网上中国

『指尖上的正能量』如何持续释放？

党报+移动政务

本报记者　孙　懿

6月20日，由人民日报社主办的“2016移动政务峰会”在京举行。会议介绍，人民日报客户端上线两年来，先后推出问政平台、政务发布平台、公益服务平台、政务和生活服务平台，打通人民网“地方领导留言板”和客户端问政板块，已有近2000家党政机关入驻人民日报客户端政务发布厅，群众累计留言34万条，推动各地党政机关解答了25万项群众的各类诉求，解决了一大批现实困难，被广大用户称为“为老百姓办事的客户端”。

2015年以来，从中央媒体到地方媒体，党报新闻客户端遍地开花。而“互联网+政务服务”在不断推广中，也与“两微一端”等形式的党报新媒体碰撞出了火花，越来越多的百姓通过移动政务平台足不出户享受到了优质的公共服务。

在移动政务实现突飞猛进发展的当下，党报新媒体如何充分利用政务资源做大做强内容优势，不断释放“指尖上的正能量”？

党报发展移动政务有天然优势

截至去年底，我国网民规模已达6.88亿人，其中90.1%的网民通过手机上网。通过移动终端获取信息，已经成为现代人的生活方式和习惯。移动互联网的裂变式发展无异于一场深刻的革命，在重塑媒体格局、舆论生态的同时，也越来越广泛地影响公共事务和政务服务。信息社会的到来使政务信息变成了老百姓的基本需求，而移动互联网则为政务信息的传播拓展了空间。

中国政法大学新闻与传播学院院长宋建武认为，移动政务服务的发展有利于优化政府办事流程，减少繁琐的程序，给人民群众提供便利。而传统媒体的新媒体平台开展政务服务，则有利于在网上聚集用户，进而建设基于互联网连接的用户平台，促进媒体融合。

党报作为传统主流媒体，其权威性和公信力为政府重大信息、重要政策、重大政策的发布提供了首选平台，这也成为党报新媒体发展移动政务的天然优势。中共河南省委常委、宣传部部长赵素萍表示，打造党媒移动政务平台，有利于巩固和拓展党的宣传阵地，更好地放大党的声音、传播党的主张；有利于推进媒体融合发展，掌握舆论引导主动权；有利于提升社会治理水平，改善民生服务，实现国家治理体系和治理能力现代化。

用好人民群众这个“终端”

打开人民日报客户端的“问”频道，诸如“新路已经规划多年为何施工没有进展”“小区什么时候能通公交”“占道停车谁来管”等等这样的百姓身边事随处可见。网友只需要动动手指，就能把自己的需求或建议送到全国各地领导的案头。

党报移动政务平台通过整合政务微博、微信，提供政务信息发布和便民信息服务的新技术、新功能，在为百姓提供安全可靠的“一站式”服务的同时，也能够实现汇聚资源、吸引用户、扩大影响。正如中宣部副部长、国务院新闻办主任蒋建国所说，当新闻媒体联通政府与群众、将政府服务快速便捷地送到群众身边时，新闻媒体的传播力引导力影响力公信力就自在其中了。

在中共湖南省委常委、宣传部部长张文雄看来，人民群众是移动政务的真正“终端”。发展移动政务，关键是用好人民群众这个“终端”，把信息传递到“终端”，把政策服务到“终端”，把正能量输送到“终端”。而用好人民群众这个“终端”，关键在于使移动政务成为便民利民的公共服务平台，打造“不下班的网上政府”。

所以，和入驻、合作单位一起为百姓提供便捷、高效、实用的信息和服务，及时发现和妥善地回应民意的关切，解决基层治理中存在的各种问题和矛盾，打造政府与人民进行信息沟通、意见和情感交流的前沿平台，也就成了党报移动政务平台的使命。

政府媒体企业携手合作

群众少跑腿，数据就要多跑路。从信息发布、意见沟通，发展到信息查询和在线办事，建设移动化的政府服务大厅，这就要求移动政务平台在技术框架和数据库建设方面取得突破。诸如覆盖户籍、婚姻、教育、就业、医疗等领域的人口信息库，覆盖路况、飞机、火车、公交、天气等空间的环境信息库等，如果没有各政务职能部门之间的通力合作、信息共享，这样的数据库是难以建成的。

而对于党报来说，要办好移动政务平台，离不开与政府、企业以及党报之间的密切合作：与政府合力做好新闻发布和政策解读，利用移动传播规律，创新方法手段，将大政方针、改革举措更生动、更精准地传递给目标受众；通过与地图、支付等互联网企业合作，丰富移动政务平台的在线服务功能，进一步拓展政务服务的覆盖范围；党报新媒体之间可以通过内容共享，扩大内容的传播范围，还可以合作做好党报新媒体运营推广，扩大党报新媒体的用户规模。

