

仅供内部学习交流使用

# 理论宣传月报

2016年第2期 总第80期

厦门大学党委宣传部 编印

2016年2月

## 目 录

### 学习贯彻习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述专题

从“8.19”到“2.19”，你需要认真比较的六个要点·····	1
指导做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领性文·····	9
关于宣传思想工作，你必须要记住的十句话·····	13
担负起党的新闻舆论工作的职责和使命·····	18
警惕历史虚无主义荼毒新媒体网络空间·····	24
美国政府是怎样输出价值观的·····	30

# 从“8.19”到“2.19”，你需要认真比较的六个要点

来源：《学习时报》

2016年2月23日

按：2013年8月19日至20日，习近平总书记出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话；2014年10月15日，习近平总书记主持召开文艺工作座谈会并发表重要讲话；2015年12月25日，习近平总书记视察解放军报社并发表重要讲话；2016年2月19日，习近平总书记到人民日报社、新华社、中央电视台等3家中央新闻单位进行了实地调研后，主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。从“8.19”到“2.19”，习近平总书记对宣传思想工作的指导，有哪些思想是一以贯之？又有哪些要点是与时俱进？

## 变——变化的时间与空间，要求对时代形势的判断与时俱进。

宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责，胸怀大局、把握大势、着眼大事，找准工作切入点和着力点，做到因势而谋、应势而动、顺势而为。

对世界形势发展变化，对世界上出现的新事物新情况，对各国出现的新思想新观点新知识，我们要加强宣传报道，以利于积极借鉴人类文明创造的有益成果。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。

——在中央全面深化改革领导小组第四次会议上的讲话，2014年8月18日

现在，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化，特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。

——视察解放军报社时的讲话，2015年12月25日

从“8.19”到“2.19”，习近平总书记发表重要讲话的时间在变化，空间也在变化。宣传思想工作面临很多新的挑战，如何适应媒体格局和舆论生态的深刻变化？如何应对新媒体带来的深刻改变？如何在“西强我弱”的国际舆论格局中更好地传播中国声音？这些问题的答案都在发生变化。创新的源泉来自于对时代背景准确的判断，这个判断不是固化的，是需要不断更新的，这是习近平总书记从“8.19”到“2.19”做出一系列重要讲话的大前提与大逻辑。

当下，最大的时代背景莫过于互联网带给媒体行业的深刻影响和重大变迁。互联网的蓬勃发展也是习近平总书记眼中的“大势”之一。数据显示，截至2015年底，我国仅手机网民规模就达到6亿，在互联网的深度普及下，移动互联网时代已全面开启。新技术的发展和运用，不断催生新的传播形态，并使传统媒体与新兴媒体的融合发展成为大方向、大趋势。

而随之而来的，宣传思想工作呈现出新趋势和新格局：新媒体已成为话语权竞争的主战场，也是党的舆论工作的新阵地。这也是此次“2.19”调研中总书记的一大关切。此次来到3家中央新闻单位，习近平总书记对互联网催生的新闻传播新技术、新业态、新机制尤为关心和重视。他不仅听取汇报，还多次试用体验。对“互联网思维”这一创新融合工作的切入点做了细致调研。关心从“相加”到“相融”的新型主流媒体建设进程。习近平与新媒体的亲密接触，不只是吸引了网民的高度关注，对于全国媒体来说更是一个强烈的信号——这是习近平对传统媒体和新兴媒体融合发展的高度认同和有力支持，是对创新融合的倾力“点赞”。

当今时代，舆论环境、媒体格局、传播方式都在发生深刻变化，党的新闻舆论工作必须适应这种变化，尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高传播力、引导力、影响力、公信力。而在此过程中，推动融合发展是必由之路。人在哪里，舆论阵地就应该在哪里。抢占新闻舆论制高点，必须不失时机推动融合发展，主动借助新媒体传播优势，打通并用好同群众信息交流的新渠道。推进传统媒体与新兴媒体融合发展，不能停留在“+互联网”，只是将传统媒体和新媒体作简单嫁接，而要真正实现“互联网+”，让媒体融合尽快从相“加”迈向相“融”，着力打造新型主流媒体，以传统主流媒体的内容优势赢得新媒体条件下的传播优势，这才是当今时代背景下最接地气的创新之路。

**不变——不变的领导核心，始终飘扬的旗帜、坚守的道路和正确的方向。**

## 一、重要性问题

经济建设是党的中心工作，意识形态工作是党的一项极端重要的工作。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。

——在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话，2016年2月19日

从“极端重要”到“五个事关”，始终不变的是对思想宣传工作的重视，是对我们党的优良传统和重要法宝的继承与阐释。值得注意的是，此次“2.19”更加明确与全面地指出宣传思想工作是治国理政、定国安邦的大事，必须从党的工作全局出发把握定位，做到思想上高度重视、工作上精准有力。这是对前一阶段讲话的升华与总结。

## 二、党性原则问题

党性和人民性从来都是一致的、统一的。坚持党性，核心就是坚持正确政治方向，站稳政治立场，坚定宣传党的理论和路线方针政策，坚定宣传中央重大工作部署，坚定宣传中央关于形势的重大分析判断，坚决同党中央保持高度一致，坚决维护中央权威。所有宣传思想部门和单位，所有宣传思想战线上的党员、干部都要旗帜鲜明坚持党性原则。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

社会主义文艺，从本质上讲，就是人民的文艺。文艺要反映好人民心声，就要坚持为人民服务、为社会主义服务这个根本方向。这是党对文艺战线提出的一项基本要求，也是决定我国文艺事业前途命运的关键。

——在文艺工作座谈会上的讲话，2014年10月15日

新形势下办好解放军报，必须坚持军报姓党。解放军报是党领导和掌握、直接为党领导的人民军队服务的，必须在恪守党性原则上坚持最高标准、最严要求。要坚持党管媒体原则，严格落实政治家办报要求，确保新闻宣传工作的领导权始终掌握在对党忠诚可靠的人手中。

——视察解放军报社时的讲话，2015年12月25日

党的新闻舆论工作坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致；都要坚持党性和人民性相统一，把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动，及时把人民群众创造的经验 and 面临的实际情况反映出来，丰富人民精神世界，增强人民精神力量。

——在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话，2016年2月19日

党性原则是党的思想宣传工作的根本原则。而坚持党性原则，最根本的是坚持党对的领导。无论时代如何发展、媒体格局如何变化，党管媒体的原则和制度不能变。党报姓党、军报姓党、党社姓党、党刊姓党，党和政府主办的媒体必须姓党。另一方面，在坚持党性原则的同时必须坚持党性和人民性的统一，才能真正成为党和人民的喉舌。此次“2.19”提出的“三个都要”，将党性原则、人民性原则和具体工作路线相结合，更具体，更详细。

### 三、正面宣传与正确舆论导向

坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是宣传思想工作必须遵循的重要方针。我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临的挑战和困难前所未有，必须坚持巩固壮大主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量，激发全社会团结奋进的强大力量。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

广大文艺工作者要高扬社会主义核心价值观的旗帜，把社会主义核心价值观生动活泼、活灵活现地体现在文艺创作之中，用栩栩如生的作品形象告诉人们什么是应该肯定和赞扬的，什么是必须反对和否定的，做到春风化雨、润物无声。

——在文艺工作座谈会上的讲话，2014年10月15日

军报姓党，就要爱党、护党、为党，为巩固和壮大主流思想舆论竭尽全力，让党的主张成为时代最强音。

要强化政治意识、政权意识、阵地意识，勇于举旗帜、打头阵、当先锋，当好意识形态领域斗争的生力军。

——视察解放军报社时的讲话，2015年12月25日

团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传，要增强吸引力和感染力。

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

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

——在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话，2016年2月19日

“人心是最大的政治”。宣传思想工作是要做人的工作，如何增强吸引力和感染力，让受众爱听爱看、产生共鸣，从而产生鼓舞人、激励人的正能量，正面宣传是最基本的方法。同时，舆论监督和正面宣传是统一的。媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。因此，“2.19”提出的“八个导向”是正面宣传在新闻舆论场上的具体化，在此基础上提出的职责与使命和“四个牢牢坚持”则是将正面宣传与正确舆论导向结合在一起，共同为思想宣传工作提供实现路径。

#### 四、人才培养与党委保障

做好宣传思想工作必须全党动手。各级党委要负起政治责任和领导责任，加强对宣传思想领域重大问题的分析研判和重大战略性任务的统筹指导，不断提高领导宣传思想工作能力和水平。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

繁荣文艺创作、推动文艺创新，必须有大批德艺双馨的文艺名家。

各级党委要把文艺工作纳入重要议事日程，贯彻好党的文艺方针政策，把握文艺发展正确方向。要选好配强文艺单位领导班子，把那些德才兼备、能同文艺工作者打成一片的干部放到文艺工作领导岗位上来。

——在文艺工作座谈会上的讲话，2014年10月15日

新形势下办好解放军报，要建设一支听党指挥、业务精湛、作风过硬的人才队伍。

要加强队伍教育管理，严肃各项纪律，强化职业精神和职业操守，确保队伍可靠、干净、过硬。要满腔热忱为官兵和职工排忧解难，为他们创造良好工作、学习、生活条件。

——视察解放军报社时的讲话，2015年12月25日

媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。

加强和改善党对新闻舆论工作的领导，是新闻舆论工作顺利健康发展的根本保证。各级党委要自觉承担起政治责任和领导责任。

——在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话，2016年2月19日

伟大的时代呼唤伟大的作品，伟大的作品需要伟大的作者。在指导宣传思想工作时，习近平总书记始终关心人才队伍的建立和培养，并为此要求各级党委给予专业人才各种保障。大宣传的格局需要全党共同努力，如何运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作，这其中的每一环都需要经验和方法。做“党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者”，这“四者”的炼成是一项需要长期坚持构建的工程。

