

中国传媒大学党报党刊研究中心
天津师范大学新闻传播学院 编
中国传媒大学编辑出版研究中心

人民网 people
www.people.com.cn

人民共和国党报论坛

2007 年卷

中国传媒大学出版社

中国传媒大学党报党刊研究中心
天津师范大学新闻传播学院编
中国传媒大学编辑出版研究中心

人民共和国党报论坛

2007 年卷

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

人民共和国党报论坛. 2007 年卷/中国传媒大学党报党刊研究中心, 天津师范大学新闻传播学院, 中国传媒大学编辑出版研究中心编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2008. 12

ISBN 978-7-81127-316-8

I. 人… II. ①中… ②天… ③中… III. 中国共产党—党报—新闻工作—文集

IV. G219.23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 174223 号

人民共和国党报论坛 2007 年卷

编 者: 中国传媒大学党报党刊研究中心

天津师范大学新闻传播学院

中国传媒大学编辑出版研究中心

责任编辑: 冬 妮 雁 来

封面制作: 蔡玉生

责任印制: 曹 辉

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 28.5

版 次: 2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-316-8/G·316 定价: 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

演讲·书面发言·论文

- 3 创新潮中正扬帆的党报事业
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话/张虎生
- 7 多类媒体 一个指向
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话/米博华
- 10 努力办好党报所属报刊
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话/何崇元
- 15 创新型国家建设与版权保护
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话/阎晓宏
- 19 发挥优势 进一步提升党报影响力/赵晨仔
- 25 中国现代报业集团的发展之路/梅宁华
- 34 十年,我们交出了一份答卷/何加正
- 37 导向正确是行业报构建核心竞争力的根本/李庆文
- 47 创新内容形式 永葆党报活力/江作苏
- 54 创新:党报改革的永恒主题/汪家驹
- 60 战略决定成败 创新创造价值 团队形成力量
——2007年《广州日报》全面强化党报市场竞争力工作概述/戴玉庆
- 67 我国出版发行产业的多维度发展/刘强
- 72 承担社会责任 增强国家意识
——谈谈《新疆经济报》开展对外宣传报道的做法/苏继赏
- 78 报道创新 探索创新/季晓磊

- 82 新闻院校应为建设创新型国家多作贡献
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话/丁俊杰
- 85 宣传《人民日报》/中国传媒大学党报党刊研究中心课题组
- 90 导向与贴近的统一 对上与对下的统一
——试谈十四大以来《人民日报》评论的特点/王武录
- 102 试谈党报文化创新/刘卫东 王 娟 王艳玲
- 108 在本地市宣传报道好建设创新型国家
——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的书面发言/王守卫
- 112 从历史的维度看社会主义出版与和谐文化/张洪生
- 117 试谈对出版人才资源进行产权界定/蔡 翔
- 120 加大创新力度
——试谈提高党报感染力、影响力、竞争力/刘振生 郭洪新
- 126 浅议党报的内容创新/刘伯贤
- 133 试谈挪威报业及报业补贴制度/王 宇
- 139 党报信访工作的问题及对策/宋兆宽 李新祥
- 145 为推进创新型社区建设积极引导舆论/宣舒平
- 149 在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的书面发言/底安民
- 154 探析新闻传播效果的心理指标/余小梅
- 161 试析我国文化创意产业发展趋势/宫承波 闫玉刚
- 168 试谈我国党报网站在主流意识形态建设中的作用/吴 风 吴喆华
- 173 新闻传播史上政党报纸的发展衍生/李 磊
- 180 党报总体改革思路初探/张 燕
- 185 党报在媒体格局变化中的对策与发展趋势探析/方毅华
- 191 试谈周恩来对外传播理念
——据《人民日报》等媒体工作人员回忆/黄 玲
- 199 试谈邓小平新闻宣传思想的若干要点/丰纯高
- 205 中苏党中央机关报国际版比较
——1985年中国《人民日报》与苏联《真理报》抽样分析之一/王 彤
- 211 十四大以来我国新闻传媒合作性竞争的探索/成文胜
- 219 试谈成就报道的多元视角/张晓红

- 224 叙述品性·媒介角色·深度报道
——党报三题/陈立强
- 230 品牌传播视野下的《天津日报》滨海新区报道/殷莉 蒋楠
- 237 从《广州日报》看党报发行/王薇 王玉丽
- 242 少儿出版价值的哲学解读/李晓平
- 248 网络媒体舆论引导解析/詹新慧
- 254 从十七大报告看党报传播实务的创新方向/王卫明
- 260 从舆论变化的相关因素看当前舆论引导的主要误区/曾英
- 265 党报受众群增值研究初探/张传香
- 269 媒介科技传播与科技资源共享
——以中国媒体国际科技报道为例/刘海明
- 275 广西报业在区域合作中面临的机遇和挑战/邓晓梅

