

Innovative Research on Content Production Mechanisms for International Communication of Provincial Media in the New Media Era

Liyuan Shi

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830000, China

Abstract

With the advent of the new media era, significant transformations have occurred in the content production mechanisms of provincial media for international communication. Innovating these mechanisms has become a key focus in provincial media operations. This study explores the innovative content production mechanisms for international communication in the new media era, analyzes the current status of international communication content production, identifies existing challenges, and proposes targeted solutions. The research aims to facilitate the detection of global news updates, overcome spatial and temporal limitations in communication, establish diversified dissemination platforms, attract international attention, expand the scope of news hotspots discussions, convey positive cultural messages, and promote the comprehensive internationalization of provincial media.

Keywords

new media era; provincial media; international communication content; production mechanism; innovation

新媒体时代省级媒体国际传播内容生产机制创新研究

史丽媛

新疆广播电视台，中国·新疆 乌鲁木齐 830000

摘要

随着新媒体时代的到来，省级媒体国际传播内容生产发生重大变革，如何创新生产机制是目前省级媒体工作的重点。因此，研究新媒体时代省级媒体国际传播内容生产机制创新，了解国际传播内容生产现状，找到内容生产问题，针对这些问题制定相对应的处理措施，以便能够探测国际最新消息，打破传播空间与时间限制，构建多元化的传播平台，吸引国际注意力，增加新闻热点的探讨范围，传递正能量的文化信息，促进省级媒体国际化转型的全面发展。

关键词

新媒体时代；省级媒体；国际传播内容；生产机制；创新

1 引言

新媒体时代省级媒体国际传播内容生产机制创新，需要从国家媒体合作关系的建立、我国文化形象与品牌的树立、各媒体交流活动的创新、国际传播与直播平台的构建、新闻热点交流互动方向的引导等方面进行分析与探讨。一方面，明确国际友人的喜好，把控传播内容的形式与重点，扩大省级媒体官方的国际影响力。另一方面，增加传播内容生产的灵活性，开展国际交流活动，就最新热点开展多角度讨论，传递文化意识，实现文化输出，引领娱乐潮流，发挥省级媒体平台优势。

2 新媒体时代的概念

新媒体是一种全新的媒体方式，主要借助数字化技术和互联网技术开展媒体信息传播。^[1]这种新媒体形式比以往传统媒体形式更便捷、更高端，可以根据媒介的升级转换传播方式，突破空间和时间限制，符合时代发展需求。常见的新媒体类型包括：社交媒体、线上媒体和短视频平台，如微博、夸克、抖音等，用户数量较大，是人们关注新闻消息和放松娱乐的渠道之一。

3 新媒体时代省级媒体国际传播内容生产优势

3.1 突破空间限制

新媒体时代给予省级媒体国际传播内容生产更多可能，将实时消息瞬间传播世界。即使是一些突发的事件，也能够获得最新消息，快速编辑排版，推送至关注用户，用户只要打开消息推送，就可以第一时间获得第一手信息。这样的传

【作者简介】史丽媛（1993-），女，中国甘肃武威人，硕士，助理记者，从事新闻传播学研究。

播形式无视空间与时间限制,拓宽信息传播范围。^[2]

3.2 提高互动频率

国际各国用户可以通过新媒体平台互动与交流文化信息,表达自身对于某一事件与行为的看法,实现实时互动,提高互动频率。省级媒体借助新媒体平台整合相关信息,呈现丰富多彩的内容,提高国际友人的友好度,创新传播内容的生产形式,尊重用户的反馈与意见,调整传播话题,带领国际友人沉浸体验不同人生,增加点赞量与话题热度。

3.3 扩大传播范围

新媒体时代的到来助力媒体行业信息传播范围的扩大,将特定的信息传播至全球,甚至是一些偏远地区,也能及时获取信息资源,提高文化传播效率,提升省级媒体国际传播内容生产优势。

3.4 实现精准定位

传播内容可以定位传输到特定的群体,比如:美食节目可以推送给常常关注美食主播的用户,实现传播内容的精准定位,提升讨论度与喜爱度,有利于省级媒体国际传播重点的凸显。

3.5 加强文化交流

文化的传播与交流是媒体行业发展的核心。借助新媒体技术与平台,向国际传递我国的优秀传统文化,更多地了解其他国家的文化传承形式,助力文化交流和借鉴,树立正确的文化观念,帮助省级媒体国际传播内容生产机制创新发展。^[3]

