# 增强主流媒体的传播力公信力影响力

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-06-29

*第一篇：增强主流媒体的传播力公信力影响力增强主流媒体的传播力公信力影响力2024-7-11编辑李雪坚持党性和人民性相统一。党性和人民性从来都是一致的、统一的。我们党是全心全意为人民服务的马克思主义政党，从本质上说，坚持党性就是坚持人民性，...*

**第一篇：增强主流媒体的传播力公信力影响力**

增强主流媒体的传播力公信力影响力

2024-7-11编辑李雪

坚持党性和人民性相统一。党性和人民性从来都是一致的、统一的。我们党是全心全意为人民服务的马克思主义政党，从本质上说，坚持党性就是坚持人民性，坚持人民性也就是坚持党性，因此必须把体现党的主张和反映人民心声统一起来。要旗帜鲜明坚持党性原则，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。要坚持以民为本、以人为本，解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个根本问题，树立以人民为中心的工作导向，把服务群众同教育引导群众结合起来，把满足需求同提高素养结合起来。

理直气壮唱响网上主旋律。互联网的迅猛发展，以惊人的深度和广度影响着经济社会生活，深刻改变着舆论生成方式和传播方式，改变着媒体格局和舆论生态。要把网上舆论工作作为重中之重来抓，善于运用网络传播规律，改进创新网上宣传，发展健康向上的网络文化，形成网上正面舆论强势。大力推进传统媒体和新兴媒体融合发展，增强主流媒体的传播力公信力影响力和舆论引导能力。加强网络社会管理，加强网络新技术新应用的管理，推进网络依法有序规范运行，确保互联网可管可控，使我们的网络空间清朗起来。

有理有利有节开展舆论斗争。坚持正面宣传为主，决不意味着放弃舆论斗争。在事关大是大非和政治原则问题上，必须增强主动性、掌握主动权、打好主动仗，决不能似是而非、模棱两可，更不能沉默失语、没有声音。要敢抓敢管，敢于亮剑，着眼于团结和争取大多数，对错误思想观点进行有力批驳，针砭要害、揭露本质，帮助干部群众划清是非界限、澄清模糊认识。增强阵地意识，加强阵地管理，不给错误思想提供传播渠道。

**第二篇：提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力**

提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力

总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话，通篇闪耀着马克思主义真理的光芒，是指导新形势下党的宣传思想工作的纲领性文献。学习贯彻总书记重要讲话精神，是今后一个时期宣传思想战线的重大政治任务。新华社是党的新闻舆论工作主力军主渠道主阵地，要在学习贯彻总书记重要讲话精神上作表率，切实提高政治站位、增强政治自觉，把思想和行动统一到讲话精神上来，紧紧围绕党中央对新华社的定位和要求，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，在工作质量和水平上下功夫，全面提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，更好地履行党中央赋予我们的职责和使命。

深刻把握使命任务，激发新时代新担当新作为

总书记指出，完成新形势下宣传思想工作的使命任务，必须以习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，促进全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，为服务党和国家事业全局作出更大贡献。“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”这15个字，紧紧围绕实现“两个一百年”奋斗目标，顺应人民期待、回答时代课题，体现全面推进、突出战略重点，系统完整阐释了新形势下宣传思想战线承担的使命任务，体现了党中央对宣传思想工作的定位和要求，是我们必须牢牢把握的根本工作指针和科学行动指南。完成好这个使命任务，牢固树立“四个意识”是政治前提，要自觉用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚决维护总书记在党中央和全党的核心地位，坚决维护党中央权威和集中统一领导。完成好这个使命任务，切实增强“四个自信”是思想基础，要扎根中华大地汲取思想养分，增强信心和底气，坚持用中国理论来阐释中国实践，用中国立场来观察国际问题，使宣传思想工作具有鲜明的中国特色、中国风格、中国气派。完成好这个使命任务，坚持正确政治方向是关键所在，要严格落实意识形态工作责任制，压紧压实把方向、抓导向、管阵地、强队伍的政治责任和领导责任，把党性原则和政治家办社方针贯彻到新闻报道全过程、各环节。完成好这个使命任务，统一思想、凝聚力量是中心环节，要锻造强大的舆论影响力辐射力，营造万众一心、顽强奋斗的舆论氛围，强信心、聚民心、暖人心、筑同心，促进全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起。

