

扎实抓好县级融媒体中心建设

谢新洲

内容提要:“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。”这是习近平同志在全国宣传思想工作会议上提出的重要要求。当前,蓬勃发展的互联网日益成为信息集散地、舆论策源地与思想交锋主阵地,对宣传思想工作产生了重大影响。抓好县级融媒体中心建设,是统一思想认识、凝聚社会共识的迫切要求,是

提升基层媒体传播力、引导力、影响力、公信力的迫切要求,也是更好服务群众、满足群众美好生活需要的迫切要求。我们要深刻认识当前县级融媒体发展存在的突出问题,在顶层设计、体制机制、服务功能、人才建设、经营管理、资金保障上下功夫,以更好引导群众、服务群众。

台影响力和传播效果有限。

技术支撑不足,参与人员分散且专业化程度较低。融媒体建设在内容生产上要求具备图片处理、视频剪辑、数据可视化等多样化技术。一些县级融媒体在运行机制、薪酬体系、人员引进培养等方面缺乏灵活性和竞争力,对优秀信息技术人才吸引力不足,致使发展中的技术支撑明显不足。同时,县级融媒体中心建设兼职、兼岗的多,非专业、非在编人员多,流动性大,稳定性差,专业化程度低。

抓好县级融媒体中心建设要加强顶层设计与路径规划

抓好县级融媒体中心建设,需要加强顶层设计和路径规划,整合优势资源、推动集约发展、强化服务功能,以更好引导群众、服务群众。具体来说,可以考虑重点在以下几方面下功夫。

在顶层设计上下功夫,以政策扶持县级融媒体中心建设。县级融媒体在全国宣传思想工作中,在基层政权建设中都具有不可忽视的基础作用,基层党委和政府的决策部署需要由县级融媒体传播出去,基层群众的声音需要由县级融媒体汇集上来。各级领导干部特别是县级主要领导应从思想上高度重视县级融媒体中心建设,强化战略统筹,纳入中心工作,加强绩效考核。要加强县级融媒体中心建设的顶层设计,有针对性地出台指导方案、扶持政策,从牵头负责部门、机构编制、人员配置、建设标准、资金扶持等各个层面提供有力支撑。

在体制机制创新上下功夫,不断提升灵活性、协调性、实效性。县级融媒体中心建设应坚持创新发展,紧扣引导群众、服务群众这两大功能定位,在相关主管部门的统一规划协调下,打破部门壁垒,创新工作机制,重塑内容生产流程,摒弃传统生产和传播模式,推动传统媒体和新兴媒体互为流量导入口,搭建灵活机动的工作平台,促进各种报道资源共享、各种媒体互联互通、各种服务互相支撑。打破管理界限和媒体分隔,坚持效果导向,守住安全底线,横向上破除媒体机构壁垒,纵向上进行开放式、扁平化管理,使县级融媒体中心工作人员能够紧密联系、多向互动、灵活组合、协同运作,切实提高工作效率和传播效果。

在丰富服务功能上下功夫,在服务群众中吸引群众、引导群众、赢得群

众。传统媒体相对单一的新闻信息传播功能,已经不能满足群众的工作生活需要。县级融媒体中心建设迫切需要转变思路,在丰富服务功能上加强设计,紧密结合当地经济社会发展实际,把握群众实际需求,以服务本地群众为重要目标确定融媒体的具体服务功能。可以纳入县级单位政务服务功能,方便群众办事,并不断拓展便民服务项目;引入本地电子商务、在线教育、在线医疗、在线网络文化活动等服务功能,提升服务质量和水平。通过丰富县级融媒体的服务功能,让群众真正用起来、离不开。

在选用育留人才上下功夫,建设高水平人才队伍。人才资源是第一资源。人才紧缺是制约县级融媒体发展的重要因素。各级领导干部特别是县级主要领导要高度重视融媒体发展人才队伍建设,在选用育留各个方面发力,吸引人才、激励人才积极投身融媒体中心建设,大胆干事创业。拓宽引才渠道,与上级部门、周边区县、互联网公司等相关行业通合作,通过多种方式引进并用好各类人才。根据融媒体发展实际确定人员编制,引导鼓励优秀人才成为县级融媒体中心建设中的项目带头人、骨干成员,形成稳定的工作队伍。建立完善正向激励机制,解决“干好干坏一个样”问题,让优秀人才脱颖而出。

