

以可视化为重点推动媒体融合发展

丁伟

[摘要]可视化在提供精准信息、呈现现实场景、多介质传播等媒体融合实践中发挥着重要作用，但是也存在时效性不强、精准性欠缺、水平有待提高、专业人才缺乏等问题。主流媒体应从丰富形式、依托技术、研究需求、强化思维、探索应用等方面发力，不断开展可视化新闻报道的实践探索，将可视化战略作为提升内容生产力的有力抓手和推进媒体深度融合的重要载体。

[关键词]可视化 融合发展 优化路径

[中图分类号] G20 [文献标识码] A

中办、国办印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》提出，以加大音视频内容供给为抓手，推进内容生产供给侧结构性改革，促进媒体融合向纵深发展。当前，互联网及新媒体技术的迭代发展，舆论生态和传播形态的持续演变，用户精准获取信息的迫切需求，共同推动可视化新闻产品在媒体融合实践中得以广泛应用。可视化新闻产品已经成为内容生产供给侧结构性改革不可或缺的重要组成部分。正因如此，可视化战略也成为各大主流媒体提升内容生产力的有力抓手和推进媒体深度融合的重要载体。

长城新媒体集团是河北省唯一一家以互联网为主体的新媒体集团，在推动媒体融合发展实践中尤为注重可视化新闻产品的生产和传播，深入挖掘可视化新闻产品优势，分析研究可视化新闻报道面临的挑战，在丰富新形式、突出新表达、拓展新人群方面探索可视化实现路径，不断强化创新引领，积极拓宽发展赛道，使可视化成为加快推进媒体深度融合发展的重要引擎。

可视化在新闻报道中的优势

面对海量信息和快节奏生活，人们获取信息变得简单快捷，可视化新闻产品相对于文字报道来说，具有精准性、多样性、直观性、高效性等特点，让受众更易接受和理解，更容易被广泛传播，具有独特的比较优势。

1. 精准提炼重要信息。政策信息、工作报告等内容多、信息量大，受众阅读需要花费大量时间。为适应碎片化阅读趋势，让受众准确便利地获取信息，就需要精准提炼最关键、最重要、最有价值的信息，并运用恰当的方式呈现出来。图解、长图等可视化手段通过对数据进行提炼整合、分类处理，能及时梳理出关键信息，成为受众喜欢看、容易懂的可视化新闻产品，提升信息的针对性、可读性和吸引力。

2. 多元呈现传播样态。可视化新闻产品常见的类型包括静态图片和动态视频，涵盖海报、图解、长图、手绘、动漫、视频等多种表现形式，也是受媒体青睐的一种新闻传播样式和报道方式。比如，短视频以其叙事轻量化、内容短平快、创作亲民化，成为各媒体聚焦发力的主要载体。

3. 直观呈现现实场景。视频类的新闻具有视觉冲击力强、信息量大、传递便捷等特点，成为

主流媒体报道的首选形式。动态视频现场感强，可第一时间将现场信息清晰直观地呈现出来，让受众借助现实场景深度参与到新闻叙事中，有效提升受众参与感和体验感，拉近了受众与新闻的距离。

4. 高效实现多介质传播。可视化新闻产品丰富了新闻传播介质，除了手机、电脑等终端外，户外大屏、地铁车厢等也是重要的传播渠道。多介质传播以不同的形式承载传递信息，通过更为有趣的交互体验及场景式沉浸体验，覆盖更多人群，达到多元化传播效果。

新闻报道可视化面临的挑战

相对文字报道等传统方式而言，可视化新闻产品在制作周期、信息深加工、精品创作、人才建设等方面都有专业化标准，尤其是精品生产需要专业化生产流程和品控要求，追求高质量产品、高人气传播仍面临不少挑战。

1. 新闻时效性有待提高。在移动互联网时代，信息发布及时往往能够先声夺人，抢占先机，吸引更多网民关注。但是可视化新闻产品普遍需要一定的制作时间，而且越是重大主题所需制作时间越长，由此降低了可视化新闻的时效性。如果网民已通过其他传播渠道了解了相关内容，在一定程度上就降低了对可视化新闻产品的期待值，从而影响进一步分享传播。

2. 信息精准度有待提高。虽然现阶段可视化新闻产品相对于传统的文字报道有了明显改善和进步，但是在信息处理过程中尤其是新闻数据内容存在信息筛选不全、内容概括不精准、设计整合不专业等问题。有的可视化新闻产品没有对一手信息进行深入分析，存在断章取义、以偏概全问题，甚至存在信息传递失真的现象，造成可视化新闻产品的专业性和真实性难以保障。