壮大主流思想舆论，凝聚团结奋进的磅礴力量

建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，是全党特别是宣传思想战线必须担负起的一个战略任务。总书记指出，要牢牢把握正确舆论导向，唱响主旋律，壮大正能量，做大做强主流思想舆论，把全党全国人民士气鼓舞起来、精神振奋起来，朝着党中央确定的宏伟目标团结一心向前进。新时代我们履行职责使命，就要以巩固壮大主流思想舆论为己任，努力画出最大同心圆，把亿万人民的思想和行动统一到党中央决策部署上来。要把习近平新时代中国特色社会主义思想的宣传作为头等大事，坚持核心的事就要当核心的事办、集中精力全力以赴办，充分发挥新华社权威优势，完善专门机构和工作机制，发挥“第一工作室”作用，做优做强党中央治国理政纪实等重点品牌，进一步打造“学习进行时”等重点栏目，持续推出一流水准的精品力作，推动习近平新时代中国特色社会主义思想深入人心。要坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，努力提高正面宣传质量和水平，组织好“习近平新时代中国特色社会主义思想在基层”“新时代新作为新篇章”等主题宣传，充分报道改革开放和社会主义现代化建设取得的重大成就，全面展现经济社会各领域的新亮点新进展，生动反映国家发展、社会进步给人民生活带来的巨大变化，切实增强人民群众的获得感。要加强热点引导和舆论监督，坚持主动引导、及时引导、深度引导、有效引导，及时回应群众关切，合理引导社会预期，充分发挥解疑释惑、疏解情绪、化解矛盾、凝聚共识的作用。要按照有理有利有节的原则开展舆论斗争，在重大政治原则和大是大非问题上敢于举旗定向、发声定调，对各种错误观点和错误言论旗帜鲜明地进行批驳，澄清谬误、明辨是非。

创新传播手段话语方式，打造现代全媒体传播体系

宣传思想工作引领社会风气、开启时代先声，必须坚持改革创新，不断提升感召力和影响力。总书记在讲话中强调，要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。当前，世界媒体业正在经历前所未有的大发展大变革大调整，舆论生态、传播形态、新闻样态都在发生日新月异的变化，机遇与挑战并存，未知远大于已知，创新的步伐稍慢半拍，就有可能落伍掉队。我们必须树立创新精神、强化创新意识，主动适应变革，大力推动变革，积极引领变革，着力打造形态多样、手段先进、竞争力强的新型主流媒体。要深入推进媒体融合发展，推动新闻传播系统化创新，积极探索符合新华社特点的融合发展道路，建立和完善适应融合发展的组织架构、工作流程和业务模式，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍、管理服务共享融通，早日实现总书记提出的“你就是我，我就是你”的深度融合。要聚焦新华社主体业务，着力构建面向不同用户、满足多样需求的全媒体供稿体系，提升个性化定制、精准化生产、智能化推送水平，为用户提供更多的短视频、微动漫、动新闻、数据图表等微传播、轻量化产品。要加强云计算、大数据、物联网、人工智能等网络信息前沿技术在新闻传播实践中的应用，以国内媒体首个人工智能平台“媒体大脑”为基础，积极推进智能化编辑部建设，制作更多基于人工智能技术的可视化产品，大幅提升新闻信息生产传播效率。要向移动端倾斜，进一步办好短视频专线、新媒体专线等供稿线路，做优做强新媒体主平台、主账号，加快新华社客户端、新华网迭代更新，扩大“现场云”媒体资源聚合平台影响力，提升法人微博账号、法人微信公众号用户活跃度，构建具有强大传播力影响力的立体化传播矩阵，使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。

