

加快建立全媒体传播体系

为媒体融合发展提供有力保障

崔士鑫 王志锋



2019年1月25日,中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平同志在主持学习时指出,推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。党的十九届四中全会《决定》提出,“建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系”。这体现了以习近平同志为核心的党中央站在国家治理高度,对时代发展大势和媒体发展规律的深刻理解和准确把握,为加快建立全媒体传播体系指明了方向、提供了遵循,必将为推动媒体融合发展提供有力保障。

建立全媒体传播体系意义重大而深远

习近平同志在“1·25”重要讲话中明确提出,要形成“全媒体传播体系”。党的十九届四中全会《决定》从制度建设层面,进一步深化了对建立全媒体传播体系重大意义的认识。

彰显媒体融合发展的趋势和规律。习近平同志指出,全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新闻舆论工作面临新的挑战。主流媒体要牢牢掌握舆论场主动权和主导权,就必须加快构建融为一体、合而为一的全媒体传播格局,通过流程优化、平台再造,建立适应全媒体时代的内容生产与传播整体架构,打造新型主流媒体,不断提升传播力、引导力、影响力、公信力。

完善坚持正确导向的舆论引导工作机制的重要举措。科学的全媒体传播体系与坚持正确导向的舆论

引导工作机制,互为基础、互为保障。在全媒体时代,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系,才能通过高质量的内容产出机制、高效能的全媒体传播运行机制、高水平的网络管理机制,确保导向正确、引导有力,不断巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。

推进国家治理体系和治理能力现代化的内在要求。党的新闻舆论工作是党的一项重要工作,是治国理政、定国安邦的大事,是国家治理体系的重要组成部分。舆论引导能力,是国家治理体系的一项重要内容。推进国家治理体系和治理能力现代化,内在要求实现传播体系现代化。在全媒体时代,实现传播体系现代化,不仅要推动媒体融合向纵深发展、提升主流媒体核心竞争力,而且要体现资源集约、结构合理、差异发展、协同高效要求,形成从中央到省市县的全媒体传播矩阵,全面做大做强主流舆论,为新时代坚持和发展中国特色社会主义、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供坚强思想保证和强大精神动力。

建立全媒体传播体系的基础更加牢固

建立全媒体传播体系内涵丰富,既有资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的战略部署,又有以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的重要原则和工作重点。党的十八大以来,特别是习近平同志发表“1·25”重要讲话以来,建立全媒体传播体系的步伐明显加快、成效显著,媒体融合进入新的发展阶段。

狠抓根本,高质量内容生产机制加快形成。全媒体时代,无论传播方式如何变化,做好坚持正确导向的舆论引导工作,最根本的还是要做好优质内容。正面优质内容跟不上,负面有害内容就会滋生蔓延。主流媒体注重抓住内容建设这一根本,加快建立适应全媒体传播

的高质量内容生产机制。人民日报结合改版工作,把改造采编流程与巩固提升改版成效相结合,推进新一轮新闻生产供给侧改革,全面提升采编力量全媒体供稿能力,并成立传播内容认知国家重点实验室,推动优质内容与技术、平台、渠道、需求精准对接,进一步强化了主流价值传播。

强化支撑,全媒体传播体系技术驱动力不断提升。媒体融合发展是一次以技术创新为引领的媒体变革。主流媒体紧跟前沿技术,积极探索全媒体科技创新体制机制,通过技术赋能全媒体传播体系建设,推出了大量融合传播精品。例如,在新中国成立70周年宣传报道中,新华社智能化编辑部推出《这些“大国重器”,让你在桌面上亲手操控》,运用AR(增强现实)技术,让人们提前感受到阅兵的震撼冲击。以人民日报中央厨房融媒体工作室为代表的新媒体机构,注重前沿技术与应用场景的结合,形成编采部门和专业技术人员深度融合的技术研发能力,不断推动大数据、云计算、人工智能、区块链等新技术研发应用,全面提升了新闻采集能力、加工编辑能力、解读分析能力和多元传播能力。

