

全媒体背景下的传播趋势与创新路径探究

王凡 秦彬

(鲁东大学文学院 山东 烟台 264000)

摘要:人类已经进入全媒体时代,需要经受来自观念、技术等诸多方面的考验。科学把握全媒体背景下的传播演变规律,认清传播趋势,才能更好地指导全媒体向着更有益的方向创新发展。本文的研究首先指出全媒体背景的传播呈现移动化、智能化、视频化等趋势,并认为可以在宣传、运营、革新等方面采取积极的措施,确保全媒体背景下的传播工作可以始终保持活力,赢得受众的喜爱。

关键词:全媒体;传播趋势;创新路径

随着人类社会的不断发展,信息传播的方式已经发生了根本性的变化。搭载互联网技术的传播媒介,不断变革传播网络与传播链路,创造了全新的媒体格局,人类迎来了全媒体时代。在这一时代,信息更是无处不在,无物不用,“万物皆媒”所创造的舆论生态融合了最多元化的媒介形态,最全面的传播渠道以及更智能化的收发终端,推动着社会发展不断向前。如何把握全媒体背景下的传播趋势,紧随时代潮流探出更具创新的发展路径,值得深思。

1 全媒体背景下的传播趋势

1.1 传播形态普遍移动化

进入全媒体时代以来,社会大众能够清楚地感受到,日常生活中涌现出越来越多的移动媒体平台,这些平台往往以智能手机或电脑为载体,出现在人们生产生活的各种场景中。结合国内机构所发布的移动互联网年度报告,可知国内互联网的月度活跃设备数量在高峰期快接近12亿。显而易见,当前时代下移动互联网是主流的信息传播渠道。因此,国内传统媒体顺应时代而动,积极打造“两微一端”的移动化媒介融合传播格局,并在精心运营中逐步完善成型,其模式特点也变得十分清晰:借助稳定的移动平台来促进信息集合、资源聚合、用户汇合。如此,媒体可在平台上持续优化技术架构,灵活地组织新闻报道,重点对热点话题进行编排,引导用户关注新闻内容的更新,参与到话题讨论中,保持积极良好的互动。当然,全媒体背景下,信息传播的移动化形态已经司空见惯,让受众可以清晰感受到内容与形式的丰富与便捷。但移动化又可能隐藏一定的传播误区。首先是可能出现重量轻质的情况,目前看县级层面的微信公众号、微博账号、新闻网站、新闻客户端等仍在不断增加,这将增大运营者的常规工作压力,可能仅注重用户浏览量或内容点击量,却忽略了传播内容的质量,这对精准传播而言是无益的。其次是可能出现重外轻内的情况,即只关注是否拥有各类媒体账号却没有精心打造形式和内容,缺乏内涵。再者是可能出现重入轻出的情况。容易出现媒体赶项目,抓进度而忽视效益的问题。

1.2 传播技术趋于智能化

随着我国5G通信技术的持续发展,媒体必然要追求智能化发展,从而赢得竞争优势。智能化会充分要求搭载大数据、AI、物联网、5G等前沿科技,创造万物互联的新传播环境,从而形成对媒体创新能力的考验,而全媒体时代的发展也将创新视为重要推手。人们可以看到,媒体对信息的生产与运营正时刻处于创新变革中,内容生产呈现程序化,内容推发实现算法化,内容监管完成自动化,内容运营更加精准化。毫无疑问,全媒体背景下,媒体智能化让信息的传播方式以及传播关系都发生了深刻变革。如在新闻产出方面,已有媒体在推行“机器写稿”模式,通过计算机编程,实现了数据的智能收集与整合,从而按照语言学逻辑和新闻写作规律生成

新的新闻报道。在新闻推发方面,媒体同样可以依靠大数据等算法,对海量数据进行聚合、挖掘和提取,快速定位用户喜好,实现精准推送。在新闻监管方面,媒体应用AI技术实时对各类信息进行筛查,自动核实并过滤虚假低俗内容。当然,主流媒体已经在网络传播平台中应用了人工智能、虚拟现实等智能技术,可为有需求的用户提供更加全面、更有深度的内容。可见,全媒体背景下,媒体的智能化是必由之路,受众可获得更专业的媒体服务,从而满足个性化需求。

