

# The Strategy of Improving the News Communication Power of Mainstream Media in the New Media Era

Chunxia Yang

Inner Mongolia Broadcasting and Television Station, Hohhot, Inner Mongolia, 010000, China

## Abstract

The diversified, innovative, and personalized news dissemination methods of new media platforms have gained widespread popularity among the public, posing significant challenges to mainstream media. To address this, mainstream media must accurately understand the evolving landscape of the new media era and grasp the core of transformation to effectively enhance their news dissemination capabilities. This article analyzes the challenges faced by mainstream media in news dissemination during the new media era, underscores the importance of improving news dissemination capabilities, and explores effective strategies to address current issues, providing actionable insights for reference.

## Keywords

New media; Mainstream media; News communication power; Problems; Improvement strategies

## 新媒体时代主流媒体新闻传播力提升策略

杨春霞

内蒙古广播电视台, 中国·内蒙古 呼和浩特 010000

## 摘要

新媒体平台的多元化、创新性、个性化新闻传播方式深受社会群众喜欢, 主流媒体也因此受到较大冲击。对此, 主流媒体必须正确认识新媒体时代的发展形势, 准确把握变革核心, 才能实现新闻传播力的有效提升。基于此, 文章分析了新媒体时代主流媒体新闻传播面临的挑战, 阐述了提高新闻传播力的重要意义, 就当前存在问题探讨了提高主流媒体新闻传播力的有效策略, 以供参考。

## 关键词

新媒体; 主流媒体; 新闻传播力; 问题; 提升策略

## 1 引言

进入新时期以来, 随着新媒体迅速发展及渗透, 对传统媒体带来了冲击与挑战。主流媒体新闻传播工作的开展面临着前所未有的压力, 在这种情况下只有不断创新和改善传统的传播方式, 才能在未来的发展中占有一席之地<sup>[1]</sup>。基于此, 文章将就新媒体时代主流媒体新闻传播力提升策略展开探讨, 以供参考。

## 2 新媒体时代主流媒体新闻传播面临的挑战

### 2.1 传播渠道多元化冲击

新媒体时代催生了抖音、微博、快手等新兴媒体平台, 大幅拓宽了信息流通与获取渠道, 并且凭借其便捷、便利、互动、个性等优势, 抢占了主流媒体的大量受众。尤其是抖音、快手等能够以短视频的形式进行新闻的发布、传播、互

动, 使得人们的碎片化信息需求得到充分满足, 以及在算法推进机制下“兴趣”内容的主动、精准推送更是提高了使用粘性。这些都对主流媒体的新闻传播带来了极大冲击, 许多受众转向新媒体平台获取最新信息, 这也是主流媒体新闻传播受众被分流, 市场份额遭到压缩的重要原因。

### 2.2 用户需求多样化转变

新媒体时代下用户的新闻需求不断朝着多样化方向发展。尤其是用户的个性化新闻需求越发强烈, 迫切需要了解自己感兴趣的新闻内容及发展动态, 对于新闻内容的定制化、即时性有了更高要求。而这些恰好是主流媒体所欠缺的, 主流媒体则更为注重新闻的客观性、权威性与内容的深度把控, 难以“顾及”受众的兴趣。加上主流媒体新闻的产生需要经过复杂的制作流程, 无法做到即时发布, 在热点话题、社会焦点等新闻报道中往往滞后于新媒体平台, 难以形成对受众的有效吸引。

【作者简介】杨春霞(1979—), 女, 中国内蒙古呼和浩特人, 本科, 主任编辑, 从事新闻系列研究。

### 3 新媒体时代主流媒体新闻传播力提升的重要性

#### 3.1 巩固舆论引导地位

面对信息爆炸、思潮喷涌的时代挑战，主流媒体的舆论引导与价值观传播的环境变得越发复杂，主流媒体需要切实提高新闻传播力，才能充分发挥其新闻的权威性、公信力优势，以客观、准确、全面的新闻信息，正确引导公众的社会观点，避免出现严重的社会舆情。新媒体时代主流媒体需要重视新闻传播力的提升，实现对群体事件的即时介入，深入分析事件全貌，为公众进行客观报道，避免事件的扭曲传播而引发社会动荡<sup>[2]</sup>。尤其是在面临疫情、重大安全事故突发等特殊时期，唯有及时发布权威信息，才能稳定公众情绪，凝聚出攻坚克难的社会意志，以强大的新闻传播力破除谣言，澄清事实，巩固舆论引导地位，维护稳定的社会秩序。

