

守大屏 拓小屏

新时代媒体人的坚守和突破

高倩云

融媒体时代的到来，让新闻生产的社会环境、职业环境都发生了巨大变化，也让传统媒体，尤其是电视媒体的生存发展面临着巨大的挑战。作为从事电视媒体的新闻记者，应主动转型，适应融媒体的发展需求，守住大屏、开拓小屏，打响融媒呼号，顺应时代发展和变革。那究竟怎么做才能成为一名新时代的融媒体人呢？

一、在思想意识上“融”

不可否认，现在仍然有不少电视记者在新闻采写的过程中被电视新闻的固有模式所禁锢，往往只注意按照电视新闻的标准进行采播，尤其是会议新闻表现得尤为突出，往往是按照会议何时召开、谁参加，以及常规的报道模式采写一篇普普通通的会议新闻便完事。有的电视记者在遇到比较好的新闻素材时，会努力制作

微信稿进行发布。但往往也存在发布不及时、与后方视频媒体部编辑沟通不畅、内容转换困难等问题，这都是融媒体意识不强的典型表现。在融媒体时代，如果一名记者融媒体意识强的话，那么在新闻采写前首先就会对各个媒体平台所需要的稿件做一个筹划，然后带着思考进入新闻现场再做相应变通和补充，拿捏新媒体平台稿件的不同侧重点，进行有针对性的采访和独立写作，并且及时发布。主流媒体不仅要有信源的专业权威、内容的精心打磨，还要有创新体验、引导社会的能力。

二、在采访手段上“融”

既是融媒体，“一则新闻一名记者采写、各大平台共用”的采写（制）融合是大势所趋。尤其是年轻的电视记者不能坐等完全融合再去让自己适应，那样只能让自己要么手忙脚乱，要么被淘汰。融媒体时代要求记者成为具备娴熟处理文字、图片、音频和视频等能力于一身的全能型记者，需要记者熟练使用 OSMO、摄像机、手机剪辑软件等技能，做一名真正意义上的“背包记者”。随着移动互联网新技术的发展，传播主体大规模业余化带来传播话语权扁平化，原有传播秩序被打乱，系统科学谋划短视频品牌打造已经是大势所趋。所以在当前，传统电视媒体的记者应居安思危，增强忧患意识，不断充电学习更新知识，努力让自己在融媒体真正“融”为一体的时候能够适应时代的需求。

三、在新闻节目制作上“融”

当下我们要想真正跟上融媒体发展的脚步，还要注重守住大屏，开拓小屏。越来越多的老百姓，不再依赖电视，而是选择从手机客户端上获取新闻信息。目前，传统媒体与新媒体深度合作，重塑生产，再造流程，让精品内容通过互联网实现更广泛的传达。我们要着力打造全新原创节目，发展各个垂直领域事业部门：旅游、体育、大健康、萌宠、美食、婚恋，当下什么网络关注度最高，什么老百姓关切面越广，我们的报道主题、话题讨论和角度选择就向哪方面集中。有关关注度才会有收视、才会有影响面的扩大。在媒体融合大背景下，选择全面拥抱互联网，守大屏，拓小屏，除了电视端继续做强之外，在互联网端推出视频品牌，整

合优质电视资源，面向网络生产原创内容，收获关注量，提高创收。视频品牌可在微信、微博、抖音、腾讯视频、优酷视频、爱奇艺等多个平台开设多个账号矩阵，日分发优质视频，保证日均点击量稳定持续增长。设计推出爆款视频，稳定粉丝量。

融媒体时代的大屏和小屏一定是相辅相成，不能放弃大屏阵地，同时也要注重小屏创新。如：《虎哥脱口秀》是浙江电视台钱江都市频道于2018年9月自主创意研发推出的国内首档日播脱口秀栏目，通过内外联动的生产模式，整合电视、广播、剧团等优质资源共同创作精彩节目内容，打造全新互动场景，给受众带来欢乐，传播正能量。节目组对每日话题进行反复讨论，保证话题足够新颖、热点十足、视角独特，贴近时下年轻人工作生活，既能令人捧腹大笑，也能引发深刻思考。目前，该综艺节目已经推出了第二季，注重“全过程、全媒体”推广，注重用户互动，内容在爱奇艺、腾讯视频、B站、新浪微博等多个平台同步传播，形成线上与线下、场内与场外多层次交互联动的生产传播模式，节目收视率、网络阅读量均有不俗表现，在业界引发一定关注和跟进。这是大屏小屏融合发展的成功范例。

习近平总书记要求，要推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。我们作为党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、综合娱乐的创造者、社会进步的推动者，更应与时俱进，努力做一名符合时代发展需求的新时代媒体人。

融媒体的风起云涌，使传统记者转型成为一种必需。作为“时代的记者”，走新路不能“穿旧鞋”，否则就无法在激烈的媒体竞争中求得“作战的胜利”。而换“新鞋”，头等重要的一点是不能换掉我们的“核心竞争力”，同时也是为了主动完成转型与改革，走好我们的新长征路。

（作者单位：浙江电视台钱江都市频道）