

深入推进主流媒体系统性变革

编者按

记者以“笔”为戈,写时代之音,为社会发声。在第26届中国记者节来临之际,本报“理论与实践”版推出两期专版,以“深入推进主流媒体系统性变革”为题,聚焦新时代新闻事业发展路径,搭建理论探讨与实践经验的交流平台,集中展示关于如何深入推进媒体融合与系统性变革、如何做好新时期新闻宣传工作的理论文章,旨在以文字为媒进行一场思想碰撞、话语交流,为新闻工作高质量发展提供多维参考。

走好网上群众路线

在学网用网中持续推进以作风攻坚促质效攻坚

□ 苏生林

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出,“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革”。当前,在推进主流媒体系统性变革的实践中,仍存在对互联网传播规律认知模糊、“重生产轻传播”“重质量轻流量”等业务问题及背后深藏的作风问题。切实解决上述问题,根本路径在于坚定不移走好网上群众路线,在学网用网的实践中淬炼作风、提升质效,以作风攻坚促进质效攻坚。

提高政治站位,增强学网用网的紧迫感。“管好用好互联网,是新形势下掌控新闻舆论阵地的关键”,“舆论阵地,如果我们不去占领,别人就会占领”。为此,我们必须以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入领悟党的二十届三中全会关于主流媒体系统性变革的部署要求,深刻把握习近平总书记“过不了互联网这一关就过不了长期执政这一关”的重大论断内涵。我们要清醒认识到,学网用网不仅是技术层面的适应,更是政治层面的责任,主流媒体作为“上连党心、下接民心”的桥梁纽带,其网上传播能力直接关系到党的主张能否有效抵达群众。我们要充分认清主流媒体改革发展面临的严峻形势和挑战,强化和反思主流媒体应有的责任担当,切实增强学网用网的紧迫感、责任感,将学网用网作为必修课,在学习实践中把握互联网传播规律,把增强新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力的要求转化为思想自觉和行动自觉,切实破除传统媒体的思维定式。

回应受众需求,在把握规律中建立竞争优势。互联网时代的传播竞争,本质是对受众需求的响应能力竞争。要坚持“民生为本、用户至上”理念,主动适应与自媒体同台竞技、争夺流量的新形势,在学网用网中把握互联网传播规律、特点,并打造核心竞争力。具体工作中,要结合不同平台的受众需求特点,精准定位节目、版面、栏目等,让内容生产对准受众的急

难愁盼,策划和生产适合不同受众需求的融媒体产品,在供需精准匹配中巩固提升受众群体数量。要充分发挥主流媒体的“权威性”优势,主动关注社会热点,精准洞察用户心智,加强对热点事件的深度解码,对公共议题的理性引导,对社会现象的调查守望,形成“一锤定音”的效果,切实让“有质量的流量”和“有流量的质量”同声合奏,以权威内容吸引受众关注。要牢牢用户思维,设身处地想受众之想、急受众之急,打造更多有温度、更有情绪价值的融媒体产品,切实以强化服务驱动内容生产,增强受众黏性。要借鉴互联网平台运营模式,认真践行“新闻+政务+服务+商务”要求,精准对接本地化、特色化的政务、服务、商务项目融入媒体平台,在服务中赢得客户、获取流量、增加效益。

适应网络宣传,推动工作方式根本性转变。传统媒体的“交差应付”“重生产轻运维”等工作模式,已无法适应互联网传播要求。走好网上群众路线,必须全方位推动工作方式根本性转变,让一线采编人员切实从“媒体记者”向“内容创作者”和“平台运营者”转型,进而推进主力军全面挺进主战场。具体工作中,要摒弃“做完即完事”的粗放思维,建立健全“创作—发布—传播—运维—反馈”全流程负责的责任制度;健全完善新媒体产品全要素生产管理标准,将封面设计、文案打磨、内容编排、话题设置、评论引导等要素作为新媒体节目、栏目生产是否完整的考核评价依据。要坚持“结果导向,流量说话”,更加关注作品发布后网上的传播力、影响力,坚持把点击量、阅读数、点赞率、评论数作为衡量作品优劣的重要标准。要强化平台运维管理,针对新媒体圈层化特点,敏锐把握不同受众群体的审美趣味和价值取向,在评论区与不同受众群体开展有效互动,着力引导受众从单一议题向多元议题辐射扩散,切实以受众反馈反向引导内容策划和呈现方式转变。要创新内容表达形式,切实改变“传统说教”方式,在坚守广电、报纸宏大叙事底色的同时,适应新媒

