

2012年

宣传思想文化工作 案例选编

全国宣传干部学院 编

学习出版社

2012年

宣传思想文化工作 案例选编

全国宣传干部学院 编

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

宣传思想文化工作案例选编. 2012 年 / 全国宣传干部学院编.

- 北京 : 学习出版社, 2012. 10

ISBN 978 - 7 - 5147 - 0287 - 3

I. ①宣… II. ①全… III. ①中国共产党 - 宣传工作 - 案例 - 汇编

IV. ①D261.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 242788 号

宣传思想文化工作案例选编 (2012 年)

XUANCHUAN SIXIANG WENHUA GONGZUO ANLI XUANBIAN (2012NIAN)

全国宣传干部学院 编

责任编辑: 李 岩

技术编辑: 周媛卿

封面设计: 盛世华光

出版发行: 学习出版社

北京市崇外大街 11 号新成文化大厦 B 座 11 层 (100062)

010 - 66063020 010 - 66061634

网 址: <http://www.wenming.cn/xxph/>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市密东印刷有限公司

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张: 19.5

字 数: 245 千字

版次印次: 2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5147 - 0287 - 3

定 价: 38.00 元

如有印装错误请与本社联系调换

善于总结经验是 我们党非常好的传统^{*}

（代序）

刘云山

毛主席说过一句名言，我们是靠总结经验吃饭的。善于总结经验，是我们党非常好的传统。远的不说，从最近几年来看，改革开放 30 周年的时候，我们党进行了系统总结，概括了“十个结合”。2009 年是新中国成立 60 周年，从中央到地方对 60 年做了回顾。十七届四中全会，对建党 80 多年特别是新中国 60 年、改革开放 30 年整个党的建设作了全面总结，集中概括了六条基本经验。总结经验是为了指导工作，从中寻找规律性的东西，使我们头脑更清醒，工作更规范。做好宣传思想工作，也需要经常回过头来看一看，总结有益经验，

^{*} 本文系中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘云山同志 2009 年 12 月 19 日在同第 35 期地方党委宣传部长培训班学员座谈时讲话的第一部分。

在总结经验基础上不断前进。

党的十七大以来这两年是党和国家发展历史上很不平凡、很不寻常的两年，我们既经历了北京奥运会、载人航天飞行、纪念改革开放 30 周年、庆祝新中国成立 60 周年等重要历史时刻，也经历了抗击雨雪冰冻灾害、抗震救灾、拉萨“3·14”事件、乌鲁木齐“7·5”事件、国际金融危机等重大事件。可以说大事喜事很多，考验挑战也很多。在党中央正确领导下，宣传思想文化战线认真贯彻落实“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”的总要求，打了一场又一场大仗硬仗，经受了一次又一次考验，在关键时刻发挥了重要作用，为促进改革发展、维护社会和谐稳定作出了重要贡献。这两年宣传思想文化工作有许多新突破，有些是我们主动研究探索突破的，有些是在遭遇战中临机应变突破的。可以说，许多新经验的取得经历了一个从感性到理性的过程，从不够自觉到较为自觉的过程，从比较模糊到逐步清晰的过程。对这些年的经验可以从不同角度进行概括，我感到，有这样几个方面值得我们很好地总结思考。

第一，在坚持正确导向、加强重大理论和现实问题的正面引导方面有许多新经验值得总结思考。这两年，我们坚持不懈地用中国特色社会主义理论体系武装全党、教育人民，马克思主义指导地位得到巩固，全党全国人民团结奋斗的共同思想基础得到巩固。同时，思想理论领域也非常活跃，各种思潮此起彼伏，一些非马克思主义甚至反马克思主义声音不时出现，有时还相对比

较集中，这些问题又与现实问题引发的思想认识问题交织在一起。这两年，我们对深层次思想理论问题的引导大大前进和深化了一步。比如，在思路，以中国特色社会主义理论体系为思想武器，坚持深度引导、广泛覆盖、务求实效。比如，在策略上，既旗帜鲜明地表明立场、澄清模糊认识，又没有像有人主张的那样搞大批判，避免使其成为社会热点。在方法上，抓住要害，从具体问题入手，找准切入点和突破口。在时机上，与大环境、大氛围相契合，与纪念改革开放 30 周年、庆祝新中国成立 60 周年等活动相结合。在具体措施上，组织发表系列评论和重点文章，推出《理论热点面对面》、《“六个为什么”》、《社会主义核心价值体系学习读本》等通俗理论读物，很好地发挥了统一思想、凝聚共识的作用。可以说，这两年我们在对重大理论问题和现实问题的正面引导方面，有很深刻的体会，怎么引、怎么导，确实有好多文章可做。

