2015年中央党校中国特色社会主义理论体系研究中心在中央主要媒体发文工作继续保持领先地位

2015年，中央党校教研人员以“中央党校中国特色社会主义理论体系研究中心”名义在中央“四报一刊”共发表文章46篇，发文数量在全国和各省区市中特中心中位居前列。同时，根据中宣部“关于2015年全国和各省区市中国特色社会主义理论体系研究中心理论文章评选和资助情况的通报”，其中有18篇文章被评为优秀，总数位居前列，这已是自2009年以来连续7年发文数量和评优数量在全国和各省区市中特中心中保持领先地位。

发文情况一览表：

序号	题　　目	发表时间	发表刊物	执笔人	备注
1	人民是依法治国的主体	2015年1月4日	《光明日报》	张恒山	优秀
2	实现中华民族伟大复兴中国梦的精神动力——纪念遵义会议80周年	2015年1月19日	《光明日报》	张伯里	优秀
3	公正是法治的生命线	2015年1月22日	《光明日报》	张晓玲	优秀
4	中国周边战略新构建	2015年2月1日	《求是》	高祖贵	优秀
5	追本溯源 融会贯通——系统学习研究宣传习近平总书记十八大前后重要讲话和著述	2015年2月4日	《光明日报》	何毅亭	优秀
6	从“综合改革”到“全面深化改革”——系统学习习近平总书记十八大前后关于改革开放的重要论述	2015年2月11日	《光明日报》	张伯里	
7	提高运用法治思维和法治方式推动工作的能力——学习习总书记在省部级主要领导干部学习贯彻十八届四中全会精神全面推进依法治国专题研讨班上的重要讲话	2015年2月13日	《解放军报》	崔禄春 石　伟	
8	牢牢抓住领导干部这个“关键少数”	2015年2月15日	《光明日报》	张伯里	优秀
9	不断提高对市场规律的认识和驾驭能力——系统学习习近平总书记十八大前后关于社会主义市场经济的重要论述	2015年2月25日	《光明日报》	梁言顺	
10	平等是社会主义法律的基本属性	2015年3月1日	《光明日报》	卓泽渊	
11	坚定理想信念 筑牢精神支柱	2015年3月1日	《求是》	徐伟新	
12	当代中国的“劝学篇”——系统学习习近平总书记十八大前后关于加强学习的重要论述	2015年3月18日	《光明日报》	林振义	
13	做焦裕禄式的县委书记	2015年3月30日	《光明日报》	冯秋婷 代江波 吴小雪	
14	聚天下英才而用之——系统学习习近平总书记十八大前后关于人才问题的重要论述	2015年4月8日	《光明日报》	彭公璞	
15	弛而不息纠正“四风”	2015年4月12日	《光明日报》	洪向华	
16	正确理解如期全面建成小康社会	2015年5月1日	《求是》	赵振华	
17	科学认知“四个全面”战略布局	2015年5月2日	《解放军报》	宋福范	
18	中华文化因社会主义而复兴——以梁漱溟的观点为参考	2015年5月18日	《人民日报》	张　城	
19	社会主义与市场经济有机结合——创造“中国奇迹”的“源动力”	2015年5月29日	《人民日报》	赵振华	
20	中国抗日战争在世界反法西斯战争中占有重要地位	2015年6月4日	《人民日报》	陈　述	优秀
21	正风肃纪重塑清明政治生态	2015年6月16日	《求是》	赵长茂	
22	共同的梦想 人民的意愿 中国道路因内生动力越走越宽广	2015年6月19日	《人民日报》	秦　刚	
23	战略思维框架中的“四个全面”战略布局	2015年6月27日	《经济日报》	韩庆祥 张　健	优秀
24	马克思主义经典作家对未来社会的构想与中国梦	2015年7月5日	《光明日报》	黄相怀 张晓琴	优秀
25	抗日战争是人民的战争	2015年7月6日	《经济日报》	李庆刚	优秀
26	当好班子带头人要做到“七个带头”	2015年7月15日	《光明日报》	洪向华	
27	反腐败是推动经济发展的强大正能量	2015年7月16日	《求是》	李　鹏	优秀
28	中国共产党老一代革命家的人格风范	2015年7月16日	《求是》	谢春涛 李庆刚	
29	牢牢掌握意识形态工作领导权必须坚持四个统一	2015年7月25日	《光明日报》	阮　青	优秀
30	抗日战争的胜利是全民族抗战的胜利	2015年8月2日	《光明日报》	卢　毅	
31	把抗战精神化为实现中国梦的恒久动力 弘扬伟大抗战精神	2015年8月19日	《人民日报》	柳建辉 李庆刚	优秀
32	抗日战争与党的群众路线	2015年8月24日	《经济日报》	沈传亮	
33	抗战期间海外人士眼中的中国共产党	2015年8月28日	《经济日报》	卢　毅	优秀
34	国际友人对中国抗日战争的支援	2015年8月28日	《光明日报》	李东朗	优秀
35	侵华日军眼中的中共抗战	2015年8月28日	《参考消息》	卢　毅	
36	抗日战争胜利的历史启示	2015年8月29日	《光明日报》	黄浩涛	优秀
37	中国共产党是全民族抗战的中流砥柱	2015年8月31日	《求是》	柳建辉 高中华	优秀
38	加强和改进党对国有企业的领导	2015年9月17日	《经济日报》	洪向华	
39	“四个全面”战略布局的重大意义	2015年9月20日	《光明日报》	郝永平 黄相怀	优秀
40	在深化改革中壮大养老服务业	2015年10月8日	《经济日报》	无	
41	为中美新型大国关系加油	2015年10月13日	《光明日报》	刘建飞	
42	正确认识当前经济发展态势	2015年10月29日	《经济日报》	杨英杰	
43	价值哲学前沿问题探析	2015年11月9日	《人民日报》	朱辉宇	
44	当代中国马克思主义的新发展——学习习近平治国理政论述	2015年11月26日	《经济日报》	严书翰	
45	“一带一路”建设是开放发展理念的重要体现	2015年12月12日	《经济日报》	韩爱勇	
46	弘扬主旋律　传播正能量	2015年12月24日	《解放军报》	唐爱军	

