

## 观点速览

严惩“按键伤人”  
依法铸就清朗网络空间

网络暴力信息备受社会关注，治理防范势在必行。

平台作为网络信息传播的载体，必须在治理网络不良信息中发挥主体作用。发现存在网络暴力信息风险的，应当引导用户文明互动、理性表达，并对异常账号及时采取违规警示、限制流量等措施。网络不容肆意妄为，平台必须做好“守门人”。该删除、屏蔽、停止服务的，绝不能姑息。涉嫌违法违规的，应当及时向有关部门报告。坚决遏制不良暴力信息，弘扬积极健康正能量，网络平台不容辞。

遏制网络暴力信息，更是为了保护广大网民的正当权益。遭遇网暴侵害，用户可以利用屏蔽、私信设置、评论管理等功能进行自我保护，还有权要求网络信息服务提供者提供快捷取证功能，向警方寻求法律援助、向司法机关提起民事诉讼。《网络暴力信息治理规定》明确，网络暴力信息侵害未成年人、老年人、残疾人等用户合法权益的，网络信息服务提供者还应提供保护救助服务，协助启动防护措施。

网络不是法外之地。网络暴力轻则影响受害人身心健康、导致“社会性死亡”，重则令受害人不堪舆论风暴、引发悲剧。从泄私愤，到伤害他人，再到破坏公共利益，一系列行径触犯法律法规“红线”，必然要承担相应的民事甚至刑事责任，网络暴力实施者终将自食苦果。

(8月7日 人民网 蒋萌)

让清朗之声  
驱散低俗之音

监管重拳之下，部分低俗乱象并没有彻底消失，而是换一种形式夹缝生存。之前就有擦边主播转型“助眠达人”的例子，警示我们低俗内容需要系统整治。近日，中央网信办在全国范围内部署开展为期1个月的“清明·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动，重点整治五类突出问题，其中就包括刻意展示带有性暗示或性挑逗的言语挑逗，发布“软色情”“擦边”“泛黄”内容等行为。既要整治有形的低俗，也要清理无形的垢秽，释放鲜明信号。

一方面，平台应加强网络主播规范管理，强化专业资质认证管理，并对违规开展直播的账号依法依规依约从严处置。必须看到，部分直播平台门槛较低、违规主播被封号后常常“换个马甲”卷土重来，给监管造成很大压力，应适时建立“黑名单”。一项涉及1400多名网友的调查中，近七成受访者刷到“软色情”会选择直接举报，然而却少见回应。必须完善举报机制，接受公众监督。

另一方面，从源头整治低俗之音，必须优化推荐机制和流量分配机制，营造良好的平台和行业生态。加大对优质主播、优质内容流量扶持力度，提升主流价值引领，有利于形成示范带动作用；坚决制止“流量向善”和“劣币驱逐良币”的问题，避免内容生产走入不正当竞争的误区。

(8月2日 《南方日报》 默达)

是时候给“泄愤帖”  
降降火气了

网络平台成为人们表达情感、交流观点的重要场所，这本没有问题。但需要关注的是，社交平台、贴吧等网络空间中出现的“泄愤帖”，往往以激化亲子、师生矛盾为内容，充满了恶意，要么是虚假杜撰，要么是捕风捉影，要么是道听途说，要么是添油加醋，其目的在于恶意夸大师生矛盾、渲染家长压迫压榨孩子等，煽动亲子、师生对立。我们要认识到“泄愤帖”的危害性。这些帖子往往以偏概全，夸大事实，甚至无中生有，通过煽动性的语言和夸大的事实来激起人们的情绪。在亲子、师生关系中，这种情绪的激化只会让矛盾更加尖锐，甚至可能导致暴力事件的发生。“泄愤帖”也会给看帖子的人带来负面影响，让不良情绪恣意蔓延。

当“泄愤帖”添油加醋，甚至无中生有时，带来的问题相当严重。刻意渲染消极、负面、焦虑、负面情绪的不良信息，容易挑起关系对立，对未成年人形成不良导向。2023年12月发布的《第5次全国未成年人互联网使用情况调查报告》数据显示，未成年网民在网上时遭遇的各类网络违法、不良或消极负面信息中，渲染激化家庭、师生矛盾的内容比例最高，为27%。

