



融媒时代普通高等院校新闻传播学类核心课程“十二五”规划精品教材

丛书主编◎张 昆

新闻编辑学

谭云明 郑 坚◎主编

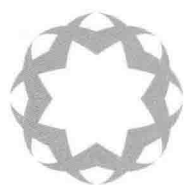


Journalism



华中科技大学出版社

地址: www.hustp.com



融媒时代普通高等院校新闻传播学类
核心课程『十二五』规划精品教材

丛书主编◎张昆

新闻编辑学



主 编◎谭云明 郑 坚

副主编◎罗新河 陈 端

编 者◎（排名不分先后）

谭云明 郑 坚 罗新河 陈 端 田 静

向 鹏 常志刚 袁丽红 许 静 邓 庄

李端生 周 丽 张远见 徐 然 全嘉琪

陈秋云 谭 巧



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 提 要

本书从融媒时代新闻编辑的新特点和新挑战视角出发,紧扣新闻编辑工作的策划、编稿、编排等关键环节,详细介绍当代新闻编辑的基本知识和技能,既展示出各类新闻媒介编辑的共性,又展示出各类新闻媒介编辑的个性。同时,对特色类新闻的编辑知识和技能也进行详细介绍,从而突破传统新闻编辑学教材过分强调报纸编辑而忽视其他类媒介新闻编辑的局限,使读者对新闻编辑学拥有一个完整而系统的知识体系。全书视野开阔,体例新颖,行文生动活泼,既有较系统的理论阐释,也有较强的实用性。

本书既可作为高校新闻传播学专业本科生适用教材,也可作为全国新闻传播学硕士研究生入学考试参考书,同时也可作为新闻媒体从业者和爱好者学习用书。

图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑学/谭云明,郑坚主编.—武汉:华中科技大学出版社,2015.8
融媒时代普通高等院校新闻传播学类核心课程“十二五”规划精品教材
ISBN 978-7-5680-1150-1

I. ①新… II. ①谭… ②郑… III. ①新闻编辑-高等学校-教材 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 194775 号

新闻编辑学

Xinwenbianjixue

谭云明 郑 坚 主编

策划编辑:周小方 陈培斌

责任编辑:刘 烨

封面设计:原色设计

责任校对:曾 婷

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)81321913

录 排:武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷:武汉鑫昶文化有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:26 插页:2

字 数:600千字

版 次:2016年1月第1版第1次印刷

定 价:48.00元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



融媒时代普通高等院校新闻传播学类 核心课程“十二五”规划精品教材

编辑委员会

主 编 张 昆 （华中科技大学）

编 委 （以姓氏拼音为序）

- | | | | |
|-----|------------|-----|------------|
| 蔡 琪 | （湖南师范大学） | 舒咏平 | （华中科技大学） |
| 曹 丹 | （黄淮学院） | 唐海江 | （华中科技大学） |
| 陈先红 | （华中科技大学） | 陶喜红 | （中南民族大学） |
| 陈信凌 | （南昌大学） | 魏 奇 | （南昌理工学院） |
| 董广安 | （郑州大学） | 吴廷俊 | （华中科技大学） |
| 段 博 | （河南师范大学） | 吴卫华 | （三峡大学） |
| 方雪琴 | （河南财经政法大学） | 吴玉兰 | （中南财经政法大学） |
| 何志武 | （华中科技大学） | 肖华锋 | （南昌航空大学） |
| 季水河 | （湘潭大学） | 萧燕雄 | （湖南师范大学） |
| 姜小凌 | （湖北文理学院） | 徐 红 | （中南民族大学） |
| 靳义增 | （南阳师范学院） | 喻发胜 | （华中师范大学） |
| 廖声武 | （湖北大学） | 喻继军 | （中国地质大学） |
| 刘 洁 | （华中科技大学） | 张德胜 | （武汉体育学院） |
| 彭祝斌 | （湖南大学） | 张举玺 | （河南大学） |
| 强月新 | （武汉大学） | 郑 坚 | （湖南工业大学） |
| 邱新有 | （江西师范大学） | 钟 瑛 | （华中科技大学） |
| 尚恒志 | （河南工业大学） | 邹火明 | （长江大学） |
| 石长顺 | （华中科技大学） | | |



