

# 融媒体视域下 “矩阵式”党建宣传路径打造

张文文

**摘要：**随着媒体技术的快速更新和广泛应用，特别是“5G”技术的普及，传统媒体与新兴媒体相互融合，媒介格局、话语主体、舆论环境、传播方式等发生了巨大变化，媒介资源的功能、技术、方式、价值等全面提升。这也促使党建宣传工作发生了理念性、实践性的转变，矩阵式传播成了占领党建宣传工作高地的重要方式。怎样发挥媒体矩阵的传播优势，提升党建宣传工作效果？本文以衢州市乡村振兴融媒体中心建设运营为例进行深入分析。

**关键词：**融媒体视域 媒体矩阵 党建宣传

## 一、融媒体视域下党建宣传工作的变化

随着科学技术的不断发展，各种新媒体技术出现叠加，“融合”成了发展趋势。在这样的背景下，党建宣传工作也出现了新的变化。

首先，党建宣传工作进入“快车道”，通过短视频、图文等形式，借助新技术以最快的速度得以触达受众。

其次，党建宣传工作者的思维得到了开阔。以往党建宣传工作仅靠传统的电视和报纸，相较于新媒体形式单一，互动性、时效性较差。融媒体环境下，信息的开放性和海量性等特点，让宣传工作者获取信息资源和报道途径增多，工作思维和视野得到了拓展。

再次，党建宣传工作压力倍增。网络像一把“双刃剑”，一些谣言等不良信息充斥其中，这些负面信息容易销蚀党员思想意志。这种情况下，势必要借助新媒体的力量，加大主流思想的宣传，全面筑牢新媒体党建宣传阵地。

## 二、“矩阵式”传播为党建宣传工作插上“翅膀”

当下做好党建工作宣传报道，要摸清自身特点，善于运用外部力量，内外结合推进工作开展。在推动农村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴的过程中，按照“大平台大整合大融合”的工作理念，衢州市委组织部和衢州市新闻传媒中心共同创建“一心多端、一库多云”（后台管理中心、前端十大平台，用户身份信息库、大数据分析云）的乡村振兴全媒体智慧平台。平台下设采编部、短视频部、活动直播部、项目部等，服务广大党员干部群众和乡村振兴讲堂内容生产、技术研发、线上教学管理，推进乡村振兴讲堂“线上线下”深度融合发展，借助新媒体技术搭建起一个基层党员“永不落幕的教育平台”。

### （一）重视对媒体资源的创新、融合，构建党建工作传播矩阵

在信息碎片化的时代，受众通过各种网络传媒就可以轻松了解相较于之前数量巨大且精准细化的信息。通过单一的传播路径来实现党建工作信息传播的效果是非常困难的。只有建立媒体矩阵，通过科学合理的利用各种媒体平台，才能实现“1+1>2”的效果。

“工欲善其事必先利其器”。乡村振兴全媒体智慧平台，打破简单的片面结合思维壁垒，以媒体融合为革新方向，以大数据建设为强劲引擎，按照“中央厨房”的理念构建起“横向+纵向”的党建工作宣传矩阵模式。从核心、垂直等维度，以传统的广播、电视等媒体为依托，充分结合新兴媒体的优势，注重布局使用三衢APP、

衢州党建网、衢州组工微信公众号，电视和广播各频道频率，华数电视远教频道、城市户外大屏等展示平台，从横向和纵向架起矩阵传播格局。

在众多平台运用上，乡村振兴融媒体中心的三衢APP是乡村振兴全媒体智慧平台的中心，重点推出乡村振兴讲堂信息资讯、党员教育、空中课堂等。每个版块肩负着不同的宣传教育任务，可以说，一头联通党员群众需求，一头联通信息传递及教育服务的供给。与此同时，随着视频化时代到来，抖音、快手、视频号等平台也加入到党建工作宣传高地打造的行列中，并展示了巨大的优势。

(二) 聚焦信息传播的内容、方式，提升党建宣传的时效性

在新闻行业中，“内容为王”是一个颠扑不破的真理。融媒体时代，矩阵传播格局下打造的新闻产品展示形态越来越多样化，但无论是何种展示形态，都表现出好内容自带焦点与流量。在进行党建工作宣传报道时，一定要从内容出发，主动设置好议题，借助“技术为用”和“方式为要”的理念，提高党建宣传的内容质量。这个过程中，必须学会将先进技术和平台嵌入到内容生产创新、信息传播以及产品业态丰富的各个环节，以此体现媒体“融”的价值和优势。

