

The reform of news communication mode and the construction strategy of integrated media center in the era of fusion media

Xueli Wei

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830001, China

Abstract

In recent years, the Internet information technology has become an important part of people's life, which has brought great improvement to the social development and progress, and has also broken the previous media industry set TV, newspaper, radio "three and three" situation. Major media are constantly emerging, in order to get more audiences, it can be said that "eight immortals cross the sea, each shows his abilities", various new technologies and new means to the construction and development of all-media communication matrix. Based on the analysis of the reform of the news communication mode in the era of fusion media, this paper puts forward the construction ideas for the current situation of news communication in the development of financial media center, aiming to give full play to the advantages of new media communication and promote the high-quality development of financial media news.

Keywords

integrated media; News dissemination; Integrated Media Center

融合媒体时代下的新闻传播模式变革与融媒体中心构建策略

卫雪莉

新疆广播电视台, 中国·新疆 乌鲁木齐 830001

摘要

近几年来, 互联网信息技术成为人们生活中重要的一部分, 给社会发展进步带来了很大提升, 也打破了以往传媒产业集电视、报社、广播“三足鼎立”的局面。各大媒介不断冒尖, 为了得到更多受众, 可谓“八仙过海, 各显神通”, 将各种新技术、新手段致力于对全媒体传播矩阵的构建发展。本文基于分析融合媒体时代下新闻传播模式的变革, 对新闻传播在开展融媒体中心现状, 提出构建思路, 旨在发挥新媒体传播优势, 推动融媒新闻高质量发展。

关键词

融合媒体; 新闻传播; 融媒体中心

1 引言

在融合媒体时代发展下, 我国新闻传播行业虽然依然活跃在社交媒体第一线, 但这背后所遭受的“明枪暗箭”还是不可避免, 其所面临的挑战是前所未有的, 当然, 时代红利下的机会也是千载难逢的。作为新闻传统媒体的第一把手, 电视媒体工作的新闻传播模式在不断变革、创新, 对此, 作为传媒人的我们应不断顺应时代发展新趋势, 致力于抓重点、巧创新、保权威、强影响的媒体发展, 为大众提供更多实质性的多元化信息。

2 融合媒体时代下的新闻传播模式变革

所谓融合媒体, 涵盖了以往传统媒体和当前新媒体的结合。时代在进步的同时, 人们关注社会新闻的方式也在改

革创新, 传统的新闻传播模式存在一定局限性, 只能对大众进行单向输出的信息交流, 无法及时采集和获取到大众的看法, 对推进社会进步有所阻碍, 新媒体平台技术的形成, 在很大程度上扭转了这一传播模式, 人们有了更多的机会和平台, 去表达自己的观点, 充分实现媒体信息传播与大众群体的“双向奔赴”。就现阶段融合媒体发展的新闻传播来看, 多少还是受到了媒体大环境的影响, 具体体现在以下方面。

2.1 生产新闻内容的方式变革

在传统媒体“三足鼎立”时期, 新闻内容的生产, 多数是通过具备新闻专业能力的记者、编辑, 以采访、调查、编写的方式, 创作出一篇新闻报道并发布到社会, 呈现给大众。随着融合媒体时代的到来, 这种新闻生产方式也迎来了变革, 新闻的发布不再是新闻记者的专属, 只要是拥有互联网设备的个人, 都可以通过社交媒体平台, 如微信公众号、微博等进行自己的新闻内容分享、发布。这种变革的出现在极大程度上体现出媒体信息的交流广泛性和丰富性, 也充分说明了新闻传播不再是官方媒体机构的“专利”, 不同阶级、

【作者简介】卫雪莉(1981-), 女, 中国山西洪洞人, 本科, 主任记者, 从事电视新闻与新媒体研究。

不同地域、不同文化的个体，都有机会成为新闻事件的第一传播者。

2.2 传播新闻内容的渠道变革

新闻传播渠道的变化在融合媒体发展下也尤为凸显，以往的新闻传播主要通过报纸、电视台、广播站的宣传来完成，这些媒体渠道在发布新闻之前，需要经过一系列的采编、审查等工作，影响到传播信息的速度和范围，现阶段，融媒体将互联网和移动终端充分运用到对新闻传播的路径上来，有效促进了新闻传播的即时性、可看性，人们获取新闻信息的端口也越来越丰富，除了电视、广播、报纸外，抖音、微信、微博等社交媒体平台的传播方式更显便捷，当有新闻事件发生时，在现场的观众可以第一时间通过这些平台对事件进行传播，并通过线上转发、评论等方式快速引起社会舆论，短时间内扩大新闻事件的影响力，不仅增强了大众与社交媒体的互动性，也更加便于用户之间对新闻事件进行探讨、交流，形成强大的舆论风向。

