

智慧全媒体时代主流媒体传播效果的提升路径探索

郭春光¹ 李伟东²

(1. 中国建设报社, 北京 100010)

2. 知识文库编辑部, 黑龙江 哈尔滨 150010)

摘要: 智慧全媒体的发展为主流媒体的传播效果带来了巨大的挑战。如何提高主流媒体的传播力, 是当前主流媒体人需要积极探索解决的问题。本文以媒体传播效果为核心切入点, 积极探索智慧全媒体时代背景下主流媒体传播效果的提升路径。

关键词: 全媒体 主流媒体 智慧媒体 提升路径

中图分类号: G206 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082 (2022) 03-0260-03

引言

关于主流媒体的概念界定, 不同的学者有不同的看法, 主流媒体常常关注重大社会焦点问题, 能够发挥重要的影响作用, 并且具有权威特性是政府机关的发言渠道, 所以其一般属于党报、党刊, 得到各级党委和政府的支持, 得到广大读者的信赖。一般来讲, 主流媒体要比一般新闻媒体更具权威性, 被国际社会和国内社会所熟知。主流媒体传播社会主流意识与主流价值观, 对于社会大众而言拥有较强的公信力, 能够吸引社会大多数人群的关注。基于此, 需要深入挖掘主流媒体新的传播路径, 进一步扩大对社会大众生活的报道, 更好地做好宣传服务^[1]。

一、智慧全媒体时代纸媒主流媒体传播时存在的问题

1. 互动性薄弱

作为一种较为传统的媒体形式, 纸媒主流媒体传播具有独特的传播群体, 该传播群体不具备很强的互动性。传统媒体的概念就是灌输, 单方面地向用户灌输信息, 即时性和互动性是传统媒体的弱项, 这是受限于传统媒体的内容产出流程, 更无法提供全民都喜欢的内容, 这是传统媒体属性的局限性。面对目前信息渠道多样化, 纸媒不能与读者进行高效的沟通, 很容易造成单向传输的局面, 不利于及时接收读者的信息反馈, 从而严重影响社会大众的新闻阅读体验。更不利于媒体自我编辑能力的提升, 对综合性发展带来一定的阻碍^[2]。

2. 过于注重独家报道

纵观大多纸媒的发展过程, 几乎每一家纸媒都存在追求独家新闻报道的现象。独家报道能够在激烈的市场竞争中抢占先机, 收获更多人的关注度, 但不可否认, 在进行独家报道之际, 很有可能要承担巨大的材料选择的

随着智慧全媒体时代的到来, 信息传播速度日益增快, 想要真正地拿到独家新闻, 几率可以说是少之又少。与此同时, 独家报道还存在新闻价值不高的现象, 如果纸媒过于追求独家报道而严重忽略了新闻更深层次的价值, 一旦接触到新闻价值不高的题材, 纸媒势必要承担巨大的损失。为此, 纸媒在追求独家报道之际, 一定要量力而行, 不要为了报道而报道, 忽视对报道材料的选择, 很有可能就为纸媒未来的发展埋下隐患, 从而无法适应读者对新闻报道的新需求。

3. 传播途径过分单一

仅从传播途径上看待问题, 传统纸媒主流媒体传播途径过于单一, 并且辐射性质薄弱, 日常的读者群体较为固定。在互联网迅速发展的时代, 虽然有一些纸媒已经开始认清其他媒体途径, 并且尝试用新媒体途径传播主流媒体, 但效果并不尽人意, 未达到预期中的理想传播效果。

4. 出版存在滞后性

受出版印刷等因素的影响, 传统纸质媒体的传播正在面临着成本增加, 传播不变等问题, 导致传统纸质媒体传播力过于滞后。关于主流媒体传播内容的选择极为重要, 一旦选择了不合适的材料, 就会让受众对此丧失兴趣, 不再愿意去进一步了解相关信息, 久而久之就对新闻丧失了阅读乐趣。

二、智慧全媒体时代纸媒主流媒体传播功能变化

1. 增进互动与传播

纸质传媒是单向传播的代表者, 纸质传媒独具特色, 其特色决定了该传媒获得精准阅读的能力较为薄弱。进入新媒体时代, 人们对信息传播的需求发生了改变, 这在年轻人身上表现得尤为明显。但年轻人不选择纸质媒体, 只是

摒弃其相对落后的表现形式，并不是抛弃其内容，“内容为王”仍是根本，因此对媒体而言最重要的仍是要满足受众对精品内容的需求。纸质媒体应积极探索如何充分发挥自身的内容优势，在多样化的媒体平台上落地生根，拓展产品内容的深度和广度。

