

The Production of Newspaper News in the Digital Wave

田秋生 肖桂来 著

仿佛一夜之间，手机俨然成为我们身体的一部分，人人都有了麦克风。

这是一个传媒变革的大时代，

曾经承载光荣与梦想的报纸将去向何处？

众声喧哗之中，

传统新闻业路在何方？

数字化浪潮中的 报纸新闻生产



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

数字化浪潮中的 报纸新闻生产

田秋生 肖桂来 著

The Production of Newspaper News
in the Digital Wave



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

数字化浪潮中的报纸新闻生产/田秋生, 肖桂来著. —广州: 暨南大学出版社, 2016. 2

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1689 - 4

I. ①数… II. ①田…②肖… III. ①报纸—新闻工作—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 289385 号

数字化浪潮中的报纸新闻生产

著 者: 田秋生 肖桂来

出 版 人: 徐义雄

策划编辑: 史学英

责任编辑: 黄 斯 邓铃妹

责任校对: 刘舜怡

责任印制: 汤慧君 周一丹

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州联图广告有限公司

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 263 千

版 次: 2016 年 2 月第 1 版

印 次: 2016 年 2 月第 1 次

定 价: 32.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前 言

数字化浪潮中传统新闻业的价值坚守

互联网情境下，变革成了传统新闻业的新常态。中央编辑部、大数据新闻、开放式新闻生产模式……传统新闻机构不断探索机构变革、产品创新与流程再造，希望扭转传统新闻业的颓势。具体到新闻生产者，没有了固定生产周期，变成24小时工作制，新闻条线划分变得模糊了，传统组织规范也被解构。

当下，微博、微信等新媒体形态层出不穷，我们所处的信息环境也处于不断变动之中，各种热点令人应接不暇。传统新闻生产者不得不以忙碌的姿态去适应这个“飞一般的时代”，目光所及之处都是一个变化的世界，未来让人惴惴不安。这种不安来自何处？在传统新闻业拥抱变革的浪潮中，我们丢掉了什么？该如何反思传统新闻业？在传统新闻业改造过程中，我们又该如何捍卫新闻业大厦屹立的理念根基？

一、传统新闻业的双重危机

（一）生产危机：传统生产体系失灵

在互联网大潮冲击下，当下传统新闻业的生产危机，不仅仅是传播渠道的失利，而且是整个传统生产体系的挫败。传统新闻业生产危机首先是渠道的危机。从纸媒到门户网站，再到移动终端，受众市场经历了几度迁移，报纸发行面临断崖式坠落，传统新闻业构建起的传播渠道在一定程度上宣告失利。

不仅如此，在人人是记者的时代，公民记者、自媒体不断涌现，新闻生产呈现出开放性、去中心化、去组织化的特征。随着微博、微信的兴起，微传播以病毒式传播优势让传统新闻业面临更大冲击，具有人格特征的微信公众号，相当于一个小型媒体，自媒体记者、参与式新闻生产，极大消解了新闻生产的专业化，把专业新闻生产者拉下神坛，他们的新闻生产几乎抛弃了专业化标准，个性新闻时代来临。

在此背景下，传统新闻业框架下的有关新闻、记者的基本定义，也变得有些与事实不符。传统新闻业所建构起来的专业标准、流程规范、组织文化也面临危

机，传统新闻生产模式面临颠覆性改造。

（二）经济危机：二次售卖模式失效

在互联网的冲击下，传统媒体陷入了经济困境，随着受众市场迁移，广告市场也跟随转移，报纸赖以生存的“二次售卖”盈利模式基本宣告失效。

报纸的“二次售卖”模式是指，将报纸通过发行渠道卖给读者，读者购买的是信息，报纸则通过发行量数据，把读者卖给广告客户。“二次售卖”模式是典型的注意力经济，它将读者的阅读时间和注意力物化为广告版面卖给广告商，广告版面之所以值钱，是因为它集聚了消费者的注意力资源。但在互联网经济形态下，这种模式却面临失效。一方面，报纸发行量直线下降；另一方面，广告商更加注重与消费者的互动，收集与消费者需求和行为轨迹相关的大数据记录，以及注意力与产品销售量的直接转换，而这正是报纸广告的短板，因此，传统媒体广告不断流失，流向新媒体平台。

