

新媒体：识其“大体”方得“大局”

程 斌

与传统媒体相比，微信公众号、APP客户端等新媒体具有时间快速、内容精简、形式丰富、标题新颖等特点。正确把握运用这些特点，新媒体作品可以获得合适定位，展现新时代媒体特征，赢得更多用户青睐。

一、新媒体是“刚刚体”

报道刚刚发生的新闻是新媒体的最大优势。发挥好这个优势，新媒体就具有了先发制人的首发效应，满足用户的求新需要。

2020年初，常山县委十三届八次全体（扩大）会议召开，主要任务是总结回顾2019年工作，研究部署2020年工作。我们在会议召开当天上午，通过“慢城常山App”推出两条快讯。第一条《刚刚，常山县委十三届八次全体（扩大）会议召开》，在会议开始后10分钟左右推出；第二条《定了，常山2020年的“365”这样奋斗！》，在会议结束后的10分钟之内推出。

为做好这两条快讯，我们做了“慢慢磨”的文章。会议召开前一天，编辑部争取拿到未定稿的县委全会报告，采编研读报告，商定快讯内容：第一条主要推送全会的主要任务，第二条主要推送2020年的工作着力点。报告的第一段是讲述全会“主要内容”的，第一条快讯内容就基本敲定。关于2020年工作，报告都有明确具体的阐述，抓住要点概括，快讯内容就有了。这样，两条快讯内容在会议召开之前，就初步走了一次采写审核流程，并按照新媒体版式作了编排。

这次全会除了安排文字、摄像两名记者，还增加一名摄影记者。会议上午8:30开始，前方文字记者一边听报告，一边核对报告内容，现场内容若对报告作了修改，并且与快讯内容有关的，及时与后台编辑沟通。摄影记者先拍

摄含有主席台和会标的全景图，迅速发给编辑。编辑进一步审核第一条快讯，配上会场全景图，上午8:42推出第一条快讯。为体现“刚刚发生”的特点，快讯内容具体写明会议开始时间：今天上午8:30。第二条快讯，图片可以多几张，编辑接到会议结束的信息，即时推送。

这两条快讯前呼后应，重点推送的是第二条。第一条快讯让用户产生“常山2020年怎么干”的心理预期，第二条快讯让用户的心理预期得以实现。从阅读转发情况看，第二条快讯更有“刷屏”“霸屏”的报道效果，让关心常山发展的社会各界人士在最快的时间里，大致了解常山的重大时政动态。

报道刚刚发生的新闻，除了要提前做好准备，还对采编即时互动交流、正确把握新闻内容提出了更高要求，是团队练兵的一次检阅，也是媒体提升公信力、影响力的良好时机。这种“刚刚体”的报道，还是要把信息准确放在首位。

二、新媒体是“简约体”

新媒体首先要报道好刚刚发生的新闻，把具体、全面、深入的报道任务让位给报纸、电视等传统媒体。所以，新媒体内容要简洁，抓取用户最想获得的信息推送，收到直抵用户心灵的报道效果。

常山县举行今年第一批重点项目集中开工仪式，我们推送了这条快讯。县领导在开工仪式上介绍了全县2019年重点项目推进情况、本次集中开工项目基本情况以及这些项目对本地经济社会发展的带动作用。在商量快讯内容时，我们确定报道重点是本次集中开工的10个项目的大概情况，除了常规简讯内容，还进行列表，简明扼要地展示了10个项目的名称、地点、实

施时间、投资额度等信息。全县2019年重点项目推进情况和本次集中开工项目对本地经济社会发展的带动作用等内容,适合传统媒体做深入报道,安排在县“两会”召开前后的“2019年度工作回眸”和“2020年工作展望”等专题、专版刊发。重点项目集中开工,常山每年都要举行多次,预期报道效果不会很好。快讯推送出去,阅读量却呈现“井喷”。对此,我们做了分析,因为内容精要到位,所以很多用户阅读后产生了转发念头。但如果报道面面俱到,内容庞杂,用户看了就看了,不会为我们点赞,更不会自觉转发及让更多的微信朋友分享这条信息。

简约不是简单。内容简单大体是以字数、篇幅来衡量,简约不仅仅是指篇幅尽量简短,更是指报道要研究用户需求,符合当今“快餐式”阅读的时代特征。简约的报道,不是“抓到篮里都是菜”,对内容不加选择;也不是随意“去头掐尾”,对内容任意“砍伐”,而是深入谋划、精心采写、创新编排的新闻精品。

