

媒体融合背景下融合新闻传播效应与策略

■ 段巍

随着科技水平的不断提高,社会中的各个领域也随之发生了较大变化,人们获得信息的途径也变得越来越多,特别是在网络技术得到广泛应用的背景下,大多数文字、图像、音频以及视频等均能够利用网络进行传播,从而促进了媒介信息的融合。基于此,新闻媒体的角色也开始转变,由传统的电视、报纸以及广播形式向当前的融合新闻传播媒介转变。

现阶段,人们仅仅通过一部手机就能够收集到各种信息,并且利用网络将其传播到全球的各个地区,因此,出现了各种形式的新型媒介。与此同时,受众在信息的获取方面提出了越来越多的需求。基于此,新闻媒体必须创新传统的新闻传播方法,借助网络和通信技术使信息传播实现数字化,在媒介融合背景下,构建出新型的新闻媒体,从而保证新闻媒体结构更具丰富性,并且更加符合时代的发展需求。

一、媒介融合背景下的融合新闻

在媒介融合背景下,新闻也开始向融合的趋势发展,所说的融合新闻同多样化新闻基本相似,也就是新闻记者通过对新媒体和传统媒体这两种媒体的巧妙应用来实现新闻信息的传播,利用不同媒介具有的优势和特点促使新闻信息的收集、分析与传播工作变得越来越高效快捷。此外,由于多种媒介参与到了传播新闻信息的全过程,因此,融合新闻呈现多样化。

二、传统媒体和新媒体的发展现状

目前,在信息时代背景下,

传统媒体和新媒体之间面临着激烈的竞争。作为以互联网以及移动媒体为典型代表的新媒体明显比传统媒体在市场竞争中占据一定的优势。移动互联网新媒体的发展促进传统媒体结构向多屏融合发展,因此,传统媒体已经不再独占传媒市场。

有关数据表明,近年来,我国的报业市场份额持续处于下降的趋势。尽管目前电视媒体在媒体市场中具有一定的优势,但是,随着信息技术的广泛应用,新媒体一定会越来越受到人们的重视。基于此,电视媒体在媒体市场中所占的份额会逐渐被新媒体所侵占。由此可见,传统媒体正面临着严重的生存危机,新媒体的迅猛发展促使传统媒体势必要尽快进行转型,以此来适应时代的发展需求。

三、媒介融合背景下融合新闻的传播效应

媒介融合背景下,融合新闻产生了一种新型传播效应,即“长尾效应”。研究表明,现今的融合新闻传播市场中,传播媒介仍然以电视和报纸等媒体为主,剩下的传播媒介却以典型的网络媒体为主,然而,其快速的发展节奏与不断扩大的发展规模也在新闻市场中处于“长尾”的位置。由此可见,媒介融合背景下的融合新闻不仅具有较大的影响力,而且也扩大了影响范围。

媒介融合背景下,融合新闻的另外一种传播效应是叠加效应。它主要是应用各种形式的媒介技术把市场中的大量媒介进行相互融合,进而扩大融合新闻的覆盖范围。

媒介融合背景下,融合新

闻以网络等各种各样的新媒体为依托,并将其作为自身获取与传播新闻信息的主要“窗口”,通过对此种方法加以应用,可以扩大新闻媒体的市场空间和影响力,从而提高新闻效应以及发挥新闻价值提供良好条件。与此同时,还通过多种信息途径对相关信息内容进行了收集。

正像一粒石子投进平静的水面会泛起层层波纹一样,媒介融合背景下,传播融合新闻的同时,与之有关的各种形式的信息与新闻内容也会得到广泛的传播,尤其是由于受到大量媒介的影响,还会大大地加快新闻内容的传播速度、拓展传播范围、扩大影响力。因此,可以通过多样化的渠道来传播融合新闻,从而能够大大地扩大其影响力与传播范围。

四、媒介融合背景下融合新闻的传播策略

媒介融合背景下,要想有效传播融合新闻,就应该不断丰富融合新闻资源。由于受到传统传播技术与媒介的制约,各个媒体可以获取到的新闻资源具有一定的局限性。然而,在媒介融合背景下,就能够利用网络技术和各种形式的新闻媒介实时掌控最新的新闻资讯,从而使融合新闻资源呈现多样化。由此可见,媒体工作人员应该善于应用新型的媒介技术对各种各样的融合新闻资源加以整合,并对其加以分析处理,防止融合新闻出现千篇一律的现象。

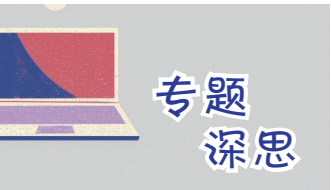
现如今的融合新闻应该在传播新闻内容的过程中摒弃传统的一次性开发制作的形式,采用层级式的开发与制作方式,从而能够同多种媒体进行有机融合,并进一步挖掘出融合新闻的