二次售卖模式失效，又无法找到新的盈利模式，传统新闻业面临经济断供，也引发了裁员、停刊等冲击。令人担忧的是，传统新闻业经济危机会反过来加剧生产危机，直接影响新闻产品的质量，让传统新闻业危机陷入恶性循环。

二、传统新闻业的价值坚守

（一）人是新闻业的核心法则

当下，互联网技术逻辑让新闻生产出现了颠覆性变革，但不变的是人，即新闻业的生产者与用户群体。新闻的起点与终点都是人，新闻业因人的存在而屹立。一位纸媒负责人说，“无论技术如何突飞猛进，载体如何变化，记者的工作始终是要聚焦人：人的社会、人的感情，然后呈现给人看。人脑相对于技术来说，是相对稳定的。”

人是新闻业大厦的建构者、消费者。新闻业存在的理由和最基本的目标，就是为公众提供他们在自由社会活动中所需要的独立的、准确的、可靠的、全面的信息。“新闻满足了人类最本能的冲动。人们具有某种内在的需求（即本能）——去了解直接感知的世界之外究竟发生了什么。”^①新闻发源之初，就是为了消除人们对信息的不确定性，为社会提供充分的信息流动、观点交换，致力于建设一个公正公平、民主透明的社会。在媒介变革背景下，回归新闻业本源的思考，对于报纸走好转型路很有价值。

^① [美] 比尔·科瓦齐、汤姆·罗森斯蒂尔著，刘海龙、连晓东译：《新闻的十大基本原则》，北京：北京大学出版社2011年版。



1. 新闻变革，从改造人开始

在建构过程中，传统新闻生产者形成了专业标准、流程规范及组织文化。在新闻工厂，记者编辑像工人一样进行流水线生产，以天为周期推出新闻产品。就一件新闻产品的生产而言，也形成了操作指引，按照写导语的规范写导语，按照打标题的规范打标题，按照写消息的规范写消息，格式、叙述表达都有规可循。编前会、选题策划会，各种采编规章、考核制度，让编辑部有了自成体系的运作规范。

由于当下传统新闻业的变革，这些流程规范与组织文化，却变身为一种守旧势力，出于省力与惯性，我们不愿主动抛弃这些规范，不愿冲破组织文化的樊篱。

目前，有不少传统媒体在探索重组传统采编部与新媒体部，重新梳理生产流程，搭建中央编辑部，实现“一次生产，多次发布”。所以，对于传统新闻业改革，无论组织调整，还是流程改造，核心在于对人的改造——从改造从业者开始，继而重建行业文化，形成一套适合互联网时代的规范文化。

2. 内容改造，瞄准人的需求

新闻产品在使用过程中，受众有着自己的独立判断——“哪些可以真正满足我的需要？”受众的信息需求呈现出分层化：安全需求（信息知晓、环境瞭望、困境解决策略）、情感与归属需求（情感慰藉、宣泄，身份认同）、参与感与自我实现需求（观点表达、介入事件、寻求影响力）。这种层次划分贴合马斯洛需要层次学说。在需求层级划分方面，信息接收更多呈现出情境化消费与个性化需求的特征，在不同情境下，或不同个体人格条件下，每一个受众的信息偏好不同。

传统新闻业改造要有“用户思维”，即一种媒介内容存在，要有一定需求支撑。例如澎湃新闻、今日头条的火爆在于精准击中某种需求，传统报纸失势也源于需求失焦，或者说没有提供真正让用户满意的内容。

