

Exploring innovative ways of news publicity in Changqing Oilfield under the environment of converged media

Qianwei Li

Changqing Oilfield Branch News Center, Xi'an, Shaanxi, 716000, China

Abstract

The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China emphasizes strengthening the all-media communication system to shape a new landscape of mainstream public opinion. As China's largest oil and gas field, Changqing Oilfield must strategically adapt to evolving trends, actively respond to situational changes, and align with prevailing conditions. It should deepen media convergence development, establish a comprehensive integrated media communication framework, and enhance the role of state-owned enterprises' ideological and cultural work in upholding the banner, uniting public sentiment, nurturing new talents, revitalizing culture, and projecting corporate image. This will consolidate the ideological foundation for cadres and employees, driving high-quality development of the oilfield through premium news publicity [1].

Keywords

news publicity; media convergence; system construction

融媒体环境下长庆油田新闻宣传工作创新路径探究

栗倩玮

长庆油田分公司新闻中心, 中国·陕西 西安 716000

摘要

党的二十大报告指出, 加强全媒体传播体系建设, 塑造主流舆论新格局。长庆油田是国内第一大油气田, 必须因势而谋、应势而动、顺势而为, 不断深化媒体融合发展, 构建融媒体大宣传格局, 强化国有企业宣传思想文化工作举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的作用, 筑牢党员干部员工共同的思想根基, 以高质量的新闻宣传推动油田高质量发展^[1]。

关键词

新闻宣传; 融媒体; 体系建设

1 当前国家主流媒体媒体融合发展局势

1.1 围绕内容建设提质增效

内容建设是全媒体传播体系建设的根本。将央媒、省媒、市媒、县媒数据进行交叉分析后发现, 央级媒体近一年的机制变革主要体现在组织架构一体化上, 继平台融通、内容建设之后, 继续“刀尖向内”打破新旧媒体机构壁垒。而县级媒体体现了其从创新“前台”技术应用与产品融合到调整“后台”融合机制的深入发展, 形成“一体策划、一次采集、多种生成、多元传播、全天滚动、全媒覆盖”的调度机制^[2]。

1.2 以人为本挺进主战场

把握移动传播规律, 实践移动优先策略是主流媒体融合重点。融合上半场, 主流媒体的移动优先主要体现在生产满足用户在移动场景消费的新闻信息产品, 把内容作为打开互联网主阵地的排头兵。当下, 融合深水期和攻坚期, 移动

优先策略深入主流媒体队伍内部, 围绕激活人才这一主力军建设进行机制突破, 驱动媒体人的持续学习和学习能力。

1.3 中央厨房模式优化升级

“一次采集, 多元分发”的中央厨房在融合初期是各级媒体建设的重点。随着内容生产的深度融合, 中央厨房适合媒体重大策划却不适于部门常规报道的短板显现, 生产内容过于同质是最大问题。中央厨房不是“一锅烩”“一刀切”, 在常规新闻生产中, 中央厨房更适合应用于内容生产之后的传播推广环节, 通过优选同一报道选题下网感更强的产品进行新媒体端推荐分发^[3]。打破中央厨房的物理空间束缚, 以互联网思维优化中央厨房的内容、人员、绩效等资源配置和分工, 提升记者的采编自主性, 变物理空间为扁平灵活的调度机制。

1.4 多路并进构建生态级平台

1. “新闻+政务”。“新闻+政务”的主流媒体平台业务不断完善, 地方媒体接入或与政府共建政务垂直内容, 成为主流媒体参与社会治理的主要表现形式。在对主流媒体

【作者简介】栗倩玮(1994-), 女, 中国甘肃庆阳人, 硕士, 记者, 从事新闻与传播研究。

移动客户端功能设计的调查中,提供政务服务是继舆论引导监督、提供新闻信息之外的第三大功能。而在具体的政务功能垂直版块建设中,政务公开(如发布最新政策)、政府专栏(如对接政府官网)、政府信箱(如提出行政管理建议)成为政务版块建设的三大核心,此外问政投诉、接诉即办等注重用户交互、解决实际问题的政务功能也是媒体政务建设的重点,成为平台增粉固粉的重要途径。

2.“新闻+公共服务”。公共服务主要聚焦在就业、医疗、教育^[4]。在疫情之中催生的人们对医疗健康的急剧关注、线上教育的迅速发展等,也成为主流媒体公共服务功能布局的重点,体现了主流媒体与国家社会同频共振的责任担当。可在媒体平台上汇聚疫苗预约、社保查询、医保电子凭证、户政办理等高频刚需服务,同时根据不同时期用户的需求度调整服务功能的排列位置,贴近用户需求,提升平台实用性、服务性。

