

舆论引导如何做到稳与准

大众新闻记者 熊苗

“捞舆工作室”、“舆”字代表了“舆论场”这个主阵地，也代表了“舆论”“舆情”等关注对象，关乎工作室的内容和方向；“捞”字，一则体现了主流媒体挺进主战场的主动性、积极性，二则体现了在选题上的选择性和价值观上的引领性。

这意味着“捞舆工作室”从成立之初，就坚定了深耕舆论场、做强引导力的志向。运行半年来，在选题和内容上，始终坚守公共性和建设性，在传播力追求上，要流量但不唯流量，始终坚守主流媒体的价值导向。

半年来，“捞舆”栏目持续常态化更新，“捞舆”稿件在自有平台和部分商业平台上,都取得了不错的传播量,例如在微信上产生多篇“5万+”“10万+”作品，在微博上产生“100万+”阅读量作品，“捞舆”品牌初具影响力。

省级党报下场作热点引导，一方面有党报的权威性做后盾，但另一方面，也要求引导作品始终保持权威性，这在不断反转的“后真相时代”，要求我们更加保有专业和定力，不为乱花迷人眼——

坚信评论价值。近些年来，关于文科和新闻是否重要的讨论不绝于耳。越是科技大发展的时候越需要思想的引领，越是信息爆炸的时候越需要专业的声音，关键在于我们能否提供社会和公众所需要的智识。现下复杂多变的、撕裂对立的、流量至上的、人人都有麦克风的舆论场，比以往任何时候都更需要客观的声音。新闻和评论的价值、意义更加凸显，我们需要更加努力。

坚持始终在场。只有始终在场，才能感知舆论的温度，摸到情绪的脉络，理解社会的痛点和敏感点，才能找到需要关注的话题，可以引导的角度和方向。只有始终在场，才能保持一个新闻人和评论员的“见识”，不在空中楼阁里做文章，保有对社会的极大关注和同理心，保有对过去、当下和未来的思考。

坚守价值导向。价值观和价值导向听起来很虚，但实际上很实，它明明白白地显现在文章的每一个词、每一句话里。无论是褒扬还是批评，底色都聚焦于对是非善恶的判断，对公平正义的坚守，聚焦于对社会的建设性。

省级党报下场作热点引导，如何做到既稳又准？“捞舆工作室”成立以来，一直在持续探索，力争在时、度、效上做到更好的平衡。

在选题上，注重冷热均沾。热点引导一方面是选择当下最有热度、最具争议的话题来写，因为有争议才更有引导的必要；另一方面，可以让“冷”问题形成“热”思考，也就是通常所说的议题设置能力，要让我们关注的有价值的议题成为大家讨论的热点。比如“捞舆工作室”微信公众号上的两篇“10万+”文章，就代表了这样两种完全不同的方向。《“儿童骑行遭碾压”案，司机境遇关乎法理人心》是全网关注讨论的热点，评论适时发声表达主流媒体的态度，能够和舆论一起推动事情的进展；《别让“12345”被满意率绑架》则是没有即时热度的话题，但



牵涉面广，问题具有极大的现实性，以此为题是评论的责任，也同样彰显了评论的社会价值。

在时效上，力求快和稳的平衡。不得不说，在当下，追热点是一件很有风险的事情，专业媒体也难免陷入被打脸的困境。比如百雀羚被举报涉嫌添加禁用原料,由于上海市药监局答复“基本属实”,有媒体迅速跟进批评百年老字号不珍惜自己的羽

毛,但事实又很快反转。的确,快一步就意味着离流量更近一些,但我们还是要克制冲动,通过交叉验证不同信源、确保涉事各方都有发声机会等再判断。

在表达上，避免高高在上的说教。评论引导，说到底说是说服的艺术。在反感“爹味”的时代，大家还是追求一种更平等、平视的沟通交流。当媒体也被舆论放在放大镜下审视，媒体要想以观点去说服

引导公众，真相和立场的基石须坚如磐石，逻辑和情感的牵引也须无懈可击，这对评论提出了更高的要求。

应对挑战，“捞舆工作室”将继续不断探索，在内容上突出聚焦原创性、专业性、高质量，在队伍上提升自有评论员业务素养，同时挖掘各领域优秀作者，以平台化思维运营好“捞舆”IP，发挥好主流媒体应有的价值。



