

# 融媒体时代记者发现力的养成

## ——县级融媒体记者增强新闻敏感性的实践路径

汪锦秀

全媒体时代信息洪流滚滚而来，如果记者缺乏新闻的发现力，就会被海量的信息漩涡淹没。那么，在媒体融合越走越深的当下，如何有效增强记者“吹沙见金”的新闻发现力？笔者在县级传媒中心新闻采编过程中不断探究和实践，通过机制与管理创新，进一步激发记者队伍的主动性与创造性，增强记者的新闻敏感性，提高新闻发现力、辨别力、判断力与预见力，有效提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

### 一、“走”出来的发现力

“脚底板下出新闻”。县级媒体的最大天然优势就是贴近基层。虽然随着新媒体的兴起，重构了传播生态格局，信息的发布、传播和接收变得越来越方便和快捷，对专业生产新闻产品的主流媒体带来了极大的冲击，但是“走基层”永远是记者发现新闻的成功之路。

记者缺乏发现力，是因为离现场还不够近。新闻的源头活水永远在基层。记者不下一线、不到群众中去，不去亲身感受基层生活的火热，不去亲手触摸时代跳动的脉搏，就会对社会变化与群众需求缺乏敏感，也就难以写出好新闻。

去年，记者到一个村采访，发现村里家宴中心有一份红色的文明菜单，菜单上有每桌的限价，背面是文明家宴公约。记者觉得这是农村践行习近平总书记强调在全社会营造“浪费可耻、节约为荣”的具体落点，是一个鲜活的小切口主题报道题材。于是由此找到“灵感”，策划一组在全市各地寻找节约文明用餐、反对铺张浪费、使用公勺公筷的身边人身边事活动，

深入基层一线的农家餐桌、企业餐桌、单位餐桌等寻找“节约”宝典，一共推出了《文明菜单“盛”而剩》《碗碟底下的“粮”芯》《老味道里的新“光”景》等10篇以“我的‘粮’心”为主打栏目的系列报道。这组来自县级党报的系列报道获得了浙江省重大主题报道三等奖。

新闻离泥土越近，越有生命力。平湖市广播电视台在媒体融合进程中，持续将深化“走转改”作为操练记者队伍、提升记者新闻发现力、提高新闻宣传质量的重要抓手，不断创新新载体，让记者到基层一线练眼力，先后策划实施了“记者夜宿农家看变化”“民情大走访、记者在一线”“践行‘四力’基层行”“蹲点看亮点·记者一线行”等“走转改”活动，把记者“赶”到基层，让记者在一线抓取活鱼、深入调研看变化成为常态。

### 二、“挖”出来的发现力

媒体融合时代，以文字为形态的报纸深度报道如何保持生命力？深入挖掘是不二的答案。挖掘新闻是“走”下去更深刻的思考，在思考中锤炼新闻的洞察力。

县域是浙江打造“重要窗口”的最生动部分，是可挖掘的新闻的“富矿”，如果记者新闻敏感性不强，会议报道程序化、日常报道平庸化、典型报道大众化，说明这个记者缺乏思考，洞察力不够，对新闻信息只能是蜻蜓点水、浮光掠影，难以产生对事实的敏锐感受。如此这般，写出来的新闻作品就会了无生趣、毫无深度，严重影响新闻宣传质量，媒体也就难以承担起新时代赋予的重任。

记者如何“挖”出报道的深度来？浙江日报的新闻专栏《深读》给了我们借鉴和启发。“天下武功，唯快不破；天下文章，唯深耐读”是浙江日报《深读》的精髓。在媒体融合中，我们坚持内容为王，学习浙江日报经验，结合自身特点，把着力点聚焦在深“挖”上，这对记者的新闻发现力提出了更高的要求。

平湖市广播电视台从策划入手，以“高精深”的产品导向，倒逼记者提高站位，创新思维，练就看事件更准、更深的能力，培养记者拥有深远、通透的新闻眼光，能由点及面、由表及里、以小见大，挖掘新闻背后所包含的深层次意义和价值。2017年，纸媒平台《嘉兴日报·平湖版》推出了“深1度”栏目，围绕党委、政府中心工作，选择百姓关注的主题，聚焦经济社会热点，关注基层创新实践，通过“是什么”“为什么”“怎么办”递进式报道，以整版报道回应社会关注、受众关切，实现“以新闻深度换传播速度”。

比如在浙江“五水共治”战役中，平湖市地处杭嘉湖地区下游，地表水水源污染严重，全市境内所有河道水质常年处于劣五类，专家说“连农田灌溉都不能用”，因此平湖也成为浙江省剿灭劣五类水的“重灾区”。记者深入河道现场、污染源头等进行调研，及时策划推出深度报道《决不把污泥浊水带入全面小康》，全景式展示平湖劣五类水的形成、治理、出路等，配以记者札记、群众点评等文本表达小模块，深得受众喜爱，形成了“深度”磁场。这一深度宣传，得到了平湖市委主要领导批示表扬和浙江省“五水共治”督查领导小组的充分肯定，认为这样的深度报道栏目展现了新闻的监督力和推动力。

“挖”的能力的磨炼，让记者在面对新闻信息时提高发现力，学会从现象看本质，从观察转化为洞察，从一棵树、一片林，挖掘出“绿水青山就是金山银山”的价值。这几年，《嘉兴日报·平湖版》每年推出50多篇“深1度”报道，很好地锻炼了记者的深度思考能力，在写作的过程中提高独立思考、深度洞察的能力，做有思想的新闻产品。

### 三、“嗅”出来的发现力

在信息无处不在、无时不在的当下，善于发现抓取新闻是记者的一项基本功，要求记者练就“新闻眼”“新闻鼻”“第六感官”，能在人们司空见惯的平常生活中发现有报道价值的内容。

一只普通的小广播能有多大的新闻价值？那得看记者的“嗅觉”。2019年秋天，记者去平湖一家外资企业采访转型发展的典型事例，在车间采访时，听到响起普通话并不标准的“不忘初心、牢记使命”的党课宣讲，记者循声望去，原来车间里安装着一只广播。广播虽小，音量很大，成为车间的“主流声音”。

习近平总书记强调，要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。记者顿时意识到这是党的创新理论传播到基层的生动故事，“嗅”出了主题报道的“小题材”所蕴含的价值。这既是党的创新理论接地气传播的形式创新，又是“不忘初心、牢记使命”主题教育的有效载体。记者临时改变采访计划，走进小小广播室。这家外资企业有着浓厚的“红色元素”，始终坚持以党建促发展，已经坚持11年每天在企业广播播送“空中党校”理论知识，小广播发挥大作用，通过“空中党校”推动党建发展、传递员工关爱、助力企业转型。记者根据这一“意外收获”采写的《一只小广播 车间讲党课》通讯稿，得到了省委组织主要领导的充分肯定，获得了省新闻奖三等奖。

对于基层记者而言，嗅觉是所有新闻感觉中的核心感觉。5G时代，虽然传统媒体的记者获取新闻的渠道更加广泛、更加便捷，但如果缺乏“嗅”觉，新闻的发现力就荡然无存。全媒体时代，渠道可以改变、平台可以拓展，形式可以创新，但对记者养成新闻“嗅觉”的要求没有改变。只有不断增强新闻敏感性，看得见、看得准、看得深，才能精准策划，精深表达，精确阐释，把党的声音和老百姓的心声更好地结合起来，成为业务精湛的新闻工作者，担负起时代赋予的使命。

（作者单位：平湖市广播电视台）