

# 新媒体时代下新闻编辑的工作思考

■ 袁咏梅

## 阅读提示

随着新媒体的兴起,人们的日常生活模式已经出现了翻天覆地的改变,这就使得新闻编辑工作者在传播的效果和报道的方法上,出现了重大的改变。新媒介环境下,给新闻编辑带来了更多的挑战。所以,新闻编辑要以新媒体时代的需求为依据,来提高自己的素质,主动地跟上时代步伐。

伴随着信息技术的飞速发展,以及移动电话等新媒体的深入普及,在新媒体时代,新闻不管是在内容形式还是传播等多个层面都已经出现了巨大的变化。在新媒体环境下,新闻编辑的采编思维、编辑模式等都面临着巨大的考验。怎样才能使新闻编辑工作跟上潮流,更好地发挥自己的优势,成为一位称职的编辑,这就要求我们在实际工作中进行大量的学习和积累。本文对新媒体环境下,怎样才能把新闻编辑工作做好,提出了一些浅薄的观点。

### 一、新闻编辑的工作特点

新闻传播方式的多样化。以前,在报纸上发表文章时,编辑难以迅速而又精确地得到读者的反馈,新媒体资讯的传递,让读者可以在网上,在最短的时间内,将自己的阅读心得和意见通过评论即时发表,让观众可以对新闻展开更加深入的探讨,使编辑与读者之间有了良好的交流。如此,编辑们也可以更加准确地了解到读者的阅读心态和阅读习惯。

新闻内容的丰富。在新媒介环境下,新闻内容的表现形式也有了巨大的变化,不再局限于单纯的文本与图像,而更加适应于社会的多样化发展。新闻信息以文字、视频、音频、图片、动画等多种元素的方式呈现出来,具有丰富元素的新闻缩短了新闻与读者之间的距离,当读者在阅读新闻的时候,会觉得更直观、更立体,更具真实感,也便于读者更好地了解内容,同时也使得编辑工作不仅仅是收集资料、处理文图关系了。

新闻传播思想的多元化。新媒体的出现,既为新闻传播提供了方便,又对记者提出了更高的工作要求。在新的媒介传播条件下,资讯的传播量呈几何级数的增加,因此,新闻编辑需要从大量资讯中发掘有价值的资讯。在这种情况下,仅仅是一条新闻,已经很难再去满足公众多样化的需要。故而在新媒体技术的扩展之下,一些本来没有在社会层次上被暴露的内容,也被深入挖掘了出来,从而对新闻的分析视角也出现了差异,新闻内容也不再是单一的异口同声,而是众口纷纭,同一条新闻为大众提供了不同的视角与思路。

### 二、新闻编辑工作存在的不足

编辑内容元素较少。在当今社会,人们的生活步调越来越快,获取消息的途径也在不断增多。大多数人都是喜欢用最快的速度来看新闻的,因此一张简洁的图片和一段简短的新闻,才能更好地抓住他们的注意力。但是现在,有些新闻编辑要从传统的编辑思维向网络思维转型,这是一个漫长的过程。在对新闻进行编辑的时候,仍然使用着传统的方法对文本进行编辑,而忽视了对图片、短视频等要素的编辑。但是,在如今这个迅速阅读的年代,一篇好的消息,不仅要有好的文字,还要有高品质的照片和精心制作的视频。

对于当下的编辑软件工具掌握不足。在新媒体环境下,一些编辑由于缺乏专业知识,很难满足新媒体的需求。目前,微信公众号、微博、抖音等大量软件在新闻信息

传播中得到了普遍的应用。然而,一些新闻编辑人员还没有将新媒体软件的功能完全发挥出来,既没有对新媒体软件进行足够的学习,也无法进行熟练操作,对图片和视频的基本处理有所欠缺,需要有一个过程来对这些编辑软件进行有效的运用。也可能是因为一些编辑还没有彻底树立起网络观念,他们还在使用之前的传统的新闻编辑方法,在内容和编辑方面缺乏创新的能力。

### 三、对新闻编辑工作的优化建议

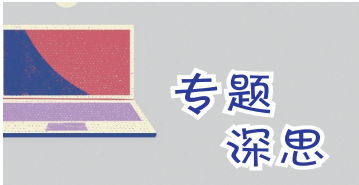
丰富编辑内容元素。在新媒体环境下,新闻编辑必须跟上潮流,快速地树立起网络的思想,改变原来的观念和思路,以满足读者多样化、个性化、新奇化的阅读要求。因此,新闻编辑必须具备创造性的思想,擅长突破传统,在编辑手段和表现手段上不断地进行革新,为读者呈现有意义的内容和传播形式。精心编辑相关的消息,抓住要点,可以制作简单的说明视频或分解图,使读者能够在很短的时间里做到秒读秒懂;在新闻的版面上加入一些短的视频或音频,让新闻的内容变得生动起来,这样能让读者对新闻的信息有更深入的认识,从而拓宽新闻的受众人群。在新闻编辑的过程中,还可以加入一些关于新闻背景介绍的链接,可以帮助读者更好地了解新闻内容。

