

观察深一度

系统性变革
须完成三项核心任务

□宋建武

认识上的局限和现行体制机制是主流媒体系统性变革面临的主要问题，都是不可忽视的制约因素。

认识上的局限导致主流媒体难以聚合社会资源建设开放平台。在实践中，我国主流媒体系统内外两个层面的认识都影响着系统性变革。

从内部来看，很多媒体从业人员习惯于在传统新闻业的经验基础上思考新现象，习惯以旧思维解决新问题，没有认识到新质生产力已给信息生产和交互领域带来新的生产关系和生产方式，其对新技术的运用主要集中在提升内容生产的效率及质量和数量的工具上，对于建构起一个与人民群众广泛连接的开放式平台以适应新的生产方式缺乏认识。

从外部来看，不少人还没有充分认识到媒体融合发展不仅仅是新闻单位的事，要把我们掌握的社会思想文化公共资源、社会治理大数据、政策制定权的制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势；新型主流媒体建设需要多元社会主体的共同参与，需要党和政府给予政策支持以解决公共服务数据接入、形成新质生产力下的“劳动资料”；等等。而依旧把媒体融合视为媒体和宣传部门“自己的事”，使得新型主流媒体“新闻+政务服务商务”的运营模式难以实现，自主可控平台难以建立。

现行的体制机制难以适应媒体转型及其功能创新的需要。媒体融合发展的根本推动力来自主流媒体在坚持正确导向的前提下自觉运用新质生产力，以顺应社会信息交互领域新的生产关系和新的生产方式发展的需要，这要求主流媒体不断通过产品创新进行功能创新。在社会主义市场经济条件下，这种功能创新依赖于市场机制的运行。但我国主流媒体的传统体制对新生产方式的形成产生了一定程度的阻碍。

系统性变革需完成三项核心任务。媒体形态的根本性重构。这一任务具体而言就是完成新型主流媒体建设。所谓新型主流媒体，不仅仅是其内容数字化、发布渠道网络化，而是运用新质生产力，顺应新的生产关系，按照新的生产方式要求建立起来的平台型媒体。这种平台要实现多类主体、多种功能、多边资源在一个物理网络空间中的汇聚，并能够将这些要素以数据形态纳入一个提供大规模计算、存储和处理数据能力的服务器集群，由基于这个集群的数据中台根据使用者的指令对其加以处理，生产各种信息并予以分发，同时能够借助数据实现各种资源与社会需求的高效匹配。

体制机制的整体性调适。这要求主流媒体的体制选择应与其功能设定相匹配和适应。按照我国社会主义市场经济的基本要求和新媒体发展的规律及中央对新型主流媒体运营模式的要求，新型主流媒体应成为具有独立法人资格的市场主体。这一体制将为其用人机制、激励机制、运行机制和流程的优化奠定基础。

结构布局的全局性重组。这一任务主要体现在全媒体传播体系中各级各类主流媒体间相互关系的构建。比如，中央和省级互联网平台的建设主体和任务如何设定，综合性媒体与专业类媒体各自承担什么任务和职责，建设目标和任务是什么，省级平台与基层融媒体中心的关系及功能分工如何设定，这些问题在当前实践中均需系统性思考并予以解决。

【本文选自《新闻战线》2025年5月(上)，作者系中国人民大学新闻学院教授、博士生导师】

“蹲下去”
才能“讲出来”

□包大为

青年群体与理论宣传“错位”的背后，是一个快速现代化、数字化的社会必然经历的信息传播机制变革的阵痛期。

一方面，社会结构与交往方式、话语方式的快速变化，导致面向青年的党的创新理论的传播存在博弈，其中既包括了体制性话语的仪式化表达与青年习惯性的解构主义的对冲，也包括了集体记忆建构中的代际经验断层。另一方面，数字与人工智能技术所深度重塑的生产与生活方式，又以技术赋能的悖论加剧了理论宣传的难度，这方面最为典型的就是算法推荐导致的认知茧房，强化了某种“错位”甚至对立情绪。