着力讲好中国故事，更加响亮传播中国声音 党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央以宽广视野和宏阔格局运筹新时代中国特色社会主义外交，我国在国际体系中的地位和作用取得历史性提升，已经成为多边主义的重要支柱，成为世界经济增长的主要动力源和稳定器。我们的发展理念、发展道路、发展模式在世界上产生了强大吸引力，国际社会对中国的关注度、认同感、期待值与日俱增。总书记在这次重要讲话中强调，要不断提升中华文化影响力，把握大势、区分对象、精准施策，主动宣介习近平新时代中国特色社会主义思想，主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事，让世界更好了解中国。新华社是党的外宣事业主力军，要抓住中国日益走近世界舞台中央的历史性机遇，着力构建内外并重的工作格局，推动国际传播能力建设取得突破性进展，加快建设国际一流的新型世界性通讯社，形成与我国综合国力与国际地位相适应的话语权和影响力，让全世界都能听到并听清中国声音。要创新对外话语体系，把习近平新时代中国特色社会主义思想作为话语创新的重中之重，发挥国家高端智库作用，组织专门团队加强研究，有针对性地作出新概括、新表达，向国际社会深入阐释中国共产党的执政理念和治国方略。要加强对外传播议题设置，围绕党中央决策部署、涉华舆论热点、重大国际问题等，精心策划选题，主动发出声音，更好地阐释中国立场、传播中国理念、展现中国担当，进一步树立负责任大国形象。要提升对外供稿线路竞争力影响力，提高对外报道自采率、首发率、落地率，完善以英文供稿线路为龙头、各语种供稿线路协同发力的对外发稿架构，形成覆盖全球的新闻发布网络和特色突出的区域化供稿格局。要坚持区分对象、精准施策，按照“一国一策”要求，针对不同国家特点探索符合实际、灵活多样的新闻供稿和用户发展方式，推动新闻信息产品在海外更大范围落地，不断扩大新华社报道的覆盖面和影响力。

加强党的全面领导，建设一流新闻工作队伍

宣传思想工作是党的事业的重要组成部分，加强党的全面领导，是做好宣传思想工作的根本保证。总书记在讲话中指出，要加强党对宣传思想工作的全面领导，旗帜鲜明坚持党管宣传、党管意识形态。总书记还就加强宣传思想工作队伍的政治建设、业务建设、作风建设提出了明确要求。我们要深入贯彻总书记重要讲话精神，坚定政治立场、增强政治能力，改进工作作风、提高履职水平，真正做到政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗。要坚持以马克思主义新闻观为指导，把增强脚力、眼力、脑力、笔力作为队伍建设的重点，大兴调查研究之风，打造能够担当新时代宣传思想工作重任的一流人才队伍。要增强脚力，在提高采访力、行动力上下功夫，推动编辑记者深入实际调查研究，到基层去、到群众中去、到生活中去，与人民群众同吃同住、摸爬滚打，俯下身、沉下心，察实情、动真情，密切同人民群众的血肉联系，真正把根扎在人民群众中。要增强眼力，在提高观察力、发现力上下功夫，善于透过表象抓住事物的主流和本质，发现事物发生发展的内在逻辑和相互联系，抓住关键点和要害处，挖掘新闻价值和典型事例，见人所未见，察人所未察，炼就新闻报道的“火眼金睛”。要增强脑力，在提高判断力、辨别力上下功夫，特别要增强政治判断和政治辨别力，增强政治敏感性，大事小情都要讲政治，善于从政治上分析问题、判断形势、组织报道、审核把关，把握好新闻报道时度效，切实做到着眼大局、服务大局、有益大局。要增强笔力，在提高表现力、传播力上下功夫，积极创新写作方式、新闻样式和传播形式，多一些鲜活人物、生动故事、群众语言，少一些抽象概念、呆板说教、空洞口号，推出更多沾泥土、带露珠、冒热气的优秀作品，使我们的报道让群众爱听爱看。要通过加强“四力”建设，推动编辑记者在社会生活的大熔炉里受锤炼、见世面、长本领，在火热实践中磨砺意志、陶冶情操、转变作风、改进文风，全面提升政治素质和业务能力，做党和人民信赖的新闻工作者。

**第三篇：传播力**

传播力

近几年，传媒界从挖掘受众“注意力”到提高媒体的公信力，已转向全面打造媒体的“传播力”。多数新闻人认为，传播力是指“传播载体的数量，传播机构的数目，从业人员的数量、传输技术、传播速度等，这些硬件构成传播力的基础”。[1]也有人认为：“大众媒体传播力的核心是媒体传播的能力，也就是媒体到达受众并产生效果的能力。一般来讲，到达受众的能力通过收视率、阅读率、到达率、发行量等指标得到体现。这些指标表现了媒体对受众的覆盖程度，或者说受众对媒体的了解程度。”[2]但就其本质而言，媒体影响受众思想的能力才是传播力的真正体现。媒介人员的素质与媒体硬件，可能转化为传播力，也可能没有传播力。弄清这个问题，对提高媒体传播力的建设具有重大意义。

传播力究竟是什么？

2024年我提出传播力的概念，并为其做出界定：“传播力是媒介传播力

简称，指媒介的实力及其搜集信息、报道新闻、对社会产生影响的能力”。[3]把媒体“实力与影响力”作为传播力中两个并列的要素提出来，基本概括了它的内涵。但传播力是个非常复杂的概念，既有外在的硬件成分，又有内在的软件系统，在本质上是一种思想征服力。