## 五、创新为要

宣传思想工作创新，重点要抓好理念创新、手段创新、基层工作创新，努力以思想认识新飞跃打开工作新局面，积极探索有利于破解工作难题的新举措新办法，把创新的重心放在基层一线。

——在全国宣传思想工作会议上的讲话，2013年8月19日至20日

只有坚持洋为中用、开拓创新，做到中西合璧、融会贯通，我国文艺才能更好发展繁荣起来。

——在文艺工作座谈会上的讲话，2014年10月15日

新形势下办好解放军报，必须坚持创新为要。现在，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化，特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。要顺应互联网发展大势，勇于创新、勇于变革，利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、体制机制等全方位创新，努力实现军事媒体创新发展。

——视察解放军报社时的讲话，2015年12月25日

随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。

——在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话，2016年2月19日

“明者因时而变，知者随事而制。”对变化的大时代的准确掌握，归根结底就是创新的始终看重。做好宣传思想工作，最忌抱残守缺、固步自封，必须吐故纳新、与时俱进。坚持以改革创新的办法解决问题，坚持以改革创新的精神开展工作。最近的“2.19”重要讲话将对创新的要求提到了更加全面的高度，从创新理念为提高应对挑战的第一环，到创新体制机制促进媒体新格局的成熟，每一步都需要注入创新的要素。而在这些要素中，互联网和新媒体的角色越来越重要。习近平总书记一直注意与新媒体、新技术的“亲密接触”，对宣传工作中的媒体融合提出了很多要求，毋庸置疑，创新融合将仍会是今后工作重点。



在指导宣传思想工作的过程中，变化的东西是时代背景下迅速发展的社会与国情，不变的东西则是指导思想与工作方针。信仰与灵魂从未改变，只是伴随时代的脚步逐渐发展着方法论的外延。回首历史，在党的革命建设和改革时期，中央主要媒体与党和人民同呼吸、与时代共进步，积极宣传马克思主义真理、宣传党的主张、反映群众呼声的一段段佳话至今还为人所称道。从“8.19”到“2.19”，一篇马克思主义的纲领性文献，为我们在新形势下做好党的新闻舆论工作提供了强大思想武器和根本遵循。展望未来，在全面建成小康社会的决胜阶段和实现中华民族的伟大复兴的关键节点，我们有理由相信，早已燎原的星星之火，定会伴着改革的春风，继续熊熊燃烧，长天一色。

# 指导做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领性文献

——学习贯彻习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上重要讲话精神

来源：《红旗文稿》

2016年第5期

## 核心要点：

■ 猴年新春伊始，2月19日，习近平总书记先后到人民日报社、新华社、中央电视台调研，主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。这篇重要讲话闪烁着马克思主义新闻观的思想光辉，深刻回答了党的新闻事业发展一系列重大问题，丰富和发展了党的新闻舆论工作理论，具有很强的政治性、思想性和指导性，是指导做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领性文献。

■ 习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会重要讲话中，着眼于新的时代条件，着眼于党的工作全局，着眼于党的宣传思想工作根本任务，第一次完整概括提出了党的新闻舆论工作的职责和使命。

■ 党性原则是党的新闻舆论工作的根本原则。牢牢坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党，必须成为党和人民的喉舌，必须自觉在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致。

■ 要担负起新闻舆论工作的职责和使命，“莫先于用人”。习近平总书记指出：“媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。”要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。

猴年新春伊始，2月19日，习近平总书记先后到人民日报社、新华社、中央电视台调研，主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。这篇重要讲话闪烁着马克思主义新闻观的思想光辉，深刻回答了党的新闻事业发展一系列重大问题，丰富和发展了党的新闻舆论工作理论，具有很强的政治性、思想性和指导性，是指导做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领性文献。当前和今后一个时期，摆在全党特别是新闻舆论战线和宣传思想文化部门面前的一项重要政治任务，就是要深入学习领会、全面贯彻落实讲话精神，切实把思想和行动统一到讲话精神上来，努力开创党的新闻舆论工作新局面。

习近平总书记在讲话中高度评价党的新闻舆论工作。他指出：“长期以来，中央主要媒体与党和人民同呼吸、与时代共进步，积极宣传马克思主义真理、宣传党的主张、反映群众呼声，在革命建设改革各个历史时期发挥了十分重要的作用。党的十八大以来，中央主要媒体突出宣传党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，阐释党中央重大决策和工作部署，反映人民伟大实践和精神风貌，唱响了主旋律，传播了正能量，有力激发了全党全国各族人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而团结奋斗的强大力量。”这就充分肯定了新闻舆论战线的成绩和贡献，使广大新闻工作者备感振奋、深受鼓舞，也感到责任更加重大。

历史和现实都告诉我们舆论的力量不可小觑。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。新闻舆论处在意识形态工作最前沿。新闻舆论阵地没有真空。如果党和人民不能掌握新闻舆论阵地，就可能犯颠覆性错误。正如习近平总书记所强调：“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事”；“做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。必须从党的工作全局出发把握党的新闻舆论工作，做到思想上高度重视、工作上精准有力”。这“五个事关”，深刻阐明了做好党的新闻舆论工作的重要性和紧迫性。我们要充分发挥好舆论引导作用，积极营造有利于协调推进“四个全面”战略布局、落实五大发展理念、决胜全面建成小康社会的舆论环境，不断巩固全国各族人民共同奋斗的思想基础。

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会重要讲话中，着眼于新的时代条件，着眼于党的工作全局，着眼于党的宣传思想工作根本任务，第一次完整概括提出了党的新闻舆论工作的职责和使命。他指出：“在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。”要承担起这个职责和使命，必须把政治方向摆在第一位，牢牢坚持党性原则，牢牢坚持马克思主义新闻观，牢牢坚持正确舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主。这“四个牢牢坚持”，为新闻舆论战线不负重托、履职尽责指明了努力方向。党性原则是党的新闻舆论工作的根本原则。牢牢坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党，必须成为党和人民的喉舌，必须自觉在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致。党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，自觉向党中央看齐，自觉向党的理论和路线方针政策看齐，自觉向党中央决策部署看齐；都要增强政治定力、站稳政治立场；都要坚持党性和人民性相统一。新闻观是新闻舆论工作的灵魂。牢牢坚持马克思主义新闻观，就是要把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作的“定盘星”，引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播

者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。牢牢坚持正确舆论导向，就是要求新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。牢牢坚持正面宣传为主，就是要做好正面宣传，及时反映各地各部门发展的新气象、改革的新突破、开放的新局面、工作的新举措。我们要牢记习近平总书记的谆谆嘱托，强化政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，忠实履行职责，奋力完成使命，当好意识形态领域斗争的生力军。

要担负起新闻舆论工作的职责和使命，必须坚持改进创新，不断提高党的新闻舆论工作能力水平。一要增强工作针对性。党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。二要推动融合发展。融合发展关键在融为一体、合而为一。必须坚持内容为王，以内容优势赢得发展优势。三要把握好时度效。时度效是检验新闻舆论工作水平的标尺。要注意时机和节奏、力度和分寸、效果和实效，从时度效着力，体现时度效要求。四要加强国际传播能力建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。

要担负起新闻舆论工作的职责和使命，“莫先于用人”。习近平总书记指出：“媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。”要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。一个党和人民需要的合格新闻舆论工作者，要努力做到：第一，增强政治家办报意识，在围绕中心、服务大局中找准坐标定位。第二，牢记社会责任，不断解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个根本问题。第三，提高业务能力，勤学习、多锻炼，努力成为全媒型、专家型人才。第四，转作风改文风，俯下身、沉下心，察实情、说实话、动真情，努力推出有思想、有温度、有品质的作品。要严格要求自己，加强道德修养，保持一身正气。要深化新闻单位干部人事制度改革，对新闻舆论工作者在政治上充分信任、工作上大胆使用、生活上真诚关心、待遇上及时保障。各级宣传部门和新闻单位要切实担负起巩固壮大主流思想舆论的责任，强化宣传文化单位领导班子思想政治建设，做到讲政治、强党性、敢担当、勇创新、严律己，树立宣传文化单位良好形象。

要担负起新闻舆论工作的职责和使命，关键在加强和改善党的领导。领导干部要增强同媒体打交道的能力，善于运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。各级党委要自觉承担起政治责任和领导责任，认真践行党管宣传、党管意识形态、党管媒体的根本原则，主动谋划本地区本部门新闻舆论工作，把正确导向要求体现在工作各个方面，向党和人民交出一份满意的答卷。

人心是最大的政治，舆论是强有力的武器。做好党的新闻舆论工作意义重大、使命光荣。我们要认真学习贯彻习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神，自觉坚持党的领导，坚持正确政治方向，坚持以人民为中心的工作导向，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神动力和有力舆论支撑。

# 关于宣传思想工作，你必须要记住的十句话

来源：《学习时报》

2016年1月19日

按：中国共产党自成立之日起就极端重视宣传思想工作，在实践马克思主义中国化的路途中，也从未放弃过对宣传思想工作的积极探索。在我国社会深刻变革和对外开放不断扩大的条件下，宣传思想工作发生了很大变化，但决定其基本原则和基本方针的指导思想从未改变。习近平总书记历来高度重视宣传思想工作，几乎每年都会发表关于宣传思想领域的重要讲话，“学习笔记”特意在其中挑选了具有代表性的语句，让我们在重温中得到启示吧！

## 1、经济建设是党的中心工作，意识形态工作是党的一项极端重要的工作。

2013年的“8·19讲话”可以说是一篇纲领性文献。习近平总书记站在党和国家全局的高度，深刻阐述了事关宣传思想工作长远发展的一系列重大理论和现实问题，进一步明确了新形势下宣传思想工作的方向目标、重点任务和基本遵循。这句话在充分体现了意识形态工作极端重要性的同时，更阐明了经济工作与意识形态的关系问题。坚持中心工作与意识形态工作两手抓，这是我们党带领人民取得巨大成就的一条重要经验，也是推进党和国家事业健康发展的一个基本要求。

