

在您的印象里,退休后的老人都喜欢干点啥?是出去旅游、健身?还是在家跳广场舞、带孩子?在北京,有群老年人选择做了些不一样的事情。“过去发现有意思的事儿,也就是跟家里人或者街坊邻居聊聊天,现在我学会用手机拍下来,发现其中的新闻价值,让更多人见证身边的发展变化。”今年66岁的胡桂茹阿姨告诉记者,这个“不一样的事情”就是当“社区新闻发言人”。

### 现象 基层群众争当社区新闻发言人

在北京市丰台区,自2016年5月起,“社区新闻发言人”的队伍不断壮大,截至目前,从三十而立的青年,到耄耋之年的老人,已有350多个社区近1000名社区居民加入。

发端伊始,丰台区率先在东高地街道组建了“社区新闻发言人”工作室。当时,一位名叫胡晋华的热心老人连夜写了三条标语,其中一句“讲百姓身边事 做社区发言人”,受到大家一致称赞,被确立为丰台区“社区新闻发言人”的工作理念。经过自愿报名和培训选拔,东高地街道确定了23名首批“社区新闻发言人”,主要工作职责是发现身边好榜样,讲述社区暖故事,传递社会正能量。

调研组发现,率先组建“社区新闻发言人”队伍的东高地街道,有着比较显著的首都街乡特质——社区居民老年人口比例达33%,很多都是从航天和教育一线退休的员工和家属,素质普遍较高。东高地街道党工委副书记杨柳介绍,在东高地,本来就活跃着一个“最美航天人宣讲团”。“社区新闻发言人”工作室的成立进一步丰富了宣讲团的内涵,宣讲故事从以航天职工为主,变成了以街道和身边好人和社区暖心故事为主。

方兰,从航天五院508所退休后,正式成为一名“社区新闻发言人”。2020年5月,东高地街道举办“党建引领垃圾分类文明行动”,她邀请街坊邻居

一起参加,撰写每日“守桶日记”,记录下社区垃圾分类的点滴变化。方兰还曾向人大代表建言献策,希望整治小学门口停车不合理等问题。“社区新闻发言人”已经集文明引导、社区治理、建言献策为一体。

党的十九大召开后,以“社区新闻发言人”为主要成员的东高地百姓宣讲团举办各类宣讲活动20余场,覆盖群众1600余名。丰台区方庄、右安门、马家堡、宛平城、云岗等多个街道也先后组建了“社区新闻发言人”队伍,设立了进行日常工作的“社区新闻发言人”工作室。“红歌迷”“收藏大叔”“的士英雄”“磨刀爷爷”“科普专家”“家风传承人”等一批“社区新闻发言人网红”涌现出来。

在此次新冠肺炎疫情中,“社区新闻发言人”的力量更加凸显。“每天哪个时间段通风换气最适宜?居家防护应该注意哪些细节?”“这个浏览量超571万的短视频博主名叫王秀英,疫情发生后,内心焦虑的王阿姨居家期间也没闲着,总想为抗击疫情做点事情。考虑到自己“社区新闻发言人”的角色,她动员家里人一起拍摄短视频,从新年拜年到科学洗手、正确通风,积极参与到疫情防控中。

这些“社区新闻发言人”成为百姓的金话筒,从群众的视角出发,用接地气的话语宣讲着党和国家大政方针,发现有温度、有力量、有爱心的人,生动讲述着身边的感人事迹。

# 首都多了群「社区新闻发言人」

北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心、光明日报社联合调研组  
走好全媒体时代群众路线的丰台启示

编者按

当前,我国媒体融合步入了“融为一体、合而为一”深度融合时期。区域融媒体中心如何加强和改进基层宣传思想工作,真正成为群众思想政治工作的重要平台?如何把基层群众所需所盼与地方党委政府积极作为对接起来,把服务延伸到基层、问题解决在基层?如何在推动基层宣传思想工作强起来的同时,解决媒体深度融合发展“最后一公里”这一核心命题?如何通过把镜头、版面、时段交给群众,落实坚持以人民为中心的发展思想,使融媒体建设成为抓好民生工作的生动实践?近年来,北京市丰台区探索建立“社区新闻发言人机制”,把党的优良传统和新技术新手段结合起来,强化媒体与受众的连接,以开放平台吸引广大用户参与信息生产传播,生产群众更喜爱的内容,取得明显成效。北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心、光明日报社联合调研组对此进行了深入观察调研,围绕走好全媒体时代群众路线的方式途径,探索总结可复制、可推广的基层经验。



### 升华 小而美、微而亲的区域融媒体中心让政策入户更入心

丰台区“社区新闻发言人”机制的完善,实际上经历了一个渐进的过程。

2016年,丰台区首个“社区新闻发言人”工作室挂牌,其主要任务是承担百姓宣讲和编辑发行社区报两项任务。主要依靠社区内传播、传统纸媒传播两种方式,服务对象主要是本街道、本社区的群众。这个阶段,可以称为“社区新闻发言人”的1.0版本。

