

New Media

网络传播

2018年4月号 总第173期



月报

正能量引导智能传播

风向

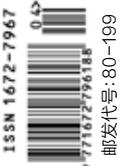
开放共创繁荣 创新引领未来

舆论场

探索互联网企业党建工作新模式

探索

短视频与直播行业发展趋势观察



邮发代号: 80-199

New Media

网络传播

《网络传播》杂志是由中央网信办主管、中国网络空间研究院主办的全国网信工作指导性刊物。致力于宣传、解读习近平总书记网络强国战略思想和中央网络安全和信息化委员会及其办公室的重大决策部署和重点工作任务，以丰富权威的资讯、典型翔实的案例、前瞻先导的理论，引领网络传播主流，交流网络传播经验，研究网络传播规律，为互联网管理者、从业者、研究者提供决策依据、实践案例和研究成果。



微信扫码 欢迎关注

邮发代号：80-199 刊号：CN11-5195/G2

订阅热线：010-68300133 编读热线：010-68300129

邮箱：wangluocb@vip.sina.com

1 第一期
微信公众号上的
时政表达



2 第二期
微信公众号上的
正能量传播



3 第三期
优秀微信公众号
的必备基因

4 第四期
新闻网站传播力
是如何炼成的

5 第五期
政务如何上头条



6 第六期
国学文化的网络传播

7 第七期
网络大V的舆论引领

8 第八期
互联网+公益

9 第九期
中国网媒的
海外传播

10 第十期
融合传播的
挑战与变革

11 第十一期
大数据与
新闻表达

12 第十二期
2015-2016
中国新闻网站
传播力年度报告

13 第十三期
App的黄金窗口
是否还在?

14 第十四期
技术演进下的
传播新浪潮



15 第十五期
网络直播——
新媒体时代的一把火

网络传播沙龙

New Media Salon

在这里
只为最亲爱的读者和网友
送上最诚意的巅峰对话

New Media
网络传播

(2018年4月号 总第173期)

主管单位 中央网络安全和信息化委员会办公室
(国家互联网信息办公室)

主办单位 中国网络空间研究院

出版单位 《网络传播》编辑部

学术咨询委员会 陈昌凤 杜骏飞 方兴东 高 钢
(按姓氏拼音排序) 胡 泳 李本乾 李良荣 彭 兰
强 茨 沈 浩 宋建武 唐绪军
韦 路 谢新洲 熊澄宇 张志安
钟 瑛

副主编 孙光海 马冉冉
编辑部主任 刘沁娟
新媒体部主任 王 静
对外合作部副主任 王荣宇
编辑·记者 潘树琼 杨 洋 陈琳辉
编务 刘 婷

地址 北京市东城区朝阳门内大街 190 号
投稿邮箱 wangluocb@vip.sina.com
编辑部 010-55624927
新媒体部 010-55624933
发行部 010-55624928
传真 010-55635335
邮编 100010
出版日期 每月15日

印刷 北京华联印刷有限公司
刊号 ISSN1672-7967 CN11-5195/G2
广告许可证 京西工商广字第 0412 号
定价 25.00 元
国内发行 全国各地邮局
邮发代号 80-199
举报电话 010-68300135



官方微信



官方微博

版权申明:

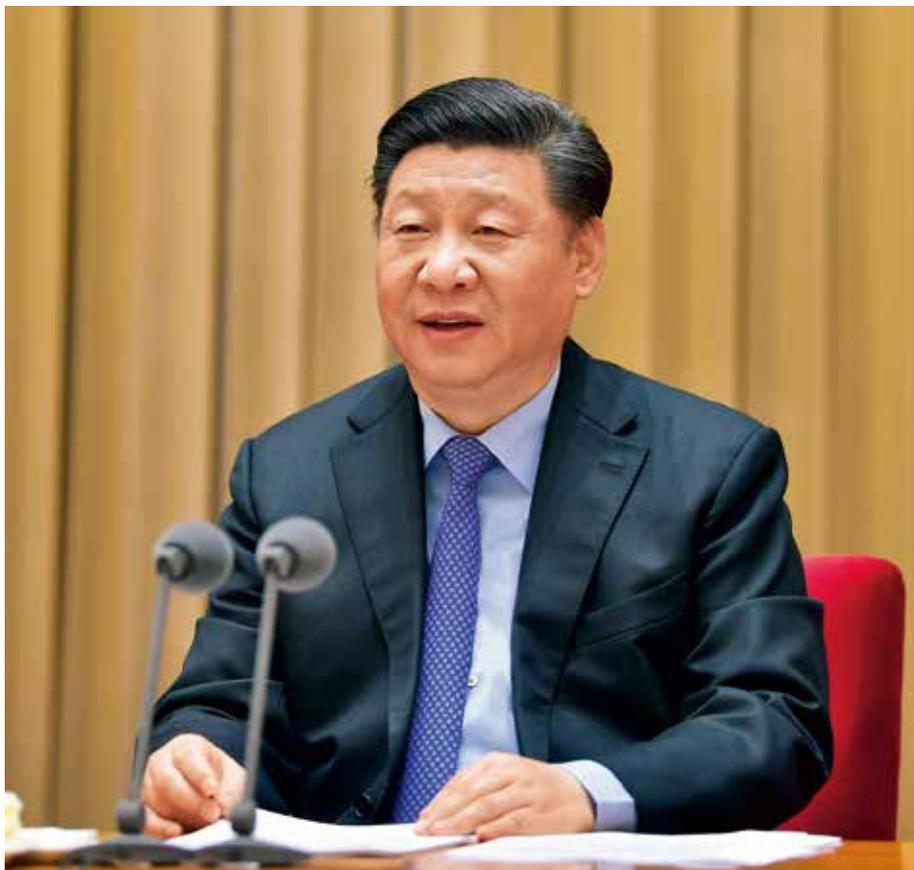
本杂志全部著作,由本杂志社享有相关著作权利。未经本杂志社许可,任何个人及组织不得转载、摘编或做任何利用。如有印刷质量问题或装订错误,请联系北京华联印刷有限公司调换。电话010-87110715

本刊已被CNKI系列数据库收录,其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录,请在来稿时向本刊声明,本刊将做适当处理。

New Media

网络传播





10

习近平在全国网络安全和信息化工作会议上强调

敏锐抓住信息化发展历史机遇 自主创新推进网络强国建设



风向

18

- 07 月度速览
- 10 敏锐抓住信息化发展历史机遇
自主创新推进网络强国建设
- 14 评论 | 抓住历史机遇 建设网络强国
- 15 开放共创繁荣 创新引领未来
- 18 紧抓发展机遇 绘就战略蓝图
- 20 解读 | 压实企业责任 助推转型升级

- 22 解读 | 深改优化职责 完善顶层设计
- 24 解读 | 新发展理念引领新时代网信事业
- 27 解读 | 习近平网络强国战略思想的逻辑与要点
- 30 解读 | 适应新技术新应用的管理新思路

月报

- 33 正能量引导智能传播
- 34 加强内容建设 做强正面宣传
- 36 以法治之网规范智能传播
- 38 现象 | 聚合类平台困境待解锁
- 40 现象 | 短视频重构媒介生态
- 42 现象 | 知识付费迎风起
- 44 现象 | 拥抱媒体智能新业态
- 46 解读 | 新传播场景中的伦理追问
- 48 解读 | 算法要发扬科技向善之力
- 50 解读 | 智媒时代央媒对算法的观点探究
- 54 为清朗网络空间构筑“规则之网”

舆论场

- 57 舆情热点
- 60 网络综合治理体系的建与立
- 62 广东发布: 让政府声音触达民心
- 64 人民日报社新媒体中心:
首发多维有深度 立体传播重互动
- 66 长城新媒体集团:
全力以赴融传播 众志成城创一流
- 68 探索互联网企业党建工作新模式
- 70 网络理论传播的四个“辩证统一”
- 72 做鲜做活做精地方网站年度盘点
- 74 政策解读类报道如何成为爆款
- 76 网络传播视觉榜

探索

- 81 短视频与直播行业发展趋势观察
- 84 矩阵型组织结构优化短视频业务
- 87 论网媒在社会发展中的责任担当
- 90 探索传统媒体转型升级的新路径
- 92 浅析高校微信公众平台传播模式
- 94 舆情回应的权变管理和机制探讨



36

以法治之网规范智能传播

技术是杠杆, 是工具, 但人工智能技术并不是完全客观中立, 其背后隐含着设计者的价值观



62

广东发布: 让政府声音触达民心

“广东发布”围绕服务党和政府中心工作, 不断创新完善发布机制, 使官方声音快速有效触达民心, 营造良好舆论氛围



90

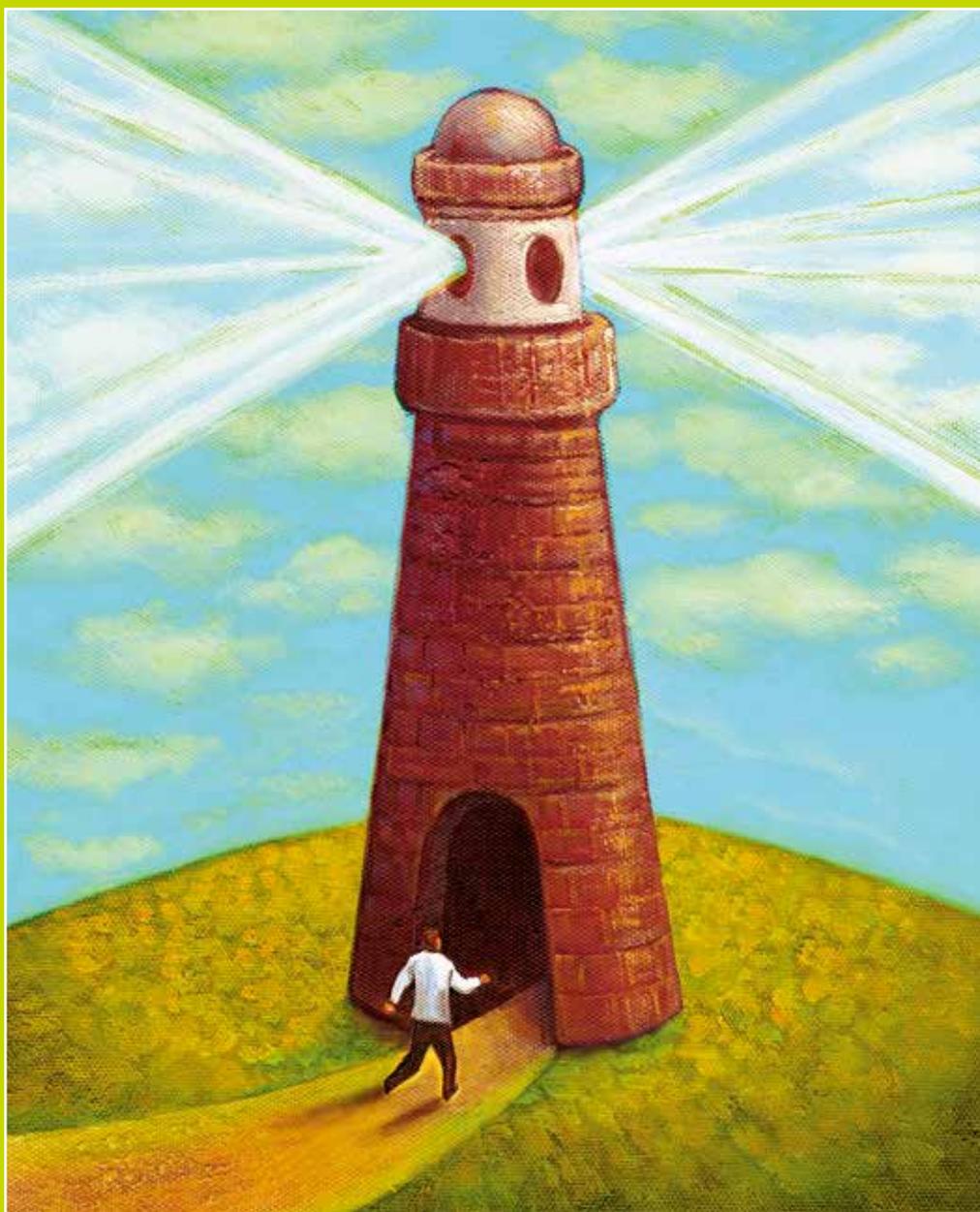
探索传统媒体转型升级的新路径

传统媒体的转型升级, 一定要在充分利用和发挥自身影响力等核心优势的基础上, 积极拥抱技术革命带来新机遇和需求, 勇于突破, 善于创新

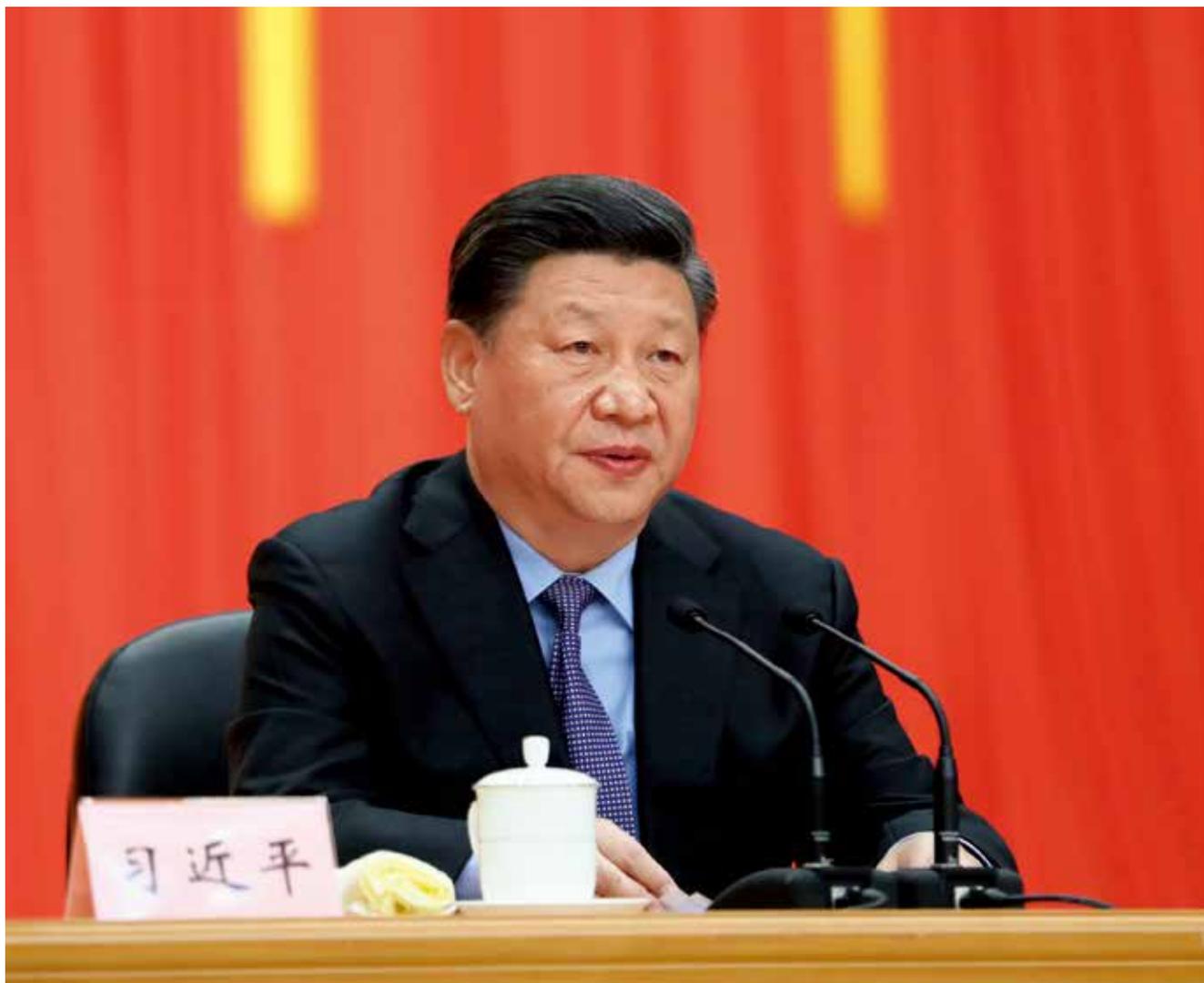
风向

Trend

在这里，看到网信工作前沿报道、互联网政策解读；
在这里，聆听黄钟大吕、微言大义；
在这里，触摸网络传播领域前沿。



月度速览



图/新华社记者 谢环驰 摄



2018年4月13日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在海南省人大大会堂出席庆祝海南建省办经济特区30周年大会并发表重要讲话。他强调，在决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利的征程上，经济特区不仅要继续办下去，而且要办得更好、办出水平。经济特区要不忘初心、牢记使命，把握好新的战略定位，继续成为改革开放的重要窗口、改革开放的试验平台、改革开放的开拓者、改革开放的实干家。

1

习近平主持召开中央全面深化改革委员会第一次会议

3月28日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央全面深化改革委员会主任习近平主持召开中央全面深化改革委员会第一次会议并发表重要讲话。他强调，深化党和国家机构改革全面启动，标志着全面深化改革进入了一个新阶段，改革将进一步触及深层次利益格局的调整和制度体系的变革，改革的复杂性、敏感性、艰巨性更加突出，要加强和改善党对全面深化改革统筹领导，紧密结合深化机构改革推动改革工作。中央全面深化改革委员会副主任李克强、王沪宁、韩正出席会议。

会议指出，推进中央纪委国家监委机关内设机构改革，是贯彻落实深化国家监察体制改革的一个实际举措。要坚持优化协同高效，推动机构、职能、人员全面融合，构建党统一指挥、全面覆盖、权威高效的国家监察体系。要强化自我监督，在内部形成相互制约的机制，把权力关进制度的笼子。

2

习近平听取2017年省级党委政府脱贫攻坚考核情况汇报

3月30日，中共中央政治局召开会议，听取2017年省级党委和政府脱贫攻坚工作成效考核情况汇报，对打好脱贫攻坚战提出要求。中共中央总书记习近平主持会议。

会议认为，党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，脱贫攻坚取得了决定性进展。中国特色脱贫攻坚制度体系全面建立，精准扶贫精准脱贫方略扎实推进，各方联动社会参与的大扶贫格局基本形成，创造了我国减贫史上最好成绩。2017年，党中央关于脱贫攻坚的决策部署得到全面贯彻落实，各地区各部门责任进一步强化，五级书记抓脱贫攻坚的思想自觉和行动自觉基本形成，精准扶贫精准脱贫政策措施落地见效，东西部扶贫协作全面提速，中央单位定点扶贫稳步推进，工作作风明显转变，脱贫攻坚迈上新的台阶。

3

习近平参加首都义务植树活动

4月2日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在参加首都义务植树活动时强调，绿化祖国要坚持以人民为中心的发展思想，广泛开展国土绿化行动，人人出力，日积月累，让祖国大地不断绿起来美起来。植树期间，习近平同参加植树的干部群众谈起造林绿化和生态环保工作。他强调，植树造林历来是中华民族优良传统。今天，我们来这里植树既是履行法定义务，也是建设美丽中国、推进生态文明建设、改善民生福祉的具体行动。开展国土绿化行动，既要注重数量更要注重质量，坚持科学绿化、规划引领、因地制宜，走科学、生态、节俭的绿化发展之路，久久为功、善做善成，不断扩大森林面积，不断提高森林质量，不断提升生态系统质量和稳定性。我们既要着力美化环境，又要让人民群众舒适地生活在其中，同美好环境融为一体。

4

《摆脱贫困》英、法文版电子书上线

4月9日，由外文出版社翻译出版的《摆脱贫困》英、法文版电子书上线，面向国内外读者销售。《摆脱贫困》是中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平的个人著作，收录了他1988年至1990年任中共宁德地委书记期间的重要讲话和调研文章，共29篇。全书紧紧围绕闽东如何脱贫致富、加快发展这一主题，提出了一系列的制度、理念、观点和方法。该书也是习近平同志在宁德两年艰苦工作的全面写照，体现了他扎根艰苦地区带领群众摆脱贫困的坚定理想信念和深挚为民情怀。

5

国家电子政务专家委员会成立大会暨第一次会议召开

3月16日，国家电子政务专家委员会成立大会暨第一次会议在北京召开。会议以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习习近平总书记关于

网络强国战略思想，明确了国家电子政务专家委员会的职能定位、宗旨使命、工作机制等，审议通过了国家电子政务专家委员会章程，讨论了专家委员会2018年度工作计划。会议指出，推动电子政务发展是推动国家治理体系和治理能力现代化的必然要求，是贯彻以人民为中心发展思想的重要举措，也是网信工作的一项重要任务。国家电子政务专家委员会成立是推动电子政务工作的一件大事，也是网信事业发展的一件大事，要切实增强做好国家电子政务工作的责任感、使命感，把习近平总书记关于电子政务工作的一系列指示要求落到实处，统筹发展电子政务，提高电子政务发展水平。

6

《关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见》发布

为全面贯彻落实党的十九大精神，充分发挥资本市场在资源配置中的重要作用，规范和促进网信企业创新发展，推进网络强国、数字中国建设，3月30日，中央网信办和中国证监会联合印发《关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视网络安全和信息化工作，我国网信事业取得积极进展，网络强国建设不断深入推进。推动资本市场服务网络强国建设，应以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，并遵循以下总体要求：推动网信事业和资本市场协同发展，保障国家网络安全和金融安全，促进网信和证券监管工作联动。

7

国家网信办依法约谈“快手”“火山小视频”直播短视频平台

4月4日，鉴于“快手”“火山小视频”直播短视频平台传播涉未成年人低俗不良信息，社会舆论反映强烈，国家网信办依法约谈“快手”和今日头条旗下“火

山小视频”相关负责人，提出严肃批评，责令全面进行整改。经查，“快手”“火山小视频”未能落实企业主体责任，出于博取眼球、获取流量目的，疏于账号管理，任由未成年人主播发布低俗不良



信息，突破社会道德底线、违背社会主流价值观，污染网络空间，严重影响青少年健康成长。

国家网信办依据《网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《互联网直播服务管理规定》等法律法规，要求“快手”“火山小视频”暂停有关算法推荐功能，并将“王乐乐”“杨青柠”“仙洋”“牌牌琦”“陈山”等违规网络主播纳入跨平台禁播黑名单，禁止其再次注册直播账号。“快手”及“火山小视频”相关负责人表示完全接受处罚，将进行彻底整改，暂停更新有关频道5天，禁止未满18周岁的未成年人注册网络主播，已有账号一律关停，进一步完善审核管理机制，建立未成年人保护体系，用正确的价值观指导算法，积极传播正能量。

8

国际网络安全标准化论坛召开

4月15日，国际网络安全标准化论坛在湖北武汉召开。本次论坛由全国信息安全标准化技术委员会、武汉市人民政府主办，中国电子技术标准化研究院、武汉市互联网信息办公室承办。国家互联网信息办公室副主任、全国信安标委主任杨小伟，湖北省武汉市市长万勇，国家标准化管理委员会副主任殷明汉，ISO/IEC JTC1/SC27主席Walter Fumy出席论坛并致辞。杨小伟指出，做好新时代网络安全工作，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，加快推动国家网络安全保障体系建设，把贯彻落实《网络安全法》作为网络安全中心工作，将关键信息基础设施保护作为网络安全重中之重，持之以恒抓好网络安全基础性工作，更多地运用标准引领和规范网络安全工作。■

(新闻选取时间为2018年3月16日至2018年4月15日)



习近平在全国网络安全和信息化工作会议上强调

敏锐抓住信息化发展历史机遇 自主创新推进网络强国建设

李克强主持 栗战书汪洋王沪宁赵乐际韩正出席

新华社北京4月21日电(记者张晓松、朱基钗)全国网络安全和信息化工作会议20日至21日在北京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央网络安全和信息化委员会主任习近平出席会议并发表重要讲话。他强调,信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇。我们必须敏锐抓住信息化发展的历史机遇,加强网上正面宣传,维护网络安全,推动信息领域核心技术突破,发挥信息化对经济社会发展的引领作用,加强网信领域军民融合,主动参与网络空间国际治理进程,自主创新推进网络强国建设,为决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利、实现中华民

族伟大复兴的中国梦作出新的贡献。

中共中央政治局常委、国务院总理、中央网络安全和信息化委员会副主任李克强主持会议。中共中央政治局常委、全国人大常委会委员长栗战书,中共中央政治局常委、全国政协主席汪洋,中共中央政治局常委、中央纪委书记赵乐际,中共中央政治局常委、国务院副总理韩正出席会议。中共中央政治局常委、中央书记处书记、中央网络安全和信息化委员会副主任王沪宁作总结讲话。

习近平在讲话中强调,党的十八大以来,党中央重视互联网、发展互联网、治理互联网,统筹协调涉及政治、经济、文化、社会、军事等领域信息化和网络安全重大问题,作出一系列重大决策、提出一系列重大举措,推动网信事业取得历史性成就。这些成就充分说明,党的十八

大以来党中央关于加强党对网信工作集中统一领导的决策和对网信工作作出的一系列战略部署是完全正确的。我们不断推进理论创新和实践创新,不仅走出一条中国特色治网之道,而且提出一系列新思想新观点新论断,形成了网络强国战略思想。

习近平指出,要提高网络综合治理能力,形成党委领导、政府管理、企业履责、社会监督、网民自律等多主体参与,经济、法律、技术等多种手段相结合的综合治网格局。要加强网上正面宣传,旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向,用新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神团结、凝聚亿万网民,深入开展理想信念教育,深化新时代中国特色社会主义和中国梦宣传教育,积极培育和践行社会主义核心价值观,推进网上宣传理念、内容、形式、方法、手

2018年4月20日至21日,全国网络安全和信息化工作会议在北京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央网络安全和信息化委员会主任习近平出席会议并发表重要讲话。图/新华社记者 李涛 摄

段等创新,把握好时度效,构建网上网下同心圆,更好凝聚社会共识,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。要压实互联网企业的主体责任,决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。要加强互联网行业自律,调动网民积极性,动员各方面力量参与治理。

习近平强调,没有网络安全就没有国家安全,就没有经济社会稳定运行,广大人民群众利益也难以得到保障。要树立正确的网络安全观,加强信息基础设施网络安全防护,加强网络安全信息统筹机制、手段、平台建设,加强网络安全事件应急指挥能力建设,积极发展网络安全产业,做到关口前移,防患于未然。要落实关键信息基础设施防护责任,行业、企业作为关键信息基础设施运营者承担主体防护责任,主管部门履行好监管责任。要依法严厉打击网络黑客、电信网络诈骗、侵犯公民个人隐私等违法犯罪行为,切断网络犯罪利益链条,持续形成高压态势,维护人民群众合法权益。要深入开展网络安全知识技能宣传普及,提高广大人民群众网络安全意识和防护技能。

习近平指出,核心技术是国之重器。要下定决心、保持恒心、找准重心,加速推动信息领域核心技术突破。要抓产业体系建设,在技术、产业、政策上共同发

力。要遵循技术发展规律,做好体系化技术布局,优中选优、重点突破。要加强集中统一领导,完善金融、财税、国际贸易、人才、知识产权保护等制度环境,优化市场环境,更好释放各类创新主体创新活力。要培育公平的市场环境,强化知识产权保护,反对垄断和不正当竞争。要打通基础研究和技术创新衔接的绿色通道,力争以基础研究带动应用技术群体突破。

习近平强调,网信事业代表着新的生产力和新的发展方向,应该在践行新发展理念上先行一步,围绕建设现代化经济体系、实现高质量发展,加快信息化发展,整体带动和提升新型工业化、城镇化、农业现代化发展。要发展数字经济,加快推动数字产业化,依靠信息技术创新驱动,不断催生新产业新业态新模式,用新动能推动新发展。要推动产业数字化,利用互联网新技术新应用对传统产业进行全方位、全角度、全链条的改造,提高全要素生产率,释放数字对经济发展的放大、叠加、倍增作用。要推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合,加快制造业、农业、服务业数字化、网络化、智能化。要坚定不移支持网信企业做大做强,加强规范引导,促进其健康有序发展。企业发展要坚持经济效益和社会效益相统一,更好承担起社

会责任和道德责任。要运用信息化手段推进政务公开、党务公开,加快推进电子政务,构建全流程一体化在线服务平台,更好解决企业和群众反映强烈的办事难、办事慢、办事繁的问题。网信事业发展必须贯彻以人民为中心的发展思想,把增进人民福祉作为信息化发展的出发点和落脚点,让人民群众在信息化发展中有更多获得感、幸福感、安全感。

习近平指出,网信军民融合是军民融合的重点领域和前沿领域,也是军民融合最具活力和潜力的领域。要抓住当前信息技术变革和新军事变革的历史机遇,深刻理解生产力和战斗力、市场和战场的内在关系,把握网信军民融合的工作机理和规律,推动形成全要素、多领域、高效益的军民深度融合发展的格局。

习近平强调,推进全球互联网治理体系变革是大势所趋、人心所向。国际网络空间治理应该坚持多边参与、多方参与,发挥政府、国际组织、互联网企业、技术社群、民间机构、公民个人等各种主体作用。既要推动联合国框架内的网络治理,也要更好发挥各类非国家行为体的积极作用。要以“一带一路”建设等为契机,加强同沿线国家特别是发展中国家在网络基础设施建设、数字经济、网络安全等方面的合作,建设21世纪数字

习近平总书记重要讲话站在人类历史发展和党和国家全局高度,科学分析了信息化变革趋势和我们肩负的历史使命,系统阐述了网络强国战略思想,深刻回答了事关网信事业发展的一系列重大理论和实践问题,是指导新时代网络安全和信息化发展的纲领性文献。

新时代网络强国建设的坚强指引

——解读习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议上的重要讲话

全国网络安全和信息化工作会议20日至21日在北京召开。习近平总书记出席会议并发表重要讲话，从党和国家事业全局出发，科学分析了信息化变革趋势和肩负的历史使命，系统阐述了网络强国战略思想，深刻回答了事关网信事业发展的一系列重大理论和实践问题，为加快推进网络强国建设指明了前进方向、提供了根本遵循。

会议释放出哪些关于发展网信事业、推进网络强国建设的重要信号？

信号一：网络强国战略思想形成

信号二：树立正确的网络安全观

信号三：核心技术是国之重器

信号四：加快信息化发展，整体带动和提升新型工业化、城镇化、农业现代化发展

信号五：加强党中央对网信工作的集中统一领导

信号六：推进全球互联网治理体系变革是大势所趋、人心所向

新时代网络强国建设的坚强指引——解读习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议上的重要讲话。新华社记者 陈琛 编制 供图/ICFP

丝绸之路。

习近平指出，要加强党中央对网信工作的集中统一领导，确保网信事业始终沿着正确方向前进。各地区各部门要高度重视网信工作，将其纳入重点工作计划和重要议事日程，及时解决新情况新问题。要充分发挥工青妇等群团组织优势，发挥好企业、科研院校、智库等作用，汇聚全社会力量齐心协力推动网信工作。各级领导干部特别是高级干部要主动适应信息化要求、强化互联网思维，不断提高对互联网规律的把握能力、对网络舆论的引导能力、对信息化发展的驾

驭能力、对网络安全的保障能力。各级党政机关和领导干部要提高通过互联网组织群众、宣传群众、引导群众、服务群众的本领。要推动依法管网、依法办网、依法上网，确保互联网在法治轨道上健康运行。要研究制定网信领域人才发展整体规划，推动人才发展体制机制改革，让人才的创造活力竞相迸发、聪明才智充分涌流。要不断增强“四个意识”，坚持把党的政治建设摆在首位，加大力度建好队伍、全面从严管好队伍，选好配好各级网信领导干部，为网信事业发展提供坚强的组织和队伍保障。

李克强在主持会议时指出，习近平总书记的重要讲话从党和国家事业全局出发，全面总结了党的十八大以来我国网络安全和信息化工作取得的历史性成就、发生的历史性变革，系统阐释了网络强国战略思想的丰富内涵，科学回答了事关网信事业长远发展的一系列重大理论和实践问题，为把握信息革命历史机遇、加强网络安全和信息化工作、加快推进网络强国建设明确了前进方向、提供了根本遵循，具有重大而深远的意义。大家要认真学习领会，深入思考、联系实际、深化认识，切实把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话精神上来。进一步提高政治站位，从党长期执政和国家长治久安的高度，切实增强责任感和使命感，推动网络安全和信息化工作再上新台阶。

王沪宁在总结讲话中指出，习近平总书记重要讲话站在人类历史发展和党和国家全局高度，科学分析了信息化变革趋势和我们肩负的历史使命，系统阐述了网络强国战略思想，深刻回答了事关网信事业发展的一系列重大理论和实践问题，是指导新时代网络安全和信息化发展的纲领性文献。一定要认真学习领会，把思想和行动统一到党中央关于网信工作的战略部署上来，以钉钉子精神把各项工作抓实抓到位。

中央网信办、工业和信息化部、公安部、北京市、上海市、湖北省、广东省、贵州省负责同志作交流发言。

中共中央政治局委员、中央书记处书记，国务委员，最高人民法院院长，最高人民检察院检察长出席会议。

中央网络安全和信息化委员会委员，各省区市和计划单列市、新疆生产建设兵团，中央和国家机关有关部门、有关人民团体、有关国有大型企业、军队有关单位，中央主要新闻单位、中央重点新闻网站负责同志等参加会议。■



抓住历史机遇 建设网络强国

——论习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议重要讲话

信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇。牢牢抓住这一重要历史机遇，是我们这一代人的历史责任，也是我们在新时代奋发有为的重要基础。

“我们必须敏锐抓住信息化发展的历史机遇”“自主创新推进网络强国建设”。习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议发表的重要讲话，站在人类历史发展、党和国家事业全局高度，科学分析了信息化变革趋势和我们肩负的历史使命，系统阐述了涵盖网信事业发展观、安全观、治理观的网络强国战略思想，深刻回答了一系列重大理论和实践问题，是指导新时代网络安全和信息化发展的纲领性文献，吹响了建设网络强国的时代号角。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央重视互联网、发展互联网、治理互联网。从着力推动互联网和实体经济深度融合发展，到加强网络空间治理；从实施“互联网+”行动计划带动全社会创新创业热潮，到加强基础设施建设打通信息“大动脉”……党中央加强对网信工作的集中统一领导，不断推进理论创新和实践创新，不仅走出一条中国特色治网之道，而且在实践中逐渐形成了习近平网络强国战略思想。这是我

国网信事业取得历史性成就、发生历史性变革的根本原因，也是我们迈向网络强国的行动指南。

“随时以举事，因资而立功，用万物之能而获利其上。”发展网信事业，要践行新发展理念，发挥信息化对经济社会发展的引领作用。创新是第一动力，发展数字经济，推动产业数字化，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，推动网信军民融合，从而激发新动能、推动新发展。贯彻以人民为中心的发展思想，运用信息化手段破解群众反映强烈的突出问题，把增进人民福祉作为信息化发展的出发点和落脚点，让人民群众在信息化发展中有更多获得感、幸福感、安全感。

发展网信事业，要正确处理安全和发展关系。安全是发展的前提，发展是安全的保障，二者要同步推进。筑牢网络安全防线，要树立正确的网络安全观，加强网络安全各方面建设，积极发展网络安全产业，做到关口前移，防患于未然；要落实好各方面责任，依法严厉打击电信网络诈骗、侵犯公民个人隐私等违法犯罪行为，深入开展网络安全知识技能宣传普及，形成齐抓共管、共同维护网络安全的局面；要牢牢抓住核心技术这

个国之重器，下定决心、保持恒心、找准重心，加速突破信息领域核心技术，解决好“缺芯少魂”等问题，为网络安全和网信事业发展夯实基础。

发展网信事业，要处理好发展和治理的关系，建设网络良好生态。让网络空间天朗气清，需要提高网络综合治理能力，形成多主体参与、多种手段相结合的综合治网格局。要加强网上正面宣传，用习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神团结、凝聚亿万网民，构建网上网下同心圆，更好凝聚社会共识。推进全球互联网治理体系变革是大势所趋、人心所向。应主动参与网络空间国际治理进程，深化各方面合作，推动全球互联网治理朝着更加公正合理的方向发展。

党政军民学，东西南北中，党是领导一切的。确保网信事业始终沿着正确方向前进，必须加强党中央对网信工作的集中统一领导，必须以习近平新时代中国特色社会主义思想为科学指引。要切实把思想和行动统一到党中央关于网信工作的战略部署上来，进一步提高政治站位，以钉钉子精神真抓实干，共同开创新时代网信事业发展新局面，向着建成网络强国的战略目标奋勇前进。■

(来源：新华社)

习近平出席博鳌亚洲论坛2018年年会并发表主旨演讲

开放共创繁荣 创新引领未来

文 / 本刊编辑部

“久久不见久久见，久久见过还想见。”每年三四月间，博鳌亚洲论坛都会以一场智慧大激荡、思想大交流吸引世界目光。

仲春时节的海南，山青海碧，日暖风轻。4月8日至11日，以“开放创新的亚洲，繁荣发展的世界”为主题的博鳌亚洲论坛2018年年会在这里举行。今年论坛年会设置“全球化与‘一带一路’”“开放的亚洲”“创新”“改革再出发”等四大板块，共举行60多场正式讨论。4天时间里，来自世界各国的2000多位各界嘉宾畅所欲言、凝心聚力，为更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的全球化贡献亚洲智慧、亚洲方案。

