中国新闻奖参评作品推荐表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 作品标题 | 地市级党报视频化发展的探索及思考 | 参评项目 | 新闻论文 |
| 体裁 | 新闻论文 |
| 语种 | 中文 |
| 作 者（主创人员） | 胡丽霞 | 编辑 | 张垒 |
| 刊播单位 | 《中国记者》 | 刊播日期 | 2019年4月1日 |
| 刊播版面(名称和版次) |  案例与方法105-107页 | 作品字数（时长） | 3929字 |
|  ︵采作编品过简程介 ︶ | 随着移动互联网和移动终端的发展，传播新技术给纸质媒体带来巨大挑战，同时也带来了新的发展机遇。作为欠发达地区的党报，天水日报社立足自身优势，积极应对这场变革，在融媒体发展中，从视频化宣传方面进行了有益的探索和尝试，取得了不俗的发展成绩，也为欠发达地区地市党报如何适应新媒体环境，寻求新的发展空间提供了诸多借鉴和启示。正是鉴于此，作者以天水日报社视频化发展的经验和所取得的成绩、存在的问题出发，探讨了地市党报视频化发展的可能性和未来方向。 |
| 社会效果 | 该论文在《中国记者》刊发后，曾被多家媒体作为融媒体创新发展学习借鉴的样板，并于2019年5月参与了中国报业第三届融合创新大会，在会上受到了来自全国各地媒体人的好评，获得了中国报业第三届融合创新大会优秀论文奖项。 |
|  ︵初推评荐评理语由 ︶ | 该论文紧密结合现在媒体发展形势，以天水日报社视频化发展的实例为基础，详细分析和研判了地市党报视频化发展的可能性和前瞻性，具有很强的指导性和借鉴价值。论文论点精准，论据充分，论辩清晰，是一篇质量较好的新闻学术论文。签名：（盖单位公章） 2020年 月 日 |
| 联系人 |  | 联系方式 |  |

地市级党报视频化发展的探索及思考

**内容提要** 随着移动互联网和移动终端的发展，传播新技术给纸质媒体带来巨大挑战，同时也带来了新的发展机遇。作为欠发达地区的党报，天水日报立足自身优势，积极应对这场变革，在融媒体发展中，从视频化宣传方面进行了有益的探索和尝试。本文以正在转型期的天水日报为例，探讨欠发达地区在纸媒和视频融合发展方面的可能性和未来方向。
  **关键词** 地市级党报  视频化 融合发展
 天水日报社在经过详细调查论证和实践后，决定把视频化发展作为突破口，积极与新媒体相互融合，把长期积累起来的内容优势、传播公信力优势与新媒体的便捷性交互性等技术优势结合起来，实现文字、语音、图片、视频等多种媒介的互动，提升党报的传播力、公信力、影响力和舆论引导能力。
 **一、视频化发展是欠发达地区党报实现融合发展最切实的目标**
 《2017全国党报融合传播指数报告》显示，地市级党报在网站传播力、官方微博活跃程度、微信公众号传播效果、入驻聚合平台的阅读量和互动性、自有APP影响力等方面并不尽如人意，存在转载率低、发布量小、阅读量少、好评度不高等诸多问题。地市党报转型“乏力”一方面存在着传统观念等的制约，而另一方面则源于面面俱到使其没有品牌重点。
 随着智能手机普及和手机流量的高速廉价化，视频网络传播渠道在移动端逐渐壮大。现实表明，在互联网移动端，碎片化、易懂、有趣的视频更容易获得用户的青睐和分享。而由于财力、人力等限制的地市级党报要在融媒体发展中树立自己的传播力、影响力，最直接的就是打造视频化的品牌。
 基于对地市级党报优劣势的判断和对未来融合发展的预期，天水日报社于2016年以新媒体中心为主体，提出了“多媒一体、核心带动、整体发展”的思路，依托以天天天水网为核心的十大媒体集群，通过旗下天水主流传媒有限公司市场化运作，紧抓新媒体发展“三微一端+VR"的新风口，业务向微电影、微视频以及V R领域拓展，在纸媒持续低迷的情况下，逆势而上，实现了社会效益和经济效益的同步增长，微电影和微视频拍摄取得了不俗的成绩，成为天水日报融媒体发展的品牌。报社新媒体中心也于同年11月在第三届中国报业新媒体大会上荣登中国报业新媒体影响力百强榜。
