

36岁的艾德·欧科菲说：“我们做的一切都缺乏虔诚，但并不油嘴滑舌。我们去除了一切让人产生距离的花哨装饰。YouTube一代明白故事的演变过程。它有点脏，并不总是准确无误，但它是即刻呈现的东西。”

这里就是老派和新派之间差异的核心所在。我从来没有见过印刷媒体编辑大声说出这种话，但我的确听到过很多编辑表达他们的纠结，即到底该如何与数字媒体观念竞争，即快速发表比充分核查更重要。这并不是通俗小报不讲道德的表现；欧科菲是严肃的记者，他在试图寻找一个适应新世界的标准。

凯瑟琳·扎兰斯基曾经担任《华盛顿邮报》的监制，如今是“现在这个新闻”的第一执行编辑。扎兰斯基强烈主张把以印刷媒体为中心的新闻编辑室变成适应互联网速度要求的地方。《华盛顿邮报》的有些记者和编辑把她的工作等同于降低标准，但扎兰斯基并没有怪罪老同事：“当你失掉订户、金钱和朋友的时候，你会把焦点放在无形资产上——你的标准和声誉。要做出真正伟大的新闻报道需要多么大的耐心，但在新闻机构中，你并没有做到这些所需的预算。耐心是需要利润支撑的。”

“现在这个新闻”的新总裁希恩·米尔斯刚访问过幽默报纸和洋葱头网站，他在那里了解到现在的年轻读者已经抛弃了新闻报道的许多传统规范——现场报道、倒金字塔式新闻写作、谨慎地严守中立立场等现在似乎都成了洋葱头的嘲讽对象。但是米尔斯说，附着在传统媒体品牌上的可靠性让创业公司学到重要的教训：仍然是真理为王。这是建立信任度的问题。我们没有核查一切的资源，但答案在于透明度：“如果你不知道，就说你无法证实即可。”

#### 四

从国家广播公司和《华盛顿城市报》加盟 BuzzFeed 网站的 28 岁的珊尼·希尔顿肩负着一个使命，“我对自己提出

的要求是把更多传统遗传因子带到这个地方”，她说。作为副总编辑，希尔顿创立了 1 到 3 名编辑的文字编辑室，未来还有更多人将加入。

文字编辑现在要审阅 BuzzFeed 网站排行榜十大热门中的任何内容，这是一种可感知的迹象，说明读者群扩大导致媒体变得更加谨慎，意识到责任的增加。希尔顿的老板本·史密斯说：“人们往往把 BuzzFeed 网站看作你能够找到真正可笑内容的场所，但并不真正值得信任。现在他们逐渐认识到这里是一个获得新闻的地方”，而这需要文化的改变。

BuzzFeed 网站的用户群接受匿名性，却对动机和来源表示怀疑，史密斯相信要赢得该用户群的信任，不断发展壮大的 BuzzFeed 网站就需要更细腻的编辑途径。制作人仍然直接刊登常规性的非争议性的帖子，但若一篇报道作出严重的指控，“我们就要求它提供证据支持”，这已经接近编辑过程了，虽然从其他编辑的角度看似还不够正式。BuzzFeed 网站的叙述性特写和调查，将由特聘核查员进行内容编辑、文字编辑和事实核查。

像加盟 BuzzFeed 网站的许多制作人一样，萨玛·安妮·伯顿当时并没有多少新闻业从业经验，也没有多大野心。作为奥斯汀的女招待和博客写手，她只是从网上寻找酷的东西，然后与朋友分享。有人花钱让她做这种事，在她看来实在美妙之极。如今作为执行编辑主任，她负责 35 人的编辑团队。在回忆两年前的工作初期时，她说“我们很多人认为这是一家技术公司。自从本·史密斯到来后，我们学到在保持实验性态度的同时如何提高标准。随着 BuzzFeed 网站的受众、成员和利润大幅度增加，公司的目的已经发生某种转变，从利用酷的东西吸引眼球转向比较传统的欲望——与众不同。

长期为《华尔街日报》和美国独立非营利新闻机构撰写深度报道的记者马

克·斯库夫，已经加盟进来创办一个调查记者团队。认识到自己不仅是综合他人信息者，而且是揭穿真相的记者，他们也产生了其他变化：伯顿说“我们在几个月前开始做出纠正”。她已经不再使用搞怪的标题。“曾经有个时期一切都是游戏，只是为了在谷歌搜索引擎结果中跑在前面。但令人失望的搞怪标题可能产生反效果。”

伯顿仍然认为自己的工作是一种娱乐，但是她说“这界限已经变得模糊起来”。6 个月前从哥伦比亚大学毕业的 22 岁的里加·伊哈成为该团队的明星，因为她传奇性的文章“肥臀者才明白的 29 场斗争”，在第一个星期内就吸引了 480 万的惊人点击量。不过，虽然她喜欢列清单，但她最喜欢的故事仍然是讲述印度性虐待的 4000 字长文——该文她花费两个月写成，并经过 BuzzFeed 网站编辑 20 轮的编辑修改。

她说：“无论写什么，目标都是一样的。你必须写人们愿意读的东西。”

（本文原文为《Who cares if it's true? By Marc Fisher》，译自 [http://www.cjr.org/cover\\_story/who\\_cares\\_if\\_its\\_true.php?page=all](http://www.cjr.org/cover_story/who_cares_if_its_true.php?page=all)。作者马克·费舍尔 2000 ~ 2009 年在《华盛顿邮报》担任专栏作家和高级编辑，撰写地方、国际和个人问题方面的文章。他已经作为创业编辑两年，带领一帮作家进行创造性新闻业和实验新型讲故事方式。译者吴万伟为武汉科技大学外语学院教授）

#### 资讯

### 《纽约时报》推付费新闻客户端

最近，《纽约时报》在 SXSW 大会（每年在德克萨斯州举办的音乐盛典）上向媒体宣布将发布付费移动新闻客户端 NYT Now。NYT Now 每月收费 8 美元，它将为读者提供新闻专题策划，同时会把这些内容的要点用精心编排的导语提炼出来。（来源：搜狐网）