通过携手政府、媒体、企业用好移动互联网这个新平台、新途径、新渠道，推动移动政务建设，密切党和政府同群众之间的联系，推动政务信息发布与公共服务的创新，让“互联网+”的红利惠及百姓，党报大有可为。

互联网大咖秀

埃里克·施密特：硅谷神话的缔造者

王　岭

“我可以非常直接地说，互联网将消失。未来将有如此多的IP地址，如此多的设备、传感器、可穿戴设备以及你甚至感觉不到的却与之互动的东西，无时无刻都伴随着你。

美国 Google 公司董事长及首席执行官埃里克·施密特日前发表了惊人言论。硅谷人对他的评价是：“施密特绝对是个举足轻重的人，其经历之丰富，堪称业界老狐狸。”

的确如此，市值1200亿美元的Google公司已经成为新时代的硅谷神话。造就这个神话的是“三驾马车”：创始人谢尔盖·布林、拉里·佩奇以及董事长兼CEO埃里克·施密特。没有创始人就没有谷歌的搜索技术与独特的创新精神，而没有埃里克·施密特，就没有Google今天令人咋舌的赚钱能力与重塑互联网格局的实力。

埃里克·施密特1955年4月27日出生于美国华盛顿，拥有美国普林斯顿大学电子电气工程师学士学位、加州大学伯克利分校的计算机科学学士学位和博士学位。施密特曾是Novell 公司的董事长兼首席执行官，负责公司的战略规划、管理和技术发展，他还曾是苹果公司董事会成员。同时施密特为美国卡内基美隆大学和普林斯顿大学理事会托管者，也是程式编译器lex的共同作者。

2001年，Google创始人拉里·佩奇和谢尔盖·布林从Novell公司聘请埃里克·施密特博士担任首席执行官这一职务。埃里克与拉里和谢尔盖一起共同负责Google的日常运作。

施密特很会把握自己的角色，他觉得自己更像是一位首席运营官。因为两名创始人在决定公司战略和技术走向方面拥有否决权，而他的首要工作就是把Google和两位创始人的决策最大程度地兑换成收入和利润。

施密特清晰地记得2001年第一次与Google两个创始人见面时的情景：“他们在各个方面的看法都与我不尽相同。让人搞不清他们的看法，究竟是令人耳目一新的远见，还是单纯天真。”

2001年正是“眼球经济”的衰退时期，当时的Google是一家相当出色的搜索引擎技术公司，但除了出售技术，没有其他的盈利方式。身兼互联网战略家、企业家和重大技术开发者的多重身份为一身，施密特有着20年的成功经验。他老道而颇具创新的头脑看到搜索与广告之间最和谐的联系，解决了Google在保持主页简明朴素的同时增加广告收入的难题，这就是Google目前最核心最成功的赚钱方式——AdWords文字广告，即在搜索结果右边附加相关广告。

施密特让Google从一个单纯的搜索引擎，转变为一个为企业提供各种搜索服务的供应商和互联网上最大的广告平台之一，挖掘出了Google的巨大商业潜能。

“未来媒体沙龙”在京举行

本报北京6月22日电（记者**卢泽华**）近日，以“媒体融合的实战路径”为主题的“融媒体网未来媒体沙龙”在京举行。来自网络媒体、学术界等领域的50余名代表参会。会议从传统媒体面临的问题，新兴媒体的生存挑战等多维度探讨了现在及未来构建传媒新生态的途径。

据了解，在媒体融合被纳入国家顶层设计的背景下，各大媒体积极探索媒体融合，开始从多点突破向整体发展推进，从报道创新向机制创新转变，一些新兴的采编模式逐渐被外界熟悉。本次沙龙的举办，就是旨在使创新者与投资人的思想展开碰撞，探析媒体融合的多种可能，助推我国媒体融合发展。

全球传播与东亚会议在京召开

本报电 全球传播与东亚会议于6月17日在京举行。本次会议由中国传媒大学、国际中华传播学会以及美国韩裔传播学会主办，由中国传媒大学新闻传播学部、传媒高等教育国际联盟协办。本次会议在全球化的语境中探讨新闻传播领域如何与时俱进，加快策略调整，实际有效地应对压力与挑战，为中国学者以及高校师生创造了与国外高水平大学及知名学者对话的机会。

本次年会主论坛以“全球传播与东亚：来自新媒体与社交网络的全球传播灵感”为主题。会议讨论了全球传播给东亚学者带来的挑战和机遇，并思考在当今时代，传播者如何才能发出最有力的声音。

中国传媒大学副校长胡正荣在会上指出，中国目前的新闻传播教育，与媒体行业的匹配度不高。随着传媒业发生巨大变化，传媒教育面临着巨大挑战。中国社会科学院新闻与传播研究所所长唐绪军说，与传统新闻传播相比，“两微一端”的传播方式互动性更强，传播语言上网言网语杂糅明显，视频、音频相结合的可视化传播、个性化的定制成为趋势。