发展是硬道理，没有扎扎实实的发展成果，没有人民生活的不断改善，空谈理想信念，空谈思想道德建设，最终意识形态工作也难以取得好成效。但巩固党的群众基础和执政基础，应该包括物质和精神两方面，并非是物质生活好就水到渠成了。越是以经济建设为中心，越要抓好宣传思想文化工作。党的中心工作与意识形态工作相辅相成，坚持两手抓，二者才会相得益彰。

## 2、宣传思想工作就是要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。

“两个巩固”的论断深刻概括了宣传思想工作的根本任务，明确指出了宣传思想工作的努力方向，是做好新时期意识形态和宣传思想工作的基本原则与重要遵循。有什么样的信仰，就有什么样的选择；有什么样的理想，就有什么样的方向。理想信念是我们精神上的“钙”。没有理想信念，理想信念不坚定，精神上就会“缺钙”，就会得“软骨病”。邓小平同志曾指出，“对马克思主义的信仰，是中国革命胜利的一种精神动力”。

当前，宣传思想工作的环境、对象、范围、方式发生了很大变化。在多元、多变的思想冲击之下，在拜金、拜物等观念腐蚀之下，一些党员干部丧失了最初的信仰，算命看相求神拜佛者有之、心为物役名利至上者有之、信念动摇精神空虚者有之，导致政治上变质、经济上贪婪、道德上堕落、生活上腐化。坚定的信仰始终是党员干部站稳政治立场、抵御各种诱惑的决定性因素。这决定了宣传思想工作的根本任务，仍然是坚持“两个巩固”、增强“四个自信”，牢固树立起实现中华民族伟大复兴的中国梦这一共同理想。

### 3、党性和人民性从来都是一致的、统一的。

党性和人民性的关系，是意识形态领域关乎舆论导向的重大问题，只有处理好二者的关系，宣传思想工作者才能明确方向、站稳立场。这个问题的答案本简单明确，但在一些人那里却变得“复杂而敏感”。比如，有人问“你是替党讲话，还是替老百姓讲话”、“你是站在党的一边，还是站在群众一边”；有人振振有词地说人民群众人数超过党员，所以人民性大于党性。类似这种似是而非的说法，把党性和人民性割裂开来、对立起来、搞碎片化，在理论上是错误的，在实践上也是有害的，必须加以廓清和纠正。

做好宣传思想工作，必须讲党性，坚持正确的政治方向，站稳政治立场，维护中央权威；也必须讲人民性，解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个根本问题，把服务群众同教育引导群众结合起来。把党性和人民性统筹好、实践好、统一好，宣传思想工作就能把体现党的主张和反映人民心声统一起来，做到让党放心、让人民满意。

### 4、坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是宣传思想工作必须遵循的重要方针。

“正面宣传”、“主旋律与正能量”，这些关键词突出表现了新形势下做好宣传思想工作的实践指南。新中国成立 60 多年来，无论是党和人民奋斗历程的宣传教育，还是社会主义建设、改革开放重大成就和进步的宣传教育，或者是先进人物先进典型的宣传教育，都取得了显著成效；如今，我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临着前所未有的复杂局面。社会深刻变革时期，人们思想活动的独立性、选择性、多变性、差异性明显增强，如何应对思想道德领域出现一些不容忽视的新现象，是当前宣传思想工作面对的重要课题。

当然，正面宣传并不意味着在实际工作中放弃舆论的主动权。习近平总书记在解放军报社视察时曾经指出，“要强化政治意识、政权意识、阵地意识，勇于举旗帜、打头阵、当先锋，当好意识形态领域斗争的生力军。”敢于回应负面舆论，敢于在舆论阵地上做斗争，是捍卫社会正能量的需要，是化被动为主动，建立公信力的良方。

## 5、做好宣传思想工作必须全党动手。

“大宣传”的工作理念，就是要动员各条战线各个部门一起来做好宣传思想工作。宣传思想工作是政治性强、涉及面广、影响力大的系统工程，只有调动各方力量、运用各种资源，打好“组合拳”，奏响“交响乐”，才能在新时期把宣传思想工作做得更好。

构建全党动手的大宣传格局，首先宣传思想部门责无旁贷，其次不能只靠宣传部门，各级党委主要负责人也要承担起政治责任和领导责任，毛泽东同志曾指出：“掌握思想领导是掌握一切领导的第一位。”看一个领导干部是否成熟、能否担当重任，一个重要方面就是看他重不重视、善不善于抓宣传思想工作。各条战线、各个部门都不能置身事外、作旁观者，应该积极参与到宣传思想工作中来，自觉支持宣传思想战线的工作。

## 6、在全面对外开放的条件下做宣传思想工作，一项重要任务是引导人们更加全面客观地认识当代中国、看待外部世界。

这句话鲜明揭示了宣传思想工作在对内宣传与对外传播方面的基本任务，突出强调了其在帮助人们客观认识当代中国与外部世界方面的重大责任。在全球化的大环境下，在中国更好融入世界的进程中，正确认识和看待当代中国与外部世界，是宣传思想工作者的必修课。

认识中国、解读中国，可能有多种角度。但不论怎样的认识和解读，都不能背离基本事实。一方面，要明白独特的文化传统、历史命运和基本国情，决定了我们必然要走适合自己特点的中国特色社会主义发展道路；另一方面，打开我们的国际视野，增强我们的宣传自信，客观、全面、真实地报道世界，同时创新对外宣传方式，把中国故事讲好，把中国声音传播好，让国际社会对中国有一个客观、充分、理性的认识。

## 7、社会主义文艺，从本质上讲，就是人民的文艺。文艺要反映好人民心声，就要坚持为人民服务、为社会主义服务这个根本方向。

作为思想文化的火种，文艺作品如何反映人民的心声？习近平总书记的讲话重申文艺创作的人民取向，定位文艺发展的人民坐标，强调坚持以人民为中心的创作导向，明确提出了文艺弘扬“中国精神”的历史使命。“为什么人的问题，是一个根本的问题，原则的问题。”72年前，毛泽东振聋发聩地提出了文艺为工农兵、为人民大众服务的根本方向，“为人民大众”成为社会主义文艺的价值底色。



人民不是抽象的符号，如果“热爱人民”只是停留于口号，如何做到欢乐着人民的欢乐、忧患着人民的忧患？如果让社会效益屈从于市场价值，让文艺成为市场的奴隶，又如何谈得上为人民创作、为人民放歌？扎根人民、扎根生活，把社会效益放在首位，才能以文艺观照现实、温润心灵、涵养精神，让人们看到美好、看到希望、看到梦想就在前方。

**8、中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉，是涵养社会主义核心价值观的重要源泉，也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。**

中国精神是社会主义文艺的灵魂，实现中国梦，必须要有中国精神，有一以贯之的民族之魂。应当看到，改革开放以来，我国经济发展很快、人民生活水平提高也很快，同时在思想精神层面也出现一些问题。比较突出的就是一些人观念没有善恶，行为没有底线，不讲对错，不问是非，不知美丑，不辨香臭。说到底，就是价值观缺失，以致精神上变得“失魂落魄”。越是这样的时刻，越需要发挥文艺引领时代风尚、铸就民族魂魄的重要作用，以更多的精品力作诠释弘扬社会主义核心价值观，为我们的民族凝魂聚气，为我们的时代凝心聚力。

**9、要坚持党管媒体原则，严格落实政治家办报要求，确保新闻宣传工作的领导权始终掌握在对党忠诚可靠的人手中。**

掌握宣传思想工作的主动权，首先要掌握领导权，才能进一步提高舆论引导能力。党管媒体的原则，就是要做到讲导向不含糊、抓导向不放松，引导媒体忠实履行党和人民的喉舌功能。当前，舆论引导领域情况复杂、任务繁重，越是如此，我们越要高度重视，投入更大精力，以强烈的责任感和担当精神，管好阵地、管好导向、管好队伍，牢牢掌控舆论工作的领导权。将意识形态工作的领导权、管理权、话语权牢牢掌握在手中，否则就要犯无可挽回的历史性错误。

在这项工作中，宣传部门和主流媒体要切实负起政治责任，加强舆论阵地掌控，充分认识、准确把握主流媒体和社会媒体、传统媒体和新兴媒体的不同属性特征，加强针对指导和分类管理，探索有效管理方式，做到可管可控、管住控住，决不为错误观点和言论提供传播渠道和扩散空间。同时加强宣传思想工作者特别是领导干部的有效管理，强化理想信念教育，做积极践行社会主义核心价值观的表率。

**10、要顺应互联网发展大势，勇于创新、勇于变革，利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、体制机制等全方位创新，努力实现军事媒体创新发展。**

习近平总书记曾提出，“宣传思想工作创新，重点要抓好理念创新、手段创新、基层工作创新”。而如今，宣传思想工作改革创新鲜明特色就在于与互联网的结合。一方面，新兴媒体快速发展，广大受众特别是年轻受众群体多以网络为主渠道获取信息，社会舆论的形成和传播渠道更加复杂多元，新兴舆论阵地已经成为舆论斗争的主战场；而另一方面，虽然国内不少媒体机构正加快向新兴媒体领域拓展，但总体上看，我们对新兴舆论传播规律的认识还不够深入，运用新兴媒介载体的能力不强，在新兴舆论阵地的话语权和影响力还不够强大、掌控力度较弱，依法依规、实现科学管理还存在许多薄弱环节。如果我们不有效占领新兴舆论阵地，别人就会占领，就会对我们舆论工作主导权和话语权形成挑战。

因此，我们必须积极应对挑战，把占领新兴媒体舆论作为宣传思想工作的重中之重，加快自身转型步伐——

要引导党报党刊、通讯社、电台电视台等在巩固发展传统业务的基础上，充分运用现代信息技术，加快数字化、网络化、移动化转型步伐，积极向新兴传播领域延伸，提升新闻信息产品生产与高新科技的融合度，抢占发展主动权，扩大覆盖面，增强影响力，充分发挥主流媒体引导社会舆论特别是新兴媒体舆论的优势。

