

基于全媒体新闻传播场景应用 的融合发展

余佑红

自列入浙江广播电视集团数字化改革应用场景基层试点单位以来，开化传媒集团全力推进全媒体新闻传播场景应用，创新体制机制，重塑业务流程，拓宽信源渠道，提升融媒体中心业务生产能力，有力地推动媒体深度融合发展。

一、重塑业务流程，生产能力提效

开化传媒集团立足县级融媒体中心实际，梳理“三张清单”，优化场景功能，制定完善融媒生产、应急突发报道、指挥协同等相关制度规范。基于互联网传播新变革新形势新需求，

再造全媒体新闻生产传播业务流程,形成“策采编发管”全链条工作闭环。通过重塑全媒体新闻生产传播业务流程,打破之前各平台线索分别搜集机制,利用线索汇聚功能,将新闻线索集聚至选题,实现选题线索共享;采访部门根据选题派发采访任务,采访结束后将采访稿和相关的音视频素材上传应用中的选题策划模块,达到采访结果快速上报功效;广播、电视、新媒体、纸媒等生产部门通过新闻宣传生产管理平台认领或指派可刊发稿件,随后在各自的生产平台编辑加工审核,并在各自平台播发,实现新闻产品最大共享。产品发布后,在全媒体新闻传播场景的评价画像模块,利用数据抓取已发布的新媒体产品,按照点赞、转发等维度进行排序,实现新闻产品可量化评价;管理员可在新闻宣传生产管理平台直观地看到每条稿件被各平台采用和发布的次数。如此,采编调试更有度,协同联动更有效,新闻产品生产能力提升。9月份,共完成280余篇新闻报道,同比增长28%。

二、重整信源渠道,新闻产品引爆

充分发挥场景应用功能,整合全县乡镇部门的信息资源,实现全量化全维度新闻数据归集。通过应用场景信息源汇聚中的开化投稿模块,实时下达指令,实现基层线索上报、主题约稿、自动抓取等线索一条龙系统化汇聚,满足了重大主题活动多部门协同联动。紧扣地方特色,捕捉新闻亮点,打造独具一格的新闻爆款,在中央、省市等各级媒体上发出开化“好声音”。今年9月7日,“月满钱江源”衢州市农村文化礼堂中秋晚会在开化举行。为了把整场晚会办出“衢州味”“开化味”“乡村味”,开化传媒集团围绕晚会主题在系统上发起“金点子”征集,得到信息源矩阵热烈响应。苏庄香火草龙、董氏剪纸、戏曲头面制作、中村祝酒歌等一批颇具开化特色的非遗文化节目经筛选后入围晚会现场展演。通过精心策划,多形式、多角度、多平台发布晚会预热、亮点等相关报道,形成系列报道圈阵,打造“现象级”新闻产品。晚会内外宣报道共计40余条,碎片化短视频播出15条,相关报道总点击量突破250万+。其中,新华网推出的《浙江衢州举办农村中秋晚会》阅读量超88万,杭州新闻

APP推出《直播|月下话古今,礼堂唱月圆》阅读量超50万。

三、重构评价体系,融媒指数走高

构建以新闻生产为基础、以用户关系为核心、以用户需求为指向的“新闻+”传播评价体系,成为融媒指数新增长点。打通应用场景的评价画像、民情感知与“开化好地方”APP、微信公众号、抖音等后台实时抓取数据,利用APP爆料模块,吸引广大用户参与新闻生产传播,生产更多接地气、带露珠的本地新闻报道,提高用户对新闻的关注度,增加用户的参与感和互动性。上线APP商城,完善延伸客户端功能,以积分兑换商品机制,提升用户与客户端的黏合度;发起积分挑战赛,鼓励各乡镇部门以APP为载体,学习了解各类热点知识等,营造良好的学习氛围。截至目前,“开化好地方”APP注册用户量达72947人,平均日活量达6736余次。今年8月,开化传媒集团媒体融合指数考核位列全省第三。

四、重组线上线下,服务基层向好

努力搭建新闻服务交互平台,使之成为政务服务的前台、群众交互的枢纽、民意感知的触角,以数字化改革赋能基层服务。场景横向多跨协同各有关部门、垂直深耕乡镇,打通服务基层治理“最后一公里”。线上通过系统及时抓取乡镇、部门、群众反馈的热点问题,线下用好舆论宣传跟进报道,积极回应社会关切。试点以来,已推出舆论监督类节目《请人民阅卷·问政开化》3期,《直击》节目25期,聚焦文明城市创建、老旧小区改造等话题,切实解决群众急难愁盼问题87个;开设《云游开化》品牌栏目,推出7期直播、慢直播节目,通过主播带游、联合带货等形式,搭建“云上”销售平台,促农增收100余万元;在建军节前夕推出“家有老兵”故事征集活动,线上得到近百个家庭的热烈反响,并从中推选出“十大感人老兵”进行图文并茂的展示;开展“爱心冰箱”大型公益活动,吸引12家爱心商家线上报名参加,并无偿为户外劳动者捐赠了3000多瓶饮品送上清凉一夏。线上线下形式创新、载体丰富的各类活动,进一步增强新闻媒体的公信力、影响力和引导力。

(作者单位:开化县广播电视台)