潜在资讯与隐藏的事实,以此来全面体现实际的新闻价值。

媒介融合背景下,传播融合新闻的过程中一定需要新旧媒体进行交融,通过对传统媒介的专业性和权威性加以利用,留存新闻信息的本真和关键信息。另外,网络 and 手机媒体等新型媒介具有传播范围广泛和速度较快等优势,获取到越来越多的资讯信息,并且切实扩大融合新闻的影响力和传播范围,特别是通过鼓励受众利用新媒体积极参与到传播融合新闻的过程中,同时还能够给他们带来一种独特的新闻传播体验感,进而为增加融合新闻的受众群体打下坚实的基础。

随着社会的不断发展和进步,各行各业也获得了较快的发展。新时代背景下,各个媒介为了同社会的快速发展相适应,相互之间开始进行融合,进而推动了新闻行业的迅猛发展,基于此,融合新闻应运而生。然而,融合新闻的传播却与普通新闻的传播有着不同之处,由于传播融合新闻的过程中会受到传播渠道和媒介的影响而产生各种各样的效应。因此,这就要求在传播融合新闻的过程中一定要对新闻内容形式的多样化引起重视,并且从实际情况出发对新媒介和传统媒介进行灵活运用。由此可见,为了确保融合新闻的顺利发展,有必要全面了解融合新闻。

(作者单位:山西广播电视台)



以新媒体提升法制节目传播效果的探讨

——以太原广播电视台法制节目为例

■ 谢娅丽

电视法制节目具有舆论宣传与普法宣传作用,可以强化社会公众民主和法律意识。但新媒体的出现使得网络技术、数字技术等新技术得到广泛运用,对传统电视法制节目造成较大冲击,需要改进和创新节目传播方式,以满足时代发展需求。本文以太原广播电视台法制节目为例,结合当前节目发展现状,深入分析以新媒体提升法制节目传播效果的对策。

近年来,科学技术在我国飞速发展,加快了新媒体的到来。新媒体的发展和普及,传统媒体发展模式发生较大变化,电视节目受到严重影响和冲击,需要加强创新和改进,适应时代发展需求,实现电视节目的良性发展。因此,对于太原广播电视台法制节目而言,应该紧跟新媒体发展步伐,探索提升节目传播效果的有效路径。

一、新媒体背景下太原广播电视台法制节目发展现状

从太原广播电视台法制节目的传播效果来看,相比于新媒体,电视节目的内容比较封闭,不具备时效性。比如,在遇到突发事件、道路拥堵等情况时,人们可以借助移动端等及时在网上了解情况。同时,新媒体网络的便利性、及时性特点显著,广告商和观众对新媒体的喜爱程度也比较高,法制节目的市场份额会逐渐被抢占,制约了节目的良性发展。

二、以新媒体提升法制节目传播效果的对策

(一)强化多媒体互动平台的创建

新媒体的推广和普及使得

人们获取信息更为便利,强化新媒体与法制节目的融合,可以让观众在参与节目过程中有较强代入感,帮助观众答疑解惑,这种从观众角度出发的方式,能够让观众对法制节目的内容有深入理解和认识,加深对节目的印象。

因此,在新媒体背景下,太原广播电视台法制节目应以节目特点为基础,加强多媒体互动平台的创建,提升节目时效性,加速节目内容传播,吸引更多受众观看节目。比如,太原广播电视台社教法制频道通过在抖音、快手等短视频平台开通官方账号,利用短视频高效传播特点,发布法律知识普及、案例分析、法律咨询等服务内容,短视频平台的高用户活跃度和传播效率也能让法制节目获取更多曝光量和影响力,扩大观众的覆盖面。2023年春季新兵起运,太原广播电视台社教法制频道和相关部门联合推出特别策划《踏征程,出发——太原市2023年春季新兵今日起运》直播活动,共搭建18个直播间,累计观看人数达128万人次。根据这一内容创作的短视频《奶奶的糖很甜》被学习强国全国总平台抓取,点击量100万+,通过新媒体平台对观众进行了一次生动的国防教育,也扩大了节目的影响力和传播力。

同时,太原广播电视台社教法制频道还可以借助新媒体平台的实时性特点,发布节目预告、精彩片段、幕后花絮等内容,吸引观众对节目产生浓厚兴趣,促进内容的到达率和阅读力的提升,提升品牌效应。

