

融媒体时代区级新闻宣传探讨

苏文芳

惠民县融媒体中心 山东 滨州 251700

摘要:在融媒体时代的浪潮下,信息传播方式日新月异,区级新闻宣传工作被赋予了全新的使命与挑战。本文聚焦于融媒体时代区级新闻宣传,深入剖析其特点、问题及应对策略。区级新闻宣传在融媒体时代呈现传播渠道多元、内容形式多样、互动性强和传播速度快等特点,但也面临媒体融合不足、内容质量欠佳、人才匮乏、资金短缺等问题。针对这些,提出推进媒体深度融合、提升内容质量、拓展资金来源以及加强受众互动联系等策略,旨在提升区级新闻宣传效能,更好地服务区域发展与民众,推动区级新闻宣传在融媒体浪潮中稳健前行,实现创新发展与价值提升。

关键词:融媒体;时代区级;新闻宣传;探讨

引言:在信息技术飞速发展的当下,融媒体时代已全面来临,深刻改变了新闻传播格局。区级新闻宣传作为基层舆论引导的关键一环,既迎来了前所未有的机遇,也遭遇诸多挑战。其传播渠道不断拓展,内容形式日益丰富,互动性与传播速度显著提升,但在融合进程、内容打造、人才储备和资金保障等方面存在明显短板。深入探讨区级新闻宣传在融媒体时代的发展路径,对于增强其传播力、引导力、影响力和公信力,满足区域民众信息需求,促进区域和谐稳定发展具有重要的现实意义。

1 融媒体时代区级新闻宣传的特点

1.1 传播渠道多元化

融媒体时代下,区级新闻宣传突破了传统的报纸、广播、电视等单一模式,广泛拓展至网络新媒体平台。除了官方网站,微信公众号、微博账号成为信息发布的常用渠道,方便民众随时获取本地资讯。抖音、快手等短视频平台更是以直观、便捷的优势,吸引大量受众。此外,一些区级媒体还通过手机客户端整合各类新闻资源,实现了文字、图片、音频、视频的全方位推送,让新闻能够触达不同年龄段、不同地域、不同兴趣爱好的受众群体,极大地拓宽了新闻传播的覆盖面,使区级新闻宣传无处不在。

1.2 内容形式多样化

区级新闻不再局限于单调的文字叙述和常规的新闻图片,而是融合了多种创意形式。短视频新闻以其简短精炼、生动形象的特点,迅速抓住受众眼球,将区内的民生百态、政策动态等内容直观呈现。H5 页面则通过互动式设计,增加新闻的趣味性和参与感,如展示区域文化活动时,可融入音乐、动画等元素,让受众沉浸式体

验。同时,数据新闻、漫画新闻等形式也逐渐兴起,以新颖方式解读复杂信息,比如用图表展示区内经济发展数据,用漫画讲述文明创建故事,满足了不同受众的审美与阅读习惯,使新闻内容更具吸引力和可读性^[1]。

1.3 互动性增强

新媒体平台赋予了区级新闻宣传强大的互动功能。受众在阅读新闻后,能通过评论区发表自己的看法、分享自身经历,对本地事务进行讨论交流,形成舆论场。区媒体还会发起投票、话题讨论等活动,引导公众参与社会事务决策,如关于区内新公园建设方案的投票,提升了民众的参与感与主人翁意识。而且,受众也可成为新闻线索的提供者,通过爆料平台、社交媒体私信等方式向媒体反馈身边事,改变了以往新闻传播的单向性,构建起媒体与受众双向互动、共同参与的传播生态,让区级新闻宣传更加贴近民众生活实际。

1.4 传播速度快

在融媒体环境中,区级新闻的采集、编辑和发布流程大幅提速。一旦区内发生突发事件或重要活动,记者可通过手机、摄像机等设备迅速记录现场情况,并借助4G、5G网络即时回传素材。编辑团队利用新媒体平台快速编辑发布,做到新闻事件的第一时间发声,将信息瞬间传递给区内受众,满足民众对信息及时性的需求。例如,区内举办的紧急救援演练,新闻团队可在演练过程中实时拍摄照片、录制视频片段,快速整理编辑后在微博、微信公众号上发布图文直播和短视频报道,使受众能够同步了解演练动态,极大地提升了新闻的时效性,确保区级新闻始终站在信息传播的前沿阵地。

2 融媒体时代区级新闻宣传面临的问题

2.1 媒体融合程度有待提高

区级媒体虽已涉足新媒体领域，但融合程度较浅。传统媒体与新媒体在运营上相对独立，缺乏统一规划与协同作业机制。内容生产未充分考虑不同平台特性，常简单复制粘贴，导致传播效果不佳。技术应用也存在短板，未能构建起高效的融媒体采编发一体化系统，无法实现资源的深度整合与共享，难以形成传播合力，削弱了区级新闻宣传在融媒体环境下的影响力与竞争力，难以满足受众对便捷、全面获取本地新闻的需求。

