

# 新媒体时代融媒生态下的新闻编辑意识

/ 姜 鹏

摘要：

在媒介融合加剧的背景下，新闻编辑需要革新编辑意识，以适应新媒体时代的发展要求。文章结合新媒体与融媒时代的特点，对新时期新闻编辑需具备的若干现代意识及相关问题进行了论述。

关键词：

新媒体 媒介融合 编辑意识

当今时代，报纸、广播、电影、电视、互联网以及其他传播媒介共同构成了纵横交错的媒介网络，它们之间的充分融合，构成了信息传播的新生态。为适应媒介融合发展的新趋势，迎接新媒体时代的激烈挑战，新闻编辑需要革新思想，树立现代编辑意识。

## 一、创新意识下的环境观与受众

媒体是在一定的历史与社会环境中存在的，其生存环境影响其生存状态。构成媒体生存环境的因素很多，编辑工作只有做到与环境协调才可能实现媒体的编辑方针和传播意图。在构成现代媒体环境的诸要素中，受众是极为重要的一个。受众群体的变化直接影响和制约着媒体市场的变化，受众是编辑工作的最终目标，是编辑工作依存的基础和发展的动力，也是评判编辑工作水平高低的最直接来源。编辑连接了传者和受众，作为桥梁和中介，编辑不但需要为传者服务，更要从受众立场出发开展业务工作。因此，新媒体背景下的新闻编辑需创新受众观念，树立“受众意识”。

“受众意识”强调以受众为中心，重视受众需求，它发端于受众对于媒介的“使用与满足”理论。传播学大师施拉姆曾有一形象比喻：受众参与传播犹

如在自助餐厅就餐，每个人根据个人的口味及当天的食欲来挑选某些品种、某些数量的食物，而自助餐厅供应大量的、五花八门的饭菜就相当于媒介提供的林林总总的讯息。<sup>[1]</sup>这就是受众“自助餐理论”。受众对于媒介信息不是消极被动地一概接受，而是具有选择性的接受。尤其是在市场经济条件下，媒体的经济利益与受众对媒体的态度发生了直接联系，受众开始市场化，从此，争夺受众市场也成为媒体自身生存的需要。从这个意义上来说，受众是媒体的“主人”，是媒体服务的对象。理所当然，受众意识也就成为评估媒体及其传播行为的主体依据。

当下，根据受众的特殊情况与特点制定合理的编辑方针，树立服务意识与受众权利意识，尤其是在我国媒体整体出现分众化传播的背景下，重新定位受众群，加强针对性传播，实现从“广播”向“窄播”的转变是传媒的时代要求。

其次，受众意识还体现在与受众的“互动意识”方面。在很长一段时间里，编辑活动中的传者（记者）、传者信息（稿件）、编辑、受众（读者）等几个环节中，受众这一因素始终没有得到足够的重视。导致的结果是，传者（记者）与编辑都付出了艰辛的劳动，但信

息(稿件)却常常得不到受众的认可,信息传达的目的无法实现,传者(记者)和编辑的双重劳动都成了无功。这样的结果很大程度上是编辑的“受众意识”不强造成的。因忽视了受众,作为传者与受众桥梁的编辑,就不可能让传者和受众真正地交流和沟通。传者不知道受众的真实需求,受众得不到最想得到的信息,这是对编辑工作的一种讽刺。因此,新时代的新闻编辑需要摒弃传者本位的思想,把受众作为编辑工作的中心和出发点,及时了解与把握受众的需求,在做好编辑把关工作的同时创新编辑策划思路。

最后,信息反馈不仅是受众参与信息传播过程的重要方式,也是媒体调整完善自身传播行为的重要依据。融媒时代的媒体应积极开展受众调查活动,将其视为提升信息服务水平的重要途径,最好能逐步实现受众调查的定期化与制度化。

