

习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调 坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力

本刊据新华社消息：中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平2月19日在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。他强调，党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事，要适应国内外形势

发展，从党的工作全局出发把握定位，坚持党的领导，坚持正确政治方向，坚持以人民为中心的工作导向，尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

党的十八大以来，以习近平同志为总书记的党中央高度重视党的新闻舆论工作，多次研究有关问题，作出重要部署。召开这次座谈会，目的是推动新闻舆论战线适应形势发展积极改革创新，全面提高工作能力和水平。

为召开这次座谈会，当天上午，习近平先后来到人民日报社、新华社、中央电视台等3家中



央新闻单位进行了实地调研。

中共中央政治局常委、中央书记处书记刘云山陪同调研并出席座谈会。

当天下午，习近平在人民大会堂主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。习近平指出，在新的

时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。要承担起这个职责和使命，必须把政治方向摆在第一位，牢牢坚持党性原则，牢牢坚持马克思主义新闻观，牢牢坚持正确舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主。

党媒必须姓党

习近平强调，党的新闻舆论工作坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。

要目

■ 高层声音

2

坚持正确方向创新方法手段
提高新闻舆论传播力引导力……

新华社

■ 重要评论

4

担负起新闻舆论工作的职责和使命……
人民日报

■ 本刊特稿

5

为《中国民航“十三五”开局之年提供强大舆论支持》……
马松伟

中国民航报社中国民航出版社二零一六年
新闻宣传工作要点……
本报

■ 采访札记

13

充分的准备 让采访应付自如……
曾晓新
如果不够生动，请到一线去……
李芳芳

■ 媒体动态

16

把新闻写在大地上……
史竞男

■ 警钟常鸣

18

“偶像”的沉沦……
新华社

■ 论新媒体

22

三网三零一五年传媒圈之变……
人民日报
媒体融合 把握利益“平衡点”……
谭介辉

■ 供您参考

28

新华社发布新闻报道中的第一批禁用词……
新华社
中文出版物不能滥用外文字……
李加旭

■ 封面照片

我在空中等你……
权胜翔 摄

党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致；都要坚持党性和人民性相统一，把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行

动，及时把人民群众创造的经验 and 面临的实际情况反映出来，丰富人民精神世界，增强人民精神力量。新闻观是新闻舆论工作的灵魂。要深入开展马克思主义新闻观教育，引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。

坚持正确导向

习近平指出，新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。各级党报党刊、电台电视台要讲导向，都市类报刊、新媒体也要讲导向；新闻报道要讲导向，副刊、专题节目、广告宣传也要讲导向；时政新闻要讲导向，娱乐类、社会类新闻也要讲导向；国内新闻报道要讲导向，国际新闻报道也要讲导向。

正面宣传为主

习近平强调，团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传，要增强吸引力和感染力。真实性是新闻的生命。要根据事实来描述事实，既准确报道个别事实，又从宏观上把握和反映事件或事物的全貌。舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。

加快创新格局

习近平指出，随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时度效着力，体现时度效要求。要加强国际传播能力建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。



习近平与新华社采编人员交流。



习近平在人民日报总编室同编辑们亲切交流。



元宵节点候。习近平向全国人民致以

担负起新闻舆论工作的职责和使命

舆论历来是影响社会发展的重要力量。新闻舆论工作作为党的一项重要工作，自党成立起就肩负着神圣职责与光荣使命。

“做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。”在党的新闻舆论工作座谈会上，习近平总书记发表重要讲话，充分肯定全国新闻舆论战线的成绩和贡献，深刻阐述了新闻舆论工作的重要地位和作用，并就新的时代条件下做好党的新闻舆论工作作出战略部署。讲话着眼党和国家的事业发展和长治久安，着眼党的工作全局，提出了48字党的新闻舆论工作职责使命，具有很强的政治性、思想性和指导性，是一篇马克思主义的纲领性文献，为我们在新形势下做好党的新闻舆论工作提供了强大思想武器和根本遵循。

马克思主义政党历来把新闻舆论工作作为进行革命斗争的有力武器，我们党始终注重运用新闻媒体报道真理、组织群众、推动工作。在烽火连天的革命岁月，在热火朝天的建设年代，在波澜壮阔的改革时期，党的新闻舆论工作都形成了

“唤起工农千百万，同心干”的强大力量。实践证明，重视党的新闻舆论工作，是革命、建设、改革事业不断取得胜利的一个重要法宝；做好党的新闻舆论工作，是治国理政、定国安邦的大事，必须抓紧抓好抓牢。

历史和现实告诉我们，舆论的力量绝不能小觑。新闻舆论工作处在意识形态斗争最前沿，好的舆论可以成为发展的“推进器”、民意的“晴雨表”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”。现在，舆论环境、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新形势下，我们党要带领人民实现宏伟目标和亿万人民的中国梦，必须发挥舆论引导作用，不断巩固全国人民共同奋斗的思想基础。学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，就是要肩负起党的新闻舆论工作的神圣职责和光荣使命，“高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界”，激发起全党全国各族人民团结奋斗的强大力量。

担负起新闻舆论工作的职责和使命，必须把坚持正确政治方向放在首位。正确政治方向是党的新闻舆论工作的灯塔。坚持正确政治方向，就

培养放心队伍

习近平强调，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。新闻舆论工作者要增强政治家办报意识，在围绕中心、服务大局中找准坐标定位，牢记社会责任，不断解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个根本问题。要提高业务能力，勤学习、多锻炼，努力成为全媒型、专家型人才。要转作风改文风，俯下身、沉下心，察实情、说实话、动真情，努力推出有思想、有温度、有品质的作品。要严格要求自己，加强道德

修养，保持一身正气。要深化新闻单位干部人事制度改革，对新闻舆论工作者在政治上充分信任、工作上大胆使用、生活上真诚关心、待遇上及时保障。

善于运用媒体

习近平指出，加强和改善党对新闻舆论工作的领导，是新闻舆论工作顺利健康发展的根本保证。各级党委要自觉承担起政治责任和领导责任。领导干部要增强同媒体打交道的能力，善于运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。采

发挥行业主流媒体作用,做好新闻宣传引导工作 为中国民航“十三五” 开局之年提供强大舆论支持

□马松伟

2015年,中国民航报社出版社在民航局党组的领导下,认真学习贯彻党的十八大、十八届三中、四中、五中全会精神和习近平总书记系列重要讲话精神,全面落实中央宣传工作和民航局各项工作部署和要求,积极推进报社出版社各项工作,在新闻宣传、图书出版、经营管理等各方面取得了较好的成绩。

过去的一年,报社出版社深入贯彻中央领导对民航工作特别是安全工作的一系列重要指示精神,以全国宣传部长会议和民航工作会议精神为指导,紧紧围绕“四个全面”的战略布局,紧紧围绕



张哈斯巴根 摄

民航发展的主要任务,坚持按照“旗帜鲜明、生动活泼、耐人寻味、催人奋进、引导发展”的总要求,坚持强化政治意识、服务意识、问题意识和创新意识,密切关注民航安全发展的新常态,突出反映优化安全运行环境、构建航空市场新格局、提高运行服务品质、加强科技教育工作、

提高党群工作行业联动机制的新亮点,强化价值引领,提升人文内涵,讲好民航故事,传递民航声音,回应大众关切,注重传播效果,维护民航形象,倡导文明出行,为民航持续健康发展营造良好舆论氛围。

是要牢牢坚持党性原则这一根本原则,自觉在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致;就是要牢牢坚持马克思主义新闻观这个灵魂,引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者;就是要牢牢坚持正确舆论导向这个生命,做到所有工作都有利于坚持中国共产党领导和我国社会主义制度,有利于推动改革发展,有利于增进全国各族人民团结,有利于维护社会和谐稳定;就是要牢牢坚持正面宣传为主这一基本方针,激发全党全社会团结奋进、攻坚克难的强大力量,调动各方面的积极性、主动性、创造性。

担负起新闻舆论工作的职责和使命,关键在提高党的新闻舆论工作能力水平。必须遵循新闻传播规律,创新方法手段,着力增强工作针对性,掌握工作主动权;着力推动融合发展,巩固和拓展党的新闻舆论阵地;着力把握好时度效,

提升党的新闻舆论工作的影响力;着力增强国际话语权,打好党的新闻舆论工作的主动仗。广大新闻舆论工作者务必懂得,做一个党和人民需要的合格新闻舆论工作者,就必须增强政治家办报意识,牢记社会责任,提高业务能力,转作风改文风。各级党委要自觉承担起政治责任和领导责任,主动谋划本地区本部门新闻舆论工作。这样,党的新闻舆论工作才能做得更好,向党和人民交出一份满意的答卷。

“文者,贯道之器也。”我们已经迎来中华民族伟大复兴的光明前景,我们更将为这一伟大梦想而不懈奋进。让我们认真学习贯彻习近平总书记重要讲话精神,肩负起新闻舆论工作的职责和使命,用我们手中的笔为时代放歌、为人民抒写,为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神动力和有力舆论支持。采 (据人民日报2月20日社论)

一是突出做好中央和民航系统重要会议和民航重大活动、重大事件、重要政策法规的报道。较好地完成了全国“两会”、全国民航工作会议暨航空安全会议、2015年民航发展论坛、柳芳当选国际民航组织新任秘书长、国产大飞机C919下线、服务国家一带一路战略等重要会议、重大事件的报道。加大重大政策和法规的解读报道力度,完成了《加强民航法治建设若干意见》、新《残疾人航空运输管理办法》、《危险品航空运输违规行为举报管理办法》、新版《民用航空器事故征候》标准等的解读性报道。

二是突出做好民航安全和航班正常工作报道。在重要版面推出新疆民航安全飞行60周年系列报道、西藏民航安全飞行50周年系列报道。推出“转变监管方式,提升治理能力”栏目,报道民航各监管局创新监管方式、建立完善安全长效机制的各类举措,以促进全行业进一步确保持续安全。推出“向管理要正点”系列报道。刊登民航局对于确保航班正常工作不力的航空公司和机场的相关处罚决定,并跟踪后续整改措施。连续刊登民航局发布的每月各航空公司、机场正常率统计数据,受到行业内外重视。

三是突出做好民航在国家经济发展大局中的战略作用的报道。围绕民航局与各省区市共谋民航发展大计,完成民航局领导与河南、湖北、江西、辽宁、河北等20多个省区市领导会见的报道,以及民航局领导赴河南、河北、甘肃等10余个省份做专题报告的报道。开设“实施‘一带一路’战略,空中互联互通先行”栏目,关注中国民航“走出去”开辟国际航线,助力“一带一路”建设的新举措。策划完成京津冀民航协同发展系列报道,探讨三地机场如何实施错位发展,实现三方共赢。

四是突出做好重点报道和深度报道。加大了航班延误治理、危险品航空运输、民航公安机关出重拳依法维护机上安全秩序等重点工作的报道力度。同时在深度报道上下工夫,72小时过境政策调研《这个政策为何效果不明显》刊发后在行业内外引起反响。“行业纵深”和“热议”栏目相继推出

《飞行员队伍发展“渐入佳境”》、《探秘雷雨季民航运行保障链条——做足准备 民航不畏风雨》、《安全守法牢记心间,文明出行点缀蓝天》、《航空附加服务:个性化需求下的市场选择》、《APP:移动互联网时代的民航服务新宠》、《“机闹”频发 顽疾待除》等深度报道。以《压在航油管线上的煤场》等报道为代表,加大监督报道力度。

五是突出做好典型人物、先进集体的报道。通过对典型人物、集体的报道,宣传社会主义核心价值观,弘扬正能量。继续与民航大学合作推出“天地间,思而行”人物报道,并挑选其中的优秀人物到民航大学举办“蓝天盛德讲堂”,在师生中传播正能量。推出“行进中国,精彩故事”栏目,讲述民航一线人物或优秀集体的故事。推出“全国文明单位巡礼”系列报道,对首都机场、国航、二所、厦航等单位进行宣传。配合机场服务质量评价活动,推出“机场服务标杆”栏目,对服务质量优秀的机场进行典型报道。

