

融合趋势下的 媒体发展策略研究



梁玉峰 / 著

光明日报出版社

融合趋势下的 媒体发展策略研究



梁玉峰 / 著

图书在版编目 (CIP) 数据

融合趋势下的媒体发展策略研究 / 梁玉峰著. -- 北京: 光明日报出版社, 2016. 8
ISBN 978-7-5194-1442-9
I. ①融… II. ①梁… III. ①传播媒介—发展—研究
IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 171601 号

融合趋势下的媒体发展策略研究

著 者: 梁玉峰

责任编辑: 曹美娜 朱 然

责任校对: 赵鸣鸣

封面设计: 中联学林

责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078251 (咨询), 67078870 (发行), 67019571 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: gmcbcs@gmw.cn caomeina@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 北京天正元印务有限公司

装 订: 北京天正元印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710×1000 1/16

字 数: 163 千字

印 张: 13.5

版 次: 2016 年 8 月第 1 版

印 次: 2016 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-1442-9

定 价: 68.00 元

版权所有 翻印必究

作者简介

梁玉峰 （1980.6—）男，新闻学硕士，运城学院中文系讲师。主要从事中国新闻史和媒介研究，迄今发表学术论文20余篇，主持省级科研项目两项、校级项目若干。

本书受山西省艺术科学规划课题（编号2015C02）资助

前 言

互联网的普及已严重影响和改变了信息传播的模式,我国现有 6.88 亿网民中使用手机上网的已有 6.20 亿之多。^① 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、商业活动不可缺少的工具。在此背景下传统媒体面临巨大挑战,整合新闻媒体资源,推动传统媒体和新兴媒体融合发展,已势在必行,媒体融合已成为时代发展的必然趋势。为此,2014 年 8 月 18 日中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,媒体融合依然成为国家战略。媒体融合就是把报纸、电视台、电台等传统媒体,与互联网、手机、手持智能终端等新兴媒体传播通道有效结合起来,资源共享,集中处理,衍生出不同形式的信息产品,然后通过不同的平台传播给受众。融合主要是内容的融合、技术的融合和经营方式的融合。

现实层面,各地的传统媒体根据自身的实际情况,尝试选择适合自身的媒体融合路径,主要形式有三种:一是通过资源整合或重组,以实现优势资源的整合和互补,从资源上更好地实现融合;二是推出新

^① 中国互联网络信息中心(CNNIC):《中国互联网络发展状况统计报告》,2016 年 1 月

闻客户端和微信公众号,抢占意识形态主阵地;三是创办了互联网媒体来进行媒体融合。此外,阿里巴巴、百度等互联网巨头通过收购来布局传媒业,也是实现互联网与传统媒体之间的融合一种途径。

在媒体融合的趋势下,传统媒体和新媒体应该如何发展?怎么才能在激烈的市场竞争中占有一席之地?本书尝试对此作以解答。概括起来,本书有两个特点:一是策略的提出具有针对性,有精细的个案分析为基础。在探究媒体发展策略时多从个案出发,以某个有代表性的具体媒体为例,在认真考察媒体发展现实状况的基础上,指出其存在的问题和不足,从而提出针对性的发展策略。如报纸新闻发展策略的探讨,就是在详细分析《黄河晨报》《上党晚报》和《人民日报》新闻报道的基础上提出的。电视节目发展考察分析了《新闻联播》《第一时间》《非诚勿扰》《我们约会吧》《琅琊榜》等节目和剧作;网络新闻发展则具体考察分析了山西新闻网的网络新闻报道。当然也可能存在个案的“点”上精细有余,而媒体发展普遍的“面”上总结不足的问题。二是使用了数量统计的方法,进行量化分析。在分析具体媒体的发展状况时,作者使用数量统计的方法,把媒体发展的各个方面进行分类,每一类都进行了细致的数量统计,直观而清晰地呈现出媒体发展的本来样貌,从而为发展策略的提出打下坚实的事实基础。

“方其搦翰,气倍辞前,即乎篇成,半折心始。”书稿完成之时,愈加感受到自己的才疏学浅。作为一位新建本科院校工作的教师,授课任务繁重,课余方能从事科研。时间匆忙,心也不够静,一些思考还不成熟,书中错误和疏漏之处必然不少,还请各位方家不吝赐教!

