

Convergence
Journalism

融合新闻

● 刘冰◎著

复旦大学新闻学院教授、博导 李良荣
暨南大学新闻与传播学院教授、博导 甘险峰
北京师范大学新闻传播学院副院长、教授、博导 王长潇

联袂推荐

清华大学出版社

Convergence
Journalism

融合新闻

● 刘冰◎著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书对融合新闻理论与业务进行了系统研究,论述了融合新闻流程及职业主体配备、新闻价值属性的变化、融合新闻报道原则等问题,对文字、图片、音频、视频等媒介素材的采集与呈现、融合新闻报道中关键词与超链接的运用、用户互动与用户创造内容进行了系统阐释,对报道的融合和专题的融合等融合新闻呈现的问题做了集中探索。

本书适合新闻传播学的研究者、新闻传播专业的师生、身处新媒体转型中的新闻工作者以及对互联网新闻研究感兴趣的读者阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

融合新闻/刘冰著. —北京:清华大学出版社,2017
ISBN 978-7-302-43406-1

I. ①融… II. ①刘… III. ①新闻学-研究 IV. ①G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第075247号

责任编辑:邓 婷

封面设计:刘 超

版式设计:魏 远

责任校对:王 云

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:18.5 字 数:262千字

版 次:2017年2月第1版 印 次:2017年2月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:48.00元

产品编号:067721-01

对融合新闻的研究可以带来新闻报道研究变革性的发展,为此本书致力于构建融合新闻研究理论的新体系,优化数字新媒体的融合报道方法,以助力传统媒体新闻业务的转型,并满足社会对融合新闻知识的需求。

我将融合新闻界定为一种互联网新闻业务,划定了比较小的论述范围,试图构建出有关融合新闻的研究体系。新闻业务研究其实是一个苦差事,它不像理论与历史研究那样容易出彩,很多时候是费力不讨好。但新闻业务研究又具有很明显的实际意义,因此本书旨在从新闻业务的角度来研究融合新闻,笔者认为这是有价值的。

融合新闻是运用融合思维与方法采集、呈现事实信息的互联网新闻样式,它建立在媒介融合技术发展的基础上,综合而又灵活地运用文字、图片、音频、视频等多种媒介元素来报道新闻,注重互动设置、关键词、超链接的运用,强调提升新闻服务品质、用户体验和呈现效果。

根据社会对融合新闻知识的需求,融合新闻著作需要完成但不局限于以下四项任务:

(1) 要回答什么是融合新闻、为什么要有融合新闻、融合新闻的流程是怎样的、融合新闻的新闻价值与报道原则有什么变化等问题。

(2) 要集中力量研究融合新闻采集与呈现所运用的媒介元素,系统分析文字、图片、音频、视频等媒介元素和关键词、超链接的运用问题。

(3) 需要重点研究用户互动问题。用户已经成为信息产销者,成为融合新闻生产的重要参与者,必须对用户互动问题做系统研究和论述。

(4) 需要研究融合新闻的呈现问题。

本书对上述内容作了比较系统的论述，并努力在以下几个方面有所创新：

(1) 本书对融合新闻界定、融合新闻报道原则、新闻价值变迁等问题作了比较深入的研究与论证，着眼于新媒体报道环境下的理论变迁，具有较强的理论创新性。

(2) 将 SEO（搜索引擎优化）理念引入新闻业务研究，拓展了新闻业务研究的视野。本书关于融合新闻报道中关键词、超链接等技术问题的探索体现了一定的创新性，可操作性强，具有比较明显的实用价值。

(3) 将融合新闻呈现分为报道的融合与专题的融合，这种区分比较清晰，便于把握，并从方法与策略层面对报道的融合与专题的融合进行了理论探索和总结，观点体系完整且具有一定的创新意义和可操作性。

本书在写作过程中还注意了可读性问题，尽量不作枯燥的表述，希望读者能够拥有美好的阅读体验。应当说，这种写作态度是符合新媒体时代精神的，也充分践行了融合新闻的理念。另外，本书对微信写作、社交媒体里新闻的变化等问题也作了探索，提出了一些自己的见解，或许能给读者带来一些启发。

融合新闻的论证体系聚焦于新闻业务本身，有较为严密的内在逻辑性，但它同时也是一个开放的体系，随着时代的发展，会有新鲜内容和观点不断补充进来。

学术研究需要理论创新，新闻界更需要在理论创新基础上的论述通透的实务研究成果，因此，融合新闻研究应当致力于为新闻界提供有效的理论指导和切实可行的操作技术与方法。目前国内融合新闻著作还不是特别多，希望本书的出版能够有益于这个新领域的发展。