第二，在掌握话语权主动权、有效应对热点问题和突发事件方面有许多新经验值得总结思考。这两年，社会热点问题频频发生，突发事件也不少，许多问题涉及千家万户、涉及人们切身利益，可以说，“热点”多、“焦点”密、“燃点”低。我们适应舆情态势的复杂变化，不回避矛盾，不回避问题，积极回应关切，多层次、多角度、多渠道地引导社会舆论，着力析事明理、解疑释惑，着力疏导情绪、化解矛盾，有力维护了改革发展稳定的大局。面对各类突发事件，我们在新闻传播

理念、思路、方法、机制等方面都有了大的突破，“话语权决定主动权、透明度决定公信度、传播力决定影响力”等新的理念成为我们的共识。过去我们常说掌握主动权，主动权怎么掌握，现在非常明确，这里面最重要的是掌握话语权，掌握了话语权就掌握了主动权。过去我们常说提高媒体公信度，公信度从哪里来，公信度从公开、透明中来，如果不公开、不透明，就不可能有公信度。过去我们常说扩大影响力，影响力怎么扩大，这里面最重要的就是传播能力建设，传播力决定影响力。这些都是经过诸多重大事件后形成的共识，也是我们最深切的体会。正是基于这样的认识，我们在新闻宣传方面进行了许多探索。比如，我们着眼于抢占先机，进一步强化第一时间发布权威信息的观念，及时报道、跟踪报道、动态报道。我们着眼于满足人们信息需求，进一步强化公开透明的观念，让人们全方位了解事件真相和进展。我们着眼于占领道义制高点，进一步强化主动设置议题的观念，在涉外舆论斗争中尊重民意、善用民意、引导民意。我们着眼于有效影响境外媒体，进一步强化有序开放、有效管理的观念，扩大境外记者采访范围，把引导融入服务和管理之中。可以说，在应对国际国内普遍关注的热点和突发事件上，有一个不断提高主动性、时效性的过程。过去有不少是被动的，后来发展到有些问题、有些事件的报道由开始被动到后来主动，再后来就变得比较主动了。当然，也不能说现在所有的热点问题和突发事件报道完全主动了，但总体上改变了

过去被动应付的状况，主动性大大增强。

第三，在融入大局服务大局、组织重大主题宣传方面有许多新经验值得总结思考。这两年，我们始终坚持为大局服务、为中心工作服务，紧紧围绕党和国家的重大决策、重大部署、重大活动，精心组织开展重大主题宣传教育活动，有力地服务了大局，而且做到了更自觉、更主动、更到位、更有为。比如，在学习宣传贯彻科学发展观方面，以学习实践活动为载体，坚持理论联系实际，学用结合、学以致用，注重突出实践特色、增强实际效果。在应对国际金融危机宣传方面，以增强人们信心为主线，强化形势分析、政策解读、难点释疑，有力促进了经济平稳较快发展。在庆祝新中国成立 60 周年宣传方面，以爱国主义为主题，既有气势恢宏的面上宣传又有面向基层群众的教育活动，做到了历史回顾和未来展望充分结合、成就显示与经验总结充分结合、民族精神教育与时代精神教育充分结合。我们在服务大局的同时，从“五位一体”总体布局出发，高度重视谋划和推动宣传文化事业自身的发展，改变过去那种关注事业发展少的倾向，采取各种有效措施加快文化事业和文化产业的发展，既增强了服务大局的能力，又在全力服务大局中实现了自身的发展。

第四，在服务人民依靠人民、吸引群众广泛参与方面有许多新经验值得总结思考。这两年，宣传思想文化工作的一个突出特点，就是充分尊重人民群众主体地位，切实保障人民基本文化权益，广泛吸引群众参与，

