

Innovations and Challenges in Journalists' Content Production Models in the Omnimedia Era

Jie Bai

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830046, China

Abstract

News serves as a vital tool for information dissemination and shaping public values. In the omnimedia era, the presentation formats and distribution channels of news have undergone significant transformations. Journalists must proactively break free from traditional mindsets and fully leverage advanced media technologies to enhance the diversity, timeliness, and precision of news writing and dissemination. This approach enables better adaptation to the complex and ever-changing media landscape while effectively amplifying the influence of mainstream media. Such efforts will better meet users' information needs and drive industry-wide development and transformation. This paper focuses on analyzing the innovations and challenges in journalists' content production models within the omnimedia era.

Keywords

Omnimedia era; Journalists; Content production models; Innovations and challenges

全媒体时代记者内容生产模式的创新与挑战

白杰

新疆广播电视台，中国·新疆 乌鲁木齐 830046

摘要

新闻是进行信息传递、引领大众价值观念的重要工具，在全媒体背景下，新闻的呈现形式与传播途径均发生了巨大改变，为此需要记者主动打破传统的工作思维，充分借助先进媒体技术来提高新闻写作与传播的多样性、即时性以及精准性，从而更好地适应当今复杂多变的传媒格局，并有效扩大主流媒体的舆论影响力。如此才能够更好地满足用户信息需求，并带动行业整体的发展变革。基于此，本文针对全媒体时代记者内容生产模式的创新与挑战进行重点分析。

关键词

全媒体时代；记者；内容生产模式；创新与挑战

1 引言

全媒体时代之下，人人都是新闻的发现者与传播者，群众获取新闻信息的途径大大增加，而且相较于广播电视新闻在时间与空间上的局限性，当前全媒体为人们带来了巨大的便利。为了适应这一现象，广播电视新闻记者必须要及时做出应对，加强对各技术手段的应用，以信息化技术、智能化技术甚至 AI 技术为支持，推动广播电视新闻整个行业的进一步发展。全媒体时代新闻内容生产模式创新过程中编辑需要认清自身的不足，从专业角度出发，不断来学习和掌握更多的专业技能，灵活应用各项技巧，来提高新闻记者的内容生产效率与质量，争取来吸引更多的受众，从而更好的提高受众的粘性。

【作者简介】白杰（1981-），男，中国江苏徐州人，本科，记者，从事传统媒体如何做好新媒体转型研究。

2 全媒体时代记者内容生产模式面临的挑战

2.1 管理机制没有实现与时俱进

现阶段，很多媒体部门机构并没有充分结合当前全媒体时代下媒体管理与新闻生产互动实践需求来对自身组织架构、管理流程以及考核机制进行创新优化。第一，组织架构。在组织架构上存在着垂直化管理、层次过多、各自为政现象，缺少互动核心枢纽，管理要求以及信息传递、共享、反馈效率偏低，直接影响互动能效；第二，管理流程。一些部门机构没有认识到全媒体时代下新闻生产对于“快”的追求，管理与生产流程冗余且缺乏针对性，深度报道与短视频存在着无差别审核，进而影响传播效果。

2.2 人才队伍建设存在滞后性

现阶段，媒体管理与新闻生产互动实践对于人才综合素质的要求不断提升。但是有相当一部分媒体部门机构的媒体管理与新闻生产互动人员存在着技能和经验不足的情况，进而产生“焦虑”情绪。具体来说，全媒体时代的到来要求新闻生产人员不仅要能够妥善处理新闻数据，而且还需要掌

握视频制作、数字技术,而部分人员知识结构不完善,缺乏对新技术和新经验的学习动力,进而影响整体互动效果。同时,部门机构对于人才培养力度不足,没有积极开展技能培训工作,有的虽然能够定期组织培训,但是多是形式性和统一性培训,不能够针对不同业务环节人员开展专项培训,在一定程度上也会间接影响媒体管理与新闻生产互动实践水平的提升。

3 全媒体时代记者内容生产模式的创新策略

3.1 调整新闻编辑内容,善于抓住热点爆点

全媒体时代广播电视新闻记者势必需要大量的新闻素材作为支持,每日面对海量的新闻素材,怎样才能从中筛选出最具有价值的内容,便成为影响新闻编辑质量的关键。在全媒体时代下,要善于抓住热点爆点,但新闻记者要具备极高的专业素养,并非任何可引起热议的事件都具备传播的价值,需要综合社会发展和受众群求的整体需求,来对新闻内容进行筛选确定,但不可脱离真实性核心原则。尤其是遇到部分特殊内容时,更是要把握好编辑的尺度,万不可为吸引眼球而偏离事实,杜绝任何弄虚作假、蓄意夸张等行为的发生。

