



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

地方新闻网站怎么做新闻？

时间：2006-11-20 10:26:24 来源：中国新闻研究中心 作者：林志彻 阅读739次

发稿：中国新闻研究中心

作者：林志彻

单位：福州日报社·福州新闻网

地址：福州市黎明小柳路85号

邮编：35002

因为地方新闻网站的发展起源于当地报业传媒，所以部分网站至今仍有报纸电子版的痕迹，有些虽称是网站，其实就是电子版。在这种情况下，网络媒体与传统媒体竞争时，劣势比优势更突出，本应有强势得不到展现。那么地方新闻网站要怎么做新闻呢？这里所说的新闻仅指地方新闻。本文试图以新闻的共同性、特殊性和规律性，论述地方网络新闻的基本采编方法，寻求改变采编失衡和新闻错位的途径。

新闻本土化

作为地方传媒，新闻本土化，这是不用争议和讨论的问题。关键在于，要怎么实现本土化，和实现本土化的程度。目前不少地方新闻网站的新闻大多来源于报纸，而报纸受版面等因素影响，新闻的“新闻性”会大打折扣，与网站的巨大空间资源不相匹配。

网络的即时性，为迅速传播新闻提供了优质的平台，网络一出现就具备了新闻本土化的肥沃土壤，或先天的优势。我们知道，不管是传统传媒新闻，还是网络新闻，都必须具备新闻的要素，需要解决的问题是，在尽可能地使新闻本土化时，我们需要做些什么，以及要怎么做。

人是第一要素，本土化意识是首要条件。时间进入2000年后，地方新闻网站蓬勃发展，传统媒体一些优秀的人才开始加入到网络行列成为中坚力量，这无疑是个很好的兆头。但是我们仔细观察发现，网站“编”有余而“采”不足的现象相当普遍，电子版的烙印深刻。解决问题的方法要立足一个中心，坚持两手抓：在编好传统媒体记者采写的新闻同时，网站要培养和拥有一批可随时调度的记者，并建立一支强势的通讯员队伍。只要在网站正常运营并具备盈利的条件下，实现这个目标不是件困难的事。

在此基础上，还必须在内容和形式上不断改进创新，内容的表现方式为频道设置的丰富可读性，形式的表现方式为页面设计的科学化。这就是说，我们不仅要不断优化和充实新闻，实现数量上的突破，在第一时间传播出最新的信息，还要使信息在整体页面上占据主要和主导

- 视频新闻新奇特强
- 民生新闻的网络新解
- 电子杂志应以内容为王
- 网络评论怎么评？
- 网络时代新闻的未来
- 网络新闻评论研究
- 网络新闻标题传播特征
- 网络新闻写作的12个技巧
- 浅谈网络独家新闻运作
- RSS出道：新浪新闻塌掉
- 深度撞击：撞击了什么
- 抢滩网上评论的新阵地
- 把好网络评论的度
- 冷眼看中国网络新闻
- 论网络时代的全时化新...

地位。甚至可以这么认为，地方新闻或信息在网站所占有的份量和数量，既是直接衡量本土化的重要尺度，也是本土化的着力点和归宿点，更是网站对当地网民的最大卖点。

标题信息化

网站巨大的空间满足了新闻量上的需求，这是优势也是劣性。优势就是网民可以从中快速地获取大量的信息；劣势就是因为网民素质的不同，在读取信息时存在认知和选择上的差距，以至影响对网站的认可度。这时候，在页面的标题就显得至关重要了。

一个好的标题，让人一目了然，看了标题就知道文章所含有的信息，这就是标题信息化。在大量信息并存的情况下，标题信息化而且引人注目，主要依靠编辑对新闻的熟练程度和对文字的掌握水平。标题信息化大致上有以下几种模式：

新闻要素型。新闻的五要素全部或大部分出现在标题，让人一看就知道什么人在什么时间什么地点做什么事等，事件性或突发性新闻较常采用这种方式。这种形式比较常见，便于阅读和快速掌握信息，但掌控不好易显得呆板，不够生动。

要点提炼型。一条新闻可能出现不止一个人或一件事，编辑可以根据需要，以某个人或某件事为基点提取标题，角度的选择、简练的措辞和准确地表述文章的精髓与编辑的水平息息相关。这种类型标题可以把最重要的信息表现出来，极大地吸引网民的注意力，但也可能把一些信息漏掉，需要网民从文章中获取。

