



# 法治专业媒体做好主题宣传的思考

●查高如哈 ●申慧珍 ●袁雪英

在全面依法治国战略深入推进的时代背景下,法治专业媒体成为法治宣传教育、舆论引导、法治精神传播的核心阵地。主题宣传作为法治媒体服务法治建设大局的关键抓手,承担着阐释法治政策、普及法律知识、凝聚社会共识的重要职能。全媒体时代信息传播格局发生深刻变革,受众传播习惯、舆论生态环境持续迭代,传统法治主题宣传同质化严重、形式固化单一、传播效力不足等问题日益凸显。基于此,本文立足媒体融合发展视角,系统剖析法治专业媒体主题宣传的核心价值与时代要求,梳理当前宣传工作存在的现实短板,从政治引领、内容创新、融合传播、机制保障四个维度,提出提质增效的实践路径,助力法治主题宣传提升传播力、引导力、影响力与公信力,为法治中国建设营造优良舆论环境。

## 一、法治专业媒体主题宣传的核心价值与时代要求

### (一)核心价值

一是政治引领价值。法治宣传具有鲜明的政治属性,法治专业媒体的首要职责是深入宣传阐释习近平法治思想,精准解读党中央依法治国重大部署,坚守正确舆论导向,巩固法治领域主流思想舆论阵地。二是法治普及价值。通过权威法条解读、典型案例剖析、法治故事讲述,打破法律文本与群众生活之间的壁垒,推动法律知识大众化传播,持续提升全民尊法学法守法用法意识,夯实法治社会建设根基。三是舆论引导价值。针对社会法治热点、难点问题及时权威发声,澄清网络谬误、回应群众关切,有效化解舆论风险,引导社会舆论理性发展,维护社会和谐稳定与司法公信力。四是文化培育价值。深度挖掘中华优秀传统文化内涵,深耕新时代社会主义法治文化建设,引导全社会形成办事依法、遇事找法、解纷靠法的行为习惯,培育浓厚法治文化氛围。

### (二)时代要求

步入新时代,法治主题宣传面临着更高标

准、更严要求。站位上,必须紧扣国之大者,围绕法治建设整体布局,实现宣传工作与中心工作同频共振;内容上,坚持以人民为中心,聚焦民生法治痛点,用通俗化、具象化内容传递法治温度;表达上,打破传统刻板叙事,创新话语体系,实现从单向灌输向双向互动传播转变;传播上,依托媒体融合矩阵,实现全平台、全覆盖传播,推动法治宣传突破行业圈层、触达全民受众。

## 二、当前法治专业媒体主题宣传存在的问题

### (一)内容同质化,没有鲜明特色

当前多数法治专业媒体主题宣传偏重宏大政策叙事,多为会议精神、政策文件的简单转述,缺乏对基层一线法治实践、民生领域法治细节的深度挖掘,存在选题重复、素材雷同、视角单一等问题,缺少独家策划与特色内容。同时,宣传内容专业术语过多、表达生硬,脱离群众日常生活,难以引发受众情感共鸣,宣传效果不佳。

### (二)形式偏于保守,创新意识不强

部分法治专业媒体仍局限于文字报道,图片新闻、专题访谈等传统宣传形式,对短视频、直播、动漫、H5等新媒体传播形态运用不足。新媒体宣传多为传统内容的简单搬运,缺乏适配新媒体传播规律的创意策划、二次创作和互动设计,内容枯燥、形式单调,难以适配年轻网民的阅读与传播习惯,宣传吸引力不足。

### (三)传播圈层固化,融合效能低下

法治主题宣传普遍存在“内循环”问题,传播范围局限于政法系统、行业内部受众,难以实现社会化、大众化传播。媒体融合停留在多平台入驻的浅层阶段,各平台内容同质化严重、传播节奏脱节,缺乏一体化策划、差异化生产、协同化传播的运行模式。同时,与主流媒体、商业平台、政务新媒体联动不足,无法形成传播合力,宣传覆盖面和影响力受限。

