统筹:传媒发展中心
组版:王勇
校对:水水

山西经济日报
2021年7月20日 星期二

主流媒体如何实现深度融合发展

吴登明

进入信息时代,互联网技术高速发展,文字、图片等信息以网络为载体传播,传播范围大,受众群体广,新闻传播的媒介发生变化,促使传统媒体加快推进深度融合发展。习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时强调,融合发展关键在融为一体、合而为一。运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展,做大做强主流舆论。这对传统纸媒实现融合发展提出了新的要求,如何在媒体融合新形势下寻找切入点和发力点,已经成为当前主流媒体能否实现高质量发展的关键。

加快推进媒体深度融合发展,关键词是“融”与“合”,将不同传播形式、不同传播媒介的信息进行资源整合、合理利用,将衍生出的新闻内容通过各种平台传播给受众群体。传统媒体和新兴媒体不是取代关系,而是迭代关系;不是谁主谁次,而是此长彼长;不是谁强谁弱,而是优势互补。媒体融合不是简单的“传统媒体+新兴媒体”的形式,而是以更加全面、深入的形式,从信息、人员、机制、运作模式全方位深度融合,充分利用传统媒体和新兴媒体各自的优势,实现在新闻生产、传播渠道、社会影响等方面探索内容传播的新路径。

传统纸媒作为三大传统媒体之一,具有以下三个优势:

第一,功能明确。作为主流舆论阵地的最前沿,纸媒的功能是正确引导舆论,其中党报党刊作为党和政府的喉舌,具有特殊的地位和作用。

第二,信息真实。纸媒经过日积月累的发展,其公信力在信息交互的过程中经过不断锤炼,信息审查机制完善、数据来源可靠,真实性容易被受众群体接受。

第三,资源庞大。纸媒拥有技能专业、素质过硬的新闻采写队伍,基础夯实的平台和丰富多彩的信息数据库,新闻内容质量优秀,对捕捉新闻热点的敏锐度高。虽然纸媒在新闻传播过程中具有天然优势,但是受限于依靠报纸作为媒介的传播形式,新闻内容传播范围有限、信息容量有限,报道复杂的新闻事件只能采取单一、线性的文字报道方式,不能全面满足受众的阅读要求。而基于网络的新兴媒体虽然具有受众群体广、传播速度快、信息形式多样等特点,但是网络上的信息质量良莠不齐,缺乏严谨性、深刻性和权威感。

媒体融合是将传统媒体和新兴媒体两种媒体优势互补、互相包容、互相推进、共同发展,不能只是停留在推动媒体产业化发展、解决传统媒体生存问题上,而是提升到占领信息传播制高点、重塑主流媒体公信力的政治高度,有效正确地引导社会舆论和社会潮流。

当前,媒体深度融合为主流媒体带来了新的机遇与挑战,传统的发展规划和运作模式已经难以为继。2020年,中办国办联合印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》,从重要意义、目标任务、工作原则三个方面明确了媒体深度融合发展的总体要求,为媒体融合发展进一步指明了方向。目标已经明确,如何找到重心、做出选择、抓好落实是做好媒体深度融合发展的关键。

当前,新闻舆论工作主战场由传统媒介向移动端新媒体转变,《山西经济日报》作为山西唯一的综合类经济新闻主流媒体,紧跟互联网发展趋势,始终秉持“正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事”这一理念,并根据报社发展实际,提出了“精耕纸媒端、发展新媒端、拓展产业端”的发展方针,整合报社资源,并招聘一批新媒体专业的人才,打造新媒体中心,从以下几方面推动媒体深度融合发展。

