

# 互联网时代

## 电视新闻报道的新媒体思维

田 华

**摘要：**互联网时代，以微信、微博、抖音、快手等为代表的新媒体快速崛起，它们具有传播速度快、移动性强、互动性好、个性化足的优势，给传统媒体的发展带来了巨大的冲击，传统媒体特别是电视媒体所擅长的新闻报道更是面临着前所未有的挑战。传统媒体要提高自己的核心竞争力，就必须能够灵活地运用新媒体思维，并结合社会发展的实际需求对自身的新闻报道进行创新，在保证真实性与可靠性的同时，不断提高电视新闻报道的时效性，充分发挥媒体报道矩阵的联动效应，体现出主流媒体的舆论引导作用。

**关键词：**互联网 新闻报道 新媒体 思维

克里斯·安德森在其著作《长尾理论》中指出：“广播电视有一个了不起的地方，它可以用无可匹敌的功率，将一个节目传送到数百万人面前。但是相反的事情，它却做不到——将数百万节目传送到同一个人面前，而这正是互联网的强项。”<sup>①</sup>互联网时代飞速到来，大众传媒已进入新媒体时代，以微信、微博、抖音、快手等为代表的新媒体以前所未有的速度改变了信息传播的格局。这些新媒体具有速度快、时效强、传播广、形式多的优势，已成为人们目前接收信息的重要途径。

以往，传统媒体的新闻报道将社会经济发展的相关信息政策传递给人民群众，具有明显的社会舆论监督作用，在一定程度上有效推动了我国文化事业的进步，为构建和谐社会、促进社会经济的稳步发展作出了巨大贡献。然而受新媒体时代的影响，传统的电视新闻报道方



式已经无法适应当前新闻传播的需求，如何通过媒体深度融合的有效手段和方式，将新闻更加快速、简单、明了地传递给观众呢？这就需要传统媒体有效运用新媒体思维，对传统技巧、传统形式进行创新。

### 一、电视新闻报道的新媒体思维特征

互联网时代，信息的传播方式更加多元化，传播速度也更快，传播的范围越来越广，为了能够更快地适应时代发展的需求，更好地满足人民群众的精神文化需求，电视新闻报道就需要用新媒体的思维去引领。

#### （一）即时性和高效性

互联网技术的发展进步及信息时代的到来，使得新闻报道具有了即时性和高效性，社会上发生的事情第一时间就会通过新媒体得以迅速传播，人们无需打开电视，通过手机、电脑就能快速了解到所发生的新闻事件以及事件背景。

#### （二）广泛性和多样性

新媒体平台众多，电视新闻报道要想在激

烈的竞争中脱颖而出，只有获得更多的新闻内容，为不同的社会群体提供涵盖政治、经济、文化、教育、生活等种类繁多的信息资源，才能够占据报道优势，提升自身的媒体竞争力。而且新媒体时代的受众不只是关注新闻内容，还重视新闻形式、风格以及包装等，需求更加趋向于多样化。

### （三）互动性和共享性

新媒体时代，信息共享几乎成了一个离不开的话题。观众已经不满足于被动地接受新闻，而是会对比较有兴趣的新闻进行评论，对其中的观点加以互动。因此新媒体思维下的新闻报道要更趋向于互动性和分享性。

## 二、电视新闻报道运用新媒体思维的创新策略

### （一）创新新闻采编方式，提高报道的时效性

新闻的突发性决定了新闻报道一定具有时效性，这就要求传统媒体人员能快速作出反应，并综合利用各种新媒体，将新媒体的直播方式等引入到电视节目的采编制作和播出中，以实现新闻直播的时效性。

2020年7月6日，正值小暑，受到长时间强降雨的影响，杭州新安江上游吃紧，上下游汛情严峻。杭州电视台综合频道新闻采访人员在最短的时间内奔赴防汛救灾第一线，在《众志成城 防汛救灾》《新闻60分》《杭州新闻联播》等频道中开设了防汛直播专栏，将汛情及时准确地进行报道。新闻采访人员在第一时间内准确发布汛情，对各个地区关于抢险防灾的决策部署及工作举措进行了及时报道，并对各地涌现出的先进事迹和典型人物进行了宣传，通过及时高效的舆论宣传，凝聚了杭州市民众志成城、防汛抗灾的力量。

### （二）创新推出新闻矩阵，提升报道的全面性

新媒体一个最为显著的特征是矩阵传播，在短期内形成矩阵效应，达到“轰炸型”传播的效果。矩阵传播是传统媒体的延伸与补充，能够充分地将各项媒介加以融合，使其在对新闻事件传播中能够充分展现出不同媒介的作用。当新闻事件发生时，媒体工作人员可以利用现

有资源进行现场直播，对新闻事件的策划采写到编辑报道进行及时的整合与报道，比如可以利用当下热门的微博、微信、抖音等平台将新闻及时发送，或是录制简短的小视频、图片，并配上字幕和现场声音等方式，将信息及时传递。这种方式不仅传播方便、速度快，而且很容易进行分享与互动，大大增加了新闻的受众量，增加新闻报道的趣味性和新鲜感。矩阵式传播不仅强化了新闻的内容与形式，同时也以多种形式体现出了自身的价值所在，使其新闻价值得到更加深度的影响和延伸。

