

融媒体新闻“多层次立体化”共情应用策略研究

谭心

上海东海职业技术学院，上海，200241；

摘要：本文研究了融媒体新闻在新环境下的“多层次立体化”共情应用策略。随着传统媒体与新媒体的融合，新闻传播速度加快、范围扩大、互动性增强。融媒体新闻利用技术优势，通过互联网、移动应用等平台实现实时更新和即时传播，同时根据受众需求提供定制化内容。文章分析了融媒体新闻在传播方式、内容形态、呈现方式、传播效果上的特点，并探讨了共情在新闻传播中的应用策略，包括情感共情、认知共情和激发行动力的共情策略。最后，文章强调了在融媒体形态下重建共情语境的重要性，以及通过共情策略维护社会稳定和意识形态安全的同时，促进社会的多元化和和谐发展。

关键词：融媒体新闻，融媒体新闻形态，新闻共情，共情应用

Research on empathy application strategy of "multi-level and three-dimensional" in financial media news

Xin Tan

Shanghai Donghai Vocational&Technical College, Shanghai, 200241;

ABSTRACT: This paper explores the "multi-level three-dimensional" empathetic application strategies of integrated media news in the new environment. With the integration of traditional and new media, the speed, range, and interactivity of news dissemination have increased. Integrated media news leverages technological advantages to achieve real-time updates and instant dissemination through platforms such as the internet and mobile applications, while also providing customized content based on audience needs. The article analyzes the characteristics of integrated media news in terms of dissemination methods, content forms, presentation methods, and dissemination effects, and discusses the application strategies of empathy in news dissemination, including emotional empathy, cognitive empathy, and strategies to stimulate action. Finally, the article emphasizes the importance of reconstructing the empathetic context in the integrated media form and promoting social diversity and harmonious development while maintaining social stability and ideological security through empathetic strategies.

Key words: integrated media news, integrated media news form, news empathy, empathy application

DOI: 10.69979/3029-2700.24.6.045

1 媒体新闻在当今新环境下的多重形态

新环境，新闻传播媒介和方式发生了深刻变革。传统媒体与新媒体相互融合，信息传播速度更快、范围更广、互动性更强。“新”技术，融媒体新闻借助技术优势，赋予了新闻内容呈现、传播渠道更多的可能性。通过互联网、移动应用等新媒体平台，融媒体新闻实现了实时更新、即时传播；通过大模型演算根据不同受众的需求和兴趣，提供了定制化的新闻内容；通过文字、图片、音频、视频等多种媒体形式的融合，借助虚拟现实、增强现实等先进技术，提供真实的沉浸感；通过大数据分析、用户画像等手段，融媒体新闻能够精准定位目标受众，实现新闻的精准传播。通过分析融媒体新闻借助

“新”技术适应新环境梳理出不同形态下的新闻特征，总结融媒体新闻在传播方式、内容形态、呈现方式、传播效果几个维度的形态特点，为梳理共情策略提供明确目标对象。

2 探究共情在融媒体新闻中的应用策略

共情不仅是认知能力和情感能力的结合体，还具有引起受众行动的关键引导能力。新闻引起的舆论与共情在认知与情感维度高度契合，并进一步激发引导社会公众的行动。探究共情策略不仅在一般感性情感维度上进行，更加要呈现更加多元立体的情感维度；融合正确的舆论导向，讲好中国故事；将情感与理性融合到认知策略中，找寻新闻共情的平衡点，最终共情策略旨在引导、

激发舆论受众的行动力。

2.1 分析共情在新闻传播中的内涵和意义

共情,或称为同理心,是指个体能够设身处地地理解并感受他人的情感和处境的能力,能够站在受众的角度,考虑他们的需求和兴趣,提供符合他们心理预期的新闻内容,能够深入报道对象的内心世界,理解他们的情感和动机,从而更加全面、客观地呈现事实真相。

