

发挥媒体导向作用 服务行业发展大局 促进行业转型升级

——在建材行业 2018 年媒体工作座谈会上的讲话

中国建材联合会会长 乔龙德

建材行业媒体工作座谈会每年都要召开一次，这次会议是参加人数最多的一次，除了从事媒体工作的负责人还有各单位主管领导同志也参加了会议，充分说明了媒体的重要性和新时代赋予建材媒体的期望越来越高。行业媒体工作既有进步与提高但也存在一些问题，有些问题虽然引起过共鸣和重视，但有的解决了，有的解决得不够理想。今天我主要讲成绩、讲定位与作用、讲存在的不足和下一步工作三个问题。

一、建材行业媒体过去工作取得的成绩总体应肯定，是在不断进步但也存在针对性、时效性不强的问题。

从进步方面来说，党的十八大以来，建材行业的媒体在加强党的领导，增强政治意识，加强贯彻中央的路线、方针、政策较以往有了明显加强。中央提出了加强党管媒体，加强党对意识形态的领导一系列精神得到了进一步落实，使媒体政治方向更加坚定。假如在我们的媒体上看不到听不到中央

的声音，那这个媒体的方向就有问题了。近几年来通过强调和引导建材行业媒体提升政治意识，用党的十八大、党的十九大精神指导宣传报道，这方面已经取得了明显的进步。

建材行业媒体总体来讲办刊、办志、办网的业务水平和宣传报道的实际效果等都有了一定的提升。我们的媒体要切记不能去报道和宣传某个企业自己认为需要的而实际上已经是落后的技术与产品，媒体要紧跟行业发展方向，要始终知道“你为谁服务，起什么作用”，这是媒体首先要解决的定位问题。

从总体上看建材行业的杂志、网站、刊物（包括各省办的一些刊物）内容有所创新与调整，思想水平有所提高。值得肯定的是在紧跟行业发展方面，建材行业媒体这几年比较好地贯彻了一条主线，就是落实国办发[2016]34号文件，围绕建材行业去产能、补短板、调结构、稳增长、增效益开展工作，我的讲话和联合会召开的各种会议都是始终围绕这一精神展开的。行业媒体，包括整个建材行业把这篇文章做好了，行业结构调整转型升级向高质量发展就有希望了。媒体

要喊出行业发展的主旋律，喊出行业发展的方向，当然也要喊出行业存在的问题，并以问题为导向进行分析，理论与实际相结合地进行引导与纠正。但是在剖析问题、揭露问题、暴露问题方面多数媒体做得不够好，总是一点论，总是唱赞歌，容易产生误导，好像建材行业不存在矛盾和问题似的，实际上原有的不平衡不充分没有解决好，新的不平衡不充分更加加剧，这就是要求媒体的报道要有针对性和时效性。

二、做好定位，开创思想领先超前的、报道有原则有针对性的、目的作用明确的媒体导向新格局

（一）媒体的定位与作用

思想正确是政治正确的前提，是政治坚定的基础，先进的思想认识就是坚定的政治立场基础，媒体是思想，尤其是正确思想传播的先进代表。正确的思想宣传、正确的舆论导向是正确决策、正确路线、正确政策实施的先导。思想是灵魂，没有灵魂为谁服务不清楚，其工作有无作用和效果也就更难说了。没有方向和目的即使是在工作，为谁工作、为谁服务缺乏目的。而媒体就是帮助铸造灵魂的，帮助把握方向

的，所以可以说从事传媒工作实际就是思想灵魂的工程师，是装着前进队伍的列车驾驶员，出了偏差不是个人的事，是会毁掉事业的。

媒体不仅要有号召力、影响力，还要有感召力、启发力和引领力，尤其主流媒体的声音，其导向在人们心目中是代表着政策方向的，是代表党和国家、政府和组织的声音的，所以媒体必须与各级党组织的思想行动相一致，不能自行其是。

在信息时代，网络大数据融入经济社会并起到推动作用，使制造业生产方式和资源配置、生产要素效能发生新的变化，随之人们的思维方式和思想行为、工作节奏都有了极大的变化，适应新的时代，作为起先导引领作用的媒体组织要有理论的创新与提升，要提升媒体的信息捕捉能力，文字归纳、提炼、集成能力，编辑与报道的要领、要点的把握能力，否则与时代进步和行业需求不相适应，这是时代对媒体的新要求。