比如2020年在新冠肺炎疫情的影响下，杭州电视台综合频道发挥出了战斗的堡垒作用，扛起了主流媒体的责任，迅速打响了疫情防控宣传战，打破了节目的常规编排程序，构建了5个时间段疫情防控融合传播宣传矩阵，全天候、多角度地对疫情防控的最新消息进行了报道，正面引导了舆论，及时回应了社会各方的关心。综合频道开出“5+N+1”报道矩阵，累计播发稿件1700余条次，两微加抖音合计报道3000余篇，并与多家媒体平台联合，总阅读量超过了20亿。这次疫情防控的报道，综合频道新闻采访人员将点与面进行了结合，对一些典型事件进行了深入地挖掘，充分利用各个平台，向受众讲述来自于疫情防控一线的一些故事，比如《今天的她本要穿上婚纱 如今坚守疫情防控一线》《建德口罩生产企业三倍工资召回员工 加班保供应》《杭州红十字会捐赠物资24小时出库》等等。通过这些正能量故事的报道，将杭州人民在疫情面前顾大家舍小家的责任担当充分地展示了出来。

### （三）创新新闻直播技术，体现报道的多样性

新媒体时代新闻的传播方式更加多样化，任何一个新闻信息都有可能成为整个互联网所关注的对象。所以，要将新闻信息中的潜在价值充分挖掘出来，就必须运用新的技术手段，将此作为突破点进行多样化的新闻报道。

比如2020年疫情期间杭州电视台综合频道联手各区县（市）宣传部、融媒体中心，推出了全时段全域直播《春江水暖》。新闻采访人员充分结合了目前比较盛行的慢直播，在杭州各

区县（市）形成大小屏联动，推出全天直播，充分展现出杭州各地众志成城、抗击疫情的坚定信念。其中多个慢直播点画面给央视新闻客户端引用。这一直播的推出受到了各地宣传部门和广大市民观众的好评。在慢直播的镜头里，我们看到了流淌千年的古运河灵动的夜景，看到了5000年文明佐证的良渚遗址灿烂的花海，看到了最美跑道上樱花飘落的舞姿，看到了悬于湖滨步行街上的超级月亮等。

杭州电视台综合频道的《驰骋小康路》公路微直播更是首开公路新媒体直播先河，把演播室搬进开行中的车子里。一路开一路说，车厢里有故事、车窗外有风景，起点有期待，终点有惊喜。通过一小时左右的直播，串起一条农村路上的点滴收获，讲述“四好农村路”上的杭州故事。系列微直播通过央视新闻客户端、央视频客户端、天目新闻客户端、西湖先锋客户端、中国交通快手号、杭州电视台综合频道微博号、抖音号等平台进行全网播送。平均每场的全网观看量达到1000万，截至目前最高纪录破了3000万，央视新闻更是将该场直播进行首页推荐，成为小屏直播的一匹黑马。

（四）创新新闻表现形式，体现报道的人文关怀

新闻报道的人文关怀充分体现人与人之间关怀，是一种温暖力量的流动，展现出人身上美好的一面。<sup>②</sup>进行新闻报道时要充分考虑报道之后可能产生的社会影响，同时将信息共享纳入其中，开发一些实时留言和实时评论的活动，把主导权交给受众，让受众能随时参与到电视新闻中，增强受众的参与度，从而积极引导公众树立正确的世界观、价值观以及人生观。

自2016年李克强总理在作政府工作报告时首次正式提出“工匠精神”一词以来，“工匠精神”成为了社会各界热议的话题。在经济快速发展的今天，精益求精、追求极致的“工匠精神”成为了推动经济转型、消费升级，打造中国制造的有力支撑。为了形成一种尊重工匠人

才、弘扬工匠精神的社会氛围，杭州综合频道《杭州工匠》栏目应运而生。《杭州工匠》栏目自2017年4月7日正式开播，现已播出了120期节目，先后拍摄了来自杭州十三个区县市的109位技艺超群、颇具匠心的杭州工匠，得到了社会各界的关注和肯定。行业揭秘、工匠技能、匠心放大、观众体验、评论互动，栏目通过对这些内容的呈现展现工匠风采，让观众在了解工匠的同时加深对工匠精神的认识，还原真实的工匠，提高工匠的社会地位，传播工匠精神。

### 三、结语

在新媒体蓬勃发展的今天，作为坚守新闻主阵地的传统媒体，我们不仅要坚守作为党和人民群众喉舌的职业使命，坚持新闻真实性和权威性，更要敞开心扉深度融合拥抱新媒体，培养新媒体思维，借助新媒体内容个性化、传播即时化、互动性强等特点，创新节目形态，优化革新报道理念，打造有观点、有故事的新闻，与新媒体共同迎接数字化时代的挑战和机遇，只有这样才能实现可持续发展。

### 参考文献：

- ①李新民《传统电视与新媒体融合本质上是异质同构》，《影视制作》20年2月。
- ②刘娇《新闻报道的人文关怀之我见》，《记者摇篮》2019年第8期。
- ③李文文《用新媒体思维提升地方电台新闻采编效能》，《中国广播》2017年第10期。
- ④庄兰英《新媒体视角下电视新闻采编策划特点分析》，《新闻研究导刊》2020年3月刊。
- ⑤张涛《基于融媒体思维打造全新时政报道模式》，《新媒体研究》2017年第10期。
- ⑥韦勇《论融媒体思维下新闻策划报道的变与不变》，《卫星电视与宽带多媒体》2019年第7期。
- ⑦张澍晨《新媒体时代背景下如何对电视新闻的真实性进行“把关”》，《新媒体研究》2016年第10期。

（作者单位：杭州电视台综合频道）