(二)加强新媒体技术优势的挖掘

在新媒体与传统媒体融合

共生的状态下,我国很多广播电视台依靠媒体力量和手段实现了高质量发展,而这也应该是法制节目的建设和发展思路:加强对新媒体技术优势的挖掘和探索,借助新媒体让节目的影响力提升。比如,太原广播电视台法制节目通过开通微信公众号“并州之卧龙城110”,对节目的内容进行传播。公众号内还设置了今日看点、节目视频、爆料直播等多个板块,手机用户可以通过图文形式对每日发生的法律事件直观了解,观看重点案件庭审现场和线下活动的直播等,实现节目与新媒体的良性互动。这种形式除了能让节目的关注度增强,也为节目提供了丰富的选题资源和观众反馈,为节目内容的优化与创新提供支持。

当然,电视台也可以为观众提供个性化服务,通过开发专属APP,为节目提供更多的传播渠道,加快节目传播。比如,太原广播电视台的“锦绣太原”APP,在这个平台上,观众可以随时观看节目、参与互动,或者寻求法律咨询帮助。APP集成了节目点播、直播、法律知识库、在线咨询等多项功能,可以为观众提供一站式的服务体验。同时,通过推送通知、用户行为分析等技术手段,APP可以汇总分析用户喜好,有针对性地推送内容,提升用户忠诚度和活跃度。此外,在互联网、云计算、大数据等技术支持下,这一平台还开通了生活缴费、心理健康辅导、车票预订、演出订票等服务功能,为人们提供便利的同时,使用户黏性增强,有助于提升节目传播效果。

(三)全面提升采编人员的媒体融合能力

面对新媒体的冲击,传统媒

体加快了和新媒体融合发展的速度,这对电视采编人员的工作内容和工作能力,也提出了更高的要求。因此,作为电视法制节目的采编人员,不仅需要具备基本的电视新闻采编能力,还需要深入了解各个新媒体平台的传播特点,具备拍摄编辑短视频、处理文字图片音频素材以及节目内容发布等多项复合技能,力争成为全媒体记者。而且,节目采编人员还需要提升对信息的拆分整合能力和可视化设计能力,提高对节目内容碎片化、精细化创作的能力,运用新媒体平台打造更为立体通透的报道,满足不同受众的收视需求,进一步提升法制节目传播效果。当然,全面提高主创人员的法制意识也是必不可少的,这样有助于提升节目的品牌形象,更好地传播和推广法律知识。

三、结束语

综合而言,在新媒体时代下,传统电视节目受到的冲击和影响较大,媒体融合过程中,节目的制作和传播应该根据自身特点重构业务流程,采取多元化的方式应对,注重新媒体技术优势的挖掘运用和培养全媒体采编技能等,保证节目的影响力和传播力可以提升,收视率可以达到预期,观众的个性化收看需求也能得到满足,使法制节目实现健康、良性发展。

(作者单位:太原广播电视台)



思想纵横

随着全媒体时代的到来,信息传播的方式和渠道变得多样化和即时化。媒体不仅承担着信息传递的职责,更肩负着引导舆论和践行社会责任的重要使命。因此,研究媒体在全媒体时代如何践行社会责任尤为重要。

一、传播社会正能量,重视对外传播

传播社会正能量是媒体的核心任务之一,央视作为中国主流媒体的代表,数十年来不断发展壮大,从早期的单一频道扩展到如今涵盖科教、人文、娱乐等多领域的节目体系。央视不仅不断更新和扩充节目内容,还通过不断创新的传播方式,将正能量传播到社会的各个角落。央视的新闻工作者们在各种艰难条件下奋战,为社会提供真实、权威的新闻报道。他们的努力不仅体现在对重大新闻事件的报道上,更体现在对社会正面故事的挖掘和传播上。

以《今日说法》《315消费者权益日》和《感动中国》等系列节目为例,这些节目通过真实、生动的案例和感人至深的故事,展现了社会中的正能量和人间真情。节目内容不仅反映了现实生活中的点滴故事,还积极传播了社会正能量,关注和解决了人民群众在生活中面临的各种问题。央视的新闻工作者们以实际行动践行媒体的社会责任,他们敢于揭示社会问题,同时也善于挖掘和报道积极向上的故事。这种坚持不仅帮助人们解决了物质和精神上的困难,还提升了社会的整体正能量。老百姓的高度信任和对央视节目的持续关注,正是对央视工作成效的最好证明。这种积极传播社会正能量的媒体实践,体现了央视作为主流媒体在新时代的使命和担当。通过不断丰富节目内容和提升传播效果,央视不仅赢得了观众的信赖,还树立了自身在社会中的正面形象,成为推动社会进步和发展的重要力量。

