

中国传媒大学党报党刊研究中心
华东师范大学传播学院 编
天津师范大学新闻传播学院

人民共和国党报论坛

2012年卷

石油工业出版社

中国传媒大学党报党刊研究中心
华东师范大学传播学院 编
天津师范大学新闻传播学院

人民共和国党报论坛

2012年卷

石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

人民共和国党报论坛. 2012 年卷/中国传媒大学党报党刊研究中心,
华东师范大学传播学院, 天津师范大学新闻传播学院编.

北京: 石油工业出版社, 2013. 10

ISBN 978 - 7 - 5021 - 9817 - 6

I. 中...

II. ①中...②华...③天...

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 (2013) 第 237496 号

出版发行: 石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号 100011)

网 址: www.petropub.com.cn

发行部: (010) 64523620

经 销: 全国新华书店

印 刷: 保定彩虹印刷有限公司

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

787 × 1092 毫米 开本: 1/16 印张: 27

字数: 512 千字

定价: 95.00 元

(如出现印装质量问题, 我社发行部负责调换)

版权所有, 翻印必究

目 录

论文·演讲·答问

- 3 传统主流媒体进军新兴媒体/张研农
- 9 党报：构建和发展现代传播体系的主干/张虎生
- 12 直面矛盾与热点 体现媒体责任担当
——就新形势下新闻评论的若干热点问题答《中国记者》杂志编辑问/米博华
- 17 理性思维是媒体工作者的必备素养/谢国明
- 24 “人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会欢迎词/童世骏
- 26 欧洲债务危机与中国经济形势分析/刘江
- 31 对提高党报传播能力的三点思考/郝振省
- 33 一大跨越 两项独家 三大突破
——人民网十八大报道彰显核心竞争力/廖珏
- 37 提高传播能力 党报责无旁贷/尹明华
- 39 边疆党报由区域传播向世界传播转型的思考/晏果辉
- 44 环境新闻在现代传播中的历史方位/杨明森
- 46 “六个统一”的立业之道
——《四川日报》60年持续创新的思考/罗晓岗 陈岚 向军
- 52 构建现代传播体系需要创新媒体运营/季晓磊
- 55 在“人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会上的讲话/丁俊杰
- 56 弥合两个舆论场 党报义不容辞/李泓冰
- 58 宏观着眼 微观入手
——党报科研教学感言/王武录
- 60 领导干部应树立正确的危机应对观
——浅谈如何应对网络舆情危机/刘伯贤
- 67 加强策划 彰显党报传播力/毛登峰

- 70 关于构建科学合理高效的现代新闻传播体系的思考/严三九 刘峰
- 76 在“人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会上的发言/刘卫东
- 78 在“人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会上的讲话/张骏德
- 80 文化强国视域下的我国媒体对外传播策略研究
——以《人民日报》海外版为例/哈艳秋 燕频
- 87 舆论引导与媒体角色
——试析《环球时报》突发事件社评/张晓红 陈慧佳
- 93 胡锦涛新闻思想梳理/王灿发 王凯山
- 98 “走转改”的内涵与实质/耿瑞林
- 103 专业期刊编辑需具备的四种意识/李蕾
- 108 失衡的三角：对网络传播困境的一种解释/陈红梅
- 115 书、社互动：出版社品牌的建设与维护/成文胜 苗大林
- 122 辽宁地市级党报经营模式转型分析/黄玲 王雅洁
- 127 主动承担外宣职责 积极开展对外传播
——新疆经济报传媒集团的新闻传播策略/符万年
- 133 基于新媒体环境下舆论引导工作的报业全媒体发展思路/刘赞
- 138 “两会”采访的伦理问题
——以2012年全国“两会”为例/刘海明
- 146 智慧生态型文化品牌城市建设研究：中国城市转型的理论逻辑与现实选择/张传香
- 151 构建发展现代传播体系与提高主流媒体舆论引导能力的思考/梁小建
- 157 浅析舆论新格局下《求是》杂志的对外传播思想/闫永栋
- 162 想象的共同体：奥运传播与民族空间建构
——以《人民日报》海外版为例/李鲤
- 169 试论对话传播视野下的党报改革
——兼谈《人民日报》扩版后的三个变化/和曼
- 174 从区域性传播体系到世界性传播体系
——兼论十八大报告提出的“构建和发展现代传播体系”/才让卓玛
- 179 数字出版产业的关系建构研究/王欢妮

