

周小华 等著

基于新媒体技术^的 马克思主义传播

MARXISM VIA TEMPORARY MEDIA



国家行政学院出版社

〔基金项目〕 教育部人文社会科学研究专项任务项目（马克思主义中国化时代化大众化）“基于新媒体技术的马克思主义传播研究”（10JD710005）

基于新媒体技术^①的 马克思主义传播

周小华 等著



国家行政学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

基于新媒体技术的马克思主义传播 / 周小华等著 .

—北京 : 国家行政学院出版社, 2012.10

ISBN 978-7-80140-966-9

I. ①基… II. ①周… III. ①马克思主义—传播—中国
②马克思主义—发展—中国 IV. ① D092 ② D61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 255546 号

书 名 基于新媒体技术的马克思主义传播

作 者 周小华 等

责任编辑 刘正刚 张 帅

出版发行 国家行政学院出版社

(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)

电 话 (010) 68920640 68929037

编 辑 部 (010) 68928745

经 销 新华书店

印 刷 北京天宇万达印刷有限公司

版 次 2012 年 10 月北京第 1 版

印 次 2012 年 10 月北京第 1 次印刷

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 14

字 数 200 千字

书 号 ISBN 978-7-80140-966-9/D•495

定 价 32.00 元

课题组成员

组 长

周小华 北京联合大学学报编辑部主编、编审

副组长

李先瑞 北京联合大学商务学院国际商务系讲师、
经济学博士

傅治平 海口经济学院教授、院长助理，
人文与经济研究院院长

成 员（及工作单位）

何耀伟 （新华社新华网）

李少军 （国家行政学院出版社）

高 鼎 （中国国际广播电台技术中心）

赵志云 （国家计算机网络应急技术处理协调中心）

刘 墨 （海南省委党校）

赵小艳 （北京农学院）

刘沂鑫 （加利福尼亚大学伯克利分校）

刘果灵 （重庆大学数学统计学院）

第一章 全媒体时代的马克思主义传播 / 001

一、传播信息与传播环境的互动：

马克思主义“三化”的传播学效应 / 002

二、基于新媒体技术的传播功能描述：

马克思主义“三化”进程中新媒体功能定位 / 008

三、新媒体时代的内容生产方式分析：

推进马克思主义的全方位“三化” / 012

四、新媒体的传播渠道重构：

建立新媒体环境中的马克思主义传播体系 / 015

五、传统媒体与新媒体的对接与融合、互动与创新：

进一步推进马克思主义“三化”的丰富和发展 / 017

第二章 全媒体视域下的马克思主义“三化” / 021

一、马克思主义“三化”的基本前提 / 022

二、马克思主义“三化”的三重境界 / 027

三、新媒体技术条件下马克思主义“三化”的基本要求 / 034

第三章 新媒体的多样化形态与马克思主义传播方式的多样化 / 039

- 一、新媒体的传播现状分析 / 040
- 二、新媒体传播的特性 / 046
- 三、重点新兴网络传播工具 / 051
- 四、新媒体技术发展对马克思主义“三化”的影响 / 057
- 五、将互联网建设成为马克思主义传播的有效载体 / 061

第四章 马克思主义传播在新媒体中的注意力分析 / 067

- 一、马克思主义传播在传统媒体中的注意力特征 / 068
- 二、新媒体对马克思主义传播中注意力的挑战 / 072
- 三、提升马克思主义在新媒体环境中的注意力 / 077

第五章 数字出版中的马克思主义传播探讨 / 093

- 一、数字出版为马克思主义传播提供了新的平台和空间 / 094
- 二、数字出版中马克思主义传播的内容资源的重组与整合 / 103
- 附录：数字出版中马克思主义传播内容生产和创新的基础 / 110

第六章 数字化学术期刊中的马克思主义传播 / 129

- 一、数字化传播已成为学术期刊的发展趋势 / 130
- 二、马克思主义传播在学术期刊数字化方面所面临的挑战 / 138
- 三、马克思主义传播在学术期刊数字化新趋势中的应对举措 / 142
- 四、他山之石：美国学术期刊的数字化借鉴 / 148

第七章 新媒体条件下马克思主义传播内容和方式的创新 / 153

- 一、把握马克思主义的正确导向，弘扬社会主义主旋律 / 154
- 二、坚持“三贴近”原则，优化马克思主义传播内容 / 157
- 三、推进马克思主义传播的新举措 / 159
- 四、微播时代——新媒体语境下马克思主义的发展与传播 / 166