三、新媒体是“综合体”

报纸富有文字的感染力和图片的冲击力,广播节目凭借磁性的声音吸引听众,电视报道拿画面解读新闻以画面取胜,传统媒体各有所长。新媒体报道形式可以有文字、图片、音频、视频、抖音、H5等,把丰富多样的报道手段综合起来,融为一体集中推送。

新媒体作品《收到朋友圈求助,常山教师夫妇半夜护送学生急诊》讲述了这样的故事:某天后半夜,常山一位小学生发高烧需要急诊,孩子父母不在身边,陪伴的奶奶不会使用网约叫车平台,非常焦急。后来,这位奶奶想到了微信朋友圈,于是她拍摄了一段视频发在朋友圈,寻求帮助。当时,这位学生的班主任刘老师正好醒来,随手拿起手机刷朋友圈,刷到了这条求助微信,刘老师和同样是老师的丈夫说起此事。之后,刘老师夫妻驾车把患病的学生及其奶奶送到医院急诊科,由于就诊及时,孩子没有大碍。

这是一则普通的暖心新闻。第二天上午,采写这条稿件时,我们拍摄了刘老师与在外地工作的学生母亲通话报平安的视频,察看了这

位奶奶微信的相关聊天记录,发现常山教育界一个微信群大片点赞这对教师夫妇的评论。我们还拍摄到学生奶奶登门感谢老师的场景。编排稿件时,我们把这些相关内容作了合理剪裁,恰当地运用到报道当中。新媒体报道既有文字介绍故事的来龙去脉,也有教师与家长远程互动的视频资料,还有奶奶感谢教师紧紧握手的图片,以及相关微信聊天的截图。这些内容有的可以还原半夜发生的故事,有的可以印证半夜救助的事实,有的赞扬老师的凡人善举。各种报道方式的综合运用,让报道内容丰富起来,新闻故事的真实性得以展现,现场感更强、更真实。

综合运用各种报道方式,要讲究合适的策略,不能不管需要与否,追求方式多样,随意堆放各种素材,这样会造成过度消费报道方式的累赘之感。

四、新媒体是“标题体”

这里说的“标题体”不是“标题党”。“标题党”是极度追求标题严重夸张,以标题吸引眼球博得点击量,帖子内容通常与标题完全无关或联系不大。“标题体”则是追求标题合适、巧妙。题好文一半,这个纸媒的报道规律也适合新媒体作品。

有的标题一览无余,是对新闻故事的提炼概括。以《收到朋友圈求助,常山教师夫妇半夜护送学生急诊》为例,用户看了这个标题就基本了解事情大概。怎样做好概括?这里有讲究。用词用语要有“卖点”,甚至有“引爆点”。“朋友圈”“教师夫妇”“半夜护送”等词语,都可以引发一般用户的广泛关注。在朋友圈看到求助,要不要伸出援助之手?可以看了不管,当作没有看到,何况还是半夜。但是这对教师却管了,更显其精神可嘉。单个教师关注度可能不高,“教师夫妇”就不一样,用户会想知道是哪对教师。

有的标题半遮半掩,激发用户阅读内容。常山开启“作风治理年”活动,其中一项大的活动是组织全县县管干部分期参加作风建设专题培训。按照常规,报道可以“常山县县管干部作风建设专题培训班举行”为题,这样的标题四平八稳,不能说不好,但不是可以吸引用

户的好标题。新媒体报道把标题改为《这成为常山干部热门必修课》，改后的标题说到新闻主体“常山干部”，但没有明确说出他们做了什么、效果怎样等内容，这是新媒体引导用户的一种“打开方式”。

有的巧用修辞，让用户会心一笑。《定了，常山2020年的“365”这样奋斗!》，标题中的“365”用了双关修辞，是吸引用户的一大亮点。“365”一般会让人想起一年365天。快讯

中，“3”是指开展“三年活动”，“6”是指实现“六大突破”，“5”是指强化“五个保障”，“365”巧妙地概括了全年的工作要点。这个修辞让用户产生“常山2020年天天都奋斗”的联想，催人奋进，给人力量。

纸媒要在语言文字上下功夫，新媒体也要注重构思，讲究辞章，富有文采，标题尤其如此。

(作者单位：常山传媒集团)