在经营管理模式创新上下功夫,根据各地实际完善运行机制。县级融媒体中心建设不能强求一个模式。各县(市)需要综合考虑资金、技术和人才等方面的条件,因地制宜形成融媒体中心经营管理模式。资金、技术、人才实力比较雄厚的县(市)可以采用“自办”模式,对传统媒体和新媒体平台进行集约化、统一化管理,形成融媒体中心。资金、技术、人才实力较弱的县(市)可以采取“合办”模式,实现资源共享、技术共用、人才共建、数据共通。

在资金保障上下功夫,坚持政府“输血”和平台“造血”双管齐下。资金支持不足是目前县级融媒体中心建设中的重要制约因素。从实践来看,有必要从增加财政资金投入和增强融媒体中心自身“造血”功能两方面入手,共同解决建设资金不足问题。一方面,可以考虑设立县级融媒体中心专项资金,保证融媒体中心运转的基本开支,使其运营无后顾之忧,能专心于内容生产。另一方面,也要在坚持采编经营两分开的基础上增强融媒体中心自身的“造血”功能,使融媒体中心通过市场化运营实现价值变现,提高整体实力。

(作者为北京大学新媒体研究院院长)



习近平同志在全国宣传思想工作会议上强调:“要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来,把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”“和合”理念是中华优秀传统文化的一个重要标识,具有丰富的文化内涵,对中国人的世界观、人生观、价值观有着重要影响。

在历史上,汉字“和”与“合”有相近涵义。唐代学者孔颖达在解释《礼记·郊特牲》时说,“和,犹合也”。“和合”理念强调世界是人与万物的一体性存在,构成世界的诸多要素存在既相互矛盾又相互融合的关系,它们在矛盾与融合中共同发展演变,然后产生新要素、新事物、新生命,客观世界因而不断发展变化。从这个意义上说,“和合”是变化之源、运动之力、发展之本、生长之根。

“和合”理念具有十分丰富的文化内涵,首先体现为天人合一的宇宙观。天人合一的宇宙观发轫于先秦。《周易》提出“与天地合其德”的天人内在统一思想。《左传》说:“夫礼,天之经也,地之义也,民之行也。天地之经,而民实则之。”意思是说,礼是天道与人道相统一的自然法则,必须按礼行事。庄子说:“天地与我并生,而万物与我为一”,直言天人一体。天人合一宇宙观强调整个世界的有机关联,人与自然、人与人、人与社会、身与心之间是共生共存共荣的关系。

天人合一的宇宙观内含着一种相互联系而非孤立片面看待世界的视角,这让中国人很早就产生了“天下”的观念,视天下为一体。《尚书·尧典》说:“百姓昭明,协和万邦”。这说明中国人很早就形成了协和处理不同国家关系的观念,认为不同国家之间应和睦共处、相互合作。在“天下”观的滋养下,中国人生发出以天下为己任的高尚追求和责任担当。孟子说:“穷则独善其身,达则兼济天下”。从中可以看出中国人追求天下大同,有一种要共同实现美好生活的担当。

和而不同的社会观是“和合”理念在社会领域的展开。孔子说:“君子和而不同,小人同而不和”。他提倡和而不同的人格、人际关系和社会秩序。人与人之间有性别、年龄、能力、性格等方面的分别,社会中也有因民族、宗教、地域、阶层、文化、职业等形成的差异,只有在承认和尊重差异的基础上寻求最大公约数、凝聚最大共识,社会才能真正实现和谐有序。

在调查具体的人与人关系上,“和合”理念表现为人心和善的道德观,其核心是“仁”。“仁”在中华传统文化中占据着特殊重要地位,孔子将“仁”解释为普遍道德原则,汉代儒学将“仁”解释为“天心”,宋明儒学以“仁”为核心构筑价值体系。千百年以来,与人为善、人际和睦、立己达人、推己及人等道德准则已经深深烙印于中国人的价值观念之中。

从宇宙观、国际观到社会观、道德观,中华民族对“和合”理念的认知和践行一以贯之。当今时代,“和合”理念为我们处理各种难题提供了宝贵智慧。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央提出的许多重要思想,如创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,“绿水青山就是金山银山”的生态文明理念,推动构建人类命运共同体理念,共商共建共享的全球治理观,平等、互鉴、对话、包容的文明观等,都体现出“和合”理念的精髓。吸收中华优秀传统文化精华,把握当代中国与当今世界的发展实际,我们就可以为解决人类共同面临的重大问题提供中国智慧、中国方案。