为深入学习贯彻党的二十大精神，大众新媒体大平台启动“大众党建案例库”征集展示活动(投稿邮箱 dzrb1939@qq.com)，面向全省各级党组织征集优秀党建案例。以下为本期推荐案例。

德州陵城区：

发挥基层党组织作用 推动“初心·陵航—在你身边”活动走深走实

陵城区委组织部开展“初心·陵航—在你身边”活动，着力解决农村群众身边小事，提高居民获得感幸福感；召开“初心叩问”等活动1400余场，全方位畅通评价反馈渠道；组建“初心·陵航—在你身边”服务队988支，探索开展“红色店小二”“爱心胡同”等志愿服务活动，评选表彰“服务先锋”50名，引导广大党员发扬奉献精神。

临沂蒙阴县：

构建“三个体系” 激发行业协会商会党建工作新活力

构建党建引领体系，健全“党委+行业+属地”三重管理机制，完善“党委→支部→党员”组织架构，有效管理473名党员，实现党的工作全覆盖。构建组织保障体系，以党建带社建，全面落实“党建入章”，组织开展主题活动20余次，18名行业协会商会负责人或会员被推荐为市县“两优一先”人选。构建协同联动体系，搭建36个协会商会与行业管理部门的互助互惠互动平台，实现合作共赢。

菏泽定陶区：

扎实推动新兴领域党建提质增效

定陶区积极探索加强新兴领域党建工作路径，推动“两企三新”领域党的组织和工作全面覆盖，成立新业态行业党委4个，组建规上企业党组织132个。打造“陶小哥”暖心驿站50处，开展爱心慰问、免费体检系列活动。引导新就业群体成为助力基层治理“新”力量，择优选聘150名“城市治理合伙人”，推动解决社区治理问题140余件。

潍坊青州市：

聚焦地域特色 做实山楂产业党建联盟

青州市王坟镇聚焦山楂果品加工产业集群优势，成立“红心赋能 红果致富”山楂产业党建联盟，根据“党建引领、链式集群、融合发展、共同富裕”的总体思路，通过建立健全“镇党委抓组织联建、产业党委抓技术联合、企业党支部抓市场联营、村党支部抓服务联心”的“四方联动”工作机制，规划建设“王坟镇山楂大健康产业园”，引导现有企业分批次开展就地技改。以产业党建联盟推动人才优势集聚，组织企业走进院校引人才、找技术，构建“省级高新技术企业-科技型中小企业-科研企业”梯队式培养机制。

济宁邹城市：

建立“三域六联六促”党建工作模式 激活非公企业发展新动能

邹城市坚持大抓基层鲜明导向，聚焦园区、产业链、商圈三大领域，深入推进非公企业党的组织体系建设，建立“三域六联六促”党建工作模式，推动组织联建、阵地联用、队伍联带、活动联办、人才联育、品牌联创，促进实现企业发展架构体系化、发展平台标准化、发展力量专业化、发展格局一体化、发展能力优质化、发展理念现代化，以高质量党建引领非公企业高质量发展。

(记者 李扬 整理报道)

大众新闻“慢直播+” 带您沉浸式打卡好客山东



大众新闻记者 禹亚宁 报道

“江山千里望无限”“生在华夏何其幸运，长在齐鲁美哉游哉”。近日，大众新闻“秋水共长天一色 赏山东限定秋景”慢直播直播间里收获不少网友点赞和评论。

这次直播由大众新闻联合山东省旅游推广中心、山东省水利厅、山东铁塔共同发起，威海布鲁维斯号沉船、聊城水上古城、卧虎山水库、固头水库、跋山水库、龙潭沟水库等独家慢直播画面生动展现了山东水文之美，趵突泉、大明湖、章丘明水古城、泗水泉林、东营黄河入海口、微山湖、东平湖等景区悉数亮相。

直播画面通过大众新闻、山东省旅游推广中心、山东省水利厅、中国铁塔总公司全媒体平台全网推广，新华每日电讯、新华网、《环球时报》等十余家媒体同步播出，全网累计观看量超60万人次。微博话题#有谁能拒绝秋日限定版山东##水水水山东限定版秋景水水#阅读量分别为39.9万与29.9万，登上同城热搜。

今年11月起，大众新闻与山东省旅游推广中心联合通过“直播+”形式展现齐鲁锦绣山河，打响“好客山东 好品山东”品牌，已策划推出“你好11月，打卡山东秋日氛围感”“节水论坛开幕在即，赏泉城水韵”等多个策划，成为展现山东风光之美、人文之美的亮丽窗口。

