

Research on Optimizing Audience Interaction Mechanisms in TV News and New Media Integration

Yan Lv

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830000, China

Abstract

The advent of the "Internet+" era has brought about a qualitative leap in news information dissemination. In this technology-driven transformation, traditional television news has undergone revolutionary changes in production scale and communication models. Particularly after integrating with new media, the news industry has achieved further advancements in audience interaction. Based on this, this paper focuses on news production in the converged media era, analyzing how journalists optimize audience engagement and innovate news storytelling techniques during the integration of TV news and new media. This study aims to help TV news adapt more quickly to the converged media environment and enhance its social competitiveness.

Keywords

TV news; new media convergence; new media audience

电视新闻与新媒体融合的受众互动机制优化研究

吕妍

新疆广播电视台, 中国·新疆 乌鲁木齐 830000

摘要

随着“互联网+”时代的到来, 新闻信息传播迎来了质的飞跃。在这场由技术驱动的变革中, 传统媒体时期的电视新闻在生产规模、传播模式上也发生了颠覆性的变化。特别是在与新媒体融合发展后, 使得新闻行业在受众互动方面得到了进一步的变革。基于此, 本文以融媒体时代的新闻生产作为论述对象, 重点剖析记者如何在电视新闻与新媒体融合的过程中, 优化受众互动, 创新新闻叙事手法, 助力电视新闻更快适应融媒体环境, 提高其社会竞争力。

关键词

电视新闻; 新媒体融合; 新媒体受众

1 引言

以往的传统媒体, 以电视、报社、广播为信息传播的主流, 在传媒时期占据了人们生活中的信息传播、交流等机会, 其单向传播的特性, 使得大众普遍依赖电视新闻这一渠道。随着时代发展, 手机、社交媒体、短视频等异军突起, 现如今, 几乎人人都能手持一部手机, 随时随地了解、接收各种社会信息, 这种传播手段与传媒时期大相径庭, 其即时性和互动性充分彰显出新媒体时代下信息传播的多样化、多元性发展。电视新闻作为传统媒体的“三大巨头”之一, 虽然在一定程度上受到了新媒体技术发展的重创, 但其存在的社会价值和影响力, 依然具有很强的不可替代性。因此, 作为电视新闻的传媒工作者, 我们需要做的是致力于将电视新闻与新媒体技术融合到一起, 实现传统电视信息“单向传播”到“多向互动”的转变, 打造多屏联动、多平台发展的全媒

体信息传播矩阵。

2 电视新闻与新媒体融合的必要性的必要性

纵观当前飞速发展的新媒体技术, 电视台作为传统媒体的重要引领者, 其所遭受的打击与挑战不言而喻。但凡事都有两面性, 新媒体的加入, 也在很大程度上带给电视媒体优化自身、转变运营思路、扩大媒介影响力的机会。尤其是随着越来越多的受众, 将获取新闻信息的渠道和目标从电视台转向线上社交平台, 传统电视新闻不得不面临受众流失的境遇。因此, 为了更好地立足于当前的融媒体信息时代, 也为了适应这种受众变化, 电视新闻媒体要学会与新媒体进行有效融合, 充分利用新媒体技术及其工具, 助力电视新闻在生产内容、传播模式以及受众互动上更上一层楼。

在新闻生产内容上, 电视媒体可利用新媒体技术, 通过网络平台开设社交媒体账号, 进行新闻内容的实时更新与编辑, 不仅能够第一时间对社会热点事件做出响应并发布, 还能更直接地与受众进行互动;

在传播模式上, 电视媒体可利用 VR/AR 等新媒体技术,

【作者简介】吕妍(1982-), 女, 中国陕西渭南人, 硕士, 主任编辑, 从事新闻传播研究。

实现拟人化的新闻画面播放,带给用户沉浸式的观感体验,通过这种创新型的传播模式,打破电视新闻传统的单向传播模式,在很大程度上吸引更多受众的关注,特别是吸引那些认为传统电视新闻已是“夕阳产业”的年轻群体;

在受众互动上,电视媒体可借助新媒体技术提供的数据分析工具,对需要发布的新闻内容进行数据分析,通过分析受众的在线行为习惯和阅读兴趣等,更精准地传播受众群体所感兴趣的内容,制作出受众所喜爱的新闻作品。这样既能够提高新闻内容的吸引力,也能有效吸引真正的“电视新闻粉”。

