

# 论融媒体时代 新闻编辑的专业素养——节制

庄勤珠

融媒体时代，信息稀缺已成为过去时。互联网技术、即时通讯技术让我们可以随时随地接收信息，也可以随时随地发布信息。然而过多的信息、便捷的通讯技术也给我们带来一些社会问题。本文拟针对目前信息传播出现的一些问题，有针对性地阐述“节制”是新闻编辑的重要专业素养。

## 一、融媒体时代，编辑对于新闻发布量的节制

过去很难想象，信息有一天会成为一个过剩的东西。在任何时代，信息都是最重要的东西，但这仅限于优质、高价值的信息，并非所有信息都具有高价值。而现今最大的问题是信息过剩。信息海量推送，各种垃圾信息无处不在，以至于人们很难在浮泛的信息中分辨出有价值的优质信息来。新闻原本承载着厚重的传播价值和沟通使命。然而在各种公共平台、私人朋友圈里，人们却不得不面对各种假消息纷飞、即时发出又被快速辟谣的新闻，不禁让人们新闻的真实性发出了质疑。“一项最新的媒体内容消费调查显示，在大约6000名接受调查的美国大学生中，有将近一半的人表示，他们对自己在社交媒体上能否辨识出假新闻表示怀疑。36%的受访者表示，因为假新闻的恶劣影响，他们对所有媒体的信任度都降低了。同时，68%的学生认为自己的信息过载，51%的学生则认为他们无法判断哪些新闻是重要的。”<sup>①</sup>假信息、劣质信息满天飞给人们甄别信息增加了难度，同时过量的信息发布也导致了信息接收者头脑过载。

（一）太多的信息量导致头脑只顾着不停接受信息，却忘记了腾出时间和空间来消化信息。

就如孔子所言，“学而不思则罔，思而不学则殆。”只是一味接收信息，一直处于“学”的状态，让人产生了一直在获取信息的满足感，以为一直在学习、一直在进步，实际上这只是一“成长的错觉”。尽管脑中塞满了信息，实际上可能是一无所获。过多信息量超出了大脑接收度，导致无法消化，无法给信息接受者带来后续有益的行动，正如一部低内存的电脑无法存储运行巨量的数据。

（二）不停歇的信息推送打扰了人们的专注力。信息要转化为长期记忆并最终落实到有效行动上，需要的重要因素是专注力。不停歇的信息推送，让用户（读者）不停地刷手机，不停地被新信息所干扰，反而影响了注意力。另外，快节奏的信息推送也给用户注入了信息获取的瘾性行为，没有给深层思考和信息转化为行动留足空间，最终无益于提升用户的思考能力和行动力。“互联网所鼓励的持续不断的精力分散……互联网发出的各种刺激性杂音，既造成了有意识思维的短路，也造成了潜意识思维的短路，因而既阻碍我们进行深入思考，也阻碍我们进行创造性思考。”<sup>②</sup>《全媒派》刊载的调查也显示，有人已经感觉到被打扰的不安，“大多数学生会因为收到紧急新闻感到沮丧，例如一个主修自然科学的同学则说，她讨厌Facebook的信息流新闻，认为这是对她的一种打扰”。<sup>③</sup>频繁的信息流新闻让人们注意力频频被干扰，专注力被严重影响，时间被切断成碎片，难以完成复杂的深度工作。

比如，这次新冠疫情之下，所有的新闻重心都是关于疫情的各种相关报道，关于每天新增数据，各省数据及应对政策、措施，疫情下

的人生百态等。身处其中，难以独善其身。所有人都迫切地希望得到最新的消息，以指导自己今后的行动：要不要出门用餐，何时可以自在地买菜，各地通行有何要求。此时人们的衣食住行无法离开来自互联网的各种信息。为了满足受众需求，各媒体都将“疫情相关信息”高频次推送给用户。这样做可以增加粉丝对此公众号的粘性。然而，高频次的推送同样也有负面效应。“我们上网的时候，常常会把身边的其他事情忘得一干二净。就在我们忙于处理通过电脑传送过来的各种符号和感官刺激的过程中，现实世界不断向后退却。”<sup>④</sup>从受众角度看，如果一个人长期关注无数高频次的推送号，高频次的信息推送预期易让受众产生焦虑情绪，同时也让人将很大一部分精力放到网上，而忘却了现实生活的真实与丰满。