刘冰（Woody）

目录 ::::

contents

第一章 融合研究的进路	1
一、简要的发展背景	1
二、融合概念溯源	4
三、国内研究进程	5
1. “媒介融合”方面的成果明显多于“融合新闻”	6
2. 分水岭现象：2005年以后成果发表开始显著增长	7
3. “媒介融合”成果的迅猛式增长与“融合新闻”成果的波浪式 增长	8
四、实务研究梳理	11
1. 论文部分	12
2. 著作部分	13
五、反融合的声音	15
第二章 理解融合新闻	18
一、概念界定及特征分析	18
1. 多媒体化呈现新闻信息	20
2. 媒介元素运用具有交融性	21
3. 注重互动、服务和用户体验	22
二、与旧媒体新闻的区别	23

三、为什么要有融合新闻	25
四、选用适宜的媒介元素	27
五、面向未来的融合新闻	32
第三章 融合新闻流程	36
一、一个循环的过程	37
1. 持久循环的过程	38
2. 互联网的胜利	38
3. 流程再造的大势	39
二、传播主体的融合	39
1. 全员转型	39
2. 平等主体	40
3. 互动即创造	41
4. 新角色配置	41
三、融合新闻的采集	42
1. 多媒介素材采集	43
2. 采访仍是基本功	43
3. 互联网信息的采集	44
四、合与分的统一体	44
1. 细分产品的整合	45
2. 融合与细分的补益	45
3. 细分新闻的互联网烙印	46
4. 合与分共生共荣	46

第四章 职业主体配备	47
一、全能的背包记者.....	47
1. 什么是背包记者.....	47
2. 工作价值的突出表现.....	49
3. 任务情况与报道类别.....	51
二、背包记者的让位.....	52
三、超级团队的规模.....	54
1. 小团队与大团队.....	54
2. 成员数量的控制.....	55
3. 小团队运作案例.....	55
四、团队成员的选择.....	57
第五章 重识新闻价值	59
一、时新性极致化发展, 呼唤报道新思维.....	60
二、重要性内涵拓展, 关注用户微观需求.....	62
三、接近性超越传统理解, 全面贴近用户.....	63
1. 远距离未必不接近.....	64
2. 地域接近性更加精准.....	65
3. 接近性对于新闻搜索的意义.....	65
4. 触碰用户内心世界, 实现无缝对接.....	66
四、显著性有所突破, 关注度成衡量指标.....	66
五、趣味性地位提高, 愉悦体验成为关键.....	68

第六章 融合报道原则	71
一、真实：新技术影响与逼真再现	72
1. 新技术，老话题	73
2. 融合新闻再现的真实	74
二、客观：人的努力与技术的优势	75
1. 融媒时代客观原则凸显珍贵	75
2. 从客观理念到客观方法	77
3. 融合新闻呈现的客观	78
三、公正：从职业伦理到文明互动	79
1. 重视伦理规范	80
2. 信息采集中的伦理规范	81
3. 设定文明互动规则	82
四、引人入胜：融合呈现的生动性	83
1. 信息模式与故事模式的融合	83
2. 充分利用数字媒体先进技术	84
第七章 文字	86
一、新媒体环境之下的文字	87
1. 文字提高了沟通的效率	88
2. 文字带给用户更多主动	89
3. 文字具有更强的独立性	89
4. 文字具有主导作用优势	90

二、屏幕阅读对文字的要求.....	90
三、与其他视觉元素的融合.....	93
1. 文字与图片的融合.....	94
2. 文字与视频的融合.....	94
3. 文字与特效图像的融合.....	95
四、最广泛的采集途径.....	95
五、技术代替人工表达.....	96
第八章 图片.....	101
一、新闻照片.....	102
1. 数码让摄影变得简单.....	103
2. 手机摄影的强势发展.....	103
3. 全民摄影.....	107
4. 新闻性大于形象性.....	108
5. 拒绝残酷呈现.....	108
二、新闻图表.....	109
1. 统计图表.....	110
2. 新闻地图.....	110
3. 新闻仿真图.....	111
4. 复合图表.....	112
三、新闻漫画.....	115
四、图片运用.....	117
1. 相关与相符.....	117
2. 不要滥发图片.....	118

3. 允许的图片处理操作.....	119
第九章 音视频.....	122
一、音频.....	123
1. 颇具亲密感的音频.....	123
2. 音频的采集.....	124
二、视频.....	126
1. 形象与融合优势.....	126
2. 视频的采集.....	127
三、角度与距离.....	129
四、短的好处.....	131
五、音视频 UGC.....	132
第十章 关键词研究.....	135
一、倡导、分类与疑问.....	136
1. 融合新闻应注重使用关键词.....	136
2. 核心关键词和长尾关键词.....	137
3. 关键词运用和研究存在的疑问.....	137
二、SEO 及关键词运用的价值.....	138
1. SEO 有效地促进融合新闻的传播.....	138
2. 关键词意味着用户对新闻的关注.....	139
3. 关键词是报道策划的重要参考指标.....	140
三、关键词确立的原则与策略.....	142