杂志、报纸、刊物、网络等媒体都是党组织、团体、组

织的喉舌和左膀右臂，是政党、团体、组织的护身卫士和随身宝剑，这个宝剑既要正面举，又要侧面砍。她是双刃剑，一边举正义，一边砍邪气。她始终不停地公平地在舞剑，引导走中国特色的社会主义道路，宣传正能量，宣传好的典型事例，抨击反动，揭露落后，启发觉悟，所以媒体是两点论而不是一点论，如果正义伸张不足，邪气批评不力都是媒体没有起到应有的作用，这也说明了媒体的重大责任。

（二）媒体是一个非常重要的角色，但不等于每个组织都在起重要的作用

客观应起的作用和主观的实际作用并不是划等号的，在建材传媒组织中也存在着发展不平衡的问题。第一种情况是方向任务明确，人员定位职责清楚，有组织，有人员，有影响力和作用的如中国建材报、中国建材杂志和几个主要产业的主流网站以及几个主导产业的杂志；第二种是能够准时发行出版，内容水平基本跟着行业发展，既有自谋生存也靠着他人生存，自身的组织、人员和资金来源存在不配套，还能生存下来的一批杂志、网站、刊物；第三种是无论发行、编

辑内容、刊发时间都是随意的，人员配置不到位，财力得不到保证，影响力不足，生存困难的媒体。由此应该说第一种是继续创新提升的，第二种是改革体制与机制的，第三种是要重新配置资源的。所以不要盲目地在重要性掩盖下忽视自身建设的不足。

媒体要具备时代的进步思想。这是指媒体要具有习近平新时代中国特色社会主义思想的与时俱进的改革创新观，树立起辩证唯物主义的科学方法，学会能够正确判断与治理复杂事物的方法与能力，用求真务实的态度破解矛盾，将行业引向并树立新的发展观，进而能动地掌控发展的舆论导向，为行业新时代向高质量发展奠定思想理论基础。媒体离开了新时代的时代特征，就会失去时代价值，媒体的作用不在于仅仅传递和发布信息而在于发挥媒体引导与推动行业发展的作用，不能只是自己管自己孤立地工作，如果没有导向性、针对性和作用，只是为自己生存办媒体，媒体就失去了价值观。如果缺乏引导性和针对性，不起主导作用，只是宣传或满足某种个性需求，也会脱离共性需要，媒体的意义和价值

也会打折扣。所以媒体要有针对性时效性，其价值在于具有超前意识，在第一时间启发人们，警示人们，其价值在于有作用。因此说，主导性、针对性、时效性、目的性是对所有媒体的共性要求。

三、下一步对联合会系统媒体的建设要求

1.创新提升定位，发挥三个作用。建材行业媒体要定位在政治立场鲜明，四个意识坚定，做好党的舆论工具、当好组织的喉舌、反映行业的心声、成为企业的知音。发挥党的路线、方针、政策在一切建材行业工作中的领导、指导与方向把握作用；发挥在建材行业中推进重大工作部署实施的宣传，行业政策推进，文化建设的引导作用；发挥在产业结构调整，转型升级，推进供给侧改革全面进入高质量发展的推进作用，通过典型报道凸显行业重点、焦点、难点问题推进实施并取得实效作用。

2.健全组织，规范管理。联合会系统管理的建材行业媒体要做到“有进有出”，凡是保留的媒体，不管杂志、网站、期刊都必须健全组织，媒体组织的归属和媒体领导人必须明

确由党组织管理，做到人员以及能力达标，发行量和覆盖面达标，内容结构达标，费用收支与积累达标，依托经费有着落。不能以开会的方式代替管理，不能平时没有管理，平时没有考核。为此，参照中国建材联合会制定的协会 8 条职能的模式，联合会协调服务部要制定联合会系统所管期刊管理职责与达标的办法，经联合会党委讨论决定后作为联合会系统所管媒体的工作依据和考核依据。

3.创新发展模式，以媒体为平台，延伸服务产业链，奠定经济基础。单一的期刊和杂志已经不适应新的发展需要，当前存在的报道内容不充分、深入企业不够、缺乏第一手资料、缺典型报道等等都与媒体经济来源不足、经济基础薄弱有关。为此媒体搭台，服务紧跟，扩展功能，形成为行业共性服务的媒体和具有个性服务的媒体平台。每个媒体要实现创新发展，有为行业共性服务的功能和具有个性服务的功能。总之，建材行业媒体在发展壮大中，最重要是铸造建材文化的魂，筑牢自己的根。