

# 浅谈新闻传媒对文化传播所产生的深远影响

王莹

(突泉县融媒体中心)

**[摘要]**新闻,作为传媒传播内容与产品的重要形态,既是一种传播载体,更是一种特殊的文化表征。它不仅可以传播体现一定的传媒文化,更应发挥自身的特殊属性与功能,及时发现传媒文化中的不良现象,并发出警告,担当起传媒文化瞭望者的职能,从而为塑造和引导一种健康和谐、多元协调的传媒文化发挥其特殊的作用。伴随社会文化不断提高,新闻传媒不仅在切身推动社会文化的和谐进步,还在肩负增强社会意识形态的凝聚力和传承使命,具有积极作用。因此,探究新闻传媒对社会文化传播的影响是很有必要的,本文着重讲述了两者的关系,希望对业内工作者提供帮助。

**[关键词]**新闻传媒; 社会文化; 文化传播

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.080

## 一、新闻传媒核心竞争力概述及特征分析

### (一) 概述

新闻传媒行业在经营发展的过程中,需要通过自身组织的发展来形成一种能够促进资源整合和业务发展的综合性能力,该能力能够促使新闻传媒企业在激烈竞争中脱颖而出,形成具有价值性的新闻体系,在承担社会责任的同时,也能够为广大群众提供新闻文化,新闻传媒业的发展也需要结合自身的竞争力,才能够在社会发展中获取更多的支持,从而借助社会资源形成新的发展能力,在企业的发展中不断提高社会影响能力,其核心竞争力也是传媒企业行业发展的根本保障,更是获取其业务发展的重要基础所在。

### (二) 特征分析

新闻传媒核心竞争力体现在以下几方面。第一点是受众的价值性,新闻传媒的核心竞争力是其拥有的某种具有战略性质的资产,而这种资产是无形的,难以买卖且难以分割,凭借这种资产可以获得更多的流量和受众的追随,也能够向目标受众提供更加优质的价值,目标受众能够从该媒体获得与其他媒体相比更多的实惠。第二点是不易模仿性,当某新闻传媒企业拥有其核心竞争力,使这项核心竞争力是企业所特有,且其他传媒企业无法模仿,也很难被竞争对手所占有转移的,因此,这种核心竞争力也是在长期实践积累中所形成,深深印着该新闻传媒企业自身的实际情况和特殊经历的烙印,也成了一种品牌优势,更是持久具有优势的稀缺性、战略性资源。第三点是独占性,是指这种核心竞争力只为一家媒体所独有,作为独具的资源能力制度等方面有着特殊优势,例如拥有优秀的技术人才,能够提供独特的节目等等。第四点是辐射性,由于媒体的核心竞争力能够进一步扩大其宣传效能,无论是核心业务扩展到一般的业务,无论是主要价值链扩展到次要价值链,对于新闻媒体作用方面的影响更是全方位的,还能够形成良性的互动效果,带来更大的价值和利润。

## 二、新闻在反映传媒文化中的作用

### (一) 体现和归属传媒文化,构建新领域研究

传媒文化是基于大众传播媒介的文化,新闻是大众传播媒介的主要产品,应属于传媒文化的体现领域。这种体现

因其显著性不如广告、影视、纯娱乐节目等媒介产品形态而容易为人忽略。尽管我国的“新闻文化”与西方的“传媒文化”提出时间、背景、研究侧重有所不同,但随着传媒文化在我国“本土化”演化及新闻与市场结合的日益深入,新闻及新闻文化表现出越来越显著的传媒文化特点,某些情况下,新闻文本甚至也成了现代消费者的娱乐消费材料,成了一种符号消费品。因此,从文化学的研究视角及概念归属来看,新闻应名正言顺成为传媒文化的研究对象、是传媒文化的体现形态之一,新闻文化也应包含于传媒文化之中,属于传媒文化的一种表现形态。

### (二) 报道和传播传媒文化,构建新闻符号认知

文化作为人类所创造的各种物质财富和精神财富的总和,是新闻报道的重要内容与来源,可以为新闻媒体提供取之不尽、用之不竭的新闻线索和信息源,形成大量文化新闻的报道。传媒文化是伴随着传播技术的进步、媒体的高度发达而兴起的一种时代文化,在它的盛行下,直接催生了消费文化、娱乐文化、虚拟文化等多种文化形式,成为社会中影响广泛、人人浸润其中的时尚文化,因此传媒文化也越来越成为新闻传播与报道的重要内容,其中最具代表性的是娱乐新闻在各种媒体中报道的比例与力度日渐加大。当今社会是一个传媒化生存的社会,大众传媒已深深嵌入人们的生活,甚至内化为一种生活方式。人们对传媒所传播的各种符号所营造的“拟态环境”依赖性越来越大。大众传播为人类创造了一个近似的、共同的符号世界。由新闻传播创造出来的新闻符号世界无疑是整个符号世界的一部分,而且是整个符号世界最为活跃的一部分。新闻符号世界已经是我们理解事实世界最新变化的绝对中介。人们不仅生活在真实的现实世界中,更生存在新闻符号建构的世界之中。若离开对新闻符号世界的理解,人们也就无法了解狭小感性时空之外的事实世界的最新变化。也正是通过在新闻符号世界中的报道与传播,传媒文化得以为更多的大众更加广泛与深刻地了解与感知。

## 三、新闻传媒影响社会文化传播

(一) 社会文化。社会文化是影响我国社会发展的重要因素,与人民生活息息相关,社会文化可以切身推动我

国政治层面、地区经济的快速发展，是由人民群众整合所有精神文化创造并传承至今的，具有民族、地域等不同特色，并且对社会群体发展具有深远积极作用。社会文化为提高人民生活水平质量作出了极大贡献，为人民群众文化精神需求奠定了极大基础。想要切身推动社会文化传播的有效发展，就必须依靠报刊、杂志、广播、电视、互联网信息技术等多种类型的中间媒介，这些媒介已经完全融入人民生活，成为社会发展和信息传播不可分割的一部分，无时无刻不在影响公众心理建设，日益成为人民基本生活的标准配置。