#### 3.2 推动媒体行业发展

在新闻内容制作、人才培养、经验积累、技术创新等方面，主流媒体的优势相对明显，提高新闻传播力不但是主流媒体谋发展的策略，也是引领传媒行业发展，推动行业进步的重要措施。致力于新闻内容制作，主流媒体对新闻作品在真实性、客观性、权威性等方面的高品质追求，能够发挥对新媒体发展的引领、指导作用，遏制新媒体重流量而轻质量的不良风气。以及主流媒体在人才培养与引进方面的更高要求，也能够成为整个媒体行业的用人标杆，推动从业人员的整体素质的提升。以及主流媒体在技术创新方面的投入与实践，在提高自身的新闻传播力的同时，也是对整个行业在技术提升方面的有效推动，不断激发媒体行业发展的新动力。

### 4 新媒体时代主流媒体新闻传播力提升面临的主要问题

#### 4.1 思维观念滞后

在宣传思维影响下主流媒体的新闻传播更重视信息传达的主导地位，对于公众需求与市场变化考虑不足，也为新闻内容的策划套上了固定框架，导致新闻传播未能精准“打”到受众的兴趣与群众的关切点，甚至脱离群众实际生活。尤其是单向的传播方式使得受众无法就新闻内容作出互动与反馈，受众参与度不足和观点得不到表达进而“脱粉”主流媒体。新媒体时代背景下创新是主流媒体发展不可或缺的核心驱动力，而单纯的内容移植、传统的新闻拍摄较之新媒体平台形式新颖、节奏明快等的短视频内容相形见绌。尤其是跟风报道的老方式缺乏对新闻内容的独特见解与多元化挖掘，很快就淹没在海量的网络信息中。创新意识与创新能力不足，使得主流媒体的新闻传播力遭到严重制约，逐渐丧失竞争优势。

#### 4.2 媒体融合深度不足

融媒体是新媒体时代下主流媒体发展的必然趋势，而

这些融合大多停留在开设官方账号等表面上，内容同质化、单向传导等问题仍然严重。甚至是有些主流媒体仅仅是将传统媒体上的内容照搬到新媒体平台上，未能很好地结合用户阅读兴趣、习惯、碎片化阅读等个性化特点，利用新媒体平台优势进行新闻内容、形式等的创作与改编，对于用户的评论、留言也是“爱答不理”，缺乏互动模块的用心经营。这种形式化的融媒体不但未能借助新媒体平台优势提高新闻传播力，反而造成了资源浪费等不良后果<sup>[3]</sup>。加上主流媒体对于新媒体平台运用的新兴技术探索不够深入，仍然沿用老旧的新闻生产流程，导致新闻内容的精准度、个性化水平不足，也未能很好地利用算法推荐技术实现新闻的精准推送，影响新闻的传播效率。此外，主流媒体在复合型人才的储备方面也存在较大短板，新闻人员的传统的新闻专业科班出身占比较大，新媒体复合型人才占比较少，也是导致媒体融合深度不足的重要原因。

#### 4.3 内容质量参差不齐

主流媒体需要在信息爆炸的背景下发挥新闻的权威、深度报道优势，提高新闻传播价值。而许多主流媒体对于新闻事件的挖掘、分析深度不足，甚至与新媒体平台上快速涌现的大量相关报道大同小异。受众对于新闻事件的前因后果、影响分析、政策法规解读等的需求得不到有效满足。加上主流媒体在新闻的选题、报道角度等方面缺乏独特性与创新性，新闻内容存在严重的同质化现象，不利于主流媒体竞争力的提升。这也是受众转向其他新媒体平台的重要原因，严重削弱了主流媒体的信息传播权威性与主导作用，不利于新闻传播力的提升。

#### 4.4 互动机制不完善

新媒体时代背景下主流媒体新闻传播力的提升需要重视与受众的互动。而主流媒体在互动模块建设方面相对滞后，仅仅采用留言、评论等单一、传统的互动形式无法实现与受众的实时互动、主动互动，受众的直播互动、在线问答、专家实时交流等互动需求无法满足，以及在互动创新方面滞后于新媒体平台的投票、抽奖、合拍视频等创新形式，无法有效提高用户粘性与积极性。加上主流媒体对于受众的留言、评论等的反馈较少、不及时等与新媒体平台的实时关注、在线回复、专题讲解等的互动反馈形成鲜明对比。在长期遭到漠视中用户逐渐不再信任、关注主流媒体，削弱了新闻网传播力。

### 5 新媒体时代主流媒体新闻传播力提升的有效策略

#### 5.1 积极转变思维观念

新媒体时代主流媒体需要重视用户的核心地位，基于用户需求、兴趣、偏好等角度进行新闻的生产，借助大数据分析、用户调研等方式准确把握用户对于各种类型的兴趣、期望、需求等情况，了解新闻报道的具体诉求，策划出贴近