从终极的意义看，用户接触到的都是信息碎片，只是整个世界图景的一小部分。仅凭无数的小碎片无法拼成一个完整的世界。更何况，大数据给每个人定制了最符合个人喜好的推送，每个人接触到的都是自己想看的信息，大部分人只能在“信息茧房”中自得其乐。而目前大部分人注意力、专注力缺失，无法忍受长视频和长文章，注意力只能集中几分钟、甚至短到几秒钟。为迎合需求，流行的视频越来越短；一个复杂的信息，也要撕成碎片方才呈现到用户面前；公众号文章为了让粉丝获得更愉悦的阅读效果，很少使用长句，一句复杂的长句要揉碎了变成短句再呈现出来。一个简单的道理也要用几个例证来反复说明。受众获得满足的时间越来越短，也越来越失去耐性。长此以往，则很难在深度思考能力方面有所提升。表面上得到了来自全世界的消息，实际却是脑中空空。

(三) 信息过载对受众的思考能力提出了更高要求——即有独立的思考能力、有个人主体意识，可以辨别真伪，可以在一堆信息泡沫中找到自己所需要的有价值的信息。这就是受众的媒介素养。然而在“拟态环境”中，受众只能通过“新闻供给机构”去了解身外世界，人们的行为已经不再是对客观环境及其变化做出的反应，而是对新闻机构提示的某种“拟态环境”的反应，从而产生脑海图景。在这种环境中，受众的主体

意识来自何方，又要以什么作为现实参照呢？尽管目前“受众”的地位已经有了很大提升，但是仍要警惕受众作为接受者的被动。作为信息的接受者，当我们天真地以为获取的信息可以成为头脑的滋养，却不知其仅为转瞬即逝的快消品。长此以往，受众可能失去思考的空间，只会被动接受信息，而失去独立思考的能力。

从媒介机构运营的角度看，不断发布碎片信息的确可以在制造焦虑中吸引住受众，但是这无法成为核心的市场竞争力。纵观当下微博大号，其背后是大量人力物力的投入，一般媒体难有如此实力与其比肩。若采用同等策略，一是量上达不到同一个层次，二是新闻质量上，也难有竞争力。因此，编辑不妨将精力从“追逐最新新闻、发布更多信息”的重心转移到另一种策略上来：少而精。数量上可以节制一些，在新闻选材方面可以进行多样化尝试，沉下心来了解受众组成、喜好，进而深耕选题。比如深耕本土本地资讯，深耕垂直领域等，而不是企图将所有信息一网打尽。

不管是从受众角度、还是从媒体机构运营的角度看，“节制”都是必备的专业素养。技术的方便是一个很大的诱惑，技术的掌握及运用则需要编辑有更大的自制力。

## 二、融媒体时代，编辑对于新闻“真实”追求的节制

长期以来，客观、真实一直是定义新闻的第一要素，追求新闻的客观真实也是新闻人的基本素养，这是无可质疑的。在新闻实践中，从业者需要突破种种障碍而实现新闻的客观真实性。但是一味暴露黑暗面的新闻也有其负面效果。在各种法制新闻、社会治安恶性案件报道中，对暴力、人性阴暗面的过多展示，尤其是不加节制地展示，会带来更多负能量。比如恶性杀人案件、性奴、打架斗殴、偷拍，大量的负面新闻，没有带来太多正能量，着眼于“恶”的展示，只能满足受众的猎奇心理，增加受众的心理情绪负担；一些突发的、质疑现行社会秩序、道德标准的不良事件被大量报道，挑战公众原有的道德判断标准，引起受众的负面情绪，甚至可能引发盲目从众或其它一些过激行为，扰乱社会正常秩序。当然，“优秀的报

道者往往在负面题材中发现积极的因素，即使发现不了积极因素，也会以建设性的态度处理消极因素，给人以警醒、鞭挞、反思，取得正面题材报道难以取得的正面效果；而蹩脚的报道者，面对某些负面新闻题材，不但发现不了里面暗藏的向上的力量，而且会以猎奇、欣赏、把玩的心态进行报道，使人徘徊于感官的刺激当中，难以获得精神的震撼、洗礼与反思，难以消弭人与人之间的冷漠，相反会扩大对社会的恐惧与不安全感，造成极坏的负面效果。”<sup>⑤</sup>恰当处理负面题材，为避免可能引发的负面效果，对报道者提出了更高的要求，也要求报道者花更多的精力来处理相关报道。然而，在实践中，因激烈的媒体竞争环境，有些报道未经核查就匆忙刊出播发，严肃的媒介机构这方面可以做得更多，但更多的自媒体、公众号为赢得公众注意、为抢时效，往往没有更审慎的考虑，从而导致目前的网上“负面消息”到处飞的情况。