1.3 传播途径偏重视频化

媒体的发展往往以受众需求为导向。为了受众更便捷更直观地接受信息,媒体的发展经历了从可读到可视过程,同时也是从一维、静态到多维、动态的发展过程。如今,短视频已经成为受众获取信息的主要载体,能够大大改善以图文为主的信息传播缺乏认知共鸣的困境。2016年开始,我国的短视频与网络直播成为信息传媒领域的黑马,异军突起后便迅速迎来黄金期。大量资本开始进入视频领域,各网站和平台不断设计开发视频软件,吸引了大批受众注册使用。甚至连主流媒体也开始积极转型,如2019年央视新闻推出“主播说联播”短视频栏目,收获一大波用户。此外人民日报、新京报等媒体均在审时度势中紧抓传播趋势,以短视频为切口,重新入局全媒体竞争地,借助短视频平台发布精品新闻,社会反响热烈且出色。可见,全媒体背景下信息传播更为看重视频化所带来的受众体验度,让受众在轻松的氛围中获取碎片化信息,以技术实现行业革新。

2 全媒体背景下的传播创新路径

新时代下,科技的发展日新月异,传统媒体与新媒体之间的融合进程在加快,为造就稳定和谐的全媒体时代提供了可靠前提。当下,人们依然需要保持清醒的认识,只有坚定地走好创新之路,才能让科技完全融入行业变革,才能在媒体融合发展中贡献更大的技术力量。对于全媒体背景下的传播,依然要谨慎拓新,不懈探索,积极寻访更有价值的创新路径。

2.1 认真把握宣传的高度、温度与尺度

首先,把握宣传的高度,要做到顾及全局、亮明导向。党和国家领导人曾在多个场合强调新闻舆论宣传工作的重要性,强调舆论宣传工作所拥有的战略地位是引领性的,并要求新闻舆论工作要以党为核心,在党的领导下坚定走好发展方向。因此,在全媒体背景下,信息传播的创新首先要注重强化宣传的正确定位,要遵循客观规律去思考探寻新方法手段,要着力凸显新闻舆论在社会公众中的信息传播、舆论引导、思想影响、权威公信等能力。要始终将新媒体与传统媒体在融合进程中所形成的全媒体格局,填筑正义、正面、正能量的内核,真正站在更高思想层面实现“树旗帜、聚民

心、培新人、扬文化、兴形象”的光荣使命。

其次,把握宣传的温度,要做到以情化意、凝心聚力。全媒体背景下,无论是何种媒介所传播的信息,都应追求时效性,要讲真话、接地气,这样才能更好地赢得受众的喜爱。媒体要下功夫研究如何挖掘和释放自身的优势,用中国传统文化、新时代先进文化等文化底蕴不断浸润新闻信息,让全世界听到中国故事、欣赏中国梦,见证中国成就。虽然不同的宣传内容在题材、形式、结构等诸多方面有所不同,但经过富有情感的媒体传播,可以让不同类型不同层次的受众尽情欣赏,从而获得更真实的情感共鸣,让受众产生更多的感动与力量。

第三,把握宣传的尺度,要做到严把分寸、激浊扬清。任何时候,媒体都应该构建干净健康的舆论环境,而不应成为毫无规矩、毫无节制的法外之地。在全媒体背景下,各媒体均要加强自我约束和管理。行业主管机构更要切实扎好监管之笼,特别关注网络技术支撑下的新媒体管理。要在宣传方面努力引导受众接受健康的意识形态,凝聚社会共识,生产更多受众能够广泛接受的可有效激励人心的新闻报道或宣传作品。要对社会中充满假丑恶的现象进行严厉抨击,要对真善美进行高效宣扬,如此才能让全媒体背景下的舆论生态更加清静,媒体格局更加安稳可靠。

2.2 主动探究运营的焦点、重点、难点

首先,探究运营的焦点,要做到以体现正面价值为焦点。全媒体时代,媒体所产出的各类新闻报道,要高度关注新闻的正面价值,不仅对受众而言有一定的使用价值,还应该有趣且有情,可以吸引并感染到更多的受众。不可否认,当下的各类媒体向受众提供的信息规模庞大,几乎很难有人不通过“快餐式”阅读来获取信息。如何在海量信息中迅速吸引读者,靠着是作者的文字,也依赖作者的业务能力,只有作者讲好了故事,且报道有新意,有趣味,有思想,才能打动读者,这就是当前“内容为王”的切实需求。媒体应积极把握释放新闻价值这一焦点,不断在新闻传播的过程中展现媒体的责任担当。

