

地方融媒中心深度融合实践初探

——以温州市新闻传媒中心亚运宣传报道中的融媒传播策略为例

钱若谷

摘要:在推进媒体深度融合,向建设新型主流媒体目标转型进发中,城市融媒当如何作为?近日,温州市新闻传媒中心亚运宣传报道中的融媒策略是一次较好的探索尝试。了解该中心如何用“报端声屏网刊号”七位一体的传播矩阵,同频共振、协同发力,为一次重大体育赛事报道服务,在大力推进全台资源要素全面互联网化的同时,大力推进全媒体运营方面,可以带来一些启示。

关键词:地方媒体 融合实践 融媒传播

在刚刚结束的杭州第19届亚运会宣传工作中,温州市新闻传媒中心进行了成立之后的第一次重大报道集团军的实战演练。中心依托“纸媒端+广播端+电视端+新媒体端”的全媒体矩阵,全体动员、全员参与、全力投入,一体化指挥,融汇全媒传播更大合力。中心全媒体平台共发布亚运相关报道7325条,总点击量超1.4亿,单条最高点击量超681.2万,完成了一次全新的新时代地市级主流媒体融合发展的探索与思考。

这条立体化融合路径的探索分为三个方面,一是决策和部署,二是执行和操作,三是以“工作闭环”促进“良性循环”。

一、决策和部署

今年7月以来,以中心成立为起点,以亚运高质量宣传为抓手,积极探索重大宣传报道一体化部署、策划、实施的工作机制。依靠专班谋划,高效协同作战。

(一)以方案部署为引领,按照资源集约向“结构合理”“差异发展”“协同高效”的原则发展

温州市新闻传媒中心先后多次召开全中心新闻宣传专题会,策划部署亚运宣传报道工作,采取融合宣传手法,强化亚运宣传的深度、广度和温度。制定《杭州亚运会宣传工作选题方案》《火炬传递温州站报道方案》《亚运注册记者报道分工及点位设置》等具体方案,统一指令、明确分

工、协调有序,以最充分的准备、最精细的举措,做好各项工作。

内容一体化生产、融合打通新闻资源,实施差异化布局、高效化协同,建立全流程、全方位采编管理,新闻宣传统一调度、统一指挥。坚持移动优先,强化技术赋能,形成优势叠加差异互补的宣传格局。

用好“报端声屏网刊号”七位一体传播矩阵,同频共振、协同发力。推动传统媒体和新兴媒体融合发展,让主力军全面挺进主战场,始终坚持移动优先,让优秀的作品在新媒体融媒出圈。此外,全体人员以创新致匠心,坚持“快时代”更需慢工出细活,注重内容品质和用户体验,从互联网用户需求背后的痛点出发,尤其是将独家新闻打造成爆款产品,如《罕见!温州一座小镇走出3位亚运冠军,摘得5枚金牌》一稿,报道苍南沿浦运动健儿的故事,新媒体端发布后3小时阅读量破11万,24小时阅读量破32万;《丢了10个球,她收到3份礼物,说了9次谢谢》一文被杭州亚运会官方公众号转载。

(二)以主流媒体为切入,各层级媒体报道向“聚合”与“互嵌”发展

一是多维聚合。随着媒体融合发展进入深水期和攻坚期,以大融合思维求变求破、创新创优成为媒体加快构建全媒体传播格局的施力方向。围绕技术、平台与区域,各路媒体进行了多元的“聚合”探索。充分调动纸媒、广播、电视与移动端之间的采编力量,形成优势叠加差异互补的宣传格局。树立“一盘棋”的观念,把新媒体平台、纸媒、广播、电视的全部内容生产要素和传播形式纳入一个整体,通盘谋划,优化资源配置,全力推进亚运宣传报道,集中优势力量放大舆论声量。

二是互嵌。根据中心现有平台布局,坚持统一目标,差异化布局,分级负责、分头落实、分类实施,形成任务清单,合理配备资源,确保亚运报道工作不缺位、不失语、不重复。本届杭州亚运

