

简论融媒体状态下党报记者的素质要求

赫文芳

随着信息科学技术的加速发展,新闻传播行业得到快速发展。如今,融媒体将广播、电视、报纸等既有共同点,又存在互补性的不同媒体,在人力、内容、宣传等方面进行全面整合,在实现了资源通融、内容兼融、宣传互融、利益互融的新型媒体的同时,也为新闻记者的工作带来了巨大的挑战。在融媒体融合的背景下,对于记者的综合素质要求明显提升,新媒体的多元化发展不仅要求记者有专业的功底和一定的职业操守,还需要记者有强烈的责任感和使命感。机关党报记者与其他记者不同。党报,作为全党的舆论机关和宣传机关,是党的喉舌,对于党的发展起着十分重要的作用。机关党报记者面对的群体是各地方政府及机关企事业单位,对于新闻材料的撰写和编辑需要具有条理性、真实性。同时机关党报要求新闻内容材料十分缜密。记者对于机关党办工作发展的报道和宣传,将在很大程度上影响社会对机关政府的评价。目前,社会大众的阅读方式发生了很大改变,选择纸质阅读方式的读者占比减少,导致传统纸媒的读者数量减少,为党报的宣传工作带来了一定冲击。党报承担着高举旗帜、围绕中心、服务大局、团结人民、凝心聚力的重要使命,在融媒体时代,需要创新形式,走融合发展的道路。党报记者要努力提高自身素质,不断学习进步,提高党报内容的质量。

一、机关党报记者素质的重要性

2016年2月,习近平总书记指出,党的新闻工作要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局。推动融合发展,借助新媒体的优势,在新的挑战面前保持党报的影响力。党报是传统的纸媒形式,而目前新媒体的融入给纸媒带来了一定的冲击。党的宗旨是全心全意为人民服务,而党报是由党领导的。因此,党报记者在内容编辑上要时时刻刻以人民为中心,关注民生问题,服务于全面建设小康社会,为全国人民谋福祉的大局。另外,党报需要宣传党的思想、决策和行为,反映人民大众在党的领导下完成的各项实践活动,因此,党报需要多传递正能量,给予人向上的力量,促使读者拥有不断追求和创造美好生活的动力。机关党报记者在党报内容素材的收集、编辑上发挥重要的作用,党报记者的自身素质直接影响党报的质量。作为机关党报的记者,一定要秉承全心全意为人民服务的理念,充分了解党内的工作。党报记者是一种特殊的群体,在新闻的编辑过程中,一定要有健康积极的思想,为人民大众传播新思想、新理念,引导大众用正确的方式看待事件。另外,机关党报记者要抓住党报工作主要方向,用自身独特的视角和观点,创作具有吸引力的党刊党报,用公平正确的态度评价每一次新闻事件,真正发挥出传播正能量、鼓舞人心的作用。有一些记者在新闻内容的编辑中,主观思想过于严重,甚至将自己的情绪掺杂进去,这种行为是

十分不可取的,会严重影响新闻的传播效果。

二、融媒体状态下对党报记者的素质要求

(一)崇高的思想境界
近年来,互联网行业高速发展,对于新闻媒体行业带来了一定的冲击。互联网打破了原有新闻的传播方式,人们可以采取更加快捷的方式发布转发新闻,获取新闻内容信息的方式和途径也变得多样化。在互联网的冲击下,人们获取信息的途径增多,党报的重要性逐渐被淡化。这就需要党报记者回归本心,坚持自我,秉承崇高的思想态度,切记浮躁。对于传统媒体受到的冲击,党报记者们可以采取一定的措施来适应新时代的需要。例如,目前多地的官方平台都成立了新媒体中心,在微博、微信平台注册了官方账号,通过微博和微信公众号的方式来提高关注度,提高党报对公众生活的影响。另外一方面,新闻工作人员需要认清形式,充分适应当前媒体行业的变化,牢记自己的责任和使命。面对行业的冲击和挑战,年轻的新闻工作者更要勇于面对,有一定的敬业精神和责任意识,积极采取创新多样的方式来提高党报的影响力。

(二)加强政治敏感度
相比于其他新闻记者,机关党报记者的工作有一定敏感性。机关党报新闻的报导具有一定的政治性,要求新闻工作人员必须具有缜密的思维。党报新闻的容错率低,有时候有可能因为一句话,就会对整个事件造

成重大的影响。因此,机关党报记者需要加强自身的政治敏感度,在调查走访时多观察、多记录,在日积月累的学习工作中提高敏感度。党报记者在内容的编辑过程中,不能肤浅地只注重表面问题,要十分关注事实背后的真相,新闻背后所反映的社会问题,甚至要考虑新闻传播报道后所产生的影响,通过多学习,积累工作经验,提高挖掘有价值新闻和对新闻材料的辨别能力。