3 电视新闻与新媒体融合下加强受众互动的意义

3.1 促进传播效果的提升,助力媒体深度融合

目前来看,电视新闻与新媒体融合的实践表明,新闻记者通过借助新媒体技术进行新闻叙事逻辑的重构、受众互动方式的升级以及新闻内容的创新,都是在促进电视新闻传播效果的进一步提升,助推电视新闻传媒与新媒体的深度融合,为融媒体的发展环境保驾护航。比如,利用社交媒体平台开设评论、点赞等功能,进行互动式的新闻叙事,引导受众参与到对新闻内容的建构,允许受众各抒己见,从多角度呈现评判视角,对新闻事件进行多元化的评价,这种不同于传媒时期的新闻叙事模式,不仅能够成为当前大众碎片化、快节奏的生活调剂品,也能够为不同需求的受众群体提供个性化的新闻内容,让大众感受到个体被尊重,从被动接受变为主动选择,有效提高受众对电视新闻的满意度和认可度。

3.2 倒逼能力升级,打造复合型新闻人才

对于电视新闻工作者而言,新媒体的到来给了他们更多自由发展的机会和空间,但也对他们的工作能力、职业定位提出了进一步的要求。电视新闻在新媒体技术的加持下,其不断更新的叙事手法和受众互动机制都是在推动新闻记者创新转型。在进行电视新闻与新媒体融合创作的过程中,新闻记者除了要具备基本的职业素养,也要与时俱进,学会运用新媒体工具、VR/AR技术等讲好新闻故事。更重要的是,新闻记者要重视与受众的良性互动,比如通过设计有趣的参与环节,利用趣味的网络热梗与严肃的新闻内容形成反差,吸引大众的兴趣,拉近电视媒体与用户的距离。作为电视媒体工作者,新闻记者要有不断学习、不断进步的思想觉悟,在实践中锤炼十八般武艺,用创新的新闻叙事角度、鲜活的新闻语言来推动电视新闻媒体在行业内站稳脚跟。

4 电视新闻与新媒体融合的受众互动机制优化路径

4.1 重视受众多元需求,提高大众对电视新闻的黏性

在新时代的媒体变革过程中,新闻内容的生产要求有很大一部分来源于受众需求,新闻记者创作一条新闻,都会寻找与大众趣味相投的素材来进行采集、编辑和传播。因此,

电视新闻要在与新媒体融合过程中,有效优化受众互动机制,就需要对受众的多元需求予以高度重视。

其一,新闻记者要秉持敏锐的新闻嗅觉,利用新媒体工具对新闻数据进行深入分析,客观洞悉受众行为,精准识别受众对新闻内容的实际需求和观看习惯,通过大数据、人工智能等新媒体技术剖析受众的浏览习惯和在社交媒体平台上的互动方式,由此才能更精准地创作新闻作品,实现对受众在新闻产品上的个性化定制。在进行新闻创作的过程中,电视新闻记者要重视新闻作品与受众之间的互动性,不能只是单向地把受众作为信息的接收者,更要让他们成为新闻内容的创造者、参与者,可通过微信公众号、抖音视频等平台开放评论区,在微博平台上创设微博话题等,引导受众进行线上的探讨与意见反馈,激发受众对新闻事件的参与热情,引领大方向上的新闻舆论导向;

其二,新闻记者要巧妙利用短视频、直播等传播媒介,提高新闻内容的互动性,刷新新闻事件的时效性,让受众持续性地关注新闻事件,提高受众对新闻内容的黏性和活跃度。不同媒体平台的新闻叙事都会有所不同,因此,作为新闻记者要懂得针对不同的平台属性,对新闻内容进行符合平台逻辑的调整,以适应不同平台的受众需求和阅读习惯。比如,今日头条平台上的用户大多为40+以上的中年受众群体,新闻内容可以往深度报道的角度去传达,要注重新闻信息的完整性和时效性,才能予以该平台的受众更多的思考空间,在抖音、快手等视频类平台上,多为年轻一代的受众群体,新闻内容则讲究一定的视觉冲击和“快餐式”的情感表达,由此才能充分抓取受众碎片化的浏览习惯,快速捕捉受众的注意力;

其三,新闻记者要为广大打造一个持续性的受众实时互动反馈机制,比如,在短视频平台开放实时评论、实时弹幕,让用户针对某件新闻事件进行投票等,这样既能够及时收集受众的反馈内容,并以此对新闻媒体的内部架构、生产流程进行不断地整改,提高电视媒体在社会上的公信力和影响力,也能够让大众对各类新闻事件的意见有一个及时宣泄的出口,确保正确的舆论导向;同时,还可以通过建立互动数据分析体系,结合平台用户的不同行为习惯、互动内容和反馈效果,有针对性地进行反馈信息的提取,了解用户对新闻内容的看法,取其精华,去其糟粕地进行有效的新闻整改,为新闻产品的优化提供一定的参考价值,从而提高电视新闻节目的可看性,增强用户的参与感和获得感。

