

New Media

网络传播

2017年9月号 总第166期

网信战线凝心聚力 “喜迎十九大”



ISSN 1672-7967
9 771672 796171
邮发代号: 80-199



月报
网络赋能文化传播

舆论场
重大主题报道的融媒体表达

探索
从网民结构探讨民意失真的应对

欢迎订阅

邮发代号 80-199
刊号 CN11-5195/G2
发行热线 010-68300133

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、解读习近平总书记网络强国战略思想和中央网络安全和信息化领导小组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:北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A3座403室
电子信箱: wangluocb@vip.sina.com
编辑部: 010-68300129
发行部: 010-68300133

New Media 网络传播



微信二维码



中邮报亭

订阅方法

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。



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

(2017年9月号 总第166期)

主管单位 中央网络安全和信息化领导小组办公室
(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
(按姓氏拼音排序)

陈昌凤	杜骏飞	方兴东	高 钢
胡 泳	李本乾	李良荣	彭 兰
强 芑	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
编辑部主任 马冉冉
运营总监 武 刚
首席选题编辑 刘沁娟
编辑·记者 潘树琼 杨林林 孙语冰 杨 洋
编务 刘 婷

地址 北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A3座403室
投稿邮箱 wangluocb@vip.sina.com
编辑部 010-68300129
新媒体部 010-68300130
发行部 010-68300133
传真 010-68300133
邮编 100044
出版日期 每月28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 10.00 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:

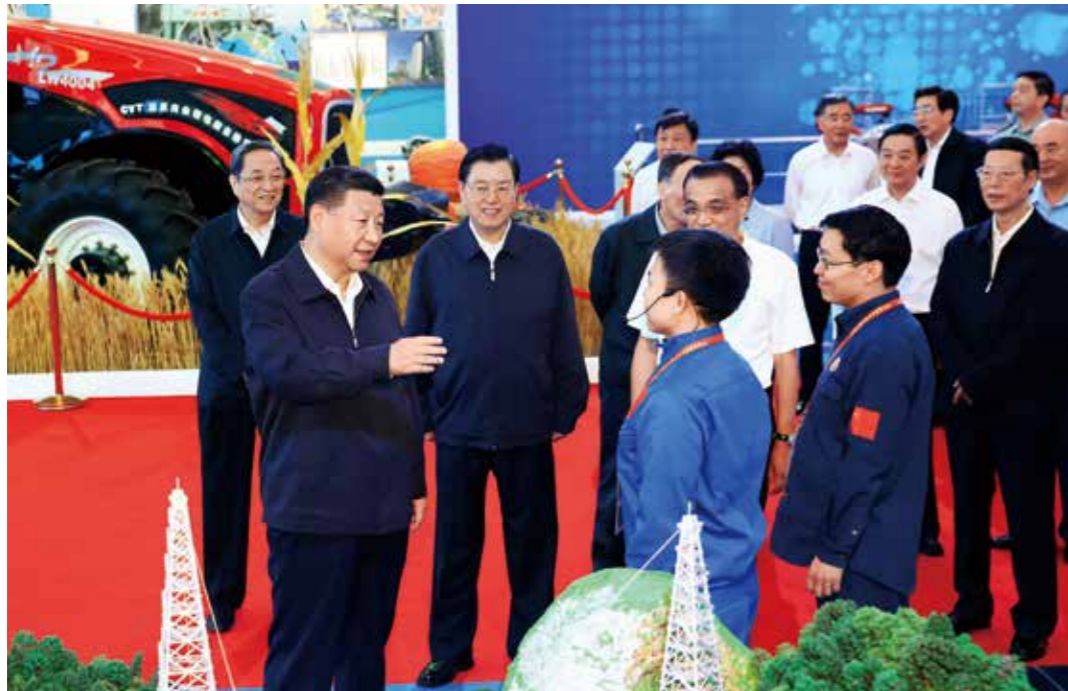
本杂志全部著作,由本杂志社享有相关著作权利。未经本杂志社许可,任何个人及组织不得转载、摘编或做任何利用。如有印刷质量问题或装订错误,请联系北京华联印刷有限公司调换。电话010-87110715

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。

版权
Copyright

New Media 网络传播





8

习近平：为实现中华民族伟大复兴的中国梦继续奋斗

党的十八大以来的5年，是党和国家发展进程中很不平凡的5年。5年来，党中央团结带领全党全国各族人民，统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局，团结一心，与时俱进，顽强拼搏，攻坚克难，推动中国特色社会主义事业取得长足发展、人民生活得到显著改善，党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革



风向

20

- 07 月度速览
- 14 网信战线凝心聚力“喜迎十九大”
- 20 网络安全成就斐然 全民参与共筑防线
- 24 全国“网信普法进校园”活动在京启动
- 28 “网信普法进校园”全国掀热潮
- 30 网信专家授课 开启普法之旅
- 32 普法活动重宣传 网信部门在行动

- 33 努力培育合格的新一代数字公民
- 34 促健康有序发展 筑清朗网络空间
- 38 新规是互联网平台治理的及时雨
- 40 明确主体责任 完善管理体系

月报

- 43 网络赋能文化传播
- 44 这五年，文化之树枝繁叶茂
- 46 活动筑繁荣 引导保规范
- 48 唱响主旋律 网聚文化魂
- 50 文脉颂中华 网媒展现“非遗”之美
- 52 探访“非遗”文化 定格最美瞬间
- 54 “网络文学+”出新高峰
- 55 移风易俗“播”动网络
- 56 以首善标准引领网络文化
- 58 聚焦珍贵瞬间 反映时代切面
- 60 星青年的轻奢文艺之旅
- 61 《名家访谈》自带互联网基因
- 62 网传全球 文化四海
- 64 体翼结合 文化传播无限可能

舆论场

- 67 舆情热点
- 70 重大主题报道的融媒体表达
- 72 五招破解灾难事件中的谣言
- 74 网络传播视觉榜
- 78 中国新闻网站传播力2017年9月榜

探索

- 87 从网民结构探讨民意失真的应对
- 90 融媒体时代的记者融合转型
- 92 社会民生舆情工作的特点与管理
- 94 算法机制对媒体社会责任的影响



50

文脉颂中华 网媒展现“非遗”之美

来自近百家媒体的200多名记者编辑，通过实地采访、亲身体验，深入报道非物质文化遗产的传承发展，生动呈现传统文化的独特魅力



70

重大主题报道的融媒体表达

互联网技术的不断进步，赋予网络新闻媒体内容呈现与传播渠道等各环节不断革新的动能，让重大主题宣传报道在互联网语境中出新出彩，有了更多的创新空间和实现可能



90

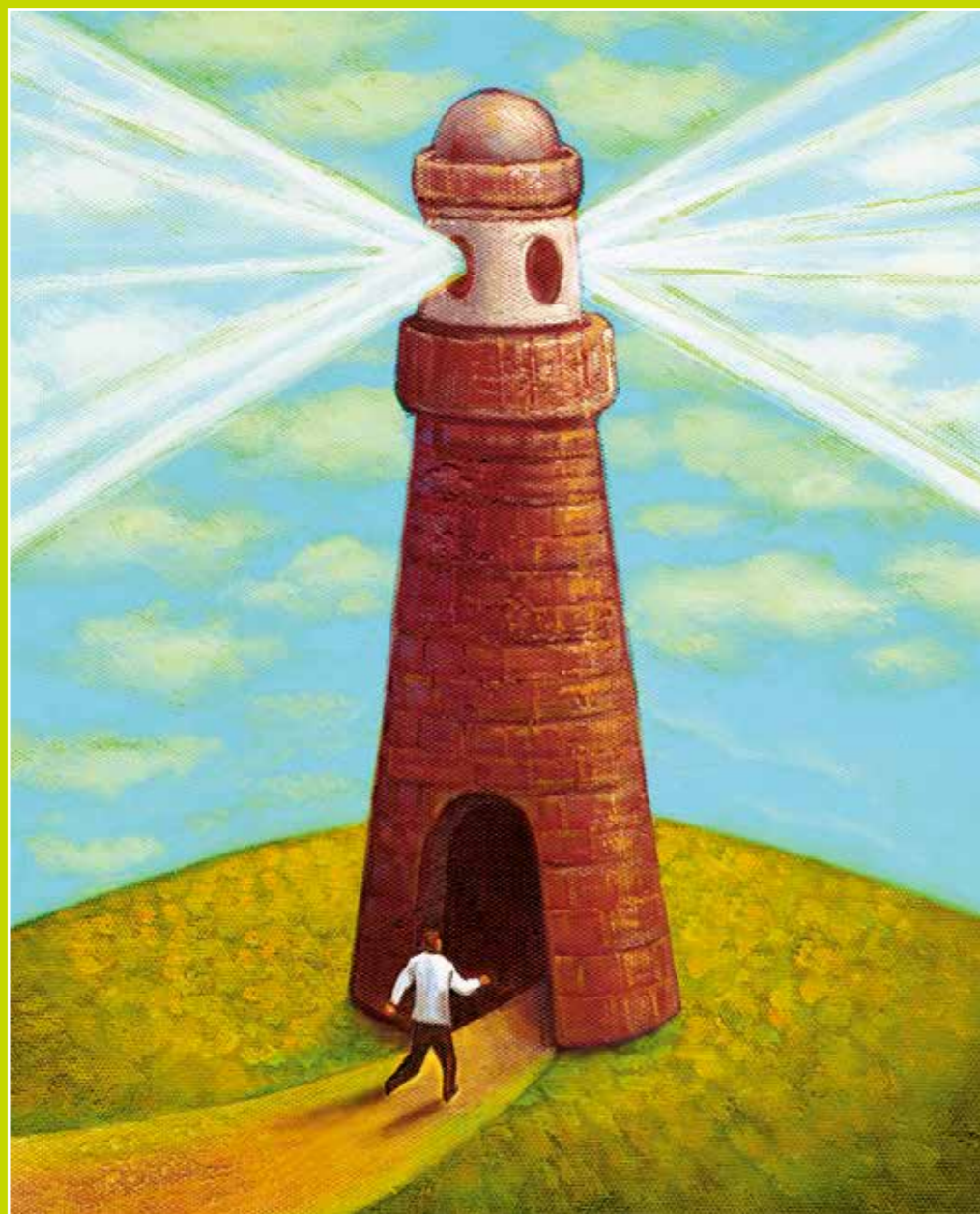
融媒体时代的记者融合转型

融媒体时代的记者要树立融合思维、创新意识，结合所在媒体和自身实际，转变思想观念，创新新闻报道的内容形式，建立融合新闻语境下的跨媒体思维模式，开拓新闻生产的“疆域”

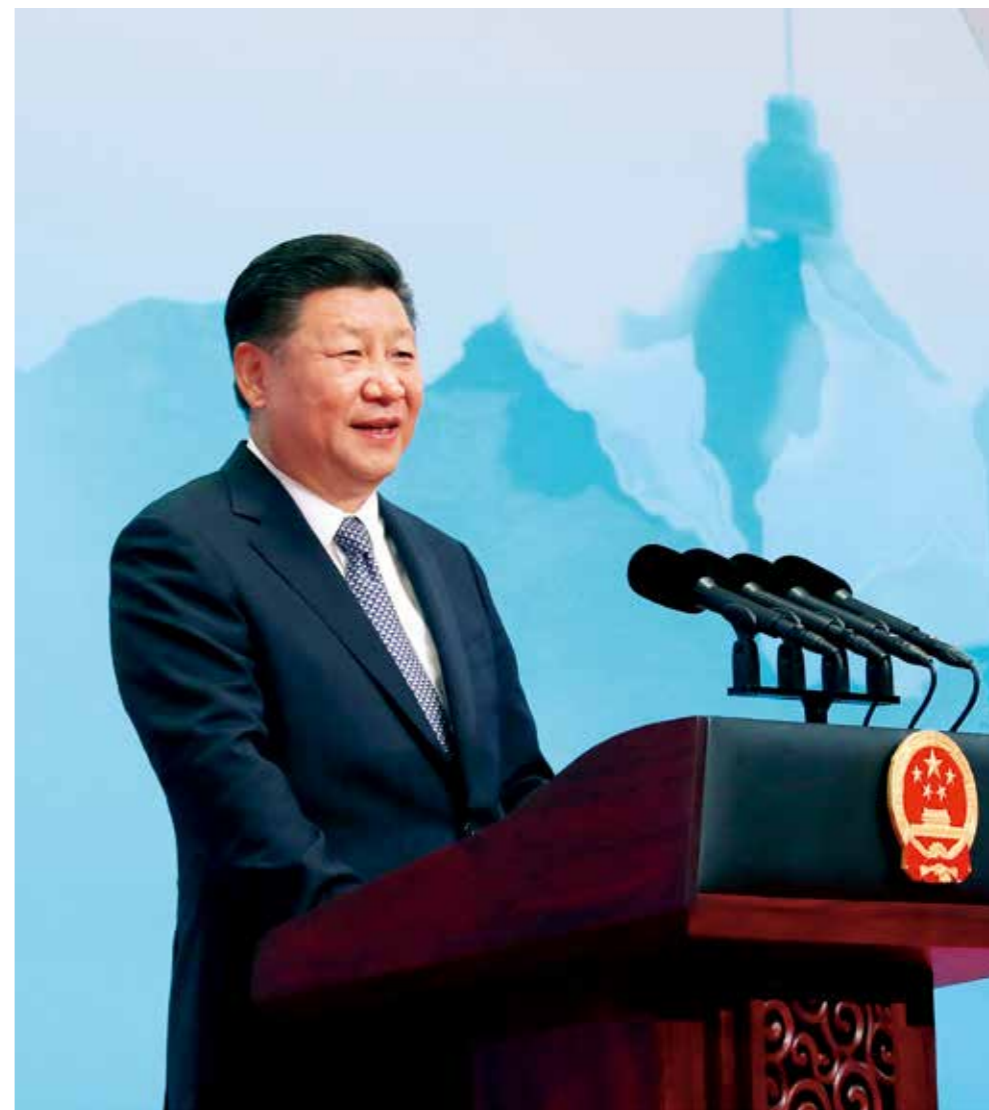
风向

Trend

从此,《网络传播》将是中国网络传播的旗帜和号角,
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

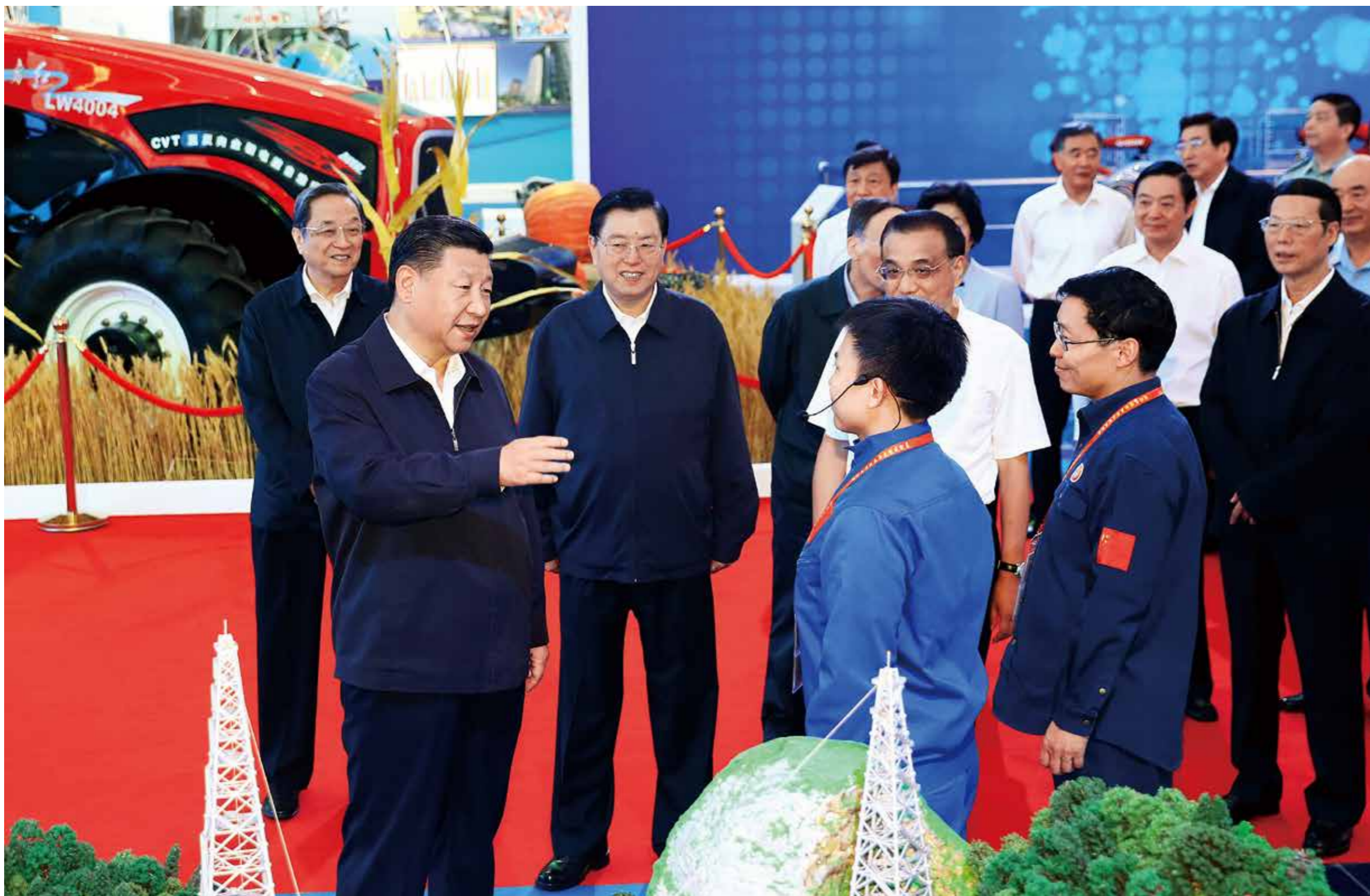


图/新华社记者 鞠鹏 摄



2017年9月3日,国家主席习近平在厦门国际会展中心出席金砖国家工商论坛开幕式,并发表题为《共同开创金砖合作第二个“金色十年”》的主旨演讲。

习近平：为实现中华民族伟大复兴的中国梦继续奋斗



在党的十九大即将召开之际，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平9月25日前往北京展览馆，参观“砥砺奋进的五年”大型成就展。他强调，党的十八大以来5年的5年，是党和国家发展进程中很不平凡的5年。5年来，党中央团结带领全党全国各族人民，统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局，团结一心，与时俱进，顽强拼搏，攻坚克难，推动中国特色社会主义事业取得长足发展、人民生活得到显著改善，党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革。要广泛宣传党的十八大以来党和国家事业发展的生动实践、重大成就、宝贵经验，唱响主旋律，弘扬正能量，激励全党全国各族人民坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，振奋精神、砥砺奋进、再接再厉，深入推进伟大斗争、伟大工程、伟大事业，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦继续奋斗，迎接党的十九大胜利召开。

中共中央政治局常委李克强、张德江、俞正声、刘云山、王岐山、张高丽参观展览。
(来源：新华社)

2017年9月25日，党和国家领导人习近平、李克强、张德江、俞正声、刘云山、王岐山、张高丽等在北京展览馆参观“砥砺奋进的五年”大型成就展。
图/新华社记者 谢环驰 摄



①	②
	③ ⑤
④	

- ① 2017年9月25日,“砥砺奋进的五年”大型成就展在北京展览馆开幕。
- ② “复兴号”高铁模型。
- ③ 观众参观“蛟龙”号载人深潜器模型。
- ④ 观众参观军事主题展厅。
- ⑤ 观众参观航母模型等军事主题展厅。
图/中新社记者 杜洋 摄



1 习近平：金砖国家要共同开创金砖合作第二个“金色十年”

9月3日，中共中央总书记、国家主席习近平在厦门国际会展中心出席金砖国家工商论坛开幕式，并发表题为《共同开创金砖合作第二个“金色十年”》的主旨演讲，强调金砖国家要共同开创金砖合作第二个“金色十年”，让合作成果惠及五国人民，让世界和平与发展的福祉惠及各国人民。

习近平在演讲中指出，金砖合作正处在承前启后的关键节点上。在过去10年中，金砖国家携手同行，成长为世界经济的新亮点。10年中，金砖国家探索进取，谋求共同发展；务实为先，推进互利合作；敢于担当，力求在国际舞台上有所作为。平等相待、求同存异，务实创新、合作共赢，胸怀天下、立己达人，是金砖精神的具体体现，是金砖五国历经10年合作凝聚的共同价值追求。现在，金砖国家不断向前发展的潜力和趋势没有改变，我们对此充满信心。

2 习近平向2017中国-阿拉伯国家博览会致贺信

9月6日，2017中国-阿拉伯国家博览会开幕大会在宁夏隆重举行。国家主席习近平致贺信，对会议的召开表示热烈祝贺。习近平指出，中国同阿拉伯国家是好朋友、好伙伴。历史上，中阿因丝绸之路相知相交。在经济全球化深入发展的今天，中阿成为“一带一路”建设的重要合作伙伴，双方互利合作领域越来越广，成果越来越实。

习近平强调，在今年5月举行的“一带一路”国际合作高峰论坛上，我国提出要将“一带一路”建成和平之路、繁荣之路、开放之路、创新之路、文明之路，得到阿拉伯世界积极响应和广泛支持。本届博览会突出“务实、创新、联动、共赢”主题，契合“一带一路”国际合作理念，为中阿拓展合作搭建了重要平台。中国愿同包括阿拉伯国家在内的各国一道，推动“一带一路”建设共享机遇，共促和平。

3 李克强：进一步培育融合协同共享的双创生态环境

在2017年全国大众创业万众创新活动周开幕之际，中共中央政治局常委、国务院总理李克强作出重要批示。批示指出：全国大众创业万众创新活动周是创新创业者碰撞思想、交流成果、展示风采的重要平台。

当前，双创与各行各业深度融合发展，精准对接市场需求与社会海量创新资源，有效激发了市场活力和社会创造力，加快推动了新旧动能转换，促进了机会公平和就业扩大。要继续认真贯彻党中央、国务院决策部署，落实新发展理念，以推进供给侧结构性改革为主线，深入实施创新驱动发展战略，进一步培育融合、协同、共享的双创生态环境，着力营造公平竞争市场秩序，着力完善包容审慎监管制度，着力构建大中小企业融通发展的新格局，推动数字经济、平台经济发展，努力取得更多高水平的双创成果，以新产业蓬勃发展、新动能持续壮大、新人才不断涌现为经济转型升级提供有力支撑。

4 刘云山：为党的十九大胜利召开营造良好网络环境

2017年国家网络安全宣传周开幕式9月16日在上海西郊会议中心举行。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领导小组副组长刘云山在开幕式上发表讲话，并参观网络安全博览会暨网络安全成就展，强调要深入贯彻习近平总书记网络强国战略思想，坚持网络安全和网络发展同步推进，把保障人民群众的安全和利益作为网络安全工作的根本出发点，为党的十九大胜利召开营造良好网络环境。

5 全国“网信普法进校园”活动在京启动

9月14日，由国家互联网信息办公室、司法部、全国普法办公室共同主办的全国“网信普法进校园”活

动启动仪式暨首场“全国校园网信普法大课堂”在清华大学举行。中央网信办副主任、国家网信办副主任杨小伟，司法部副部长、党组成员、全国普法办副主任赵大程，教育部思想政治工作司司长张东刚，清华大学副校长尤政等出席活动并致辞。中国工程院院士吴建平、中国网络空间研究院副院长李欲晓分别就当前网络安全形势和网络安全相关法律问题开展了专题讲座。

6 《互联网用户公众账号信息服务管理规定》发布

9月7日，国家互联网信息办公室印发《互联网用户公众账号信息服务管理规定》（以下简称《规定》），并于2017年10月8日起正式施行。《规定》共计十八条，包括互联网用户公众账号信息服务提供者及使用者主体责任、个人信息及权益保护、账号处置、行业自律、公众监督、行政监管及违法处置等条款。《规定》出台旨在促进互联网用户公众账号信息服务健康有序发展，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益。

7 《互联网群组信息服务管理规定》发布

9月7日，国家互联网信息办公室印发《互联网群组信息服务管理规定》（以下简称《规定》），并于2017年10月8日正式施行。《规定》的出台旨在促进互联网群组信息服务健康有序发展，弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康的网络文化，为广大网民营造风清气正的网络空间。国家网信办有关负责人强调，互联网群组信息服务治理需要政府部门、互联网企业、社会公众等多方参与，健全完善舆论监督、社会评议、投诉举报等手段，不断推进行业自律规范，共同构建良好网络生态。



8 “喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产网络传播活动在京启动

9月15日上午，由中央网信办、文化部主办的“喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产网络传播活动在北京首都博物馆启动。中央网信办、文化部相关领导以及十几家网络媒体共同参与了此次启动仪式。在接下来的半个月时间里，来自近百家中新闻网站、地方新闻网站，以及部分文化领域新媒体和传统媒体的200多名编辑记者，将分赴贵州、山西、福建、湖北等省份，通过实地采访、亲身体验，深入报道非物质文化遗产的传承发展，生动呈现传统文化的独特魅力。

9 “新智造·新江苏——全国网络名人看江苏”活动启动

由中央网信办网络社会工作局、江苏省委宣传部、江苏省委网信办共同主办的“新智造·新江苏——全国网络名人看江苏”活动于9月8日上午在江苏省南京市启动。活动邀请了来自全国的20位网络名人代表参加。活动期间，相关网络名人赴江苏省南京市、常州市、无锡市、苏州市等地，实地考察相关地区智能制造、物联网等领域建设发展情况，深入了解江苏从“制造”迈向“智造”，引领经济转型发展的新进展、新成效，并将所见所感通过新媒体平台展示给广大网民，用网言网语讲述创新发展好故事。

10 乌鲁木齐市政务服务大厅3D导航系统正式上线

9月6日，乌鲁木齐市政务服务大厅3D导航系统正式上线。如需办理相关业务，只需点击自助导引机进入3D虚拟大厅，3D导航系统就将指引使用者到达办事区域。就在8月底，“最强大脑”乌鲁木齐市云计算中心也投入运营。在云计算中心支撑下，大数据资源通过储存、分析、计算，为公众提供便利服务。当前，我国共推进了三批次、约277个智慧城市的试点，其中乌鲁木齐市是第二批国家智慧城市试点创建单位。

网信战线凝心聚力 “喜迎十九大”

中国共产党第十九次全国代表大会召开在即，为迎接党的十九大胜利召开，中央和地方新闻网站抽调精兵强将，精心策划，用各种创新传播、别具特色的方式搭建“喜迎十九大”专题，放大网络正面声音，凝聚勠力同心的奋斗力量，做好党的十九大召开前的舆论宣传工作。
《网络传播》杂志及微信公众号陆续推出各新闻网站十九大报道专题解读，敬请垂注

2017年9月24日，北京，国庆节临近，天安门广场节日气氛渐浓，广受关注的天安门广场中心花坛“祝福祖国”大型花篮景观吊装完成。供图/CFP



中央主要新闻网站

● 人民网

人民网开辟了“喜迎十九大 砥砺奋进的5年”专题页面，同时，为充分了解网上民意，特别是对党和国家各项事业发展的所想所盼，寻求认识当下、规划未来、制定政策、推进事业的客观基点，创意推出“喜迎十九大 说说心里话”大型网络调查。除基本情况外，调查问卷分两大部分，第一部分“总体回顾与展望”为必答题，涵盖党的十八大以来五年的发展成就以及展望；第二部分为选答题，网友从“全面建成小康社会”“全面深化改革”“全面依法治国”“全面从严治党”4个分项中随机抽取1个回答。此外，人民网还推出“喜迎十九大 触摸获得感”“喜迎十九大 网上有奖知识竞赛”等活动，极大增强了网民的参与感。截至9月24日，已有近26万人参与了“喜迎十九大 网上有奖知识竞赛”答题活动。

● 新华网

新华网的“喜迎十九大”专题栏目丰富，除了“喜迎十九大”“一字评”“访谈”等几大版块外，更有“大棋局”“漫画”“党史ABC”等极具特色的小版块。内容从“直播侧记”“再看中国西北角”“精彩中国”等抓人眼球的图文报道，到“不平凡的九件大事”“砥砺奋进的5年”等梳理性报道，再到“书记访谈”等系列访谈，精选报道党的十八大以来的优秀成果，以鲜明的图文报道牢牢抓住网友的眼球。其中，“一字评 砥砺奋进的5年”由《“一诺千金”为了谁》《“一往无前”斩荆棘》《“一视同仁”保护谁》《“一马当先”踏征程》《“一以贯之”向何方》《“一呼百应”谋共赢》等6个动漫视频组成，通过形式生动的网评，用简单易懂的“打油诗”，深入浅出地向网友展示我国五年来的发展成果。

● 中国网

中国网“喜迎十九大”专题页面聚焦“喜迎十九大”相关活动，并以时间轴方式综合了“迎接党的十九大”“数说”等不同系列的丰富报道，详细刊载了由中央网信办和文化部联合主办的“喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产大型网络传播活动的系列宣传报道，从指尖上的非遗记忆，到萦绕在舌尖的非遗味道，活动的大量鲜活稿件在页面上得到了集中展示。在设计上，页面简洁的时间节点是当下年轻人喜爱的风格。同时，网页

右侧增添了“评论解读”“新闻图集”等小板块，摘取精华文章，方便网友选择阅读。

● 国际在线

作为对外宣传的重要窗口，国际在线的“喜迎十九大”专题页面更具“国际范儿”，综合呈现的相关报道更重视对中国传统文化及近年来中国飞速发展的报道和介绍，并在新闻版块以滚动的形式，在专题页面展示最新报道，如“喜迎十九大·文脉颂中华”系列报道、“理上网来·喜迎十九大”系列图解新闻、“迎接党的十九大”系列数据新闻等，报道种类丰富。同时，网站刊载了《喜迎十九大：海外院士点赞中国》《【理上网来·喜迎十九大】独家采访：域外学者谈“中国梦”》等稿件，关注海外学者观点，为网友提供了更多了解国外学者观点的视角。

● 中国日报网

在中国日报网的“喜迎十九大”专题页面醒目位置，网页以习近平总书记在省部级主要领导干部“学习习近平总书记重要讲话精神，迎接党的十九大”专题研讨班开班式上发表的重要讲话作为开篇，并以时间轴方式推出“喜迎十九大”“喜迎十九大·文脉颂中华”“理上网来·喜迎十九大”系列专题报道，并在页面右侧配以相关图片报道及要闻精选，为网友开辟出一片小而精的专题版块。同时，中国日报网的报道视角深入基层，推出《广西三江：侗乡娃娃展示才艺喜迎“十九大”》《甘肃平凉市崆峒区：“喜迎十九大·优秀戏曲进校园”活动拉开帷幕》等报道，喜迎十九大。

● 央视网

央视网的“喜迎十九大”专题在视频方面发力，推出“还看今朝”“喜迎十九大”系列专题片，如《巡视利剑》《将改革进行到底》《法治中国》《辉煌中国》《大国外交》等，材料翔实厚重，极具冲击力，震撼人心，持续引发热议。此外，央视网还推出“不平凡的五年”系列图解新闻，排版配色鲜活、内容简洁，以“一图读懂”的方式从“从严治党篇”“外交篇”“生态篇”“意识形态工作篇”“法治篇”“深改篇”等不同篇章，为网友详解五年来我国不平凡的发展。设置“评论特稿”“榜样力量”“各地党建”“党史故事”等模块，既有“最新消息”又有“精彩推荐”，报道角度新颖，内容精彩纷呈。

● 中国青年网

中国青年网的“喜迎十九大”专题页面风格鲜亮、充满朝气。除系列相关报道外，横跨页面的图片新闻宏大震撼，“满满获得感”专栏符合网民喜闻乐见的风格，如《新四大发明之一的中国高铁 东南亚火了！》《指尖上的医院：看病可以不用等》等。中国青年网还推出了独家策划的系列图解新闻，如《这五年习近平依法治国 筑牢长治久安之基》《党风正 民风清 习近平全面从严治党进行时》《一图看懂中国经济社会发展成就》等，每期报道都从一个侧面展示我国五年来的非凡成就，为网友送上丰盛的新闻大餐。另外，中国青年网还特设了“‘喜迎十九大 文脉颂中华’非物质文化遗产大型网络传播活动”专题页面，以“最+非遗”“独家自制”“探寻之路”“非遗档案”等栏目，用精美的排版全程跟踪报道“非遗”系列活动。

● 中国经济网

中国经济网“喜迎十九大”专题页面版块设置丰富，如“《经济日报》迎接十九大特刊”“辉煌中国”“砥砺奋进的5年”“治国理政进行时”“央视政论专题片”“推动中国”等，其中尤为关注我国这五年来经济社会日新月异的发展，《【迎接党的十九大】渤海港湾活力涌》《【迎接党的十九大】简政放权，长沙有“力度”》《【迎接党的十九大】粮食产业向绿色优质转型》等报道图文并茂，从经济的角度聚焦我国这五年来的卓越成就。另外，网页设置了“砥砺奋进的5年”“治国理政进行时”等精美小专题，配有“十九大代表产生全过程”等科普性质的图解新闻，使人眼前一亮。

● 中国台湾网

作为国务院台湾事务办公室主管的国家重点新闻网站，中国台湾网服务于海峡两岸各领域交流合作，是两岸同胞相互沟通过、海外网友了解大陆对台大政方针及台湾问题的第一窗口。网站致力于传播“两岸一家亲”理念，讲好“两岸命运共同体”故事，营造积极和谐的网络氛围。本着这样的出发点，中国台湾网推出“迎接党的十九大”“喜迎十九大”系列报道，设置了“专家评论”“代表风采”“视频报道”等特色版块。同时，中国台湾网关注两岸交流，在专题中刊发海外学者、海外侨胞等相关访谈，如《厦门成为两岸同胞最温馨家园》、视频报道《世界之间的中国答案》等。

● 中国西藏网

中国西藏网是中国最大的涉藏专题综合性网站，以服务西藏发展、传播藏族优秀文化、促进国际社会对西藏的了解为宗旨，整合涉藏信息资源，向世界客观、全面地展示西藏的历史和现实，已成为海内外网友了解真实西藏的重要窗口。中国西藏网在首页醒目位置推出“欢欣鼓舞 迎接党的十九大”专题页面，主题图配色典雅、喜庆祥和。网页推出“喜迎十九大·文脉颂中华”“理上网来·喜迎十九大”系列专题报道，并配以相关图片新闻，在“媒体关注”版块刊登微视频、H5等报道，如《喜迎党的十九大 哈达献北京》等，展现西藏各族人民满怀信心打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会、绘就中国梦西藏篇章的昂扬精神风貌和以优异的成绩迎接党的十九大胜利召开的喜悦之情。

