

融媒体背景下新闻传播方式创新浅析

王圆立

巴彦淖尔市融媒体中心（巴彦淖尔日报社、巴彦淖尔广播电视台） 内蒙古 巴彦淖尔 015000

摘要：融媒体依托数字技术打破传统与新媒体传播壁垒，重塑了新闻传播的主体、形态与时效，成为传媒行业发展必然趋势。当前新闻传播虽实现渠道拓展与生产模式升级，但存在内容同质化、渠道融合形式化、技术应用浅层化、受众互动不足等诸多问题。本文结合融媒体传播特征与变革逻辑，从内容、渠道、技术、模式四个维度，探究新闻传播的创新路径，旨在提升主流媒体传播效能，构建全域高效的全媒体传播生态。

关键词：融媒体背景；新闻传播；方式创新

引言：数字技术与互联网产业的飞速发展，推动传媒行业迈入深度融合的融媒体时代，彻底颠覆了传统新闻单向、线性的传播模式。多元传播主体、立体传播形态与实时传播机制，让新闻传播格局发生根本性变革。新媒体的快速崛起冲击传统媒体发展格局，受众信息需求与消费习惯持续迭代。在此背景下，探析新闻传播现存短板，探索适配融媒体生态的创新传播方式，对推动传媒行业高质量发展具有重要现实意义。

1 融媒体时代新闻传播的核心特征与变革逻辑

1.1 融媒体的核心内涵与发展特质

（1）融媒体的核心定义：指以数字技术为底层支撑，系统整合报纸、广播、电视等传统媒体与互联网、移动端等新媒体资源，推动内容生产、传播渠道、技术平台、人才队伍全方位深度融合的新型媒体生态。其本质是通过一体化架构设计，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通，构建适应全媒体传播格局的现代传播体系。（2）融媒体的核心特质：一是资源整合化，打破传统媒体与新媒体间的壁垒，实现采编资源集约共享与协同联动；二是传播立体化，形成“一次采集、多元生成、全媒分发”的传播链条，覆盖多终端多场景；三是受众多元化，用户群体细分更为精准，需求呈现分层化、圈层化特征；四是技术赋能常态化，大数据画像、AI内容生成、5G超高清传输等前沿技术深度嵌入新闻生产全流程，持续重塑传播效能^[1]。

1.2 融媒体背景下新闻传播的全新特征

（1）传播主体：由专业媒体机构作为单一传播者，转向媒体、政府机构、企业、社会组织及个体用户多元共生的协同传播格局，人人皆可成为信息源与分发节点。（2）传播形态：突破传统图文与线性视听模式，演进为短视频、H5交互页面、VR沉浸式体验、即时直播、数据可视化新闻等融合态内容，表达方式更富感染力与

参与性。（3）传播时效：打破固定时段与周期性发稿节奏，转向全天候响应、即时跟踪、碎片化触达的实时传播机制，信息更新以秒级为单位推进，实现“事件发生即传播”。

1.3 融媒体驱动新闻传播创新的内在逻辑

（1）技术逻辑：大数据挖掘用户行为规律，人工智能辅助内容生产与个性化推荐，5G网络保障高清视频与现场直播低延时传输——新兴技术集群为新闻采集、制作、分发全链路升级提供底层驱动力。（2）需求逻辑：受众不再满足于被动接收，而是追求精准适配的场景化信息、可参与的互动体验和情感共鸣，个性化消费偏好倒逼媒体重构内容组织方式与服务模式。（3）行业逻辑：传统媒体面临用户流失与广告下滑压力，深度融合是生存与发展的必由之路，通过一体化运作提升传播力、引导力、影响力和公信力，实现主流媒体在数字时代的价值重塑。

2 融媒体背景下新闻传播现状及现存问题

2.1 融媒体新闻传播的发展现状

（1）传播渠道全面拓展：传统媒体主动打破单一平台依赖，在保留报纸、电视、广播等传统端口的基础上，深度入驻短视频、社交、资讯聚合等新媒体平台，构建起涵盖大屏端、移动端、车载端、智能家居端的全方位分发矩阵，信息触达的时空边界被显著拓宽。（2）内容生产模式升级：多数媒体机构已完成内部采编流程再造，建立起“一次采集、多元加工、多端分发”的融媒生产链条，同一新闻素材可同步转化为图文报道、短视频片段、音频播报、数据长图等多种形态，生产效率与资源循环利用水平较传统模式大幅提升。（3）互动传播初步落地：受众参与方式已从早期的简单留言评论，扩展至转发分享、二次剪辑创作、话题标签共建等多层次互动形态，部分媒体通过设置投票、问答、弹幕交流

