

自媒体时代地市党报的责任和提高舆论引导力的前瞻思维

罗永强

[摘要]在以“微博”为代表的“自媒体”时代，面对呈爆炸式增长的各种信息，人们越来越渴望获得权威的信息。地市党报提高其权威性，担当起主流媒体更多的社会责任，进一步提高舆论引导力，已成为当务之急。地市党报应坚持正确舆论导向，实施全媒体战略，主动设置议程，坚持创新，深化改革，进一步改进和增强舆论引导力，担当起党报在推进社会主义核心价值体系建设中义不容辞的责任和义务。

[关键词]微博 地方党报 引导力 舆论

[中图分类号]G211 [文献标识码]A [文章编号]1671-0029(2013)01(下)-0040-04

一、随着微博的兴起，媒体开始全面进入自媒体时代

2003年美国新闻学会媒体中心谢因·波曼和克里斯·威里斯提出了“自媒体”概念，在其研究报告中对自媒体定义为：“是一个普通市民经过数字科技和全球知识体系相连，提供并分享他们真实看法自身新闻的途径。”换句话说，自媒体就是普通群众利用数字技术为核心的网络新技术进行自助发布信息的新媒体。它包括博客、微博客、播客、网络社区、论坛、BBS等网络媒介形式。在互联网上，每一个账号就像一个媒体。发帖子、转微博、评新闻——信息、观点、态度便汇入互联网的比特之海。微博正成为自媒体时代的最重要媒介之一。

据DCCI2012年7月26日发布的关于“微博”的报告称：截至2012年6月，中国网民数量已达5.3亿人，微博用户已占中国网民的88.81%，中国的手机用户已经超过8亿，越来越多的人开始用手机“刷”微博。境内50余家微博客网站每天更新帖文达2亿多条。

微博的出现，让每一个个体都有了展示的舞台，引领了大量用户原创内容的爆发式增长，为世界带来了一个“人人都能发声，人人都可能被关注的时代”。微博上，每个人都形成一个“自媒体”，每个人都是信息的生产者、发布者、消费者，向其他个体和群体自助发布、分享信息，传统媒体不再是人们获取信息的唯一途径。

微博也有其自身弱点，它的及时性带来信息的流动性、不易确定性和随机性，叙事去中心化、碎片化，容易让人断章取义。凤凰网新媒体CEO刘爽就称这个时代为“愈加碎片化的新媒体时代”。

微博也让各种虚假信息大行其道。面对纷繁复杂、呈爆炸性迎面而来的真假难辨的微博信息，人们越来越无助，对一个又一个的“热点”疲于奔命，心中的疑虑和不安不断累积，越来越渴望获得真相。

二、自媒体时代地市党报面临严峻挑战

地市党报作为传统媒体，其优势至今依然突出。强大的采访资源、高素质的新闻采编队伍、常年积累形成的品牌、广阔的信息渠道和丰富的采编经验，这些都不是新型媒体在短期内可以达到的。但地市党报的局限性在信息时代也很明显，有限的版面，固定的出版时间，单向的传播方式，无法满足受众的更高要求。在微博等自媒体的冲击下，对于肩负地市级党委和政府与基层群众联系桥梁作用的地市党报来说，面临着严峻的挑战。

首先是被动设置议程。党报的权威性之一就体现在对重大时政新闻的及时准确、全面的报道。然而，地市党报对国际国内的重大时事报道，一般只能采用新华社的通稿。对当地的重要新闻，尤其是热点新闻的报道，受到主观、客观因素的影响，对其报道的时效、深度、广度，常常不能满足广大读者的需求。这些现象严重影响着地市党报的权威性与公信力。

其次是针对性不强，缺少读者意识。地市党报覆盖了内地31个省（市）、自治区绝大部分地方，发行范围伸进了城市的社区，农村的村组，工厂的车间，发行面较广。但是，近年来，不少地市党报只关心中心城市读者群体，对占70%以上的县及县以下的读者服务不够。个别地市党报把自己办成了都市报，全然没有考虑其读者绝大部分在乡镇村组。

