



全媒体语境下视听内容叙事的结构转向 与价值建构研究

林欣龙, 季伟

(黑龙江农业经济职业学院, 黑龙江 牡丹江 157041)

摘要: 全媒体语境下, 视听内容叙事由单线性、中心化和封闭式表达, 转向多模态、场景化、互动化与复合化建构, 内容价值生成机制也随之发生重组。文章从媒介形态演进、平台传播环境和受众接受方式变化出发, 对视听内容叙事的结构转向及其价值建构过程进行理论分析。研究认为, 叙事主体多元化、叙事时空流动化、叙事符号复合化和叙事接受参与化, 构成全媒体视听叙事的主要特征; 信息价值、情感价值、意义价值与文化价值, 则在叙事表达、受众体验和认同生成的互动中逐步实现。把握这一转向, 有助于提升视听内容的传播效能、意义生成能力与价值表达水平。

关键词: 全媒体语境; 视听内容; 叙事结构; 结构转向; 价值建构

收稿日期: 2026年3月26日

中图分类号: G260

通讯作者: *林欣龙, 黑龙江农业经济职业学院

Research on the structural shift and value construction of audio-visual content narrative in the context of multimedia

Lin Xinlong, Ji Wei

(Heilongjiang Vocational College of Agricultural Economics, Mudanjiang, Heilongjiang 157041)

Abstract: In the context of multimedia, the narrative of audio-visual content has shifted from single linear, centralized, and closed expression to multimodal, scenarized, interactive, and composite construction, and the mechanism of content value generation has also undergone reorganization. Starting from the evolution of media forms, platform communication environments, and changes in audience acceptance methods, this article conducts a theoretical analysis of the structural shift and value construction process of audio-visual content narrative. Research suggests that the diversification of narrative subjects, the fluidity of narrative time and space, the complexity of narrative symbols, and the participation of narrative reception constitute the main characteristics of multimedia audiovisual storytelling; The values of information, emotion, meaning, and culture are gradually realized through the interaction of narrative expression, audience experience, and identity generation. Grasping this shift can help improve the dissemination efficiency, meaning generation ability, and value expression level of audio-visual content.

Keywords: Multimedia context; Audiovisual content; Narrative structure; Structural shift; Value construction

一、问题提出

在媒介融合持续深化的背景下, 视听内容已逐渐成为当代传播体系中的核心形态。与传统以文

字为主的传播方式相比, 视听内容兼具声音、画面、节奏、情绪与场景建构等多重要素, 更容易形成直观感知、情感共鸣和记忆沉淀。尤其在移



动终端普及、平台入口分化和用户接收习惯变化的条件下,视听表达不断从传播辅助形式上升为内容组织的重要方式。近年的研究综述也明确指出,伴随短视频等平台兴起,视听传播研究已成为学术热点,并且“广播电视学”向“视听传播学”转型的讨论正在加快^[1]。

但需要看到,视听内容形态的扩张,并不只是传播渠道的变化,更意味着叙事结构本身正在发生深层重组。过去,视听叙事更多依赖中心化生产、线性展开和相对封闭的接受过程;而在全媒体语境下,叙事主体更加多元,叙事时空更加灵活,叙事符号更加复合,叙事接受也由单向接收转向参与、反馈与再生产并存^[2]。换言之,视听内容的竞争,越来越不是单纯的技术竞争和形式竞争,而是叙事组织能力、意义建构能力和价值表达能力的竞争。

当前相关研究虽然已涉及短视频叙事、视频化传播、视觉转向和情感传播等议题,但对“全媒体语境下视听内容叙事何以发生结构转向”“这一转向如何影响内容价值生成”“价值建构又通过何种机制完成”等问题,仍有进一步系统阐释的空间^[3]。基于此,本文拟从全媒体传播环境出发,围绕视听内容叙事的结构转向与价值建构展开分析,以期从理论层面把握当下视听传播演进的内在逻辑。

二、全媒体语境下视听内容叙事转向的现实基础

(一) 媒介融合推动视听表达由补充形态走向核心形态

在传统传播格局中,视听内容通常被理解为文字内容的延伸或辅助,主要承担呈现现场、增强感性和丰富表现的功能。但在全媒体语境下,随着媒介边界不断模糊,图文、音频、视频、直播、短片、交互影像等形态相互渗透,视听表达逐步从附属性位置走向中心位置。相关研究和行业观察都显示,全媒体传播体系建设中“视频化转型”已成为高频方向,部分媒体机构甚至把提升视频生产能力视作内容机制重构的重要抓手^[4]。