第八章 典型案例分析 / 173

案例一：主流新闻网站在马克思主义传播方面的做法 / 174

案例二：新华网“学习实践科学发展观手机课堂” / 176

案例三：新华网创建“学习型党组织”手机党校 / 179

案例四：中国共产党成立 90 周年互联网宣传报道 / 182

附录：庆祝中国共产党成立 90 周年互联网宣传报道

优秀作品和先进单位名单 / 185

案例五：中国共产党思想理论资源数据库 / 187

案例六：报刊数字化实现从网络版到网站群的跨越 / 191

案例七：全国党员干部现代远程教育网 / 197

案例八：“两会”的全媒体报道 / 200

案例九：共产党员网、共产党员电视栏目、

共产党员手机报开通 / 203

主要参考文献 / 207

第一章

全媒体时代的马克思主义传播

马克思主义诞生至今已有 160 多年的历史，人们在开始研究马克思主义理论的同时，也开始了对马克思主义的传播。马克思主义在中国的传播历程，是马克思主义在中国从接受、发展到创新的过程，是马克思主义基于中国实际不断调整优化的过程，一句话，是马克思主义中国化的过程。改革开放以来，我国对马克思主义理论的传播，在广度和深度上都有显著的发展，研究和宣传的面越来越宽，信息量不断增大，把马克思主义的理论和方法运用到社会主义建设实际的联系也越来越紧密。特别是随着新媒体技术的不断发展，又为马克思主义的传播提供了新的平台与渠道。基于新媒体技术的传播功能、新媒体时代的内容生产方式以及新媒体的传播渠道重构，赋予马克思主义传播以新的路径选择；传统媒体与新媒体的对接、融合、互动与创新，将进一步推动马克思主义“三化”^[1]的进一步丰富和发展。

[1] 三化指马克思主义中国化、时代化和大众化。

一、传播信息与传播环境的互动：马克思主义“三化”的传播学效应

马克思主义中国化的本质就是马克思主义基本原理与中国实际的结合，而这种结合表现在传播学上就是传播信息与传播环境的互动。在传播学中，信息与环境的互动是为了不断地在反馈中搜集、整合、优化信息，从而取得更好的传播效果。马克思主义的中国化过程其实就是以中国实际为前提对马克思主义的选择和应用，以及在马克思主义的指引下对传统文化的现代性进行改造的互动过程。

马克思主义在中国的传播，在清末初见端倪。近代，帝国主义的枪炮粉碎了中国人闭关锁国的美梦，中国人惶然四顾，猛然发觉中国已经成了世界落伍者。人家都是坚船利炮，我们却是大刀长矛。于是一些有识之士睁大眼睛看西方，试图从西方文化中寻找一剂强国的良药，并纷纷引进一些各自推崇的西方文化，引起了中西文化的冲突与交融，遂有了太平天国、戊戌变法和辛亥革命，这三次革命浪潮动摇乃至摧毁了有两千年根基的封建王朝。在这一历史阶段，马克思的思想作为一种先进的文化思潮，在“中学为体，西学为用”的旗帜下，与其他诸如进化主义、资本主义等一起涌进中国，“刷新”了中国人的思想。1898年由上海广智学会出版的《泰西民法志》一书，使中国人首次知道了马克思这个人。资产阶级改良派梁启超第一次向中国人介绍了马克思及其倡导的社会主义，不过，他的解读让人有点啼笑皆非——他认为，社会主义不过是中国古代井田制的翻新而已。与此同时，改良派的出版机构广智书局，也先后出版了一些提及社会主义的书籍。1906年，从日本留学归来的朱执信，发表了《德意志社会革命家小传》一文，重点介绍了马克思、恩格斯的革命活动，并翻译了《共产党宣言》、《资本论》的片段。所以，毛泽东在1945年就曾称赞朱执信是“马克思主义在中国的传播的拓荒者”，

强调“朱执信是国民党员。这样看来，讲马克思主义，倒还是国民党在先”。^[1]