在内容生产中，新闻生产者应紧盯上述需求。例如：安全需求——要发布最权威的信息，以个性化方式讲清某政策变动对市民的具体影响，真正做到释疑解惑；情感与归属需求——我们要学会以受众喜闻乐见的话语方式疏导公众情绪，讲述边缘社会群体的故事，让社会理解他们、关注他们；参与感与自我实现需求——要开放新闻生产流程，让更多网友自主生产内容、融入专业生产流程，获得专业认可。在内容推送中，传统媒体应注重情境设定、个性偏好分析。原本模糊的受众，现在变成了一个个有反馈、有数据行为、真实而鲜活的用户。^①特别

^① 陈文武、汪震宇：《19楼产品经理的“心经”》，《中国记者》2014年第11期。

是在微信、微博等新媒体平台上，我们可通过大数据技术分析，获知每一个受众的用户特征、阅读偏好、行为轨迹等，从而为内容精准送达提供参考。

（二）品质新闻观：生产读者真正需要的内容

与其他工业流水线上的产品不同，新闻产品大部分是思想产品，其中倾注了生产者的情怀与思考。一位纸媒负责人表示，“报纸、报社应该是最有知识、最具理性气质、最会用文字讲故事的媒体，适当超前于社会公众，未来永远如此。报纸应成为更有见识、更有知识水平的媒体”^①。之于社会责任、社会良知，互联网时代，新闻媒体平台应贡献一些严肃、有价值的话题，树立品质新闻业的标杆。

1. 坚守新闻专业主义理念

如何才能做出质地新闻？笔者认为，坚持新闻专业主义理念是一条可行路径。陆晔和潘忠党将新闻专业主义的要素归纳为五方面：①传媒是社会的公器，新闻工作必须服务于公众利益，而不是仅仅服务于任何政治或经济利益集团；②新闻从业者是社会的观察者、事实的报道者，而不是某一利益集团的宣传员；③他们是信息流通的“把关人”，采纳的基准是以中产阶级为主体的主流社会的价值观念，而不是政治、经济利益冲突的参与者或鼓动者；④他们以实证科学的理性标准评判事实的真伪，服从于事实这一最高权威，而不是臣服于任何政治权力或经济势力；⑤他们受制于建立在上述原则之上的专业规范，接受专业社区的自律，而不接受在此之外的任何权力或权威的控制。^②上述有关新闻专业主义的分析为当下新闻生产提供了指引。

在报道技术层面，笔者认为，在恪守准确、中立、公正的新闻产品标准的同时，我们应该注重更精准、更有趣、更加个性的表达。现在的受众越来越挑剔，对于新闻产品的要求提高了，不仅要耐读，更要悦读，要提高讲故事的能力，打造精致文本结构，这是为了让新闻产品获得更有效的传播力。

2. 致力于具有公共品格的内容生产

新闻业应是一项公共事业，新闻产品应是一种公共产品。有新闻学者认为，必须将新闻业规范地定义为一个具有公共使命的领域。挪威传媒学者约斯泰因·瑞普斯诺德指出，新闻从业者在很大程度上决定着公众对自己所处世界的认知，要保持新闻的公共品格，新闻媒体应首先为公民提供人人都可以自由言说的公共

^① 张宇：《纸媒高层领导关于转型的思考》，无限 135，<http://www.wx135.com/articles/articles/20141129/5479d831-8a48--4dfb-ac34-764102734e20.html>，2014 年 11 月 29 日。

^② 陆晔、潘忠党：《成名的想象：中国社会转型过程中新闻从业者的专业主义话语建构》，《新闻学研究》2002 年第 71 期。

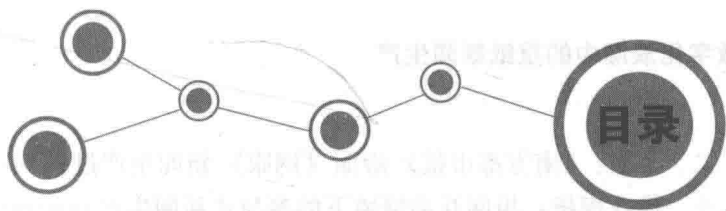
论坛。

新闻业不能缺少对公共事务的介入。哈钦斯委员会在《一个自由而负责的新闻界》中表示：“公共讨论是维系自由社会的一项必要条件，而表达自由则是开展充分的公共讨论的一项必要条件。公共讨论能加大和扩展心智的力度和广度，它是培养心智强健之公众的基础，如果没有这种东西，一个自治社会就不可能运转。”

