

新时代广播电视新闻编辑转型路径分析

田增金

山东省高密市融媒体中心 山东 高密 261500

[摘要] 本文主要分析新时代广播电视新闻编辑转型背景,以及我国地方新闻编辑所应作出的改变,在此过程中准确提出新时代下广播电视新闻编辑转型路径,以受众、传播等角度进行探究,以确保新闻编辑转型可符合新时代发展趋势,为满足观众的心理需求,以供参考。

[关键词] 新时代; 广播电视; 新闻编辑; 转型

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.12.1601

引言

随着科技进步,手机、网络、移动电视等新科技产品不断地进入到传媒这个大家庭中,而且其影响力也在不断扩大。中国互联网信息中心公布的数据表明,截止到2012年六月末,中国互联网用户已经有5.37亿,移动用户有3.88亿,在这些数据中,可以看出新旧媒体互相融合,寻求向新媒体转型是必由之路。面对这种转变,媒介报道方式、营销方式等都将随之发生变化,而媒介角色、工作方式、经营方式等也将随之发生变化,这对新闻编辑人员的整体素质要求也随之提高。

1、我国传统媒体新闻编辑转型背景

随着经济的发展、科学技术的进步,信息化、数字化的趋势日益明显。这也让我国传媒产业呈现出多元化的发展态势,各种新媒介形态不断涌现。新媒介的出现与发展,使我们的传统媒介与新媒介之间发生了巨大的冲突与融合。面对这一形式,传统媒体要实现长期发展,就需要进行变革和创新。特别是在新时代下,新闻传媒编辑工作受到了更多的关注。作为传统媒介中最主要的一部分,新闻媒体编辑应确保融入传统媒体发展中^[1]。

2、我国地方新闻编辑所面对的改变

2.1生态环境方面

随着现代科技的迅速发展和应用的日益普及,新媒介的出现也越来越多。在传媒融合的过程中,当地的新闻编辑必须要面临生态环境变化,也就是观众的接触方式发生了变化。在发展过程中,只有不断地融合,推陈出新才能吸引受众。根据调查在我国,观众接受传统媒介的时间每年都在下降。其中,电视新闻传媒的受众数量下降较为严重。观众接触传统媒介的时间大大缩短,但接触新媒介的时间每年都在增加。在这样一个日益激烈的传媒竞争中,传统媒体的经济效益受到了极大损害。与此同时,传统媒体缺乏科学有效的发展计划,这种情况也造成了受众流失^[2]。

2.2编辑内涵方面

其一,报纸新闻编辑,从文字新闻稿件编辑,到文字、街头短片的编辑,到利用数码相机、电脑、扫描仪等手段搜集、编辑资讯,再到网络应用的纷繁运用,使报纸编辑内涵在转型中得以充实。跨地域编辑,异地投稿,是报业的一大跨越,提高了其服务品质。其二,广播新闻编辑。从独立新

闻发展到实话学场的报道,以真正专业化水平,明确新闻编辑工作量,在此为节约时间,许多人都提倡当电台新闻编辑。其三,电视新闻编辑,在广播电视发展中,以通讯技术实现远距离传输并到目前的直播技术,这些都是需要电视新闻编辑以制作、直播进行^[3]。

2.3工作流程方面

不同媒介的编辑工作过程也有其自身特点。一方面,报纸编辑工作流程包括:确定报纸内容和结构,设计报纸栏目,组织和策划栏目,校对和分发。在媒体融合的冲击下,报纸和互联网越来越密切地结合在一起,在这种情况下,报纸编辑既要关注新闻资讯,又要重视图片,这就给传统的报刊编辑带来了繁重的负担。另外,广播和电视新闻编辑的工作流程包括:确定报道内容,制定报道方案,确定节目类型,编辑加工内容,审核和传输。目前由于媒体融合广播和电视观众越来越少,电视和电台新闻编辑要不断地学习,不但要有丰富的编辑技巧,还要掌握计算机办公技能^[4]。

3、新时代广播电视新闻编辑转型路径分析

3.1转变新闻编辑受众意识

在技术飞速发展的今天,各种各样的新媒体层出不穷,在新技术环境下观众也有了更多话语渠道,比如微博、微信等,而随着“自媒体”的兴起,更多的人变成了信息提供者,他们可以通过“自媒体”来传达自己的想法,观众也从单纯接受信息,变成了可以收集、提供、评论、反馈的观众。随着受众不断变化,新闻传播模式从单一到多维,任何一个受众资源都可以转化成信息,即使是在重大事件下,也可以让观众来填补专业记者不在的空白。这些变化促使传统新闻编辑必须对“受众”观念进行重新思考,以使其兼容并包,与时俱进,取得更长远的发展。因此,为改变新闻编辑的受众意识,可以采取如下措施^[5]。

3.1.1树立编辑主动的受众意识

本文认为,编辑应具有对受众关注的预见性,并从受众视角出发,为受众提供必要的信息资源。过去,观众们都是被动地接收资讯的一群人,他们会接受媒介所传达的讯息,而不能选择。现在,由于传播主体向受众导向,媒介对受众的介入能力逐渐下降,新媒介的出现使传统媒介要从受众利益入手,这就要求编辑人员要主动地接近受众。编辑要贴近受众,有多种途径,作者认为,最普遍的方法就是要自觉地