总序

INTRODUCTION

当前,世界新闻传播学的发展正处在一个关键的历史节点,新闻传播学科国际化、实践化趋势日益凸显。尤其是现代传播技术的发展,新兴媒体层出不穷、迅猛崛起,媒介生态格局突变,使得新媒体与传统媒体共生的格局面临着各种新的问题。传播手段、形式的变化带来的传播模式的变化,媒体融合背景下专业人才需求的演变,媒体融合时代传统媒体的生存与发展战略,网络化时代的传播自由与社会责任,新的媒介格局决定的社会变迁,全球化语境下国家软实力建构与传播体系发展,等等,这些问题都不是传统意义上的新闻传播学所能完全解释的。

传统意义上的新闻传播学本身需要突破,需要新视野、新方法、新理论,需要拓展新的思维空间。新闻传播学科“复合型、专业化”人才培养模式改革势在必行,尤其是媒介融合时代专业人才需求的演变,使得已出版的教材与新形势下的教学要求不相适应的矛盾日益突出,加强中国新闻传播教育对交叉应用型人才培养急需的相关教材建设迫在眉睫。毋庸置疑,这对新闻传播学而言,是一种巨大的推力,在它的推动下,新闻传播学才有可能在现有基础上实现新的超越。“融媒时代普通高等院校新闻传播学类核心课程‘十二五’规划精品教材”正是在这种巨大推力下应运而生。

为编写这套教材,我们专门成立了编委会,编委会成员有国务院学位委员会学科评议组新闻传播学科组成员、新闻与传播专业学位教育指导委员会委员,教育部高等学校新闻传播学类教学指导委员会委员,以及中国新闻传播教育理事会、中国新闻史学会、中国传播学会、中国网络传播研究会、中国广播电视学专业委员会、中国广告教育学会的专家学者,各高校新闻传播学院(系)院长(主任)和主管教学的副院长(主任)与学术带头人。

在考虑本套教材整体结构时,编委会以教育部2012年最新颁布推出的普通高等学校本科专业目录新闻传播大类五大专业核心课程设置为指导蓝本,结合新闻传播学科人才培养特色和专业课程设置,同时以最新优势特设专业作为特色和补充,新老结合,优势互补,确定了以新闻传播学科平台课及新闻学、广播电视学、广告学、传播学(网络与新媒体)等四大专业核心课程教材共计36种为主体的系列教材体系。其中,新闻传播学科平台课程教材8种,即《新闻学概论》、《传播学原理》、《传播学研究方法》、《媒介经营管理》、《媒介伦理》、《传播法》、《新闻传播史》、《新媒体导论》;新闻学专业核心课程教材6种,即《马克思主义新闻学经典导读》、《新闻采访与写作》、《新闻编辑学》、《新闻评论》、《新闻摄影》、《新闻作品赏析》;广播电视学专业核心课程教材9种,即《广播电视导论》、《电视摄像》、《广播电视编辑》、《广播电视新闻采访与报道》、《广播电视写作》、

《电视专题与专栏》、《广播电视新闻评论》、《电视纪录片》、《广播电视节目策划》；广告学专业核心课程教材8种，即《品牌营销传播》、《广告学概论》、《广告调查与统计》、《新媒体广告》、《广告创意与策划》、《广告文案》、《广告摄影与设计》、《广告投放》；传播学（网络与新媒体）专业核心课程教材5种，即《人际传播》、《公共关系学》、《活动传播》、《网络新闻业务》、《新媒体技术》等。

为提高教材质量，编委会在组织编写时强调以“立足前沿，重在实用；兼容并蓄，突显个性”为特色，内容上注重案例教学，加强案例分析；形式上倡导图文并茂，强调多通过数据、图表形式加强理论实证分析，增强“悦读性”。本套教材的作者都具有比较丰富的教学经验，他们将自己在教学中的心得和成果毫无保留地奉献给读者，这种奉献精神正是推动新闻传播学科教育发展的动力。

我们期待“融媒时代普通高等院校新闻传播学类核心课程‘十二五’规划精品教材”的出版能够给中国新闻传播学科各专业的教材建设、人才培养乃至学术研究注入新的活力，期待这套教材能够激活中部地区的新闻传播学科资源，推动中青年学术英才在科学思维和教学探索方面攀上新的台阶、进入新的境界，从而实现中国新闻传播教育与新闻传播学术的中部崛起。