 **二、坚持内容为王，探索时政新闻宣传视频化新路**
 天水日报社在视频化发展中，充分发挥纸媒在内容写作方面的优势，打造完美的剧本和脚本。同时，依据人们快节奏生活的习惯，通过“三微(微博、微信和微视频、微电影)一端(手机客户端) +VR"的微传播方式，着力在“微视频”上求突破，探索出了一条时政新闻宣传微视频的传播新路。
 (一)微电影+道德模范宣传，使正能量更易为人们接受
 以道德模范等为主的社会主义核心价值观的宣传是地市党报宣传重点之一。但“深入难”“延伸难”普遍成为当前道德模范宣传工作亟待解决的一个难题。经过深入调研，天水日报决定充分利用互联网思维，以天水日报社媒体“两微一端"的融合发展优势启动天水市道德模范微电影系列工程，将道德模范的感人事迹搬上电影荧幕。
 在剧本、拍摄、人员和技术上，报社充分发挥自身文字优势，精心打磨剧本;在人物选择上，尽可能选取生活在社会最基层，故事最有代入感的人和事;在传播方式上，选择短小精悍的微电影:在宣传推广上，充分利用各种网站和移动客户端。首部拍摄的《爱·不释手》以天水市第五届道德模范朱召梅真实事迹改编，讲述朱召梅离异后不计前嫌，二十年如一日，和丈夫张建平坚持照顾瘫痪的前夫的故事。该微电影一经播出， 就在网络上获得良好反响，获得了中国微电影十佳。第二部微电影《温暖霞光》还未开拍就获得了全国十佳剧本。已经拍摄完成的两部微电影，每部综合点击量均在60万次以上，网友留言超过5万人次，很好地弘扬了社会正能量，提升了报社的公信力和影响力。天水市道德模范微电影系列工程也成为全国唯一一家斩获影片和剧本“双十佳”的工程。
 (二)做好微纪录片+，为党委、政府助力，打响微视频品牌
 宣传报道好市委、市政府中心工作是地方党报的主要职责。围绕市委、市政府中心工作，天水日报社联合市直部门，以微型纪录片的方式在党建、美丽乡村建设等重点工作上，制作了一批精美有影响力的微纪录片，既宣传了全市的重点工作，也塑造了天水在外的良好形象。在纪录片的拍摄中，天水日报社不仅建立了自己的专业采编团队，而且是除了天水电视台之外唯家拥有广播电视节目制作经营许可证的单位。
 截至2016年12月初，微视频方面共完成作品27部。其中《鸟瞰天水》系列专题片，完成《缤纷夜》《丰林硕果》和《桥之韵》3部，(天水新八景》系列专题片完成《水帘洞天》《大地韶光》《轩辕流韵》等8部。还针对天水密集的各类赛事制作了中国·天水首届李杜诗歌节官方宜传中《诗意天水·李杜光芒》，中国、麦职山地自行车越野赛官方宣传片《翠山——天水献给全国性赛事最惊艳的礼物》等节点性活动宜传片10余部。另外还通过“美丽乡村天水行”等主题活动拍摄完成720VR全景图1I幅。
 在传播途径上，除了充分利用报社自有的天水日报、天水晚报、天天天水网等平台，还在今日头条、腾讯、优酷等国内主流平台开辟专区，平均每部作品综合点击量均达到数万，很好地宣传了市委、市政府中心工作，探索出了一条党报时政新闻宣传的视频化路子。
 (三)视频助力创收，内容生产赢得市场
 天水日报一方面打造视频化新闻|宣传的品牌，进一步推动“三微一 端+VR"建设，持续护大媒体影响力。另一方面， 积极开拓以视频为主的原创栏目来凸显视频的独特魅力和气质，撬动商业市场。
 2016年，天水日报同步开通以音视频为主的天水时间，以天水本地新闻为主，每天早晚在微博、微信、网站上播发精编报纸新闻，收到良好反响。同时，针对年轻客户，推出由采编记者自己主持的天天有话说，用天水方言介绍天水人文、吃喝游玩等有趣的事情，自开播以来，点击量剧增，不仅捧红了主持人，也进一步提升了报社的整体影响力。