要积极顺应传播分众化、对象化趋势，大力发展网络媒体、手机媒体、流动媒体等新兴媒体，加强各类新平台终端建设，提升运用新媒体开展新闻舆论工作的能力，不断丰富传播内容、提升传播速度、拓展传播渠道、扩大传播范围，促进高品质高品位新闻信息传播，积极占领新兴舆论阵地。

要强化网络新技术新应用管控，规范网络传播秩序，加大对互联网有害信息、网络谣言等的整治力度，积极引导网民理性参与互联网内容建设，实现积极利用、科学发展、依法管理、确保安全，构建理性客观、健康向上的网络舆论生态。

### 结语：

关于宣传思想工作的这十句话，其实是阐明了实践中会遇到的十个问题。习近平总书记说，要做好舆论工作引导的“时、度、效”，这其中大概就包含着对时务与时机的掌握，对速度与深度的平衡，以及对成效和长效的获得。“星星之火，可以燎原”，如何使党的宣传思想工作做到因势而谋、应势而动、顺势而为，如何使主旋律与正能量在中国大地上蓬勃生长，这其中的答案，值得我们用一生来追寻。

# 担负起党的新闻舆论工作的职责和使命

尹韵公

来源：《红旗文稿》2016年第5期

党的十八大以来，以习近平同志为总书记的党中央高度重视党的新闻舆论工作，多次研究有关问题，作出重要部署。今年2月19日，习近平同志主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。他强调，党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事，要适应国内外形势发展，从党的工作全局出发把握定位，坚持党的领导，坚持正确政治方向，坚持以人民为中心的工作导向，尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。新闻舆论战线只有适应形势发展积极改革创新，全面提高工作能力和水平，才能担得起这样的使命、负得起这样的职责、对得起这样的信任。

## 一、党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事

重视党的新闻舆论工作，用新闻媒体传播真理、组织群众、推动工作，是我们革命、建设和改革事业不断取得胜利的一个重要法宝。习近平同志强调，做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。这五个“事关”，深刻阐明了新闻舆论工作的重要地位和作用。

新闻舆论工作处在意识形态斗争最前沿。今天，我们的意识形态工作面临的社会大环境，同以往相比，具有鲜明的不同特征。首先，我国经济实力连年上升，已成为世界第二大经济体，由此中国道路、中国模式必将在全球产生极大影响。价值观受到重创的西方国家不甘心“欧美中心”的心理优势面临空前挑战，会以各种明暗方式、软硬手段与我们展开较量。这种较量必然会反映在意识形态领域，使国际间思想文化交流、交融和交锋更加频繁，思想文化范围内斗争深刻复杂。其次，我国已进入发展关键期、改革攻坚期和矛盾凸显期等多重问题叠加、多项任务并存的全面深化改革的历史新阶段。在这种背景下，由于人们思想活动的独立性、选择性、多变性和差异性明显增强，思想文化道德方面必然出现多样状态和复杂现象，从而对主流思想价值观念产生冲击和激荡，甚至于一些腐朽落后的旧思想、旧文化沉渣泛起，拜金主义、享乐主义、极端个人主义等严重地侵蚀着我们社会的健康肌体和心灵。再者，以互联网为代表的信息传输技术正以前所未有的力量和速度改变着整个社会形态及其存

在方式，重新建构国家的组织结构和行业体系以及制度安排。同时，全球范围内的意识形态网络化特点也日益明显。以上种种情况表明，我们在意识形态领域面临的复杂局面是前所未有的，遇到的挑战也是前所未有的。

从经济基础与上层建筑的辩证关系看，经济基础对上层建筑有着决定性作用，但上层建筑对经济基础也有着不可轻视的反作用。这就告诉我们，既要抓硬实力，又要抓软实力；既要搞好物质文明建设，又要搞好精神文明建设；二者都是坚持和发展中国特色社会主义的客观要求和必备条件。我们既要切实做好以经济建设为中心的工作，从而为做好意识形态工作提供坚实的物质基础；又要切实做好意识形态工作，发挥好新闻舆论的引导作用，不断巩固全党全国人民共同奋斗的思想基础，从而为经济建设提供有力的精神保障。新形势下，我们党要带领人民实现宏伟目标和亿万人民的中国梦，党的新闻舆论工作应高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界，激发起全党全国各族人民团结奋斗的强大力量。

## 二、坚持党性和人民性的统一

党性和人民性从来都是一致的、统一的。从本质上说，坚持党性就是坚持人民性，坚持人民性就是坚持党性，党性寓于人民性之中，没有脱离人民性的党性，也没有脱离党性的人民性。党性和人民性都是整体性的政治概念，党性是从全党而言的，人民性也是从全体人民而言的，不能简单从某一级党组织、某一部分党员、某一个党员来理解党性，也不能简单从某一个阶层、某部分群众、某一个具体人来理解人民性。只有站在全党的立场上、站在全体人民的立场上，才能真正把握好党性和人民性。

譬如，在谈到我们党性质这个重大问题，过去我们定性为“无产阶级先锋队”，而2002年党的十六大修改后的党章，表述为：中国共产党“是中国工人阶级的先锋队，同时是中国人民和中华民族的先锋队”。这就是说，党的性质不仅具有阶级的构成，而且还有人民的和民族的构成。新元素的构成，丰富了党的性质，体现了党执政的群众基础、社会基础和阶级基础的统一，切合我们党的历史发展和现实状况，符合时代要求。党章中关于人民的表述，是党性和人民性统一的有力理论根据。党的十六届三中全会明确了以人为本是科学发展观的核心理念，进一步强化了我们党坚持全心全意为人民服务这一根本宗旨的执政意识。强调以人为本而不是以物为本的价值取向，是对人在社会历史发展中的主体作用与地位的肯定，从而也使我们找到了党性和人民性统一的现实依据。

党的新闻舆论工作坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致。应该看到，当前有一些人或多或少存在着一些违反党性的言行，或对政治纪律、宣传纪律置若罔闻，随心所欲；或专挑某些党史国史说事，口无遮拦，毫无顾忌；或拿自家人的钱，为敌对势力办事，连起码的道德都没有。对这些言行我们应保持高度警惕。

坚持人民性，是党的新闻舆论工作的根本遵循和基本要求。坚持人民性的核心，就是要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益作为出发点和落脚点，树立以人民为中心的工作导向。宣传思想工作是为了宣传、动员和服务群众以及教育引导人民，而不是光注意领导高兴、上级满意。坚持人民性，还要认真研究不同群众的思想文化需求，有针对性地开展不同职业、不同年龄、不同层次的宣传工作；注重多宣传报道人民群众的伟大奋斗和火热生活，多宣传报道人民群众中涌现出来的先进典型和感人事迹，丰富人民精神世界，增强人民精神力量，满足人民精神需求；坚决克服一些宣传报道脱离生活、不接地气、同群众贴得不够紧的问题，坚决克服一味迎合市场带来的低俗化现象。

新闻舆论工作坚持党性和人民性相统一，就是要把体现党的主张和反映人民心声统一起来，把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动，及时把人民群众创造的经验 and 面临的实际情况反映出来，丰富人民精神世界，增强人民精神力量。

### 三、把握舆论引导的艺术性统一：时、度、效

世界上所有大国、强国的媒体都很重视宣传艺术和报道技巧，我国媒体也不例外。坦率地说，过去相当一段时期，我们不太在意和不注意新闻报道的时机和效果。改革开放以后，虽然我们在这方面改进不少，也取得了不俗成绩和不少进步，但仍然存在一些不足和少许顽疾。现在是互联网时代，面临着更加复杂、更加多变的舆论生态环境，舆论引导的时、度、效问题更加重要、更加紧迫地摆在了我们面前。

习近平同志指出，随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时、度、效着力，体现时、度、效要求。强调时、度、效的有机统一，

对信息化社会的舆论引导工作提出了新标准。13亿人口的国度，近千万平方公里的国土，6亿多的网民，这些基本条件造成我国拥有全世界最庞大、最喧闹、最感性的舆论生成市场。舆论是信息流动的表现，而任何流动的信息都是能量的运动，任何具有能量的信息传播和信息发散，要么是建设力、健康力即正能量，要么是破坏力、损伤力即负能量。把握好时、度、效的有机统一，就是要把信息传播和信息发散的正能量充分发挥出来，而把它的负面作用最大程度地逼进狭窄时空。

中国是舆论大国，每天都会冒出太多问题，每天都会生成许多热点，每天都会出现无数信息交流和传播。在杂乱无章、头绪纷繁的信息厘清过程中，我们的报刊、电台、电视台、网络等媒体，应注意不要把点上的问题说成是面上的问题，不要把个别问题说成是整体问题，不要把局部问题说成是全局问题，特别要注意引导广大人民群众多看主流，不受支流支配；多看光明面，不受阴暗点影响；多看本质，不被表面现象迷惑。我们追求舆论引导的目标始终是：巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。

要把时、度、效当作一个整体进行把握，不可只追求其中一项而丢掉另外两项，也不可只照顾其中两项而放弃另外一项。在互联网时代，信息传播速度大幅加快的步伐，的确给传统媒体带来了空前未有的压力，尤其对重大事件的报道出现缺位和失语，已成为不可饶恕的错误。然而，任何有经验的媒体都很清楚：有的事情看似并不起眼，但一经媒体传播和发散，信息顷刻间被放大几十倍、几百倍，甚至会产生完全意想不到的后果。因此，在报道及时的问题上，我们既要追求首发率，同时还要追求报道分寸，更要追求报道效果；决不可以为了单纯地追逐时间优先而丢掉了分寸的拿捏和传播的效果。在报道分寸的问题上，我们既不能以拿不准、摸不透为借口而失去了最佳报道时机，也不能等待把握好分寸后再去报道而错过了第一时段。在报道效果的问题上，任何媒体都必须懂得，无论是追求及时发布还是分寸拿捏，其价值归宿最终体现在传播效果的层次方面，即有效传播、无效传播或无用传播。