辛亥革命前后，除了革命党人在积极活动之外，思想界也不甘寂寞。晚清以来关于中国走向的争论一直持续着，且兴起一浪高过一浪的新文化运动高潮。那些从西方留学归来的知识分子，带来各种各样的思想，要在中国大舞台上进行实验。其中，对马克思及其宣扬的社会主义的传播也逐渐增多。例如，无政府主义者江亢虎 1911 年 7 月从日本回国后，在上海成立了第一个社会主义研究会，公开宣传社会主义，“坚信社会主义为世界人类唯一前途”。此外，还有蔡大愚之“宣传共产”，殷仁之崇尚马克思之“集产社会主义”，并要求创建平民社会党等。这里特别要说明的一点，孙中山先生作为早期的革命党人，也是早期宣传社会主义最得力之人。为了补救西方资本主义制度的弊端，孙中山提出了平均地权的主张。他对欧洲社会主义充满了同情和向往，访问过第二国际执行局负责人，要求参加第二国际。第二国际的一些人也以“孙中山同志”相称，并将谈话的内容刊诸报端，他的平均地权的主张，列宁称之为主观社会主义，并具有民粹主义的色彩。而孙中山也一直认为自己提出的三民主义，就是与中国实际相结合的社会主义思想。吴玉章同志曾说：“他的这种主观社会主义思想，在一定程度上反映了中国人民伟大的气魄和崇高的理想。”^[2]所以，辛亥革命之后，孙中山更是以创建民国的伟人身份，四处演说社会主义，对资本主义进行揭露批判，对劳动群众表现出真挚的同情。

坦率地讲，早期给中国社会引荐马克思、传播马克思主义的那些人，还是有汗马功劳的。不过，他们对马克思并没有太深的了解，其所传播的马克思主义，只是停留在对其著作的寻章摘句，或者作一知半解地诠

[1] 杨金海：《马克思主义传播与中华民族的百年命运——写在大型电视文献纪录片〈思想的历程〉播出之际》，人民网理论频道 2011 年 9 月 1 日，<http://theory.people.com.cn/GB/15566630.html>。

[2] 中国史学会编：《中国近代史资料丛刊·辛亥革命》，上海人民出版社 1957 年版，第 73 页。

释，是变了味的马克思主义。他们所宣扬的社会主义并非马克思所倡导的科学社会主义，是经过改良的社会主义。他们给中国人引荐的马克思，只能说是一个影影绰绰的影像。

让中国人认识真正的马克思及其主义的，应该是辛亥革命前后推动中国新文化运动的那些旗手们，如陈独秀、李大钊等。他们在宣传新文化的过程中，深入了解了马克思，并成为了马克思的忠实信徒。历史上，一般把1915年9月在上海创刊的《青年杂志》作为新文化运动开端的标志。借《青年杂志》这块文化阵地，陈独秀、李大钊等进步知识分子举起民主和科学的旗帜，向封建、保守的旧文化发起猛烈的冲击，在思想文化领域燃起启蒙的火炬，促进了人们的思想解放，唤起了人们对国家命运的关心，一场新的百家争鸣在中国的思想文化领域蓬勃展开。尽管有旧文化的顽固坚守，有清朝遗老遗少的螳臂当车，却无法阻挡当时西方各种社会潮流的澎湃决荡。一时间，既有资本主义上升时期的民主主义和帝国主义时代的资产阶级学说，又有各种流派的社会主义，诸如教育救国、科学救国、实验主义、地方自治、妇女参政、新村主义、工读主义、无政府主义、基尔特社会主义、合作主义及科学社会主义……几乎所有的学说主义都围绕着振兴中华、中国向何处去这一牵动人心的头等大问题，开展讨论、争鸣与论战。在大争鸣和大论战中，共产主义的轮廓逐渐清晰，马克思在中国人心目中的印象逐渐加深。一些积极宣传马克思主义的先进分子也逐渐转换了自己的思想立场，虔诚地信仰马克思及其马克思主义。

在他们的推动下，马克思主义在中国革命的舞台上到了呼之欲出的时刻。

1917年11月7日（俄历10月25日），俄国首都彼得格勒（圣彼得堡）的工人赤卫队和士兵在列宁和布尔什维克党领导下首先举行武装起义。以停泊在涅瓦河上的“阿芙乐尔号”巡洋舰的炮声为信号，炮声一响，彼得格勒的工人和士兵开始向冬宫发起攻击，深夜攻入冬宫，逮捕了临时政府成员。当晚，在斯莫尔尼宫召开了第二次全俄苏维埃代表大

