书记巴音朝鲁在演出结束接见演员们时给予高度评价,称这台晚会具有很强的震撼力和艺术感染力,是一台艺术精品。

5. 队伍得到锤炼。通过大桥通车的宣传工作,磨砺了一支既能打硬仗又能吃苦的宣传队伍。无论是一线宣传工作人员,还是后勤保障人员,都兢兢业业地工作,许多同志放弃休息时间,顾不上家庭和亲人,不少同志还带病坚持工作,体现了优秀的业务素质、强烈的敬业精神和坚强的意志品质。实践证明,我市宣传战线的同志是一支能战斗、能吃苦、能干事、能干成事的队伍。在《跨越》的创排中全体主创人员废寝忘食、呕心沥血,锤炼了一支集主创、技术



和演员于一身的文艺队伍。通过这次排演,我市歌舞团演职员工向兄弟单位学到了许多新知识、新本领和好的工作作风,使我市演职人员的整体素质和水平得到了一次提升。

二、大桥通车宣传积累了宝贵经验

大桥通车宣传的成功实践,积累了许多经验。概括起来讲,主要有以下四个方面:

1.搞好重大活动的宣传必须强化领导、齐心协力。市委、市政府高度重视大桥通车的宣传工作,市委常委会3次作了专题研究,听取有关工作的汇报,并专门成立了大桥通车宣传工作协调小组。巴音朝鲁书记和毛光烈市长分别作出重要指示,提出明确要求。各有关部门积极行动,密切配合,形成合力。市里专程赴北京、上海、嘉兴和香港等地协调工作,进行对接。中宣部、省委宣传部、省委外宣办、省委网宣办等上级有关部门对本次宣传工作给予了有力的指导和大力支持。大桥指挥部、市外办等市级有关部门、单位和各县(市)区给予了紧密配合。市财政部门也提供了有力的经费保障。另外,本次大桥网络宣传工作还得到了长三角地区网宣部门的大力支持。在整个过程中,各有关单位特别是宣传文化系统各单位从大局出发,紧密合作,互通有无,协同作战,使大桥通车宣传取得圆满成功。

2.搞好重大活动的宣传必须精心策划、周密组织。方案制订是否精心,考虑问题是否周到,是搞好重大活动宣传的前提。为此,我们在方案制订的过程中加强调查研究,深入分析可能出现的各种情况和问题。同时,对各个重点环节都制定预案,以备应急之需。在大桥通车宣传中,我们精心策划制定了总体宣传方案,之后按照既定方针,进行周密组织部署,突出重点、把握节奏、统筹安排,平稳有序地推进各个阶段的宣传工作,达到了从前期宣传的预热,层层渲染,到大桥通车仪式形成宣传高潮,仪式过后仍余温缭绕的宣传效果。在策划思路,我们力求站得高、看得远,使各媒体在宣传报道内容上能够做深做透。如现代金报精心打造推出“大城崛起”特别报道,从宁波如何进入长三角经济圈第一阵营、如何将宁波建设成真正意义上的大城市、宁波产业如何变局、宁波文化坐标的重新定位等角度,做了12个专版的深度报道,既显示了报道的分量,又体现了报道质量,既有深度,又有厚度,得到市领导和广大读者的高度评价。