新闻报道和信息传播的“时”和“度”，最后一定显示在“效”的落点上。尽管新兴媒体在信息发布的数量和信息传播的时间上，都远远高于传统媒体，但是，前者仍然存在着与后者同样的信息选择问题。正如不是所有的事实传统媒体都应该报道一样，新兴媒体也会挑选信息进行传播。一旦突发事件或公共事件发生，如何报道、怎样报道，哪些在中央媒体报道、哪些在地方媒体报道，哪些内容适合传统媒体报道、哪些内容适合新兴媒体报道，哪些新闻需要急和抢、哪些信息需要缓和慢；什么问题仅须报道一下就足够，什么问题却必须继续跟踪？什么问题的报道需强化，什么问题的报道要淡化？什么问题务必第一时间发出报道，什么问题需稍看后再继续报道？诸如此类问题，确需媒体深思之后再为之。有的问题本来是

个别的偶发事件，而有的媒体却做了长时间、高密度报道，这就极可能让受众产生错觉；有的问题需要及时引导，但若媒体拖拖拉拉，也容易引发炒作，似乎要遮着盖着什么；有的问题刚刚发生，而后续过程有待观察，若有的媒体争先报道，就很可能造成被动；有的问题本来就是党和政府坚决反对的，但有的媒体却闪烁其词的报道，这也极易产生误解，好像在包庇某些人和事。

把握好时、度、效的有机统一，不是简单的事情，需要我们的媒体人具备相当的政治素质、大局意识、判断能力、业务水平和实践积累。只有真正把握好了时、度、效的有机统一，我们的新闻舆论引导工作才能够涉过险滩，闯过难关，再上新台阶，创出新态势，展现新天地。

#### 四、牢牢掌握新闻舆论工作的领导权管理权话语权

互联网强大的社会组织能力和社会动员力量，正在深刻影响着宣传思想工作的环境、对象、范围和方式。互联网已经成为舆论斗争的主战场。从国际上看，西方反华势力一直图谋利用互联网“扳倒中国”，叫嚣要通过网络渠道对我进行大规模的渗透，“展开较量”。我们能否在互联网这个战场顶住压力，赢得胜利，将直接关系到我国意识形态安全和政权安全。从国内来看，有人自觉不自觉地充当西方敌对势力的应声虫和代言人而煽风点火，浑水摸鱼；有人出于不良动机或私欲发泄而胡言乱语，信口雌黄；还有人由于诸多不顺或报复社会而造谣生事，推波助澜；如此等等，不一而足。如果听任以上现象横行泛滥，势必搞乱党心民心，危及党的领导和国家安全。因此，我们必须把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓，抓好、抓紧、抓实。

网络的社会性和互动性极强，如今已经将社会的各个方面、各个部门、各个行业和各个阶层、各个群体、各个个体越来越紧密地连接到了一起。任何一件事情的出现，往往是牵涉多个方面，波及多个部门，光靠宣传部门出面处理，在实践上常常行不通，在观念上更是落后于形势。当前，要做好舆论宣传工作，仅仅依赖宣传部门是肯定不够的，必须全党动手，多方协力，动员各条战线、各个领域、各个部门的行政管理、行业管理、社会管理部门一道参与，相互沟通和协调，相互配合和支持，共同营造健康、活泼、生动、有序的舆论氛围和传播环境。我们的各级党委要负起政治责任和领导责任，抓好理论创新和手段创新，加强对宣传思想领域重大问题的分析研判和对重大战略性任务的统筹指导，不断克服“本领恐慌”，提高领导宣传思想工作的能力和水平，积极探索有利于破解工作难题的新措施新办法，努力以思想认识新飞跃打开工作新局面。

在事关大是大非和政治原则问题上，我们必须增强主动性、掌握主动权、打好主动仗。对那些恶意攻击党的领导、攻击社会主义制度、歪曲党史国史、诬蔑诋毁的言论，一切报刊图书、讲台论坛、会议会场、电影电视、广播电台、舞台剧场等都不能为之提供空间；一切数字报刊、移动电视、手机媒体、手机短信、微信、博客、播客、微博客、论坛等新兴媒体都不能为之提供方便。我们要有理有利有节地开展舆论斗争，帮助干部群众划清是非界限、澄清模糊认识。当然，对一般性争论和模糊认识，不能靠行政手段解决，而是要靠马克思主义的真理性力量和科学性逻辑，靠深入细致的思想政治工作，用真理揭露谎言，让科学战胜谬误。同时，我们也不能放松依法加强网络社会管理，加强网络新技术新应用的管理，使我们的网络空间敞亮而晴朗。

互联网时代的信息传播已大大不同于传统媒体主宰舆论时期，新兴媒体的信息发布已是无国界、无地域、无身份限制，打破了既往的诸多障碍。尽管国际舆论场上西强我弱的局面一时难以改变，但是，这并不等于我们无法作为和不能作为。我们要立足前所未有的国际地位，充分利用互联网所能提供的有利条件，向国际社会展示中国风采，讲好中国故事，传播好中国声音，增强在国际舆论场上的话语权。习近平同志在提高国际传播能力建设方面为我们树立了学习的榜样。他在每次出国访问的重要致辞中，总要讲几个感人的故事，以打动受访国民众的心灵，从而在国际社会产生了强烈的亲和力和感染力，收到了很好的传播效果。我们要紧紧抓住当前国际传播走出去的战略机遇，积极发挥出主动性和创造性，促使我们的国际话语权有较大改观和优质提升。

（作者为国家哲学社会科学研究专家咨询委员会委员、中国社会科学院中国特色社会主义理论体系研究中心主任）



# 警惕历史虚无主义荼毒新媒体网络空间

王玉鹏 孟献丽

来源：《红旗文稿》2016年第5期

新世纪以来，以互联网为代表的新媒体，虽释放正能量的建设性作用正在加大，但其传递负能量的破坏性倾向也一直持续发酵。现在绝大多数错误思潮和错误观点，都是借助互联网在不断地炒作、放大和扩散，值得我们高度关注。历史虚无主义就是近年来在新媒体网络空间广泛蔓延的一种错误思潮。它借助新媒体平台强大的传播功能和广泛的受众群体，大肆宣扬传播其充满偏见和谬误的历史观点。在看似合理的推理论证之下，在玄机四伏的说辞掩饰之下，一些普通网民群众的社会主义信念和唯物史观出现动摇。面对历史虚无主义荼毒新媒体网络空间的疯狂攻势，我们必须敢于亮剑、直面交锋，揭露其“还原真相”背后的不良居心，打好打赢这场“思想狙击战”。

—

随着网络数字技术的广泛应用、手机和电脑等科技产品的普及以及网民群体的大量增加，人类真正步入了新媒体时代。目前，中国有6.7亿网民、413万多家网站，网络深度融入经济社会发展、融入人民生活。历史虚无主义不失时机地借新媒体所创设的网络空间为其传播构建绝佳场所和主要平台，网络大V、社会公知和所谓的“意见领袖”有意或无意地成为历史虚无主义传播的推手，而少数所谓知名专家学者则成为历史虚无主义的理论阐释者和辩护者，娱乐调侃也成为历史虚无主义切入人民大众网络精神生活的重要方式。借助新媒体信息传播的“蝴蝶效应”，历史虚无主义在互联网掀起了一股乱史逆流。

1. 否定中华民族的辉煌发展，虚无中国共产党的历史功绩，抹黑党的领袖与革命英雄。一些历史虚无主义者，打着“还原历史”的幌子，通过对历史细节进行“科学性”考察论证、对历史人物进行人性学剖析等手段，刻意否定中华民族5000余年来独立自主地孕育东方文明和创造人类共同财富的伟大历程；刻意虚无中国共产党为实现中华民族的独立、解放、繁荣和中国人民的自由、民主、幸福而不懈奋斗的曲折征程；刻意抹黑毛泽东等党的领袖，抹黑刘胡兰、董存瑞、邱少云、狼牙山五壮士等革命英雄投身民族独立和人民解放大业的不朽事迹。同时，高度赞扬近现代历史上的一些反面人物，如慈禧、琦善、李鸿章、袁世凯、蒋介石、汪精卫，等等，认为他们都功大于过，是推动中国进步发展的重要人物，甚至是“民族英雄”，极力为其反动行径辩护，完全颠倒混淆了是非黑白，在相当大的范围内搞乱了人们

的历史认知。“欲灭其国，必先灭其史”。这是抹杀民族主流文化印记的灭国之举，意味着从根本上否定国家的过去，是削弱国家凝聚力和向心力的第一步。

2. 否定社会主义革命、建设和改革所取得的伟大成就。一些历史虚无主义者，打着“反思历史”的旗号，通过假设推理虚构其他发展道路，否定新民主主义革命胜利后开展社会主义革命的必要性和必然性；通过对历史事件、历史人物是非对错的重新评价和对历史事实的组合裁剪，抹杀改革开放前30年中国共产党领导全国各族人民在经济建设、社会建设、国防建设等方面取得的突出成就；通过对社会现象的错误归因，把改革开放以来随着市场经济的发展而出现的贫富差距扩大、贪污腐败现象滋生、道德滑坡、环境破坏等社会现实问题与社会主义制度、党的执政能力紧密联系起来，夸大问题的严重性，数落社会主义的“罪恶”。走中国特色社会主义发展道路是历史和人民的选择，中国共产党带领全国各族人民在社会主义革命、建设和改革过程中取得的成就是举世瞩目的，否定这一巨大成就，就意味着否定社会主义制度的优越性和走社会主义道路的必然性，会从根本上瓦解人民群众的中国特色社会主义制度自信和道路自信。