六是突出做好言论报道,维护民航和旅客的合法权益。为学习贯彻习近平等中央领导同志对民航工作的重要批示精神,组织刊发六篇评论员文章。配合中央巡视组对民航局的巡视工作,组织系列评论员文章,为巡视工作提供舆论支持。继续办好“民航时评”、“每周观察”两个常规性言论栏目,对民航重要新闻进行解读和独家评价。观点版多次策划专题,对于建设法治民航、付费选择座位、南航旅客机上突发肠梗阻的“生命之门”事件、旅客私自在客舱舷窗上刻字、私自升舱等不文明行为等等进行专题讨论,站在客观角度,向旅客普及依法依规文明出行等常识,纠正了对于民航的一些不公正舆论评价,维护了民航形象和民航人的合法权益。

七是突出做好新媒体平台建设,提高内容传播影响力。2015年7月7日,中国民航网络电视正式开播。自开播以来,浏览量突破8万人次,访客数突破4万人次。在报社的推动下,采编人员积极试水新媒体,一系列有民航特色的新公众号逐渐形成影响力。中国民航报的公众号也步入正轨,

中国民航报社中国民航出版社 2016 年新闻宣传工作要点

2016 年是我国进入全面建成小康社会决胜阶段的开局之年,也是民航实施“十三五”规划的起步之年,做好今年的民航新闻宣传工作事关重大,使命光荣。为深入贯彻中央关于新闻舆论工作的最新要求,全面落实全国民航工作会议精神,按照报社出版社工作部署,特制订 2016 年中国民航报社出版社新闻宣传工作要点。

一、指导思想

2016 年,中国民航报社出版社新闻宣传工作的指导思想是:深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神,深入贯彻习近平总书记

在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神

神和关于民航工作的系列重要批示精神,深入贯彻“四个全面”战略布局和“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,从全局出发把握民航新闻舆论工作,履行民航新闻舆论工作的职责和使命,把坚持正确政治方向摆在首位,牢牢坚持党性原则,牢牢坚持马克思主义新闻观,牢牢坚持正确舆论导向,牢牢坚持正面宣传为主,唱响主旋律、把握主导权、打牢主阵地,围绕中心,服务大局,认真做好全行业落实“发展为了人民”理念和坚持飞行安全、廉政安全、真情服务三个底线的舆论宣传,加快推进媒体融合新发展,努力构建舆论引导新格局,切实提高民

单个微信创下阅读量 7.5 万次的纪录。

经过报社上下的共同努力,报纸的品牌影响力得到提升。在国家新闻出版广电总局继 2013 年之后开展的第二次“报刊百强”评审中,中国民航报再次入选。报纸出刊 5000 期展览在民航局大楼展出,获得局领导高度评价。报纸还获得由中国人民大学等国内十所顶级高校新闻传播学院组织评选的“行业报十强”等荣誉。在第二十九届产经新闻奖评选中,本报参评作品获得消息、通讯、评论、系列报道作品二等奖 1 篇,三等奖 4 篇(组);副刊作品二等奖 1 篇,三等奖 1 篇;新闻专栏二等奖 1 个;版面三等奖 2 个;论文二等奖 1 篇;摄影三等奖 2 幅;网络新闻作品二等奖 1 件,三等奖 1 件。

2016 年报社出版社工作总体思路是:深入学习贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神,全面贯彻习近平总书记系列重要讲话精神,继续加强和改进新闻宣传和图书出版工作,充分发挥行业主流媒体和文化传播机构的引导作用,加快建设和发展新媒体平台,以媒体融合发展和整体实现转企为契机,深化体制机制改革,激发内

部动力活力,提升传播能力和影响力,在实现自身可持续发展的同时,为民航发展营造良好的舆论环境和智力支持。

在新的一年里,中国民航报及所属媒体的新闻宣传工作要深入贯彻落实习近平总书记对民航工作重要批示精神和“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,以强烈的责任感和使命感,做好航空安全、廉政安全和真情服务的舆论宣传,突出报道全行业完善安全长效机制、转变行业发展方式、优化行业运行品质、夯实行业发展基础、提升行业治理能力和加强党的建设的新思路、新经验、新探索,进一步加快传统媒体和新兴媒体的融合发展,丰富和构建多元化、立体化传播方式,讲好民航故事,传递民航声音,大力弘扬社会主义核心价值观,发挥全行业舆论宣传主阵地的作用,为民航“十三五”工作开好局起好步提供强有力的舆论支持。**采**

(作者系中国民航报社出版社社长。本文摘自作者在 1 月 13 日召开的报社出版社工作会议上所作的工作报告。标题为编者所加)

航新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，为民航“十三五”工作开好局、起好步提供强有力的舆论支持。

二、主要任务

(一) 围绕民航“十三五”规划实施，做好为民航“十三五”发展开好局、起好步的舆论宣传。

2016年是“十三五”规划的开局之年。“十三五”规划是实现十八大提出的第一个百年奋斗目标的关键规划，对于到2021年实现全面建成小康社会目标具有决定性的意义。因此，做好民航“十三五”规划的宣传和解读报道，对于引领行业健康发展和建设民航强国具有十分重要的意义。2016年第一季度要在组织好六论“为民航‘十三五’发展开好局”系列评论员文章的同时，精心组织实施好“为十三五发展开好局”系列报道，约请民航局各主要业务司局的领导，结合民航“十三五”规划，畅谈民航“十三五”时期发展的蓝图，鼓舞和激励民航广大干部职工为建设民航强国贡献力量。

(二) 围绕坚持飞行安全底线，扎实做好航空安全报道。

做好对中国民航推进实施《中国民航航空安全方案》的宣传报道；围绕切实完善安全生产长效机制、强化安全生产主体责任、切实落实安全监管责任、推进安全信用体系建设，做好民航各单位坚持飞行安全底线的宣传报道；围绕前移安全防范关口、防范高原机场运行风险、防范危险品航空运输风险、防范空防安全风险、防范外航在华运行安全风险，做好提升民航风险管控能力的宣传报道；围绕创新行业安全监管模式、推进安全管理信息化建设、推广新科技应用和狠抓资质能力建设做好宣传报道。重点报道民航各单位始终坚持安全第一的新实践、新业绩，挖掘民航各单位在营造协调均衡的安全发展环境、营造风清气正的行业安全管理环境中涌现的先进经验和典型事例。

2016年，航空安全版要强化问题导向，加

大深度报道力度，聚焦安全工作的热点和焦点问题，采用新闻、分析、评论相结合的方式，反映行业安全动态、成绩和问题，宣传全行业模范坚持飞行安全底线的典型集体与典型人物。加强与民航局、航空企业的沟通，及时掌握关于安全工作的最新报道需求。在继续办好“企业解码”、“平安视角”、“安全守护者”等固有栏目的基础上，加大对“转变监管方式，提升治理能力”专栏的组稿力度，并持续关注航空危险品运输、通用航空安全监管、民航新技术和信息技术在安全管理中的应用等相关选题。新闻观点版要加大策划安全方面选题的力度，为坚持飞行安全底线营造良好舆论氛围。

(三) 围绕坚持廉政安全底线，做好全行业加强党建工作、党风廉政建设及巡视工作的报道。

重点报道全行业在学习贯彻中央关于党建工作、党风廉政建设及巡视工作部署要求的最新进展。及时报道民航各单位落实全面从严治党要求，加强各级领导班子和党员干部队伍建设，开展“学党章党规、学系列讲话，做合格党员”学习教育，营造风清气正政治生态的最新成效。继续办好“廉政在线”栏目，加强反腐倡廉宣传教育，发挥舆论监督作用，加强行业文化和精神文明建设成果报道。做好深化巡视整改工作的报道，及时反映民航各单位深化整改的显著变化。做好纪念中国共产党成立95周年的舆论宣传工作，开辟专栏，及时反映全行业纪念活动动态，及时报道优秀共产党员、优秀党务工作者和先进基层党组织中的典型。做好纪念红军长征胜利80周年的相关报道。

关注民航广大职工在岗位上、生活中弘扬社会主义核心价值观的先进事迹，做好行业群团工作的宣传报道。继续办好一版“民航群英与社会主义核心价值观”栏目、二版“行进中国，精彩故事”栏目，以先进人物和先进集体的新鲜事例，弘扬主旋律，传播正能量，激励广大民航员工为建设民航强国不懈奋斗。充分利用《工会专

刊》，继续做好民航工会工作报道。关注民航各级工会顺应“互联网+”趋势和满足民航职工多元化需求，不断探索服务职工的新手段、新方式。拟在《工会专刊》开设“创新风采”栏目，请善于创新的班组长、组员介绍自己的创新之路，促进民航班组工作实现新突破。

（四）围绕坚持真情服务底线，做好全行业提升运行服务品质的报道。

关注“互联网+”带来的民航服务新变化，报道民航企业充分利用移动智能设备、大数据、云计算、“互联网+”等新技术、新理念，开发个性化、多样化服务产品，以及这些新服务、新产品如何进一步提高旅客的出行效率和出行体验。重点关注各大航空公司和各大机场的智慧民航及智慧机场建设。追踪报道民航改进质量管理体系建设，开展航空公司和机场用户服务质量评价工作的最新动态。做好中国民航服务大会的宣传报道工作，配合大会推出报道特刊。

关注民航各单位进一步落实航班正常工作责任、完善管理规范 and 正常性管理措施，努力提高航班正常水平和改善服务质量的新探索。持续跟踪航空公司在提高航班正常率方面开展的工作，围绕航班正常、延误处置、旅客服务三个环节，及时报道狠抓服务质量，切实维护消费者权益，为旅客提供真情服务的典型事例。重点关注正常率较高的机场和被处罚的机场，深入分析航班正常工作的难点，挖掘总结保障经验和教训，为各单位进一步做好航班正常工作提供借鉴。

为唱响真情服务，在民航报一版开辟“真情服务大家谈”专栏，集思广益，凝聚共识。开辟“真情服务？讲好民航故事”专栏，报道民航人真情为民、服务旅客，扛起中国服务标杆大旗的先进事迹，让真情为民的服务意识更加入脑入心，并转化为实实在在的措施和行动。

（五）围绕“一带一路”等国家重大战略，做好航空公司、机场践行“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的报道。

关注民航特别是航空公司和机场围绕国家重

大战略，努力推进京津冀民航协同发展，积极推动“一带一路”沿线国家航空运输互联互通，探索促进长江经济带机场群建设的各种努力。展望“十三五”期间中国民航国际化战略的走向，探究民航在助力“一带一路”战略方面如何发挥更大的作用。重点关注我国国际航空运输市场的开放与发展，继续关注我国航空公司大力拓展国际市场、优化国际航线网络、增加航班频次和通达性、增强国际市场竞争力的重要举措。及时报道北京、上海、广州等机场进一步完善国际枢纽功能、提高国际中转率的新举措。

加大对低成本航空发展的关注力度，报道低成本航空在产品创新、模式创新方面的探索与实践，为中国低成本航空发展营造良好的舆论环境。对支线航空公司的报道要更加关注发展质量，挖掘良性发展、创新发展的典型案例。加强航空货运报道，关注航空货运企业与快递业务、电子商务等新型产业的融合发展。聚焦航空公司“互联网+”，报道航空公司利用新媒体平台进行机票直销、布局机上WIFI、发展电商、提供“一站式”出行产品、跨界合作等方面的有益探索。

突出报道建设资源节约型、环境友好型和可持续发展的绿色机场，密切关注“绿色机场”标准的编制和推广。关注“十三五”民航节能减排标准体系建设，做好民航为参加全国碳排放权交易积极准备的报道，关注民航继续推进生物燃料研发和应用、地面设备替代APU、机场车辆“油改电”等重点节能减排项目。围绕机场群建设、中西部机场建设与发展、机场如何更好发展货运中转业务、支线机场的建设与运营、智能机场建设等热点话题进行重点报道。

（六）围绕完成重大综合保障任务，突出做好杭州G20峰会航空运输保障工作的宣传报道。

G20峰会保障是今年民航的一项重大政治保障任务，是继北京奥运保障、抗战胜利70周年纪念活动保障等重大保障之后，民航承担的又一次重大航空运输保障任务。要及时把中央和民航

局对峰会民航保障工作的要求、目标宣传到位。及时报道民航备战 G20 峰会的软硬件建设进展情况,特别是重点关注杭州萧山机场、浙江空管和相关航空公司、航油、航信等服务保障单位的准备工作。在峰会保障前夕直至保障任务完成,在民航报头版开辟“民航保障 G20 峰会好新闻大赛”专栏,全面深入、图文并茂地记录峰会保障工作,及时报道保障工作中的先进人物和典型事迹,反映民航人的大局意识和奉献精神,峰会期间出版《民航保障杭州 G20 峰会特刊》,以全景式报道展现民航人立足岗位、团结协作、精神昂扬的保障历程。认真做好保障工作经验总结报道,为民航今后完成同类重大政治保障任务提供宝贵借鉴。此外,要重点做好珠海航展专题报道,精心编辑出版航展特刊。