应该说这方面自觉性越来越高。比如，在开展宣传教育活动中，特别注重听取群众的意见和评价，“双百人物”、全国道德模范评选、爱国歌曲大家唱，还有文明城市评比、文明指数评测，都是在广泛听取群众意见的基础上开展的。在推进文化建设工作中，特别注重面向基层、服务群众，大力实施广播电视村村通、文化信息资源共享、农村和社区文化站建设等一系列文化惠民工程，推动公共博物馆、纪念馆、爱国主义教育示范基地等免费开放。我们还特别注重做好民生问题宣传，针对群众普遍关心的就业、就医、就学等问题，积极做好政策宣传、资讯服务，推动人民群众最关心最直接最现实利益问题的解决。

第五，在加快改革创新、增强实力活力方面有许多新经验值得总结思考。这两年，我们大力度推进文化体制改革，在重点领域、关键环节取得突破性进展，一大批经营性文化单位通过转企改制重现生机与活力，一大批文化企业通过强强联合、优势互补实现跨地区跨行业发展，一大批公益性文化单位通过深化内部改革提高了服务水平，宣传文化事业整体实力和竞争力显著增强。特别是在国际金融危机的寒流中，文化产业呈现逆势上扬态势。我们全方位推进改进创新，比如，为增强工作的持续性和可操作性，我们实施了一系列重点工程；为扩大主流思想舆论的社会影响，我们组织了一系列重大思想理论问题引导。此外，我们注意把握科技进步对宣传思想文化的影响，强调提高宣传文化事业的技术装备

水平，用先进技术建设和传播先进文化。现在，数字技术、网络技术、声光电技术在媒体传播、影视剧制作和大型文化活动中广泛运用、大显身手，大大增强了传播力、表现力、感染力。可以说，在这方面，我们是非常自觉、比较超前的。

第六，在加强改进管理、提高管理效能方面有许多新经验值得总结思考。这两年，我们坚持一手抓繁荣、一手抓管理，以管理促繁荣、促发展，做到工作拓展到哪里，管理就延伸、跟进到哪里，管理效能和水平有了新的提升。比如，适应新兴媒体快速发展，着力加强对互联网、手机等的管理，出台一系列新的政策法规。针对工作中的薄弱环节，着力加强对都市类报刊、文化市场、非法出版物等的管理。围绕落实管理责任，着力完善体制机制，进一步细化谁主管谁负责和属地管理的要求。针对群众反映的突出问题，组织开展扫黄打非、治理互联网低俗之风、打击黑网吧、文化市场集中整治等专项行动。可以说，在管理水平和效能方面我们比过去有了很大的提高。

目 录

善于总结经验是我们党非常好的传统(代序)	刘云山 (1)
《北京日报·理论周刊》:一只美丽的“理论蝴蝶”	(1)
“科学发展观在湖南的认识与实践”主题宣传	(13)
“阿肯弹唱”:理论宣讲的好载体	(24)
“百姓名嘴”:群众身边的宣讲员	(35)
“三优三巡三点” ——基层理论学习的新机制	(48)
“成都发布”:城市形象传播的新平台	(59)
“身边”道德引导力的几何放大	(69)
网络“绿色通道”推动虚拟社会管理创新	(82)
“网上民声”搭建网络问政平台	(90)
用小载体讲好大道理	(102)
注重典型宣传 树立社会楷模	(115)

建设学习会馆 打造精神家园	(124)
百万农民的“欢乐乡村”	(137)
打造文化产业发展的多元投入格局	(150)
黑土地文化产业的“四轮驱动”	(162)
文化大旗引领区域发展	(172)
“廖文”文艺评论品牌是如何炼成的	(187)
“中国红歌会”为什么“红”	(199)
小皇后豫剧团的成功之路	(213)
话剧《立秋》创造的文化新景观	(223)
演艺集团以创新赢市场	(234)
“七网”联通牧民心	(247)
“富学乐美”在农家 黔山盛开文明花	(258)
网络主题活动连起虚拟与现实	(271)
把好政策用好 筑牢事业基石	(284)
后 记	(296)

《北京日报·理论周刊》： 一只美丽的“理论蝴蝶”

