

浅析媒介融合浪潮下新闻学的转型与突破

姜昊辰

烟台科技学院, 山东 烟台 265600

摘要: 在信息技术飞速发展的当下, 5G、人工智能等新兴技术重塑全球传播格局, 媒介融合已从平台整合演变为技术、业态、思维的系统性变革, 成为媒体生态转型的核心动力。本文构建“技术赋能—生态变革—学科响应”三维框架, 运用文献计量法与扎根理论, 结合人民日报“中央厨房”等典型案例, 从新闻生产智能化、传播渠道碎片化、用户参与深度化等维度, 剖析新闻学转型逻辑与需求, 探索创新路径, 为构建数字时代新闻学理论与实践体系、培养新型新闻人才提供参考。

关键词: 媒介融合; 新闻学; 转型路径; 创新突破

DOI: 10.63887/ssrp.2025.1.5.9

引言

数字技术的革命性发展, 正推动媒介生态发生根本性变革。媒介融合不再是简单的技术叠加或平台整合, 而是以 5G、人工智能、区块链为代表的新技术群, 深度重塑新闻生产、传播与消费全链条的系统性变革。在此背景下, 国家高度重视媒介融合发展, 出台多项政策推动行业转型。如《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》明确提出, 要运用信息革命成果, 推动媒体融合向纵深发展, 做大做强主流舆论^[1]。在此政策指引下, 传统新闻学理论与实践模式面临前所未有的挑战: 新闻真实性边界模糊化、专业权威消解、行业生态重构等问题日益凸显。如何在媒介融合浪潮中实现转型突破, 不仅关乎新闻学学科的存续发展, 更直接影响主流价值传播效能与社会信息生态健康。

1 媒介融合概述

1.1 概念演进与内涵解析

媒介融合概念自 20 世纪 70 年代萌芽, 经历了从技术融合、业务融合到生态融合的演进过程。伊契尔·索勒·普尔在《自由的科技》中提出的“媒介形态融合”理论, 揭示了不同媒介技术边界消融的本质特征。这一理论在数字时代得到进一步发展, 随着云计算、物联网等技术的成熟, 媒介融合已突破单纯的技术层面, 演变为涵盖内容生产、传播渠道、商业模式的系统性

变革^[2]。

在我国, 媒体融合战略已上升为国家文化传播战略的重要组成部分。从中央广播电视总台“5G+4K/8K+AI”技术体系建设, 到县级融媒体中心实现全国覆盖, 通过“融为一体、合而为一”的深度整合, 构建起以主流媒体为引领、多元传播主体协同的新型传播格局。这种融合不仅体现在技术层面的互联互通, 更强调通过体制机制创新, 实现内容生产、传播渠道、运营模式的全方位重构。例如, 人民日报社打造的“中央厨房”模式, 通过建立统一指挥调度平台, 实现一次采集、多元生成、多端发布, 成为媒体融合的标杆案例。

1.2 融合发展的多维呈现

在技术维度, 智能技术深度渗透新闻生产全流程。如新华社“媒体大脑”系统, 运用 AI 视频生成、大数据分析等技术, 实现新闻线索挖掘、素材加工、智能分发的自动化。其“快笔小新”机器人可在两会等重大事件中, 基于结构化数据自动生成财经类新闻, 效率提升数十倍。在内容呈现方面, VR/AR 技术的应用让新闻报道从二维平面走向沉浸式体验, 央视网打造的“VR 云博物馆”项目, 通过虚拟技术还原历史场景, 使观众获得身临其境的观展体验^[3]。

在业务层面, “新闻+”模式催生出复合功能平台。“赣西融媒体云”平台整合政务服务大厅、民生诉求

响应等功能，日均处理政务咨询超万条，成为基层社会治理的信息枢纽。这种跨界融合打破了传统媒体的功能边界，赋予新闻传播更多社会服务属性。以“浙里办”APP 为例，其依托浙江日报报业集团的媒体资源，将新闻资讯与政务办理、生活服务深度融合，注册用户突破 1 亿，形成“新闻+政务+服务”的生态闭环。此外，媒体与电商的融合催生出“直播带货”新业态，河南卫视通过文化 IP 与直播经济结合，在七夕节推出的“星河里的非遗”直播活动，带动非遗产品销售额突破千万元，实现文化传播与经济效益的双赢。

2 媒介融合浪潮下新闻学的转型与突破的前沿性

2.1 内容生产范式革新

在媒介融合的浪潮冲击下，新闻生产模式正经历着前所未有的变革，从传统的“线性流程”向“智能协同”加速转变。以中央广播电视总台“央视频”为例，其创新性地采用“云采编”模式，借助 5G 网络与移动端设备，记者得以在事件现场实时完成素材采集、回传与在线编辑工作。这种模式将突发事件报道时效从过去的小时级大幅压缩至分钟级，极大提升了新闻的时效性。

