

互联网时代新闻媒体媒介事件报道的视觉传播研究

阮超

昆明冶金高等专科学校，云南 昆明 650100

摘要：随着互联网时代的到来，新闻传播的方式发生了重大的改变，正在从文字主导向视觉传播方向发展，视觉内容已经成为信息获取的重要载体。面对外部环境的改变，媒介事件报道迎来新的考验和挑战，如何对其进行改革与创新、重构新闻叙事逻辑，成为行业内部重点研究的课题。本文将阐述当前新闻文体媒介事件报道面临的挑战，并结合对相关理论的分析、实践的研究，提出媒介事件报道的视觉传播路径与策略，以期促进新闻媒体行业现代化发展。

关键词：互联网；新闻媒体；视觉传播；媒介事件

DOI: 10.63887/jerp.2025.1.4.21

引言

在新的时代中，视觉传播为媒介事件报道带来新的机遇。通过对新媒体技术的应用，可以强化信息传播效率，将复杂的事件简单化、抽象的事物具象化，使大众在轻松理解媒介事件的同时，与之产生情感上的共鸣，并以“交互”的方式增强集体记忆，同时满足大众对新闻传播的实际需求^[1]。然而，受诸多因素影响，当前新闻媒体在对媒介事件报道进行视觉传播时，还面临着一定的困难和挑战。对此，相关部门需对新媒体技术、视觉传播等内容进行深入的研究与分析，并以此为抓手，对新闻媒体媒介事件报道做出改革与创新，以此推动我国新闻行业的现代化、高质量发展^[2]。

1 研究背景

人类传播活动经历了口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播四个阶段，媒介技术从中发挥着重要的作用。起初，绘画艺术出现在公众的视野当中，随后出现了摄影技术，再到电视机的广泛普及，最后到网络时代的到来，信息的视觉呈现方式在不断地发展和演变，现代信息社会已经进入了视觉传播的时代^[3]。报纸是最早出现的新闻信息传播媒介，在其发展的四百余年中，对人类的生活产生了极大的影响，或者说，是促进人类社会发展的主要动力。而随着新媒体的发展，报刊行业受到了重大的冲击，其主体地位逐渐被新媒体所取代^[4]。面对社会环境的改变，报刊行业开始

将眼光投向新媒体技术，希望在数字化传播方式中找到新的生机^[5]。而在多元影像共存的视觉传播时代，若想真正地做到“融入因特网”，并不只是简单地将出版报纸转化为电子报刊，而是需要从根本上改变信息传递与呈现的方式，将新闻包装成由文章、图像、数据组成的信息综合体，以此适应新的媒体环境，并满足公众对信息获取的实际需求。

2 新闻媒体媒介事件报道面临的挑战

在信息爆炸的时代，大众传播媒体的视觉化转向已成不可逆转的趋势。人们每天打开手机、浏览网页，映入眼帘的是海量的图片、短视频、动态图表，仿佛置身于一个被图像编织的庞大世界。抖音、快手等短视频平台日均播放量数以亿计，小红书上精美的图文笔记更是成为年轻人获取信息的重要渠道。这种视觉化传播不仅改变了人们获取信息的方式，也深刻影响着媒介技术的发展轨迹。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术不断迭代，为视觉化传播提供了更丰富的呈现形式。

大众媒介作为视觉化传播的核心载体，在这一进程中扮演着关键角色。社交媒体通过算法推荐，将符合用户兴趣的视觉内容精准推送；短视频平台凭借便捷的剪辑工具和特效技术，降低了视觉内容创作的门槛。这些变化促使媒介技术朝着更智能、更沉浸、更交互的方向发展，也让传统报刊等产业面临前所未有的

的挑战。在这样的新媒介环境下，如何对视觉传播方式进行创新，已成为传统报刊产业亟待解决的重点课题。

从理论层面来看，新闻媒体视觉传播领域的研究尚处于发展阶段。目前，大部分研究仍局限于传统报纸版面设计，关注字体排版、色彩搭配、图片选择等基础层面。例如，在探讨报纸视觉效果时，往往聚焦于如何通过优化版面布局来提升可读性，却较少涉及新媒体环境下视觉传播的特性与规律。这种研究的局限性导致行业对新媒体视觉传播的理解不够深入，无法有效将传统视觉传播经验与新媒体技术、传播模式相结合，进而阻碍了传统报刊行业的现代化发展进程。因此，深入研究新闻媒体视觉传统与新媒体的融合路径，是推动行业理论进步的必然要求。

在实践层面，传统新闻媒体产业正面临着严峻的生存危机。新媒体以其快速、便捷、多元的视觉传播优势，迅速抢占市场份额。传统报刊的发行量逐年下滑，年轻读者群体大量流失。曾经，一篇优质的新闻报道就能吸引众多读者，但在如今的新媒体环境下，仅仅依靠“好新闻”已难以满足受众需求。受众不仅需要有价值的信息，更期待获得具有视觉冲击力、交互性强的阅读体验。例如，一些新媒体平台通过动态信息图、虚拟现实报道等形式，让用户身临其境地感受新闻现场，这种沉浸式的传播方式深受大众喜爱。传统报刊行业必须认清时代发展趋势，积极探索在新媒体环境中的创新视觉传播方式，才能重新吸引受众目光，在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