二、参与社会责任报告,接受大众监督

在全媒体时代,媒体履行社会责任的另一个重要路径是参与责任报告并接受大众监督。2021年7月,中国记协向社会公开发布了2020年度媒体社会责任报告,这是媒体社会责任报告制度自实施以来的第八次发布。这一报告的发布不仅在媒体数量上达到了109家,比上一年度增加了一倍多,还在报告的范围、形式和内容上都发生了显著变化。这些变化反映了媒体社会责任报告制度逐步成熟,媒体行业对社会责任的认知不断深化。此次报告显示,经过七年的推进,媒体社会责任报告制度已经日益完善,涵盖了各级各类媒体,增强了媒体行业的社会责任意识。

媒体不仅要享有传播信息、吸引流量和实现经济效益的权利,还需要履行相应的社会责任。这意味着,所有具有媒体属性并从事信息传播服务的平台,都应参与到社会责任报告的工作中,以接受公众的监督和评价。通过参与社会责任报告,媒体能够全面展示其在社会责任履行方面的实际情况,包括在信息传播中的诚信、公正、社会贡献等方面。这种公开透明的报告机制不仅提高了媒体的公信力,还促进了媒体行业内部的良性竞争和自我监管。公众和社会对媒体的监督也通过这种报告机制得到有效保障,媒体在实现经济效益的同时,也需积极回应社会关切和公众期望。在全媒体时代,随着信息传播渠道的多样化和媒体平台的不断增多,社会责任报告的制度化和规范化显得尤为重要。

三、强化技术赋能,助力传播效果升级

在全媒体时代,技术的赋能对提升传播效果具有重要意义。为了将创新信息传播的精神延续到全媒体传播形式,媒体可以利用先进的技术手段如AR(增强现实)、5G、长图、数据可视化(数说)、H5页面以及音视频等多种方式,打造内容丰富、可读性强且符合大众审美的优质产品。这些技术手段不仅增强了信息的表现力,还使得传播内容更加立体、生动并具有吸引力。

利用AR技术,可以在传统媒体的内容中加入虚拟元素,提供沉浸式体验,增强信息的互动性和参与感。5G技术的高速传输能力则使得大规模视频内容的即时传输成为可能,保证了信息的实时性和清晰度。长图和数据可视化技术能够将复杂的数据和信息以图形化的方式呈现,使其更加直观易懂。H5页面则可以通过互动设计提升用户的参与度,使传播内容更加引人入胜。在短视频平台上,传播内容的创新形式也得到了充分发挥。通过将内容制作成动画、数据动态图等形式,并配以生动的画外音解读,能够为受众提供更具立体感和直观性的体验。

这些技术手段的应用,不仅丰富了媒体的传播方式,还提升了信息的传播效果,使得受众能够更好地理解和接受信息。综合运用这些技术手段,传播平台、传播方式和传播内容共同作用,显著提升了传播效果。这不仅使媒体能够更有效地履行社会责任,也为受众提供了更加优质的信息体验和服务。

四、品牌栏目承担社会服务责任,体现人文关怀

在全媒体时代,品牌栏目不仅是媒体内容的重要组成部分,还在承担社会服务责任方面发挥着关键作用,体现了深厚的人文关怀。例如,在2022年台风“轩岚诺”的报道中,浙江广播电视集团借助其数字化改革成果——“新闻大脑”中的“正在现场”应用场景,首次实现了台风路线重点区域的几十路跟踪记者的高效实时互动。这一创新技术的运用使得媒体能够在台风发生期间提供长时间的实时更新和多角度的报道,同时也能快速制作各类防台抗台的融媒产品,极大地增强了信息传播的效率和实效性。台风“轩岚诺”的全国抗台报道总播放量超过5000万,这不仅反映了技术赋能的成功,也凸显了媒体在紧急情况下对服务社会的责任。

此外,娱乐综艺节目也积极履行社会服务责任,《奔跑吧》节目自播出十年以来,已经播出了十一季。最初,节目主要通过捐赠体育物资和阅读资源等方式参与公益。随着时间的推移,《奔跑吧》逐步发展到涉及乡村振兴的长期公益计划。在最新一季的节目,创新地设置了自带网感的“火焰山甄选直播间”环节,并通过小屏幕创意开展新疆葡萄带货公益直播。该环节在微博平台上的话题阅读量达到了7554.4万,在抖音平台上则迅速占据了鲜葡萄类目的第一名。通过这些创新的公益传播形式,节目不仅提升了农产品的销量,也有效地推动了社会公益事业的发展。品牌栏目在全媒体时代不仅通过技术手段提升传播效果,还通过积极参与社会服务,体现对社会的关怀与责任。

(作者单位:晋中市太谷区融媒体中心)

浅议全媒体时代媒体践行社会责任的路径

■ 高虹

