

主流媒体建党百年纪念的融媒体作品解析

吴泽锴

中国传媒大学, 北京

收稿日期: 2022年4月15日; 录用日期: 2022年5月21日; 发布日期: 2022年5月31日

摘要

2021年是建党百年的重要时间节点,也是媒体深度融合发展的关键时期。主流媒体利用建党百年主题新闻报道体现媒体深度融合优势,加速现代传播体系的构建。融媒体背景下新闻作品产生了创新性的变化,包括内容更加注重互动性、表现形式更加多元化,更加注重评论性等等。本文也将对新闻作品创新发展路径进行研究与探讨。

关键词

融媒体, 发展创新, 建党百年纪念融媒体作品

Analysis of Mainstream Media's Integration Media Works in Centenary of the Founding of the Party

Zekai Wu

Communication University of China, Beijing

Received: Apr. 15th, 2022; accepted: May 21st, 2022; published: May 31st, 2022

Abstract

2021 is not only an important time node for the founding of the Party, but also a key period for the development of deep media integration. The mainstream media make use of the centenary news reports of the founding of the party to reflect the advantage of deep media integration and accelerate the construction of modern communication system. Under the background of media integration, innovative changes have taken place in media works including more emphasis on interactive content, more diversified forms of expression, more emphasis on criticism and so on. This paper will also study and discuss the development path of news innovation.

Keywords

Media Integration, Development and Innovation, Media Works in the Centenary of the Founding of the Party

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

随着互联网的快速发展，现代社会中的信息传播方式不断更新迭替，以微信、微博等移动客户端为代表的新媒体，逐渐成为了受众获取信息、社交联络、舆论表达的新通道，这种相互融合的信息传递方式促使了融媒体的产生。

在新的信息传播形式中，融媒体成为主流。随着当前我国经济社会的不断发展，融媒体相关平台也更加完善，大众开始对其质量提出了更高的要求。此外，移动化、互动性、智能化等已经成为最基本的发展趋势，新闻作品如何在这些趋势下或者变化中突出重围，是一个需要不断研究和探索的问题。本文希望通过进一步研究和分析，从新闻传播学的角度探索融媒体作品的生产与实践创新。

1.2. 研究意义

舆论引导是党和国家新闻舆论工作的重点，建党百年纪念的融媒体作品作为党意识形态的传播载体，肩负着新时代赋予的历史使命。因而，本文选取的有关建党百年纪念的融媒体作品具有一定的代表性和研究价值。在新兴媒体生态环境下，融媒体作品必须创新新闻生产与实践方式。本文希望从新闻传播学的角度，通过对建党百年纪念的融媒体作品的研究，为融媒体新闻作品提升内容生产能力、舆论引导能力和可持续发展能力提供有效的参考借鉴。

1.3. 国内外研究现状

1.3.1. 国外研究现状

早在 2001 年，罗伯特·W·迈克切斯尼便指出，“可能全球传媒系统正处在与电信和计算机行业融合的过程中，以组合成一个综合性的全球传播系统。”^[1]达雅·K·萨苏也认为，“电信、计算机和媒体产业的合三为一保证了更多的信息在数字化连接的全球范围内行走自如，超过了人类历史上的任何时期。”^[2]移动融媒体最先在美国出现，2011 年 Viddy 公司首先发布可拍摄 15 秒的融媒体应用，它是首创的移动融媒体方面的应用平台。2013 年 Twitter 推出可以拍摄六秒并实现同步上传的融媒体应用 Vine，它的最大特点和优势在于用户可以将几段融媒体无缝对接成一个完整的视频。同年，Facebook 旗下的主打图片的社交平台也进一步推出了 15 秒的融媒体方面的分享应用^[3]。在国际传媒浪潮和新媒体不断发展的环境下，媒体融合的趋势应运而生。

1.3.2. 国内研究现状

近年来，国内主流媒体积极推进报、网、端、微、视、台多方联动，加强自身在新的信息传播形势中的内容生产力、舆论引导力和可持续发展能力。自 2017 年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家