3 新闻媒体媒介事件报道的视觉传播特征

3.1 呈现方式的非多媒体与线性

在媒介生态剧烈变革的当下，传统新闻媒体对媒介事件的报道模式，正经历着从单一走向多元、从静态迈向动态的深刻转型。以往，新闻媒体多以文字搭配静态图片的形式报道媒介事件，这种视觉表现方式受限于平面载体，呈现出简单、刻板的特点。例如，在重大体育赛事报道中，传统报刊只能通过文字描述比赛进程，辅以几张关键瞬间的照片，无法完整还原现场的激烈氛围与动态变化，在时效性与沉浸感上远不及新媒体，难以在同类报道中脱颖而出。

与此同时，大众对新闻报道的期待值持续攀升。随着短视频、直播等新媒体形态的普及，受众早已习惯通过动态影像、实时互动获取信息，纯文字叙述或静态摄影图像已无法满足他们对新闻现场感、即时性与参与感的需求。据相关调研数据显示，超七成年轻用户更倾向于通过短视频平台了解突发事件，这种需求的转变倒逼报刊行业必须革新报道形式。

在此背景下，报刊行业对媒介事件的报道呈现出鲜明的多媒体融合特征。以重大自然灾害报道为例，报刊不再局限于纸质版的图文呈现，而是借助新媒体平台，将航拍视频、受灾群众的口述录音、专家分析的动态图表等元素有机整合。通过这种方式，静态的报纸版面与动态的数字内容相互补充，形成复合形式的视觉信息矩阵。如《新京报》在报道国际峰会时，不仅在纸质版用大幅版面梳理会议成果，还在官方微博、微信公众号推出互动H5，用户可通过滑动、点击等操作，深入了解各国代表发言要点与合作意向，这种交互性设计极大增强了新闻的传播效果。

此外，新媒体环境赋予新闻报道非线性传播的特性，有效弥补了传统媒体的短板。传统报刊受制于印刷周期与发行流程，报道内容一旦付印便无法更改，而新媒体平台则可实时更新、补充信息。例如在热点事件调查报道中，报刊可先通过官方网站发布初步消息，后续随着调查深入，不断在客户端推送新证据、新进展，这种动态修正机制让新闻报道更贴近事实真相。同时，受众还能通过评论、分享等功能参与传播链条，实现新闻信息的多元化交流，进一步提升了报刊报道的层次与影响力。从单一的图文叙事到多媒体融合传播，从线性单向发布到非线性动态更新，报刊行业正以积极姿态拥抱变革，在媒介事件报道中重塑自身优势。

3.2 主体关系的模糊性与互动性

在以往的新闻行业发展历程中，专业的媒体机构几乎掌握着绝对的权力，从事相关工作的记者、摄影记者、编辑人员在新闻内容的制作上有着极强的话语权。通常情况下，媒体发布怎样的新闻，观众就要接受怎样的新闻^[2]。也就是说，新闻媒体基本上掌握着舆论的走向。而在新媒体环境下，媒介事件的视觉报道

呈现出多样化的形式，可以作为视觉报道的传播媒介的设备几乎已经得到普及，且对技术上的要求也在逐渐地降低，这就使得越来越多的人可以参与到新闻创设当中，主体关系逐渐呈现出模糊化的现象。同时，互联网技术强化了新媒体传播的互动性。

4 新闻媒体媒介事件报道的视觉传播策略

4.1 保证新闻的真实性

在传统媒体时代，铅字油墨构筑起信息传播的坚实堡垒。报纸、杂志作为主流媒介，以文字为载体，将新闻事件抽丝剥茧般呈现于大众眼前。读者通过逐字逐句的阅读，在脑海中构建新闻场景，形成对事件的认知与判断。这种深度阅读不仅培养了受众的思辨能力，也让文字报道成为传递社会价值观的重要渠道。彼时，一篇剖析深刻的社论、一则细节详实的调查报告，往往能引发广泛的社会讨论，成为时代的注脚。

然而，互联网浪潮席卷而来，彻底改写了信息传播的规则。多媒体技术的蓬勃发展，将“视觉中心”从文字转向影像信息与交互系统。短视频、直播、VR新闻等新兴形态，以强烈的视觉冲击和即时互动，迅速抢占大众注意力。抖音、快手等平台上，15秒的短视频能瞬间传递热点事件，沉浸式直播让观众仿佛置身新闻现场。这种传播形态的转变，一方面提升了信息传播的效率与覆盖面，另一方面也带来了信息碎片化、真实性存疑等问题。当“流量为王”的观念盛行，部分媒体为博眼球过度追求视觉刺激，导致新闻报道流于表面，甚至出现虚假信息。

