

自媒体时代信息传播的创新与坚守

王静珂

(郑州大学, 河南省郑州市, 450000)

摘要: 互联网经济带来了自媒体时代, 促进了信息传播的更新。信息传播的主体平民化, 渠道多样化, 内容直观化, 效果互动化。信息传播在创新之外仍面临相应的挑战, 需要坚守合理化的言论立场。

关键词: 自媒体时代 信息传播 创新 坚守

中图分类号: G2

文献标识码: A

一、自媒体时代

随着社会发展, 互联网经济异军突起, 增加了信息传播的新途径。2003年7月, 谢因波曼与克里斯·威理斯两位美国人明确提出了“*We Media*”这一概念, 中文翻译过来就是“自媒体”。至此, “自媒体”这一概念才真正地进入大众的视野。自媒体, 是普通大众经由数字科技与全球知识体系相连之后, 一种提供与分享他们本身的事实和新闻的途径。是私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者, 以现代化、电子化的手段, 向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称[1]。在中国, 自媒体发展主要分为了四个阶段: 第一, 2009年新浪微博上线, 引起社交平台自媒体风潮; 2012年微信公众号上线, 自媒体向移动端发展; 2012—2014年门户网站、视频、电商平台等纷纷涉足自媒体领域, 平台多元化; 2015年至今, 直播、短视频等形式成为自媒体内容创业新热点[2]。

自媒体时代指以个人传播为主, 以现代化、电子化手段, 向不特定的大多数或者特定的当儿传递规范性及非规范性信息的媒介时代[3]。自媒体时代的到来使传媒生态发生了前所未有的改变。信息传播有了革命性改变, 而为了应对随之而来的挑战, 信息传播的坚守显得尤为重要。

二、自媒体时代信息传播的创新

自媒体时代里的信息传播以其“代偿性”优势对诸如报纸、电视、广播等传统媒介传播造成了很大的冲击。近年来, 在互联网的助推下, 微博、新闻客户端APP、微信、论坛等自媒体快速发展, 拥有了大量受众。这一新方式在传播的各个要素中都显示出对传统媒介下的信息传播的更新与颠覆。

(一) 信息传播主体的变化

自媒体时代, 每个人都可能成为新闻的传播者, 各种网络平台给网民带来了更多自由发表评论和意见的渠道和空间[4]。像广播电台、报纸杂志一样, 传统媒介传播主体一般都是有权威有话语权的组织。但如今, 网民们不需要一个特定的头衔来获得信息传播的“入场券”。无论是高收入群体还是低收入群体, 无论是新闻专业者还是非专业人员, 无论是耄耋老人还是刚会玩手机的孩童, 都可以成为当今信息传播的主体。这样的主体变化打破了社会阶层的限制, 显示出信息传播的平民化、大众化。

传播主体从专业者向个人的倾斜变化使信息传播标准发生了一定的改变。每个人都成为了传播者, 而传播内容和传播形式也由相应的传播主体决定。主体的平民化导致了信息传播的自由化和个性化。信息传播的内容不固定, 传播形式也没有统一标准, 也没有相应的规范。每个人的能动性得到了极大的发挥空间, 传播者可以根据自己的兴趣或其他动机驱使而自由选择传播什么样的信息、什么时候传播、以何种方式传播等。

由于信息传播的主体性和个性化, 传播者可以自由选择创作, 由此, 群体性也显现出来。

虽然自媒体时代里每个人都可以成为信息传播的主体,但这并不意味着群体创作的消失。相反,群体创作以其自发性潜藏在媒介传播里。纵观贴吧、豆瓣、博客、微博等自媒体媒介,里面有大量的小群体性的信息传播。比如,游戏爱好者可以聚集在共同的贴吧里讨论交流,可以带上共同的标签创作游戏解说类的微博,可以加入豆瓣相应的兴趣小组,可以在抖音中搜索相应的标签和视频等。正是由于传播主体的颠覆性改变,大众以小群体形式不断聚集和传播一类特定信息,这一点和传统媒介传播大大不同。