共情在融媒体新闻形态下的语境。重建共情在融媒体形态下的语境,共情不是无限制的滥用情绪情感,是在意识形态治理下的共情策略。在现代社会,融媒体形态下的语境已经逐渐取代了传统官方媒体单一的新闻传播语境,多渠道庞杂的信息交织在一起,形成了复杂的舆论场。为了维护社会稳定和意识形态安全,政府和社会各界需要通过一定的手段来引导舆论,共情策略就是其中的一种。

在这种形态下,共情被赋予了新的内涵和价值,它不再是单纯的情感共鸣,而是被限定在特定的意识形态框架内,成为一种策略性的工具。

通过共情策略,政府和社会各界能够更好地理解和把握公众的情感需求和心理变化,进而制定出更加贴近民心的政策和措施。同时,共情策略也能够有效地化解社会矛盾和冲突,增强社会的凝聚力和稳定性。

这种被限定的共情也存在一定的局限性和问题。一方面,它可能进一步导致媒体中舆论的单一化和同质化;另一方面,它也可能被一些别有用心的人所利用,成为操纵舆论和煽动情绪的工具。

因此,在融媒体形态下,我们需要重新审视和构建共情的概念和价值。我们应该尊重公众的情感需求和表达权利,同时也需要加强对舆论的引导和监管,确保共情策略能够在维护社会稳定和意识形态安全的同时,也能够促进社会的多元化和和谐发展。只有这样,我们才能真正实现共情在融媒体形态下的语境下的最大价值。

2.2 分析融媒体新闻传播特点

通过分析融媒体新闻借助“新”技术适应新环境梳理出不同形态下的新闻特点,总结融媒体新闻在传播方式、内容形态、呈现方式、传播效果几个维度的形态特点:

2.2.1 融媒体新闻在传播方式上呈现出多元化、互动性的特点。

通过互联网、移动应用等新媒体平台,融媒体新闻实现了实时更新、即时传播,例如人民网《两会进行时》“中央厨房”采编系统,“一次采集、多种生成、多元传播”构架报纸、网络、移动端与微视频多平台联动的传播矩阵,央视影音发布《“天舟一号”发射任务 VR 全景直播》利用全景拼接实现 VR 新闻直播,开创国内航天科技领域 VR 直播的先河;借助社交媒体等互动平台,受众可以积极参与新闻的评论、分享,形成了一种全新的新闻互动体验,例如新闻互动视频央视财经发布的《幸福照相馆》融合人脸识别技术,以团圆为核心实现数字上的全家团聚在社交平台上分享互赞,人民日报发布《“军装照” H5》帮助网友生成自己虚拟的“军装照”表达爱国主义情感的同时增强社交空间的趣味性。这种互动性的传播方式不仅增强了新闻的传播效果,也使得受众对新闻的认知更加深入。

2.2.2 融媒体新闻在内容形态上表现出丰富多样、个性化的特点。

融媒体新闻不仅涵盖了政治、经济、社会等各个领域的新闻,还根据大数据大模型推选不同受众的需求和兴趣,提供了定制化的新闻内容,例如 H5 新闻页面,互动联名新闻咨询,数据可视化呈现,例如每日经济新闻发布的《ofo 迷途》用动画、视频及交互设计让 ofo 诉讼、消费者投诉以及欠款情况数据变得更加丰富,经济日报发布的《“数说 70 年”数据新闻可视化系列短视频》通过数据与图像的紧密结合,不仅提升了信息传达的精准度,更让观众对信息有全方位的把握。

2.2.3 融媒体新闻在呈现方式上注重多媒体融合、视觉化呈现。

通过文字、图片、音频、视频等多种媒体形式的融合,融媒体新闻使得新闻内容更加生动、形象,易于受众理解和接受,例如 VR/AR 融合全景新闻,澎湃新闻发布的《海拔四千米之上》融合普通拍摄、360 全景图片、定点 VR 视频、漫游 VR 视频、互动热点、延时拍摄等方式展示惊人的互动表现力。《震撼!一张长图带你领略港珠澳大桥》通过横屏实景长图对数据图像化处理,实现形式与内容完美结合。这些技术使我们看到了动画、无人机航拍、信息与数据可视化、虚拟现实 VR、增强现实 AR、混合现实 MR 等技术叠加与融合的创新。融媒体新闻为受众提供更加沉浸式的新闻体验,让受众仿佛置身于新闻现场,增强了新闻的感染力和传播效果。