“十三五”时期文化发展改革规划纲要》指出要支持党报党刊、通讯社、电视台建设统一指挥调度的融媒体中心、全媒体采编平台等“中央厨房”以来，目前几乎所有中央和省级主流媒体及部分地级市媒体都建设起了“中央厨房”功能的内容生产平台。此后，融合趋势已逐渐开始向深度、广度推进，媒体自主平台建设也在近年逐渐提上日程[4]。随着媒介融合进一步深入，融媒体作品也越来越丰富。中央电视台参与制作后，也将其提到了更新的高度。以央视大型纪录片《一带一路》为代表的融媒体创作也越来越精良。

1.4. 研究内容

本文的研究内容有以下三个方面：

选取建党百年纪念中人民日报、新华社、中国青年报、南方日报、人民网、中国新闻网、央视新闻、东南网等主流媒体推出的融媒体典型作品并进行分类；以上述融媒体作品的生产与实践创新为导向，加以分析；对融媒体创新发展路径进行研究探讨。

2. 概念界定

2.1. 融媒体

融媒体是充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体[5]。

2.2. 融媒体的特点

2.2.1. 互动性

与传统媒体相比，融媒体具有较强的互动性，这是融媒体较为突出的一个特征。融媒体的互动性，简而言之，就是指信息的传递方与接收方之间的有机互动。融媒体的信息传递内容会更加注重信息接受方的需求，它会对信息的接受方进行有关于信息接受度的相关评估，从而向信息的接收方精准传播相关内容。而信息的接收方在与之进行互动过程中，会感受到交互设计带来的别样体验，从而加深对于信息传播内容的了解。

2.2.2. 融合性

融媒体本质上是媒体融合，它是新旧媒体融合的产物，是内容与服务相结合的产物。在科技水平与媒体技术飞速发展的时代，融媒体在注重内容提升的同时，也可以做到服务性的保障，根据受众需要提供高质量服务。如微信、微博等移动客户端，融媒体将视频、文字、图片等各类的信息，进行了有效融合，对信息的传播内容、传播手段、服务方式等，进行了有机整合，从而满足受众日益增长的多样化需求。

2.2.3. 碎片化

在当前微信、微博等移动客户端迅速发展的情况下，读者的阅读习惯也逐渐“碎片化”。融媒体时代背景下，受众会更在意个性化需求和感受。为了进行有效的传播，媒体也会趋向于注重读者的个性化需求，以往被忽视的个性化需求和感受都得到了一定的重视和关注，融媒体的“碎片化”特点顺势产生。

2.2.4. 颠覆性

融媒体的颠覆性，体现在传播内容、媒体技术、表现形式等各个方面。在传播内容上，融媒体实现了视频、文字、图片等各类信息的有效融合；在媒体技术上，融媒体利用大数据技术、多渠道分发技术以及多平台展示技术等，将技术嵌入传播内容，实现传播内容的创新性发展；在表现形式上，融媒体主要有图文类、视频类、互动类以及其他类等。总之，融媒体的发展变化是“颠覆性”的。

3. 建党百年纪念中主流媒体融媒体作品主要类型

3.1. 图文类

图文类包括漫画、海报等。比如，新华每日电讯联合新华社河南分社制作的系列漫画《漫画中的百年巨变》、中国青年报推出的长图漫画《那时他也是“00后”》等纷纷采用漫画形式展现红色内涵。

3.2. 视频类

视频类主要有微电影、微纪录片、主题MV、3D还原、动画视频等等。比如，人民日报新媒体与腾讯影业联合制作的微电影《在场》、津云新媒体集团推出的大型MV短视频《江山如画》、湖南广播电视台播出的建党百年微专题片《百炼成钢——党史上的今天》、中国新闻网制作的漫画视频《一幅画，一句话，重温百年大党那些“小事”》。

3.3. 互动类

互动类主要包括互动剧情、H5、AI技术、VR技术、答题等等。比如，人民日报联合B站推出的建党百年主题互动微电影《抉择》、人民网720°VR!“云”游融媒体体验室、澎湃新闻推出的“一大会议址”日记100个初心瞬间、新华社推出新媒体产品《送你一张船票》、央视新闻推出的《红色冲印馆》互动H5、科技日报推出的两期党史问答。

