

互联网语境下新闻采编融合报道初探

周健军

近年来，在以数字技术和网络技术为核心的信息传播技术的推动下，媒体格局与舆论生态发生了剧烈变化。尤其是移动互联网技术的快速发展，重构了新闻传播业态，革新了内容生产方式，也改变了用户获取信息的习惯。

传统媒体在应对新形势、新情况、新格局，面对激烈的网络冲击，该如何调整？如何转型？如何与新兴媒体融合发展？显然是摆在传统媒体面前的一个紧迫且深刻的课题。笔者曾在记者、编辑岗位待过10年，目前已在新媒体岗位工作了5年，作为转型5年的媒体人，笔者想以2019年昆明市“两会”融合报道为例，谈谈新闻采编中的融合。

一、提前介入策划，小分队作战

互联网传播是移动化、社交化、视频化、互动化，以小快灵为主，传统思维下的大兵团作战已经不太适应互联网语境下的传播需求。所以在重要的新闻事件中，可以说小分队作战已经成为标配，文字记者、摄影记者（兼图片和视频）、编辑、美工、视频后期制作人员，再加一个指挥协调人员，就可以组成一个强大的内容生产联合体，办办从采到编到新媒体推送到报纸刊登的全过程，省去了传统采编上很多无效环节，提质增效。

2019年昆明市“两会”开幕前半个月，都市时报融媒体中心已经对整个“两会”期间融合呈现方式进行了策划。此次策划的要点在于，如何突破以往传统的会议报道模式，比如以会写会、来料加工等，在“两会”这个重大议题之下，能够凸显与老百姓之间的互动，集中突出平台特色，形成报道亮点。

多次讨论之后，决定在前期启动“捎话上两会直播”，在室外搭建直播间，邀请市民在镜头前与主播互动，收集民意民声。这些民意将由

都市时报记者传递给参加“两会”的代表委员。在会期，除了常规的会议报道外，充分利用中央厨房，邀请专家进行访谈，充分解读政府工作报告中的亮点。

在报道的形式上，充分利用新媒体的特性，使用多种技术手段，体现融合报道特点，希望最终能形成内容丰富、产品形态多样的立体式的全媒体产品。

为此，中心组建了4人小分队，涵盖了文字、主播、摄影、美工、编辑等工种，很多工种其实由一人担当，比如文字记者，既要承担采访工作，又要担任主播，空闲还要兼职摄像拍短视频。在全媒体时代，记者显然必须是“一专多能型”复合人才。

二、充分利用新媒体手段，生产多样化的内容产品

报纸为什么没人看了？大家为什么不太喜欢坐在电视机前了？大家为什么一股脑都跑到网上去看新闻、刷视频、追剧？新媒体为什么能抓住用户？原因有很多，但有一点不可忽略，就是新媒体内容产品的灵动性、多样化和互动性，牢牢抓住了众多用户的目光。

2019年昆明市“两会”报道，我们就充分利用新媒体手段，推出了视频直播、短视频、音频、长图、图集、H5等各种形式的报道，让会议的报道更生动活泼、更具有可读性、可看性，让用户在某一新闻上停留更长时间。

“两会”预热报道“捎话上两会直播”，都市时报首次采用了户外搭建直播间的形式进行。线下视频直播总共进行了4场，将直播间搭建在了高新农贸市场、海埂大坝、大观商业城以及西部客运站。

首场直播活动就吸引了百人参与，首场活动过后，有市民写信亲手交到报社，一是赞扬活动亲民，二是补充她提出的建议。很多市民在看到首场活动的报道后，组团参加

第二场直播活动，一支由退休职工组成的广场舞团队专门赶到现场，带来舞蹈表演庆祝中华人民共和国成立70周年，现场气氛相当热烈。

4场户外视频直播过程中，我们对素材进行了全面的采集，图文、视频、声音等，采集传输到后方，迅速制作成了不同形态的内容产品，如图集《2019昆明两会·图片集——2019在昆明 我期待……》、音频作品《扫码听市民心声·短视频作品《2019昆明两会·短视频——捎话上两会活动蒙新站气氛热烈 倾听民声传达民意》《2019昆明两会——时报一点关注帮你“捎话上两会”》》、文字记者、既要承担采访工作，又要担任主播，空闲还要兼职摄像拍短视频，实现了一次采集、多次生成、多元化传播。

采编在形式上捏合成一个整体，保证了前后沟通高效，采集的素材及时传递到后方，后方依据策划的意图，迅速制作出相应的内容产品，如快讯、直播、音视频等，形成采编合力，这种操作方式省时、省力、省心，而且能够达到最佳效果。

