

中西部地市级新闻短视频的突围之路

——以铜仁市融媒体中心推进融媒改革为例

市融媒体中心记者 黄玉凡 田兵

习近平文化思想深刻指出,要“加快推动媒体融合发展,使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力”,强调“读者在哪里,受众在哪里,宣传报道的触角就要伸向哪里”。这一重要论述,为新时代媒体融合发展指明了前进方向、提供了根本遵循。对于中西部地市级融媒体中心而言,贯彻落实习近平文化思想,就是要切实将媒体融合的着力点从“物理整合”转向“化学融合”,从“宣传发布”转向“用户连接”,让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。

铜仁市融媒体中心自整合组建以来,在新闻短视频领域取得一定进展,但也面临中西部地区的共性挑战。黄玉凡团队于2026年1月开展的专项调研,以习近平文化思想为指引,直面“缺资金、缺人才、缺技术”的“三缺”困境,基于765份市民问卷、152份职工问卷及186条视频内容分析,系统诊断问题症结,探索提出了一条“低成本、高认同、强特色”的转型路径设想,以期为同类地区媒体深度融合提供有益的思路参考。

一、深刻领会习近平文化思想,准确把握媒体融合的时代要求

习近平总书记强调,“人在哪儿,宣传思想工作重点就在哪儿”。当前,移动互联网深度普及,短视频已成为信息传播、舆论引导和公共服务的主流载体。对于中西部地市级融媒体中心而言,新闻短视频不仅是巩固基层主流舆论阵地的战略要求,更是连接群众、服务地方治理现代化的重要抓手。

铜仁市融媒体中心自2023年5月整合原铜仁日报、铜仁广播电视台、铜仁网站3家单位的17个平台以来,已形成以“铜仁微TV”视频号、“微铜仁”微信公众号、“梵净云天”客户端等为核心的新媒体传播矩阵,全平台粉丝量累计达500万。然而,平台建起来了,用户却没能真正“留下来”。在新闻短视频这一核心赛道上,中心面临着中西部地区的共性挑战:资金投入不足导致设备更新滞后,复合型新媒体人才结构性短缺,技术能力的局限制约着传播效果的数据化运营,“有投入无产出、有内容无流量、有账号无用户”的困境日益凸显。

为精准把脉问题、探寻突破路径,调研团队开展了专项调研。调研数据既揭示了问题症结,更指明了转型方向——只有坚持以习近平文化思想为指引,深刻把握“用户在哪里,宣传报道的触角就要伸向哪里”的要求,才能真正实现从“宣传发布”到“用户连接”的根本转变。

二、坚持以人民为中心的工作导向,直面用户期待与供给的三重落差

习近平总书记指出,“要树立以人民为中心的工作导向,把服务群众同教育引导群

众结合起来”。这一重要论述,为我们审视媒体融合成效提供了根本标尺。调研数据清晰地揭示了当前存在的三重落差:

第一重落差:用户连接度低,“有账号无用户”困境凸显。

调研显示,与“铜仁微TV”“铜仁融媒”等本地账号建立深度连接(“已关注,常看常互动”)的用户仅占8.6%,42.3%的用户处于“没关注,但刷到时会看”的浅层连接状态,另有27.1%“没关注,也很少刷到”,22.0%“没听说过/没印象”。用户浏览时间集中在晚上19:00-22:00(占比54.53%),多数用户每天浏览时间在30分钟以下。这意味着我们的内容必须在极短时间内抓住用户注意力,否则就会被淹没在信息洪流之中。

第二重落差:内容供需错位,“官方腔”正在劝退用户。

用户真正想看什么?调研发现,“有具体的人物故事,能感受到真实的细节和情感”得分最高(均值4.51);“信息实用、及时,与生活相关”(均值4.38)和“形式新颖有趣”(均值4.22)紧随其后。最受欢迎的话题是“挖掘铜仁的老地方、老行当、老故事”(均值4.42)和“记录普通铜仁人的日常”(均值4.35)。在具体叙事方式上,71.3%的用户更倾向于“跟拍一位返乡青年讲述丰收故事”的个人叙事,68.5%的用户偏爱“第一视角体验日记”。数据清晰显示:“温暖人物志”和“城市记忆库”是用户最买单的内容类型。