在日常发展过程中，最好的优化策略就是通过纸质传媒与其他新传媒高度融合，最终实现相互依存、共同促进融合发展的新局面。

2. 注重策划力度

目前融媒体发展已步入智慧全媒体阶段，在互联网技术发展的促进作用下，各种信息来源变得更为广泛，能接触到的信息更是巨量的。如何将各种各样的信息进行科学处理，以及有效提取新闻信息的价值，并且将其编辑成大众喜闻乐见的表现形式，已成为纸媒主流媒体必须关注的一个焦点。为了能够谋求纸媒主流媒体的传播地位，相关新闻编写人员在选择选题时一定要精准把握，不仅要看重新闻时效性、新闻独家性，更要挖掘新闻的独特性，充分融合社会主义价值观念，营造良性的核心素养环境，从而保障纸媒主流媒体的传播性与权威性。真正地协调好新闻价值与生活娱乐之间的关系，从而吸收更多数量的受众，让纸媒主流媒体传播渠道有所扩大。

3. 打开传播渠道及受众范围

在传统纸质媒体发展的过程中，其与常规电视、广播媒体等新闻媒体之间存在较大的差别。纸质媒体有独特的受众群体，在受众范围上拥有自身优势，但如果不能合理应用优势，就会将优势转变成制约性因素，从而严重制约受众群体的范围。受智慧全媒体时代的影响，纸媒需要以开阔的眼光应用互联网等媒介，互联网具备超强的传播力，通过互联网等新媒体能够扩大纸媒主流媒体的传播范围，有效提升纸媒主流媒体的竞争力。纸媒要充分发挥自身新闻采写的优势，做好纸媒版面内容的优化与版式的设计，让新闻传播效果进一步提升。另外，智慧全媒体的发展可以为纸媒主流媒体锁定目标人群，有利于其做好主流媒体内容版面优化的工作。版面的优化主要就是为了精准抵达目标人群，对于传统主流媒体而言，增强目标人群的针对性极为重要。由于大多数受众在阅读纸质媒体的时候，不能够随心选择阅读中的全部信息，所以加强对版面的合理规划可以实现受众群体的分流，既能保持受众的阅读兴趣，又能吸引更多志同道合的受众人群，无形中带动纸媒

主流媒体受众范围的扩大，促使媒体传播效果更为理想。

三、智慧全媒体提升主流媒体传播效果的路径

1. 积极塑造用户理念

智慧全媒体时代主流媒体要想切实提升新闻传播效果，首要任务就是树立用户理念。用户理念的树立，应以用户为根本核心，打破传统媒体的传播模式，提升主流媒体的宣传意识、服务意识。互联网技术的发展，已将人们带入体验时代，在互联网模式下，主流媒体需要围绕着用户而发展，无论是主流媒体内容还是形式，都需要充分考虑用户体验。要深入挖掘用户心理，以保障所有用户在接触主流媒体内容之际，都能感受到阅读乐趣。针对用户心理为其推送个性化内容，从而令大多数用户得到精神上的满足，体验阅读新闻的乐趣。基于此，主流媒体需要为用户提供优质内容，精准推送、全面服务，以保障在潜移默化中提高主流媒体新闻传播力，让新闻传播效果更加出众。

2. 坚持“内容为王”，扩展传播深度

纸媒主流媒体若想提高新闻传播效果，需要坚持内容的精、独、快，这也就意味着纸媒主流媒体内容要精致、要独特、要有时效性。倍受新媒体发展的影响，媒体更需要注重内容，只有坚持“内容为王”原则，才能够保障主流媒体新闻传播力有所提升。在《内容红利》一书中进行过详细的表述：内容是传播的核心，一个好的故事除在纸媒主流媒体自身的展示，可以借助新媒体以图片、文字、音频、视频等介质相融合进行传播。用户始终跟着好内容走，好的内容不需要刻意推广，不再主动去兜售和服务，它是一种高效沟通的艺术，以低廉的宣传成本，吸引用户主动了解、关注，让传播的效果较大化，所以说，高质量的内容才能赢得用户。

主流媒体的传播应该充分考虑各种传播渠道所具备的特殊性质，有针对性地去选择与各种新媒体产品融合，从而促使所有用户的需求能够得到满足。与此同时，还要拓宽新闻报道的深度，以“讲好事”“讲实事”为根本，激发用户的心理共鸣。纸媒主流媒体还应该抓住可视化短视频的发展机遇，在营销界有这样一句话：“十条文字内容比不过一条立体视频”，可见短视频对内容的呈现具有不可忽视的作用。短视频在传播方面有自身优势，短视频自媒体属性，让内容更容易被用户所接受。随着5G时代即将到来，纸媒主流媒体的传播形式可以重点推进短视频形式，这就意味着纸媒主流媒体要做好可视化传播的强化工作，促