- 187 新媒体上谣言传播的机理解析/张洪生
- 191 少儿科普期刊的品牌维护要以内容为主
——以《我们爱科学》为例/李晓平
- 197 捕捉社会热点“概念”引导舆论
——浅析“网络语境与创新社会管理”系列报道/张宁斌
- 200 关系传播下的报纸形态重塑/李忠志
- 204 两翼和核心
——构建和发展现代传播体系刍议/王彤
- 209 走过十年
——中国网络媒体 2002—2012 发展回望/詹新惠
- 215 正在被激活的平民时政新闻
——北京都市类报纸 2012 年“两会”报道特色简析/王佳航
- 221 崭新语境下的新变化
——管窥我国报纸的伦敦奥运会报道/王卫明 曾绯
- 226 产学研一体化视角下的编辑出版学专业课程改革模式探索/陈洁 陈佳
- 232 传统主流媒体引领新媒体舆论模式探析/褚亚玲
- 237 增强环境媒体的问题意识 推动舆论引导和舆论监督工作
——《中国环境报》风格建设浅析/高晶
- 242 资源·定位·营销
——人民日报官方微博成功模式分析/裴鸣 王艳丽
- 247 以小见大,用更细腻手法做好援疆新闻报道
——以《天津日报》对援疆干部报道为例/魏彧
- 252 新媒体背景下地市报突围之道
——无锡日报报业集团三大报发展观/梁益畅 陈芳
- 256 网络立法的基本原则及理念/桂万保
- 260 警惕版权引进的路径依赖/刘永红
- 262 微博传播与社会生活公共领域的建构/鲍丹禾

- 270 浅析现代传播中的全媒体应对/张彦春
- 276 主流媒体贯彻“三贴近”的生动实践
——《人民日报》“走转改”报道研究/闻迪生
- 281 突发新闻的微博传播模式研究
——以拉登之死报道为例/刘超
- 286 试谈网络新闻传播的特点/王泱泱
- 290 新闻面对的三种事实/贾亮
- 295 党报要进一步改进对民营经济的报道/李慧敏
- 301 中原经济区建设视阈下互联网构建美丽河南形象的路径研究/范明姬
- 307 不同出版介质下的用户媒介观/林楷
- 311 从“蜗居”走向“安居”
——以《光明日报》对房价问题的相关报道为例/胡晓丽
- 317 媒介生态平衡现象比较分析
——以《天津日报》《今晚报》城管问题报道为视角/李傲
- 321 《天津日报》中国夏季达沃斯论坛报道研究/刘坤艳 朱孟艳
- 327 食品安全报道中媒体角色分析
——以《人民日报》2011年食品安全报道为例/田甜
- 332 浅析经济媒体关于“2012年政府工作报告”报道的差异及其成因
——以《经济日报》和《21世纪经济报道》为例/向菊梅
- 338 提高哈尼族文化的大众传播水平/程玉琦
- 344 《大众日报》“三农”报道特点分析/樊凡
- 349 新华通讯社新媒体发展的宏观环境分析/方为
- 354 试析大众传播对黔东南州侗族地区社会变迁的影响/梁萍
- 360 媒介呈现下的苹果品牌形象/王人之
- 364 报刊怎样从事政治和从事什么样的政治
——恩格斯《关于工人阶级的政治行动》考证研究/路鹏程
- 370 求同与存异：媒介融合背景下纸媒深度报道的发展策略/高阳
- 376 我国地铁报的版面内容研究
——以京沪穗地区地铁报为例/侯卫谦

