

 凤凰评论

政能亮

《政能亮》编委会

人是中国发展的最大动能

—— 好政策 亮中国 ——

 人民出版社

 凤凰评论



政能亮

《政能亮》编委会

 人民出版社

组 稿: 张振明

责任编辑: 郑 治 池 溢

封面设计: 马淑玲

图书在版编目 (CIP) 数据

政能亮. II / 《政能亮》编委会 著. — 北京: 人民出版社, 2017.7

ISBN 978-7-01-017881-3

I. ①政… II. ①政… III. ①政策-研究-中国 IV. ①D601

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 159704 号

政能亮 II

ZHENGNEGLIANG II

《政能亮》编委会

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京尚唐印刷包装有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月北京第 1 次印刷

开本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张: 22.5

字数: 259 千字

ISBN 978-7-01-017881-3 定价: 56.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010) 65250042 65289539

版权所有 · 侵权必究

凡购买本社图书, 如有印制质量问题, 我社负责调换。

服务电话: (010) 65250042

本书编委会

主 编：高明勇 程云斌

编 委：（按姓氏拼音排名）

陈 芳 崔向升 傅斯鸿 任冠青

叶 鹏 张 弘 张振明 周媛博

序一

大力推进政务公开 努力建设服务型政府

向 东

新年伊始，凤凰网在这里举办“政策与机遇：2016 凤凰政能亮高峰论坛”，大家汇聚一堂，共同探讨公共政策的传播，非常有意义。在这里，我谨代表国务院办公厅政府信息与政务公开办公室，向论坛的举办表示热烈祝贺！

一年前，2016 年 1 月 11 日，习近平总书记主持召开中央全面深化改革领导小组第二十次会议，审议通过《关于全面推进政务公开工作的意见》。在去年的全国两会上，李克强总理在政府工作报告中首次明确提出“深入推进政务公开”、“让权力在阳光下运行”，时至今日，这句话已经深入人心，很多人都耳熟能详。

本届政府高度重视政务公开工作，把这项工作作为提升政府治理能力和公信力，建设法治政府、服务型政府，保障人民群众知情权、参与权、表达权、监督权的重要内容。

政务公开知易行难。理念的转变要渗透到每个部门、每个公务人员的具体工作，需要逐步摸索完善，需要更周密的实施细则，也需要内外部共同推动。

为了更好地推进政务公开，我们和有关方面的同志共同努力，不断完善顶层设计。2016 年先后出台了《关于全面推进政务公开

工作的意见》《关于在政务公开工作中进一步做好政务舆情回应的通知》等文件，明确提出“遇有重大突发事件、重要社会关切等，主要负责人要当好‘第一新闻发言人’”“对涉及特别重大、重大突发事件的政务舆情，最迟应在24小时内举行新闻发布会”等。

我们推进政务公开，着力抓好制度落地。2016年，我们在推动政策发布解读等方面亮点较多，对公众重大关切的回应更加及时。比如，去年12月以来，一个多月时间，已经有多位部长和地方负责人主动回应公众重大关切。其中包括发改委负责同志解读“中国经济怎么走”，环保部、北京市负责同志回应“雾霾如何治”，财政部、税务总局负责同志谈“营改增怎么算”，工商总局负责同志表态“创业怎样更方便”，卫计委负责人解读“医改怎样深入”等，这些都受到境内外舆论的高度肯定，也有利于稳定社会各界预期，提振发展信心。

公众对信息公开有巨大需求。政府决策和施政行为往往是重大的环境变量，政府制定的政策，出台的措施，必须及时、准确、全面地公开，否则，就会影响政府的公信力。好政策要深入人心。政府推出政策许多重大政策涉及较多专业领域。要让公众不仅能看得得到政策，还要看得懂政策，能够按照政策去办，就必须加大分析解读和预期引导的力度，创新探索更多符合传播规律的合作模式。

