

平衡价值增量与传播流量： 党报评论重塑话语优势的实践路径

崔文佳

【摘要】作为舆论引导的关键抓手,党报评论的价值体现为解疑释惑、凝心聚力。然而,伴随媒介生态的深度变革,党报评论的话语优势被明显削弱,舆论引导力的式微在一定程度上为社会治理埋下了风险。重塑党报评论的话语优势,不仅关乎主流媒体的生存,也影响着社会共识的建构。本文基于北京日报评论工作的改革实践,探索重塑党报评论话语优势的实践路径。通过情感联结、话语转化、矩阵传播,有助于党报评论破壁出圈,重建主流意识形态到社会民心之间的通路。

【关键词】党报评论;舆论引导;媒体融合

【中图分类号】G21 **【文献标识码】**A

新闻舆论工作事关治国理政、定国安邦。当前,紧扣推进中国式现代化这个主题,各领域正在进一步全面深化改革。习近平总书记在省部级主要领导干部学习贯彻党的二十届三中全会精神专题研讨班上明确指出,“要切实做好改革舆论引导工作,加强正面宣传,唱响主旋律、传递正能量。”^①

党报评论以舆论引导为天职,面对这一时代任务责无旁贷,但环境的变化制造了现实阻力。在传统媒体主导的时代,国家依靠集中化的传播渠道,通过强有力的舆论引导机制,能够有效管理并积极引导社会舆论。^②网络平台的发展壮大,已经彻底打破了这一传播秩序,孕育了一套新的信息生产与舆论生成机制。这种分庭抗礼的形势之下,传统引导舆论的方式方法变得愈发无力。转场网络之后,党报评论也要开始接受流量维度的考评,

阅读量、点赞量和转载量等数据和网友评论直接反映传播效果。基于身份的规范要求、避免舆情的现实压力以及流量数据的吸引力交织,让一些党报无所适从——一味束手束脚,就会守土失责;一味迎合舆论,则难以坚守立场。

总的来说,基于传统媒体旧时的强势地位而建构的传播生态已经发生深刻变革,以网络平台为代表的新势力分享着话语权,并在议题设置、影响舆论等方面体现出不容小觑的能量。但鉴于后者的身份属性并不能全然地代表公共利益,这就滋生了社会共识弱化、主流价值不彰的潜在风险。在改革走向深水区的关键时刻,如何牢牢掌握“麦克风”,提升主流价值的传播力,以社会共识的维系保证利益格局调整的顺利进行,成为党报等传统媒体必须答好的时代之问。具体到党报评论,一

方面宣传的是党的主张、传递的是党的声音,不能随波逐流,而要守住本色、保持权威;另一方面立足的是网络舆论场,要在人的头脑里搞建设,不能自娱自乐,而要与人对话、以文化人,因而必须找到“正能量”与“大流量”的兼顾之道。

北京日报自2023年起对评论工作进行了系统性改革,着重发力深度评论,刊发了一批实现双赢效果的好文章。本文从北京日报的实践出发,尝试总结其改革经验,分析其背后的共通策略,以期对党报评论进一步提升舆论引导力提供参考借鉴。

一、媒介生态系统演变导致的舆论引导困局

党报评论向来是舆论引导的有力工具,然而,媒介生态已经发生了历史性变革,网络平台已经成为受众的主要信息获取渠道,这对党报评论构成了一系列现实挑战。

首先,主体多元导致权力分散。过去,以党报为代表的传统媒体依靠权威地位以及渠道优势,一度掌控着社会舆论的主导权。这一模式下,信息传播往往呈现为“我说你听”的样态,受众更多处于被动地位。然而,新媒体时代“人人都有麦克风”,信息和观点不再是线性传播,而是变得更加复杂和非线性。众声喧哗中,主流、非主流舆论同时并存,积极、消极声音相互交织,非理性、情绪化的言论满目即是,有效沟通已非易事,党报评论的话语权又遭到明显稀释,在这种环境下想实现“一元主导”,挑战可想而知。

其次,文化隔膜导致价值折损。媒介的革新既带来了信息传播方式的变化,也孕育了相应的话语体系,悄然影响着受众的思维方式。党报评论成长于“主流媒体舆论场”,早已发展出一套相对固定的话语秩序,习惯于“宣教式”地传播,过去的强势地位也能够帮助这种传者本位的方式实现预期效果。相比之下,网络舆论场里大部分是原生态的