过多的负能量不但影响了人们的安全感，甚至引发了个别受众头脑中的某些恶念。这些负面性新闻的负面效果远大于正向的警示意义。杨春潇特别指出了负面新闻对价值观正在形成的大学生的负面效应：“瓦解大学生情绪体系，增加负性情绪体验；腐蚀大学生的认知功能，弱化个体理性思维；破坏大学生的社会信念，影响社会行为”。<sup>⑥</sup>从情绪、认知到行为，一些大学生会受到负面新闻的负面影响，众多的新闻受众同样逃不开这种负面影响。尼采曾在《善恶的彼岸》中指出，“与怪兽搏斗的人要谨防自己因此而变成怪兽。如果你长时间地盯着深渊，深渊也会盯着你”。<sup>⑦</sup>每个关注负面新闻的人都要提防自己被黑暗所吞噬。

### 三、融媒体时代，编辑对于展示物质欲望的节制

消费社会的图景很大部分是大众媒介拼接而成的。目前媒体存在的一个问题是：过多宣扬社会的物质欲望。除了商家赤裸裸的召唤之外，在各个微博微信信号的软文推送和整个社会的物质氛围影响之下，“新闻”在其中处于一个什么样的位置？是推波助澜者，还是冷静旁观者，抑或是身处其中而不自知呢？

任何一个有职业操守的新闻媒介运营者，

都不会将“物质”作为追求的目标，但是在各种报道中，却可能在有意无意透露出“物质”上的追求。比如《高颜值女逃犯被通缉后落网曾被12辆悍马迎娶进门》<sup>⑧</sup>，这条新闻标题中有几个关键词“首富”“炫富”“美貌”，正因为跟这几个关键词联系在一起，“逃犯”才成为被报道的对象。表面上是一条逃犯的新闻，背后却能嗅出金钱的味道来。再比如《开奔驰车进故宫女疑似在ins重新炫富》<sup>⑨</sup>，《2个熊孩子连掰14辆奔驰车标，其中2辆迈巴赫12辆奔驰》<sup>⑩</sup>，还有2019热点新闻《兰州奔驰女车主坐奔驰车上哭诉维权》，几个新闻事件都有一个关键词“奔驰”，这几条新闻却让人对“有钱人”的神秘生活充满了想象。公众对于“有钱人生活”的想象和认知是通过各种社交媒体的“炫耀”和新闻媒体报道得到的：尽管过着普通人难以企及的优裕生活，但他们也可能会碰到消费维权事件，他们也有孩子教育的难题。三个新闻事件，媒体把人们对于“富裕”的过度向往及想象夸张性地展示了出来。

虽然新闻是客观呈现真实的事件，但是新闻的视角、选题是有主观性的。新闻采编人员的视角既受到社会普罗大众价值的影响，也会在潜意识中迎合受众的物质欲望。因而在新闻中也能清清楚楚地看到作者（编辑）的欲望是真实存在的，新闻的叙事角度、行文、关注点等无不展示了清晰的物质欲望，这可能是新闻报道者的欲望，也是新闻受众的欲望，各种欲望交织出了一张强大的物质欲望的图像。

麦克卢汉指出“媒介即信息”。在融媒体时代，媒介的触角无孔不入。受众以为通过“新闻”可以了解真实的世界。实际上，受众接触到的不过是被“解读”的信息。相对于文字的间接、抽象而言，图像，尤其是流动的图像是“更接近真实的”媒介。然而，“电视传媒通过其技术组织所承载的，是一个可以任意显像、任意剪辑并可用画面解读的世界的思想（意识形态）。它承载着的意识形态是，那个对已变成符号系统的世界进行解读的系统是万能。电视画面希望能成为一个制度世界的元语言。”<sup>⑪</sup>这也意味着，即便是看起来十分“真实”的电视，也是一个可以对世界进行任意解读、编排的符号系统。