(作者为吉林大学马克思主义学院教授)

「和合」理念具有重要价值

陈秉公

真正实现从“相加”到“相融”

媒体融合发展亟须破解难题

刘 焯

有人把传统媒体和新媒体从“相加”到“相融”这个过程称为媒体融合发展的“光荣一跃”。这一跃无比重要,是传统媒体实现华丽转身的关键一环;这一跃也困难重重,涉及体制机制变革、生产流程重构等,每一步都需要智慧和勇气。当前,真正实现从“相加”到“相融”,亟须进一步深入思考和解决媒体融合发展中遇到的一些难题。

思路是因袭还是飞跃。传统媒体与新媒体融合后,是继承原来传统媒体的气质,保持原有的底色,还是“另立门户,重起炉灶”,这是媒体融合发展中必须回答的问题。当前,在媒体融合发展中,有的媒体推出的融媒体平台基本上是传统媒体内容的翻版,单纯把原有的内容搬到网上;有的融媒体平台较好地保持了原有气质,既运用新技术、展现新气象,又延续了原有的影响力和公信力;有的融媒体平台则是彻底的“改头换面”,已经找不到母媒体的影子,自身定位和目标受众都发生了较大变化,可以说是颠覆性“变身”。在这个问题上,业界大多数人认为目前最好的实践是第二种形态,它既避免了第一种形态必然带来的低效能,又避免了第三种形态对于传统的完全颠覆,是当前相对稳妥又能实现飞跃的媒体融合发展方式。

产品生产如何既节约资源又不失专业水准。在媒体融合发展之前,对于同一新闻采访活动,一些媒体集团会有许多旗下的媒体记者都去参加,造成资源浪费,新闻产品也在同质化倾向。媒体融合发展中“一次采集、多种产品形态”的做法在一定程度上改变了原来的情况,但随之也带来新的问题,即一次采集的效率如何?能否达到“全媒体记者”的要求?新闻素材采集回来能否满足制作不同新闻产品的需要?在新闻现场,一个记者既要准确记录文字,又要拍摄照片,同时

还要采集声音、视频,难度较大,可能会造成新闻信息的缺失。而且,大多数记者没有经过“全媒体记者”训练,难以同时兼任各项工作。在媒体融合发展中如何实现一次采集形成多种专业化产品,是亟待解决的问题。技术投入如何既适应发展需求又经济高效。媒体融合发展离不开新媒体技术的支撑。当前,一些资金实力雄厚的媒体集团对融合发展中的技术高度重视,不断加大投入。与此相反,有些媒体集团的融合发展虽然取得一定进展,但由于受资金实力限制,技术支撑团队人员很少,许多技术工作都需要外包。特别是许多省级以下媒体认为技术投入很“烧钱”,资金实力限制了其融媒体产品的开发。在技术引领媒体变革正成为时代潮流的新形势下,必须深入研究技术驱动之路怎么经济高效、可持续地走下去。

媒体人如何真正融合。人的融合是媒体融合发展的核心和基础,但这一问题当前仍困扰着不少媒体。从实际情况看,制作融媒体产品通常难以单兵作战,需要团队协作配合,有负责文字的记者、有负责视频的记者、有稿件加工的编辑、有视觉呈现的美编、有后台支持的技术人员等。这些人员在传统媒体中往往隶属于不同部门,在一些媒体集团里工作人员还存在着身份、待遇方面的差异。实现从“相加”到“相融”,媒体人必须真正融合在一起,不再区分传统媒体部门和新媒体部门。这就涉及人才管理体制机制的变革,并且需要适应媒体融合发展需要进行组织架构调整。

(作者单位:人民日报社研究部)

着互联网的深入发展特别是移动互联网的全面兴起,互联网在传播信息之余也承担起电子商务、政务服务、文化娱乐、社会交往等功能,日益成为人们学习、工作、生活的新空间和获取公共服务的平台,对于满足人民日益增长的美好生活需要具有重要作用。目前,很多县级融媒体的主要职能局限在信息传播方面,政务服务、公共服务、文化娱乐等功能基本缺失。县级融媒体只有及时整合基层政务资源、社会资源,增强公共服务及其他方面的功能,更好满足人民群众的美好生活需要,才能提升基层群众对其的使用率,迎来更大的发展空间。

