

探索媒体融合发展新路径

——“增强融合传播力 建设新型主流媒体”研讨会侧记

□ 记者 安娇

4月27日,全国知名专家学者、各级媒体代表齐聚荆州,探索媒体融合发展新路径。“增强融合传播力 建设新型主流媒体”研讨会,是共商媒体融合发展的一次盛会,是一场规模空前的“思想盛宴”,这也是人民网研究院走进媒体一线,把研讨与调研相结合的一次尝试和创新。

上午,专家学者、各级媒体代表来到荆州日报社实地调研。下午,与会嘉宾以研讨会形式,围绕如何增强媒体的融合传播力,如何以评促建、评建结合,加快推动媒体深度融合等议题进行深入探讨与交流。大家相互学习,融合融通,共促共进。

会上,荆州日报社社长代志武作《新闻梦工厂构建融合生态链》主题发言,分享荆州日报社从传统破局,从困中寻机,在媒体融合改革中的探索与实践。嘉宾们表示,荆州日报社的媒体融合实践不仅是发展经验,更提供了一种发展思维。

媒体融合,唯一不变的就是变化。唯有以变应变、主动求变,才能提升业务

水平,开拓专业视野。湖北广播电视台融媒体中心副主任吴博军提出:“换种思维做媒体!思维的转变、观念的更新可让从业者在不同平台同样生产出各自的优质内容。”

当前,媒体融合进入纵深推进的关键时期,主流媒体需要不断适应时代需要,提升在舆论阵地的影响力、号召力。华东师范大学传播学院教授、中国传媒政策研究中心主任王志勇认为,党媒是联系人民群众的纽带,更要发挥出与民心相近的舆论监督优势。

研讨会上还发布了《2020年媒体融合传播指数报告》,媒体代表参考报告数据,分享各地融合发展案例,碰撞出思维的火花。“随着媒体融合向纵深发展的实践,传播指数报告还会不断完善,这期间媒体既是推动者、建设者,又是受益者。”人民网党委委员、监事会主席、研究院院长唐维红表示,希望通过搭建平台、整合资源,形成建设新型主流媒体的合力,共谋媒体融合美好未来。



研讨会现场。(记者 黄志刚 见习生 张梦瑶 摄)

人民网研究院发布《2020年媒体融合传播指数报告》

本报讯(记者李天然)4月27日,人民网研究院发布《2020年媒体融合传播指数报告》。

今年初,人民网研究院进一步优化媒体融合传播指数指标体系,对我国275份中央、省级、省会城市及计划单列市的主要报纸,287个中央及省级广播电视台,34家中央及省级电视台的融合传播力进行考察评估,形成2020年中国媒体融合传

播指数总报告以及报纸、广播、电视融合传播指数3个分报告。

数据显示,2020年,我国报纸、电视、广播通过建立融合传播矩阵,进一步扩大主流价值影响力版图,覆盖用户总数增长123%,自有平台和第三方平台共同发展。受疫情影响媒体发布内容减少,但转载转载篇数显著增加,入驻聚合视频客

户端粉丝量增长迅速,发力视频生产传播成效显著。中央级媒体融合传播力继续领跑,广东、北京、江苏媒体传播综合实力强,各省市媒体融合传播各有千秋。

《2020年媒体融合传播指数报告》的详细情况,可在“中国媒体融合传播指数平台”上查询。

◀◀与会专家学者在荆州日报社调研媒体融合发展情况。(记者 黄志刚 见习生 张梦瑶 摄)

专家学者观点

暨南大学新闻与传播学院院长、教授支庭荣:
推动差异化发展 建设服务型媒体



不同层级、不同类型、不同区域的媒体各自定位不同,应坚持共同但有区别的责任原则,推动差异化发展,发挥融合传播力。地方媒体要扎根本土,探索差异化发展之路,建设服务型媒体。

全媒体时代,各类媒体以“四全媒体”即全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体的概念,建立传播矩阵,提升媒体融合传播力。但是,在层级上,中央、省、市级承担使命不同,中央级媒体侧重于新闻信息宣传,地市级媒体在服务上拥有较大优势,越是基层的媒体,服务功能越强。在类型上,媒体自建平台与商业平台差异较大,既是竞争关系也是互补关系,可以发挥差异性优势。在区域上,东部地区在媒体融合上有丰富的探索经验,中西部地区媒体则立足于及时反映当地实际,积极学习先进案例。

武汉大学媒体发展研究中心副主任、武汉大学新闻与传播学院教授肖珺:
媒体自建平台与商业平台要实现共同发展



自建平台是主流媒体未来发展的一个关键点,近年来,如何处理自建平台与商业平台的关系变得尤为重要。研究发现,中央级媒体在处理二者关系的时候,找到了一个非常好的平衡点——动态合作,共同发展。