● 光明网

光明网推出“砥砺奋进的五年 迎接党的十九大”专题页面，涵盖“光明推荐”“高校足迹”“典型案例百集连播”“巡视利剑”“大国外交”“法治中国”“名家诵读”“将改革进行到底”等内容丰富的版块，以及“中国新名片”“体味获得感”等小而美的版块，全面介绍我国辉煌的五年成就。其中，“高校足迹”专栏集中展示我国高校五年来是如何在教育方面培育一流人才、服务国家战略的，如《北京交通大学：知国家所需行远自迩》《谋海济国责任重 因海而兴正当时》；“名家诵读”版块邀请了戴玉强、紫檀等多位文化名人诵读“典型案例百集连播”的语音版，深情讴歌五年来的辉煌成就；“迎接党的十九大‘辉煌的五年’图片征集活动”以见证发展的美图喜迎党的十九大。

● 央广网

央广网推出“欢欣鼓舞迎接党的十九大 站在新起点 续写新华章”专题页面，页面中设置了“喜迎十九大”“评论解读”“媒体关注”等版块。另外，央广网创新推出“十九大代表说”专题页面，“一个代表就是一面旗帜，十九大代表肩负着人民的重托与期盼。”该专题似水墨画卷轴展开一般，呈现出各行各业十九大代表的心声，带我们走进一个个鲜活的百味人生：郑忠燕为22个孩子无悔奉献30年；万少华妙手仁心，医治抚慰细菌战受害者；“斜杠青年”孟祥飞“玩转”超级计算机；

甘露作为“把槌人”为我国争取国际贸易规则优势……细腻感人的报道为网友打开了一扇了解十九大代表的窗户，展示出十九大代表的风采。

中国军网

中国军网在网站首页顶部推出“喜迎党的十九大——向世界一流军队迈进”专题页面，“科学理论”“学习动态”“阐释解读”“忠诚担当”“使命荣光”等十二个小专题，内容翔实、鲜活。其中，“学习动态”刊载《漫画说|习主席的话儿说到战士心坎上》，以动漫形式学习习近平总书记“7·26”重要讲话精神；“影像中国”推出《比战狼更铁血！海军版<年轻的战场>上线！》，带你一睹海军风采；“图片新闻”推出《航拍军旅！小清新的退伍照集合了》《震撼！西部战区空军首次多地举行士官晋升军衔仪式》等生动、震撼的图片报道。中国军网总结五年来的强军足迹，报道领域更为垂直，对军人、军事爱好者等特定网友更具吸引力。

中国新闻网

中国新闻网在首页热点话题区域设置“迎接十九大”专题页面，专题以“改革”“发展”“解读”“图解”“专题片”“新闻看台”等几大关键词为框架，涵盖图解、视频等多种报道方式，全面展现这五年来的成就。其中，“解读”版块推出“外媒看中国”小专题，《中国正引领新一轮全球变革浪潮》《外媒：中国4亿“千禧一代”将推动全球旅游业增长》等稿件聚焦外媒对中国发展的看法，同时还推出了独具特色的英语版专题界面，为海外媒体、网友了解党的十九大开辟了新的天地。

中青在线

中青在线与《中国青年报》联合推出“喜迎十九大 砥砺奋进的五年”专题页面，专题涵盖了“精准扶贫驻村调研”“重大工程成效显著”“改善民生实事求是”“法治中国砥砺前行”等版块，着重关注民生问题，特别是贫困山区脱贫致富的相关报道引人注目。“精准扶贫驻村调研”版块中还设置了山村纪事、驻村手记、山村联播、脱贫影记等小板块，展示了贫困山区五年来的巨大的发展变化，如视频报道《山脚下的藏医学校》、手记《塔木村“四老”人员助力脱贫》、纪事《【砥砺奋进的五年】这所西藏村小为何迎来生源回流》等。同时，一直关注青年话题的中青在线推出“@青年”系列报道，《@青年·跟着国家战略去奋斗》《@青年·你生活在一个催生梦想的国度》等稿件从青年角度看我国这五年来的发展成就，贴近年轻网民。

地方新闻网站

千龙网

千龙网“喜迎十九大”专题融合文字、图片、音视频、动漫、微话题、互动话题等多种形态，主题鲜明，大气凝练，适配各类终端并同步更新展示。专题汇聚党中央治国理政、砥砺奋进的五年等系列主题专题。同时，作为北京市重点新闻网站，开设“奋进的北京”和“北京党员风采”两个特色栏目，突出报道京津冀协同发展、疏解整治促提升、科技创新中心建设、全国文化中心建设等北京市中心工作和成就，突出报道北京市十九大代表风采等。千龙网还发挥自身特色优势，推出“中国力量”主题漫画、“北京16区五年变化”创意互动图像等新形式报道，发起“喜迎十九大”党史知识竞赛等线上线下互动活动。

东方网

东方网陆续推出“砥砺奋进的五年”“喜迎党的十九大”等专题，落地上海辐射全国，逐步营造上海迎接党的十九大热烈氛围。推出“国家工程·上海智慧系列访谈”“以智扶贫不忘初心·上海对口支援工作略记”“中国梦·凝聚中国力量”；并将重点推出“文化自信，实现中国梦的重要力量”，专题从习近平总书记的论述，到专家学者的解读，以及上海实践方面诠释文化自信；还将推出“上海城市基层党建专题”，以新闻、访谈等多种形式解答执政党是如何破解基层管理难题，挖掘其中的感人故事。系列专题均主打移动端传播，并同步适配PC端，推送渠道囊括东方网社区信息苑以及东方网旗下海外频道，包括美国头条、加拿大头条、香港头条等。

澎湃新闻

澎湃新闻今年4月即推出“砥砺奋进的五年”专题，随后又陆续推出“喜迎十九大”等相关专题，并在首屏通过固定入口强势呈现。专题包括中国故事、辉煌中国、精准扶贫、全面小康、依法治国、深化改革、从严治党、中国试验田、重大工程、福建林权改革、共舞长江经济带、上海成就等近20个栏目。注重创新推出适合新媒体传播的主旋律产品。比如，精准扶贫驻村调研系列报道以“口述历史”和“章回体故事”两种全新的报道手段，叠加图片、音视频、H5和绘画等多元化表现形式，展现老百姓脱贫致富的实景画卷。

大众网

大众网推出了“喜迎十九大——砥砺奋进 走在前列”大型专题，内设12个专栏，以“专题+专栏”的形式展现五年来各地的发展变化和取得的不平凡成就。专题开设了“学习习近平总书记重要讲话精神”“砥砺奋进的五年”等专栏，全面报道习近平总书记治国理政新理念新思想新战略，宣传五年来我国取得的成就；开设“学习贯彻省第十一次党代会精神”“山东省十九大代表风采录”专栏，宣传报道落实山东省第十一次党代会精神和山东省十九大代表风采；开设“党旗在我心中”“飞越山东看变化航拍活动”等专栏，推出系列短视频报道，讲述共产党员爱岗敬业、勇于创新的奋斗故事，用理论之笔对重要讲话精神进行深入解读和阐释，用网友视角呈现齐鲁大地的可喜变化。

红网

9月2日起，红网新媒体集团六大平台同步推出“喜迎十九大”专题。9月20日起，湖南出版集团、中南传媒集团旗下红网、时刻新闻等10大媒体矩阵同步推出“献礼十九大”大型融媒体专题报道《喜迎十九大 盛开的梦想》。其中，红网集团紧紧围绕“人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标”这一庄严承诺而展开，采取同步联动、融合传播、聚合放大、全媒体覆盖的方式，推出“逆风飘红看经济”“民风这面镜子”“聊聊幸福升级”等九个方面的分篇章。专题通过网友互动、短视频、H5、户外大小屏等多样化表现形式，通过“红评”“红观”等评论栏目来提升。

浙江在线

浙江在线“喜迎十九大”专题以“八八战略新征程”为主题，并在专题显要位置设置“八八战略新征程”专栏，突出宣传浙江坚定不移沿着“八八战略”（即进一步发挥八个方面的优势、推进八个方面的举措）指引的路子走下去的生动实践。由于全媒体的各种传播手段已成为记者的日常报道手段，该专题抛开以往按照新闻图文或视频等不同呈现形式的分类方式，完全以主题和内容对报道进行归类。在特别策划的“砥砺奋进 勇立潮头·喜迎党的十九大特别报道·地方篇”，浙江在线与《浙江日报》、浙江新闻客户端以及公众号等多平台联动，将浙江省十一地市五年来的成就报道版面进行一一罗列，集中展现各市发展新成就，鼓励网友为家乡的变化和版面设计点赞投票。

华龙网

华龙网“喜迎十九大”专题，开设“把总书记重要讲话落在重庆大地上”“实干树形象 实绩惠民生——‘两学一做’”

栏目，派出多路记者，分赴重庆各行业、区县采访，围绕生态文明、经济建设、脱贫攻坚等方面展开采访，做到每周有重点、有亮点。同时，专题还集纳了“新业绩新气象”“砥砺奋进的五年”“将改革进行到底”“法治中国”“大国外交”子专题专栏的原创亮点稿件，如图文、音频结合的《中国人民不信邪也不怕邪不惹事也不怕事 <大国外交>这些声音让我们热血沸腾》《修身齐家治国聚天下 品读习近平讲话中的诗情画意》《重庆如何落实总书记“喜迎十九大”讲话精神？答案就在这首rap里》等，兼具内容性和可读性。

长城网

聚焦“喜迎十九大”主题，长城新媒体集团所属长城网、“长城24小时”新闻客户端、长城新媒体官方微信、河北经济网等新媒体矩阵，紧紧围绕河北省委省政府中心工作，同步推出“砥砺奋进的五年”“绿色发展看河北”“喜迎十九大”等新媒体专题。通过开设“撸起袖子加油干”“带着期待去北京”“百姓寄语”“长城数读”“河北答卷”等原创栏目，以鲜活事例、生动细节，有重点、有亮点、有深度地持续做好做活各系列专题、栏目，全方位展现河北经济社会发展的辉煌成就。同时，突出新媒体特色，充分运用网络直播、航拍、VR等新媒体手段，不断扩大主题宣传在移动互联网舆论阵地的传播力和影响力，真实反映党的十八大以来人民群众生活的新变化和实实在在的获得感，生动展现燕赵儿女对党的十九大和美好未来的憧憬。

四川新闻网

为扎实做好喜迎党的十九大宣传报道，四川新闻网精心策划，推出专题《喜迎党的十九大 牢记总书记重托 推动治蜀兴川再上新台阶》。该专题以红色为主调，配以动感的红绸、高耸挺拔的华表顶部、展翅飞翔的和平鸽、金黄锃亮的党徽为点缀，集中营造出热烈喜庆、斗志昂扬、充满希望、锦绣辉煌的浓厚会前氛围。专题分设“头条”“重要评论”“川网策划”“喜迎十九大·四个全面”“喜迎十九大·文脉颂中华”“喜迎十九大·绿色四川”“数据民生”“最新报道”等版块进行全方位、全角度集纳，积极营造良好的网上舆论氛围。

中国江西网

中国江西网专题“喜迎十九大 共筑中国梦”在十九大召开前营造良好舆论氛围，以“7·26”讲话为指引，关注习近平总书记在江西的足迹、关心的人和事，全面展现十九大江西代表风采，聚合往届代表大会丰富资料，综合特色H5产品及网友互动等鲜活形式，展现江西及各省喜迎十九大的宏大全景。■

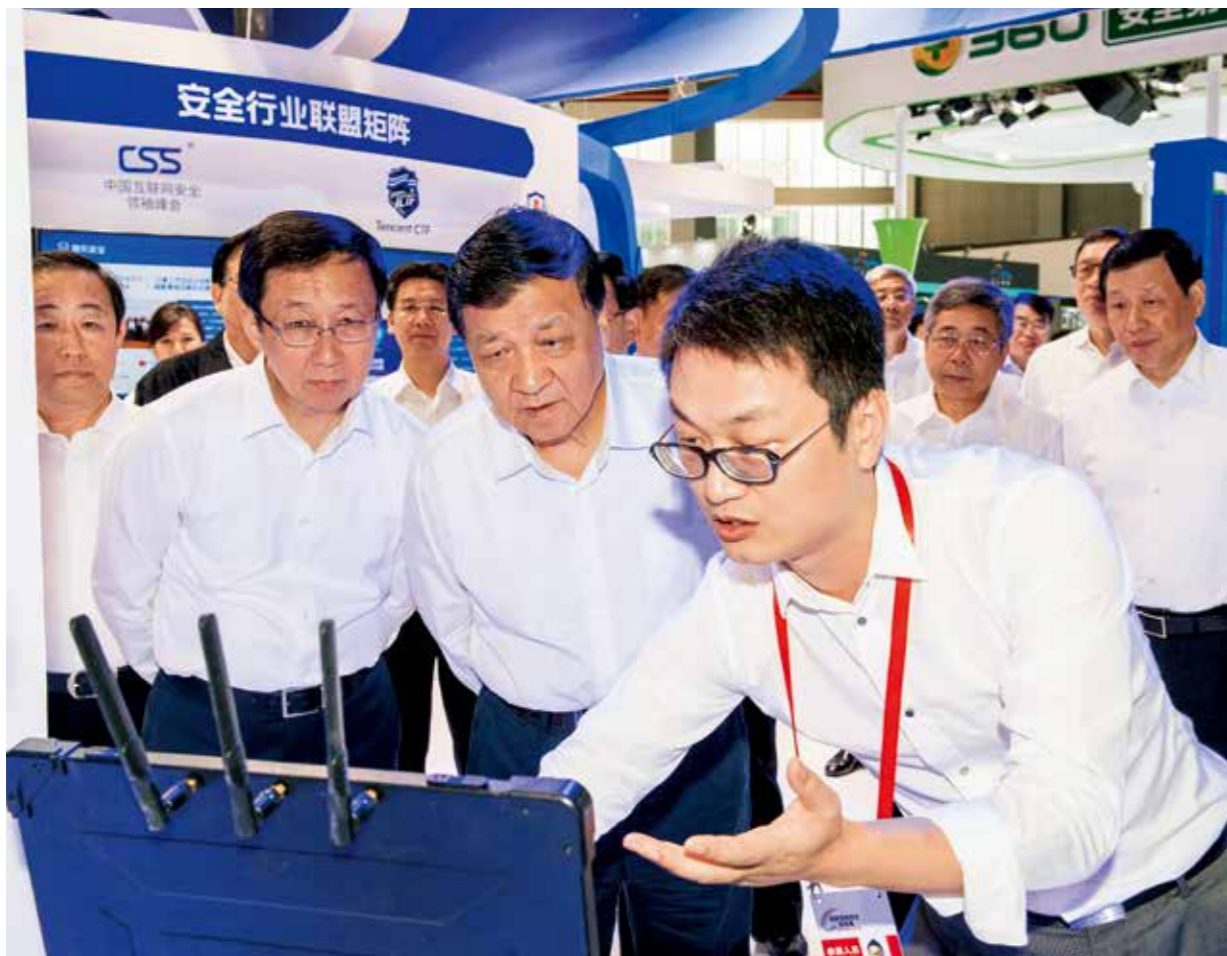
2017年国家网络安全宣传周盛大启幕

网络安全成就斐然 全民参与共筑防线

文 / 本刊编辑部



9月17日, 2017年网络安全博览会暨网络安全成就展在上海国家会展中心开幕。图/本刊记者 潘树琼 摄



2017年9月16日，2017年国家网络安全宣传周开幕式在上海西郊会议中心举行。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领导小组副组长刘云山在开幕式上发表讲话，并参观网络安全博览会暨网络安全成就展。图/新华社记者 李学仁 摄

“没有网络安全就没有国家安全。”

“网络安全为人民，网络安全靠人民。”

“网络空间的竞争，归根结底是人才竞争。”

……

这一系列关于网络安全的重要论述，勾勒出习近平总书记网络强国战略思想的清晰脉络，为做好网络安全工作指明了前进方向，提供了根本遵循。

“党的十八大以来，习近平总书记准确把握时代潮流，立足我国互联网发展与治理实践，围绕什么是网络强国、怎样建设网络强国提出一系列新思想新观点新要求，指导我国网络安全和信息化工作取得重大成就。要坚持以习近平总

书记网络强国战略思想指导网络安全实践，坚定不移走中国特色网络发展道路，增强维护国家网络安全的思想自觉和行动自觉。”在9月16日举行的2017年国家网络安全宣传周开幕式上，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领导小组副组长刘云山发表重要讲话，强调要深入贯彻习近平总书记网络强国战略思想，坚持网络安全和网络发展同步推进，把保障人民群众的安全和利益作为网络安全工作的根本出发点，为党的十九大胜利召开营造良好网络环境。

加强网络安全宣传教育，引导社会公众共同维护网络安全，是网络安全宣传周的重要使命。国家层面举办网络安

全宣传周，到今年已是第四届。今年的网络安全宣传周由中央宣传部、中央网信办、教育部、工业和信息化部、公安部、中国人民银行、新闻出版广电总局、全国总工会、共青团中央等九部门共同举办，上海为主会场，全国31个省区市同步举行，全面提升全社会网络安全意识和技能，让互联网更好地造福人民。

成就斐然 网络安全博览会精彩频现

党的十八大以来，在习近平总书记网络强国战略思想指引下，国家网络安全保障体系不断健全，网络安全能力和水平大幅提升，取得显著成绩。“这五年是网络安全发展最快的五年，也是网络安全领域取得辉煌成绩的五年。”中央网

信办网络安全协调局相关负责人在2017年网络安全博览会暨网络安全成就展新闻发布会上表示。

为了让广大人民群众了解五年来国家网络安全取得的成就，今年的网络安全宣传周，首次在网络安全博览会中增加了“网络安全成就展”，由中央网信办、教育部、工业和信息化部、中国人民银行、国家密码管理局、共青团中央等部门共同布展，面积近400平米，集中展示十八大以来网络安全顶层设计、人才建设、宣传科普、技术产业、金融安全、密码保障、青少年教育等方面取得的重大成就，成为今年博览会的最大特色。

——网络安全法律政策框架基本形成。2016年11月7日，第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议高票通过《网络安全法》，这是我国网络安全领域首部基础性、框架性、综合性法律；2016年12月27日，经中央网络安全和信息化领导小组批准，国家网信办、外交部、工信部、公安部联合发布《国家网络空间安全战略》，确立了网络安全的战略目标、战略原则、战略任务；国家网络安全标准体系日益健全，标准在指导和规范网络安全工作、提升国际竞争力等方面的作用显著提升；制定出台了一系列网络安全法规和规范性文件；网络安全国际交流合作稳步推进，网络空间国际治理“四项原则”“五点主张”赢得国际社会广泛认同。

——全民网络安全意识显著提升。国家决定，每年9月第三周在全国范围统一举办网络安全宣传周，以人民群众通俗易懂、喜闻乐见的形式，开展网络安全进社区、进校园、进企业、进家庭等活动，增强广大网民的网络安全意识，提升基本防护技能，在全社会形成人人学安全、懂安全、重安全的良好氛围。

——网络安全保障能力显著增强，

网络安全技术产业快速发展。网络基础设施防护能力迈上新台阶；网络安全应急事件处置快速有效；融合业务安全与发展同步推进；网络安全态势感知能力不断提升；网络安全产业规模快速提升；网络信息核心技术取得重大突破。

——互联网治理全面加强，网络空间文明有序。强化属地管理责任，强化网站主体责任，强化部门监管责任，规范网络传播秩序；全国网信执法工作扎实推进；广泛传递文明上网理念，大力培养有高度的安全意识、有文明的网络素养、有守法的行为习惯、有必备的防护技能的中国好网民。

除网络安全成就展区外，今年的博览会还设置了上海市网络安全展区和企业网络安全展区，参展企业达86家，涵盖通信、生活、金融等各领域的诸多网络安全“黑科技”，生动呈现出中国全力打造安全清朗网络空间的巨大成就。

全民参与 凝聚网络安全的“人民力量”

“民惟邦本，本固邦宁。”习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出，网络安全是共同的而不是孤立的。网络安全为人民，网络安全靠人民，维护网络安全是全社会共同的责任，需要政府、企业、社会组织、广大网民共同参与，共筑网络安全防线。

人民的参与是让网络保持安全状态的关键，今年国家网络安全宣传周的主题依然是“网络安全为人民 网络安全靠人民”。刘云山在开幕式上强调，要持之以恒抓好全民网络安全意识教育和技能培训，用好网络安全宣传周这个平台，大力宣传普及网络安全知识，扩大覆盖面、提高影响力，使网络安全意识深入人心。

9月17日，在上海市普陀区宜川路街道，“网络安全进社区”主题活动如火如荼开展。“手机丢失后，除报警外，第一时

间还应该做些什么事情？”“网络支付有哪些陷阱？”“要保障移动设备的安全，除了不能扫描不明二维码，还有哪些需要注意的方面？”……活动室里，来自普陀区铜川学校的学生围绕“移动设备安全”这一主题，通过生动活泼的情景剧向观众传播如何在网络世界保护自己的知识。情景剧结束后，来自南区电信局的客户服务一级专家、全国劳模吴文巍为大家带来精彩的网络安全知识讲座。多媒体教室里，普陀公安分局网安支队的青年教师结合生动的影片，为社区青少年普及网络安全知识，指导青少年在虚拟世界保护好自己。

在文化活动中心的东方信息苑，东方数字社区发展有限公司针对主题活动周，不仅设置了专门的开机提示画面，还邀请专业老师为在这里上网的居民和学生讲解网络安全知识。文化活动中心广场的大屏幕上，循环播放着“网络安全为人民 网络安全靠人民”主题宣传画面和活动宣传短片。来自工商银行、中国电信、东方信息苑、劲力律师事务所的共建单位和志愿者分别设摊，围绕电信诈骗、防网络诈骗、青少年网络安全、网络信息法律维权等内容，为现场居民进行讲解。

今年的网络安全宣传不仅走进社区，还深入商圈、校园和家庭。在上海愚一小学、铜川小学、世外小学，信息安全官及专家学者们在校园公益讲座开讲；在复旦大学，《网络安全法》、等级保护、安全防护技能、应急演练等不同内容的网络安全知识培训相继开展；在上海师范大学，防范通信诈骗公益行暨校园网络安全文化节活动火热进行；在上海交大、上海电力学院等高校，学生们踊跃参与网络安全热点问题辩论赛……

CNNIC第40次调查报告显示，截至2017年6月，中国网民规模达到7.51亿，占



2017年网络安全博览会暨网络安全成就展现场，市民参与防范电信诈骗知识小测试。图/本刊记者 潘树琼 摄



9月17日，在上海菊园新区日月光社区宣传摊位，民警罗鑫正在向市民讲解网络安全知识。图/本刊记者 马冉冉 摄

全球网民总数的五分之一。互联网普及率为54.3%，超过全球平均水平4.6个百分点。如此庞大的网民规模，如果能全民参与到维护网络安全的行动中来，将成为巨大力量。

“提升网民网络素养是强化国家网络安全保障的必然要求。”在“提升网民网络素养 共建清朗网络空间”分论坛上，中央网信办网络社会工作局相关负责人指出，要把握广泛性，着力构建面向不同地域、不同年龄段、不同职业人群的网络素养教育体系，不断扩展网络素养教育覆盖面；要把握前沿性，不断丰富网络素养教育内涵，引导网民有效应对互联网带来的新问题、新挑战；要把握实践性，对网民进行有针对性地指导，引导网民在实践中锻炼网络素养，在行动中争做中国好网民；要把握系统性，政府、专家学者、互联网企业、网络社会组织及广大网民各负其责，不断强化网络素养教育工作合力。

补齐短板 聚天下网络安全英才而用之

“得人者兴，失人者崩。”习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出，建设网络强国，没有一支优秀的人才队伍，没有人才创造力迸发、活力涌流，

是难以成功的。念好了人才经，才能事半功倍。

“要加快网络安全人才培养，通过深化改革、完善政策，形成网络安全人才培养、技术创新、产业发展良性循环的生动局面。”刘云山在本届国家网络安全宣传周开幕式上强调。

为加快培养网络安全人才，中央网信办、教育部指导中国互联网发展基金会网络安全专项基金组织开展了网络安全优秀人才、优秀教师等评选活动。经过中央有关部门和院士推荐、专家评审、公示，评选出10名网络安全优秀人才和10名网络安全优秀教师，并在本届网络安全宣传周开幕式上公之于众。西安电子科技大学网络与信息安全学院执行院长李晖就是其中的一员。李晖表示，当前中国网络安全人才缺口约为140万，而全国高校每年培养的网络安全人才基本上也就在2万人左右。

人才被视为当前国家网络安全工作最大的短板。2016年，第三届国家网络安全宣传周在武汉落幕后不久，中央网信办批复武汉市设立国家网络安全人才与创新基地，打造国内首个“网络安全学院+创新产业谷”。这一年来，武汉市临空港经济技术开发区管委会常务副主任、

东西湖区区长杨泽发见证了国家网络安全人才与创新基地从无到有，“网安基地将探索一条网络安全人才培养的新型路径。基地是开放式的，将聚集各个高校的网络学院，目前武汉大学、华中科技大学网络安全学院已确定入驻，清华大学等高校正在洽谈，办学模式采取中央、地方和大学等多方共建，中央出政策，地方政府出土地和资金，知名大学提供教育教学资源，实行理事会领导下的院长负责制，培养国家急需的网络安全人才。”

在“网络安全技术高峰论坛”主论坛上，中央网信办副主任杨小伟表示，网络空间的竞争，归根到底是人才的竞争，加强网络安全学院、专业、学科建设，支持高校、企业及社会开展网络安全教育培训，通过多种方式大力培养网络安全人才；加快网络安全人才与创新基地建设，形成网络安全人才培养、技术创新、产业发展的良好生态，为维护网络安全提供有力的智力支撑、人才保证。

在本届国家网络安全宣传周开幕式上，西安电子科技大学、东南大学、武汉大学、北京航空航天大学、四川大学、中国科学技术大学、战略支援部队信息工程大学等7所高校被评为首批一

流网络安全学院建设示范项目高校。据了解，为贯彻落实党中央和习近平总书记关于建设一流网络安全学院的指示精神，推进实施中央网信办等六部委《关于加快网络安全学科建设和人才培养的意见》，中央网信办、教育部决定在2017年-2027年期间实施一流网络安全学院建设示范项目。为了实施好这个一流网络安全学院建设示范项目，中央网信办、教育部联合印发了《一流网络安全学院建设示范项目管理办法》。根据管理办法，中央网信办、教育部共同组织来自各方面的专家和代表，对申办高校进行了评审打分。严格按照专家评分结果，确定了这7所首批一流网络安全学院建设示范项目高校。

中央网信办网络安全协调局负责人强调，示范项目是一流网络安全学院建设示范，而不是一流网络安全学院示范，这里“建设”二字不能少。不可能通过授牌而成为一流网络安全学院，更不是自封为一流网络安全学院。进入示范项目的学院不意味着就达到了世界一流的水平，相反是对这些学院提出了更高的要求。

“成为首批一流网络安全学院建设示范项目高校，既是一种鼓舞也是一种压力。通过这次授牌，感觉身上的责任更加重大，我们将以实际行动把网络安全学院建设好，培养出更多更优秀的人才。”北京航空航天大学网络安全学院院长刘建伟表示。

整个网络安全产业，从本质上说，是国家战略层面的人才竞争。目前，网络空间安全一级学科已经设立，众多高校成立了网络空间安全学院，国家网络安全人才与创新基地建设正在加快推进……而这些吸引人才、培养人才、留住人才的做法，正好契合要干一番大事业的眼界、魄力和气度。■

链接

2017年国家网络安全宣传周“网络安全技术高峰”论坛

9月18日至20日，2017年国家网络安全宣传周“网络安全技术高峰论坛”在上海举行，包括一个主论坛和六个分论坛。

主论坛

9月18日下午举行。2017年国家网络安全宣传周“网络安全技术高峰论坛”主论坛由中央网信办和上海市人民政府指导，上海网信办主办，中国网络空间安全协会承办。论坛邀请中国工程院方滨兴院士、中国科学院何积丰院士、中国科学院潘建伟院士、奇虎360总裁周鸿祎、中国移动副总经理李正茂，以及美国战略和国际问题研究中心网络安全专家詹姆斯·安得烈·刘易斯、诺基亚总裁李思拓、美国电话电报公司(AT&T)高级副总裁莫·卡提拜赫、卡巴斯实验室首席专家谢尔盖·诺维科夫、法国综合理工大学教授菲利普·博马尔等国内外知名企业高管和学者，围绕“工业4.0时代的信息安全”“网络空间安全理念”“新兴技术形势下的网络空间安全新挑战”等议题展开研讨和交流。

“关键信息基础设施安全”分论坛

9月19日上午举行。分论坛研讨贯彻落实《网络安全法》关于关键信息基础设施运行安全的法律要求，邀请中国科学院院士何积丰、国家工业信息安全发展研究中心主任尹丽波等专家和业界代表共同从策略、方法、实践、改善等多维度、多视角分析、探究如何保障关键信息基础设施安全。

“提升网民网络素养 共建清朗网络空间”分论坛

9月19日上午举行。分论坛以习近平总书记关于“培育中国好网民”的重要指示精神为指引，以弘扬社会主义核心价值观为统领，把争取青少年作为重点，聚焦如何充分发挥网络文化滋养育人的独特作用，培育和造就新一代的中国好网民，使网络空间更加清朗，以及社会各方在提升网民网络素养中应承担的社会责任。

“网络安全态势感知”分论坛

9月19日下午举行。分论坛邀请中国工程院邬贺铨院士、思科全球副总裁曹图强等国内外相关专家、学者及知名企业，介绍国内外在网络安全态势感知领域的最新动态及研究成果，并就如何构建我国政府、企业网络安全防护体系等方面进行深入交流和技术探讨。

“网络·劳动·安全——移动互联时代的挑战与责任”分论坛

9月19日下午举行。分论坛邀请北京邮电大学长江学者特聘教授杨义先、人力资源和社会保障部劳动关系司司长聂生奎等网络安全专家、劳动领域专家，就网上工作创新与网络技术安全、会员实名数据库、精准普惠体系建设与大数据安全、劳动事件的网络动员治理与劳动领域的政治安全等，进行深入交流和研讨。

“大数据安全与个人信息保护”分论坛

9月20日上午举行。分论坛邀请中国工程院方滨兴、华东政法大学教授高富平、亚信安全研发中心总经理童宁等国内相关专家、行业领军企业负责人，介绍国内大数据安全认证、大数据跨境流通、大数据安全技术、政府数据开放以及个人信息保护等方面的最新成果，介绍人工智能在大数据安全应用的最新实践。

“网络安全技术标准”分论坛

9月20日上午举行。分论坛研讨重要领域的网络安全标准化体系建设，邀请中国工程院院士沈昌祥、国家信息技术安全研究中心总工程师李京春等业界专家深入交流和探讨网络安全等级保护、密码技术及云计算、物联网等新领域的网络安全标准体系的发展现状、动态及趋势，配合《网络安全法》积极推进和完善我国网络安全标准体系。

全国“网信普法进校园”活动在京启动

9月14日，由国家互联网信息办公室、司法部、全国普法办公室共同主办的全国“网信普法进校园”活动启动仪式暨首场“全国校园网信普法大课堂”在清华大学举行。中央网信办副主任、

国家网信办副主任杨小伟，司法部副部长、党组成员，全国普法办副主任赵大程，教育部思想政治工作司司长张东刚、清华大学副校长尤政等出席活动并致辞。中国工程院院士吴建平、中国网络

空间研究院副院长李欲晓分别就当前网络安全形势和网络安全相关法律问题开展了专题讲座。

杨小伟在启动仪式上指出，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党



中央网信办副主任、国家网信办副主任杨小伟出席活动并致辞。图/中国网信网 付磊 摄



司法部副部长、党组成员，全国普法办副主任赵大程出席活动并致辞。图/中国网信网 付磊 摄

2017年9月14日，全国“网信普法进校园”活动启动仪式暨首场“全国校园网信普法大课堂”在清华大学举行。图/中国网信网 付磊 摄



中央高度重视网络空间法治化建设，就加快推进网络空间法治化提出了一系列重大论断，作出了许多重要指示要求。近年来，围绕解决互联网发展面临的突出问题，我国加快推进网信法律制度建设，相继出台了《网络安全法》等互联网领域的法律法规，为全面依法治网、依法办网、依法上网，维护广大人民群众在网络空间的根本利益提供了有力法治保障。

杨小伟强调，国家的未来在青少年，网络的未来也在青少年。青少年是网络新媒体的受众，是改善网络生态的重要群体，也是推动信息技术创新的有生力量。提升广大青年的法治素养，是关系互联网持续健康发展的重大问题。高校在读期间是青年学生世界观、人生观、价值观系统固化的关键阶段，加强高校学生网络法治宣传教育，强化法治文化建设，有助于青年学生树立正确的价值观，形成规范的网络行为，让青春力量

助力网络空间清朗。

杨小伟向广大高校师生发出三点倡议：一是坚定立场、德法兼修，坚持正确方向，普及网信法律，弘扬社会主义法治精神，让依法上网、文明上网成为广大师生的共同行动。二是知行合一、行胜于言，捍卫网络空间主权，维护网络秩序，践行网络文明，让互联网始终在法治的轨道上健康运行。三是胸怀天下、勇挑重担，在探索中积淀丰厚学养，在实践中提升学术和人生境界，在投身网络强国建设中绽放青春光芒、实现人生价值。

据介绍，活动期间，国家互联网信息办公室和相关省市区市互联网信息办公室还将陆续在合肥、长春、重庆、海口、乌鲁木齐等地的十二所高校举办普法讲座、专题论坛等系列活动，全面宣传《网络安全法》等网信政策法规，引导广大网民知法、懂法、守法，为加快推进网络空间法治化、维护网络空间清朗创造良好条件。■



2017年9月14日，中央网信办副主任、国家网信办副主任杨小伟（左二），司法部副部长、党组成员，全国普法办副主任赵大程（左三），教育部思想政治工作司司长张东刚（左一）、清华大学副校长尤政（左四）共同启动全国网信普法进校园活动。图/中国网信网 付磊 摄

“网信普法进校园”全国掀热潮

青年是网络媒体的受众，是改善网络生态的重要群体，也是推动信息技术创新的力量，将青年作为普法宣传教育的重点群体，将高校作为网信普法的首选之地，可谓恰逢其时、意义深远

文 / 本刊记者 刘沁娟

习近平总书记高度重视青少年法制教育，强调要坚持法制教育从娃娃抓起，把法制教育纳入国民教育体系和精神文明创建内容。中共中央、国务院转发的“七五”普法规划，把青少年作为全民普