突出创新,全媒体时代传播管理新模式逐步完善。全媒体传播给网络舆论管理与媒体导向管理带来严峻挑战。应时而变、创新管理,才能为全媒体传播体系保驾护航。要注重创新信息传播管理模式,提升管理的科学性、精准度和有效性,利用全媒体技术手段,建立舆情安全风险报告机制、研判处置机制等,科学高效发挥管理作用。2019年12月发布的《网络信息内容生态治理规定》,不仅进一步明确已有制度性安排,而且通过更有针对性的机制规范,构建适应全媒体传播的网络综合治理体系。要探索建立警企联动协同处置机制等,不断提升全媒体时代依法管网治网水平。

着力夯实建立全媒体传播体系的制度基础

加快建立全媒体传播体系,

要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习贯彻党的十九届四中全会精神,坚持正确政治方向,着力夯实制度基础,把制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的实际效能,实现全媒体正能量传播效果最大化、最优化。

坚持党管媒体原则。习近平同志强调,党的新闻舆论工作坚持党性原则,最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地,必须姓党。建立全媒体传播体系,无论是主流媒体,还是其他各类互联网平台,都必须坚持党管媒体原则,做到新闻舆论阵地延伸到哪里、党管媒体的原则就落实到哪里,坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主,把正确导向贯穿于媒体融合发展各环节、全过程,不断巩固壮大主流思想舆论阵地。

加强把社会效益放在首位的制度保障。全媒体传播使媒体产业形态越来越复杂,宣传目标与赢利需求的界限容易模糊。新闻舆论工作是党的意识形态工作的重要组成部分。要正确认识和把握意识形态属性和产业属性的关系,在建立全媒体传播体系过程中,绝不能只讲产业属性而忽视意识形态属性,绝不能以产业属性影响和削弱意识形态属性。应做好制度设计,完善考核规则,把社会效益细化为受众反应、社会影响等具体指标,可量化、可核查,确保把社会效益放在首位、社会效益和经济效益有机统一。

形成适应全媒体传播规律的自我创新机制。全媒体在不断发展,全媒体传播体系也需不断完善。不进则退,慢进亦退。要遵循全媒体传播规律,构建有利于推动优质内容生产的自我激励机制,推动形成把信息革命成果运用到新闻信息采集、生产、传播、反馈各环节的自我创新机制,从制度上促进主流媒体保持对优质内容的追求、对新技术的敏感,瞄准科技前沿,高度关注、主动拥抱、及时跟进,注重综合发挥内容建设和技术创新的引领作用,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

推动媒体融合向纵深发展

切实发挥技术支撑作用

耿磊

技术受制于人是我们最大的隐患。”总体来看,目前我国媒体融合发展的技术水平不断提升,但在一些领域仍处于“跟跑”状态。在资金和技术储备还不足的情况下,“跟跑”策略确实有助于以较低成本、较快速度填补技术空白、搭建技术架构。然而,长此以往会导致核心技术受制于人的风险隐患,这是构建全媒体传播体系必须高度警惕的“灰犀牛”。实现从“跟跑”向“领跑”的跃升,关键要掌握重点领域的核心技术。一方面,要重点研发与新闻舆论工作息息相关且具有重大影响的新技术;另一方面,要紧盯目前尚未成熟但前景广阔、具有一定前瞻性的技术。2019年11月,科技部批准建设媒体融合与传播等4个国家重点实验室,内容涵盖媒体融合与传播、传播内容认知、媒体融合生产技术与系统、超高清音视频编播呈现。这对于推动媒体融合发展相

技术受制于人是我们最大的隐患。”总体来看,目前我国媒体融合发展的技术水平不断提升,但在一些领域仍处于“跟跑”状态。在资金和技术储备还不足的情况下,“跟跑”策略确实有助于以较低成本、较快速度填补技术空白、搭建技术架构。然而,长此以往会导致核心技术受制于人的风险隐患,这是构建全媒体传播体系必须高度警惕的“灰犀牛”。实现从“跟跑”向“领跑”的跃升,关键要掌握重点领域的核心技术。一方面,要重点研发与新闻舆论工作息息相关且具有重大影响的新技术;另一方面,要紧盯目前尚未成熟但前景广阔、具有一定前瞻性的技术。2019年11月,科技部批准建设媒体融合与传播等4个国家重点实验室,内容涵盖媒体融合与传播、传播内容认知、媒体融合生产技术与系统、超高清音视频编播呈现。这对于推动媒体融合发展相