1.完善内部制度建设。没有规矩不成方圆,主流新闻媒体要确保正确地引导舆论,坚持正确的政治方向和舆论导向,构建融合发展的全媒体传播体系。山西经济日报社成立了网络意识形态工作组,严格执行记者、网站编辑、网站总编的三级审稿制度,确保稿件导向正确、内容可靠、流程清晰、追责可查;山西经济网先后制定了《总编辑制度》《信息发布审核制度》《新闻稿件发布规范》《网络编辑责任职责》等制度。同时,设立了内部台账,实行24小时值班制度,并成立了以分管领导为组长的安全责任小组和应急小组,确保在遇到紧急状况的时候,不乱阵脚,妥善处理。

2.新媒体平台能融尽融。宣传思想工作是做人的工作,人在哪儿重点就应该在哪儿。目前,新闻受众群体分布在互联网上各种各样的新媒体平台,媒体应当结合自身优势,针对各平台特点开展工作。《山西经济日报》已经成功入驻微信公众号、今日头条、抖音、学习强国等平台,搭建起了拥有四十多个平台的新媒体矩阵,融合微信公众号、视频直播、微视频、H5等诸多手段,实现图文、视频等形式多样的传播方式,构建了“一报+一网+N”的宣传平台。其中山西经济日报强国号通过图文、音频、视频等全媒体形式,全方位、立体化、多角度跟踪时事动态,解析经济变化,关注社会民生,为广大用户提供内容权威、形式丰富的新闻资讯。

3.探索媒体深度融合发展规律。当今时代信息技术高速发展,展现出诸多新特点、新现象、新规律,这便要求主流媒体用新思想、新理念、新方法探索发展新路径。如何创新内容表现形式、扩大优质内容产能、增加新闻媒体影响力、拓展媒体经营业务是推动媒体深度融合的重点。山西经济日报社始终秉持“精耕纸媒端、发展新媒端、拓展产业端”的发展方针,在做好新闻媒体宣传的基础上求新求变。

智者顺时而谋,在移动数字媒体技术飞速发展的今天,主流媒体需要适应融媒时代资讯传播的新特征,实现多介质全媒体的转型升级,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。发展永无止境,在媒体融合发展的大潮中,山西经济日报社将持续推动媒体融合向纵深发展,不断提升传播力、影响力和公信力,更好地担当起主流媒体的社会责任。 (作者单位:山西经济日报社)

融媒体时代地市级党报转型融合发展策略

雷 昊

党报作为党的喉舌,是宣传党的方针、政策、主张、路线的重要思想舆论阵地,是党的声音传播到基层及千家万户的重要载体。群众在哪,党的声音就在哪里。为顺应时代发展和历史潮流,进一步提高党报的存在价值及社会作用,强大主流舆论媒体在百姓心中的重要地位,地市级党报的转型融合发展已经迫在眉睫、刻不容缓。

本文将通过对传统媒体和新媒体的优势特征、融合过程、重要意义,以及对地市级党报媒体《晋中日报》进行案例分析,阐述地市级党媒如何更好地担负起新闻战线主流舆论作用,在构建社会主义核心价值体系、唱响新时代社会和谐发展主旋律、推动经济社会繁荣发展中发挥重要作用。

一、融媒体时代下传统纸媒的优劣势

1.传统纸媒的公信力

传统报纸业能历经风雨走到21世纪的今天,并且在当今社会依然发挥着不可替代的作用,必然有它存在的理由及先天的优势。党报的公信力作为一种无形的资产,是经过岁月累计逐步形成的。因为有当地党委、政府权威背书,党报往往能获取第一手权威信息,并且严格按照新闻的准入、输出及新闻生产流程进行,其可信度是新兴媒体无法比拟和超越的。

党报能安身立命的根本源于公信力,随着时代发展,公众能十分便捷地接收到海量信息和各种资讯,而这些信息由于碎片化、多元化、复杂化,接受信息者难以辨别其真伪度。而党报承担着巩固壮大主流思想舆论的重要使命和任务,真实性是党报必须遵循的原则。

