



# 国土资源网站传播与管理策略研究

黄河清

(江苏省国土资源信息中心, 江苏 南京 210029)

**摘要:** 国土资源管理中遭遇的资源供需矛盾、利益协调困难、违法违规反弹、粗放浪费严重等问题, 只是保障发展、保护资源“两难”局面的一些表象, 更深层次的原因应从体制、机制、法制的缺陷中探寻, 最基础的前提就是要提高国土资源文化的软实力。新媒体时代下, 国土资源文化建设通过互联网站、手机报、微博等新媒体手段及报纸、杂志等传统媒介平台进行传播, 不断为国土资源事业的改革发展提供强大的精神动力和舆论支持。

**关键词:** 媒体; 宣传; 国土资源网站

**中图分类号:** G210.7

**文献标识码:** C

## 1 问题的提出

国际互联网是全球开放的新型媒体样式, 面临着复杂多变的国际环境, 社会思想观念多元多样多变的趋势日益明显, 对保障发展和保护资源、保障民生和保护权益、发挥市场配置资源的基础性作用的要求也越来越高。随着信息网络技术的迅猛发展, 群众的精神文化需求不断增长, 加强国土资源信息发布和舆论引导, 增强宣传工作针对性和有效性; 积极利用新兴媒体满足人们对国土资源工作知情权、参与权、监督权的任务日益繁重。新的社会环境和技术条件下信息传播有内在的规律, 必须努力探索一条切实可行的国土资源网站信息传播与运营管理的策略与路径<sup>[1-4]</sup>。

## 2 新媒体时代

信息网络已被公认为继报纸、广播、电视之后的第四大媒体。随着三网融合工作步伐的加快, 以互联网为舆论载体渗透着人们的社会生活方式。置身于网络媒体事件时代, 除了主动或被动地接受信息辐射外, 也特别关注一些媒体事件, 既包含突发事件, 也包含常发事件。这些事件虽不一定因媒体而起, 但都是因媒体而放大了影响力, 使之成为社会关注的焦点。互联网包融并延伸了所有媒体的主要特

色功能。

身处媒体事件时代, 任何政府部门、企业、个人都有可能卷入其中, 都会受到影响和伤害。当今社会, 媒体事件的处理、与媒体打交道的能力已是国土资源管理部门参与社会管理的应有之义, 也是执政能力的重中之重, 更是国土资源政府官员的必备素养。突发事件不发布或者迟发布而造成被动局面的典型案例, 没有及时发布而造成不良影响的典型案例, 2003年“非典”事件, 2005年松花江水污染事件就是深刻的教训。新媒体时代, 与国民经济和社会生活关系紧密的国土资源问题, 在网络的作用下, 信息传播速度更快、节点更多、范围更广, 想要堵住信息是不现实的, 也不符合人民群众的利益诉求。突发事件一旦发生, 公众急于知情, 既出于自我防范, 又出于监督政府; 媒体更是急于报道, 既满足公众知情权的需求, 也是对社会问题的预警。

## 3 优势地位

(1) 社会效益的“倍增效果”国土资源网站(包括门户网站和媒体网站)集各种媒体优势(文字、音频、视频、信息延时、循环往复、交流互动等)于一身, 覆盖范围之广, 受众群体之大, 无可比拟。除自身的工作特性之外, 又为其他传统的宣传媒体搭建起公共

\* 收稿日期: 2011-08-03; 修订日期: 2011-11-30; 编辑: 陶卫卫

作者简介: 黄河清(1968—), 男, 江苏南京人, 主要从事国土资源信息化建设工作; E-mail: jstddpx@163.com。

交流宣传平台。实现了宣传媒体互融互动,达到社会效益的“倍增效果”。国土资源网站的权威性和公信力都是其他网站所不能比拟的,抵制不良网络中的错误言论,抵制灰色的文化倾向,过滤有关国土资源管理活动中网络杂音,是各级国土资源部门当前面临的重要而紧迫的任务。

(2)资源保护利用的能力提升。随着资源需求刚性上升,资源供给刚性制约日益明显,客观产生了一些“重大的、复杂的、紧迫的问题”。各级领导已经强烈意识到文化建设的重要性和提升国土资源文化建设水平的必要性。当前国土资源国情国策国法宣传工作相对于国土资源事业改革发展的要求,仍然存在较大差距。究其原因,主要是有些国土资源部门认识不到位,存在“重业务轻宣传”的现象;舆论引导能力不强;宣传力量统筹协调不够;宣传机构、队伍、经费等基础保障不足;干部的能力素养需要进一步提高;网络等互联网新媒体技术运用流于形式,还是习惯用一些传统手段,如摆摊设点进行街头咨询等落后的模式,效果差,辐射面窄。