再者，新闻报道跟不上事件的发展节拍。重大时政新闻等受制于编辑出版流程，见报时一般最快都已是“昨日新闻”，而此时，读者大都已经从电视、手机、电脑等渠道知道了最新的“即时信息”。现在，绝大多数地市党报也都已经开通了互联网，设置了电子版、网络版等。但大多数要么几天不更新，要么就是把当日的报纸内容原样搬到互联网上了事。

同时，地市党报的“薄报”也无法满足眼下读者的

“快读”和“信息量”的要求。全国近400余种地市党报有323种已发展为日报，但很多地市党报出4至8版，仅有少数的报纸每日出1-2个版。除了广告版以外，能给读者提供的信息是非常有限的。微博极大地扩展了用户获取信息的渠道，弱化了地市党报的话语主导权。

三、在微博深刻影响着舆论生态的自媒体时代，地市党报肩负着更多的社会责任

1923年，美国报纸主编协会制定《报业法规》时首次提出了报纸的社会责任问题。二战后，美国芝加哥大学校长R.M.哈钦斯主持的“新闻自由委员会”经过调查，发表了《自由与负责的报刊》，运用了“社会责任”这一理论，强调“享受着政府赋予的特权地位的报刊，有义务对社会承担一定的责任”。

2009年10月9日，胡锦涛同志在“世界媒体峰会开幕式”的致辞中提出：媒体“要切实承担社会责任，促进新闻信息真实、准确、全面、客观传播……对各媒体来说，树立和秉持高度的社会责任感比以往任何时候都更为重要。”

作为地市级党委机关报的地市党报，必须坚持马克思主义指导地位不动摇，牢牢树立马克思主义新闻观，始终坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，深入宣传党和政府的重大决策，充分报道地方党委和政府的中心工作，全面、客观、准确、及时地反映当地群众的实践和心声，努力成为先进生产力的追求者、推动者，先进文化的倡导者、传播者，人民群众根本利益的宣传者、保护者。地市党报肩负着传播舆论的神圣使命，这决定着它在自媒体时代必须承担更多的社会责任。

按照管理学的观点，社会责任是一种全面责任管理，可分为管理责任、市场责任、公益慈善责任、文化责任等。管理责任指的是地市党报的员工保护如社会保险、薪酬制度、品牌建设、报业发展等，研究如何促进报社社会效益和经济效益统一协调发展。试想，如果一家报社职工一日三餐不保，不知前途在哪里，他们又怎能写出有影响力的文章？这样的报社又怎会有影响力？市场责任则是指对投资人、对客户、对伙伴的责任，地市党报绝大多数都是财政投入、极少自收自支，但随着地市党报资本多元化、编采与经营分离，如何保证投资人利益已经显得越来越重要。客户责任则强调如何为两个客户——读者和广告客户服务好，只有为更多的读者提供好服务，才能有更多的广告客户、获得更大的经营收益。伙伴责任则重点在于如何处理好同行业间的竞争关系。公益慈善责任一是指通过新闻报道促进公益慈善事业的发展，二是指传媒人直接投身公益事业。地市党报由于具有企业和公共服务机构的双重属性，文化责任更大，在促进社会和谐、意识形态安全与国家文化安全方面有着特殊作用。

总之，地市党报不仅有提供就业、创造税收、促进文化产业发展的责任，更重要的是传播先进文化、成为先进文化

的引领者，通过舆论引导影响和推进社会发展。

四、实施全媒体战略，综合运用多种传媒手段强化舆论引导力

舆论引导力，是运用舆论操作人们的意识，引导人们的意向、从而控制人们的行为，使人们按照社会管理者制定的路线、方针、规章从事社会活动的传播行为。

1. 坚持政治家办报，把牢牢把握正确的舆论导向放在提高地市党报舆论引导能力的首位

“政治家办报”是毛泽东党报理论的一个重要观点。社会主义新闻媒体是党和人民的“喉舌”，党性原则是我们办报的根本原则。舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。坚持政治家办报，新闻传播者必须站在时代的高度、全局的高度、战略的高度、保持清醒的政治头脑，增强政治敏锐性和政治鉴别力，善于在错综复杂的情况下分清是非，及时识破和抵制错误思潮和不良风气的影响，始终把握正确的政治方向，推进马克思主义中国化时代化大众化，积极传播社会主义核心价值观体系。当前，我国正处于社会转型期和社会矛盾凸显期，社会舆论呈现多元、多样、多层、多变的特点，各种思想文化交流、交融、交锋频繁，新闻舆论领域的斗争激烈复杂。一些非马克思主义、反马克思主义的声音不时出现，这些思潮与社会热点、敏感问题相交织，容易引起人们思想认识上的混乱。对此，我们必须加强政治理论学习，只有这样，才能在政治上与党中央保持一致，与新闻单位本身所属的同级党委保持一致。