2.2 内容质量参差不齐

部分区级新闻内容空泛，存在形式大于内容的问题。时政新闻偏于会议和领导活动报道，缺乏深度解读和民生关联；民生新闻则多为琐碎日常，未挖掘事件本质和社会价值。为博眼球，一些新闻标题夸张、内容失实，损害了媒体公信力。内容同质化严重，缺乏地域特色和创新性视角，难以在海量信息中吸引受众，无法精准传递区委区政府声音和反映群众诉求，降低了新闻宣传的实效性和引导力。

2.3 人才队伍建设滞后

区级媒体人才结构不合理，熟悉新媒体技术、运营和数据分析的专业人才稀缺。传统采编人员转型困难，新媒体技能掌握不足，难以适应融媒体工作要求。且人才培养体系不完善，内部培训缺乏系统性和专业性，外部进修机会少，导致人员知识更新缓慢。此外，受地域和待遇限制，对优秀人才吸引力低，人才流失现象时有发生，使团队整体素质难以提升，无法为高质量的新闻宣传提供有力人才保障，制约了区级媒体的发展创新。

2.4 资金投入不足

区级媒体资金来源有限，主要依靠财政拨款，难以满足融媒体发展需求。技术设备更新换代慢，缺乏先进的采编播设备、新媒体平台建设所需的软件硬件，影响新闻制作效率和质量。在人才引进与培养方面，资金短缺导致无法提供有竞争力的薪酬待遇和培训资源，难以吸引和留住优秀人才。因资金限制，难以开展大型新闻策划、线下推广活动等，阻碍了媒体品牌建设和影响力提升，限制了区级新闻宣传在融媒体时代的发展潜力^[2]。

3 融媒体时代区级新闻宣传的相关策略

3.1 推进媒体深度融合

3.1.1 建立融合传播矩阵

区级媒体应整合旗下报纸、电视台、广播电台以及各类新媒体平台，构建一体化的融合传播矩阵。以统一的品牌形象对外发声，实现资源共享、优势互补。通过搭建中央厨房式的内容生产分发机制，对新闻素材进行集中采集与分类加工，再依据不同平台的特点和受众需

求，精准推送多样化的新闻产品，如为网站提供深度报道、为短视频平台制作精简内容、为社交媒体定制互动话题等，确保新闻信息能够全方位、立体式地覆盖区域内各类受众群体，提升区级新闻的传播广度与深度，增强其在融媒体时代的舆论引导力。

3.1.2 优化内容生产流程

打破传统媒体与新媒体之间的内容生产壁垒，建立跨部门的协同工作机制。从选题策划阶段便邀请各平台编辑记者共同参与，依据不同平台受众喜好和传播规律确定报道方向与重点。在采访环节，统一调配资源，获取多类型素材，如文字、图片、音频、视频等。编辑制作过程中，根据不同平台的发布要求进行差异化加工，为新媒体平台打造更多可视化、互动性强的内容，为传统媒体提供深度分析、专题报道等内容。

3.1.3 加强技术平台建设

加大对融媒体技术平台的投入，引入先进的内容管理系统（CMS）、客户关系管理系统（CRM）以及大数据分析平台等。利用 CMS 实现对各类新闻素材的高效管理与分发，确保内容在不同平台的一致性和准确性；借助 CRM 更好地了解受众需求与反馈，提升服务质量；通过大数据分析平台深度挖掘用户行为数据，包括浏览习惯、兴趣偏好、地域分布等，为新闻选题策划、内容推送提供精准依据，实现个性化推荐，提高用户粘性。

3.2 提升内容质量

3.2.1 强化新闻策划

区级新闻宣传要围绕区域发展重点、民生热点和社会痛点强化策划。结合区委区政府中心工作，制定长期和短期报道计划，如针对区域经济转型策划系列深度报道，展现政策实施效果与企业发展成果；对民生工程进行跟踪报道，挖掘建设前后的故事。抓住社会热点事件，提前布局，从多角度策划报道方案，整合资源进行专题报道，提升新闻的深度和广度，避免碎片化、表面化的信息传播，增强新闻的引导力和影响力，使受众全面深入了解区域内的大事小情，让新闻更具价值和吸引力。

3.2.2 加强内容创新

突破传统新闻模式，在内容呈现上大胆创新。语言表达上更加贴近群众、通俗易懂，避免官腔官调；形式上融合短视频、漫画、动画等多种元素，如用动漫解读政策法规，以短视频记录百姓生活新变化；视角选取上注重微观与宏观结合，从小人物故事反映时代大背景，从社区小事展现社会发展脉络。利用新媒体互动性，开展线上线下互动活动，如新闻话题投票、线下体验活动等，让受众参与新闻创作，丰富新闻内涵，使区级新闻