3. 精品水准有待提高。可视化新闻虽然引起越来越多媒体的重视，但是由于缺少统一的制作规范，媒体的制作水平也参差不齐。同时，内容同质化问题日益凸显，同类新闻复制、搬运现象较为严重，低水平重复的可视化新闻产品布局容易引起网民反感，影响产品传播推广。

4. 优秀专业人才严重短缺。可视化新闻产品的制作对新闻从业人员提出了新要求，全媒体记者要能拍、会剪、会设计、懂策划，“十八般武艺样样精通”。从目前媒体单位的现状来看，传统摄影、文字记者专业人才较多，可视化新闻产品专业制作人才不足，特别是技能精、专业强的复合型人才还有很大缺口。一些可视化新闻是非专业人才制作出来的，效果难以保证。

可视化新闻报道的实践探索及优化路径

长城新媒体集团不断强化创新思维、融合理念，以可视化为重点推动内容与技术深度融合，通过个性化制作、可视化呈现、互动化传播，推出了一批特色鲜明、影响广泛的可视化新闻精品，初步探索出一条以可视化为抓手推进媒体深度融合发展的路径。

1. 丰富可视化形式，打造鲜明的长城IP。可视化新闻报道具有与生俱来的融媒体属性，随着新技术新应用的迭代发展，可视化产品形态也在不断更新换代。从图片、视频、海报、图解、漫画，到航拍、MV、VR、AR、XR，再到3D建模、动画、手绘长卷，长城新媒体集团全方面拓展可视化媒体应用，打造了一批融媒精品，形成了一批可视化产品案例。

以“手绘长卷”为例，长城新媒体集团每逢重大主题报道都会推出手绘长卷作品，目前已成为鲜明的长城 IP。其中，《河北脱贫攻坚图景志》用年轻人喜欢的手绘动漫形式，描绘了党的十八大以来河北全力打赢脱贫攻坚战的壮丽画卷，一经推出即成爆款。作品不仅在河北省脱贫攻坚成果展上展出，还获得第三十一届中国新闻奖二等奖。《长卷视频|雄关漫道真如铁——百年风华图景志》，由美术工作者绘画，借鉴连环画形式，构成 105 米长图，配上视频，表达流畅，涵盖 100 余个党史重大事件，刻画 1000 多个典型人物，有意义更有意思，全网总浏览量 6600 万，成为河北党史学习教育的特色教材。《手绘长卷|新时代中国青年图景志》特别设计长度为 1919 厘米，与 1919 年相呼应，刻画了新时代青年奋发图强、担当有为的精彩瞬间。该作品被共青团中央公众号全文推送，传播总量 5000 万+，成为庆祝中国共青团建团百年的一道独特风景。

2. 依托可视化技术，提升内容生产力。长城新媒体集团始终保持技术敏感，强化对前沿技术的把握和应用，推动采编技术深度融合，让前沿技术在可视化进程中产生持续而深远的影响。

以集团在冬奥报道中通过技术驱动提升可视化内容生产力为例，创意视频《“皮影人”游冬奥》，采用立体 3D、动漫包装技术、场景环绕音效及以大比小的空间对比，将传统民间艺术唐山皮影与冬奥会运动项目相结合，把七大项专业知识通过活泼俏皮的皮影人体验，生动展示出来。H5 动漫《云瞰“雪如意”AR 来揭秘》，运用 5G+VR+AR 技术，将虚拟场景与现实场馆巧妙融合。互动 H5 作品《3D 体感虚拟滑雪游戏|一起向未来滑向雪如意》更强调互动参与性，以冬奥会高山滑雪为体验项目，应用 Web3D、体感控制等技术，让用户在沉浸式的虚拟赛道上参与滑雪竞赛。以上作品科技范十足，参与互动人次屡创新高。

今年全国两会期间，集团充分发挥新媒体可视化制作优势，对政府工作报告进行了可视化解读。《您的“两会 AI 助手”已上线》融媒创意互动作品，采用人工智能、语音合成技术，用户用语音对话形式与新一代长城虚拟主播“冀小青”互动，学习两会知识、聆听政府工作报告、了解全国两会热点。

《长城视频|开启“元宇宙”3D 看河北》，巧妙借用当前流行热词“元宇宙”概念，以人物嵌入不同虚拟空间的全息 3D 建模场景，展现河北具有标志意义的西柏坡、阜平、崇礼、雄安等地的今昔巨变。