体视频化、碎片化传播特点,用“小切口”讲述“大故事”,用“小故事”反映“大主题”,用贴近生活的语言叩响受众心灵。

坚持实战为基,在实战中转变作风、提升能力。作风建设的成效,最终要在实践中检验。推进采编人员转型发展,在全媒体传播实践中转变作风、提升能力,需要坚持实战为基。具体工作中,要以选题策划为先导,坚持把“能否全媒体呈现”作为衡量选题策划是否成功的重要标准,加快建立全媒化、精细化选题策划机制。要积极践行“四力”要求,加强一线采编人员多维度、多视角思考策划能力实践锻炼,切实转变“就事论事”格式化的“八股”新闻文风,培养一线记者善于对同一事从不同视角切入,针对不同平台采取不同的叙事方式,针对不同需求采集不同素材能力,真正实现“一次采集、多元生成”目标。要积极探索推进特色工作室和重点栏目跨部门联动作战工作模式,最大限度减少平台、部门之间的壁垒,提高全媒体生产能力。

强化机制保障,以作风攻坚促进质效攻坚。良好作风的形成,离不开健全的责任体系和有力的监督保障。推动责任落实、作风转变,需要构建“人人有责、层层负责、追责问责”的工作格局。具体工作中,要强化主人翁意识,破除“部门主义”和“事不关己”心态,以普通受众视角参与内容评价,在换位思考中树牢本情怀。要建立内部学习交流机制,通过案例剖析、经验分享,共同提升把握传播规律的能力。要完善考核激励机制,将网上传播成效作为创优提质的重点工作抓紧抓实,作为绩效考核分配重要依据,坚决破除“干多干少都一样”的平均主义,真正实现“干好干坏不一样”。要强化监督问责,坚持把推进网上传播能力作为监督重点,善于用数据分析查找作风差距,重拳整治“不作为、慢作为”“重形式轻实效”等不良行为和风气,以刚性约束倒逼作风转变,以作风攻坚促进质效攻坚。

(作者系大理州融媒体中心党委书记、主任)

探索符合地方特色的媒体深度融合发展之路

□ 周华

在全媒体时代浪潮中,县级融媒体中心作为党的舆论阵地“末梢”,肩负着新时代“瞭望者”的光荣使命。面对传播格局的深刻变革,如何通过系统性变革切实提升新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力,走出一条符合地方特色的媒体深度融合发展之路,实现从传统媒体与新媒体“简单相加、单兵作战”到“深度相融、全媒传播”的转变,成为县级融媒体中心必须深入思考和积极探索的时代课题。

深化体制机制改革,构建全媒体传播格局。传播力是主流媒体发挥作用的基石。县级融媒体中心必须打破传统媒体与新兴媒体的壁垒,构建融合传播新格局。要整合资源,构建以“中央厨房”为核心的全媒体生产流程,积极推进“一次采集、多元生成、多端发布”。通过整合市域内各类媒体资源,打造融媒体中心矩阵,实现内容产品从“简单相加”到“深度相融”的质变,扩大本土内容的覆盖面和触达率。

坚持内容建设为王,提升舆论引导效能。引导力是主流媒体的核心优势。当前,随着媒体融合的深入,各种新模式、新业态层出不穷,既为县级融媒体中心带来新机遇,也提出了新挑战。县级融媒体中心要始终坚持“内容为王”,把握政治方向、舆论导向和价值取向。一方面,以媒体融合为抓手,坚