(七) 围绕夯实行业发展基础,做好加强保障能力建设报道。

追踪报道民航加快重点工程建设步伐,重点关注北京、成都、青岛、厦门、大连新机场等重大基础设施项目的建设,持续报道大力推进基于性能导航(PBN)、所需导航性能(RNP AR)、广播式自动相关监视系统(ADS-B)、平视显示器(HUD)、电子飞行包(EFB)、卫星着陆系统(GLS)等新技术的应用,报道“北斗”系统在民航的应用和验证,聚焦 C919 等航空产品适航审定工作。持续关注机务维修能力建设,深入解读航空维修市场现状及发展趋势,关注维修人才队伍建设。

围绕民航科教兴业和人才强业战略,深入报道民航实施科教兴业的重大成果,关注民航的人才队伍建设和人才培养。加大对相关科研机构 and 高校的关注力度,深入宣传人才和科技对行业发展的支撑作用,重点做好中国民航飞行学院建校 60 周年的宣传报道,突出宣传民航二所开展技术创新的成绩,继续深化和中国民航大学在宣传领域的合作。

围绕新技术应用、大数据采集做好科技创新方面的报道。及时报道中国航信今年正式投产的

新一代旅客处理系统,以及该系统以旅客为中心提供的主动的、差异化的、贯穿出行始终的个性化服务。关注中国航信在加强商务模式创新、积极培育旅游等新业务增长点方面的新进展。重点报道中国航材在航材共享平台建设方面的新思路和新成效,及时报道中国航材平台公司成立及运转情况。做好中国航油提升管理水平、确保安全生产的报道。

(八) 围绕提升行业治理能力,做好法治民航建设报道。

围绕民航提升行政机关监管能力,重点关注民航通过进一步减少行政审批项目和简化行政审批程序、进一步放开登记航线准入限制、探索建立航班时刻资源市场配置最佳模式、推进国内航空运输价格市场化改革等措施,构建公开透明的市场环境的新成效。及时报道落实《加强民航法治建设若干意见》,进一步完善民航法治政府建设的新进展。继续办好民航法制版,积极面向旅客宣传倡导“安全乘机,文明出行”,大力传播航空安全法规和安全乘机常识,曝光非法干扰航空运输秩序、擅自打开应急舱门和瞒报夹带危险品运输的典型案例,坚决依法维护航空安全和文明乘机环境。

(九) 围绕全面协调发展,做好空管领域报道和通用航空报道。

继续抓好空管系统深化改革、内部挖潜、加强自身建设的报道。空管保障版和“天路守望者”微信公众号要继续做好重点选题报道,不断提高在空管行业的影响力。要重点报道空管队伍资质能力建设,关注空管系统开展的管制员资质能力排查、岗前统一培训和关键人员资质能力信息系统建设等基础工作。重点报道空域资源使用效率的提高,关注空管系统通过加强建立临时航线灵活使用机制、建设大通道、开辟临时航线等形式,不断开辟新天路,提高空域使用率。重点报道空管系统积极采用新技术增强保障能力,关注空管系统着力推进目视进近、动态尾随间隔、空中等待区、PBN 等新技术取得的新成效。

在经济新常态的大背景下,伴随空域改革的深入推进,通用航空正迎来蓬勃发展的大好时期。通用航空导刊要聚焦通用航空业的发展趋势和亟待解决的发展瓶颈,及时报道各地通用航空企业在安全、服务、经营、管理、人才等方面的典型事例和典型经验,重点关注通用航空在促进国民经济建设、拉动经济增长和改善民生方面所发挥的作用。持续关注无人机在中国发展的现状、政策法规方面的缺憾和完善路径以及未来发展的巨大潜力。

(十) 围绕精准扶贫,做好民航人积极参与全面建成小康社会攻坚战报道。

推进精准扶贫,加大帮扶力度,是缓解贫困、实现共同富裕的内在要求,也是全面建成小康社会的一场攻坚战。2016年要继续做好民航局对口支援赣州南康区的舆论引导工作,及时宣传民航局关于支持赣州革命老区振兴发展的政策措施,报道民航对口支援南康取得的突出成绩,宣传民航挂职干部情系老区人民、扎实工作、无私奉献的事迹;继续做好民航在新疆和田驻村工作的宣传报道,宣传民航驻村干部精准扶贫的举措和效果,宣传他们深入群众、扎根基层、用心用情帮助村民脱贫致富的事迹。选取典型,报道民航各单位开展精准扶贫的措施、成效和经验。结合深化“走转改”,选派记者到民航对口扶贫点蹲点体验,接地气,察实情。

三、工作要求

(一) 充分发挥媒体融合优势,切实提高民航新闻舆论传播力。

中国民航报社出版社所属的《中国民航报》、中国民航网、中国民航网络电视、《中国民航》杂志、《今日民航》杂志和“中国民航网”“中国民航报”“中国民航”“今日民航”等多个社属微信公众号已经初步形成集团化的媒体传播矩阵,集报纸、网站、杂志、微博、微信、视频等多种传播手段于一身,要坚持在各个阵地、各个环节坚持正确政治方向,坚持正确舆论导向。

要以全媒体系统建设为契机,创新理念、内

容、体裁、形式、方法、手段,综合发挥报纸的权威优势、网站的快捷优势、TOP时空的贴近旅客优势、微信公众号的朋友圈转发优势、微博的随时发布优势、网络电视的可视化优势、航机杂志的高阅读率优势,不断开展和加强与民航各单位的多方位、立体化、全媒体联动,携手形成民航新闻舆论的巨大合力,共同应对舆情危机与突发事件,大力提高民航新闻舆论传播力。

(二) 高度重视言论建设,切实提高民航新闻舆论引导力。

言论是媒体的旗帜,是舆论的核心。要继续加大对言论的组织、写作和刊发力度,对难点问题要在充分了解、深入研究、准确把握的基础上敢于发声,对热点事件要在导向正确、冷静分析、站稳立场的前提下快速发声,对错误认识要在澄清谬误、明辨是非、以理服人的阐述中精准发声。

要高度重视评论员文章的策划与组织,在行业重大问题和发展重要节点上用好用足这一重要评论武器,精益求精,有的放矢,凝心聚力,引领导向。要继续办好“民航时评”“每周观察”“观点”等言论栏目,因题制宜,灵活多样,言之有物,言之成理。要旗帜鲜明地在各种评论中体现党中央对民航工作的总体要求,反映民航局党组的主张,维护行业团结,倡导真情服务,努力在言论建设上提高民航新闻舆论引导力。

(三) 大力加强重点报道,切实提高民航新闻舆论影响力。

要围绕中心,服务大局,把握坐标定位,通过狠抓重点报道阐释行业重要决策,反映行业创新实践,唱响主旋律,传播正能量。在重点报道选题上找准找精找好,在重点报道采访上身入心入深入,在重点报道写作上求新求活求变,在重点报道编辑上提高提气提神。

加强重点报道要从时度效着力,体现时度效要求,增强吸引力和感染力。要进一步转作风改文风,俯下身、沉下心、接地气,察实情、说实

第29届中国产经新闻奖 评选结果日前揭晓

我报15件作品榜上有名

本刊讯 第29届(2014年度)中国产经新闻奖评选结果日前揭晓,本报共有15件作品获奖,其中二等奖5件、三等奖10件。

本报获得二等奖的作品为:消息《北京值机天津飞》,新闻专栏《寻找最美民航人》,新闻论文《公共危机事件的行业媒体报道策略》,杂文《时间之砂》,网络新闻专题《2014年中国国际航空航天博览会》。

本报获得三等奖的作品为:通讯《花儿在这里绽放》,分析性报道《马航理赔何去何从》,消息《运控大数据助东航节油6亿

元》,系列报道《倡导文明出行营造和谐旅途》,版面2014年7月30日一版和2014年10月17日二版,杂文《难为女人》,摄影《探秘机场猎鹰驱鸟》和《与公务机来个亲密接触》,网络新闻专题《心系马航MH370》。

由中国产业报协会组织的此次中国产经新闻奖评选活动,共设置11个奖项,包括消息、通讯、评论、系列报道、新闻专栏、新闻版面、新闻漫画、新闻论文、副刊作品、新闻摄影和网络新闻。采

话、动真情,努力推出有思想、有温度、有品质的新闻作品,把全民航广大干部职工创造的经验 and 面临的实际情况真实反映出来。要尊重新闻传播规律,多从受众角度换位思考,善于用生动故事诠释深刻主题,用微观视角展现重要叙事,在增强内容新鲜性和显著性上下功夫,在增强可读性上下功夫,有效提高民航新闻舆论影响力。

(四)坚持舆论监督与正面宣传相统一,切实提高民航新闻舆论公信力。

既要团结稳定鼓劲、正面宣传为主,也要重视舆论监督,对问题不回避,对缺点不掩饰,对恶行不纵容。对漠视人民生命财产安全的错误行为,对严重干扰航空运输秩序的违法行为,对严重有损行业形象的极端行为,要旗帜鲜明地予以抨击。

要通过监督报道准确客观反映事件或事物的全貌,做推动行业健康发展的推动者,做营造和

谐出行环境的建设者,进一步提高民航新闻舆论公信力。特别要直面全行业快速发展中出现的新问题,直面与坚持飞行安全、廉政安全、真情服务三个底线相悖的典型事例,勇于揭露,敢于批评,同时要把握事实准确、分析客观、与人为善,以有助于问题解决为目的,坚持建设性监督。

做好2016年的新闻宣传工作非常重要。全社新闻采编人员要深刻领会习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神,进一步增强责任感和使命感,更加积极主动、奋发有为地做好各项工作。采编各级领导干部要进一步转变作风,敢于担当,忠于职守,狠抓落实。采编部门要密切配合,加强协同,形成合力。管理部门要大力支持,做好保障。全社同志要团结一致,为完成今年报社出版社确定的新闻宣传任务而共同奋斗。采

充分的准备 让采访应付自如

——《“三管齐下”应对航延》采访感悟

□曾晓新

对于《“三管齐下”应对航延》一文能获得去年报社第三季度评优好稿件一等奖,我感到并不意外。因为通讯员跟我说这个线索的时候,我就想这其中一定有可以挖掘的“大料”。毕竟,治理航班延误以及航班延误后的处置工作,长期以来都是民航的重点工作以及难点工作。咱们报社作为行业的权威媒体,就应该在民航业内充分发挥上情下达、下情上达的桥梁作用。虽然有了好选题,但不一定能出好文章。如果要出好文章,就必须做好充分的新闻采访工作。

新闻采访是新闻写作的基础,也是记者必须掌握的基本功。所谓没有扎实的采访就没有好的新闻报道,这是新闻实践中的“硬道理”。为了能在较短时间内向被采访者了解到最想要的事实材料,就必须打有准备之仗。结合这次的南昌之行,我认为,要完成一次成功的新闻采访,必须做好以下几项准备工作。

第一,对采访主题背景要全面了解。阅读相关资料是一种必要的准备方法。相关资料大概指以下几类:被采访单位撰写的宣传稿、会议材料、工作总结、可行性报告等;与被采访的行业相关的一些知识性的资料,包括专业介绍、行业背景及其有关的专业书籍;某些相关报道的资料;目标新闻人物的背景介绍等。对这些材料的阅览、研究、整理、分析,是了解新闻事实的一个重要渠道。就这个采访而言,在采访的前两天,我让通讯员发了江西机场公安局南昌派出所众多资料,包括他们航延处置的事例、数据与获得的荣誉以及他们所长的讲话等。个人认为,只有充分了解了这些资料,才不会浪费被采访者的时间,也才能在较短的时间内得到最想要的材料。

第二,对报道思想与主题的设定。采访是一项目的性很强的活动,在采访之前就要对目标事实作更为细化的报道思想和主题的策划。只有报道

思想先确定下来,记者才知道采访时的目标是什么。如果记者采访的目的很模糊,到了现场就不知道该问什么,该看什么,该听什么,该记什么。所以,采访前的策划和准备工作最中心的任务就是明确报道思想,从而明确采访目的。在做这个采访之前,我已经明确了采访主题,即宣传机场公安局南昌派出所富有特色的航班延误处置经验。我告诉自己,在采访时,一定要围绕特色进行。

