

强化政治引领 坚持守正创新

新华社副社长、党组成员 赵承



走好网上群众路线是党的宗旨的体现。要坚持以人民为中心的发展理念，了解民意、反映民意；要守正创新，在视角上平等交流、态度上平易近人、表达上说家常话、内容上讲关切事，让主旋律、正能量在潜移默化中入脑入心。

新一轮信息革命深入发展，技术发挥着支撑性、引领性作用。要顺应技术变革大势，将大数据、云计算、人工智能等新技术、新手段融入策编发全流程各环节，加快建设全媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，让网络内容始终与新时代发展大势同向而行，与先进技术相融共生。

在全面建设社会主义现代化新阶段，需要更加重视

用中华优秀传统文化滋养网络空间，培育积极健康、向上向善的网络文化。需要更好满足网民日益增长的文化需求，努力创作更多浸润社会主义核心价值观、富有文化底蕴的网络产品。

我们在善用信息化技术之利的同时，必须重视安全防范，以“时时放心不下”的责任感，把牢政治方向，把好时效度，将严细深实作风贯穿各环节、各岗位，确保安全有序运行。

作为党的新闻舆论工作重镇，新华社正朝着习近平总书记提出的“努力建成国际一流新型全媒体机构”目标任务昂扬奋进，以实际行动为推进网络传播创新、壮大网上主流舆论贡献力量。



打造“沾泥土”“带露珠”的全媒体产品

光明日报社社长兼总编辑 王慧敏



面对互联网这个“最大变量”，维护意识形态安全、扩大主流价值版图，急需稳如泰山的“定盘星”。谁能担当“定盘星”的角色？答案只能是主流媒体。主流媒体，是群众心目中的引领思想、正本清源的标尺。

全媒体时代，如何塑造主

流舆论新格局？

第一，“全媒体”需形成“全矩阵”。建设全媒体传播体系，不只是越“全”越好、越“大”越好、越“新”越好，技术与内容契合，方能相得益彰。将“全媒体”进化为“全矩阵”，催化融合质变，放大一体效能，不失为一条佳径。

第二，“大流量”要迈向“高质量”。无论传播形式如何嬗变，公众对有思想、有温度、有深度作品的追求是永恒的，全媒体时代更要咬定“内容为王”。咬定“内容为王”，需要突出特色优势、创新话语体系、切实深入群众。光明日报提出“秉持客观理性，强化思想内涵、注重文化传承、关心学人吁求、引

领社会风尚”的报道思路，提倡文气、清雅气、书卷气；反对俗气、八股气、粗鄙气，阐释中央精神，抒发群众心声，凝聚发展共识。

第三，“主力军”须挺进“主战场”。网络空间，不仅是人们生产生活的空间，也是国家凝聚共识的空间。倡导人人练就“十八般武艺”；通过媒体融合，敦促记者博采众长、提升能力；营造调查研究之风；要求将“不到现场不写稿”当作铁律，打造“沾泥土”“带露珠”的全媒体产品；强化精品意识：力求每一次策划、每一篇文章都经得起网民“咂摸”，每一个视频、每一张图片，都体现“工匠精神”。

讲好新时代中国经济发展故事

经济日报社社长兼总编辑 郑庆东



展、讲好新时代中国经济发展故事作出新的更大贡献。

习近平总书记的殷殷嘱托字字千钧，为我们做好宣传工作和媒体发展提供了根本遵循。当前，经济日报社正在加快构建全媒体传播体系，当好经济报道领域压舱石，以融合力、创新力、整合力放大主流舆论的传播力、引导力、影响力、公信力。

第一，牢牢把握新征程上宣传舆论工作的政治根基，始终坚持正确的政治方向。经济日报始终捍卫“两个确立”，做到“两个维护”，用心用情做好核心报道。

第二，牢牢把握全媒体格局下深度融合的痛点难点，改革体制机制再造采编流程。优

化机构设置，是难点也是重点；改革体制机制，努力打通深度融合堵点，是关口也是突破口。

第三，牢牢把握新形势下意识形态工作的正确导向，发挥评论优势传递正能量。面向新媒体时代的经济舆论场，我们坚持“减量化改革、高质量发展”理念，既掌握经济信息的第一发布权，也掌握第一解释权，发挥评论力量，引导社会预期。