然而,对186条视频的内容分析显示:时政新闻/工作动态类占比高达41.4%,人物故事类仅占7.5%;宏观叙事视角占78%,个体视角仅占22%。大量报道依然聚焦主席台和领导发言,真正的主角——普通人的故事却被忽略。典型案例《滑石乡第五届农民丰收节》报道,镜头聚焦主席台和领导发言,而农民劳作的身影、丰收的喜悦等最能打动人的故事元素鲜有呈现。当问及“最需要改进的方面”,“内容太官方”(78.5%)、“互动少”(65.3%)、“题材老旧”(54.7%)位列前三。用户对现有内容的评价也印证了这种落差:“内容接地气”评分仅3.12,“说话方式亲切自然”仅2.98,“及时回复评论”更是低至2.16分。这一排序直指转型的核心痛点:与“以人民为中心”的要求相比,我们的内容供给还存在明显差距。

第三重落差:内部机制滞后,转型动力不足。

内部职工问卷揭示了问题的根源。在“制约发展的核心瓶颈”中,“缺乏具备社交化叙事、网感策划与互动运营能力的复合型人才”以87.5%的选中率高居首位;“考核机制仍偏向传统发稿量,未向传播效果倾斜”(71.7%)、“宣传本位思维惯性大”(68.4%)紧随其后。现状评价中,“用户互动充分性”均值2.37(最低),“考核激励有效性”均值2.42,

“资源配置满足度”均值2.68,“话语方式亲和力”均值2.89。值得关注的是,“及时回复评论”得分最低(2.16分),与内部职工自评中“用户互动充分性”得分最低(2.37)形成对照——互动不足已成为内外共识的核心短板。

综合内外数据,铜仁融媒新闻短视频的深层问题指向两个维度:一是组织层面的路径依赖——在“三缺”硬约束下,组织为规避创新成本,不自觉地强化了传统“宣传模式”的路径依赖,使得体制机制、考核标准、工作流程难以真正向新媒体转型;二是内外认知的结构性落差——用户对“个体故事”“真实情感”“本土记忆”的强烈需求,与当前“宣传本位”的内容供给形成鲜明反差,内部自评与用户评价之间的鸿沟,正是“我们以为做得不错”与“用户实际感受”之间的距离。

三、坚持守正创新,以“社交化表达”探索低成本转型路径

习近平总书记强调,“要坚持守正和创新相统一”。守正,就是坚守主流媒体的政治定位,始终把弘扬主旋律、传播正能量作为根本任务;创新,就是要适应受众化、差异化传播趋势,加快构建融于一体、合而为一的全媒体传播格局。

面对“三缺”的刚性约束,常规的“砸钱、招人”思路难以奏效。调研团队认为,真正的破局点在于启动一场以“社交化表达”为核心的系统性创新——不依赖资源增量,而是通过叙事、生产、话语的深刻转型,实现传播效能的倍增。问卷调查为这一路径提供了坚实的可行性基础:85.5%的职工认同其可行性,用户对轻量化生产、亲近性话语的接受度均超过50%。基于此,调研提出以下转型思路:

(一)内容重构:从“宣传纪事”到“个体连接”

贯彻落实习近平文化思想,就要把镜头对准人民,让普通人成为故事的主角。推动每项策划从“要报道什么事”转变为“谁的故事最能承载这个主题”。调查中73%的职工认为“选题视角转换困难”是主要挑战,为此建议建立“选题个体视角审核”机制,强制从普通人视角切入宏大主题。操作层面,可在每周选题会上增设“个体视角可行性评估”环节,要求每个选题必须明确“谁是故事的主角”“他的故事为什么能打动用户”。

在叙事结构上,将资源转化为可共鸣的“体验闭环”,而非简单拼贴。针对“梵净山足球联赛”,可尝试创作《铜仁足球奇遇记》Vlog,用第一视角串联一位球员在赛场拼搏、学跳摆手舞、温泉放松的完整体验,让用户“跟着一个人”感受活动魅力。在互动预设上,带着市民关心的问题采访,在视频中直接设问。制作《主城区道路改造》视频时,

记者带着“堵点何时通”“噪音如何控”等问题现场追问负责人,并在结尾设问:“您家附近还有哪些出行难题?评论区告诉我们。”让内容从起点就具备社交互动基因。

(二)生产模式:从“精致成品”到“过程可见”

调研显示,56.7%的用户表示“更看重内容真实、情感真挚,手机拍的Vlog只要故事好也喜欢”,仅15.3%坚持“必须像专业纪录片”。这启示我们,技术可以轻量化,但情感必须厚重。鼓励记者以“体验官”身份进行Vlog创作,探访社区养老食堂时,记者亲自为老人打饭、共进餐,分享真实感受。这种“手记体”报道,成本更低,却更易引发共情。将采访花絮、真实过程呈现给用户,满足窥探欲,建立信任。在制作《探寻铜仁古法造纸》视频时,可将团队如何在山村迷路、如何与非传承人初次沟通受阻等“后台”花絮剪入正片。这种“不完美”的真实感,成本几乎为零,却能显著拉近距离。