(三)媒体整合传播策划能力
传统的党报一直以文字传播为主,新闻编辑者对于实践采访所得来的新闻内容,只能截取有价值的新闻片段,抽象地用文字概括。这样的方式缺乏个性化,不能满足新闻读者的全部需要。融媒体状态下,新闻工作者的岗位分工将越来越模糊,党报工作者必须具有一定的媒体整合传播策划能力,将文字、摄影、摄像等工作融会贯通成一个整体,提高工作能力,促进机关党报的健康发展。

三、结束语
融合是新闻传媒发展的必然趋势,在融媒体状态下,要求新闻工作者提高综合素质与能力,主动适应新闻行业面临的挑战。培养自身的学习和创新能力,充分利用新技术等多种传播手段开展互动交流,用自身高度责任心和敬业精神,创办全心全意为人民服务,帮助群众了解党内发展和社会事实的党报,让党报新闻接近民生、深入社会、深入生活,获得更多读者的认可。

(作者单位:大同日报社)

回归内容是纸媒制胜法宝

李晓井

近年来,新媒体对传统纸媒形成冲击,“纸媒消亡”的论调不绝于耳,在绝大多数纸媒缩版的情况下,《太原日报》坚持做好原创专业生产者,严格把控内容质量,采写好新闻,确保纸媒质量做到逆势上扬。“内容为王”是纸媒不变的宗旨,新闻最基本的属性仍然是真实性,尤其是在传统媒体转型期,“内容为王”比以往任何时候更需要记者的坚守。

报道有深度

在新媒体快速扩张时代,虽然受众阅读某一媒体的精力和时间在急剧收缩,但并不意味着受众对阅读质量的要求下降,更不意味着对传统媒体的信任减弱。相反,传统媒体只有坚持做有价值新闻的传播者,才能立足并获得更好的发展。《太原日报》始终围绕新闻做深度、围绕事件做广度,做老百姓真正喜欢看的新闻。

报纸被称为“新闻纸”,新闻占了报纸的主要版面。纸媒的优势就是做新闻的深度和延伸报道。新闻素材有新意,读起来易感人。

今年5月,笔者采写的系列文章如《钟楼街改造,还原鼎盛时期的模样》《坚持三十年 提案空回复——市政集团职代会开出了实效》及短评《要让职工代表有名有实》,一经推

出,在读者中引起强烈反响。很受市民和基层劳动者欢迎,也得到了读者的支持。他们评价,这些新闻是新鲜的,带着露珠的,有关职工真正成为企业主人的话题,具有很强的社会指导意义,短评的观点鲜明,笔法洗练,言简意赅。

其实,在我们身边,这些生活中的生动故事,随时发生。作为记者,则应该具有敏感性和捕捉能力,凸显其中所蕴含的思想,这样才可以写出有意义、有思想的精彩文章,才可以呈现给读者别具一格的新闻报道。

原创有黏性

面对新媒体的冲击,是否依然要坚持“内容为王”,成为很多媒体在转型时议论的焦点。《太原日报》的实践证明,“内容为王”永远不能丢弃,如果不能保持传统优势,一切将是空谈。用内容去获得读者的支持,用价值认同获得黏性。一些自媒体,由于没有有价值的原创内容,只能是昙花一现。

今年6月16日笔者采写的消息《太原府城历史性保护和环境提升——重构六大多系统,设计八大景观》和去年第二届进博会采写的通讯《“四叶草”里刷新你的认知》及《感受世界级的飞行之美,2·19尧城(太原)国际通用航空飞行大会掠影》、人物通讯《他见证了中国铁路的“世界奇迹”》等,都体现出真实与感动所具有

的震撼力。

纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。对于记者来说,要采写出“有思想、有温度、有品质”的新闻作品,首先需要用“脚力”到一线寻找有分量的新闻素材。但锤炼脚力的同时,必须用好眼力、脑力,善于发现捕捉事件、人物的闪光点,否则就算走遍千山万水,也难有收获。

对于新闻工作者而言,用脑思考建立在用脚丈量、用眼观察的基础上,同时用脑思考又是用笔还原的前提。只有经过思考,才能透过现象看到本质,才能拨开迷雾见明月,才能在千头万绪的素材中“拣”出读者需要的对时代发展、社会进步具有启迪引领作用的温暖故事。