调查报告·来稿选编

- 283 栏目·模式·内容
——浅谈人民网《自主创新 建设创新型国家》新闻专题/邵香云
- 286 国际新闻报道与建设创新型国家
——《环球时报》调查/郝建军 冀晓萍
- 290 立足汽车产业 服务创新大局
——《中国汽车报》调查/赵光霞
- 294 促进科技传播 服务创新战略
——山东省新华书店调查/梁小建
- 298 他们怎样宣传报道“振兴东北老工业基地”
——《鞍山日报》一瞥/张凌燕
- 300 《光明日报》“嫦娥一号”探月工程报道一瞥/郭鑫惠
- 302 推动行业创新 引领企业发展
——《中国石油报》调查/朱永磊
- 306 突出印象
——《湖北日报》宣传报道建设创新型国家一瞥/杨变

- 309 为了赢得读者
——《河北日报》调查/杜姝文
- 313 他们如何报道建设“创新型四川”
——《四川日报》调查/梁益畅
- 317 党报宣传理论创新的成功探索
——《北京日报》“理论周刊”调查/李惊亚
- 322 走出一条自己的发展之路
——从新疆经济报系的实践看紧密层党报应该如何办/符万年
- 327 试论党报与市场化报纸的共存与竞争/刘 赞 刘 芳
- 333 浅析党报机制体制创新的几个问题/王佳航
- 338 教育出版数字化发展探索/陈 洁
- 344 提高舆论引导能力
——党报加强党的执政能力建设的核心任务和有效途径/魏 巍
- 349 “三农”类报纸服务新农村建设的现状分析与政策建议/朱鸿军
- 355 在创新中增强党报评论的影响力/李忠志
- 361 党报在新媒体环境下的大众化发展/李曼青
- 366 加强版权保护 建设创新型国家/刘永红
- 370 难点·展望·建议
——文化体制改革中的若干问题/鞠立新
- 374 浅议多元化背景下记者角色的创新/潘 妍
- 378 出版家的激励约束机制问题及对策/范明皓
- 383 试谈《史记》的“实录”精神与新闻真实性的相通之处/褚凤羽
- 387 《西贡解放日报》华文版概述/阮氏梅香
- 390 《新闻与写作》杂志的作者与读者分析/原小璞
- 396 期刊品牌应体现文化内涵
——以《读者》为例/王 辉
- 400 论大众传媒与我国社会价值观念的重构/张苏敏
- 405 立足本土·贴近现实·关注民生
——城市党报创新的三个支点/刘媛媛 金 瑞

- 108 做权威信源 当舆论领袖
——党报改革创新的两个着力点/卢金萍 汤向男
- 112 试谈网络时代党报的错位发展/崔俊芳 张颖 王胜源
- 113 扩大党报市场份额刍议/李虎 朗振 李腾飞

报道·与会人员名单·图片·编后

- 121 “人民共和国党报论坛”第四届年会举行
- 122 出席“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会的部分领导同志发言综述
- 123 “人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会部分与会人士发言综述
- 136 “人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会与会人员名单
- 140 图片
- 145 编后

人民
共和
国党
报论
坛2
0
0
7
年卷

演讲·书面发言·论文



创新潮中正扬帆的党报事业

——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话

张虎生

舆论是一种巨大的精神力量。新闻媒介在引导社会舆论方面具有其他舆论手段无法比拟的作用。报纸、广播、电视、互联网等传统和现代媒体受众最多、辐射最远、传播最快、影响最广。这些大众传播媒介通过报道和评价事实,每时每刻都在传播一定的思想、观点和主张,在潜移默化中具有很强的影响力和渗透力。所以,任何一个国家、阶级、政党和社会势力,都要借助新闻媒介,扩大和强化有利于自己的舆论,抑制和反对不利于自己的舆论,力图使自己的思想主张逐渐为人们所接受,成为社会舆论的主流,从而实现有效的社会控制。一部世界新闻史表明,政治

