

# 发挥新媒体凝聚社会共识的重要作用

谢新洲

凝聚社会共识的重要渠道。有数据显示，我国有7亿多网民，大多数青少年高度依赖网络获取信息。这意味着影响舆论风向、反映公共意见、创造时代文化的人群大部分聚集在互联网上，凝聚社会共识的主要工作对象大部分聚集在互联网上。互联网特别是高互动性的社交媒体平台，通过网友意见和情绪的循环传播、累积，形成范围广、影响大的公共舆论。这种情况在现实生活中屡屡出现。此外，网络空间还存在着大量虚假、诈骗、恐怖、暴力、色情等不良信息，这些病毒毒害社会生态、消解社会共识。因此，利用新媒体凝聚社会共识，在网络舆论领域激浊扬清，营造天朗气清的网络生态，显得尤为必要而紧迫。

## 引导舆论需要适应和把握网络传播规律

网络新媒体的开放性、互动性、参与性和去中心化等特征改变着信息产生和扩散方式，打破了传统信息传播格局。在网络新媒体中，受众呈现圈层结构，传统“点对点”的传播规律已不足以解释和应对复杂的网络传播局面。这是当前加强舆论引导、凝聚社会共识所面临的主要问题。只有深刻理解、适应和把握网络传播规律，才能在错综复杂的网络传播中占据制高点，更好凝聚社会共识。

**网络传播是全民性的开放式传播。**随着技术进步，互联网的社交属性进一步增强，网民的意见表达更加趋于个性化、公开化。过去，舆论传播和引导基本上是媒体的工作。现在，全国7亿多网民、400多万家网站、近千万个微信公众号活跃在网络中，每天产生300多亿条信息。“人人都有麦克风”，人人都有信息传播渠道。在信息已从稀缺变为泛滥的条件下，如果不注重网络环境下的信息传播、扩散和互动，我们所要传播的信息就很容易被海量其他信息所淹没。对于监管部门来讲，只有运用互联网开放式思维、把握互联网开放式规律，才能管理好网络新媒体时代的舆论传播。

**网络传播是不断演化的参与式传播。**在网络环境中，信息极为庞杂。根据传播学的“选择性定律”，网民倾向于选择跟自己观点和态度相近的信息，并将自己的理解、解读和评论反馈到网络中。网络中的信息传播不再是上下一律、一以贯之，而变成了可以被选择、被编辑、被评论、被反驳的参与式、反馈式传播。如果不了解网民的思想

状态，不从网民的认识水平入手并考虑网民的阅读习惯，我们的网上信息传播就难以进入网民视线，甚至会引发网民的吐槽、戏谑和恶意篡改。这样，非但不能凝聚共识，反而会产生负面的离心作用。

**网络传播是基于社会网络的“圈层化”传播。**网络传播在去中心化的同时，也是一个再中心化的过程。网络促使人与人之间的联接方式由血缘、地缘向趣缘、业缘转变，大量网络群体由此形成，这些群体就是我们经常说的“圈子”。圈子往往具有一定的封闭性，与圈子主流意见相似的意见不断被强化，而相反的意见常常被排斥。人人捧着手机，但手机里装的客户端各不相同；大家都有朋友圈，但圈里分享的内容千差万别。如果网上的正面言论得不到足够的支持和呼应，就很难吸引更多网民的关注和认同，就会助长主流价值之外的亚文化传播，给负面舆论留下滋生传播的空间，特别是对高度依赖社交媒体的青少年造成不良影响。

## 凝聚社会共识需要更好发挥新媒体优势

网络新媒体是新技术形式、新传播渠道，具有新的受众结构，带来了信息传播流程的重构与受众认知模式的变化。习近平同志说：“很多网民称自己为‘草根’，那网络就是现在的一个‘草野’。”新形势下，凝聚社会共识必须立足“草野”，到群众中去，以发展的眼光看待媒体技术演进，以开放的胸怀包容多样的网络言论，以过人的胆识推进媒体改革，不断创新舆论引导工作思路。