这些理念对于当下传统新闻业改造具有警示意义。一方面，我们生产的新闻产品不仅要告知公众社会面貌如何，还要努力呈现社会运行的逻辑，还要引导公众发言，参与公共事务。笔者注意到，不少报纸媒体深耕社区市场，打造公众平台，引导公众介入社区公共事务，发表意见，这是一种很好的尝试。

另一方面，新闻业并非简单的“眼球经济”，新闻真正需要关注的是一些严肃而重要的事情。现在一些报纸媒体打造新媒体平台陷入“点击量”误区，对于新媒体稿件的评判往往简单地以点击量多少为标准，各种“标题党”层出不穷，也让一些低俗，甚至失实的新闻内容广泛传播。这些误区值得我们警惕。当下中国，新闻机构有很多重要的社会议题需要去关注。例如，在经济中国，金钱逻辑是怎样渗透到各个领域并滋生种种问题的？流动民工在城市化过程中面临怎样的沟壑，人的城市化该如何实现？在乡村社会，宗族文化与现代治理该如何融合？新闻学在某种意义上是社会学，帮助读者搞清楚大千社会是如何运作的，只不过新闻是以个体命运故事、群体人物的方式来呈现这些问题。新闻机构需要这样来自社会一线的调查，这些才是真正有益于社会、读者真正需要的稀缺内容。

田秋生 肖桂来
2016年1月8日



前 言	001
第一章 导 论	001
一、问题的提出及其价值	002
二、国内外研究现状和趋势	003
三、研究目标与具体内容	005
四、研究路径与具体实施	006
第二章 组织嬗变：报社机构调整与流程管理变革	008
第一节 报社机构调整	009
一、新媒体环境下报社机构的两阶段调整	009
二、“报网游离”：报网间未形成实质性互动	017
三、编辑部改造：融合编辑部重构报网关系	031
第二节 报纸新闻生产流程管理	046
一、“新闻工厂”和新闻生产流程	046
二、报纸新闻生产流程管理体系	051
三、流程管理变革方向：全媒体思维与流程管理官	082
第三节 小结：全媒体机构与流程改造	088
第三章 常规修订：报纸新闻生产过程中的变革	089
第一节 新闻工作常规	092
第二节 常规报道：新媒体因素渗透报纸新闻生产流程	093
一、常规报道与个案选择	094
二、个案：《南方日报》版面《广州观察》新闻生产过程	095
三、个案：《广州日报》版面《新闻蓝页》新闻生产过程	104
四、作用机制：新环境对常规报道的“边缘渗透”	116
第三节 新型报道：报纸报网互动栏目的新闻产制	119
一、“新闻事实网”：报网互动栏目勃兴的根由	120

二、个案：《南方都市报》版面《网眼》新闻生产过程	122
三、模式探析：报网互动情境下的参与式新闻生产	134
第四节 理论探讨：报纸新闻工作常规的修订	136
一、新媒体环境下新闻工作常规的修订	136
二、新闻价值标准更趋于公共性与失范性议题	142
第五节 小结：新媒体时代报纸新闻生产的范式转向	144
第四章 报网互动中的受众参与及议题生成	157
第一节 报纸、新闻与社会公共生活	158
一、迈克尔·舒德森基于美国语境的探讨	158
二、基于中国语境的考察	165
第二节 角力“39号文”：官民博弈的媒体呈现	168
一、事件背景与研究问题	168
二、报道分析	170
三、总结与讨论：关系重构与角色转变	181
第三节 报网互动栏目的议程设置	182
一、问题的提出	182
二、理论视角：客体议程设置与属性议程设置	184
三、整体研究：《网眼》所描绘的社会图景	185
四、“瓜农之死”报道个案分析	189
第四节 小 结	196
第五章 总结与讨论	198
第一节 总结：主要发现及有待进一步研究的问题	199
一、主要研究发现	199
二、有待进一步研究的问题	200
第二节 讨论：报纸向何处去	201
一、艰难的转型	201
二、报纸魂归何处	205
后 记	207