2018年,“社区新闻发言人”开始大量生产新媒体作品,传播力显著提高,涌现出一批充满正能量的“网红”,精品力作不断,开始迈入2.0版本。“社区新闻发言人”由1.0提升至2.0,丰台区融媒体中心在其中起了关键作用。

2018年7月,丰台区融媒体中心成立。2018年11月,中央全面深化改革委员会第五次会议审议通过了《关于加强县级融媒体中心建设的意见》。丰台区融媒体中心在发展中建设,敏锐捕捉到“社区新闻发言人”这一发源自基层的群众新闻实践活动,将服务“社区新闻发言人”作为工作的重要抓手。此后,这一“全媒体时代群众路线”的样本逐渐清晰。通过“区域联动、群众参与及技术赋能”三位一体的发展思路,打造小而美、微而亲的融媒体中心。

小,就是小屏幕,客户端。坚持移动端优先,全员转型客户端,把区域全媒体客户端建设成为属地区群众自己的“掌上宝”。美,就是群众的美好生活。强调服务群众,突出服务事项,不断开发适应群众日常生活需求的服务功能,如政务服务、公共服务、电子商务、文化服务、娱乐服务、交际服务等,满足基层群众对美好生活的向往和追求。微,就是微传播,采取滴灌式、脉冲式地潜移默化地影响着群众,实现有效引导群众。亲,就是亲如一家的情感维系。凸显群众媒体、社区媒体、公益媒体功能,要经常走进社区,日常走进群众,乃至进入千家万户,成为群众日常生活中无话不谈的朋友和亲人。

鉴于上述理念,丰台区融媒体中心以“社区新闻发言人”为基层宣传报道的主角,探索了“百姓短视频”“社区微直播”等新方式,将大主题、主旋律与本地化、新视角、小场景、小故事与细节化有机融合起来,涌现出了《拉的都是家里人,这样的公交车机真少见》《最新发现!北京大爷送您回家过年》等一批深受群众喜欢的“百姓短视频”。2020年,丰台区融媒体中心开展了“防疫新举措”“丰台邀您来做客”“垃圾分类我先行”“京戏云剧场”“脱贫攻坚小康”等群众关注的热点话题的系列网络直播,形成了“用户+产品+平台”的社区生活服务新模式。在2020年举办的首届中国(北京)国际视听大会上,丰台区融媒体中心组织10名社区新闻发言人前往会场参观,实地感受广播电视和网络视听融合发展成果。



东高地街道“社区新闻发言人”正在录制视频积极发声。

### 探索 凸显群众自治能力建设的媒体新动能

当前,我国媒体融合已经步入“融为一体、合而为一”深度融合时期。党的十九届五中全会提出,“十四五”期间要努力实现“社会治理特别是基层治理水平明显提高”。

“社区新闻发言人”机制作为走好全媒体时代的群众路线的生动实践,既是形成“线上线下相结合、内外宣传相衔接的主流舆论格局”的题中之义,又是基层社会治理活力源泉,也是以首善标准推动首都高质量发展的有益探索。

区域媒体深度融合发展的新主体。“社区新闻发言人”机制体现群众是媒体融合的关键所在,实现群众与媒体的融合,使群众成为最广泛的媒体人。这项机制使得加强党的群众路线创新实践与全媒体时代推进媒体深度融合同频共振,凸显了群众自治能力建设的媒体动能。“社区新闻发言人”用实践证明,把群众的积极性调动起来,让他们主动成为正能量、主旋律的宣讲员,方能实现全媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体的全媒体传播格局。这也切中了自媒体时代的发展态势,将智能手机等新兴传播手段赋能于百姓,出现人人都是传播者乃至万物皆媒的格局。这一机制倡导“把话筒交给百姓”,组织和群众运用现代传播手段自觉讲好身边、社区富有正能量的故事。注重充分发挥基层党员的作用,以他们自身的经历、所见所闻来诠释中国共产党人的初心和使命,“坚持党性和人民性相统一”。这一机制还体现出区域融媒体中心作为最贴近群众的宣传阵地,可以成为基层治理体系与治理能力现代化的纽带。

基层舆论引导的新方式。随着全媒体传播格局的形成,传统单向的灌输模式已经让位于全民参与的资讯互动、观点交锋、情感交流与价值认同,传播主体群众化、群众的主体意识显著增强,普通百姓的言行从未像现在这样广泛地影响着社会舆论。“社区新闻发言人”机制聚焦“点亮一个人,照亮千百人”的精准传播效果。培育好、引导好“社区新闻发言人”就会形成正能量的燎原之势,这正是全媒体时代基层舆论引导的特质所在,也是互联网思维的要义所在。通过人人发声、开口相传、群群联动、情理并行、雅俗共赏,“社区新闻发言人”机制可以在短时间生发出强大舆论合力,从而形成“信息传递+关系建构+情感联动+自治自理”的新型基层舆论引导方式。

推进社区治理现代化的新动能。近年来,北京市不断推动党建引领“接诉即办”机制往深里走、往实里走,成为首都基层治理理念的端口,“接诉即办”同包括“社区新闻发言人”在内的群众自治品牌工程有着天然的血肉联系,来源于群众又服务群众。