用户实际生活的新闻内容。同时结合对年轻用户、老年用户、上班群体等不同用户群体的差异性考虑进行新闻内容的个性化定制,或以轻松幽默、生动形象,或以简洁明了、内容全面,或以简短精悍、直切主题等形式来满足用户的个性化需求。主流媒体还需要积极突破传统新闻报道模式,加强对独特新闻视角的有效挖掘,做到新闻表象、实质、影响、发展全面兼顾,提高信息内容价值。积极运用VR、AR等新媒体技术进行新闻呈现形式创新,提高受众体验感。重视对人工智能等新兴技术的创新应用,加强对新闻价值的挖掘,提高新闻生产效率与质量,实现对新闻内容的精准推送等,切实提高主流媒体的新闻传播力。

## 5.2 进一步提高媒体融合深度

深化媒体融合需要结合新媒体平台特点进行主流媒体内部资源的多维度整合,实现两者的协同发展。积极突破传统媒体各自为战的局限性,建立形成统一的内容生产与管理的融媒体机制,加强传统媒体、新媒体的团队资源整合,实现各媒体部门之间的新闻资源共享互通,奠定协同作战基础,进而能够在新闻报道中发挥各自优势,实现新闻传播效益最大化。构建全媒体传播矩阵,实现传统媒体与新媒体的渠道资源全面整合,以多渠道的新闻分发传播扩大新闻范围与影响,实现新闻传播效果最大化<sup>[4]</sup>。通过构建一体化融媒体平台,整合各个平台的新闻采集、分析、编辑、审核、发布等优势资源,进行新闻内容的统一管理,以高度协同的融媒体平台资源优势,提高新闻内容在各平台的传播效率。此外,主流媒体还应重视对全媒体人才的培养。通过采用定期内部培训、邀请专家授课、内部交流学习等方式,促进新闻人员新媒体技能与经验的提升。同时重视人才引进,通过校园招聘与社会招聘相结合,与高校、科研机构合作等方式,提高新媒体新闻人才比例,夯实融媒体发展基础。并且以完善的人才激励机制,激发其工作积极性与创新能力,为主流媒体新闻传播力的提升提供人才保障。

## 5.3 重视新闻内容质量的提升

新媒体时代主流媒体新闻传播力的提升需要重视对于新闻网的深入报道,进一步加强对新闻事件本质、内涵的深入挖掘,提高新闻价值。通过对新闻事件进行深入调查,全面收集相关信息并进行综合分析,以多角度进行新闻事件的深入解读,尽可能地为受众提供全面、详实、深入的新闻信息。同时需要做好对专业报道团队针对性培养、专项资金预算等配套工作,为高质量的深度新闻作品生产提供保障。同

时,主流媒体需要综合发展定位、受众需求等,打造出差异的、个性的新闻内容。通过深入的市场调研准确把握受众需求,进而发挥自身资源优势,明确特色内容方向,结合内容创新与个性化表达策划,打造特色的新闻内容与新闻形式,以高质量的新闻内容提高对受众的吸引力,进而提高主流媒体的新闻传播力。

## 5.4 建立完善的互动机制

主流媒体新闻传播力的提升需要重视对新媒体平台优势的发挥,打造多元化的互动渠道与方式,提高与受众的互动水平。除了需要做好对各个新媒体平台官方账号的运营管理之外,主流媒体还需创新话题讨论、在线问答、直播互动等环节设置,引导用户进行观点的发表、讨论、分享,提高受众的新闻参与感,通过实时的评论互动构建良好的交流氛围,及时收集建议、意见,并进行新闻传播服务的改进,使得受众感受到重视、关心。同时,主流媒体还需建立健全的意见反馈处理机制,专人负责对用户评论、意见、建议等的收集,经过研究后及时进行回复,意见反馈需要真诚、专业,不可敷衍、隐瞒。定期做好对受众意见的分析、总结,准确把握新闻报道的不足之处,进而进行新闻报道策略、内容的及时调整,加大新闻报道深度,丰富新闻内容,达到提高新闻的吸引力与传播效果的目的<sup>[5]</sup>。

## 6 结语

综述可知,新媒体时代背景下主流媒体面临着巨大挑战,主流媒体需要正确认识到提高新闻传播力的重要性,正视当前发展存在的问题,积极转变传统思维,以用户为中心,采取有效措施,打造出贴合用户实际生活,满足用户兴趣,契合用户需求的新闻产品,才能实现新闻传播力的有效提升。

## 参考文献

- [1] 李亭欣.新媒体时代主流媒体新闻传播力提升策略探析[J].东西南北,2024(5):0083-0085.
- [2] 姜远波.新媒体时代提升主流媒体新闻传播力的实践策略[J].教育教学研究前沿,2024,2(4):84-87.
- [3] 王辉.新媒体时代提升主流媒体新闻传播力的策略[J].传媒论坛,2024,7(3):7-9.
- [4] 黄晓.浅析新媒体时代主流媒体新闻传播能力的提升策略[J].新闻传播,2022(9):37-38.
- [5] 尤复霞,王佳,谢丹丹.探讨新媒体时代如何提升主流媒体新闻传播力[J].科学与信息化,2019(36):2.