第三,谨慎地选择采访对象。每个采访对象都有可挖掘的点,但我们做的是一篇工作通讯,目的是将该派出所好的经验、好的做法宣传到位。就这个采访而言,除了通讯员指定采访机场派出所所长之外,我自己还要求采访中层管理人员、一线工作人员、旅客以及航空公司。航延后处置到不到位,旅客和航空公司显然有发言权。此外,中层管理人员的心得、一线工作人员的感受也是这篇文章不可缺少的。

第四,要做好采访提问的准备。提问的准备是将采访目标分解为系列的问题。这种准备的方法是:首先,把重要的问题分成几类,然后把每一类问题化解成提问时的具体问题,记录在笔记本上,这样方便记忆。在采访之前,我根据每个人职业身份的不同,大概列了几个类型的问题。这样我就能在采访的时候,让采访者围绕主题快速地回答我所提出的每个问题。

总之,充分的采访准备,会让采访变得很顺利。此次采访,我一共采访了8个人,在短短的4个小时内全部搞定。我想,这也是采访准备工作做得好的结果。采

(作者单位:本报新闻专刊部)



如果不够生动，请到一线去

——《雷雨多地“开花” 空管“集团作战”》采访心得

□李芳芳

二十世纪最著名的战地摄影记者罗伯特·卡帕曾经说过：“如果你拍的不好，是因为你离得不够近。”这句话不仅适用于摄影，也适用于文章采写。尤其是对于行业报的记者而言，鲜活的内容多在一线，如果感觉自己的文章不够生动，请到一线去。

在去年报社第三季度评优中，我采写的《雷雨多地“开花” 空管“集团作战”》一文获得了好稿件一等奖的殊荣。虽已过去数月，但今日回想整篇文章的写作过程，仍然历历在目，并提醒我在日后的工作中，要更加贴近一线，挖掘最生动的素材，体会最饱满的热情。

2015年暑运期间，雷雨天气特别频繁，北上广三大枢纽机场曾多次同时出现雷雨天气，而且北京曾出现一个月内20多天有雷雨天气的情况，导致航班延误频繁发生。在此情况下，很多旅客纷纷质疑民航尤其是空管的保障能力。与此同时，在与民航一线员工尤其是管制员的聊天中，我又能很明显地感受到他们在暑运期间的辛苦。一方面是激增的航班量给他们的日常指挥带来的巨大压力，另一方面是频繁的雷雨天气给他们的工作带来的各种不可预期的挑战。在全心全意保障航班安全、正常的过程中，还要接受来自旅客的疑问，他们感觉非常委屈。

雷雨天气对航班正常究竟带来哪些影响？在实际运行中存在什么困难让航班延误问题始终难以缓解？为什么针对雷雨保障的各种常识已经进行了全方位的普及，但旅客们还是责难不断呢？当我与业外朋友交流时，他们建议，应该让事实说话，为广大旅客呈现雷雨保障的现场，让旅客们通过实际场景，看到民航人的雷雨保障有多么艰难。于是，我联系了民航局空管局，决定选择一个雷雨天前往运行管理中心进行体验式采访。

记得那天是8月初的周日晚上，突然接到空

管局的来电，通知我根据天气预报，第二天全国多地都将出现雷雨天气。于是，我们商定，第二天一早6点到运行管理中心，全程体验空管系统的雷雨保障。

如果说空管是民航系统的神经中枢，那么我认为运行管理中心则是空管系统的神经中枢。运行管理中心值班大厅在民航局空管局的四楼，里面有十几个屏幕，轮流显示着全国各地的航班运行情况。在这里，值班人员不仅可以了解到全国各地航班的运行情况，而且还负责协调各个单位之间的配合。一进入大厅，我就觉得这是一个“富矿”，值得深度挖掘。后来的体验式采访，证明我的预感是正确的。

当8点第一次空管系统视频协调会召开时，现场的每一个人都立即感觉到巨大的保障压力。当天的天气情况十分不乐观，北上广都受雷雨天气影响，很多地区的雷雨天气从一大早就开始了，卫星云图上全是代表着雷雨天气的红黄色，这也被业内人员笑为“西红柿炒鸡蛋”。此外，当天部分地区还有其他空域用户要使用空域，对航班正常带来了更大的压力。根据汇报，多个单位都需要发布黄色或者更高级别的航班延误预警。

常识告诉我们，一旦早晨的航班出现延误，那么就很容易造成一天的“连环延误”。我坐在值班主任的旁边，默默地看着来到现场指挥的空管局运行总监会提出什么样的办法，来解决这个棘手局面。

在反复看了看本子上记的各单位上报的预计流控标准后，运行总监清了清嗓子，要求各地空管



单位尽量“把预警信息早点发出来,把限制开始的时间往后推,把限制标准降低些,先让早班航班尽量正点起飞”。

作为长期负责空管报道的记者,我知道这个要求对于各单位而言,是多么大的压力。尤其是对于保障大型繁忙机场的空管单位而言,本来早高峰就是“超量运行”,再加上雷雨捣乱,一线的指挥屏幕上肯定“飞机满天转”。可以说,为了让后续航班延误少一点,大家都是咬着牙在干活。

一锤定音后,视频会结束,各自开始忙活了。运行管理中心值班席的电话就没闲过。各地空管局陆续上报缩小后的限制间隔,请求批准。同时,值班人员也在不断监控着各地的航班运行情况,一旦发现哪个航班延误时间较长,就会打电话询问具体是航空公司原因还是空管原因。如果是空管原因,就给予现场协调。

咬牙硬撑的效果很明显。中午时分,我看了看信息系统的统计数据:在8时~10时,实际进出港航班数量远远高于计划进出港航班数量。这意味着,各地空管部门咬牙硬扛,不仅没出现一大早的航班延误,还提前让很多航班在雷雨天气更恶劣前尽早起飞了。

在各种电话协调声中,迎来了下午两点的第二次视频协调会。由于雷雨天气的持续影响,各地航班延误情况加重。这次的协调会明显火药味浓了一些。大家都希望本地区内受影响的航班能早点起飞,于是在视频会上对兄弟单位提出各种要求,希望运行管理中心能给予协调和帮助。这时,作为旁观者,我确实地感觉出这个队伍的可爱。为了让航班早几分钟起飞,为了让旅客能少延误几分钟,各种协调、多方努力,甚至不惜加大自己的压力,以换取兄弟单位的支持。

正如文章中所呈现的那样——上海区管中心提出,在浦东机场恢复起降后,希望各地空管单位对浦东起降的航班特别“豁免”,不设限制,以尽快疏散被延误的起飞航班。也只有这样,才能为在浦东机场降落的航班空出停机位,让浦东机场尽快恢复正常。在雷雨天气覆盖浦东机场时,华北地区

因为雷雨天气和其他空域也在使用,保障能力下降;广州区管中心同时提出,其区域内有4架飞往浦东机场的国际航班可能受到雷雨天气影响。考虑到通关手续、地面保障等因素,机组希望尽量争取降落在浦东机场。

千头万绪中,运行总监现场协调,要求各单位立即估算出自己的最大保障能力,并协调北上广互相支持,其他地区的机场尽量对上海起飞的航班不设限制。

仅仅10分钟后,上海区管中心就表示,立即与广州区管中心联手指挥4架飞往浦东机场的国际航班,争取确保它们在雷雨天气前降落在浦东机场。而华北、中南和其他地区空管单位也表示,对浦东机场恢复起降后的起飞航班不设限制,尽量帮助浦东机场尽快恢复正常运行。其他地区的空管单位也纷纷表示,对上海起飞的航班不受限,直至疏散完被延误的航班。

这样的战斗节奏一直持续着。到下午6时的协调会时,在现场的我,虽只是记录,已十分疲惫。感觉整个大脑因为过于复杂的信息储备,已经突破容量,处于混沌状态。而对于空管人来说,这只是雷雨季中十分平常的一天,不是最复杂,不是最困难的,而是一种常态。

一整天,除了午餐时间,我与所有的值班人员都没有离开运行管理中心的值班大厅,晚餐都是在值班大厅里吃盒饭解决。在这一天里,我亲眼见证了空管人为了一点点的航班正常,不惜自我加压,挑战极限;看到了空管局运行总监除了参加必要的汇报会外,全程都驻守现场,随时协调;感觉到了空管人在雷雨天气时,虽无奈,但永不言退的精神。

采访完成后,心潮澎湃的我一气呵成了这篇文章。我希望通过我的白描,为读者全面呈现一个雷雨天气时空管系统的保障经历。不美化,不评论,只呈现最真实的现场,让读者自己感知空管系统为航班正常所付出的努力。这次采访写作经历也一直提醒着我,当你感觉文章不够生动时,请到一线去。那里永远有着最真实的感动。采

(作者单位:本报要闻评论部)

把新闻写在大地上

——各新闻单位编辑记者踊跃赴基层采访

□史竞男

中宣部部署开展2016年“新春走基层”活动以来,各新闻单位纷纷开设“新春走基层”专栏、专题、专版,迅速组织编辑记者深入基层、深入群众。

走边疆、进老区、访灾区,下厂矿、入农家、到哨所……广大编辑记者积极踊跃奔赴基层一线,把新闻写在大地上,把温暖送进群众间。

2月1日,人民日报“新春走基层”栏目,以福建宁德市赤溪村的脱贫报道在一版头条开栏。报道全景展示了“中国扶贫第一村”32年的脱贫经历。人民日报社编委、秘书长王一彪带队,总社、分社记者参加,深入赤溪村采访调研,到田间地头,进企业农家,吃住在村里,与村民、镇村干部、返乡创业大学生等60多人座谈交流,共谋脱贫之策、共话小康之路。

这篇六易其稿、精心打磨的长篇调查报告,打动了很多读者。有读者致电报社:“一口气读下来,真实感受到30年一个村的脱贫成果来之不易,总书记开拓的脱贫之路是全面建成小康社会的典范,是印在老百姓心头上的造福之路。”

将目光聚焦于党的十八大以来各地区各部门贯彻落实中央精神的生动实践和广大群众对于美好生活的期待愿景,讲述充满亲情、温暖人心的中国故事——新华社从1月31日起开设“新春走基层”专栏,推出全方位、多角度、立体式的节日报道。400余名记者深入全国31个省区市,挖掘带有“泥土芳香”的鲜活素材,播发文字稿件近300条,图片稿件500余张,音视频稿件108条共计364分钟,各种形式新媒体报道1000余条……

中央政策在基层、节日市场供需、春运、困难群众过节、百姓新年期待等等,这些涵盖范围广泛、采访深入扎实的稿件,通过多渠道形式的传播,使基层独具特色的“地方小调”汇聚成我

国新春“主旋律”的时代强音。

用心走基层、用情写群众,光明日报记者把笔触和镜头对准普通百姓,从“微故事”中展现大气象,从人们的切身感受中展现大格局,反映出振奋人心的变化和深化改革的成果。《好山好水好社区——在徐州泉山看共享发展》以一个基层社区的发展变化来反映“共享”理念给百姓生活带来的获得感和幸福感。

“好社区,有鲜亮的日子和精彩的故事。”“我们都是老百姓的孩子,一定要把经济发展与张大爷李大妈联系起来,一定要把主要财政收入投在民生上。”充满生活气息的文字,让人回味无穷。

当前,中国经济下行压力加大,国内外高度关注中国经济结构调整的成效,关注新旧动力转换的进展。为了回应读者关切,经济日报推出“新春走基层·触摸中国经济的温度”系列蹲点调研。近百名记者踏着未融的积雪,冒着凛冽的寒风,走入一线、走入基层,向读者讲述丰富、真实、生动、鲜活的中国故事。

与快递“小哥”、值班医生一起忙碌,与铁路职工、交通警察、消防官兵一起加班,与山乡农户、雪域人家一起过年……记者们用一篇篇报道,告诉读者中国经济的动力、活力在哪里。有读者来信说,这些报道有温度,有深度,有热度,令人对中国经济的未来充满信心。

《我的愿望清单》《十八洞村扶贫记》《城市热线故事》……央视新闻中心派出70多路共240多位记者前往吉林、西藏、新疆、四川、上海、湖南、山东、内蒙古等地进行采访,围绕“中国梦”“精准扶贫”“城市治理能力”等主题,推出系列报道。

《新闻联播》播出的《各地大医院儿科频告急》和《重症监护室一夜》等报道,引发社会对

深度报道不能死

□黄琬钧

2015年12月18日下午,《财经》记者白兆东发布微博称:“别了,华商报深度部。”从2013年开始,由于经营业绩下滑,华商报开始频繁换帅。作为华商报核心的深度部,已宣布解散。

这已经是继《中国青年报》撤销特别报道部、《京华时报》撤销深度报道部后的又一起深度部撤销事件。裁撤深度报道部,记者们传统的光荣和梦想日渐衰弱,而促成这一切的致命因素来自传统媒体经营上的困境。

有业内人士认为,不能否认深度报道的价值很大,但是一篇深度报道的成本过高,影响力一般的报社恐因太贵而做不起;另一方面,由于版权问题难以有效解决,也致使媒体

做深度报道的动力大减。难道深度报道已经进入必死之境了吗?