“改革开放这场中国的第二次革命，不仅深刻改变了中国，也深刻影响了世界！”国家主席习近平出席论坛年会开幕式并发表重要主旨演讲，提出一系列新的改革开放重要举措，引发全球共鸣。

“虽然我们已走过万水千山，但仍需要不断跋山涉水。”中国“将改革进行到底”的宣示，给世界传递力量。寻求亚洲开放创新，促进世界繁荣发展，博鳌亚洲论坛在新的历史起点上再出发。

改革开放，实现梦想的必由之路

“历史，总是在一些特殊年份给人们以汲取智慧、继续前行的力量。2018年是中国改革开放40周年，也是海南建省办经济特区30周年。海南省可谓‘因改革开放而生，因改革开放而兴’。改革开放以来，海南从一个较为封闭落后的边陲岛屿，发展成为中国最开放、最具活力的地区之一，经济社会发展取得巨大成就。”

“1978年，在邓小平先生倡导下，以中共十一届三中全会为标志，中国开启了改革开放历史征程。从农村到城市，从试点到推广，从经济体制改革到全面深化改革，40年众志成城，40年砥砺奋进，40年春风化雨，中国人民用双手书写了国家和民族发展的壮丽史诗。”

……

在论坛年会开幕式上，习近平主席深情回顾了中国开启改革开放的历史征程，深刻总结了40年来坚定不移推进改革开放取得的巨大成就和积累的宝贵经验，深入分析了和平合作发展潮流滚滚向前的世界大势，深刻提出了共创和平、安宁、繁荣、开放、美丽的亚洲和世界的

中国主张。

天道酬勤，春华秋实。40年来，中国的对外开放一方面促进了自身的发展——中国已成为世界第二大经济体、世界第一贸易大国、吸引外资最多的发展中国家，另一方面也给世界带来了重大机遇——中国对世界经济增长贡献率超过30%，成为全球经济增长的主要推动力；“一带一路”倡议提供了一个具有广泛包容性的合作平台，为全球发展注入新动力……

“40年来，是改革开放推动中国实现了从‘赶上时代’到‘引领时代’的伟大跨越。”《人民日报》发表评论员文章称，二战以后，全球13个经济体实现25年以上的高速增长，无一例外都得益于投身经济全球化浪潮、采取开放政策。推进互联互通、加快融合发展，是各国繁荣发展的必然选择。

习近平主席的演讲成为与会嘉宾热议的焦点。“开放！开放！开放！这才是面向未来的最佳做法。”法国前总理拉法兰在发言中连说三遍“开放”，表达他对习近平主席观点的高度认同。第八任联合国秘书长潘基文指出，40



2018年4月10日，博鳌亚洲论坛2018年年会在海南省博鳌开幕。国家主席习近平出席开幕式并发表题为《开放共创繁荣 创新引领未来》的主旨演讲。
图/新华社记者 李学仁 摄

年前中国人民生活贫穷，但是坚定不移的改革开放已使中国成为了世界第二大经济体。

“国际金融危机以来，亚洲已成为世界经济中的亮丽风景，对世界经济增长贡献率约50%。”《博鳌亚洲论坛·亚洲竞争力2018年度报告》显示，2017年

度的亚洲竞争力前十排名与上一年相比基本没有大的变化，处在第一梯队的是新兴工业化国家，这离不开其自由开放的特性。

大幅度放宽市场准入、创造更有吸引力的投资环境、加强知识产权保护、主动扩大进口……习近平主席在论坛上

宣布了扩大开放重大举措，再次展示了中国继续坚持对外开放、构建开放型世界经济的决心，为推动经济全球化、构建人类命运共同体注入了强大信心。

“我要明确告诉大家，中国开放的大门不会关闭，只会越开越大！”“我刚才宣布的这些对外开放重大举措，我们

将尽快使之落地，宜早不宜迟，宜快不宜慢，努力让开放成果及早惠及中国企业和人民，及早惠及世界各国企业和人民。”中国领导人铿锵有力的话语直击人心，大国自信一览无余，大国担当一诺千金。

全面创新，激发发展的蓬勃活力

“当今世界，变革创新的潮流滚滚向前。中国的先人们早在2500多年前就认识到：‘苟利于民，不必法古；苟周于事，不必循俗。’”习近平主席在论坛年会开幕式上指出，变革创新是推动人类社会向前发展的根本动力。谁排斥变革，谁拒绝创新，谁就会落后于时代，谁就会被历史淘汰。

“小i”和你畅聊美食旅游；“小冰”为你作诗；骑车10秒钟，“穿越”40年……博鳌亚洲论坛会场内外的布置充满了创新元素，从智能机器人到珍贵图片史料视频组成的改革开放40周年成就展，让来宾在观看和体验的同时感受到创新科技的力量。巴基斯坦前总理阿齐兹在与“小i”机器人进行交流后，大赞它“聪明可爱”。阿齐兹说，中国在科技创新领域的成就令人瞩目。

智能机器人是中国加快建设创新型国家的一个缩影。天宫遨游、蛟龙探海、天眼探空、悟空探秘、墨子传信……党的十八大以来，中国创新成果纷呈，惊艳世界，不断印证着“惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜”的真谛。

“互联网对很多领域的创新发展起到很强带动作用。”翻开本届博鳌亚洲论坛的会议日程表，“未来的交通”“未来的生产”“未来的通信”“数字经济：智慧的价值”“新一轮技术革命”“再谈区块链”“互联网的‘下半场’”等分论坛格外引人注目。

有“互联网预言家”之誉的美国未来学家凯文·凯利称他已看到这个时代

“未来的样子”——比如虚拟现实、混合现实、区块链等将在不远的未来彻底改变人类生活。浪潮集团董事长孙丕恕认为区块链应该用于解决老百姓所关注的问题，比如食品溯源，解决产品生产、流通、检验检测机构出证信息不可篡改和真实性的问题。科大讯飞董事长刘庆峰认为，人工智能应该具备人文关怀。若将其应用在医疗行业，能给医生提供更大的帮助。

“前进的动力要在改革中寻找，要从创新中挖掘。”博鳌亚洲论坛发布的《新兴经济体发展2018年度报告》，在对11个新兴经济体2017年经济数据进行详细分析的基础上得出结论：各国劳动生产率总体增速不那么理想，要改善这一状况，尤需注重创新。无论是昔日亚洲四小龙的崛起，还是改革开放以来的中国奇迹，实践表明，只有按下创新的快捷键，才能促进经济增长的蝶变，实现从跟跑到并跑再到领跑的历史性变革。

共同繁荣，构建人类命运共同体

放眼全球，当今世界正在经历新一轮大发展大变革大调整，人类面临的不稳定不确定因素依然很多。博鳌亚洲论坛上发布的《亚洲经济一体化进程2018年度报告》显示，全球贸易保护主义日盛，亚洲增长的发动机仍处在不确定的状态，各个经济体之间的相互依存度呈现下降趋势。

“面对复杂变化的世界，人类社会向何处去？亚洲前途在哪里？”习近平主席提出“时代之问”，深刻分析世界大势和时代潮流，明确提出努力构建人类命运共同体，共创和平、安宁、繁荣、开放、美丽的亚洲和世界的中国方案。

“自中共十九大以来，中国推动构建人类命运共同体进入了一个崭新的阶段。”中国国际问题研究院国际战略研究

所所长、研究员陈须隆表示，推动构建人类命运共同体，不仅是习近平外交思想的核心与精髓，而且上升为党和国家的意志，充分体现了中国将自身发展与世界发展相统一的全球视野、世界胸怀和大国担当，成为新时代中国特色大国外交的鲜明标志。

而作为实践人类命运共同体理念的重要载体，作为各国实现共同发展的国际合作新平台，“一带一路”倡议逐渐为国际社会所认同。“5年前，我提出了共建‘一带一路’倡议。5年来，已经有80多个国家和国际组织同中国签署了合作协议。”习近平主席在论坛上强调。

数字化发展是当前世界发展的重要趋势之一，也是推动全球化发展的动力。“一带一路”沿线国家中，中亚、西亚等地区的国家深处大陆腹地，其在网络基础设施、网络人才等方面的资源积累都相当匮乏，因此，“一带一路”沿线国家与中国在网络设施建设、高新技术开发、网络经济发展等方面有着巨大的合作潜力与空间。在“21世纪海上丝绸之路与泛海经济合作”“‘一带一路’·成功案例与经验分享”的分论坛上，合作共赢的声音一浪高过一浪。在联合国副秘书长刘振民看来，“一带一路”倡议提出在交通、卫生、农业、通讯和能源等方面的互联互通，正是达成联合国可持续发展目标的基础。

“浩瀚行无极，扬帆但信风。”中国将同亚洲其他国家携手共创亚洲新未来，为推动构建人类命运共同体贡献更多中国智慧、中国方案、中国力量。正如习近平主席所言，“‘积土而为山，积水而为海。’幸福和美好未来不会自己出现，成功属于勇毅而笃行的人。让我们坚持开放共赢，勇于变革创新，向着构建人类命运共同体的目标不断迈进，共创亚洲和世界的美好未来！”^[14]

首届数字中国建设峰会在福州召开

紧抓发展机遇 绘就战略蓝图

加快数字中国建设，就是要适应我国发展新的历史方位，全面贯彻新发展理念，以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌

文 / 本刊记者 刘沁娟

“建设网络强国、数字中国、智慧社会，推动互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合，发展数字经济、共享经济……”

党的十九大作出的战略部署，正逐步由宏伟蓝图变为具体行动。

4月22日至24日，由国家网信办、国家发展改革委、工信部、福建省政府共同主办的首届数字中国建设峰会在福州市举行。该峰会以“以信息化驱动现代化，加快建设数字中国”为主题，包括主论坛、分论坛、成果展览会、报告发布、最佳实践推介等环节。

峰会开幕式上，习近平总书记发来贺信，衷心祝贺峰会的召开，并从新一轮科技革命的宏大视野和我国发展的时代方位，对数字中国建设提出了殷切期望——“加快数字中国建设，就是要适应我国发展新的历史方位，全面贯彻新发展理念，以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌。”

潮起东南：从数字福建到数字中国

“2000年我在福建工作时，作出了建设数字福建的部署，经过多年探索和实践，福建在电子政务、数字经济、智慧社会等方面取得了长足进展。”

数字中国，潮起东南。2000年，一份

《“数字福建”项目建议书》摆在时任福建省省长习近平的案头，他在批示中这样写道：“实施科教兴省战略，必须抢占科技制高点。建设‘数字福建’，就是当今世界最重要的科技制高点之一。”

当数字化对大多数人来说还是陌生概念的时候，习近平就以其战略眼光全面谋划，科学布局信息化发展之路，明确提出“数字化、网络化、可视化、智能化”的建设目标，开启了福建大规模推进信息化建设的进程。习近平还亲自担任数字福建建设领导小组组长，扎扎实实、按时按步骤稳步推进，使得福建省信息化水平位居全国前列。数字经济腾“云”驾“物”、发展迅速，电子政务普惠高效、“一码通行”……十八年来，数字福建建设先行先试、开拓创新，为数字中国积累了丰富鲜活的经验，成为数字中国建设的思想源头和实践起点。

从数字福建到数字中国，习近平总书记建设信息化中国的战略思想一以贯之，一脉相承，在思想上、理念上高度关联。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视网络安全和信息化工作，高瞻远瞩，作出建设网络强国、数字中国的战略部署。党中央、国务院出台《国家信息化发展战略纲要》《“十三五”国家信息化规划》，明确数字中国建设发

展的路线图和时间表。

峰会上发布的《数字中国建设发展报告（2017年）》，总结了党的十八大以来数字中国建设取得的历史性成就，发生的历史性变革——信息领域部分核心技术创新突破，人工智能、大数据、云计算等前沿技术研究加快，量子通信、高性能计算取得重大突破；数字经济蓬勃发展，2017年我国数字经济规模达27.2万亿元，占GDP的比重达到32.9%，规模位居全球第二……

正如习近平总书记在贺信中所言，当今世界，信息技术创新日新月异，数字化、网络化、智能化深入发展，在推动经济社会发展、促进国家治理体系和治理能力现代化、满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着越来越重要的作用。

硕果累累：见证数字中国建设成就全貌

“进门时一秒就开闸，原来这就是刷脸，真神奇！”“太精彩了，这样的展览看不够！”……首届数字中国建设成果展览会，一项项科技成果每天都吸引着数以万计的参观者。数字福建、电子政务、数字经济、数字社会体验等四个展馆，见证数字中国建设成就的全貌。

下载一个App，你就成了一个数字公



2018年4月22日，首届数字中国建设峰会开幕当天，代表电子政务最高水平的30个“数字中国建设年度最佳实践”精彩亮相。图/本刊记者 刘沁娟 摄

民，不用带身份证就能证明你是谁；你还可以在网上找到你家的房子和社区，录入身份信息后，刷脸就进小区……在数字福建馆，作为最早实践数字中国的福建省，已经将前沿的数字科技转化为贴近民生的各类应用。

国家邮政局的“安易递”，以用户二维码替代身份信息，对身份数据加密，确保用户一“码”在手寄天下；交通部综合交通出行大数据开放云平台已经实现了全国190个地级以上城市交通一卡通互联互通……电子政务馆集中展示国家各部委、各省市电子政务的最佳应用。

在京东方展位的墙上，悬挂着大小不一的油画，但这不是纸质的画，而是一块块产自京东方的电子屏；站在阿里巴巴的“智能试衣镜”前，几分钟内能试穿多套衣物搭配……数字经济馆是科技含量最高的一个馆，囊括航天科工、中科曙光、阿里、华为、浪潮、国防科工局、中国兵装等重量级“嘉宾”，多维展示数字产业及产业数字化的实践成果。

高速公路不用停车即可无感支付、智能共享汽车让人说走就走、音箱和冰

箱竟也成为智慧好帮手……数字社会体验馆集中展示数字技术、数字经济与社会生活的深度融合，可体验无人驾驶、人脸识别等最新应用，以模拟场景和互动体验的方式增强观众对数字中国当前的获得感和未来的期待感。

峰会开幕当天，代表电子政务最高水平的30个“数字中国建设年度最佳实践”精彩亮相——浙江“最多跑一次”改革实践、北京市公共服务一卡通平台等让“百姓少跑腿，信息多跑路”；“陕数通”、国家电子政务外网支撑政务信息系统等可“打破信息孤岛，打通数据壁垒”……

这些从全国各地各部门征集而来的年度最佳实践案例，通过比学互鉴、示范引领，推动形成良好的发展导向和社会氛围，为数字中国建设注入不竭的动力。

扬帆未来：紧紧抓住数字中国建设机遇

数字中国、智慧社会、电子政务、数字经济、大数据、数字海丝、新型智慧城市、物联网……峰会期间，近十场论坛、十多个议题，主旨发言、圆桌对话、高峰

对话，紧扣前沿热点，碰撞思想火花。

众多重量级嘉宾表示，加快数字中国建设正当其时。国家网信办副主任杨小伟指出，建设数字中国，是抢抓信息革命机遇、构筑国家竞争新优势的必然要求，是推动信息化发展更好服务经济社会发展的迫切需要；北京理工大学副校长、中科院院士梅宏称，基础不牢、地动山摇！建设数字中国、构建数字经济，必须将推进数据资源建设放在首要地位……

互联网企业家脑力激荡，共同为数字中国建设建言献策。腾讯公司董事局主席兼首席执行官马化腾提出要发扬“数字工匠精神”，阿里巴巴集团董事局主席马云提出中国需要一部“数字经济法”，新大陆科技集团总裁王晶提出数字身份认证是解决“人”数字化的金钥匙……

为推动数字中国建设新进程，峰会期间，多部委发布了一系列信息化发展政策：《5G发展前景及政策导向》《全国检察系统信息化建设政策》《“互联网+中华文明”：以数字化信息化推进文物保护利用》……这些路径清晰的战略蓝图，让人们对数字中国的未来更加充满信心。

峰会闭幕式上，数字中国研究院和数字中国核心技术产业联盟宣告成立，集中数字中国建设的研究资源力量，建立上下游全链条资源共享机制，进一步凝聚起数字中国建设的强大合力。

“信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇。”习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议上的讲话，为建设网络强国、数字中国、智慧社会提供了行动指南。潮起当击楫中流，风来要扬帆远航，我们要紧紧抓住数字中国建设机遇，推动信息化更好造福社会、造福人民。■



压实企业责任 助推转型升级

互联网企业要坚持经济效益与社会效益的统一，主动承担社会责任和道德责任。在互联网企业利用中国的人口红利、政策红利等做大做强后，应当饮水思源，积极用自己的能力和财富回报国家，回报社会

文 / 王四新

4月20日至21日，全国网络安全和信息化工作会议在北京召开。习近平总书记从党和国家事业全局出发，在全面总结党的十八大以来网络安全和信息化工作取得的历史性成就、回顾网络安全和信息化发生的历史性变革的基础上，系统阐释并完善了网络强国战略思想，为进一步全面推进网络强国建设指明了方向，明确了今后一段时间内要着力推进网络安全和信息化工作，为网信工作者做好各项工作作出重要指示。

多方合力，压实互联网企业责任

习近平总书记指出，要压实互联网企业的主体责任，决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。

习近平总书记关于压实互联网企业主体责任的指示，不只是对企业主体责任的再次强调，同时也对进一步落实互联网企业平台责任提出了全新要求。互联网在中国发展历史虽不长，却为中国的信息化插上了翅膀，信息化又为中华民族带来了千载难逢的机遇，使中国的经济社会发展获得了转型升级新动能。互联网企业应当有国家、民族意识，将企业的行为自觉纳入网络强国的国家战略中，主动通过自己的努力，助推中国经济发展方式和社会管理方式的全面转型

升级。

落实习近平总书记提出的压实互联网企业的主体责任，实现建设网络强国的诸项目标，需要网信事业的各参与方共同努力。

首先，谁来压实互联网企业主体责任？压实互联网企业平台责任需要政府和司法机关主动发力，通过完善相关政策、规范并加强司法工作的指引。压实互联网企业责任，要求各级政府机关切实担负起维护网络安全、信息安全和意识形态安全的重任，敢于监管、善于监管并在监管中不断探索新的路径、方法和经验。既要违法的信息传播活动、不主动履行企业主体责任的平台进行及时约谈、处罚，也要为相关产业的发展、网络良性生态的建构寻找最佳方案。

互联网新业态、新技术层出不穷，互联网商业模式也完全不同于传统的商业模式，对于落实互联网企业平台责任，比监管机关主动发力更重要的是执法必严，严格按照法律规定的程序和法治精神的基本要求发力。不能平时不监管、不研究前沿业态和前沿技术，出了问题就粗暴监管，甚至“一关了之”。

压实互联网企业主体责任也需要互联网企业主动对标党中央对网信事业的基本要求，对标以《网络安全法》为核心

的一系列互联网法律、法规和规范性文件提出的基本要求，强化内部管理，健全内部规章制度，通过层层落实诸如总编负责制、实名制和信息安全保障制度等，确保信息的制作和传播过程安全，确保一旦出现意外能够尽快控制事态的发展。

具有内容生产和聚合、分发能力的互联网企业要利用平台在拥有海量用户、拥有资金技术等方面的优势，主动承担起加强网上正面宣传的重任。在对网络信息进行加工、发布、传播的过程中，要旗帜鲜明地坚持正确的政治方向，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神团结、凝聚亿万网民，积极培育和践行社会主义核心价值观，推进网上宣传理念、内容、形式、方法、手段等创新，致力于网上网下同心圆建设，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础。

必须指出的是，在压实互联网企业责任的过程中，司法机关需要发挥更加重要的作用。司法机关就互联网领域发生的案件，要通过扎实的司法判决来定分止争，为行业发展寻找并确立最基础的规范。司法机关应当发挥的另一个作用还包括防止行政权力的滥用，防止权力对创新的打压和摧残，通过创设竞争



2017年11月23日，“第十三届中国·企业社会责任国际论坛”在北京举行。与会嘉宾围绕“可持续的责任生态”进行对话。供图/CFP

秩序来为新技术、新应用拓展出“呼吸空间”。

严密防范，守好网络安全主阵地

十九大报告明确提出，要牢牢掌握意识形态工作领导权。网络作为意识形态斗争的主战场，是党和政府必须守住的一块阵地。这既是对以往历史经验的总结，也是新时代互联网意识形态工作必须完成的历史任务。

互联网作为信息制作、传播平台，在社会变革的过程中发挥着越来越大的作用。无论是西方发达国家，还是带有传统宗教色彩的中东、北非的阿拉伯国家，因为互联网的出现，尤其是社交媒体的大规模使用，都有过因疏于信息管控而给国家带来灾难性后果的惨痛教训。

进入新时代，中国要实现平稳发展，就必须占领互联网这个意识形态斗争的主阵地；就需要加强互联网内容建设，建立网络综合治理体系，营造清朗的网络空间；就需要防止在突发事件中有人利

用互联网挑起事端，制造动乱，通过制造群体性事件来破坏社会主义事业的正常进行，防止有人利用突发事件损害党和人民的根本利益。

作为关键信息基础设施的互联网企业，以及与网络安全密切相关的其他类型的企业，要加强信息基础设施网络安全防护，加强网络安全信息统筹机制、手段、平台建设，加强网络安全事件应急处理能力，提升网络安全的预判力，能够通过技术手段或其他方法的运用，对网络安全事件防患于未然。

这类互联网企业还应当有将安全问题关口前移的能力，加强处理好网络突发事件的配套制度及能力建设。互联网企业有条件利用平台掌握的数据和最先进的人工智能技术，对突发性事件进行监控。不仅能对事态发展本身进行精准跟踪，及时向有关部门和平台用户提供有价值的信息，还要注意平台用户的言论，及时对不实信息、谣言进行处理。

主要由用户制作、上传并分享内容

的平台，如最近几年比较流行的网络直播、短视频等平台，要做到内容安全，防止拥有海量粉丝的主播借平台传播违法信息，尤其是借突发事件误导广大粉丝。平台除了要采用技术手段外，还要加强人工监控，要舍得在内容安全方面进行投入，切实做到“平台大到足够好”的标准。

总的来说，互联网企业要坚持经济效益与社会效益的统一，主动承担社会责任和道德责任。正如习近平总书记两年前在网络安全和信息化工作座谈会上所指出的，办网站的不能一味追求点击率，开网店的要防范假冒伪劣，做社交平台的不能成为谣言扩散器，做搜索的不能仅以给钱的多少作为排位的标准。在互联网企业利用中国的人口红利、政策红利等做大做强后，应当饮水思源，积极用自己的能力和财富回报国家，回报社会。■

(王四新：中国传媒大学语法学教授、网络法与知识产权研究中心主任)



深改优化职责 完善顶层设计

深改方案将网信领导小组升格为委员会，并将国家计算机网络与信息安全管理中心纳入中央网信办，正是从国家整体战略出发进行的顶层设计，确保中央网信办能够充分发挥态势感知、任务分发以及工作协调的核心枢纽作用，推进网络强国建设

文 / 沈逸

2018年3月21日，中共中央印发《深化党和国家机构改革方案》(以下简称深改方案)，其中，调整优化中央网信办职责成为最引人注目的亮点之一。深改方案将中央网络安全和信息化领导小组改为中央网络安全和信息化委员会，办事机构为中央网络安全和信息化委员会办公室。

党的十八大以来，习近平总书记高度关注网络安全和信息化工作。各方对机构改革方案的关注，源于网信事业的特殊性和重要性，即没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化。网络安全和信息化工作不仅代表着先进生产力，而且还成为大国博弈的新战场，成为实现“两个一百年”奋斗目标与中华民族伟大复兴中国梦的关键。

建设网络强国任务艰巨

截至2017年12月底，我国网民规模已达7.72亿，普及率达到55.8%，超过全球平均水平(51.7%)4.1个百分点，超过亚洲平均水平(46.7%)9.1个百分点。互联网模式不断创新、线上线下服务融合加速以及公共服务线上化步伐加快，成为网民规模增长的推动力。与此同时，尽管在规模和体量上已成为全球最具代表性的网络大国之一，但建设成为网络强



供图/CFP

国，仍是我国面临的艰巨任务。

中央网络安全和信息化领导小组及其办公室成立以来，着力于解决长期存在的多头管理、职能交叉、权责不一、“九龙治水”等问题，尝试通过强化对网信工作的统筹协调，把网络安全和信息化工作一同谋划、一同部署，建立完善

领导小组成员单位工作协调机制，在网络内容建设、网络安全、信息化发展等方面加强统筹协调，在推进网络强国建设，完善顶层设计领域取得了显著成效。

与此同时，正如十九大报告所指出的，世界正处于大发展大变革大调整时期。中国面临的不确定性以及复杂性因素呈现显著上升态势：首先，掌握战略优势的霸权国家为缓解自身战略焦虑，选择在网络安全和信息化领域实施具有显著针对性的挤压策略，且范围和方法呈现出新的特征——从传统的意识

形态领域向整个网络安全和信息化产业蔓延，对中国崛起的整体性战略焦虑投射到整个网络安全和信息化领域，对中国的网信事业构成全面的冲击与挑战。因此，必须通过有效的顶层设计，在较短时间内进一步提升网络安全与信息化领域的战略协调与合作能力，予以有效

回应；其次，能够对国家关键信息基础设施形成全新威胁的技术能力正在全球范围内高速扩散，2017年爆发的勒索软件攻击事件凸显了传统安全保障机制可能面临的严峻挑战；第三，以中国为代表的新兴国家信息产业供应链安全面临的风险复杂性与不确定性呈现出一些全新的变化，比如在“中兴事件”中，霸权国家将切断供应链作为制裁具体公司的政策工具以及作为贸易战筹码的做法，提醒我们必须具备应对此类冲击的系统能力；第四，全球网络空间内容传播与线下政治过程的复杂互动，凸显了网络空间内容管理正成为全球治理的新议题。无论是俄罗斯黑客干预美国选举的焦虑，还是对超级平台Facebook数据泄露以及剑桥分析等公司影响现实政治的担忧，都需要各国进一步完善应对新兴威胁和安全的能力。在此过程中，有效的战略协调、统筹、推进以及督促落实的能力建设，是重中之重。

完善顶层设计发挥优势

对中国而言，一方面，改革开放40年取得的长足进步，不仅仅是让中国变成体量位居世界第二的大型经济体，更重要的是在全球范围内高高举起了科学社会主义的伟大旗帜，为所有既希望实现自身发展，又希望保持相对独立性的发展中国家提供了可供借鉴与参考的模式、道路和经验；另一方面，中国也因此进入了社会主义初级阶段的新时期：对内，民众对国家的治理能力，尤其是对网络安全和信息化领域相关的能力提出了全新的要求；对外，中国要实现伟大梦想就必须做好伟大斗争的充分准备，这种准备同样要求将国家综合治理能力体系建设提上重要议事日程。

深改方案将网信领导小组升格为委

党的十八大以来，习近平总书记高度关注网络安全和信息化工作。各方对机构改革方案的关注，源于网信事业的特殊性和重要性，即没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化。网络安全和信息化工作不仅代表着先进生产力，而且还成为大国博弈的新战场，成为实现“两个一百年”奋斗目标与中华民族伟大复兴中国梦的关键。

员会，并将国家计算机网络与信息安全管理中心纳入中央网信办，正是从国家整体战略出发进行的顶层设计，确保中央网信办能够充分发挥态势感知、任务分发以及工作协调的核心枢纽作用，推进网络强国建设。

这一调整的目标，显然是希望能够为中国的网络安全和信息化工作设置一个战略级的核心枢纽，以更好地协调各方关系，全面、系统地提升保障网络安全、促进信息化发展的能力。将网信领导小组升格为委员会，为扩展其所具有的跨部门协调机制提供了制度上的保障，进一步强化了党对网信工作的坚强领导。

作为网信委的办事机构，中央网信办从设置之初就承载着解决“九龙治水”难题的重任。此次，通过对国家计算机与网络信息安全管理中心隶属关系的调整，一方面提升了中央网信办感知威胁、界定任务、分发管理和工作协调的能力，为中央网信办发挥战略协调作用提供了稳固的基础；另一方面明确了中央网信办在网络安全和信息化工作全局中承担的战略协调的功能，在确立网信工作四梁八柱的同时，有效避免了

“叠床架屋”。这有助于更好地理顺相关部门之间的关系，从而对网信工作的决策机制和效率带来实质性的提升。

就全球而言，建设完善一套能够适应本国网络安全和信息化领域各项工作的整体性机制，对于任何一个国家都不是一件轻而易举的事情，必然会经历持续不断的创新、探索以及调整。以美国为例，美国自身的两党政治以及激烈的竞争性选举机制，在很大程度上对美国的网信工作产生了不小的负面影响甚至是干扰。相应的，中国完全应该以更加有效和强力的顶层设计，实现更加优化的制度与能力建设，从而在全面推进网络强国战略的过程中将后发优势落到实处。

在深改方案出台后不久，2018年4月20日至21日，习近平总书记主持召开全国网络安全和信息化工作会议，为如何系统落实下一阶段的网络安全和信息化工作进行了深入部署。可以预见，落实深改方案的中央网信办将在此过程中为中国网信事业做出不可替代的重大贡献，再创新的辉煌。■

(沈逸：复旦大学网络空间治理研究中心研究员)



新发展理念引领新时代网信事业

坚持以人民为中心的发展思想，以创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念引领新时代网信事业，是当前和今后一个时期的总要求和大趋势，也是网信事业健康发展的必由之路

文 / 张跖

习近平总书记多次强调，中国网信事业要在践行创新、协调、绿色、开放、共享发展理念上先行一步，推进网络强国建设，让互联网更好造福国家和人民。2018年全国两会，《政府工作报告》关于网信工作的重要论述，是在中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局中，依照新发展理念，对中国网信事业的全面回顾和战略部署。《政府工作报告》反映各方期待、凝聚各方共识、汇集各方智慧，客观总结了过去五年国家网信事业所取得的非凡成就，科学规划了2018年网络安全和信息化建设的基本任务。

坚持以人民为中心的发展思想，让创新成为第一动力，让协调成为内生特点，让绿色成为普遍形态，让开放成为必由之路，让共享成为根本目的——以新发展理念引领新时代网信事业，更好满足人民群众日益增长的美好生活需要，是学习领会《政府工作报告》精神的基本着眼点。深入理解和全面落实《政府工作报告》在网信领域的战略部署，必须牢牢抓住新发展理念这个核心。

坚持以人民为中心的发展思想

习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出：“网信事业要发展，必须贯彻以人民为中心的发展思想。”这

一重要论述是坚持人民主体地位这一根本原则在发展理论上的创造性运用，是对中国特色社会主义网信事业的根本目的、动力、趋向等问题的科学回答。网络安全和信息化建设是事关国家安全和国家安全、事关广大人民群众工作生活的重大战略问题。坚持以人民为中心的发展思想，为推动网信事业提供了指导思想 and 价值导向，是网信事业发展的根本遵循。

《政府工作报告》明确指出：“我们所做的一切工作，都是为了人民。要坚持以人民为中心的发展思想，从我国基本国情出发，尽力而为、量力而行，把群众最关切最烦心的事一件一件解决好，促进社会公平正义和人的全面发展，使人民生活随着国家发展一年比一年更好。”在总结过去五年来我国在网络安全与信息化领域的成果时，《报告》指出，“坚持以人民为中心的发展思想，着力保障和改善民生，人民群众获得感不断增强。”在部署2018年网信工作的基本任务时，《报告》更是在政府服务、经济转型、产业集群、民生保障、社会治理、文化发展以及新就业形态等多个方面体现出“让互联网更好地造福人民”的理念。甚至，基于互联网在稳增长、促就业、惠民生方面发挥的重要作用，《报告》具体而又关键性

地指出：“加大网络提速降费力度，实现高速宽带城乡全覆盖，扩大公共场所免费上网范围，明显降低家庭宽带、企业宽带和专线使用费，取消流量‘漫游’费，移动网络流量资费年内至少降低30%，让群众和企业切实受益，为数字中国、网络强国建设加油助力。”

坚持以人民为中心的发展思想，是中国特色社会主义事业的根本政治立场和价值取向。创新、协调、绿色、开放、共享发展理念则是从不同角度对以人民为中心的发展思想的具体描述。创新发展激发人民积极参与，协调发展维护人民整体利益，绿色发展创造人与自然和谐共生的美好局面，开放发展联络中国与世界，共享发展着力解决社会公平正义。网信发展为人民，网信发展靠人民，网信发展成果由人民共享，网信事业服务于中国特色社会主义事业的总体布局。以新发展理念引领新时代网信事业，首要前提就是要坚持以人民为中心的发展思想。新发展理念能不能促进经济社会健康发展，最终要以人民有没有获得感、有多大获得感、获得感是否显著增强为评判标准。

充分认识网信事业的特殊重要地位

在中国特色社会主义事业“五位一



2018年4月26日,北京2018 GMIC全球移动互联网大会上,观众参观教育+AI展台。供图/CFP

体”总体布局中,网信事业具有特殊重要的地位。一方面,网信事业为经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设提供必要的基础和保障;另一方面,网信事业本身就是经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设的重要组成部分。

互联网正在连接万事万物,信息化正在融合各行各业,网信事业与经济、政

治、社会、文化等各领域的交融渗透日益紧密。在信息革命的新浪潮中,互联网与各领域的融合发展已成为不可阻挡的时代潮流,具有广阔前景和无限潜力,对全球经济社会发展正产生着战略性和全局性的影响。在经济领域,互联网和信息化促进产业结构转型,提升产业发展质量,并不断催生新的经济形态;在政治领域,互联网和信息化改变传统政治生态,优

化传统权力格局,促进民主法治建设;在社会领域,互联网和信息化促进社会结构变革,变革社会组织方式,深刻影响社会成员基本生活方式;在文化领域,互联网和信息化引领传播革命,推动文化发展,挑战传统价值观念。从中国经济“新常态”的发展阶段来看,网信事业的发展是中国未来经济和社会全面发展的新动力,对推动中国经济转型升级具有

深远影响和革命性意义；从世界范围来看，互联网和信息化的全面发展正在成为中国综合国力的新支柱，正在成为中国参与国际竞争，实现“弯道超车”的新机遇。正因为如此，习近平总书记在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上强调：“网络安全和信息化对一个国家很多领域都是牵一发而动全身的，要认清我们面临的形势和任务，充分认识做好工作的重要性和紧迫性，因势而谋，应势而动，顺势而为。”

从发展理念上看，网信事业与五大发展理念高度契合。创新是互联网的基因，互联网的交互性、开放性使得它在生产要素配置中具有主导作用、优化作用和集成作用，这将极大地推进传统行业以及互联网自身的机制创新、理念创新、技术创新和应用创新。协调是网信事业发展的内在要求，互联网的虚拟性和超时空性，使得数字鸿沟的消除同城乡差异、地区差异的消除不仅在理念上一致，而且在过程上同步。绿色是网信事业的鲜明特色，绿色发展、低碳发展、循环发展正是信息化、网络化的题中之意。开放是网信事业的本质特征，推动网络空间和各领域的开放合作、互利共赢，是网络和经济社会发展的共同目标。共享是网信事业发展的根本宗旨，服务百姓、惠及民生是我国互联网发展的根本出发点和落脚点，也是全面建设小康社会的基本思路。因此，必须充分认识到，在践行新发展理念的伟大实践中，网信事业有优势、有能力，更有责任先行一步，率先垂范。

全面推进网络强国建设

党的十八大以来，习近平总书记站在历史和时代的高度，以宏阔视野和战略思维提出了网络强国战略思想，对未来我国信息化建设提出了明确目标和路径。在中华民族迈向伟大复兴的关键历

史时刻，要牢牢把握信息革命的历史机遇和战略窗口，通过建设网络强国，全面支撑社会主义现代化强国建设目标。全面推进网络强国建设，要与“两个一百年”奋斗目标同步推进，向着网络基础设施基本普及、自主创新能力显著增强、信息经济全面发展、网络安全保障有力的目标不断前进。

《政府工作报告》全面部署了2018年网信工作的具体任务：发展壮大新动能，加大网络提速降费力度，加快制造强国建设，深入推进“互联网+政务服务”，强化金融监管统筹协调，发展“互联网+农业”，运用“互联网+”发展新就业形态，发展互联网教育，创新食品药品监管方式，整治网络犯罪，加强互联网内容建设等。这是习近平网络强国战略思想在现阶段的细化和落实，也是这一时期网络强国战略的具体任务。

网络强国建设是一项长期、复杂的系统性战略工程，涉及经济社会的方方面面，必须以新发展理念为引领，统筹兼顾，重点发力。第一，构建高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施。信息基础设施是网络强国的“基石”，只有加强信息基础设施建设，铺就信息畅通之路，才能让信息资源充分涌流。第二，抢占事关长远和全局的科技竞争制高点。在基础技术、通用技术、非对称技术、前沿技术、颠覆性技术领域，必须突破核心