当面对真实事件时,编辑的技巧在于挖掘事件发生的原因和具体内容,并对可能会造成的后果进行探讨,最后再给予人们启迪,同时赋予观众思考和讨论的空间。无论是任何新闻,编辑和制作均要保持客观立场,不得掺杂任何主观情感,编辑的基本要求便是将真实的新闻传达给观众。包括一些可能会给社会和观众带来负面影响的新闻事件时,首要条件依然是要保证新闻内容的真实性,但却可以在兼顾新闻影响的情况下,对事件主体给予一定保护,避免暴露过多个人隐私,谨遵行业规范,避免对主体造成其他伤害。可见,广播电视新闻记者的核心技巧便是要保证所用素材内容的真实性,并基于此根据实际情况进行灵活调整,改善新闻报道形式,在向观众传递正向引导的同时,保证新闻浏览量和影响力。

3.2 熟练掌握全媒体技术,提升新闻报道精准度

全媒体环境中新闻记者想要获得长足的发展,最重要的任务就是熟练掌握新媒体技术。在信息技术日新月异的今天,各种新媒体技术层出不穷,给新闻传播带来空前的改变。新闻记者作为信息传播中的一支重要队伍,一定要与时俱进,熟练运用各类新媒体技术才能满足融媒体时代发展的需要。其中,新闻记者需熟练掌握数字化编辑技术,融媒体时代下,新闻报道呈现方式越来越多样,文字图片音频和视频等诸多要素相互交织,构成丰富多样的报道内容。新闻工作者必须熟练掌握数字化编辑的各种技术,这包括但不限于文本编辑、图像处理、音频和视频剪辑等,以便能够将这些不同的编辑元素有机地整合在一起,从而制作出高品质的新闻报道。

另外新闻记者还要重视大数据、人工智能等前沿技术运用,全媒体时代下,大数据与人工智能技术给新闻报道带来更大可能,新闻记者有必要了解这类技术的运用场景与优势,并探究在新闻报道当中运用的方式与手段,以此来提升新闻报道精准度与传播效果。掌握新媒体技术既有助于新闻记者提升报道效率与报道质量,又能提升其竞争力,全媒体环境中,新闻行业充满了竞争,精通新媒体技术的新闻记者可以更好地满足市场的需求,提供更有吸引力的报道,进而获得更多的观众认可与支持。所以,新闻记者要重视自我提升与学习,并积极参与到相关的培训与实践活动中去,不断地提高自身新媒体技术水平。

3.3 创新记者采访工作,提升新闻报道质量

一方面,新闻记者要树立全媒思维,要充分发挥各种新媒介的优势,积极主动地开展各种新媒介的采访活动。通过5G网络和终端设备的连接,新闻记者可以通过远程、虚拟技术进行在线采访,通过5G网络和终端设备的连接,即便相隔千万公里,也可以进行同屏直播、实时采访,例如,今年“两会”,各地的记者因为疫情防控无法到场,就成立了“网上视频采访中心”,通过摄像头、话筒、笔记本等方式,将采访室连接起来,实现了“可见面”、“屏对屏”采访。新媒体技术的发展打破了时间与空间的局限,实现了“云采访”的高度自由度,新闻记者应充分利用媒体技术,将“云采访”作为一种重要的方式,无人机视角拍摄,从高空拍摄照片,以声音为载体,增强可视性,以VR、5G为载体,搭建新闻直播间等。同时,在新媒介环境下,新闻记者应主动培养与之相匹配的信息综合与分析能力,实现“纵向挖掘”与“横向整合”。新闻记者要充分利用自己的网络资源,运用信息搜索技术,以获得大量的新闻线索。例如,对微博、微信、抖音等社交平台的运作机理及用户组成,加强舆论监测,对热门消息进行筛选,充实新闻内容。例如,运用抓取技术对新闻中的重要信息进行综合、分析,以提高采访的效率。而新媒体技术具有传播效率高、互动能力强等特点,因此,要充分发挥新媒体技术的优势,以最大限度地优化新闻采访方式。

3.4 改变新闻内容生产方式,优化生产流程

全媒体时代下,新闻内容的生产模式发生了明显变化,受众从原来的“信息接收者”转化为“主动参与者”和“传播者”,受众的主动性被无限放大。为了提高媒体融合发展的影响力,内容的生产和传播也需要与当前的媒介生存环境相契合,对此,需要调整生产环节,重塑采编流程。首先,从以往的“传者本位”转化为“受众至上”,改变以往的单向传播方式,将用户思维贯穿在整个内容生产过程中,应用数据挖掘等技术使新疆广播电视台的电视新闻中心成为新闻信息聚合平台。近几年,新疆广播电视台电视新闻中心积极优化采编流程,将各类采编业务相融合,打造出多业务生产链条传动、融合发展的格局,设置了一次采集、多种生成、

