**时代潮流下的媒体角色与责任**

摘 要：在时代潮流下，主流媒体如何把握好角色定位、履行好职责使命，是一个重要课题。本文从“汇聚共识作取向”“议程设置合节拍”“真实及时为根本”“创新传播是出路”四个方面阐述主流媒体的角色定位与责任担当，推动主流媒体融入时代潮流，在深刻变革的媒体格局下积极应对挑战和压力，坚守政治底线和价值底线，尊重传播规律，创新传播方式，提高报道的传播效果，进一步巩固主流地位，发挥好引领引导作用。

关键词：主流媒体；角色共识；媒体责任

**当前，我国正处在实现中国梦伟大征程的关键时期，我们比历史上任何时期都更接近中华民族伟大复兴的目标，比历史上任何时期都更有信心、有能力实现这个目标。在党带领全国各族人民奋力实现中国梦的时代潮流中，主流媒体如何把握好角色定位、履行好职责使命，是一个值得认真思考的重要课题。**

**一、汇聚共识作取向**

**一个国家、一个民族，能不能形成广泛的共识，凝聚起方方面面的力量齐心奋进，直接关系到国家、民族的发展振兴进程。媒体在形成共识、凝聚力量中有着不可替代的独特作用。主流媒体融入时代潮流，在党和国家事业的整体布局中确定坐标，找准位置，发挥作用，积极汇聚共识，帮忙不添乱，这是应有的取向。**

**主流媒体要准确把握自身的角色定位，首先需要对新闻制度与政治体制的关系有清晰认识。中国体制里的媒体角色定位跟西方体制里的媒体角色定位是不一样的。就像不能把西方国家的议会跟中国的人大简单类比一样，也不能将中西方的新闻制度简单类比。新闻制度是属于国家政治体制的一部分，如果不能对政治体制有全面的了解，对于新闻制度的认识就会出现偏差。我国的发展是在党的领导下，由党确立以人民为中心的发展目标，调动和组织各方面的力量来共同实现这一目标。党发挥总揽全局、协调各方的领导核心作用，“党政军民学,东西南北中,党是领导一切的”，这是我们最大的体制优势。这种体制模式能够集中高效地推进党和国家的事业，实现跨越式发展。我国改革开放30多年来取得举世瞩目的巨大成就，成为世界第二大经济体，国家面貌、人民生活发生了巨变，充分说明了体制的优越性。我们有资格为人类对更好社会制度的探索提供中国方案，我们应该有高度的道路自信、理论自信、制度自信和文化自信。其实，我国独特的发展模式引起了国际社会越来越多的关注。新加坡国立大学东亚研究所所长郑永年教授指出：“中国模式的崛起不仅对中国未来的发展有意义，对世界的发展尤其对发展中国家的发展也具有参考意义。”①**

**在我国的政治体制里，主流媒体是党的事业的重要组成部分，党管媒体是中国政治体制的重要特征。作为主流媒体，我们在党的整体工作指向上，多做汇聚共识、形成合力的事情，推动中国梦的目标早日实现，就是在积极地履行责任，就是对国家崛起、民族振兴负责任的表现。在当下错综复杂的舆论环境中，错误思想言论时有出现，杂音噪音时有干扰，这时候主流媒体有没有自己的定力，有没有认清自己的角色，有没有强化自己的责任和使命，有没有把握好自己的工作取向，都需要在不断追问中加以强化。如果主流媒体缺乏定力，被干扰因素牵着走，出现杂音噪音，分散共识，消解合力，削弱党的领导，我们就有可能错过宝贵的战略机遇期，中华民族的伟大复兴就会受到影响，这是对党、对国家、对民族不负责任。坚定地同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，切实传播好党的声音，强化政治家办媒体的意识，自觉保持政治上的清醒和坚定，绝不受杂音噪音干扰，绝不给错误思想言论提供空间，这是一个负责任媒体的应有取向。**

**二、议题设置合节拍**

**对媒体来说，不同的立场，不同的出发点，会有不同的议题设置。作为主流媒体，在党的事业推进过程中，我们不是旁观者，不是局外人，而是参与者、推动者，应当努力做到帮忙不缺位、帮忙帮到位。主流媒体的议题设置不能仅仅以受众需求为导向，受众喜欢什么就提供什么，而应围绕党的中心工作展开，与中央的决策部署同频共振，同时尊重传播规律，创新传播方式，引领而不是迎合受众需求，力求取得好的效果。**