技术这个难题，努力实现从跟跑并跑到并跑领跑的转变，牢牢掌握我国互联网发展的主动权，保障网络安全和国家安全。第三，打造网络化、智能化、服务化、协同化的数字经济新形态。加快发展数字经济，做大做强融合应用产业，推进技术融合、业务融合、数据融合，实现跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务的协同管理和服务，以信息化培育新动能，用新动能推动新发展。第四，提升网络空间安全防护能力。健全网络安全治理体系，探索多方协同治理模式，形成政府、行业、企业、社会协同共治新格局，完善网络安全法律法规，持续提升依法治网水平，弘扬主旋律，激发正能量，营造风清气正的网络空间，共建网络空间命运共同体。第五，建设一支规模宏大、结构优化、素质优良的网络安全和信息化人才队伍。要从国家人才战略的整体要求着手，依托国家重大人才工程，加大对网络信息化人才支持和培养力度，全方位培养网络科技领军人才、卓越工程师、高水平创新团队和信息化管理人才。

新理念引领新发展，新时代孕育新机遇。坚持以人民为中心的发展理念，以创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念引领新时代网信事业，是当前和今后一个时期的总要求和大趋势，也是网信事业健康发展的必由之路。
(张晔：中国社会科学院大学人文学院教授)

以新发展理念引领新时代网信事业，首要的前提就是要坚持以人民为中心的发展思想。新发展理念能不能促进经济社会健康发展，最终要以人民有没有获得感、有多大获得感、获得感是否显著增强为评判标准。



习近平网络强国战略思想的逻辑与要点

习近平网络强国战略思想得益于以习近平同志为核心的党中央的正确领导与战略思考，萌发于习近平总书记长期地方执政实践，形成于党的十八大以来中央在管网用网治网方面的实践探索过程中

文 / 王沛栋

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央深刻把握网络信息时代新特征、新规律，高度关注网络空间对全球经济、政治、文化、社会、生态等领域产生的深刻影响，准确把握时代大势，积极回应实践要求，站在战略高度和长远角度，重视互联网、发展互联网、治理互联网，统筹协调涉及政治、经济、文化、社会、军事等领域网络安全和信息化重大问题，作出一系列重大决策、出台一系列重大举措，走出一条中国特色社会主义治网之道，形成了习近平网络强国战略思想。

习近平网络强国战略思想的形成过程

党的十八大以来，习近平总书记就互联网发展尤其是网络强国战略发表了一系列具有重大现实意义和深远历史意义的重要讲话，这一系列重要讲话精神，成为习近平网络强国战略思想的重要基础和重要内容。

2014年2月27日，中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上，首次提出努力把我国建设成为网络强国的目标愿景，这次会议奠定了习近平网络强国战略思想的基础。2015年10月26日，党的十八届五中全会明确指出要实施网络强国战略。由此，建设网络强国，正式成为国家战略目标之一。2016年4月

19日，在网络安全和信息化工作座谈会上，习近平总书记勾勒了网络强国战略的宏伟蓝图，进一步丰富完善了网络强国战略思想。2017年10月18日，党的十九大报告提出建设网络强国、数字中国、智慧社会等发展目标。2018年4月20日至21日，全国网络安全和信息化工作会议上，习近平总书记提出信息化为中华民族带来千载难逢机遇的论断，就加强网上正面宣传，维护网络安全，推动信息领域核心技术突破，发挥信息化对经济社会发展的引领作用，主动参与网络空间国际治理进程等重大问题给出答案、指明方向。此次讲话是科学回答网络安全和信息化重大理论和实践问题的马克思主义纲领性文献。由此，习近平网络强国战略思想正式形成。

习近平网络强国战略思想的内在逻辑

习近平网络强国战略思想得益于以习近平同志为核心的党中央的正确领导与战略思考，萌发于习近平总书记长期地方执政实践，形成于党的十八大以来中央在管网用网治网方面的实践探索过程中，既体现在习近平总书记于不同场合围绕网络空间治理与信息化发展提出的一系列新思想、新观点、新要求，也体现在党中央的一系列顶层设计与战略布局，包括

网络发展观、网络安全观、网络治理观、网络主权观、网络空间命运共同体等，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，是我们党不断运用马克思主义立场观点方法，分析和解决我国互联网发展治理问题的重大成果，凝聚了共产党人顺应时代特征的智慧、胆识和勇气。

习近平网络强国战略思想按照深刻认识互联网、创新发展互联网、深度运用互联网、依法管理互联网、合作共享互联网的逻辑思路，从价值、思想、操作三个层面，从技术要强、内容要强、基础要强、人才要强、国际话语权要强五个维度，涵盖政治、经济、文化、社会、生态五个领域，充分运用马克思主义立场观点方法对事关网络安全和信息化发展一系列重大问题创造性回答，系统阐释了一系列方向性、全局性、根本性、战略性问题，一脉相承、一以贯之，既有战略指导，又有目标指向；既有原则要求，又有实践方法；具有很强的创新性，是信息化背景下马克思主义理论成果的重大创新，是中国特色网络治理观的最新理论成果，是建设网络强国、数字中国、智慧社会的行动指南。

习近平网络强国战略思想的核心要点
发展思想——坚持以人民为中心。



2017年11月14日，北京，中国社会科学院马克思主义研究院研究员、博士生导师，北京网信办、首都互联网协会“马克思主义大讲堂”特聘讲师尹韵公在一点资讯宣讲党的十九大精神。供图/CFP

实施网络强国战略，必须贯彻以人民为中心的发展思想，让互联网更好地造福人民。要适应新时代人民新期待和新需求，把增进人民福祉作为信息化发展的出发点和落脚点，加快信息化服务普及，为老百姓提供用得上、用得起、用得好的信息服务；深入推进信息惠民，扎实开展网络扶贫行动，让亿万人民在共享互联网发展成果上有更多获得感、幸福感、安全感。

发展理念——在践行新发展理念上先行一步。互联网具有改变世界的力量，代表着新的生产力、新的发展方向，应该在践行新发展理念上先行一步。要利用互联网带来的重大机遇，深入实施创新驱动发展战略。建设网络强国，必

须在践行创新、协调、绿色、开放、共享新发展理念上先行一步，按照新发展理念推动各项工作。新发展理念不仅要在互联网上体现出来，而且要体现得好，体现得充分，能够给其他行业树典型、模范。

双轮驱动——网络安全和信息化。网络安全和信息化是事关国家安全和发展的重大战略问题，是网络强国战略一体之两翼、驱动之双轮，必须统一谋划、统一部署、统一推进、统一实施。网络强国犹如时代之“列车”，网络安全和信息化便是其驱动之“双轮”。建设网络强国，既要解决网络安全问题，也要加快发展信息化，让“双轮”协调一致，同

步前进，为“网络强国”这辆列车保驾护航。

内外统筹——构筑网络空间命运共同体。互联网具有高度全球化的特征，推进网络强国建设，需要统筹国内、国际两个大局，团结一切可以团结的力量，走合作共赢强国之路。一方面是多元参与，建立网络综合治理体系，提高网络综合治理能力，形成党委领导、政府管理、企业履责、社会监督、网民自律等多主体参与，经济、法律、技术等多种手段相结合的综合治网格局，走出一条齐抓共管、良性互动的新路；另一方面是共治共享，开展网络空间国际合作与治理。积极参与全球互联网治理与网络空间规则制定。坚持多边参与、多方参

与，发挥政府、国际组织、互联网企业、技术社群、民间机构、公民个人等各种主体作用，积极开展双边、多边的互联网国际交流合作，努力构建和平、安全、开放、合作的网络空间。

技术创新——尽快在核心技术上取得突破。核心技术是国之重器，最关键最核心的技术要立足自主创新、自立自强。要树立这个雄心壮志，争这口气，下定决心、保持恒心、找准重心，紧紧抓住核心技术自主创新“牛鼻子”，抓紧突破网络发展的前沿技术和具有国际竞争力的关键核心技术，加快推进国产自主可控替代计划，构建安全可控的信息技术体系。要遵循技术发展规律，做好体系化技术布局，优中选优、重点突破。

安全防护——切实筑牢网络安全屏障。要树立正确的网络安全观，加强信息基础设施网络安全防护，加强网络安全信息统筹机制、手段、平台建设，加强网络安全事件应急指挥能力建设，积极发展网络安全产业，做到关口前移，防患于未然。要落实关键信息基础设施防护责任，行业、企业作为关键信息基础设施运营者承担主体防护责任，主管部门履行好监管责任。要依法严厉打击网络黑客、电信网络诈骗、侵犯公民个人隐私等违法犯罪行为。要深入开展网络安全知识技能宣传普及，提高广大人民群众网络安全意识和防护技能。

跨界融合——发挥信息化驱动引领作用。以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，加快推动经济结构调整和新旧动能转换。大力发展数字经济，加快推动数字产业化，依靠信息技术创新驱动，不断催生新产业新业态新模式，用新动能推动新发展。推动产业数字化，利用互联网新技术新应用对传统产业进行全方位、全角度、全链条的改造，提高全要素生产率，释放数字对经济发展的放大、叠加、倍增作用。推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，加快制造业、农业、服务业的数字化、网络化、智能化。

天朗气清——着力建设网络良好生态。依法加强网络社会管理，加强网络新技术、新应用的管理，确保互联网可管可控。要压实互联网企业的主体责任，决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。加强网络内容建设，做强网上正面宣传，培育积极健康、向上向善的网络文化，用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会，做到正能量充沛、主旋律高昂，为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。要充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。要适应形势发展，抓好网络文艺创作生产，加强正面引导力度。

人才支撑——聚天下英才而用之。

习近平总书记多次强调人才建设在网络强国战略中的重要作用，强调要“不拘一格降人才”。要研究制定网信领域人才发展整体规划，建立适应网信特点的人事制度、薪酬制度和人才评价机制，推动人才发展体制机制改革，让人才的创造活力竞相迸发、聪明才智充分涌流。

协同推进——推动网信军民融合深度发展。要抓住当前信息技术变革和新军事变革的历史机遇，深刻理解生产力和战斗力、市场和战场的内在关系，把握网信军民融合的工作机理和规律，推动形成全要素、多领域、高效益的军民深度融合发展格局，实现军为民所用、民为军所备。要加强需求对接，用需求牵引融合，加强军地协同攻关，共同维护国家网络空间安全。

组织保障——加强党对网信工作的全面领导。加强党中央对网信工作的集中统一领导，确保网信事业始终沿着正确方向前进。要高度重视网信工作，将其纳入重点工作计划和重要议事日程，及时解决新情况新问题。要不断增强“四个意识”，坚持把党的政治建设摆在首位，加大力度建好队伍、全面从严管好队伍，选好配好各级网信领导干部，为网信事业发展提供坚强的组织和队伍保障。■

(王沛栋：河南省互联网信息研究中心副研究员)

网络强国犹如时代之“列车”，网络安全和信息化便是其驱动之“双轮”。建设网络强国，既要解决网络安全问题，也要加快发展信息化，让“双轮”协调一致，同步前进，为“网络强国”这辆列车保驾护航。



适应新技术新应用的管理新思路

——《互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定》解读

文 / 方禹



习近平总书记在十九大报告中指出，过去五年经济建设取得重大成就，数字经济等新兴产业蓬勃发展。从“互联网+”到新业态新模式到数字经济，建立在信息化水平不断提升基础上的新产业模式不断形成和发展。

2016年，习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上，对安全与发展的关系作出精辟阐述，指出网络安全形

势复杂严峻，我们要保持清醒头脑，各方面齐抓共管，切实维护网络安全。如何在实践中贯彻落实习近平总书记提出的安全与发展同步推进的重要要求，需要创新思路，适应新技术新应用发展的新需求。

新技术新应用的使用和普及是新业态发展的典型体现，新业态往往充满活力但一般又处于孕育和初创期，需要以

包容审慎的态度为其营造宽松的环境。然而，一些新技术新应用又可能存在一些安全上的问题和风险，在初期阶段又难以充分暴露和显现，如果完全放任发展，难免给发展中后期带来安全隐患，损害公民利益、社会公共利益和国家利益。这是实践中不得不面对的实际矛盾。国家互联网信息办公室2017年10月30日公布了《互联网新闻信息服务新技

术新应用安全评估管理规定》(以下简称《规定》),体现了在互联网新闻信息服务领域运用安全评估管理,探索解决矛盾的新思路。

平衡各种矛盾的有效之策

互联网新闻信息服务提供者提供互联网新闻信息服务的创新性应用(包括功能及应用形式)及相关支撑技术,由《规定》来进行规范,也就是需要进行安全评估。《规定》明确,新技术新应用安全评估是对新技术新应用的新闻舆论属性、社会动员能力等评估,确定可能产生的信息内容安全风险等级,并对互联网新闻信息服务提供者本身的信息安全管理制度和技术保障措施进行审查评价。

《规定》要求了两种评估,一种是自评估,适用于两种情形,简单来说就是在提供互联网新闻信息服务时应用了新技术、增设了新功能,或者新技术、新功能的运用情况发生了重大变化,此时互联网新闻信息服务提供者需要按照要求自行组织安全评估,编制书面安全评估报告。另一种是官方评估,互联网新闻信息服务提供者完成自评估后,应当在10个工作日内报请国家或者省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展安全评估,申请官方评估时就需要提交自评估的书面报告以及《规定》要求的其他相关材料。国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室通过组织书面确认、实地核查、网络监测等方式对申请材料进行核实,完成安全评估工作,编制形成安全评估报告。

安全评估报告中会载明新技术新应用存在的信息安全风险隐患,互联网新闻信息服务提供者需要按照报告意见进行整改,以排除相关安全隐患。这种安全评估的方式并非互联网新闻信息服务领域原创,在《网络安全法》、电信条例等法律法规中都有相似的制度。

实际上,互联网具有虚拟性的特点,一点接入全网覆盖,安全问题谁也不能给出标准答案,网络安全问题隐蔽性强、爆发速度快,事后弥补的效果远不及事先预防。理论上讲,安全评估的管理方式不失为一种平衡各种矛盾的有效之策。

互联网新闻信息服务是互联网信息服务领域的重要部分,新技术新应用比较活跃,对其管理的思路创新尤为必要。通过安全评估的方式,既能促进新技术新应用的开发使用普及,也能及时发现、预测安全风险,及时消除安全隐患。从制度本身的设计思路来看,较之传统的行业准入类的刚性管理方式更具灵活性,在很大程度上适应了创新发展的需要。实际上,互联网具有虚拟性的特点,一点接入全网覆盖,安全问题谁也不能给出标准答案,网络安全问题隐蔽性强、爆发速度快,事后弥补的效果远不及事先预防。理论上讲,安全评估的管理方式不失为一种平衡各种矛盾的有效之策。

确保符合相关规定和要求

针对自评估情形的,理论上由企业结合自身业务情况具体掌握评估内容,以规避信息内容安全风险为目的,确保国家安全和公共利益以及公民、法人和其他组织的合法权益不受侵害。同时,《规定》也明确国家互联网信息办公室将进一步发布新技术新应用安全评估目录,为互联网新闻信息服务提供者自评估提供参考。

针对官方评估情形的,从《规定》要求的报请材料来看,大致包括两个方面:一是服务的总体情况,比如服务方案、主要功能和主要业务流程等;二是具体的信息安全管理和技术保障措施。此

外官方评估也会对互联网新闻信息服务提供者的自评报告进行核实。

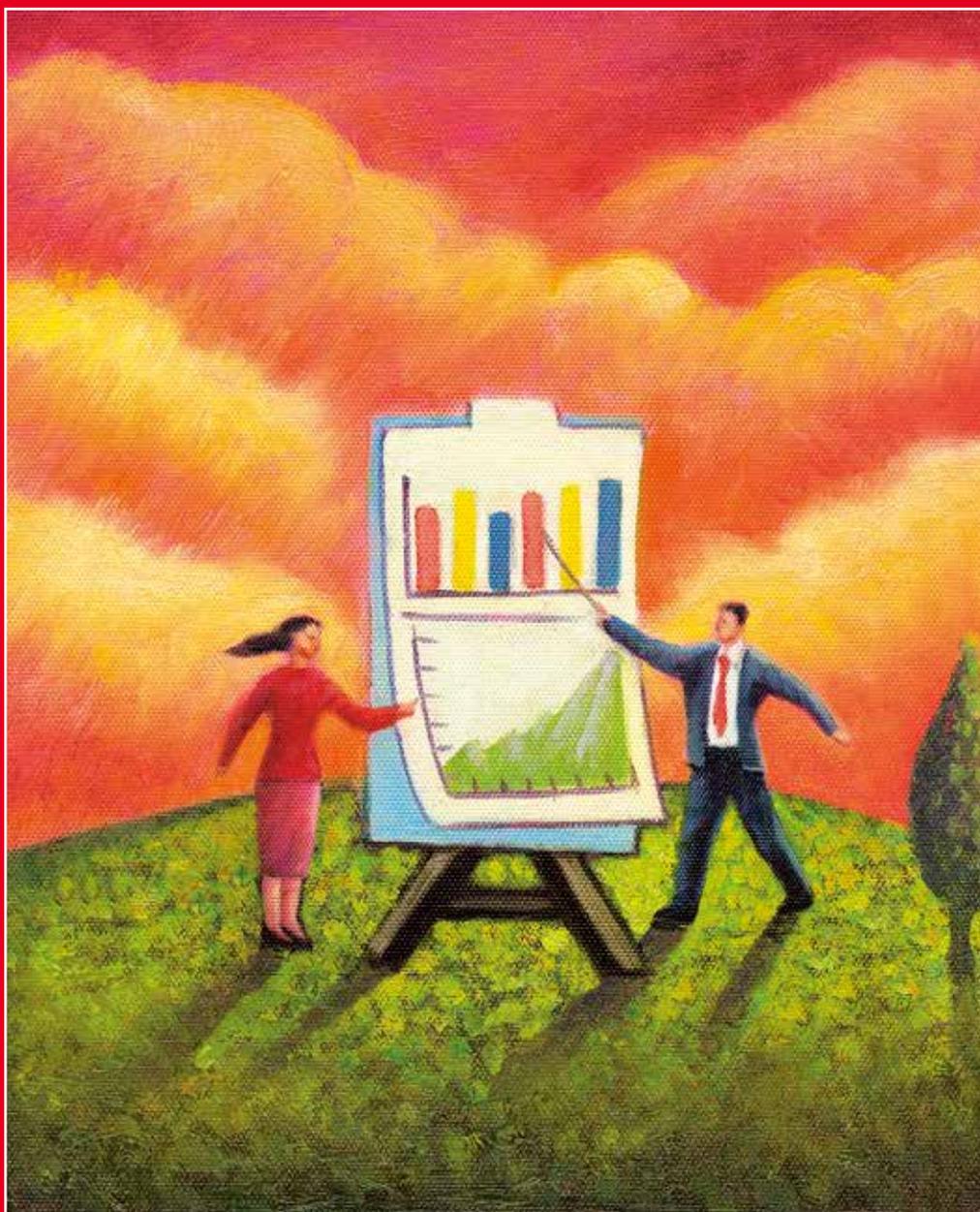
不管是自评估还是官方评估,《规定》第十三条实际上已经指明,安全评估就是要确保新技术新应用符合法律法规规章等相关规定和国家强制性标准相关要求。如果不符合相关要求,就需要整改,在完成整改前,拟调整增设的新技术新应用不能马上用于提供互联网新闻信息服务。

最后,《规定》的出台为拟申请互联网新闻信息服务的企业提供了一些指导。国家互联网信息办公室公布了《互联网新闻信息服务管理规定》并于2017年6月1日起施行,其中规定申请互联网新闻信息服务应当提交的材料包括“互联网新闻信息服务安全评估报告”。《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》中进一步明确“互联网新闻信息服务安全评估报告”是指由有关部门或具有相关资质的机构出具的,对于申请者信息安全管理和技术保障措施的安全评估报告。而《互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定》指出,申请提供互联网新闻信息服务,报请国家或者省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展新技术新应用安全评估的,参照适用本规定。^[14]
(方禹:中国信息通信研究院互联网法律研究中心副主任)

月报

Monthly report

提供月度最重要的报告。
在这里，故事呈现细节，背景展现视野，
政略突出高度，数据显示力量。



正能量引导智能传播

文 / 本刊编辑部

“信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇。我们必须敏锐抓住信息化发展的历史机遇。”2018年4月20日至21日，习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议上强调，要抓住信息化发展机遇，加强网上正面宣传，旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向。

信息化带来新机遇。随着技术的高速发展且逐渐成熟，信息传播领域迎来一场深刻的变革。在信息生产端，写稿机器人、媒体大脑、中央厨房等新的信息生产方式层出不穷；在信息分发时，精准推送、个性传递、信息直达等传播方式又快又准；在信息接收端，差异呈现、千人千面、虚拟体验等传播效果叫好叫座——人工智能技术正在悄然改变信息领域的生产、传输、接收以及反馈各个环节。

这是信息技术给传播领域带来的一道曙光，然而，有光照就有阴影，智能传播同样伴生着诸多问题，信息茧房、孤岛效应、技术陷阱、算法奴隶等，更为严重的，某些企业鼓吹“算法没有价值观”而任由低俗不良信息披着算法的“外衣”大肆传播。

技术是中立的，犹如一把双刃剑，如何让这把技术之剑贬斥假丑恶，弘扬真善美，其背后的技术导向便尤为关键。因为思想是行动的指南，采取什么样的技术，实现什么样的目标，需要靠思想引领。好的思想可以成为发展的“推进器”、民意的“晴

雨表”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”；不好的思想也会成为民众的“迷魂汤”、社会的“分离器”、杀人的“软刀子”、动乱的“催化剂”。

习近平总书记对网信工作作出重要指示，“正能量是总要求，管得住是硬道理”。用正能量引导智能传播，是解决智能传播导向问题的有效办法。正能量既是一种现象，又是一种目标；既有着“如沐春风”“催人奋进”的能量磁场，也有着“目标所指即为方向”的引领导向，指引着人们向上向善。

本组专题稿件着眼于“正能量引导智能传播”，摘录习近平总书记关于新闻舆论工作的重要论述；探讨智能传播现象之聚合类平台困境如何解锁、短视频怎样重构媒介生态、知识付费缘何迎风而起、该如何拥抱媒体智能新业态；追问智能传播新场景中的算法伦理；剖析算法如何弘扬科技向善之力；探究智媒背景下央媒对算法新闻的态度。智能传播的正能量目标，既需要编码工程师的设置，又需管理人员的把关，更需规章制度等进行法律约束。

不管技术发展程度多高，科技的背后永远是人类价值观的体现。传播向上向善的信息，既要靠算法技术智能推送，更应有人工干预，用正能量积极引导智能传播，营造一个“文明花开香满园，同心掬得满庭香”的网络空间。■

习近平关于新闻舆论工作的重要讲话摘录

加强内容建设 做强正面宣传

谈新闻舆论工作的导向作用

要提高网络综合治理能力，形成党委领导、政府管理、企业履责、社会监督、网民自律等多主体参与，经济、法律、技术等多种手段相结合的综合治网格局。要加强网上正面宣传，旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，用新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神团结、凝聚亿万网民，深入开展理想信念教育，深化新时代中国特色社会主义和中国梦宣传教育，积极培育和践行社会主义核心价值观，推进网上宣传理念、内容、形式、方法、手段等创新，把握好时度效，构建网上网下同心圆，更好凝聚社会共识，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。要压实互联网企业的主体责任，决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。要加强互联网行业自律，调动网民积极性，动员各方面力量参与治理。

——2018年4月20日至21日，习近平在全国网络安全和信息化工作会议上强调

要坚持正确舆论导向，深入宣传党的理论和路线方针政策，深入宣传全国各族人民为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴中国梦进行的奋斗和取得的成就，弘扬主旋律，释放正能量，做引领时代的新闻工作者。

——2016年11月7日，习近平会见中华全国新闻工作者协会第九届理事会全体代表和中国新闻奖、长江韬奋奖获奖者代表时强调

互联网是一个社会信息大平台，亿万网民在上面获得信息、交流信息，这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响，特别是会对他们对国家、对社会、对工作、对人生的看法产生重要影响。

我们要本着对社会负责、对人民负责的态度，依法加强网络空间治理，加强网络内容建设，做强网上正面宣传，培育积极健康、向上向善的网络文化，用社会主义核心价值观和人

类优秀文明成果滋养人心、滋养社会，做到正能量充沛、主旋律高昂，为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。

——2016年4月19日，习近平在网络安全和信息化工作座谈会上发表重要讲话

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。

——2016年2月19日，习近平主持召开党的新闻舆论工作座谈会时强调

我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临的挑战和困难前所未有，必须坚持巩固壮大主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量，激发全社会团结奋进的强大力量。关键是要提高质量和水平，把握好时、度、效，增强吸引力和感染力，让群众爱听爱看、产生共鸣，充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。

——2013年8月19日，习近平在全国宣传思想工作会议上指出

谈新闻舆论工作的党性原则

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。

——2016年2月19日，习近平主持召开党的新闻舆论工作座谈会时强调

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视党的新闻舆论工作，多次对新闻舆论工作作出重要部署。

本刊编辑部梳理习近平总书记多个场合的重要论述，以飨读者

谈对新闻舆论工作者的要求

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。

新闻舆论工作者要转作风改文风，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。

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。

——2016年2月19日，习近平主持召开党的新闻舆论工作座谈会时强调

谈新闻舆论工作要注重创新融合

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。

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。

——2016年2月19日，习近平主持召开党的新闻舆论工作座谈会时强调

现在，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深

刻变化，特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。要顺应互联网发展大势，勇于创新、勇于变革，利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、体制机制等全方位创新，努力实现军事媒体创新发展。要研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维和一体化发展理念，推动各种媒介资源、生产要素有效整合，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。

——2015年12月25日，习近平在视察解放军报社时指出

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

——2014年8月18日，习近平主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议时表示

做好网上舆论工作是一项长期任务，要创新改进网上宣传，运用网络传播规律，弘扬主旋律，激发正能量，大力培育和践行社会主义核心价值观，把握好网上舆论引导的时、度、效，使网络空间晴朗起来。

——2014年2月27日，习近平主持召开中央网络安全和信息化领导小组第一次会议时强调

今天，宣传思想工作的社会条件已大不一样了，我们有些做法过去有效，现在未必有效；有些过去不合时宜，现在却势在必行；有些过去不可逾越，现在则需要突破。“不日新者必日退。”“明者因时而变，知者随事而制。”做好宣传思想工作，比以往任何时候都更加需要创新。

——2013年8月19日，习近平在全国宣传思想工作会议上强调

(来源：《人民日报》、新华社)

以法治之网规范智能传播

技术是杠杆，是工具，但人工智能技术并不是完全客观中立，其背后隐含着设计者的价值观

文 / 本刊记者 潘树琼

“互联网是一个社会信息大平台，亿万网民在上面获得信息、交流信息，这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响，特别是对他们对国家、对社会、对工作、对人生的看法产生重要影响。”两年前，习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上发表重要讲话，深刻阐述了互联网对网民获取信息、塑造价值观的重要作用。

随着科学技术发展，人工智能近年来强势进驻信息传播领域，在“互联网+”旨在“连接一切”的基础上更进一步，通过模拟、延伸和扩张人的智能，使机器具有感知、思考和行动的能力。“智能”来自算法技术和深度学习，这使得信息传播更具个性化和精准化特征，无论是资讯还是短视频，抑或知识付费及传媒应用，在指尖滑动的是“更懂你”的信息。

技术发展：智能传播为媒介融合带来曙光

2017年7月，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，提出未来30年由初级智能社会到高级智能社会发展的战略目标。在信息传播领域，智能推送、深入互动、价值引导等表现形式使得“人工智能+信息传播”颇具市场。

在智能推送方面，互联网公司根据用户兴趣爱好和阅读习惯，通过算法推荐技术，向用户源源不断地推送其感兴趣的内容。国内互联网企业在这方面率先实践，根据地域、性别、年龄等维度，依托用户兴趣进行内容推荐。在这方面，国外媒体的实践成果同样丰硕。被称为“世界上第一家没有记者的新闻媒体”的美国新兴媒体News Republic与全球超过1650家新闻机构建立了合作关系，为用户提供一站式的全球和本地新闻服务，智能获取并分析用户的阅读习惯，然后做出个性化推荐。

在深入互动方面，用户可对产品进行点赞、点评、转发等，甚至可以标注不感兴趣。基于用户对产品的互动状态，当资讯

公司再次推送时便会做出调整。每一次用户与产品的深入互动，都会为下一次智能推荐提供数据参考，这种微妙变化有利于更精准传播。也就是说，在机器学习“试对”或“试错”之后，产品可更深入地与用户互动。

在价值引导方面，用户长期以来对某类信息的关注使得平台产品对用户的价值观造成潜移默化的影响或引导，互联网上汇聚的各类信息很容易对用户进行价值观的重塑和世界改造。而在每一次互动中，用户留下的痕迹又会被机器获取并记录，慢慢地形成“更符合”用户兴趣特征的价值取向。

不可否认，新技术为传媒业注入了新生力量。无论是对创新开发多元功能新闻应用、在新闻报道中尝试全媒体报道，还是在综艺节目中呈现令人耳目一新的视听画面，“人工智能+信息传播”的发展路径都为传统媒体的进一步转型以及媒介融合带来曙光。

问题爆发：技术至上不是平台免责“保护伞”

人工智能技术的发展对信息的传输价值而言具有诸多裨益，但是对于信息本身而言，则可能具有一定程度的威胁。这种威胁不仅源自互联网公司对数据的掌握和处置权力，而且还来自于智能传播可能产生的意想不到的影响。

4月4日，因“快手”“火山小视频”直播短视频平台传播涉未成年人低俗不良信息，社会舆论反映强烈，国家网信办依据《网络安全法》等法律法规，要求“快手”“火山小视频”暂停有关算法推荐功能，进一步完善审核管理机制，建立未成年人保护体系，用正确的价值观指导算法，积极传播正能量。这并非个例，而是技术“双刃剑”所导致的问题的集中爆发。

“你永远不知道网络的对面是一个人还是一条狗”，网络社会具备虚拟性、匿名性等特点，使得信息传递更“无所顾



2018年4月24日，福州海峡国际会展中心，首届数字中国建设成果展览会吸引民众参观体验。供图/CFP

忌”。在智能推荐技术的加持下，三俗信息传播没有边界，信息茧房现象严重，机器人写稿有速度缺乏深度、有信息缺乏人文伦理，等等，这些问题都伴随着智能传播技术的应用而愈加凸显。

技术是杠杆，是工具，但人工智能技术并不是完全客观中立，其背后隐含着设计者的价值观。人工智能技术也不具备内容审核能力，过度依赖技术而缺乏人工审核，就会扰乱信息传播市场。

正如中国互联网络信息中心副主任张晓所言，科技应该成为辅助新闻价值传递、塑造社会正确价值取向的工具，“技术中

不可否认，新技术为传媒业注入了新生力量。无论是对创新开发多元功能新闻应用、在新闻报道中尝试全媒体报道，还是在综艺节目中呈现令人耳目一新的视听画面，“人工智能+信息传播”的发展路径都为传统媒体的进一步转型以及媒介融合带来曙光。

立”不应成为平台推脱自身责任，裹挟人类价值认知传播违背社会价值的“作恶”工具。

应对之策：织就智能传播管理法治之网

未来传播趋势将会更加突出“人”的主体性因素，社会建构对于互联网和传播形态的发展将会发挥更大的作用。从连接信息的“信联网”到连接虚拟空间和物质空间的“物联网”，再到连接生物信息和计算信息的“人联网”，网络已经像水和空气一样融入人们的日常生活。在人工智能时代，信息借力智能技术，实现精准传播。

新技术的发展，需要企业创新引领，需要网民自觉维护，更需要管理部门积极引导。2013年，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上发表重要讲话时明确指出，要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重，必须坚持巩固壮大主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量，激发全社会团结奋进的强大力量。

习近平总书记提出的“正能量是总要求”为我国网信事业的发展提出了根本遵循。网络信息不管通过什么方式传播，都应该遵循“正能量”的引导。国家互联网信息办公室密集出台《互联网直播服务管理规定》《微博客信息服务管理规定》《互联网群组信息服务管理规定》等规定来规范网络信息传播，将我国网络法治实践中的重要智慧成果以条文的方式具化到智能传播管理之中，织就智能传播管理法治之网。^[14]



聚合类平台困境待解锁

网络空间不是法外之地，解锁聚合类平台发展瓶颈，有待行业规范来堵漏洞，需要正能量的价值观引导来疏淤塞，更需要完善多方监管来促发展

文 / 本刊记者 陈琳辉

随着媒介技术的进步以及用户对多元化信息的需求，单一的新闻渠道和PC端页面已经满足不了用户的需求，聚合类平台应运而生。基于数据挖掘、智能算法等技术手段的聚合类平台，因其具有可以即时交流互动、利用用户碎片化时间获取信息、迅速准确地了解用户个性化需求等优势，日渐成为人们获取新闻的重要方式。

聚合类平台以其独有的方式拥抱大数据时代，而算法则成为资讯智能分发的有力支撑，通过用户的阅读偏好、社交网络、移动终端设备机型等，综合分析、详细计算用户所关注的信息源和信息核心词汇，从而进行信息推送，实现资讯的个性化定制服务。

在聚合类平台逐渐占据更大市场份额的同时，也出现了一

2018年4月20日，首届数字中国建设峰会展览会现场的小明写稿机器人和头条寻人可视化系统展台。供图/CFP





江作苏

华中师大新闻传播学院院长

提升公民媒介素养

最近引起轩然大波的脸书数据事件,并不是东方式的禅意考虑,而是西方契约精神失灵的实体焦虑。剑桥公司获取数据后,是不是仅在总统选举中做倾向性信息推送?因为基于数据挖掘、智能算法等技术手段的习惯性接受方式,资讯聚合类客户端甚至都不知道自己正受到某种影响和控制,当然也就不限于选举。

世界经济研究发现“中等收入陷阱”现象,就媒介形态而言,目前业界前沿人士认为还处于“互联网的黎明时期”,也就是说,网络远未成熟和相对稳定,因此从世界范围的资讯聚合类客户端角度来看,就信息收入而言认为大家都处于“中等收入水平”阶段是可信的判断。

伦理学视野较之某些单一学科的研究对认识人类自我更为客观,伦理学研究发现,“低形态社会伦理陷阱”往往与“中等收入陷阱”相伴而生。中等收入陷阱内的人们急切地想增加财富和跳出陷阱,对于并不一定具有资源禀赋基础,或者超出承受范围的激进变革和公共产品,一概是用了再说。如同消化不良者往往不检点自己的饮食方式而一味怪罪食物的品质一样,结果是付出了大量社会资源的代价而收益期并不理想。

同理,在互联网黎明时期,整个人类都处于广义的信息中等收入时期。此时期望有一种与实践步伐相同的、通用的、完美的传播伦理与世匹配,实际上很难,且不说还要用公允和完美的文本形式表达。而期望制定出一整套严密完备的法律和规定,予以约束业者行为,亦是一种良好愿望但操作时空不匹配,这就如同在刮着飓风的海面上,实时的船舶状态没有办法控制,只有驶入相对稳定的海区后才有可能实现。

数字世界与伦理世界同体异构,这是一个现实的命题。东方智慧的伦理是观照式的而不是终结式的。例如,“尽信书不如无书”,“书”就是当下的数字世界,以及层出不穷、形态各异的信息聚合与分发方式,在一般社会心理形态下,人们当然应该相信“书”,许多书都是有益能量的聚合,不读书无以成人。但是,常识告诉我们坏书也很多,我们不能因为坏书的存在而不读书,或者很过分地期待监管层运用行政手段过滤掉所有的坏书。所以,信书者要有不信的伦理与心理准备,并且进行必要的知识储备。

“没有书面文化的文化”,这是数字化社会带来的不确定性美感,当然它也带来了不安全感。人们的接受心理与伦理,要在很长一个实践时期后,才会适应互联网环境下聚合与分发技术造成的“同框不同图”现实,以及面对信息“免费午餐”要不要吃和如何吃的选择。因此,把公民媒介素养提升至国民教育的必修内容地位,这是一件根本和紧迫的事情。

些传播乱象。算法推荐确实可以让用户自主订阅感兴趣的话题,再通过智能提取、数据计算、个性化推荐等方式,推送可能与用户相关的新闻。利用计算机程序对相应的数据信息抓取后生成新闻文本是智能传播发展初期的基本做法。随着机器算法的产生,人们逐渐发现,把热门话题的编辑、推荐和排名交给机器算法,能够取得让人“意外”的传播效果,却也让用户获取真实客观有价值的新闻内容变得困难起来。在算法源源不断地推荐同质信息后,人们获取的资讯面越发狭隘和单一,与新闻媒介需要向受众传达具有社会价值和意义的内容背道而驰,也与新闻工作者强烈的使命感和高度的责任感相违背。

如何让算法和技术真正为有价值的新闻服务,解决原创作品保护与智能传播方式之间的冲突,值得思考。在目前国内的资讯信息分发市场上,算法推送的内容已超过50%,一些聚合类平台为了争取流量,采取野蛮窃取的方式抓取传统媒体的原创新闻作品,引发了不少纠纷。2017年6月,今日头条起诉天天快报内容侵权,当天,天天快报也以同样的理由起诉今日头条,认为其同样存在大量侵权行为;2017年9月,《人民日报》连续三天刊文评今日头条算法推荐,狠批算法决定内容的做法;2018年4月9日起,今日头条、凤凰新闻、网易新闻、天天快报等4款App被勒令暂停下载一天到三周不等。