### (四)保障机制缺失,专业能力不足

法治主题宣传长效机制不完善,多为

被动应对热点、临时开展宣传,前瞻性、系统性策划不足。人才队伍结构单一,兼具法律专业素养、新媒体运营能力和新闻采编能力的复合型人才稀缺,难以适配融合传播需求。此外,宣传效果评估体系不健全,仅以阅读量、点赞量等浅层数据评判成效,忽视社会影响力、受众反馈等核心指标,无法形成宣传优化闭环。

## 三、法治专业媒体做好主题宣传的实践路径

### (一)坚守政治底色,锚定核心方向

法治专业媒体必须始终把政治建设摆在首位。一方面,持续深化理论武装,将宣传阐释习近平法治思想作为核心任务,通过专题专栏、权威专访、深度解读等形式,精准传递法治建设核心要义,确保宣传方向不偏、基调不移;另一方面,紧扣中心大局,围绕“八五”普法、民法典实施、法治化营商环境、基层社会治理等重点工作,建立常态化选题对接机制,让宣传工作紧跟党政工作节奏。同时,严守宣传纪律与法治底线,坚持以事实为依据、以法律为准绳,规范热点案件、敏感事件报道,坚决杜绝舆论审判和错误解读,维护司法权威。

### (二)深耕内容创新,提升宣传质效

内容是主题宣传的核心竞争力。一是聚焦民生小切口,立足群众婚姻家庭、劳动维权、消费纠纷、基层治理等高频法治场景,采用“真实案例+通俗解读”模式,将抽象法条转化为生活化内容,让法治宣传可感、可知、可用。二是强化深度权威表达,派出记者深入法治一线开展调研采访,推出深度调查、专题评论,邀请法学专家、实务骨干参与内容创作,提升宣传专业性、权威性。三是挖掘法治文化内涵,融合传统法律文化与新时代法治精神,挖掘法治历史故事、文化典籍,丰富宣传内容层次,实现法治宣传与文化培育双向赋能。

### (三)深化媒体融合,拓宽传播渠道

依托全媒体矩阵构建立体化传播体系。

坚持一体策划、分众传播,根据报纸、网站、移动端、视频平台的不同属性差异化生产内容,传统平台主打深度评论、专题报道,新媒体平台主打短视频、图解、直播等轻量化内容,实现多端适配、全域覆盖。持续创新传播形态,打造法治微短剧、法官说法、法治Vlog等精品内容,运用可视化技术简化法律内容,通过庭审直播、在线答疑增强互动性。同时,强化内外联动,整合行业资源、主流媒体、商业平台传播力量,开展联动宣传,实现内容共享,推动法治宣传破圈传播。

### (四)完善机制保障,夯实工作根基

健全全流程工作机制,构建年度统筹、季度细化、月度落实的常态化策划体系,强化重大主题前置策划、系统化布局。优化人才队伍建设,通过技能培训、人才引进、专家特聘等方式,培育兼具法律、新闻、技术专业知识的复合型人才队伍,适配融合传播发展需求。建立科学的效果评估体系,摒弃单一流量指标,从传播力、引导力、影响力、公信力多维度综合考评,形成“策划—传播—评估—优化”的闭环机制。依托大数据、人工智能技术,精准分析受众需求,实现法治宣传从“大水漫灌”向“精准滴灌”转变,持续提升主题宣传质效。

## 四、结语

新时代法治中国建设为法治主题宣传工作提出了更高要求,也为法治专业媒体创新发展提供了广阔空间。面对全媒体时代的机遇与挑战,法治专业媒体必须坚守政治初心、立足法治本职、坚持守正创新,以政治引领筑牢宣传根基,以优质内容提升宣传质效,以媒体融合拓宽传播视野,以健全机制强化发展保障,持续提升法治主题宣传的传播效能。通过高质量、常态化、大众化的法治主题宣传,持续弘扬法治精神,培育法治文化、凝聚法治共识,为全面推进依法治国和国家治理现代化提供坚实的舆论支撑和思想保障。

(作者单位:内蒙古法制报社)

# 做实做优新时代民生新闻报道

●苏茹娜

民生是最大的政治,民心是最大的底气。相较于宏大叙事的时政新闻,偏重事件呈现的社会新闻,民生新闻最大的特点就是平民化、生活化、接地气,是新闻宣传“贴近实际、贴近生活、贴近群众”方针最直接、最具体、最生动的实践载体。

