

# 电视台如何在短视频浪潮中转型“突围”

任万霞

随着台报网媒体融合进程的加快,作为传统媒体的电视台要在融媒体矩阵中发挥自身的优势,借助新技术、新平台在媒体融合转型中精准定位,学会借力,向表现突出的媒体进行学习和借鉴,增强自身的服务功能,坚持下进行观看的理念,突破自身发展困局,在媒体融合中在短视频浪潮中乘风破浪。

### 一、短视频传播的分类

短视频主要是指在新兴媒体平台上播放的几秒钟或几分钟时长的视频内容,符合大众碎片化视听习惯,内容浅显易懂,适合在移动或休闲状态下进行观看的内容。在目前,短视频行业主要由自媒体创作者通过微博、快手、秒拍、抖音等短视频平台发布内容。从短视频发布的内容分类上主要分为三类:用户出于社交和分享的目的制作的短视频内容具有一定的娱乐性;新闻制作团队或传媒公司根据新闻事件进行编排用于

进行新闻传播的短视频内容,具有一定的舆论引导性;一些企事业单位用于推广相关的商品或品牌,以及用于活动宣传为目的的短视频广告,具有一定的商业性。

### 二、短视频较传统电视台传播突出的优势

#### (一)更易于上传和生产

在以往,传统的电视台采录某些大型活动或报道一些重大新闻事件的过程中需要专业的摄像人员、新闻记者、电视编辑等进行大量的前期准备工作,在节目制作上花费大量的时间和精力才能制作出相应的节目,拍摄成本较高,传播速度相对滞后。而短视频制作往往需要一台手机或者一部平板电脑就能完成新闻采录工作,降低了使用的成本,即拍即传,接近了现场直播的播报特点,甚至可以直接进行现场直播,体现新闻传播的时效性原则,让信息传播更加具有现场感和真实性。

#### (二)内容更具个性和创意

随着手机移动终端技术的进步,短视频软件增加了滤镜和个性化水印等功能,用户可以利用先进的设备拍摄更加高清的短视频内容,将自己的想法和个性化设计融入到短视频制作中,满足受众个性化表达的需求。用户在自由、开放的网络环境中只需要遵守平台的规定就可以享受拍摄、剪辑一步到位的便利,呈现更加丰富多样的内容。

#### (三)满足受众分享、交流的需求

传统的电视媒体是一种自上而下的单一传播模式,受众只处于被动灌输的地位,而短视频的低门槛让受众可以分享自己采录的内容,将新闻产品传播到平台,随时随地对他人视频内容进行评论和转发,让平台的创作主体更加多元化和大众化。短视频较传统媒体传播更为广泛,角度更多,交互性更强,这些特点吸引了更多的受众,增加了受众粘度。

### 三、电视媒体如何借助短视频优势增加影响力

#### (一)在新闻报道中突出短视频的作用

电视媒体要想在媒体融合中实现突围,就要适时审时度势及时调整视频业务构成,将短视频制作放到突出位置,结合短视频传播的优势和自身的优势将新闻产品做大做强。例如,中央广播电视台、上海广播电视台、广东广播电视台等都开设了新闻资讯类的短视频账号,短视频内容涵盖生活、娱乐、新闻、服务等多方面的内容,在新媒体领域开拓疆土,抢占新闻传播的先机。另外,电视台要加强跟其他媒体的交流与合作,不仅要跟传统媒体中广播、报纸、杂志等进行横向合作,还要和各大新闻网站、各种短视频传播平台进行纵向合作,增加新闻产品的点击量,增加受众量。

#### (二)以原创增加品牌优势

电视媒体在短视频制作领域具

有突出的优势,具有一批拥有专业经验的摄影摄像人员,还有具有写作功底的小编记者人员,需要融合互联网运用思维打造高流量的短视频产品,而新闻就是取得制胜的关键。很多从事于短视频制作的自媒体不具备传统电视台拥有的新闻资源,传统电视台对新闻产品进行深耕细作,打造精品的原创作品,再借助短视频传播的平台将新闻推广出去能收获大批的点击量和用户。例如,澎湃新闻、央视新闻、看看新闻knews就稳居国内新闻短视频账号榜首。

#### (三)精准定位,以用户思维指导实践

电视台媒体在基于原有资源和基础上还应做出“接地气、带露珠、冒热气”的短视频产品,精准把握受众的喜好,做好差异性报道,推出符合受众需求的爆款产品,打造具有影响力的主播,才能在竞争激烈的短视频领域争得一席之地。例如,湖南电视台将短