4 目前省级媒体国际传播内容生产存在的问题

4.1 内容采集单一

如今,省级媒体国际传播内容生产期间,信息采集过于单一,缺少新闻娱乐热点事件的判断力,信息采集渠道较少,采集信息的筛选和整合速度较慢,全靠人力主导,新媒体技术应用不熟练,热点信息探测方位存在偏差,内容采集没有聚焦舆情热点,丧失传播内容的吸引力。另外,国际传播内容没有综合考虑国际用户认知,所收集到的国际信息真实性得不到保障,舆论监测落后,缺乏用户关注轨迹分析,无法依靠传播内容引爆全网,浪费省级媒体资源,影响传播范围,达不到预期的传播效果。

4.2 内容加工扁平化

省级媒体国际信息收集完成之后,需要经过后期加工提高内容传播范围。但是,目前,省级媒体国际传播内容生产加工模式单一,无法实现多维生产,内容处理较为平缓,丧失国际用户阅读兴趣,阅读量直线下降,影响省级媒体国际传播目标的实现。并且,传播内容缺乏深意。比如:展示我国孝道文化时,只添加音乐与照片,没有深入孝文化核心,展现正确的孝道观念,难以获得国际友人共鸣,让相关内容失去精髓。这样扁平化的内容加工不符合新媒体时代省级媒体国际传播内容生产要求。

4.3 内容策划较为陈旧

目前,省级媒体国际传播内容生产过程中内容策划不科学。国际各国之间文化差异较大,一些词汇和概念在传播期间需要进行适当的翻译,否则会引起不必要矛盾。比如:像是“多行不义必自毙”这种古诗词需要经过现代词汇翻译之后再行编辑,既要传递想要表达的含义,也需要消除国际用户的误解,创建友好、和平的交流环境。但是,为了抢占热点,一些省级媒体过于追求传播效率,直接传播拥有深厚文化底蕴的词汇,产生文化质疑,破坏国际关系,违背省级媒体国际传播的初衷。

4.4 内容呈现缺乏创新

传播内容过于单调,无法照顾用户的视听需求,达不到国际文化交流的最终目的。省级媒体虽然一直在进行国际传播内容的生产创新,但是,在内容呈现上仍存在欠缺,新媒体技术的应用和呈现方式的升级都达不到国际标准。长此以往,会消耗国际用户热情,造成反向文化传播情况,不利于弘扬中国文化,甚至影响国际建交。比如:省级媒体开展的某些“歌唱大赛”活动,标榜国际音乐交流,却主推我国的歌曲与歌手,只留取少量时间宣传其他国家的歌曲,前后反差较大,不利于世界音乐文化沟通。

4.5 内容投递不精准

世界各国人民众多,一些小众文化的受众较少,将小众文化过度推荐给其他文化群体,无法获得点赞与认可。这样的文化传播是失败的、不合理的,无法满足新媒体时代对于省级媒体国际传播内容生产的要求,影响省级媒体形象的树立,在一定程度上也会影响媒体行业的整体发展。并且,单向的内容投递缺少信息讨论的环境无法形成完整的互动闭环,对于我国文化在国际上的感召力有着很大的影响。省级媒体国际传播内容生产投递精准度的降低,势必会造成国际和国内用户的流失。

5 新媒体时代省级媒体国际传播内容生产机制创新途径

5.1 拓宽省级媒体内容采集渠道,建立合作关系

拓宽省级媒体内容采集渠道,与各国媒体建立合作关系,整合国际用户需求,提高国际传播效果。数字化技术的出现给传播内容生产创造更多可能性,合理利用技术手段,获取真实的国际信息,辅助省级媒体获得第一手热点资料,占据有利位置,增加国际用户的喜爱度。

近几年,新疆广播电视台在对外传播过程中,努力塑造国家的正面形象,开展《走遍中国》、《中华民族》、《搜寻天下》等中央电视台的节目翻译栏目,积极推广我国优秀的传统文化,调整国际传播规划,以国家利益和民族精神为内容传播重点。另外,为了更好的增加新疆广播电视台在国际上的话语权,与各国同盟国家建立友好合作关系,在新疆广播电视台中播放国际节目,像是《国际空间站》,通过国

际航天信息动态的传播,加强国际科技探索,实现国际科学发展合作。拓宽航天信息的收集渠道,达到新疆广播电视台国际传播效果。

5.2 实现国际传播内容多维生产加工模式,树立文化形象

加强我国非物质文化遗产的保护力度,传承我国的优秀传统文化,实现国际传播内容多维生产加工模式,树立正确的文化形象,达成国际文化友好交流。向国际展示我国的精神面貌,欢迎世界各国参观与互动,增加相关民族抗争事迹的宣传,准确表达我国的文化内涵。