3.4. 其他类

其他类包括直播、专题等等。比如央视新闻推出的“百年芳华”直播特别报道，由中共广东省委宣传部指导、南方日报携手腾讯出品的音乐专题策划“100·正青春”，东南网推出的融媒体专题《不能忘却的他们》等。

4. 建党百年纪念的融媒体作品内容分析

建党百年纪念的融媒体作品分类见表1：

Table 1. The classification of media works in centenary of the founding of the Party
表 1. 建党百年纪念的融媒体作品分类

类型		媒体	作品名称
图文类	长图漫画	中国青年报	《那是他也是“00后”》
	系列漫画	新华每日电讯	《漫画中的百年巨变》
视频类	微电影	人民日报	《在场》
	MV 短视频、3D 还原	津云新媒体集团	《江山如画》
	微专题片	湖南广播电视台	《百炼成钢·党史上的今天》
	动画视频	中国新闻网	《一幅画，一句话，重温百年大党那些“小事”》
互动类	互动剧情	人民日报	《抉择》
	VR 技术	人民网	720° VR! “云”游融媒体体验室
		澎湃新闻	《“一大会议址”日记 100 个初心瞬间》
	H5 互动	新华社	《送你一张船票》
		央视新闻	《红色冲印馆》
	答题互动	科技日报	《你能答出几道题》《答出一道就算你赢!》
其他类	直播报道	央视新闻	“百年芳华”直播特别报道
	专题策划	南方日报 东南网	“100·正青春” 《不能忘却的他们》

4.1. 图文类

4.1.1. 长图漫画

“男儿立下钢铁志，国计民生焕然新。”在庆祝中国共产党成立一百周年之际，中国青年报推出长图漫画《那时他也是“00后”》。该长图漫画让受众重新认识了一位百年前的“00后”——邓恩铭，还原了在那个战火纷飞、屈辱重重的年代，一位“00后”的思想觉醒。中共一大出席者平均年龄为28岁，而当时，邓恩铭只有20岁。无数个以国为家的年轻人，怀着救亡图存的理想，以血肉之躯，博一个有定数的未来。事实证明，他们的理想不是空中楼阁，所有的坚持终究迎来了回响。“这是他们梦里的中国，这是我们今日的中国。”后来中华民族翻天覆地的蜕变，邓恩铭已没有机会亲眼目睹。中国青年报以此篇长图漫画，致敬百年后的今天和邓恩铭一样勇敢的中国青年。

4.1.2. 系列漫画

回眸百年沧桑，感受中国巨变。由《新华每日电讯》联合新华社河南分社共同推出的“漫画中的百年巨变”系列作品，以“跨越时空”的方式，让旧社会的“三毛”与新时代的“小樱桃”开启了一系列精彩的跨时空对话。该系列作品向广大群众见证了百年来中华民族在党的领导下发生的翻天覆地的变化，生动地诠释了中国共产党“为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同”的伟大抱负和实践。

4.2. 视频类

4.2.1. 微电影

“你若在场，看这繁华盛世，多好。”人民日报公众号推出的微电影《在场》改编自小学课本上的《丰碑》，通过革命前线的老人的视角，来看中华民族百年来的变化和进步，以找棉衣为故事切入点，从现代转入到百年前的场景，展现红军舍己为人的革命精神。该片以微电影的形式，致敬一百年来，所有为民族独立、人民解放和国家富强、人民幸福而奋斗牺牲的中国共产党党员。

4.2.2. MV短视频、3D还原

百年征程，波澜壮阔；百年初心，历久弥坚。在党的百年华诞之际，津云新媒体集团推出了大型MV短视频《江山如画》，3D场景搭建技术，让观众沉浸式感受中国共产党成立百年的历史长河中那段峥嵘岁月。该纪录片由多省媒体联合录制，以穿越时空、跨越多省、云端联唱等方式，在中华大地上奏响了一曲盛世欢歌。优美动听的民族山歌、来自九个省市的说唱歌手富有家乡风采的激情演绎，共同融进《唱支山歌给党听》这曲红色经典，唱响了五湖四海，描绘了时代新貌。该短视频在津云新媒体和北方网首发后，得到了全国750多家媒体的转发，引起了全国人民的热烈反响。

