**浅论新媒体传播效应与技巧**

李又健

（四川省德阳市广播电视台 四川德阳 618000 ）

摘要：随着社会经济不断进步，科技不断发展，信息传播已经由单向的线性传播向多维的立体传播推进，各类媒体通过网络数字技术平台不断实现交互与融合。新媒体在信息传播过程中有着逐渐强大的功能与实际的传播力度，并且新媒体这一行业在社会生活中占有相当高的比重，从业者地位也逐步上升。本文章针对新媒体的具体定义、实际的传播效应以及传播过程中的技巧进行了研究分析。

Abstract: with the continuous progress of social economy and the continuous development of science and technology, information transmission has been promoted from one-way linear transmission to multi-dimensional three-dimensional transmission. All kinds of media continue to realize interaction and integration through the network digital technology platform. In the process of information transmission, new media has increasingly powerful functions and actual transmission strength. In addition, new media industry occupies a relatively high proportion in social life, and the status of practitioners is also gradually rising. This article aims at the specific definition of new media, the actual communication effect and the skills in the communication process.

关键词：新媒体；传播效应；传播技巧

一、引言

近年来我国新媒体行业发展十分迅猛，这不仅打破了长期以来媒体所形成的传统传播机制，还对社会、经济、文化生活，甚至是政治层面带来了十分重要的影响。新媒体给予了普通大众话语权，可能在新媒体中发表自己对社会各个层面的真实想法与实际意见，使非意见领袖的经历、经验和见解登上历史舞台，甚至慢慢成为世界的主角。新媒体的不断传播能够推动普通民众的自我表达，使他们的内心声音发挥切实的作用，进而推动了新媒体传播的更大效益与崭新成果。

二、新媒体的定义

新媒体确实是一个相对的概念，并没有一个真正的统一定义，但最有代表性的就来自于郭庆光教授，通过对他的观点进行理解，我们可以得出新媒体的含义：在日常生活中我们所谈论到的新媒体，就是指由卫星通信或者计算机网络、数字化多媒体等现代化技术的充分发展而出现的一种创新型信息传播媒介。

根据对新媒体相关含义的理解，可以将新媒体定义为：以实施数字信号的实际传播为目的，通过传统媒体和现代信息技术的结合，在受众中广泛传播，并且能够及时互动的一种新型信息传播媒介。例如当前比较火的短视频软件，抖音、快手、微视小视频等等，这些都属于新媒体传播。延展开来，新媒体包含了如数字杂志、数字报纸、[数字广播](https://baike.so.com/doc/1116787-1181606.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、[数字电视](https://baike.so.com/doc/3132617-3301656.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)、[数字电影](https://baike.so.com/doc/3928012-4122344.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)、触摸媒体等。

新时代，新媒体以迅猛发展的态势席卷移动端。以抖音为例，2020年1月6日，抖音《2019抖音数据报告》显示，截至2020年1月5日，抖音日活跃用户数已突破4亿。从2019年1月，2019年7月到2020年1月，抖音日活跃用户数的增长曲线是2.5亿，3.2亿和超过4亿。抖音DAU（日活跃用户数量）以半年7-8千万的速度增长，一年时间，抖音DAU增长超过1.5亿。

据相关数据显示，自2011年以来，我国新媒体行业的市场规模保持高速扩张之势，2011年市场规模为2268.1亿元，期间在2014年同比增速高达37.7%，截至2018年市场规模已经达到9055亿元。如此大的受众平台，让我们不得不思考，当前新媒体的发展特征及其传播效应。

三、新媒体的传播效应

3.1 新媒体的传播构建了新型社会舆论格局

当每个个体都处于新媒体的创新性时代中，重要的信息很容易实现病毒式的扩张传播，进而有效打破传统意义上的传播途径、传播规律和传播作用，在此基础上真正达到信息的发布者与接收者合二为一的现象，并且所传播的信息通过横向或纵向扩张式的分裂，实现一定的社会舆情表达。

当代的新媒体技术能够带领普通人实现观点表达和内容发表，积极参与到社会舆论中，让每个人都能够参与社会管理，还能够更真实的反映出普通民众对待社会问题的实际态度。当前对于短视频的平台，很多官方媒体也有入驻，这样就能够充分展示出信息的传播优势。

如今通过自媒体爆料社会现象，再由社会媒体充分推动普通民众的信息传播，从官方或者信息责任方的对立面，来倒逼他们对所关注的事件溯源调查并表达态度，这种新型的社会舆论格局已经基本形成。

3.2 新媒体的传播扩大了认知意识形态

在新媒体时代，社会的认知意识形态不再是仅仅由决策者自身所具有的主流意识形态独自掌握，而是逐渐转变为以普通社会民众的认知意识为主体地位的新形式，这就会导致社会中传播的实际事件的认知意识形态不再处于统一的形态，而是更加的趋向于认知意识的多元化形态。普通的民众并不再像从前那样愿意自主接受一个被统一的意识形态，而是更加主张有自己的独特认识，在此基础上再借助新媒体的力量来更新自己的认知意识形态，并通过新媒体的信息传播来得到其他社会成员的实际意见或者对自己观点的认同。