内部调查显示,推动轻量化生产的优先挑战依次为:“改变‘唯专业设备论’观念”(61.8%)、“调整内容审核标准”(55.3%)、“配备设备”(48.7%)——思想破冰比设备升级更为迫切。建议改变“文案-拍摄-剪辑”的线性流程,采用“大纲-拍摄-创意剪辑-文案定稿”循环模式。拍摄“本地美食探访”时,优先捕捉店主烹饪的专注神情、食客满足的表情等强视觉素材,后期根据素材亮点反向构思叙事。

(三)话语体系:从“播报告知”到“唠嗑分享”

用户对话语方式的偏好十分明确:74.5%喜欢“亲切自然的口语,像朋友唠嗑”,53.2%希望“适当运用本地话或方言”,而“规范标准的播音腔”仅获22.8%支持。政策解读类短视频,不妨用聊家常的口吻:“听说医保出新规定了,这事儿跟咱爸妈关系挺大,我仔细研究了下,主要就三件事……”内部调查中67.1%的职工认为“平衡亲和力与严肃性”是主要挑战,需在实践中探索分寸,但方向已然明确。

将政策、经济术语转化为通俗易懂的生活比喻。解释“新质生产力”,可以说“就像咱们梵净山的民宿,以前拼床位,现在玩的是‘星空露营’‘禅修体验’,这就叫产业升级”。用户调查中,61.3%对“用家常话解读医保、养老等政策”感兴趣,印证了话语转化的必要性。

鼓励个性化表达,打造“铜小仁”等人格化IP,用本地方言播报趣闻。固定栏目片头,设计本地特色口号(如“铜仁事,铜仁味”)、记者形成标志性结束语,这些细微的风格化处理能让账号在信息流中拥有更高辨识度。

调研显示,内部职工对转型支持的需求

排序为:激励机制改革(82.9%)、专项技能培训(78.3%)、流程制度优化(61.2%)、基础设施保障(52.0%)、外部交流学习(45.4%)。这一排序提示:制度激励和能力建设比单纯设备投入更为迫切,与习近平文化思想强调的“激发内生动力”高度契合。转型的关键不是等待资源到位,而是立即启动思维变革和机制微调。

四、深刻启示:习近平文化思想引领媒体融合行稳致远

基于铜仁的调研探索,我们获得以下启示:

必须坚守政治定位,把牢改革方向。无论传播方式如何创新,主流媒体的政治属性始终是第一位的。调研提出的转型设想始终以巩固壮大主流舆论阵地为核心目标,将习近平文化思想的要求贯穿于转型路径全过程,确保改革始终沿着正确方向前进。

必须坚持以人民为中心,深化服务融合。主流媒体的生命力在于与人民群众的紧密联系。当我们的镜头真正对准普通人,当我们的语言真正走进百姓心坎,主流媒体才能真正成为连接党委、政府与群众的桥梁纽带。用户对“个体故事”“真实情感”的强烈需求,正是“以人民为中心”在传播领域的具体体现。

必须坚持守正创新,走特色发展之路。在“三缺”的刚性约束下,真正的破局点并非等待资源,而是立即启动以“社交化表达”为核心的系统性创新。通过将“用户连接”的社交逻辑深度融入叙事、生产、话语全流程,将有限的资源聚焦于创造“高认同”的情感价值和“强特色”的本土故事。

必须坚持系统观念,激发内生动力。职工对激励机制改革、技能培训的高需求表明,制度激励和能力建设比单纯设备投入更为迫切。转型的关键是激发人的活力,用制度创新弥补资源不足。

展望未来,我们希望以习近平文化思想为指引,在微观层面鼓励记者放下“宣传腔”、拿起手机记录真实故事,让每个采编人员都成为“用户连接”的节点;在中观层面建立适应社交化传播的考核激励机制,让“用户互动”“传播效果”成为指挥棒;在宏观层面用制度创新弥补资源不足,让“用户连接”的理念贯穿媒体融合全过程,让党的声音在基层传得更开、传得更广、传得更深入。

从“宣传发布”到“用户连接”,不仅是传播方式的转变,更是媒体与用户关系的重构。当我们的镜头真正对准普通人,当我们的语言真正走进百姓心坎,当我们的账号真正成为用户的朋友,中西部地市级融媒就能在“三缺”的硬约束下,走出一条“低成本、高认同、强特色”的突围之路。

调研显示,内部职工对转型支持的需求

护林防火 责任你我