**落实党管媒体原则，画好“同心圆”。**习近平同志的“同心圆”论断是互联网新媒体环境下凝聚社会共识的重大理论创新，能够调动各方面积极性，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而共同奋斗。画好“同心圆”，就要落实党管媒体原则。党的舆论阵地要姓党，其他媒体也要在党的领导下开展工作。我们要善于通过新媒体反映社情民意、倾听群众呼声，加强和改善党对舆论工作的领导。画好“同心圆”，要求广大党政干部积极参与网络讨论，不回避问题、不遮掩矛盾，站稳立场、成风化人，守住“同心圆”的圆心位置。面对网民对一些社会热点问题的评价、质疑甚至批评，要主动走到圈内，倾听群众声音，收集群众意见。对于有悖于社会主义核心价值观、不利于凝聚社会共识的网上错误言论，要敢

于发声，澄清谬误、以正视听，进而凝聚人心、增进认同。

**尊重网民主体性，提高舆论引导实效。**对网络言论的重视归根结底源于对网民的重视，凝聚社会共识必须尊重网民主体性。尊重网民主体性，就要把网民看作网络舆论环境的参与者和建设者。网络传播是手段，凝聚社会共识才是目的。在网络宣传工作中，要把提升有效性摆在突出位置，提升传播的专业性、适用性、艺术性、创新性，特别是要重视时效度问题。网络宣传既要考虑内容生产如何“编码”，又要结合广大网民实际考虑网民如何“解码”，减少“编码”与“解码”之间的信息误差。还应做好分众传播，按照认同优先原则，从内容、主体和渠道三个维度落实分众化、差异化和个性化传播。只有这样，才能不断提高通过网络走群众路线的能力，更好地引发网民共鸣、凝聚社会共识。

**提升媒介素养，鼓励积极发声。**大力提升公众媒介素养，鼓励相关人士积极发声、引导舆论，激发起沉默的大多数。鼓励专家学者积极“入网”，参与公共事件讨论，参与网络舆论引导，用深入浅出的理论解说为党发声、为国陈情，以专业视角引导网民学会理性思考，用客观理性的言论化解网络戾气，积极营造天朗气清的网络空间。要熟悉不同“圈子”网民的认知和文状况，在不同圈子里培养传播正能量、引领舆论，让圈内人影响圈外人，用“圈内话”多讲凝聚社会共识的故事。微博微信中的意见领袖应有大局意识、责任感和使命感，将个人影响力用在有益于国家发展和民族团结的讨论中。新闻院校应创新人才培养模式，加大对新媒体人才培养的投入，将优秀师资、培养计划更多向新媒体专业倾斜，培养一批优秀新媒体人才。

**推进媒体融合，实现新媒体与传统媒体齐唱共鸣。**创新是媒体融合的本质要求。媒体融合应改变一味扩张媒体平台、机构的做法，转向以内容创新为核心的新媒体与传统媒体整合，实现内容与平台的有机融合，以最大程度吸引受众、更好凝聚社会共识。目前，我国媒体融合工作尚未取得最理想的效果，还存在“物理”叠加多、“化学”反应少的问题；多数媒体融合仍然采用“1+N”的形式，将新媒体作为传统媒体的附属，依旧将人力、物力、财力集中在传统业务上。新形势下，必须顺应舆论格局变化、把握传播规律演进，集中优势资源推进媒体融合，实现新媒体与传统媒体融为一体、齐唱共鸣。

(作者为北京大学新媒体研究院院长)



国务院印发《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》以来，我国大学距离世界一流大学有多远、如何建设世界一流大学等问题引起公众热议。如何建设世界一流大学和一流学科？什么样的大学和学科属于世界一流？回答这些问题，需要从三个视角审视一流大学。