12月，大众新闻还将继续探索创新，推出“冬日可爱·共赏山东初雪”“黄河大集·美食接力”等直播专题，敬请期待。

“鲁力同心挑大梁”2024山东省新媒体产品创作大赛颁奖仪式暨座谈会召开

大众新闻记者 蔡继钗 李扬 隋乔 董昊霖

本报济南讯 12月4日上午，由中共山东省委省直机关工作委员会、大众报业集团（大众日报社）联合主办的“鲁力同心挑大梁”2024山东省新媒体产品创作大赛颁奖仪式暨座谈会在济南举行。省省委直机关工委副书记、省直机关纪检监察工委书记隋宝文，大众报业集团党委副书记陈强出席会议，并为获奖单位颁奖。获奖单位代表40余人参会。大赛自7月启动后历时4个多月，得到了全省各界积极响应，269个单位通过大众新闻客户端大众号同题作文渠道报送产品700余件，经过多轮评审最终83件作品获奖。

此次大赛，是对过去5年成绩的阶段性总结。为发掘全省各系统各行业全媒宣传人才，提升各行业全媒体传播能力，助力探索全省媒体深度融合新路径，大众报业集团（大众日报社）已连续5年组织新媒体系列劳动技能大赛，提升干部职工履职技能，增强干部职工专业业务能力。经过5年积累，大赛社会影响力逐年提升。今年的大赛，参赛单位及作品数量、作品质量再创新高。

创新呈现、开放聚合是此次大赛的一大亮点。创新组织方式和呈现手段，大赛锚定“走在前、挑大梁”主题，以大众新媒体大平台为赛事组织、发布、公示和宣传主渠道，以内嵌其中的大众号同题作文

的形式呈现，广泛发动省直各部门（单位）、各高等院校、各大企业、各有关媒体单位参赛，开放式聚合参赛作品。为提升参与度,保障大赛公开透明,参赛作品发布后,在大众号同题作文板块进行了重点展播。大赛借助大众新媒体大平台AI工具箱自主设计开发投票网页,投票期内共计10万余人投出选票37万余张。大赛组委会还邀请专家评委进行最终评审打分,生成总榜单,经加权网络投票结果后,最终产生大赛拟获奖名单。经大众新闻客户端首页和全媒矩阵公示后,最终确定金、银、铜奖作品40件。

其中,《向海图强——“耕海一号”向海而兴》等4件作品获得金奖,《壹纪录丨遇见沂蒙》等12件作品获得银奖,《“镇”兴路上丨当一头牛有了自己的身份证》等24件作品获得铜奖。另有43件作品获得优秀奖。

颁奖现场,中共山东省委组织部党员教育中心、山东工艺美术学院、齐鲁晚报·齐鲁壹点、大众网四家单位上台领取金奖;山东省海洋局、山东省文物保护修复与鉴定中心、山东省审计厅、山东省农业技术推广中心、山东省市场监督管理、山东劳动职业技术学院、中共山东省委党史研究院(山东省地方史志研究院)、巨野县融媒体中心等作为银奖代表上台领奖;山东省属国资国企融媒体中心、山东农担公司、中国铁路济南局集团有限公司融媒体中心、山东省公共资源交易中心(山东省政府采购中心)、山东文



旅传媒集团文化传播有限公司、泰安监狱、山东健康集团等作为铜奖代表上台领奖;山东钢铁集团有限公司、山东省地矿局第一地质大队、山东省创新发展研究院、烟台国际机场等作为优秀奖代表上台领奖。

活动现场,省委组织部党员教育中心副主任、一级调研员赵光辉,山东工艺美术学院学生吴庆霞,作为金奖获奖代表上台作分享。

在大赛过程中,为助力参赛者全媒生

产传播能力提升,组委会还组织举办了一场“提高履职能力,提升全媒体制作与传播水平”培训会暨大众号智媒训练营,培训内容包括全媒体策划与网络舆论引导、可视化产品设计、视频摄制、平台账号发布安全与AI工具箱使用技能等,省直单位近70人参加培训。

为提升大赛传播效果,此次颁奖座谈后,大众新闻客户端还将上线“鲁力同心挑大梁”2024山东省新媒体产品创作大赛获奖作品展播专题,集中展示大赛成果。