国务院学位委员会学科评议组新闻传播学科组成员

2006—2010 教育部高等学校新闻传播学类教学指导委员会副主任委员

华中科技大学新闻与信息传播学院教授、博导

張昆

2014年8月1日



前言

PREFACE

新闻编辑学是一门实践性很强的应用新闻学科,而现代传媒发展很快,变化多端,作为应用新闻学科之一的新闻编辑学,如何紧跟传媒实践,及时总结经验,并将之提升到理论认识的高度,最后用之指导传媒实践,这既是该学科研究的题中应有之义,也是该学科研究的重要挑战。华中科技大学出版社组织出版的“融媒时代普通高等院校新闻传播学类核心课程”无疑是一个很好的探索研究,而本书能有机会参与探索,自是一份荣幸和自豪。

在现代科技,特别是互联网科技的推动下,各类新闻媒介的互相借鉴与融合既已成为一种现实,也是一种时代的必然。正因如此,新闻编辑学的业务发展自然也就出现了各类新闻媒介业务相结合与相交融的趋势。因此,完整意义上的“新闻编辑学”应该包括各类型新闻编辑业务的共同规律与原理,也包括对不同类型媒介的新闻编辑业务技能的传授。即“新闻编辑学”应包括报纸、广播、电视、期刊、网络、移动新闻等各类新闻媒介编辑业务的共性和个性的内容。然而,过去市面上的大多数新闻编辑学教材,名为“新闻编辑”,实际所传授的知识还是以报纸编辑为主,对广播电视新闻编辑、新闻期刊编辑、网络新媒体编辑涉猎较少。正是基于这种考虑,本教材编写欲以融媒时代新闻编辑的新挑战和新特点为视角,紧扣当代新闻编辑工作的策划、编稿、编排等关键环节,既展示出各类新闻媒介编辑的共性,又展示出各类新闻媒介编辑的个性。同时,在本书第十五章单列了“特色类新闻的编辑”,以适应当前对专业特色类新闻编辑人才紧迫之需。通过本书,尽可能让初入“新闻道”者,对新闻编辑学有一个完整而系统的知识体系,而不仅仅是一个“报纸编辑”或“广电新闻编辑”抑或“网络新闻编辑”的感觉。

不仅如此,本教材在编写体例上也有所创新,每个章节大体由五部分组成,这种设计既符合读者对新闻编辑实践规律的认识,也比较适合读者学习新闻编基本知识和技能的习惯,这五部分构成是:

◇ 本章导言:以简略文字引出本章学习重点和难点。

◇ 本章引例:导入案例,贯彻案例教学理念,以案例形式提纲挈领(知识要求:了解、理解、掌握。技能要求:知道、了解、会用)引出本章关键知识点、需要重点解决的问题。

◇ 阅读材料或经典案例:为了论证或展示某种观点,在书中的观点后穿插“阅读材料”或“经典案例”,且每个阅读材料或案例后设置“思考与提示”,通过问题的解决达到将理论与实践充分结合,解决实际工作中的问题,提高理论水平和增强解决实际问题的能力。

◇ 本章相关概念(中英文对照)。

◇ 本章思考题:考虑教材内容和学生的需要设计不同题型,一般包括简答题和实践操作。

本教材的编写是集体智慧的结晶,而非某一位或几位作者的贡献。教材编写采取主编负责制,首先由主编谭云明拟定写作大纲,经与主编郑坚商定后,交由各位作者具体负责编写,每章作者撰写完书稿后,再交由主编谭云明统稿,全嘉琪、徐然在统稿方面也做了不少工作。本书作者涉及全国十所高校的近 20 位专家,组织之难,可想而知。好在这些作者对本教材的写作非常热心和专注,他们大多是高校新闻院系从事新闻编辑学教学和研究的,很多还是年轻的学者,他们有丰富的媒体实践经验,思想很活跃,视野很开阔。在此,向他们表示衷心的感谢!

本教材的具体撰写分工情况如下:中央财经大学谭云明、徐然撰写绪论、第一章,湖南工业大学郑坚撰写第二章、第十五章第二节,中央财经大学陈端撰写第三章、第十五章第一节,衡阳师范学院邓庄撰写第四章、第十五章第三节,吉首大学李端生撰写第五章、第十五章第四节,中央财经大学全嘉琪、北京大学陈秋云撰写第六章,吕梁学院常志刚、袁丽红撰写第七章,新疆财经大学周丽撰写第八章,吕梁学院常志刚撰写第九章,湖南工业大学罗新河、谭巧撰写第十章,湖南大学许静撰写第十一章,北京师范大学张远见撰写第十二章,吉林财经大学田静撰写第十三章,湖南大学向鹏撰写第十四章、第十五章第五节。

一本好教材,既要有经典的理论和案例,也要有最前沿的学术和实践,也就是说它要把最经典、最新鲜、最好的知识营养奉献给读者。也正是基于这样的理念,本教材参考了诸多业界和学界专家学者的真知灼见,在此特向这些专家学者再次表示衷心的感谢!