**围绕重大决策部署、重大事件、重大活动设置议题，组织主题报道，是我国主流媒体的经常性工作。实际上，国外媒体同样非常注重议题设置，影响和引导社会公众对重大事件、重大活动的关注和认知。比如，国外媒体善于抓住重大纪念日进行大型新闻直播和系列报道，传递浓烈的爱国情绪。2012年，美国有线电视新闻网（CNN）的美国独立日系列报道中有这样一个选题：“美国可能不完美，但无论如何我们爱她。”美国有线电视新闻网收集了不同身份的美国公民对各个分话题的看法，如：“我们是第一大国吗？”“美国是不是第一大国是不是很重要？”“我们是不是对祖国要求太苛刻了？”报道中所有参与讨论的受众都表示对于国家非常自豪。英国广播公司（BBC）曾在2005年欧洲胜利日举办系列主题活动，包括直播纪念仪式、主办“二战60周年纪念演唱会”、展播《奥斯维辛》《战栗东方》等纪录片、播出关于二战60周年的民意调查等。我们往往关注国外的节目模式比较多，甚至盲目照搬，引进节目模式成为潮流。我们也应该关注国外的新闻报道方式和议题的设置，立足我国实际，吸收借鉴他们的传播策略和方式方法，提高报道的传播效果。**

**主流媒体往往把主题报道当作指令性任务，当成负担。其实，如果我们开阔视野，转变思路，会发现主题报道中丰富的资源，会发现还有相当大的创新拓展空间。近几年，江苏广电在主题报道方面的做法，是围绕党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，围绕“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、五大发展理念、中国梦、社会主义核心价值观等重大主题以及年度重大活动，立足中国的传播实际，借鉴吸收国际传媒机构好的经验和做法，引发话题，引起关注，引导思考，迅速产生舆论强势，形成宣传声势。比如，围绕弘扬社会主义核心价值观，我们借鉴国际传播经验，以爱国为切入点，用讲故事的方式推出大型全媒体新闻纪实节目《你所不知道的中国》，传统媒体和网络媒体传播都产生了热烈反响，新媒体点击量过亿，已在数十个国家和地区的电视频道播出；开辟《德行天下》等栏目，既讲故事，又讲道理，传播道德正能量；以富有创意的方式，在省级卫视中率先推出践行社会主义核心价值观等主题公益广告，温暖人心，潜移默化。围绕长征胜利80周年，推出大型全媒体新闻行动《重走长征路》，推出纪录片《薄复礼的长征》（央视十套播出），参与推出电视剧《长征大会师》（央视一套黄金时段播出）。围绕建党95周年，推出大型系列报道《雨花魂·信仰的力量》，推出纪录片《致未来书》（央视十套播出），参与推出电视剧《海棠依旧》（央视一套黄金时段播出）。围绕南京大屠杀死难者国家公祭日，连续三年推出大型全媒体新闻报道《国之祭》，推出数小时直播，推出多部纪录片，包括与央视联合推出的《1937·南京记忆》（央视一套、十套和5个外语频道播出）和我们主创的《外国人眼中的南京大屠杀》（央视十套播出）、《幸存者——见证南京1937》（央视十套播出）。我们在主题报道中把握两点，一看与中央决策部署合不合拍，二看有没有创新，有没有效果，有没有真正为党的事业的推进汇聚更多共识、凝聚更大力量。**

**三、真实及时为根本**

**媒体的权威性和公信力，是靠客观、真实来塑造的。一篇不真实的报道，即使是细节上的失误也会因为传播强度和广度而被放大，最终可能造成恶劣影响，动摇媒体的权威性和公信力。**

**在媒体诸多普适性角色规范中，真实这一最基本的规范是媒体之所以成为媒体的根本。美国密苏里州新闻协会的《密苏里规约》规定：“我们认为真实是所有正确的新闻事业的首要原则。违反真实，无论是在标题还是内文中，都是对优秀新闻事业的颠覆。”②主流媒体要特别避免三种情况：一是因记者不严谨导致的失实；二是因记者专业素质不高导致的失实；三是因记者故意造假导致的失实。在当前的自媒体时代，我们还要特别注意一种现象，即不恰当地强化、放大、炒作新闻事件中的某一个所谓“痛点”“兴奋点”，却丢开有意义的新闻内容。这种点上的“真实”掩盖了事件的全貌。因此，主流媒体在还原事件真相时要把全面性、完整性作为一条重要的原则，不能以局部的真实来代替整体的真实。**