(二) 对社会文化的影响。在我国对于新闻媒体政策的标准下，要求新闻媒体必须坚持正确引导，和传播社会正能量，积极促进社会文化和谐平稳发展。新闻媒体在社会文化传播中一定要肩负起促进文化繁荣、传承文明形态的责任重担。尽管如今世界格局相对稳定和平，但是国际上仍然有些许国家在经历战争的摧残，人民群众没有和谐幸福的家园，所以和谐发展依然是国际上永恒的大课题。和谐稳定的社会文化也就自然成了先进的思想文化。对于我国的国情下，只有在和谐稳定的社会文化指引下，我国的社会政治和社会经济才能在健康正常的大环境下急速成长。因此要求新闻传媒要弘扬社会正气，宣传典型事例和人物，起到榜样的力量，用身边触手可及的好人好事去感染和改正社会风气。

(三) 利用新闻传媒增强社会主义形态凝聚力。新闻传媒一方面在促进社会文化的稳定发展，另一方面也要肩负起增强社会主义意识形态的凝聚力的重担，自多年前的改革开放政策的实施，我国经济建设以势如破竹之势锐不可当，使得社会文化的多元化优势慢慢展现出来。这要求新闻工作者必须坚持马克思主义思想为引领指向，引领多元化社会思想前进，在社会舆论形成的进程中，我国新闻媒体占据社会文化传播的重要地位，并且可以发挥出重要力量，引导社会舆论导向。其以坚持为人民服务为核心，始终如一坚守本职工作要求，为人民群众和党之间的沟通提供了有利桥梁。因此可见，新闻媒体对社会文化传播及社会主义形态的构成具有巨大的推动作用。

(四) 新闻传媒为社会文化传播提供原动力。中国历史文明经历上下五千年经久不衰传承至今，离不开公众的代代相传和有力传播，新闻传媒在社会文化传播和传承中有着重要地位并发挥重要作用。通常情况下，社会文化传承存在两种方法，一是“口头”传播，二是载于史册。对于民间百姓的记载方式则偏向于日志、传记等。因为口头传播具有一定局限性和地域范围限制性，而且伴随传播群体的扩大，传播信息的真实性就会存在误差，可信度也会逐渐降低，从而失去传播的意义。对于古代带有官印性质的史书，在当时封建制度，皇权至尊的环境下，有些历史也存在一定疑问。可是在当今社会，随着信息技术的不断革新，新闻媒体的出现，这种情况迎刃而解，社会文化的传播和传承的涵盖面和真实度都得到空前保障，随之也达到繁荣的程度。从古至今的发

展长河中，都要留其精华去其糟粕，正确处理社会文化的两面性，在多元化的国际局势中体现中华文化的和谐繁荣，使其经久不衰。

(五) 新闻媒体加速社会文化创新，提升社会文化活力。要想不断优化进步就要不断学习创新，走在国际社会的前端，创新的力量为社会文化提供源源不断的原动力。同时时刻要求创新也可以激发社会主观能动性，以保证社会文化自身可以秉持可持续发展的趋势。新闻媒体在全方位的传播新闻热点时，要求新闻信息来源于生活，立足于生活，还要贴近大众生活实际，始终坚持以人民切身利益放在首位，为社会乃至整个中国营造出健康和谐稳固的文化发展环境，促进社会文化的创新交流和提升社会文化发展原动力。

#### 四、提升新闻传播效果的路径

(一) 坚持以人为本。作为新闻媒体，不仅肩负新闻传播的使命，还要拥有一定对未来预判的意识和能力，因此要求新闻工作者在新闻报道中做好充分的准备。新闻媒体应该始终坚持以人为本的原则，在对公众进行新闻采访时，尊重每一个受访者个体特点和差异性。把新闻热点和焦点放在人民群众的生活中，始终保持新闻传媒工作者的初心，积极服务人民生活。

(二) 新闻媒体要大力发挥在社会文化传播中的自身角色和效用。新闻媒体要积极弘扬社会正能量，坚持正确新闻导向，传播社会主义正义力量，为社会文化的传播和传承奠定基础，为我国社会文化经济传播发展提供稳定且长久的原动力。

(三) 合理利用新型媒介进行传播新闻消息。例如，合理利用微博、微信、公众号、自媒体平台号等。在新媒体蓬勃发展的时代，各种类型新兴媒介五花八门，但也切实方便着人们的生产生活，增加新闻讯息的接收途径，缩短传播距离，加强新闻媒体和公众群体之间的联系。

#### 结语

如今的社会是知识型文化社会，更是一个处处是竞争的社会，新闻传播对社会文化和公众群体心理的影响渗透在各个方面。因此，新闻传媒要充分利用特点，多方面、多角度进行传播，以此增强社会文化在公众群体心理的普及，切实推动社会继续发展。

#### 参考文献

- [1] 魏加晓. 新媒体对中国传统文化传播的影响——评《新媒体环境下优秀传统文化传播机制研究》[J]. 新闻与写作, 2020, 5: 116
- [2] 崔海亭, 张佃波, 李姗姗. 媒体融合背景下“国家认同, 通专结合”体育文化传播人才培养研究[J]. 山东体育学院学报, 2019, 35(4): 106~110
- [3] 刘天旭. 新媒体背景下的直播文化研究[J]. 传媒论坛, 2018, 1(10): 21~22, 24