可视化叙事如今已成为新闻传播的重要手段。财新网推出的《疫苗之王》数据新闻，通过交互式信息图表与动态可视化呈现，将复杂的疫苗事件以直观易懂的方式传递给受众。这种创新的表达方式不仅降低了信息理解门槛，还显著提升了传播效果，该报道创造了单日百万级的传播量，充分展现了可视化叙事的魅力与价值。

随着大数据与人工智能技术的发展，个性化内容推荐系统应运而生。今日头条基于 LDA 主题模型与协同过滤算法，构建起强大的个性化推荐引擎。该引擎能够精准分析用户的阅读习惯与兴趣偏好，实现“千人千面”的精准传播，使得用户日均使用时长超 76 分钟。

2.2 传播生态重构

社交媒体平台已跃升为信息传播的“超级枢纽”。人民日报微博矩阵粉丝总量突破 3 亿，单条重大新闻

的互动量常达百万级，充分体现了社交媒体在信息传播中的巨大影响力。这种传播权力的转移，促使媒体从单纯的“内容生产者”向“平台运营者”转型。

多终端传播构建起“液态化”的传播格局。央视新闻客户端通过“大小屏联动”策略，根据不同终端的特点与用户使用场景，对同一内容进行差异化分发。在电视端，注重内容的深度与权威性；在移动端，强调便捷性与互动性；在户外屏，则突出视觉冲击力与时效性，全方位覆盖不同场景下的受众需求。

2.3 从业者角色迭代

行业发展对复合型人才的需求愈发迫切。以新京报“我们视频”团队为例，其成员不仅要具备传统新闻采访与写作能力，还需同时掌握无人机航拍、VR 视频制作、数据分析等新兴技能。记者的身份也从单一的“信息采集者”转变为“内容策展人”，需要在具备扎实新闻专业素养的基础上，掌握平台运营、用户洞察等新能力。

随着公民记者、算法编辑等新主体的加入，新闻传播的“把关人”体系呈现多元化特征。澎湃新闻建立的“AI+人工”双重审核机制，通过人工智能技术快速筛选内容，再由专业编辑进行深度审核，有效平衡了传播效率与内容质量，为行业提供了可借鉴的范例。

3 媒介融合浪潮下新闻学的转型与突破面临的困境

3.1 内容质量危机

在媒介融合的激烈竞争环境下，同质化竞争严重制约了新闻内容的创新发展。据融媒体中心统计数据显示，民生类新闻重复率较高，大量相似内容充斥市场，降低了新闻的吸引力与价值^[4]。虚假信息治理面临前所未有的技术挑战。深度伪造（Deepfake）技术生成的音视频内容，以其极高的逼真度，使传统事实核查手段难以发挥作用。

3.2 技术发展失衡

媒介融合进程中，技术应用呈现显著的“马太效应”。头部媒体凭借雄厚的资金实力，在智能设备采购、算法研发上的年均投入超亿元，不断引领技术创新；而县级融媒体中心技术预算不足百万，难以跟上技术

发展步伐，加剧了媒体间的发展差距。

算法伦理问题日益突出，某资讯平台被曝存在地域歧视性推荐，引发社会广泛质疑，暴露出算法应用中存在的价值导向偏差。此外，数据安全风险加剧，某短视频平台用户数据泄露事件导致超万用户信息被非法获取，严重损害了用户权益，也给行业发展敲响了警钟。

3.3 人才供需错位

行业对“新闻+技术”复合型人才的需求呈爆发式增长，但高校培养体系尚未完成相应转型。中国新闻教育学会调研显示，仅有 23% 的新闻院校开设数据新闻、智能媒体等课程，人才培养与行业需求脱节。

在职培训体系同样存在不足，新闻从业人员继续教育覆盖不足，导致专业能力更新滞后于行业发展速度。这使得新闻行业难以吸纳和留住适应媒介融合发展的高素质人才，制约了行业的创新发展。

3.4 经营模式困局

传统广告市场在媒介融合浪潮下持续萎缩，纸媒广告收入近五年下降明显，传统媒体面临严峻的生存压力。新兴盈利模式仍处于探索阶段，付费墙模式用户转化率普遍降低，反映出用户付费习惯尚未完全养成；内容电商退货率上升，暴露出该模式在运营与服务方面存在的问题。同时，市场竞争白热化，短视频平台凭借丰富的内容与便捷的传播方式，抢占了以上的用户注意力，传统媒体市场份额持续下滑，亟需探索多元化、可持续的盈利模式。

4 媒介融合浪潮下新闻学的转型策略

4.1 构建优质内容生产体系

在媒介融合背景下，强化深度报道的专业优势是提升新闻品质的关键。以财新传媒推出的《新冠疫情溯源》系列报道为例，其报道团队历时数月，跨越多个国家和地区进行实地调查，凭借深厚的行业资源积累，获取了大量独家信源。通过对海量数据的梳理、对多方观点的交叉验证，深入挖掘事件背后的真相，最终形成兼具学术深度与现实意义的系列报道。该系列报道不仅在国内引发广泛讨论，更通过国际媒体渠道传播，在全球范围内树立起专业媒体的权威性与深