## 二、现代化意识下的编辑主体

“人的现代化理论”的创立者、美国社会学家英克尔斯认为,一个国家的现代化程度由该国国民的整体现代化程度所决定。“人的现代化是国家现代化必不可少的因素,它并不是现代化过程结束后的副产品,而是现代化制度与经济赖以长期发展并取得成功的先决条件。”“无论一个国家引入了多么现代的经济制度和管理方法……如果执行这些制度并使之付诸实施的那些个人,没有从心理、思想和行动上实现由传统人到现代人的转变……那么,这个国家的现代化只是徒有虚名。”<sup>[2]</sup>显然,英克尔斯着力强调现代人的心理、思想、态度等方面的现代性特征。因此,作为创造性劳动的主体,融媒时代的编辑工作者需要不断更新自己的旧观念、旧思想和思维方式,充分提升主体现代性,使自己具备一种“现代化”编辑意识,成为“现代化”的编辑主体。

融媒时代的新闻媒体想要提升传播质量,在激烈竞争中立于不败之地,就需努力培养编辑人员的现代化意识和业务能力。首先,新闻传播理论与业务的学习是提高编辑人员现代意识和业务水平有效手段。扎实的理论知识、娴熟的业务技巧、正确的新闻伦理和良好的专业主义精神,是编辑人员提高自身信息驾驭能力的重要保障。其次,良好的媒介素养对于现代编辑而言不可或缺。陈力丹教授认为,媒介素养分两个层次:一是公众对于媒介的认识和关于媒介的知识,二是传媒工作者对自己职业的认识和一种职业精神。对于新闻编辑而言,

媒介素养体现为正确认识传媒的社会职能,利用其影响力履行好社会和公众赋予传媒的社会责任。具体体现在业务方面就是在信息内容的选择、传播价值的判断、媒介通道的取舍、传播意图的确定和传播效果的再评估等环节中所表现出来的新闻专业主义精神和能力。新闻编辑的媒介素养也表现在他们对于信息的认知、选择、理解、评估和消化能力等方面。所以,提升有用信息的攫取能力,把握好诸如国家战略、民间舆情等宏观信息,对于编辑人员业务能力的提高大有裨益。

## 三、立体意识下的信息整合与增值

未来学家奈斯比特不无感慨地说:“我们拥有信息,却失去了思考的头脑。”这是人们在“知识爆炸”时代的一种无奈。融媒时代信息的海量是一种优势,也同时是一种劣势。“失去控制和无组织的信息在信息社会里不再构成资源,相反,它会成为信息工作者的敌人。”<sup>[3]</sup>在信息铺天盖地、信息载体与传播渠道饱和甚至过剩的时代,人们普遍感觉无所适从,这种情况使得新闻编辑有了发挥自己独特作用与价值的舞台。

作为一名编辑工作者,引导与帮助受众准确攫取与解读新闻信息,是他们在新媒介环境下需履行的新职责。为完成新职责,新闻编辑首先应该具备一种“立体意识”。“立体意识”强调在新闻编辑报道过程中打破单一的角度,并将新闻信息置于大的社会与历史背景中,实现多维度、多层面和多关联的动态性报道。这样做的目的,就是让受众能从时空的错综复杂的交错中准确定位出该新闻信息的那个“织点”,从而实现新闻报道的价值拓展与信息增值。例如,对于利比亚前领导人卡扎菲被杀这一突发新闻事件,人们所关注的不仅仅是“卡扎菲如何被抓”“怎样被打死的”这样一些浅层次的问题,更多的人可能会对卡扎菲与西方国家的历史恩怨、北约发动利比亚战争的真正动机、利比亚战局对中国国家利益的影响,以及中国在国际问题中的形象与角色等问题感兴趣。这就需要新闻编辑具备一种宏观意识和立体意识,从表象的新闻事件中挖掘出更多有价值的新闻素材,从一个新闻“织点”拓展到全球视界,从新闻事件的偶然中追寻国际局势走向的深层原因,从而实现新闻信息的增值,满足受众期待。

