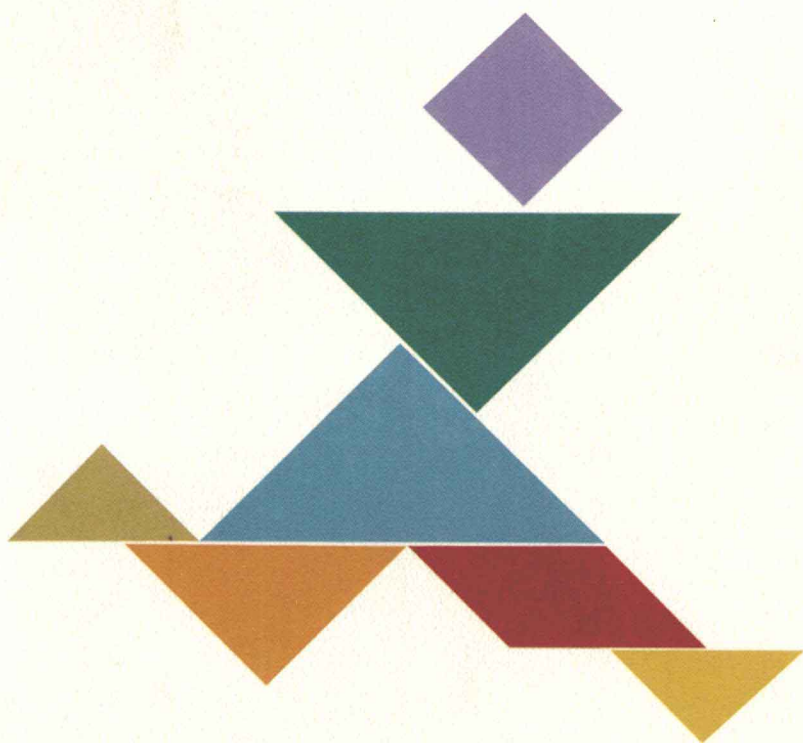


# 跑口記者

☆王冬梅 著



人民日報出版社

# 跑口记者

王冬梅 著

人民日报出版社

图书在版编目 ( CIP ) 数据

跑口记者 / 王冬梅著. —北京: 人民日报出版社,  
2012. 5

ISBN 978-7-5115-1162-1

I. ①路… II. ①王… III. 记者—新闻工作 IV.  
①G214.2

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2012 ) 第103523号

书 名: 跑口记者

作 者: 王冬梅

---

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 宋 娜 赵 墨

封面设计: 满都拉

---

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: ( 010 ) 65369527 65369509 65369510

邮购热线: ( 010 ) 65369530

编辑热线: ( 010 ) 65369533

网 址: [www.peopledaily.com](http://www.peopledaily.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 三河航远印刷有限公司

---

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 420千字

印 张: 21

印 数: 3000册

印 次: 2012年7月第1版 2012年7月第1次印刷

---

书 号: ISBN 978-7-5115-1162-1

定 价: 38.00元

## 序

# 勿忘人民

在当今，社会的很多进步都与媒体记者息息相关，记者介绍新科技从而让人们享受福祉，记者传递资讯从而推动人类前进的步伐，记者揭露社会疮疤从而让生活更美好。所以，我多次讲过：不要怕媒体揭露矛盾，不要怕曝光隐患。问题摆出来了，才可能得到有效解决，也能促进我们更好地工作。真正的好记者一定会充分发挥舆论监督作用，实事求是，有理有据，为社会发展进步鼓与呼，做好党和人民的耳目喉舌。

工人日报社优秀记者王冬梅在书中提到，一些部委大力支持媒体记者的事故曝光和舆论监督，这是社会进步的表现。媒体是国家重要的宣传工具和主要舆论阵地，在传递中央指示精神、解读政策法规、传播安全知识、弘扬先进典型、实施舆论监督等方面，发挥着不可替代的作用。没有不受监督的部门，也没有不受监督的个人。要对媒体保持欢迎的心态，不能苛求媒体记者的每句话都说得对，只要有事实依据，就要高度重视。