是报纸产生的直接动因,政治又是推动新闻发展的关键因素。即使在当今商业化程度很高的西方国家,形形色色的媒体在牟取利润的背后无一不具有深刻的政治背景。

共产党人从不隐瞒自己的观点。我们党的报刊历来是党的意识形态的重要组成部分。在党成立86年、执政58年的漫长征程中,党的报刊始终是服务党的奋斗目标和中心工作、传达党的声音和反映人民意愿的精神力量,始终是党和人民事业全局中的重要一翼。一代又一代党报工作者以如椽之笔乃至鲜血、生命,共同谱写了气吞山河的中国人民革命和建设的壮丽史诗。党的十六大以来,以胡锦涛同志为总书记的党中央对于党的宣传舆论工作提出了一系列新思想、新观点、新任务、新要求,深刻指出:在现代社会,宣传舆论的社会影响力越来越大,能不能把宣传舆论工作抓在手上,关系人心向背,关系事业兴衰,关系党的执政地位。善于做好新形势下的宣传思想工作,是加强党的执政能力建设的重要内容,也是对我们党领导水平和执政水平的一个重要考验。胡锦涛同志在党的十七大报告中进一步指出:“要坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设新高潮,更加自觉、更加主动地推动文化大发展大繁荣,建设社会主义核心价值体系,培育文明风尚,弘扬中华文化,推进文化创新,提高国家文化软实力。”党中央的这一重大决策部署,为做好宣传思想工作提供了强有力的政治保证,赋予了宣传思想战线更重要的历史使命。

在我国改革开放的关键阶段,党的报刊担负着坚持正确的政治方向和舆论导向,积极而有效地引领社会舆论,动员、组织全国各族人民高举中国特色社会主义伟大旗帜,为夺取全面建设小康社会新胜利的崇高而艰巨的任务。作为社会舆论主阵地、主流舆论主力军的党报事业任重道远。

当然,也要清醒地看到,在社会主义市场经济体制日趋完善的新形势下,在新闻竞争越来越激烈和信息传播渠道日见多样化的新情况下,肩负着巩固和壮大党和国家主流舆论阵地庄严职责的党报事业,既面临外部激烈的竞争,又经历自身体制机制改革的阵痛,当前为许多困难和问题所困扰。诸如:尚不善于用一元化指导思想引领多样化社会意识;旧的办报机制仍程度不同地束缚新闻生产力的释放;舆论宣传上实际存在重传达党的声音、轻反映人民意愿的现象;传达党的声音多照本宣科、少策划和创意;虽不断改版扩版,但品牌不多、亮点显少、文风呆板;经营管理机制与市场经济体制的要求不完全适应;个别党报甚至显露出自我“小化”、“边缘化”的迹象。但是,由此推测以党报为代表的传统报业已经走到“拐点”,预卜“草根

新闻”将“颠覆官方新闻”等“唱衰”党报的论调,是经不住实践和历史检验的。

党报在前进中出现这样那样的困难和问题毫不足怪。进入以改革开放为显著特征的近30年间,我国经济社会发生了巨大而深刻的变化。随着经济基础的变更,上层建筑也要发生变革。在变革过程中必然遇到新的矛盾和冲突。作为我国上层建筑核心成分的党报事业,在由计划经济体制转向社会主义市场经济体制的变革中,短期困于诸多新的矛盾,是符合事物发展规律的正常现象。不承认、不正视这些困难和问题,或者夸大、渲染这些困难和问题,都是不实事求是的。唯一正确的态度是正视并逐步解决这些困难和问题。

同党的各项事业一样,创新是推动党报事业持续发展的不竭动力。党的十六大以来,广大党报工作者认真学习、宣传、贯彻党的理论和路线方针政策,坚定不移地落实党关于新闻宣传工作的决策部署,坚持在改革、创新中发展党报事业,取得了显著成绩。回应党的十七大关于兴起社会主义文化建设新高潮的新要求,深入学习、宣传、贯彻十七大精神,坚持正确导向,建设和谐文化,推进改革创新,将是党报事业的重要任务。党的报刊在深化改革、锐意创新中焕发生机活力的基本经验,可以归纳为三条:

第一,以提高舆论引导能力为根本,创新舆论引导机制。党报的核心竞争力在于舆论引导能力。提高舆论引导能力的精髓是抓好舆论导向。要认真学习 and 践行党的理论创新成果,使提高舆论引导能力成为办好党报的根本,成为每个党报工作者的共同认识和行动准则。“党报姓党”,党报工作者一定要增强“政治家办报”意识和“阵地意识”,责无旁贷地唱响主旋律,打好主动仗。要立足大局、抓住大事、洞察大势,以是否有利于“大局”、是否符合党和人民的根本利益为标尺来衡量新闻的价值,决定稿件的取舍。要坚持用社会主义核心价值体系引领社会多样化思想观念,在尊重差异中扩大社会认同,在包容多样化中形成思想共识,不断增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力。要传播科学理论,弘扬社会正气,注重人文关怀,普及科学知识,整合新闻、评论、深度报道、专题等资源,努力在重大问题、突发事件、社会热点上不失语、导向正,进行正确引导、主动引导、有效引导。要健全岗位责任、专题策划、形势分析、舆情研判、稿件运转、新闻阅评等规章制度,完善舆论引导体系,有效整合多种宣传资源,构建定位明确、功能互补、覆盖广泛的舆论引导格局。

第二,以实现“两个统一”为着力点,创新办报机制。实现传达党的声音与反映人民意愿的统一,是提高舆论引导能力的内在要求,也是改进党报舆论宣传的主攻



方向。要尊重新闻规律,善于用事实说话、用典型说话、用道理说话。舆论宣传工作归根到底是群众工作。只有落实“三贴近”原则,让群众喜闻乐见,才能充分发挥党报统率和引导社会舆论的导向作用。党报一定要变群众的良师为群众的益友,变单向说教为双向交流,变“四六句”为群众化语言。无论是报道、评论重大事件,还是报道、评论突发事件、热点问题,都须着力找到党心和民意的“共鸣点”、“兴奋点”,在同群众交流中促进形成共识,在提供信息服务中开展思想引导。为做到新闻新、评论重、专题深、品牌响、版面亮、文风活,需要不断创新办报机制,调动采编人员的积极性和首创精神,用漂亮的“自选发挥”来完成重大的“规定动作”,推动新闻生产力的释放。办报机制创新还需着眼未来,促进报网良性互动,进军数字报业,以催生覆盖面更广、传播速度更快、手段更多样的传播新模式。

第三,以办好党报为主业,创新经营管理体制。党报具有不同于其他精神产品的特殊属性。党报的价值主要体现为社会效益。党报的改革事关意识形态的主导权、控制权,要周密研究,准确把握,扎实推进。适应社会主义市场经济发展的要求,各级党报不同程度地面临着以办报为主业,同时壮大自身经济实力的压力。在坚持社会效益的前提下,重点抓好发行体制改革,在新闻采编与发行、广告等报业经营分开上做文章,积极拓展市场,争取实现社会效益与经济效益双赢。以改进新闻报道、增强贴近性为龙头,开辟广告源、扩大发行量。树立新的新闻资源战略,采编分开后,依托新闻事业,提供政策解读、行业新闻、决策咨询等信息增值服务,加强经营开发。在实践中加紧培养和引进坚持正确方向、懂经营善管理的人才。一些党报报业集团的成立为改进经营管理、促进事业发展、壮大新闻主业实力提供了新鲜的思路和经验。管理是繁荣发展的必要条件,党报也要在进一步创新管理体制上迈出实质性步伐,取得实际绩效。

总之,在新的形势下,如何更好地恪守党性原则,如何更好地尊重新闻规律,如何更好地凸显党报特色,是摆在党报工作者面前的重大而严肃的课题。破解这些难题,只能靠深化改革、靠体制机制创新。党报正在创新潮中沿着正确航线扬帆破浪。

〔张虎生:原人民日报社副总编辑、高级编辑,中国传媒大学博士生导师〕



多类媒体 一个指向

——在“人民共和国党报论坛”第四届(2007)年会上的讲话

米博华

我们的国家正在发生深刻变化。一个显著的变化,就是新闻与传播在社会生活中的作用愈益突出,新闻传播快速发展,与人们的生活息息相关,甚至成为不可或缺的一个部分。截至2005年底,我国互联网终端已达1.1亿,有线电视达1.28亿户,电话户数达7.4亿户,全国97.1%的行政村通电话。这一数字仍以递增态势迅猛增长。

经济基础决定上层建筑。经济社会发展变化,舆论环境也必然发展变化。人们的选择日趋多样,思想日趋活跃,舆论环境日趋宽松。在新形势下,改革创新宣传报道工作,可否概括为这样两句话:多类媒体,一个指向。

