

主流媒体新闻传播影响力提升路径

周芳芳

瑞安市融媒体中心 浙江 瑞安 325200

【摘要】：主流媒体新闻传播影响力提升属于巩固舆论阵地、加强社会凝聚力的重要问题。本文对主流媒体新闻传播影响力的内涵构成、现实困境和提高途径进行了系统的分析，在内容生产、渠道建设、受众链接、保障体系四个方面来构建传播影响力的提升总体框架。经过分析发现，主流媒体的传播影响力包含议程设置力、内容公信力、渠道覆盖力、受众黏合力、舆论引导力五个方面，各个方面之间存在着互相支撑、互相促进的耦合关系。目前主流媒体正处在媒介生态去中心化、受众注意力碎片化、信息传播社交化等一系列的结构性冲击之中，内容供给同用户需求之间存在着比较明显的结构性矛盾。提升传播影响力要从内容品质升级、全媒体矩阵协同、情感共鸣深化、智能技术赋能、组织机制创新等各方面入手，以内容价值和传播效果相统一的方式达到传播影响力实质性上升的目标，创建出适合全媒体传播格局的新式主流媒体影响力体系。

【关键词】：主流媒体；新闻传播；影响力提升；全媒体传播

DOI:10.12417/3041-0630.26.10.075

引言

主流媒体属于社会信息传递的主要桥梁，有着引领公共舆论、团结社会共识、守护意识形态安全的功能。媒介技术的更新换代，对信息流传的基本状况以及运转方式产生了很大影响，以往的传统传播方式被众多新的传播主体所打破，系统的属性也遭到系统的质疑。在信息技术革命不断深入、媒体格局深刻调整的时代背景之下，怎样全面加强主流媒体新闻传播影响力的问题，正成为媒体融合发展过程中的一个重大理论和现实问题。

1 主流媒体新闻传播影响力的内涵与关键维度

1.1 传播影响力的本质特征

主流媒体新闻传播影响力指的是信息传播过程中对公众的认知、态度以及行为所造成的作用力。它不同于浅层的传播量指标，看重的是媒体塑造认知体系、引导价值取向的深层能力。影响力依靠内容权威度、传播覆盖面、受众认同感三者共同构成的合力，任何一个环节的欠缺都会使传播效果大打折扣。当下主流媒体影响力不单是传递信息，还会起到形成社会关系、引导公共价值、形成文化认同的作用，是保持信息秩序的中坚力量。它不是单向的信息传递，而是媒体和受众在互动中所形成的关系以及意义的结构。

1.2 构成传播影响力的核心维度

主流媒体的传播影响有五大部分构成。议程设置力用来控制社会问题的排列顺序，把控舆论讨论的方向；内容公信力是影响力的根本，依靠真实、客观、专业的报道来夯实发展基础；渠道覆盖力是让内容进入各个场景，使受众能接触到它；受众黏合力体现的是媒体同用户之间的联系情况，维持影响力的可持续发展；舆论引导力主要用在复杂的事件上，使社会产生一

致的意见。五大维度互相影响、互相促进，形成一个完整又不断变化的传播影响力体系。

2 主流媒体传播影响力提升面临的现实制约

2.1 媒介格局变迁带来的结构性挑战

移动互联网技术不断深入发展，智能终端广泛运用产生了高度去中心化的信息传播生态，社交媒体平台、内容聚合应用、算法推荐系统从根本上改变着公众获取新闻资讯的主要途径、行为方式、心理期望。传统主流媒体在信息分发链条上所具有的枢纽地位被大大削弱，并且不断下移，受众的注意力资源从线性集中于传统的广播电视、纸质媒体转移到了分散化的、多样的移动数字终端上，这种结构上的迁移趋势是不可阻挡的。传播权力的社会化扩散使得各种非机构性的传播主体，即自媒体的创造者、网络意见领袖以及普通的社交媒体用户，获得了前所未有的议程设置能力和话语表达空间，主流媒体在热点事件上的首发优势以及解释权威也受到不断消解的压力。信息传播即时化、碎片化、情绪化的趋势使深度理性内容和审慎公共讨论的空间被系统性的压缩，浅层化快速阅读、情绪性瞬时反应慢慢取代了深度思考、理性对话的传播生态位，给主流媒体深度、品质化的传播环境带来了不利的影响。算法推荐逻辑主宰的信息茧房效应和群体极化现象，让不同的社会群体之间存在着认识上的巨大隔阂，主流媒体所承担的跨越圈子、达成社会共识的任务变得越来越难以落实。

2.2 内容供给与受众需求之间的结构性张力

目前主流媒体内容生产上仍然存在着比较明显并且复杂的供需错位问题，在内容形式、话语风格、传播速度、技术匹配等各个方面都有体现。部分新闻报道在选题方向上的前瞻性、叙事方式的新颖性、呈现形态的多样性等不能跟上受众日