目 录

CONTENTS

第一章 报纸新闻发展策略	1
第一节 报纸新闻发展概论	1
第二节 早报新闻发展策略	6
第三节 晚报新闻发展策略	14
第四节 党报新闻发展策略	26
第二章 期刊经营发展策略	32
第一节 期刊经营发展概论	32
第二节 地方画报的经营发展策略	35
第三节 学术期刊的经营发展策略	48
第三章 电视节目发展策略	63
第一节 电视节目发展概论	63
第二节 主流电视新闻节目发展策略	65
第三节 电视民生新闻节目发展策略	78
第四节 电视相亲节目发展策略	85

第五节 电视综艺娱乐节目发展策略	105
------------------	-----

第六节 电视剧发展策略	110
-------------	-----

第四章 新媒体发展策略	133
-------------------	-----

第一节 新媒体发展概况	133
-------------	-----

第二节 网络新闻发展策略	136
--------------	-----

第三节 公安微博发展策略	149
--------------	-----

附 录	163
-----------	-----

《山西晚报》新闻报道的现状与发展对策	163
--------------------	-----

山西高校校报现状与发展对策	176
---------------	-----

聚美优品的微博传播研究	186
-------------	-----

参考文献	203
------------	-----

第一章

报纸新闻发展策略

第一节 报纸新闻发展概论

在媒介融合时代,面对新媒体的冲击和挑战,报纸行业遇到了发展的“寒冬”,但也并不是完全没有优势可言。从某种意义上说,新媒体的冲击带给传统纸质媒体的不仅仅是挑战或灭亡,也是一个良好的发展和改革的机遇。

一、报纸新闻面临的挑战

(一)网络媒体吸引大量年轻受众,报纸读者群年龄结构逐渐趋于老龄化

与无线广播和电视相比,报纸的文字信息比广播、电视的声音、图像更详尽,更深入,也更易于保存。而与互联网相比,报纸的这些优势便不那么明显了。互联网是迄今为止所有传媒的表现形式与优点的集大成者:它有广播的便捷,是电视的画面与声音的有机合成,它有报纸的详尽、深入和可保存的优势。从本质上来说,互联网和报纸都是

传播信息的媒介,但互联网在技术手段上优于报纸,能为读者提供更便捷、更有互动性和更低成本的服务。

报业的发展有着失去年轻读者的倾向。2004年中国人民大学舆论研究所针对北京市场进行的调查显示,北京综合性报纸读者的平均年龄已超过41岁,35岁以下的年轻读者由过去的经常阅读报纸转变为现在几乎不读报纸的比例为11.6%。^①与之形成对比的则是年轻人已习惯于从互联网上获取新闻及相关信息。报纸读者老龄化的危害,可以说严重影响了报纸的发行量和报纸的可持续发展。

(二)较之于新媒体,报纸的表现形式单一,新闻的及时性不够

报纸新闻主要是通过文字的描述、图片的搭配来完成对新闻的报道或者转述。媒介融合时代,新闻可以通过更多的形式予以展现,例如可以通过视频、动态影视、网络评论等方式来对新闻进行传播,这些形式能够将新闻用更加生动、具体的方式展现出来,在传播的效果上比单一的报纸形式效果要好。信息的传播速度和传播空间都达到了前所未有的高度。任何一条新闻,通过网络都能迅速地传播开来。这种及时性是报纸新闻所无法比拟的。因为从我国目前的报纸行业来看,最常见、周期最短的也是以日报的形式出现。也就是任何一条新闻都有12到24小时的延后传播,而在这延后传播的时间段里,这些新闻在网络上已经被广泛地关注。报纸的及时性是明显地受到了网络信息传递的冲击和影响,这是报纸新闻在新时代不能回避的一个硬伤。

^① 杨轶:《数字化时代中国报业如何“过冬”》,《河南科技》,2010年7月下,第106页。

二、报纸新闻的优势

(一) 报纸新闻具有新媒体缺乏的权威性

权威是报纸新闻长期以来坚持的一项基本准则,新闻传播的权威就意味着公众对这种新闻的认可。^① 在众多的新闻传播方式中,并不是所有的方式都能达到这种效果。特别是在新媒体时代,网络信息的爆炸也给人们对信息的辨识带来了困扰,越来越多的垃圾信息的充斥使公众对网络信息的权威性产生了严重的怀疑。公众仍然需要寻找一个具有权威性的新闻传播途径,这就是报纸新闻可以利用的一个发展契机。报纸新闻要坚持其自身的权威特色,对各种新闻严加甄别,保证出现在其版面上的新闻在内容上真实可靠,有据可循,这是报纸新闻与新媒体时代的其他新闻方式相比所具有的显著优势。要想在夹缝中更好地生存,报纸新闻就必须牢牢地把握住自身的这种优势。