2.人才及团队优势

传统纸媒聚集了一大批新闻专业的人才队伍,地市级党报更是由于其体制机制的优势,凝聚了各类的优秀专门人才,其团队更稳固,实践经验更丰富,为媒体发展奠定了坚实的基础。在全媒体时代,每个人都可以发声,每个人都可以充当记者的角色,但由于传统媒体拥有更加专业的记者团队,能够提供更专业的新闻素材及可靠的消息,这成为了当今社会传统媒体能够屹立长青的重要法宝。

3.报纸时效性不强

在互联网还未普及的时代,报纸业显然是传播媒体的重要主导者。但是随着移动互联网的到来,几乎人手一台手机,人人都可以无缝、及时、便捷地从各类多媒体终端获得丰富多彩的资讯。而纸质媒体受限于传播载体,信息传播需要经过信息采集、编辑校对、排版印刷、分类配送等多个环节,很多信息送到读者手中往往已是“昨日黄花”,传播信息慢,难以跟上如今信息瞬间即达的传播方式。

二、新型网络媒体的特点及优势

1.网络媒体的时效性及互动性更强

新媒体最显著的优势在于打破了媒介间的壁垒,消融了媒介的边界,与受众者互动性更强,时效性很快。在新媒体,人人既是信息的接受者,也是信息的发布者,打破了只能传统媒体才能发布行为的局限性,发布者与受众可以实时互动。24小时随时可通过网络发布消息,对于时效性很强的新闻读者可以马上知晓。

2.新兴媒体表现形式更加多样化

新兴媒体打破了传统纸媒只有图片、文字进行新闻传播的壁垒,表现形式更加多样化,出现了短视频、网络直播、信息交互等多种多样的信息传输手段及方式,传播面及受众群体更加广泛多元。

以日前火爆的网络短视频为例,从类别上又分别延展出即时性、创意性及综合性等多种类别短视频项目,多种类型满足了不同受众群体。目前,全国党媒也纷纷布局融媒体,全平台、多时段现如今已经成为不少党报媒体的标配,面对无限扩展的新闻内容,越来越鲜活的消息及新闻资讯展现在人们眼前。

三、传统纸媒在融媒体上的应用

1.媒体融合是地市级党报发展的必由之路

党报作为宣传党的方针政策的前沿阵地,守好阵地,让受众人数更多更广,是党报当前的重要任务。目前,读者的阅读方式、内容生产方式、传播方式都已经发生了巨大变化,党报必须加大对融媒体建设的工作力度,扩大阅读面,增加读者群,当好党的喉舌。

2.地市级党报在全媒体融合中的应用及问题

以《晋中日报》为例,在融媒体改革中,晋中日报社坚持以先进技术为重要支撑,以内容建设为根本,以融媒体平台建设为重点,不断推进传统纸媒与新媒体在内容、渠道、平台、管理等方面的深度融合,不断提升报社媒体的公信力、传播力、引导力和影响力。切实把晋中日报这一“金字招牌”打造成具有晋中特色,在区域内有较大影响力和较强竞争力的全媒体品牌。

晋中日报社融媒体改革以来,创新了组织架构,实现“扁平化”管理,成立了全媒体采访中心、全媒体编辑中心、全媒体行政服务中心和全媒体营销中心,以“中央厨房”的模式进行采编及营销活动。改革实行“版面优先”的采编流程,依托全媒体采编平台的统一指挥,按照“移动优先”的报道原则,改变传统的串行采编流程,采用全天候、全媒体的并行化采编发机制。

在全媒体融合中,技术改造是一大关键因素,但资金投入短缺、硬件设施落后,缺乏媒体融合的技术支撑。在新闻采集上,“中央厨房”模式建设乏力,报纸、网站、移动媒体等平台存在各自为政、分散经营的现象,融合力依然不强。

在未来发展中,地市级党报要进一步强化全媒体建设,按照24小时全天候信息发布机制,原则上按照“先网后报”的顺序,中央控制大厅将加工好的新闻产品在各媒体按优先级随时进行发布。

(作者单位:晋中日报社)