有人说,出书是一门遗憾的艺术,编写教材亦然。本教材编写历时一年多,过程很是艰辛,各方虽尽心尽力,但难免有错漏和不尽如人意之处,敬请各位专家和读者批评指正。学无止境,勤能补拙。愿以此共勉。

谭云明

2015 年 8 月 30 日于北京



目 录

CATALOGUE

绪论 融媒时代新闻编辑的新挑战/1

第一节 融媒时代的到来/1

- 一、互联网技术催生媒介融合/1
- 二、媒介融合/2

第二节 新时代下的新闻编辑的挑战/5

- 一、新闻编辑生态环境的变化/5
- 二、新闻编辑工作方式的变化/6

第三节 媒介融合背景下新闻编辑如何转型/7

- 一、转变新闻编辑的受众意识/7
- 二、转换新闻编辑的角色定位/8
- 三、转变新闻编辑人才的培养模式/10

第一章 新闻编辑工作/11

第一节 新闻编辑工作的内涵和价值/11

- 一、何为新闻编辑/12
- 二、新闻编辑工作的内涵/15
- 三、新闻编辑工作的价值/16

第二节 新闻编辑工作的内容和任务/17

- 一、新闻编辑工作的内容/17
- 二、新闻编辑工作的任务/20

第三节 新闻编辑工作的流程和特性/25

- 一、新闻编辑工作的流程/25
- 二、新闻编辑工作的特性/30

第四节 新闻编辑部门的体制和机制/35

- 一、新闻编辑工作的体制和机制/35
- 二、新闻编辑的分类/37

第二章 新闻编辑人才/40

第一节 新闻编辑的角色和职业设计/40

- 一、新闻编辑的角色/40

二、新闻编辑的职业设计/42

第二节 新闻编辑者的知识能力结构/46

一、新闻编辑的知识结构/46

二、新闻编辑的能力结构/47

第三节 新闻编辑的素养与互联网思维/50

一、政治理论素养/50

二、职业道德素养/52

三、新闻编辑的互联网思维/55

第三章 新闻媒体的定位与设计/59

第一节 媒体科学定位的内涵/61

一、媒体定位的概念与内涵/61

二、媒体科学定位的价值/65

第二节 影响媒介定位的因素/65

一、区域经济社会发展状况及需求重点/65

二、区域人群结构和细分受众需求状况/66

三、媒介控制者/66

四、广告客户/69

五、传播渠道/70

六、市场竞争/70

第三节 媒体定位与编辑方针/71

一、报纸读者对象的设定/71

二、传播内容的设定/72

三、报纸的水准/72

四、报纸风格特色的设定/72

第四节 媒体类型与产品设计/75

一、大众媒介新闻产品设计/75

二、新兴移动网络媒介的新闻产品设计/81

三、全媒体传播时代的新闻产品设计/85

第四章 新闻编辑策划与报道组织/88

第一节 新闻编辑策划的流程与特点/89

一、新闻编辑策划的流程/89

二、新闻编辑策划的特点/90

第二节 新闻发现与编辑策划/99

一、新闻发现能力:最基本和最难培养的新闻素质/99

二、新闻报道策划的选题标准/100

第三节 新闻编辑策划的类型和文案/105



一、新闻编辑策划的类型/105

二、新闻编辑策划的文案/106

第四节 新闻报道组织与调控/108

一、机构设置与力量配置/108

二、信息反馈与报道调整/110

第五章 新闻信息的捕捉和加工/113

第一节 新闻信息的分析和选择/114

一、对新闻信息的解读/114

二、新闻信息的分析/115

三、新闻信息的选择/119

第二节 新闻信息的加工和整合/121

一、新闻信息加工/121

二、新闻信息的整合/124

三、新闻信息加工与整合的注意事项/126

第三节 新闻信息效应的增减值/128

一、关于新闻信息效应/128

二、新闻信息效应增值/130

三、新闻信息效应减值/133

第六章 新闻标题的编辑制作/136

第一节 新闻标题与注意力经济/138

一、注意力经济的内涵/138

二、新闻标题与注意力经济的关系/138

第二节 新闻标题的沿革和功能/139

一、新闻标题的内涵/139

