

融媒体环境下新闻传播的突破研究

李珂

枣庄市市中区融媒体中心

[摘要]在互联网、信息化等技术的迅猛发展下，各类新兴媒体层出不穷，新闻传播的途径、形式也因此产生了巨大变化，同时新闻时效性也得到了明显提升，这进一步加快了融媒体时代的到来。在该背景下，新闻传播遇到了严峻挑战和难得的机遇，对此，应当突破旧制，采取全新的传播方法，确保新闻媒体能够持续发展。本文主要对融媒体环境下，新闻传播突破的路径展开分析。

[关键词]融媒体；新闻传播；突破

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.749

引言

融媒体即通过不同的媒介作为载体，集新媒体和传统媒体为一体，使它们充分深度融合，形成一种全新的媒体形式。和旧媒体相比，融媒体具备便捷高效、信息承载量大、传播范围广、实时互动等多种优势。新闻传播应当对融媒体技术进行有效应用，由过去被动式传播转变为积极、多元的传播形式，实现创新与突破，从而使新闻传播健康稳定的发展。

一、融媒体环境下新闻传播突破的必要性

融媒体时代的到来，使我国新闻传播出现了新的特点，以大数据技术和互联网技术为核心的各种新媒体，也使我国新闻传播的内涵得到了刷新。在该背景下，融合化、移动化以及跨界化成了信息传播行业发展的新形态。此外，近些年广大受众的思维意识也得到了明显提升，以往电视新闻传播形式早已无法满足受众的实际需求，反而是新媒体、多媒体和受众的需求十分相符^[1]。针对这一情况，如果电视新闻传播依然选择不创新、不突破，那么势必会产生大量受众流失等问题。所以，电视新闻传播唯有改革创新、突破旧形式，做到与时俱进，方能稳定电视新闻传播在市场中的地位。

二、融媒体环境下新闻传播特点

（一）交互性强

交互性是融媒体时代新闻传播的一大特点。在过去，新闻受众只能被动接收信息，而现代受众不仅可以自由选择感兴趣的新闻，还可以结合新闻内容在平台上表达自己的看法，或者和新闻发布主体直接沟通。而且新闻发布者也非常期待和大家共享各种新闻事件，并希望得到受众的回应。不仅如此，其他新闻机构也以开拓传播渠道、采集舆情信息当作重心，比如央视新闻在微信上有公众号，在抖音、微博、快手等APP中也创建了官方账号，每个账号都拥有大量粉丝，除了及时发布新闻动态之外，还会积极主动的和粉丝们进行互动，这使得受众的黏性得到了极大提升，同时也加强了央视新闻媒体的亲民性，提高了大众对央视新闻的信任感。

（二）形式多元化

在融媒体环境下，受众获取信息的方式越来越多，且现代图像数字技术也变得更加成熟完善，这对新闻呈现形式的多元化发展起到了极大促进作用，同时也充分满足了广大新

闻受众的个性化需求。当前纯文字的新闻内容很难保证受众能够完全理解，并且若是新闻编写者自身专业能力较低也会对新闻文字质量产生影响，所以视频、图片文字结合形式的新闻更容易让受众接受理解，也更加直观形象，能够将新闻事实进行充分详细的展示。另外，为有效避免因文字密集度高而产生阅读疲劳，很多新闻媒体客户端首页都会选择图文结合方式进行展现，这对受众获取信息效率的提升也有很大帮助。

（三）时效性强

融媒体时代下，传统媒体使群众生活的伴随性得到了加强，也提升了基于新媒体参加新闻报道的时效性。随着互联网技术的迅猛发展，移动终端设备也越来越普及，比如手机、IPad等。受众可将遇到的新闻事件进行拍摄记录，并通过互联网上传到微博、抖音、快手等平台，而新闻媒体可将受众上传的视频资料作为新闻线索报道的支撑，从而增强新闻报道的时效性。移动终端设备的使用群体可直接凭借各大新媒体平台，对新闻事件的最新进展予以掌握。

三、融媒体环境下新闻传播的突破路径分析

（一）对受众的新闻信息需求进行详细了解

现阶段，大众获取新闻信息的方式多种多样，同时受融媒体影响，大众阅读新闻的习惯也产生了较大变化。对此，新闻传播工作者应当更新陈旧思想理念，将融媒体环境下的电视新闻媒体重新进行定位，使其能够尽快适应新形势。因融媒体时代新闻数量过多而致使受众难以准确分辨其内容真实性的现象屡有发生，比如某些不良媒体为了提升自身热度，将新闻事件内容予以夸张化表达，这完全不符合新闻传播的真实性要求。久而久之，受众势必会怀疑其所看到的新闻内容，根本原因是新闻传播工作者没有充分明确受众对新闻信息的需求。因此，身处信息“大爆炸”时代的新闻工作人员务必要对新闻传播进行突破创新，杜绝新闻真实情况进行篡改，应当从客观的角度去报道新闻事件，增强媒体的公信力，提升受众对新闻传播媒体的信任感^[2]。另外，新闻工作者在具体工作环节应当提高对受众需求的重视，合理采纳受众的建议，革新新闻传播形式，对新媒体进行充分应用，加强和受众的互动。比如：可结合新闻类型、内容设置

不同模块,通过这些模块对相应新闻事件予以报道。但是模块中所含信息量要严格控制,最好能用简短的篇幅叙述表达出完整的事件,使受众通过碎片化时间对其进行阅读。这既满足了受众的需求,又促进了新闻传播的突破。