有基层干部认为,“社区新闻发言人”已经步入3.0版本的治理时代。其队伍不仅规模不断扩大,责任与作用也更加彰显,已经从讲好社区故事、引导社区舆论拓展到参与基层治理中来。在抗击新冠肺炎疫情期间,“社区新闻发言人”在积极参与防控值守、社区关爱等活动的同时,拿起手机、数码相机等记录、报道,带动越来越多的群众积极参加社区活动,主动参与社区治理。如今,“社区新闻发言人”工作已延伸到环境整治、养老驿站、助残脱贫、便民服务设施、智慧社区建设等方面,以及人大代表、政协委员征集意见建议活动等基层治理事务,通过“随手拍”微信群、街道微博、便民电话等多种渠道与社区居民互动,随时随地发现社区存在的问题,迅速反映到街道,工作人员得以快速排查整改,形成了富有亲和力、内化于心的高效社区治理共同体。

(调研组组长:梁家峰、张景华;执笔人:李继东、董城、刘东建、乔晓鹏)



“社区新闻发言人”帮助群众使用新闻客户端。

### 路径 让有故事、爱发声、会宣传的身边人成为社区“金话筒”

“社区+队伍”,找到有故事、爱发声、会宣传的人

调研组发现,伴随着全媒体不断发展,传播格局和舆论生态发生了深刻变化。基于区域媒体资源组建的丰台区融媒体中心在成立伊始,就面临着“三项能力”的不足。

一是信息采集能力不足,基层信息来源相对固化,基层单位报送的选题多是会议调研和仪式类,贴近群众、贴近基层一线的民生题材偏少。基层宣传干部往往身兼数职,新闻意识、精品意识还不够强;二是信息加工能力不足,存在报道方式陈旧、表现手法单一等问题,且以文字报道为主,对新媒体、新技术了解不深,难以研发出符合新媒体传播特点的融媒体产品,策划意识比较弱;三是信息传播能力不足,受中央媒体和省级媒体的双重覆盖,传播影响力有限,新闻时效性较差,难以满足读者即时阅读需求。

“社区新闻发言人”这一模式将基层舆论引导与群众需求融合,以社区为基本网格,广泛动员每一个爱社区、爱生活、爱表达的热心人成为百姓“金话筒”。在此基础上,特别注重定期培训和“一对一”指导,在服务群众的基础

上,实现有效的新闻生产和舆论引导。

“温度”+“鲜度”,讲好“接地气、带露珠”的新闻故事

在丰台区宛平城,有一位最年长的“社区新闻发言人”,他就是89岁的郑福来。几十年来,老人对历史的坚守、对文化的自信、对担当的坚持、对家风的传承影响了身边很多人。2020年抗战胜利纪念日前,老人在卢沟桥上参与了一场90分钟的网络直播,获得了30万网友的围观和点赞。在“郑福来效应”的带动下,宛平城内爱唱红歌的“院儿长”张耀、“雷锋车队”队长王凤进、“北京榜样”刘宝中等“老典型”纷纷加入了“社区新闻发言人”队伍。

“社区新闻发言人”在不断实践探索中变得“脚力更劲”“眼力更宽”“脑力更强”“笔力更深”。他们以自己的视角发现身边的美好,将镜头对准社区甚至是对准自己,讲故事、话变迁,发现美、传播美,最终带动很多人成为“社区新闻发言人”,吸引更多人追捧“社区新闻发言人”。

“发声”+“转发”,使“点亮一个人,照亮千百人”成为现实

伴随着“社区新闻发言人”队伍不断壮大,他们报送的选题、生产的报道越来越鲜活生动,丰台区融媒体中心也在

积极适应移动化、可视化的传播趋势,不断加大对于有效传播、精准传播的探索。

2018年12月30日,北京地铁八号线南段通车首日凌晨,67岁的“社区新闻发言人”张春林冒着零下10摄氏度的严寒拍摄到了首辆列车飞驰入站的动人情景。与他同行的“社区新闻发言人”、退休社区书记梁雨华以“出境记者”身份进行现场播报。这一报道经丰台区融媒体中心二次编辑转发,瞬间在微信朋友圈等社交平台广为传播。2019年至今,丰台区融媒体中心已完成近100部百姓短视频,从群众身边的生活点滴、细节故事切入。群众喜欢,转发就不停地在朋友圈刷屏,有时最快仅一个多小时浏览量就突破100万人次,最高浏览量达400万人次,据不完全统计,全网浏览量累计达2亿人次。

“社区新闻发言人”这一模式彰显了群众是媒体融合的关键所在,实现群众与媒体的融合,群众就是媒体人。依托300余个“基层新闻采集点”,3个重点区域融媒体中心和一个区级融媒体中心,“社区新闻发言人”机制有效破解了基层媒体融合难,基层宣传与舆论引导难等长期制约基层舆论建设的“最后一公里”难题。



马家堡街心公园内一景。原博峰摄