法的重点对象，明确要求把法制教育纳入国民教育体系。

互联网的希望和未来在青少年，有什么样的青少年就有什么样的互联网，有什么样的互联网就有什么样的青少年。

充分利用好网络，加强青少年的法制教育，对于培养未来国家合格的建设者，培养合格的公民，都具有非常重要的意义。

9月14日，由国家互联网信息办公室、司法部、全国普法办公室共同主办的全国

“网信普法进校园”活动启动仪式暨首场“全国校园网信普法大课堂”在清华大学举行。中央网信办副主任、国家网信办副主任杨小伟，司法部副部长、党组成员，全国普法办副主任赵大程，教育部思想政治工作司司长张东刚，清华大学副校长尤政等出席活动。著名高校和研究机构的专家学者齐聚清华，深入探讨网信政策和法律前沿问题，解读《网络安全法》，解析网络安全形势，为同学们普及网信法律知识，警示网络安全风险，提供日常网络安全的提示和建议。

普及网信法律知识恰逢其时

当前我国网民规模达到7.51亿，已占全球的五分之一，其中10-39岁的网民占72.1%，亿万青年通过网络获取知识、交流思想、创业就业，几乎是无人不网、无日不网、无处不网。青年是网络媒体的受众，是改善网络生态的重要群体，也是推动信息技术创新的力量，将青年作为普法宣传教育的重点群体，将高校作为网信普法的首选之地，可谓恰逢其时，意义深远。

杨小伟在启动仪式上指出，国家的未来在青年，网络的未来也在青年。提升广大青年的法治素养，是关系互联网持续健康发展的重大问题，“高校在读期间是青年学生世界观、人生观、价值观系统固化的关键阶段，加强高校青年网络法治宣传教育，强化法治文化建设，有助于青年学生树立正确的价值观，形成规范的网络行为，让青春力量助力网络空间晴朗。”

赵大程在致辞时强调，要大力宣传普及网络安全和信息化相关法律法规知识，通过网信普法进校园等活动，提高广大青少年对上网、用网法律法规的知晓度。增强依法上网、用网的观念，做依法上网的践行者和推动者，并带动其家庭



清华大学副校长尤政出席活动并致辞。图/中国网信网 付磊 摄

和社交群体依法上网，以青春正能量助力网上空间的法治化。要坚持法治教育与道德教育相结合，大力弘扬社会主义核心价值观，推动依法上网、文明上网。

尤政在致辞时表示，今后清华大学将继续发挥学科齐全的优势，在科学研究与人才培养上，遵循国家亟须世界一流的要求，紧密围绕国家亟须的战略性问题，科学尖端领域以及前沿性的问题和世界国际民生的重大工业性问题，打造创新团队，形成创新氛围，巩固创新成果，培养创新人才。

六城十二所高校掀学习热潮

“没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化。”

“网络空间不是‘法外之地’。”

“要加快网络立法进程，完善依法监管措施，化解网络风险。”

……

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空间法治化建设，就加快推进网络空间法治化提出了一系列重大论断，作出了许多重要指示，并提出了许多要求。围绕解决互联网发展面临的突出问题，我国加快推进网信法律制度建设，近年来相继出台

《网络安全法》等互联网领域的法律法规，为全面依法治网、依法办网、依法上网，维护广大人民群众在网络空间的根本利益提供了有力法治保障。学习好、宣传好、贯彻好这些网信法律法规，是中央“七五”普法规划的重要举措，也是加快推进网络空间法治化的必然要求，更是我们深入推进网络强国建设的应有之意。

适逢我国“七五”普法的第二年，为深入贯彻落实习近平总书记关于网络安全和信息化系列重要讲话精神，大力推进网络安全和信息化法律普及工作，增强高校师生及社会公众对网信法律制度的了解，弘扬网信法治文化，国家互联网信息办公室联合地方网信办、各大高校和国家工业信息安全发展研究中心组织开展“全国网信普法进校园”系列活动。

2017年9月至11月，“全国网信普法进校园”活动将在北京、乌鲁木齐、长春、重庆、合肥、海口等六座城市的十二所高校全面展开。届时，国家互联网信息办公室将邀请专家学者为高校师生举办网信普法课堂、网信法治论坛等活动，在全国范围内掀起学习、领会网信法律法规的热潮，进而带动和促进全国网信普法工作的开展和落实。■

网信专家授课 开启普法之旅

整理 / 本刊编辑部

2017年6月1日起实施的《网络安全法》，顺应了网络空间安全化、法治化的发展趋势，对落实依法治网意义重大。在清华大学举行的“网信普法进校园”活动的普法课堂上，两位专家现场授课，深入解析网络安全方面的相关问题



中国工程院院士吴建平：

网络空间安全发展形势和挑战

目前我们碰到的很多信息领域的热点技术、热点问题，都和网络空间有密切的关系，但在整个网络空间中，最重要的基础设施就是互联网。目前，互联网面临的挑战主要来自五个方面：

最大的挑战就是可扩展性。互联网的规模非常巨大，而且它还有进一步爆炸扩展的趋势，使得互联网能够成为一个万物互联的装置。现在互联网的可扩展性受到很多限制，我们现在开发的新一代的互联网通信协议（IPv6）是解决可扩展性的最重要手段。但是目前仅仅有IPv6还不够，在这么大的空间里，怎么快速地寻址，怎么在寻址过程中做到安全、可信，是可扩展性面临的最重要的挑战。

第二个就是安全性。互联网安全性面临非常大的挑战，早期的互联网不是为大众设计的，也不是为社会上不同的人使用而设计的，所以在一开始就存在一些先天不足。互联网上传递的数据有原地址，也有目的地地址，但是对它的原地址从哪里来从来不去验证。某些人在传递过程中从源头上就可以假冒，这样一个缺陷使得互联网上很多犯罪无从可查。

第三个就是高性能性。大家希望互联网非常快，所以互联网各种装置不断在更新换代。

第四个是实时性。互联网的实时性是人们追求的目标，特别是在一些专门行业，像部队、工业控制等等，这些领域对实时性的要求非常高，目前的互联网还不能够完全达到。

第五个是移动性。两种上网方式，一种是3G、4G，另外一种就是无线移动通讯系统。这两种移动通讯系统对人们来说是完全不同的，成本不同，安全性不同，感受也不同，我们愿意用哪个，大家心里明白。

总体来说，全世界的互联网发展面临很多新的情况，基本上有几个方面：

一是互联网需要进一步普及，弥合数据鸿沟。全球的互联网人数现在占全球人口的一半，还有一半没有上网。中国勉强超过一半，60%不到。进一步扩大互联网的规模，使得所有能上互联网的人们都在互联网上生活、工作、学习，是一个非常艰巨的长期任务。

二是网络文化的繁荣发展，交流互建不断深化。

三是数字经济持续发展，各方共享数字红利。利用互联网推动经济的发展，特别是我国提出“互联网+”行动计划，使互联网和传统产业融合，形成新的产业形态，促进经济的发展。我国在这方面确实走在世界的前列，我们的共享单车、无卡支付、在线支付，在世界上都是领先的。总的来说整个经济在互联网的推动下还在高速发展。

还有一个很重要的问题，就是网络安全问题凸现，国际社会在积极应对。互联网这么多年发展下来，安全问题愈演愈烈，随着互联网在各个方面扩大应用，世界各国都在纷纷完善互联网安全的顶层设计。关键基础设施以及数据的保护，成为互联网安全最重要的关注点。

世界各国都在纷纷完善互联网安全的顶层设计。关键基础设施以及数据的保护，成为互联网安全最重要的关注点。



中国网络空间研究院副院长李欲晓：

《网络安全法》的立法意义

从全球范围来讲，网络既然把世界各国连接成一个整体，必然面对的是全球性的竞争，面对的是全球性的合作，面对的是全球性网络空间的构建。在构建过程中，由于网络的出现，使得我们必须加速相关的立法，以适应未来的发展。那么，思考《网络安全法》的立法意义，首先得从这样几个方面考虑：

第一个方面，从整体上看，《网络安全法》服务于国家的网络安全战略和网络强国建设的总体目标。在这个战略和目标当中，必须要依靠相应的法律去保证。而在法律的设计当中，必须对它的体系架构、规则、权责方面进行明晰。换一个角度讲，在网络空间的概念当中，《网络安全法》更多是从网络的方面探讨安全的问题。尽管我们提出了网络空间的理念，但是我们希望对于网络空间安全所涉及的，包括基础设施、数据的安全，包括它的运行安全，包括人的行为，所有这些方面将来都会在《网络安全法》的升级中逐步完善，而今天我们的《网络安全法》到现阶段为止是一个最好的成果。

第二个方面，助力网络空间治理，护航“互联网+”。在逐步推进“互联网+”的过程中，大家意识到传统产业进入到互联网时代必将有所选择。传统的财富积聚方式在网络环境下可能一下子丢失，这就是联网之后可能面对的问题。面对网络空间所带来的各种各样的冲击，传统的产业从生产方式、组织方式、运行方式、营销方式到整个宣传扩散的渠道来讲，都面临全新的挑战。比如我们经常探讨的一个话题，阿里巴巴对中国的贡献到底是什么？对于传统产业，它的贡献可能有些方面是渐进式的，或者跨越式的，有些方面可能是摧毁性的。

第三个方面，构建了我国首部网络空间基础性、综合性、框架性的法律。《网络安全法》对于各类主体的权利边界、责任边界的重新确立，以法律的形式来维护一个国家的主权，来保证社会公众在网络空间的权益。对于我们来讲立法的目的不是为了填补空白，而是为了我们的使用，是为了我们作为实际社会化的应用。我们也可以看到，当信息安全专家组探讨全球范围内的网络主权问题或者网络空间的规则问题时，各个国家首先拿出来的是本国的法律，或者依赖本国相关的法律。主权在网络空间的延伸，首先在自身的网络空间里，主权的行使形式和权利边界需要进行明确。当我们遇到网络空间的问题时，必须要有相应的法律给我们必要的支撑和保障。

与此同时，加强对个人信息的保护。在传统社会中，时间和空间的隔绝，使得每一个个体的权利很难通过一个通用的平台去表达出来。但在网络空间里这种平台出现了，像百度、腾讯、阿里巴巴、京东这样的权威性平台，正在不断地被大家应用，它们的用户量远远超过了那些提供普遍服务的企业能够做到的程度。在这个过程中，每一个个体的权利靠什么来保护？

《网络安全法》第四章共14条，其中有7条与个人信息保护有关，第一章准则部分和相应几章也都与个人信息有关。在这里我们可以看到，中国网络空间的立法把个人信息保护放在了越来越重要的位置上，这具有极其重要的价值。不管是信息的采集、信息的使用、信息的扩散还是信息的处理，《网络安全法》都保证了用户的知情权，这显然是一个很大的进步。

普法活动重宣传 网信部门在行动

知法懂法是保证法律贯彻落实的基础，为了认真贯彻落实《网络安全法》，提高全民网络安全意识，全国网信系统开展了一系列普法活动

整理 / 本刊编辑部

2017年国家网络安全宣传周

9月16日-24日，中央网信办会同相关部门举办2017年国家网络安全宣传周，通过展览、论坛、知识竞赛等多种形式以及报刊、电台、电视台、网站等传播渠道，宣传《网络安全法》，发动全民广泛参与网络安全宣传教育活动，普及网络安全知识，加强个人信息保护意识，提升全社会网络安全意识和防护技能。

网安中国行(2017)

在国家互联网信息办公室的指导下，中国网络空间安全协会与地方网信办共同举办的“网安中国行(2017)”系列活动在天津、浙江、黑龙江、贵州、广东、陕西、上海等省市相继开展。包括举办以网络安全法宣传普及为核心的论坛；组织社会各界广泛参与网络安全社会评议工作；以面向网安协会会员单位为主开展行业网安自查工作以及根据有关部门要求组织开展对部分重点新闻网站的网络安全检查工作；着眼于提升网络安全保障能力的竞评演练工作；面向全社会的网络安全宣传等工作。

全国“网信普法进校园”活动

9月14日，由国家互联网信息办公室、司法部、全国普法办公室共同主办的全国“网信普法进校园”活动启动。活动期间，国家互联网信息办公室和相关省市区市互联网信息办公室还将陆续在合肥、长春、重庆、海口、乌鲁木齐等地的十二所高校举办普法讲座、专题论坛等系列活动，全面宣传《网络安全法》等网信政策法规，引导广大网民知法、懂法、守法，为加快推进网络空间法治化、维护网络空间清明创造良好条件。

西藏：召开学习《网络安全法》专题报告电视电话会

6月15日下午，西藏召开学习贯彻《网络安全法》专题报告电视电话会，中央网信办网络安全协调局局长赵泽良作专题报告。会议设主会场和七市地、74个县分会场，区直各网络安全部门、党政干部事业职工，区内主要新闻单位和网站、各大专院校、相关网络服务平台及网络安全企业负责人共1900余人参会。报告会重点围绕关键信息基础设施保护、个人信息保护、网络运营者与政府部门网络安全责任义务等方面进行了诠释和深入解读。

广东：举办假期网络安全教育公开课

7月1日，由广东省网信办主办的广东省《网络安全法》进家庭进校园系列活动之“我们约定吧”假期网络安全教育公开课在广州少年宫举办。广东省网信办等单位的相关负责人，广州市少年宫老师代表，广州市学生家长代表等百余人参加活动。公开课通过生动有趣的亲子活动让家长们学会安全健康使用互联网。活动中，广东省网信办、省教育厅的相关负责人以及少年宫的老师一起为家长和孩子赠送了《网络安全教育儿童简易读本》和《家庭媒介素养教育读本》。

河北：举办培训班深入学习《网络安全法》

7月24日至25日，由河北省互联网信息办公室、河北省通信管理局、河北省互联网协会联合举办的河北省《网络安全法》培训班在石家庄开班。各地各部门网络安全和信息化有关负责同志和业务骨干，以及省内各重点新闻网站负责人等共300余人参加培训。

努力培育合格的新一代数字公民

“网信普法进校园”活动对引导广大青年学子的网络行为、培育合格的新一代数字公民，具有现实而深远的建设意义

文 / 吴沈括

2017年9月14日，由国家互联网信息办公室、司法部、全国普法办公室共同主办的全国“网信普法进校园”活动启动仪式暨首场“全国校园网信普法大课堂”在清华大学举行。在当前校园网络攻击频发、网络风险激增的时代背景下，“网信普法进校园”这一活动对引导广大青年学子的网络行为、培育合格的新一代数字公民，具有现实而深远的建设意义。



吴沈括
北京师范大学刑科院暨法学院副教授、
硕导，中国互联网协会研究中心秘书长

全面、系统的知识平台，将校园作为网信普法宣传的主阵地和主渠道，进行体系化有针对性的普法宣传，一方面有助于展示网信领域法治实践成果；另一方面，有助于加深高校师生对网信法律制度的了解，并以此为重要抓手，切实推进我国网络安全法治规范的贯彻实施。

营造校园网络安全法治氛围 提升学子网络安全法治意识

“网信普法进校园”活动所面向的群体——青年学子，是互联网时代的数字公民，是网络生态的重要主体，也是未来推动信息技术创新的中坚力量。校园网络安全法治氛围的形成，

对网络空间法治化的建设具有重要的支撑意义。以“网信普法进校园”活动为契机，通过向青年学生普及网络法治观念及网络安全法治规范，着力营造校园网络安全法治氛围，帮助提升学子网络安全法治意识，能够有效地引导高校学生依法上网、文明上网，并进一步维护网络秩序，传播法治理念，确保互联网生态走在法治的健康轨道上。

顺应全球网络安全教育潮流 培育网络安全国际化生力军

从全球范围来看，网络安全教育正日益受到国际社会的普遍重视。例如，联合国今年正式启动的“网络安全与网络犯罪教育计划”(E4J项目)，正是致力于通过青年教育提升主体的安全与法治认知水平，从而为网络安全和网络犯罪治理提供长远、必要的软环境。

基于网络开放、互联的特性，我国的网络安全法治教育在依循《网络安全法》指导的同时，必然需要放眼全球，广泛借鉴网络安全教育优秀成果。在国际图景下，通过“网信普法进校园”活动对青年学子进行网络安全法治教育，既顺应了全球网络安全教育的发展潮流，同时也有助于培育他们成为网络安全治理国际化进程中的生力军。



聚焦国家网信办新规

促健康有序发展 筑清朗网络空间

整理 / 本刊编辑部

2017年9月7日，国家互联网信息办公室印发《互联网用户公众账号信息服务管理规定》《互联网群组信息服务管理规定》，并于10月8日起正式施行。《规定》的出台旨在促进互联网用户公众账号信息服务健康有序发展，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益；促进互

联网群组信息服务健康有序发展，弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康的网络文化，为广大网民营造风清气正的网络空间。

国家互联网信息办公室有关负责人接受采访，就两个《规定》的相关问题回答了记者提问。



图/本刊资料库

《互联网用户公众账号信息服务管理规定》答记者问

随着移动互联网的发展，通过微博客、即时通信工具、移动应用程序等网络平台提供公众信息服务的新业态不断涌现，各类用户注册使用公众账号发布信息的规模和影响越来越大，满足了人民群众多样化信息需求，丰富了网络文化生活。但一些互联网用户公众账号信息服务提供者落实管理主体责任缺失，部分用户公众账号使用者传播低俗色情、暴力恐怖、虚假谣言、营销诈骗、侵权盗版等信息，违反相关法律法规，违背社会公序良俗，社会反应强烈。

国家互联网信息办公室依据《中华人民共和国网络安全法》等相关法律法规制定《互联网用户公众账号信息服务管理规定》。该《规定》共计十八条，包括互联网用户公众账号信息服务提供者及使用者主体责任、个人信息及权益保护、账号处置、行业自律、公众监督、行政监管及违法处置等条款。

《规定》强调，互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者，都应当坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康的网络文化，维护良好网络生态。《规定》鼓励各级党政机关、企事业单位和人民团体注册使用互联网用户公众账号发布政务信息或公共服务信息，服务经济社会发展，满足公众信息需求。

《规定》明确，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，建立健全各项管理制度。互联网用户公众账号信息服务使用者应当履行信息发布和运营安全管理责任，积极传播正能量，遵守相关法律法规，维护良好网络传播秩序。

国家网信办有关负责人表示，依法办网、依法上网，是我们每个公民和企业的责任和义务，构建风清气正的网络空间需要多方参与和大家的共同努力。

01 《规定》所要规范的互联网用户公众账号信息服务具体指什么？

答：《规定》所称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。具体而言，在各类社交网站和客户端开设的用户公众账号，如腾讯微信公众号、新浪微博账号、百度的百家号、网易的网易号、今日头条的头条号、腾讯的企鹅号、一点资讯的一点号等；在

02 什么是互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者？

答：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。

03 《规定》提出了哪些倡导性、鼓励性要求？

答：互联网用户公众账号是当前网上信息发布的重要渠道，社会影响很大。对此，《规定》强调，互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者都应当坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康、向上向善的网络文化，维护良好网络生态。

当前，政务新媒体快速发展，在发布政务信息、引导网上舆论、提供公共服务、创新社会治理等方面发挥了积极作用。《规定》按照建设好、利用好、管理好的思路，鼓励各级党政机关、企事业单位和人民团体注册使用互联网用户公众账号

04 互联网用户公众账号发布新闻信息需要具备什么条件？

答：《互联网新闻信息服务管理规定》已就互联网新闻信息服务的许可、运行、监督检查、法律责任等做出了相关规定。在此基础上，《互联网用户公众账号信息服务管理规定》明确，依法取得互联网新闻信息采编发布资质的互联网新闻信息服务提供者，可以通过开设的用户公众账号采编发布新闻信息。

05 在互联网用户公众账号信息服务管理方面，国家和地方网信部门、用户公众账号服务提供者（平台方）各方应承担什么责任？

答：《规定》明确，国家互联网信息办公室负责全国互联网用户公众账号信息服务的监督管理执法工作，地方互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内的互联网用户公众账号信息服务的监督管理执法工作。

《规定》明确，互联网用户公众账号服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任。具体而言，一是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，建立健全管理制度；二是制定和公开管理规则和平台公约，明确平台和用户的权利义务，对违反法律法规、服务协议和平台公约的互联网用户公众账号依法依规处理；三是加强对本平台公众账号发布内容的监测管理，发现有传播违法违规信息的，应立即采取相应处置措施等要求。

06 《规定》在保护知识产权、打击盗版侵权方面有何要求？互联网用户公众账号使用者应承担什么责任？

答：《规定》要求，互联网用户公众账号信息服务使用者应当履行信息发布和运营安全管理责任，遵守新闻信息管理、知识产权保护、网络安全保护等法律法规和国家有关规定，维护网络传播秩序。我们也在特别强调，《著作权法》《信息网络传播权保护条例》《互联网新闻信息服务管理规定》等法律法规已就网络知识产权及新闻信息转载保护作出明确规定，互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者均要遵守有关法律法规，依法依规转载信息，保护著作权人合法权益。

07 在实际操作中，用户与平台、用户与用户、平台与平台之间如果发生矛盾纠纷如何解决，《规定》就此有什么新举措？

答：《规定》提出，鼓励互联网行业组织指导推动互联网用户公众账号信息服务提供者、使用者制定行业公约，加强行业自律，履行社会责任。我们鼓励互联网行业组织建立政府、企业、专家及用户等多方参与的权威专业调解机制，发挥互联网多元治理主体作用，公平合理协商解决行业纠纷。

08 有互联网用户公众账号的使用者表示，自己发布的合法内容曾经因为恶意举报遭受损失，《规定》如何解决举报问题？

答：《规定》要求，互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者应当接受社会公众、行业组织监督。互联网用户公众账号信息服务提供者应当设置便捷举报入口，健全投诉举报渠道，完善恶意举报甄别、举报受理反馈等机制，及时公正处理投诉举报。《规定》同时要求，国家和地方互联网信息办公室依据职责，对举报受理落实情况进行监督检查。

《互联网群组信息服务管理规定》答记者问

随着移动互联网的快速发展，互联网群组方便了人民群众工作生活，密切了精神文化交流。但同时，一些互联网群组信息服务提供者落实管理主体责任不力，部分群组管理者职责缺失，造成淫秽色情、暴力恐怖、谣言诈骗、传销赌博等违法违规信息通过群组传播扩散，一些不法分子还通过群组实施违法犯罪活动，损害公民、法人和其他组织合法权益，破坏社会和谐稳定，人民群众反应强烈，亟待依法规范。

《互联网群组信息服务管理规定》明确，互联网群组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，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。

《规定》强调，互联网群组信息服务提供者应当对互联网

群组信息服务使用者进行真实身份信息认证，建立信用等级管理体系，合理设定群组规模，实施分级分类管理，并采取必要措施保护使用者个人信息安全。

《规定》要求，互联网群组建立者、管理者应当履行群组管理责任，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。互联网群组成员在参与群组信息交流时，应当遵守相关法律法规，文明互动、理性表达。

国家网信办有关负责人强调，互联网群组信息服务治理需要政府部门、互联网企业、社会公众等多方参与，健全完善舆论监督、社会评议、投诉举报等手段，不断推进行业自律规范，共同构建良好网络生态。

01 《规定》中所要规范的互联网群组指的是什么？

答：《规定》所称互联网群组，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。《规定》所称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。

02 互联网群组服务提供者作为平台方，承担着对群组进行管理的主体责任，《规定》对此提出了什么要求？

答：《规定》要求，互联网群组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，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。具体来说，平台方应落实的主体责任有以下几个方面：一是制定并公开管理规则和平台公约，明确与使用者双方权利义务；二是按照“后台实名、前台自愿”的原则，对使用者进行真实身份信息认证，并保护使用者个人信息安全；三是对互联网群组实行分级分类管理，并建立使用者信用等级管理体系；四是对违法违规的互联网群组及使用者依法依规采取相应的管理措施；五是接受社会公众和行业组织的监督，建立健全投诉举报渠道，及时处理投诉举报。

03 对社会比较关注的建群条件、群组规模、群组管理方式等话题，此次《规定》对互联网群组信息服务提供者，也就是对平台方面有何要求？

答：《规定》明确，互联网群组信息服务提供者应当根据自身服务规模和管理能力，合理设定群组成员人数上限、个人建群上限和参加群数上限。也就是说平台方应根据自身能力来运营相应规模的群组，同时还要承担相应的管理责任。

《规定》要求，互联网群组信息服务提供者应根据群组规模类别，分级审核群组建立者建群资质，完善建群、入群等审核验证功能，并设置唯一群组识别编码。这一规定主要是便于平台方掌握相应群组数据，实施精准动态管理。需要说明的是，一些互联网群组信息服务提供者在实践中已采取了这些措施，并取得了良好效果。



供图/CFP

04 一些不法分子通过互联网群组传播涉淫秽色情、暴力恐怖、谣言诈骗等违法信息，严重扰乱社会秩序，破坏社会稳定。针对这些违法违规行，《规定》中强调了哪些处置措施？

答：《规定》第十条明确要求，互联网群组信息服务提供者和使用者不得利用互联网群组传播法律法规和国家有关规定禁止的信息内容。

对于违法违规的平台方，有关部门将依法依规采取处理措施。对于违法违规的互联网群组，由平台方依法依约采取警示整改、暂停发布、关闭群组等处置措施；对于违法违规的群组建立者、管理者等使用者，由平台方依法依约采取降低信用等级、暂停管理权限、取消建群资格等管理措施。同时，平台方要建立黑名单管理制度，对违法违规情节严重的群组及建立者、管理者和成员纳入黑名单管理。

05 对社会一直关注的“群主”“群管理者”责任，《规定》有哪些要求？

答：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。

新规是互联网平台治理的及时雨

从公众号信息发布、群组的建立、论坛内容的发布、跟帖评论等几方面入手，国家互联网信息办公室出台的几大规定成为亟待规范和治理的互联网平台的及时雨

文 / 沈浩

近日，国家互联网信息办公室连续颁布多项互联网管理规定和治理条例，成为网民、网络运营服务者和互联网管理相关主体的热议话题。互联网改变了我们的生活，让人们交流更方便，理解今天的互联网生态离不开整个全球化过程、文化系统、媒介生态和社会政治生活。中国的互联网空间更具社会意义和媒介特性。特别是微博、微信等社会化媒体的出现，凸显了互联网的社会意义，更成为一种基于人际关系的信息、资源、交流和分享的传播平台。互联网正以一种全新的生产方式改变着信息内容生产、传播渠道和权力重构的新媒介生态，也打破了传统媒体的控制与单向度传播，改变了人们的生活方式，也同时需要不断改变互联网的管理方式和技术手段。

言论的自由化带给人们便利的同时也带来了隐患，在虚拟网络的遮蔽下，似乎人们可以不负责任地在一些网站上跟帖评论、散布谣言，发布一些不利于社会发展的内容，这就使得互联网上跟帖评论服务的运营管理需要跟上形势和技术发展。

互联网平台已经成为用户获取信息的重要渠道，也意味着信息传播不论从时效性，还是从公信力，在互联网管理方面都面临极大的挑战和考验。在这种大背景下，从公众号信息发布、群组的建立、论坛内容的发布、跟帖评论等几方面入手，国家互联网信息办公室出台的几大规定成为亟待规范和治理的互联网平台的及时雨。

网络媒体信息逐步规范化

国家互联网信息办公室几大规定的出台，无论是从网络媒体信息发布的规范还是从信息的传播秩序来讲，都对维护良好的网络生态环境具有重要的社会意义。同时，更把原本似乎无界限的、模糊的互联网运营、管理和网络行为变得有序化，且更明晰、更具体化。公众监

督、行政监管、违法处置等一系列管理措施和条款，从根本上是为了更好地保护公民的个人信息安全和网民权益，更好地维护国家安全、社会秩序和促进良好的互联网生态环境健康发展。

随着公众号平台的不断增加，“泛媒体”概念也逐步进入人们的视野。人人都可以做媒体，人人都可以报道新闻。在内容生产和传播过程中，更需要明确的规则来规范人们的网络行为，从而维护整个互联网行业的正向发展。此次发布的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》明确了公众账号责任人即公众账号信息服务使用者，提出了比较完善的管理体系，包括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，并规定了信息传播的合法性。整个规定可以看作是一个从责任人到管理者到监督者的行业规范守则，是对公众账号内容生产和传播整个流程的制度管理。

人人都是新闻评论员的转变

在论坛、公众号、社区等各种互联网平台的多形态发展中，人们愈加热衷于就当前发生的社会热点发出自己的声音。于是，“新闻评论”不再是媒体的专



9月8日，新浪微博社区管理官方微博发布了关于微博推进完成账号实名制公告。供图/CFP

确的要求。此外，规定中明确提出“开发跟帖评论信息安全保护和管理技术，创新跟帖评论管理方式，研发使用反垃圾信息管理系统，提升垃圾信息处置能力；及时发现跟帖评论服务存在的安全缺陷、漏洞等风险，采取补救措施，并向有关主管部门报告”。

随着互联网的发展，人们传播信息已经从小量级转变为现在的“大数据”，因此信息技术的提升更急需解决。在大数据时代下，反垃圾管理系统，舆情监测系统变得尤为重要。

信息安全正向传播的维护

当微博、微信等社交媒体成为人们工作、生活不可或缺的互联网应用时，人们该如何保护自己的信息安全、保障自身的权益？此次国家互联网信息办公室发布《互联网群组信息服务管理规定》更适应移动互联网时代的移动化、社交化的特点，管理条例覆盖更全面。

该规定明确了互联网群组以及群组信息服务提供者、群组信息服务使用者的概念。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建立的，用于群体在线交流信息的网络空间”。根据规定中的概念界定，微信

群、QQ群、微博群、贴吧群、陌陌群、支付宝群聊等，都属于互联网群组。值得一提的是，规定明确平台的管理责任，指出群组中“群主”的责任范畴，具体地规定了平台落实信息内容安全管理主体责任、落实用户实名认证、保护用户个人信息、实施分级分类管理、建立黑名单管理制度等多方面的责任，使得群组的建立更加规范化和可操作化。

制度的建立是社会发展的需求，更是维护国家安全和社会治安的刚需。然而，制度的落实需要我们后期加大力度，更需要从细节上不断强化，做到有法可依，有法必依，违法必究。无论是公众号服务、网络跟帖评论，还是群组信息服务、社区服务，怎么把这些规定落实到位，都需要互联网的相关主体不断实践和创新，跟上形势的发展和技术的更新。

人在社会天生就要与人沟通传播信息，互联网上每一个参与主体都需要进一步地思考如何在网络上与他人互动，如何影响他人或受他人影响。我们在思考的时候并不是完全独立的，在网络上我们相信什么，为什么会相信，很大程度上取决于我们与他人的互动关系。谣言以及群体恐慌，说明人们普遍都有模仿他人行为的倾向，所以在网络上我们不能缺乏独立思考的能力，需要通过自身的学习和自省来构建自己对社会的看法和观点，不能盲目从众或人云亦云。

在互联网时代的社会实践中，互联网运营商和管理者不仅需要勇于探索、不断创新，更应具备学习新知识的能力，坚守国家立场和可持续发展理念，秉持打造和谐社会和核心价值观理念，投身于新互联网管理和治理形态下的互联网生态环境建设。

(沈浩：中国传媒大学新闻学院教授)

明确主体责任 完善管理体系

两个《规定》的公布实施，将是一次互联网治理的有益探索，相信相关主体能够通过互联网治理思维，激发主观能动性的热情，共同维护网络空间良好秩序

文 / 方禹

2017年9月7日，国家互联网信息办公室相继印发《互联网群组信息服务管理规定》(以下简称《群组规定》)和《互联网用户公众账号信息服务管理规定》(以下简称《账号规定》)，进一步充实了互联网信息内容管理规范体系，同时将规范和发展互联网信息服务的思路由围绕行为扩展为围绕主体，体现了多元主体参与的互联网治理思维。

互联网信息服务规范体系初步形成

随着互联网的发展，网络治理迫切需要建章立制、依法治理和科学施策。2014年2月，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提出网络空间治理的新思想和新要求：“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。”其中，“互联网信息内容管理”是习近平总书记特别指明的领域。国家互联网信息办公室依据《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理的通知》(国发〔2014〕33号)所赋予的职责，在《网络安全法》《互联网信息服务管理办法》的基础上，通过制定规章、规范性文件的方式形成互联网信息内容管理制度建设，逐步覆盖了互

联网搜索、应用商店(应用程序)、互联网直播、互联网新闻、论坛社区、跟帖评论、互联网群组、互联网公众账号等具体领域，基本在以互联网新闻信息许可管理为核心、以互联网信息内容监督管理为补充的互联网信息内容管理框架下，初步形成了互联网信息内容管理规范体系。

不仅如此，纵观国家互联网信息办公室此前发布的系列管理规定，都能从中提炼出一致性的管理制度。虽然此前国家互联网信息办公室发布的管理规定规范的是不同的网络活动形式，此次发

布的《群组规定》和《账号规定》规范的是不同的网络主体，但是这些规定所明确的管理制度具有一致性，主要包括信息内容安全管理、实名制、个人信息保护、投诉举报等制度。实际上，这些管理制度并非国家互联网信息办公室所创设的制度，而是都来源于同样的上位法依据——《网络安全法》。《群组规定》《账号规定》等国家互联网信息办公室的系列管理规定是在互联网信息服务的具体领域，是对《网络安全法》规定的制度具体体现和细化落实。

供图/CFP



新规聚焦网络空间活动主体

近一年来，国家互联网信息办公室为规范互联网信息服务活动，发布了一系列互联网信息服务领域的管理规定。如，2016年6月发布《互联网信息服务搜索服务管理规定》和《移动互联网应用程序信息服务管理规定》，2016年9月发布《互联网直播服务管理规定》，2017年5月发布《互联网新闻信息服务管理规定》，2017年8月发布《互联网论坛社区服务管理规定》《互联网跟帖评论服务管理规定》。这些规定中针对网络空间活动主体主要是强调主体责任，对搜索、应用商店(应用程序)、直播、新闻、论坛社区、跟帖评论等服务形式进行规范，围绕特定行为来明确监管要求及目标，要求各类活动相关主体履行主体责任。

相比而言，《群组规定》和《账号规定》对网络空间活动主体更为关注，互联网群组建立者和管理者、互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者的都是网上活动的主体，公众账号主体是网上活动主体最广泛的表现形式，群组主体是网上活动最典型的表现形式。《群组规定》和《账号规定》通过制度设计实现了相关主体的共同参与，有望实现更高的管理效率和更好的管理效果。

2015年，习近平总书记在第二届世界互联网大会上指出：“网络空间不是‘法外之地’。网络空间是虚拟的，但运用网络空间的主体是现实的，大家都应该遵守法律，明确各方权利义务。要坚持依法治网、依法办网、依法上网，让互联网在法治轨道上健康运行。”习近平总书记的重要讲话精神表明，规范网络空间活动的关键在于网络空间的主体，只有确定了主体责任，才能保证其在网络空间健康、有序地开展各项活动，才能更有效地实现网络空间全面清朗。同时，我们也不应该把网络空间的主体仅仅作为被管理

互联网群组建立者和管理者、互联网用户公众账号信息服务提供者和使用者的都是网上活动的主体，公众账号主体是网上活动主体最广泛的表现形式，群组主体是网上活动最典型的表现形式。

