

传媒领袖

—演—讲—录—

卓 尔 不 凡



推 陈 出 新

全球视野下的媒介转型

华南新闻传媒协同育人中心◎主编

 经济日报出版社

传媒领袖

—演—讲—录—



全球视野下的媒介转型

华南新闻传媒协同育人中心◎主编

支庭荣 张晋升 执行主编
苏 柯 张梵晔 副主编



经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒领袖演讲录. 2, 全球视野下的媒介转型 / 华南
新闻传媒协同育人中心主编. -- 北京: 经济日报出版社,
2014. 12

ISBN 978 - 7 - 80257 - 752 - 7

I. ①传… II. ①华… III. ①演讲 - 世界 - 现代 - 选
集 IV. ①I16

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 295866 号

传媒领袖演讲录 2: 全球视野下的媒介转型

作 者	华南新闻传媒协同育人中心
责任编辑	王 瑛
责任校对	李艳春
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区右安门内大街 65 号
邮政编码	100054
电 话	编辑部 63567960 发行部 63516959
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	jjrb58@ sina. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京京华虎彩印刷有限公司
开 本	710 × 1000 毫米 16 开
印 张	9. 75
字 数	200 千字
版 次	2015 年 1 月第一版
印 次	2015 年 1 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 80257 - 752 - 7
定 价	36. 00 元

CHUANMEI LINGXIU
YANJIANG LU 2

QUANQIU SHIYE XIA DE MEJIE ZHUANXING

全球视野下的媒介转型



传媒领袖讲习班组委会

主 任

林如鹏

委 员

林如鹏 范以锦 杨兴锋 Brad Hamm 李 文 支庭荣

杨先顺 张晋升 林爱璐 薛国林 谭 天 申启武 星 亮

嘉宾联络及主持

李 洁 郑 越 张潇潇 冯广超 侯东阳 王玉玮 钟文慧

罗 蓝 李 玲 申婉婷 蒋昱思 文琼瑶 焦何结

录音整理

林籽舟 周 敏 崔泽然 张 琦 严仪瑾

谢秀慧 王虹婷 覃爱媚 刘 虹

会务后勤

姚淑兰 林少娴 苏 柯 Jenna Massey 曹艺凡 梁美娜

郑春欣 冯 琼 严 艳

目 录

英语数字媒体的全球化	Mei - Ling Hopgood(2)
新闻业的新时代	
——社交媒体、大数据和全球化	Jon Marshall(10)
叙述性故事讲述方法及数字景观	Patti Wolter(18)
如何在新闻报道中做到原创性和创新性	Najiba Kasraee(34)
数字时代公民的表达权和责任意识	Craig LaMay(48)
BBC 的新闻制作与编辑原则	李 文(68)
弱者有理 VS 真相至上	
——从唐慧案报道看媒体的价值观	柴会群(82)
网络舆论生态和突发事件传播	单学刚(92)
融合之路,融通之道	
——互联网时代的哲学和行动逻辑	曹 轲(108)
传统媒体转型的几点思考	杨兴锋(118)
联接与进化:行业媒体的生存法则	
——以《南方能源观察》的转型为例	蒋志高(130)
纸媒转型尴尬与融合新媒体发展路径分析	范以锦(142)



Mei - Ling Hopgood

美国西北大学梅迪尔新闻学院副教授

随着网络媒体的发展以及媒体市场的变化，各国的国际媒体都面临生存的挑战。因此，包括 BBC、CNN、半岛电视台等在内的英语国际传媒，纷纷开始寻求核心竞争力。总结成功媒体的经验，其优势都来源于对观众的深入了解，只有这样，才能发现独特的市场需求，并形成高度的用户粘度。

英语数字媒体的全球化

Mei - Ling Hopgood 美国西北大学梅迪尔新闻学院副教授

你们好！我生在台湾，但在美国长大。我非常荣幸和高兴能够来到这里，见到这么多老师和同学。首先，允许我简单介绍一下我所在的学院情况。美国西北大学梅迪尔新闻学院位于芝加哥，多年以来我们的学院是美国十大新闻学院之一。我们的新闻价值观是全球化的。了解全球市场和受众很重要，当今电子媒体发展很快。