2 长庆油田媒体融合的优势与不足

2.1 已经积累的优势

1.长庆有丰富的内容资讯。随着长庆油田“建设世界一流大油气田”大幕的拉开,在未来很长一段时期内,长庆油田新闻宣传事业仍将处于发展的上升期。在37万平方公里的鄂尔多斯盆地上,编采人员有很多好新闻可以写、很多好素材可以拍、更多好故事可以讲。其次,石油、天然气影响受众日常生活,相关话题天然带有很强关注度。

2.长庆有大量的传播主体。长庆拥有20余万职工及家属,随着自媒体的迅速发展,通过微信朋友圈、抖音、微博等平台,每个主体都可以成为油田的一个“记者”,随时释放油田讯息与正能量。另外,油田各单位、各部门均配备宣传部门与宣传岗位,有着大量专职从事宣传的干部员工,自上而下形成一套严密的宣传系统,有条件能够以上率下、上下联动,同心共筑大宣传工作格局。

3.长庆有多元的传播平台。目前,紧跟媒体发展趋势,长庆油田官方媒体已建立起涵盖报、网、台、馆和“三微一端”的22个媒体平台,整合各方媒体渠道传播优势,打破了以往企业宣传使用的传播媒介的局限,形成了立体化、分众化的传播矩阵,不断满足多元化、个性化的宣传需求,充分发挥其矩阵优势与渠道优势,为油田高质量发展提供了贴近性多样化的宣传服务和强有力的舆论支撑。

2.2 目前存在的不足

1.人员综合素质和专业水平需要进一步提升。与媒体融合对采编人员的要求相比,队伍综合素质和专业水平存在差距,同时掌握策采写摄录编等多种技能的融媒体采编人员不能满足需要;掌握美术编辑、新媒体运营、网页编程、专业摄影、电视编导等专业技能的媒体人员高度欠缺或专业技能水平较低。

2.传统媒体深度性需要进一步发挥。内容创新上,对

于社会重大热点事件关注不够,对油田重大热点报道内容创新不足;传播方式上,受众群体和传播覆盖面限制,难以满足不同受众需求,且传播平台和信息渠道覆盖面需进一步扩大;读者互动上,不能根据受众反馈,对传播内容实时作出实时优化和调整,尤其是传统媒体和受众互动基本缺失,新媒体平台和受众互动交流也有提升空间。

3 目前探索出的路径与方法

近年来,中心加快推进媒体深度融合发展,编采部门在内容、技术、渠道、对外传播等方面持续发力,激励编辑记者“练就十八般武艺”,打造立体式全媒体传播格局,中心媒体融合取得了一系列标志性成果,发生了许多令人鼓舞的变化。

(一)一次采集向多元生成。使用“中央厨房”工作机制,依托长庆融媒体工作平台,打通全中心采编资源,初步实现了记者一次采集,编辑多次生成,渠道多元传播。在具体实践中,采访端统筹采集文字、图片、视频等多种素材,编辑段根据平台特点差异化制作内容,完成文字深度报道、新媒体推文、电视新闻等多种形式的融媒报道^[5]。

(二)多元场景拓传播渠道。展览馆通过长庆新闻联播一周要闻主要内容,在喜马拉雅平台进行《一周要闻回顾》音频新闻制作,丰富传播途径。同时,充分发挥讲解员播音特长,在记者、通讯员采写的作品中,挑选适宜稿件进行语音播报,实现了文字新闻向音频新闻的转化,进一步创新传播场景。

(三)附二维码让版面更宽。传统媒体将图文、视频推送的重点内容链接生成二维码,附在报纸相关版面、网页醒目位置中,让报纸版面“宽”起来,内容“全”起来;同时,在一版推出《视听“看”点》栏目,选择刊登新媒体热点视频链接二维码,对精彩视频报道进行二次推送,形成跨部门、跨平台互动互融新格局。

(四)附超链接助穿梭时空。编辑部门对记者、通讯员采写的新闻作品进行组合式编辑,通过“超链接”的方式,使得新闻报道能够与过去的报道、资料相通连,并能够延展到未来(现在的报道也有可能被未来的某个新闻报道链接)。从这个意义上讲,超链接使得新闻报道得以在时空中穿梭,新闻有可能不再是易碎品,而成为有据可查的历史存在,提升了新闻的价值,延续了新闻的生命。

(五)数字报实现掌上读报。《长庆石油报》在扩大受众群体、服务干部员工需要、拓展传播渠道方面持续发力,不断推动纸媒产品融媒体化。2023年,在长庆官方微信平台开通数字报阅读通道,进一步扩大报纸读者阅读群体。同时,依托第三方公司升级数字报,优化数字报界面、增加读报功能等,为干部员工带来更舒适的信息获取体验。