益分众化、个性化、场景化的信息消费习惯和审美要求,使得优质内容产品在传播终端的影响范围不断降低。表达语态的官方化、程式化趋向以及话语形式相对固化,在某种程度上削减了同多元异质性受众群体构建深厚感情联结并达成价值认同的空间,减弱了信息传递过程中所产生的亲切感、感染力和情感共振。技术应用层面不均衡的发展造成了数据驱动的精准传播能力、智能化生产工具不能真正发挥出效果,内容生产前端决策和用户需求的动态反馈之间的闭环机制还没有完全形成并运作良好。由于缺乏跨平台内容适配能力,同一核心新闻产品在不同的传播渠道中会出现很大的差异,并且效果也会受到影响。传统的科层制组织结构对于快速变化的传播环境是迟钝的,致使内容的生产和传播决策不能敏捷灵活。这诸多结构上的张力不断累积起来并互相叠加,就成为影响主流媒体流传影响力实质上提升的内在瓶颈、深层次障碍^[1]。

3 主流媒体新闻传播影响力的系统化提升路径

3.1 内容品质的深度优化与价值重塑

内容品质是产生传播影响力的关键支柱,也是基础,内容品质的提高要从选题策划的前瞻性、生产流程的规范性、叙事方式的创新性这三个方面系统地协同推进。在选题策划阶段,创建起以多维大数据智能分析和社会实地深入调研并驾齐驱的两轮驱动方式开展议题发现和筛选的工作,进而改善新闻报道对于社会多元关注点的反应速度、回应强度以及人文温度,促使主流媒体的议题安排同社会大众真正关心的焦点出现更高的同频共振和价值对应关系。从生产流程方面来讲,创建起包含选题科学论证、多源信源交叉核验、多层专业审校在内的标准化质量管控体系,依靠新闻专业主义的严格自律来加强内容产品的公信力根基和社会信任资本,坚决摒弃盲目追求数量而降低信息准确度的短视做法。叙事方式不断更迭升级也同样有着十分重要的战略意义,依靠深入的故事化表现形式,数据可视化展现方式,沉浸式的交互体验以及融合化的多媒体叙事等方式在保证信息真实可信这个硬性标准的前提下,全面改善内容传播的亲近感,感情穿透力以及接收速度。深度调查报道和解释性分析新闻的持续高质量供给,是主流媒体打造差异化竞争优势的主要发力方向,依靠独特的分析视角、深入的调查研究和深刻的价值判断能力,给公众认识日渐复杂的外部世界赋予无法取代的认知价值和意义架构。

3.2 传播矩阵的协同构建与精准触达

全媒体传播矩阵的系统搭建,需要主流媒体冲破传统单渠道路径依赖与惯性思维,从自主掌控平台创建、商业平台战略协作、社交网络深层嵌入这三个方面开展前瞻性系统战略布局。自主建设新闻客户端、聚合信息服务平台可以给主流媒体在核心用户的圈子里构筑起稳固的自主传播基地和用户资源库,从根本上挣脱出对第三方商业平台流量分配的被动依存以

及算法规则改变所带来不可控的风险。头部商业互联网平台与头部商业互联网平台之间深度战略性的合作,可以借助头部商业互联网平台巨大的用户数量和成熟的智能推荐算法,达到优质的核心内容增量规模化触达和跨圈层深度渗透的目的,从而扩展主流价值内容在商业平台生态中所占有的传播空间。社交网络空间内容场景化适配与精准投放要针对不同平台的不同传播特点、不同用户的浏览行为做出不同的内容设计,让同一个核心的产品矩阵在各个平台上以不同的方式被展示并达成更好的效果。传播矩阵内部各个终端与渠道之间有机协同联动机制的建设、数据互通共享也不能轻视,形成相互为入口、互为导向、数据互为赋能的良性传播生态闭环^[2]。

3.3 受众连接的深化与信任关系重建

传播影响力最根本的目的和衡量标准就是受众层面,深度链接和服务好用户群体是形成影响力的重要价值环节。主流媒体应该跳出信息权威供给者的单一角色,在综合服务者、公共对话者、社区组织者的三重角色中寻找新的身份定位,用持续不断的构建常态化双向互动反馈机制、细致的开展垂直化兴趣社群经营和服务多元化的高品质公共信息增值服务,不断提升用户的参与意愿、归属感以及长期粘性。信任关系系统的重建属于一项要长久的战略投资,不断充实的资源保障,以及坚定的专业信念组成的根基工程,它所关注的重点在于保持新闻报道事实真实性、观点公正性及过程透明性的长期坚持,在重大公共事件以及有争议的社会话题的报道上,用严谨的多维事实核查、多方独立信源互相印证来加强可信用根基、提升公信力的形象。将速度服从于准确度、传播服从于核实作为专业采编铁律的在突发新闻报道全流程中的落实,在深度专题报道中实现多角度均衡展示和建设性公共对话的职业操守与伦理自觉。当主流媒体同广大受众之间建立起深厚稳固的、经受得住冲击考验的信任纽带的时候,传播影响力持续生成所需要的微观社会基础就得到巩固,可持续演进的内在动力也会随之显现出来^[3]。