坚持政治家办报，就是要把坚持正确政治导向放在新闻宣传工作的首位，围绕中心，服务大局，提高舆论引导能力，营造良好的舆论环境。要增强大局意识，坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，唱响主旋律，打好主动仗。要增强把关意识，做到守土有责，在重大问题、敏感问题、热点问题上把好“度”，坚持唯物辩证法，防止片面性。要加强和改进舆论监督，着眼于解决问题、推动工作，坚持准确监督、科学监督、依法监督、建设性监督。坚持把社会效益放在首位，努力争取社会效益和经济效益的统一。

坚持政治家办报，要求新闻工作者增强责任意识，加强职业道德建设，在牢牢把握政治导向的同时，认真把握好新闻的思想导向、价值导向、知识导向、行为导向、生活导向和服务导向。努力形成推进改革开放、发展社会生产力的舆论；努力形成有利于社会主义精神文明建设和民主法制建设的舆论；努力形成有利于鼓舞和激励人们为国家富强、人民幸福和社会进步而艰苦努力、开拓创新的舆论；努力形成有利于人们分清是非，坚持真善美，抵制假恶丑的舆论；努力形成有利于国家统一、民族团结、政治稳定、社会和谐的舆论。

2. 坚持以人为本, 加强队伍建设, 抓住舆论引导的根本

以人为本是提高舆论引导能力的根本问题。对新闻传播者, 对广大读者都要坚持以人为本。

首先, 在报社内, 要坚持以人为本。地市党报是地方党委的机关报, 担负着繁重的新闻宣传任务。要开拓报社工作的新局面, 高质量高标准完成各项任务, 必须充分调动大家的积极性、智慧和创造力, 必须建设一支政治强、业务精、纪律严、作风正的高素质编采队伍。要发扬优良作风, 树立正确的世界观、人生观、价值观和荣辱观, 加强品德修养, 提高综合素质。为此, 必须增强五个观念。一是增强党性观念。要想到我们从事的是党的新闻事业, 树立党性是党报工作人员必须具备的觉悟, 主要表现在政治思想上与党中央保持高度一致, 决不能唱歪调, 更不允许唱反调。二是要增强精品观念。要精心策划, 精心采写, 精心编辑, 争创出更多更好的反映时代精神的好新闻作品, 扩大报纸在全省、全国的影响力。三是要增强效益观念。在指导思想上将报纸与经营看成是报社这架马车上的两个“轮子”, 千方百计为报社加快发展, 提高效益做贡献。四是增强新闻职业道德观念, 遵守纪律, 严于律己, 禁止有偿新闻、虚假报道、低俗之风、庸俗之风、媚俗之风和不良广告。五是增强“明星”观念, 我们要有自己的名记者、名编辑、名评论员, 定期评选, 充分发挥他们在办地方党报中的“火车头”作用, 营造让更多的优秀新闻工作者脱颖而出的良好环境。同时, 要建立创新型人才培训机制、新闻策划机制、差错防范机制、新闻精品奖励机制、新闻产业发展奖励机制。

同时, 对广大读者, 要始终坚持以人为本。我们的日报、晚报、新闻网、手机报, 在新闻报道中, 要把以人为本作为出发点和落脚点, 贴近实际, 贴近生活, 贴近群众, 反映民情, 汇集民意, 关注民生。要增强新闻可信度, 这是党报影响舆论的逻辑起点; 要增强弥合度, 体现传媒劝服艺术的效果诉求, 要增强平衡度, 展示传媒引导舆论的价值取向。

3. 报网融合互动, 整合传播手段, 大力增强舆论引导实力

李源潮在中国?新加坡“新媒体环境下领导力建设”论坛上表示: “中国共产党和中国政府坚持以积极主动、开放包容的态度对待新媒体, 通过教育培训引导干部科学认识和正确对待新媒体, 不断提高运用新媒体的能力, 加强网络舆论引导, 凝聚社会共识。”