先介绍一下我是谁和来自哪里，这样更方便大家了解我的全球新闻观。我是梅迪尔新闻学院的教授，也是一名记者。另外，我是梅林学院全球倡议的发起者，同时也是《幸运女孩》（2009年4月）和《爱斯基摩人如何给婴儿保暖》（2012年2月）两本书的作者。可以说，我是一名自由记者和作家，我曾写过各种出版物，从《国家地理旅行家》（National Geographic Traveler）、《玛丽·克莱尔》（Marie Claire），到《迈阿密先驱报》和《波士顿环球报》。我还在《底特律自由报》、《圣·路易斯邮报》和考克斯报纸华盛顿分社担任记者，并获得全美国最佳标题、ICIJ杰出国际调查报道奖和其他几个奖项。

有多少人从报纸上获取信息，多少人从电视，多少从 You Tu be，又有多少从手机上？是的，显而易见。你们这一代正推动移动媒体的发展，这也是全球移动媒体发展的重要组成部分。事实是今天你们手上的移动媒体，是我今天所讲内容的核心部分。大家都知道需要什么样的媒体来发展自己，进行交流。今天就来讲一下各个媒体之间的不同。

有很多家长和学生问我，为什么要去学新闻当记者，因为在人们的眼中

记者并不是一个好职业，报纸每况愈下，全球报业也不太乐观。我告诉这些父母和学生，因为在这个世界上有很多故事很多信息需要去报道，特别是在中国，只有少部分人在做这个事情。然而，现在不太一样了。以前是少数人控制着信息，但现在你可以通过很多方式去了解信息。而且，现在我们需要很多专业的记者、摄影者、调查者去做新闻，因为现在互联网的要求更高了。因此，你去新闻学院学习为的是能够更好地报道一些故事，并记录下来。与此同时，你还能够把想要表达的声音传播出来，让更多的人知道。

全球仍然有很多地方，包括中国在内的一些国家依旧主要使用传统媒体，如报纸和当地新闻广播，但这种情况正在迅速改变，人们开始转向网络、转向了大数据。因此，政府也在关注这些改变，并尝试着跟上这种节奏。

还有多少人在看《泰晤士报》？还有多少人在看《纽约时报》？有多少人在看《时代》？有多人在看《生活》？又有多少人在看《国家地理》杂志？有多人在看 BBC？或者多少人在看 CNN？在过去，这些有名的报纸、杂志都是用英语讲故事，但现在这些有名的媒体都在努力尝试和改变。

一些最强大的国际媒体公司也都在努力，以保持受众和保证收入。这些媒体公司被迫裁员或减少全球特派记者的数量，正是这样的裁员致使内容变得更本地化、更狭隘。但这是我们想看到的吗？

以老牌 BBC 为例。BBC 诞生于 1992 年，并迅速成为了全球最大的广播公司。经过多年的发展，BBC 的收视率不断上升，在全球共有 2.49 亿个用户，在北美有 1156 万，欧洲有 1.162 亿，在中东和北非共有 2490 万，在亚太地区有 6390 万，在南亚有 4400 万，拉丁美洲有 1330 万，非洲有 92 万。

BBC 发展得不错，几乎遍布了五大洲。然而，随着科学技术发展带来的影响，以及媒体市场的变化，BBC 也面临着削减巨大的开支。另外，CNN 国际做得也很不错，我经常看他们的节目。虽然 CNN 仍然是受欢迎的，但面临着资金的挑战，尤其在美国。可以说，其他西方国家的媒体都面临着资金的挑战。

除此之外，数字革命产生后，又带来了新的影响与挑战。

大家知道半岛电视台吗？半岛电视台是一个媒体平台，它的英语频道以及于 1958 年在北京创办的中央电视台英语频道越来越受到欢迎，并拥有大量的受众。其他英文媒体企业，如俄罗斯、TeleSur 和伊朗电视都有不同程度的

发展。我看到曾经在 BBC 和 CNN 工作的媒体人现在去了半岛电视台，很多英语专业的记者都觉得半岛是个很好的工作去处。半岛电视台和 BBC、CNN 等大的媒体集团一样，也面临着资金削减。

