

习近平总书记重要讲话引领媒体融合发展新作为

守正创新 有“融”乃强

——党的十八大以来媒体融合发展成就综述

这是一场由技术飞跃带来的深刻变革,这更是一场在党中央战略谋划下实现的创新发展。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央作出推动传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署。2014年,中央深改组会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。在一次次重要会议上、在考察新闻单位时,习近平总书记反复就推动媒体融合发展作出深刻阐述,提出明确要求。今年1月25日,中共中央政治局第十二次集体学习把“课堂”设在了媒体融合发展的第一线。习近平总书记在主持学习时强调,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。

全国各地各新闻单位尤其是中央主要媒体积极投身媒体融合发展,“移动优先”成为共识、“用户意识”深入人心、“爆款产品”屡屡刷屏……从“相加”到“相融”,向着“融为一体、合而为一”阔步迈进,一个传播力、引导力、影响力、公信力不断提升的新型主流媒体矩阵在全媒体时代浪潮中成长壮大,写下媒体融合发展的“中国答卷”。

以自我革命的姿态适应时代发展

回望传播史,传媒技术的变迁无不深刻重塑新闻业态。全媒体时代,媒体融合发展是大势所趋。

媒体深度融合,归根到底是人的融合——

人民日报社社长李宝善指出,媒体融合不是“要我融”而是“我要融”,无论是从定国安邦、壮大主流声音的高度,还是从强筋健骨、做大做强“国家队”的角度,融合发展都是媒体自身的需要、发展的必然。

2016年10月,人民日报融媒体工作室机制正式推出,形成了“一本政经”“麻辣财经”“大江东”等45个专业化、垂直化的品牌工作室。这项机制鼓励编辑记者跳出“稿格纸”,跨部门、跨媒体、跨地域、跨体制,按兴趣自由组合,按项目组织生产。

紧跟科技发展步伐,唯一不变的状态就是改变——

加快建设国际一流的新型世界性通讯社,是新时代新华社的奋斗目标。“我们要把握传媒变革趋势,部署适应融合发展的体制机制改革,加速向‘新型’进发。”新华社社长蔡名照说。

聚焦主体业务,新华社着力构建面向不同用户、满足多样需求的全媒体供稿体系,提升个性化生产、可视化呈现、智能化推送、互动化传播水平,为用户和受众提供更多短视频、微动漫、动新闻等微传播、轻量化产品。

在把网络信息前沿技术运用于新闻传播实践方面,新华社走在前列。2015年,新华社推出自主研发的“快笔小新”机器人写稿系统,成为国内首个使用写稿机器人的媒体机构。2017年底,新华社发布全球媒体首个人工智能平台“媒体大脑”,提出建设智能化编辑部。2018年11月,全球首个合成新闻主播——“AI合成主播”亮相第五届世界互联网大会。这位新华社“新员工”,运用最新人工智能技术,“克隆”出与真人主播拥有同样播报能力的“分身”,在新闻领域开创了实时音视频与AI真人形象合成的先河。2018年12月,拥有一流技术和装备的媒体创意工场投入运行,为优质产品打造提供了强大技术支撑。

随着数字技术加速落地,媒体深度融合要心中有“数”——

中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄指出,抓住全媒体、数字化发展大潮,就要以“大象也要学会跳舞”的干劲,迎接数字化、拥抱数字化;在守正创新中,把新媒体、新平台建设好运用好。

中央广播电视总台成立后,明确提出“台网并重、先网后台”的发展战略,把更多人财物投向互联网,进一步优化用户体验。

在“互联网+总台”的战略视角下,央视网正在升级建设“一网+一端+新媒体集成遥控平台+市场端口连接”的全媒体

传播格局,并致力于建设一个强大的媒体“中台”,汇集统一的数据采集能力、计算能力、萃取能力、交换能力等,准确把内容、平台、用户连接起来,推动内容的精准分发和服务的精准触达。目前,央视网“数据中台”已形成“贯通多终端、统一管理”的数据采集分析体系,实现对央视网多终端覆盖情况及传播效果进行全流量监测、评估、分析,每天用户访问记录超过100亿条。在此基础上,央视网通过合作引入第三方公司的外部数据,形成更为丰富、多元的全域媒体数据库,以此支撑数字化转型。

有网友评价说,“主流新闻媒体很‘潮’”。冲破思维“藩篱”、催化融合质变,在媒体融合这场惠及长远的再出发中,新时代党的新闻事业开启崭新局面。

以融合手段壮大主流阵地

读者在哪里,受众在哪里,宣传报道的触角就要伸向哪里,宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。

统计显示,截至2018年6月,我国网民规模达8.02亿,手机网民规模达7.88亿,网民通过手机接入互联网的比例高达98.3%。在移动互联网时代,“终端随人走、信息围人转”是传播的鲜明特征。

习近平总书记明确指出,要坚持移动优先策略,让主流媒体借助移动传播,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。

推动移动媒体建设,“报网端微屏”在打通——

坚持以渠道拓展为引领,中国日报社践行“深度融合、移动先行”理念,把一份发行70万份的英文报纸转型升级为一个覆盖2亿多海内外用户的全媒体传播平台。截至2018年12月底,中国日报客户端全球下载用户超过1800万,用户覆盖超过140个国家和地区。

经济日报社加大移动传播新平台、新阵地建设,逐步构建了以经济日报新闻客户端为主体、社交媒体为两翼、第三方平台为补充的移动传播新媒体格局。针对短视频这个“风口”,经济日报社成立了“短视频工作室”,在抖音、快手等平台推出“小林侃数”等品牌栏目,很接地气。

