

大数据时代新媒体新闻编辑观的转型策略研究

李春颜

盐池县融媒体中心 宁夏 吴忠 751500

摘要: 大数据时代, 互联网给人们提供了海量的数据资源, 同时也给各行各业提供了便捷。在这样的背景下, 新媒体编辑行业迎来了新的发展机遇, 但同时也为新媒体编辑工作提出了更高的要求。大数据时代背景下, 新闻传播需要顺应时代发展, 新媒体编辑人员就需要进行新闻编辑观的转型。基于此, 本文从大数据时代新媒体新闻传播的特点以及大数据时代新媒体新闻编辑转型的必要性入手, 展开对大数据时代新媒体编辑观的转型策略研究, 推动新媒体新闻的发展。

关键词: 大数据时代; 新媒体; 新闻编辑观; 转型

前言: 大数据时代, 信息技术的不断发展使得新闻传播模式从根本上发生了很大的转变, 从传统的电视、报纸以及网站等平台逐步转向微博、微信等社交平台, 对新闻传播产生深远的影响。大数据下, 出现了“数据驱动新闻”, 使得新闻事件的传播过程中, 更加侧重数据分析, 数据已经成为新闻事件的重要素材。也就是说, 大数据时代催生了新闻行业新的评价标准的出现, 促使新闻编辑观发生了变化。

1 大数据时代新媒体新闻传播的特点

1.1 信息庞杂, 良莠不齐

传统新闻模式下, 新闻编辑获取信息的途径相对较为单一, 而大数据时代, 新闻编辑面临的是互联网上海量的数据资源。这些信息不仅数量非常庞大, 而且良莠不齐, 很难鉴别信息的真伪。在这样的背景下, 新闻编辑挑选新闻, 需要考虑的东西更多, 需要更慎重。作为新闻受众, 也希望在大数据时代, 新媒体新闻可以打破传统编辑方式及手段的限制, 采用更便捷的方式将新闻直观展示到受众眼前, 为受众提供便利, 这就需要新闻编辑在面对海量的信息资源时, 具有敏锐的意识^[1]。

1.2 评论自由, 粘性互动

大数据时代, 新媒体的发展让信息传播变得更加快速, 也更加便捷。互联网的迅猛发展, 催生出各种各样的社交平台, 例如微博、微信、抖音等等, 具有更强的互动性。新闻传播过程中, 受众群体可以不受时间、地点的限制, 通过手机、移动设备等工具随时随地浏览新闻, 同时可以对新闻进行评论, 发表自己的观点, 也可以与其他受众或新闻编辑进行互动。这种互动具有极强的粘性, 导致很多受众经常粗略浏览新闻内容, 不关心新闻内容, 更加关注于评论和互动。

1.3 高速快捷, 方便迅速

依托互联网快速传播的特点, 新媒体可以更快地为受众提供新闻, 这是新媒体新闻区别于传统媒体的最大区别。在信息的检搜上, 新媒体同样具有传统媒体无可比拟的天然优势, 更加快速方便。同时, 人们不仅可以透过新媒体平台进行事件的传播, 而且大数据时代, 人人都可以当作传播者, 可以将事件发生的过程、结果作进一步传播。我们随身携带的手机, 就是一个便携的移动新闻平台, 让新闻传播和获取都变得更加方便迅速。

2 大数据时代新闻编辑观转型的必要性

2.1 编辑要求的改变

大数据时代, 新媒体的迅速发展, 使得编辑工作也发生来改变, 对新闻编辑工作提出了更高的要求。从新闻自身的临时性和突发性特点出发, 在大数据时代, 面临海量的信息资源, 新闻编辑需要具备更强的随机应变能力, 对新事件要有敏感度, 可以根据新闻事件迅速做出反应。同时大数据时代, 新闻编辑需要顺应时代发展趋势, 科学编辑新闻内容, 剖析新闻热点, 挖掘新闻事件的价值, 吸引人们的注意力^[2]。此外, 在新闻形式方面, 也要顺应时代发展趋势, 注意排版方式以及排版技巧, 方便受众阅读。从根本上来看, 大数据时代需要新闻工作加速转型升级, 适应社会发展趋势, 提升新闻编辑的能力, 推动新媒体新闻编辑迈向更高一层台阶。

2.2 评价标准的改变

传统新闻评价中, 一般采用的都是专家投票的方式来开展新闻评价, 评阅人对新闻稿件的质量起着决定性作用。而在新媒体平台上, 大众就是新闻评阅人, 可以依托新媒体, 及时收集受众的意见, 同时, 根据受众对新闻的评价和建议来分析新闻的质量, 将话语权转向受众, 提升新闻评价的参考价值。总之, 大数据时代, 新闻评价不再只由专家意见决定, 而是结合受众意见一起