会，宣布临时政府被推翻，中央和地方全部政权已转归苏维埃。第二天，列宁在大会上作报告，大会通过了《和平法令》和《土地法令》，组成了以列宁为主席的第一届苏维埃政府——人民委员会，世界上第一个社会主义国家宣告诞生。彼得格勒武装起义的胜利，奠定了苏维埃政权胜利前进的基础。从1917年10月到1918年2月，革命扩展到俄国各地。伟大的俄国十月社会主义革命的胜利开创了人类历史的新纪元，为世界各国无产阶级革命、殖民地和半殖民地的民族解放运动开辟了胜利前进的道路。特别是对于关注中国前途命运的先进分子来说，十月革命无疑是寒冬腊月送来的春风，夜半三更升起的启明星。

如果说，之前国人所知道的马克思主义都是书本上的概念，也只是把社会主义当成一种美好的愿望；那么，十月革命让中国人目睹了马克思主义对民族解放、国家命运的巨大推动作用。中国人无法拒绝它的吸引，越来越多的人开始抛弃资产阶级民主主义，力求接受社会主义学说而成为先进的共产主义者。一时间，呼唤俄国庶民胜利的大量报道见诸报端，翻译的马列著作和介绍马列革命思想的文章更是来势如潮。有一个数据颇能说明问题：1917年在报刊上只有几篇宣传马克思主义的文章，到1919年竟达91篇，1920年达142篇。陈独秀、李大钊、毛泽东、瞿秋白等共产主义者，操起了马克思主义的阶级斗争、唯物史观的武器，解剖中国文化、解剖中国社会，并通过与无政府主义、复古派、改良派、基尔特社会主义、实用主义等思潮的斗争，使新文化运动得到质的变化，促进新文化运动向政治、制度变革的方向深入下去。这其中，震撼世界的“五四运动”就是在俄国十月社会主义革命和马克思主义广泛传播的影响下发生的。

十月革命在中国掀起的马克思主义传播高潮，让更多的中国人懂得了马克思主义是什么，社会主义是什么，以及马克思主义、社会主义对中国革命的意义，头脑中有了一个新的世界观，一旦时机成熟，这些革命理论就会变成一股变革社会的巨大力量喷发出来。在中国共产党领导下的民主主义革命，则使马克思主义在中国传播产生了巨大效应。在马

克思主义思想指导下成立的中国共产党，加快了马克思主义在中国传播的步伐，同时在传播过程中，将马克思主义同中国具体实际相结合，形成了马克思主义中国化的优秀成果。从中国共产党诞生以来，马克思主义在中国现实土壤里发芽、生根、开花、结果，从而产生了毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等一系列中国化的马克思主义。而由于有了这一系列中国化的马克思主义，使我们党能够紧贴时代的脉搏，始终保持马克思主义理论的先进性。

因此，从传播学的理论视野纵览马克思主义中国化的历程，可以把马克思主义中国化的每一次理论飞跃，都看作是在马克思主义传播过程中针对中国实际环境的一次主动适应，中国共产党解决中国革命、建设和改革开放实践中的现实问题的过程，也得到了马克思主义传播的助力。也正是由于传播的推波助澜，使得马克思主义这种理论体系在动态的社会结构中更加接近人们的生活实际，更好地满足人们各方面的需求，更丰富地充实人们的精神生活。正如马克思所指出的：“理论在一个国家的实现程度决定于理论满足这个国家需要的程度。”^[1]毛泽东在总结中国革命经验时也曾经强调：“马克思列宁主义来到中国之所以发生这样大的作用，是因为中国的社会条件有了这种需要，是因为同中国人民革命的实践发生了联系。”^[2]在传播信息与传播环境的互动中，马克思主义中国化得到了充分的体现：将马克思主义变成指导我们实践的理论基础，实现了马克思主义与中国实际的结合；马克思主义已被普通群众所掌握和运用，实现了马克思主义的通俗化和民族化；与时俱进地发展与创新中国化的马克思主义，形成了当代中国共产党人运用马克思主义解决当代中国现实问题的创新理论。应该说，从最早开始的马克思主义中国化，就内在包涵了中国化、时代化、大众化，反映了人民群众对当今社会主流价值观的追求和认同。一句话，传播把马克思主义理论变成了人民群