这些案例表明,完全依靠算法推荐的做法产生了诸多问题:聚合类平台上资讯的质量不如资讯的热度重要,博眼球的“标题党”泛滥,版权纠纷不断,等等。由于算法推荐缺乏价值判断,仅靠机器取代人工编辑容易导致新闻失衡,内容质量难以保障。新闻分发的个性化、新闻推荐的订制化,致使“信息茧房”现象更加严重。

其实,聚合类平台在技术、资源、平台等方面具有很大优势。如果能优化信息架构,提升交互应用,满足不同受众的需求,朝着个性化、社交化、特色化方向发展,或将迎来更广阔的发展前景。据了解,聚合类平台正不断进行新的尝试以优化使用体验,增强用户黏度。搜狐资讯客户端正努力实现个性化“移动报刊亭式服务”;澎湃新闻选择“内容为王”发展策略,以《东方早报》专业的采编队伍为支撑,努力为用户提供真正有价值的信息和见解;一点资讯则通过“开放式”合作吸引更多的第三方资讯产出者,尽力满足用户逐渐多元化、个性化的需求……

网络空间不是法外之地,解锁聚合类平台发展瓶颈,有待行业规范来堵漏洞,需要正能量的价值观引导来疏通淤塞,更需要完善多方监管来促发展。■



短视频重构媒介生态

随着网红经济的出现，以及算法推荐技术的成熟，短视频行业竞争逐渐进入白热化阶段。算法还需总编辑，不能只要流量不要质量

文 / 本刊记者 潘树琼

美国艺术家安迪·沃霍尔曾预言：在未来社会，每个人都会成名15分钟。而在短视频应用平台抖音上，这个时间变成了15秒。从少数人的圈内分享到大众抖友间的街头互动，越来越多的人在抖音上记录自己的生活，抖音已经成为一个以短视频为表达方式的传播互动平台。

在当下火爆的短视频应用里，抖音不是个例，一条是国内较早出现的主打生活短视频的新媒体，Papi酱、回忆专用小马甲等网红IP在互联网上具有较高的认知度，以秒拍等为

代表的草根型短视频如火如荼，情景短剧型、技能分享型、街头采访型等多种类型屡见不鲜。

这些类型丰富的短视频大都在新媒体平台上播放，适合在移动状态和短时休闲状态下观看，时长为几秒到几分钟不等，融合了技能分享、幽默搞怪、时尚潮流、社会热点等主题。据第一财经商业数据发布的《2017短视频行业大数据洞察》显示，截至2017年6月，我国移动视频用户规模达5.25亿人，短视频行业用户规模持续增长，成为移动视频



2017年12月15日，左腿做了骨肉瘤手术的13岁女孩蒙欣正在成都某医院治疗。截至目前，蒙欣发布了251个视频，有14.1万粉丝，获得了203.4万点赞，不少网友都鼓励她“加油”。供图/CFP

新的爆发点。

短视频作为一种互联网内容传播形态早已有之，但随着网红经济的出现，以及算法推荐技术的成熟，包括腾讯、阿里、今日头条等在内的互联网企业纷纷入局短视频行业，行业竞争逐渐进入白热化阶段。

今日头条商业产品副总裁刘思齐曾表示，今日头条的产品都是以智能化为核心的，而抖音属于今日头条“智能传播”产品矩阵的重要组成部分，“智能传播”的目标是让更多人的美好生活被看见。“智能传播将打破时间序列，打破空间限制，打破关系链条，让高质量的内容遇见对的人，进而让志趣相投者相遇。”刘思齐说。

“智能化”不仅为人们的内容创作提供了更加高效的手段，也在重构人们的交流生态，人们可以在短视频平台上互动，与兴趣匹配的创作者交流。相比图文等传播形态，短视频的内容让用户表达更加立体、真实和丰满，引领人们交流方式的升级和进化。

正是如此，基于算法推荐的短视频不断完善算法分发，不断满足用户需求，根据每一次页面停留时长、点赞、点击等大数据进行精准推送、智能分发。这是时下短视频行业发展的利好，但技术是把“双刃剑”——当下，低龄孕妈、惊险挑战、涉黄、涉赌等现象频频流传于网络，短视频在给大家带来新鲜体验的同时，也因部分内容的无底线，让一些流量成为质量负担——完全基于算法推荐的产品缺乏行业引领观念，给社会带来了极大的负面影响。而“算法没有价值观”“不干预用户兴趣”等理念也将今日头条等推上了舆论的风口浪尖。

4月6日，国家网信办责令“直播涉未成年人低俗不良信息”的小视频全面整改；4月10日，广电总局责令今日头条永久关停旗下“存在导向不正、格调低俗”等突出问题的“内涵段子”客户端及其公众号。人民日报微博对此类现象连续发文，口吻严厉：“如果一味追求爆款，却不拆除引发危机的‘爆破点’；如果贪图飙车式发展，却无视‘刹车’功能失灵；如果只要价值，不要价值观，甚至鼓吹‘算法没有价值观’，就难免出事。产品不能沦为算法的奴隶。”

野蛮生长状态下，短视频行业自律不健全，只能靠他律来匡正。算法还需总编辑，不能只要流量不要质量。如何抵制低俗内容大肆传播？怎样为算法戴上“紧箍咒”？除了技术层面的完善外，更需深刻认识到，技术必须要用社会主义核心价值观来引导，传播正能量，符合时代要求，尊重公序良俗。■



朱巍

中国政法大学传播法研究中心副主任

算法监管应纳入法治化体系

针对当下智能传播的短视频平台治理提出三方面建议：

首先，我国内容安全等传播法律是一个多元体系，既包括《网络安全法》等法律相关规定，也包括国家网信部门、文化部、广电总局等部门规章，还应包括内容管理部门查处的相关案例、政策、法院对传播法案例的判决等。一方面，抽象性的强制性法律规定是传播内容合法性边界的“纲”；另一方面，已经形成的判例、案例和政策就是对抽象法律适用互联网传播的具体类型化，也就是传播法的“目”。

以低俗界限为例，尽管《网络安全法》第十二条将“公共秩序、社会公德”等作为内容安全的重要构成方面，但缺乏对网络传播中低俗适用的具体边界。在网信管理部门的历次网络治理行动中，查处的相关案例、约谈的成果、禁播的主播类型、处罚的具体类别等，逐渐勾勒出网络低俗的具体类型，例如，不能在直播中显露“纹身”，“社会摇”本身代表的是地下低俗文化等等。这些已经被主管机关依法定性和处理的事件，对后面的低俗法律边界具有“既判力”效果，日后若再出现此类事件，在先的判例就成为违法的边界。所以，网络平台应好好研究总结近年来各部门对各类短视频平台、主播、内容、信息的处理实践，以指导传播法律边界问题。

其次，平台应将算法监管纳入到法治化体系。在智能推荐时代，算法决定着何种视频可以被推荐，以及可以被推荐给何种用户。视频的发布者、传播者和接受者都按照算法的价值观运行。因此，在短视频和直播实践中，算法为王是应有之义。

但是，算法本身并非绝对中立，写算法的程序员拿着平台的工资，一定会体现出平台的需求，即商业价值。完全以追求商业利益为核心的算法，缺乏基本的法律底线和社会责任，推荐和挑选出来的作品也就很难有弘扬正气的正能量。算法必须以法律为底线，不同的平台，按照影响力、用户和性质的不同，社会责任和道德责任承担的大小也不尽相同。越大的平台承担的社会责任和新闻传播伦理责任也就越大。因此，算法必须被赋予道德和正确的价值观。这次整改事件体现出，算法应被正式全面地纳入到法治监管轨道中。平台推荐作品的算法和数据采集标准，必须向主管部门备案，接受政府和全体网民的监督。

最后，平台治理不能主要靠自律。不论从我国整治低俗视频的事件看，还是从美国近来出现的脸书数据泄露事件看，缺乏监管的自律是无源之水和本无之木。互联网传播、内容和数据安全一旦受到损害，国家、社会和网民受到的损害将很难弥补。所以，自律必须结合他律，自我监管必须依靠包括政府、平台和全体网民在内的全社会齐抓共管。



知识付费迎风而起

知识付费短期内的井喷式爆发是社会发展的必然。但书山有路勤为径，知识的获取从来都不是轻而易举的

文 / 本刊记者 潘树琼

知识就是财富。

随着互联网技术的飞速发展，以及人们对知识的付费意愿和消费观念的转变，知识已越来越成为财富的源泉。互联网储存海量信息，为知识传播提供便利的同时，也对用户知识筛选、信息判断造成困惑，因此，受众愿意为优质知识付出经济成本。在互联网时代，从“源头”到“活水”的距离越来越短，也似乎越来越容易。

这得益于知识付费服务时代的到来。2016年被业界称为知识付费元年，一系列标志性事件掀起这场热潮：2016年5月

14日，付费直播问答知乎Live正式上线；5月15日，付费语音问答平台分答上线，迅速刷爆朋友圈；6月，逻辑思维在得到App里推出《李翔商业内参》，获得7万订阅用户；12月，新浪微博上线“微博问答”邀请制测试版，用户可用文字进行问答……进入2017年，这场热潮丝毫没有降温的迹象，3月7日，豆瓣网推出了首款付费产品“豆瓣时间”；腾讯CEO马化腾也表示，微信公众号正在加快上线付费订阅。

知识付费产品层见叠出的背后，有庞大的数据做支撑：《知识付费经济报告》显示，55.3%的网友有过知识付费行为。据

统计，2017年内容付费用户规模约为1.88亿人。业内人士预测，到2020年，知识付费经济规模将达到1000亿。

如今，市场上知识付费的模式大体分为三种：以分答、在行、知乎问答等为代表的问答咨询，以得到App、《财新周刊》等为代表的付费订阅，以小密圈、饭团等为代表的社群圈子。这些产品的出现就像是一根根支脉，让内容付费这棵“大树”愈加枝繁叶茂。在注意力和优质内容越来越成为稀缺品的时代，知识服务商敏锐地嗅到了商机，准备迎风而起。

知识付费的本质，就是

2017年12月31日，深圳，得到App创始人罗振宇2017跨年演讲。供图/CFP





张利洁
兰州大学新闻与传播学院教授

优质内容是知识付费核心竞争力

把知识变成产品或服务,以实现商业价值。知识付费意味着人们对高质量知识内容的渴求,同时也表现出对知识本身的尊重,付费行为有利于人们高效筛选信息。在信息过载的当下,面对浩如烟海的知识存量,用户决策已经瘫痪,人们选择的时间成本增加,如何选择适合自己的知识,又怎样高效了解、学习、应用这些知识,是每个人都渴望快速解决的问题。这时,知识付费便应运而生,人们愿意通过付费来代替个人搜寻选择,知识服务平台则通过大数据和人工智能精准匹配知识分享者的产品和客户需求,保障客户找到有用的产品、知识分享者找到“听得懂的人”。

“学无止境”“活到老,学到老”,用户对知识的需求是一直都存在的,这些服务平台只是在制造一个工具来满足用户的个性化需求。那么,如何更精准、更智能化地做好知识服务,从而让知识的传递更加高效?得到App让行业领军者为用户筛选喜欢的内容,知乎live确立了识别优质内容的机制,喜马拉雅在努力更精准地“猜你喜欢”,等等。这些知识服务平台都在各自的领域打通图文音视频等多种媒介要素,目标都指向更加有价值、更能促进消费的内容。

但是,并非所有内容都有被付费的价值,内容的稀缺性、内容定制服务的标准程度、对用户进行兴趣引导等,都需充分考虑。早在2300年前,柏拉图便说过,贩售和分享知识是比贩售和分享食品更严谨、更需要小心的事情。

2017年,知识付费刚迎来“黄金年代”就开始遭遇各种质疑和指责。有用户认为,为知识一次性付费就像在赌博,就像只有进过电影院之后才知道影片到底好不好。同时,各大平台的产品“高度同质化”、抄袭之风盛行、用户付费习惯的持续性、长尾挖掘以及监管和版权问题也在阻碍着知识付费的发展速度。这些“质疑”也反映在2017年知识付费平台的“成绩单”上。报道显示,知乎live除在2017年3月和下半年开学季成绩有回升外,单月参与人数和单月收入都出现了下滑趋势。分答更是遭遇了明星“答主”罗永浩和Papi酱的接连退出。新世相创始人张伟的营销课程被质疑涉嫌传销,知识付费新经济一度沦为“割韭菜”生意。

这一连串尴尬局面的背后,凸显的是知识服务平台缺乏长效的内容生产机制和智能分发机制,知识服务的精准传播的背后是人,再智能的知识服务平台都离不开“智人”的学习兴趣和主动吸收,知识付费的本质需求是成年人“终身学习”的内在需要,知识付费短期内的井喷式爆发是社会发展的必然。但书山有路勤为径,知识的获取从来都不是轻而易举的,从“源头”到“活水”的距离再短,也终究需要“智人”主动迈步。■

2016年以来,“知识付费”现象在网络上迅速火热起来,各类知识付费产品与平台纷纷涌现,知识付费成为人们高效率获取所需知识的有效途径。从免费到付费,互联网上知识传播模式的变化折射出人们对于优质内容资源的需求,也再次证明了内容为王是硬道理。

一些知识付费平台及付费产品的成功快速吸引了大量知识付费领域的新进入者,一时间,“乱花渐欲迷人眼”。我们看到在知识付费的大潮中也出现了诸如产品同质化、泛娱乐化、过度碎片化、侵权盗版等一些不美好的现象,甚至个别知识付费平台过度营销,导致人们火热付费并不是为了获取知识,而是为了“拉人头返利”,急功近利,本末倒置。

知识付费领域的新进入者越多,表明这个领域的门槛越低,知识平台帮助人们屏蔽噪音、快速获取所需知识的功能就越不突出。原来免费的信息换个外衣就变成了“付费知识”。价格过滤器在缺乏准入监管及内容严格把关的情况下有失灵之嫌,长此以往,知识付费领域必将出现劣币驱逐良币的局面。

事实上,知识付费自古就有,且将一直存在下去。从需求侧来看,移动互联网工具的普及以及支付手段的便捷会促使网络知识付费需求更加强烈,目前需要做的是加大知识付费供给侧改革,使互联网环境中的知识付费可持续、健康、良性发展。在优质内容供给方面,至少需要三道把关环节:

首先是加大行业准入监管。进入知识付费领域类似于传统环境中的办学校和出版社,而办学校和出版社在传统环境中有着严格的准入制度。

其次,满足人们对权威、负责任的个性化、定制化知识需求,知识付费平台对知识供给者的严格筛选非常重要。如同我们读书看报,在同样的内容面前,人们更愿意选择有影响力的出版社或报刊的出版物来阅读。所以,为知识付费提供资质的平台必须严格筛选专家,为用户提供所需要的知识,发挥知识付费平台的作用。

第三,对于PGC生产的内容,知识付费平台还需有专业的把关人。平台专业把关人是连接知识生产者和需求者的中介,这个中介相当于传统媒体的编辑,也要具备一定的文化性、思想性、选择性等。当前知识付费领域生产者和消费者直接对接,缺乏把关人的选择,不可避免地会出现内容同质化、侵权盗版等现象。

对于知识付费供给侧而言,在内容严格把关之后,不但要对接、服务用户的需求,更要引导用户的需求,不能盲从。

对于知识付费过程中的侵权盗版行为,还需进一步完善相关法规并加大法律惩处力度。



拥抱媒体智能新业态

媒体智能化已逐渐成为媒体发展的主导性趋势，这一趋势不仅重塑着媒体组织的生产和运营方式，也深刻改变着整个社会的信息传播方式

文 / 本刊记者 陈琳辉

人工智能技术驱动新闻传播领域变革，媒体行业通过应用智能技术，使得媒体系统逐步具备类似于人类的感知能力、记忆和思维能力、学习能力、自适应能力和行为决策能力。大数据的全面渗透和新技术的跨界融合让智能传播成为未来媒体的发展趋势。

新华社“媒体大脑”具有15秒生产出新闻内容的能力，能从5亿网页中梳理两会舆情热词并生产出全球首条关

于两会内容的MGC（机器生产内容）视频新闻；新华网引入“Star”生物传感智能机器人，以科学的“读心术”描绘出观众在听《政府工作报告》时最真实的“情绪曲线”，这是传媒界首次把情感交互技术应用于时政新闻领域；光明网的人工智能应用“2018小明AI两会”实现了人工智能和大数据技术在两会报道中的创新性应用，让报纸与融媒体产品直接互动；AR技术不断创造视觉奇观让新闻报道更直观可感；“中

2018年4月23日，首届数字中国建设成果展览会上，“一带一路”智慧媒体平台展台吸引了众多观众驻足观看。图/本刊记者 潘树琼摄





彭焕萍

河北大学新闻传播学院副院长、教授、博士生导师

融合推动媒体形态进化与升级

当前的智能传播是传播形态、传播内容、传播渠道、传播效果、人机交互等要素在传媒智能化阶段的新组合，是大数据、长尾数据、高速网络、智能终端、即时数据传接等网络基础软硬件设施发展到一定阶段的必然产物。一方面，传媒智能化的发展趋势正在加速并显示出了超强的资源整合能力、信息链接、人机互动、物物相连等能力。智能传播改变了当前传媒生态发展格局，尤其在信息采集和生产、讯息传播渠道、虚实场景构建、人类自我认知等方面带来的变革堪称颠覆性；另一方面，用户行为的互联网智能化、媒体核心内容生产智能化、信息传输平台的智能化等趋势又不断推进着传媒的智能化发展。对于这个大趋势我们一定要认清，检视机器人新闻、无人机新闻、微型传感器数据源、虚拟沉浸式新闻、算法推送、机器学习等在传媒领域的运用，我们不得不重新思考技术给传媒带来的变革，这不仅仅是一次媒介形态、运作方式、信息搜集和推送、编辑环节的革新，还涉及人类自我认知、他者认知、人机认知的解构与重构。

智能传媒带来的将是一种人工智能与人类智能协同的在线社会信息传播系统。在这个系统中，未来业界会比以往任何时候都要重视新技术给传媒行业带来的影响，要重点构建多维智能技术链，磨合人机协同匹配和立足提高生产传播效率的新媒体传播体系。从外部加强与业内高科技公司的深度合作，真正打通媒体与技术以往相对隔离的通道，在内部则要创新媒体运行机制、加快组织架构的重构，真正把技术内化为智能媒体创新的强大动源。借力于传媒的智能化，未来媒体的融合将会在广度、深度、时间和空间四个维度上实现新一轮突破，传统媒体和新媒体的边界将会逐步消融，这种融合会推动媒体形态的自我进化与升级。

但是在整个的智能传播发展中，需要特别注意对用户隐私信息的保护，千万不能沉浸和技术乐观之中而忽视新闻传播的本质。要注意辩证看待智能媒介带来的思维方式、行业生态和社会领域的变革，清醒地认识到技术的双刃剑效应，在充分发挥智媒优势的同时要对其可能带来的负面影响保持警惕，做到见微知著、防患于未然。

央厨房”助力两会全媒体盛宴；机器人能采访会写稿还能胜任直播主持人……可见，媒体智能化已逐渐成为媒体发展的主导性趋势。这一趋势不仅重塑着媒体组织的生产和运营方式，也深刻改变着整个社会的信息传播方式。

技术为媒体内容生产赋能。智能技术在新闻领域的应用表现在新闻采集、新闻生产、新闻分发和新闻消费等各个环节。以“媒体大脑”为例，不仅能迅速扫描数亿网页从中收集数据，还能自动分析新闻热点，进而生成可视化图表、自动完成配音配图和视频剪辑，大幅提升新闻内容生产和传播效率。有评论指出，“媒体大脑”的突破和应用或将为媒体生产端带来无限想象空间。而在发挥大数据分析和AI技术优势方面，山东电视台联合浪潮集团运用机器人策划推出节目《机器人“小闪电”的大数据时间》，实现了人工智能分析和机器人新闻播报。

媒体技术丰富用户互动体验。在大数据背景下，智能媒体的出现具有划时代意义，不仅打破了现实和虚拟界限，还能为用户提供更贴心的服务。比如，新华社客户端首页的“小新机器人”利用AR技术扫描用户身份证获取个性化资讯，带给用户全新的阅读体验。此外，增强用户互动体验的H5技术频频出现现象级传播产品。大众网交互H5《“跳”重点，中国准备这么干》以微信热门小程序游戏“跳一跳”为切入点，将重要新闻内容巧妙传递给用户，实现内容和趣味的完美交融。而爆款产品的背后，是智能传播技术的助推，是以媒体为中心的生态系统的全新探索。

值得注意的是，传播智能化在为媒体内容生产赋能，强化用户互动体验的同时也引发了一些值得我们思考的问题。当前，传统媒体的融合转型仍处在困境期，尚未摆脱用户流失、经营效益下滑等问题的困扰。而媒体应用中的诸多智能传播现象，实质上均离不开算法推荐。算法推荐虽然有力地助推了智能传播，但智能机器人写稿带来的侵权及价值观冲突问题，以及媒体新应用带来的媒介伦理问题也让媒体智能新业态面临发展瓶颈。

媒体应用的汪洋大海中，有风浪，有灯塔，有航程。在拥抱媒体多元新生态的同时，也需搏击风浪与校准航程的勇气和定力。在媒体运用的具体实践中增强对智能传播现象的洞察力，从而以更加开放的心态、更加包容的机制和更加完善的举措来逐步适应媒体智能化的发展趋势，更好地履行社会责任，更加从容地拥抱媒体智能新业态。■



新传播场景中的伦理追问

人工智能会带来田园牧歌般的自由解放，还是将人类重置于火光映照的“洞穴”之中？它将导致人的价值的提升，还是永久地失去？这种追问虽让人感到沉重，却是智能传播不得不面对的未来议题

文 / 孟威

人工智能的出现将新闻传播引入了新场域，它改变传播环境，带来了传播内容、形式的变化；它调整传播关系，使70年前维纳控制论（维纳控制论认为需要根据不可控制变量来确定可调节变量的最优值，以获得对人们最合适、最有利的状态）所畅想的理想传通状态趋于实现。目前，开放地拥抱它的到来，人们正沉浸于随之而来的喜悦和憧憬之中。从全球范围看，人工智能已上升到国家战略层面。2015年至2017年，德国、美国、日本等国家先后为人工智能发展制定了战略蓝图。2017年7月，我国发布了《新一代人工智能发展规划》，提出未来30年由初级智能社会到高级智能社会发展的战略目标。在新闻传播界，有人说：“媒体已开始进入智能时代。”

新闻传播新引擎

2006年，国外媒体已开始应用人工智能写作。2014年7月美联社使用机器人撰写财报新闻，《洛杉矶时报》应用智能技术抓取预警数据生成新闻报道。2014年起，我国主流媒体积极运用新技术手段向报道的立体化、移动化、智能化迈进，在全国两会等重大报道中，谷歌黑科技、“小融”“小新”智能机器人等丰富了传播样式和互动体验。2017年12月，新华社发布人工智能平台“媒体大脑”，提供包括智能媒体生产平台、新闻分发、采蜜等在内的8个模块服务内容。人工智能赋予新闻新的呈现方式，进一步延伸了新闻内容的传播路径。

这里试将智能传播加以界定，它是建立在新能源、人工智能、大数据、物联网、机器人等技术发展和突破基础之上、以机器定位节点，以物联网、数据流替代人力、技术、设备等传统生产要素，以用户、市场为导向，以智能技术决定内容生产、传播、营销和集成决策方向的传播方式。目前智能传播已

可以流畅地完成新闻采写、编辑处理、智能推送等任务，随着物联网、智能技术的发展，未来智能传播将深度覆盖，形成传播主体智能化，信息处理、传输、接收智能化，接受主体智能化的全程智能传播现实。

智能传播新场景

改变内容生产技术、机制和流程，智能使传播更有效率。人工智能识别和技术处理能力范围，不局限于文字、图片、音频、视频等人类可把控的结构化数据，还包括非结构化数据。即便在结构化数据信息的处理上，人工智能也是技高一筹。例如它可以利用神经网络、深度学习等技术，通过软件处理，让用户享受到一张原图转化成为多种艺术流派影像的审美体验。正在媒体融合领域兴起的“中央厨房”生产机制，充分利用大数据智能系统，可以更精确地设计策划选题、筛选信息，前置多元传播形态的优化配置。而新闻机器人在及时性、准确性方面更具有无与伦比的优势。这一切都大大提高了信息生产和传播的效率。

精确定位传播需求，智能推荐主导分发领域，使传播更具人性化。相较于人工分发的费时费力、搜索引擎配置对于用户需求的过度依赖，智能推荐的最大优势在于，它可以依靠大数据搜集用户习惯、兴趣、偏好，对海量内容进行深度加工，充分利用数据分发指导再分发。它可以从信息源中智能提取、发现具有消费潜力的信息内容，其推荐更加符合用户需求、更具个性化、人性化特色，并能够充分引导用户消费。

黏合用户创造服务，智能使传播产品更具市场价值。在以用户画像、场景分析、文章分析等为智能分发运作机理的智能传播、分发平台上，智能推荐内容可以达到“千人千面”的效果，形成强大的用户黏性，商业价值也可以相应地得到



2018年4月22日，首届数字中国建设成果展览会现场，由人民日报社和百分点共同研发的机器人“小AI”可依据观众说出的4到8个字现场作诗。图/本刊记者 潘树琼 刘沁娟 摄

显现。美国Narrative Science科技公司旗下的Quill Engage平台，通过数据统计消费者行为，了解用户使用方式，捕捉市场改善用户体验，并将信息提供给负责生成消费报告的智能机器人，这使广告投放更加精准、直接。在智能分发机理下运作的今日头条，近年收入指数不断增长，2016年达到60亿元，2017年达到150亿元，人工智能的使用呈现出巨大的市场价值及潜力。

算法伦理新问题

智能传播生机勃勃，但长远地看，机器算法所导致的伦理问题或成为技术繁荣背后人类最严重的忧虑。

首先是算法精准计算出来的冰冷信息拒斥价值导向，并在很大程度上会导致信息窄化。除非精心操控，推荐引擎不断向用户兜售的产品总不会逾越人们的兴趣偏好，即便是其中含有明显媚俗、低俗、庸俗的内容。并且由于智能机器不假思索的选择，反而可能诱导用户形成新的沉溺，这与媒体平台被视为社会文化塑造者的功能和期待相悖。破解这一难题，须切实提升媒体平台公共服务理念素养和智能管理水平，促使算法体现先进文化价值观，从而达到媒体平台自觉驱逐劣币、拒绝野蛮生长的良好效果。

其次是如何防范用户成为作茧自缚的“蚕”。单一内容的传播和公众选择性心理的存在，使信息传播可能导致“信息

茧房”效应：将既有立场、观点、兴趣、嗜好封固在一个狭长的界面中，造成认知受阻，形成信息“茧房”。同时，也容易导致行为的极端化，影响到个体、群体的互动交流。这提醒社会要更加重视提高媒体平台的主体责任意识、法律意识，完善社会治理，规范传播秩序。

第三，机器的深度参与或将加深“异化”忧虑。马克思主义哲学将人的技术生产及其产品反过来统治人的社会现象称为异化。智能技术的发展，使传播主体与工具客体的地位和主次关系发生了改变，在新的传播情境中，同样需要防范人类沦为媒介主宰的客体、成为机器摆布的异化对象的悲剧。当一个人佩戴着智能眼镜——通过网络提示搜索详尽信息，手持话筒——通过语音识别和翻译与任何其他人实时交谈，运用大数据通过采集、筛选、过滤各种信息而形成毫厘不爽的逼真印象时，你能够说，人的意识还全然停留在人的脑海中，而非一种机器造物吗？

人工智能会带来田园牧歌般的自由解放，还是会将人类重置于火光映照的“洞穴”之中？它将导致人的价值的提升，还是永久地失去？这种追问虽让人感到沉重，却是智能传播不得不面对的未来议题，对此，人们需要作出理性、审慎的思考和抉择。■

(孟威：中国社会科学院研究员，新闻与传播研究所网络新媒体研究室主任、教授)



算法要发扬科技向善之力

科技的工具理性不能凌驾在人性的价值理性上，过度依赖智能化的工具理性追逐利益最大化，必然会导致网络传播内容质量的下降，出现劣币驱逐良币的现象。智能传媒时代亟需加强对算法技术应用的导向性，积极发扬科技向善的力量

文 / 张晓

在人工智能技术飞速发展的今天，算法推荐、机器人写作等技术在新闻传播领域得到深入应用。其中，利用算法技术推送新闻资讯已成为移动互联网时期新闻分发的重要模式，机器人写作也逐步应用于新闻内容生产各个领域。在科技进步提升新闻效率的同时，算法技术的不当使用与新闻传播价值的冲突也逐步显露。近期，部分新闻资讯类App被整顿，让“唯算法论”的企业回归新闻传播的主体责任。科技的工具理性不能凌驾在人性的价值理性上，过度依赖智能化的工具理性追逐利益最大化，必然会导致网络传播内容质量的下降，出现劣币驱逐良币的现象。智能传媒时代亟需加强对算法技术应用的导向性，积极发扬科技向善的力量。

算法技术在新闻传播中并非绝对“中立”

人工智能技术不具备完全的客观中立，其背后代表了设计者的价值观。尽管算法推送、机器人写作等人工智能技术是以数学方式或计算机代码表达意见，具备一定的科学属性，但由于算法设计、目的、标准以及数据选取和使用均带有设计者、开发者的主观选择，算法制定和决策者带有怎样的价值取向决定了哪些内容被挑选，哪些被删除或屏蔽。对于商业新闻资讯分发平台而言，缺乏新闻工作者的职业素养，过分关注用户点击率，必然会带来技术的价值观失范。

人工智能技术不具备内容审核能力。现阶段的人工智能技术依赖于深度学习的机器算法，尚未具备内容审核能力，导致在涉及敏感新闻事件的技术内容生产和推送环节，出现对社会价值和伦理的扭曲传播现象。平台过分推崇“技术至上”，把人工智能生产和推荐的新闻内容视为客观中立，缺乏人工“把关”新闻价值，导致虚假新闻、低俗内容的泛滥。

因此，以人工智能为代表的科技理性并不能完全独立于

新闻价值与人类道德而存在，技术的价值观即平台的价值观，平台的价值伦理迷失会导致技术与新闻价值相悖情形的出现。科技应该成为辅助新闻价值传递、塑造社会正确价值取向的工具，“技术中立”不应成为平台推脱自身责任，裹挟人类价值认知传播违背社会价值的“作恶”工具。

非约束下的算法技术对新闻传播存在负面效应

在移动互联时代，以算法为代表的人工智能技术广泛应用于网络新闻传播的信息生产、审核、分发和推送等各个环节。新技术为新闻传播带来巨大变革、提升网络新闻信息的分发效率的同时，也带来了一系列新的问题。

加重了新闻失衡问题，加速了低俗内容的传播。相比传统的客观、公正的新闻价值标准，算法技术基于商业驱动以受众需求为导向，强调用户点击率，容易导致新闻失衡。黄色信息、娱乐新闻、暴力新闻等成为算法技术推送的主体，而政治、经济、文化等领域的真正具有思考深度、带有人文关怀、

要发挥新闻机构和新闻媒体工作者的主体作用，提升自我深度分析和调查能力，正确引导社会价值观和舆论导向，与智能推送、机器人写作等人工智能技术形成优势互补，在提升网络新闻传播生产分发效率的同时保证新闻客观公正的伦理底线。



2017年12月26日，成都世纪城新国际会展中心，在由新华社和成都市政府主办的第五届中国新兴媒体产业融合发展大会上，全国各地的传统媒体和新兴媒体的传媒大咖们聚集于此，以“深度融合·跨界融合”为主题，热烈展开跨界探讨和交流。供图/CFP

恪守新闻伦理的内容被边缘化。此外，机器人写作则缺少新闻工作者的职业伦理，在内容生成过程中可能隐藏新闻真实，导致机械化、缺乏深度的内容大肆传播。

智能推荐带来“信息茧房”问题，导致单一内容和情绪的进一步放大。算法完全基于用户点击内容推荐信息，导致用户新闻阅读领域逐渐呈现窄化，加剧“信息茧房”问题。如果用户点击负面新闻或不实信息，会导致出现相关类似负面信息不断被推送，引发民众对于社会产生消极看法和偏见，热点和冲突争议较大的事件和社会问题被集中放大，算法的非正确引导将直接影响网络新闻受众的情绪甚至价值观，也因此可能让人丧失某些正确的价值取向而变为偏执狂，人与人之间的包容和理解就变得更加困难。

混淆用户价值判断，降低新闻舆论监督能力。由于当前对于用户数据使用权属、边界尚未有明确界定，新闻分发平台通过用户宗教信仰、种族、政治意见、消费等个人隐私数据，可能利用算法歧视有目的的推送信息，达到影响舆论或用户选择的政治和商业目的。同时，由于人工智能技术本身缺少价值判断，对于报道内容尺度、时机、影响都缺乏准确把握，缺少新闻工作者参与内容生产和人工审核的智能生产和推送，将导致新闻媒体舆论监督功能的削弱。

加大数据收集、使用和流通过程中的法律风险。由于数据是人工智能技术的基础资源，算法决策和人工智能的实现和发展需要大量数据支撑，从而可能导致出现数据过度收集的法律风险，即企业通过不合规手段大规模收集、使用用户数据，其中可能涉及对用户敏感信息的非法收集。同时，数据

成为新的流通物导致各类服务之间的交易数据分享、流动更加频繁，可能会形成以数据买卖为目的的黑色产业链，个人和相关部门对于数据的控制和管理难度将进一步加大。

网络传播算法技术应用治理要综合施策

2017年国务院印发《新一代人工智能发展规划》，其中对法律和伦理体系建设提出了“三步走”的要求，对人工智能治理面临的责任划分、隐私产权保护等共性法律问题，以及自动驾驶、服务机器人等细分领域落地需要制定的安全法规进行了初步部署。但规划仍处于顶层设计阶段，在技术应用规范、技术伦理治理和监管等方面存在空白，因此当务之急应加快人工智能技术的立法治理体系建设，包括加快人工智能领域立法，建立人工智能监管机构等。

同时，应加强技术平台的监管治理，明确平台责任，把好技术关。一是强化新闻分发平台的监管治理。加强企业社会主义核心价值观建设，树立企业正确社会价值取向，认清技术必须用正确价值观来引导，尊重社会伦理和法律法规。强化平台问责机制，平台在新闻内容生产、传播过程中应承担相应社会责任，形成合理有效的问责机制。通过平台问责、人机捆绑问责的方式，提升对新闻内容质量的把控。二是加强平台对人工智能技术的把关。规范技术的适用范围和使用标准，特别是要考虑到触及传播伦理的部分技术的改造。强化算法技术对数据及新闻源头的筛选过滤，明确新闻来源、内容生成方式，从源头降低伦理失范的风险。重视“信息茧房”问题，除基于用户浏览行为、用户画像之外，应加强算法对于社会主义核心价值观等内容的推送机制。

此外，应明确“人”在新闻传播中的主体性。一是加大人工审核内容的投入力度。平台需加强总编辑责任制度，纠正算法和机器审核带来的缺陷。强化人工审核资源投入和人工运营。同时通过建立一套完备、高效的“人工+技术”内容审核机制，降低人力损耗的同时保证内容质量。二是充分发挥新闻工作者的作用。要发挥新闻机构和新闻媒体工作者的主体作用，提升自我深度分析和调查能力，正确引导社会价值和舆论导向，与智能推送、机器人写作等人工智能技术形成优势互补，在提升网络新闻传播生产分发效率的同时保证新闻客观公正的伦理底线。■

(张晓：中国互联网络信息中心副主任)



智媒时代央媒对算法的观点探究

优化算法的计算模型是当下推行算法新闻的首要任务，它关系着信息内容的推荐、新闻价值的选择、传媒伦理的履行等

文 / 张铮 陈雪薇

The Future Today Institute基于人工智能的发展势头，发布了《2018年传媒业技术趋势报告》，预测了以计算新闻学、算法数据特种部队、音频视频算法等在内的75个技术趋势，由此可见，算法已经逐渐融入到传媒业发展的每个核心环节。那么，站在智媒时代的风口，央媒对算法新闻的关注点在哪些方面？算法对新闻业带了哪些挑战？在人工智能对传媒业的影响下，我们如何通过优化算法构建一个稳定的媒介生态环境？这是本文探讨的关键所在。

利与弊：算法是敌是友

对于智媒时代的传媒行业，算法到底是敌是友？在信息分发环节，算法技术创新了信息分发方式，它利用用户画像、文章画像、算法模型等程序实现了信息的精准分发和用户新闻的“私人订制”。“个性化内容推荐”成为新闻聚合类平台的标榜，在我国，今日头条、一点资讯、天天快报等平台对算法推荐的实践，属于创新型信息分发模式，其对传媒业和用户带来的优势和风险并存。

