

党的十六大以来新闻出版工作的历史性变化

●刘晓凯 卫朝峰

摘要:党的十六大以来,新闻出版工作围绕党对宣传文化工作的总要求,紧紧抓住事关全局的关键环节,不断加快体制机制改革创新,不断加快公共文化服务体系建设,不断加快发展新闻出版产业,不断加强对新闻出版产品创作生产的引导,新闻出版工作开创了新局面,新闻出版事业产业呈现出跨越式发展良好态势。

关键词:十六大 新闻出版工作 历史变化

党的十六大以来,面对全球复杂经济形势对新闻出版业发展造成的新冲击、意识形态领域斗争在新闻出版战线呈现出的新动向、人民群众日益增长的精神文化需求对新闻出版工作提出的新要求、高新技术特别是信息技术迅猛发展对新闻出版产业形成的新挑战,新闻出版工作者坚持高举旗帜,牢记总要求,以时代要求审视工作,以改革创新推动工作,其在中国特色社会主义四位一体总体布局中的地位和作用展现得更加充分,工作面貌、工作格局发生了新的历史性变化,新闻出版业保持了跨越式发展的良好势头,发挥出“主阵地、排头兵、主力军、领跑者”的作用,高质量地完成了党和政府交给的各项任务。

一、新闻出版规律性认识获得新成果

党的十六大以来,新闻出版工作注重对规律性认识的总结、归纳和提升,逐渐形成科学的新闻出版发展理念。一是在新闻出版的地位和作用上,进一步明确是党的意识形态工作的重要阵地,是传承优秀民族文化的重要载体,是为人民服务的重要平台,是文化产业发展的主力军,是中国特色社会主义事业四位一体总体布局的重要组成部分,在巩固舆论阵地、引领社会风范、传承中华文明、培育民族精神、提高公民素质、促进经济增长、增强综合国力、参与国际文化竞争、推动社会全面进步等方面具有基础性、战略性作用。新闻出版越来越成为民族凝

聚力创造力的重要源泉,成为综合国力竞争的重要因素。二是在新闻出版的发展方向上,进一步明确必须高举旗帜,以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,始终坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位,始终坚持社会主义先进文化前进方向,以科学发展为主题,以加快转变发展方式为主线,以建设社会主义核心价值体系为根本任务,以满足人民精神文化需求为出发点和落脚点,以改革创新为动力,发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的大众的社会主义新闻出版业,不断提升文化自觉,增强文化自信,实现文化自强,增强国家文化软实力,更加自觉主动地推动社会主义文化大发展大繁荣。三是在新闻出版的发展目的上,进一步明确必须树立以人为本、执政为民理念,牢记文化是人民的文化,文化发展依靠人民、文化发展成果由人民共享,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众,坚持政府主导,按照公益性、基本性、均等性、便利性要求,不断满足人民群众日益增长的精神文化需求,保障人民群众基本文化权益,发挥人民在新闻出版工作中的主体作用和创新精神。四是在新闻出版的发展动力上,进一步明确改革创新和科技进步是根本动力,坚决破除制约科学发展的体制机制障碍,大胆吸收和借鉴一切有利于我国新闻出版业发展的有益经验、优秀成果和管理方式,

不断解放和发展新闻出版生产力。五是在新闻出版的发展思路,进一步明确必须坚持两个“两手抓”,即一手抓公益性新闻出版事业,一手抓经营性新闻出版产业,建立惠及全民的新闻出版公共服务体系,提高新闻出版整体实力;坚持一手抓繁荣、一手抓管理,切实强化政策调节、市场监管、社会管理、公共服务职能,保证新闻出版业快速健康持续发展。六是在新闻出版发展格局上,进一步明确要努力构建统筹协调、责任明确、功能互补、覆盖广泛、富有效率的舆论引导格局;形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的新闻出版产业格局;形成打破条块分割、地区封锁、城乡分离的新闻出版市场格局;形成以民族文化为主体、吸收外来有益文化,推动中华文化走向世界的新闻出版开放格局,走中国特色社会主义新闻出版业发展之路。七是在新闻出版发展战略上,进一步明确坚持提升国家文化软实力,通过深入实施新闻出版业精品战略、集约化战略、科技兴业战略、项目带动战略、走出去战略和人才兴业战略,大力提升舆论引导能力、科学发展能力、公共服务能力、依法行政能力和国际传播能力,扩大中华文化国际影响力传播力。八是在新闻出版的领导上,进一步明确要始终坚持党对新闻出版工作的领导,建立健全党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位自主经营的新闻出版行政管理体制,形成调控有力、依法行政、运转高效的行政管理新格局;切实加强各级党组织、各级领导班子和队伍建设,确保党对新闻出版工作的宏观控制力。九是在新闻出版发展保障上,进一步明确通过推动思想观念、体制机制、增长方式、政府职能等方面的转变和以产业政策、财税政策、投融资政策和人才政策等为主要内容的新闻出版宏观调控政策体系的建立健全,最大限度地发挥新闻出版工作者的积极性主动性创造性,最大限度地调动人民的文化创造精神。新闻出版规律性认识的不断深化,体现了科学发展观对新闻出版工作的本质要求,进一步丰富了党的新闻出版工作理论,新闻出版工作的科学化水平极大提高,为新闻出版走向强国之