过去几年,移动端商业平台在以“坐火箭”一样的速度兴起。通过迎合年轻人的喜好,不断地推陈出新,拥有了非常庞大的用户群体,如快手、B站。因此,主流媒体自建平台要想实现快速发展,与商业平台在竞争中实现动态合作,在合作中实现共同发展,是一个好的选择。

2020年,中央级媒体曾与B站合作,进行党史和主题宣传教育的推广,从而获取了上亿的用户量,取得了非常好的效果,这是一个非常典型的案例,值得我们学习。

华东师范大学传播学院教授、中国传媒政策研究中心主任王志勇:
立足党报公信力 当好党和人民的喉舌



在定位层面,党报要立足于党报公信力,当好党和人民的喉舌,做党联系群众的纽带。无论在传播形式上有什么新面孔和新面向,公信力是党报的绝对优势所在。党报媒体要把公信力放在第一位,才能有源源不断的公信力资源和人民的信任。

在具体作为层面,党报媒体拥有区别于商业媒体和自媒体的重要特点和优势,那就是重大新闻的突发、早发优势和舆论监督优势。党报媒体要立足这两点,积极发挥优势,不断扩大媒体融合传播力、影响力和引导力。

湖北日报融媒体中心副主任张磊:
应用科技手段 提升融媒体产品传播力



湖北日报融媒体中心于2017年组建,逐步成长为拥有4500万顶流用户的融媒体“生力军”,特别是在2020年,面对突如其来的新冠肺炎疫情,湖北日报融媒体中心主动打响一场融合传播“战役”,新媒体平台粉丝增长过3000万,影响力显著提升,舆论引导效果突出。

作为党报,新闻内容选择是凸显媒体公信力的一个重要因素,在提高传播力的同时,可引入图片、视频、直播等各种形态,通过科技手段的应用,让融媒体产品更受大众青睐,更符合用户需求,从而达到更加广泛的传播。

随着移动互联网的快速发展,媒体自建平台和商业平台有着特定用户群体,受众群体重合度不高,但在融媒体建设中,我们不仅要重视自身平台建设,也要加强第三方平台建设,做到相互补充。

湖北广播电视台融媒体中心副主任吴博军:
巩固自有平台 用好商业平台



媒体参与商业平台,是为了获取流量和商业回报,因此需要根据平台的算法和规则制作内容,实现传播。

媒体自建平台拥有完善的新闻采编及审稿体系,商业平台拥有成熟的市场运营机制及平台。为了提升融合传播力,大部分媒体自建平台都入驻了第三方平台,构建起全媒体传播格局,拓展传播渠道,扩大舆论阵地,增加受众群体。商业平台也积极融入主旋律,与媒体自建平台开展合作。

所以,媒体自建平台的融合传播力指标“覆盖指数、浏览指数、互动指数”都得到了有效提升。因此,主流媒体既要巩固自有平台,也要用好商业平台,互为支撑。

长江日报融媒体中心主任张凡:
积极构建新型主流媒体



目前,长江日报传媒集团传播体系主要由长江日报、“大武汉”客户端、长江网、九派新闻,以及“发现武汉”海外账号构成。

今年3月,“大武汉”客户端正式升级上线,这也是长江日报集团打造的自主新型舆论阵地,123家政府机构“在线”值守,城市留言板全覆盖嵌入。“发现武汉”海外账号于去年6月开通,拥有国际化主创团队,向世界讲述武汉故事,不到一年,吸引50多个国家的粉丝关注,阅读覆盖量超6000万人次。

为积极构建新型主流媒体,长江日报融媒体中心正加快建设步伐,利用“5G+融媒体”,成立了智媒中心、用户中心和分发中心,打造了“长江视频”等融媒体产品。

荆州日报社社长,荆州日报传媒集团有限公司党委书记、董事长代志武:
打造新闻梦工厂 构建融合生态链



近年来,荆州日报社在媒体融合之路上行稳致远,从传统破局,从困中寻机,以构建“新闻梦工厂”为中心,走出了一条从要素融合到产业链延伸,从传统媒体向智媒体转型的新路。

2016年以来,荆州日报社“破立结合”,构建了融合发展体系:深融党报平台,打造了全媒体生态链;践行“三商理念”,实现了报业价值核心再造;打造社会融合共享的智媒矩阵,建立了能量型传媒集团。

“新闻梦工厂”的融合改革实践为荆州日报社带来了新的格局变化:行政资源掌控力增强,新媒体活跃度增强,收入结构从传统二元结构变成了多元创收格局,广告从一报独大转向以定制营销、创意营销、数字营销为主;报社对广告依赖度大幅降低,收入结构的稳定带来总收入五连增,创造了历史最好水平。

文/记者 熊丹 琳玲 张致远 整理
图/记者 黄志刚 见习生 张梦瑶