新疆广播电视台于2022年7月播出习近平总书记参观新疆历史文物展的节目。在节目中,展示了《玛纳斯》非物质文化遗产的内容,体现我国民族团结进取的精神。同年十月份,《传承》广播剧开始录制,为了提高真实性,主创团队邀请柯尔克孜族的配音演员参与创作,借助广播剧平台播放《传承》的内容。并且,录制期间拍摄的花絮也通过短视频平台进行传播,吸引众多国内外用户观看,点赞量短时间内迅速破万,成为国际传播的又一力作。这样传播内容的有效加工才是国家文化传播的正确方式。

5.3 明确省级媒体内容策划目标,创新交流活动

明确省级媒体内容策划目标,感受党的领导下我国人民的生活变化,创造互动话题,开展创新交流活动,吸引国际各国用户参与讨论,达成省级媒体国家传播内容生产的预期效果,发挥新媒体时代发展优势,传递国家强大的思想内核,提高国民自信心,获得国际友人的尊重和祝福。

新疆广播电视台为了庆祝自治区成立70周年,特在抖音等短视频平台上传《辉煌70年 奋进新征程》的视频合集内容,目前已经更新至第100集,在平台斩获492.3万的播放量。在视频中从自治区的新旧变化对比到五湖四海同声祝福,共同见证自治区成立70周年,转变新疆留给人们的印象。新疆广播电视台视频的创作主要是为了体现在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,新疆中国式现代化的实践发展,向世界展示新疆的景色,传递中华民族发展的前景,彰显大国气度,建立国际友好关系。

5.4 开展联合直播等传播形式,构建国际传播平台

全新的内容传播形式可以增加信息传播的新颖度,开展联合直播等传播形式,构建国际传播平台,选择适合的直播重点内容,实现实时热点讨论,关注国际新闻内容,带领直播间的观众进行直播访谈,回答网友的疑惑与问题,增加新闻热点的传播效率,维护世界和平。

2025年11月19日晚10点,新疆广播电视台在抖音自

媒体平台,进行视听中国看海南:探访海南自贸港的直播。预热11月25日晚10点央视《潮起洋浦》的直播,主要关注海南自由贸易港的最新进展,达成新疆与海南的开放联动。新疆自由贸易试验区平台开放,外贸规模有望比2024年增多,超过2024年进出口总额4341.6亿元这一数额。这样直播形式的出现,转变以往省级媒体国际传播内容生产的方式,升级传播渠道,优化传播内容,实现对于实时热点的有效探讨,创新传播内容生产机制。

5.5 提升省级媒体内容投递的精准度,引导交流方向

提升省级媒体内容投递的精准度,记录不同群体的喜好,提高热点内容的讨论次数,引导文化交流方向,实施文化传播,扩大省级媒体的国际影响力,为我国的国际发展和国际友好交流制造机遇,展示我国人民丰富的生活方式,提升国际用户对于我国文化传播内容的喜爱度。

新疆广播电视台2023年播出《外国人眼中的新疆》、《劳动改变生活——新疆劳动状况纪实》电视专题片,两部专题片片长大概在45分钟左右,其中《外国人眼中的新疆》记录了国际友人,像是:法国、加拿大等国家的友人在新疆生活、学习和工作的内容。就是这些再平凡不过的日常,能够反映出目前新疆的真实情况,表达新疆对于国际友人的尊重与欢迎。《劳动改变生活——新疆劳动状况纪实》这部纪录片详细阐述新疆棉花产业的发展进程,向国际展示新疆棉花的质量,助力棉花产业的更好发展,让各国体会新疆的美好。

6 结语

综上所述,拓宽省级媒体内容采集渠道、实现国际传播内容多维生产加工模式、明确省级媒体内容策划目标、开展联合直播等传播形式、提升省级媒体内容投递的精准度等措施可以有效的提高新媒体时代省级媒体国际传播内容生产机制创新效率。新媒体时代的到来改变了省级媒体的传播方式,增加传播形式与传播内容的多样化,呈现丰富多彩的国际内容,提高各国用户的互动频率,拉近各国人民之间的友好关系,传承我国的优秀传统文化,展现大国风范,为省级媒体国际化发展奠定坚实的基础。

参考文献

- [1] 孙喆. 新媒体时代下的国际传播与文化交流——以双语视频《一只黑鹳的湿地之旅》和双语专栏为观察对象[J].新闻前哨, 2025, (15):64-65
- [2] 徐豪. 新媒体时代科学家精神国际传播路径初探[J].新媒体研究, 2025, 11(08):7-11.DOI:10
- [3] 徐可, 刘金侠. 新媒体时代沂蒙孝文化国际传播效能的提升策略[J].中原文学, 2025, (02):32-34