**及时性同样是新闻报道中的核心要素，特别是在重大事件和社会热点发生、形成后，报道及不及时直接影响到媒体的竞争力。美国皮尤研究中心2016年的媒体报告指出，电视仍是美国人获知新闻的主要途径，仍有57%的人通过电视获取新闻。③在我国，电视呈现“边缘化”趋势，原因有很多，其中很重要的一点是没有及时发声。我们能不能应对好“边缘化”挑战，关键看在重大事件特别是突发事件发生后，能不能第一时间报道权威信息，能不能充分满足受众的信息需求；在社会热点出现后，能不能第一时间主动发声，做到不缺位、不失声。近年来，江苏广电建立了高效的应急反应机制，在重大事件特别是突发事件以及老百姓关心关注的事件发生后，第一时间充分报道事实，第一时间引领引导舆论，推动直播常态化，强化及时性，有效传递权威信息，增强社会影响力。**

**除了新闻报道，在评论、访谈类节目中也要及时关注百姓热议的话题。在热点引导中，强化理性分析、深度解读，以娓娓道来的方式让受众在理性层面形成共识，这是主流媒体的重要功能。同时，要注意改变说教方式，突出平等性、交流性、参与性。江苏广电把这样的认识体现在媒体实践中。十八大召开前夕，我们推出了大型理论访谈栏目《时代问答》，定位“时代热点，权威解读”，邀请各学科的“马工程”专家参与节目录制，及时介入社会热点，第一时间回应百姓关切，通过网络征集网友提问等方式强化受众互动。围绕党中央重大决策部署，《时代问答》专门制作推出了多集特别节目，如学习贯彻党的十八届三中、四中、五中全会精神的特别节目《改革再出发》《依法治国进行时》《决胜小康》，反映党中央治国理政新理念新思想新战略的特别节目《大方略》，学习贯彻习近平总书记“七一”重要讲话精神的特别节目《不忘初心，继续前进》等。这样一档时政性、理**

**论性很强的节目，因为及时回应了百姓的关切，在热点上给出了理性、深度的解读，取得了较好的收视，每期节目网上有数万点击量，并获第二十三届中国新闻奖一等奖。**

**四、创新传播是出路**

**传播内容再正确，如没有传播效果，也就不能说履行好了主流媒体责任，甚至可以说是媒体不负责任的表现。在“边缘化”挑战下，对于主流媒体来说，创新才有出路。主流媒体要大力度推进理念创新、内容创新、手段创新，提高传播有效性。**

**创新传播要特别注意“正面报道要防止负面效应”“‘负面报道’要取得正面效果”。主流媒体往往会出现一些“文件式”的政策报道、“总结式”的成就报道、“说教式”的评论言论，不仅无法发挥舆论引导作用，还会损害主流媒体形象。“正面报道要防止负面效应”，就是要在改进创新报道上下足功夫，把贴近受众放在更加突出的位置，将受众认不认可作为检验报道传播效果的关键。舆论监督或批评报道常常被人们称为“负面报道”，其实抓好舆论监督是主流媒体的重要职责。“‘负面报道’要取得正面效果”，就是要把推动解决实际问题作为舆论监督和批评报道的出发点和落脚点，为党委政府日益形成的“问题导向”的工作方式提供有力支撑，发挥好舆论监督的建设性作用。**