二、新闻标题的沿革/141

三、新闻标题的功能/143

第三节 新闻标题的结构和种类/148

一、新闻标题的结构/148

二、新闻标题的种类/152

第四节 新闻标题的拟制与优化/156

一、新闻标题拟制的基本步骤/156

二、新闻标题拟制的基本原则/158

三、新闻标题拟制的技巧/161

四、新闻标题的优化/166

第七章 新闻信息的组合配置/172

第一节 新闻信息组配的价值/173

第二节 新闻信息组配的方式/175

一、同题集中式/175

二、集纳式/177

三、专栏式/177

四、配套式/178

第三节 新闻信息组配的原则/182

一、宏观原则/183

二、微观原则/183

第四节 不同媒体稿件的组配/184

一、广播稿件的组配/185

二、电视节目组配/186

三、网络新闻组配/187

第八章 报纸版面设计与编辑/189

第一节 版面语言和版面功能/191

一、版面语言/192

二、版面语言的功能/192

第二节 版面空间和编排手段/194

一、版面空间的概念/194

二、版面空间的编排/194

三、版面的编排手段/197

第三节 版面结构和布局原则/200

一、版面结构/200

二、版面布局的原则/203

第四节 版面设计和创新/204

一、版面设计/204

二、版面创新/206

第五节 电子排版和应用/207

一、电子排版的流程/208

二、方正飞腾电子排版软件/208

三、方正飞腾排版软件的基本操作/209

第九章 图片编辑与设计/213

第一节 读图时代与视觉设计/215

一、读图时代与视觉文化/215

二、“读图时代”的视觉设计——技术与伦理 /216

第二节 新闻图片的类型与功能/218

一、新闻图片的类型/218

二、新闻图片的功能/218

第三节 新闻照片的选择和编辑/223

- 一、新闻照片选择的标准/223
- 二、新闻照片的使用与编辑/225

第四节 图表编辑/227

- 一、新闻图表的类型/228
- 二、新闻图表的设计与制作/231

第十章 新闻专刊与副刊编辑/235

第一节 新闻专刊策划和设计/235

- 一、新闻专刊策划/236
- 二、新闻专刊设计/239

第二节 新闻专刊的类型和特点/243

- 一、新闻专刊的类型/243
- 二、新闻专刊的特点/246

第三节 副刊的编辑与设计/247

- 一、副刊的分类/247
- 二、副刊的特点/248
- 三、副刊的功能/249
- 四、副刊内容和形式的设计/250

第十一章 广播电视新闻编辑/254

第一节 广播电视新闻传播的特点/255

- 一、广播电视新闻的重要性/255
- 二、广播电视新闻的传播特点/256

第二节 广播电视新闻语言和受众/258

- 一、广播电视新闻语言的分类/258
- 二、广播电视新闻语言的特点/259
- 三、广播电视新闻的受众/260

第三节 广播新闻编辑/262

- 一、广播新闻编辑概述/262
- 二、广播新闻编辑的职责/263
- 三、广播新闻编辑的手段/265

第四节 电视新闻编辑/266

- 一、电视新闻编辑的职责/267
- 二、电视新闻编辑的常用手法/268

第十二章 新闻期刊编辑/276

第一节 新闻期刊的传播特点/277

- 一、中国期刊业现状/277
- 二、中国新闻期刊业发展概况/278
- 三、新闻期刊的传播特点/279
- 第二节 新闻期刊的定位和编辑/280
 - 一、新闻期刊的定位/280
 - 二、新闻期刊的编辑/283
- 第三节 新闻期刊的策划和报道/286
 - 一、新闻期刊的策划/286
 - 二、新闻期刊的报道/287
- 第四节 新闻期刊的版式设计/289
 - 一、版式是期刊的外在表现形式/289
 - 二、版式设计要服务于内容/289
 - 三、版式设计的基本原则/290
 - 四、新闻期刊的版式设计/290