民意表达,在一代代网民的接续建构中,网络舆论场已经拥有一套独特的话语秩序。两种文化的博弈,容易导致党报评论的意义折损。

第三,渠道式微导致传播困局。完成稿件仅是舆论引导的第一步,如何传得开是同等重要的一环。党报传统的渠道优势已经消失,相比之下,网络平台不仅依靠大量资本投入完成了攻城略地,而且在商业利益的驱动下,正在想方设法提升用户的活跃度、留存度。此消彼长间,进一步加剧了党报的传播之难。前些年,一些平台还积极与党报合作,但随着业务格局的调整,特别是短视频的异军突起,文字评论获得的流量支持骤减,而单凭内容本身去发酵,着实难以在海量信息中突围。近些年,党报积极进行自身平台建设,但在用户量、日活量等指标上与网络平台相距甚远,这在一定程度上限制着党报评论的传播力。

二、以价值增量与传播流量为抓手的党报改革实践

(一)强化党报优势,进行差异化竞争

今天的舆论场,思想观念日趋活跃,社会思潮纷纭激荡,但越是如此,越要夯实价值领域的坐标系和主心骨。尤其是在进一步全面深化改革的语境之下,治国理政需要持续以主流价值鼓舞人心、凝聚干劲。党报是党和人民的“喉舌”,党报评论在举旗定向上具有不可替代的重要作用。不同于社会化媒体和商业化平台对于经济利益的高度重视,党报以社会效益为主要价值追求,因而能够始终心系“国之大者”。同时,移动互联网时代,形式创新固然重要,但内容为王的铁律没有变。党报观察经济社会发展的独特视角、分析社会热点焦点矛盾点的思维方式,恰恰是生产能力和思想优势的体现。

基于这一考量,北京日报没有迎合浅阅读、情绪化的流行风气,而是选择做强深度评论,通过原

创力、思想力彰显自己的舆论引导力。2023年起,北京日报着手改革,建立了重大选题联合研判策划机制。以社长、总编辑为“最强大脑”,以全体评论员为写作班底,以全部发布端为推介平台,以报社有志于评论写作的记者编辑为重要支撑,组建了一个精干团队。按照机制安排,报社每周召开一次专题选题策划会,聚焦中国的经济发展、制度优势、科技创新、精神品质等“硬核选题”,通过多元视角、多人智慧的碰撞,增强选题的含金量。

《媒体不监督,问题就不存在?》一文是改革后的代表作之一。该选题源自记者采访受阻的真实经历,不同于就事论事的惯常操作,与会领导和记者编辑就此展开讨论,由点及面、由浅入深,挖掘类似现象背后的思想误区。在稿件的处理上,对现实中舆论监督受阻情况进行系统梳理,对相关部门心理进行分类描摹,进而拆解出“舆论监督是负面报道吗?”“舆论监督是找麻烦添乱吗?”“是舆论监督引发舆情吗?”“舆论监督让基层无所适从吗?”等多个子话题。通过辨析这背后的思维误区、逻辑错误,文章讲清舆论监督对工作开展的助益作用。文章一经推出,就被业界学界广泛关注,受到相关部门好评。事实证明,深阅读依然拥有市场,长文章更能解疑释惑,党报评论找准主流价值与受众关切的交汇点,将更好发挥引导舆论的设置议程功能。

(二)推动多元协作,实现定制化生产

在传统生产模式中,评论稿件由评论部自行报选题、写稿,由分管领导审稿把关。这种“小作坊”式生产可以满足日常评论生产,但不足以支撑彰显党报核心竞争力的“大文章”。同时,这本质上遵循的是“传者本位”,对于受众需求以及传播效果的考量不足。如何更精准地捕捉受众需求,同时调动起受众参与讨论、积极转发的热情,是党报评论实现引导目标过程中必须解决的问题。

北京日报在本轮改革中,破解重内容生产、

轻内容发布的窠臼,将生产端与发布端等量齐观,对传统资源配置结构进行重塑,把更多智力资源、人才资源、传播资源向评论工作倾斜。选题会上,要求生产端、发布端共同报题,关注不同平台的受众关切。确定选题后,鼓励发布端围绕用户画像提出具体要求,以定制化生产提高评论文章的传播力。社领导与多部门记者编辑共同研讨评论选题,突破了评论员本身的思维局限和知识储备局限,有助于实现稿件的“上接天线,下接地气”。