对象。健康有序的网络活动密切关系着网络空间的主体网络权益。因此，对于网络空间的主体，不仅要“确责”(规定主体责任)，同样也要“赋权”(给予相应权限)，使得网络空间主体既能基于主体责任来规范自身的网络行为，同时也能基于其网络角色实现对其他网络活动参与者的规范和监督。

互联网治理思维正逐步凸显

互联网发展不断与传统行业深度融合，使得互联网越来越成为现实世界的完整映射，互联网治理变成一项庞大、复杂和系统的工程，监管部门继续以“管理者”身份来应对庞杂的网络世界面临极大挑战。因此，需改变传统管理思维，向互联网治理思维转变。习近平总书记就国际网络空间治理问题作出重要论断：“国际网络空间治理，应该坚持多边参与、多方参与，由大家商量着办，发挥政府、国际组织、互联网企业、技术社群、民间机构、公民个人等各个主体作用，不搞单边主义，不搞一方主导或由几方凑在一起说了算。”国内互联网治理也应坚持同样的思路，打破以往管理与被管理的消极模式，改变政府一方管理互联网多方主体的“一对多”低效方式，鼓励网络空间各类主体参与互联网治理，充分发挥政府、企业、行业协会和用户的积极作用，实现“多元共治”的高效方式，共同参与网络空间活动的管理和规范。

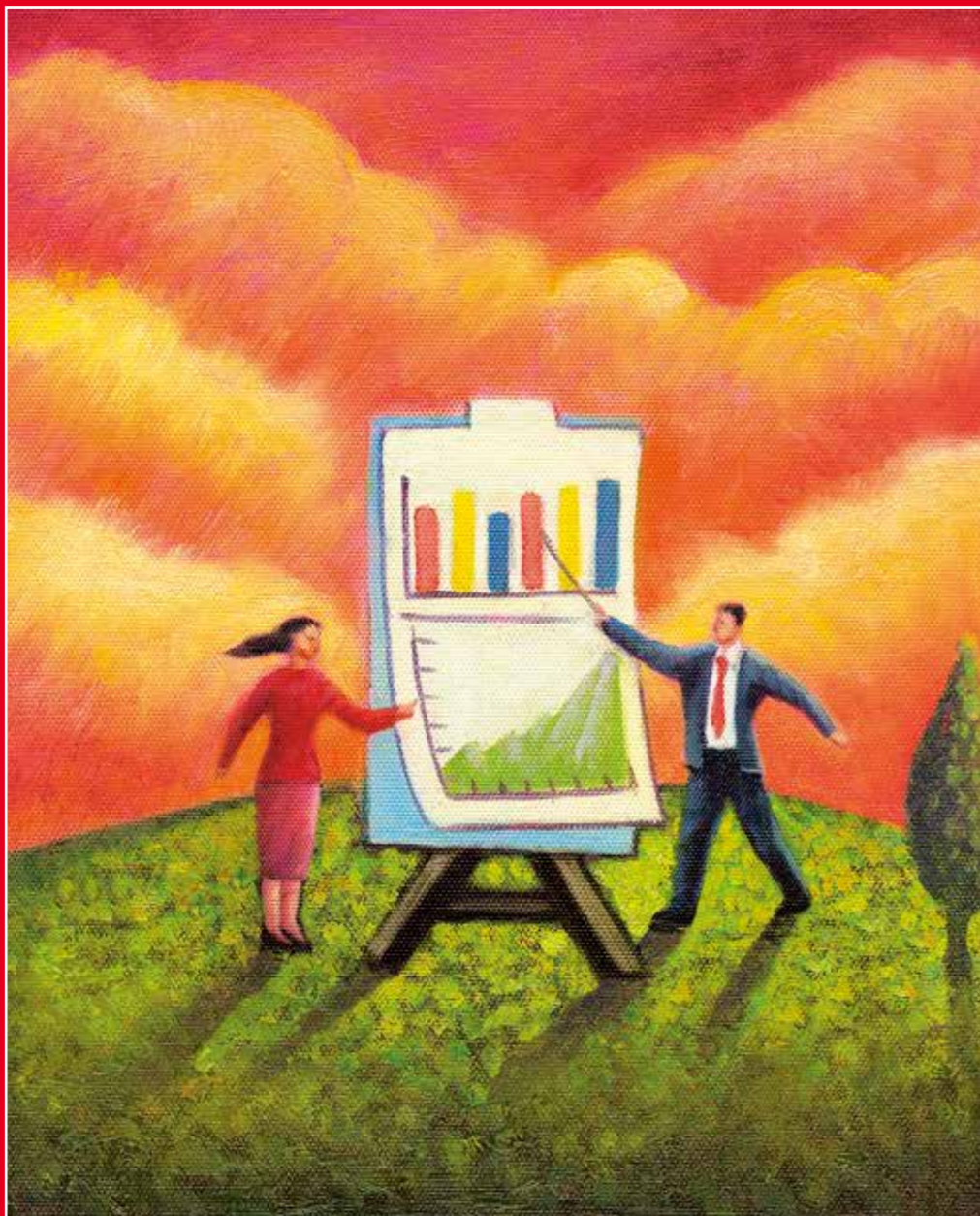
《群组规定》和《账号规定》通过“确责”和“赋权”的方式，将群组相关主体和账号相关主体纳入管理活动，凸显互联网治理思维。《群组规定》要求“互联网群组信息服务提供者应为群组建立者、管理者进行群组管理提供必要功能权限”，使得群组活动的参与者都承担了维护群组秩序的责任，同时也相应地获得了管理权限。《账号规定》要求“互联网用户公众账号信息服务提供者应当按照分级分类管理原则，对使用者开设的用户公众账号的留言、跟帖、评论等进行监督管理，并向使用者提供管理权限，为其对互动环节实施管理提供支持”，要求“互联网用户公众账号信息服务使用者应当对用户公众账号留言、跟帖、评论等互动环节进行实时管理。对管理不力、出现法律法规和国家有关规定禁止的信息内容的，互联网用户公众账号信息服务提供者应当依据用户协议限制或取消其留言、跟帖、评论等互动功能”，使得互联网用户公众账号服务相关主体对开设的用户公众账号在承担主体责任的同时，获得了相应的管理权限。

权力越大，责任越大。两个规定的公布实施，将是一次互联网治理的有益探索，相信相关主体能够通过互联网治理思维，激发主观能动性的热情，共同维护网络空间良好秩序。■
(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。



网络赋能文化传播

文 / 本刊编辑部

“文运同国运相牵，文脉同国脉相连。”文化是民族生存和发展的重要力量，人类社会每一次跃进，人类文明每一次升华，无不伴随着文化的演进与勃发。文而化之，广而告之，随着网络技术发展，文化借助网络平台触及中国的每个角落，播撒世界的无限远方。

2014年10月，习近平总书记主持召开文艺工作座谈会指出，互联网技术和新媒体改变了文艺形态，催生了一大批新的文艺类型。2015年9月，习近平总书记主持召开中共中央政治局会议，明确提出大力发展网络文艺，应促进传统文艺与网络文艺创新性融合。

在融合过程中，网络发挥着巨大作用，在文化传播方面尤甚。“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。”“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。”一大批传统文化的创新发展，让传统文化焕发出新的面貌。

文化的广泛传播，既需要文化创作者努力攀登“高峰”，发挥古人“吟安一个字，捻断数茎须”“两句三年得，一吟双泪流”的刻苦创作精神；又需要文化传播者借助网络之力，让文化精品得以“墙内开花墙外香”“百花齐放春满园”。

文化传播活动的开展如火如荼。走边疆、探非遗，网媒记者编辑深入一线，挖掘深藏于民间的根基文化；进校园、开讲座，文化传播者言传身教，丰富蕴藏于心间的精神食粮。

文化传播专栏的建设叫好叫座。各大网站立足自身定位，开设专栏、走心访谈，摄制视频、辅以图片，邀文艺名家讲故事，请业界大咖谈创作。这些入耳入心的专

栏作品，让文化传播如春风化雨、沁人心脾。

文化传播产品的创作走心给力。诗文随世运，无日不趋新。如何勾陈历史记忆，鲜活传播传统文化？怎样唤醒沉睡宝藏，生动讲述时代故事？怎么化静为动，为黑白照片着上鲜艳色彩？为回答这些问题，众多文化传播者运用无限创意和最新科技，让历史重现，让文化传开……

中华文化既是历史的，也是当代的；既是民族的，也是世界的。而从本质意义上来讲，文化传播始终都是不同文明之间的冲突、碰撞和博弈，也始终都是不同文化之间的辐射与交融。在各国交融过程中，最好的外交手段是文化，中国文化借助网络走向世界，向世界讲好中国故事。

本组专题稿件着眼于新时代背景下“网络赋能文化传播”，摘录习近平总书记的文化观，顶层设计架构文化强国；梳理中央网信办主办的系列文化传播活动，实地探访深挖文化宝藏；呈现地方网信办举行的文化传播实践，全国联动共推文化繁荣；多地开展“喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产传播活动，让非物质文化遗产不被遗忘；“网络文学+”出新天地，坐而论道规范文化的网络传播；北京网信办以首善标准引领文化发展繁荣；《国家相册》打捞历史记忆，让文化动起来、活过来；《文艺星青年》开启轻奢文艺之旅，致力于把文化“传家宝”传递给众多新生代、网生代；《名家访谈》自带互联网基因，希望实现“好故事落在观众的心坎上”；专家建议体翼结合，文化传播无限可能。

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化之力，在激浊扬清，在劝善惩恶；传播之道，在借势助力，在直抵人心。新时代，网络为文化传播赋能助力。■

这五年，文化之树枝繁叶茂

文运同国运相牵，文脉同国脉相连。精通中国文化的习近平总书记十分善于运用古今中外的文化联系，向世人传递源远流长的民族文化，向世界传播博大精深的中国文化。“中国有坚定的道路自信、理论自信、制度自信，其本质是建立在五千多年文明传承基础上的文化自信。”本刊编辑部整理这五年来习近平总书记在多个场合发表的重要文化论，以飨读者

中华文化是我们提高国家文化软实力最深厚的源泉，是我们提高国家文化软实力的重要途径。要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调，以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来，把跨越时空、超越国度、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来，把继承优秀传统文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去。要系统梳理传统文化资源，让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。

——习近平在十八届中央政治局第十二次集体学习时的讲话（2013年12月30日）

中华文明绵延数千年，有其独特的价值体系。中华优秀传统文化已经成为中华民族的基因，植根在中国人内心，潜移默化影响着中国人的思想方式和行为方式。今天，我们提倡和弘扬社会主义核心价值观，必须从中汲取丰富营养，否则就不会有生命力和影响力。

——习近平在北京大学师生座谈会上的讲话（2014年5月4日）

不忘历史才能开辟未来，善于继承才能善于创新。优秀传统文化是一个国家、一个民族传承和发展的根本，如果丢掉了，就割断了精神命脉。我们要善于把弘扬优秀传统文化和发展现实文化有机统一起来，紧密结合起来，在继承中发展，在发展中继承。

——习近平在纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话（2014年9月24日）

中华优秀传统文化是我们最深厚的文化软实力，也是中国特色社会主义植根的文化沃土。每个国家和民族的历史传统、文化积淀、基本国情不同，其发展道路必然有着自己的特色。

——习近平在中共中央政治局第十八次集体学习时的讲话（2014年10月13日）



互联网技术和新媒体改变了文艺形态，催生了一大批新的文艺类型，也带来文艺观念和文艺实践的深刻变化。由于文字数字化、书籍图像化、阅读网络化等发展，文艺乃至社会文化面临着重大变革。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。近些年来，民营文化工作室、民营文化经纪机构、网络文艺社群等新的文艺组织大量涌现，网络作家、签约作家、自由撰稿人、独立制片人、独立演员歌手、自由美术工作者等新的文艺群体十分活跃。这些人中很有可能产生文艺名家，古今中外很多文艺名家都是从社会和人民中产生的。我们要扩大工作覆盖面，延伸联系手臂，用全新的眼光看待他们，用全新的政策和方法团结、吸引他们，引导他们成为繁荣社会主义文艺的有生力量。

——习近平主持召开文艺工作座谈会并发表重要讲话（2014年10月15日）

中国明代剧作家汤显祖被称为“东方的莎士比亚”，他创作的《牡丹亭》《紫钗记》《南柯记》《邯郸记》等戏剧享誉世界。汤显祖与莎士比亚是同时代的人，他们两人都是1616年逝世的。明年是他们逝世400周年。中英两国可以共同纪念这两位文学巨匠，以此推动两国人民交流、加深相互理解。

——习近平访英期间在伦敦金融城市政厅发表的演讲（2015年10月21日）

我们说要坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，说到底是要坚定文化自信。文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。历史和现实都表明，一个抛弃了或者背叛了自己历史文化的民族，不仅不可能发展起来，而且很可能上演一场历史悲剧。

——习近平在哲学社会科学工作座谈会上的讲话（2016年5月17日）

实现中华民族伟大复兴，是一场震古烁今的伟大事业，需要坚忍不拔的伟大精神，也需要振奋人心的伟大作品。广大文艺工作者要坚持以人民为中心的创作导向，坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持百花齐放、百家争鸣，坚持创造性转化、创新性发展，高擎民族精神火炬，吹响时代前进号角，把艺术理想融入党和人民事业之中，做到胸中有大义、心里有人民、肩头有责任、笔下有乾坤，推出更多反映时代呼声、展现人民奋斗、振奋民族精神、陶冶高尚情操的优秀作品，为我们的人民昭示更加美好的前景，为我们的民族描绘更加光明的未来。

——习近平在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话（2016年11月30日）

活动筑繁荣 引导保规范

这五年，作为大力推动网络文化繁荣的主要部门，国家网信办指导、举办诸多活动，为推动网络文化发展凝心聚力。发展与乱象共生，为积极引导网络文化发展，国家网信办建章立制，频频出台相关法令条例，营造风清气正的网络文化环境

密集活动，中华大地掀起文传高潮

“奋斗的青春最美丽”青春励志故事网络文化活动

2014年4月，“奋斗的青春最美丽”青春励志故事网络文化活动启动，该活动由国家网信办、共青团中央指导，共青团中央网络影视中心、中国青年网主办。活动遴选出在全面深化改革中投身政治建设、经济建设、文化建设、社会建设、生态文明建设等各个领域的当代青年优秀典型，采用多媒体集成报道方式，全方位、立体化、多角度展示当代青年在改革的火热实践中敢为人先、攻坚克难、勇挑重担、奋勇争先的时代风采。

中国文化网络传播系列征集发布

2015年12月1日，由国家网信办网络社会工作局指导，中国文化网络传播研究会主办的“文传榜·2015”中国文化网络传播系列征集发布活动正式启动，2016年1月下旬发布征集成果。该活动充分发挥网络社会组织在网络空间治理、网络文化建设等方面的独特作用，进一步在网上弘扬中华优秀传统文化、唱响社会主义核心价值观主旋律。2016年系列征集发布活动包括“十大国学作品”“十大国学频道”“十大国学公号”。在活动过程中，还特别推荐出了“文传榜·2015”中国文化网络传播优秀组织奖。

“讲述红色文化故事”访谈

2015年7月1日，为讲好中国故事、在网上传播正能量，更好地引导青少年铭记历史、继承先辈遗志，激发爱国情怀，由中央网信办指导，团中央网络影视中心、中国青年网承办的“讲述红色文化故事”访谈活动举行。以中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年为契机，该活动说革命家事、谈红色家风，围绕抗日战争、中国人民军队发展历程等话题为网民打开“红色记忆”之门，讨论新时期革命精神传承，以此激发砥砺青春、担纲中国梦的精神动力。

“网络中国节”优秀网络文化内容推选

2017年1月8日，由国家网信办指导、中国文化网络传播研究会主办，《网络传播》杂志等协办的2016“网络中国节”优秀网络文化内容推选展示活动成果发布大会在北京举行。2017年以来，中央网信办落实习近平总书记关于“继承和发扬中华优秀传统文化”的重要讲话精神，弘扬和壮大网上正能量，在全国范围内开展“网络中国节”系列网络文化活动。“网络中国节”优秀文化作品汇聚成了中华民族网上精神家园的节日盛典，为网民呈现了文化与精神的饕餮盛宴，有力推动了中华优秀传统文化的网上传承。

规定出台，网络空间迎来天朗气清

《互联网用户账号名称管理规定》发布

2015年2月4日，国家网信办发布《互联网用户账号名称管理规定》。主要对公众使用微博、微信等上网的账号名称(包括头像和简介)进行规范，明确提出网上昵称不准违反法律、危害国家安全、破坏民族团结、侮辱诽谤他人等“九不准”。自2015年3月1日起开始实施。

中国网民规模世界第一，用户账号数量巨大，账号乱象日益突出。有的违背社会公德，宣扬低俗文化；有的公然分裂国家，破坏民族团结；有的宣扬邪教和封建迷信……为加强对互联网用户账号名称的管理，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》和有关法律、行政法规，制定本规定。

《互联网新闻信息服务单位约谈工作规定》发布

2015年4月28日，国家网信办发布《互联网新闻信息服务单位约谈工作规定》(简称“约谈十条”)，该规定是为更好地规范行政行为，推动约谈工作进一步程序化、规范化，更好地促进互联网新闻信息服务单位依法办网、文明办网而发布的工作规定，2015年6月1日起正式实施。

根据“约谈十条”，互联网新闻信息服务单位发生严重违法违规情形时，除被依法处罚外，其相关负责人也将面临约谈。约谈的对象包括通过网站、客户端、博客、微博客、即时通讯工具等各种形式提供互联网新闻信息服务的单位。

《互联网跟帖评论服务管理规定》发布

2017年8月25日，国家网信办发布《互联网跟帖评论服务管理规定》，明确注册用户需“后台实名”，否则不得跟帖评论、发布信息。同时相关从业人员不得为谋取不正当利益或基于错误价值取向有选择地删除、推荐跟帖评论，不得利用软件、雇佣商业机构及人员等方式散布信息。自2017年10月1日起生效。

注册用户需按照“后台实名、前台自愿”原则进行真

实身份信息认证，如未实名将无法进行跟帖评论。对新闻提供跟帖评论的，应当建立先审后发制度。如果采用“弹幕”方式跟帖，同一平台和页面上要同时提供相同内容的静态版。

《互联网用户公众账号信息服务管理规定》发布

2017年9月7日，国家网信办印发《互联网用户公众账号信息服务管理规定》(以下简称《规定》)，并于2017年10月8日起正式实施。《规定》出台旨在促进互联网用户公众账号信息服务健康有序发展，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益。

随着移动互联网的发展，通过微博客、即时通信工具、移动应用程序等网络平台提供公众信息服务的新业态不断涌现，各类用户注册使用公众账号发布信息的规模和影响越来越大，满足了人民群众多样化信息需求，丰富了网络文化生活。但一些互联网用户公众账号信息服务提供者落实管理主体责任缺失，部分用户公众账号使用者传播低俗色情、暴力恐怖、虚假谣言、营销诈骗、侵权盗版等信息，违反相关法律法规，违背社会公序良俗，社会反映强烈。

《互联网群组信息服务管理规定》发布

2017年9月7日，国家网信办印发《互联网群组信息服务管理规定》，指出互联网群组建立者、管理者应履行群组管理责任，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。

国家网信办有关负责人表示，互联网群组方便了群众工作生活，但一些互联网群组信息服务提供者落实管理主体责任不力，部分群组管理者职责缺失，造成淫秽色情、暴力恐怖、谣言诈骗、传销赌博等违法违规信息通过群组传播扩散，一些不法分子还通过群组实施违法犯罪活动。规定要求，互联网群组成员在参与群组信息交流时，应遵守相关法律法规，文明互动、理性表达。自2017年10月8日正式实施。

各地网信办:

唱响主旋律 网聚文化魂

为深入贯彻落实习近平总书记“团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力”的重要指示，各地网信办按照中央网信办指示要求，在工作实践中创新网络传播手段，大力推动网络文化传播工作，组织了大量网络文化精品活动，造就了各地网络文化繁荣景象

北京

首都网络媒体大联欢

“首都网络媒体大联欢”是由北京网信办指导、首都互联网协会主办的大型品牌文化活动，旨在加强互联网业界互联互通，增进行业间的深度融合，助推首都特色网络文化的建设与繁荣。2017年1月18日下午，“2017年首都网络媒体大联欢”在北京大学生体育馆举行。2017年恰逢大联欢十周年，活动以“初心·前行”为主题，盘点2016年度行业大事，展望2017年度行业发展。千龙网、北京新媒体集团、百度、腾讯、京东、新浪、搜狐、网易等近百家互联网企业高管与2500余名行业同仁齐聚一堂。活动以“互联网+公益”为重点，总结、表彰了2016年度北京地区互联网公益优秀成果，现场颁发了“2016年度首都互联网公益榜样”奖项，进一步推动了首都地区互联网文化建设，增进了互联网行业深度融合。



甘肃

大爱甘肃·启智书屋

2017年4月23日，甘肃“书香陇原”暨2017网络公益活动“大爱甘肃·启智书屋”启动，甘肃多家出版社、企业捐书总计12万元，目前活动已向定西市陇西县福星镇蒋家山小学、天水市秦安县六图小学捐赠图书约1500册、书架6个，今后还将为更多山区小学捐赠书屋。6月7日，在中央网信办网络社会工作局和江苏省委网信办主办的“全国网络社会组织工作推进会”上，甘肃“书香陇原·启智书屋”公益行动作为品牌项目入选2016-2017年度（第一批）全国网络社会组织品牌项目名单。



四川

“蓉城互联”网络文学沙龙

四川省网信办在实施网络内容建设工程的过程中大力推进网络文化健康向上发展，支持网络文学、网络动漫等创作生产，建设网络文化产品制作、传播和销售公共服务平台，打造四川特色的网络文化品牌。2017年以来，四川省成都市互联网协会组织地区网络文学联盟连续举办了数场沙龙，让网络作家与下游企业得以面对面交流探讨网络文学产业发展，进一步整合行业资源，促进内容的相关转化，以新形式助力地区网络文学繁荣发展。目前该联盟已吸纳成都地区优秀网络作家52名，并促成2位联盟作家与游戏、动漫公司达成合作。2017年联盟已举办了两场行业交流、读书沙龙，今年还将举办多场对接会、交流会、校园见面会等线下活动。



河北

今日最网红

“今日最网红”节目是依托河北广播电视台新媒体打造的融媒体传播品牌，在《河北新闻联播》播出精彩鲜活的网红故事。栏目从宣传报道2016年河北“7·19”特大洪水灾害抗洪救灾中涌现出的先进人物及感人事迹开始，逐渐演变为宣传展示“起源于网、放大于网、互动于网”的正能量网红，弘扬真善美、传播正能量。节目开播一年来，共制作228期，累计推出典型网红196个，微博话题阅读量突破3亿，受到社会各界和广大网民的一致好评，已成为河北网络文化宣传的靓丽品牌。



内蒙古

我是家乡代言人

“我是家乡代言人——百场直播SHOW内蒙古”网络主题活动于2017年5月3日启动，4个多月时间里，直播团队深入内蒙古5个盟市29个旗县区，推出直播40场，参与人数达1200万。内蒙古网信办精心组织，各级网信部门紧密对接，围绕家乡脊梁、家乡往事、家乡新貌、家乡味道4个主题共整理选题500多个。经过多次研究讨论，根据覆盖基层、广接地气原则，关注城乡建设今昔变化，讲述各地风土人情，分享经典故事，寻访名胜古迹和特色美食，选定100个选题。直播活动通过全媒体传播、多样化呈现、多渠道覆盖、互动式引导，达到话题范围广、表达形式新、受众人数多的传播效果，为直播平台注入了新鲜充沛、健康向上的正能量内容，促进了网络文化的繁荣。



新疆

穿越楼兰

2016年8月10日至19日，新疆网信办以“古楼兰，新巴州”为主线，在巴音郭楞蒙古自治州举办大型网络文化活动“穿越楼兰”。活动以网络为媒介，以实地探访感知和网上互动传播的形式，组织全国上百名媒体记者开展实地穿越，历时10天，穿越了博湖县、和静县、且末县、若羌县、库尔勒市、焉耆县、和硕县等七个站点。线上同步开展“网上接力马拉松”“美食巴州接力分享”“为多彩巴州点赞”等多个环节，传递网络故事、凸显网络特征、展示绿色发展理念。活动生动展示了“十三五”五大发展理念在新疆扎实践行、落地生根，受到全国网上网下高度关注，产生良好社会反响。通过巴州穿越千年的历史文化，世代呵护的优良生态，共同繁荣发展的民族关系，从不放弃创新的执着精神，展现新疆人在新时期创新协调发展、奋进奔跑的形象，向世界集中展示新疆发展新理念、新面貌。



贵州

2017黔茶说

在贵州省网信办指导下，新华网“2017黔茶说”系列活动，围绕“绿水青山干净茶 贵州冲泡甲天下”主题，重点依托新华网、腾讯网等传播平台，阐述贵州“绿水青山干净茶”的文化理念，传播黔茶文化好声音。系列活动以“春共山中采·网友最喜爱的贵州名茶山”“有故事的人·网友最赞的贵州茶人”“邀您共饮一杯茶·大型线上线下品茗活动”三大网络评选活动为重点，通过制作大型视频航拍作品《飞阅贵州茶海》、开发全民互动游戏《大家来找“茶”》，推出黔茶原产地系列直播等，深度挖掘、集中讲述黔茶故事，推出黔茶文化品牌，展示贵州茶产业发展成就。



西藏

网络名人联谊

2017年4月7日，由西藏自治区党委网信办主办的“争做好网民·喜迎十九大”西藏网络名人联谊活动在拉萨成功举办。40余名西藏自治区网络名人共同观看了“争做中国好网民”宣传片，还签署了《西藏网络名人关于“争做好网民·喜迎十九大”的倡议书》。西藏网络名人一致表示要争做好网民、壮大正能量，共同构建清朗网络空间，弘扬先进网络文化，为党的十九大胜利召开营造良好网络舆论环境。



文脉颂中华 网媒展现“非遗”之美

来自近百家媒体的200多名记者编辑，通过实地采访、亲身体验，深入报道非物质文化遗产的传承发展，生动呈现传统文化的独特魅力，深刻体悟中华民族旺盛的文化创造力和生命力，通过不断融通多媒体资源，在网上充分展现“非遗”之美

文 / 本刊记者 刘沁娟

从2001年昆曲被联合国教科文组织列入“人类口头和非物质遗产代表作”到2016年“二十四节气”申遗成功，中国入选联合国教科文组织人类“非遗”名录项目已达39个，位居世界第一。从舌尖上的味道到指尖上的技艺，从民间文学到民族歌舞，从中华武术到传统医药，每一项传承的背后都饱含着先人的智慧与情感，蕴藏着我们的文化基因与精神信仰。

过去，非物质文化遗产作为老百姓的文化实践，主要是通过口耳相传、言传身教；今天，在互联网平台上，文字、声音、影像、大数据、云技术等，可以承载着非物质文化遗产内容遍地传扬。怎样巧妙借助新媒体为非物质文化遗产的传播与传承赋能？如何以年轻网民喜闻乐见的方式走近网民、吸引网民、感染网民，带动“非遗”“活”起来？

赓续文脉好传统，传播对接“新常态”。9月15日，由中央网信办、文化部联合主办，中国青年网、中国手工艺网承办的“喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产大型网络传播活动在首都博物馆启动，来自近百家媒体的200多名记者编辑，分赴贵州、山西、福建、湖北等地，通过实地探访、亲身体验，深入报道非物质文化遗产的传承发展，生

动呈现传统文化的独特魅力，深刻体悟中华民族旺盛的文化创造力和生命力，通过不断融通多媒体资源，在网上充分展现“非遗”之美。

推动弘扬，加强“非遗”宣传展示

刺绣、蜡染、皮影……分布于全国各地各民族众多精彩绝伦的中华“非遗”，如同一颗颗璀璨的珍珠，镶嵌在五千年中华文明历史的长河中，成为我们民族精神传承、文脉赓续的重要象

征，更成为我们坚定树立文化自信的宝贵源泉。不断加强对“非遗”的宣传展示，是推动弘扬优秀传统文化的重要方式和有效举措。

近距离接触各地极具特色的非物质文化遗产，亲身探寻中华优秀传统文化的原生状态和脉络根源，机会难得。因此，记者编辑在出发前就积极做好“案头工作”。光明网提前召开协调会，抽调视频部、采访部、总编室、海外传播中心四位采编业务骨干组成采访团

2017年9月16日，网媒探访团来到“侗乡第一寨”的贵州省黔东南州黎平县肇兴侗寨，采访当地文旅结合发展的典型经验。图为“侗族大歌”国家级代表性传承人吴品仙接受采访。图/本刊记者 刘沁娟 摄



队，计划通过短视频、图文、英文等方式进行特色报道；中国网的房小棋查阅了大量地理、气候、人文、历史以及“非遗”资料；新华网的卢志佳出发前把采访需要用到的相机、手持云台、电脑、无人机等设备检查了好几遍，确保万无一失……

如何以小切口反映大主题，如何创新报道也是记者编辑思考的问题。中国手工艺网的冷昊阳将报道重点放在“非遗”的现状及保护措施上；中国青年网的张潼希望采访到让人过目难忘的“非遗”项目；动静App的成静娴将视角放在传承人身上，充分挖掘他们坚守传承背后的故事……

在网上充分展现“非遗”之美、报道“非遗”之最，对于进一步唤起广大网民关注热情，在全社会形成保护和发展非物质文化遗产的积极氛围，具有重要意义。“当‘非遗’遇上互联网，将产生巨大的传播效应，使古老的‘非遗’项目获得空前的关注度和发展契机，这种传播方式也更符合传播规律。”光明网的王恩慧说。

创新报道，网言网语传播“非遗”

走进独具魅力的少数民族村寨、聆听名扬于世的“侗族大歌”、见证绣娘们在刺绣工艺中逐渐崛起成为“她”力量、揭开蜡染的神秘面纱、聆听苗家姑娘衣衫上的银饰叮当作响……贵州第一路报道中，中央及地方30多家媒体通过图文报道、网络直播、短视频、全景VR展示、H5作品、无人机航拍等全媒体、全终端、全覆盖的报道形式，实地走访非物质文化遗产，亲身感受非物质文化遗产魅力，用网言网语传播“非遗”、传承“非遗”。

活动前，网媒相继推出“非遗”宣传片及H5作品造势，迅速在网上形成传

播热潮。《这些烙印在中华民族血液中的文化符号》宣传片内容涵盖“最美非遗”“最牛绝活”“最诚匠心”等各个方面，向世界展现当代中国的大美、大善和大爱，画面精美、震撼人心。当代先锋网的H5作品《30多家媒体打CALL贵州“非遗”》，生动活泼地展现了贵州“非遗”有多吸引人、有多精彩，背景音乐“侗族大歌”让人身临其境，充满期待。

活动中，短视频、无人机航拍作品精彩纷呈，立体又直观的报道方式，让新闻作品具备更强的真实性和说服力，对受众有更强的吸引力。新华炫闻的《非遗故乡肇兴侗寨航拍》全景式展示肇兴侗寨的恢弘和美丽；人民网的《“非遗周末聚”活动周周不间断》短视频有“非遗周末聚”的介绍，有现场新鲜出炉的特色美食，更有“绣娘”现场展示技艺。人民网的董子龙说，不论是歌舞还是刺绣、蜡染、造纸等工艺，在网络时代，视频能带来比图文更好的身临其境的效果。

用功创作，打造一批精品佳作

“八山一水一分田”的贵州是一个多民族聚居的省份，自然风光优美、民族文化丰富，有苗族、布依族、侗族、水族、仡佬族、彝族、土家族等17个世居少数民族，每个民族因不同的历史原因形成了各自具有鲜明特点的民族习俗，构成了贵州省丰富的非物质文化遗产。

网媒记者编辑走进黎平、从江、三都、丹寨、雷山等地体验采访，一探多彩贵州这片土地上，“非遗”传承人务实进取、兢兢业业的匠人精神，以及“非遗”传承的魅力。

“侗族大歌”是当今世界上十分罕见的多声部、无指挥、无伴奏民间合唱音乐，有着“天籁之音”“擦过古梦边缘的旋律”的美称。北青网的张琳在切

身感受贵州丰富多彩的非物质文化遗产过程中，对“侗族大歌”的传承性和传播性印象最为深刻。“在从江县小黄村，上至八十岁的老人，下至三四岁的孩童都能很好地演唱‘侗族大歌’，可见‘侗族大歌’与侗族人的生活息息相关，真正是以歌养心，以歌传承。”

国际在线的黄蓉在肇兴侗寨注意到，街道两旁许多家门店挂卖的侗族特色的蓝靛染服饰非常精美。她通过采访蓝靛染传承人陆勇妹了解到，这个“85后”传承人经营着以蓝靛染和侗族服饰为主的合作社和公司，用创新的精神将非遗项目蓝靛染与商业结合起来。被传承人的信念精神所感染的黄蓉表示，“我们的‘非遗’应该让更多的人知道，传播到世界各地”。

在夜幕星空下欣赏侗族音画歌舞《醉美肇兴》、近距离接触被称为刺绣“活化石”的水族马尾绣、与“非遗”传承人一起进行古法造纸技艺的体验……探访团一路实地采访、亲身体验，用心记录、用功创作，打造出一批有吸引力、感染力的精品佳作。

“傍晚时分，寨子里升起炊烟，生火做饭，怡然自得。这是没有被商业化的侗族村寨，原住民在河里洗罐子洗衣服，婆婆们将头发高高盘起，有一搭没一搭地聊天，时而咧嘴笑起来……”央视记者潘婷在采访中真切感受到“非遗”的美好。正如《赓续文脉好传统 传播对接“新常态”》一文所评论，万物有所生，而独知守其根。对于民族和国家而言，文脉既是蕴藏过往，也昭示未来。它是以精神为基础，以历史为支柱，以文化为穹顶，汇聚成为非物质文化遗产这一集大成的表达形式，最终感染和温润一方水土的人们，同时也向海内之友传递出共享文明的积极信号。■

探访“非遗”文化 定格最美瞬间

从舌尖上的味道到指尖上的技艺，从民间文学到民族歌舞，每一项传承的背后，都饱含着先人的智慧与情感，蕴藏着我们的文化基因与精神信仰。非物质文化遗产不仅代表过去，更属于现在和未来。它们值得记录，更需要传播。本刊记者随网媒记者编辑一起，用镜头探寻散落在中华大地各个角落的文化珍宝



01

9月18日，网媒探访团来到贵州省黔东南苗族侗族自治州从江县小黄村。小黄村是远近闻名的“侗歌窝”，村寨里的男女老少都爱唱“侗族大歌”，牙牙学语的孩童在侗族歌声中长大。