4 主流媒体传播影响力提升的保障机制建设

4.1 技术基础设施的智能化升级

人工智能、大数据深度分析、云计算这些先进的信息技术深入到主流媒体的传播影响力系统性改善之中,并且给它的技术杠杆、赋能空间以及范式的更新提供了一个新的可能。智能内容生产辅助系统可以对选题热点实时监测预警、多源素材自动聚合归类、内容格式智能转换适配等各个方面大幅度提升整体生产运行效率,使专业采编人员把更多的创造性和深度思维用于深度原创报道和观点性评论内容的高质量生产中。用户画像的精细塑造以及行为模式剖析的深技术应用,可以准确察觉各种受众群信息偏好的特性、接受方式的习性 & 感情回应的敏感之处,给分众化精准内容推荐策略及个性化定制流传方案的

合理制订赋予强有力的依据和证据支撑。区块链技术在信源全链条追溯、内容数字确权等方面的探索性应用,可以从技术底层机制的角度加强信息真实性系统的保障,创建起能够独立证实、全面追踪的透明化新闻生产信任链。沉浸式传播技术融合创新实践,比如虚拟现实新闻场景的深度还原、增强现实数据展现的空间叠加这些办法,会把受众置于更加具有身体参与性和心理临场感的崭新新闻体验空间里,并且塑造出不一样的认知交互形式^[4]。

4.2 人才结构与组织机制的适配性变革

传播影响力持续提高,本质上就是人才队伍专业素养高、创新能力强、组织运转效率高和具有灵活性的综合结果。主流媒体应积极创建起一支具有深厚新闻专业功底、掌握前沿数字技术应用技能和具备跨平台整合运营能力的复合型人才队伍,前瞻地塑造出符合全媒体传播客观需求的岗位能力素质标准和多渠道的职业发展通道。在组织架构上要彻底打破传统采编部门 and 新媒体运营团队之间的刚性行政壁垒以及信息孤岛,创建起以项目制为主导的驱动引擎,以跨部门高效无缝衔接为特点的基本形态,使内容创意策划的前端环节、技术实现支撑的中端环节、渠道分发推广的末端环节构成一个全链条无缝隙衔接、高效耦合协同的内容传播系统。考核评价机制的深度革新

同样是保障性制度建设的关键环节,把传播的实际覆盖面、用户的高质量互动反馈和社会正向影响力等质量维度系统地纳入绩效考核评价的主要指标体系之中,有效减少只看重发稿数量堆积、表层点击量为先的粗放型评价倾向,塑造起有利于优质深度内容不断稳固生成并加强其社会影响力稳步攀升的良性制度激励循环以及积极回馈机制^[5]。

5 结语

主流媒体新闻传播影响力提升是内容价值建设、全媒体渠道构建、前沿技术深度融合、组织制度体系保障为一体的综合性战略工程,要从传播生态深度变貌的宏大历史视野入手,在坚持新闻专业主义价值底色的基础上,主动地抓住媒介技术变革带来结构新机遇、发展新空间的历史性新机遇。影响力生成的根本逻辑是内容价值同传播效能有机地结合起来,即专业品质不断产生、受众越来越多样化真实需求动态精确匹配,权威性、亲和力和专业性、可读性相融合。面对媒介深度融合以及智能化转型的长远发展趋势,主流媒体只有依靠不断的自我革新精神,系统的战略顶层设计,并付诸于扎实的实践探索创新来有力地回答时代提出的重要问题,在复杂多元、竞争激烈、变动不居的传播环境里,才能有效地巩固并不断拓展自身的舆论引导力、社会公信力和文化影响力。

参考文献:

- [1] 龚香竹.自媒体环境下主流媒体新闻传播变化的影响[J].电视指南,2017,(16):134.
- [2] 王利霞.自媒体对主流媒体新闻传播的影响分析[J].新闻研究导刊,2016,7(16):91.
- [3] 于秀.自媒体对主流媒体新闻传播影响分析[J].山东社会科学,2016,(S1):603-604.
- [4] 卢广婧璇.基于自媒体对主流媒体新闻传播的影响研究[J].新闻研究导刊,2016,7(04):75.
- [5] 原琳.自媒体对主流媒体新闻传播影响的研究[J].科技传播,2014,6(14):54-55.