视频服务对象定位为年轻受众群,通过抖音短视频账号构建星粉新互动的模式,以此将电视台制作的综艺节目、电视剧、明星资源等进行连接,最大程度满足受众进行互动的需求,以此来积累粉丝量,增加营销范围。

#### (四)抓住反馈,及时调整传播思路

传统电视台在以往的传播中只能通过观众热线、收视率或广告商的投资量来确定节目是否好看。而短视频平台上传播者直接能够通过系统的点击率、评论率、完播率、转发率等指标直接获得相应的反馈。因此,需要电视媒体打破思维定式,认真研究用户的真正需求,对受众群的喜好和审美进行分析,再合理规划自己所制作的短视频产品,电视媒体所面对的群体是普通的大众,就要研究人心,将真实的画面传递给受众,将最动容的细节撼动人心,让正能量的视频激荡人的灵魂,让有品质的态度完成自我实现,才能获得意想不到的惊喜。

电视台进军短视频平台依然面临着人才和技术的考验,需要电视媒体依照优秀电视台的成功经验结合自身优势进行创新,开启电视台短视频行业的新征程。

(作者单位:山西广播电视台)

# 守正创新,做好典型人物报道探析

张倩

典型人物是时代精神的标杆。典型人物报道一直是传统媒体报道的“拳头产品”,也是其报道优势。在典型人物报道中对具有示范意义的“典型”进行深入的解读和详尽的探究,挖掘富有价值的信息并传播具有普遍性的价值观念,能发挥出规范价值理念和对意识形态工作提供指导的重要作用。

如今,主流媒体依然十分注重典型人物报道,但是,随着互联网发展带来的传媒生态的变革,如信息传播的多样化、阅读方式的碎片化、热点更迭的快速化,都为提升典型人物报道的吸引力、影响力增加了新的难度。如何适应时代发展需要,避免程式化的宣教,发现、塑造、报道好新闻典型人物,让典型人物的报道再出新意,从而发挥典型人物报道引领社会主流价值、传播正能量的积极作用,是主流媒体从业者始终要面对的课题。

### 一、提炼核心价值,典型报道始终与时代同频共振

一个时代有一个时代的风貌,一个时代有一个时代的典型。每个时代的典型人物身上都被打上了鲜明的时代烙印并被赋予独特的“时代感”。

典型人物报道要着重体现这种鲜明的“时代感”,注重提炼其所处时代的深刻内涵,注重挖掘典型人物代表的“正向”的社会价值意义,更加贴近时代的、贴近社会、贴近受众,才会更具有吸引力和影响力。时传祥、王进喜以不怕苦不怕难、甘于寂寞、勤奋敬业的精神鼓舞人,体现了他们所处时代的主题就是自力更生、艰苦奋斗。

进入新时代,我们亟须实现由制造业大国向制造业强国的跃升,中国经济

正在迈向高质量发展,这也将是一个培养、造就高素质技术工人的“大时代”。在这样的时代背景下,典型人物报道只是关注勤劳节俭、在岗奉献的精神品质就过于单一化。此时,“工匠精神”作为经济发展的“热词”被高频度提及,正是契合了时代精神和社会需要。

大国工匠们凭借丰富的实践经验和不懈的思考进步,带头实现了一项项工艺革新,牵头完成了一系列重大技术攻坚项目。他们在各自工作岗位上的守正创新正是当今我国时代精神的体现。2016年起,国家网信办和中华全国总工会联合开展“中国梦·大国工匠篇”大型主题宣传活动,新闻工作者们深入基层、深入厂矿车间,撰写了一系列刻画“大国工匠”的稿件,如《“大国工匠”朱林荣:“捍卫”高铁安全 永远追求极致》《“战机医生”陈卫林:20年成就航修大师 工匠精神代代传承》等。一批德艺兼备、敬业勤勉的“大国工匠”人物树立了起来。

在对“大国工匠”的典型塑造中,新闻宣传报道注重推出一些具有丰富内涵的高端典型,突出一些能够提供方法和技巧的解决方案的人物,同时多层次宣传工匠的成长之路,运用典型人物报道加大教育引导力度,树立工匠典型,厚植工匠文化,在全社会形成尊重劳动、崇尚劳动的良好氛围。

### 二、加强典型细节的挖掘加工,夯实典型报道的“厚重感”

典型报道需要用丰富的事例作支撑,典型的不同其事迹也各呈特色。提高典型报道的质量,重要的一点是增强典型报道的厚重感,达到主题思想与内容的高度统一。

如何使典型人物报道更具厚重感,更有表现力和吸引力? 穆青曾说:有时一个细节比千言万语生动得多,深刻得多,有力得多。所谓细节,常被称作“新闻的细胞”、“通讯的血肉”。细节,尽管看来似乎是细枝末节,却小中见大,正是人物生活中最真实、最具特色的精华部分,是人物报道的活力所在。在典型人物报道中,成功的细节描写,往往能“窥一斑而知全豹,以一目尽传精神”。

