

融媒体环境下新闻传播创新探究

李勋

贵州日报当代融媒体集团 贵州 贵阳 550001

[摘要]随着信息技术的飞速发展,在这一大环境下,各种新兴媒体不断崛起并获得了较为快速的发展。在这种趋势下,传统媒体与新媒体的融合趋势愈演愈烈,使得新闻传播的方式也获得了一定的改变,人们也进入了全新的融媒体时代。在这种背景下,传统媒体只有不断地寻求新的出路,进行改革与创新,开拓更为新颖的、契合时代背景的传播模式,才能够推动整个新闻媒体行业的发展,延长其生命力。文章基于此点,对融媒体环境下新闻传播的创新进行了探究。

[关键词]融媒体环境;新闻传播;创新探究

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.025

中共中央在2014年的时候强调要构建立体多样的、融合发展的现代化传播体系,这一指令的提出,使得我国的新闻传播体系发生了翻天覆地的变化。它是要在尊重新闻传播规律的基础上,让各个主流媒体能够积极地探索新旧媒体融合发展的新业态、新模式,整体扩大新闻媒体的传播力和影响力,使得新媒体融合的趋势愈演愈烈。要以内容建设为根本,要以先进技术为支撑,要以创新管理为保障等等。让媒体融合达到了深度化的阶段,媒体之间的竞争也越来越激烈。因此,如何延续传统新闻媒体的生命力,打造价值链条,是对主流媒体及新闻工作者的新考验。

一、融媒体环境下新闻传播的特点

(一) 互动性

我国的新闻传播领域当中,传统的媒体是比较缺乏应用性的,所以它们的互动性较差,并且新闻的内容和传播的形式较为固定。受众群体在观看新闻的过程中,不能发表自己的观点和看法。而新闻媒体的工作者也无法了解受众群体的思想特点、心理特点以及需求特征,以此也不能根据受众群体的实际情况来进行改革与创新,所以它们并不能很好地吸引新闻受众的注意。而在融媒体的环境下,新媒体平台在传播过程中会利用评论功能和互动功能,强化新闻传播工作者与受众群体之间的相互交流。新闻媒体受众者能够在新媒体平台的系统中去发表自己的观看想法和见解,甚至能够提出相应的问题。新闻工作者也能够针对受众群体的问题,有针对性地进行互动,这样既能够让新闻媒体工作者对受众群体的需求有更为深入的了解,让他们的新闻工作更加契合实际,有着更强的针对性,也能够增强受众群体的满意度和联合度,最终实现一个互动性的新闻传播模式。

(二) 时效性

和传统的媒体相比,融媒体环境下的新媒体平台和技术应用能够加快各类新闻信息的传播速度,能够整体提高新闻传播工作的效率和质量。这样一来,就不再让新闻传播局限于电视,局限于广播,局限于纸质材料等载体。并且它还能够通过网络收集更多的热点话题,然后在第一时间发布与话题相关的客观性、真实性新闻信息,能够为新闻的受众群

体描述整个新闻事件的起因、经过和结果,以这种实时性的刷新内容,能够满足受众群体对整个新闻事件过程的参与需求,能够让他们了解整个事情的经过,这其实也满足了新时代表各种新闻受众群体的心理需求。

(三) 多元性

随着我国网络信息技术的飞速发展,人们可以通过各种信息化的技术产物来达成获取新闻信息的目的。比如,可以通过智能手机、电脑等媒介来收集信息,也可以通过一些短视频平台、公众号、超话等新媒体平台来观看自己感兴趣的新闻内容,这其实便是融媒体环境下新闻传播的一大特点。它能够借助各种媒介平台传播多元化的新闻信息,既能够拓宽新闻传输的渠道,增加新闻传播的内容,也能够让新闻的呈现方式更为多元。比如,可以以文字、视频、声音、图片等形式进行呈现,这样便能让新闻内容更加的多元化、多样化。这种模式便让新闻打破了传统的呈现方式,不仅展现了新闻的服务性性质,也提升了新闻信息的传播质量,甚至还增加了受众群体,展现了新闻的效率。