加强对于当下编辑软件工具的掌握。在新媒介环境下,编辑必须具备较强的综合能力。要想将新闻真实、准确地呈现在读者的眼前,身为一位职业的新闻编辑,除了要对

自己的专业新闻业务知识进行完善之外,还必须要努力地去学习更多的相关知识,要跟上新时代步伐,并对各种辅助编辑软件的使用方法进行掌握,将所学的理论 with 采编实践相结合,并持续地对自己的工作进行总结,从而提升新闻采编的效率和质量。

深入挖掘新闻内容。新闻编辑要做好新闻的前期准备,要做好信息收集、整理、把握好重点资讯、辨别虚假信息。在海量的信息与资料中找到新闻相关线索,并以此为根据选定报道视角,再以选定的视角为主,收集新闻的相关延伸扩展信息,将其有机地结合起来,而不是单纯拼凑到一起。最后再对新闻进行详细策划,深度挖掘选题的丰富内涵,全面地向大众展示新闻内容,揭示其中的内在联系,提出自己的看法与见解,这样的新闻才是大众喜闻乐见的。

新闻编辑是信息的传播者、引导者,在新媒体环境下,编辑一定要明确自己的工作目标,主动改变自己的工作思维,用一种乐观的态度去对待新媒体的环境,要不断地接受各种挑战,要有勇气去面对困难,要与时俱进,要充分地利用自己的整体优势,推动新闻事业和自己个人的长期发展,为受众提供高质量的新闻作品。(作者单位:高平市融媒体中心)



## 思想纵横

现代化社会的发展使得信息技术手段不断更新优化,人们物质生活条件的提高带动了短视频的蓬勃发展,使得电视民生新闻受到冲击。

本文通过分析短视频冲击下电视民生新闻编辑的坚守与创新路径,提出了创建多样化的新闻传播方式、深入 to 社会群众当中、强化新闻编辑专业团队建设等有效措施,从而促进电视民生新闻编辑工作优化发展。

### 一、短视频冲击下电视民生新闻编辑工作现状

未创新新闻传播途径。电视民生新闻编辑工作未创新新闻传播途径,不利于扩大民生新闻的传播范围。现代社会的发展使得人们物质生活条件得到改善,人们以短视频形式为主获取信息。然而民生新闻没有创新自身的传播途径,没有灵活运用互联网技术,难以有效增强与观众之间的联系与黏性,影响了民生新闻的长久发展。传统的民生新闻编辑工作没有深入研究当前人民群众最喜爱的短视频软件,导致新闻标题与编辑内容无法有效吸引观众的注意力,给电视民生新闻编辑工作的开展造成了较大的阻碍。

缺少与社会群众的有效互动。电视民生新闻编辑缺少与社会群众的有效互动,难以增强新闻编辑工作的有效性。由于民生新闻以社会大众为内容,对人民群众的生活现象进行剖析研究,并对人民最关心的民生问题进行解读,所以人民群众是电视民生新闻编辑工作保持活力的重要源泉。而短视频的发展使得大数据技术的优化完善,民生新闻编辑通过计算机技术即可寻找到巨量的新闻资源,导致编辑人员没有深入到社会大众生活当中,降低了民生新闻的真实性与时效性,难以实现电视民生新闻编辑的健康发展。同时,在互联网端进行民生新闻上传发布时,编辑人员也缺少与观众的良性互动,不利于呈现良好的观看感受,无法根据观众的反馈来进一步完善电视民生新闻编辑工作。

新闻编辑人员专业性有待提高。电视民生新闻编辑人员专业性有限,影响了民生新闻内容质量与编辑效率。传媒企业没有为编辑人员提供充足的技术培训,导致编辑人员难以学习先进的民生新闻编辑形式与技术,降低了民生新闻编辑工作质量,不利于促进民生新闻的创新发展。而编辑人员自身也未能加强对现代化信息化技术的学习了解,没有分析各大短视频平台的推送机制与受众模式,导致民生新闻难以融合当前的新媒体发展形势,影响了民生人员的进一步发展。同时,传媒企业没有采取一定的措施手段来招收专业的民生新闻编辑人才,降低了编辑工作的专业性,难以以为电视民生新闻编辑工作提供充足的人才保障。