笔力,从字面上看是笔下生辉的能力,但背后则是一名新闻工作者理想情怀、知识涵养和专业功底等综合素质的展现,练就非凡笔力,需要记者勤写苦练、精雕细琢;需要记者不断改进文风,创新话语体系。

“文生于情。”记者只有在用眼观察、用脑思考、用脚丈量中产生真情实感,才能用心还原引起广泛共鸣的温暖故事。

细节有优势

传统媒体知道自己拥有的优势是什么,才能最大程度地利用自己的优势。做纸媒,要靠内容,得有料,有原创,实实在在地满足读者需求。面对新媒体的冲击,始终坚持“内容为王”。作为一线采访的记者,应该对

报纸的标题制作、内容等细节深为关注,严格要求文章质量,更要求必须好看且具有可读性。有时候,老话题、新视角、报道的角度变了,读者的感受就不一样了。

提到“标题”,则更重要了。“标题”是文章的眼睛,笔者采写的“时代新人·晋阳工匠”一组报道中,有很多标题亦不落俗套,如《热扎厂有“空哥”》《95后“小鲜肉”“焊”出绚丽青春》《“烹饪大师”钟情“技能小课”》,使文章增色不少,读者看了标题,就有阅读内容的冲动。

坚持内容为王,在深度报道上体现专业性和权威性。互联网技术的发展,带给传统业最大的变化就是“人人都是自媒体,个个都带麦克风”,口语化写作,随意性拍摄,使得浅阅读有时候更加“浅显”。

《太原日报》在使用新技术加速媒体融合的过程中,始终坚守这条铁律,以优质的内容打造报纸深度报道的品牌,以专业精神体现党报的权威和公信力。

总之,传统纸媒应对新媒体,不该拿自己在新技术上的劣势与新媒体在技术上的优势来比,纸媒要利用好新技术发挥自己所长。现行文化发展背景下,传统媒体一味发展新媒体可能得不偿失,也许某个阶段某个项目上表现不错,但不足以支撑整个媒体业的发展。认清自己的优势和劣势,回归内容,才是制胜的法宝。

(作者单位:太原日报社)

随着新媒体时代的来临,现在,无论走到哪里,逛公园、坐公交车,甚至走路时人们都在看着手机,手机已经成为信息传播的载体。人们都在看什么呢?大部分情况下,人们在看快手、刷着抖音,看文字的人少之又少,间或有人翻看一下图片。可见影像在其中的地位日渐重要,图片、视频、图表等种类繁多的表达形式纷纷来到了台前,吸引着人们的眼球,赚取着流量,成为了大众的最爱。这就是目前人们的阅读现状。针于此,我们就应该分析短视频火爆的原因,有的放矢,开展我们的工作,把党的方针政策变为读者喜闻乐见的形式,直达读者眼球,滋润读者心田。

一、短视频流行的原因

1.互联网的飞速发展

短视频app风行,受众很大。这首先有赖于互联网的飞速发展。几年前,人们在网速较慢的阶段,打开一张不算大的图片都比较困难的情况下,对如今手机可以流畅播放视频是不敢想象的。故而在以前网站上,视频很少,大部分新闻以图片和文字相结合的方式呈现。最近几年,网速倍增,基本上家家有了WiFi,在加上手机更新迭代的加快,播放视频变得轻而易举,短视频进而飞速发展。

二、短视频符合快餐文化的需求

生活节奏加快,能花大量时间来进行阅读的人不多,尤其是上班族的年轻一代,新闻的获取就是浏览手机。一次刷新一大串,对过长的视频往往较少观看。

新媒体下的视觉新闻表达

袁文忠

3.短视频主题鲜明

一次只说一事,让人过目不忘。比如,现如今很火的,甚至都火到了国外的李子柒系列视频,就是一次只说一事,无论是美食还是服饰,都是如此。在她的美食视频里,就是视频拍摄跨越了四季,她也只是围绕一种美食来介绍,绝不拖泥带水。

4.短视频迎合了人们的欣赏习惯

短视频能很好地把图像、声音、背景音乐等元素结合起来,让人在视觉、听觉等方面获得多重享受。短视频的特点还在于其短,在几十秒时间里,就可看完一个,给现在快节奏的人们节约了大量的时间。在这方面,《学习强国》是其中翘楚,里面有很多有特点的短视频,让人们在很短的时间里就可以受到教育,学到知识。比如,它里面有一个“百灵”栏目,下面又有“推荐”“竖”“炫”“窗”“藏”“靓”“秀”“美食”等栏目,里面的视频大部分在几十秒或一分钟左右,最长的也不超过5分钟。这些短视频通过一个个简单的事例,讲述一个故事或说明一个道理,引人入胜,抓人眼球。