[1] 马克思、恩格斯：《马克思恩格斯全集》第一卷，人民出版社1956年版，第462页。

[2] 毛泽东：《唯心历史观的破产》，《毛泽东选集》第四卷，人民出版社1991年版，第1515页。

众的一种精神需求，变成了一种信仰。

回顾历史，我们可以看到，马克思主义在中国的传播，从一开始就使用了当时比较先进的传播工具——书籍报刊。我们看到，在中国革命进程的每一个阶段，中国共产党都努力运用当时最新的传播手段来传播自己的主张和观点，在当时，广播和书刊都算是新媒体，是最有效率、最能体现工业化传播方式的传播手段。如在新文化运动时期，《新青年》等刊物对共产主义的宣传，为党的诞生作了思想上的准备。在延安时期，新华社在极其简陋的条件下，开办了中文、日文、英文等不同语种的广播。艾思奇同志在 19 世纪 30 年代为通俗地宣传马克思主义哲学而写的《大众哲学》，原在上海出版的《读书生活》第一、二卷（1934 年 11 月至 1935 年 10 月）连载，题为《哲学讲话》，后出版单行本，1936 年印行至第 4 版起改名《大众哲学》，到 1948 年 12 月，共印行了 32 版。在抗日战争和解放战争时期，我们党把《大众哲学》与毛泽东的《矛盾论》和《实践论》相配合，在全党全国学习和传播，让哲学通过通俗易懂的论述，为人民大众所掌握，成为中国共产党的创举。可以说，世界上还没有哪个国家这么大规模地讲哲学、学哲学、用哲学。新中国成立以后，《大众哲学》又不断地再版，创造了中国哲学出版界的一个奇迹。又如，“文革”结束后，《人民日报》上一篇《实践是检验真理的唯一标准》，在全社会掀起了一场关于真理标准问题的大讨论，为党的思想路线开辟了新途。类似的例子还有不少。正如马克思所认为的那样：媒体“它无所不及、无所不在、无所不知。自由报刊是观念的世界，它不断地从现实世界中涌出，又作为越来越丰富的精神唤起新的生机，流回现实世界”。^[1]这正是大众传播媒介的社会公器性质，也是大众传播媒介不断向人们提供精神产品以满足人们文化和精神需要的强大作用。

党的十七届四中全会提出马克思主义中国化、时代化、大众化的重大战略要求之后，如何使新媒体成为思想舆论的重要载体，成为我们一

[1] 马克思、恩格斯：《马克思恩格斯全集》第一卷，人民出版社 1995 年版，第 179 页。

个全新的课题。我们知道,新媒体是区别于传统媒体的包括互联网在内的各种网络媒体,是一个让大众彻底拥有话语权的传播平台,是一个能及时传导时代声音的发射场。这种新媒体的出现与发展,给马克思主义的传播带来了空前的机遇与挑战。从功能上比较,传统媒体一般是单维的、直线的平面媒体;而新媒体则是全方位的、立体的、多维的、互动的,它更及时、更形象、更生动,也就更具渗透力。在上海第十届中国国际数码互动娱乐展览会上,工业和信息化部电信管理局公布数据称,截至2012年6月底,我国网民数量达到5.38亿人,互联网普及率已经达到39.9%,手机首次成为中国网民的“第一上网终端”。截至2012年6月底,我国手机网民达到3.88亿,超过电脑上网用户的3.86亿人。^[1]基于新媒体的强大传播功能,我们已经无法拒绝也必须将其作为传播马克思主义的新载体。当前我们必须掌握并有效运用新的传播手段,将新媒体这一载体更好地运用于马克思主义理论的传播,真正实现马克思主义的中国化、时代化和大众化。

二、基于新媒体技术的传播功能描述:马克思主义“三化”进程中新媒体功能定位

新媒体是20世纪的重大科技发明,是区别于传统媒体的基于新的传播手段的媒体。一般而言,新媒体指所有与传统媒体相比较,在技术、运营、产品、服务等商业模式上有相当创新的媒体平台和机构。它们借助全球性的新技术革命,以互联网、移动通信等数字传播技术为驱动,既包括网络媒体,也包括传统媒体运用新技术以及和新媒体融合而产生或发展出来的新媒体形式。主要包括两方面内容:其一,原生的新传媒形态,如电子信箱、BBS、个人主页、即时通讯工具、手机短信、博客、

[1] 孙丽萍、隋笑飞:《截至到2012年6月底我国网民数量达到5.38亿人》,人民网天津视窗2012年7月26日, <http://www.022net.com/2012/7-26/431341362849397.html>.