当前，中国正处于发展机遇期和矛盾凸显期，一系列挑战摆在我们面前，新闻舆论监督的作用日益得到重视。任何时候任何人都应该欢迎媒体记者监督，欢迎社会监督。可以说，记者的辛勤劳作为社会进步打开一扇美好的大门，那么，记者的报道对象也应该为记者打开一扇方便采访的大门。国家的各个部门应该与主流媒体机构保持密切联系，保持媒体反映问题渠道的畅通，坚持正确的舆论导向，营造有利于和谐的舆论氛围。

“立党为公”、“执政为民”、“以人为本”和“依法治国”等大政方针，如果借用著名记者穆青的话似乎可以浓缩为：“勿忘人民”。这既是媒体记者应该具有的基本素质，也是很高的职业标准。

王冬梅在新闻报道中践行了“勿忘人民”的准则，正如清华大学新闻与传播学院教授、博士生导师刘建明对她的评价：“正义之笔，震撼国人。记者王冬梅笔下发出

的正义责问，赢得了国人深深的敬意。”

我过去尤其在安监总局任职期间讲过的一些话曾被媒体广泛报道，王冬梅是热心而尽职的记者之一。我想这与王冬梅的职业追求有关，她在进入新闻单位之初，就对自己提出了五点要求：做一个有新闻理想的记者；做一个有高度新闻敏感和思想深度的记者；做一个在某方面有专业知识积累的记者；做一个在业内外有广泛人脉关系的记者；做一个品格高尚的有良知的记者。

人民是历史的创造者，亿万人民火热的创造实践是记者报道的不竭源泉。各级领导干部与新闻记者的职责是一致的，都是以人民利益为最高职业追求，通过不懈努力维护人民民主权利，激励人民满怀信心地创造美好生活。

中国人民大学陈力丹教授在点评王冬梅的作品时说：“我国的多数传媒职业工作者已经意识到：记者作为从事专业新闻传播的社会职业，需要在观念上从‘权力’意识向‘权利’意识转变，更多地考虑新近发生的事实中，哪些事实与公众的切身利益、权利相关，怎样及时向公众报告与此相关的事实，包括观点事实。”他又说：“传媒不是社会的权力机关，但是它们可以通过及时报告最新的信息，促进事态的变化、发展和解决。”

在中国，新闻舆论监督的实质是将国家事务置于人民群众的监督之下，将社会公共事务置于人民群众的监督之下，将国家机关的各级工作人员置于人民群众的监督之下，它是人民群众行使民主权利的有效形式。新闻舆论监督运用独特的力量，帮助公众了解政府事务、社会事务和一切涉及公共利益的事务，并促使其沿着法制和社会生活公共准则的方向运作的一种社会行为。

近年来，由于党和政府的高度重视、新闻媒体界的不懈努力，我国的新闻舆论监督工作在广度、力度、深度上都有明显的突破和进展。新闻舆论监督在社会和群众生活中所发挥的作用越来越大，效果也越来越好，以致在某些地方发生问题时，出现老百姓“不找政府找媒体”、“不找别人找记者”的现象。近年来，不少问题都是由媒体“曝光”，继而引起社会和相关主管部门关注并采取具体措施的。“曝光”是舆论监督的重要方式，也使新闻报道产生了广泛的社会影响。

在当前社会转型时期，会出现许多新情况、新问题和新矛盾，尤其与人民群众密切相关的民生问题，是社会关注的热点。要尊重和支持媒体进行正确的舆论监督，把握正确的舆论导向，提高舆论的引导能力，借助媒体有针对性地疏导劝导，化解矛盾、理顺情绪、提高认同、达成共识，使群众理解政府、体谅政府并积极支持政府改进工作，维护人民群众的根本利益。实践证明，善于应用媒体传播信息、表达民意、汇聚人心、凝聚力量，发展社会生产力，是各级政府官员更新思维、创新执政理念的重要途径。

