

此同时,受流量、资金、人员等各方面因素制约,多数党刊融媒体建设仍以“借船出海”为主,即把自己生产的优质内容发布在影响力较大的商业互联网平台上,借此获得更高阅读量,没有形成自身的核心竞争力。

党刊作为宣传党的理论和路线方针政策的重要阵地和党联系人民群众的桥梁纽带,要巩固其主阵地地位、充分履行职责使命,就必须紧跟新媒介技术发展,时不我待地融合创新,扎实推进系统性变革,如此才能娴熟驾驭网络传播规律,适应不断变化的传播新趋势。为此,党刊融媒体建设必须彻底转变观念,打破过去的业务和流程管理套路,全盘布局、精心谋划,确定融合思路,真正用内容优势、资源优势赢得互联网条件下的传播优势。

一是通过数智技术实现采编流程的重构。要对标构建全媒体(全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体)传播格局的目标,充分利用新技术新手段,实现采编流程的重构。比如,通过数字化技术,实现融媒体内容的数字化采集、存储、编辑和传播,提高生产效率和质量;应用智能化技术,如人工智能、大数据、云计算等,实现党刊融媒体更加精准的内容推荐、智能写作、智能审核等功能。

二是加大对自主平台建设的投入,破解“渠道依附”。党刊社应将自主平台建设作为长期战略性任务,争取主管主办部门支持,加大资金、技术、人力等方面的投入。优化平台功能和用户体验,加强内容建设,避免过度依赖第三方平

台,提升自主平台的用户体验和内容服务质量。

三是实现党刊功能拓展。随着信息时代的发展,媒体角色需要从传统信息传播渠道向综合化、服务化的智能体转变。这意味着主流媒体不仅要传播信息,还要能够利用智能技术对信息进行深度分析、个性化推荐,成为国家战略服务者、社会治理赋能者和人类文明传播者。党刊社在融媒体建设过程中也要逐步实现功能拓展。比如,可以结合融媒体建设实际情况,整合资讯、专家智库、政策解读,甚至地方政务服务信息在内各类资源,打造集新闻、教育、生活服务等多功能于一体的综合服务平台。

强化创新创造 以内容优势赢得竞争优势

无论技术如何发展、环境如何变化,内容生产始终是媒体生存发展的根本。与党报、党台等相比,党刊的出版周期一般较长,目前的省级党刊大多为半月刊、月刊,专题性、知识性更强,但时效性弱,而党刊融媒体建设能够有效弥补这一不足。媒体融合十年来,各地党刊推出了一系列创新栏目和报道形式,但受传统办刊思维影响,加之不少党刊从业者仍未适应依托互联网进行内容生产的新要求,党刊融媒体产品仍普遍存在内容同质化、表现形式单一、创新性不足等问题,缺乏独特的形象和风格,爆款产品少,适合融合传播的优质内容供给仍显不足。

习近平总书记指出,宣传思想工作的关键是要提高质量和水平,

把握好时、度、效,增强吸引力和感染力,让群众爱听爱看、产生共鸣。在“万众皆媒”的时代,要站稳主阵地归根结底还是需要过硬的内容支撑,而对海量信息进行筛选、判断与解读更需要专业眼光,也更考验主流媒体的专业能力。因此,党刊融媒体建设必须坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,以内容优势赢得竞争优势。

一是保持战略定力,放大党刊优势。主流媒体作为党和人民的喉舌和重要思想舆论阵地,肩负着举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。面对泥沙俱下的“流量冲击”,面对风风火火的系统性变革,主流媒体必须站稳脚跟、坚定意志。党刊在理论阐释、深度报道等方面具有突出的优势,应坚持在这些领域深耕细作,瞄准党的价值追求和人民群众需求靶向发力,将为党分忧、解民所急的价值观贯穿于每一个选题、每一篇报道,深度关切人民群众面临的问题,以及党和政府的有效行动,在有温度、有深度、有广度、有高度的内容传播中占据流量高点。

二是去繁化简,提升阅读体验。只有符合受众需求的传播方式,才能更好地、更有针对性地满足受众的差异化需求。当下,大部分新媒体用户习惯了短小精悍、新颖活泼的新闻产品,为此,党刊融媒体创作也需去繁化简,创新话语表达方式,降低阅读门槛。要针对受众群体的新特点加强策划创意、组织实施,文、图、音、影齐发,对期刊中的重要文章进行二次创作、二次拓展,分组多批次推出,让重点内容简明化、直观化、形象化,让群