

浅谈全媒体视域下广电新闻记者提升媒介素养的必要性

李鸣

未来电视有限公司, 天津, 中国

【摘要】目前, 网络视听行业已成为公众获取信息与休闲娱乐的核心渠道, 用户对节目内容的专业性、创新性与传播效率提出更高要求。在此背景下, 广电新闻记者需主动适配媒体融合趋势, 通过多元内容生产满足公众需求。全媒体时代, 广电新闻记者的媒介素养提升需兼顾“传统素养”与“技术创新”: 一方面要坚守新闻底线和红线, 以“内容为王”; 另一方面要掌握 AI (人工智能) 等新技能, 转型成为“全媒体记者”“全能型传播者”。

【关键词】全媒体; 网络视听; 广电新闻记者; 媒介素养

1. 引言

据中国网络视听协会发布的《中国网络视听发展研究报告(2025)》显示, 截至2024年底, 中国网络视听用户规模达10.91亿, 同比增长1.6%, 中国网络视听行业从业企业总数量达75.70万家, 创历史新高。以短视频、直播、交互式内容为代表的传播形态, 正在改变受众对信息接收的习惯。这给广电新闻记者带来了诸多挑战, 一方面是面临传播渠道多元化、内容形态丰富化的机遇; 同时也要积极应对信息真实性危机、用户参与需求升级等棘手问题。

在此背景下, 媒介素养不再局限于传统的文字写作、图片拍摄、视频制作能力, 而是延展为“产品创新+技术应用+价值引领”的综合能力体系。因此, 探讨全媒体时代提升广电新闻记者媒介素养很有必要, 这对巩固网络视听行业媒体公信力、推动媒体融合发展具有重要现实意义。

2. 当代视听节目的时效度特征

2.1 时效性: 即时传播

全媒体技术重构了新闻生产的“时间维度”, 传统广电媒体的“采、编、审、播”线性流程被压缩, 实现了“即时采集—快速编辑—多端分发”。全媒体体系在资源整合和整体规划上显现出“纵向贯通、横向互联”的特征, 优化生产流程和更新评价体系成为媒体机构适应全媒体环境的有效举措[1]。即时传播缩短了新闻与受众的“时间差”, 更通过评论区、弹幕等互动功能, 让受众的反馈直接参与到后续报道的选题调整中, 形成“传播—反馈—优化”的动态循环, 改变了传统广电“我播你看”的被动模式。全媒体时代, 主流媒体既要有创新思维, 扩大媒介传播效能, 又要把握好内容

“价值”与方式“鲜活”的关系, 以求更好地与受众进行互动和沟通, 实现高质量传播[2]。

2.2 信息量: 多元互补叠加

快节奏生活下, 视听节目凭借“视觉+听觉”的优势, 成为承载海量信息的最优选择。一方面, 短视频、长图、数据图表等形式可将复杂事件拆解为“碎片化知识点”; 另一方面, VR全景、直播等形式可提供“沉浸式信息场景”。“碎片化+沉浸式”的信息呈现方式, 形成了多元互补的信息传播体系, 受众“快速获取”的需求得到满足。

2.3 形式: 多形态融合

数字技术的发展让视听节目突破了“画面+文字”的传统框架, 呈现出“多形态融合、强互动参与”的特征。如江西台今视频长天新闻通过成立人工智能实验室, 孵化出“AI四问”产品(“问象”“问月”“问音”“问鉴”), 对应智能媒资应用、诗词文旅智能体、智能语音和智能审核, 打造区域性融媒体智能平台[3]。通过生成式人工智能技术还可构建虚拟主播, 实现“个性化定制报道”。这些创新形式让受众从“信息接收者”转变为“内容共创者”, 极大提升了新闻的传播黏性。

3. 广电新闻记者提升媒介素养的必要性

3.1 广电媒体需要全能型内容生产者

全媒体时代的新闻生产, 要求记者具备“策、采、编、发、审、传”的综合能力。主流媒体在用人时明确要求掌握短视频剪辑、无人机航拍、数据可视化制作等技能。这种“一专多能”的技能要求, 倒逼广电新闻记者突破传统业务边界, 从文字稿件撰写, 到拍摄短视频, 再到直播与互动, 以及数据图表制作, 实现业务技能的全面提升。