要真正理解并有效激活青年与理论宣传之间的“双向奔赴”，扎根基层的蹲点调研与形式多样的理论宣讲，不失为行之有效的方式。

青年干部要带头“蹲下去”、带头写、带头讲。年轻干部要成为理论宣传的前线尖兵，就必须从一开始解决好“实”的问题，主动通过“蹲下去”，干实事、求实效、心系群众方能融入时代，读懂基层方能了解立体中国。年轻干部唯有眼睛向下、脚步向下，才能听到真话、掌握实情——才能说得出内容、讲得清道理。

蹲点调研与理论宣讲相结合是引导青年学生扎根历史、扎根思想、扎根现实与扎根人民的有效方法，唯有做好“扎根”的功夫，青年学生才能从浮光掠影的信息接受者、转发者转变为能动的理论宣传者。

（本文选自《中国青年报》2025年5月25日3版）

深度微视

政产学研齐聚视听新媒体创新发展主题研讨会，共同探讨——

以系统性变革实现生态化升级

□本报记者 常湘萍

“视听北京”传播矩阵、我们视频、新闻超广角、问政山东、都市报道、新闻姐……这些令人耳熟能详的视听新媒体已成为主流媒体挺进舆论主战场的核心阵地。近日，在第五届中国（北京）广电媒体融合发展大会的“新新向融·勠力同心”视听新媒体创新发展主题研讨会上，来自政产学研的各界嘉宾齐聚，围绕主流媒体系统性变革、全媒体传播、新型主流媒体建设等前沿议题进行了深入探讨研究，为构建全媒体传播体系注入新动能。

技术驱动智媒赋能

“要充分发挥大数据、云计算、人工智能等数字技术优势，及时征集和捕捉社会关切热点。从而在话题内容上与社会舆论同步甚至前移引领，充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。”国家广播电视总局宣传司司长李忠志表示。

“广东台目前拥有5个新媒体平台，5个千万级新媒体IP账号矩阵，31个百万级新媒体IP账号矩阵，新媒体集群用户规模已达6.69亿。”广东网络广播电视台总编辑、广东广播电视台触电新闻客户端总编辑郑敏敬介绍，在新媒体端“智能+生产”方面，以自研的智慧融媒平台为技术支撑，以融媒指挥机制为龙头协同作战，探索生产、传播、运营、考核一体化，并在关键点实战集中资源办大事以放大主流声量，实现春节传播效果翻倍；在“智能+产品”方面，将AI虚拟偶像、AI场景制作、AI配音、AI写歌、AI换脸、AI直播等技术运用到重大题材中，相关作品获中国新闻奖；在“智能+管理”方面，自主研发“秒鉴”多媒体内容安全识别系

统，赋能海量视频内容安全；在“智能+服务”方面，自研可接收图文音视频爆料的“米斗爆料平台”，整合群众线索推动社会治理，与广东省粉丝基础最大的媒体IP《今日关注》联手推出《十问广州电动自行车管理》，助力立法。

“目前，我们整个新闻生产过程都可以在自主研发的融媒体内容生产管理平台‘闪电云’上一站完成。”山东广播电视台闪电运营中心主任、齐鲁网闪电新闻总编辑刘骏介绍，依托“闪电云”平台打通全省136个县级融媒体中心中心，实现选题、策划、内容、用户、数据、服务共享，形成了“一云多厨房”传播生态。同时，还以“闪电云”平台为核心基座，将AIGC技术融入整个内容生产过程中，如自主研发的海看AI智能审核系统。

创新驱动内容为王

“从使用情况、使用率来看，当下网民最感兴趣的是长视频、短视频、直播、音频。”新京报社社长郭强表示，《新京报》现已从传统报纸转型，以“新京报”品牌为核心组成“我们视频”“贝壳财经”“知道视频”等视频矩阵，在视听领域进行创新探索，全网覆盖人群超过3亿。

郭强说，2024年，新京报社推出的《中轴长歌》系列策划，除报纸特刊外，还运用AR、VR、AI等技术制作了动感十足的中轴线，通过移动端扫描报纸，祈年殿、天安门等建筑拔地而起，跃然纸上。