从外在层次上看，传播力包括媒体规模、人员素质，传播的信息量、速度、覆盖率及社会效果，其中传播效果是媒介传播力的主要表征。传播内容的权威性、媒介人员的素养、媒体管理水平、技术手段和资本是传播力的五个决定性因素。[4] 传播力类型的演变揭示了其构成的复杂性。传播力首先是由信息技术的先进性和效率决定的。新兴技术的应用使媒介不断出现新的传播力，一个比一个有更为复杂、技术参数和传播效率更高。报纸的诞生和发展源于造纸术和印刷术的发明，出现了复制传播力；无线电技术催生了信息的实时跨地域传播，出现了征服更大空间的音讯传播力；影视技术使电视走入千家万户，影像生动感人，出现了镜像传播力；得益于计算机和光纤技术的互联网，成为双向、立体和多链接的万维智能传播力。这四种传播力一个比一个让人们观察到更多、更逼真的世界动态，更全面、深刻地了解万事万物，不断产生巨大的传播能量。

传播力虽然直接表现为物质和技术手段的力量，但绝不能忽视信息传播的内容和效果。在更大程度上，传播力的构成主要表现为信息形态的感官差别，使不同媒体因信息形式的清晰度差异而产生不同的思维反应。一般来说，多感官比单感官受阅信息的方式有更大的传播能量，报纸、广播、电视、互联网的传播力依次不断提高，对前一种媒介造成前所未有的挑战，这是由于接受信息的信素由单一走向复合的结果。但从内在层次上看，媒介的传播力最终取决于传播内容的真实准确、立场公正，对事件作出及时、深刻的分析，让人类认识世界的能力急遽提高。

由此可见，媒介的思想倾向和舆论力量是构成传播力最本质的东西。媒体经常传播正确、积极和健康的内容，不断发出正义的召唤，具有激活受众感官和思想的最大能量，传播力就达到最高的效率。传播力这个最本质的力量，目前还没有受到传媒人的重视，甚至认为这与传播力无关。但大量同比悖反的现象让人们不再简单地从物质角度和覆盖率方面理解传播力，因为这两个要素仅仅是外部特征。比如，具有同样传播技术和硬件设施的媒体，如果传播内容没有鲜活、抓人的思想，受众并不钟情它们的报道或节目，覆盖率不可能提高。再如，一个高水平的记者在这家报社没有写出像样的报道，调到另一家硬件相仿的报社则接连发表轰动性的新闻，引起读者强烈的反响，这家媒体的传播力有显著提高。这就不能从覆盖率上找原因，而是震撼心弦的报道增强了传播力，从而扩大了覆盖率。

还有一个更具说服力的例子。中共从1938年至1946年在重庆创办了《新华日报》，无论报社的规模、通讯手段和印刷设备都不如国民党的《中央日报》和《扫荡报》。《中央日报》几乎都是高学历的大盘记者，邮局送递迅速，又受到国民政府的全力鼎助，但其思想影响远不如《新华日报》。

蒋介石每天必读《中央日报》和《新华日报》，对《中央日报》边读边用红蓝铅笔在文字和标题上做各种记号，最后把带记号的报纸让侍从室送达《中央日报》总编室。社长、总编辑要时时揣摩蒋介石的意图，重要新闻要研究很长时间才敢定稿，新闻内容大都是蒋介石讲话的图解，民众和民主人士都不愿意看。《新华日报》虽然靠报童叫卖，有时还要向《中央日报》借铜模浇铸铅字，但消息真实、快捷，评论反映老百姓的心声，清晨报纸一出，80多个报童在大街小巷一喊，立即被群众买走。报童四处的叫卖声——“新华扫荡中央”，常常挂在重庆人的口头上，一时成为蔑视《中央日报》的戏谑语。这个例子最生动、最准确地揭示了传播力的本质，——媒体的真理性与新闻的真理性，是传播力的思想根基。

二、传播力的思想根基

《新华日报》压倒了国民党的《中央日报》和《扫荡报》，是因为共产党的心里有民众，共产党的手里有真理，共产党的报纸合民心，这就有了无与伦比的传播力。媒体主持正义，敢于说真话，勇于为民申冤，从不亵渎和污染人类的精神领地，必然赢得民心，传播力就水到渠成。