(四) 全面性

传统的新闻主要是以文字和图片的方式来传播整个新闻事件的过程,所以这就让整个新闻事件的内容显得单一化、单调化,具有很强的局限性。并且传统的新闻工作缺乏对整个新闻事件的解说,缺乏对情况的分析,这样并不能保证整个新闻传播的全面性。然而在融媒体环境下的新媒体,能够充分凸显技术和平台的价值,确保了新闻平台的丰富性,内容的多元化,能够以更为多元的手段为不同的受众群体讲解事件的真实信息。如果存在一些媒体工作者胡编乱造的情况,也会有其他的新媒体播放此事,力求让整个新闻事件更加的真实、详尽,能够整体增加受众群体的关注度,对他们形成感官方面的刺激,最终增强整个新闻传播的趣味性和全面性。

二、融媒体环境下新闻传播的要求

(一) 新闻传播主体力求多元

在新时代的背景下,新闻媒体已经走向了大众传播的局面。传播的主体和传播的对象之间已经没有了十分明显的分

界线，新闻资源也更加丰富，这便是融媒体时代下新闻传播的主要特征。因此，在这一环境下，新闻传播也应该保证主体的多元化。虽然现在是大众传播为主的时代，但是新闻媒体依旧拥有新闻信息的控制权，主流媒体依旧采用了自上而下的垂直方式进行单向传播，这就与这一时代的性质相悖，它无法增加新闻传播工作者与新闻受众群体之间的互动性。所以随着互联网信息的飞速发展，新闻传播的主体就要力求多元化，要形成“人人都是传播主体”的局面。大众传媒的声音已经不能满足受众群体对于话语权的需要，所以说，新闻媒体一家独大的信息垄断局面已经不宜现代化了，要保证传播者和受众者的界限逐渐模糊，这样才能够让新闻传播与时俱进，能够朝着多元化的方向发展。

（二）新闻传播内容求新求变

在融媒体的环境下，各种信息层出不穷，信息的内容十分丰富，所以单纯的播报整个事件已经不能吸引受众群体的注意力了。因为随着互联网信息技术的发展，信息传播的速度非常广。在新媒体平台上近期发生的各种新闻事件浩如烟海，所以说，对于受众群体来说，他们获取信息也非难事。难的是他们如何得到自己想要的或者说自己喜欢看的信息，并且能够从这些信息当中获得良好的启发和体验，这才是现阶段受众群体观看新闻最为真实也最为必要的需求。这对于新闻传播行业来说，受众群体的需求是新闻传播实现可持续发展的基础和关键。所以说在融媒体的环境背景下，新闻传播就应该以此作为出发点，要树立起产品思维，要将传播的内容由信息转向产品，将整个新闻传播变成生产过程来完成新闻信息思维的转化。并且要根据不同传播终端的特点来制作并策划新闻内容的产品，以此来满足受众群体个性化及多元化的内容需求。例如，中共中央广播电视总台在充分考量了受众群体年龄层次及喜好需求的基础上，针对于不同的受众，深耕细作了《新闻传播》栏目和《主播说联播》的短视频栏目。它之所以创设出短视频的新闻传播平台，是要打破《新闻传播》严肃新闻的圈层。换言之，它既要传播国家的声音，塑造国家的形象，也要展现主流媒体在融媒体环境下新闻传播内容的求新求变，这其实也凸显了时代的特色，充分彰显了与时俱进的色彩。

（三）新闻传播渠道形成合力

在融媒体的环境背景下，新媒体的崛起也让传播渠道获得了发展。平台化已经深化到了各个行业之中。所以说，新闻传播领域的平台化也得到了凸显。平台化促使主流媒体的传播渠道从单一化转向了多元化。在这种背景下，传统媒体就应该建设新闻客户端，要通过平台来发布各类新闻，提供政务和生活服务。除此之外，传统媒体还应该拓展微信、微博、抖音、快手等新媒体传播渠道，以这种多元化的平台达成新闻的多元化传播，加强与受众群体之间的沟通与交流，

架构起更为多远的桥梁和纽带，这样便能够让新闻受众群体的需求在平台上得到满足，能够通过这种平台化的发展，使得主流媒体充分调动各种传播渠道的作用，形成较强的传播合力，让整个新闻传播达到“1+1大于2”的传播效果。