4.2.3. 微专题片

献礼建党百年，传承红色基因。“科技感十足”，是建党百年纪念融媒体产品的重要特征。微专题片《百炼成钢·党史上的今天》，以日期为轴线，聚焦百年征程上发生在某一天的一个或多个重要事件，运用专业解说、虚拟场景、沙画演绎、实地拍摄等多种方式，让观众穿过时空的隧道，近距离领略建党百年的光辉画卷。

4.2.4. 动画视频

百年大党，历百年风雨，度百年沧桑。中国新闻网制作的动画视频《一幅画，一句话，重温百年大党那些“小事”》，以动画的形式，带领观众一探百年大党的“成长密码”，一画一故事，看百年大党从弱到强、从苦难到辉煌，创造无数奇迹。

4.3. 互动类

4.3.1. 互动剧情

“不负时代，无悔抉择。”人民日报联合 B 站推出的建党百年主题互动微电影《抉择》向受众展现一百年来三个不同年代与三个不同年代青年的抉择。该互动微电影的独特之处在于，观众可以自主选择微电影里青年的举动，每一次不同的选择，都有可能改变人物命运和剧情走向，互动体验结束之后，还可以重新读取档案，寻找隐藏线索与剧情。这样的剧情互动，让受众沉浸式体验不同年代中国青年的使命与担当。

4.3.2. VR 技术

人民网 720° VR！“云”游融媒体体验室采用 720° VR 全景制作技术，将相关融媒体作品在线上全方位、多角度、立体化的生动呈现。其中“VR 党建·百亿像素”互动产品带观众体验毫米级、沉浸式“云”浏览国内建党重要地理坐标。将 VR 技术注入红色历史，让党史故事更具沉浸感和未来感，借助 VR 云浏览的科技力量，受众得以走进建党百年的红色历史，在沉浸式的体验中回望中国共产党带领中国人民矢志奋斗的百年征程。观众足不出户，便已实现了全方位“扫描式”观看。

4.3.3. H5 互动

“每个动人瞬间，都是初心写照。”早在 2017 年，澎湃新闻便推出“中共一大会址日记”系列报道，采访近千名人物，刊发 500 余篇稿件，总点击量超 3 亿。为庆祝建党 100 周年，澎湃新闻从中选取了 100 个初心瞬间，以 H5 的形式，向观众诉说着“中共一大会址日记”的红色精神与时代魅力。一大藏宝、讲解者说、参观者说、幕后花絮、志愿者说……它踩着温柔又不失激情的音乐符点，透过一名名参观者、一个个物件、一段段故事，向观众描绘每一个初心瞬间。

新华社推出新媒体产品《送你一张船票》，用一艘红船串联起建党百年间的大事，用动画长卷形式展现了在中国共产党领导下国家发展富强、人民生活幸福的喜人场景，精致的画面、简洁的文字与恰到好处的音乐相得益彰，十分具有感染力[6]。

央视新闻推出的《红色冲印馆》互动 H5 更是让观众看到了运用先进修复还原技术重现的珍贵党史影像。AI 技术让静态人物呈现自然的动态效果，让观众跨时空“对话”革命先驱，感受那一代人的使命与担当。

4.3.4. 答题互动

科技日报推出的党史问答，每一期准备了 6 个党史“温知识”，共出了两期。不同于专业性较强的冷门党史知识，该党史问答题目设置灵活。问答题以图片的形式展出，点击图片即可查看正确答案以及与此相关的党史知识。

4.4. 其他类

4.4.1. 直播报道

央视新闻推出的“百年芳华”直播特别报道，邀请观众重回上海、嘉兴、井冈山、遵义、延安、西柏坡，探寻百年征程，共睹百年芳华。走进上海，探访中共一大纪念馆，追寻中国共产党的初心；走进嘉兴，小小红船乘风破浪，泱泱秀水逐梦启航，追寻红船故事，讲好红船精神，回望中国共产党从“小小红船”发展到“威威巨轮”的百年航程；走进井冈山，55 封家书，记录革命先辈陈毅安的崇高理想，革命者的红色基因，在我们这一代传承；走进遵义，看千户苗寨、遵义会议会址，从红色剪纸作品中感受遵义的红色革命文化精神；走进延安，“革命的道路千万里，天南海北想着你。”朗朗诵读《回延安》，

