

# 新形势下媒体融合发展路径探究

程莉

呼和浩特广播电视台

**【摘要】**伴随着国家科技的发展,云技术、大数据以及人工智能等应用迅速崛起,主流媒体呈现出融合的趋势。不过,相比于最初的媒体融合,现阶段的媒体融合已经从最初的信息采集和呈现向着智能化和移动化的方向进行过渡。这可以让主流媒体达到一种融合的全新阶段。因为主流媒体在融合的过程中,可以打破传统媒体的局限性,实现虚拟与现实的交织,对于传统观念来讲是一种巨大的冲击。因此,主流媒体在数字化背景下不断创新是满足社会发展的基本需求。基于此,本文将探究新形势下媒体融合发展路径,以期促进为新媒体融合发展贡献力量。

**【关键词】**新形势;媒体融合;路径探究

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.126

我们需要适当地引用高频次的互动化传播方式,致力于群众的兴趣提升,从而提高传播的效果,让大众真正地参与到媒体互动之中来,这样才可以提高媒体的真实效用。在这种理论基础以及发展思维基础上,我们要大力开发出数字化的产品以及移动交互的场景和平台,从而探索出一条在新媒体时代背景下促进媒体深度融合的全新途径。

## 一、创新开发数字产品

现阶段,一些媒体机构对于媒体融合的理解仍然处于一种较为浅显的境界,即单纯地从扩张渠道、平台等方面入手,将媒体融合是作为简单的平台整合。这就导致媒体融合很难达到预期的效果。之所以出现这种问题,是因为媒体过于局限于传统的制度,其本质内容仍然以传统文字稿件以及视频录像为主,其新闻的呈现形态并没有过多地强调特征。将新闻内容即使通过网络的形式传播,但是仍然存在着传播方式单一的现象,难以在数字化的社会环境之中立足。在媒体融合纵向发展的深度背景下,主流媒体已经不再是单纯地去追求社会舆论以及迎合主流价值观念,而是要拓宽新闻的传播方式和传播渠道,利用数字化的优势,实现新闻的深度挖掘,并利用大数据技术对相关内容进行整合、分析,从而直观地呈现出来。2021年4月28日,我们呼和浩特广播电视台融媒体制作传播中心揭牌,采用数字化技术手段帮助新闻媒体有针对性地掌握用户的需求,从而跟随着群众的生活步伐,进而打造出多样化且具有影响力的媒体元素,是我们今后的目标和追求。换句话说来讲,首先,新闻媒体应该紧跟新闻的题材以及传播的渠道,设计出具有超强表现力的媒介元素,并打造系列化的产品,将具有较高价值的内容通过分解、组合以及再分解、重新包装等形式,构建出多样化的数字产品,并且赋予这些产品不一样的价值和深层内涵,从而给予用户足够的认知体验。这是现阶段主流媒体在融合过程中较为常用的一种手段,它可以让媒体报道的内容更加新颖、丰富,从而深受群众的喜爱。例如,在对新冠肺炎疫情防控内容的系列报道中,重庆日报便以“战疫前线医护人员吐心声:疫情结束后,我最想……”为主题开创了一系列的人物报道。日报记者在武汉拍摄了上百张单人视频以及单人视频

素材,将不同行业、不同阶层的人们记录下来,来反映医护人员的心声。重庆日报通过播放上百段微视频,来贴合人们的实际心理需求然后开创了《天使凡心》精选版块,将网站向全网进行推送,这种全新的主题内容迅速在全国范围内升温。

## 二、新闻信息要突出视像化、情感化特征

针对智慧媒体时代背景下,人们更加倾向于传播的碎片化以及情感化。主流媒体在“数字叙事”上,可以让用户最大程度地获得情感体验。甚至可以追溯到新闻采访环节,收获更多的个性化故事。在新冠疫情报道中,华龙网推出了主题为“春暖花开疫情散去我在重庆等你来聚”的主题活动,获得内容主要是通过接力的形式,让人们宅在家中无法出去所做的一些打发时间的事情呈现出来,如居家活动、居家美食、居家美景等等。在实际的媒体报道中,不仅宅在家的人们积极参与进来,各个店铺、商铺同样参与进来,如重庆火锅、椒麻鸡等等商家均发出“现在不约,待病毒逝去,我在xx等你”的宣言。这里面的每一位成员不仅仅是媒体的受众,还是参与者和发起人。这便体现出了新闻数字化媒体的作用,提高了人们对于媒体的认同感。

在这个过程中,每次网上的讨论争辩都是一场新的“数字叙事”。在叙事过程中,情感和价值观被传递。“数字叙事”如同一根链条,将不同人的不同情感、价值观整理起来,最终使得这个链条上呈现着各样的价值观,体现着各种情感。人们不断在网上讲述生活,展现自我,链条也被不断拉长。在叙事方式方面,“数字叙事”体现出个性化,生活化人格化的特征,包含着丰富的信息,体现出文化含义,政治含义,情感价值观等。人们通过这种“数字叙事”的方式,在网络社群中引起共鸣。

## 三、新闻要体现出场景思维

媒体融合时代,传媒体现出场景思维特征,学者指出,移动传媒的本身,是在场景下的服务。场景,也即情境背景,是指信息或者新闻中人物活动所处的场景。服务,是指将信息或者新闻与场景匹配起来,也就是给新闻或者信息披上一件漂亮的衣服。这件漂亮的衣服,使信息和新闻的背景

