

融媒体时代新闻传播的创新与变革探究

骆艾萱

(河北大学国际学院, 河北 保定 071032)

摘要: 融媒体时代, 重构了新闻的制作与传播流程, 还重塑了受众的互动模式与媒介竞争的格局, 新闻传播行业正在面临着前所未有的挑战与机遇。基于此, 文章简要概述融媒体的定义与背景, 阐明媒体融合创新传播理念与融媒体环境下新闻创新的驱动力, 在此技术上探索新闻传播的创新路径, 以适应日益变化的媒体行业发展趋势和市场需求。

关键词: 融媒时代; 新闻传播; 创新发展

引言: 媒体融合指传统媒体与新兴媒体之间的融合与渗透形成的新的媒体生态系统。在此背景下, 媒体行业的竞争日渐激烈, 受众对于新闻的内容, 传播方式的诉求更加多元。为适应新时代的发展趋势, 媒体机构亟须探索新闻传播的创新改革之路, 打造更加丰富生动的新闻报道形式, 提升新闻传播的效果与质量。

一、融媒体的定义与背景

融媒体是不同媒体形式在内容、技术以及传播渠道上的深度融合, 构建全新的媒体格局。这种融合能够整合资源, 创新传播途径, 提升新闻的传播力与影响力, 满足受众多元化的信息需求。在此背景下, 传统的新闻传播模式正在被消解取代, 转而朝向数字化、智能化方向发展。传统媒体长期以来在新闻传播中占据主导地位, 主要指电视、报纸等, 这种媒体通常具有较强的公信力与权威性。然而, 随着互联网技术以及用户需求的不断变化, 社交媒体强势崛起并深受用户喜爱。在激烈的市场竞争中, 传统媒体需要积极做好转型升级工作, 增强自身的市场竞争力。融媒体环境下, 信息传输的渠道更加丰富多元, 社交媒体、直播平台等均可作为信息传播的渠道, 增强了传播的即时性与互动, 呈现出跨媒体、跨平台的特征。这种发展趋势表明, 传统媒体与新兴媒体的融合发展已经成为媒体生存与发展的关键要素, 也是媒体行业时代发展的必然变革。

二、媒体融合创新传播理念

(一) 新闻内容的创新

无论是传统媒体时代, 还是如今的融媒体时代, 具有深度的新闻内容一直是用户所追求的。新媒体的冲击下, 媒体从业者应当结合新闻主体与内容, 融合不同形式的多媒体素材, 打造既丰富又具有深度的新闻报道。媒体融合的核心在于新兴媒体与传统媒体在文字、视频等多媒体元素的有机整合。例如, 短视频能够将新闻事件的发生经过直观地呈现出来, VR、AR 技术等则能够呈现更加生动、具象的新闻内容, 为受众提供沉浸式的体验。

(二) 新闻传播渠道的创新

融媒体时代, 新闻传播渠道逐渐由原来的电视、报纸等拓展至抖音、微博等新媒体平台。新闻传播的方式更加高效、便捷, 与受众之间的互动也更加频繁。传播媒体为适应新的媒体环境,

正在积极推进媒体融合转型, 部分电视台、报社都开设了新媒体平台官方账号。部分传统媒体还开设了新闻客户端、短视频平台以吸引年轻群体。

(三) 新闻传播形式的创新

传统的新闻传播形式主要依赖单向传播, 而新媒体则更加强调用户的参与与互动。传统媒体传播主要通过杂志、广播、电视等渠道传递信息, 受众只能被动地接受信息, 而难以直接参与或者改变信息内容。融媒体时代, 通过整合融媒技术, 如 H5 页面、网页专题等创造了更加丰富的新闻传播形式。

三、融媒体环境下新闻创新的驱动力

(一) 技术驱动

人工智能、5G、大数据等新技术的发展与应用, 为新闻生产与传播方式的创新提供了强大驱动力。传统的新闻传播模式正在被更加多元化、智能化的传播体系所取代。新闻的互动性、时效性与精准性获得大幅度提升。5G 技术的普及, 能够将实时直播内容、超高清视频等更快、更流畅地传递给受众, 并衍生了 AI 合成主播、新闻互动等新的新闻报道形态。时至今日, 5G 技术以其低延时、高频率的特点, 为媒体直播创新、远程虚拟演播等提供了技术支持。大数据的优势在于对大量数据的收集与处理, 其能够帮助新闻工作者分析用户的需求与偏好, 提高新闻事件传播的针对性与精准性。人工智能日新月异, 图像识别、协作机器人等已经在新闻生产环节中应用。智能推荐、算法推荐还能够为用户提供个性化的新闻内容。

(二) 受众需求驱动

融媒体时代, 受众对新闻的需求正从同质化向个性化、多元化转型。传统媒体单一化的信息供给已难以满足用户的期待, 人们更关注与生活、兴趣相关联的内容。受众需求的变化, 驱使新闻机构要针对不同的受众群体打造定制化内容。除此, 现在媒介环境下, 受阅读媒介的影响, 碎片化阅读方式以其内容短小、传播迅捷、内容多样化的特点受到了大众的青睐。但是, 碎片化阅读存在信息传播简单化、浅层化的问题, 这就意味着新闻传播的内容可能走向肤浅。但是受众依旧需要接近事实本质的新闻, 新闻工作者需要深刻地研究世界, 做出深度报道, 避免快餐式文化

