

Look at TV news editing innovation from the perspective of audience demand

Ziqi Ma Xiaoping Ma

Inner Mongolia Radio and Television Station, Hohhot, Inner Mongolia, 010000, China

Abstract

The psychological needs of the audience is an important factor affecting the communication effect. The communication effect of TV news is directly affected by whether the news programs meet the needs of the audience. Only on the premise of meeting the needs of the audience. TV news editing is an important link of news program production, so we should constantly optimize and innovate the news content and expression form from the perspective of audience demand, so as to make TV news achieve the ideal communication effect. Based on this, this paper analyzes the relationship between the audience demand and the innovation of TV news editor, and explores the innovation strategy of TV news editor from the perspective of the audience demand.

Keywords

audience demand; TV news editor; innovation; expression form

从受众需求角度看电视新闻编辑创新

马子奇 马晓平

内蒙古广播电视台, 中国·内蒙古 呼和浩特 010000

摘要

受众的心理需求是传播效果的重要影响因素, 电视新闻的传播效果直接受新闻节目是否契合受众需求的影响, 只有在满足受众需求的前提下才能达到理想的传播效果。电视新闻编辑是新闻节目制作的重要环节, 应更多地从受众需求角度出发不断优化和创新新闻内容与表现形式, 这样才能使电视新闻达到理想的传播效果。基于此, 本文分析了受众需求与电视新闻编辑创新之间的关系, 并就从受众需求角度出发对电视新闻编辑进行创新的策略进行探究。

关键词

受众需求; 电视新闻编辑; 创新; 表现形式

1 引言

现代社会背景下, 电视事业已经转变为卖方市场, 进入以受众为中心的消费时代, 受众需求也成为电视台所关注的焦点。对于受众来讲, 只有“好看”的电视新闻才能得到受众的认可与关注。而所谓的“好看”不仅仅是电视新闻内容好看, 同时也要求电视新闻的形式好看, 而且受众往往会因好看的形式才会关注好看的内容。因此需要从受众需求角度出发对电视新闻编辑进行创新, 通过电视新闻节目编辑的创新提升电视新闻传播效果。

2 受众需求与电视新闻编辑创新之间的关系

公众是社会各种信息的来源, 当公众成为新闻传播系统中的信息接收者时, 这部分公众也就成了受众。所以, 受众从来源角度看, 也是新闻诞生的源头。受众作为新闻信

息传播的接受者, 他们对新闻信息的接受程度直接决定了新闻信息的价值。无论是从新闻诞生的角度看, 还是从新闻信息价值的角度看, 受众都在新闻传播领域有着重要的地位。受众的心理和需求理应成为电视新闻编辑研究的主要对象, 成为电视新闻编辑创新的方向。互联网尚不发达的年代, 受众对新闻的接触渠道有限, 受众与新闻编辑之间后者占据主导地位。但随着自媒体的崛起, 受众接触新闻的渠道越来越多, 甚至可以成为新闻的直接源头, 受众对新闻的心理和需求开始发生变化。当代电视新闻必须在编辑过程重视不断深挖受众对新闻的需求, 跟上受众对新闻的心理变化, 做出能吸引受众的好新闻。

受众对电视新闻的心理需求主要表现为: 第一, 真实性。受众最难以忍受的、最不能容忍的是虚假新闻、遮盖事实的新闻、扭曲事实的新闻。受众也许一时会被虚假新闻所迷惑, 让新闻制作方获得流量, 但此类新闻会引发受众最直接的抵触情绪, 直接影响电视平台本身在受众心中的权威性。第二, 趣味性。受众在选择新闻、接收新闻信息过程中, 往往会选

【作者简介】马子奇(1974-), 男, 中国内蒙古乌兰察布人, 本科, 主任编辑, 从事新闻编辑研究。

择自己感兴趣的新闻收听收看。以受众喜闻乐见的形式进行新闻制作和传播,是提高新闻传播效果的重点之一。受众对新闻的兴趣可以被培养,可以被引导,关键在于电视新闻编辑能否不断求新、求变,能否准确捕捉受众的心理兴趣变化,对受众形成迎合。第三,情感共鸣。受众对与自己有关、能够激发情绪共鸣的新闻感兴趣,一旦新闻报道中的人、事、物让受众感觉产生了情感上的连接,往往能获得来自受众的支持。

3 从受众需求角度出发,电视新闻编辑应进行的创新

3.1 在新闻内容的选择与整合上创新

鉴于上文分析我们可以认识到受众需求与新闻内容密切相关,因此在电视新闻编辑过程中需要结合受众需求在新闻内容的选择与整合上进行创新,使电视新闻内容更好地满足受众的需求。