1. 遵循诚实、具体和有效原则	142
2. 注意新闻的个性化要求	143
四、借助网络工具确立关键词	144
1. 事先问自己一些问题	144
2. 运用网络工具搜集关键词指标数据	144
3. 参照网络工具提供的数据, 确立合适的关键词	146
五、新闻关键词的分布与运用	148
1. 关键词的分布: 金字塔结构	149
2. 关键词在新闻页面中的具体运用	149
六、使用新闻关键词的注意事项	152
1. 适度运用, 掌握分寸	152
2. 反对“伪原创”	153
3. 不要拘泥于关键词的使用	153
第十一章 超链接	155
一、如何看待超链接的价值	155
1. 超链接发挥参考文献功能	155
2. 超链接让新闻报道在时空中穿梭	156
3. 超链接改变了新闻叙事方式	156
二、怎样运用超链接	157
1. 超链接的方式	157
2. 设置关键词搜索链接	158
3. 更加广泛的搜索链接	159
4. 提防死链接	160

三、基于 SEO 策略的链接技术	160
1. 高度重视内部链接	160
2. 积极寻求外部链接	161
四、能否链接到别的网站	162
五、展示关键词新闻链接条目	164
第十二章 用户调研	166
一、被调查者概况	167
1. 地域构成	167
2. 年龄构成	168
3. 性别构成	168
4. 教育构成	168
二、新媒体的使用	169
1. 新闻收受渠道	169
2. 新媒体功能应用	170
3. 网络阅读行为	170
三、融合报道喜好	170
1. 媒介元素喜好	170
2. 媒介报道形式喜好	171
3. 网络专题喜好	172
四、新闻互动元素	172
1. 互动元素与用户创造	172
2. 调查问题数量控制	172
3. 与新闻工作者的互动	173

五、后续行为研究	173
1. 后续评论与交流	173
2. 相关新闻链接点击	174
3. 转发信息特征分析（见表 12.6）	174
六、进一步的探索	175
1. 人口统计学特征与媒介元素数量选择	175
2. 人口统计学特征与融合新闻呈现	176
第十三章 互动	178
一、互动的效用	179
1. 互动是高关注度新闻的标志	179
2. 互动将用户纳入生产体系	180
3. 互动有利于提升访问流量	182
二、将用户创造内容融入新闻生产	183
三、网上调查与表情反馈的设计	187
四、游戏与新闻的融合	189
五、社会化资源利用与及时反馈	191
1. 社会化资源的利用	191
2. 及时反馈的必要性	193
六、使用二维码：联结与延伸	193
第十四章 社交分享	196
一、评价融合新闻的重要指标	197

二、分享代码的生成.....	199
三、留下新闻工作者的痕迹.....	201
四、社交媒体的使用.....	203
1. 社交媒体账号.....	204
2. 内容发布与传播.....	205
3. 互动与社交.....	206
4. 互动的新尝试.....	208
五、微信写作.....	209
1. 与印刷媒体有所区别的标题.....	209
2. 表达必须快节奏.....	210
3. 亲和力.....	211
4. 推介有诀窍.....	212
5. 怎样发朋友圈.....	213
6. 公众号的编撰.....	214
六、社交媒体里的新闻变化.....	215
1. 从新闻生产到知识生产.....	215
2. 对时间问题的处理.....	216
3. 对传媒人转型的启发.....	217
第十五章 呈现的结构.....	219
一、亮点前置.....	219
二、分层报道.....	222
三、版块组合.....	224

第十六章 报道的融合	225
一、新闻元素的组合	226
1. 媒介元素的组合	226
2. 呈现形式的探索	227
3. 与评论的组合	231
二、基本措施：添加	232
1. 内容类别与添加方式	232
2. 案例解析	234
三、报道融合的操作	237
第十七章 专题的融合	240
一、专题融合的特征	241
二、专题判断与策划	242
1. 专题判断	242
2. 整体策划	243
三、专题融合的实施	244
1. 确定名称	244
2. 架构设计	245
3. 添加与维护	246
四、专题融合案例评析	247
1. 社长带队，注重采访和原创	247
2. 多媒介元素的运用	249
3. 注重互动和参与感	250

第十八章 融合新闻教育	252
一、专业设置及跨学科培养	253
1. 专业设置	253
2. 跨学科培养	255
3. 因材施教	256
4. 以我为主	257
二、新闻伦理培养与教育	258
1. 将伦理教育扩展到非职业群体	259
2. 注重新闻传播伦理的普适性	260
三、作为职业教育的新闻教育	261
1. 如何看待转型职业教育	261
2. 务实的教育观：重视业务课程	263
3. 实践能力与理论能力的融合培养	264
四、需要强调的研究方法	265
1. 实践体验	266
2. 文献研究	267
3. 案例研究	267
参考文献	269
后记	279