路奠定了坚实的理论基础。

二、新闻出版体制机制形成新构建

党的十六大以来,新闻出版工作在坚持和加强党对新闻出版领导的同时,适应新形势新环境新任务新变化,不断推进体制机制改革创新,不断把成熟的做法和经验机制化、制度化。一是努力构建导向机制。大力唱响坚持走中国特色社会主义道路、奋力实现中华民族伟大复兴的时代主旋律,积极适应人民群众日益凸显的多方面、多层次、多样化的精神文化需求新形势,大力发展各种健康有益文化,以弘扬主旋律与提倡多样化相统一的导向机制更加科学。二是努力构建动力机制。积极运用高新技术促进体制机制、内容形式和传播手段创新,推动建立以投入为保障、新闻出版企业为主体、创新平台为支撑、市场需求为导向、产学研相结合的新闻出版创新体系,以改革创新和科技进步促进发展的动力机制更加坚实。三是努力构建公共文化服务机制。坚持公益性、基本性、均等性、便利性原则,大力提高公益性新闻出版产品的生产供给能力,以政府为主导、公共财政为支撑、公益性新闻出版机构和发行网点为骨干、基层为重点、全社会积极参与的公共文化服务机制更加有序。四是努力构建宏观调控机制。充分发挥市场在出版资源配置上的基础性作用和各种产业政策对新闻出版业的宏观调控作用,以市场为主配置资源与政府政策调节为辅的调控机制更加有力。五是努力构建行政管理机制。大力转变政府职能,明确管理职责,创新管理理念,强化服务意识,推进依法行政,形成服务发展的法制保障、政策手段和执法环境,以科学管理服务发展的行政机制更加高效。六是努力构建协调推进机制。充分发挥新闻出版工作在中国特色社会主义事业四位一体总体布局中的服务功能和作用,坚持一手抓公益性事业、一手抓经营性产业,一手抓国内市场、一手抓国外市场,坚持统筹城乡、区域发展,统筹国内、国际两个大局,以统筹兼顾保障整体推进的协调机制更加完备。随着新闻出版体制机制的不断

完善,新闻出版行政管理更加规范有序,宏观调控更加科学合理,服务经济政治文化社会科学发展的能力和效率不断提升。

三、新闻出版工作领域实现新拓展

党的十六大以来,随着新闻出版工作影响力日益提升,与高新科技融合不断加快,新闻出版工作不断融入经济社会发展,产业边界进一步延伸和拓展,公共服务能力不断强化和健全,工作领域和社会覆盖面不断扩大。一是工作地位在中国特色社会主义事业四位一体总体布局中越来越重要。党的十六大以来,党中央国务院高度重视文化建设工作,把文化置于更加突出的地位,提出用“三个代表”重要思想统领社会主义文化建设;党的十六届五中全会,进一步把文化建设放在中国特色社会主义事业四位一体总体布局之中;党的十七大提出了推动社会主义文化大发展大繁荣的战略部署;党的十七届五中全会明确提出要加快“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”;党的十七届六中全会进一步提出“坚持中国特色社会主义文化发展道路,努力建设社会主义文化强国”的战略目标;胡锦涛总书记在中共中央政治局第二十二次集体学习时强调,要加快文化体制机制改革创新,加快构建公共文化服务体系,加快发展文化产业,加强对文化产品创作生产的引导,推动社会主义文化大发展大繁荣。这表明党中央国务院对文化建设的高度重视和在思想理论上的全新认识。近年来,新闻出版作为党的思想文化工作的重要组成部分,在引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展中的职责和作用越来越突出,在推动全面建设小康社会和加快经济发展方式转变中的地位越来越重要,已经从部门工作发展成为重要战略工作部门。二是产业形态从传统业态拓展到新兴业态。新闻出版业与高新技术的不断融合,催生了大量新型产业形态。新闻出版产业形态已经从传统的图书、报纸、期刊、电子音像制品,拓展到包括电子图书、数字报纸、数字期刊、原创网络文学、网络教育出版物、网络地图、数字音乐、网