2.3 新闻传播的互动性变革

传统媒体的新闻传播，很多时候都是一村人守在全村仅有的电视机前面，等待电视节目开播，这种新闻传播虽然能够让大众获取到所需要的信息，但是其单一的传播性，使得人们只能被动接受，无法选择自己心仪、关注的新闻内容。融合媒体时代下的新闻传播则没有这方面的困扰，新闻传播的互动性发生了巨大的变化，既可以是双向的新闻互动也可以是多向的。一方面，用户可以在任意社交媒体平台上搜索、了解自己想要的新闻信息，也可以通过对某篇新闻报道的内容，以点赞、转发等方式来表达自己的立场和态度，这种互动性强的模式是以往新闻传播过程中所不曾有过；另一方面，互联网信息技术的加持下，网络大数据算法能够对用户的兴趣习惯，推送用户喜欢、关注的新闻内容，犹如用户肚子里的蛔虫，为用户的新闻阅读量量身定做，这种个性化的推荐也加强了用户与新闻媒体之间的黏性，提高了新闻传播在用户心目中的满意度和认可度。

2.4 新闻传播的速度变革

随着互联网技术的投入使用，新闻传播的速度也随之加快。融合媒体时代背景下，很多新闻事件在发生之后，基本上在很短的时间内就迅速在网络发酵，这是因为记者可以第一时间通过移动设备对新闻信息进行快速的采集、编辑和发布，与以往纸质出稿的速度截然不同，信息传播实现了质的飞跃，一条新闻在几分钟内就已经在网络上被转载、点赞、关注了上千万条。

3 融媒体时代下新闻传播构建融媒体中心的策略

3.1 关注新闻选材的本土化元素，加强内容创新价值

新闻传播融媒体中心是从新闻传播延伸出来的一条新道路，也是打通服务群众的“最后一公里”，肩负着服务群众、

引导群众的重要职能。因此，在构建融媒体中心的过程中，要讲究一定的特色性、创新性和本土性，这样对于本地用户来说既熟悉亲切，又通俗易懂，对于外地用户来说则充分彰显出其地域特色，令人心之向往。

一方面，要充分结合受众需求，从内容上下功夫加强与本地用户的情感连接，生产出当地群众喜闻乐见、与生活有关的新闻内容，再逐步引导到融媒体中心的传播矩阵来，也可以通过记录当地百姓的生活、生产历程，拉近与大众之间的距离和关系，让他们感受到被关注，从而实现彼此的双向奔赴；例如，新疆广播电视台就巧妙地利用当地气候特色，结合冰雪节的主题，针对年轻的受众群体，制作了一系列与冰雪运动相关的趣味短视频，并通过抖音、微信等新媒体平台进行推送，吸引了大量年轻人前往当地旅游、体验；

另一方面，面对外地用户的关注，也要注重对本土化新闻的打造，增强地域性特色，这样才能吸引外地用户的眼光，同时，也不要忘记对新闻内容的创新创作，比如扎根基层的县级融媒体中心，在进行新闻传播中就要充分挖掘弘扬当地的本土特色文化，向外地用户展现出中国丰富多元的地域版图。

3.2 明确融媒体中心的角色定位，寻找适配技术

随着融合媒体时代的到来，全国各地对于新闻传播融媒体中心的建设也在紧锣密鼓的布局中。其中当属电视台的融媒体中心最受瞩目，很多电视台融媒体中心对其建设也非常看重，但缺乏一定的发展眼光，忽略了对融媒体中心长期生存运营的意识，力图通过打造全覆盖融媒体矩阵来提高新闻内容的生产效率，好似昙花一现。殊不知，很多地区的实际情况下，高水平的新闻专业人才缺乏、平台运营、技术维护和财力不足等诸多问题，都给其发展融媒体中心使了绊子，导致某些地区融媒体中心陷入短期化、形式化的周转困境中，违背了建设初衷。

基于以上种种，对于融媒体中心的建设，切不可剃头挑子一头热，要充分根据自身区域的实际情况，来制定一套合适的考核标准进行对融媒体中心的建设投入。因此，构建融媒体中心的建设规模大小、设备齐全与否固然重要，但它们不是唯一的标准，各地电视台要充分明确自家融媒体中心在媒体行业的定位，从地方实际发展水平出发，因地制宜选择适合自己的发展模式，投入适合自家新闻传播的技术、人才。比如西北部地区地域辽阔，旅游元素丰富，该地区电视台在发展融媒体中心建设过程中，可以将重心放在服务本地居民，为民办实事上，将融媒体中心的定位与当地特色文化、旅游业结合，围绕旅游产业去开展服务工作，如制定一套长远的发展计划，完善旅游内容在新闻节目中的创作建设，提高内容生产的质量和多样性，也可以进行阶段性目标的发展蓝图，比如三年内借助西部地区的地域特色开展重大节庆活动，如冰雪世界等，采取多元化、多形式的报道去吸引更多关注。