河南广播电视台制作的《总书记回信（第3季）》全网累计阅读量超过89.4亿，实现了让正能量赢得大流量，让大流量澎湃正能量。河南广播电视台都市频道监事会成员、融媒体

采编中心主任陈鹏介绍，《总书记回信》《共产党员了不起》《江河同心》等网络视听精品节目深耕主旋律题材，将宏大的叙事转化为小切口、强共情故事，靠深情打动人，视觉风格平实、亲民，具有强烈的网感。

《新闻姐·美丽中国行》则以“勇闯”的方式捕捉更鲜活的素材，生动地讲述中国故事，实现了影响力和传播力“破圈”。“我们在2024年推出的《新闻姐·美丽中国行》融媒行动大型策划，在第一站‘勇闯东北’就一炮打响。”浙江广播电视集团城市之声主播、“新闻姐”官方抖音号运营者邹雯分享道，之后，他们又陆续开启了“勇闯甘肃”“勇往直前”等融媒行动，仅2024年足迹就遍布全国9个省，传播量达10亿+。

而“视听北京”传播矩阵则是通过系统性变革与技术赋能，重塑主流媒体的传播效能与社会服务能力。据北京市广播电视局局长王杰群介绍，北京市广播电视局创新构建的“视听北京”传播矩阵，以市区两级广电新媒体账号为圆心，联动央媒账号、北京市级主流媒体账号，以及政务号、行业媒体号、机构号、正能量自媒体号等协同共建矩阵，发挥矩阵强资源聚合能力，着力视听力量赋能文旅体融合发展。

多元协同融合共生

“主流媒体正通过内容流量与直播电商深度融合、基于内容IP进行产业链延伸开发，入局文旅、教育、体育等实体经济。”央视市场研究（CTR）总经理助理、媒体融合研究院执行副院长姜涛分析说，主流媒体通过构建“新闻+政务”全链条服务体系等多种形式，超越传统营销布局

媒情媒事

吉林日报社彩练新闻客户端《翠花走千村》栏目组

描绘“翠花”眼里的乡村振兴画卷

□本报记者 张席贵 通讯员 王伟

今年5月，吉林日报社彩练新闻客户端《翠花走千村》栏目组联动吉林省乡村振兴高校联盟、吉林大学乡村振兴研究院推出“吉农品牌提升行动”，旨在通过“吉字号”农产品品牌建设助力乡村振兴。同时，《翠花走千村》的子栏目《翠花上吉菜》《翠花说天气》也于今年4月上线。两个子栏目各有特色，《翠花上吉菜》聚焦从田间到餐桌的全产业链条，《翠花说天气》每周用东北话播报，均引发热烈反响。

融媒矩阵强声量
双向互动暖民心

走千村、下田坎，讲好农业大省的吉林故事；访万户、进农家，见证乡村振兴的喜人变化。从田间地头到屋里炕头，从春暖花开到冰天雪地，《翠花走千村》栏目记者踏遍白山黑水，沾满泥土的精品稿件层出不穷。

《吉林日报》农村部主任赵宝忠介绍，2023年10月17日，吉林省委常委、宣传部部长曹路宝到吉林日报社调研，就《翠花走千村》栏目的发展方向、工作模式提出明确要求。《吉林日报》认真讨论，绘出了“翠花走千村战略发展导图”，并成立了“翠花班”。班主任由社长担任，班长由农村部主任担任，班级有班花（女记者）、班助（男记者）、班库（专家智库），在乡亲们眼里，“翠花班”真是“不一般”！

“翠花，是我们，《吉林日报》农村部记者，一群懂农业、爱农村、爱农民的新闻人；走，是一种工作常态，从田间地头到屋里炕头，在走中增强脚力、眼力、脑力、笔力，在走中转作风、改文风；千村万户，是我们的采访目标，更是我们的服务对象。我们愿用自己的辛苦指数换来他们的幸福指数。”吉林日报社社长、“翠花班”班主任于迅来在寄语中这样写道。