我在安监总局时曾说过一句流传甚广的话：“媒体不是中央纪委，不是审计署，不能要求媒体每句话都说得准确。”我现在还要重复这句话，因为媒体没有被赋予党纪国法的执行力，记者依靠自己的敏锐性和部门、个人力量去捕捉新闻线索，采访煤矿安全事故等揭露性新闻要冒着危险去采访。媒体也不可能动用注册审计师、会计师，去核对每一个数据，审查每一张报表。你要求新闻报道每字、每句都百分之百准确，是不可能的。

王冬梅是中国众多媒体记者中的一员，她多次跟随我和很多国家部委官员顶风雪、冒严寒见证历史、记录时代、揭示真相、传播希望，让真善美的阳光照亮被忽视的角落，以期不辜负人民的众望，当好党和人民的耳目喉舌。

是为书序，亦是对记者工作的支持、鼓励与肯定。

李毅中

2011年12月23日于北京

---

李毅中，2003年3月—2005年2月，任国务院国有资产监督管理委员会党委书记、副主任。

2005年2月—2008年3月，任国家安全生产监督管理总局局长、党组书记。

2008年4月—2010年12月9日，任工业和信息化部部长、党组书记。

2010年12月9日—2010年12月25日，任工业和信息化部部长。中共十六大、十七大代表，中共第十四届、十五届中央候补委员，第十六届、十七届中央委员。

# 目录

## 序 勿忘人民

<b>第一章 什么是“部委新闻”</b>	1
一、部委新闻的五大特性	2
二、部委新闻的五点局限性	2
三、部委新闻的主要报道内容	3
四、部委新闻的未来	6
<b>第二章 主流纸质媒体的特质与对跑口记者的要求</b>	7
一、纸质媒体的分类	7
二、主流媒体的特征	8
三、我国中央主流媒体遵守的七项原则	9
四、《工人日报》等传统中央主流媒体的优势	10
五、《工人日报》等传统中央主流媒体的未来	11
六、跑口记者应具备的素质	12
七、个案：我作为跑口记者的感受	14
八、到底该做一个什么样的跑口记者	19
<b>第三章 跑口记者眼里的部委官员</b>	21
一、官员和记者之间的心理博弈	22
二、部委官员应对记者十种有利做法	23
三、部委官员应该尽可能避免的十种做法	25
四、我所熟悉的部委新闻发言人	26

五、我眼里的部长们	33
六、我的跑口记者圈	39
<b>第四章 我荣获中国新闻奖一等奖的作品及分析</b>	<b>48</b>
一、荣获中国新闻奖一等奖作品	48
二、清华大学新闻与传播学院教授、博士生导师刘建明评析	54
三、中国人民大学新闻学院责任教授陈力丹评析	62
四、工人日报社社长兼总编辑孙德宏评析	68
五、中国人民大学新闻学院研究员刘保全评析	73
六、工人日报原社长兼总编辑瞿祖庚评析	75
七、工人日报要闻部副主任兰海燕评析	80
八、工人日报年轻记者徐福平评析	82
九、一位我不认识的同行的点评	83
<b>第五章 一等奖作品的后续报道和孪生稿件</b>	<b>85</b>
一、一等奖作品的后续报道	85
二、与荣获中国新闻奖一等奖作品同期关联的孪生稿件	94
三、我眼中的李毅中和采写李毅中工作的部分报道	114
<b>第六章 我荣获中国新闻奖二等奖的作品及分析</b>	<b>118</b>
一、荣获中国新闻奖二等奖作品	118
二、我的获奖感言	123
三、部委新闻获奖要素	124
<b>第七章 与获奖作品同题材的铺路稿件分析</b>	<b>131</b>
一、山西煤矿督查手记	131
二、黑龙江督查稿件	144
三、多年“安全生产万里行”稿件	147
四、为同事最终荣获中国新闻奖二等奖消息营造气氛的同题材稿件	156
五、对于安全生产领域的困惑与思考	158