数字时代消除了各种媒体之间的壁垒, 报纸、广播、电视、网络等媒体之间, 无论在形式、功能、手段等各个方面都开始互相渗透, 地方党报运用现代科技手段与新型媒体交流、互动、融合已经成为不可阻挡的历史潮流。地市党报必须学会使用微博、社交网络等新媒体, 跟上时代发展步伐,

实施全媒体战略, 综合运用好各种自媒体平台, 强化舆论引导力。

全媒体是指综合运用文、图、声、光、电等表现形式来全方位地展示自己的传播内容, 是通过文字、声像、网络等传播手段来传播的一种报网融合的传播形态。

目前, 大部分地市党报都已建立网站、办了手机报等, 但还很少有建立官方微博的。报社要有自己的微博, 同时要鼓励编辑、记者建立微博, 学会使用微博, 通过微博、播客、手机短信、QQ等综合手段提高传播速度和效力。

在实施全媒体战略中, 地市党报与新媒体互动是增强党报影响力的关键。编采人员通过微博等对杂乱的“网络议题”进行引导把关, 形成公众舆论话题, 然后通过报纸放大舆论话题, 进而引导舆论走向。比如对一突发事件, 记者可以通过微博、播客等即时将现场情况报告给读者, 而读者也可通过微博、QQ、短信等给记者提供更新更多的信息。而随后见报的文章则对该突发事件全面、深入的报道, 引导读者再利用新媒体思考事件发生的原因、教训等。

4. 主动设置议程, 抢占舆论高地, 进一步提升地市党报舆论引导力

美国学者韦伯根据1976年的调查结果提出, 公众的“议题”在本质上是受到传媒“议题”影响的。大众媒介往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法, 但是可以通过提供信息和安排相关的议题来有效地左右人们关注某些事实和意见, 以及他们对议论的先后顺序。

主动设置议题, 可以有效地引导微博上杂乱的议题回归舆论主题。“微笑表哥”杨达才微笑照片被曝光后, 《南方都市报》、《新民晚报》等传统媒体纷纷对关于此事在微博上的言论进行摘编报道。随着杨达才更多细节的曝光, 网上开始对“微笑表哥”嬉笑怒骂甚至人身攻击, “微笑表哥”则在微博上主动回应并获取网络赞誉。面对庞杂、多元的网络喧嚣, 8月29日, 《济南日报》刊文《官员“笑场”可以有 腐败不能有》称, 不赞同冷嘲热讽杨达才的笑, 但是赞同围观并追问杨达才的表。8月31日, 《京华时报》刊文《自证清白难以走出名表门》呼吁纪检监察部门进行彻底调查, 给网友和社会一个负责任的交代。类似评论的出现, 与网上要求有关部门介入调查、杨达才公开收入的呼声一起, 逐渐让微笑话题重归反腐讨论的正常轨道。

主动设置议程, 可以使某些意见相左的人就某种议程达成一致。比如南充2012年9月在主城区开展的“禁摩”行动就曾引起有摩一族的激烈反对。于是《南充日报》、《南充晚报》主动出击刊登每日摩托违章情况, 加大摩托引起的交通事故曝光力度, 同时邀请人大代表谈为什么要

禁摩，报道政府加大公共交通设施建设、解决人们出行难的问题。从而形成强大的“禁摩”舆论氛围，把人们的思想统一到政府的决策上来。

自媒体时代人人皆媒体。理论上讲，每一条微博，每一个短信都可成为舆论热点。当前，我国正处于各种社会矛盾凸显和多发期，地市党报必须坚持“走、转、改”，深入基层，挖掘身边的先进典型，以典型报道影响人们，增强社会凝聚力；及时反映基层群众的合理诉求，当好社会减压器。实时观察、分析各类热点、难点问题及突发事件，做生活的有心人，抓住苗头、紧盯趋势，主动设置议题，控制舆论主导权。