更加鲜活，信息内容，嵌套在生动的情境之中。由此，信息和新闻不再枯燥，也不再以被动的方式进行传播。人们愿意主动了解信息。基于上述分析可知，在融媒体时代，传媒发展的关键就是为新闻匹配场景，使新闻信息以生动鲜活的形式呈现在信息接收者面前。在《即将到来的场景化》一书中，作者提出如下观点：社交媒体与移动设备、传感器、大数据等融合，将会给信息接收者提供更富有个性化的信息。因为这些信息可以使社交媒体掌握，你是谁、你正处于什么场景、你正在或者将要做什么。场景并不是可有可无的背景，他使新闻信息变得更加生动鲜活的必要存在。在融合媒体时代，缺乏场景，信息接收者就不愿意阅读信息，不想认识理解信息，更不会在阅读信息过程中投入情感。因此，可以说，场景影响着信息接收者的情感、态度，进而决定着新闻信息的传播度和影响力。总之，场景思维通过场景营造、场景分配和场景分享三个层面，影响信息接收者。

首先，媒体通过分析用户的行为，掌握用户的喜好、情感，在把握用户喜好情感的基础上，为用户设计场景，并分发新闻内容。这种个性化的新闻信息，以点对点的传播方式，进行传达，以此满足不同用户的不同信息需求。例如，当前时兴的抖音APP就充分体现了信息传播的这一特点。另外一方面，媒体与定位系统、信息资料库整合在一起，精准定位用户的地理位置和信息需求。例如明确信息接收者所处的城市商圈、风景区，对其所处场景进行分析，进而为其提供在地理空间上匹配的信息。其次，通过场景，信息更富有趣味性，让信息接收者有代入感。例如，华龙网报道了一篇体现日常生活内容的新闻信息《在重庆，与人间烟火重逢》。在这篇新闻报道中，开头用了“二两小面，加辣”短短半句话，将重庆人民的生活场景刻画得淋漓尽致，使得人们在阅读这篇新闻时，有强烈的代入感。人们通过阅读这篇新闻报道，重新回想起居家隔离时的生活，内心通电被触及。整篇新闻报道传递出浓浓的温情，从心底激励人们，使人们向上、向善。

最后，场景分享使新闻信息的影响力和感染力进一步加强。场景分享是一种仪式化的、互动参与的新闻传播形式，用户通过场景分享，传递自己内心的情感，引发共鸣。例如，人民日报在新中国成立70周年庆时，推出了“秀出你的爱国style”和“我和国旗合个影”场景分享活动。用户设计出自己的爱国场景，系统直接为用户生成民族服饰、生成向国旗敬礼的照片，并提供分享功能。用户只是分享了一张以爱国为主题的照片，但是在分享过程中，用户受到爱国情感的感染和熏陶，自身的爱国热情和民族认同感被激发出来。这种场景分享式的新闻传播方式，使得信息接收者参与到新闻信息的传播过程中。由此，信息接收者获得了更强烈的情感体验，新闻的传播度和影响力也扩大了。

#### 四、建设交互式的社交平台

媒体融合的早期发展阶段，媒体追求内容的丰富性，试图打造内容全面化的新闻传播方式。在这一发展背景下，媒体平台开始建设多样化的平台，一个媒体建设微博、微信和新闻客户端等多种新闻传播平台，甚至每个平台上建设多个账号。这种融合，只是浅层次的融合，只到达了形式上的融合。这种融合形式只是一个空壳，新闻内容并没有被统筹、整合。由此，新闻并没有发挥媒体融合的真正好处，不能达到传播率高、影响力大的效果。媒体融合的正解应当是“交互”，信息接收者之间相互交流、信息接收者和信息交互。随着大数据技术、定位系统、移动终端的不断发展。这种交互程度将不断加深，基于“关系”的社会化传播成为主流。在这个发展过程中，主流媒体需要以积极的态度接受变化，积极迎接挑战，创新新闻传播方式，使用户获得更高品质的信息交流空间。

主流媒体需要根据自己的发展情况，建设社交平台。比如，“重庆日报”下的“都市热报”打造了一款名为“厢遇”的APP。这款APP以搭建社交关系为主要设计理念，针对群体为“轨道族”，运用手机定位技术、智能算法、人脸识别等技术，计算人与人相遇的缘分指数，让用户知道自己在茫茫人海中可以与哪些人相遇。这款软件，贴合了“都市”的特点，在都市中的茫茫人海中，为用户点亮了一盏温情的灯光，为用户提供了一条交友的渠道，突出了都市中的支持、温暖等主题。

除了打造设计平台，媒体也可以为用户提供个性化定制服务，激励用户构造交互场景，创作高品质的内容。例如，哔哩哔哩平台推出新人UP成长计划，用激励政策激励用户创作优质内容，给用户提供了一条从“新人”通往“大神”的成长通路。激励政策和平台的交互式功能，如弹幕、评论等渠道，共同激励用户创作优质内容，给用户提供创作交互式信息的渠道。

#### 结语

在数字技术飞速发展的背景下，各行各业都受到了冲击。新闻媒体和新闻内容都发生了变化。在技术、主体、媒体的融合趋势下，主流媒体首先要不断更新、改进和优化数字新闻产品。传媒行业需要紧紧抓住行业变化趋势，研究互联网背景下的新闻传媒特点，给人民群众创造出更符合其需求的新闻。

#### 参考文献

- [1] 刘丹凌, 陶一晨. 可供性视角下主流媒体深化数字化转型的路径[J]. 出版广角, 2020(19): 30.
- [2] 彭兰. 场景理论的内容框架与困境对策[J]. 当代传播, 2015(4): 38-40.