3.2 新闻行业固守底线不可动摇

自媒体时代“人人皆可发声”，但部分自媒体账号为博眼球、刷流量，不惜伪造现场、编造事实。网络虚假视听信息层出不穷，“伪造突发事件现场”“拼接视频误导舆论”时有发生。如中国行为法学会新闻与传播法治研究专业委员会发布的融媒体蓝皮书——《2024年社交媒体法治诚信监测报告》，对中国2024年社交媒体法治诚信现状做了概括性总结，报告指出社交媒体上网红或大V发布虚假信息，是引发诚信舆情爆发的主要原因；针对网民投诉现状，报告指出社交媒体视频平台，尤其是个人直播间引发的纠纷，已成为网民投诉之首；针对司法诉讼现状，报告指出社交媒体视频平台是本年度诉讼常客，诉讼的案由集中在网络侵权。广电新闻记者需从“信息记录者”转向“信息深度把关人”，通过多源验证、逻辑分析、实地调查等方式，过滤虚假信息，维护新闻的真实性与权威性。

3.3 受众要求参与内容生产全过程

社交媒体的普及让受众不再满足于“被动接收新闻”，而是希望参与到新闻生产的全过程。“用户共创”模式要求广电新闻记者具备“社群运营、线索挖掘、互动反馈”的能力，将单向传播转化为“记者—受众”的双向互动。例如，从文物唐俑到节目《唐宫夜宴》，河南卫视春晚融合现代技术手段和跨媒介叙事手法，强化以“用户为中心”的内容创作，强调“移动优先”的融合传播，发展“粉丝经济”下的文化产业，完成了文博资源的创造性转化，为文化类节目发展提供了一个可借鉴的范式[4]。

4. 提升媒介素养的机遇与挑战

4.1 机遇：技术赋能

传统广电媒体的传播渠道局限于电视、广播，而全媒体时代广电媒体也可构建自身的传播矩阵，不限于官方微信公众号+官方微博+官方抖音平台+官方小红书+其他官方新媒体账号，实现一稿多用、多端分发。这种矩阵化传播不仅扩大了新闻的影响力，还能通过不同渠道的受众反馈，精准定位内容改进方向。

人工智能等技术为新闻创作提供了新工具。如央视推出的中国首部文生视频AI系列动画片《千秋诗颂》，为生成式人工智能（AIGC）技术赋能传统文化的传承与创新提供了新范例[5]。这些技术应用不仅提升了新闻生产效率，也让新闻更具吸引力与感染力。

在信息爆炸时代，公众对新闻信息的专业

性、权威性、深度等方面的需求更加强烈。有报告指出，在对突发事件或舆论热点信息渠道的可靠性认知中，受访者对传统媒体渠道的信任度依然很高：认为央广新闻及评论“基本可靠”和“非常可靠”的比例高达85.8%，央视紧随其后达到85.4%，新华社和《人民日报》渠道的高信任度为83.7%，而新闻期刊的高信任度则占70.8%[6]。

4.2 挑战：独家报道难度加大

自媒体时代，在突发事件中，自媒体达人和普通个人凭借智能手机，抢占传播先机。例如，2024年“某地地震”发生后，首位发布现场视频的是当地居民，相关视频在抖音10分钟内播放量破百万，自媒体已形成“信息刷屏”效应，传统媒体的“时效性优势”被严重削弱。此外，部分自媒体通过“提前蹲点”“付费买线索”等方式获取独家素材，进一步压缩了广电记者的报道空间。

全媒体技能的掌握需要长期学习与实践，无人机航拍、VR设备操作、AI工具应用等新技术需要系统培训，部分记者因年龄、精力等原因难以快速掌握；不同平台的传播规律差异显著（如抖音需“7秒抓注意力”，微信公众号需“深度内容”），记者需针对不同平台调整内容形态，工作量大幅增加。

传统权威弱化，受众信任度受冲击。自媒体的“去中心化”传播让受众获取信息的渠道更加多元，部分自媒体通过“接地气的表达”“个性化的视角”吸引了大量年轻受众，导致传统广电媒体的“权威形象”被认为“刻板”“脱离群众”。

5. 广电新闻记者提升媒介素养的路径

5.1 筑牢真实性防线

全媒体时代的记者需建立“多源验证+逻辑分析+技术溯源”的信息甄别体系。首先，对网络获取的线索，需通过“核实信源身份、比对时间地点、采访当事人”等方式验证真实性，避免使用“无法溯源”“单一信源”的信息；其次，提升数据解读能力，通过逻辑推理判断数据的合理性，避免“数据造假”“断章取义”；最后，善用技术工具，提升信息甄别的效率与准确性。