新媒体编辑如何打造融媒体产品的探讨

张 佩

在融媒体理念被提出之后,相关人员也对各种媒介资源进行了整合,并且积极打造出了利益共融的新型媒体,新媒体编辑也在这一过程中面临着越来越高的要求。融媒体产品主要指的是从用户诉求角度出发,将各种媒介资源、生产要素进行有效整合处理,以此来有效实现技术应用、信息内容、管理手段、平台终端共融互通的产品形式,其中新闻类融媒体产品则大多是以传播新闻信息为主要功能的融媒体产品。身处在这一背景之下,新媒体编辑自然也需要不断提高自身能力及素质才能打造出具有较高质量的融媒体产品。可是,新媒体编辑究竟要如何打造融媒体产品呢?对于这一问题,笔者也提出了一些建议。

一、具备良好的素质

新媒体编辑要想真正打造出融媒体产品,一定要具备良好的素质,这是打造融媒体产品的基础和前提。一方面,新媒体编辑要具备深厚的知识功底。新媒体编辑只有具备丰厚的知识功底、全面且多样的知识储备,以及专业化的新媒体编辑素养,才能有效开展融媒体产品打造工作。为此,新媒体编辑在工作过程中可以利用阅读来不断提高自身对文章的判断力、鉴赏力,多观看其他融媒体产品,借由此来积极借鉴与学习其优秀部分,抑或是借助于互联网等渠道来不断丰富自身计算机技术、人文社科等知识体系,这样就能有效扩大新媒体编辑知识储备,为打造融媒体产品奠定良好的基础。此外,新媒体编辑在打造融媒体产品的时候,还需要具备相应的职业道德规范,确保产品的准确性、真实性以及清晰性,不断提升融媒体产品可信度以及价值,这样才能提升融媒体产品吸引力。另一方面,还需要具备较高的政治敏锐度。新媒体编辑要对我党路线、方针及政策形成良好的理解,这也是打造融媒体产品的重要基础。在这一过程中,新媒体编辑可以通过关注时事新闻来了解国内及国际形势,然后在融媒体打造时渗透我党路线、方针及政策,这样才能有效提升产品新闻性及时效性,从而有效提升其质量。

二、做新闻生产的技术流

新媒体编辑要想打造出高质量的融媒体产品,还需要做新闻生产的“技术流”。新媒体时代背景之下,最为显著的特征就是大数据+智能化+社交底层逻辑的重构,主流媒体处在这一环境下均转变了自身作业形式,越发注重信息生产、接受、分发过程中的物质技术条件。新媒体编辑在这一情况下也越发注重对技术层面的应用及研究,像是机器、工具、硬件、软件、其他类型技术等应用。为此,新媒体编辑要想打造出高质量的融媒体产品,一定要充分利用新媒体平台优势来不断提升新闻传播力及影响力,在工作期间不断学习新媒体传播技术、创新新闻传播方式,真正借助技术来促进融媒体产品得以传播与发展。例如,新华社就曾经启用全球首个AI女主播;中央广播电视总台也曾首次应用“4K+5G”技术来开展“两会”报道。

三、立足用户诉求提升产品体验感

新媒体编辑要想打造出高质量的融媒体产品,还需要在工作过程中对融媒体产品用户进行精准定位,具体而言就是立足于用户年龄、特征、诉求以及关注点来打造融媒体产品,以此来有效提升产品体验感。首先,新媒体编辑一定要对现如今市场环境形成有效认识,能够在工作期间结合用户诉求来打造出具有针对性的融媒体产品,这样才能让其在受众群体中得到较为迅速的传播,从而在市场中获得一定的竞争力。其次,新媒体编辑在打造融媒体产品的时候,还需要具备一定的用户思维,在工作期间真正以用户为中心来打造融媒体产品,同时与用户形成良好的互动与交流,借由此来真正了解用户实际诉求,从而有效打造出用户满意的融媒体产品,进一步提升用户黏性。最后,还需要注重结合用户反馈来不断调整融媒体产品,具体而言就是在编辑新闻稿的时候,立足于用户提出的反馈来进行编辑,借由此来有效提升融媒体产品质量,同时有效满足用户诉求,从而进一步提升新媒体编辑素质及能力。