乡村振兴融媒体中心按照“自制一批、整合一批、征集一批、链接一批”，进行党建工作和乡村振兴的有效宣传。在内容生产上，注重有效整合各种资源，让党员教育模式上下结合，传递党的声音，同时根据当地实际情况主动设置议题，对各种政策进行科学阐释、深入分析，进而引导舆论正确走向。比如，2021年，中共中央、国务院出台意见支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区。随即衢州市结合自身情况提出了打造四省边际共同富裕示范区的目标。对此，衢州市乡村振兴融媒体中心主动设置议题在党建电视栏目中开设《走讲堂看共富》《共同富裕·产业担当》等系列报道，展示的是衢州各地以党建引领推进乡村振兴的鲜活实践案例。再如，结合建党百年，在三衢APP推出了

“奋斗百年路、启航新征程”党史学习教育专栏。据统计，当年该专栏上线视频、文章461件，阅读量超过474万人次。

在进行内容报道的过程中，记者编辑除了采用传统的电视报道之外，还注重在产品的形态和传播链上下功夫，巧用数据、图画、视频、动漫等信息传播元素，以循循善诱的方式，打造了不少形式多样、生动有趣的产品，让宣传报道生动形象。例如，在报道优秀共产党员人物过程中，记者按照“一次采集、多媒体渠道产品生成”的思维充分借助文字、图片、视频以及音频等要素挖掘人物的闪光之处，以受众容易接收的网络化、视频化表达方式，进行产品的制作，并在视频号、抖音号以及APP等平台进行全方位推送。这样既做到了以身边人教育身边人，弘扬正能量，也让基层党建工作宣传报道有了较强的时代感。

(三) 聚焦报道队伍的建设、观念更新，强化党建工作宣传能力

在看到矩阵传播在党建宣传工作中发挥优势的同时，我们还必须深刻认识到宣传队伍在不断完善矩阵传播中的重要性。与以往传统媒体相比，融媒体时代记者不仅要具备党建工作宣传的能力，更应该掌握各种新媒体宣传的技术。

乡村振兴融媒体中心将培养“一专多能型”记者嵌入到日常工作中。每周一工作例会中增加学习新技术、新业务的内容，改变记者编辑产品生产的传统思维观念和方式，塑造融采、写、摄、录、编等技能于一体的复合型人才。在此基础上，打破文字、摄影、摄像岗位的分工界限，人人有着“多栖”的身份，个个都能顶得上，扛得住。无线衢州APP平台的小编“长枪短炮”运用游刃有余，视频号短视频制作、电视栏目稿件的采编剪以及后期包装、微信H5制作等不在话下。其中，不少产品内容被之江先锋、中国蓝新闻等上级媒体录用。据统计，2022年全年省级媒体单位录用量过百，可以说既得到了外界的广泛认可，也增加了采编人员的自信。

### 三、党建工作“矩阵”传播建议

新媒体时代，党建工作必须学会利用

各种技术，增强运用媒体矩阵服务基层党建工作的能力，使各种媒体成为传播党的声音的重要窗口和加强基层党建工作的新载体。但我们要认识到社会技术还在以奔流不息的速度变革，倒逼着矩阵传播模式的不断更新。作为媒体人要始终走在发展前列，保持自我革命的精神。

首先，明晰运营理念和定位，避免采用统一的传播策略，导致传播内容的同质化。在采编过程中摒弃统一的信息产制，严防只做简单修改，就在各新媒体平台进行推送的方式。要从横向和纵向角度，摸清各个传播渠道的特点，差异化定位矩阵中的每个平台。

其次，平台发展统一规划，传播渠道切勿贪多、全。虽然媒体矩阵格局下涵盖的传播渠道越多，就可以获取更多用户，但如果缺乏统一筹划的话，各平台之间、平台与用户之间就会缺少互动，导致传播渠道的孤立，协同效应难以发挥，影响传播效果的实现。因此，要整体把握各平台

的发展方向。同时，还要注意没有一劳永逸的矩阵，也没有永远成功的矩阵。要健全常态退出机制，定期排序入驻矩阵的媒体平台，对更新慢、受众少、传播效果不理想的传播方式进行清除，积极吸纳优质平台入驻，保证新鲜血液的注入，提升矩阵的整体水平。

再次，强化用户的行为习惯和属性的模拟，完善内容产品建设。作为党建工作宣传媒体，亮点在于权威，力量来自公信。因此，平台传播的内容要有泥土气息，但不能太过娱乐化。这就需要从用户的行为事件、行为习惯、用户画像等对党建工作宣传矩阵中传播工具使用对象的深刻分析，在此基础上挖掘和拓展各类党建信息，生产出更加符合受众口味的内容产品，从而避免以往“公文”式的信息传递方式。当矩阵中的个体越像真实用户，说明矩阵创造得越成功。

（作者单位：衢州市新闻传媒中心）