近年来,“娱乐至死”、“轻松休闲论”,生活节奏加快,阅读碎片化,民众似乎不再需要严肃新闻了。于是,拒绝启蒙,告别意义,远离英雄,淡化责任被不少人视为时尚。

媒体、新闻记者应当有一种沉重感,如果媒体上只剩下鸡汤文、软色情、逻辑错乱的爆款文、千篇一律的絮絮叨叨,那么任何繁荣都是表面的。

转型虽不易,良心不可昧,作为社会良性发展的刚需,总会有坚守精英精神的报社和记者们继续耕耘这片土地。深度报道不应该死。采

(作者单位:浙江大学)



儿童看病难的高度关注,多部门对此展开调研,积极解决儿科一号难加、一床难求的状况。《春节“说吧”》《回家的礼物》《妈妈的唠叨》等正在播出的系列节目,获得观众积极评价,表示这些报道贴近生活,传播了正能量。

1月25日一早,中央人民广播电台的记者登上从上海开往成都的K1156次列车。从早晨9点开始,11点、13点、15点、17点、19点、21点……每隔两个小时,中国之声辟出专门时段,记者现场连线列车见闻,全程记录了人们回家旅程的点滴心路。中央台还开设了《新春走基层:十年,这里》记录基层样本,留住国家记忆。

“菲律宾人在中国”“马来语记者过年随手拍”“土耳其语记者赴河北农村采访”“波斯语记者走进北京老百姓家里”……中国国际广播电台充分发挥多语种优势,向海外受众展示中国年俗文化的独特魅力。

国际在线中文网记者易成晨在采访铁路“千里眼”的守护者——北京通信段小蒜沟工区职工时,切身感受到一线铁路职工的不易。“作为新闻工作者,我们应该多下基层,多把目光投向这些有意义的人物,讲述他们的精彩故事,向社会传递正能量。”采

(据新华社北京2月4日电)

“偶像”的沉沦

——二十一世纪传媒公司及原总裁沈颢罪案启示录

他曾经写出“总有一种力量让我们泪流满面”“即使新闻死了，也会留下圣徒无数”等经典语句，曾经被一代中国媒体人奉为心目中的偶像之一……然而，他却跌入犯罪的泥淖，从二十一世纪传媒公司掌舵人变成被告人，接受法律的庄严审判。

2015年12月24日，上海市浦东新区人民法院。法庭对广东二十一世纪传媒股份有限公司及原总裁沈颢等涉嫌敲诈勒索、强迫交易等系列案件作出一审判决：以强迫交易罪对被告单位二十一世纪传媒公司判处罚金人民币948.5万元，追缴违法所得948.5万元；对系列案件的其余被告单位分别处罚金人民币3万元至5443万元，追缴违法所得3万元至5443万元；以敲诈勒索罪、强迫交易罪等数罪并罚，判处二十一世纪传媒公司原总裁沈颢有期徒刑四年，并处罚金人民币6万元；对系列案件的其余被告人分别处一年六个月至十年六个月不等有期徒刑。

被告单位诉讼代表人和沈颢等绝大多数被告人均表示服从判决，不上诉。

此前的庭审中，坐在被告人席上的沈颢始终攥着一叠纸——这是一份悔过书。在最后陈述阶段，沈颢面对法庭，整整念了13分钟，几度哽咽并深深鞠躬致歉，当庭认罪悔罪。

从媒体人到经营者

采编营销“防火墙”逐步坍塌

“我先表三个态，第一，对公诉人起诉单位犯罪的事实、证据、罪名我没有异议；第二，单位犯罪，我作为公司总裁，负有领导责任，我愿意承担法律责任；第三，我向因单位犯罪而受害的企业赔礼道歉。”沈颢在庭上如是说。

此案涉及二十一世纪传媒公司旗下的《21世纪经济报道》、21世纪网、《理财周报》等3家媒体，上海二十一世纪广告有限公司、上海二十一世纪信息技术服务有限公司等7家广告、运营公司，以及30名相关人员。除了公司总裁沈颢、副总裁陈东阳之外，还包括《21世纪经济报道》主编刘晖，21世纪网总裁、《21世纪经济报道》副主编刘冬，21世纪网总编辑周斌、21世纪网总经理寇玉清、21世纪网副总经理莫宝泉，《理财周报》发行人夏日、总经理梅波、主编罗光辉等人。

2014年9月案发前，二十一世纪传媒公司以其在财经新闻领域的巨

大影响力，在业界具有举足轻重的地位，其创业历程亦曾为人称道。

2001年1月，《21世纪经济报道》创办发行，这是一份“承载着新闻理想与抱负”的报纸，主要创办者为沈颢、陈东阳等人。当时年仅30岁的沈颢，此前是《南方周末》报社新闻部主任。“让无力者有力，让悲观者前行”“一张纸很小，但一张报纸很大；个人很渺小，但一个媒体人使命神圣。”这些激扬的文字都出自沈颢之手。

“我一直在坚持一种正义、爱心、良知的新闻价值观，也只有在这种价值观的引导下才能去为公众利益去服务。在很长的一段时间里，我坚持得很好。”沈颢说。



在这种理念的引领下,《21世纪经济报道》迅速发展。2007年,沈颢带领团队开疆拓土,创办《理财周报》,21世纪商业评论、商务旅行等杂志也相继出刊,形成著名的21世纪报系。沈颢因业绩突出,被擢升为二十一世纪传媒公司总裁,掌控21世纪报系的全面业务。

作为财经类首屈一指的媒体,21世纪报系对某家企业一旦发出负面报道,负面影响显而易见,被报道企业往往找上门来,希望能够通过所谓“合作”息事宁人、挽回负面影响。在报纸创办之初,对这样的合作,沈颢等人是刻意回避的。为保证新闻报道的独立和公正,报社曾立下规矩,在采编部门和广告部门之间设立一道“防火墙”。

“就是采编人员不能去谈广告,经营人员不能在采编岗位上兼职、任职。”陈东阳说。

然而,当纯粹的媒体人转型为媒体经营管理者,要靠新闻挣钱逐利的时候,一种无形压力随之而来,铁规开始松动。

“21世纪当时想上市,要求财务指标每年都有一个递增,我们编委会的成员经常私下讨论这个事情,当时其实很惊诧,为什么会有这么大变化。”刘冬说,可能是这种压力,带来了每年经营要有20%增长的硬指标。

采编人员发现,在稿件的签发流程中,有时会出现一张撤稿单,要求撤稿的是广告部门,涉及的稿件往往都是某些企业的负面报道。

“广告部门根据客户要求,把相关诉求提交到采编部门,要求删除负面报道或者不跟踪报道。”办案人员指出,“其实质就是通过运营部门影响采编部门,把企业的经营活动优先于采编部门。”

此类撤稿单出现得越来越频繁,采编部门不得不执行,因为撤稿指示来自21世纪报系的最高层。沈颢等人通过总裁会议纪要,确立了广告、运营公司与采编部门积极配合、以解决删稿时效性和有效性问题的经营原则和合作模式;还要求采编部门负责人在广告部门与客户洽谈时,

一同出面配合,促使客户相信广告部门有左右舆论监督的渠道。

同时,沈颢通过制定高额考核指标,要求下属媒体利用负面报道和“有偿不闻”的方式逼迫企业“合作”,收取“广告费”。其中,明确要求跟IPO企业合作的数量要达到当年IPO企业总数的70%以上。

对此,沈颢自己也承认,“如果按照合法的经营方式,是不可能达到这么高的。我定下如此高的比例,其实是鼓励、逼迫他们利用负面报道和‘有偿不闻’敲诈企业钱财。”

2011年,原本只是转载《21世纪经济报道》的21世纪网独立运营,刘冬被任命为负责人。沈颢对他的要求很直接:紧盯IPO企业,一定要完成IPO客户合作指标。

“当时沈颢对我们说,准备上市的公司都会投这样一笔钱,他测算一年这方面的整个盘子是10个亿,全国有多少媒体,我们作为这里面最有影响力的媒体,应该占多少份额?”刘冬说。

按照考核办法,营收完成情况与管理层个人收入直接挂钩。2012年,由于没有完成指标,刘冬没有拿到足额的80万元年薪;2013年,完成情况仍不理想。2014年年初开会时,沈颢向刘冬、周斌、莫宝泉等人放出狠话,“完不成可以换人”。

在这样的经营思路下,21世纪网对IPO企业进行“正反手”操作:对于上市和拟上市企业,如果愿意和自己签广告合同,就在其上市的关键期保持静默;而对于没有签约的上市企业,则刊发负面报道。

刘冬也清楚,那些被负面报道的企业,实际上并不需要在21世纪网等媒体投放广告。“所谓广告费,不过是企业为息事宁人被迫支付的费用,也可以说是‘保护费’或者‘拜山头’。”

作为新闻人转型过来的刘冬,起初并不认同这种做法,由此受到沈颢的公开批评。“让我在编委会上做了我生平第一次检讨,就是要服从大局、服从领导。”

对于《理财周报》，沈颢也制订了类似考核指标且逐年递增，如果完不成，其负责人就会受到降薪甚至降职的处罚。

此外，在删稿遇到阻力时，沈颢对拒不执行删稿指令的主编进行调离；在采编、经营部门因利益冲突时，通过提高采编部门收入，保证其按要求撰写并删除相关负面报道。

在此期间，北京某知名新闻网站涉嫌敲诈事件发生，下属对这一经营模式提出质疑，沈颢仍旧要求奉行有偿不闻的经营策略，继续完成既定目标任务。

媒体与公关公司联手“夺食” 新闻敲诈成共同牟利工具

涉及此案的上海润言投资咨询有限公司和深圳市鑫麒麟投资咨询有限公司，都是在业内堪称领头羊的财经公关公司。在《21 世纪经济报道》、21 世纪网、《理财周报》等大肆收取“保护费”的过程中，财经公关公司与之相互勾结、共同获利，而且数额巨大。

上海润言董事长连春晖回忆，从 2010 年起，财经公关行业的乱象越来越严重，无论是一线财经媒体还是二三线财经媒体，都想分一杯羹。如果企业没有向各路媒体告知“合作”意向，则基本上难以幸免于负面报道。“这种扭曲的交易不断生长，成为现实中的一大市场毒瘤。企业对这种媒体环境既恐惧又无奈，除了合作别无选择。”

“我们成了媒体收取‘保护费’的帮凶。”上海润言公司执行董事陶凯说，润言公司与财经媒体合作，促成企业客户与媒体签订“广告合同”，换取媒体对企业的负面新闻少报道、不报道的效果，即“有偿不闻”。

福建九牧王股份有限公司是受害企业之一。副总经理兼董事会秘书吴徽荣说，该公司要上市的消息在证监会网站上预披露后，润言公司等财经公关公司找到他们，希望签订财经公关服务协议。

吴徽荣说，润言公司介绍媒体时，列了包括

二十一世纪传媒公司下属媒体在内的一个清单，上面除了媒体的名字和合作费用之外，另外两列重点提及该媒体是否善于报道负面新闻以及负面案例。“这样做的目的很明确，就是希望九牧王公司和他们所列的第一梯队里的媒体签约。”

