

Innovative Strategies for Content Production and Dissemination in the Era of Converged Media

Mikelayi Silamu

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830044, China

Abstract

Converged media technology has transformed the landscape of news dissemination, presenting new challenges for content creation and distribution by news editors. Grounded in the industry's characteristics of the converged media era, this study analyzes the current state and key issues in content production and dissemination, identifying innovative approaches from conceptual, formal, procedural, and technological perspectives. The research aims to help news editors adapt to industry changes, enhance creative and communication effectiveness, and promote the healthy development of the converged media news industry.

Keywords

converged media; news directing; content production; communication strategy; safeguard mechanism

融媒体时代新闻编导的内容生产与传播策略创新研究

米克拉依·斯拉木

新疆广播电视台，中国·新疆 乌鲁木齐 830044

摘要

融媒体技术改变了新闻传播的环境，给新闻编导的内容制作和传播带来了新的挑战。本文以融媒体时代的行业特点为基础，分析新闻编导在内容制作和传播方面的情况以及主要问题，从观念、形式、流程、技术方面找到内容制作的新方法。该研究能帮助新闻编导适应行业变化，提高创作和传播效果，推动融媒体新闻行业的良好发展。

关键词

融媒体；新闻编导；内容生产；传播策略；保障机制

1 引言

随着融合媒体技术的迅速更新，原来的新闻传播方式受到了很大的改变，新闻编导作为制作和传播内容的关键角色，急切需要实现转变和突破。现在行业里存在内容相似、技术作用发挥不够等问题，这些问题限制了行业向高质量方向发展。

2 融媒体时代新闻编导内容生产与传播的发展现状

2.1 融媒体时代新闻传播的行业特征

融媒体手段改变了新闻传播的行业状况，展现出明显的当下特点。媒体形式突破了过去的界限，像报纸、广播、电视这类旧媒体和短视频、直播、公众号这些新媒体紧密结合，造就了全方位的传播局面。传播的主要力量不再只限于

专业的组织，大家都进行创作成了常见的情况，一般用户通过手机等设备就能参与新闻的制作，这促使行业重新调整内容挑选的办法。传播的速度变得越来越快，突然发生的新闻需要在很短的时间内完成收集和发布，这对内容传播的效率有了极高的要求。另外，互动的特性成了重要的竞争优势，观众从被动接受信息的人变成了参与其中的主体，评论、转发、再次创作等行为形成了双向的传播循环，让传播的作用不断扩大。

2.2 融媒体时代新闻编导内容生产的现存状态

新闻编辑的内容制作思路已经经历了一定阶段的转变，产生了新的操作模式。在制作观念方面，融合的观念深入影响，编辑不再只在一种媒体的内容制作上打转，而是把全面适应各种平台作为核心来安排内容。制作方式不断有新的变化，跳出了传统文字、画面的限制，出现了短视频、能互动的H5、用数据呈现的新闻等多种形式，既考虑到信息的丰富程度，又注重传播的效果。制作流程进行了全面的重新构建，消除了部门之间的隔阂，建立起“一次收集信息、多种方式制作、所有媒体适用”的整体化模式，从选题规划到内容发布形成了高效合作的流程，能适应融媒体多渠道传播的需要。

【作者简介】米克拉依·斯拉木（1978-），女，维吾尔族，中国新疆喀什人，本科，主任记者，从事综艺类，短纪录片，新媒体融合研究。

3 融媒体时代新闻编导内容生产的创新路径

3.1 树立融媒内容生产核心理念

思想改变是融合媒体内容制作创新的基础,要打造适合行业发展的思维模式。守住内容重要的原则,把新闻的真实准确作为关键标准,在提高传播速度的同时注重内容的深度,通过深入调查、核实事实来打牢优质内容的基础,避免在追求流量的情况下出现内容表面化的情况。增强以受众为中心的想法,放弃传统的单向创作模式,根据用户的行为数据精确勾勒出受众的需求特点,结合不同群体的信息喜好、接收方式来调整内容设计,让内容供应和用户需求很好地契合。持有全面融合的观念,突破单一媒体创作的限制,在选题策划的时候就考虑到多个传播渠道的特点,保证内容能适应不同载体的展示要求,达到一次创作、多种形式转变、全场景传播的效果。

3.2 创新融媒内容生产的形式与内容

提升传播竞争能力的重点在于内容和形式两方面的革新。为适应分散的传播环境,要制作简洁的内容产品,以简洁易懂的短视频、图片文字快讯、声音摘要等形式,在较短时间内传达主要信息,同时留下进一步拓展的空间让受众自行挑选。深入发展直观的表达方法,利用数据图表、信息漫画、动画短片等形式,把抽象的信息变成具体的呈现,减轻受众的理解难度,提高内容的吸引力和传播效果。