03

9月19日，贵州省黔东南苗族侗族自治州丹寨县，卡拉村苗族同胞制作的鸟笼。卡拉村苗族同胞编制鸟笼历史悠久，距今已有四百多年历史。



05

9月18日，网媒探访团走进山西“非遗”展，近距离体验“非遗”传统陈醋酿造。山西老陈醋选用优质高粱、大麦、豌豆等五谷，经蒸、酵、熏、淋、晒酿制而成，是中国四大名醋之一，至今已有3000余年历史，素有“天下第一醋”的盛誉，以色、香、醇、浓、酸五大特征著称于世。



07

9月18日，网媒探访团走进山西“非遗”展，体验“非遗”项目吕梁剪纸。剪纸在山西是一种很普遍的群众艺术，这里的人们借助一把小小的剪刀或刻刀，便可弯曲自然、运转灵活地在纸上镂空剪刻成花样。

08



02

9月18日，网媒探访团赴贵州省黔东南州三都水族自治县贵州水族文化博物馆参观。该馆是以展示中国水族历史与文化为主题的民族类专题“田园式博物馆”，分别从水族概况、美丽家园、水族历史与社会发展、水族文化、习俗与节日、欣欣向荣的水家新貌等六个方面展示水族文化习俗。



04

9月18日，网媒探访团在贵州省黔东南苗族侗族自治州丹寨县石桥古法造纸穿洞基地，体验神秘的古法造纸技术。古法造纸是丹寨石桥村特有的民族传统工艺，从唐朝中期开始延传至今，已有1000多年的历史，且传统工艺保持完好，被称为我国现存的“活化石”。图为苗族大姐在晾晒记者编辑亲身体验的作品。

9月18日，网媒探访团走进山西“非遗”展，现场观看“非遗”传承人制作面塑。面塑以面粉为主料，调成不同色彩，用手和简单工具，塑造出各种栩栩如生的形象。捏面艺人在手中将面粉几经捏、搓、揉、掀，用小竹刀灵巧地点、切、刻、划，塑成身、手、头面，披上发饰和衣裳，顷刻之间，栩栩如生的艺术形象便立现眼前。



06

9月19日，网媒探访团走进山西平遥古城，近距离观摩推光漆器的制作过程。推光漆器是山西省著名的传统手工艺品，以手掌推出光泽而得名，平遥推光漆器为中国四大名漆器之一，以手掌推光和描金彩绘技艺著称。始于唐开元年间，盛于明清，距今已有1200年历史。

(图/本刊记者 刘沁娟 杨洋摄)

“网络文学+” 出新高峰

“互联网+文学”改变了人们的阅读方式、生活方式乃至思维方式，彰显了中国人巨大的文化原创力，正成为世界级文化现象

文 / 本刊记者 刘沁娟

1997年，美籍华人朱威廉在华创办“榕树下”文学主页；1998年，“痞子蔡”的《第一次的亲密接触》在互联网上大火；2001年，网络小说家今何在出版的《悟空传》是第一本在现实中出版的网络小说；近年来，又出现了诸如仙侠、盗墓、探险、玄幻、穿越等多种类型题材，《花千骨》《甄嬛传》《琅琊榜》《三生三世十里桃花》等由网络小说改编的热门影视剧也掀起一波波收视狂潮，实现了影视作品和网络文学的内容联动……

网络文学以互联网为载体，是网络文化的重要类型。20年来，网络文学犹如雨后春笋，从肥沃的互联网土壤中迎春生发、势不可挡。据CNNIC《第40次中国互联网络发展状况统计报告》显示，目前我国网络文学用户规模已达3.53亿，占网民总数的46.9%，这意味着近半数的网民或多或少都有接触网络文学的经历。

2017年8月11日至13日，首届中国“网络文学+”大会在北京召开，探讨网络文学的使命与未来。“网络正能量、文学新高峰”的主题也在引导网络文学正向发展，构建网络文学发展生态圈。

“截至2016年12月底，国内40家主要网络文学网站提供的作品数量已高达1400余万种，并有日均超过1.5亿文字量的更新。支撑这些天文数字的各层次写

作者超过1300万，其中相对稳定的签约作者已接近60万人。这一井喷式的繁荣景象是传统文学形成千百年来所未曾有过的。”国家新闻出版广电总局出版司司长张毅君在“网络文学+”大会上用一连串惊人的数字表明，网络文学发展势头迅猛。

国内65家行业领先企业参展，一个高峰论坛、七个平行分论坛、百余场互动活动……三天时间，“网络文学+”大会大咖云集、话题密集。

阿里文学CEO宇乾认为“网络文学是文娱产业的风向标”，他谈到，网络文学正在经历新一轮的产业升级，有必要通过用户触达、商业化、人才等三大新基础设施建设，发挥正能量、实现新高峰。

近年来，一大批中国网络小说走向国门，赢得世界各地读者的拥趸，仅英文翻译网站Wuxiaworld就有100多个国家和地区的读者跟读，点击量超过5亿。CNNIC报告显示，在国际化发展方面，海外读者对于中文网络文学的兴趣不断提升，使得网络文学企业将拓展海外业务列为发展新方向。阅文集团CEO吴文辉在大会上表示，“我们希望打造的中国式超级IP，也应扛起中国文化海外输出的大旗，并具备可持续挖掘的正能量价值。”

网络文学发展迅猛，但是繁荣背后

亦有隐忧。网络文学作品普遍存在着数量多、质量低，有“高原”、缺“高峰”的现象；机械化生产、快餐式消费和片面追求点击率等倾向较为突出；在快速成长的同时也伴随粗制滥造、脱离现实、娱乐至上、过度商业化、唯市场化等问题。

被称为“网络历史小说第一人”的月关认为，网络文学门槛低是一把双刃剑，要通过内外力共同作用促进网络文学健康发展，内力就需要每一个网络作家发挥主观能动性，从网络文学内部发挥积极作用。

为推动网络文学繁荣健康有序发展，营造清朗的行业环境，大会上，16家企业代表和作家代表共同发起《中国“网络文学+”大会北京倡议》，倡议坚持以人民为中心的创作导向，坚持把好网络文学质量关，坚持合作共赢融合发展等。

“网络文学已进入‘升级换代’关键期。整体性寻求上升突破，已是大势所趋。”中国作家协会原副主席、中国作家协会网络文学委员会主任陈崎嵘在大会上指出，“互联网+文学”改变了人们的阅读方式、生活方式乃至思维方式，彰显了中国人巨大的文化原创力，正成为世界级文化现象。不管是凤凰涅槃，还是脱胎换骨，精品化发展方向是网络文学的不二选择。■

移风易俗“播”动网络

“移”指移动互联网，“风”即中国优秀传统文化之风、催人向上的“网红”文化，用优秀的文化风气改变网络直播中的一些低俗现象，进而扭转人们心中对网络直播的固有印象

文 / 本刊记者 马冉冉

移动网络的蓬勃发展是大势所趋，传统文化的世代传承可滋养人心。当古老的传统文化遇上新兴的移动网络，将会碰撞出怎样的火花？

2017年8月31日，“移动网络+传统文化”系列网络文化活动工作研讨会在北京召开，对直播行业现状进行总结，明确指出2017年下半年，将由中央网信办移动局指导，中国文化网络传播研究会作为主办单位，开展“移动网络+传统文化”系列工作。

2016年是网络直播发展的井喷年，也是国家开展网络直播监管的元年，网络直播从野蛮生长逐渐转为健康有序的发展态势。中央网信办移动网络管理局行业监管处处长张北指出，文化遗产及民俗宣传、凡人善举等正能量、主旋律题材在移动网络文化传播中占据越来越重要的比重，然而，滥俗直播内容和猎奇直播噱头仍然充斥着网络空间。这就需要借助优秀传统文化的力量，对网络直播行业进行引导和规范。

《荀子·乐论》云，“乐者，圣人之所乐也，而可以善民心，其感人深，其移风易俗，故先王导之以礼乐而民和睦。”移风易俗，便是改变旧的风俗习惯。中国文化网络传播研究会副会长、秘书长金海峰从中国传统文化经典出发，对

“移风易俗”做出新解：“移”即移动互联网，“风”即中国优秀传统文化之风、催人向上的“网红”文化，用优秀的文化风气，改变网络直播中的一些低俗现象，进而扭转人们心中对网络直播的固有印象。

关于如何实现“移风易俗”，金海峰强调了“三术”与“三色”。“三术”，即学术、技术和艺术。学术处于引领地位，网络直播需要学术的正确引领；技术为文化传播创造了新的条件，也在考验着人们的运用素养；艺术意味着品质，“网红”借助直播平台展现才艺实现价值，是“体用结合”的体现。“三色”，即打造“网络红星”，体现“绿色文明”，达到“白玉品质”。

在会议现场，映客、快手、一直播、

2017年1月28日正月初一，北京，手机直播成了庙会上一道独特的风景。供图/CFP



YY、斗鱼、花椒等五十余家直播企业、视频网站、文化传播类移动平台和部分“网红”代表对于传播优秀文化内容、提升直播行业形象、提高“网红”职业素养、构建网上精神家园表示了高度认同，纷纷强调要履行企业社会责任，发挥好直播平台和“网红”的影响力，积极落实“移动网络+传统文化”系列网络文化工作。

移动网络管理不仅需要政策规范、行政管控的硬性手段，更需要以文化人、德润人心的长期教化。用中华优秀传统文化与社会主义核心价值观来培育移动网络文化传播从业者的思想健康、文化安全，方为移动网络治理的长久之计。

中国文化网络传播研究会作为主办单位，将致力于建立网络传播从业人员文化培训与考核机制，对各直播平台的优秀“网红”开展文化培训，培养一批能够唱主旋律、传播正能量、具有高素质高影响力的新型“网红”。同时，中国文化网络传播研究会还拟于2017年年底，邀请各平台媒体中具有代表性的正能量“网红”召开中国网络文化主播大会，进一步开展“‘网红’中国行”“网络扶贫”等专项活动，向全社会展示优秀主播的文化引领力。■

北京网信办：

以首善标准引领网络文化

在人们阅读趋向多元化、载体多元化的前提下，通过书籍形式来编辑，就是赋予网络文化以物质化、具象化和相对固定化的一种形式，为人们欣赏网络文化提供一个新选择和新平台

文 / 本刊记者 马冉冉

北京是互联网发展的超大型城市，拥有61万家网站、30多亿客户端下载量，集中了全国90%的重点网站，是全国绝大多数网民传播、互动、分享网络文化的中心。在网络文化建设实践中，北京网信办充分利用互联网新技术，让网络文化在生产、传播、消费等各个环节发挥着成风化人、凝心聚力的作用。《网络传播》杂志专访北京市网信办党组书记、主任，首都互联网协会党委书记、会长佟力强，谈助推网络文化繁荣发展的北京经验。

《网络传播》：北京网信办是如何在首都这样一个文化中心营造积极健康、向上向善的网络文化氛围的？

佟力强：自从有了互联网，北京就高度重视网络文化建设和管理。例如，从2003年起连续8年组织属地网站举办新春祝福短信大赛，2010年起连续8年携手属地主要网站共同举办形式新颖的“网络大过年”文化活动，取得良好的传播效果。自2003年起推出的网络“表情包”以及近年来指导网站开发的H5技术，受到广大网民的热烈欢迎。一篇篇网络文学作品如微小说《路遇丰台铁路保安》《放学了》《义和拳的那些事儿》等，感人肺腑，催人泪下，引发广大网民的追捧。2017年暑假期间，我们指导属

地网站新浪读书频道在暑期推出#为你读书#话题活动，引导青少年积极参与，力邀知名作家，为广大青少年推荐好书，讲述好书背后不为人知的故事。助力铁血网暑期开展“优秀军文作品限时免费读书活动”，支持千龙网推出“我的暑假 我的游学”“献给老师的礼物，你说了算”征文活动，极大地丰富了广大青少年暑期精神文化生活，引导他们树立正确价值观。

近年来，在中央和市委市政府的正确领导下，北京网信办坚持首善标准，大力推动具有中国特色、首都特点、时代特征的网络文化建设和管理，引领全国网络文化建设和发展。

《网络传播》：逢年过节北京网信办都会开展系列网络文化活动，如何利用互联网新技术让传统文化在数字平台上焕发新生机？

佟力强：互联网新技术层出不穷、迭代飞速，其在文化领域中的新应用不断为网络文化建设带来新的内容和样态。特别是随着移动互联网的到来，网民可以随时随地随时生产、创作和传播网络文化。网络文化生产和传播的大众化时代已经到来。为适应这种发展趋势，北京网信办通过搭建平台，努力推动新技术新应用的开发、使用、研究，持

续鼓励和支持网站应用新的互联网技术、手段，促进网站丰富内容、创新形态、创造精品，引领行业健康有序发展，把传统文化的宏大叙事以故事化、具象化、分众化、差异化、扁平化、社交化进行传播，提高了传统文化的覆盖面、到达率，并带动广大网民二次传播乃至N次传播。比如在2015年、2016年连续两年举办北京网站H5应用作品评选活动，出现过单个H5转发量达1.3亿次的现象级作品；基于对虚拟现实在网络文化领域引发热点的关注，2016年北京网信办联合北京电影学院开展了VR作品征集评选活动。

《网络传播》：据了解，北京网信办、首都互联网协会每年都会联合编写《春节网事》，为何要以书籍的形式来承载网络文化？

佟力强：自2010年以来，《春节网事》一书从政治、经济、社会、文化等方面对春节进行全方位记录，为读者重现从小年到正月十五全球华人欢度春节的喜庆画卷。通过“编年体”的形式，经过逐年积累，将春节的世情百态书写成一部“春节现代史”，由此呈现春节与现代社会的冲突融合以及春节文化在全球的传播扩张，为建设社会主义文化强国、增强中华文化国际影响力尽一



2017年1月18日，由北京市网信办指导、首都互联网协会主办的“2017年首都网络媒体大联欢”在北京举行。图/本刊图片库

份绵薄之力。

当前，在人们阅读趋向多元化、载体多元化的前提下，通过书籍形式来编辑，就是赋予网络文化以物质化、具象化和相对固定化的一种形式，为人们欣赏网络文化提供一个新选择和新平台。同时，通过书籍形式展现，让“网络大过年”活动内容从互联网的海量信息中脱颖而出，方便受众通过触觉、视觉进行纸质阅读。这是对传统优秀文化传播形式的坚守，展现了把优秀网络文化固化、传承下来的文化自觉和责任。

《网络传播》：十九大召开之际，北京网信办如何利用北京属地网站的作用，组织属地网站开展迎接党的十九大主题文化活动？

佟力强：开设“每日美图·喜迎十九大”点亮北京“一带一路蓝”摄影作品征集活动”并推出作品展公众号专栏，围绕点亮北京的美丽夜景、一带一路蓝、丝路云等主题，发动所有人拿起手机、相机记录和传播“一带一路”期间的美丽风景和美好心情；海量原创网络剧目献礼十九大，比如优酷投资数亿资金

打造《了不起的匠人2》《最美中国2》《读书人》《百心百匠》《京剧猫2》等众多精品节目；组织“五年发展·点滴印记”秒拍有奖征集活动，引导网民自主性参与，鼓励多样化的视频形式，如微电影、视频接力等；指导统筹属地网站做好主题视频、直播类节目活动，如一直播联合相关单位发起“保护黄河万里直播行动”，首次全程直播报道哺育中华民族的母亲河——黄河；统筹属地网站，切实做好大运河文脉挖掘和网络传播工作，从保护、传承、利用等多个角度宣传大运河文化带建设成果。

《网络传播》：北京网信办在助推网络文化繁荣发展的过程中总结出哪些经验？

佟力强：具体来说，我们在推动网络文化建设方面积累出如下几点经验：一是抓“两向”：坚守政治方向，把准舆论导向。加强网络文化建设，要始终坚持党性原则，牢固树立政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，牢牢把握正确的政治方向和舆论导向，唱响主旋律、传播正能量，营造良好的网络舆论和文

化建设环境。二是抓“两侧”：实现网络文化供给侧生产与需求侧消费相匹配。抓好供给侧生产，鼓励网络文化原创，提升网络文化产品质量，扩大网络文化传播影响力。鼓励网络文化、科技融合创新，推动网络文化新业态成长。抓好消费侧分析，坚持用户需求导向，鼓励专业文化机构和广大网民创作喜闻乐见、接地气、个性化的产品，并做好分众化、差异化、具象化、扁平化传播。三是抓“两线”：推动线下文化资源与线上文化传播融合发展。我们围绕清明、端午、中秋、春节等传统节日，指导网站开设专题专栏，介绍民俗民风，传播中华文化。同时与抗战馆、艺术馆、文化馆、中央音乐学院、北京电视台栏目组、北京图书馆等合作，将优秀文化资源数字化，并通过网络传播。四是抓“两手”：一手抓网络文化建设，一手抓网络文化管理。一方面，通过举办不同主题、不同形式的活动丰富网络文化内容形式、载体渠道。另一方面，加强网络涉黄涉恐、网络谣言、低俗庸俗等有害信息清理，强化网络文化的正面引导。■

《国家相册》：

聚焦珍贵瞬间 反映时代切面

新华社《国家相册》聚焦中国近现代历史中的重大事件和精彩瞬间，综合运用3D特效、动画模拟、虚拟演播室、数据可视化等技术，打开那些被浓缩的人生、被折叠的时代，细述那些鲜为人知的人与事

文 / 本刊记者 潘树琼

照片是历史和文化的静态记录，一般沉睡在相册或电子档案里。然而，当静止的历史照片和跃动的网络技术通过《国家相册》产生关联，一档充满着珍贵历史画面的栏目就此诞生。

2016年9月2日，中国人民抗日战争胜利纪念日前夕，一档由新华社精心打造的微纪录片形态可视化全媒体产品在网络悄然走红，这是一档融合了“照片、故事、特效”三大因素的栏目，依托中国照片档案馆收藏的自1892年以来的一千多万张珍贵照片，聚焦中国近现代历史中的重大事件和精彩瞬间，综合运用3D特效、动画模拟、虚拟演播室、数据可视化等技术，打开那些被浓缩的人生、被折叠的时代，细述那些鲜为人知的人与事。

照片 + 故事 + 特效： 化学反应的必备元素

“《国家相册》栏目依托的根基在我们脚下，”新华社领衔编辑、《国家相册》讲述人陈小波用手指了指地板，“地板下面的中国照片档案馆收藏了1000多万张照片，经典图片是我们的核心产品，也是中国历史的真实记录。”自新华社摄影部成立以来，新华社的摄影记者没有一天停止过记录这个国家，陈小波作为新华社领衔编辑，自1983年大学毕业进入新



2017年9月，《国家相册》一周年之际，主创团队挑选不同的主题在新华社一层大厅进行展览。
图/本刊记者 潘树琼 摄

华社以来，一直从事着图片编辑的工作。

对于这档栏目来说，5分钟左右的视频能容纳的照片最多不超过50张，如何“优中选优”是陈小波一直考虑的问题。多年的从业经验让她形成了一套自己的照片遴选标准：首先是社会性，照片要写满历史的痕迹；其次是诗性，照片是一种艺术行为，要具备美感；最后是情感性，好的照片一定具备充沛的情感力量。“如果一张照片美轮美奂，但和社会的发展毫无关系，我不选。如果一张记录了某个非常重要的历史事件但照

片本身不够好，我也不选。我希望用专业的判断去呈现最能再现历史、最打动人的作品。”陈小波说。

事实上，按照新华社的照片储存量，每个题材做半小时是完全没有问题的。但为了适应网络时代的微传播，栏目组采取了最大的节制和克制，让网友在最可能接受的时间段里感受历史的熏陶。

档案馆收藏的每一张照片都是时代大发展的一个切面，具备文献性和历史性。当这些照片被还原到历史脉络中去，照片背后那些不为人知的故事便再次浮

现。“靠这些照片，也还不足以支撑这档栏目，《国家相册》的独特之处在于照片之外所蕴藏的家国情怀的故事。”《国家相册》执行导演郝方甲认为，这档节目的目的是希望人们通过个人故事看到国家故事，通过家庭相册看到国家相册。

谈起照片和栏目背后的故事，郝方甲如数家珍，但她印象最深刻的还是关于冰川和扫盲的故事。在《冰川的奥秘》中有一张现代人看来颇为“荒唐”的照片：1958年，中国科学家在祁连山腹地自主发现了第一条冰川，然而他们第一次与冰川的亲密接触竟然是为了融化冰川，“向冰山雪海要水要粮”，科学家们在冰面上铺洒煤粉，调飞机轰炸冰川。在那个挣扎在温饱线上的年代，连绵的冰川在人们眼里不过是一桶水。“如果不了解那段历史，你就不会理解这些鲁莽之举的背后藏着什么玄机。”郝方甲解释道。

而在《一个不能少》这期节目中，也出现了一张“奇怪”的照片：1952年全运会赛跑现场，起跑线上的运动员们不起跑，却在起跑线上蹲着写字。原来，那个年代很多运动员都是“文盲”，所以采取“起跑不用发令枪，谁先写完谁先跑”的运动规则。陈小波对此评价道：“这种文化普及方式堪称世界奇观。”

在这档栏目中，每期出现的诸如“讲述人走进历史画面”“运动员起跑”“少先队员敬礼”等技术特效也让人印象深刻。绑定骨骼、抠像、输出序列、视频、合成特效……这是后期统筹曹晓丽正在制作的特效。这档栏目里，制作最简单的特效也要两个小时，有时候甚至需要四个小时。

而在郝方甲看来，《国家相册》的实现技术不复杂，特效门槛并不高，且具备可模仿性。“但难以模仿的是精神的部分，策划、情怀以及故事的选择。”在他

们心中，照片、故事和特效，三者不能割裂来看，必须配合在一起，才会产生化学反应。

互动 + 勾连 + 融合：走出深闺天下知

让“养在深闺人未识”的老照片有机会与民众见面，“国家相册”的创新探索令中国摄影家协会理事、闻一多之孙闻丹青感触很深：“节目讲人情事理、讲人性故事，入情入理，生动感人。活用图片又不拘泥于图片，音频、视频全媒体呈现，这样的影像让年轻人看到也非常感动。”

《国家相册》自推出后，已经获得数亿次的传播。在这之前，陈小波不敢想象这些古老的照片能达到这么大的传播量。作为一名工作三十余年的图片编辑，陈小波编辑的栏目中呈现过很多照片，但图片的收看率基本是“少则几千、多则几万人次”。很多图片发稿后也不会再有人去翻动它们。“但现在《国家相册》已经有十几亿的收看率，这就适应了新的传媒发展形势。”陈小波激动地说道，当经典的照片、准确的文字、确凿的事实、恰当的配乐、精致的后期和大历史结合起来，它就变成了一种新现象，网络让这个栏目复活了。

更有甚者，有很多学校把这档栏目当做历史教材，“我们的初衷达到了，在这个纷乱的社会里，让大家通过这档栏目与历史产生勾连。”通过新华社客户端、新华网以及相关微信集群和微博集群，栏目勾连起了诸多网友的记忆，完全打破了栏目组最初“国家相册是不是做给阿姨和老年人看的栏目”这一预想。“只要网友看过后产生了感动，对那段历史有一点点唤起，我们就成功了。”陈小波兴奋地说道，甚至有国外记者通过网络看到视频后，表示要通过这些照片重新了解中国的历史。

“我在看《车铃响叮当》这期节目的网友评论时，被网友的留言深深打动。”郝方甲做节目时没哭，看网友留言时却哭了。自行车曾经像开闸泄水一样奔腾出去的景象深深印刻在几代中国人的脑海中，所以，当网友看到那期节目时，一下就想起来自己跟自行车的故事，很多网友谈到了自己当年坐在自行车后座的感受，勾起了他们对自行车的集体记忆。

除了每个星期带网友到“历史深处走一遭”，《国家相册》还充分吸纳群众和网友的力量。前30期每期的片头片尾各15秒，有用户留言反映15秒过长。所以栏目组从第31期开始，把片头片尾时长控制在3秒钟。

这种“集中网友力量办大事”的精神更体现在创作团队身份角色的特殊性上。迄今为止，共有300余人参与过这档栏目的生产和制作。用《国家相册》制片人何平的话说，“草台班子也能走到现在。”新华社作为传统的国家通讯社，在融合发展前主创团队都是传统采编人员上的一环。在郝方甲看来，这档栏目最重要的意义在于给了新华社很多记者一个新的可能性，这里没有记者，有的是导演、编剧、制片人。《国家相册》盘活了新华社沉睡了很久的一批历史老照片，通过勾连历史和现在，发挥出了传统采编人员过去没有用到的80%的能量。

全国三教办副主任、中国记协国内部主任殷陆君给“国家相册”点赞：“这是微视频方面的新兴栏目，是融媒体方面的创新作品。”他希望，栏目能更加贴近时代主题、靠近时代脉搏、亲近时代声音，切实提高作品传播力、引导力、影响力和公信力，成为传播党的方针政策、传递人民群众呼声、传导中华优秀传统文化精神的重要品牌，让更多不太了解中国历史的人知道中国历史被完整地记录下来。■

星青年的轻奢文艺之旅

《文艺星青年》所推崇的文艺，不只是一首诗、一部小说、一曲音乐，更是一种人生态度、文化格调、审美追求

文 / 本刊记者 刘沁娟

“让我们开始一场轻奢的文艺之旅，品味一段不一样的文艺慢生活。”2015年11月18日，人民网文化频道推出《文艺星青年》，致力于用文艺轻松的形式获得新媒体时代年轻人的喜爱，将文化“传家宝”传递给众多新生代、网生代。

既讲述文艺名家的感悟心得、创作故事，也关注普通百姓的读书生活、人生愿望；既推荐火爆的影视大片、综艺节目，也呈上值得一看的阅读书单、戏剧演出。有阳春白雪，也有下里巴人；有深度专访，也有网友分享。《网络传播》采访了人民网编辑中心副主任、《文艺星青年》栏目负责人黄维，听她讲述《文艺星青年》如何做到“大珠小珠落玉盘”。

《网络传播》：《文艺星青年》的口号是“开启一场轻奢的文艺之旅”，什么是“轻奢”？如何以网络助力“文艺之旅”。

黄维：“轻奢”可以理解为文字清新醇厚、文风简朴自然，既有时尚气息，也有古典韵味。我们在栏目中所推崇的文艺，不只是一首诗、一部小说、一曲音乐，更是一种人生态度、文化格调、审美追求。通过微信公众号与大家分享有梦的文艺故事，带大家去到有

趣的文艺现场，品味一段温暖的文艺慢生活。

《网络传播》：《文艺星青年》打造过哪些有影响力的文化活动？其网络传播效果如何？

黄维：在习近平总书记主持召开文艺工作座谈会一周年之际，人民网文化频道精心策划，发挥网络媒体优势，线上线下结合，全面宣传、深度报道深刻学习习近平总书记的重要讲话精神。线上专访参加过文艺座谈会的文艺家们，推出“文艺名家话精神故乡”系列视频访谈。线下联合人民文学出版社主办了《“文艺走进新时代”——学习习近平总书记文艺工作座谈会重要讲话精神名家对话活动》，著名电影艺术家王晓棠等11位老中青文艺名家各抒己见。参会嘉宾名家多、规格高、观点犀利，传播效果好，嘉宾评价“人民网做了主流媒体该做的事”。

《网络传播》：吴京、董卿、黄磊等很多文艺界名人接受了《文艺星青年》的访谈，借助名人效应的初衷是什么？

黄维：《文艺星青年》坚持走名家、高端、深度路线。人民网文化频道多年来专访过近百位文艺名家，我们希望通过名人效应，传播中华民族五千年的故事之美、情感之美、品格之美、人

文之美。

《网络传播》：《文艺星青年》在网络文化传播上有哪些创新手段？

黄维：我们曾在世界读书日期间推出“2分钟测出你的文艺指数”H5游戏，精选20部最具代表性的国内外文学作品，以作品中的经典语句、人物故事或作家生平等内容为题，采用填空问答的形式，由易到难设置20道题目。该策划文化感与趣味性并重，一经推出便在朋友圈大量转发，首日访问量过80万，总访问量超过320万。

《网络传播》：在助力文化正能量传播方面，《文艺星青年》有哪些坚守？

黄维：我们曾推出过《70位文艺名家谈最美抗战歌曲》《父亲节策划：名家用文学经典致敬父爱》等多个原创策划，人民网文化频道也获得“网络十大国学频道”称号。习近平总书记说过：要提高阅读生活的能力，善于在幽微处发现善美，在阴影中看取光明。他也曾勉励广大青年，要时常用真善美来雕琢自己，不断培养高洁的操行和纯朴的情感，努力使自己成为高尚的人。如果说媒体是一盏灯，照亮人的灵魂，我们就应该是点灯的人。希望我们的文字有情怀、有担当、有视野、有温度、有朝气、有洞见。■

《名家访谈》自带互联网基因

《名家访谈》节目打破传统访谈节目的形态，为节目注入互联网思维，让节目自带互联网基因，使节目中那些德高望重的文艺名家更鲜活形象出现在互联网上，和网友有一种天然的亲切之感

文 / 本刊记者 潘树琼

“老艺术家们为祖国、为时代、为人民而歌，我们只是借助互联网技术将其充分展示”，光明网副总编辑高赛认为，作为一档文化传播类视频节目，《名家访谈》自带互联网基因，正像互联网本身在不断进化、修正与提高一样。截至目前，节目已推出530余期。《名家访谈》通过“类访谈”的节目形式，让名家自己讲述作品背后的故事和自己的成长历程，借助网络传播和科技手段，实现了“好故事落在心坎上”的传播效果。

《网络传播》：做《名家访谈》这档节目的初衷是什么？

高赛：《名家访谈》是光明网的一档视频品牌节目，以“对话思想 传播智慧”为宗旨，秉承了光明网“知识分子网上精神家园 权威思想理论文化网站”的定位。从2015年开始，节目更加注重贯彻落实习近平总书记关于文艺工作的重要讲话精神，着重邀请文艺界成就高、影响大、声誉好、群众喜爱的文艺名家，结合个人的工作、生活和创作经历，讲述自己的心路历程，从中感悟为祖国、为时代、为人民而歌的责任担当，传递真善美和向上向善的价值观。

《网络传播》：在栏目传播过程中网络发挥了哪些作用？

高赛：为适应移动互联网碎片化传

播特征，每期节目录制完成后，除在互联网上呈现完整节目外，将每期节目剪辑制作成符合移动网络传播规律的短视频节目，更便于网友观看、点播、收藏和分享。

在这个过程中，移动网络发挥了强大的传播作用。首先，互动性强，网友会根据每期节目各自感兴趣的话题参与留言。其次，内容丰富，除了视频访谈内容的展示，每期节目专题页面还集纳了嘉宾的代表作品、珍贵图文资料等，使节目内容更加立体、全面和生动。第三，便于分享传播，每期节目内容都独立设置专题页面，方便网友把节目分享到朋友圈、微博中。

《网络传播》：这档节目是基于互联网思维录制的，其传播效果如何？有哪些传播规律可借鉴？

高赛：通过对内容视频、图文、音频等全媒体形式传播，节目覆盖受众群体比较广泛。传播规律就是主题符合时代特征，突出“讲故事”特性，传承真善美，传递向上向善的价值观，展示广大文艺工作者积极践行和弘扬社会主义核心价值观的生动实践；运用全媒体的传播方式，节目深入文艺名家生活过、辛勤耕耘过的地方，既怀旧又有生活气息，能够用镜头充分调动观众的思绪。

“半采访半记录”的节目创新形式也遵循了传播规律，让观众在无形中领悟到艺术的魅力。在娱乐节目大行其道的今天，大众呼唤文化回归，节目带有浓浓的文化气息，融合了传统与现代文化元素，有热气腾腾的市民生活，也有色彩斑驳的名家故居，有艺术家的人文思考，更有对现代人的创作启示。

《网络传播》：在节目制作过程中，如何借助互联网的力量让节目“丰盈而生动”？

高赛：《名家访谈》节目打破传统访谈节目的形态，为节目注入互联网思维，让节目自带互联网基因，使节目中那些德高望重的文艺名家以更鲜活形象出现在互联网上，和网友有一种天然的亲切感。

节目录制突出“讲好中国故事”。每一期节目中，主持人都会与艺术家进行一次朋友之间的交心对话，深入挖掘与解读聚光灯背后的艺术家鲜为人知的真实故事，揭秘嘉宾之所以成为“大家”的偶然与必然，紧紧抓住网友们感兴趣的内容。

节目制作过程中，注重创新表达方式，使节目形态多样，每期都会呈现出不同的视觉效果。大量运用电影化的镜头讲好故事，让网友获得良好的观感体验。■

网传全球 文化四海

我国既是网络强国，也是文化大国。互联网充分发挥其多介质、多渠道的融媒传播优势，助推我国文化走出去，在“一带一路”倡议、孔子学院、中国电影国际化等建设中，发挥了巨大的作用

“一带一路”倡议

背景

自2013年习近平总书记先后提出“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”两个宏大倡议以来，国家相关对外传播实践不断推进，为“一带一路”战略构想提供了良好的舆论环境。其中，互联网在助推“一带一路”对外传播方面扮演了重要的角色。

渠道

PC端、微博、微信、客户端、短视频、直播等多形式、多渠道的融媒体传播。

策略

大数据思维创新传播。一方面，以网络大数据为参考，将更多国家的观点纳入进行通盘考虑，以此甄别主流舆论的好坏，在全世界寻求共鸣和支持，避免因个别国家和媒体出言毁谤就主动回应，错误地把更多的精力放在价值极低的口角之上。另一方面，从数量来看，“一带一路”的相关报道已经具备“壮大声势”之效。通过大数据分析，收集和观察传播对象对某种信息的情绪、偏好和兴趣，即可初步确定内容的传播效果。

新媒体国际协作传播。8月25日，2017年“一带一路”新媒体国际协作体发展峰会举行。峰会上进行了签约仪式，从内容制作、节目联播、产业互动、文化交流、平台互通五个领域沟通民心民意、深化理解互信、实现共同发展。举办“一带一路”新媒体国际协作体发展峰会，是创



当地时间2017年8月21日，由中国驻泰国孔敬总领事馆与泰国孔敬大学孔子学院联合主办的“中国厨房”在孔敬孔子学院开幕。供图/CFP

新新闻传播、深化媒体协作的重要举措，对于传递丝路精神、讲好中国故事有着重要的现实意义。

华文媒体融合传播。9月5日，第二届海外华文新媒体高峰论坛在成都举行，40多个国家和地区的100多家华文媒体出席盛会，与会嘉宾围绕“一带一路与海外华文新媒体”这一主题进行了探讨。与会嘉宾认为，融合的核心除了平台的融合，更是人的融合。新的媒体人要向全媒体人更好地发展，掌握更全面的复合技能，拥有全媒体思维的整体高度，这样才能把媒体人想表达的观点，更好地传播给受众和海外的读者。