“泄愤帖”所蕴含的恶意，会伤害他人、破坏秩序，成为制造矛盾的伤人利刃。网络空间是人们交流思想、表达情感的重要场所，我们应该倡导积极、健康、向上的网络文化。通过传播正能量、弘扬主旋律、倡导社会主义核心价值观等方式，引导人们树立正确的价值观和世界观。“泄愤帖”的诞生，源于人们在现实生活中所承受的压力和不满，但这些都需要同善意的引导和积极化解，而不是让“泄愤帖”写满的恶意制造负面情绪。

(8月8日 华声在线 郭元鹏)

## 以“融”图进 以“优”制胜

## ——地市报媒体融合发展的几点思考

□史喜众

近年来，随着媒体融合发展进程的不断深入推进，新兴媒体在传播体系、技术平台、内容生产、采编流程等各个方面都呈现出日新月异的发展面貌。这给处于基层的地市报带来了较大的压力。面对媒体格局、舆论生态、传播技术发生的深刻变化，地市报一定要顺应大势，主动适应数字化、移动化、平台化发展趋势，把“融合”作为根本的发展路径，以全局性站位和系统性思维，坚持一体化发展方向，加快推进深度融合，不断提升产品创新力、选题策划力、现代传播力的主流价值影响力，力争以优秀的新闻产品、优良的传播平台、优质的用户体验，在媒体深度融合中蹚出一条可复制、可持续的发展路径。

## 坚持“内容为王”

地市报要在转型期保持定力，下大力气打造有思想、有深度的精品力作，生产更多具备强大影响力、引导力的新闻产品，以期赢得互联网背景下的舆论主动权。这既是地市报提升传播力、引导力、影响力、公信力的有力抓手，也是地市报在媒体融合转型过程中实现突围的路径之一。而相较于新型媒体在技术、理念、渠道等方面的优势，地市报拥有一批具备良好职业素养的新闻工作者，他们具有生产精品新闻作品的丰富经验和能力，构成了打造精品力作的基础。这也是地市报作为传统媒体与新兴媒体、自媒体竞争的重要优势。

坚持“内容为王”的核心就是要提升选题策划的高度和精度，持续提升高质量新闻产品的生产和传播能力，在内容搭建、受众互动、融合传播等方面抢占制高点。就《吕梁日报》的实践来说，一是处理好系统谋划、常态策划和日常报道的关系，强化全员新闻报道策划意识。建立健全各采编部门每周、每月选题策划方案制度、评选评审和考核制度，对全年重要时间节点、重大宣传报道工作进行系统梳理。同时，深化双向互动的新闻报道策划机制，由新媒体部和要闻部共同牵头，融合创新重大主题策划，增强新闻选题策划的系统性、全局性和持续性。2020年以

来，吕梁日报社先后策划了“牢记嘱托乘势而上 六百里黄河看巨变”等五大全媒体主题采访活动、30余项阶段性选题策划采访活动，在这些采访活动中，纸媒与融媒立足“一次采集、多种生成、多元传播、全网覆盖”的生产思路，同频共振、前呼后应，形成了鼓舞人心、推动工作的强大舆论场。二是处理好新闻时效和影响力的关系。主动吃透市委、市政府阶段性重点工作和重大决策，将地方党委、政府的工作重点转换成“新闻点”，增强新闻选题策划的前瞻性和准确性。2024年，吕梁日报社将市委中心工作分解为20件民生实事，对每个重大民生工程，报社都做了精心策划，陆续推出《记者直击吕梁20件大事要事》等重点栏目，形成了全方位、立体式、多频次的宣传阵势，有力地鼓舞了全市干部群众干事创业的热情，受到市委领导的充分肯定。三是走好全媒体时代群众路线。紧扣民生关切，使宏观政策微观化，抽象议题具象化，全局工作局部化，精准把握普遍性和典型性，增强新闻选题策划的针对性和共情力，确保踩准“鼓点”、划出“重点”、报出“亮点”。实践表明，作为最基层的平面媒体，地市报在媒体融合发展中要始终围绕中心，植根基层，地市报人要不断增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，为舆论场提供更多关注度、感染力强、导向清晰、影响深远的新闻佳作，以此确保地市报在舆论引导中能够高扬主旋律，打好主动仗。

## 坚持“多媒联动”

地市报应高度重视媒体产品的契合度，在深耕内容的同时，充分利用互联网、大数据、人工智能等新技术，推动形式创新、内容创新、手段创新，要在融合中做到“多媒联动”，让宣传矩阵进行二次甚至多次裂变，构建多渠道、多元化的全媒体传播格局。