在此基础上,北京日报对自有的大端大号进行全面盘点,认为“长安街知事”公众号知名度最高,且受众为全国高精尖政经人群,与党报评论的目标受众高度契合。北京日报评论版专栏“长安观察”是中国新闻奖新闻名专栏,在报纸时代已经积累了较高知名度。报社推动二者协作,在“长安街知事”公众号开设网版评论专栏“长安观察”,以统一笔名“京平”发布优质评论,实现重点评论的借船出海。

《铭记,“邱小姐”背后的他们》一文成功出圈正是得益于生产端与发布端的协作。2024年10月16日,是中国第一颗原子弹爆炸成功60周年。微博微信部从经验判断,这将成为当天舆论热点,相关内容会得到社交媒体平台的流量倾斜。“长安街知事”编辑部也认可这一选题,基于核心受众的口味偏好,建议强化历史故事的叙述、国际形势的分析、“两弹一星”精神时代价值的挖掘。根据发布端的“定制需求”,评论部完成稿件撰写。在纪念日一早,该文通过北京日报官微、“长安街知事”公众号等平台同步推送,立即形成声势,在其他媒体的整合式图文报道中成功突围。上级部门关注到该评论,随即安排市属媒体平台联合推送,进一步扩大了传播范围。

类似实践证明,面对传播载体的更迭和受众阅读习惯的改变,党报评论必须有能力整合内外资源,从平面媒体的单向输出转向融媒体的多向输出,由此形成的规模效应能够明显提升党报评

论的存在感。

(三) 做足内容增量, 创新主流化叙述

在网络舆论场, 活跃着大量“草根评论员”。这改变的不仅是评论内容的产量和声量, 也对表达形式构成巨大的冲击。毋庸讳言, 在过去很长一段时间, 党报评论为了追求严谨, 导致语言枯燥严肃, 甚至不乏为受众不喜的空话套话。然而, 真正能够打动人、说服人的评论, 一定是言之有物、深入浅出的。

于评论员而言, 深度评论的写作既有利好, 也有挑战。更长的篇幅意味着更大的空间, 有利于将一些思辨性的话题娓娓道来, 写深写透。但在注意力和专注力稀缺的今天, 受众的眼睛也愈发挑剔, 深度评论必须锻造独特的吸引力才能真正让人读下去。本轮改革中, 北京日报对评论文章做足价值增量、知识增量、情绪增量, 倒逼评论员不能在道理层面平铺直叙, 而是要递进一层、深入一层, 以生动的故事、可感的事实、有力的论证、共情的心理来彰显道理的深刻与正确。

比如, 2024年一季度世界各主要经济体经济数据公布后, 有论调从“中美GDP差距扩大”切入, 唱衰中国经济。北京日报随即组织了评论《周一三五中国崩溃, 周二四六中国威胁》。文章没有一味抨击、生硬输出, 而是补充了经济学、统计学等内容, 进行了科普式论述。文章点出“中美GDP差距扩大”之说隐去了两个前提, 一是GDP天然以本币为计量单位, 进行跨国比较要经过一次汇率换算; 二是中美有不同的核算方式, 不同核算方式下得出的数据不具有太强可比性。“从2022年至今, 美元兑人民币汇率从6.3升至接近7.3, 在这种情况下, 单是汇率原因就能将美国的国内生产总值相对中国拔高近16%。”“只要印出的美元花出去了, 就会被计入GDP。相较之下, 生产法计量的是经济活动中各个环节的增加值, 因而中国的GDP核算更关注生产了多少。”这样的文风转变

正在探索一种新的评论叙事模式: 以清晰的逻辑与渐进的推演提升评论的思辨性, 以科普式的事实讲述与对话式的观点输出提升评论的说服力。

三、重塑党报评论话语优势的实践路径

(一) 情感联结: 从单极化的意义灌输转向互化的意义协商

过去很长一段时间, 舆论引导之所以效果不彰, 一个重要原因在于议程设置出现了偏差, 党报所说的与受众想听的出现了错位。以主流价值有效引导舆论, 意味着党报评论的话题既要和受众议程同频共振, 又不能一味地迎合, 而要追求媒体议程、政策议程、受众议程的统一。达致这一目标, 依靠身份属性和观点灌输的传统路径已走不通。在当前的网络场域中, 受众作为互动节点嵌入数字交往生态中, 可以与媒体在网络平台中展开实时互动。“用户在场”的背景下, 党报评论引导舆论的前提在于同受众建立一种情感联结, 观点说服的过程也不再是“我说你听”, 而是一种开放信息环境中的“意义协商”。