(3)凝聚共识的行动指南。国土资源网站和系统内有限的传统媒体在根据《政府信息公开条例》发布政务公告信息的同时,必须把握正确导向,贴近基层贴近群众,加强深度发掘,发挥典型经验的示范引导作用。特别要对构建保障和促进科学发展的新机制、耕地保护、土地节约集约利用、农村土地综合整治、城乡建设用地增减挂钩、农村集体建设用地流转、城市低效用地二次开发、推进地质找矿新机制、地质找矿突破特别行动等工作的宣传,加强总结和正面引导;在政策解读、解疑释惑上下工夫,确保中央的决策部署在国土资源工作中贯彻落实中不走偏;在丰富内容创新形式上下工夫,增强国土资源网站的吸引力、感染力和实际效果。

## 4 策略思路

网站信息传播的策略一般是指:一是寻找可以实现最大化的宣传目标的方案集合;二是根据国土资源管理形势发展而制定的行动方针和方法;三是有探索科学的行动措施与路径。

(1)增强国土资源网站正面引导力。建设网上“诚信国土”,坚持不懈地将宣传国土资源国情国策国法融入网站宣传中,用团结服务创新、诚实守信的政府形象立身于世。国土资源网站宣传工作要贴近

实际、生活和群众,在国土资源文化建设,提升国土资源系统的软实力中发挥网站宣传媒体的巨大优势,在全社会营造十分珍惜资源、切实保护资源、节约集约利用资源的文化氛围。

(2)增强国土资源网站的社会公信力。国土资源门户网站作为对外宣传的窗口,就是要坚决维护国土资源法律法规的权威,维护政府权威性和公信力;必须以诚信为本,既要及时全面准确地传达国土资源方针政策,又要真实地反映人民群众对资源问题的关切与提问,坚持导向性与新闻性、指导性与可读性、权威性与群众性、思想性与服务性的有机结合,增进国土资源网站媒体与受众之间的信任,建立起良性的互动关系。

(3)增强国土资源网站的亲和力。在网络宣传中,要及时了解人们对国土资源问题的关注点和兴奋点,把握用地企业和失地群体的接受习惯、心理特点和切身利益,多报道群众关注的涉土涉矿新政策和关切的新问题,通达社情民意,引导社会热点,疏导公众因失地而产生的情绪,增进对群众的感情,把对群众的真挚情感落实到网页上,积极化解矛盾排忧解难的作用。多讲社会责任,报实情,说真话,把国土资源网站办成人民的网络,成为国土资源部门和民众之间真情交流的畅通渠道。

(4)增强国土资源网站的鉴别力。在互联网时代,各种网站五花八门,在这种情况下,国土资源网站就更显其存在的必要性,更应该注重发挥主流媒体功能和特殊作用。正面报道,广泛宣传,建设具有地方特质、行业特征、文化特点的国土资源政府网站就成为各级国土资源电子政务的主要工作原则,依托信息网络,强化门户网站和媒体网站的宣传媒体功能,创造性地开展舆论宣传工作。

(5)增强国土资源网站的吸引力。加强网站内容组织策划,不断提高宣传工作的影响力,加强应对热点问题的前瞻性。在“双保工程”、抗震救灾和地质灾害防治、土地整治、土地和矿业权市场监管、国土资源节约集约利用、作风建设常态化等重点工作中,网站主动作为,树立国土资源部门的良好形象。针对诸如卫片执法、“小产权房”、房价地价关系、房地产土地供应、农村土地流转、油气等战略性矿产资源保障、稀土等矿产资源保护等社会普遍关注的热点问题,网站要积极回应,主动引导,解疑释惑,避免社会公众对国土资源政策措施的误读。充分利用网

站的技术手段在点面结合上下工夫,做到年度有谋划,季度有计划,具体有策划。要创新手段,改进方式,拓展渠道,增强网站宣传工作的吸引力。

## 5 运营管理

(1) 新媒体手段的运用。充分利用电子期刊、博客、手机报、国土资源论坛网站等新兴媒体方式,在系统内要建立一批相对固定的专家队伍,并加强与高等院校、民间机构的联系,及时收集散落的有价值、有分量的国土资源信息,加强分析研究和信息发布,用新媒体发布新的国土资源信息产品。