引 言

“一个报纸的理论版，能静悄悄地勾起一个外行人对理论的兴趣、参与，又能吸收团结无数的作者，掀起一股理论研究之风，这是一种什么效应？用行话说是洛伦兹的‘蝴蝶效应’，一只蝴蝶在版面上轻轻扇动一双美丽的翅膀（不是高高的门槛），社会上就刮起理论学习与研究的春风。《理论周刊》就是这样一只美丽的蝴蝶。”人民日报社原总编辑梁衡在2009年12月寄语《北京日报·理论周刊》时这样写道。

类似这样的评价不胜枚举：“我与理论周刊一见钟情”，“理论周刊讲新话、讲心里话、讲最真切的话”，“理论周刊笑谈真理”，“理论周刊的文章解渴、管用”，“理论周刊是理论界的一面新旗帜”……《北京日报·理论周刊》何以使“理论之树长青”，让人充分感受到理论宣传的魅力？

新定位与大格局

1999年5月，《北京日报》改扩版，率先将理论版改为一周

四版块，集中一期推出，并命名为《理论周刊》。当时，其他地区的党报大部分只有一块理论版，有的甚至连专门的理论版都没有。从每周一版块，到每周四块版，这对草创者来说是个挑战，但也意味着更大的提高空间。

这么多的版面，从哪里开始入手？怎样对新生的《理论周刊》进行定位？理论周刊的草创者李乔写下洋洋万言的策划书，着力探索一条以读者为中心、打破理论宣传僵化模式的新路子。“理论不能脱离现实，学术传播要通俗化。”“要为读者打造一份美味可口的‘理论套餐’”，一个初步的定位形成了。

针对日益窄化的理论宣传，打破人们对党报理论版就是时政宣传的思维模式和固有偏见，理论周刊在内容上开拓宣传空间，进行“大理论”宣传探索。在版面设置上将版位进行功能划区，分出四个板块：一是“新论”板块，主要承担对重大理论问题、中央和北京市委的重大精神进行宣传的任务；二是“学习与答疑”板块，主要针对我国经济社会发展中出现的新问题、新现象、新矛盾进行答疑释惑，回答读者关心的热点、难点、焦点问题；三是“文史”，以宣传弘扬爱国主义精神、中华优秀传统文化，以及传播人文知识为宗旨。选题上突出思想深度和学术性，并注重与现实的呼应，充分挖掘选题对现实的启示和借鉴作用；四是“读书”，是以人文社科类、准人文社科类图书为主的综合性读书版，刊发带有学术新见和思想理论创新的书话、社科类著作的书评或读书随笔等与书有关的文章，反映读书界和出版界的新现象。

这四个板块相互联动、相互补位，共同构建了一个内容丰富、包容性极强的“大理论”格局，实现了与《人民日报》、《光明日报》等理论版的差异化。这些板块分别刊发体裁、风格不同的理论文章，进行多层次理论宣传，使只要是有新意、有见地的文章，不论何种形式，都能有版面出口。在这种版面格局

下，理论周刊既可以以不同的内容、主题来满足不同受众的阅读需求，又可以根据重大主题宣传的需要，灵活地对四个板块进行立体、联动宣传，较好地发挥理论宣传效果。大理论宣传的内容广涉政治、经济、法律、文史、社会，甚至哲学、伦理学、党史党建、心理学、人类学、民俗学等多个学科，为受众提供多元化的“理论套餐”。

讲新话的魅力

“菜单”定了，格局有了，怎样才能办出有自己特色、别具风格的理论周刊？怎样宣传和解读中央和北京市委的精神、政策、方针，让文章入脑又入心？怎样从理论上回答现实中的热点问题、疑难问题，解开老百姓思想上的“扣子”？这一个个问题，对于新生的理论周刊来说，都需要在实践中探索。

多年来，很少有理论版直接关注“两会”，使理论宣传丧失了好机会。2000年3月，理论周刊迎来第一个“两会”。编辑部敏锐地观察到“两会”不仅仅是出新闻的盛会，更是出观点、出思想、出概念、出理论、讲新话的盛会，是值得深入挖掘的“理论富矿”，决定以“两会”理论宣传为切入点，探求党报时政理论宣传的新方法、新形式。