等功能,初步打通了传受双方的双向沟通通道,互动传播格局开始显现。

2.2 新闻传播内容同质化严重,创新深度不足

(1)内容生产流于表面,多数媒体在热点事件中盲目跟风复制,同一新闻话题往往出现数十家媒体采用近似视角、相似叙事逻辑报道,独家调查类、深度解析类、建设性监督类内容占比偏低,新闻产品的差异化价值和思想深度被严重削弱。(2)语态表达固化,部分时政、民生类新闻仍延续会议纪要式或政策文件式的生硬表达,忽视新媒体受众对故事化、场景化、口语化叙事的偏好,导致优质内容在年轻用户群体中传播受阻,难以形成破圈效应。(3)垂直化内容体系建设滞后,多数媒体尚未建立起基于用户兴趣图谱和消费行为的分层内容策略,面向财经、科技、教育、健康等细分领域的个性化新闻产品匮乏,内容供给仍以广谱化、通用化为主,难以满足用户日益精细的阅读偏好^[2]。

2.3 渠道融合流于形式,协同效能薄弱

(1)多平台分发简单化,部分媒体将同一篇稿件不加调整地复制推送至所有平台,忽视短视频平台追求节奏紧凑、社交平台侧重情绪共鸣、客户端注重深度聚合等平台属性差异,粗放式分发严重削弱了内容在各场景下的适配度与传播效力。(2)各传播渠道独立运营,传统端与新媒体端在选题策划、采编调度、效果评估等环节仍各自为政,内部资源调配与流量互导机制缺失,矩阵内各平台难以形成协同共振,整体传播合力未得到有效释放。(3)线下线上融合脱节,报纸版面、电视栏目等传统端口的内容资源未能有效转化为新媒体话题素材,线上平台的流量热度也难以反哺线下品牌认知,两者之间缺乏有机衔接的联动方案,融合仅停留在物理叠加层面而非化学融合。

2.4 技术应用浅层化,受众互动性不足

(1)AI、大数据等技术多局限于内容智能分发和基础数据统计,在用户行为深度挖掘、舆情风险预判预警、机器辅助内容创作等进阶场景中落地案例有限,技术对内容生产与传播决策的深层赋能作用尚未充分释放。(2)传受关系仍偏单向输出,虽然增设了评论、点赞等功能入口,但用户在选题建议、内容反馈、事实核查等实质性环节的参与空间有限,多数受众仍处于被动接收状态,缺乏深度参与感导致平台用户留存与黏性持续偏低。(3)个性化传播体系尚不成熟,针对不同用户所处场景(通勤、居家、办公等)、不同时段信息需求、不同终端使用习惯的精细化适配方案尚未健全,信息供给与用户实时需求之间存在显著错位,精准服务能

力亟待加强。

3 融媒体背景下新闻传播方式的创新路径

3.1 内容创新:深耕优质内容,打造差异化传播体系

(1)坚守内容为王,深耕深度报道,强化新闻真实性、专业性与思想性。深度报道是主流媒体区别于自媒体的核心优势。应加大调查性报道、解释性报道和建设性新闻投入,围绕政策解读、热点追踪、民生回应等维度,推出兼具思想深度与人文温度的优质作品,规避同质化竞争。同时建立严格的多重事实核查机制,维护公信力,以专业品质赢得长期信任。(2)创新叙事语态,采用年轻化、场景化、故事化表达。打破传统刻板框架,引入对话式、悬念式、沉浸式等叙事结构,将硬新闻软性转化。善用网络热词、表情包、动态图解等元素,使严肃题材贴近年轻受众审美。探索竖屏视频、互动H5、动态信息图等移动端适配形式,让新闻产品在视觉节奏和信息密度上契合新媒体传播语境^[3]。(3)打造垂直内容IP,细分时政、民生、文化、科技、财经等领域,构建特色内容品牌矩阵。摒弃“大而全”泛化思路,根据资源禀赋与受众定位,集中培育具有辨识度的垂直IP,形成差异化优势。通过开设专栏、孵化网红记者、策划系列专题等方式,建立细分领域专业话语权,以品牌效应增强用户识别度与忠诚度。