2019年4月8日,新华社刊发《英雄无言——95岁老党员张富清的本色人生》。在这篇报道中,积极践行“眼力”要求,用点滴小事和细节刻画了不忘初心、深藏功名的95岁老党员张富清的英雄形象。“张富清简陋的家中,珍藏着一个打满了补丁的搪瓷缸。一面是熠熠生辉的天安门、展翅飞翔的和平鸽,一面写着:‘赠给英勇的中国人民解放军——保卫祖国,保卫和平。’孙玉兰说,这是丈夫最心爱的物件。”“斑驳的墙壁,褪色的家具……虽然朴素,这个家整洁而充满生气。阳台上整齐地养着一排绿植,像是一队整装待发的战士。”这篇报道注重以事实说话,充分运用故事和细节,生动展现老英雄的生活点滴,折射出老英雄的精神境界,以小见大,见微知著,增强了报道的厚重感,提升了典型宣传的公信力和感染力,达到广泛传播的最佳效果。此外,对这种细节的巧妙放大,对反映人物精神起到“四两拨千金”的作用,但也容易遗漏,必须练就一双犀利的新闻慧眼。

### 三、激活典型身上的闪光点,给新闻报道一个新落点

写出典型人物的先进性,是典型报道感人、引人的关键所在。先进性是时

代精神在典型人物身上的折射,是典型人物最能给人以方向、信心和力量的基点。新闻工作者必须善于捕捉隐藏在典型人物身上先进性的“新落点”,并迅速传达给社会,使之产生巨大的引导力,发挥凝心聚力、成风化人的作用。

生活并不缺少美,而是缺少一双发现美的眼睛。典型人物大多蕴含着时代所稀缺的闪光品质,新闻工作者要作出准确判断,挖掘独特新闻,坚持锤炼“四力”,带着真情实感投身到采访报道中,深入基层现场捉“活鱼”,从不同寻常中深刻地剖析和理解典型人物,发掘并激活典型身上的闪光点,给新闻报道一个新的落点。尤其是熟悉的事物更要深度挖掘,写出直击人心的人物报道,把不同领域的典型报道得有声有色,找出其特有的精神品质和独特的示范意义,让先进典型产生更大的社会影响,发挥更大的社会效益。

获评第二十九届中国新闻奖文字消息二等奖的作品《农民卜康全一家三口守护五条岭烈士墓70余载 收集836名烈士资料 替98名烈士找到亲人》,讲述了卜康全一家三口守护五条岭烈士墓70余载,并收集烈士资料、为烈士寻找亲人的感人事迹。记者敏锐地研判到,对卜康全这个人物及其事迹的报道,在意识形态和价值观领域具有特别的意义。卜康全一家三口守护烈士墓的红色故事,点燃的正是人们心中的精神火炬,照亮的正是全社会的爱国情怀,在新中国成立70周年之际,记者挖掘的这一“新落点”,更加具有强烈的时代意义和鲜明的价值取向。

(作者单位:山西工人报社)

# 浅谈传统纸媒内容生产的创新

张彦

随着现代信息技术的不断发展,老套的新闻传播思路和新闻内容生产方式,已跟不上新时代受众的需求。因此,在媒介融合和“互联网+”思维下,无论从内容源头还是传播方式,都要顺应技术的新发展、媒体的新竞争和受众的新需求,这也是传统纸媒内容生产创新的必然要求。

### 一、改变老套新闻传播思路

传统的新闻生产过程,是由记者发现线索进行采访,通过报社编辑整理,新闻事件以文字为载体、报道为形式进行传播,新闻内容生产由专门的新闻单位所决定,新闻媒体的生产过程尽管对受众需求有所注重,但其生产实践仍以媒体为主,受众只能被动地对有限的新闻内容进行关注。

新技术的发展,智能终端设备的普及,传播方式的多样化,有效地打破了传者和受众之间的界限,受众也成為了内容生产的一个关键环节,参与到新媒体内容生产中去。

综观我国目前的媒介融合态势,大多数传统纸媒拥有了报纸、门户网站、微博、微信、手机APP客户端等多种媒体,传播渠道实现了多元化,但在内容生产领域却仍然没有跳出单一的“报纸”传播老套思路。报纸上写什么,原封不动照搬到网页、微博和微信中,同质化的内容不仅消磨了受众的消费热情,也造成了新闻资源的巨大浪费。同时也不能满足新形势下媒体内容资源共享的需要,无法实现基于用户为中心、深度的关联互动。

