

# 新媒体形势下办好地方党报的一点思考

岳静

(巴中日报社 四川 巴中 636000)

**[摘要]**信息革命带火了新媒体,作为主流媒体的地方党报受到前所未有的冲击,既要坚守阵地,更要创新领航,任务十分艰巨。地方党报必须要加快推动与新媒体融合发展,提高其新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力,地方党报可以充分发挥各种新媒体平台的优势,实现与受众的互动。

**[关键词]**新媒体;地方党报;媒体融合

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.496

## 一、新媒体形势下地方党报的尴尬与生存要义

一是地方党报权威性高、可信度高。地方党报长期以来形成了一整套行之有效的管理模式,其提供的精神产品都经过多道关口审核审查,具有其他新媒体不可比拟的权威性;当地党委政府的所有重大抉择、活动、行动,地方党报是第一发布和传播单位,其他媒体没有这样的独到资源。反观许多新媒体,特别是自媒体,没有严格的把关程序,没有独家的重大新闻来源,虽然快捷却频频出现不实报道,其权威性和公信力无法与地方党报相提并论。

二是地方党报有舆论监督权。虽然国家赋予了公民的社会监督权,新媒体也可以做好舆论监督,但在实际运作中,新媒体的舆论监督都是选择性监督,只能监督普通的社会现象,只是寻求热点,而且受制于众多因素影响,不可能做深,不可能做透,只能监督表皮。而地方党报的舆论监督是党委赋予的使命和权力,是相关地方和部门都必须配合的工作任务,有条件、有能力、有办法全过程、全方位监督。所以地方党报的舆论监督权也是其他新媒体无力相提并论的。

三是地方党报有稳定的读者群体。党报的读者群一直都比较稳定,这是党报的优势所在,也是党报发力的潜力所在,在稳定现有读者群的基础上,加持新媒体的力量,巩固壮大读者群并非难事。

四是地方党报有过硬的采编队伍。体制的优势使地方党报拥有数量和质量优胜的采编力量,高素质、有历练的这支队伍不仅能胜任传统媒体运作,也能在新媒体大战中攻城略地。

五是地方党报有独特的实用价值。地方党报是地方经济和社会发展的百科全书,是当地人文和风俗的传世记载,是人民生活进步的全方位写真,是一个地方历史的手书者和检视者,其独特的使命价值其他任何新媒体无可比拟。

## 二、新媒体形势下地方党报的发展路径思考

1、把党报的优势力量发挥到极致,建成地方媒体的航空母舰。

地方党报的第一要务是坚守阵地,做大做强,必须坚持“内容为王”的办报理念,必须有自身更大的价值追求和行为取向,使呈现给读者的报纸是经过反复打磨的,有自身品牌价值和特色的,有独家味道且回味悠长的高端产品。

一是要在政策解读上出大成果。党报的灵魂是思想,地

方党报解读党的方针政策、解读当地党委政府的施政措施、解读人民群众的所思所盼是最大的本分和职责。方针政策和措施具有严肃的政治性和严密的逻辑性,是指导全局的纲领,由于受篇幅和具体受众对象不同等各方面制约,它既不可能面面俱到,也不可能详尽细微,既不可能照顾到每个人都能看懂,也不可能让大家都能明白,这就需要党报及时补位,用大众化、通俗化、口语化、地方化的形式做出深入浅出、入情入理、细致入微的系列解读,把党的方针政策融化到群众的思想和行为中去,提升干部群众对方针政策的深度理解和自觉执行,既站在党委政府的角度做群众工作,又站在群众的角度反应心声,使党群关系互通互畅。只有照本宣科地报道而没有沁人心脾的解读,实质上是报纸的无能 and 失职。地方党报应该内设专门的机构来做这一工作,每逢重大的、新的方针政策出台,一定有跟进的系列全方位解读,把解读成果作为报纸质量检测的重要指标予以考核。

二是要在预见性报道上出大成果。新闻的价值不仅仅表现在可读性上,更重要的是警示性和启发性。新闻报道既要生动立体地展示现实的表象画面,更要捕捉背后的深层含义,特别是带有原发性、始发性、趋向性的新闻素材要深挖细提炼,行成对领导决策、对社会参考有重要指导价值的高附加值新闻,使党报肩负起党委政府决策议事的参谋助手职责,每年能有数十篇被领导机关和同级党委主要负责同志采纳采信的新闻稿件,这样的地方党报自然就有地位、有价值、有品位。

三是要在追踪性报道上出大成果。老百姓常说:现在上面政策好,就是到了眼前走了样。走样的原因在于执行不力和执行走私,不力和走私的原因在于执行的过程不阳光,地方党报对此有条件、有能力大有作为,凡是当前的社会热点难点问题,凡是当地党委的重大决策、凡是群众关心的普遍问题等,党报在报道上不能轻描淡写、不能点到即止,而要开设专栏、组织专班、给出具体任务,进行专项追踪:追踪施政者、受益者、旁观者全员;追踪经费、物质、技术全体;追踪起始、发展、结果全程;追踪考核、受益、评价全部,直至追踪到党委点头称是,追踪到群众齐声称赞。