建设新型主流媒体,“策采编发”在重构——

实现新闻信息内容的“一次性采集、多媒体呈现、多渠道发布”,已是共识和趋势。从中央到地方,新闻单位纷纷整合内部组织架构,设立全媒体或融媒体机构,统筹采编资源,实现生产布局合理化与传播渠道全能化“比翼齐飞”。

光明日报社在2015年4月挂牌成立了融媒体中心,并在此基础上成立了光明日

报全媒体总编室,启动全媒体指挥平台,着力打造“掌上的知识分子精神家园”。

作为推动县级媒体转型升级的战略工程,2018年全面启动的县级融媒体中心建设,致力于打造基层主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽。一个个县级融媒体中心挂牌成立,把传播触角延伸到千家万户,融合发展的更大格局正在形成。

打造现代传播体系,平台建设蹄疾步稳——

从一家报纸到“平台+内容生产者”,人民日报社尝试用新模式连接更多用户,打造体现主流价值的内容生态。上线不久的全国移动新媒体聚合平台“人民号”,吸纳入驻媒体机构7000余家,一些优质的自媒体也纷纷进驻,平台日均审核推送原创资讯3500余条。

新华社服务全国媒体的“现场云”新闻在线生产系统,为入驻媒体免费提供基于移动端的全媒体采编发功能,采编人员即采即拍即传、即收即审即发。目前,“现场云”已吸引超3000家媒体和党政机构入驻,平均每天发起直播报道379场,成为全国最大的基于移动直播的短视频在线加工平台,有效服务地方媒体融合发展。

中央广播电视总台高度重视自主可控平台建设,主打移动直播和新闻视频分发的央视新闻移动网将上线“全国智慧县级融媒体中心平台”,打造县级融媒体中心传播平台,同时上线4K超高清频道,打造5G创新平台并投入试运行。

从推进产品融合、渠道融合,到推动平台融合、生态融合,传统媒体和新兴媒体优势互补、一体化发展,主流舆论阵地不断巩固壮大。

以内容创新唱响时代强音

主力军进入了主战场。

近年来,主流媒体通过加强传播手段和话语方式创新,推出更多有思想、有温度、有品质的融媒体精品力作,以更强的传播力、引导力、影响力、公信力,在互联网上做大做强正面宣传,让党的创新理论“飞入寻常百姓家”,让网络空间的主旋律更响亮、正能量更强劲。

新闻战线把宣传好习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务,以全媒体时代下人们喜闻乐见的方式,推动习近平新时代中国特色社会主义思想生动阐释、广泛传播。

人民日报社策划推出5篇“总书记的人民情怀”系列报道和14篇“新思想从实践中产生”系列报道,其中一篇报道在人民日报客户端浏览量超过4500万。

新华社推出《心中的牵挂》《答卷》《誓言》《那年,我们21》等50多个浏览量过亿的重磅融媒体产品,《那年,我们21》总传播量达5.7亿次,《誓言》被国家博物馆“复

兴之路”收展。

中央广播电视总台打出时政报道“组合拳”,以时政V观微视频、时政新闻眼等方式第一时间准确报道,配合性报道注重第二落点延展延伸,阐释习近平总书记重要讲话精神和总书记调研考察时的感人瞬间,展示习近平总书记的崇高风范。

奋进新时代的豪情在网络涌动。

2018年12月31日,亿万人民在习近平主席发表的二〇一九年新年贺词里,回望一路走来的充实与坚定,鼓足继续追梦的劲头与信心。央视新闻新媒体通过“智能大屏+移动小屏”“长视频+短视频”等方式,让相关报道的累计观看量在短短1小时内超过1.6亿次,新年贺词里的“金句”迅速在网上热传。

这些年,通过主流媒体的多样化传播,“撸起袖子加油干”“努力奋斗才能梦想成真”“幸福都是奋斗出来的”等平实有力的话语直抵人心,时代强音让亿万民众共同的精神家园,洋溢满满正能量。

礼赞新中国的真情在网络上传扬。

人民日报社顺应融合传播移动化、视频化、青年化趋势,推出了“时光博物馆”主题活动、H5《快看呐!这是我的军装照》、《中国很赞》手指舞接力挑战等,引爆人们的参与热情。

新华社策划推出《国家相册 致敬历史——新华社中国照片档案馆典藏展》,制作了《四个全面》《红色气质》《点赞十九大,中国强起来》《留声40年:那些改变你我的故事》等一大批创意与技术融合、线上与线下打通的产品,在网上营造了热爱祖国的主流舆论强势。

新时代的中国故事随“指尖”传播。

中国日报社充分发挥外籍记者编辑队伍优势,以“好运中国”“解码中国”等短视频栏目为依托,打造了“英国小哥”方丹、“美国小哥”艾瑞克、“英国小妹”夏洛特等“网红”记者,透过“外眼”看中国、通过“外嘴”讲中国,扩大主题报道的国际影响力。

新华社“New China”账号在脸谱、推特、优兔、Instagram、连我、VK等六大平台使用19种语言发稿,总粉丝数突破1亿,主账号发稿量、浏览量、互动量等核心指标跻身世界主流媒体账号第一方阵最前列,让“中国声音”更加清晰响亮。

实践证明,媒体深度融合必须牢牢抓住内容创新这个根本,把握好时度效,从拼海量向拼质量转变,从聚流量向聚人心跨越,以内容优势赢得发展优势。

媒体融合发展,是一条从未有人走过的路,必定要爬坡过坎,也一定有新的挑战。但改革永无止境,创新永不停息。走好必由之路,牢记使命任务,坚持守正创新,新时代的党的新闻舆论工作大有可为,气象万千。 据新华社