意义

通过更新传播理念，创新传播形式，变革传播路径，使当下“一带一路”对外传播获得更好的想象力和洞察力，构建起融通中外的话语体系，营造出具有广泛认同性的“通感”，实现传播效果最大化。

孔子学院

背景

全球“汉语热”持续升温。随着移动互联网和新媒体的飞速发展，对外汉语教学、传播中国文化的方式也不再仅仅限于书本知识和言传身教，越来越多的外国人通过网络学习汉语和了解中国文化，孔子学院借助网络对外传播成为重要路径。

渠道

在线课程、网络考试、小视频、网络春晚等。

策略

网络碎片化传播。国外大学在教汉语新闻时需要从网上找到合适的新闻视频，特别是配有文字稿的短小视频。制作类似碎片化的中文网络视频，迎合国外教育工作者的教学需求，成为普遍使用的传播策略。

建立汉语网络考试。为使外国考生能够更加便捷地参加汉语水平考试，孔子学院推出了汉语网络考试。孔子学院首期在泰国设立了6个汉语网络考试考点，东方文化书院是第一个揭牌的考点。孔子学院推出的汉语网络考

试受到了泰华社会以及泰国汉语学习者、爱好者的普遍欢迎。

网络孔子学院。学院采用先进的互联网技术，将更多汉语基础知识、汉语文化、旅游攻略等中华文明常识传递到各个国家和地区。网络孔子学院有两千多名教师网上授课，能让受教者通过网络平台直观地了解汉语的博大精深并接触中国的传统文化。通过在线学习可以让受教者获得有关汉语知识的更多详细内容。其中，网络点播的课程让文化内容的传播更加细致和深入。

孔子学院网络春晚。旨在为全球热爱汉语及中华文化的网友提供一个展示中文才艺、世界各地文化特色和艺术风采的大舞台，通过全球征集包括乐器演奏、歌舞、戏曲、武术、小品、相声、变脸、魔术、微电影等形式的节目，在“孔子学院网络春晚”官方网站定时播出，互动性、参与性、针对性强。

意义

孔子学院的国际传播效果非常好，孔子学院的汉语学习者普遍对中国抱有好感。

中国影视国际化

背景

随着互联网、移动通信等新技术的快速发展，电影业发生了深刻变化，影像传播媒介、发行渠道、国际营销日趋多样化，互联网在助推我国电影“走出去”，提升文化软实力方面意义重大。

渠道

互联网购票、互联网思维等。

策略

互联网发行渠道是探索方向。海外互联网发行的扩张，将助力华语片、合拍片的推广和销售。据华纳兄弟影业国际部副总裁理查德·福克斯介绍，美国的票房收入中

互联网购票的占比只有13%，而中国的互联网购票在票房中的占比达到70%。中美两国之间的合作，不仅仅限于做更好的电影，中国电影市场的互联网营销模式也可以运用在美国电影市场。

互联网思维助力国际竞争。加强中国电影在海外竞争力，应充分考虑电影产业形态变化带来的机遇与挑战。以“互联网思维”牵引内容生产，在内容、营销、技术上重构全新的服务性商业链条。例如优酷土豆在2016年的第四季度首次实现盈利，网络自制剧是其盈利的关键。

意义

作为文化软实力的重要部分，影视艺术作品借助互联网传播、发行，让全世界的观众更加便捷地领略当今中国的精神风貌，认可中华民族的价值观。

体翼结合 文化传播无限可能

互联网经济拥有一种奇妙的动力，它在众目睽睽之下已经撬动了等级和官僚结构的千斤巨石，这生机勃勃的生态系统最终会走向何方，我们无法预知，但可以确定的是，那必然是一座赋予这世界更多能量的活动之城

文 / 范周 关卓伦

什么是赋能？顾名思义，就是为某个主体赋予能力和能量，并以这种能量化不可能为可能，化可能为理所当然。乔布斯和他的“苹果”之所以伟大，就在于他们用极简而又极强的产品为上至强如巨贾政要，下至弱如老病妇孺都赋予了改变生活方式的能力。而所谓能力者，绝不仅仅在于获取能力、拥有能力，而是在于能够为他人赋能，让周围的世界因此而变得更加美好。“互联网+”正是如此，将人作为主体，科技与产业并作支撑的两翼，深受“互联网+”影响的文化传播自然也就被其赋予了无限可能。

打破常规，赋能于“体”

颠覆与重构思维。首先要强调的是，互联网对于人类思维和观念的改变是颠覆性的。恩格斯曾经说过，“人的思维最本质的和最切近的基础，正是人所引起的自然界的变化，而不仅仅是自然界本身；人在怎样的程度上学会改变自然界，人的智力就在怎样的程度上发展起来”。这实际上揭示了一个道理，即人类的思维方式是随着人类实践方式的变化而发展的；不同时代的人类，会形成具有其所在时代特征的思维方式。因此，“互联网+”实践方式将导致人类思维方

式产生深刻变革，形成具有时代特征的“互联网+”的实践思维。所以说互联网实现了对人类传统思维观念的冲击，先是解构，使传统的思维方式瓦解；然后重构，使其被重新认知。

重新定义的被称为“互联网思维”，它是突破性的、开放性的、多维性的和创新性的。这种“重构”思维的可贵之处在于它赋予了人们重新想象一切的能力。医疗、教育、文化、金融、电信、零售、能源等所有行业都能够被重新想象，过去人们总是对媒体充满神圣感，认为只有坐在演播室里才能叫做媒体，能上电视是件非常不容易的事情。但现在的互联网赋予人们一种叫做“去权威化”“去中心化”的概念，人人都是媒体，既没有所谓的高高在上，也没有绝对的摆老资格，所以衍生出“自媒体”这个概念。微信微博、网电台、网络直播等各路英豪，悉数登场，八仙过海，各显神通，你方唱罢我登台，信息传播方式由被动到主动、由单一向交互、由中心到平等、由权威向包容。人们可以大胆去想象很多事情，比如从“草根”成为“网红”，比如与世界另一头的史蒂文森·霍金“对话”。这体现了对文化发展过程中许多传统观念的颠覆，一方面不断改变着人类的观念，另

一方面也在不断提供着人类更多新的思路。

丰富与延展能力。互联网对人类能力的赋能与延展也是多方面的，这对于文化的传播有着极大的助益。一个比较显著的例子是群体智慧的形成，这也是“分享经济”的一种体验模式，“每一束光都有其价值”“众声喧哗”也能奏出理性的乐章。互联网的出现为人类的信息交换和智力活动带来了前所未有的组织模式，在互联网这张没有中心的大网上，每个人既是知识的分享者，也是知识的享用者，集思广益、集腋成裘，人类的个体智慧在这里得以彼此完善，形成群体智慧的同时使得个体智慧也向更高延展，喜马拉雅、知乎、分答，这些知识付费模式都是其中的典型代表。

另一个例子是反螺旋式传播，人们对于自己赞同并广受欢迎的观点往往愈加附和，反之对于无人理睬的观点则趋向沉默，这种效应的结果是受欢迎的一方声音会越来越强大，另一方则越来越沉默。如今，互联网使人类有能力“反抗”这种人云亦云，突破“寡不敌众”的限制。随着受众参与性大大提高，受众可以自由支持和发表少数意见，少数意见有可能发展成为与多数意见势均力敌甚至超越和改变多数意见。“网络水



2017年1月9日，一名小朋友在第十三届中国国际网络文化博览会上体验虚拟动画平台。本届网博会以“双创时代 网文天下”为主题，致力于打造网络文化产业的大平台，寻求行业新合作，实现商业模式创新。供图/新华社图片库

军”“公关洗白”等操作就是遵循这种效应，通过舆论煽动，引导少数意见最终成为“一边倒”。

突破想象，赋能于“翼”

以科技为载体。科学技术是文化发展的载体，文化的传播离不开科技的支撑。“互联网+科技”为文化传播赋予了更多的想象空间，VR、AR技术在声光电的交错中为网络游戏、电子竞技及演出会展、电商平台等提供了更立体、更鲜活、更多元的表现形态。“飞猪App”使足不出户环游世界成为可能，“淘宝buy+”让身临其境逛逛商场成为日常；北京798艺术区展出的“花舞森林与未来游乐园”以声音影像、空间交互、网络艺术、数字模拟技术及VR、AR等虚拟技术为主打，一经亮相便引爆整个市场，一周内吸引了近50万人次前来体验。如今文化发展对科技的依赖程度日益加深，“要里子更要面子”成为市场选择

的大势所趋，“互联网+科技”正在赋能着文化向更广阔、更纵深的领域继续耕耘着。

以产业为支撑。互联网为文化产业赋予了许多新形态，为文化传播提供了更广阔的平台。

第一，跨界。互联网使产业之间的界限趋于模糊，行业之间不断交叉渗透，许多文化业态选择以多元方式进行跨界传播。早年腾讯提出的“泛娱乐”战略融合发展模式抓住了市场需求，以网络平台为基础，展开电影、音乐、动漫等多领域、跨平台的商业拓展，贯通资金、制作、宣传、发行和衍生品各个环节。

第二，融合。“互联网+”的加号，不是简单的1+1，而是与传统产业、新兴产业的深度融合。2016年底，中央提出“十三五”期间大力发展战略性新兴产业的目标，文化产业与农业、制造业、服务业日趋融合，衍生出多种多样的产业形态。与此同时，传统媒体与新媒体融

合愈演愈烈，传统媒体互联网化、与新媒体整合并购、打造平台一体化成为了大趋势。

第三，细分。一些区域型的特色文化产品，将可以使用互联网，通过创意方式走向全国，设计师品牌、族群文化品牌、小品类时尚品牌都将迎来机会；而明星粉丝经济和基于兴趣的社群经济，也都拥有巨大的想象空间。

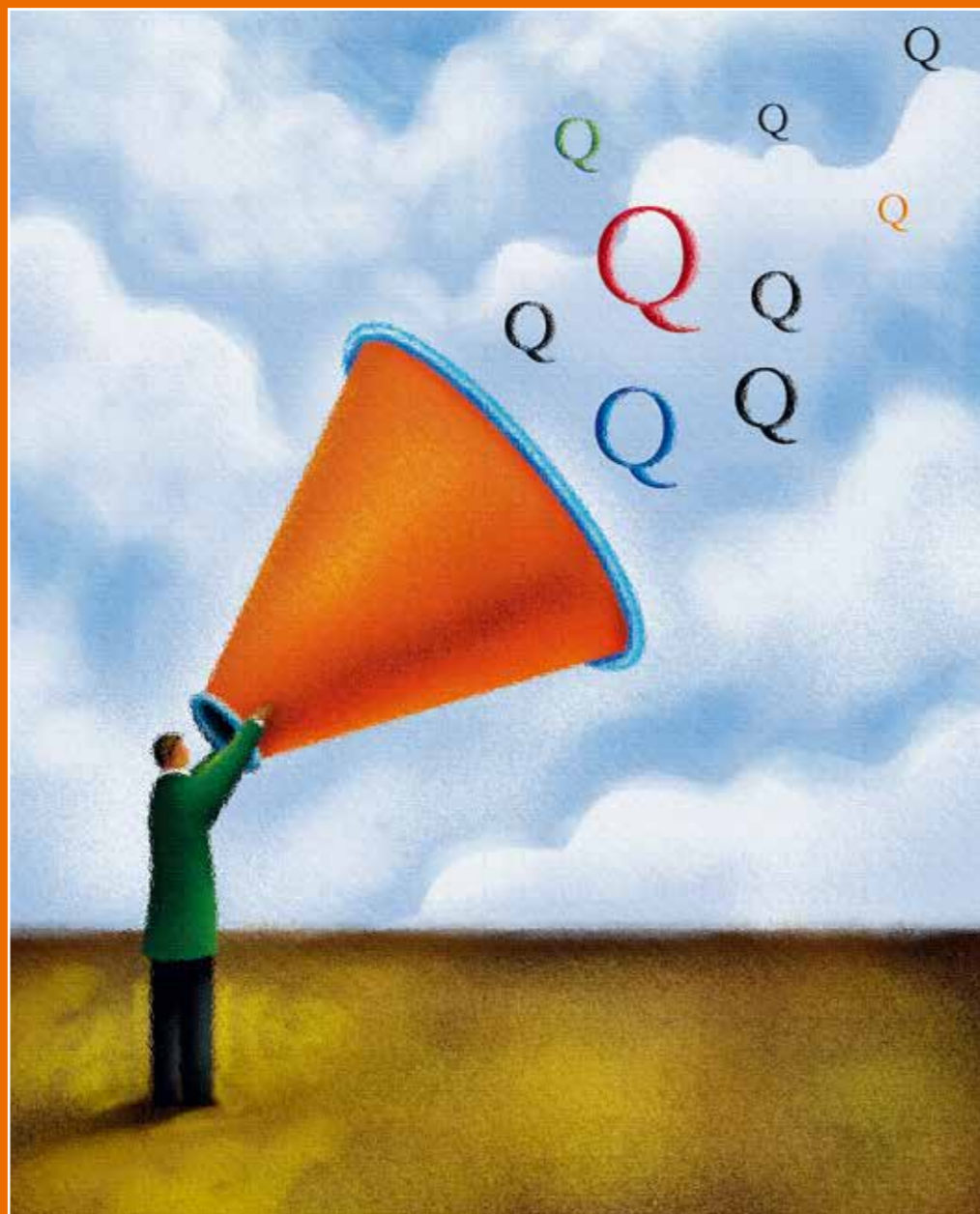
最后，互联网还能促进文化分享和分配的效率。正如上文所述，互联网经济拥有一种奇妙的动力，它在众目睽睽之下已经撬动了等级和官僚结构的千斤巨石，这生机勃勃的生态系统最终会走向何方，我们无法预知，但可以确定的是，那必然是一座赋予这世界更多能量的活动之城。■

(范周：中国传媒大学经管学部副部长兼文化发展研究院院长、雄安新区发展研究院院长，文化部文化产业专家委员会主任；关卓伦：中国传媒大学文化发展研究院)

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。



舆情热点



天舟一号与天宫二号成功完成首次“太空加油”。供图/CFP

1 天舟一号完成与天宫二号自主快速交会对接

9月12日23时58分，天舟一号货运飞船顺利完成了与天宫二号空间实验室的自主快速交会对接试验。这是我国载人航天工程空间实验室飞行任务圆满成功后组织实施的系列拓展试验项目之一，旨在验证货运飞船的快速交会对接能力，进一步发挥任务的综合效益，为我国空间站工程后续研制建设奠定更加坚实的技术基础。网民纷纷留言点赞，“作为一名中国人感到骄傲”“为中国航天科技人喝彩！”

2 电视专题片《巡视利剑》反响强烈

9月7日至11日，电视专题片《巡视利剑》在央视黄金时段热播后，引起社会各界强烈反响，广大网民纷纷对此点赞。媒体指出，热播背后是党心民心的交汇。通过巡视发现的种种问题，说明党中央对形势的判断完全正确，也再次说明深化政治巡视十分及时、非常必要。评论认为，热播既是对巡视工作的认可，也是对其进一步发扬光大的期待。许多网民在看完之后表示“真给力”“很过瘾”，还要“再刷”“三刷”。

3 第二十七届中国新闻奖评选结果公示

9月12日起，中国记协在新华网、中国记协网和《中国新闻出版广电报》上公示第二十七届中国新闻奖评选结果。本届中国新闻奖共评选出中国新闻奖获奖作品300件，其中特别奖4件，一等奖52件，二等奖92件，三等奖152件。通过网络平台刊播的作品包括人民网、新华网等PC端和人民日报客户端、新华社客户端等移动端媒体。刊播项目包括网络专题、网络评论、网络访谈、新闻漫画、网页设计、新闻名专栏、新闻摄影、国际传播等。



4 全国各地纪念“九一八”事变86周年

“勿忘国耻，圆梦中华！”9月18日上午9时18分，200余名学生在中国人民抗日战争纪念馆序厅庄严宣誓。全国各地也纷纷举行各种纪念活动，希望通过这种形式唤醒更多中华儿女的爱国意识。媒体也纷纷刊发评论，“九一八”事变带给我们一个血火启迪：巩固的国防，是民族生存之盾；强大的军队，是国家安全之本。国家和民族的命运，与军队的强弱休戚相关。不让历史的悲剧重演，就必须建设一支听党指挥、能打胜仗、作风优良的人民军队。对全军官兵来说，牢记神圣职责，砥砺金戈铁马，抓训练时不我待，谋打赢盘马弯弓，这便是对“九一八”最好的纪念。



2017年9月18日，江苏扬州，扬州大学广陵学院的大学生摆成“9·18”和“勿忘国耻”大型字样。供图/CFP

5 多地举行活动纪念抗战胜利

9月3日是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利纪念日。连日来，全国多地举行座谈会，网民自发前往博物馆、反法西斯胜利纪念遗址地，追忆凭吊先人，铭记抗战历史。有网民评论，我们纪念抗战胜利，是为了让更多的年轻人了解、记住这段历史，铭记战争带来的苦难及前辈们为了和平而付出的艰辛。还有网民表示，我们要珍惜当下来之不易的和平生活，也要教育孩子具备爱国主义精神，为祖国做贡献。

6 教师节：社会各界尊师重道氛围浓

今年9月10日是第33个教师节，各地开展多种形式的活动庆祝教师节，社会各界尊师重道的氛围浓厚。人民网评论道，老师作为引路人，应该成为最受社会尊敬的人，教师也应该成为最受社会尊敬的职业。新华网评论认为，程门立雪、张良拜师的历史典故，至今令人传颂。教师，正越来越得到全社会的尊敬和爱戴。网民纷纷向自己的老师表达祝福，人民日报客户端推出的创意H5《为你写诗》，被网民大量转发，在朋友圈形成刷屏之势。

7 榆林产妇坠楼事件引发热议

陕西产妇马某某在榆林市第一医院绥德院区妇产科二病区坠楼身亡事件引起社会各界广泛关注。9月7日晚，榆林市卫计局就该事件公布了调查结果，认为“该产妇死亡与医院诊疗行为无因果关系”，但事件“暴露出了医院相关工作人员防范突发事件的意识不强，监护不到位等问题”。有媒体呼吁，家属、医院乃至社会应对产妇真正尊重，这种尊重不仅体现在产妇在面临分娩痛苦时的自我选择，更应该是对“人是目的而不是手段”这一人本精神的回归。

8 “民警摔抱孩妇女”事件受到关注

9月1日上午，上海市公安局松江公安分局交警

支队民警带领辅警在九杜路涞坊路附近开展违法停车整治时，遭一名违停女性车主暴力阻挠，民警在控制该女子过程中未顾及其手中怀抱儿童的安全，致使女子与儿童倒地。该事件在网上曝光后，引发舆论热议。有网民认为，涉事交警粗暴执法，也很可恶。2日，上海警方对该事件作出处理：民警朱某作出行政记大过处分，对涉事女子张某作出警告的处罚决定。

9 “一元购画”刷屏微信朋友圈

8月29日，一个叫“小朋友”画廊的公益H5在微信朋友圈刷屏传播。该活动由腾讯公益平台发起，由WABC无障碍艺途公益机构患有自闭症、智力障碍、脑瘫等病症的特殊人群创作画作，微信用户可以用最低一元钱的价格“购买”图画，帮助这类特殊人群。短时间内活动捐款人数超过580万人次，筹款超1500万元。网友评论，这是朋友圈里最美最温暖的刷屏，移动支付、分享到朋友圈也让做公益变得更“速食化”和“分享化”。但也有少数网友质疑这是一场“营销炒作”，担心善款去向。其后，腾讯方面回应，将定期公示善款使用情况。



10 外卖用塑料袋“毁环境”引关注

公开数据显示，饿了么、美团、百度三大外卖平台的日订单量在2000万左右。一个订单至少包括2个餐盒、1个塑料袋，按照每个餐盒平均6厘米高计算，每天所用餐盒摞起来足以从地球到国际空间站转3个半来回；按每个塑料袋0.06平方米计算，一天消耗的塑料袋可铺满168个足球场。网民表示，虽然无法直观看出外卖行业在污染总量中所占比重，但外卖带来的环境问题值得关注，这是一个重要的提醒。也有网民建议，国家相关部门应通过提升塑料餐盒的质量、制定质量标准等方式促进其回收重复利用，从而延长塑料制品生命周期，减少生产和消耗量。

11 网民呼吁推动婚恋交友平台实名认证

共青团中央、民政部、国家卫生计生委联合印发《关于进一步做好青年婚恋工作的指导意见》，针对大龄未婚青年、进城务工青年、农村青年等的婚恋难题和不同特点，提高服务针对性和有效性。协调多部门推动实名认证和实名注册在婚恋交友平台严格执行，依法整顿婚介服务市场，严厉打击婚托、婚骗等违法婚介行为。网民对此表示点赞，婚恋交友平台的虚假信息 and 诈骗已经泛滥很多年，确实该管管了。也有媒体建议，通过立法渠道构建起完善的婚恋交友生态。

12 浙江大学试行论文评定新规引争议

9月中旬，浙江大学发布《优秀网络文化成果认定实施办法（试行）》，其中规定在媒体及其“两微一端”发表的优秀网文，根据发布平台与传播水平可认定为国内权威、一级、核心等学术期刊论文，纳入晋升评聘和评奖评优。新规一出，立即引发热议。有网民认为这个做法是一种进步和创新。也有网民质疑，将“媒体点击量”与学术论文的学术价值等量齐观，极易导致学术之“退步”。对此，浙大回应称，认定优秀网络文化成果不会降低有关学术标准，成果申报需经专家委员会严格评审。

13 国科大举行史上最短新生开学典礼

9月10日上午，原定一个小时的中国科学院大学2017级新生开学典礼，因为山雨突然来袭，仪式仅用了2分钟即宣布结束，仪式安排只有升国旗、奏唱国歌，以及白春礼院士讲话。消息一出，收获一片点赞。有网民表示，一场2分钟的开学典礼，非但没有招致寒酸、简陋的讥讽，相反，却是一片热切、真诚的掌声，2分钟开学典礼让人看到了大学该有的样子。也有媒体刊文称赞，科学精神不是喊出来的，而是藏在一个个看似不经意的细节中。把学生健康放在第一位的大学，一定是有情怀的大学；一所求真务实的大学，一定是有前途的大学。■

重大主题报道的融媒体表达

互联网技术的不断进步，赋予网络新闻媒体内容呈现与传播渠道各环节不断革新的动能，让重大主题宣传报道在互联网语境中出新出彩，有了更多的创新空间和实现可能

文 / 张云泓

互联网传播时代，重大主题宣传报道“上网”，成为网络新闻媒体履行职责使命、提升原创影响、凸显主流地位、体现党性和核心竞争力的重要抓手，成为主流新闻网站之间“比武过招”的兵家必争之地。互联网技术的不断进步，赋予网络新闻媒体内容呈现与传播渠道各环节不断革新的动能。重大主题的宣传报道如何摆脱以往陈旧、正统、沉闷的“面孔”和图解式、脸谱化的报道方式，在新颖、轻松、活泼的互联网语境中出新出彩，也有了更多的创新空间和实现可能。

2017年以来，多彩贵州网在全国两会、贵州省两会以及贵州省第十二次党代会等几场重大主题宣传报道中，以自主研发的轻量化中央厨房为引擎，推动“策、采、编、发、监”流程再造，“烹出”

互联网传播时代，重大主题宣传报道“上网”，成为网络新闻媒体履行职责使命、提升原创影响、凸显主流地位、体现党性和核心竞争力的重要抓手，成为主流新闻网站之间“比武过招”的兵家必争之地。

系列图文、视频、VR、漫画、H5、手游等一道道可口的“新闻大菜”，并通过网站群、手机报、新闻客户端、微博、微信“五位一体”传播矩阵，实现全媒体呈现、全移动推送、多端跨屏阅读、线上线下一体化，全方位、立体地呈现会议盛况、解读会议精神，生动呈现贵州发展变化，不断探索具有“党网特质、贵州特点、原创特色”的融媒体表达。

打造中央厨房，融媒体时代的流程再造

在“互联网+”大时代背景下，多彩贵州网坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，历时两年多打造出网站、手机报、微博、微信和新闻客户端的“五位一体”媒体矩阵。

“多”媒体平台渐成，“融”应用如

何实现？从2016年开始，多彩贵州网投入中央厨房技术平台的研发，不断探索策划、采访、编辑、播发的“自我革命”。2017年全国两会，网站首次携中央厨房模式进京“练兵”，统一指挥调度，全面拉开“一体策划、一次采集、多种生成、多元传播、全天滚动、全渠道覆盖”的宣传大戏。整个两会期间，网站共刊发相关报道700余篇，其中独家原创稿件170篇；发布图片千余张、原创视频节目14个、VR全景报道2组；进行图文、视频、微博直播共4场；推出6个专题报道、H5报道13期、评论27篇、高清图组及图刊7期，漫新闻14期……全媒体平台播报不停、互动不歇，构成了独具一格的全媒体融合报道风景线。

这次实践证明，打破技术壁垒促成了“采”“编”前后端的无缝对接。多彩贵州网以移动化、可视化、互动性的全媒体报道平台为“弓”，以业务过硬的骨干记者为“箭”，精准发射，有的放矢，奔赴前线，深入基层，精准获取最鲜活、最全面的新闻素材。与此同时，后方调度有力，通过中央厨房“调味”“烹煮”“摆盘”层层加工，将素材再造，转化为适应不同平台网民喜闻乐见的新闻产品，让重大主题的时政报道更贴近网民。



2017年3月6日，十二届全国人大五次会议贵州代表团举行团组开放日活动，多彩贵州网记者手持云台相机进行拍摄。图/本刊图片库

2017年4月，“多彩中央厨房技术平台”正式上线运行，汇集全网热点事件，提供全面的新闻线索，优化选题流程，精准确定新闻选题，一站式解决内容管理的所有难题，成为多彩贵州网“内容数据管家”，为网站融合发展提供全面的基础技术支撑和业务承载能力。

“普通话”与“地方话”共鸣，重大主题“落地”表达

互联网的无界传播，打破了传统媒体“发行”地域的限制，但网络新闻传播并非“漫无边际”，尤其是地方新闻网站，受新闻事件影响层面、新闻信息传播渠道、受众覆盖面等方面的限制，地方新闻网站的网络传播，既要注重全球视野，也要彰显地方特色。

全国两会报道历来是民众知晓国家事务的重要媒介事件，如何巧用互联网传播手段，务实地做到“上情下达，下情上传”，是新闻媒体值得深思的问题。在2017年全国两会报道中，多彩贵州网既发布全国两会的主流内容动态，又推送相关本土化报道内容；既有总理记者会、贵州团组开放日这样“高大上”重大活动的现场直击，也不乏《贵州教育这些年 多娃彩妞的成才之路》等一系列“讲贵州话”“说贵州故事”“发贵州声音”

的本地化报道，接地气、赢民心，架起沟通桥梁，并形成兼容严肃与亲民风格的多元报道。

在习近平总书记“4·19”重要讲话发表一周年之际，多彩贵州网抓住时机，及时发布《贵州厚植“智慧树”开采“钻石矿”》，深度报道习近平总书记肯定贵州发展大数据确实有道理，展现了贵州大数据从“无中生有”到“令人惊叹”的巨变。十二次党代会期间，网站特别关注了贵州省少数民族地区离退休老干部为少数民族群众自觉“同声传译”省党代会开幕的新闻，视角独特，在少数民族地区引起强烈反响；同时记者深入基层，推出“党员的力量”系列视频节目，关注基层党员数十年如一日坚守工作岗位、发挥先锋模范作用的可人事迹，以小见大、感人至深……

上接“天线”、下接“地气”，是地方新闻网站讲好“普通话”与“地方话”，实现重大主题“落地”表达的有效途径。


“黔哨”嘹亮发声，碎片传播时代“一分钟解读”

观点，是体现新闻媒体价值和思想的关键。网络媒体平台海量的信息提供、多样的形式呈现、多元的渠道分发，不

断加剧新闻内容的同质化和信息传播的碎片化，这其中，历来作为新闻媒体“旗帜”和“灵魂”存在的新闻评论，在网络时代碎片化阅读和多元信息呈现的传播语境中，依旧具有其不可替代的作用。尤其是在重大主题的报道中，新闻评论对于重大主题的解读、传播独具意义。

2016年12月5日，由多彩贵州网着力打造具有原创特色的时政评论栏目——《黔哨》正式上线，以新颖的网络语言和独特的观察视角解读阐释贵州重大话题。该栏目创新表述重大话题，深入浅出，让网民体验轻松阅读的同时，深刻理解贵州省委、省政府的重大战略部署。在2017年全国两会上，《黔哨》推出的《你好，我是贵州这是我的“出席证”》等融合特色网络语言和时政元素的原创评论深受网友喜爱。

网络媒体平台上的新闻评论，不拘泥形式，更讲求创新。多彩贵州网做了“漫话新闻”的系列尝试和探索。第十二届全国人大五次会议，回顾代表的五年履职路程，几乎成为所有参与两会报道媒体的必选题。多彩贵州网结合自身特点，抓住了“读图”阅读和有趣阅读两个要素，在PC端、微信端等推出“漫话履职路”系列报道，将漫画、新闻稿、全景VR、音频相结合，真正做到融媒体报道。

在2016年全省两会期间，多彩贵州网特别策划专题报道《脱贫攻坚 贵州样板》，以10张“名片”精炼地概括出全省各市(州)、贵安新区扶贫工作的精彩亮点和典型案例。配合以图文、表情，“名片”通过“脱贫攻坚，贵在精准，开对药方子，才能拔掉穷根子”“土豪，我们做朋友吧”等一系列个性鲜明的一句话短评、锐评，解读脱贫攻坚的“贵州故事”，效果好、反响大，获得网友热烈回应和点赞。
(张云泓：多彩贵州网党委副书记、总编辑)

五招破解灾难事件中的谣言

灾难事件发生前后，无不伴随着谣言的产生。深入研究这些谣言的特征，为后期灾难事件信息发布、政策引导、社会稳定提供参考和依据

文 / 马雪健 唐小涛

灾难事件发生时，谣言也往往伴随着产生，不同阶段谣言呈现不同特征。本文将灾前、灾中、救灾、灾后四个阶段的谣言划分为预测性、描述性、归因性和猜疑性谣言，深入研究这些阶段性谣言的特征，为后期灾难事件信息发布、政策引导、社会稳定提供参考和依据。

灾难事件中谣言的特征

灾前谣言：预测性。突发灾难发生前的信息，往往是民众根据以往经验、新闻报道而对现实情况和未来趋势进行的预判，以期对生活产生指导，但由于缺乏科学依据和有效分析，很大一部分会变成谣言。这类谣言会直接干扰处于该生活圈的人群，造成一定社会恐慌，影响社会稳定。2017年6月长沙持续暴雨，官方尚未发布确切消息，民间就已传出“长沙市召开防汛紧急会议称将爆发大洪水”的谣言。虽然辟谣及时，但后期真正发生洪水后，民众始终认为政府信息发布不及时，导致政府公信力受损、行政效率降低。

2.灾中谣言：描述性。突发灾难中，信息空窗期和无序期是必然过程。各方迫切的信息需求会导致关于灾情的描述性谣言大肆抢占信息通道，阻扰正常信息的传播。灾民在这种信息不对称的情



2017年7月2日，湖南长沙，湘江长沙段水位猛涨，橘子洲被洪水贯穿。供图/CFP

况下，根据自身经历和常识进行描述和传播灾情，部分夸大、猜测或编造内容就会形成谣言，再经过网民二次加工和传播，谣言变得“有血有肉”更加真实，破坏性加强。

救灾谣言：归因性。但凡遭遇重大突发灾难，“为什么发生”都会成为一段时间的关切点，当这种疑问得不到妥善回应时，就会出现归因性谣言。此类谣言多半出现在救灾期间，受灾严重的目标物或者无法用科学解释的现象往往会成为导火索。九寨沟地震后，“‘黑鸟乱飞’是在预警”“‘地震云’早有预兆”等谣

言散布网络；长沙城区内涝后，谣言称“洋湖地区不适合开发”。诸如此类谣言，大部分都是网民寻求心理补偿的理由，不会造成太大社会危害，但容易带来心理恐慌。

灾后谣言：猜疑性。灾后安置和补偿永远是灾民最关心和最期待的话题。正是存在这种心理预期，导致权威信息发布前后猜疑性谣言成为灾民心理波动的最重要因素。此类谣言影响群体较小，但对于灾区稳定至关重要，不容小觑。“水灾不会补偿”“灾后物资涨价”等谣言每逢大灾必会出现，这是民众心理落

差的写照，容易击中灾民的情绪和关切点，引起灾民的共鸣。

灾难事件中谣言的成因

核心信息的缺位。核心信息在灾难事件中能够起到“一锤定音”的效果。灾难发生前，民众对于现状都存在一定认识，但并不明确，迫切需要权威信息释疑。核心信息的缺位直接忽视了这一诉求，难以给人安全感和获得感，民众就会迎合小道消息和谣言。今年长沙暴雨前期，政府始终未发布“是否有大洪水”的权威消息，导致民众只能从谣言处找到理由说服自己。

主干信息的滞后。关键节点中主干信息的披露，能够抢占信息通道，排除杂音，掌握舆论主导权。灾难事件舆情的过程控制，实际上是从预警到长尾管理的完整过程，关键节点贯穿始终，高效、有序的主干信息披露，才能保证舆情过程控制完整、全面且不留死角。长沙暴雨灾害中，宁乡7天后才召开新闻发布会，以致网上关于死亡人数的猜测和谣言一直不断，造成了一定程度的社会恐慌。

分支信息的模糊。分支信息的模糊程度决定了描述性谣言的多寡，模糊度越高，谣言越丰富。灾难发生后，人们在关注事件本身的过程中，会不停地用自己的方式对有限的、不明确的信息进行加工和解释，这种信息加工的结果很有可能是基于概率的，受“少利多害”特征影响，绝大部分信息会失真或形成

谣言。2016年武汉暴雨期间，天门、汉川突如其来的洪水被当地百姓谣传是人为的“丢卒保车”；救灾过程中尚未来得及发放的救灾物资被谣传为“村干部贪污”。灾难事件难免有关照不到之处，不断做好分支信息的披露，才能尽可能减少伤害。

导向信息的迟疑。导向信息是灾民未来生活的期待，关系到每个人的切身利益，任何一丝风吹草动都能够牵动灾民的心。如果政府发布稍有迟疑就会给谣言以可乘之机，造成灾民情绪波动和社会不稳定。2016年武汉暴雨期间，南湖部分小区被淹，政府屡次协调都未给出明确解决方案，导致业主多次请愿。这期间滋生的诸如“政府不会赔偿”“赔偿标准降低”等谣言，造成了受灾群众的情绪波动。