3.搞好重大活动的宣传必须整合资源、集中优势。重大活动的宣传单靠某

一家单位的力量是不够的,需要依靠方方面面的力量,集中方方面面的优势。要推动部门联动、系统联动、媒体联动、受众互动,才能把重大活动的宣传做大做强,做出声势,做出影响。这次大桥通车电视直播就是由中央电视台联合浙江卫视、宁波电视台、嘉兴电视台共同完成的。中央电视台综合频道、新闻频道和经济频道都派出了记者前来采访,栏目涵盖了《新闻联播》、《焦点访谈》、《新闻会客厅》、《经济半小时》等。中国宁波网为了让更多人见证杭州湾跨海大桥通车典礼现场盛况,充分发挥互联网优势,对大桥通车进行了网络直播,全国20多家知名网络媒体同步进行网上报道和8小时的网络视频直播,仅5月1日10时至20时通过各大新闻网站访问宁波网“杭州湾跨海大桥”报道节目的网民就达512万人次。在直播中实现了“报网互动”,中国宁波网在报业集团三份报纸的版面上发布了中国宁波网大桥直播活动的预告稿,还依托报业集团“四报一码”新媒体(宁波手机报、互动多媒体报、户外电子屏报、电子纸报、宁报动码),进行了多终端传播。其中宁波手机报于当天下午第一时间向30万用户发送《聚焦杭州湾跨海大桥》特刊,成为手机用户随身携带的行车过桥指南。

4. 搞好重大活动的宣传必须服务周到、保障有力。重大活动的宣传必然要面对大量的来宾、记者,接待任务十分繁重,我们必须在服务中管理,在保障中推进。只有这样,才能使整个宣传工作有条不紊地顺利开展。这次大桥通车宣传前前后后历时几个月,在前期各路记者采访阶段,我们把大桥宣传和宁波发展成就宣传有机结合起来,精心设计了采访线路,制定日程安排,发送背景资料,为记者团采访提供周到细致的服务。对重点媒体,还配置专门车辆和工作人员,全程陪同采访。在通车仪式宣传阶段,专门成立新闻中心,为全体记者提供大量的新闻照片、视频和新闻通稿,受到记者们的欢迎。为做好通车仪式现场记者的服务管理,新闻中心专门印发了采访须知、安全须知,分类制作了记者证,绘制现场采访区域示意图,并派出工作人员,会同安保部门维持采访秩序,保障采访安全。同时,对记者的食、宿、行等提供了热情周到、高效快捷的服务,得到了记者朋友的好评。

大桥通车宣传工作经过共同努力取得了圆满成功,积累了宝贵经验。但是对照新形势新任务的要求,必须清醒地看到大桥宣传中仍然存在一些有待改进的方面:一是宣传意识有待增强。我们的宣传意识与宣传工作的要求还存在着一定的差距,尤其是进行自我宣传的意识还不够强。如中央电视台对通车仪式作现场直播,尽管在《新闻联播》中作了预告,在中央电视台、浙江卫



视、宁波电视台也播出了1分钟预告宣传片,但在我市的平面媒体和网络媒体上没有刊载相关消息,相关报刊上宣传力度还不够。二是组织协调能力有待提高。宣传工作是一项系统性、综合性很强的工作,需要协调各方关系,整合各方资源,发挥各方优势。在这次大桥宣传工作中,特别是在与宣传系统以外的有关单位和人员的沟通配合中,还有待于进一步改进方式,提高效率,多争取支持和理解。三是队伍建设有待加强。人才队伍是做好宣传工作的关键。在大型情景歌舞剧《跨越》创排中,一方面是演职员人数太少,整台晚会多数演员都是外请;另一方面也缺乏具备较强实力、有较高晚会创作水平的本土专业人才,在一定程度上影响了本次晚会的合成进度。

三、再接再厉,全力做好今年的宣传工作

今年是我市宣传工作不平凡的一年。每项主题宣传任务都很艰巨,都需要以创新的精神,以饱满的状态,全力以赴、齐心协力地去推进。我们要同心同德,不停步、不松劲,在市委市政府的领导下,更好地完成今年的各项宣传工作任务,具体来说,重点要把握好以下三个方面。

1.要抓好延伸宣传。搞好重大活动宣传工作要余音缭绕,延伸拓展。大桥宣传工作也要由大桥通车宣传向宁波大桥经济、大桥时代宣传推进,深度研究、挖掘大桥为宁波经济、社会、文化等方面带来的影响和意义。如大桥建成对宁波的促进作用、推动作用、引领作用有哪些,挑战、问题、制约有哪些,这些课题要深度报道,要深入研究、深入宣传,把课题做深做透,使大桥通车真正能够成为宁波新的经济增长点、新的战略支撑点。