持“本土化+服务化”双轮驱动,做好选题策划,深耕乡村振兴、生态保护等重点工作,聚焦地方党委、政府中心工作和人民群众关心关注的热点问题,开设专题专栏,推出一系列有思想、有温度、有品质的新闻作品;另一方面,针对“形式内容同质化、群众不愿看不爱看”等问题,与时俱进,主动应变、积极求变,创新互动直播、分众化板块设置,推出高质量的线上线下活动,推动内容从“单向传播”向“双向互动”转型,把服务群众与教育引导群众结合起来,有效增强新闻宣传的吸引力和感染力。

拓展“媒体+”服务功能,夯实媒体发展根基。影响力是衡量媒体作用发挥的重要标尺。县级融媒体中心要跳出单一新闻宣传的局限,坚持打造具有较强影响力的融媒体直播和融媒体产品,不断拓展“新闻+政务+服务”功能,打造综合服务平台。积极探索“媒体+”模式,拓展服务功能,增强自我发展能力。一是打造“新闻+政务”平台,整合政务服务资源,提供政策咨询、办事指南等服务,让媒体平台成为群众离不开的“生活助手”。二是开展“新闻+文旅”实践,通过直播带货、文旅推广等方式,助力各地特色产品销售和旅游产业发展。三是深化“新闻+服务”功能,开设民生专栏,帮助群众解决急难愁盼问题,在服务群众中树立媒体公信力。

技术与队伍双赋能,筑牢媒体发展“生命线”。公信力是新闻媒体的生命力。要以技术赋能提升媒体核心竞争力,以队伍建设夯实媒体发展根基。一是建设融媒体指挥中心,打造集策、采、编、发、评于一体的“中央厨房”,实现新闻生产流程再造。二是引入人工智能技术,探索AI辅助写稿、视频剪辑等应用,提升内容生产效率。三是推动人才结构转型,通过内部培训、外部引进、实战练兵等多种方式,鼓励记者编辑向全媒体记者、产品经理、运营专家转型,打破身份壁垒,激发创新活力。

做好新时代的“瞭望者”,责任重大,使命光荣。而县级融媒体中心“深度融合”建设是一个系统工程,需要技术、内容、管理等多方面协同努力。在此过程中,要以深化体制机制改革为落脚点,坚持内容建设为王,拓展“媒体+”服务功能,加强技术与队伍双赋能,扩大信息传播的覆盖面,提高内容吸引力。通过这样的深度融合,县级融媒体中心才能更好地适应数字化、全媒体时代的挑战,在围绕中心、服务大局中找准坐标定位,在守正创新中提升履职能力,构建具有强大传播力、引导力、影响力、公信力的新型主流媒体,在新的赶考路上书写无愧于时代和人民的崭新篇章。

(作者单位:大理市融媒体中心)

以“四种精神”全面推进媒体深度融合

——推进县级融媒体中心建设的思考

□ 江静龙

“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。”习近平总书记早在2018年全国宣传思想工作会议上提出明确要求。近年来,通过守正创新、融合发展的具体实践,各地各级融媒体中心建设取得明显成效,在推进主流媒体系统性变革中,各级更应“解放思想、敢想敢干”,以“四种精神”全面推进媒体的深度融合。

要有推陈出新的“升级”精神。媒体融合发展,是全面深化改革的一项重要内容,也是顺应时代发展、符合人民需要的一次媒体升级。因此,要有敢于自我融合的精神。融媒体工作队伍思想上要活跃起来,不断突破自我,冲开思想藩篱,走实网上群众路线,拉近与群众、与网民的距离,敢于打破惯常,用群众“喜闻乐见”的内容、形式、手法等第一时间把讯息送到群众心中;要有不断升级的软硬件保障。突出受众优先,不断根据受众需求,改变传播方式,不断拓展新传播路径,优化更新传播内容,运用群众易于接受的方式,用平台聚集受众心声,以优质内容留住受众视线,让有效的运营更好地服务群众,持续紧跟发展所需,给予经费、项目、技术等支持和保障,提升硬件的“过硬”能力,通过平台型、品牌化的融合发展,给更多群众表达的渠道,切实吸引群众、赢得群众。