5.2 提升传播感染力

广电新闻记者需突破“传统报道框架”，从“内容形态”“叙事方式”“价值传递”三方面创新。在内容形态上，主动融合短视频、VR/AR、数据可视化等形式，如报道“城市交通拥堵”问题时，可通过“无人机航拍拥堵路

段(视频)+数据图表展示”的组合,让报道更立体;在叙事方式上,采用“故事化叙事”替代“说教式表达”;在价值传递上,注重“人文关怀”,避免“冷血报道”“过度煽情”。新华社推出的《人工智能时代 新闻媒体的责任与使命》智库报告,探讨了新一轮技术变革中新闻媒体坚持“以人为本”,推动“智能向善”的原则、方法与路径[7]。

5.3 拥抱智能变革

广电新闻记者需主动学习新兴技术,将“技术工具”转化为“创作优势”。生成式人工智能正不断催生新产品新应用,广播电视和网络视听作为信息技术示范应用的最好实验场和先发地,必须在内容生产、网络传输、监管监测等全链条各环节加快加深和拓宽生成式人工智能技术和产品的创新应用步伐,大幅提升广播电视生产效率 and 传播效果[8]。一方面,掌握基础技术技能,如无人机航拍、短视频剪辑、AI辅助工具(AI配音等),提升内容生产效率;另一方面,探索技术创新应用,如利用生成式人工智能制作“虚拟采访对象”(适用于敏感话题报道)、构建“沉浸式报道场景”。全媒体时代的传播是“双向互动”的,记者需从“内容生产者”转变为“社群运营者”,需要不断学习新技能。正如新华社原总编辑南振中在《学习点亮人生(增订本)》一书中所说的“既要学以致用,又要学以备用”[9]。

5.4 坚守职业道德底线

在复杂的传播环境中,广电新闻记者需始终坚守“新闻伦理”,维护媒体公信力。坚持“客观公正”,避免“片面报道”和“主观臆断”;尊重“采访对象权益”,保护未成年人、受害者隐私,避免“过度曝光”“二次伤害”;拒绝“流量诱惑”,不制作“标题党”“猎奇内容”,不参与“虚假新闻炒作”;强化“政治素养”,引领正确舆论导向。

6. 结语

全媒体时代为广电新闻记者提供了“技术赋能、渠道拓展”的机遇,也带来了“技能转型、权威挑战”的压力。媒介素养的提升不再是“单一技能的升级”,而是“能力体系、思

维模式、职业伦理”的全面重塑——既要夯实“信息甄别、内容创作”的传统根基,又要掌握“技术应用、互动传播”的新兴技能;还要适应“多平台分发、用户共创”的传播趋势,并且坚守“真实性、客观性”的职业底线。

未来,随着生成式人工智能等技术的进一步发展,广电新闻记者的媒介素养需求将持续迭代,唯有不断学习、主动变革,才能行稳致远。广电新闻记者拟将学习培养成为一种个人爱好,学习理论知识、学习专业技能、学习AI相关技术等,建立人机协同的良性发展机制,让自己成为行业急需的实战型、复合型人才,提供优质新闻产品。

参考文献

- [1] 胡正荣,熊昊轩.2024年的全媒体传播体系建设实践:态势与走势[J].现代视听,2025,(01):5.
- [2] 成燕.打造“质量+流量”双赢型全媒体的路径[J].新闻文化建设,2024,(14):50.
- [3] 蒋建敏,赖琳萍.短视频长天新闻建好用好新媒体平台让正能量澎湃大流量[J].中国广播影视,2024,(24):126-127.
- [4] 杨莉,陈澜,张艳楠.融媒体语境下文博资源活化新思路——以河南卫视春晚《唐宫夜宴》为例[J].今传媒,2025,33(03):64-68.
- [5] 陈永庆,陈江疆,刘思蕊.加速转型,积极应对智能化带来的新挑战[J].新闻战线,2024,(22):22-25.
- [6] 安珊珊.2020年中国社交媒体用户使用行为研究报告[J].传媒,2021,(14):21.
- [7] 新华社研究院课题组.坚持“以人为本”推动“智能向善”——人工智能时代新闻媒体的责任与使命[J].中国记者,2024,(11):6-11.
- [8] 崔鑫.祝燕南:守正创新、攻坚克难,为推动广电系统性变革打开新局[J].中国广播影视,2025(Z1):17-20.
- [9] 南振中.学习点亮人生(增订本)[M].郑州大学出版社,2025(3):121-141.