所谓多类媒体,可以有不同解读。这里试用三个舆论场的概念加以分析。

第一个舆论场是主流媒体,主要指的是党报党刊以及官方通讯社、电视台、广播电台、网站等。这个舆论场的特点是,以宣传党的理论路线方针政策为主要任务。

政务活动报道多,正面典型宣传多,权威发布多,社会公信度高,其主要受众是党政干部、专家学者。领军的是人民日报社、新华社、求是杂志社、中央电视台、中央人民广播电台以及各省区市相应机构。主流媒体主导社会舆论,这一格局没有随着社会生活的改变而改变,这一职能也没有随着媒体竞争而消失。但主流媒体也在适应时代的变化,比如明确提出“三贴近”的要求,力图把体现党的主张和反映人民的心声更好地统一起来。

第二个舆论场是非主流媒体,主要是指一定的机构主管主办的、面向市场的都市类报刊以及商业网站等。这个舆论场的特点是,以报道各类社会新闻、满足人们对信息的需求为主要目标。相比较而言,工作性新闻少,典型人物宣传少,指导性言论少,有一定的社会公信度,其主要受众是普通人群,党政干部和专家学者也把它作为获取信息、休闲娱乐的方式。非主流媒体影响社会舆论,这一作用随着其市场份额的扩大愈益强劲。但非主流媒体在适应时代变化的过程中,也面临着一些问题,同质化突出,竞争过度,责任感有不断消解趋势,过于注重经济利益。但非主流媒体在新闻报道方面建树不少,仍然是最具活力的一部分。

第三个舆论场是民间。互联网乃至手机的出现,使街谈巷议搬上了真正意义的社会大讲堂,也使新闻和信息的传播开辟了前所未有的渠道。网上传播的信息、上网的照片、发表的评论,其阅读量有时甚至超过传统媒体的总和。这个舆论场不分年龄职业、不论职位高低、不管境内境外、不拘题材体裁,比较开放自由,影响力不可低估。比如“华南虎照片”事件就是民间影响官方的一个实例。但开放需要成本,自由需要付出代价,网上信息,特别是不良、不实信息带来相当多的负面效应。

以上概括或有不准确、不科学之处,但这确是一个现实。现实的经验和困惑应该是思考问题的起点,是解决问题的发端。尽管三个舆论场作用不同、影响不同,但从信息传播的本质来说,总有一点是共同的,那就是应该也必须有一个指向。

所谓一个指向,不是指一种声音,而是指不论哪一个舆论场,都应该共同遵循一个目标。这个目标,应该是进步的,向上的,健康的,积极的,文明的,而不应该相反。具体来说,就是为国家改革发展稳定服务,对国家安全和利益负责,激励全体人民创造幸福生活和美好未来,促进人民群众提高道德水平和文明修养,建设法治

国家,维护公平正义,促进社会和谐,充分反映社情民意,为国家改革建设建言献策。这里尤其要强调两个方面:一、不论哪类媒体都要坚持报道的客观性,不有意粉饰,不故意丑化,力求给受众展示一个真实世界。二、在坚持客观真实的前提下,作为一个负责任的新闻工作者,要通过自己的工作,带给受众真实信息,使更多的人感受到我们的社会、我们的生活不会走向消极无奈,不会走向衰落幻灭,而是既看到挑战,又看到希望。

三个舆论场有不重合的地方,因为受众对象不同,媒体性质不同,功能定位不同。但是,三个舆论场有重合的地方,上面所说的“一个指向”,就应该是重合的。基于这样的认识,提出如下建议:第一,中国的国情要求我们必须有自己的官方媒体,党报党刊、国家通讯社、电台电视台,应该弘扬社会主义核心价值观,引导主流舆论,引领社会思潮,同时又要与时俱进,适应党在新时期执政的要求,破除陈旧过时的观念和做法,遵从新闻规律,增强亲和力、吸引力和感染力,使群众愿意看、看得懂。第二,从文化事业发展来看,也必须发展面向市场的媒体,满足群众日益增长的文化需求,但决不能松懈乃至放弃社会责任,要真实全面客观地反映当下中国的深刻变化和巨大成就。面向市场的媒体从总的感观上,不能让人感到我们的国家矛盾重重,到处都是问题,让人失去信心。不能为了经济利益而不顾社会效益,更不能牺牲职业道德,编造新闻,热炒新闻。第三,网络也是一种大众传播。互联网和手机的出现,在客观上对政府工作的透明度、处理社会问题的公平公正等提出了更高的要求,同时也有助于公众表达多种意见和声音,释放社会情绪,缓解社会矛盾。但是,我们也必须强调权利和义务、纪律与自由的统一。对他人负责,对社会负责,对国家负责,也是对自己负责。

[米博华:人民日报社副总编辑、高级编辑,中国传媒大学博士生导师]