看今朝延安美丽画卷；走进西柏坡，走进七届二中全会会址、西柏坡纪念碑和西柏坡纪念馆，感受赶考出发地敢于斗争、敢于胜利的进取精神，依靠群众和团结统一的民主精神，善于破旧立新的创新精神和谦虚谨慎、艰苦奋斗的赶考精神。点进直播特别报道，就像打开了一本历史教科书，在这里感受百年芳华。

4.4.2. 专题策划

中共广东省委宣传部指导，南方日报携手腾讯出品的音乐专题策划“100·正青春”，共收录了包括翻唱制作的《毕业歌》《游击队之歌》《我们的生活充满阳光》《年轻的朋友来相会》《星辰大海》5首在时间长河中熠熠生辉、青春绽放的主旋律歌曲，以及一首全新创作的专辑同名歌曲《正青春》。值得一提的是，该专辑原创主打歌曲《正青春》MV以国风水墨动画的形式，再现了中国共产党百年来的伟大征程。《正青春》紧扣“百年大党，风华正茂”的主题，以恢弘大气的笔法、新国潮的曲风，为歌曲赋予新意，唱响青春最强音。

东南网的《不能忘却的他们》以“有声海报+原创图文稿”的创新形式，赋予读者全新的阅读体验，让读者享受独特的视听觉盛宴。该产品运用最新动画CSS3技术，让专题元素更加活跃而富有张力。庄严大气的视觉体验和恰到好处的交互设计体现了建党百年纪念融媒体产品主题性、艺术性和科技感的完美统一。百年岁月扑面而来，复兴征程历历在目，百年大党风华正茂的“青春密码”也蕴含其中[7]。该产品在提升读者自豪感、认同感的同时，也使读者深刻感悟到国家“活跃的创造”、“日新月异的进步”和革命先烈的伟大品质，从先辈们身上汲取坚韧不拔的昂扬斗志和源源不断的奋进力量。

5. 建党百年纪念的融媒体作品传播形式分析

5.1. 融媒体“百花齐放”

在本文选取的四类建党百年纪念的融媒体作品中，我们能够发现，主流媒体已不再掌握唯一发言权和绝对话语权。对于建党百年纪念的融媒体作品，各地区媒体均有相当的话语权和发言权，呈现出“百花齐放”的良好态势。

5.2. 表现形式多元化

建党百年纪念的融媒体作品表现形式多样，有漫画、海报等图文类；微电影、微纪录片、主题MV、3D还原、动画视频等视频类；互动剧情、H5、AI技术、VR技术、答题等互动类；直播报道、专题策划等其他类。从表现形式上来看，这四类建党百年纪念的融媒体作品依托媒体技术呈现出智能化、科技化、立体化、强互动、沉浸式等特点。

5.3. 传播渠道进一步拓展

关于建党百年纪念融媒体作品的传播渠道，可分为以下几种：第一，将自有客户端和官方网页作为主要阵地，其中，以人民日报、中国新闻网、澎湃新闻为典型代表。第二，利用微博、微信公众号等平台，偏向于互动类与视频类作品的传播。在本文选取的四类融媒体作品中，H5互动产品和视频类作品均主要在微信公众号、微博上传播，并取得一定的传播效果。第三，短视频社交平台上的媒体官方账号也是建党百年纪念融媒体作品传播渠道的有机补充。

5.4. 传播效果显著

从传播效果方面来看，人民日报公众号推送的微电影《在场》，观看量超过10万，网友直呼“这也太好哭了”“越看到后来越是震撼和感动”“致敬英雄”“这盛世如您所愿”“今天的美好生活，他们‘在场’该多好”；“百年芳华”直播特别报道传播效果显著，该微博话题阅读量超过两个亿，点赞量