媒体为公共利益服务，随时表达人民的愿望，它的传播力是不可征服的。用今天的话说，媒体要成为先进生产力、先进文化和人民根本利益的代表，“权为民所用，利为民所谋，情为民所系”，媒体就掌握了真理，聚合了传播力的所有要素，也就打造了传播力的思想根基。

媒介的真理性是传播力的第一个思想根基。占有真理的媒体一定是主流媒体，或最终将成为主流媒体。它们总是积极、主动干预生活，反映大众呼声，对社会冲突和重要事件及时发表社评以示立场，奠定了社会代言人的地位。主流媒体表达主流人群的话语，满足大众知情与表达权的需要，在全社会享有较高的声誉。它的传播力主要表现为，对重要事件的报道不是停留在事实表层，而是深入挖掘深层意义，多以独家新闻、深度报道、宏观分析和预测成为历史的见证者和记录者。这样的新闻媒介总有稳定的思想方向，依靠正义立场把大众凝聚在自己的旗帜下。

新闻媒介自古就有正义和非正义的区别，媒介真理性是这种区别的分水岭。近代报刊出现后，正义性媒介总是站在人民的立场，引导人民清醒地认识现实，指点善恶是非，有一种无形的力量。正如陆定一所说：“有两种报纸，一种是人民大众的报纸，告诉人民以真实的消息，启发人民民主的思想，叫人民聪明起来。另一种是新专制主义者的报纸，告诉人民以谣言，闭塞人民的思想，使人民变得愚蠢。”[5]公正地反映、分析社会问题，发出无畏的呐喊，就是正义性媒介。对社会关键问题掩盖真相，维护少数利益集团的意志，是非正义媒介的基本立场。后者无论如何策划报道，都是与传播力的本性背道而驰的。

新闻的真理性是传播力的第二个思想根基。一切报道真实可信，揭示社会真相，为民解惑，是新闻真理性的直接体现。许多复杂事物的真理性不会自然显露出来，记者揭示事物的真相，必须剥去上面的伪装，破解事实潜在的利害是非。借用海德格尔的话说，真理的本质是“去蔽”。记者拨开事实假象和人为的炫耀等蔽障，再现客观事实的内在联系，是报道走向真理的开始。

真理在语义学上是从属于阐释的，需要记者对事实内在趋势进行点拨。这种点拨不是长篇大论，破坏新闻的具象性，而是借助画龙点睛的评析，挖掘事实的性质。新闻的最大价值在于发现尚未被受众察觉到的隐微，向公众提示要注意的倾向。记者只有从整体上对报道的领域进行充分的观察和研究，分析事件的趋势，就能引导受众认识真理。如果媒体肢解事实或发表歪理，都是对现实的虚假反映，都经不起事实的检验，无论媒体的实力和记者的能力有多强，这样的报道和言论都不会有传播力。

最后，新闻报道要符合事实的客观分寸，不夸大不缩小，不人为地拔高或贬低宣传内容，是坚持真理的严肃和严谨的态度。正如列宁所说：“只要再多走一小步，仿佛是向同一方向迈的一小步，真理便会变成错误。”[6]既然真理是有分寸的，那么“当我们要认识或谈论物时，必须首先排除任何有可能介入我们和物之间的东西。只有这样，我们才能深入到物的无遮蔽的显现中。”[7]新闻的真理性拒绝宣传者把主观愿望插入到新闻事实中，更不允许为了宣传的需要对客观事实进行放大或贬损，摒除这两种倾向，才是符合真理的报道和宣传，才谈得上媒体有传播力。

新闻政策是提升传播力的关键

决定媒介传播力的关键，是媒介执行什么样的新闻政策，坚持什么样的报道立场，这个更重要的问题，被一些传播力的研究者忽略了。媒体报道、传播什么信息，怎样报道、传播信息，它的最高宗旨是什么，都属于新闻政策范畴。重庆的《新华日报》之所以压倒《中央日报》，主要是由于它的新闻政策符合当时中国社会的发展方向，符合四万万同胞的民心。

有了正确的新闻政策，即使媒体的实力不佳，仍有较强的传播力；反之，新闻政策错误，即使实力很强的媒体也不会有传播力。强势媒体不在于它的发行量大、覆盖率高，而是它能给人们迅速提供许多重要而真实的消息，发表释疑解惑的重大评论，正确指导受众的认识和行动，随之才创造出份额巨大的发行量或覆盖率。这种因果关系取决于新闻政策，而不是取决于市场运作，如果不知发行量、覆盖率来自何处，根本就无法理解传播力是怎么形成的。