尤其在全媒体时代，要实现政务公开效果的最优化，政府部门不仅要制定好政策，还要善于传播好政策；不仅要用好传统媒体，更要学会用好新型媒体。当下面临的普遍问题是信息浩如烟海，但权威观点不足，在海量信息面前不知道该听谁的、该信谁的，要吸引受众的注意、获取受众的信任，就必须擅长议题设置和观点传播。这就需要政府部门、中央主流媒体、权威专家机构、新媒体平

台等多方面的通力合作。这种合作，不能局限于“我说你播”的传统模式，而是要做好媒体融合，让媒体根据自身平台特色、受众特点，探索各种创新性的传播。

凤凰网作为知名新闻门户网站，推出的“政能亮”就是一个高水准的栏目。创办近一年来，凤凰网“政能亮”与有关政府部门官员、权威专家学者、典型企业代表等，围绕中央政府重大政策和社会舆论热点进行深入探讨和积极评论，形成了良好互动协作，发出正面解读声音，给公众提供了一个理顺政策脉络、解读政策内涵、助推政策落地的政论平台，为政府相关政策通达民众众提供了有力支持。自2016年1月成立以来，截至12月31日，共刊发157期政论。这些政论视角独特，可读性强，卓有成效，已经逐步塑造成一个独立的媒体IP品牌，在政府与社会之间形成良性互动，进行了成功的探索。

政务公开对转变政府职能，建设服务型政府具有重要推动作用。公开是惯例，不公开是例外，这是我们当前做好政务公开工作的一个努力方向。在这个过程中，媒体同样责无旁贷。

（作者系国务院办公厅政府信息与政务公开办公室主任，本文系作者在“政策与机遇：2016凤凰政能亮高峰论坛”的主旨演讲。）

序二

为什么要推出“政能亮”

邹 明

政通人和，是自古以来民众对国家的企盼。近些年来，政令政策不出高层决策机关，也一度是社会最为担忧的问题之一。

正因为此，以守望社会为业的现代媒体，必然会高度关注中央政府的政令，关注政令如何落地。更好地解读政令，做政府的诤友，共同推动实现“好政策，亮中国”，是凤凰评论推出“政能亮”的初心。

大国治理千头万绪，每周三召开的国务院常务会议，是观察中国政治经济走向的一个重要窗口。国务院关注哪些议题，会议发布哪些新规，释放哪些信号，都会潜移默化地影响各级政府和社会、市场的运行。

但这些年我们也真切感受到，和会议的重要程度相比，舆论的关注还不够充分，一方面可能是追逐新鲜热闹的媒体特性，对于常规化的议程缺乏持续动力；另一方面可能是会议议题设置所决定的专业门槛，影响了大众层面的传播和接受。

这一重要政策活动，具有独特的传播价值，而现实的传播又存在有待改进的空间，这既是媒体的机会，也是媒体的责任。凤凰评论在凤凰媒体精神的引领下，长期秉持“积极、善意、建设性”理

念，在业界已成为时事评论领域的重要品牌。我们有长期关注严肃时政议题的经验，有专业的编辑团队，有庞大的专家、评论员队伍。这一切决定了我们有视野、有格局、有能力，能够精准把握重大领域的报道需求，能够最大化地实现积极的传播效果。

关注国务院常务会议，是凤凰评论推出“政能亮”栏目的出发点，但并非栏目的全部。“好政策，亮中国”能更准确地传达凤凰评论的追求，我们一方面关注国务院常务会议为代表的政令发布平台，力求更全面、深入地解读会议精神，同时努力将“行政话语”转换成“大众语言”，在内涵和营养不流失的情况下实现传播效果最大化；另一方面，我们也力求充分发挥信息沟通、媒体监督职能，帮助决策部门充分把握社情民意，避免出台“坏政策”。

围绕着“好政策，亮中国”的理念和追求，“政能亮”栏目日常主要聚焦在三个领域发力：其一，权威解读国务院常务会议。周三倾听国务院的声音，是政商等领域很多人士的习惯，因为其中的各项决策、信号，确实可能产生广泛的影响。我们栏目的权威，不仅源自凤凰评论自身拥有深厚的采编资源、专家队伍，还要感谢国务院有关部门和其专家团队的支持。因为有了最近距离的沟通了解，我们能最大程度地理解政令发布者的原意，了解政令出台的过程，进而能更好地掌握核心信息，进行更高效的传播。