这一变化意味着,视听内容不再只是“把已有信息可视化”,而开始承担内容组织、叙事推进和价值表达的主体功能。也正因如此,视听叙事

的结构调整不只是形式变化,而是传播逻辑和意义生产方式的变化。

(二) 平台传播环境重塑了视听内容的叙事条件

全媒体语境下,视听内容的存在方式高度依赖平台环境。平台传播打破了传统时段、版面和频道对内容的固定约束,使视听叙事具有更强的即时性、碎片化和场景适配性。同时,平台环境中的内容竞争并不是均质展开的,而是受到算法分发、用户停留、交互反馈和情绪触发等多种机制影响。由此,视听叙事逐步呈现出节奏加快、结构压缩、符号强化和情绪显化等特征。

这种变化并不意味着传统叙事原则失效,而是意味着叙事必须在新的分发逻辑下重组自身。视听内容既要保持基本的信息完整和意义清晰,又要适应平台环境中的注意力竞争和传播节奏变化。叙事结构转向,正是在这样的双重要求中发生的。

(三) 用户接受方式变化倒逼叙事机制重组

视听内容的结构转向,还来自用户接受方式的改变。传统媒介时代,受众更多以相对完整、相对连续的方式接收内容;而在移动传播条件下,用户接收行为更具场景性、碎片性和即时性。用户既可能在短时停留中快速浏览,也可能在评论、转发、再创作中二次进入内容。研究报告还指出,视听传播越来越显示出社会连接功能,围绕社会现实、社会情感和关系互动展开。

这意味着,视听内容不能只按照“讲完一个故事”的传统逻辑来组织,还要考虑如何在有限时长中迅速建立情境、激发兴趣、生成理解并促发认同。用户接受逻辑的变化,实际上正在推动叙事从“封闭完成”走向“开放连接”^[5]。

三、全媒体语境下视听内容叙事的结构转向

(一) 叙事主体由单一走向多元

传统视听叙事往往建立在较为稳定的主体结构之上,内容生产者、叙事发起者和意义解释者大多具有相对清晰的中心位置。而在全媒体语境中,叙事主体开始多元化:专业机构、平台账号、个体创作者、用户群体和算法机制等,都在不同程度上参与内容生成与叙事推进。叙事不再完全由单一主体垄断,而是呈现出协同、交互和流动的特征。



叙事主体的多元化,使视听内容的表达视角更丰富,也使意义建构更复杂。一方面,多元主体进入有助于拓展叙事资源、增强现场感和贴近性;另一方面,主体多元也可能造成叙事中心松动、表达口径分散和意义边界模糊。因此,主体多元化并不是简单的主体增量,而是叙事组织方式的重构。

(二) 叙事时空由线性走向流动

传统视听叙事通常依赖相对完整的时序推进和相对稳定的空间组织,强调开端、发展、高潮、结局的线性展开。但在全媒体语境下,视听内容越来越表现出非线性 and 流动化特征。一个事件或主题,往往被拆分为多个片段、多个节点和多个视角,在不同平台、不同时间和不同语境中持续流动。叙事因此不再固定于单一作品内部,而可能跨越多个产品、多个场景和多个传播周期。

这种流动化叙事,一方面增强了内容的延展能力和再组织能力;另一方面,也对内容完整性提出了挑战。因为当叙事被切分和迁移时,如何保证核心意义不被稀释,如何在碎片化呈现中维持整体结构,便成为视听叙事必须面对的问题。

(三) 叙事符号由单维走向复合

视听内容的本质特征,在于它不是依赖单一语言系统进行表达,而是通过画面、声音、字幕、色彩、节奏、镜头和空间关系等多种符号共同完成意义建构。在全媒体语境下,随着多平台适配和多样态表达的推进,叙事符号的复合性进一步增强。文本不再只是“说明”,声音不再只是“陪衬”,画面也不再只是“展示”,多种符号共同作用于理解、情绪和判断^[6]。

这种复合化使视听内容的表达效率更高,但同时也提高了叙事组织的复杂度。因为多模态并不天然等于高质量叙事,只有当各种符号之间形成逻辑协调、节奏统一和意义互证时,复合表达才能真正提升内容价值。否则,多模态只会堆叠形式,而不能深化表达。

(四) 叙事接受由被动走向参与

传统视听传播中,受众更多处于观看和接收的位置,内容完成后才进入接受环节。而在全媒体语境下,用户的评论、转发、二创、拼接、模仿和再阐释等行为,已经成为叙事链条的一部分。