融媒时代的媒介本身就具有一种极强的整合性,具备了与传统媒介截然不同的特点和功能。因此,立体意识下的信息整合除了对信息内容的把关与拓展外,还体现在编辑内容的编排形式上。譬如,网(下转第73页)

#### （四）移动搜索引擎

搜索引擎是打开网络信息海洋的钥匙，如今这把钥匙已经从传统网络阵地延展到手机平台上。移动搜索引擎最初是互联网搜索引擎的拷贝版，即直接将互联网引擎挪移至手机平台上，包括百度、Google等，其功能体验与互联网版本几无两样。更高层级的搜索引擎是移动运营商提供的官方搜索引擎和第三方专业手机搜索引擎。不过，从市场“赢家通吃”规则看，实力弱小的第三方手机搜索引擎如果不迅速壮大并形成品牌效应，迟早会被其他搜索引擎“吃掉”。

#### 结 语

不断发展的新媒体发展形势让人目不暇接，物联网、云计算、三网融合、新一代移动通信媒体带来媒介渠道的全新整合，差异化表达与超细分服务，给受众带来多点互动、移动表达、即时多向传播和即时分享的体验。未来新媒体究竟会趋向何处，相信没有人能给出言之凿凿的答案。从目前新媒体的发展趋向看，可以肯定

的是，未来媒体演化将取决于国家政策、受众的需求、技术的革新及能否创造信息的市场营销模式。与国外同类产业相比，现阶段中国新媒体发展仍处在初级阶段，其发展仍需要社会呵护与传媒行业人士持续努力。

#### 参考文献：

- [1] 秦承军.新闻业进入全媒体时代的必然趋势[J].青年记者, 2010(26).
- [2] <http://baike.baidu.com/view/4430629.htm>.
- [3] 物联网[J].科技浪潮, 2010(5).
- [4] 苏冠群.基于RFID的特种设备全生命周期公共服务平台研究[D].山东大学硕士论文, 2010.
- [5] 从2010到2011:新媒体发展的盘点与展望.<http://www.shengyidi.com/news/d-332218/>.
- [6] 王洪亮.云计算的起源与定义[J].科技浪潮, 2010(79).
- [7] 范以锦,常仙鹤.报业办网:要“穿新鞋走新路”[J].新闻与写作, 2010(5).

(作者单位:中南财经政法大学新闻与文化传播学院)

---

(上接第69页)络新闻中的“超链接”资料,就是一种利用网络媒介特点实现的信息传播在编排形式上的梯形、立体的架构。另外,将新闻编辑部打造成“多媒体新闻信息平台”也是实现信息整合的有效途径。传统新闻编辑部运营成本高,工作效率相对较低,而“多媒体编辑部”既可以提高工作效率,又可以实现信息共享共用,还能把网络编辑部和报纸编辑部等有机融合起来,节约人力资本。其实,发达国家的媒体集团(如英国广播公司、《每日电讯报》报业集团等)也在进行这方面的改革,目的就是让自己的编辑部成为最为先进的传播平台。建立“多媒体编辑部”的关键就是各种资源的“有机整合”,在充分融合的情况下,既能发挥出各个媒介的传播优势,又能实现统筹后的“增殖效应”。总之,新闻编辑的立体意识强调新闻信息的多维度、多方位、多关联展现,在信息整合的基础上实现信息增殖,使得信息内容对受众而言更具价值意义。

#### 参考文献：

- [1] 李彬.传播学引论(增补版)[M].北京:新华出版社,2000:234.
- [2] 阿历克斯·英克尔斯.人的现代化——心理·思想·态度·行为[M].殷陆君.编译.成都:四川人民出版社,1985:8,21.
- [3] 约翰·奈斯比特.大趋势——改变我们生活的十个新方向[M].北京:中国社会科学出版社,1984:23.

(作者单位:厦门大学新闻传播学院)