会,中心投入上百名骨干力量,特派16名记者驻扎杭州主媒体中心,全程参与杭州亚运开幕式、闭幕式及杭州赛区的赛事报道,生动挖掘亚运会上的温州元素。

三是全程协作,聚合平台优势。国家《“十四五”文化发展规划》指出,要有效整合各种媒介资源、生产要素,在信息内容、技术应用、平台终端、管理手段等方面共融互通。

(三)以主题报道为中心,向“深耕”与“突破”发展

在此次亚运报道上,温州市新闻传媒中心跨平台联动报道作为原创策划的一大重点,积极拓展各部门之间的“朋友圈”,变单打独斗为协同作战,做大声势、形成规模、有效互动。

比如,陆续起草《温州日报关于进一步加强深度报道宣传工作的意见》《关于创新创优“短视频”传播的工作方案》等文件,以提升深度报道品质内容为主抓手,再造短视频采编流程,让新闻作品更有深度和爆点,持续打开亚运宣传局面。其中,精心策划摄制了630余条创意短视频,总播放量超7400万,其中单条播放量破100万的有17条次,破10万的有119条次。单条播放量最高的为《亚运会上的年轻播报员 现场进行超燃播报 赛场上回荡着青春自信的声音》单条抖音播放量681.2万次。部分作品被“美丽浙江”“杭州亚运会”官方视频号等新媒体平台推送,传递出“杭州亚运会 温州准备好了”的强烈信号。此外,相关话题播放量、阅读量、各大平台热搜上榜率都创新高,通过宣传报道充分展现温州贯彻落实“办好一个会,提升一座城”的扎实行动。

二、执行和操作上的组合拳

要在重大报道中打好执行和操作的组合拳,融媒需要从以下几个方面着手:即渠道、技术、语态、公信力和影响力。在如此的亚运宣传中,中心全媒体平台进一步理顺生产传播的流程,充分彰显融合效能,多渠道、多场景、多产品、多节点讲好亚运故事,挖掘报道温州亚运元素,全力为亚运营造浓厚氛围,也用亚运会这样的“人心红利”,打造融媒平台。

(一)渠道拓宽:一切从聚拢用户黏性出发

温州市新闻传媒中心自亚运筹备工作以来,报纸、广播、电视和新媒体陆续推出《迎亚运 享赛事 游温州》《同在@未来》《温州体育咖》《迎亚运·趣运动》《升温,亚运!》《嗨亚运》《当好东道主 喜

迎亚运会》《BI看亚运》《亚运赛事预告》《亚运进行时》等40余个专题专栏,全面报道亚运会官方发布的赛事安排、保障动态等信息。温州日报自倒计时100天开始到亚运会闭幕,推出了近70个专版(特刊)。亚运期间,每日重磅推出《杭州亚运特别报道》特刊,以精美的版面设计、殷实的报道内容,详实记录杭州亚运的每一个精彩瞬间。

不过,光有常规操作显然不够,怎么通过新媒体的手段把传统媒体的“流动用户”变为“黏性用户”,实现媒体“平台化”的打造,才是传统媒体在传统传播渠道的中断或失灵的弥补,要有一个这样的自建渠道,重新聚拢受众流量池。例如强调互动:温度新闻客户端依托“亚运有奖问答”“每日竞猜”等互动栏目,普及亚运知识,聚焦重点比赛,不断提升活跃度;广播陆续推出双节特别节目《庆国庆·看亚运》,为听众提供及时的旅游、文化、消费等假日服务,及时连线播报亚运最新动态,与听众一起分享亚运记者的真实体验;推出《亚运新观察》,围绕杭州亚运从场馆建设推进全民健身,到智能化数字化提升城市管理效能,再到改善民生,为听众带来深度观察。

(二)技术应用:运用新型技术,赋能内容表达

智能媒体时代,新技术成为新闻产品的亮点,数据新闻、传感器新闻等成为媒体融合的热门。与此同时,“技术+内容”的深度融合为新闻产品的呈现提供了更好的思路。

例如,新闻综合频道引进AI元素推出《亚运新闻特别报道——卓见之“卓见”》特别节目,让“主持人”卓见和“虚拟人”卓见进行互动,渠道新颖,形式鲜见,更增添了科技感和未来感,数字虚拟主播营造全新传播场景让受众耳目一新。温州晚报则借用亚运吉祥物IP推出《三小只探亚运》栏目,谢施琦、张琼冉、张嫣彬3位年轻女记者“化身”杭州亚运会吉祥物“宸宸”“琮琤”和“莲莲”,为读者带来鲜活生动的“探秘”“探寻”“探问”报道。

(三)语态转变:冲破壁垒隔阂,实现亲民传播

传统媒体和新媒体应把握机会推动传播语态的转变,使传者本位与受者本位相互融合。一方面,要契合用户的基础性需求,例如在内容生产中强化社交元素;另一方面,要变革传播语态,及时与用户进行互动,形成情感共振。

在保持严肃新闻播报的同时,深度理解互联网传播规律和文化,进行一次亲民化转型,提高

舆论引导力的有益尝试。例如以人见事,以事动人,深入挖掘与亚运有关的“台前幕后”故事、文化事、经济事,聚焦看点、亮点,从赛事、时事、故事等多角度,带来兼顾独家性和全方位的亚运报道。亚运期间,温州市新闻传媒中心上百名奔赴一线的记者,见证了一个又一个的感人瞬间。温州日报特派杭州记者马真正、苏巧将创新推出《“马”到杭城“巧”拍亚运》栏目,陆续刊发了《English+温州话,一样都不能落下》《“看不见”的小青荷》《看了三场球 足篮打水一场空》等16篇作品,以幽默诙谐的文字风格讲述了亚运期间的奇闻与趣闻,收获了一大批读者的喜爱。

