

新媒体时代新闻记者编辑采访工作策略分析

熊捷 杨艳

怀来县融媒体中心

[摘要]经济的发展,社会的进步推动了我国科学技术的不断完善和创新,也为新媒体时代的到来奠定了基础。近年来,新媒体趋势越来越强,人们能够随时随地、快速了解到大量多样化的信息产品和资讯,新媒体在广大群众生活中的影响和作用也逐渐被放大。新媒体背景下,以往受众通过纸质媒体、电视、网络被动获取信息、认识世界的习惯和了解资讯的方式发生极大变化,传统的编辑出版行业生存与发展受到阻碍,甚至很多纸媒刊物出现了“停刊潮”。这也倒逼传统出版行业从业者在日常的编辑出版工作中加入更多的创新手段和传播技巧,融合更多的媒体传播途径,从而在适应新媒体时代受众对于信息资讯需求的基础上,提升出版物的销售量或阅读量,推动传统出版业的提质升级。

[关键词]新媒体时代;新闻记者;编辑采访;工作策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.1099

引言:

随着新媒体和传统媒体间的深度融合,对新闻编辑能力提出的要求也越来越高。如果新闻编辑不能紧跟时代新要求全面提高自身业务技能、增强综合素养,就将被时代所淘汰。那么新媒体时代下,对新闻记者编辑采访的技能、素养提出了哪些新要求呢?新闻编辑又该如何紧贴这些要求,尽快提高自身的技能和素养呢?笔者就此进行了一些思考,现阐述如下。

一、新媒体的概述和主要特点

(一) 新媒体概述

新媒体是当下媒体转型发展的代名词。可以发现新媒体是一个多层面的概念,是人类传播活动诸要素内部界限模糊的一种状态,这些要素包括技术、经济、主体、内容、规范等。纵观当下,可以发现新媒体时代的到来,给中国传媒行业注入了新的生命力,广播新闻的编辑环境也发生了巨大变化。过去,广播新闻编辑在工作中,无非是对文字进行删改以及对音响进行剪辑处理。而在新媒体时代,广播新闻编辑的信息获取方式、信息发布方式等都发生了改变。就信息发布方式来看,广播新闻的传播途径不仅仅是电波,还有微信、微博、头条号、抖音号等新媒体平台。由此可见,新闻记者编辑所面对的不仅是文字和音频,还有图片、视频等,这就需要记者编辑按照不同传播平台的特点和要求,制作出不同的产品,分发到不同的新媒体平台。如同一个厨师,要用不同的烹饪方法处理同一种食材,而后做出不同口味的美味佳肴供不同需求的食客享用。因此,广播新闻编辑在生产新闻产品时,应该从受众视角出发,了解不同信息发布平台的特点及该平台用户的信息需求,从而创新编辑工作方法,增加广播媒体的公信力、影响力,提高新闻产品对受众的吸引力。

(二) 新媒体的主要特点

相比传统广播电视媒体,新媒体的特点主要包括4方面:第一,个性化。传统媒体本质上不具有个性化特点,但新媒体可凭借自身优势突出个性化效果,并为用户提供具有针对性的内容,使用户可以结合自身兴趣喜好,有针对性地选择新闻信息,在某种程度上满足用户的主体性及个性化需求。第二,形式多元化。传统电视新闻媒体在发展过程中具有一定的局限性,而新媒体的应用打破了这个僵局,进一步拓展了自身传播渠道,从表现形式上为用户提供了更加新颖和丰

富的传播内容。第三,传播途径多元化。传统电视新闻媒体的传播途径只局限于电视台,而新媒体的应用则有效拓宽了新闻传播渠道。信息化时代,我国涌现出大量新闻应用程序(Application, App)软件,还为用户提供了形式多样的网站,真正意义上实现了新媒体传播途径的多元化发展。第四,时效性。相比传统广播电视台,新媒体打破了时间和空间上的局限,可以随时随地对新闻信息进行加工与推送,并且在新媒体传播渠道多元化的支持下,还可以全天在线,随时发布具有价值的新闻信息。