2.2.4 融媒体新闻在传播效果上追求广泛覆盖、精准触达, 突出一个“新”字。

通过大数据分析、用户画像等手段, 根据用户的阅读习惯和兴趣偏好, 推送符合其需求的新闻内容, 使得融媒体新闻能够精准定位目标受众, 实现新闻的精准传播。同时, 通过跨媒体、跨平台的合作与联动, 融媒体新闻能够实现新闻信息的广泛覆盖, 让更多的人获取到及时、准确的新闻信息。

3 研究共情在融媒体新闻如何影响受众的互动

如何激发其受众的观看兴趣, 在内容展示中如何提升受众的沉浸体验, 在突发事件中如何指引受众关注目标。

3.1 情感共情策略的多层次立体化传递

立体化情感不是限于表面的移情感受, 停留在口号认知中, 要求新闻在内容层面进行深入挖掘, 深入剖析事件背后的情感因素, 通过故事性、思想性、艺术性与技术性立体化传递。讲好新时代典型故事, 叙事层面的共情体验要故事接地气, 深入群众, 真情撰写。明确价值典型案例, 思想价值层面的共情体验追求坚持正确的政治方向、价值取向, 是群体自发认同的思想观念。强调艺术技术并重尊重新闻发展规律, 艺术与技术层面的共情体验要追求审美与表达方式的和谐统一共同为作品服务, 专注新闻严谨专业表达, 技术与艺术并重。其特点在融媒体 H5 界面中体现明显, 例如澎湃新闻发布《天渠: 遵义老村支书黄大发 36 年引水修渠记》在叙事层面上从群体化叙事转向个体叙事, 采用片段式的解构, 用个体叙事呈现宏大主题。符号化视觉文本, 诗意构建主旋律内涵, 融合审美营造丰富的精神思想体验。竖屏阅读符合移动传播的技术体验, 强化视觉冲击力细节。央视影音与腾讯视频一同发布的《“天舟一号”发射任务 VR 全景直播》在技术与艺术上更进一步, VR 技术打破传统视界的局限, 增强了互动与知识性, 扩大了受众的信息感知。让新闻“在场”得以拓宽的新的维度, 让用户主动挖掘、感知和理解。

3.2 融合舆论导向共情策略, 讲好中国故事

融合舆论导向共情策略, 讲好中国故事, 是我们展示新闻内核、传播中华文化、展示国家形象、增进国际传播的重要方式。传统文化蕴含着深刻的情感和价值观, 通过运用共情策略, 我们能够将这些情感和价值观与受

众的需求和情感相结合, 让受众产生共鸣, 从而更加深入地了解中国故事背后的文化内涵, 基于文化积淀在世界范围内寻求价值观共诉, 从“中国故事”进一步为“世界故事”, 例如中国日报发布短视频新闻《老外看中国: 英国小哥细数两会关键词》不仅给其他媒体的国际传播带来启发, 也在跨文化视角提炼中国故事中的共同精神价值。引导受众正确理解中国故事背后的意义和价值, 避免因为信息不准确或者误解而产生负面影响, 注重合理的舆论导向, 助理主旋律传播。

3.3 情理交织的认知共情策略

情理交织的认知共情策略是一种有效的沟通和交流方式, 它强调在理解他人的情感和需求的同时, 也要尊重事实和逻辑。这种策略的核心在于情理并重, 既要关注情感层面的交流, 也要注重理性思考和逻辑推理, 运用理性思考和逻辑推理来分析和解决问题。通过理清事实、分析原因、推断结果等步骤, 我们可以更准确地把握问题的本质和解决方案。通过综合运用情感交流和理性思考, 受众可以更好地理解和应对复杂的社会人际关系和问题。新湖南客户端发布融媒体短视频新闻《十八洞村龙金彪的 Vlog|脱贫之后》通过坚守真实, 深挖情感共振, 丰富可视化呈现, 促进理性认知共通, 让我们在情理交织中找到平衡点。