<b>第八章 10年跑口记者的编年史</b>	161
一、荣获五四青年奖章成为被采访对象	162
二、工人日报举办“王冬梅 郑勇 陈昌云 康劲作品研讨会”	166
三、林业代表作：接到国家林业局局长赞扬稿件的电话	168
四、石油稿件代表作：中石油前任高层亲自修改了稿件	180
五、环保代表作：客串写的评论获好评	213
六、煤电代表作：编辑赞说舍不得删	215
六、多年安监部门跑口后的发力之作：反思10年“安全生产万里行”稿件	218
七、我的两次两会报道	226
八、困惑与思索	230
<b>第九章 预备记者档案</b>	232
一、实习选择中国妇女报：逛王府井便利	232
二、实习遭遇重大新闻事件：率先报道沈阳市妇婴医院新生儿死亡	240
三、实习期间印象深刻的记者	247
<b>第十章 20世纪90年代初记者的激情与梦想</b>	252
一、放弃优厚工作待遇选择新闻单位	252
二、当记者的最初5年：激情洋溢	253
三、回想初进报社当编辑	308
<b>第十一章 我的最好“新闻作品”：可爱的儿子</b>	313
一、我的家庭观念	313
二、如何做到兼顾工作与家庭两不误	314
三、人生的幸福是什么	316

## 后 记

## 主要参考书目

## 第一章 什么是“部委新闻”

我在诸多新闻学著作里，都没有看见过“部委新闻”这个概念，类似的提法也很少。但我仍敢堂而皇之地把“部委新闻”这四个字写出来，主要囿于新闻界的约定俗成。因此，严格意义上说，我论述的都只是一些观点和看法而已，是我从实践中感悟出来的一家之言。

在中国新闻实践中，“部委新闻”算是应用新闻学中的一部分，就新闻领域中一个特定的方面——部委和官员的各项工作进行报道，也就是将部委和官员的实践活动作为报道对象。按照新闻学的概念推论，“部委新闻”属于政府新闻，是广义上的政治新闻，侧重于部委与新闻机构互动从而推动社会的良性运转，其中正面报道居多。

目前，我国有七十多个部委级政府机构，各司其职，它们是国家正常运行的重要枢纽机构，这些就决定了部委新闻的特点：

一方面，从行政主体的角度出发，部委官员应该了解记者、编辑的工作特点，对新闻学理论有一个总体的了解和把握，具备一定的新闻理论素养，从而具有和媒体、记者对话、交流、沟通的思维和语言；另一方面，从新闻媒体的角度出发，媒体应该了解部委的新闻宣传特点，能够准确、及时、生动地把部委的方针政策传达到人民群众之中，能够及时反映人民群众的愿望、呼声和要求，做到上情下达，下情上达，既当喉舌，又当好桥梁和纽带，从而更好地发挥媒体的社会功能。

在各类专业新闻报道中，“部委新闻”的重要性无人不晓。它所反映的内容，直接关系到党和国家的政治生活，涉及人民群众的根本利益，不仅受到各级领导的关心，而且也最为广大受众所关注。据统计，我国政府部门掌握着社会信息中80%的有价值的信息。大众对这些信息的需求，不管是从社会公益的角度还是从自身利益的角度，都导致了新闻媒体必然对部委工作格外关注。

从传统上讲，我国的中央媒体都有专门的记者负责部委的新闻报道工作。现在，一些市场类媒体和网络媒体也纷纷选派专门的记者报道部委的工作。由于部委新闻的特殊性，因此可以说，构建和谐社会是部委和媒体的共同目标和工作动力。对于部委而言，不能误解媒体的批评、曝光，媒体的社会责任决定了其职责是帮忙祛除弊端，“良药苦口”而已；对于媒体而言，哪怕是舆论监督，也是本着“治病救人”的思



这种误解的情绪一旦与媒体的某一敏感神经相触碰而在社会上蔓延开来，媒体自己也失去了加以控制的力量。事后的解释、澄清、更正，不管是媒体自己，还是部委，都是苍白无力的。因此，部委需要事前建立一种新闻预案制度，做好新闻发布的方案，事先对可能引起的误解做好解释准备和准备应对工作，尤其是对记者进行详尽的解释，不要让记者来推测、附会政策的含义和效果。