络动漫、网络游戏、手机出版以及基于各种移动终端在内的数字出版新业态。三是产业范畴从文化类别扩展到综合性经济类别。国家“十一五”规划实施以来,新闻出版业科学研判国际国内形势变化对新闻出版业发展带来的重大影响,特别是在全球金融危机不断蔓延、实体经济受到严重冲击的经济环境下,围绕“三个确保”,大力推动产业健康快速持续发展,新闻出版业呈现出强劲发展态势,在保增长、保民生、保稳定上作出重要贡献。“十一五”时期,我国出版品种和数量创历史最高水平,产业布局 and 产业发展质量日趋优化和提高。“十二五”规划实施以来,新闻出版工作以强烈的机遇意识主动迎接挑战,准确把握主题、主线,推进项目、任务高质量实施,新闻出版产业发展呈现出良好势头。2011年,全国出版、印刷和发行服务实现营业收入14568.6亿元,增加值4021.6亿元,继续成为文化产业的主力军,为推动文化产业成为国民经济支柱性产业奠定了坚实基础。四是管理范畴从纵向系统管理延伸到横向社会管理和公共服务。新闻出版行政部门大力推动政府职能转变,全面履行宏观调控、依法行政、公共服务和市场监管等职能,实现由办出版向管出版转变,由管微观向管宏观转变,由管理“脚下”向服务“天下”转变,努力把审批型政府部门转变成服务型政府部门。特别是党的十七大以来,新闻出版总署大力构建新闻出版公共服务体系,实施五大惠民工程,整治和查处群众反映强烈的突出文化民生问题,有力保障了人民群众的基本文化权益,服务群众、服务行业、服务社会的水平和能力进一步提高。通过工作领域的不断拓展,新闻出版工作内容进一步充实,社会资源进一步丰富,工作渠道和社会覆盖面得到进一步扩大。

四、新闻出版工作方式方法有了新创造

党的十六大以来,新闻出版工作在坚持行之有效工作方式方法同时,创新思路,探索运用新的工作方法做好各项工作。一是在巩固主流意识形态上,始终坚持马克思主义指导地位,牢牢把握先进文化

前进方向,用抓工程的办法推动社会主义核心价值观建设,在重大出版工程、重大主题宣传报道及马克思主义中国化时代化大众化通俗读物出版发行方面,集中资源、集中力量,全面推动、重点突破,出版了大量精品力作,在全社会产生巨大反响。二是在正确舆论引导上,唱响主旋律、坚守主阵地,努力在多元中立主导、多样中谋共识、多变中把方向,充分发挥主流媒体优势,做好重大突发事件新闻报道,加强社会热点难点问题舆论引导;善用媒体、善待媒体、善管媒体,掌握话语权,及时引导社会舆论;强化对新兴业态新兴媒体的服务管理,壮大网络主流媒体,占领主阵地,推动舆论引导格局不断完善。三是在推动新闻出版体制改革上,按照党中央总体部署,从积极探索、开展试点,扩大试点、由点到面,到加快推进、全面展开,采取行政管理体制“四分开”、转企改制“四到位”、事业单位“两分离”等改革措施,实施了一系列新办法,破解了一些重大难题,在重点领域和关键环节取得突破性进展。四是在建设公共文化服务体系上,树立起以人为本、执政为民理念,通过不断加快新闻出版公共服务生产供给体系、公共服务网络、公共服务基础设施、公共服务资源库和传输平台、公共服务保障体系建设,进一步夯实基础,新闻出版公共服务体系建设得到明显加强。五是在推动产业发展上,通过大力调整和优化产业结构,培育了一大批新型市场主体;不断优化产业布局,加快建设一批以传统出版、数字出版、版权创意、印刷复制、物流体系等为重点的国家新闻出版产业基地;不断加快产业升级,大力发展新兴业态,推动传统出版企业数字化转型;不断完善产业政策,制定出台多项推动改革发展的政策措施;坚定不移地实施走出去战略,我国新闻出版国际影响力传播力不断提升。六是在管理创新上,坚持依法行政,不断完善中国特色社会主义新闻出版法律体系,执法水平不断提高;推动管理理念创新,着重提高把握政治方向和舆论引导的能力,特别是提高综合运用经济、法律、行政、技术和思想政治工作等各种手段处理意识形