3.4 激发行动力的共情策略

引导激发受众具体的行动时, 需要展现明确的解决问题的方向, 提供具体的解决方案。关键是让受众明确自身不是孤立的个体, 是团结在家庭单位、社会单位的一部分, 是需要家庭、社会关怀的主体, 也是承担自身、家庭和社会责任的重要环节。广西日报发布融媒体短视频新闻《柳州融水图突围记|广西日报记者“失联”数十小时, 在穿越 40 处塌方后发回灾区最新画面!》通过记者冒险突围拍摄新闻视频让外界第一时间知晓灾区情况, 坚定媒体立场, 坚守社会责任, 实现以“一方有难八方支援”的正确导向引领公众舆论的重任。通过稳定民心消除疑虑, 增强民众克服困难的信心, 进一步促进各地民众做出自发的支援行动。激发行动力的共情策略旨在明确行动方向上为和谐社会做出自己的贡献; 明确解决方案上为自身工作岗位做出创造性的力所能及的付出。当他人采取积极行动时, 我们需要及时给予反馈和鼓励。这些反馈和鼓励需要真诚和具体, 让对方

感受到我们的支持和认可,让其更加自信和坚定地追求自己的目标,帮助他们实现自己的目标,同时也能够建立更加紧密和有效的合作关系。

重建共情在融媒体形态下的语境,共情是被限定的共情,是在意识形态治理下的共情策略。

通过共情策略,政府和社会各界能够更好地理解和把握公众的情感需求和心理变化,进而制定出更加贴近民心的政策和措施,也能够有效地化解社会矛盾和冲突,增强社会的凝聚力和稳定性。

治理措施。尊重公众的情感需求和表达权利,同时也需要加强对舆论的引导和监管,确保共情策略能够在维护社会稳定和意识形态安全的同时,也能够促进社会的多元化和和谐发展。只有这样,我们才能真正实现共情在融媒体形态下的语境下的最大价值。

参考文献

- [1]贺鹏.新媒体语境下共情传播的实践路径探究[J].新闻研究导刊,2024,15(03):77-80.
- [2]车玲.在场·游戏·共情:融媒体新闻作品的报道创新[J].传媒,2024,(02):21-24.
- [3]王军峰.共情式对话:新型主流媒体舆论引导的新理念[J].青年记者,2023,(23):63-65. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2023.23.013.
- [4]李鹏飞.以情为心:用共情讲好中国故事——用党的二十大精神指引构建中国话语和中国叙事体系[J].学理论,2023,(06):31-33.
- [5]罗俊彦.主流媒体新闻短视频的情感传播策略[J].中国报业,2023,(23):210-211. DOI: 10.13854/j.cnki.cni.2023.23.011.
- [6]李瑞.浅析沉浸式新闻的舆论引导之功——以新华社为例[J].采写编,2023,(12):52-54.
- [7]牛琪.融媒体语境下如何提高新闻作品的共情传播力[N].科学导报,2023-10-31(B04). DOI: 10.28511/n.cnki.nkxdb.2023.000861.
- [8]赵文龙,袁丰雪.共情传播视域下主流媒体国际传播路径探析——以第32届中国新闻奖国际传播获奖作品为例[J].全媒体探索,2023,(10):34-36.
- 作者简介:
谭心,1992.02.22,男,汉,安徽黄山,上海东海职业技术学院,硕士研究生,讲师,广播影视
项目基金:中国民办教育协会规划课题(学校发展类)+《融媒体新闻“多层次立体化”共情应用策略研究——以<融媒体运营>课程为例》+课题批准号 CANFZG24113。