部委新闻写作容易出现以下几点问题：

1. 无效新闻居多。部委新闻的最突出的问题就是：不关注人，缺少故事，只有报告和会议；通篇的形容词、概念性语言和套话，缺少细节描写和直接引语；关注群众少，突出领导多。这样的模式导致多数部委新闻成为无效新闻，成了干瘪的账本，失去了传播的功能，愿意阅读的群众较少。

2. 宣传味道浓厚。部委新闻的宣传方式僵硬，经常模板化、脸谱化和程式化，政治术语、口号式的套话、官话等陈词滥调过多。有时候，部委新闻稿件甚至没有引语，没有人物面孔，全部是述评性语句。

3. “文山会海”过多。部委新闻多半是会议报道，会议报道由于单调的写作文风常常把重大的事实、新闻细节、新闻人物在无意中忽视掉。

4. 报道容易片面。尤其是突发事件出现时，部委动用权力资源限制媒体的报道内容，经常把不利于其形象的消息封锁住。

5. 舆论监督难度大。有些部委不愿意传递他们不想要受众知道的信息，其中包括：暗中交易、腐败、滥用权力和信任、浪费纳税人的钱、任人唯亲等。

### 三、部委新闻的主要报道内容

部委新闻的报道内容很多，部委对外发布信息的形式也有很多种，但大致可以分为两类：正式的新闻发布和非正式的信息透露。正式的形式包括：新闻发布会、记者招待会等。非正式的形式有：背景吹风会、专访、电话采访、书面采访等。在新闻实践中，我报道的部委新闻的内容主要有以下几种：

1. 新闻发布会。新闻发布会，是新闻发布者在同一场合同一时间里接受多家新闻单位的记者采访的方式。一般来说，新闻发布会常常是先由新闻发布者介绍情况，或用散发书面材料的形式宣告某些事情，然后在有限的时间里让记者们提问，由新闻发布者来解答。新闻发布会的特点在于主题集中以及采访记者众多。

新闻发布会上一定要发布新闻，而记者招待会有时无新闻发布，只是礼节性的招待、见面和通气。

新闻发布会是部委使用最多的一种新闻发布形式。现在外交部新闻发布会和国台办新闻发布会都采用这一形式。新闻发布会的优点是，可以正式地、大范围地对外传



至重大的国际关系等特点，因而成为媒体关注和报道的焦点。讲求时效性是做好突发事件新闻发布工作的核心。同时，新闻发言人要注意以人性化的方式表现出对事情的关心，对受害人的同情和关怀。

2. 会议报道。会议报道包含工作会议、电视电话会议、座谈会。各部委几乎每天都有会议召开，只不过是会议的规模大小、重要程度不同。

会议是部委研究和制定政策、部署与检查工作、总结与交流经验的有效形式。尽管有些会议冗长、枯燥，但却是部委发挥集体智慧解决面临的各种问题的重要场所。一些会议所讨论的议题、通过的决议和政策能为解决某些问题制定出切实可行的措施和办法，也是产生大量信息的地方。会议新闻在部委新闻中占据很重的分量，一些部委新颖的会议新闻，传播了重要的新闻信息，受到了读者的欢迎，但也有相当多的部委的会议新闻是陈词滥调，即使有极高新闻价值的报道也被淹没在僵硬化的报道方式中。

会议新闻作为一种常用的新闻文体，是以会议活动为主要对象的公务活动报道。判断某个会议是否值得报道的关键是看它的内容是否具有新闻价值，能否为公众所关注或提供重要的信息。一般来说，会议作为公务活动的高级形式，总有一定的重要性，但对读者来说，只有当会议涉及他们的直接利益或相关的政治、经济、文化生活时，会议才具有了可接近性。从读者角度来看，一般他们对会议本身不会有太大兴趣，他们的兴趣点在于会议能够提供什么样的信息。因此，会议新闻的写作必须以传递重要信息作为出发点去组织材料。

3. 部委出台的重要政策、方针、法律、法规及文件。尤其是涉及百姓生活的重要新闻，如物价、房改、再就业政策的调整等内容的部委新闻，具有一定的影响力，有时甚至是巨大影响力。