系统构建应急传播机制

□ 张志海

应急传播是应急管理的重要方面，是政府整体危机处置水平的体现。但实践中往往存在重视应急管理，轻视应急传播，或者出现应急管理与应急传播“两张皮”现象，结果是突发事件得到了迅速果断且有效的处置，但是媒体上、舆论上却充斥质疑与不满，突发事件演变为对政府的信任危机、形象危机，而重新“修复”则会带来社会治理成本的增加。因而，政府需要构建应急管理框架下的应急传播机制，将新闻处置与危机应对同步筹划、同步落实，并予以特别重视。

应急传播模式的演变

从危机管理发展史来看，政府对大众传播的管理大致经历了从宣传模式、“公关”模式到传播模式的历史演变。

宣传模式。宣传模式是指在突发事件中通过传播来操纵、控制甚至驾驭宣传对象的思想、态度与行为，以达到宣传者的目的、要求、期望与结果的方式。宣传模式是一种宣传思维：突发事件具有“负面性”，负面信息的传播会引起民众恐慌，影响社会稳定，破坏政府形象。当这一思维成为教条后，一出现突发事件，一些领导首先想到的是让宣传部出面“灭火”，通过行政手段去化解舆论危机。按照陈规旧律，宣传部门的选择无非四种形态：一是拖，冷处理，指望着热点事件几天后自生自灭；二是堵，一纸禁令足以让辖区内所有媒体集体收声；三是删，调动一切资源，借助行政力量，进行网络封堵；四是等，待有关部门完成处置完毕后，再请职能部门召开新闻发布会。实践证明，这些做法不适应时代发展的要求，只能引起舆论更强烈的负面回应。

公关模式。西方社会称“危机公关”，本意是在危机事件中通过大众传播事实，“让公众知晓”，赢得公众谅解与信任，以化解一时的风险与危机。危机公关模式其实是一种在私营体制下政府与媒体的关系模式，确切地说是企业危机公关的引进或延伸。事实上政府危机公关模式并不适用于我国的基本国情：从根本上，政府和媒体不是一种对立关系；突发事件中，与其说政府危机公关，不如说是政府全心全意为人民服务；我们政府形象不是通过所谓的危机公关活动树立起来的，而是长期的历史沉淀形成的。

传播模式。指突发事件中，政府通过大众传媒及时向社会公众进行的信息传达、交流和沟通，以保持政府、媒体与公众良性互动，从而有效引导舆论。上海“12·31”外滩踩踏事件、东方之星沉船事件，应急传播模式的效用得到了实践的验证。天津港“8·12”瑞海公司危险品仓库爆炸事件在应急处置前期的新闻发布，则暴露了应急传播体制、机制与能力上存在的诸多问题，迫切需要完善政府应急传播体系，以满足公众在不确定环境下的信息渴求。

传播模式是基于信息社会或媒介化生存时代，政府与媒体的关系模式。在危机状态下，其有效性是由该模式的整体性、平等性、互动性、回应性所决定的：应急传播是应急管理的重要组成部分，是一体的，而不是分割的；应急管理者是应急传播的责任主体，这样保持了信息传播的完整性、连续性、机动性与权威性；应急传播视媒体为合作对象，而非管制对象；传播模式是双向而非单向传播，有交流、反馈与互动，是一个更加开放与民主的传播模式。