其次,探究运营的重点,要做到以尊重客观事实为重点。很长时间以来,宣传工作都强调要遵循“三贴近”原则。在全媒体时代,这一原则依然要持之以恒地贯彻执行。媒体在策划运营新闻传播的过程中,要求报道内容要真实,报道形式要实时,报道方式要灵活,报道过程要有效互动。围绕一个社会热点话题,不同的媒体所切入报道的角度可能是不同的,但无论采取何种方式,都要以尊重客观事实为重点,进而生产出各具特色各具亮点的新闻内容,如此就能获得更多读者的认可。

第三,探究运营的难点,要做到以梳理优秀思路为难点。虽然各媒体在行业竞争之下,都在潜心研究如何突破,如何转型,如何赢得全媒体时代的市场话语权。但不可否认,媒体要把握优秀运营思路,学深悟透新闻传播要义,就在一定程度可以从容应对全媒体时代的新挑战。一是不断探寻创意,用创意来收获受众的好评,成功率更大。二是积极探明诉求,要清晰了解受众对新闻的内容、形式、渠道、效果的诉求,从而确定传播机制。三是高效推升素质,事业成功的基础在于人,媒体从业者应进一步提升个人的文字功底与业务能力,才能胜任全媒体时代的传播新趋势新要求。

2.3 合理实现创新的合法、得法、守法

首先,实现创新的合法,要做到始终遵循新闻传播的规律。在当前传统媒体与新媒体不同融合的大环境下,全媒体格局的稳定依然需要各媒体要坚守正确的前进方向与路线,要坚定地认清市场发展规律,把准新闻传播规律,积极健全更高水平的意识形态。所有新闻信息的生产编制,都应顺应时代发展的客观趋势,顺势而为,谈真理,讲真话,道真相,传真知,确保信息环境的健康态。

其次,实现创新的得法,要做到始终校正媒体融合的态势。全媒体时代的出现,离不开多媒体顺势融合的大前提,因此融合是一种动态化的过程,也是一项宏大的系统工程。如今,互联网技术飞速发展,社会公众已经习惯在网络中感受虚拟空间所带来的新鲜感与满足感,并从中获得和利用各类信息。媒体要顺应这样的态势,并要努力尝试通过个体对融合态势的积极调节和校正,赶上全媒体时代的新风口,主动向更高的目标发起冲击,向更高的产业态势进行进化。

第三,实现创新的守法,要做到始终捍卫新闻传播的规则。新闻传播的发展并没有改变其最初的基础规则,即“以人为本”。全媒体背景下,媒体传播依然要守住这一底线,坚持在新闻报道中展现人民性,立足于人民利益,并将此作为最终的发展落脚点。这亦表明,全媒体背景下,各种传播方式、内容、驱动、形态等要素的进化升级,依然要首先媒体传播的受众在哪里,才能有针对性开展新闻报道工作。要将视角贴近社会各面,转向民生,转向公众最关注最关心的话题,及时跟进并宣传报道新进展,公布新的深度调查结果,持续为公众解读真相,才能赢得更多的社会美誉,也同时捍卫了新闻传播以人为本的底线规则,发挥了舆论监督的价值。

结束语

全媒体时代,人们已经在逐步见证传统媒体与新媒体的深度交互与融合,也将进一步见证媒体传播的移动化、智能化、视频化发展趋势。这个时代注定会充满更多的机遇和挑战,对社会媒体而言,要在全媒体背景下,认真把握宣传的高度、温度与尺度,主动探究运营的焦点、重点、难点,合理实现创新的合法、得法、守法,才能在竞争中赢得主动,以创新的姿态获得更大的传播优势。

参考文献

- [1]殷秀云. 探讨全媒体背景下电视新闻创新传播路径[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(23):297.
 - [2]张晓锋,程静. 全媒体时代的传播趋势与创新路径[J]. 传媒观察, 2020(1):5-11.
 - [3]陆学莉,孙玲. 新媒体背景下的民生新闻:传播优势、变化趋势和路径探讨[J]. 湖北社会科学, 2015(6):189-194.
 - [4]徐波. 探究传媒数字化背景下的媒介融合与全媒体传播[J]. 科技传播, 2017(10):7-8.
- 作者简介:王凡,硕士在读,研究方向:跨文化传播。
秦彬,博士,讲师,硕士生导师,鲁东大学国家语言文字推广基地研究员,研究方向:跨文化传播。
基金资助:鲁东大学“声速输入法”基金语言文字,研究课题“传媒美学视域下的传统文化传播研究”成果,项目编号:SSPY202140。