二、短视频制作要领

1.要选好主题

主题选得好,才能有人看。就拿李子柒的视频来说,她通常是介绍她自己家乡的饮食和生活方式,这满足了人们的好奇心。再比如张召忠的视频,也能满足人们对军事知识的渴求,吸引了大量的粉丝。

2.前期拍摄,充分调动各种因素

内容决定形式,形式可以反作用于内容,好的内容还需要好的形式来表现。这里还以李子柒的视频为例来说明这个问题。为了营造一种自媒体的氛围,使读者感到是李子柒自己在拍,故而视频里大部分用固定机位来拍摄,给人营造一种只有李子柒一人的错觉。实际上是幕后有专业团队在操作,有人写剧本,有人录声音,有人拍摄,服、化、道样样齐全。画面的构图、色彩、用光等都极为讲究,有时为拍摄一个镜头,还要等上很长时间,制作水准堪称一流。让观众既学到了知识,又获得了美的享受,不火才怪。

3.后期制作不含糊

后期制作时,要把握剪辑节奏。远景、全景、中景、近景、特写要穿插使用,调光、调色要与剧情相符合。背景音乐要切合主题,该快则快,该慢则慢。如果在舒缓的音乐下,画面却飞快地变换,这会给人一种不和谐的感觉。音乐的氛围也要和画面相搭,压抑画面和欢快的音乐是搭不到一块儿的,除非你想营造出一种诙谐的效果。在某些视频里,有的还是主流媒体,当发布会的主持人在说话时,却放着很响的背景音乐,根本听不清主持人在说什么。其实,背景音乐最好的使用就是使读者感受不到背景音乐的存在,但它却无时无刻,起着很大的作用。

三、图片及图表

所发新闻如实在找不到视频,最好也要放几张图片。这是因为人们对图片的阅读兴趣比文字要强很多。如图片实在找不到,也要画几张图表,让人可以直观地来了解新闻或者事实。

图片还可以编辑成视频来使用。当有许多张照片时,可以把照片、文字、音乐、旁白及其它元素编辑成一个短视频。在编辑时,还可以运用照片景别的变化来造成推、拉、摇、移的效果,进一步增强感染力。

如照片少,也要注意新媒体的传播规律,能用竖幅的尽量用竖幅,横幅图能裁成竖幅的也一定要裁成竖幅。实在没办法裁,并且画面还是横幅长条的,可以把图横排,这也是一种很好的选择。

图片的选择应遵循普遍规律,主体要突出、鲜明,构图要精到,用光要独到,使人一看就懂,而不是让人云里雾里,不知所云。要突出新闻的最本质特征,而不是细枝末节。



图表制作时也应适应传播规律,不应太复杂,因为手机就只有那么大。对复杂的问题,可以用多图来说,而不是都集中在一张图片上,特意来考验人的眼力。

综上所述,我认为,新媒体下的影像表达应遵循视频优先,图片、图表次之的顺序。只有这样,才能抓住受众,达到好的宣传效果。

(作者单位:晋城市新闻传媒集团)

一、什么是政务新媒体

政务新媒体,是指各级行政机关、承担行政职能的事业单位及其内设机构在微博、微信等第三方平台上开设的政务账号或应用,以及自行开发建设的APP等。它的兴起顺应了我国互联网特别是移动客户端的发展趋势,是移动互联网时代党和政府联系群众、服务群众、凝聚群众的重要渠道,是加快转变政府职能、建设服务型政府的重要手段。

二、圈粉不断的政务新媒体

承担着“上情下达、下情上传”的使命,政务新媒体在新时代大有可为。目前政务新媒体的主要形式有四种,即微博账号、微信公众号、资讯类账号与视频类账号,其中较为成熟的当属微博账号与微信公众号。

2020年上半年,在新浪微博的政务微博(部委榜)上排名前10的微博分别是:中国警方在线、共青团中央、中国长安网、中国消防、战略安全与军控在线、中国气象科普、中国禁毒在线、中国反邪教、公安部交通管理局。这些政务微博定位清晰、内容丰富、形式活泼,拥有坚实的粉丝基础。如“中国警方在线”,是公安部新

闻中心、公安部治安管理局官方微博,粉丝3131万,日均发布微博40条左右,每日阅读量100万+,互动数3.0万左右;发布内容大致可以分为:出警现场、训练现场、救人视频、自救知识、安全提示、防骗指南、时政热点、案件回应等,这些内容与百姓生活息息相关,符合群众对该官微的期待,保证了阅读量和互动量。此外,中国警方在线创建的各类小调查很吸引人,比如“高考成绩那天你啥心情”“遇到职场PUA该怎么办呢”,预设选项也非常接近普通人的口吻,足见运营者的用心。