播客、维客、论坛社区、社区网站以及手机彩信等；其二，基于新的信息网络技术对传统媒体创新或者融合而产生的新媒体形态，如网络电台、网络电视、网络报纸、网络杂志、手机报、手机电视等。^[1]特别是微博的出现，更使新媒体的功能变得更为强大起来，这种新型传播方式，使信息的互动所产生的力量能够瞬间撬动地球。

新媒体的产生，极大丰富了传媒形态，改变了传媒格局，不仅成为推动社会经济发展的新引擎，同时也融入我们的经济、政治、文化、生活等诸多领域，正在全面影响和改变着整个社会。随着新媒体技术的日臻成熟，新媒体所拥有的观念优势、技术优势、传播优势，使人类传播方式产生了革命性飞跃。新媒体不仅成为信息传递的重要载体，也对传统受众的使用模式产生了根本性的改变，它以数字信息技术为基础，以互动传播为特点，在信息选择方面变被动为主动，在符号形式方面变一元为多元，在载体享用方面变群体为个性，在渠道设计方面变粗放为集约，在形态革新方面变渠道为平台。互联网的技术特性显现出新媒体发展空间的无限性，文化、教育、商务、行政等，没有哪一项不能在互联网上发展。一句话，新媒体不仅成为现代人实现信息互动的一种最便捷、最适用的传播工具，也成为人们现代生活的一种方式——对许多人来讲，新媒体是一种不可或缺的生活方式。

互联网的技术特征和新媒体的传播规律，让新媒体在短短 10 年间走完其他媒体几十年甚至上百年的路程，而逐渐成为有着广泛影响力的主流媒体。2008 年 6 月 20 日，胡锦涛总书记在视察人民网时指出，“必须加强主流媒体建设和新兴媒体建设，形成舆论引导新格局”，“以党报党刊、电台电视台为主，整合都市类媒体、网络媒体等多种宣传资源，努力构建定位明确、特色鲜明、功能互补、覆盖广泛的舆论引导新格局。”^[2]这里面，已然隐含了一个新概念——全媒体。现实中，几乎所有的主流

[1] 中国社会科学院新闻与传播研究所：《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告（2010）》，社会科学文献出版社 2010 年版，第 3 页。

[2] 胡锦涛：《在人民日报社考察工作时的讲话》，《人民日报》2008 年 6 月 21 日。

传播媒体，都在朝着“全媒体”的目标努力，而新媒体就是整合“全媒体”的纲绳，并由此形成我们时代全媒体的新的文化特征。

面对新媒体的发展态势，许多主流传媒机构，都开始从理念和技术层面去探索马克思主义理论在新媒体发展态势下的对策，树立与新媒体传播相适应的新理念。在了解新媒体的科技创新和技术转化的基础上，重构新媒体舆论引导的新模式。一方面，在技术和内容方面实现全面升级，积极推进官民网站的互动；另一方面在传播效果、舆论表达、满足受众的个性化习惯和要求方面更具备专业化、特色化和差异化的特征，让新媒体积极有效地宣传马克思主义。如在报纸业，已有 53% 的报纸拥有自己独立经营的网站，其余的 46.6% 的报纸则依附于其他网站，自己设有主页。各大有影响的报刊都基本实现了从网络版到网站群的跨越，融合新媒体，整合新媒体，实施新媒体战略，报网互动、报网融合，已成为当今报人的自觉选择，一个包括报纸、网络、音频和视频等媒体在内的“全媒体”正在拓展自己的领域，全方位地介入社会。中央和各地方的党和政府的新闻网站，在舆论、宣传和引导上，功能也日渐成熟，各网站都定位了自己的优势和特色，树立了自己的品牌，并在技术上不断保持快速跟进的态势。如人民网中央网群，是世界十大报纸之一《人民日报》建设的以新闻为主的大型网上信息发布平台，它包含六个子网：人民网中国共产党新闻、中国人大新闻、中国政协新闻、中国工会新闻、中国妇联新闻、中国科协新闻，这个中央网群板块，已成为发布国家重要新闻、权威解读政策法规和沟通人民群众的重要桥梁，是一个信息海量、领域广阔的全媒体。再如光明网的“光明云媒”，集纳了报纸、广电、网络等媒体优势，以纸质报纸的样式体现在各类移动终端上，具有文字、图片、音频、视频，具备评论、收藏、分享、PUSH 推送、离线阅读等全媒体传播手段，通过无线互联网、3G 移动网络和有线电视网接收，还集纳了“光明电视”“光明在线培训管理平台”等，非常适合现代人群通过移动终端获取资讯信息的趋势。光明网继承了《光明日报》的新闻态度与理念，延伸和发挥了《光明日报》的核心价值和传统优势，以新闻视野，文化视角，思想