灾难事件中谣言的破解之道

甄别后及时“亮剑”。在针对突发事件、重大灾害的工作部署中，舆情监控的重点之一便是谣言。一旦出现与主流声音相悖的苗头，就需要相关地区、相关部门第一时间进行核实、取证，如确认为歪曲误读，需要及时纠偏，并对信息发布者予以警告。一旦相关言论产生巨大的负面影响，并触犯相关法律法规，就需要公安机关对散布谣言者依法惩处，并通过媒体廓清杂音、以儆效尤。

把握信息发布节奏。突发舆情处置过程中，需要根据舆论诉求进行有节奏

的发声。尤其是真相尚未明晰之前，舆论情绪尚不稳定，各种猜测、质疑、解读都会干扰视听。以地震为例，初期，民众往往处于恐慌状态，对于地震伤亡情况的追问占主流，而地震难以预测的现实与民众的安全诉求产生了矛盾，于是，各类坊间传言不胫而走。此时，就需要组织专业机构、相关专家进行权威解读，而涉事地区如果不能把握初期的情绪特征，就会让谣言成为舆情处置的最大障碍。

适时披露事件细节。随着我国法律法规对谣言惩戒力度的加大，谣言得到相对有效的控制。但不可否认的是，在一些重大突发事件中，仍不乏一些隐性的谣言存在，如灾难救援过程中官员现场的表现。在网络舆情的放大作用下，这种有指向性的信息便会衍生出多个版本，而此时，就需要官方适当披露细节，还原真实情景，避免负面情绪的泛化。

借助专业力量处置。这里所提到的专业力量，不仅包含了地方媒体、专业辟谣平台，还有一些积极投身辟谣事业的大V、民间组织等。对于一些直指政府的谣言，如果单由政府出来辟谣，不仅会让舆论产生自说自话的印象，同时还可能产生政府越否认、舆论越肯定的“塔西佗陷阱”。在重大灾难面前，政府需要团结第三方力量，合力做好谣言监控及辟谣工作。

有序稳定的灾后生活。与救灾过程相比，灾后的社会维稳工作同样是挑战。这不仅要满足灾区民众的基本生活诉求，更重要的是要稳定情绪。灾后的情绪疏导工作是否到位、补偿政策是否落实、官员是否冲在重建家园的最前线……实际上，积极、和谐、有序的灾后生产生活，是荡涤各类负面信息及情绪的最佳方法。■

(马雪健：湖北日报网；唐小涛：星辰在线)

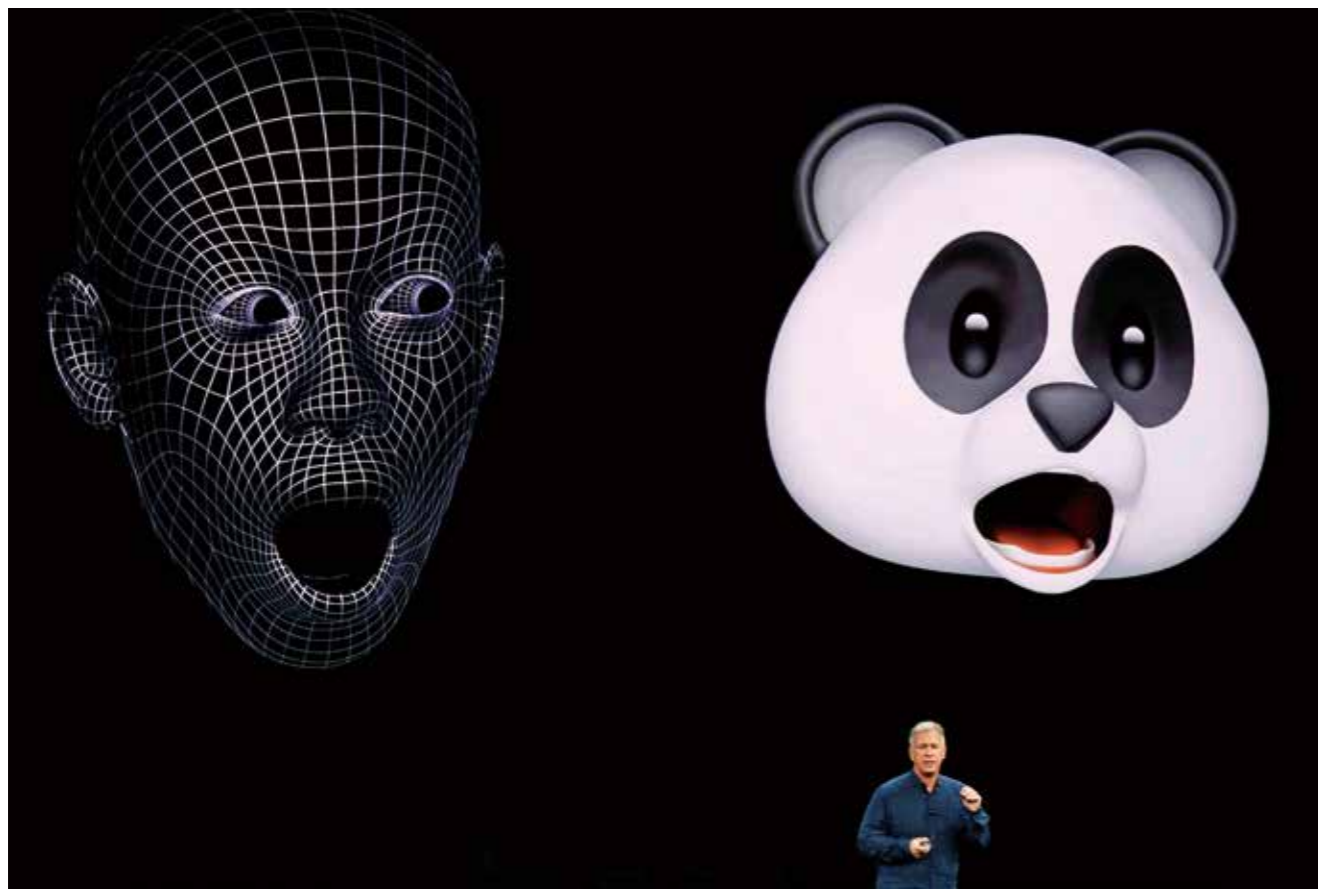


网络传播视觉榜

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。



◎ 礼赞十九大
2017年9月13日,山东临沂,
少先队员围着1018条红领巾
拼成的党旗同唱国歌。



刷脸时代

当地时间2017年9月12日,美国加州库比蒂诺,苹果在全新Apple Park总部乔布斯会场举行发布会,推出 iPhone X、iPhone 8 和 iPhone 8 Plus 等新产品。



抗议脱欧

当地时间2017年9月11日,英国伦敦,亲欧盟示威者举行游行,抗议脱欧。



脚上功夫

2017年9月9日,英国曼彻斯特,17/18英超第4轮,曼城5:0利物浦。

后台花絮

当地时间2017年9月7日,美国纽约,2018春夏纽约时装周,模特在后台接受补妆。

小心翼翼

当地时间2017年9月7日,斯里兰卡科伦坡,当地庆祝警察成立151周年,一只警犬参加表演。



Top News Websites | 中国新闻网站传播力榜

树坐标
呈现网站传播实力 引领网络传播风向

中国新闻网站传播力2017年9月榜发布

中央网信办《网络传播》杂志倾力打造的“中国新闻网站传播力2017年9月榜”发布。

中国新闻网站综合传播力总榜显示，人民网、中国网、新华网占据前三名，中国新闻网、央视网、东方网、华龙网、央广网、澎湃新闻、红网紧随其后分列第四至第十。澎湃新闻、人民网、中国新闻网、观察者网、央视网、新华网、中国搜索、看看新闻网、华龙网、中国军网依次位列移动端传播力总榜前十强。

中央主要新闻网站综合传播力榜显示，人民网、中国网、新华网领跑前三强，排名第四至第十的网站依次是中国新闻网、央视网、央广网、国际在线、中国军网、中国经济网、中青在线。在PC端传播力榜中，前十名排序依次是中国网、人民网、新华网、央视网、央广网、中国新闻网、国际在线、光明网、中国青年网、中国日报网。

全国行业新闻网站综合传播力榜显示，前三甲依次是环球网、中国搜索、海外网，未来网、正义网、中国侨网、中国质量新闻网、半月谈网、法制网、中国警察网依次位列榜单第四至第十。

省级网站综合传播力榜显示，前三把交椅被东方网、华龙网、澎湃新闻占据，红网、大众网、中国江西网、浙江在线、观察者网、齐鲁网、四川新闻网紧随其后，依次位列第四到第十。在移动端传播力榜中，前十名依次是澎湃新闻、观察者网、看看新闻网、华龙网、红网、东方网、大众网、中国江西网、浙江在线、齐鲁网。

城市新闻网站综合传播力榜显示，前三名分别是青岛新闻网、大洋网、胶东在线，随后依次是深圳新闻网、东莞阳光网、宜宾新闻网、杭州网、成都全搜索、名城苏州网、长江网。

中国新闻网站被转载指数总榜显示，中国新闻网、新华网、中国网、人民网、环球网、中国青年网、央视网、澎湃新闻、东方网、中国经济网分别位列前十强。

新闻网站App榜前十名依次为东方头条、南方+、时刻新闻、羊城派、央视新闻、澎湃新闻、重庆、上海观察、中国新闻网、闪电新闻。主流媒体App榜前十名依次是新华社、人民日报、上海观察、21财经、河南日报、齐鲁壹点、环球TIME、CHINADAILY、大河、上游新闻。



中央主要新闻网站 综合传播力9月榜

名次	网站	参数	Alexa值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	被转载 指数	文章数	阅读量	点赞数	文章数	阅读量	评论数
1	人民网	10264.7	2080	10W+	17K+	20037	720	3469W+	231216	2354	208480W+	1497107
2	中国网	8157.9	1957	17W+	17K+	21480	253	199W+	18455	857	5159W+	19266
3	新华网	7862.7	2654	7W+	11K+	23448	524	1204W+	64758	1416	39164W+	152788
4	中国新闻网	7767.2	1051	5W+	9K+	42979	592	1077W+	78705	1637	175281W+	958114
5	央视网	7714.0	1028	9W+	10K+	12960	707	566W+	55450	2130	26781W+	102591
6	央广网	6606.2	1014	3W+	9K+	8532	471	328W+	23977	2272	30442W+	120992
7	国际在线	5384.3	1044	2W+	6K+	7617	190	36W+	4968	612	10363W+	39292
8	中国军网	4414.4	1048	1W-	1K+	1571	530	664W+	78364	1381	23092W+	81387
9	中国经济网	4374.1	1009	3W+	1K+	10455	597	2246W+	108383	2903	36738W+	211027
10	中青在线	4288.6	1149	1W+	2K+	2439	495	347W+	34909	1327	41948W+	240041
11	光明网	3921.5	3711	3W+	3K+	5408	416	438W+	39062	1091	7448W+	27232
12	中国青年网	3617.6	1005	8W+	3K+	13238	114	52W+	7652	662	16088W+	44620
13	中国日报网	3456.7	1211	2W+	2K+	2691	277	676W+	93233	466	1023W+	2890
14	中国台湾网	2674.5	1003	1W-	1K+	2397	24	1W+	282	786	5268W+	51110
15	中国西藏网	1810.6	1001	1W+	1K-	1269	100	6W+	1566	681	249W+	221

中央主要新闻网站

移动端 传播力9月榜

名次	网站	参数
1	人民网	15090.2
2	中国新闻网	14599.2
3	央视网	12218.9
4	新华网	11656.4
5	中国军网	10173.5
6	中国经济网	10025.6
7	央广网	9263.9
8	中青在线	8982.2
9	国际在线	8228.3
10	中国网	6296.2
11	中国日报网	4909.0
12	光明网	4735.6
13	中国青年网	4494.5
14	中国台湾网	3356.8
15	中国西藏网	1430.3

PC端 传播力9月榜

名次	网站	参数
1	中国网	9144.2
2	人民网	9016.9
3	新华网	6873.1
4	央视网	6471.2
5	央广网	5958.6
6	中国新闻网	5718.6
7	国际在线	4621.1
8	光明网	3802.2
9	中国青年网	3463.9
10	中国日报网	3096.5
11	中青在线	2837.6
12	中国军网	2598.7
13	中国经济网	2594.0
14	中国台湾网	2549.0
15	中国西藏网	2018.1

微信 传播力9月榜

名次	网站	参数
1	人民网	22223.8
2	中国经济网	15052.8
3	新华网	9185.2
4	中国新闻网	8419.2
5	中国日报网	8289.8
6	中国军网	6393.1
7	央视网	5153.0
8	光明网	4806.3
9	中青在线	4020.2
10	央广网	3776.9
11	中国网	3402.5
12	中国青年网	2406.4
13	国际在线	1946.5
14	中国西藏网	1650.8
15	中国台湾网	1614.6

原创文章、发稿量统计时段: 2017年8月16日-9月15日, 仅统计中文网页。(W表示万, K表示千)

全国行业新闻网站 综合传播力9月榜

名次	网站	参数	Alexa值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	微信			微博		
						文章数	点赞数	评论数	转发数	评论数	转发数
1	环球网	5564.7	1937	6W+	7K+	126	551W+	71858	795	58001W+	270904
2	中国搜索	4542.3	1007	4W+	2K+	330	2323W+	325991	261	1379W+	6304
3	海外网	4275.7	1016	3W+	4K+	592	39W+	5624	763	13229W+	97221
4	未来网	3817.9	1009	17W+	3K+	134	303W+	24581	1019	12132W+	57118
5	正义网	3174.6	1001	1W-	3K+	183	51W+	4549	933	7777W+	32211
6	中国侨网	2867.4	1001	1W-	1K+	153	44W+	3692	680	2580W+	6976
7	中国质量新闻网	2734.5	1004	1W+	4K+	44	12W+	544	232	90W+	33
8	半月谈网	2652.9	1010	1W-	1K-	346	1107W+	53035	509	2562W+	6412
9	法制网	2652.0	1002	1W+	1K+	300	31W+	2693	847	12674W+	97106
10	中国警察网	2550.4	1003	1W-	1K+	292	158W+	11222	579	3717W+	15457
11	中工网	2511.1	1002	4W+	2K+	336	6W+	3745	2099	5555W+	18069
12	环球人物网	2302.9	1000	1W-	1K-	102	243W+	16717	272	2604W+	12939
13	证券时报网	2228.0	1002	2W+	1K+	234	148W+	8431	634	2876W+	3594
14	中国文明网	2193.8	1002	3W+	1K-	148	58W+	7340	158	3007W+	63550
15	中国军视网	2149.4	1000	1W-	1K-	178	63W+	8667	784	2777W+	6430
16	中国电力新闻网	2147.2	1000	1W-	2K+	141	7W+	1618	265	104W+	43
17	中国商务新闻网	2064.8	1027	1W+	1K+	151	1W-	701	896	328W+	481
18	中国石化新闻网	1978.1	1000	1W-	1K+	70	2W+	548	92	103W+	1300
19	中国安全生产网	1962.9	1000	1W-	1K-	111	281W+	11874	363	153W+	74
20	人民铁道网	1953.8	1001	1W-	1K+	197	18W+	2616	417	479W+	977
21	中国新闻周刊网	1950.5	1000	1W-	0	244	738W+	36708	0	0	0
22	中国交通新闻网	1902.3	1000	1W-	1K-	129	22W+	1385	40	447W+	4539
23	求是网	1881.6	1001	1W-	1K-	186	45W+	5572	384	1272W+	6869
24	中国法院网	1872.5	1006	1W+	1K-	23	1W-	22	0	0	0
25	人民论坛网	1800.6	1000	1W-	1K-	139	105W+	7488	180	107W+	141
26	中国发展网	1793.5	1000	1W-	1K+	0	0	0	0	0	0
27	中国民航网	1782.6	1001	1W-	1K+	149	17W+	1310	84	97W+	120
28	党建网	1717.0	1000	1W-	1K-	124	232W+	33537	0	0	0
29	民主与法制网	1709.3	1000	1W-	1K+	108	1W-	108	118	27W+	35
30	中国教育新闻网	1611.6	1002	1W-	1K-	65	49W+	3398	504	159W+	260
31	中国煤炭网	1590.7	1000	1W-	1K-	88	20W+	793	148	43W+	69
32	中国税网	1547.7	1000	1W-	0	123	83W+	3403	58	87W+	63
33	中国经济周刊网	1546.9	1004	1W-	1K-	115	28W+	1813	468	335W+	206
34	中国金融信息网	1538.7	1000	1W-	1K-	95	1W+	220	80	16W+	6
35	中国农业新闻网	1534.8	1000	1W-	1K-	108	11W+	1016	463	179W+	156
36	人民政协网	1530.2	1012	1W+	1K-	0	0	0	0	0	0

此榜单收录前36名,更多榜单详见《网络传播》杂志官方微博。

主流媒体 App传播力9月榜

名次	主办单位	App名称	传播力
1	新华社	新华社	4663.3
2	人民日报	人民日报	4649.4
3	解放日报	上海观察	4379.0
4	21世纪经济报道	21财经	4205.2
5	河南日报	河南日报	4000.1
6	齐鲁晚报	齐鲁壹点	3640.8
7	环球时报	环球 TIME	3615.0
8	中国日报	CHINADAILY	3226.3
9	河南日报	大河	3010.3
10	重庆晨报	上游新闻	2934.5
11	光明日报	光明日报	2917.9
12	经济日报	经济日报	2794.4
13	新华日报	交汇点新闻	2780.3
14	济南日报	爱济南	2776.7
15	中国国际广播电台	环球资讯+	2723.3
16	大众日报	新锐大众	2574.2
17	四川日报	川报观察	2550.9
18	南方周末	南方周末	2542.3
19	台州日报	台州新闻	2467.1
20	福建日报	新福建	2462.2
21	烟台日报	大小新闻	2437.4
22	解放军报	国防在线	2436.4
23	云南日报	云报	2420.3
24	郑州晚报	身边	2220.5
25	春城晚报	春城晚报	2192.5
26	济南广播电视台	无线济南	2189.2
27	山西日报	山西日报	2170.2
28	文汇报	文汇报	2160.4
29	长江日报	九派新闻	2158.1
30	南方都市报	南都自媒体	2155.1
31	南阳日报	南阳日报	2142.4
32	成都商报	成都商报	2118.2
33	河北日报	河北日报	2067.0
34	九江日报	掌中九江	1911.0
35	检察日报	检察日报	1895.1
36	楚天都市报	看楚天	1879.1

新闻网站 App传播力9月榜

名次	主办单位	App名称	传播力
1	东方网	东方头条	5394.1
2	南方新闻网	南方+	4874.9
3	红网	时刻新闻	4772.2
4	金羊网	羊城派	4676.0
5	央视网	央视新闻	4649.4
6	澎湃新闻	澎湃新闻	4460.7
7	华龙网	重庆	4420.2
8	上观新闻	上海观察	4379.0
9	中国新闻网	中国新闻网	4333.1
10	齐鲁网	闪电新闻	4061.4
11	看看新闻网	看看新闻	3951.7
12	浙江在线	浙江新闻	3877.1
13	国际在线	ChinaNews	3713.2
14	华声在线	新湖南	3470.1
15	大众网	山东24小时	3331.8
16	新民网	新民	3303.5
17	中国军网	解放军报	3217.6
18	荔枝网	荔枝新闻	3191.1
19	央视网	央视影音	3190.7
20	新华网	新华炫闻	3168.6
21	中国江西网	江西手机报	3165.8
22	央广网	央广新闻	3089.8
23	封面新闻	封面新闻	3037.1
24	观察者网	观察者	2945.6
25	名城苏州网	无线苏州	2901.8
26	界面	界面新闻	2887.5
27	青岛新闻网	青岛新闻	2545.6
28	每日甘肃网	甘肃爱城市	2542.6
29	中青在线	中国青年报	2527.7
30	北方网	前沿	2505.2
31	洛阳网	掌上洛阳	2334.2
32	海外网	海客新闻	2240.3
33	东方网	翱翔	2225.9
34	东莞阳光网	东莞阳光台	2160.1
35	大洋网	广报汇	2128.3
36	多彩贵州网	众望	2115.2

中国新闻网站 9月被转载指数

名次	网站	被转载指数
1	中国新闻网	42979
2	新华网	23448
3	中国网	21480
4	人民网	20037
5	环球网	16044
6	中国青年网	13238
7	央视网	12960
8	澎湃新闻	12489
9	东方网	11814
10	中国经济网	10455
11	大众网	9497
12	央广网	8532
13	国际在线	7617
14	华龙网	7241
15	红网	6938
16	海外网	5757
17	千龙网	5741
18	未来网	5505
19	光明网	5408
20	齐鲁网	4532
21	参考消息网	4052
22	看看新闻网	3669
23	浙江在线	3607
24	金羊网	3513
25	北方网	3313
26	新民网	3264
27	中安在线	3250
28	第一财经	3180
29	大河网	3172
30	长城网	3117
31	法制网	2957
32	云南网	2909
33	华声在线	2848
34	东北网	2818
35	中国江西网	2796
36	四川新闻网	2776

省级网站 综合传播力9月榜

名次	网站	参数	Alexa值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	微信			微博		
1	东方网	7110.7	1976	65W+	9K+	675	170W+	12522	1305	2332W+	4545
2	华龙网	6468.5	1289	4W+	9K+	514	349W+	158433	1214	2677W+	135298
3	澎湃新闻	6348.9	1037	1W+	4K+	546	1691W+	69117	1336	132704W+	910200
4	红网	6322.2	1807	6W+	9K+	282	318W+	20729	1120	3864W+	14335
5	大众网	6212.3	1040	11W+	9K+	748	1062W+	121627	907	1518W+	8692
6	中国江西网	5919.3	1092	2W+	8K+	890	926W+	84680	1260	1676W+	16788
7	浙江在线	5902.0	1032	7W+	9K+	587	419W+	18591	3582	4957W+	11424
8	观察者网	5345.6	1353	1W-	1K+	639	2026W+	223695	1647	59856W+	526762
9	齐鲁网	4986.1	1014	2W+	6K+	664	153W+	9387	1609	3957W+	8844
10	四川新闻网	4686.7	1004	2W+	9K+	142	22W+	1001	749	628W+	3048
11	南方新闻网	4547.4	1067	4W+	5K+	297	63W+	4036	562	198W+	0
12	界面	4508.8	1054	1W+	4K+	329	238W+	15008	871	10802W+	34240
13	看看新闻网	4182.0	1007	2W+	1K-	13	18W+	1316	1055	72547W+	550599
14	华声在线	4066.4	1337	3W+	4K+	196	97W+	3394	237	100W+	146
15	金羊网	3806.8	1006	1W+	2K+	279	43W+	4675	1125	438W+	643
16	千龙网	3792.3	1004	3W+	4K+	285	5W+	326	1030	3457W+	13041
17	多彩贵州网	3640.5	1001	3W+	3K+	623	189W+	11251	1007	2126W+	8196
18	上观新闻	3449.0	1002	1W-	1K+	209	96W+	5737	1225	1746W+	4676
19	封面新闻	3302.4	1001	1W-	1K+	0	0	0	920	11953W+	42164
20	荔枝网	3278.6	1097	6W+	2K+	120	1W+	168	640	659W+	2538
21	北方网	3210.2	1014	4W+	2K+	571	85W+	2496	1311	569W+	1000
22	新民网	3206.8	1007	5W+	1K-	166	95W+	6552	738	4975W+	21811
23	中国江苏网	3181.3	1004	5W+	5K+	218	5W+	405	389	160W+	95
24	西部网	3165.8	1003	1W+	2K+	45	8W+	744	1487	2520W+	10254
25	鲁网	3145.2	1001	1W+	4K+	239	55W+	2782	482	502W+	4706
26	四川在线	3143.4	1219	1W+	4K+	375	88W+	5601	604	852W+	10458
27	南海网	3095.2	1008	2W+	1K+	324	253W+	13136	890	942W+	2231
28	黄河新闻网	3056.7	1001	1W+	4K+	156	9W+	857	636	259W+	748
29	每日甘肃网	3014.4	1002	1W+	1K+	359	130W+	7343	1559	1636W+	3851
30	陕西传媒网	2950.7	1000	1W+	2K+	175	3W+	280	911	679W+	667
31	中安在线	2942.0	1006	1W+	3K+	263	13W+	1061	1269	341W+	437
32	河北新闻网	2826.2	1002	3W+	4K+	0	0	0	332	189W+	554
33	湖北日报网	2753.5	1023	2W+	3K+	291	152W+	7276	1249	1101W+	2583
34	东南网	2622.5	1001	2W+	3K+	221	13W+	698	783	269W+	60
35	芒果TV网	2599.7	1002	1W+	0	63	21W+	1550	1133	26864W+	633813
36	云南网	2599.2	1002	1W+	2K+	234	85W+	4293	1300	1469W+	4009

省级网站

微信 传播力9月榜

名次	网站	传播力
1	观察者网	15332.4
2	澎湃新闻	11814.0
3	大众网	8500.9
4	中国江西网	7057.5
5	华龙网	6104.3
6	红网	4195.8
7	浙江在线	4019.7
8	南海网	3447.2
9	界面	3367.6
10	看看新闻网	3277.0
11	湖北日报网	2720.8
12	多彩贵州网	2658.2
13	新民网	2594.1
14	广西新闻网	2557.3
15	东方网	2554.5
16	宁夏新闻网	2513.6
17	每日甘肃网	2467.6
18	上观新闻	2440.2
19	华声在线	2433.8
20	齐鲁网	2425.5
21	云南网	2270.3
22	四川在线	2157.1
23	东北网	2154.6
24	海疆在线	2025.1
25	南方新闻网	2019.6
26	芒果TV网	2008.0
27	北方网	1997.4
28	鲁网	1989.5
29	金羊网	1905.9
30	青海新闻网	1833.0
31	中国甘肃网	1798.2
32	海南在线	1788.2
33	山西新闻网	1784.6
34	西部网	1778.9
35	四川新闻网	1772.5
36	映象网	1759.2

PC端 传播力9月榜

名次	网站	传播力
1	东方网	6612.4
2	大众网	5429.7
3	红网	5401.8
4	浙江在线	5353.1
5	华龙网	5314.6
6	四川新闻网	5251.0
7	中国江西网	5185.4
8	齐鲁网	4119.9
9	中国江苏网	4015.1
10	南方新闻网	3857.3
11	华声在线	3665.6
12	千龙网	3643.0
13	界面	3601.5
14	四川在线	3519.9
15	鲁网	3498.7
16	河北新闻网	3449.3
17	澎湃新闻	3439.0
18	黄河新闻网	3310.7
19	东南网	3202.5
20	多彩贵州网	3163.6
21	长城网	3118.2
22	中国山东网	3104.3
23	湖北日报网	3002.7
24	江西网络广播电视台	2968.8
25	中安在线	2886.6
26	北国网	2801.5
27	北方网	2790.7
28	金羊网	2780.3
29	云南网	2757.9
30	天津网	2716.8
31	陕西传媒网	2695.5
32	大河网	2641.5
33	东北网	2604.1
34	西部网	2569.5
35	荔枝网	2549.8
36	陕西网	2464.5

移动端 传播力9月榜

名次	网站	传播力
1	澎湃新闻	15491.3
2	观察者网	14585.4
3	看看新闻网	10910.2
4	华龙网	10568.0
5	红网	9731.8
6	东方网	9399.0
7	大众网	9211.7
8	中国江西网	8743.2
9	浙江在线	8191.0
10	齐鲁网	8079.0
11	上观新闻	7812.6
12	界面	7662.8
13	新民网	7341.7
14	封面新闻	7293.2
15	金羊网	7219.8
16	南方新闻网	7080.5
17	荔枝网	5771.1
18	每日甘肃网	5711.2
19	华声在线	5708.6
20	芒果TV网	5705.3
21	多彩贵州网	5451.0
22	南海网	5430.1
23	西部网	5263.2
24	北方网	4803.4
25	千龙网	4677.5
26	陕西传媒网	4039.9
27	广西新闻网	3951.4
28	天山网	3660.2
29	四川新闻网	3624.1
30	中安在线	3454.6
31	映象网	3402.9
32	东北新闻网	3257.3
33	黄河新闻网	2692.1
34	海疆在线	2684.3
35	鲁网	2504.6
36	云南网	2454.2



城市网站 综合传播力9月榜

名次	网站	参数	Alexa值	发稿量 (单位: 篇)	原创量 (单位: 篇)	微信			微博		
						新增	总阅读	总点赞	新增	总阅读	总评论
1	青岛新闻网	3229.4	1265	1W-	1K+	472	305W+	16290	1093	1010W+	4519
2	大洋网	3078.1	1005	3W+	2K+	150	16W+	892	888	1090W+	1562
3	胶东在线	3014.5	1005	1W-	1K+	124	160W+	37975	450	309W+	1125
4	深圳新闻网	2899.6	1194	2W+	3K+	334	217W+	23252	1255	2068W+	6670
5	东莞阳光网	2826.2	1004	1W-	1K+	184	264W+	5818	984	503W+	7
6	宜宾新闻网	2793.8	1002	1W-	1K+	500	336W+	30242	312	432W+	490
7	杭州网	2652.4	1011	1W+	1K+	352	322W+	12289	1258	2124W+	7877
8	成都全搜索	2632.4	1050	1W-	1K+	141	51W+	8470	794	1120W+	2261
9	名城苏州网	2632.2	1003	1W-	1K-	109	125W+	4185	978	305W+	1283
10	长江网	2587.6	1008	2W+	2K+	168	3W+	511	276	229W+	244
11	洛阳网	2585.1	1001	1W-	1K-	183	415W+	34939	96	49W+	7
12	温州新闻网	2548.0	1003	1W-	1K+	164	5W+	189	331	213W+	135
13	水母网	2406.5	1002	4W+	1K+	123	109W+	11868	936	1381W+	2439
14	中华泰山网	2395.8	1001	1W-	1K+	131	23W+	2370	470	130W+	220
15	中原网	2238.9	1000	1W-	1K+	355	336W+	45796	64	105W+	196
16	沈阳网	2063.5	1001	1W+	1K-	206	349W+	13888	375	231W+	415
17	新疆网	2045.0	1000	1W+	1K-	187	28W+	8734	231	132W+	419
18	昆明信息港	2020.0	1000	1W-	1K+	182	136W+	3830	795	369W+	453
19	中国衡阳新闻网	2016.5	1000	1W-	1K-	152	20W+	1790	186	45W+	134
20	合肥在线	2014.1	1006	1W-	1K+	215	79W+	3780	626	684W+	2427
21	贵阳网	1996.7	1001	1W+	1K+	246	22W+	1491	326	337W+	617
22	海口网	1988.3	1001	1W+	1K-	254	46W+	2066	958	506W+	1475
23	泸州新闻网	1982.2	1001	1W-	1K+	0	0	0	307	437W+	3336
24	厦门网	1971.4	1002	1W-	1K+	228	55W+	3076	533	315W+	445
25	舜网	1969.9	1014	1W+	1K+	156	19W+	597	95	55W+	53
26	延边新闻网	1905.9	1000	1W-	1K-	137	85W+	2706	418	109W+	69
27	湘潭在线	1894.4	1003	1W+	1K+	150	93W+	3334	330	71W+	27
28	吉和网	1874.5	1047	1W-	0	467	61W+	1691	438	312W+	531
29	南昌新闻网	1850.1	1001	1W-	1K-	236	152W+	16047	878	86W+	67
30	西安新闻网	1831.9	1001	1W-	1K+	0	0	0	997	427W+	399
31	西安网	1829.2	1001	1W-	1K-	176	7W+	948	2342	849W+	854
32	福州新闻网	1816.9	1013	1W-	1K+	236	15W+	599	345	107W+	24
33	遂宁新闻网	1810.5	1001	1W-	1K+	0	0	0	147	72W+	343
34	漳州新闻网	1801.9	1000	1W-	1K+	192	49W+	1369	149	54W+	12
35	泉州网	1798.7	1001	1W-	1K-	153	85W+	8292	572	284W+	480
36	安庆新闻网	1756.1	1000	1W-	1K+	0	0	0	103	49W+	164

中国新闻网站2017年9月

综合 传播力总榜

名次	网站	Alexa值
1	人民网	10048.7
2	中国网	7941.9
3	新华网	7646.7
4	中国新闻网	7551.2
5	央视网	7498.0
6	东方网	7110.7
7	华龙网	6468.5
8	央广网	6390.2
9	澎湃新闻	6348.9
10	红网	6322.2
11	大众网	6212.3
12	中国江西网	5919.3
13	浙江在线	5902.0
14	环球网	5564.7
15	观察者网	5345.6
16	国际在线	5168.3
17	齐鲁网	4986.1
18	四川新闻网	4686.7
19	南方新闻网	4547.4
20	中国搜索	4542.3
21	界面	4508.8
22	海外网	4275.7
23	中国军网	4198.4
24	看看新闻网	4182.0
25	中国经济网	4158.1
26	中青在线	4072.6
27	华声在线	4066.4
28	未来网	3817.9
29	金羊网	3806.8
30	千龙网	3792.3
31	光明网	3705.5
32	多彩贵州网	3640.5
33	上观新闻	3449.0
34	中国青年网	3401.6
35	封面新闻	3302.4
36	荔枝网	3278.6

PC端 传播力总榜

名次	网站	Alexa值
1	中国网	8844.2
2	人民网	8716.9
3	东方网	6612.4
4	新华网	6573.1
5	央视网	6171.2
6	央广网	5658.6
7	大众网	5429.7
8	中国新闻网	5418.6
9	红网	5401.8
10	浙江在线	5353.1
11	华龙网	5314.6
12	四川新闻网	5251.0
13	中国江西网	5185.4
14	环球网	4627.2
15	国际在线	4321.1
16	齐鲁网	4119.9
17	中国江苏网	4015.1
18	南方新闻网	3857.3
19	华声在线	3665.6
20	千龙网	3643.0
21	界面	3601.5
22	海外网	3592.5
23	四川在线	3519.9
24	光明网	3502.2
25	鲁网	3498.7
26	河北新闻网	3449.3
27	澎湃新闻	3439.0
28	未来网	3410.7
29	中国质量新闻网	3388.8
30	黄河新闻网	3310.7
31	东南网	3202.5
32	正义网	3176.3
33	中国青年网	3163.9
34	多彩贵州网	3163.6
35	长城网	3118.2
36	中国山东网	3104.3

移动端 传播力总榜

名次	网站	Alexa值
1	澎湃新闻	15491.3
2	人民网	15090.2
3	中国新闻网	14599.2
4	观察者网	14585.4
5	央视网	12218.9
6	新华网	11656.4
7	中国搜索	10963.8
8	看看新闻网	10910.2
9	华龙网	10568.0
10	中国军网	10173.5
11	中国经济网	10025.6
12	红网	9731.8
13	东方网	9399.0
14	央广网	9263.9
15	大众网	9211.7
16	中青在线	8982.2
17	环球网	8932.3
18	中国江西网	8743.2
19	国际在线	8228.3
20	浙江在线	8191.0
21	齐鲁网	8079.0
22	上观新闻	7812.6
23	界面	7662.8
24	新民网	7341.7
25	封面新闻	7293.2
26	金羊网	7219.8
27	南方新闻网	7080.5
28	海外网	6756.3
29	中国网	6296.2
30	青岛新闻网	6089.6
31	半月谈网	5881.1
32	荔枝网	5771.1
33	每日甘肃网	5711.2
34	华声在线	5708.6
35	芒果TV网	5705.3
36	名城苏州网	5661.9