从纵向综合思维出发，《吕梁日报》媒体融合和大多数地方党报格局一样，也是从“两报一网”发端，然后形成“两报一网一屏两微七平台”的融媒体矩

阵，并以此为主干和依托，向“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”的媒体融合传播方面迈进，实现新闻信息、技术提升、平台运营、集成管理互联互通，提升了平台的智能应用和社会连接能力。而一些发展步伐快的地市报依托自身资源、顺应时代发展，把握数字化、移动化、视频化的发展趋势，试水探寻符合自身发展的联动模式，已初步形成以传播矩阵立体化、内容生态多样化、平台服务智慧化为特征的媒体融合发展格局。

从横向联动思维出发，全媒体时代，地市报还需以协同联动推陈出新，整合各类资源，最大限度提升报道影响力和舆论引导力。要充分利用自身群体数量大、人员素质高、地域分布广的优势，变“抱团取暖”为“组团出击”，探索建立各种能够壮大自身影响力的“联盟”，推动形成“多报联动、多屏一体”的传播格局，做大做强地市报的主流媒体阵地。近年来，吕梁日报社先后和丽水日报社等40余家革命老区地市报社组建“红色联盟”，和巴彦淖尔日报社等50余家黄河沿线的地市报社组成“黄河联盟”，轮流定期举办新闻采风活动，多家报社的百余种传播平台协同发力，共同奏响“大合唱”“交响乐”，活动不仅赢得了上百万人次的关注和点赞，更成为各地市党报效仿借鉴的典范，使得地市报在媒体融合中的主阵地地位愈发巩固。

## 坚持“智能决胜”

目前，在地市党报媒体融合中“新闻+N”模式的成功实践，既为地市报探索深度融合发展指明了业务拓展方向，同时也是地市报提升自身服务功能、增强用户体验的现实路径。地市报作为社会信息系统的重要组成部分，在环境守望、社会动员、文化传承、服务治理等方面发挥着重要作用。“新闻+N”模式的核心正是以“新闻”业务为内核，扩展到“政务”“服务”“商务”等领域，把媒体资源与用户资源进行有效转化，以此增强用户体验，进而实现创收，促进媒体市场化转型，实现功能拓展、要素激

活、内容创新和精准服务，形成开放、循环、共赢的全链路服务新业态。

近年来，邯郸新闻传媒中心在《邯郸日报》“掌上邯郸”客户端的基础上，根据加快推进媒体融合发展的相关要求，升级“掌上邯郸”客户端，增加平台政务服务功能，汇聚全市各项政务服务事项，群众可以申请在线预约、查询事项进度、收悉办事反馈，根据服务质量进行评价、投诉和建议，实现了政务服务“一网通办”，成了党和政府与群众对话的有效连接通道；《安阳日报》倾力打造的“安阳融媒”新闻综合客户端增强了网络聚合能力，紧密结合民生，为当地用户提供各类本地化便民服务，包括政务服务、民生信息、互动功能等，用户可以在客户端中分享房屋租赁、招聘求职、打折促销等商业资讯，也可以通过平台查询航班信息、列车时刻、掌上名医等相关信息；《邢台日报》融媒体中心统筹推进智慧城市、智慧交通、智慧安防、数字乡村等项目建设，助力该市数字化转型，同时围绕乡村振兴、共同富裕等国家部署，通过开展新时代文明实践、直播助农等形式嵌入基层社会治理、共促区域发展，形成了技术传播中的多元化场景，逐步将媒体的舆论影响力转化为社会治理能力，不断彰显地市级党报作为基层纸媒在媒体融合中的主力军地位。

信息传播技术的每一次重大进步，都会带来传播方式的重大跃升和舆论生态的重大变革，地市报要以融合发展为契机，积极融入社会治理体系，科学整合各种资源，以特色化、专业化、集约化的服务让数据在社会各个方面高效流动，以信息化手段推动社会治理精准化。同时，积极加强与央媒、省媒和县级融媒的对接合作，上下联动、左右互动，做大“朋友圈”，努力提升现代传播能力，营造全时传播、全面覆盖的融合传播环境，把“有意义”的内容做成“有意思”的内容，为受众提供更好的信息体验，争当媒体融合发展中的主力军，不断提升党媒的传播力、引导力、影响力、公信力，更好地确立地市报在新时代主流舆论领域的主导地位。