其二，进行客观中立的政策评论。如果说解读是为了更准确把握政策发布者的原意，是一种“发布者”视角，那评论就是一种“第三方”视角，是把政策放在现实框架中去分析，权衡其对于相关利益方的影响，探讨可能存在的利弊。因为“好政策”不能只看初衷，还要看其能否经受得住现实的检验。我们的评论，就是在为社会“代言”，履行“检验”的责任。

其三，持续跟踪政令在现实的落地。“政令不出中南海”，一度是公众最为担忧的问题之一。现实也确实有很多不容乐观的地方，一些领域的问题长期存在，而对此中央早有很明确的规定。令行不止，政出无效，这其中的问题在哪里？需要针对具体的个案深入剖析，探寻病情，拿出救治方案。“政能亮”栏目过去一年关注了不少热点事件，目的正是要通过个案来检验“好政策”，呼吁“好政策”。

经过一年左右的尝试，“政能亮”栏目取得了非常好的传播效果，多篇文章引起各界高度关注，甚至实现了和政令发布的良性互动。比如，2016年2月28日，“政能亮”刊发文章《又到两会，部长们应多出来走两步》，表达了公众在两会期间希望和部长们实现更多、更直接的互动。随后在春节后首次国务院常务会议上，李克强总理明确要求，国务院各部部长、直属机构主要负责人都要主动召开或者出席新闻发布会，积极回应舆论关切。在2016年的两会中，“部长通道”随之成为最大的亮点之一。

再如，2016年7月，河北邢台遭遇罕见洪灾，自媒体上流传很多村庄受灾、村民被淹死的消息，但当地官方的权威信息迟迟不见发布。“政能亮”栏目先后刊发《邢台官员下跪前到底发生了什么》《必须告别“砸了数十亿，治水都白忙”》，从信息发布和洪灾治理层面，追问当地所暴露的问题。“好政策”不能只是停留于纸面的条文，而要在日常、在突发事件中得以呈现。

“政通人和”不是等来的，需要更多机构、更多个体的参与和努力。“政能亮”是凤凰评论乃至凤凰网的一种积极尝试。现在“好政策，亮中国”的理念，不只体现在我们的专栏中，还贯穿我们与国务院有关部门定期合办的“政能亮”沙龙、“政能亮”主题峰会中。

我们正在通过线上、线下多种渠道，来打通政府和民间、官方话语体系和大众话语体系，为“政通人和”的目标而努力。

路漫漫其修远兮。但愿成长中的“政能亮”栏目，能成为中国特色社会主义民主政治发展中的见证者、推动者；但愿“好政策”不只是一种美好的追求，而是像阳光一样，时时亮起，温暖照耀着悠久的国度、善良的人民。

(作者系凤凰网总编辑)

序三

政能亮：顺势而为，打造中国政论 IP

高明勇

从 2016 年 1 月 25 日刊发第一篇政论《总理何以一再喊话“城镇化”？》，短短一年时间，凤凰“政能亮”实现从“0”到“1”的突破，而整个栏目的价值不仅仅在于刚好推出的 200 篇原创评论文章。

一年时光，凤凰“政能亮”迅速成长为一个“政论 IP”，形态也逐渐丰富多元，从专栏到沙龙，从报告到访谈，从出版物到峰会，通过与知名意见领袖、重量专家学者等良好协作，为公众提供了一个理顺政务脉络、理解公共政策、促进政策落地的重要政论窗口。

2017 年 1 月 14 日，凤凰“政能亮”在北京举办了“成年礼”——“政策与机遇：2016 凤凰政能亮高峰论坛”。

十数年的媒体评论经历，我最大的感慨是：新闻难做，评论尤难。而论人与论政，更是难中之难。新闻之难，难在事实。评论之难，难在判断。论人之难，在如何远离偏见；论政之难，在论与政的互动，如何有效而良性互动。而“政能亮”，正是一个基于论政与问政的政论平台。