理论周刊是党报副刊，没有自己的记者上会。不能上会，又要写出比新闻报道更有深度、更有理论版特性的稿件，这是有不少困难的。上会的记者轻易能得到两会代表委员发言讲话等大会各种文字稿，理论周刊却要费各种周折才能得到；新闻报道往往只关注一些热点，采撷大会上传出的新闻亮点，而理论宣传要写出比新闻更有深度的文章，就得尽可能拉网式地浏览大会发言、讲话、文件、文献。

经过一个星期的努力，编辑部收集到近50万字两会文字资

料。拿到这一摞 50 万字的文字稿，理论周刊的老编辑连续两天埋头翻阅、整理，写出了一篇 5000 字的《今年“两会”的新话题、新概念、新理念》一文，除了介绍当时已被新闻界关注的“西部大开发”、“国民经济增长质量”、“减负”等热点外，还把笔墨伸向了“网络冰山、网络跳蚤、网络安全”，“中国绿卡”，“智力产权制度”，“二次人才资源”，“校本管理”，“第六次产业革命”，“精准农业”等代表委员提出的新话题、新概念、新理论。文章发表后，受到高度评价。其后，在十六大宣传中，理论周刊在十六大报告摘要稿发表当天就抓紧研读，以最快的速度写出了《十六大报告的新话——报告中的新概念、新观念、新思想例释》。十六届四中全会期间，又策划编发了《中央全会党建主题转换的启示》、《“执政能力”概念是怎样提出的》等文章。

编辑的“约稿经”

2005 年 9 月的一天，来理论部工作不久的编辑小黄碰到一件尴尬事：几天前他约一个著名的学者写的一篇稿件终于来了，可是打开一看，作者根本不是按照编辑部策划的意图来写的。虽然在约稿提纲中写得清清楚楚，但是作者还是按照自己的想法来写。按照理论周刊采稿原则，稿件肯定是通不过的。怎么办？小黄只得向资深编辑求教。

约作者写出好稿件不是一件轻松活。怎样找对作者，作者愿不愿意写，作者是否按照编辑的意图写出文章，文章是否能见报，这都需要编辑在约稿过程中一点一点解决。渐渐地，小黄在理论周刊资深编辑的指导下，也摸索出了一套“约稿经”。一是做好选题调查。一个选题要做出新意，就得有好的角度。选题具体到哪个方面，也需要编辑引导：哪些方面的内容需要突出，哪些方面的内容不宜介入，哪些方面要正确引导，都需要编辑跟作

者交待清楚。二是选好作者。即请大专家、大学者撰稿。大专家、大学者文风朴实，文章有思想性和权威性，影响大，能够体现首都党报的一流水平，体现理论周刊“权威、前沿”的特色。三是让作者用“演讲体”写文章。让大专家写小文章，按照演讲稿的要求写文章。演讲体文章娓娓而谈，轻松道来，不仅有理论的厚重和深刻，更有理论的轻松与活泼，能够激发读者的阅读欲，雅俗共赏。四是让多个作者参与同一个选题。当前，我国处于社会转型时期，经济学、法学、社会学、社会心理学等内容越来越多地融入党的政治理论、政策和策略、国家法律法规的宣传之中，理论宣传应向着学术研究的深度和前沿获得更宝贵的宣传内容，多方面、多学科的专家参与，使党报的理论宣传体现多个学科的视角和研究成果，让人们得到更多的启示。

栏目常新 理论常青

理论周刊的影响不断扩大，在理论圈小有名气，也吸引了一批忠实的读者。编辑部经常接到读者的来信，有的谈从理论周刊的文章如何得到启发，也有对理论周刊发表的文章有不同看法的。这些来稿和来信中，也有不少文章反映了现实问题，不乏真知灼见。理论周刊人手少，任务重，不可能对大量的读者来信都有反馈。所以，读者的问题是提了，感想是发了，但是得不到理论部的反应，时间长了，读者的意见就来了。

2006年8月，编辑部接到这样一封来信：

编辑同志：

我是普通读者，非常喜爱理论周刊，每期必看。我也经常给编辑部写信，谈谈对部分刊载文章的感受。理论周刊给我的一个印象是，大专家大学者的文章非常多。他们