使新闻传播力度全面提升。

3. 打造强势品牌，增强品牌吸引力

作为主流媒体，必须要拥有主流价值观，这个价值观其实就是主流媒体发展的核心理念，也可以被称为是主流媒体的灵魂所在。确定明确的理念，能实现主流媒体的精准定位，包括内容定位、受众定位以及社会责任定位。主流媒体往往都担负着引导正能量社会舆论的使命，为了能够更好地服务于社会大众的生活，主流媒体需要致力于提高媒体吸引力和影响力。在日益发展的过程中，主流媒体要保障自身媒体属性不变的前提下，根据当前媒体市场的导向和媒体受众群体的实际需求，在符合自身定位的情况下，为更多受众打造独特的内容，将媒体塑造成一个强势传播品牌，进而提升品牌吸引力，保障日后能为受众群体带来正能量的舆论引导。

4. 构建大局观，坚持融合创新

在智慧全媒体时代，主流媒体需要积极解决人民日益增长的关于新闻信息的表达需求和当下媒体服务难以满足受众需求的难题。为此，主流媒体要发挥改革创新精神，做好主流媒体的融合发展工作，积极跟随时代发展脚步，大力应用新技术、新手段。此外，还要坚持大局观念，打造新闻报道维度多元化形式，从不同的角度去呈现新闻内容，从而构建良性的新闻传播体系，为主流媒体传播效果的提升奠定基础。

5. 合理应用技术，延伸传播广度

传统主流媒体在发展中，不同的阶段会拥有不同的受众群体，该部分受众群体对主流媒体较为忠诚，长时期以来不会去选择其他媒体。然而，在新媒体的迅猛发展后，主流媒体的平衡状态被彻底打破，各种新技术的出现和新平台的创建，让新闻传播方式更加多元化，只有打造个性化内容才能满足当前受众对新闻信息的渴求。为此，主流媒体在新媒体环境下要加强关于传播新技术的研发，新技术的应用可以促进新闻的产生与传播，更符合智慧全媒体时代的发展需求。应用新技术能够创造更多种类的新媒体产品，为受众带来前所未有的感官体验，吸引更多受众的关注，激发新闻传播的潜在价值，让新闻传播效果得到全面

改善^[3]。

6. 注重互动交流，提升传播效果

互联网技术的发展，为更多的用户提供了传播内容的平台。每一个用户都可以成为资讯信息的生产者，同时也可以成为资讯信息的传递者，用户通过微信朋友圈、微博、抖音、头条等方式，能让更多信息用户锁定自身所传播的内容，所呈现出的传播效果也十分显著。为此，主流媒体应该积极探寻多种互动形式，以保障能吸引更多用户的参与，让用户都能参与到内容产生与传播中，并且及时与主流媒体相互交流，反馈新闻传播过程中的相关问题，以及给予建议，这对主流媒体的持续发展有一定的积极意义。高效的互动交流，能拉近用户与媒体之间的距离，有效互动成为主流媒体新闻的传播方式，带动新闻传播力度的有效提升。

结语

总而言之，在社会经济快速发展的时代，主流媒体正在面临着如何提高传播力的挑战。许多媒体正在探索发展路径，在一次又一次实践中不断创新传播内容，积极应用新技术延伸传播深度，并且打开了互动交流渠道，致力于提高传播效果，提升影响力。然而，在实际传播过程中依旧存在一些问题，主流媒体要想真正地提高传播力度，就必须采取行之有效的发展策略，真正地顺应智慧全媒体的发展需求，为受众提供更多优质的新闻内容，调动用户的关注激情，扩展新闻传播范围，让每一次新闻传播都能够达到预期中的理想效果，真正地服务于社会。

参考文献

- [1]王晶.从“国际视野”到“全球格局”——评《主流媒体对外传播的新媒体策略》[J].全球传媒学刊,2019,6(03):186-190.
- [2]胡正荣,李荃.智慧全媒体时代主流媒体传播效果的提升路径与评估体系[J].新闻与写作,2019(11):5-11.
- [3]张育新,王奎龙,高菲.全媒体时代省级党报整体转型的思考与实践——以吉林日报报业集团为例[J].传媒,2019(21):9-12.