一方面，算法创新了信息分发机制，它基于内容、大数据资源、用户沉淀三方平台的构建，实现信息的个性化匹配，同时，通过自动化的常规任务，不仅提高了新闻从业人员的工作效率和工作满意度，而且能够帮助用户在海量数据中找到需要的信息，节省用户的搜索时间，并且在一定程度上影响用户的信息消费行为。

另一方面，“算法风险”是各大主流媒体的关注点，导致新闻资讯平台虚假信息、不良信息、低俗信息泛滥以及隐私权和版权纠纷等问题，同时，算法容易造成用户信息消费的窄化、固化，以及信息内容的浅薄化和低俗化，会进一步淡化媒体的责任意识。算法进驻传媒业后，传统编辑把关人

的角色失效，信息分发环节被算法垄断，失去把关人的人为干预，引发了受众和媒体工作者的技术焦虑和本领恐慌。此外，算法平台的信息“搬运”行为还触发了媒体间的著作权争端。人民网在2017年9月18至20日连续发布三篇评论《不能让算法决定内容》《别被算法困在“信息茧房”》《警惕算法走向创新的反面》，点名批评了以今日头条为首的算法推荐平台为传媒业与用户带来的风险，引起了公众对算法推荐的广泛关注。

议题与方法：主流媒体对算法的关注

目标媒体的选择。央媒对算法新闻的评论会直接影响公众对算法新闻的认知和看法。2016年10月至2017年10月期间，《人民日报》《经济日报》《光明日报》、新华网、央广网、中新网等6家央媒发表了与算法推荐相关的评论性文本，主流媒体对算法的关注，意味着算法争议实质上是具有公共性的新闻议题。

研究方法与筛选标准。本文运用文本分析进行探索性研究，以33篇评论性文本为研究对象，通过词频分析和建构词

在智媒时代，技术与人的博弈还在继续，我们考虑的维度不再局限于人本身，更不能对技术嗤之以鼻，要用人的认知能力与思维方式去设计和优化算法，让算法在人制定的规则和范围内正常运行。

序号	样本来源	文本篇数 (n/篇)
1	《人民日报》与人民网	9
2	央广网	3
3	中新网	5
4	新华网	7
5	《经济日报》	4
6	《光明日报》	5

表1: 六家央媒对“算法推荐”的相关文本统计表 (N=33)

MIN	MAX	MEAN	S.D.
1	432	3.67	13.37

表2: 央媒对算法推荐相关文本4076个分词的描述性统计

序号	词语	词频
1	算法	432
2	内容	338
3	人工智能	308
4	用户	259
5	机器	146
6	技术	142
7	智能	121
8	人类	121
9	信息	120
10	媒体	114
11	价值	110
12	数据	107
13	伦理	103

表3: 六家央媒对算法推荐相关文本的词频100+统计表

云的路线解析央媒对智媒时代算法新闻的倾向性评价, 换言之, 从传者即“他者建构”的角度, 探讨“算法新闻”在央媒评价视阈下的话题倾向, 为算法新闻的研究提供了较为典型的观察视角。

样本的获取主要是在央媒的数字报或者官网搜索“算法”并进行人工筛选, 筛选标准如下: 样本主旨大体上与传媒业的算法推荐、算法新闻有关; 必须为媒体评论, 并非对算法技术的新闻报道; 样本需为央媒原创性文章, 非转载文章; 删除消息头等要素, 只留文本的标题和正文。最终, 共获得有效样本数量达33条, 获取文本共计59254字, 具体统计详情见表1。

数据整理与清洗。在操作层面, 本研究使用R语言, 基于结巴中文分词对搜集的文本进行分词, 由于获取文本中含有一些新闻专业词汇, 首次分词将新闻类专有词组拆散, 此外还出现许多虚词等。因此, 本研究对分词进行过滤和重组, 加入“用户指定统计词汇(如人工智能、一点资讯、今日头条等)”和“用户禁止统计词汇(如一些、许多、我们等)”, 最终获得4076个分词, 分词的描述性统计表如表2所示, 平均词频为3.67次, 最大值为432, 最小值为1, 超过20频次以上有90个词。

批评与纠正: 主流媒体对算法新闻的评价倾向

本文通过词频分析发现, 词频超过100个的词组共13个, 从高到低依次是算法、内容、人工智能、用户、机器、技术、



图1: 六家央媒对算法推荐相关文本的词云图

智能、人类、信息、媒体、价值、数据、伦理(如表3所示), 在图1词云图中, 13个词的大小代表它们在研究文本中的重要程度, 在这里, 就是6家央媒对算法推荐的关注度。由此可见, 算法、人工智能、智能等词是媒体关注的主体, 内容、技术、用户、信息、价值和伦理等话题为6家央媒对算法新闻的关注点。

内容偏见——多元、真实、客观、公正的原则削弱。算法新闻产生的回音壁效应, 能够强化受众对某类信息的“固有偏见”。Eli Pariser在《别让算法控制你》一书中指出, 互联网服务会根据用户的个体特征、行为和社会关系, 创造出一种近乎于虚构的量身定制的现实。换言之, 智能推荐或智能排序系统会从一开始就跟踪和记录用户的足迹, 根据用户

键盘输入的内容、网页检索的关键词以及点击浏览的信息进行精心的调整和过滤，达到信息定制的目的，最终，把用户束缚在一个与其他信息世界隔离的气泡中，让用户沉浸在自己偏好的信息“密室”里。在这个由算法创建的密闭回音室中，相似的意见和信息会不断充斥在用户偏好的信息世界里，让用户的信息接触变得狭隘、单一和固化。

算法所推崇的个性化并不是新闻专业伦理所推崇的，其推崇的是多元、真实、客观与公正，算法无疑削弱了这些原则的适用性。私人订制使得信息分配机制从多元化到个体封闭化，即“千人一面”的信息平台已经转变为“千人千面”的个人信息世界，内容偏倚已经否定了其多元、客观、公正的原则，算法推荐的信息流中掺杂着大量虚假和低俗信息，用户必然难以摆脱，这就打破了真实性的原则。《人民日报》在对算法推荐的评价中，将其形容为“是强化偏见的囚徒”。人民网刊发的《别被算法困在“信息茧房”》一文中，正视了算法新闻能够将用户桎梏在信息茧房里，这种作茧自缚的得与失是用户过滤自己不感兴趣的信息造成的。此外，央媒从“信息孤岛”理论不断重申意见固化，“技术为用户量身打造信息，开启了符合读者口味的一扇窗，却关上了多元化的一道门。我们或可称之为“孤岛效应”——在自我重复、自我肯定、自我强化中，公众的知识、思想逐渐固化，成为海面上的一座座孤岛。”因此，央媒强力呼吁传媒业“不能让算法决定内容”。

技术迷思——工具理性和价值理性的博弈。技术渗透传媒业的背后，当然会带来社会对技术的迷思和批判。德国哲学家韦伯在《经济与社会》一书里提出工具理性和价值理性的思想，“前者意味着发挥技术的最大效用，后者则强调价值、伦理的重要性。”央媒对算法的评价，也主要围绕着工具理性和价值理性的博弈。技术的推动和价值的坚守结合，才是算法自身的价值所在。那么，算法是如何被工具化的？又如何同时发挥着价值理性呢？在技术迷思之下，技术的时代更迭伴随着用户体验后的评价，一方面是肯定性评价，算法新闻更多是发挥了技术工具性的最大效用，“在依靠甚至依赖算法的当下，也可以将更多人工劳动引入其中，看似又回到传统的新闻生产模式，但实际上既发挥了技术的优势，又弥补了存在的不足，实现了人与机器的优势互补。”

央媒在强调算法实用性价值的同时，也批判了算法对价值理性的忽视，它掩盖不了技术带来的伦理和道德问题。2016年企鹅智酷发布的《智媒来临，2016中国新媒体趋势报告》指出，32.2%的用户担忧个性化推荐会让视野变狭隘，32.6%的用户认为个性化推荐的内容太少，30.7%的用户认为

个性化推荐的内容不准，还有29.4%的受众认为推荐的内容太低俗。当我们认真审视算法时，就像对转基因技术和克隆技术的态度一样，一开始保持着对技术的怀疑和批评，但最后会对遵循人类道德伦理的技术以及其创造的一切美好拍手称赞，最重要的问题在于我们如何通过调整算法，实现工具理性和价值理性的最大合力。当然，我们也要深思，算法的控制者是谁？当价值理性缺失时，是媒体还是技术来认领算法新闻引发的伦理过失和承担社会责任？这些问题的解决，需要出台相应的监管机制来把控。

价值逻辑——新闻价值与商业利益的矛盾。新闻价值是传统新闻工作者进行新闻选择的统一标准，在符合信息的新鲜度和真实性的前提下，新闻选择要遵从信息的时新性、重要性、接近性、显著性和趣味性五个原则。在智媒时代，聚合类新闻平台实行算法推荐的价值评价标准又是什么呢？如果只是靠点击量、点赞和评论来筛选信息，这种价值标准由谁认定和审度？点击量、阅读量等“数”的概念，是算法新闻进行推荐的基本原则，它们代表着受众的信息偏好，算法推荐不断收集用户的这些信息偏好，最终实现信息的准确喂补。

算法推荐的信息筛选价值，是顺遂大数据时代和新媒体传播情景生成的，如今，在充斥着冗余信息的自媒体时代，10万+阅读量、1万+评论量、百亿点击率……成为媒体进行竞争的招牌，其最终目的都是为了追逐注意力经济。因此，算法新闻中包含着设计者的价值和利益，聚合类新闻平台利用算法进行推荐，获取更高的点击率，实现经济效益的最大化。的确，新闻价值从五要素到个性化推荐，不再与价值要素挂钩，而是与点击量带来的巨大经济效益等因素关联，既颠覆了新闻选择的标准，又贬低了新闻的价值。人民网刊登的《“算法至上”内容推荐已过时？区块链衍生出新玩法》一文指出，“Primas 使用了全新设计的开放式内容价值评价体系。在这个体系下，对单篇内容的价值评分不再单纯取决于点击量指标进行计算，而是综合考虑了社会化推荐、内容传播和作者信用等因素，从深度和广度两个方面全面衡量内容的价值，按照读者付出的成本从低到高可以排序为点击、点赞、评论、转发、转载。”这对今日头条等新闻聚合类平台，进一步完善算法内容的价值评价体系有一定的借鉴意义。

算法伦理——让算法遵循“善法”。Eli Pariser在TED演讲中重新审视了算法的伦理道德问题，他指出，“我们将选择权传递给了计算机算法，但问题是，它们并没有人类所具备的道德精神。”算法是没有人性的，它是冰冷的机器。因此，算法伦理和道德的践行主体由新闻工作者变为算法机器，是



2017年12月9日，深圳，在未来报亭，腾讯的写稿机器人Dreamwriter正在写新闻，并送给用户一份“未来报纸”。供图/ICFP

行不通的。算法机器与专业的新闻从业人员工作职能的互斥点在于，编辑人员具有主观性、能动性和责任感，相反，算法机器是自动化的、冷漠的和无责任感的。

从伦理学视角，算法新闻应是媒介伦理向技术伦理、数据伦理、算法伦理转变或者结合的产物。《光明日报》关注的是“技术为善”的规则，“作为人工智能时代的道德建构，让算法遵循‘善法’的原则包含两个重要的伦理尺度：一是人工智能自身嵌入的道德，涉及人工智能带来的智能主体模式及其相关伦理尺度；二是人类在拓展人工智能的过程中进行的道德建构，涉及常见的人类主体模式以及人类主体与人工智能主体相处的“主体间”模式及其相关伦理尺度。”此外，央媒也关注算法的伦理与价值共同作用下的技术道德。《光明日报》在《怎样提升人工智能的“道德水平”》一文中指出，“数据和算法并非完全客观，数据的采集、标注和算法的设计往往负载着价值。因此，数据解读中的价值取向和算法设计中的伦理考量，是决定人工智能区分道德上‘对’与‘错’的关键。”

观点与讨论：发挥算法与人的最大合力

算法新闻是“人+算法+新闻”的融合物，在遵守新闻价值规律的前提下，技术也未必是完全的善或恶，“善”与“恶”是技术乐观主义与技术悲观主义两种对立的思想，那么，我们需要用何种视角去看待技术的善与恶呢？在央媒对算法的观点性评价中，无论是将算法对用户的“控制”形容为“信息茧房”“技术牢笼”“技术陷阱”“信息孤岛”“个性化圈套”，还是“算法奴隶”等，我们对技术的反思向度都要追溯到技术与人的关系、技术与社会的关系，从自然辩证法的角

度看，技术决定论、社会建构论、技术社会互动论、社会技术整体论等观点的提出，无疑坚定了技术对社会的推动作用，但从媒介发展的角度看，这些技术理论存在一定的缺陷，在此基础上，有些学者提出了“社会技术整体互动论”，核心观点为“技术和社会是一个整体，两者不分立”“技术与社会是互动的”。技术与社会或者人之间的关系就像埃舍尔的作品《互绘的双手》一样，相互“复制”又相互“塑造”，通过“互绘”达到“互惠”，换言之，机器算法的“智慧”是由人赐予的，到头来人类也会享受着技术的“福祉”。

在智媒时代，技术与人的博弈还在继续，我们考虑的维度不再局限于人本身，更不能对技术嗤之以鼻，要用人的认知能力与思维方式去设计和优化算法，让算法在人制定的规则和范围内正常运行。由此可见，优化算法的计算模型是当下推行算法新闻的首要任务，它关系着信息内容的推荐、新闻价值的选择、传媒伦理的履行等。一方面，优化过滤虚假信息、谣言和信息流广告的程序，让算法程序有效地甄别和抵制垃圾信息，防止流入下一个传播环节；另一方面，优化信息抓取和筛选程序，降低算法分发信息的权重，让编辑加入到信息筛选和分发的过程中，才能将优质的内容发布到信息平台上。此外，针对算法推荐，要强化对算法的规制，加强媒体的监管体制、队伍和平台建设。当然，新闻机构进行算法新闻的实践，不要局限于推崇“个性化”，不要被算法、流量、点击量绑架，反之，要专注于“人文关怀”“正能量”等有深度、有温度、有感情的报道，这才是算法助力于传媒业的正确途径。^[14]

(张铮：清华大学新闻与传播学院副教授；陈雪薇：吉林大学新闻学系)

为清朗网络空间构筑“规则之网”

智能传播是技术成熟后的市场使然，也是未来传播的方向所在。然而仅仅依靠技术的算法抓取实现智能传播，容易产生各种各样的问题。自国家互联网信息办公室成立以来，频频出台相关法令规定，将我国网络法治实践中的重要成果以条文的方式具化到智能传播管理之中，为清朗网络空间构筑“规则之网”

整理 / 本刊编辑部

《互联网信息服务管理规定》

出台时间：2016年6月25日，自2016年8月1日起施行

适用主体：互联网信息服务提供者

规定摘要：互联网信息服务提供者应当落实主体责任，建立健全信息审核、公共信息实时巡查等信息安全管理制度，不得以链接、摘要、联想词等形式提供含有法律法规禁止的信息内容；提供付费搜索信息服务应当依法查验客户有关资质，明确付费搜索信息页面比例上限，醒目区分自然搜索结果与付费搜索信息，对付费搜索信息逐条加注显著标识；不得通过断开相关链接等手段，牟取不正当利益。

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》

出台时间：2016年6月28日，自2016年8月1日起施行

适用主体：移动互联网应用程序，是指通过预装、下载等方式获取并运行在移动智能终端上、向用户提供信息服务的应用软件。移动互联网应用程序提供者，是指提供信息服务的移动互联网应用程序所有者或运营者。互联网应用商店，是指通过互联网提供应用软件浏览、搜索、下载或开发工具和产品展示服务的平台。

规定摘要：移动互联网应用程序提供者应当严格落实信息安全管理责任，依法履行“六项义务”：一是按照“后台实名、前台自愿”的原则，对注册用户进行真实身份信息认证；二是建立健全用户信息安全保护机制；三是建立健全信息内容审核管理机制，对发布违法违规信息内容的，视情采取警示、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施；四是依法保障用户知情权和选择权；五是尊重和保护知识产权，不得制作、发布侵犯他人知识产权的应用程序；六是记录用户日志信息，并保存六十日。

《互联网直播服务管理规定》

出台时间：2016年11月4日，自2016年12月1日起施行

适用主体：互联网直播，是指基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动；本规定所称互联网直播服务提供者，是指提供互联网直播平台服务的主体；本规定所称互联网直播服务使用者，包括互联网直播发布者和用户。

规定摘要：为保证互联网新闻信息直播及其互动内容健康向上，互联网直播服务提供者应对直播内容实施先审后发管理。提供互联网新闻信息直播服务的，应当设立总编辑。互联网直播发布者发布新闻信息，应当真实准确、客观公正。转载新闻信息应当完整准确，不得歪曲新闻信息内容，并在显著位置注明来源，保证新闻信息来源可追溯。

《互联网跟帖评论服务管理规定》

出台时间：2017年8月25日，自2017年10月1日起施行

适用主体：跟帖评论服务，是指互联网站、应用程序、互动传播平台以及其他具有新闻舆论属性和社会动员功能的传播平台，以发帖、回复、留言、“弹幕”等方式，为用户提供发表文字、符号、表情、图片、音视频等信息的服务。

规定摘要：各级互联网信息办公室要切实强化属地管理责任，依法开展互联网跟帖评论服务管理。互联网跟帖评论服务提供者要严格履行主体责任，健全各项规章制度，不断强化人员队伍建设，依法提供互联网跟帖评论服务。

《互联网论坛社区服务管理规定》

出台时间：2017年8月25日，自2017年10月1日起施行

适用主体: 互联网论坛社区服务,是指在互联网上以论坛、贴吧、社区等形式,为用户提供交互式信息发布社区平台的服务。

规定摘要: 互联网论坛社区服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则,要求用户通过真实身份信息认证后注册账号,并对版块发起者和管理者实施真实身份信息备案、定期核验等。用户不提供真实身份信息的,互联网论坛社区服务提供者不得为其提供信息发布服务。

《互联网用户公众账号信息服务管理规定》

出台时间: 2017年9月7日,自2017年10月8日起施行

适用主体: 互联网用户公众账号信息服务,是指通过互联网站、应用程序等网络平台以注册用户公众账号形式,向社会公众发布文字、图片、音视频等信息的服务。互联网用户公众账号信息服务提供者是指为用户提供公众账号注册使用服务的网络平台,即管理方。用户公众账号信息服务使用者是指注册使用或运营互联网用户公众账号提供信息发布服务的机构或个人,也就是使用方。

规定摘要: 互联网用户公众账号信息服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任,配备与服务规模相适应的专业人员和技术能力,设立总编辑等信息内容安全负责人岗位,建立健全用户注册、信息审核、应急处置、安全防护等管理制度。互联网用户公众账号信息服务提供者应当制定和公开管理规则和平台公约,与使用者签订服务协议,明确双方权利义务。

《互联网群组信息服务管理规定》

出台时间: 2017年9月7日,2017年10月8日起施行

适用主体: 互联网群组,是指互联网用户通过互联网站、移动互联网应用程序等平台建立的,用于群体在线交流信息的网络空间,如微信群、QQ群、微博群、贴吧群、陌陌群、支付宝群聊等各类互联网群组。互联网群组信息服务提供者,是指提供互联网群组信息服务的平台。规定所称互联网群组信息服务使用者,包括群组建立者、管理者和成员。

规定摘要: 互联网群组建立者、管理者应当履行群组管理责任,即“谁建群谁负责”“谁管理谁负责”,依据法律法规、用户协议和平台公约,规范群组网络行为和信息发布,构建文明有序的网络群体空间。

《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》

出台时间: 2017年10月30日,自2017年12月1日起施行

适用主体: 从业人员,是指互联网新闻信息服务单位中专门从事

互联网新闻信息采编发布、转载和审核等内容管理工作的人员。互联网新闻信息服务单位,是指依法取得互联网新闻信息服务许可,通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务的单位。

规定摘要: 从业人员应当遵守宪法、法律和行政法规,坚持正确政治方向和舆论导向,贯彻执行党和国家有关新闻舆论工作的方针政策,坚持马克思主义新闻观,恪守新闻职业道德,维护国家利益和公共利益;按要求参加教育培训,强化马克思主义新闻观教育,强化网信工作、新闻舆论工作等的政策法规等方面教育;按照所在单位的规范管理要求提供互联网新闻信息服务。互联网新闻信息服务单位应强化从业人员教育培训和监督管理的主体责任,建立完善从业人员的教育培训和准入、奖惩、考评、退出等制度,按要求做好从业人员信息备案,并对从业人员违法违规行为采取相关管理措施。

《互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定》

出台时间: 2017年10月30日,自2017年12月1日起施行

适用主体: 互联网新技术新应用是指用于提供互联网新闻信息服务的互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播以及其他具有新闻舆论属性或社会动员能力的创新性应用(包括功能及应用形式)及相关支撑技术。

规定摘要: 国家互联网信息办公室负责全国新技术新应用安全评估工作。各省、自治区、直辖市互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内新技术新应用安全评估工作。服务提供者应当建立健全新技术新应用安全评估管理制度和保障制度,按照本规定要求自行组织或配合开展新技术新应用安全评估,及时改进完善必要的信息安全保障制度措施。服务提供者调整增设新技术新应用,应当建立健全信息安全管理制度的安全可控的技术保障制度,不得发布、传播法律法规禁止的信息内容。

《微博客信息服务管理规定》

出台时间: 2018年2月2日,自2018年3月20日起施行

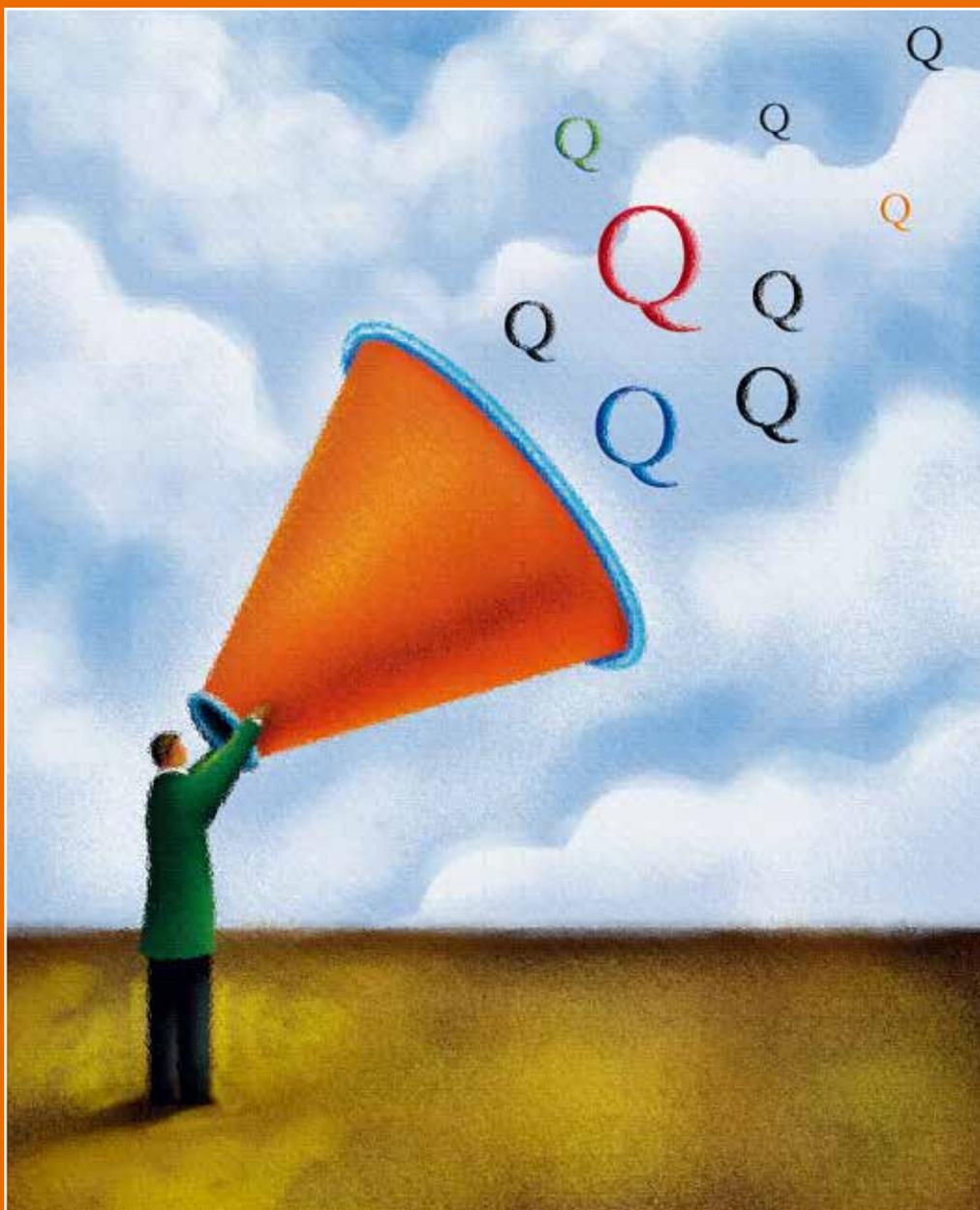
适用主体: 微博客,是指基于使用者关注机制,主要以简短文字、图片、视频等形式实现信息传播、获取的社交网络服务。

规定摘要: 微博客服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任,建立健全各项管理制度,具有安全可控的技术保障和防范措施,配备与服务规模相适应的管理人员。各级党政机关、企事业单位、人民团体和新闻媒体等组织机构对所开设的前台实名认证账号发布的信息内容及其跟帖评论负有管理责任。微博客服务提供者应当提供管理权限等必要支持。■

舆论场

Forum

众声、真相、后台、各省舆情，这是一个网络舆论生态的研究平台。
在这里，缤纷芜杂舆论场中择其大要；在这里，泥沙俱下之后一锤定音；
在这里，花团锦簇中梳其里络；在这里，掌握舆论场。



輿情热点



2018年4月17日，市民在北京市东城区人力社保政务服务中心咨询和申报北京积分落户的相关事宜。供图/CFP

1

《中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》发布

4月14日，新华社受权发布了《中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》（以下简称指导意见）。指导意见明确提出，在海南全境建设自由贸易试验区，探索实行符合海南发展定位的自由贸易港政策。重磅政策甫一公布，立刻引发全网热议。这是党中央着眼于国际国内发展大局，深入研究、统筹考虑、科学谋划作出的重大决策，是彰显我国扩大对外开放、积极推动经济全球化决心的重大举措，更是“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”的又一实际印证。有关专家认为，指导意见赋予海南经济特区改革开放新的重大责任和使命，将为海南深化改革开放注入强大动力，推动海南成为新时代全面深化改革开放的新标杆，形成更高层次改革开放新格局。

2

北京首批积分落户申报正式启动

北京市首批积分落户申报4月正式启动。按目前已公布的《北京市积分落户操作管理细则》，满足“持北京市居住证、不超过法定退休年龄、在京连续缴纳社保7年及以上且无刑事犯罪记录的”，均可申报积分落户。申报将持续到6月14日。首批落户分值将在今年第四季度向社会公布，相关部门将为经公示无异议人员办理落户手续。当年未取得积分落户资格的人员可在下一年度再行申报并只需填写相应的信息变动内容。这则关乎全市数百万非京籍人士切身利益的消息一经公布立刻引起了广泛关注。媒体评论，此次改革按照国家户籍制度改革基本思路和理念推出，给普通非京籍劳动者开辟了落户北京的一个通道，让他们看到了希望。

3

工商总局出台全面推进企业电子营业执照工作意见

4月11日,国家工商总局印发《关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》,提出加快建立全国统一标准规范的电子营业执照模式、电子营业执照管理系统和电子营业执照管理机制,推进建设全国统一的电子营业执照库,确保在2017年10月底前各级工商、市场监管部门都具备电子营业执照发放能力,逐步实现电子营业执照跨区域、跨部门、跨领域的互通互认互用。舆论认为,工商部门推出的电子营业执照等一批让老百姓有更多获得感的硬招、实招,有力促进了营商环境优化,真正为企业降低了办事成本。

4

我国制定的全球首个面向智能制造服务平台的国际标准发布

近日,由我国提出的《智能制造服务平台 制造资源/能力接入集成要求》标准提案,经国际电工委员会工业测控与自动化技术委员会(IEC/TC65)投票,以92.9%的赞成率高票通过,成为全球首个面向智能制造服务平台的国际标准,国际标准号为IEC PAS 63178。媒体评论,该标准的发布标志着我国在智能制造服务平台接入领域拥有了国际认可的自主核心技术,为全球异构工业云平台提供了可参照的统一制造资源接入技术方案,提升了我国标准在国际标准中的话语权和影响力。

5

国家广播电视总局严肃处理“今日头条”“快手”传播有违社会道德节目问题

针对社会舆论强烈关注的“今日头条”“快手”两家网站播出有违社会道德节目等问题,国家广播电视总局高度重视,立即会同属地管理部门严肃约谈了“今日头条”“快手”两家网站主要负责人。经查,两家网站除上述问题外,长期无视法规训诫,在

6

教育部:全面取消5类高考加分项目

近日,教育部印发《关于做好2018年普通高校招生工作的通知》,对今年普通高校招生工作进行全面部署。根据相关规定,全面取消体育特长生、中学生学科奥林匹克竞赛、科技类竞赛、省级优秀学生、思想政治品德有突出事迹等全国性高考加分项目。网友纷纷点赞,认为这是让高考回归“公平”的本真。媒体评论,任何改革都不可能一劳永逸。如何让这项制度适应时代发展所需,如何让其更加公平、多元,依然是一个长期值得关注的话题。

7

故宫淘宝店下架“俏格格娃娃”

近日,故宫文创在其淘宝店推出一款“俏格格娃娃”后,很快将其下架。原因是有网友指出,该款娃娃的身体部分与国外某品牌娃娃相似。故宫方面发表声明称,娃娃身体部分为合作工厂提供的其享有知识产权的结构通用身体模型,但依然决定停售此款娃娃,已经售卖



出去的娃娃将一律退款召回。媒体评论,提出质疑的是普通网民,体现了普通大众对知识产权的认识和保护意识提升;而故宫淘宝店的反应则体现了对其他品牌知识产权的尊重、对自身产品的完美追求。



2017年11月4日，年轻人骑着共享单车在秋天的金色田野旁郊游。供图/CFP

8 “共享教师”有利于促进教育公平

4月9日，位于北京市门头沟区的山村中学——斋堂中学迎来了特级教师李春旺。本学期起，他走出工作所在的学校，给深山里的学生上课。打破学校界限壁垒，使全区优秀教师资源共享，让全区的学生无论在哪里就读，都有机会聆听到优秀教师授课，这是北京刚刚推出的“共享教师”制度。网民纷纷点赞，认为“共享教师”制度是一项均衡教育资源的得力举措，从长远来看，这对提升辖区学校的整体教学质量，推进教育公平，都具有非常重要的现实意义。

9 美团收购摩拜

4月4日，美团与摩拜联合宣布，双方签署美团全资收购摩拜的协议。在美团方面和摩拜方面的官方声明和内部邮件中，均表示交易完成后，摩拜单车将保持品牌和运营的独立。摩拜的管理团队也保持不变，王晓峰将继续担任CEO，胡玮炜将继续担任总裁，夏一平将继续担任CTO，而美团点评CEO王兴会则接替李斌出任摩拜董事长。这一桩并购被舆论热议，共享单车未来何去何从成为网络舆论关注的焦点。■

(舆情事件选取时间为2018年3月16日至2018年4月15日)

网络综合治理体系的建与立

建是基础，立是结果。建立网络综合治理体系，就是要把能起到正向作用的高质量发展体系立起来

文 / 黄家康

党的十九大报告指出，“加强互联网内容建设，建立网络综合治理体系，营造清朗的网络空间”。建立网络综合治理体系，指明了新时代网信工作要怎样发展创新，发展要达到怎样的高度，以及要取得什么样的成效。

做好对标对位

建立网络综合治理体系，首先就是做好对标对位，清晰发展方向。

建立网络综合治理体系是国家治理体系的重要部分。“围绕中心、服务大局”是建立网络综合治理体系的基本遵循，这就要主动聚焦党和国家中心任务，主动对标国家治理体系和治理能力现代化，自觉融入到国家治理体系和治理能力现代化之中，才能在更高的起点之上规划、推进网络综合治理体系建设，让建立网络综合治理体系更具有时代性，也才能让网信人以更强的政治责任感积极推动体系的建立。同时，利用互联网扁平化、交互式、快捷性等优势，推进政府决策科学化、社会治理精准化、公共服务高效化，打造共建共治共享的社会治理格局，提高社会治理法治化、智能化、专业化水平，更好地用信息化手段感知社会态势、畅通沟通渠道、辅助科学决策，提升国家治理能力

和效率，推进国家治理体系和治理能力现代化。

建立网络综合治理体系是牢牢掌握意识形态工作领导权的关键力量。互联网作为意识形态的信息载体和全新的信息传播工具，因其具有独特的开放性和交互性，已成为正确思想与错误思想交锋的比武擂台，成为健康文化与腐朽文化较量的搏斗场所，成为意识形态领域渗透与反渗透的硝烟战场，直接关系到改革发展和社会稳定的大局。互联网已经成为意识形态领域斗争的主战场。通过建立网络综合治理体系，力争在意识形态领域斗争中能冲得上、顶得住、打得赢，能牢牢把握主动权。通过建立网络综合治理体系，在互联网这一当今意识形态斗争的主战场打好主动

仗，在意识形态斗争的这一必争之地上始终处于有利地位，切实维护我国的网络意识形态安全。

建立网络综合治理体系是不断提高党的执政能力和领导水平的重要体现。互联网不仅仅是方便了网民的日常生活，更为重要的是，亿万网民在互联网上获得信息、交流信息，这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响，尤其会让他们对国家、社会、工作、人生的看法产生重要影响。如何过好互联网这一关，切实地引导好网络舆论，使网络成为通达社情民意、塑造党和政府形象、凝聚人心共识的阵地，是摆在网信人面前的一项必须解决的课题。

党的十九大报告指出，“善于运用

法治化建设是网络综合治理体系的基石，应依法治网、依规管网，让网络治理事务在法律框架之下开展；采取刚性约束与柔性引导相结合的方式，让网络治理手段刚柔兼济；注重整体规划，推进集约化、精细化的网络运行方式，系统推进网络治理法治化，让网络治理质量更高，效益更好。



为网上家园筑起安全堤坝。供图/CFP

互联网技术和信息化手段开展工作”。因此，建立网络综合治理体系，一方面需要运用网络了解民意，不断提升新形势下做好基本功的能力，不断提升管网、治网能力水平，不断适应好新时代的网民需求。另一方面，也是贯彻以人民为中心的发展思想，是为老百姓提供用得上、用得起、用得好的信息服务，也是保障网民使用互联网的合法权益，更好地服务于网民，让亿万百姓在共享互联网发展成果上有更多获得感。

明确路径选择

如何建设、推进，是建立网络综合治理体系的重中之重，也是基础性的工作。

网络化建设。这是网络综合治理体系以什么样的状态推进。物理层，就是指网络综合治理体系所依托的载体、所运行的范围、所涵盖的对象，重要体现就是不断提升硬件建设水平，强化基础技术研究，布局网络前沿技术等。紧紧牵住互联网核心技术自主创新这个“牛鼻子”，努力实现从“跟跑并跑”到“并跑领跑”的转变。空间层，指网络综合治理体系是开放的而非密闭的，是开源而非封闭的环境；是联系的而非割裂的，是联通的而非分裂的交互。时间层，是系统、长期、连续、循环的工程，是讲

究战略战术，坚持下去，久久为功，持续不懈的努力发展，也是体现新时代新特征的创新发展。

综合化建设。这是建立网络综合治理体系所要依托怎样的力量。充分发挥网络安全和信息化委员会定向、统筹、协调等方面的作用，调动社会各方面参与网络综合治理体系建设的主动性和积极性，积极解决信息共享、资源统筹、工作协调不够等问题，起到牵引推力。充分联合网信、经信、公安、通管等主管部门力量，团结奋斗、推进发展，致力于网络综合治理体系建设，形成主导性推力。充分让政府、行业部门等各方力量形成合力，加快推进电子政务，鼓励各级政府部门打破信息壁垒、提升服务效率，切实让百姓少跑腿，解决好办事难、办事慢、办事繁的问题。充分调动网民、网络社会组织、网络企业等参与热情，使企业积极履行社会责任，行业组织充分发挥自律作用，社会公众积极建言献策，形成来源更加广泛的力量支持。

法治化建设。这是建立网络综合治理体系以何种方式进行。习近平总书记指出，“我们需要抓紧制定立法规划，完善互联网信息内容管理、关键信息基础设施保护等法律法规，依法治理网络空

间，维护公民合法权益”。法治化建设是网络综合治理体系的基石，应依法治网、依规管网，让网络治理事务在法律框架之下开展；采取刚性约束与柔性引导相结合的方式，让网络治理手段刚柔兼济；注重整体规划，推进集约化、精细化的网络运行方式，系统推进网络治理法治化，让网络治理质量更高，效益更好。