会期报道，除了常规的稿件推送、图表制作，首次采用访谈形式呈现“两会”工作报告解读。在政府工作报告结束的当天下午，就邀请昆明市委党校两名专家做客中央厨房直播间，做了一次快速且有深度的解读访谈直播节目，并在同城首次采用思维导图的形式，对报告进行了图解。推出了《一点直播——2019昆明两会 专家解读政府工作报告》《2019昆明两会——专家解读政府工作报告：高质量发展的内涵贯穿全年》《2019昆明两会·图表——收好这张思维导图 看懂政府工作报告》等内容产品。

三、多平台分产品推送，让效果最大化

一直以来，传统媒体与读者发生重要关系的介质，是报纸或者电视或者收音机。随着移动互联网对社

会生活的渗透，用户获取信息的方式发生了巨大改变，新闻客户端、社交网络等新兴媒体逐渐成为人们尤其是年轻人获取信息的主要渠道。

最新调查数据显示，截至2020年3月，我国网民规模达9.04亿，较2018年底增长7508万，互联网普及率达64.5%，较2018年底提升4.9个百分点。其中手机网民规模达8.97亿，较2018年底增长7992万；手机网络新闻用户规模达7.26亿，较2018年底增长7356万。

显然，庞大的手机网络新闻用户让传统媒体面临着巨大挑战。在原有渠道受到冲击的形势下，各家媒体纷纷组建自己的“两微一端一抖”，试图在建设新的渠道之后，能够挽回失去的用户。都市时报也建设了自己的新媒体平台，如：一点关注客户端、官方微信、官方微博、官方抖音号、官方快手号、官方头条号等，在适应新媒体社会化传播的同时，也让传播效果最大化。

针对昆明市“两会”期间的策划，一点关注客户端开辟了“昆明两会”专题，微博开设#2019昆明两会#话题，并让不同形式的产品在不同的平台上进行传播，比如短视频，多在微博和抖音推送；图文在一点关注推送；快讯在微信和今日头条推送等，让内容贴合传播平台的特性，产生更大的社会效应。最终统计数据显示，2019年昆明市“两会”融合报道覆盖人群超过500万人（次）。

媒体融合发展是不可逆转的趋势，阵痛也好，曲折也罢，这条路必须坚定不移地走下去。新媒体愈加发达，从业人员会更加感觉到内容生产的重要性，而这正是传统媒体人的看家本领。因此，不管怎么融合、手段多么新颖，核心不会变，媒体人要守好看家本领，让技术为内容做好服务。

（作者单位：昆明报业传媒集团）

“互联网+”下的新闻传播仍是内容为王

孟祝斌

互联网的迅猛发展，网联网媒体的高歌猛进，加上传统媒体不断关门的消息充斥网端，让很多人哀叹：纸媒已死。

纸媒已死？不。只能说纸媒正在走在痛苦且曲折地转型之路上。纸媒，只是还没有摸清在互联网上的传播门道。而且，随着新媒体的纵深发展，越来越多的从业者意识到：原创内容依然是这个时代之王！不依附于内容的流量，越来越被抛弃。

在中央全面深化改革领导小组审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》强调，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。

“先进技术为支撑、内容建设为根本”，这句话说到根子上，也给传统媒体与新媒体融合道路指明了方向——内容永远至上，内容永远为王。

新兴媒体之新是新在传播方式，但也带来了谣言满天飞

业界并没有对新媒体有一个准确的定义，按照现下的理解，新媒体是相对于报刊、广播、电视等传统媒体说的，包括网络媒体、手机媒体等。利用数字技术、网络技术，通过互联网、无线通信网等渠道，以及电脑、手机等终端，向用户提供信息、服务的传播形态。

传播方式的快捷与容易，改变了人们的阅读习惯，也改变了媒体格局与舆论生态。在快速、海量、互动面前，传统媒体暴露了它的短板，大量的用户流失，转向了互联网，特别是移动互联网。

最新调查数据显示，截至3月，我国网民规模达9.04亿，手机网络新闻用户规模达7.26亿。

正是基于人人都是发布者、可以随时交流的新的传播方式，大量的读者从传统媒体转向了新媒体。这种快捷式、交互式的传播方式点中了传统媒体的死穴。

传统媒体上的互动交流一是在版面上开通互动，二是在线下组织活动。不管是哪种，都难以实现现在新媒体上实时交流互动。

而且谈到快，传统媒体，特别是纸媒就要望洋兴叹了。电视、电台可以直播，纸媒最多就是出月号。而这月号从组稿到排版到印刷，也需要3小时—5小时。因此，在实时推送的新媒体面前，纸媒一直提倡的所谓的“快”和“时效性”，简直不值一提。