(二) 信息传播渠道及内容的变化

自媒体时代给信息传播带来了不一样的平台和形式,使信息传播呈现多样化的特点。从传播平台来看,信息不止可以通过报纸、电视、广播来传播,还可以通过微博、微信、论坛、贴吧、豆瓣、新闻客户端等多种渠道传播,甚至像音乐播放器等也成为信息传播渠道的一员。自媒体扩大了信息传播的渠道,任何一个 APP 都有成为其渠道的可能性。自媒体时代不仅使传播渠道上显现出多样性,还使传播的内容形式也多种多样起来。传播的信息除了文字、图片这样的传统形式,还有音频、视频、音乐、动漫等多种选择。

信息传播的渠道改变及受众的改变也带来了信息传播内容的变化。受众越来越习惯和乐于接受简短的、直观的信息,信息呈碎片化趋势席卷了社会。一条常规的微博字数为 400 字以内,一条抖音视频常规时长不能超过 1 分钟,微信朋友圈的视频时长不能超过 15 秒。信息的篇幅被大大地缩减,取而代之的是便于传播的短制化、通俗化的内容。

自媒体时代信息的传播更加超越了时空性,传播速度更快。相比传统的信息传播,当代的信息传播在互联网的催化下使不同地方的受众得以交流,也使不同时期的受众可以看到共同的信息,还使信息可以在短期内传播至每一个受传者手里。

(三) 信息传播效果的变化

自媒体时代的信息传播强调受众的参与感,受众和信息的交互性十分明显。不同于传统媒介带来的单向接收角色,大众既是信息传播者又是受传者。传播实践表明,传播过程往往是交互的,传受双方是一种双向传递和互相作用的关系[5]67。不仅如此,受众之间、受众和信息、信息和信息的互动性也得到加强。大众可以在平台上有充分的分享、探讨、交流、互动等多元化体验,这样的体验缩小了信息和受众之间的距离,增强了他们的互动性。

三、自媒体时代信息传播的坚守

自媒体时代给信息传播带来了更新与进步,同时也带来了诸如信息不实等风险。如何抵御这样的风险是每一个信息传播的受众所要面临的挑战,这意味着信息传播仍然需要大众的底线坚守。

(一) 内容上的坚守

一个合格的信息传播者应坚守以下言论立场:1. 诚实、准确、公平地报道社会各项变动;2. 勇敢地公布事件的真相;3. 以服务全体民众利益为准绳;4. 有勇气为民众先锋革新社会;5. 言论错误或报道失实,要公开承认努力改正;6. 弘扬言论自由;7. 做民众自由的守望人和战士;8. 让受众得到知识,分享思想成果,对公共事件作出自己的判断和决定;9. 不说奉承的话、空话和废话,更不说假话。

首先,是坚守信息的真实性,在传播信息时要力求准确、客观公正、实事求是。当下正是“后真相时代”,信息的真实性对公众来说并非特别重要。美国学者安德鲁·基恩认为,公民记者往往“将观点当成事实,将谣言当成报道,将传闻当成信息”[6]。自媒体使传播信息的主体平民化,大大扩大了信息来源,使平民的话语权得到加强。网络的隐匿性又给了一些自媒体人“随心所欲”的空间。加之在市场的驱动下,部分传播主体为追求点击率而制造虚假信息,降低了传播的信息的可信度。情绪化言论、想象事实、随意化观点被大肆传播,很多信息的真实性有待考量,我们对信息真实性的坚守也迫在眉睫。2020 年 11 月,清华大学一学姐称被学弟性骚扰,通过互联网对其进行了一场“社会性死亡”的网络暴力。但随着

深入调查, 监控显示是男生的包不小心碰到了学姐。知乎里的某匿名回答声称作为当事人, 自己的精神已大受打击。不止不了解事情就曝光学弟信息的学姐是“施暴者”, 帮助其转发、谩骂的网民们也是“施暴者”。为使传播致效, 必须做到并确保: 传播的事实有根有据, 传播过程实事求是, 传播结果与事实原貌完全一致[5]73。