新闻媒体的一项重要职责就是宣传党的路线、方针、政策，正确引导舆论。如何使党的路线、方针和政策宣传到位，这是新闻媒体必须着力考虑的。公众不仅仅想了解部委出台的重要政策、方针、法律、法规及文件的动态信息，更想知道其背景及相关信息，作为新闻媒体，需要为读者释疑、解惑。

4. 部委的重大工程。如青藏铁路、南水北调、三峡工程、载人航天等重大工程的报道，不仅是部委的重要宣传报道内容，而且是国家的重要宣传报道内容，媒体总是不遗余力地大张旗鼓进行报道。重大工程报道必须要策划才能出精品，实践已经证明，经过策划的新闻宣传产品不一定好看、好听，但没有经过策划的新闻宣传产品一定不好看、不好听。

5. 部委领导深入基层明察暗访。部委新闻报道部委领导深入基层明察暗访容易出亮点新闻，但也容易变成走马观花的流水账报道，这与部委领导的工作作风有关，也与媒体记者的个人采写新闻的能力和新闻价值判断等有关，但对于记者而言，时刻保

持抓独家新闻和独家视角新闻的信念是非常重要的。

6. 专访部委官员、专家。人物专访的采写大多需要与采访对象面对面，进行“近距离交流”。在采访人物过程中，提问显得尤为关键，尤其是要提高质量的问题。高质量问题是指关键性的或者尖锐、敏感的问题，同时它又最能体现受访者特性。公众希望得到的回答是深层次的，是动机，是原因，而非停留在何人做了何事的层面上。只有高质量的提问，才会得到相应的高质量的回答。好的人物专访应该是一次探索对方的精神之旅。了解、体会、感悟、分析一个人，有时候对媒体记者也是一次提升。

#### 四、部委新闻的未来

随着社会的转轨变型，媒体作用日益突出，部委各级官员在应对媒体方面开始出现“本领危机”、“知识恐慌”。一些官员平时不愿意面对媒体，等到突发事件临头，处理不当，从而引发公众恐慌，导致民众对政府信任产生危机，最终丢了“乌纱帽”。比如，2003年SARS发生以后，卫生部部长和北京市市长引咎辞职；2005年吉化公司大爆炸，国家环保总局局长辞职等。这些高官的辞职，一方面是对事故负有领导责任，另一方面也与应对媒体不当有重要关系。在特殊事件、特殊时点，部委主动与新闻媒体沟通，探寻信息公开的最好方法，是开放型部委的责任。所以，部委新闻将会越来越重要，新闻素养也应成为部委各级官员进行公共管理不可或缺的能力素养。

部委新闻是关系国计民生的大新闻，是新闻“富矿”。部委新闻存在新闻枯燥的问题，那是因为真正有新闻价值的信息被淹没了。有的部委新闻往往一条消息通篇都是某个人讲话，不管有无新鲜内容，谁的职位高就写谁的讲话，千会一面，冗长乏味，读者不买账，领导人也不满意。部委新闻想要让读者爱看的出路在于“三贴近”，把最广大的人民群众作为自己的读者定位。部委新闻是权威报道，但是这种权威性是建立在能吸引读者的基础上的。

## 第二章 主流纸质媒体的特质与对跑口记者的要求

记者所在的媒体属于什么样的媒介体制，决定了他的工作方式。媒介体制是指传媒机构的隶属关系、传播宗旨、管理和经营方式。一个国家可能有几种不同的媒介体制，也可能只有一种，主要取决于国家的政治制度。媒介体制的核心是媒介资产的所有权、新闻报道的支配权和新闻管理的手段和机制。