决定, 具有更强的民主性。

2.3 编辑内容的改变

大数据时代, 新媒体传播新闻的方式多种多样, 新闻内容也更加丰富多彩, 再加上很多新闻内容都是网民自行发布到互联网上的, 通过自拍、短视频等方式吸引官方的注意力, 然后由官方根据网民发布的信息进行核实整合处理, 再次进行传播^[3]。在传播的过程中, 新闻编辑需要结合当下热点对新闻题目进行修改, 吸引受众注意力。因此, 大数据时代, 新媒体新闻编辑的转型, 需要依靠编辑人员来挖掘新闻的价值, 从受众视角入手, 引起共鸣, 加速新闻编辑观的转型升级, 推动新媒体新闻的发展。

3 大数据时代新媒体新闻编辑观转型策略

3.1 转变传统思想

大数据时代, 要想让新闻编辑快速转变编辑理念也不现实, 新闻编辑需要从自身的实际情况出发, 保持积极乐观的心态, 在解决新闻编辑环节存在的问题时, 从受众的视角来思考问题, 分析问题, 进而有针对性地解决新闻编辑环节存在的问题, 满足读者的需求。信息技术飞速发展的今天, 互联网上的信息层出不穷, 新闻信息必须紧抓读者眼球, 新鲜有吸引力。要想确保新闻信息的新鲜有吸引力, 新闻编辑可以依托信息技术, 运用新媒体技术, 搜集相关资源, 通过数据分析来评估新闻信息是否满足读者的喜好, 从而紧抓读者心理, 提高新闻内容的质量。同时, 要想获得更好的浏览反馈, 新闻编辑也需要拉近与读者之间的距离, 通过增加读者粘性, 了解读者的喜好, 推动大数据环境信息处理和传播的发展。此外, 人们的工作节奏越来越快, 新闻信息的喜好也逐渐转变, 更加趋向于碎片化而不是长篇大论^[4]。因此, 大数据时代, 新闻编辑应逐渐转变传统思想, 改建新闻编辑的方式, 注重实时信息的处理方法, 增加读者粘性, 推动新媒体新闻的发展。

3.2 提高编辑素质

大数据时代, 要想推动新媒体新闻行业的不断发展, 就需要新闻工作者顺应时代发展趋势, 不断提升自身的专业素质。因此, 新闻发布者更应该顺应时代发展趋势, 改进并更好地适应新媒体发展环境, 可以从以下几方面入手: 第一, 数据收集。互联网上充斥着各种各样的信息, 新闻良莠不齐, 新闻出版平台要想在这样的环境中, 提升新闻质量, 就需要有质量的取舍, 学会从大量的信息数据中挑选出质量高的内容来当作新闻的重点^[5]。随着互联网的普及率越来越高, 大量互联网用户会主动将新闻信息上传到互联网平台上, 新闻发布者需

要随时捕捉新鲜信息。虽然互联网给新闻发布者提供了更多的新闻素材, 但对于新闻受众来说, 由于大家的认知水平不同, 新闻根据受众的实际情况, 有针对性地进行选取再进行发布, 确保新闻质量。第二, 对数据进行排序。信息技术的发展, 使新媒体平台有了可融合的契机, 在对数据进行梳理和编辑的过程中, 要注意相关法律法规的内容, 新闻编辑人员也需要定期进行技术培训和筛选专业新闻知识的能力锻炼, 认真考察需要发展的新闻, 看其是否与事实相符, 不能采用夸张的方式进行新闻传播, 也需要及时将新闻事实进行发布, 确保新闻的新鲜性。同时, 在编辑新闻的过程中, 也要充分依托互联网, 深挖新闻内容的深度价值, 提升新闻内容的质量, 进而提升新闻发布平台的竞争力。第三, 数据的呈现。数据是最直观展示新闻内容价值的元素, 数据的呈现会影响最终受众群体的感官和对新闻的接收程度^[6]。新媒体技术飞速发展的背景下, 数据的呈现不再只是单一的文字表达, 也可以采用视频、音频以及图片等方式来进行呈现, 也可以常采用组合的方式来进行呈现, 例如视频与图片结合等, 有利于人们及时获取新闻内容。在数据呈现中, 仍需要注意新闻的真实性, 不能夸大新闻内容, 虚假呈现。

3.3 满足公众对新闻信息的需求

一般意义上, 新闻的受众是广大人民群众。在传统新闻传播方式下, 新闻的受众群体往往是年龄较大的中老年群体。但在大数据时代, 新媒体新闻要更加清晰自身的定位, 明确自身的受众群体中还有年龄较小的年轻人群体, 重新定义新闻的价值和角度。一定程度上, 可以说新闻的受众群体在不断增加。因此, 新闻编辑人员也需要适应社会发展趋势, 夸大新闻视角, 从年轻人群体角度来思考问题, 了解当前新闻受众的真正需求, 在确保新闻内容真实性和客观性的前提下, 及时发布新闻信息, 并在信息中增添年轻一代受众群体喜爱的元素, 满足年轻一代受众群体的需求, 适应大数据时代新媒体新闻的发展。