(2) 国土资源网站风格锻造。网站风格不管是色彩、技术、文字、布局,还是交互方式,只要能让浏览者分辨出这个网站,就形成了网站的风格。突出标准色彩是指能体现网站形象和延伸内涵的色彩,主要用于网站的标志、主题、主菜单和主色块,使用标准字体,用于标志、标题、主菜单的特有字体。国土资源部门的标准色应该是以绿色和蓝色为主,绿色代表自然资源的属性,蓝色代表地球与海洋,辅助以白色的过渡。

(3) 自主采编避免同质化和拷贝化。2008 年以来,江苏省国土资源媒体网站——江苏土地市场网启动自主新闻采编工作,深入报道江苏省土地市场中心工作,得到市县国土资源部门的积极支持,取得了良好的社会效益。江苏土地市场网不断加大人力、物力和财力投入,加大新闻自主采编力度,组建新闻采编专门队伍,更新设备,完善制度,主动工作,多方采编。该网记者奔赴基层进行实地采访,采写了近 300 篇新闻评论、市场快讯稿件,并制作 30 个“苏地风采”专题,第一时间上网发布,积极宣传全省土地市场有关工作。除在网站上刊登外,还在第一时间通过《江苏土地市场》电子期刊对外发布,并不断地联合其他报刊、电视,共同对典型经验予以报道。这些自采新闻都出乎意料地引起较大反响,提升了网站宣传能力和点击率。

(4) 采编人员教育背景与能力培养。国土资源网站的采编人员是网站建设管理的核心,应当具备一定学历,思维灵活,有良好的国土资源业务能力、文字表达编辑能力和协调沟通能力,对网络编辑工作兴趣强烈的人才。培养他们独立完成约稿、采访

和编辑工作,有较好的新闻感、信息整合、文字加工、综合判断、归纳分析、文字概括能力;熟练应用 Dreamweaver, Fireworks, Photoshop 等网页和图像制作软件,熟悉 HTML, CSS, JavaScript 等网页制作语言,独立制作网页,熟悉策划、架构设计、栏目规划、页面制作及系列国土资源信息产品总体界面风格设计。同时要配备计算机与网络应用技术岗位,具有计算机专业本科以上学历及相关学位,具有网管系统软件开发、日常维护与数据更新能力。

(5) 慎用改版手段与频率。近年来,一些国土资源网站改版频繁,老版新版相互共用。国土资源网站究竟应该常常改版以取悦受众的新奇心理还是尽量保持一个稳定的风格,如果网站的现行版本难免有些其自身无法克服的缺陷,就需要考虑改版的必要性。

(6) 建立网站影响、评价、竞争机制。国土资源媒体网站也要以社会效益为根本,适当采用会员制的办法筹办经费,专款专用,注重积累着眼长远。促进各级国土资源管理部门更加重视网站建设,丰富网站功能,加强宣传力度。所以在评价与评比中不能留于形式,要注意实际效果,让网站真正起到引导舆论,架起国土资源管理部门与公众的桥梁作用。

## 6 结语

国土资源网站建设是依法行政,推行阳光政务的一项重要工作。随着互联网新技术的不断发展,知识更新和储备工作显得十分重要,从事网站建设与管理的人员也大多是年纪比较轻,工作经验还不太丰富,但他们信息化技术业务比较娴熟,接受能力也比较强,创新意识也有待培养和强化,年轻的国土资源工作者应该在国土资源网站建设与发展中建功立业,奋发有为。

## 参考文献:

- [1] 杜骏飞. 网络新闻学[M]. 北京:中国广播电视出版社,2001.
- [2] 蔡雯. 论新闻资源开发[J]. 新闻战线,2003,(3):48-51.
- [3] 汤兴贤. 新闻信息资源产业化的必备条件[J]. 中国传媒科技,2003,(1):44-46.
- [4] 吴信训,陈未. 同质化竞争下新闻网站信息资源策略探析[J]. 中国传媒,2005,(3):66-71.

## of Land Resources Website

HUANG Heqing

(Jiangsu Provincial Information Center of Land and Resources, Jiangsu Nanjing 210029, China)

**Abstract:** There are some problems occurred in land and resources management, such as the contradiction between resources supply and demand, difficult interest coordination, illegal rebound and extensive waste. These are only some appearances in guaranteeing the development and protecting "two sides difficulties" situation of resources. But the deeper reasons should be found from the defects of the system and mechanism. The most basic premise is to enhance the soft power of land and resources culture. Under the new media age, the cultural construction of land and resources should be spread by means of internet sites, mobile news, micro-blogging and other new media and newspapers, magazines and other traditional media platform. It will constantly provide a strong spiritual power and public opinion support for the reform and development of land and resources.

**Key words:** Media; publicity; land and resources website