多元传播的宣传矩阵,建成了以“新疆新闻(新视评)”为核心,“新疆新闻”微信视频号、“丝路视听”客户端以及系列社交媒体账号为主体的全媒体传播平台,覆盖用户47万以上;其次,树立精品意识。新疆广播电视台电视新闻中心坚持每月选题研判,每日召开多部门策划协调会,实现重大选题统一策划、采编指挥统一调度、采编力量统筹协调,推行日日有采访、人人出精品工作机制,组织采编记者深入企业、学校、机关、社区、乡镇等进行采访,每人每月生产融媒体稿件20篇以上,改革成果明显。

3.5 创新和优化新闻内容的写作技巧

全媒体时代随着多元媒介的交互融合,记者在进行新闻生产的过程中逐步摆脱了单一的叙事模式,能够灵活运用图文视听多种元素来进行信息传达。从而有效提高了新闻的表达能力,并更好地适应广大用户审美需求。以第34届中国新闻奖获奖作品《沉浸式交互H5|深海之锤》,为了报道我国2500米级超深水打桩锤从“0”到“1”的突破,新闻记者前后历时5个月,通过14段视频与大量的文字材料完整记录了科研团队的攻坚历程。并采用游戏化的创新表达方式,将采集到的视频、音频、图片、文字等资料信息有机整合起来,生动为用户呈现了超深水打桩作业时的真实景象。不仅弘扬了伟大的民族创造精神,同时也体现了新闻叙事表达技巧的全面创新。

4 全媒体时代记者内容生产模式的创新成果

从核心互动紧密度视角出发,目前,我国主流媒体已开始对全媒体平台进行布局,媒体机构平均运营5.8个新媒体账号,覆盖了“两微一端一抖”,并开始进一步探索快手、视频号平台,向着精准化运营转型;新闻事件相对应的产品也呈现出多元化趋势,可以通过图文、视频、直播以及海报等多种形式体现,衍生种类约为3.5-4.2种;在新闻选题上,90%以上会参考舆情、70%以上会基于实时热度数据,实现了“数据+经验”双驱动。

从响应效率视角出发,目前,我国主流媒体新闻响应效率大大提升,媒体管理指令初步实现了直达,不仅直播信号开启响应时间能够保证在10分钟之内完成,而且快讯发布时间也缩短至2-5分钟。同时,由于在媒体管理与新闻生

产互动种引入了AI等现代化信息技术,新闻生产量实现了大幅提升,约为25-40%。

从商业价值视角出发,目前,我国媒体管理与新闻生产互动所产生的商业价值版锁着商业模式的转型而提升。在媒体收入上,新媒体版权、广告以及运营等产生的收益大大增加,约占到了总收入的50%。与此同时,诸如人民日报客户端、上海澎湃新闻等主流媒体新闻客户端DAU以及达到了百万乃至千万级。在良好的媒体管理下,新闻生产稳定性达到提升。

从传播效果视角出发,全媒体时代媒体管理与新闻生产互动效能需要通过传播效果这一“黄金指标”实现。目前,诸如新华社等主流媒体网络浏览量已经达到了百亿乃至千亿次,单是新华社2024年数据约超过3600亿次。与此同时,在管理与生产互动下,新闻热点捕捉、策划、分发能效也得到大大提升。目前,主流媒体可以产出年均生产“100万+”阅读量的爆款产品数千条,“1000万+”产品上百条。此外,用户互动深度也在不断加强,逐步形成了品牌私域流量。当前央视新闻抖音粉丝超1.7亿,人民日报微博粉丝超1.4亿。

5 结语

综上所述,全媒体时代背景下记者加强新闻生产模式的转型已成为必然趋势。面对多维度挑战与现存问题,新闻机构需从流程重构、技术赋能、内容创新、人才建设及用户导向等多方面系统推进转型。这一过程要求新闻机构不仅积极接纳新技术、新理念,更需在体制机制、组织文化层面做出深刻变革。同时,可以为媒体管理与新闻生产人才设计“专业序列”和“管理序列”多元职业发展路径,打破以往单一发展路径的桎梏,激发新闻记者工作开展积极性,为全媒体时代下新闻生产互动效率提升保驾护航。

参考文献

- [1] 张欧.短视频时代新闻媒体内容传播的创新策略探析[J].新闻研究导刊,2024,15(03):95-97.
- [2] 彭佳璐,郭阳冠祺,祝文锦.融媒体时代新闻摄影创新与短视频传播策略研究[J].旅游与摄影,2023,(16):146-148.
- [3] 陈礼娟.融媒体时代新闻摄影创新与短视频传播策略研究[J].新闻文化建设,2023,(10):193-195.