3. 否定马克思主义时代化、中国化和大众化的科学性，否定马克思主义的指导地位。一些历史虚无主义者，以“重塑历史”为口号，用对立排斥、非此即彼的单向度思维方式重构马克思主义的哲学理论体系和政治经济学理论体系，妄图从马克思主义理论内部寻找突破口，彻底否定马克思主义。他们把东欧剧变、苏联解体等世界社会主义实践出现的严重挫折归结为马克思主义理论的失败，大肆宣扬马克思主义过时论调。他们从否定苏东社会主义实践着手否定马克思主义的科学性和真理性，进而论证中国化马克思主义具有本源性的理论缺陷；他们把中国特色社会主义实践过程中出现的人民内部矛盾和现代化过程中产生的社会具体问题归结为中国化马克思主义的悖论和困境，否定中国化马克思主义对中国经济社会发展实践的指导地位和意义；他们从宣扬资本主义普世价值出发，否定中国化马克思主义的科学性。他们以文化多元化和信仰自由为口号，攻击马克思主义的一元化指导地位，污蔑马克思主义大众化的过程是“政治洗脑”的过程，否定作为中国化马克思主义的毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观及习近平总书记系列重要讲话精神的大众化意义，弱化人民大众的中国特色社会主义理论自信。

## 二

网络新媒体所具有的形式多样性、传播即时性、交流互动性、受众广泛性和虚拟隐蔽性等特征为历史虚无主义思想的传播和泛滥提供了可乘之机，这在一定范围内给人民群众的精神生活和中国特色社会主义事业都带来了严重的负面影响和危害。

1. 影响广大青少年的健康成长。随着新媒体时代的到来，我国广大青少年已经成为新媒体工具的重要使用群体。第36次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年6月，我国网民以10—39岁年龄段为主要群体，比例达到78.4%。其中，20—29岁年龄段网民的比例为31.4%，在整体网民中的占比最大。与2014年底相比，20岁以下网民规模占比增长1.1个百分点，互联网继续向低龄群体渗透。可见，青少年群体成为网民群体的重要组成部分。手机几乎已经成为每个人的生活必需品，随着手机功能的不断丰富，青少年群体通过手机网络接触外部世界的空间越来越大，各种信息扑面而来，网络世界传递的信息和思想对青少年的成长产生了广泛的影响，并且这种影响仍将随着网络技术的拓展与创新持续扩大。在这种状况下，一旦历史虚无主义的错误思想和观点通过新媒体网络途径广泛传播，其形成的舆论阵势必将对广大青少年的思想造成强烈冲击。

广大青少年处于思想不稳定、价值观念不成熟的成长发育期，他们的思想发展具有起伏性大、可塑性强的特征。对于网络新媒体这一广大青少年接触外界信息的重要途径，历史虚无主义在所谓的科学实证分析、所谓的最新历史资料的掩饰下充斥其中，使青少年受到蛊惑和诱导。长此以往，广大青少年就会形成错误的历史观和价值观，就会导致他们对中国特色社会主义革命、建设和改革道路正当性与正确性的质疑或否定，这对于培育他们中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信无疑是摧毁性的。青少年是中国特色社会主义事业的接班人和未来建设者，如果他们受到这种错误思想的长期毒害，社会主义中国的前途必然充满隐忧。由此可见，历史虚无主义的网络传播已经严重影响了青少年网民的健康成长，干扰了社会主义事业接班人的培养。

2. 扰乱网民群众的历史认知。新媒体的传播特点是受众人数多、扩散速度快、影响范围广，消息一经发布和传播，就会呈现出几何级数增长的趋势，迅速蔓延至社会的每个角落，弥漫于整个社会话语氛围中，形成强大的社会舆论。在这种状况下，一旦关于虚无历史的错误信息被制造，经过网民的转发、网络大V的转载，就会形成巨大的社会负面影响，即使最后信息被更正，其先入为主的消极影响也是难以在短期内抹掉的。历史虚无主义者对历史事件的曲解、对历史英雄人物的诋毁和为历史罪人所谓的“翻案”，都是一种否认历史客观发

展规律的错误认识，是对马克思主义唯物史观的否定和抛弃。他们“还原历史”“反思历史”“重塑历史”的过程，实质是虚无民族历史、虚无社会主义、虚无马克思主义的过程，会扰乱人们对既定史实的正确认识，造成网民群众思想的混乱。思想是行为的先导，思想一旦出现问题，就容易转化为现实行动，增加不稳定因素和社会风险。

历史虚无主义通过虚无革命，提倡改良主义；通过虚无共产党领导，提倡资产阶级领导；通过虚无社会主义建设成就，提倡走英美式的资本主义道路；通过虚无党的领袖，提倡崇拜封建主义、资产阶级的代表人物。历史虚无主义者对历史的虚无，根本上是对马克思主义指导思想抛弃，是对中国特色社会主义道路、理论和制度的否定。这种思想一旦在网民群体中广泛蔓延和传播，会严重扰乱广大人民群众的精神生活，动摇他们的民族认同和社会主义理想信念，进而削弱他们的文化自觉和对中国特色社会主义的自信。

3. 削弱主流意识形态话语权。新媒体网络平台是意识形态斗争的主战场。一个时期以来，西方资本主义国家企图利用其技术优势通过网络进行意识形态渗透，搞乱社会主义国家思想领域的秩序，进而实施“和平演变”，达到颠覆社会主义制度的目的。当前，历史虚无主义在新媒体网络平台上的泛起，与西方国家幕后黑手的支持和参与密切相关，其目的就是要通过虚无中华文明史和社会主义发展史，扰乱人们的思想认识，消解民族精神的凝聚力和向心力，削弱中国特色社会主义这一主流意识形态的国际国内话语权，从而达到在意识形态上瓦解中国的目的。

当前，网络上传播的一些历史虚无主义的观点和思想已经严重影响到我国意识形态的安全。这些虚无历史的思想适应了资本主义国家“西化”“分化”社会主义中国的目的和要求，企图在我国人民内部制造思想上的裂痕和分歧，进而制造人民内部的矛盾和冲突。假如这些裂痕和分歧没有得到很好弥补和调解，矛盾和冲突没有得到有效缓解和化解，积累到一定程度，就会危及社会稳定和国家安全。苏联解体的历史教训历历在目，而我国历史虚无主义者却有意无意、自觉不自觉地踏上重蹈覆辙的邪路，充当着西方敌对势力的“马前卒”。总之，历史虚无主义的网络传播已经在一定程度上消解了我国主流意识形态的话语权，对我国的意识形态安全构成严重威胁，必须引起我们的高度警惕。

### 三

历史虚无主义思潮的形成和发展有其特殊的内在逻辑。我们面对历史虚无主义在新媒体平台的蔓延和泛滥所带来的负面影响与危害，必须主动作为，在深入把握历史虚无主义本质

和传播规律的基础上，综合运用多种手段批判揭露其本性，引导人民群众认清其本来面目。要切实加强对新媒体的管理，切断其传导路径；通过加强对人民群众特别是党员领导干部的理想信念教育，从根本上消除历史虚无主义对中国特色社会主义事业的不良影响。

1. 坚定立场，直面交锋。面对虚无主义在新媒体网络平台上的泛滥，党员干部特别是党的理论工作者、思想宣传战线特别是主流媒体要坚定政治立场，敢于与历史虚无主义者针锋相对，勇于亮剑，运用马克思主义史学理论进行有针对性的、立场鲜明的回击，鼓励人民群众积极参与到抵制历史虚无主义的队伍中来，在社会上形成“老鼠过街，人人喊打”的舆论态势，使历史虚无主义和历史虚无主义者们无容身之地和立身之所。

一是要学会综合运用各种新媒体平台书写传播客观历史，构建良好舆论氛围。我们要更好地增强运用各种新媒体主流话语平台的自觉性，及时发现问题并主动作出正确回应，追踪新的思想理论热点加以解疑释惑，增强正面舆论影响力。要积极发挥论坛、微博、微信等话语平台的互动作用，解决正能量内容贴近舆论呈现的“最后一公里”问题，以取得更好的传播实效。二是要以马克思主义唯物史观的科学方法为指导，结合历史资料的搜集和整理，针对被虚无的历史事件进行全面、系统、客观的分析和阐释，给人们一个准确完整的历史史实陈述，向网民群众还原历史的真相，彻底粉碎历史虚无主义者的迷惑性谎言。三是要透过现象看本质，通过新媒体揭露隐藏在历史虚无主义者背后的政治图谋，搞清楚他们的真正目的，并向网民群众及时披露，让广大人民群众看清其真实面目，了解其本质和危害，以达到彻底清除这一错误思潮的目的。

2. 严格监管，依法治网。历史虚无主义思潮之所以能够借助新媒体肆意泛滥，很重要的一个原因在于新媒体网络空间信息传播的碎片化、动态化、快速化、去中心化趋势和新媒体监管困境。因此，抵制历史虚无主义，关键在于加强网络舆情监管，加强网络法治化建设，严格依法治网，从源头上切断历史虚无主义的传播路径，从法治上保障网络空间安全，营造风清气正的新媒体网络空间舆论环境。

一是要充分利用大数据时代网络信息技术的舆情搜集、检索和监控功能。大数据有助于相关部门在监管过程中摒弃只凭经验和直觉下判断的做法，通过其获取的人们生产、生活各个领域的实时信息，及时掌握社会舆论趋势或更全面地了解某一事件的进展，从而做出更为科学的决策，并对未来走向做出更为准确的预判，提高应急响应能力。各级思想工作管理部门要积极研发网络意识形态舆情监控系统，实现网络意识形态舆情监控全覆盖，特别要加强对微博、微信、QQ群、BBS论坛等人气高的新媒体平台的舆情搜集、检索和监控，加强对高校、老少边穷地区、东部沿海地区的舆情监控，在新媒体平台构建全方位的历史虚无