用户不仅接受内容,也在一定程度上参与叙事传播和意义再生产。

接受参与化意味着,视听内容不再是一个完全封闭的成品,而更像一个具有开放接口的叙事单元。内容一旦进入传播空间,其意义就可能在互动和再流通中被不断修正、强化或重组。由此,叙事不再只是“制作者如何讲”,还包括“接受者如何接”“如何再说”^[7]。这也使视听内容的价值建构更具过程性和互动性。

四、全媒体语境下视听内容价值建构的内在机制

(一) 信息价值:建立内容理解的基础层

任何视听内容首先都必须具备基本的信息价值。所谓信息价值,不仅指内容包含事实、知识和观点,还指这些信息能够被清晰、有效和适当组织,使受众在有限接触中获得基本理解。对视听内容而言,信息价值并不是简单的信息量堆积,而是信息筛选、结构安排和重点突出共同作用的结果。

在全媒体语境中,信息价值的实现更加依赖叙事节奏和符号协同。因为用户接收时间有限,注意力持续波动,视听内容若不能迅速建立核心信息框架,便很难进入更深层的情感和意义建构。因此,信息价值构成了视听内容价值体系的基础层。

(二) 情感价值:推动内容由理解走向共鸣

与文字传播相比,视听内容具有更强的情绪调动能力。镜头运动、背景音乐、声音质感、表情细节和场景氛围,都能在较短时间内激发受众的感官反应与情绪共鸣。正因如此,视听内容的传播效果往往不只是建立在“说明了什么”之上,也建立在“让人感受到什么”之上^[8]。

但情感价值并不等同于情绪刺激。真正有效的情感价值,应当建立在内容逻辑与情绪节奏的协调之上,使情感成为理解和认同的桥梁,而非遮蔽意义的手段。换言之,情感价值的意义,在于推动受众从知道某事转向在意某事、理解某事和记住某事。

(三) 意义价值:实现内容解释与认知深化

如果说信息价值解决的是“看到了什么”,情感价值解决的是“感受到了什么”,那么意义价值所对应的就是“如何理解这一内容”。视听内容之所以具有较高传播价值,不仅在于其能够呈现事



实与激发情绪,更在于其能够通过结构安排、象征表达和语境嵌入,帮助受众形成更深层次的认知解释。

在全媒体语境中,意义价值的生成不再完全依赖单向阐释,而越来越表现为内容文本、平台语境和用户经验之间的互动。视听内容能否形成较强意义感,取决于它是否能够把个体经验与公共议题、感性触动与理性判断、即时接触与长期记忆有效衔接起来。

(四) 文化价值:推动内容由传播产品走向文化表达

视听内容的更高层级价值,在于其文化表达功能。文化价值并非抽象附加物,而是在叙事方式、符号使用、审美取向和意义框架中逐步显现的。一个成熟的视听叙事,不只是完成传播任务,还会在潜移默化中重塑文化感知、强化价值理解并影响审美习惯。

在全媒体语境中,文化价值建构变得更加重要,也更加困难。重要在于,视听内容已成为大众日常文化消费的重要组成部分;困难在于,平台环境容易强化即时反馈和感官刺激,从而压缩深层文化表达的空间。因此,文化价值的形成,不仅依赖内容本身的思想深度,也依赖叙事能否在通俗表达与价值承载之间形成平衡。

五、当前视听内容叙事中的现实偏差

(一) 形式强化而意义弱化

在多模态和高节奏传播环境中,一些视听内容过度追求镜头冲击、剪辑速度和视觉包装,却忽视叙事本身的逻辑推进与意义表达。结果是内容“好看”却不“耐看”,“有感官刺激”却缺乏思想沉淀。形式本应服务叙事,但当形式被绝对化时,叙事就容易沦为空心化展示。

(二) 情绪叠加而价值稀释

情感传播是视听内容的重要优势,但现实中也存在过度依赖情绪刺激的问题。一些内容通过煽情、反转、夸张和冲突放大来提升传播效果,却没有把情绪引向更深层的理解与判断。这样的叙事虽然可能在短时间内形成高关注,却难以沉淀为稳定认知和长效价值。

(三) 叙事碎片化导致整体表达不足

平台传播推动内容不断切片化、短时化,这

固然提升了适配性和流动性,但也带来整体表达能力下降的问题。当叙事被过度拆解时,内容容易停留在局部刺激和片段呈现上,难以形成完整的问题意识、结构意识和价值框架。受众接收到的是零散印象,而非相对完整的意义结构。

