媒体融合时代

新媒体新闻编辑的转型与创新探讨

娄星区融媒体中心 陈倩

摘要：数字化技术为媒体融合带来了多元化的发展渠道，新媒体新闻编辑所处的媒体融合时代存在诸多职业挑战，伴随挑战一同存在的是更多的发展机遇。基于此，本文通过对新媒体新闻编辑在媒体融合时代转型与创新价值的分析，提出利于其转型的相关策略，并从实践发展视角探讨新媒体新闻编辑的创新，希望能够为新媒体新闻编辑提供一些适合媒体融合时代发展的相关经验。

关键词：媒体融合；新媒体；新闻编辑；转型创新

前 言

新业态、新模式伴随媒体融合进程的深入层出不穷，现阶段媒体的发展格局已经发生改变，舆论传播形式与以往大有不同。新媒体新闻必须以高质量发展为前提，找出转型创新的有效路径，从内容生产、信息聚合等多个方面构建新型的舆论阵地。那么，新媒体新闻编辑就需要具备媒体融合时代下的新媒体职业思维，加速自身的职业转型，向新形势、新格局靠拢。

一、媒体融合时代新媒体新闻编辑转型与创新的价值

新闻编辑在传统媒体格局中所负责的工作内容大多具有模式化特征，岗位职责、部门职能较为清晰，工作衔接顺畅度较高，但这种模式化的工作流程对于新闻信息数据的传播来说，在时效性上很难得到有效保证。新闻信息在发布之前通常需要经过多个部门审核，在这一流程中消耗的时间已经延误了信息数据传播的效率。因此，新闻编辑需要紧抓新媒体特征，突破模式化工作格局。新媒体新闻编辑需要掌握受众对新闻信息的个性化需求，使新闻信息更贴合受众的基本需求，但通常因传播手段较为单一，受众对接收到的新闻信息无法做出实时的信息回馈。基于此，媒体融合时代下的新媒体新闻编辑要以转型、创新为大方向，利用互联网技术优势，将网络作为新闻信息传播的媒介，在新闻发布的第一时间保持与受众的实时沟通，利用自身职业素养对新闻内容做出独到见解，用以扩大受众群体规模。

二、媒体融合时代新媒体新闻编辑转型的有效策略

（一）转变传统媒体思想

事实上，思想转型很难在短时间内完成，新媒体新闻编辑需要在媒体融合时代保持对编辑工作的敏感性，能够以积极的心态迎接新业态的诸多挑战，以受众的新闻获取需求为工作思维框架，对其进行充分的考量，从受众的角度思考，从而满足其需求，由此才能突破原有的新闻传统工作思维。另外，新闻信息的推送要注意内容上的多样性，使其最大限度上满足受众的新闻阅读兴趣。与此同时，要积极获取受众的反馈信息，与受众保持高效的沟通渠道，拉近新闻编辑与受众的距离，从而强化媒体融合时代新闻信息传播、处理的时效性。

（二）优化自身工作素养

首先，新媒体新闻编辑需要从信息数据收集方面落实相关工作。互联网技术创造了大数据时代，受众可以通过大数据获取大量的新闻信息，但这些信息内容却真假难辨，在冗杂的信息数据中精准找出真实性强、话题性强的热点新闻信息，是需要新闻编辑凭借自己积累的专业素养来完成的。其次，新媒体新闻编辑要落实海量数据综合整理相关工作。为了强化这一方面的能力，需要为新闻编辑定期举办专业培训，以强化新闻编辑对媒体融合时代新闻信息的专业认知，以此才能在新闻信息的采集、整理过程中不断优化自身的综合能力。同时，新闻编辑要具备严谨的法律意识，在采编新闻信息的过程中，保持高度的职业警觉，不要为了获取更多的浏览量走捷径，要保证新闻内容真实性。

三、媒体融合时代新媒体新闻编辑的创新实践

（一）提高受众参与度

新媒体新闻编辑可以为受众开通稿件征集通道，发布明确的稿件约束条件，其中包括稿件主题范围、内容基本格式等等，在既定的约束条件下能够提升新闻稿件的创作效率，受众也可以对新闻稿件创作方向有大致的掌握。同时，新闻编辑要与受众建立具有沟通效率的渠道，针对受众提出的问题或者对新闻栏目的建议，能够及时予以信息反馈。在与受众的沟通中能够对新闻创新的方向有所了解，以此可以反向引导受众新闻稿件的创作。另外，部分受众对参与新闻创作是具有高度积极性的，但因自身专业、经验不足无法参与深度创作，根据这种情况，新闻编辑可以给予一定的技巧性指导，从而提高受众的参与热情，逐渐提高其创作质量，同时也意味着新闻内容质量的提升。

（二）嵌入多媒体技术

媒体融合意味着新媒体新闻编辑需要在内容创作中嵌入更多的技术形式，由此达到丰富新闻内容的目的。基于此，新闻编辑要对不同媒体技术有充分的了解，这样才能在新闻创作中选择适合的技术类型。与此同时，新闻编辑需要对新闻传播渠道有一定的掌握，针对不同的渠道特征能够分析出其受众群体对新闻信息的基本需求，从而才能制定出具有针对性、个性化的新闻传播策略，保证新闻信息传播的效率性。媒体融合时代最大的特征是信息传播速度的提升，受众对新闻信息的需求已经从真实性逐渐上升为“真实+效率+个性化”，要求新闻内容能够以多样性的方式呈现出来。基于此，新闻编辑要尝试创新新闻采编模式，以吸引更大的受众群体，根据新闻类型可以适当选择VR技术、AR技术等为受众提供沉浸式的新闻体验，还可以增加新闻内容上的交互设计，强化新闻传播的互动性。

（三）探索新营销方向

新媒体新闻编辑需要在媒体融合背景下不断探索新的营销渠道，用以增强新闻品牌的市场影响力，提升受众关注度。常见的营销手段有：社交媒体、大数据技术、传播互动等等。另外，新媒体新闻编辑还可以与各线上平台影响力较大、形象正面积极的用户合作，提高品牌知名度，利用线上平台用户的影响力扩大新闻受众群体，让更多受众了解新闻品牌，从而达到预期的营销目标。在媒体融合的助力下UGC逐渐成为主流营销手段之一，各平台用户自主创作、共享信息内容，新媒体新闻编辑可以利用这种营销方式对其进行引导，参与其创造过程，使其制作出优质UGC，从而强化新闻品牌的口碑。

四、结束语

新媒体新闻编辑面对媒体融合时代的职业挑战，可以考虑从多方面做好准备工作，引导用户参与新闻创作、嵌入信息化、数字化技术、创新新闻品牌营销渠道等等，在实践探索过程中，新闻编辑自身的职业素养不断得到强化，逐渐适应媒体融合时代提出的各项职业要求。

参考文献：

[1]张晋.新媒体时代新闻编辑的角色定位与转型探析 [J]. 新闻传播 ,2021(12):94-95.

[2]李振营.论新媒体时代数字新闻编辑媒介素养的提升 [J]. 新闻文化建设 ,2022(7):21-23.