其次, 是坚守信息的公民性, 承担起社会责任。传播者是为受众服务的[7], 而信息的受众则是民众, 尤其是平民百姓。自媒体时代为所有人提供了平等的对话机会, 社会的阶层壁垒被暂时打破, 百姓得以表达利益诉求, 尤其使弱势群体可以发出自己的声音。此外, 近年来, 由自媒体曝光的危机事件, 呈上升趋势。2019 年 12 月底新冠疫情初露端倪, 2020 年 1 月开始逐步席卷中国, 甚至是世界。在此期间, 医疗需求通过自媒体被快速洒向社会, 民众及时筹备; 新冠新闻被及时报道, 方便大家了解疫情信息; 感染者或密切接触者的行径被自媒体平台及时公布, 避免了更大的灾难发生。自媒体时代下的信息传播仍要承担起社会责任, 做民众自由的守望人和战士。

最后, 坚守信息的价值性, 不说空话、废话。自媒体时代下信源复杂性增强, 信息逐渐呈泛滥趋势, 造成信息良莠不齐。内容的多元性消解并冲击了主信息的重要性, 这些内容有流水账式的对生活琐事的记录, 有关于人生的感悟, 有关于时事政治的观察评论, 有对专业学问的探索与思考等, 但也有直播带货、不实的明星八卦、宣传迷信、暴露个人隐私等的负面信息。信息传播者应承担起应有的角色责任, 坚守信息的价值性, 传播有效信息, 坚守信息的保密性。

(二) 形式上的坚守

一方面, 保持形式的多样性。自媒体平台类型众多且不断推陈出新, 面对多样化的自媒体形式, 信息传播者需要保持对新媒体的敏感度, 勇于探索尝试, 一旦有新的自媒体平台出现, 就积极响应加入其中。

另一方面, 信息传播需要坚守自媒体的持续性。自媒体用户的增长不可能一蹴而就, 只能依靠高质量且持续更新的内容, 依靠不断组织的有创意的活动, 才能不断积累, 获得用户的稳定增长, 保持自媒体影响力不断扩大[8]。信息传播是持久的, 而永久的活力则需要传播者的自觉性。

四、结语

自媒体时代为信息传播带来了极大的创新, 但也带来了很多挑战。作为信息传播者和受传者, 我们在利用自媒体的便利时应坚守合理的言论立场, 还信息传播领域一片纯净。

参考文献

- [1] 总政治部宣传部编. 网路新词语选编 2012 修订本[M]. 北京: 解放军出版社, 2013: 02.
- [2] 白冰茜. 自媒体的发展研究[J]. 新媒体研究, 2018, 第 4 卷(6): 109-110.
- [3] 张菁, 景洋子. 自媒体时代是新闻专业的助推器[J]. 采写编, 2015 (3) 82.
- [4] 石璐. 试论自媒体对传统媒介下新闻传播的影响[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11 (12) : 243-244.
- [5] 童兵. 理论新闻传播学导论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2000.
- [6] 安德鲁·基恩. 网民的狂欢——关于互联网弊端的反思[M]. 丁德良, 译. 海南: 南海出版公司, 2010: 45.
- [7] 卢焱. 新闻美学初论[M]. 郑州: 郑州大学出版社, 2003: 221.
- [8] 姚志国, 鹿晓龙. 智慧旅游: 旅游信息化大趋势[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2013.

Innovation and persistence of information communication in the era of we media

Wang Jingke

(Zhengzhou University, Zhengzhou / Henan, 450000)

Abstract: the Internet economy has brought about the era of we media and promoted the renewal of information dissemination. The main body of information dissemination is civilian, the channels are diversified, the content is intuitive, and the effect is interactive. Besides innovation, information dissemination still faces corresponding challenges, and it is necessary to stick to the position of rationalization.

Keywords: the era of we media information communication innovation stick to