二、新媒体时代新闻记者编辑采访中存在的问题

(一) 时效性不足

过去,记者编辑被称为信息的“把关者”,即新闻编辑对信息进行审核与修改后,信息才可能进入受众的视野。然而随着自媒体的出现,新闻编辑的主导权已经被削弱,甚至传统媒体新闻编辑还需要利用现场民众手机录制的视频作为信息来源。如果新闻编辑工作的时效性不强,那么在市场竞争中将处于被动地位。

(二) 精确性不足

世界很大,每天发生的新闻不计其数。新闻编辑整合新闻的过程中如果不够严谨,新闻内容很容易出现偏差。有的新闻内容空洞,没有实际意义,也不是人们所关心的问题。虽然长篇大论了一番,却是自说自话。有的新闻重点偏移,一篇新闻由不同的人编辑之后侧重点不同,也出现不同的效果。有的编辑思想不过硬,不能深刻挖掘出社会问题,甚至自身想法有偏差,将主观、不合适的想法融入新闻评论中,给受众造成错误指引。

(三) 新闻创作形式单一

很多编辑记者适应了传统的新闻创作方法,创作环境的突然变化使其无法更好地适应新的创作环境,无法吸引公众了解新闻信息,因此用户大量流失。网络时代新闻创作的方法更具多样化,这也是媒体吸引用户的主要方法,人们可以在网络中搜集更多自己喜欢的新闻信息,因此传统单一的新闻创作方法必然无法满足用户需求,加之媒体的数量不断增加,所以用户很容易选择其他媒体获取信息,进而对有关媒体造成影响。

三、新媒体时代新闻记者编辑采访工作策略

随着新媒体时代的到来,传统的编辑出版工作理念也会发

生巨大变化,记者编辑作为出版环节的重要成员,一定要对自己的工作岗位和工作内容进行重新定位,重新审视自己的工作职责,顺应时代的发展,快速适应和掌握新型出版技术和工作方式,同时还要不断关注外界的变化,这样才能够最大程度上为群众提供最优质的服务和资源,不断吸引公众的眼光。编辑出版行业若想在竞争激烈的环境中占得一席之地,首先需要改变传统的编辑工作理念,跳出传统的思想禁锢,在编辑文案中融入多元化的、新奇的元素,这样才能够博得大众眼球。新媒体出版环境下,编辑还必须争当不可替代的复合型编辑出版人才,进而创新新闻传播、新闻写作、新闻编辑方式,多生产群众“喜闻乐见”的新闻产品,正确引导社会舆论导向,从而提升行业整体竞争力、推动出版业健康发展。

(一) 保持创新性

对任一行业而言,最需引起高度重视的是创新性发展策略的落实,广播电视台在开展新闻编辑工作时也应具备良好的创新性思维,不断创新和优化新闻传播的形式和内容,充分满足受众的实际需要,提高自身在社会中的影响力。在创新与完善新闻编辑工作内容时,相关工作人员可以在原有新闻节目的基础上扩大新闻内容覆盖范围,对外界事物变化要具有一定的敏感性,及时发现存在的问题,真正为社会公众提供有价值以及传播度高的新闻内容。与此同时,新闻编辑还应有意识地提高自身业务能力,以自身审美为基础,塑造不同于新媒体的新闻节目风格,在一定程度上突出新闻节目风格的独特性。此外,广播电视台新闻编辑还可以利用先进的科技手段进行创新,在保证新闻信息真实性的同时发挥个性化创作才能,科学编辑与加工新闻播报内容,尽可能突出新闻节目的个性化风格,推动传统广播电视台实现创新与变革。

(二) 重视内容质量,深入了解并满足受众的需求

虽然新媒体可以为大众提供丰富多样的信息内容,但同时,信息泛滥、真假不明的现象突出,在这种情况下,受众对新闻信息质量的要求越来越高。传统报社新闻编辑可以结合自身的优势,在内容制作上为受众提供高质量且丰富的新闻内容,灵活运用微博、微信、抖音、快手等新媒体平台,创新传播方式,针对受众需求打造高质量的真实的新闻,扩大纸媒新闻的传播影响力。