(二) 报纸新闻具有新媒体内容缺乏的高度和深度

新媒体在时效性上有着独特的优势。但是这种优势也会带来另一个方面的问题,就是过快的新闻传播,会让人们减少对这个新闻背后的内容的挖掘,对新闻社会现象的进一步思考。只是简单地追求传播速度的高效,传播范围的广泛,却忽略了对新闻质量的追求。这是信息时代网络新闻存在的弊端和问题,反之,这也就是报纸新闻发展的又一契机。报纸新闻在传播时间上的相对延后,给新闻工作者对新闻的深度探索、跟踪研究提供了充裕的准备时间,利用这个时间,报纸新闻能够通过悉心的准备,将公众的视野拓展到网络信息所达不到的一个高度和深度上。关于新闻的专题报道,是通常的新闻报纸获取读

① 王子阳:《新媒体环境下报纸新闻的生存困境与发展战略研究》,《新闻传播》,2011年第4期,182页。

者关注和认可的一个重要版面内容。

三、报纸新闻发展策略

媒介融合时代的报纸,除了要增强新闻的时效性、做好图文搭配等要求之外,还要做好以下几个方面:

(一) 内容创新,打造品牌栏目,加强报道深度

报纸新闻应该摆脱同质化倾向,不断变换稿件内容,积极创新,使报纸新闻既有权威性,又有创新性。报纸制作团队拥有优秀的采编队伍和高水平的制作设备,这些硬件条件为高质量的新闻提供了有利条件。报纸媒体应该在这一有利基础上,提高自身业务水平,与时俱进,精心制作,努力打造内容精良,质量上乘的高水平新闻。^①

作为内容为王的产业,内容资源优势直接关系到主动权。传统报纸产业的根本优势在于内容。报纸在本地新闻和深度报道上的优势,至今是网络所无法企及的。为此报纸要发挥自身采编优势,对新闻事件或人物进行独家的“权威采访”或“深度报道”,对新闻事实发表独特的见解或作详尽的诠释,满足读者的需要,解疑释惑,逐步形成自己发布新闻的权威性。

(二) 顺应媒介融合趋势,报网结合,与手机媒体合作

报纸媒体在提高自身节目质量的同时还要善用新媒体的优势,加强媒介融合,加快报纸新闻的传播,并且加大它的覆盖面,这样才能更好地满足受众的需求。报纸媒体可以吸收新媒体优秀的部分来提高自身的新闻节目质量,利用媒介的融合,也可以给受众更多获取信息的途径。

^① 王悦:《简析报纸新闻在新时代环境下的发展》,《新闻知识》,2015年第12期,94页。

网站能够通过搜索引擎、链接、站名广告、独家新闻等多种方式,吸引读者登录网站。报纸网址也可以通过户外广告、海报等做宣传,指引读者访问。网站还可以作为报刊订阅、专刊和过期刊物销售的新渠道。形成一个拥有论坛、调查问卷、民意测验的报纸网站,能将报纸与读者联系起来,通过这种互动方式把读者回应、素材、信件等反馈给报纸主编,同时提高印刷版读者的忠实度和参与度。

手机多媒体的特性为报纸利用手机平台提供了坚实的基础,手机报突破了报纸传统的图片、文字表现形式,代之以视频、音频、图片、文字、动漫等多媒体表现形式,整合了多媒体资源,极大地增强了吸引力。另外,用户在手机上浏览新闻之余,还可以在互动版块对当天新闻发表评论,提供新闻线索,或查看其他读者的评论。这就突破了传统媒体单向定时发布信息的模式,做到随时随地与读者进行互动,随时发布最新消息。手机媒体外形小巧轻便,也更容易携带,尤其受到平时工作繁忙而没有时间翻看报纸的广大白领的喜爱。

(三) 强化新闻的互动性

强化新闻的互动性,可以大大增加受众参与新闻活动的力度,增加受众的活跃度。报纸在跨界传播中很大程度上增强了用户的黏合度,更加凸显报纸媒体在新闻传播中的主流地位。截止到2015年3月,纸媒微博粉丝量持续增长,党报粉丝量突破5800万。纸媒在微博领域的粉丝数量、传播影响持续增长。390份各类报纸媒体在新浪微博的总粉丝量达到3.34亿,并且每个月以4.7%的速度增长。^①

综上所述,媒介融合时代对于报纸来说,既是机遇,又是挑战,报纸新闻应该与时俱进,充分利用好这一发展契机,改善报纸新闻渠道单一、互动性弱等不足之处,发扬报纸新闻有较强的权威性、有营利性

^① 兰元:《简论报纸新闻图片的选用标准》,《社会科学战线》,2013年第4期,36页。

等优势,结合新兴媒体,取长补短,优势互补,继续以自身的传播优势正确引导社会舆论。不断总结经验教训,探索自身的发展战略。在充分发挥纸质媒体竞争力的前提下,利用新媒体作为新的传播渠道,整合资源、取长补短,找到新的平衡点和发展之路。