国家为了维系其存在，设置并使用许多教化机构，诸如各级思想教育组织、学校、文化活动和大众媒介，将爱国心、公共秩序与民族尊严树立在每个国民心中，培养国民的教养和献身勇气，这是新闻政策交给媒体的使命。为此，媒体有义务把公共利益转化为人民乐于接受的秩序，打造社会教化的传播力，落实新闻政策的使命。二者互为动力，互为目的，最终实现对社会公共利益的维护。

为此，我国目前的新闻政策充分体现了上述使命的严肃性，在《中国新闻工作者职业道德准则》中作了完整的表述，可以简单归纳为：新闻报道要客观公正、真实可信；新闻工作要为人民服务，坚持正确的舆论导向；新闻记者要坚持真善美、抵制假丑恶、维护国家利益和社会安全。媒体全面贯彻这个新闻政策，打造传播力就有了明确的方向，也具备了重要的理论前提。

但正确的新闻政策转化为传播力，还需要跨越陌生的职业盲区，培育传媒人的专业精神和职业素养。我国传媒界长期缺乏职业训导和职业良心的内化，缺乏从业的善意动机，往往把领导机构的部署作为职业标准。这样一来，我们虽然有好的新闻政策，却难以把它落实到传播力的根基上。实际上，一个传媒人一旦缺乏诚实、公正、宽容、仁爱、正义这五种职业良心，新闻政策的一切要求都会化为乌有，传播力也就虚无缥缈了。

要贯彻新闻政策，必须忠信新闻事业是一种专门职业，媒体应为大众所信赖。思想清晰，说理明白、正确而公允，是优秀新闻事业的基础。新闻记者应当写出心目中认为是真理的事物，避免受本人偏见或他人偏见的左右，不能因为外界因素的威逼利诱而逃避责任。广告、新闻与评论均应为公众的最大利益服务，为贯彻和坚持真理而挥洒自如。“伟大之记者，应有大无畏之精神，见义勇为，宁牺牲一身以为民请命，不愿屈于威武而噤若寒蝉。”[8]一个传媒人为了自私或其他不当的目的而利用媒体的权利，就是有意破坏媒体职业的最高精神，不忠于受众对他的信任。媒体对新闻的严重失实或意见错误，不管来自何处，应作迅速而完全的改正。凡导人于恶的报道——假话连篇、吹牛自夸、颠倒是非、愚弄大众等等，将遭到良知的强烈谴责，根本谈不上有什么传播力。

不错，传播力最终要转化为舆论的引导力，影响人们对事物的看法。媒体夹带着个人或利益集团的偏见，无法使公众利用媒体正确地认识世界，就会产生错误的舆论导向。一切虚构或脱离实际的愿望、猜想和空话都不能纳入新闻报道，这是任何时候、任何情况下都不能含糊、不能动摇的刚性原则。如果触犯这个原则，媒体的传播力连同舆论导向瞬间就毁于一旦。

正确的舆论导向首先来自媒体给人以教益，给受众一种透彻的理性，引导人民正确认识社会的变动。媒介的导向性不光在于它的现实性，而主要在于人民把它视为比现实更接近现实的潜望镜，知道现实中已经和将要发生什么，如何应对一切。这种社会感觉器官代替了个人的观察，成为社会与国家的耳目喉舌。其次，正确的舆论导向来自媒体的公正和是非分明。过去把报道公正解释为不偏不倚，而把不偏不倚又解释为站在中立立场，这种观点是片面的。在错误与正确、欺压者与受害者、施暴者与遭难者、侵略者与被侵略者之间，媒体无法也不应站在中立立场评判是非善恶，而只能站在受害者、正义者一方大声疾呼，才是执行正确的新闻政策，产生正确的舆论导向，也才有真正的传播力。当媒体报道双方争议和冲突的情况，不管记者站在哪一方，都要披露全面的事实。一旦记者更多地选择了对某一方有利的事实，而掩盖另一方的真实事实，人们就可能据此得出不全面、不公正的结论，新闻导向就要偏离真理。