“公司之前已从上市公司那里了解到，要成功上市就需要过媒体这一关。一些媒体掌握着话语权，往往故意捏造或者夸大事实，撰写企业的负面报道，以此来要挟企业与其进行合作。”吴徽荣说，“我们公司在上市过程中投入了大量的人力物力，如果因为媒体的负面报道，小则影响股价，大则导致上市推迟、失败，造成不可估量的损失。最后，我们支付了合作费用 300 万余元。”

杭州海康威视数字技术股份有限公司也有类似遭遇，公司董事刘翔将这种做法称为“潜规则”。他说，所谓“潜规则”，就是有一些企业在上市期间因为被一些财经媒体进行负面报道而耽误上市进程，甚至被中断上市，因此企业才会出钱通过财经公关公司处理媒体发布的负面报道，也就是相当于出了“保护费”。

上市期间，海康威视公司被迫与润言公司合作，让其负责对公司负面报道的处理及正面宣传工作。

然而，海康威视公司上市之后还是难逃被敲诈的厄运。2012 年初至 2013 年 3 月，《21 世纪经济报道》及 21 世纪网、《理财周报》先后登载“深圳 5.26 事故视频造假”“海康威视 77 亿订单撂荒两载、平安重庆项目或重新招标”“77 亿重庆合同重大变故、公告出现前出现离奇大宗交易及大股东减持”等报道。

看到负面舆情后，海康威视公司找到润言公司，以向《21 世纪经济报道》及 21 世纪网支付 35 万元“广告费”的代价，删除了相关负面报道。

除了 IPO 企业之外，二十一世纪传媒公司与上述财经公关公司还将敲诈勒索、强迫交易之网撒向更多企业。

沈颢承认,旗下媒体的这些新闻敲诈行为,自己不仅是默许,更是领导者、支持者、协调者和参与者。“我很早就知道这是涉嫌犯罪的,这种非法模式在媒体圈内已经不是什么秘密。”

“对于我们面临的这样一些问题,出现越来越多的这种有偿不闻,其实我跟沈颢多次提过。”陈东阳说,但沈颢听不进去,畸形的营收手段裹挟着太多的利益纠葛,已经无法回头。

忏悔:媒体应坚持为公共利益服务

如今,对于亲手打造了一纸风行的沈颢和他的创业伙伴们来说,要付出的代价实在太沉重:除了自己难逃法律惩处,《21世纪经济报道》被责令整顿,21世纪网被责令停办,《理财周报》被吊销出版许可证,21世纪报系的公众形象一落千丈。

“千里之堤,溃于蚁穴。长期小问题的累积终于造成了崩溃,悔之晚矣!”在庭审的最后陈述阶段,沈颢站了起来,展开长达3000余字的悔罪书,表达自己的痛悔。

“作为总裁,要负很大的责任。”沈颢说,自己不应该过分追求经济效益,目标有时不合实际。媒体是为公共利益服务的,但是媒体又需要通过商业活动获取收益来维持自身的发展,这使得媒体业在定位上有天然的矛盾冲突性,需要特别的平衡。

“公司业务这几年发展较快,由于自己一直更多地从事采编工作,对经营业务较为陌生,也由于自己性格上的弱点和管理能力上的短板,所以在经营管理上过于松懈。久而久之,方向发生了偏差,酿成大错,直到走上了违法的道路而不自知。想起来觉得非常愚蠢,又十分痛心。”沈颢沉痛地说。

对于“有偿不闻”造成的社会危害,沈颢也一一列举:

——深深伤害了被侵害的企业。企业不仅遭受了财物上的损失,企业自身的发展规划也被打乱了,企业与媒体的关系陷入了一种错误的恶性循环中。这种事件蔓延后,实际上也扰乱了资本市

场,甚至一定程度上扰乱了整体经济的发展。

——深深伤害了媒体自身。二十一世纪传媒公司自创立以来,一直以“公信力至上”为目标,但这些行为却违背了自己的承诺。新闻媒体本应为社会公共利益服务,在新闻报道中应秉承公平公正客观的原则,不应受到商业利益的影响,更不应为商业利益所左右。而“有偿不闻”行为玷污了新闻业的这些基本原则,不仅使二十一世纪传媒公司失去了公信力,也使整个媒体业蒙羞,使社会对媒体业发出质疑,一定程度上失去了媒体业最宝贵的社会信任度。

——深深伤害了记者,撕裂了他们的职业理想。记者报道的选题要受制于公司牟利的需要,写或者不写以及怎样写,稿件完成要不要刊登,很多时候成为“新闻敲诈”的筹码。

“这种忏悔的过程有一种撕心裂肺的感受,非常痛苦,痛定思痛,我想只有经过这种浴火重生的阶段,才有未来凤凰涅槃的机会。”沈颢说,“违法者必须接受法律的处罚,我也愿意接受法律的惩处,以自己的真诚努力去赎罪。”

陈述结束之际,沈颢再次道歉。“如果以后有机会,我愿意(向被害企业)登门致歉、负荆请罪。我也要告诫新闻媒体业的同行们,要以二十一世纪传媒案为教训,彻底清理行业不正之风或者潜规则,坚持媒体公信力至上的原则,坚持为公共利益服务,以二十一世纪传媒与我个人的悲剧为警示,有则改之,无则加勉。在经历了这次事件后,希望社会公众重拾对传媒业的信任。”^③

(据新华网通稿)



人民日报新媒体版 人民网研究院 联合发布

互联网 10 大趋势

1. 中国首倡“共同构建网络空间命运共同体”

2015 年 12 月 16 日—18 日，第二届世界互联网大会在浙江乌镇召开，规模空前。大会提出“网络空间是人类共同的活动空间，网络空间前途命运应由世界各国共同掌握”，开启中国积极主动参与世界互联网建设、治理的征程。

2. “互联网+”加速渗透

2015 年 12 月 14 日，工信部官方网站发布“互联网+”三年行动计划，明确到 2018 年，互联网与制造业融合进一步深化。2015 年，国家发改委、工信部、交通部、农业部、商务部、国家卫计委、国家旅游局、国家能源局等 8 个部门发声“互联网+”。“互联网+”已成为国家战略，加速向各行各业渗透。

3. 网络强国号角吹响

“十三五”规划建议明确提出：“实施网络强国战略，加快构建高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施”。无论从网民规模、网络信息发布量、电子商务交易量与交易额，还是从 3G、4G 用户量、企业技术创新与市场占有率来看，中国互联网产



业发展稳健。网络强国战略的实施,将进一步提高中国互联网发展速度。

4. 智能制造驶上“高铁”

2015年,互联网智能制造成为工业4.0和智慧产业发展的主导模式。5月,国务院正式发布《中国制造2025》战略,以新型传感器、智能控制系统、工业机器人、自动化成套设备为代表的智能制造产业迎来高速发展机遇。

5. 大数据应用全面提速

2015年4月14日,全国首个大数据交易所——贵阳大数据交易所,正式挂牌运营并完成首批大数据交易。2015年12月12日,北京中关村首次向社会发布“大数据”产业发展路线图和企业分布图,到2020年,中关村将集聚600家大数据创新企业,培育6000家具有大数据应用能力的企业。在政策、技术和需求的驱动下,中国大数据产业发展开始全面提速。

6. 移动互联网成最具活力“基因”

据工信部统计,截至2015年10月,我国移动电话用户规模突破13亿,移动互联网用户数达到9.5亿户,户均移动互联网接入流量达到361.6M,同比增长88.3%。我国已建成全球最大的第四代移动通信(4G)网络。移动互联网成为互联网最具活力、发展最快的部分,成为大众创业的主战场。

7. 网络空间法律体系现雏形

2015年7月,网络安全法草案向社会公开征求意见。11月施行的《中华人民共和国

刑法修正案(九)》加强了对公民个人信息的保护,增加编造、传播虚假信息犯罪的规定。《电信法》《电子商务法》正在形成草案。一系列规范性文件、意见的出台,成为网络空间法规的补充。我国网络空间法律体系已现雏形。

8. 互联网为“双创”制造机遇

网络已经成为大众创业、万众创新的核心工具,无数“创客”借助互联网“生长”起来,一些大型互联网公司打造创业孵化器,构筑创业生态。利用互联网转变发展方式,开展技术创新、服务创新、商业模式创新,进行创业探索,成为深入实施我国创新驱动发展战略的必由之路。

9. 分享经济催生新业态

互联网技术的发展让分享经济跨入新的发展阶段。利用移动互联网、大数据等新技术,信息的分享更加便捷,闲置、零散的社会资源通过互联网平台得以重新配置,既降低了成本,又解决了“痛点”。分享经济的新业态、新模式,正在成为促进未来产业发展的新动力。

10. 媒体平台边界逐渐消除

2015年,新媒体发展、媒体融合步伐大大加速,传统媒体设立“中央厨房”“超级编辑部”等,推出新版新闻客户端,不同渠道、不同

形态媒体信息都融于数字平台。同时,阿里巴巴大批收购媒体;游戏平台、电商平台、软件平台等已开始发布即时信息。数字化平台在技术上,没有媒体与非媒体的边界,法律和政策是底线。

采





2015年，媒体融合发展的关键一年。搭乘“互联网+”的快车，深入转型、深度融合、深度洗牌，在这个与信息靠得最近的传媒行业不断上演。面对冲击，传统媒体只能黯然退场吗？面对诱惑，传统媒体人正在纷纷离去吗？面对机遇，自媒体真的迎来了“黄金期”吗？2016年初回首，让我们触摸媒体融合的轨迹，一探传媒圈之变。

一问：传统媒体的冬天来了吗？

少数传统媒体退场，是优胜劣汰；但整个传统媒体行业，在积极转型中焕发新活力

2015年12月17日，西安最低气温零下4摄氏度，而《华商报》深度部编辑室里，显得更冷。作为核心采编部门的深度部，当天下午宣布解散，许多人眼眶通红，有人掩面哭泣。

2015年，一些传统媒体无奈放弃深度报道，一些报纸甚至面临休刊危机。7月1日，有着近17年历史的云南《生活新报》宣布停刊。9月21日，发行了1454期的湖南《长株潭报》黯然离场。10月1日，走过30年风雨的民生财经类报纸《上海商报》退出历史舞台。12月，《外滩画报》在其673期封面，以一行不起眼的小字，宣告杂志将走向终结的命运……

“传统媒体的冬天已经来临”，一些人悲观

地感叹。

传统媒体真的已经日薄西山了吗？事实上，传统媒体的现实并没有那么糟。

“当今时代，传统媒体的生存日益依赖于信息与传播新技术，而新兴媒体的发展则以传统媒体发展为前提”，中国传媒大学新闻学院院长刘昶教授举了很多例子：广告主投放纷纷回归电视市场，国内外广播至今都稳步发展，美国著名的《新闻周刊》停了纸质版又重新复刊等等。“都说年轻人现在不看电视了，其实，年轻人只是不在电视机上看电视了。”

在市场的风浪中，少数传统媒体被淘汰实属正常；更多的传统媒体正在全力以赴，抓住“互联网+媒体”这个更好的发展机遇。

2015年10月，经中央编办批准，人民日报



社新媒体中心正式成立，成为党报新媒体建设和媒体融合发展的标志性事件。截至目前，人民日报法人微博粉丝总数突破 7400 万，在各类媒体账号中排名第一；根据第三方评估，人民日报微信公众账号在微信平台全部 1000 万个公众账号中影响力排名第一；人民日报客户端累计下载量超过 1 亿，在传统主流媒体创办的新闻客户端中遥遥领先。

如今，作为“融媒体”的人民日报，在新媒体舆论场中已是非常重要的力量。

过去一年，稳居西部地区纸媒发行量第一的华西都市报，以全新“i 战略”推进融合发展。资讯、社交、电商、互联网金融四管齐下，推出了掌上四川“两微一端”、社交类产品“成都范儿”、电商平台 8 小时购物网和互联网金融平台等，从一个单纯的新闻载体，成功变身为信息和服务的综合平台。

去年 1—6 月，华西传媒集群新媒体业务量同比增幅 481%；而《华西都市报》的销量同样稳定，在省内保持领先，80%以上的订户仍每天都看报。

传统媒体与新兴媒体深度融合、一体发展，迎来新一轮春天。全方位、多形态拥抱新媒体，传统媒体没有退出江湖，而是寻找到新出路、焕发出新活力。

二问：传统媒体人出现离职潮了吗？

融合发展，给人才流动创造了更多机遇；人才流动，给融合发展带来了更多可能

2015 年，传媒圈另一个颇受关注的现象，是一些传统媒体人离职。比如，《第一财经日报》总编辑秦朔、《南方人物周刊》主编徐列等等。这些原本正常的传统媒体人离职现象，置于新媒体冲击的大背景下，被放大为“传统媒体人出现离职潮”。