海外集结号

用社交媒体讲好中国故事

海外网　**吕文宝**

6月15日，人民日报社主办的“讲好中国故事，做好桥梁纽带”研讨会在北京举行。当日，记者采访到参会嘉宾——新加坡《南洋商界》杂志社社长、总编辑萧敏，她就如何讲好中国故事、如何加强媒体融合等问题谈了自己的思考。

一本杂志的坚守

坚持做中文杂志是萧敏一直以来的坚守。2014年，第一份面向中国和东南亚地区发行的中英文高端商业财经杂志《南洋商界》在新加坡诞生。

据萧敏介绍，《南洋商界》杂志立足新加坡，辐射中国和东南亚，是中国政商界、在新中资企业和留学生了解新加坡的重要窗口；也是新加坡及东南亚地区通商中国的有效渠道。如今，《南洋商界》通过纸质版、电子版和APP版三种方式发行，在新加坡各大酒店、贵宾候机室、高尔夫俱乐部和高校图书馆等都可取阅。

“新加坡华人约占新加坡人口的70%以上。”在萧敏看来，这个数字背后是新加坡民众对于更加深入地认识了解中国以及对于中新两国加强交流合作的迫切希望。

萧敏告诉记者，在新媒体呈井喷式爆发的今天，杂志的生存面对着更多的竞争。“为了在新加坡的媒体圈站稳脚跟，我们以杂志为依托，积极拓展了移动多媒体传播形式。”

“为了弥补杂志在时效性上的短板，《南洋商界》与人民日报海外网合作开设的新加坡频道于2014年6月6日正式上线。”据萧敏介绍，频道成立两年多来，对新加坡建国50周年、“习马会”、香格里拉对话等热点事件进行原创报道，在当地华人群体中获得了良好的口碑。

新加坡《南洋商界》杂志社社长、总编辑萧敏在人民日报社新媒体中心参观。

在萧敏和她的团队的共同运作下，新加坡频道在东南亚地区的传播力日益扩大。为加强与东南亚媒体合力，他们还与马来西亚《南洋商报》建立了战略伙伴关系，东南亚地区的很多重要活动新加坡频道都会冲在第一线。

未来，萧敏计划线上线下同时发力。她介绍说，《南洋商界》和新加坡频道已经在线下延伸出“南洋商界俱乐部”和“南洋她时代”两个活动品牌。“作为媒体客户群的线下交流平台，大家在这里交流合作，形成了良性的互动。”萧敏称，很多会员不仅把这里当作了解政策、获得机会的平台，更是把这里当成结交朋友、分享生活的大家庭。

一份媒体人的担当

以此次研讨会为契机，萧敏参观了人民日报社新媒体中心并与采编人员进行交流。她仔细参观了解了人民日报微博、微信、客户端等新媒体的运营情况，对于人民日报在新媒体发展工作中的创新经验和做法，萧敏赞不绝口。

“使用社交平台传播新闻资讯已经成为新媒体传播的有效方式。”据萧敏介绍，《南洋商界》杂志和新加坡频道的优质内容都会第一时间在Facebook、Twitter和南洋商界微信公众号传播。“要让新媒体技术为内容传播服务”，萧敏这样概括海外华文媒体的发展方向。

英国牛津大学日前发布的报告显示，通过对来自26个国家的受访者进行调查，其中51%的受访者表示，他们每周都会利用社交媒体来获取新闻，12%的受访者甚至说这是他们获取新闻的主要渠道。萧敏对此深有感触，她认为，新闻阅读的移动化趋势也越来越明显，传统媒体获得关注的难度变大，人们越来越倾向于通过社交媒体这样的第三方平台来获取新闻信息。

在国外生活多年的她始终满怀爱国情结。“每次在海外看见关于中国的负面报道我都很痛心。”萧敏说：“要改变这种状况，仅仅依靠一家媒体的力量是远远不够的，希望媒体能够形成合力在国际社会发声，多传播具有中国正能量的故事。”

在采访中，萧敏反复强调说，海外华文媒体是展示中国形象的重要载体，讲好中国故事是华文媒体的使命和责任。萧敏坦言，海外的租金和人员工资成本很高，做推广难度也很大，一切都要从零开始。“尽管如此，萧敏说：“为了让更多的外国人了解中国，我们一定会为中国声音在海外传播做更多的实事、传播更多的优秀作品。”

有人说她是“女强人”，有人说她是“好妈妈”，萧敏直言，在众多的身份里，“总编辑”是她最喜欢的一个称谓，因为这是对她17年媒体从业经历的最好肯定。