截至今年5月底，在不到两年时间里，《翠花走千村》已经报道了590



多个村，春夏秋冬，脚步不歇。如何让新闻宣传既有温度，又有热度？

《翠花走千村》逐步摸索出一套模式：栏目刊标+短视频+图文+宣传片，在《吉林日报》、“学习强国”吉林学习平台、大吉网等多个平台刊发，纸媒和新媒体同频共振。

“翠花，能帮联系喂牛饲料吗？”“翠花，能帮联系销售葡萄吗？”……

民有所呼，我有所应。《翠花走千村》为此建立了翠花工作群，印制了“翠花走千村联动卡”，详细了解乡村、农民需求，力所能及为农民服务。

走出去，更要请进来。报社专门开辟一处场地，作为《翠花走千村》的活动空间，命名为“乡约空间”，展示“吉字号”特色农产品、乡村文创产品。

吉林大米、长白山人参、东丰梅花鹿、公主岭鲜食玉米、镇赉杂粮杂豆等特色农产品琳琅满目，充满乡土气息。

在“乡约空间”里，各地人士打卡访问。“翠花班”也在此研究选题，孵化项目，邀请专家学者、驻村第一书记等做客访谈，推动城乡双向奔赴。



党报引领聚活力
织密惠民服务网

去年伊始，《翠花走千村》发掘土特产资源，寻找“吉林味道”，让吉林特产为吉菜产业发展助力。栏目组与吉林工商学院、吉林省饮食文化研究会共同主办吉林省区域饮食文化助力地方经济高质量发展研讨会，分别在全省9个地市州、长白山保护开发区举办活动，影响广泛。

这仅是《翠花走千村》为农业全产业链服务的一个缩影。从2023年9月7日栏目上线之初，就以“走向乡村振兴”为主题，策划举办丰富多彩的活动，通过多种方式服务乡村。

与100多位村党支部书记、驻村第一书记、致富带头人深入交流，了解需求，将新政策、新技术送进村屯；春节策划“关东村晚”，元宵节举办“村花闹元宵”全省征集活动，“三八”妇女节组织医疗专家进村送健康；走进吉林省“第一书记代言”产品大集，开设翠花走千村展位，现场采访数十位驻村第一书记，助力农产

品销售；

携手吉林省科技助力乡村振兴专家服务团开展农业综合服务活动，打通科技服务乡村“最后一公里”；

参与协办的2025“吉时语”网络直播助农活动，历时2个多月，直播41场，观看人数259万人次。

每一次活动，都是《翠花走千村》对乡村的真情付出；每一次对接，都是“吉报翠花”成长的见证。

广纳英才筑高地
激活乡村新动能

《翠花走千村》栏目组走进东北师范大学、吉林财经大学、吉林师范大学等高校，与数百名师生面对面交流。

栏目主编从栏目定位、选题策划、活动执行、“翠花班”IP打造等方面，解析党报赋能乡村振兴新媒体栏目的成长路径。

讲台上，现场展示“翠花班”原创说唱和展览长卷，精彩的创意、接地气的作词、朗朗上口的节奏，引得阵阵掌声。7米长卷就像小型移动展览馆，记录了栏目从无到有的变化，精巧的设计，吸引师生纷纷拍照。

从田间地头到高校讲台，《翠花走千村》在发展过程中，一路走一路思考，组建了“翠花走千村助力乡村振兴联合体”，积极做好媒体发布平台、党政支持平台、社会组织平台、专家智库平台、人才基地平台、新农人代表平台等“10+”资源链接。其中，人才基地平台利用吉林高校资源，发挥专业人才优势，提升大学生热爱乡村、助力乡村振兴的情怀和能力。

赵宝忠介绍，2024年《翠花走千村——党媒赋能乡村振兴公益服务平台》入选了第四届中国报业深度融合创新发展创新案例，这对他们是巨大的鼓励和鞭策。今年10月《吉林日报》将迎来创刊80周年，《翠花走千村》也将推出一批重要成果赋能乡村振兴，力争采访报道达到1000个村。