3.3 新媒体的传播逐渐影响了社会危机常态化

由于当今新媒体在社会公民中的广泛普及，就会使得社会中每个人的信息并不再受到地域空间的限制，而是遍布于世界的各个角落，这就会导致社会危机也并不局限狭小的空间范围。但正因如此，发酵的民间舆论也会在一定程度上带来社会管理的压力，甚至带来社会危机的处理不可控的情况。社会中局部的信息问题通过如今新媒体的分裂式传播就有极大的可能演变为整个社会的问题，因此当今社会危机频繁爆发的原因之一正是由于新媒体的分裂式传播，社会危机管理这一问题也逐渐趋于常态化。

四、新媒体传播的技巧

4.1 传播过程中注重平台的宣传与推广

在信息传播过程中应当充分重视并发挥如今网络热门平台的相关优势，特别是要加强如微博、微信、抖音、美篇、微视等新媒体平台的宣传管理。对于信息传播量较少的应当采取吸引受众的传播技巧，在此基础上还应当要注重发布原创以及内容优秀、有着可读性的内容，能够引起网络潜在用户的积极关注；还可以采用定期为广大受众提升有关信息传播的产品福利方式提升粉丝的数量，例如与受众进行互动问答、在微博或微信等重要信息传播平台开展赠送礼品环节，以此来有效吸引更多的信息读者，通过抽奖和直播等方式增加平台的用户数量。

4.2 充分改进新媒体传播的具体环境

当前处于大数据信息时代，信息的传播时间，速度以及受众都是随着时间的增长爆炸式增长的，相关信息传播机构可以通过提升信息传播投资的力度，来改进新媒体传播过程中所必需的基础设施建设，进而有效提升信息传播者以及社会受众的综合素质。新媒体信息传播环境失去平衡的主要原因就在于信息传播的利好滞后，要想有效实现新媒体传播的经济和社会效益，就应当从根本上改进并创新新媒体传播的环境。首先，政府行政主管部门应当高度重视实施信息传播相关政策上的有效扶持，以及提供在信息传播过程中所需要的帮助；其次，新媒体机构要有效结合所传播信息的特点，开发出有着一定特色和辨识度的传播方式，来带动新媒体传播经济的发展；再次，社会群众应当积极配合新媒体信息传播的发展，自觉地加入到新媒体产业经济的发展中。

4.3 建设专门的信息传播官方网站

对于社会大众来说，他们在运用互联网对信息进行浏览过程中比较依赖于官方的网站，因此各个新媒体信息进行传播的官方网站也就拥有着相对多的浏览量。因此就可以通过积极创建相关传播信息的官方网站来对具体的新媒体信息进行高效的宣传。在此基础上，提前分配好专门的传播信息管理人员对官方网站进行管理，能够选取社会受众所需要的信息来进行上传，让受众能够在浏览官方网站的过程中对新媒体传播形成基本的认识。与此同时，还可以设计有着强大吸引力的网站来保证新媒体传播取得更好的宣传效果。例如官方网站管理人员就可以结合传播信息的特点以及新媒体传播的需要，在官网中来设置相应的动画、视频来吸引群众的注意力，以此来保证新媒体传播的高效。

4.4 依据实际来开发民间新媒体传播网站

在新媒体不断发展的环境下，对所传播的信息进行宣传，还应当充分重视民间网站和APP的开发和运用，这不仅能够有效提升传播信息的浏览量，还能够在一定意义上弘扬优秀的传统文化。可以让网站管理人员参与民间新媒体开发与管理，通过将信息变得民间化来提升社会受众对信息传播的信服力。例如，相关新媒体网站开发时，就可以将美食、旅游、农副产品、非遗项目等区域特色信息作为重点内容，并在此基础上将信息的文化价值进行有效提炼，这样不仅推动新媒体信息的传播，还会对区域文化的传承产生积极影响。

4.5 建立内容平台吸引内容生产者入驻

通过算法匹配用户兴趣与内容，然后通过精准广告可以实现商业变现。标题、内容、排版、图片等的精心设计，决定了一个新媒体的品质地位；推送时间、互动程度的科学规划，决定了新媒体信息抵达受众的质量。好的内容和精准投放对于增强粉丝黏性、实现传播效应至关重要。以当前“直播带货”等类型化营销的成功为例，除了传统的粉丝效应、同理心理，最直接的原因正是基于大数据用户的变现。

五、结束语

我们已经进入了发达的互联网世界和大数据时代，微博的出现标志着新媒体带给我们平民百姓不一样的信息传播方式，能够让我们每个人拥有了自主话语权。腾讯公司推出的微信也标志着新媒体进一步融入到了我们的日常生活中。各种类型的新媒体有着众多数量以及很高活跃性的普通用户，通过交互式的信息传播方式来实现信息流通的文化特质，使这个新媒体时代有着越来越多的真实声音。

参考文献：

[1]赵依宁.新媒体网络下新闻传播的长尾效应[J].科技传播,2020,12(01):110-111.

[2]尹章池,王力.公益性出版社新媒体运营现状及传播技巧[J].出版科学,2019,27(02):81-85.

[3]何一灵.基于内容分析的NASA推特账号科普传播技巧研究[J].新媒体研究,2018,4(08):50-52.

# [4]中国报告网. 2020年中国新媒体行业分析报告-产业供需现状与发展前景研究[Ｒ],2020,3,28.

作者简介：

李又健(1976- )，男，汉族，四川罗江人，大学，四川省德阳市广播电视台记者（中级职称），主要从事新闻宣传和新媒体传播研究。

邮寄地址：

四川省德阳市八角井街道嘉陵江西路269号，618000,13183992088。