把自己变成属于受众的媒介。所谓的“自觉”，以将自己当作媒介的代言人，其受众在接触到信息时，编辑应将媒介定位和受众期望相结合，通过对粉丝的留言、收看观众的邮件、微信信息等，了解他们对媒介的期望，在了解受众期望的同时，还要跳出单一的媒介，去了解其他媒体的利益，集合不同的受众利益，制定下一步的编辑策略，以此保障新闻节目吸引广播受众、电视受众的注意力^[6]。

3.1.2在编辑过程中纳入受众参与

随着传播者导向向受众导向的转变，媒介意识到受众的重要性，也成就了受众参与到新闻编辑活动中的可能，而Web2.0网络技术的应用，更是使得广大网民的智慧和力量得到了聚集和爆发，受众对传播走向的影响力正在日渐加大。在信息传播中，受众反馈、受众与媒介的交互作用得以有效地实现，而受众的观点也逐渐融入到了信息生产中，这种互动性的思想必将被越来越多的编辑所接受，为受众提供更加方便、更加全面的资讯，以此达到编辑工作的终极目的。那么，怎样才能将受众参与融入其中？

本文认为，可以从以下两个方面着手：第一，在规划过程中要注重受众的参与感。前面已经有了具体的说明，从上述介绍中可以看出，策划也是新闻编辑的一种工作，所以编辑可以在报道一件事情之前就把它安排好，把观众聚集起来，或者是参与到这件事情中去，然后联合其他的媒体去报道，让受众也能参与到这条新闻中来，从而增加受众对媒体的关注度。比如《南国早报》就策划了一次向山区儿童捐赠图书，当时有一位新闻编辑请记者全程采访，引起了广大受众关注，以此来形成舆论，巩固和发展受众，最终山区孩子得到了书物，也得到了社会的广泛关注，笔者认为这是一次成功的策划^[7]。

第二，让受众参与到编辑过程中来，事实上，很多媒体都有这样的意识，但很多编辑并没有很好的让受众感觉到这种意识，并且部分编辑们为了满足观众的好奇心，将真相夸张到了极致，造成了信息的扭曲，让观众有了被欺骗的错觉。但作者认为，除了以上几点以外，更多的原因在于，许多受众并不清楚新闻编辑在其作品中所付出的心血，所以，作者认为，在报纸、广播、电视等媒介中，可以分享编辑在新闻加工中的感想和处理过程，让受众了解编辑过程，让编辑和观众共同体验、分享同一事件，这样，受众便会产生一种责任感，认为自己不仅是事件的见证者，更是事件的信息采集者和编辑者，以此受众与编辑结合，即形成了传播媒介，让受众觉得媒介是大众媒介，编辑和观众就是共生体^[8]。

3.2转变新闻编辑角色定位

随着媒体融合，新闻编辑已经不是单纯的写稿子、排版、剪辑、音频等工作了，新闻编辑们不再是单纯的幕后英雄，而是要站在第一线，主持大局，其编辑工作人员的专业

素养和整体水平将会直接影响到节目内容的质量与进度以及节目播出效果等。首先，传统媒体可以利用互联网等新媒介，为观众提供议程，让观众对某一活动产生更多的兴趣，比如在新闻发布会之前，传统媒体都会向观众们通报，并告诉观众如何参与，从而吸引观众的注意力，而编辑则会将问题汇总，让记者们在会议上提出问题，并将相关问题的答案汇总，最后形成一个答记者问栏目，将答案反馈给听众，这样便能更好的完成上传下达的沟通任务，体现了其“主持人”的作用。

其次，传统媒体也可以利用融合媒体的多媒体传播优势，进行社会活动策划，比如某一处风光秀丽、具有自己民族文化的地方，却又地处偏僻，受到的关注相对较少，那么传统媒体就可以通过拍摄视频、照片、撰写文字稿子等方式，以刊登的方式展示出来，既能提高本地的知名度，又能宣传当地的旅游资源和民俗风情，还能将这个�息当成一条新闻以此使得地方获得关注，媒体得到点击率，受众增长知识。由此可见，媒体时代下广播展现出了一定的发展趋势，新闻编辑在寻求自身发展地位的同时，应不断强化和巩固创新节目意识，应及时开展广播新闻编辑转型工作。新闻编辑以及后期制作对于节目需要保证节目内容的合理性、趣味性、吸引新媒体环境下广大观众的喜爱，使广播电台行业经济效益与社会效应得到提高。

结束语

综上所述，随着新时期广播电视新闻编辑的转变，新闻编辑转变了以往的工作方式，将更多的创意内容带入广播电视产业。新闻编辑的转变，使其在社会上的地位得到了巩固和拓展，并以不断提升新闻编辑能力，满足新时代下广播电视行业发展需求。

参考文献

- [1]努尔夏提·艾尼娃尔.融媒体时代广播电视台新闻编辑转型研究[J].采写编,2021(6):80-81.
- [2]周晓康.新时代广播电视新闻编辑转型路径分析[J].中国报业,2021(7):108-109.
- [3]连丽萍.融媒体时代县级广播电视台新闻编辑的转型之路[J].新闻传播,2019(22):81-82.
- [4]王琳.新时代背景下电视新闻编辑记者的全媒体转型研究[J].西部广播电视,2020,3(6):168-169.
- [5]秦代吉卓玛.新媒体环境下广播电视台新闻编辑工作概述[J].科学与信息化,2020(25):178.
- [6]黄杰.刍议电视编辑记者的专业转型[J].中国宽带,2021(6):163.
- [7]余昆仑.试论新媒体时代新闻编辑如何转型[J].西部广播电视,2019(20):174-175.
- [8]胥悦.新闻编辑在媒体融合时代的转型[J].数字化用户,2019,25(32):135.