是否符合大学本源。有人曾解读大学（university）一词派生于宇宙（universe），强调大学与其他教育机构的差异在于其综合性。事实上，大学一词来自拉丁语universitas，其原初含义是师生共同体，指师生一起探索真理、传播知识的学术机构。因此，一流大学应是一流师生的学术共同体，以培养学术造诣高深、道德高尚的人才为宗旨。如果没有对探索真理和传播知识的追求，大学就会脱离其本源，更无法成为一流。作为师生共同体，大学的第一功能是人才培养，其他功能则由人才培养延展而来，必须与人才培养互利，并服务于人才培养。历史上，德国教育家威廉·洪堡开创了研究型大学的先河，积极倡导教学与研究并重。但他并非将二者并列，而是强调从事深入研究工作的教师对发现知识和应用知识有更深刻的体会，有利于启迪和培养优生。

是否遵循教育规律。我们相信，举国关注并鼎力投入，一定能够使中国大学的综合实力实现跃升。然而，我们也不免担忧，如果把建设世界一流大学看作一场大学排名的比拼，是是否会违背教育发展规律？教育发展规律表明，高等教育具有上层建筑属性，其发展受经济基础制约。因此，发展中国家建设世界一流大学的道路更为艰辛。但从上层建筑对经济基础的反作用看，高等教育可以适度超前发展，进而引领科技、经济和社会发展。教育发展规律还揭示，大学是一个长周期、慢变量支配的复杂动态系统。这就要求我们推进世界一流大学和一流学科建设必须坚持小火慢炖、细水长流；也必须认识到搞急功近利、疾风骤雨般的“建设工程”，肤浅地追求个别办学指标的大幅跃升，会破坏大学的学术生态，欲速则不达。

是否让人民满意。不少人试图用世界一流大学排行榜或文献计量工具来界定世界一流大学，并以此衡量中国大学与世界一流大学的距离，这无疑是不全面的。例如，在各种世界一流大学排行榜中，莫斯科国立大学基本位居百名开外。但无论从人才培养、科学研究、社会服务、文化传承与创新看，还是从历史底蕴和世界影响看，莫斯科国立大学都是俄罗斯人民的骄傲，在世界大学中的一流地位毋庸置疑。事实上，许多非英语国家的顶级大学地位被低估，而媒体对美、英等国教育体系的过分渲染则导致公众对世界一流大学存在误解和盲从。近年来，一些中国大学的论文数量持续飙升、专利授权数量大幅增长，在世界大学排行榜上进步很快。但这固然可喜，但这些数字并非世界一流大学的绝对标准，因为它们无法全面展示大学的人才培养和学术研究质量，无法度量大学的精神和文化，更无法衡量大学是否明德至善、惠及人民，让人民满意。综观世界名校，它们均在国家发展、社会进步、产业革命、文化繁荣中担当重要角色、具有引领作用。中国大学经过十几年的高速发展之后，需要步入内涵发展、特色发展的新阶段。但如果片面追求大学的综合性和研究度，盲目拓展学科专业而忽视学术质量，盲目承揽研究项目而把学生视作劳动力，则无疑会弱化大学的第一功能，甚至逐渐丧失大学的生存根基。中国大学要走向世界一流，既要与世界名校同台竞争，又要避免片面追求“国际化”，要对各种大学排名、量化指标有客观理性的认识。只有让人民满意，才能称得上世界一流。

事实上，比起世界一流大学，我们更需要的还是大学精神；对于瞄准前沿、跨越发展，我们更需要的是逐本溯源、按规律办学。从某种意义上说，大学本源、教育规律、人民满意既是现在丈量我们与世界一流大学距离的三把标尺，也是未来我们迈向世界一流大学所应遵循的三把戒尺。

(作者为中国科学院院士、北京理工大学校长)

# 从三个角度看一流大学

胡海岩

## 建设完善物流配送中心

# 充分挖掘物流蕴藏的经济效益

关 觉

物流业是支撑国民经济发展的基础性、战略性产业，物流是国民经济运行不可或缺的重要环节。在国民经济运行中，从原材料供应到商品销售再到消费者消费，都要经过一系列物流活动，物流在压缩商品库存量、节约库存占压资金、提高设备利用率、保护商品等方面蕴藏着巨大经济效益。世界上一切节约都可看成是时间的节约，即在单位时间内创造更多的物质财富。改善和发展物流，可以大大加快商品流通速度，降低企业资金占用成本、储存运输成本，加速资金周转，促进企业在单位时间内创造更多的物质财富。