2.要着力彰显特色。在今后的宣传战役中,除了新一轮全国文明城市创建是宁波所特有的外,奥运宣传、改革开放30年宣传等要把握好宁波的特色,要以特取胜。改革开放30年宣传全国都在搞、上下都在部署,宁波的宣传如何能够有新意、有亮点,就在于“特”。这就要在宣传方案的设计、选题的谋划中注意共性与个性的关系,既要做好共性的工作,又要突出宁波的特色。既要做好统一的规定动作,又要做好自选动作。如一台节目、一个大会、一本书、一个展览等,大家都在做,我们要做到人优我特,着力在宁波的“个性”上下工夫,在宣传的汪洋大海中,宁波要露出小荷尖尖角。要在宣传方式、手段上有自己的东西,在理论上、新闻上、文艺上,谋划一下,把接下来的宣传战役打出特色、打出水平来。

3.要注重创新突破。宣传工作要有改革开放的精神,解放思想的精神,开



拓创新的精神,来做好接下来的宣传战役。主要要把握好几个关系:一是要把握一般与重点的关系。一般性的工作要做,但是要突出重点,要显亮点、攻难点、强弱点。二是要把握数量与质量的关系。宣传工作既要讲究量,更要讲究质;既要讲究干了多少,更要讲究干得怎么样。三是要把握传承与创新的关系。既要有行之有效的传统做法,又要锐意创新。宣传观念、理念、方式、方法,都要创新。包括以往的惯例、经验是行之有效的,也要根据新的情况与时俱进,充实、丰富、发展,与实际结合,与时代结合。

(作者系中共宁波市委副书记、市纪委书记;
此文为在全市宣传文化系统杭州湾跨海大桥通车宣传工作总结会上的讲话)



序 二

余伟

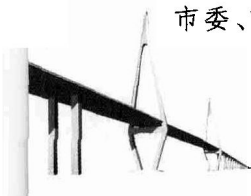
在市委、市政府的正确领导下,杭州湾跨海大桥通车宣传工作取得了圆满成功。杭州湾跨海大桥宣传工作任务光荣、艰巨、繁重、复杂。整个大桥宣传工作集新闻宣传、文艺宣传、理论宣传、社会宣传、网络宣传于一体,体现了资源的高度整合和优势的充分发挥,形成了在重大主题、重大活动宣传上的空前影响力。市委宣传机关全体同志面对艰巨的任务,团结协作、恪尽职守、乐于奉献,充分表现出高度的政治责任感和良好的精神风貌,全面体现了市委、市政府的工作部署和要求。深刻总结大桥宣传的成功经验,进一步明确当前的形势和任务,增强工作责任感和紧迫感,对于推进全年各项工作任务圆满完成具有十分重要的意义。

一、杭州湾跨海大桥通车宣传工作取得圆满成功的因素

大桥通车宣传工作能够取得圆满成功并非偶然,综合分析其成功的因素主要有以下四个方面。

1. 市委市府的正确领导。这次大桥通车宣传,是在市委、市政府正确领导和统筹协调下的一次宣传大会战。市委常委会在两个多月的时间里三次专题研究大桥的宣传工作。巴音朝鲁书记和毛光烈市长就做好大桥宣传工作分别作出重要指示,提出了明确要求。市委、市政府还从精心组织大宣传的高度,成立了高规格的协调小组,由市委副书记、市纪委书记唐一军同志任组长,相关部门密切配合,为大桥通车宣传顺利开展提供了有力的组织保障。在市委、市政府的领导下,宣传、公安、大桥指挥部和市级媒体等紧密配合、协同