3. 研究可视化需求，强化用户参与互动。主流媒体要充分研究用户可视化需求，在丰富多元的互动体验中将可视化产品推荐给用户，从而进一步增强用户黏性。长城新媒体集团积极研发交互式作品，在建党百年之际推出《@共产党人，一起重温入党誓词》，突出互动性和趣味性，根据用户声音特质，智能匹配南湖红船、中共一大会址等红色场景，生成宣誓打卡照海报，在党员干部中掀起重温入党誓词、坚定信念决心的红色热潮。《重读“入党申请书”》精心梳理党的百年历史中不同年代重大事件和入党申请书样式，邀请广大党员“云”上重读入党申请书，引导党员干部了解党的光荣历史，激发党员坚守承诺、不忘初心的理想信念。《地道战·绝境奇袭》用充满趣味的故事手游形式，展现党领导人民进行抗日斗争的不凡历程。《穿越时空 对话英烈》运用智能人像视频合成技术，让用户通过语音同英烈“问答”，在互动中学习、传承英雄精神。

4. 强化可视化思维，提升信息精准性。近年来可视化新闻与大数据关联性日益提升，主流媒

体在利用大数据技术获取信息方面有了新的思路和实践。2022年北京冬奥会开幕之前，长城新媒体集团与人民日报全国党媒信息公共平台合作，对冀云客户端冬奥频道进行了全新的智能信息流改版升级，推出全国首条地方媒体冬奥信息流。该信息流采用人工智能推荐、大数据处理等技术，每天汇聚来自全国各级党媒生产的冬奥图文、音视频等多形态优质内容数千条，同时根据用户画像体系进行个性化推荐，实现了“千人千面”的效果。长城新媒体集团发挥冀云·融媒体平台“横向聚合、纵向贯通”的融合优势，将冬奥频道从冀云客户端总端统一配置到各县级分端，实现冬奥信息“一键发布、一次推送、多端直达”。另外，充分发挥冀云平台的技术优势和资源整合能力，搭建河北冬奥报道媒体素材库。央媒驻河北站、省直主要媒体、相关市县媒体的冬奥报道素材，省冬奥办、省体育局及张家口市相关信息和工作指令等，都可统一入驻该平台，统一配送到全省140多家县级融媒中心共享共用。

5. 探索可视化应用，深化“新闻+政务服务商务”定位。在常态化疫情防控条件下，社会公众对实时疫情信息需求成为“硬通货”。长城新媒体集团依托自身承建运营的河北省县级融媒体中心省级技术平台——冀云·融媒体平台，深入探索大数据等可视化应用，策划开发了以“信息发布、社会服务、新闻宣传、移动直播”四大板块为支撑，以24小时不间断的疫情实时动态、心理咨询平台、周边疫情动态、专家访谈、辟谣平台等近20种功能为应用场景的河北省疫情防控公共服务平台。这一平台的突出特点就是深度植入和强化服务属性，一方面通过实时采集和提取国家及省市卫健部门等权威渠道数据，24小时不间断滚动发布疫情数据信息，使社会公众能够实时准确了解本地、全省及全国的疫情实况及趋势；另一方面设计开发了周边疫情地图、出行政策查询、发热门诊查询、健康码查询、供需信息交流平台、疫情求助绿色通道、抗疫心理咨询平台等公共服务功能，让社会公

众既用得上又用得好。

其中，长城新媒体集团联合河北省卫健委推出《河北核酸检测地图》H5和微信小程序，应用大数据采集、地理信息可视化等技术，汇集全省14个地区的核酸检测机构4000余家、各类数据3万余条，让公众可以通过智能手机随时以地图形式查询周边核酸检测点，查看前往路线、检测时间等信息。这一应用贴合主流地图服务产品的使用习惯，成为疫情检测常态化期间人们的常备工具和生活助手，浏览量超2500万。

依托先进技术，长城新媒体集团不断深化冀云·融媒体平台“新闻+政务服务商务”定位，与河北省政府办公厅合作推出融媒体应用作品《河北1+20惠企政策“一点通”》，一键呈现河北省“1+20”政策体系运行的全面信息。该作品设置了“政策解读人”“意见反馈”“新闻动态”“语音查询”“一图看懂”“动漫解读”“政策点评”等7个栏目，为各级各类市场主体了解、熟悉、使用“1+20”政策体系提供切实帮助，成为一本可翻可看

可查的“1+20”惠企利民政策浓缩电子书和掌中宝。

总之，随着5G技术应用不断深入，可视化在传播领域的应用将逐渐深入并走向常态化，可视化发展路径必将进一步清晰、产品必将进一步丰富，也必将进一步推动媒体融合发展走深走实。

（作者：河北长城新媒体集团党委副书记、总编辑）