主义思潮防控体系。二是要加强网络基础设施建设。各级党委和政府职能部门要通过运用技术手段提高对宣扬历史虚无主义错误思想的信息及时发觉、跟踪、屏蔽、删除并阻断其传播的能力，通过奖励机制鼓励网友进行举报，对管理范围内的网站、微博、论坛、微信公众号进行有效监管。三是要建立健全惩戒机制。国家有关监管部门可依据《宪法》《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等法律法规制定“公民网络言论和网络行为规范条例”，对在新媒体网络空间公开虚无民族史、党史、国史，攻击社会主义制度，以语言暴力对抗党和国家路线、方针、政策的党员领导干部及历史虚无主义的主要传播者，要依法依纪依规追究其责任，关闭相关账号（最近国家互联网信息办公室责令新浪、腾讯等网站依法依规关闭任志强等人的微博账号，起到了大力打击错误思潮传播的作用）；对承载历史虚无主义的理论文章、理论专著和影视文学作品，要通过严格审查取消其发表、出版、播出的资格；对跟风传播历史虚无主义的普通群众，要通过网警线上线下平台“打招呼”“拍肩膀”，并及时向社会公示，以达到警示效果。

3. 加强教育，正本清源。要想彻底清除历史虚无主义对网民群众的影响和毒害，最为根本的还是要对广大人民群众进行唯物史观教育。习近平总书记在主持中央政治局第七次集体学习时强调，“历史是最好的教科书。学习党史、国史，是坚持和发展中国特色社会主义、把党和国家各项事业继续推向前进的必修课”。宣传思想战线、各级教育管理部门、各类教育单位要重视对人民群众、组织内部成员、青少年学生的民族文明史、党史、国史、抗战史的教育，积极创新教育阵地、载体、手段和方法，引导广大人民群众坚定对中华民族的文化自觉和对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信。

一是要重视地方史的修撰和研究工作。各级地方政府职能部门要保护好本地区的优秀历史古籍。对在抗日战争中形成的抗战文化、抗战英雄，在中国共产党领导人民开展新民主主义革命、社会主义革命、建设和改革过程中形成的新民主主义文化、社会主义文化，要加强研究，推进史料的收集、整理和出版工作。二是要打造符合人民大众接受习惯的新媒体传播阵地。建设历史专题网站，利用图片、视频、文字、微电影等丰富多样的载体形式吸引网民群众的目光，激发广大网民群体主动学习的兴趣，通过教学素材的生动性提高历史教育的效果。三是要针对被历史虚无主义者虚无和歪曲的历史内容，有的放矢地开展拨乱反正工作，通过各种媒体阵地对这些历史事件和历史人物进行正确而广泛的宣传，帮助广大人民群众形成正确的思想认识，自觉地摒弃和批判历史虚无主义的错误观点，从而减少其对广大网民群众的消极影响。

（作者单位为江苏师范大学马克思主义学院；中国社会科学院马克思主义研究院）

# 美国政府是怎样输出价值观的

王维佳 翟秀凤

来源：《红旗文稿》2016 第 02 期

冷战结束以来，美国政府逐渐把向世界传播、输出美国价值观作为巩固其全球霸主地位的重要手段。特别是 2001 年“9·11”事件后，美国将文化价值观输出和意识形态安全放在了更加突出的地位，形成了以美国国务院分管公共外交和公共事务的国务次卿为具体职能领导的庞大机构。研究分析美国国务次卿及其下属部门的设立过程、职能变化、发展趋势等，有助于我们深入了解美国政府是怎样输出价值观的。

## 一、公共外交和公共事务国务次卿的设立情况

美国公共外交和公共事务国务次卿这一职位最早设立于 1999 年 10 月。实际上，这一职位取代了二战后建立的美国新闻署。1998 年，美国国会通过了外交事务改革和重组的相关决议，决定改组新闻署。1999 年，新闻署全部职能划归美国国务院，有关交流项目以及教育和文化事务局等得以保持，且受到富布赖特—海斯法案的保护。与此相应，设立了主管公共外交和公共事务国务次卿这一职位，承接了原美国新闻署公共外交宣传、政策制定等职能，广播职能则划归美国广播理事会。公共外交和公共事务国务次卿的主要职能，就是帮助国务卿制定公共外交政策，在国际范围内提升美国形象。设立该职位，意味着美国已将公共外交和战略传播作为长效运营机制，纳入了国家的整体战略部署。

截至目前，已有 9 人出任过公共外交和公共事务国务次卿这一职位。次卿的上任须经参议院确认，每届任期不同，第 7 任次卿凯瑟琳·麦克海尔的任期不满两个月，第 4 任的卡伦·休斯任期最长，也不过两年多。另外，此职位两任衔接时并不一定紧密，可能存在一段时间的空缺。

## 二、公共外交和公共事务国务次卿的下属部门

公共外交和公共事务国务次卿下属 3 个局和两个中心，即教育与文化事务局、国际信息局、公共事务局，以及战略反恐通信中心和政策、计划、资源办公室。这些部门的具体职能和运营项目如下：

1. 教育与文化事务局。自 1940 年以来，该局的目标是在全球文化多样性的背景下，不断提供面向艺术家、教育家和运动员、学生、青年等群体的国际交流交换项目，通过学术、文化、体育等交流形式，促进各国人民对美国的认同。目前，该局的交流项目已在世界各地拥有超过 100 万人的校友，包括 50 多名诺贝尔奖获得者、350 多位现任和前任国家元首和政府首脑。教育与文化事务局下设 7 个办公室，具体分工为：

一是学术交流项目办公室，提供博士水平和其他专业水平的国际学习和研究，也包括部分本科和硕士。学术交流项目办公室计划、开发、管理和监测的几大交流活动包括：富布赖特项目、关键语言奖学金计划、全球本科生交换计划、埃德蒙·马斯基研究生奖学金计划，以及美国研究所的研究项目。该办公室还协调年度方案预算，扶持和引导学术交流活动，并负责与其他学术交流活动的赞助商进行沟通。

二是市民交流办公室，旨在促进美国和其他国家的公民获取和分享其专业知识和经验。该办公室下设 4 个司：负责推广艺术文化交流活动的文化活动部，资助外国人士进行考察、实习或研究的专业研究司，致力于国际间体育外交的运动合作司，以及专注于青少年活动的青少年活动司。无论这些项目在美国还是在其他国家开展，都获得了美国非营利性艺术和教育机构的资助。

三是英语语言课程办公室，负责英语语言课程设计和管理，以促进世界范围内的语言学习和英语教学都达到支持美国外交政策的目标。美国政府将促进美国英语在各地的学习和教学视为国家的行为，该办公室的职责就是以语言为载体，促进美国人民和其他国家人民之间相互了解。

四是全球教育项目办公室，负责管理并支持教师、学生和非学历专业人才的交流。该办公室还负责监测美国学生在外留学和外国留学生赴美留学的人员流动情况。为了鼓励这种流动，美国教育网络配备了咨询协调员，促进世界各地高校与美国高校的合作。

五是国际游客办公室，不仅负责日常的国际旅游工作，更致力于从世界各地将专业人士带到美国。该办公室的一个重要项目，就是 1940 年推出的国际访问者领袖计划，旨在开展国际高端人士的短期访问，促进他们同美国之间的相互了解。每年有 2000 名国际高端人士和 20 多万海外游客参与这一计划，其中包括 335 名前任和现任国家首脑和政府首脑。

六是政策和评价办公室，负责对部门计划的执行、质量和具体方案开展评估，编制年度和定期绩效评估报告。该办公室下设文化遗产中心、校友事务办公室等。



2. 国际信息局。该局旨在利用数字通信技术，以传统媒体渠道和新型媒体渠道相结合的方式促进与外国公众的交流，其目标和任务是保持与美国受众的对话，建立美国的信誉。该局是美国网络外交的主要执行者。在美国国务院的定义中，“网络外交”“涵盖广泛的美国在互联网空间的利益，不仅包括网络安全和互联网自由，也包括互联网治理、互联网的军事使用、创新和经济增长。网络空间在多边论坛、双边关系以及产业界和公民社会方面，也已成为一个外交政策问题”。2009年，美国官方正式启动其网络外交，美国外交也超出政府间的沟通，呈现出崭新的面貌。

作为网络外交的主要执行者，国际信息局主要负责三方面工作：（1）数字化项目。负责运营美国大使馆官方网站，该网站使用 50 多种语言，每日浏览量超过 402000 人次；负责运营脸书（Facebook）和 6 种语言的推特（Twitter）网站，在社交媒体上拥有超过 1200 万的粉丝；经营名为 CO.NX 的互动网络聊天平台，以连接外国专家、意见领袖、社区领袖和政府官员。（2）美国空间项目。该项目作为美国公共外交活动的重要载体，号称体现了美国民主的一个核心原则，即公民拥有自由获取信息的权利。该项目同 160 多个国家的使馆、学校、图书馆等机构建立联系，以举办活动的方式每年吸引超过 1600 万人次参与美国的公共外交活动，获取有关美国的政策、文化、价值观以及在美学习的信息。（3）公共外交项目。通过各种音视频和纸质版资料展现美国的公共外交。除了多语言的美国总统和国务卿讲话以外，还包括美国各类精英的发言，如最高法院法官、著名作家、发明家、学者、企业家、记者和体育界人士等。

在网络外交方面，国际信息局已开展的项目主要包括：

一是外交官随笔。从 2007 年开始，美国国务院建立了一个通过博客吸引和鼓励外国公众就美国与美国外交政策展开开放式对话的平台，并据此了解外国公众的态度。2009 年，外交官随笔进行了改革，扩大了参与的平台。其一个新动作就是，告知人们国务卿、国务院雇员和全世界的外交官的行程、演讲和努力；另外一个则是，将奥巴马的演讲翻译成多种语言并在 Twitter 账户上共享，以期通过互联网让美国的外交政策能够传递给更多不会英语的人们。