**创新传播需要通过媒体融合寻找对策性出路。媒体融合作为一个全方位的系统工程，技术支撑、平台整合、流程再造、体制机制变革、传播策略调整，等等，每一个环节都需要做到位，形成整体效应。近年来，江苏广电系统谋划媒体融合发展，有计划、有步骤地组织实施媒体融合，取得了实质性进展。在制作端，完成了全台网的数字化建设，研发了数字化编播系统；在采集端，启用了国内首个4K超高清跨界转播平台以及多辆大型转播车、全媒体卫星车，大大增强了常态化新闻直播和多终端及时上传、及时分发的能力；在播出端，全面改造提升系列融媒体新闻演播室，强化了互动性、参与性以及与网络的互联互通，构建了线上播出全媒体系统；在平台端，牵头承担国家级课题，同步转化成果，率先建成了云技术支撑平台，实现了信息汇聚、抓取、分析、编辑、制作、存储、传输、发布等功能的云端处理。在以上工作的基础上，深化体制机制改革，组建了“融媒体新闻中心”，先期整合电视新闻、广播新闻、新媒体新闻等不同业务板块，实现新闻融合传播的流程再造。下一阶段将整合全台各个板块内容资源，实现所有内容制作发布的云端化，真正打破内容流动的部门壁垒，促进内容资源的深度融合，为新闻报道和节目体系化的集成创新创造条件、提供保障。**

**在以融合的思路改造广播电视等传统媒体、提升其传播力影响力的同时，我们还应拓展新兴渠道，在新媒体领域积极发声，发出应该发的声音，发出有效的声音。近年来，江苏广电打造了客户端、网站、手机电视、IPTV、移动电视等新媒体集群，新媒体用户达4000万，“荔枝”新闻客户端激活用户突破700万。主流媒体需要思考，新媒体产品应该谁来做？从传播规律来说，应该让有互联网思维、了解互联网用户的人来做。江苏广电在把好导向的前提下，充分发挥年轻人的作用，鼓励他们以互联网“原住民”的思维和方式，大胆创新，使传播效果不断提升。目前，江苏广电新媒体部门有100多人，90%以上是“80后”“90后”。时政报道往往被认为不受新媒体用户关注，我们试图有所突破，在“荔枝”新闻客户端上的时政报道没有采取简单照搬广播电视的报道，而是适应新媒体受众的习惯，按照新媒体传播规律进行原创报道。比如，围绕江苏刚刚召开的省第十三次党代会，“荔枝”新闻以“移动化、可视化、社交化、定制化”为目标，重点发力原创策划，针对不同用户群体，采取网络直播、动漫、视频、长图、H5、动图等多种新媒体创新方式，推出一系列富有创意、构思独特的独家策划内容，吸引了大量新媒体用户的关注、参与、转发，省党代会期间“荔枝”新闻专题的总点击量突破400万次，实现了舆论引导力和传播影响力的有机结合。**

**创新传播还需要特别强调数据思维和受众意识。新闻报道、节目制作好不好，不是我们自己说了算，而是受众说了算。怎么获取受众反馈，国际传媒机构已经有了一整套科学的方法。我们借鉴吸收国际经验，专门成立了节目研发与受众研究中心，建设了受众测试实验室，新节目推出之前都要经过受众测试，播出之后都要进行受众评估，以科学方式获取的数据支撑新闻和节目创新，使之更好地满足目标受众的需求，力求做到分层传播、精准传播，支撑以江苏卫视为龙头的频道频率集群继续保持良好发展态势。**

**创新新闻传播还有一个非常重要的策略，就是通过国际传播来倒逼自己创新。如果沿用我们习以为常的表达方式和呈现方式，海外的受众不会接受，这需要我们去深入了解和掌握国际传播规律，反过来又会推动我们的内容产品提高品质，提升传播效果。我们可以把国际传播分为三个阶段：1.0阶段是把现有产品原封不动免费送给人家播，还要花钱；2.0阶段是把现有产品配上外文字幕播；3.0阶段是根据不同地区海外受众需求，本土化、定制化传播。前两个阶段的工作效果都不好，江苏广电正加大力度迈进3.0时代。一方面，我们建设海外频道“紫金国际台”，集合江苏广电和国内的优秀节目和影视剧，根据海外受众需求进行本土化改造，重新制作，得到海外受众欢迎，目前已覆盖香港地区及泰国、马来西亚、新加坡，海外总用户数超过140万。另一方面，专门为海外传播定制内容。比如，目前正在集中力量制作对外传播的《你所不知道的中国》第三季，将安排在英国广播公司世界新闻频道（BBC WorldNews）播出；按照国际纪录片叙事方式重新剪辑制作了纪录片《外国人眼中的南京大屠杀》国际版，将积极推进在美国探索频道（Discovery Channel）旗下的平台播出；与英国雄狮电视（Lion Television）合拍的纪录片《玉之王朝》在英国主流频道第四频道（Channel 4）播出；国际合拍电视剧《最后一张签证》、纪录片《南海纵横》也即将在海外播出。江苏广电的团队与国际团队合拍的过程，也是一个理念不断更新的过程，这也体现在我们的内容产品创新创意品质的不断提升上。**