我想先花几分钟来谈一谈 BBC。2014 年，BBC 在全球拥有 690 万社交粉丝，在 Twitter 上拥有 610 万追随者。BBC 的总执行者 Tony Hall 发表过声明，在 2022 年时 BBC 的 100 年将拥有双倍的受众。这很难做到的，但 BBC 也许可以。受众的数量在不断上升，部分 BBC 阿拉伯语和波斯语电视服务增长到 4000 万观众，其领导人还想继续把这个影响延伸到亚洲、美国和非洲。

虽然 BBC 发展得很不错，但它在 2006 年播报新闻时已经由能用 43 种语言变成现在只有 28 种了。2010 年，外交部削减 16% 的预算，导致 BBC 损失了五分之一的员工，而且后面更多的削减还会发生。

半岛电视台又叫做半岛，是由卡塔尔政府于 1996 年创办的，在 2001 年阿富汗战争中吸引了很多阿拉伯人的关注。半岛英语频道是 2007 年 4 月份创立的，是唯一的一个能够在加沙广泛覆盖的站，并且还替代了 BBC 的 Israeli 电视台。如今，半岛电视台在 100 多个国家拥有了超过 2200 万的家庭用户。与此同时，半岛电视台在 2003 年建立了英语网站，在 2009 年拥有移动媒体，全面地跟上了数字化的脚步。

2014 年 7 月，半岛英语频道拥有了 380 万社交用户以及奖金 20 万的 Twitter 用户。从 2011 年起，半岛英语频道的社交媒体已经成为了中东地区主要的社会移动媒体。现在，他们还制作了半岛移动新闻。由于他们能够将复杂的新闻简单化但又不失重点，因此不管你喜不喜欢他们的新闻，都会去看几眼，这也就让半岛电视台越来越有名。

半岛英语频道的声音更加特别，总体呈现年轻化。半岛电视台播报一些严肃的新闻时，和其他的媒体并不一样，他们也严肃，但画面没有那么死气沉沉。在 2011 年，半岛电视台在自己网站上推出了一个透明单元系统，这个系统可用来分享一些被漏掉的信息。同时，他们还引入了信息流以及电视节目和网络社区，并在美国登陆。接下来我会谈及这个问题。

另外，半岛电视台在向外扩展中也出现了不少的问题。比如在中国，记者 Melissa 在 2012 年被驱逐出境；因为帮助在埃及的穆斯林兄弟会制造虚假新闻记者 Peter Greste 和 Mohamed Fahmy 被捕并判了 7 到 10 年刑。

半岛电视台做得非常好，特别是在埃及和尼日利亚大受欢迎。这个品牌在这些地方如此有名，使得美国半岛电视台的粉丝量仅次于半岛电视台英语频道。

我会讲解下美国半岛电视台，因为这对我的结论很有作用。

梅迪尔新闻学院副教授 Rachel Davis Mersey 指出，半岛电视台的执行主任 Ehab Al Shihabi 在美国曾公开表示过，根据他们的数据显示，在美国有四五千万人对原始的电视新闻陷入深深的绝望。美国半岛电视台认真努力地做他们的工作并相信他们能和 CNN 抗衡。

可以说网络取代了 AI Gore 在 2013 年花高薪聘请顶尖人所制作的当前的电视媒体，而该网络有问题的电缆供应商和抄袭等问题涌入了原有的市场。以皮尤中心的研究为例，有资源和有背景的网络扩大覆盖面没有多大意义，而且在美国他们面临着好几个问题。首先，文化融合受阻。美国当地的文化有自我保护意识，对外来媒体传播的文化具有一定的抵触。而网络在扩展时没有很好地解决这个问题，所以在美国站稳脚还存在困难。其次，定位不太明确。到底给什么范围的观众收看，做什么内容？很多问题没有厘清。在我看来，受众定位非常重要，你必须知道你的受众想看什么，你才能更好地搜寻信息。实际上，美国半岛电视台只得到每小时 1 万至 1.5 万名观众，这都不到 CNN 观众群体的 4%。所以，那是一个很小的受众。2014 年 4 月，网站还面临着裁员，可以说它的未来岌岌可危。相反，半岛英语频道在中东、非洲等地区做得风生水起。