一年时间，“政能亮”迎风而长，稳健而迅速。不少人问我，“政能亮”是怎么做的？有什么背景？有什么秘诀？以后打算怎么做？

我想，所有努力用一个词来概括，就是“改变”。改变单一的政务传递模式，转向“专业解析”的解读路径；改变模糊的政治传播途径，转向“议程设置”的政务定位；改变神秘的政府运行色彩，转向“人性负责”的政治形象。

一、时代趋势：变革的动能

从这两年的舆论场上看，热点现象之一就是形成了一个“政论谱系”，即涌现出不少以时政内容为主打的栏目或品牌，比如《人民日报》海外版的“学习小组”、“侠客岛”，《新京报》的“政事儿”，《北京青年报》的“政知道”、“政知圈”、“政知局”，包括凤凰网已经推出的“政能亮”，以及正在推出的“政读”。

为什么会出现这种现象？

我认为，在“政能亮”的时局观里，至少有四个因素：

1.“国家治理能力”成关键词

中共十八届三中全会提出，将推进国家治理体系和治理能力现代化，作为全面深化改革的总目标。全面推进政务公开，则是提升国家治理能力的的一个切入点。

尤其是2016年，中办国办联合印发《关于全面推进政务公开工作的意见》，认为当下的问题是“仍存在公开理念不到位、制度规范不完善、工作力度不够强、公开实效不理想”，并提出“实行政务公开负面清单制度，公开内容覆盖权力运行全流程、政务服务全过程，公开制度化、标准化、信息化水平显著提升，公众参与度高”的工作目标。

客观上，这为媒体积极推进时政报道，特别是从政务公开、信息公开的角度进行解读与监督，提供了一定的行政支持和观察路径。

2. 传媒业进入“温媒介时代”

著名传媒学者麦克卢汉在《理解媒介——论人的延伸》一书中，提出了“冷媒介”和“热媒介”的概念。简单说，热媒介，参与度低，信息量大，信息明确度高，流通频率高强度大，具有强烈的排斥性和强大的推动性。冷媒介则相反。按照今天的媒介格局来看，大致可以将所谓新媒体划为热媒介，传统媒体划为冷媒介。但在融媒体大行其道的当下，传统媒体更多地采取新媒体的传播手段，而新媒体则越来越多的将原创内容的生产力作为主要方向，对很多媒体平台很难用一个“冷”或“热”来形容，这也意味着一个介入二者之间的“温媒介时代”正在到来。

“温媒介时代”的一个显著特征，就是 IP 化，即每个传播体自身几乎可以涵盖各个传播路径，包括“冷媒介”和“热媒介”在内，万物皆媒。

3. 公众“观念水位”迅速上升

纵观近年来公共领域的变化之一，是公众“观念水位”的迅速上升，公共利益成为刚性需求。

《2016 年中国互联网舆情分析报告》（人民网舆情监测室发布）中的数据显示，过去一年来，公共管理事件成为所有舆情热点事件中数量最多的一类，共 228 件，在热点事件中占比 38%。

比如 2016 年度影响较大的雷洋案即是典型，案件本身暂且不过多评价，从舆论场上的反馈看，引发的社会普遍焦虑和对法治的高度关注，也是一个公众从“利益相关者”到“强烈代入感”的过渡。

学者刘瑜曾指出：“我心目中理想的社会变革应当是一个‘水涨船高’的过程：政治制度的变革源于公众政治观念的变化，而政

治观念的变化又植根于人们生活观念的变化。”（《观念的水位》）

公众“观念水位”的这种上升，必然对政务公开和媒体功能提出新的期待。

4. 智库自媒体催生“群智众脑”

自2014年提出“重视专业化智库建设”的规划后，智库如过江之鲫，而自媒体的发展也到了一个新的风口，这些必然催生“群智众脑”模式的应运而生。

“群智众脑”的模式之一，是“中央厨房”制。以《人民日报》为例，将“中央厨房”项目（人民日报全媒体平台）列为人民日报社三大融合发展重点项目之一。

不管是智库形态，还是自媒体的模式，归根到底，是要通过流程再造，更新“群智众脑”模式，以便生产出更优质的内容。

二、价值构建·思想的力量

一名之立，旬月踟蹰。栏目创办之初，起名是个大学问，移动互联网时代更是如此，确定“政能亮”这个名字，经过了一个较为漫长的过程，几经讨论，红包悬赏，内部论证，甚至请教了社会语言学专家从中英文的角度给予指点。