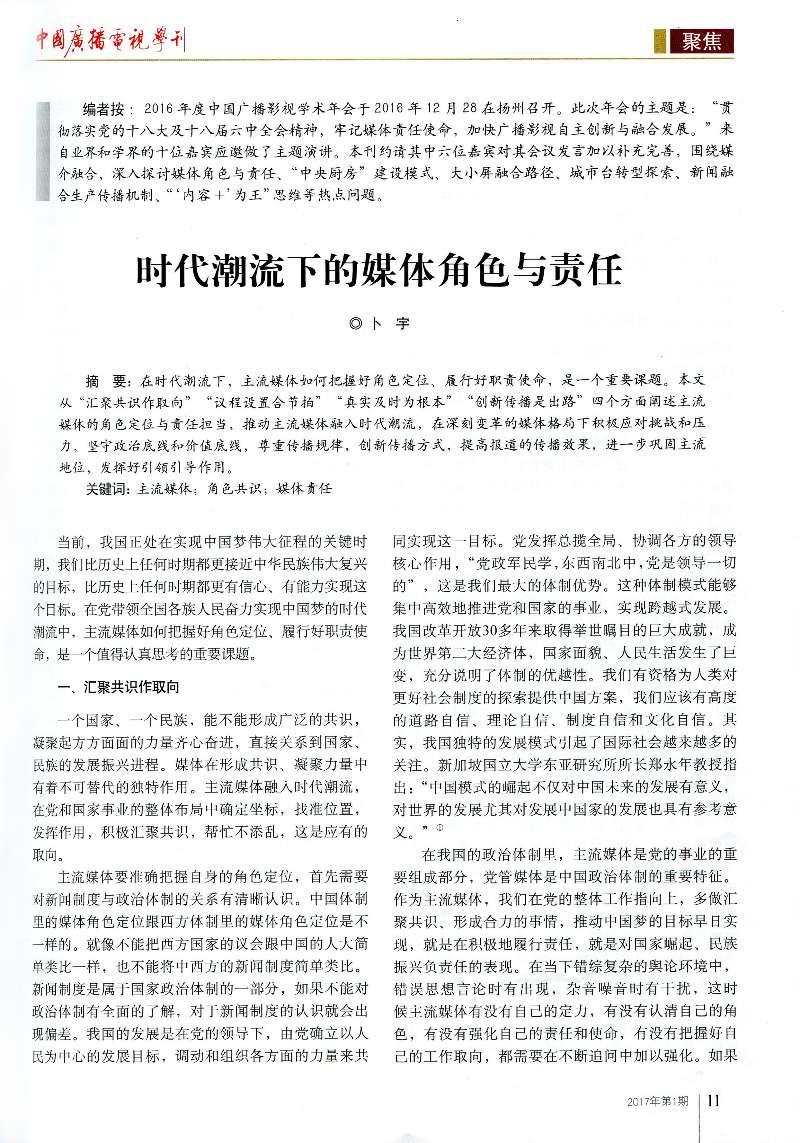
**在深刻变革的媒体格局下，面临巨大的挑战和压力，主流媒体更应辨明方向，坚守住政治底线和价值底线，动作不能变形，不能制造“廉价的笑声、无底线的娱乐、无节操的垃圾”，不能做污染舆论环境的内容，不能走低俗、庸俗、出格的路子。主流媒体在正确的轨道上还有很大的拓展空间，很多应该做的还没有做到位。主流媒体应当融入时代潮流，准确把握好自己的角色定位，创新理念，履行责任，有所作为。**

**注释：**

**①转引自贾海涛《中国模式：在现实与想象之间》，《南京理工大学学报（社会科学版）》2010年第6期。**

**②转引自陈海波《美国大众化报刊时期新闻伦理研究》，湖南大学硕士学位论文，2008年。**

**③韩旭阳、严伟江：《皮尤2016年媒体报告：电视仍是美国人获取新闻的主要途径》，<http://news.sina.com.cn/w/zg/2016-06-18/doc-ifxtfrrc3844533.shtml>**

****