### 二、短视频冲击下电视民生新闻编辑的坚守与创新路径

创建多样化的新闻传播方式。电视民生新闻编辑工作未创新新闻传播途径,应当创建多样化的新闻传播方式。编辑人员需要挖掘当前观众最常使用的短视频软件,加强对互联网技术的应用,根据不同平台的流量机制来调整民生新闻的标题与内容,制作更加符合观众口味的民生新闻,吸引观众的观看积极性,从而实现电视民生新闻编辑工作的转型升级。编辑人员还需要加强对大数据技术的使用,能够高效挖掘出最新的社会热点,强化民生新闻的时效性,为观众提供时下最新的社会资讯,以此增强电视民生新闻内容质量。

深入到社会群众当中。电视民生新闻编辑缺少与社会群众的有效互动,应当深入到社会群众当中。在当前的社会发展态势中,电视民生新闻编辑需要强化自身的守正创新能力,既保留民生新闻对社会人民的重要意义,又应当促进民生新闻的与时俱进。民生新闻以社会人民作为受众群体,以群众生活作为新闻素材,这就促使编辑人员要深入到社会群众生活中,了解群众的真实想法,研究当前新媒体时代下人民群众对民生新闻的看法与反馈,从而能够带动电视民生新闻编辑的完善优化,打造更符合大众口味的新闻内容,有利于增强民生新闻的实效性 with 编辑质量。

强化新闻编辑专业团队建设。电视民生新闻编辑人员专业性有待提高,应当强化新闻编辑专业团队建设。传媒企业需要为编辑人员提供多样化的专业知识培训,提高编辑人员的职业素养与专业编辑能力,创作出更加优质的民生新闻内容。同时,传媒企业还可通过提高编辑人员岗位待遇水平来招收专业的编辑人才,既有利于提高编辑人员的工作动力与积极性,还能够有效强化新闻编辑专业团队建设,为电视民生新闻编辑队伍增添活力与新生力量。编辑人员自身也需要积极深入到人民群众当中,了解当前人民的最新问题,以此强化民生新闻质量,传递社会大众的实际诉求。

综上所述,短视频冲击下电视民生新闻编辑工作存在着未创新新闻传播途径、缺少与社会群众的有效互动、新闻编辑人员专业性有待提高等不足之处,不利于促进民生新闻顺应时代潮流发展,难以提升民生新闻编辑质量。

本文通过剖析短视频冲击下电视民生新闻编辑的坚守与创新路径,提出了创建多样化的新闻传播方式、深入 to 社会群众当中、强化新闻编辑专业团队建设等实施对策,以此促进民生新闻编辑工作进一步发

(作者单位:临汾广播电视台)

# 跳出县域发展县域 跳出媒体发展媒体

## ——县级融媒体建强用好之思考

■ 高虹

县级融媒体中心是基层网络传播的重要载体,是党的新闻舆论工作的重要依托。这就需要县级融媒体中心打开思路,跳出县域发展县域,跳出媒体发展媒体,充分发挥主力军作用。

### 一、扩大格局,牢牢占领主战场

县级融媒体中心是整个媒体融合当中一个最大规模的板块,也是和老百姓接触最直接、最基层的板块,也是各个地方除央媒、省市媒体外的由县委直接领导的唯一主流媒体。在发展中,县级融媒体中心既面临严峻的挑战,也占有自己独特的优势。

面临的严峻挑战是“前有堵截、后有追兵”。央媒、省、市媒体无论是人力、物力、财力都比县级融媒体中心占有很大优势,节目源、素材源比县级融媒体中心更占优势。央媒的范围是全国甚至全球,省媒最少也是全省,做得好的省级媒体是全国,更好的是全球,比如上海报业集团开发的《澎湃新闻》,国内国际都有,APP端安装用户已超1.78亿户,抖音粉丝3747.7万人。除了各个优质官媒争相抢占市场外,自媒体也如雨后天晴般发展起来。