超过 19 万，线上传播效果较好；澎湃新闻推出的“中共一大会址日记”系列报道，自 2017 年以来采访近千名人物，刊发 500 余篇稿件，点击总量超过 3 亿。可见，主流媒体建党百年纪念的融媒体作品的传播是具有一定效果的。

6. 融媒体作品的创新策略

6.1. 主流媒体重新定位

伴随话语体系的转变，主流媒体应该发挥价值引领和思想引领的作用，成为融媒体时代背景下重大历史事件的阐释者。主流媒体在类似建党百年的重要节点上集中发力，举旗定向，不断壮大主流舆论阵地，掌握舆情引导主动权，成为文化传播的引领者，实现在新媒体时代的重新定位。

6.2. 纵向探索，内容为王

差异化切入点让建党百年纪念的融媒体作品内容避免同质化。建党百年的素材史料相对丰富，但同一视角内难免出现同质化问题。本文选取的四类建党百年纪念的融媒体作品切入点各不相同，建立了差异化优势。中国青年报推出长图漫画《那时他也是“00 后”》，巧妙以“00 后”为切入点，让受众重新认识了一位百年前的“00 后”——邓恩铭，致敬百年后的今天和邓恩铭一样勇敢的中国青年；人民日报新媒体与腾讯影业联合制作的微电影《在场》，以“找棉衣”为切入点，展现红军舍己为人的革命精神；澎湃新闻推出的 H5 作品“一大会址”日记 100 个初心瞬间，以中共一大藏宝为切入点，向观众诉说着“中共一大会址日记”的红色精神与时代魅力。

四类建党百年纪念的融媒体作品均依托一定的媒体技术手段，在目前媒体技术水平趋于稳定的情况下，融媒体产品的创新突破之路更应注重纵向深入探索，以内容为王，将红色文化抛开揉碎融入融媒体作品中，打造精品，让观众产生情感共鸣、获得良好体验。

6.3. 横向对比，技术为用

媒体技术让建党百年纪念的红色史料焕发新的生机。建党百年纪念的主题与其他重大事件相比，有着丰富的历史宽度和厚度。利用技术盘活红色史料，让静态的历史素材“活”起来，是各媒体实现创新性传播的主要方向。在此本文选取的四类建党百年纪念的融媒体作品当中，津云新媒体集团推出了大型 MV 短视频《江山如画》，利用 3D 场景搭建技术，让观众沉浸式感受党的百年征程与百年初心；人民日报联合 B 站推出的建党百年主题互动微电影《抉择》，利用互动剧情的形式，让观众沉浸式体验不同年代中国青年的使命与担当；人民网 720° VR！“云”游融媒体体验室中“VR 党建·百亿像素”互动产品带观众体验毫米级“云”浏览国内建党重要地理坐标、《红色冲印馆》互动 H5 利用 AI 技术让静态革命人物呈现自然的动态效果，向革命烈士与新中国建设者致敬。上述作品的成功传播，在于找到了媒体技术在建党百年纪念的红色史料上正确的“打开方式”，让红色史料焕发出新的生机。

主流媒体建党百年纪念的融媒体作品中，内容生产与新媒体技术相融合的趋势已然显现。在未来的发展趋势中，媒介技术也将越来越注重受众的互动体验和个性化需求，探索人体的多重感知。在融媒体时代的大背景下，“技术为用”显得尤为重要，比如大数据技术、云计算技术等网络信息技术，在海量的信息搜集、分析、处理上提供了强有力的帮助；多渠道分发技术和多平台展示技术让媒体传播渠道得到进一步拓展。将技术贯穿新闻内容生产与传播的全过程，探索传统叙事和互动体验融合的生产模式，是让静态史料焕发新生机的不可或缺的手段。