在微信公众号方面,其便民为民的服务功能得到了各家主管单位的开发和重视。如山西省高级人民法院的官方微信公众众号“山西高院”,包括“最新资讯”“司法公开”“便民服务”三个菜单,当事人关注公众号以后,在手机上即可实现观看庭审直播、查询法律文库、查看裁判文书、网

上立案和公告缴费等诸多功能,真正实现了“让信息多跑路,群众少跑腿”,实实在在减轻了当事人的诉累,得到了当事人的赞许。

三、如何运营好政务新媒体

想要运营好政务新媒体,各级政务部门的大力支持必不可少,同时也向幕后“小编”们提出了更高的要求。笔者以为,当好一个政务新媒体的小编需要在以下几方面下功夫:

(一)专业素养过硬:全面把握业务知识,对相关规定了然于胸。2019年1月5日,微博@中国消防、@江西消防、@南昌市消防支队在短短五分钟之内微博传令,上演“仙女寝室覆灭记”,整个过程让网友看呆了。如果@中国消防的小编对“人员密集场所,不得随意乱接电线,擅自增加用电设备”的消防条例不了解,是不可能注意到这间“网红宿舍”已经违规的事实。

(二)时政敏感度高:对全国乃至

韩楠楠

全世界广受关注的重大新闻、典型案例等,有充分的了解和足够的敏感性。当下,不少政务新媒体都入驻了“今日头条”“一点资讯”“企鹅号”“大鱼号”等资讯类账号,在为本部门、本单位发声的同时,也会大量转发其他来源的信息。在这一过程中,必须提高政治敏感、增强信息鉴别能力、健全信息审核发布机制。万不可为了“蹭热点”而转发不实信息甚至谣言,损害政务新媒体的可信度和权威性。

(三)内容喜闻乐见:贴合群众所需所想,做出符合自身定位的优质内容。2019年热播剧《都挺好》引发全民观剧潮,多家法院新媒体围绕“苏大强”的所作所为进行剖析、借势普法,创作出大量优质原创内容,如“养老不养苏大强,法律答应吗”“苏大强表情包,背后的法律问题”“苏大强的这份遗嘱,是否具有法律效力”等。这些内容紧跟热播进度、

紧贴群众思考、直面社会现实,极大提升了普法的效果,增强了人民群众的法律意识。

(四)形式丰富多样:新媒体发展日新月异,单纯的文字加图片难以留住粉丝。随着短视频风口来临,拥有漫画功底、会拍短视频的小编将赢得更多机会。今年6月12日凌晨,周杰伦发布新歌《Mojito》MV。几天后,相继出现了“海南禁毒民警版《Mojito》”“南昌大学二附院医护版《Mojito》”“火箭军东风快递版《Mojito》”“深圳消防无酒精版《Mojito》”“浙江政法扫黑除恶版《Mojito》”等。这些MV沿用了原歌的曲调,结合各家行业特点,填了新的歌词,在轻松愉快的氛围中给网友传达信息,赢得了社会好评。尤其是时长1分24秒的“海南禁毒民警版《Mojito》”MV,创作迅速,原作上线两天后即完成了填词和制作,又得到了周杰伦的肯定与推介,3天播放量已超千万次。禁毒民警版

《Mojito》的内容是宣传打击贩毒和禁毒,为6月26日的国际禁毒日做了足预热。这个短视频的宣传效果是以往的图文传播无法企及的。

(五)敬业协作精神:大多数政务新媒体小编都身兼数职,这就要求他们既要具有出色的“单兵作战”能力,也要具有爱岗敬业、团结协作的精神。一是要团结“粉丝”,具备回复网友留言、解决网友困惑、与网友良性互动、维护扩大粉丝群的能力;二是要团结“同业”,要善于团结同一系统内的小编,从行业信息中敏锐捕捉有用信息,提高全系统策划能力,形成优质资源共享的宣传矩阵。这一矩阵能让我们在宣传正面中,收获最大的传播效力,也能在复杂的舆论环境中,作出最快速敏感的反应。

结语:政务新媒体已日渐成为政务部门发布资讯、服务百姓、权威辟谣的重要途径。牢记“为人民服务”的宗旨,以开放的理念拥抱新技术,以群众喜闻乐见的形式发布信息,注重与网友保持积极、良性的互动,是做好政务新媒体的关键。政务新媒体,大有可为! (作者单位:山西省高级人民法院新闻中心)