下面我们来谈谈中央电视台英语频道，你会发现很不一样，而且非常有趣。

中央电视台英语频道成立于 1958 年，它在全球有三个办事处：北京、华盛顿和内罗毕。它还拥有将近 70 个哨所和部门，约有 447 名员工，与 BBC 的全球服务者旗鼓相当。要知道，三年前中央电视台英语频道在海外只有 49 名员工，现在不可小觑，所以这几年发展得非常迅速。

1990 年时中央电视台首次海外行动开设了一个新的频道，这个频道专门针对东亚。两年后，又成立了英语 4 频道，并且在 2004 年增加了西班牙语、法语、俄语以及阿拉伯语频道。

总体而言，中央电视台的报道得到了肯定，并收获了赞誉。比如，在

2008年的四川地震报道中，他们脱颖而出。他们的网站是由美国有线电视新闻网、英国广播公司和其他地方聘请的荣获过殊荣的顶级记者组成。现在，他们正在做环境调查和其他敏感问题，即使有闪亮的光环，但他们还是会小心翼翼，尽量不与中国的政治和敏感话题对抗。

在内罗毕的中心，中国政府提供通讯的基础设施以换取他们国家的资源。当然，他们还会聘请非洲的记者来报道当地的新闻。CIMA的报告指出，这是在非洲进行人权和政治方面的实验。

CIMA报告的记者 Anne Nelson 说过，央视新闻的质量取决于两个地方，一个是所在地区所报道的内容，另外就是在北京所提出的敏感话题。这里还有一个学者 Nelson 做过评价，他认为虽然央视很懂得年长中国观众的需求以及知道其他国家观众的关注点，但还存在一个信任度的问题。

说完了中央电视台，我们再来看看其他国家。俄罗斯国家电视台，也称为 RT，成立于 2005 年，目的是为了改善国家形象。它是由俄罗斯政府出钱筹办，有俄罗斯版本、阿拉伯语版本、英语版本以及西班牙语版本，这些也都是建立在技术发展的基础之上。TeleSur，始于委内瑞拉的乌戈·查韦斯，它的成立目的在于推出国际版本来吸引拉美裔和英语为母语的受众，特别是生长在美国和英国国家的人。还有伊朗电视，在 2007 年时成立了一个 24 小时英语的新闻频道，以期吸引更多的人关注他们。

我们来做个小结。通过半岛电视台英语频道、中央电视台、BBC、CNN 以及其他媒体的分析，我们可以看到做得成功的电台/媒体，其成功来源于对观众的深入了解。也就是说，不论你去哪个国家做媒体，你都必须清楚地知道受众的需求。这样，你才有一个独特的市场需求，才能形成高度的用户粘度。

最后我们还来讨论一个问题，这我经常和学生提及。如今媒体的内容越来越多，而随着民众对媒体掌握程度的加深，他们有很大的选择性。对于他们所关注的话题，认为媒体要去报道。你做的内容他们是否喜欢，你做的形式是否吸引他们，都在于他们的选择。但要想脱颖而出，你必须知道他们关注什么，他们需要什么。举个简单的例子，我很喜欢看杂志，喜欢看关于食物的，那么我希望有一本专门介绍食物的杂志；我喜欢旅游，而我的故乡在台湾，因此如果有一本专门介绍台湾旅游的杂志那非常完美。因此，媒体人

要知道受众想消费什么，换句话说，要了解受众对内容的喜爱程度。在这些方面，半岛英语频道在中东做得很好，他们会根据当地人的喜好去选择新闻素材，讲好故事。还有，在内罗毕的央视台也能抓住当地的需求，从而紧紧抓住受众。

现在返回来谈谈诚信问题。我们在国际报道上，能看到因诚信所引发的的问题。由于每个地区的文化不同，因此容易产生很多冲突与矛盾。但套用 Chris Truhorn 的一段话，他说“在一个增殖媒体和信息饱和的世界里，信任可能是最好的武器，可用于广播却没有办法购买电波”。因此，在我看来真正“垄断市场”包含以下几点，即媒体和记者必须了解市场的经济需求，这样才能做对口的新闻；其次，理解一个地方、国家和文化对媒体的期望和标准，因为每个地方对文化的了解程度是不一样的；此外，了解自己的文化和政府的看法，政府的政策是我们做新闻的一个重要来源。最后，你还必须了解什么样的内容会吸引观众以及必须在移动领域创新。