三、融媒体环境下新闻传播的策略

（一）强化媒体责任，着重把握舆论导向

在融媒体的时代背景下，不管是媒体的初步融合还是深度融合，都应该建构起“网上网下一体，内宣外宣联动”的主流舆论格局，这是主流媒体的社会责任和重点遵循的内容。在媒体融合的环境下，衡量主流媒体竞争实力的重要指标变成了对新闻用户的吸附能力，主流媒体必须采取多种措施，创新发展，这样才能够增强用户对自身的联合度。在这一过程中，值得注意的是，不管是如何创新、如何发展，都应该坚持中国共产党的全面领导，要牢牢地把握住正确的舆论导向，要尊重新闻客观的规律和新媒体运营的规律，以此来展现主流媒体的社会责任感及社会担当。在媒体融合的环境背景下，新媒体虽然赋予了新闻受众群体更多的话语权，但是新闻的开放性和发布信息的“低门槛”也造成了“把关人”角色缺失的问题，所以就会让各种新闻信息层出不穷。其中包含了正确的、积极的信息，自然也会包括错误的、消极的信息，甚至还会出现文化对冲的情况，各种社会思潮和价值观念互相碰撞。如果被一些不法分子或者有心之人加以利用，就很可能影响整个社会的文化倾向和文化价值走向。基于此，主流媒体就应该在融媒体环境下，充分担负起自身的责任，要增强政治敏感性，优化网络端的资源配置，做大做强，充分凸显自身的新媒体平台影响力，占领新兴传播的主要阵地，充分展现社会主义核心价值观，让其成为整个社会的风向与主流，杜绝歪风邪气的盛行。

（二）创新传播内容，树立媒体融合理念

前文已经提到：在融媒体时代的背景下，新闻传播应该坚持“内容为王”，这已经成为了新闻传播界的共识。只有创新并优化新闻传播的内容，才能够整体增强新闻的传播能力以及用户的到达能力。为了将其落到实处，首先就要树立起融媒体意识，要将受众的需求作为传播内容进行创新的出发点和着力点，要将新闻受众群体的发展、新闻受众群体的凝聚及新闻受众群体的服务贯穿其中，将创新元素落实到每一个环节，切实满足新闻受众群体在新时代环境下的新闻发展需求；其次，要挖掘内容的深度，讲好“中国故事”。在新时代的背景下，要更加注重中华优秀传统文化的渗透与融合，要高举“文化自信”的大旗。在前文的论述中已经提到：现代化的网络新闻中缺少“把关人”这一角色，导致海量的信息中可能会伴随着一些消极的、片面的、错误的信息，长此以往，便会影响整个社会的主流文化意识。因此，主流媒体就应该充分彰显其影响力，要让受众群体更加信赖

主流媒体的客观真实性。所以主流媒体就应该深入新闻信息的解读与分析，要凭借专业的新闻敏感精心策划，充分挖掘新闻信息中有价值的内容，用贴近于生活实际的方式和语言去进行解读和传播，使得受众群体不仅能够了解到新闻的真相，还能够洞悉事件的内涵，进而获得积极思想和价值观的影响；最后，新闻传播应该利用大数据、云计算等技术手段，将新闻受众进行细分和画像。要根据数据分析，精准推送受众群体喜欢的新闻内容，整体提升新闻内容的传播力度和到达率。比如，可以根据不同行业的新闻受众群体，推送不同的新闻信息。例如，针对于教师，就可以推送有关于教育类的时事新闻，针对于金融行业的从业人员，就可以推送有关于金融类的新闻信息。总之，新闻传播应该借助大数据挖掘、兴趣推荐算法等技术，对新闻受众群体进行精准的画像，为受众群体从海量的内容中选取积极的、正确的、最感兴趣的新闻内容，精准推送，实现新闻的因人而异，充分展现新闻的价值与效用。