(作者单位：吕梁日报社)

## 地市级融媒体如何再上新台阶

□叶志强

当前，传媒行业竞争日趋激烈。10年前的2014年是我国媒体融合的元年，10年后的今天，媒体融合正迎来拐点。截至2023年年底，浙江、辽宁、安徽等省份已陆续实现地市级融媒体中心建设全覆盖。从目前的融合实践看，地市级报社和广电的融合，既是中央加快推进媒体深度融合发展的要求，也是全媒体时代传统媒体求生存、求发展而作出的积极应对。当前，面对融合后传媒中心进阶发展的客观需要，能否以“新”为导向，以“质”为目标，加速培育和发展新质生产力，着力提升新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，重塑竞争新优势，是检验融合成效的“试金石”。

## 构筑竞争新优势，全力把媒体“四力”转化为媒体实力

报社和广电融合组建传媒中心后，矩阵平台更大了、发布渠道更多了，但这并不意味着传播力能够实现自然的叠加。依旧需要新闻人秉持初心，始终认识到做好品质内容的事业追求是我们安身立命的基石，始终以互联网思维、用户导向深耕本土，全力提升优质内容生产力是地方媒体守住主业的必由之路，是影响力、引导力、竞争力，也是地方媒体发展新质生产力的重要路径。

一是以新的技术赋能，着力提升融合传播的网感度。全媒体时代，技术正从媒体的保障因素变成引领要素。目前，数字化、智能化浪潮已经到来，飞速迭代的数字技术背后蕴藏的是对媒介形态、媒体业态乃至传媒生态变革性、颠覆式的力量，是推进媒体深度融合的内在要求和重要着力点。要注重技术创新与融合传播的深度嵌入，全方位、全流程贯彻用户思维，打造更加生动、形象的新闻报道模式和传播方式，及早实现数字化、智能化。积极探索统一指挥、动态调配、资源集约、效率最优的一体化运行体系，全面提升运行效率，用先进技术倒逼采编流程优化升级和内容创新。

嘉兴市新闻传媒中心2023年1月组建以来，依托自主研发的“嘉智媒”智慧平台，以“1+3+N”模式（一个融媒大

脑，布局融媒业务系统、融媒OA系统、智媒云三大操作系统，实现智慧融媒N条可行有效路径），融入报纸、广播、电视、新媒体各采编端口的传播特点和需求，打造全链条有效覆盖、全过程统一指挥、全要素高效赋能的数智化运营平台。同时，引入涉及嘉兴的国内资讯、国外资讯网，全面提升融媒传播策划的广度、深度、准度，提升感染力、影响力。

二是以新的模式重构，着力打造融合传播聚合度。地市级媒体融合的本质就在于着力破除各采编部门间的藩篱，破除报纸、电视、广播和新媒体等采编环节的壁垒，使流程更顺畅、运行更高效。嘉兴市新闻传媒中心成立一年来，在机制、流程、资源等方面充分优化融合，探索建立了一系列融合传播新机制、新打法。组建了32支新媒体战队，不同部门、不同岗位、不同特长的人员实现优势互补、强强联合。积极推进内容生产向项目制、团队化转化，以揭榜挂帅的形式面向全体采编人员发放任务榜单，并为项目赋权、赋能。新媒体战队的创新打法最大程度发挥了团队协作的主观能动性，在确保内容生产、产品制作高质量呈现的同时，也让年轻记者在一线主战场锤炼了独当一面的“硬功夫”。如针对“浙江宣传”微信公众号这一融媒时代现象级新媒体平台，传媒中心发挥部门、揭榜挂帅的灵活机制作用，组建“嘉轩”战队积极撰写投稿，成为“浙江宣传”供稿主力军。在以传媒中心为核心力量的带动下，嘉兴成绩位居全省第一。

三是以新的用户导向，着力提升融合传播的精准度。在当前多元、互动、高效的全媒体传播格局下，有了好产品、内容和售后服务，关键还要靠足够强的运营能力推广、传播，才能获得更多受众的注意力、有效的互动力。要以用户需求 and 用户体验为导向，灵活运用资讯服务、政务服务、品牌活动等服务类型，激发各类群体用户参与互动和扩散传播的主动性和积极性，提升主流信息的精准到达率。