如前文所述, 北京日报强调生产端与发布端的协同, 更加注重发布端对于用户群体所思所想的把握, 本质上就是希望与“发声的受众”展开有效对话。例如, 2023年春, 微博、微信、小红书等社交媒体上出现了大量年轻人烧香的经验帖, 有论调据此嗟叹奋斗精神在年轻人身上消解。发布端发现这一线索并初步整理了网络舆论态势, 评论部与其进行了深入讨论, 据此撰写的《忧心年轻人上香, 不如关心他们在求什么》一文, 超越了表象性的行为观察, 以同理心解读当代青年在社会变革中的心理困惑与情感需求, 认为这种自我纾解与奋斗精神不是对立关系。文章发布后成为全网热点, 评论区互动热烈, “小编懂我”成为普遍心声。

在网络传播视野下, 公众的情感表达更为显

性,在社交媒体平台的活跃度和议题参与度明显增强,情感作为新闻舆论的重要元素,对社会议题、网络舆论的生成和演变以及延展出的社会问题有着较大影响。^③在这一背景下,党报评论的舆论引导有必要向现实中的人际交往靠拢,以共情的心理消除沟通的隔膜,进而传播价值观念。一旦传受双方达成了情感认同,这种贴近性将对网络舆论的塑造与引导起到积极的助推作用。这个意义上,在遵守媒体操守与规范的基础上,善用情感话语,其实是当前舆论引导的一个有效技巧。有学者将媒体此类话语风格的转变称为“传播调适”,指一种吸纳专业主义、煽情主义等不同范式元素的“杂糅化”形态,其目的在于解决党媒基本角色(宣传和舆论引导)与满足受众需求之间的内在矛盾。^④

(二)话语转化:推动主流价值表达适配互联网传播逻辑

事实是观点得以生成的基础,也是新闻评论进行说服和舆论引导的重要资源。特别是在不同观点之中求取共识,需要用更多确凿的事实来消弭不确定性。报纸上的评论受制于空间限制,往往重论轻述,在转场网络后,这一束缚被打破,党报评论应当补充大量事实进行写作,大量枚举故事、细节、案例,避免观点的悬浮感。当然,评论不是故事会,归根结底要借事实进行价值引导。但主流价值往往是抽象的、概念化的,这就需要党报评论进行价值的阐释与话语的转化,将那些从历史经验中提炼出来的意涵具象化,并且寻找对应的事实支撑。这个过程中,尤其应当注重互文性,善于将网络受众所熟知的网梗、典故等文本融入对主流意识的阐释,从而消融传受双方的心理距离。

例如,随着 ChatGPT、Sora 等 AI 模型成为网络热点,一种“美国擅长原始创新,中国擅长改良应用”的论调也悄然流行,北京日报随即推出评

论《中国人为什么不能搞“从0到1”?》。回溯其创作过程,评论员敏锐地发现,这一网络热点虽然是以新潮的技术应用为外壳,但内核指向了中美意识形态领域的斗争。在写作过程中,评论员遏制“说教”冲动,而是以网友口中的“0到1”指代原始创新、“1到100”指代应用创新,保持与网友们的同频。同时,补充了第五届索尔维会议、美国“回形针”计划、美国“科技强国”形象塑造等大量史料。通过讲述这些故事,引导受众看清这一错误的刻板印象是如何形成的,也将“自信自强才能更好实现科技创新”的主流价值自然表达。该文章获得中宣部高度肯定,为科技工作者广泛好评,DeepSeek 的横空出世更是佐证了文章的观点。

纵观今天的网络舆论场,思想多元、价值多样是客观事实,但彼此之间的冲突更多是浅表层面的。在广大网民的精神原点上,还是存在最大公约数。党报评论要通过一件件具体事例,将事实说服、观点说服、价值说服融会贯通,寻找适配互联网的话语表达,在多元化的舆论场域中完成一次对集体意义的建构。