第十三章 网络媒体的新闻编辑/293

- 第一节 网站频道与栏目策划/295
 - 一、网站频道与栏目的概念/295
 - 二、网站、频道与栏目的关系/297
 - 三、网站频道策划/298
 - 四、网络栏目策划/299
- 第二节 网站新闻专题的策划/301
 - 一、网站新闻专题的概念/301
 - 二、网站新闻专题的传播属性/302
 - 三、网站新闻专题的策划要点/303
- 第三节 新闻网页策划/305
 - 一、网页与网页策划/305
 - 二、网页策划要考虑的因素/305
 - 三、首页的网页规划/306
 - 四、次级网页的策划/307
 - 五、网页版式策划/307
- 第四节 网络多媒体新闻编辑/309
 - 一、图片/309
 - 二、音频/312
 - 三、视频/314
 - 四、多媒体手段的综合运用/316
- 第五节 互动组织与活动策划/316
 - 一、网络传播互动组织/316



二、网络活动策划/318

第十四章 移动媒体新闻编辑/322**第一节 移动媒体的传播特性/323**

一、移动媒体的传播优势/324

二、移动媒体的传播特点/326

三、关于移动媒体的传播受众/327

第二节 移动媒体新闻编辑原理/328

一、选择鉴审/328

二、加工制作/329

三、策划组织/330

四、收集反馈/331

第三节 手机报与视频新闻编辑/332

一、手机报的基本内涵/332

二、手机报的分类与特点/334

三、手机报的编辑/337

四、视频新闻的基本内涵/340

五、视频新闻的编辑/342

第四节 手机客户端的新闻编辑/345

一、手机客户端/345

二、手机客户端新闻/346

三、手机客户端新闻的编辑/349

第五节 平板电脑的新闻编辑/351

一、平板电脑新闻的基本概念/351

二、平板电脑新闻的编辑/352

第十五章 特色类新闻的编辑/358**第一节 财经新闻编辑/359**

一、财经新闻报道的特殊性/360

二、财经新闻编辑要点/360

三、新技术对财经新闻采编带来的冲击/362

第二节 法制新闻编辑/364

一、法制新闻的概念、发展与功能/364

二、法制新闻编辑的原则与价值选择/365

三、法制新闻报道的形态与语言/367

第三节 娱乐新闻编辑/371

一、娱乐新闻概述/371

二、娱乐新闻采编的突出问题/373

三、娱乐新闻的编辑思路/374

第四节 体育新闻编辑/377

一、体育新闻基本认知/377

二、体育新闻总体编辑要求/379

三、报纸体育新闻编辑方法/381

四、广播体育新闻编辑方法/382

五、电视体育新闻编辑方法/383

六、网络体育新闻编辑方法/384

七、体育新闻信息的组合配置/385

第五节 “微新闻”编辑/386

一、微博的发展/386

二、微信的发展/387

三、微信与微博的编辑/387

参考文献/397

推荐阅读书目/400

CHAPTER

绪论

融媒时代新闻编辑的新挑战

第一节 融媒时代的到来

一、互联网技术催生媒介融合

随着卫星技术、数字化技术和网络技术的进步,以及这些技术在广电、通信领域的全方位渗透与应用,传统媒介的界限渐渐模糊,新媒体形式层出不穷,媒介终端可实现功能逐步强大。互联网已经成为人们获取新闻、学习知识、信息交流、生活娱乐不可缺少的工具,并逐渐影响和改变着信息传播的模式。互联网对现代信息传播的影响主要体现在下面三个方面。

(一) 网融合

多元网络之间的融合已成为趋势。互联网、通讯网、广电网等日益融合,形成人与信息之间、人群之间全新的信息传播体系。

我国的媒介融合起步较晚,但发展较快,主要体现在“报网合一”和“三网融合”两个方面。“报网合一”是指报纸的全媒体运作,有两种实现方式:一种是以网站为主导,多媒体记者属于网站采编,新闻编辑工作统归于网站指挥;另一种是报网并行,新闻编辑的工作同时服务于报纸和网站,多媒体记者肩负着多重任务。“三网”是指电信网、互联网以及广电网。“三网融合”是指广播、电视的全媒体运作,也有两种实现方式:一种是将服务与内容在广电网和电信网上实现同步;另一种是通过相互的配合实现业务的融合。“报网合一”和“三网融合”都已进入全面发展阶段。多网融合的进程将扩大网络覆盖范围,降低网络应用成本,提高网络应用的质量和效率。

(二) 微传播

微传播有广义与狭义之分,广义的微传播是指以微博、手机短彩信、QQ、MSN、户外显示屏、出租车呼叫台等为媒介的信息传播方式。狭义的微传播是以微博为媒介的信息传播方式。

微传播已经开启网络信息传播的“核裂变时代”,每个人进行公共传播的能量被发