### 一、纸质媒体的分类

在现代社会中，新闻媒介包括报纸、新闻性杂志、广播、电视、通讯社、互联网等。报纸是以刊载新闻和言论为主的公开发行的定期出版物，一般以散页形式连续出版。

报纸按不同的标准可以进行多种划分，以下是常见的几种分类方法：

按办报方针分：有政治性报纸和商业性报纸。政治性报纸，即出于政治目的和政治需要而创办的报纸。这种报纸有较强的政治倾向性，多以政治、经济、法律等新闻为主，并重视言论，多由政党、政府主办，如我国的《人民日报》、法国的《人道报》等。商业性报纸，以赢利为主要目的，面向社会大众，为招徕读者，扩大发行量，吸引广告商，内容一般以工商信息、人情世态为主。报道面广，注意趣味性、知识性，写作上追求人情味，情节曲折生动。这类报纸往往不重视言论及政治观点，如英国的《太阳报》和《每日镜报》、美国的《纽约每日新闻》。政商合一报，既追求政治利益又追求赢利。这种报纸大都是一个独立经营的企业，其政治目标明确，政治立场比较坚定，如美国的《纽约时报》、《华盛顿邮报》，英国的《泰晤士报》，法国的《费加罗报》，日本的《朝日新闻》等。西方国家的大报往往都是这种政商合一的报纸。

按报纸内容分：有综合性报纸、专业性报纸和都市类报纸。综合性报纸，即面向整个社会，以最普通的读者为对象，内容涉及政治、经济、法律、军事、文化、体育、科技、卫生、教育等多方面。我国各省（区、市）党委机关报都属于综合性报纸。专业性或行业性报纸，即以报道一个专业、一个行业和一个阶层的新闻为主，面



向特定的读者，如《中国体育报》、《中国文化报》、《中国建材报》等。都市类报纸，以本地区城市居民为读者对象，内容贴近市民，服务性和娱乐性强，发行量和广告量大，如《南方都市报》、《上海星期三》、《大河报》、《华商报》等。

按影响范围分，有世界性报纸、全国性报纸、地方性报纸。世界性报纸，即面向全世界发行，并具有较大影响的报纸，如美国的《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《华尔街日报》和英国的《泰晤士报》等。全国性报纸，即面向全国发行，在全国具有广泛的影响力，如我国的《人民日报》、《经济日报》、《光明日报》、《工人日报》等。全国性报纸在国内各主要城市设有分印点，有通畅的发行网。地方性报纸，即主要面向当地发行，多刊登当地新闻和言论，如各省（区、市）的报纸，针对本地方的读者。

按出版周期分：有日报、晨报、午报、晚报、周报等。

以上只是从四个不同角度对报纸进行分类，是一些常见的分类法。实际上报纸的类型还有很多，有些报纸的类型不是单一的，而是交叉的，如《人民日报》既是政治性报纸，又是综合性报纸；既是日报，也是全国性报纸。报纸的类型也不是固定不变的。随着社会发展变化和报业实力的不断增强和影响力的扩大，原来是周报的也会发展成日报，原为地方性的也会发展成为全国性报纸。伴随着读者需求多样化的出现，报纸也必将朝着多类型、多样式和多层次的方向发展。

## 二、主流媒体的特征

一般说来，我所在的工人日报属于纸质媒体，号称“传统中央大报、主流媒体”等，可以简称“中央主流媒体”。在任何单位工作都有利弊之分，在传统中央主流媒体工作的最大好处是不担心漏报重大新闻。因为，一旦有重大新闻发布，相关部门一般情况下都会联系中央主流媒体记者，有时候如果是重大政策发布还会提前预报或者一起策划报道等。

我国实行党报体制，起源于中国共产党建党初期，形成于抗日战争时期。进入20世纪全球化时代，我国的党报体制没有发生根本性变化。全党思想的高度一致既要求所有党报活动方向一致，又由党报声音的一致促进全党话语的高度统一。

我国的党报体制简单概括为：在中国共产党的直接领导下，媒体作为党的喉舌与党联系人民群众的工具，按党的组织原则和宣传纪律执行党的宣传工作的新闻体制。

主流媒体的旗舰是新华社、人民日报等。中宣部明确人民日报、新华社、求是、光明日报、经济日报、中央人民广播电台、中央电视台等为中央主要新闻单位，财政拨款。我个人理解，工人日报目前算是当之无愧的主流媒体，但逐渐被边缘化了。

主流媒体（Mainstream media）是一个舶来词，在报业发达的欧美是指高级报纸（或称严肃报纸）发挥引领主流人群的作用。主流媒体以履行社会责任为己任，覆盖