构建发展体系

建是基础，立是结果。建立网络综合治理体系，就是要把能起到正向作用的高质量发展体系立起来。

树立高质量发展的指挥棒。建立体系，其目的就是要立起一根治理、发展、创新网信工作的指挥棒，并在指挥棒的引领下，建立科学化的体制机制，让网信工作的推动始终能瞄准“靶标”，扎实推动网信工作高质量发展。

构造多层次的工作格局。通过体系构建，工作格局上，形成全方位、立体化、思路明晰、施措有力的工作格局以促进网信工作顺应时代发展；实践经验上，形成可借鉴、可遗传、可复制的经验，增强网信工作实践创造的主动性；制度规范上，不断完善各类法律法规，形成覆盖网信工作建设各方面的制度规范体系，形成一套成熟与定型的网络管理制度体系以加强和完善网络社会治理。

激励奋发干事的热情。新时代新气象新作为，网信工作应设置更高“坐标系”、更新“度量衡”，通过网络综合治理体系的建设，希望核心技术能够取得突破，核心技术成果转化能够加快。通过网络综合治理体系的建设，争取吸引优质的人才、培养更好的人才，留住更多的人才，从而激发网信人干事创业的积极性、主动性、创造性。■
(黄家康：重庆市互联网信息办公室)

广东发布：让政府声音触达民心

“广东发布”围绕服务党和政府中心工作，不断创新完善发布机制，使官方声音快速有效触达民心，营造良好舆论氛围

文 / 本刊记者 刘沁娟

深耕《民生问答》《广仔问不倒》《医问医答》三大原创栏目，涵盖政策解读、办事指南、健康科普等方方面面；打造“移动互联网时代的政民互动平台”，200多项办事服务功能改善用户体验；推出“AR黑科技创意照片拍摄”“开学季长隆门票和摩拜单车月卡免费送”等线上活动，使粉丝收获真真切切的福利；组织多场政务新媒体小编沙龙，建立全省首个政务新媒体沟通平台，持续扩大行业影响力……

“广东发布”自2014年7月10日正式上线以来，始终以用户需求为核心，以“政府的微发布，百姓的微生活”为宗旨，通过“权威信息+便民服务+互动分享”的方式，精心打造“覆盖面广、用户体验好、政民互动强”的省级政府新媒体平台。目前，该平台微信图文总阅读量累计突破1.5亿，粉丝量超过115万，稳居全国省级政务微信号前列。

服务中心工作，让政府声音有力量

“广东发布”围绕服务党和政府中心工作，不断创新完善发布机制，使官方声音快速有效触达民心，营造良好舆论氛围。2018年全国两会期间，“广东发布”根据自身优势采用热点追踪与独家策划相结合的方式，及时准确播报两会资讯，

特别是针对与人民网联合开展的“见证改革之路——广东：先行者·新飞跃”系列访谈活动，第一时间介入，将信息量庞大的访谈素材整理成通俗易懂、短小精悍的图文和短视频等形式，与人民网访谈专题同步推出。其中，《未来广东怎么发展？省长这么说！》一文推出后，被多家省内主要媒体官微转发。此外，在2017年召开的党的十九大和广东省两会、广东省第十二次党代会、2017年国际经济咨询会等重大事件，以及经济社会发展 and 关系人民群众切身利益的民生热点问题上，“广东发布”都第一时间准确地传递政府声音。例如，在党的十九大开幕当天，“广东发布”第一时间同步推送《十九大报告，这四个新概念很重要！》一文，图文阅读量12小时内突破10万+，点赞量超过2000。

深化栏目运营，让政务信息接地气

为进一步贯彻落实政务信息公开工作，自2016年以来，“广东发布”开发并深耕了《民生问答》《广仔问不倒》《医问医答》3个品牌栏目，形成良性的政民互动。《民生问答》《广仔问不倒》两个栏目通过及时收集、分类整理网友在微信后台的提问，或是邀请相关职能部门负责人上线，或是请其以书面问答形式进行政策解读，回应网友关切。为更符合新媒体传播规律，还将素材制作成网友更加喜闻乐见的图解、短视频等形式进行推送。据不完全统计，截至2017年底，两个栏目共推出60余期访谈，回应主题涵盖社会保险、公积金、社会救助、基础教育、工商税收等民生领域的方方面面，累计图文阅读量超300万，有效解答10万余条网友提问，逐步建立了亲民、

“广东发布”自2014年7月10日正式上线以来，始终以用户需求为核心，以“政府的微发布，百姓的微生活”为宗旨，通过“权威信息+便民服务+互动分享”的方式，精心打造“覆盖面广、用户体验好、政民互动强”的省级政府新媒体平台。



2017年9月13日，由广东省网信办指导的2017年广东政务新媒体小编大会在广州举行。来自全省各地从事政务新媒体编辑运营的一线人员代表逾200人参加学习交流。供图/广东省网信办

可信赖的政府形象。《医问医答》栏目则主要针对网上的医学谣言，帮助网友普及权威医学知识，及时识破谣言——“广东发布”主动联合省内大型公立医院，发挥双方优势，建立起医学权威信息联合发布机制，在每个周末定期推出，并提供免费专家挂号等健康福利，深受粉丝好评。

积极响应突发，让舆情应对快准稳

每当有重大突发事件时，“广东发布”总是第一时间行动，联系相关部门，发布权威消息。2017年8月，一条“史上最难驾考新规将于10月起实施”的消息在网上引发热议，“广东发布”及时联系广东省交管局、广州市公安局交通警察支队等相关部门进行考证核实后，迅速推出《倒车入库限时210秒！史上最难驾考新规是谣言？具体情况看这里！》，并持续发布驾考新规解读，为网友提供权威消息，彻底打消网友疑虑。2017年8月8日晚9时许，四川省阿坝州九寨沟县发生7.0级地震，“广东发布”立即联系广东省

旅游局和四川阿坝州政府应急办等部门核实网上各类消息的信源，连夜整理灾情信息、救援情况等内容，于次日清晨推出《在九寨沟的1868名广东团游客报平安！收好这份地震自救手册，关键时刻能救命！》一文，及时准确发声，有效避免了不实消息传播以及恐慌情绪的滋生蔓延。近两年，广东在遭遇“天鸽”“玛娃”“妮妲”等台风登陆期间，“广东发布”与省气象局、广州铁路、广州地铁、白云机场等部门建立联动机制，及时、准确发布预警信息、停工停课信息、交通动态及救灾情况，接入台风路径、天气查询等功能，深度介入“防御台风”舆论场，有效传递政府关怀。据不完全统计，仅2017年台风季期间，“广东发布”累计推送涉台风微信30篇，图文阅读量达347万，并创造单篇图文推送20分钟内阅读量突破10万+的纪录。

坚持优化服务，让网上办事更便捷

“广东发布”坚持以“政府的微发布，百姓的微生活”为宗旨，不断升级、

整合、优化服务功能，主打民生服务牌，凸显政务微信的服务价值。上线之初，“广东发布”推出可办理21项个人事项的全省首个网上办事大厅，经过不断升级完善，目前广东省网上办事大厅已汇聚了省、市两级网办大厅的个人、企业办事两个栏目的服务内容，以及14个省直部门、21个地级以上市和1个行政区共200余项可随时随地触达的便民服务，覆盖社保、公积金、出入境、户政、税务、婚姻登记、生育、高考查分、交通出行、气象等民生领域，日均接收用户办事请求逾2000条。除日常服务外，对于高考、春运等重要时间节点，“广东发布”也会提前进行策划。例如，自2015年春运起，“广东发布”联合省、市春运办等部门，连续4年策划推出“粤·回家”春运专题，集纳回家智能神器、实时天气、爱心专列、微信办事平台、实时资讯、新年礼包等最新最全的春运实用信息，为网友提供春运、春节的“一条龙”服务，便利的网上办事服务与权威信息发布形成了“权威信息+便民服务”的有效闭环。■

人民日报社新媒体中心： 首发多维有深度 立体传播重互动

人民日报社新媒体中心充分发挥协同传播优势，移动媒体首发报道、网络媒体多维聚焦、纸质媒体深度解读、多层次多频次立体传播

文 / 本刊记者 潘树琼



2018年3月7日，人民日报两微两端推出原创音乐MV《中国很赞》，并正式启动“中国很赞”全民互动活动。供图/人民日报社新媒体中心

“世界最大的中国天眼，悟空墨子神舟飞上天，互联网在世界最顶端，文化科技创新特凸显，基础建设速度超领先，The belt and road全球牵，为国家扩大的朋友圈，点赞！”这不是绕口令，而是“手指舞”《中国很赞》里的一段歌词。

“一分钟，中国会发生什么？移动支付金额3.79亿元，复兴号高铁前进5833米，‘神威·太湖之光’运算750亿亿次；一分钟，你能做什么？农民窦正宝能耕地十来个平方，工人江勇所在钢厂可以出产9吨钢材。”这不是夸夸其谈，而是

大国形象宣传片《中国一分钟》里每分钟都在发生的事实。

“时政微视频《人民领袖》全网播放量超过1.57亿，《为了共产党人的使命》全网播放量达1亿次，《政府工作报告极简版来了，只有800字！》当天总阅读量超过6300万、点赞6万个。”这不是单纯的数据，动辄上亿的播放量背后是上亿次的网民关切。

两会期间，人民日报社新媒体中心频频推出爆款产品，或吸引众多网民挑战，或引人思考一分钟的力量，或用极

简报道圈出报告重点……之所以能取得这样的成绩，人民日报社新媒体中心主任丁伟在接受《网络传播》专访时总结道：“移动媒体首发报道、网络媒体多维聚焦、纸质媒体深度解读、多层次多频次立体传播。”

注重可视化 报端融交互

今年两会是党的十九大胜利召开后，在新时代首次召开的全国两会，其重要性不言而喻。人民日报社新媒体中心紧紧围绕两会主题主线，牢牢把握正确政治方向与舆论导向，尊重移动传播规律，积极运用新技术新手段，努力生产网友喜闻乐见的融媒体精品，精心组织好两会宣传报道，提升《人民日报》的整体传播力、引导力、影响力、公信力。

在坚持内容为王的基础上，人民日报社新媒体中心在今年两会报道上更加重视产品生产、创意创新以及新技术新手段运用。一是紧跟移动互联网的发展浪潮，更加注重在产品可视化上聚焦发力，推出大量直播、微视频、H5融媒体产品。二是创新传播形式，注重提升用户的参与度和体验感，在潜移默化中的情感交互中将网友带入两会宣传主题。三是尝试运用新技术，让用户更近更直观地感受两会现场及氛围。两会前，新

媒体中心专门对人民日报客户端进行优化，首次在两会频道设置“两会时间轴”；使用VR全景设备拍摄全景视频；在值班平台，首次使用人工智能负责现场速录和同步翻译，为采编工作提供支持等。

而在与《人民日报》进行报端联动方面，新媒体中心充分发挥协同传播优势，运用中央厨房机制，统筹协调人民媒体矩阵，发挥各个平台优势和海外传播力量，面向互联网，强化移动端，打通互联、互推互享、一起发力。

在采访力量方面，新媒体和报纸的一线采访力量打通使用，充分协作。新媒体中心的8名编辑加入报社两会采访组，参与现场采访报道，释放新闻生产力；同时，报纸的采编力量也积极参与新媒体产品的生产制作。在稿件发布方面，新媒体首发报纸重要稿件，并进行符合网络传播特点的摘编，《人民日报》的重要评论和重点文章，也于见报之前先在新媒体上刊发；同时，优质的新媒体产品倒灌版面，《人民日报》两会特刊设立“融两会”专版，专门宣介融媒体产品和全媒体记者参与采访报道的情况。

传播立体化 网民齐参与

快速的剪辑、精美的画面、直观的数字……《中国一分钟》视频上线后，引发了网友的强烈共鸣和热烈反响，总播放量超过3.5亿。以“一分钟”为时间维度，展示党的十八大以来5年中国在经济、社会、文化、科技等方面取得的历史性成就，这样的创意从何而来？

2018年伊始，新媒体中心就开始围绕2018年全国两会的融媒体产品展开创意征集，“中国一分钟”的创意正是从中而来。项目团队在头脑风暴时，萌发了“一分钟”的概念——中国日新月异的成就，来自每一分钟；中国人与日俱增

的获得感，体现在每一分钟。因此，项目团队认为，体现这5年来的成就，除了宏大叙事，也可以有小切口的全景式触达；展示面向新时代的決心，也可以用更加可感的方式。

确定思路后，项目团队对中国各个领域的发展成果进行了广泛搜集，对各行各业的发展数据进行了细致梳理。但是，这5年来中国在方方面面取得的巨大成就，想要全部呈现在一分钟视频里，并非易事。如何从海量数据中优中取优，项目团队在甄选时颇费了一番功夫。最终，团队决定用“共情”这个关键词来决定取舍。微视频所选取的内容，既有能够引起观众共鸣的日常生活场景，如婴儿绽放的笑脸、幸福家庭的组建、网上购物等；又有阐释大国力量的画面，如进出口、高铁等；还有可以引发国人自豪感的场景，如“9·3”大阅兵、女排再次夺冠等。所有画面以层层递进的方式展开，讲述中国发展，展现大国形象，充分论述“中国成就，源于每一分钟”，中国发展的每个步伐都扎扎实实。

一分钟让网友了解中国成就，由内而外的自豪感令人忍不住为中国点赞。3月7日，人民日报两微两端推出原创音乐MV《中国很赞》，并正式启动“中国很赞”全民互动活动。这一活动既有音乐MV，又有手指舞；既有征集网友留言、发动网友上传视频等线上活动，又有包装地铁、音乐快闪等线下宣传；既有新媒体产品，又有主题共享单车、瓶装水、火车票等，实现了立体传播。

锚定大方向 呈现重拆分

坚持正确的政治方向和舆论导向，突出高质量内容、快节奏效率、多层次互动、深层次交流，人民日报社新媒体中心各平台密切协作配合，充分发挥各

自优势，连续策划制作的系列解读报道，因推出时间早、报道内容优、影响范围广、传播效果好，被各大平台第一时间首页首屏置顶推送，成为这次人民日报新媒体两会报道的“常态”。

在2018年全国两会报道中，新媒体中心针对《政府工作报告》出台、宪法修正案、机构改革等重大节点推出众多爆款产品。3月5日全国人大开幕会，在直播李克强总理作《政府工作报告》的同时，新媒体中心第一时间提炼报告的重要信息，在两小时内连续推送文字、图片、短视频等即时报道32条（含短视频7条），总阅读播放量超1.7亿，点赞超32万，留言超4.1万条。开幕会结束后不到10分钟，人民日报客户端即推出《政府工作报告极简版来了，只有800字！》，仅在人民日报两微两端当天的总阅读量就超过6300万，点赞近6万，留言超8700条。

稳妥做好宪法修正案和国务院机构改革报道，全方位多形式加强正面解读和舆论引导。宪法修正案审议前，新媒体中心积极稳妥发声，陆续推送《为民族复兴提供有力宪法保障》等报纸文章，总阅读量超1400万，点赞超9300，留言超6000条。3月11日，宪法修正案通过后，制作推送原创图解《宪法修改前后内容对照表》，以表格形式直观清晰展示宪法修改前后的内容变化，总阅读量超2100万，点赞超3.3万，留言超7000条。

3月13日上午，人大会议审议国务院机构改革方案，新媒体中心紧扣这一重大议程，当天即推送相关报道36篇，总阅读量超2.7亿，点赞超12.7万，留言超3.3万。其中，3月13日上午9时，人民日报客户端推送的原创文章《重磅！国务院机构改革方案来了（附详细名单）》，对改革后国务院主要机构设置情况进行梳理，仅在客户端阅读量就超1亿。■

长城新媒体集团： 全力以赴融传播 众志成城创一流

为创新报道2018年全国两会，充分发挥新媒体在互联网领域的舆论引导优势，长城新媒体集团坚持提前谋划深度报道，重点打磨系列全媒体作品，全方位展示新时代河北的新变化、新成就、新风貌

文 / 本刊记者 陈琳辉



河北长城新媒体集团推出的两会专题页面“春天里的河北”截图。供图/河北长城新媒体集团

全视野新闻，全媒体融合，全时段直播。2018年两会报道，长城新媒体集团以导向为魂、内容为王、技术为基、创新为要，不断壮大主流思想舆论，提升信息传播能力，强化技术支撑实力，全力以赴制作以“新时代 新起点 新答卷”为主题的两会大型融媒体专题，众志成城打造颇具冲击力的新媒体产品矩阵。

全视野新闻，壮大主流思想舆论

2018年全国两会报道是长城新媒

体集团成立以来组织的第一次全国两会报道。为创新报道2018年全国两会，充分发挥新媒体在互联网领域的舆论引导优势，长城新媒体集团提前谋划深度报道，重点打磨系列全媒体作品，全方位展示新时代河北的新变化、新成就、新风貌。

提前谋划深度报道。长城新媒体集团围绕习近平总书记在两会上关于乡村振兴方面的重要讲话精神，及时安排记者分赴习近平总书记曾视察过的河北省

内4个村庄深入采访，推出《总书记，您来过的河北这些村，乡亲们有话对您说》系列稿件，内容涵盖习近平总书记在两会上的金句、习近平总书记当年视察的感人瞬间、村庄变化与村民心里话，以及两会现场代表委员声音、会外河北全省扶贫攻坚行动等内容，涵盖图文、视频等形式，全方位、多角度、立体化地展示习近平总书记与基层群众心连心的真挚情感。

开设系列专题专栏。制作以“新时

代“新起点 新答卷”为主题的2018年全国两会大型融媒体专题，推出“两会深一度”“2018两会·声音”“我是代表委员”等专栏，聚焦河北的代表委员、各行各业的建设者和普通百姓。《春天里的河北》通过手绘、动画、图文等形式，对河北牢记习近平总书记嘱托，扎实推动创新发展、绿色发展、高质量发展的生动实践进行展现，着重展现从党的十九大到2018年全国两会，迎着新时代的春风，一幅河北发展的美丽画卷徐徐展开。

着重做好系列反响报道。围绕宪法修正案、国务院机构改革、《政府工作报告》、监察法草案等内容，开设“幸福的奋斗者”“百姓看两会”“两会@你”等专栏，采访代表委员、省市直机关、基层群众，做好系列宣传报道。创意视频《锦绣画卷绘政府工作报告！150秒太美了……》是一次对“知识与政策的可视化”的创新探索，采用了动画视频的形式，将惊蛰节气与第十三届全国人民代表大会第一次会议开幕式融合，结合河北五年发展的成就与《政府工作报告》中的细小民生事件，用优美的诗词搭配中国传统水墨画风格，让网友在美妙的意境中读懂《政府工作报告》里描绘的宏伟蓝图。

全媒体融合，提升信息传播能力

长城新媒体集团集中优势力量，创新报道形式、升华报道主题，深化媒体融合，推动融合共生模式快速发展。围绕习近平总书记下团组、开闭幕会、代表委员进北京、河北代表团媒体开放日等重要节点，打造颇具冲击力的新媒体产品矩阵，充分运用H5、快闪、微动漫、小游戏等新媒体手段，制作《总书记牵挂的这些事，河北准备这么干！》等新媒体作品72件；推出的《春天里的河北》刷爆朋友圈，助力数高达1831万人次；《“两会”

好声音 幸福话筒跳一跳》累计收获掌声806万次……

首次运用AR增强现实技术，提升用户阅读体验。两会报道期间，《河北经济日报》每天4个版面报道全国两会，用户通过手机扫描报纸配图时，报纸上静止的配图就能“动”起来，成为信息量更大、互动性更强的视频新闻，极大地提升了用户阅读体验。此外，长城新媒体集团还策划了一系列创意视频，让报道更富视觉冲击力。结合河北五年发展的成就与《政府工作报告》中的民生热点，长城新媒体集团充分运用MG动画、微视频等新媒体手段，制作了《惬意！乘高铁 听报告 瞰河北》等视觉效果震撼的视频。

统筹大兵团协同作战，全媒体报道队伍集中发力。长城新媒体集团突出网民的互动参与，实现与传统媒体访谈的差异化传播；各端口各部门以及各驻外机构配合顺畅，无缝对接，多渠道发声，统一推广，聚合了新媒体矩阵的传播合力，形成了强有力的传播声势；直播团队执行有力，克服困难，在直播经验欠缺、直播条件有限的基础上，不断创新互动形式。《网友问两会长城全直播》将访谈的权威性、网民的互动性与网站、移动端、纸媒等全媒体平台资源进行深度整合，延长了记者文字、图片、视频等新闻产品的全媒体链条，真正体现了“融媒”的作用。这不仅是长城新媒体集团视频直播团队的大练兵，更是各端口和全体采编人员“多兵种”实战、“多战线”协作的一次大融合，全面提升了信息传播的能力。

全时段直播，强化技术支撑实力

60分钟大型视频直播互动系列活动《网友问两会长城全直播》是长城新媒体集团在宣传报道实践中的一次重大创新和有益探索。

《网友问两会长城全直播》大胆尝试将网络直播的形式应用于重大时政类主题报道。长城新媒体集团两会前通过网、微、端高频密度发布消息，广泛征集网友关注话题，归纳整理为十大类，涵盖十大民生行业。邀请了代表委员做客长城新媒体北京网络直播中心，解读《政府工作报告》，回答网民提问，展现代表委员履职风采。在直播前对当晚的嘉宾和话题进行预告推介，直播后将访谈实录进行提炼和二次传播，全面提升直播影响力。其中，VR直播访问量实现了由100人到63000人的突破，引发了斗鱼直播平台、网络大V等在新浪微博平台对全时段直播的转播推广。

《网友问两会长城全直播》强调内容策划，紧扣《政府工作报告》热点、注重选题贴近民生关注焦点，突出网民参与的主体地位和作用，努力让网民由内容的接受者变成内容生产者，从而使节目具有较高的关注度。在严肃的时政类报道题材中，长城新媒体集团积极尝试从网民视角寻找两会报道的“切口”，具体围绕《政府工作报告》中“教育减负”“医改惠民”“乡村振兴战略”等内容，采用网民、主持人、嘉宾同时在线的“三方对话”直播模式，让时政类访谈内容更接地气，形式更活泼，气氛更活跃，效果更生动。

《网友问两会长城全直播》将最先进的新媒体传播技术与内容生产深度融合，贴近网民观看需求，增加了可视化产品的推广渠道。长城新媒体集团引入了前沿云直播以及相关流媒体技术，实现了VR实时全景直播、AR报端图像静动融合、移动固定机位网络无缝衔接、异地多路视频实时连线、主持人网友多向互动等多项技术突破，在直播画面流畅度、秒级回放生成、多链路备份等标准上实现了重大突破。■

探索互联网企业党建工作新模式

千龙网党总支升格为千龙网党委，这对党建工作提出了新要求。为适应新时期党建工作的新形势，党委提出实施“四梁八柱一标准”党建工作法

文 / 曾洪军

近年来，首都互联网企业先后成立党组织、开展党建工作，这标志着首都互联网行业党建工作走上规范化、常态化。在互联网企业开展党建工作，有助于党组织在互联网企业内发挥政治引领和政治核心作用，有助于引导互联网行业朝着正确的方向发展，有助于团结凝聚互联网先进分子，促进网络空间良性发展。但是互联网企业存在兴衰更替快，员工年轻、流动快等特点，成为开展党建工作的制约因素。

对无经验可循的互联网企业党建工作，互联网企业都在探索符合新时期互联网企业党建工作的新模式。千龙网是首都互联网界较早成立党组织的互联网企业，经过多年的探索和发展，2016年12月，千龙网党总支升格为千龙网党委。这些年来，千龙网党组织在积极探索如何做好“一岗双责”以及党建工作融入中心工作、促进中心工作方面取得一定经验，多次荣获首都互联网界“先进党组织”称号，在实践中创立的“化学反应”党建工作法还荣获“2016年度首都互联网党建创新品牌”称号。

打造党建品牌

增加凝聚力和战斗力

千龙网党组织成立以来，始终在探

索党建品牌建设。2013年至2016年，鉴于网站处于全面新建阶段，80%的员工为新入职员工，党员也多数是新进，千龙网党总支创造性地将“化学反应”原理应用于基层党建工作，创建“化学反应”党建工作法，建立一系列机制作为“催化剂”，推动来自五湖四海、“形散神散”的党员成为“形合、神合、力合”的集体。“化学反应”党建工作法的成功实践，在网站全面新建阶段发挥了重要作用，最大程度增加了党组织的凝聚力和战斗力，这也成为千龙网品牌化建设的成功探索。

2017年网站发展进入了新的历史时期，千龙网党总支也正式升格为千龙网党委，这对党建工作提出了新要求。为适应新时期互联网企业党建工作新形势，千龙网党委提出实施“四梁八柱一标准”党建工作法，主要内容是：抓住“四梁”，即

党委、党支部、党员队伍、党员后备队伍；建牢“八柱”，即教育培训、党员管理、融入中心、带动群建、实践锻炼、作风建设、考核评价、公开公示；坚持“一标准”，即德才兼备。第一届党委正式提出将“四梁八柱一标准”党建工作法作为任期内的党建品牌予以全力打造。

创新党支部设置

发挥新闻网站带头作用

2017年初，千龙网党委成立后重新设置了党支部构成，党委下设第一联合党支部、第二党支部、第三党支部、宣讲家网党支部。其中在首都互联网协会党委的大力支持下，发挥千龙网龙头作用，千龙网党委建立了第一联合党支部，党员涵盖了千龙网党员和社会网站党员。这是适应互联网企业兴衰更替快、员工流动

千龙网党组织在积极探索如何做好一岗双责以及党建工作融入中心工作、促进中心工作方面取得一定经验，多次荣获首都互联网界“先进党组织”称号，在实践中创立的“化学反应”党建工作法还荣获“2016年度首都互联网党建创新品牌”称号。



2017年6月，千龙网党委在北京延安文化展示中心建立爱国主义教育基地并开展党建教育实践活动。
供图/千龙网

快、党员数量较少以及有些企业存在有党员无组织等情况的大胆创新，旨在加强社会网站党员管理，带动社会网站开展党建工作，首批吸纳了西陆网的党员。

第一联合党支部致力于建设成为首都互联网行业党建工作“孵化器”。目前已经发展社会网站预备党员2名，认定发展对象2名，培养考察入党申请人5名。

强化理论武装 全面加强党员学习教育

2017年9月，千龙网党委成立首个互联网企业党委理论学习中心组，加强党委成员和网站党员管理人员思想政治建设。同时，作为“四梁八柱一标准”党建工作法的重要支柱，千龙网党委充分发挥自身理论优势和人才优势，把党员教育工作作为首要任务，以多种形式开展学习习近平新时代中国特色社会主义思想、习近平总书记系列重要讲话精神以及党的十九大精神、北京市十二次党代会精神等活动。

千龙网党委为各支部订阅了《北京日报》《支部生活》等党报党刊，为党员、发展对象、入党积极分子发放新版《中国共产党章程》《党的十九大报告学习辅导百问》《习近平谈治国理政》第二卷等学习材料。在网站“创意三角区”设置“党建

书架”，选购与时俱进、有时代特色的图书充实丰富党建书架，供党员业余自学使用，全面加强党员学习教育，强化理论武装。

实践“一岗双责” 推动党建融入中心工作

目前，千龙网党委除了党建工作部的党建专员属于专职从事日常党务管理工作外，其他从党委会成员到支委会成员，既有日常业务工作，又要承担党建工作，即“一岗双责”。经过一段时间的运行和探索，为了使“一岗双责”发挥更大的效应，千龙网党委还将其范围进行了扩展。

第一，扩大“一岗双责”人员覆盖面，扩大至入党申请人。要求党委会成员、党支部书记和委员、党员管理人员、党员、入党积极分子立足岗位，将党员身份与日常履职相结合，将先进性要求“融入日常”，做好业务工作。

第二，实现“一岗双责”考核评价全覆盖，在网站中心工作和人事管理中开展“党性评价”，实行岗位业绩考评、党性考评“双评价”。网站月度、季度、年度考评和员工试用、职级、任期、劳动合同到期等工作中，涉及党员、发展对象、入党积极分子、入党申请人的，均需千龙网党组织进行“党性评价”。

第三，党委履行主体责任，建立党委与总裁办公会联席会议机制，制定了一系列制度，推动党建工作与中心工作同部署、同步抓、同落实、同出彩。

建立“党员示范岗” 发挥先锋模范作用

千龙网建立“党员示范岗”，发挥“以点带面”示范引领作用。在网站应急工作一线、重要项目工作组中建立“临时党小组”，督促党员践行“关键时刻党员冲上前”理念。建立日常工作体现先进性机制，抓互联网业务、法律法规、新知识新技能培训，提升党员综合素质和工作能力，推动党员将先进性要求融入日常。建立互联网特色“社会实践”机制，开展“关爱服刑人员子女活动”等志愿服务、党员网友进社区服务、“新媒体素养课”等活动。

培养新生力量 抓好党支部规范化建设工作

千龙网党委重视网站新生力量的培养，要求各党支部面向新生力量，对年轻员工积极开展谈心谈话活动，及时了解他们的需求和动态，做好培养考察工作。对85后、90后党员开展专题座谈，鼓励他们积极参与网站建设，发挥所长。

建立党员基础台帐、入党积极分子和入党申请人基础台帐，进行动态管理。党委会部署要求各党支部践行“重双基”（重基本规范、重基础管理），抓好党支部规范化建设工作。对各党支部工作开展督查，要求各党支部加强党建基础知识学习，对工作中存在的差距和问题进一步做好改进工作。根据新时期党建工作的新要求，千龙网各党支部将逐步健全支部规范化建设手册，不断抓好基础管理工作。■

（曾洪军：千龙网党委副书记、常务副总编）

网络理论传播的四个“辩证统一”

宣传解读党的十九大精神，既要让网友把握其中的思想精髓和核心要义，又要以网友喜闻乐见的形式呈现，做到“神”与“形”即内容与形式的辩证统一

文 / 周艳

习近平总书记在十九届中央政治局第一次集体学习时强调，要抓好面向广大群众的宣传教育，深入浅出向广大群众宣传解读好党的十九大精神。面对全国7.72亿网民，宣讲家网积极响应党的号召，充分发挥理论视频网站的传播优势，与求是网、党建网、紫光阁网、中国共产党历史网、理论网、国史网、中国社会科学网、马克思主义研究网、人民论坛网、理论中国网、中国理论网等10家国内重点理论网站联合推出了《宣传贯彻党的十九大精神》大型专题，在中央网信办的指导下，围绕学习宣传贯彻党的十九大精神策划制作了一系列看得懂、记得住、用得上的精品力作，发挥了理论网站宣传解读党的十九大精神“轻骑兵”的重要作用。总结宣讲家网的经验做法，可以用四个“辩证统一”来概括。

“请”与“送”的辩证统一

群众在哪里，理论就要到哪里；群众在网上，理论和理论家就要到网上。宣讲家网迅速把党的十九大精神传播到网上和网民之中，在“请”进来与“送”出去上狠下真功夫，掀起了网民学习贯彻党的十九大精神的高潮，让习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神家喻户晓、人人皆知、深入人心。



《宣传贯彻党的十九大精神》大型专题截图。
供图/宣讲家网

“请”进来主要做了三方面的工作：一是原原本本、原汁原味地传播党的十九大精神，及时转载中央媒体的权威文章、评论和图片共5000多篇；二是把专家学者和领导干部请进来，及时上传解读党的十九大精神的视频报告和评论。自党的十九大闭幕以来，宣讲家网已经组织专家学者和领导干部解读党的十九大报告60部、评论55篇；三是把网友请进来，及时刊登全国各地网友结合工作和地方实际学习党的十九大精神的系列时评300余篇。

酒香也怕巷子深，好的内容与传播形式让网友看得见才能起到较好的传播效果。对于网站的优质内容宣讲家网采取了三项措施“送”给网友：一是“两微一端”及时推送，宣讲家网微博、微信、智库及借助其他平台的宣讲家理论频道及时推送策划的原创内容，将学习党的十九大精神的优质内容送到网友面前，使网友方便快捷地在学懂、弄通、做实上下功夫，已经推送十九大的相关内容2500多条，总点击量达到2000多万次；二是为全国网友义务提供文稿、PPT及视频资料。目前，全国各地已经有1000多家基层单位来电来函索取学习党的十九大精神的资料；三是选取精品节目500多个及时报送中央网信办及北京市网信办，

争取在全国推广,让更多的网友及时、准确、真实地学习党的十九大精神。

“神”与“形”的辩证统一

宣传解读党的十九大精神,既要让网友把握其中的思想精髓和核心要义,又要以网友喜闻乐见的形式呈现,做到“神”与“形”即内容与形式的辩证统一,随理赋形,把理论转化为观之有形、触之有感、嚼之有味的可视化作品,让观众能够直观感受。宣讲家网将“理、象、数”的理念应用到党的十九大报告和党章的宣传之中,对党的十九大精神解读打破单一模式,对报告的内容从“理、象、数”三个纬度全面、深刻、系统地阐释。以“理”的视角宣传具有持久性、学习性、反复性的特点,这种方式主要是针对理论工作者的研究需要。以“象”的视角宣传具有新颖性、娱乐性、交互性的特点,这种方式深受年轻人的追捧。以“数”的视角宣传具有概括性、关联性、深刻性的特点,能够满足各类人群的学习需求。

毛泽东说:“有了正确的观点和正确的思想,还要有比较恰当的表达方式告诉别人。”宣讲家网积极探索新时代网络理论传播的规律,尝试以完整视频、高端论述、文稿、PPT、评论、图解理论、理论秀、宣讲家网视点、微讲堂等形式解读党的十九大精神,宣传效果显著,宣传形式独具特色,拓展了网络理论传播内

容的呈现载体。例如理论秀《十九大报告中的9个“1”》,对党的十九大报告做了全面梳理,以9个“1”的形式概括了报告的核心内容,以数字作引领,以十九大报告为基础,融入图形、图片、色彩、音乐等视听元素,做到了形神兼备,“形”的方面简洁大方、赏心悦目,“神”的方面主题鲜明、聚焦核心,“理、象、数”的宣传理念得到完美体现。

“前”与“后”的辩证统一

以党的十九大召开为节点,宣讲家网关于党的十九大精神的宣传分为前后两个部分。前期为十九大的胜利召开做好舆论引导工作,后期主要做好十九大精神的宣传解读工作。两者是辩证统一的,服务于党的宣传工作的大局,目的在于统一思想、凝聚人心、指导实践、推动工作。为迎接党的十九大胜利召开,宣讲家网主要做了三方面的工作:一是策划制作了学习宣传贯彻习近平总书记“7·26”重要讲话精神等四个专题;二是举办“喜迎十九大、共圆中国梦”知识竞赛和“喜迎十九大、畅谈新变化”座谈会等系列活动;三是策划制作了以《点赞十八大、期待十九大》为主题的系列说唱微视频;四是举办了《心灵的难忘记忆 喜迎党的十九大胜利召开》有奖征文。

党的十九大胜利召开后,宣讲家网积极行动,发挥视频网站的独特优势,邀

请了国防大学教授颜晓峰、北京大学马克思主义学院教授郭建宁、中国社科院中国特色社会主义理论体系研究中心副主任辛向阳等50多位专家录制报告和访谈,方便全国各地的网友足不出户就能聆听专家的解读报告。与此同时,还邀请石仲泉、降瑞峰等著名学者撰写系列评论,及时转载中央媒体的优质文章和图片,高度重视中国特色社会主义文化、中华优秀传统文化和革命文化的宣传与阐释,策划制作系列新媒体作品。

“学”与“做”的辩证统一

习近平总书记强调,学习贯彻党的十九大精神,要在学懂、弄通和做实上下功夫。学是前提,做是目的。只有学懂了、弄通了、理解透彻了党的十九大精神的政治意义、历史意义、理论意义、实践意义,才能更好地落实到具体工作中,才能拿出实实在在的举措解决问题。学习包含两个方面:一是自我学习,宣讲家网通过组织全体员工观看十九大开幕式、集体学习、小组研讨、观摩报告会、研读报告原文和自学等形式全面、深入、多角度地学习领会党的十九大精神,为做好网络宣传打好理论基础;二是提供内容帮助别人学习,宣讲家网是一个学习领会党的十九大精神的优质平台,网站通过原创、转载、加工整理等三个途径为广大党员干部群众提供内容丰富、形式多样、思想深刻、观点明确的学习资料,是基层理论工作者学习宣传党的十九大精神的好助手。

在做中学,在学中做。宣讲家网以学习宣传贯彻党的十九大精神为契机,努力打造一支学习型、研究型和创新型的工作团队,通过学与做相结合的方式,锻炼了队伍、培养了人才、养成了好的学风和作风、形成了良好的工作机制。■

(周艳:宣讲家网内容总监)

群众在哪里,理论就要到哪里;群众在网上,理论和理论家就要到网上。宣讲家网迅速把党的十九大精神传播到网上和网民之中,在“请”进来与“送”出去上狠下真功夫,掀起了网民学习贯彻党的十九大精神的高潮。

