策划先行 内容为魂 巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论

——贵州日报报刊社选题策划推动融合传播精品“泉涌”

□李坤 李悦欣

2019年贵州日报报刊社成立以来，始终坚持“创新为要、流程再造、策划先行、内容为魂”的融合传播理念，围绕中心工作抓原创、围绕社会民生抓爆款，创新推出“6+2”层面选题策划制度，树立精品意识、坚持精品生产、开展精品传播，打造融合传播精品，形成“选题竞争是重头、稿件竞争成常态”的良好氛围，推动融合传播精品“泉涌”，不断巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论。

树立精品意识 重要节点“挂图作战”

报刊社打破传统媒体和新兴媒体的生产流程，将原有报、刊、网、端4条“生产线”合而为一，创新制定“季策划、月策划、周策划、日策划、时策划和紧急策划”以及“部门策划、个人策划”的“6+2”选题策划制度，在先期记者海量报题、系统海量分析的基础上，遴选优秀选题进行头脑风暴，以“创意”为引领强化内容创新。

围绕中心工作抓原创，在主题策划中抓重点。建立“新闻宣传管理办公室+融媒体指挥中心、编辑中心、采访中心、技术中心”的“1+4”指挥调度体系，聚焦全国两会、贵州省两会、中国国际大数据产业博览会、生态文明贵阳国际论坛等重要时间节点，推动大批优质原创融媒体报道“泉涌”。2019年以来，报刊社策划推出的《爬行的人也能顶天立地》《主席送毛衣 情暖清江水》等原创融媒体报道共获中国新闻奖5次、中宣部阅评表扬33次。今年围绕“多彩贵州·从万桥飞架看中国奋斗”重大主题，推出了一大批有面有线有点、有景有情有思的行进式、体验式、见闻式、盘点式报道。3月8日，天眼新闻客户端推出的微视频《万桥飞架起当惊世界殊》，展示了贵州在群山间万桥飞架，推动高质量发展实现新跨越的生动故事，当日全网阅读量超过1亿次。

围绕社会民生抓爆款，在日常策划中挖亮点。报刊社不断在部门策划和个人策划上发力，力求推动选题策划会覆盖全时段、全层面。聚焦去年以来火爆“出圈”的“村BA”“村超”赛事，报刊社结合自身特点，多次组织采访调研小组深入“村BA”发源地台江县、“村超”发源地榕江县，充分利用图文、音视频、直播等读者喜闻乐见的形式，推出《小篮球碰撞大时代》《“村超”“村BA”无缝衔接！这个夏天，最火的地方在“村”里》《贵州“村超”为什么火？这里有中国乡村幸福的模样》等融媒体报道，生动展现火热的现场氛围和“接地气”的办赛风格，深刻阐述“村字头”赛事推动乡村振兴的生动实践。同时，报刊社充分发挥主流媒体舆论监督作用，聚焦群众关注的热点、难点、堵点问题，在各平台重要位置开设《天眼问政》栏目，推出一系列策划有“香味”、评论有“辣味”、报道有“鲜味”的民生报道。

坚持精品生产 蹲点采访“尖兵出击”

今年以来，报刊社全面整合采编力量，制定、修订了《贵州日报报刊社高质量发展蹲点调研采访工作方案》，“一把手”亲自带头，采编力量全面下沉至基层，在火热的社会实践中锤炼脚力、眼力、脑力、笔力。方案明确所有采编人员至少联系1个乡镇或者企业、基地作为蹲点联系点，每年到联系点蹲点采访不少于2次，并要求蹲点采访人员积极联动采访地和企业，紧扣贵州现阶段高质量发展的工作重心，不间断推出“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的融媒体策划报道。

领导带头做示范。报刊社充分发挥社领导引领示范作用，制定《贵州日报报刊社社领导带头践行“四力”主题调研采访方案》，每位社领导领衔一个采访主题，组成调研组深入基层，推出接地气、暖民心、提信心的深度报道，反映贵州各地各部门推动高质量发展的经验成效。推出《直播火了村超 电商甜了生活——榕江县“三新农”助推乡村振兴观察》《群众创造历史 创新引领发展——从村BA村超看西部欠发达地区中国式现代化的生动实践》《绘就宜居宜业和美乡村新画卷——遵义市推进“四在农家·和美乡村”建设一线见闻》《桃源深处美如画——以生态文明引领高质量发展的铜仁实践》《“一棵树”的新使命——解码贵州旅游恢复增长之黄果树旅游区》等一批高质量的深度调研报道，以生动细节展示贵州高质量发展的良好态势和各族干部群众良好的精神风貌。