随着媒体行业竞争日趋激烈,各类新媒体平台层出不穷,信息传播呈现碎片化、快餐化、多元化特征,受众对新闻内容的选择更加挑剔、审美更加多元,需求更加务实。单纯追求流量、追求猎奇、追求热度的浅层民生报道,已经难以满足新时代群众的信息需求和精神期待。做好新时代民生新闻报道,必须坚守舆论初心、立足民生本位,牢牢把握“重要、好看、有用”三个核心标准,让民生报道有高度、有温度、有力度、有深度,真正走进群众心里,服务群众生活、助力基层治理。

## 一、以“重要”立高度,聚焦核心民生、彰显新闻价值

所谓“重要”,就是民生新闻必须聚焦事关群众切身利益、事关社会稳定发展、事关民生福祉提升的关键性、全局性、普遍性内容,摒弃琐碎化、娱乐化、低俗化的无效选题,守住民生新闻的价值底线和舆论高度。民生之本在于富民利民,民生改善的核心落脚点,就是不断提升群众收入水平、完善民生保障体系、优化生活发展环境。党中央明确提出“要创造条件让更多群众拥有财产性收入”,精准回应了广大群众对美好生活的迫切向往,也为民生新闻报道划定了重点方向。

立足“重要”做民生报道,首先要站稳大局视角,紧扣民生核心领域选题发力。媒体要跳出碎片化的市井琐事报道思维,把镜头对准就业增收、社会保障、教育医疗、公平正义、生态环保等重点民生领域,主动关注政策落地成效、民生短板补齐、公共服务提质、弱势群体帮扶等重点工作。围绕群众最关切的就业问题,常态化解读就业扶持政策,推送优质岗位信息,报道创业典型案例、剖析就业市场趋势,为求职者、创业者提供权威参考;围绕收入分配与财产增收,

普及合法理财知识、解读惠民金融政策,宣传合规增收渠道,引导群众理性投资、稳健增收,守护好群众的“钱袋子”。

其次要坚守舆论导向,聚焦社会治理重点难点选题深耕。民生新闻不仅是生活资讯的传播载体,更是社会治理的重要助力。媒体要主动关注安全生产、食品安全、司法公正、征地拆迁、城市治理等重点领域,坚持客观真实、理性平和的报道原则,既要直面发展过程中存在的问题,客观曝光不作为、慢作为、乱作为现象,发挥舆论监督作用,也要全面展示政府攻坚克难、为民解忧、优化服务的务实举措,讲好民生改善故事、社会发展故事、基层治理故事。通过聚焦重要民生议题,把握关键舆论节点,回应社会普遍关切,让民生新闻跳出浅层流量思维,彰显服务大局、助力发展、凝聚民心的重要价值。

## 二、以“好看”增温度,贴近群众需求、讲好民生故事

所谓“好看”,就是民生新闻要契合新时代群众的精神文化需求,用群众听得懂、愿意听、喜欢看的话语和形式,呈现有情感、有细节、有温度、有正能量的民生内容,实现传播有热度、受众有共鸣、作品有质感。如今,群众的生活需求早已不再局限于吃饱穿暖的物质层面,而是更加注重追求公平正义的社会环境、优质均衡的公共服务、优美宜居的生态环境、健康丰富的精神生活。民生新闻报道必须顺应群众需求升级,从单一的经济生活报道,向物质生活、精神生活、生态生活、法治生活全方位拓展。

立足“好看”做民生报道,核心是坚持平民视角、百姓立场、故事化表达。长期以来,部分民生报道存在语言生硬、叙事刻板、内容枯燥、形式单一的问题,千篇政策条文、专业术语,脱离群众话语体系,导致可读性、感染力不强。做好新时代民生新闻,必须放下架子、迈开步子、沉下身子,深入街头巷尾、社区乡村、寻常百姓家,捕捉真实生活场景,记录普通群众心声,挖掘鲜活民生故事。坚持以小切口展现大主题、以小故事折射大时代,聚焦普通人的奋斗成长、基层岗位的默默坚守,城市乡村的点滴变化,用