(四) 影响力扩大: 搭建矩阵拓宽传播渠道

传统媒体本身就具有较高的粉丝基数,在互联网时代,应当搭建传播矩阵,实现借船出海和造船出海相统一。

畅通中心各平台沟通渠道,搭建工作交流群,实行媒体资源共享,避免重复采编,并在做好内部资源优化的同时,积极打通外部链接,联通上传。比如加入“亚运浙江地市媒体联盟”,共享杭州、宁波、绍兴、金华等赛事举办城市的一手资源;新闻综合频道与央视、卫视的关注点契合联动,今年以来向央视、央视客户端、省卫视、中国蓝等核心平台报送亚运相关选题与报道约80多个,被采纳录用约40条次。其中《温州开通无人机送血航线保障亚运》《“韵味杭州”龙舟项目选拔赛在温举行》《亚运公交扮靓“颜值”提升“内涵”》等内容都登上了央视和浙江卫视的核心外宣平台。此外,温州市信息文化共享平台也将所有相关稿件及时传达到百家会员单位,形成宣传循环动能,触角直伸海外。平台终端的整合不仅指向媒体之间,更要求媒体链接外部互联网商业平台。这样的多种平台结合,拓宽了传播渠道,自然增强了主流媒体的影响力。

(五) 公信力重振: 深耕内容获取受众认可

用专业铺就报道深度,用敬业成就报道广度。作为杭州第19届亚运会组委会场馆景观设计制作服务项目供应商,温州都市报专班团队提前谋划,对照安保工作“四张清单”,多次勘察、查漏补缺,从5月开始布局火炬传递方案、介入规划。前后经10余次修改,细化为7大类、10多个小分类、40多个子项目。新闻综合频道、全媒体新闻中心成立采访组、短视频制作组、火炬直播组、文案组等多组人员共80余人确保火炬传

递直播活动安全、精彩、圆满。最终,有关亚运筹备工作相关报道在央视、卫视共播出18篇(次),其中,央视10条(次)。比如,9月15日温州站亚运火炬传递当天,在央视播发6条,在浙江卫视播发7条。据统计,亚运火炬传递温州站直播创下新闻综合频道近年来白天时段直播收视率的最高记录,平均收视率5.53,收视份额38.7%,收视触达近100万人次。此外,温州晚报团队全程参与、全案执行亚运会开幕式“温州四分钟”暖场节目及闭幕式温州巡演节目,全媒体宣传这场由温州人创、温州人导、温州人演的大型原创文艺节目《千年商港 幸福温州》。

三、以“工作闭环”促进“良性循环”

仅仅依靠策划和执行还不足以形成宣传的合力,各个环节之间的连接处最容易被忽略,却是成败的关键。以工作闭环促良性循环,形成了从统筹部署、牵头负责到推进落实、反馈督导的闭环工作体系,深入推进各方面走深、走实。为确保亚运期间全媒体宣传阵地平安平稳,亚运整体宣传报道及相关执行工作井然有序,中心领导高度重视安全生产,大力推进全链条闭环式管理,不断提升传播效率和执行品质。严格落实“三校三审”“三级四审”等制度,宣传口径及网信指令不折不扣处理落实,及时形成工作闭环。重要新媒体平台70余名新媒体编辑坚守岗位,实施24小时值班制,确保安全刊播、平稳有序,绘就互联网传播阵地的平安底色。

此外,还要额外补充怎样采用整合传播策略让一次综合报道成为塑造城市形象的有利点。发挥各种传播渠道的优势,整合传播工具、整合信息接触点,加强沟通,与受众建立良好的互动关系,向受众传达统一的信息,用一种声音说话,这样才能更好地树立城市形象,打造城市品牌。

此次的亚运宣传报道工作是温州市新闻传媒中心成立以来调动人员最多、持续时间最长、创新要求最高的一次全维度、全要素、全过程实战演练。中心通过加强思想淬炼、政治历练、实践锻炼、专业训练,推动全体参战人员按照宣传报道预案各司其职、创新宣传、加强传播,在大场面中经风雨、见世面、壮筋骨,真正锻造成为创新有为担当的传媒铁军。这次实战演练证明,只有通过不断地试错和调整,才能探索出一条地方融媒中心深度融合的新路。

(作者单位:温州市新闻传媒中心)