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。



从网民结构探讨民意失真的应对

网络民意表达已经成为影响社会舆论的重要力量。当前，我国网民数量激增，有效收集、汇集网络民意，是政府治理过程中一项极为复杂的施政技术和治理艺术

文/严小芳

习近平总书记强调，“网民来自老百姓，老百姓上了网，民意也就上了网。”网络民意表达已经成为影响社会舆论的重要力量，通过倾听网络民意来推动社会管理，是社会发展和进步的必要支撑。然而，由于当前我国网民结构的独特性和网络传播环境的复杂性，网络民意与真实民意之间容易出现偏差，并由此带来一系列问题，需要管理部门及时辨别，科学引导。

主体特征：我国网民结构及表达分析

网民主体特征决定了网络民意的表达与呈现，这也是网络民意出现偏差的重要原因之一。在互联互通的网络传播背景下，当前我国网民结构及其言论表达主要呈现以下显著特点：

从年龄结构看，低龄化趋势导致理性思维能力较弱。CNNIC第40次调查报告显示，我国网民以10-39岁群体为主。截至2017年6月，10-39岁群体占整体网民的72.1%。互联网向低龄化人群渗透是当前发展趋势之一，网络文化对青少年的影响也日渐加深。由于低龄网民价值观尚未完全建立，认知社会和世界还不够成熟，对网络空间的传播特点

掌握有限，理性思维能力较弱，在网络言论表达方面呈现明显的非理性特征，极大地降低了其言论作为有效社情民意的价值含量。

从文化水平看，受教育水平较低导致盲从心理严重。CNNIC报告显示，在学历结构上，网民中具备中等教育程度的群体规模最大。截至2017年6月，初中、高中/中专/技校学历的网民占比分别为37.9%、25.5%，网民继续呈现向低学历人群扩散的趋势。低学历网民群体最大的特点就是在网上面对争议性话题时缺乏独立思考和判断的能力，更愿意选择跟随大众的观点或者附和强势的声音，在网络上产生从众行为，这在网络匿名的环境下表现尤甚。

从用网习惯看，社群化传播构建起网络“圈层藩篱”。近年来，网络新媒体成几何倍数增长，使得社群化分享、圈层化传播已经成为新媒体的主要发展特征。最典型的是微信社交平台的发展，其私密性、强关系的传播特征将各类圈子分层抽离，进而形成一个个内核稳定、链接紧密的社群。当前，网民已经对其所在的圈层文化产生了一定依赖，乐于在其中表达和分享，参与网络

集群行为。这种网络“圈层藩篱”使得外界的声音进不去，而其内容可能形成强大的话语能量和动员力量，从而产生一定的舆情风险。

从收入结构看，中低收入者占主体致负面情绪易激发。CNNIC研究报告显示，在收入结构上，月收入在中等水平的网民群体占比最高。截至2017年6月，月收入在2001-3000、3001-5000元的群体占比分别为15.8%和22.9%。随着社会经济的不断发展，网民的收入水平也逐年增长，月收入在5000元以上的网民人群较2016年底增长2.1个百分点。中低收入者占据主体，容易带来经济失调、社会失序、心理失衡等问题。

问题检视：网络民意失真的具体体现

网络民意就是借助或通过网络这一信息平台所反映、表达、实现出来的社会公众的思想、舆论的趋势和导向。当前，我国网民数量激增，有效收集、汇集网络民意，是政府治理过程中一项极为复杂的施政技术和治理艺术。然而，由于我国网民结构的独特性、网络民意表达的复杂性，当前网络民意失真



供图/CFP

的问题非常突出,具体体现如下:

第一,回声室效应促成单一、极端的网络民意。回声室效应是指在一个“封闭系统”内,一种信息、观念或信念经由反复传播而得到加强或放大,导致与之不同的或者具有竞争性的信息、观念或信念受到审查、被加以否定或无法得到充分表达。网络时代“公共领域”的形成一定程度削弱了“回声室”效应,然而网络社区半封闭的传播特性使得这种效应有反弹之势。由于虚拟社区更多建立在相同兴趣、相似价值诉求的基

础之上,网民听到的都是对某一观点的不断强化和最终认同,而不愿意去吸收不同意见以实现社会共识。可以说,基于回声室效应呈现出来的民意具有趋同性、单一性、极端性。

第二,沉默的螺旋效应损害网络民意的质量。沉默的螺旋效应是指个人“对社会孤立的恐惧”产生的从众趋同心理,强调大众传播对现实中个人的影响。由于大量网民群体年轻而盲目,价值信念还难以获得大多数人认同,他们缺乏温和的讨论耐力和理性的思考能

力,也不善于融进倾听不同声音的氛围,这助长了网络言论的暴戾之气。正是由于舆论环境的粗俗浮躁性,在针对某一问题和事件的探讨过程中,网络的自由、开放、平等、协作并不能非常有效地促进持不同意见的网民进行客观积极的交流,他们感受到舆论的压力较大,对孤立的恐惧也很明显,这使得沉默的螺旋效应被放大,助长了少数观点的膨胀,让更多的民意混于沉默,主流民意被“隐身”。

第三,网络水军产生大量虚假的网

络民意。网络水军通过网络平台制造大量虚假言论,以数量优势压倒异己观点,混淆民众视听,实行“舆论绑架”,借此获得报酬。当前中国正处于社会转型期,矛盾集中,加之国际关系复杂,网络水军借此打着“反腐”“揭黑”“仇富”“爱国”等旗号影响民意,甚至在一些网络投票过程中都存在购买水军刷票的行为,由此产生虚假的民意调查数据。

第四,群聚效应导致网络民意失衡失真。群聚效应指的是某件事情的存在已达到一个足够的动量,使它能够自我维持,并为往后的成长提供动力。移动互联网时代,网络群聚效应在意见人士的粉丝圈、基于兴趣爱好组成的网络小组和论坛、基于共同权益组成的网络圈群中体现得尤为明显,并产生带有群体特征的民意倾向进而产生网络群体行为。群聚效应促使网民针对某一类观点或者意见诉求容易形成“一边倒”的发展态势,对异己观点“群起而攻之”,丧失了理性思考的空间。特别是被个别网络公知或者敌对势力绑架后,群聚效应产生舆论声浪,网络民意变得失衡失真,丧失了该有的参考价值。

对策建议:获取真实网络民意的途径

针对上述网络民意与真实民意出现偏差的各种问题,主管部门要善于寻求解决方案,最大限度获得真实的有价值的网络民意,达到利用民意促进社会治理的最终目的。

第一,建立基层民意探测系统,打捞“沉没的民意”。社情民意不应局限于网络上所呈现的言论观点,还要善于去捕捉和收集网络中没有表达出来的民意。宣传、网信部门可以在辖区范围内建立基层群众数据库,通过与通讯公司合作,开发民意调研客户端,辅以积分和流量赠送等鼓励措施,吸纳较大

根据社会化媒体时代圈层传播的特征,网络舆情工作者、社情民意调研人员要善于打破圈层藩篱,融入各种专业领域的网络社区、不同阶层和群体组成的网络社群,从网络群落的日常交流中感知民意,获取民意,让最真实的民意成为开展相关工作的有力参考。

数据量、各行业的社会民众成为客户端使用者,在特定专题的民意调研中就可以通过向用户批量发送调查问卷来获得各行各业人员的声音。

第二,完善舆情甄别研判机制,吸收“真正的民意”。正确做好网络舆情的甄别研判至关重要。一方面,管理部门要建立24小时不断档的网络舆情监测机制,通过人工值守和软件检索相结合,及时发现网络舆论中的新动向;另一方面,要横向纵向联动,邀请网络信息传播研究专家、网信队伍中的实干专家以及新媒体一线工作者,针对网络舆情新情况及时开展“会诊”,甄别网络舆论中的真实、理性的声音以及虚假、偏激甚至被操纵的声音,研判网络民意中的主流和边缘声音,从而获得真正的民意。

第三,加大造谣传谣批驳力度,防止“带偏的民意”。要加大对网络错误言论的辨析和批驳力度,营造科学理性的舆论环境。一方面,个别舆情事件中发现网络话题炒作时,应及时发布澄清公告,披露不法行为的真面目,特别是针对事件中出现的网络谣言,主管部门要主动发声、积极辟谣,引导受众提升识别谣言的能力,防止民意被谣言带偏;另一方面,针对敌对势力意识形态

渗透,要敢于斗争,勇于亮剑,对各种社会思潮旗帜鲜明地进行辨析批驳,提高广大民众的辨识能力。

第四,融入“直接利益相关群”,获得“有效的民意”。在特定的网络话题中,无直接利益相关者往往形成庞大的“围观者”“跟帖者”队伍,对于主管部门来说,吸收无直接利益相关者中的有益成分是必要的,但对于某个事件的妥善处理根本上要解决好直接利益相关者的问题,从直接利益相关者当中获取“直接民意”则显得至关重要。因此,根据社会化媒体时代圈层传播的特征,网络舆情工作者、社情民意调研人员要善于打破“圈层藩篱”,融入各种专业领域的网络社区、不同阶层和群体组成的网络社群,从网络群落的日常交流中感知民意,获取民意,让最真实的民意成为开展相关工作的有力参考。^[14]

(严小芳:重庆工商大学重庆市高校网络舆情与思想动态研究咨政中心)

参考文献

1. 胡泳:《新词探讨:回声室效应》,《新闻与传播研究》,2015年第6期。
2. 周侗:《网络群体事件中的“沉默的螺旋”效应》,《视听》,2015年第6期。
3. 李云雅:《从“网络水军”看网络把关人的缺失》,《青年记者》,2012年第17期。

融媒体时代的记者融合转型

融媒体时代的记者要树立融合思维、创新意识，结合所在媒体和自身实际，转变思想观念，创新新闻报道的内容形式，建立融合新闻语境下的跨媒体思维模式，开拓新闻生产的“疆域”

文 / 崔雪茜

在移动互联网快速发展和国外媒体加速数字化转型的背景下，我国媒体融合发展已是大势所趋。目前，无论从国家层面的战略部署、宏观政策，还是从各新闻单位的现实需要和发展实际，以及受众信息获取与沟通交流需求，都预示着我国融媒体发展时代已经来临，且融合进程在不断深入推进。

关于媒体融合，学界的共识是它包括了体制、技术、管理、新闻生产等多方面的融合。其中最基本的融合当属新闻生产，因为在新的媒介生态下，新闻生产的社会环境、职业环境发生了巨大变化，为了顺应这种变化，新闻生产的主体——记者，必然也要融合转型。

融媒体时代新闻生产趋势

随着新技术的层出不穷，传统媒体要在融媒体时代中占有一席之地，要做的就是紧抓融媒体的发展趋势，认清形势对新闻生产模式进行变革。这些形势呈现出以下特点：

新闻传播生产的多元化。首先，从当前发展趋势看，融媒体时代改变了传统新闻学、大众传播学自上而下单一的传播生态环境，呈现出以移动互联网为基础、以多元化信息传播为关键、以沟通互动分享为目标的“大传播”方式，且

这种方式还在持续不断演变。比如，微博、微信等社交媒体的广泛应用，越来越多的突发新闻发布者变成事件亲历者或目击者，他们只需在事件发生之初，将消息发布到这些社交媒体上就完成了简单的报道。其次，记者采写思路和方式的转变。尽管融媒体时代新闻记者的使命、职责没有变，但新闻生产似乎变得越来越简单，甚至出现了由写稿机器人来完成新闻的采写。比如，今年年初《南方都市报》写稿机器人“小南”上岗，首篇春运报道作品共300余字，数据自动抓取完成后，报道的生成只用了不到一秒的时间。

多种媒介形态的聚合化。从本质看，媒体融合是多种媒介形态的聚合，它有别于融合的概念，不是以消除各种媒介形态的差别为目的，而是需要各种媒介形态利用自身优势，发挥自身特长，从各自的传播语态和传播理念出发，通过各

自不同的表达方式，相互配合生产出多角度、多样式的新闻产品。所以，融媒体时代的新闻生产是聚合文字、图片、音频、视频等多种媒介形态，在保持各自原有的传播语态和理念的前提下，选题、采访方式、报道手段上均有不同，各有侧重，表现出了传统媒体与新媒体融合的“大媒介”形态，包含了各种媒体优势、媒介产品极其丰富的聚合化形态。

传统媒体个性特点趋于弱化。有专家认为，媒体融合使得“新闻从业者的业务精专不被强调、个性特点趋于弱化，对传播活动的人文底蕴有所忽视”。过去在传统媒体中，追求新闻作品个性化的重要标志是要求记者的新闻报道要有思想深度，有情感温度，有独特的角度，增强舆论引导的实效。而融媒体时代，因为传统媒体融合了互联网快速的特性，追求时效、点击率成为惯例，新闻生产推送要符合受众个性化需求，大量短小精

目前，无论从国家层面的战略部署、宏观政策，还是从各新闻单位的现实需要和发展实际，以及受众信息获取与沟通交流需求，都预示着我国融媒体发展时代已经来临，且融合进程在不断深入推进。



2016年8月24日，手持云台相机的网媒记者编辑摄制微视频。图/本刊记者 潘树琼 摄

悍的新闻作品在各大门户网站、微博微信占比比较多，让传统媒体记者的个性优势无法发挥，造成媒体话语影响力和引导力越来越弱。

顺应形势实现记者融合转型

媒体融合发展进程中，新闻生产方式、多种媒介形态、时效性要求的提升，令记者的职业定位和角色不断发生变化，面临自身角色认知的困惑和全新的考验。

1. 主动适应新形势，重置角色定位

互联网正加速重构媒体格局和舆论生态，传统媒体与新媒体融合发展是必然趋势。记者的职业定位随之发生变化，稿件采写已不是重要的工作内容，大量精力要用在对各种“碎片式”信息的整合、核实、解释分析、推送共享上。

上海财经大学人文学院经济新闻系主任林晖认为，以信息挖掘和观点整合为主的专业性的研究型报道，会成为网络时代主流媒体的标志和最有竞争力的产品。这要求融媒体时代的记者，必须突破在传统媒体新闻报道中形成的工作惯性和认知障碍，重新进行职业角色定位，

不断适应新的发展形势。要树立服务意识，从新闻生产者转变为新闻服务者，将受众作为服务对象，提供优势新闻信息服务的同时，通过新颖的新闻报道策划和表达方式，提供贴近用户偏好的新闻产品，满足受众多样化、个性化的信息需求。同时，应具备理性的判断能力、清醒的新闻意识、不断更新的融媒体新技术理念，坚持发挥专业新闻判断的优势，运用更多元、更有吸引力的呈现方式报道新闻。

2. 坚持新闻专业主义，提升创新能力
一般而言，传统媒体记者对新闻内容的选择把握和处理有着丰富的从业经验，而新兴媒体记者，由于媒体形态尚处于摸索阶段，且大多没有新闻从业经历，缺乏扎实的新闻采写处理能力，特别是在“把关”上缺乏判断和认知。所以，传统媒体时代形成的职业意识和新闻价值标准，在融媒体时代依然会起到重要作用，客观公正、注重导向、可靠信息源等新闻职业操守的基本原则不会过时。

坚持新闻专业主义，用马克思主义

新闻观指导新闻实践，仍然是未来融媒体新闻报道坚守的底线。新闻专业主义不能丢，但不得不承认移动互联网打破了地域限制，让传统媒体本地新闻报道量和事件性新闻不再是重点，这就要求融媒体时代的记者要树立融合思维、创新意识，结合所在媒体和自身实际，转变思想观念，创新新闻报道的内容形式，建立融合新闻语境下的跨媒体思维模式，开拓新闻生产的“疆域”。同时，提升业务创新能力，以创新推动融合，通过融合实现转型。

3. 强化融合技术学习，培养综合能力
新闻生产是一个专业性非常强的过程，要遵循严格的规范化和程序化。目前，我国媒体深度融合的“标配”是“中央厨房”，也就是融媒体中心，其目的在于优化新闻生产工作流程、整合信息、分享资源、提高效率等，并根据受众的阅读习惯和偏好，实现精准推送，从而保证新闻生产产品的品质。

2014年，有研究者对基于互联网的新媒体人才招聘公告进行了大样本调查，其中新媒体岗位招聘信息显示，社会最需要的新媒体人才的前三名是后台研发(26.25%)、文本编辑(11.57%)、产品经理(11.36%)。从数据可以看出，新的传播形势持续演变，融媒体时代对新闻从业者的需求也趋向多元化、个性化、高标准。具体表现在，要求记者在深度融合转型过程中，强化新媒体融合技术学习，掌握数字化技术、计算机技术，适应新媒体传播环境；要求记者主动融入社交媒体中，纳入工作的常规之中，了解最新网络动态，熟悉各种活跃的论坛，寻找受众关注度高的热点话题，精准捕捉热点，尝试挖掘内涵；要求记者有意识地熟练驾驭多种体裁、题材，生产出有厚度、有广度的新闻产品，最大限度吸引用户。^[4]

(崔雪茜：兰州日报社)

社会民生舆情工作的特点与管理

社会民生舆情是最接地气的社情民意，是人民群众最真切的心声、最真实的生产生活实情。做好社会民生舆情工作，就是要密切关注最大的社会民生

文 / 李文富

“领导干部要善于运用媒体了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。”习近平总书记2016年2月19日主持召开党的新闻舆论工作座谈会时指出。深入贯彻落实习近平总书记这一重要讲话精神的重要途径之一，就是要做好社会民生舆情工作。

什么是社会民生舆情？就是最接地气的社情民意，是人民群众最真切的心声、最真实的生产生活实情。习近平总书记指出，“我们要随时随刻倾听人民呼声、回应人民期待，保证人民平等参与、平等发展权利，维护社会公平正义，在学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居上持续取得新进展”。这为我们明确了什么是最大的社会民生，即“学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居”。做好社会民生舆情工作，就是要密切关注最大的社会民生。

社会民生舆情与其他舆情的比较

如果根据内容性质分类，舆情大致可以分为时事政治类舆情、经济金融类舆情、意识形态类舆情和社会民生类舆情。随着某一具体事件的发展，性质转化，划类也有可能转化。比如“房价调控舆情”，涉及千千万万人民群众切身利益，可划入社会民生类舆情；但如果从市场调控的

角度看，或随着调控的发展对经济或金融产生更加重大的影响时，则可划入经济类舆情；如果从政策制定与实施的角度看，还可以划入时事政治类舆情。

与时事政治类舆情相比，社会民生舆情是最接地气的舆情。社会民生舆情涉及老百姓身边的事，比较“接地气”，是“接地型舆情”，比如疫苗造假等，与普通老百姓直接相关。而时事政治类舆情往往都是国家大事、民族大事，都比较



供图/CFP

“高大上”，是“上层型舆情”，比如全国两会、“一带一路”倡议等。时事政治类舆情在短时间内对普通老百姓的影响先是浅层次的、局部的，随着事件的深入发展可能逐渐向深层次、全方位发展，有一个由浅入深的过程。

与经济金融类舆情相比，社会民生舆情是相对较为感性的舆情。社会民生舆情总体较为感性，比如校园暴力、食品药品安全、住房保障等都直接刺激着老

百姓的敏感神经，很容易激发老百姓的情绪，可谓“敏感型舆情”。而经济领域舆情更具专业性、更为理性，内容主要为经济数据、专业性论述或行业指数报告等，普通老百姓对此并不是特别敏感。

与意识形态类舆情相比，社会民生舆情是更物质化的舆情。社会民生舆情主要反映物质利益，属于“外向型舆情”，舆情方向是老百姓面向政府组织与物质利益。而意识形态领域舆情主要反映思想观念，属于“内向型舆情”，舆情方向主要是政府组织或社会团体面向普通大众争取民心、寻求认同或共识。

社会民生舆情的五个突出特点

第一，社会民生舆情发展发酵的动力基础往往是情感而非事实。当前，信息严重过剩，“注意力”成为稀缺资源，部分媒体对此展开争夺，甚至以偏概全、胡编乱造，千方百计吸引公众眼球，而对事实漠不关心。这导致舆情发展发酵的情绪传染在不断地“滚雪球”，而对真相的追问已经偃旗息鼓。所以，社会民生领域的很多舆情的发展发酵往往是基于情感，而不是基于事实。比如“山东辱母杀人案”消息曝出，整个互联网上的愤怒情绪随即产生并发生“核裂变”，直接展开了对辱母者一边倒的声讨，引导网上舆情迅速发酵爆炸。

第二，社会民生舆情的破坏程度易让局面失控。社会民生舆情主要以利益诉求为主，往往演变成“能量爆炸型”。

表情包的蓬勃发展表明，网民依赖图像表达而抛弃语言文字表达的倾向越来越明显。图像不仅已经成为一种新的交流工具，而且已经演变成为一种舆情语言。

在利益诉求中，物业维权、欠薪维权、征地维权、网约车维权、特殊利益群体维权、医患纠纷、执法纠纷、环境污染等占主要部分。这种社会民生舆情很容易引起相关利益群体“抱团取暖”，引发网民广泛共鸣，发酵形成舆情热点，引爆线下事件，再与网上舆情相互交织，演变成为重大舆情事件。

第三，社会民生舆情蕴含错综复杂的利益关系。由于社会民生舆情以利益诉求为主，多集中于收入分配、社会保障、住房保障、教育改革、养老改革、户籍改革、食品安全、环境治理、扶贫开发、就业创业等10个方面。其反映的问题牵涉多个利益主体，涉及的利益关系千丝万缕。要解决这些问题又涉及政策、法律、道德、情感、舆论等诸多方面的现实考虑，非常复杂。

第四，社会民生舆情的传播动力依靠图像驱动的趋势明显。移动互联网的传播速度越来越快，人们接触到的图像信息的比重越来越大。我们所处的文化语境一天天地偏离了以语言文字为中心理性文化语境，而快速地转向以图片、视频为中心的感性文化语境。表情包的蓬勃发展表明，网民依赖图像表达而抛弃语言文字表达的倾向越来越明显。图像不仅已经成为一种新的交流工具，而且已经演变成成为一种舆情语言。

第五，社会民生舆情对党群干群关系的影响更为直接。这些年来，不仅党中央非常重视社会民生舆情，各省市及基

层也都越来越重视社会民生舆情。以人民网《地方领导留言板》为例，其创办10年来，网民累计留言93万条，共有2000多位各级领导干部回复网民留言，其中包括56位省委书记、省长。

如何做好社会民生舆情工作

一是不能忘记“边缘群体”，掌握其思想动态。农民、农民工、城镇低收入人群等社会底层人群，他们既是现实社会中的“弱势群体”，又是信息闭塞的网上“边缘群体”。他们难以与互联网接触，缺乏便捷、直接的意见表达渠道。他们的诉求和内心想法很容易被压抑、堵塞，成为被忽略的社会舆情“堰塞湖”，一旦“溃堤”，将有可能形成重大舆情事件。建立基层舆情探测机制，掌握“边缘群体”的思想动态，为有针对性地做好服务、沟通、帮扶、化解工作提供决策参考，具有重要的现实意义。

二是要依靠基层“源头活水”，掌握最鲜活的舆情。当前，我国虽然有7亿多网民，但他们同时又实实在在生活在社会基层，他们的呼声发于基层、意见建议提出于基层、社情孕育于基层，基层就是社会民生舆情的“源头活水”。做好社会民生舆情工作只有从基层出发、依靠基层，才能掌握最真实的、最鲜活的舆情。

三是要提前全面准确掌握情况，防患于未然。由于社会民生舆情一旦上了网，就会像病毒一样迅猛蔓延，因此只有提前准确研判，才能防患于未然。应着力建立“基层社情民意探测网”，建立健全“基层舆情报告机制”，让植根基层的舆情信息员第一时间核实本地发生的突发事件，及时报告本地舆情动态和舆情风险点。每周、每月应定期召开舆情分析研判会，提前掌握基层情况，提前采取措施，防患于未然。■

(李文富：重庆市互联网新闻研究中心副主任)

算法机制对媒体社会责任的影响

算法的中立策略，是一条修正媒体社会责任理论的新思路，尽管随之而来也有许多新挑战，但这并不会成为放弃中立性的理由，因为算法机制在媒体中的渗透已然成为不可逆转的趋势

文 / 董小菲

越来越多的资讯聚合类客户端运用算法机制进行新闻分发，这些没有新闻采集制作资质、不做原创新闻而以算法推荐机制为主的新型信息分发平台，日益成为新闻业主力军。艾媒咨询发布的《2016Q4中国手机新闻客户端市场研究报告》显示，资讯聚合类客户端今日头条(34.8%)、一点资讯(6.4%)和Zaker(6.2%)的活跃用户总量占据所有新闻客户端人数的47.4%。资讯聚合类客户端，促使原本纵向整合的“采制-编排-出版”的专业化新闻生产流程分崩离析，重塑着新闻生态，并冲击着传统的新闻理论。其中，媒介社会责任理论作为新闻理论构成中的核心概念之一，自然难以摆脱这轮变化的影响。

媒体社会责任的“破、立”之争

2016年12月，在《财经》杂志的一篇访问文章里，今日头条CEO张一鸣强调今日头条“算法没有价值观”等观点，引发了算法推荐新闻的优劣之争。

争论一方认为媒体必须要有特定的价值坚守，这需要人工加以干涉(坚守派)；另一方认为媒体应当保持中立，不应拘泥于特定的价值观，人工不应加以干涉(破除派)。虽然在主观意愿上破除派在否定资讯聚合类客户端的媒体属性，

但事实上，从用户和业界的认知，以及这类产品实际发生的作用来看，它们都有着不可否认的媒体属性。

透过喧哗的表面，双方争论的核心可以归结为一点——媒体应该坚持固定价值还是多元价值？这一问题直指媒介规范理论本身。目前，人类社会的媒介规范理论总的来说可以分成六个基本类型：“极权主义理论”“自由主义理论”“社会责任理论”“民主参与理论”“发展中国家理论”和“社会主义国家理论”。除极权主义理论已经被大多数国家抛弃外，其他五种类型的媒介规范理论仍在新闻实践中发挥着不同程度的指导作用，其中社会责任理论是目前的主流。

社会责任理论是一种以西方为本位、

以传统媒体为背景的传媒指导理论，主张通过新闻界的自律、政府的干预和公众的监督，促使新闻界履行负责的自由，认为新闻媒体不仅担负着即时传播真实新闻的责任，更承担着舆论监督及道德导向的义务。

随着技术的进步，新闻行业均在不同程度上采用了算法机制，因此围绕算法机制的优劣而产生的关于媒体社会责任的思索和讨论在业界和学界便一直断续有之。透过社会责任理论的核心要义，我们发现坚守派在手段上坚持的依然是社会责任理论的精神内涵，试图通过媒体对特定价值观的坚持和引导，达成社会共识从而实现社会和谐进步的目的；破除派则声称不应坚持特定价值观，而

社会责任理论是一种以西方为本位、以传统媒体为背景的传媒指导理论，主张通过新闻界的自律、政府的干预和公众的监督，促使新闻界履行负责的自由，认为新闻媒体不仅担负着即时传播真实新闻的责任，更承担着舆论监督及道德导向的义务。



2017年4月16日，广州，第121届广交会，广州智能制造展示区首次亮相。展示区的五子棋机器人，通过算法计算出机器人的最优下棋位置，通过运动控制执行下棋动作，从而实现人机对弈。供图/CFP

应充分尊重受众一方，通过多元价值的相互博弈来消解掉一个绝对力量的存在，这才是促成社会和谐进步的有效方式。

那么破除派的思路有没有可行性呢？算法机制给我们提供了一种多元化参与的可实施途径，然而问题在于，机器算法宣称坚持价值无涉，“不干预用户喜好，不干预在社会和法律容忍下的多样性内容”，在实际操作过程中，这一决策下的方案能否如它所言，真的保持中立？

机遇：从算法机制的应用看“中立性”

资讯聚合类客户端的算法主要用于给用户推荐新闻，它根据特定的编程，将用户的兴趣、社交、阅读终端等各类可能影响用户阅读的因素编入公式后，根据计算结果给用户自动推送新闻。从不同

算法的设计思路来看，可以分为以下五种：基于内容的推荐机制、基于兴趣的搜索机制、基于社交的推荐机制、基于相似用户的协同过滤机制以及算法和人工混合的推荐机制。

综合来看，可以纳入算法公式的主要考虑因素有五类：第一，用户个人特征。比如兴趣、情感、职业、年龄、性别等，主要通过用户的注册和阅读行为来判断，用户的每一次点击、评论都是一种回答，都被系统记录，和关键词、Dom标签、作者、阅读时间等等一起构成多维数据矩阵，刻画出读者的特征。第二，用户网络环境。例如用户手机类型、使用的是Wi-Fi还是移动通讯流量、网速如何等。第三，用户社交特征。主要是指用户社交圈中好友的个人特征，以此来推断用户的隐性特征。第四，文章自身特征。它有哪些主题

词、命中了哪些标签，还有它的热度，是不是很多家媒体都转载了。包括文章时效性和相似文章推荐。第五，人工编辑对新闻价值的大小判断。

对五类因素采取什么样的决策规则直接影响着算法中立性，目前主要的决策规则有排序、分类、关联和过滤。排序的过程就是给各影响因素的优先次序排序，意在强调部分因素，弱化其他因素；分类的过程主要是根据对特征判断，将信息归至某个特定的类别；关联的过程主要是根据实体的相似度标注出不同实体之间的关系；筛选的过程主要是对内容或文章进行审查，在这个过程中会选择或排除某些信息。

综上所述，在不同的算法机制中，人为因素的影响无处不在。比如就用户特征来说，哪些用户行为可以纳入用户特

所有算法从实质来看终归是人类的创造品，其中蕴含了算法编制者、所在机构的意图、所在机构的管理部分的意志等多种因素，算法“是可以被商业、政治等非技术力量操纵和改变的”。简言之，算法看上去是机器的力量，但决定算法的，是人。算法离不开人，有人的参与便会产生主观倾向，因此算法不可能是绝对中立的。

征这个要素，对各行为重要性的赋分等。因此，所有算法从实质来看终归是人类的创造品，其中蕴含了算法编制者、所在机构的意图、所在机构的管理部分的意志等多种因素，算法“是可以被商业、政治等非技术力量操纵和改变的”。简言之，算法看上去是机器的力量，但决定算法的，是人。算法离不开人，有人的参与便会产生主观倾向，因此算法不可能是绝对中立的。

挑战：算法机制如何靠近“中立性”

通过算法来保持绝对中立，在现实操作层面存在很大困难。但算法的中立策略，是一条修正媒体社会责任理论的新思路，尽管随之而来也有许多新挑战，但这并不会成为放弃中立性的理由，因为算法机制在媒体中的渗透已然成为不可逆转的趋势，更为有益的态度应该是针对这些挑战来给出应对策略，使算法达到越来越“中立”的目的。

企鹅智库2016年的一项调查显示，用户对个性化资讯客户端（即资讯聚合类客户端）的信任度为14.2%，远低于门户网站新闻客户端（46.3%）、电视（40.6%）和传统媒体（24.9%）。这一数据也进一步揭示了用户对算法所谓中立性的不信

任。用户的不信任源于算法机制暴露出来的三个主要问题：一是虚假信息的泛滥；二是单纯算法推荐会埋没重要或关键的信息，带来偏见与歧视，造成信息茧房；三是算法黑箱导致信息被操控。因此，有效克服这三个问题，是增强算法中立性的关键所在。

1.对抗虚假信息——算法+人工审核。今日头条的做法也许最有代表性。2016年底，今日头条宣布放弃绝对不使用编辑的原则，采取算法和人工合作的方式对谣言和不实信息进行审核。具体方法是，算法通过消息评论和用户举报等渠道的反馈，抓取符合谣言特征的内容，交给编辑进行人工复查。如果内容一旦被判断为虚假信息，该内容的推荐和展示均会被运营平台禁止，同时内容发布者会受到相应的处罚。如果是影响范围很广的不实信息，辟谣机制则会启动精准定向推送的功能——对于看过和未看过谣言的用户，系统会区别对待：对前者自动推荐辟谣文章，后者会根据用户的需求正常推荐其他内容，不会强制推送辟谣文章。针对虚假信息，所有的解决方法基本可以归为三类：招聘人工编辑、众包、算法式解决方案。

2.破除信息茧房——给予算法控制

权。基于内容和兴趣的推荐算法，有一种形象的说法叫母亲算法，即用户喜欢什么样的新闻，便推送给他什么样的新闻。这种方式的一个最大弊端就是造成信息孤岛，只能根据出用户的显性行为来推断他的喜好，因此就有了基于社交和协同过滤的算法。2015年6月，国外公布的一项实验研究表明，当用户能够主动参与调整算法结果时，对整个预测工作更满意。但这一实验只从主观方面评测了用户对算法的满意度，实际上还不能成为推翻信息茧房这一假设的有力证据，尚待进一步的检验。这一实验更重要的意义在于提示我们，让用户参与到算法的制定过程中来，让他们能够对算法进行更多的主动设置，这种策略可以成为我们应对破除信息茧房的重点考虑对象。

3.打破黑箱——算法公开。算法在后台运作的属性无形中赋予了算法制定者隐形而又强大的新闻选择权，随之而来的怀疑就在于：算法制定者们的身份是什么？谁赋予了他们制定的资格和权力？他们带有什么样的价值倾向？哪些内容是被故意挑选出的？那些被屏蔽或删除的内容是什么？由于算法的复杂性，多数人并不能真正明白算法的实际计算原理和过程，这令算法成了无人监管的黑箱。打破这一黑箱的方法便是算法的公开，让用户参与到对算法的检视中，通过用户的监督，来形成对算法制定者权力的抗衡。

（董小菲：山东女子学院文化传播学院讲师）

参考文献

1. 彭兰：《机器与算法的流行时代，人该怎么办》，《新闻与写作》，2016年第12期，第27页。
2. 李沁：《“第三媒介时代”新闻价值的定位与建构》，《新闻与传播研究》，2015年第4期，第42页。
3. 曹三省：《新闻机器：智能传媒之路又一程》，《青年记者》，2016年第2期，第26页。



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 ▶

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、浙江省委网信办、贵州省委网信办、安徽省委网信办、新疆维吾尔自治区党委网信办、西藏自治区党委网信办、广东省委网信办、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、宁夏回族自治区网信办、陕西省委网信办、河北省委网信办、湖北省委网信办、青海省委网信办、内蒙古自治区党委网信办、四川省委网信办、成都市网信办、武汉市网信办

2016-2017

中国新闻网站传播力 年度报告

🕒 即将推出