4 下一步可以尝试的做法

我们应积极主动利用互联网全领域传播的特点,为党

的宣传事业抢占新阵地，为讲好长庆故事做出新贡献，总体思路是：往外融、向上融，传播长庆好声音；往下融、向宽融，实现官媒信息全覆盖；往里融、向深融，扩大官媒影响力。

内容生产凸显核心价值。融合发展还是需要回归到传播的核心价值逻辑——“内容为王”和“体验为先”。做出好的内容永远是新闻人职责所系，而好的内容也决定了媒体影响力。油田新闻宣传工作要想实现最有效的传播价值，不仅要有高质量内容的保证，还需要有适合新媒体平台的全新融媒体产品。

1. 加快采编分发机制升级：探索实施记者提供“食材”（原始或粗编素材）、编辑烹制“大餐”（根据各平台特点编辑制作）的新型组织模式，提高稿件的时效性，调动编辑的能动性，打破同质化的内容生产局面。2. 内容上通俗易懂接地气：放下身段，用轻盈的观察视角、生动多元的话语方式，利用好各种场景化、生活化、人文化元素，从基层角度、从微观角度尽量“把大的说小”，做干部员工爱读、爱看、爱听的新闻报道，使新闻作品入耳入心，更接地气。3. 形式上活泼新潮有“网感”：把“可视化”内容生产与传播作为一项重点工程来抓，推动新闻表达从单一的文字、图片向多元素、多形式综合呈现转变，增加一图读懂、手绘海报、短视频等使用频率，在可视化什么样的内容上，以“新鲜且有意思、有价值”作为衡量标尺，让内容创作富含时代感和鲜活性，紧紧抓住干部员工的新闻需求热点。

新锐评论高扬官媒旗帜。评论融合发展的过程，是提升内容品质、拓宽传播阵地、增强价值输出的过程，也是以主流内容、主流议题、主流价值凝聚起主流媒体“主流优势”的过程。在媒体融合发展的大潮中，我们应以评论融合发展擦亮官媒评论品牌、放大官媒评论声音，在全媒体舆论场中助力构筑有思想高度的“主流叙述”。

1. 增加短评锐评：以用户为导向，减少社论等长篇幅评

论数量，增加短评、锐评、暖评的报道频率，提升评论文章的可读性和吸引力，实现有效传播。2. 细分评论栏目：在评论选题上尽量多元，以社论、评论员文章、长庆锐评、暖闻热评、现场时评等多样、严谨的栏目划分，力求高点站位、视角独特、观点新颖，打破传统新闻评论的观念束缚。

3. 扩大评论员库：全面总结油田公司三院专家库运行一年的经验，面向公司机关“笔杆子”征集优秀评论，形成观点新锐、视角多元的评论风格，以公信力与专业性将舆论引导落到实处。4. 评论平台扩大：遇重要事件撰写的重要评论，可向视频平台转移，由作者播报该篇评论，并可对自己的写作背景与思路进行介绍；向新媒体平台扩大，在长庆官微开设【官微视点】栏目，定期推送重磅评论。

打造长庆油田客户端。客户端可以实现资讯聚合与全息发布，目前是主流媒体推进媒体融合的重要发力点和落地。将长庆油田 APP 这一自主可控的传播平台，作为新媒体矩阵建设的中心，积极探索基于互联网，以员工为中心、以服务为核心的新型媒体平台。

1. 提出发展战略：由中心党委提出打造“立体传播大端”战略，将其打造为产业龙头、拳头产品，支撑长庆油田客户端的建设与发展。2. 积极“自主造船”：完善内容引入、媒体入驻、内容分发、审核把关机制，探索全媒体内容的联动创作，跨媒体资源的共享利用以及用户参与的开放式创作模式，广泛集纳优质内容。3. 强化服务功能：集中呈现“新闻+政务、服务”功能，提供健身预约、食堂卡充值、停车费缴纳、预约体检等服务入口，细分频道，提供快速、全面、精品资讯服务，营造良好的信息传播与服务生态空间。4. 全息发布：探索内容全息发布的路径，形成传统文字新闻、突变新闻、数据新闻、视频新闻、音频新闻等多种新闻呈现方式，便于干部员工根据自身的需求、兴趣、习惯，选择不同途径获取新闻信息。

参考文献

- [1] 戴金锋,贺承平.论新闻宣传的重要性与功能挖掘和效能发挥[J].现代企业,2024,(11):133-135.
- [2] 侯长发.县级融媒体中心新闻宣传的创新意识及融合能力提升[J].卫星电视与宽带多媒体,2024,21(18):46-48.
- [3] 李尚辉.新时期党风廉政新闻宣传工作转型探究[J].中国报业,2024,(13):242-243.DOI:10.13854/j.cnki.cni.2024.13.009.
- [4] 李虎.新媒体时代如何加强党的新闻宣传和舆情引导能力[N].山西科技报,2024-04-08(B07).DOI:10.28712/n.cnki.nshxk.2024.000789.
- [5] 魏军侠.基层媒体新闻宣传报道工作创新探析[J].中国地市报人,2024,(03):92-93.DOI:10.16763/j.cnki.1007-4643.2024.03.043.