新媒体的优势明显，但是劣势也非常之大。特别是不真实、不可靠的消息充盈，谣言满天飞。不少消息图快，未经核实就发布出来，事实上，它也无法核实。能做到这一点的，只有手握采访权的主流媒体。因此，我们总是会被一波接着一波“XXX去世”的消息冲击，最终来澄清谣言，依旧是传统媒体开办的新媒体，这是我们的主流权威声音。

辟谣是什么？是传统媒体内容服务的延伸。传统媒体能拿到最新、最核心的事实，但是新媒体拿不到。比如：云南著名企业家苏云安先生逝世一事，当天朋友圈里大家都在传，但是没有一家新媒体拿到了确切的消息，此时都市时报的资源优势就显现出来，从云南省120急救中心、医院得到了权威证实，苏云安确实逝世。

处于媒体剧烈转型期的传统媒体人，目光更应该下沉，更应该脚踏实地，更需要注重内容生产，踏踏实实做好我们的内容，这是我们最有力量、最擅长的武器。把这件强武器，嫁接到开办的新媒体上，以我之所长彼之短，胜利的曙光就会在前方！

（作者单位：昆明报业传媒集团）

先进地区新媒体的发展模式，适合云南媒体吗？

——浅谈赴上海考察新媒体的一点体会

彭德光

在互联网时代，传统媒体特别是纸媒的发展受到很大的冲击，大家纷纷谋求转型，以期赢得一席之地。在这方面，北京、上海、广东等地的媒体，在新媒体的发展上，意识是超前的，行动是快速的，技术是杠杠的，效果是真真的。云南本土媒体的转型之路，受制于资金、技术、人才、理念等，走得比较艰辛，成效并不是特别明显。

走出去，向先进地区的新媒体取经，也是一条路子。

笔者就有幸到上海考察了澎湃新闻、中江服务导报、解放日报等媒体的破局之道。本文试图从考察中的所见所思来探索，到底什么是适合云南本土新媒体发展的路子。

第一站：澎湃新闻

简介：澎湃新闻是集合了报纸、电视、App、广播、自媒体功能于一体的一个全新的新媒体。它有报纸的模式——做深度新闻，它也有电视的模式——做新闻直播，它更有App的模式，一天要推送几十条新闻，既有快讯，也有资讯，更有专题新闻……

体会：澎湃新闻从2014年运营至今，得到了大量财政扶持、上报集团鼎力支持，集合了大量优秀人才，主打时政新闻与思想分析，生产并聚合中文互联网世界中优质的时政思想类内容。但在新媒体阵痛初期，包括澎湃新闻在内，转型还是比较艰难的，大家都没有什么现成的路子可走，都没有一个可以完全复制的模板，大家都是摸着石头过河。所以，云南媒体在转型发展道路上，也是急不得、乱不得，没有必要过度妄自菲薄，得有对策、有方针，

脚踏实地地走下去。

澎湃新闻的模式，云南大部分媒体不可复制，一是没有资金支持，二是没有技术人才，但在局部，是可以借鉴的。《新京报》一位前总编辑曾说过，只有视频才能拯救传统媒体。澎湃新闻在这方面也做得相当不错，有专门的视频部，有直播部（含演播室），且投入了财力，一是购买设备，二是引进人才，在抢新闻的同时，视频、直播也同步跟上。

昆明一家本地媒体的摄影部基于这一块，目前已找到一条创新、赢利的路子，已形成较大的影响力。但这也像澎湃新闻一样，投入大量资金，一是用于购买设备，二是引进人才，扩大部门规模，成立视频部门、直播部门，和App深度融合，在做项目的同时，也要深耕新闻，才是进一步扩大影响力的根本。假如直播部门建设起来，在这一块上，将会有革命性的转变。其次，要培养出境记者，这需要学识渊博、嘴上功夫了得、高颜值的人才。澎湃新闻在这块上，人家是挖来了电视台的当家花旦。

澎湃新闻一位常务副总编辑说，报纸不会马上灭亡。但是，报纸上的内容如果不和App端、PC端差异化，会死得更快，报纸就是要做出和App端、PC端内容有较大差异的新闻，才会有人看。君不见，澎湃新闻也是要做出深度新闻的，没有深度新闻，它也牛不到哪里去。只不过，它也只是换了个载体而已。所以，云南媒体的深度新闻不但不能缩小，而且要加大，一是给予资金支持，二是增加名记者，只有做强做大幅度新闻，才是区分于App端、PC端差异