382 新媒体环境下纸媒采写的新特点

——以《京华时报》为例/许凡

386 与公众共享时政报道盛宴

——从人民网十八大专题报道看网络媒体如何加强内容建设/徐盼

391 从《南方日报》改版看报刊发展的趋势/栾相科

395 关于新闻剽窃现象的几点思考/李俊

399 移动互联信息平台：未来的新闻信息传播之王/张琳

405 浅析报纸新闻标题庸俗化现象/陈镜如

与会人士名单·报道·编后·编委会和编辑部成员名单

411 “人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会与会人士名单

413 “人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会在上海华东师范大学举行

414 党报：构建和发展现代传播体系

——“人民共和国党报论坛”第九届（2012）年会综述

419 编 后

420 《人民共和国党报论坛 2012 年卷》编辑委员会

421 《人民共和国党报论坛 2012 年卷》编辑部成员

人民共和国党报论坛2012年卷

论文·演讲·答问

传统主流媒体进军新兴媒体^①

张研农

主流媒体进军新兴媒体，是党中央适应媒体发展新形势、应对舆论格局新变化作出的重要战略部署。

这些年来，人民日报社坚持传统媒体与新兴媒体并举。一方面，《人民日报》大幅度扩版，发行量稳步上升，报纸质量不断提升；另一方面，快速推进新兴媒体建设：奋力促进人民网转企改制上市，强劲发展人民搜索，积极推进数字传播，今年又开办人民日报法人微博。报网之间的互动融合不断走向更深、更广的层次。

我们面临的舆论环境正在发生着巨大而深刻的变化。智能手机、iPad 等移动终端的飞速发展，拉动了网民数量的急剧增长，4 年间，我国网民数量翻了一番，互联网普及率达到 40%。网络互动不断增强，微博用户达到 2.7 亿，形成一个全新的舆论场。随着网络舆论场规模的急剧扩张，信息多元化、观点多元化、舆论多元化的趋势日益明显，一些网络明星和所谓“意见领袖”在舆论场中异常活跃，他们发出的声音对舆论走向产生着不可小觑的影响。

① 本文原载《新闻战线》2012 年第 11 期。现经作者同意收入本书。

面对异军突起的新兴媒体发展态势，主流媒体如何克服空间被挤压、市场被围抢、逐渐边缘化的危险，在舆论格局中坚守和巩固主流优势地位？

面对众声嘈杂的网络舆论环境，主流媒体如何更好地在多元中立主导、在多样中谋共识，以正确导向引领舆论，塑造理性平和、健康有益的舆论生态？

把握网络时代舆论传播规律和媒体发展大势，加快推动传统媒体向新兴媒体延伸，牢牢掌握舆论主导权，成为传统主流媒体亟待破解的重大课题。

传统主流媒体为什么要向新兴媒体进军

这些年来，我们经常在议论传统媒体面临的危机，有的甚至在探讨“地球上最后一张报纸将在哪一年消失”，对传统主流媒体所处的历史方位和未来走向，需要特别清晰的认识。

传统主流媒体的挑战究竟来自哪里？从信息传播方式看，人人、时时、处处可以上网，网络没有时间差、没有距离感、没有高门槛，新兴媒体正是从时间和空间两个维度上打破了传统媒体受到的局限，一举夺得了在传播方式上超越传统媒体的竞争优势。从舆论形成机制看，依托于新兴媒体这个平台，“人人手中都有麦克风”，普通人与传统媒体站在了相同的起点上。“当你的粉丝超过1万个，你就是一本杂志”，“当你的粉丝超过10万个，你就是一份都市报”，“当你的粉丝超过1000万个，你就是省级电视台”，“当你的粉