3.3 强化互联网思维，推动传统媒体与新媒体深度融合

3.3.1 重视对新媒体技术的应用，促进媒体融合发展

在构建融媒体中心的过程中，首先要积极引进互联网信息、大数据、人工智能等高科技水平的前沿技术，全面提高融媒体中心工作人员在新闻采集、制作、编写和传播的能力。比如，使用无人机对新闻内容进行航拍报道，让受众通过更加广阔、独特的视角去体验现场氛围，或者是利用VR虚拟现实技术去制作沉浸式的新闻作品，让观众犹如身临其境，提高新闻的现场感染力和传播效果。

3.3.2 重视对传播渠道的拓展，加快媒体融合速度

传统媒体的广播、电视、报纸虽然已经不再是当下新闻传播的顶梁柱了，但这“三大巨头”在社会传播中的影响力尚在，因此，对于传统媒体渠道的新闻传播不能丢的同时，融媒体中心也要积极拓展融媒体时代下的更多社交媒体渠道，将传统媒体与新媒体有效结合起来，构建一套完整的全媒体新闻传播格局，让媒体融合的速度再上一个新的台阶。比如人民网、《人民日报》、新华社、丝路视听、新疆新闻等在抖音、微博、微信公众号、微信视频号等传播渠道都开通了官方账号，这些社交媒体平台的用户基数大、传播速度快、互动性也强，是融媒体中心加快新闻传播速度的重要阵地。同时，也不要丢掉与商业网站、新闻客户端的深度合作，这样才能实现对新闻传播的全网铺平，提高新闻在社会上的传播力和影响力。

3.3.3 重视对用户体验感的优化，实现媒体融合目标

在新闻内容的创作过程中，融媒体中心要充分认识到与用户之间是深度绑定的，用户的真实反馈对新闻传播价值起着决定性作用，因此，融媒体工作者要注重对用户体验的优化升级，对于新闻的生产、创作和传播，要多去从用户的角度思考、出发，从而为大众提供更加人性化的信息服务。例如，摒弃以往传统报纸通篇一律、全是文字的新闻页面，将新闻版面设计成一目了然、易于阅读的形式，提高用户的阅读兴趣；借助信息技术优化新闻画面的分辨率，提高新闻加载的速度和画面流畅度，减少用户等待的时代等等，从以用户体验感为第一要义的角度，通过各种措施来对新闻内容的创作进行有效落地，增强用户对新闻内容的认可度和对融

媒体中心的接受度，提高用户与新闻媒体之间的黏性，有效提高新闻内容的阅读量。

3.4 强化人才队伍建设，引进先进技术

在当前融合媒体时代背景下，先进科学技术在推动融媒体中心构建发展的过程中，有着不可缺少的作用。基于此，要立足于大数据、云计算等信息科技手段去优化当地融媒体中心的智能化技术，为用户提供更多前所未有的新闻体验。我们以新疆广播电视台为例，在关于天山胜利隧道贯通新闻的报道中，新疆广播电视台就结合VR虚拟、H5、live动图等技术，对隧道内部的全景进行高科技的技术制作，有效解决了观众对隧道贯通的好奇心，让他们可以通过手机观看全景VR，身临其境感受隧道内部的宏伟结构，同时，也通过人工智能技术对隧道建设的内容进行分析并生成新闻报道，帮助新闻编辑提高了出稿效率。另外，对于人才队伍的建设，新疆电视台也积极与高校积极合作，为新疆广播电视台培养优秀的融媒体复合型人才，致力于对融媒体中心业务发展的服务中。

4 结语

综上所述，虽然融合媒体时代的到来，为传统媒体的新闻传播打开了新的发展思路，融媒体矩阵也初现雏形，但对于新闻传播的涉猎，融媒体中心还有很长一段路要走。如何在确保新闻传播模式不断变革创新的同时，也能融入融媒体中心的构建中，是当前作为一名媒体工作者需要正视的问题。基于此，我们要立足于新闻模式变革的融媒体背景下，与时俱进，关注内容创新、准确把握角色定位、强化互联网思维、重视人才建设与技术投入。由此，融媒体中心才能立足于当前融合媒体的新闻传播发展和用户多元化的信息需求，实现高质量的可持续运营发展。

参考文献

- [1] 董文卓.自媒体时代下的新闻传播模式变革与趋势分析[J].《记者摇篮》.2024(7):96-98.
- [2] 王钰岚,李世举.西部地区县级融媒体中心困境与发展策略[J].以宁夏贺兰县融媒体中心为例
- [3] 黎昭.融媒体中心在新闻传播中的业务升级与发展机制研究[J].《新闻传播》.2024(1):109-111.