(四) 传播逻辑过强挤压内容深度

在注意力竞争加剧的条件下,部分视听内容越来越受制于传播逻辑,如停留时长、点击反应、话题热度和情绪强度等指标。这种逻辑本身并非无效,但如果成为唯一标准,就可能迫使内容不断迎合即时反馈,而削弱叙事深度、思考空间和审美品质。

六、视听内容叙事优化与价值提升路径

(一) 强化叙事核心,重建内容深度

视听内容优化的前提,不是增加更多技术手段,而是重新确立叙事核心。叙事核心包括明确的问题意识、清晰的主题主线和稳定的意义指向。只有内容首先具备较强的思想骨架,形式创新和多模态表达才不会沦为空转。

(二) 提升符号整合能力,增强多模态协同表达

面对多模态传播环境,视听叙事不能只做符号叠加,而应提升符号整合能力。画面、声音、字幕、节奏和文本说明等,应围绕同一叙事目标进行协调设计,使各种符号在功能上互补、在意义上互证、在情绪上共振。多模态的价值不在于“更多”,而在于“更有效地共同表达”。

(三) 兼顾传播效率与价值表达

全媒体语境要求视听内容重视传播效率,但效率不能成为唯一标准。高质量叙事应当在有限时长内实现信息可达、情绪可感和意义可留。也就是说,传播效率与价值表达并非天然冲突,关键在于叙事是否能够在压缩中保持核心,在节奏中保留深度,在适配中不失方向。

(四) 推动叙事表达与文化建构相统一

视听内容的长期竞争力,最终不只取决于传播热度,而取决于其是否能够形成持续的文化表达能力。叙事优化不应停留在技巧层面,而应进一步思考内容如何承载审美、价值和文化认知。只有当视听内容既能进入用户日常接受场景,又能留下较深层的文化印记,其价值建构才是完整的。



七、结语

全媒体语境下,视听内容叙事正在经历明显的结构转向。这种转向不是简单的传播形态变化,而是叙事主体、叙事时空、叙事符号和叙事接受方式的系统重组。随之而来的,是内容价值生成机制的变化:视听内容不再只是信息传递工具,而成为信息、情感、意义和文化价值共同生成的复合媒介形态。

从这个意义上说,今天的视听内容竞争,已经不只是技术能力竞争和平台适配竞争,更是叙事能力竞争、意义生产能力竞争和价值建构能力竞争。只有真正把握结构转向背后的内在逻辑,在形式创新与价值表达之间建立更高水平的平衡,视听内容才能在全媒体语境中实现更持久、更深层的传播效果。

参考文献:

- [1]王琦,刘金波.基于隐喻的中国新闻传播学自主知识体系建构研究[J].江西社会科学,2025,45(08):184-194.
- [2]刘俊,翁旭东.视听学刍议:概念厘定、建构动因与学科述要——兼论“视听传播学”与“视听艺术学”[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(09):74-88. DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2025.09.013.
- [3]张雪柔,于萌.探讨智能媒体发展趋势构建视听传

播新生态——“第十一届视听传播论坛暨第七届网络文明建设学术研讨会”会议综述[J].视听理论与实践,2025,(03):97-98.

[4]李书简,杨菁.“气泡”:中国城市外国旅居者的社会空间表征与机理研究——基于深度媒介化视角[J].公共管理与政策评论,2026,15(02):93-111.

[5]史安斌,郑恩.数智媒介时代讲好中国故事的创新路径研究——以“中国人经济”的文化表征和媒介叙事为切入点[J].编辑之友,2026,(01):59-68. DOI:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2026.1.007.

[6]王文静.媒介的密码:网络文学IP转化的行业趋势和时代表征[J].长江文艺评论,2025,(05):59-64.

[7]张涵玥.算法偏见对媒介内容多样性的影响研究——基于生成式AI图像的社会表征分析[J].新闻研究导刊,2025,16(17):23-28. DOI:10.26918/j.xwyjzk.2025.17.004.

[8]唐瑞蔓.可控连接的寻求:媒介化视角下用户与虚拟人的关系研究[D].西南政法大学,2023. DOI:10.27422/d.cnki.gxzf.2023.000330.

作者简介:林欣龙(1996-),男,汉族,黑龙江省牡丹江人,博士,黑龙江农业经济职业学院讲师,主要研究方向为融媒体制作与运营;季伟(1984-),男,汉族,黑龙江省牡丹江人,博士,黑龙江农业经济职业学院讲师,主要研究方向为创新创业就业和科技成果转化。