数字化时代已经来临，正是我们大展身手的时候了。我们想要脱颖而出，必须做到更专业化、国际化。这是一个特殊的时期，我对传统媒体并不担忧，相反，我认为报纸等很有趣。从中国、欧洲、美国等反映上来的问题，我们把它集成国际问题，进而解决来改变这个世界，这非常有趣。我也希望大家能思考这个问题。

提问环节

问题 1: Hopgood 教授，您好，我是翻译专业的研究生，我想了解一下有关媒体的全球化对于本土文化的影响。

答: 非常好的一个问题！如果可以的话，我将用我书中的例子来回答你。我的观点是全球化一方面可以传播较好的观点，比如育儿方面的知识。信息在全世界传播，中国人相信一样东西，可能英国伦敦相信另外一样东西，而南非可能就相信其他的東西。信息就在那里，对于每个人都一样。另一方面，你可以从不同的地方学到不同的育儿方法，而这些方法可能是你以前从来没有接触过的。在西方的书籍中，人们相信这样一件事，当婴儿想要睡觉开始哭的时候，不要尝试着将他抱起来，而是让他习惯着哭然后睡着。这是非常西方化的一种做法。对于这种做法，通过书籍或者网络传遍世界其他地方。

人们对于我的书很感兴趣，因为他们想要了解对于全球化的不同理解。我同意关于媒体的全球化也是文化方面全球化的说法，比如我们吃什么、我们看什么样的节目以及我们想要什么东西等。很有趣的一个问题。

问题2：您好，我是一名本科生，我想问一下，如何处理真实信息和读者之间的关系？

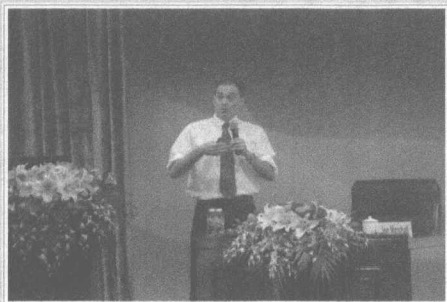
答：作为新闻记者真实信息非常重要，我们写新闻应当以真实信息为基础。我们应当多采访当地群众来获取更加真实的信息，而不应该来制造你的新闻信息。你所写的新闻将会影响着读着的观点。对于我所在的新闻学院，我们要求真实精确性为第一位的。

问题3：您好，好的媒体应该是理解受众，那么如果受众喜欢阅读娱乐新闻，那么严肃性的新闻在这种环境下怎样生存呢？

答：现在很多朋友喜欢阅读体育、时尚和娱乐新闻。多考虑一下读者喜闻乐见的方式，以不同的视角来写作，不知道你们同不同意这种说法，但是我们要考虑受众需要消费什么样的新闻。比如如何包装冰淇淋。那么如何包装一个故事，而这个故事本身受众可能不太愿意去阅读。我认为很多媒体做这件事可以做得很好，当然也有一些媒体根本不去深入做这些事情。如果你所在新闻单位，对于你所要写的新闻，没那么中规中矩，那么你就可以发挥一下你的创造力，以不同的方式来呈现，这样往往会收到好的效果。

问题4：美玲教授，您好。我是暨南大学的本科生。在您的讲述中，您提到您的一些朋友从西方的主流媒体，如BBC和CNN，辞职，而选择了加入东方的新兴媒体，如CCTV或者AJE，那么这些媒体人拥有西方媒体的工作背景，如何在东方媒体开展工作？

答：这是一个学习的过程。我认为首先应该了解我们的老板，什么样的新闻读者会喜欢。之前我经常对我的学生们说，你们要了解你所在的那家新闻社的风格。媒体具有不同的特点、文化具有不同的特点，人当然也具有不同的观点，这是很自然的事情。我生于台湾，现在在美国教书，而我生长在阿根廷，其他人认为我的这些不同的经历一定会影响着我的世界观。



Jon Marshall

美国西北大学梅迪尔新闻学院副教授

社交媒体可以让人们随时随地上传新闻，也可以通过众筹帮助新闻业；大数据改变了新闻业的生产方式，而新闻的全球化传播则扩大了知识共享的领域，可以让全世界不同国家的记者展开合作。