我国拥有全球最大、最具潜力的物流市场。根据美国供应链调研与咨询公司的统计分析，2013年中国物流市场占全球物流市场的18.6%，超过美国15.8%的份额。随着经济社会发展和“一带一路”建设的推进，我国物流量还会增大。但应看到，由于目前人们对物流效益认识不一、计算口径不一，物流活动存在散、乱、小的现象，物流效益还没有充分挖掘出来，造成极大浪费。2014年中国社会物流总费用为10.6万亿元，占当年国内生产总值的16.6%；而美国的物流费用仅约占国内生产总值的10%。如果中国的物流费用能像美国那样降到占国内生产总值的10%，一年就可节约4.2万亿元。如果把物流业创造和节约两方面的效益都充分挖掘出来，可以超过任何一个行业的效益。进一步挖掘物流效益是一个系统工程，从当前我国物流业发展实际看，关键是建设并完善物流配送中心。为此，需要注意以下两点。

**进一步提高对仓储的重视程度，在中心城市建设物流配送中心。**物流创造效益的关键在于整体化、系统化，其各项功能必须有机结合在一起，才能把相关经济效益充分挖掘出来。目前，有些人只重视运输而忽视仓储，各种运输设施发展突飞猛进，仓储发展却十分落后，直接影响了物流整体效益。仓储的作用不仅仅是储存商

品，还有组织物流的作用，即在仓库所在地建设物流配送中心，通过物流配送中心高效率地组织物流活动，包括生产前配物流、生产后销售物流、销售后回收物流，实行跨地区、跨部门、跨商圈服务。为了提高效益，物流配送中心应建设在交通枢纽和主要物资集散地，也就是设在中心城市铁路、公路、水路、航路比较发达的地区，设在工农业产品集中和扩散的地区，设在商业网点附近地区。通常情况下，这三项条件应同时具备，但也有例外，有些处在交通枢纽的农村地区也可建设物流配送中心。

**统筹规划物流配送中心布局，对物流配送企业给予必要扶持。**根据经济发展规划，结合交通运输发展，打破地区和部门界限，从大市场、大流通、大贸易出发统筹布局物流配送中心，这样才能减少投资少、见效快的效果。大部分物流配送中心可以在整合商业、粮食、供销社、物资、外贸等各类仓库的基础上建设，有些关键部位的物流配送中心可以新建。这样既可以节约投资，又可以发挥原有设施的作用。同时应看到，由于物流费用的节约主要体现在提高用户收益上，物流配送企业创造的社会效益大、企业效益小，具有一定的公益性。比如，加快商品流通速度，压缩商品库存，能够节约用户的库存占压资金；加快商品运输速度，能够节约用户的运费；搞好商品养护，能够减少用户的商品损耗；等等。因此，应采取多种形式扶持物流配送企业发展。比如，可以由国家建成物流配送中心，租赁给物流企业使用；以低息贷款或无息贷款形式支持物流配送中心建设；在物流企业创立后一段时间内减免税收；等等。

(作者为原国内贸易部高级经济师)

## 解决好动力和评价导向问题

# 以科研成果转化增强“第一动力”

李志民

不现实，也不利于科技发展。

那么，除了基础研究，我国科研成果转化不顺畅，原因何在呢？从实际情况看，主要有以下三个方面：首先，我国在科研投入上以国家为主。国家一般无法给科研工作者出具具体题目，而只能是大类引导，在具体科研项目与方向选择上则更多依靠科研工作者本身的所学专业和研究兴趣，对现实产业需要、社会需要的考虑不够。这就导致很多科研项目只是为了科研而科研，解决现实问题和生产发展需要的目的性不强，缺乏足够的“落地”条件。其次，企业缺乏科研投入的动力。企业需求是科研成果转化最重要的动力。但我国一些企业更重视短期经济效益，科研投入一直处于较低水平。再次，科研成果评价导向存在偏差。无论高校还是科研院所，科研成果评价体系中心论、奖项、科研项目数量的权重极高，而社会效益、经济效益指标相对欠缺。这导致科研人员对成果转化

