

众爱听爱看、产生共鸣,不断提升内容的吸引力和传播效果。此外,还应构建互动交流平台,与读者建立紧密的联系,通过互动交流活动深入了解读者的需求和反馈,为内容创作提供参考和改进方向。

三是加强合作联动,实现内容互补、共享。一方面,党刊社可以探索跨媒体建立合作关系,共同策划和推出跨媒体融合的新闻报道和产品,提升内容的传播效果和影响力。比如,可以与党报、党台、党网等进行联动报道,实现内容的互补和共享;可以与市县融媒体中心进行合作,推出定制化的内容产品和服务等。另一方面,要加强与政府部门、企事业单位的合作与交流,共同策划大型活动和专题报道,提升内容质量和传播效果。通过建立常态化的沟通协调机制,及时了解各部门的工作重点和政策动态,确保宣传报道准确、全面地反映党和政府工作全貌,形成资源共享化、工作一盘棋的新型传播格局。

四是建立激发党刊人创新创造的制度。媒体融合是一场由内而生的自我革命,培养一支有激情有创意的复合型人才队伍尤为关键。融媒体建设对党刊从业者的思想理念、技术素养、综合能力提出了较高要求,然而放眼全国,党刊社具有互联网思维和全媒体创意、精通内容生产的专业技术人才普遍短缺,能胜任全媒体流程管理、全媒体业态研究的专门人才稀缺。对此,党刊社应积极争取党委、政府的支持,推动相关部门出台政策措施对党刊融媒体建设予以政策、机制、资金、编制等方面的支持。同时,改革社内绩效考核机

制,营造良好的工作氛围和发展环境,鼓励编辑记者投身基层一线增强“四力”,培育“遇事能上”“举机能拍”“对镜能讲”“提笔能写”的人才队伍。

探索“自我造血” 推动社会和经济效益双赢

根据2024年中国期刊协会党刊分会统计,47家会员单位中公益一类事业单位占比不足20%,公益二类事业单位占比约70%,完全自收自支单位占比约30%,这说明,大部分党刊社需要应对经营压力。这一方面有助于党刊社增强自身的造血功能,提高市场竞争力,实现可持续发展;另一方面也对党刊融媒体建设的盈利问题提出了挑战。据调研,目前,仅个别党刊社能够依靠新媒体实现盈利,大部分仍处于用纸刊发行的收入补贴新媒体产品运行的阶段。

在媒体融合初期,通过“外部输血”对党刊打造的新媒体平台进行扶持是必不可少的;而新媒体平台建立起来后,如何依靠自身力量实现盈利,是大部分党刊社仍在探索的问题。只有当党刊推出的新媒体业务不再需要“外部输血”,跳出传统媒体收入的传统路径,依靠流量、版权、服务等多种手段实现“自我造血”,党刊融媒体建设才具有内生力和发展前景。为此,党刊在媒体融合发展中应坚持采编经营“两分开、两加强”,既要借助新技术新平台新手段打造精品内容,建设新型主流媒体,又要加强对产业经营发展的谋划和布局,用好媒体平台,整合媒体资源,强化市场运营。

一是积极培育相关产业。有条件的党刊社可探索“新闻+政务+商务”“媒体+产业+企业”的融合发展模式,以新闻事业带动传媒产业,以传媒产业反哺新闻事业,实现事业、产业发展“双轮驱动”、共进共赢。比如,开展跨部门、跨行业、跨地区资源共享、技术共用和产业联营,增强综合服务能力和产业运营能力,实现产业经营反哺。二是提升运营能力。面对市场化运营的新要求,党刊社需要加强内部管理,提高运营效率,培养和引进具有市场运营、经营管理等专业背景的人才,提升媒体的市场化运作水平。三是探索多元化收入模式。要通过提供高质量、个性化的服务和产品,吸引用户付费,实现收入的多元化,降低对单一收入来源的依赖。如,对精品融媒体产品开展付费会员服务、数字内容付费等。

按照党的二十届三中全会部署,推进主流媒体系统性变革,打赢这场催化融合质变的决胜之役,对于做好党的新闻舆论工作将产生极其深远的意义和关键性作用。而从信息传播和媒介技术发展的大方向、大趋势而言,媒体融合没有休止符。党刊社只有在新一轮系统性变革中实现融媒体建设的整体质变,才能更从容地面对未来新的挑战,才能在日新月异的传播格局中发挥优势,稳稳占据宣传思想工作的主阵地。■

(作者单位:今日海南杂志社)