联动策划有创意。报刊社打破部门分工界限、分兵把口做法，通过各层级选题策划会广泛征集创意，主创人员“挂帅出征”，融媒体产品设计、前端呈现人员等积极参与，开展跨部门联动协作，充分运用图文、音视频、H5等方式，推出《向北挺进 欣欣向“融”——融入成渝地区双城经济圈发展视角下的桐梓图景》《大山深处斗门开——一个东西部协作项目建设运营中的碰撞与融合》等形式多样的融媒体报道，透过一个个鲜活的个体及故事，以小见大、以点到面，讲述贵州这个西部欠发达地区的万千干部群众在火热奋斗中创造可感可知的中国式现代化的动人故事，推动创意“星星之火”变为“熊熊烈火”。

开展精品传播 集束发力“舰队出征”

报刊社以用户为中心，统筹用好报、刊、网、端、音、视、微、号力量，坚持内容不间断、关键节点振大音、融合呈现多样化，牢牢抢占舆论阵地。

核心矩阵、多级联动，打造融合传播“云”航母。确立以《贵州日报》《当代贵州》杂志、天眼新闻客户端、当代先锋网为核心的融媒体矩阵，报刊版面头条、重点栏目，网站首屏、客户端首页一体统筹，大力推动强头条、强栏目、强首屏、强首页，实现“报纸版版头条有质量、杂志期刊期期有分量、网端首屏屏屏有能量”。延展融媒传播生态体系建设，横向覆盖抖音、微信、微博、快手等热门平台，纵向依托驻站、驻县等采编力量，实现省、市、县多级联动，打造融合传播“云”航母。同时，强化内外协作，在省内层面，组建贵州首个“贵州融媒体云上编辑部”；在全国层面，天眼新闻客户端携手27家省市主流新媒体共同组建区块链新闻编辑部。

优化奖励机制，精品策划从“被动”转为“主动”。持续制定、修订优质新闻作品奖励办法，对荣获中宣部“五个一工程”奖、中国新闻奖等重要新闻类奖项的作者编辑，获“王选新闻科学技术奖”项目奖、个人奖等重要技术类奖项的研发人员进行奖励，最大限度激发全体采编人员的干劲，确保“炒好菜”“报好菜名”，各环节紧密衔接。

记者在世界第一高桥北盘江大桥下采访，了解贵州交通建设对地方发展的推动作用。

本版图片均由贵州日报报刊社提供

贵州日报报刊社国际传播中心成立后，挺进海外社交平台，招聘外籍主播，用心用情讲好中国故事和贵州故事。

从“纸媒”奔赴“全媒”

——贵州日报报刊社媒体融合转型创新发展之路

□王璐瑶

今年是习近平总书记作出“加快传统媒体和新兴媒体融合发展”重要指示10周年。10年来，作为贵州省委机关报、党的舆论阵地，贵州日报报刊社融媒体改革不断提速，形成了全媒体、多平台共享分发的传播格局，完成了从传统媒体向现代化媒体转型。

11月28日，《贵州日报》将迎来创刊74周年。从纸墨印刷到形成报、刊、网、端、音、视、微、号八大平台矩阵，从“纸媒”奔赴“全媒”，贵州日报报刊社用主流价值导向驾驭算法，用先进技术支撑助力改革，内容与技术“双核驱动”，打造了一支贵州日报报刊社“全媒体舰队”挺进舆论主战场。

平台融合，合而为一

加快推进媒体深度融合发展，关键词是“融”与“合”。

2019年，贵州日报社和当代贵州杂志社整体合并，原贵州日报社的今贵州新闻客户端与当代贵州杂志社的当代贵州客户端整合，打造全新的天眼新闻客户端；当代先锋网整合今贵州网重新改版升级上线；旗下其他微信、微博平台坚持能整则整、能融尽融，全部迁入融媒体“中央厨房”，以频道形式与天眼新闻客户端融合发展，夯实以天眼新闻客户端为核心的融媒体矩阵。

之前分散的多个平台聚指成拳、合而为一。内容发布渠道形成《贵州日报》《当代贵州》杂志、天眼新闻客户端、当代先锋网四大核心平台，新闻生产与发布融通报纸、杂志、客户端、网站，分散在网下的力量深入网上，正能量汇聚成大能量。

以四大核心平台为中心，贵州日报报刊社又以微信、微博、抖音、快手、小红书等外部号为矩阵，合力打造“天眼新闻”全媒体品牌。2022年，成立国际传播中心、开设“Discover Guizhou”海外账号，贵州日报报刊社传播平台辐射到全球范围。