 2005年，天水日报新媒体中心演播室建成后，报社着手推出了高端访谈。对话当地各行各业的精英，直面天水的商界、政界、体育教育界。同时以《党政一把手——局长访谈》 为龙头，通过天天天水网直播渠道，天水日报微信公众号、天水日报、天水晚报辅助推送，树立品牌形像，形成影响力，快速打开了政务市场。
 2017年拍摄畅游天水的旅游宣传片7部，完成党建纪录微电影3部，微电影2部，党建纪录微电影2部、2017年天水日报社微电影视频系列工程项目荣获2016年度中国报业新媒体项目创新奖30强。2017年， 天水日报社新媒中心仅微视频方面，纯收入达100万。微电影、微纪录片、微宣传片、微专题片几乎每个领域都获得比较有重量级的奖项，实现了效益和名利的双丰收。
 **三、报纸视频化的现实困境**
 尽管天水日报社在视频化发展方面进行了有益尝试，也取得了一些突出成绩。但不可否认，现实问题依然突出。
 (- )技术和人才 依然是报纸视频化发展的最大制约
 新技术发展日新月异，视频技术也在飞速革新。视频采编和视频后台需要强大技术支撑。而纸媒在技术团队上一直是软肋，花大血本引进专业技术人才并能合理使用，是大多数地市党报最大的难题。天水日报社现有编剧、导演和拍摄人员除部分引进人才之外，大多数都是自学转型，在这一定程度 上大大限制了视领化的进一步发展。
 (二)资金限制使视频开展束手束脚

视频是一个高投入的行业，设备昂贵且更新换代讯速，如果没有可观的产出，以及政府财政支持，地市报靠自身持续投入将变得难以为继。此外，由于资金限制，导致对于员工激励机制跟不上，激发不了采编人员积极性。另一方面，资金缺乏也导致视频制作缺乏专业指导，不能尽善尽美。
 (三)视频细分化不够，目标群体不明晰
 随着生活节奏的加快，专业化的短视频成为今后人们迫逐的方向。而目前，以天水日报为代表的地市党报的视顿化还处于主流价值的宣传，鉴于人力、财力等限制，在专业细分化方面还存在着诸多不足，除了围绕市委、市政府中心工作的视频化宣传之外，相较之受众比较青睐的医学、财经，母婴、两性、衣食住行等专业知识类的细分还很少。对视频化的目示群众的界定也相对比较模糊。
 (四)发布平台不健全
 天水日报社视频现有的传潘渠道主要有四个:网络、微信、微博、移动客户端。目前天水日报社有自己的网站天天天水网、天水日报公众号和微博，天水发布等客户端，视频的传播主要是依靠目前白身的两微一端平台。 而自身媒体的影响力还远远不足，限制了视频的专播效果。
 **四、报纸视频化发展出路**
 (一)树立品牌意识，发挥纸媒优势，坚持短视频发展方向
 报业虽然与新媒体特别是移动视频的内容生产都存在巨大差距，是报业发展视频业务的障碍。但从另一方面来说，在视频生产上的专业性不足也可使报业少受传统影像制作的思维限制，直接与生机勃勃、多元多样的网络视频“嫁接”，着力轻视频、短视顿，更具现场感和接近性。因此，天水日报社这些年一直坚信 视频化是来来短视频内容的大势，也是传统媒体转型良机，坚持先网后报、移动端优先、视频优先，报杜投入大量人力物力，立志做一个好品牌，而不仅仅是一个品种。
 (二)整合资源，发挥各自作用，让专业的人做专业的事
 传统媒体有内容原创优势、影响力优势、媒体资源优势;互联网平台有资本优势、技术优势、渠道优势，优势互补可以让传统媒体的转型如虎添翼。在视频化的发展中，天水日报社充分发挥纸媒内容优势和网站的传播优势，引进专门人才，在视频化方面探索新的发展方向。
 (三)转战移动客户端，实现便捷发布
 除充分利用自身的移动客户端之外，与周边客户端建立相互联系协作，相互交互各自资源。同时与腾讯、抖音、快手等影响力较大的视频化平台合作，实现快速、全覆盖发布。
 (四)提供差异性、社交媒体产品

细分化、专业化是今后媒体发展的一个方向。地市党报视制化发展必须要适应这一趋势， 在大数据分析的基础上，针对客户实施差异化的社交媒体产品，让不同的受众能找到适合自己的传播和意见表达平台，从而进一步巩固和壮大报业主流舆论阵地。