二是奥巴马的开罗演讲。2009 年 6 月 4 日，当奥巴马在埃及开罗向伊斯兰世界发表试图改变他们对于美国认知的演讲时，国际信息局的数字拓展援助小组发挥了作用。该小组于 2009 年 6 月至 12 月，在 19 个以阿拉伯语和俄语为主要语言的网站上，围绕奥巴马的开罗演讲，发起了 30 个讨论话题。

三是美国式叙事。数字拓展援助小组另一个举措，是关于黎巴嫩裔美国籍诗人、艺术家纪·哈·纪伯伦（Kahlil Gibran）的叙事。该小组一位成员记录了他的生平和著作，展示了一个中东后裔的美国人以及他在美国的生活。建立美国式叙事的目标，是让美国价值和美国理想变得形象可感。

四是意见空间。这是由美国国务院和加利福尼亚大学伯克利分校创建的一个网站，它允许人们表达自己在一系列政治经济议题上的意见，还会被告知与该议题相关的讨论的整体情况。2011年2月，美国国务院发布了意见空间3.0，其中包括从投票、协同过滤到多维可视化的方法，使得全世界任何一个人都可以参与讨论并且评价其他人的反馈。

五是民主对话。这是美国国务院于2006年创建的一个多语种的交互式网站，是一个鼓励在美国以外的人们共同讨论民主原则的平台。该平台上的讨论集中于民主，每两个月就会精选一个民主话题供讨论。

六是学生网上外交实习项目。这是前国务卿希拉里·克林顿在2009年发起的项目。该项目与美国学生合作，拓宽网上服务范围，以完成美国在全世界的外交任务。参加该项目的学生的职责是：利用社交媒体制定和实施一项公关活动，如在社交媒体上与年轻人沟通；为美国大使馆网站提供有关经济形势的研究、经济数据图标展示和相关信息资料；开发一个系统，来收集和分析媒体的报道；研究基于信息技术的、已在高等教育领域成功实施的干预措施，特别是在教师培训方面；向美国大使馆的Facebook主页每两周投一次稿；开发一系列专业的、有价值的视频，提供给美国大使馆发布；调研美国外交机构、非政府组织以及世界范围内的私营公司在社交媒体上的表现，以帮助美国大使馆在社交媒体外联计划实践中找到最佳方案。

七是公民社会2.0。它致力于将信息传播技术社区与全世界的公民社会组织连接起来，给公民社会组织提供最新技术，以支持世界范围的公民社会。该项目使用短信、网站和社交媒体等平台，将为数众多的人联系起来。国务院还派遣技术专家或支持NGO赴特定区域教授当地居民使用技术，其教授重点包括，如何创建网站、如何写博客、如何发起一项短信运动、如何建立一个网上社区、如何针对某项运动利用社交网络等。

八是虚拟存在岗位。这是一个工具，以帮助美国大使馆的大使们利用可获得的外交外联文书。该岗位通常由1—2个人组成，他们管理互联网网站，对外解释和交流美国政策，提供美国与东道国关系的新闻。其传播主题包括旅游、项目、媒体和技术，并努力改善美国与那些尚无美国外交设施的特定地区之间的关系。目前，美国在世界范围内有43个活跃的虚拟存在岗位，其中有孟加拉吉大港、塞舌尔群岛、圣马利诺、索马里和加沙等。

九是“X-Life 游戏”。2008 年 6 月，由美国国务院资助开发的“X-Life 游戏”发布。这是一款针对目前“被技术奴役的一代”开发的手机游戏，目的是促进英语文化与阿拉伯语文化、波斯语文化的交流，消除相互理解上的障碍。游戏开发者曾言：“中东和波斯湾的年轻人将有机会体验美国人充满生机与活力的生活。”这款游戏试图“描绘美国文化并传递美国文化中的基本价值，比如包容、自由和对文化及宗教信仰差异的尊重”。

3. 公共事务局。公共事务局的主要使命是及时沟通国内和国际媒体，以传播准确的信息，其根本目标在于立足美国的外交政策和国家安全利益，推进美国外交政策的战略和战术传播，增进人们对美国价值观的理解。该局主要的工作是，召开面向国外记者的新闻发布会，在国外一些地区开展新闻宣传，管理美国国务院网站，使用社交媒体促进公众参与美国的战略传播，监督国务院的 6 个国际区域媒体中心，通过互联网、广播和印刷媒体吸引外国观众参与，通过邮件、电话等回应美国民众对于国家外交政策的质疑，面向大学、商业机构、社区解释和传达美国外交政策的重要性，制作和传播体现美国外交政策的相关音视频作品，开展对美国外交的历史研究。

该局下属的区域媒体宣传办公室，致力于构建一个覆盖本地、区域性和国家媒体的新闻人物数据库。这个数据库能使媒体人员迅速找到有关外交事务的相关专家，从而为美国的战略传播提供专家和智库支持。电子信息 and 出版物办公室，则负责监管国务院网站的信息、手机信息以及进行一些相关资料的出版，出版内容主要涉及重大事件中美国的官方立场；此外还负责发布公开出版的反映美国国务院官方观点的新闻简报，便于人们在多种网络平台上查阅。

4. 战略反恐通信中心。该中心服务于美国政府打击恐怖主义和暴力极端主义的目标，做好世界范围内的战略传播。其方式是通过“负面广告”对抗恐怖主义的在线叙事，因而有“美国的网络水军”之称。根据奥巴马于 2011 年 9 月签署的 13584 号行政命令，该中心在国家反恐战略指导下运行，向主管公共外交的国务卿直接汇报，并且与国家的其他部门和政府机构密切合作，确保对外信息的一致性。

战略反恐通信中心由 3 个部门构成：一是综合分析部门，通过各种智能社区和专家组，保证国家的战略分析建立在最广泛的信息基础上。二是计划和执行部门，通过一系列相关的工作来执行对外传播，对抗恐怖主义的叙事。三是数字外联部门，积极开展阿拉伯语、乌尔都语、旁遮普语等宣传工作，至今已经采取了超过 5 万次的在线行动，旨在打击恐怖主义的宣传，以期抢占交互式环境的先机。2015 年，这个部门的权限进一步拓展，可以协调其他部门的相关工作，控制了美国国务院、五角大楼、国土安全部等 300 多个部门的 Twitter 账号。

5. 政策、计划、资源办公室。该办公室为公共外交和公共事务项目提供了长期的战略规划，为国务次卿分配公共外交和公共事务资源等问题提出更好提议，从而将资源集中配置在最紧急的国家安全目标上，真实地测量公共外交和公共事务的有效性。该办公室主持一个名为“全球青年”的项目，旨在帮助美国政府更好地吸引来自全球的年轻人，加强全球的联通，获得各国青年的支持。

### 三、历任国务次卿与新闻传媒

考察美国历任公共外交与公共事务次卿的背景可以看出，他们往往与新闻传媒有着密切的联系。这个职位要求对公共外交和公共事务有全盘的把握，眼界聚焦国内外，同时有过硬的新闻与传播素养，因此大多数出任此职的人有新闻传媒或公共关系从业背景，即使一直从政或者从商的人也有过担任新闻秘书的经历。

例如，美国“9·11”事件发生后，时任美国总统布什任命比尔斯为公共外交和公共事务国务次卿。此前，比尔斯是智威汤逊广告公司第一位女性副总经理，曾上过《财富》杂志封面。布什总统在任期间的另一位公共外交和公共事务国务次卿卡伦·休斯在1977—1984年期间是一名电视记者，在1980年参与总统竞选的跟踪报道为她积累了政治经验。1984年，她在总统选举中担任德克萨斯州媒体协调员的工作，开始了从传媒界到政界的跨界与转型，之后她还担任过总统顾问。卡伦·休斯的继任詹姆斯·K·格拉斯曼，也同样有传媒工作经历。在哈佛求学期间，詹姆斯就是哈佛学生日报的执行编辑，毕业后，他以记者、编辑、专栏作家、出版商、创始人等多种身份为多种出版物和网站服务过。1995年至1998年，他还曾担任CNN电视台主持人。在被任命为次卿前，格拉斯曼在2007年6月至2008年6月出任了美国广播理事会的主席。

现任次卿理查德·斯坦格尔在新闻传媒领域也颇有建树，自1981年进入美国《时代周刊》工作后，几进几出，在出任次卿前，2006年至2013年出任美国《时代周刊》总编辑。此前，曾为《纽约客》《新共和》《纽约时报》等多家媒体撰文，曾在纳尔逊·曼德拉写传记《漫漫自由路》时与其一起工作，后来在获奥斯卡提名的纪录片《曼德拉》中做助理制片人，还曾出过关于曼德拉的书。

综上所述，20世纪80年代到90年代，美国公共外交和战略传播的部署经历了一个转向职业化和专门化的过程。与冷战时期公共外交操盘手大多是大家族的政治精英不同，80年代后负责公共外交的高层大都有广告、公关或传媒从业经历。这些职业人士深谙公关和传媒技

巧，但他们的职业化背景决定了他们与军方高层、政商界精英和外交决策者的联系相对弱化。由此，美国的外宣与外交、军事、国家战略的整体协调并不像冷战时期那样一致，反而更多转向国家形象的包装，设立专门的国务次卿就是这一趋势的典型表现。

“9·11”后，美国外宣工作与政治、军事和国家战略紧密联系的必要性再次凸显。美国政府围绕领土、经济、文化和意识形态安全以及美国主导下的国际秩序，开始全面调整国家安全战略。其中一个重要方面就是，着力提升文化和意识形态安全的重要性，将公众外交、政府外宣与国防、军事情报部门的资源进行全面整合，转向系统协调的战略传播。在美国的外宣战略中，这一调整仍在不断完善和强化，成为美国推行自身文化、价值理念和国家战略的重要保障。

（北京大学国家战略传播研究院组织材料搜集与编译）