3.3 重构融媒内容生产的流程与体系

生产效率提高的关键在于流程改善和体系调整。打造整体化的生产流程,消除传统媒体各部门间的分隔状态,形成“一次收集信息、多种形式生成、全媒体发布、不断优化”的循环模式,由负责编排的人员统一协调采访、编辑、制作、传播等环节,让各个岗位能高效配合。打造集中化的内容生产平台,整合素材库、制作工具、传播途径等重要资源,实现素材在部门间的共同使用、制作流程的规范化、传播途径的便捷操作,极大地减少生产方面的成本。健全内容质量控制体系,建立“事前规划审查、事中制作监督、事后效果总结”的全过程审查模式,明确各个环节的质量规范,既要保证新闻的真实性和专业性,又要考虑融媒体内容的传播特点,防止出现内容重复和违规的情况。

3.4 强化技术赋能内容生产创新

科技是媒体融合内容创作革新的关键后盾,要促使科技和创作紧密结合。可以采用海量数据技术助力选题规划,通过剖析用户搜索热点、互动信息、舆论发展态势,发掘隐藏的选题思路,预估内容传播效果,让创作从“凭经验推动”变为“靠数据推动”。借助智能技术提高生产效能,运用智能剪辑、语音转文字、自动生成字幕等工具,减少内容制作时间,节省人力投入,让编导能专注于内容创意和质量管控。依靠先进科技丰富创作形式,把虚拟现实、增强现实技术融入新闻报道,营造身临其境的现场报道。运用人工智能数字人参与新闻播音、访谈等环节,拓宽内容展现方式。

与此同时,编导要积极增强科技应用水平,准确把握科技适用场景,防止因过度使用科技而出现内容主次不分的情况,达成科技为提升内容价值服务的核心目的。

4 融媒体时代新闻编导的传播策略创新

4.1 构建全渠道融合的传播矩阵

媒介整合是冲破传播障碍、拓宽触及范围的关键办法。策划人员要协调传统媒介和新媒介的资源,构建起优势互补的传播组合。用心经营传统媒介阵地,借助电视、广播、报刊的可靠特质,把重点放在重要题材的报道和有深度内容的传播上,稳定核心受众群体。用心经营新媒介主要平台,依据短视频平台、社交应用程序、新闻手机软件的传播特点,调整内容匹配形式,通过零散化展示、话题化运作来吸引年轻受众。规划新兴传播途径,积极开拓直播平台、音频播客、元宇宙场景等新兴传播载体,开发潜在的传播增长空间。同时关注媒介间的协作,防止内容无差别传播,依据各个媒介的受众特征和传播规则,让同一核心内容呈现出不同的形式,打造多媒介联动、全面覆盖的传播局面。

4.2 打造双向互动的传播模式

互动方面的提升是融合媒体传播的关键特点,要打破传统单一方向传播的束缚。构建多种类型的互动环境,运用直播连线、留言区解答问题、话题收集、投票互动等方式,打通受众反馈的途径,使受众从信息的接收者变成传播的参与者。支持受众进行原创内容的制作,开展有主题的用户生成内容收集活动,挑选高质量的内容进行再次加工和传播,利用受众的社交圈子实现扩散式传播,同时提升受众的归属感。建立互动反馈的闭合机制,安排专门人员整理受众的评论、意见和需求,把合理的建议纳入后续的内容规划和传播优化当中,形成“创作-传播-反馈-优化”的良好循环,通过有针对性的互动提高受众的忠诚度和对内容的认可程度。

4.3 实施精准化的传播运营

精细化运算是提高传播效果、避免资源浪费的重要办法。借助大量数据技术建立用户形象,汇集受众的年龄、所在地方、兴趣爱好、行动习惯等信息,准确找到主要受众和有潜力的受众群体。进行有针对性的内容推送,依据不同受众群体的需求差别,在相应的平台推送合适的内容,达到“不同人看到不同内容”的精准触及。掌握有区别的传播时机,结合各个平台用户活跃的时间段、热点事件发展的周期,合理安排内容发布的时间,最大程度地提高内容的曝光度和传播作用。对于特定领域的受众,深入研究细分场景的需求,制作专业的内容产品,通过准确匹配实现传播价值的有效转化,防止广泛传播造成的效果减弱。