事实上，今年以来，新媒体人的离职现象也时有发生。爱奇艺首席内容官马东、百度副总裁张东晨、网易传媒副总裁陈峰……这些新媒体精

英离职后，有的仍在传媒业打拼，有的则加盟其他行业，有的还选择自立门户创业。

在中国传媒大学新闻学院教授邓忻忻看来，媒体人离职，无论是传统媒体人还是新兴媒体人，都是一种正常现象，是人才的正常流动。而当前一些网络报道，则把这种看得见的变化夸大了。

绝大部分媒体人仍在坚守。《中国青年报》原社长陈小川对此持乐观态度：时代和媒体形态在变，但记者的基因不会也不能变异。记者仍是一个旺盛可延续的“物种”。

从另一个角度看，即使传统媒体人跳槽至新媒体，不仅可以为新媒体发展注入活力，也可以让媒体融合变得更加顺畅。

尽管媒体格局在变，但传统媒体依然保持旺盛的人才需求，也依然是许多高校毕业生的职业追求。

近日，在浙江传媒学院举办的“浙江省 2016 届毕业生暨杭州市第四届文化创意人才专场招聘会”上，排队最长、简历递交最多的依然是传统的广播电视台招聘摊位。《中国传媒大学 2015 届毕业生就业质量报告》显示，签约工作的 926 名本科毕业生中，555 人前往传媒类单位，所占比重达 59.94%。其中，签约单位广播电视、平面媒体、出版发行三个传统媒体领域的毕业生占比最高，达 39.46%。

同时，媒体学科的教育也与时俱进，力图培养更懂互联网传播、更适合当前媒体融合发展的新型人才。去年 9 月，中国传媒大学新闻学院迎来了本科新开设专业——数据新闻报道专业的第一批学生。这些掌握新媒体传播规律和方式的人才毕业后无论进入传统媒体，还是直接进入新媒体，都将成为推进媒体融合发展的中坚力量。

媒体融合发展，对新媒体从业人员也提出更加规范的要求。去年 11 月，国家网信办为首批符合资质的新闻网站采编人员发放记者证，标志着网络新闻信息从业人员职业资格准入制度确立，新媒体的新闻生产将更加规范专业。



可以说,融合发展,给人才流动创造了更多机遇;人才流动,也将给融合发展带来更多可能。

三问:自媒体的“黄金期”真的到了吗?

繁华之中,隐忧更深;在高速发展过程中,自媒体逐渐显露出鱼龙混杂、良莠不齐等问题

一年半以前,《外滩画报》总编辑徐沪生每天的生活很规律,夜里工作到凌晨三四点,上午11点起床,骑着自行车去上班。如今他更为人们熟知的身份,是知名微信公众号“一条”的创始人。

在完成B轮融资后,“一条”的估值已达1亿美元。

2012年微信公众平台上线,经过3年“爆炸式”增长,自媒体人生产的优质内容逐渐获得了变现能力。“科技每日推送”“十点读书”“大象公会”等一大批微信公号拿到融资,金额动辄上千万。

大众创业、万众创新时代,自媒体凭借垂直化和分众化优势,给习惯了大包大揽式报道的读者,提供了新鲜的选择对象和阅读可能。

大批热钱涌入自媒体市场,大量人才进入自媒体行业,大宗广告盯着自媒体账号,自媒体俨然进入了发展的“黄金期”。

但繁华之中,隐忧更深。在高速发展过程中,自媒体逐渐显露出一些问题。

比如,鱼龙混杂,良莠不齐。

日前,厦门市破获了一起利用微信公众号编造“厦门发生特大事故”、发布虚假信息的案件,6名犯罪嫌疑人因涉嫌编造、故意传播虚假恐怖信息罪被警方刑拘。在微信公众号中,涉嫌虚假、色情、反动等信息的问题时有发生。

比如,野蛮生长,成长艰难。

自媒体账号成活不易,成长更难。腾讯数据显示,微信公众号的数量已经突破1000万,并以每天1.5万个的速度增加;其淘汰速度也超出人们的想象,据不完全统计,年死亡率达200万至300万。一旦粉丝数和阅读量达到一定量级,维系公众号会难上加难,人才、融资、经营都跟不上自媒体的发展。

再比如,责任缺失,监管缺乏。

创建自媒体,人才、资金、管理等门槛较低。一些自媒体为了吸引眼球、吸引粉丝、吸引投资,不惜偏离客观公正的立场,甚至靠偏激言论扩大影响。而在监管层面,自媒体迅猛壮大,管理往往跟不上发展脚步,导致一些新问题未能及时得到治理。

2014年8月,国家互联网信息办公室发布《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》,标志着对自媒体规范管理迈出重要一步。针对种种乱象,该规定明确了发布转载时政类新闻的公众账号资质,并明确提出:即时通信工具服务使用者应当承诺遵守法律法规、社会主义制度、国家利益、公民合法权益、公共秩序、社会道德风尚和信息真实性等“七条底线”。

2015年,《互联网用户账号名称管理规定》发布,确保自媒体账号、头像、简介等严守底线;《互联网新闻信息服务单位约谈工作规定》出台,加大对互联网平台的监管;新广告法实施,将互联网广告纳入规范……专家表示,这些规定正在发挥更大作用,引导自媒体健康有序发展。采

(本文来源:人民日报)



传统媒体与新兴媒体之间的关系大致经历三个层次：“你需要我、我需要你”，“你依赖我、我依赖你”，“我就是你、你就是我”。如何在三个不同层次发挥各自媒体的不同优势和潜力，实现深度融合，需要二者切实的利益整合。



随着新兴媒体的发展壮大，传统媒体和新兴媒体之间的关系日趋紧密且复杂，融合态势愈发明显，利益整合的需求也更加迫切。

传统媒体与新兴媒体之间的关系大致经历三个层次：“你需要我、我需要你”，“你依赖我、我依赖你”，“我就是你、你就是我”。如何在三个不同层次发挥各自媒体的不同优势和潜力，实现深度融合，需要二者切实的利益整合。

传统媒体与新兴媒体虽然传播工具和技术手段不同，但都是党的新闻宣传事业的重要组成部分，根本利益是一致的。在具体的经济利益方面，二者存在一定的差异在所难免，主要表现为作为不同利益主体在初始投入、运营支出和产出收益等方面的利益诉求不同。

初始投入方面的利益诉求差异，主要表现在究竟由谁负责、按照什么比例分担或者一方投入之后各方如何后续分摊弥补等；运营支出方面的利益诉求差异，主要表现在对公共性支出尤其是相互交叉难以明确划界的部分，如何进行公平合

理的计量和分割；产出收益方面，二者在分配方法、分配期限等分配规则上也有不同主张，有些还阻碍着进一步的深度合作。

一般来说，在新媒体发展初期，传统媒体和新兴媒体之间的关系主要以传统媒体对新兴媒体的支持为主，相互之间的利益差异尚不明显。随着新兴媒体的发展壮大，二者之间利益分化现象趋于明显，而且伴随着新媒体业态的增多，相互间利益关系更趋复杂。到新兴媒体成熟起来、发展成为独立利益主体的时候，传统媒体与新兴媒体并驾齐驱，彼此利益的整合更加迫切。因此，在一定意义上说，相互之间利益整合的顺畅与否决定了媒体融合的未来，利益整合的模式影响甚至决定着媒体融合能否发生真正的“化学反应”。传统媒体和新兴媒体利益整合的模式大致有三类：一是相对简单的“物理结合”，包括内容共享等形式；二是形成以市场为导向的交易机制，由一定的规则来引导和规范；三是实现全媒体格局下全新的制度安排，形成彼此间稳定的利益优

新华社发布新闻报道中的第一批禁用词



根据新华社日前发布的《新华社新闻报道中的禁用词（第一批）》规定，媒体报道中的禁用词主要涉及了五方面内容，分别是社会生活类的禁用词，法律类的禁用词，民族宗教类的禁用词，涉及我领土、主权和港澳台的禁用词以及国际关系类的禁用词。

一、社会生活类的禁用词

1.对有身体伤疾的人士不使用“残废人”、“独眼龙”、“瞎子”、“聋子”、“傻子”、“呆子”、“弱智”等蔑称，而应使用“残疾人”、“盲人”、“聋人”、“智力障碍者”等词语。

2.报道各种事实特别是产品、商品时不使用“最佳”、“最好”、“最著名”等具有强烈评价

色彩的词语。

3.医药报道中不得含有“疗效最佳”、“根治”、“安全预防”、“安全无副作用”等词语，药品报道中不得含有“药到病除”、“无效退款”、“保险公司保险”、“最新技术”、“最高技术”、“最先进制法”、“药之王”、“国家级新药”等词语。

4.对文艺界人士，不使用“影帝”、“影后”、“巨星”、“天王”等词语，一般可使用“文艺界人士”或“著名演员”、“著名艺术家”等。

5.对各级领导同志的各种活动报道，不使用“亲自”等形容词。

6.作为国家通讯社，新华社通稿中不应使用

化系统。

大体上看，这三种方式分别对应着媒体融合的三个层次：在媒体融合初期，传统媒体和新兴媒体之间的关系主要表现为“你需要我、我需要你”。这时候的融合事务形式较为单一，各方略有盈亏也基本可以忽略不计。

当媒体融合不断进化，传统媒体和新兴媒体逐渐变得“你依赖我、我依赖你”的时候，彼此间需要互动、协调的事务越来越多，所涉及的经济利益也越来越大，头绪也更多。这时候就要通过公平合理的契约来解决，使相互之间的经济交易得以规范化并形成各方共同遵守的规则。

最后，当媒体融合进入新的阶段，传统媒体和新兴媒体“我就是你、你就是我”，高度一体化发展。这时候，如果彼此之间的利益整合仍然主要通过契约来解决的话，一是交易成本会不断增高，二是深度整合的难度也随之加大，因此需

要更加科学合理的制度安排，总的方向是增强传统媒体和新兴媒体之间的产权重叠度和利益重合度，以比较彻底的利益整合来推动全媒体格局下的深度融合。

媒体格局正在发生巨变，利益整合是长期艰巨的任务，需要过程协调、动态平衡。随着媒体业态的变迁、丰富，以及利益整合的不断深入，媒体融合的模式也将更为清晰，更符合发展规律。采



“哇噻”、“妈的”等俚语、脏话、黑话等。如果在引语中不能不使用这类词语，均应用括号加注，表明其内涵。近年来网络用语中对脏语进行缩略后新造的“SB”、“TMD”、“NB”等，也不得在报道中使用。

二、法律类的禁用词

7.在新闻稿件中涉及如下对象时不宜公开报道其真实姓名：

- (1) 犯罪嫌疑人家属；
- (2) 涉及案件的未成年人；
- (3) 涉及案件的妇女和儿童；
- (4) 采用人工受精等辅助生育手段的孕、产妇；
- (5) 严重传染病患者；
- (6) 精神病患者；
- (7) 被暴力胁迫卖淫的妇女；
- (8) 艾滋病患者；
- (9) 有吸毒史或被强制戒毒的人员。

涉及这些人时，稿件可使用其真实姓氏加“某”字的指代，如“张某”、“李某”，不宜使用化名。

8.对刑事案件当事人，在法院宣判有罪之前，不使用“罪犯”，而应使用“犯罪嫌疑人”。

9.在民事和行政案件中，原告和被告法律地位是平等的，原告可以起诉，被告也可以反诉。不要使用原告“将某某推上被告席”这样带有主观色彩的句子。

10.不得使用“某某党委决定给某政府干部行政上撤职、开除等处分”，可使用“某某党委建议给予某某撤职、开除等处分”。

11.不要将“全国人大常委会副委员长”称作“全国人大副委员长”，也不要将“省人大常委会副主任”称作“省人大副主任”。各级人大常委会的委员，不要称作“人大常委”。

12.“村民委员会主任”简称“村主任”，不得称“村长”。村干部不要称作“村官”。

13.在案件报道中指称“小偷”、“强奸犯”等时，不要使用其社会身份作前缀。如：一个曾

经是工人的小偷，不要写成“工人小偷”；一名教授作了案，不要写成“教授罪犯”。

14.国务院机构中的审计署的正副行政首长称“审计长”、“副审计长”，不要称作“署长”、“副署长”。

15.各级检察院的“检察长”不要写成“检察院院长”。

三、民族宗教类的禁用词

16.对各民族，不得使用旧社会流传的带有污辱性的称呼。不能使用“回回”、“蛮子”等，而应使用“回族”等。也不能随意简称，如“蒙古族”不能简称为“蒙族”，“维吾尔族”不能简称为“维族”，“哈萨克族”不能简称为“哈萨”等。