(二) 构建新闻传播新生态

在融媒体背景下,电视新闻应当不断丰富传播载体,才可以将当前经营、发展中面临的困境予以顺利突破,并形成新型的电视新闻传播生态。融媒体的核心就是将多个不同传播媒介进行深度全面结合,为了开拓更多新闻传播渠道,应当利用各种新媒体平台建立自己的官方新闻账号,或者创建官方新闻网站、APP等平台,并将这些新闻载体全部集结到电视新闻传播系统内。而这些新闻媒介会深度融合、相互弥补,从而形成全新的新闻传播生态结构。

(三) 增强新闻传播媒体的影响力

对媒体市场而言,新媒体平台起着重要作用,除了发展势头较猛,其还是传统电视媒体的补充。所以,新闻媒体要想成功突破当前面临的困局,一定要对媒体传播环境进行大力完善优化,并对新媒体进行有效应用,加强新闻传播的导向能力。比如将新闻传播和新媒体予以有机结合,促进传播工作的顺利进行;提升媒体工作者的责任感,为新闻媒体的传播效果提供全面保障。同时,还需加强防控,尤其是对新闻传播不利的因素,坚决抵制负面消极思想文化,维护新闻传播的安全,为融媒体背景下新闻传播创新突破保驾护航。

(四) 借助融媒体,提高新闻传播流量

要想实现高效、真实的新闻传播,一定要有足够的流量予以支持。在对新闻事件价值进行探索时,应当从多个视角进行研究,并通过当前网络平台、各大媒体平台,对各平台中用户的习惯特性进行详细全面了解,构建健全完善的融媒体系统,提升新闻传播时效性。过去的新闻媒体在建设融媒体矩阵时,首选新媒体平台通常是微信公众号,要想尽快适应融媒体大环境,现阶段新闻媒体一定要突破这种陈旧的理念和创作方法。可对抖音、快手、微博等软件进行充分应用,结合新闻板块中的要点以及用户阅读新闻的习性,建立科学化、合理化的融媒体系统,实现新闻事件的新媒体创作、传播、运营等环节的统一化管理。

(五) 革新新闻传播理念与渠道

新闻工作人员应当将融媒体作用和价值予以全面发挥,按照不同的新闻事件采取多元化的传播渠道,使受众能够自由选择获取信息的平台与新闻事件。该举措会使受众阅读到自己感兴趣的新闻信息,从而积极进行互动。而新闻创作者在采集完受众反馈之后,可根据此对下一期新闻内容做出合理整改,对报道形式予以完善优化。同时,在融媒体环境下,还需开展实时全程追踪的新闻传播模式,应用现代先进数字化技术、新媒

体平台对新闻进行传播报道,做到24小时动态播报新闻信息。线性新闻播报模式已无法满足融媒体时代的需求,未来新闻播报发展趋势应当是交互性强、多元化、立体化的方向。除此之外,新闻媒体还需从多个角度对事件进行报道,比如参考整合事故现场的采访信息、他人拍摄的图片视频等,拉近受众和事件现场的距离,增加新闻对受众的吸引力,加强受众对新闻事件后续的关注性。

(六) 强化新闻受众舆情监控

在互联网高速发展的今天,受众获取新闻的渠道越来越多元,然而对一些公信力和威信力较强的新闻媒体却始终保持着较高的关注。因此,为了使新闻媒体对舆论的引导能力予以全面发挥,地方、省级、中央官方新闻媒体都应当坚定自身的政治立场,对各媒体平台的网络舆论展开严格动态的监管,从而显著提升新闻质量。新闻工作人员在发布完新闻事件之后,应及时采集整理受众的评价和意见,从而对网络言论环境实时全面掌控,杜绝负面网络舆论的传播,为广大新闻受众提供安全干净的网络环境。虽然适当的网络恶搞可以使用户身心放松,减轻生活、工作中的压力,但是一定要注意,不得超出限定标准。同时,新闻媒体还需加大各平台讨论专区的开放力度,便于对舆论进行监管与引导。

结束语

在融媒体环境下,新闻传播进行创新突破很有必要,对其今后的发展有着重要意义。根据融媒体下新闻传播的新特点,通过构建新闻传播新生态、强化新闻受众舆情监控等措施进行突破创新,从而促进新闻媒体平稳长远发展。

参考文献:

- [1] 曹国东. 融媒体实务教学的探索与思考——以内蒙古师范大学新闻传播学院“学生记者团”为例[J]. 新闻知识, 2019(12): 71-75.
- [2] 李东华. 浅谈融媒体时代下电视新闻节目的传播方法[J]. 传播力研究, 2019, 3(35): 62+64.
- [3] 李江涛. 融媒体时代新闻宣传面临的挑战和机遇[J]. 西部广播电视, 2019(23): 43-44.
- [4] 朱皓. 融媒体背景下电视新闻节目的竞争措施[J]. 西部广播电视, 2019(23): 65-66.
- [5] 李俊. 融媒体时代新闻类专业实践教学观念的转变与探索[J]. 新闻知识, 2019(11): 76-79.
- [6] 王娟. 融媒体时代下评论如何在新闻传播中引领舆论[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(21): 177-178.
- [7] 姜锐. 融媒体时代新闻宣传自主创新路径探索[J]. 科技传播, 2019, 11(21): 51-52.
- [8] 杨晓辉. 融媒体环境下新闻传播实效性探究[J]. 传播力研究, 2019, 3(31): 44+46.