跨越



作战,使各方面资源和优势得到充分整合,形成了大桥宣传的强大工作合力,形成了系统联动、部门联动、媒体联动和受众互动的生动局面。

2.大桥宣传的准确定位。准确定位是搞好重大活动宣传的前提,是提高传播效应的关键。对于大桥宣传的定位,市委、市政府及时作出了正确判断,宣传系统认真贯彻领导意图,精心组织策划,把大桥宣传与纪念改革开放 30 周年、实施“两创”发展战略、推进“六大联动”、实现“六大提升”的宣传有机地结合起来,立足宁波改革开放 30 年的巨大变化和生动实践,展示宁波乃至整个长三角改革开放的美好前景,深化了大桥宣传的内涵。在拟订专访提问、接待记者采访、提供背景资料、开展文艺活动等方面,始终贯穿既定的大桥宣传主旨和基调。正是对大桥宣传的准确定位,使各项宣传报道更加突出重点、凸显亮点,为大桥宣传工作取得圆满成功奠定了坚实的基础。

3.宣传系统的齐心协力。在大桥宣传中,宣传系统的同志们同心同德、齐心协力,形成了统一的思想、强大的合力。各县(市)区宣传部门相互配合,形成良性互动;市级各媒体相互协调,充分发挥了联动优势。海内外、市内外主流媒体都在重要位置和时段集中进行了报道。大桥通车电视直播由中央电视台联合浙江卫视、宁波电视台、嘉兴电视台共同完成,并实现了直播的“报网互动”。中国宁波网依托“四报一码”新媒体(宁波手机报、互动多媒体报、户外电子屏报、电子纸报、宁报动码),成功进行了多终端传播。全国 20 多家知名网络媒体同步进行网上报道和 8 小时的网络视频直播。正是由于宣传资源整合取得了高度集聚,使得大桥新闻宣传达到了前所未有的力度、广度、深度和强度。

4.市委宣传部机关全体同志的无私奉献。在这次大桥通车宣传工作中,直接参与大桥通车宣传工作的同志深刻领会工作要求,积极探索新闻创新,全身心投入工作,兢兢业业,任劳任怨,很多同志放弃休息时间,不少同志克服家庭困难,个别同志还带病坚持工作;部里其他同志在人手少、任务重的情况下,知难而进、毫不退缩,顾大局、识大体,主动承担许多工作,出色、全面地完成了各项任务。这些都是宣传思想工作者无私奉献精神的集中反映,是“政治强、业务精、纪律严、作风正”总体要求的具体实践。

二、杭州湾跨海大桥通车宣传工作成功的启示

杭州湾跨海大桥通车的宣传工作是新形势下宣传工作的一次生动实践,一种创新探索,同时也是对多年来宣传思想工作者队伍建设的一次实战检验,从某种角度讲也实现了在重大主题、重大活动策划组织实施上的一次跨



越。大桥宣传工作的圆满成功,为我市进一步开展重大主题宣传积累了宝贵经验,给我们带来了许多启示。

1.重大主题宣传要强于统筹。科学发展观的根本方法是统筹兼顾。要坚持把科学发展观作为根本思想方法和工作方法,体现于宣传工作的各个方面,贯穿于宣传工作的整个过程,切实加强工作统筹。从去年学习宣传十七大精神开始,我们着力倡导“五宣联动”,并在实际工作中取得了良好效果,得到了省委宣传部的充分肯定。在这次大桥宣传中,统筹兼顾的方法再次得到成功运用。中央媒体、省级媒体和市级媒体的互动,宁波和嘉兴两市宣传系统的互动,国外媒体、境外媒体和国内媒体的互动,报网台的互动,方方面面都充分体现了统筹协调的工作理念。

2.重大主题宣传要精于策划。策划是提高宣传工作效益的关键,也是提高文化传播能力的关键。我们要强化策划意识,创新策划理念,改进策划方法,提高策划能力,真正体现出宣传工作的精心、精细、精致、精炼。这次大桥通车宣传中新闻、文艺、理论、网络和社会宣传的策划从总体看都非常精心、主动,成效也十分明显。在精心策划制定总体宣传方案的基础上,周密组织部署,具体细化方案,突出重点、把握节点、凸显亮点,从而形成了高水准、高密度、高强度宣传大桥、宣传宁波的局面。大型情景歌舞剧《跨越》创造了“四个一流”,即一流的主创人员、一流的歌唱演员、一流的演出阵容、一流的舞台技术。演出引起了现场观众的强烈共鸣,市委书记巴音朝鲁称赞演出具有很强的艺术震撼力和感染力,不愧为一台艺术精品。