(三) 积极适应全媒体传播,构建多元电视新闻策划模式

全媒体传播生态的形成,不仅推动了互联网等新媒体的迅速崛起与发展,同时也加速了新旧媒体的融合发展,使当前的新闻传播模式、传播渠道等都发生了较大变化。而以不同媒介为传播载体的新闻节目在新闻内容选择、节目传播等策划、制作环节呈现出的传播模式是有所不同的,由此导致分众化的传播趋势越来越明显。所以,作为电视新闻编辑,其策划意识的培养与实践必须顺应全媒体发展的趋势,明确电视新闻节目在全媒体传播结构下的媒介定位,并据此构建多元化的电视新闻策划模式。首先,虽然互联网新媒体呈现出快速增长的发展态势,市场份额增长速度也十分惊人,但从整体上来说,电视新闻传播仍是绝大多数民众所接受和认可的新闻传播方式,电视媒体依然是社会大众传播体系中具有主导力量的主流媒体和权威媒体,其在新闻发布和传播

方面有着较强的社会公信力。因此,电视新闻编辑必须明确自身作为权威媒体的社会责任,在新闻节目策划过程中,无论是新闻选材还是报道角度等都要精心选择,在保证新闻内容真实性、客观性的基础上,加强对具有正能量的新闻的传播,正确引导社会舆论。其次,电视新闻编辑应拓宽自身的新闻传播视野,积极借鉴目前较受欢迎的短视频新闻等新闻传播形态的优点。如互联网短视频新闻就是一种充分契合目前受众信息传播碎片化需求的新型新闻传播模式,在新闻内容的选择、新闻语言的运用等方面都有值得借鉴的地方。电视新闻编辑可以积极借鉴短视频新闻幽默化、轻松化的新闻语言,故事化、情境化的新闻讲述方式等,改变传统过于“硬朗”的电视新闻节目内容和传播方式,使新闻能够更加贴近受众,尤其是更符合年轻受众的需求。

(四) 加强平台互动,占领舆论高地

传统的广播媒体是单向传播,受众的反馈只能通过电话、信件等方式与节目工作人员进行交流沟通。在新媒体的当下,广播新闻节目必须朝着融合方向发展,而增强与受众的互动是新媒体发展中必不可少的一环。广播新闻编辑只有增强与受众的互动,才能了解受众对于广播新闻的需求和评价,才能以此为依托,创新广播新闻编辑工作方法,办好老百姓喜爱的广播新闻节目。首先,新闻编辑要与受众建立长效沟通机制,通过微信群、QQ群等方式,鼓励受众畅所欲言,发表对新闻节目的意见与建议,拉近与受众之间的距离,变传统广播节目的“单向传播”为“双向循环传播模式”,在互动中进一步提升节目的质量,生产符合受众信息需求的节目。目前,部分新闻节目会有自己的微信群、QQ群,以此搜集听众反馈;其次,充分利用大数据技术对受众的新闻接收爱好进行分析,根据分析结果研判受众对于新闻的需求,也可通过微博、微信公众号等平台发布问卷调查,手机听众的信息需求;最后,根据受众反馈意见对新闻编排进行调整,满足受众个性化需求,为受众提供更好的新闻服务。

结语:

总而言之,在新闻发展视角下,新闻编辑记者要不断增强自身素质,提高综合能力,具有较高的政治素养,加强专业知识储备,培养心理素质,面对特殊情况能够冷静应对。最重要的是坚守职业道德准则,心中要始终亮着方向、标准、责任和底线“四盏灯”,锤炼人品、打磨作品、奉献精品,讲品位、讲格调、讲责任,自觉抵制低俗、庸俗、媚俗之风,为人们提供真实有效的信息,推动新闻行业的健康发展。

参考文献:

- [1] 齐向军. 新闻编辑记者策划意识的价值与提升思考[J]. 传媒论坛, 2021(6): 71-72.
- [2] 朱展翼. 策划意识对新闻编辑记者的重要性分析与研究[J]. 新闻研究导刊, 2020(8): 151-152.
- [3] 高子洪. 探讨新媒体背景下新闻编辑记者的策划意识[J]. 中国传媒科技, 2020(9): 39-41.
- [4] 蔡媛媛, 路丽敏, 张玉佳. 新闻编辑记者策划意识的价值与提升思考[J]. 传媒论坛, 2019(6): 112.