度。

创新叙事形式能够有效提升新闻的传播效果。央视网打造的《国家相册》独辟蹊径，采用微纪录片形式，每期聚焦一个历史瞬间，将珍贵的历史影像与现代叙事手法相结合^[5]。通过故事化表达，将宏大的历史叙事转化为普通人可感知的个体记忆，以情感共鸣引发观众关注。截至目前，该系列全网播放量超亿次，微博话题阅读量突破亿，成功实现历史文化传播与现代媒体传播的有机融合。同时，建立科学的内容质量评估体系至关重要。引入区块链技术实现新闻内容的全流程存证，从素材采集、编辑加工到发布传播，每个环节的操作记录都将被加密存储在区块链上，不可篡改。这种技术手段可有效增强新闻的公信力与可信度，重塑受众对新闻媒体的信任。

4.2 推进技术融合创新

加大技术研发投入是推动媒介融合发展的重要动力。人民日报社建设的“中央厨房”系统，整合了自然语言处理、智能推荐、视频自动剪辑等 40 余项智能技术，构建起“一次采集、多元生成、多端发布”的内容生产模式。该系统上线后，内容生产效率提升 300%，新闻报道的时效性与丰富度显著增强，为行业技术创新树立了标杆。

完善技术伦理规范势在必行。随着人工智能、算法推荐等技术在媒体领域的广泛应用，制定相关准则迫在眉睫。准则需明确算法透明化、用户数据最小化等原则，要求媒体公开算法逻辑，禁止过度收集用户隐私数据，确保技术应用符合社会价值导向。同时，加强技术安全防护刻不容缓。构建基于零信任架构的媒体网络安全体系，采用动态身份验证、最小权限访问等机制，对媒体内部网络进行全方位防护，能够有效抵御数据泄露等安全风险，保障媒体与用户的信息安全。

4.3 创新人才培养机制

深化产教融合是解决人才供需错位问题的有效途径。中国传媒大学与字节跳动共建“智能媒体学院”，打破传统学科界限，采用“项目制教学+企业实训”模式。学生在校期间，不仅要学习新闻学、传播学等

理论课程，还要参与企业真实项目，接触前沿的媒体技术与运营模式。这种培养模式将理论教学与实践操作紧密结合，有效提升了学生的综合能力。

建立终身学习体系有助于提升在职人员的专业能力。面对快速迭代的媒体技术与传播环境，新华社推出“全媒体能力提升计划”，每年为员工提供 200 课时的在线培训课程。课程涵盖人工智能应用、短视频制作、数据分析等多个领域，帮助员工及时更新知识体系，掌握新技能。

4.4 探索多元盈利模式

拓展增值服务为媒体盈利开辟了新路径。界面新闻推出的“付费研报”产品，依托专业的财经记者与行业分析师团队，针对特定行业、领域进行深度研究，形成具有前瞻性与指导性的研究报告。这些研报凭借专业的研究内容与深度分析，单份售价超千元，用户复购率较高。除研报外，界面新闻还推出会员服务，为付费用户提供独家内容、优先参与线下活动等权益，展现了增值服务的市场潜力。

创新商业模式能够提升媒体的盈利能力。梨视频通过“内容版权分账+商业定制”模式，实现内容价值

的最大化。一方面，与各大视频平台合作，进行内容版权分销，获取版权收益；另一方面，根据企业需求定制商业视频，提供从策划、拍摄到后期制作的一站式服务。凭借这种商业模式，梨视频年营收突破亿元，成为短视频领域盈利的典范。加强产业协同也是重要方向。湖南广电构建“芒果生态”，将内容生产、电商运营、文旅开发等业务有机结合。通过热门综艺带动电商销售，依托 IP 资源开发文旅项目，实现各业务板块的协同发展，形成多元盈利格局，为行业发展提供了成功范例。

结语

综上所述，媒介融合的持续深化，要求新闻学必须以开放姿态主动变革。通过构建“内容为核、技术驱动、人才支撑、模式创新”的发展体系，新闻学不仅能够应对当下挑战，更有望在重塑社会信息传播秩序中发挥关键作用。未来，随着元宇宙、AIGC 等新技术的发展，新闻学需要保持理论敏感性与实践创造力，持续探索适应智能时代的学科发展新路径，为构建健康有序的数字传播生态贡献专业力量。

参考文献

- [1]冯燕. 媒介融合背景下新闻采编人员角色转型[J]. 中国报业, 2022, (24): 100-101.
- [2]甘晓喻. 论媒介融合时代下新闻编辑工作的转型升级[J]. 中国传媒科技, 2021, (07): 126-127+153.
- [3]尚雅. 媒介融合背景下新闻编辑转型研究[J]. 采写编, 2021, (01): 98-99.
- [4]肖瑛. 媒介融合背景下新闻编辑业务的转型与创新[J]. 记者摇篮, 2020, (06): 49-50.
- [5]潘琳珏. 媒介融合时代下新闻编辑工作的转型升级[J]. 西部广播电视, 2020, (07): 139-140.