当然，起名，不仅关系到舆论场上的传播，更是栏目定位所在。

凤凰网作为华人世界主要门户网站，一直秉承“中华情怀，全球视野，兼容开放，进步力量”的媒体精神，凤凰评论作为国内知名的时事评论品牌，在媒体业内素来具有极高的专业口碑，着力塑造“积极、善意、建设性”的形象。

1. “政能亮”的认识论

政策解读家——当公共政策的决策进入专业化时代，当公众认

知的观念水位迅速上升，对政策的解读与“翻译”就显得尤其重要，既要能通俗易懂，又要能准确全面，这也是当下语境下，媒体评论的必要功能之一。

价值挖掘者——在一个相对稳定的社会环境里，政策本身成为最大的变量，牵一发而动全身，影响到各个阶层，方方面面，而政策自身的价值则有待专业人员进行挖掘，尤其是政策与民生领域的深层互动。

服务提供商——对公共政策的价值挖掘与通俗解读，归根到底是提供一种服务，这种服务与“互联网+”相结合，更多地呈现为一种产品，作为品牌出现，导入IP的架构，而不仅仅是一串政策解读文字的堆砌。

2. “政能亮”的方法论

公共视角，解读国务会议——无论是国务院每周三的常务会，还是出台的重大政策，都有必要放在一个公共视角的坐标系里去打量，政策出台的落脚点在哪？现实操作中的难点在哪？民众生活的痛点在哪？

专业操作，透析时局变幻——政策虽牵涉普通民众，但真正读懂就非易事，并且很多人也未必有闲暇时间真正去解读关注，而专业的评论生产机制，则可以弥补这一缺失，尤其是整合长期关注某些领域的学者资源。

朴实话语，重构政治形象——今天的舆论场，无形中出现政界话语、学界话语、媒体话语、民间话语等不同的话语体系，给社会层面的沟通交流带来一定的困惑与障碍，我们采用凤凰特有的语态文风和话语体系进行表达，释放政治有温度的一面，而非生硬形象。

3. “政能亮”的立论点：

好政策，亮中国——栏目的 solagon，我确定为“好政策，亮中国”：期待看到好的公共政策，专业诠释政务政策，同时也警惕那些违背法治精神的政策，更警惕那些违背现代执政理念的行政现象。

三、现实操作·新闻的逻辑

在实际操作中，凤凰“政能亮”遵循新闻的逻辑，在选题、角度等方面多加思量。

1. 议题设置

经过一年多时间的尝试，“政能亮”栏目取得了非常好的传播效果，多篇文章引起高度关注，甚至实现了和政令发布的良性互动。重要因素之一，就是在议题设置上的事先准备：

专业解读国务会议。主要从每周三的国务院常务会的重要决策入手，结合现实社会的“痛点”，传递政治决策的温度。如《总理“敲打”主管部门的言外之意》、《总理给教授们撑腰，此处应有更多掌声》、《打通“信息孤岛”，民众才能不折腾》等。

客观评估政策利弊。比如围绕营改增改革、民间投资督查、金融改革等政策问题，重点在于将专业政策解构为与民生息息相关的部分。如《别让僵尸红头文件束缚住活人手脚》、《城市路面动辄“开膛破肚”，原因何在》、《淘汰落后产能，总理选用市场的手》、《面对阿大葱油饼们，多点温情何妨》等。

跟踪政令现实落地。比如围绕山东疫苗案、深圳禁摩限电等社会热点问题，先后推出《疫苗恐慌蔓延，应该问责监管部门》、《如此“禁摩限电”，法理人情颜面何在》、《核项目不该“闹大”了才告诉民众》、《杨天直案，信访不能成“稻草人”》等。