需要切记的是，编采人员设置议程时必须恰当。不能仅仅是为了吸引眼球或者是帮政府的忙。苏州“东方之门”在微博遭到网友“像秋裤”的吐槽。也许是为了帮有关部门解释，苏州某媒体随后刊出评论文章：“没文化就看不懂‘东方之门’”。此言论再度引发网友热议，舆论焦点随后转移到网友对该媒体的“围观”上。由于媒体议题设置不当，不但没帮上政府的忙，反而引火烧身。

5. 不断改革创新，提高宣传艺术，增强舆论引导的实效

提高舆论引导能力从来就是媒体的恒定主题。“求新”和“创新”是提高舆论引导能力的应有之义。当前，地方党报面临的挑战除了“信息高速公路”、以微博为代表的自媒体外，还面临传媒之间的激烈竞争，这实际上是市场、客户和读者的竞争，形势严峻。此外，还面临人才和管理方面的挑战。地方党报与其它媒体之间的竞争，说到底人才之争，管理之争。面对诸多挑战，我们必须不断深化改革，坚持创新。要创新观念，创新内容，创新形式，创新手段。确立新的信息观念、受众观念、服务观念、效益观念、市场观念，促进新闻改革的不断深入。

一是要加强新闻策划。新闻策划是为了一定的新闻宣传目的与效果而精心策划与设计的报道活动。新闻策划不是制造新闻、强扭角度、按主观意图行事，而是坚持新闻事实第一的原则，更好地运用新闻资源，在指导性与可读性的结合上下功夫，创出读者喜爱的“名”、“优”、“特”。

二是要强化新闻评论。通过传播“观点”提升地市党报影响力。评论是党报的旗帜和灵魂，是地市党报引导舆论的最直接手段，是一种指导性极强的新闻文体。面对当地社会的各种现象、各种声音，作为主流媒体的当地党报必须发出自己的声音，运用马克思主义的立场、观点、方法，旗帜鲜明地发表意见，主张什么、鼓励什么、反对什么，进而引导舆论。《南充日报》在强化评论上已经做过一些有益的尝试：比如设立专门的评论部，在一版头条位置刊发署名为“南嘉平”的评论文章，评说热点问题。

三是要突出本地新闻，以本土的力量提升地市党报的

影响力。本地新闻的原创和首发是地市党报的权威性和专业性的表现手段。地市党报的有效发行区域就是本地，立足本地、服务本地，本地是地市党报文化认同的基础。从新闻的贴近性原则来说，越是本地的、越是身边的，越能引起读者的关注，也越能对读者产生影响。《东莞日报》的办报理念就是：“本土就是主流，贴近就是力量”。即使是对于国际国内重大新闻报道，地市党报也应从本地视角出发，挖掘出与本地读者相关的新闻点。如关于对北京2012年7月水灾的报道，《南充日报》、《南充晚报》就从当晚参与现场抢险的民工中发现，有30余人是南充市嘉陵区人，随即重点对这一群体进行采访，挖掘新闻的深度、广度，全方位做好深度报道。深度报道本地新闻是地市党报的强项，在“深”字上下功夫，加大对新闻事件的解析力度，增强舆论引导的实效。

舆论引导能力是执政能力的重要组成部分。地市党报在正确引导舆论，维护党和国家工作大局、维护改革开放和经济社会发展大局、维护国家长治久安、扎实推进社会主义文化强国建设、全面建成小康社会中，有着极其重要的作用。在网络飞速发展，微博快速传播，世情、国情、党情发生深刻变化的新形势下，地市党报只有理直气壮地坚持正确舆论导向，实施全媒体战略，主动设置议程，坚持创新，深化改革，进一步改进和增强舆论引导力，才能担当起党报在推进社会主义核心价值观体系建设中义不容辞的责任和义务，在舆论引导中肩负起全面建成小康社会的历史责任。

（作者：南充日报社党委书记、社长）

参考文献

- [1] 北京大学新闻与传播学院. 2011中国传媒行业社会责任报告[R].
- [2] 王晨. 共同创造和平美好的网络空间[Z]. 新兴国家互联网圆桌会议主旨演讲，2012-9-18.
- [3] DCCI互联网数据中心. 2012中国微博蓝皮书.
- [4] 苗秋闹. 扩展微博时代党报的舆论张力[J]. 新闻爱好者.
- [5] 郑保卫. 新闻宣传工作：认识引导意义，提高引导能力[J]. 中国记者.

责任编辑：夏阳