(三)矩阵传播:追求跨主体、跨平台、跨机构的集群协同优势

伴随媒体融合走向深入,传统媒体机构已经转型为全媒体集团。以党报为例,这首先体现为一种物理变化,即补充了视频制作、出境主播等力量短板,着手建立了完全自主的客户端,积极在微博、微信、抖音、快手、小红书等热门外部平台上开设媒体账号。这种跨平台的矩阵布局,有助于扩展主流价值的传播范围,助力党报评论更好完成舆论引导任务。同时,这体现为一种化学反应,即通过各类资源的融通共享、不同媒介的优势互补,更充分地满足多元化个性化的受众需求,尤其是依托平台与用户的互联互通,沉淀目标用户数据,细化用户导向型的内容生产。

比如,“长安街知事”的受众热衷于泛时政内容,对中美关系等焦点问题尤为关切。2025年初,针对美国山火久烧不熄事件,评论部为其策划了《美帝又回来了?》《洛杉矶,学不了重庆》《刷完小红书,对天安门城楼上这句话理解更深了》等稿件。从反馈来看,不仅均取得了10万+阅读量,而且获得了主管部门以及社会的广泛好评。这一操作模式本质上就是依托于传播矩阵积累的用户数据,分析研判受众偏好,将主流价值融入精准化的定制生产,从而更有针对性地影响受众对某一公共事件的认知。

全媒体矩阵除了平台协同,也有内容协同的意涵。网络传播具有分众化的特征,这就意味着传播环节不存在“一招鲜,吃遍天”。所谓共情传播,一个重要发力点即在于针对不同圈层投送具有个性化的评论文本,分众联结思想认识的共通点和情感交流的共鸣点。^⑤当评论稿件完成后,发布端有必要根据不同传播平台的传播特点与受众偏好,对稿件进行二次编辑。特别是一些社交媒体平台,本身存在热搜、话题、标签等运营规则,将这些设计的传播效能用好用足,才能最大程度形成传播合力。在传统生产模式中,报社内部条块分割、各司其职,一篇稿件的生产、传播、运营是割裂的。进行共情传播,实现有效说服,就要贴近市场,研究受众,提高触达率。面对体制机制的掣肘,有必要以改革打破媒体内部的流程与边界,对评论产品进行全流程管理。北京日报建立的重大选题联合研判策划机制,本质上就是为评论产品提供“全流程策划”和“一站式服务”,通过集群协同优势,提升主流意识形态传播的辐射力和影响力。

四、结语

新闻舆论工作关乎经济社会发展稳定。特别是在深化改革的时期,舆论引导工作围绕中心、

服务大局才能最大程度汇聚起团结奋斗的力量。当前,我们又一次来到了这样的历史节点,党报评论重任在肩,必须通过守正创新,巩固壮大主流思想舆论,开拓主流叙述的“影响力空间”。

今天的舆论场,众声喧哗却缺少真知灼见,信息爆炸却缺少优质供给。流量经济驱动的商业平台无法改变这一现实,历史的重任只能赋予主流媒体。服务大局的政治意识、原创内容的生产能力、客观理性的思辨能力,恰恰是党报的优长所在。党报评论找准自己的核心竞争力,将内容的生产与传播等量齐观,一方面做足价值增量,在履行职责使命的同时,与其他媒体形成差异化竞争;一方面做好共情传播,在进行有效说服的同时,与受众建立起更为深厚的共鸣联结。这是京报评论实践经验的总结,也为更多党报答好时代之问提供启发。

(作者系北京日报评论部副主任)

注释:

①人民日报:《习近平在省部级主要领导干部学习贯彻党的二十届三中全会精神专题研讨班开班式上发表重要讲话强调 深入学习贯彻党的二十届三中全会精神 凝心聚力推动改革行稳致远》,2024年10月30日,第1版。

②杨洗:《新闻宣传和网络舆论一体化管理:时代价值、理论基础与规范治理》,《新闻界》2024年第12期,第15-26页。

③刘海明、宋婷:《共情传播的量度:重大公共卫生事件报道的共振与纠偏》,《新闻界》2020年第10期,第11-21页。

④龙强、李艳红:《从宣传到霸权:社交媒体时代“新党媒”的传播模式》,《国际新闻界》2017年第2期,第52-65页。

⑤韦路、陈俊鹏:《全媒体矩阵传播:国际重大新闻事件舆论引导的路径、效果与策略》,《当代传播》2024年第2期,第11-20页。

(责任编辑:李佳咪)