面对这样的行业现状，未来新闻工作者亟需实现素养的全面升级。在审美素养层面，从业者需深入研究视觉传播规律，掌握动态图表设计、短视频剪辑、H5页面制作等技能，让新闻报道在视觉呈现上兼具艺术性与吸引力。例如，财新网在报道经济数据时，常将枯燥的数字转化为动态可视化图表，既直观展现数据变化趋势，又以简洁美观的设计提升传播效果。而文化素养的积淀同样不可或缺，新闻工作者需具备深厚的知识储备与人文关怀，在挖掘新闻事件时，不满足于表面的视觉呈现，而是深入探究事件背后的社会根源与人文价值。

更重要的是，新闻的真实性与准确性始终是行业

的生命线。在视觉传播的狂欢中，从业者应保持清醒的头脑，建立严格的信息核查机制。即使采用影像报道，也需确保画面来源可靠、内容未经篡改。同时，通过深度采访、多方求证，将视觉化表达与深度思考相结合，创作出既有视觉冲击力，又蕴含思想深度的新闻作品。例如，《人民日报》在报道脱贫攻坚成果时，不仅用航拍视频展现乡村巨变，更通过记录村民的真实故事、分析政策成效，让报道既有直观的视觉震撼，又能引发大众对社会发展的深层思考。只有这样，新闻媒体才能真正发挥记录时代、反映民生、引导舆论的社会价值，在视觉传播的浪潮中坚守行业底线。

4.2 避免出现视觉欺骗

在信息技术、数字技术、智能技术快速发展的今天，影像信息的生产十分便利，不仅可以随时被修改和删除，在真实性上也难以保证，导致受众对新闻信息的信任度越来越低。因此，在未来的工作中，从业者需要重点关注新闻信息的真实性，避免出现视觉欺骗的现象，应当在反复核实信息的准确性、可靠性后再发布新闻信息^[4]。这就要求从业人员坚守自身的职业道德，减少或杜绝带有欺骗性的视觉文本进行传播，逐渐提高大众的信任度，保证新闻媒体行业的稳定发展。

4.3 注意把控视觉尺度

在视觉传播主导信息消费的现代社会，图像与影像的力量远超想象。它们不仅是信息的载体，更如同无形的画笔，悄然勾勒着人们的思想轮廓，塑造着行为模式。尤其是青少年群体，因其价值观尚未成熟，极易受到视觉内容的影响。暴力、恐怖画面的过度传播，可能在青少年心中埋下恐惧与偏执的种子；扭曲的价值导向影像，会误导他们对善恶、美丑的判断。这种影响如涟漪般扩散，最终关乎社会未来的精神走向与发展根基。

因此，新闻从业者必须严守视觉传播的尺度红线。在报道袭击、违法等敏感事件时，应摒弃单纯追求眼球效应的做法。例如，在报道校园暴力事件时，避免直接展示受害者受伤的血腥画面，转而通过当事人的

文字陈述、心理专家的分析等方式还原事件，既传递信息，又保护受众心理。对于极端事件的影像传播，需进行严格的技术处理与内容筛选，用理性克制的视觉表达替代刺激性画面，确保新闻报道在履行社会监督职责的同时，不成为不良思想的扩散器。唯有如此，才能让视觉传播真正成为弘扬正能量、培育正确价值观的有力工具。

5 结束语

总而言之，在互联网时代，新闻媒体行业迎来新的发展机遇，同时也是一次重大的挑战，如何以视觉传播为路径，对媒介事件报道进行改革与创新，成为行业内部重点研究的课题。在此情形下，相关部门需及时更新发展理念，改革与创新媒介事件报道的方式，提高视觉传播的整体水平，为受众提供精彩的新闻内容，帮助传统媒体行业顺利实现转型与升级。

参考文献

- [1]王丛. 互联网时代新闻媒体媒介事件报道的视觉传播研究[J]. 北京交通大学, 2021(26): 0021-0022.
- [2]凌燕, 李正国. 新媒体时代的“民意”建构——对夏俊峰案报道的舆论传播分析[J]. 当代传播, 2021(26): 45-46.
- [3]陈秋霖. 试论新闻框架对于新媒介事件传播的构建和问题——以“杭州保姆纵火案”为例[J]. 视听, 2021(27): 266-267.
- [4]查禹, 苏蔚平. 新媒体语境下体育传播话语的“同情表达”研究——基于情感社会学的视角[J]//第十一届全国体育科学大会论文摘要汇编. 2019(26): 0032-0033.
- [5]陈先红, 宋发枝. 跨媒介叙事的互文机理研究. [J]. 新闻界, 2019, (05): 35-41.

作者简介：阮超（1990—），男，汉族，云南昆明人，助教，研究生学历，专业为新闻与传播。