关键技术从“跟跑”迈向“领跑”具有重要作用。

始终坚持守正创新。习近平同志指出,宣传思想战线正本清源的任务取得重大成效,现在进入了守正创新的重要阶段。当今世界,科技进步日新月异,新技术带来的机遇与挑战前所未有,这就要求我们在建立全媒体传播体系过程中始终坚守守正创新。守正,就要旗帜鲜明坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向,坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事,不断扩大主流价值影响力版图,让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入,不断提高正面宣传质量和水平。创新,就要因势而谋、应势而动、顺势而为,大胆运用新技术、新机制、新模式,以技术创新驱动理念、内容、形式、方法、手段等创新,推动媒体融合向纵深发展,实现宣传效果的最大化和最优化。

2019年1月25日,中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平同志指出,推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题,要求形成“全媒体传播体系”。党的十九届四中全会把建立全媒体传播体系作为完善坚持正确导向的舆论引导工作机制的重要内容,进一步深化了对建立全媒体传播体系的认识。如何从制度层面落实好全媒体传播体系建设的总体要求,加快建立全媒体传播体系?本报研究部围绕这些问题进行了探讨。

——编者



让党的声音传得更开更广更深入

李康乐

全媒体时代,各媒体越来越清醒地认识到内容建设的重要性。无论媒介形态如何变化、媒体渠道平台如何扩展,以内容为根本是媒体基本生存法则。媒体内容不仅呈现为信息,而且包括渗透其中的观念。如何在媒体内容建设中传播和弘扬主流价值,是我们党治国理政、定国安邦的时代课题。

习近平同志在网络安全和信息化工作座谈会上的重要讲话中指出:“互联网是一个社会信息大平台,亿万网民在上面获得信息、交流信息,这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响,特别是对他们对国家、对社会、对工作、对人生的看法产生重要影响。”广大网民在互联网中得到信息需求满足的同时,也会潜移默化地受到不同价值取向的影响。身处纷繁复杂的网络信息空间,强化主流价值引领是媒体的责任与担当。

媒体内容生产必须彰显主流价值,传播正能量,弘扬主旋律。传播正能量,让主流叙事符合社会发展潮流,才能为人民群众朝着宏伟目标奋斗提供思想基础;弘扬主旋律,让内容生产成为促进社会和谐和发展的黏合剂,才能不断增进不同群体间的沟通和理解。古人说,城民不以封疆之界,固国不以山溪之险,威天下不以兵革之利。赢得民心、民心所向才是根本。当今世界正经历百年未有之大变局,实现中华民族伟大复兴正处于关键时期。使命越光荣,任务越艰巨,越需要发挥互联网作为凝聚社会共识新空间的功能,以主流价值引领打造优质内容,以优质内容凸显主流价值引领,形成“最大公约数”,画好最大同心圆,汇聚起亿万人民团结奋斗、同心筑梦的磅礴力量。

创新管理理念 拓展管理范围 提升管理效果 统筹处理好“四对关系”

夏康健

习近平同志指出,要统筹处理好传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体的关系,形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。加快建立全媒体传播体系,要深入学习贯彻习近平同志的重要论述,统筹处理好这“四对关系”,不断创新管理理念、拓展管理范围、提升管理效果。

消除传统媒体和新兴媒体隔阂。媒体融合要由相加迈向相融,从“你是你,我是我”变成“你中有我,我中有你”,进而变成“你就是我,我就是你”。当前,阻碍媒体融合发展的隔阂是多方面的,其中思维隔阂尤为突出。传统媒体思维与新兴媒体思维的碰撞,可以产生兼具传统媒体思维优势和新兴媒体思维优势的思维方式。但在一些媒体融合实践中,两种思维尚未发生化学反应,有的甚至出现对立冲突。这与传统媒体和新兴媒体此长彼长、迭代发展的目标相去甚远。就创新管理而言,首先要坚持一把尺子、一套管理,严防出现“舆论飞地”;其次要激发传统媒体和新兴媒体各自活力,构建起行之有效的流动机制。通过制度化、常态化的人才流动、业务交流、联合培训等,提高传播体系内部知识、能力等要素的整合效率,进而消除思维隔阂、促进深度融合。