在受众思维主导的媒体变革中,传统纸媒应重新认识受众的生产力量,建立更加便利并具有吸引力的渠道和平台,加强与受众互动,有目的地与受众建立关系,更深入了解目标受众,构建关系资源,推动新闻内容生产流程由单一到融合、单向到互动、封闭到开放的跨越式转型发展。

因此,传统纸媒内容的创作生产,不仅要顺应信息传播技术新发展和传媒市场新需求,更应紧紧抓住并且努力拓展自身固有优势,不断向读者提供思想深刻、高品质的新闻,更要多方面整合成一个融合的、互相补充的整体,走规模化、产业化的发展道路。

### 二、转变新闻内容创新方式

传统纸媒以往的内容生产,总体上是标准化生产,针对的是特大家庭。尽管内容一定程度上会考虑受众的需求偏好,但总体上对受众需求的感知是粗略的、模糊的,缺乏足够的分析,是结果式的生产模式。

我们知道,对于新闻内容而言,最重要是时效性和与读者的贴近性,特别是在现代网络技术日益发达的背景下,新媒体平台在发布时事热点上有着及时高效、传播速度快、覆盖范围广等优势,而传统纸媒在时效性上完全处于劣势,并且与读者的贴近性也几乎全无。

新媒体时代,新闻生产、制作、分享工具的开发为受众快速生产与发布,提供了各种多媒体内容呈现的可能。在人人皆可为发布者的互联网中,大量的生产内容以其时效性以及题材内容的稀缺性抢占着受众的注意力。

传统纸媒应改变传统的内容制作模式,充分利用新媒体发展优势和多终端呈现方式,把一个新闻产品做深、做强、做大、做透、做精。

比如,政府要举办一场大型文旅活动,传统纸媒如何扩大宣传、起到宣传效应?倘若传统纸媒仍然坚持传统的内容生产模式,不进行内容创新,还是利用以往单一的传播模式,事后刊发一篇消息或者通讯,那么这种简单的传播,显然已失去了新闻的及时性,并且也只是起到了有限的传播。

如果传统纸媒充分利用“互联网+”的优势来做好这个新闻宣传,那么可以利用报纸版面优势做好深度报道和专题报道;可以利用“两微一端”做好现场实时报道;可以利用报纸官网做好现场网络直播等。这样全方位、多角度、立体式的新闻呈现,不仅扩大了这个新闻产品的深度和广度,同时也满足了不同受众的新闻需求,拉近了与受众互动的距离,并且还可以采集受众对新闻产品的观点。

### 三、实现内容平台完美契合

新媒体时代,内容呈现终端的种类和数量正快速膨胀,新型终端已经不单是向受众传达信息的工具,而是能够承载多种功能的在线媒体。

多终端的内容生产与呈现,真切切地改变了新闻生产和消费的观念与模式。满足受众多元化的信息需求,移动终端演变为新闻生产的工具,使内容量有了无限扩展的可能,其内容生产向着平台化的方向集成。

内容为王的媒体规则永不过时,但是传统纸媒的形式和手段也成为内容的一部分。传统媒体必须要依靠内容创新提升内容质量,把握媒体融合的创机遇,找准发力点,积极探索媒体融合内容创新发展之路。

因此,传统纸媒在传播方式上,要通过设立采编管理“中央厨房”实现信息内容的多种媒体融通共享;在内容生产中,通过培养全媒体记者实现复合式采集,第一时间抢占报道先机;在新闻制作时,通过与受众的互动增强新闻报道的可读性和针对性,满足受众多样化需求。

在媒介融合和“互联网+”思维下,传统纸媒一要遵循新闻报道本质规律,生产高质量的原创和优质内容,打造内容品牌,潜心采写有思想、有温度、有品质的新闻作品,以优质内容牢牢占领舆论阵地,吸引忠实读者;二是要以技术为驱动,学习和借鉴先进技术,全面与互联网对接,改变传播形态、传播渠道和传播方式,实现内容的多渠道、多平台、多形式的价值实现;三要适应新的媒介生态环境,主动变革与创新内容生产各个环节,实现“好内容”与“好平台”的完美契合,从而获得更多受众的认可,更加牢固地占据新闻舆论宣传阵地。

(作者单位:山西商报社)