第二节 早报新闻发展策略

在信息化的时代,微博、微信、手机移动客户端等基于网络的新兴媒介终端,因其新奇、实用的特点,越来越受到大家的喜爱,也打通了大众获取信息的新渠道。然而,这些改变,却给报纸等传统平面媒体的生存,带来了直接的威胁。如何在这个网络时代继续生存、发展下去,成为包括报纸在内的所有传统媒体需要面对的首要问题。因此,报纸与全媒体融合,寻找适合自身发展的转型之路势在必行。

早报,也叫晨报,是早上发行的,一般稿件截止于前一天下午4点之前,排版之后稿件在凌晨2点之前印出来,5点左右各报刊点可得到最新的早报。如遇重大新闻有了新进展可以及时进行改动处理,稿件截止时间可以直抵午夜。早报、晨报作为都市报的一种,如何在媒介融合时代,在报业同质化竞争十分激烈的背景下,求得生存和发展是一个必须面对的课题,本节以《黄河晨报》为例探讨地方早报新闻发展的路径和策略。

一、《黄河晨报》简况

《黄河晨报》是运城日报社主管和主办的一份综合性报纸,创办于2006年3月,以“追求有力度的新闻”为定位,面向广大的运城市民,为人们提供时事政治、社会生活、经济、文化、体育、时尚、健康等方面

的新闻与咨询。

书中采用抽样的方式选取《黄河晨报》2014年2月15日至2014年3月15日为期一个月的样本作为调查对象。在调查过程中,主要从新闻选题、新闻性质取向、新闻写作语言三方面进行数据统计,获取有关信息,进而分析《黄河晨报》新闻报道的现状及存在问题。

二、《黄河晨报》新闻报道现状分析

(一) 新闻选题

新闻报道的内容可以分为时事与政治类、经济与科技类、人物与事件类、教卫与文体类和社会与生活类等五方面^①。《黄河晨报》第2183期至第2207期(2014年2月15日—2014年3月15日)的新闻共有1695条,按照这一分类统计数据如下:

表1 新闻选题数据统计表

选题	数量(条)	比率(%)
时事与政治类	154	9.0
经济与科技类	155	9.1
人物与事件类	492	29.0
教卫与文体类	551	32.5
社会与生活类	343	20.2

从表1可看出,教卫与文体类的新闻是数量最多的一类,比例高达32.5%,它具体包括了教育新闻、卫生新闻、文艺新闻和体育新闻四大块;其次是人物与事件类新闻,这类新闻在调查中数量还是相对较多的,比例为29.0%;接着是社会与生活类新闻,它主要对社会生活、社会问题、社会变化以及风土人情等方面加以报道,在期刊中的比例

^① 刘海贵:《中国新闻采访写作学》,复旦大学出版社,2012版。

是 20.2% ;最后是经济与科技类和时事与政治类新闻,这两类新闻在所调查的期刊中数量相对较少,时事与政治类的新闻主要报道国民经济、生产建议、科学技术研究和群众日常经济生活等内容,而时事与政治类的新闻主要侧重报道运城市党政机关领导层的重要公务活动和各种政治性、专业性的会议,它们所占比例分别为 9.1% 和 9.0% 。

《黄河晨报》新闻报道的内容是与其定位是一致的。《黄河晨报》是都市报性质的报纸,在都市发行面向城乡,报道政治、经济、文化和市民业余生活,要区别于地方党报主要报道时事政治类的新闻。作为日报下属的晨报晚报等类似《黄河晨报》的都市报,这些报纸既坚定的坚持党性原则又尽可能的多方面满足读者需求,所以以“追求有力度的新闻”为定位的《黄河晨报》在市民日常社会生活方面的软新闻要报道(占 20.2%),“有力度”的硬新闻自然要占大部分(70.8%)。

具体到新闻报道的议题方面,《黄河晨报》在 2014 年 2 月 15 日—2014 年 3 月 15 日的期刊报道议题选择连贯而鲜明。主要的新闻议题如表 2 所示:

表 2 新闻议题数据统计表

议题	数量(条)
创建国家卫生城市	11
索契冬奥会	10
雾霾	9
新消费者权益保护法	7
闫胜利——扶起来的正能量	7
戏曲惠民	18

结合表 2 的统计可以看出,“戏曲惠民”所占的比率最多,体现了《黄河晨报》在新闻议题的报道上主要侧重的是“戏曲惠民”这个议题,旨在通过戏曲表演,丰富人们的文化生活,给百姓送去欢乐,同时,