随着媒体技术的不断更新迭代，“真实世界”的画面将以越来越便捷的方式呈现到人们眼前。比如即时视频通话，比如网络直播，从形式上看，这些通讯方式都在宣示着自己“不加修饰”的真实性，这也给视频的重新编码披上一件更加真实的外衣。

在这个貌似真实的世界里，各种创业故事、各种发财致富的故事、各种有意无意的物欲展示直接呈现到了受众面前。而这么多故事里成为关注点的是财富的掌握者拥有物质财富带来的巨大享受，还是为社会发展做出的贡献？实际上，在媒体的引导下，大众关注更多的是其享受的巨大财富。因此我们也可以经常在媒体中看到很多身陷网贷的大学生，为了一个手机，或是一套化妆品，借了几千块钱，最后却利滚利，演变成数十万、上百万的债务。这些看起来不可思议的新闻事件，却真实地展示了一个小小的欲望最后是如何发展为深不可测的欲望深渊，最终当事人的命运成为了欲望的陪葬。为什么大学生容易成为网贷的牺牲品呢？因为经历过高考重压的大学生们到了大学，失去了学业的重压和老师父母的严厉管束，尚未进入社会接受“社会大学”的洗礼，更容易被“消费社会”的欲望所侵蚀。

现代经济学理论认为，消费是生产的基础，是推动整个社会生产发展的强大动力。这种观点让消费获得了正当性和合法性。然而，不断膨胀的消费欲望却给人类带来了不少问题，比如资源浪费、环境污染、生态环境恶化。这一切不得不让媒体编辑思考，在选择与处理海量信息的过程中，应该学会拒绝加入物欲和消费主义的喧嚣合唱，并在此基础上，帮助受众保有清醒认知。新闻第一要义是呈现客观现实，但是编辑却必须站在高于现实的角度，才能对大千世界发生的种种事件有一个清晰的认识，才能更好地引导舆论。

#### 四、结语

编辑应该考虑到每一条发布的信息的影响力，这才是对受众负责任的态度。编辑应该清晰地认识到，我们的认知具有时代性。无论如何，每个人所认知到的都只是大千世界的一块拼图。而新闻追求的是客观真实和时效。每一

条新闻都是认知拼图上的一个小碎片，众多的新闻为受众拼出了一幅完整的对世界的“认知图景”。相信每位有责任心的新闻工作者都在努力提供更接近真实世界的“认知拼图”。然而新闻工作者也要清晰地认识到，对于客观真实和新闻时效的追求，并不能让新闻等同于“事实”本身、等同于真实世界；执迷于发布更多更快的新闻，可能会导致发布的信息影响受众对于世界的真实体验和独立认知。

此文并非反对新闻对于客观真实的追求的必要，而是希望在此过程中能有所节制，有节制地表达，适当与新闻本身拉开一定距离，这样才能对于新闻本身看得更清晰。新闻编辑在热烈地拥抱这个时代的时候，还要有清晰审慎的眼光，保持一定的自制力，否则无法为观众提供有价值的正能量，也没有对观众真正地负起责任来；这样不但无助于媒介机构的运营，而且可能成为社会诟病缺陷的推波助澜者。

#### 参考文献：

- ①③《全媒派》微信公众号：《这届大学生如何消费新闻？虚假内容、过载信息依旧令人头秃》，2018年11月22日。
- ②④[美]尼古拉斯·卡尔：《浅薄——你是互联网的奴隶还是主宰者》，第150页，中信出版集团，2015年11月版。
- ⑤丁柏铨、陈相雨：《“负面新闻”及相关概念辨析》，《南京社会科学》2010年第1期，第134页。
- ⑥杨春潇：《新媒体时代下网络负面新闻对大学生心理的消极效应及干预策略研究》，《社会科学前沿》2018年第9925225期，第334—335页。
- ⑦[德]弗里德里希·尼采：《善恶的彼岸》，朱泱译，第90页，团结出版社，2001年9月版。
- ⑧微博号：新浪新闻，2019年7月26日。
- ⑨微博号：新浪新闻，2020年1月19日。
- ⑩微博号：Vista看天下，2020年4月7日。
- ⑪[法]让·鲍德里亚：《消费社会》，南京大学出版社，2014年10月版，第114页。

（作者单位：浙江电视台教科影视频道）