# 融媒体时代新闻记者采编工作面临的问题及解决对策探讨

史俊杰

融媒体时代下,新闻记者采编工作面临着思维融合、技术应用等新课题,广大新闻记者须不断提升自己,充实自己,为自己的转型提供支撑。具体而言,新闻记者要从提升媒体融合意识、增强新闻捕捉能力、发展驾驭网络语言能力、提升新媒体技术素养、整合不同媒介资源以及创新新闻运营模式等方面应对融媒体时代下采编工作面临的问题。

### 面临的问题

#### 新闻记者的观念意识有待转变

受多种因素影响,部分新闻记者在开展新闻报道时,新闻创造手法较单一。而融媒体时代,从新闻线索获取到新闻内容产出,再到新闻传播方式和新闻后续反馈,无论内容、形式还是传播效果,采编工作几乎完全突破了新闻记者过去的认知,这就需要新闻记者及时转变自我观念意识,及时转变过去采编工作的开展形式。

#### 创新能力有待提升

新时期下,基于媒体平台的多元发展以及信息传播速度的日益加剧,融媒体建设在各地加快了脚步,这一点国内很多传统媒体互通性比较强,而此背景下,有的新闻记者仍然深受传统新闻采编观念的影响,对于采录设备和播发流程的应用水平还比较低,且互联网思维也不足,在推动新媒体和新兴媒体技术融合上创新性还比较缺乏。

#### 职业素养还有较大提升空间

融媒体时代的到来与发展,对新闻记者职业素养提出了更高要求,要求新闻记者能够掌握必备的营销和策划能

力,不断提升自己的专业技能,始终恪守自己的职业道德,遵纪守法,践行为人民服务理念、科学引导社会舆论。此外,也需要新闻记者重视与新闻受众的沟通互动,增加更多的渠道挖掘新闻线索,实现形式多样的沟通表达,丰富自身新闻工作经验与资源。

### 解决对策

#### 提升媒体融合意识

融媒体从“相加”到“相融”,不是简单叠加,而首先是意识形态的融合。在传统媒体中,部分新闻记者在意识形态仍是单一线性思维,从发现新闻到新闻采写都没有主动融合意识。而融媒体应用中,从新闻前期策划,到新闻传播反馈,融合思维都需要贯穿如一,是全景式多维度的呈现。这就需要新闻记者观念、意识上首先转变。

#### 增强新闻捕捉能力

新闻采访是新闻媒体采编工作的基础,在新闻传播行业,记者应该积极推进融媒体时代下新闻行业的发展,充分利用融媒体思维,在新闻发现以及新闻价值判断上快速做出反应,尽可能多地挖掘具备社会舆论性质和价值导向的新闻事件。需要注意的是,所有新闻事件还须以国家和人民切身相关的事业为基础聚焦新闻采访工作,这样才能让新闻报道更具有真实性,更接地气,更具有社会意义和社会价值,满足最广大人民群众的新闻需求。

#### 发展驾驭网络语言的能力

网络语言是融媒体时代出现的一种新型传播语言,相比于传统媒体的传播语言而言,网络语言更简单直白,更

容易给人留下深刻印象。融媒体时代新闻记者在开展采编工作时,应熟练掌握网络语言,较好地驾驭网络语言,如添加表情包或加入热词标签等网络表达方式,以提升新闻传播能力。另外,对于一些比较枯燥难懂的时事新闻,新闻记者更应灵活运用网络语言进行创作,尽可能生产出社会大众喜闻乐见的新闻作品,以提升新闻传播效果。

#### 提升新媒体技术的素养

新媒体的冲击,给传统媒体带来了较大挑战。而今,信息传播技术的发展日新月异,新闻采编的手段和形式也呈现多种形式,新闻记者需积极提升自己的新媒体素养,拥抱新事物,熟练掌握各类网络媒体和社交软件,学会操作各类高科技设备,以更好地满足融媒体时代对新闻记者的媒介编辑能力的要求。

#### 学会整合不同的媒介资源

新闻记者每天都会接触不同的媒介资源,譬如新媒体资源或传统媒体资源,这就要求新闻记者具备整合不同媒介资源的能力和素养。与新媒体相比,传统媒体对于新闻报道信息的原创性、精选性以及内容给读者留下的深刻性要求更高,而新媒体在新闻资源上具有来源丰富、传播速度更快、互动性更强、影响范围更广泛的特点,新闻记者需要平衡不同媒介资源的运用,合理整合不同的媒介资源。

#### 创新新闻运营模式

融媒体时代,越来越多的用户能够接触到并开始接纳融媒体这一形式,新闻记者要在已有技术的基础上,更加深入基层群众,不断强化已有的技术资源