更具活力和魅力,满足受众日益多样化的信息需求。

3.2.3 培养专业人才队伍

通过多种途径打造一支高素质的专业人才队伍。内部定期组织业务培训,邀请资深媒体人、新媒体专家授课,提升记者编辑的采编技能、新媒体运营能力和数据分析能力;选派优秀员工到上级媒体或先进地区媒体挂职学习,拓宽视野,掌握前沿理念和技术;与高校合作建立实习基地,吸引优秀毕业生加入,为团队注入新鲜血液;建立人才激励机制,对表现突出的员工给予奖励,鼓励创新和业务钻研,营造良好的人才发展环境,为提升区级新闻宣传内容质量提供坚实的人才保障,推动区级新闻事业持续发展。

3.3 拓展资金来源渠道

3.3.1 争取财政支持

区级媒体应积极向区委区政府阐述融媒体建设对于地方舆论引导、文化传播和社会发展的重要性,详细汇报融媒体发展规划及资金需求。通过展示成功的融媒体案例及本地媒体已取得的阶段性成果,争取更多的财政专项拨款,用于设备更新、技术升级、人才引进与培养等方面。同时,合理规划财政资金的使用,制定详细的预算方案和绩效评估机制,确保资金高效利用,为区级新闻宣传的持续发展提供稳定可靠的资金保障,助力媒体在融媒体时代更好地履行职责,服务地方发展。

3.3.2 探索多元化经营模式

区级媒体可借助自身的品牌优势和资源整合能力,探索多元化经营路径。一方面,拓展广告业务新领域,挖掘本地中小企业的广告需求,开发精准化、个性化的广告产品,如结合本地活动策划植入式广告。另一方面,开展线下活动策划与执行,如举办区域文化节、商业展会等,通过门票收入、赞助商合作等获取收益。此外,尝试电商直播带货,推广本地特色农产品、手工艺品等,利用媒体平台的流量优势实现销售分成,通过这些多元化经营模式增加收入来源,反哺新闻宣传业务,实现媒体的可持续发展。

3.4 加强与受众的互动与联系

3.4.1 搭建互动平台

区级媒体应利用新媒体技术搭建多样化互动平台,如在官方网站设立论坛、在微信公众号开通留言区与投票功能、在新闻客户端设置爆料板块等。鼓励受众参与新闻话题讨论,对区内事务发表看法,提供新闻线索,媒体及时回复与跟进,增强受众的参与感和关注度。通

过定期举办线上问答、抽奖等活动,提升用户粘性与活跃度,营造良好的社区氛围,让受众从被动接收者转变为主动参与者,使新闻传播过程更加双向、平等,从而更好地把握受众需求,优化新闻内容与传播策略。

3.4.2 开展线下活动

结合线上宣传,积极组织各类线下活动,如社区新闻讲座,邀请资深记者为居民讲解新闻采写知识,分享区内热点事件背后故事,提升媒体亲和力;举办读者见面会、粉丝节等,加强与受众的面对面交流,收集意见建议,增进情感联系;开展公益活动,如环保行动、爱心义卖等,联合受众共同参与,塑造媒体良好形象,展现责任担当,吸引更多群众关注区级媒体,进一步扩大媒体影响力,同时也为线上内容创作提供丰富素材,促进线上线下融合发展。

3.4.3 建立用户反馈机制

在各平台显著位置设置反馈入口,方便受众随时提交对新闻内容、传播形式、平台使用体验等方面的意见与建议。安排专人负责收集、整理反馈信息,进行分类分析,定期形成报告提交给采编与技术部门。根据反馈及时调整新闻选题方向、改进内容质量、优化平台功能,对提出优质建议的受众给予奖励,激励更多人参与反馈,形成良性循环,确保区级媒体能够紧密贴合受众需求,不断提升服务质量和传播效果,在融媒体竞争中赢得受众口碑和市场份额^[3]。

结束语

融媒体时代,区级新闻宣传工作正站在新的历史起点。往昔,我们历经传统与新兴媒体碰撞融合,摸索前行,收获经验。如今,面对信息洪流,区级新闻宣传应坚守初心,进一步强化内容质量,以贴近民生、反映民情为宗旨,精心烹制百姓喜闻乐见的新闻佳肴。同时,不断拓展传播渠道,巧用各类融媒体平台,提升传播力与影响力。持续深化与受众的互动交流,精准把握民众需求,为区域发展鼓与呼,在时代浪潮中勇立潮头,开创区级新闻宣传的崭新未来。

参考文献

- [1]杭鑫.融媒体时代电力企业新闻宣传路径探析[J].河南电力,2022,(05):70-71.
- [2]郭纪雄.融媒体时代电力企业新闻宣传路径探究[J].科技传播,2023,(15):173-174.
- [3]陆涛.新时代加强新闻宣传工作的思考[J].新闻文化建设,2022(4):39-40.