4.4 强化跨媒介的传播联动与合作

区域间一起行动可以把好的资源聚集起来,让传播效果变得更好。促进媒体内部一起合作,消除采访编辑、制作、

发布等部门之间的障碍,建立跨部门一起工作的机制,让资源大家都能用、各自的好处互相补充,提高传播方面的计划和执行速度。进行不同媒体平台的合作,和不同类型、不同方向的媒体组织一起,针对重要的主题、热门的事情开展共同的报道,通过资源相互流通、渠道相互推广来扩大传播的影响范围。尝试和不同领域的品牌合作,和政务部门、企业、社会团队等主体一起行动,发现多种场景下的传播需要,制作跨领域的内容产品,拓宽传播的场景和受众的范围,同时利用合作方的品牌影响力来提高内容的可信度和传播力度。

5 案例分析——以《五星耀中华》节目为例

5.1 平台概况与融媒发展布局

《五星耀中华》是由新疆广播电视台带头,和自治区党委宣传部、教育厅一起制作的大型演播室文化竞答类季播节目,主要定位是以文化竞答作为形式,强化中华民族共同体意识、传播中华优秀传统文化。节目采用“传统卫视+全媒阵容”的融合媒体布局方式,新疆卫视作为首次播出的主要平台来稳固权威的传播效果,同时在丝路视听、央视频、爱奇艺等平台上,以此覆盖全网的观众群体。形成“大屏幕引导、小屏幕传播、跨平台互动”的全方位传播模式,成为文化类节目在融合媒体转型方面有代表性的例子。

5.2 平台新闻编导的内容生产创新实践

节目制作团队把文化助力作为关键,促进内容创作多方面革新。在观念方面,紧扣“通过娱乐达到教育目的、实现文化情感共鸣”的准则,深入挖掘中华优秀传统文化元素和新疆各民族交流融合的事例,把国家通用语言文字的传播和文化遗产紧密结合起来。在形式方面,创造“游戏加上科技再加上文艺”的题目设置方式,安排汉字华容道、场景模拟还原等多种环节,再配上在线出题、创作表演升级等新形式,同时考虑到趣味性和专业性。邀请文化领域的专家担任点评嘉宾,增强内容解读的准确性。在流程方面,构建“多方面共同合作、精心细致打造”的体系,编导负责选题策划、比赛规则设计和内容雕琢,联合线下20个比赛区域选拔参赛选手,达成内容品质和传播适应性的协调。

5.3 平台新闻编导的传播策略创新实践

编导小组搭建起不同平台相互协作的传播架构,以增强文化传播的效果。在传播渠道方面实行有差别的内容投放

方式,电视台这边展示完整的竞答过程以及深入的分析讲解,新媒体平台则把精彩的短视频片段和知识点集合进行拆分,以适应人们碎片化的观看场景。在互动方面创造了跨屏幕参与的模式,推出了可以同步答题的小程序,让观众能够和选手进行实时的比赛,激发观众的参与积极性。在运营方面把重点放在话题的引发上,结合节目内容打造了众多的热搜话题,与主流媒体和社交平台合作进行传播,同时依靠多民族团队的优势,考虑不同受众群体的接受习惯,从而实现文化传播的准确到达。

5.4 平台创新实践的成效与经验总结

节目在创新方面的实际效果十分显著,第二季在本地的收视情况相比上一季有了大幅提升,提升幅度达到65.9%,在整个网络上的传播数量超过了30亿次,营造出了较大的文化方面的影响。其主要的成功做法可以归纳成四个方面,一是紧紧抓住文化的核心部分,以民族之间相互融合的题材作为内容的基础。二是对表达形式进行革新,采用年轻人喜欢的、富有趣味性的方式来让文化传播更容易被接受。三是加强不同平台之间的联合互动,打造全方位的媒体传播体系来扩大影响范围。四是对多方面的资源进行整合,借助政府、企业和媒体共同协作的模式来保证内容的品质以及传播的范围,达成文化价值和传播效果的双重良好局面。

6 结语

媒体融合的转变改变了新闻传播的大环境,也给新闻编辑在内容制作和传播方面带来了全新的难题和机会。本文从当下的发展情形入手,分析目前存在的问题,打造了内容制作、传播方法创新的途径。新闻编辑只有守住内容的根本,具备融合媒体的想法,深入开展技术支持和机制创新,才能适应行业的变化。以后需要不断关注技术的更新和受众需求的改变,优化创新的实际操作,为媒体融合新闻行业的高质量发展提供持续的动力,体现新闻传播的关键价值。

参考文献

- [1] 刘露.融媒体时代广电节目制作研究[J].新闻研究导刊, 2022, 13(19):164-166.
- [2] 郑晓蓓.新媒体时代电视新闻节目编导创新策略分析[J].电影研究, 2023(3):44-46.
- [3] 汤俊.融媒体时代广播电视编导的创新与改进研究[J].视界观, 2020, 000(024):P.1-1.