做鲜做活做精地方网站年度盘点

红网中央厨房年度盘点《2017那些时光》告诉你，地方新闻网站年度盘点一样可以做鲜做活

文 / 周逸峰 张广蓉

年度盘点是媒体每年的必做功课。国家重点新闻网站和大型商业网站实力雄厚，盘点的内容全而深、高而精，深得网友喜爱是不争的事实。地方新闻网站作为区域性信息发布传播平台的功能有限，且存在技术缺乏等问题，在年度盘点的内容上如何吸引众多网友的眼球？在媒体融合大格局下，怎样把内容生产做鲜做活做精？红网中央厨房年度盘点《2017那些时光》告诉你，地方新闻网站年度盘点一样可以做鲜做活。

正能量话题：抓人心、刷爆款

2017年12月18日至31日，红网年度盘点《2017那些时光》以每天一至两篇的频次，共推出了《年度盘点|2017那些时光·被湖南圈粉的歪果仁》《年度盘点|那些时光·头条那些瞩目的焦点》等18篇新闻作品，都获得了较好的关注和反响。其中，爆款产品《年度盘点|2017那些时光·“最”算什么，还有“更”狠的》尤其亮眼，在红网论坛上有10万点击跟帖。

以《年度盘点|2017那些时光·“最”算什么，还有“更”狠的》为例，该盘点有机串联起2017年发生在湖南人身边的一个个精彩故事和正能量话题：没有最牛只有更牛的创业“网红”，没有最智慧

只有更智慧的共享经济，没有最泪目只有更泪目的感人瞬间，没有最忽悠只有更忽悠的谣言，没有最暖心只有更暖心的湖南“拾主”，没有最赞只有更赞的“遇到湖南”。没有“最”只有“更”，正是湖南人性格中耐得烦、吃得苦的通俗表达。既有庙堂之高，又有江湖之远，让受众在潜移默化间感受到故事的暖意、人心的善意。如此盘点，去除说教味，用网言网语呈现，收获了良好传播效果。后台数据表明，这是一组深受25至45年龄段网民喜欢的盘点作品。

编辑式原创：小而美、有网味

红网推出的系列盘点都是小清新风格，且全部为原创作品。与以往简单的罗列和东拼西凑的“原创”不同，这种原创是“编辑式深加工原创提炼”，形成了自

己独有的风格。从整体上看，这些作品具备5个特点：标题接地气、内容有网味、导向高大上、故事细而全、主题全覆盖。

编辑团队从湖南日益扩大的国际影响力出发，挖掘2017年外国友人为湖南点赞的相关报道，选出8个事例，最终形成《年度盘点|2017那些时光·被湖南圈粉的歪果仁》。该作品亮点突出，题材张弛有度，语言风格轻松易读，并结合网络流行语和火热表情包给文章添加阅读乐趣。

《年度盘点：岁时二十四章/良辰有时，请翻牌》从红网总站刊发的4万余篇分站和通讯员报道中精选美图，回顾二十四节气。不光走“四季流转、良辰有时”的文艺范，更是以二十四篇美图“走”遍湖南十四市州。在选图上突破了说民俗、看风光的“纯文艺风”，内

地方门户网站的年度盘点内容以“地方”为核心，确保内容上的真实性、实时性、贴近性，功能上的实用性、互动性、娱乐性，做好年度盘点就不是“蜀道难，难于上青天”的事，遵守以上几点原则，达到“四两拨千斤”的效果也并非难事。



红网中央厨房年度盘点作品《年度盘点|2017那些时光·被湖南圈粉的歪果仁》截图。供图/红网

容上巧妙融合了湖南这一年扶贫(惊蛰“桃花”)、生态保护(立夏“鹿鸣”)、灾后重建(小暑“倒种春”)和暖心正能量(小满“吊桥”),在“文艺范”中恰如其分地呈现了2017年湖南发生的大事。盘点作品一经推出,就“深耕”到了湖南14个市州分站、县市区分站和通讯员队伍的心里。

平民化视角:接地气、暖人心

在选题策划和形式创新上,编辑团队始终从网友关切的角度切入,选题关乎民生,并用具体实例呈现,增强报道“平民化”气息。《年度盘点|2017那些时光·交警“口哨哥”的春夏秋冬10个瞬间》,通过一年四季不同时段10个精彩镜头,展示湖南省常德市交警“口哨哥”曾祥富的责任、激情和担当。《年度盘点|2017那些时光·“最”算什么,还有“更”狠的》讲述创业“网红”故事时,选取了“刘聋子”为代表的津市牛肉粉“闯”进长沙,成了国民快餐中的星巴克;

盘点泪目瞬间时,选取面对灾难迸发出生命光芒的宁乡祖塔村抗洪救人英雄群体;盘点奇葩谣言时,以诙谐口吻嘲讽鞭挞“更谣言”者的可恶可恨,凸显主流媒体的责任担当……事例鲜活,行文生动,直抵人心,引发共鸣。

新媒体元素:悦耳目、有特色

在表达和呈现方式上,系列盘点文章里的新媒体元素运用悦人耳目,颇具湖南特色。

看点十足。《年度盘点|2017那些时光·大人物的萌萌哒》通过3分钟的精彩视频剪辑,展现了美国总统、沙特阿拉伯国王等国际大人物生活中可爱的一面。《年度盘点|2017那些时光·飞一般的新闻》则用视频总结时刻新闻客户端一年来的弹窗新闻工作,诙谐简练的文字高度概括时刻新闻客户端的特色,风趣幽默的设计图案完美塑造时刻新闻客户端幕后的编辑人员形象,不到3分钟的时间里,给读者呈现了丰富的时刻新闻客户

端推送盘点。

双语有料。《[双语]年度盘点|2017那些时光·湖南人在家门口“买卖全球”》,用英汉双语讲述湖南拥抱世界的气魄和开放崛起的雄姿。

歌声悦耳。《年度盘点|你的2017,我用音乐唱给你听》,用一段2分半钟的流行音乐,点赞十九大、点赞超级稻等2017年重要新闻,让用户在音乐的旋律中“听到”2017年的时光。

地方门户网站的年度盘点内容以“地方”为核心,确保内容上的真实性、实时性、贴近性,功能上的实用性、互动性、娱乐性,做好年度盘点就不是“蜀道难,难于上青天”的事,遵守以上几点原则,达到“四两拨千斤”的效果也并非难事。红网中央厨房2017年度盘点除了深得网友的好评外,同时也获得了湖南省委宣传部、省委网信办等主管单位的高度评价,这也是地方新闻网站在年度盘点方面的一次成功案例。
(周逸峰、张广蓉:湖南红网新媒体集团)

政策解读类报道如何成为爆款

2018年全国两会，各类媒体可谓各显神通，促使政策解读类报道的传播效果最大化

文 / 卢霜

围绕全国两会的相关新闻报道属于会议精神、政策解读类报道，也属于严肃新闻的一种。以往这类报道往往传播效果有限，但从今年关于全国两会的新闻报道来看，相关报道因选取角度、报道风格和形式灵活多样获得了大量关注，出现了一批“网红”报道，这类报道往往体现为阅读量高、互动转载率高，同时又具有

极佳的社会效应和传播效益。事实上，近年来主流媒体用多种创新方式报道全国两会，实现了传播效果最大化。

划重点：满足读者的“惰性”

“划重点”类报道往往因其简洁概括性，能满足读者的“惰性”和依赖性，但又由于其总结、概述了关于全国两会

的重要内容和精神，能让人花费较少的时间和精力获知会议传达的主要精神和内容。这类报道的常用关键词主要有“透露X信号”“最全盘点”“极简版只有X字”“X组数据速读”“X分钟/一张图看懂(了解)”“X大关键词”“要做的X件大事”。如《政府工作报告极简版来了，只有800字!》单篇报道在新浪微博中的

2018年3月20日，北京，十三届全国人大一次会议在人民大会堂举行闭幕会。图为代表们接受采访。供图/CFP



头条文章阅读量超494万, 微信单篇文章阅读量约628万, 获得近1000家媒体网站转载, 累计跟评超万条。

此外, 成果梳理也是划重点的另一个表现形式, 成果类解读往往也能引发舆论关注, 相关报道主要有《五年来, 贫困人口减少6800多万》《这五年超给力!》等。

利好性: 贴近普通个体的日常生活

利好性是关于政策精神及会议类新闻报道的惯用“套路”, 这同样符合新闻的贴近性原则。利好性解读主要涉及地域化、利益群体化利好, 而在其内容方面, 往往贴近普通个体的日常生活和民生问题。这类内容常用关键词有“你的生活发生的X大改变”“都与你密切相关”“XX(地域或群体)人注意了”“事关X(数量)人”“这类人令人羡慕/获得实惠”“民生清单”等。

如人民日报客户端《2018年你的生活可能发生的九大改变》《今年中国要干的60件大事, 都与你密切相关!》《网友关心的十件小事 政府工作报告都回应了》, 新华网《干货! 你关心的民生大事 政府工作报告都提到了》, 央视新闻《你关心的事, 6位部长回应了》等, 相关内容在网站、微信、微博及客户端等, 均获得了近千万的阅读量和超100家的媒体网站转载量。

共鸣点: 靠内容本身吸引读者

寻找普通大众最关心的点、最关切的问题、最能引发共鸣和讨论的话题, 也是政策精神及会议类新闻报道获得极佳传播效果的重要手段。主要表现为, 其报道内容均为当下社会公众关注度高的、较为普遍和突出的矛盾和问题, 且在报道手法上将最能引起共鸣的重点突出。

这类报道主要以内容吸引读者, 因

全国两会因其特殊性天然具备新闻的重要性, 但重要性的内容要发挥好的传播效果, 仍需要加上许多表达方式的创新, 这也是考验媒体“真功夫”的试金石。

此常用关键词较少, 多为内容本身, 但可能会前置“好消息”“重磅”等词汇以彰显其重要性和新鲜性。如热点议题“提个税”“降流量”“教育减负、儿童托管”“景区门票降价”等。相关议题由于在当下社会中的问题和矛盾相对突出, 均能引发高度关注和热议, 《李克强: 加强对儿童托育全过程监管》《李克强: 提高个人所得税起征点》等报道都获得较高关注度, 《人民日报: 个税起征点 你觉得多少合适?》相关报道更是获得累计超3万的网民互动。

巧切入: 独辟蹊径彰显传播效应

政策精神及会议类新闻报道要想获得较好的传播效果, 新的切入角度也很重要, 梳理分析发现, 围绕全国两会相关报道, 媒体惯用的切入点主要有以下几方面。

知识科普, 这类报道往往采用图说、H5、问卷互动等方式, 参与性、互动性、知识性较强, 常用关键词有“热词”“X大知识点”“很有深意”“X张图告诉你”, 主要报道有《全国人大召开, 这些知识点你必须get!》《考点收藏! 100个#全国两会#热词翻译》《知识帖! 九张图告诉你两会那些事儿》。新媒体互动, 这类报道突出特征为形式新颖、互动性强, 主要采用全景展示、动画、音视频、H5、问卷互动等多种组合方式, 其参与性、互动性较强, 如中

国政府网的《转起来! 360度全景看懂政府工作报告》用全景图片展示加H5互动网页普及了两会主要精神; 央广网《王小艺跑两会, 一切听你的!》采用了H5、直播等互动方式, 兼具参与性和传播性; 人民网制作的《Rap动画唱两会, 带你唱响新时代!》采用了动画、音视频等形式, 均获得了较好的传播效果。此外, 全国两会期间业界名人代表委员的相关新闻由于其名人效应往往能从各类报道中脱颖而出, 如潘石屹谈房产税、刘强东吐槽“新官不理旧账”、冯远征谈反家暴法实施两周年、白岩松表示放纵地域歧视将使社会撕裂等, 均获得了较高的舆论关注度。

2018年全国两会, 各类媒体可谓各显神通, 促使政策解读类报道的传播效果最大化。值得注意的是, 国务院客户端制作了“文具总动员”的动画宣传片来介绍《政府工作报告》是怎么出炉的, 被网友赞为“卖萌”式解读。全国两会因其特殊性天然具备新闻的重要性, 但重要性的内容要发挥好的传播效果, 仍需要加上许多表达方式的创新, 这也是考验媒体“真功夫”的试金石。此外, 由国务院等政府机构发布的内容对于普通用户来说, 在信息接受方面存在一定困难, 因为毕竟是经过了高度浓缩和概括后的话语体系, 这时, 媒体的政策解读和宣传作用就显得尤为关键。■

(卢霜: 湖北日报集团荆楚网)



网络传播视觉榜

栏目简介:读图时代,你的目光愿为哪张照片停留?信息涌动,哪一幅定格瞬间曾打动过你的心?《网络传播》杂志与视觉中国合作,特设“网络传播视觉榜”专栏。本期选取各大媒体7大下载“热”图,选取时间为2018年3月16日至4月15日。





🕒 **花海列车**

2018年4月1日，北京，居庸关S2线火车交汇，看似相遇，实则是擦肩而过，形似“太极”图案。



🕒 女王祷告

当地时间2018年3月29日，英国温莎，英国女王伊丽莎白二世在圣乔治教堂出席濯足节祷告仪式。



🕒 和平万岁

当地时间2018年3月16日，从东古塔的叛乱控制区撤离的叙利亚平民在首都大马士革东北郊由政府控制范围内的一所学校聚集，然后再迁往其他地区。



🕒 公民机器人

当地时间2018年3月21日，尼泊尔加德满都，人形机器人索菲亚在当地参加会议。2017年10月，沙特阿拉伯授予由美国汉森机器人公司生产的索菲亚机器人以公民身份，使其成为全球第一个获得人类公民身份的机器人。



🕒 鹈鹕吞鱼

当地时间2018年3月16日，美国佛罗里达州卡纳维拉尔角，一只馋嘴的鹈鹕张大嘴巴想一口吞下刚捕获的鱼，最后，它成功了。



微信扫我 意向往期视觉榜



🕒 泼水庆节

当地时间2018年4月1日，匈牙利北部小镇迈泽克韦什德，身着民族服装的当地小伙子向姑娘泼水以庆祝复活节。



🕒 “泄密门”作证

当地时间2018年4月10日，美国华盛顿，脸书公司创始人兼CEO扎克伯格出席美国参议院商业、科学和运输委员会及司法委员会联席听证会，为脸书公司近日来发生的“泄密门”作证。

探索

Exploration

网络传播规律之探索，
网络传播之前沿学术探讨，业界交流之精神家园。



短视频与直播行业发展趋势观察

短视频与直播的整改与规范将影响行业走向,内容质量安全将成为短视频和直播行业的生命线

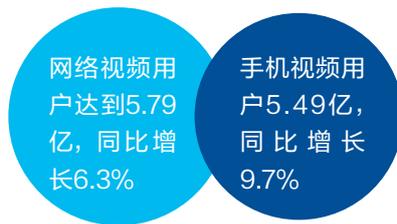
文 / 刘鹏飞

随着4G普及、可预期的5G应用,短视频和网络直播必将进入蓬勃发展阶段。网络短视频在移动端飞速增长,也有力地助推了互联网经济。在近年很多重要活动和突发事件中,媒体运用短视频、航拍等手段,策划新媒体作品,增强了报道感染力和传播效果。纵观网络视频行业,呈现出诸多新特点。

同时,短视频网站上的各种违规、低俗和不良内容问题也引发社会关注。2018年,包括快手、抖音、美拍和秒拍在内的所有短视频行业平台进入整改期,自2018年3月起,已有多家平台被约谈或点名批评。在经历整改之后,行业未来格局将会发生哪些变化呢?

网络视频行业特点分析

移动网和手机成为网络视频第一终端。据智研咨询报告显示,2017年,中国移动宽带4G用户总数占手机用户的65.1%。用户使用4G观看短视频的习惯正在养成,短视频将拥有广阔的流量市场空间。据速途研究院报告分析,越来越多的用户从图片和文字相继转入短视频App。据CNNIC报告显示,截至2017年12月,网络直播用户规模达到4.22亿,同比增长22.6%。其中,游戏直播用户规模达到2.24亿,较去年底增加7756万;



网络视频用户与手机视频用户规模对比

真人秀直播用户规模达到2.2亿,较去年底增加7522万。网络娱乐应用中网络直播用户规模年增长率最高,达到22.6%,其中游戏直播用户规模增速达53.1%,真人秀直播用户规模增速达51.9%。网络文化娱乐内容进一步规范,行业营收进一步提升。

截至2017年12月,网络视频用户达到5.79亿,同比增长6.3%。手机视频用户5.49亿,同比增长9.7%。此外,即时通信工具的使用人群增长至7.2亿,占全部网民使用率的93.3%,同比增长8.1%。各类社交媒体和即时通信工具的股份转发,也是短视频和直播在移动互联网人际传播的重要方式。

网络视频行业和市场的多层次布局与演变。据MobData数据显示,截至2017年11月,短视频App在装量的前三

名分别为快手、西瓜视频和火山小视频,其中快手以超过第二名三倍的优势雄踞榜首。从日活跃用户数来看,快手遥遥领先,西瓜视频的日活跃用户数也超过百万级,抖音、火山小视频、美拍和秒拍的日均活跃用户数也较高。

据分析,网络视频行业已分化成为五大梯队。一是大量短视频社交类、聚合类或工具类分享网站;二是一些传统的视频分享网站;三是视频下载播放软件,如迅雷、暴风等;四是聚集年轻人的亚文化视频网站;五是网络电视智能化家庭生态,如边锋、小米、大麦盒子等。

从深层看,用户群体一定程度上决定了行业分层表现。互联网短视频有继续向低龄群体渗透的趋势。腾讯视频、爱奇艺、优酷土豆居于短视频的传统第一阵营。年轻人聚集的B站、A站等二次元弹幕网站等异军突起。快手、秒拍、西瓜视频等短视频和直播类应用持续火爆,占据了非常庞大的市场。另外,央视新闻客户端、人民日报客户端等,也纷纷上线短视频频道,实现了强大的流量导入。

短视频文化工业式生产出现增强的迹象。据分析,从来源看,短视频的内容生产模式逐渐由原先的“UGC+PGC”向“UGC+PGC+OGC”转型(UGC指个人



原创制作发布短视频，PGC指专业或半专业化创作团队发布制作短视频，OGC指完全专业化机构制作短视频）。

从内容看，在各种类型风格的短视频中，搞笑幽默类短视频最受欢迎，受到约61.4%的短视频用户追捧，其次是生活技能类，占比44.7%。新闻现场类、娱乐明星类和时尚美妆类视频观看率接近，均超过3成。从时长看，1至2分钟最受短视频用户欢迎，其次是31秒到60秒。短于10秒和超过5分钟以上短视频点击率大大降低。这些都适应了移动互联网时代碎片化、快节奏传播的特点，受到年轻人的欢迎。

在这种消费趋势下，各视频网站用

户付费明显增长，收入结构更健康。首先，网络视频用户快速增长，黏性大。其次，多元化盈利模式扩展收入。贴片广告、PGC内容品牌植入、电商合作“屏购”模式、大型线下互动体验活动、会员定制付费等纷纷出现。再次，整体市场环境向好，如打击盗版盗链、付费订阅增多、移动支付安全环境改善、主流视频网站联合购剧分摊成本、降低自制视频成本等。

视频网站加强产业生态布局，资本概念走热。硬件上，视频网站涉足手机、电视、盒子及VR（虚拟现实）等设备开发抢占入口；营销模式上，试水“视频电商”；产业布局上，成立影视公司，向上

游内容制作产业链延伸，与泛娱乐产业链深度联动变现。

影视与视频概念在资本市场备受青睐，收入丰厚。尤其是唐德影视、万达院线和江苏有线3家新公司。人民网和上海报业集团曾扶持面向90后的个性化推荐移动资讯阅读客户端“唔哩”，2017年领投梨视频，也引发业界关注。此外，广电行业通过整合资源调整布局加速媒介融合，整体受冲击严重，央视、芒果TV等头部梯队较有竞争优势。

网红时代到来，各类IP走红、内容创业层出不穷。2016年，微视频已经逐渐挑起了内容营销的大梁。“网红”爆红媒体圈，直播市场突破300亿元。短视

频产业迎来井喷式发展，资本频频出手，BAT跑马圈地，平台大战日趋白热化。2016年以来，国家网信办、文化部、国家新闻出版广电总局等相继发布互联网直播、短视频等服务管理规定，为网络视频直播和“网红”的野蛮生长画上了休止符，整个行业进入整改、规范期。据最新预测，全国网络原创节目达到数百万个，涵盖了网络剧、微电影、网络综艺等。网络视频市场规模高速增长，2017年预计超过800亿元。2018年，或在相关垂直领域出现增长，市场规模有可能扩大。网络主播的职业规范化发展成为行业趋势。

网络视频内容监管与规范化不断推进。据CNNIC报告显示，政策监管方面，2017年网络直播行业的内容监管力度持续提升，违法违规直播内容治理成效显著：4月，国家网信办首次根据《互联网直播服务管理规定》关停了18款传播违法违规内容的网络直播类应用；6月底，文化部部署全国29个省的文化市场综合执法机构开展查处工作，对50家主要网络表演经营单位进行集中执法检查。YY直播、龙珠直播、火猫直播等30家内容违规的网络表演平台被查处，12家网络表演平台被关停。至2017年下半年，各网络直播平台的违法违规内容已经明显减少，行业内容规范已经基本形成。

在内容监管方面，国家新闻出版广电总局宣布仅2017年上半年就处理了

155部违规的网络原创节目，并且未来将坚决杜绝问题节目以“未删节版”或者“删减内容花絮”的名义在网络上播出，以规范行业内容发展。在精品化方面，爱奇艺和优酷与海外版权方达成内容授权协议，通过引进海外正版视频资源提升其内容竞争力。

虚拟现实、增强现实、人工智能成为行业新风口。腾讯研究院称网民中潜在VR消费人群约为3.44亿。阿里巴巴甚至推出了虚拟商店“buy+”应用。清华大学《VR的新浪潮》报告称，目前国内VR市场还处于启动期，VR市场规模将以每年3至5倍的增速加速扩张，2020年将达到550亿，资本推动更多企业涉足VR领域，VR设备更多向消费级市场拓展。预计VR的普及速度会慢于智能手机、可穿戴设备，但快于无人机。人工智能(AI)在视频制作和网络游戏等领域潜力不可限量，已成为网络新引擎。

短视频与直播行业发展趋势

从短视频产品供给来看，在扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，提高质量和效率。从行业自身发展来看，网络视频行业移动化、精品化、生态化进程将得到持续推进。

第一，新技术应用是未来竞争的关键。视频直播云终端、平衡车、VR、无人机、人工智能硬件、直播云镜头都成为新装备。

第二，狠抓产品、用户体验是王道。多样化优质资源的产品供给非常重要，应该努力做好App、手机端入口形式。加强平台化建设，运用“众包”思维，给网友提供视频发布分享平台，优化用户体验。

第三，在节目理念方面，手机端受众的选择面非常广，那么如何增强吸引力？加大对年轻人的吸引力，必须要接地气、强社交，用他们喜闻乐见的形式，加强对表现形式的多元化探索，用更为有趣和灵活的呈现方式。

第四，短视频、直播平台内容监管治理将成为热点。对于公众最为反感的低俗、色情、暴力、恐怖、谣言、自虐、异食等问题，以及奢靡、欺骗、恶搞、放大不公等诸多问题将引起网民及有关部门的反思。短视频与直播的整改与规范将影响行业走向。内容质量安全将成为短视频和直播行业的生命线。

第五，互联网平台应与传统主流媒体相互借鉴，加强合作，增强内容的规范化和公信力，进行优势互补，避免被主流消费市场边缘化。当前传统媒体谋求转型，报纸最为积极，广播电视则拥有丰富资源和能力，开始以短视频和直播为突破口。除打造自有品牌外，向新兴的聚合型短视频平台借力，各自内容双向传导，既扩大了资源渠道，也能拓宽流量实现互利共赢。■

(刘鹏飞：人民网新媒体智库高级研究员)

从短视频产品供给来看，在扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，提高质量和效率。从行业自身发展来看，网络视频行业移动化、精品化、生态化进程将得到持续推进。

矩阵型组织结构优化短视频业务

传统媒体特别是平面媒体短视频业务模式，还面临着许多困难。从人力资源特别是组织结构入手，可在一定程度上帮助平面媒体优化短视频业务模式

文 / 方胜

近两年来，短视频成为媒体界的热话题，也吸引了大量传统媒体的投入。但纵观传统媒体特别是平面媒体短视频业务模式，还面临着许多困难。

从内容角度看，现有的短视频新闻产品普遍缺乏全行业共通的品质，在内容呈现的表现力上明显不足，画面普遍较为平淡，制作较为随意，且不同媒体的产品之间辨识度较低。从渠道角度看，多数媒体机构尚未探索出适合短视频的内容分发模式，对社交平台、新闻聚合类平台的重视程度较低，未能根据不同平台的特色进行个性化、定制化生产。

新闻产品的生产极大地依赖于人才。可惜的是，纸媒的人才结构与移动短视频领域的人才需要相差甚远。记者编辑

仍然是短视频的采编主力，但他们的转型难度非常高。而且，如果不能做到持续的内容输出，短视频品牌很快就会被淡忘。拍一个红极一时的短视频有可能，但要围绕主题持续生产短视频却很难。这也决定了要做好短视频，单兵作战或者小团队作战的成功率极低。这进一步增加了平面媒体发展短视频业务的困难，也意味着从人力资源特别是组织结构入手，可在一定程度上帮助平面媒体优化短视频业务模式。

短视频业务人力需求

短视频类型多种多样。从平面媒体的视角，可以将其大致划分为资讯类短视频和非资讯类短视频。其中，资讯类短

视频又可以简单划分为突发类和计划类。

一部较完整的视频按照时间划分，通常需要策划、拍摄、后期三个阶段。每个阶段的主要工作人员都不同。此外，根据视频的内容不同、要求不同，还有特技、动画、财务、会计等辅助性人员。虽然一部大型的视频作品涉及的工作人员甚至可能多达上千人，但核心的岗位主要是导演、编剧、摄像、剪辑等。对于突发类短视频拍摄，至少需要摄像、剪辑这两个步骤，而计划类的短视频则需要更多岗位。

对应平面媒体现有的人力资源结构，可以发现编剧或者策划这一岗位和现有的采编人员中记者编辑是较为对应的。因为这一岗位主要承担策划、创意，以及后



图1: 矩阵型组织结构



图2: 平面媒体短视频业务矩阵型组织结构图

期字幕内容的提供等工作。而摄像这一岗位可由摄影记者经过一定的培训后担任。但是导演和后期这两个岗位较为专业，特别是后期，一般的文字或摄影记者不太具备这方面的技能，这就造成了平面媒体发展短视频业务与现有人力资源结构之间的矛盾。

为了解决这种矛盾，一些传统媒体开出了“全员培训”的药方。对人员进行有针对性的培训固然是迎接媒体融合、主动转型求变的有效途径，但是从社会发展的角度看，社会分工反而是技术进步的结果；从生产效率提升的角度看，让专业的人做专业的事着实更为可行；从媒体变革发展的过程来看，全员转型恐怕既无必要也并不现实。比如，我们依然希望评论员写评论，并没有必要要求其掌握短视频制作片头或者挑选配乐的技能。

因此，“全员培训”更多只是反映了新变革来临时，平面媒体的一种更为稳妥的应对措施。积极拥抱短视频的新业务，需要更为主动的组织结构调整，从而激发人力资源活力，推动人才结构升级。为此，本文提出了适应短视频业务需求并契合媒体既有条件的矩阵型组织结构。

矩阵型组织结构的特点

媒体一般采用直线——职能型组织结构。这种组织结构适合业务较为稳定的组织。对于媒体而言，即行政、财务、人力等部门采取职能式组织结构，而采编业务部门采取直线型组织结构直接对编委会负责并保留集权特征。

但是，短视频内容来源与现有的采编部门实际上有一定的重叠。比如，一条春运题材的短视频，既存在原有采编部门负责交通条线的记者，又存在负责短视频业务的部门，这可能会造成线索响应慢、资源重复配置或者权责不明。更为重要的是，导演、摄像、剪辑等短视频业务制作的核心人才正是平面媒体并不具备或相当匮乏的。因此，直线——职能型组织结构对于短视频业务就显得僵化，而应采用更为柔性的组织形式。一种组织行为学中的柔性化组织——矩阵型组织结构就可以满足平面媒体发展短视频业务的需求。

矩阵型组织结构是率先在美国出现的组织形式，1981年美籍日裔管理学家William Ouchi在《Z理论》一书中提出后，其被扩展到世界各地。矩阵型组织是一种非长期固定性组织，是在直线职能组织系统基础上，再增加一种横向的领

导系统。矩阵型组织结构具备职能部门化和产品部门化的优点，并为每一个产品线提供了清晰的职责界限。它能够促进复杂而独立的项目得到协调，同时保留组合职能专家的经济性，使生产不同产品时实现特殊或者稀缺资源的共享。其组织结构如图1所示。

短视频业务组织结构设计

基于以上对于矩阵型组织结构的特点以及媒体业务特殊性的考量，一种平面媒体内部针对短视频制作的矩阵型组织结构可以如图2所示。

当考虑到记者的工作具有很强的独立性，即使划归到同一个采访部门的记者报道领域也可能大相径庭，因此同一个采访部门的短视频项目也可以如图3划分。在这里，记者单元既可以是单独一位记者，也可以是一组记者，比如跑某个条线的记者组合AB角，甚至是跨采访部门的组合也是完全可以的。

与以上两种短视频业务矩阵型组织结构相对应的短视频业务部门的组织架构可以如图4所示。

矩阵型组织架构的优点很多。其一是盘活现有的人力资源，让平面媒体视频制作人才得到更加充分的利用。平面媒

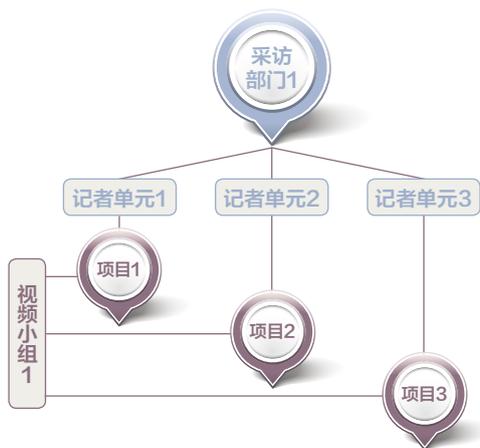


图3: 同一采访部门内短视频业务矩阵型组织结构图



图4: 平面媒体短视频业务部门组织结构图

从短视频业务的特点来看，平面媒体面临着亟待解决的许多更重要的问题，譬如分发方式、内容定位、持续生产、变现通道、能力提升等等，更面临着其他各种媒体机构强有力的竞争，这些都需要平面媒体人不断努力，在积极尝试中寻求突围。

体一般没有导演或者后期制作这样的岗位配置，现有执行视频拍摄的不少是摄影记者兼任，在大规模人力增配不现实、又要保持相当产出量的情况下，显然充分利用现有人才资源十分重要。将视频小组作为横向人力配置的单元，充分盘活和利用了人才资源，同时又符合视频制作的规律。其二是梳理了条线关系，划分了责任，促进了积极性，并提供了考核或奖励的制度基础。没有采取这种模式的平面媒体，短视频制作主要由名为“全媒体视频影像部”或者“影音工作室”之类的专门部门负责，但实际上其资讯类新闻线索相当匮乏，或者主要依赖于传统采访部门提供，这就造成了反应缓慢或缺乏素材。而传统采访部门自行采集的新闻视频，往往质量较为低下，这与当前资讯类短视频逐渐超出UGC（用户生产内容）、过渡到PUGC（专业用户生产内容）的趋势并不相符。矩阵型组织结构则很大程度上消除了这一弊端，将前端的采访部门与后端的视频制作部门打通，考核上可以双重考核，促使采访部门主动策划、寻找线索并全程参与制作，既提升短视频新闻产品的质量，又在真正意义上促进人力资源转型。

矩阵型组织结构的应用

短视频是新生事物，平面媒体在涉足这一领域的过程中不可避免面临许多

问题。

第一，矩阵型组织结构并非发明创造，甚至传统媒体在短视频业务领域内应用类似的组织结构也已有先例和成功经验。比如，《海峡导报》为短视频制作成立了新媒体视觉部，负责视频采集的摄影记者也同时为报纸的版面配图，因此这实际上也是矩阵型组织结构的体现。但是，本文首次明确地提出这一组织结构适用于平面媒体发展短视频业务，有助于同业进一步认识到组织结构的重要性和对于业务发展的促进作用，从而更多在实践中予以应用。

第二，矩阵型组织结构不仅适用于短视频业务，实际上也适用于其他新型的媒体业务。在技术进步的推动下，媒体正处于大发展大变革的时代，H5、动图、直播、答题等新生的传播形式层出不穷。矩阵型组织等柔性组织结构，普遍具有灵活多变、适应力强、充分利用稀缺人才、盘活现有人力资源的特点，也为新的媒体产品以及培训、咨询、舆情应对、新媒体代运营等其他新业务开展提供了可参考的组织模式。

第三，短视频业务等新业务的发展、建设不是一蹴而就的，矩阵型组织结构也只是在组织结构上提出了一种较为可行的思路，绝不是其他方面资源投入的替代，也不能解决传统媒体短视频业务发展的所有人才问题。从矩阵型组织结

构自身来看，其有成员轮换大、双重领导等固有压力需要克服；从短视频业务的特点来看，平面媒体面临着许多亟待解决的更重要的问题，譬如分发方式、内容定位、持续生产、变现通道、能力提升等等，更面临着其他各种媒体机构强有力的竞争，这些都需要平面媒体人不断努力，在积极尝试中寻求突围。[4]

（方胜：《深圳特区报》民生面对面工作室主任）

参考文献

1. 常江、王晓培：《短视频新闻生产：西方模式与本土经验》，《中国出版》，2017年版，第3-8页。
2. 黄少毅：《让报纸内容有声有色》，《海峡导报》，2016年第1期，第97-98页。
3. 官建文：《传统媒体跟上短视频的節奏了吗》，《新闻与写作》，2017年第4期，第60-61页。
4. 李丹：《地方媒体发力短视频的着力点与补短板之策》，《中国记者》，2017年第5期，第71-73页。
5. 潘曙雅、王睿路：《资讯类短视频的“标配”与前景》，《新闻与写作》，2017年第5期，第75-78页。
6. 张译心、宋新华：《传统媒体转型大潮中的短视频应用》，《新媒体研究》，2017年第14期，第101-102页。
7. 曾光、睦丽莎：《资讯类短视频的发展趋势研究》，《青年记者》，2017年第5期，第84-85页。
8. 曾瑞阳：《探析〈杭州日报〉“杭+”视频3000万+播放流量之路》，《中国记者》，2016年第10期，第60-61页。

论网媒在社会发展中的责任担当

网络媒体必须担负起其应有的职责，加强网络从业人员的综合素养和新闻专业水平，在纷繁复杂的网络信息传播中，把好政治关、导向关，严于律己，紧跟时代，勤于学习，努力做一名让党和人民放心的合格网络媒体人

文 / 孙玲姿 崔景友

这些年，随着互联网，尤其移动互联网的深入发展，网络媒体已经发展成为主流媒体。作为党的喉舌，其首要任务是报道新闻，及时反映社会变化。大众传播学家哈罗德·D·拉斯韦尔在其论文《传播在社会中的结构与功能》中写道：在动物社会里，社会成员扮演着专业分工的角色，有的从事环境监视，责任担当“哨兵”，在距离动物群较远的地方活动，警戒着周围环境，一旦发现威胁就立刻大声吼叫起来，运动着的动物群一听到“哨兵”的吼叫声、啼鸣声、尖叫声，便会应变而迅速地行动。在人类社会里，媒体就扮演着敏感的瞭望者角色。由于网络媒体的易于传播性以及容易滋生各类舆情，相比起传统媒体，网络媒体担负的社会责任更大。作为社会瞭望者，网络媒体必须在社会发展中义不容辞地担负起重要职责。

反映民众的呼声

新闻媒体既是党和政府的喉舌，更是人民的喉舌。《中国新闻工作者职业道德准则》中将“全心全意为人民服务”列为新闻职业道德准则之首，并开宗明义地指出：“要忠于党、忠于祖国、忠于人民，把体现党的主张与反映人民心声统一起来，把坚持正确导向与通达社情民意统

一起来，把坚持正面宣传为主与加强和改进舆论监督统一起来，发挥党和政府联系人民群众的桥梁纽带作用。”

习近平总书记在“4·19”网络安全和信息化工作座谈会上指出，网信事业发展，必须贯彻以人民为中心的发展思想，让互联网更好造福人民。因此，网络媒体守望社会的视线不仅要投向党和政府的决策，还要更多地投向广大人民群众的现实生活。

网络媒体全心全意为人民服务的内涵是十分丰富的，其表达形式也是多种多样的。一方面，要把党和政府的路线、方针、政策传达给群众；另一方面，要及时充分地把人民群众的呼声、愿望和要求传达给党和政府作为决策的依据。由于易于操作，在过去较长一段时间里，不少网媒可能更偏向于前者，在深刻反映广大人民真实生活状态、表达群众内心呼声，服务于广大人民群众的报道方面显得较为单薄。网络媒体区别于传统媒体的一个重要方面，就是可以利用其技术优势，通过打造网络平台，更好地反映民情、民意，更加深入地服务群众。这些年，不少网络媒体做出了积极有益的探索。人民网“地方领导留言板”、红网“百姓呼声”、大河网“焦点网谈”、奥一网“网络问政”、胶东在线“网上民声”、中