四、注重多元化融媒体产品生产

新媒体编辑要想打造出高质量的融媒体产品,还需要注重多元化融媒体产品生产,这也是有效应对融媒体时代背景对主流媒体新闻生产带来的冲击,能够促进新媒体融合发展。一方面,新媒体编辑为了吸引更多用户,可以提供产品定制服务,如针对老年用户即可打造养生俱乐部等平台,以此来提供针对性的新闻产品;另一方面,还可以借助不同渠道来完成新闻主体内容改造,从而真正实现多元化产品生产,毕竟在新媒体背景之下,各式各样的媒体平台与软件也层出不穷,身为新媒体编辑则可以在产品打造的时候充分利用这些平台,例如可以在微博、微信、抖音等平台上借助风趣语言进行内容改造,这样就能更好地被群众所接受,同时拓展产品传播渠道,进一步扩大其受众群体。

五、结语

综上所述,身处在新媒体时代背景之下,新媒体编辑需要具备较为深厚的知识底蕴、独特的思维模式,这是其打造融媒体产品的前提,也是有效提升融媒体产品的质量,此外,还需要以受众群体诉求为本不断强化产品及用户生活的联系,尽量提升产品质量,以此来真正打造出契合社会发展诉求的融媒体产品,从而有效促进融媒体得以发展。

(作者单位:太原日报社)

纸媒与新媒体优势互补共赢发展的融合策略

邢瑞琪

随着社会科技的发展、信息化时代的到来,在新媒体不断壮大的背景下,我国的媒体传播格局发生很大改变,新媒体凭借其信息发布快、交互性强、个性化突出、形式多样等优势,使传统媒体的受众被严重分流,对于传统媒体尤其是纸媒的发展带来严峻挑战。因此,对于纸媒而言必须加快转型,提高核心竞争力,从而实现自身的可持续健康发展。努力探索转型升级的道路,走出了一条既结合自身实际又迎合融媒体发展要求的革新之路。本文将对传统媒体与新媒体的优势特征、制约条件及融合的发展方向等作出分析,探讨并提出相关对策及建议。

一、纸媒行业的优劣势

随着新媒体的出现,传统纸媒在发展过程中暴露出越来越多的问题。从传播方式上来看,纸媒的传播是封闭的、单向的,读者只能被动地接受信息,不能与信息的编辑和推送者互动、交流。从时效性来说,由于纸媒本身编辑、制作、审核、印刷等一系列的工作流程,使得信息传递必然会相对滞后。从传播形式来看,纸媒的新闻表达方式比较单一,无法使读者获得可听可看的用户体验。在制作成本上,纸张成本逐年上升也成为制约纸媒发展的一大因素。

虽然传统媒体在诸多方面存在弊端,但是其具有信息供应者的独特优势:1.专业化的新闻队伍。其不论从职业素养还是思想素质都是许多新媒体或自媒体人无法企及的,在新闻报道的深度、广度、高度方面比新媒体更胜一筹。2.长期在用户心中建立的公信力和权威性。据工信部发布的《2017年中国网络媒体公信力调查报告》显示,用户对网络媒体的严肃性、权威性的满意度并不乐观。3.广阔的信息渠道。传统媒体是党的喉舌,有国家赋予的采访报道权。根据我国当前的相关法规政策,新媒体在新闻报道的采编权限方面受到很大限制,其发布的新闻信息在很多时候只能是转自于传统媒体。

二、纸媒与新媒体优势互补共赢发展的融合策略

纸媒有自己的优势也存在制约其发展的缺陷,与新媒体融合发展成为必然趋势。新媒体与传统媒体之间绝不是一个取代另一个,也不是你死我活的敌对关系,而应该互补共赢合作发展。