作为县级融媒体,如何全面挺进主战场,如何在严峻的形势下杀出重围,这就需要我们的“大格局”,跳出县域发展县域。

从历史上看,县级层面的媒体如果简单以县域层面的媒体市场作为发展的主市场,已经没有太大的容量。过去十多年县域层面广播电视台的经营整体上也处于不景气的状况。

之前的不景气,县级媒体受卫星的限制、地域的限制。先天的不足,把县级媒体的用户数量限定在了县的范围之内,随之而来的就是

所有节目的来源和采访范围只是县域。网络给县级媒体打破了地域的限制,把县级媒体从一隅解放了出来,拓展了县级媒体的传播范围。

这样的形势,就倒逼县级融媒体中心跳出县域的困境,尤其是新媒体。

很多县级媒体认为,我这就是什么什么县的融媒体,我们的主要任务就是围绕县委、县政府的中心工作进行宣传报道。一地的媒体宣传一地,这是一地媒体不容置疑的责任,但是强大的传播力从何而来,这就需要我们有强大的用户基数。太谷融媒体中心,抖音、APP、公众号总的用户不到16万户,这些用户85%是山西用户,北京用户5%,其他全国各地的加起来占10%。我们在推介太谷的时候,大部分还是推介给了本地人。山西的古城院落峰次栉比,当地人看到推介曹家大院的时候,又有多少人会驱车前往?我们推不出去,因为我们走不出去,我们用自己的思想给自己筑起了一道地域的墙,我们把网络构建起的无限空间缩小到了一隅。

各级官媒只有有了强大的传播力和影响力,我们的公信力、引导力才能发挥出大的作用。

### 二、提高质量,内容创新是根本

我们如何才能拥有强大的用户基数?要想让观众停留关注,就需要我们精心打造内容,用精彩的内容吸引用户。新技术的应用也只是为内容服务,为内容的传播提供更快更便捷的出口,内容的质量、形式仍是能否抓住受众的关键所在。

新媒体,新的传播技术只是提供了新的传播方式,但这些改变的只是用户获取内容的习惯和方式。让用户停留的仍是内容,内容

才是用户的核心需求。内容的专业性、精彩性、可读性才是媒体安身立命的根本,才是媒体的核心竞争力,是决定各级融媒体生存和发展的关键。

传播方式的丰富作为外力推动着内容的提质创新,促使各级媒体必须作出决策、内容、服务等一系列变革,需要媒体从告知型进化到交流型,为用户推送更有价值、更接地气的内容。

做高品质的内容,最美的风景在基层,最深的感悟在基层。编辑记者要增强“四力”,用心采访、用情写作,用脑思辨,扑下身子,写出好稿子,讲出好故事。

此外,记者也要打破部门界限,做全媒体人才。也只有这样互通互融,做出高品质的产品,县级融媒才能激烈的竞争中,在推介自己的同时,把用户引进来,才能发挥主力军的作用,抢占主阵地。

### 三、开阔视野,多元发展造血

现在经常说的一句话,打败同行业的往往不是同行业的竞争对手。中新网2022年8月22日发布的中国移动、中国联通、中国电信三大运营商2022年7月的运营数据显示,中国移动业务客户总数约9.71亿户,有线宽带业务客户总数约2.58亿户。中国联通“大联接”用户达8.14亿户;物联网终端连接累计3.43亿户;中国电信移动用户数38610万户,有线宽带用户数17614万户。三大运营商利用发展手机铺设的网络优势,都各自发展起了有线宽带用户,他们已经打破了行业发展的区域、跨区域发展。

虽然竞争激烈,可各县区地方官媒也就只此一家,遇到大事、要事,大家还是相信官媒,公信力是有的。就像新冠疫情,大家转发的都

是官媒的公告,太谷区的疫情通告,公众号浏览量也是10万+。大屏小屏、电视、报纸、电台、公众号、视频号、抖音、快手,无论传统的传播方式还是新媒体传播方式,县级融媒在一隅占尽优势,不能抱着金碗讨饭吃,改变等靠要的思想,寻求出路,通过加强用户基数多元发展。

县级融媒体中心不能简单地围绕新闻报道、传统模式开展业务,而应该围绕着大媒体的格局,与县域基层治理主体业务结合起来,朝着“新闻+政务服务商务”的方向拓展,通过更大的媒体视野开展业务,这样可能会有更大的发展空间。

例如浙江省湖州市安吉县媒体,成立安吉新闻集团,实行事业单位性质、企业化管理。他们构建的“爱安吉”客户端有预约挂号、租车扫描、安吉美食、电影票预订、爱旅游、停车场查询等贴近民生的近20个便民服务板块,几乎覆盖了大众日常饮食、住、行、娱乐生活的需求。

在全国都是自媒体的时代,各地县级融媒体中心应在坚持舆论导向、社会效益为的前提下,跳出媒体发展媒体、跳出县域发展县域,充分发挥传统媒体的可靠性等优势,拓宽经营渠道,实现区域、跨境合作,本业副业互补,扩大影响力,提高自身的造血能力,把人留住、把人留住,形成融媒体中心建设的良性循环。

(作者单位:太谷区融媒体中心)



微信公众号



今日头条号



官方抖音号



官方快手号



征订二维码