气象与农业气象学

第一章

导论

一、问题的提出及其价值

在麦克卢汉看来，“真正有意义、有价值的‘讯息’，不是各个时代的传播内容，而是这个时代所使用的传播工具的性质及其所开创的可能性以及带来的社会变革”^①。

本书的构思是在2010年年初，根据中国互联网络信息中心等权威机构发布的报告，截至2009年年底，我国网民规模已达3.84亿人，互联网普及率达到28.9%。手机网民数量迅速增长，规模已达2.33亿人，占整体网民的60.7%。手机用户达到7.47亿户，手机阅读用户达1.55亿户，2009年中国网络广告市场规模达207.3亿元，同比增长21.9%。^②

数年后，情况又发生了巨大变化，根据中国互联网络信息中心所发布的报告，截至2014年12月底，我国网民规模达到6.49亿人，互联网普及率为47.9%，手机网民规模达5.57亿人，网民中使用手机上网的人群占比提升至85.8%。3G的普及、无线网络的发展和手机应用的创新促成了我国手机网民数量的快速提升。^③

以互联网、手机媒体为代表的新媒体无情地吞噬着传统报纸的广告市场和读者市场，应对新媒体的挑战成为国内外报业最为迫切的使命。伴随新媒体的飞速发展，中国报业也加紧了数字化转型的步伐。自1994年起至2008年年底，在短短的15年里，中国报业已全部实现网络化，数字报纸已在我国的报业出版单位实现全方位普及。在手机报方面，全国报业已推出手机报1500余种。在利用新媒体作为新的载体形式的同时，国内报业集团也纷纷借鉴新媒体的流程，进行机构重组与流程再造。如2007年6月，广州日报报业集团设立滚动新闻部，将其作为报纸与网站融合的内容策划与管理机构；2008年3月，烟台日报传媒集团组建全媒体新闻中心，推行“全媒体战略”；2008年10月，杭州日报报业集团成立网络中心，推行报网合一战略。

2009年以来，报业的数字化转型步伐进一步加快。如《南方都市报》于2009年年底正式提出“构建全媒体集群”的构想，并随即开始了全方位的探索。2012年7月10日，广州日报报业集团运营刚满5年的滚动新闻部更名为全媒体新闻中心，正式启动“全流程再造、结构化升级”战略。

① 郭庆光：《传播学教程》，北京：中国人民大学出版社1999年版，第148页。

② 参见：中国互联网络信息中心（CNNIC）：《第25次中国互联网络发展状况统计报告》，<http://www.cnnic.net.cn>。

③ 参见：中国互联网络信息中心（CNNIC）：《第35次中国互联网络发展状况统计报告》，<http://www.cnnic.net.cn>。



一场数字革命正在报业内部轰轰烈烈地展开，互联网、手机等新媒体与报纸之间日趋融合，在此情势下，传统的报纸新闻生产也发生了深刻的变化。正是基于这一背景，我们提出了本书所研究的问题：在报网之间由互动走向融合的背景下，报纸的新闻生产机制发生了何种变化？这种变化带来了何种社会效应？对社会公共生活构成了何种影响？

在理论层面，探讨技术逻辑对新闻生产的具体影响，可以丰富和发展新闻生产研究领域的理论。在现实层面，本书所回应的是业界高度关注的现实问题：报纸如何应对新媒体的挑战，如何在数字化时代生存和发展？