（三）创新传播形式，实现新闻平台化发展

在融媒体环境背景下，新闻传播应该用媒体融合的技术手段来重新建构主流媒体的传播平台，整体创新新闻媒体的传播形式，实现多元化的发展，这是媒体融合环境背景下新闻传播创新发展的必然趋势。首先，新闻传播就应该通过打造各种平台来实现自身的融合发展，整体扩大新闻传播的范围，增强新闻传播的实效性。比如，《人民日报》推出了“全国党媒信息公共平台”，新华社也开发了“现场云”这一平台。他们借助这种独具特色的平台，能够充分彰显自身的价值和定位，以此来提高自身的影响力；其次，新闻传播还应该根据平台的特点来创新传播的形式，可以利用技术为传播赋能。比如，可以将AR技术、VR技术应用其中，以这种沉浸式的传播方式，为新闻受众群体提供全新的新闻观看视角，让他们获得更为真实的现场感和视觉冲击力，整体提升他们的新闻感知效能；再者，新闻传播还应该创新短视频的表达方式。面对庞大的短视频用户群体，新闻媒体就要打破以往的新闻叙事方式，要学会用最短的时间来抓住新闻受众群体的心理。所以主流媒体就应该学会在最短的时间内，将新闻事件的信息内容给全面地呈现，尽量吸引群众的注意力，展现新闻的效用；最后，新闻传播应该增强与受众群体之间的互动。要引导受众群体参与新闻的生产过程，增加对新闻媒体的忠诚度。基于此，主流媒体就应该充分利用新媒体这种与生俱来的社交属性，增加与受众群体之间的交流，并且还要及时地回应受众群体的意见和建议，以此来加强新闻的生产、传播，扩大新闻的影响力，实现新闻的平台化发展。

（四）创新培训形式，提升全媒体传播素养

人才是创新发展的关键，在新闻传播的发展过程中，新闻人才有着无法替代的价值与作用。新闻媒体要想获得更为全面的发展与提升，就一定要加强新闻传播工作人员全媒体传播素养的提升，要将他们培养成为复合型人才。首先，要定期对新闻传播工作人员进行培训，可以采用“请进来”和“走出去”相结合的方式，一方面要加强这些人员的政治理论、法律知识及职业道德的培训，另一方面也要加强他们业务素质、文化素养及新媒体知识的培训，让这些人员能够提升政治敏感和新闻敏感，对融媒体时代下的新闻传播更为熟悉，甚至能够具有一定的跨界叙事能力，让他们以更为专业的素养投身于新闻传播工作，充分彰显主流媒体的影响力；其次，要大力引进技术型的人才，要通过人才的带动方式，加速媒体内部其他人员的全媒体转型。换言之，就是要以高素质的人才助推媒体内部其他人员的素质提升，并且还要以这种技术型的人才来开设更为先进的媒体平台，力求以全新的视角来呈现新闻形式，充分凸显新闻传播的价值与效率；最后，要充分开发多角色的人才。在融媒体环境背景下，一个记者的身份已经不能满足新闻传播的需要了。一个记者既可以成为新闻事件的收集者，也可以成为新闻事件的讲述者。而为了增加媒体工作者的影响力，可以将记者打造成“主播”，打造成“讲师”，打造成“演员”，让他们以多种角色来实现新闻的传播与讲解，充分吸引新闻受众群体的注意力，以此来强化新闻传播的互动性与影响力，进而提升新闻传播的质量。

四、结语

综上所述，融媒体时代的来临，对传统新闻媒体来说既是一种挑战，也是一种机遇。一方面，新兴媒体的登场给传统的媒体带来了剧烈的冲击，另一方面也为传统媒体的发展与创新带来了可借鉴的资源。因此，在这种背景下，传统媒体就应该与新媒体积极融合，开拓眼界，创新发展思路，不断创新新闻传播的内容、方式与手段，发展多元化、个性化的新闻受众群体，实现新闻传播的可持续发展。

参考文献

- [1] 杨忠升. 新媒体环境下经济新闻报道的问题及对策[J]. 新媒体研究. 2018 (09)
- [2] 周晓峰. 主流媒体坚持经济报道舆论导向的探索[J]. 传播力研究. 2018 (19)
- [3] 张晓琦. 试析融媒体时代的新闻传播模式创新[J]. 传播力研究. 2019 (07)
- [4] 张永峰. 论融媒体环境下新闻传播的核心与支柱[J]. 时代报告, 2019 (09): 124-125.
- [5] 冯佳策. 融媒体时代新闻传播人才跨界培养模式的创新研究[J]. 品牌研究. 2019 (12)