四是要在舆论监督上出大成果。舆论监督不仅是党和人民赋予党报的特殊职责,也是党报立威和赢得信赖的重要工具,地方党报每年都应当有几套不同层级、不同方式、不同角度的

舆论监督策划方案，主动争取当地党委主要负责人的认可和支持，开展适度而又有震撼效果的监督战，彰显社会公平正义，维护党纪国法威严。

五是要在典型报道上出大成果。典型引路是党和政府的重要工作方法，每个地方其实都有许许多多各式各样的正能量典型人物、典型做法、典型事件，缺的只是发现、挖掘和提炼。地方党报应该是这一工作的最佳承担者，报社要有推送典型的全套方案，从如何扩大视野发现典型到整合资源推送典型都要有强化的操作流程，每年能推出几个在本区域和更大范围叫得响、立得住的典型人物或工作经验，报纸的美誉自然不胫而走。

六是在内容和形式的特色性上出大成果。常有人开地方党报的玩笑，说换了报纸里的人物和地名就分不出是哪个地方的党报了，这充分说明地方党报的同质化已经到了难分你我的程度。由于党报属性的限制，要完全别具一格实难做到，但体现和突出地方特色并非无计可施。地方党报的主要读者是当地人，所以用当地老百姓更接受和更理解的表达方式，适量使用当地俗语等都应当是可行而且是有正面效果的；党报也有义务在挖掘和发展地方文化、推介地方历史、介绍地方风俗等方面做出自己的努力，这不仅丰富了党报的内涵，也增强了党报的地域特色；在党报的装帧美化方面也可以大胆使用地方特色文化元素。总之，赋予党报地方特色可以探索的做法应当受到鼓励。

### 2、拥抱新媒体、融入新媒体，做新媒体的领航者

一是最短的时间出新闻。地方党报拥有当地最大的信息源，要彻底改变“一支笔打天下”的传统思维，报社每个职工都要成为“双枪将”，即是纸媒工作者，又是新媒体工作者，既能采写，又能摄制。要有最短时间在报社自己的新媒体平台推出新闻的相关管理机制和办法，去除依次把关、层层审核、领导批准等程序，实现采摄者到后台的一对一单线联系，后台的这个一既是制作者又是发布者，中间无需第三人参与就能推送，最大限度地缩短稿件运转时间，最快速度地与受众见面，如果做不到这一点，还是老办法运行，再多的人员、再多的平台、再多的投入在其他新媒体面前也只能打败仗。

二是尽力缩短与受众的距离。开放、共享、互动是新媒体最吸引受众的特质，而地方党报旗下的新媒体平台往往在这方面做的很不够，放不下架子、受不了异议，受众的留言都不能直接发送，还有后台严格的筛选，结果能看到的只剩点赞和鼓掌，这样的平台谁还关注呢？既然这是个开放的平台，那就是应当鼓励、支持、奖励百家争鸣，大众参与，不怕过头话，不怕伤心语，受众踊跃的平台才会有活力和张力。

三是延长新闻+链条。新闻是地方党报的主业，但新媒体受众不仅仅是来浏览新闻的，要做好延伸服务，实现新闻+N，

这个N 越多，越有特色和吸引力，受众就越多，关注度就越高，影响力就越大，比如新闻+服务+商务等都是可行之路，报社应当把可以整合的各类资源都积聚起来，形成新闻+的强大“家族”，这是其他新媒体很难做到而党报则是举手之劳。

四是延长新闻素材的使用寿命。新媒体求快求鲜，纸媒求准求精，看似矛盾，实则在地方党报这里能得到高度统一，党报旗下的新媒体用最快捷的方式推送后，新闻素材还能再利用，这正是纸媒的长处，应当把其中有价值的部分进行再挖掘，再加工，形成深度报道，这样纸媒和新媒体也实现了互动，受众从党报的不同传播形式中，既能及时赏鲜饱眼福又能细嚼慢咽口福，这是其他新媒体做不到，而党报新媒体独有的最大特色。

3、渐进改革版面和出版方式，适应新媒体形势下的读者需求

一是地方新闻原创化。除特殊情况外，一律停止转载其他媒体文章，现在读者获取新闻的渠道太多太多，早已不是非此莫属的信息资源短缺时代，早已不需小报转大报、纸媒转网络满足读者阅读需求。重复信息的充斥不仅是对读者的不负责任，也占用了宝贵的版面，严重缩减了纸媒单位面积的传播量，这一点读者一定是认同的。

二是普通新闻标题化。很多会议新闻、领导活动报道形式大于内容，甚至内容言之无物，除重大活动和主要负责同志外，对其他没有实质内容的新闻稿件可以只用标题，这样既告知了新闻事件又省去了读者负担。

三是版式版面灵活化。地方党报都有固定的出版时间和版面数量，有时版面不够需要扩版，有时版面富裕却没有高质量稿件可用，只得东拼西凑填版面。可以在保证全年版面总数不减少的前提下，灵活予以调剂，信息量大时增加版面，信息量少时缩减版面，这样既可以保证报纸的质量，又能够合理利用纸张资源，而且不损害读者利益。

四是出版成品多样化。现在发行的地方党报都是对开型，只是开张大小有差异，这是传统报纸的固有模样，好处是大气，适合放在桌上阅读，缺点是不便携带，只能放在办公室或者家里。随着人们活动范围的扩大和频率的增加，一杯清茶一张报已是奢望，报社可以细分单位订阅者和个人订阅者，对个人订阅的报纸采用小开张折页印刷，这样就满足了读者的携带和收藏需求，更有利于党报的普及和增量。

### 参考文献

[1] 马瑜明. 地方党报新媒体发展策略研究——以广西百色《右江日报》为例[J]. 传播与版权, 2021(10): 4-6+17.

[2] 刘玉林. 地方党报推进媒体融合应树立三种思维[N]. 中国新闻出版广电报, 2021-10-19(006).