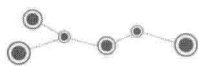
二、国内外研究现状和趋势

与本书直接相关的研究主要有两个方面：一是有关报网互动与报网融合的研究，二是新闻生产研究。

（一）有关报网互动与报网融合的研究

报网互动与报网融合已成为近年来学界的研究热点之一，也取得了一批有价值的研究成果。该领域的研究主要从以下几个角度展开：①新媒体技术的冲击及传统报业的应对策略；②国内外报网互动与报网融合的最新动态与趋势；③报网互动与报网融合的概念、关系、基本模式；④报网互动与报网融合背景下的新闻产制与受众参与的个案研究。

其中，对本书研究有重要参考价值的代表性研究成果包括：喻国明教授从印刷版与网络版优势互补的思路出发，提出报网互动的策略路线；闵大洪先生提出报网互动的核心并非报纸与网络两种媒体的互动，而是读者（网民）的积极参与及在这一过程中形成的媒体与受众的互动，乃至受众与受众的互动；蔡雯教授对报网互动的模式进行了总结与划分，并阐述了这些模式的特征及相互关系，此外，她还对融合新闻的特点进行了归纳：新闻消息源结构的改变与新闻传播主体的变化、新闻媒介组织结构的变化与工作流程的变化、新闻载体性能的改变与新闻传播方式的变化；林如鹏、顾宇对报网互动与报网融合的概念及关系进行了辨析，在此基础上对报网融合的三个层次进行了探讨；曾繁旭、周俊林和杨艾莉通过对《南方都市报》的《网眼》栏目的考察，观察报纸与网络对接的新闻生产机制，并探讨其与公共议题的关系；程晓萱通过对浙江日报报业集团的分析，探



讨了报网互动中的媒介呈现与受众参与。^①

(二) 新闻生产研究

新闻生产研究连接传播理论与新闻传播实践,探讨制约新闻生产全流程的各种因素及其作用方式、所带来的后果等。新闻生产研究在西方起于20世纪50年代,至70年代形成热潮,西方学者首先探讨的是个体的认知和心理因素对新闻生产的影响,随后拓展到媒介组织对新闻生产的影响,后来进一步发展到将新闻生产置入更为宽广的社会体系中进行考察。

如舒德森所言,在西方的新闻生产研究中,有三种研究视角被学者普遍采用:第一种是政治经济学的取向,该取向侧重将新闻加工的结果和国家结构、经济结构联系起来,和新闻机构的经济基础联系起来,分析文化产品的生产及流通与国家政治、经济和文化等体系的关系,这一取向主要出自英国的媒介研究。有关媒介技术的分析是传播政治经济学的一个重要专题,不过,传播政治经济学家对媒介技术的分析主要着眼于宏观的批判,对于新技术给新闻生产带来的具体影响却少有关注。第二种是新闻生产社会学的取向,这一取向相对中观,侧重将媒介作为社会组织来分析,试图了解新闻记者在工作中所做的种种努力是如何受制于组织和行业的要求,并如何影响最终的新闻产品的。这以布里德、塔奇曼、甘斯、费什曼、休梅克等人的研究为代表。第三种是文化研究的取向,该取向强调广泛的文化传统和符号系统的约束力,不考虑经济组织的结构或者行业惯性的特征。^②

国内有关新闻生产的研究起于20世纪90年代,目前处于起步阶段,主要研究成果有:陆晔从宣传管理、媒介组织、消息来源三个方面,对当代中国新闻生产过程中的权力实践展开了细致分析;洪兵对《南方周末》的新闻生产进行了个案研究;芮必峰从宏观的视野探讨了制约新闻生产的各种社会权力;张志安从编辑部组织的层面对《南方都市报》的新闻生产进行了考察;马锋依照休梅克的分析框架,从传者个体特征、新闻工作常规、消息来源、意识形态四个角度对现代风险报道生产偏向展开了研究;陈阳从个体新闻工作者的特征和意识、新闻组织