态领域敏感问题的能力,各级新闻出版行政部门科学管理水平得到提高,工作针对性实效性进一步增强。

五、新闻出版事业产业发展实现新跨越

党的十六大以来,新闻出版工作紧紧抓住事关党和国家工作全局的关键环节,不断加快体制机制改革创新,不断加快构建公共服务体系,不断加快发展新闻出版产业,不断加强对新闻出版产品创作生产的引导,新闻出版工作开创了新局面,新闻出版事业产业呈现出跨越发展态势。一是形成了新闻出版发展的新优势,担当起文化产业发展的主力军。出版物品种和数量创历史最高水平,“十一五”时期累计生产图书135.8万种、338亿册,是“十五”时期的2倍;报纸年发行量接近500亿份;精品力作不断涌现,古籍整理、精品翻译取得丰硕成果,文化创新和传播能力、产品供给和公共服务能力不断增强。2009年,中国版权相关产业行业增加值为22297.98亿元人民币,占全国GDP的6.55%。新闻出版产业已经成为文化产业的主力军。二是强化和完善了新闻出版发展新理念和新体制,成为文化改革发展排头兵。在思想观念上,广大新闻出版工作者摆脱僵化思维模式束缚,改变陈旧落后工作理念,努力开拓和培育现代出版市场体系,调动社会力量发展新闻出版业,内容创新能力、舆论引导能力和产品生产能力得到极大增强。在体制机制上,重塑市场主体,引入市场机制,实现经营性新闻出版产品与市场、资本和消费者的对接,新闻出版业体制机制发生突破性重大变化。在产业格局上,深入推动对内对外开放,非公有资本和外资全面进入政策许可的新闻出版领域,以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局和以民族文化为主导、吸收外来有益文化的开放格局不断完善,新闻出版业发展格局发生历史性变化。在国际影响上,我国图书和期刊等出版物发行进入190多个国家和地区的公共图书馆,报刊发行覆盖80多个国家和地区,新闻媒体记者遍布世界各地,新闻出版传播的时效性和影响力极大提升,新闻出版业国际地位发生了重大

出版社微博营销和宣传的可行策略 *

●王 跃 张志强

摘要: 微博是目前互联网上最流行的社会化媒体之一,在中国拥有一个相当大的用户群体和良好的发展势头,微博营销价值巨大。本文对微博的传播特征进行了全面、深入的分析,并以新浪微博为例调查了出版社利用微博的现状,总结出几点不足之处。最后,结合实例,为出版社进行微博营销和图书宣传提出了具体、可行的策略。

关键词: 出版营销 微博 微博营销

微博集中了很多社会化媒体的特点,同时又具有独特的传播特征,当下已经成为了理想的营销工具之一。在已有的关于微博传播特点研究的基础上,结合实际应用的经验,对微博用户构成和行为、微博的传播效果、网站的功能等进行了分析,可以全面地总结出微博的传播特征:1.内容短小精悍,传播内容简单、准入门槛很低;2.信息碎片化,迎合了“碎片化”结构受众的个性化的需求;3.信息传播主体去中心化和草根化,“表达着被强势媒体忽视的草根人群的喜怒哀乐,表达着被主

流媒体不屑的社会生活的细枝末节,表达着在正统媒体无法出现的对公众人物的戏谑。”^[1]4.“裂变式”的人际传播模式,当用户对一条微博感兴趣时,会选择“转发”给其所有粉丝,一部分粉丝同样会转发此微博,这样层层传递和散播会使传播速度呈几何级数增长,信息如核裂变般被大范围快速传播。5.信息传播的即时与互动性强,利用其终端渠道的多样化和信息沟通的快捷性,打破了时空和工具的限制,把“即时性”发挥到了最大功效,打破了现实社会中的社交障碍,使人人可以平等地

变化。三是成功探索了跨越式发展新路径,新闻出版影响力传播力竞争力空前增强。与“十五”期末相比,新闻出版业“十一五”期末总资产、总产出、总销售均翻一番,印刷业翻了两番;国际加工贸易由100亿元增长到500多亿元;版权贸易引进输出比从“十五”期末的7.2:1转变为“十一五”期末的2.9:1;日报总发行量居世界第一位,世界日报发行量百强中我国内地占了25席;图书出版品种和总印数居世界第一位,五年累计发行2000万册以上的10种图书中,我国占有3种;电子出版物总量居世界第二位,印刷业年产值居世界第三位。新闻出版业的全面繁荣和健康发展,为新闻出版工作解决长期困扰的难点问题提供了基础和条件,为“十二五”时期新闻出版工作整体水平的提高奠定了良好基础。

随着党的十七届六中全会精神的贯彻落实和国家新的文化发展高潮的到来,新闻出版的内涵和外延必将发生新的深化和拓展,新闻出版产业在国家经济结构调整和国家区域性发展战略规划布局中的重大作用必将日益突出。新闻出版工作应进一步提升文化自觉、增强文化自信、实现文化自强,着眼于新闻出版业在经济发展方式转变中的推动作用,结合国家宏观发展战略规划布局的要求,充分开发利用特色资源,以市场需求为导向,以提高效益为中心,以优势出版资源为依托,着力构筑具有竞争优势的立足区域、辐射全国、面向全球的特色新闻出版产业体系,为经济社会发展提供精神动力、思想保证和文化条件。

(本文作者单位:新闻出版总署)

* 本文系江苏省333工程科研资助项目(2009-81)的阶段性成果之一。