6.4. 聚焦传播，方式要

锁定关键历史瞬间让建党百年纪念的融媒体作品更富有张力。在四类建党百年纪念的融媒体作品当

中，以小见大是重要特点。锁定关键历史瞬间，让融媒体作品更适应碎片化的传播环境，通过一些具有生命力和富有张力的片段，展现中国共产党百年奋斗历程中所孕育的红色革命精神。人民日报联合 B 站推出的互动微电影《抉择》选取了红色起点、归国巨轮、梦圆茶乡三条故事线，以关键历史节点为时代背景，让三代青年的不同选择更具代表性；央视新闻推出的《红色冲印馆》，将 6 个历史时刻收纳到一个作品当中，以小见大，致敬党的百年华诞。对比通篇概述历史故事的制作方向，锁定一些关键性的历史瞬间可以达到见微知著的效果。

聚焦传播，更要综合运用音频、视频、动画、数据图解、H5 等多种形式，以形式多样的宣传与表达方式，进行更加生动形象的报道宣传。此外，联合直播、多平台分发的方式，也能够让媒体传播渠道进一步拓展，借助网络与受众开展多渠道线上互动，增强信息传播的有效性。

6.5. 推动媒体资源共享

在融媒体时代下，构建多元化的信息传播渠道，推动媒体资源的进一步共享，是优化新闻内容生产实践的重要路径。在本文分析的建党百年纪念的融媒体作品中，大型 MV 短视频《江山如画》便是津云新媒体集团联合多省媒体联合录制的作品，跨越多省，云端联唱，资源共享，让动听的音乐符点，跨越青山绿水，连接起五湖四海，编织出多姿多彩的优美画卷。推动媒体资源共享，加强信息资源之间的流通性，方能更好的推动新闻内容生产与实践的创新性发展。

6.6. 融媒体时代呼唤复合型人才

融媒体背景下，新闻工作者从“单媒体型”转向“全媒体型”是媒介融合发展的客观需要。面对现代移动传媒多层次、全方位的需求，新闻工作者应向有思想、有深度、有广度的复合型人才靠拢。对于新闻工作者而言，在一个人人皆有麦克风、人人都可以成为记者的年代，就必须要有新闻敏感性以及创新的集成能力。新闻工作者要始终坚持正确的思想方向，坚持用中国特色社会主义理论体系和习近平新时代中国特色社会主义思想理论体系武装头脑；要深入了解国情、洞悉形式政策变化、深入了解基层以及人民群众的要求、了解经济发展实际情况；要加强专业技能学习，拓宽知识水平，不断提高学习能力；培养自身新闻职业精神，树立优良的职业素养与工作作风，从而适应融媒体时代的发展要求，满足社会对人才的多元化需求。

7. 结论

新媒体时代，内容生产与新媒体技术相融合的趋势已然显现，融媒体作品也将越来越注重受众的互动体验和个性化需求。主流媒体应当主动转变传播理念，针对受众的个性化需求，实现信息精准传播。目前，一些正能量的融媒体作品正在迅速地传播，且深受人们喜爱，这对于引导主流价值观、弘扬红色文化等各个方面都起到一定的积极作用。在媒介形态不断更新、融合深度不断加强的背景下，融媒体作品的创新性可持续发展也并不是一朝一夕就能够实现，而是需要不断的摸索。

参考文献

- [1] [美]罗伯特·W·迈克切斯尼. 全球传媒、新自由主义和帝国主义. 每月评论, 2001 [M]/尹鸿, 李彬, 主编. 全球化与大众传媒: 冲突·融合·互动. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [2] [英]达雅·K·萨苏. 全球化时代的国际传播[M]/黄瑞, 译. 尹鸿, 李彬, 主编. 全球化与大众传媒: 冲突·融合·互动. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [3] 华昱. 移动短视频的发展现状及趋势研究[J]. 新媒体研究, 2017, 3(15): 2.
- [4] 徐晓莹. 国内主流媒体融合现状与趋势研究[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(18): 55, 59.

-
- [5] 陈力丹, 廖金英. 学术论文不可缺少核心观点与论证框架[J]. 新闻与写作, 2018(3): 100-102.
 - [6] 王莹. 疫情大考与媒体深度融合背景下的广播剧之变[J]. 中国广播电视学刊, 2021(5): 99-102
 - [7] 孔繁丽. 建党百年融媒体产品出新出彩的探索和思考[J]. 中国记者, 2021(8): 72-75.