嘉兴市新闻传媒中心根植融合后各平台各端口的不同特点，细分受众人群，不

断提升全媒体语境下的阅读体验，有针对性探索建立重大时政新闻报道新模式，重点打造《一线》《嘉一度》等重磅栏目，集聚并综合运用各端口平台资源，打造全方位协同作战的共同体，形成“双向奔赴”的传播效果，共同营造各具特点又相互呼应的强大舆论声势。比如，聚焦嘉兴撤地建市40周年节点，在集全中心之力全案落地执行首届嘉兴人大会议一全市性活动的同时，融合传播亮点频现，累计播发各类稿件200多篇，新媒体总点击量达500多万次，网络视频直播总观看量达20多万人次。

## 主动抢抓新赛道，全力把生存出路转化为发展新引擎

作为自收自支的地市级新型媒体，最现实最迫切的问题就是经营创收。在推进媒体深度融合发展的当下，我们既不能轻易放弃传统优势，同时，更要要以“质”为目标，通过提档升级焕发新动能，持续发挥主流媒体的品牌优势和影响力，抢抓新赛道，夯实融合改革和转型升级的“压舱石”，在突破、创新、迭代中探索突围之路。

一是以“质”的意识，强化品牌新动能。要依托独一无二的专业优势和运营模式，充分挖掘具有竞争力的品牌服务项目，进一步增强商业广告、政资合作和战略合作的承载力和吸引力，强化“大屏+小屏”联动营销、“广告+版权”整合经营、“节目+活动”融合传播，同时，积极尝试主动参与市场竞争，提升会展经济、演艺经济、文旅经济的营收占比，完善市场快速反应机制。

嘉兴市新闻传媒中心下属全资子公司——嘉报商贸有限公司近年来积极拓展“媒体电商”项目，主动与本地老字号、非遗品牌、农业龙头企业开展战略合作，通过优质企业的供应链资源，致力于将“嘉报优品”打造成严选级的电商品牌，将更优质、更放心的本地产品推荐给广大市民，将嘉兴本地优质产品作为一张名片推向全国。通过文化赋能，共同策划打造“沈荡立冬开腊节”“立春封坛节”等品牌活动，实现了品牌的重塑与升级，不断提升老字号的含金

量，实现了媒体与实体企业的共生共荣。与“膳博士”“桐香猪”“真真老老”“醉龙湖糟蛋”等本地知名品牌合作，引入线上销售平台，为商注入流量，打造“商贸+物流+融媒”的结合体，充分展示了媒体参与市场、做大市场的巨大潜力。

二是以“质”的目标，提升生活服务能力。进一步强化“新闻+政务服务商务”的全媒体定位，有效接入各种公共服务，完善生活缴费、智慧停车、智慧公交等功能，全力打造智慧城市生活和多元业态总入口。嘉兴市新闻传媒中心不断利用融合优势，优化“点点饭卡”“点点钱包”生活服务项目，构建便利生活圈，打造智慧消费新模式。目前已有三分之二的市及主城区的机关单位整体入驻，覆盖门店和商户2000余家，总用户突破10万人，全年交易额突破1800万元。中心自主研发队伍与各大商超战略合作，自主研发了“直投管理系统”及“发行管理系统”，万级地址初次匹配率达到90%以上，并可实现标签个性化定制。短短两三年，就拿下了嘉兴70%以上的商超会员直邮海报的配送份额，累计近百万条的会员数据，通过海量数据绘制“消费力指数地图”，为商超开店选址、招募、班车路线提供基础数据指引。“商超精准直投项目”被评为“全国报纸自办发行十大创新项目”之一。

三是以“质”的要求，守牢固有经营存量。积极探索新路径、新办法，不断赋能传统经营项目，如广告、发行、印刷传统经营“三驾马车”，稳固经营基本盘。同时，积极寻找新市场、新领域、新场景、新赛道，创造新机遇、把握新动能，始终保持稳中有升的良好势头。嘉兴市新闻传媒中心每日达发行公司充分释放创新效能，积极转型，着力推动“发行+”再创新业绩。近3年报款实现了“三连涨”，其中2023年度、2024年度连续两年实现了报款递增超百万元。《嘉兴日报》近两年实现了发行量增7000份以上，晚报发行保持率在全省名列前茅。除了传统发行外，非报经营项目也是蒸蒸日上，年营收超过500万元。

(作者单位：嘉兴市新闻传媒中心)