

新媒体矩阵背景下新媒体编辑应具备的能力素养分析

董晓晓 王林林

(山东省泰安市广播电视台 山东 泰安 271000)

[摘要]随着融媒体时代的来临,传统媒体为了顺应时代的发展而不断进行创新和改革,自媒体行业迅猛发展,使得新媒体矩阵应运而生。在这样的背景下新媒体行业更加注重报道的新奇性和时效性。为了抢得第一手的资料,一条新闻信息,会从不同的出发点被解读,新媒体编辑不可避免地存在切入点片面、望风捕影的现象,因此造成报道的新闻没有真实依据,容易成为“标题党”,甚至造成网络谣言。由此可见,在新媒体矩阵的背景下提高新媒体编辑的能力素养是非常有必要的。

[关键词]新媒体矩阵;新媒体编辑;能力素养

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.1251

虽然在新时代发展的影响下,我国已经全面地进入融媒体时代,但目前人们对新媒体行业的印象却并不友好,觉得新媒体就是新闻反转、新闻失实的代名词。为了保持新闻信息的新鲜性,新媒体编辑在制作和收集新闻素材的时候,望风捕影的现象时有发生,有时为了抢占先机而忽略新闻素材的真实性。新媒体编辑职业素养水平不高、新闻专业知识认知不足,从而降低了广大受众阅读的体验,造成误读、曲解新闻信息的现象。所以,提升新媒体编辑的能力素养是新媒体行业面临的首要问题。

一、提高新媒体行业的运营能力

随着互联网的广泛应用以及各类网络新媒体交流平台的不断革新,人们获得新闻信息的社交媒体以及网络平台的数量也在不断地增加中,新媒体矩阵在内容和平台数量方面都涵盖着众多的子项目,这也是其最大的特点和优势。各个子项目互相补充、互相推广、互相协助,可以开展协同联动,而这也是新媒体矩阵达到优质传播质量和效率的重要保障。所以作为新媒体编辑要充分地利用新媒体矩阵的特点和优势,对各个子项目的媒体平台和传播技术都要做到熟知和熟练应用,从而实现新媒体矩阵背景下新闻协同传播其1加1大于2的良好效果,进而增加新闻传播的经济效益。

新媒体编辑主要针对的是直播APP、短视频、微信、微博等方面的受众,这些用户普遍比较年轻,对新资讯的接收以及新事物的吸收能力远超过其他年龄的新闻受众。因此,作为新媒体编辑也要积极的创新新闻传播的运营模式,将网络平台的账号信息视为价值商品,并将自己的管理员身份向商品运营管理者方向进行转化。网络平台的用户就是网络运营的核心支柱,新媒体编辑要不断地通过各种渠道学习,来提升自身使用新技术的能力。除此之外,要具备运营直播平台、头条号、微博、微信公众号等多样性的媒体平台的能力,要具有敏锐的洞察力,能够快速地发现具有运营价值的新媒体传播的商品信息,与此同时对商品信息进行具体的分析和详细的了解,并对要运营的新闻信息的特点和优势以及发展历史等信息进行明确,进而为其选择合理的运营网络平台。

二、提高新闻发现的敏锐度,加强原创的力度

随着我国网络信息技术的大发展,新媒体行业要想取得高效的发展和建设就要始终遵循创新的原则,所以提高新媒体编辑发现新闻价值的敏锐度是非常有必要的。不仅要加强对新闻传播方式的创新,同时还要注重选择新颖的新闻素材,充分利用网络传播平台的优势创建新媒体矩阵,利用实时的网络信息共享的优势拓展新闻传播的范围,以便应对新媒体时代受众的特殊需求。

随着时代的发展,人民生活水平的提高,热点问题已经成为人们茶余饭后主要关注的社会现象,紧跟热点就是新闻编辑具有新闻敏锐度的具体表现。如在“2021年河南特大暴雨”发生后,包括新浪微博、微信公众号等新媒体平台迅速展开网评工作,旨在实现对受众群体的精确引导,在短短两天内便有大量志愿者前往河南救援,同时也有许多企业、个人捐款捐物,

特大暴雨所引发的洪水灾害因为报道及时而受到广泛关注,其所造成的危害得以进一步缩减。新媒体编辑能敏锐积极地、全方位地对时下热点进行传播和扩散,才能够引导受众关注正确的舆论导向,避免因对热点新闻了解得不够全面和深刻而引发其对个人或者事件的社会影响产生偏颇的想法。

新媒体编辑除了要有敏锐性之外,还要积极的创新原创新闻素材,个性化的内容才是吸引广大受众参与阅读的重要保障。因此,新媒体编辑在收集新闻素材的过程中,要加强对素材内容进行深挖的力度,探究出更多有报道价值的新闻素材,同时也要注意结合百姓生活,将当下流行的文化元素和人们生活的方式融入原创新闻报道中,而后借助先进的新媒体矩阵下的传播技术对新闻进行网络平台全覆盖式地推送,这不仅有利于提高原创新闻的社会影响力,也能够树立新媒体行业的公信力。

三、坚守职业道德底线,坚持正确的舆论导向,构建新媒体品牌效应

在网络信息铺天盖地袭来的情况下,真假参半的海量网络信息,大大增加了受众的阅读难度。受众缺乏足够的精力和时间对如此巨量的信息进行科学合理的判断,因此准确地辨别新闻信息的真伪、对网络新闻谨慎地选择,继而将其进行真实的报道和传播,引导受众关注正确的舆论方向,不仅是对新媒体编辑的职业要求,也是构建新媒体矩阵背景下新媒体品牌的重要措施。在2020年新冠疫情爆发时期,网上流传的“私家车数月无人认领 路人询问得知车主抗疫后去世”的新闻,有部分新媒体在未经有关部门证实的情况下,擅自发表言论报道,最后经过公安机关介入才得知是虚假信息。报道这样的不实消息不仅对事件当事人造成身心伤害和不良影响,也降低了新媒体公信力,对新媒体品牌塑造造成巨大的恶劣影响。品牌虽然没有具体的形态,但其品牌效应却对新媒体各行业的发展却有着非常重要的影响。新媒体编辑对报道的新闻素材要采用客观的、真实的报道和传播,切忌将自己的感官思想融进新闻报道中,在需要发表个人观点的报道中,也要充分考虑社会影响以及传播效果。

结束语

随着新媒体平台的增加和宣传形式的不断创新,其行业内的竞争表现在对受众群体的争抢,新媒体编辑的工作重点则成为维护现有受众群体、挖掘潜在受众群体。要想实现这个目标,作为新媒体编辑就要通过不断地学习和研究,提升自身的专业素养及技术。

参考文献

- [1] 曹晶晶. 浅谈新媒体矩阵背景下新媒体编辑应具备的能力素养[J]. 新闻研究导刊, 2019(9): 150-151.
- [2] 周紫岑. 浅谈新媒体矩阵背景下新媒体编辑应具备的能力素养[J]. 新丝路: 上旬, 2020(6): 0152-0152, 164.
- [3] 李峰. 新的媒体发展环境下对新闻编辑记者素质的要求[J]. 信息记录材料, 2019(6): 125-126.