(一)深耕内容。虽然已进入新媒体时代,人们对信息传播的需求发生了改变,这在年轻人身上表现得尤为明显。但年轻人不选择纸质媒体,只是摒弃其相对落后的表现形式,并不是抛弃其内容,“内容为王”仍是根本,因此对媒体而言最重要的仍是要满足受众对精品内容的需求。纸媒应当借助自己强大的新闻队伍,在内容上下功夫。做有思想的内容,在用户可以多渠道获取信息的当下,我们要做的不只是新闻告知,更重要的是传达态度表达观点;重视本土化,为受众提供细致实用的服务信息;注重垂直度,打造多领域垂直账号,精准定位受众人群并提供更具权威性、专业性的内容;体现温度感,采写“有思想、有温度、有品质”的新闻,通过身边的“凡人小事”拉近与受众的距离,让其爱听爱看有共鸣。纸质媒体要积极探索如何充分发挥自身的内容优势,在多样化的媒体平台上落地生根,拓展产品内容的深度和广度。

利用好大数据,通过后台技术分析用户属性,以用户需求来指导内容创作的方向。比如某月某杂志卖了10万份,但不知道用户是谁、评价如何、爆点在哪里。而在新媒体时代,一篇文章发布后我们会知道阅读人群、阅读数量、态度评论、点赞数量等多维度数据。良好的互动性更方便我们了解用户,继而生产符合用户口味的内容。在内容呈现方式上要运用好互联网语言和技术,使新闻更加有情、有趣、有用、有品,而不是从纸上到网上的机械搬运。比如将传统的图文信息变为可听的音频内容,这样,耳朵“解放”眼睛,时间被充分利用,获取信息更加便捷高效。

(二)扩大影响力和传播力。积极与微信、微博、今日头条、百度、腾讯、抖音、快手等内容分发平台进行合作,实现内容分发的全网覆盖。打造媒体矩阵,通过多平台运营使受众从一定地区扩展到全国,也使发布渠道从单一的一张报、一份杂志拓宽到多端口多平台,从而增大曝光度,扩大影响力和传播力。例如已经停刊的《京华时报》,其通过京华网、京华圈、京华微博、微信以及系列公号组成的《京华时报》新媒体矩阵,继续发挥着自己强大的影响力。

提高自身互动性也是扩大影响力的有效途径。互联网技术的发展,促使媒体传播从单向走向即时互动。借助新媒体,纸媒便可实现内容的互动性、体验性和分享性。用户不仅是读者也是作者,不光是观看者也是传播者,不仅是欣赏者还是表演者。用户的参与感、体验感增强,媒体的影响力必然得到提升。而且用户评论、分享、收藏等互动操作,也是各大平台推流的重要指标。利用好网络平台的运营规则,可快速提升媒体影响力。

(三)提高服务性。在新时代背景下,纸媒不再是一张报、一份杂志,不仅需要满足用户的信息需求,还需要增加自身的功能服务。与新媒体的优势有效融合起来,纸媒的服务范围和服务内容都能够得到拓展。这方面,钱江晚报属于较早进行移动端布局,并取得一定经济效益和社会效益的纸媒。他们打造了健康、教育、地产、医疗、美食等多个垂直小号,通过聚合各种生活服务应用,实现从纯粹媒体平台向生活应用平台转型,更好地满足了用户需求。截至2020年12月,其新媒体用户数已超3000万。

三、结语

目前纸媒与新媒体的融合发展还存在一些问题,具体的融合发展路径仍有待进一步探索。总体而言,从大众媒介的发展历史来看,每一种新媒介的出现,都没有导致旧媒介的消亡,广播没有替代报纸,电视也没有取代报纸和广播。互联网虽然“来势凶猛”,但作为纸媒从业者,只要改变观念、打开思路、勇于创新,寻找好的解决策略,必然能实现纸媒的可持续发展。

(作者单位:太原广播电视报社)