

走好全媒体时代群众路线

——随州日报社的实践与思考

○桂运东 张 琴

进入新时代,实现新闻宣传工作的守正创新,必须要把党的优良传统和新技术、新手段结合起来,紧贴媒体传播形式和群众需求的新变化,以新应新、以变应变,在平台、内容、机制等方面下功夫,让新闻宣传工作回归到群众工作这个本源上来,走好全媒体时代群众路线。

一、创新实践党的群众路线

在媒体融合中发展中,创新实践党的群众路线,要以先进技术为支撑,主动借助新媒体传播优势,打通并用好同群众信息交流的新渠道,重塑与用户的连接方式,实现传统新闻宣传的单向服务为主到深度双向互动格局转变。

1. 强化媒体与受众的连接。树立“用户需求”目标理念,利用新形势、新技术,整合新平台,以受众感兴趣和容易接受的方式,开启多维度互动,建立起多元化的沟通渠道,通过互动性增强贴近性、提升用户黏性,提升传统媒体的品牌影响力。

当前,新闻宣传工作的环境、条件、方式发生了巨大变化。比如,群众的思想观念更加多元多变,民主意识、法治意识、平等意识不断增强,参与公共事务、行使监督权利的意愿更加强烈。越来越多的人通过社交媒体、直播平台等,用鲜明而直接的方式,发表意见、表达好恶、展现才艺、参与互动。这些变化都要求要不断强化媒体与受众的连接。在传统的与读者沟通的渠道之外,随州日报将互动平台建在了旗下各个新媒体平台上,如在随州新闻网开设“市民留言板”“建言献策”专区,在随州论坛网和APP醒目位置开设“话题大讨论”“市民留言板”“在线投稿”“百姓之声”等专区,构建多维沟通渠道,加强与受众连接。

2. 建构群众离不开的渠道。全媒体传播,就是要实现用户的全覆盖,传播形态的全覆盖。适应用户主要通过移动互联网获取信息的新形势,坚持移动优先战略,实现在手机终端上全媒体形态的传播。

随州日报紧跟新媒体发展步伐,十余年时间逐渐形成了以网站、论坛、微博、微信公众号、APP、抖音号等新媒体形式组成的全媒体矩阵,基本实现了传播方式和渠道的“全”、覆盖面的“全”,任何人、任何时间、任何地点、以任何终端可以获得任何想要的信息。

目前,随州日报已有各类新媒体发布平台15个。其中新闻网站三个,分别是随州政府网、随州新闻网、随州论坛网,三个网站兼具权威信息发布功能,同时又各有侧重,随

州政府网突出政务性、随州新闻网突出新闻性、随州论坛网突出互动性,满足群众的不同需求。不同新媒体平台在不断更新迭代中,在不同历史阶段发挥着主流作用。随州论坛网高峰时期会员人数达70余万人,是群众发表言论、参与互动的重要渠道;随州发布、随州论坛、随州日报等一批微信公众号成为近年来读者获取随州权威新闻资讯的重要新渠道,打造出一批影响力10万+文章;随州论坛APP用户量超过15万人。依托各新媒体平台,与各部门加强互动,举办了随州十大经济风云人物评选、萌宝大赛、优秀教师评选、学习强国征文等具有影响力的活动,提升群众参与性,实现为权威媒体吸粉,增强影响力的作用。

3. 生产群众更加喜爱的内容。随着新媒体的迅速发展,受众触媒习惯、信息接受模式也发生了深刻的改变。但不管传播环境如何变化,受众对于专业媒体平台和优质媒体内容的需求会越来越高,有价值和有专业度的内容仍将是受众的主要需求,这是传统媒体迎战新媒体的强大优势。

随州日报打造融媒体中心,在内容采集、编排制作、出版发布等方面全面整合,实现采编发布统一指挥,一次采访、多种生成、多终端传播。根据不同新闻素材,侧重制作不同形式的新闻产品,突出内容本土化、精品化,表现形式多元化、可视化,更好满足群众需求。

二、坚持贴近群众服务群众

全媒体时代,内容建设依然是根本。要提供群众关注的、需要的、喜闻乐见的内容,以群众喜爱的形式呈现出来,才能提升影响力,增加用户黏度。

1. 及时有效回应群众关切。地市媒体参与网络竞争的基点和源泉在于内容的本土化和接近性,要生动记录群众生产生活,及时报道基层创造的鲜活经验,反映群众所思所想所盼,及时有效回应群众关心关切。

随州日报通过大数据分析和新媒体互动渠道,充分掌握受众关注热点,策划推出一系列唱响主旋律和群众期待的选题报道,实现全媒体传播,媒体传播力、引导力、影响力、公信力不断增强。如随州论坛微信公众号推出的炎帝故里寻根节开幕式抢先看、随州入选中国十佳魅力城市、随州各地积极抗洪抢险救灾、抗击疫情等报道,以其传播迅速、内容丰富、形态多元等吸引了众多用户关注,点击量屡破10万+。