最后，媒体产生正确的舆论导向，必须让受众注意到媒体的存在，吸引人们踊跃受阅它的报道，争取第一个获得对事件的定义权。正如西方学者所说：“我们是一个媒介社会，在这个社会中，没有什么事物不是和媒介发生联系的──一些事物或是由媒介发起，或是受媒介的影响，或是被媒介强化了，或者由媒介居间联系。没有在媒介中报道的事物，等于社会中根本不存在。一个事物在传播媒介中争得一席之地，是为了在社会上争得立足之地，在产生一切作用之前，首先争取让社会注意到它。”[9]这意味着，媒介只有赢得受众，才能赢得舆论，这既是传播力的标志，又是新闻政策正确的必然结果。做到这一点，那些媒介没有报道的事物似乎就不存在、而世界没有的事物由于媒介的捏造而让人们信以为真，——就不再蛊惑受众了，这就是新闻政策产生传播力的非凡效果。

本文注释：

[1]孟锦：《舆论战与媒介传播力关系探微》，载《军事记者》2024年第10期。

[2]张明、赵铭：《直面媒体碎片化趋势》，载《广告人》2024年第6期。

[3]刘建明：《当代新闻学原理》，37页，清华大学出版社，2024年3月版。

[4]参见刘建明等：《新闻学概论》，40页，中国传媒大学出版社，2024年3月版。

[5]陆定一：《人民的报纸》，原载1946年1月11日重庆《新华日报》。

[6]《列宁选集》第4卷，257页，人民出版社1972年版。

[7]（德）海德格尔：《诗、语言、思》，33页，黄河文艺出版社1989年版。

[8]徐宝璜：《新闻纸与社会之需要》，见《新闻学》120页，中国人民大学出版社1994年版。

[9]（德）维尔弗雷德?布莱多编：《媒介与社会》，15页，斯图加特版，科学出版公司，1990年版。

来源：网络

**第四篇：当下媒体的公信力**

当下媒体的公信力

李方舟1B083331

所谓媒体公信力，是指新闻媒体赢得社会公众信赖的能力。它是媒体自身内在品质和外在形象在社会公众心目中所占据的位置，是衡量媒体权威性、信誉度和社会影响力的标尺。媒体公信力的高低，决定其舆论影响力的大小。媒体公信力是衡量、评判其舆论影响力最重要、最根本的标准之一。对于媒体来说，就是以其主体业务为核心形成的能够赢得受众、占领市场、获得最佳社会效益和经济效益，并在众多竞争对手中保持独特优势的资源和能力。这只是一个大的、宽泛的定义，在生活中如何去体现，在人民中如何去实现，在政府面前如何去表现，都是我们对于媒体的一个最客观、最真实的评价。

说到媒体的公信力，以政府为突破口的话，制度和人民是公信力的根本保障，制度执行力是公信力的现实体现，人民的需求是物质体现。“十二五”时期，尤其应把媒体公信力构筑在法制和人制的基础上，把依法行政和一切从人民出发作为政府和媒体公信力的生命线，把依法办事和以人为本作为公信力的生长点，用法治的力量和人民的呼声守护公信力成长。提振媒体公信力，是一个系统工程，也是一项长期任务。公信力建设，只有扭住制度问题不放松,着重从制度层面寻找出路，才能获得立足的根基、持续的动力。

媒体的公信力，是一种社会认同和信任，从现象上看，常常表现为大事小情之间的人际诚信，而从实质上看，则是社会运行和治理过程中，人民与人民达成的契约，社会对制度的信仰。因而，提振公信力，媒体工作者的职业操守、道德形象固然重要，但更为关键的是媒体的职业基础是否扎实、媒体说出来的分量是否有效。

媒体是公信力的根本保障。一个好的媒体，可以为民解忧、以人为本的政治理念提供落实载体；一个好的媒体，可以为凝聚共识合力、促进和谐稳定的治理目标铺就现实道路；一个好的媒体，可以为开放透明、加强监督的权利诉求开辟参与渠道。好的媒体，符合社会历史发展潮流，顺应人民群众的要求期待，自然能得到普遍的信任与支持。

在现代社会，利益格局更趋多元，思想观念深刻变化，公众维护自身权益的意识和诉求更加强烈，媒体面临的公共问题日益繁杂，更容易遭遇信任挑战。近年来的一些突发事件和群体性事件中，也不时暴露了制度问题造成的公信力软肋。在这样的背景下，媒体建设唯有与时俱进，因时而变，更加符合经济社会内在发展规律，更加符合最广大人民的根本利益，不断调整、完善、创新，才能实现政府公信力的保值增值。近年来，政府不断废止收容遣送条例，颁布新拆迁条例，修改选举法、实现城乡同票同权，出台领导干部报告个人有关事项制度等一系列制度改革和创新，立足实际情况，顺应党心民意，在破解问题和矛盾中，不也正是为了了解于民、解决于民吗？这样才能不断创造着增强媒体公信力的契机。

