

新媒体写作与运营研究

胡颖玉

吉林职业技术学院

[摘要]伴随科技的飞速发展,数字化时代的来临,新媒体逐步取代了传统媒体成为当下最受人们瞩目的传播媒介。其中尤以新媒体写作最为瞩目。新媒体写作利用其独有的特点直接取代了传统写作,成为当今大众日常生活中不可或缺的浏览文章的方式。下文中笔者就新媒体写作的特点及其运营做出简要的分析与探讨。

[关键词]新媒体;写作;运营

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.560

自古以来写作便是人们通过运用语言文字以及符号等来表达思想感情、传递知识及思想交流的一种创作性脑力劳动过程。最早是用纸与笔写作,后来出现了文字印刷、报刊,慢慢演变成之后的广播、电视等传统媒体写作,再到近年来新兴的新媒体写作。经历了一次次的蜕变,直至现在。虽然新媒体写作并非等同于最早的文章创作,但却吸引了更多人的目光,同时也激起了社会上异常激烈的竞争,那么如何运营好新媒体写作,下文中笔者通过调研将做出浅要的分析。

一、新媒体写作

(一) 新媒体写作的含义

首先,新媒体写作并不是文学性创作的文章。传统媒体写作的文章文学性比较强,旨在表达作者自己的某种思想,而新媒体写作文学气息较弱,大多都是通过通俗易懂的语句吸引人们的兴趣,把人们带入文中,再通过简单的分析做出总结,即使文化学历不高的人也可以一目了然。总体来说,新媒体写作基本上通过自己已有的“套路”,先用吸引人们目光的标题提出问题,将人们带入文中后再简要分析问题,再结合普通大众的心理提出自己的建议,最后做出总结。文章整体简单明了,通俗易懂。这也是新媒体写作最吸引人的地方,即让读者看完会有种感同身受的感觉。

(二) 新媒体写作的特点

新媒体写作之所以能够快速吸引社会上大众的目光便是因为它以下的几个特点。首先,是具有针对性。新媒体写作选取的文章内容大多数都是针对当今社会大众关注点较高的人物、事件或事物,针对这些文章内容进行深层次的分析总结来吸引大众的目光。其次,新媒体写作有自己独特的技巧,通过各种写作技巧吸引大众的兴趣,以获得大众的持续关注。尤其是文章的标题,是吸引大众眼球的关键,只有将大众的目光吸引过来,才能让现实的文章存在意义。标题多以大众瞩目的一些焦点为主,而开头大都为了吸引大众的兴趣,文章语句简单明了,通俗易懂。结尾则是紧扣主题,让读者有感同身受的感觉。

(三) 新媒体写作与传统媒体写作的区别

通过与传统媒体写作的对比来看新媒体写作,可以更清晰的明白新媒体写作的含义。首先从标题来说传统媒体写作的标题基本都是富有文学性的名词或形容词,而新媒体写作的标题则是以吸引大众眼球为主,文学性减弱,大多都是出口成章,耳熟能详的文字段落。其次从文章来说传统媒体写作有很强的文学性,会有各种插叙、倒叙的写作手法以及比喻、拟人的修辞手法等,以表达作者本身的思想为主。

二、如何运营新媒体写作

(一) 要懂读者,抓热点

要想运营好新媒体写作首先要了解大众读者的目光聚集在什么地方,了解当今大众最为关注的一些热点。运营人员要用心去了解自己的用户,要观察他们的目光聚集点,以及对每篇新媒体写作文章内容的评论及点评等,通过各种细微的观察及对细节的把握了解自己用户的喜好。根据他们的爱好从网络热点中选取素材。同时,对于热点的选取也应有选择性,不能一味地随波逐流,那反而会与其他的新媒体团队的文章有冲突或重复,要根据自己用户的爱好及自己新媒体写作的特点去抓取热点素材,去抓取既要满足自身新媒体写

作独特的风格,又要满足用户的爱好需求的热点素材。热点素材是新媒体写作中的灵魂,只有确保自己的新媒体作品著有灵魂,才能让它在众多的新媒体写作作品中脱颖而出,独树一帜。

(二) 要懂传播、会整理

对于新媒体写作的素材要懂得如何去整理,如何去传播。才能更多的吸引用户,扩大自身多媒体的影响力。对于新媒体写作素材的整理是一项即严谨又费神的工作,不仅是对自身选择热点素材的整理,更重要的是要去搜索及阅读大量的相关素材,从各种不同的素材中选取有价值的素材来丰富自己选取的热点素材,将他们相互串联起来,并令自身选取的热点素材成为其中最为突出的那一点。而新媒体写作的传播则需要运营人员要时刻浏览各大网络平台,在激烈的竞争中,热点素材有限,难免会出现新媒体写作内容冲突或重复的现象。在传播的过程中避免出现自身多媒体写作内容与他人冲突或重复的现象,以保障自身新媒体写作浏览量的同时维护自己团队的良好形象。

(三) 要懂作品,有文采

要想运营好自己的新媒体团队要懂自己的作品,还要有吸引用户的文采。对于自己的新媒体写作要深刻的理解,真正懂得自己的作品。在作品的制作过程中最忌讳的就是转载与抄袭作品内容,一旦被用户发现会直接影响自己新媒体团队的形象。新媒体团队对于自己的作品要通过新媒体写作内容树立独特的风格,让人一看到这个作品就能想到是自己团队制作的作品。这就是作品的辨识度,也是作品的风格,代表了自己新媒体团队的形象。其次,文采是新媒体写作过程中最重要的吸睛手段。新媒体写作的作品不只是一定要吸引大众的眼球,更重要的是要把大众留下成为自己忠实的用户,这就需要新媒体写作的内容具有极高的文采,让大众看完后流连忘返,把大众留下成为自己忠实的客户。文章中所展现的文采是运营好新媒体写作的最后一场攻坚战,可以把大众留在自己的新媒体团队用户中,而若败了,虽不至于影响自身的形象,但却会影响自己新媒体团队的用户量。

结语

综上所述,新媒体写作与传统媒体写作有着迥异的差别,但却是当今最受瞩目的传播媒介,而如何在团队的日常运营中让自己的团队不至于在激烈的竞争中被淘汰则需要每一位运营人员努力做好自己的本职工作,懂了才会,才可以精益求精,从而让自己的新媒体团队蒸蒸日上。

参考文献

[1]朱军.新媒体时代新闻记者采访与写作方式的创新探析[J].西部广播电视,2021,42(7):195-197.

[2]谷学强,张子铎.移动阅读时代学术类公众号的内容生产与运营策略——基于五家学术公众号的内容分析[J].出版科学,2020,28(2):88-96.

[3]郭斑.如何吸引和留住用户——故宫博物院新媒体运营策略[J].新闻与写作,2017(3):88-90.

作者简介:

胡颖玉(1986-),女,汉族,学历:研究生,职称:助教,研究方向:应用文写作与大学生就业创业能力的培养。