推进媒体融合发展需要持续自我迭代

◎高 尧

推进媒体融合发展,既是不可逆转的时代潮流,也是不容回避自我革命。习近平总书记在阐述传统媒体和新兴媒体的关系时指出:“传统媒体和新兴媒体不是取代关系,而是迭代关系;不是谁主谁次,而是此长彼长;不是谁强谁弱,而是优势互补。”在推进媒体融合发展的实践中,无论是平台建设、还是记者编辑本身,都呈现持续自我迭代的状态。

一、中央厨房的功能在运行中不断调整,从调度指挥中心演化为产品生产中心

1.中央厨房只重调度指挥,解决不了媒体内部传统和新兴划界问题。地市级媒体融合转型的实践,都是参照人民日报等央级媒体,建设中央厨房(全媒体调度指挥中心)。立足于自身人力资源条件,在完成中央厨房硬件建设的基础上,将各采编部门置入中央厨房,各采编部门负

2.采用群众喜闻乐见的形式。加强传统媒体与新媒体在新闻报道中的协作和互动,综合运用文字、图片、视频、数据等多种呈现形式,提供良好的体验。

坚持移动优先战略,加强队伍建设,打造一支具有互联网思维、适应新的传播业态的全媒体队伍,掌握文字、图片、视频、音频等不同的叙述方式;加强平台建设,建设与媒体融合发展相适应的采编发布及技术支撑平台,实行一次采集、多种生成、多元传播。疫情期间,随州日报各新媒体平台全天候、全媒体形态滚动更新战疫权威信息、新闻,策划推出随州名嘴话抗疫视频等具有特色的新媒体产品,受到群众喜爱,凝聚起积极支持、参与抗疫的强大力量,新媒体平台用户量在疫情期间实现大幅增长。

3.推动新闻信息与政务服务紧密结合,更好满足群众需求。新闻与政务服务的为民性质是一致的,通过新闻平台为群众提供政务服务、文化服务、便民服务等方式,可以增强用户黏性,提升媒体平台影响力。

随州日报通过代管代办随州政府门户网站“随州市政府网”,发布权威资讯,设置“民生服务”等通道,在随州论坛微信公众号设置“惠游湖北”“作风聚焦”等通道,在随州日报微信公众号设置“不文明行为随手拍”等通道,在随州政府门户网站微信公众号设置“随州政务”“民生服务”“公众互动”等通道,畅通新闻发布平台政务服务功能,增强互动性,实现“新闻+政务服务”模式。同时,通过“话题大讨论”“建言献策”等栏目,为政府决策收集网民声音,今年疫情期间共为市政府提供舆情信息近20期,更好发挥舆论

责人共同开展中央厨房的日常调度指挥工作。其工作流程是,记者将掌握的新闻线索报给中央厨房,中央厨房召开采前会,根据记者报题和编辑部掌握的线索,开展讨论,确定选题,进行采编策划,根据后期编发要求对记者的采访提出素材要求,与采访记者保持沟通,最终获得各平台想要的素材,各平台各自编辑、发布。

在这一过程中,中央厨房作为指挥部和中转站,尝试建立起前采记者和各平台之间的沟通机制,把传统媒体部门和新媒体部门置入同一个指挥系统,统一进行资源配置。

2.中央厨房不仅要调度指挥,更要制定标准、示范行动。中央厨房从建设之初,就承载着引领融合发展的期望。从实践看,目前没有比中央厨房更有效的场景能把大家“融”到一起。但是,其短板也很快显露出来。

一是地市级新闻资源有限,除了重大新闻,需要中央

监督和服务发展的作用。

三、大兴“开门办报”之风

从群众中来,到群众中去,很重要的就是要充分发挥群众的力量,转变宣传理念、手段和组织方式,调动一切积极因素,整合更多可用资源,以开放平台吸引广大群众参与信息生产传播。

1.建设“四支队伍”,打造全媒体时代“群工部”。地市级媒体人才、资金不足,与全媒体发展要求产生矛盾。探索建立以特约记者、优秀通讯员为主体的文字供稿队伍,以签约摄影师为主体的摄影队伍,以网络达人为主体的新媒体产品队伍,以网评员为主体的评论队伍,解决人、才、物不足的问题,创造更加鲜活、更加丰富的全媒体新闻作品。

2.探索“三种机制”,提升参与积极性。一是奖励激励机制。对“四支队伍”给予适当报酬、授予荣誉,举办好作品、优秀通讯员评选等活动。二是培训学习机制。通过开展定期培训、媒体记者采访传帮带、鼓励加强自身学习等方式,让“外行人”都成为“行家里手”。三是联络协调机制。分别建立“四支队伍”工作群,线上线下加强联系,根据新闻宣传需要,报道选题同步安排部署,加强稿件指导和上稿频率。

3.成立名记者名编辑工作室,增强引领性带动性。以优秀骨干记者编辑为中心,加强与读者和通讯员队伍的定向联系,发挥好示范带头作用,带动团队迸发活力动力,打造站位高又接地气的融媒体精品,打造名栏目,不断提升媒体影响力。

(作者单位:随州日报社)