新闻业的新时代

——社交媒体、大数据和全球化

Jon Marshall 美国西北大学梅迪尔新闻学院副教授

我今天要讲的话题是：新闻业的新时代——社交媒体、大数据和全球化。现在的新闻业界令人激动，因为所有事情，包括从业人员，都在发生着变化。有时候，改变令人恐惧；有时候，做出改变很困难。但改变也意味着新的机会。

今天，我计划讨论三个问题：第一个是“为什么社交媒体可以帮助新闻业”，第二个问题是“大数据如何帮助媒体生产有力的故事”，第三个问题是“现在的全球化传播对媒体来说意味着什么”。

首先，我想花几分钟回顾一下历史。我们生活在一个充满变化的时代，新的技术，新的发明，改变了人们传播的方式。

我们回到大约五千年前的苏美尔人的时代，他们是第一批使用文字的人类，他们可以把想法用文字永久地记录下来。因为在过去，人们想要分享思想，去讲故事，他们得去告诉离他们最近的人。即使在一个房间里，也需要很长的时间才能把想法从房间的一端传递到另一端。传播非常缓慢，信息的失真很厉害。但是使用文字就可以传递一些永久的不变的信息。

在埃及，人类发明了字母，他们可以用它来代表不同的单词。2000 多年前，中国人发明了纸，它是文字便捷的载体，可以保存很长时间。欧洲直到中国的 1000 年后才发明了纸，我们感谢你们的发明，它非常实用。

在德国，古登堡发明了印刷技术，可以快速地印刷很多书籍，这个发明，

让科学、经济、文化、宗教可以传播到全世界。后来又有了电报，可以让信息在一秒钟之内从一个地方传播到另一个地方，电报的发明摧毁了空间距离，后来又发明了广播，人们说报纸将没有读者了，但是报纸在广播发明后仍然存在，因为人们仍然希望去阅读文字。当电视发明后，他们说，人们不会再去听广播，不会再去读报纸，但是现在，虽然电视非常的流行，人们还是会去听广播读报纸，在我的国家是这样，在你们的国家应该也是这样。

现在，智能手机日益普及，传播的技术变化的非常快。来自 Mary Meeker 2014 年 5 月发布的一个研究报告显示，智能手机的使用者在过去一年增长了 20%，iPad 之类的平板设备使用者增加了 50%，移动数据流量增长了 80%，这个数据非常大，因为现在人们已经通过手机互相发送视频文件了。在中国，在 7 年前的 2007 年，20% 的中国互联网用户是移动互联网用户，这个比例到 2013 年已经增长到 80%，所以中国在社交媒体和数字媒体中的版图中也占据了很重要的位置。中国的公司在这个领域也取得了很多成就，去年只有一家中国公司进入了全球十大互联网公司，但是今年，十大互联网公司中有四个是中国的了，他们是阿里巴巴、百度、腾讯和搜狐。现在微信在全球已经有了超过 4 亿用户，Facebook 也有超过 13 亿的全球用户，Twitter 的用户则增长得非常快。

两年前，埃及的人民通过 Twitter 来快速传播反对穆巴拉克的新闻；去年夏天，Twitter 上传播了叙利亚政府使用化学武器的照片。这些新闻都播到了全世界，这就是社交网络传播新闻的方式。现在许多新闻公司、媒体机构都雇佣那些使用社交媒体的记者。英国的卫报有专门的社交媒体雇员，美国的 CNN 有 20 个员工专门使用社交媒体来搜集新闻素材，传播新闻故事。英国的 BBC 也有专门的社交网络雇员。

下面我要举的这个例子来自肯尼亚。它叫做“Ushahidi”，是一个网站，也是一个服务平台。“Ushahidi”是一个斯瓦西里单词，意思是目击。2008 年的肯尼亚大选中，发生了一些肯尼亚政府报纸不愿报道的事。所以，“Ushahidi”鼓励人们利用手机和互联网，上传他们目击或者经历的暴力行为。2009 年的海地地震中，Ushahidi 让人们通过手机上传哪个城市、哪个家庭、哪个受伤者需要帮助，Ushahidi 创建的灾害地图比当地政府、美国、红十字会或者其他组织制作的都要实用，帮助了很多需要帮助的人。Ushahidi 被用于追