3.4 确保新闻内容的客观性、真实性

新闻传播的前提就是确保新闻内容的客观性以及真实性, 而确保新闻内容的客观性、真实性就需要在新闻编辑阶段客观地进行新闻报道。部分新闻内容为提升新闻点击率, 吸引更多的粉丝, 往往会利用新闻题目, 夸大新闻内容, 做“标题党”, 打“擦边球”, 这样不仅不会提升新闻内容的价值, 也很容易引起受众群体的反感。同时, 在新闻编辑过程中, 经常会遇到这样的情况。部分新闻内容在提供给新闻编辑时, 采用的往往是

图片和文本相结合的形式,导致新闻内容在采集过程中出现不真实的情况,发生虚假报道,对于图片的新闻信息进行随意捏造,尽管事后相关新闻编辑人员也已经做出了相应的澄清和道歉,但其带来的负面影响也是不可估量的,短时间内很难消失,影响新媒体新闻的发展。此外,大数据时代,网络监测数据更为便捷,新媒体不负责任的新闻报道很容易被监管部门监测到,进而被约谈,最终惹祸上身,将新媒体新闻的路越走越窄。因此,大数据时代,在新媒体蓬勃发展的今天,新媒体新闻要想转型升级,就要确保新闻内容的客观性和真实性,防止出现新闻内容失真的情况发生,给新媒体新闻发展带来不良影响。

3.5 创新新闻内容编辑方法

大数据时代,传统媒体也并不是没有任何优势。新媒体发展的同时,也需要与传统媒体相结合,二者融合发展,推动新媒体新闻迈向更高一层台阶。从当前的新媒体新闻来看,新闻发布逐渐从传统的广播式形式,向视频、音频以及图文相结合等形式转变,在趣味性、美观性等方面存在一定的优势,但在政策把握以及深度剖析新闻内容上,传统媒体更有优势,大多数新媒体新闻编辑在这些方面还需要不断提升。大数据时代下,新媒体新闻编辑如果可以取长补短,学习传统新闻编辑的优势,取长补短,一定程度上可以增强读者的感官意识,强强联手,取得更好的新闻效果。同时,从新媒体受众群体出发,新媒体编辑在编辑新闻内容时,为满足不同年龄层受众群体的群体,可以采用图文结合的方式进行新闻编辑,扩大新闻受众群体。例如,许多电视台已经创建了官方微博、公众号,为提升读者粘性,有针对性地开设了互动栏目,拉近与读者之间的距离,提升了新闻的灵活性和互动性,扩大了新闻受众群体,提升了

新闻收视率。此外,在新闻编辑过程中,新媒体编辑人员还应注意编辑技巧的使用,在确保新闻真实性的前提下突出新闻关键词,将关键词放在引人瞩目的位置上,紧抓观众眼球,吸引观众注意力,让观众可以及时捕捉到新闻内容。同时,需要仔细检查标题是否对仗工整,是否可以体现新闻的价值,确保新闻的质量。

结语:综上所述,大数据时代,新闻编辑行业应顺应时代发展趋势,从以下几方面入手,加速转型升级。第一,从思想入手,转变传统思想,合理利用新媒体技术,增加读者粘性,提升新闻质量;第二,从编辑入手,提高编辑的综合素质,做好数据收集、排序以及呈现,提升新闻竞争力;第三,从受众入手,满足公众对新闻信息的需求;第四,从新闻内容入手,确保新闻内容的客观性、真实性,提升新闻质量;第五,从编辑方法入手,取长补短,创新新闻内容编辑方法,推动新媒体新闻迈向更高一层台阶。

参考文献

- [1]李茜.大数据时代新媒体新闻编辑观的转型策略分析[J].新闻文化建设,2021,000(018):P.25-26.
- [2]王健.探究大数据时代新媒体新闻编辑的转型[J].西部广播电视,2022,43(5):175-177.
- [3]肖永生.试论大数据时代下新媒体新闻编辑观的转型[J].环球首映,2021,000(008):225-226.
- [4]刘铁林.大数据时代地市级新媒体融合与发展策略研究[J].卫星电视与宽带多媒体,2022(004):000.
- [5]秦勤.新媒体时代传统新闻编辑转型策略探析[J].新闻研究导刊,2022,13(19):146-148.
- [6]姜晓丽.大数据时代记者编辑工作的"智能化生产"路径研究[J].中国新通信,2023,25(12):83-85.