4.2 开发社群化运营工具,凝聚受众群体力量

以往受追捧的广播电视传媒画面,是一个村子里的一群人围着一台电视机收看节目,这是早期电视传媒的受众圈子,并且是以线下聚集为主。随着融媒体时代的到来,线上社交媒体平台逐渐取代了这种模式,广播电视媒体可结合电视节目的内容属性,根据不同受众的不同需求,以标签选择的形式,创立主题明确的社群,并引导用户加入其中。在社

群运营的过程中,新闻记者可针对群内成员设置粉丝等级,提高受众对社群的归属感和认同感。

4.3 依托大数据技术,完善互动平台的功能

电视新闻与新媒体融合的发展背景下,最直观的变化就是社交媒体平台强大的互动性,这不仅在很大程度上提高了新闻传播的效果,也重新拉近了大众与电视传统媒体的距离。目前来看,社交媒体平台的评论、转发、点赞等互动功能已经属于比较基础的受众互动机制,新闻记者应依托大数据技术,进一步完善、优化互动平台的全面功能化,构建更立体丰富的互动生态体系。一方面,可从技术层面入手,借助数据可视化技术模拟现场环境,通过网络直播连麦的方式,让新闻记者与用户进行一对一的面对面交流,让用户参与到新闻事件当中,或者是借助VR技术模拟新闻现场,让用户身临其境还原到当时最真实的环境中,以第一人称视角去沉浸式体验新闻场景;另一方面,可从平台运营层面入手,对评论进行一定门槛的权限设置,比如微信公众号评论要设置“需关注后方可评论”,以此来精准筛选对口的受众群体,或者是要求用户要具备实名认证后才可进行评论、发表,这样既是为了保护用户的隐私,也能够规范其在网络上的互动言行,予以大家一片理性、健康的网络舆论环境。

4.4 专注全媒体传播矩阵的打造,扩大电视新闻的社会影响力

其实,不管是传统媒体还是新媒体,最终的目的都是为了将新闻信息通过有效的传播渠道、方式,带领大众进行正确的探讨与辨别,传递正能量的价值观和人生观。因此,作为广播电视新闻媒体的工作者,新闻记者要做的是将各类媒体联合起来,打通各大媒介之间的壁垒,专注于全媒体传播矩阵的打造。比如,“央视新闻客户端”就是一个典型的例子,该平台将电视直播、互联网资讯、移动端资讯等多平台内容整合到一起,其不同平台上的受众群体也都有所不同,聚在一起能够听到许多不同的声音,散开来也能够获取到精准的受众需求,让大众无论是在何时何地,都可以快速

获取到由央视出品的新闻内容,具有很强的官方价值和公信力。而且,央视新闻在进行我国的一些重大节日、突发事件报道时,都会启动全媒体平台进行多渠道的报道推动,且播报的侧重点也会有所不同,比如,电视端侧重于深度解读,移动端关注新闻时效性,线上媒体平台则注重与受众的互动性。通过这种全方位、多平台、多角度的传播模式,能够在很大程度上确保新闻的多重覆盖率,不断叠加受众的参与次数,增强新闻事件的曝光度和社会热度。需要注意的是,我们对全媒体传播矩阵的打造,并不是简单地在不同平台、渠道进行同款新闻内容的堆砌和复制粘贴,而是要结合不同平台受众的需求和属性,尽可能地避免内容同质化传播,要根据平台特点、受众个性化需求去进行策略匹配和新闻打造,由此才能助推电视媒体在漫漫媒体之行中越走越远。

5 结语

总的来说,融媒体时代的来临,给电视媒体的新闻记者提供了更加广阔的成长空间和尽情发挥的舞台。在这样一个风云骤变的网络新媒体浪潮中,电视新闻记者要通过优化受众互动机制,带领电视媒体重回传媒时代的巅峰,唯有重视电视受众群体的多元化需求,创新新闻叙事模式,善用新媒体技术与工具,同时也要与时俱进,依托大数据技术,积极开发社群化运营工具,完善互动平台的功能,将受众群体的力量凝聚到一起,打造个性化、多元化的全媒体传播矩阵,才能在白热化的融媒体环境中闯出电视媒体独有的一片天,真正为大众传递更有温度和社会价值的新闻内容,助力电视新闻在行业内迈向一个新的阶梯。

参考文献

- [1] 黄浩东.融媒体时代记者重塑新闻叙事与加强受众互动的策略探析[J].《新闻研究导刊》.2021,13:78-81.
- [2] 李吉星.电视新闻采编工作与新媒体的融合路径[J].记者观察.2025,08:85-87.
- [3] 黄艳华.短视频时代广播媒体内容创新与受众互动机制优化策略探究[J].《新闻研究导刊》.2025,03:49-52.