内容综合型。一些综合性分析文章或深度报道等，有时候在要素上和要点上不好操作，就需要全面地综合全文的内容，以概括性文字总结出文章的要义。这一类型在形式上同样可以从不同角度表现一个或几个信息，但一旦把握不好，易流于一般化和平淡化。

热点深度化

大量网络新闻同时存在，让重要新闻从一般新闻中脱颖而出，吸引网民的眼球，达到提高点击率目的，目前一般网站的做法大约有三种：一是做成专题，二是追踪报道，三是综合报道。

那么怎样的新闻才可称为热点新闻呢？热点新闻要怎样深度化呢？热点新闻可以理解为需要即时传播的与生活密切相关或在当地有重大影响的信息，网络的优势和任务在于能迅速地把信息传播出去，所以热点新闻深度化是网络新闻的重头戏。一般认为，热点新闻一般要具备几个特征：重大性、突发性、连续性、可读性、贴近性。

对于热点新闻必须打破常规，采用非常手段处理，配置足够的资源支持，迅速发布快讯或形成滚动条等，在短时间内形成集束效应，为网了解新闻事件提供一条便捷的通道。从这个角度来看，热点新闻不是随便推出的，需要集多方智慧，一旦形成必能产生极大的视觉冲击力，成为页面上的旗舰资讯。

而时间跨度相对较长的新闻，在制作上虽然相对简单些，但无论是否有形成模块，编辑在编制时应该明确此新闻的延续性，比如在字体上可选择较醒目的颜色，突出其重要性；在关键字链接上填写一致，便于网民就可以在相关文章中阅读到此前的信息，了解事件的来龙去脉。

鉴于热点新闻的重要性，编辑在选择上必须慎之又慎，不可过泛，如果过多，很容易使网民在选择阅读时无所适从，体现不出新闻的“热点”。在页面上，比较通常的做法是，将热点新闻置于较上显著位置，可在第一时间进入网民视觉。

选材大众化

地方新闻网站与传统媒体一样，不仅要传播当地经济、社会和生活等资讯，还负有宣传党的方

针政策的责任，必须正确处理好二者之间的关系，因此在新闻的选材上既要满足网民的心理要求，又要坚持正确的舆论导向。

编辑是选择和整理新闻的最初者。一方面，编辑有新闻的选择权，必须考虑到点击率等因素；另一方面，新闻是以受众为中心，必须了解网民需要的信息和传播的方式。在题材的选择上，编辑必须从大众化角度出发，考虑到新闻“软”与“硬”，“新”与“旧”，“深”与“浅”，“长”与“短”的关系。

选材大众化可以满足不同层次网民的阅读诉求，题材大众化有两个方面内容：一是新闻的信息与大多数网民的生产生活有直接或间接的关联，二是大多数网民对新闻的信息有阅读的欲望。大众化选材实际上就是要使新闻贴近实际、贴近生活、贴近网民。

对于题材的选择除了靠编辑的“眼力”外，还有一些技术上的参数。比如点击率，我们不可能要求每条新闻的点击率都很高，但可以尽可能设法提高点击率，对于每天的新闻，可以通过点击率的高低，形成一个排行榜，然后以此作为调整和完善的方向。还有网民对新闻的评论或回贴的条数，从中可以看出网民对新闻的认可程度。

鉴于网民在网络新闻内容选择上有媚俗和娱乐的偏好，需要一定比例的“软新闻”，但是作为不断走向成熟的地方新闻网站要处理好“软新闻”与“硬新闻”的比例。因为大众化不等同于娱乐化、媚俗化，点击率、回贴或评论等不是网站的唯一追求，编辑在整合新闻过程中要防止煽情化。

文章管理: mycddc (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 新闻网站

- 探析我国新闻网站的问题与对策 (2007-7-31)
- 新闻网站新闻作品的视觉设计探讨 (2007-7-25)
- 新闻网站的“10条军规” (2007-6-21)
- 地方新闻网站差异化战略构建专题竞争力 (2007-5-20)
- 媒体要把握两个属性发挥两个效益 (2007-5-24)

>>更多

地方新闻网站怎么做新闻? 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

关于CDDC ◆联系CDDC ◆投稿信箱 ◆会员注册 ◆版权声明 ◆隐私条款 ◆网站律师 ◆CDDC服务 ◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization ◆中国新闻研究中心 ◆版权所有 ◆不得转载 ◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.