第四，牢牢把握“开门办报”传统，“借船出海、借梯登高”扩大舆论引导力。新时期要建设全媒体传播格局，壮大主流舆论场，网络媒体应秉承平台思维，集聚各方优势，形成最大合力，才能实现社会效应、宣传效应最大化。

为营造良好网络生态贡献国企力量

国资委党委委员、副主任 谭作钧



推进中国式现代化，国有企业是经济建设的“国家队”，主流媒体是舆论宣传的“国家队”。国有企业将进一步加强与主流媒体的深度合作，在建设全媒体传播体系、塑造主流舆论新格局中发挥更大作用。

一是发挥国企优势，为网络媒体高质量发展提供有力支撑。国有企业将积极适应网络媒体发展需要，进一步加快5G网络、数据中心、卫星互联网等新型基础设施的建设和应用，加快布局发展人工智能、大数据等新兴技术，以优质通信技术助力网络媒体融合化、智慧化发展，实现网络媒体全产业链升级。

二是加强企媒联动，为营造良好网络生态贡献国企力量。媒体工作的焦点正在由“信息传播”“观点传播”向更深层次的“认知建构”和“情感引导”转变。国资国企将持续深化对媒体融合发展的系统性认识，发挥好信源优

势，助力优质内容创作传播，积极发挥政务媒体矩阵优势，持续推动宣传话语体系向着“多元”“亲民”方向变革，构建更具蓬勃活力的舆论生态。

三是讲好国企故事，激发奋进信心力量。国有企业改革发展的生动实践，蕴含着讲好中国经济故事的丰富题材，可以成为提振信心的新闻来源。欢迎媒体朋友们到国企采访，生动讲述大工程、大装备、重大科技成果背后的故事，深入报道国资国企贯彻新发展理念、实现高质量发展的鲜活实践，让中国经济的好声音越来越洪亮，让舆论场充满更多正能量。

建设全媒体传播体系 塑造主流舆论新格局

守正创新 深化媒体融合传播

中央广电总台编务会议成员兼总经理室总经理 彭健明



深化媒体融合传播，取得丰硕成果。

台网并重、先网后台、移动优先。在巩固广播电视传统优势基础上，总台把更多优质内容、技术人才、项目资金向互联网、移动端倾斜，打造自主可控、具有强大影响力的新媒体平台。针对平台不同定位，设计差异化、区隔化发展路径，驱动平台取得跨越式发展。

守正创新，实现社会效益经济效益“双丰收”。总台“央视频”携手多部委发起“春暖花开”“国聘行动”，架起企业和求职者间的桥梁，承担起主流媒体社会责任。此外，近年来总台经营营收实现历史新高，新媒体创收更是呈倍数增长，其中的法宝就是守正创新。

立足问题导向，抓住问题根源。建好网络生态、整治网络乱象，要从人性角度出发，寻求治本之道。要把握管理分寸，精准研判问题，制定配套规则，建立准入退出和处罚机制。央视网推出的“融媒智控”，就将视频审核权威知识图谱和智能算法技术相融合，助力营造风清气正的网络空间。

让我们更加紧密携手，共营良好网络生态，壮大主流思想舆论，为构建新发展格局、推动高质量发展作出新的更大贡献。

党的十八大以来，习近平总书记高度重视网络安全和信息化工作，提出一系列新思想、新观点、新论断，引领我国网信事业发生历史性变革、取得历史性成就。近年来，中央广电总台以“大象也要学会跳街舞”的精神风貌，

加快塑造军事主流舆论新格局

解放军新闻传播中心少将副主任 武天敏



5年前，在新一轮国防和军队改革的浪潮中，解放军新闻传播中心组建成立。为更好建设现代军事全媒体传播体系，我们坚持以习主席视察解放军报社时作出的“坚持军报姓党、坚持强军为本、坚持创新为要”重要指示精神为遵

循，始终坚持“军媒姓党为军”，强力推动“军媒融合创新”，在紧跟时代发展、紧跟强国建设、紧跟强军实践中，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，坚定不移传播党中央和中央军委声音，巩固壮大主流思想舆论。