3.1.1 满足受众对信息的需求

在采访以及搜集新闻素材时,记者往往会尽量多地获取素材,但在电视新闻编辑环节中,应当选择更贴近受众生活、被受众关注、能够激发受众共鸣的素材,有效提高受众对新闻的接受度,提高新闻的传播效率。比如在我国登月、采集月壤的过程中,许多网友在相关新闻的评论区留下了询问月球土壤能不能种菜的评论。也许其中的多数网友只是觉得有趣而跟风提问,但评论区的提问能够体现一部分受众感兴趣的方向。因此,月壤采集归来,科学家们进行分析后,“月壤不能种菜”的新闻第一时间出现在受众面前。新闻不仅回应了受众关心的问题,还与近些年颇为火爆的“中国人种地基因”等词条内容契合,在互联网媒体平台上引爆新一波讨论,成功让我国采集月壤的新闻被更多受众所知,提高了新闻的传播效率。

电视新闻编辑过程中,要保证新闻信息的完整性,要让受众能够看懂新闻、看明白新闻,如适当补充新闻事件背景资料等,在便于受众理解的同时帮助受众了解事件的“来龙去脉”。例如在报道神舟十九号载人飞船发射成功时,可以对神舟十七号、十八号等以前我国飞船的发射情况进行适当的介绍,满足受众对相关信息的需求。再比如在报道塔克拉玛干沙漠绿色阻沙防护带“锁边”合龙这一新闻时,也可以补充国外治理风沙相关方法与成就等,使信息更加完整,同时也能帮助受众进行横向对比。

3.1.2 满足受众对真实性的需求

获取真实的信息是受众观看新闻节目的主要目的,因此在电视新闻编辑过程中要凸显新闻内容的真实性。首先要保证新闻内容的真实性,尽可能为受众还原新闻事件的真实面目,满足受众对新闻真实性的心理需求。其次,提高新闻画面的真实,即选择那些更具现场感的画面,带给受众身临其境之感,观看新闻节目的过程中,通过带有明显现场特征

以及对现场进行记录的画面,能够使受众产生参与、见证新闻事件的感觉,进而增强新闻的真实感。

3.2 在新闻表现形式上创新

电视新闻在编辑形式、传播形式上应当积极创新,改变以往平铺直叙的电视新闻播报形式,在表现形式上更鲜活、更有趣,迎合受众的兴趣选择,提高电视新闻的传播效果。电视新闻的表现形式不应一味迎合受众的当前兴趣选择,应在受众当前感兴趣的形式上做创新,尝试探索新的形式,培养和引导受众的兴趣。若受众的兴趣发生变化,而电视新闻的表现形式没能跟上,很容易流失受众。

4 从受众需求角度出发,对电视新闻编辑进行创新

4.1 丰富新闻节目的形态

4.1.1 从内容呈现形式上做创新

电视新闻编辑结合新闻内容和受众读懂新闻、受众对新闻感兴趣需求角度,运用信息图表、动画演示、虚拟现实(VR)/增强现实(AR)等技术,将复杂的新闻信息以直观、易懂的可视化形式呈现给受众,实现新闻内容呈现上的创新。例如,本地电视台针对报道城市交通规划的新闻时,可以为入声播报搭配上新老城市交通规划的3D动画,对比展示新道路的建设布局优势,和新规划落地后本市交通流向的变化,使受众可以通过电视新闻大屏幕更清晰地理解城市交通规划的具体内容,满足受众对影响自己出行、做生意的城市交通规划的了解需求。

电视新闻编辑可以调整新闻的叙事方式,改变传统平铺直叙的叙事结构,更多采用故事化的手法去向受众讲述新闻事件;挖掘新闻事件中的人物和情节,以生动的故事吸引受众的注意力并引发情感共鸣。比如在报道一位乡村教师坚守山区教育多年的事迹时,从这位教师的日常工作、与学生的互动入手,讲解乡村教师遇到过的问题、采取的解决问题的办法、面临的新困难,用一波三折的讲故事方式展现出乡村教师坚守山区教育的不容易,激发受众的情感共鸣,让受众感受到乡村教师坚守山区教育新闻事件中折射的人性光辉,增强新闻的感染力和吸引力。

4.1.2 从内容深度与广度上做拓展

电视新闻编辑可以针对热点事件和重大政策做面向受众的专题报道,形成从宏观到微观的新闻贯穿。宏观上,邀请专家学者、业内人士以圆桌会议的形式,进行国家政策的深入解读和分析;采访本省市相关部门的领导,了解本地政府结合本地情况和国家政策制定的本地政策,以及政策的落地进度,为受众提供更全面、深入的信息。微观上,采访相关产业的从业人员,了解他们从业过程中感知到的政策变化,采集他们因为政策变动遇到的问题,让受众产生感同身受之感。最后回归圆桌会议,请专家学者、业内人士、本省市相关部门的领导,为本地从业人员遇到的问题提出建议,