3.重大主题宣传要勇于创新。胡锦涛总书记提出的“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”,是新形势下做好宣传工作的总要求,我们一定要深刻领会其精神内涵,切实把改革创新作为推动宣传工作不断发展的动力源泉。这次大桥宣传是宣传工作与时俱进时代精神的具体体现,同时也是宣传工作创新精神的生动体现。期间,宁波日报配发一篇社论、三篇评论员文章,宽视角、多领域地反映了杭州湾跨海大桥建成通车的重大现实意义和深远历史意义;现代金报精心打造推出“大城崛起”特别报道,从宁波如何进入长三角经济圈第一阵营、如何将宁波建设成真正意义的大城市、宁波产业如何变局、宁波文化坐标的重新定位等角度,推出了12个专版的深度报道;大型情景歌舞剧《跨越》在创作生产中加强重大题材规划,提高精品创作生产的组织化程度;在舞美上运用了国内最大面积的多媒体大屏幕,予以最广视角、最大范围的立体呈现,极大地震撼了观众,有效渲染了演出氛围,无疑是一次文化创新

跨
越

的具体实践。

4.重大主题宣传要善于实践。实践是检验大桥宣传成效的唯一标准。实践的过程本质上就是一个伴随着勇于创造、勇于探索、勇于创新的过程。要铸就新时期宣传工作的伟大事业,就要勇于实践、勤于实践、善于实践。要在实践中关注全局、体现全局、参与全局、保障全局。要在实践中坚持与时俱进,主动应对、主动顺变,趁势而为、顺势而上,切不可墨守成规、故步自封、自满懈怠、停滞不前。在这次大桥宣传工作中,市委宣传部各处室切实加强合作,全局一盘棋,同唱一首歌,体现了宣传工作者勇于实践、不断创新的职业精神。

5.重大主题宣传要乐于奉献。这次大桥宣传不仅是宣传思想工作者能力建设的展示,也是宣传工作者精神风貌的展示,更是市委宣传部多年来队伍建设成效的一次集中展示。我们要不断开创宣传工作的新局面,全面提升宣传工作的新水平,进一步弘扬好新时期宣传工作的基本方针,就离不开多年建设形成的一支高素质的队伍,离不开全体同志乐于奉献的敬业精神。实践证明,市委宣传部的同志们是一支特别能战斗、特别能吃苦、特别能奉献,拉得出、打得响的队伍。

三、扎实做好下一阶段各项重大活动的宣传

现在,大桥宣传已暂告一段落,我们要以大桥的成功宣传为契机,立足新起点,担当新任务,认真扎实并且富有成效地做好下一阶段各项重大活动的宣传,不断把宣传工作提高到新水平。

1.充分认识下一阶段工作的艰巨性。今年大事喜事多,但在一定程度上,我们面临的急事难事也会比较多。今年的工作量将会是非常饱满,工作的节奏将会非常紧凑。从大的方面来讲,5月1日大桥通车结束后,大桥宣传余音未了,奥运火炬传递的宣传工作、全国文明城市迎检考核工作就将开始。下半年,奥运会宣传工作、改革开放30周年和宁波全面实施计划单列20周年纪念活动也将紧锣密鼓地开展起来。同时,我们还要深刻洞察当前国际国内形势的风云变幻,深刻分析我们工作面临的复杂情况,把新闻宣传安全摆在更加突出的位置,千万不能麻痹大意、掉以轻心。市委宣传部机关所有同志,都要充分认识今年工作的艰巨性和复杂性,以高度的政治责任感和使命感,尽心尽力、尽职尽责地把工作做好。

2.努力提高应对各种困难的能力。面对艰巨的任务,需要我们鼓起勇气去面对困难、创造条件去克服困难。对此,我们要有充分的思想准备和心理准