在平台融合过程中，贵州日报报刊社搭建起一座庞大的“一体化新闻创作分发平台”，完成各子系统中的资源迁移汇集，链接所有记者编辑人员，联通各地记者站，耦合县级融媒体中心，塑造了贵州日报报刊社全新的开放传播生态，提升了生产力、传播力、内驱力三大能力。

流程再造，自我革命

一改传统媒体烦琐且耗时的生产模式，贵州日报报刊社将先进技术与内容体系充分聚合、深度融合，促进体制机制改革创新，实施移动优先战略，在全国党媒中首次实行“移动端为主”的绩效考核办法。

整合采编队伍。报、刊、网、端的采编人员实现百分百大融合，采访部室不再按媒介形态设置，而是按照行业划分，如时政、经济、农业农村、社会、科教等。同时选拔全媒体业务骨干组建特种作战的“天眼战队”，专攻主题采访、重大活动和会议报道。

重构机构设置。按照新闻宣传管理办公室+融媒体指挥中心、编辑中心、采访中心、技术中心“1+4”架构，进行了机构调整。其中，新闻宣传管理办公室负责指令传达和重大时间节点、重大主题的宣传报道统筹工作，融媒体指挥中心负责日常统筹调度采编资源，融媒体采访中心对各终端内容进行融合策划和采集，融媒体编辑中心完成各终端平台内容的编发，融媒体技术中心统筹技术研发工作。各中心协同作战，实现新闻采编业务的优质生产。

改革生产机制。贵州日报报刊社盘活体制，对策、采、编、发四大环节进行改革。再造生产流程，依靠先进的云采编系统，打破传统媒体和新兴媒体的边界，接通所有新闻信息生产部门的人员、信息、图片、技术、设计等资源，实现数据互联；重构传播生态，各采访部门与市州记者站、县级融媒体中心、通讯员队伍协同采访，将带着露珠、沾着泥土的新闻采写回来，经过审校后进入云采编系统，融媒体编辑中心对稿件进行二次设计、创作，生成适合不同媒体终端发布的融媒体产品。

技术创新，为我所控

只有把传播领域的核心技术掌握在自己手中，才能真正掌握发展的主动权。贵州日报报刊社聚焦核心技术自主可控，举全社之力自主研发“天眼云融媒体平台”，推动传播平台、传播内容、传播方式向数字化和智能化转型。

从“逐步占领”到“为我所控”，变“借船出海”为“造船出海”，贵州日报报刊社以“虚拟软件、架构设计、消化吸收、集成创新”为理念，在“云端”之上构筑了“既为我所用、更为我所控”的技术底座，依托数据与人工智能技术实现融合发展，实现了技术、应用、模式层面的创新，拿出更多拥有报刊社标签的技术产品，把握网络发展的主动权。

2023年，“天眼云融媒体平台”获国家版权局《计算机软件著作权登记证书》，入选“中国报业协会新媒体（客户端）发展大会主旨报告优秀案例”，入选“全国媒体融合技术应用创新案例”，获“王选新闻科学技术奖”二等奖。

“造船出海”，连接世界

为更好地履行“联接中外、沟通世界”的职责使命，贵州日报报刊社全力推进国际传播能力建设。2023年4月，以“Discover Guizhou”作为官方外宣品牌，在推特（已更名为“X”）、脸书、油管、Ins等平台统一开设了账号。第三方平台数据显示，“Discover Guizhou”账号已成为和关键词“Guizhou”关联度最高的社媒账号之一。

国际传播工作提升了地方服务外交的“软实力”。今年5月，洪都拉斯与我国建交后的首个官方代表团来到贵州，贵州日报报刊社记者随团采访发布的推文几乎每一条都被洪都拉斯总统府官方账号转发，成为洪都拉斯人民了解中国、了解贵州的重要渠道。有不少生活在贵州或来贵州旅游的外籍友人，开始通过“Discover Guizhou”与记者联系，通过平台更深入地了解这片土地，其中一位还成为贵州日报报刊社国际传播特邀的专栏作家，定期撰文讲述自己在贵州的生活故事。

从今年10月开始，贵州日报报刊社记者陆续前往格鲁吉亚、越南、老挝、泰国等国家，围绕贵州公路集团交通基础设施建设、贵州轮胎越南工厂、中老铁路人才培养等内容，讲述贵州的“一带一路”故事。

为了让贵州好声音传播更远，贵州日报报刊社国际传播产品力争在更大的平台呈现。在“爱上贵州的100个理由”活动里，原创视频被国新办、人民日报社、环球网等在海外社媒账号发布；关于贵州桥梁建设的短视频登上了《时代周刊》和《泰晤士报》网站；贵州日报报刊社还与凤凰卫视《近观中国》栏目联合拍摄了《探访世界第一高桥——北盘江大桥》，节目已在凤凰卫视播出。