帮助受众更好地理解新闻内容，满足他们对信息深度的需求。如此，电视新闻可真正发挥出沟通桥梁、平台的作用。

电视新闻编辑可打破单一新闻类型的界限，将时政新闻、经济新闻、社会新闻、文化新闻等有机融合，为受众提供更丰富、多元的信息视角。例如在报道“一带一路”国际合作高峰论坛时，不仅关注会议的政治和经济成果，还可以介绍各国文化交流活动、民间友好往来的故事以及对沿线国家普通民众生活带来的变化等，使观众从多个维度了解这一重大国际事件的意义和影响，拓宽受众的视野。

4.2 增加新闻节目互动性

另外，在电视新闻编辑过程中应基于发展战略高度而言，强化计算机技术搜集资讯、收集资料、制作报道的投入力度，以确保创作内容品质为前提，合理拓展信息传递渠道。在新媒体时代，电视新闻编辑需要跨越不同媒介（如电视、网络、社交媒体等）进行内容创作和分发，实现资源的优化配置和内容的多渠道传播，鼓励受众参与到新闻的制作和传播过程中，通过评论、投票、社交媒体互动等方式，使新闻报道更加生动和多元化。

4.2.1 用好民意调查的成果

电视新闻编辑需用好社交媒体平台，与受众形成近距离互动。电视台记者、编辑可利用社交媒体平台，开展新闻话题讨论、民意调查、线上直播互动等活动，鼓励受众参与新闻的传播和讨论过程，增强受众与媒体之间的互动性和黏性。例如在报道一场体育赛事时，通过电视屏幕上的二维码引导观众进入社交媒体直播间，与现场记者和其他观众实时互动，分享观赛感受和评论，同时电视台还可以在直播过程中展示观众的精彩评论和观点，提高观众的参与感和积极性。例如山东电视台推出的大型问政节目《问政山东》，通过电视直播、网络平台直播的方式，将通过互动渠道采集到的普通民众诉求和当下社会热点问题摆到政府领导干部面前，要求政府领导干部做即时应答。因为节目内容贴近受众生活，且以直播的形式展开，现场类似辩论赛的针尖对麦芒氛围增加了节目的戏剧性和观赏性，让受众有了较强的参与感，仿佛受众成了政府领导干部的考官，吸引了许多年轻受众的关注和追看。

4.2.2 用好用户生成内容（UGC）

电视新闻编辑应重视对用户生成内容（UGC）的运用，鼓励受众提供新闻线索、拍摄的新闻素材或分享自己的故事

和观点，并将这些用户生成的内容整合到新闻节目中。例如在报道当地的一场社区文化活动时，选取部分居民拍摄的活动照片和视频片段在电视新闻中展示，并邀请拍摄者讲述他们的感受和经历，使新闻更加贴近受众生活，增强受众的认同感和归属感，同时也丰富了新闻的来源和视角。

4.2.3 用好社交媒体平台热点

央视新闻利用抖音等新媒体平台做了一系列的互动性拓展，形成了创新尝试，取得了不错的成果。如《主播说联播》是央视新闻结合抖音平台的新闻传播特征，进行的一个小尝试，结合抖音平台上快速变化的热点问题，应央视新闻主播们敏锐的洞察力从法律、经济、民生角度进行解读，给被自媒体时代鱼龙混杂的受众提供了相对权威的解读，让新闻更贴近受众的社会生活。《央视主播说三农》是央视的进一步创新尝试，如传统电视新闻划分栏目一样，将有关农业、农民、农业生产的问题放在一起进行新闻解读和播报。主播会结合抖音热点和评论区最关注的问题进行新闻解读，让受众感觉自己的关注被央视新闻主播们关注到，增加受众对栏目的黏性，也展现了央视新闻的人文关怀。

5 结语

新闻事业的发展应始终沿着满足社会需求的方向前进，这是新闻事业可持续发展的前提和保障。编辑是电视新闻传播活动中的关键环节，编辑质量直接关乎着电视新闻的传播效果。只有从受众需求角度出发对电视新闻内容与形式进行创新，才能打造出更加符合受众需求的电视新闻节目，才能得到受众的认可与关注，才能促进电视新闻的广泛传播。因此要分析掌握受众的多元化需求，并以此为依据分别从电视新闻内容选择整合以及表现形式上进行创新，以便在更好地满足受众需求的同时提升传播效果。

参考文献

- [1] 娄宇.微时代下基于受众需求角度转变的电视新闻编辑策略研究[J].采写编,2024,(06):19-21.
- [2] 崔菲.受众需求视域下广播电视新闻编辑思路创新分析[J].记者摇篮,2024,(04):102-104.
- [3] 温晓霞.基于微时代下受众需求角度转变的电视新闻编辑策略[J].采写编,2023,(10):39-41.
- [4] 韩明洁.基于受众需求视角的电视新闻编辑现状及创新模式[J].新闻文化建设,2023,(17):154-156.