化不上心。最后，配套制度机制不健全。实验室里的科研成果不是拿来就能用的，转化为实用技术或产品是一个比较复杂的过程，不仅需要时间投入，需要巨大的人力和资金投入，而且存在失败的风险。我国从事科研成果转化的专业化中介组织还不健全，与技术创新相配套的风险投资制度尚不完善，缺乏促进技术与资金相结合的良好环境。

促进科研成果转化，核心是解决好动力问题。2015年印发的《深化科技体制改革实施方案》，一个重要目的就是要打通科技创新与经济社会发展之间的通道，充分发挥科技第一生产力、创新第一动力作用。只有将这一方案中提出的改革措施落实到位，我国数量庞大的科研成果才能快速转化为现实生产力，更好服务于产业升级需要，服务于经济社会发展需要。为此，首先应调整国家科研经费投入方向和结构。通过经费投入方向和结构的调整，使科研人员更多面向社会需



我国接入国际互联网已有20多年。从最初认为互联网是通信方式，到认为它是一种产业形态，再到认为它的基本属性是信息生产和传播平台，人们对互联网的认识不断深化。习近平同志在网络安全和信息化工作座谈会上强调“建设网络良好生态，发挥网络引导舆论、反映民意的作用”，阐明了利用网络凝聚社会共识的重要意义。新形势下，我们要深刻理解利用网络新媒体凝聚社会共识的内涵与意义，敢于创新、善于通变，充分发挥新媒体凝聚社会共识的重要作用。

## 凝聚社会共识是当前舆论工作的重要任务

当前，我国正处于全面建成小康社会的决胜阶段、实现“两个一百年”奋斗目标的关键时期，能否最广泛地凝聚社会共识关乎民族复兴伟大事业的成败。习近平同志指出：“如果一个社会没有共同理想，没有共同目标，没有共同价值观，整天乱哄哄的，那就什么事也办不成。”这深刻阐明了凝聚社会共识对国家发展的重大意义。

凝聚社会共识就要涤荡思想迷雾、增进价值认同，团结社会各方面力量共襄民族复兴伟业。当前，全面深化改革进入深水区，社会矛盾与利益诉求日益错综复杂。这种状况反映到认识层面，表现为人们的思想意识多元多样，并存在一定程度上的偏激化、情绪化倾向，导致舆论态势日益复杂。同时，境外敌对势力伺机利用我国社会问题进行意识形态渗透，妄图煽动社会不良情绪，破坏我国社会稳定。可以说，当前凝聚社会共识工作受到来自国内外环境的双重考验，十分重要，也十分紧迫。加强舆论引导、凝聚社会共识，有助于解决改革发展中的矛盾和问题，更好推动经济社会发展。

当前，我国媒体行业正在发生深刻变化，群众使用媒体的习惯也在发生巨大变化，新媒体日益成为



英国《自然》杂志日前发布的《2015中国自然指数》显示，我国对世界高质量科研的总体贡献居全球第二位，仅次于美国。这说明，我国科研无论在水平上还是在成果数量上都取得了长足进步。但是，我国科研成果与实际应用之间依然存在巨大鸿沟，科研成果转化并不理想，这也导致社会上对科研工作的诟病之声不绝于耳。不断增强创新这个引领发展的第一动力，必须高度重视科研成果转化，促进科技与经济深度融合。

当然，并不是所有科研成果都能直接转化应用。在科研成果中，有一部分属于基础研究，主要是认知上的进步，不能马上就对应产生某种应用、技术或者产品。简单地要求所有科研成果都转化应用，既