国宁波网“对话”等一系列民生类栏目形成了网络媒体的一股清流，为群众解决问题打开了一扇窗户，提供了一条有效渠道，解决了群众“办事难、办事慢、办事繁”的问题，促进了社会和谐发展。

网络媒体的发展改变了新闻媒介单向传输的局面，“两微一端”等全媒体格局为网络媒体在民生服务方面提供了巨大空间，越来越多的网络媒体也把民生服务移植到移动端，充分发挥其更为快捷、方便的特点。必须充分发挥新闻媒体联系广大群众、反映民情民意的作用，让新闻媒体更好地为人民服务、为构建社会主义和谐社会服务。

营造健康舆论环境

互联网的发展加速了舆论的形成、传播与扩散，尤其是随着微信、微博等自媒体的发展，一些不负责任的言论满天飞，谣言不断，在海量的信息和所谓的“大V”和“公知”面前，很多网民容易失“聪”致“盲”，失去判断力，从而迷失方向，破坏了社会安定，为发展带来了巨大隐患。

凝聚社会各界力量，实现伟大复兴的中国梦，需要有一个健康和谐的舆论环境。在“4·19”网络安全和信息化工作座谈会上，习近平强调，要建设网络良

好生态,发挥网络引导舆论、反映民意的作用。要本着对社会负责、对人民负责的态度,依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传,培育积极健康、向上向善的网络文化,用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会,做到正能量充沛、主旋律高昂,为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。

做好网上舆情引导,网络媒体责无旁贷。特别是面对移动新媒体的发展,网络媒体更要摆正位置,发布权威声音,强势占领舆论阵地。

作为网络媒体,必须始终坚持正确的舆论导向,必须以正面宣传为主。作为环境的监测者,面对社会发展中遇到的新问题,必须以公正客观的态度,以建设性的姿态正视和解决问题为导向,而不是片面地渲染和放大。监督性报道同样也能成为舆论引导的有力工具。首先,把握好选题。要多反映来自第一线的声音,从人民群众关心的问题切入,把经济和社会生活中的难点、重点和人民关注的热点有机结合起来,使报道发挥上下沟通、释疑解惑的作用。监督性报道不仅仅是对社会现实的反映,同时还是塑造

和建构,在网媒赞成什么和反对什么、强调什么与淡化什么等报道倾向之下,扶正祛邪、弘扬正气的舆论强势便会形成。其次,准确把握报道时机。当选题确定之后,什么时候报道就成为报道是否成功的关键。时机把握不当,就会引发一些社会矛盾或加剧社会问题。客观、准确、及时、全面、深入地报道,可以帮助受众更好地把握时代脉搏。

推进公民道德建设

社会主义核心价值观的主要内容就是:富强、民主、文明、和谐、自由、平

2017年12月4日,第四届世界互联网大会“网络传播与社会责任——新时代、新机遇、新担当”论坛在浙江乌镇举行,来自媒体机构、互联网公司、科研院所的近300人参加分论坛。图/本刊记者 刘沁娟 摄



等、公正、法治、爱国、敬业、诚信、友善。在全社会提倡诚信友爱的道德精神，是社会发展的迫切需要。

作为大众传播媒介，网络媒体可以对此发挥其独到的作用。《公民道德建设实施纲要》指出：“大众传媒……对公民道德建设有特殊的渗透力和影响力。”传播学家将社会现实分为三种：客观现实、媒介真实与主观真实。在现代社会，个人头脑中形成的对世界的看法或认识，时时受到媒介对客观真实的符号化再现的影响，在个人意识与客观现实之间，已经不可避免地插入了一个媒介真实，它不

断影响、限定和修改着个人的态度与行为。媒介对公民道德建设的渗透力和影响力主要就是通过媒介真实对个人意识的影响来实现的。

新闻媒体不仅仅要做好由社会分工决定的本职工作，还必须承担更多的社会道德责任，在社会上产生舆论向心力，引导人们向上、向善的本愿。营销学家菲利普·科特勒也认为，企业应该积极参加公益活动，通过活动“树立一种公民的特征，而不仅仅是一种商人的特征，就能够引起人们的兴趣、尊敬和忠诚。”媒介超出社会分工之外去推动“应该”的事，去承担道德义务，把客观现实中的诚信友爱之人之事进行符号化再现，形成道德典型、道德楷模，进而影响着公众个人意识和行为的形成，这正是符合一般伦理的最高“善”行。

这些年来，由网络媒体策划的公益活动、公益栏目越来越多，均取得了良好的社会效果，在很大程度上唤醒了民众沉睡着的爱心，在全社会形成了友爱互助的道德氛围。这些活动均切入社会热点，通过不断地设置公众话题，吸引公众的注意力，并由此引发种种反应……活动的雪球越滚越大，各种反应催生大量的独家新闻，这又成为网络媒体的新闻资源。新闻报道与事件发展同步推进，网络媒体的影响力因此而增加，同时也使得社会公众的道德实践向前推进。

树立良好道德示范

2016年11月7日，习近平总书记在会见中华全国新闻工作者协会第九届理事会全体代表和中国新闻奖、长江韬奋奖获奖者代表时指出，要坚持正确政治方向，坚持正确舆论导向，坚持正确新闻志向，坚持正确工作取向，做党和人民信赖的新闻工作者。

伦理学认为，在社会中处于不同地

位、不同阶层的人的行为，其道德效应是不同的。地位越高，影响越大，他们的行为感染作用也越强。从职业看，越充分体现社会性和公共性的职业，它关涉到公共领域的事务越重要，关涉范围也越广，它的职业道德建设的社会重要性也就越高。处于社会瞭望哨岗位上的媒体人是享有很高社会地位的职业群体，作为社会信息传播的把关人，媒体人加强职业道德建设尤其重要。

这些年，移动互联网的快速发展为假新闻传播提供了温床。2016年，江西九江发生6.9级地震、上海姑娘逃离江西农村、津巴布韦总统因奥运会没能得奖牌下令逮捕代表团等一系列假新闻使媒体蒙羞。2017年，在微信公众号上，肉松面包上的肉松是棉花做的、高考准考证又丢了等一系列不实信息肆意传播，其中不乏一些有影响的网络媒体公众号在推波助澜。这几年，中国新闻奖评选，每年都会因为上百篇作品出现基础性、事实性错误而被打回。这些事件足以考验着新闻人的智慧和良知。

《中国新闻工作者职业道德准则》要求新闻工作者要积极传播社会主义核心价值观体系，努力践行社会主义荣辱观，恪守新闻职业道德，自觉承担社会责任，敬业奉献、诚实公正、清正廉洁、团结协作、严守法纪，做到政治强、业务精、纪律严、作风正。这些准则为媒体人的道德自律指明了方向。

面对习近平总书记提出的网络强国号召，网络媒体必须担负起其应有的职责，加强网络从业人员的综合素养和新闻专业水平，在纷繁复杂的网络信息传播中，把好政治关、导向关，严于律己，紧跟时代，勤于学习，努力做一名让党和人民放心的合格网络媒体人。■

(孙玲姿：胶东在线网站副总编辑；崔景友：胶东在线总编室主任)



探索传统媒体转型升级的新路径

传统媒体的转型升级，一定要在充分利用和发挥自身影响力等核心优势的基础上，积极拥抱技术革命带来的新机遇和需求，勇于突破，善于创新

文 / 陈静

随着移动互联网、社交媒体、新媒体平台和VR等新媒体技术的出现，人们消费内容的方式也发生着改变。相应地，传统媒体格局和市场生态正遭遇着全新的洗盘格局。

当下，传统媒体无论是收视率、收听率、发行量，还是被关注度、传播力和影响力，都不同程度地陷入困境。在“互联网+”时代，传统媒体如何遵循互联网思维，寻找传统媒体转型路径，进行有效布局，不仅是“老生常谈”的重要课题，更是要直面的重大挑战。

遭遇困境：聚众能力逐步下降

每一个行业中都存在着三类机构组织，它们因数量呈金字塔布局，相互合作，相互依托。这三类机构组织在金字塔中由下至上，分别是塔基（产品层）、塔身（平台层）和塔尖（行业媒体）。

什么是塔基的产品层和塔身的平台层？以电影行业为例，著名演员、导演和编剧，无论他们在拍什么类型的电影，实际上都是在从事产品的生产。当一部电影拍摄制作完成后，需要观众欣赏，于是诞生了行业中的另一类机构——平台。对于电影行业而言，影院就是平台，当然，今天的视频网站也是平台，是行业中的互联网平台。如果要给平台机构下定义的

话，应该是产品与消费者，或者说用户见面的地方。

产品方有一个关键词——“质量”。产品方必须保证产品的质量，这样才能有吸引更多用户的基础，当N个产品都达到较高的质量以后，品牌效应也就产生了。

平台方也有一个关键词——“聚众”。平台方必须保证充足的客流，否则，再好的产品没有用户也达不到理想的传播效果。

而传统媒体既是产品一方，又是平台一方。记者采编的新闻稿件是传统媒体的产品，而传统媒体自身的刊播媒体，就是其平台。曾经，传统媒体平台充满众多用户，其产品（新闻稿件）可以直达每一位读者。

如今，随着科技的进步，互联网传播渠道的兴起，尤其是移动互联网的普及，用户越来越多地选择互联网渠道接收新闻资讯，原有的传统媒体平台的聚众能力正在逐步下降。

但是，传统媒体的产品，无论是在原有平台，还是新平台上，依旧拥有着巨大的活力。即便在互联网新闻平台中，他们也是首选的产品。

突破之路：版权合作取得主动

当下，产品方与平台方的经济合作一

般是分账形式，如电影行业中的票房收入是按比例分成，买断版权的形式较少出现。不过，在当下媒体平台相对集中、内容竞争激烈的市场环境下，传统媒体的境遇就显得颇为尴尬。

比如，一篇在个人公众号发表的文章，被某网站平台转载后阅读量突破1000万，作者却没有收到版权费。而该网站平台一个CPM（千次广告展示）价格大概在10元左右，也就是说，一篇被1000万次阅读的作品，网站收益会在10万元左右。若网站平台采取分账模式，以10%的收益支付版权费，作者会有近万元的稿酬收入。

现实中，在传统媒体与互联网平台的版权合作中，采用以点击量来分账的合作模式是极少的，即便有，点击量也是由互联网平台方提供的数据为准，难免有失公允。因此，传统媒体的互联网版权多数是以平台方买断为主要合作模式。

以上类似的遭遇对于传统媒体来说，可谓比比皆是。在版权收入方面，每年的版权收益不能覆盖采访成本，这确是不争的现实。但目前，全国性互联网新闻资讯平台也就几十家，而能够提供新闻产品的传统媒体却有数千家之众。几千家产品方争着跟几十家平台方谈合作，传统媒体在版权收入的话语权必定处于



2017年12月26日，成都世纪城新国际会展中心，在由新华社和成都市政府主办的第五届中国新兴媒体产业融合发展大会上，全国各地的传统媒体和新兴媒体的传媒大咖们聚集于此，以“深度融合·跨界融合”为主题，热烈展开跨界探讨和交流。供图/CFP

弱势地位。因此，传统媒体要想在版权合作中取得主动，则必须让其产品受到互联网平台方的青睐。

互联网平台欢迎哪一类产品呢？有个词叫“爆款”，说直白就是能够为平台带来更多用户的产品。不过，传统媒体的内容产品形式，大多并不适应日益更新的互联网平台需求。若要跟进，则需要更多的创新与更大的投入。

但是由于传统媒体在互联网版权收益上看不到前景，从而影响了其转向的信心。目前，多数传统媒体的主要内容产品力量仍然在服务于原有的平台，而在互联网平台一方，适应新平台的内容产品捉襟见肘，也限制着行业的发展。

这就意味着，互联网平台与传统媒体产品的合作，是无可回避的。不过，实现高效合作的前提是：双方只有在相互尊重，相互理解的基础上，将合作收益进行公正合理的分拆，让产品方安心专注于质量，让平台方凝神专注于聚众，才能让行业得到健康有序的发展。

专业之路：转型权威行业媒体

传统媒体转型，在千军万马涌向互

联网内容产品这个独木桥的同时，却在另外一条道路上鲜见其身影。这就是前述行业中处于金字塔顶端类组织机构——行业媒体——在某个行业中最具话语权的媒体机构。

行业媒体，也有一个关键词——“信誉”。比如电影行业，人们在选择一部电影时，会根据周边的评价来进行判断，那么，影评家或者有电影排名的豆瓣网，就逐渐成为该领域的行业媒体。

行业媒体一般都拥有一项或者多项权威排名榜业务，在互联网中，被形象地称为“好业务”。“好业务”或者针对产品或者针对平台，激励着行业内的企业或者机构，不断创新不断进取，推动着整个行业向前发展。

而传统媒体最方便的转型方向就是行业媒体。其一，传统媒体都有共同的媒体基因，调查、发布、评论，这是传统媒体人最熟悉的工作方式。其二，传统媒体最适合转型行业媒体，因为他们都以“信誉”为生命，真实、可靠，是行业媒体立足的根本。

传统媒体转型行业媒体，需要找到自身与这个行业的优势资源，只有拥有这

样的资源，才能够降低准入门槛，也才能够充分发挥媒体作用。

坚守之路：影响力是核心优势

传统媒体转型是一个艰难的过程，但无论有多难，都必须坚守自身的影响力。

传统媒体在传播信息的过程中，承载着宣传党和国家政策方针、舆论监督、提供娱乐、社会协调、文化传承等社会责任。传统媒体通过影响力这个武器，不断改变社会环境、生活理念、思维方式、价值取向，推动着人类社会的发展，丰富着人们的文化生活。

坚守影响力，不仅是传统媒体发展的前提，还是社会和谐稳定的需要，更是传统媒体做好党的宣传工作的使命。可以说，影响力是传统媒体最重要的资源，也是发展中的最核心价值所在。

坚守影响力，传统媒体在转型过程中要重视内容产品的质量。认真梳理每一个选题，认真寻找每一个角度，认真探讨每一个创意，用不断的“爆款”去吸引用户的目光。

坚守影响力，传统媒体要不拘一格地开拓传播渠道。要想方设法在各种渠道中曝光自己的产品与品牌，下大力气做好“两微”以及其他的人气产品，让自己的内容产品和品牌不脱离公众的视野。

坚守影响力，传统媒体要接触、学习和研究互联网传播技术，对互联网中新的产品保持敏感。一般来说，一款新的产品上线，总是非常渴求内容，最容易达成双方公平的合作。

总而言之，传统媒体的转型升级，一定要在充分利用和发挥自身影响力等核心优势的基础上，积极拥抱技术革命带来的新机遇和需求，勇于突破，善于创新，在持续供给市场喜闻乐见文化需求的过程中，实现自身价值的最大化。■

(陈静：北青网总经理)

浅析高校微信公众平台传播模式

高校微信公众号的受众明确、活跃度高、依赖性大，内容一旦推送即可引发情感共鸣，取得不错的传播效果

文 / 魏娟

2016年，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话，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。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，主动借助新媒体传播优势，推动融合发展。

高校校园媒体在舆论引导和思想宣传方面也发挥着重要作用，是高校传播思想和沟通交流的主阵地。高校校园媒体借助微信平台，对于传播知识、宣传校园精神文明有着巨大的推动作用。传播内容的权威性、受众的精准性也为进一

步扩大高校微信公众平台的影响力提供了可能。高校微信公众平台的运营者也应及时分析受众需要，推送符合广大师生需求的图文消息，从而在潜移默化中引导校园文化的传播。

美国学者拉斯韦尔在《传播在社会中的结构与功能》论文中提出传播过程模式的概念，即“5W”模式或“拉斯韦尔程式”过程模式。本文通过拉斯韦尔“5W”模式，以“西北师大”（西北师范大学官方微信）为例，对微信公众平台的控制、内容、媒介、受众以及效果进行案例分析。

控制分析

微信公众平台的传播方式主要有三

种，即群发推送、自动回复和互动交流。群发推送：“西北师大”周一至周五每天推送图文消息，推送内容多为校园新闻和热点事件。自动回复：自动回复功能一方面大大节省了后台运营者的精力，另一方面又可以快速高效地满足订阅用户的需求。互动交流：公众平台为订阅用户提供一对一的对话服务，后台经营者可以为用户量身打造问题解决方案，通过这样的互动交流机制，更能巩固用户和公众号的订阅关系，有利于建立一个长期的、密切的关注关系。

从传播学的角度看，微信公众平台兼顾了大众媒介和社交媒介的特点。一方面，它可以向用户推送图文消息，此时微信公众平台的运营者就可以看作是传

公众号的发布者在网上或者其他途径查阅资料并且整理成推送文章，这是一级传播；公众号群发推送消息，关注用户阅读为二级传播；用户阅读时将自己喜欢的图文消息转发到朋友圈，这是三级传播；用户的好友将朋友圈里阅读到的感兴趣的推送消息再次转发分享到自己的朋友圈，实现一种信息传播的几何式增长，这说明微信公众平台的传播具有裂变性。

统大众媒介中信息的发布者,实现了一对多、点对面的传播。另一方面,在微信公众平台上,每一个订阅者都可以通过文字、图片或者表情与运营者进行一对一的互动交流,而此时的微信公众平台又具备了双向的互动传播特性。不同于一般的传统大众媒介,微信公众平台的受众定位并不是随机的、模糊的,而是可以精准定位的目标受众。

内容分析

好的内容是新媒体时代吸引受众和扩大公众号影响力的制胜法宝。推送内容真实、及时、有趣、丰富和具有针对性能为公众号添色不少。“西北师大”相比其他新媒体,更加注重传播内容的权威性,重视内容的把关,以确保推送内容的准确性。但由于核心受众的年轻化,因此,也兼顾内容的趣味性,提升受众对于推送内容和公众号的认同感。

“西北师大”推送多为原创内容,有固定栏目。周一师苑讲坛,品味课堂精彩,集汇专家思想,传播先进理念;周二师大轶事,沿循历史足迹,讲述师大故事,凝练师大精神;周三印象师大,定格唯美西师,聆听校友心声,寻找毓苑记忆;周四西师有我,推介学人风范,展示学子魅力,书写淳朴情怀;周五木铎之声,邀约闪烁繁星聆听木铎金声,畅想心灵远游。同时,不定期推送大型原创策划,选题丰富,多为广大师生感兴趣的热点话题。

媒介分析

作为新兴社交媒体的代表,微信的信息传播主要借助于智能手机这个媒介载体,而微信公众平台的传播很好地利用了智能手机的特点。从“西北师大”的后台数据可以看出,微信公众平台的订阅用户使用的终端几乎全是手机。



西北师范大学官方微信关注人数地域分布

从这个角度看,公众号的发布者在网上或者其他途径查阅资料并且整理成推送文章,这是一级传播;公众号群发推送消息,关注用户阅读为二级传播;用户阅读时将自己喜欢的图文消息转发到朋友圈,这是三级传播;用户的好友将朋友圈里阅读到的感兴趣的推送消息再次转发分享到自己的朋友圈,实现一种信息传播的几何式增长,实现了微信公众平台信息传播的裂变。

受众分析

每个微信公众号都有属于自己的目标受众,通过目标受众的定位,来确定公众号的推送方向和风格。

“西北师大”截至目前的累计关注人数是14689人,甘肃省订阅用户10609人,北京市订阅用户365人,陕西省订阅用户365人,新疆订阅用户277人,广东省订

用户237人,山东省订阅用户208人,河南省订阅用户198人,江苏省订阅用户159人,浙江订阅用户141人,未知区域订阅用户170人。从用户分布区域的数据中不难发现,作为在甘肃省的高校,“西北师大”的主要用户集中在甘肃,而西北地区、北方地区的用户订阅数也明显高于南方沿海地区。

和其他微信公众号不同,高校微信公众号的受众,多为在校的学生、教职工、校友以及其他关注学校的社会人士,而这些用户对公众号的忠诚度和信任度也会比较高,而基于这样精确的人际传播的可信度和影响力也就会比较高。由于高校公众号的传播内容多以学校事件为主,所以公众号和订阅用户会形成一种密切的关系,借助这种关系,高校公众号在信息传播方面具有一定的优势,同时也会和其订阅用户达成一种巩固的、良好的互动机制。

效果分析

作为新兴社交媒体,影响微信公众平台传播效果的因素众多,结合拉斯韦尔“5W”模式,主要可以概括为:公众号本身主观因素和订阅用户客观因素。

公众号是否具有权威性、功能设置是否符合受众要求是影响传播效果的重要因素。“西北师大”由西北师大新闻中心直接管理,可以代表学校发出权威声音,也可以满足订阅用户的基本需要。订阅用户也至关重要,用户的数量和活跃度直接影响传播效果。高校微信公众号拥有精确的订阅受众,他们对于社交媒体的使用较为熟练,也有一定的依赖性。因此,高校微信公众号的受众明确、活跃度高、依赖性强,内容一旦推送即可引发情感共鸣,取得不错的传播效果。 [1]

(魏娟:《兰州晨报》)

舆情回应的权变管理和机制探讨

通过网络舆情回应政策方向与机制问题的分析,探讨网络舆情回应的权变管理和“缓急分流”机制

文/金鸿浩

网络舆情回应,既是党政机关、公共部门在网络舆情处置的一项基本环节,也是加强党务公开、政务公开,推进公信力建设的必然要求。但在舆情回应的实践中,暴露出许多问题和不足。究其原因,这与舆情回应环境的突发性、紧急性与党政机关日常管理的常规性、程序性存在着基本矛盾有关。

如今舆情危机信息公开与回应的政策方向已经基本明晰,但还需要在具体机制上认真研究,为舆情回应常态化、制度化、高效化提供有效的机制保证。

舆情回应的政策方向与机制问题

在较长一段时间内,我国舆情危机信息公开与回应缺乏有效的法律规范。一方面,目前重特大网络舆情的危机回应尚未纳入到国家危机管理机制体系之中。2005年国务院制定的《国家突发公共事件总体应急预案》,2007年全国人大常委会制定的《中华人民共和国突发事件应对法》中规定,突发事件特指自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等实体社会风险的公共事件,虽然上述四类事件往往也伴随着重特大网络舆情的发生,但突发事件应对的现有法律法规针对的主要是实体事件的处理而非舆情回复与引导。

另一方面,政务舆情回应在法律上属于信息公开范畴,而依据《政府信息公开条例》相关规定,15个工作日、最长30个工作日的答复周期,显然不能满足政务舆情回应的需求。

党的十八大以来,党中央、国务院高度重视在党务公开、政务公开中的舆情回应工作。2016年2月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于全面推进政务公开工作的意见》第13条明确提出“回应社会关切,建立健全政务舆情收集、研判、处置和回应机制,加强重大政务舆情回应督办工作,开展效果评估”。2016年7月,《国务院办公厅关于在政务公开工作中进一步做好政务舆情回应的通知》也突出强调了政务舆情“工作机制不完善”问题,强调“各地区各部门要以政务舆情回应制度、回应机制、回应效果为重点”,“对涉及特别重大、突发事件的政务舆情,要快速反应、及时发声,最迟应在24小时内举行新闻发布会,对其他政务舆情应在48小时内予以回应”。

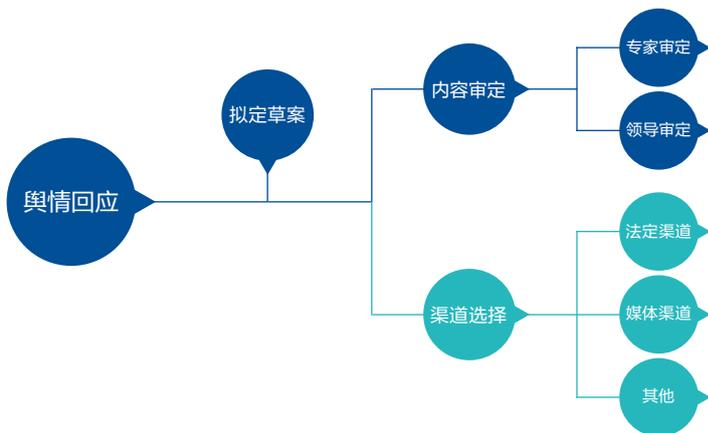
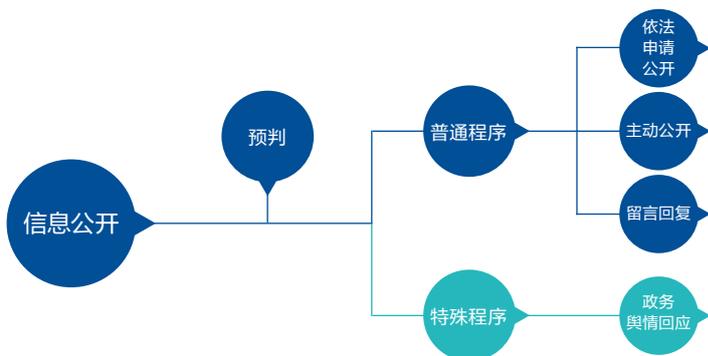
2017年11月30日,经中共中央政治局会议审议通过,正式印发《中国共产党党务公开条例(试行)》,其中第6条规定“党的组织应当根据所承担的职责任务,建立健全党务公开的保密审查、风

险评估、信息发布、政策解读、舆论引导、舆情分析、应急处置等工作机制”。第18条规定“注重党务公开相关信息监测反馈,对引起重大舆情反应的,应当及时报告。发现有不真实、不完整、不准确的信息,应当及时加以澄清和引导”。

舆情回应的时效差、受众体验感低,除了与上述舆情回应制度的模糊性、概括性有关,还来自于党政机构权力交叉、部门内设机构权力交叉的权力结构问题。在过往较长阶段,舆情回应特别是普通政务舆情回应主体、回应客体、回应途径、回应内容都缺乏明确详细的制度规范。

舆情回应的权变管理和流程优化

权变理论(Contingency Theory)是20世纪60年代末在经验主义学派基础上发展起来的管理理论。该理论的核心观点是,外部环境是管理的一项重要变量,在管理实践中要使组织适应环境的多样性、不确定性,必须根据组织的近远期目标、所处外部环境和内部因素的发展变化,采取依势而行的差异化管理方式。这为我们在舆情回应制度机制设计上提供了一个全新的启示。随着舆情发生演化,涉及党政机关、公共组织的外部舆论环境发生重大变化,此时有



必要通过调整优化组织内部因素和差异化管理方式,以适应外部舆论环境变化并采取有关措施化解舆情危机。

首先,建议进一步明确舆情回应的责任主体。新下发的《国务院办公厅关于在政务公开工作中进一步做好政务舆情回应的通知》在明确政务舆情责任方面有了重大进展,对责任主体问题进行概括性的总体规范。一是提出涉事责任部门是第一责任主体(谁主管,谁负责),政府办公厅(室)会同宣传部门承担组织协调工作。二是为解决涉及多个地方、多个部门的政务舆情,提出了对涉及多个地方的“上级主管部门是舆情回应的第一责任主体”,对涉及多个部门的“必要时可确定牵头部门”。建议在配套性落实文件中,实际上不仅仅是“责任到部门”

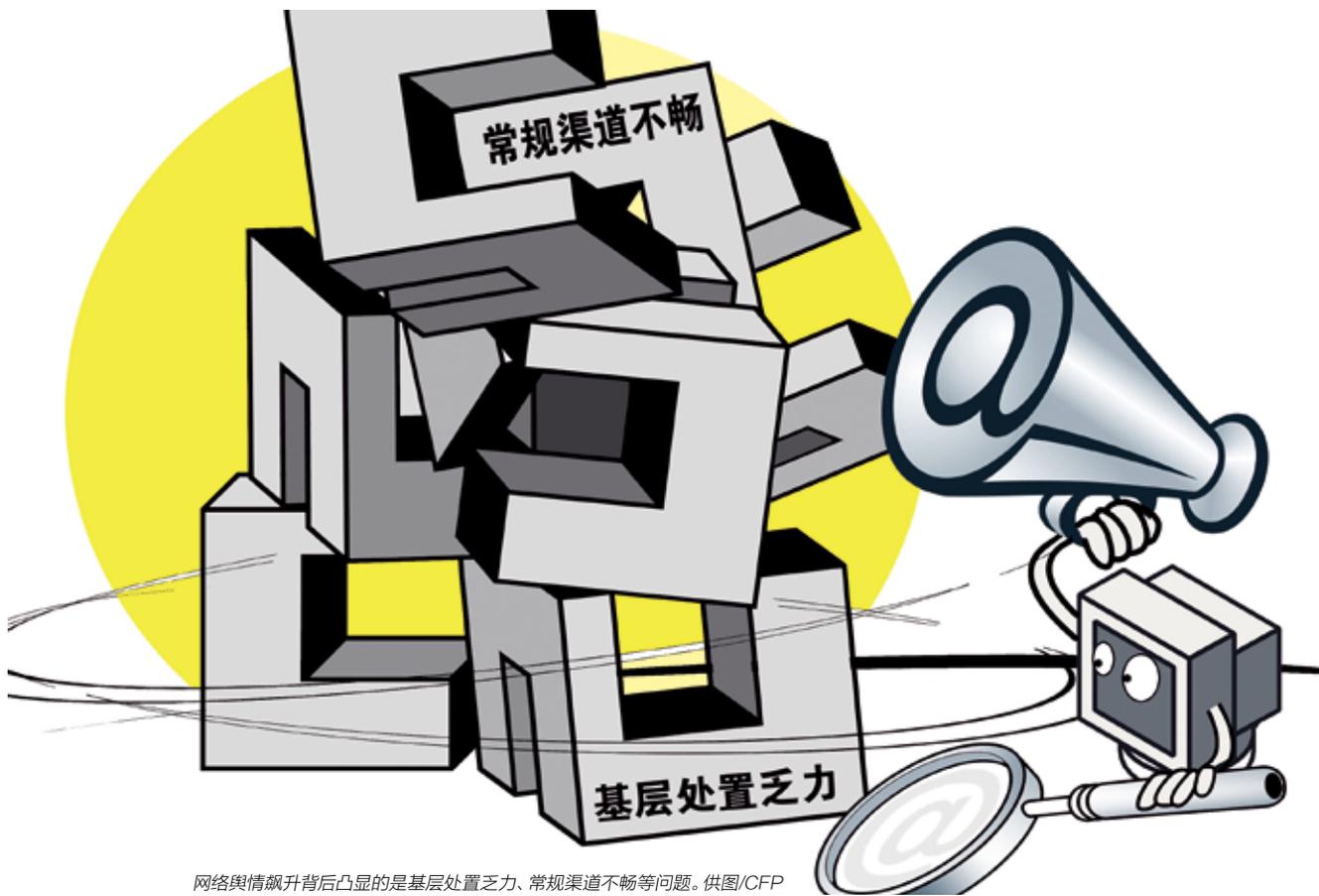
的组织责任层次,更关键的是“责任到人”的干部权责层次。可以由政府办公厅(室)会同宣传部门建立舆情责任人名单(或舆情联络人名单),各单位明确一名班子成员为单位总联络人、各处(科)室明确一位领导干部为联络人,作为直接责任人。各单位、各处室负责人承担领导责任。“明确到人”一方面为方便联络,以保障政务舆情回应特别程序机制的高效运转;另一方面也可以通过明确权责避免“推脱推诿”现象(见图1)。

其次,建议建立“缓急分流”的审批程序和工作机制。“缓急分流”涉及流程重构与优化。具体做法是,将政务信息公开的工作流程通过新设“预判”环节,分为普通程序与特殊程序,普通程序按照行政法规《政府信息公开条例》

的规定进行分流,可以分为主动公开、依申请公开,还有带有政务信息公开性质的官方网站、官方微信、微博、来信、来电的回复。特殊程序主要就是政务舆情回应机制,而政务舆情回应区别于一般程序,有特殊时间限制要求,现有规定要求“最迟应在24小时内举行新闻发布会,对其他政务舆情应在48小时内予以回应”,在各地各单位的实施意见拟定中可以参考实务界对舆情最近回应时间“黄金1小时”“黄金4小时”做法。特殊的快速反应倒逼着流程简化,一种解决路径是:当舆情发生时,在不改变现有传统的层级制组织业务流程上,设计一种高度授权的流程型临时组织形式,即在可能与舆情回复相关的内设机构中设置“舆情联络员”角色,在“预判”为一般舆情后分流至“舆情回应主体”,启动内部联动机制,完成政务舆情回应信息的调查核实-对策研判-报送把关,经领导签发后快速回应。在“预判”为重特大舆情后分流至单位“舆情领导小组”,由单位负责人牵头组织专班完成审批流程。

再次,建议规范舆情回复的基本要素。舆情回应主要是向社会公布针对舆情诉求的客观准确真实全面的信息,同时表达一个良好态度,进行危机公关,取得社会公众信任。舆情回复主要有几个常见类型,要素有所差异:权威发布型舆情回复以事实性信息为主,结论性或原因性信息为辅;辟谣澄清型舆情回复通过切实证据来辟谣虚假信息,以正视听;对策进展型舆情回复,主要公布正在采取和即将采取的对策,这类回复具有严谨性、简明性、通俗性特点,要注重对策的针对性,切忌大而空,切忌空话套话(见图2)。

最后,建议强化舆情回复的内容审定和渠道选择。在舆情处置实践中,不



网络舆情飙升背后凸显的是基层处置乏力、常规渠道不畅等问题。供图/CFP

乏舆情回复“自说自话”“画蛇添足”引发“二次舆情”的现象。因此在简便程序、提升效率的同时要严把质量关，主要方法是内容审定，为舆情回应增加一个内部“把关人机制”，这里的审定笔者将其分为专家审定和领导审定两部分。一般而言，专家审定主要包括两部分专家，一为法律专家，对政务舆情回应内容的合法性进行审查，确保有法可依，有法必依，没有违背法律授权的处置行为或相关表述；二为传播专家，更准确地说还是舆情专家，对舆情回应内容的传播效果进行预判，对部分可能会引起争议，或者“标签化”的词汇进行“脱敏”

处理，对表达方式和态度进行微调。领导审定主要是政治审定，同时也是担负舆情领导责任的直接体现。

通过把关后，需要确定传播的方式。目前，行政法规和规范性文件规定的法定渠道包括《政府信息公开条例》第十五条规定的“行政机关应当将主动公开的政府信息，通过政府公报、政府网站、新闻发布会以及报刊、广播、电视等便于公众知晓的方式公开”。在实践中不同的舆情回复类型的选择渠道也可以差异化，例如权威发布型、对策进展型更适合党政机关的官方报刊、官方网站、两微一端；辟谣澄清型除了在常规

渠道外，有时通过商业媒体、权威专家自媒体进行引导效果可能更佳。同时舆情回应也可以通过“维度转化”方式作为辅助，即根据网络舆情内容针对性组织线下座谈会、宣讲会，对舆情相关的特定人群进行说明，一方面进一步获取更加全面多元的舆情诉求，另一方面也是加强传播，消除信息不对称带来的误解、冲突与对立，变“零和博弈”为“合作博弈”，争取实现共赢。^[1]

(金鸿浩：最高人民法院技术信息中心高级工程师，博士。本文系国家社科基金课题“网上舆论斗争的核心理论与实务方法研究”[项目编号：15BXW056])

局长主任
访谈



微信扫我 查看所有
已更新局长主任访谈

微言大义， 访地方网信领军人物， 谈前沿治网管网理念

精彩不断奉上
敬请关注 ▶

New Media
网络传播

“局长主任访谈”是本刊重点推出的原创栏目，陆续播发各省市网信办主任的访谈文章，聆听他们的网信故事，分享管网经验，传播治网理念。

已受访单位名录：

北京市委网信办、浙江省网信办、贵州省网信办、安徽省网信办、新疆自治区党委网信办、西藏自治区党委网信办、广东省网信办、上海市委网信办、甘肃省委网信办、黑龙江省委网信办、重庆市委网信办、湖南省委网信办、江西省委网信办、宁夏自治区网信办、陕西省委网信办、河北省网信办、湖北省网信办、青海省网信办、内蒙古自治区党委网信办、四川省网信办、成都市网信办、武汉市网信办

欢迎 订阅

邮发代号 80-199
刊号 CN11-5195/G2
发行热线 010-55624928



无网络 不传播

New Media

网络传播

做中国网络传播的旗帜和号角

杂志介绍

《网络传播》杂志是由中央网信办主管、中国网络空间研究院主办的全国网信工作指导性刊物。《网络传播》杂志致力于宣传、解读习近平网络强国战略思想和中央网络安全和信息化委员会及其办公室的重大决策部署和重点工作任务,以丰富权威的资讯、典型翔实的案例、前瞻先导的理论,引领网络传播主流,交流网络传播经验,研究网络传播规律,为互联网管理者、从业者、研究者提供决策依据、实践案例和研究成果。

联系方式

地址:北京市东城区朝阳门内大街190号
电子信箱:wangluocb@vip.sina.com
编辑部:010-55624927
发行部:010-55624928

订阅方法



微信二维码



中邮报亭

1. 全国各地邮政营业网点或邮递员订阅;
2. 中国邮政订阅网 (<http://bk.11185.cn/>);
3. 中国邮政订阅热线: 11185;
4. 下载“手机邮局App”订阅;
5. 扫“中邮报亭”微信二维码订阅。