从现实情况看，媒体的完善固然重要，一些问题和矛盾的产生，正是由于媒体观察不得力、监督不严格、落实不到位，有法不依、执法不公、执法不严的现象时有发生，少数人民存在权大于法、滥用权力等问题，这不仅在无形中架空了制度，也对媒体形象和公信力造成了损害。

树立公信靠媒体，媒体公信看人民。公信力需要人民来塑造和强化，媒体健全，才能有效规范政府和社会成员的行为，增强人们相互交往与合作的信任度，保障社会公平正义和安定有序。政府讲不讲诚信，有没有公信力，一条重要标准就是看政府能不能严格执法，依法办事，能不能始终按照宪法和法律法规规定的权限和程序使用权力。目前，中国特色社会主义已经形成，“十二五”时期的媒体公信力建设，尤其应把公信力构筑在媒体基础上，把以人为本作为媒体公信力的生命线，把客观真实作为公信力的生长点，用媒体的力量守护公信力成长。

**第五篇：加强规范执法 增强执法公信力**

加强规范执法 树立执法公信力

随着公民法律意识的提高和现代资讯的发展，越来越多的涉警事件被媒体曝光。近年来频繁见诸报端的“躲猫猫”“洗澡死”“喝开水死”等涉案人员非正常死亡事件，折射出我国执法机关仍存在着对在押人员刑讯逼供、体罚虐待犯罪嫌疑人、放纵牢头狱霸等不公平、不文明执法行为。执法人员在执法环节和执法理念方面存在的问题在媒体面前被无限放大，执法机关的公信力遭到严重质疑。加强执法规范化建设，树立执法公信力迫在眉睫。

加强执法规范化建设关键要从以下几个方面着手：

一要加强执法人员教育培训工作。加强教育培训，提高执法人员的综合素质，是规范执法行为的前提。要培养民警对法律忠诚的信念，树立良好的职业道德。良好的职业道德是规范执法的内在力量，要把道德教育纳入法制教育的范畴，结合队伍管理和执法实际，从点滴抓起，逐步形成对法律忠诚的信念，树立良好的职业道德，为平和、理性、文明、规范、公正执法奠定坚实的思想基础。

二要转变错误执法观念。要让执法人员认识到，在打击违法犯罪时，必须始终把维护公民的合法权益作为立足点和落脚点，不仅要保护守法公民的合法权益，也要维护被打击对象的合法权益，坚决防止发生执法不公、执法扰民、执法犯法、设置法外障碍等现象。要始终把人民群众满意作为第一标准，把老百姓最担忧、难办、期盼的事放在心里，抓在手上，做在实处，进一步提升执法水平，提高执法质量。

三要严格落实执法责任。落实执法责任，是减少随意、无序执法，杜绝执法不作为、乱作为的一个重要执法保障。要按照职责分工，合理划分执法人员执法权限，逐步建立起逐级负责的执法责任制。尤其是要针对不同的执法部门和岗位，按照不同的职责权限，明确执法工作在各个岗位、各个环节的执法责任，对工作中出现的执法过错严格实行责任倒查，严肃追究有关人员的过失。

四要规范规章制度建设。加强制度建设，规范执法行为，是改进执法工作的关键。要严密执法程序，规范执法环节，有效防止执法人员滥用自由裁量权。要认真总结执法工作经验，建立健全执法过错举报制度、执法回告公示制度，切实按照规定公开执法依据、制度和程序，做到公开裁决、公开调解。

五要强化监督制约机制。加大警务公开力度，真正赋予社会各界对公安执法工作的“知情权”，方便社会各界监督；加大内部监督力度，法制、纪检、督察等部门要加强协作配合，对检查中暴露的问题要及时纠正，从严查处；加大外部监督力度，通过各种渠道，广泛征求社会各界对公安执法工作的意见或建议；加快执法工作信息化建设，借助信息化网上办案系统，实行网上受案、网上审批、网上监督和网上考评，实现对民警执法办案全程监督，确保案件办理的公开透明和公平公正。

规范执法是宪法和法律赋予人民公安的神圣职责，不容许肆意践踏。加强执法规范化建设任重而道远，需要执法部门的努力，同样也需要社会各界的积极监督和参与。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找