要有区域融合的“大度”精神。随着互联网尤其是移动媒体的飞速发展,信息“秒”入寻常百姓家,舆论生态、媒体格局、传播路径等发生了深刻的变化,“一家之言”“各自为政”显然会沦为“信息孤岛”,必须要有大融合的理念。要有一盘棋”的谋篇布局。党的主张的落实,基层政权的巩固,县域经济的发展,人民心声的传递,必须把群众所期盼与党委政府的积极作为有效对接,服务深入到基层、问题解决在基层,各级各部门、党群干群联系,都是一盘棋”的发

展,都需要打造好区域融合的“大气候”;要有“立体式”的分工合作。平台多起来,要避免内容“同质化”以及各平台的分流,用好分层发布方式,注重移动优先,根据新闻价值、平台特点、受众规律、传播方式等对采集内容再创作,克服“一键发布”的简便,做到“一次采集、多种生成、多元传播”,使平台间各有千秋、各有互补,让传播效果最大化。同时,要不断扩大联动的广度和触角,连接好对上的“天线”,架设好基层的“地线”,扩大县级部门的“零线”,构建“中央、省、州、县、乡(镇)、村(社区)”联动的信息服务网络,形成大发展的大格局。

要有以一顶百的“种子”精神。融合发展的关键在于人才队伍建设和作用发挥,县级融媒体中心人员编制有限,如何在有限的人员中,充分激励和约束好这支队伍,把融合的效果最大化,就需要发扬以一顶百的“种子”精神。要历练好“一专多能”的本领。不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,是新时代对媒体工作者的要求,必须要先学、深学、博学,把政治素养、业务能力、服务本领学扎实,掌握好,成为该领域的“特种兵”;通过优化培训、激励、扶持、考核等人才培养机制,让其在深入一线、深入实际、深入群众的工作中,成为融合“火种”,以一个人融合一群人,以一个团队影响更多的人。要担负好“中国故事”的“讲授”职责,强化弘扬主旋律,传播正能量,要切实承担好举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,在每一篇稿件、每一帧视频、每一幅图片、每一段音频、每一项服务中,成为引导和服务群众的“籽种”,不断满足人民群众对美好生活的向往和追求,切实以讲好每一个区域、每一个人的故事为中国故事添彩增色,让“籽种”长成参天大树。要履行

好“顶干在前”的“传声”责任,紧紧围绕党委、政府的中心工作,立足全局、着眼发展,切实做好“走转改”,践行好“三贴近”,把党和政府的温暖、声音及时传递到每家每户,也把群众的所想所急第一时间反映出来,既做依靠群众、为了群众的“贴心人”,也做好党和政府的“传声筒”。

要有比学赶超的“跨越”精神。县级融媒体中心是密切党与人民群众血肉联系的基础工程和民心工程,必须加强党对融媒体中心的全面领导,必须坚持以人民为中心的发展思想。要矢志不移推行好“党建+”,坚持守正创新、融合发展,抓实党的建设,建强群众工作的服务平台,不断拓展新闻、政务、公共、商务、文化、娱乐等方面的服务外延,探索更加为民、便民的建设路径,围绕“更好引导群众、服务群众”的功能定位,切实把县级融媒体中心建设成为主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。要着眼智慧城市的未来建设,信息化的发展,带来的必定是大数据的汇聚和传播,必须要有长远的规划和思路,搭建好“全程、全息、全员、全效”的媒体阵地,锤炼好为党为民的融媒铁军,实现“全方位、多层次、融合性”的信息生产传播,让县级融媒体中心成为区域的数据、信息存储库和发散点,构建好地方发展的智慧未来。要深化开放共享的共同体意识,做事要敢想敢干,首先要解放思想,有思考才会有动力,有思路才有办法,网络的发展打破了地域、人际的限制,要强化横纵对比,加大交流学习,优化流程再造,在把握融媒体发展的规律下,加大对创新创造的激励,给予更贴近实际的政策支持,以制度化法治化推动融媒体中心发展,让县级融媒体中心在新时代发展中不断实现新跨越。