丝超过1亿个，你就是中央电视台了”。这样的描述虽有夸张的成分，但客观地反映了传统主流媒体所面临的复杂舆论形势。

传统主流媒体战胜挑战的出路何在？信息传播方式和舆论形成机制的变化，是不可阻挡的发展趋势。传统主流媒体如果固守原来的一亩三分地，只会坐视受众萎缩、影响力消减；在新的技术变革面前如果消极观望、畏惧抱怨，只会错失乘势而上的机遇，被时代边缘化。面对新兴媒体蓬勃发展的态势，正视挑战才能战胜挑战，顺应潮流才能引领潮流。进军新兴媒体，这既是传统主流媒体在网络时代的生存策略，也是传统主流媒体坚持科学发展、加快转变发展方式的具体体现，是实现跨越式发展的大好契机。从这个新起点出发，面向新兴媒体的进军，必将催生新变革，打开新天地。

传统主流媒体如何向新兴媒体进军

新兴媒体的发展，未知远大于已知。在巩固发展传统业态的同时进军一种新的业态，必然会遇到各种各样的困难和风险。主流媒体必须认清自身核心优势，把握新形势下舆论传播和媒体发展的内在规律，才能化挑战为机遇，在新兴媒体领域站稳脚跟，进而更好地发挥引领舆论的主导作用。

主流媒体如何发挥优势有所作为？应当看到，当前的网络舆论场，还处在开疆拓土的自为阶段，众声喧哗中，最缺少有公信力和权威性的声音。传统主流媒体历史较长、底蕴深厚、经验丰富、人才众多，正可以在众说纷纭的声浪中一锤定音，充当“信息公证人”、“舆论引领者”的角色。新兴

媒体加速了信息流动、丰富了公众表达，但也积聚了过多的负面声音，网络舆论生态亟待改善。面对放大负面情绪的“偏激共振”，面对总能跑在真相前面的“谣言法则”，面对宁信其有不信其无的“腐败猜想”，面对追求点击、哗众取宠的“眼球情结”，传统主流媒体正可以因势利导，澄清模糊认识，化解思想困惑，成为引导网络舆论的“正能量”，同时打造自身内容优势得到多渠道传播的链条。

新兴媒体怎样把握规律跨越发展？媒体兼具意识形态特征和文化产品属性，需要处理好“强魂”与“健体”的关系、实现形式和内容的统一，也需要处理好体制机制、技术创新等问题。在这个问题上，李长春同志明确提出了六条要求：坚持用先进文化占领新兴媒体阵地是灵魂，是主流媒体发展新兴媒体的总体要求；创新体制机制是途径，是增强新兴媒体发展活力和竞争力的必由之路；加大技术创新力度是支撑，是新兴媒体发展繁荣的根本动力；加快打造全媒体是重点，是满足受众全方位需求、扩大影响力的重要手段；统筹国际国内两个大局是关键，是打破西方信息垄断和舆论包围的重要突破口；加强人才队伍建设是基础，是新兴媒体持续健康发展的根本保证。循着这样的方向和路径，传统主流媒体一定能够在向新兴媒体的进军中不辱使命，登上制高点，掌握主动权。

我们在实践中深深感到，传统主流媒体进军新兴媒体，总的说是危中有机、事在人为。风险压力下，我们时刻不能忘记：进军新兴媒体、改善舆论生态，是传统媒体的价值所在，也是主流媒体的责任所在。只有把忧患意识化为责任担当

当，才能变压力为动力，有所作为。

人民网转企改制，进而上市，我们遇到过各种议论。发展搜索引擎，我们也被泼过凉水，有人说现在搞搜索引擎是“后知后觉”，没有前途。开办法人微博，我们也曾担忧：怕受指责、遭围观，担心成为僵尸微博、烂尾工程。但在社会矛盾集中显现、舆论环境复杂多元的社会转型期，如果不能及时占领新媒体阵地，不能有效打通“两个舆论场”，那就是主流媒体的失职，我们不能明哲保身、无动于衷。传统主流媒体应当“见义勇为”，做舆论汪洋里的中流砥柱。到今天，人民网上市后访问量持续上升，股价表现赢得股民信任。人民搜索三年迈出三大步，法人微博开通两个多月粉丝过了200万。事实证明，只要心中有责任有使命，主流媒体进军新兴媒体大有可为。