^① 参见:喻国明:《报网互动:从传统报业向数字报业的转型——当前中国传媒产业面临的三种转型(下)》,《中国传媒科技》2007年第4期;闵大洪:《开创报网互动的新局面》,《新闻实践》2007年第2期;蔡雯、陈卓:《试论报网互动的基本模式》,《现代传播》2007年第5期;蔡雯:《试论“融合新闻”的特点与运作》,《新闻战线》2007年第1期;林如鹏、顾宇:《媒介融合背景下的报网融合探析》,《暨南学报》(哲学社会科学版)2009年第1期;曾繁旭、周俊林、杨艾莉:《“报网互动栏目”的新闻产制与公共议题的生成》,《国际新闻界》2009年第10期;程晓萱:《报网互动中的网络媒介呈现与受众参与:基于对〈浙江日报〉报业集团报网互动的定量分析》,《武汉理工大学学报》(社会科学版)2008年第6期。

^② 参见:马锋:《现代风险报道生产偏向研究》,复旦大学博士学位论文,2008年;张志安:《编辑部场域中的新闻生产》,复旦大学博士学位论文,2006年。



的职业常规、新闻生成的社会体制情境三个层面对我国的妇女新闻生产展开了研究；田秋生从市场逻辑如何改变党报新闻生产的角度对《广州日报》展开个案研究。^①

综上所述，报网互动与报网融合已引发学界的高度关注，也取得了一批具有理论与实践价值的成果，从新闻生产角度切入的研究也有了零星个案。西方有关新闻生产的研究已有数十年的历史，并已形成了成熟的研究框架和丰富的理论，可为本书研究提供分析路径与理论资源；国内的新闻生产研究则尚处于起步阶段。至今为止，尚无人以媒介社会学的视角全面考察媒介融合背景下报纸新闻生产机制的变迁。

三、研究目标与具体内容

（一）研究目标

本书旨在通过对当代报纸新闻生产实践的考察，探讨报网互动情境下传统报纸新闻生产所发生的变化，发现新媒体技术在报纸新闻生产中的作用机制及其所带来的社会效应，尝试建构报网互动情境下报纸新闻生产机制与模式的理论，并探讨报业数字化转型的现实路径。

通过研究，对既有的新闻生产研究理论进行丰富和发展，并对报业应对新媒体挑战的经验进行总结，从而为学界、业界和政府管理部门提供理论资源。

（二）研究内容

本书的主要内容有以下几个方面：

第一部分探讨报网互动情境下报社组织的嬗变，属于媒介组织层面的考察。探讨的内容是：为适应报网互动与报网融合的需求，报社的组织结构出现了何种调整，新闻生产的流程管理发生了何种变化。

第二部分为新闻生产过程的数字化转型，属于个体新闻工作者层面的考察。主要探讨新媒体技术逻辑如何渗透到个体新闻工作者新闻采制的各个环节中，如何改变报社传统的新闻工作常规，如何改变报社采编人员的角色。

第三部分为报网互动中的受众参与和议题生成，探讨新媒体技术逻辑对社会公共生活构成的影响。主要通过具体的报网互动案例，分析报网互动情境下受众

^① 参见：陆晔：《权力与新闻生产过程》，360doc 个人图书馆，http://www.360doc.com/content/09/0103/08/16099_2249870.shtml，2009年1月3日；洪兵：《转型社会中的新闻生产》，复旦大学博士学位论文，2005年；芮必峰：《政府、市场、媒体及其他——试论新闻生产中的社会权力》，复旦大学博士学位论文，2009年；张志安：《编辑部场域中的新闻生产》，复旦大学博士学位论文，2006年；马锋：《现代风险报道生产偏向研究》，复旦大学博士学位论文，2008年；陈阳：《我国新闻生产的影响机制之研究：以妇女新闻为个案》，《新闻与传播研究》2006年第2期；田秋生：《市场化生产的党报新闻生产——〈广州日报〉个案研究》，复旦大学博士学位论文，2008年。