加强应急传播机制建设

健全新闻处置预案机制。任何一场突发事件，都是各大媒体的“新闻盛宴”。制定新闻处置预案就是做好面对蜂拥而至的各大媒体思想上、组织上和行动上的准备，做到有备无患，应对自如。《国家突发事件总体应急预案》颁布后，各级政府的分预案中应该制定新闻处置预案，并作为分预案中非常重要的一个组成部分。新闻处置预案应具备：针对性，要制定适应本地域、本单位、本部门的预案，不能照抄照搬上级制定的或其它地区制定的预案。完整性，预案要明确突发事件发生后新闻处理原则、方法、组织、机构、程序、责任等一系列事项，做到新闻发布有人发布、及时发布、有效发布、统一发布。现实性，预案不是停留在文件中，而是具有现实的可操作性，也就是预案要具体化、流程化，经得起实践的考验。

完善应急传播组织机制。突发事件发生后要迅速建立突发事件处置的工作班子。在这工作班子中，一定要有负责媒体沟通的领导人，并成立相应的信息发布中心或者新闻中心，任命负责人和新闻发言人，并对其工作权限、工作职责、工作方式等予以确定。这种在班子内部设立的传播中心，其优势在于：一边处置突发事件，一边考虑如何进行媒介信息沟通；应急决策时将新闻发布工作方面的意见参与进来，并将新闻发布及其相关方面的因素考虑进去，一并做出部署；在处置突发事件过程中能经常及时了解舆论反应，有针对性地开展新闻发布工作；新闻发布者能随时了解处理进展与态势，在新闻发布时能心中有数，趋利避害，使舆论朝着有利于处置突发事件的方向发展。

启动服务媒体机制。记者采访中追逐热点、追问真相，大多是出于职业需要。要善待记者，通过为其提供信息，满足记者的新闻需求，寓引导于服务之中，这是突发事件中处理与媒体关系比较科学合理也行之有效的方法。一是要有记者接待方案。对来自不同地区、不同采访目的的记者要进行分类管理，接待地点、接待人员、接待方式等都要有专门的安排。二是要准备新闻稿。新闻稿中应该包括一些重要的、关键性信息，这样既便于记者统稿与发稿，也尽量能让记者能引用由自己提供的新闻资料。三是多渠道地敞开采访大门。尽量给记者采访提供帮助，想记者所想，急记者所急，让记者尽快得到或接近事实真相。

激活应急发布机制。与常态、常规的新闻发布不同的是，突发事件中的新闻发布与突发事件的演变与处置有高度的粘合度与协同度，需要更加动态、灵活与机智。其行动准则包括：1.第一时间。突发事件发生后，事实真相与谣言就是处在一个起跑线上赛跑。国外有一句关于谣言传播的名言：“当真理还在穿鞋，谣言已经走遍了天下”。这表明，要想控制谣言“走遍天下”，真理的传播必须更加迅速。有了第一时间就可以先入为主，产生首因效应，有了话语权，就赢得了舆论主动权与主导权。2.全方位公开透明。要启动所有渠道如举行新闻发布会、组织记者集体采访或单独采访，通过政府网站发布等与媒体进行全方位沟通。3.掌握主动。对媒体与其被动说，不如主动说；与其迟说，不如早说；与其别人说，不如自己说；与其外行说，不如内行说；与其一般人说，不如领导亲自说，特别是应急指挥部（处突中心）的领导亲自说。4.态度真诚。不管是天灾还是人祸，政府都要学会正确地表态。出现了人员的伤亡，政府理应体现出人文关怀。5.快报事实，慎报原因。事实已经发生，成为客观，无法改变，而原因一时不明，或者比较复杂，就要慎之又慎，不能操之过急。过早发布原因的信息，不仅草率，也给公众留下推卸责任的不良印象。

强化纠偏问责机制。政府应急传播是一个系统工程，要与突发事件处置一样落实主体责任。《国家突发事件总体应急预案》《中华人民共和国突发事件应对法》中指出，对于迟报、谎报、瞒报和漏报有关突发事件的信息，或者应急管理工作中有其他失职、渎职行为的，要依法对有关责任人给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。中共中央办公厅、国务院办公厅公布《关于实行党政领导干部问责的暂行规定》也规定对“弄虚作假、隐瞒事实真相的”要从重问责。这表明危机传播不是“要不要”，而是“必须”和“应该”，是规定动作，唯此才能真正打造透明而阳光的政府，政府传播才能走上制度化与规范化的轨道。

（作者单位：上海市委党校）

深度观察