传统主流媒体进军新兴媒体，有大量工作要做

千头万绪中，我们时刻不能忘记：发展新兴媒体的目的，是改善网络舆论生态，更好地传递中央精神、疏导社会情绪、引导社会热点、凝聚社会共识，在交流激荡中显著提高舆论引导能力。

肩负着这样的任务，传播意识和媒介素养格外重要。在创办人民日报法人微博的过程中，我们特别强调，对待网民，应当放下身段，平等交流，不当“教师爷”，也不当“愤青”，不做“怨妇”；对待不同声音，要“友好不讨好，亲和不迎合，对话不对抗”，以理服人，以情动人，努力占领道义的制高点、价值观的制高点，努力体现思想的穿透

力、表达的亲和力和感染力。对待网上的各种极端情绪，要学会弥合冲突、消除仇恨，做社会心灵的抚慰者，以科学理性、公平正义求取“最大公约数”，让微博焕发建设性力量。这是我们对微博运营的期望，也是对新兴媒体建设的一项基本要求。

传统主流媒体进军新兴媒体，必定会遇到各种困难。攻坚克难中，我们一定要有这样的意识：进军新兴不是放弃传统，传统媒体的基础和优势不仅不能丢掉，还要进一步增强。只有盘活存量、扩展增量，将人才、资源、内容、品牌等传统主流媒体的固有优势进一步挖掘出来、整合起来、延伸开来，打造互联网上的主流媒体国家队，才能战胜困难，实现新的突破。

传统主流媒体进军新兴媒体，还有很长的路要走

漫漫征途面前，我们一定要有这样的自信：传统主流媒体只要以网络新技术为支点，释放新闻生产力，提高舆论传播力，增强核心竞争力，就完全可以重构舆论新版图。

[张研农：人民日报社社长]

党报：构建和发展现代传播体系的主干

张虎生



党的十八大开启了我国全面建成小康社会的新征程。在新的历史起点上建设中国特色社会主义“五位一体”的总体布局中，文化建设占有重要而独特的战略地位。这充分体现了中国共产党对肩负历史使命的深刻把握，对国内国际形势的科学判断，对文化建设的高度自觉自信，充分反映了全国各族人民的共同意愿，是当前和今后一个时期指导文化改革发展的纲领性文件。

构建和发展现代传播体系，是党和人民赋予文化战线，特别是居于意识形态领域前沿的新闻战线的宏大工程和崭新使命，是党中央审时度势、高瞻远瞩作出的关系国家经济社会发展全局和中华民族伟大复兴的重大决策。在我国进入全面建成小康社会的决定性阶段，在世情、国情、党情继续发生深刻变化，我们面临的发展机遇和风险挑战前所未有的关键时期，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素，越来越成为经济社会发展的重要支撑，丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切期盼。与此同时，世界多极化、经济全球化深入发展，科学技术日新月异，各种思想文化交流、交融、交锋日趋频繁，维护国家文化信息安全任务更加艰巨，增强国家文化软实力、中华文化国际影响力的要求更加紧迫。综览国内外大势，党中央不失时机地作出构建和发展现代传播体系的战略抉择，不仅是增强文化整体实力和竞争力的重大举措，而且是建设富强、民主、文明、和谐社会主义现代化国家的不可或缺的组成部分。

以提高传播能力为目标，我们致力建构和发展的现代传播体系，是一个由主流媒体和各种类型传统媒体、新兴媒体组成的各展所长、功能互补、相互贯通、协同推进的有机整体，是一个兼具民族特色、全球视野、时代特征的强大传播体系。

中国气派的现代传播体系，必须具有民族特色。当今，尽管我国媒体的形态