如何参与到新闻产制的过程中，推进公共议题的生成，进而改变事件的发展进程，促进社会问题的解决。

第四部分探讨报纸的未来，总结国内外报业数字化转型的新趋势，并对报纸新闻生产的未来展开探讨。

（三）研究的重点和难点

重点和难点一：发现报网互动情境下的报社新闻工作常规。新闻工作常规是型塑新闻报道面目的决定性因素，有着多重内涵：第一重是以倒金字塔结构为主体的文本结构常规、新闻路线分配等人力资源分配常规，同时还包括截稿期限、版面时段等资源分配常规；第二重是作为质量控制标准的新闻选择常规标准；第三重为媒介间关系的工作常规。由于新闻常规涉及多重丰富内涵，且渗透在个体新闻工作者的日常新闻采编实践中，需要研究者在准确把握理论概念的基础上，立足报社新闻生产的全流程，对新媒体技术所造成的报社新闻常规的变化，进行全面细致的研究。

重点和难点二：厘清报网互动所带来的社会效应。前面的考察主要是传者层面的研究，探讨的是在报网互动情境下作为传者的报社组织、个体新闻工作者的新闻生产过程发生了何种变化，第三部分的考察则关注受众角色的变化及其对社会公共生活构成的影响，是本项目的人文关怀所在，涉及价值层面。这需要研究者针对报网互动的新闻生产个案展开微观研究，了解受众参与的具体方式及其对议题生成和事件发展进程所产生的作用。

四、研究路径与具体实施

关于如何对新闻生产展开理论考察，西方学者具代表性的观点有：文森特·莫斯可认为，新闻生产社会学主要在三个层面上展开：制度的或大众媒介的政治经济研究、组织的或者媒介官僚组织施加的社会限制、个体层面抑或新闻工作者的社会化。吉特林则引用甘斯的论述强调了三个方面：记者自身、新闻的组织结构、新闻组织之外的制度或社会条件。舒德森则认为，对新闻生产影响较有力的是政治经济状况、社会网络组织及文化。在休梅克看来，对内容生产构成影响的要素有以下五个层面：个体新闻工作者、新闻常规、组织层面、媒介组织外部社会力量、意识形态。^①

综上所述，尽管各位学者的具体说法和侧重点有所不同，但基本上都包含了个体新闻工作者、媒介组织、社会体制与情境三个方面。休梅克的模式尽管包括了五个层面，但新闻常规与组织层面都是针对媒介组织的考察，可统一为媒介组

^① 马锋：《现代风险报道生产偏向研究》，复旦大学博士学位论文，2008年。



织层面。后两个因素则为组织所依托的社会体制与情境。因此，在研究取向上，本书遵从新闻生产社会学的理论框架，主要从个体新闻工作者、媒介组织、社会体制与情境三个层面去考察报网互动情境下报纸新闻生产所发生的变化。

就研究方法而言，本书选取质化研究的路径，综合采用访谈与实地调查、文献分析与逻辑演绎、案例研究三种方法。访谈与实地调查是当中的重点，其目的在于获取现场一手资料，了解新媒体技术逻辑如何渗透到报社新闻生产的各个环节，如何型塑最终的新闻产品；文献分析与逻辑演绎则主要应用于研究的初始阶段及论著的写作阶段；案例研究是为了具体考察报网互动情境下的受众参与和议题生成，从而探讨报纸新闻生产的数字化转型给社会公共生活带来的影响。

“新媒体环境下的报纸新闻生产”研究历时3年，具体过程如下：

(1) 2010年12月—2011年6月，展开前期案头研究。收集新闻生产研究和报网互动研究领域的研究文献，进行整理和分析，找到研究的逻辑起点，并确定访谈与实地调查的主题与具体实施方案。

(2) 2011年7月—2011年12月，课题组成员以实习生身份先后进入广州日报社、南方日报社、南方都市报展开参与式观察和深度访谈，收集来自报纸新闻生产现场的一手资料。

(3) 2012年1月—2012年12月，对访谈与实地调查所获得的现场实证资料进行归类整理与逻辑分析。

(4) 2013年1月—2015年4月，全面和深入研究。对实证资料与现有研究文献进行逻辑与理论分析，完成专著书稿写作。