明确中央媒体和地方媒体定位。在传统媒体时代,中央媒体和地方媒体各有议题空间,新闻报道层次较为分明。在全媒体时代,社交媒体和移动互联网技术将中央媒体和地方媒体纳入同一传播空间,二者报道界限趋于模糊。地方媒体的优势在于贴近当地受众,如果不善于发挥这一优势,则会不同程度地影响自身发展。新形势下,有必要建立厘清中央媒体

值得警醒的是,随着媒体传播渠道和平台的扩展,媒体内容“蓄水池”不断增大,有价值的媒体内容面临被稀释的局面。如果大量重复、低质的媒体内容充斥网络,一些毫无根据的判断和情绪在网络上蔓延,就容易使一些媒体传播渠道和平台成为不良信息和情绪的栖息地。当下,不时有人抱怨媒体内容的“事实不够用”,然而真实情况并非如此。社会生活的源头活水提供着取之不尽、用之不竭的有价值内容。只要有深度挖掘媒体内容的耐心、不断追求优质内容的决心、有效传播主流价值的信心,就会生产出体现主流价值的优质内容。

优质内容体现主流价值,探寻优质内容应成为各媒体的价值追求。只有深入实践、脚踏实地,才能把握时代脉搏;只有深入群众、调查研究,才能发现时代提出的真问题。媒体要有足够的底气和定力,在变化中把握不变,持之以恒地追求优质内容,不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,为受众提供客观真实、观点鲜明、富有价值的媒体内容,更好满足人们的精神需求、回应时代关切。

近年来,人民日报社新媒体中心推出融媒体产品“时光博物馆”,让人们在身临其境中感受到祖国的发展与时代的变革。这一产品的成功表明,只要价值取向正确、表现形式新颖,始终在情理上与用户同频共振,主流媒体就能把有意义变得有意思、把重要的做成需要的,从而赢得舆论引导的主动权。这也有力印证了这一观点:千万不要低估受众的鉴赏能力,那些博眼球、煽情调的产品只能逞一时之快,而有知识、有深度、有情怀的产品永远会被推崇。

价值无形,却在内容的有形中得以彰显。新时代迫切需要我们以主流价值导向驱动内容生产,不断通过优质内容传播扩大主流价值影响力,让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入,让正能量更强劲、主旋律更高昂。

和地方媒体功能职责的管理机制,以保证全国新闻报道的结构合理性和整体平衡性。

加强主流媒体和商业平台合作。传统媒体时代,信息生产者相对较少,主流媒体新闻生产与商业平台报道分发能够较好衔接。进入以互联网为代表的新媒体时代,商业平台的内容生产者发生很大变化。例如,在微博等社交平台上,自媒体和用户成为内容生产的重要力量。需要建立常态化的生产分发机制,从制度上确保主流价值内容向商业平台分发与分发的流量。还应看到,话语体系的差异阻碍着主流媒体与商业平台的内容衔接,商业平台上各具特色的语言表达方式与主流媒体有很大差异。如果将主流媒体擅长的传统内容形态直接植入商业平台,往往难以产生良好传播效果。形成稳定的内容生产分发关系,需要主流媒体积极创新学习机制,形成多重话语方式,更好满足用户需求。

促进大众化媒体和专业性媒体协同。从一定意义上说,大众化媒体更注重新闻在“面”上的传播,专业性媒体更注重新闻在“点”上的突破。专业性媒体专业权威、受众相对固定,是传播体系中不可缺少的部分。近年来,一些舆情事件出现后,相关法律、科技、医疗等专业领域的媒体及时发布观点,经大众化媒体广泛传播后,发挥了引导舆论的良好作用。在舆论引导中,应注重发挥专业性媒体的优势和作用,让专业性媒体和大众化媒体就同一议题协同发力,以专业增强说服力、以共振扩大影响力。