的不良影响。

（三）传播渠道的多元化

融媒体时代新闻媒体突破传统的固定化的新闻传播模式，报纸、电视等传播形式开始逐渐与短视频、直播平台等传播方式融合，全面提升了新闻传播的影响力与覆盖面，且新闻与受众之间的互动模式更具有即时性。现阶段，微信、微博等社交媒体平台，已经成为新闻传播的重要渠道，抖音、快手等短视频平台，因其内容短小精悍能够满足受众碎片化的阅读需求。直播平台则提高了新闻传播的即时性。除此，新闻传播的平台也更加广泛，电脑、电视、平板等均是新闻的传播平台。

四、融媒体时代新闻传播的创新路径

（一）强化内容创新，提高新闻质量

融媒体环境下，新闻内容的重量是关键。新闻媒体应当重视内容创新的同时，注重生产内容的广度与深度，保证新闻的质量。首先，应当以受众的需求为出发点。新闻机构可以借助大数据了解受众的需求和喜好，为选题提供参考。其次，制定针对性的传播策略。新闻内容应当具备广度与深度，媒体创作者应当关心社会热点问题，创作有深度、有温度的新闻内容。再者，新闻内容语言要通俗易懂，让读者易于理解和接受，避免用一些过于抽象、晦涩的专业术语。最后，要注重内容的创新性与多样性。大数据技术将新闻内容以可视化方式呈现出来，使得复杂新闻得更加直观生动，同时提高新闻内容的权威性与深度。除此，还能够通过虚拟现实、增强现实等技术，还原新闻事件的场景，为受众提供沉浸式体验。

（二）运用技术手段，丰富传播形式

融媒体环境下，传统的图文报道、广播等形式不再是固定的选择。直播平台、社交媒体等的兴起使得新闻传播的形式日益多元化。新闻机构要充分利用新媒体技术，丰富新闻的传播形式，增强新闻的传播效果。

以电视、报纸、广播等为媒介的新闻传播方式互动性差，表现力弱且不具备即时性。以短视频、社交媒体平台为媒介的新闻传播方式能够实时传递新闻讯息，并强化与受众之间的互动，这种新兴的传播方式逐渐成为主流。随着科技的飞速发展，人工智能、大数据等也被广泛应用于新闻传播领域。例如，通过机器学习算法能够提高新闻采编的效率，知识图谱等技术的应用能够将新闻事件的全貌清晰地呈现出来。新兴技术的应用能够提高新闻的传播效率与智能化水平。新闻机构应当强化不同新闻传播形式的融合，不断拓展新闻的传播形式，提高新闻传播的影响力。

（三）鼓励受众参与，强化交流互动

社交媒体平台已经成为新兴传播的主要阵地，微信、微博等社交媒体平台使得新闻与受众之间的互动性显著增强。新闻机构在社交媒体平台发布新闻的同时，受众便能够即时地参与评论、转发，形成双向互动化传播局面。在此技术上，新闻机构应当进

一步加强受众的参与度，强化彼此之间的沟通交流。一是，新闻机构可以以直播的形式吸引互动参与到共同参与交流中。开展线下宣传活动，鼓励受众参与新闻传播，提高受众粘性。二是，新闻机构可以借助新媒体平台的精准推送功能，在了解受众喜好、兴趣的基础上，为他们提供定制化的内容和服务。同时，通过在线评论、投票等形式获得受众的反馈，及时调整教学策略。

（四）建立全媒平台，拓宽传播渠道

单一的传播渠道已经难以适应新时代背景下的媒体生态环境、新闻机构应当利用新媒体的优势，建立全媒体平台，实现新闻的立体化传播。新闻机构应当整合社交媒体、APP等多种媒介实现新闻资源传播的多元化。具体来说，新闻机构可将新闻内容同步上传到微博、移动客户端、网站等平台，受众可以通过电视、手机、电脑等移动设备获取新闻。这样多元化、全方位的传播模式，将新闻快速地传达给受众。这种传播方式能够突破时间与空间的限制，拓展了新闻的传播路径与受众群体。目前，各种社交平台提高了新闻传播的效率，扩大了新闻传播的影响力，使得新闻内容能够覆盖到不同需求和习惯的受众群体。

（五）加强人才培养，提高团队素质

新闻传播的创新与变革需要人才作为支撑，为此新闻机构可从三方面着手。其一，加强与高校的合作，深化产学研融合。新闻机构可与高校建立深度合作，参与高校人才培养方案的制定与课程体系的构建，促使高校人才培养精准对接行业需求，拓宽媒体机构的人才来源渠道。其二，新闻媒体机构应当建立完善的内部人才培养机制。定期对内部人员进行职业培训，培养具备跨媒体传播、新媒体运营等技能的全媒体人才。其三，新闻机构应当主动对接行业资源，积极参与学术共同体、创新联盟等跨界合作项目，拓宽人才交流渠道，为媒体融合发展助力。

五、结束语

融媒体环境下的新闻创新是媒体机构应对日益激烈的市场竞争与时代发展变化的必然途径，其能够增强用户粘性，提升新闻传播的效果。新闻传播是信息传递的重要途径，其创新变革不仅与信息的传播质量与效率有关，还会影响社会舆论的走向与公共空间的构建。因此，新闻传播的创新发展应当适应数字化转型潮流，探索更加多元化、个性化的传播方式，满足现代受众的多元需求。

参考文献：

- [1] 傅霄. 媒体融合背景下新闻的高效化传播策略研究 [J]. 新闻传播, 2025, (04): 50-52.
- [2] 孙雅新. 新闻发展新趋势与记者素养提升策略 [J]. 新闻文化建设, 2024, (23): 103-105.
- [3] 邓丽. 大数据分析对融媒体新闻传播策略的优化 [J]. 中国传媒科技, 2024, (12): 34-37.
- [4] 张建新. 融媒体背景下如何增强新闻传播效能 [J]. 中国报业, 2024, (22): 242-243.