当前县级融媒体发展存在的突出问题

近年来,县级融媒体建设根据中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》扎实推进,发展速度超出预期。调研结果显示,县级融媒体建设已在全国范围铺开,涌现出一批各具特色的县级融媒体中心。但是,由于各地经济社会发展状况存在一定差异,融媒体建设水平和层次也各不相同,出现了一些不容忽视的突出问题。这些问题如果不能及时解决,将严重制约县级融媒体健康发展,并在一定程度上影响县级党政机关的执政能力。

部分县(市)对融媒体建设重视程度不够,实际进展有限。部分县(市)没有充分认识到融媒体在传播信息、凝聚共识、汇聚民心、服务群众方面的重要作用,完全是因为“上级命令”而开始建立融媒体平台。认识上的不足直接导致重视程度不够,资金投入有限、资源整合不力。从资金投入看,一些县(市)的财政投入比较有限,对融媒体建设的支持力度比较小,甚至将该用于融媒体建设的资金投向传统媒体。从资源整合看,缺乏统一规划和统一领导,缺乏必要的平台联动与内容整合,降低了信息共享的效率,难以形成传播合力,实际作用大打折扣。

内容生产简单“相加”,缺乏优质原创内容。优质内容是融媒体建设的关键,但不少县级融媒体缺乏优质原创内容。比如,一些县级新闻网站的主要内容都转载自传统媒体,一些县级新闻网站主要由党政机关各部门供稿,自身原创内容不足。一些县级融媒体平台在界面友好度、用户体验、产品活力、内容丰富性和趣味性等方面都缺乏吸引力,加上不注重互动性、传播策略比较简单,导致其在整个信息传播过程中处于被动地位,平

障碍,使自己的话语更易于被对方理解和接受,从而塑造良好国家形象。习近平同志高度重视讲好中国故事对于我国国家形象建设的重要意义。在2014年文艺工作座谈会上,他强调:“文艺工作者要讲好中国故事、传播好中国声音、阐发中国精神、展现中国风貌,让外国民众通过欣赏中国作家艺术家的作品来深化对中国的认识,增进对中国的了解。”在全国宣传思想工作会议上,他又明确指出:“主动讲好中国故事、阐释中国精神、展现中国风貌,让世界认识中国、理解中国,特别是理解中国的发展是世界的机遇,从而为我国发展营造良好国际环境,是新时代讲好中国故事所应承担的历史使命。讲好中国故事要坚持以我为主,融

通中外,以理服人、以情动人,致力于展现一个真实、立体、全面的中国。新时代的中国故事,应具有新高度、新温度、新气度,立足中国现实,展现出中国特色、中国风格、中国气派。特别是要在讲故事中有意地引导受众,帮助他们消除偏见、增进信任。新时代的中国是一个生机勃勃、活力洋溢的国家,具有许多丰富多彩的故事。真实的中国是立体的而不是平面的,是全面的而不是单维的。展现真实、立体、全面的中国,要求讲述中国故事从多个视角、多个站位来完整呈现中国,把中国的历史和现实联接起来,把中国和世界联接起来,把中国和中国人的元素体现出来。讲好中国故事,既要热情讴歌新中国成立以来特别是改革开放以来中国发展取得的巨大成就,又要以生动笔触展示当前中国人民勠力同心建设社会主义现代

为时代留声 与八方共鸣

用故事展现真实、立体、全面的中国

钟悠天

提升国际传播能力、塑造中国良好形象、维护国家核心利益,一直是我国国际传播工作的核心任务。习近平同志在全国宣传思想工作会议上指出:“展形象,就是要推进国际传播能力建设,讲好中国故事、传播好中国声音,向世界展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力和中华文化影响力。”这为新时代我国国际传播工作指明了方向,对我国国际传播能力建设提出了更高要求。推进国际传播能力建设,关键是要讲好中国故事。故事是一种可感知的文化载体,也是一种有效的传播工具。在国际传播中,故事不仅具有解释和展示的功能,而且具有意义赋予和观念生产的能力,对于提升一个国家的国际影响力、感召力和塑造力具有十分重要的作用。以故事为媒介进行国际传播,有助于克服不同国家民众在文化、语言、心理上的