细节打动人心、用真情引发共鸣,让群众在新闻报道中看见身边真实的变化、感受时代的进步。

同时,要创新采编方式和传播形态,丰富民生新闻的呈现形式。记者要通过现场调查、嵌入式体验、跟踪式探访、沉浸式采访等方式,替代传统的通稿式、模板化写作,增强新闻的现场感、真实感、代入感。既要聚焦民生痛点难点,理性客观反映群众诉求,也要挖掘生活中的暖心善举、文明新风、人间温情,积极传播社会正能量。同时还要兼顾新闻的情感价值、审美价值和传播价值,让民生新闻既有直面问题的锐度,也有温暖人心的温度,摆脱平庸化、同质化困境,真正实现内容耐看、形式好看、群众爱看。

## 三、以“有用”强实效,强化服务属性、解决群众难题

所谓“有用”,就是民生新闻要立足为民服务初心,跳出“只播报、不跟进;只曝光、不解决”的浅层传播误区,切实发挥桥梁纽带、舆论监督、便民服务作用,为群众办实事、解难题、送便利,让新闻报道落地见效、惠及于民。服务性是民生新闻最核心、最独特的竞争力,也是媒体赢得受众、站稳市场、树立公信力的关键。当前部分民生新闻存在明显短板,部分新闻仅仅完成事件播报、问题曝光,缺乏后续跟踪、督办反馈、结果公示,群众反映的难题悬而不决,导致新闻传播流于形式,媒体服务效能大打折扣。

立足“有用”做民生报道,首先要做便民信息服务,当好群众生活的“贴心助手”。围绕群众日常就医、入学、出行、办事、维权、养老、消费等高频生活场景,精准解读惠民政策、公示办事流程、普及生活常识、发布预警提示、解读法律知识,把晦涩的政策条文转化为通俗易懂的生活指南,为群众生产生活提供实实在在的参考和帮助,切实降低群众办事成本、规避生活风险,维护合法权益。

其次要做实跟踪督办服务,构建闭环式民生报道体系。对于群众反映强烈的烦心事、揪心事、麻烦事,媒体不能止于报道发声,要建立

跟踪报道、连续回访、对接督办、结果公示的完整工作链条。主动对接政府职能部门,如实反馈群众诉求,跟进问题整改全过程,及时向社会公示处理进度和办理结果,推动民生问题件件有回音、事事有着落。通过舆论监督倒逼问题整改、推动作风转变,补齐治理短板,真正实现一篇报道解决一类问题、服务一方群众。

最后要做实民意桥梁服务,搭建政企民沟通的双向通道。民生新闻要常态化倾听民声、收集民意、汇聚民智,及时把群众的合理诉求、真实期盼传递给党委政府,把政策红利、治理成效、惠民举措反馈给广大群众,打通政策落地“最后一公里”、民意表达“最前一公里”,有效化解矛盾纠纷、拉近党群干群距离、凝聚社会发展合力。

## 四、坚守三维标准,持续提升民生新闻报道品质

总而言之,“重要、好看、有用”三者互为支撑、有机统一、缺一不可,构成了新时代民生新闻高质量发展的完整价值体系。“重要”是方向,保证民生新闻站位高、格局大、价值正,杜绝低俗化、碎片化、娱乐化倾向;“好看”是载体,提升新闻的可读性、感染力、传播力,让正能量拥有大流量;“有用”是落脚点,彰显新闻舆论工作为民服务的初心使命,筑牢媒体公信力根基。

新时代新征程,舆论环境、传播格局、群众需求都在发生深刻变化,民生新闻报道面临更高标准、更高要求。广大新闻工作者必须始终坚持以人民为中心的工作导向,牢牢践行“三贴近”原则,深耕基层一线、坚守平民视角,厚植人文关怀,聚焦真民生、讲述真故事、解决真问题。持续优化选题视角、创新叙事方式,强化服务效能,不断提升民生新闻的思想高度、情感温度、实践力度,让民生新闻始终充满生命力、传播力、影响力,用心用情用力讲好新时代民生故事,为增进民生福祉、维护社会和谐、凝聚奋进力量提供坚实的舆论支撑。

(作者单位:包头市达茂旗新时代文明实践服务中心)