17.禁用口头语言或专业用语中含有民族名称的污辱性说法，不得使用“蒙古大夫”来指代“庸医”，不得使用“蒙古人”来指代“先天愚型”等。

18.少数民族支系、部落不能称为民族，只能称为“XX人”。如“摩梭人”“撒尼人”“穿（川）青人”“僮人”，不能称为“摩梭族”“撒尼族”“穿（川）青族”“僮族”等。

19.不要把古代民族名称与后世民族名称混淆，如不能将“高句丽”称为“高丽”，不能将“哈萨克族”、“乌孜别克族”等泛称为“突厥族”或“突厥人”。

20.“穆斯林”是伊斯兰教信徒的通称，不能把宗教和民族混为一谈。不能说“回族就是伊斯兰教”、“伊斯兰教就是回族”。报道中遇到“阿拉伯人”等提法，不要改称“穆斯林”。

21.涉及信仰伊斯兰教的民族的报道，不要提“猪肉”。

22.穆斯林宰牛羊及家禽，只说“宰”，不能写作“杀”。

四、涉及我领土、主权和港澳台的禁用词

23.香港、澳门是中国的特别行政区，台湾是中国的一个省。在任何文字、地图、图表中都

要特别注意不要将其称作“国家”。尤其是多个国家和地区名称连用时，应格外注意不要漏写“(国家)和地区”字样。

24.对台湾当局“政权”系统和其他机构的名称，无法回避时应加引号，如台湾“立法院”、“行政院”、“监察院”、“选委会”、“行政院主计处”等。不得出现“中央”、“国立”、“中华台北”等字样，如不得出现时应加引号，如台湾“中央银行”等。台湾“行政院长”、“立法委员”等均应加引号表述。台湾“清华大学”、“故宫博物院”等也应加引号。严禁用“中华民国总统（副总统）”称呼台湾地区领导人，即使加注引号也不得使用。

25.对台湾地区施行的所谓“法律”，应表述为“台湾地区的有关规定”。涉及对台法律事务，一律不使用“文书验证”、“司法协助”、“引渡”等国际法上的用语。

26.不得将海峡两岸和香港并称为“两岸三地”。

27.不得说“港澳台游客来华旅游”，而应称“港澳台游客来大陆（或：内地）旅游”。

28.“台湾”与“祖国大陆（或‘大陆’）”为对应概念，“香港、澳门”与“内地”为对应概念，不得弄混。

29.不得将台湾、香港、澳门与中国并列提及，如“中港”、“中台”、“中澳”等。可以使用“内地与香港”、“大陆与台湾”或“京港”、“沪港”、“闽台”等。

30.“台湾独立”或“台独”必须加引号使用。

31.台湾的一些社会团体如“中华道教文化团体联合会”、“中华两岸婚姻协调促进会”等有“中国”、“中华”字样者，应加引号表述。

32.不得将台湾称为“福摩萨”。如报道中需要转述时，一定要加引号。

33.南沙群岛不得称为“斯普拉特利群岛”。

34.钓鱼岛不得称为“尖阁群岛”。

35.严禁将新疆称为“东突厥斯坦”。

五、国际关系类禁用词

36.不得使用“北朝鲜（英文 North Korea）”来称呼“朝鲜民主主义人民共和国”，可直接使用简称“朝鲜”。英文应使用“the Democratic People's Republic of Korea”或使用缩写“DPRK”。

37.有的国际组织的成员中，既包括一些既有国家，也包括一些地区。在涉及此类国际组织时，不得使用“成员国”，而应使用“成员”或“成员方”，如不能使用“世界贸易组织成员国”、“亚太经合组织成员国”，而应使用“世界贸易组织成员”、“世界贸易组织成员方”、“亚太经合组织成员”、“亚太经合组织成员方”（英文用 members）。

38.不使用“穆斯林国家”或“穆斯林世界”，而要用“伊斯兰国家”或“伊斯兰世界”。

39.在达尔富尔报道中不使用“阿拉伯民兵”，而应使用“武装民兵”或“部族武装”。

40.在报道社会犯罪和武装冲突时，一般不要刻意突出犯罪嫌疑人和冲突参与者的肤色、种族和性别特征。比如，在报道中应回避“黑人歹徒”的提法，可直接使用“歹徒”。

41.公开报道不要使用“伊斯兰原教旨主义”、“伊斯兰原教旨主义者”等说法。可用“宗教激进主义（激进派、激进组织）”替代。如回避不了而必须使用时，可使用“伊斯兰激进组织（分子）”，但不要使用“激进伊斯兰组织（分子）”。

42.不要使用“十字军”等说法。

43.人质报道中不使用“斩首”，可用中性词语为“人质被砍头杀害”。

44.对国际战争中双方的战斗人员死亡的报道，不要使用“击毙”等词语，可使用“打死”等词语。

45.不要将撒哈拉沙漠以南的地区称“黑非洲”，而应称为“撒哈拉沙漠以南的非洲”。采

（据新华社《新闻阅评动态》第315期）

中文出版物不能滥用外文字

□李加旭

当前,中文出版物不加国家通用语言文字注释、滥用外国语言文字的问题相当严重,这不是夸大其词,是事实。请看:

例1:近几年来,国内的SUV、MPV市场呈快速发展态势、尤其是MPV市场,从2014年乘用车分车型产销情况看,MPV产销增速分别为49.4%和46.8%。(2015年4月1日《参考消息·北京参考》第9版《华晨冲击高端MPV市场》一文提要)

例2:为了加快推出Apple Watch,苹果公司先后从Burberry以及YSL等公司“挖角”。(2015年3月25日《中国民航报》第12版《手表智能化 传统大牌怕了吗?》)

例3:在Yet2的帮助下,一家名叫Corium的小型生物技术公司被宝洁相中。在促成合作的过程中,Yet2又发现,Corium公司的一项生物粘胶技术……(2015年3月31日《解放日报》第2版《网络时代卖技术,线下服务仍是关键》)

例4:据我估计,中国加入WTO,应该在二〇〇三到二〇〇五年之间,加入WTO后,对商业零售行业,还有三年左右的保护期。(著名作家柳建伟著、获第六届茅盾文学奖《英雄时代》第454页倒数第2~1行)

要举例的话,实在太多了。仅从上述4例中,我们已经看到了中文出版物不加注释地滥用外国语言文字的严重程度。例1《参考消息·北京参考》大约200字的提要中,外国语言文字出现4处(包括重复使用的)。例2《中国民航报》一篇千把字的文章中,外国语言文字出现29处(包括重复使用的)。例3《解放日报》不到1700字的报道中,外国语言文字出现14处。

例4说的是名人名著使用外国语言文字的情况,一句话两次出现,实际上《英雄时代》第312、314、454、455共4页书上使用了VCD、WTO各两处、GDP四处。

更为严重的是,2012年10月19日《西部时报》07版一个整版上,QFII重复83次;2012年11月6日该报04版《美国女教师爱上拉萨“慢生活”》,一篇不足1000字文中竟有22处重复出现Sharon这个美国人的名字。一个版上、一篇文章中这么频频出现外国语言文字,令人感到刺眼,这还像中文吗?

中文出版物大量使用外国语言文字,不免有滥用外国语言文字之嫌,也把我们国家法定的通用语言文字——汉语——冲击得不像汉语,成了中外文的混合物。尤其是专业类、科技类行业出版物,滥用外国语言文字十分严重,只有少数搞专业技术的人才能看懂。在我国社会各行业中,搞专业技术的毕竟是少数,大量使用外国语言文字,不仅影响了阅读,而且缩小了读者面。如今,某些社会综合性刊物,时不时地也刊出夹杂大量外国语言文字的文章,实在令人难以阅读。关于如何使用外国语言文字,在我国是有法可依的。请看:

《中华人民共和国国家通用语言文字法》第十一条规定:“汉语文出版物应当符合国家通用语言文字的规范和标准。汉语文出版物中需要使用外国语言文字的,应当用国家通用语言文字作必要的注释。”

《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》第三十一条规定:“电台、电视台、报刊、出版物……用语言文字应当符合国家通用语言文字的规范和



标准,除特别需要外,一般不得使用外国语言文字。”

原国家新闻出版总署副署长、全国科学技术名词审定委员会副主任孙寿山曾在2010年7月针对中文出版物夹杂字母词泛滥现象发表过谈话(见《中国新闻出版报》2010年7月7日头版头条)。国内有关专家学者还写了不少文章呼吁。

几年来,尽管有法规,有领导讲话,有专家呼吁,也有从事语言文字工作的同志不断努力,中文出版物滥用外国语言文字的现象一直没有被制止,而且在一些地方、一些出版物上愈演愈烈,以至于成为现今比较突出、比较严重的文字问题。那么原因究竟何在?

一是有法不依,执法不严。法律也有,规章也有,但没有一个执法部门认真管一管,没有落实,没有督促和检查,只落个一纸空文。

二是思想认识不到位。不少人从思想上没有认识到爱我中华文化、爱我五千年文明的记录符号——法定国家通用语言文字——汉语言文字的重要意义,没有把少用、慎用、加注释用或者不用外国语言文字视为爱国行为,而有些人却认为这是“改革开放的必然结果”“是现代化的潮流”“是世界融为一体的大趋势,不可阻挡”“尽管有规定,执法应该有弹性”“硬堵是堵不住的”等等。认识上的混乱,导致了外国语言文字在一些报刊上的泛滥。

三是不少人图省事,赶时髦,显示自己懂外文,有学问。说GDP、CPI、WTO多简单,用汉语“国内生产总值”“居民消费指数”“世界贸易组织”太长了,太麻烦了。于是说“我就是不改”“你们这些搞文字的人死脑子,不合潮流”等。有编辑从网上一扒,外国语言文字原封不动地搬到了刊物上,也不管读者看懂看不懂了。

四是没有具体而强硬的措施。有文,有言,就是没有落实的措施,对做得好的没表扬;对做

得差的没批评。有关主管部门组织人力对报、刊、书进行过多次各种各样的抽查,始终没有把使用外国语言文字列为检查项目,对违法违规行为当然也就无处罚,岂不看着泛滥?

怎么办?本人特提出如下建议:

一、加强宣传教育。或以主管部门领导讲话,或以主管部门文件形式,重申国家在这方面的政策,重申爱我中华文化、爱我中华五千年文明的记录符号——汉语——的坚定立场,并通过报刊、电视广播和其他媒体进行宣传教育,不得违法违规使用外国语言文字。

二、尽快出台《国家通用语言文字法》实施细则。在细则中对使用外国语言文字作出更详细的规定,并对违法违规者作出处罚规定。

三、采取切实可行的措施。一是出版译名手册,对国际组织机构名称、外国公司名称、外国人名地名、外国产品统一汉语译名,凡是已有译名的,必须查对,不得使用外国语言文字;没有译名的,必须加汉注。二是不断对出版物进行抽查,组织规模性抽查时,将使用外国语言文字作为抽查项目之一,并公布检查结果。

总之,应当把纯洁祖国语言文字、促进国家通用语言文字规范化、标准化及其健康发展看作是一种爱国行为,不应当有抵触情绪。我不是反对使用外国语言文字。随着我国改革开放不断深入,国际交往日益增多,使用外国语言文字不可避免,但要依法使用,不能滥用,以免造成阅读困难。据悉,西方国家很注意保护本国语言。俄罗斯总统普京曾签署一项禁止俄语中滥用英语单词的命令。我们也应该爱护、保护我们的民族语言。在2014年3月召开的全国两会上,《政府工作报告》那么长,只用了一个“M2”;《全国人民代表大会常务委员会工作报告》也相当长,连一个外文字母也没有。我们应该向中央领导同志学习,制止滥用外国语言文字的行为,为促进国家通用语言文字健康发展而奋斗。采 (作者系本报特聘审读)