5年来，我们在学深悟透习主席提出的“坚持先进技术为支撑”上下功夫，依托先进的网络技术、传播技术、通信技术、智能技术，打造全新的军事媒体融合生产工具，充分解放和发展融合传播生产力。2021年5月，加快推进解放军新闻传播中心媒体深度融合方案印发；2021年7月，“中国军号”移动旗舰播

平台和“军媒智云”一体化融合生产系统立项建设。中央军委政治工作部聚力统筹推进有关工作，解放军新闻传播中心媒体深度融合发展事业进入崭新阶段。

通过创造新型融合生产工具，军事舆论宣传的内容建设、机制建设、队伍建设发生了可喜变化。5年来，解放军新闻传播中心融合策划推出重点新闻产品9万多件，全媒体覆盖用户总数超过2亿人，涌现出《那一天，习主席和我们一起站岗》等一批精品力作。随着“军媒智云”和“中国军号”的全面建成，中国军事主流舆论新格局将会更加清晰地呈现在大众面前。

用好社交媒体 弘扬正能量

微博CEO 王高飞



际其他社交媒体相比，是卓有成效的，具有鲜明的中国特色和可供借鉴的中国经验，也为构建中国话语体系和叙事体系提供了强力支撑。

订阅用户作为新闻媒体沉淀的社交资产，一定程度上反映了新闻媒体的舆论影响力。中国传统媒体在社交媒体平台获得的用户积淀、传播数据与相应的社会影响力远远领先于其他国家。在平台和媒体的深度合作下，国内头部媒体在微博的总粉丝数已超过140亿，头部媒体2022年在微博的总发布量有898万条，总互动数32亿，总视频播放量2173亿，形成的媒体融合新常态，为世界提供了媒体融合发展与网络

综合治理的中国经验。

10多年以来，微博的媒体融合方式已经从以往简单发布内容的融合，发展为策划、发布、互动、营销等全链条融合。如今，媒体融合进入下半场，微博也在探索新路径。今年4月，微博热搜上线暖新闻机制，每天在热搜榜推荐社会正能量暖心话题，让更多正能量社会热点成为平台主流。

虽然我们已经具备了良好的媒体融合发展基础，仍应进一步提升媒体在社会热点事件中的公信力和权威性。未来，微博将持续加强与媒体的合作，更好地发挥政务账号和媒体账号的协同作用，把广大网民更好凝聚在党的周围，弘扬正能量。

自媒体也要自觉讲好中国故事

“明叔杂谈”账号负责人 明金维



我们身处一个技术和媒体都在发生巨变的时代。在新的传播格局下，传统媒体、机构媒体和自媒体等，在讲好中国故事方面都可以发挥自己的作用。

自媒体要讲好中国故事，首先要做到“不忘初心”。“初

心”是所有自媒体人必须扣好的第一颗纽扣，只有“不忘初心”，在思考每一篇文章的选题、立意和角度时才会拥有一把明确的尺子，才能始终坚持做对全社会都有益的事情。其次，自媒体在流量的诱惑面前，要守住底线、坚持原则，要“有所为有所不为”，旨在复杂的舆论场中解疑释惑、弥合分歧、凝聚共识。

自媒体要发挥自身特长，做到“三讲”，即“讲政治”“讲道理”“讲故事”。要自觉把创作跟当前中国社会的大局相结合，面向广大网民解疑释惑、增进共识、团结向前。在是非问题上，不仅能理解背后道理，更要善于用条分缕析、

循循善诱的方式，把道理讲给更多的普通网民听，用故事化叙事来展现、强化、传递主旋律。

自媒体讲好中国故事，需立足中国、放眼世界，同时兼顾国内传播和国际传播。在国际舆论场中批驳反华言论，是做好舆论引导的重要一环。国际上污蔑歪曲中国的声音，对部分网民会产生不良影响。我们要有针对性地去“消毒”，做好大家思想和认识上的“免疫”工作。在国外社交媒体平台上有很多中文传播的内容，影响很大，因此在做好海外中文传播的同时，我们也要多用英文传播，影响更多的国外普通网民。