3.2 渠道创新:深化全域融合,构建多维度传播矩阵

(1)实行平台差异化运营,针对短视频平台、公众号、客户端、电视大屏等不同渠道的特性定制专属内容形态。短视频端侧重节奏紧凑、冲击力强的视觉化表达,社交平台强化话题互动与情绪共鸣,客户端突出深度聚合与个性化推荐,传统大屏则注重权威发布与宏观视角。同一新闻事件在不同平台应有不同的切入角度和呈现方式,实现“一题千面”的精准适配。(2)打通媒体内外资源,实现跨平台、跨区域媒体协同传播。建立媒体联盟与联动机制,在重大主题报道、突发事件响应中实现内容共享、资源互补和流量互导。同时加强与政务发布、企业宣传、社会组织等外部力量的合作,拓展新闻信息源的广度与传播链路的长尾效应,形成覆盖全域的传播协作网络,显著提升信息扩散的覆盖面与穿透力。(3)推进场景化传播,结合用户所处时段、地理位置、终端设备等场景要素适配传播渠道。针对通勤场景强化音频新闻和轻量化图文推送,居家场景布局大屏深度内容和互动投票,工作间隙场景提供快讯摘要和短视频资讯。通过场景识别与智能分发,提升新闻触达的精准度和用户阅读的舒适感,使信息供给与实时需求实现动态匹配。

3.3 技术创新：赋能全流程传播，升级传播效能

(1) 依托大数据技术构建精细化的用户画像体系，实现新闻内容的精准推送与个性化分发。通过采集用户的基础属性、浏览历史、停留时长、互动偏好等多维度数据，建立动态更新的兴趣图谱，支撑“千人千面”的推荐策略。同时利用数据分析指导选题策划，精准捕捉不同用户群体关注的热点议题，使内容生产有的放矢。

(2) 运用AI、VR、直播等技术丰富新闻产品形态，打造沉浸式、可视化、交互式新闻体验。利用AI技术实现语音播报、自动字幕生成和智能写作辅助，提升内容生产效率；借助VR全景、AR增强现实技术还原新闻现场，增强受众临场感；充分发挥直播的即时性与在场感优势，在重大事件中提供零时差现场报道，以多元技术手段提升新闻的感染力与传播力^[4]。(3) 借助智能采编系统，优化新闻采集、加工、审核、分发全流程。引入AI辅助写作、智能校对、自动标签分类等工具，减少重复性人工操作，缩短从信息获取到终端发布的时间窗口。同时建立智能舆情监测系统，实时追踪热点走势与用户情绪变化，为采编决策提供数据支撑，全面升级新闻生产效率与响应速度。

3.4 模式创新：重构传受关系，打造互动传播生态

(1) 搭建用户深度参与渠道，开通UGC内容征集、新闻共创、热点互动讨论等功能模块。鼓励用户提供新闻线索、上传现场素材、参与话题共建，使受众从信息接收者转变为内容生产与传播的参与者。设立用户投稿邮箱、话题广场和共创计划，形成媒体主导、公众参与的协作生产模式，丰富新闻内容的来源与视角。(2) 建立双向反馈机制，依托用户评论数据、浏览行为数据和社交分享数据，动态优化内容生产与传播策略。定期分析受众偏好变化与满意度指标，将反馈结论及时传导至

采编环节，形成“传播—反馈—优化”的良性循环。同时增强编辑记者与用户的在线互动，回应用户关切，缩小传受双方的信息距离与情感隔阂^[5]。(3) 推动新闻传播与公共服务深度融合，拓展新闻的服务属性与社会价值。将新闻报道与政策咨询、生活服务、公益倡导等功能相结合，在突发公共事件中提供应急信息发布与求助对接服务，在日常报道中嵌入便民查询、科普解读等实用功能。通过强化媒体的服务性和社会责任感，提升受众的情感认同与平台依赖度，以价值共鸣增强用户长期留存。

结束语

综上所述，融媒体为新闻传播带来全新发展机遇，也对媒体创新发展提出更高要求。当下新闻传播的融合发展仍处于提质升级阶段，各类传播痛点亟待破解。媒体行业需立足融媒体发展逻辑，深耕优质内容、优化传播渠道、强化技术赋能、创新传播模式，持续拉近与受众的距离。唯有全方位迭代升级，才能突破发展瓶颈，重塑主流媒体价值，筑牢全媒体传播体系，助力传媒行业长效稳健发展。

参考文献

- [1]张雪,田自豪.流量正常化:主流媒体新闻传播的层级维系与创新突围[J].国际新闻界,2023,45(6):123-143.
- [2]姜琳琳,孙宇.媒介融合视域下新闻传播的变革逻辑与创新维度[J].当代传播,2022,18(2):58-61.
- [3]黄昕,丁珊.技术赋能下融媒体新闻传播的转型创新与实践路径[J].中国记者,2022,24(9):68-71.
- [4]姜丽.媒体融合趋势下新质新闻传播模式的构建与创新[J].记者摇篮,2025,30(6):144-146.
- [5]籍明.全媒体转型背景下电视新闻传播方式创新研究[J].上海广播电视研究,2025,25(3):116-122.