化的有力重器。

另外，还有一个思考，就是单独设立新媒体记者，把它和报纸记者严格区分开来，各负其责。新媒体记者重在快，发文字稿要快，做视频要快，做直播要得心应手，它就是专门给新媒体服务的，不和报纸上的新闻转型。而报纸记者就专门玩慢新闻，就像《重庆晚报》的上游新闻一样，做慢新闻。

第二站：中江服务导报

简介：《中江服务导报》是和北京的《精品购物指南》一样，一南一北叫得响的时尚生活类杂志。但在智能手机的冲击下，渐渐趋于没落，也在谋求转型。它的“中江生活馆”线下实体店，就是转型的一大步。“中江生活馆”在沪上开了7家，集书吧、餐吧、体验吧于一体。

体会：《中江服务导报》还没有也不敢丢掉纸质版的杂志，一旦丢掉，那就玩完了，它就没有了载体，失去了“生命力”。所以说，云南的报纸，还是得投入精力运作好，要形成一纸（报纸）一端（App端）双箭齐发，服务不同的读者群。

据《中江服务导报》的总编辑介绍，《中江生活馆》并没有做到真正意义上的支撑起整个杂志的发展。换句话说，其营收还是养不活一本杂志。因此，不管是报纸，还是杂志的实体店，要做到赢利，还是蛮难的。云南的媒体可以向“中江生活馆”借鉴学习，可以少走一些弯路。

第三站：解放日报

简介：上海市委机关报，最早创刊于1941年中国共产党延安时期。

体会：解放日报也像人民日报一

样，作为重要的党报，也在谋求转变。其中，解放日报也建立了自己的中央厨房，也有自己的App新闻客户端——上观。据主要负责人介绍，目前，解放日报的主要精力也是放在App新闻客户端——上观的打造上，他们较多的记者编辑也是在服务这一块，只有少部分人在做报纸的采编活计。

当然了，《解放日报》这种媒体，是不差钱的，所以它的中央厨房建设得比较好，做到了大数据化、重要新闻、热点新闻等等，在大屏幕上一目了然。《解放日报》也比较重视下午4点多的编前会，但它的操作模式是，先是值班主任和总编辑开一个会前的沟通交流，完了大伙儿再来开会研讨。可惜没有旁听到这个编前会。

云南的纸媒，也都会开编前会，是不是也可以借鉴一下这个模式，值班主任和带班领导先期碰头，先了解当天的新闻，做到心中有数，再来开编前会，效果可能会更好。

第四站：携程

简介：很牛的上市旅游网大咖。它既做线上的营生，也有线下的实体店。

体会：携程目前有4万名员工，要养活这么多的人，更要赚钱。秘诀在哪儿，技术、创新、人才、年轻，是它的发展根本。云南媒体的新媒体技术，除了采编技术外，视频和直播版块的技术，也是需要淬炼的。重要岗位还是要引进人才，还是要培养年轻人，让他们成长起来，这才是未来。

（作者单位：昆明报业传媒集团）

昆明市晋宁区烟草专卖局公告

予以先行登记保存。请卷烟物主于本公告发布之日起30日内到昆明市晋宁区烟草专卖局（地址：昆明市晋宁区昆阳街道办事处郑和路48号，联系电话：0871-67893625，联系人：李久生）接受调查处理。若逾期不来接受处理，我局将依据《烟草专卖行政处罚程序规定》（工业和信息化部令第12号）第五十八条的规定，依法对上述卷烟进行处理。

2020年7月30日，晋宁区烟草专卖局、晋宁公安分局执法人员，在云南省昆明市呈贡区彩龙路三志物流城一辆停放的车牌号为D*****重型半挂牵引车拖挂的挂车货箱内查获外用绿色塑料编织袋套装，内用白色透明塑料袋包装涉嫌违法运输的烟丝74件，共计1997.8公斤。因货主不在现场，经多方查找货主未果，根据《烟草专卖行政处罚程序规

定》第五十八条之规定，请烟丝物主于此公告见报之日起30日内到晋宁区烟草专卖局接受调查处理（地址：昆明市晋宁区昆阳街道办事处郑和路48号，联系电话：0871-67893625，联系人：李久生），逾期晋宁区烟草专卖局将按相关规定处理。特此公告。

昆明市晋宁区烟草专卖局
2020年8月4日

2020年7月29日，我局执法人员在昆明市晋宁区昆阳街道办事处南村村委会吾悦广场工地外场地摊查获的卷烟：红塔山（硬经典）84mm5条、云烟（紫）84mm1条、云烟（软珍品）84mm5条、云烟（红专供出口）84mm2条、云烟（硬小熊猫）84mm1条、红河（软甲）84mm5条、玉溪（软）84mm4条，共计7个品种23条卷烟，现我局已依法对该批卷烟