(作者单位:漾濞县融媒体中心)

“内容为王”书写媒体融合新篇章

□ 马素萍 周志

习近平总书记强调:“内容永远是根本,融合发展必须坚持内容为王,以内容优势赢得发展优势。”无论传播形态如何演变,内容始终是县级融媒体中心安身立命之本。县级融媒体中心唯有秉持“内容为王”的理念,在内容生产上精心耕耘,方能凭借优质内容赢得受众的信任,在媒体融合发展的时代浪潮中书写出属于自己的精彩篇章。

本土化深耕是优质内容生产的根基所在。不同县域在地理环境、历史沿革、民俗文化等方面存在差异,这些独特的地域元素构成了县级融媒体中心创作的丰富宝库。若忽视本土特色,一味追求空泛的内容,县级融媒体中心将失去其区别于其他媒体的核心竞争力,陷入内容同质化的泥沼。只有深入挖掘本土文化内涵,用心关注群众的生活点滴、邻里间的温暖互助、奋斗路上的酸甜苦辣,以这些生动鲜活的本土故事为素材,精心雕琢,打造具有浓郁地方特色内容的作品,才能吸引受众目光,引发深深共鸣。例如,弥渡融媒深耕民歌魅力,用原生态演唱搭配民俗场景,多部短视频作品获高播放量与好评,实现内容创优与文化传播双赢。

服务化转型是优质内容生产的有效路径。在信息爆炸的时代,受众对

媒体需求不再局限于获取资讯,更期待实用便捷的服务。县级融媒体中心贴近基层群众,具有天然的服务优势,可以整合各类资源,将政务服务、民生服务、文化服务等融入内容传播中,实现从单纯的信息传播者向综合服务提供者转变。比如,开设政务服务专栏,为群众提供政策解读、办事指南等实用信息;搭建民生服务平台,及时回应群众关切,解决实际问题;举办线上文化活动,丰富群众的精神文化生活。服务化的转型不仅能进一步拓展内容的广度与深度,还能增强媒体与受众之间的互动与黏性,使其成为群众生活中不可或缺的“好帮手”。

专业化提升是优质内容生产的核心密码。专业化一头连着受众的需求,一头连着媒体的公信力。在内容生产中,从采写环节的广开信息渠道、严格核实信息、深挖事件根源,到编辑阶段精准的内容筛选整合、规范的文字表达与语法运用,再到制作环节的多样化呈现与技术赋能、严格审核把关,每一步都至关重要。县级融媒体中心唯有站稳政治立场,秉持百姓情怀,不断提升队伍的脚力、眼力、脑力、笔力,严格把好采访关、组稿关、审核关、发稿关,以专业态度和精湛技艺打

造有深度、有温度、有品质的作品,用群众耳熟能详的语言、喜闻乐见的形式增强故事的吸引力和感染力,才能让群众爱听爱看。

价值化延伸是优质内容生产的本质意义。县级融媒体中心使命在肩,不仅要做好信息传播与服务供给,更要传递正确价值观,引导舆论走向、弘扬正能量。舆论引导意义非凡,它是发展的“助推器”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”。县级融媒体中心应把社会主义核心价值观融入创作,发挥价值引领效能,为地方发展营造良好舆论环境。具体而言,一方面要让主旋律与正能量主导各类传播载体,借精彩故事传递正确立场、观点、态度,引导群众明辨是非善恶与美丑,激发向上向善善力量;另一方面,要将对党负责与对人民负责有机统一,把服务与教育引导群众紧密结合,使党的理论政策化为群众自觉行动,实现润物无声之效。

当县级融媒体中心深深扎根本土,精准聚焦群众需求提供贴心服务,以专业精神雕琢内容品质,播撒正向价值的温暖阳光,定能构筑起一个精彩纷呈、魅力独具的内容天地,进一步增强传播力与影响力,在媒体融合的浩荡浪潮中稳立潮头、破浪前行。

(作者单位:弥渡县融媒体中心)

统筹策划:张婧怡 洪长青 王晓云
版式设计及绘图:王伟纲